

3710 **ジョルダン**

佐藤 俊和 (サトウ トシカズメ)

ジョルダン株式会社社長

法人・自治体向け案件が増加

◆周辺環境の変化

最近の関心事としては、まず「スマートフォンの次」がどうなるかということである。5G の時代になると、キーとなる通信端末を軸に、個別のデバイスへのスマートフォンの機能の分解が始まっていくものと考えている。当社としても、そこに対応していく必要がある。

Google Home や Amazon Echo が今、話題になっているが、当社でも以前似たようなことを考えたことがあった。3年ほど前に、スマートフォンから IRKit を通して赤外線家電をコントロールするという動きが出始めた。これからはスマホを超えるデバイスが普及していくと構想しているうちに、赤外線のみならず、各種のインターフェイスを持つ Amazon 等のデバイスが急激に拡大してきた。当社もそういった流れに対応した独自のコンテンツが必要であり、「乗換案内」を含めたコンテンツ拡大に取り組んでいる。

自動運転は、ヨーロッパではレベル 3 まで既に出始めている。レベル 4 になったときに、日本とヨーロッパは全く別の方式になる可能性があり、そこでは非常にハイパワーのコンピューティングが必要となる。自動運転になると移動手段、交通網そのものが大きく変化する。「乗換案内」の存在自体も、当社のソフトウェア・コンテンツも変化・拡大していかなければ時代に遅れてしまう。

画像認識に関しては、中国における急速な監視カメラの普及により、格段に安く高機能なものがあられ始めている。ガラケーがなくなるスピードは鈍く、スマートフォンも想定ほど伸びていない状況の中で、どこまで高機能・高価格なものが求められるのかということは冷静に見ていく必要がある。

◆「乗換案内」の状況

「乗換案内」の利用者は、有料会員と取り放題サービス利用者を合わせて、2017年9月現在37万人、月間検索回数は2億回超をキープしているが、有料会員が減少している。

現在、多言語版を拡大し、英語・中国語(簡体字・繁体字)・韓国語・タイ語・ベトナム語・インドネシア語が対応済みで、既にサービス提供を行っている。将来的にはインバウンド需要にあわせて強みとするべく、ロシア語・スペイン語・フランス語・ドイツ語・ポルトガル語・アラビア語に対応予定である。

また、高速バス予約サイト等を運営している大阪のベンチャー企業、リンクオブマインド(株)に出資。「乗換案内」から高速バスを直接予約できる「ジョルダンバス予約」を開始した。今後は決済機能の強化等を図り、より簡単に乗れるようにしていく。まだ予約できる路線数は少ないが、「チケットを買うなら乗換案内」を根づかせていきたい。LCCの予約サービスも開始しているが、利用実績としてはまだこれからという段階である。

「行き案内」アプリは、「乗換案内」との統合を始めつつある。「乗換案内」の「駅から駅」、「バス停からバス停」という使い方が、「行き案内」では「スポットからスポット」という使い方になる。そのために検索できるスポット数の拡大を図り、徒歩ルートまでわかるような形にしている。着実にダウンロード数は増加している。また、「乗換案内」でも「行き案内」と同程度のスポット数までサポートしようとしている。「乗換案内」のスポット数は2万件程度

だが、「行き案内」のスポット数は電話帳に掲載されている 500 万件程度なので、そこまで拡大していくに当たり、スポット検索等に関するさまざまな使い勝手の面での修正に取り組みながら、ユーザーの取り込みを図っていく。「行き案内」アプリをスマートフォンにプリインストールするメーカーも出始めている。

路線・コミュニティバスは更に拡大中である。現在、約 2 万 4,000 系統、約 650 社・自治体に対応している。未対応の主要路線バス約 40 社とも、鋭意交渉中である。

◆法人・自治体向けの展開

有料会員数が減少する流れの中で、自治体やバス会社の案件等法人関係では売上高は増加している。公共交通事業者パッケージ「MovEasy」を展開し、ホームページやスマートフォンサイトの提案を行っている。今期の導入実績は、南海りんかんバス、近鉄バス、京阪電車等がある。

その他法人向けサービスとして「乗換案内 Visit」を展開している。今期は、瀬戸内地域の観光情報を提供する、せとうち観光機構のサイト「瀬戸内 Finder」の案件を受託。瀬戸内海のフェリー情報を集めて情報提供を開始した。「乗換案内」の中でもフェリーを増やしている。

さらに、自治体向けにさまざまなアプリケーションを提供している。基本的には路線・コミュニティバスの対応拡大の流れから自治体の案件へと動いてきたが、そこに地域情報を入れ込んでいく。一例として、京都市山科区の公式アプリ「やましなプラス+」がある。当社はプラットフォームと「乗換案内」を提供し、自治体側でコンテンツや広告を集めて提供している。

これらを進める斬新な取り組みとして、地域情報を閲覧すると、閲覧した回数に応じて簡単なゲームができる仕組みを構築している。例えば、ニュース等を何回か見るとゲームができて、ナスのキャラクターが育って収穫でき、ポイントがたまる仕組みである。もう 1 つは万歩計で、歩いた歩数に応じてポイントがたまる。「やましなプラス+」は、歩数に応じてたまるポイントが年齢・性別により異なる仕組みになっている。集めたポイントは、現在 KDDI 系ポイント交換サービスと連携しており、航空会社のマイレージ、電子マネー等と交換できる。新しい地域メディアの 1 つとして、地域通貨の芽にもなっている。

ソフトウェアだけでなく、ハードウェアではユニークなサイネージをつくりながら、東京メロで実証実験を行っている。バスについても、いつ来るかがわかるロケーションサービスを安価に提供する GPS トラッカーシステムを試作中である。バスはあらかじめ通るルートがわかるため、緯度経度がわかればこれが可能となる。それらを用いて、「乗換案内」でのバスのロケーションサービスも広げようとしている。

グループ会社の状況は、海外航空券等を取り扱うイーツアーがてるみくらぶの倒産や北朝鮮問題の影響で売上が減少している。悟空出版はコンテンツが増えて、関係先とのネットワークもできている。コンパスティビーは好調に売上を伸ばしている。今後さらに伸ばしていくため、さまざまな媒体や広告プラットフォームとの連携の仕組みを構築している。また、音響関係のハードウェア分野進出に向けて、Kiwi(株)で Kiwi プレイヤーの量産試作が完成した。テレビ放送が地デジになって余った帯域を使ったマルチメディア放送サービスの「i-dio」が、現在は東京・大阪・名古屋等特定の地域で放送を行っているが、今後全国でサービスが開始される予定がある。Kiwi プレイヤーもこれに合わせて 2018 年 8 月に発売を予定している。量産試作は終了したので、現在はコスト計算、最終的な調整等を行っている状況である。

◆2017 年 9 月期経営成績

執行役員経営企画室長 岩田 一輝

売上高は 42 億 88 百万円(前期比 2.2%減)、営業利益は 4 億 58 百万円(同 17.4%減)、経常利益は 4 億 81 百万円(同 3.2%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は 3 億 36 百万円(同 34.4%増)だった。売上高、営業利益、経常利益が減少した一方で、親会社株主に帰属する当期純利益は大幅に増加した。

売上高、営業利益はそれぞれ約1億円減少。経常利益は、営業外の持分法投資損益の大幅改善により微減にとどまった。前期の特別損失が大きかったことから、最終利益に関しては3割以上増加した。

製品・サービス別の売上高の状況としては、海外旅行分野のイーツアーの減少の影響が大きかった。モバイルの有料サービスも、利用者数が取り放題サービスを含めて37万人となり減少した。一方で、広告と法人向けは増加傾向となっている。広告に関しては、スマートフォンアプリの広告の売上が大幅に増加した。法人向けは、ポータルサイト含め他社サイト向け等の売上が増加した。

利益に関しては、営業利益は旅行の売上減少の影響による仕入高の減少もあったが、全体的には体制強化のための人件費・外注費等の増加が大きかった。経常利益では、前期に多額の持分法投資損失が出たが、持分法適用会社の改善により今期は持分法投資利益の計上となった。親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に計上した評価損の減少と、法人税等の負担率の減少により前期と比較して大きく増加した。

◆2018年9月期業績見通し

売上高は今期並みの43億円を見込んでいる。営業利益は4億80百万円(今期比4.8%増)、経常利益は5億円(同3.9%増)の微増。親会社株主に帰属する当期純利益は今期に増加した反動により3億円(同10.9%減)の見込みである。

製品・サービス別の見通しは、今期とほぼ同様の傾向である。直近の状況を見る限りでは、モバイルと旅行は引き続き減少傾向が予想される。法人・広告は増加が見込まれ、全体として今期並みの予想である。

株主還元策は連結配当性向20%を目標にしており、2018年9月期の配当額は1株当たり13円を予定している。

◆質疑応答◆

法人・自治体向けの強化について、具体的に説明いただきたい。

自治体向けは、1つの自治体でよいサービスをする横にも広がる傾向がある。例えば、ある政令指定都市の交通局のシステムを一昨年当社が受注し、さまざまな提案を行っており、さらに次の大きな収益の発掘を目指している。

旅行の減収の要因と歯止め策について。

当社の本来の目的としては「乗換案内」から旅行の販売につなげていくことだが、今期は北朝鮮問題やてるみくらぶの影響を受けた。特化して思い切って旅行単体を伸ばす話もあるが、今のところは次のビジネス展開で例えばLCCとつなぐなど、現状の「乗換案内」ビジネスの延長上で新しいものを見つけていきたい。

「乗換案内」で位置情報を使ったゲーム等を活用する発想はあるか。

発想自体はあるが、そのためには組織のスタッフの質や構成から大幅に変えていく必要があるため、現状では具体的には考えていない。

今期・来期の収益の変化の兆候はどの分野に見えるか。

詳細はまだ申し上げられないが、業績を大振れさせるのは、インバウンド関連の企画がうまくいったときだと思われる。今期あたりから将来の収益化が見込めるような動きはしている。

決算の浮き沈みをどのようにとらえているか。

ここ 2～3 年微増・微減ということは横ばいと認識している。直近の数年を振り返ると、例えばガラケーが普及して有料会員が増加すると利益が倍々に増えたように、新しい起爆剤がないと持続的に増加することは難しい。今期は開発人員を増やし、次の大きなチャンスが出てくるときに勝負をかけようと考えており、それまでのあと 1～2 年は若干の横ばいは仕方がないととらえている。今はまだそこまでの確定した材料がない。

(平成 29 年 11 月 10 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

<http://www.jorudan.co.jp/ir/data/ir/accounts/meeting2017.html>