

2020年3月期第2四半期決算説明会

2019年11月6日(水)に開催いたしました「2020年3月期第2四半期決算説明会」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。本日もお忙しいところ、ご参加いただき、誠にありがとうございます。2020年3月期第2四半期の決算について資料に基づいてご説明申し上げます。

お手元の資料3ページ目もしくは前方のスライドをご覧ください。

まず第2四半期3カ月の連結の経営成績でございますが、売上が153億500万円、営業利益が71億2,100万円、税引前利益が70億600万円、親会社の所有者に帰属する四半期利益が47億7,000万円を着地をいたしました。それぞれ前年比で、売上はプラスの16.6%、営業利益はプラスの16.3%、税引前利益はプラスの15.3%、親会社の所有者に帰属する四半期利益はプラスの15.7%という結果でございました。

4ページ目は第2四半期累計ということで、この上期の数字についてグラフで示しております。

まず売上収益でございますが、295億2,900万円で、前年比プラスの15.1%。営業利益は135億6,900万円で、前年比でプラスの16.1%。税引前利益が133億4,300万円で、前年比プラス14.9%。親会社の所有者に帰属する四半期利益が90億9,500万円、前年比でプラスの18.8%でございました。

通期の開示予想に対する進捗率は、売上が今のところ47.6%、営業利益・税引前利益・親会社の所有者に帰属する四半期利益はそれぞれ50%強ということで、通期の計画に対しては約半分ということで順調に進捗をしております。

6ページ目の連結売上収益の四半期推移をご覧ください。売上収益の内訳について、価格.com事業、食べログ事業、および新興メディア・ソリューション／ファイナンス事業の数字および構成比を示しております。この第2クォーターも新興メディア・ソリューション／ファイナンスが全体の中で17.7%ということで、1クォーターの16.3%に比べると、少し売上の割合が増えたという結果でございました。

次の7ページ目で連結営業費用の四半期推移ということで、主な費用の内訳を示しております。上から広告宣伝費、手数料、人件費、外注費、減価償却費と並んでおりますが、第1クォーターと比べていただいても、ほとんど変わらない構成比でございました。

次に、さらにブレイクダウンした結果を事業別経営成績として9ページ目に載せております。価格.com、食べログをそれぞれビジネスモデルごとに3分割いたしまして、それから、新興メディア・ソリューション／ファイナンスは、新興メディアとファイナンスの2つに分けております。

まず価格.comでございますが、前年比でこの第2クォーターはプラスの17.1%。その内訳は、

ショッピングがプラスの7%、サービスがプラスの22.9%、広告がプラスの28.2%という結果でございました。

次に食べログでございますが、食べログ全体では前年比でプラスの9.1%。その内訳は、飲食店販促事業がプラスの14.8%、ユーザー会員事業がマイナス19.3%、広告事業がマイナスの0.4%という結果でございました。

新興メディア・ソリューションについては前年比でプラスの37.9%。また、ファイナンス事業、これは保険の取り次ぎ事業でございますが、前年比プラスの36%という結果になりました。

続いて、各事業の事業進捗についてご報告を申し上げます。10ページは価格.comの事業でございますが、ショッピング事業はパソコンおよび大型家電を中心に増収、それから、広告事業は家電メーカーからのバナー広告および記事広告の収入が増加となりました。グラフは、ショッピング事業の内訳、それから、広告事業の内訳をあらわしたものです。

価格.comは第1クォーターも例年に比べて好調で、さらにこの第2クォーターもそのトレンドを持続しております。10月1日の消費増税の前の需要によってショッピング、それから、増税前の需要を見込んだ広告出稿が、そういった季節性を加味して好調な数字となりました。

11ページ目は、価格.comのサービス事業について説明させていただいております。サービス事業の売上高の内訳は左のグラフでお示しするとおりでございますが、金融、通信、車、引越、その他、どの事業も比較的、第2クォーターは好調で、金融については前年比でプラスの42.8%。それから、通信についてはプラスの14.8%、車についてはプラスの14.2%、引越事業は前年比でプラスの25%という結果になりました。

右側にはクレジットカードの発券数の推移を記載しておりますが、この第2クォーターは価格.com経由のクレジットカードの発券数が、前年比でプラスの35.5%という結果になりました。

クレジットカードにつきましてはサイトへのアクセス数の伸びも好調で、さまざまな要因はありますけれども、増税後のキャッシュレス推進の中で、キャッシュレスのポイントの需要を含めてクレジットカードの発券数が増えております。このトレンドは10月1日以降、現在も続いております。

続いて、食べログ事業についてご説明いたします。12ページ目は食べログの事業進捗全体でございますが、有料プランの契約店舗数は今のところ、9月末の数字で5万8,200店舗。それから、1店舗当たりの月額料金は3万400円というようにそれぞれ上昇しております。

左側は有料プラン契約店舗数のグラフでございます。この9月末で、全体の数字は5万8,200店舗、そのうち新プランの契約店舗数は4万500店舗まで進捗をしております。

次に13ページ目ではまず、食べログのネット予約人数について、この四半期の累計の数字を記載しております。この第2クォーターのネット予約人数は、901万人ということで、前年同期比でプラスの28.1%という結果になりました。

また、中国からの旅行者向けにオンライン予約サービスの提供開始しており、これについてはリリースも出しております。訪日旅行者向けにオンライン予約を開始いたしました。中国のポータルサイトと組んで訪日のレストラン予約を受け入れるというサービスを開始しております。

14 ページ目以降では、新興メディア・ソリューション／ファイナンスの事業進捗についてご説明申し上げます。新興メディア・ソリューションは区分が多く細かいグラフになっております。求人ボックス、それから、タイムデザインの売上が非常に好調でございます。

タイムデザインにつきましては、このグラフの上から 2 番目にありますように、昨対比でプラスの 68.3%。それから、求人ボックスは下から 3 番目にありますように、昨対比でプラス 263%ということで、およそ 3.5 倍という数字になっております。

それから、一番下のスマイティも非常に好調で、昨対比でプラスの 52.2%という結果でございます。

右側には、前回の決算説明のときにもご報告申し上げた、求人ボックスの月間利用者数および売上高について記載をしております。月間利用者数は前年同期比でプラスの 114.1%。それから、売上高につきましては前年同期比ではなく、第 1 クォーターに比べてプラスの 4.5%という数字で着地をしております。

15 ページでは、ファイナンス、それから、タイムデザインのところをご説明申し上げます。カカコム・インシュアランスは非常に好調で、主力の商品に加えてペット保険、それから、海外旅行保険の契約が非常に増加しております。

左下のグラフは、カカコム・インシュアランスの海外旅行保険比較における月間利用者数と売上高をお示ししております。月間利用者数は昨対比でプラスの 19.1%、売上高は昨対比でプラスの 27.2%という数字になりました。

それからもう一つ、タイムデザイン事業でございますが、タイムデザインの売上高の昨対比は先ほどご説明したとおり、プラスの 68.3%でございます。なかでも国内施設へのダイナミックパッケージ販売は昨対比でプラス 20%、海外のホテルのダイナミックパッケージ販売は昨対比でプラスの 133.6%で、昨対比で 2 倍以上の成長を遂げております。

ここまで第 2 クォーターのそれぞれの事業の数字の概略についてご説明申し上げました。

17 ページ以降でそれぞれの事業の今後の取り組みでご説明申し上げます。

まず 17 ページ目でございますが、非常に好調な求人ボックスの取り組みをご紹介させていただいております。

左下のグラフは、月間利用者数が今までどのように推移をしてきたかというグラフでございます。求人ボックスではさらにユーザーを増やしていくため、コンテンツの改善、それから、情報充実ということに加えて、今既に行っておりますインターネットで動画広告の配信といったプロモーションも含めて取り組んでまいります。

また、新たなマネタイズも開始しております。求人ボックスは主に求人サイトからお金を頂く

ことで今の収益が成り立っておりますが、求人をしている各事業者から直接に広告を頂くということによるマネタイズも増やしていきたいというふうに考えています。

18 ページ目ではカカクコム・インシュアランスおよび LCL、バス比較ナビのご説明をしております。

カカクコム・インシュアランスは、昨年、今年と事業が非常に急激に成長しております。生命保険および損害保険の新規契約、または既存契約の切り替え検討が簡単に行えるよう、保険に関するコンテンツはわれわれが非常に強みを持っているカテゴリでございますが、さらに使いやすいコンテンツを目指して取り組んでまいります。

なお、カカクコム・インシュアランスはこれまでのコンテンツを強化によって、生命保険におきましては昨対比でプラスの 28.5%、損害保険におきましても昨対比でプラスの 35%と、申し込み件数が非常に増えております。

次にバス比較ナビのバスツアー検索サービスについてでございますが、バス比較ナビは高速バス、夜行バスの検索、それから、チケットングに非常に強い国内ナンバーワンサイトでございます。現在、高速バス、夜行バスだけではなく、エンターテインメントを含めたバスツアーの検索というコンテンツを強化するということに取り組んでおりまして、さらにバスを使った旅行全般をカバーしていきたいと考えております。

続きまして、19 ページ目は価格.com の今後の取り組みでございます。まず 1 点目として、クレジットカード決済の拡大に伴う価格表示の追加をはじめとした、決済の多様化に応じたコンテンツの改善でございます。

クレジットカード決済時の最安価格であるとか、キャッシュレス決済をしたときに、どこでこういったポイントがたまるのかというような非常に複雑、かつ細かいコンテンツをより強化していったら、消費者のニーズに応えられるように継続して取り組んでまいります。

2 点目は、自動車カテゴリーの車種ページについてのリニューアルでございます。価格.com の中では自動車のコンテンツはさほど目立つコンテンツではないのですが、自動車コンテンツ単体で他の国内の自動車のポータルサイトと比べていただいても、価格.com の自動車というカテゴリーはかなりのユーザー数であり、広告需要も非常に多いです。さらにコンテンツを使いやすくするために、サイトに掲載する情報も、値段、や車種のスペックだけではなくて、買取査定の情報であるとか、あるいは今までも価格.com の強みであるレビュー、口コミ、それから、プロライターによる試乗記というようなところも、関連会社の web CG のコンテンツと重ねて強化していきたいと思っております。

最後に 20 ページ目でございますが、食べログについて今後の取り組みを載せております。以前から全く方針は変わっておりませんが、ネット予約人数の拡大に今後も注力していきたいと考えております。

サイトの使い勝手をよりよくするというのもさることながら、営業を強化することによって、

飲食店さんの在庫、掲載を更に増やしていくということも含めて、ネット予約をさらに普及させていくために取り組んでまいりたいと考えております。

もう一つ食べログの新しい取り組みとして、食べログテイクアウトというアプリを始める予定でございますので、こちらで紹介させていただいております。開始当初は渋谷区の一部のエリアのみを対象としておりまして、かなりスモールスタートでございます。

今のレストラン選び、それから、幾つか他社さんのサービスがあるデリバリー、出前ということに加えて、テイクアウトという領域はまだそれほどネットの中で取り上げられていることではございませんが、非常に需要があるだろうと見込んでおります。また、食べログの店舗との親和性も非常に高く、うまくいくという判断をして始めることにいたしました。

以上、2020年3月期第2四半期の決算につきまして、簡単ではございますが、ご説明させていただきました。