

佐藤俊和 (サトウ トシカズ)

ジョルダン株式会社社長



乗換案内を軸にモバイル環境下での プラットフォーム提供を目指す

◆最近の取り組みと経営戦略・方針

私は一つの思い付きにとらわれて猪突猛進し、トライ&エラー、やり直しを繰り返すタイプである。いろいろな分野に手を出すために散漫ではないと言われることもあるが、自分としては囲碁の布石のようにいろいろなところに石を置き、やがてすべてをつないで一つの平面を出そうと思っている。

最近の取り組みについては、2008年12月にジョルダンブックスという形で書籍事業を開始した。「乗換案内」も初めは電子ブックという形で出しており、当社は以前より出版と関係があった。当時のPC市場では(株)ヴァル研究所が「駅すばあと」という強力なソフトを出しており、私もいきなりPCの世界では無理ではないかという思いがあったが、1990年にソニー(株)が電子ブックプレーヤーを発売し、私はそれをPDAと早とちりして、PDAなどの新しいデバイスであればいけるのではないかと考え「乗換案内」の開発に入った。ただ、一生懸命つくった割に1,000本くらいしか出ず、「どうしたものか」と思ったときにちょうどマイクロソフトのWindowsが世に出てくることとなり、「ビジュアル」、「簡単」というコンセプトの下、マウスだけで動くソフトをつくったというのが「乗換案内」の初めである。

そのようなことで出版に対する思いがあり、携帯版「乗換案内」の中にも「読書の時間」というコーナーを設けているが、これは既に月間100万ページビューを超えている。ただ、やっていくうちに出版というのは紙と連動しなければいけないと思い始めた。そこで、西部邁氏ともつながりのある、大学時代にいろいろなことを一緒にやっていた人物に中に入れてもらい、紙媒体を勢いよく始めた。それに合わせて携帯のみならずPCのWEBサイトもきちっと作り、携帯、PC、書籍の相互連携を考える形で始めている。

総合出版社的にいろいろな書籍を扱っているが、おかげさまで『ドンと来い! 大恐慌』は既に3刷となっており、本屋に行くと『『ドンと来い!』のジョルダンさんですね』といわれるような形で営業的にはだいぶ動きやすくなっている。既に収支はトントンくらいの状態になっているので、さらにビジネス、コンピュータ周りの本を出すことも企画し、携帯、PC、書籍の連動ということでもいろいろ始めようとしている。

M&Aについては、3月末に(株)エキスプレス・コンテンツバンクを子会社化した。もともと親会社がテレビ局の下請けとして報道中継車を出したり撮影を行っており、そこがCSで道路渋滞情報の提供を始め、さらに携帯サイトも始めたのが同社設立のきっかけであり、今回、さまざまな環境が整ったためM&Aにつながった。一番有名なサイトは「交通情報アクセス」であるが、i-modeのメニューリストでもATIS交通情報の次くらいの位置で頑張っている。

iPhone・iPod touch向け「乗換案内」については、iPod発売のころからアップルジャパン(株)とはいろいろ話をしており、iPodの発売と同時にMac OS X向けに「乗換案内」をつくり直したりしていた。その後、iPodがどんどん売れてiPhoneに至ったが、iPhoneの発売時期はわれわれの読みよりも早く、できればiPhone向けにネイティブアプリをつくりたかったが、発売当日までには厳しそうなので、取りあえずWEB版のサイズをiPhone・iPod touch向けにしたものをつくり、発売と同時に「ジョルダンtouch!」という形で発表した。

iPhoneでは課金の手段が「1回のダウンロードにつきいくら」というものしかないの、アップルジャパンには月額課金ができないかということを申し入れたりしてきたが、「駅探」がiPhoneネイティブアプリを提供し始めたので、当社も2008年12月に無料版のネイティブアプリを公開した。現在は恐らく無料版の中で10位近辺に入っており、ダウンロード数も30万件を超えているので、それなりの注目を集めていると考えている。もうじきiPhoneの月額課金ができるようになるので、有料版・無料版を合わせて展開しやすくなる。また、iPhoneの中に組み込まれているセンサーを使った機能も出していきたい。

また、携帯の非公式サイトで「ジョルダンライブ!」という運行情報の掲示板を運営しているが、それほど宣伝していない割には根強い人気があり、先日、JR京浜東北線で事故があったときには1日のアクセス数が5万件を超えている。そこでiPhone向けには「ジョルダンライブ!」をいきなり表に出していくことから始めている。投稿される情報のフィルタリングでどんな問題があるかということがかなり分かってきているので、画

像のフィルタリングも含めてもうちょっと拡張していきたい。

携帯版「乗換案内」については、大きなものとしては2009年3月に「乗換案内トラベル」をオープンした。将来的には「乗換案内」から電子チケットなどをシームレスに買える世界まで持っていきたい。

WEBでは1泊2日で札幌まで行っても飛行機代込みで2万円台から買うことのできる「出張パック」が結構伸びており、品ぞろえとか回し方が分かってきたので、WEBのみならず携帯でも前面に出し始めた。現在、WEBの出張パックの数は約3,300商品、携帯は約500商品となっているが、載せ方を工夫しながら半年で同数まで持っていきたい。また、携帯電話を使った割引クーポンサービスを提供している。通常価格2,900円から500円の割引となる「大江戸温泉物語」では、ゴールデンウィーク中のダウンロード数が約270件、「ナムコ・ナンジャタウン」では約90件であった。

また、有料版「乗換案内NEXT」では地道な機能強化、PCソフト版の機能開放を行っている。各駅停車優先モードというのをつくって目的地まで時間がかかっても楽に行ける経路を優先的に案内したり、バスの案内を充実させている。さらに地図の部分相当強化されてきているが、アプリでの地図表示スピードは速い部類に入ると思う。

ほかに、ASPサービスを始めている。われわれはコンシューママーケットにダイレクトにぶつかりたいという思いがあるため、他社との提携はあまり行っていなかったが、WEBのサイトではgooにしるニフティにしる他社から当社に切り替えてくれているので、そのような形でOEMをやりながらも、ダイレクトに販売できるモデルも拡大させている。特に法人の方ではWEBの地図まで引くくめて道路との連携を猛烈に始めている。エクスプレス・コンテンツバンクは渋滞情報を扱っているので、渋滞情報を加味するようにもできると思う。

当社の強みについては、一つ目はわれわれが「もの作り」の集団ということである。私は、最大の競合先はGoogleであると考えており、社内ではGoogleと対抗して本当にやれるのかという話が出ることもあるが、特化した部分であれば十分やっていけると思っている。また、最近は業界の動向もあまりよくないところがあるので、優秀な技術者などが入ってくる一つのチャンスもあるかなと思いつつ、できるだけ自社内の技術で開発していきたい。

二つ目は、PC、WEB、携帯、書籍等の顧客と接触する場を自分たちで持っていることである。

経営方針については、何か飛躍的に便利になる道具とか「あっ」というようなコンテンツを提供して、社会の変革を率先して担っていきたい。

◆2009年9月期第2四半期（10～3月）の状況

執行役員 岩田一輝

当第2四半期（10～3月）の経営成績については、売上高は17億84百万円（前年同期比15.9%増）、営業利益は3億32百万円（同10.1%増）、経常利益は3億33百万円（同9.9%増）、四半期純利益は1億76百万円（同10.7%増）となった。

売上の増加に伴って利益も増えているが、「旅行」の売上が増えたことにより仕入も増え、原価が若干増加した。また、データの仕入れコスト、広告宣伝費などの費用が増えている。結果として、売上高の15.9%増に対して、営業利益・経常利益は10%前後の増加となった。

製品・サービス別の売上高については、乗換案内事業は16億19百万円（前年同期比13.4%増）、マルチメディア事業は41百万円（同28.0%増）となった。乗換案内事業の中でも「携帯」、「法人向け」、「旅行」が大きく増加している。

売上高の変動要因については、「携帯」に関しては、有料サービス「乗換案内NEXT」の会員数が増加し3月末で約58万5,000人となったことである。「法人向け」に関しては、「乗換案内.NET XML Edition」というASPモデルの売上がサービスの提供を開始してから日が浅いこともあり増加している。「旅行」に関しては全体として順調に推移している。

利益の変動要因については、乗換案内事業に関しては「旅行」の仕入、情報使用料、広告宣伝費等が若干増加したことが挙げられる。マルチメディア事業、その他は前年同期と比べ改善し、結果として全体では増益となった。

◆2009年9月期通期の見通し

通期の見通しについては、売上高は38億円（前期比16.8%増）、営業利益は6億50百万円（同4.1%増）、経常利益は6億50百万円（同3.6%増）、当期純利益は3億70百万円（同1.9%増）を見込んでいる。上期の状況等

を考慮して内訳の調整をしているが、全体として変更はない。

製品・サービス別売上高の見通しについては、「携帯」と「法人向け」が大きく増加する見込みである。

「携帯」に関しては、「乗換案内NEXT」の2009年9月末の会員数は60万人を目標にしている。また、下期から連結されるエクスプレス・コンテンツバンクは代表的なものとして「交通情報アクセス」という有料サイトを運営しており、そちらの売上も加味して15億60百万円を見込んでいる。

「広告」に関しては、エクスプレス・コンテンツバンクの広告の売上を考慮した形で2億8百万円を見込んでいる。

「個人向け（PC版）」に関しては、前期比で若干減少する予定を基本的には変えていないが、上期の状況等も踏まえて少し調整している。

「法人向け」に関しては、「乗換案内.NET XML Edition」の販売拡大と、エクスプレス・コンテンツバンクが行っている、交通情報等の他社向けの提供をカウントすることを踏まえて4億72百万円を見込んでいる。

「旅行」に関しては、上期の状況を踏まえた上で9億80百万円を見込んでいる。

マルチメディア事業に関しては、新たに開始した出版事業が寄与することを想定し1億45百万円を見込んでいる。

その他に関しては2億14百万円を見込んでいる。

株主還元策については、昨年末あたりに自己株式の買付を行ったため、さほど大きな金額ではないが連結の総配分性向の調整につながっている。また、配当は引き続き8円を予定している。

(平成21年5月13日・東京)