

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

2021年12月（証券コード：3491）



GA TECHNOLOGIES

## 目次

- ・ 事業内容
- ・ 収益構造
- ・ 経営指標
- ・ 事業計画
- ・ 競争優位性
- ・ 成長戦略
- ・ 認識するリスクおよび対応策

# 事業内容

## Our ambition (私たちの志)

---

■ 「テクノロジー×イノベーションで、人々に感動を生む」は私たちの志 (ambition) であり、目的 (Purpose) でもある。この目的を達成するために、未だ解決されていない大きな課題に取り組む

■ 生活に不可欠な「衣食住」の中で最も進化が遅れている「住 (不動産)」にテクノロジーを持ちいれ、「Our ambition」に基づく事業活動を通じて社会課題の解決を行う

# OUR AMBITION

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.

# GA technologies Groupが取り組む課題

■住（不動産）は、「老朽化・空き家問題・情報の非対称性・価格や手数料の不透明さ・アナログな業界・縦割りの業界構造・取引の煩雑さ」などの課題を抱える

■その中でも「アナログ・情報の非対称性・ユーザー体験」の3つの不動産課題をテクノロジーを活用し解決することで、透明性、利便性の高いなめらかな不動産取引を目指す。さらに、それらを通じてより大きな社会課題の解決に取り組む

## 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 Groupの事業構成

FY2021.10.4Qから

## RENOSYマーケットプレイス

### ・オンラインランザクション

iBuyer事業、Living事業、パートナーズ

### ・サブスクリプション

RENOSY ASSET MANAGEMENT “RAM”  
(アセットマネジメント事業)

### ・サードパーティーサービス

(旧アドバタイジング事業)

※サードパーティーサービスは新規事業にて計上 ●

## ITANDI

### ・SaaS

仲介会社向けSaaS  
管理会社向けSaaS

### ・マーケットプレイス

ITANDI BB  
OHEYA GO

## 新規事業等

### ・RENOSYマーケットプレイス関連事業

RENOSY X  
神居秒算  
サードパーティーサービス



注1) 会計上の報告セグメントについては、2021年10月期以前は「RENOSY事業」の単一セグメントであるが、2022年10月期より「RENOSYマーケットプレイス」、「ITANDI」の2つのセグメントに変更予定。なお、上記「新規事業等」は会計上は「その他」に含む。

# 各事業のミッション

## ■ RENOSYマーケットプレイス

データドリブンな不動産プラットフォームを構築し、自社エージェント(セールス)による透明性の高い不動産取引を行う

住まいさがしや、不動産を活用した資産形成を、もっと身近で取り組みやすいものに変えていく

## ■ ITANDI

くらしと人をつなぐプラットフォームを実現するために、ToB/ToC双方の領域でSaaSとマーケットプレイスを提供

短期的には不動産取引をなめらかにすることを目指しつつ、中長期では入居後の「くらし」全般のアップデートを目指す

## RENOSYマーケットプレイス

事業ミッション

# 住まい探しと資産運用をもっとカンタンに

提供サービス・プロダクト

## RENOSY



## ITANDI

事業ミッション

# くらしと人をつなぐプラットフォームに

提供サービス・プロダクト

## ITANDI BB ITANDI BB+



## OHEYA GO オヘヤゴ



A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

# RENOSYマーケットプレイス



## RENOSYマーケットプレイス サービス概要

「住まい探しと資産運用をもっと  
カンタンに」をコンセプトとした  
RENOSYマーケットプレイスは  
3つのサービスからなる

# 住まい探しと資産運用をもっとカンタンに

オンライン  
トランザクション

サブスクリプション

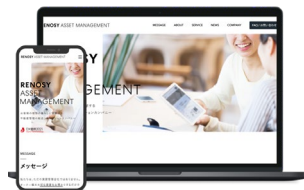
サードパーティー  
サービス

## RENOSY



すべての不動産取引を  
RENOSYマーケットプ  
レイス上で行う

## RENOSY ASSET MANAGEMENT



オーナー所有の不動産に  
対して、定額かつ独自の  
管理プランの提供

## RENOSY



RENOSY会員に対して  
他サービスの提供

# RENOSYマーケットプレイス ビジネスモデル

## ■RENOSYマーケットプレイス

不動産を投資する、売る、貸す、借りる等に興味を持った人を集客

## ■オンライントランザクション

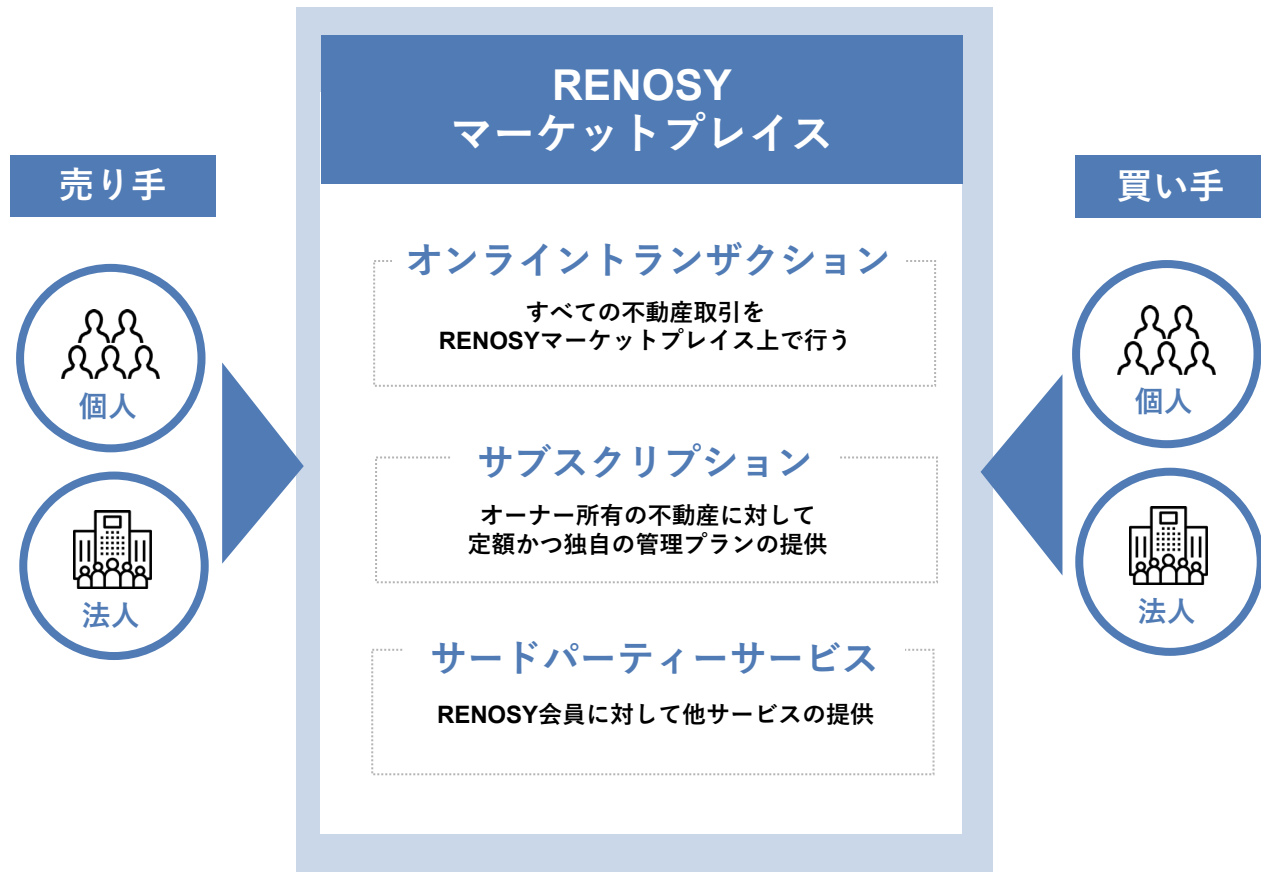
RENOSYマーケットプレイス上で、投資する、売る、貸す、借りる等の需給マッチングだけではなく、自社でセールスを抱え全ての不動産取引を行う

## ■サブスクリプション

不動産を所有するオーナー様向け管理事業として、資産価値を守る定額サービスを複数プランで提供

## ■サードパーティーサービス

RENOSY会員向けに、デジタル接点強化による他の関連サービスの提供



# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション ビジネスモデル

■オンライントランザクションでは、RENOSYマーケットプレイス内で、買い手のみならず、売り手DXを推進

■不動産業界は一般的に、売り手、買い手を見つける仲介業者の存在により、不動産売買時に仲介手数料が発生

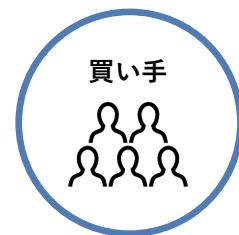
■売り手、買い手の双方のオンライン化により、RENOSY内での顧客体験が向上し、さらに使いやすくなることで取引量が増加

■顧客体験向上および機能強化により、メディア価値を上げ、RENOSY利用の付加価値に対しての手数料が発生する

## 不動産業界一般



## RENOSY 不動産取引のオンライン化による顧客体験向上



RENOSY利用の付加価値に対しての手数料

# RENOSYマーケットプレイス サブスクリプション ビジネスモデル

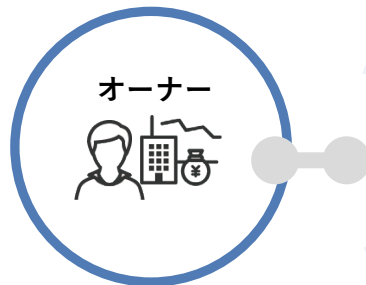
■ RENOSYマーケットプレイス  
(オンライントランザクション)  
売上拡大がベースとなり、販売戸  
数の100%流入による、毎月の管理  
戸数増大は、業界トップ水準

■ 不動産投資運用の資産管理を“賃  
貸管理“に留まらない、独自の長期的  
・安定的、豊富なサービスライ  
ンナップを備え、月額サブスク  
リプションで提供。

■ 事業のDXを通じて、オーナーを  
はじめとしたRAMに関わる全ての  
人々の顧客体験および生産性の向  
上を実現

RENOSYマーケットプレイス

オンライン  
トランザクション



- ・豊富な管理プラン
- ・定額サービスによる  
資産運用リスクの低減
- ・独自の資産管理サービス提供
- ・家賃送金
- ・リノベ提案

RENOSY  
ASSET  
MANAGEMENT

DXの活用  
による生産性向上



- ・家賃
- ・設備交換
- ・トラブル対応



- ・原状回復
- ・リノベーション

# RENOSYマーケットプレイス サードパーティサービス 事業開始の背景

## ユーザー課題

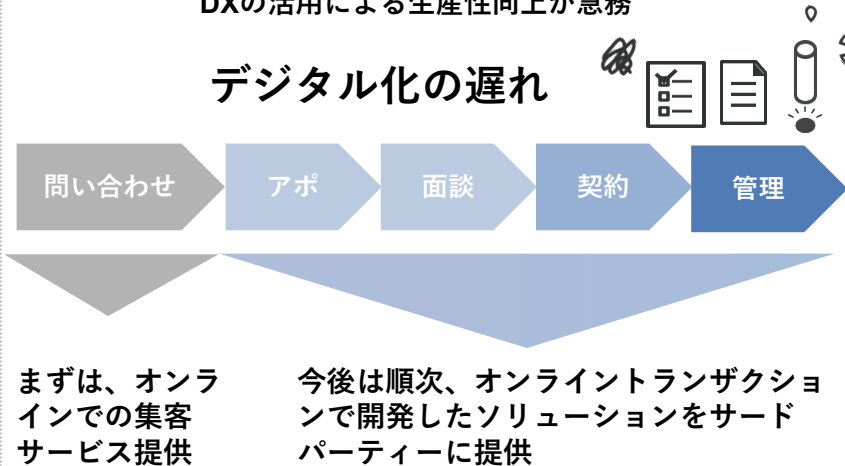
お金にまつわる不安や課題はあるが、「面倒」「複雑」「今やる必要を感じない」などやらない理由も多く、結果として対策遅れに



## 業界課題

業界の商習慣として電話、FAX、紙でのサービス提供を行ってきたことを背景に、生産性向上に大きな課題があり、DXの活用による生産性向上が急務

### デジタル化の遅れ



# サードパーティサービス 事業開始へ

# RENOSYマーケットプレイス サードパーティー サービス ビジネスモデル

■RENOSYマーケットプレイスで  
獲得した会員に対して、さらなる  
顧客接点の拡大が目的

■老後資金、資産形成、相続と  
いったお金にまつわる不安や不便  
に対して、DXを活用して、さま  
ざまな商品ランナップを提供

■RENOSY会員に対して、顧客体  
験、業務生産性の向上に努め、  
サードパーティにおいてもマー  
ケットシェアを拡大



## マーケットシェア拡大へ

## RENOSYマーケットプレイス 海外展開

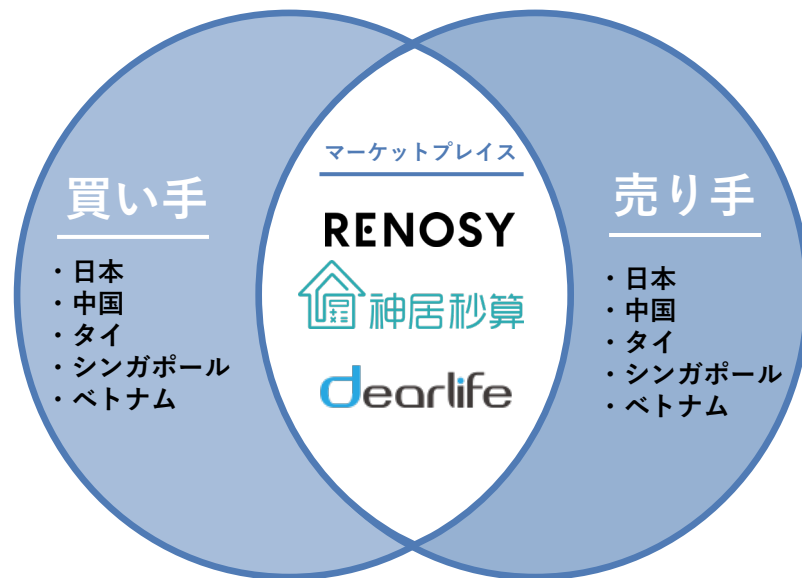
■各国の買い手、売り手をマーケットプレイスでマッチングし、クロスボーダーでの不動産取引を実現

■RENOSYと神居秒算で既に多くの会員を獲得

■ディアライフのM&Aにより、東南アジアでの買い手、売り手獲得を目指す

■テクノロジーとリアル融合により、今までにない顧客体験の創造を追求

# クロスボーダーでの不動産取引を目指す



### GA technologiesグループだからできる理由

- ✓ 既に日本人・中国人の買い手がいる
- ✓ ディアライフの東南アジア(6.6億人)展開
- ✓ テクノロジーとリアル融合

# 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

**FY2021.10実績**

売上800億達成により  
シェア率伸長

5.3%

**FY2022.10見込み**

売上1,000億達成により

6.6%

**今後**

サードパーティサービ  
スを含めて、早期の  
シェア拡大を目指す

20%

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**20%**へ拡大を目指す

シェア6.6%へ伸長

GA technologiesのシェア5.3%

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)



A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

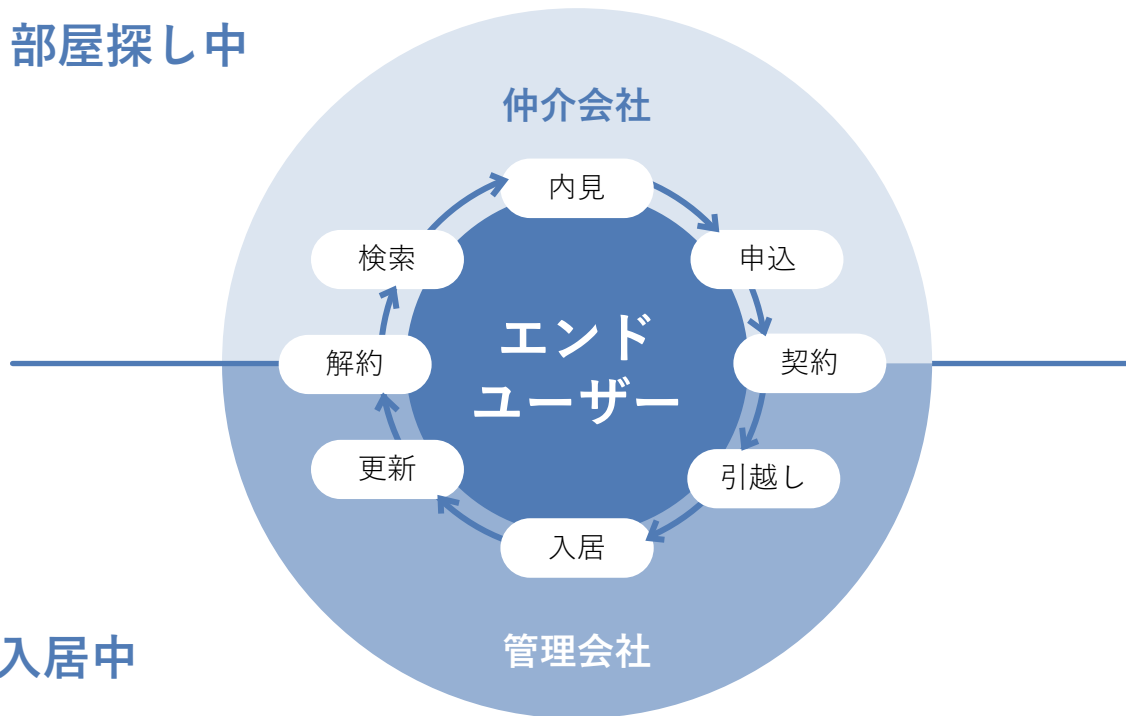
**ITANDI**

■短期的にはSaaSとマーケットプレイスを通じて不動産取引をなめらかにすることを指す

■長期では不動産も含めた入居後の「暮らし」全般をアップデートするプラットフォームを目指す

# くらしと人をつなぐプラットフォームに

## 部屋探し中



## 入居中

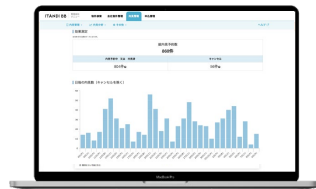
■ビジョンを達成するため、  
SaaS・マーケットプレイスの双方  
でサービスを展開

■各サービスはリアルタイムな物  
件データを共有しており、独自の  
ポジションを築く

# くらしと人をつなぐプラットフォームに

## SaaS

### ITANDI BB+



管理会社向け



仲介会社向け



## Marketplace

### ITANDI BB



不動産会社向け  
業者間サイト

### OHEYA GO

オヘヤゴ

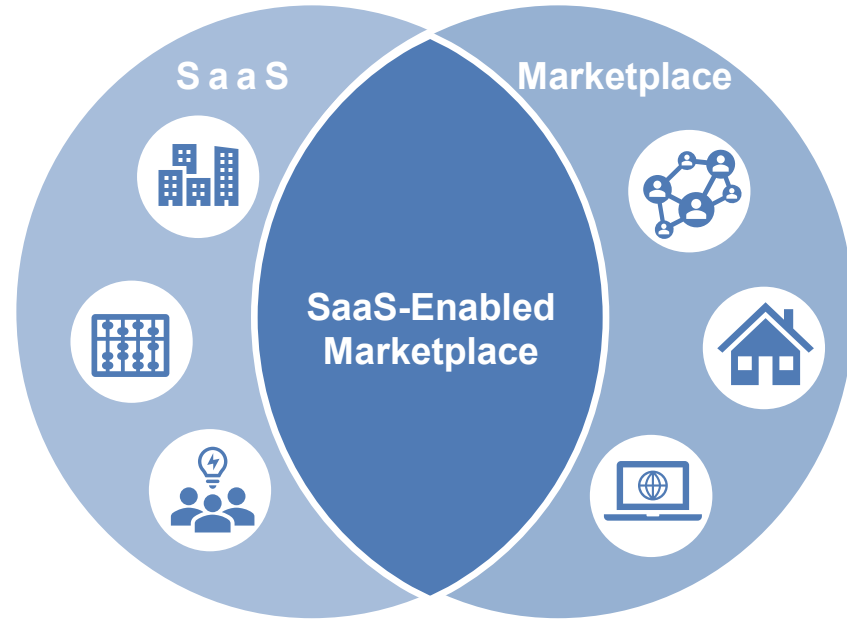


セルフ内見型  
賃貸サイト

## ビジネスモデル

■ SaaS、マーケットプレイスそれぞれの強み弱みを補完するビジネスモデル（SaaS-Enabled Marketplace）を構築し、スピード感ある成長を目指す

ネットワーク効果が働かずシェア拡大にコストがかかる一方、業務に入り込むため他社からリプレースされづらい。



スイッチングコストは低いが、ネットワーク効果が働くと急速にシェアを拡大し独占的なポジションを築きやすい。

イタンジが狙うのはSaaSとMarketplaceの強み弱みを相互補完するSaaS-Enabled Marketplace

## ITANDI ITANDI BBとは

■ ITANDI BBは管理会社向けSaaS  
(ITANDI BB+) を組み込んだマー  
ケットプレイス

■ 内見予約や電子入居申込の機能  
を仲介会社がITANDIBB上で利用し、  
仲介業務を行う

■ 管理会社は物件掲載をすること  
で、管理会社向けSaaSの機能が利用可能

■ 上記が他社の業者サイトにはな  
い機能として評価され、管理と仲  
介双方の業務効率化に貢献



物件確認不要の  
リアルタイム  
データベース

利用拠点

40,000 店舗

月間閲覧回数

300 万回

不動産賃貸業務を  
ワンストップ  
& オンライン化

月間WEB内見予約

87,000 件

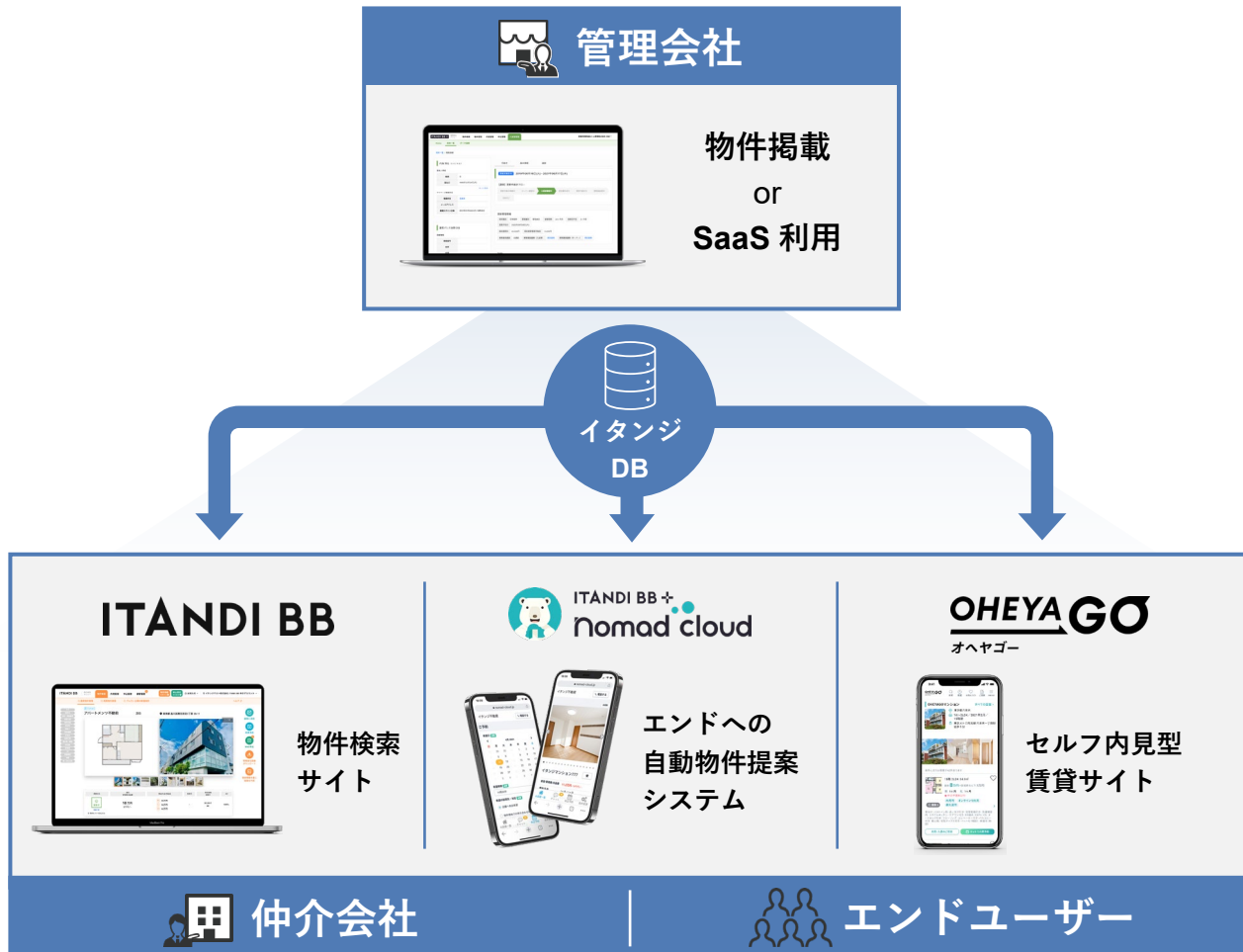
月間Web申込

40,000 件

# ITANDI リアルタイムデータ ベースの活用

■管理会社がITANDI BBに物件を掲載する、またはSaaSを利用するとイタンジのDBに物件データが蓄積される

■蓄積されたデータはリアルタイムな物件情報として各種マーケットプレイスに掲載、または仲介会社向けSaaSのコンテンツとして利用され、管理会社の空室率改善ニーズに応える



# ITANDI TAM

■不動産業界のDXニーズを捉えて、デジタルとリアル双方を掛け合わせた価値提供を行う

■電子入居申込のように今までになかったマーケットの創出を行うことでTAM自体の拡大も同時に実現

■特に市場規模の大きい不動産周辺領域ではリアルタイムな物件データベースを活かした新規事業によりスケールを狙う

**OHEYA GO**  
オヘヤゴー

1,900億円 注1

**ITANDI BB**  
業者間サイト/  
物件DB

**ITANDI BB+**  
  
管理向けSaaS

6,267億円 注2

**ITANDI BB+**  
 **Nomad cloud**  
仲介向けSaaS

**不動産周辺領域**

9,633億円 注3

約**1.8兆円**

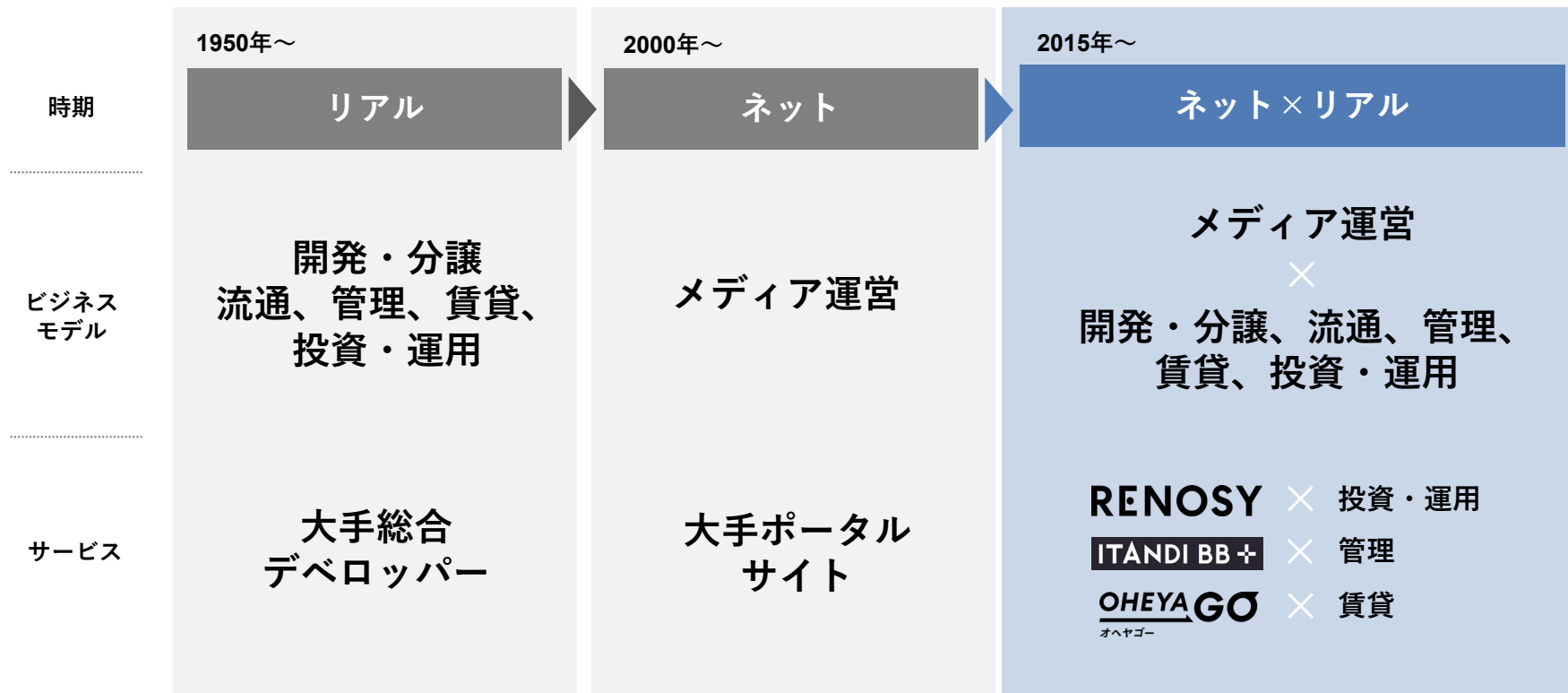
注1 株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」(2019年8月)、全国賃貸管理ビジネス協会「全国家賃動向」(2019年9月)を参考に推計

注2 株式会社矢野経済研究所「不動産テック市場に関する調査」(2018年11月)を参考に推計

注3 家賃保証、引越し、原状回復、くらしサポートの市場規模推計。

株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」(2019年8月)、一般社団法人リサーチセンター「ホリスティック企業レポート 日本住宅サービス(8945 東証マザーズ)」(2011年6月)を参考に推計した233万件をもとにそれぞれ集計。家賃保証：「家賃債務保証の現状」経済産業省、「全国家賃動向2021年4月調査」全国賃貸管理ビジネス協会を参考に推計。引越し：りんごくんの引越し総研を参考に推計。原状回復工事：年間の賃貸契約件数233万件にRAMおよび同業他社の原状回復費用の平均値を参考に推計。暮らしサポート：「ジャパンレスキューシステムレポート」株式会社シェアードリサーチを参考に推計。

# GAtechnologiesGroupのユニークなポジショニング





# 收益構造

# 通期業績ハイライト (連結)

## ■連結業績

グループの成長を牽引している  
RENOSYマーケットプレイスは堅調に  
売上高を拡大。事業部利益は確保しているが、  
想定外の粗利には届かず連結利益は減益。  
期初、連結利益確保の前提で投資計画を組んだが、  
粗利の低下により投資が先行

## ■RENOSYマーケットプレイス

マーケットリーダーを目指しトップラインの  
拡大に成功。粗利額も初の100億円を突破。  
事業部利益は60億円を計画してものの、  
手数料の低下により目標を下回る

## ■ITANDI

ARRは初の10億円超えで、順調に拡大。  
粗利率も約80%とSaaSの特徴である高い  
基準を維持

## ■新規事業等

神居秒算はコロナ禍の影響により減収減益。  
他新規事業は来期以降の回収フェーズに  
向けての準備期間

売上高

85,388 百万円

YoY+35%

売上総利益

11,447 百万円

YoY+16%

営業利益

△ 39 百万円

	RENOSY マーケットプレイス	ITANDI	新規事業等	本社費	連結調整	連結合計
売上高	83,616	1,170	727	-	▲126	85,388
売上総利益	10,334	934	201	-	▲23	11,447
粗利率	12.36%	79.85%	27.70%	-	-	13.41%
事業部利益 (営業利益)	3,778	14	▲83	▲3,044	▲704	▲39

注1) 会計上の報告セグメントについては、2021年10月期以前は「RENOSY事業」の単一セグメントであるが、2022年10月期より「RENOSYマーケットプレイス」、「ITANDI」の2つのセグメントに変更予定であり、当該セグメント区分に準拠した場合の金額を記載している。

# 通期業績推移

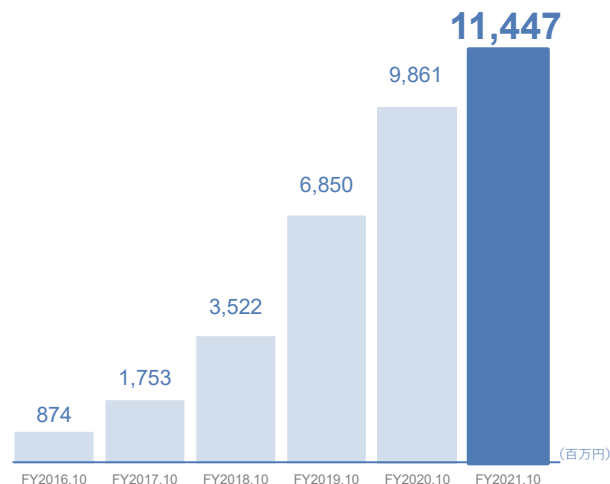
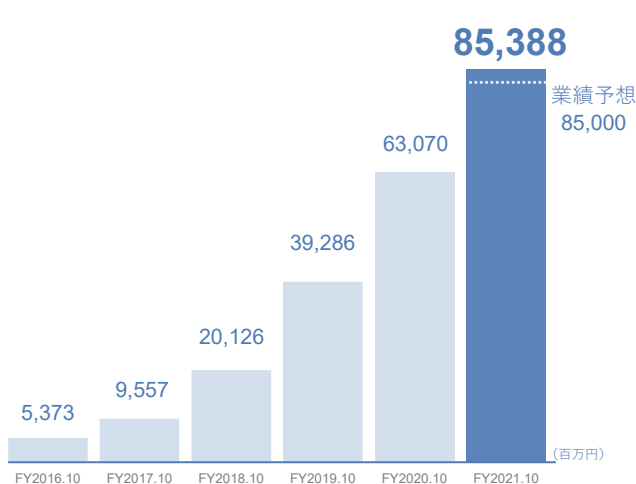
## ■売上高

期初計画を達成。YoY35%増と順調に成長し、連結売上高は850億円まで拡大

## ■売上総利益

粗利額は連結で初の100億円を越え、YoY16%増と順調に成長。

トップラインの伸び率と粗利額の成長の差は、RENOSYマーケットプレイス(旧i buyer事業)の手数料の低下とマーケットシェア拡大を優先したことによるもの

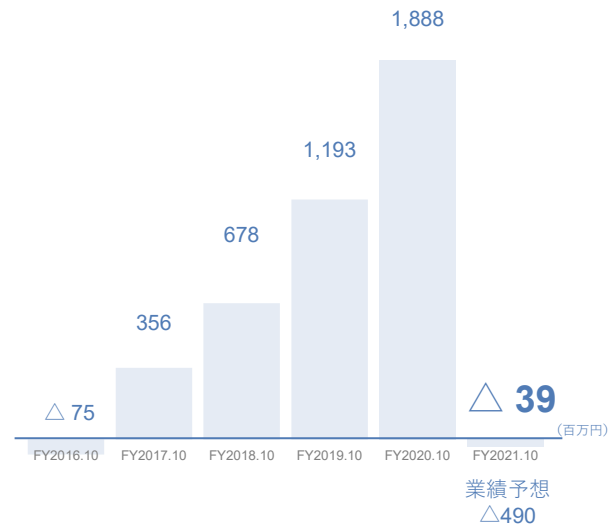
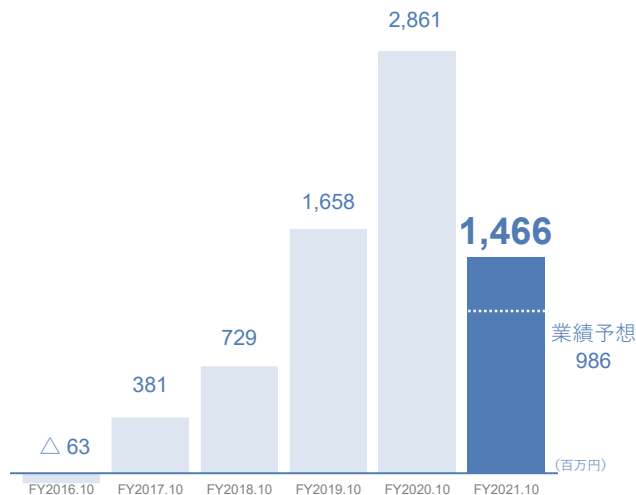
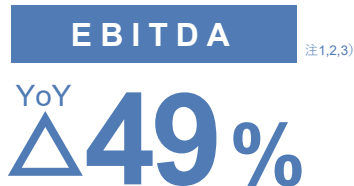


注1) FY2019.10 (第7期) 以降は、連結財務諸表にて作成 注2) 当社第3四半期決算発表 (2021年9月14日) で開示した業績予想

# 通期業績推移

■上場後初の赤字決算。RENOSYマーケットプレイス（i Buyer事業）の手数料の低下による粗利減で先行投資部分が追いつかず減益

■人材の配置転換等により採用及び人件費が当初見込みよりも減少したこと、及び好調なマーケティング活動により好調に推移した結果、広告宣伝費が圧縮され販売管理費が想定を下回ったことから、EBITDA、営業利益、は前回発表予想を上回る



注1) キャッシュフロー創出力を表すEBITDA（営業利益＋償却費） 注2) FY2019.10（第7期）以降は、連結財務諸表にて作成 注3) 当社第3四半期決算発表（2021年9月14日）で開示した業績予想

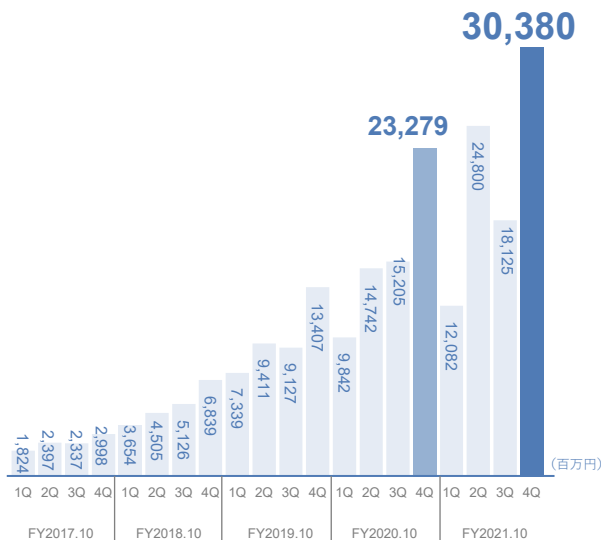
# FY2021.10 4Q 四半期推移

■売上高、粗利額共に四半期過去最高

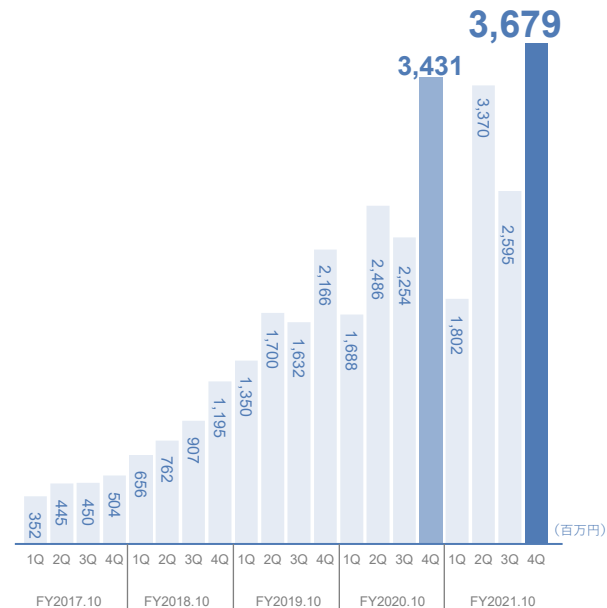
■売上高はRENOSYマーケットプレイス（iBuyer事業）の成長が大きく貢献。YoYも31%増と順調に成長

■売上総利益は粗利率低下とマーケットシェア拡大に伴いYoY7%の増加にとどまる

売上高 注1)  
YoY  
**+31%**



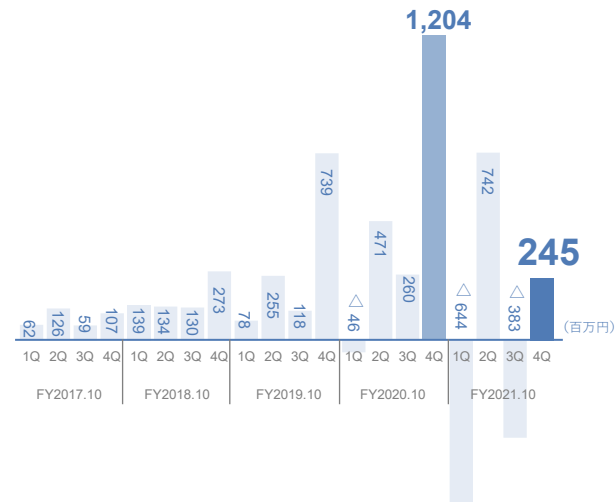
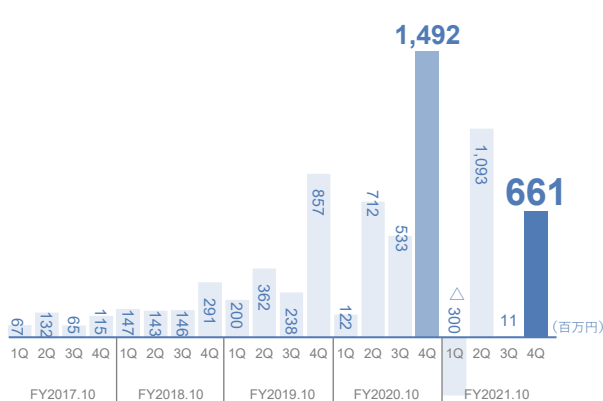
売上総利益 注1)  
YoY  
**+7%**



注1) FY2019.10（第7期）以降は、連結財務諸表にて作成

# FY2021.10 4Q 四半期推移

RENOSYマーケットプレイスの手数料率低下、マーケットシェア拡大及び新規事業育成の先行投資により、EBITDAはYoY56%減、営業利益は80%減となる



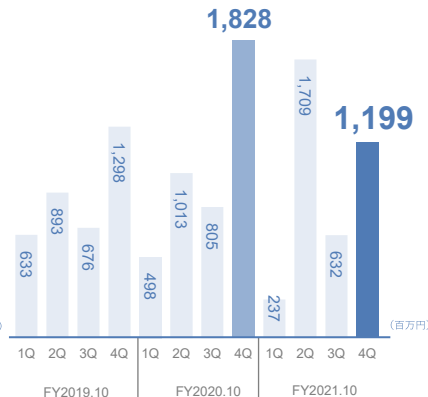
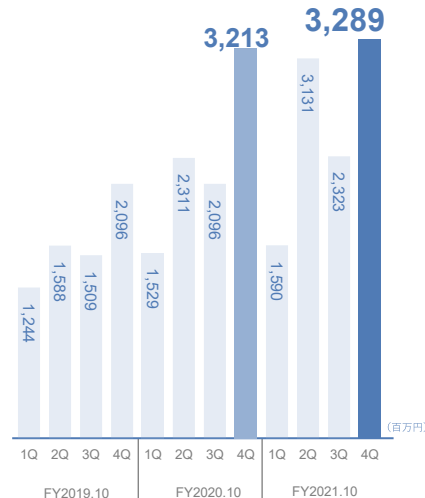
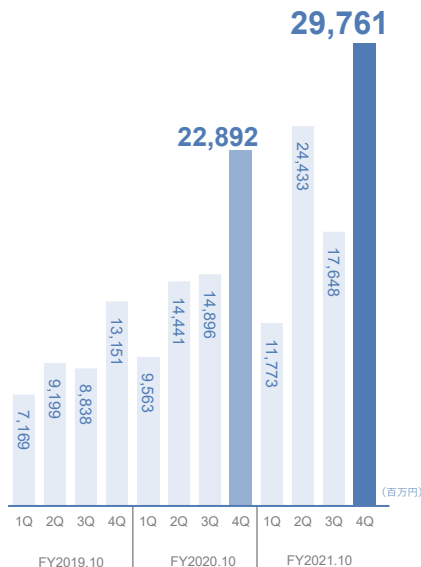
注1) キャッシュフロー創出力を表すEBITDA (営業利益 + 償却費) 注2) FY2019.10 (第7期) 以降は、連結財務諸表にて作成

# RENOSY マーケットプレイス FY2021.10 4Q 四半期推移

■ 売上高は四半期初の約300億円となり、YoY+30%と躍進

■ 売上総利益も過去最高となるも、手数料の低下により伸長率は微増

■ 事業部利益は確保できているが、マーケットシェア拡大のため、人件費と広告宣伝費が増加し、加えて手数料の低下の影響もあり、YoYではマイナスの成長率



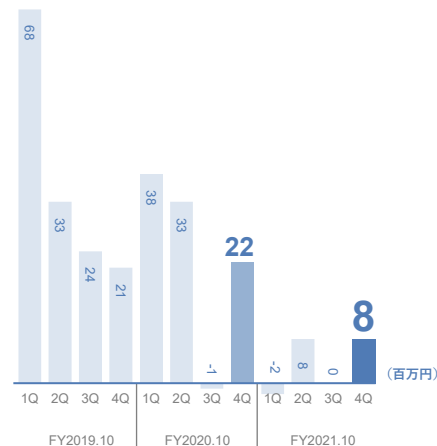
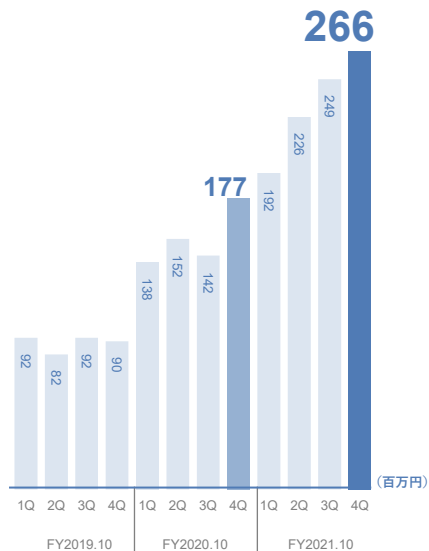
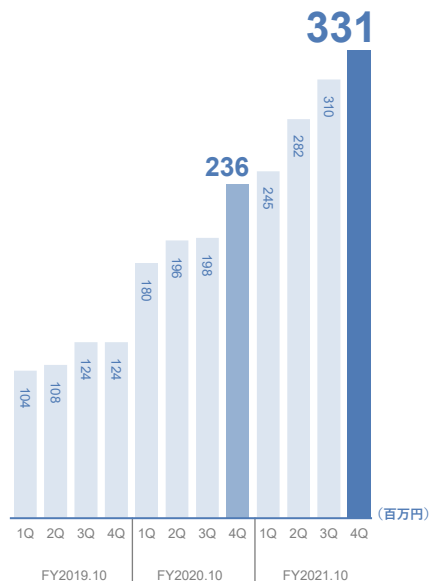
注1) 会計上の報告セグメントについては、FY2021.10以前は「RENOSY事業」の単一セグメントであるが、FY2022.10より「RENOSYマーケットプレイス」、「ITANDI」の2つのセグメントに変更予定であるため、当該セグメント区分に準拠した場合の金額を過去に遡って集計・記載している。

# FY2021.10 4Q 四半期推移

■ SaaS事業が好調に推移し、5月にはMRR（月間経常収益）が1億円を超え、売上高はYoY+40%の成長。売上高の月平均成長率は+3.63%

■ 売上総利益はYoY+50%と高い成長率

■ 事業部利益は4Qに 800万円の黒字となり、さらに通年でも黒字



注1) 会計上の報告セグメントについては、FY2021.10以前は「RENSOY事業」の単一セグメントであるが、FY2022.10より「RENSOYマーケットプレイス」、「ITANDI」の2つのセグメントに変更予定であるため、当該セグメント区分に準拠した場合の金額を過去に遡って集計・記載している

注2) FY2019.10及びFY2020.10については、決算処理上、一括修正した金額につき、業績管理上各四半期に配分した数字を使用しております。なお、各四半期を合計した通期の金額は過去の公表数字と一致しております



# FY2021.10 4Q 販管費推移

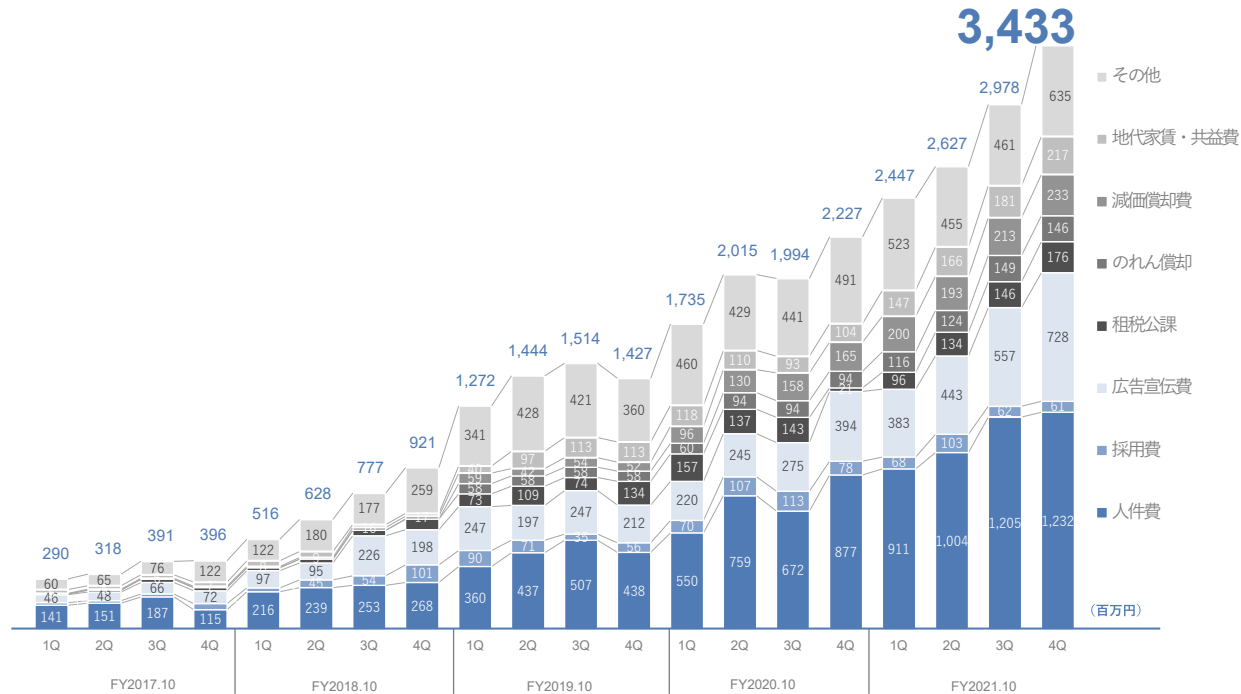
■マーケットシェア拡大のための積極投資により、広告宣伝費が増加

■ソフトウェア開発費増により、減価償却費も増加

■その他費用は、主に販売促進関連費用、業務委託費、研究開発費等が増加

# FY2021.10 4Q 販管費推移

注1)



注1) FY2019.10 (第7期) 以降は、連結財務諸表にて作成

# FY2021.10 4Q

## 成長投資

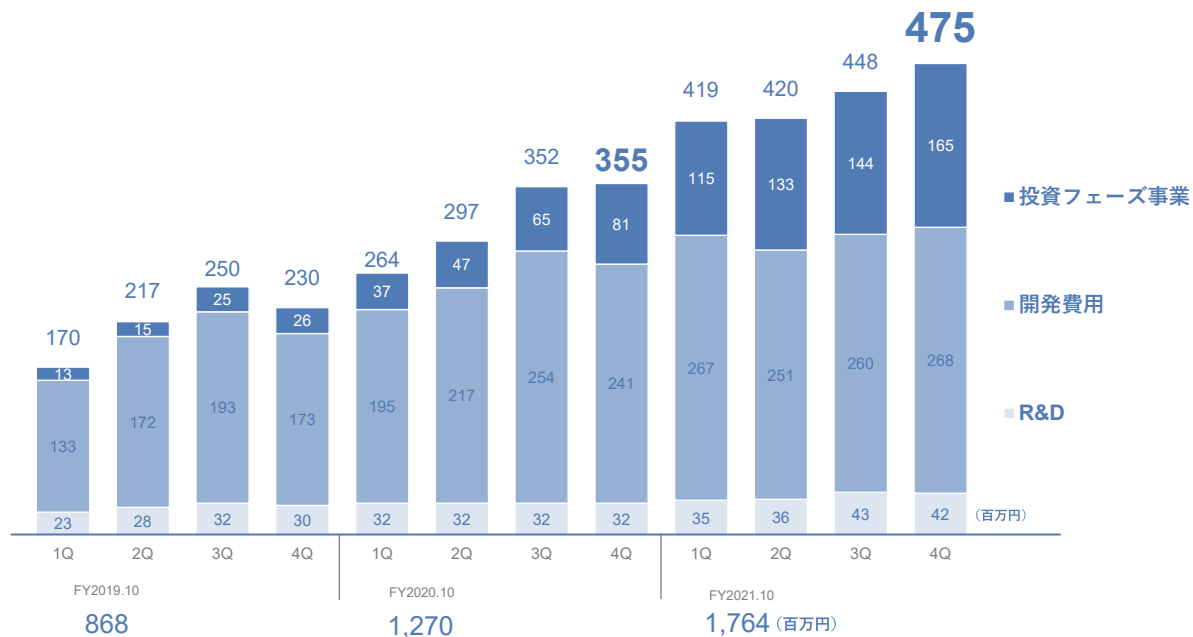
■開発およびR&Dに積極投資

■新規事業にも積極的に投資を行っているが、規律を持って投資し、ROIが合わないと判断した事業は速やかに撤退

### 成長投資

注1)

YoY  
**+33%**



注1) 成長投資内訳(資産計上を含む)「R&D=AI関連部署の人的費」「開発費用=開発関連部署の人的費」「投資フェーズ=神居秒算、住まいのアドバイザー、ITANDI(OHEYAGO、ITANDIBB、付帯事業)、RENOSY Xの人的費」

# FY2021.10 4Q 従業員推移

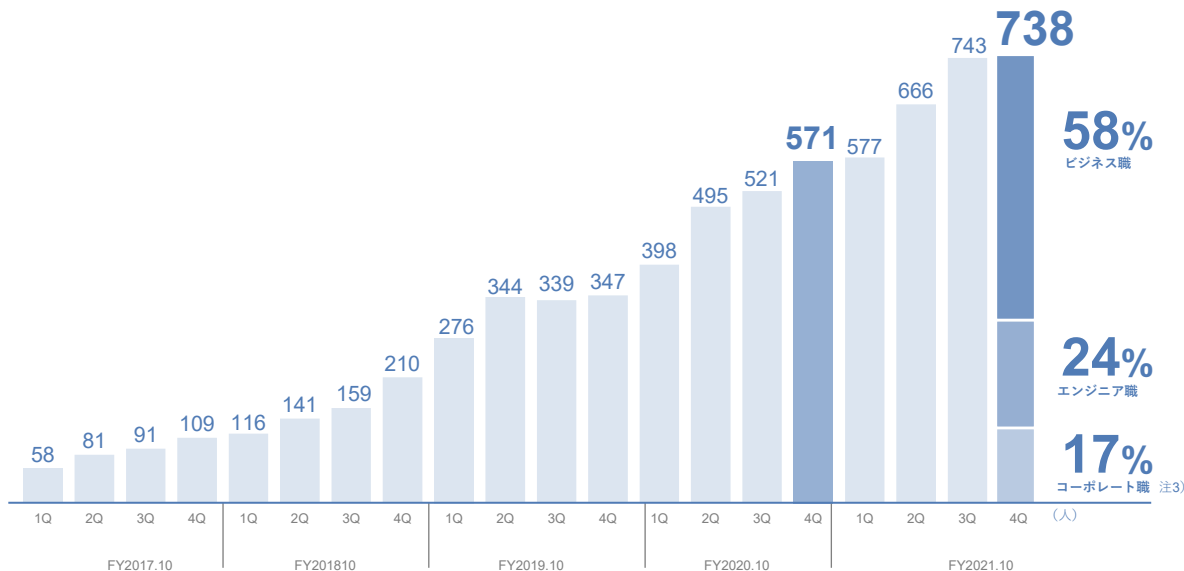
■優秀な人材確保と採用費削減効果の高いリファラル採用を実施

■好調な採用活動およびM&Aによる人員増により、YoYで+29%の増員

## 従業員数

注1,2)

YoY  
**+29%**



注1) 2021.10.31時点 連結/役員・契約社員・アルバイト・インターン除く

注2) FY2019.10 (第7期) 以降は、連結財務諸表にて作成 注3) 四捨五入の関係で構成比の合計が100%にならない場合がある

# 損益計算書サマリー (連結)

## ■営業外費用

融資やコミットメントラインに係る支払手数料254百万円、有利子負債の支払利息65百万円、公募・第三者割当増資に係る株式交付費63百万円等、合計416百万円

## ■特別損失

ソフトウェアや有形固定資産の減損損失△621百万円等、合計△752百万円

YoYでの比較

	FY2021.10 4Q ①	FY2020.10 4Q ②	増減額 (③=①-②)	増減率 (③/②)
売上高	30,380	23,279	7,100	+31%
売上総利益	3,679	3,431	247	+7%
EBITDA	661	1,492	△831	△56%
営業利益	245	1,204	△958	△80%
経常利益	149	1,132	△982	△87%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△664	760	△1,425	---

業績予想における進捗 (百万円)

	FY2021.10 累計③	FY2021.10 業績予想④	達成率 (③/④)
売上高	85,388	85,000	100%
売上総利益	11,447	---	---
EBITDA	1,466	986	149%
営業利益	△39	△490	---
経常利益	△431	△970	---
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△1,269	△1,340	---

# 貸借対照表サマリー (連結)

## ■資産

公募・第三者割当増資による現預金の増加や販売量の増加による在庫積み増し等により、約300億円規模へ

## ■負債

重要な増減なし

## ■純資産

主に公募・第三者割当増資により118億円の大幅増加

(百万円)

	FY2021.10 4Q ①	FY2020.10 4Q ②	増減額 (③=①-②)	増減率 (③/②)
<b>資産合計</b>	<b>30,177</b>	18,584	11,593	<b>+62%</b>
<b>流動資産</b> (現預金) (在庫)	<b>19,405</b> (15,393) (2,795)	8,453 (6,386) (1,386)	10,951 (9,007) (1,409)	<b>+130%</b> (+141%) (+102%)
<b>固定資産</b> (有形固定資産) (ソフトウェア(仮勘定含む)) (のれん)	<b>10,772</b> (1,354) (2,444) (4,554)	10,130 (1,230) (2,600) (3,762)	641 (124) (▲155) (792)	<b>+6%</b> (+10%) (▲6%) (+21%)
<b>負債</b> (有利子負債)	<b>11,443</b> (6,853)	11,446 (7,194)	▲2 (▲341)	<b>▲0%</b> (▲5%)
<b>純資産</b>	<b>18,733</b>	7,137	11,595	<b>+162%</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>30,177</b>	18,584	11,593	<b>+62%</b>

# 經營指標

# RENOSYマーケットプレイス

## RENOSYマーケットプレイス ハイライト

■ Gross Merchandise Value (GMV)である流通取引総額は、974億と、1000億の大台目前

■ 1年間の成約件数は5千件を超え、サブスクリプションのストックが拡大

■ RENOSY会員数は約24万人となり、商品ラインナップ拡充によるクロスセルによるLTV向上を目指す

注1)  
GMV

974.5 億円

注2)  
成約件数

5,209 件

注3)  
会員数

約 24 万人

注1) iBuyer事業、Living事業、パートナーズの年間取扱高累計

注2) iBuyer事業、Living事業、パートナーズの年間成約数累計

注3) 会員登録した累計の人数を指す



# RENOSY マーケットプレイス RENOSY会員 ストック数 推移

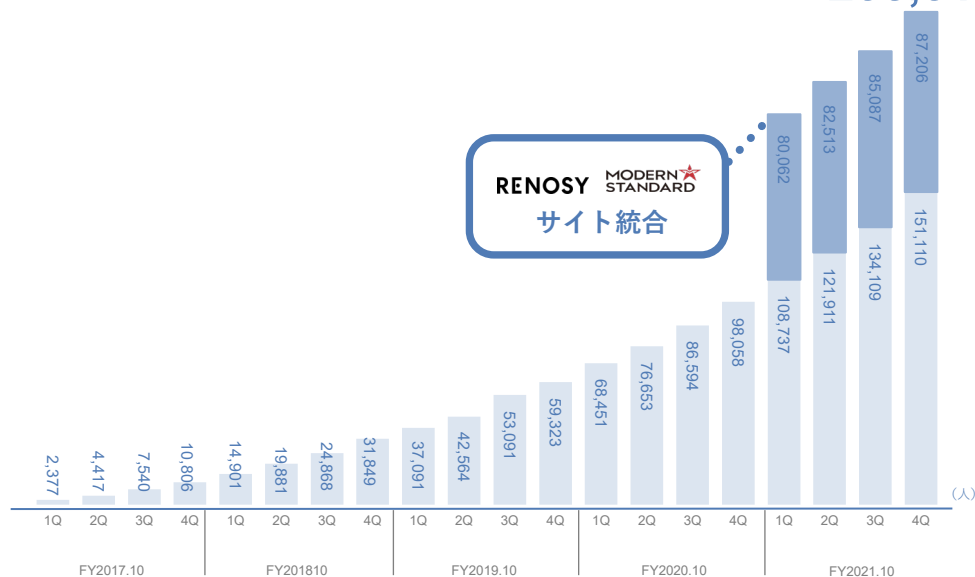
■ RENOSYの認知度向上に伴い、  
会員ストック数も拡大。YoYで  
143%成長し、QoQで19,120人の  
増加

## RENOSY会員ストック数

注1)

YoY  
**+143%**

**238,315**



注1) RENOSY会員ストック数とは、会員登録した累計の人数を指す

## RENOSYマーケットプレイス (サブスクリプション)

### KPI推移

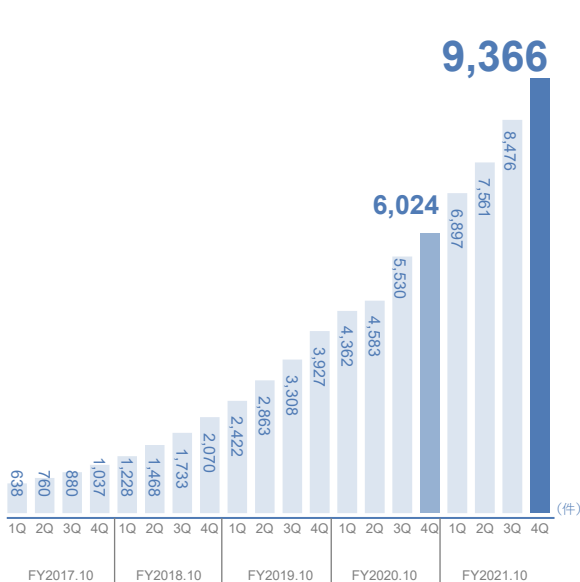
■累計契約件数はYoYで+55%成長し、9,300件を超え、ストック戸数が1万戸に迫る

■オーナー数もYoY+53%の成長を遂げ、累計で約5,200人と好調な伸び

### サブスクリプション契約数

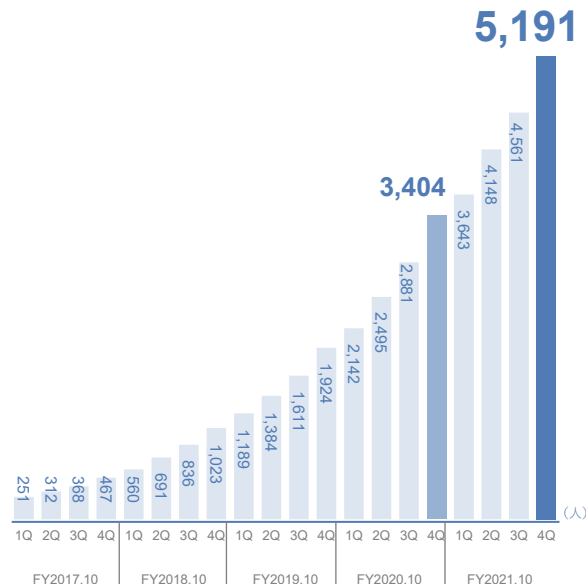
注1)

YoY  
**+55%**



### オーナー数

YoY  
**+53%**



注1) FY2020.10 1Qまでは成約件数、それ以降は管理個数で集計

A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue, creating a textured, crystalline appearance.

**ITANDI**

# ITANDI ハイライト

■ARRはYoYで41.8%の高い成長率。  
M&A後3年でのARR成長率は107%

■電子契約の規制緩和を目前に、  
契約の前段階である電子入居申込  
市場では約70%のシェアを獲得

■粗利率の高いSaaSでストック収  
益を獲得

■SaaSのチャーンレートが低水準  
で推移しており、将来的な収益も  
安定して見込める

注1)  
YoY ARR成長率

41.8%

注3)  
SaaS粗利率

79.8%

注2)  
電子入居申込のシェア

69.4%

注4)  
チャーンレート

0.50%

注1) Annual Recurring Revenue。ITANDI BB+の2020年10月時点と2021年10月時点でのARRを比較

注2) 2021年10月時点 TPC マーケットリサーチ株式会社の調査内容より当社推計

注3) ITANDI BB+の2021年10月末時点での数値

注4) ITANDI BB+の2020年11月から2021年10月までの1年間における平均月間チャーンレート

# ITANDI 管理会社向けSaaS KPI推移

■MRRはYoY+53%と拡大基調。

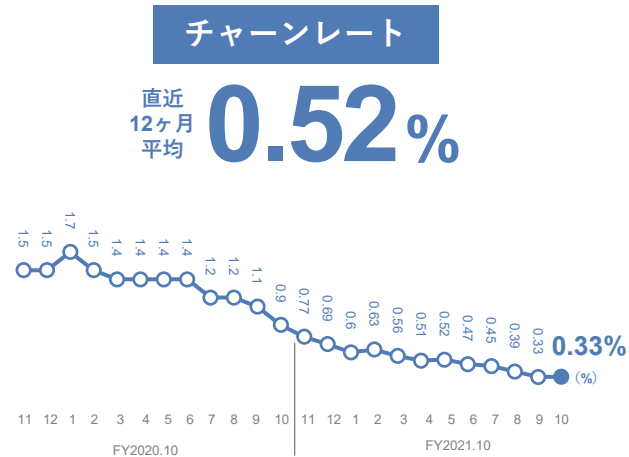
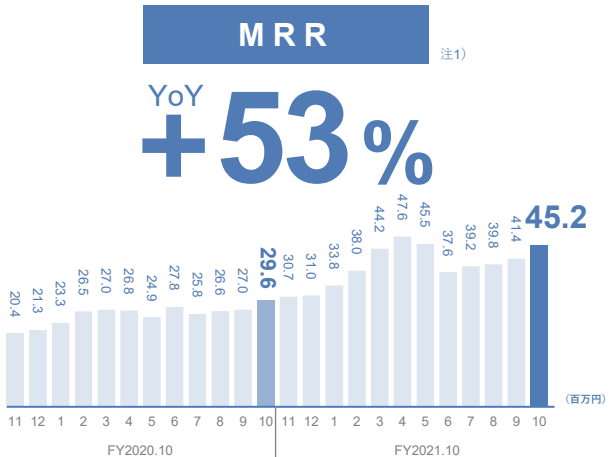
1月から3月の引越繁忙期に備えて、  
エンタープライズの契約数も増加

■チャーンレートは直近12ヶ月平均0.52%と減少傾向で推移

■契約社数が1,200社を突破し、  
YoYでは+79%と大きく伸長

■粗利額もYoY+42%と好調に推移

## ITANDI BB+



注1) SaaS月額利用料金、付帯サービス、プロダクト従量課金 注2) システムを契約している管理会社数

# ITANDI 仲介会社向けSaaS KPI推移

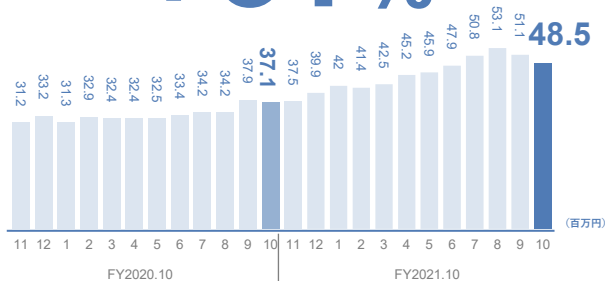
■ MRRはYoY+31%と拡大基調。  
9月、10月はエンタープライズの退会により減少

■ チャーンレートは直近12ヶ月平均0.55%と減少傾向で推移

■ 契約社数は400社に到達、セールス人員強化等によりYoY+122%と2倍以上の大幅伸長

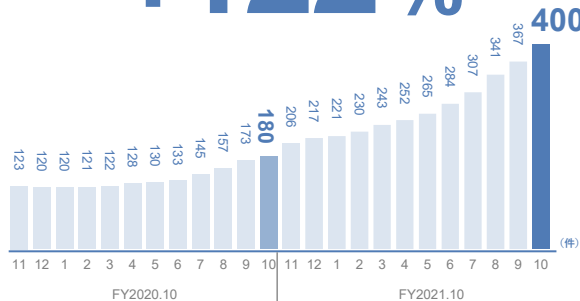
■ 粗利額も好調に推移し、YoYで+43%とMRRの伸びを上回る

MRR 注1)  
YoY  
**+31%**



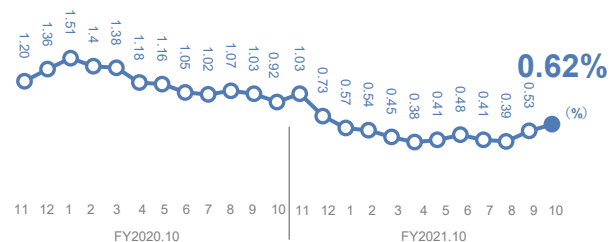
契約社数 注2)

YoY  
**+122%**



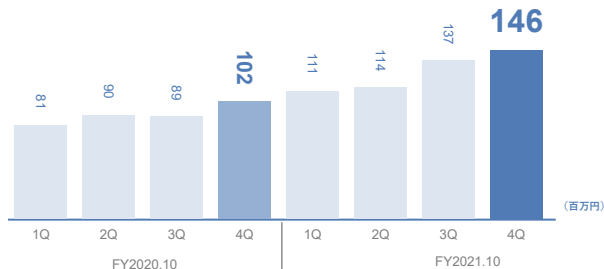
チャーンレート

直近  
12ヶ月  
平均 **0.55%**



売上総利益

YoY  
**+43%**



注1) 月SaaS月額利用料金、プロダクト従量課金 注2) システムを契約している仲介会社数

# ITANDI 重要指標

## ITANDIの収益の先行指標

■積極的な投資により全ての指標でYoY大幅伸長

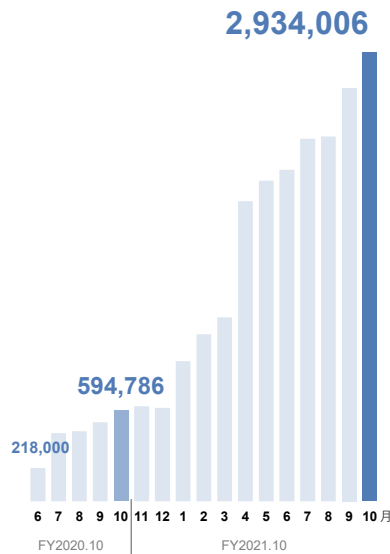
■ITANDI BBは2020年6月のリリース以来好調にPV数が推移し、YoYで4.9倍へ

■電子入居申込の新規顧客の獲得により電子入居申込数が向上

■OHEYAGOにおける集客力の先行指標となる掲載物件数がYoYで大幅成長。掲載物件数増加により、検索から流入する入居希望者も増加

### ITANDI BB 月間PV数

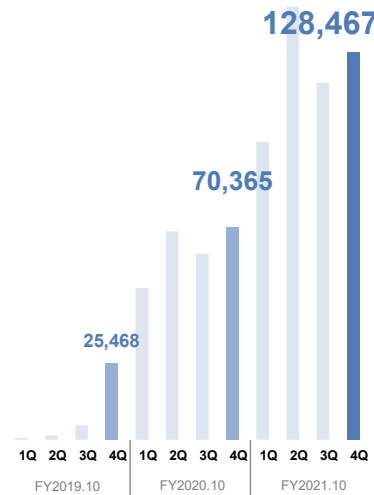
YoY  
**+393%**



### 電子入居申込数

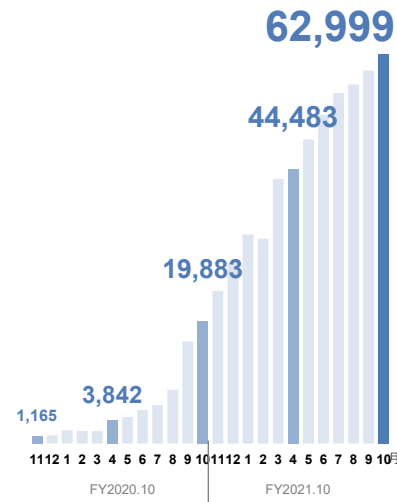
注1)

YoY  
**+83%**



### OHEYAGO 掲載物件数

YoY  
**+217%**



注1) 電子入居申込件数の集計において、2021年12月15日以前に公表済みの資料ではFY2019.10 1QからFY2021.10 2Q(2018年11月1日～2021年3月31日)の期間の集計は約41万件となっておりますが、正しくは約49万件です

# 事業計画









# 各事業の中期目標と強化ポイント







事業	3年後のありたい姿	3年間の強化ポイント
<p>全社共通</p>	<p>■不動産投資、賃貸、管理をデジタルで牽引し、マーケットプレイスでの確固たる地位を確立</p> <p>■日本で成功したマーケットプレイスのグローバル展開をより進め、海外展開の基盤を構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DX、グローバル人材の確保</li> <li>・不動産取引データのインフラ構築</li> <li>・ブロックチェーンNFT不動産</li> <li>・コンプライアンス、ガバナンス</li> </ul>
<p>RENOSY マーケット プレイス</p>	<p>■不動産取引のオンライン化を進め、マーケットリーダーになる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売却、購入共にマーケットを牽引する立場に</li> <li>・商品ラインナップを拡充し、顧客のニーズに応え、信頼を獲得</li> <li>・サードパーティ含めてマーケットシェア20%以上獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファイナンス</li> <li>・商品ラインナップの拡充</li> <li>・売却と購入の顧客獲得</li> <li>・オンライン・オフライン施策</li> </ul>
<p>ITANDI</p>	<p>■リアルタイムな物件情報が流通するマーケットプレイスを確立し、全ての不動産会社が毎日必ず利用しているインフラとなる</p> <p>■不動産会社のコアな業務システムとして最も信頼され、電子申込以外においてもSaaSの各領域でシェアNo.1を獲得</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DX人材の採用・育成</li> <li>・SaaSサービスラインナップの拡充</li> <li>・toB/toCのユーザー獲得</li> <li>・ネットワーク性の構築</li> </ul>
<p>グローバル</p>	<p>■グローバルにおける認知度向上</p> <p>■複数ヶ国に事業基盤があり、クロスボーダーでの不動産取引を展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グローバルでの事業構築</li> <li>・マーケットプレイスのユーザー獲得</li> <li>・オンライン・オフライン施策</li> </ul>

# FY2022.10 通期連結業績予想の前提

## FY2022.10予算の前提（トップライン）

全体		全事業において、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		積極的なマーケティング活動等により、マーケットシェアを高め、引き続き売上を拡大。マーケットシェア拡大を優先し、手数料の低下を一定許容するものの、事業利益は確保
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、収益性を改善
ITANDI 仲介会社向けSaaS		ITANDIの収益の柱。投資の原資となる利益を確保しながら、セールス等の強化により、売上拡大のペースを更に加速
ITANDI 管理会社向けSaaS		引き続き投資フェーズとして、短期的な利益の獲得ではなく、マーケットシェアの拡大を優先。2-3年後からの利益寄与を見込む
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

## FY2022.10予算の前提（コスト）

全体		売上の拡大、事業への投資、M&A戦略のための人員を増強。経営資源を最大限有効活用し、余剰なコスト発生を回避
RENOSY マーケットプレイス オンラインランザ クション		セールスを中心に約90名（約+20%）の増員を計画。広告費等、マーケットシェア拡大に必要なコストは増加
RENOSY マーケットプレイス サブスクリプション		売上は拡大するものの、人員は微増、コスト増も限定的。当期より利益寄与を見込む
ITANDI 仲介会社向けSaaS		売上拡大のため、セールス、csを中心に約15名（約+35%）を増員し、売上加速のための先行投資を実施
ITANDI 管理会社向けSaaS		セールス、CSを中心に約50名（約+55%）を増員し、引き続きマーケットシェア拡大のための先行投資を実施
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

## FY2022.10 通期連結業績予想

### 連結

(百万円)

	(参考) 旧基準 (JGAAP) FY2021.10	新基準 (IFRS) FY2022.10 (予想)
売上収益	85,388	<b>110,000</b>
売上総利益	11,447	<b>13,200</b>
EBITDA	1,466	<b>4,000</b>
営業利益	▲ 39	<b>57</b>
当期純利益	▲ 1,269	<b>▲ 700</b>

# FY2022.10 通期連結セグメント別業績予想

## 事業セグメント別

(百万円)

		FY2022.10 (予想)	FY2021.10	前期比
RENOSY マーケットプレイス	売上高	107,261	83,616	+28%
	売上総利益	11,837	10,334	+15%
	事業部利益	3,109	3,778	▲18%
ITANDI	売上高	1,691	1,170	+45%
	売上総利益	1,340	934	+43%
	事業部利益	▲152	14	-

競争優位性

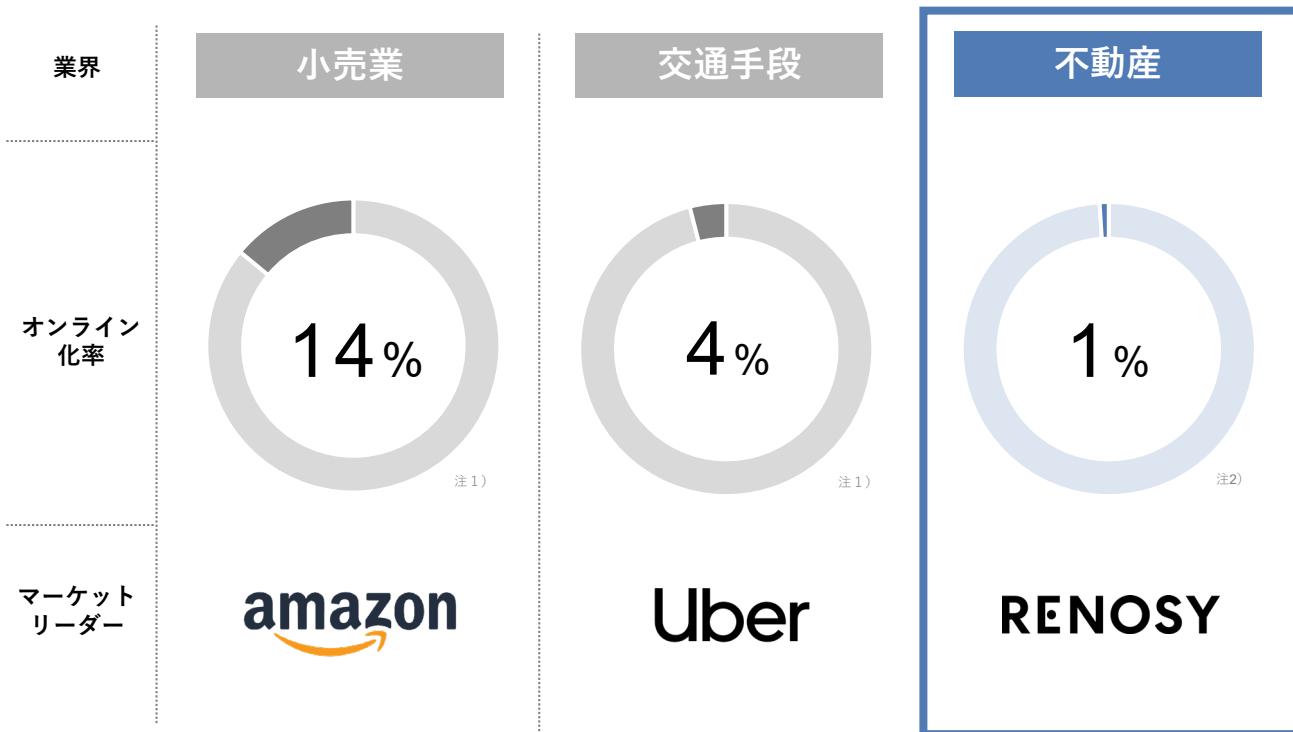
# RENOSYマーケットプレイス

# RENOSYマーケットプレイス 不動産のオンライン化

■不動産（取引）のオンライン化率は未だ1%程度にとどまる

■他業界のオンライン化率は不動産と比較し相対的に高く、マーケットリーダーは高い評価を獲得

■不動産業界においても、同様に期待が寄せられ、RENOSYマーケットプレイスのシェアを高めるべく、さらなるオンライン化を推進



注1) オンライン普及率の指標は、公開ファイリングとサードパーティの調査に基づいています。入手可能なiBuyer情報に基づく不動産のオンライン普及率時価総額の値は、2020年11月11日現在で概算されています。  
注2) 2021年10月期のRENOSYマーケットプレイスのオンライン取引比率からオンライン取引を経た売上高を算出し、首都圏の中古マンション50㎡以上のSAM（6.9兆）で除して換算

# RENOSYマーケットプレイス DXの横展開による 生産性向上

■従来から買い手に対するDXを推進、業務効率化を図る

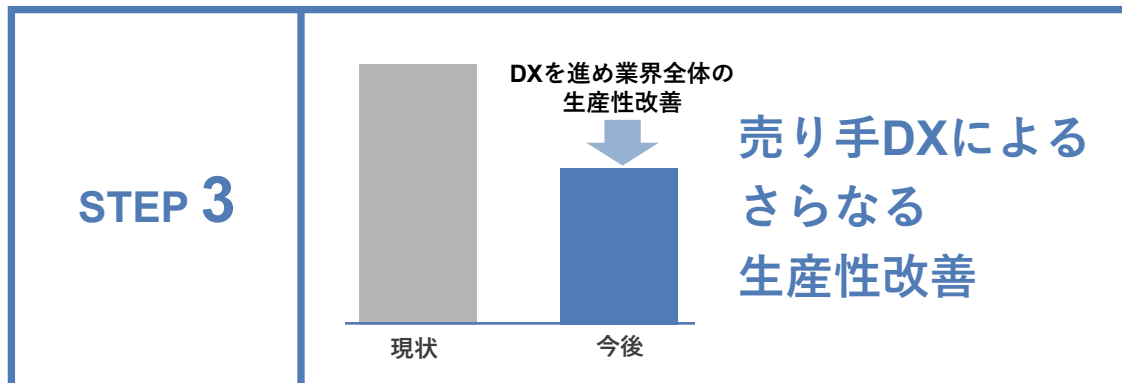
■同様に、今後は売り手に対するDXを促進することで、さらなる業務効率化を実現し、生産性向上を目指す

■将来的には買い手、売り手含めた業界全体の生産性改善を実現

STEP 1 買い手DX	Attracting	Transaction	Closing
	ポータルにより効率化	複雑なプロセスをシステム化	電子契約により効率化

## 買い手DXを横展開

STEP 2 売り手DX	Attracting	Transaction	Closing
	AIによる売却査定	複雑なプロセスをシステム化	電子契約により効率化





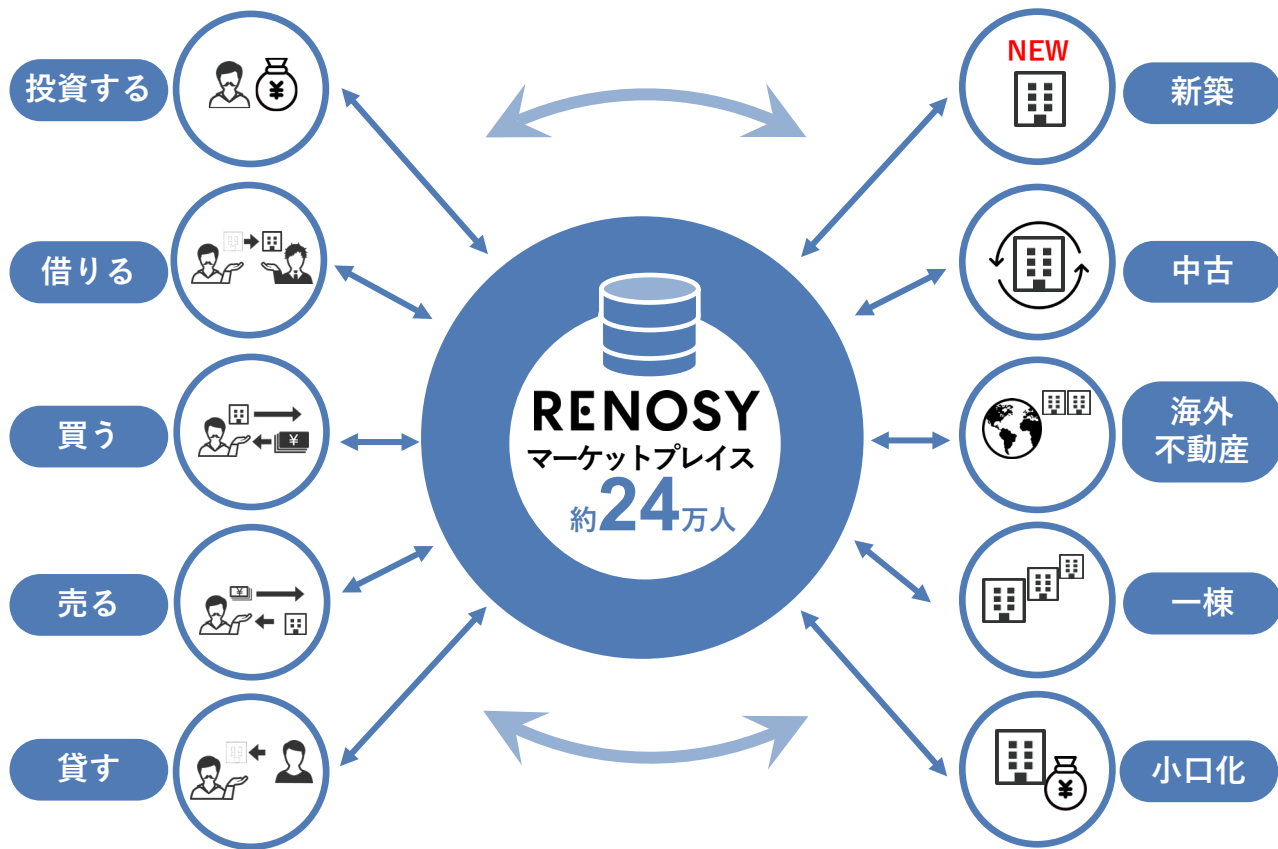
# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 商品ラインナップ拡充による競争優位性

■RENOSY会員は2021年10月  
末時点で約24万人

■商品ラインナップ拡充で、各  
会員へのクロスセル機会が増加  
し、LTVが向上

■継続的な会員増加に伴う、  
ネットワーク効果の高まりによ  
り、RENOSYマーケットプレイス  
のリピート利用が期待できる

## 商品ラインナップ拡充によるクロスセルでLTVが向上



A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

**ITANDI**

## ITANDI 競争優位性

■ 「電子入居申込」により、物件情報の自動メンテナンスを実現し最新状態の募集情報を提供できる

■ 不動産業界出身の業務理解の深い人材が多数在籍。エンジニアも不動産業務経験者が多数おり、独自の社内教育体制を構築している

■ 「電子入居申込で担保されたリアルタイムな物件情報」と「不動産業務・テクノロジー双方向に強い人材」で、業界をリードするプロダクトを生み出している

コアバリュー



リアルタイムな物件情報



リアル×テック人材

優秀な人材

Engineering

Sales

Customer  
Success

他社にない  
プロダクト

ITANDI BB  
ITANDI BB+

OHEYA GO  
オヘヤゴー

## ITANDI 競争優位性

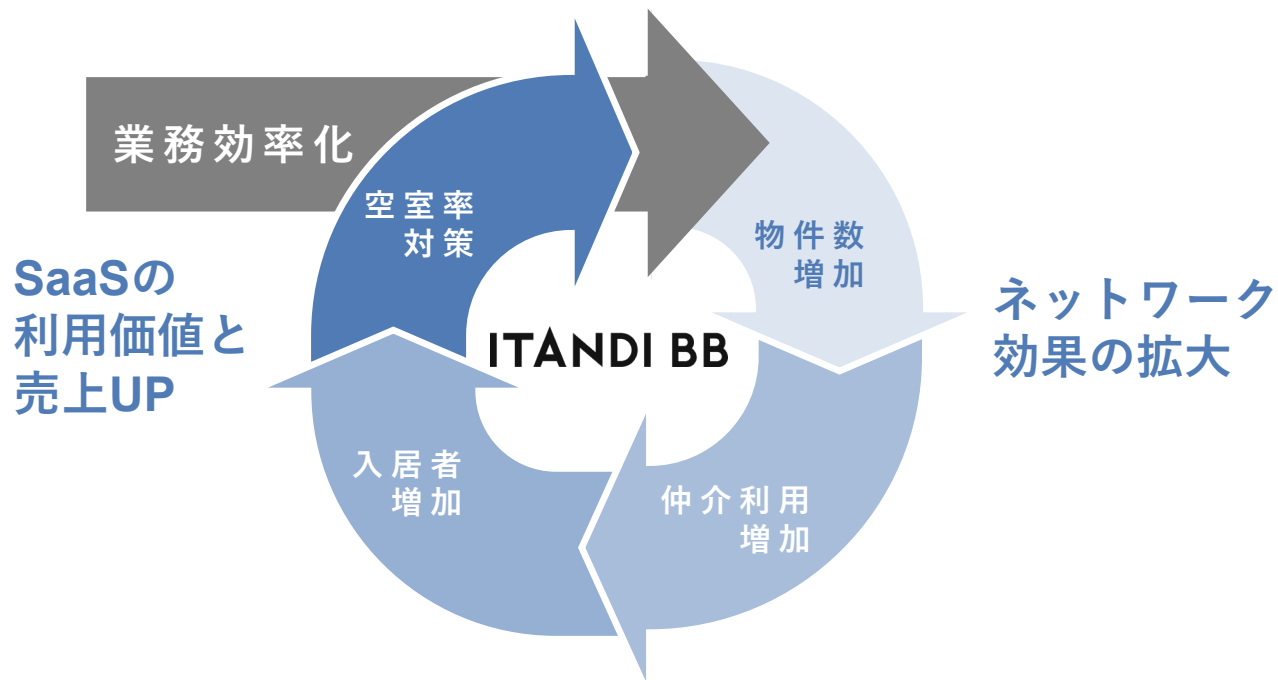
■ ITANDI BBを中心とした好循環モデルを構築

■ 仲介会社の閲覧が少ないフェーズでは、管理のエンタープライズを中心に業務効率化ニーズに応えるSaaSにより物件掲載を獲得

■ 物件掲載数の増加に比例して仲介会社の利用が増加し、マーケットプレイスとしてのネットワーク性が高まる

■ 今後は、エンタープライズの業務効率化ニーズに加え、SMB (Small and Medium Business) も含めた管理会社の空室率対策ニーズに応える

## 好循環モデル



# 成長戦略

A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

# RENOSYマーケットプレイス

# RENOSYマーケットプレイス マーケットシェア 拡大施策

■ RENOSY会員の獲得を成長ドライバーとし、買い手、売り手を増やすことで取引件数を向上

■ 取引件数が増えることにより認知度が向上し、さらにRENOSY会員の獲得に繋がり、ネットワーク効果によりマーケットシェア拡大を加速

RENOSY会員獲得

取引件数増加



2年連続 売上実績 不動産投資  
No.1<sup>※1</sup>

ネットワーク効果によるマーケットシェア拡大

※1) 東京商工リサーチによる中古マンション投資の売上実績 (2021年2月調べ)

# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 成長施策

## ■買い手会員を増やす施策

効果的なマーケティング施策を行い認知度を向上させ、新規会員の増加率を加速。また商品ラインナップを増やすことで、新規会員の他、既存会員も活性化

## ■売り手会員を増やす施策

M&Aをした売却に強みを持つパートナーズ社とのシナジーにより、売り手へのアプローチを強化。また、顧客が自身の持つ不動産物件登録を行うマイページの強化により売却を促進

## ■取引量を増やす施策

問い合わせに対する質を向上させることにより新規取引を増やす。また、オーナーアプリでの商品ランナップの拡充および機能強化で質を向上させ、既存顧客のリピートおよび売却を促進

## 買い手会員を増やす施策

### 新規会員を増やす

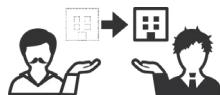
■マーケティング施策による認知度向上

■商品ラインナップの増加



### 既存会員を活性化させる

■商品ラインナップの強化

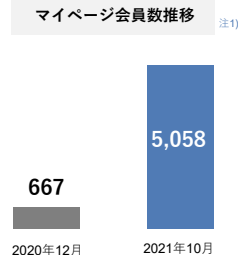


## 売り手会員を増やす施策

### 売却に強みを持つ パートナーズ社をM&A



### マイページの強化



## 取引量を増やす施策

### 新規取引を増やす

- 問い合わせの質の向上
- マイページによる購買意欲、売却意欲の向上

### 既存顧客のリピートを 増やす

- オーナーアプリの商品ラインナップ拡充
- オーナーアプリの機能強化

### 既存顧客の売却を 増やす

- オーナーアプリの機能強化
- デジタル接点の強化

注1)RENOSYマイページ会員登録数の累計



# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 手数料改善施策

■手数料については、マーケットシェア拡大を優先し、FY2022も低下の見込み

■ネットワーク効果を高め、参入障壁を強固にすることで各種シナジー効果を狙う

■数年後にはシェア拡大によるネットワーク効果と改善施策により、手数料は向上の見込み

## FY2021通期

### マーケットシェア 拡大を優先

#### 手数料減収の理由

■マーケットプレイスのマーケットシェアを高めるべく取引量を増やした結果、調達価格が高騰した商品が増加し、調達コスト上昇の影響により手数料の減収

■小さな利益より、マーケットシェアを高めることを優先

## 今後目指すべき方向

### マーケットシェア 拡大優先を継続

#### シェア拡大優先の理由

■ネットワーク効果を高め参入障壁を強固にするため

- ①マーケットプレイス効果
- ②データネットワーク効果
- ③コスト優位性
- ④ブランド価値の向上

### 改善施策による 手数料向上

#### 手数料改善施策

■売り手DXによる、直接オーナーからの調達強化

■商品ラインナップの拡充  
(ex) 新築コンパクトマンションを専門に取り扱う企業のM&A等

■ RENOSY会員への付帯サービスの提供

# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 好循環モデル

商品ラインナップの拡充

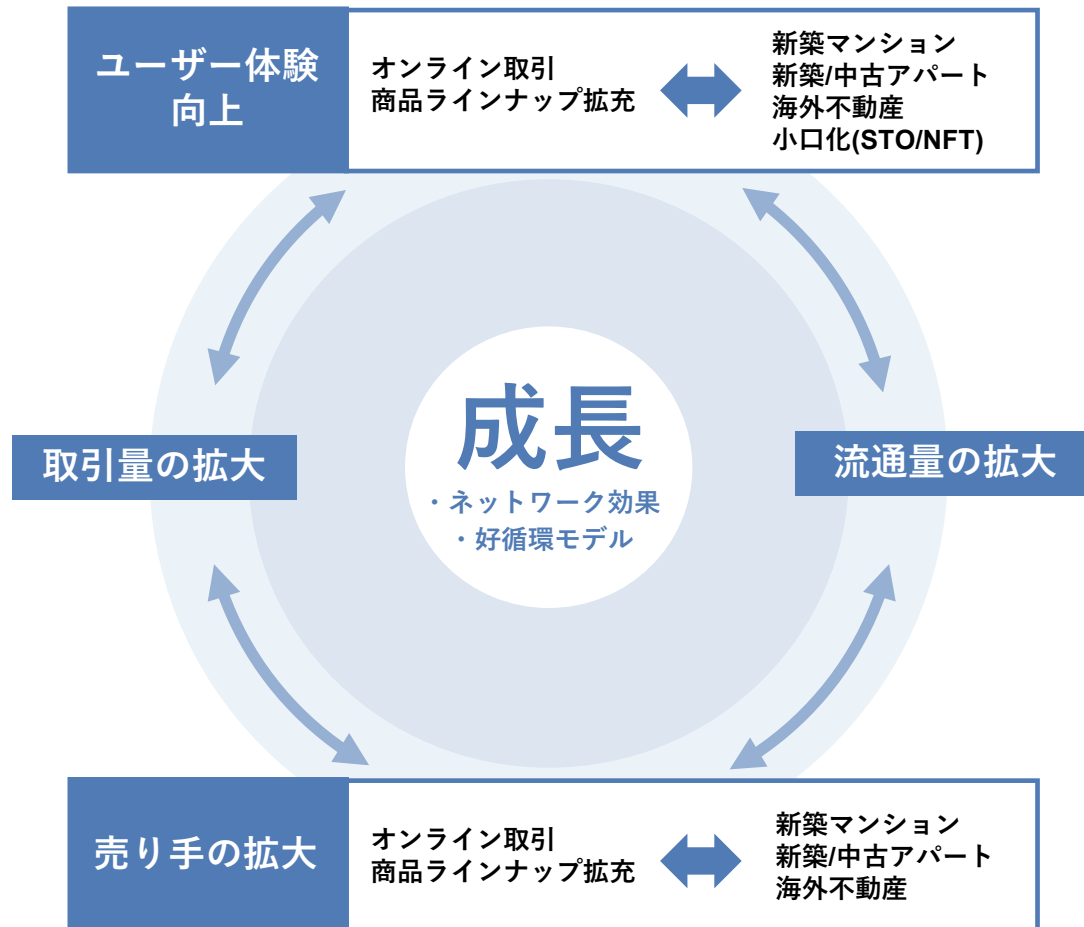
■今までは既存事業の中古コンパクトマンションのマーケットシェア拡大に注力

■今後は商品のラインナップの拡充を目指し、まずは新築コンパクトマンションを専門に扱う企業をM&A 注1)

■将来的には、新築・中古アパート、一棟、そして海外不動産などを取り扱うことでマーケットプレイスを強化

■それらのネットワーク効果により、好循環な収益モデルを構築し、手数料も改善

注1) 2021年12月に株式会社リコルディとの経営統合を発表。2022年3月1日までに株式譲渡予定



# RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 重要KPI

■ RENOSY会員への付帯サービスの提供

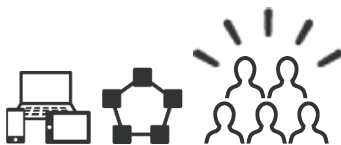
■ 将来的には、新規、リピート顧客の獲得施策により、CPAが改善され、低単価での集客が可能に。それによる、CPOの最適化を目指す

■ 売り手獲得施策・商品ラインナップの拡充により、LTVは向上

■ アップセル、クロスセルを強化し、顧客のベネフィットを追求、満足度を高めることで、CPOを最適化し、LTVを向上させ、ユニットエコノミクスの最大化を図る

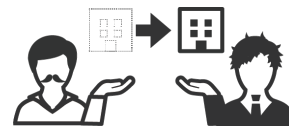
## CPOの最適化

新規・  
リピート顧客獲得施策



## LTVの向上

売り手獲得施策・  
商品ラインナップ拡充

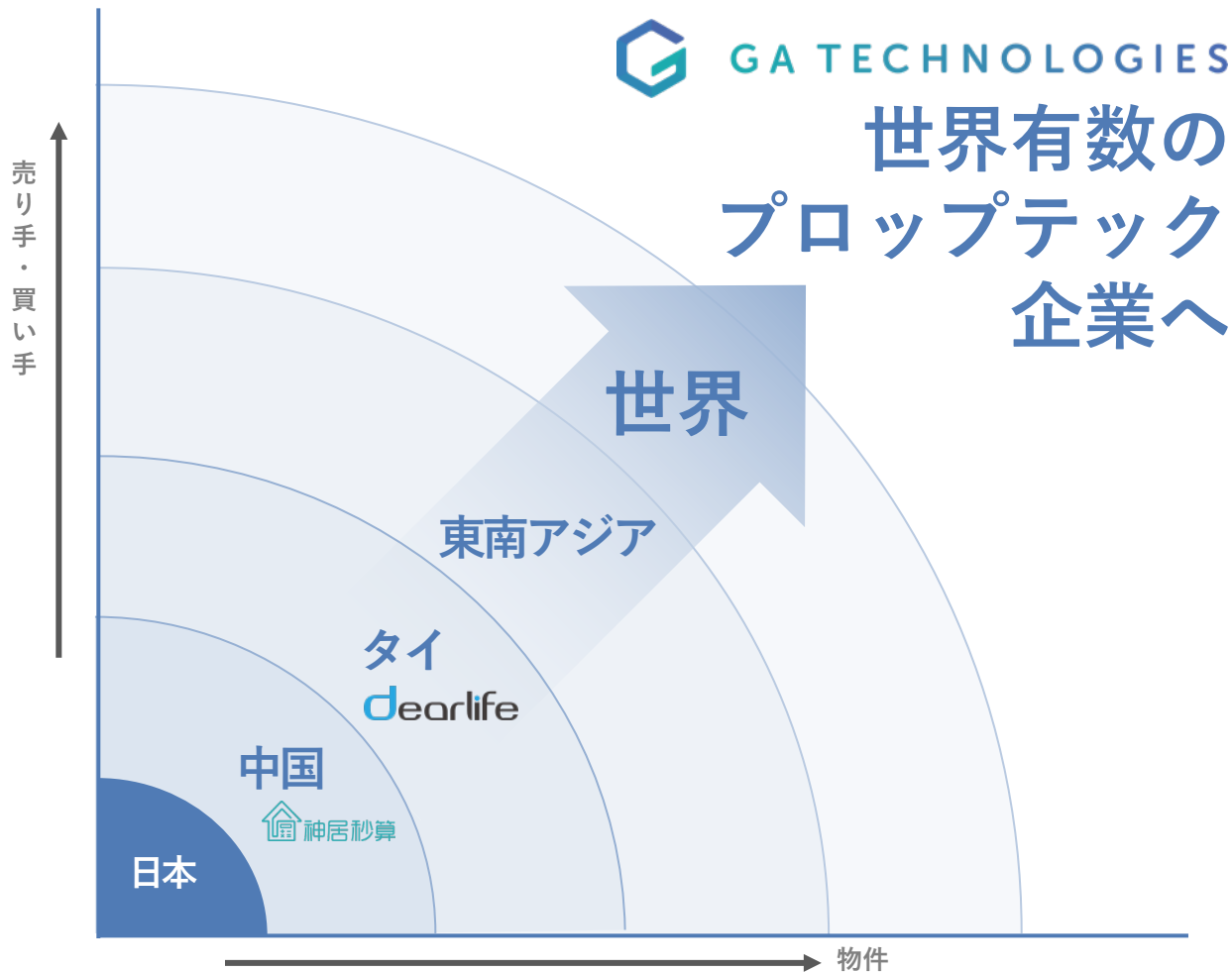


# ユニットエコノミクスの最大化



## RENOSYマーケットプレイス 海外展開

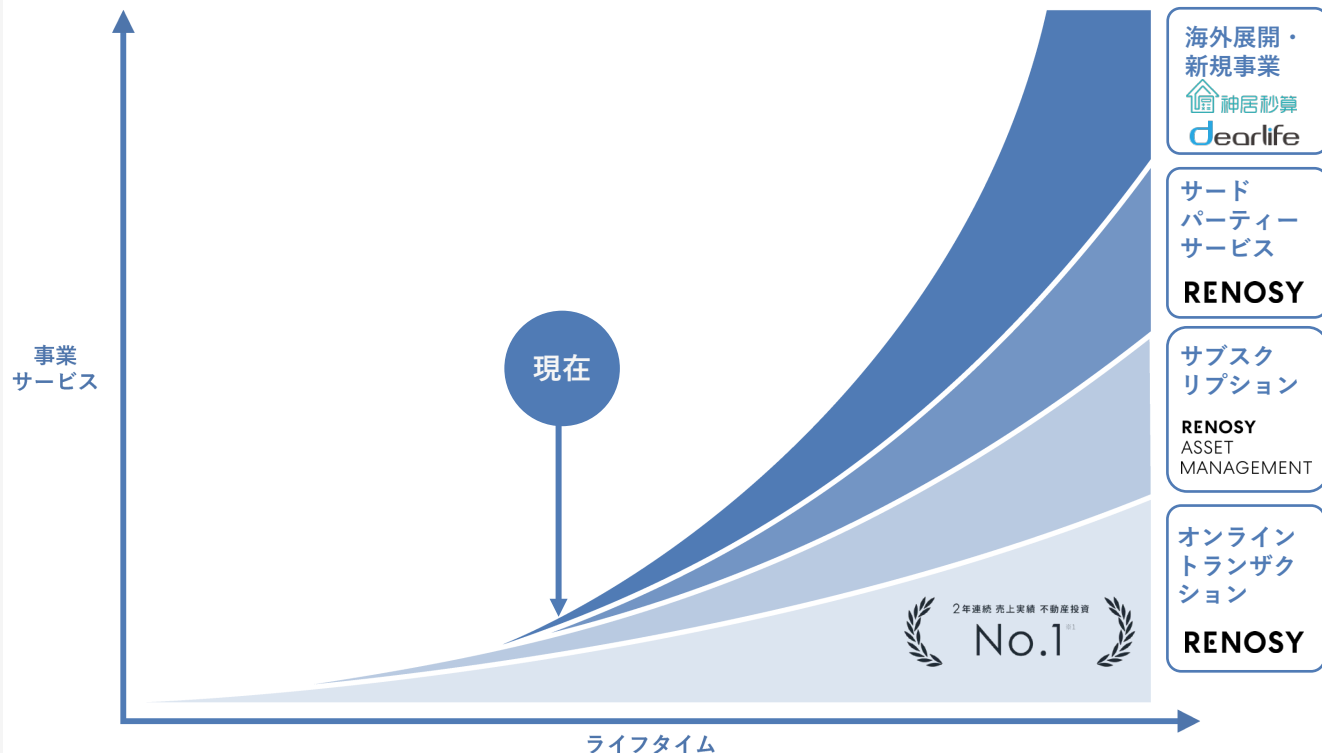
日本から世界へ、売り手、買い手、  
取り扱い物件を拡大し、世界有数の  
プロップテック企業を目指す



## RENOSYマーケットプレイス 成長戦略

中長期では、オンライントランザクションを基軸にマーケットシェアを拡大し、海外展開を含めた各事業を伸長

# 不動産投資 売上実績No.1のRENOSYの会員・顧客基盤を活用し、他事業へサービス利用を拡大



※1)東京商工リサーチによる中古マンション投資の売上実績 (2021年2月調べ)

A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

**ITANDI**

■ストック収益が獲得できるSaaSを中心に事業ポートフォリオを構築

■管理会社向けSaaSでは新規の顧客獲得を加速させつつ、既存顧客には新プロダクトを利用促進しARPUの向上を目指す

■仲介会社向けSaaSは独自機能の強化で顧客満足度を高め、競合他社と差別化し新規の顧客獲得増加を目指す

■OHEYAGOは高い顧客満足度を活かしながら、継続的に掲載物件数を増加させ集客力を強化

1. 管理会社向けSaaS | 新規顧客獲得
2. 管理会社向けSaaS | ARPU向上
3. 仲介会社向けSaaS | 新規顧客獲得
4. OHEYAGO | コンテンツ強化

# ITANDI 管理会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

■ITANDI BBでは部屋探し業務の後工程で機能強化を行い独自のポジションを築く

■当初は物件掲載数が少なくコンテンツ力が弱かったが、大手管理会社の生産性向上のニーズを捉え、着実に掲載物件数は増加。多くの仲介会社が閲覧するマーケットプレイスへ成長

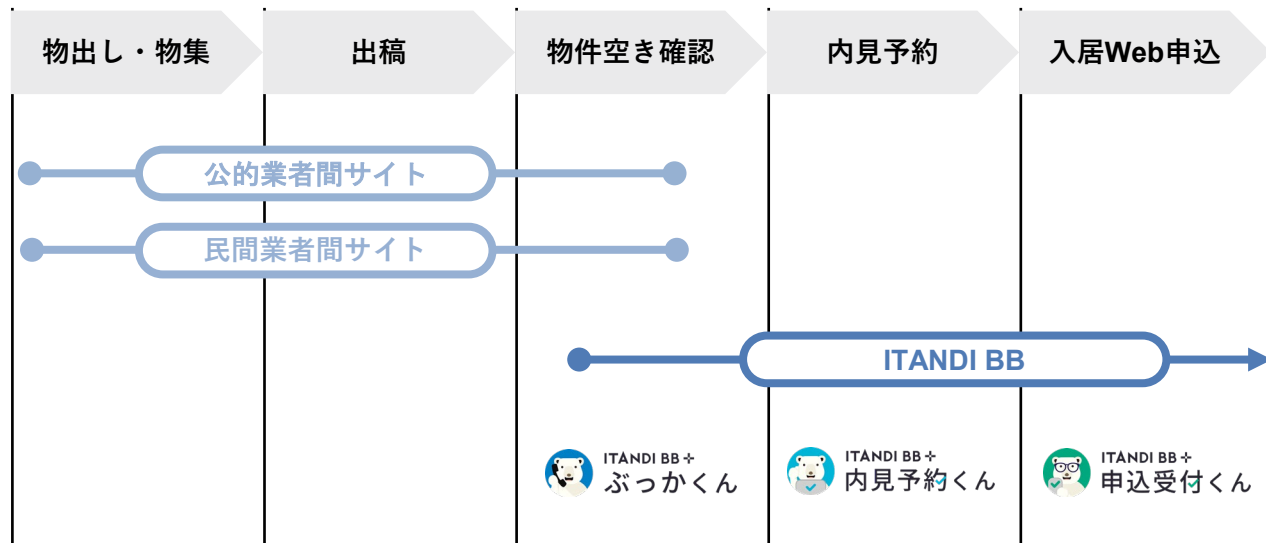
■ 今後は、SMB (Small and Medium Business) の空室率対策のニーズにも対応

ポータルへ掲載する物件を探す



仲介会社様

顧客へ提案する物件を探す



入居申込  
サービス  
利用数

No.1

※2023年10月時点、TICマーケティングリサーチ株式会社調べ

エンタープライズの生産性向上の期待に応える



# ITANDI 管理会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

注1)

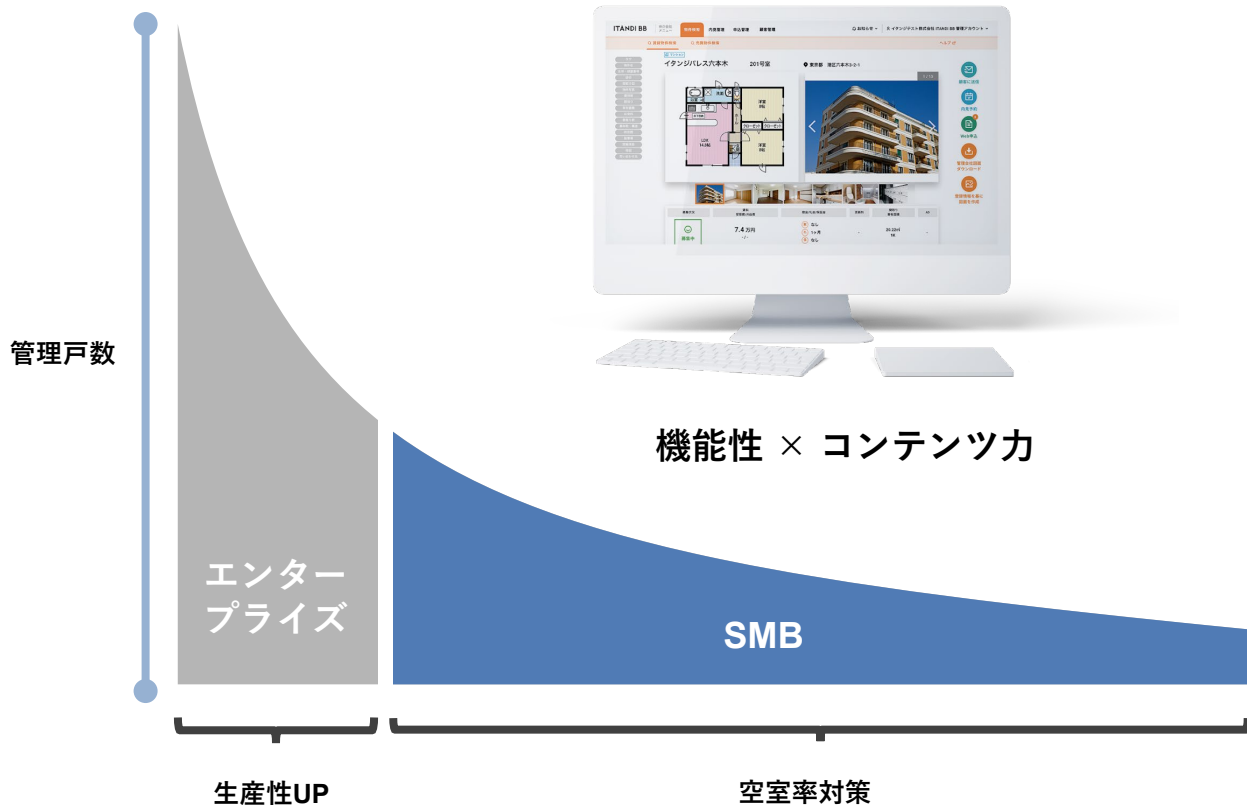
■日本に存在する不動産会社数の12万のうち多くがSMBと、ロングテール市場

■これまでに生産性向上ニーズの強いエンタープライズの獲得が進んだため、ITANDI BBの物件掲載数が効率よく増加

■今後はSMBもターゲットに空室率対策のニーズにも応えていく

■ITANDI BBコンテンツ力強化のため、引き続き掲載物件の獲得をすべく管理会社の新規獲得と仲介会社への利用促進を行う

## 強化されたコンテンツにより空室率対策ニーズの強いSMBへアプローチ



注1) 国土交通省「令和版宅地建物取引業法の施行状況調査結果について」（2020年10月）を参照

# ITANDI 管理会社向けSaaS ARPU向上戦略

■ 賃貸の年間申込数は約290万件<sup>注1)</sup>と推定される。電子化された申込は約50万件<sup>注2)</sup>のうち、申込受付くん利用は約35万件。

■ 今後も市場全体がデジタル化する中でトップシェアを維持し、利用数拡大見込み

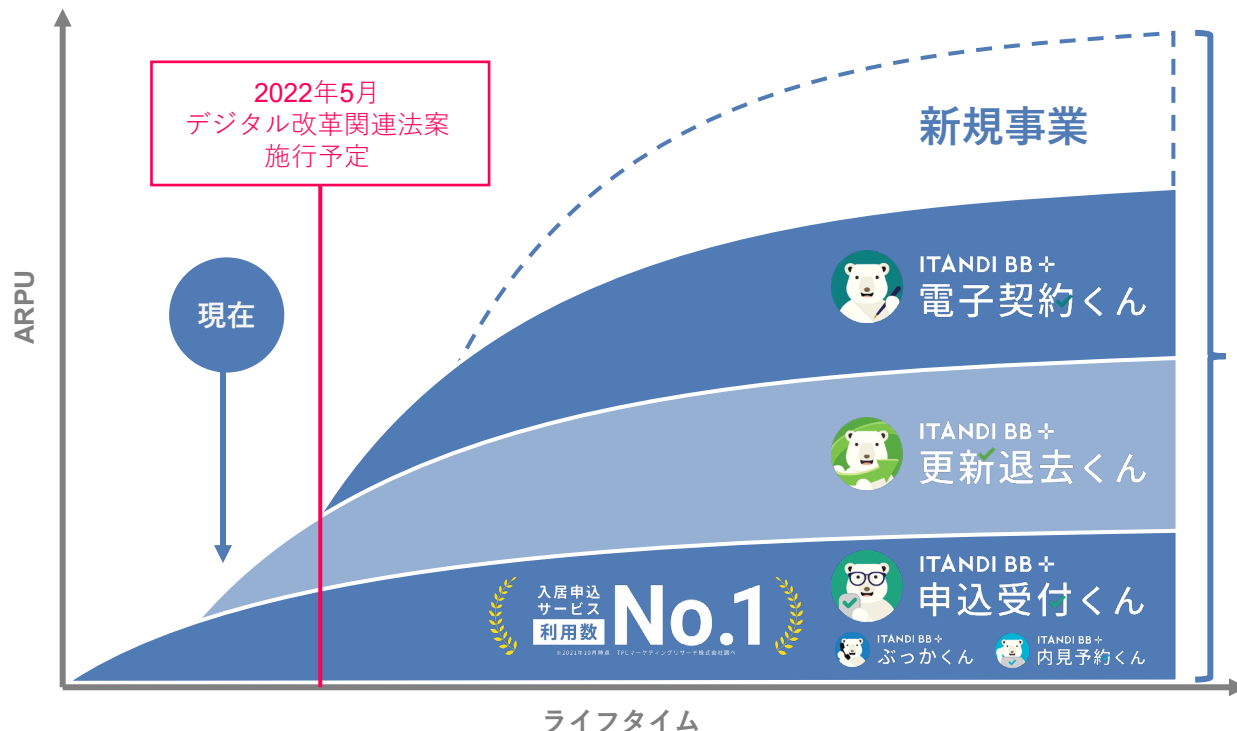
■ 新規の獲得を継続しつつ、ARPUも向上させる

■ 2022年は更新退去くん、電子契約くんの拡販に注力

注1) 株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」(2019年8月)、一般社団法人証券リサーチセンター「ホリスティック企業レポート 日本住宅サービス(8945 東証マザーズ)」(2011年6月)を参考に契約数を推計。それより、イタンジのシステム(申込受付くん)から算出したを利用した1年間の電子契約率を参考に算出

注2) 2021年10月時点 TPC マーケトリサーチ株式会社の調査内容より当社推計

## 利用数No.1の申込受付くんの顧客基盤を活用。 電子契約くん他、1社あたりサービス利用数を増やし ARPUを向上させる



ITANDI

## 仲介会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

■賃貸仲介業者向けCRMツール、  
ノマドクラウドを機能強化

■リアルタイムな物件情報が集まる  
ITANDI BBとの連携を強め、他社  
CRMツールと差別化をはかる

■仲介会社の電話確認コストを減らし、  
エンドユーザーへの速やかなレスポンスが可能に

## ITANDI BBと連携強化で差別化。 イタンジにしかない強みで新規顧客獲得を拡大。

### リアルタイム物件情報 連携なし



### リアルタイム物件情報 連携あり



# ITANDI OHEYAGO コンテンツ強化

■テクノロジーを使ったスマートなお部屋探し体験によりNPS<sup>注1)</sup> 24 (他社不動産情報サイトの平均は-36.7 )<sup>注2)</sup>を獲得。口コミを活かしたPRを強化

■ OHEYAGOリリース以降の物件数増加とサイト改善により、SEOが強化され物件名やエリア名での流入が増加

■ 今後ITANDI BBの拡販を通じて継続的に物件掲載数が伸び、それに連動して集客力も強化

## 高い顧客満足度と集客力の向上

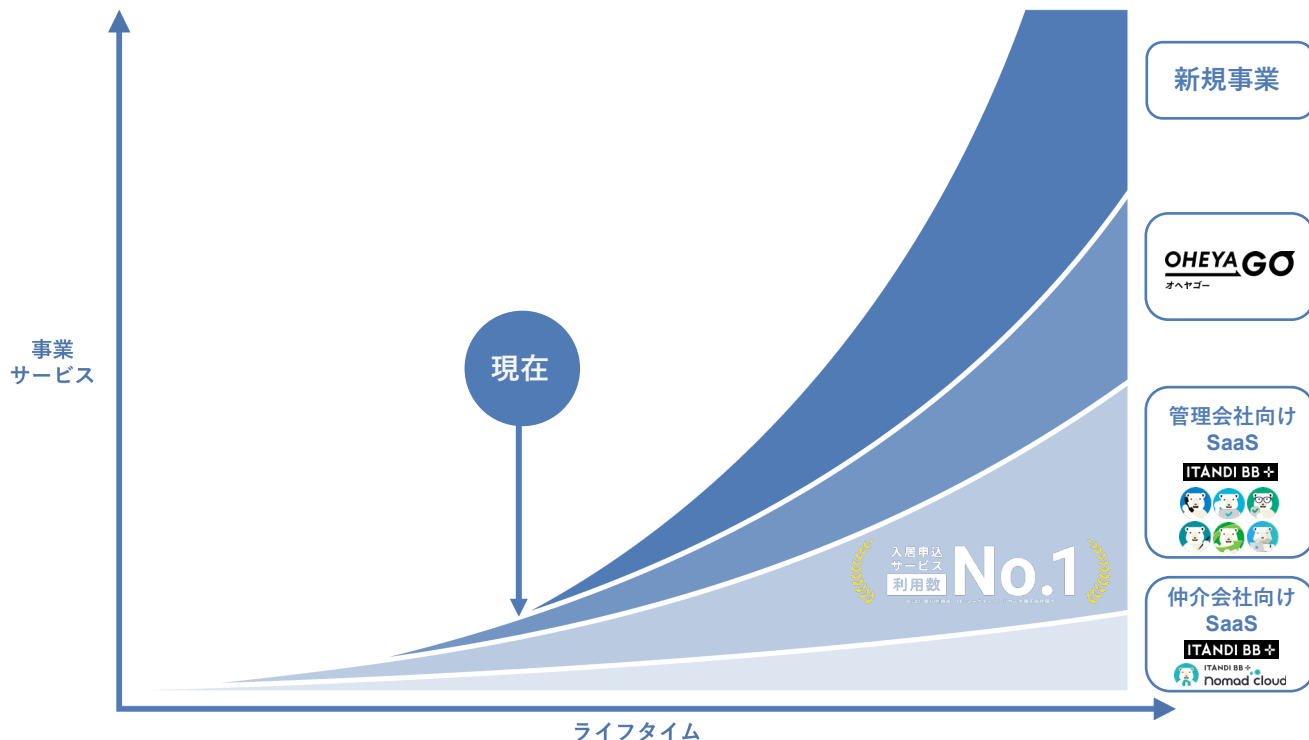


注1) 「Net Promoter Score (ネットプロモータースコア)」の略。顧客ロイヤリティを測る指標として用いられる。  
NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社  
注2) 会社「NPS®ベンチマーク調査2019【不動産情報サイト】」を参照

## ITANDI 成長戦略

中長期では、管理会社向けSaaS、  
仲介会社向けSaaSを基軸にマー  
ケットシェアを拡大し、ひとと暮  
らしをつなぐ各事業を伸長

# 利用者数No.1の申込受付くんの顧客基盤を活用し、 他事業へサービス利用を拡大



A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

**M&A**

## M&Aの方針

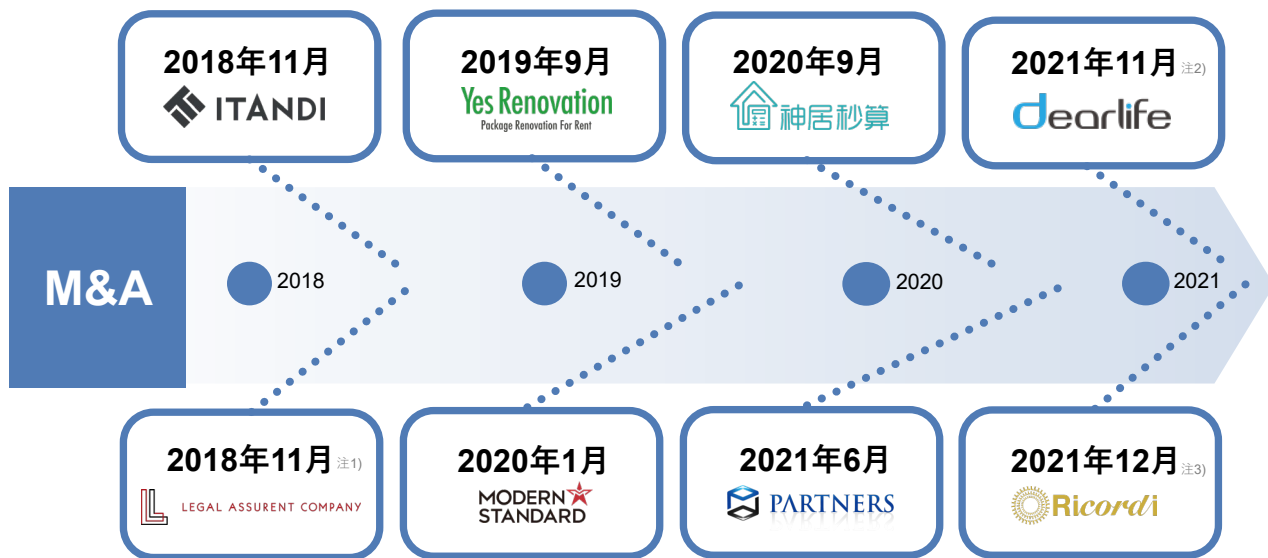
■ 「Our ambition」の達成の為に自前で事業を作るか、時間を買うかを検討

■ 事業を推進するにあたり、足りないパーツがあり、それらを埋める優良企業があれば、ファウンダーに直接アプローチ

■ M&A案件は10社近くを常時検討し、持ち込み案件はなし

■ 共に世界的な企業をつくることを強く提案し、志に共感してくれた企業をM&A

## 2018年11月に最初のM&A実施後、丸3年で8社をM&A



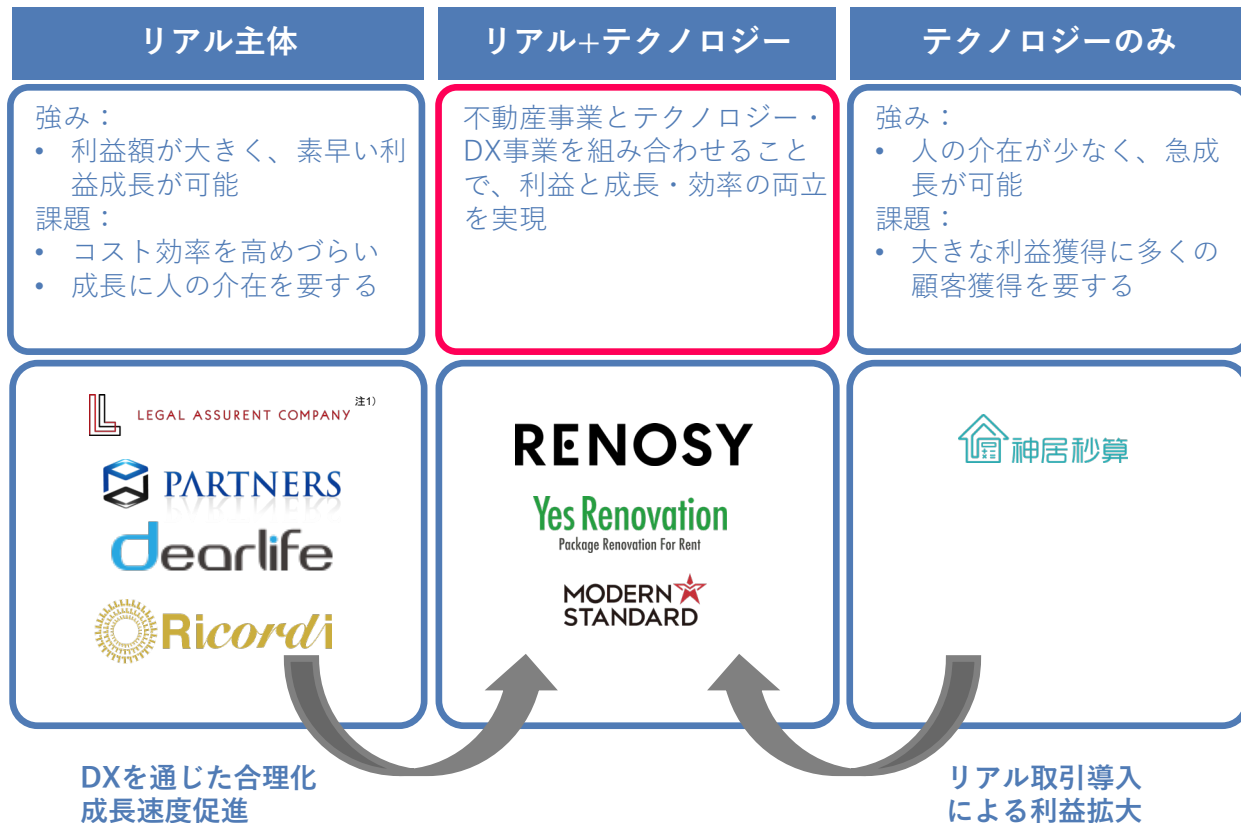
注1) 2020年5月に株式会社RENOSY ASSET MANAGEMENTに商号変更 注2) 2022年5月1日事業譲渡予定 注3) 2022年3月1日までに株式譲渡予定

# リアルとテクノロジーの統合戦略

■リアルやテクノロジー事業は単体においては利益総額と高利益率、高効率の両立が困難

■RENOSYマーケットプレイス同様に、不動産事業とテクノロジー・DXを組み合わせることで、それぞれの事業における利益と成長・効率の向上を目指す

## リアルとテクノロジーの統合戦略



注1) 2020年5月に株式会社RENOSY ASSET MANAGEMENTに商号変更

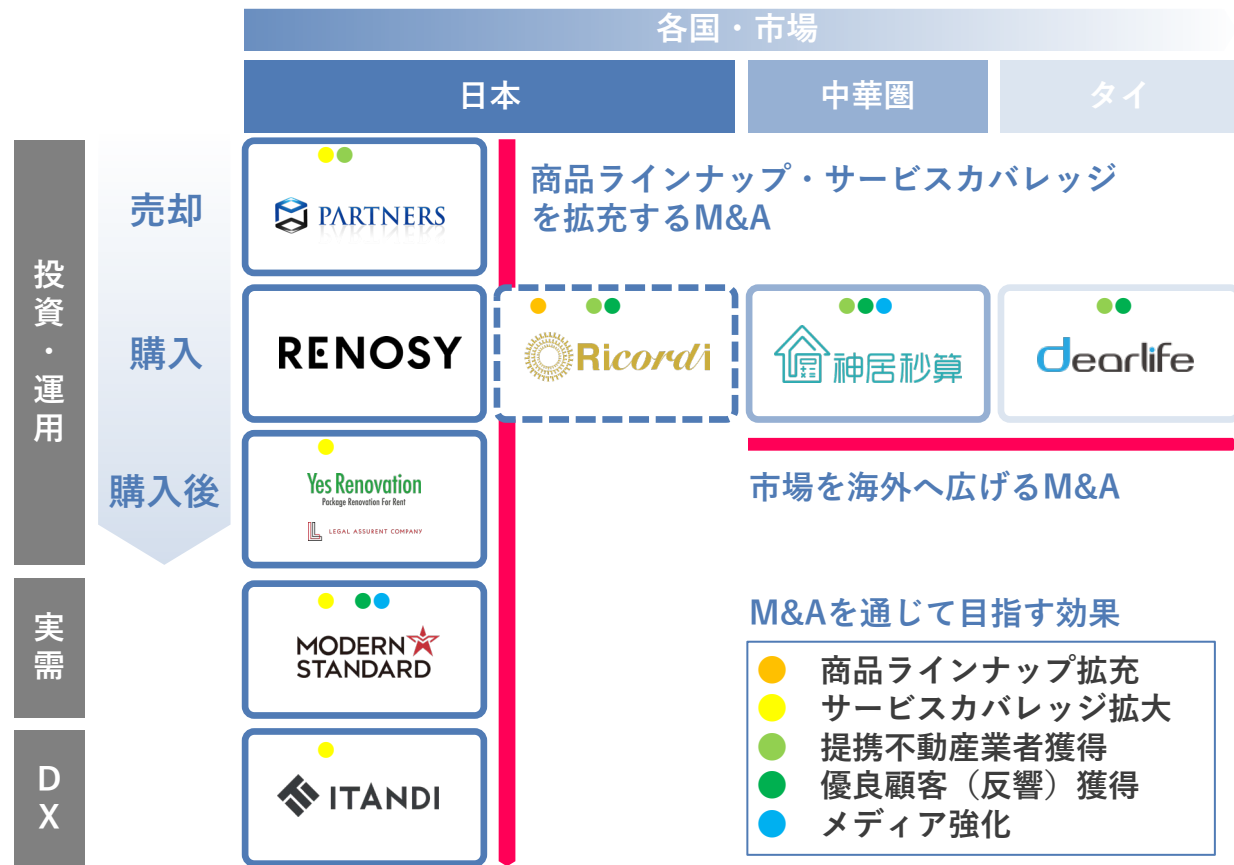


# M&A M&Aを通じて 目指す効果

■M&Aを通じて、RENOSY  
マーケットプレイスの成功を  
横展開できる周辺商品及び海  
外市場へ進出

■同時に、サービスカバレッ  
ジを拡充するM&Aにより、顧  
客の相互送客及びLTV拡大を  
見込む

## 当社のM&A戦略



# M&A後のPMI

(Post Merger Integration)

■過去のM&Aを通じて蓄えたPMI推進ノウハウを用い、短期でのシナジー実現を目指す

■現経営陣によるマネジメント継続をベースとしつつ、当社グループのリソースを用いた成長加速を目指す

■当社が強みとする、テクノロジーと不動産業を組み合わせるノウハウを活かし、手数料の拡大と成長加速を実現

## 早期のシナジー実現を目指したPMI戦略

### PMI推進

- ① 現経営陣によるマネジメントを継続し、GAグループ本体の経営にも参画することによる、各社ノウハウのGAグループ全体への波及を狙う
- ② 100日計画の策定と、計画に基づくPMI推進とKPIモニタリングを推進
- ③ ライン別の分科会立ち上げと早期の共同でのプロジェクト推進を目指す

### 事業

- ① テクノロジー企業には不動産取引の組み込みを模索し、事業のバリューチェーン拡大を目指す
- ② 不動産企業はDX化を推進し、集客やオペレーションの効率化を目指す
- ③ 当社グループ傘下となることによる、信用力強化を用い、採用、資金調達、広告・宣伝、取引先開拓などを強化し、成長を加速

### 管理

- ① バックオフィス統合によるコスト合理化を目指す
- ② 当社のDXツール導入による業務効率化を目指す
- ③ 共通の管理会計システムの早期導入、業績推移モニタリングを確立

## M&A 過去のM&A実績 ITANDI

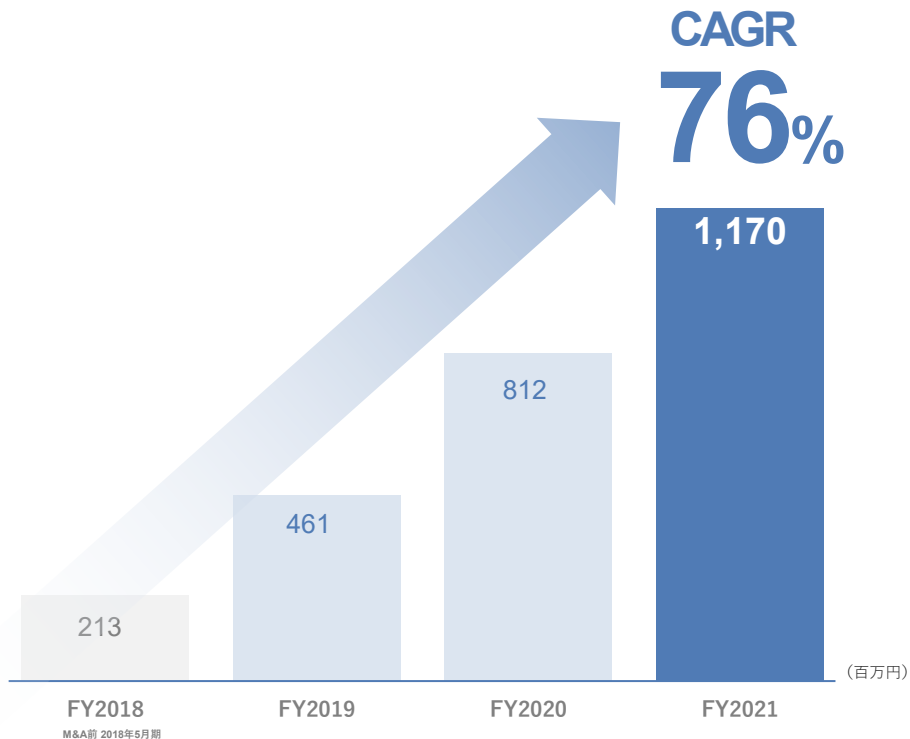
■2018年11月にM&AをしたITANDIは経営統合後、業績を拡大

■売上高の4年CAGRは76%を記録し、GAグループ参画後のPMIの成功により、成長を加速

■成功のPMIを横展開・再現し、他のM&Aにおいてもグループ参画後の相互の高い成長を実現



### M&A後の売上高成長率

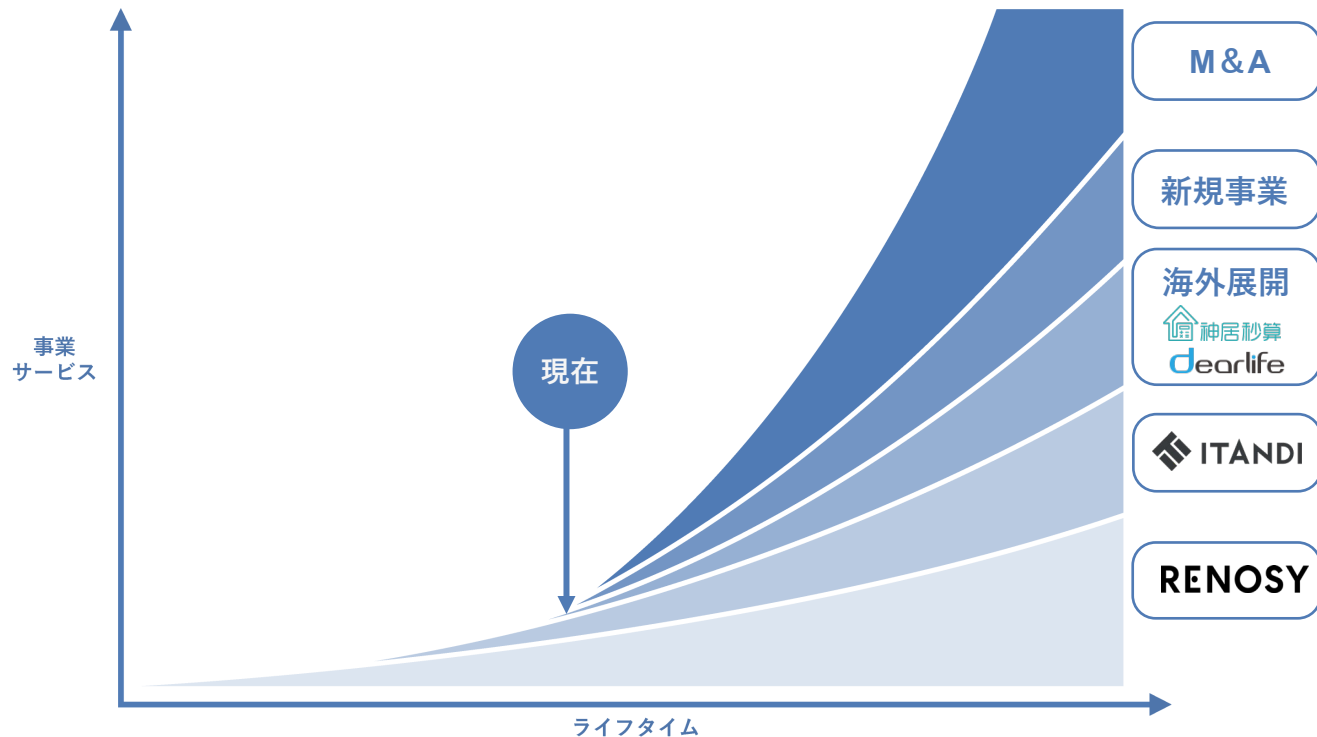


M&A

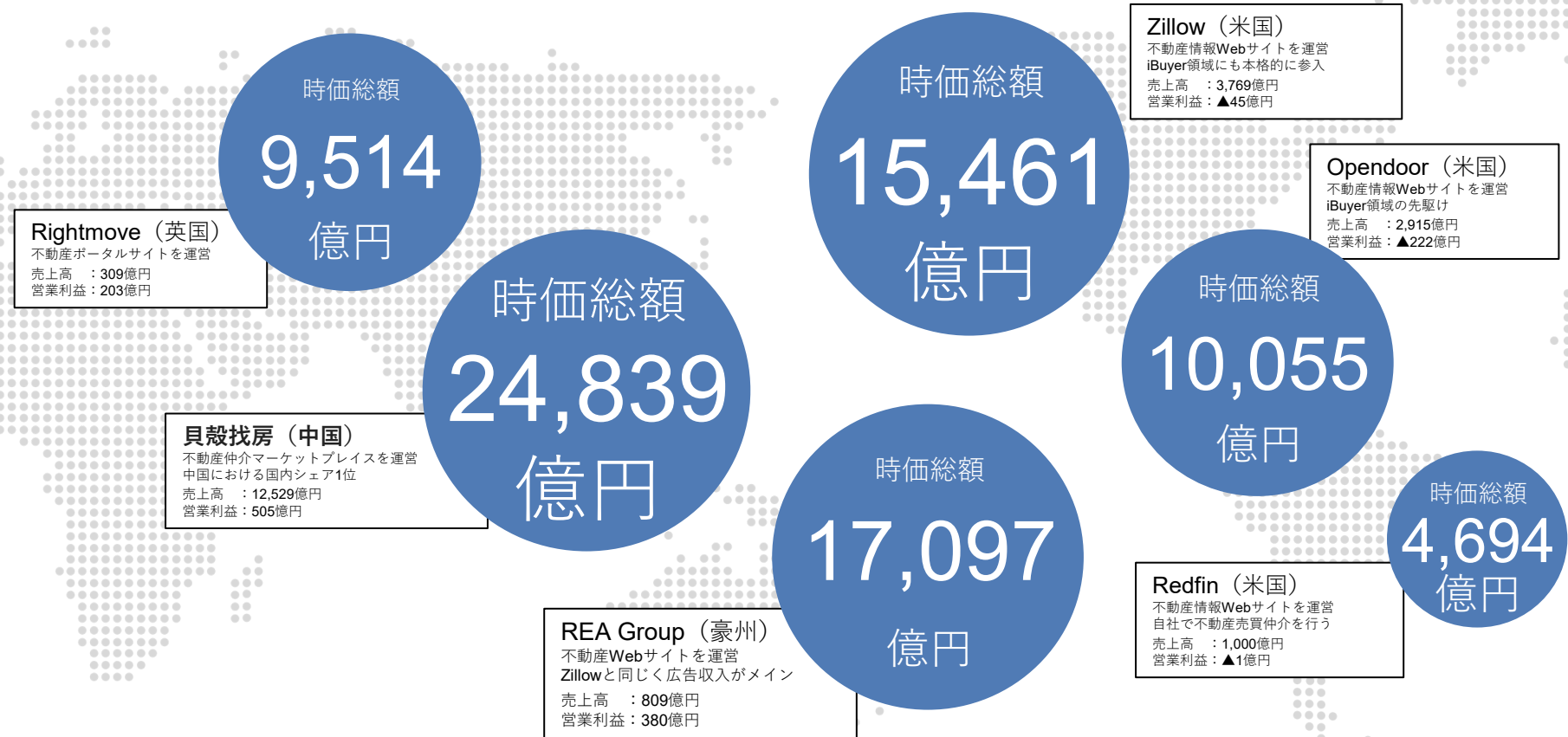
## GAグループの展望

RENOSYマーケットプレイスを中心に第2、第3の事業を創出する

## GA technologies groupの 今後の成長曲線



# Prop Techの市場規模



注1) 各社発表のIR資料より計算  
注2) 株価は2021年11月30日時点  
注3) 為替は1ドル=112.899円,1ポンド=150.625円,1オーストラリアドル=80.513円で計算 (2021年11月30日)

# 認識するリスクおよび対応策

# 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	当社グループが属する不動産業界は、新型コロナウイルスの感染拡大により、金融機関の稼働減に伴う販売活動の停滞、管理会社の営業停滞に伴う仲介可能物件数減少等が事業に重大な影響を及ぼす可能性があります。	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、非対面販売体制の早期確立、自社メディアの強化及び賃貸業界のDXシフト等、長期的な業界変化を見据えたDX推進に注力しております。
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、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。今後も「RENOSY（リノシー）」の機能向上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。

※その他のリスクにつきましては、有価証券報告書の「事業などのリスク」をご参照ください

## 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 ：法的規制について	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」、「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。 また、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いません。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った場合には、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。	低/中長期	大	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が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います。
事業内容・提供サービス ：情報の管理について	当社グループは、会員やオーナーの個人情報を保有しており、「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、信用失墜、取引停止、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。	低/中長期	大	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ためと認識しております。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。
M&Aについて	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、事前の調育・検討内容に不十分な点が存在することや、買収後の市場環境や競争環境の著しい変化があった場合には、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。	低/中長期	大	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定に基づき、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、投資判断にあたって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。

※その他のリスクにつきましては、有価証券報告書の「事業などのリスク」をご参照ください



# 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](mailto: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、2022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、  
決算説明資料にて四半期ごとに更新いたします。