

井上高志 (イノウエ タカシ)

株式会社ネクスト社長



人と住まいのベストマッチングを目指し 成長を加速

◆2008年3月期中間決算の概要

当社は約1年前に東証マザーズに上場した。現在の連結従業員数は376名である。事業内容は主力の「HOME'S」を中心とした不動産ポータル事業、1年前に立ち上げた地域コミュニティ事業、広告代理事業、その他事業としてレントーズネット利用料・賃貸保証・システム開発等である。連結子会社は、(株)ウィルニック、(株)レントーズ、(株)ネクストフィナンシャルサービス（以下、NFSという）の3社である。

今中間期の連結売上高は35億円（前年同期比100.2%増）となり、急速に規模の拡大が進んだ。連結経常利益は5億67百万円（同209.8%増）である。売上高の増加に伴い利益面も好調に顕在化した。

売上高の増加要因は、昨年10月に行った価格改定が奏功し、さらに一部価格改定の遅れていた大手クライアントの契約改定が今年6月に完了した結果、単価が大幅に上昇したこと、4月から連結子会社として(株)ウィルニック、(株)レントーズの2社が加わり業績に貢献したことが挙げられる。ネクスト単体としても、前述の価格改定効果が寄与したことにより売上高は31億83百万円の前年同期比14億35百万円増（同82.1%増）となった。また利益面でも事業の拡大に伴い、大幅な人員増や増床などにより、費用は増加したが大幅な増益を達成した。

当社事業は、加盟店数と1加盟店当たり単価の掛け算で成長する。重要な経営指標である単価は、9月末現在で5万1,760円（同2万5,728円増）と昨年同月比でほぼ倍増した。これは昨年10月の価格改定、および大手クライアントとの契約更改が奏功したものである。9月末時点の加盟店数は8,120件（同146件増）である。昨年10月の価格改定時に約1,000件の加盟店が退会したが、その後順調に新規加盟店の獲得が進み、過去最高の会員数となった。特に1都3県、関西圏を中心に新規顧客が順調に増加した。今後は各地の主要都市も含め開拓を積極的に行う。

セグメント別売上高は、不動産ポータル事業32億40百万円、広告代理事業77百万円、その他事業1億84百万円である。連結子会社が業績に寄与しつつ、主力事業HOME'Sも順調に成長している。HOME'Sにおける商材・サービス別売上高では、賃貸および売買仲介のHOME'SおよびHOME'S新築分譲マンションが順調に拡大している。

◆ビジネスモデルの概要

主力事業HOME'Sは、47都道府県にわたり、小さな地場の不動産会社から流通大手トップテンに入る会社まで、さまざまな不動産仲介会社・管理会社をクライアントとしている。収益モデルは、賃貸20物件、売買20物件、最大40物件までの掲載料1万5,000円/月が最低料金である。こちらの9月末現在の顧客単価が5万1,760円となっている。新築マンションに関しては、大手不動産会社・デベロッパーを中心として279社の取引先があり、1棟当たりの掲載料は10万円/月～である。

(株)ウィルニックは、工務店・ハウスメーカー・リフォーム会社等、注文住宅およびリフォームの施工会社を探すエンドユーザー向けに情報を提供している。現在の取引先数は421社である。注文住宅に関しては5万円/月の固定費プラス問い合わせ1件当たり1万円を従量課金しており、リフォームはその半額の料金設定である。

地域コミュニティ LococomではFCチェーン、飲食店、人材会社等の各種事業者をクライアントとして想定しているが、まだ売上高1百万円に満たない投資フェーズにある。主な収益としてはバナー広告掲載料である。

これらHOME'Sブランドの総ページビューは10月には1.3億PV/月を達成しており、前年同月から22百万PV/月増加した。Lococomの総ページビューも1,401万PV/月と急成長している。また新規事業として、賃借人に対して連帯保証人となるサービスを提供するNFSのHOME'S賃貸保証や不動産会社向けに顧客管理機能ツール、営業支援ツールをASPサービスで提供する(株)レントーズの事業もある。

前述のとおり、当社の収益は顧客数×顧客当たり単価という掛け算で二次曲線的に拡大している。後述するページビュー数、ユニークユーザー数増加施策を行うことで、問い合わせ・資料請求件数が増加する。さらに、不動産会社、ハウスメーカー、リフォーム会社間で、当社は低コストでパフォーマンスのよい媒体であるという評判が広がる。その結果媒体価値が向上し、さらに口コミで業界内に評判が広まり、新たな顧客が増加することで、収益の向上につながり、さらに再投資するという好循環を可能にしている。現在、対売上高約20%の広告宣伝費を継続的に投資している。ページビュー数、ユニークユーザー数増加のための施策としては、テレビCM、車両広告、ネーミングアイツ等によるブランディング強化、リスティング広告、検索エンジン対策、アフィリエイトサイトの活用、大手ポータル等約40の提携サイトの活用、の5点がある。

重要な経営指標である顧客単価については、10月末時点の顧客単価は5万2,286円と過去最高になった。過去最高の加盟店数×過去最高の顧客単価により売上高は上昇している。料金改定については過去2回行っている。創業時から2004年10月の価格改定までは、月額使用料1万5,000円、掲載物件数上限無しというモデルにより、掲載物件数・加盟店数が飛躍的に拡大し、その結果サイトに訪れるユーザー数も増加した。2004年10月の改定時は月額使用料を据え置き、掲載件数の上限を100件とした。その結果、売上が拡大し、価格改定効果として42%の単価上昇を果たした。その後2006年10月までの2年間は価格改定を行わなかったが、この期間も媒体価値の向上により、より多くの物件数を掲載できる上位プランへのコース変更などにより、平均単価は42%上昇した。さらに昨年10月の価格改定では、掲載物件数の上限を40件（賃貸・売買各20件）と設定した結果、掲載単価は約3倍、平均単価は67%上昇している。

◆新規事業について

地域コミュニティLococomの会員数は順調に増え続け、10月末時点で23万1,099人（前年度末比12万9,131人増）となった。またページビュー数も順調に増加し、9月月間で1,462万PVとなり、過去最高を記録した。7月30日以降さまざまな機能追加をし、さらなる会員獲得のためにユーザビリティの向上を推進している。

㈱ウィルニックは伊藤忠商事との合併会社である。伊藤忠商事は以前よりリフォームサイト、注文住宅サイトを運営しており、当社も同様のサイトを運営していたため、それぞれ事業を持ち寄り、ナンバーワンサイトをつくるべくしてスタートしている。同社の中間期売上高は1億38百万円（前年同期比484%増）である。9月11日にはリフォームサイトのリニューアルを完了し、「HOME'Sリフォーム」の登録企業は無料で伊藤忠の「リフォームネット」に同時掲載が可能となった。

㈱レンターズの中間期売上高は1億56百万円（同52.8%増）である。主要因は第1四半期に㈱ハウスメイトパートナーズの受託開発売上が計上されたことによる。

HOME'S賃貸保証を行うNFSの9月売上高は3百万円（入金ベース27百万円）で順調な滑り出しとなった。同社は日本総合信用保証㈱から営業譲り受けを完了し9月に営業を開始した。のれん償却は5年で1億5百万円である。HOME'S賃貸保証サービスの目的は、賃貸保証をすることで連帯保証人をなくし、家賃滞納時の担保としての敷金を軽減することでスイッチングコストの低下を実現させ、住み替えやすい世の中・環境をつくることである。賃借人、賃貸人、NFSがWIN-WINIになる関係を目指している。今後もさまざまな不動産、住宅に関連するフィナンシャルサービスを実施していきたいと考えている。

日本の人口は減少傾向にあり、世帯数も2015年をピークに減少すると予想されているが、特にターゲットとなる賃貸物件に住むことの多い単身者、母子・父子家庭世帯は2015年以降も増加する見通しである。このため賃貸保証ビジネスの需要・ニーズ・市場規模も同様に増加するとみられる。現在の家賃決済の市場規模は約1兆円/月と非常に大きなマーケットである。現在NFSは賃貸保証業界4位であるが、今後はHOME'Sブランド、全国8,000店舗のネットワークを活用し、早期に業界ナンバーワンの地位を確立したいと考えている。日本全国の賃貸世帯数1,700万世帯に対して、現在の賃貸保証契約者は40万～50万件であり、開拓の余地は十分あると考えている。

中期計画におけるNFSの売上高は、今期63百万円、来期4億25百万円、再来期9億52百万円、経常利益は今期マイナス1億79百万円、来期マイナス1億54百万円、再来期1億15百万円である。が、こちらは売上計上基準を発生主義としているため、当初2年間は赤字幅は大きいが入金ベースで見た場合は黒字となっている。

◆通期業績予想と今後の事業戦略

当社は、6月に大手クライアントとの契約更改が順調に進んだことを受け、7月に通期業績予想の上方修正を行った。連結業績は、売上高82億32百万円（前期比84.6%増）、経常利益15億61百万円（同84.6%増）、当期純利益8億27百万円（同102.2%増）を予想している。前期比60%程度の成長を目指してきたが、今期の成長スピードは加速していると言える。

今後も進学、就職、結婚、子供の誕生、定年・老後というライフステージに合わせ、住み替えニーズに対する情報提供を行い、さらに住み替えニーズのない空白期間は地域コミュニティ Lococomで緩やかに囲い込むという戦略を採り、長期にわたるロイヤリティの向上を目指す。住まいのポータルとしてスタートした会社であるが、今後は暮らしのポータル、暮らしのインフラを目指す事業展開を図りたい。

（平成19年11月29日・東京）