

2015年9月期決算説明会における質疑応答の要約

---

**Q1. 2015年9月期の営業利益率（12.7%）が前期（8.3%）より大幅に上昇した理由を教えてください。**

A1. 売上高の増収要因は、主に顧客単価（ARPU）の向上とスゴ得向け売上高の拡大によるものです。どちらも原価率は低いため売上総利益は大幅な増益となり、販管費の増加も抑えられたことから、営業利益率は上昇しました。

**Q2. 今期も ARPU 上昇傾向は継続するのでしょうか。**

A2. 当社では、2015年9月期に各カテゴリーにおいてサービスの高付加価値化を図りました。これにより、音楽・書籍・動画の統合サービスや医師等と連携した医療情報サービス、天気情報と地図ナビの統合サービスでは、高課金軸の比率が上昇しています。その比率の上昇余地は大きく、2016年9月期も引き続き高課金軸の比率は上昇することから、ARPU の上昇傾向は継続すると想定しています。

**Q3. 2016年9月期の連結業績予想について、上期の営業利益が下期に比べて少ないのはなぜですか。また通期の売上高では、前期比での売上高成長率が顧客単価（ARPU）の好調という前提の割には低くないでしょうか。**

A3. 当社ではスマートフォン端末の最大商戦期（3月）における新規入会者数を最大限に獲得するために広告宣伝費を上期に多く見積もっていますので、上期の営業利益は下期よりも少なくなります。

全体有料会員数（約800万人）のARPU 拡大が年間ベースで10円上昇した場合には、単純計算で通期売上高は約10億円増加します。したがって、現在の売上規模からは成長率が低く見えることとなります。

以 上