

2022年4月1日

各位

会社名 株式会社リベロ
代表者名 代表取締役社長 鹿島 秀俊
(コード番号：9245 東証マザーズ)

よくある質問と回答（2022年12月期第1四半期）

日頃より、当社へのご関心をいただきありがとうございます。2022年度より、四半期ごとに投資家様より頂戴した主なご質問とその回答について、下記の通り開示致します。

なお、本開示は投資家様への情報発信を目的に、四半期明けの第一営業日を目途に開示する予定でございます。回答内容については、時点のずれによって表現が若干異なる可能性があります。直近の回答内容を記載しております。

Q1. 管理戸数と潜在戸数の違いについて教えてください。
また、潜在戸数はいつ管理戸数に切り替わるのでしょうか？

管理戸数とは、当社名義で転貸借している部屋数を示しております。

また、潜在戸数とは、当社のサービスである「ワンコイン転貸」を導入いただいている法人企業が、法人企業名義でお借りしている部屋数を示しております。(当社名義の転貸借契約切替前の部屋数)

すぐに当社名義に切り替えない理由としましては、契約途中の名義変更は、管理会社から名義変更費用などが発生するケースがあるためとなっております。そのため、法人企業の賃貸借契約更新時、もしくは現在の部屋から新しい部屋へ引越しされるタイミングで当社名義に切替えております。

また、潜在戸数から管理戸数へ変わる期間は過去実績で約3年となります。

Q2. 決算説明資料の「ヘヤワリ」の戸数は何を示しているのか？

「ヘヤワリ」で実際に転貸借契約している部屋数となります。

当社のサービスは、法人企業等の従業員から希望があった部屋を、当社が借りた上で、月額2,000円（最長2年間）を割り引いた家賃で貸しているため、従業員の入退去に合わせて当社も契約開始・終了致します。そのため空室リスクはない転貸借サービスとなっております。

Q3. 投資予定である1.9億円の営業パートナーとの協業とは具体的に何を予定しているのか？

パートナー（不動産会社）や、代理店（保険代理店や金融機関等）に当社の法人企業向けサービスを営業してもらい、法人企業との新規契約後に手数料を支払う施策を予定しております。これらを総称して営業パートナーとしており、営業パートナーへは新規契約時限定の手数料設定を予定しておりますので、継続的な手数料は発生致しません。

Q4. 営業パートナーとの協業による 1.9 億円の投資効果はどれくらいあるのか？

2021 年 12 月期 決算説明資料にございますように、従来通り当社が営業をした場合、2022 年 12 月期は 280 社の法人企業の登録を見込んでおりますが、今回の施策によって 420 社増加した 700 社の登録を見込んでおります。

増加した 420 社による売上効果としましては、今期は 3,600 万円程度になる見込みですが、来期以降は継続的に 2 億 4,200 万円程度になると見込んでおります。

今期の売上見込みが来期以降と比較して少ない理由は、法人企業における部屋探しが発生する時期が 3 月と 4 月に集中しており、営業活動の開始時期を 5 月以降で予定しているため、今期の売上は年間に発生する部屋探しの 15%程度になると見込んでおります。

Q5. 効果があれば、今後も営業パートナーとの協業への投資を続けていくのか？

2021 年 12 月期に複数の不動産会社で実施していただいた結果、効果が認められたため今期は全国展開を計画しております。

しかしながら、実施規模を拡大することで、効果（法人企業の利用状況）が変わってくる可能性もあるため検証する必要があると考えております。

検証の結果、投資効果が認められれば来期以降も投資を続ける可能性がございます。

Q6. プロモーション及びキャンペーンについてはどんな内容になっているのか？

2021 年 12 月期にも一部実施いたしました、「ヘヤワリ」ご利用時に初期費用をキャッシュバックするキャンペーンなど、よりユーザーの心をつかむようなプロモーションを予定しております。

また、SNS においてインフルエンサーを起用したサービスプロモーション等も予定しております。

Q7. 2022 年 12 月期 連結業績予想において、営業利益は前期比減益とありますが、上半期と下半期と分けた場合、営業利益はどのような推移になりますか？

営業パートナーとの協業施策による 1.9 億円の投資に関しては、提携が完了した不動産会社から順次営業を開始する予定ですが、繁忙期である 4 月頃までは法人企業も不動産会社も新規の営業活動が難しいため実質的に 5 月以降の活動（投資）開始となることから、当社の例年の推移と同様に、上半期に営業利益が偏重する見込みとなっております。

Q8. 2020 年 12 月期から 2021 年 12 月期において、「転勤ラクっと NAVI」の成約単価が上がった理由は？また、今後上がる可能性はありますか？

2021 年 12 月期に成約単価が上がった理由としては、2 点ございます。

1 点目は、転貸サービスを開始したことで、不動産会社と引越会社については、当社にて原則手配をしていただけるようになったことや、火災保険や、電気・ガス・インターネット等のライフラインの案内が容易になったことで、付帯できるサービスが増加したことによります。

2 点目は、引越会社の業務や課題を、当社がより多く支援することで手数料が増加したことによります。

今後、付帯サービスが増えることによって当社の収益が増加する可能性や、当社からのご紹介数が多くなることでサービス提供事業者との手数料交渉も可能となり、成約単価が上がる可能性があります。

Q9. 「ヘヤワリ」に関して、今期の見込みでは管理戸数が大幅に増えていますが、どのように増やす予定ですか？

これまでは、法人企業の従業員向け福利厚生サービスとして「ヘヤワリ」を提案しておりましたが、これを、一般ユーザー向けにも開放する予定となっております。また、一部で既に開始しておりますが、提携不動産会社が、ヘヤワリを活用して部屋の仲介を行うという施策も実施しております。

タイミングは、当社で決められないものもあるため、年間目標の管理戸数に到達できるように、進めてまいりたいと考えております。

Q10. 「新生活ラクっと NAVI」のサポート単価は4,800円くらいでしょうか？

また、ソフトバンク株式会社の売上構成比が高いと感じますが、ソフトバンク光の取次がメインになるのでしょうか？

当社は不動産会社からユーザーを紹介していただいた際、引越しを始め電気・ガス・インターネット等のライフラインの手配をサポートしておりますが、サービス提供事業者が多岐にわたることから、それぞれのサービスの紹介手数料が異なっております。

ソフトバンク株式会社の売上構成比が高い要因は、当社への手数料単価が他のサービスに比べ高くなっているためです。

当社は、ユーザー自身が必要なサービスを選べるように、サービス案内をしておりますので、光回線のみならず、ケーブル回線の取次も行っておりますが、紹介手数料の違いから売上規模に差が生じております。

また、紹介していただいたユーザーの中には、現在ご利用中のサービスをそのまま継続される場合や、ご自身で手配される場合もあることから、サポートサービス当たりの売上単価は平均すると4,800円程度となっております。

Q11. 「新生活ラクっと NAVI」の売上計画が今期増えているのはどのようなことが要因でしょうか？また、大きい新規不動産会社が獲得できる見込みがあるのでしょうか？

今期、「新生活ラクっと NAVI」の売上が伸びる要因としましては、「転勤ラクっと NAVI」や、「ヘヤワリ」からの送客実績による新規開拓や、パートナー企業からの紹介による新規開拓を計画しております。

また、今後も仲介件数の多い不動産会社へ継続して提案することで、売上の拡大を見込んでおります。

Q12. 株式会社ベネフィット・ワンや SBS ホールディングス株式会社と資本提携された経緯を教えてください。

両社ともに、先方の代表者様と協議のうえ、資本提携をすることで、業務提携よりも深い結びつきとなることから、双方の事業シナジーを向上させることができると考え、資本提携に至りました。

Q13. サービス提供事業者からの送客手数料に減額があった場合は、リベロの収益も減少するのではないのでしょうか？

当社の不動産会社向けサービスの収益は、サービス提供事業者からの手数料によるものとなっております。そこで、当社は自社サービスである、法人向けサービスをさらに拡大させていくことで、収益基盤の安定を図っております。

また、サービス提供事業者からの手数料につきましては、ここ数年大きな変動はございませんが、当社の事業モデルは、他の販路（テレアポ、訪問販売、量販店など）と比べても、新生活の入口での提案が可能となっていることに加えて、ユーザー自身が選んだサービスを紹介していることから、継続率の高いユーザーを送客できているため、競合他社に比べて優位性があると考えており、手数料が減少する場合においても、減少幅を低くしてもらうなどの交渉が可能であると考えております。

Q14. 競合他社との違いや差別化について教えてください。

大きく分けると二点あると考えております。

1点目は、プラットフォームに対する考え方の違いです。

当社はプラットフォーマーとして、ユーザーとサービス提供事業者、両者に対して正直でありたいと考えています。

「正直である」とは、ユーザーに対しては、利用できるサービスを全てお伝えし、自分の意思で選ぶことができる状況を提供すること。また、全てのユーザーには、当社はニュートラルな立ち位置であることをご理解いただき、特定のサービス、特定の商品だけを、推すことをしないこと。

この「正直である」ことが、ユーザーやサービス提供事業者から、支持される理由と考えており、自社サービス（仲介業務、引越業務、光コラボなど）を展開しない理由も、ここにあります。

また、当社は、サービス提供事業者に対しては、広告料や加盟料を課さないことによって、長く継続した取引を可能としており、サービス提供事業者から支持されるプラットフォームを築いております。

従来のプラットフォームは、ユーザーにとって利便性の高いものである一方で、不動産会社や引越会社等のサービス提供事業者にとっては、課題が多く存在するものであると考えております。

当社のプラットフォームは、ユーザーにとって利便性の高いものであることはもちろんですが、その先にあるサービス提供事業者の課題をも解決できるプラットフォームを目指しております。

2点目は、当社のサービスによって、不動産会社との相互送客の関係を築くことができる点になります。不動産会社からは引越し・電気・ガス・インターネットなどの手配が必要なユーザーを紹介していただき、当社からは部屋探しが必要なユーザーを紹介することで、双方の本業を助け合うことが可能となります。

当社は、当社のプラットフォームが拡大することによって、サービス提供事業者の課題解決や収益拡大をも可能とするプラットフォームの構築を目指しております。

以上