

## 機関投資家向け決算説明会 質疑応答

日時 : 2009年11月2日(月) 13:00~14:10  
場所 : 東京証券取引所  
当社出席者 : 代表取締役社長 井上 高志  
取締役常務執行役員 板谷 隆一  
取締役執行役員管理本部長 浜矢 浩吉  
経営企画部経営企画グループ長 福澤 秀一  
質問数 : 6問  
参加者数 : 80名

※ 質疑応答は正確性を期すために、一部加筆・修正している箇所がございます。当日の様態に関してはWEBサイトに掲載している動画をご覧ください。

A.1 不動産市況の最悪期は脱したとみているため、大きなリスクはないと認識している。

内部要因、外部要因とリスクを分析しているが、内部要因に関しては手を打っているし、外部要因に関しては最悪期は脱したと見ている。

また、同業他社や新サービスの動向もウォッチしているが、現時点においてはリスクとして認識すべきものはない。

■ 業績予想の進捗状況

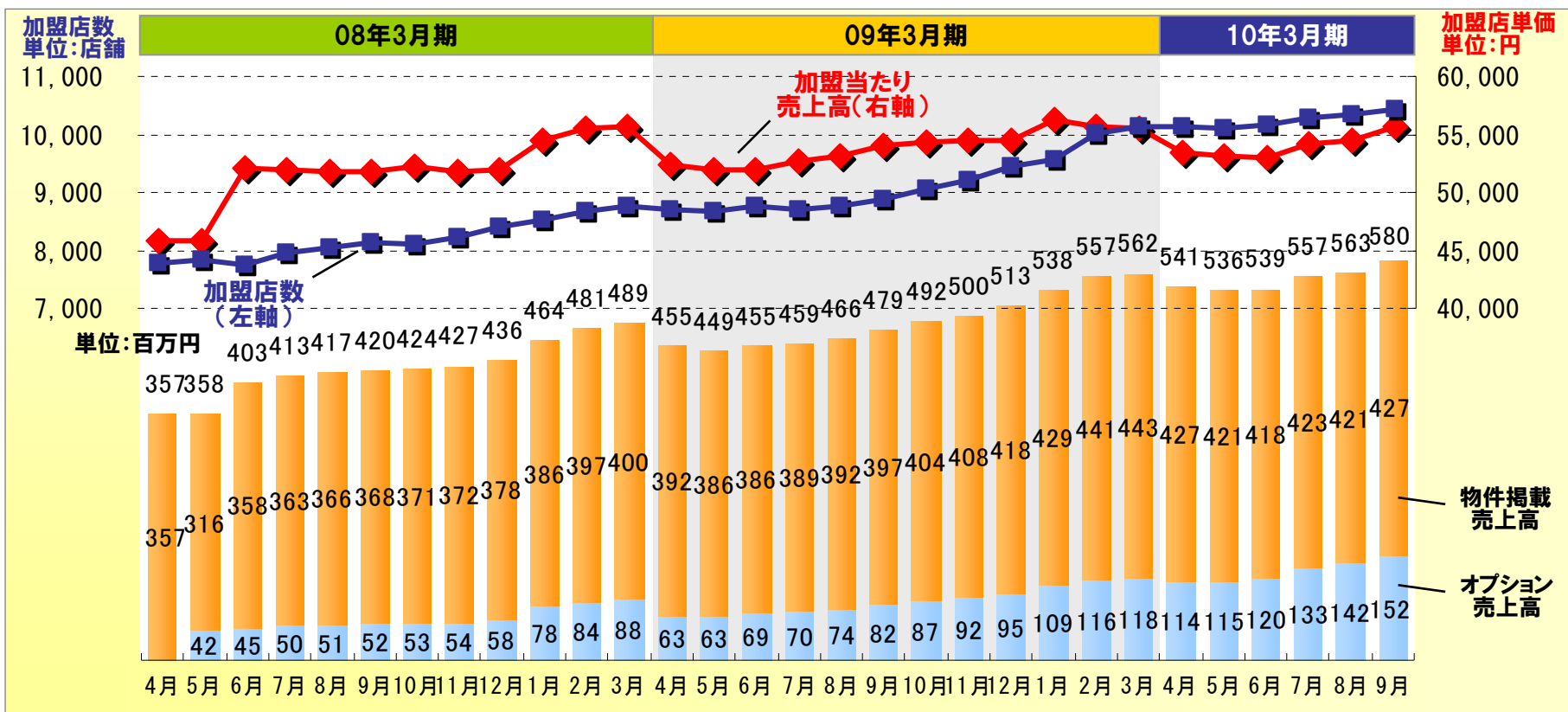
単位:百万円	10年3月期 上期 実績 (4月-9月)	10年3月期 上期 予想 (4月-9月)	上期業績予想比		通期業績予想比	
			差額	差異率	通期業績予想	進捗率
売上高	5,077	4,945	+ 132	+ 2.7%	11,266	45.1%
売上原価	120	149	▲ 29	▲ 19.5%	304	39.5%
販管費	4,159	4,593	▲ 434	▲ 9.4%	9,244	45.0%
人件費	1,755	1,793	▲ 38	▲ 2.1%	3,709	47.3%
広告宣伝費	943	1,127	▲ 184	▲ 16.3%	2,142	44.0%
営業費	270	222	+ 48	+ 21.6%	478	56.5%
減価償却費	175	189	▲ 14	▲ 7.4%	411	42.6%
貸倒・保証履行引当金	71	68	+ 3	+ 4.4%	163	43.6%
その他販管費	944	1,191	▲ 247	▲ 20.7%	2,339	40.4%
営業利益	797	202	+ 595	+ 294.6%	1,716	46.4%
当期純利益	436	74	+ 362	+ 489.2%	1,093	39.9%
営業利益率	15.7%	4.1%	+11.6p	—	15.2%	

参考資料（決算説明資料）：P.18

A.2 目標としては定めてない。

将来的に、加盟店単価を10万円まで引き上げたいと考えているが、その中でオプションと掲載料金それぞれ何%にしていくかといった目標は決めていない。

■ 「HOME'S賃貸・不動産売買」の主要指標の推移

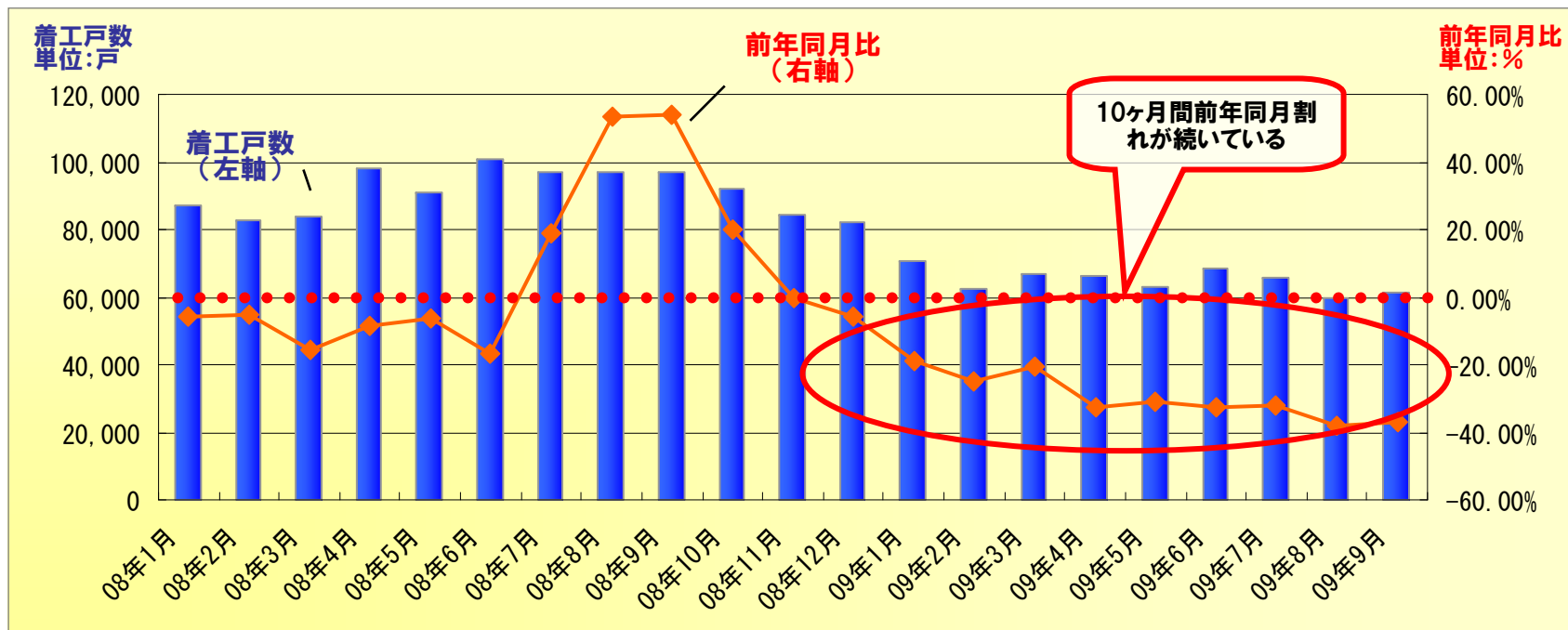


参考資料（決算説明資料）：P. 6

**A.3** 日本経済新聞にも掲載されていたが、下げ止まった感が出てきたとみている。

財務基盤が比較的強い大手に関しては弱含んでいないが、昨年来、新興デベロッパーは、多くの企業が破綻するなど厳しい状況が続いてきた。しかし新興デベロッパーの中では、最近郊外で新規に物件供給し始めるなど良いニュースも聞くようになって来た。これらの状況や、マクロデータ等も踏まえると、まだ不動産市況全体は弱含んでいるだろうという感想だ。しかし、これ以上悪くなることも考えられない。

**■ 新設住宅着工戸数の推移**



出所：国土交通省調べ

A.4 会員数が増えることが、コミュニティサイトのコンテンツ・ロコミ・情報量を増やす源泉だと考えている。

(Lococomとコンセプトが違うものの)MixiやGreeのようなサイトやアナリストの方などの情報によると、会員数100万人がひとつのクリティカルマスだという話があり、当社も100万人をマイルストーンの中に置いている。

現在会員数は56万人を超えてきた。年度内の目標であった100万人はもしかしたら遅れるかもしれないが射程圏内に入ってきた。店舗データも540万件に増強し、ようやく会員数(卵)と情報量・ロコミ数(鶏)を同時に増やす基盤が出来てきた。

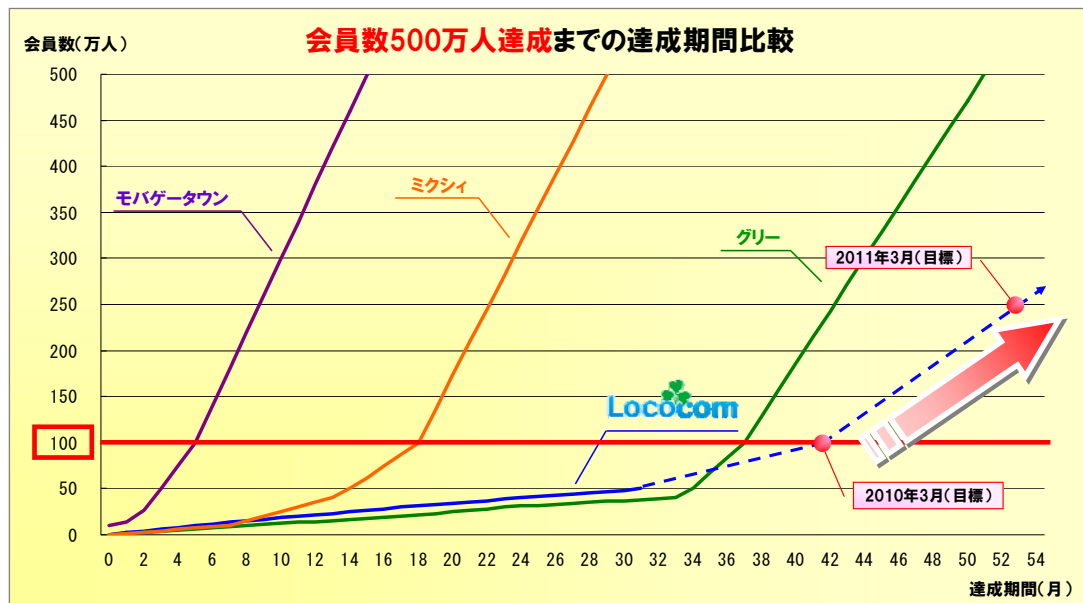
収益モデルとしては、ページビューに依らない課金方法なども検討しており、11月26,27日の「宣伝会議プロモーション&メディアフォーラム」のセミナーでもその一部を発表予定だ。

■ Lococomの主要指標(左)とSNSサイトの課員数500万人達成までの期間比較(右)



【Lococomの概要と主要指標】

- 登録会員 : 56万人
  - 利用者数 : 141万人/月  
(ネットレイティングス社調べ)
  - 月間PV : 1,400万PV
- 2009年9月データ



参考資料 (決算説明資料) : P. 39, 41

A.5 中期ビジョンでは2011年3月期で連結売上高170億円、同営業利益40億円を目指している。達成時期が遅れる可能性もあるが、現時点では必達目標と掲げながら事業を展開している。

将来的には、メインサービスの「賃貸・不動産売買」分野では、将来的には加盟店数25,000店舗、加盟店単価は月額10万円を目指しており、これが実現すれば同サービスだけで年間300億円の売上高まで達成可能とみている。

また、周辺事業に関しては、中期ビジョンにて2011年3月末までにLococom、子会社のウィルニック・レンターズ・NFSの育成(黒字化)を掲げている。既にLococom以外に関しては実力値としては黒字化したとみている。

主力事業を数百億円規模まで成長させながら、周辺事業を徐々に積上げていく。Lococomや子会社が展開する事業は、現在順調に育ってきており、新規サービスへの投資が出来る体制が整ってきた。そのため「有料職業紹介事業」等、新たな事業を立ち上げた。今後はLococomを基盤とした周辺事業へも新規参入していきたいと考えている。

### ■ 中期ビジョン(左)とセグメント別営業損益の推移(2Q累計による比較)(右)

2011年3月期 中期ビジョン

ネクストグループが  
目指すもの

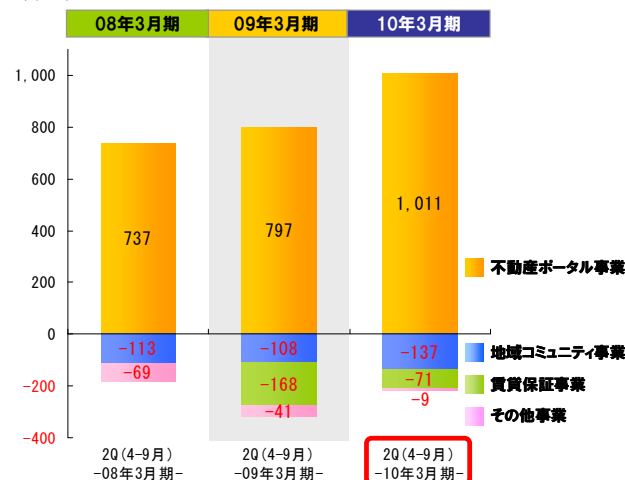
- 「HOME'S賃貸・不動産売買」を圧倒的NO.1に

2011年3月期 連結業績  
売上高 170億円 営業利益 40億円

- インフラとしての地域コミュニティサイト「Lococom」

2011年3月末  
Lococom会員数 250万人  
Lococom上で「住まい」「健康」「働く」「医療」…様々な暮らしの  
情報を提供していく

単位：百万円

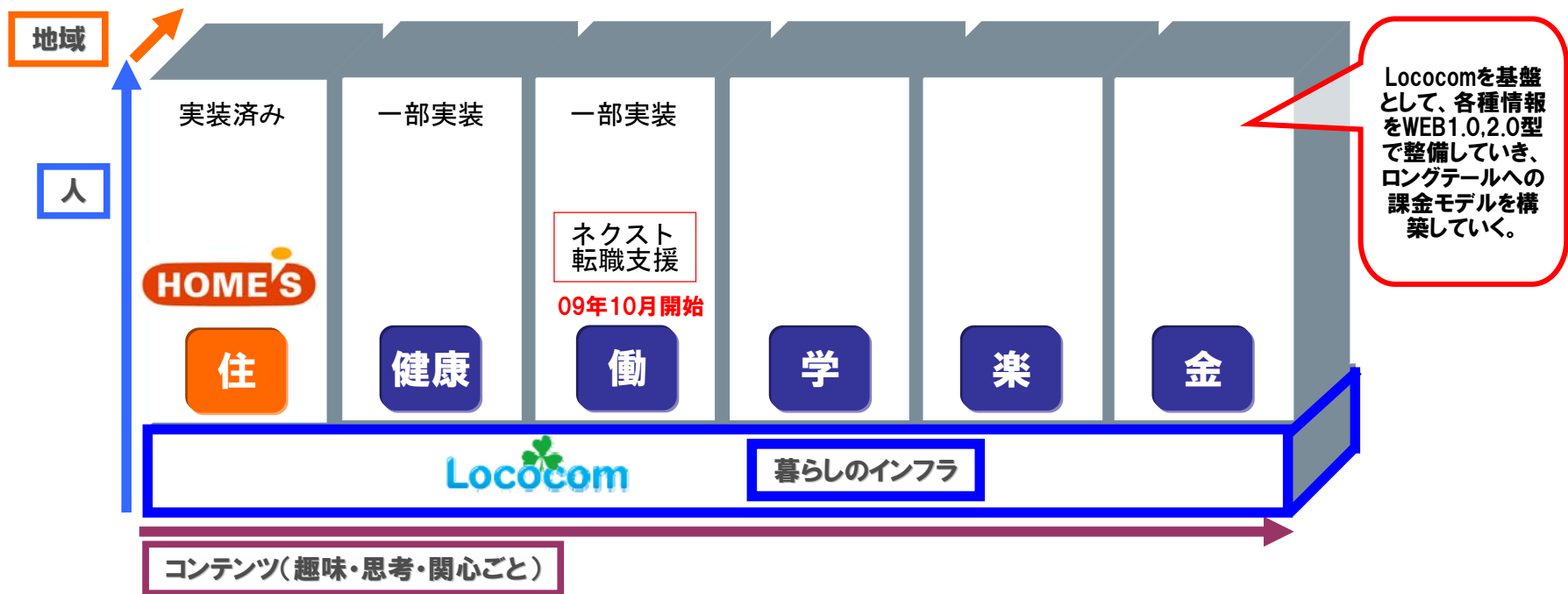


参考資料(決算説明資料) : P. 11, 36

A.6 他のネット業界を代表するような企業を見ても、類似する企業はないと考えている。

個別で見た場合、主力事業の不動産ポータル事業ではリクルート社や、アットホーム社と競合しているものの、当社は暮らしのインフラを目指している。情報掲載やトランザクションによる小額課金を展開していくモデルとしては、まだ明確な成功モデルはないのではないか。

■ 暮らしのインフラへのイメージ図



参考資料 (決算説明資料) : P. 42