

Q1. MVNO[※] 事業者との協業を進めても、有料会員数の減少やリアルアフィリエイト (RAF) 広告の売上減は続くとお考えでしょうか。

A1. 携帯3キャリアからの新規入会者数は底打ちしたと考えています。MVNO事業者のコンテンツ販売促進は開始間もないことから、携帯ショップでのオペレーションが安定すれば入会者数が増えていくと考えています。現時点では FREETEL (運営会社: プラスワン・マーケティング株式会社) からの入会者数が最も多く、他 MVNO 事業者との入会者数を伸ばせる余地があると思っています。

※ MVNO…Mobile Virtual Network Operator の略。仮想移動体通信事業者のこと。無線通信回線設備を開設・運用せずに、自社ブランドで携帯電話や PHS などの移動体通信サービスを行う事業者のこと。

Q2. 和歌山県の「青洲リンク」(きのくに医療連携システム) との連携は、(株)メディパルホールディングスとの資本提携と関連性があるのでしょうか。

A2. 「青洲リンク」との連携は、当社独自の取り組みです。沖縄県的那覇市医師会との連携についても、当社独自の取り組みとして進めています。(株)メディパルホールディングスとの提携につきましては、電子母子手帳や電子お薬手帳において、同社の営業力等のご支援をいただきながら推進しています。

Q3. MVNO 事業者による「格安スマホ」の購入を目的に携帯ショップに訪れるお客さまは価格優先度が高いので、コンテンツ販売するのは難しいのではないのでしょうか。

A3. 格安スマホのみをご購入されるお客さまも多いですが、格安スマホの普及が進んでいますので、コンテンツにもご入会される方が増えています。

Q4. 顧客単価 (ARPU) を上げる施策では、携帯端末購入と同時に月額 300 円のコースに入会し、その後高課金に移行されることが多いのでしょうか。

A4. 携帯ショップで説明を受け、最初から高課金のコースに入るお客さまが多いです。特に『music.jp』は月額 400 円・500 円・1,000 円などと課金軸が多いので、どのコースを推奨するかはその携帯ショップの方針や店員のスキルにもよります。当社としては、高課金化によって退会率やライフタイムなどが悪化することがないことを見極めています。

Q5. ヘルスケアサービス領域はネットビジネスとは違い、マーケティング手法にはリアルなアプローチが必要だと思います。コンテンツ販売促進のために使われていた人員をヘルスケアサービス事業に活用するのでしょうか。それとも新たに人員を調達するのでしょうか。その結果、人件費増加となるのでしょうか。

A5. 携帯ショップへの営業体制は以前に比べ競合状況も落ち着いていますので、人員には余裕があります。この人員を活用し専門知識を養成しながら『CARADA パッケージ』の法人営業や『スポーツ管理』、『電子お薬手帳』などの営業ができるようにしています。したがって、新たに人員を調達していないため、人件費が大幅に増加することにはならないと考えています。

Q6. 2017年9月期の業績は売上高以上に利益の減少幅が大きいですが、これは、2017年9月期をヘルスケアサービス事業への投資フェーズに位置づけたという社長の意思が強いのだと思います。投資期間はどのくらい続くとお考えでしょうか。

A6. ヘルスケアサービス事業では、これまでのスマートフォンサービスとは異なる新しいサービスを次々と開発しているため開発費が大幅に膨らんでいますが、2017年9月期および2018年9月期はその開発投資が続くと考えています。

フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行時には、スマートフォンサービスの開発をすべて一から始めなくてはなりませんので、2~3年をかけて相当な額の開発投資を実行しました。現在はスマートフォンへの開発投資は落ち着いており、メンテナンスや若干のバージョンアップ程度のコストのみとなっています。ヘルスケアサービス事業の開発投資についても同様のことがいえます。

Q7. 『CARADA パッケージ』の受注件数を拡大させていくために、地方でのRAFネットワークのさらなる強化が重要だと思いますが、現在の状況を教えてください。

A7. 『CARADA パッケージ』サービスは、開発当初は中規模以下の企業向けのパッケージとして開発しました。そのため、営業を本格化した前期初めの頃は地方での代理店企業による法人営業が効果的であると考えていました。しかし営業活動を行うなかで、自社営業による大企業からの直接受注も可能であることが分かってきました。このことから、代理店企業および当社からの営業活動により受注件数を拡大させていくことができると考えています。

Q8. ライフサイクルの終焉期を迎えた他社モバイルゲームを買い取り、リローンチするというケースがありますが、売却案件を買い取ることにについてどのようにお考えですか。

A8. 実際に売却案件はいくつかお話をいただくことがありますが、個別の案件に対し条件を見極めながら積極的に検討していきたいと考えています。

以 上