

## 「2012年3月期 第3四半期決算説明会」主な質疑応答

日 時： 2012年2月6日（月）10:30～11:45

場 所： 新丸の内ビルディング 20階

登壇者： 代表取締役社長 久保 征一郎、取締役専務執行役員 香月 壯一

---

Q 有料加盟店舗数の増加に対し、新規受注と解約はどのように影響しましたか。

A 新規受注についてはほぼ予定どおり安定して推移しており、解約率についても計画どおりの水準となりました。その結果、有料加盟店舗数が増加しました。

Q 販促正会員が増加しビギナー会員が減少していますが、その背景を教えてください。

A ビギナー会員から販促正会員へのアップグレードが順調で、エントリー会員に流れている動きではありません。エントリー会員の増加要因は、施策として取り組んだ結果、新たに増えた店舗が多い状況でした。

Q プロモーション事業の売上高は、前期と比較するとやや低い水準です。4Qに大きな受注を予定しているのですか。

A プロモーション事業は予定どおりに進捗していない部分があります。業績見通しの発表段階で見込んでいた案件のうち復興関連のものが一部遅れており、期をまたいでしまう可能性があります。また、企業からの受注についても一部計画どおり進捗していない部分がありますが、見通しを変えるほどの金額ではないと考えています。

Q ユーザー会員、加盟店舗数、e-DM など順調にきている印象を受けますが、来期以降、戦略経費はこれまでのように大きく投下しなくてもよい段階なのでしょうか。戦略経費のコスト負担はいつまで続く予定ですか。

A 戦略経費は現在、会員属性と行動履歴をできる限り大量に把握していくことと、メニューランキングの投稿に対するポイント付与、といった施策に投資しています。これらは長期的に効果が発現するもので、新しい収益源として貢献するものと考えています。

Q e-DMの業績寄与に対するポテンシャルについて教えてください。また、タッチなど既存サービスとのカニバリはありませんか。

A ターゲティング e-DM を使うとユーザーのレスポンスが非常によく、飲食店側も効果を実感しており、我々も非常に高いポテンシャルを感じています。e-DMについては、新規顧客獲得及びリピーター拡大のための販促ツールとして飲食店に提供できると考えています。既存の売上高に加えて新しい領域で売上高を生み出すサービスであり、既存サービスとのカニバリは無いと考えています。

以上