

3710 ジョルダン

佐藤 俊和 (サトウ トシカズ)

ジョルダン株式会社代表取締役社長

スマートフォンを中心とする大きく急速な動きに感度よく対応

◆最近の動向と関心

これからの動きの中で最も関心があるのはスマートフォンのユーザーインターフェースである。例えば、iPhoneのフリップボード(Flipboard)はアプリなのか、OSなのかといったことがあって、確かにアプリなのだがそこにほかのアプリを組み込むことができるのである。メニューにはフェイスブック、ツイッターなどがあり、フェイスブックでは大きな画像とテキストで出てきて、アルゴリズム的にはなかなか読みきれないものがあるが、パラパラとめくるようなイメージの高速なインターフェースとなっており、ツイッターでも同様である。現在、フェイスブックやツイッターはダウンロードした段階でメニューにあるが、例えば、「ジョルダンライブ！」をメニューに入れることができれば、その一面を占めさせて今現在の運行状況などを見ることはできるだろう。昨今はHTML5.0の流れが出てきているので普通のWEBアプリも高速で動くようになってきている。このようなスマートフォンのユーザーインターフェースの進化が今後の変革のキーになるのではないかと感じている。

また、簡単に使えるということで大変話題になった直感的ユーザーインターフェース、Clearがある。そのTo Doリストではpinchという操作でリストの間に新しい項目を加えることができ、順番の入れ換えや削除も簡単で、削除したものはiPhoneを振ると復元できる。発表当初は大量のダウンロードが世界的に発生したが、実際に使ってみると言われるほどに直感的でないという感覚である。ただし今の端末にはさまざまなセンサーが入っており、振るなどの操作で多くのことができるものがある。

この業界の中心地のように言われてきたシリコンバレーを離れてデザイナーたちがサンフランシスコ市内のSOMAという倉庫街のエリアに集まり始めているという話がある。本社はシリコンバレーにあっても開発には街中のほうがいいということなのかどうか、大きい倉庫をブースに仕切ってそこで働くといった形である。このあたりでユーザーインターフェースを軸にスマートフォンが新しい動きをしてくる予感がある。

日本では、昨年、スマートフォンの出荷台数に占める割合が56.6%となり、携帯電話を逆転した。この勢いでいくと本年末から来年にかけて全体の契約者数においても逆転する可能性があると考えている。

◆最近の取り組み

スマートフォンの勢いの大きさ、速さに対応して、当社の乗換案内をよりワールドワイドなものにする動きを一部で始めている。本年4月末に北京市主催の「スマートフォンで始める新しい交通案内」のオープニングセレモニーが行われた。渋滞情報やETCなどで急速に伸び、ナスダックに上場した北京市の千方集団という会社の子会社、Palm Cityが北京市から交通案内を受託し、(株)ゼンリンの地図のエンジンと当社の経路検索のエンジンで作成した最新版を北京市でオープンした。北京市としては激しい交通渋滞の対策として経路検索ソリューションのようなものと合わせてガイドしたい、また、北京市からスタートして中国全土へという流れでやりたい意向のようである。これには地下鉄とバスが入っているが時刻表は入っていない。当社は北京オリンピックのときに北京版を作成してオープンしており、今は上海版を当社出資の合弁会社が作成中である。中国は政府の力が強いので先行き不透明

なところはあつものの、早期に完成させたいと考えている。上海版には取材した時刻表が入れてあり、これがどういふ波紋を呼ぶかは分からないが、直感的には北京よりも上海のほうがビジネスになると感じている。収支モデルについては有料課金が成り立つのか別なモデルになるのかは今後の課題である。

また、日本在住の外国人のための英語版の乗換案内アプリ「Japan Transit Planner “Norikae Annai”」を、また、世界の 24 都市の地下鉄を入れた日本人旅行者用の現地の乗換案内サービス「海外地下鉄案内」をオープンしている。現在はまだ経路だけであるなど課題は多いが、流れとしてはそのあたりを始めている。上海、ソウル、ロンドン、パリ、ニューヨーク等は新しい入り口になる可能性が大きく、スマートフォンの進化の動きを受けてタイミングよく対応していきたい。

◆収支の概況

当四半期末の乗換案内全体の検索回数は月間 1 億 8,000 万回、有料会員数は 53 万人となった。スマートフォンでアプリを提供してダウンロード数、アクセス数を増やしており、スマートフォンが引張る形で検索回数は増えている。

有料会員数はスマートフォンよりも従来型携帯電話のほうが圧倒的に多いが、このところ続いていた有料会員数の減少傾向が本年 3 月末に止まり、4 月には増え始めている。最も貢献しているのは NTT ドコモの d メニューから入るオープンサイト版「乗換案内 NEXT」だが、ユーザーはなかなか d メニューを使わないので、現実の会員獲得は、従来型携帯電話からのメニュー引き継ぎと検索窓での広告等によるものが多い。

従来型携帯電話向けには無料の「乗換案内」と有料の「乗換案内 NEXT」とがあるが、スマートフォンサイトではオープンサイト版「乗換案内 NEXT」で有料版と無料版を一体化し、ある程度以上の機能を使う場合は有料、というやり方をとっている。このユーザー数が 3 月末で 4 万 8,000 人、4 月末で更に増えており、従来型携帯電話からスマートフォンへの移行時に「乗換案内 NEXT」の会員の離脱は起きているが、オープンサイト版「乗換案内 NEXT」である程度獲得し始めているとみている。スマートフォンアプリでは現在、無料版のユーザー数約 600 万人に対して有料版は 2 万人と非常に低くなっている。スマートフォンアプリにおいても有料版と無料版を一体化する構造変化を始めている。スマートフォンサイトのオープンサイト版「乗換案内 NEXT」のユーザー数は無料版が 20 万人、有料版が 4 万 8,000 人で、アプリよりサイトのほうが有料化率は高い。最終的な着地点はまだ分からないがスマートフォンアプリでの有料化率向上の検討を始めており、次回にはより具体的な数字でお示しできると考えている。

スマートフォンサービスの媒体化も取り組みの 1 つである。E コマース等のサービスは基本的にインターフェースをオープンにしているため自社サービスと組み合わせれば情報提供すれば手数料を得ることができる。媒体化ということで、掲載料をもらってコンテンツを載せたり、クーポンに持っていくなどさまざまな模索をしている。スマートフォンでは膨大なアクセス数があるので「ホットペッパー」のコンテンツの掲載などにより売上高は増えており、このあたりを今後どう伸ばしていくかが課題である。また、新しい試みとしてスマートフォンアプリ「全国タクシー配車」との連携も始めており、この流れの方向が大きなモデルとしてある。その意味で大量のユーザー数とアクセス数は大きな可能性を持っている。乗換案内も「今ここにいて」というところから現地の情報へというような切り口を徐々に入れていきたい。

「ジョルダンノート!」、「ジョルダンニュース!」、「ジョルダンライブ!」、「ジョルダンスクール」といったコンテンツがあるが、単体で出したものへのアクセスが伸び悩んでいることから、乗換案内をうまく使いながら、まず自社のコンテンツ間で連携をとる試みを始めている。当社以外の有力なコンテンツ間とも連携できるようになり、なおかつ、インターフェースがうまく作れるようになると、スマートフォンの新しい動きに合致していけるのではないかと考え始めている。

◆2012年9月期 第2四半期の経営成績

執行役員経営企画室長 岩田一輝

売上高は25億39百万円(前年同期比7.2%増)、営業利益は3億25百万円(同0.3%増)、経常利益は3億34百万円(同1.1%増)、四半期純利益は1億70百万円(同14.1%増)となった。売上高は増加したが、営業利益、経常利益はほぼ前年同期並み、四半期純利益は少し増加している。

売上高をセグメント別にみると、乗換案内事業が19億91百万円(同3.8%増)、マルチメディア事業が4億37百万円(同10.7%増)、その他が1億10百万円(同103.0%増)となった。その他が大きく増えているのは前年同期が少ないためである。

乗換案内事業で大きく動いたのは「モバイル」で、従来型携帯電話の有料会員数が減少し、「法人向け」と「旅行」が伸びて全体としては増加している。乗換案内事業の「モバイル」は、有料会員数が従来型携帯電話とスマートフォンの合計では今現在は下げ止まって漸増であるがこの6カ月では減少して売上高も減少した。法人向けのASP型「ジオルダンクラウド」、および他社サービス向けの売上高が増加している。「旅行」も契約法人向けの取り扱いが増加した。マルチメディア事業では広告の売上等による増加、「その他」は継続していた開発案件の完了等により売上高が増加した。

利益の増加要因は主に法人向けの売上の増加であり、四半期純利益の増加は前年同期に計上していた特別損失(子会社株式評価損・投資有価証券評価損)がなくなったことによる。利益減少の要因は、主にスマートフォン対応のための開発・販売費用が増加したことであり、売上高増加の割に利益は前年同期並みになった。

◆2012年9月期の業績見通し

期初の数字を全体としては変更していない。売上高は48億円、営業利益は6億50百万円、経常利益は6億55百万円、当期純利益は3億40百万円で、経常利益までは微増、当期純利益はやや増加の見通しで、現状ではこれらを据え置いている。

製品・サービス別の見通しも大きくは期初の数字を据え置いているが、第2四半期までの状況を踏まえて少し内訳の調整をしている。売上高は乗換案内事業で37億50百万円、マルチメディア事業で8億70百万円、その他で1億80百万円と予想している。売上高の増減では、「モバイル」の会員数は下げ止まっているが、第2四半期の状況を踏まえて通期の売上高全体では前年同期比減少とみている。「法人向け」は引き続き増加、マルチメディア事業とその他についても第2四半期の状況を踏まえた上で増加の見通しである。

◆株主還元策

自己株式取得について昨年11月に発表したが、4万株ほどの買い付けを行った。配当に関しては予想の8円を変更しない予定である。

(平成24年5月11日・東京)