

事業戦略

新規事業に関しては、約3年前にスタートしたプリペイド関連ビジネスが順調に拡大しています。もともとは、コンビニエンスストアの販路を使ってプリペイド携帯を販売したのが始まりでしたが、現在では、リアル(実際の)カードの販売に加えて、認証番号(PIN)を活用した、オンラインでの決済サービスが堅調に推移し、取り扱い商品も順次拡大しています。

これらのプリペイド関連事業全体で、全国約4万店の主要コンビニエンスストアに販路を拡大しており、当社の新規事業の中心と位置付けています。

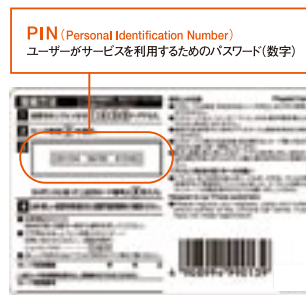
取り扱い商品ジャンル例

リアルカード

携帯電話/音楽配信(iTunes Card)/ショッピングサイト

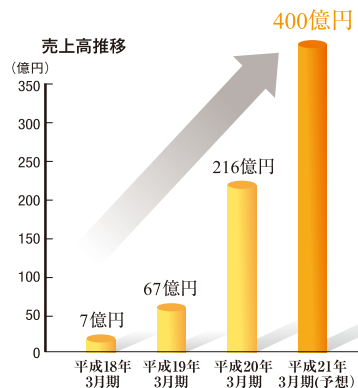
PIN(オンライン決済サービス)

携帯電話/国際電話/電子マネー/音楽配信/
オンラインゲーム/家庭用ゲーム機/その他



プリペイドカード例(裏面/スクラッチ後)

統合シナジーによる更なる成長 (平成20年3月期より、プリペイド携帯関連商品を含む)



PIN販売のしくみ



当社が展開中のプリペイド式認証番号のデータ販売サービス「プリペイドサービス」を、セブン-イレブン店舗内に設置されたマルチコピー機の新サービスとして4月9日より全国の店舗で開始いたしました。「プリペイドサービス」は、オンラインゲームや音楽ダウンロード等の決済手段として広く普及しています。

当第2四半期累計期間の業績

当第2四半期累計期間におけるわが国経済は、米国サブプライムローン問題に端を発した世界的な金融危機の深刻化により世界経済が減速する中で、景気の下振れリスクがより高まってきております。

携帯電話市場においては、割賦販売による買い替えサイクルの長期化および各通信事業者の低廉な割引サービスの提供により解約率が低下しております。また、当第2四半期累計期間の携帯電話の純増数は211万台(前年同期比19.4%減)となりました。第3世代携帯電話純増数は551万台となり、引き続き第3世代携帯電話への移行が進んでおります。(社団法人電気通信事業者協会発表データ)

このような状況下、モバイル事業においては、新販売

方式の導入に伴う販売価格の上昇と景気後退による消費マインドの低下等により端末販売台数は期初計画を下回り、売上高は減少しました。しかしながら、新販売方式は販売価格の上昇と同時に価格の安定化をもたらし、加えて昨年11月に子会社化した株式会社テレコムパークの吸収合併の効果、経営効率の向上等も寄与し営業利益は増加しました。

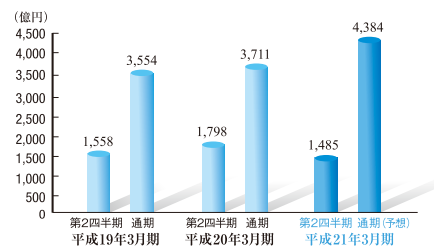
ネットワーク事業においては、FTTH等光回線サービスの販売が伸長し売上高は前年対比で増加しましたが、市場の成熟化に伴いマイルインサービスの獲得が低調となる等、営業利益は減少しました。

また、決済サービス事業他では、大手コンビニエンスストア販路の拡大が売上高および利益の増加に

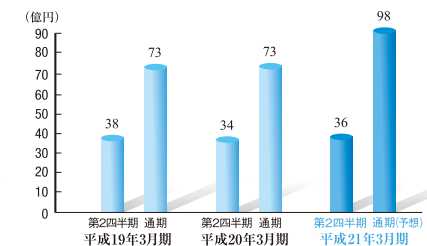
貢献しました。

この結果、当第2四半期累計期間における業績は、売上高 1,485 億 28 百万円(前年同期比 17.4%減)、営業利益 39 億 29 百万円(前年同期比 15.5%増)となりました。平成 20 年 10 月 1 日付の株式会社エム・エス・コミュニケーションズとの経営統合に伴う合併関連費用が 2 億 59 百万円発生したため、経常利益は 36 億 17 百万円(前年同期比 6.1%増)となりました。また、事務所移転費用引当金繰入額 2 億 47 百万円に加えて、子会社であった株式会社テレコムパークおよび株式会社モビテックを吸収合併したことに伴う子会社株式の消滅差損が 1 億 65 百万円発生し、四半期純利益は 16 億 39 百万円(前年同期比 15.1%減)となりました。

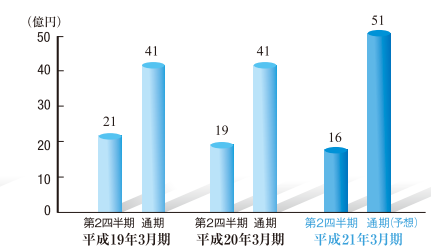
売上高



経常利益



四半期(当期)純利益



注)平成21年3月期の個別業績予想について

当社(平成20年10月1日付で株式会社テレパークから株式会社ティーガイアに商号変更)は、平成20年10月1日に株式会社エム・エス・コミュニケーションズと合併いたしました。従いまして第2四半期累計期間業績は株式会社テレパークのもの、通期業績予想は、株式会社テレパークの第2四半期累計期間業績に株式会社ティーガイアの下期業績予想を合算したものとなっております。