

株式会社ジュピターテレコム
2006年12月期中間決算説明会
質疑応答（要約）

開催日：平成18年7月28日
開催場所：経団連会館 国際会議場

質問者 1

- Q **通期の営業収益予想(2,200 億円)に対して、中間期の実績(1,033 億円)をどう評価していますか。**
- A 中間期の実績に満足はしていませんが、通期予想は達成可能だと見ています。当社の事業はお客様の増加に伴って営業収益が伸びていくビジネスモデルですので、営業収益は上期よりも下期の方が多くなると見込んでいます。
- Q **中間期は費用が抑制されたと感じますが、その要因について教えてください。**
- A 四半期ごとに費用を厳格に管理する体制が整ったことで、費用の圧縮につながったものと考えています。また、新規に買収した運営会社に係る費用が抑えられたことも要因のひとつに上げられます。
- Q **第 1 四半期から第 2 四半期にかけて支払い利息が増加していますが、今後も増加していくのでしょうか。**
- A 第 2 四半期には昨年 12 月に実施したリファイナンスに伴う費用を 4 億円程度計上しました。これは一時的な費用ですので、今後はそれを除いたベースで推移すると見ています。

質問者 2

- Q **イオン㈱との提携の効果をどう評価しますか。**
- A 現在 J:COM エリアにあるイオン㈱の数店舗にアンテナショップを開設しています。実際のサービスをお見せしながら説明することで、当社グループの既加入者へのサービス向上、未加入者獲得の両面での利点があります。今後は、同社と当社媒体を使った広告やテレビショッピングなどでの提携も視野にいれていきたいと考えています。
- Q **コミュニティチャンネルの番組をこれまで以上に強化する考えはありますか。**
- A コミュニティチャンネルについては、番組の質的向上が非常に重要だと認識しています。広告収入の増大や加入促進、解約防止につながるような番組を作っていきたいと考えています。

質問者 3

- Q **新サービス (HDR、J:COM MOBILE、J:COM in the Office など) が好調ですが、この状況をどう分析していますか。**
- A HDR (ハードディスク内蔵型セット・トップ・ボックスを利用したサービス) の加入申込みは 3 万件を超え、期待を上回るペースで推移しています。モバイルは伸びが小さいと感じており、今後は

営業のトレーニングに力を入れて販売を加速させていく方針です。中小事業者向けサービス（J:COM in the Office）については、傘下の運営各社の販売体制が整い、好調に加入を伸ばしています。

Q **再送信世帯（アンテナではなくケーブルネットワークでテレビの地上波を視聴している世帯）をどのようにして有料加入者にしていく計画ですか。**

A 当社の再送信世帯の多くが賃貸の集合住宅であるため、集合住宅のオーナーとの1棟ごとの契約であるバルク契約（集合住宅一括契約）を一層推進していきます。

質問者 4

Q **新規連結子会社の OCF マージンが 40% 超と高い理由は何ですか。**

A 新規連結子会社にはケーブルテレビ会社向けのインターネット接続会社である関西マルチメディアサービス㈱が含まれています。ケーブルテレビ会社とは収益構造が異なる同社の OCF マージンの水準が高いため、新規連結子会社全体の OCF マージンが高くなっています。

Q **VOD の今後の採算について、どのように見込んでいますか。**

A VOD は設備投資が必要なため、VOD だけでは約 3 年での黒字化を目標にしていますが、デジタル加入率向上や解約率の低減というシナジー効果が大きいこともあり、それらも含めれば、3 年より早い段階で黒字化するものと考えています。

Q **J:COM が提供するハイビジョン番組は 8 月に 1 本加わり合計 3 本になりますが、既加入者のハイビジョン番組の満足度についてどのような感触がありますか。**

A デジタルサービスで重要なのは、やはりハイビジョン番組だと考えています。専門チャンネル放送におけるハイビジョン番組は今のところ J:COM だけが提供しているので、競合他社に対する差別化につながっていますが、まだ番組数が少ないと感じています。今後も良質のハイビジョン番組を増やし、デジタル TV への加入を促進するとともに、競合他社に対する差別化を一層推進していく方針です。

質問者 5

Q **アウトバウンドのコールセンターの費用対効果を教えてください。**

Q 当社のセールスの拠点は、直接訪問営業とコールセンターです。直接訪問営業は極めて有効ではあ

りますが、コストはどうしても割高になりますので、アウトバウンドでの加入を増やしていきたいと思っています。アウトバウンドのコールセンター2拠点は開設後間がないため、オペレーターの訓練等の初期費用がかかっていますが、軌道に乗ってくれば徐々にコストが低減し、中長期的には直接営業によるコストと合わせた加入獲得コスト全体が下がっていくと見込んでいます。

Q **今後のアウトバウンドのコールセンターの規模についてはどのような計画ですか。また取次店とか代理店を設けると書いてありますが、この規模についても計画を教えてください。**

A 現状、アウトバウンド・コールセンターは福岡・札幌の2ヶ所に設け、既加入者を対象にサービスのアップグレードや追加サービスの加入促進を行っていますが、お客様の反応を見ながら今後他の地域でのコールセンター開設も視野に入れていきます。

また、現在、営業戦略上一番重要と考えているのは、お客様との接点の複合化です。従来、営業要員が直接訪問することを中心に営業を行ってきましたが、それを核にしなが電話でのコンタクト、さらに地域の量販店あるいは代理店、不動産会社等々と連携して、地域の潜在的なお客様情報を獲得するという、いわゆる紹介営業を積極的に進めていくことを検討しています。

質問者 6

Q **HDR サービスの進捗について教えてください。**

A 3月から申込受付を始めましたが、当初は供給体制の制約があったにもかかわらず、好調な数字が上がっています。今後、松下電器製 HDR サービスも投入することにより、特に新規加入の増加に期待しています。また、下期は年末商戦もありますので、順調に契約を伸ばせると考えています。

質問者 7

Q **一番最後の40ページに、「IPTV」というサービスが書いてありますが、これは現時点で通信会社が提供するIPTVサービスと類似のものという認識でよろしいでしょうか。何か違うサービス形態を検討されているようであれば、教えてください。**

A 当社グループでは2008年末までにケーブルテレビサービスの完全デジタル化を目標としています。アナログ放送を終了すると、全使用帯域の4割程度(約40スロット)が空くこととなり、この帯域を利用すれば様々な新サービスの提供が可能になります。そうなれば、従来のサービスを継続しながらIPベースのテレビサービスも提供可能になります。

世間ではFTTHが将来のネットワークのように喧伝されることが多々ありますが、デジタル化が完了すれば、当社のHFCネットワークはFTTHとまったく遜色がなくなるということを強調してお

きたいと思います。

質問者 8

Q **最近インターネットで 300 メガを実験しているところも出てきていますが、J:COM では 100 メガの超高速のさらに上のレベルのサービスについてどうお考えになっていますか。**

A 技術的にいくつかの方法があります。当社の幹線は既に光ファイバーを使用していて、お客様宅近くのノードからお客様宅に至る部分は同軸ケーブルを使う、いわゆるハイブリッド方式（HFC）を採っています。したがって、ノードからお客様宅までを光ファイバーに替えてしまえばほぼ FTTH 化することができます。このように、部分的にネットワークに投資することによって 100 メガサービスも実現可能です。

また、先ほどご説明したように、アナログ放送を終了することにより空いた帯域を組み合わせ、ネットワークに投資せず超高速インターネットサービスを提供する方法があります。当面はこの二つの方法を組み合わせながら、中長期的には後者を主体にやっていくことになると思います。