



着うた[®]の好調により、大幅な増収・増益を達成

◆着うた[®]の有料会員数は2005年9月末比50万人増

上期は、売上高85億15百万円（前年同期比14億33百万円増、20.2%増）、営業利益4億39百万円（同7億39百万円増）、経常利益4億30百万円（同7億79百万円増）、中間純利益3億38百万円（同8億18百万円増）と前年同期を大幅に上回った。また、粗利率の高いコンテンツ配信事業と粗利率100%のテレマーケティング事業の拡大により、売上総利益は54億62百万円（同20億4百万円増）、売上総利益率は前年同期の48.8%から64.1%に改善した。

セグメント別の概況として、コンテンツ配信事業は着うた[®]を始めとする音楽系コンテンツの好調により、売上高62億99百万円（前年同期比17億82百万円増）となり、売上構成比は63.8%から74.0%に拡大した。営業利益も4億43百万円（同6億4百万円増）と大幅に増加し、営業利益率は、前年同期の△3.6%から7.0%に改善した。テレマーケティング事業は売上高7億31百万円（同3億98百万円増）、営業利益は△58百万円と前年同期比1億12百万円の改善となった。携帯電話販売事業は量販店向け卸売販売からの撤退により、売上高13億11百万円（同7億89百万円減）となったものの、事業採算の向上により、営業利益は72百万円（同34百万円増）に増加した。

コンテンツ配信事業の有料会員数は2005年9月末比55万人増の426万人と大幅に拡大。中でも着うた[®]は、2005年9月末比50万人増と好調に推移し、ドコモにおけるメニュー順位は2位を継続している。着メロは、市場が縮小傾向にあり、同業他社では会員数が減少している中、わずかではあるが会員数が増加し、FOMAのメニュー順位は2005年10月時点の9位から2006年4月時点で6位に上昇した。

情報系の主要コンテンツも着実に会員数が増加しており、ドコモにおけるメニュー順位は交通情報が1位、天気予報が2位、辞書が5位、電子書籍が6位となっている。なお、交通情報は全キャリアで1位となっている。

一方、テレマーケティング事業は、オペレータ数300人体制まで拡大したが、オペレーション効率の改善が重要課題となっている。

◆下期の業績見通し・取り組み

下期業績の見通しは、着うた[®]を中心とする音楽系コンテンツや情報系コンテンツの有料会員数は堅調に推移すると見込まれるものの、関連会社における先行投資費用の増加、テレマーケティング事業の黒字転換の遅れが見込まれることにより、売上高99億84百万円（前年同期比23億9百万円増）、営業利益4億60百万円（同51百万円減）となっている。セグメント別では、コンテンツ配信事業は売上高79億20百万円、営業利益5億26百万円、携帯電話販売事業は売上高11億28百万円、営業利益27百万円、テレマーケティング事業は売上高7億88百万円、営業損失91百万円を予定している。

コンテンツ配信事業では、音楽系コンテンツにおいて、3G端末の普及速度の変化率が大きく、着うた[®]の有料会員数の大幅な拡大が見込める好機といえるため、積極的なプロモーション展開を継続し、シェア拡大を目指す。新たに立ち上げた『music.jp 洋楽』は、サイト開始後2カ月でauにおけるメニュー順位が44位から6位に上昇し、非常に順調に推移しているが、下期はこの『music.jp 洋楽』や『music.jp アニメ&ゲーム』といった『music.jp』ブランドを活かしたサービスをさらに本格化していく。着うたフル[®]は、来期以降の本格展開が見込まれるため、現時点からレコード会社、プロダクション等との関係を強化して楽曲の獲得を進め、配信楽曲数の拡大を目指す。着メロは、着うた[®]と連動した独自キャンペーンを展開し、有料会員数の維持を図る。

情報系コンテンツでは、auの実績を最大限に活用し、ドコモでトップクラスの順位を定着させるとともに、今後の大きな成長が期待できる電子書籍、コミック、動画像、GPSコンテンツ等のビジネス拡大を目指す。

2007年夏よりGPS機能が携帯電話に標準装備される予定のため、GPSに連動したコンテンツの開発を下期より開始し、第4四半期にはコミックサイト立ち上げを予定している。関連会社のモバイルブック・ジェー

ビーは出版社を含めた協業先を増強中で、電子出版流通プラットフォーム事業を下期より本格的にスタートする。

テレマーケティング事業においては、事業運営体制を再構築し、重要課題のオペレーション効率改善に引き続き取り組む。下期契約件数は9,440件を目標としている。

◆2006年9月期の業績予想

サービス拡大に向けた費用は発生するが、コンテンツ配信事業は好調に推移すると見込まれることから、2006年4月28日に通期業績予想を売上高185億円（2006年1月31日計画180億30百万円）、営業利益9億円（同8億50百万円）に上方修正した。過去2年間の先行投資がようやく花開きつつあるといえ、グループの強みを発揮できるストック型ビジネスを早期に高成長軌道に乗せ、売上高の高成長と継続的な利益の積み上げを実現していきたい。

◆ 質 疑 応 答 ◆

コンテンツのスリープ会員の割合はどのくらいか。

コンテンツや期間によって見方は異なるが、単月だけで見れば約50%である。

ナンバーポータビリティによる影響は考えているか。

3G端末に機種変更したばかりのユーザーがキャリアを乗り換えるとは考えにくい。3G向けコンテンツである着うた[®]はあまり影響を受けないだろう。着メロはキャリア乗り換え希望者の多いボーダフォンやドコモのユーザー減が考えられるが、ボーダフォンはもともと会員数が少なく、ドコモは3G端末であるFOMAの会員が多いため、影響は少ないだろう。

また、実際に乗り換えるユーザーは全体の約2%とみているが、乗り換え先の割合が多いと考えられるauであれば、MTIのコンテンツは大部分でメニュー順位が1位のため、会員獲得に繋がりがやすく、影響は少ないと考えている。

洋楽サイトのプロモーション展開とコンテンツの獲得状況はどうなっているか。

全国29局で「Billboard Top30」というテレビ番組をやっており、来日アーティストから番組向けのコメントが貰えたりしている。全国ネットの洋楽番組は少なく、洋楽ファンは情報に枯渇しているため、視聴率は深夜帯にしては比較的高いと考えている。

コンテンツの獲得状況については、ユニバーサル社を除くレコード会社のビルボード上位のアーティストの楽曲配信はできており、レーベルモバイルよりも先行配信ができていた楽曲もある。また、レーベルモバイルが配信していないインディーズ・アーティストの楽曲配信もできており、全体的に順調である。

着うた[®]の洋楽配信と邦楽配信で粗利の違いはあるか。

洋楽も邦楽とほぼ同じである。

(2006年5月10日・東京)