

【2026 年 10 月 23 日開催】
2026 年 8 月期 決算説明会 質疑応答（要旨）

Q01. 資金調達後の手元資金について、今後の借入返済、成長投資、株主優待費用を踏まえ、追加の株式発行や新株予約権の行使に依存せず、どの程度の期間の事業運営を賄える見通しでしょうか。また、赤字が続く中で年間 1 億 5,000 万円の株主優待費用を維持する効果をどう検証し、事業投資との優先順位を判断していますか。

A01. 年間約 1 億 5,000 万円の株主優待費用は、大変大きな負担であると認識しております。現状、赤字が続いていることも踏まえ、一定の期間内に株主優待の金額を減らしていくことと、成長事業への投資を早期に収益につなげることが必要だと考えております。また、借入金については、順次返済を進めておりますが、そのうえで、経営上特に重要と考えているのは、株式によって調達した資金を、今後の事業成長にどう活用していくかという点です。

従来の古いコンテンツだけで今後も成長を続けることは難しく、まずは既存事業の構造改革を行う必要があります。それと同時に、新規の成長事業への投資をしっかりと進めていくことが重要です。

なお、新規の成長事業については、前期から既に準備を進めており、年内、現時点では 12 月を目途に発表できると考えております。こうした事業に資金を振り向け、成長を実現することで、企業価値の向上につなげていきたいと考えております。

株主優待に頼ることなく、早期に成長事業を軌道に乗せ、事業の成果を通じて株主の皆様にも評価していただける会社にしていくことが、最優先の課題だと考えております。

Q02. 生成 AI が進化して利用者に浸透してきている中で、占いなどの「人間らしい何かに頼りたい」「すがりたい」というニーズ・需要に対して、大きな変化が起きてきている、あるいはこれから起きてくるとお考えでしょうか。現時点での社長のお考えをお聞かせください。

A02. 生成 AI については、当社でも積極的に活用しております。これまでの IT の発展と同様に、AI にも正の面と負の面の両方があり、今後、それぞれの影響がさまざまな形で現れてくると考えております。

一方で、人間が感情を持ち、悩みを抱えること自体は変わりません。恋愛はその最たる例ですが、誰かに相談したい、気持ちに寄り添ってもらいたいというニーズは、AI が普及してもなくならないと考えております。その意味で、占いは今後も必要とされる分野であるというのが、私の基本的な考えです。

ただし、従来と同じデジタルコンテンツを、そのまま提供し続ければよいということではありません。利用者のニーズを起点とする「マーケットイン」の考え方で、コンテンツやサービスを見直し、構造改革を進めていく必要があります。

それと同時に、占いイベントや BtoB への展開を進め、プロモーションの方法についても、マーケットインの発想に切り替えていきます。こうした取り組みによって、AI 時代においても競争力を発揮していけると考えております。

Q03. 主力の占い事業について、売上減少のうち、コンテンツ投入の遅れなど改善可能な要因と、生成 AI の普及など市場の構造変化による要因を、どのように分析していますか。2027 年 8 月期に回復を見込む根拠を、有料利用者数、継続率、客単価などの具体的な指標とともに教えてください。

A03. 占いデジタルコンテンツは、約 20 年にわたり、基本的な作り方が大きく変わっていません。私としては、生成 AI が登場したことによる影響だけでなく、従来型のコンテンツに対して、利用者に「飽き」が生じていることが大きな課題だと考えております。このため、コンテンツの作り方と届け方の両方を変えていく必要があります。

まず、従来のように毎月約 1,000 万円をかけて新規コンテンツを制作するやり方を見直します。知名度のある占い師の既存コンテンツをフルリニューアルするなど、既存資産を活用しながら、制作コストを削減していく方針です。毎月 1 本の新規コンテンツを継続的に制作するには、複数の企画担当者、デザイナー、ライターに加え、ディレクターも必要となります。こうした制作体制と、それに伴うコストの見直しが重要だと考えております。既存コンテンツについては、引き続き利益を生み出しており、2026 年 8 月期も、既存コンテンツの売上だけを見れば、大きく減少しているわけではありません。一方、新規コンテンツが期待した成果につながらず、制作コストの増加も相まって、収益の足を引っ張る形となりました。

今後は、マーケットインの考え方にに基づき、既存コンテンツのフルリニューアルやプチリニューアルを行い、売上を少しずつ積み上げていきます。プロモーションについても、検索を活用した施策に加え、利用者の心に響く動画や動画 LP を制作し、そこからサービスの利用につながる導線を整えていくことが重要です。利用動向については、8 月から徐々に持ち直しの動きがあり、再訪回数は増えております。具体的な数値は競争上の理由から開示を控えますが、改善が進んでいると認識しております。また、客単価についても低下は見られておりません。

課題は、新規のお客様をいかに呼び込み、継続して利用していただき、有料占いへのコンバージョンにつなげるかという点です。制作体制の見直しと、集客から継続利用・有料利用までの改善を、一体の構造改革として進めることで、2027 年 8 月期の収益改善につなげていきたいと考えております。

※ 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。

※質疑応答の内容について、発言の趣旨を損なわない範囲で、掲載に適した表現に整理しております。

以上