

2016年8月12日

2016年12月期 第2四半期決算説明会 質疑応答

株式会社リブセンス

2016年8月12日（金）開催の「2016年12月期 第2四半期決算説明会」における質疑応答の概要は下記の通りです。

- 【Q】 前期のM&Aに関連して「waja」ののれんの減損損失を当四半期において計上しておりますが、今後のM&Aに関する当社スタンスについてお聞かせ下さい。
- 【A】 M&Aについては、成長戦略の手段として常に検討はしているものの、足元においては、筋肉質な経営体制を確立するという観点において慎重なスタンスであります。
前期子会社化した「waja」については、ファッションECという事業領域こそ当社のその他事業とは異なるものの、webマーケティング等におけるノウハウ注入においてシナジーを出せるものと判断しM&Aを実施致しました。今後も良い案件があればケースバイケースで検討致しますが、まずは「waja」の企業価値向上において、当社のノウハウの注入等による成果創出を優先していきたいと考えております。
- 【Q】 業績予想における営業利益について、下半期は上半期と比較し低い水準であるが、再成長に向けて広告宣伝費を投じていくのか、具体的な費用用途についてお聞かせ下さい。
- 【A】 広告宣伝費については、1Q並びに2Qの投下水準・内容ともに大きく変わらない想定であります。その他費用については、成長性が大きい「転職会議」における「法人向けサービス」の販売促進費、将来的なマスマーケティングを見据えた社内基盤の整備等を想定しております。
- 【Q】 YoYベースで、2Qの増収率が1Q時点における増収率比で鈍化しており、業績予想から単純逆算した下半期増収率も低い印象を受けます。単に保守的な見込みであれば問題ないのですが、増収モメンタムの鈍化について、当社のスタンスを教えてください。
- 【A】 上半期実績においては広告宣伝費の効率化が大きいと思っております。前期において様々な広告出稿をトライアルした結果、ROIが低いと分析した広告については、今期出稿を取り止めており、効率性・生産性を重視した運用を徹底しております。
また、前期より主に大手のお客様を対象に掲載課金モデルの販売を行っていましたが、「ジョブセンス」の戦略やメディア価値を再考する中で、改めて採用課金モデルへのシフト（掲載課金モデルの売上比重を相対的に低くすること）を進めており、その過程において売上高の計上タイミングがやや後倒しすることを想定しております。

- 【Q】 前四半期まで大きな増収モメンタムにあった「転職会議」が QoQ で減収しておりますが、下半期に向けて再び増収トレンドを期待しているものなのか、意見をお聞かせ下さい。
- 【A】 「転職会議」はこれまで主に人材紹介会社を中心にマネタイズを行ってきた一方、特定の顧客に売上が依存している状況も見られ、たしかにやや成長性は鈍化しております。さらなる成長を図るべく、下半期は事業法人向けのマネタイズチャネル確立に注力していく方針であり、上半期実施したプレセールス等の印象からは同事業の増収を実現できるものと考えております。
- 【Q】 不動産情報メディア事業における 2Q の赤字の要因、下半期における同セグメントの利益見通しについてお聞かせ下さい。
- 【A】 不動産情報メディア事業については、当四半期より新規事業として不動産情報サービス「IESHIL」を分類しており、同事業に係るコストがセグメント赤字の多くを占めている状況です。「IESHIL」については、まだマネタイズ施策を模索している状況であり、3Q 以降についても当面は 2Q 実績と同様のトレンドが継続するものと見込んでおります。

以 上