

## 機関投資家向け決算説明会 質疑応答

日時 : 2009年5月15日 (金) 13:35~14:30  
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 : 7問  
参加者数 : 55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。当日の様様に関してはWEBサイトに掲載している動画をご覧ください。

- A.1 前期の傾向を踏襲した計画となっている。具体的には4月は季節的要因により退会数が増加することを見込んでいる。また、4月入社の新入社員の教育期間でもあるため、上期は新規開拓ペースが緩やかであることを織り込んでいる。  
(積上げ型でもあり)前期も下期偏重型であった。

### ■ 賃貸・不動産売買の業績推移

賃貸・不動産売買	09年3月期 上期実績	09年3月期 下期実績	10年3月期 上期予想	10年3月期 下期予想
売上高（百万円）	2,765	3,165	3,154	4,049
加盟店純増数（店舗数）	195	1,061	2,180	

※09年3月期上期は大手1社290店舗の退会があり、同社は09年3月期下期に再入会しております。

参考資料（決算説明資料）：P.34

Q.2 今期業績予想では広告宣伝費が前期比ほぼ横ばいだが、その要因を教えてください。もう少し使ってくるものと見ていたが。

A.2 横ばいでも現在の売上予算を達成できると見込んでいる。内訳としては反響(メール問い合わせなど)に結びつくSEMやSEO対策などの広告宣伝費は増加させるが、知名度向上の為のブランディング予算を縮小させていく。  
 要因としては、知名度は56%程度まで向上したため、これ以上は費用対効果が悪くなってくると考えているためだ。

■ 2010年3月期の売上高と広告宣伝費の予想 (連結)

単位:百万円	前期 09年3月期	今期 10年3月期	増減額	増減率
売上高	8,927	11,266	+2,339	+ 26.2 %
広告宣伝費	2,130	2,142	+ 12	+ 0.6 %
広告宣伝比率	23.9 %	19.0 %	▲ 4.9p	—
ブランディング費用の モメンタム (TVCMなど)				
反響数向上費用の モメンタム (SEM,SEO対策など)				

参考資料 (決算説明資料) : P. 29

A.3 次の二つの要因からである

1. 前下期に開発したオプション商品の拡販と、今下期には新たな商材の開発と拡販を行っていく。
  2. 顧客のフォローをする部署を新設し、コンサルティングを行いながらアップセルを行っていく。
- これらにより、加盟店単価が向上するものと見込んでいる。

■ 加盟店単価と現在の売上高に占めるオプション比率の前期比

	前期 09年3月期	今期 10年3月期	増減額	増減率
加盟店単価(円)	55,564	59,840	+4,276	+ 7.7%
オプション比率	21.1%	—		

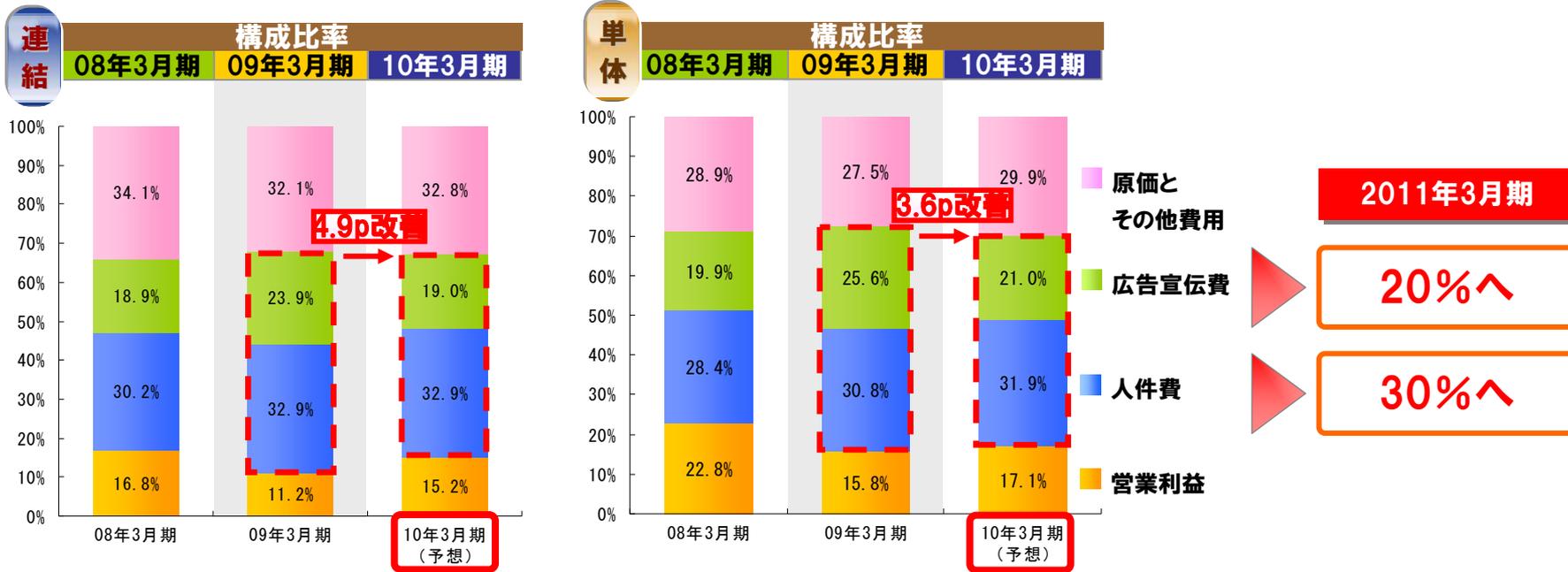
■ 09年3月月間オプション販売額ランキング

順位	オプション商品名
1	HOME'S特別広告枠(広告ポイント)
2	検索エンジン利用料
3	HOME'Sパノラマ掲載
4	<えきナビ>会社PR枠
5	営業スタッフ検索利用料
6	問合せ課金利用料
7	詳細画面ランキング利用料

参考資料（決算説明資料）：P. 27, 9, 10

A.4 まず、補足だが広告宣伝費は「単体」で見た場合は21.0%となっており、2011年3月期は比率をもう少し下げて20%にしていこう予定だ。「連結」で19.0%となっている要因は、広告宣伝費を必要としない賃貸保証事業の売上高が増加してきたためだ。  
 人件費については今期連結では32.9%、単体でも31.9%となっているが、こちらも2011年3月期には30%まで引き下げていく意志を持っている。

■ 広告宣伝費、人件費の売上高比率の比較



参考資料 (決算説明資料) : P. 30, 32

A.5 退会要因に関する分析は随時行っている。反響がない(効果がない)という理由で退会される加盟店は、全退会数の概ね30%程度だと認識している。月間退会数は多い月で1.8%ぐらいなので、年間20%程度の加盟店が退会していることになる。

そのため、顧客フォロー部署を設置し、しっかり顧客フォローをし、オプションを利用しながら集客媒体としての効果を感じていただき、退会阻止や抑止をもくろんでいる。

■ まとめ

退会率	1.8%/月、20%/年
退会要因	30%は反響がない(費用対効果が悪い)ため
退会阻止・抑止策	顧客フォロー部署の設置、 オプションを利用しながら効果を実感していただく

A.6 基本的には物件掲載枠数に応じた課金をベースに、オプションの利用促進を行っている。掲載枠数も、基本プランは最大40件までの掲載だが、それ以降は従量課金としている。掲載物件数の増加＝問合せ(反響)数の増加という実証がなされているため、まずは掲載枠を増やしていただくことをすすめて効果を実感していただいている。掲載枠数増加による単価向上に加えて、オプションを販売することで単価を向上させている。

成約課金は、成約のトラッキングコストがかかるため考えていない。その代替案として、2008年12月から問合せ数に応じた課金(問合せ課金)を日本全国で導入した。

■ 「HOME'S賃貸・不動産売買」課金体系

**初期費用 35,000円**  
**月額利用料 15,000円～**  
**月額利用料に含まれるサービス**

- ・ 賃貸物件20件掲載
- ・ 売買物件20件掲載
- ・ 投資物件 2件掲載
- ・ パノラマ写真掲載5物件
- ・ 特別広告ポイント5pt
- ・ エリア別会社PR枠5pt

2009年3月の加盟店単価＝55,564円  
内、掲載枠43,840円、オプション利用11,724円

■ 問合せ課金の課金体系

**基本利用料 15,000円**  
**メール問合せ1件につき**  
**賃貸 家賃の5%**

例：家賃100,000円の物件に問合せ  
⇒5,000円課金

**売買 物件価格の0.05%**

例：物件価格2,000万円の物件に問合せ  
⇒10,000円課金

Q.7 子会社レンターズ社の営業状況を教えてください。  
また、レンターズネット利用店舗のうち、HOME'S利用店舗の割合はどれぐらいか。

A.7 会員数は約40店舗増加している。資料P.23では、「レンターズネット、レンターズ受託開発」売上が08年3月期に264百万円だったのに対し、09年3月期は246百万円と減少して見えるが、08年3月期は特殊要因でスポットの受託開発売上70百万円が計上されていたためだ。この要因を除くと堅調に積上がってきている。  
レンターズネット利用店舗のうち、HOME'Sを利用している店舗は感覚値ではあるが、80%程度ではないか。基本的にはHOME'Sを利用していると見ている。

### ■ 「レンターズネット、レンターズ受託開発」売上の推移

単位：百万円	サービス名	08年3月期	09年3月期	10年3月期	増減額	増減率
その他事業	レンターズネット レンターズ受託開発	264	246	278	+ 32	+ 13.0%

※ 08年3月期はスポットの受託開発売上が70百万円ありました。

参考資料（決算説明資料）：P. 23, 33, 48