

2020年3月期第1四半期決算説明会

2019年8月1日(木)に開催いたしました「2020年3月期第1四半期決算説明会」の書き起こし要約となります。

こんにちは。畑でございます。本日は大変暑い中、お集まりいただき、誠にありがとうございます。株式会社カカコム 2020年3月期第1四半期決算について、概要をご説明させていただきます。お手元の資料、会場中央のスクリーンをご覧ください。

早速ではございますが、まず3ページ目、この第1クォーターの損益についてご報告申し上げます。売上は142億2,400万円ということで、昨対比でプラスの13.7%。通期の計画に対する進捗率は22.9%という結果になりました。

また、営業利益でございますが、64億4,800万円。前年比でプラスの16%、通期の計画に対しまして進捗率は24.2%。また、営業利益率は、この第1クォーターは45.3%という結果となりました。

税引き前利益につきましては、昨対比でプラスの14.5%。進捗率は23.9%。四半期利益は43億2,500万円でございます。昨対比でプラスの22.4%、進捗率で24%という結果になりました。

昨対比で22.4%と、昨年の第1クォーターに一時的な税額を計上したために少し伸びが大きく見えておりますが、それを除けば進捗は他の項目と変わりありません。

5ページ目で内訳をご案内させていただきます。まず価格.comにつきましては55億9,700万円の売上、食べログにつきましては63億1,300万円。新興メディア・ソリューション／ファイナンスは23億1,300万円という結果となりました。

また新興メディア・ソリューション／ファイナンスの全体における構成比は16.3%と、計画どおり進捗しております。それぞれの事業については、後ほどご説明を申し上げます。

6ページ目で、連結営業費用の四半期推移を記載させていただいております。昨年の第3クォーターが同額程度の営業費用でございましたので、比較していただけるとお分かりいただけるかと思っております。第1クォーターの広告宣伝費、手数料は少ないトレンドにはありましたが、おおむね費用の構造は変わりなく進捗いたしました。

それでは、8ページ目以降で事業別の結果についてご報告申し上げます。

まず、8ページ目にサマリーがございますのでご覧ください。価格.com 事業につきましては、売上は55億9,700万円。昨対比でプラスの8%という結果になりました。

その内訳ですが、ショッピングがプラスの0.4%、サービスについてはプラスの14.2%、広告に

つきましてはプラスの13%という結果になりました。

食べログにつきましては、売上は63億1,300万円、昨対比でプラスの10.7%。その内訳ですが、飲食店販促についてはプラスの18.5%、ユーザー会員事業はマイナスの18.9%、広告事業はマイナスの9.7%という結果でございました。

新興メディア・ソリューション／ファイナンスは、売上が23億1,300万円、昨対比でプラスの41.8%。そのうちメディア事業についてはプラスの48.7%、カカコム・インシュアランスの保険事業、ファイナンスにつきましては、昨対比でプラスの19.4%という結果でございました。

9ページ目は、価格.comの事業進捗でございます。ショッピング事業は消費財が減収した一方で、耐久財、その他が増収をしております。

パソコンパーツは値下がりによる購買意欲の上昇に伴い、大幅に送客数が増加しております。パソコン本体につきましても、この第1クォーターは非常によく売れた結果となりました。

10ページ目でございますが、サービス事業と広告事業について記載をしております。サービス事業につきましては、金融分野が昨対比でプラスの25.9%。通信分野がプラスの10.9%、それから、自動車についてもプラスの8.1%。引越し、その他でプラスの14.6%ということで、この第1クォーターは非常に好調でございました。広告事業も、全体的に好調で広告事業全体ではプラスの13.0%という結果になっております。

11ページ目以降で食べログの事業進捗について記載をしております。まず食べログのKPIで申し上げますと、有料プランの契約店舗数はこの6月が終わった時点で5万7,900店舗。そのうち新プランの契約店舗数が3万8,700店舗という結果となりました。

12ページ目ですが、ネット予約人数につきましては、この第1クォーターは昨対比でプラスの35.3%、1店舗当たりの月額料金というところは2万9,900円という結果になりました。この数字につきましては、ほぼ社内計画どおりの結果でございます。

続きまして13ページ目、新興メディア・ソリューション、それから、ファイナンスの事業進捗でございます。まず新興メディア・ソリューション売上高でございますが、ほぼ全ての事業で計画どおり、もしくは計画以上に進捗をしております。

その中でもスマイティは昨対比プラスの40.6%、それから、LCLも昨対比でプラス27.8%ということで、おおむね計画どおりの進捗を果たしております。

それから、求人ボックスは月間利用者数と売上高をクォーターごとに載せております。まず月間利用者数もこの6月というところでは400万人を超えて、昨対比でプラス209.1%という非常に順調な進捗でございました。

また、売上高も、この1クォーターは前期4クォーターに比べて、求人領域はそこまで繁忙期でないにもかかわらず、プラスの33.1%ということで非常に順調に進捗をいたしました。

14 ページ目には、カカコム・インシュアランス、タイムデザインの KPI の進捗を載せております。カカコム・インシュアランスでは特にペット保険が非常に好調でございます。ペット保険は昨対比で見ると、月間利用者数、それから、売上高も急激に進捗をしております。

また、タイムデザインも概ね計画どおりに契約施設を増やしております。特に海外のホテルとの契約が順調に増えて、昨対比で 4 倍以上という結果になっております。以上、第 1 クォーターの事業の結果でございました。

16 ページ目以降で、今後の取り組みを幾つかご紹介させていただいております。

まず 16 ページ目では、新興メディア・ソリューション／ファイナンスの売上構成比を全体の売上も増やしながらか増やしていくという目標をもう一度、記載させていただきました。

「中長期 20%」については以前から変わりはありません。既に新興メディア・ソリューション／ファイナンスの構成比は 16.3%までできておりますので、早期にこの 20%というところを達成したいと考えております。

次ページ以降に各事業の今後の取り組みを記載しております。今までは価格.com、食べログ、それから新興メディアという順に記載をしておりましたが、最も注力していく新興メディア・ソリューションから触れさせていただきます。

17 ページには、まず求人ボックスにおいて更に強化していくポイントを載せております。1 点目は、求人関連の情報、2 点目は登録会員向けの更なるサポートとして、応募時の入力簡易化、お勧め求人案件の提供、それから応募済み求人案件の保存。非常に細かいことが多いですが、とにかくコンテンツ力を上げていって、ユーザー数を増やしていくよう今後も取り組んでいきます。それから、採用ボードによる求人案件の直接掲載は、求人サイトに載っている情報だけではなく、企業が直接掲載できる求人情報を、競合に負けないように増やしていくことを示しております。

次は、スマイティに触れております。スマイティの売上はほぼ賃貸領域のもので、今年は売上をかなり増やしており、このペースは今後も続くと思っております。スマイティのユニークユーザー数は急激に増加しております、既に月間で 300 万から 400 万人ぐらいいらっしゃいますので、賃貸以外の領域にもコンテンツ、売上の拡大を具体的に進めてまいります。

18 ページ目では、カカコム・インシュアランス、タイムデザインについて触れております。カカコム・インシュアランスでは、まずサイトで保険に関する様々な情報をご覧いただいて、それから必要に応じて対面で保険商品を販売するという取り組みをしております。

対面、サイト共に更にコンテンツ力を深めていく例として、保険診断を挙げております。更にユーザーに支持されるメディアを作って、ユーザーに支持される営業体制を築いてまいります。

タイムデザインについては、あらゆるユーザーにサービスを提供できるよう、世界中のホテルにシステムを提供したいと考えております。あらゆるユーザーによる利用に対応できるよう、言

語、通貨を幅広くラインナップしたシステムを、全てのホテルに提供にできるようにという取り組みが、かなり進捗しております。

19 ページ目には、価格.com についての今後の取り組みを載せております。消費財については、この数年来、取り組みを強化すると宣言して実践してまいりましたが、昨年及びこの 1 クォーターは消費財の売上自体が振るいませんでした。これには、広告宣伝費をかけたかどうかということも一部影響しております。

消費財については、全カテゴリーに適切なコンテンツの提供を進めてまいります。その一例として、ユーザーが物を買うという動機にしっかり合わせたランキングといった、さらに細かく見やすいコンテンツを挙げております。

スマートフォンカテゴリー強化につきましては、今まで携帯端末と通信回線とのセット販売も含め、非常に整理しにくいカテゴリーでしたが、端末代金と通信料金の完全分離に伴う携帯電話業界の変化によって、コンテンツが作りやすくなりました。スマートフォン本体の購入、携帯キャリアとの契約、SIM カードの契約などについて、さらに分かりやすいカテゴリー構成にして、今後の大きな需要に備えてまいります。

20 ページ目は食べログの今後の取り組みを記載しております。ここでは、現在も取り組んでいるネット予約を増やしていくという大きな目標に向けて、どのような KPI があるかを記載しております。

有料プラン契約店舗数は 2020 年 3 月に 6 万店、1 店舗当たりの月額料金は 31,000 円ということとを今期末の目標として掲げています。中長期の目標は有料プラン契約店舗数 8 万店から 10 万店、1 店舗当たりの月額料金は 4 万円から 5 万円としております。

現在のネット予約比率は概ね 30%と推計されています。利用者の増加、店舗の増加とともに、ネット予約の比率を上げていくということを通じて、食べログの飲食店販促事業を拡大していきたいと考えております。

以上、この第 1 四半期の決算の数字、概要についてご報告させていただきました。