

## 2017 年 12 月期第2四半期決算説明会

### 主な質疑応答の要約

2017 年8月 10 日に開催しました 2017 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。なお、文中の記載頁 については、2017 年 12 月期第2四半期決算説明資料の該当頁をご覧ください。

#### サービス開発について

【Q1】

サービス開発の強化をしていくと聞いていますが、どのような状況ですか？

【A1】

クックパッドというサービスが大きく変わるものではなく、クックパッドの使い方が変わるようなイメージです。大手検索エンジン経由での検索によってクックパッドにアクセスしてもらうのではなく、クックパッドにてレシピを探してもらう、という行為が重要だと思います。そのために必要なコンテンツが何かを模索しながら、トライアンドエラーを繰り返している状況です。昨年秋には、Android アプリで新しい食べ方(調理方法で検索する機能)のトライアルもやっており、ローンチのスピードアップを図りながら、サービス改善していきたいと思えます。中期経営計画で発表した、新たなターゲットである CtoC ビジネスについても、今日明日ですぐに収益源になるものではないと認識しています。引き続きサービスの開発に積極的に取り組んでいきたいと思えます。

#### 会員事業について

【Q2】

プレミアムサービスの会員事業売上の今後の動向についてどのような想定をしていますか？(13,14 頁)

【A2】

今回の会員数の減少は主要検索エンジンのアルゴリズム変更による影響に加え、一部アップル社の課金タイミングの影響もあります。足元の売上を短期に伸ばすことにはなく、本質的にサービスそのものを良くする方向性で検討しています。

【Q3】

会員事業における、プレミアムサービスの考え方やレベニューシェア売上を構成する d グルメのサービスに対する考え方、また、会員数獲得のためのアフィリエイトに対する考え方を教えてください。(14 頁)

【A3】

プレミアムサービスの会員数が純減になったことについては、主要サーチエンジンのアルゴリズム変更による月間利用者数の減少によるものです。この状況が今の実力だと認識してサービス開発をしていかなければならないと思えます。CtoC を含めた全く新しいサービスを作ることにも引き続き注力していきます。レベニューシェア売上については、d グルメの売上シェアの料率変更の影響で減収となりました。アフィリエイトにより会員数増加を目指すかどうかについては、アフィリエイトを使った短期的な会員数増加は持続的な成長には繋がらないと認識しており、当社としては長期的にサービスを良くしていくことを最も重視して取り組みたいと考えています。

【Q4】

レベニューシェア売上について、dグルメの料率変更による影響はいつごろ一巡しますか？(14 頁)

【A4】

具体的な契約については守秘義務があるため、お伝えすることができません。

契約内容についても固定されているものではないため、将来予測をお伝えできません。”

### 広告事業について

【Q5】

ネットワーク広告売上について、減収が続く傾向ですか？(15 頁)

【A5】

本年 4 月頃よりネットワーク広告で不適切な動画広告が表示される事象が発生したため、販売先の絞り込みを行っています。これにより広告単価は下がっています。今後については、どういう方向で広告代理店と付き合っていくか次第と考えており、一概に上がる、下がるとは言えない状況です。

### 動画事業について

【Q6】

レシピサービスのうち、テキストと動画のすみ分けについて、どのように考えていますか？どういう使い分けをし、どちらに重きを置いていきますか？(16 頁)

【A6】

ユーザーが「きょう何つくろう」と考えるシーンの一旦で動画レシピに一定の影響はあると考えていますが、レシピの再現性という観点では、クックパッドのサービス(=テキスト)は引き続き使って貰っていると認識しています。当社としては「レシピの再現性を高めること」が重要だと考えており、テキスト(文字をみて作る)は再現性の観点から優位性があると考えています。一方で、動画レシピについても再現性を高めるという点で何らかの貢献ができるのであれば、クックパッドの付加価値を高めるためにも、ユーザーに提供できる価値について積極的に考えていきたいと思えます。現状の料理動画の収益源は(他社も含めて)広告ですが、食品飲料メーカーを中心とする広告主は動画のクオリティを重要視しているため、その点では当社が優位を持っていると考えています。他社はテレビ CM の露出も多くプロモーションを強化していますが、当社は当社ならではの攻め方で No.1 を目指していきます。

【Q7】

動画事業は今後下期にかけて伸びていくと考えていますか？(16 頁)

【A7】

将来の予測については、業績予想の発表をしていないため回答が難しいです。

ただ、当社としては料理動画事業でも No.1 になるべく、特に料理動画広告の収入は今後注力していきます。

【Q8】

動画コンテンツを増やすのにボトルネックになっている点がありますか？(16 頁)

【A8】

動画コンテンツを作るにあたっての技術的・人力的なボトルネックは把握していません。但し、人員という意味では、他社の労働集約的な手法を真似しようとは思っておらず、当社独自の手法で勝ちにいく所存です。

## 海外事業について

【Q9】

2016 年2四半期から海外の月間利用者数が横ばいの状況ですが、最近実施された新しい施策を地域ごとに教えてください。(17 頁)

【A9】

海外に関しても主要検索エンジンのアルゴリズム変更の影響を受けていると認識しています。各国で個別にサービスを作っていくのではなく、グローバル統一のプラットフォームを作り多言語化、多国化対応をしようと考えている為、グローバル統一のプラットフォームのサービスをどのように開発・展開するかがポイントだと思います。進出国のユーザー数を増やす方法としては、オーガニックに伸ばす方法、M&A による方法の二つがあると思いますが、各国での施策としては、コミュニティマネージャーを積極的に採用し、サービスの認知度やコミュニティの活性化を推進、ユーザー数を伸ばす施策を行っています。

## 経営について

【Q10】

将来的な成長にエンジニアの採用は欠かせないとのことでしたが、人員増加の状況について教えてください。

【A10】

期首から約 40 名増加しています。

【Q11】

第2四半期の取り組み状況を定性面から教えてください。

【A11】

注力しているものの一つとしてエンジニア及びデザイナーの採用が挙げられます。サービス開発人員が増えなければ、サービス開発のスピード自体も上がらないことから、採用は国内外問わず積極的に進めています。その他注力しているのは、昨年発表しています3つのエリア(国内のファン増加、100 か国 No.1、CtoC 新規ビジネス)です。新しいサービスのローンチに向けて、開発チームの改変等の取組みを進めています。

【Q12】

次の四半期での目標はありますか？

手ごたえがあるものや新しいサービス(音声認識など)に対する考え方を教えてください。

【A12】

料理動画については、会社として積極的に経営資源を投入する方針です。また、音声認識、画像認識等の新しいテクノロジーを駆使して、どのようなサービスを作ることがユーザーにとって望ましいのかを検討しています。