

前多 俊宏 (マエタ トシヒロ)

株式会社エムティーアイ社長



『モバイル・サービス No.1企業』を目指す

◆着うた[®]の有料会員数拡大が寄与し、創業以来最高の業績

2006年9月期の業績は、コンテンツ配信事業の大幅な拡大により、売上高174億43百万円（前期比26億86百万円増）、営業利益9億2百万円（同6億89百万円増）、経常利益8億39百万円（同7億10百万円増）と当社創業以来最高の成績となった。売上高総利益率は、粗利率益の高いコンテンツ配信事業の構成比率が高まったことにより、前期の55.1%から65.1%に向上した。当期純利益については、携帯電話販売事業の売却に伴う株式譲渡益3億28百万円が発生したため、8億84百万円と前期を大幅に上回った。

事業別の業績は、コンテンツ配信事業が売上高135億93百万円（同36億78百万円増）、営業利益10億55百万円（同7億75百万円増）、携帯電話販売事業が売上高22億14百万円（同14億24百万円減）、営業利益82百万円（同86百万円減）、テレマーケティング事業が売上高13億36百万円（同3億87百万円増）、営業損失1億96百万円となった。

貸借対照表については、借入金の返済と社債の償還、自己株式の取得等により前期より現金及び預金は減少したが、ネットキャッシュは23億円となった。

事業の概況は以下の通りである。

コンテンツ配信事業は有料会員数が441万人（前期末比70万人増）に拡大し、第4四半期においては、着うた[®]が若干増、着メロが微減となっている。着うた[®]のメニュー順位は全キャリアで2位、着メロはNTTドコモにおいて5位を維持している。天気予報や道路交通情報など主要な生活情報系コンテンツについても上位で安定している。なお、広告宣伝費については、全体で34億円となった。

テレマーケティングによる医療保険販売事業は、11月1日付でアフラック・インターナショナル・インコーポレーテッド社に譲渡した。当期の業績への影響は、法人税等調整額の増加により当期純利益に約90百万円のプラス効果があった。2007年9月期の業績への影響は、現時点では株式譲渡益で19億35百万円の特別利益、営業支援金精算で10億97百万円の特別損失を予定しているが、最終的な調整は3月に行う。

当社は、2006年9月期の経営目標として、携帯電話販売事業およびテレマーケティング事業の方向性を決定すること、着うた[®]での地位を確立すること、新規事業の可能性を検証し事業化することを掲げていた。

携帯電話販売事業およびテレマーケティング事業については他社に売却したことにより、コンテンツ配信事業に経営資源を集中させる体制が整った。

着うた[®]については、競争が激化する状況の中、全キャリアで2位のポジションを確保し、音楽業界における存在感を高められたと考えている。

新規事業については、一般サイトに集客し、メディアとしての価値を高めることにより広告収入を得るといふ、これまでの有料課金モデルとは異なるビジネスモデルを立ち上げるため、デコレーションメール用素材の無料サイト『デコとも』をオープンさせた。会員数拡大と広告営業による収益化を課題としていたが、『デコとも』はオープンから7カ月で132万人の会員を集めることができ、広告販売についても月に50百万円程度の契約額を実現している。

このように、2006年9月期の経営目標は達成できたので、2007年9月期の経営目標は、着うたフル[®]の拡大と自社メディア型広告事業の拡大としている。

◆コンテンツ配信事業に加え、自社メディア型広告事業に注力

当社では、2004年9月期から当期までの3年間で『第2の創業期』と位置付けていた。今期からは『モバイル・サービス No.1企業』となることを中期経営方針に掲げている。コンテンツ配信事業の売上高の拡大とともに、自社メディア型広告事業の売上高も拡大したいと考えており、公式サイトおよび一般サイトのそれぞれで会員数が最も多くなることを目指す。

今期から3年間の事業別売上高のイメージは、従来の生活情報系コンテンツ、着メロ・着うた[®]に加え、着

うたフル[®]、コミック、自社メディア型広告を積み上げていくものである。着うたフル[®]は、今期と来期が最も拡大する時期と考えているので、特に注力したい。

当社のユーザー層は15～25歳が中心で、PC世代とは異なるケータイ世代としてとらえている。携帯電話に代わる有力なプラットフォームが当分出てこないと思われるので、ユーザーの成長に合わせて、そのニーズの変化に対応した新しいモバイル・サービスを提供していくとともに、新たに15歳となるユーザー層からも支持されるサービスを提供できるよう、当社の強みであるマーケティング力にさらに磨きをかけていきたいと考えている。

現在、全キャリアで検索エンジンが導入されており、キャリアの公式サイトでメニュー順位が上位となっていることだけではサイトの優位性は保てなくなってきた。また、キャリア自身、強力なPCサイトも、徐々に携帯コンテンツ分野に参入してきている。このような状況からも、キャリアに依存しない、自社メディア型広告事業を確立させることが重要と考えている。

◆新規事業を除いた既存事業は中期経営計画通り

2007年9月期は、売上高182億円、営業利益10億円を計画している。売上高は、当期に2つの事業を売却したことによる減少（約36億円）を吸収し、前期比で7億56百万円増を目指していく。

事業別の内訳として、コンテンツ配信事業については、売上高170億円（前期比34億6百万円増）、営業利益14億600万円（同4億4百万円増）を計画している。自社メディア型広告事業については、2006年9月期はコンテンツ配信の中に含まれており、売上高が約1億円だったが、2007年9月期は10億円を計画している。費用投資が先行するため、営業利益については4億400万円のマイナスとなる見込みである。

既存事業と新規事業に分けた場合、既存事業が売上高169億円、営業利益18億円となり、新規事業（コミック配信および自社メディア型広告）は売上高11億円、営業損失は7億800万円の見込みである。

以上より、全体の営業利益計画は10億円となり、2005年11月に発表した中期経営計画の数値を下回っているが、これは新規事業に注力するために費用投資が発生するためであり、既存事業のみについては計画通りといえる。

コンテンツ配信事業については、3.5G端末の普及により、質・量ともにリッチコンテンツの普及が本格化するとみている。

着うた[®]は、引き続き成長期にあるため、拡大させていきたい。着うたフル[®]は、上期は導入期、下期より成長期になるとみているため、上期中に品ぞろえを充実させたい。着メロは、市場が衰退期に入っているが、有料会員数を維持しつつ、最終的に勝ち残ることを目指す。

コミックについては、今期が市場の立ち上がり期であると考えている。コミックは、紙市場で約5,000億円の規模があり、そのうちの一定割合が電子化すると予想され、また、ユーザー層や携帯電話との相性を考えても、将来有望な事業と考えている。今期は先行投資のため赤字となるが、来期中には単月黒字を達成し、市場が本格的に拡大する2～3年後に備えたい。競合は2社くらいになるとみているが、当社としては品ぞろえを充実させ、これまで培ってきた会員獲得のノウハウを生かして会員数を拡大し、シェア向上を図りたいと考えている。

自社メディア型広告事業については、無料サイト『デコとも』の会員数が順調に伸びており、10月末現在で132万人となっている。広告主のリピーター出稿が増加しており、ナショナル・クライアントの引き合いも増加している。モバイル広告は、20代前後のユーザーにリーチできるメディアであることや、これまでの一般サイトは広告主が安心して広告を出せるようなサイトが少なかったこともあり、今期が急激な立ち上がり期になるとみている。『デコとも』の会員数拡大と、それに伴う広告枠の販売拡大が今後の課題であるが、会員数については200万人程度までは早期に達成できるとみている。また、『デコとも』以外のサイト立ち上げも行っていく予定である。

◆ 質 疑 応 答 ◆

『デコとも』は、サイト運営に関して特殊な技術が必要なのか。また、競合状況なども教えてほしい。

特に高度な技術が必要ということはない。当社としては、マーケティング力と品質で差別化を図っており、ユーザーが求めるものをいち早く提供し、品質の高さを維持することが重要と考えている。デコレーションメールの素材サイトは他にもあるが、当社は公式サイトでトップのサイトよりも多くの素材を提供しており、

ユーザーに満足いただけるレベルの品質維持に努めているため、無料サイトとしては有料サイトと同等以上の内容となっている。なお、豊富な素材を取り放題としたいユーザー向けに、有料版の『デコとも』も提供しており、こちらの会員数も伸びている。

キャリアの検索エンジン導入は、どのような影響を与えるか。

プラス面とマイナス面の両方がある。マイナス面で最も大きかったのは、auの天気予報がメニュー順位で1位から2位に落ちたことである。一方で、「着うた」で検索すると『music.jp』が上位に表示されることは公式メニュー以外からの導線が増えるためプラス面である。モバイルの検索エンジン対策は当社も行っているが、まだ十分ではない反面、そのノウハウがある会社もまだ少ない状況である。いずれにせよ長期的な問題ではないとみている。

角川ホールディングスとの訴訟の状況、結論が出る時期等について教えてほしい。

現在、係争中だが、想定していたよりもスピードが遅いため、年内での決着はない。また、当社としては、角川ホールディングスの主張している損害賠償請求額は過大であると認識している。

当期の広告費は34億円ということだが、新規事業と既存事業の割合はどうなっているか。また、今期の見込みについても教えてほしい。

当期は、新規事業分が1億円強、残りは既存事業分である。今期については、全体で増える見込みだが、新規事業に対して全体の七分の一程度を予定している。

コンテンツ配信事業の売上高について、着メロ、着うた[®]、着うたフル[®]の比率を教えてほしい。

コンテンツ配信事業は、音楽系と生活情報系に分かれており、音楽系が全体の8割程度を占めている。音楽系の内訳は、着うた[®]が6割強、残りが着メロとなっており、着うたフル[®]については、まだ多くはない。

(平成18年11月8日・東京)