

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社長

IT 技術に基づく「もの作り」で社会の変貌を率先して担っていく

◆最近の取り組み

- ①iPhone3G・iPod touch 向けの「乗換案内」の無料提供を開始した。昨年の 12 月にアプリの提供を開始したが、累計ダウンロード数は 50 万件を超え、好評を得ている。
- ②この「乗換案内」アプリには、試みとして当社の投稿型の鉄道等運行情報のサイト「ジョルダンライブ！」を最初から載せてみた。無効情報をどのように除外するかという課題があり、テキストフィルタリングでできるだけやっ払いこうということで始めたが、iPhone からのアクセス増加に合わせて「ジョルダンライブ！」のアクセスも増えている。先般の台風時には 20 万 PV をデイリーで超えており、メディアとして認知度が出てきたと感じている。基本的には公式サイト化を視野に入れており、その課題として国内キャリアからのメンテナンス体制構築の要請を踏まえながら、機能強化を考え始めている。
- ③新しいものには一番乗りをしていくということで Android 端末向け「乗換案内」の提供も開始した。日本市場ではまだほとんど立ち上がっていないためにアクセスは多くないが、Android の新機能を用い、自分の向いている方向にある現在地から近い駅を表示する機能の開始を予定している。

◆「乗換案内」事業

- 携帯版「乗換案内 NEXT」(有料版)は 60 万人近くまで会員が伸びている。位置連動および地図ということを若干意識し始めており、「乗換案内 NEXT」でまず「出口案内」をスタートさせた。無料版の「AD 乗換案内」のやり方は「乗換案内」の検索結果をメインに、駅周辺の地図を単にリンクで表示させる形をとっているが、「乗換案内 NEXT」の「出口案内」では例えば駅の何番出口が目的地に近いという案内まで全部出るような形で誘導する。
- 路線バスのサポート範囲の増強に本格的に力を入れ始めている。本年中に東京近郊や関東圏のバスはほとんど全部サポートするところまで持っていき、京都・奈良等と合わせてできるだけサポート範囲を広げていこうと考えている。
- 3 月末に(株)エクスプレス・コンテンツバンクを子会社化し、その主要なサービスである「交通情報アクセス」もグループとして提供を始めている。(株)エクスプレス・コンテンツバンクは、当社と波長の合う優良な会社ということで時間をかけて子会社化を実現したものである。10 人ほどの規模であるが非常に動きがよく、1 人 1 コンテンツを開こうと多様なサービスを手がけ始めている。
- 事業において法人関係のウェイトが増しており、一つの柱である法人向けの ASP サービス「ジョルダンクラウド」を本格化させている。また、もう一つの柱である地図と連動したサービス「乗換案内道路ナビ」を強化している。自治体の旅費精算において、鉄道・バス運賃に加えて、有料道路料金などの道路関連の情報の需要が高まっている。また、例えば通勤旅費規程の中に「徒歩 2 キロ以上はバスの利用可」がある場合、徒歩ルートで距離を測る必要があるが、従来のナビは自動車での利用を前提としており、徒歩での経路検索に向いていない。それらの需要をきっかけとして始めたものだが、次第に拡大してきており、採用する自治体が増えている。

自治体からの受注のメリットとして、バス情報まで提供することによって路線バスのサポート範囲を無理なく全国に広げられる可能性がある。予想以上に大変な仕事で、バス停の数は全国で 100 万はあり、苦労しながら増強を進めているが、今後の大きな柱になると確信している。

◆マルチメディア事業

- 出版を柱の一つにしていく。従来からのケータイ小説に加えて、書籍や他社との連動を推進する。携帯電話を含めた電子デバイスで多様なサービスを提供していくという方向性を持っている。(株)エクスプレス・コンテンツバンクでは、電子出版で「アクセスBOOKS」というサイトを開き、数カ月で月商 10 百万円にまで至っている。携帯電話にも電子書籍コンテンツの流通市場ができつつあり、漫画等も含めた何万冊がその市場に流れ始めている。グループ全体として出版市場を明確に意識しながら推進している。
- 家庭用ゲームの分野では Wii に 2 タイトル出しており、販売においては若干苦戦しているが、Wi-Fi のネットワークがゲーム市場でかなりアクティブになってきており、その延長で、ゲーム端末とのみ考えずに「乗換案内」等のソフトを出していく時期が来つつあると認識している。

◆経営戦略

基本的にモバイル環境下での新しいサービスを提供していきたい。便利な道具を作り、大量に使ってもらうことを狙いとしている。同時に、有意義な時間を生み出すコンテンツを提供し、個々人が思考の軸のようなものを持つような形に持っていきたいと考えている。

「移動」をベースにサービスができ上がっているのも、その周りにどのように便利な状況を提供していくか。携帯電話を含めた新しい電子端末向けコンテンツ市場での、メディアの多様な形を推進していきたいと考えている。

法人向けという軸と合わせて、多くのサービスを提供していきたい。(株)エクスプレス・コンテンツバンクの子会社化のほか、他社への若干の出資等も始めており、連携することで更なるサービスの加速と深化、多様化を図りたい。

現在、「乗換案内」の検索数は月間約 1 億 2,000 万回であり、若干停滞というか、伸び率が鈍ってきているが、iPhone への提供によって新たな展開への期待が生まれている。

当社の強みは、ほとんどの開発を自分たちで行い、着想から完成までのスピードが速いということである。Google 等の動きを見るとものすごいサーバーテクノロジーの時代に入っており、自分たちだけの力でどこまでサーバーテクノロジーのところをやっていけるかということは大きな課題だが、常に努力を続けていきたい。今後も顧客と直接接する場を大事にしていきたいと考えている。

◆2009 年 9 月期の状況

執行役員 岩田一輝

○経営成績

売上高は 39 億 22 百万円で前年同期比 2 割ほどの増加、営業利益は 6 億 50 百万円で微増、経常利益は 6 億 52 百万円で微増、当期純利益は 3 億 51 百万円で微減という結果になった。

○要約損益計算書

構成比および前年同期との比較では、売上高、売上総利益が増加しているものの、販管費がやや増加しているため、営業利益等の増加につながっていない。これは、人員増、新規の連結子会社の販管費が割合としては従来より大きいこと等が要因である。当期純利益の若干の減少は、のれんの償却等で税負担率が上がっていることが原因である。

◆製品・サービス別の状況

○売上高比較

乗換案内事業が伸びているということは従来の傾向と同様だが、大きな変化の一つは携帯電話のところで有料サービスの「乗換案内 NEXT」の会員増(当期末で 60 万人弱となった)と新規に連結子会社となった(株)エキスパレス・コンテンツバンクの「交通情報アクセス」の売上(半期分)が加わった影響が出ていることである。また、既存の法人向けイントラ版等及び、ASP サービス「ジョルダンクラウド」の売上の増加など、法人向けの増加率が大きくなっている。旅行の売上は法人向けの伸びも寄与して全体的に順調に推移している。マルチメディア事業では(株)エキスパレス・コンテンツバンクの「アクセス BOOKS」等を含めた影響が大きくなっている。

利益について事業別でみると「乗換案内」の伸びが全体に寄与しており、「乗換案内 NEXT」と法人向けの売上増加が利益を押し上げる要因となっている。時刻表データ等の使用料をはじめとする情報使用料、広告宣伝費等がやや増加している。

◆2010 年 9 月期の見通し

○売上高は 43 億円と前年同期比 1 割弱の増加、営業利益・経常利益はともに 6 億 80 百万円、当期純利益は 3 億 60 百万円とそれぞれ微増の見通しである。売上高の内容は、傾向は従来と大きくは変わらないが、携帯、広告、法人向け、マルチメディア事業あたりが大きく動くとみている。

「携帯」に関しては「乗換案内 NEXT」の目標会員数は来年 9 月末で 62 万人、加えて新規連結子会社の売上を通期で計上することにより、「携帯」全体で 2 億円ほどの増加を見込んでいる。

「広告」に関しては検索結果連動広告(「乗換案内」で検索するとその地域に対応した広告を出す手法)が徐々に効果が出てきている。

「個人向け(PC 版)」に関しては当期とほぼ横ばいとみている。

「法人向け」に関しては引き続き「ジョルダンクラウド」の拡大を見込んでいる。

「旅行」に関しては、来期はクーポンの提携先の拡大や宿泊施設の直接契約を増やすなど、事業内容の変化に注力したい。

マルチメディア事業では(株)エキスパレス・コンテンツバンクを通期で連結する結果、1 億円程度の増加を見込んでいる。

◆株主還元策

自己株式の取得は、市場環境等をみながら検討する。配当政策は、連結配当性向 10%程度を目標に、現在は 1 株当たり 8 円を予定している。

(平成 21 年 11 月 13 日・東京)