

2015年9月期 第2四半期決算説明会における質疑応答の要約

Q1. 今期（2015年9月期）は顧客単価（ARPU）の向上を基本方針の一つとして掲げていますが、下期の利益や有料会員数の方向性について教えてください。

A1. 上期の営業利益は21億円の着地となり、下期の営業利益は21億円の予想です。2015年9月末の全体有料会員数は約800万人と、前期末比で若干純増（前期末は786万人）の見込みです。

2015年3月末に比べて全体有料会員数は減少しますが、ARPUの向上に伴い下期の売上高は上期よりも増加し、これに伴い、携帯キャリア向けの課金代行手数料（支払手数料）は増加します。

一方、広告宣伝費は、12月、3月の商戦期があるため、上期の方が下期より金額が大きくなる傾向があります。上期実績は47億円でしたが、下期の予想は上期の金額よりも少なくなる見込みです。

販管費の科目間での入り繰りはありますが、販管費全体の金額は直近予想値から大きく変更しない見込みです。

Q2. 中長期的な取り組みとしてヘルスケアサービスへの注力を挙げられていますが、全体有料会員数に占めるヘルスケア（健康情報）サービス比率をどの程度まで拡大させていく予定なのでしょうか。

A2. 全体有料会員数に占めるヘルスケアサービスの有料会員数の比率は、現在15%弱であり、20%程度まで引き上げたいと考えています。現時点では『ルナルナ』が最も有料会員数の多いサービスで、次いで『カラダメディカ』と続きます。この『カラダメディカ』は24時間医療従事者が回答するQ&Aサービスであり、順調に伸びています。短期的にはこの2つを伸ばしていきます。

『ルナルナ』については既に収益ビジネスとして展開していますが、妊活ニーズに対応した高付加価値サービスを展開することで、さらなる事業拡大に取り組みます。『カラダメディカ』においても現在のサービスをさらに付加価値の高いものにしていくことで、有料会員数の拡大とともに早期に収益ビジネスとなるように図っていきます。

Q3. スマートフォン比率が70%を超えましたが、フィーチャーフォンのサービス展開は、今後も継続していくのか。それとも廃止するのか。今後の方針を教えてください。

A3. フィーチャーフォンで当社のサービスをご利用いただいている方々がまだ少なく、今後も運用・保守は暫く行っていますが、サービスの抜本的な新規開発は行っていません。昨今話題となっているフィーチャーフォンとスマートフォンの利点を兼ね揃えたいいわゆる『ガラホ』等、お客様の新たなニーズを察知しつつ、常にお客様の求めるサービスを開発していきたいと考えています。

Q4. スゴ得・スマパス向けコンテンツ売上はいつまで好調基調が続くのでしょうか。

A4. 第2四半期では、スゴ得は携帯キャリアのルール変更により一時的に月次売上高が減少しましたが、4月以降回復していますので、下期以降もまだ伸びるスマートフォン関連ビジネスの一つであると考えています。

Q5. ARPU 向上策について、高付加価値（高単価）サービスへの移行率ほどの程度でしょうか。

A5. 新規ユーザーに対して高付加価値サービスの販売促進を行っていますが、好調に推移しています。音楽・書籍・動画サービスとなった『music.jp』の3月末の月額有料会員数のうち、既に25%以上の方が高付加価値サービスをご利用いただいています。

Q6. 3月に『music.jp』から動画配信もサービスに加わりましたが、順調でしょうか。

A6. 順調に推移しています。現在配信中のTVドラマの見逃し視聴やアニメに加えて、新作洋画の配信数を増加させていきたいと考えています。

以 上