

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

クーポンが伸長、新たな収益基盤の構築をはかる

◆注目する新しい動き

当四半期は、モバイル向け有料サービスや海外旅行分野の不振が大きく影響し、減収減益の結果となった。有料サービスの収入が減少する中で、法人受託、チケット販売、クーポン等、「乗換案内」をプラットフォームとした新たな収益基盤の構築に注力している。

動画の世界の動きが激しい。YouTubeは、広告収入によってクリエイターたちの新しい生活スタイルをつくり出したが、台湾発祥のライブ配信アプリ「17Live(イチナナ)」では「ギフト」(投げ銭のようなもの)という機能が導入された。「ライバー」(配信者)は、視聴者からの「ギフト」で高額な報酬を得ることができる。また、「ライバー」と視聴者との間にコミュニケーションが生まれる点においても、これまでの課金とは少し異なるスタイルである。

仮想通貨の基礎技術であるブロックチェーンは、「ブロックチェーン3.0」の出現で、金融だけでなく社会のさまざまな分野への応用が広がっている。これまでのシステムを一変させる技術と捉えており、当社としても本格的に追いかけていかなければならない。

スマホとガラケーの出荷台数では、スマホの割合が84.0%となった。ガラケーは減少傾向にあるものの一定の台数を維持し、一方、スマホは伸びが止まり始めた。iPhoneが苦戦している。10万円超の価格となれば、目新しさだけではユーザーは動かないのだろう。

◆事業の近況

「乗換案内」の有料会員数と取り放題サービス等の月間利用者数の合計は40万人、無料サービスを含めた月間検索回数は2億2,900万回となった。検索回数を伸ばしながら、有料会員の獲得・維持の施策を講じていく。

クーポンは、営業活動による加盟施設開拓や特集企画の実施など、さまざまな取り組みを行った結果、大きく伸長し収益に貢献し始めた。事前決済型クーポンの導入によりさらなる拡大をはかる。

高速バスでは、経路表示の大幅な改善を予定しており、今後は予約ができるバス会社の増加に注力していく。目指すところは、経路検索から予約・乗車までをワンストップで提供するサービスである。まずは対象となるバス会社・路線について一定規模が確保できた時点でスタートさせ、やがては運行しているすべての高速バスまで広げたい。

高速バスの利用では、目的地までどのバス会社にどのような便があるか、網羅的に調べるのはなかなか難しい。「乗換案内」の果たすべき役割は、すべての高速バスの表示である。予約に関してはユーザーにとって使い勝手のよい、できるだけシンプルなオペレーションをつくり上げたい。

「行き案内」のスポット数は約500万、アプリダウンロード数は約5万である。「乗換案内」との統合作業では、地図上でのルートの見せ方や、地図を使ったときに起こるクラッシュなどの問題についてはクリアできた。ただ、徒歩ルート案内では、例えばマンションなら入り口がどこにあるかといった情報も必要で、地図会社のデータを買うだけでは済まない。また、スポットのデータは電話帳を基にしたものを使用しているが、電話帳に情報を載せていな

い会社も多い。課題は地図上のスポットに関するコンテンツの充実である。

バスについては、対応系統数 2 万 6,395 系統、対応会社数 701 社・自治体となり、主要路線バスでは残り 23 社まで来た。

法人向け展開では、公共交通事業者パッケージ「MovEasy」の導入が進んでいる。当四半期は岩手県交通、京都京阪バス、江若交通の新規導入があった。「乗換案内 Visit」は、外国人観光客向けに外国語による交通案内を提供している。既に英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語に対応済みで、東京オリンピックまでに 20 カ国語対応を果たしたい。

ハードウェアの分野では、バスロケーションサービスを安価に提供するための GPS トラッカーを試作、箱根登山バスで実証実験を開始した。

グループ会社のイーツアー(株)は、「てるみくらぶ」事件の影響などもあり、前期の業績を大きく下回った。(株)悟空出版は、出版不況の中で好調に推移し、利益を計上した。コンパスティビー(株)は前年同期並みの利益を出している。Kiwi(株)の「Kiwi プレーヤー」は 12 月発売が決定した。

◆2018 年 9 月期第 2 四半期決算概要

執行役員経営企画室長 岩田 一輝

当四半期は、売上高 20 億 88 百万円(前年同期比 9.2%減)、営業利益 2 億 55 百万円(同 25.2%減)、経常利益 2 億 14 百万円(同 37.4%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益 1 億 17 百万円(同 44.9%減)となった。

製品・サービス別の売上高では、乗換案内事業が減少している。中でもモバイル、旅行、グルメの減少が大きかった。モバイルは有料会員数が減少傾向にある。旅行はイーツアーの海外旅行販売が不振だった。グルメは、前年同期に大型案件があり、その分が減少している。マルチメディア事業は、出版が順調に推移し大幅に増加した。

営業利益は売上高の減少に伴って減少した。経常利益では為替差損や貸倒引当金繰入額の発生、持分法投資損失の拡大があった。親会社株主に帰属する四半期純利益については、前年同期にあった投資有価証券売却益がなくなったことも影響し、減少幅が大きくなった。

◆通期業績の見通し

通期予想の下方修正を行った。主に上期の当初見通しと実績の差を反映し、下期に関しては大きな調整はしていない。売上高は 41 億円(前期比 4.4%減)、営業利益は 4 億円(同 12.7%減)、経常利益は 3 億 70 百万円(同 23.1%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は 2 億 10 百万円(同 37.7%減)となっている。

製品・サービス別では、乗換案内事業のモバイル、旅行、グルメに関して上期の減少分を織り込んだ。一方で、マルチメディア事業が順調に推移している点も踏まえて計画を組み立てている。

◆質 疑 応 答◆

以前、自転車に載せる端末の話があった。進展はあるのか。

4 年ほど前に青森の企業とフォルテ NEXT という会社を設立して事業を進めていたが、経営環境などに問題があり、一旦、その合併は解消した。ただ、自転車ナビについては、「行き案内」からの展開で、現在も関心を持っている。

Remunera Jorudan の事業について伺いたい。

非常におもしろいモデルと思い、取り組んだ。しかし、加盟店の開拓には大きなコストがかかり、法人側では、食

事補助を支給するとなると給与の組み換えや規程の変更が必要となるなど、各法人の給与制度上の障壁が高かった。結局、合併を解消し、全株を当社で引き取った。会社は残しており、全面的な見直しをはかっている。

モバイルでプロモーションの計画はあるか。

いろいろと考えている。中でも一番大きいのは、「Kiwi プレーヤー」発売でメディアとのタイアップ等を予定している。利益が減少するので慎重に行う必要はあるが、今期は、「乗換案内」と「行き案内」の統合完了時にまとめて投下したい。

有料会員の属性を教えてください。

性別にあまり偏りはない。職業は会社員が多く、居住地については、東京、大阪、名古屋に偏っている。

居住地に応じた情報発信を行っているか。

会員であるかどうかにかかわらず、経路検索を行うため行きたい場所は明白なので、それに応じた広告の配信などは一部行っている。

有料会員数の減少に対する方策はあるか。

当社が機能を向上させても、他社から無料で同じ機能が提供される。経路検索だけでは今後も減少傾向は続くだろう。無料でアクセス数を増やしながらか、チケット販売、クーポン提供、店舗紹介などで収入を得るとするのが一つ。もう一つは、有料なら、とことん有料のメリットが出るような工夫をしなければならない。「乗換案内」というフィールドをもう少し広げて、例えば旅行の予約が安くできるとか、そういう方向で組み換えていくことを考えている。

ストック型収入の減少で、下期も上期と同様に下振れるのではないか。

影響は多少あるだろうが、直近のグループ各社の状況や案件の受注状況も考慮した予想となっている。

有料サービスの利益が落ちている中、受託にリソースを回すなどして法人などを伸ばすつもりはないか。

確かに「乗換案内」絡みの受託は伸びると思う。ただ、開発リソースとそのコストの問題があって一気にはいかない。AIにかかわる受託なども始めているが、WEB サービス、コンテンツサービスでももう少し勝負したいというのが本音である。

イーツアーについて、どのようなてこ入れ策があるか。

イーツアーと「乗換案内」がうまく組める環境ができれば一番よい。今は、サイトのユーザーインターフェースと裏側のシステムの手直しに注力している。また、「イーツアーポイント」というポイントシステムがあり、この活用を拡大できればと考えている。

クーポンの今後の展開を教えてください。

年間1億円ぐらいの売上になったところで思い切った拡大を考えている。その時点では、事前決済型クーポンについても拡大できているだろう。現在の伸びが続くようなら、人員増強などの手を打っていく。

位置情報を使ったビッグデータ関連の事業を進めるとした場合の課題は何か。

膨大なデータから価値のある情報を絞り込んで売っていくためには、何といても企画力が必要となる。そのための人材育成はもとより、優秀な人材のスカウト、他社との提携など、ネットワークを広げていきたい。

インバウンドの旅行客に向けての取り組みを教えてください。

インバウンド絡みでは、法人受託も多言語化を進めていることが大きな決め手になっており、既に収益貢献している。そのほか、台湾で日本の旅行会社のブースを借りて「乗換案内」を PR するなど、インバウンド旅行客による利用拡大にも取り組んでいる。

バスロケーションの事業展開について教えてください。

まず、「乗換案内」でバスロケーションを調べられるようにしたい。バス会社では、バスロケーションのサービスを一般に開放していないところもある。バス会社のサイトでのロケーション表示といったソリューションの提供を通じて、バス会社との関係構築やシステム面の整備を行い、「乗換案内」へのバスロケーション表示の導入につなげていきたい。また、ハードについては、これまで導入のないバス会社を中心に売り込みをはかる。

(2018年5月11日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

<http://www.jorudan.co.jp/ir/data/ir/accounts/meeting2018.html>