

2019年3月期 第2四半期 決算説明会 質疑応答の内容

日時：2018年11月5日（月）10：30～11：30

場所：大手町ファーストスクエア カンファレンス Room D

代表取締役社長 神谷健司

経営戦略部門 執行役員 大出章人

経営戦略室 責任者 鈴木毅人

※決算説明会における質疑応答の内容です。当該内容については、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。

・2019年3月期の通期業績予想について

Q. 2019年3月期の下期業績について、前年対比で売上高はほぼ横ばいとなるものの、営業利益については増益となる見込みだが、その要因を教えてください。

A. 売上高が横ばいとなる要因としては、(株)タイヤワールド館ベストの売上高について、上期実績を踏まえ下期の売上高の見通しを引き下げたことが主な要因となります。

また、営業利益の増益要因については、主にチラシ売上等の収益性の低い売上高を抑制し、広告収入・利用料収入等のコア事業の売上高を伸ばすことにより、収益性の改善を進めていることによるものとなります。

・グーピットの成長性について

Q. グーピットの有料掲載工場数の今後の増加見通しと、グーピット単月黒字化に関する持続性について教えてください。

A. グーピットについては、前期の営業手法の改善に加え、集客力・評価が確実に伸びていることから、有料掲載工場数の増加が継続しております。今後の成長余地として、広告事業においては最終的に5,000から6,000工場程度の整備工場が広告事業の対象となると考えております。また、グーピットの広告事業に関する黒字の持続性については、短期的にイレギュラーにより赤字となる可能性はありますが、基本的に黒字化のベースが実現できたというご報告となります。

最後に、今後においては、グーピットの広告事業について現状の2倍くらい有料掲載工場を目指していきたいと考えておりますが、それ以上に送客事業のマッチング・シェアリングの強化が一番重要と考えており、この部分にご期待頂きたいと考えております。

・プロトコーポレーションの収益構造について

Q. プロトコーポレーションの売上高・営業利益に関する上位の顧客への依存度は高いのか？

A. 当社における上位顧客への依存度は、極めて低いという認識を持っております。当社における取引社数の実績こそが、収益基盤が分散している事実の証左だと考えております。

・市場環境について

Q. 中古車業界における大手中古車販売店の寡占が進んでいるように感じているが、プロトコーポレーションの業績への影響について教えてほしい。

A. 大手の中古車販売店のシェアが高まっているのは事実です。しかしながら、寡占化が進む中においても、新しい顧客も増えていることから、当社では取引社数を伸ばしております。中長期的にみれば業界のプレイヤー数も減少すると想定されますが、その中において当社のシェアを引き上げていきたいと考えております。現状、大手中古車販売店の寡占化の影響についてリスクはございますが、新しいプレイヤーが増えてきていることも含めて、大きな影響はないと考えております。

また、当社においては中古車から整備・新車へとサービスの領域を広げて参りました。今後においても、中古車、整備、新車の各領域におけるボーダーレス化が進むと認識しており、当社は、自動車業界の中で一貫したサービスを提供できるプラットフォームとなるために、事業領域を広げるとともに取引社数の拡大を進めて参ります。

・生活セグメントについて

Q. 生活セグメントの今後の展開について教えてほしい。

A. 私が社長に就任して5年目となりますが、現在は経営資源を自動車セグメントに集約しております。まずは、自動車セグメントにおいてポジションを確立した上で、事業領域を広げていきたいと考えております。

なお、現在の生活セグメントについては、介護・医療・福祉分野の広告事業等を手掛ける(株)プロメディアルケアが中心となっており、今後、生活セグメントを強化していく際には、(株)プロトメディカルケアを軸に成長を図ってまいります。