

Q1. 2016年9月期 通期連結業績予想の修正について、その前提となる期末有料会員数と広告宣伝費をそれぞれ教えてください。

A1. 9月末の全体有料会員数は720万人、広告宣伝費は第4四半期で16.4億円、通期で76億円を前提としています。

Q2. 携帯ショップにおけるショップアフィリエイトの状況について、第3四半期期初から期末の変化を教えてください。

A2. 大きな変化はありませんが、引き続きスマートフォン有料会員の獲得は伸び悩むと考えています。過去の経験から半年間は続く予想されることから、少なくとも9月までは現在の状況が続くと考えています。

Q3. MVNO事業者の占める割合はどれくらいですか。

A3. 全体の会員獲得に対して今月で5%程度、来月で10%程度を予想しており、当面は増加していくと考えています。

Q4. カラダメディカの会員数が減少していますが、その理由を教えてください。

A4. 携帯ショップからの会員獲得が減少したことによるものです。

Q5. 株式会社メディパルホールディングスと資本提携を行っていますが、今後の取り組みに向けた課題を教えてください。

A5. メディパルホールディングスの販売先である薬局や病院を通じて電子お薬手帳を提供していくことを想定しています。電子お薬手帳をベースに健診、機器連携、栄養相談サービス等が一体化していくことが期待されますが、現時点ではサービスの連携の完成度が高いとはいえない点が課題になります。

Q6. 来期の予算および顧客単価（ARPU）の考え方について教えてください。

A6. 今期については、売上高は前期と比べ減収、利益は前期と比べ広告宣伝費が大幅に減少するため増益になると予想しています。来期については、全体有料会員数は期初には720万人からのスタートとなり、800万人まで回復することが難しい状況であり、減収になると想定しています。また、利益についても、減収であることとヘルスケアへの投資を維持することから、減益になると考えています。

なお、顧客単価については、3Qは横ばいとなっていますが、全体的には高ARPUサービスに移行しているため上昇していくと考えています。

Q7. 来期にヘルスケアサービスで何が期待できるのか、手応えを教えてください。

A7. 『ルナルナ』以外は収益化ができていないため赤字になっていますが、スポーツ管理サービスは、順調に契約数を拡大していることに加え、継続的なビジネスであることから、来期に単月黒字化は達成可能と考えています。電子母子手帳は、多くの自治体で電子化の取り組みが進むと思われるので、今後積極的な営業展開を図ることで、再来期には利益貢献が可能と考えています。法人向けの健診パッケージサービスは、売上拡大のポテンシャルが一番高いですが、しばらくは開発投資が必要となるため、再来期までは投資フェーズと考えています。

Q8. 来期末の有料会員数について教えてください。

A8. 来期末の有料会員数については、MVNO 経由の有料会員獲得が7月から始まったばかりであり、予算策定もこれからということもあるため、具体的な回答は控えさせていただきます。

Q9. 来期の広告宣伝費の考え方について教えてください。

A9. 広告宣伝費については、今期 76 億円より増加することは考えにくいと予想されます。また、今期は第1四半期にキャッシュバック・キャンペーンで広告宣伝費を投下していることを考えると来期は減少する可能性が高いと考えます。ただし、MVNO 経由の有料会員獲得が順調に拡大すれば、広告宣伝費が増加する可能性もあると考えます。

Q10. 今期のヘルスケアの投資額について教えてください。

A10. 部門損益としてですが、ヘルスケア系の赤字事業の累積については、第3四半期累計で約 19 億円の赤字であり、通期ベースでは約 28 億円の赤字となります。

Q11. 株主還元の考え方について教えてください。

A11. 今期は自己株式の取得を行ったことから、総還元性向は 35%以上を大幅に上回ることとなります。来期については総還元性向として 35%を維持する方針です。

以 上