

GA

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2023年12月（証券コード：3491）

GA TECHNOLOGIES

テクノロジー×イノベーションで、
人々に感動を生む
世界のトップ企業を創る。

Building a world leading company
that inspires and impresses people with
the power of technology and innovation.

目次

- | | |
|---------------------|------|
| 1. カンパニーハイライト | P4 |
| 2. ビジネスモデル | P12 |
| 3. 市場環境・競争優位性 | P24 |
| 4. 成長戦略及び経営指標 | P51 |
| 5. GAグループの価値創造ストーリー | P80 |
| 6. ESG・サステナビリティ | P87 |
| 7. 認識するリスクおよび対応策 | P98 |
| 8. Appendix | P101 |

1. カンパニーハイライト

1. カンパニーハイライト

WHY：私達が取り組む課題と提供価値

社会課題をリアル×テクノロジーの融合により解決

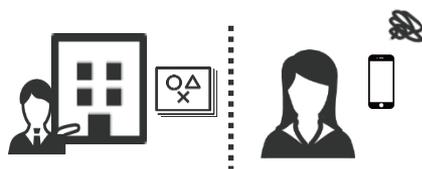
アナログで低い生産性



ユーザー体験の悪さ



情報の非対称性



各産業、業界の課題をDXで解決し、
透明性が高く、なめらかな顧客体験を提供

RENOSY



ITANDI BB
ITANDI BB+



SPICA
CONSULTING



1. カンパニーハイライト

WHAT :課題解決に向けての取り組み ネット不動産による業界DX改革

売買オンラインマッチング

RENOSYマーケットプレイス

Buy (買う)

Sell (売る)

買い手

- ・デジタルマーケティングによる買い手の集客
- ・AI査定した物件をエージェントがマッチングし販売

RENOSY

マッチング

売り手

- ・各種不動産関連データを豊富に蓄積したDBを保有
- ・AI査定を活用し透明性のある適正な価格での不動産売却を売り手に提供

ネット不動産で
不動産業界をDX改革

賃貸オンラインマッチング+マネジメント

賃貸管理DX 注1)

Lease (貸す)

Rent (借りる)

RENOSY ASSET MANAGEMENT プロパティマネジメント

- ・RENOSYで販売された投資用不動産を資産管理
- ・入居者付や家賃保証等のサービスを提供
- ・物件の資産価値を最適化

ファーストパーティとしてノウハウをITANDIへ提供

情報取得 → 営業活動 → 契約締結 → 賃貸管理

賃貸管理オペレーションをDX

ITANDI

賃貸管理/仲介
パーティカルSaaS

- ・賃貸管理、仲介システムをSaaSで一気通貫に提供
- ・不動産業者間サイトのマッチングプラットフォームも運営

サードパーティ提供により、
スケール加速

1. カンパニーハイライト

WHAT :課題解決に向けての取り組み ネット不動産による業界DX改革

売買オンラインマッチング

RENOSYマーケットプレイス

Buy (買う)

Sell (売る)

買い手

年間問合せ数 約78,000件^{注1)}ターゲット顧客
(年収500万円以上の給与所得者) 1,580万人^{注4)}不動産投資 No.1^{注5)}

RENOSY

マッチング

キャッシュコンバージョンサイクル

20.5日^{注1)}

売り手

年間物件調達数 約5,600件^{注1)}ターゲット物件
(中古コンパクトマンション) 280万戸^{注6)}ネット不動産で
繋がる物件・顧客

賃貸オンラインマッチング+マネジメント

賃貸管理DX

Lease (貸す)

Rent (借りる)

RENOSY ASSET MANAGEMENT プロパティマネジメント

累計管理戸数 約18,000戸^{注2)}ターゲット管理戸数
(全国賃貸管理戸数) 1,925万戸^{注7)}電子入居申込数 No.1^{注8)}

賃貸業務支援4サービス

仲介利用率 No.1^{注9)}

ユニットエコノミクス

26.2倍^{注1)}

ITANDI

賃貸管理/仲介
パーティカルSaaS取扱管理戸数 約500万戸^{注3)}ターゲット管理戸数
(全国賃貸管理戸数) 1,925万戸^{注7)}

1. カンパニーハイライト

両事業の競争優位性、強み

一連のプロセスをテクノロジー（デジタル）で一気通貫に行う唯一無二のビジネスモデル

RENOSYマーケットプレイス

(買う／売る)

| | 投資不動産 1.0 紙と電話主体 | 投資不動産 2.0 部分的にデジタル対応 | 投資不動産 3.0 デジタルで一気通貫に対応 |
|-------------|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| 不動産情報収集 | × | ▲ | ✓ |
| デジタルマーケティング | × | ▲ | ✓ |
| WEB商談 | × | ▲ | ✓ |
| 電子申込 | × | × | ✓ |
| ローン契約 | × | × | ✓ |
| 電子保険契約 | × | × | ✓ |
| 電子契約 | × | × | ✓ |
| デジタル運用管理 | × | × | ✓ |
| AI物件査定 | × | × | ✓ |
| 電子媒介申込 | × | × | ✓ |
| 電子売買契約 | × | × | ✓ |

ITANDI

(貸す／借りる)

| | 賃貸 1.0 紙とFax主体 | 賃貸 2.0 部分的にデジタル対応 | 賃貸 3.0 デジタルで一気通貫に対応 |
|----------|-------------------|----------------------|------------------------|
| 不動産情報収集 | × | ▲ | ✓ |
| 来店問合せ | × | ▲ | ✓ |
| WEB内見予約 | × | ▲ | ✓ |
| WEB入居申込 | × | ▲ | ✓ |
| 保証会社自動連携 | × | × | ✓ |
| 電子契約 | × | × | ✓ |
| 更新退去 | × | × | ✓ |
| 内装工事 | × | × | ✓ |
| 精算管理 | × | × | ✓ |
| 物件管理 | × | × | ✓ |
| 家主管理 | × | × | ✓ |

1. カンパニーハイライト

「GAグループが目指す世界」への成長拡大イメージ

RENOSYマーケットプレイス
(中古コンパクトマンション)^{注3)}

購入DX推進

- デジタルマーケティング活用



売却DX推進

- 認知度向上
- 改正宅建業法施行



リピート拡大

- マーケットプレイス内での売買拡大



売上収益

マーケット投資用^{注1)}
不動産 1.5兆円シェア率

2.5%

FY2019

FY2024
計画FY2028
計画全国賃貸管理戸数^{注2)}
1,925万戸シェア率

0%

8.7%

29.9%

28.7%

47.1%

買う売る貸す借りるの全てを
オンライン化することでシェア拡大を目指す

賃貸管理DX^{注4)}

賃貸管理戸数



賃貸DXスタート

- ファーストパーティ
- イタンジをM&A (賃貸DX)



サードパーティ拡大

- ITANDIによるサードパーティの拡大



M&A推進

- M&Aによる管理戸数拡大
- 預け替え



1. カンパニーハイライト 事業モデル

不動産の「買う」「売る」「貸す」「借りる」をDXし、高付加価値な事業モデル

| | RENOSYマーケットプレイス | ITANDI | | |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------|
| 当社の提供価値 | ネット不動産で、不動産にまつわる一連の手続きを透明性高く、簡単便利に提供 | | | |
| ビジネスモデル | オンライントランザクション 売買オンラインマッチング | サブスクリプション プロパティマネジメント | 賃貸管理/仲介向け パーティカルSaaS | ライフラインサービス |
| 収益構造 (ネット売上収益) | フロー型 成約件数×手数料 | ストック型 管理戸数×手数料 | ストック型 導入社数×月額利用料 | リカーリング型 送客数×手数料 |

1. カンパニーハイライト

事業概要

| セグメント | 事業内容 | プロダクト |
|--------------------------------|--|--|
| RENOSY マーケット プレイス | <ul style="list-style-type: none"> ▶ ネット不動産投資サービス <ul style="list-style-type: none"> RENOSYのメディアを活用して、不動産投資の売り手（売却）と買い手（購入）の顧客を獲得、双方をマッチングし販売するサービスをテクノロジーを活用して提供 ▶ プロパティマネジメント（資産管理） <ul style="list-style-type: none"> 資産価値を守るサービスをサブスクリプションで複数プランを提供 ▶ 第三者のRENOSY利用 <ul style="list-style-type: none"> RENOSYのメディアをサードパーティ事業者に開放し、メディアの利用や送客サービスを提供 | RENOSY dearlife by RENOSY |
| ITANDI | <ul style="list-style-type: none"> ▶ SaaS <ul style="list-style-type: none"> 不動産会社向けパーティカルSaaS <ul style="list-style-type: none"> 不動産事業者（主に賃貸の管理会社、仲介会社）に業務効率化システムを初期費用、月額料金、従量課金により提供 ▶ BtoB マーケットプレイス <ul style="list-style-type: none"> 不動産会社向け業者間サイト <ul style="list-style-type: none"> BtoBのマーケットプレイスとして、リアルタイムな業者間サイトを提供 ▶ BtoC マーケットプレイス <ul style="list-style-type: none"> ▶ ネット不動産賃貸サービス <ul style="list-style-type: none"> BtoCのマーケットプレイスとして、成約ごとの手数料等による収益モデルの賃貸サイトを提供 | ITANDI BB+ ITANDI BB <small>イタディ ビービー</small> OHEYA GO <small>オヘヤゴー</small> |

2. ビジネスモデル

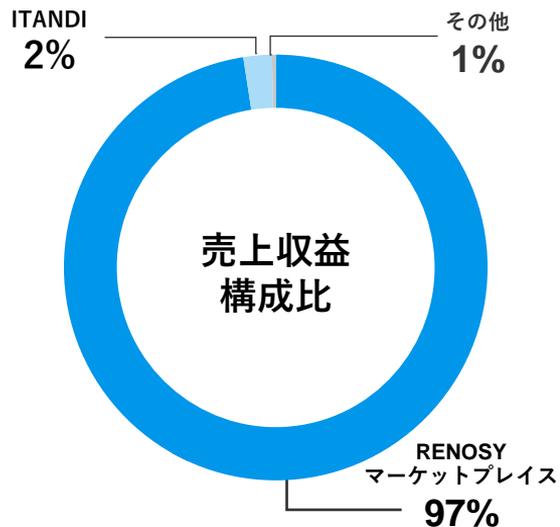
2. ビジネスモデル

直近セグメント業績

連結売上収益

FY2023

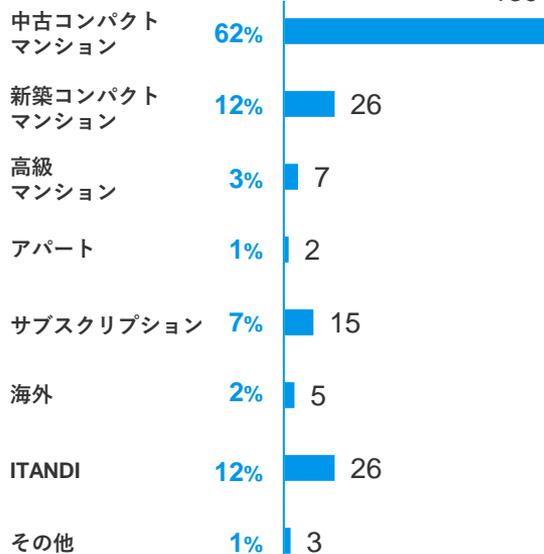
約1,466億円



連結売上総利益

FY2023

約226億円

(億円)
139

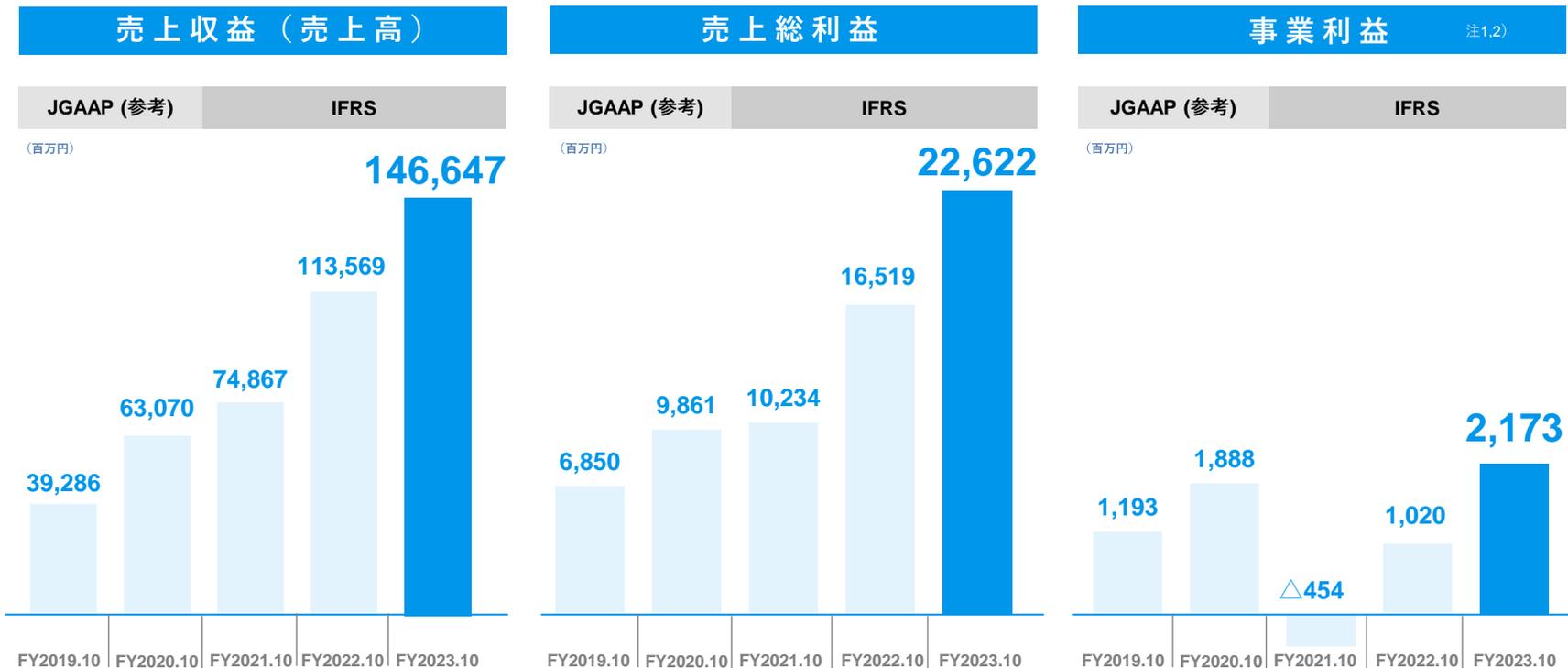
ビジネス展開地

5カ国^{注1)}

日本、タイ、
中華圏（中国、台湾、香港）

通期連結業績推移

売上収益、売上総利益共に好調に成長
事業利益も2022年に黒字に回復し、2023年には過去最高益を更新



RENOSYモデル マネージド・マーケットプレイス

サービスの質を完全に供給側に任せる従来のマーケットプレイスモデルとは異なり、専門性をテクノロジーでレバレッジし、自らサービスの質をコントロールするのがマネージド・マーケットプレイス

従来のマーケットプレイス

低額商品や日用品



マネージド・マーケットプレイス

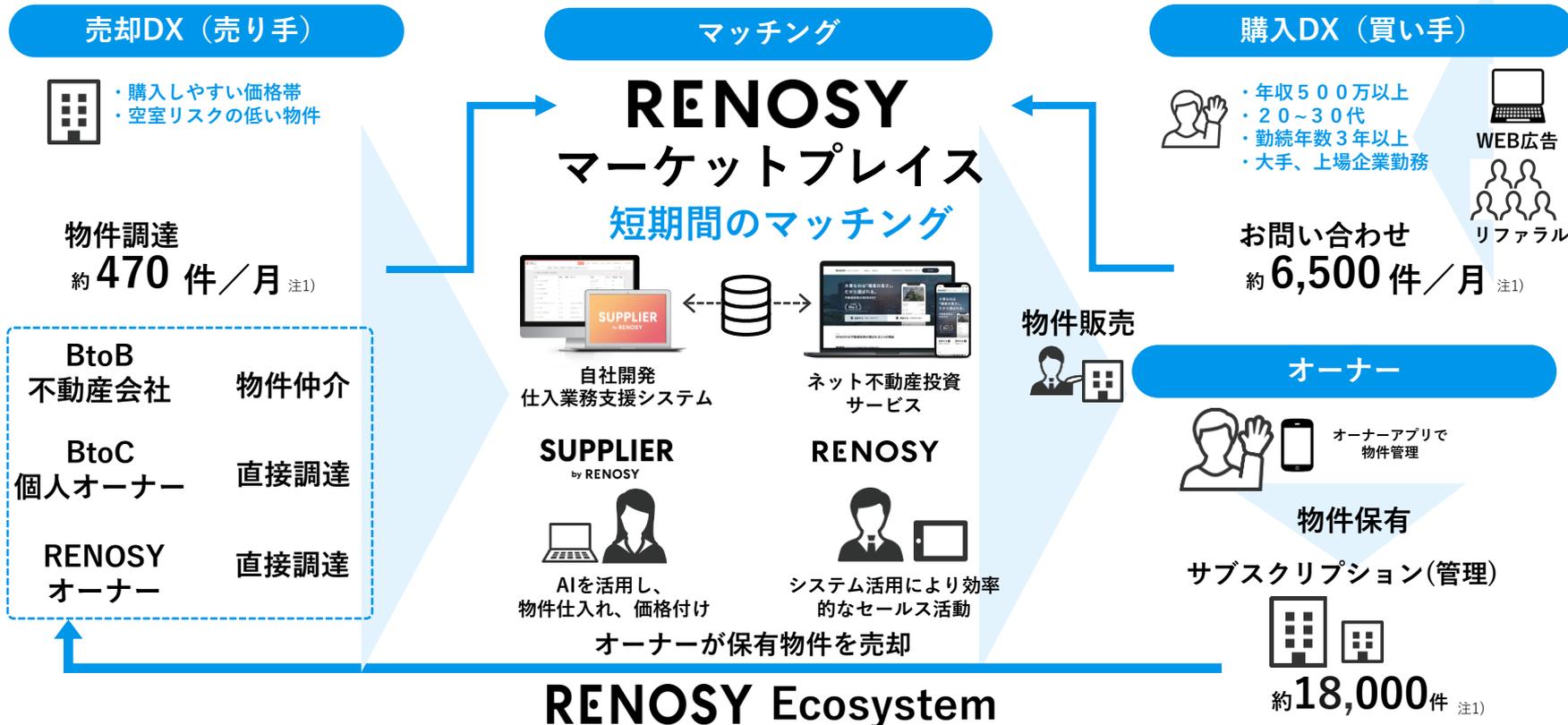
高額な商品



2. ビジネスモデル RENOSYマーケットプレイス

RENOSYマーケットプレイスビジネスモデル

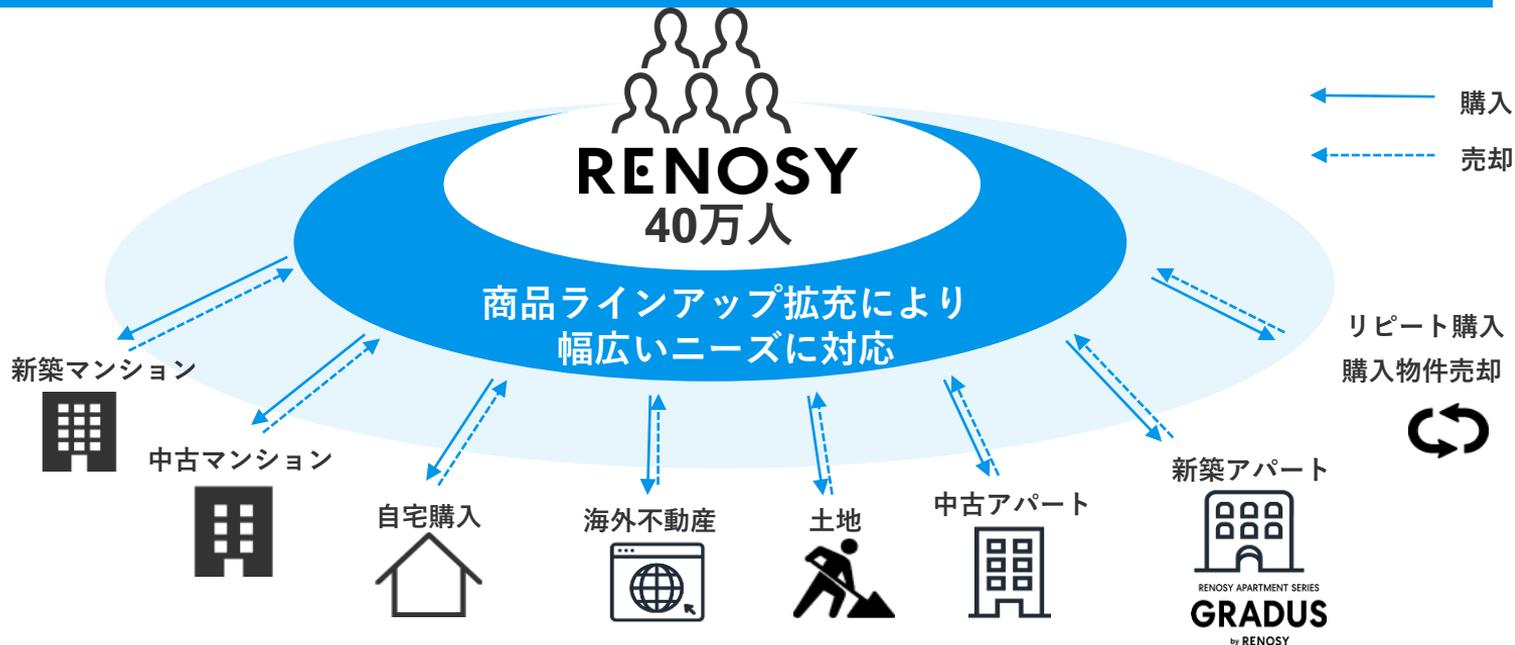
物件の調達、集客から契約まで一連のプロセスをオンラインで一気通貫で行う



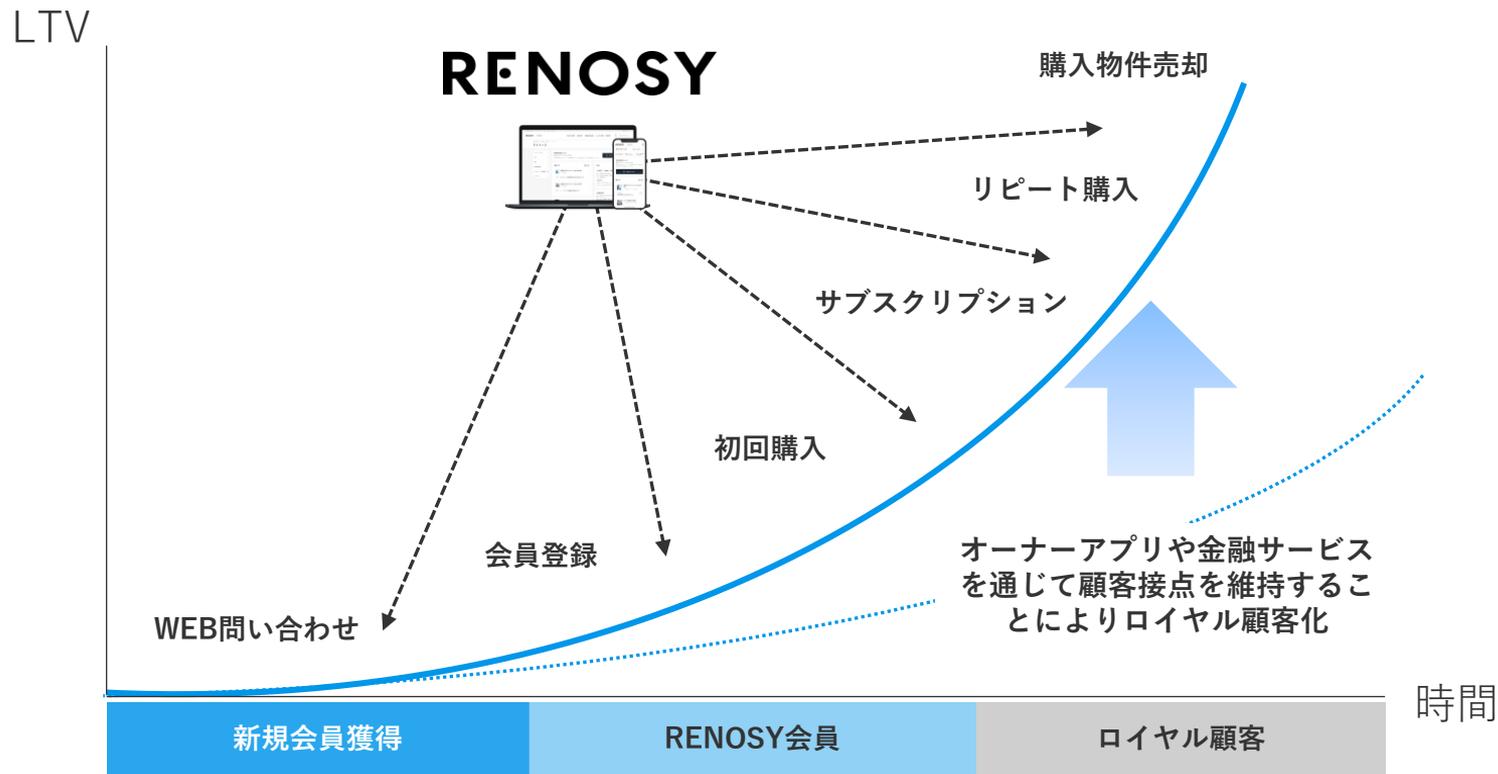
RENOSY エコシステムの構築

RENOSY会員の顧客資産が積み上がることで、売り手（売却）と買い手（購入）のエコシステムを構築、さらに商品ラインアップの拡充でエコシステムを強化

RENOSYマーケットプレイス Ecosystem

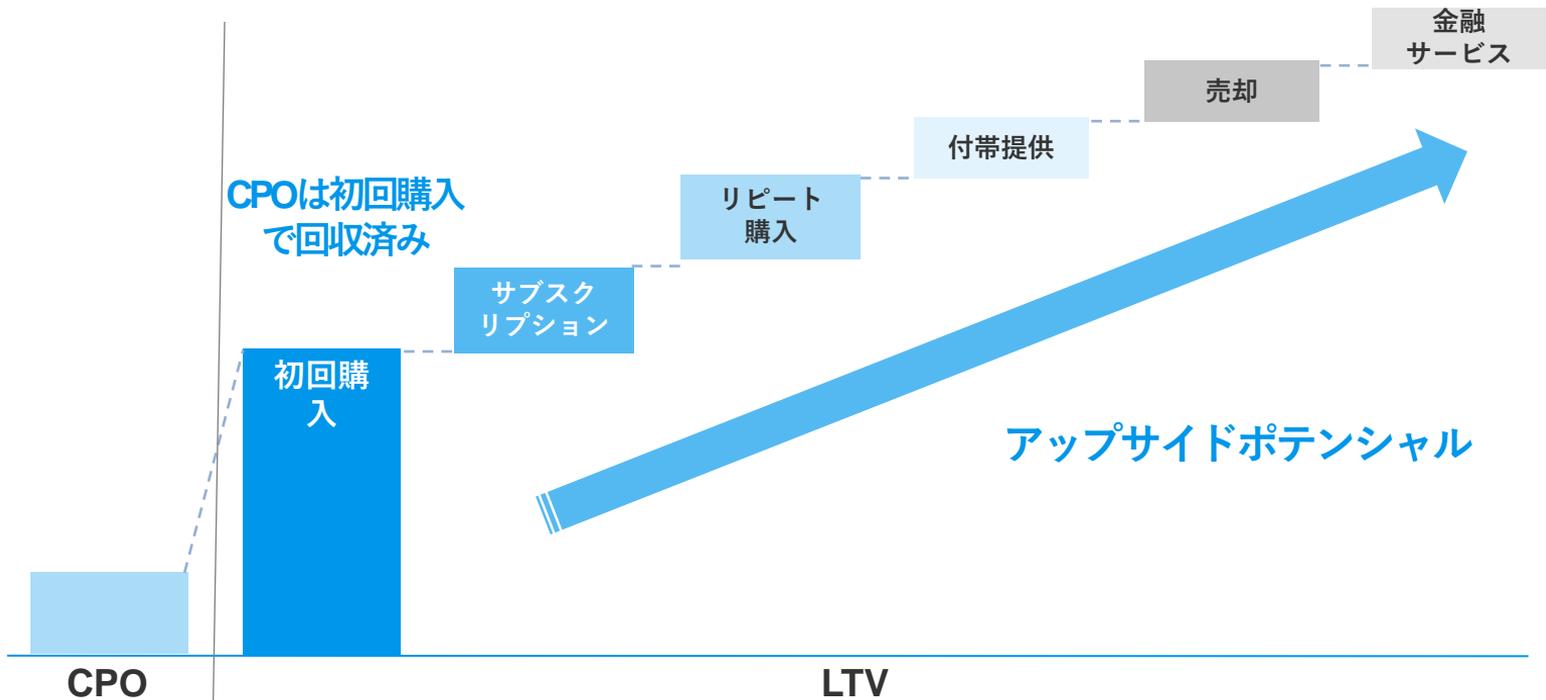


RENOSYマーケットプレイス マネタイズポイント



成長戦略 ユニットエコノミクスの拡大

リピート購入やサブスクリプション契約、その他付帯サービス等の増加によりLTVが更に向上

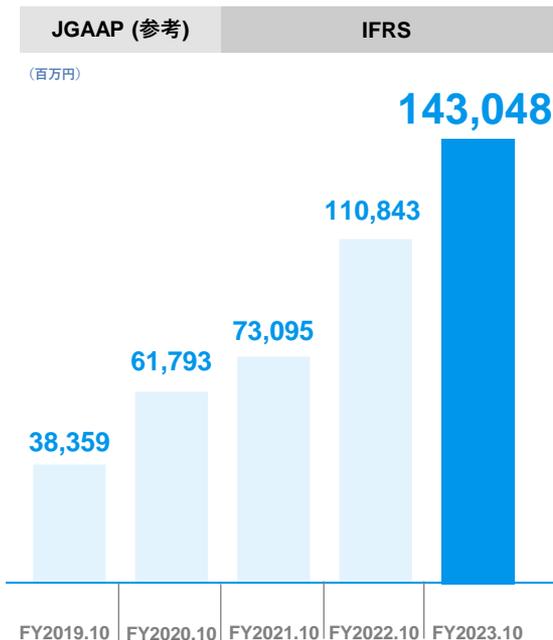


2. ビジネスモデル RENOSYマーケットプレイス

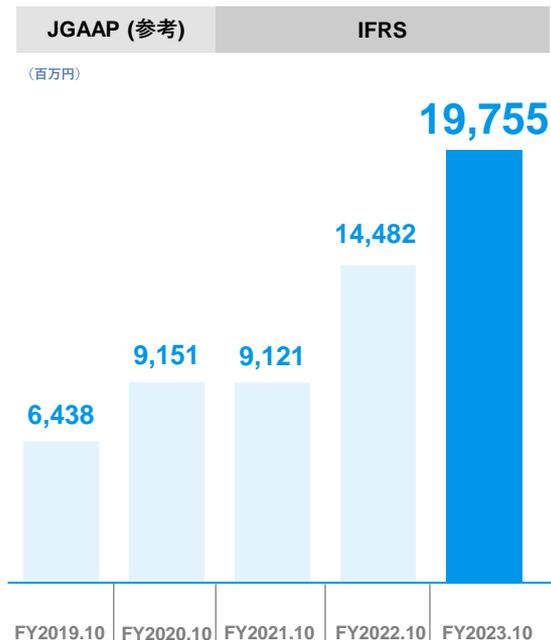
RENOSYマーケットプレイス通期業績推移

売上収益の高い成長に加えて、売上総利益、セグメント利益も高い利益水準を保つ

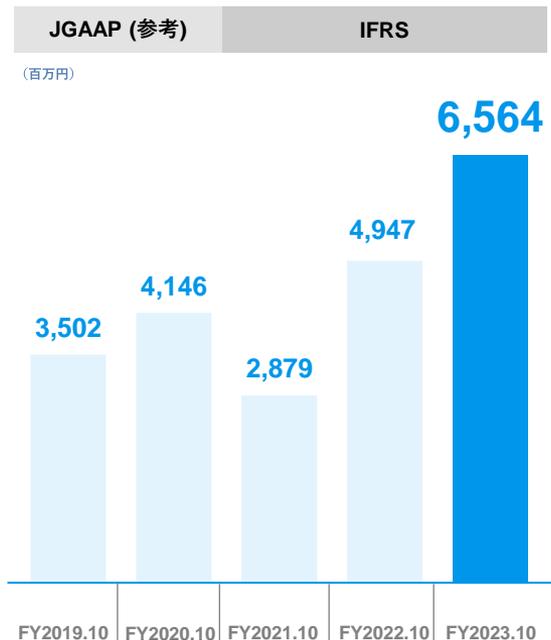
売上収益（売上高）



売上総利益



セグメント利益



2. ビジネスモデル ITANDI

ITANDIビジネスモデル

暮らしと人を繋ぐプラットフォームで人々の生活を豊かに

仲介会社向けSaaS

ITANDI BB+



問い合わせ・来店

管理会社向けSaaS

ITANDI BB+

- 物件確認の自動応答
- 内見予約の自動受付
- 電子入居申込
- 電子入居契約
- 入居者の更新・退去管理
- 施工管理
- 積算管理
- 物件管理
- 家主管理

ライフラインサービス



不動産会社向け業者間サイト

ITANDI BB

不動産会社向け業者間サイト

リアルタイムな
物件データを保有管理会社と仲介会社をマッ
チングし、取引を効率化する
マーケットプレイス

ネット不動産賃貸サービス

OHEYA GO
オヘヤゴー

セルフ内見型賃貸サイト

検索、内見、契約までオンライ
ンで一気通貫のサービスを提供

ターゲット



仲介会社

収益モデル

アカウント数×月額利用料



管理会社

アカウント数×月額利用料
サービス利用量×単価
(=従量課金)ライフライン事業者
(電気ガス等)

送客数×送客手数料

管理会社
仲介会社

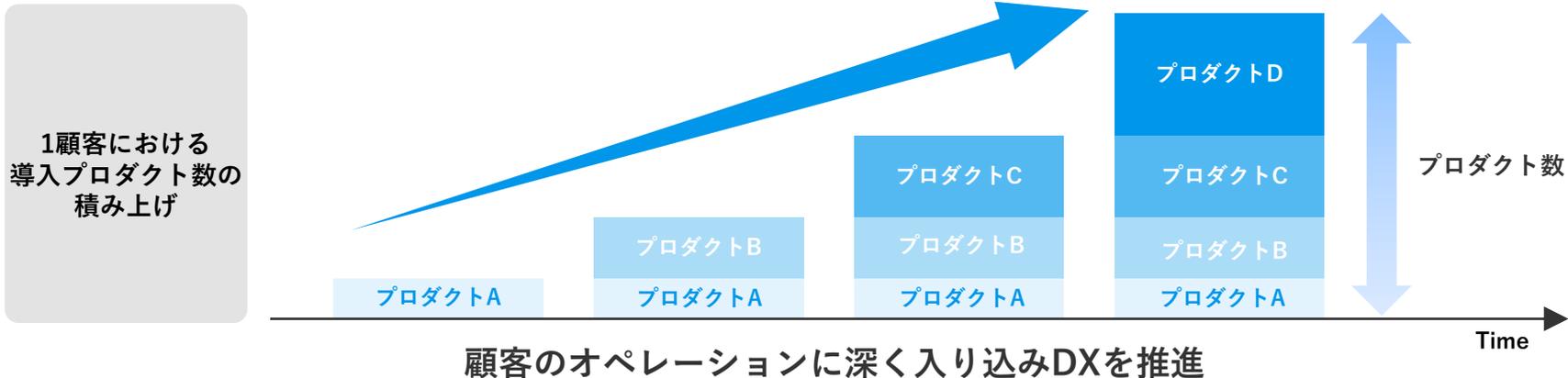
無償提供

入居者
管理会社

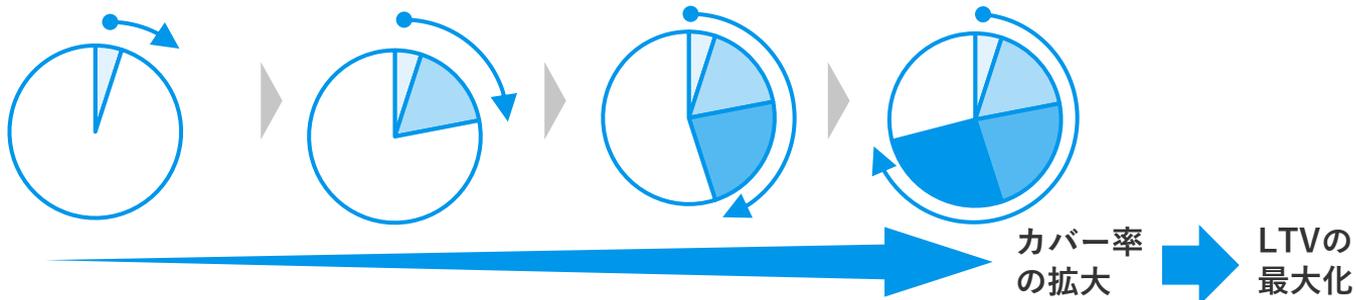
仲介成約数×仲介手数料

マネタイズポイント

周辺業務から中核業務へと複数製品の導入を進めることで、業務フローの効率化を推進。
継続的に収益を積み上げLTVの最大化を図ると共に低水準のチャーンを実現



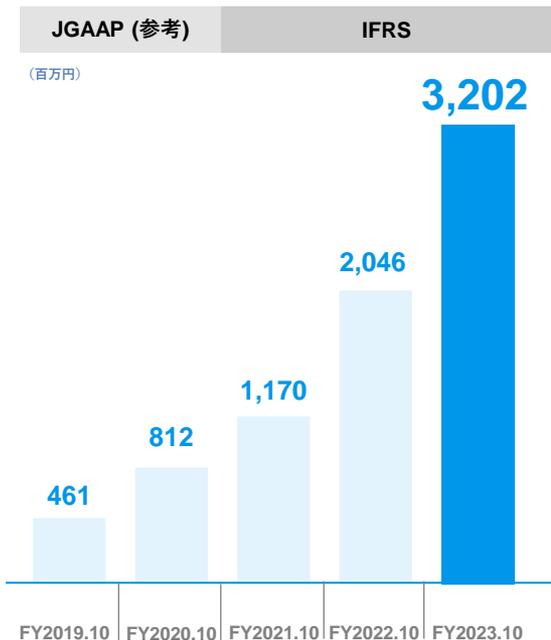
製品導入数増加による業務フロー全体カバー率



ITANDI通期業績推移

SaaS事業が好調に推移し、売上収益、売上総利益が拡大。セグメント利益も大きく伸長

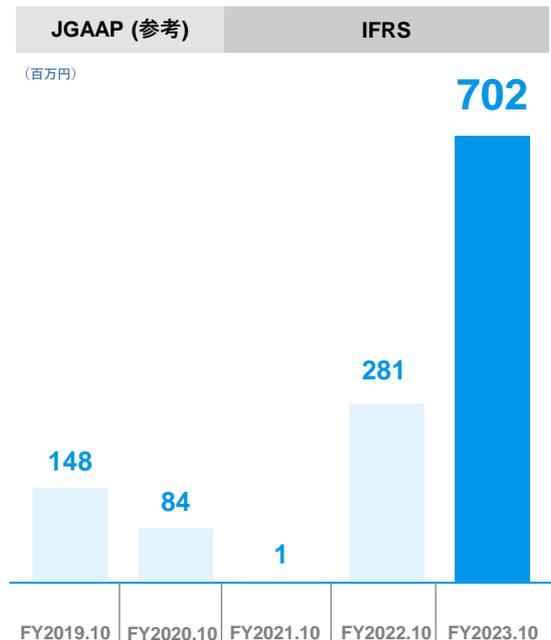
売上収益（売上高）



売上総利益



セグメント利益



3. 市場環境・競争優位性

市場環境

3. 市場環境・競争優位性

5つの業態からなる不動産業界

不動産業界

開発・分譲

流通

投資・運用

不動産投資市場
TAM 約**65**兆円

注1)

管理

全国の借家戸数
1,925万戸

注2) (ストック数)

賃貸

入居申込件数
325万件/年^{注3)}
うち、契約件数
228万件/年^{注4)}

RENOSY
マーケットプレイス

ITANDI

3. 市場環境・競争優位性

テクノロジーとの親和性

- 投資用不動産は、家賃、価格、利回りで数値化が可能のため、金融商品と同等であり、テクノロジーとの親和性が高い。そのため、株式投資と同様に遠方、海外からも投資ができ、約9割が内見せずに売買する
- 不動産の賃貸は、売買と比較して、費用負担が少なく手軽で簡単に引越ができ住み替えがしやすい。そのため、内見するニーズが低く、また法改正によりIT重説（注1）なども可能となり、店舗にいかずとも非対面で手続きができ、テクノロジーとの親和性が高い

RENOSY マーケットプレイス

投資・運用

金融商品



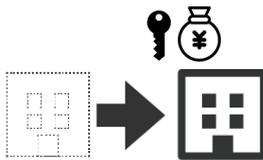
内見不要



ITANDI

管理・賃貸

手軽さ



内見不要
来店不要



3. 市場環境・競争優位性

RENOSYマーケットプレイス シェア拡大の道筋

首都圏の中古マンション50㎡未満に
占めるGA technologiesのシェア

FY2023.10実績

売上1,072億達成により

7.1%



FY2024.10見込み

売上1,305億達成により

8.7%



今後

早期のシェア拡大を目指す

30%

不動産投資市場

TAM 約 **65** 兆円 ※1,3)

首都圏の中古マンション50㎡以上

SAM **6.9** 兆円 ※2,4)

首都圏の中古マンション50㎡未満

SAM **1.5** 兆円 ※2,4)

早期のシェア **30%** へ拡大を目指す

シェア8.7%へ伸長

GA technologiesのシェア7.1%

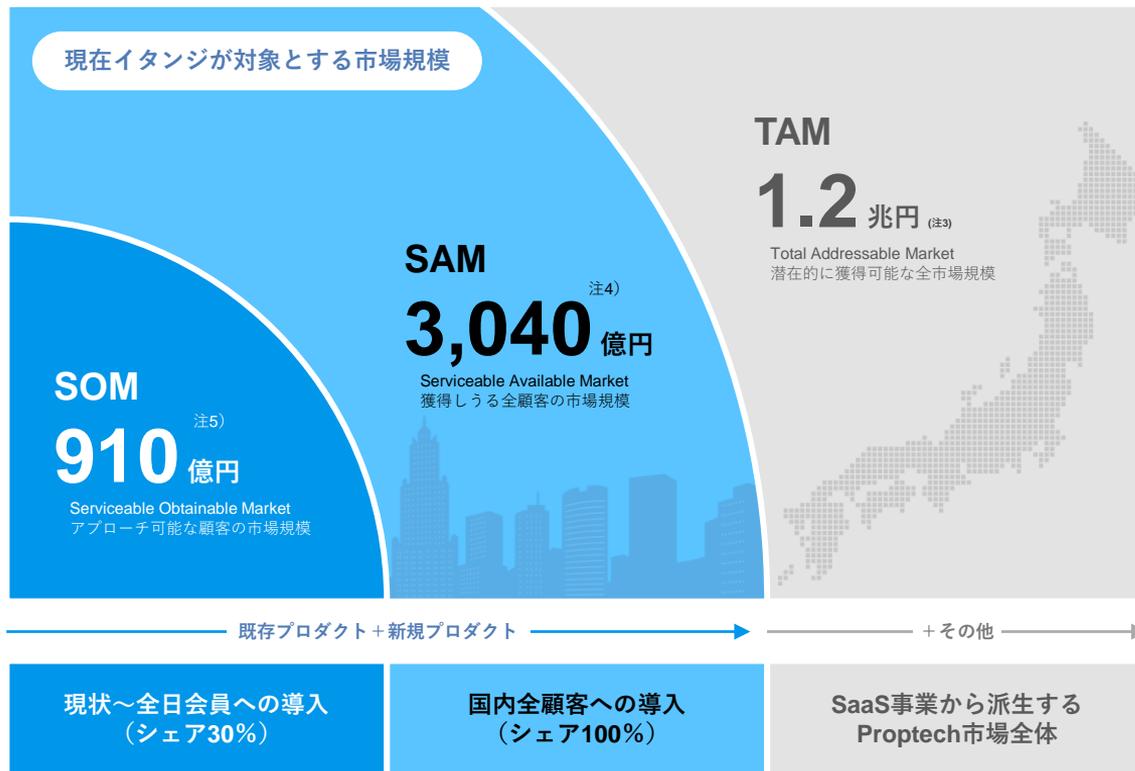
注1) ニッセイ基礎研究所 不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模 用途別「収益不動産」の市場規模(2021年3月12日)参照

注2) 株式会社東京カンテイ「プレスリリース 首都圏 新築・中古マンション市場」(2021年1月)、株式会社東京カンテイ「プレスリリース 新築・中古マンションの市場動向(首都圏)」(2021年5月)、公益財団法人東日本不動産流通機構の登録物件データ投資用不動産会社上位10社の業績を参考に推計

注3) TAM…Total Addressable Market(RENOSY マーケットプレイス事業が獲得する可能性のある最大の市場規模) 注4) SAM…Serviceable Available Market(RENOSY マーケットプレイス事業がターゲットとする市場規模)

3. 市場環境・競争優位性

ITANDI ターゲット市場規模



注1) 既存プロダクトARPUは管理会社向け/仲介会社向けを含む価格レンジを記載 注2) 出典：一般財団法人不動産適正取引推進機構「令和3年度末 宅建業者と宅地建物取引士の統計について」

注3) 出典：矢野経済研究所「2021年版 不動産テック市場の実態と展望」、TAMには以下の事業領域を含む：(BtoC)メディア/マッチング/設計・施工/住宅ローン/クラウドファンディング/シェアリング、(BtoB)マッチング/不動産情報/不動産仲介・管理業務支援・価格査定/VR・AR/IoT(クラウド型監視カメラ/画像解析/スマートロック) 注4)SAM=各プロダクトごとのARR合計=①仲介会社向け既存プロダクトARR+②管理会社向け既存プロダクトARR+③管理会社向け新規プロダクトARR ①仲介会社向け既存プロダクトARR = 仲介会社数 × ARPU ②管理会社向け既存プロダクトARR = 管理会社数 × ARPU ③管理会社向け新規プロダクトARR = 管理会社数 × ARPU 仲介会社数 = 宅建業者数 × 仲介会社割合管理会社数 = 宅建業者数 × 管理会社割合※兼業しているケースもあるため重複あり 注5)SOM= SAM × 30%

競争優位性

当社の競争優位性

1 オンライン不動産取引のパイオニア



2 リアルとテクノロジーを組み合わせた参入障壁の高い独自のビジネスモデル



3 優良顧客基盤によるストックビジネス



4 ネットワーク性が高く継続的に拡大するマーケットプレイス



5 収益性の高いSaaS事業の展開



6 M&A戦略を通じた非連続の成長力



3. 市場環境・競争優位性 ①オンライン不動産取引のパイオニア

ネット不動産の到来

日本における金融とインターネットの融合の歴史

ネット証券

ネット銀行

ネット生保

ネット不動産

ネット証券 誕生

1998年 松井証券^{注1)}

1998

ネット銀行 誕生

2000年 ジャパンネット銀行(現PayPay銀行)^{注2)}

2000

ネット生保 誕生

2008年 ライフネット生命^{注3)}
2008年 アクサダイレクト生命^{注4)}

2008

2021 2022

2021年 宅地建物取引業法の改正も含まれたデジタル改革関連法が成立

2022年5月 不動産売買契約、重要事項説明書等を含めた各種契約の電子化へ

「ネット不動産」の到来

注1)松井証券のサイトより参照 (<https://www.matsui.co.jp/first/merit/history/>)

注2)ジャパンネット銀行のサイトより参照 (<https://www.japannetbank.co.jp/company/15th/>)

注3)ライフネット生命のサイトより参照 (<https://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/history/>)

注4)アクサダイレクト生命のサイトより参照 (https://www.axa-direct.co.jp/company/official_info/pr/2019/190125.html)

3. 市場環境・競争優位性 ①オンライン不動産取引のパイオニア

ネット不動産の特徴、強み

ネット不動産による強みで短期間での売上拡大を実現

国内不動産上場企業売上ランキング2023 注1)

| 売上ランキング | | (百万円) |
|---------|---------------|-----------|
| 1 | 三井不動産 | 2,269,103 |
| 2 | 三菱地所 | 1,377,827 |
| 3 | オープンハウスグループ | 1,148,484 |
| 4 | 東急不動産ホールディングス | 1,005,836 |
| 5 | 住友不動産 | 939,904 |



RENOZY



ITANDI

国内不動産上場企業
売上ランキング上位20社 注1)
平均創業年数61年 注2)

GA technologies創業年数

10年

FY2023.10 実績

| | | |
|----|-----------------|---------|
| 14 | GA technologies | 146,647 |
|----|-----------------|---------|

FY2022.10 実績

| | | |
|----|-----------------|---------|
| 21 | GA technologies | 113,569 |
|----|-----------------|---------|

創業からたった10年で売上14位に

注1)リビン・テクノロジーズ株式会社運営マガジンBiz 不動産業界売上高ランキング2023年に掲載された売上高上位20位までの企業（当社を除く）について、各社の直近の本決算の通期売上高をBloombergより取得のうえ当社作成

注2)創業年数は2023年10月時点で算出

3. 市場環境・競争優位性 ①オンライン不動産取引のパイオニア

ネット不動産の特徴、強み



GA technologies
ネット不動産

注1,3)



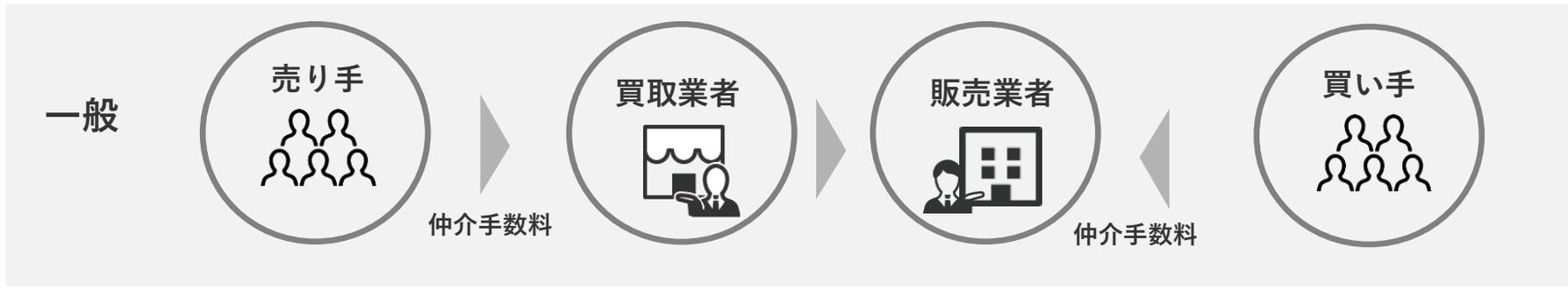
国内不動産上場企業
売上ランキング
上位20社平均 注2,3)

| | | |
|-----|-----------------|------|
| 10年 | 創業年数 注2) | 61年 |
| 29% | 売上高成長率 (YoY) | 12% |
| 26日 | 在庫回転 期間 | 300日 |
| 20% | 売上高 有利子負債比率 | 133% |
| | SaaS ビジネス | × |

3. 市場環境・競争優位性 ②参入障壁の高いビジネスモデル

マーケティング戦略 売却DX拡大

不動産投資するなら **RENOSY** から 投資物件売却するなら **RENOSY** へ



業者を挟まないことで中間マージンがカットされ、売り手、買い手のメリットに



3. 市場環境・競争優位性 ②参入障壁の高いビジネスモデル

オンライントランザクション事業概要

不動産の
オンライン化の実現

RENOSY

不動産取引のオンライン化による顧客体験向上



オンライン化

RENOSY

オンライン化



+

不動産契約に関わる関係者



金融機関



建物管理会社



賃貸管理会社



仲介会社



司法書士

人の介在が必要

リアルオペレーションの構築は一朝一夕に出来ないため
ネットとリアル双方の強化が参入障壁の高さに

3. 市場環境・競争優位性 ③優良顧客基盤によるストックビジネス

購入(買い手) DXターゲット

購入DX(買い手) のターゲット顧客のTAMは国内だけでも大きく、成長余地も高い

国内 個人ターゲット

1,580万人の給与所得者

注1)

年収500万円以上
1,580万人

年収1,000万円以上
240万人

年収2,500万円以上
14.5万人

国内 世帯ターゲット

約342万世帯の富裕層

注2)

5,000万円以上
341.8万世帯

1億円以上
124万世帯

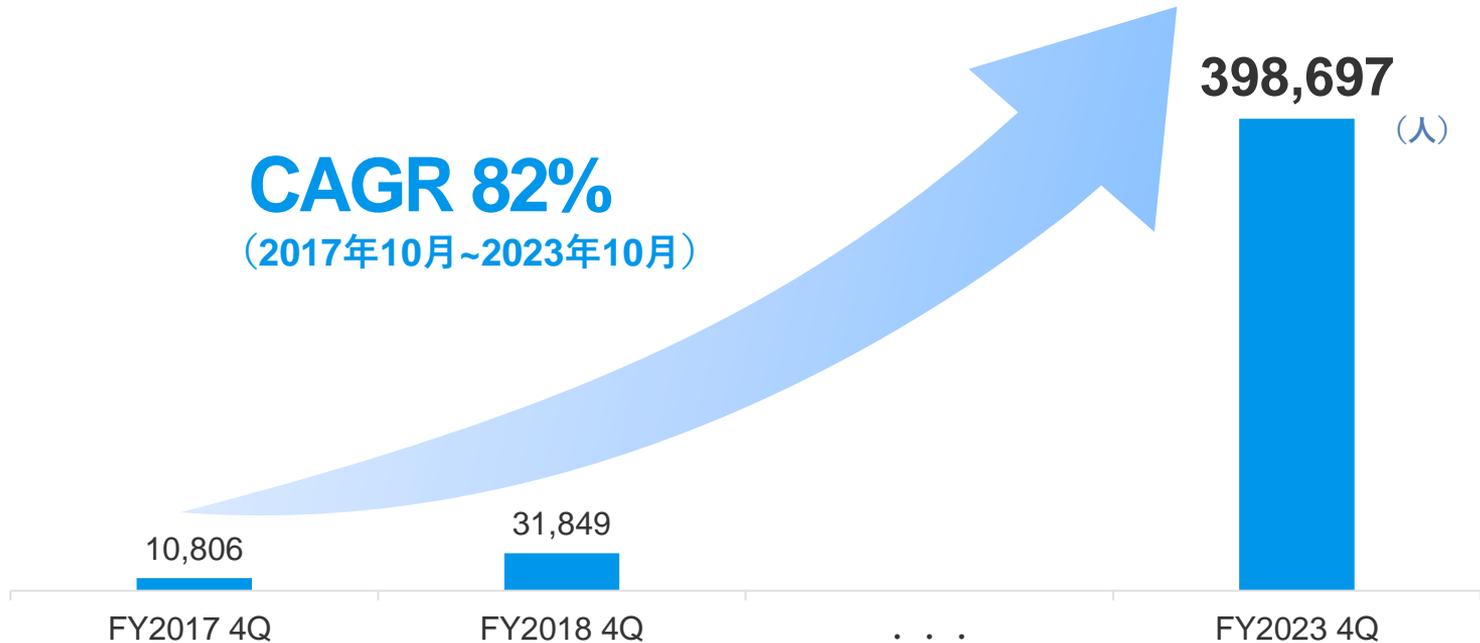
5億円以上
8.7万世帯

注1) 出典：国税庁 民間給与実態統計調査結果 令和2年度データを当社にて集計

注2) 出典：野村総合研究所リサーチ 2019年の日本における純金資産保有額別世帯数と資産規模 2020年12月21日付データ

優良顧客基盤の拡大

高属性のRENOSY会員が大幅に増加

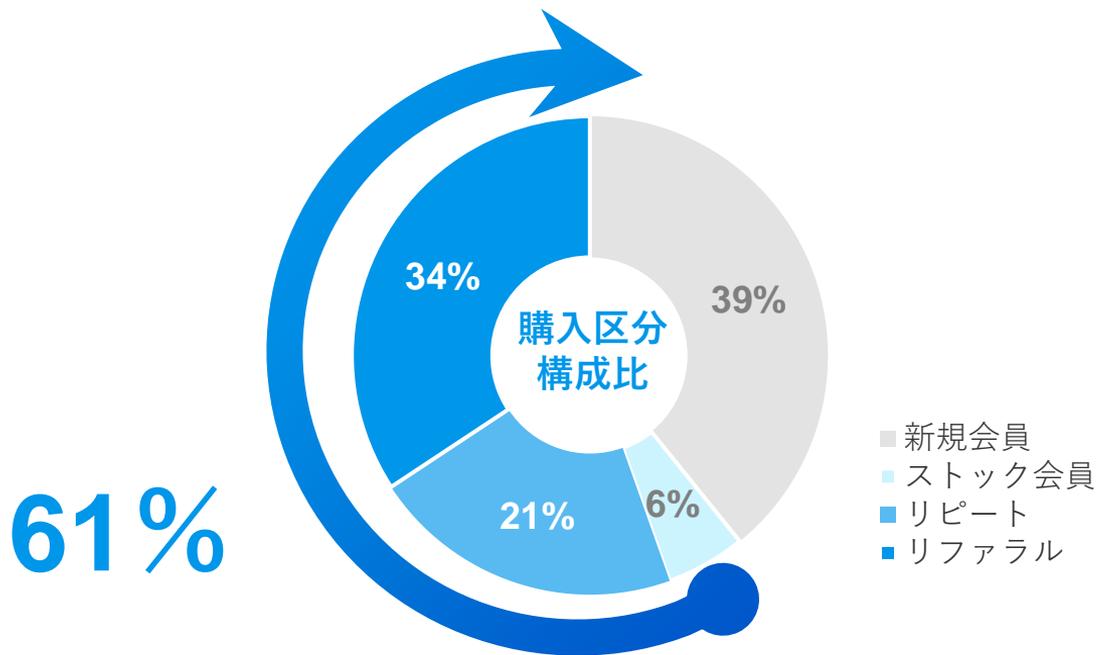


3. 市場環境・競争優位性 ③優良顧客基盤によるストックビジネス

顧客資産活用によるストックビジネス

注1)
 プロダクト活用により強固な顧客資産が築かれ、売上高に占めるストック比率は約6割

売上収益に占めるストック比率 注2)



注1) FY2019.10～FY2021.10の3年間の購入別データをもとに算出

注2) 購入区分定義 スtock会員：過去会員になったが、未購入だった会員からの新規購入 リピート：一度購入した顧客が購入 リファラル：顧客からの口コミ等で購入 新規会員：新規問い合わせ後、3か月以内の購入

3. 市場環境・競争優位性 ④ネットワーク性が高く継続的に拡大するマーケットプレイス

オンライントランザクション成長ストーリー

売却DX（売り手）

年間1兆円分の
物件情報獲得^{注1)}

年間物件調達
約5,600戸

供給不動産会社
11万社

マンションTAM
281万戸

RENOSY
管理物件
約18,000戸

流通量の拡大

商品ラインアップ拡充
新築/中古マンション、新築/中古アパート、
海外不動産、不動産自己信託流動化

質や量が担保された
マーケットプレイス

RENOSY

ネットワーク効果による好循環モデル

売り手買い手の
顧客体験向上

RENOSY BANK

RENOSY BANKの活用で取引量の拡大に寄与

取引量の拡大

購入DX（買い手）

年間73,000人の
会員獲得^{注2)}

年収500万円以上
1,580万人
給与所得者

金融資産5千万円以上
341万世帯

月間問い合わせ数
約6,500件

RENOSYストック会員
40万人

注1) 2021年11月～2022年10月までの1年間で当社に届いた物件情報の累計金額

注2) 2022年10月期4Qと2023年10月期4Q時点でのRENOSY会員の増加人数

ITANDI成長戦略

不動産領域のデジタル化拡大を見据え、各領域で強みを洗練させ成長を図る

ITANDI BB

リアルタイム性の強みと
利便性の改善によって
競争優位性を強化

ITANDI BB +

ITANDI BBのネットワークを
活かし**新規顧客獲得**と
既存顧客の**ARPU向上**を図る

OHEYA GO

オヘヤゴー

体験価値の高さを活かした
プロモーションを実施し
集客力UPを目指す

3. 市場環境・競争優位性 ⑤収益性の高いSaaS事業の展開

バーティカルSaaSの強みによるシェア拡大

強みを生かして短期間でのARR拡大、シェア拡大を実現

「ITANDIBB+」 仲介会社利用実績No.1を獲得 注1)

「内見予約くん」「申込受付くん」は9割以上の利用率

ITANDI BB +

仲介
利用率
No.1 注1)ITANDI BB+
内見予約くん

92.2%

注1)

ITANDI BB+
申込受付くん

94.3%

注1)

ITANDI BB+
電子契約くんITANDI BB+
nomad cloud

SaaS上場企業 ARRランキング 2023年10月 注2)

| 順位 | 企業 | 対象 | ARR (億円) | ARR成長率 (%/YoY) |
|-----|------------------|------------------------|-------------|-------------------|
| 1位 | SanSan | 全社 | 271.4 | 30.3 |
| 2位 | ラクス | クラウド事業売上 | 256.9 | 36.4 |
| 3位 | Appier Group | 全社 | 225 | 35.0 |
| 4位 | サイボウズ | クラウド関連事業 | 220.8 | 18.6 |
| 5位 | マネーフォワード | グループSaaS ARR | 211.3 | 40.0 |
| 6位 | フリー | 全社 | 205.7 | 36.1 |
| 7位 | インフォマート | 全社 | 117.1 | 19.5 |
| 8位 | プラスアルファ・コンサルティング | 全社 | 94.6 | 31.7 |
| 9位 | エス・エム・エス | 介護事業者分野 (カイボケ) | 91.1 | 15.0 |
| 10位 | セーフィー | 全社 | 80.9 | 27.1 |
| 11位 | ブレイド | 連結 | 76 | 17.6 |
| 12位 | カオナビ | 全社 | 67.1 | 29.9 |
| 13位 | HENNGE | HENNGE ONE事業 | 65.5 | 21.9 |
| 14位 | メドレー | 医療プラットフォーム | 57 | 89.0 |
| 15位 | PKSHA Technology | AI SaaS | 55 | 19.0 |
| 16位 | Chatwork | Chatwork事業 | 53.2 | 29.8 |
| 17位 | 弁護士ドットコム | クラウドサイン | 49.3 | 35.2 |
| 18位 | スマレジ | クラウドサービス月額利用料 | 46.6 | 49.6 |
| 19位 | リンクアンドモチベーション | モチベーションクラウドシリーズ | 43.1 | 26.0 |
| 20位 | ヤプリ | アプリ運営プラットフォーム事業 | 39.9 | 20.5 |
| 21位 | ウォンテッドリー | フロー収益 | 39.2 | 4.5 |
| 22位 | AI inside | リカーリング | 37.6 | 16.7 |
| 23位 | チームスピリット | 全社 | 33.6 | 15.7 |
| 24位 | ヌーラボ | 全社 | 33.6 | 32.1 |
| 25位 | スパイダープラス | ICT事業部 | 30.6 | 27.0 |
| 26位 | サイバーセキュリティクラウド | 全社 | 28.7 | 42.5 |
| 27位 | イタンジ | 全社 | 25.2 | 32.0 |
| 28位 | スターティアホールディングス | デジタルマーケティング事業 | 24.6 | 13.3 |
| 29位 | Finatextホールディングス | 全社 | 24.4 | 40.6 |
| 30位 | オロ | クラウドソリューション事業_既存顧客ストック | 23.6 | 21.4 |

注1) リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社「2023年引越しシーズン（1~3月）における新型コロナウイルスの賃貸不動産マーケットへの影響調査」（2023/07/26）n=333

注2) SaaS上場企業 ARRランキング 2023年10月更新（https://note.com/_funeeo/n/nacafb1b3dfe0）より当社作成。イタンジについては、2023年10月期通期決算のARRを使用

3. 市場環境・競争優位性 ⑤収益性の高いSaaS事業の展開

シェアおよび顧客満足度の実績

電子入居申込サービス／電子契約サービス

仲介会社利用率

No.1 注1)

仲介会社向け業務効率化サービス

売上貢献に対する満足度

No.1 注2)

サポート体制満足度

No.1 注2)

業者間流通サイト

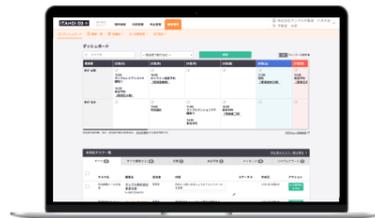
管理会社に導入してほしい

業者間流通サイト No.1 注2)

使いやすい

業者間流通サイト No.1 注2)

ITANDI BB



注1) 「リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社」2023年引越しシーズン（1～3月）における新型コロナウイルスの賃貸不動産マーケットへの影響調査（2023/01/24）n=405]

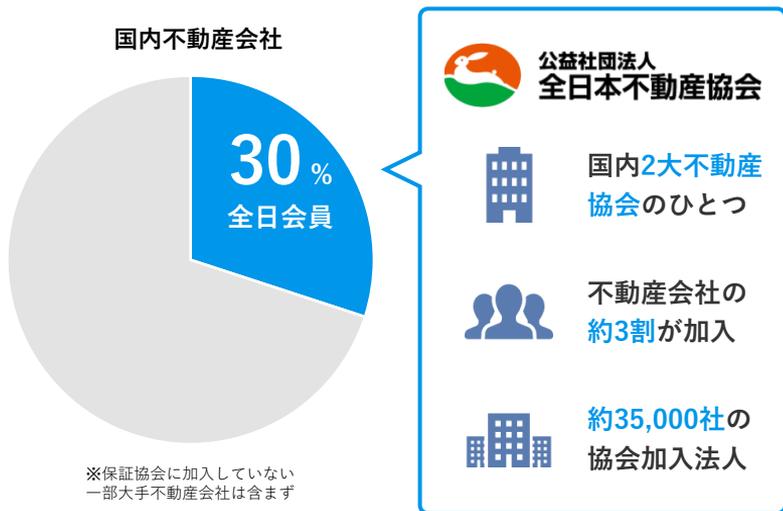
注2) [調査実施機関] 株式会社工業市場研究所 [調査期間] 2022年2月21日～4月8日
 [調査対象] 各都道府県の県庁所在地及び政令指定都市を中心に、宅地建物取引士名簿に掲載されている不動産事業者（株式会社）で顧客管理システムを採用している会社
 [調査方法] 電話によるヒアリング調査 + FAXアンケート [ヒアリング件数] 荷電数2,900、アンケート送付数426 [有効回答数] 145件（※賃貸仲介向けCRMシステム導入会社）
 [分析] 有効回答数が多かった4システムで比較

3. 市場環境・競争優位性 ⑤収益性の高いSaaS事業の展開

全日本不動産協会の「ラビーネット」を提供開始

全日本不動産協会の会員支援システム「ラビーネット」を2023年4月より提供開始
協会の**所属会員35,000社超**の不動産業務を一気通貫にアップデート

全日本不動産協会（全日）について



本取り組みのインパクト

ラビーネットが当社プロダクトと連携することで、ITANDIBB+の導入社数増加が期待できる

会員向け物件情報システム



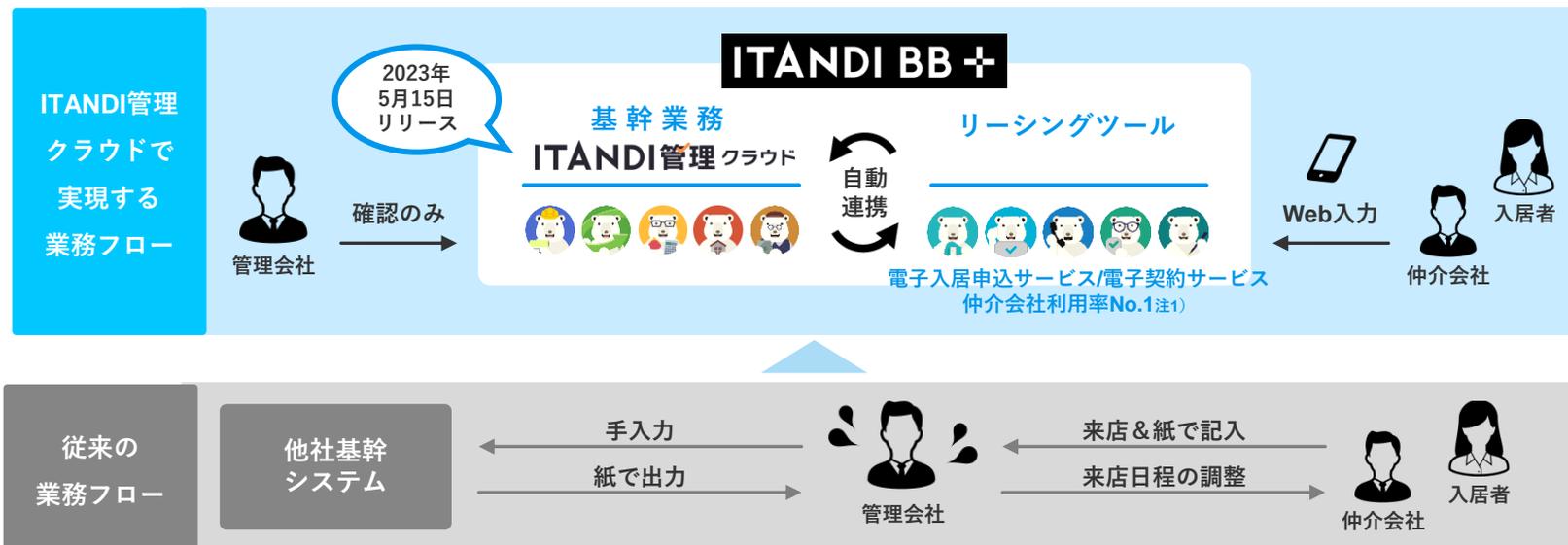
3. 市場環境・競争優位性 ⑤収益性の高いSaaS事業の展開

賃貸管理システム「ITANDI管理クラウド」の提供開始

リーシングツールに加えて、賃貸管理の要となる「ITANDI管理クラウド」の提供を開始
賃貸管理業務の全フローをカバーすることで更なる利便性及び顧客満足度の向上に貢献

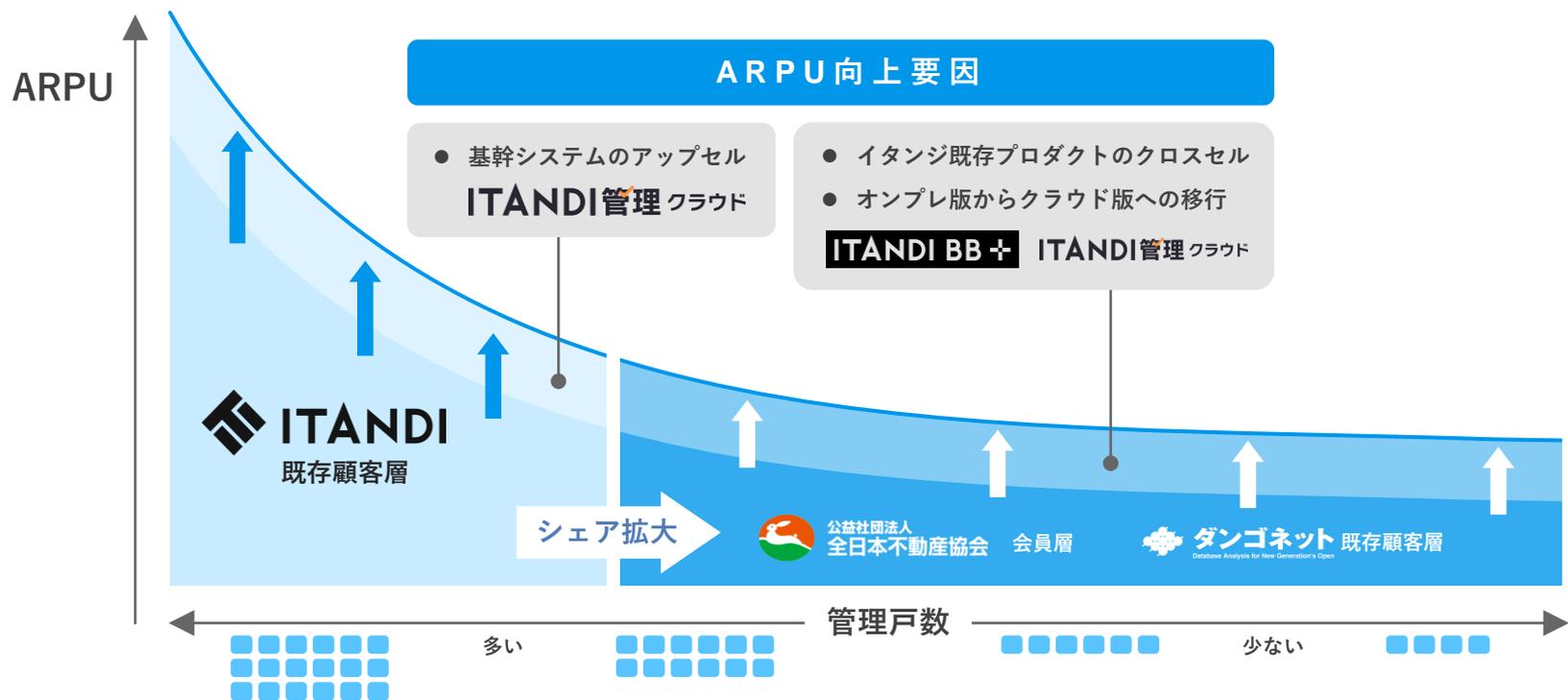
基幹業務システム進出で一気通貫の完成

× リーシングツールの高い実績を生かし成長



貸貸管理システムの戦略上の位置付け

貸貸管理システムを起点にロングテールへの導入社数拡大とARPU向上を両立



M&A戦略

以下の点に基づき事業強化のためM&Aを実施、海外においても同様の軸で展開

M & A 戦略の 5 つの 軸

1

市場シェア及び商流拡大



2

優良顧客（反響）獲得



3

商品ラインアップ拡充



4

メディア強化



5

サービスカバレッジ拡大



地域



日本

中華圏

東南アジア・オセアニア

北米

欧州・中東

etc.

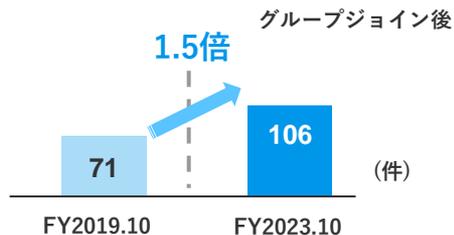
3. 市場環境・競争優位性 ⑥M&A戦略を通じた非連続の成長力

M&A後から現在までのKPI指標推移

過去に実施したM&A対象企業はスピーディに業績を改善

Yes Renovation
Package Renovation For Rent

工事受注件数



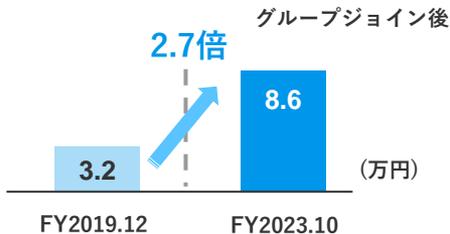
MODERN STANDARD 注1)

営業利益



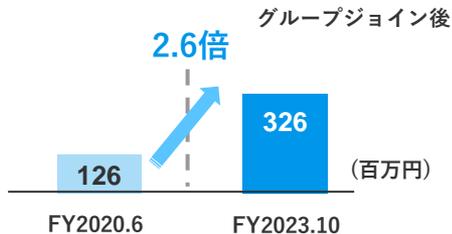
神居秒算

1反響あたり売上高



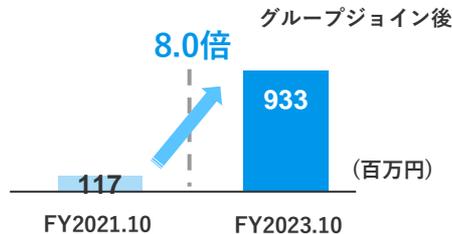
PARTNERS

営業利益



Ricordi

営業利益



注1) 2022年4月に「株式会社RENOSY PLUS」に社名変更

3. 市場環境・競争優位性 ⑥M&A戦略を通じた非連続の成長力

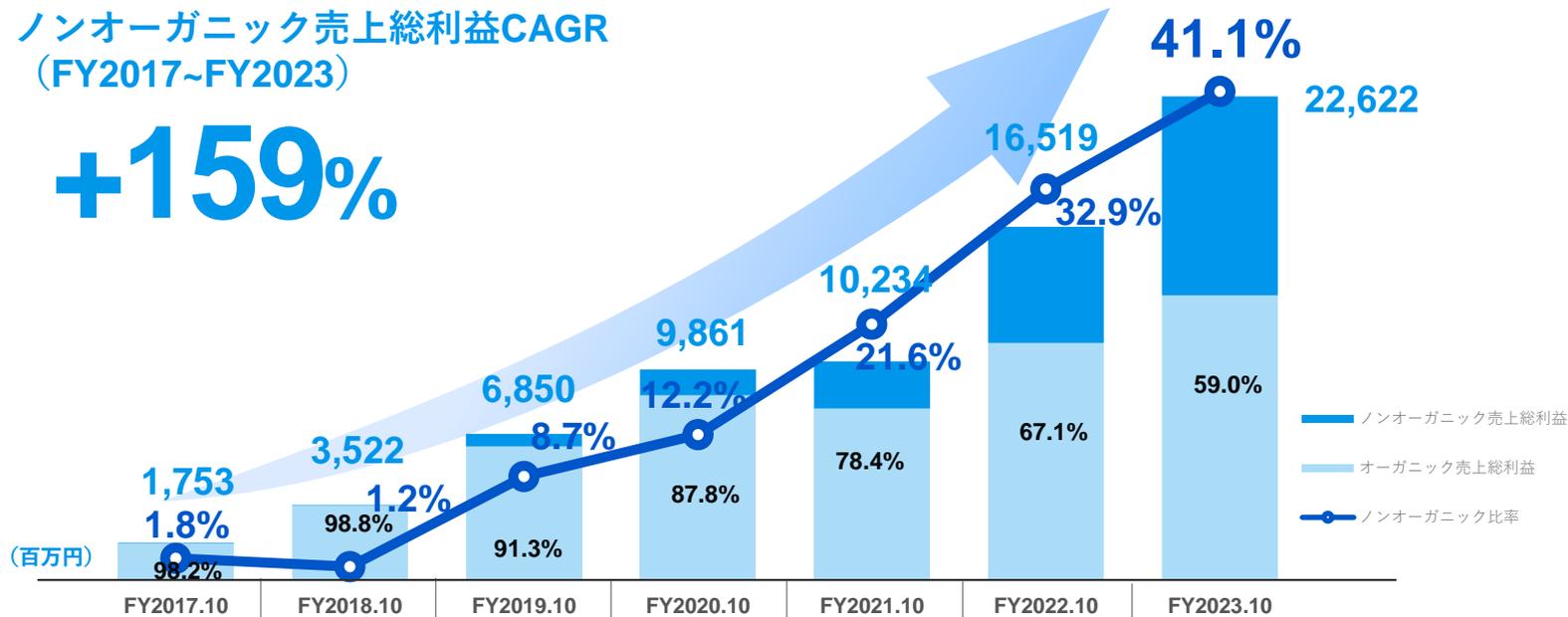
売上総利益に占めるノンオーガニック比率の上昇

売上総利益に占めるノンオーガニック比率は6年で41.1%まで増加
 ノンオーガニックの売上総利益CAGRは159%と高水準

売上総利益に占めるノンオーガニック比率の推移^{注1)}

ノンオーガニック売上総利益CAGR
 (FY2017~FY2023)

+159%



注1) FY2017.10月期からFY2020.10月期はJGAAP。FY2021.10月期以降はIFRSにて計算。オーガニックの売上総利益は、中古コンパクトマンションおよびサブスクリプションの売上総利益の合計とし、ノンオーガニックはそれ以外の事業の売上総利益を合計し、連結通期売上総利益に対する各々の割合を算出

3. 市場環境・競争優位性 ⑥M&A戦略を通じた非連続の成長力

ITANDIの株式価値推移

M&A後、継続的なバリューアップに成功。今後もさらなる株式価値の向上を目指す

ITANDIの主要業績と株式価値



| | | | | | | |
|----------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|
| ARR | 509 | 800 | 1,125 | 1,917 | 2,529 | (百万円) |
| 累計顧客数 | 252 | 566 | 1,135 | 1,893 | 2,681 | (社) |
| チャーンレート | - | 0.73 | 0.43 | 0.47 | 0.59 | (%) |
| ユニット エコノミクス | - | 14.0 | 28.0 | 25.5 | 26.2 | (倍) |
| プロダクト数 | 6 | 10 | 10 | 11 | 12 | (個) |

M&A時

(百万円)

| | |
|----------|----------------------|
| 株式価値...① | 2,800 ^{注2)} |
|----------|----------------------|

直近期 (FY2023.10)

(百万円)

| | |
|--------------------------|---------------|
| FY2024.10 予想売上高...② | 4,170 |
| 推定PSR...③ ^{注3)} | 8.0 ~ 10.0倍 |
| ②×③ 推定株式価値...④ | 33,360~41,700 |
| ④/① 株式価値の増大分 | 11.9 ~ 14.9倍 |

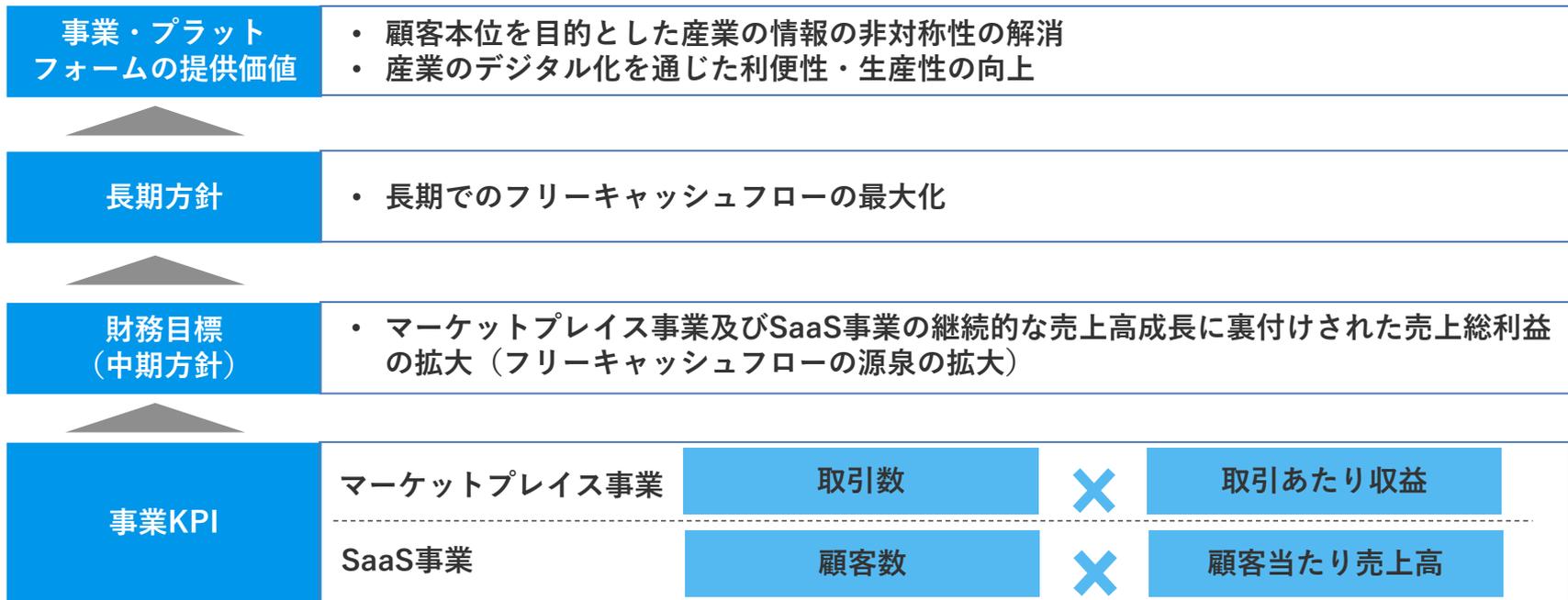
注2) ITANDI株式の当社取得価額をもとに算出 注3) 国内主要上場SaaS企業のうち、2023年6月7日時点で、ブルームバーグコンセンサス予想売上高を公表済の直近本決算の年間売上高で除して算出した年売上高成長率が30%以上の企業を参照企業として抽出。2023年6月7日現在の株式時価総額を同ブルームバーグコンセンサス予想売上高で除して算出した各企業の予想PSRの中央値(9倍)を±1することで国内SaaS業界のPSRレンジを8~10倍と推定。参照企業と予想PSRは以下の通り
【参照企業】ラクス (3923) 12.0倍、マネーフォワード (3994) 11.4倍、プラスアルファ・コンサルティング (4071) 12.5倍、Appier Group (4180) 6.0倍、スパイダープラス (4192) 7.4倍、Sansan (4443) 7.5倍、Chatwork (4448) 7.7倍、フリー (4478) 10.3倍、メドレー (4480) 9.1倍

注1) GAグループへのジョイン前の2018年5月期のITANDIの年間売上高と、2024年10月期のITANDIセグメントの通期売上高(予想値)を比較

4. 成長戦略及び経営指標

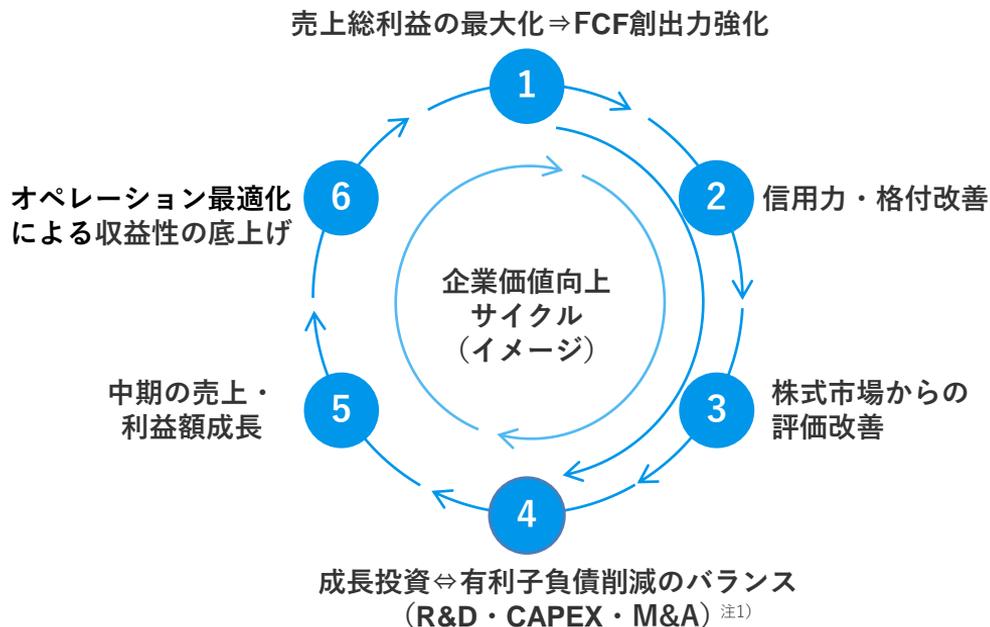
企業価値向上についての考え方（1/2）

長期でのフリーキャッシュフローを最大化させることを経営目的とし、中期的には、マーケットプレイス事業及びSaaS事業を軸とした価値向上による売上総利益の最大化を目指す



企業価値向上についての考え方 (2/2)

売上総利益の最大化を図ることで企業価値向上サイクルを創出

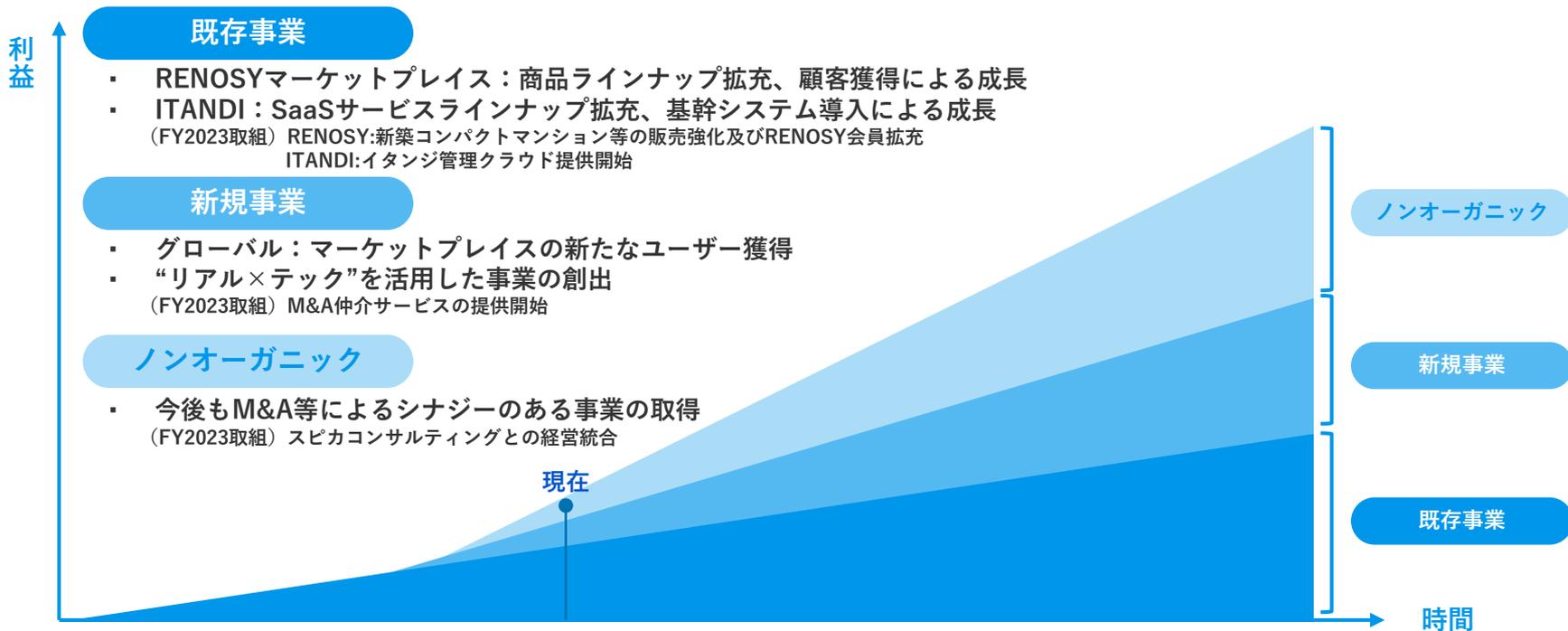


企業価値向上サイクル

- ユーザー基盤の拡大を通じた売上総利益の成長によるフリーキャッシュフロー (FCF) 創出力強化
- オペレーション最適化による収益性の底上げ
- 創出された利益の再投資による売上総利益のさらなる拡大

中長期的成長イメージ

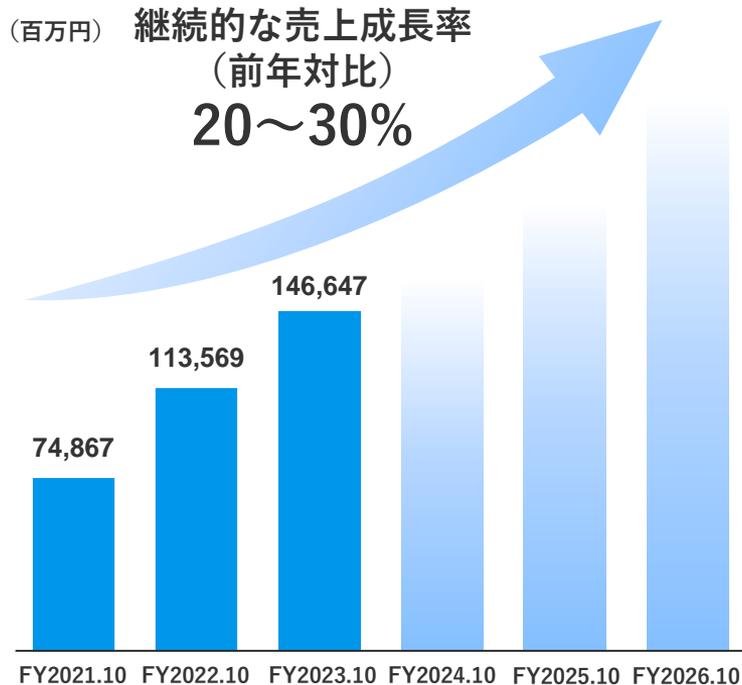
短期的には既存事業の収益力強化によるリターンの極大化に向けて積極的な成長投資を行い、中長期的には新たな価値創出のための新規事業や今後もM&Aによる非連続な成長に取り組む



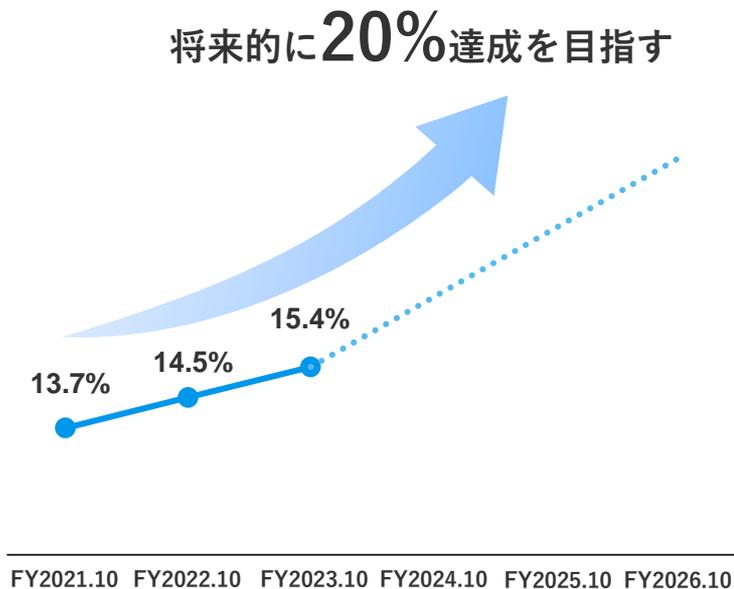
連結売上収益・売上総利益率目標

トップラインと利益の両成長のバランスを取りながら事業を拡大

連結売上収益

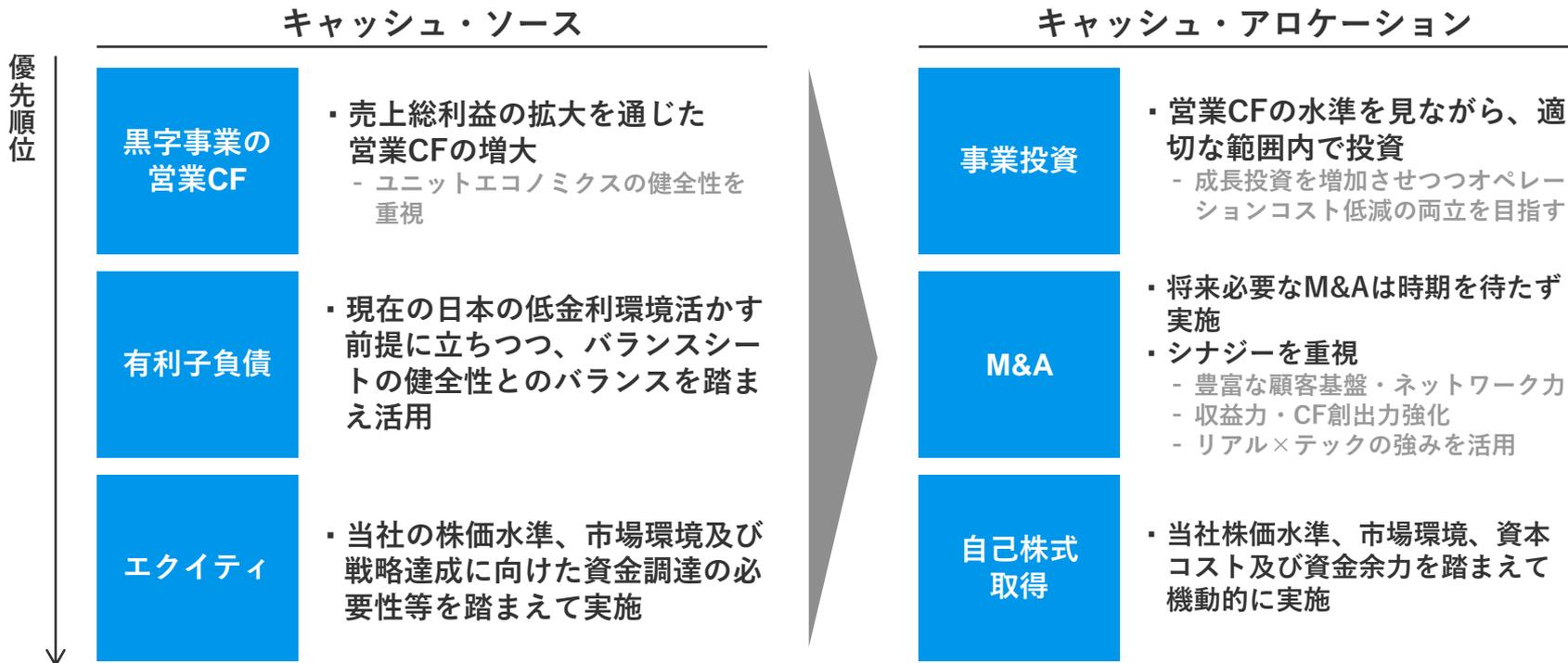


連結売上総利益率



規律のあるキャッシュ・アロケーション

営業キャッシュフロー（CF）や有利子負債等から得られたキャッシュを主に事業投資及びM&Aに積極的に投下し、成長の加速化を図る



4. 成長戦略及び経営指標

貸借対照表サマリー

| (百万円) | | FY2022.10 ^{注1)} | FY2023.10 ^{注2)} | 増減額 (②-①) | 増減率 (②/①-1) |
|----------|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|----------------|
| 流動資産 | 現金及び預金 | 11,842 | 17,452 | 5,610 | 47% |
| | 在庫 ^{注2)} | 8,056 | 10,183 | 2,127 | 26% |
| | (回転期間 ^{注3)} | (20.6日) | (26.8日) | (6.2日) | 30% |
| | 営業債権 ^{注4)} | 667 | 867 | 200 | 30% |
| | (回転期間 ^{注3)} | (1.8日) | (1.9日) | (0.1日) | 6% |
| | その他 | 2,298 | 2,639 | 341 | 15% |
| 非流動資産 | | 32,348 | 30,210 | -2,138 | -7% |
| 資産合計 | | 55,211 | 61,352 | 6,141 | 11% |
| 負債 | 営業債務 ^{注5)} | 2,073 | 3,516 | 1,443 | 70% |
| | (回転期間 ^{注2)} | (6.8日) | (8.2日) | (1.4日) | 21% |
| | その他 | 33,833 | 37,251 | 3,418 | 10% |
| 純資産 | 資本金 | 7,238 | 7,262 | 24 | 0% |
| | 利益剰余金 | -33 | 989 | 1,022 | - |
| | その他 | 12,100 | 12,333 | 233 | 2% |
| 負債・純資産合計 | | 55,211 | 61,352 | 6,141 | 11% |

低ワーキングキャピタル
(キャッシュ・コンバージョン・
サイクル〈CCC〉^{注6)}
管理の徹底)

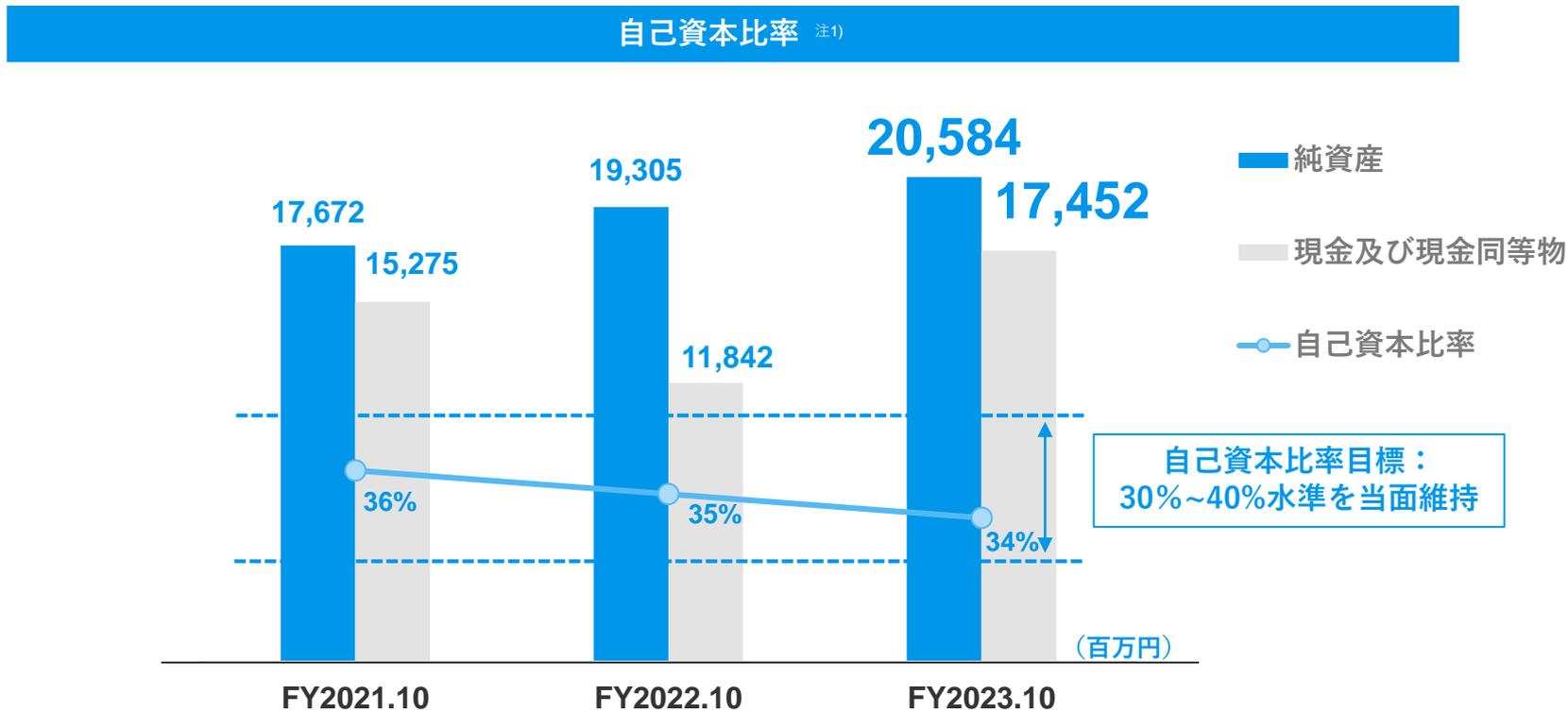
財務基盤の安定
(健全な自己資本比率)

株主還元方針：
トータル・シェアホルダー・
リターン (TSR) ^{注7)}

注1) 2023年10月期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年10月期および2023年10月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映 注2) 棚卸資産 注3) 回転期間を算出する際の在庫、営業債権、営業債務は期中平均を用いて算出 注4) 営業債権及びその他の債権 注5) 営業債務及びその他の債務 注6) CCC (Cash Conversion Cycle) = キャッシュ・コンバージョン・サイクル 棚卸資産回転日数+売上債権回転日数-仕入債務回転日数 注7) トータル・シェアホルダー・リターン (TSR) 株主総利回り

財務基盤の安定（健全な自己資本比率）

健全な自己資本比率と手元現預金水準を維持することで安定した財務基盤を堅持



注1) 2023年10月期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年10月期および2023年10月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

株主還元方針について

長期的な株価上昇が重要と考え、売上収益成長を最優先し、将来キャッシュフローの最大化を目指すため、短期的には配当による株主還元は行わない方針

キャピタルゲイン
(株価上昇益)

売上収益と売上総利益の最大化により、
長期的な株価上昇を目指す

+

インカムゲイン
(配当益)

短期的には配当を行わず、将来的に
実施を検討

||

TSR
(株主総利回り)

株式投資による収益率
配当 + キャピタルゲイン

4. 成長戦略及び経営指標

財務数値目標

| | 2022年10月期 実績 | 2023年10月期 実績 | 中期目標 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| 売上収益成長率 | 51.7 % | 29.1 % | 継続的な売上成長率 20～30% |
| SaaS売上収益成長率 | 74.8% | 56.5% | 継続的な売上成長率 40～50% |
| 連結売上総利益率 | 14.5% | 15.4% | ～20% |
| キャッシュ・コンバージョン・サイクル (CCC) | 15.6日 | 20.5日 | 30日以内 |
| 自己資本比率 | 35% | 34% | 30%～40%水準 を当面維持 |

成長戦略アップデート

中期目標の売上成長20～30%に加え、粗利率20%を達成すべく、成長戦略を更に推進

成長戦略

1 RENOSYマーケットプレイス：
商品ラインナップ拡充、顧客獲得

2 ITANDI：
SaaSサービスラインナップ拡充、基幹システム導入

3 グローバル：
マーケットプレイスの新たなユーザー獲得

4 新規事業：
“リアル×テック”を活用した事業の創出

5 ノンオーガニック：
M&A等のシナジーのある事業の取得

FY2024ターゲット

・売却DXの強化により、直接調達比率の向上
・プロダクトミックスによる粗利率の向上

・賃貸管理の基幹システム「ITANDI管理クラウド」拡販
・売買仲介会社向けプロダクトの導入/提供

・アジア市場における展開地域の拡大
・グローバル人材の採用強化

・M&A仲介事業における更なるテクノロジーの活用

・M&A等によりグループジョインした企業とのシナジー実現及び事業成長に繋がるM&Aを継続的に強化

2023年10月期 通期連結業績

2023年10月期 通期業績ハイライト

RENOSY、ITANDI両事業の好調な業績拡大や収益構造改革により、
売上収益とすべての利益項目が過去最高値を更新

| | 売上収益 | 売上総利益 | 事業利益 (セグメント利益) | Topics |
|-------------------------|---|---|--|---|
| 連結 | YoY +29% 1,466.4億 (YoY+330億) | YoY +37% 226.2億 (YoY+61.0億) | YoY +113% 21.7億 (YoY+11.5億) | 売上は期初計画の1,455億を11億更新して着地。売上成長の伸び率を利益成長が上回りYoY+113%の21億と大幅増益 |
| RENOSY マーケット プレイス | YoY +29% 1,430.4億 (YoY+322億) | YoY +36% 197.5億 (YoY +52.7億) | YoY +33% 65.6億 (YoY+16.1億) | 粗利はYoY+36%と好調に拡大し、約200億に。粗利率も13.8%と回復基調。粗利率向上を背景に利益も計画を上回る |
| ITANDI | YoY +56% 32.0億 (YoY+11億) | YoY +59% 26.9億 (YoY+9.9億) | YoY +149% 7.0億 (YoY+4.2億) | 導入社数、プロダクトのクロスセル等の好調な増加に伴い、高い成長率及び増収増益を実現 |

2023年10月期 通期業績予想との差異

売上収益、売上総利益、事業利益と全ての指標において期初計画を上回り、過去最高業績を更新

売上収益

(百万円)

+1%
(期初予想比)

145,500

146,647

FY2023.10
期初予想FY2023.10
実績

売上総利益

(百万円)

+8%
(期初予想比)

20,900

21,800

22,622

FY2023.10
期初予想FY2023.10
上方修正 (3Q)FY2023.10
実績

事業利益

(百万円)

+36%
(期初予想比)

1,600

2,150

2,173

FY2023.10
期初予想FY2023.10
上方修正 (3Q)FY2023.10
実績

RENOSYマーケットプレイス 重要KPIハイライト

各指標好調に推移。粗利率改善施策等により売上総利益成長率はYoY + 36%成長と計画を上回る進捗

売上総利益

YoY約+36%

197.5億

(YoY約+約52億)

成長率目標：20%～30%

RENOSY会員数 注1)

YoY約 +23%

39.8万人

(YoY+約7.3万人)

サブスクリプション契約件数 注2)

YoY約 +33%

17,879戸

(YoY+4,473戸)

購入DX成約件数 注3)

YoY約 +25%

5,621件

(YoY+1,142件)

売却DX成約件数 注4)

YoY約 +61%

2,165件

(YoY+823件)

エージェント数／ARPA 注5)
(中古コンパクトマンション)

エージェント数：108人

YoY約+20%

ARPA 1,061百万

(YoY+約1.8億)

注1) RENOSY会員ストック数(会員登録した累計の人数)の累計。2023年10月末時点。注2) FY2020.10.1Qまでは成約件数、それ以降は管理戸数で集計 注3) RENOSYマーケットプレイス内の投資・実需の購入成約件数。経営統合前の企業数値は含まず (FY2023.10.4Q累計) 注4) RENOSYマーケットプレイス内の投資・実需の売却成約件数。経営統合前の企業数値は含まず (FY2023.10.4Q累計) 注5) 中古コンパクトマンションエージェント数は2023年10月末時点。ARPA (Average Revenue per Agent) は、中古コンパクトマンションの通期売上収益を、当該年度の各月末時点のセールス人員数の平均値で除して算出

RENOSYマーケットプレイス通期業績推移

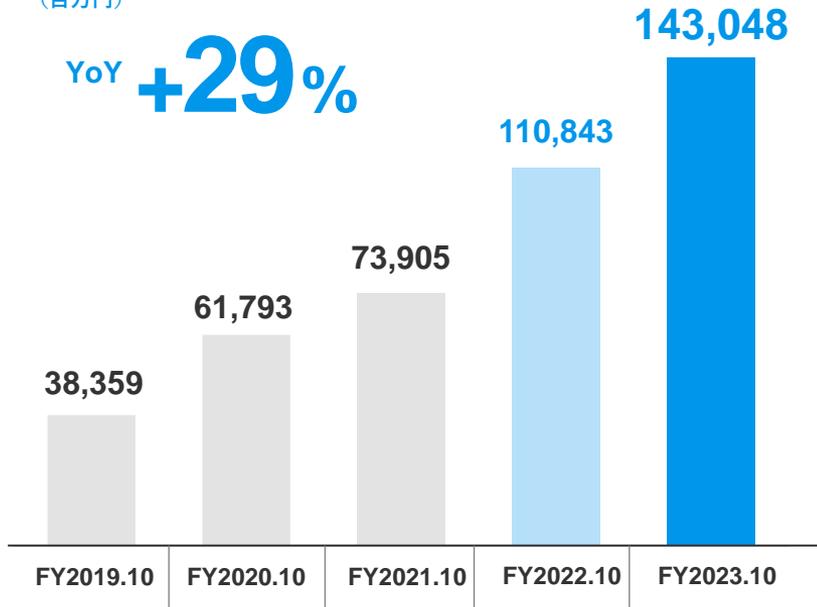
売上収益はYoY+29%と好調に推移、オーナーからの直接調達やサブスクリプションの好調な業績拡大等により粗利額は過去最高益を達成

売上収益

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

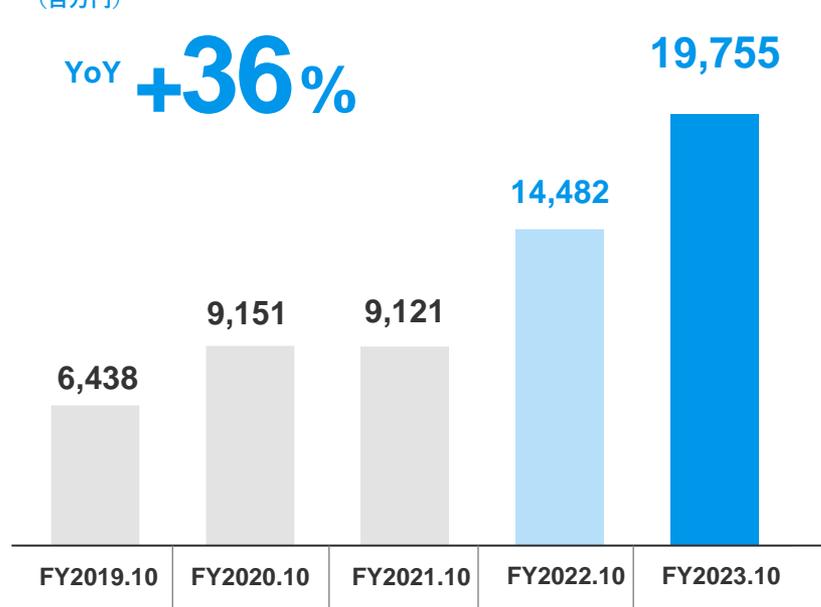
YoY **+29%**

売上総利益

JGAAP (参考)

IFRS

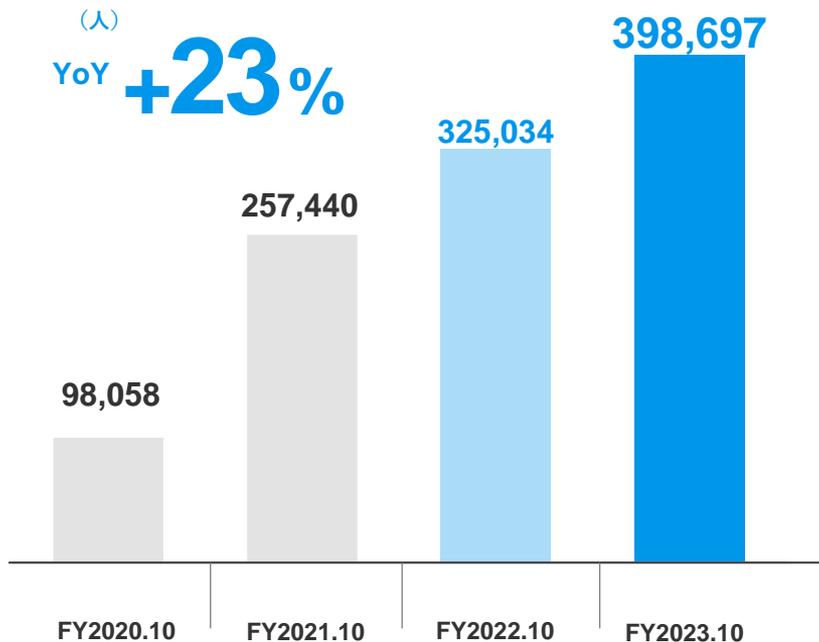
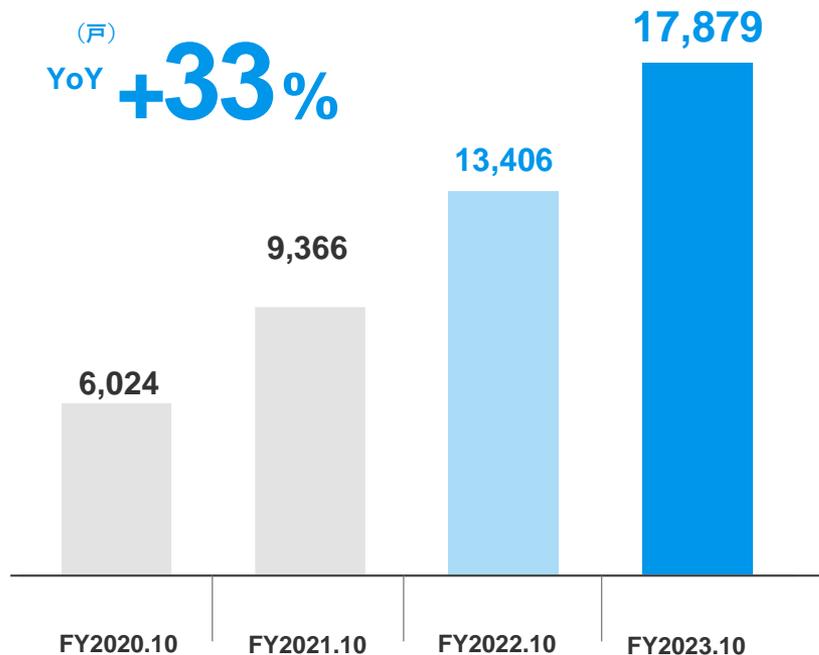
(百万円)

YoY **+36%**

4. 成長戦略及び経営指標

RENOSYマーケットプレイス通期業績推移

デジタルマーケティングを活用した効率的な集客等により、会員数は約40万人の大台へ
購入DXの成約数増加に伴い、サブスクリプション契約件数も拡大

RENOSY会員ストック数 注1,2)サブスクリプション契約件数 注3)

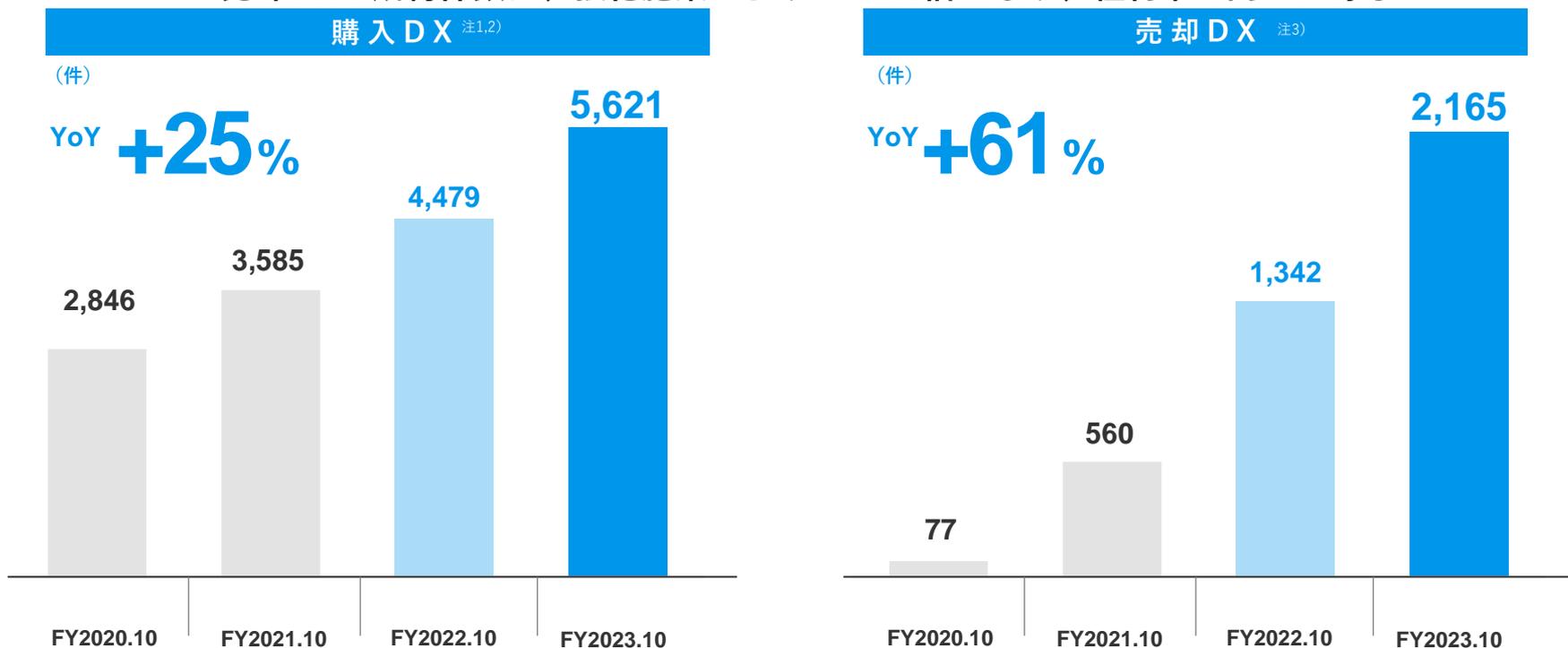
注1) RENOSY会員ストック数とは、会員登録した累計の人数

注2) グラフ中のFY2021.10 1Q以降のRENOSY会員ストック数は、2022年10月期2Qからの集計定義の変更により、2022年10月期1Qまでに公表した会員数とは異なる

注3) FY2020.10.1Qまでは成約件数、それ以降は管理戸数で集計

RENOSYマーケットプレイス通期業績推移

購入DXの成約件数はYoY25%と好調に推移。
売却DXの成約件数は、強化施策によりYoY1.6倍となり、粗利率の向上に寄与



注1) RENOSYマーケットプレイス内の投資・実需の購入成約件数。経営統合前の企業数値は含まず

注2) 従来の集計ではグループ内取引をダブルカウントしていたところ、当FY2023.3Q決算説明会資料より、グループ内取引を除いて再集計。よって、FY2023.2Qまでの決算説明資料のデータとは差異が発生

注3) RENOSYマーケットプレイス内の投資・実需の売却成約件数。経営統合前の企業数値は含まず

ITANDI 重要KPIハイライト

バーティカルSaaSのネットワーク効果により、ARR及び顧客数、導入プロダクト数が伸長

ARR

注1)

YoY +32%

25.2億

(YoY+6.1億)

成長率目標：30%~40%

累計顧客数

注3)

YoY約 +42%

2,681社

(YoY+788社)

導入プロダクト数

YoY約 +56%

8,487プロダクト

(YoY+3,034プロダクト)

チャーンレート

注2)

0.59%

(前年同期 0.47%)

ユニットエコノミクス

注4)

26.2倍

(前年同期 25.5倍)

ITANDI BB PV数

YoY約 +32%

956万PV

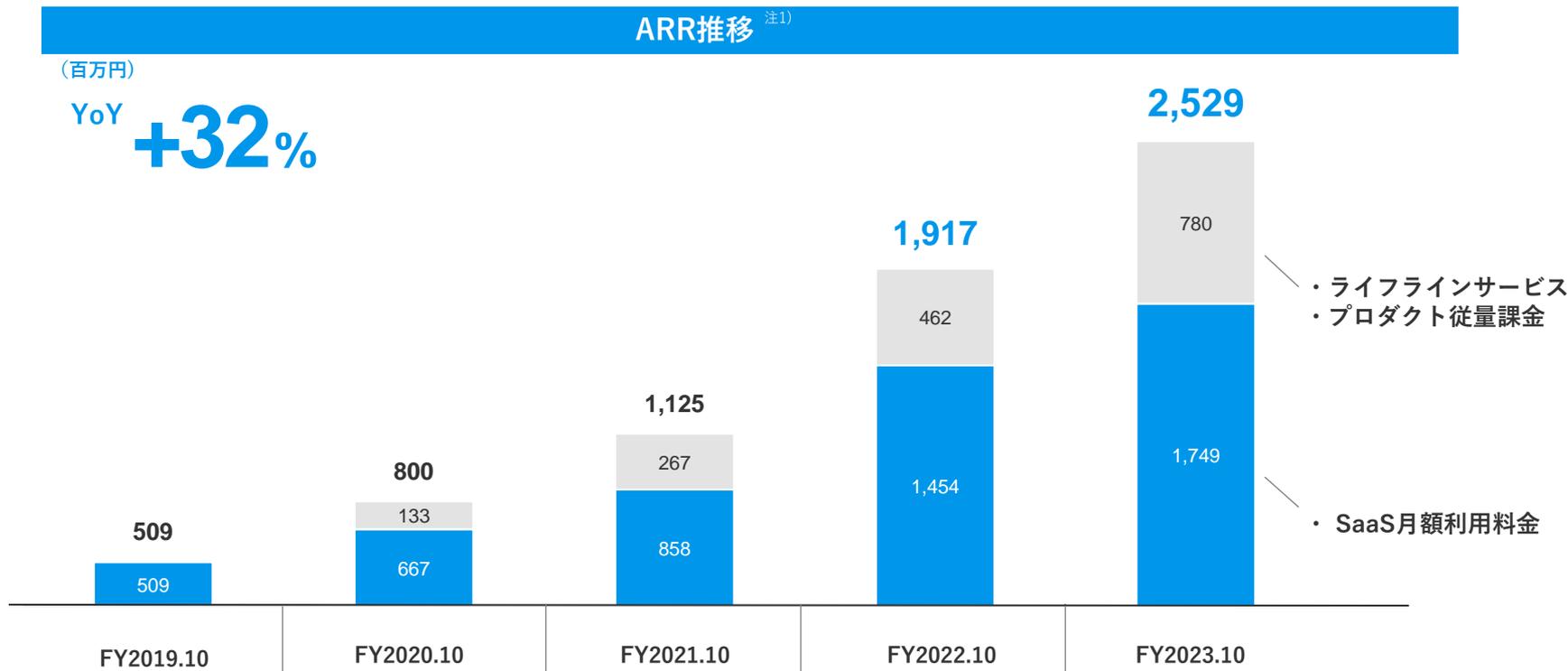
(YoY+230万PV)

注1) Annual Recurring Revenue。各四半期末の月末MRRに12を乗じて算出。MRRには、月額利用料金、従量課金、ライフラインサービスの収益を含む。ITANDI BB+の2022年10月末時点と2023年10月末時点でのARRを比較

注2) ITANDI BB+の2023年10月末時点での直近12ヶ月の平均月次チャーンレート 注3) 2023年10月末時点 注4) P99参照。2023年10月期1QからCACの計算方法を変更。CACについて、2022年10月期通期決算説明資料においては、コストを人件費及び広告宣伝に限定し計算していたところ、厳密に関連する費用(企画職に関する人件費やシステム費用等)を含め再計算したことにより、回収期間を変更。LTVについての計算方法について変更はなし。結果、LTVをCACで割った倍率の過去12ヶ月平均値であるユニットエコノミクスの数値も変更。2023年10月末時点

ITANDI通期業績推移

ARRはYoY + 32%と大幅に伸長、電子入居申込数に比例し伸びる付帯サービスのリカーリングも寄与



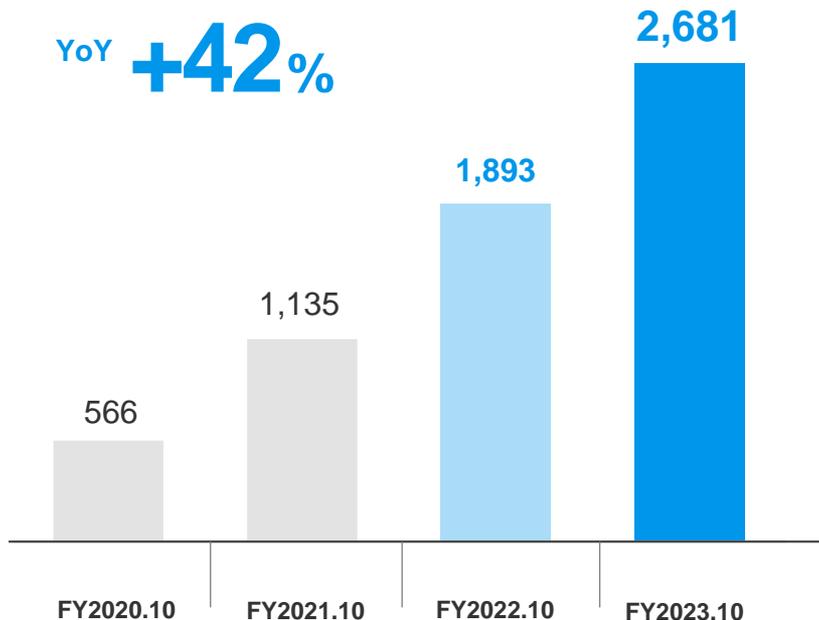
注1) Annual Recurring Revenue、各四半期末の月末MRRに12を乗じて算出。ITANDI BB+の2022年10月時点と2023年10月時点での各四半期の月末ARRを比較

ITANDI通期業績推移

パーティカルSaaSの強みを生かし、顧客獲得ペースを加速、クロスセルでのプロダクト導入も増加

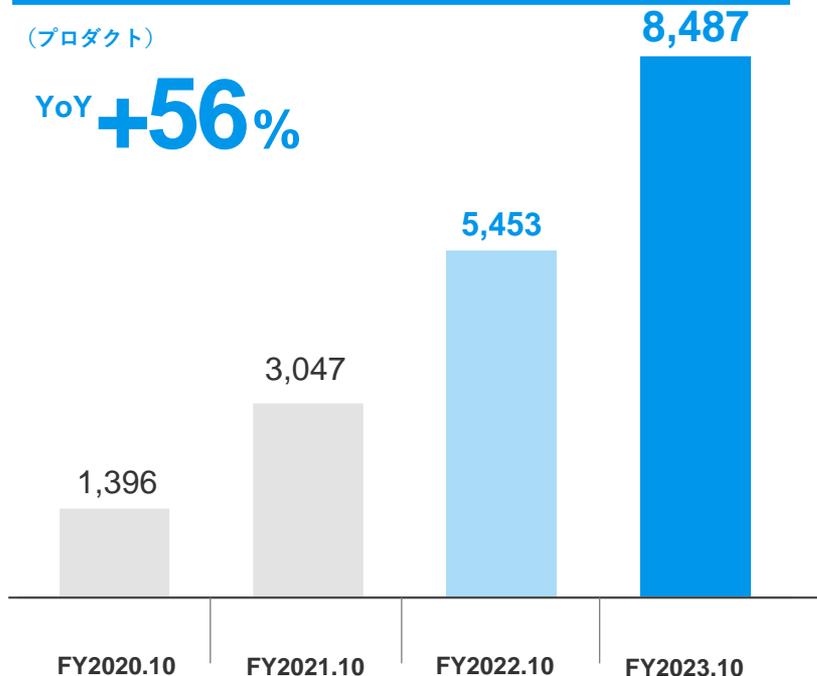
累計顧客数推移

(社)

YoY **+42%**

導入プロダクト数推移

(プロダクト)

YoY **+56%**

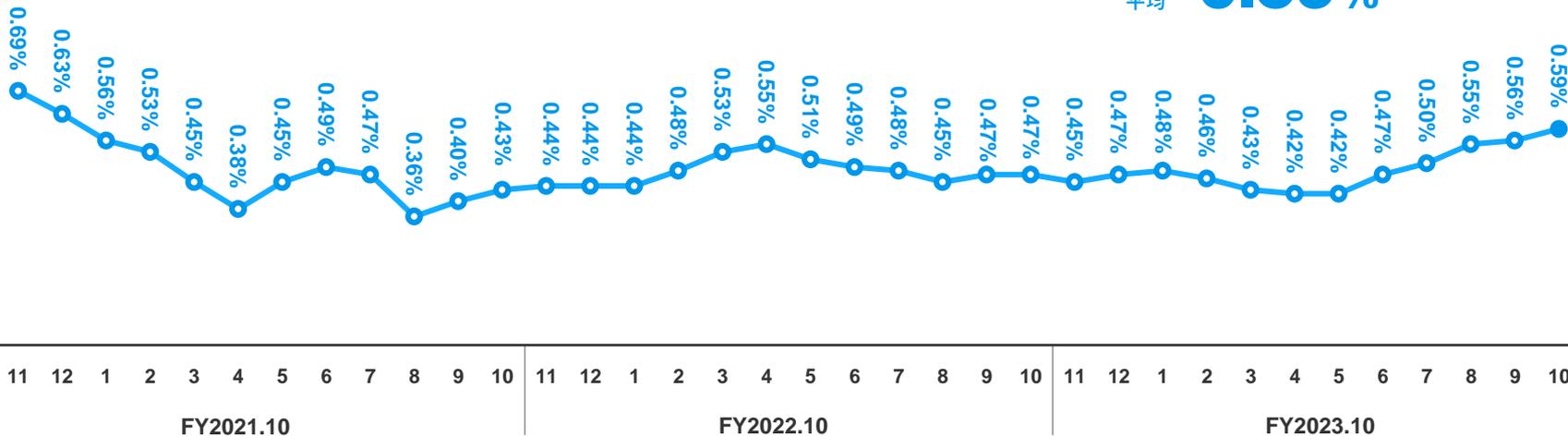
ITANDI通期業績推移

顧客からの製品・サービスの評価の高まりやCS強化等により、チャーンレートは低水準を維持

チャーンレート 注1)

(%)

直近
12ヶ月
平均 **0.59%**



注1) ITANDI BB+の2023年10月末時点での直近12ヶ月の平均月次チャーンレート

ITANDI通期業績推移

ユニットエコノミクスを最大化し、CAC回収期間を短縮しながら新規獲得数の増加を目指す

ユニットエコノミクス 注1,2)



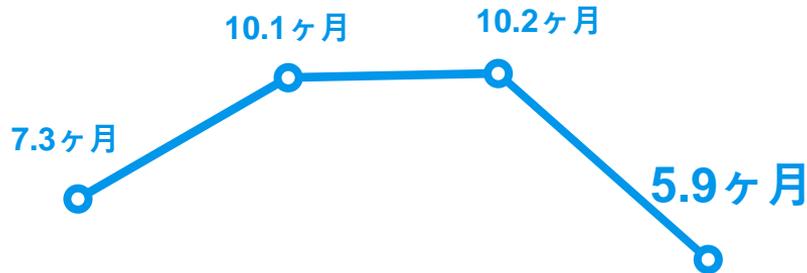
FY2020.10

FY2021.10

FY2022.10

FY2023.10

CAC回収期間 注1,2)



FY2020.10

FY2021.10

FY2022.10

FY2023.10

ITANDI通期業績推移

ITANDI BB月間PV数はYoY + 32%と伸長。電子入居申込数もYoY+23%と伸長。

ITANDI BB月間 PV数 注1,2)

(PV)

YoY **+32%** 9,560,000

7,255,000

2,394,000

FY2021.10

FY2022.10

FY2023.10

電子入居申込数

(件)

YoY **+23%** 220,615

179,706

128,467

FY2021.10

FY2022.10

FY2023.10

OHEYAGO PV数 注1,2)

(PV)

OHEYAGOのPV数は広告宣伝費をかけておらず横ばい傾向にあり、今後主要な指標からは除く予定

1,036,000

452,000

706,000

FY2021.10

FY2022.10

FY2023.10

注1) 百の位で切り捨て。各期の最終月の数値を記載

注2) PV数のデータ取得ツールについて、2023年7月1日をもってGoogleユニバーサルアナリティクスプロパティにおけるデータ処理が停止されたため、Googleアナリティクス4へ移行。2022年7月（FY2022.3Q）以降の数字をGoogleアナリティクス4におけるデータ処理の定義で更新したため、FY2023.2Qまでの決算説明資料のデータとは差異が発生

2024年10月期 業績予想

4. 成長戦略及び経営指標 2024年10月期 業績予想

2024年10月期 通期連結業績予想

シェア拡大に向けて売上成長を目指しつつ、事業利益はYoY約1.5倍としっかり確保する方針
2024年10月期から、ネット計上の売上収益、調整後事業利益率を新指標として採用

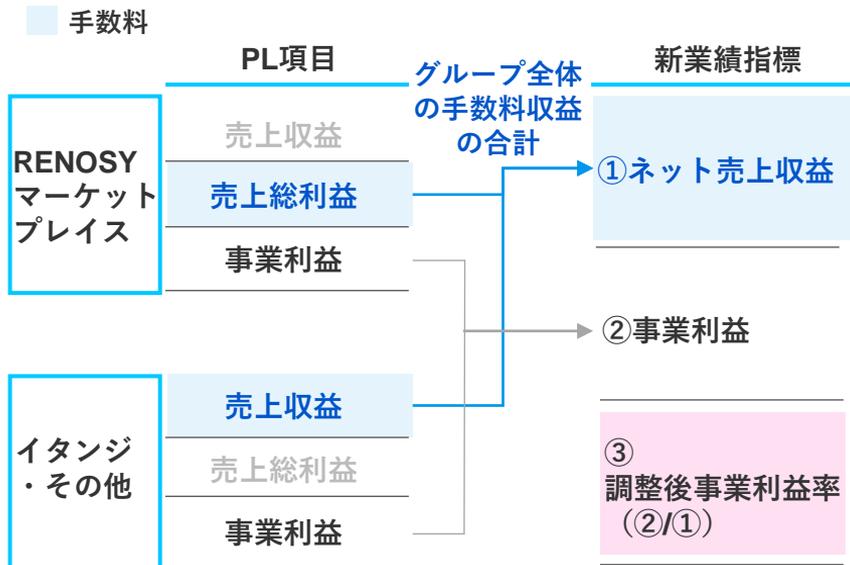
| (百万円) | | FY2023.10 実績 (IFRS) | FY2024.10 計画 (IFRS) | 前期比増減 | 前期比増減率 ^{注1)} |
|---------------------|----------------------------------|------------------------|------------------------|---------|-----------------------|
| 連結 | 売上収益 | 146,647 | 176,300 | +29,653 | +20.2% |
| | 売上総利益 (粗利率) | 22,622 (15.4%) | 27,330 (15.5%) | +4,708 | +20.8% |
| | 事業利益 (事業利益率) | 2,173 (1.5%) | 3,300 (1.9%) | +1,126 | +51.8% |
| | 当期純利益 ^{注2)} (当期純利益率) | 1,011 (0.7%) | 1,690 (1.0%) | +679 | +67.2% |
| RENOSY マーケットプレイス | 売上収益 | 143,048 | 171,800 | +28,752 | +20.1% |
| | 売上総利益 (粗利率) | 19,755 (13.8%) | 23,760 (13.8%) | +4,005 | +20.3% |
| | セグメント利益 (セグメント利益率) | 6,564 (4.6%) | 8,150 (4.7%) | +1,586 | +24.2% |
| ITANDI | 売上収益 | 3,202 | 4,170 | +968 | +30.2% |
| | 売上総利益 (粗利率) | 2,695 (84.1%) | 3,420 (82.0%) | +725 | +26.9% |
| | セグメント利益 (セグメント利益率) | 702 (21.9%) | 890 (21.3%) | +188 | +26.8% |

注1) 売上計算にて算出。FY2024.10 計画 ÷ FY2023.10 実績 - 1 注2) 親会社の所有者に帰属する当期利益を指す

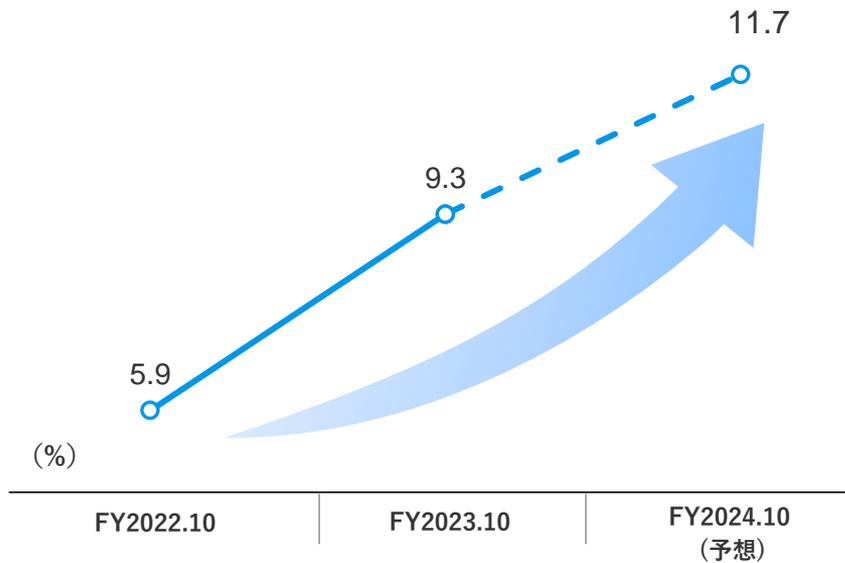
新業績指標について

今後はネット売上収益を活用して、グループ全体の手数料を稼ぐ力を見える化し、ネット売上収益に対する事業利益の割合を示す調整後事業利益率も業績指標（KPI）に適用

ネット売上収益と調整後事業利益の構成



調整後事業利益率の推移



重要KPI目標

売上収益、売上総利益の成長率は20%以上を目指す。調整後事業利益率は11.7%と利益幅を拡大見込み

売上収益

1,763.0億

(YoY約+20%)

成長率目標：20%～30%

売上総利益

273.3億

(YoY約+21%)

成長率目標：20%～30%

ストックビジネス粗利^{注1)}

53.7億

(YoY約+28%)

成長率目標：30%～40%

ネット売上収益^{注2)}

282.6億

(YoY約+21%)

成長率目標：20%～30%

調整後事業利益^{注3)}

11.7%

(前年同期 9.3%)

利益率目標：10%～

ノンオーガニック比率^{注4)}

41.1%

(前年同期 32.9%)

比率目標：40%～50%

注1) RENOSYマーケットプレイス事業のサブスクリプションビジネスおよびITANDI事業の売上総利益の合計 注2) RENOSYマーケットプレイス事業の売上総利益 + (連結売上収益 - RENOSYマーケットプレイス事業の売上収益) で算出
注3) 連結事業利益 ÷ ネット売上収益で算出 注4) 中古コンパクトマンションおよびサブスクリプション以外の事業の売上総利益の合計をノンオーガニックの売上総利益と定義し、全体の売上総利益に占める割合を算出

FY2024.10 通期連結業績予想の前提

FY2024.10予算の前提（トップライン）

| | | |
|---|---|--|
| 全体 | → | 既存、新規事業どちらも、売上・マーケットシェアを拡大 |
| RENOSY マーケットプレイス オンラインラン ザクション | → | 引き続きマーケットシェアを高め、売上を拡大。売却DXによる物件保有オーナーからの直接調達や商品ラインアップの拡充等により、手数料を維持・拡大 |
| RENOSY マーケットプレイス サブスクリプション | ↗ | オンラインランザクションの成約数に比例し、売上は拡大。事業単体としても、DX推進し、引き続き収益性の改善を図る |
| ITANDI 賃貸管理会社向け SaaS | ↗ | 引き続き投資フェーズとして、短期的な利益拡大ではなく、マーケットシェアの拡大を優先。当期から一定の利益寄与も見込む |
| ITANDI 賃貸仲介・売買仲介 向けSaaS | ↗ | 賃貸仲介向けSaaSは引き続き堅調な収益を見込み、売買仲介向けSaaSも他プロダクトとのシナジーを活かし、収益拡大 |
| 新規事業等 | ↗ | 事業立ち上げフェーズとして、販路の拡大・開拓を進め、事業モデルを確立 |

FY2024.10予算の前提（コスト）

対売上比率（前期比）

| | | |
|---|---|---|
| 全体 | → | 売上の拡大、既存・新規事業への投資、M&A戦略を強化するための人員を増強するため、200名程度の純増を予定。並行して、経営資源を最大限有効活用し、選択と集中を通じて余剰なコスト発生を引き続き回避 |
| RENOSY マーケットプレイス オンラインラン ザクション | → | セールス人員を増強し、20~30名を採用予定。また、マーケットシェア拡大のためのコストを一定程度見込むが、各オペレーションのDX等による効率化や成約率の向上により、利益率を維持 |
| RENOSY マーケットプレイス サブスクリプション | ↗ | 売上の拡大に伴う人員強化やDX推進のコストを見込む |
| ITANDI 賃貸管理会社向け SaaS | ↘ | 引き続きマーケットシェア拡大のための投資は実施するものの、業務効率化、生産性向上でコスト減を図る |
| ITANDI 賃貸仲介・売買仲介 向けSaaS | ↗ | エンジニア、セールス、CS等の必要な人材を確保し、売買仲介向けSaaS立ち上げのため一定程度投資を予定 |
| 新規事業等 | ↘ | 一定のルールを設けた上で、事業の進捗に応じて人員や投資額の増減を判断。最小コストで早期立ち上げを見込む |

5. GAグループの価値創造ストーリー

GAグループが目指す10年後の世界

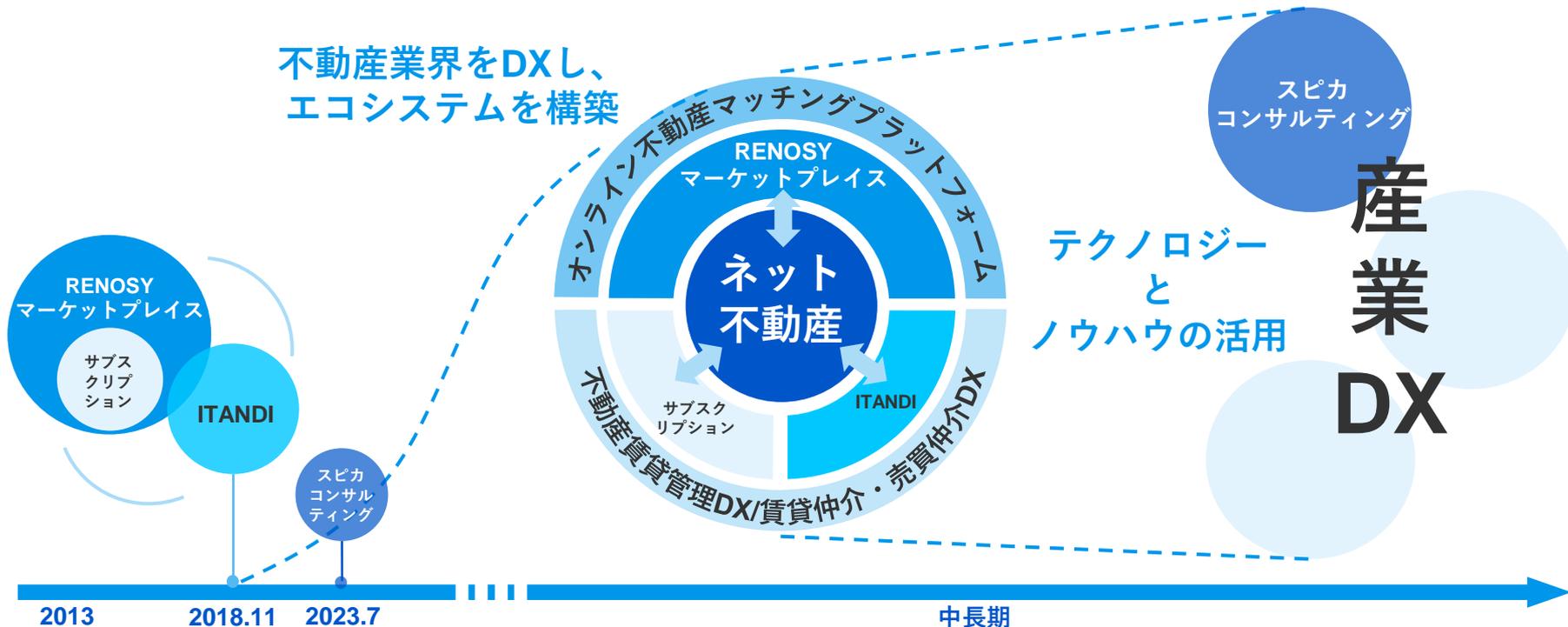


不動産をワンクリックでカンタンに取引

申込から引渡を1日で実現

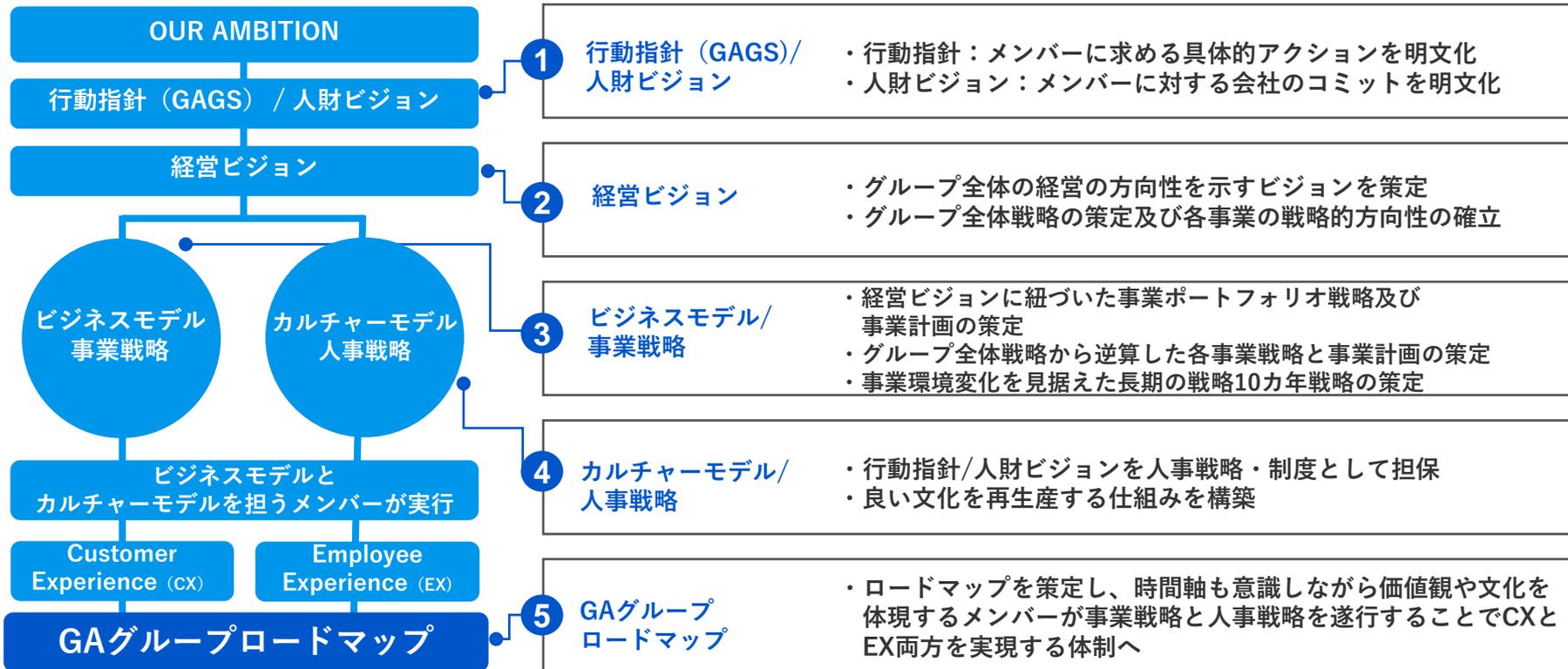
10年後の世界

ネット不動産のエコシステムの完成により不動産業界のDX変革を実現
リアル×テックのノウハウを活用して更なる産業DXを強力に推進



価値創造フレームワーク：経営メカニズム

GAグループの事業運営を以下の経営メカニズムにより実施

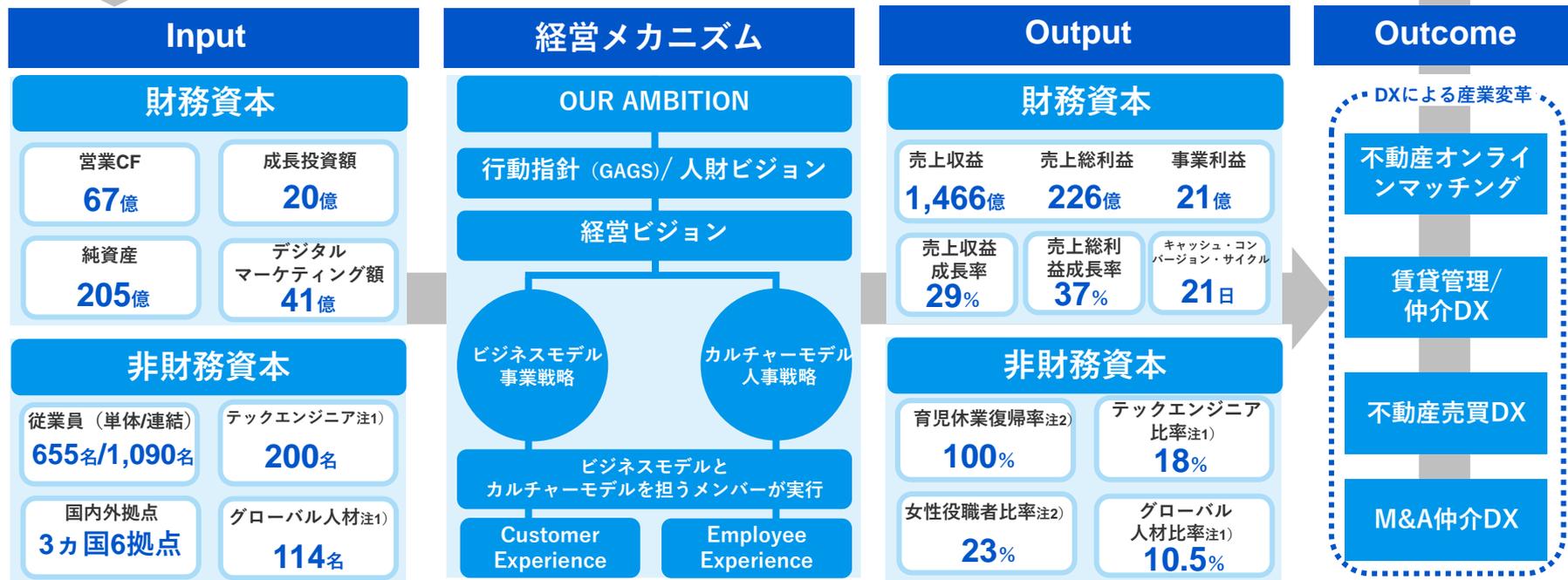


価値創造モデル

【OUR AMBITION 基本理念の実現】

テクノロジー×イノベーションで、人々に感動を生む世界のトップ企業を創る。

企業価値向上



価値創造プロセス：事業戦略から導く企業価値向上の考え方

持続的な成長に向けた構造改革で企業価値向上を目指す



価値創造プロセス：人事戦略から導く企業価値向上の考え方

従業員のパフォーマンスを最大化することにより企業価値向上を目指す



6. ESG・サステナビリティ

GA technologies グループが取り組む課題

社会課題

- ・ 事業を通じたSDGsへの貢献
(書面の電子化による地球環境資源への配慮)
- ・ 人生100年時代に向けた不動産を活用した備え
(資産形成)
- ・ 少子高齢化が抱える住宅問題

不動産の課題

- ・ 生産性が低く業務がアナログ
- ・ 情報の非対称性
- ・ ユーザー体験の悪さ

GA technologies グループの ESG・サステナビリティへの取り組み

地球環境資源への配慮

安心・安全な取引環境の実現

スポーツを通じた社会貢献

持続可能なまちづくりへの貢献

働きがいのある職場づくり

ガバナンス・コンプライアンスの強化



ESG・サステナビリティに関する考え方

当社グループは「テクノロジー×イノベーションで、人々に感動を生む世界のトップ企業を創る。」をOur Ambitionに掲げており、事業の不動産分野はすべての方にかかわりがある社会的意義の大きな領域です。私たちは、テクノロジーを活用したアプローチで不動産課題を解決し、より大きな社会課題の解決に取り組み、価値あるサービスやプロダクトを創出して、社会の持続的な発展に貢献してまいります。

不動産課題の解決



- ・生産性が低く業務がアナログ
- ・情報の非対称性
- ・ユーザー体験の悪さ

社会課題の解決



- ・事業を通じたSDGsへの貢献
(書面の電子化による地球環境資源への配慮)
- ・人生100年時代に向けた不動産を活用した備え
(資産形成)
- ・少子高齢化が抱える住宅問題

環境 (Environment)

地球環境を配慮した
事業活動を行う



当社グループでは、より不動産投資が身近になる環境の構築を目指しています。「RENOSY」「ITANDI」を始めとした各種オンラインサービスの提供により、不要な移動の削減やペーパーレス等、環境負荷の低減と社会・経済の持続的な成長への貢献に努めます。

社会 (Social)

事業活動を通じ、社会
への貢献と未来創造へ
の責任を果たしていく



より良い事業活動には社員1人1人の活躍が必要不可欠。時間、場所、性別、年齢、国籍、ライフステージの変化等の制約をIT活用や各種制度で取り除き、全ての社員が活躍できる場所や環境を提供しています。個人の貢献が会社全体、社会全体の成長へとつながることを目指します。

ガバナンス (Governance)

新しい価値を創造しながら、ガバナンスの効いた企業経営を行う



当社グループでは、企業価値を最大化するとともに、長期的かつ安定的な株主価値の向上に努めております。迅速で合理的な意思決定体制及び業務執行の効率化を可能とする社内体制を構築し、腐敗防止に真摯に取り組み、コーポレートガバナンスの強化に取り組んでまいります。

ESGへの取り組み ～環境（Environment）について～

地球環境を配慮した事業活動

地球環境資源への配慮



2022年5月の宅地建物取引業法施行改正を機に利用が拡大した「電子契約くん」を提供するITANDIや不動産売買手続きのオンライン化を進めるRENOSYをはじめ、入居管理の電子化を担うRENOSY ASSET MANAGEMENT、中華圏最大級の日本不動産プラットフォームを運営する神居秒算など、不動産業界のDXを通じたペーパーレス化に取り組むグループ企業が増加し、グループ全体で1,177万枚の紙削減に貢献

グループ全体で1,177万枚の紙の削減
(2022年4月1日から2023年3月末までの1年間)
不動産DXによるペーパーレス化で、

年間約 **1,177** 万枚の
紙の削減を達成

持続可能なまちづくりへの貢献



サステナビリティ活動として3つのテーマを基に、GA technologies、RENOSY ASSET MANAGEMENT を中心に中古不動産の活性化・ミニマムリノベーションを通じた持続可能なまちづくりへの貢献を実現する施策を展開

中古マンション取引



賃貸マンション向け、ミニマムリノベーションで空き家や空室を低減



Before

After

ESGへの取り組み ～社会（Social）について～

事業活動を通じ、社会への貢献と未来創造への責任を果たす

安心・安全な取引環境の実現



テクノロジーの介在による透明性の高い不動産取引を目指して、下記のような取引プラットフォームや仕組みを提供し市場の健全化に取り組む

おとり物件のないお部屋探しサイト

OHEYA GO
オヘヤゴー

データ改ざんを防ぐ
ローン審査プラットフォーム

MORTGAGE GATEWAY by RENOSY

スポーツを通じた社会貢献



プロスポーツチーム、パラアスリートの採用を通じて、スポーツ分野で夢の実現を目指し挑戦し続ける人を応援。また社内のスポーツ文化育成にも取り組む

川崎フロンターレトップスポンサー



パラアスリートの採用

スポーツエールカンパニー



働きがいのある職場づくり



社員が働きがいと誇りを持って業務に取り組めるように、多様な働き方を受け入れ活躍を支援する様々な制度や取り組み実施。そのような取り組みが評価される

「日経スマートワーク経営調査」
3星に格付け

NIKKEI
Smart Work
★★★ 2024

「えるぼし認定」
3つ星を取得



ファミワンカンファレンス
風土醸成部門賞



ESGへの取り組み ～ガバナンス（Governance）について～

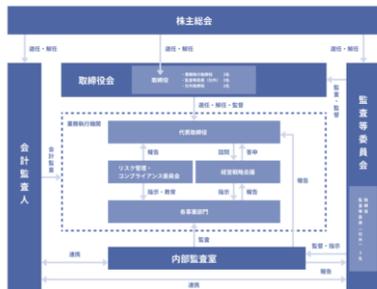
テクノロジー×イノベーションで新しい価値を創造しながら ガバナンスの効いた企業経営

ガバナンスの体制の構築



持続可能な発展と企業価値の最大化をはかるために、すべてのステークホルダーを尊重した健全性・透明性の高い経営を行うとともに、迅速で合理的な意思決定・業務執行を可能とする社内体制の構築に努める。またコンプライアンス研修等も定期的を実施

当社のコーポレートガバナンス体制の概要



セキュリティ分野のガバナンス強化



既存のガバナンス体制に加え、GA-CSIRT（Computer Security Incident Response Team）と呼ばれるインシデントレスポンスを担当するチームを発足。さらに、サイバーセキュリティ分野を重点強化



ESGへの取り組み ～ガバナンス（Governance）について～

ガバナンスおよびダイバシティーを踏まえた取締役体制



取締役会のガバナンス機能強化により社外取締役が過半数を占める。また経営の多様性や経済活動のグローバル化を見据え、性別や国籍、年齢などの多様性を踏まえた取締役で構成

社内取締役 3名

独立社外取締役 5名



樋口 龍

代表取締役
社長執行役員CEO



櫻井 文夫

取締役
副社長執行役員CSO



樋口 大

取締役
常務執行役員



久寿良木 健

社外取締役



グジバチ・
ピョートル・
フェリクス
社外取締役



松葉 知久

社外取締役
(監査等委員)



桑原 利郎

社外取締役
(監査等委員)



佐藤 沙織里

社外取締役
(監査等委員)

当社のローン審査および契約時のガバナンス・コンプライアンス対策

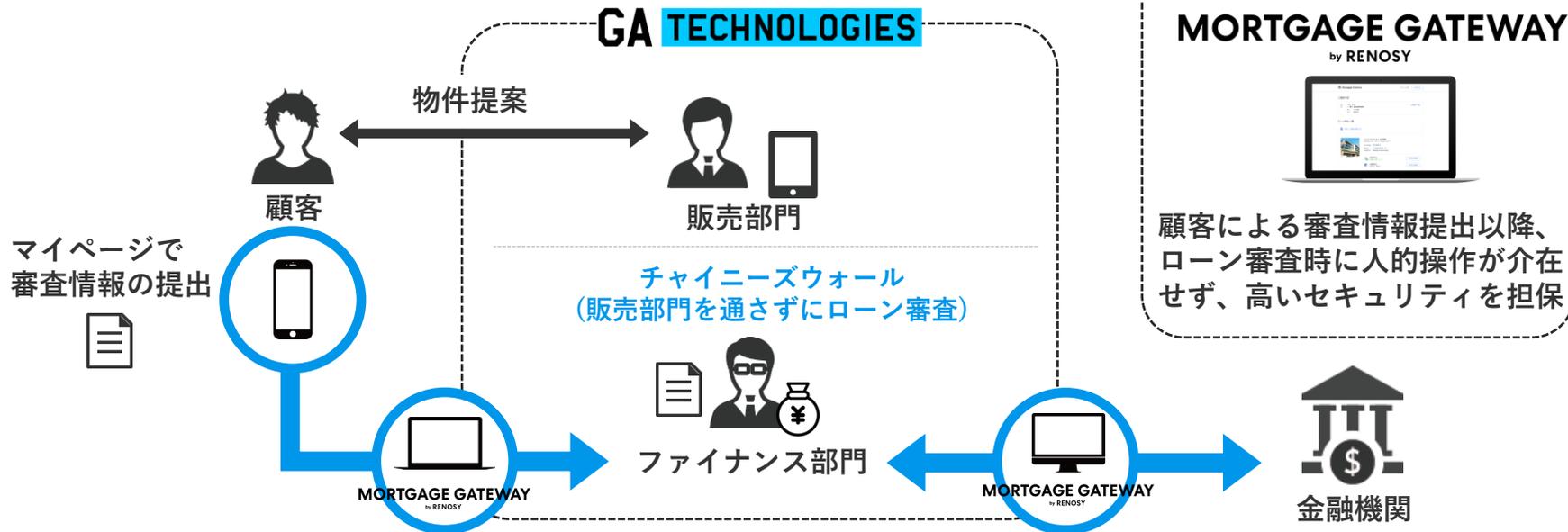
1. 販売部門とファイナンス部門を分離・販売部門を通さないローン審査
2. 人的操作が介在しないシステム活用で改ざんのできない情報連携
3. 社内弁護士、営業部専任法務による研修の実施（修了者にはライセンスを付与）
4. 営業担当とは異なる、宅建免許所持を条件にした専門チームによる物件契約
5. 契約時の第三者機関による説明実施や理解度の確認
6. オーナー（顧客）の困りごとや状況確認のために定期的にコンタクト

ローン審査支援時の対応

①

販売部門と独立した
ファイナンス部門

②

人的操作が介在しない自社開発シス
テムで改ざんのできない情報連携

ガバナンス強化およびコンプライアンス対策

③

社内弁護士および営業部専任法務による研修を販売部門に向けて

3か月に1回実施



修了者には
RENSOSY License



加えて、販売部門のマネージャー向け研修を強化し、

2週間に1回実施

さらに、不定期でもコンプラ研修を開催

④

販売部門とは異なる、宅建免許保有の契約専門チームによる物件契約



販売部門



物件提案



顧客



物件契約



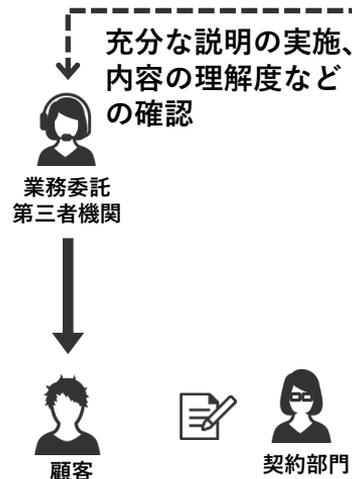
契約部門

宅地建物取引士

不動産取引に関する国家資格

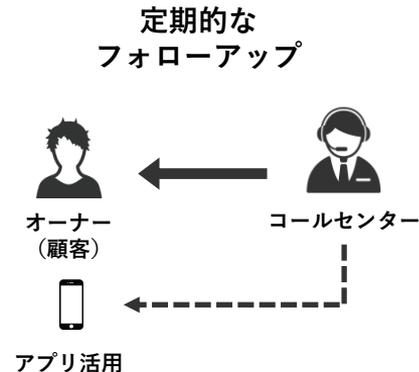
⑤

第三者機関による契約時の説明実施、理解度の確認



⑥

オーナー（顧客）の困りごとや状況確認のために定期的にコンタクト（コールセンターおよびアプリ活用）



大きなクレームへの発展等を未然に防止

6. ESG・サステナビリティ

ESGデータ

■環境 注1,12)

FY2023

| | |
|--------------------|---------|
| Scope1 注2) | 0 |
| Scope2 注3) | 395 |
| Scope1,Scope2合計 | 395 |
| 電気使用量 (kwh) | 866,345 |
| CO2排出量/売上高 (t/百万円) | 0.0026 |

■ガバナンス 注12)

FY2023

| | |
|---------|--------|
| 取締役数 | 8名 |
| 女性取締役数 | 1名 |
| 社外取締役比率 | 62.50% |

■社会 注12)

FY2021

FY2022

FY2023

| | | | |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 全従業員数 注4) | 886名 | 1,169名 | 1,371名 |
| 正社員数 注5) | 739名 | 967名 | 1,090名 |
| 非正社員数 注6) | 147名 | 202名 | 281名 |
| 従業員に占める 女性比率 注7) | 36.0% | 38.5% | 40.1% |
| 平均年齢 (正社員) 注8) | 30.27歳 | 30.49歳 | 31.27歳 |
| 育児休暇取得率 (男女別) 注9) | 男性：77.7% 女性：100% | 男性：45.8% 女性：100% | 男性：80.0% 女性：100% |
| 育児休暇取得後の 復職率 (男女別) 注10) | 男性：100% 女性：100% | 男性：100% 女性：100% | 男性：100% 女性：100% |
| 離職率 注11) | 17.41% | 15.61% | 17.38% |
| 女性役職者比率 | 19.82% | 17.46% | 23.18% |

注1)算出対象は東京本社のみ 注2) Scope 1は算定対象外 注3) SCOPE2はオフィスにおける電気使用に係る二酸化炭素排出量、CO2係数：0.000457t-CO2/kWh。Location-basedに基づく実績
注4)連結(執行役員・正社員・アルバイト・契約社員) 注5)連結(執行役員・正社員) 注6)連結(アルバイト・契約社員) 注7) 連結 注8) 連結(正社員) 注9) GA technologies単体。FY2022からFY2023に1名の計上のずれが生じたため、FY2022の数値について以前開示した数字と相違あり注10) GA technologies単体 注11) GA technologies単体(正社員)。FY2021、FY2023：当期間内の離職者数÷当期首(または前期末)の在籍者数×100で算出FY2022：当期首の在籍者の内、退職した人の数で算出 注12)2023年10月末時点

7. 認識するリスクおよび対応策

7. 認識するリスク及び対応策

認識するリスク①

| 項目 | 主要なリスク | 顕在化の 可能性/時期 | 顕在化した 場合の影響度 | リスク対応策 |
|------------------------------|--|----------------|-----------------|---|
| 新型コロナウイルス感染症 について | 当社グループにおける中華圏の投資家向け不動産プラットフォーム事業において、国境を越えた取引の困難化に伴う販売活動の停滞が継続しており、当該停滞が長期化する場合には、当社グループの業績に大きな影響が発生する可能性があります。 | 中/不明 | 大 | 新型コロナウイルスの感染拡大により、当該リスクの顕在化の可能性は相応にあるものと認識しております。 これらのリスク低減を図るため、当該プラットフォーム事業におきまして、在日中国人向けのサービス等を開始する方針であります。 |
| 事業環境：不動産取引市場 について | 当社グループが属する不動産業界は、景気動向、金利水準、地価水準等の変化による不動産取引市場の動向に影響されます。したがって、不動産取引市場の動向が顧客の不動産投資意欲に影響を与えることにより、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。 | 中/中長期 | 大 | 不動産取引市場の冷え込み等により当該リスクが顕在化する可能性は相応にあるものと認識しております。当社グループはこれらのリスク低減を図るため、不動産市場の動向を注視するとともに、当該動向に柔軟に対応できる体制構築に努めております。 |
| 事業内容・提供サービス： 競合について | 当社グループが属する不動産業界は、競合他社が多く存在しております。また、M&A仲介業は許認可や資格が不要であるため参入障壁が比較的低い事業であると認識しています。今後、他社の参入等により十分な差別化ができなくなり、競争が激化した場合には、価格競争や顧客の離反及び販売件数の減少並びに仕入れ価格の上昇等により当社の経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。 | 中/中長期 | 大 | 競争激化により当該リスクが顕在化する可能性は相応にあるものと認識しております。当社グループはこれらのリスク低減を図るため、ITを活用した不動産総合プラットフォーム「RENOSY（リノシー）」を利用し、他社と差別化を図っております。また、M&A仲介DX事業においては、当社グループが不動産DXで培ったAI活用などのノウハウをM&A領域に活用することで他社との差別化を図っております。今後も「RENOSY（リノシー）」の機能向上やM&A仲介のDX等により他社との差別化を強化する方針であります。 |
| 事業内容・提供サービス： 賃貸物件の空室時 | 当社グループは、販売した投資不動産の賃貸管理業務まで一気通貫でサービス提供を行っておりますが、購入した顧客と当該賃貸物件の一部について空室時の家賃保証契約を行っております。当社グループでは、空室率を低下させるための施策を講じているものの、空室が多くなった場合には、家賃保証の費用が増加し、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。 | 低/中長期 | 大 | 販売している投資不動産は東京を主とする、国内主要都市圏の駅から近い、単身者用マンションであることから、当該リスクが顕在化する可能性は低いと考えておりますが、中長期的に日本の人口動態が変化していくに伴い、リスクが今後変化していく可能性はありえると考えております。これらのリスク低減を図るため、AI技術を用いた、空室リスクの低い投資不動産の特定及び販売、並びに短期間での原状回復など様々な施策を講じております。 |
| 事業内容・提供サービス： 技術革新等 | 「RENOSY（リノシー）」がサービスを提供しているIT技術分野は技術進歩が速く当社グループが想定する以上の技術革新により、当社グループの技術やサービスが競争力を失うような事態が生じた場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。 | 低/中長期 | 大 | 常に最先端のIT技術を当社サービスに導入するべく事業運営を心掛けておりますが、IT技術の技術進歩の方向性やスピードは予測することが困難であることから、当該リスクが顕在化する可能性は相応にあるものと認識しております。このようなリスクを低減するために継続的に最新の技術をもったエンジニアの採用及び継続的な社内研修を行うなどの対応を取っております。 |
| 事業内容・提供サービス： 人材の確保・育成について | 当社グループは、オンラインのみならず実業でのオペレーションも有していることから、今後の事業拡大のために優秀な人材の確保、育成並びに事業成長に必要な人員数の確保が重要な課題であると認識しており、積極的に人材を採用しておりますが、必要な人材を確保できない可能性や育成した人材が当社グループの事業に十分に寄与できない可能性があります。その場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。 | 低/中長期 | 大 | 当該リスクが発生する可能性は常に一定程度あり、発生した場合、特に当社グループの成長に対して相応のインパクトがあるものと認識しております。当社グループは、これらのリスク低減を図るために、幅広い採用ルートから積極的に人材を採用していくとともに、研修の実施等により人材の育成に取り組んでいく方針であります。 |

7. 認識するリスク及び対応策

認識するリスク②

| 項目 | 主要なリスク | 顕在化の可能性/時期 | 顕在化した場合の影響度 | リスク対応策 |
|-----------------------------------|--|------------|-------------|--|
| 事業内容・提供サービス ：法的リスクについて | <p>当社グループが属する不動産業界は、「宅地建物取引業法」、「建設業法」、「国土利用計画法」、「建築基準法」、「都市計画法」、「建物の区分所有等に関する法律」、「マンションの管理の適正化の推進に関する法律」、「借地借家法」、「賃貸住宅の管理業務等の適正化に関する法律」等の法的規制を受けております。当社グループではこれらの法的規制を遵守するように努めておりますが、法令違反が発生した場合や新たな法令の制定・法令の改正等が行われた場合、当社の事業活動が制約を受け、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。M&A仲介業務については、現在のところ、特に関係省庁の許認可等の制限を受けることはありませんが、M&Aは金融商品取引法、会社法及び各種税法といった各種法令の影響を受けやすい構造となっております。今後、法令等の制定、改廃により、M&A取引の拡大、促進に影響を及ぼすものがあつたときは、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。</p> <p>なお、当社グループは事業活動を行うに際し以下の許認可を得ており、現在、許認可が取消となる事由は発生しておりません。しかしながら、今後、何らかの理由によりこれらの許認可の取消等があつた場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。</p> | 低/中長期 | 大 | <p>法務部が中心となって各種法的規制に対応し、リスク管理・コンプライアンス委員会において、リスク管理及びコンプライアンス計画を推進しております。そのため、当該リスクが顕在化する可能性は低いものと考えておりますが、万が一、法的規制に抵触した場合には極めて大きな問題に発展する可能性のある重要なリスクであると認識しております。このようなリスクを低減するために法務部及びリスク管理・コンプライアンス委員会直下のコンプライアンス小委員会において各社法令等の改正等を適時にキャッチアップするとともに、新規事業の開始時点においても、法務部のコンプライアンスチェックや外部弁護士との連携によるチェック体制を整備しており、法令違反等の予防に努めております。また、法務部が中心となって定期的に各部署及び各グループ会社に関連するコンプライアンス研修を実施し、当社グループのコンプライアンスに対する意識向上を図っております。</p> |
| 事業内容・提供サービス ：情報の管理について | <p>当社グループは、会員やオーナーの個人情報等を保有しており、「個人情報の保護に関する法律」の適用を受けております。また、株式会社RENOSY Xでは、金融機関を対象としたシステムの受注開発・サービス提供をおこなっており、「FISC（金融情報システムセンター）」安全対策基準に対応した体制の構築と運用が求められています。何らかの理由でこれらの情報が漏えいしてしまった場合、何らかの理由により、損害賠償請求等が発生し、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。</p> | 低/中長期 | 大 | <p>当社グループにおいて個人情報保護管理体制を、また、システムの開発をおこなう子会社では、FISC安全対策基準やISO27001を充足した管理体制を構築、運用しております。当該リスクが顕在化する可能性は低いものの、万が一、情報漏洩が発生した場合には、極めて大きな問題に発展する可能性があることを認識しております。当社グループはプライバシーマーク、ISMSの認証を取得するとともに、各種情報の取り扱いの重要性については、社内研修等を通じて社員へ啓発活動を継続的に実施するなどの施策を講じております。</p> |
| M&Aについて | <p>当社グループは、企業価値を継続的に向上させる上で有効な手段となる場合や、市場において短期間で優位性を確立するといった大きな相乗効果が見込める場合には、今後も必要に応じてM&Aを実施する方針です。しかしながら、事前の調査・検討内容に不十分な点が存在する場合や、買収後の市場環境や競争環境の著しい変化があつた場合には、買収した事業が計画どおりに展開することができず、或いは投下資金の回収ができず、のれんの減損や追加費用が発生する可能性があります。その場合等には、当社グループの業績や成長見通し及び事業展開等に大きな影響を及ぼす可能性があります。</p> | 低/中長期 | 大 | <p>当社グループはM&Aを継続的に実施していることから、当該リスクが顕在化する可能性は少ないながらもあるものと認識しております。当社グループは市場動向や顧客のニーズ、相手先企業の業績、財務状況、技術優位性や市場競争力、当社グループの事業ポートフォリオ等を投資管理規程に基づき、十分に精査し、また、投資委員会を開催することで投資対象の選定から調査方針の決定、投資判断にあつた際の調査及び審査をおこなうことで、当該リスクを低減できるものと認識しております。</p> |

8. Appendix

8. Appendix

グループ会社一覧

| 会社名 | 持株比率 | M&A/設立時期 ^{注1)} | 事業内容 |
|--|---------------------|-------------------------|--|
| イタンジ株式会社 | 100% | 2018.11 | 賃貸会社向けSaaSシリーズ「ITANDI BB+」や不動産業者間サイト「ITANDI BB」、またBtoCのネット不動産賃貸サービス「OHEYAGO」等を提供 |
| 株式会社 RENOSY PLUS ^{注2)} | 100% | 2020.1 | 都内の高級マンションやタワーマンションを中心とした賃貸仲介と不動産売買を提供 |
| 株式会社 RENOSY FINANCE | 100% | 2018.11設立 | 不動産オーナー向けに、リノベーション費用のワンストップ貸付サービスを提供 |
| 株式会社 RENOSY X | 100% | 2019.11設立 | 住宅ローン申込プラットフォームサービス「MORTGAGE GATEWAY by RENOSY」等の開発・運営 |
| 株式会社 RENOSY ASSET MANAGEMENT ^{注3)} | 100% | 2018.11 | 不動産オーナー向けにサブスクリプション（定額利用）で様々な管理プランを提供 |
| 株式会社神居秒算 | 100% | 2020.9 | 中華圏の投資家と日本の不動産をマッチングするプラットフォーム「神居秒算」を運営 |
| 積愛科技(上海)有限公司 | 100% | 2020.9 | 情報テクノロジー、コンピュータテクノロジー領域における技術サービス、技術開発、技術コンサルティング等を提供 |
| 株式会社パートナーズ | 100% | 2021.6 | ネット不動産マーケットプレイス「RENOSY」において、不動産の売却DXサービスを提供 |
| 株式会社リコルディ | 100% | 2022.3 | 新築コンパクトマンションを活用したサービスの提供 |
| RENOSY(Thailand) Co.,Ltd. | 100% ^{注4)} | 2022.5 | タイ駐在員向け賃貸プラットフォーム「dearlife」の運営 |
| 株式会社MtechA | 100% | 2022.8.1設立 | AIなどのテクノロジーを活用したM&A仲介DXサービス「MtechA」を提供 |
| 株式会社ダンゴネット | 100% | 2022.9 | 賃貸管理業務の基幹ソフトウェア「賃貸名人」の開発・運営 |
| 株式会社 スピカコンサルティング | 51.5% | 2023.7 | 完全業界特化型M&A仲介サービスの提供 |

8. Appendix

指標定義及び注釈一覧

| 項目 | 定義 (ITANDI) |
|------------------------------------|--|
| ユニットエコノミクス | 1顧客あたり経済性。LTVをCACで割った倍率の過去12ヶ月平均値。単位：倍 |
| LTV (Lifetime Value) | 1顧客あたり生涯価値/管理会社向けSaaSおよび仲介会社向けSaaSの単月粗利（ライフラインサービス収益・従量課金含む）を、過去12ヶ月平均チャーンレートの割った値。単位：円 |
| CAC (Customer Acquisition Cost) | 1顧客あたり獲得コストの過去12ヶ月平均値。単位：円 |
| CAC回収期間 (Payback Period) | CACを1顧客あたりの単月粗利（ライフラインサービス収益・従量課金含む）で割った値。単位：ヶ月 |
| 注釈 | 内容 |
| 不動産会社 | 一般財団法人 不動産適正取引推進機構 「令和3年度末 宅建業者と宅地建物取引士の統計について」 |
| ターゲット物件数 | 国土省調査 平成30年度マンション総合調査結果データ編： https://www.mlit.go.jp/utakukentiku/house/utakukentiku_house_tk5_000058.html 三井住友不動産 中古マンション専有面積動向2016年6月： https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html より算出 |
| RENOSYオーナー保有物件数 | 2023年10月時点 RENOSYオーナー保有物件数 |
| 不動産投資No.1 | 調査対象：国内の投資用マンション販売を行う上位5社/調査項目：各社の直近決算年度における投資用中古マンションの販売戸数と売上高/調査手法：デスクサーチならびに、関連企業等へのヒアリングベース調査/調査期間：各社の直近の決算年度/調査会社：株式会社東京商工リサーチ |
| 年収500万以上 | 出典：国税庁 民間給与実態統計調査結果 令和2年度データを当社にて集計 |
| 金融資産5千万以上世帯 | 出典：野村総合研究所リサーチ 2019年の日本における純金融資産保有額別世帯数と資産規模 2020年12月21日付データ |
| RENOSY会員 | 2023年10月時点 RENOSY会員数 |
| 電子入居申込サービス/電子契約サービス 仲介会社利用率No.1 | 「リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社「2023年引越しシーズン（1~3月）における新型コロナウイルスの賃貸不動産マーケットへの影響調査」（2023/01/24）n=405 |
| ターゲット管理戸数 | 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス・活動調査結果」より集計 |
| 不動産賃貸業務支援4サービスにおいて仲介会社利用率No.1 | リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社「2023年引越しシーズン（1~3月）における新型コロナウイルスの賃貸不動産マーケットへの影響調査」結果より https://lmc-c.co.jp/wp/wp-content/uploads/2023/07/lmc_release_20230726.pdf |

会社概要

設立 2013年3月12日

本社所在地 東京都港区六本木3丁目2番1号 住友不動産六本木グランドタワー40階

資本金 72億6,247万6,717円（2023年10月末日時点）

従業員数^{注1} 1,090名（2023年10月末日時点）

事業内容

- ・ ネット不動産投資サービスブランド「RENOSY」の開発・運営
- ・ SaaS型のBtoB PropTechプロダクトの開発

役員

代表取締役 社長執行役員CEO：樋口龍
取締役 副社長執行役員CSO：櫻井文夫
取締役 常務執行役員：樋口大
社外取締役：久寿良木健、グジバチ・ピョートル・フェリクス
監査等委員である取締役：松葉知久（社外）、桑原利郎（社外）
佐藤 沙織里（社外）

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、
いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった
国内および国際的な経済状況が含まれます。

お問い合わせ先

IR担当

Email : ir@ga-tech.co.jp

IRサイト : <https://www.ga-tech.co.jp/ir/>

当該資料の次回更新は、**2024年12月**を予定しております。

各事業における**KPI**の進捗につきましては、
決算説明資料にて更新いたします。