

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代表取締役社長

乗換案内事業の強化と新規サービス展開を図る

◆社長の関心、およびビジネスの方向性

私自身の関心として「テザリング」を挙げたが、まず Wi-Fi ルータ付き端末がある。イー・モバイルでは 42M の Pocket WiFi が月額 3,880 円で売られている。これ自身は携帯の通話機能はなく、データ通信だけである。どのような使い方をするかというと、例えば、iPad を持っているときにその通信のためにつなぐ。私は NTT ドコモのスマートフォン、iPhone などいろいろ持っているが、回線状態の問題があり、3G の回線を使わずに Pocket WiFi の回線を使っている。NTT ドコモの携帯でも Wi-Fi モードで使うことができる。

イー・モバイルの Pocket WiFi S は Android の携帯と一緒に買った携帯電話内蔵型 Wi-Fi ルータ付き端末で値段は同程度だが、スピードが 7.2M で遅い。ノート PC も Wi-Fi で使えるので、あえてマンションのインターネットに月額 4,000 円も払う必要がない。これ 1 台持っていれば十分なので、最近は解約している人が多いのではないかと。

NTT ドコモでは Xi(クロッシィ)の 37.5M でサービスを始めているが、FOMA より料金は安い。回線の帯域の問題があるので、NTT ドコモとしては、スマートフォンは Xi のほうに逃がしたいのではないかと。

au の WiMAX は 40M で月額 6,440 円である。40M でもすんなりと動けば非常に速いので、携帯電話を 1 台持って、端末は好きなものを使える。日本独特の文化というか、みんながルータを持ちだした。

関心の二つ目は NFC(ニア・フィールド・コミュニケーション)である。私は NTT ドコモの携帯で REGZA Phone を持っているが、フィーチャーフォンの電子マネーを使っていた。Suica がスマートフォンで使えるようになったのは 7 月だが、7 月までは自分のスマートフォンは勉強用みたいな形で、日常生活ではフィーチャーフォンを使っていた。スマートフォンが FeliCa に対応し、モバイル Suica や Edy も使えるようになったので、そこからスマートフォンに完全に切り替えた。サツとかざすだけでデータ通信ができるというのは利便性がある。

Type A、Type B という NFC の規格があるが、これが世界標準になってきた。Android で Type A、Type B を搭載したモデルが一つだけ出ていたが、今月あたりからいろいろと出だす。FeliCa も国際規格になる努力はしているが、新しい形で Android 端末商戦が始まった。NFC がこれからワールドワイドに普及すると、日本のような電子マネーがワールドワイドに普及していくだろう。来月、日本では GALAPAGOS が出て、ワールドワイドにワットと普及していくかもしれない。日本は先行していたが、世界標準にならないために遅れていく。そうはいつでも、これだけのコンシューマー文化を持っている国はほかにないので、それはそれで割り切って、さらに一層こういうスタイルを加速しているものと思われる。

Android 端末に NFC が入ってきてすばらしいのは、リーダーにもなることである。電車の中で旅費精算をするとして、ハード的には Android 端末に Suica をパツとかざせば済むはずである。当社も何回かそういうビジネスにトライしたが、リーダーが高いことが問題であった。今は Android の端末自体がリーダーになるので、リーダーへの投資は必要ない。

当社の業績を語る上で、フィーチャーフォンからスマートフォンへ、どういう動きが始まっていくかというのが悩ましい問題であるが、思ったよりスマートフォンの動きが速い。震災とかいろいろな問題に出遭っているが、スマート

フォンへの対応は当社は早かった。そのせいもあってユーザー数も非常に増えている。

NTT ドコモのユーザーがスマートフォンに替えようとしたときにどういうことが起こったかという、i モード契約が全部そこで終わってしまう。スマートフォンで新しいソフトを買おうとすると、アドレスを Google に登録しなくてはいけないという問題がある。少しずつ改善はされているが、初めの段階ではアプリを買おうとしても、Google の決済、Android マーケットの決済を経由しないと買えなかった。そこで NTT ドコモは 11 月 18 日、d メニューをスタートさせた。今までの i モードのマイメニューはそのまま d メニューに引き継がれる。また、i モード契約は SP モード契約に自動的に引き継がれる。今までの NTT ドコモのメニューはどうなるのか、新しい機種だけでいくのかという話はまだ想像の段階でよく分からないが、そういう流れでいろいろ動き始めている。

ジョルダンの最近の取り組みとして、まず一つは「ジョルダン ID ですべてのサービスを」を掲げている。Android アプリで無料版・有料版をつくり、iPhone アプリでも無料版・有料版をつくり、サイト版でも無料と有料がある。その根っこには当社のプラットフォームはすべてジョルダン ID で動くというという仕掛けがあり、ジョルダン課金の仕組みをつくっている。

そういうプラットフォームづくりをやりながら最も頑張ったのは、当社の本業である乗換案内機能の強化である。中でも震災後のダイヤ反映である。震災によって計画停電とか電車の情報へのアクセスが増えたが、その一山が終わったらアクセスが減り始めた。なぜかという、実際のダイヤが対応していないからである。震災後のダイヤの乱れに関して情報提供業者が対応できないためにダイヤが狂っているという情報が出たので、初心に戻って取材からやり直した。もともと自分たちで取材するところから始めているので、方法論やシステムを持っており、当社の対応が一番早かったと思う。コンテンツについてはバスの拡大も一生懸命やっている。

乗換案内の会員数・アクセス数の推移を見ると、有料版は減少し、無料版のアクセスが増加している。今後、スマートフォンで有料版が立ち上がってくると有料会員は増加していくと思う。

新しいサービスとして「ジョルダンノート」と「ジョルダンチャット」を始めた。「ジョルダンノート」のほうは思いついたことを何でもアップしていき、データベースをつくらうというもの。「ジョルダンチャット」はグラフィカルなインターフェースのおもしろさで、クローズな人たちの間でやりとりができる。「仲間とチャタろう」というコンセプトだが、震災で買い物ができなかった際に非常に有効だった。「ジョルダンニュース！」はスマートフォンに移行し、スマートフォンでサービスをしている。

「ジョルダンスクール」というのも、じきに登場する。算数の問題を 5,000 問ほど、5 問単位に分けてつくっている。子どもだけでなく大人の頭の体操になることも始めている。

トラベル事業では、「PC・スマートフォンで宿の予約ができる」というのをベンチャーリパブリックとの協業で開始した。サイトに行って、ID、パスワードを入力するのは面倒なので、ジョルダン ID だけで全部できるようにする。PC との連動を始めて、年内にはスマートフォンにリンクできるようになる。航空券の予約も同じようなやり方でできないかと考えている。将来の夢としてはジョルダン ID でチケットが買えるようにする。これは相当意識して、この 1 年は走っていく。公共交通機関との調整が必要かもしれないが、当社としては日本を便利にしていきたい。乗換のユーザーを増やしておいて、そこから買えるという文化をつくっていきたい。

最後に「デジタルフォトフレームでコンテンツ提供」であるが、地域に焦点を絞っており、NTT 東日本のデジタルフォトフレームで自治体をベースにいろいろなアプリを納めている。函館市では市民にフォトフレーム端末を提供しており、函館市の情報が見られる。例えば、「ごみの日」というボタンを押すと、ごみに関する細かい情報が出てくる。

最近、「見守りサービス」というサービスを立ち上げた。地域に焦点を絞ったときに、老人の一人世帯をどうするか。「お薬タイマー」という時間を設定しておく、「午前 8 時、食後に薬を飲みなさい」という画面が出る。「飲んだ」にタッチすると画面は消える。それによって、その人が健在であることが分かる。これは自治体と一緒に広げている。

一家に 1 台こういう端末を置けるかどうか分からないが、地域のコンテンツに焦点を絞り、タウンガイドを拡大し、

それがまたジョルダンの乗換案内全体として全国的に拡大できないかと考えている。

◆2011年9月期の経営成績

執行役員経営企画室長 岩田一輝

連結実績は、売上高 47 億 38 百万円(前期比 3.7%増)、営業利益 6 億 42 百万円(同 5.8%減)、経常利益 6 億 51 百万円(同 4.6%減)、当期純利益 3 億 16 百万円(同 11.5%減)となった。売上総利益は 25 億 38 百万円(同 5.2%増)となったが、販管費が 18 億 96 百万円(同 9.5%増)と増加したため、営業利益の減少につながった。当期純利益については、子会社株式や投資有価証券の評価損を計上したことの影響により前期比で減少している。

製品・サービス別の売上高は、乗換案内事業が 38 億 4 百万円、マルチメディア事業が 8 億 25 百万円、その他が 1 億 8 百万円となった。マルチメディア事業が 59.8%増と大きく伸び、全体の売上増加に貢献している。

売上高の変動要因として、乗換案内事業は携帯の有料サービス「乗換案内 NEXT」、「乗換案内 Plus」を合わせて 2011 年 9 月末会員数が約 57 万人となった。法人向け「ジョルダンクラウド」の売上増加や、前期からの法人売上の計上方法変更の影響により、法人向け売上が増加している。マルチメディア事業は子会社の(株)エクスプレス・コンテンツバンクによる「アクセス BOOKS」、「つかえるえもじ」の会員数が増加している。

利益については、法人向け売上が増加したこと、マルチメディア事業では引き続き損失は発生しているが前期に比べると改善しているため、全体としては利益増加の要因になっている。減少の要因としては、スマートフォンへの移行など将来への先行開発等の増加、ポイント引当金計上、子会社株式・投資有価証券の評価損などである。

◆2012年9月期業績見通し

売上高は 48 億円(前期比 1.3%増)、営業利益は 6 億 50 百万円(同 1.1%増)、経常利益は 6 億 55 百万円(同 0.5%増)、当期純利益は 3 億 40 百万円(同 7.3%増)を見込んでいる。

乗換案内事業は、携帯からスマートフォンへの移行のため見通しはよくない。モバイル向け「乗換案内 NEXT」やスマートフォン向け有料アプリ「乗換案内 Plus」の会員獲得に努めていくが、次年度は移行期の段階にとどまるものと思われ、携帯は 17 億 20 百万円(同 2.9%減)としている。マルチメディア事業は増加傾向にあるので 8 億 70 百万円(5.5%増)を予想している。

株主還元策として、自己株式の取得については、資本効率の向上を図るとともに、企業環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため実施する。取得する株式総数は 6 万株、金額で 30 百万円を上限とし、期間は 2011 年 11 月 17 日～12 月 16 日である。また利益還元では、連結配当性向 10%を目標に、来期も 1 株当たり配当額は引き続き 8 円の予定である。

◆質疑応答◆

Android アプリ、iPhone アプリ、サイト版という形で課金がスタートしているが、その目標とする比率を教えてください。

当社としてはどれを使ってもいいというスタンスなので、iPhone が普及すれば iPhone になり、Android が普及すれば Android になる。どういうプラットフォームでも使えるようにしていくが、サイトで使う人が増えるのではないと思う。アプリのダウンロードはハードルが高いことと、乗換案内を検索するには Web で十分であるためである。

乗換案内の会員数 57 万人の中にはスマートフォンの数字も入っていると思うが、比率を教えてください。

今のところスマートフォンが約 2 万人、残りはフィーチャーフォンで登録していただいた方である。

足元の無料版のユニークユーザーはどのような割合になっているのか。

無料については、月に 1 回は使った人という意味でユニークユーザーを数えていくと、フィーチャーフォンから約 410 万人、スマートフォンは約 360 万人である。

Android アプリと iPhone アプリはどちらがユーザー使用が多いのか。アプリとサイトのコンテンツではユーザーリテリはだいぶ違うのか。

今まではアプリベースの人がほとんどなので、これからキャリアのメニューの中から Web ベースのものが出てくる。当社としては有料版の会員はどちらも使えるキーをつくっている。

(平成 23 年 11 月 15 日・東京)