

**Q1. 携帯ショップ経由でのコンテンツ入会について変化はありましたか。**

A1. 携帯ショップ経由での入会状況は大きな変化はありません。スマートフォン端末が急に売れなくなった0円端末廃止直後ほどの閑散さを感じていませんが、かつてのように新機種が発売されるタイミングで携帯ショップにお客さまが殺到するという状況はもうほとんど見られません。最近では光回線売り場での動画コンテンツの入会が増えています。一部の量販店だけではありませんが、順調に伸びてきています。

**Q2. その新しいチャンネルが既存コンテンツ入会の落ち込みをカバーできるのでしょうか。**

A2. 新しいチャンネルが稼動し始めたのは6月くらいからなのでまだ様子を見る時期であると思います。一方では単価1,000円や2,000円という高単価サービスの入会が多いので、入会数減のカバーはできなくても、従来の単価よりも2~4倍近いことから、売上高において一定のカバーができると考えています。

**Q3. 高単価サービスの入会が進むことにより、これまでと比べて退会率が高くなっているということはないでしょうか。**

A3. 退会率が高くなっていることはありません。2,000円のサービスについては今月から始まったばかりでまだ退会率の分析が十分ではありませんが、足元では悪くない状況です。

**Q4. AIにおける銀行との実証実験開始について、銀行ならではの開発やサービスや開発のポイントはありますか。**

A4. 最も多く採用していただいているのが地方銀行です。現在10ほどの地方銀行の他に金融機関、不動産会社などとの取引があり、知見が蓄積しやすい環境になってきています。FAQの自動応答に関する引き合いが増え、そのニーズが特に地方銀行から強くあります。

**Q5. AIビジネスの展開イメージについて教えてください。**

A5. 子会社 Automagi での AI ビジネスは黒字です。今のところ受注を多くいただいていますので、それに対応できる技術者数を確保できれば、順調に成長していけると思っています。

以 上