

## 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

### デジタルサイネージでハードウェア領域に参入、さらなる拡大をはかる

#### ◆Google における変化

Google は、2015 年 10 月に持ち株会社 Alphabet Inc. を設立し、Alphabet が Google Inc. を含む子会社を保有する構成となった。グループ全体の時価総額は、5 月 10 日現在で 6,600 億ドル、約 75 兆円で、トヨタ自動車の 3 倍強である。Google マップに「乗換案内」という言葉が使用されていることから、当社と Google の領域は重なっていると言える。Alphabet 誕生とともにさまざまな動きが出てきているが、そのうちの 1 つが Google マップのデベロッパー向け無償利用のルール変更である。Google マップはもともとは誰でも無償で使用できたが、2012 年に有償化が始まった。当初は 1 日のリクエスト回数上限 2 万 5,000 回を 90 日連続で超過した場合のみが対象であったため、該当ケースは多くはなかった。しかし 2016 年 10 月から、2 万 5,000 回を 1 日でも超えると有償となり、有償版の契約をしていない場合、Google のサーバー側で地図の表示がストップされることとなった。これにより、自社サービスの中に Google マップを埋め込む形で利用している場合などに、地図が表示されなくなるケースが生じ、波紋を呼んでいる。われわれが構築サービスを提供している自治体のアプリ等にも Google マップを埋め込んでいるものがあり、現在、有償版契約を行うなどしつつ今後の方策を検討中である。

#### ◆最近における当社の事業展開

デバイス自体の出荷台数は減り始めているが、内訳としてはスマホが 80% を超え、契約者数でもスマホが約 60% となった。モバイル向け「乗換案内」の有料サービスの利用者（有料会員プラス取り放題サービス等での利用者）は若干減少したものの約 42 万人を維持している。また、当社の大きな事業展開としては、新アプリ「行き案内」の開発・提供を進めてきた。約 1 年前にマーケットに出して以来、徐々にブラッシュアップしてきたが、新たな iOS 版のリリースで利用の際の大きな問題はなくなり、当初の目標を達成できた。当社では駅の出口と道路の方向の情報を網羅しており、「行き案内」では GPS を活用して駅の出口と出発地・目的地等の特定の場所の間の道順を示している。現在、電車との接続性なども合わせた案内表示に取り組んでいる。このアプリのリリースによって地図の領域に進出したが、ゆくゆくは「乗換案内」アプリの機能の 1 つとして組み込みながら、さらなる開発を進めたい。各社が同様の取り組みを行っているが、音声・テキストでの案内を充実させるなどブラッシュアップを進め、移動のためのアプリのナンバーワンを目指す。また、現在、マンションなどの住所は敷地の真ん中の座標で表示されているが、通常、入り口は道路に面したところにある。そのようなところまで「行き案内」では一部対応できているので、情報の精度をさらに上げ、「乗換案内」に入れ込むことも予定している。

バスに関しては、バス会社が全国に相当数あることから、これまで情報収集に苦心してきたが、地方自治体のアプリ構築作業の一環として自治体の協力なども得ながら対応範囲を拡大し、現在、路線バスの対応社数は 623 社、対応系統数は約 2 万 4,000 系統となった。主要路線バス会社は残り約 40 社で、現在鋭意交渉中である。当社が集めた情報は Google や Apple にも提供している。

法人向け展開は 2 方面から進めている。1 つは公共交通事業者向けパッケージ「MovEasy」で、当第 2 四半期は

近鉄バス、京阪バス、京阪電車、阪急バス、阪神バス等の新規導入があった。東京オリンピック・パラリンピックを見据え、多言語化の充実にも取り組んでいる。

もう一つは、地方自治体向けのクラウドサービス基盤「Jorudan Style」を軸に、自治体のアプリ構築のサービスを強化している。当第2四半期は秋田県での導入があり、またゴールデンウィーク前には長野県観光・交通案内アプリ「信州ナビ」の提供が始まった。長野県のケースでは、多言語を意識しながら観光地情報、モデルコース、公共交通機関での行き方の案内などを網羅している。

また、前期から両備グループへハードウェア自体を含めたデジタルサイネージの提供も行っている。ハードウェアはこれまで当社の領域外であったが、コンテンツ主体に考えた場合に標準的なサイネージでは実現できない部分が多くあったため、新たな発想のサイネージを開発した。現在、東京メトロが門前仲町駅と豊洲駅で行う実証実験向けに提供を行うところである。

そのほかのグループ会社の近況である。イーツアー(株)は以前は海外航空券単体を扱っていたが、近年は海外ホテルをセットにしたパッケージ販売も行っており、近日中には海外ホテル単体の予約も可能となる。(株)悟空出版においては継続的にさまざまなタイトルの出版を行っている。また、コンパスティビー(株)では、「乗換案内」の広告販売を主として行っており、当第2四半期は過去最高売上を達成した。Kiwi(株)ではハイレゾに対応した新たな音楽プレーヤーを開発中である。2017年内にはV-Lowマルチメディア放送でハイレゾ級放送がスタートする予定のため、それに合わせて試作中である。来年早期の販売を目指す。

## ◆2017年9月期第2四半期決算実績と通期の見通し

執行役員経営企画室長 岩田 一輝

2017年9月期第2四半期累計期間の売上高は22億99百万円、営業利益は3億41百万円、経常利益は3億42百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益は2億13百万円であった。売上高および営業利益は微増、経常利益は1割弱の増加となっている。四半期純利益は2割増となった。

売上高の内訳では、乗換案内事業が増加している。特に検索連動の広告において鉄道会社、デベロッパー、百貨店などへの営業活動を強化した結果、販売が順調に推移した。また、飲食店向けのサービスに関しても法人向けの新規案件の獲得などがあった。マルチメディア事業に関しては出版がメインであるが、新刊のタイトル数が前年同期比で減少し、若干のマイナスとなった。その他に関しては、案件の納品等順調に推移した。

営業利益は、売上高の増加とともに人員増強等により販管費が増え、大きな伸びとはならなかった。経常利益に関しては、現在5社ある持分法適用の会社について、各社が少しずつ改善するような形で持分法投資損益が改善した。四半期純利益は、投資有価証券売却益の発生などがあり2割増となった。

当第2四半期に自己株式の取得を2回実施している。

通期の業績に見通しについては、昨年11月の発表から変更は行っていない。当第2四半期の予想についても、売上が少々上振れした以外は、おおむね見込みどおりに推移しており、通期の業績についても現在のところ大きな変動要因の発生は予定していない。当第2四半期の実績と傾向は同様で、前期対比で売上高、営業利益は微増、経常利益は1割、四半期純利益に関しては3割増を予想している。売上の内訳に関しては、第2四半期までの状況等を踏まえて見直しを行ったが、売上高44億円については変更していない。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**乗換案内のコモディティ化などを踏まえ、今後のサービスの方向性など中長期的な展望を教えてください。**

例えば「乗換案内」とチケット販売を連動させることを考えており、鉄道会社とも話をした。今後、販売実績を積んで事業を進めたい。また、国内 LCC の検索・予約をトライアルで始めたところであり、今後は高速バスに進出することも視野に入れている。また、来たるべき高齢化時代において生じる移動に関するさまざまな問題、また地方独特の問題について自治体や交通事業者などと一緒にソリューションを探っていく。

デジタルサイネージで参入し始めたハードウェア事業では競合も多く、現在のところ必ずしも理想的な状況では進んでいないが、新しい事業の軸としていくために、新たなデバイス開発の検討などを行っている。ハードウェアの展開は中長期的な大きな方向性の 1 つであると考えている。

**乗換案内のアルゴリズムをほかに応用する研究はしているか。**

経路のアルゴリズム自体はそれほど特殊なアルゴリズムではない。「乗換案内」で培ってきた大都市交通網のデータやノウハウと一緒にできているところが大きい。

**以前、Uber について話があったが、現状の見解は。また、宅配便の人手不足などが社会問題化しているが、そういった分野に対してどう考えているか。**

Uber については、日本モデルには合わないという考えに至った。Uber は現在配達業務にも進出しているが、自治体などでも配達に関する話題はさまざまな形で出てきており、われわれとしても解決策を模索し新しいトライアルを行いたい。移動に関することはすべてわれわれのチャレンジ分野として考えている。

**サイネージの今後の展開は。**

当社はサイネージで表示するコンテンツの面ではある程度のデータを所有しており、デバイスとしても独自の要素を盛り込んでいる。大手企業との契約ができればさまざまなことが可能になると考えており、現在、提案中である。東京オリンピック・パラリンピックの際に多くの人に利用してもらいたいという夢はある。

**高速バスについてはどう考えているか。**

高速バスに関して現在、数社の大きなサイトはあるが、ルートやチケット購入方法は必ずしもわかりやすいとは言えない。今あるところと組んで、そういったところをシンプルにしながら展開していければと考えている。

**高速バスについて近々リリースがあるのか。**

はっきりは言えないが、そういった方向性で進めてはいる。

**一般の利用者の移動情報をビッグデータとして活用してマーケティングの分野に入ることや、人の移動に関して定点観測したデータを売るといったことの可能性はあるのか。**

検討は始めている。

(平成 29 年 5 月 12 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>