

ネクスト

2120 東証 1 部

2014 年 6 月 30 日 (月)

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
柴田 郁夫

■ 国内最大規模の不動産・住宅情報サイト 「HOME' S (ホームズ)」が業績を牽引

ネクスト<2120>は、不動産・住宅情報サイト「HOME' S (ホームズ)」の運営を主力として、金融情報サイトや地域情報サイトなど、暮らしにまつわる様々な分野の情報サービスを展開している。日本全国の加盟店数は 11,639 店 (2014 年 3 月期末)、総掲載物件数は 425 万件 (2014 年 3 月平均) と国内最大規模を誇っている。加盟店に対して利用者からの問合せ数により課金する収益モデルが特徴である。総掲載物件数 No.1 を武器に、積極的なブランディングプロモーションを展開することで認知度や集客力を高め、業績は順調に拡大している。

2014 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 22.8% 増の 14,690 百万円、営業利益が同 44.5% 増の 2,299 百万円と大幅な増収増益となり、売上高、利益ともに過去最高を更新した。総掲載物件数の拡大に加え、過去最大規模の広告費投入による積極的なブランディングや SEO 対策によって訪問者数及び問合せ数が増加したことが業績を牽引した。

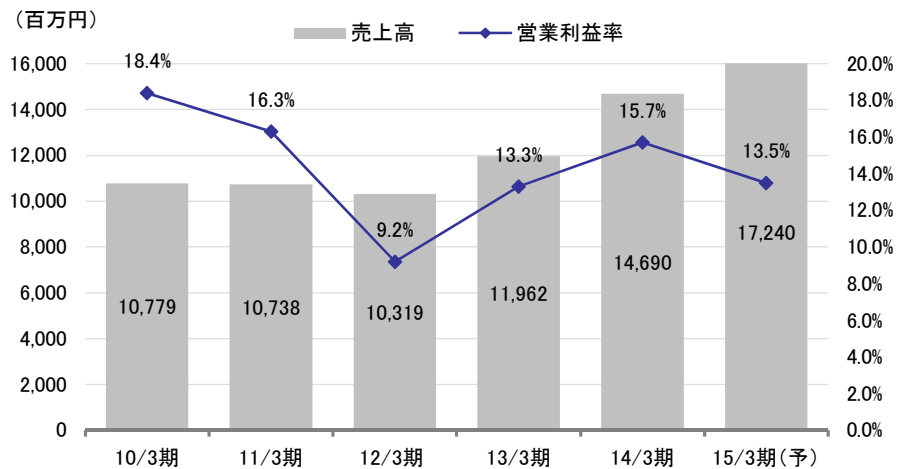
同社は 2015 年 3 月期の業績予想についても、売上高が前期比 17.4% 増の 17,240 百万円、営業利益が同 1.2% 増の 2,328 百万円と増収増益を見込んでいる。消費税増税の影響などにより売上高の伸び率は前期に比べてやや鈍化すると想定している。また、利益面でも、2014 年 4 月より開始したインテリア EC サービスによる原価率の上昇に加えて、デジタルマーケティングの強化や不動産情報領域における新規サービスの開始、加盟店新規開拓などへの先行投資や前期の期ずれにより、利益率は若干低下する見込みとなっている。同社は、2015 年 3 月期を長期的な成長に向けた投資の時期と位置付けている。

成長戦略としては、再投資による圧倒的 No.1 の確立と、不動産会社向け業務支援サービスの拡充による不動産業界ビジネスプラットフォームの構築を当面の柱としている。また、海外展開や新規事業の育成も図っていく方針である。

■ Check Point

- ・ 不動産情報サイト大手のなかでも「HOME' S」の総掲載物件数は突出
- ・ 2014 年 3 月期は売上高・利益ともに過去最高を更新
- ・ 配当性向 20% 程度が目標だが、将来的には水準引き上げも

業績推移



■ 会社概要

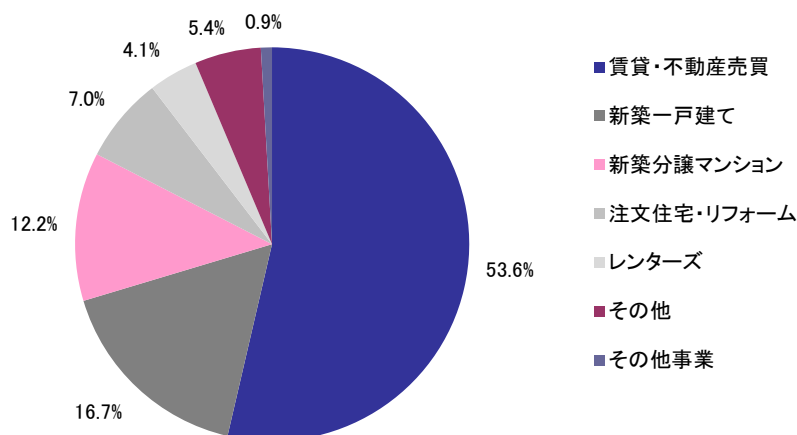
不動産・住宅情報サイト「HOME' S (ホームズ)」は 総掲載物件数 No.1

(1) 事業内容

同社は、不動産・住宅情報サイト「HOME' S (ホームズ)」の運営を主力として、金融情報サイトや地域情報サイトなど、暮らしにまつわる様々な分野の情報サービスを展開している。「HOME' S」は、全国の賃貸・不動産売買、新築一戸建て、新築分譲マンション、注文住宅・リフォームなど、住まいの情報をワンストップで提供しており、日本全国の加盟店数は11,639店(2014年3月期末)、総掲載物件数は425万件(2014年3月平均)と国内最大規模を誇っている。加盟店に対して利用者からの問い合わせ数により課金する収益モデルに特徴があり、総掲載物件数 No.1 を武器に積極的なブランディングプロモーションなどを展開することで認知度や集客力を高め、業績は順調に拡大している。

事業セグメントは、「不動産情報サービス事業」と「その他事業」の2つに区分されるが、「不動産情報サービス事業」が全売上高の99.0%を占めている。また、「不動産情報サービス事業」の内訳として、「賃貸・不動産売買」「新築一戸建て」「新築分譲マンション」「注文住宅・リフォーム」「レントーズ(不動産会社向け CRM(顧客管理)サービス)」「その他(引越し見積もり、介護、海外事業など)」に分類されている。「その他事業」は、金融情報サイト「MONEYMO(マネモ)」、地域情報サイト「Lococom(ロココム)」などによって構成される。

売上高構成比(14/3期)



連結子会社は 6 社（国内 1 社、海外 5 社）である。その内、国内子会社は、不動産会社向け CRM サービスを展開するレンターズ（保有比率 100%）。海外子会社は、インドネシアに 1 社（同 50.0%）、タイに 1 社（同 99.9%）、中国で事業展開していた 3 社となっている（ただし、中国子会社 3 社については会社清算手続き中）。

料金体系の見直しを契機に総掲載物件数が飛躍的に上昇

(2) 会社沿革

同社は 1997 年 3 月、神奈川県横浜市において、不動産物件情報を無料閲覧できるサービス業務を目的に設立された。創業者であり現代表取締役社長の井上高志（いのうえたかし）氏が大手不動産デベロッパーであるリクルートコスモス（現コスモスイニシア〈8844〉）に勤務していた際に、不動産業界における情報の非対称性（情報が公平に行き渡っていないこと）や、不動産会社の経営合理化の余地に課題を感じていたことから、多くの住宅購入者・賃借人への情報をオープンにし、選択の幅を広げることで、利用者及び不動産会社の双方に利益のある情報インフラの構築を目指したことが設立の経緯となった。

1997 年 4 月に、主力となる不動産・住宅情報サイト「HOME'S（ホームズ）」のサービスを開始したが、一定の総掲載物件数や集客力を確保するまでは採算ラインに乗らず、不動産会社の Web サイト構築支援などに依存した経営が続いた。しかし、創業時の理念をぶらさずに続けたことやネット利用者の拡大なども追い風となり、次第にメディアとしての価値を高めながら事業基盤を確立。2002 年 1 月にはコンテンツ強化を狙う楽天〈4755〉と資本提携を締結するなど、メディア価値を高めながら業績を拡大し、2006 年 10 月には東証マザーズへ上場した。

また、2006 年 10 月に地域情報サイト「Lococom」のサービスを開始。2007 年 4 月には、不動産会社向け業務支援 CRM サービスを提供するレンターズを完全子会社化するとともに、伊藤忠商事〈8001〉の運営する家づくりネット事業並びに伊藤忠エレクトロニクス（現伊藤忠インタラクティブ）の運営するリフォーム事業を譲り受けるなど、サービス領域の拡充を図り、2010 年 3 月には東証 1 部へ市場変更した。また、2011 年 2 月には暮らしとお金の情報サイト「MONEYMO」のサービスも開始した。

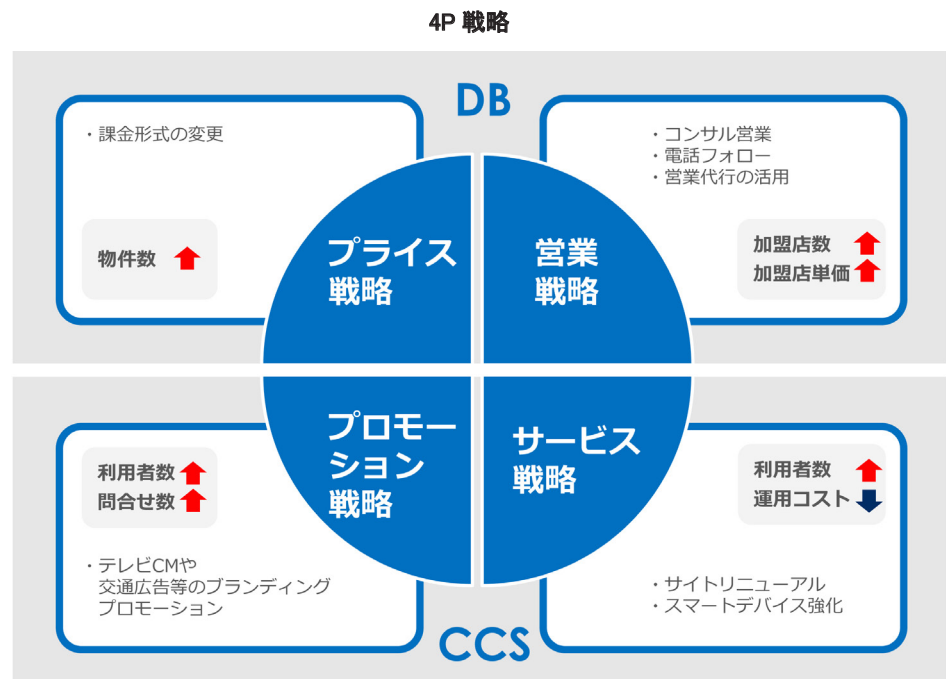
同社の大きな転機となったのは 2011 年 1 月に実施した料金体系の見直しである。同社は、さらに大きく成長するため、また、創業の想いである情報の非対称性を解消するためにも、総掲載物件数の多さで利用者の利便性を高めるとともに、他社との差別化を図ることがポイントになるとの認識に立ち、それまで掲載物件数に応じて課金していたものを問合せ数に応じて課金する体系に変更した。課金体系の変更により、一時的な業績の落ち込みを招いたものの、総掲載物件数が飛躍的に伸びたことで、総掲載物件数 No.1 のポジショニングを確立し、現在の同社の成長を支えている。

一方、海外展開については、2012 年 1 月にタイ、同年 8 月にはインドネシアで、それぞれ不動産・住宅情報サイトのサービスを開始した。

問合せ課金という独自の収益モデルと高い集客力が強み

(3) 企業特徴

「HOME' S」の最大の特徴は、総掲載物件数 No.1 を誇る点にある。総掲載物件数 No.1 のポジショニングを確立したことで、利用者を惹きつけ、それによって加盟店数や総掲載物件数がさらに増えるといったプラスの循環が成立しており、それが同社の業績を牽引している。なお、同社が総掲載物件数 No.1 を確立できたのは、2011 年から 3 年間かけて実践してきた 4P 戦略、すなわちプライス戦略（課金形式の変更）、プロダクト戦略（サイトリニューアル）、プロモーション戦略（ブランディングプロモーション）、プレイスメント戦略（営業戦略）によりビジネスを進化させてきたことによる。特に、1)「独自の収益モデル」と、2)「集客力の高さ」は同社の優位性を形成している。



出所：会社資料



ネクスト

2120 東証 1 部

2014 年 6 月 30 日（月）

※ ネットワーク外部性とは、会員数が増えるほどそれぞれの会員の利益が大きくなること

1) 問合せ数に応じて課金する「独自の収益モデル」

同社の総掲載物件数が拡大する契機となったのは料金体系の見直しである。利用者の利便性を高めるとともに、総掲載物件数で他社との差別化を図るため、ボリュームゾーンである「賃貸・不動産売買」については、業界では一般的となっている掲載物件数に対する課金から、利用者からの問合せ数に対する課金体系に変更し、それが飛躍的に総掲載物件数を増やすことにつながった。加盟店にしてみれば、一定の基本料金を払えば、物件情報を何件掲載してもコスト増にはならないため、少しでも多くの物件を掲載する誘因となっている。また、総掲載物件数の拡大とともに集客力を高めていく「HOME'S」にはネットワーク外部性※が働いており、同社と加盟店の双方の利害が合致したところに成功した要因があると考えられる。なお、同社の問合せ課金は、対象物件の家賃に一定の料率をかけて算定される。

掲載数無制限 + 問合せ数に応じた従量課金形式

■ HOME'S 基本会費 (税別)

HOME'S 掲載物件数	無制限
登録数	無制限
特別広告ポイント枠	5ポイント
パノラマ	5件
月額利用料	10,000 円

※請求の課金率は問合せ数により異なります。(反響数の増加により減少します。) 同一のエンドユーザーから複数の問合せが発生した場合は、問合せは1件として計算します。基本会費に加えてオプションサービスをご利用の会員様は、オプションサービスの利用費のお支払が必要です。

■ 賃貸 課金額 (税別)

賃貸 課金額計算方式		
物件の賃料	×	2~※ 5.5%
	×	エンドユーザーからの 問合せ数 (メール・電話)

問合せ数	課金料率
1~15件まで	5.5%
16~60件まで	4.0%
61件~	2.0%

■ 売買・投資 課金額 (税別)

売買・投資 課金額計算方式		
物件の価格	×	0.01~※ 0.05%
	×	エンドユーザーからの 問合せ数 (メール・電話)

問合せ数	課金料率
1~5件まで	0.05%
6~20件まで	0.02%
21件~	0.01%

問合せ数の増加により、課金料率が下がります。

出所：会社資料

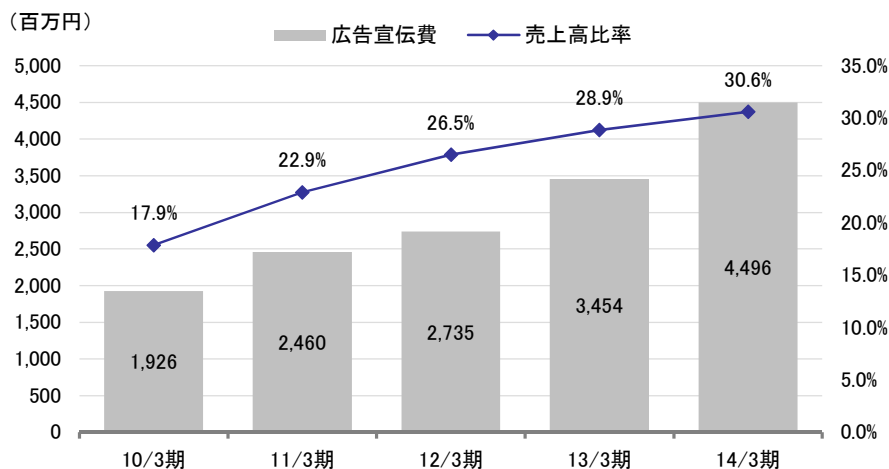
2) ブランディングや SEO 対策による「集客力の高さ」

同社は、積極的なブランディングプロモーションや精度の高い SEO 対策を通じて、認知度や集客力の強化にも注力している。広告宣伝費に関しては、売上高の 25 ~ 30% を目安として先行投資的に投下する戦略を継続しており、認知度を高めてきた要因となっている。

また、SEO 対策についても、社内に設置した専門チームが外部パートナーと連携を図りながら、総掲載物件数 No.1 の情報量とサイト統合などのリニューアル効果などにより、主要キーワード※による検索結果の平均順位で 1 位を継続している。その結果、訪問者数でも業界のなかで No.1 を誇っている (Nielsen NetView2012 年 8 ~ 2013 年 2 月度データ家庭および職場の PC からのアクセスより)。また、利用者の利便性向上にも注力しており、Gomez 不動産情報 (賃貸・売買) サイトランキング (2013 年 12 月発表) では、使いやすさ No.1 に選ばれている。

※ 主要キーワードとは、「賃貸」「賃貸マンション」「マンション」「中古マンション」「アパート」「新築マンション」「一戸建て」「新築一戸建て」を選定

広告宣伝費の推移



同社 HP とお笑いコンビ「バナナマン」を起用した TVCM イメージ



『HOMES' S』TV-CM 「日村さんの家 壁紙」

出所：同社 HP、会社資料

■ 業界構造

不動産情報サイト大手のなかでも「HOME' S」の総掲載物件数は突出

国内で不動産情報サービスを展開する類似サイトは数多く存在するものの、同社「HOME' S」の他には、リクルート住まいカンパニーの運営する「SUUMO」や、「YAHOO! 不動産」「CHINTAI」「at home」が大手として挙げられる。フジサンケイビジネスアイの調査によれば、総掲載物件数で「HOME' S」が圧倒的に No.1 のポジショニングにある。

同社は、流通している空き家物件数がおおむね 500 ～ 550 万件と推定しており、創業の想いである日本中のすべての情報物件を網羅することを目指している。同社の場合、利用者からの問合せが増えれば業績が伸びる収益モデルのため、仮に総掲載物件数が飽和状態に達したとしても、すべての物件をカバーすることで集客力を高めるメリットのほうが大きい。また、総掲載物件数及び集客力で優位に立つサイトがますますメディアとしての価値を高めていくネットワーク外部性が働くことから、今後上位への寡占化が進む可能性が考えられ、他社のシェアを取り込むことで成長する余地も考えられる。

なお、同社のように問合せ数に課金している相当規模の同業他社は存在しない。問合せ課金は予測することが難しいうえに、業績の変動を大きくする可能性が高いため、多く固定費を抱える大手には導入し難い体系であると考えられる。

掲載物件数上位リスト

	掲載物件数
HOME' S	4,091,700
SUUMO	2,243,300
YAHOO! 不動産	1,859,900
at home	1,420,500
CHINTAI	550,000

出所：フジサンケイビジネスアイ（2014 年 3 月 31 日掲載）

■ 決算動向

総掲載物件数・加盟店数の伸びとともに業績は成長ステージへ

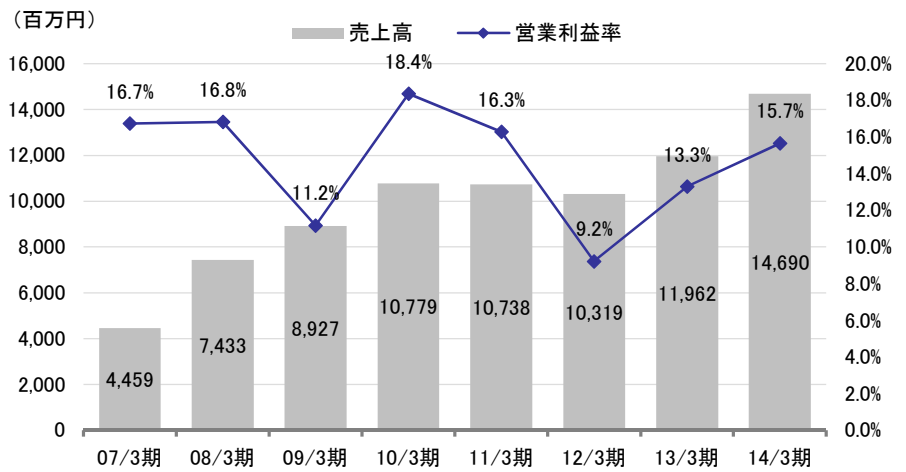
（1）過去の業績推移

過去の業績を振り返ると、「賃貸・不動産売買」部門が同社の売上高を牽引しており、2010 年 3 月期までは加盟店数及び加盟店単価に連動して順調に業績を拡大してきた。2011 年 3 月期から 2012 年 3 月期にかけて業績が落ち込んでいるのは、料金体系の見直しの影響である。問合せ数が同社の想定を下回ったことや、問合せ課金という業界初の試みに困惑した加盟店の一時的な退会があったことから、加盟店数及び加盟店単価がそれぞれ減少したことに起因する。しかし、総掲載物件数は飛躍的に伸びるとともに、2013 年 3 月期からはブランディングプロモーションやサイトリニューアルによる SEO 対策を効果的に仕掛けたことで認知度や集客力が一段と高まると共に、加盟店数も順調に増え始め、業績は新たな成長ステージに入ったとみられる。

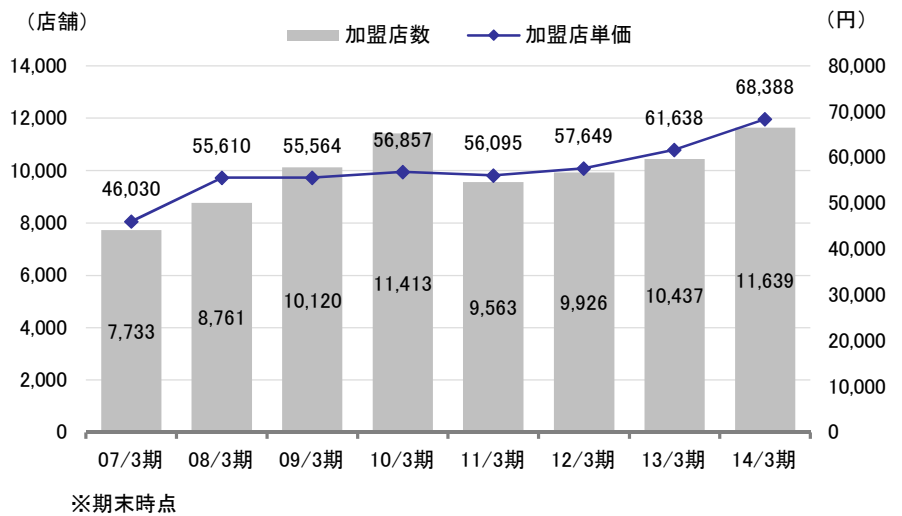
また、営業利益率については、課金形式の見直しによる減収、本社移転によるコスト増加や積極的な広告宣伝費への先行投資を行ったため 2012 年 3 月期に低下したものの、前述の 4P 戦略の効果により 2013 年 3 月期には売上高拡大によりコストを吸収し、収益性も高い水準に戻りつつある。

2014 年 6 月 30 日 (月)

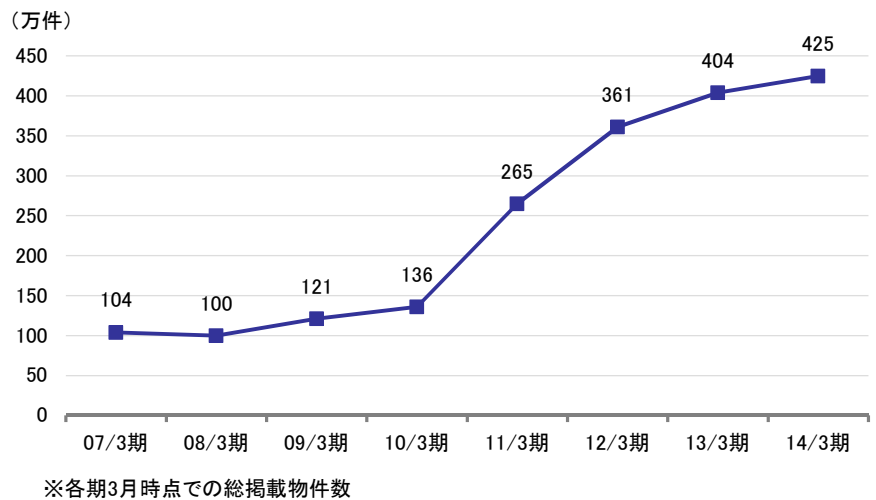
過去の業績推移



HOME'S賃貸・不動産売買の加盟店及び加盟店単価の推移



HOME'S賃貸・不動産売買の総掲載物件数の推移



2014 年 6 月 30 日（月）

2014 年 3 月期は売上高・利益ともに過去最高を更新

(2) 2014 年 3 月期決算の概要

2014 年 3 月期の業績は、売上高が前期比 22.8% 増の 14,690 百万円、営業利益が同 44.5% 増の 2,299 百万円、経常利益が同 48.6% 増の 2,302 百万円、当期純利益が同 117.7% 増の 1,336 百万円と大幅な増収増益となり、売上高、利益ともに過去最高を更新した。これは、期初会社予想との対比でも、売上高が 112.6%、営業利益が 174.0% とともに計画を大きく上回る着地となった。

主力の不動産情報サービス事業において、すべてのサービス区分で売上高が 2 ケタの伸びとなったことが増収に寄与した。総掲載物件数の拡大とともに、過去最大規模の広告費投入によるブランディングプロモーションやサイトリニューアルによる SEO 効果で、訪問者数及び問合せ数が増加したことが業績を押し上げた。

また、利益面では、過去最大規模の広告宣伝費（前期比 30.2% 増）や人員増に伴う人件費（同 15.5% 増）などにより販管費が増加したものの、増収によりコスト吸収したことから営業利益率は前期の 13.3% から 15.7% に上昇した。また、予定していた新規サービス関連の費用が期ずれしたことや、その他事業における地域情報サイトの赤字幅改善や金融情報サイトの黒字転換も増益に貢献した。

2014 年 3 月期の決算概要

（単位：百万円）

	13/3 期実績		14/3 期実績		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	11,962		14,690		2,727	22.8%
不動産情報サービス事業	11,851	99.1%	14,554	99.1%	2,703	22.8%
賃貸・不動産売買	6,480	54.2%	7,877	53.6%	1,397	21.6%
新築一戸建て	1,900	15.9%	2,458	16.7%	558	29.4%
新築分譲マンション	1,588	13.3%	1,793	12.2%	204	12.9%
注文住宅・リフォーム	810	6.8%	1,031	7.0%	221	27.4%
レンターズ	491	4.1%	596	4.1%	104	21.3%
その他	580	4.9%	797	5.4%	216	37.3%
その他事業	110	0.9%	135	0.9%	24	22.2%
売上原価	376	3.1%	472	3.2%	96	25.5%
販管費	9,995	83.6%	11,918	81.1%	1,922	19.2%
人件費	3,275	27.4%	3,783	25.8%	507	15.5%
広告宣伝費	3,454	28.9%	4,496	30.6%	1,042	30.2%
営業費	355	3.0%	473	3.2%	118	33.3%
減価償却費	468	3.9%	438	3.0%	-30	-6.5%
その他	2,441	20.4%	2,726	18.6%	284	11.7%
営業利益	1,591	13.3%	2,299	15.7%	708	44.5%
不動産情報サービス事業	1,902	15.9%	2,355	16.0%	453	23.8%
その他事業	-311	-	-56	-	255	-
経常利益	1,549	13.0%	2,302	15.7%	753	48.6%
純利益	614	5.1%	1,336	9.1%	722	117.7%
総掲載物件数（千件、通期平均）	3,913		4,260		347	8.9%
加盟店数（通期平均）	9,895		11,042		1,147	11.6%
加盟店単価（通期平均）	54,548		59,345		4,797	8.8%

※営業利益のセグメント構成比率は各セグメント利益率を表示

2015 年 3 月期も増収増益見込み、長期成長に向けた投資を推進

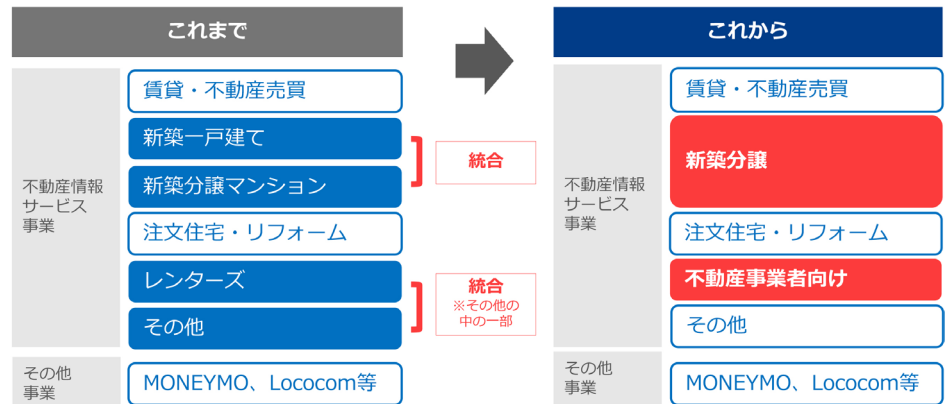
(3) 2015 年 3 月期の業績予想

同社は 2015 年 3 月期の業績予想として、売上高が前期比 17.4% 増の 17,240 百万円、営業利益が同 1.2% 増の 2,328 百万円、経常利益が同 0.9% 増の 2,322 百万円、当期純利益が同 3.7% 増の 1,386 百万円と増収増益を見込んでいる。

同社は 2015 年 3 月期から、サイト統合や中期戦略の投資区分に合わせて売上高の開示区分（サービス別売上高）の見直しを行った。新たなサービス別売上高で見ると、不動産情報サービス事業は引き続き好調で、「賃貸・不動産売買」を中心に増収に寄与するものの、「新築分譲」及び「注文住宅・リフォーム」では消費税増税の影響が見込まれることから、全体的な伸び率は前期に比べてやや鈍化するとみている。なお、「不動産事業者向け」の伸びは、賃貸事業者向け CRM サービスや不動産デベロッパー向け業務支援サービスの拡販によるものであり、「その他」では、急成長している「HOME' S 介護」の伸びが寄与する想定となっている。また、その他事業では、2014 年 4 月より開始したインテリア EC サイト「HOME' S Style Market」の売上寄与を見込んでいる。

利益面では、インテリア EC サービスの仕入などによる原価率の上昇に加えて、デジタルマーケティングの強化、新規サービスの開始や加盟店の新規開拓（営業代行の活用）などの先行投資や前期の期ずれにより、営業利益率は若干低下する見込みとなっている。また、広告宣伝費は引き続き売上高の 30% 程度を計画している。同社は、2015 年 3 月期を長期的な成長に向けた投資の時期と位置付けており、営業利益率は一旦低下するものの、中長期の目標である営業利益率 25% に向けて徐々に上昇させていく計画である。

開示区分の変更



赤が変更箇所。
新築分譲系と不動産事業者向けサービスを変更。

出所：会社資料

2015 年 3 月期の業績予想

（単位：百万円）

	14/3 期（実績）		15/3 期（同社予想）		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	14,690		17,240		2,550	17.4%
不動産情報サービス事業	14,554	99.1%	16,811	97.5%	2,257	15.5%
賃貸・不動産売買	7,975	54.3%	9,602	55.7%	1,626	20.4%
新築分譲	4,324	29.4%	4,571	26.5%	246	5.7%
注文住宅・リフォーム	1,031	7.0%	929	5.4%	-101	-9.9%
不動産事業者向け	638	4.3%	922	5.3%	284	44.5%
その他	584	4.0%	785	4.6%	201	34.4%
その他事業	135	0.9%	429	2.5%	293	216.4%
売上原価	472	3.2%	738	4.3%	265	56.2%
販管費	11,918	81.1%	14,174	82.2%	2,256	18.9%
営業利益	2,299	15.7%	2,328	13.5%	28	1.2%
不動産情報サービス事業	2,355	16.2%	-	-	-	-
その他事業	-56	-	-	-	-	-
経常利益	2,302	15.7%	2,322	13.5%	20	0.9%
純利益	1,336	9.1%	1,386	8.0%	50	3.7%

なお、同社は業績予想の開示について、これまでの保守的な予想から中立的な予想へ変更することを発表した。同社の場合、予測の難しい問合せ課金が収益の柱であることを考慮し、想定される費用はすべて反映させたうえで、売上高の予想については保守的に行っていたが、次第に予測の精度が上がってきたことから、売上高の予想もより合理性の高いものへ変更することとした。

■成長戦略

不動産関連事業を基盤に、海外展開や新規事業で上乗せを図る

同社は、中長期事業展開イメージとして、DB + CCS（データベース+コミュニケーション&コンシェルジュサービス）でグローバルカンパニーを目指している。暮らしにまつわるあらゆる領域の情報（データベース）を活用して、各利用者に最適な情報を提供していくサービス（コミュニケーション&コンシェルジュサービス）を展開するものである。その実現に向けた成長戦略は、既存事業の強化を軸として、海外展開や新規事業の開拓による4つの事象（図表参照）をそれぞれ進めていく方針である。

特に、国内の「HOME'S」への再投資による圧倒的 No.1 の確立と、不動産会社向け業務支援サービスの拡充による不動産業界ビジネスプラットフォームの構築が当面における戦略の柱となっており、引き続き不動産関連事業を基盤としながら、海外展開や新規事業による上乗せを図っていく計画である。

また、目標とする経営指標としては、営業利益率 25% を掲げている。

既存事業の強化については、ユーザーシェア拡大と加盟店数拡大を目指す。ユーザーシェア拡大は、これまでやってきた集客力強化に加えて、前期より開始したリノベーションやトランクルームなど、新たな分野へのサービス拡充により集客の間口を広げることや、一度訪問した利用者を再度訪問に導くマーケティング手法の導入（最適なコンテンツ提供による誘引やメールマーケティングなど）や、住み替え後のコミュニケーションツールの提供などにより利用者が会員として残るサービスを構築することなどを進めている。同社は、人々が最適な生活を送るためにもっと気軽に（頻繁に）住み替えができる環境づくりや生活提案を目指しており、それによって同社の成長余地も拡大していくものと考えている。

ネクスト

2120 東証 1 部

2014 年 6 月 30 日（月）

また、加盟店数拡大にも取り組む。2015 年 3 月期より、営業代行事業者の活用を図ることなどにより、新規開拓のペースを加速する方針である。

また、不動産業界ビジネスプラットフォームとは、不動産会社の業務に不可欠となるソリューションを提供するものである。具体的には、これまでのサイトを通じた集客機能に加えて、追客、内見・来場、成約に至るまでの顧客管理（CRM）のほか、業界初となる不動産オーナー向けの CRM 支援を行うものである。同社の誇る圧倒的な集客力を中心として、その上流と下流の業務プロセスにソリューション領域を広げたところに一体となった価値創造が期待でき、他社との差別化が図れると考えられる。

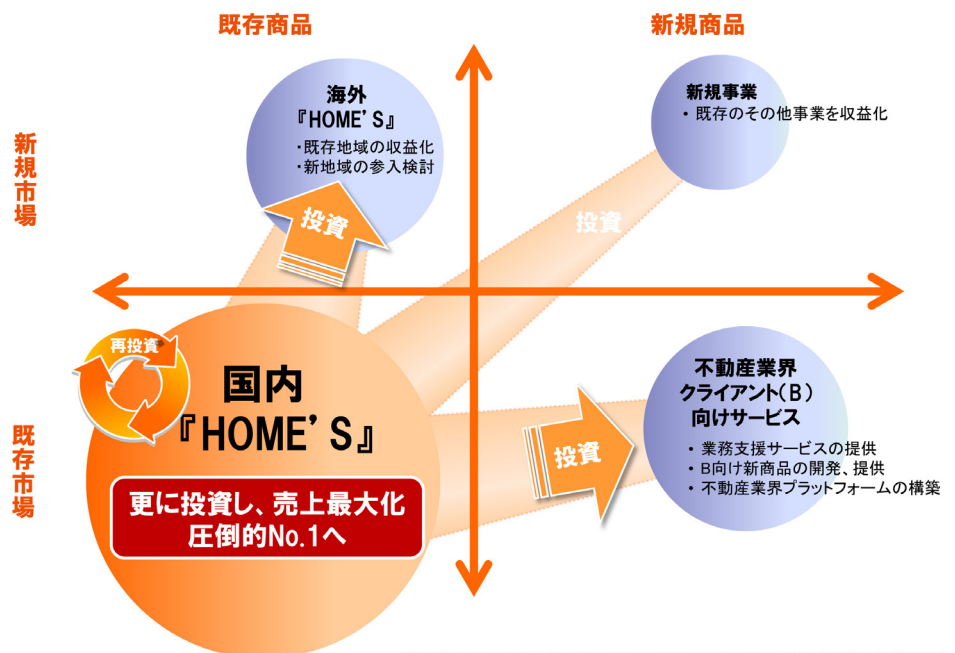
集客から追客へのソリューション提供では、賃貸事業者向けの CRM サービス「レントーズネット」の導入店舗数が、既に 2014 年 3 月期末で 1,213 店舗（前期比 37.4% 増）と伸びている。

また、前期には、新規サービスとして、不動産会社向けの接客営業支援 iPad アプリ「内見プロ」や、不動産事業者と不動産のオーナー間の業務を管理する CRM サービス、不動産事業者向け SNS サービス「HOME' S Pro」などの提供を開始した。今後、更なるサービス領域の拡充により客数及び客単価の向上を目指す。

新規事業に関しては、既存事業との親和性の高い家具・インテリア EC サイト「HOME' S Style Market」を 2014 年 4 月より開始した。同社初の EC サイトの運営となるが、在庫リスクを極力負わない仕組み（受注後、商品の手配を行う）により、住まい探しのアフターマーケットの拡充を図っていく。

海外展開については、いずれ国内市場が飽和状態に達し、さらに縮小へ向かうことを見据えて、5 年～10 年の長期スパンで取り組んでいる。ネット普及率、不動産市場の状況などをふまえ、これまで培ってきた SEO 技術をベースに、Google 検索エンジンが強く、1 言語当たりの人口が多い国などをターゲットとしている。もともと、現地拠点を原則置かず、ローコストで強みを活かせる地域で Web サイトを展開する戦略であるため、投資リスクを抑えつつ、試行錯誤を繰り返しながら育成していく方針である。

成長戦略 4 事象（チャート）

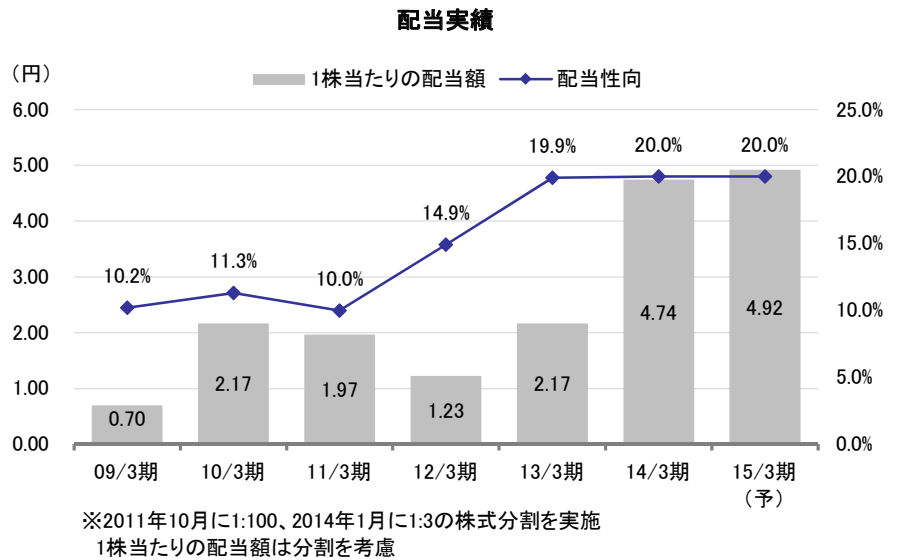


出所：会社資料

■ 株主還元

配当性向 20% 程度が目標だが、将来的には水準引き上げも

同社は、利益配当について「中長期的な事業計画等を勘案して、毎期の業績に応じた弾力的な成果の配分を行う」ことを基本方針としている。現在、普通配当については配当性向 20% 程度を目標としているが、純資産の状況や投資の見通し、成長率などを踏まえながら将来的に配当性向の引き上げも検討していく。2014 年 3 月期は 1 株当たり年 4.74 円配（配当性向 20.0%）を決定した。2015 年 3 月期については、1 株当たり年 4.92 円配（配当性向 20.0%）と増配を予定している（配当性向 20.0%）。また、中期的にも利益成長に伴う増配の余地は十分に大きいと判断できる。同社は、2014 年 1 月 1 日を効力発生日として 1 : 3 の株式分割を実施した。



ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ