

株式会社ネクスト(2120)

2016年3月期第1四半期 決算説明会要旨

日 時 : 2015年8月13日(木) 13:00 ~ 14:00
場 所 : 当社会議室
当社出席者 : 代表取締役社長 井上 高志
執行役員管理本部長 水口 大悟
管理本部 コーポレートコミュニケーショングループ長 福澤 秀一
出席者数 : 50名

<今期のポイントまとめ>

2016年3月期第1四半期は大変好決算だった。重要指標の連結売上収益は前年比+41.7%、EBITDA+56.6%、当期利益+59.8%と全て大幅に増収増益。今期よりIFRSに移行している。

HOME'S 賃貸・不動産売買の掲載物件数は1Q平均505万件(+18.3%)と順調に伸長し、足元6月では515万件と他社比2倍以上の差を維持している。加盟店単価は-5.7%の56,312円だったが、加盟店数が大幅に増えたことによるもので、事業は順調に拡大していると認識している。

国内で圧倒的 No.1 になるための新サービスをリリース。新築分譲領域を強化するためアクセリオンを子会社化したほか、第3の柱の創出に向けて子会社6社を設立した。

<事業戦略>

日本の不動産市場は、2019年世帯数ピーク以降の人口減少により空き家が増加、全ての物件が網羅されたデータベースがない、価格が不透明、重要事項説明は社会実験が始まろうとしているがこれまでは対面のみ、情報格差、20年で建物の資産価値が目減りしてしまう等の問題が山積みである。私たちがまず実現したいのは、日本国内の不動産業界のプラットフォームになっていくこと。これまで、ユーザーと事業者に住替えにおける全てのタイミングでそれぞれに必要な様々なサービス展開してきた。全てのピースを埋めることでプラットフォームの完成が近づくと考えている。

積極的な広告宣伝投下は、細かく効果測定をしながらPDCAを回して有効に行っている。TVCMや動画広告で想起率を上げ、屋外や電車広告で忘却曲線を押し上げ、日本国内で圧倒的 No.1 を目指していく。

日本国内だけではなく、グローバルなプラットフォームの構築も視野に入れている。昨秋11月に約110億円でスペインの Trovit を買収。Trovit で年4か国ほど新規展開し、そのうち特に市場性がありそうな国には年2か国程度 HOME'S モデルでの進出を検討している。

投資は成長戦略に合わせて、優先度1番目はC向け、2番目が事業者向け、次いで海外、その他、の順で行っている。具体的にはC向けはユーザーシェア拡大、加盟店の増加。営業代行と提携して効果的に会員数を伸ばしている。事業者向けは既存サービスの拡販と新規サービス投入。事業者向けのプラットフォームを1つのものに統一して、プロが使うアプリケーションマーケットを展開していきたい。

これまでの投資が実を結び、回収フェーズに入っていく期としたい。

<2016年3月期第1四半期の決算情報>

今期の売上収益は前年同期比1,605百万円増(+41.7%)の5,457百万円。EBITDAは458百万円増(+56.6%)の1,267百万円、四半期利益は260百万円増(+59.8%)の694百万円と増収増益で好決算となった。

売上収益構成比は広告宣伝費、人件費、その他販管費ともに改善。広宣費23.2%。今後は抑制していくことで、中期的にはEBITDA率28%を目指す。人件費は前期605名から買収も含め796名まで増えたが、生産性向上や増収効果で比率が改善している。

サービス別売上収益では全セグメントで2桁増収となった。注文住宅・リフォームはマイナスだが、国内不動産情報サービス全体では+18.2%。国内不動産事業者向け+14.7%。海外はTrovitの連結効果により+6339.1%と大幅に増収。その他事業ではHOME'S介護の成長が著しく(+40.1%)、+34.4%。加盟店数は1Qで1,447店増加し15,892店舗となった。

セグメント別損益の推移では、国内不動産情報サービスは119百万円増(+16.1%)の860百万円、海外は238百万円増の214百万円と大幅に伸長している。

財政状態計算書とのれんの状況では、今期よりIFRSに移行しているため、今後のれんは非償却になる。のれん増加分は+852百万円。アクセリオン社買収による+370百万円と、Trovit買収に伴う為替調整額によるもの。未償却残高はリッテル86百万円、Trovit9,560百万円、アクセリオン370百万円となっている。

これらの結果、現金同等物は428百万円増加して4,696百万円となった。

<TOPICS>

国内で圧倒的No.1を目指して、新サービスの開発やリリースを行っている。

今秋に「HOME'S 不動産価格まるみえマップ(仮)」を一般公開予定。HOME'Sのデータを使って統計処理し、国内の各物件、マンションではそれぞれの階の参考価格が地図上に表示される国内初の試みとなる。

重要事項説明のオンライン化社会実験の開始に合わせ「HOME'S LIVE」の提供準備が完了。PC・スマホ・タブレット等、様々なデバイスに対応し、自動録画が行えるので記録漏れが防止できる。仲介会社のみでなく売主・買主・仲介会社銀行などが介在するケースがあるため同時に複数人でのログインが可能。この実証実験に参加するのはおおよそ250社で、国交省で選定が終わっていると聞いている。

7月から「HOME'S PRO 物件流通」をサービス開始、HOME'S加盟店には無料で提供する。事業者間で物件情報を交換するもので、HOME'S元付け会社の管理システムとリアルタイムで連動し、空室になるとすぐに仲介会社まで情報が配信される。スマートデバイスを活用し、各営業マンが持っているスマホ等で確認可能。一括配信・個別配信・閲覧数を物件ごとに把握、指定する仲介会社にもみ送付するような細かい配信先コントロールも可能。今までの事業者間での情報流通よりもスピーディーに確実な情報流通が行える。

Trovitは今年に入って5月に日本とタイ、6月に台湾の3か国に新規展開を行った。

介護、MONEYMO、引越し、トランクルームの4サービスを分社化。意思決定をスピーディーにし、経営者の育成を図る。

これらも含めた Lifull では、人生・生活 (Life) をより満足して豊かな (Full) ものになっていくようなサービスをしていきたい。今期、Scouting と LiveMatch、2 つのサービスが新リリース。Scouting はスポーツ選手が登録しチームや企業とのマッチングを行う。LiveMatch はライブの同行者を探してチケット情報の交換や、iPhone アプリと連動して好みのアーティストのライブ情報の自動表示が行える。

楽天株式会社に対する第三者割当による新株式の発行を行った。Trovit 社買収に伴う 70 億円の短期借入れのうち約 40 億円を返済。楽天株式会社とこれまで以上に強固なシナジーを利かすべく、楽天ユーザー1 億人×HOME'S 全国 520 万物件 16,000 店舗の不動産会社を重ね合わせながら新サービスの提供等を検討していく。

借り入れの残り 30 億円は、3 年間無担保でシンジケートローンによる借換えを行った。資本増強ができたため、新規 M&A の検討等の攻めの経営を行うことができると考えている。

新築分譲領域を強化するため、株式会社アクセリオンを子会社化した。これまではメディアとして広告出稿のタイミングのみだった役割を、アクセリオンによってプロジェクトの初期段階からデベロッパーのパートナーとして一気に貫で支援していく。結果、HOME'S のメディアを育てていくことに繋げていきたいと考えている。

<アクセリオン子会社化にともない通期の予想修正>

期初予想より、売上収益は 1,997 百万円 (+8.3Pt) 増加し 26,142 百万円。原価はメディア販売の代理店として動くためメディア仕入分が +190.8%。EBITDA は 0%。売上収益以外は軽微な修正となる。

売上収益構成比が変更、原価が増加するため、原価その他販管費の構成比が 4.2%悪化。EBITDA が -0.6%。今後は、生産性向上や収益性を上げるような代理店的な動きを重ね合わせていきながら収益を出していく。

アクセリオンの連結と新株式発行の結果、配当予想は期初予想の 5 円から 4.71 円に修正。

楽天株式会社に対する第 3 者割当増資により、発行済み株式の株価ダイリューションが 5.1%起きており、その影響で 1 株あたりの配当は 4.71 円に減少している。

2016 年 3 月通期の売上収益は前年度比 +43.9%、EBITDA は +61.3%の 5,146 百万円、当期利益 +54.8%の 2,795 百万円、配当は +63.5%増加の予想。配当は株式分割を考慮に入れた修正を行っている。

中長期の成長イメージは、広宣費の改善、人件費比率の維持、その他販管費を増収で吸収という方向で生産性を高めていき、EBITDA 率を 28%まで高めていく。事業戦略に基づく成長投資とリターンを取りながら、国内においては住替えユーザーシェアの 40%を獲得し、ゆくゆくは暮らしのインフラとしてのグローバルカンパニー、世界を代表するインターネット企業への将来ビジョンを描いている。

◆◆◆ 質疑応答 ◆◆◆

※質疑応答は正確性を期すために加筆・修正している箇所がございます。当日の様子はWEBサイトに掲載の動画をご覧ください。

Q)HOME'S モデルで年 2 か国進出していきたいという話だが、エリアやスケジュール感はどうか、またどの程度の利益を目指すのか。HOME'S モデルの海外進出について詳細を伺いたい。

A) どの国に進出するかは具体的には申し上げられないが、今期中に 2 か国ローンチ予定。海外の No.1 プレーヤーに米 Zillow や英 Rightmove や豪 REA があるが、マーケットが大きいため参入余地があるのではと考えている。参考までに海外売上比率は、REA では 400 億円 の売上のうち 250 億円がオーストラリア国内、残りが海外。

Trovit で市場性はあると確認できても、既に出ているタイやインドネシアで収益化に苦労しているので、HOME'S と同等の規模に育つまでには時間がかかると考えている。

Q) 楽天から出資。現時点で楽天とやっているビジネスについて振り返りたい。今後新規サービスを展開予定ということだが、新規事業としてどういったことが考えられるのかのアイデアを伺いたい。

A) 現状で大きなものは楽天不動産。掲載物件は全て HOME'S の物件で我々からすると提携サテライトサイトという位置付け。楽天で問合せが発生すると HOME'S を経由して事業者に問合せがいき、売上げに応じたアフィリエイト費用をお支払する。他には、どれだけ来場成約したかをトラッキング調査する時に楽天スーパーポイントを発行するキャンペーンを行っている。

今後は、トップレベルで協議をしている段階で、実現可能性も含めてお答えするには早い。会員が多く、オーディエンスデータとして様々なログデータをお持ちなので、マーケティングに活用したいというアイデアは持っている。

Q) Trovit の進捗と今後の見通し。前ははまだ今年どこまで伸ばせるか戦略を含めて見通しづらいという感じだったが、進捗はかなり伸びている。現時点で通期計画に対してどの程度でみているか。

A) 足元でこれまでの Trovit モデルをそのまま伸ばしていくのは順調に進展。さらに伸ばしていく収益計画はまだ策定段階でお答えできないが、営業強化で顧客単価を上げていくというのが最も早い近道だと思っている。どのタイミングでどのエリアに出すのか、営業マンを何人にするのか等を今後詰めていかなければならない段階。

Q) M&A の考え方。今後まだ必要な対象の有無等、現状でどのように考えているか。

A) 可能性としてあるのは国内マーケットの C 向けと B 向け。ユーザーシェアが拡大できる案件か、加盟店ベースを持っている会社は可能性がありうるが、今、具体的に動いているわけではない。Trovit は大きな買収だったが、海外はいったんこの状態で良いかと思っている。可能性があるとするれば国内事業を伸ばすため。

Q) HOME'S モデルでの海外進出によって、将来的に増益率が鈍ったり人件費が増えたりするような、本体の収益や成長性に与える影響や負担度についてどう考えているか。

A) 既にインドネシア・タイに進出している。インドネシアは黒字、タイは赤字。OP コストは本体の収益に比較して

微々たるもの。拠点展開、スタッフ配置をしても全体の中の負担としては非常に軽微なものですむと考えている。

Q) Trovit 買収の目的の 1 つに SEO 技術の獲得があったと思うが、国内の HOME'S 事業の広宣費を下げる上で効果が出ているのか。今年の広宣費はまだそれほど改善する想定ではなかったと思うが、下期辺りからそこから何らかの改善が起こってくるようになってくるのか。

A) Trovit のノウハウ移植は徐々に進めている。大きく 3 つほどノウハウがあり、それを国内 HOME'S に対して取り込んでいるところ。効果が出てくるのは、上半期は難しく、徐々に出てくるとして下半期以降か。Trovit Japan を開始したが、もう少したってから徐々に効果が出始めるのではないかと。足元は準備段階、これから数か月後に効果が出始めるだろうと考えている。

Q) 広宣費は下期から何%程度改善する見込みか。特に下期は繁忙期で多く投下してきたと思うが、それが大幅に削減できるようなものか。

A) Trovit はテールワードに強い SEO でボリュームが一気に稼げるわけではなく、今期、大幅に広宣費がカットできるかという点、今期の影響度はそこまで大きくない。それよりは、今取り組んでいる施策で HOME'S そのものの SEO 効果が上がってきた時、過去 3 年は非常に良い状態で上がっているが、また押し上げていく効果があるとすれば、感覚的には 5~10%改善できるかと思う。考え方としては仮にトラフィックが増えて売上げが上がって利益も拡大していくなら、どちらかと言えば、さらに広告を投下することで売上げを拡大して収益を上げていく。

Q) Trovit Japan、日本の構造や HOME'S の立ち位置を考えて、違うマーケットを作れるのか、効果があるのか。足元 2 か月の状況は。

A) 当初想定していた通り競合する関係ではない。仮に競合しても Google 検索結果の 1、2、3 位のどこかにあれば全体のシェアを取っていけるので、仮に Trovit 1 位で HOME'S が 2 位でもそれはそれで良いと思っている。足元は Trovit のロングテールの SEO の効果は完全には判断できていない。しばらく継続する。

それ以外の領域では、求人と中古車では + α で楽しみな領域。求人はレッドオーシャンな領域ではあるが我々にとっては白地の領域なので、新しい市場として捕らえられればと思っている。

Q) 事業者向けサービス。どれくらいのマーケットサイズがあって、御社がやるとどれくらいの売上・利益率になるか。

A) 社内で試算はしているが開示できない。

Q) アクセリオン修正計画は何月から連結するか。

A) 6 月から 10 か月分を連結するが、月次連結を開始するのは 7 月からで 1Q 決算には入っていない。2Q 決算時には月ずれを解消して 4 か月分が入る。

以上