

2018 年 12 月期第2四半期決算説明会

主な質疑応答の要約

2018 年8月 10 日に開催しました 2018 年 12 月期第2四半期決算説明会における主な質疑応答の要約を掲載します。

会員事業について

【Q1】

プレミアム会員数の推移が堅調に見えますが、会員数の増減分析を行っているのであれば、今後の見通しとともに教えてください。

【A1】

プレミアム会員数増減を経路別で見るとiOS が好調であり、短期的な施策が上手くいっていることが一因と認識しています。今後については、今回新しくリニューアルした区分別人気順検索からの流入ルートを構築することができれば、一定程度の増加効果があると考えています。

新規事業について

【Q2】

現在は国内の新たなサービス展開を検討している段階だと認識していますが、どのくらいのタイミングで収益化ができるのか具体的に教えてください。また、海外事業のマネタイズの計画についても教えてください。さらに、決算説明資料P.17 で紹介している「新たな取り組み」についても、ビジネスモデルはまだ固まっていないかとは思いますが、マネタイズの考え方や可能性の見出し方についての考え方等具体的に教えてください。

【A2】

cookpadTV が行っている動画事業については、広告収入や既に想定している課金モデルで比較的短期にマネタイズ可能と考えています。海外事業については、いくつかの国でマネタイズに向けてトライアルを開始していますが、現在はユーザー数の増加、ユーザーの利用頻度の向上に集中して取り組んでおり、現時点で具体的にマネタイズ時期をお伝えできる状況ではありません。

新たな取り組みでご紹介したサービスについてお伝えすると、Komerco については、マーケットの拡大、ユーザー数の増加、ユーザビリティの向上にむけたインターフェイスの構築等を中心に取り組んでいる為、マネタイズには時間がかかると考えています。

スマートキッチンサービス OiCy についても長期の取り組みと認識しており、IoT 家電の発展に関しクックパッドの知見を活用することで貢献できると考えています。

【Q3】

先日発表された生鮮食品のネットスーパー事業(cookpad mart)について、収益・コストインパクトを教えてください。

【A3】

cookpad mart は 2018 年の夏から秋にかけてテストを開始するという段階であり、現時点ではサービスリリースをしていない状況です。当サービスは、こだわりの商品を少量からご提供することを可能としており、個別配送を行わないことで、運送コストの圧縮が可能なサービスモデルです。現在は限られたエリアでのテスト展開を行う想定で、大規模なスペースを借りて展開することは想定していない為、多額のコストが発生することは考えにくいですが、将来的にはサービス提供を行う地域の拡大に伴いコストが増加する可能性はあります。