



事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

gooddaysホールディングス(4437)

2021年12月29日

# Index

1. ビジネスモデル  
(事業の内容、収益構造)
2. 市場環境  
(市場規模、競合環境)
3. 競争力の源泉
4. 事業計画  
(成長戦略、経営指標、進捗状況)
5. リスク情報

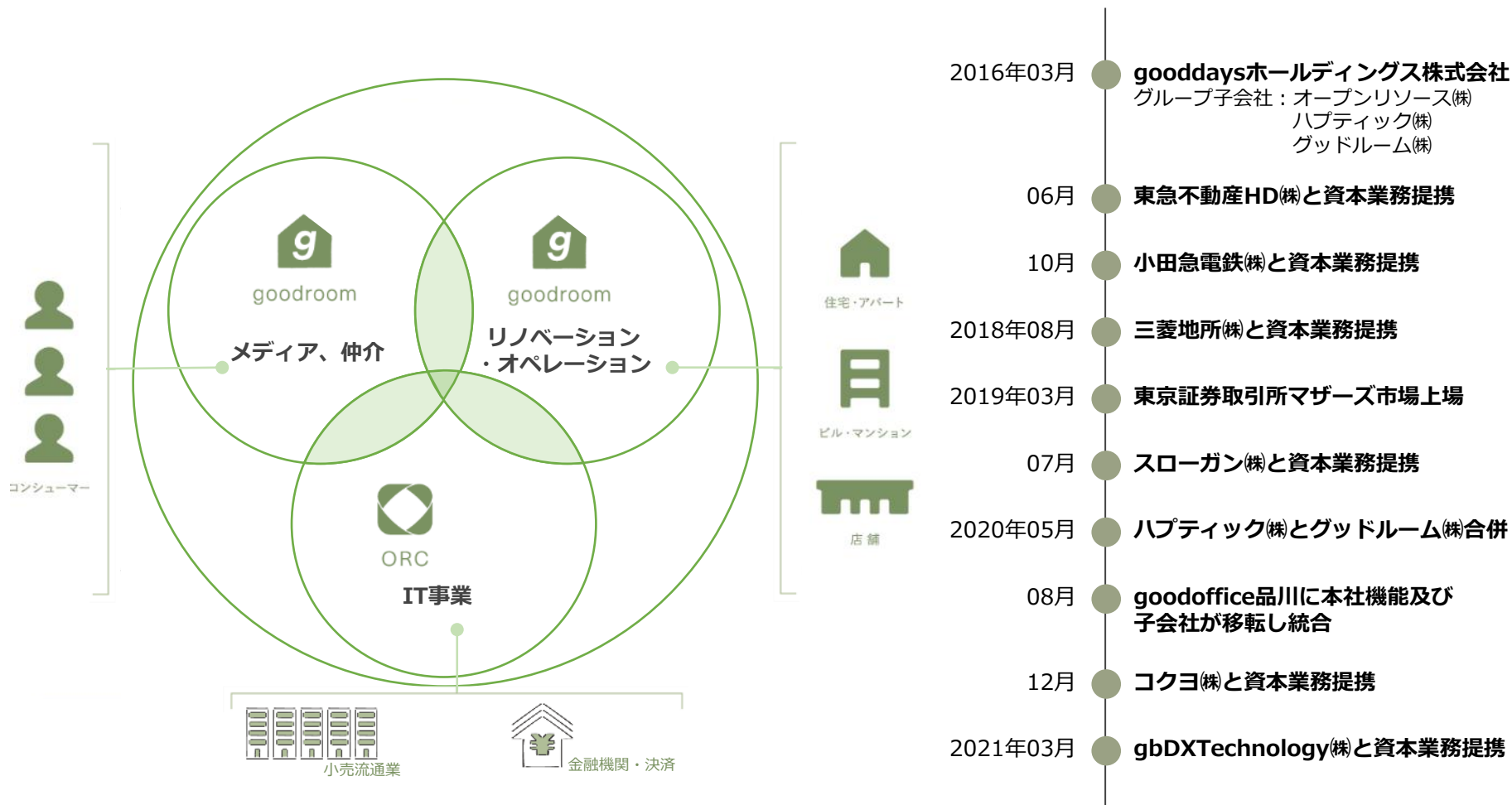
## 会社概要

# gooddaysホールディングス株式会社

設立	2016年3月設立
資本金	161,864,000円（2021年3月末日現在）
従業員数	17名（2021年3月末日現在）
	グループ全社合計 337名
所在地	本社：東京都品川区北品川1-23-19 goodoffice品川
役員	代表取締役社長：小倉 博 代表取締役副社長：小倉 弘之 取締役：横田 真清 取締役：田所 亮 取締役：菅原 貴弘（社外） 取締役：茂田井 純一（社外）

# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 沿革とグループ構成



# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 事業セグメント、事業の内容

### 提供する価値

暮らしとITどちらも暮らしの基本をつくる大切な要素です。基本と向き合い、丁寧に考え、提案を実現する。その先には、今よりもいい毎日が待っています。私たちは“生活提案企業”として“どこにもない、ふつう”を想造していきます。

暮らしとIT の2つの事業セグメントで構成 「暮らし × IT = どこにもない、ふつう」



暮らしTechセグメント

グッドルーム株式会社

メディアビジネス  
ポータルサイト「goodroom」

リノベーションビジネス  
「TOMOS」

オペレーションビジネス  
シェアオフィス「goodoffice」

仲介ビジネス



ITセグメント

オープンリソース株式会社

請負ビジネス

SEサービスビジネス

物販ビジネス

# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 事業セグメント、事業の内容

事業の内容

暮らしとIT の2つのセグメントの主な事業内容は以下の通りです。

暮らしTechセグメント  
グッドルーム  
株式会社

メディアビジネス  
ポータルサイト「goodroom」

賃貸物件ポータルサイト「goodroom」を運営しています。管理会社様から物件取材依頼、お客様目線で掲載した物件への送客で反響課金を得ています。掲載物件は一般の賃貸物件の他、自社TOMOSリノベーション物件の紹介にも注力しております。

リノベーションビジネス  
「TOMOS」

賃貸住宅向けにデザイン、設計、施工をパッケージ化したリノベーションパッケージ「TOMOS」を提供しています。直近ではオフィス向けにも拡大しています。

オペレーションビジネス  
シェアオフィス「goodoffice」

自社で仕入れた物件（マスターリース）をリノベーションしたシェアオフィスを「goodoffice」ブランドで提供しております。またサービスアパートメントを「TOMOSマンスリー」として提供しております。

仲介ビジネス

TOMOSリノベーション物件の他、一般の賃貸物件の掲載、紹介、問合せにあったお客様への事前案内、重要事項説明、契約行為を行っております。仲介手数料を得ております

請負ビジネス

主として流通業界や金融業界のエンドユーザー企業、及びSIer向けにシステム開発を実施しています。グッドルーム向けに基盤を提供しています。

SEサービスビジネス

大手SIerに当社エンジニアを常駐させ、開発業務や保守サービスを実施しています。またエンドユーザー企業に対しても開発保守サービスを提供しております

物販ビジネス

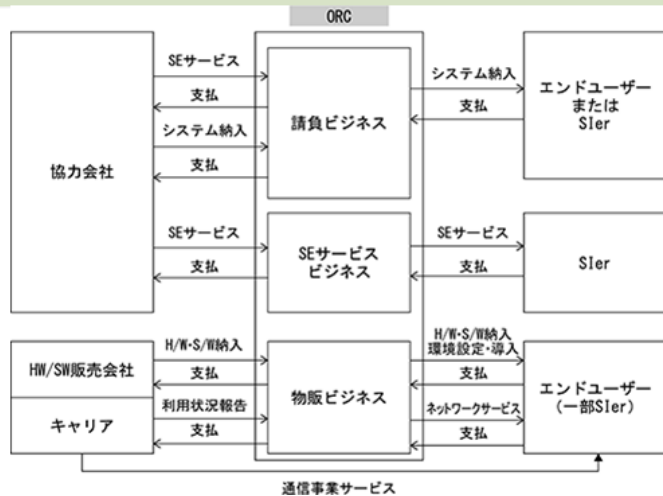
システム開発（請負ビジネス・SEサービスビジネス）に関連してサーバー、POS端末等のハードウェア、ソフトウェアを提供するとともに導入支援、導入後の保守サポートをするビジネスです。

ITセグメント  
オープンリソース  
株式会社

# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 事業の収益構造

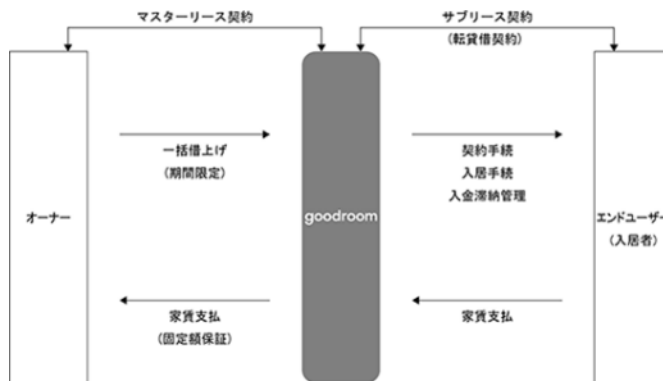
<ITセグメント：請負ビジネス / SEサービスビジネス / 物販ビジネス>



<暮らしTechセグメント：リノベーションビジネス (TOMOS) >



<暮らしTechセグメント：オペレーションビジネス (GOOD OFFICE) >



<暮らしTechセグメント：仲介ビジネス/メディアビジネス (goodroom)>



# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 事業の収益構造

(単位：百万円)

	2021年3月期	2020年3月期	前期比
売上高	5,442	5,758	▲5.5%
売上原価	3,958	4,009	▲1.3%
売上総利益	1,483	1,749	▲15.2%
販売費及び一般管理費	1,323	1,367	▲3.3%
営業利益	159	381	▲58.1%
営業外収益	2	3	▲27.0%
営業外費用	1	2	▲12.9%
経常利益	160	383	▲58.0%
特別利益	-	-	-
特別損失*	97	1	-
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	26	255	▲89.5%

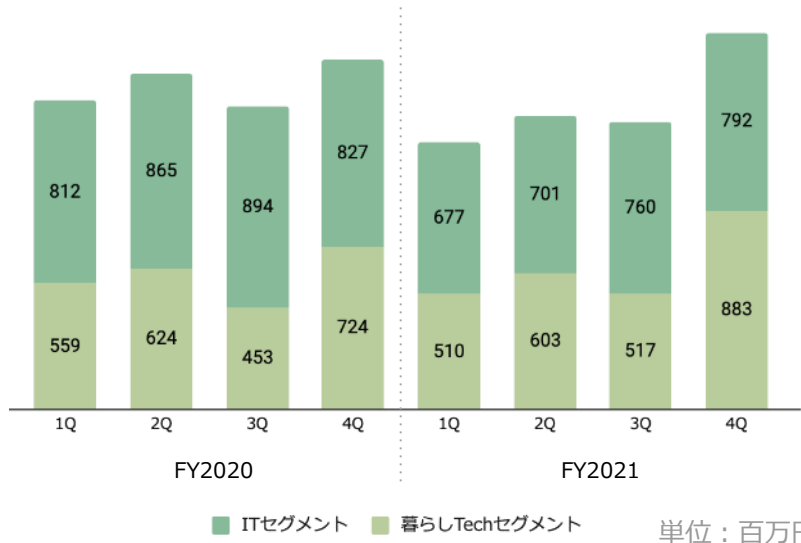
\*コロナ環境に置けるオフィス需要の変化を受け、シェアオフィスなどの有形固定資産、当初の需要計画を満たせなくなった「シェアオフィスサービス用」ソフトウェアなどの無形固定資産を減損損失



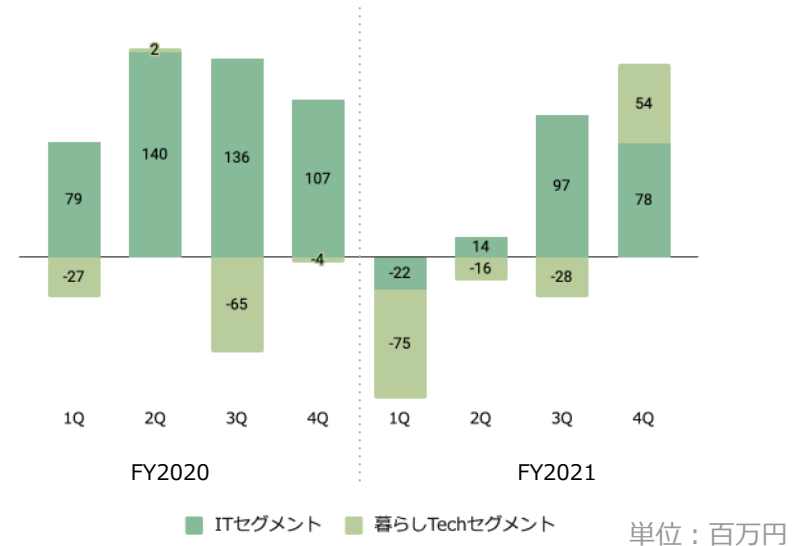
# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

事業の収益構造（セグメント別内訳 2020年～2021年3月期）

売上高の推移（四半期）



営業利益の推移（四半期）



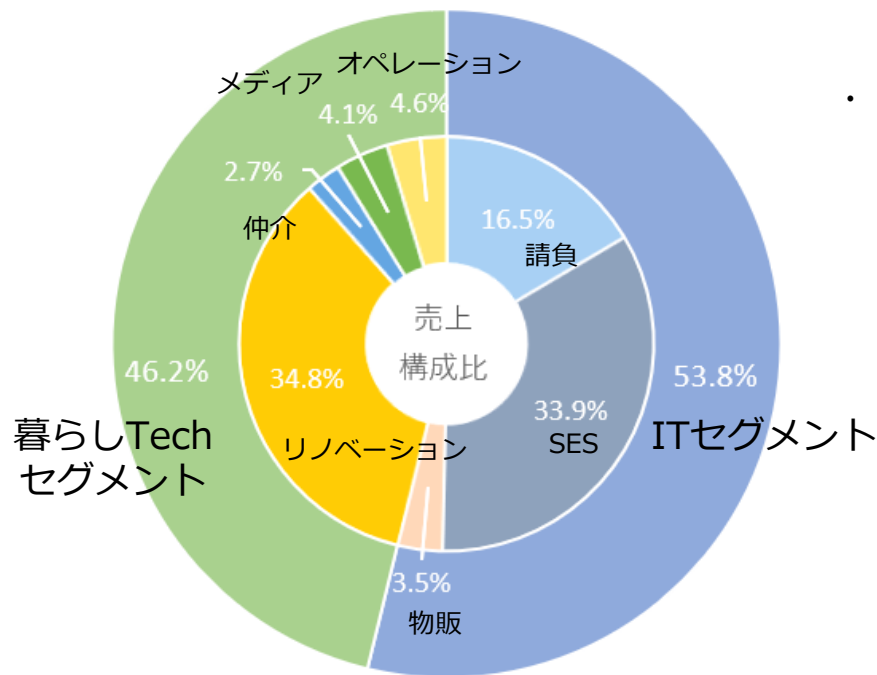
## 暮らしTechセグメントの営業利益について

- 暮らしtechセグメントの営業利益につきまして、新型コロナ問題にともなう売上減少に起因する営業利益が減少と、一部のシェアオフィス（goodoffice）でテナント退去に伴う稼働率の低下が大きく影響しております。
- そのような状況の中、シェアオフィス（goodoffice）事業につきまして、2021年4月1日に登録有形文化財である新橋「堀ビル」一棟をリノベーションし、goodoffice新橋として提供する設備投資をおこないました。
- コロナ問題で厳しい状況のなか、今後のビジネス拡大に向け投資を継続したことにより、暮らしTechセグメントの営業利益は限定的に推移しております。

# 1 | G/D/Hビジネスのビジネスモデル

## 事業の収益構造（セグメント別内訳 2021年3月期）

サービス別の売上構成比



事業収益構造の概要

- 2021年3月期は前年度と比較し、新型コロナ問題によりITセグメントの「請負」と「物販」、暮らしTechセグメントの仲介で第1四半期当初より売上、利益ともに大きな影響を受けました。
- 第3四半期に入り市場が動き始め、暮らしTechセグメントのリノベーションを中心に前年対比でプラスに転じました。

セグメント・サービス毎の売上構成比の推移	前年度売上比率	2021年3月期売上比率
<b>ITセグメント</b>	59.0%	53.8%
請負	23.7%	16.5%
SES	30.0%	33.9%
物販	5.4%	3.5%
<b>暮らしTechセグメント</b>	41.0%	46.2%
リノベーション	31.7%	34.8%
仲介	3.7%	2.7%
メディア	2.8%	4.1%
オペレーション	2.7%	4.6%

# Index

1. ビジネスモデル  
(事業の内容、収益構造)
2. 市場環境  
(市場規模、競合環境)
3. 競争力の源泉
4. 事業計画  
(成長戦略、経営指標、進捗状況)
5. リスク情報

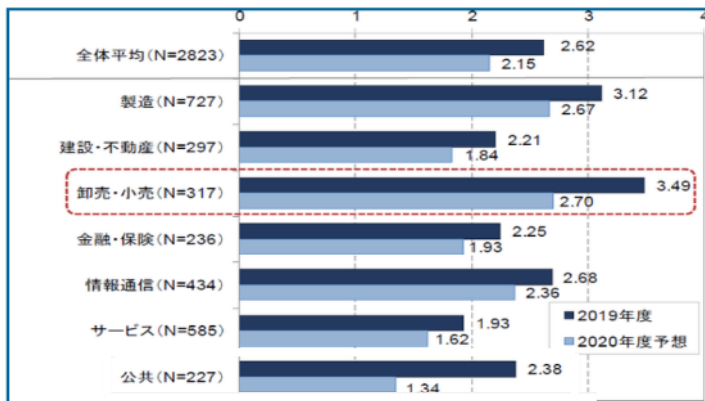
## 2 | 市場環境

### ITセグメント事業領域の環境

#### IT事業領域を取り巻く環境

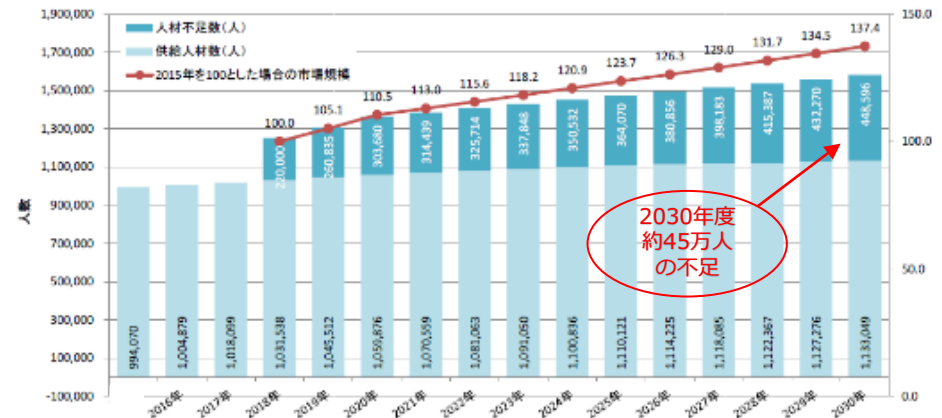
コロナ問題以前の環境につきましては**投資意欲が流通・小売を中心として高く、またIT人材については不足傾向が続いておりました**。その傾向はコロナ問題後も継続すると思われます。またIT投資意欲をカテゴリで見ると「全社的なデジタルビジネスの戦略策定」や「デジタル技術を活用した新たな収益源の創出」など**企業変革DXの実現への意欲は高く、コロナ問題以降一層優先度はあがる**と思われる。

#### < 業種別IT投資動向 >



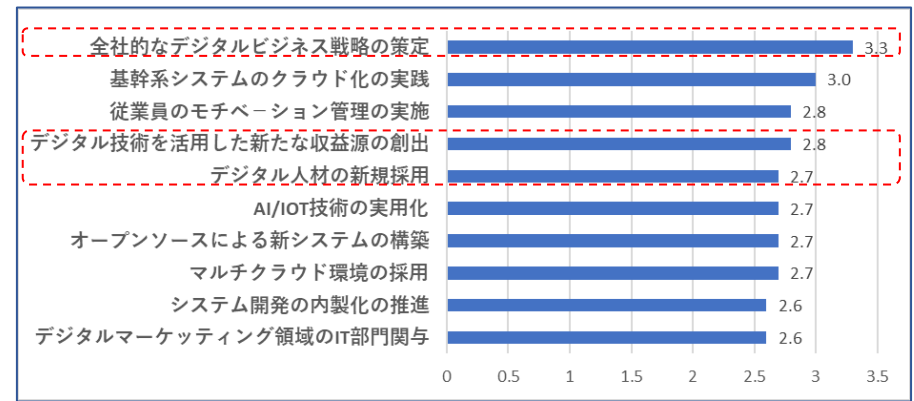
出典：「IT投資動向調査2020」アイ・ティ・アール (ITR) 2019年12月

#### < IT人材の「不足」(需要)に関する試算結果 >



出典：IT人材需給に関する調査 経済産業省 2019年

#### < 主要なIT動向の重要度指数 >



出典：「IT投資動向調査2020」アイ・ティ・アール (ITR) より抜粋

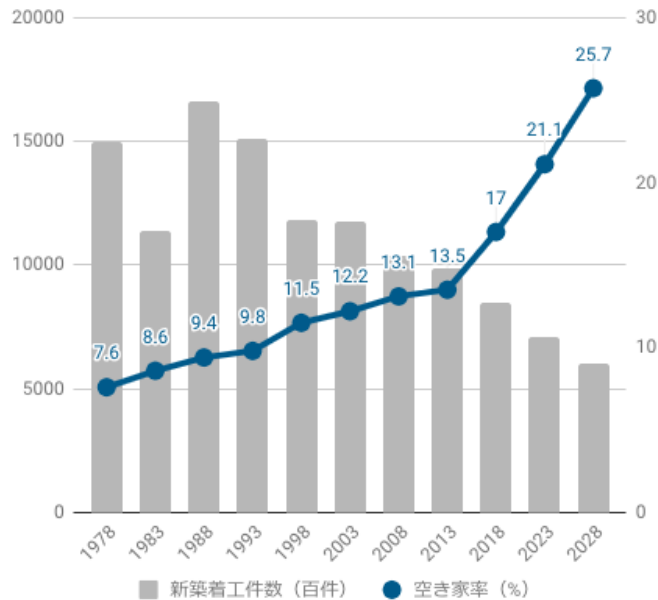
## 2 | 市場環境

### 暮らし Techセグメント事業領域の環境

#### 暮らしTechセグメントを取り巻く環境

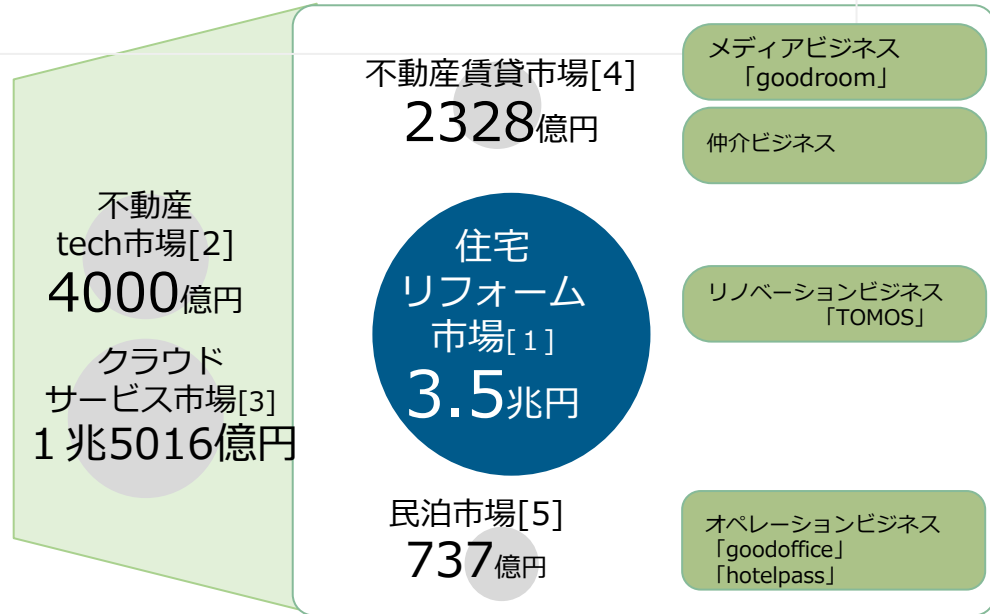
新築の住宅着工件数は減少傾向にあり、空き家率は今後も増加していく見込み。一方でリノベーションのニーズは高まってきている。

<新築の着工件数と空き家率の推移と予測>



国土交通省「住宅着工統計」総務省「住宅・土地統計調査」をもとに作成  
2018年以降は野村総合研究所「2030年の住宅市場」による予測値

<暮らしTechを取巻く市場> (それぞれの市場規模)



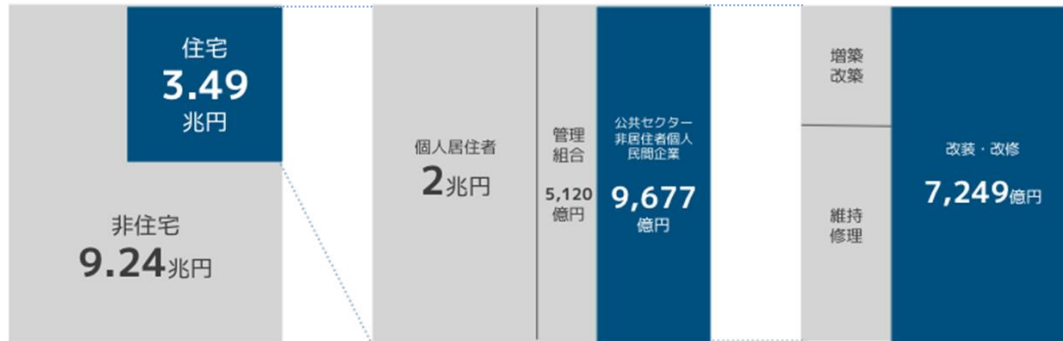
- [1] 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」2019年度
- [2] 矢野経済研究所「2021年版 不動産テック市場の実態と展望」(2021年)
- [3] IDC Japan株式会社「国内パブリッククラウドサービス市場予測を発表」(2021年)
- [4] 株式会社日本能率協会総合研究所「MDB市場情報レポート」(2005年)
- [5] りそな総研発表推計値(2019年)

## 2 | 市場環境

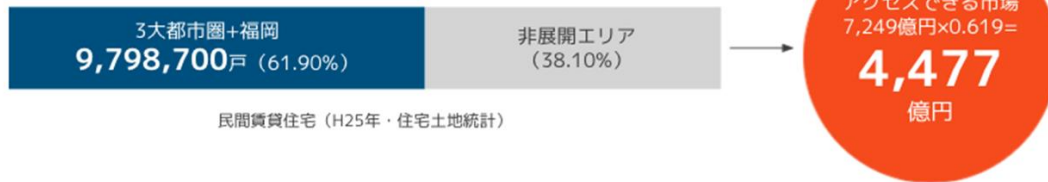
### 暮らしTechセグメント事業領域の環境

#### 暮らしTechセグメント「リノベーションサービス」のターゲット市場環境

- ・リフォーム市場の中でも「住宅」、主に「民間企業向け」の「改装・改修」のセグメントにフォーカス（7,249億円）
- ・アクセス可能な市場規模は当社が拠点展開する3大都市+福岡分として4,477億円と想定



リノベーション市場 (12.7兆円)      住宅リノベーション市場 (3.49兆円)      対象発注者市場 (9,677億円)  
国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」2019年度 (注)



注：コロナ禍影響前の実績値として国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」2019年度を使用し算出

#### 競合比較

	ビジネスモデル	自社施工ブランド	客付けメディア	仲介	展開
A社	民間企業の所有する中古マンション空室物件を購入希望者に紹介しリフォーム実施を提案	特になし	リノベ前中古マンション紹介	なし	全国
B社	中古物件を一棟または1戸単位で自社で仕入れ、リノベーションした後、一般顧客に分譲。	特になし	施工物件紹介ページあり	売主	関東
GDH goodroom	オーナー様 (民間企業) が保有する中古物件のリノベーション実施をオーナー様に提案	TOMOSブランド (無垢材を特徴としたリノベーション)	自社メディア goodroom	あり	3大都市+福岡

特徴：オーナー様保有物件の老朽化に伴う**空室対策**として、(無垢材を中心とした) TOMOSブランドのリノベーションを提供するとともに、自社メディア「goodroom」等を通じた早期の客付けと高い成約率、そして契約から入居までをワンストップで提供します。

## 2 | 市場環境

コロナ環境における市場の変化（2021年3月末現在）

### コロナ禍でビジネス環境、住環境、オフィス環境に新しい変化が出始めている

#### 市場環境への影響

小売・流通業の対面ビジネス自粛

コロナ禍の中、百貨店が対前年比-25.5%(2020年度)等、業種により明暗がみられた。業種に関わらずネット販売の比重が増加（例：衣料のネット販売対前年20%の伸び）

※出典：「2020年小売業販売を振り返る」経済産業省経済解析室 2021年4月  
「小売業界におけるCOVID-19のビジネスインパクト」PwCネットワークStrategy& 2020年5月

DX推進の需要が加速

コロナ禍の結果、リアルとネットの融合、デジタル化のニーズが高まるとともに、運用コスト削減（ベンダーロックイン排除）の動き

※出典：レポート「DXレポート2.1（DXレポート2 追補版）」経済産業省 2021年8月25日

オフィス空室率の上昇

東京都心5区既存ビルの3月時点、空室率は5.38%となり13ヶ月連続で上昇

※出典：オフィスマーケット（3月データ）[2021年3月号]/三鬼商事株式会社

賃貸住宅の賃料上昇鈍化（首都圏）、地方は上昇

東京23区の今期（2021年3月期）賃料はリモートワークの普及による転出超過などに起因し2期ぶりに低下傾向が続く。地方主要都市は堅調に推移。

※出典：マンション賃料インデックス公表資料 [2021.03.22]/(株)三井住友トラスト基礎研究所、アットホーム(株)

宿泊施設稼働率の低下

3月の延べ宿泊者数は2,726万人泊、前年同月比+13.9%だがコロナ前の水準(一昨年)の50%程度

※出典：宿泊旅行統計調査/観光庁

# Index

1. ビジネスモデル  
(事業の内容、収益構造)
2. 市場環境  
(市場規模、競合環境)
3. 競争力の源泉
4. 事業計画  
(成長戦略、経営指標、進捗状況)
5. リスク情報



### 3 | 競争力の源泉

IT：ユーザ企業ビジネス変革（DX及びOMOの実践）のパートナー

DX推進に求められる価値創造型ビジネスの実践  
（これまで）

大手Sierとの得意分野を活かした協業

大手流通小売り・専門店との共創

- ✓ 小売・流通業の業務改革支援のノウハウと実績
- ✓ 金融業界向け決済業務のノウハウと実績
- ✓ モバイル、AI、AR/VR、ペイメント等の開発技術
- ✓ realとnetの融合モデル、OMOアプローチモデル

暮らしTechに対するビジネス（IT）プラットフォームの提供（開発/運用）

- ✓ 消費者向けプラットフォームとしての開発運用実績
  - ・ goodroomプラットフォーム
  - ・ livingpassプラットフォーム

ユーザー企業DX/OMO推進への  
モデルを提供（これから）

ユーザ企業DX推進の全方位パートナー  
になりえるポテンシャル

ユーザ企業の変革、DX推進を支援できる知見と共創する力

DXに必要な技術/ノウハウの提供主体

共通プラットフォームの提供主体

新ビジネス・サービスの提供主体

「DX推進に求められるベンダー企業像の4形態」を全て提供可能（経済産業省「DXレポート2」）

### 3 | 競争力の源泉

暮らしTech : ① TOMOS リノベーションのブランド力の強化

#### リノベーションブランド「TOMOS」の商品力/サービス拡大を推進しブランド力強化

TOMOSリノベーション

リモートワーク対応のリノベーション



**オーナー様の資産価値を高めるリノベーション**  
自宅で過ごす時間が増え、ニーズや価値観が変化していることを受け、より心地良さや手触り感を追求し、使用部材やデザインの見直し（商品力強化）



**賃貸住宅内でも仕事ができる環境を構築**

コロナ禍でリモートワークが普及・浸透することを踏まえ、リモートワーク対応を追加（サービス拡大）

### 3 | 競争力の源泉

#### 暮らしTech：②一気通貫（ワンストップ）でのサービス提供

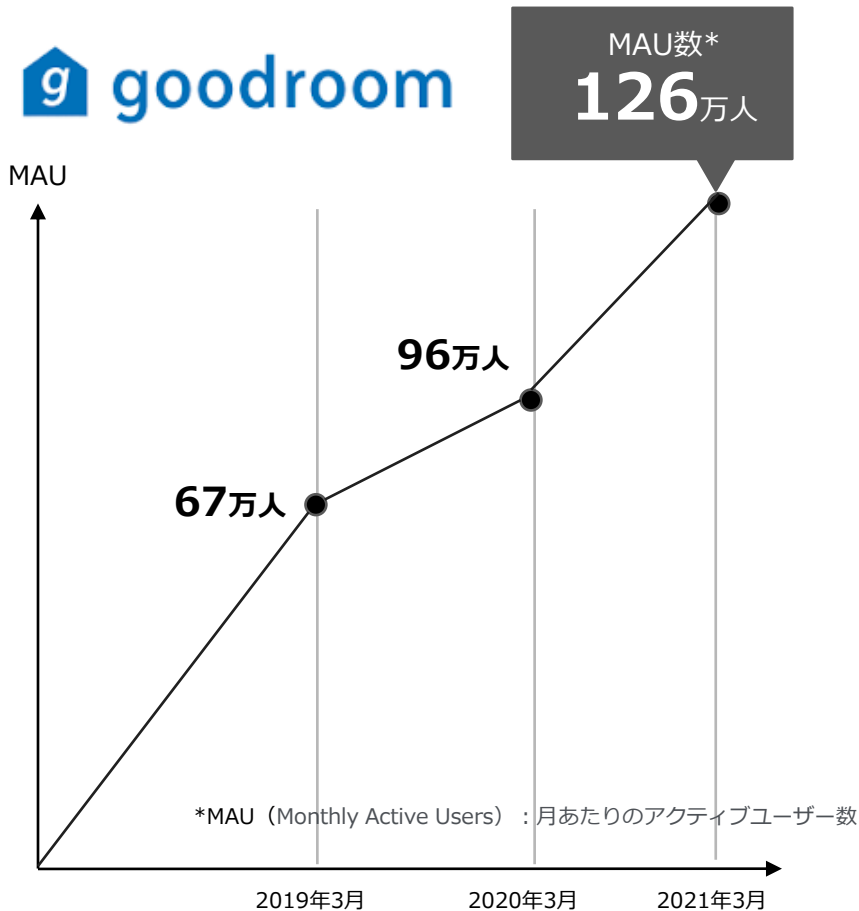
通常、別々の企業から提供されるサービスをワンストップで提供可能  
「どこにもないふつう」の空間を提供。  
(TOMOSリノベーションの施工からgoodroomでの入居者募集、そして運営まで)



### 3 | 競争力の源泉

暮らしTech：③賃貸不動産仲介サイトgoodroomのボリュームと集客力

ユーザー目線のサービスでユーザー拡大、仲介/リノベーションとの相乗効果



ソーシャルメディア  
マーケティングによる  
ブランディング

f 133,000 follow

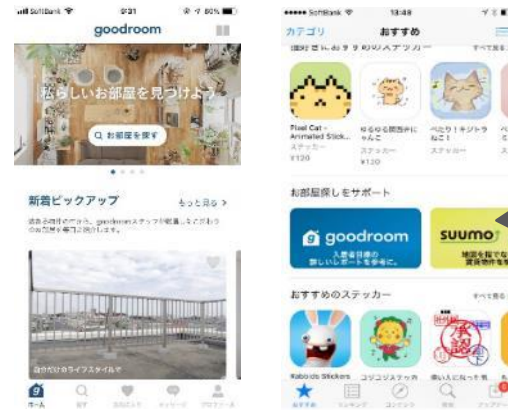
t 19,700 follow

i 218,000 follow

フォロワー数\*\*  
38万人

不動産系SNSで最大級

\*\*2021年3月末時点



累計DL数\*\*\*  
171万人

\*\*\*2021年3月末時点

# Index

1. ビジネスモデル  
(事業の内容、収益構造)
2. 市場環境  
(市場規模、競合環境)
3. 競争力の源泉
4. 事業計画  
(成長戦略、経営指標、進捗状況)
5. リスク情報

# 4 | 事業計画

## 成長戦略

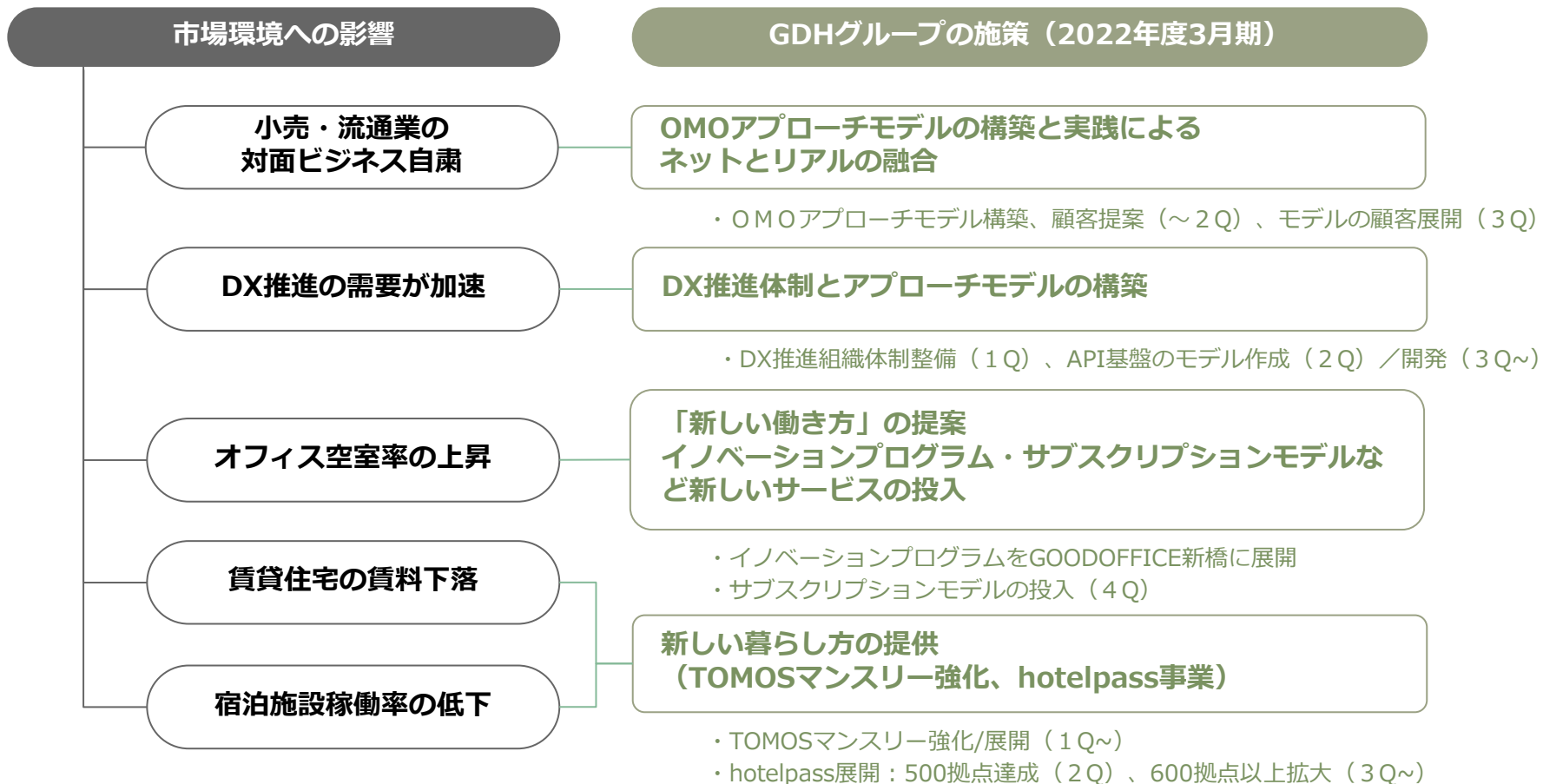
- ビジョン コロナ禍を経て、ビジネス、住環境、オフィス環境に不可逆的変化が起きています。その変化／変革を支援することで「どこにもないふつう」を創出していきます。



# 4 | 事業計画

## 成長戦略

### ■ コロナ禍でビジネス環境、住環境、オフィス環境に新しい変化が出始めている



# 4 | 事業計画

## ITセグメントの戦略（動き）

### ■ 流通小売業界向けDXの推進例

#### お客様の課題（現状）

##### システムの密結合状態

〔DX推進を阻害する課題例〕

- 業務の追加・改善に時間とコストが掛かる  
→ 開発とテストで多くの時間と工数が必要
- OSやミドルウェア等のバージョンアップ時には「業務アプリケーション」にまで影響  
→ テストや改修に多くの時間と工数が必要
- HW(POS,セルフ、ハンディ端末,PC等)ごとに異なるベンダーやシステム、またHW内にSWが一体化されているため、導入／保守コストが高い

特定ベンダーの製品・技術 への 依存(ロック・イン問題)

クラウド型  
API共通  
プラットフォーム  
の導入

#### OMOアプローチモデルの導入(これから)

##### システム疎結合の実現

- ①クラウド型API共通プラットフォームの提供  
→ HWとSWを完全分離  
・UIとビジネスロジックを単独で変更可能  
・HWやOSからの解放
- ②プラグイン型ソフトウェア構造  
→ 店舗・業態別・スタッフ向け/お客様向け等、機器含め自由な組合せが可能
- ③顧客の共同内製チームによる推進  
→ スピードを持ったフロントシステムの改善、運用改善、業務改善

\*保守コストを含めたトータル維持コスト削減が可能  
DXの推進が加速可能

真のユーザー主導の実現

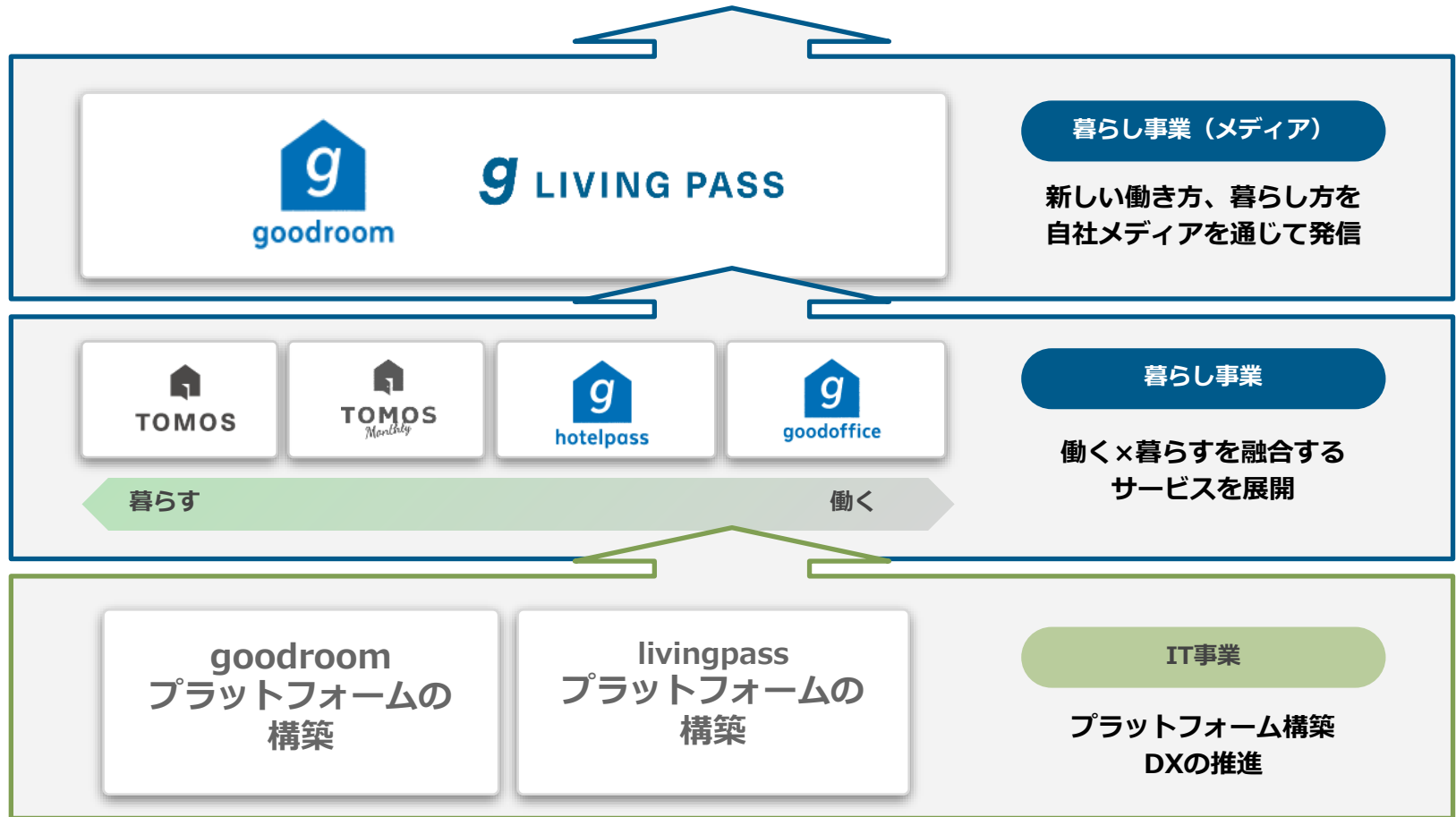
HW: ハードウェア  
SW: ソフトウェア  
OS: オペレーションソフトウェア



# 4 | 事業計画

## 暮らしTechセグメントの戦略（動き）

暮らしtech（暮らし事業をメディアやITサービスを通じ、エンドのお客様に直接提供）



# 4 | 事業計画

## 暮らしTechセグメントの取組① : hotelpass

### 場所にとらわれない暮らし方を提供



都心で優雅に暮らす  
出典:渋谷スリム イケルホテル東急

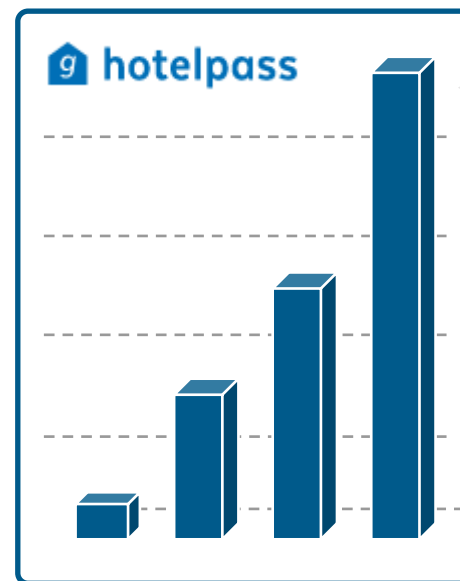
出張時にも心地よいホテルに  
出典:名古屋 JRゲートタワーホテル



リゾート地でワーケーション  
出典:東急ステイ沖縄那覇



### 掲載施設数は急速に拡大中



累計**600**施設  
(2021年9月末時点)

各種マスコミにも掲載  
多くの反響を得る

2020.08.24  
日本経済新聞電子版  
2020.10.01  
NHK総合1  
2020.10.06  
テレビ東京WBS  
2020.12.15  
NHK BS1  
その他  
読売新聞・ネット媒体

ライフスタイルホテルをはじめ、大手ホテルも順次掲載拡大中

※掲載施設より一部抜粋



## 4 | 事業計画

### 暮らしTechセグメントの取組②：goodoffice事業

#### 多様な働き方をお手頃に提供できるサービスを実現

今後の働き方



縮小型オフィス



自宅リモート



多拠点シェアスペース

オフィス機能の分散化が進む



goodoffice新橋（多拠点利用）



トモアパートメント名鉄大里（ワーキングスペース）

## 4 | 事業計画

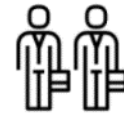
### 暮らしTechセグメントの取組③ : goodoffice事業



サテライトオフィスとして  
多拠点利用が可能



全国拠点で作業ができ  
働く場所を選ぶことができる  
現在のgoodoffice拠点  
品川/有楽町/渋谷/六本木/  
日比谷/大阪/福岡



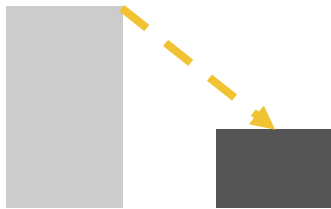
増床や縮小に  
フレキシブルに対応可能



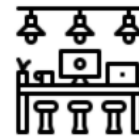
従業員の増減や機能の変化により部  
屋やプランを柔軟に変更が可能。  
打合せが多い時期は4名会議室分増  
床などの使い方もかあります。



縮小移転で賃料負担を軽減



リモートワークを加味す  
ることでオフィス面積を  
削減し、企業の賃料負担  
を大幅に抑えながら快適  
な働き方を実現します。



ラウンジや会議室など  
共用スペースを活用

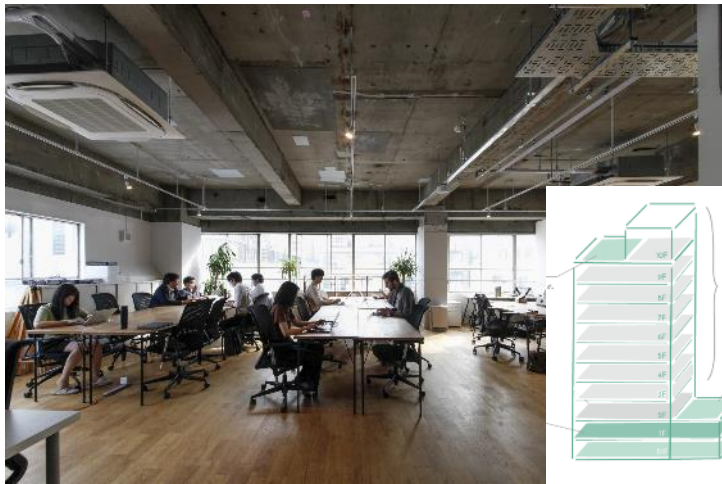


スタッフの休憩スペースや打合せ場  
所として、共用ラウンジや予約制会  
議室を活用できるので、執務スペー  
スを最小限に抑えられます。

## 4 | 事業計画

### 暮らしTechセグメントの取組④ : TOMOSリノベーション (オフィス)

#### ストックを活用し新しい視点でバリューアップを図る



病院をオフィスへ転用した一棟リノベ  
goodoffice品川



#### 建替え、再開発予定ビルの期間限定の活用

上 : goodoffice六本木

下 : goodoffice日比谷branch



## 4 | 事業計画

### グループ全体での協業推進によるビジネス創出

#### 様々なプレイヤーとの協業をGDHグループ全体で推進

テーマ  
1

#### gbDXTechnology社との資本業務提携

国内外約200社のスタートアップ企業との協業  
OMOアプローチプラットフォームへのDXの取り入れ  
それらを通じたITビジネスの創造を図る。

テーマ  
2

#### コクヨ社との資本業務提携

「新しい働き方」に関連する事業での協業  
(非接触オフィスなど)

テーマ  
3

#### 竹中工務店との共同開発



「goodoffice新橋」  
イノベーションセンターの実現  
スタートアップ企業との協業  
DXの推進

## 4 | 事業計画

### 経営指標

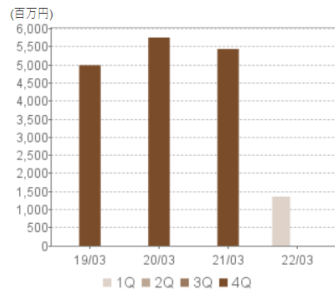
当社グループでは経営指標として「売上高」、及び「当期純利益」を経営活動の成果と、将来業績の指標としております。

グループ内での事業活動におきましては別途KPI(Key Performance Indicator)を設定し活動しております。

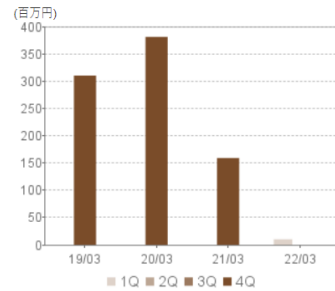
	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	(百万円) 前期比
	実績	実績	予想	(%)
売上高	5758	5442	6000	10.3
営業利益	381	159	260	63.2
経常利益	383	160	260	61.8
当期純利益	255	26	166	522.7

# 4 | 事業計画 進捗状況

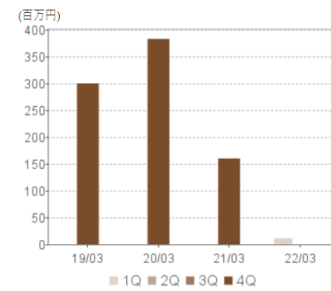
売上高



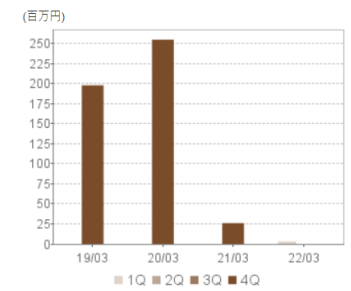
営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



	2019/03	2020/03	2021/03	2022/03
1Q	-	1,370	1,187	1,359
2Q	-	2,860	2,491	-
3Q	3,606	4,207	3,767	-
4Q	4,992	5,758	5,442	-

	2019/03	2020/03	2021/03	2022/03
1Q	-	57	-80	10
2Q	-	204	-66	-
3Q	196	278	20	-
4Q	310	381	159	-

	2019/03	2020/03	2021/03	2022/03
1Q	-	57	-81	11
2Q	-	204	-66	-
3Q	198	280	21	-
4Q	300	383	160	-

	2019/03	2020/03	2021/03	2022/03
1Q	-	24	-103	3
2Q	-	125	-78	-
3Q	130	176	-6	-
4Q	198	255	26	-

## 進捗状況

- ・ コロナ問題の影響が顕著であった2021年3月期第1四半期、第2四半期を底に売上、及び損益は改善傾向となっております。
- ・ 当2022年3月期第1四半期の売上、及び損益の状況は、引続き前年同期と比較すると大きく改善しております。



# 4 | 事業計画

## SDGsに関する取組み

### 働き方改革と取組み

#### Vision

生活提案企業としてなくてはならない存在

#### Mission

「どこにもないふつう」を作り続ける

### 働き方改革



goodofficeを通じて、働きがいと働き心地の良い空間を提供し、新しい働き方を提案してまいります。また、ITの活用により効率化を促進することで創造性をより発揮できる環境を作り出します。

### リノベーション



スクラップアンドビルドではなく、既にあるものを活かすリノベーションによって豊かな環境を提案してまいります。また、そこに集う人たちによるイノベーションの誘発も目指していきます。

### ロングライフデザイン



入退きの都度修繕が必要になるような流行り廃りのある内装ではなく、スタンダードで質感の良い空間で価値を持続させることで、つくる責任を果たしてまいります。

# Index

1. ビジネスモデル  
(事業の内容、収益構造)
2. 市場環境  
(市場規模、競合環境)
3. 競争力の源泉
4. 事業計画  
(成長戦略、経営指標、進捗状況)
5. リスク情報

# 5 | リスク情報

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとしては以下の通りです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

リスクの内容	発生可能性の程度/ 影響	対応策
<p><b>大規模災害や重大な感染症等に関するリスク</b></p> <p>今回の新型コロナ問題のような重大な感染症が急速に拡大した場合や地震や気候変動等に起因する自然災害や予期せぬ事故により経済活動の停滞が発生した場合、当社グループ、取引先企業その他、サプライチェーンにも重大な影響を与え、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>発生の可能性 : 中            発生時期 : 短/中期            事業計画の遂行への影響 : 中            ・事業及び業績への影響</p>	<p>当社グループでは大規模災害や重大な感染症に関するリスクに対応する為、基幹業務、業務コミュニケーションツール等について安全なデータセンター及びクラウドサービスの利用を推進しております。また働き方改革の側面からもテレワーク環境の整備を推進し、リモートでの業務遂行を可能とする対応を実施しております。</p>
<p><b>経営陣への依存に関するリスク</b></p> <p>当社グループの戦略決定及び事業発生業運営は、現在の経営陣による討議の結果、意思決定され、運営されております。しかしながら、当該経営陣が当社グループの事業から離脱する事象が発生し、代替の人材を迅速に確保することができな、又は同水準のコストで確保できない場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>発生の可能性 : 小            発生時期 : 中/長期            事業計画の遂行への影響 : 中            ・事業及び業績への影響</p>	<p>経営視点で事業拡大に寄与できる人材について、外部からのキャリア採用を含めて予め選抜し、経営陣とともに経営計画や意思決定等の経営活動に参加させることにより、不測の事態が発生した場合の事業停滞、緊急的な人材獲得コストの発生を予防できるよう体制強化と育成を推進しております。</p>
<p><b>新規事業、新規サービスに対するリスク</b></p> <p>当社グループの暮らしTechセグメントで新たなシェアオフィスなどを新規開設した場合や、ITセグメントで投資を伴うサービス開発を実施した場合、当初想定した売上高や収益が見込めない場合、会計上の減損処理が発生するなど当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>発生の可能性 : 中            発生時期 : 短/中期            事業計画の遂行への影響 : 小            ・事業及び業績への影響            ・相対的シェアの低下            ・ユーザ数の減少</p>	<p>新規事業や新規サービスの実施にあたり、「収支計画を含む商品化計画」の妥当性とリスクを多角的に検証します。開発中はコストや品質および開発中の市場ニーズの変化に注視し評価を実施し市場投入の判断を実施しております。また事業やサービスの開始後は定期的に再評価を実施しております。</p>

－ 続く －

# 5 | リスク情報

－ 続き －

事業等のリスク	発生可能性の程度/ 影響	対応策
<p><b>不採算プロジェクトに関するリスク</b></p> <p>ITセグメントの事業においては仕様の確定不足にともなう工数増大や納期遅延、暮らしTechセグメントではリノベーション事業で想定していなかった不具合などの品質問題や顧客との施行要件の食い違いが発生することによる工数増大増加や納期遅延などの不採算プロジェクトが発生する可能性があります。</p>	<p>発生の可能性 : 中            発生時期 : 短／中期            事業計画の遂行への影響 : 小</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業及び業績への影響 (コストの増加)</li> <li>・ 顧客満足度の低下</li> <li>・ ユーザ減少</li> </ul>	<p>当社が主体的に要件定義や仕様決めの方針を出すことでお客様の真の目的を把握し合致させることを目指します。お客様主導の場合は契約の在り方を工夫するなど、商談発生時からプロジェクトの進行を通じてリスクの早期発見と極小化の管理を行っております。品質管理につきましては協力業者も含め品質基準を設定し、早期に発見、対応ができるよう品質管理の徹底に留意しております</p>
<p><b>法的規制等に関するリスク</b></p> <p>暮らしTechセグメントの事業では宅地建物取引業法、建設業法、旅行業法、景品表示法及び関連する各種法令等により規制を受けております。ITセグメントの事業では、民法や労働者派遣法、下請法、職業安定法、労働基準法等などの労働関連法令等を含む各種法令への遵守が必要です。各種法的規制の改定、法令の新規制定等の動向を適切にフォローできず違法な状態になった場合、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>発生の可能性 : 小            発生時期 : 中／長期            事業計画の遂行への影響 : 中～大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業及び業績への影響 (業務停止等による)</li> </ul>	<p>管理本部にて顧問弁護士と連携するとともに、関係する法令の改定、法令の新規制定等の動向を注視しております。また当社グループでは各種業界団体への加盟等により、必要な情報を的確に収集するとともに、各種法令への遵守に向けた社員教育及び体制整備に努めております。</p>

# gooddaysホールディングス株式会社

## 免責事項について（ディスクレーマー）

本資料は、作成時点において当社グループが入手可能な情報に基づいて作成されています。当社グループ以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その完全性及び正確性について当社は何ら保証するものではありません。

従って、将来の経営成績等の結果は、経済環境や社会情勢等に対する顧客ニーズ・競合状況等の変化により本資料に記載された将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

## 本資料の開示について

本資料のアップデートは、年次決算後の毎年6月末を目途に開示を行う予定です。