



携帯有料サービスの会員数増加で 順調に業績が拡大

◆当社の概要

経営企画室長 岩田一輝

当社の主力は乗換案内事業である。ここでは、「乗換案内エンジン」と呼ばれるプログラムの基礎部分を開発し各プラットフォームに提供している。インターネットのプラットフォームについては、携帯電話サービスとして、無料の「乗換案内」と有料の「乗換案内NEXT」があり、これらはiモード、EZウェブ、Yahoo!ケータイ、ウィルコムで公式サイトになっている。PCインターネット版は当社のホームページから提供している。また、それら無料版「乗換案内」の広告スペース販売も行っている。PCプラットフォームについては、パソコンにインストールする個人向けと主にサーバーにインストールする法人向けがある。法人向けは、大手企業や地方自治体の業務システムに組み込まれ旅費精算機能として使われている。また旅行ビジネスとして「乗換案内」の利用者に旅行商品を提供しており、インターネットで「乗換案内トラベル」というサイトを運営しているほか、携帯電話の1メニューとして「トラベルカウンター」を設けている。

マルチメディア事業は、携帯電話向けにゲーム、電子書籍、ニュースなどのコンテンツを提供している。また映像関連として動画を扱うサイトも運営している。

その他の事業として、受託ソフトウェアの開発、情報機器のレンタル・リース、専門学校での講義などを行っている。

「乗換案内」の競合サービスとしては、ヴァル研究所の「駅すばあと」が有名であるが、これはパソコン版や法人版がメインであり、携帯・インターネットは検索エンジンのみを提供している。例えばYahoo!路線情報はこのエンジンを使っている。駅前探検倶楽部の「駅探」は携帯版とインターネット版がメインである。最近よく広告を目にするのがナビタイムジャパンの「NAVITIME」であるが、これは徒歩等を含めたルート検索などの地図情報がメインである。たとえば「EZナビウォーク」やリクルートの「R25式モバイル」で使われている。その他JR東日本企画の「JRトラベルナビゲータ」がある。さまざまなポータルサイトに電車等の検索機能が付いているが、基本的に当社を含めたこの五つのエンジンのどれかが入っている。

◆2006年9月期の状況と2007年9月期の見通し

2006年9月期は、売上高は前期比29.1%増の25億71百万円、経常利益は同22.7%増の5億75百万円、当期純利益は同8.7%増の2億91百万円となった。売上高が増加し、それに伴って営業利益および経常利益も増加した形である。製品サービス別の売上高を見ると、携帯電話向けが前年に比較して大きく伸びている。これは、有料の「乗換案内NEXT」が2006年9月末に43万4,000人まで会員数が増えたためである。旅行も、インターネット販売が増加して大きく伸びた。また、下期から連結子会社が増えたことも売上増に寄与した。

2007年9月期の業績予想は、売上高が前期比16.7%増の30億円、経常利益が同21.7%増の7億円、当期純利益が同32.3%増の3億85百万円を見込んでいる。有料の「乗換案内NEXT」については、2007年9月末における目標会員数は48万2,000人を設定している。その結果として売上は10億93百万円になると見込んでいる。広告は1億89百万円を予想している。個人（パソコン）向けは、新バージョンの投入を予定しており、売上見込みは3億54百万円である。法人向けは、連携製品の売上増加や新製品・サービスの投入を予想しており、官公庁向けの大型案件も期待できるので2億97百万円を見込んでいる。旅行については、インターネットでの取扱件数の増加傾向は今後も続くと思われるので、6億84百万円を予想している。マルチメディア事業で1億2百万円、その他事業で2億63百万円を予想している。

◆経営戦略と事業展開

社長 佐藤俊和

当社の競合は、官公庁等の旅費精算ではヴァル研究所の「駅すばあと」であるが、コンシューマサイドでは

「NAVITIME」が無視できない大きになってきている。そこで当社は、以前に官公庁向けの地図表示等を受託していたことがあり、基本技術はあるので、地図の分野に参入することにした。当社の開発した「乗換地図アプリ」は、他社製品に比べて圧倒的に高速のブラウザなので、これを全面的に出していくことを検討している。

当社が他の競合他社と異なっている点は、ものづくりの集団として出発したことである。コンシューマ性の優れたものを受託で開発してきており、「乗換案内」はそれらの延長線上に自社製品としてコンシューマ市場に出したソフトウェアであった。最初は電子ブック版の「乗換案内」で、そこからウィンドウズ版やインターネット版を出し、時刻表を全国全駅にまで拡大して、携帯電話向けのサービスも開始した。要素技術的には、世界の航空機検索もできるようになっており、世界の空港間の飛行機検索がネット連動ですべて可能になっている。これは、既に5年前に完成したものであり、スピードは相当に速い。今後旅行ビジネスの体制が整ったら、ネット上で積極的に展開していく予定である。これらはほとんどが自社の技術であるが、最近では自社だけではサポートできない部分もあるので、気の合った会社を何社か仲間に入れていこうとしている。

◆「乗換案内」を中心にサービス展開

当社の経営戦略は、携帯電話・PCインターネットの無料版「乗換案内」を事業基盤として「人の移動」を扱う機能やサービスを徹底的に追求することである。電車による移動から、現在は道路にまで拡張し始めており、官公庁向けの旅費精算用に自動車等でのルート検索を行う「乗換案内道路ナビ」の販売を始めている。このように「乗換案内」を極めていく中で、無料版「乗換案内」をネットでの入口として利用し、さまざまなサービスを展開していきたい。その基礎となる携帯電話向け「乗換案内」のアクセス数は、現在まで右肩上がりで増加しており、携帯電話サイトとしては3キャリアで最上位に位置付けられた代表的サイトとなっている。月に1回でも使った人の数は650万人である。携帯・PCインターネットの「乗換案内」では最近、レストラン情報の提供において、ぐるなびとの提携を開始した。無料版を運営しながら有料版の会員数を増やすことを目指しているが、無理な宣伝攻勢をせず、ある程度の利益を出すことを前提に取り組んでいる。「乗換地図アプリ」の強化や季節限定コンテンツの提供などもこの一環である。その結果、会員数が伸び、ここ数年の業績を押し上げてきた。当初の携帯電話向けサービスのビジネスモデルは、乗車チケットその他の物販サイトとシームレスに連携していくことであったが、広告など新しい収益源も確保していく。PCインターネット向けは、年末から年始にかけて最新のテクニックを駆使してホームページをリニューアルする予定である。

個人（パソコン）向けとしては、Mac版「乗換案内MacX」を発売した。また、「乗換案内 U3 Edition」も手掛けている。これは、USBをPCの軸にしていく大きな流れをにらんだ戦略商品であり、現状はサンディスク社と共同で進めている。さらに、Windows Vista発売に向けて、「乗換案内Ver.5（仮）」を開発中である。単にVistaに載せ替えるだけではなく、機能を一新したバージョンにしようと考えている。当社は、これまで携帯やネットが中心であったが、パソコンのベースが大きく変化していく時期なので、これを強化している。その影響で、従来パソコン向けでは馱すばあとが上位だったが、今年に入ってからはおそらく逆転し始めていると思う。この流れの一環として自治体のワークフローへの組み込みも積極的に行っているが、自治体が採用したエンジンの約8割が当社製品である。またASPサービスも本格的に開始するべく、「乗換案内 .NET XML Edition」の提供を決定している。Vistaの時代になるとパソコンのソフトが変化し、デスクトップの工具箱に「乗換案内」を置いて有料サービスにつなげる形になると思われるので、その戦略的商品として機能拡張を進めている。例えば自治体向けの「乗換案内道路ナビ」をコンシューマ向けにウェブを通じて広げることを考えている。

旅行については、まだ単純なスタイルであるが、収益性の低い業種なので、将来的にネット販売が拡大した時のノウハウを蓄積している段階である。映像については試行錯誤を続けている。「乗換案内」がさまざまなポータルの部分機能になっていく流れを考えたときに、われわれがやらなければならないのは部分機能として圧倒的に他を凌駕する質をつくることである。逆に、せっかくコンシューマとの入口を持っているので、部分機能からポータル化の動きにもトライしようということでEZウェブに「コンパスTV」ニュースというサイトを立ち上げた。現状5位まで一気に入ってきたが、まだいろいろな実験を行っていくつもりである。ゲームについては、携帯電話でSNS的な試みをしており、まだユーザー数が多くはないが着実に増えてきている。電子書籍についても、ずっと以前から手掛けているが、トータルとしてビジネスとして成立できそうなので、実験から離れて本格的な展開を始めようと考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

キャリア別の会員数はどうなっているか。先月からのナンバーポータビリティの影響はあるか。

9月末の会員数43万4,000人のうち30万人がドコモ、7万5,000人がau、5万人がソフトバンクモバイル、残りがウィルコムである。ナンバーポータビリティは、まだ施行から時間がたっていないこともあって、今のところほとんど影響はない。ただ、ソフトバンクモバイルの会員の伸びが悪いという程度である。

(平成18年11月10日・東京)