

2022年8月期質疑応答 (2021/10/22)

- Q. セカンダリー事業を安定的な収益源にするという話が以前あったかと思うが、2022年8期は他社の受注、運営ではなく自社メディアの開発により注力していくと考えた理由はなにか。
- A. 当社事業における自社メディアはデジタルコンテンツ事業内における「占い関連」のメディアと、2022年8月期より本格化する「SNS関連」の2つ。占い関連のメディアに関してはGoogle社のアルゴリズム変更の影響が大きい。占いコンテンツへの「送客」という役割の重要性が高まっている。SNS関連に関しては、もともとXR/SNS事業で自社開発のシステムを他企業サービスに提供しようと考えた理由が、運用ノウハウの蓄積をするためだった。1年ほどの提供の中で、運用ノウハウが蓄積されてきており、自社サービスを展開するタイミングが来た。
- Q. 広告宣伝に関して効率化を進めたとのことだが、来期以降についても下期同様の売上高広告費比率となるとみてよいのか。
- A. 2020年8月期の業績は非常に苦しいものだった。これを受けて2021年は主要事業である占い関連について組織の一体化を図ってきた。その結果、売上高広告費比率を効率化させることが出来た。今後に関しても、デジタルコンテンツ事業に関して言えば、維持していけるだろうと考えている。
- Q. SNS事業について、貴社のプラットフォームを他社が活用するとのことだが、これは月額制の定額サービスをイメージすればよいか。それとも利用するデータ量などで変動するものか。また、自社サービス2本の開始を予定とあったが、具体的にはどのようなサービスか。
- A. 従来行ってきた他社へのシステム提供・企画運営サポートサービスについては、売上高の50%をいただいている。今後展開する完全自社のみで運営するサービスについては当然自社でプロモーション費用などの一切を負担するので費用は掛かるが、全額が当社の収益になる。

Q. 占いは現在、ブームとの認識か。

A. 最近は占いを題材とした TV 番組があり、「人気」の占い師に関しては、なかなか直接鑑定してもらうことが出来ないため、コンテンツの利用につながっている。また、電話やチャットにより 1 対 1 で鑑定対応する One to One サービスにおいても知名度がある人はやはり売上への影響を感じる。一方でそれほど知名度があるわけではない場合については売上に変化・影響が出ていないことから、本格的なブームというわけではないだろうと感じている。これまであった占いブームとは様相が違う気がしている。

Q. 子会社での SNS 事業の収益状況や顧客の反応を教えてください。

A. 今年の 7 月にお客様のサービス上で大きめのイベントがあった。この影響で 7 月に 1,000 万円程の売上があり、翌月のイベント最終日には当社売上で 500 万円程となった。ユーザー同士の交流がメインのものよりもキャスト・インフルエンサーのような存在がいてフォロワーがいる、そしてそのキャストがフォロワーとサービスを盛り立てていくことが重要な要素となると感じた。自社サービスではその点を生かしていく。

Q. ここ 6 年間ほど利益が水面を行ったり来たりだが、この間で得たことが、今後の事業にどのように生きてくるか。

A. サービス毎に特徴をつけて、その特徴毎に運営を強化するということがやはり重要であると学んだ。ご指摘の通り、ここ数年は収益がさがるなか、1 対 N 向けの占いコンテンツのサービスをどのように回復させればいいのか模索を続けてきた。これに対し、ユーザー一人一人に個別的な対応をする 1to1 サービスを強化し、安定的に成長させてきた。今後は SNS 事業なども本格化するが、サービス毎の特徴をはっきりとさせ、その特徴に沿った運用を進めていく。

Q. 今後の成長ドライバーはどのように考えておけば良いか。

A. 今後に関しては、やはり One to One 事業の需要がやはり伸びていくと感じている。そのため、配信先となるプラットフォーム企業様との連携を深めていきたいと考えている。また、SNS 事業についても重要視している。

- Q. 占い市場の足元状況と今後の拡大余地をどのように分析しているか。ユーザー数・単価・頻度などを踏まえて解説してほしい。
- A. デジタルコンテンツの一人当たり課金単価は3~4,000円ほど。1 to Nサービスのユーザー（会員数）に関しては、底を打ったとは考えているものの、減少傾向を感じている。一方でOne to Oneに関しては伸びている。
- Q. 占い以外の事業推進による売上、利益貢献してくる時間軸の見通しを知りたい。
- A. One to One事業の非占いサービスである「きゃらデン」に関しては2022年8月期に貢献すると考えている。XR事業に関しても、受託を増やししながらスマホ展開を進める予定であり、収益貢献があると考えている。一方、SNS事業の利益貢献は2023年8月期と考えている。
- Q. 来期収益について、具体的にどの事業の収益増を見込んでの数字なのか。また、XR事業とSNS事業へどのくらいの投資を見込んでいるか。
- A. 売上に関してはデジタルコンテンツ事業で約3億、One to One事業で1億円の増加を見込んでいる。つまり、増加分のほとんどが既存の事業の増加となると考えている。一方、営業利益においてはデジタルコンテンツ事業で約1億5000万円、One to One事業で約5000万円の増加を見込んでいるが、SNS事業サービス開発に約7000万円、プロモーションに約1億を見込み、業績予想数字に反映させている。
- Q. 当期の四半期推移は3Q以降に業績が伸びたとのことだったが、以前、占いコンテンツについては比較的上半期に繁忙期があり、2Qの業績が良くなる傾向があったかと思う。変化が生じているということか。また、来期数字について上期偏重などの傾向はあるか。
- A. 従来からデジタルコンテンツは特に年末年始に売上が増加する傾向があり、これは変わっていない。2021年8月期については、年末年始は不調だったが、一方で5月の連休も売上が増加する傾向にあるが、5月のコンテンツに関してはヒットが出たため、下期の収益が伸びた。2022年8月期に関しては、デジタルコンテンツ事業は年末年始と5月の売上を強気に、One to One事業は通年安定して増加を見込んでいる。一方で、SNS事業のプロモ費用が3Q以降に開始する予定のため、これが下半期利益をした下げる要因になると考えている。

Q. 著名な占い師のコンテンツについて、どのように占い師を確保し、収益体制としてはどのようなになっているのか。(説明会内未回答)

A. 占い師の獲得に関してはとにかく営業を強化するしかないと考えている。これまではコンテンツを制作する部署と営業との連携足りず、ニーズをはじめとする情報の把握が十分ではなかった。これに対し、組織間の連携を高め、これから有名になりそうな人物の把握と獲得を強化していく。

占い師の方にはロイヤリティとして売上に対し一定の料率をお支払いしており、当然コンテンツの収益が増加すれば、お受け取りいただくロイヤリティも増加する。双方が積極的に協力関係を築いていけるよう営業人員の増員や教育にも注力していく。

以上