第 28 期定時株主総会質疑応答概要（2023 年 12 月 23 日開催）

Q：当社サービスを利用するために（法改正により）NHK 受信料を支払う必要などが可能性として考えられるが当社は対応を考えているか。(会場質問)
A： 他国でも同様の動きがあることは認識しており、当社のようなコンテンツプロバイダーについても影響はあると考えておりますが、キャリアやプラットフォーマーがロビー活動など対応するのが望ましいのではないかと考えています。(代表取締役前多)
Q：当社がヘルスケア事業や学校 DX 事業等で取得した個人情報を匿名加工した上で販売等する方針があるのか。(会場質問)
A：匿名加工情報を製薬企業並びに関連企業へ販売することについての検討は始めています。また、検診の際に個人の意思で開示いただいた情報を、個人（患者自身）にバリューが返っていく形での活用も併せて考えています。(執行役員宮本) 検診結果の情報は現在約 500 万人分のデータをお預かりしています。そのうち利用の可能性があることについて同意をいただいているのは 50 万人程度あります。匿名化する場合でも同意を取ったうえで匿名化する方針であります。このデータは年々増えており、将来的に同意の件数が高まっていけば製薬会社などに提供していくビジネス展開がありえます。一方、学校 DX の情報にいては現在利用する許諾を得ておりません。学校 DX で取得した情報は生徒本人、保護者、あるいは学校のものと定義づけしており、例えば成績の分析をして学校へ返す、精神状態を学校や保護者へ返す、という事は考えられますが、これらを販売するという検討は今のところございません。(代表取締役前多)
Q：(モチベーションワークスの）学校 DX は全国にあるので営業が大変だと思うが営業効率のために工夫を行っているか。エムティーアイが営業代行などを行っているのか。(会場質問)
A： 学校 DX の受注についてはインバウンド（引き合い）が中心になっており、私立の高校を中心に数名で回っています。現在のところ数名体制で支障はありません。今後は公立小中高にも営業しエムティーアイの営業リソースを提供することを考えています。エムティーアイでは母子手帳アプリを中心とした公共営業部を設置しており、そこに地方自治体の情報が集まっています。ここから（学校の）窓口の紹介を受けるなど協力的に営業していくことを検討しています。複数の自治体で母子手帳アプリの健康情報を継続して使っていきたいという要望を教育委員会からいただくことがありますが、これと併せて校務支援システムの営業を行うこともあります。今後は学校 DX と子育て DX のチームが営業協力していくことが増えていくと考えています。(代表取締役前多)
Q：(モチベーションワークスの）学校 DX 事業の赤字が半端ない。今の費用構造と今後の計画を知りたい。（オンライン質問）
A： 2022 年 9 月期は 8.4 億円程度の赤字、2023 年 9 月期は 6.7 億円程度の赤字となっており非常にご心配をおかけしております。しかしながら学校の導入数は毎年増えており 2023 年 4 月末で 226 校の純増、2022 年 4 月末も 226 校の純増と、毎年 2 百数十件の受注が増えています。2024 年 4 月についても同等またはそれ以上の件数が取れるのではないかと予想しています。売上高も 2022 年 9 月期で 4.3 億円、2023 年 9 月期で 8.5 億でしたが、2024 年 9 月期は 14 億円程度まで増えるのではないかと予想しています。赤字は 1 億円程度に落ち着く予想であり、約 5.7 億円の改善の余地があるとみています。導入費用も下がっています。以前は 1 校当たり 800 万円ほどあったものが現在 50 万円ほどに引き下げられており、売上の拡大とコストの低減によって赤字幅は大きく減少することになっています。(専務取締役松本)

赤字の一番大きい部分は開発コストです。これまで（カスタマイズされた）システムが学校ごとに学校数分ありましたが、今年の 4 月で半減し、今年の 4 月で一本化する予定です。各校各様の機能が 2,000 種程度ありましたがその開発はすべて終わり、導入コストが劇的に下がってきています。また、他社はプライベートクラウドやオンプレミスのシステムであるが、フルクラウド型のシステムではモチベーションワークスしかないに等しい状況となっています。フルクラウド型の受注はインバウンドで入り、知名度も上がっているので、来年の 4 月に向けても前々期程度の営業獲得を計画しています。これにより市場のシェアも 30%を超えてくると見込まれます。さらに政府が 2026 年以降はフルクラウド化（プライベートクラウドやオンプレミスは含まない）とする方針を発表しており、現在はモチベーションワークスが有利となりさらに営業効率が上がることを期待しています。営業効率と開発効率を上げることにより、早期に黒字転換できるのではないとか考えています。（代表取締役前多）

Q：株主以外の投資家に向けた企業説明や同業他社と比較しての優位点などのアピールについてはどのように取り組まれているか。（オンライン質問）

A： 株主と株主以外の投資家に分けて情報をお伝えしていることはありません。今後の当社の成長性という点においては、ヘルスケア事業と学校 DX 事業に関する問い合わせが集中していますので、以下のような説明を行っています。

ヘルスケア事業については、薬局向けにクラウド薬歴が順調に拡大している点がヘルスケア事業の成長ドライバーの一つとなっています。また、電子母子手帳、子育て DX といった自治体向けが伸びています。クラウド薬歴は全国 6 万程度の薬局のうち 2,000 店舗まで獲得できています。電子母子手帳、子育て DX については、全国の自治体が 1,700 程度あるうち 600 弱ほどの自治体が導入し、全国の 1/3 のカバー率になっています。これらを拡大していくことが（ヘルスケア事業拡大の）ベースとなりますが、その 2 つのみならずその他にも様々な事業も展開しているので、今後成長していく事業を増やしさらにヘルスケア事業の売り上げ・利益が拡大していくことを予想しています。ヘルスケア事業セグメントは今まで大きな赤字を出していましたが、2023 年 9 月期の第 4 四半期で営業利益が初めて黒字となりました。2024 年 9 月期はおそらくヘルスケア事業セグメントの営業利益が黒字となり、全社的な営業利益の改善につながっていく、といった点を投資家の皆さまにお伝えしています。

学校 DX については、今期（2024 年 9 月期）は売上高 14 億、営業損失 1 億円を予想していますが、営業利益は来期（2025 年 9 月期）に黒字になることを見込んでいます。公立学校の獲得が始まると、さらに業績の拡大が見込まれ、持続的な成長が実現できると考えています。ヘルスケア事業と学校 DX 事業は、スピード感の違いはあるものの、今後の拡大ができることをお伝えしています。

また、コンテンツ事業については当社グループの売上構成で締める割合が大きく、有料会員数の減少により損益の重石となっていましたが、減少傾向はほぼ横ばいとなってきたので、売上利益も横ばいになっていく予想です。

コンテンツ事業が（売上・利益の）ベースで、ヘルスケア事業と学校 DX が成長していき全体が成長していくという展開について実績を作りながら、投資家の皆さまに訴求していきたいと考えています。（専務取締役松本）