

前多 俊宏 (マエタ トシヒロ)

株式会社エムティーアイ社長



着うた[®]等の音楽系コンテンツ配信が好調に推移

◆コンテンツ配信事業の有料会員数は390万人に拡大

2006年9月期第1四半期は、売上高40億63百万円（前年同期比8億5百万円増、24.7%増）、営業利益94百万円（同3億55百万円増）、経常利益1億3百万円（同3億70百万円増）となった。セグメント別の概況として、コンテンツ配信事業は、売上高が29億49百万円（同8億70百万円増）となっており、主に着うた[®]が好調に推移したことにより、計画を81百万円上回ることができた。営業利益も74百万円と、計画を大幅に上回って黒字を確保している。携帯電話販売事業の売上高については、前期の第2～第3四半期に量販店向けの卸売販売から撤退したため、7億7百万円（同2億77百万円減）となった。テレマーケティング事業に関しては、売上高が3億44百万円（同2億16百万円増）となり、営業利益の赤字額も縮小している。

当四半期の売上高は、計画比で77百万円増となっており、粗利益率の高いコンテンツ配信事業の売上高構成比は72.6%に増加、粗利益率100%のテレマーケティング事業の構成比も増加した。営業利益については、計画比で2億80百万円増、経常利益については、計画比で3億17百万円増となった。

コンテンツ配信事業の有料会員数は390万人（前期末比19万人増）に拡大した。着うた[®]の有料会員数は前期末から20万人増加し、ドコモにおけるメニュー順位は2位を継続している。着メロについては、市場全体が縮小する中、有料会員数を維持しており、2006年1月時点のドコモにおけるメニュー順位は、2005年10月時点の9位から8位に上昇した。今期末の有料会員数は430万人を目標としているが、達成に向けて順調に推移している。テレマーケティング事業では、規模の拡大と品質向上を両立するオペレーション体制の再構築に注力しており、通期での黒字を確保したいと考えている。

◆中間期および通期の業績予想を上方修正

中間期および通期の業績は、当初予想を上方修正している。中間期の売上高は82億84百万円（前年同期比12億1百万円増）で変更していないが、営業利益は当初予想の△56百万円から2億50百万円（同5億49百万円増）に変更、経常利益は△1億17百万円から2億35百万円（同5億84百万円増）に変更した。着メロの退会率低下による売上原価率の低減、情報系コンテンツにおける開発案件のズレ、新規事業（コミック配信事業等）の立ち上げ時期のズレが変更の要因となっており、コンテンツ配信事業の営業利益は2億31百万円（期初計画比3億6百万円増）となる見込みである。なお、その他のセグメントについては、予想を変更していない。通期業績も、売上高は180億30百万円に変更していないが、営業利益は、当初予想の7億50百万円から8億50百万円に変更、経常利益は6億50百万円から8億20百万円に変更した。

第2四半期以降の取り組みとして、音楽系コンテンツ配信については、引き続き積極的なプロモーションを展開し、ドコモにおける3G端末の急速な普及で有料会員数の増加が見込まれる着うた[®]市場でのシェア拡大を目指す。また、先行配信等、付加価値の付いたキラー・コンテンツの獲得にも注力していく。第2四半期後半～第3四半期には着うた[®]の洋楽配信サービスの立ち上げも計画している。着メロについては、着うた[®]と連動した先行配信や、さまざまなキャンペーンを行い、有料会員数の維持を図る。中期的には、着うたフル[®]が伸びてくると予想されるため、それまでに培った着うた[®]での実績を最大限に活用したいと考えている。

情報系コンテンツ配信においては、交通情報や天気予報等のドコモでのトップクラスのメニュー順位の定着化を目指す。また、電子書籍、コミック、動画配信といった新たな成長分野のビジネス拡大へ向けて積極的に攻勢を図っていく。テレマーケティング事業については、年間契約件数2万1千件を目標としており、通期での黒字化を目指す。1月末にオペレータ300人体制を実現しており、今後はオペレーション品質の向上を追究していく。

◆ 質 疑 応 答 ◆

新規立ち上げ予定の着うた[®]洋楽配信サイトのビジネスモデルは、J-POPと同じビジネスモデルか。また、競合はどこか？

基本的には、日本のレコード会社から楽曲を獲得するため、ビジネスモデルはJ-POPとほとんど同じとなる。ただし、日本で配信されていない曲は、海外のレコード会社から直接獲得する可能性がある。競合状況については、現在、レーベルモバイル[®]がほぼ独占している状態となっている。

業績修正の理由に挙げている、コンテンツ開発やコミック配信事業の立ち上げの遅れは、通期にどのような影響があるのか？

コンテンツ開発の開始時期に遅れはあったが、仕上がる時期に影響はないとみている。コミック配信事業は事業立ち上げに遅れが出ると考えられるが、市場が本格化するまでに時間がかかるとみられるため、大きな影響はないだろう。

なぜMTIだけが着メロの有料会員数を伸ばすことができたのか？

ユーザーの動向を細かく分析し、曲や提供のタイミング等のニーズに応えることができているからだろう。また、無料会員、歌詞会員というように月ごとにターゲットを絞り、どうすればその会員を増やすことができるかを検討し、効果検証している成果と考えている。

テレマーケティングの300人体制は、いつまで維持するのか？

今期については300人体制を維持するが、来期については収益性などを踏まえた上で、事業規模を拡大するかどうかを検討する。

勝手サイトへの取り組みは予定しているか？

今すぐの具体的な取り組みは予定していないが、公式サイトの有料会員数増加へつなげるために勝手サイトへの取り組みを検討することは重要と考えている。

(平成18年2月1日・東京)