

## 2018年3月期 第2四半期決算説明会 質疑応答の内容

日時：2017年10月30日（月）16：30～17：30

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。

### ・2018年3月期通期業績予想の修正について(決算説明会資料 P.10)

Q. 2018年3月期通期業績予想について、グループ会社（タイヤワールド館ベスト等）の売上総利益を見直した結果、減少となった要因について教えてください。

A. タイヤワールド館ベストについては、売上高は期初計画を上回るペースで進捗をしております。しかしながら、期初計画の仕入高に加えてスタッドレスタイヤの追加仕入を執行する必要があり、売上原価が計画を上回る見込みとなることなどから、売上総利益が減少する見通しとなりました。

Q. 2018年3月期通期業績予想を下方修正しましたが、2019年3月期以降の中期経営計画は据え置きか、もしくは下方修正をするのかについて、どう考えているかを教えてください。

A. 中期経営計画を下方修正するかどうかにつきましては、まずは当期の修正計画達成のために努力していくということをご理解を頂きたく存じます。売上計画修正の最大の要因はグー車検であり、サービスフローの見直しと、アライアンスを利用した集客プロモーションの実施に取り組んで参ります。また、グー事業においてはMOTOR GATEに関する商品・サービスの売上が順調に伸びており、こちらでカバーをしながら当期修正計画の達成に努めます。

### ・広告宣伝費の増加による営業利益の下方修正について(決算説明会資料 P.19)

Q. 2018年3月期通期業績予想について、営業利益を期初計画から8億円引き下げていますが、その要因について教えてください。

A. 最大の要因はグーネットのプロモーション強化のために広告宣伝費を期初計画から積み増したことによるものです。前期と今期においてグーシリーズの構造改革の一環として、全国の情報誌グーの刊行回数を削減し、月刊化いたしました。紙メディアからネットメディアへのシフトに伴い、グーネットを今まで以上に成約効果を出すメディアとするためにプロモーションの強化を図ります。

---

・整備領域：グーピットの見直しについて(決算説明会資料 P.17)

- Q. グーピットについて、現時点で計画に対してどの程度の遅れが発生しているのでしょうか。また、どの時点で改善されて成功に向かうのか、2点について教えてください。
- A. 第2四半期以降グーピットの有料契約工場の獲得が、営業手法の改善により徐々に形になってきていると考えております。現状、半年ほどの遅れが発生しておりますが、来期には有料契約工場数 3,000 工場の達成を目指して参ります。

---

・整備領域：グー車検の見直しについて(決算説明会資料 P.18)

- Q. グー車検のサービスフローの具体的な見直し内容と、その結果どのくらい改善をするのか教えてください。
- A. 競合のWEBの車検サービスでは「来店予約」が入口となっております。一方、グー車検では「申込」をサービスの入口に設定していたものの、ユーザーと整備工場間のやりとりにおいて時間がかかることから、従来のグー車検のキャンセル率は来店予約型の競合に比べて非常に高い数値となっております。
- このため、競合と同じ来店予約型のサービスフローに変更した上で、車検基本料金の値下げを実施し、ユーザーニーズに沿った車検サービスに改善することでトライアルを実施します。東海地区のトライアルの結果を踏まえた上で全国へ展開することで、実績の積み上げができると考えております。

---

・中長期事業計画について

- Q. 意欲的な中長期計画だと評価しておりますが、今後5年間で毎年4~5%の成長性を確保する自信はありますか？
- A. 我々としては、売上高・営業利益の2桁成長を実現していきたいという考えをもっております。当社では収益の源泉となる取引社数を順調に伸ばすことができしており、MOTOR GATE ショッピングやMOTOR GATE カレンダーなど新たなサービスも収益に貢献してきております。中古車領域の広告関連に限れば、既に高いシェアを占めていることから、毎年5%、10%といった成長を実現することは難しいものの、整備領域や新車領域など新たな分野で大きくシェアを伸ばすことができれば、更なる成長を実現できると考えております。