

2015年9月期 第3四半期決算説明会における質疑応答の要約

Q1. 2015年9月末における全体有料会員数の見通しを教えてください。また広告宣伝費の金額を教えてください。

A1. 端末の販売動向に影響しますが、全体有料会員数は第4四半期末で780万人程度の着地を予想しています。うちスマートフォン有料会員数は590万人程度、フィーチャーフォン有料会員数は自然減により190万人程度と考えています。広告宣伝費については22億円程度を予想しています。

Q2. RAFネットワークの強化、顧客単価（ARPU）上昇、スゴ得の3つが業績好調の牽引役となっていますが、それらの第4四半期以降の方向性について教えてください。

A2. RAFネットワークの強化については、新規に契約した携帯ショップ数が増加し、そこから年間ベースで新規入会者数が数十万人に拡大しています。当社では急激にMVNO（仮想移動体通信事業者）による携帯端末が普及していくと予想していますので、MVNOとの連携も本格的に進めていきます。

ARPUについては、各カテゴリーにおいて単価を引き上げていますが、その単価の高いサービスを伸ばす余地は十分あることから、その拡大傾向が今後も継続すると考えています。スゴ得については、当社アプリに類似した他社サービスも登場していますが、影響は限定的であり、スゴ得の好調も継続するものと考えています。

Q3. ヘルスケアサービスが充実してきた印象ですが、損益について教えてください。また第4四半期以降の方向性について教えてください。

A3. 女性向け健康情報サービス『ルナルナ』の無料サービスから有料サービスへ移行するお客さまが増え始めていますが、その傾向が今後より一層強くなると考えています。また、医師等と連携した医療情報サービス『カラダメディカ』の有料会員数も順調に推移しています。その他新規のヘルスケアサービスは投資フェーズにありますが、遺伝子解析サービス以外の投資金額は大きくはありません。したがって、『ルナルナ』、『カラダメディカ』が利益貢献する状況が当面続く見通しです。

Q4. 音楽配信ビジネスの他社ストーリーミングサービスが話題になっていますが、音楽サービスの今後の方向性について教えてください。

A4. 現在は無料のストリーミング配信が話題になっていますが、有料サービスに切り替わった段階でユーザーのニーズがあるかどうか実際に始まってみないと分からないといった声が業界内でも多く、そこを見極める必要があると思います。現時点では当社サービスへの影響は限定的と考えています。音楽以外にも暇つぶしコンテンツである書籍・コミックや動画へのニーズは底堅く、それらを音楽と統合したサービスの提供の方が当社ユーザーにとって満足度が高いサービスであると考えています。

Q5. RAF ネットワーク事業について、第3四半期は端末販売閑散期のため第2四半期に比べ減少しましたが、第4四半期は需要が戻ってくるのでしょうか。

A5. 第3四半期のRAF ネットワークによる広告売上は約2.6億円でした。第4四半期では携帯ショップにおいて当社コンテンツをできるだけ多く販売していく方針であり、他社コンテンツの取扱件数が大きく増えることはなく、結果として3億円弱の広告売上になると予想しています。

Q6. 第3四半期と第4四半期の販売費及び一般管理費の違いについて教えてください。

A6. 第3四半期は端末販売閑散期であったため広告宣伝費は18億円弱でしたが、第4四半期では22億円程度に増加するものと予想しています。また、今期は過去最高の売上高・利益となることから、社員に対し臨時賞与の支給を検討していますので、人件費の増加を見込んでいます。販管費の増額としては主に広告宣伝費と人件費の要因によるものです。

Q7. スゴ得の売上ですが、月次ベースでは最近減ってきているのでしょうか。

A7. 第2四半期の月次は1月、2月、3月と減少傾向となっていました。第3四半期の月次については4月、5月、6月と増加傾向にあります。

Q8. 音楽・書籍・動画の統合サービス（高付加価値サービス）の会員数の比率を教えてください。どの程度の比率まで上げられそうなのでしょうか。

A8. スマートフォンの音楽配信サービスのうち、統合サービスの月額400円（税別）の有料会員数比率は、2014年9月には10%でしたが、2015年6月には29%まで上昇しています。400円比率を上昇させる余地は大きいことから、比率は当面上昇傾向が続くといえます。

Q9. 無料サービスの『ルナルナ Lite』において、有料会員へシフトする傾向とその理由について教えてください。

A9. 『ルナルナ Lite』では、月額有料会員への移行は過去には年間10万人のペースでしたが、足元の月間ベースではその1.2~1.5倍のペースでシフトしています。過去と比べ有料サービスの機能性向上や、有料サービスへの移行時の操作性の簡便化が背景にあると考えています。

Q10. 今期業績は過去最高となる見込みですが、来期の業績見通しとヘルスケアサービスの投資段階に入りコスト増となるのかについて教えてください。

A10. 来期の予算はこれから策定しますが、基本的にはARPUの向上とスゴ得の好調が継続することにより来期も増収増益の見通しです。また、月額有料会員数については横ばいが続いていますが、MVNOへの参入も含めた施策等を検討し有料会員数を維持していきます。ヘルスケアサービスの投資規模は、今期並あるいはプラスアルファ程度で大きく増やす方針はありません。

以 上