

エムティーアイの強み 圧倒的No.1! “リアルアフィリエイト・ネットワーク”

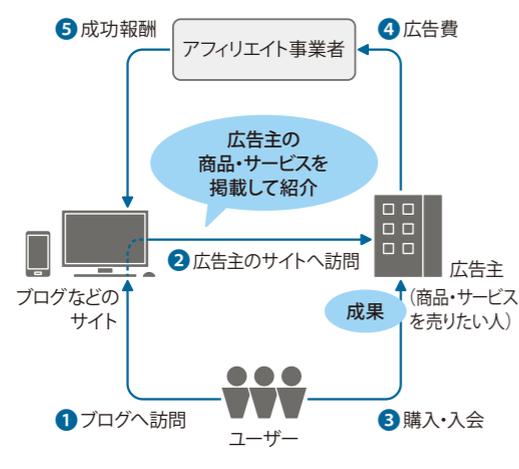
有効な入会導線が少ないスマートフォン時代に当社ビジネスを支えるリアルアフィリエイト・ネットワーク。
ここでは、その仕組みについて説明します。



そもそも「アフィリエイト」とは?
成功報酬型のビジネスのこと

「アフィリエイト」はネット広告でよく使われている言葉です。ブログなどのサイトで広告主の商品やサービスを紹介することで、成果(ユーザーが商品を購入するなど)があった場合に、そのサイト運営者が成果報酬を受け取れる仕組みのことです。

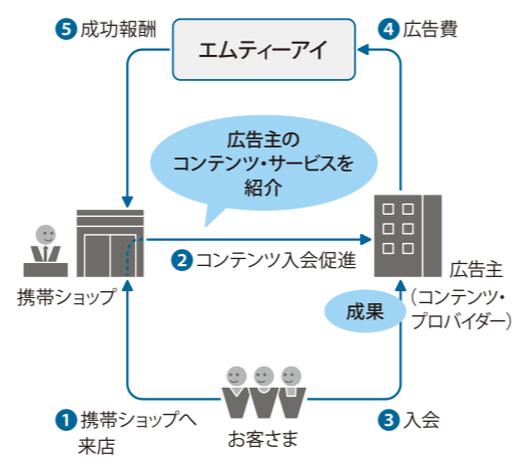
アフィリエイト(ネット)の場合 ブログを例にすると…



「リアルアフィリエイト」とは?
携帯ショップというリアルな場で行うアフィリエイトのこと

ネット広告の仕組みを携帯ショップというリアルな場に応用したものです。携帯ショップに来店されたお客さまに対してコンテンツの入会促進を行い、実際に入会された場合に、その携帯ショップが成果報酬を受け取れる仕組みのことです。

リアルアフィリエイトの場合



全国携帯ショップ 80%をサポート!

リアルな携帯ショップでネットサービス入会促進!

Q1. 「リアルアフィリエイト・ネットワーク」とは?

A1. 全国10,000店舗もの携帯ショップとの取引関係のこと。

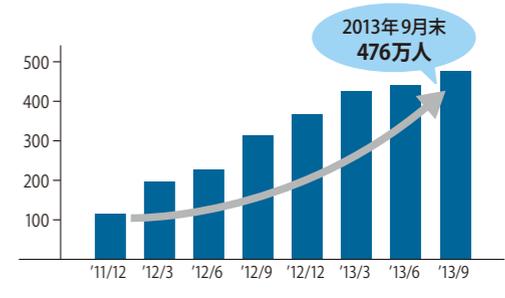
当社がこの仕組みを運営していく上で、携帯ショップを運営する企業(量販店、携帯販売代理店など)と取引関係を構築しています。入会促進活動を行う携帯ショップの数として全国に約10,000店舗あります。これらを総称して「リアルアフィリエイト・ネットワーク」と呼んでいます。

Q2. 「リアルアフィリエイト・ネットワーク」による有料会員数へのインパクトは?

A2. 短期間でスマートフォン有料会員数476万人まで拡大。

スマートフォン時代になって有効な入会導線が限定されるなかで、このネットワークではお客さまに直接入会促進することができるため、有効な入会導線となっています。そして、「リアルアフィリエイト・ネットワーク」を構築し圧倒的No.1の規模にまで拡大させたことにより、当社はスマートフォン有料会員数を短期間で476万人まで拡大させることができました。

スマートフォン有料会員数の推移 (単位:万人)

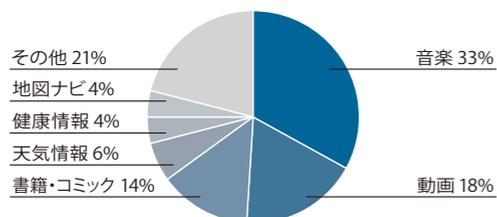


Q3. 携帯ショップで取り扱っているコンテンツは？

**A3. 音楽、動画、書籍・コミック
etc..**

このリアルアフィリエイト・ネットワーク上の全国の携帯ショップにおいて、音楽、動画、書籍・コミック、天気情報等、さまざまなカテゴリーのコンテンツを取り揃えています。自社で提供しているコンテンツ（音楽の『music.jp』等）だけでなく、他社で提供しているコンテンツも幅広く取り扱っています。

取り扱いコンテンツのカテゴリー構成比

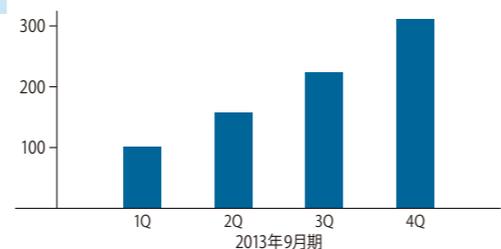


Q4. 他社のコンテンツを取り扱うことの意味は？

**A4. 手数料収入が得られ
連結業績(利益)に貢献。**

スマートフォンが普及するタイミングでは、他社においても有料会員拡大のニーズが高まってきましたが、有効な入会導線が少ない状況でした。そのようななかで「リアルアフィリエイト・ネットワーク」に対する引き合いが増えてきたことから、2013年9月期から本格的に他社コンテンツの取り扱いを開始しました。その後、クライアント数が増加し、売上高は順調に拡大しています。また、手数料収入であることから、連結業績の利益に大きく貢献しています。

他社コンテンツ取り扱いによる売上高の推移 (単位:百万円)



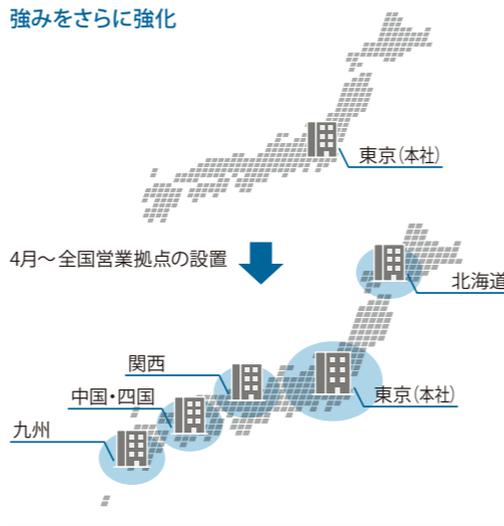
Q5. リアルアフィリエイト・ネットワークの今後の取り組みは？

**A5. 全国主要都市に
営業拠点を設置。**

全国の携帯ショップをよりきめ細かくサポートが実施できるよう、2014年9月期下期より随時、全国主要都市に当社の営業拠点を設置し始めます。

これにより、自社と他社のコンテンツを取り扱う携帯ショップ数を拡大させるとともに、来店者数に占めるコンテンツ契約者数(付帯率)の向上が見込まれます。そして自社のスマートフォン有料会員数を拡大させるとともに、他社コンテンツの新規入会者数を拡大させることができやすくなると考えています。

強みをさらに強化



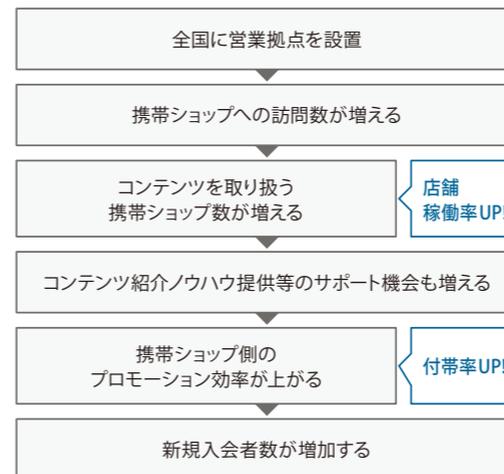
Q6. 営業拠点設置の具体的な効果は？

**A6. 自社・他社コンテンツ両方の
新規入会者数の増加に効果的。**

当社は、全国の携帯ショップ約10,000店舗と取引関係にありますが、来店された一人ひとりのお客さまに対し効率よくコンテンツを紹介し新規入会者数の増加に繋げていくためには、携帯ショップへの継続的なフォローが欠かせません。当社の営業拠点を各地に設置することで、従来より携帯ショップに訪問できる機会が増えるため、よりきめ細かいサポートが実現できます。それにより店舗稼働率、付帯率の指標が改善するため、新規入会者数の増加が期待できます。

自社・他社コンテンツは、同じ携帯ショップで同じように紹介されるため、同時に両方の新規入会者数の増加に効果的です。

営業拠点を設置すると…



自社コンテンツ⇒スマートフォン有料会員数のさらなる拡大(A2をご参照)
他社コンテンツ⇒手数料収入のさらなる拡大(A4をご参照)

$$\text{新規入会者数} = \text{契約店舗数} \times \text{店舗稼働率} \times \text{1店舗当たり来店者数} \times \text{付帯率} \times \text{付帯件数}$$

※1 付帯率: 来店者数に占めるコンテンツ入会者数(ユニーク)
※2 付帯件数: コンテンツ入会者1人当たりの入会コンテンツ数

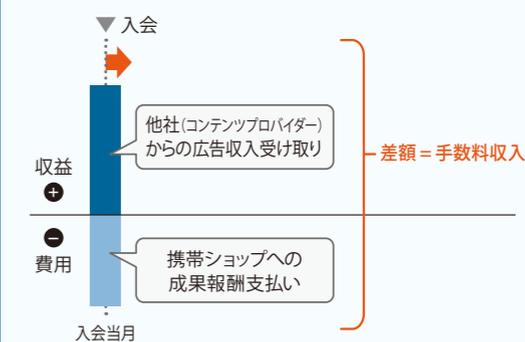
損益モデル

～自社コンテンツと他社コンテンツの違い～

他社コンテンツが自社コンテンツと異なるのは、クライアントとなる他社から広告収入が得られることです。この広告収入から携帯ショップへの成功報酬を差し引いた手数料収入が他社コンテンツの売上高になります。

一方、自社コンテンツは携帯ショップへの成功報酬(広告宣伝費)が発生しますが、これをユーザーからの月額課金収入(コンテンツ売上)の累積によって回収することになります。

他社コンテンツ(リアルアフィリエイト事業)



自社コンテンツ(コンテンツ配信事業)

