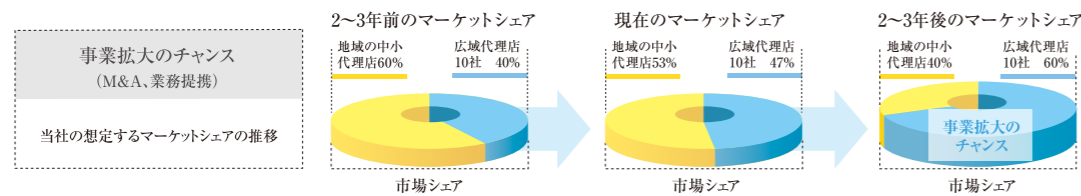


## 市場環境 ~事業拡大のチャンス~

携帯電話の保有台数は、1億台に達しています。通信キャリアの新販売方式により、買い替え期間が今までの2年あまりから、3年以内に延びると言われていますので、今期の年間需要は約4,000万台と想定されます。現状ではティーガイアを含む10社の大手の広域代理店の取り扱いが、市場販売台数ベースで約47%にとどまっており、残りの約53%は数百社に上る地域の中小代理店が占めています。今後の業界における競争激化に伴い代理店再編が加速化し、数年以内には現在の市場シェアが大手60%に対して中小規模40%と逆転し、当社にとっても更なる事業拡大の好機が到来すると予想しています。

市場規模 年間需要: 約40百万台 保有台数: 約1億台超

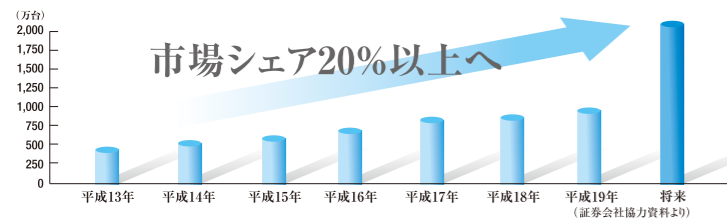


## 事業戦略 ~販売チャネルの拡充~

### 法人営業の強化

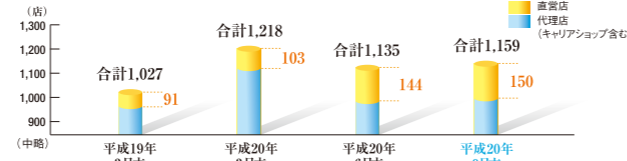
急成長する法人市場 ~数年で2,000万台規模の市場へ~

各企業のニーズに応じて最適ソリューション(キャリア、サービス、プラン等)を提案する「コンサルティング営業」を実施。携帯電話一括管理サービス「Mo-Vino」、企業向け携帯電話管理サービス「MobileStar」など魅力的な法人向けソリューションを提供し、3大商社グループを始めとする顧客基盤の拡大に努めています。



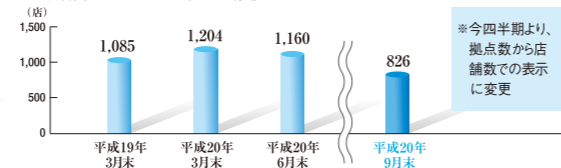
### 店舗網の最適化

●直営キャリアショップの強化



### 量販店販路の拡充

●量販店間でのM&Aによる拠点の推移



## 市場環境

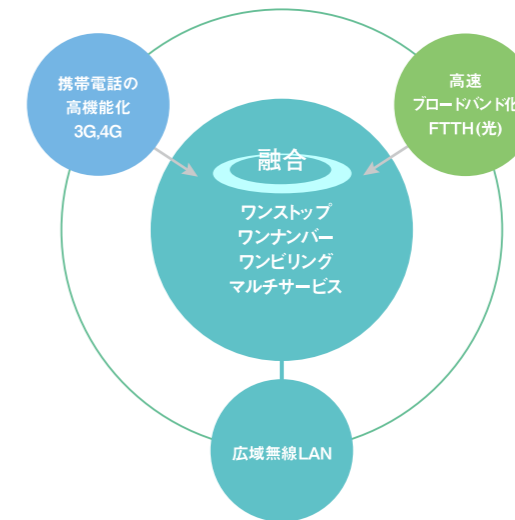
現在はマイライン、ADSL等の商品を経て、本格的なブロードバンド化に向けて市場が急速に成長しています。平成19年6月末の光加入者は1,300万回線と言われており、近い将来固定回線の半分に当たる3,000万回線が「光」になると言われています。現在は、目標の3分の1と序盤戦の段階であり、今後も着実に伸びると想定しています。

## 事業戦略

- FTTH・ブロードバンド事業の拡大
- 戸建住宅へも営業を展開
- 新規有力代理店の開拓・育成
- 販売方法の多様化(アライアンスによるクローズマーケットへの展開を模索)
- 日本全国において販売チャネルを拡充
- コンテンツサービスの取り扱い(映像・IP電話)

## 市場の動向

移動体通信と有線通信の融合(FMC)が進み 事業者間の競争激化へ



## 固定電話サービス取次ぎのしくみ

NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズ、KDDIそしてソフトバンクテレコム等々、全ての主要通信事業者と取引関係があります。

主要通信事業者の一次代理店として、全国に当社の販売協力代理店を展開しており、通信事業者、販売協力店、当社と三位一体の協力体制により、質の高い営業力を有する強力な販売網を展開しています。

通信事業者(サービス提供者)

NTT東日本、NTT西日本、KDDI、ソフトバンク、NTTコミュニケーションズ など

■通信インフラの整備 ■新サービスの提供

T-GAIA の特徴

- 全ての主要な通信事業者との良好な取引関係
- 市場に対応した商品の提案
- 全国にて強力な代理店網を展開

代理店

ユーザー(お客様)