

株式会社ネクスト(2120)

2015年3月期 第3四半期 決算説明会要旨

日 時 : 2015年2月16日(月) 17:00 ~ 18:00
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
経営推進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 : 40名

<今期のポイントまとめ>

国内の主力事業である「HOME'S」は、ここ3、4年の取組みや投資が効果を奏し、骨太に伸びている。他社との差別化のため物件網羅性を最重要視しているが、総掲載物件数は12月平均で534万件、対前年87.2万件増で、増加ペースが加速している。収益を未来の種にするよう、現在を投資の時期と位置付け、積極的な投資を行っている。

一方、2014年10月に買収を発表した海外の Trovit の業績も順調。展開している国は買収時の39から43ヶ国に増え、ハイペースに展開を進めている。Trovit の連結は2015年1月から開始している。

<2015年3月期第3四半期の決算情報>

第3四半期累計の連結売上高は順調で、昨対比+13.7%の118億3,100万円。営業利益は計画通りの投資を行っているため-6.7%の20億6,500万円。

主要指標である総掲載物件数は3Q累計平均で469万件(+11.4%)、加盟店単価61,145円(+7.9%)、加盟店数12,032(+10.5%)といずれも順調に伸長した。その結果、月次売上高・加盟店数は共に過去最高を更新した。今期は投資の時期として、積極的な広告宣伝とスマートデバイスの対応強化等をしており、ユーザーシェアが拡大している。

3Q累計平均の売上高では、不動産情報サービス事業は+13.6%、特に主力の賃貸・不動産売買は+19.3%と2桁成長を継続している。3Q累計平均の社員数は570から623人に増え、人件費は+14.4%。TVCMなどのブランディングプロモーションを積極的に行い、広告宣伝費は+25.8%。サービス向上に向けたUX(ユーザーエクスペリエンス)調査や買収に関する費用が増加し、営業費は+68.0%。システム利用料やスマートデバイス対応に伴う費用が増加し、その他販管費は+16.3%。力強く成長軌道に乗っていると考えており、計画通りに進展している。

3Q累計平均のサービス別売上高では、主力の賃貸・不動産売買はSEO好調により、訪問者数・問合せ数ともに増加した。加盟店数は営業努力により過去最高を更新し、昨対比+19.3%と大幅に拡大した。

新築分譲(+4.2%)は、期初予想通り消費税増税の影響が継続している。マンションはマーケットの新規発売戸数が減少しており、掲載物件数が-7.5%。戸建ては回転が速いこともあり営業努力で+5.7%を確保している。

注文住宅・リフォーム(-18.5%)は、増税の影響に加え、2014年10月1日にリフォームを問合せ課金から成約課金に変更したことで、課金タイミングのずれが生じている。

不動産事業者向け(+42.1%)では、2014年7月に、HOME'Sのオーディエンスデータを活用しながら大手デベロッパの広告宣伝費の効率を上げるプライベートDMPサービスを開始し、非常に順調。

不動産情報サービスその他(+36.8%)のうち、「HOME'S介護」が引き続き順調で+40.2%。

セグメント別損益の推移では、不動産情報サービスは戦略的投資により-5.8%だが、期初計画通り。その他事業では、インテリアECの投資がかさんでいる。

通期業績予想に対する進捗率は 60 半ば～70%台で修正予想通り順調。売上高はおおむね計画通りで、Trovit の 9 億 4300 万円見込みをのぞくと約 70%。不動産情報サービスその他は 31.5%だが、Trovit をのぞけば 72%で計画通りとなっている。当期純利益は予想を上回っているが計画通り。Trovit は売上高 9 億 4,300 万円、営業利益 3 億 6,800 万円。四半期分のみのれん償却 5 億 3,400 万円が計上される予定(1 ユーロ=140 円で計算)。

配当予想に変更はなく 4.92 円を予想。配当性向は前期同様、連結の当期純利益 20%をめどにしており、今期は Trovit の業績と、Trovit 取得に伴うのれん償却費は除いて計算している。来期からは IFRS に移行することでのれん償却はなくなる。来期の配当は Trovit の業績も含めた連結当期純利益の 20%をめどにすることを予定している。

3Q 末の貸借対照表とのれんの状況は Trovit の買収に伴い大きく変動している。のれんは 109 億 5,100 万円。短期借入金 70 億円。資産は 207 億 9,200 万円、これまでの預貯金を一部崩して買収に充てている。流動負債は短期借入金分が増えている。1 株当たりの純資産は 200.18 円(+10.2%)。

上記の結果、当期末の現金同等物は 54 億円減少の 29 億円。定期預金を含めると 39 億となっている。

<2015 年 3 月期第3四半期の振返り>

「HOME'S 賃貸・不動産売買」の掲載件数・加盟店数は過去最高を更新している。反響も好調で、直近 2015 年 1 月の問合せ件数は昨対比 25%増加し、その結果月次売上げが過去最高の 10 億円を突破した。

主な取組みとして、国内の圧倒的 No.1 に向けてブランディングプロモーションを行っている。TVCM は昨対比 +40% を投下し、全国 3,542 万世帯で視聴可能になった。今回の TVCM は、タレントに頼らずに自らのメッセージを伝えようということで 5 種を作成した。その他、屋外広告・交通広告・タイアップ広告等も行っている。ブランディングプロモーションにより集客力は強くなってきている。

新しい試みとして O2O トラッキングを開始した。今までは不動産の検討開始から比較検討・問合せまでをトラッキングできていたが、そこから先の来店来場・成約は可視化出来ていなかった。ヤマハの INFOSOUND を利用して来店・来場をトラッキングし、成約したユーザーに楽天スーパーポイントを付与することで成約もトラッキングする取組みとなっている。来店来場・制約までも可視化することでさらなる成約数の極大化を目指している。

そのほか、部屋作りシミュレーションシステム GRID VRICK 等の開発も行っている。同システムではレゴブロックを置いていくと仮想空間にすぐに物件ができ上がり、部屋の壁紙やソファ、床材質等もその場で変更することができる。また Oculus Rift を利用して完成した物件内を自由に歩き回って内見することができる。従来、注文住宅やリフォームでは図面や模型の作成に時間がかっていたが、同システムを利用することでリアルタイムにシミュレーションができるようになる。また完成予想をインテリア等も含めてよりリアルに体験してもらうことが可能になると考えている。

<Trovit の業績>

※連結前の監査を受けていない速報値のため、実際と異なる場合があります

速報値ではあるが、2014 年 12 月期の売上げは前年比 +28.3%、EBITDA も +33.7%と非常に順調。日本円に換算すると 31.5 億円の売上げ、11.3 億円の EBITDA と、高い利益率と成長性を持っている(1 ユーロ=140 円で計算)。Trovit の連結は 2015 年 1 月から開始し、結果、連結での売上げは前年同月比 +44%となった。

◆◆◆ 質疑応答 ◆◆◆

※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。当日の様子はWEBサイトに掲載している動画をご覧ください。

Q)既存事業の将来の成長余地について。物件掲載数は競合と比較しても非常に多くて足元も伸びている。長期的に見てどの程度まで伸ばせるのか。既に相当多いので、アップサイドがないのではと心配になるが。

A)物件数アップサイドは1,200万件くらいとみている。現在総掲載物件数は534万件なので、あと2.5倍程度。掲載物件情報は重複もあるが、今後の重複率によりもう少し多くなるかもしれない。大事なのは名寄せした時にユニーク物件数がどの程度あるかということだと思っている。

Q)加盟店ごとの単価も上昇中との話だった。月間でみると10万くらいだと思うが、将来的にはどの程度まで上がる余地があるのか。個々の広告宣伝の枠のイメージがはっきりないが。

A)答えが非常に難しいが、賃貸・売買では加盟店単価は現在6万円。折込みチラシ等がネットにシフトしてくることが続いていることはプラスになると考えている。今後、どの程度まで上昇するかは、提供する付加価値次第かと思っている。さらに成約率が高い媒体に進化したり、今までできなかった業務支援ツール、顧客管理やHP自動作成ツール等が加わったりした場合に10万円を超えてくることは十分あると思っている。

全体のマーケットの中から何%まで広告宣伝費に投資するかについては、不動産会社の賃貸・売買仲介の場合、収入として得る手数料の15%くらいは広告として投資しても良いと考えていると思う。

Q)来年度、Trovitの業績が通期で連結された場合の考え方では、営業利益38億+ α (既存事業の成長)とのことだが、既存事業の中期的なオーガニックグロースはどの程度を考えているのか。サービス認知度があがって広告費比率が下がると、利益率は上がると思うが、その辺はどうか。加えて、物件数や加盟店単価が増加した場合、既存事業は今後どの程度まで利益を成長させられると現状考えているか。

A)業績はまだボラタリティがあり先行投資もしているので中期的な数字を具体的には出していない。2015年3月末の売上高予想が約180億円程度。将来的には営業利益率25%を達成したいので、利益成長率は3倍くらいかなと思っている。

Q)賃貸と売買は伸びているという話だったが内訳はどうか。特に売買は、投資物件や外国人投資のところは一次取得者と比較するとリピーターも多く魅力的にみえるが、そういったところが牽引しているのか。これに関連して、最近、不動産情報のところでIPOも増えているが、今後御社も投資マーケットを伸ばしていく考えはあるか。

A)賃貸と売買の内訳は賃貸の方が伸びている。賃貸は前年同期比+22~24%、売買は+15%程度。投資は不動産売買に含まれており現状足元は伸びていないが、伸ばしたい領域。Trovitの買収によって世界的なネットワークが広がった時に、不動産物件を実需ではなく金融商品的な位置づけでグローバルに売買できるようなプラットフォームになっていきたいという意思はある。投資領域はリピーターも多いし、海外投資家もインバウンドで呼び込む、または日本の投資家が東南アジア等にアウトバウンドで投資するのも活発になっているので、ビジネスチャンスは捕まえていきたい。実需の断トツNo.1を優先するが、投資領域もやってはいきたい分野ではある。

Q) 最近の取組みで特定物件とタイアップした交通広告をよくみかけるが、今期どのくらいの数をやる予定か。単に共同広告ではなく御社にフィーがあるのか。

A) 全体事業の中のほんの一部。オプション的な位置づけ。年間いくら売るという計画は特にはない。クライアントからの要望に応じて。フィーを頂いている。

Q) Trovit 日本語版は今春という話だったが、進捗はどの程度？ 求人・中古車も含めてどうか。

A) 以前お伝えした通り、不動産・中古車・求人 3 つのジャンルでこの春立ち上げ予定で進めている。

Q) Trovit の業績の伸びの内容。顧客数と単価と分けると、現状どのような伸びか？

A) 単価はそれほど伸びていない。有料顧客が全世界で 600 サイト。徐々に有料になって頂くお客様を増やしている。展開している国とそこでの顧客の数が増えている。単価は、国によって異なるが、少し時間がかかるかと思う。ブラジル等の南米では、単価も上がってきていると聞いている。

Q) 来期の広告宣伝費率は、今期と比較するとどの程度を予定しているか。

A) 広宣比は下げたいという意志が働いている。これまで 30%前後をコントロールラインにしなが積極的に投下してきたが、3、4年たつと認知度が高まり、感応度が下がると思うので減らしていく。だいたい年率1ポイントくらいずつ下げようという感じ。

Q) 新築分譲のところマンションは消費税増税の影響が緩和してきていると思うが、御社の業績への影響はどうか。この伸びも加速してくるのか。

A) 人口減少と世帯数減少の中で、今後マンション業界の大きな伸びはあまり期待できないだろうと考えている。多くの上場デベロッパーも同様のシミュレーションをしていると思う。新築はオリンピックイヤーまではかろうじて伸びるが、これ以上大きな伸びは見込めないと思っている。それよりは既存住宅・リノベーションが伸びると考えている。

以上