

質問1：今回は利益創出をデジタルマーケティング事業で行い、Fanicon事業については資産の減損計上とともに先行投資事業とするということですが、大きな変化と捉えました。中長期の売上高・利益の成長の時間軸について、私たちは考え方をどのように改めるべきでしょうか？

回答：昨年1年を通してFaniconのファン数が大きく伸びていることはお伝えしたとおりです。この事業運営を通じて、Faniconがターゲットとしているアイコンのみなさまの市場はかなり大きいことを確信しています。そのような状況の中、更なる投資を実施することにより、より大きなマーケットを取りにいく方針に変更しています。結果的に、より大きい市場を獲得し、継続して成長させていくことにより、きちんと利益創出していきたいと考えています。

質問2：ARPUはYoY12.6パーセント上昇しているとのことですが、増加分はサブスク外がけん引しているようにお見受けします。これは狙いどおりなのでしょうか？

回答：おっしゃるとおり、特にサブスク外のポイントに関しては大きく成長する余地があると考えています。結果として、狙ったとおりにサブスク外でARPUを伸ばしていけたと考えています。サブスクは大幅に成長させるのは難しく、すこしずつ安定成長させていくことが大切です。ですので、ARPUを積極的に伸ばしていくとするとサブスク外のところになります。

質問3：Faniconのファン数について、個別アプリファンの構成比が増えているように見えますが、これはどのように解釈したらよいのでしょうか？

回答：おっしゃるとおり、個別アプリのファン数が増えています。具体的にはお伝えできませんが、個別アプリで開設しているアイコンのファンベースが大きく増加した結果、ファン数が増えています。我々は非常によいケースと思っており、多種多数のコミュニティが我々のプラットフォーム上にあり、Twitterなどで積極的に会員数増加施策を実施されているコミュニティなどあることから、このようにファンベースが増えていく事例が出てきていると考えています。

質問4：12月にポイント消費が伸びたのはなぜですか？

回答：サブスク外の売上高に関しては季節性があります。特に12月はFanicon内でクリスマス等に伴ったイベントが行われたことにより、アイコンのみなさまの活動が活発になり、サブスク外のポイントの収益が伸びたという結果になりました。

質問5：バックエンドが手薄になっていますが、オペレーションやサブスク外の収支管理についての解決の目途は立っているのでしょうか？

こちらについては既に着手しております。特にオペレーションは専任担当をつけて管理を強化しており、システムについてもエンジニアのチームリーダーがけん引することにより、きちんとスケールする仕組みを作ることに取り組んでいます。スケジュールに関しても目途が立っており、2023年中には解決をご報告できると考えています。

以上