

井上高志 (イノウエ タカシ)

株式会社ネクスト社長



日本最大級の住宅・不動産 情報ポータルサイト「HOME'S」を運営

◆2007年3月期は大幅な増収増益

当社は昨年10月31日に東証マザーズに上場させていただいた。従業員数250人程度で、現在は日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」を運営しているほか、派生事業として広告事業等を行っている。楽天株が現状16.5%程度のシェアを持つ大株主である。連結子会社は㈱ウィルニック（2007年2月）と㈱レンターズ（同4月）の2社である。

2007年3月期の業績ハイライトを挙げると、①連結業績は売上高44億59百万円（前期比63.8%増）、経常利益7億15百万円（同59.3%増）となった。（前期業績比較は単体のみ）

②収益性の低い検索ポータル系の広告商品を扱う広告代理事業を意識的に減らし、収益性の高い自社媒体の販売に注力した結果、売上高は予算に対し93.2%とややショートしたが、経常利益は101.7%の達成率となった。

③2006年10月に行った料金改定（1物件当たり掲載単価を約3倍に）により、加盟店単価が2006年3月末の2万4,642円から2007年3月末には4万6,030円と86.7%アップした。

④加盟店数は2006年10月の料金改定時に7,126店舗まで落ち込んだが、新規開拓のペースは衰えず、2007年3月末には7,733店舗まで回復した。

⑤2006年10月にスタートした新規事業の地域コミュニティサイト「Lococom」は、わずか164日で会員数10万人を突破した。

⑥2007年2月に伊藤忠商事㈱と合併で㈱ウィルニックを設立し、ハウジング事業の強化を図った。

⑦2007年4月に、「HOME'S」の価値向上を目的として㈱レンターズを完全子会社化した。

⑧2007年4月から新たに、不動産オークション「HOME'Sオークション」をスタートさせた。

当期の連結業績は売上高44億59百万円、経常利益7億15百万円、当期純利益4億9百万円、潜在込み1株当たり当期純利益4,879.57円となった。セグメント別売上高は不動産ポータル事業42億50百万円、広告代理事業1億62百万円、その他事業（新規の地域コミュニティサイト、保険・クレジットカードによる家賃決済等のファイナンス事業など）47百万円となっている。

2008年3月期（今期）連結業績は売上高78億53百万円（前期比76.1%増）、経常利益14億18百万円（同98.3%増）、当期純利益8億41百万円（同105.6%増）、潜在込み1株当たり当期純利益9,267.22円という予想である。これまで売上と利益共に60%程度の成長を維持してきたが、今期はさらにそれを上回る成長を実現したい。

◆ピーク時には月に約450万人が訪れる巨大サイトに成長

当社の不動産ポータル事業は、日本で最大級の住宅・不動産情報ポータルサイトである。2007年4月末現在で加盟店数は7,786店舗、掲載物件数は約104万件（賃貸物件が約80%、中古売買物件が約20%）で、総ページビュー（以下、PV）は1億4百万PV/月を記録しており、1カ月のユニークユーザー（以下、UU）数で見ると、ピーク時には450万人程度が訪れる巨大なサイトに成長してきている。

「HOME'S」と総称しているが、物件の種別によりサイトが分かれている。最大は賃貸・売買仲介物件（中古の物件）の「HOME'S」で、これが各グループサイトへの総合トップページ（入口ページ）になっている。例えば「HOME'S」に「新築マンション」という物件種別があるが、クリックすると、新築分譲マンションに特化した「新築HOME'S」のサイトへ飛んでいく。同様に「新築一戸建てHOME'S」、「投資HOME'S」、「HOME'Sオークション」、「家づくりHOME'S」、「リフォームHOME'S」などを含めて、HOME'Sグループサイトとなっている。

不動産ポータル事業の当期の売上高内訳は、「HOME'S」が31億40百万円、「新築HOME'S」が7億98百万円、「新築一戸建てHOME'S」が1億34百万円、「家づくりHOME'S」、「リフォームHOME'S」からなる「ハ

ウジング」が66百万円、「投資HOME'S」が13百万円、などである。

当社の不動産ポータル事業の成長モデルは、まず①「収益の向上」である。〈加盟店数×加盟店単価〉が収益構造なので、これをいかに高めていくかが収益拡大のポイントになる。ここで得た収益を、PV・UU数を増やすためのプロモーションマーケティングコストとして再投資した結果、②「PV・UU数増加」を促し、③「問い合わせ・資料請求数増加」を実現し、④「媒体価値の向上」につながり、さらなる収益の向上が見込める、というサイクルである。

PVの増加施策は、①ブランディング強化（テレビCM、地下鉄等の車両広告、ネーミングライツ取得など）、②リスティング広告（SEM）、③検索エンジン対策（SEO）、④アフィリエイト、⑤大手ポータルサイトとの提携、といったもので、当期は年間12億のPVを達成している。今期も売上高の20%程度を投下し、PV増加・ブランド価値向上を図っていく。

コア事業である賃貸・流通事業の概況として、PVは季節要因がありながらも2007年4月には1カ月で1億4百万PVまで拡大してきた。掲載物件数は同月現在104万件（前年同月比2万件減）となっている。この要因は、昨年10月の料金改定により、加盟店の一部が、料金を値上げしたくないということで掲載物件数を減らしたことで、値上げを嫌って解約する加盟店が発生したことだが、その後順調に増加してきている。月次売上高は価格改定直後に約2億円から約3億円へと約1.5倍に拡大し、その後も加盟店数・掲載物件数共に順調に増加した結果、2007年4月には3億57百万円まで伸びてきた。

加盟店単価は料金改定直後に2万6,032円から4万3,550円へ上昇し、その後も伸び続けて、4月時点では4万5,891円となった。

「新築HOME'S」については、足元では総PV数が右肩上がりで843万まで伸びてきており、掲載物件数も2007年4月末には2,579件と、前年同月比で134件増となった。物件当たり単価も2万9,592円まで上昇しており、今後も媒体価値を高め、さらなる向上を目指している。

◆「各人に合ったトータルライフソリューション実現」を戦略に

当社は今後の事業戦略として、「一人ひとりにあったトータルライフソリューションの実現」を打ち出している。人生においては、進学、就職、結婚などライフイベントやライフステージの変化とともに、住み替えというニーズが発生するので、当社はその都度、各人に合わせて賃貸物件、マンション、戸建て住宅、注文住宅、リフォームといったさまざまニーズに合ったコンテンツを提供してきている。

また、「住まい」のこののみならず、引っ越し会社の選定や家財・火災保険の選定、また賃貸の場合は家賃決済をクレジットカードで行い、ポイントやマイルに交換したいといったニーズに応えられるような「暮らし」にかかわるサービスを拡充したことで、ユーザーはワンストップで「住まい」と「暮らし」のサービスを受けることができる。

新規事業として、地域・生活者コミュニティサイト「Lococom」（ロココム）の運営を開始した。従来の一般的な仮想空間中心のSNSとは異なり、現実生活を中心としたコミュニティサイトを目指している。ビジネス的な目的としては①メディアとして育て広告収入を得るビジネスという視点と、②「HOME'S」は、住み替えニーズがいったん収まってしまうと、ユーザーとの接点がなくなってしまうことも多いので、「Lococom」を通じてユーザーを緩やかにリピーターとして囲い込み、HOME'S自体の集客コストも下げていく、という戦略を立てている。

この地域・生活者コミュニティサイト「Lococom」（ロココム）は、①個人空間 [CtoC]、②地域空間 [CtoCtoB]、③法人空間 [BtoB, BtoC] という三つの空間の共存で成立する。「Lococom」内の地域生活者がつながり合うコミュニティサイトを目指しているが、従来のMixiのようなSNSやblogといった情報発信型ツールのみならず、独自の機能として、家計簿、スケジューラー、住所録、アルバム機能といった個人管理ツールを実装している。

㈱ウィルニックは、これまで伊藤忠商事㈱（以下伊藤忠）が運営していた「家づくりネット事業」、伊藤忠エレクトロニクス㈱が運営していた「リフォームネット事業」、当社が運営していた「家づくりHOME'S」と「リフォームHOME'S」が、それぞれ同社に事業を譲渡することで新会社を設立（当社出資比率66%）した。同社の今期売上目標は売上高5億4百万円である。

事業戦略として、「家づくり（注文住宅）」では、ハウスメーカー、パワービルダー、ハウズビルダー、地域の中小規模工務店などが顧客であるが、伊藤忠は大手に強く、当社は中規模以下に強いので、相互補完をするとともにシナジーを生み出していこうということである。3年後の2010年3月期に売上高15億円、経常利益4

億30百万円程度を目指しており、こちらも日本でナンバーワンのハウジングポータルをつくる計画である。

㈱レントーズは、不動産会社に独自開発の営業支援システムをASPにてサービス提供している会社で、7年ほど事業運営の実績があり、CRMやSFAといわれるような顧客管理営業支援ツールを持っている。

不動産会社は、物件が空室になった場合にレントーズネットに登録すると、システムを通じて、自社のホームページの物件データを更新するほか、「HOME'S」や他社ポータルサイトへの物件掲載もできる。従来は個々のサイトごとに入力作業を行っていたものを一括登録できるので、省力化できるシステムになっている。また、これまで取引している仲介会社に対し、空室になった情報をいち早くFAXで自動送信する機能も持ち合わせており、一般エンドユーザーから不動産会社への問い合わせに対する顧客管理・コミュニケーションの機能もある。

当社は今後のビジョンとして、現在の「住まいのポータル」、「暮らしのポータル」の先に「暮らしのインフラ」を提供していきたいと考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

2008年3月期の販管費はどんな計画か。

主な内訳は、人件費は売上に対し30%程度、広告宣伝費は同様に20%を予定している。

(平成19年5月22日・東京)