

2018年3月期 決算説明会 質疑応答の内容

日時：2018年5月17日（木）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 C

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 通期業績予想について(決算説明会資料 P.19)

Q. 2019年3月期の業績予想において、販売管理費の広告宣伝費は増額となりますか？

A. 2019年3月期の広告宣伝費は増額を見込んでおります。詳細な金額については、決算説明会資料 P.19 をご確認ください。具体的には、自動車関連情報については「Goo Life Time Value」の構築に向けて、各社とのアライアンスに関する費用を見込んでいることに加え、生活関連情報の介護・医療・福祉分野における広告宣伝費の増額を見込んでおります。

・整備領域：グーピットについて(決算説明会資料 P.8,28)

Q. グーピットの有料掲載工場数について、第3四半期、第4四半期と急増しているが、それ以前と何が変わったのかを具体的に教えてほしい。

A. グーピットの有料掲載工場数が増加した要因は主に2点ございます。

1点目は、営業の対象エリアを拡大したこととなります。従来は、グーピットの営業拠点に近い整備工場を中心に営業を展開していましたが、現在は営業エリアを拡大したことにより、グーピットの有料掲載工場の増加に寄与しております。

2点目は、整備工場に対して集客効果の高い広告内容（作業実績コンテンツ）を具体的に提案できるようになり、グーピットの集客効果が向上してきたことから、有料掲載工場数の増加に寄与しております。

Q. 2019年3月期の有料掲載工場数の目標は3,250工場とのことだが、この水準が達成できれば損益分岐点に到達するのか？

A. ご認識のとおりです。これまでの1工場当たりの取引高を維持する前提となりますが、有料掲載工場数を3,250工場まで伸ばせば、グーピットの広告事業について損益分岐点に到達すると考えております。

Q. 2019年3月期の有料掲載工場数の目標数3,250工場は保守的に感じますが、いかがでしょうか？

A. グーピットの有料工場数3,250工場については、早ければ2018年9月には達成したいと考えております。遅くとも2018年12月までには達成したい。しかしながら、グーピットの集客効果を発揮するための作業実績コンテンツのサポートも必要となることから、既存の取引先への管理営業もしっかりと取り組んでいきたいと考えております。このため、第4四半期ほどのグーピット有料掲載工場の増加ペースは見込んでいないものの、グーピットの広告事業については2019年3月期で目処をつけたいと考えております。