

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

乗換案内を軸にモバイルプラットフォームでの事業展開を重視

◆最近の取り組み

近年 iPhone、Android など新しいデバイスが出てきて、当社はこのようなスマートフォン向けに「乗換案内」を提供している。無料サービスである iPhone・iPod touch 向け「乗換案内」は、先月のアクセス数、検索回数を調べると、15 百万件を超えている。1 年前からテコ入れしているホームページ(HP)での検索が 5 割増加して 15 百万回程なので、iPhone は急速に HP での検索数を越したことになる。有料サービス「乗換案内 Plus」(年間 2,300 円)も始めたが、米国には自動引落しのような課金システムがなく、iPhone についても一旦ダウンロードした後、しばらく使用を中止してまた使い始めた、などという場合の課金はどうするのかといった問題に現在対応中であり、無料サービスの伸び程には伸びていない。Android に関しては漸く動きが始まったところであり、4 月の月間検索数が大体 80 万検索弱と iPhone と比べるとまだまだである。ただ課金のスタイルは iPhone と違い日本的スタイルがありうるかもしれない。

その他に「ジョルダンライブ！」というユーザー参加型の鉄道等運行状況投稿サイトを提供している。各キャリアからは SNS 的なサイトと認識されており、事故情報等の確認が自分たちが必要であると言われているが、人がチェックを入れると 30 分程度のディレイが出てしまうため、その情報が役に立たなくなる。そのためライブで即記載し、フィルタリングすることも含め対応をしている。このサイトは事故等の発生時には非常にアクセスが増えており、この部分の強化を考えている。

「乗換案内 NEXT」の方は伸び率が下がったものの、会員数は相変わらず増加している。昨年 12 月にオート GPS に対応し、今年 4 月には「乗換道順ガイド」をスタートした。路線バスのサポートは急いでおり、関東近郊はほとんど範囲に入れ、全国への拡大を一つの大きな目標として展開している。

また、グループ戦略とも重なるが、「コンパス TV」をリニューアルし、「ジョルダンニュース！」として子会社で配信を始めた。20 代～40 代のビジネスユーザーが外出時や電車内で利用するシーンを想定している。au では公式サイトになっており、ドコモでは無料版の「AD 乗換案内」の中の一つのコーナーとなっている。ある程度のアクセス数はあるため育てていきたい。また昨年に株式会社エクスプレス・コンテンツバンクを子会社化したが、「ジョルダンニュース！」の販売等は同社で行うこととする。

HP はコンテンツを増やす予定である。WEB のリーチ率を調べるアレクサというサイトがあり、以前そこでは「駅探」の半分位であり、HP の向上が重要課題と痛感した。昨今は駅探に肉迫している。

当社の法人向けサービスとしては、ASP サービス「ジョルダンクラウド」を本格化している。日本ユニシス(株)と本年 4 月クラウド事業で提携を開始した。また、自治体に旅費精算などを納め、そのネットワークの中でバスのデータ等をスムーズに集め、極端なコスト倒れにならないようなパスを作りながら、「道路ナビ」などを提供している。

メディア事業ではゲーム・出版を行っているが、出版はジョルダンブックスで扱っており、西部邁氏などを交えながら「表現者」という雑誌を応援している。また収益化まで少し時間がかかると思うが、電子出版では(株)エクスプレス・コンテンツバンクと一緒にした後、「アクセス BOOKS」というサイトを本格的に始めた。コミックが中心

であるが、iモードの100を超える電子出版サイトの中で、「アクセス BOOKS」は現在11位で、月商25百万円程である。1年経たずに年商3億円の世界まで入り、電子出版部門は(株)エクスプレス・コンテンツバンクへの統合を検討し始めた。コミカルなものが中心にはなっているが、一角に以前から主張している“ケータイ哲学”のコーナーを作っていこうという考えは変わらない。月商25百万円の売上を上げるサイトになってくると、仕入れも増してくる。

今後出版社は3つの種類に分かれるのではないかと考えており、従来の紙媒体の出版社の他、電子出版の中でも電子出版のエンコード販売会社ができてきている。大手出版社になるとそこまで自社でまかなおうとするため、3タイプに分かれる。Amazonなどは作家をダイレクトに取り込もうとしているが、これは非常に困難を伴うことが考えられる。編集者が介在する出版社が必要で、エンコードなども含めて流通をする会社が出てくると予想される。

「つかえるえもじ」は(株)エクスプレス・コンテンツバンクが昨年10月に出したサイトである。「伝わる、使える」新感覚の絵文字サイトであり、月額315円で会員数3.5万人強となっている。

◆経営戦略

将来像として、モバイルの新しいプラットフォームを提供し、ビジネスを展開していきたい。1つの大きな軸が「乗換案内」である。また、便利な道具としての「ソフトウェア」をさらに深化し、今までにない感動するような「コンテンツ」を与えていきたい。これらにより個々人の自立に寄与できないかと考えている。

◆2010年9月期第2四半期決算概況

執行役員経営企画室長 岩田一輝

経営成績としては、売上高が22億28百万円、営業利益が3億19百万円、経常利益が3億22百万円、当期純利益が1億68百万円となっている。売上高は前年同期比で約25%増であるが、営業利益、経常利益、純利益等は微減の結果に終わっている。

売上総利益は前年同期比37.5%増で、原価率が下がって粗利率が改善している。前年同期と比べると(株)エクスプレス・コンテンツバンクを連結の範囲に入れたことが一番大きな差として出ている。販管費が65%増とかなり増加したため、結果、営業利益等が微減になった。販管費の増加は、連結子会社が増えたこと、それに伴う広告宣伝費等が増加している結果である。

製品・サービス別の状況としては、乗換案内事業は「携帯」が前年同期比で1億87百万円増とかなり増加した。「法人向け」も1億円以上増加である。またマルチメディア事業も1億86百万円増となり、この辺りが大きな変動要因となっている。「携帯」については、まず有料サービス「乗換案内 NEXT」等の売上が中心になっている。「乗換案内 NEXT」の会員数は増加しており、3月末の会員数は約61万1,000人となっている。また(株)エクスプレス・コンテンツバンクを新たに連結したことで「交通情報アクセス」での売上を足している影響もある。「法人向け」では、ASPサービス「ジョルダンクラウド」の売上が増加していること、上記と同じく交通情報の法人向けの配信等もある。マルチメディア事業については「アクセス BOOKS」、「つかえるえもじ」等といった、新しく立ち上げている携帯サイトの売上が増加している。

◆通期の見通し

通期の見通しは期初から基本的には変えていない。売上高が43億円(前期比9.6%増)、営業利益6億80百万円(同4.5%増)、経常利益6億80百万円(同4.3%増)、当期純利益が3億60百万円(同2.4%増)とみている。

製品・サービス別の見通しとしては、上期の状況を踏まえて内訳の修正を行った。大きく変わっているのは乗換案内事業の「携帯」、「旅行」、およびマルチメディア事業である。売上高は「携帯」に関して「乗換案内 NEXT」の9月末の目標会員数を62万人としている。また前期は下期からの連結であった(株)エクスプレス・コンテンツバンクを通期で連結する。これらから売上は17億73百万円を見込んでいる。「広告」は検索結果連動広告等を展開して

いくなどして、2億67百万円を見込んでいる。「個人向け(PC版)」では1億80百万円の見通しである。「法人向け」については引き続きASPサービスの「ジョルダンクラウド」の販売拡大を含めて6億10百万円としている。「旅行」のところはオンライン化などに注力したいほか中身の見直しをしているため、売上は8億93百万円に減少とした。マルチメディア事業は引き続き拡大して4億32百万円の見通し、その他が1億28百万円と見込んでいる。

株主還元策は、自己株式の取得は状況に応じて行う予定で、現在具体的な計画はない。配当政策については全体の見通しを変えていないため、引き続き8円の予定である。

◆質疑応答◆

(株)エクスプレス・コンテンツバンクの買収金額とその根拠を教えてください。

金額は約3億円である。根拠は一般的なDCFでやっている。利益が出ていないということではなく順調に推移している。この買収には1年間をかけており、そのやり取りの中で、相手側の人物(現社長)のキャラクターや会社の内容などから判断した。

販管費について、大雑把な内訳を教えてください。また下期に広告費等をどの程度見積もっているのか。

販管費は8億80百万円のうち、3億円程度が広告宣伝費である。あとは人件費が2億50百万円くらいあり、また携帯電話のビジネスをやるとどうしても回収代行の手数料がかかるため、支払手数料が1億円ちょっとという感じである。下期については今のところ販管費の見通しを8億円弱程度とみており、上期よりは広告宣伝費等も少し少なくなると考えている。「乗換案内」に関しては3月くらいが人の移動する時期なので、そこに集中するということもあり、広告宣伝費は少し減る程度とみている。

(平成22年5月14日・東京)