

2015年9月期 第1四半期決算説明会における質疑応答の要約

Q1. 今期の販売費及び一般管理費（販管費）、特に広告宣伝費について、第2四半期以降の見通しを教えてください。

A1. 説明会資料 p.23 に記載のとおり、販管費について通期では 243 億円、うち上期は 120 億円、下期は 123 億円の予想です。販管費のうち広告宣伝費については上期が 48 億円、下期が 47 億円の予想です。販管費が下期に増加している主な理由は人件費であり、上期が 28 億円、下期が 31 億円と予想しているためです。

Q2. 第2四半期の広告宣伝費予想は第1四半期に比べて8億円増えていますが、その理由を教えてください。

A2. 携帯端末の最大商戦期が3月に迎えますので、広告宣伝費を第1四半期より多く予想しています。実際の商戦期の動向次第で広告宣伝費の金額は変動しますが、全国の携帯ショップ経由による新規入会者数を積極的に獲得することを前提に、広告宣伝費を多めに予想しています。

Q3. 自社コンテンツと他社コンテンツの販管費の比率を教えてください。

A3. 広告宣伝費は自社コンテンツのみです。他社コンテンツでは売上高に販売手数料として計上していますので、広告宣伝費には含まれていません。

Q4. 音楽サービスは他社も展開していますが、あまり上手くいっていないのが実情と思っています。第1四半期において『music.jp』が好調だった背景について詳細に教えてください。

A4. 音楽系ダウンロードサービスは、都度課金で運営されている会社が多いですが、ヒット曲がない場合はダウンロードされず売上高として計上されません。ヒット曲がある場合にはダウンロード数が伸びて売上高も伸びます。

当社では、月額会員制であるためヒット曲があってもなくても売上計上されます。しかし、ダウンロードされない場合が多くなるとお客様の不満も増えていきますので、お客様が月額会員として蓄積したポイントを、音楽だけでなく書籍・コミックにもご利用いただけるようにサービスを刷新したことが、効果を出していると考えています。

なお、書籍については、サービス統合したことによりダウンロード数が飛躍的に向上しました。もちろんその分の原価は増加しますが、結果的にお客様のアクティブ率が向上しています。また今春には動画サービスも追加予定です。