

2015年9月期基本方針

当社では、今期の業績拡大のために、以下の3つの基本方針を掲げています。

- ① RAFネットワークの強化
- ② 顧客単価 (ARPU) の向上
- ③ ヘルスケアサービスの事業領域拡大

① RAFネットワークの強化

当社はRAFネットワークを通じて新規入会者数の拡大を図っていますが、RAFネットワークの強みをさらに強固なものにするため、以下の施策を進めています。これらの量的・質的なアプローチを粘り強く行い、有料会員の「新規入会者数の増加」と「退会率の改善」を通じて、スマートフォン有料会員数のさらなる拡大を目指します。

量的な
アプローチ

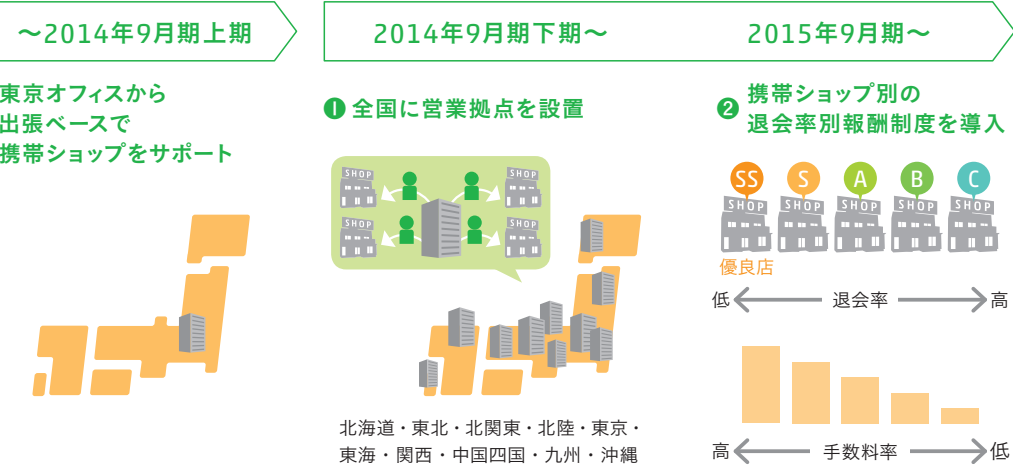
●全国に営業拠点を設置

これまで東京から出張ベースで全国の携帯ショップをサポートしてきましたが、全国に9つの営業拠点を設置しました。これにより、携帯ショップへの訪問数が増え、よりきめ細かくサポートする体制が整いました。

質的な
アプローチ

●携帯ショップ別の退会率別報酬制度を導入

2015年9月期からは、携帯ショップ別の退会率別報酬制度の導入を進めています。これにより、携帯ショップに来店されたお客さまへのコンテンツのより丁寧な説明を浸透させることができ、退会率の低下に繋がっています。



②顧客単価 (ARPU) の向上

当社では、スマートフォン有料会員数のさらなる拡大に加え、顧客単価 (ARPU) の向上にも積極的に取り組んでいます。

コンテンツ配信事業の売上高は、下記の計算式で算出されます。したがって、売上高を拡大させるためには、「全体有料会員数」または「ARPU」のいずれかを拡大させる必要があります。

売上高 = 全体有料会員数 × 顧客単価 (ARPU) × 12か月

全体有料会員数は800万人前後で推移していますので、仮に年間平均のARPUを10円向上させることができた場合、下記のとおり売上高は約10億円の増収効果に繋がります。

800万人 × 10円 × 12か月 = 9.6億円

具体的には、次の3つのカテゴリにおいて付加価値の高いサービスを提供することにより、さらなるARPUの向上に繋がっていきます。

●音楽・書籍・動画

2014年9月から『music.jp』において、音楽に書籍・コミックを追加することで月額400円 (税別) のサービスを開始していますが、これにより一つのアカウントで音楽だけでなく書籍・コミックをお楽しみいただけるようになりました。

さらに3月には、持分法適用関連会社の(株)ビデオマーケットの動画 (TV局で放映されているドラマの見逃し視聴やアニメなど旬の人気作品) も追加したことにより、お客さまの利用できるサービスを拡充し、利便性をさらに向上させることができます。



●健康情報

女性向け健康情報『ルナルナ』(月額180円・税別)を展開していますが、このサービスで培ってきたノウハウを活かし、昨今の妊活ニーズの高まりに合わせ、『ルナルナ ファミリー』(月額300円・税別)も展開しています。

妊娠希望の女性にとって生理周期や排卵日を管理し、最も妊娠しやすいタイミングを把握することは妊活の第一歩であり、重要な要素であるため、妊活女性をサポートする妊娠の可能性が最も高くなるタイミングをお知らせしています。

●天気情報

天気情報『ライフレンジャー』(月額100円、300円・税別)は地域密着型情報サービスであり、日本全国の最新の気象予報をすばやく正確に伝えるだけでなく、特に需要の多い台風情報を地域別に手厚くカバーして提供するのが特長です。

月額300円のサービスでは、鉄道遅延・渋滞規制・竜巻・火山・災害被害などの地域生活情報やニュースも提供しています。既に約30%の方に高課金サービスをご利用いただいています。

ARPUの向上施策

サービスレベル \ カテゴリー	音楽・書籍・動画	健康情報	天気情報
高付加価値サービス	 月額400円(税抜)  人気カテゴリーを統合	 月額300円(税抜)  妊娠・育児中心のサービスヘシフト	 月額300円(税抜)  地域密着型天気情報サービスの開始
従来サービス	   月額300円(税抜)  動画追加!	 月額各180円(税抜)	 月額100円(税抜)
無料サービス	 無料お試しキャンペーン		

※ 月額300円(税抜)コースやポイント追加購入等その他料金体系も取り揃えています。詳細は、各種サービスサイトをご覧ください。

ライフ系サービスでも高付加価値サービスを準備

さらなる高付加価値サービスを提供しお客さまに継続的にコンテンツをご利用いただくために、天気情報『ライフレンジャー』への地図&ナビ情報サービスの統合についても、今夏に始められるよう準備を進めています。



③ヘルスケアサービスの事業領域拡大

●4つの軸で中長期的に展開

当社では、スマートフォンならではの新たなサービス開発による事業機会の創出に取り組んでおり、市場規模が大きく成長性が高いと見込まれる分野に対して投資を行い、当該事業の拡大を目指しています。

そのような中、中長期的な取り組みとしてヘルスケアサービスの事業領域拡大に注力し、既存の顧客基盤を活かしながら、①女性向け健康情報サービス、②医師等と連携した医療情報サービス、③遺伝子解析サービス、④機器連携サービスの4つの軸で推進しています。



カラダの悩みや不安をすぐに質問

+KARADAMEDICA
カラダメディカ

●ヘルスケアサービスの今後の展開

現在はこれらのサービスは個別に展開していますが、既存のコンテンツサービス『ルナルナ』や『カラダメディカ』を軸に各サービスが連携した総合的なオーダーメイドヘルスケアサービスの実現を目指していきます。

ヘルスケアサービスの連携イメージ



ヘルスケアサービス関連の新たな子会社群

当社では、前ページでご紹介しましたとおり、4つの軸でヘルスケアサービス事業を推進していますが、その重要な役割を担う子会社が2015年4月より新たに加わりましたので、その子会社についてご紹介します。

①クライム・ファクトリー(株) [アスリート向け健康管理]

トップアスリートの健康管理に関するあらゆる情報を記録・解析し、本人またはその健康管理のサポートを行う専門スタッフが適切に管理できるように支援しています。

【取引実績】日本サッカー協会、筑波大学、オリックスバファローズ、森永製菓ウイダートレーニングラボ 他



●アスリートが入力した日々の体調や睡眠、食事に関するデータを、指導者やスタッフ側の専用アプリで管理することができます。

②(株)ファルモ [電子お薬手帳サービス]

調剤薬局を基盤とする地域医療連携の仕組みを提供するため、薬剤師の開発による、アドヒアランス（患者が自らの治療に納得し参加すること）向上を目的とした電子お薬手帳『Pharmo』（ファルモ）の開発・運営を行っています。



●処方歴の紹介に加え、ワンクリックで医薬品情報の詳細が閲覧できます。

●動画や指導せんも参照できます。

●薬剤師への質問もコミュニケーション機能で簡単に実現可能です。