

佐藤俊和 (サトウ トシカズ)

ジョルダン株式会社社長



## 乗換案内を軸に新しいソフト・サービスを提供

### ◆乗換検索エンジンを各プラットフォーム向けに提供

執行役員 岩田一輝

ジョルダン(株)の設立は1979年12月、現在の従業員数はグループ全体で113名、決算期は9月30日となっており、3社の連結子会社がある。

事業内容は、乗換案内事業がメインになっている。概略は、乗換案内エンジンと呼ばれる経路・運賃・時刻表等の検索を行うプログラムの基となる部分を自社内でゼロから開発し、これを各プラットフォーム向けに提供している。プラットフォームについては、現在は売上の面からもインターネットが中心になっている。携帯電話の各キャリアの公式サイトになっており、無料版と、「乗換案内NEXT」という有料版がある。弊社のホームページではWEB版を提供している。携帯版、WEB版共に、無料の乗換案内については広告スペースを販売している。

個人向けについては、パソコンにインストールして使用するタイプのもの、メーカーのパソコンに最初から入っているもの、古くなった時刻表のバージョンアップを提供しており、主にバージョンアップが売上の中心になっている。法人向けについては、イントラネット版、また業務システムに組み込んだ形でも提供しており、ASPサービスについても本格化していく。旅行については、乗換案内の利用者に旅行商品を提供しており、WEBでは「乗換案内トラベル」というサイト、携帯では「トラベルカウンター」というメニューを設けている。マルチメディア事業については、携帯電話向けのコンテンツ、家庭用ゲーム、映像等の提供をしている。それ以外には、受託のソフトウェア開発と情報機器のレンタル・リース等も行っている。

乗換案内の競合サービスについては、それぞれのプラットフォームごとに有力な競合先が変わってくる。携帯では、「駅探」、「EZナビウォーク」、「NAVITIME」、Yahoo!モバイルの「Yahoo!路線情報」を強力な競合と考えている。WEBでも、Yahoo! JAPANの「Yahoo!路線情報」が強い。個人向け(PC版)・法人向けでは、現在はヴァル研究所の「駅すばあと」と弊社の「乗換案内」の二つしかほぼ選択肢がない状況になっている。

### ◆2008年9月期中間決算は減益、通期では増益の見通し

2008年9月期中間決算については、売上高15億40百万円(前年同期比7.5%増)、営業利益3億2百万円(同12.5%減)、経常利益3億3百万円(同12.4%減)、中間純利益1億59百万円(同14.0%減)と、売上高以外は前年同期比12~14%減となっている。

損益計算書の要約は、売上高の割に売上総利益があまり伸びておらず、利益率が下がっている。また、販管費が増えており、販管費の売上高に占める割合も少し増えている。乗換案内事業は順調に推移して利益率も前年同期並みだが、マルチメディア事業・その他の影響で、全体として利益率が下がっている。

製品・サービス別の売上高の比較については、携帯が前年同期比約86百万円増加している。法人も前年同期比約49百万円増加し、約1.5倍になっている。旅行も売上高は増加しており、全体として順調に推移している。法人向けの売上については、既存の部分も増えており、さらに新製品の部分が乗った形で推移している。

通期の見通しについては、期初に発表したものから基本的に変更はなく、売上高33億50百万円(前期比16.5%増)、営業利益7億20百万円(同11.2%増)、経常利益7億20百万円(同10.9%増)、当期純利益4億円(同15.7%)と、それぞれ前期比10%以上の増加を見込んでいる。

製品・サービス別の売上高については、携帯の「乗換案内NEXT」は2008年9月末の目標会員数が56万5,000人、売上は12億90百万円と、前期比約1億70百万円の増加を見込んでいる。広告については1億70百万円で、大きな変動はない。個人向け(PC版)については、バージョンアップの販売が減少している傾向を織り込み2億53百万円と、前期比40百万円強の減少を見込んでいる。

法人向けについては、引き続き新製品・サービスの販売を拡大し、自治体向けの案件等も見込んでおり、売

---

上見込みが3億53百万円、前期比1億弱の増加を見込んでいる。旅行については中間の状況で順調に推移しており、8億33百万円と前期比約90百万円の増加を見込んでいる。マルチメディア事業については、上期に家庭用ゲーム・DVDを各1タイトル出しており、さらに下期も予定があることを踏まえ、2億28百万円の売上見込みとなっている。その他は、前期並みの2億円程度の売上を見込んでいる。

株主還元策については、4月に2万4,000株、総額約12百万円の自己株式の取得を行った。配当政策については、連結配当性向10%程度を目安に考えており、それに従い2008年9月期は1株当たり8円（前期比1円増）を予定している。利益が予定どおりであれば、連結配当性向は10.5%程度になる見通しである。

#### ◆既存のビジネスの延長で新しいソフト・コンテンツを提供

社長 佐藤俊和

ジョルダン(株)は、基本的には乗換案内の技術のメンテナンスをしながら新しい技術をつくっていくという流れでやっている。全体として大きな開発が減っていく流れの中で、単純コンテンツをどう増やしていくかという流れと、それを実現するための技術ということで、例えば、ある時期は乗換案内を集中的にやり、閑散期にはゲーム等、別の開発をするといったことを考えている。

相変わらず携帯の乗換案内はアクセスが多くなっているが、われわれの持っている顧客と接する場を有効に使いたい。ゲーム・DVDなどを始めているが、パソコンメーカーのプリインストール、キャリアのメニューという流れの中で、販路の強化を図っていく。ここ数年間、若く優秀な社員が増えており、思い切って若い社員に場を提供しながら、価値観やライフスタイルを変えるようなもの、コンピュータネットワークを利用するものを開発し、いろいろな道具・情報・仕組みを提供したい。具体的には、既存のソフトウェアビジネスの延長で新しいソフトウェアを提供し、パッケージと同じような機能のものをWEBで提供し、同時に乗換案内、携帯小説、ゲームなどのコンテンツを提供したい。同時に、ジョルダンライブ！という形で投稿型の事故情報サイトを試行的に出しているが、こういう仕組みを次のビジネスに広げたい。乗換案内は重要な収益の柱だが、それだけにとどまらずいろいろやっていきたい。

乗換案内を事業基盤としながらやっていくには、人の移動を扱うソフト・サービスの利便性追求ということが一番で、併せて新しいデジタルライフスタイルを提供していきたい。同時に、新しい収益源をどう確保していくかということが一つのモデルになってくる。今、携帯版の乗換案内は4キャリアの公式サイトになっており、携帯電話の検索数は月間1億回を超え、無料版「AD乗換案内」の利用者数は月間約650万人と、アクセスは一定の伸びを示している。「AD乗換案内」については有料版の広告塔というイメージで、「乗換案内NEXT」への誘導を図りながら、基本的な機能はすべて無料版で提供する。乗換案内、終電乗換案内、時刻表のほか、読書、映画などのトライアルを始めている。「乗換案内NEXT」については、広告がない代わりに乗換案内に特化した機能的なものできめ細かいサービスをしながら、小説のバックナンバーなどもすべて見られる形になっている。会員数も、開始時ほどではないが一定の伸び率で継続している。もう一つはPCのサイトも大事にしており、Ajaxという新しいテクニックを見せたりしながらやっている。

最近の取り組みとして、「AD乗換案内」についてはバナー広告スペースを売っており、2008年2月からはエリアを限定したバナー広告を始めている。検索結果の路線・駅と連動した広告バナーが、新しい収益の柱としてみえつつある。季節限定コンテンツについては、例えば、花見の時期に桜の情報を出している。比喩的には、Googleで花見に関するキーワードが検索されたときに乗換案内へ誘導し、桜の名所を地図も含めて見せるというやり方である。

乗換案内のサービスは携帯がメインになっているが、PC、WEB、イントラネット、エンジン提供サービスなどがあり、自治体を軸にバスを拡充し始めており、これをもっと広げていく。地図との連動については、乗換案内をメインに見せながら地図も使えるという動きをしている。同時に、企業の旅費精算は非常に更新が激しく、企業側で手間がかかるため、ASPで提供するというやり方をしていく。

旅行については、1泊2日で札幌まで行くときに往復2万数千円の飛行機代よりも安い出張パックという売り方で売上を伸ばし、法人の旅行では各社のWEBサイトとつなぎ自動的に予約していくような像を追いかけている。

携帯電話向けの電子書籍などもアクセスはある程度伸びており、新しいビジネスモデルを鋭意検討している。ニンテンドーDS用のゲーム、アニミュージック、U3なども市場にぶつけたいと考えている。

---

◆ 質 疑 応 答 ◆

乗換案内の競合がこれから非常に厳しくなると思うが、御社としてどういう差別化政策を打つのか、現在の状況も含めてお話しいただきたい。

去年、KDDIが主催する「CONTENTS AWARD」で、われわれは「ライフスタイル賞」という表彰のされ方をした。乗換案内が移動時に有効だとして、そこで読書なり花見なりいろいろなことをやっていることが評価されたと思う。われわれとしては、移動を中心にはするが、移動中のライフスタイルに関係するものまで広げていこうと考えている。

地図に関しては、キャリアのメニューで乗換案内と地図サイトの統合が起こり得るので、自社技術で同等以上のものをつくるのが前提だが、今は乗換案内の利便性ということでユーザーが入ってくる傾向が強いため、乗換案内を前面に出しながら備え、統合されたときには別の見せ方ができるくらいのことまでやっていこうと考えている。

**生活関連とか花見という話があったが、そういった方面で収益を得ることも考えているのか。**

考えている。あと、これからはイベント情報などをもう少し増やしていく。ただ、われわれがやることは他社もやることになるので、良質なものをどうつくっていくかということになる。

(平成20年5月9日・東京)