

【2026年4月21日開催】
2026年8月期 中間決算説明会 質疑応答（要旨）

Q01. 以前、貴社のユーザー層は20代後半～40代後半の女性がメインだと話されていたかと思うが、データビジネスを行うにおいては特定一部のように思われる。どのような業種をターゲットとしているのか。

A01. データマーケティングについては、基本的には広告宣伝に資するマーケティングとして展開していきたいと考えております。その前提として、現在、YouTubeチャンネルやオウンドメディアを立ち上げており、これらをデータ取得のプラットフォームとして活用しております。加えて、TikTokやMetaなどにおけるショート動画の配信を通じて再生数を伸ばし、その中でユーザーデータを蓄積していく取り組みを進めております。

これらの取り組みにより、従来を中心とする女性ユーザーに加え、男性ユーザーのデータ取得も可能になると考えており、特に今後は、一定程度男性ユーザーもターゲットとして取り込むことで、ユーザー分析の幅を広げていきたいと考えております。

また、ユーザー層についても、これまでの20代後半から40代後半の層に加え、Z世代などの若年層への拡張も進めていく方針です。

このように、男女および世代の幅を広げながらデータを蓄積し、最終的には広告宣伝領域において活用できるデータビジネスへとつなげていきたいと考えております。

Q02. 営業キャッシュの縮小がここ数年続いているようだ。新規コンテンツはリリースしてみないと分からない部分もあるかと思うが、業績回復の見込み時期とその根拠あるいは前提等について伺いたい。

Q03. 黒字浮上の目処は、どうなったら立つか。

A02. ※Q02.およびQ3.について合わせて回答※

A03.

業績については大変ご迷惑をおかけしており、深くお詫び申し上げます。本件については、大きく2つの観点から説明申し上げます。

1点目は、既存事業の収益回復についてです。特にデジタルコンテンツおよびOne to One、なかでもLINE占いチャットの収益がしっかり回復するのかが重要であると認識しております。

既存事業のうち、デジタルコンテンツについては、市場全体として縮小傾向にはあるものの、現在は占いのデジタルコンテンツを積極的に制作している企業が少ない状況でもあり、やり方次第ではまだ成長の余地が十分にあると考えております。そのためには新規コンテンツの投入が非常に重要であり、あわせてプロモーションの手法も見直し、悩みを抱えるユーザーにしっかりと訴求していくことが重要と考えています。その上で、無料占いから有料占いへと自然に遷移する導線、すなわちユーザーに合った無料体験を提供し、続けて「見たくない・買いたくなる」有料コンテンツへ誘導する仕組みを構築してまいります。

また企画面においては、ターゲットとなるユーザー層のニーズ自体は引き続き存在しており、減少しているわけではございません。従来のような文章中心のコンテンツでは差別化が難しくなっているため、動画や漫画

を活用し、分かりやすさとエンタメ性を持たせながら納得感を提供するコンテンツ作りにシフトしてまいります。これらの施策により、デジタルコンテンツについては今期中の復活を目指しております。

もう1点は、新規事業がいつ頃収益化するのかという点です。

新規事業についてですが、まずはROIを重視し、確実に収益につながる領域から着手してまいります。現在は、企業からのニーズが高い占いイベントを積極的に展開し、これにより知名度の向上と占いのIP化を推進していく考えのもと事業を進めており、来期中の新規事業の黒字化を見込んでおります。

一方で、AIを活用したデータ分析など高度な取り組みについても重要であると認識しておりますが、これについては段階的に進める方針であり、当面は大きな設備投資を必要としない比較的シンプルな施策を優先してまいります。また、従来からのサービスであるキャラ電や電話占いについても、既にシステム投資を行っており、占い師の稼働状況の可視化などを通じてさらなる成長余地があると考えております。

以上を踏まえ、収益面につきましては、2027年8月期の下半期には黒字化を達成するべく取り組んでまいります。

※ 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