

2014年9月期決算説明会
質疑応答の要約

2014年11月7日（金）に開催しました2014年9月期 決算説明会における質疑応答の要約は以下のとおりです。

Q1. 女性向け健康情報サービスルナルナは過去からの実績がありますが、ヘルスケア事業全体における今後の規模感を教えてください。

A1. 当社コンテンツ事業の中で一番大きい規模である音楽系サービスと同水準の規模を達成できるよう目指していきます。

Q2. 株主の利益還元方針について教えてください。

A2. 総還元性向として中期的に35%を目安に株主還元を行っています。2014年9月期の総還元性向は32%となりました。今後も利益を拡大させながら、配当金については安定増配を行い、中期的に35%を目安に株式還元を行っていきます。

Q3. 10月の有料会員数の速報値を教えてください。

A3. 2014年9月中旬よりiPhone6が発売されましたが、携帯ショップでは品切れ状態が続いているため、足元の携帯端末の販売動向はそれほど活況とはいえません。携帯端末が売れていないということはスマートフォン有料会員数の新規入会数が増えておらず、フィーチャーフォン有料会員数が減少していることから、全体の有料会員数は微減となりました。

Q4. 2014年9月期上期実績と2015年9月期上期予想の営業利益は同水準ですが、その根拠について教えてください。

A4. 2014年9月期の上期では、第1四半期で携帯端末の販売動向が不振となったことから広告宣伝費が未消化となり、結果的に営業利益を計上することとなりました。一方、2015年9月期の上期では、有料会員の獲得を行うことにより広告宣伝費を投下するものの、有料会員数の積み上げができて同じ利益水準になるという意味で、今期の方が健全な形で利益が出るといえます。

Q5. 2015年9月期の業績予想の根拠について教えてください。当期純利益は税金が高く設定されているようですが設定の根拠について教えてください。

A5. 2015年9月末の有料会員数の目標を810万人としています。売上高については、携帯端末の販売動向が順調に推移したと仮定して達成できる見通しです。一方、利益の予想については携帯端末の販売動向が低調となれば、広告宣伝費は

未消化となるため、営業利益は比較的出やすくなります。連結利益への貢献度の

高いスゴ得、スマートパスは2015年9月期も好調となると考えていることから、営業利益の予想値を下回るリスクは低いと考えています。

当期純利益についても数値は保守的に見えています。業績の見通し状況により開示が必要となった場合には速やかにお知らせします。

Q6. 特別損失について発表されていましたが、その内容を具体的に教えてください。また、2015年9月期は同様の特別損失計上の予定はあるのでしょうか。

A6. 第4四半期の当社単体において、連結子会社の株式会社マイトラックスの株式について減損処理を行いました。同社の業績自体悪くありませんが、数年前に設定した事業計画との乖離が出てきたため、「関係会社株式評価損」として単体の特別損失に計上しました。

連結ベースでは上記の減損処理は連結消去されますが、「のれん償却額」が発生し、ソフトウェア除去損等とあわせて合計67百万円の特別損失となりました。

2015年9月期についても、特別損失の計上は全くないとは言いきれませんので、計画として相応に計上しています。

Q7. 営業拠点設置によるリアルアフィリエイト・ネットワークの人海戦術は、すでに完成形なのでしょうか。

A7. 2014年9月期下期からの営業拠点設置により、きめ細かな営業サポートが可能となり、携帯端末の販売動向が振るわなかった中でリアルアフィリエイト・ネットワークが奏功し、有料会員数を維持することができました。しかしながら爆発的な勢いとまではなりませんので、今後も改善の余地はあると考えています。特に付帯率については改善傾向にありますので、退会率の抑制についても継続的に取り組むことで着実に改善していけると考えています。

Q8. キャリア系プラットフォーム（docomo スゴ得、au スマートパス）向けの売上高が好調のようですが、2015年9月期もその動向は変わらないのでしょうか。

A8. キャリア系プラットフォーム向け売上高においても、携帯端末の販売動向に影響されますので、販売動向が好調であればスゴ得、スマートパスも好調に推移すると考えています。利益面での連結貢献度が高いビジネスであるため、着実に伸ばしていきたいと思っています。

Q9. リアルアフィリエイト事業ですが2015年9月期の見通しはどの程度でしょうか。

A9. 2014年9月期のリアルアフィリエイト事業の売上高については13.5億円であり、2015年9月期は保守的に見て前期並みの水準を予想しています。携帯端末の販売動向に大きく影響を受けるため、その販売動向が2014年9月期と同水準であれば、営業拠点の効率が上がっているので上ブレすると考えています。

Q10. 2015年9月期の広告宣伝費が未消化になりそうな場合、それでも積極的に消化していくのか、その度合いはいかがでしょうか。

A10. 有料会員の獲得はできると思いますので、結果的に広告宣伝費は消化していくと思っています。アフィリエイト・ネットワークの効果が出てくれば、広告宣伝費が消化されます。

Q11. 2015年9月期の第1四半期はどのような着地になりそうでしょうか。

A11. 足もとの状況を見る限りでは、販売動向が好調とはいえないので、第1四半期も利益が出やすいと思います。冬商戦期の勢い次第で利益の規模が決まると考えています。

以 上