

**【2024年10月25日開催】**  
**2024年8月期 決算説明会 質疑応答（要旨）**

- Q01. 新規事業に関して撤退・損失計上を繰り返しているように見受けられる。今回また新規美容アプリを開発するとのことだが、再び特別損失を計上することになるのではないかという懸念がある。これについてどのように考えているか。
- A01. 新規事業の推進については、4,200万円（ヘルスケア・医療分野に関する検討を含む）のコストをかけて検討した。これには新規美容アプリの市場調査、プロトタイプの開発費も含まれているが、過去にここまで事前リサーチに時間とコストをかけたことはなかった。慎重に検討して、そのうえで大丈夫だと確信をもって推進を決定しており、CarryGo!のように、収益化まで更に4~5年の時間がかかりそうな事業については、コンサルタントも入れて検討したうえで、撤退という判断をしたが、本件新規美容アプリについては、将来的に（収益計画との大幅な乖離により）減損損失となる可能性はほとんどないと見込んでいる。開発も進めていくが、償却費負担が大きくならないよう（システム開発費の検討・進捗管理等について）改善していく。一方、韓国コスメ E「コリエル」については、韓国コリエル社提携し、インフルエンサーマーケティングを進めており、十分手ごたえを感じている。従って、その他事業（2025年8月期においては美容関連事業）における、特に新規美容アプリに関しては、撤退はないとみている。なお、韓国コスメ ECについては、（美容関連事業推進において）インフルエンサーマーケティングをやる上で非常に重要となると考えているが、万が一、あまりにも売上が上がらないという状態となったとしても、開発費等は償却が完了しており、商品在庫も抱えないビジネススキームであることから、特段撤退する理由はなく、（費用をおさえ、粛々と）続けていくことになるだろう。そのことを踏まえても、やはりその他事業（美容関連事業）からの撤退はないと言える。
- Q02. 中期経営計画では「その他事業」の売上が伸びていく計画のようだが、これは新規美容アプリの売上によるものか。売上が伸びる要因は何か。
- A02. 2026年8月期については、その他事業の営業利益は4,500万円を計画している。この内訳としては、韓国コスメ EC「コリエル」の営業利益が1,800万円、新規肌アプリの営業利益が2,700万円と見込んでいる。

## Q03. 【質疑応答終了後にお受けしたご質問】

2026年8月期にかけて増収増益となっているが、妥当性について示してほしい。(増収増益となる根拠、数値の妥当性)

A03. 2026年8月期の占い事業売上見込み：22億6,200万円は、2022年8月期の20億7,600万円を、月次ベースで1,600万円上回る数字。占い事業については、直近の月次推移をみるに、デジタルコンテンツサービス・電話/チャットサービスいずれも、売上の底を打ったと言える。自社メディアが期首には1,100万円/月ほどであったところから直近は1,500万円/月に増加しており、電話・チャットサービスについても、一時は約5,600万円/月であったところ、直近では約6,100万円/月まで回復、数字を伸ばしている。2024年8月期は新規コンテンツの制作本数を絞りすぎた一方ヒットコンテンツがなかったことが売上に影響したが、2026年8月期には年間12本製作体制へと戻すことも踏まえ、妥当だと考えている。

エンタメ・マッチングサービスについては、売上が立たず、利益を押し下げていたサービス2つ(OneRoof、CarryGo!)から撤退し、LoungeRange赤坂見附店の店舗固定費の償却についても2024年8月期に減損し、特別損失として計上していることから、2024年8月期に掛かっていた費用は無くなる。サービスとしては、ほぼ「きやらデン」のみとなるが、現状、700~800万円/月の売上があり、8月には単月黒字化もしていることから、課金形態の見直しやChatGPTを含むシステムによる効率化により、徐々に収益貢献するとみている。

その他事業については、Q01に回答のとおり、過去と比較して圧倒的に検討に費用と時間をかけて、推進を決定しており、2025年8月期にはシステム開発費6,900万円その他、広告宣伝費を鑑みて9,000万円の営業損失を見込んでいるものの、2026年の収益につながる先行投資とみている。

※ 回答に出てきた企業名等については、敬称を省略させていただいております。

以上