

2019年3月期 決算説明会 質疑応答の内容

日時：2019年5月22日（水）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 高林成昭

※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。

・2020年3月期 連結業績について(決算説明会資料 P.32)

- Q. 売上高が前期対比 0.3%増に対し、営業利益 7.7%増、経常利益 1.2%減となる要因について教えてください。
- A. バイクプロスの吸収に伴う不採算事業を廃止した影響により売上高については、前年並みを想定しております。一方で、収益性の低い既存事業については意図的に削減し、MOTORGATE や DataLine SalesGuide など収益性の高い商品・事業に徐々に切り替えていくことが売上総利益・営業利益の向上に寄与しております。経常利益については、営業外収益におけるデリバティブ評価益などを2019年3月期実績より抑えめに見積もっていることが要因となります。
- Q. 2020年3月期からの中期3ヶ年計画において、海外事業の見直しは想定しているのか？
- A. マレーシア、台湾の事業は継続しているため、見直しの要素は含んでおりませんが、過去の実績を鑑み、計画は多くを見込んでいくわけではありません。また、新たに海外展開するなどの新規投資に値するものも織り込んでおりません。海外事業の今後については今期中にしっかりと判断してまいります。
- Q. 2019年3月期の上半期が大幅な増益だった反動かもしれないが、2020年3月期の上半期が前期対比で減益となる背景は何ですか？
- A. 2020年3月期の上半期については前期対比で営業利益が1億1千万円ほどの減益ですが、大半はオートウェイの営業利益が8千3百万円ほど減益となることによるものです。背景としては運賃の価格上昇を織り込んでいることと、当社グループ内における働き方改革の推進により、繁忙期における外注業者への業務委託増加を見込んでいることが挙げられます。

・新規事業について(決算説明会資料 P.19)

- Q. 成長戦略として新規事業部分に CVC、M&A と記載がありますが、新規事業としてはどのような事業を想定されているのか？
- A. 当社のプラットフォーム上のサービスである自動車関連における新規事業を主な部分と捉えています。CVC に関しても既存事業、MOTORGATE・DataLine SalesGuide などとの連携・シナジーを生み出せるシード事業への投資をしたいと考えております。案件によっては多角化と認識されるものもあるかもしれませんが、基本的には自動車関連を中心に考えています。

・整備領域について(決算説明会資料 P.19、P21)

Q. 2017年3月期から2019年3月期までの中期3ヶ年計画では整備領域、特に車検(送客)を伸ばすことが重要なポイントだったものの、期待通りにいかず未達の大きな原因となったとのこと。2020年3月期からの中期3ヶ年計画では新車領域を伸ばすことが柱になっているが、前期までの中期3ヶ年計画を踏まえ、整備領域についてはどのようにしていくつもりなのか?

A. 整備領域については広告・送客という2つの事業で進めてきましたが、広告事業は前期の中間から黒字転換いたしました。今期の計画においてはそれほどストレッチさせているわけではありませんが、着実に利益を引き上げていきたいと考えております。

予約サービスについては、できれば今期中にリリースできるよう準備を進めています。既にグービット事業において取付交換を含めた予約チケットなどのサービスを始めており、その延長となる予約サービス構築のための形はある程度できています。現在、予約サービス内のメニューをどこまで広げられるかを検証しておりますが、しっかりと運用できれば、広告以上に収益を伸ばせると見込んでいます。メニューの1つとして車検をどう組み込めるかが一つのポイントになります。整備領域を次の利益の柱にするためにもこの予約サービスについて早い段階で詳細なリリースができるよう取り組んでまいります。

・新車領域について(決算説明会資料 P.25)

Q. 2020年3月期からの中期3ヶ年計画の重点項目として新車領域を伸ばしていくとのことだが、柱として掲げるほどの手ごたえがあるのであれば、可能な限り詳細に教えていただきたい。

A. クライアントは、顧客接点を増やし、販売台数を増やさなければならない一方で、生産性の向上も実現していかなければいけません。加えて、人材確保が難しい今、戦力となる人材の育成には時間・コストがかかります。そういった課題を、当社のDataLine SalesGuide、データベースを活用いただくことで補うことができます。例えば、ある程度の経験や知識を持つベテランでないと算出できなかった、下取りの見積もりなどを瞬時にリアルタイムで見ることができるなど、クライアントの生産性向上に寄与することができます。こういったことが実現できるデータを保持している会社はそれほどあるわけではありません。

AI 査定についても1台当たりの査定時間を大幅に短縮できるため、クライアントから「現場の生産性向上に極めて有効だ」との評価をいただいております。
