株式会社ネクスト (2120)

2013年3月期 決算説明会 質疑応答

日 時: 2013年5月15日(水)15:30~16:30

主 催: 日本証券アナリスト協会

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

 質問数
 : 9 問

 参加者数
 : 36 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。当日の模様に関しては WEB サイトに掲載している動画をご覧ください。

.....

Q1.

これまでネーミングライツに掛かっていた費用は、どのように使われるか具体的に教えていただきたい。

A1.

年間 7,000 万円程度掛かっていたが、その他のプロモーション費用として投資していく予定だ (説明資料 P28 参照)。具体的には、TVCM は増額し積極投資、電車の中吊り広告も増額し期間やエリアを拡大、検索順位を上昇させるための SEO 対策への投資やユーザーの行動分析を行い効率的な広告出稿への投資もしていく見込みだ。

Q2.

Google のアルゴリズムの変更がある中で、検索順位が大きく上昇したのは、単にサイト統合だけの要因なのか、教えていただきたい。

A2.

概略を説明すると、外部のパートナー企業 (SEO コンサルティング企業) と協力しながら、 どのように変化しているか常にウォッチしている。パートナー会社とのノウハウの共有が 上手くいった。パートナー会社も、リニューアル後は SEO 効果が 20-30%程度落ちると想 定していたが、想定以上に上昇したため、アルゴリズムの変更予測ができたことや分散し ていたサイトを統合したことが要因だろう。

Q3.

SEO 対策のパートナー企業等に掛かる費用はどの程度か、教えていただきたい。

A3

詳細は開示していない。

Q4.

中国展開を一旦中止すると決断した要因は何か、教えていただきたい。

A4.

中国パートナー企業とのシナジーを生むことができなかった。当社の努力不足もあるかも

しれないが、当初想定していた同社からの営業支援、人的支援やノウハウ等が得られなかったため、パートナーシップを解消したほうが良いと判断した。

昨年までは、同社の株式を買い取り、90-100%まで買い増しをすることでコントロールしようと思っていたが、株式譲渡の履行条件が期日までに行われなかったため、買い増しもできない状況であれば、コストがかかるので清算した方が効率的と判断した。

Q5.

将来、また中国展開の可能性もあるか、教えていただきたい。

A5.

100%諦めたわけではなく、改めて中国での事業展開の方法については検討し、やり方を変えながらチャンスを伺っていく考えだ。

Q6.

中国の市場は魅力的な市場と考えているか、教えていただきたい。

A6.

人口は多いが不動産は足りていない状況であるため、市場は大きいと思っている。しかし、 難しい国だとも認識している。参入スキームを変更し、なるべく当社のコントロール下に おけるスキームで展開できないかを検討している。

Q7.

今後の中国パートナー企業としては国有企業を考えているか、それ以外を考えているか、 教えていただきたい。

A7.

法的にクリアできる段階で実質 100%をコントロールしたいと考えているため、国有企業は 考えていない。

Q8.

検索順位の上昇率と売上高の上昇率が連動していないが、どういうことか説明いただきたい。

A8.

広告宣伝費全体を、アドワーズ出稿、SEO のコンサルティング費用、サイトリニューアル、TVCM、電車広告等、細かくポートフォリオを設定している。サイトリニューアルは10-11 月に掛けて実施したが、そのSEO 効果が出てくるのはおおよそ2カ月後以降であり、また、並行してTVCM、電車広告や繁忙期のウェブ広告を増加させたりする等、様々な広告活動を実施しており、売上はそれらの掛け算となるため、SEO と連動していないというのはその通りだ。

売上に連動しやすいのはユーザー数の方だろう。とは言え、それぞれの広告宣伝の効果による流入数の増加と季節による感応度が売上に連動しており、SEO の結果だけに連動するわけではない。

Q9.

成約数や成約単価がわかると全体像が掴みやすい。また、加盟店単価とは何か、教えてい ただきたい。

A9.

当社のクライアントは不動産会社、デベロッパーやハウスメーカーであり、不動産情報、会社情報やカタログ情報等を『HOME'S』に掲載してもらい、賃貸・不動産売買サイトであれば、ユーザーから問合せがあった際に、その問合せ数に応じて不動産会社より料金を頂く仕組みである。よって、あくまでもユーザーからの電話やメールの問合せを発生させる機能を提供しているため、問合せの後、最終的に成約まで至ったかはわからない。訪問者数がどの程度あり、加盟店数がどの程度あり、どの程度の価値提供ができた結果、1店舗当たりどのくらい金額をお支払頂いたかを表す指標が加盟店単価である。

具体的な内訳としては、月額利用料 1万円と問合せ数から得られる売上(説明資料 P37)と露出度を高めるようなオプション商品の売上により、1加盟店当たり 6万円程度お支払頂いているというイメージだ。

.....

以上