

2120 ネクスト

井上 高志 (イノウエ タカシ)

株式会社ネクスト社長

圧倒的物件数を獲得、課題は問合せ数の最大化

◆掲載課金から問合せ課金へ変更

2011 年 3 月期決算は前期比で減収減益となったが、撤退した賃貸保証事業を除くと前期比 4.6%増収である。売上高 107 億 38 百万円(前期比 0.4%減)、営業利益 17 億 49 百万円(同 11.6%減)、当期純利益 11 億 7 百万円(同 7.9%増)となった。

2011 年 1 月より、主力事業の「HOME'S 賃貸・不動産売買」および「HOME'S 不動産投資」の課金形式を従来の掲載課金から問合せ課金へ変更した。物件数は好調に推移し、本年 3 月上旬には一時 310 万件もの情報を提供することに成功した。

2010 年 10 月からビジネスモデルの大幅な変更とフルリニューアルを進めてきた地域コミュニティサイト「Lococom」は、本年 4 月にすべてのリニューアルを完了し、これまでの PC、携帯電話に加え、iPhone アプリでのサービス提供を開始した。また自然言語処理技術を有するリッテル社を 2011 年 4 月に吸収合併し、研究開発部門としてリッテル研究所を設立した。

◆事業への震災の影響は軽微

東日本大震災の影響については、東北地方の加盟店は 149 店舗(2011 年 3 月末時点)。割合として全体の 1.6%のため、事業全体への影響は軽微である。これらの加盟店の中で、被災のため休業中の店舗に対しては、料金を無料にする優遇支援措置を講じている。震災翌日の 3 月 12 日に開催を予定していた不動産投資フェアは中止となり、想定していた売上高を 10 百万円程度下回ることとなった。また、震災直後はトラフィックの下落が顕著となり、問合せ数も減少し、「HOME'S 賃貸・不動産売買」は、想定していた売上高を 30 百万円程度下回った。現在、賃貸は回復基調にあるが、売買系の回復はやや遅れている。

一方で、復興支援の取り組みとして、「HOME'S 住まい探し支援特集」を開設し、被災された方々を対象に、優遇条件で入居できる賃貸物件情報を提供している。また、地域コミュニティサイト「Lococom」では、被災者向け仮住まい情報の掲示板を開設し、被災された方々を支援したい個人オーナーが登録した空室情報を提供している。

◆広告宣伝費を大幅に増額

当期決算の増減要因として、売上高 107 億 38 百万円(前期比 41 百万円減)は、前期比の金額ベースでは新築一戸建てが寄与し、増減率では新築一戸建て、注文住宅・リフォームが寄与した。主要の賃貸・不動産売買は、ほぼ横ばいに推移、賃貸保証事業からは撤退した。

営業利益 17 億 49 百万円(前期比 2 億 29 百万円減)については、人件費が前期比 76 百万円減、営業費は同 2 億 2 百万円減であった一方、広告宣伝費が同 5 億 34 百万円増加した結果である。また本社オフィス移転に関連する費用の増加として、当期決算においては賃借料 1 カ月分の 53 百万円が反映されている。

加盟店数 9,564 店舗(前期比 1,849 店舗減)については、最重要指標をこれまでの加盟店数、加盟店単価から物件

数としたため、新規開拓の営業人員を抑えながら、既存顧客を中心に物件数を増加させてきたことに加えて、課金形式変更による加盟店の退会が増加したことが主な要因だ。

加盟店単価 5 万 6,089 円(前期比 768 円減)は、1～3 月の引越しシーズンにおいて、1～2 月は前期比増となったものの 3 月は震災の影響により引越しを控える動きが広がり、前期比減となった。1 月末時点での加盟店単価は 5 万 9,686 円(前期比 6.6%増)、同じく 2 月末時点は 5 万 9,415 円(同 5.3%増)であった。

営業損益の推移に関しては、子会社であったネクストフィナンシャルサービス(以下、NFS)売却による賃貸保証事業の撤退に伴い、売上高および販管費が減少した。賃貸保証事業の前期実績は、売上高 7 億 83 百万円、販管費 9 億 6 百万円、営業損益マイナス 1 億 23 百万円であった。

人件費 35 億 7 百万円(前期比 2.1%減)の平均連結従業員数は 582 名(同 4 名増)、うち新卒は 23 名(同 15 名減)である。広告宣伝費 24 億 60 百万円(同 27.8%増)は、主に集客に直結するリスティング広告・SEO 関連の費用を増加させた。特に、課金形式変更後の第 4 四半期は前期比 4 億 4 百万円増(同 72.5%増)の増額を行った。

当期純利益 11 億 7 百万円(同 7.9%増)では、特別損失として、本社移転費用 1 億 25 百万円、資産除去債務の計上に伴う過年度減価償却費 22 百万円、NFS 株式売却損 2 億 29 百万円を計上した。なお、前期は Lococom の減損処理損失 1 億 41 百万円を計上した。

費用の売上高構成比率の推移として、原価とその他販管費 30 億 20 百万円(売上高構成比率 28.1%)は、賃貸保証事業撤退による費用の減少が大きく寄与し、前期比 2.4 ポイント改善した。広告宣伝費 24 億 60 百万円(同 22.9%)および人件費 35 億 7 百万円(同 32.7%)は、広告宣伝費の大幅な増加に伴い前期比 4.5 ポイント悪化となった。基本的な考え方として、売上高に対して広告宣伝費は 20%、人件費は 30%程度を基準としている。

◆主要なサービスは前期比増収

サービス別売上高の推移については、撤退した賃貸保証 2 億 68 百万円を除き、不動産情報サービス 104 億 7 百万円(前期比 4.5%増)をはじめとした主要なサービスは前期比で増加となっている。その他 26 百万円は、損害保険代理店事業、有料職業紹介事業(2010 年 9 月より事業縮小)、新規事業「MONEYMO」、「eQOL スキンケア」等によって構成されている。

不動産情報サービスの主な内容として、賃貸・不動産売買 70 億 96 百万円(前期比 1.2%増)は、課金形式の変更により横ばいとなっている。第 3 四半期までは 5.9%増であったのに対し、変更後の第 4 四半期は 11.4%減に下落した。これは、今後対処すべき課題である。新築分譲マンション 11 億 31 百万円(同 6.7%増)は、市場の影響を受けて掲載棟数は前年割れしたものの、顧客数はほぼ横ばいの状況が続き、特集やオプション売上が好調であった。新築一戸建て 9 億 94 百万円(同 23.6%増)は、顧客数が 12.6%増、掲載物件数も 12.4%増と好調に推移している。

賃貸・不動産売買では、1 月以降の繁忙期に問合せ数が増加し、加盟店単価も上昇した。2011 年 3 月現在の「HOME'S 賃貸・不動産売買」の加盟店数は 9,564 店舗、加盟店単価 5 万 6,089 円、月次売上高 5 億 36 百万円である。

地域別物件数の状況については、各地域の住宅総数に占める比率として、首都圏 6.8%、近畿 7.7%、東海 4.2%と順調に比率を高めている。一方で、北関東 2.7%、四国 2.4%、中国 2.1%、北海道・東北 2.0%、九州・沖縄 1.8%、北陸甲信越 1.6%といった地方の開拓を進めていくことが今後の対処すべき課題となっている。

セグメント別損益の推移については、問合せ数減少に伴う売上高の伸び悩みにより、不動産情報サービスの営業利益は 21 億 73 百万円(前期比 11.6%減)となった。地域コミュニティはマイナス 3 億 14 百万円(前期マイナス 3 億 23 百万円)、その他はマイナス 1 億 28 百万円(同マイナス 34 百万円)である。

不動産情報サービスでは、英語および中国語の多言語化対応やスマートフォンへの対応を開始している。地域コミュニティにおいてもスマートフォンへの対応を開始し、ユーザー数およびロコミ数は順調に拡大している。その

他では、新規事業展開として「MONEYMO」や「eQOL スキンケア」の提供を開始している。また、海外事業展開では中国・ASEAN 諸国における現地パートナーシップの選定を進めている段階である。

連結貸借対照表に関して、現預金の減少 17 億 81 百万円は、主に法人税・配当金の支払い、品川新オフィス敷金・工事代の支払い、NFS の増資、ウィルニックの株式取得による。そのほかの流動資産では、NFS の株式譲渡に伴い立替金の減少 2 億 78 百万円、貸倒引当金の減少 1 億 34 百万円、前受金の減少 5 億 10 百万円、保証履行引当金の減少 1 億 41 百万円となっている。

有形固定資産の主な要因は、本社移転に伴う建物付属設備 5 億 18 百万円の増加である。また、無形固定資産の主な要因は、Lococom リニューアルによる増加 1 億 3 百万円、リッテル株式取得による増加 2 億 16 百万円、本社敷金・保証金 4 億 5 百万円となっている。

◆物件数を維持し、問合せ数の最大化へ

2012 年 3 月期の最重要課題として、まず不動産情報サービスでは「HOME'S 賃貸・不動産売買」の物件数を維持しつつ、ユーザー数・問合せ数を最大化し、収益向上を目指していく。また地域コミュニティでは、Lococom のビジネスモデル変更による早期収益化、単月黒字化を目指す。

今期連結業績予想は、売上高 117 億 39 百万円(前期比 9.3%増)、営業利益 13 億 72 百万円(同 21.6%減)、当期純利益 7 億 73 百万円(同 30.1%減)とし、主に Lococom や新規事業による増収を見込んでいる。「HOME'S 賃貸・不動産売買」の売上高は 65 億 96 百万円(同 7.1%減)、掲載物件数はほぼ横ばい、加盟店数は微増を計画している。

連結売上高予想は前期比 9.3%増(前期比 10 億 1 百万円増)に対し、連結営業利益予想が同 21.6%減(同 3 億 77 百万円減)となる要因は、主にオフィス賃借料(年間 5 億 80 百万円程度の増加)を含めたその他販管費の同 9 億 21 百万円増、広告宣伝費の同 1 億 7 百万円増を計画しているためである。年間配当金は 620 円(当期実績 590 円)、連結当期純利益 7 億 73 百万円(同 11 億 7 百万円)、配当性向は 15.0%(同 10.0%)を予定している。

◆質 疑 応 答◆

本社移転によるメリットについて、教えてほしい。

以前の本社(中央区晴海)の課題として、交通の便が悪く営業効率が悪かったことと、収容人数を柔軟に増やすことができなかったことが挙げられる。営業効率が上がった場合と坪単価賃料が上がった場合のシミュレーション比較を行い、新幹線停車駅であり且つ羽田空港にも近い品川(港区港南)に本社を移転することで営業効率をあげることを決定した。また、品川本社は 1,000 人まで収容できるため増員も可能である。

業績予想で「Lococom」や新規事業の売上比成長率が高いが、これはかなりリスクが高いと考えられる。この業績予想は達成できるのか、理由を教えてほしい。

新規事業のため、リスクが高いことは重々承知している。売上高達成に対する強い決意や覚悟の意志があることを理解していただきたい。ただし、リスクを踏まえていただけるとありがたい。

問合せ課金方式により物件数が増加したが、想定通りに売上が増加しなかった結局の原因はどこにあったと分析しているか、教えてほしい。

今後の成長を考えたときに、一定の期間内に完全なる圧倒的 No.1 の不動産物件検索サイトにするためには、これまでの年率 3~5%程度の成長率である掲載課金形式のまま成長するよりも、ユーザーの求めている情報の量、質および検索しやすさを中心に考え、更に高い成長率を目指す必要がある。そのためには他社との差別化という観点から考えても、従量課金モデルへの変更は、経営判断上は正しいと考えている。今回の反省すべき点

は、想定したよりも問合せ数が伸びなかったことである。要因は、実際に問合せに至る率が想定より低かったことや、加盟店からの課金除外申請が想定より多かったために課金率が低くなったことが考えられる。現在、問合せに至るまでの想定を下回ったいくつかの指標に対して、既に施策を施し改善は見られているものの、急激に改善することはなく徐々に改善していく。

中国においての潜在マーケットや今後の現地パートナーについて、教えてほしい。

中国の潜在マーケットは新築着工数は600万戸/年といわれているほど巨大なマーケットである。現在複数の企業にアプローチし、パートナー探しを検討しているが、パートナーによりそれぞれ異なった強みを持っているため、各社のビジネスモデルと当社のビジネスモデルをうまく提携できる企業を探している。組み方はそれぞれ違うので、それらも考えながら検討を進めている。

（平成23年5月13日・東京）