

## 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社長

### EXCB の連結除外で売上高微増も利益は過去最高益更新

#### ◆昨今の業界の動向

代表取締役社長 佐藤 俊和

情報通信業界の動向をショー(展示会)の視点からみると、最近の日本のコンピュータ関係のショー、CEATEC ではソニーが出展しなくなった等大きくさま変わりしている。当社の設立当時は COMDEX、その後 Windows World Expo 等コンピュータとデバイス中心のショーが続いていた。しかしいつしかコンピュータ専門のショーは消え、CEATEC では家電のショーにコンピュータが合流する形に変わった。さらに家電のショーもさま変わりを始めており、今年の主役は車で、次に健康関係が出始めている。当業界の今後の動向、時代の流れはショーの出展傾向を見ると把握できるので、できる限り国内外のショーに足を運ぶようにしている。

ビジネス界の時代の主役もいつの間にかビル・ゲイツ、スティーブ・ジョブズからテスラモーターズのイーロン・マスクへと動いている。イーロン・マスクは、シリコンバレーを拠点にテスラモーターズでビジネスを立ち上げ、数年前から電気自動車を販売し、また宇宙事業を行うスペース X も立ち上げている。彼の、新しいテクノロジーで徹底的にやる、という姿勢を当社も一つの大きな目標にしていきたい。

携帯電話市場でもガラケーからスマホへ流れが移り、現在スマホ出荷台数率 66.5%、スマホ契約者率 50% 超となりスマホが主流になっているが、最近少し変化が出ている。それは、中国・韓国製で SIM フリーの機種と MVNO による安価な料金プランを組み合わせさせた格安スマホの登場である。イオン、楽天、ビックカメラを始め BIGLOBE 等通信事業者も格安スマホを導入し始めた。コンテンツ事業者としては、今まではドコモ等大手に取り扱ってもらうことが重要だったが、今後は格安スマホへのアプローチも重要になっていくだろう。

#### ◆当社の近況と今後の方向性

乗換案内の有料会員は長期的には減少トレンドにあり、当社の中でビジネスモデルの基本となる収益の組み換えが起きている。OEM 等の形で当社の競合となりうるポータルサイト等にも供給していくことになる。当社はバスの拡大に注力している。バスのデータを増やす動きは数年前から開始したが、デジタルデータで整備されているバス会社は少なく、バスデータの入力部隊をつくり路線をデータ化し時刻表を入力するという地道な作業を進め、現在対応路線バス系統数約 22,400 系統、対応バス会社数 507 社となった。

今後日本でバスの利用者を増やすには、情報整備をしつつ運行本数を増やしていくことが必要と思われるが、一方で全国的に増やせるバスの運行本数には限度がある。基幹バス路線は本数を増やすが、サポートし切れない部分はオンデマンドバスや乗り合いタクシーの方向に行くのではないかと考えている。

また、当社のビジネスの方向性としては、位置にかかわるビジネスに重きを置いていく。スマホには GPS が内蔵されており、自分の居場所を通知するアプリができる。例えばバスの運転手が発車時にアプリを起動し位置情報を発信すれば、サーバーでその情報を把握することで簡易的にバスロケーションシステムができる。非常にシンプルなデバイスでアプリを動かし、また MVNO をうまく活用すれば、このシステムの導入費や通信費はかなり抑えら

れ、新しい可能性が出てくる。こういった方向でのビジネス展開を考えている。

乗換案内に関しては、とりあえず最寄り駅、住所、スポット等多数入力できるようにしながらバスの結果も出していくことを始めている。マルチメディア事業は、思い切って絞り込み、少しやり方を変えて再生を始めている。「ジョルダンニュース」は細々続けた結果アクセスは増加傾向で、ユーザー数は約142万人、アクセス数は月間約2,100万PV、というところまで増えてきた。

7,8月にかけて3社の新会社を設立した。1つは、青森で自転車に搭載する骨伝導による音声ナビ・ガイド端末「ナビチャリ」等を開発しているforteと協力して設立したフォルテNEXTである。骨を介して直接聴覚器官に音を振動として送るので耳をふさがない、という利点を持ち、乗換案内も音声による道案内のイメージで開発を進めておりこの技術に注目している。2つ目は、Remunera Jorudanの設立で、365ホールディングス(イスラエル)のグループ会社であるRemunera International S.A.と合併会社をつくった。「街中のレストランを社食に」のコンセプトで、企業が福利厚生として社員の食事を一部補助するためのサービスを提供する。現在クレジットカードの決済端末を利用する方向で考えているが、簡単には進まず検討中である。3つ目は、出版業を行う会社として悟空出版を立ち上げた。当社が描く乗換案内の将来像は、ポータルサイト等と広告媒体として競合する部分が強くなる見通しで、そこで何かメディア力を持ちたいと思い立ち上げた。マルチメディア事業全体としては大幅に赤字を縮小し体制を組みかえて再生し始めている。

## ◆2014年9月期決算概要

執行役員経営企画室長 岩田 一輝

当期売上高は43億17百万円(前期比0.1%増)、営業利益5億80百万円(同22.4%増)、経常利益6億12百万円(同37.8%増)、当期純利益3億79百万円(同43.9%増)となり、売上高は前期比微増だが、利益面は大幅増益となった。売上総利益は同1億30百万円減となり、前年途中で連結外とした会社が1社、新たに連結した会社が1社で、その原価率の違い等により減少した。販管費は同2億37百万円減となり営業利益は同1億6百万円増となった。営業利益の増加に加え持分法による投資利益の発生等があり経常利益は同1億68百万円増、さらにのれん償却額がなくなった影響等もあり当期純利益も同1億15百万円増となった。

製品・サービス別状況は、乗換案内事業は41億43百万円(前期比5.5%増)となった。内訳は、「モバイル」は、有料サービスの売上であり2014年9月末の会員数は約55万人で、売上高は同1億33百万円減となった。売上の減少要因は、有料会員の減少とエクスプレス・コンテンツバンク(以下EXCB)が持分法になったことによる売上減少の影響である。「法人」は、大型案件の受注・納品が自治体関係含め順調に推移し売上は同1億円増となった。「旅行」は、前期途中から連結化したイーツアー(株)が当期は通期で連結となりその部分の寄与があった。またイーツアー単体でも売上高は順調に推移し売上は同2億91百万円増となった。

マルチメディア事業は売上の大半を占めていたEXCBの連結除外により33百万円(同86.6%減)と大幅な減少となった。

利益面の増加要因は、営業利益では、販売費及び一般管理費の削減が寄与した。イーツアーは旅行の仕入が大きく、一方、EXCBは広告宣伝費が大きかったが持分法になったことで広告費が減少し、全体的には人件費等を含め減少となった。経常利益は、EXCBの持分法による投資利益の発生が大きく、当期純利益は、前期特損ののれん償却費は1億円超だったがその分の減少で増益となった。

## ◆2015年9月期業績見通し

売上高45億円(前期比4.2%増)、営業利益6億円(同3.3%増)、経常利益6億20百万円(同1.2%増)、当期純利益3億90百万円(同2.7%増)で、若干の増収増益を見込んでいる。

内訳は、乗換案内事業では、直近の状況等を踏まえ、「広告」、「法人」、「旅行」が順調な推移でその分の増加

を見込んでいる。マルチメディア事業では、出版事業推進による増加を見込んでいる。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**御社の今後の投資の方針、キャッシュの使い方も含めた事業展開を伺いたい。**

新しいことを始めて爆発的に増加する部分を上げようとトライしているがまだ見つかっていないのが現状である。バスに絡めて今その芽は出てきているが、本体は本体で乗換案内にかかわることを地道にやっけていきつつ、できれば新規事業は思い切って子会社・関連会社等として外につくり様子見をしながら動いていく。

**今期の持分法による利益の見通しについて横ばい程度と考えていいのか。**

当期程度のプラスは続くと考えている。黒字でいくと思っているので少しはプラスでみているが、余り大きく全体に貢献するとは思っていない。

**前期以前にグループ化した会社、ナビ皮皮上海や Doreicu の状況について伺いたい。**

ナビ皮皮上海は、現在はジョルダン上海に社名を変更している。売上は年間 50～60 百万円で、当社グループの開発拠点の役割を担いつつ、中国進出している日本企業からの開発業務受託も行っている。基本的に中国で地図をサービスしている会社で、徒歩ナビ等プログラムを上海のメンバーを軸に進めている。その他アジア関係の地図受託の仕事も地道にやっけている。Doreicu は、電通との合併会社で、乗換案内の新しい収益軸の開発をやっけているが伸びていない。長期的にどうするかを今考え始めている。

**資料では有料会員数 55 万人で増えているように見えるが、前期の資料を見ると前期末 58 万人となっている。その説明をお願いしたい。**

有料会員は減っている。資料の数字はお試し会員を含んだもので、有料会員自体は減りながら、モバイルサービス全体としては広告のほうが増えている流れである。

**御社として有料会員数は最近余り重視していないのか。**

完全に 2 つの方向から行こうと考えている。有料サービスが成り立つ要素はまだあると思っており、アプリの開発体制を大きく替えて有料でやれることは追いかけながら、全体では有料サービスでの課金売上と無料サービスでの広告等の売上の和が伸びればいいと考えている。単なる広告と単なる有料サービスよりは、もう少し無料サービスの付加価値を伸ばしてその周辺の売上を増やしていきたい。

(平成 26 年 11 月 14 日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

<http://www.jorudan.co.jp/ir/data/ir/accounts/meeting2014.html>