

株式会社ネクスト (2120)

2014年3月期 第3四半期決算説明会要旨

日 時 : 2014年2月17日(月) 17:00~18:10
場 所 : 当社会議室
当社出席者 : 代表取締役社長 井上 高志
取締役執行役員管理本部長 森野 竜馬
経営企画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 : 23名

<主力好調で増収増益を継続>

当社グループは中期事業戦略として、国内外の暮らしに関するあらゆる領域の情報を活用できるデータベースと、最適に情報を抽出し、顕在層から潜在層まで広く提案するコミュニケーション&コンシェルジュサービスによって、Global Companyになることを目指している。主力の国内「HOME'S」に再投資を進め売上最大化を図るほか、新サービスとして不動産業界のクライアント向け業務支援サービスを拡充し不動産業界プラットフォームを構築、海外や新規のサービス提供を進めることが戦略の柱である。

2014年3月期第3四半期(10~12月)決算は、主力の不動産情報サービス事業が引き続き好調で、売上高が前年同期比21.0%増で過去最高となる35億56百万円、営業利益が同80.1%増の7億91百万円、四半期純利益が160.3%増の4億55百万円となった。掲載物件数は12月度平均で前年同期より26万件多い446万件、加盟店数は12月末で同1,137店舗増の1万1,182店舗にまで拡大。広告宣伝費はテレビCMの制作費用等により前年同期比16.7%増の9億6百万円となった。また、積極的に実施したブランディングプロモーションや前期のサイトリニューアルによるSEO効果向上により訪問者数や問合せ数が増加したこと等が奏功し、増収増益を達成した。

第3四半期累計決算は、売上高が前年同期比23.3%増の104億8百万円、営業利益が59.5%増の22億4百万円でともに過去最高を記録。広告宣伝費や人件費は増加しているものの、増収効果で前年同期に16.4%だった営業利益率は4.8ポイント改善して21.2%まで上昇し、当社グループが中長期的目標として掲げる営業利益率25%に向け、順調に生産性が向上している。

サービス別の売上高では、主力の不動産情報サービス事業が、すべてのサービス部門で四半期、累計ともに2桁成長となった。賃貸・不動産売買はサイトリニューアルやブランディングプロモーション効果で訪問者数、問合せ数が増加。新築一戸建ては平均掲載物件数が前年同期比31.6%増、会員数も71.2%増と大きく伸びたことが増収に寄与した。注文住宅・リフォームも問合せ数増加、単価向上で増収。その他に含まれている介護は掲載物件や成約率、単価が向上し増収となった。

セグメント別損益では、不動産情報サービス事業の第3四半期が7億99百万円で前年同

期より 2 億 9 千万円増と大幅に増加。その他事業も前年同期の▲6 億 9 千万円が▲8 百万円となり、大きく改善した。また、13 年 12 月末における 1 株あたりの純資産は 180 円 64 銭となり、13 年 3 月末の 160 円 74 銭から 20 円ほど増加。有利子負債はゼロを継続している。キャッシュフローについては、現金及び現金同等物残高が 78 億 77 百万円で前年同期の 44 億 96 百万円に比べ 33 億 8 千万円増加。なお、前年同期の現金及び現金同等物残高は 3 カ月を超える定期預金 20 億 1 百万を含めると 64 億 97 百万円あったため、実質的には 13 億 8 千万円程度増加したことになる。

<2014 年 3 月期第 3 四半期の取組み>

当第 3 四半期の主な取組みについては、国内の『HOME'S』でブランディングプロモーションに継続投資したほか、クライアント向けイベント「HOME'S EXPO」を 4 都市で開催した。利用者が急増しているスマートデバイスの開発に注力。11 月に iOS 7 対応のお部屋探しアプリ「へやくる!」、Android アプリ「新着物件ナビ HOME'S 新築分譲マンション」を相次いでリリースしたのに加え、12 月には賃貸・不動産売買スマートフォン最適化でサイトリニューアル、iPhone や iPad といった Apple 社のモバイル OS「iOS」を搭載するすべてのデバイスに対応したユニバーサルアプリもリリースした。

一方、国土交通省の住宅政策「中古住宅・リフォームトータルプラン」が中古・リフォーム市場が 2020 年までに 2015 年の 2 倍の 20 兆円に拡大すると試算していることや個人間の中古売買物件には消費税がかからないこともあり、新しい成長市場としてリノベーションに着目。リノベーション事例に特化した「HOME'S リノベーション」を昨年 10 月にリリースした。また、米国で浸透しているトランクルームの日本における成長余地も大きいとみて、日本最大のトランクルーム情報サイト「HOME'S トランクルーム」も昨年 10 月にリリースした。こうした消費者向け施策だけでなく、B to B サービスにも力を入れており、不動産会社向けの業務支援サービスを手がける子会社のレンターズは、昨年 11 月に新しくオーナー向け CRM を提供開始し、また、既にサービス提供をしているレンターズネットの利用加盟店舗数が 1,000 店舗を突破する等、好調に推移している。

<すでに営業利益で年度予算達成>

こうした継続的な取組みにより、昨年 11 月当初の予想を上方修正した 2014 年 3 月期通期の業績は概ね計画どおりに推移している。このうち、営業利益は第 3 四半期決算で 22 億 4 百万円と、すでに 16 億 9 百万円の年度予算を超過。第 4 四半期、来期以降の売上高最大化に向けて、過去最大のブランディングプロモーションを通じて注力していく。

<第 4 四半期は過去最大のブランディングプロモーション>

一方、第 4 四半期は、国内の HOME'S で過去最大のブランディングプロモーションを実施している。具体的には、物件数ナンバーワンを訴求した、タレントのバナナマンが出演

するテレビ CM を全国 8 エリア 32 局で放映し、YouTube の動画再生数がのべ 400 万回に達する等確実に認知度、好感度を高めているほか、交通広告、屋外広告によるエリアマーケティングを拡大。シネマ広告も展開している。

また、業界初の取組みとして「売買物件提案サービス」をリリース。これは、ユーザーに対し不動産会社が個別に物件を提案する仕組みで、不動産会社は従来の広告では掲載できなかった物件の提案やマッチング率の向上が期待できる一方、ユーザー側には新たな選択肢や非公開物件の情報入手等のメリットがある。昨年 12 月の賃貸・不動産売買のスマートフォン最適化サイトリニューアルに引き続き、1 月に新築一戸建て、新築分譲マンションのスマートフォン最適化サイトのリニューアルも完了し、SEO 効果の拡大を見込んでいる。このほか、視覚障害者向け物件検索アプリの開発、新オプション商品の開発にも取り組む。また、海外向けでは、タイ、インドネシアは SEO 強化およびコンテンツ開発に注力する一方、昨年 10 月から課金を開始した台湾はプロモーションを強化している。

以 上