

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

## リビン・テクノロジーズ株式会社

---

東証グロース 4445

---

2022年12月15日

# 目次

01	会社概要	P.2
02	当社の特徴と強み	P.8
03	成長戦略	P.23
04	リスク情報	P.28

# 01 | 会社概要



# ■ LVN（リビン・テクノロジーズ）とは

- リビン・テクノロジーズは住生活領域における社会問題をテクノロジーの力で解決するIT企業です。



代表取締役社長

**川合 大無**

1975年生

（略歴）

1998年4月 ニチモウ株式会社入社  
2000年7月 バリューコマース株式会社入社  
2003年2月 株式会社サイバーエージェント入社  
2004年1月 当社設立 代表取締役社長就任（現任）

## - 使命・存在意義 -

住生活領域における社会問題をテクノロジーの力で解決する

## - 目的地 -

人々の生活に密着した手放せないサービスを提供し、  
世の中に必要不可欠な企業になる

## - 行動規則 -

1. 絶対に諦めてはいけない、諦めない人だけが実現できる
2. できない理由を考えず、できる方法を考える
3. 難しい問題にぶち当たったら喜ぶこと、その経験と努力は次に必ず生きる
4. 事業が拡大する事こそ、社会の役に立っている証拠であると自信をもつこと
5. 現状維持を好まず、変化を望み、変化に適応すること

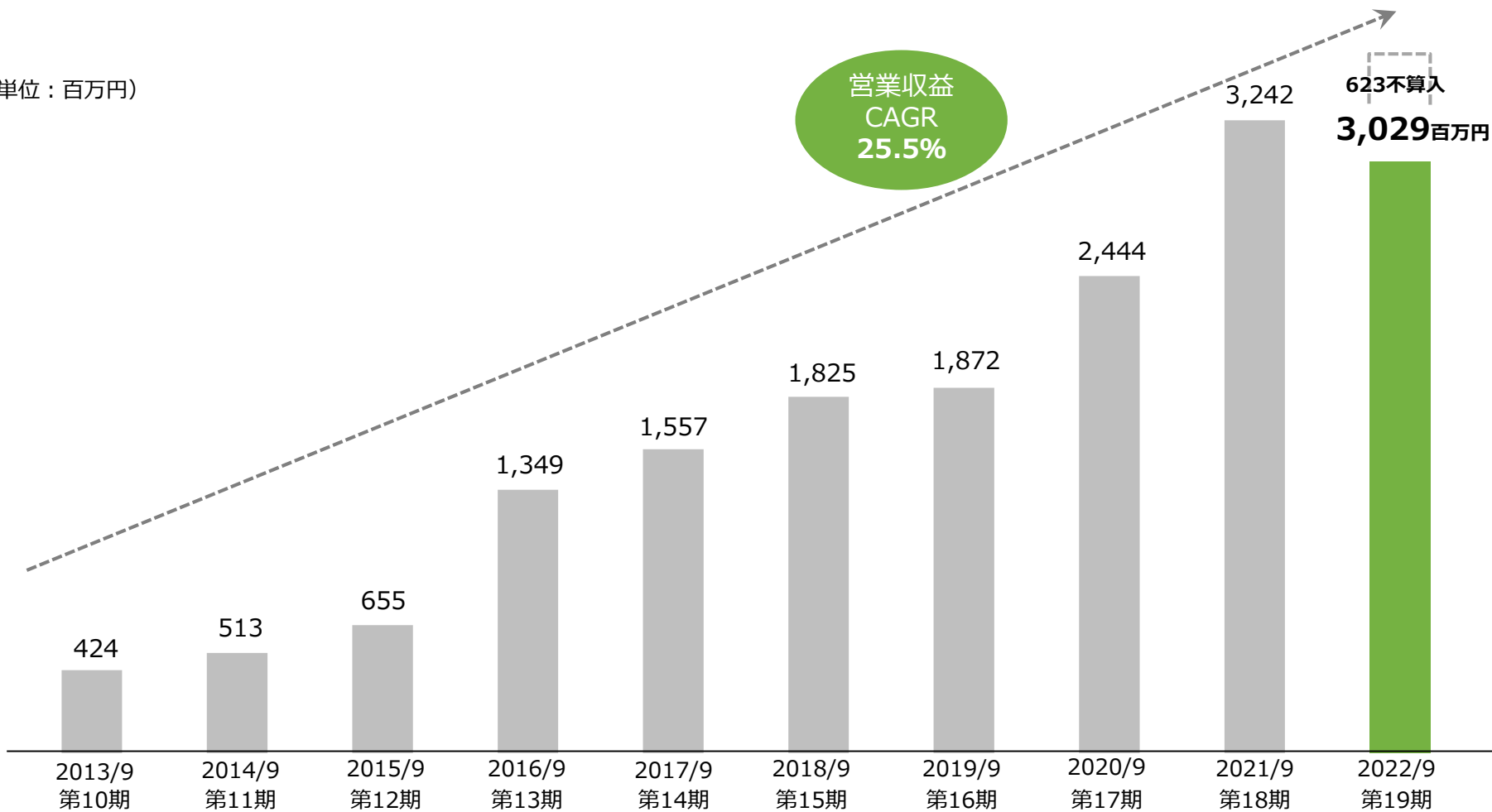
# 会社概要

社名	リビン・テクノロジーズ株式会社 Living Technologies Inc.
設立	2004年1月
資本金	194,260千円（2022年9月末現在）
所在地	本社 東京都中央区日本橋堀留町1-8-12 ホウライ堀留ビル8階 本社第2オフィス 東京都中央区日本橋人形町3-6-7 人形町共同ビル5階 名古屋オフィス 愛知県名古屋市中区錦3-6-35 WAKITA名古屋ビル9階 大阪オフィス 大阪府大阪市中央区久太郎町3-6-8 JRE御堂筋ダイワビル12階 福山オフィス 広島県福山市霞町1-1-24 福山ビル12階 福岡オフィス 福岡県福岡市博多区博多駅前1-4-4 東京建物博多ビル10階
事業内容	不動産プラットフォーム事業 テクノロジーと不動産を融合したWEBプロダクトの開発と運営 ・不動産バーティカルメディア ・不動産業務支援システム（DX） ・インターネット広告
役員	代表取締役 川合 大無 取締役 小櫻 耕一 取締役 金木 宏之 取締役（監査等委員） 井田 英明 取締役（監査等委員） 長富 一勲 取締役（監査等委員） 大下 徹朗
社員数	110名（2022年9月末日現在、アルバイト・パート含む）
認定/代理店	・プライバシーマーク認定事業者 第10830322（08）号 ・Google正規代理店 ・Yahoo!リスティング代理店 ・電気通信事業届出事業者 A-29-16322 ・有料職業紹介事業許可 13-ユ-308903 ・労働者派遣事業許可 派13-308471

# 営業収益推移

- 2019年6月の東京証券取引所マザーズに上場以降も、堅調に推移
- 2022年9月期より、収益認識会計基準を適用

(単位：百万円)

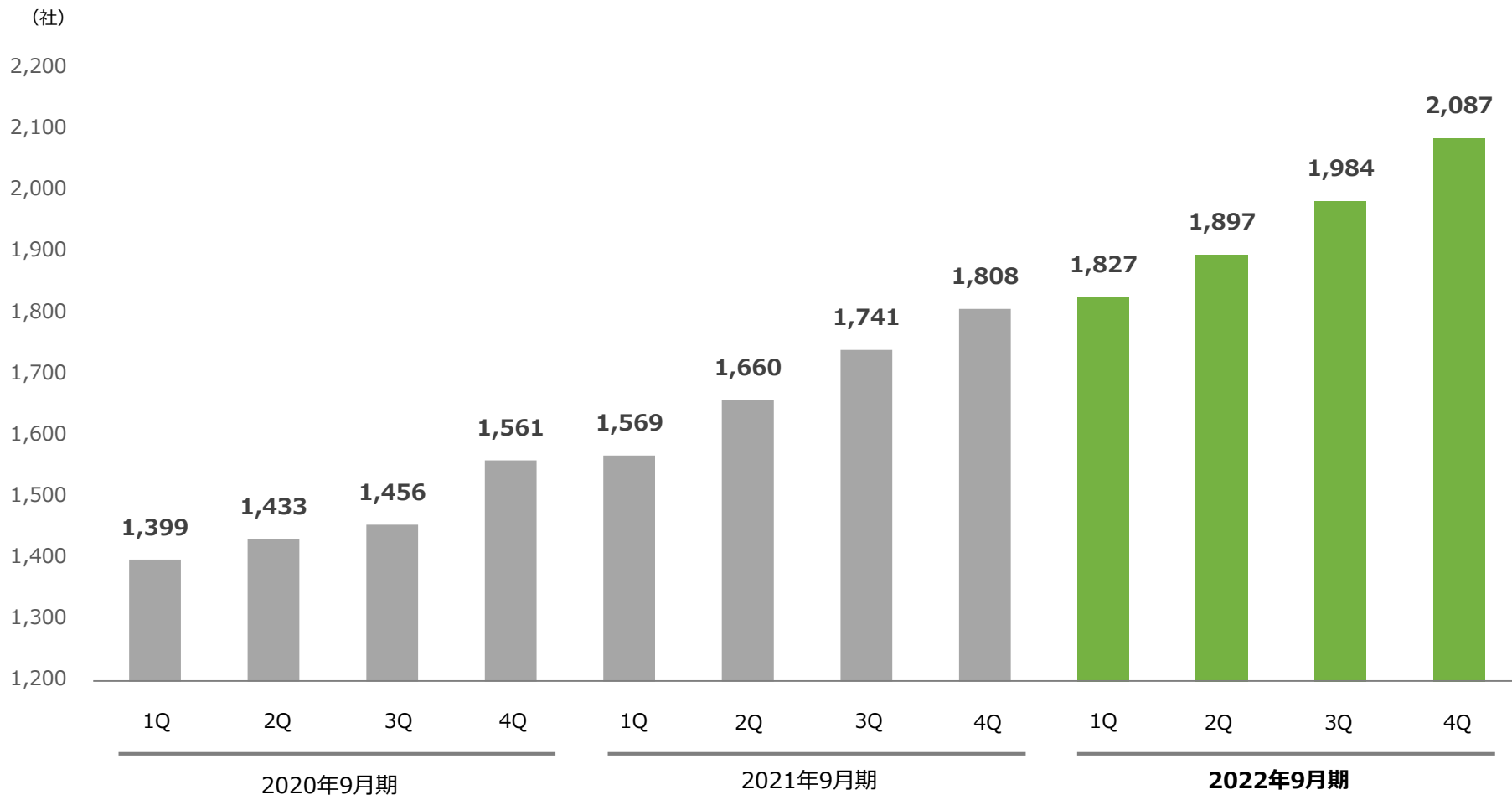


※CAGRは2013年9月期から2022年9月期

# 不動産プラットフォームサービスのKPI①

- 月間平均クライアント数は順調に推移
- 新サービス『ぬりマッチ』のクライアント数が伸長

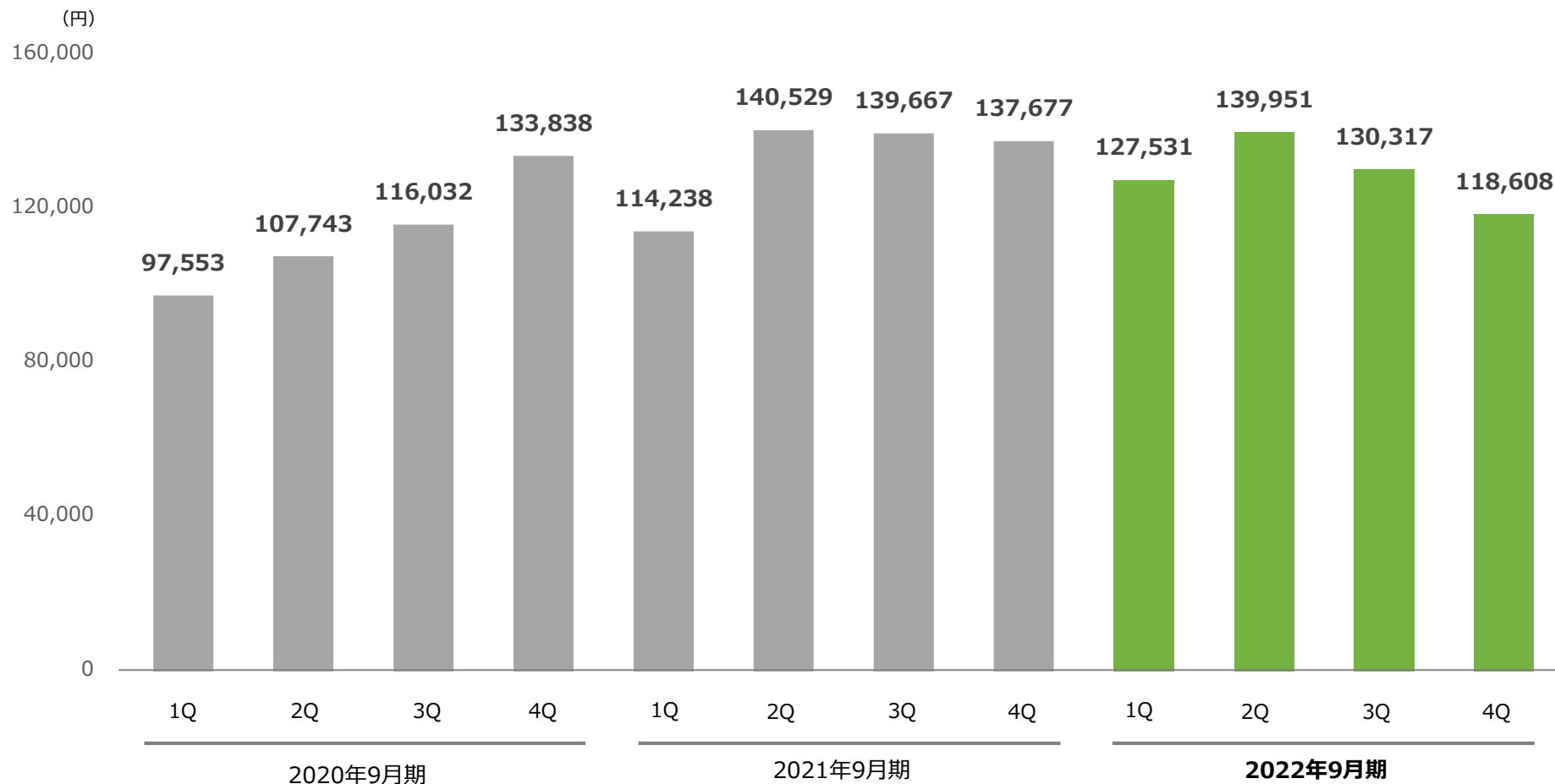
## 月間平均クライアント数（稼働ベース）



## 不動産プラットフォームサービスのKPI②

- ARPU（クライアントあたり月間平均営業収益）は高水準を維持
- 継続的な新サービス投入の影響により、一時的にARPUが下落

### ARPU（クライアントあたり月間平均営業収益）





# 02 | 当社の特徴・強み



# LVNの特徴と強み

## ビジネスモデル

1

- ① 成果連動型サービスのため、費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- ② メディアとDXが連携したシームレスなサービスラインナップ
- ③ 不動産売却を中心に不動産所有者を対象にしたニッチなサービス群



## 競争優位性

2

- ① 全国No. 1の認知度を誇るリビンマッチ
- ② 業界最大規模の人員数、全国5拠点を有する営業体制と2,000社超のクライアント網
- ③ 専門性の高いWEBマーケティングによる集客力

## 市場性

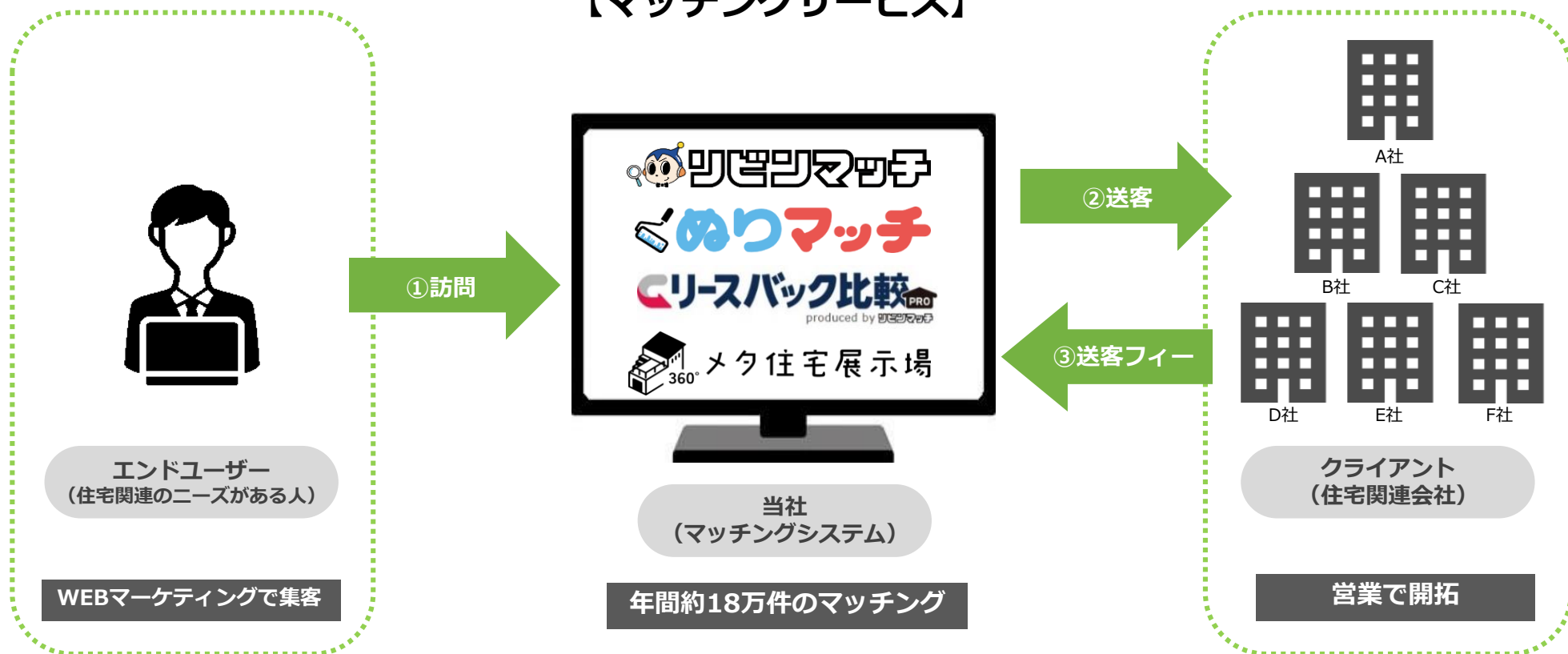
3

- ① 巨大な不動産業界の市場規模
- ② 時流に乗ったテック領域
- ③ 進出余地の大きい不動産DX周辺領域

# 1 ビジネスモデル | ① マatchingサービス (1/2)

- エンドユーザーとクライアントをWEB上でMatchingさせるサービス
- エンドユーザーは、1回の登録で複数の住宅関連会社を比較が可能
- 送客数に応じた成果連動型送客フィーのため、クライアントの費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- 「エンドユーザー数」と「クライアント数」を増やすことが収益UPの源泉

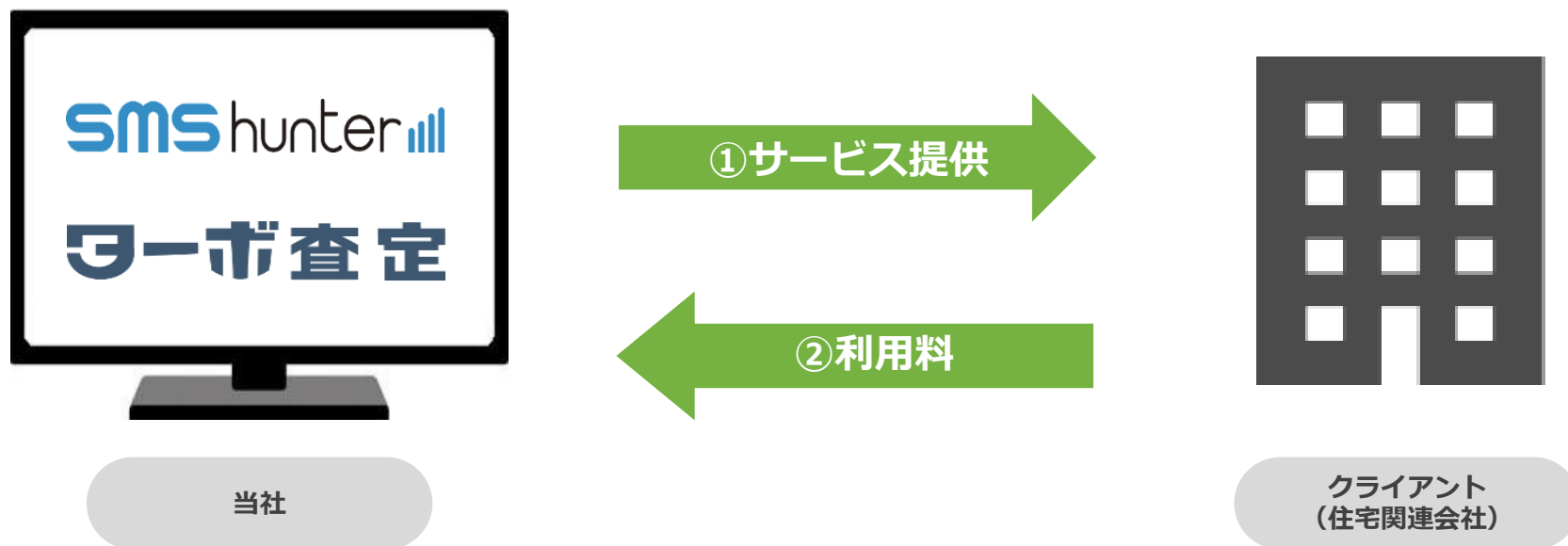
## 【Matchingサービス】



## 1 ビジネスモデル | ①不動産DXサービス (2/2)

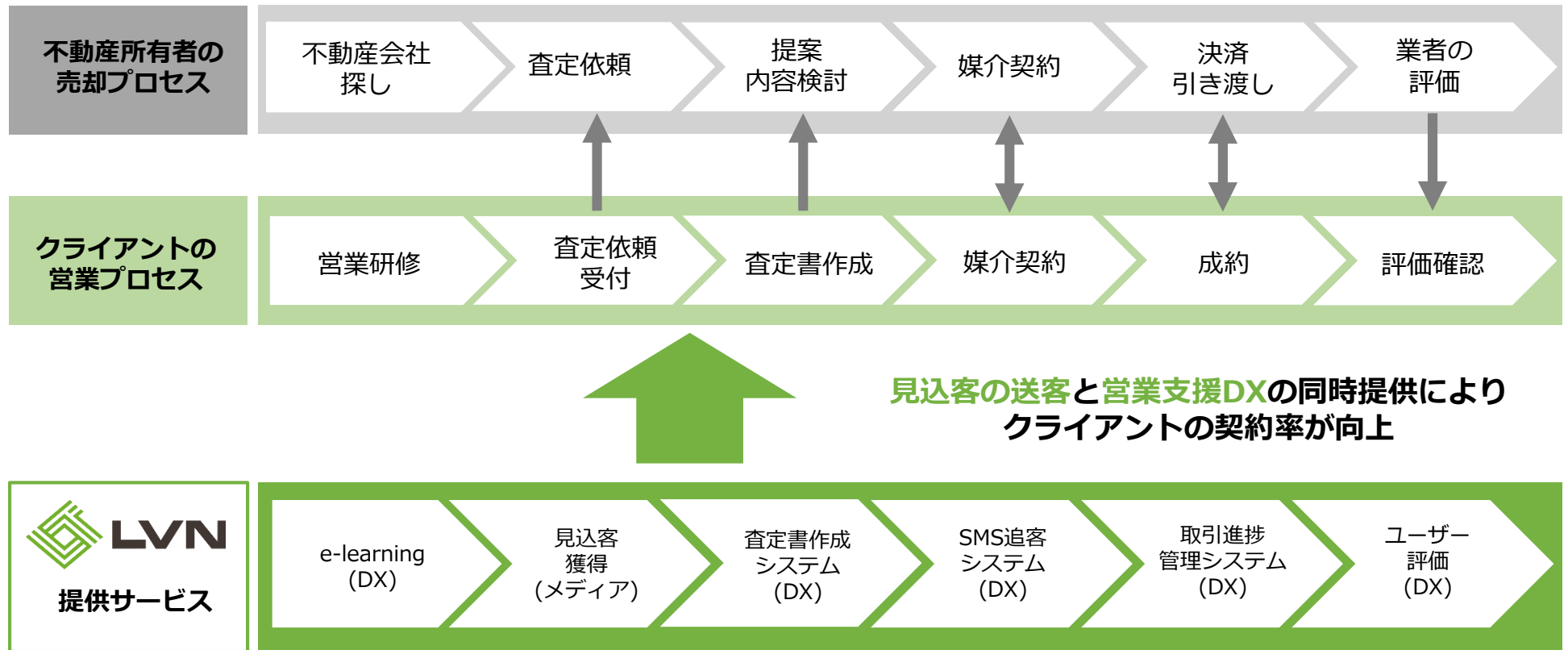
- 住宅関連業界向けに、業務効率化をはかるWEBサービス (SaaS) を提供
- SMS配信システムやAIで不動産査定書を作成するシステムなどのサービスラインナップ
- サブスクリプション型サービスのため、クライアント数の増加により営業収益が積み上がる

### 【不動産DXサービス】



# 1 ビジネスモデル | ②メディアとDXが連携したシームレスなサービスラインナップ

- クライアント（不動産会社）の営業プロセスのデジタル化を促進
- 「メディア（リビンマッチ）」からの見込客情報の提供に加え「eラーニング」「査定書作成」「SMS追客」等不動産会社の契約率をアップする業務支援システム（DX）をシームレスに提供



# 1 ビジネスモデル | ③サービスラインナップ

- マatchingサービスは、不動産売却領域を中心にエンドユーザーと企業のマatchingを行う
- 不動産DXサービスは、住宅関連企業の業務効率化を推進する

## マatchingサービス

### <不動産売却領域>



- ① 不動産売却
- ② 不動産買取
- ③ 任意売却



- ④ リースバック

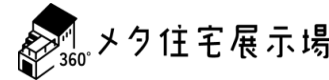
### <非不動産売却領域>



- ⑤ 土地活用
- ⑥ 賃貸管理
- ⑦ リノベーション



- ⑧ 外壁塗装



- ⑨ 住宅展示場

## 不動産DXサービス

### <DX領域>



- ⑩ SaaS型ステップメール配信システム



- ⑪ 査定書作成システム



- ⑫ 不動産・住宅関連業界向けオンラインマガジン

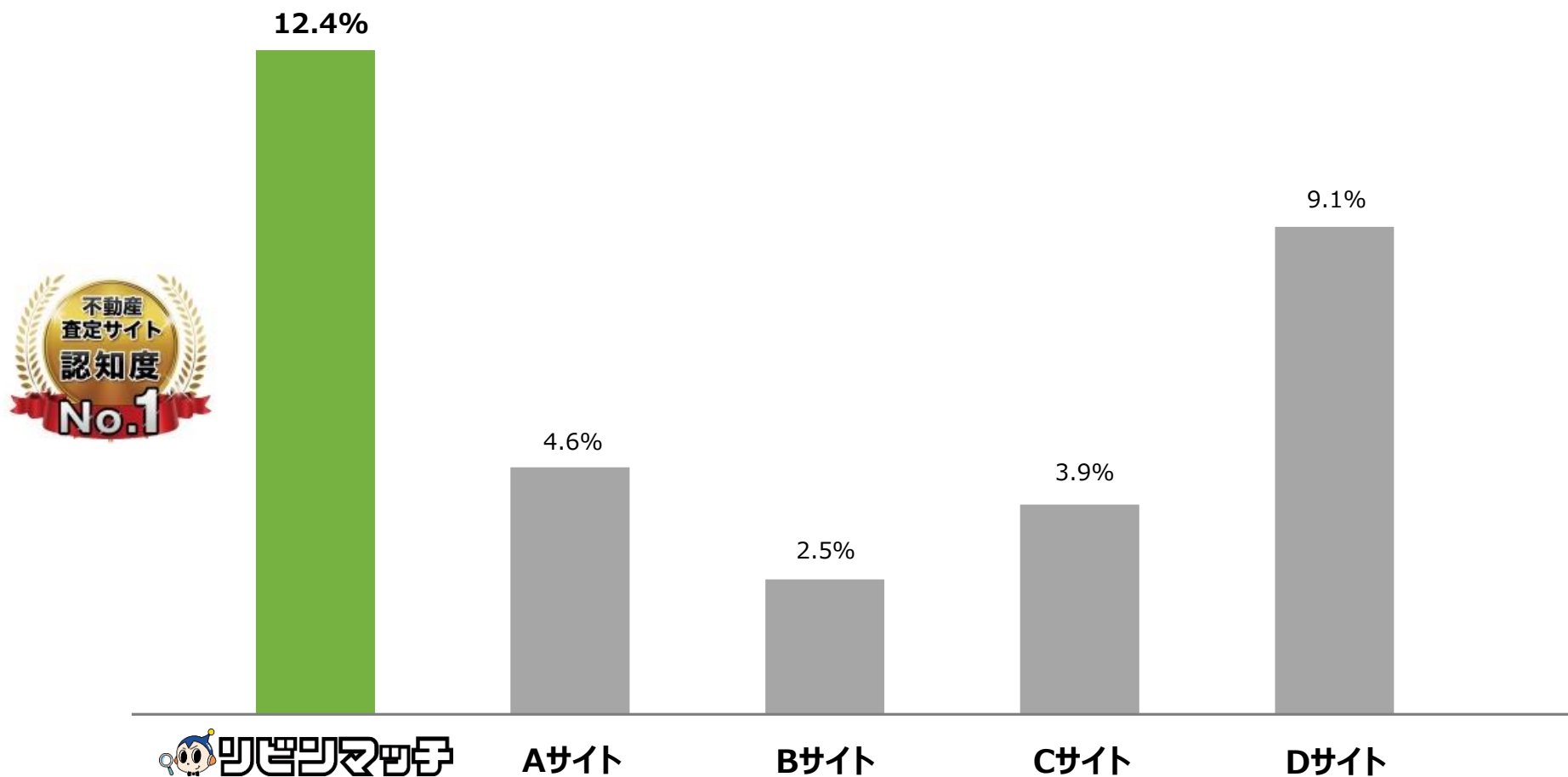


- ⑬ 不動産専門ビジネスツール比較サイト

## 2 競争優位性 | ①全国No.1の認知度を誇るリビングマッチ

### 不動産査定サイト全国認知度調査

調査期間 2022年9月9日～9月11日



※1. 調査の実施主体：株式会社マーケティング アンド アソシエイツ  
調査の協力：株式会社マーケティングアプリケーションズ  
全国47都道府県在住、男女20代～60代の方を対象  
競合不動産一括査定サイト5社比較  
※2. 3,000人調査

## 2 競争優位性 | ②業界最大規模の人員数、全国5拠点を有する営業体制と2,000社超のクライアント網

- 業界最大級の約40名の営業人員
- 業界唯一、全国5都市に営業拠点を展開、クライアントの新規獲得とフォロー体制を構築
- 全国約2,000社のクライアント網
- 2,000社のクライアント網は、アップセルの対象であり、参入障壁でもある





## 2 競争優位性 | ③専門性の高いWEBマーケティングによる集客力

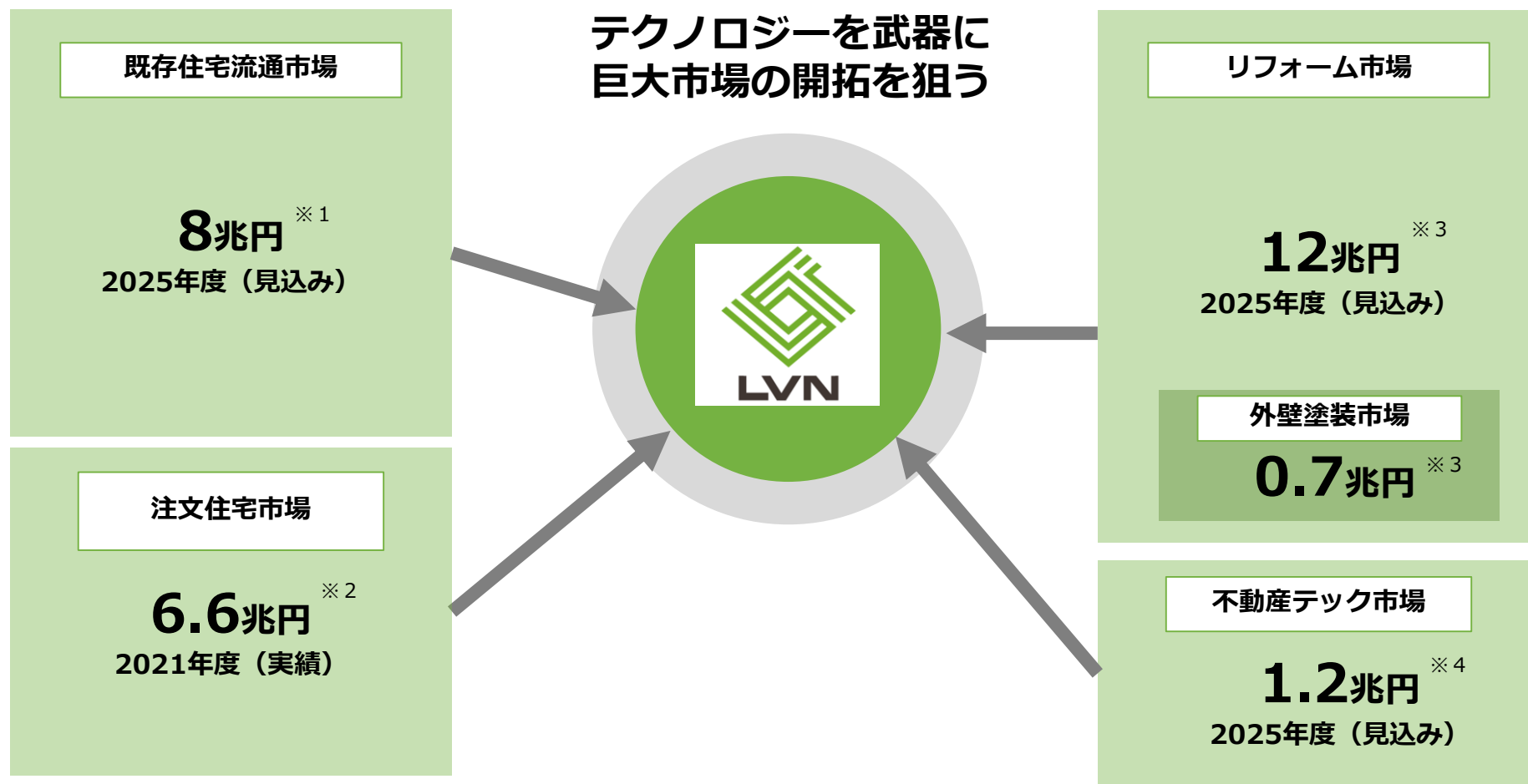
- 外部WEBメディア、独自マーケティングを組み合わせ、年間18万物件のマッチングを実現



※株式会社マーケティングアンド アソシエイツによる調査：全国47都道府県在住3,000人調査 競合不動産一括査定サイト5社で比較

### 3 市場性 | ① 巨大な不動産業界の市場規模 (1/2)

- 現在のサービス提供領域にとどまらない、当社を取り巻く巨大な市場の開拓余地

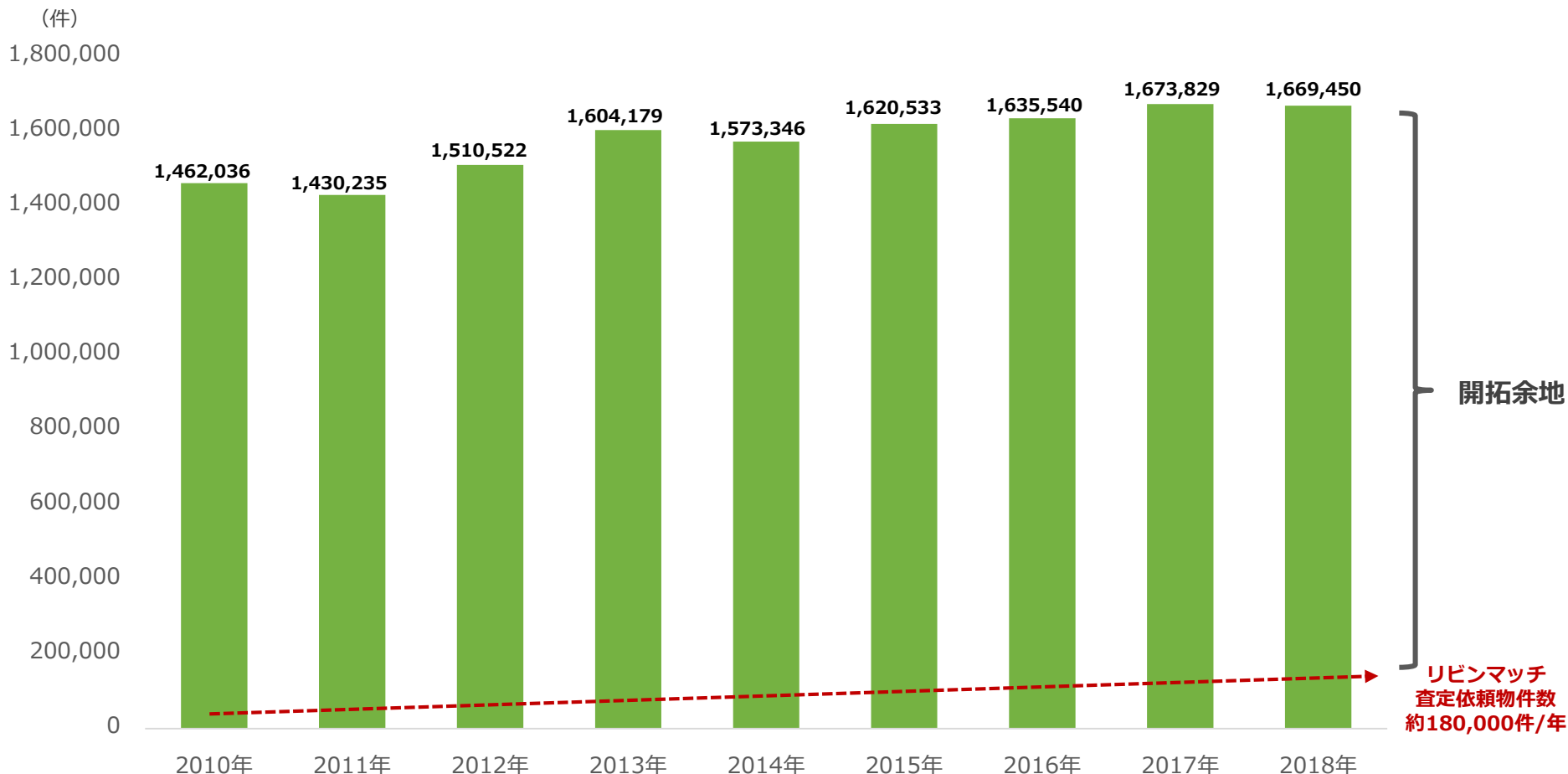


出所) ※1 国土交通省「住生活基本計画 (全体計画)」  
※2 株式会社矢野経済研究所「2022年版住宅メーカーの展望と戦略」  
※3 国土交通省「住生活基本計画 (全体計画)」  
※4 株式会社矢野経済研究所「2020年版不動産テック市場の実態と展望」

### 3 市場性 | ① 巨大な不動産業界の市場規模 (2/2)

- 不動産売買登記件数（成約ベース）は年間約160万件で推移しているのに対し、当社の査定依頼件数（問い合わせベース）は年間約18万件で開拓余地が大きい

#### 不動産売買登記件数の推移

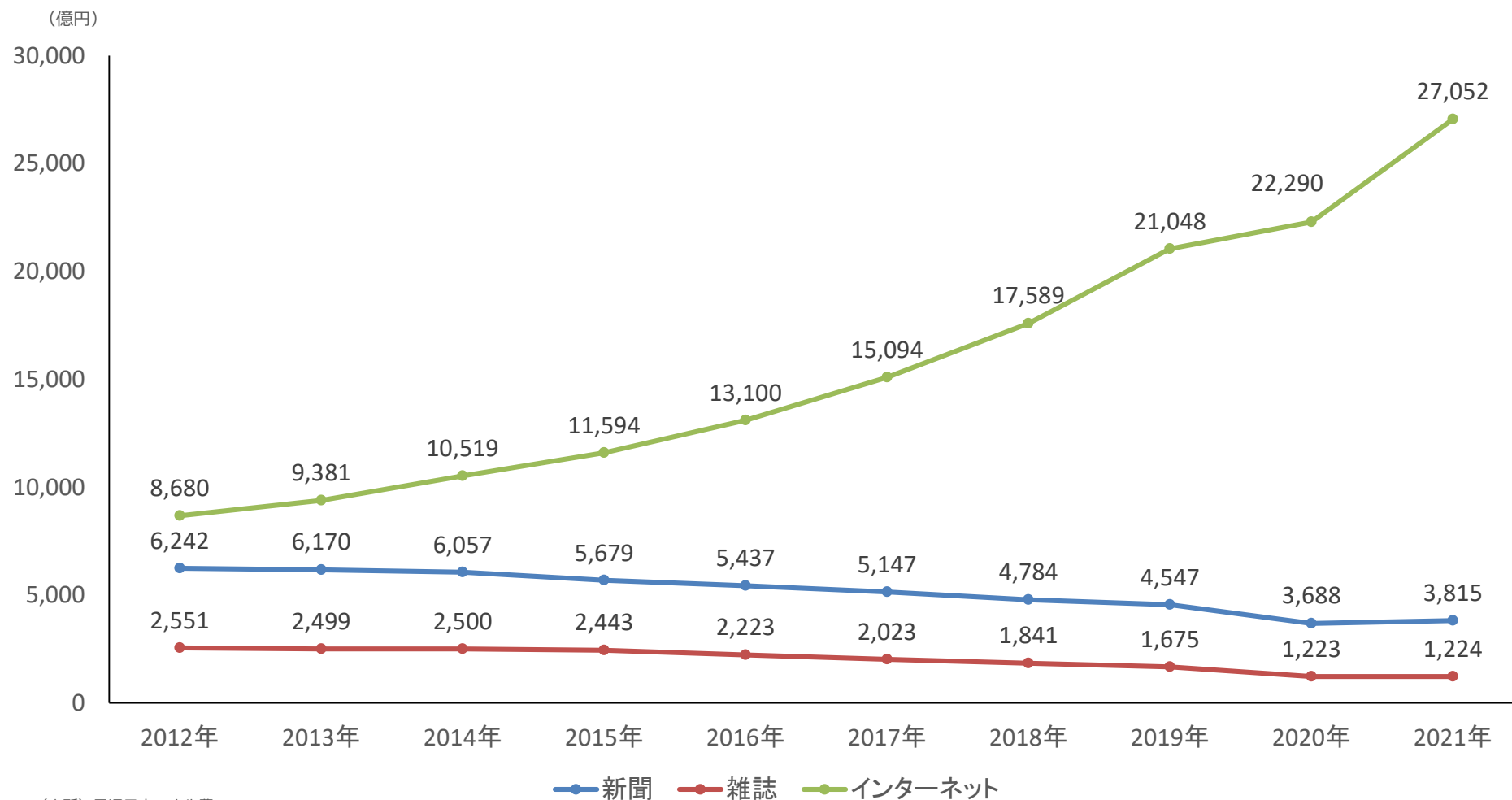


(出所) 法務局及び地方法務局管内別・種類別 土地の権利に関する登記の件数及び個数

### 3 市場性 | ②時流に乗ったテック領域 (1/2)

■ 集客手法は、紙（折込チラシ、雑誌広告）からインターネット広告へ

#### 広告媒体別市場規模推移

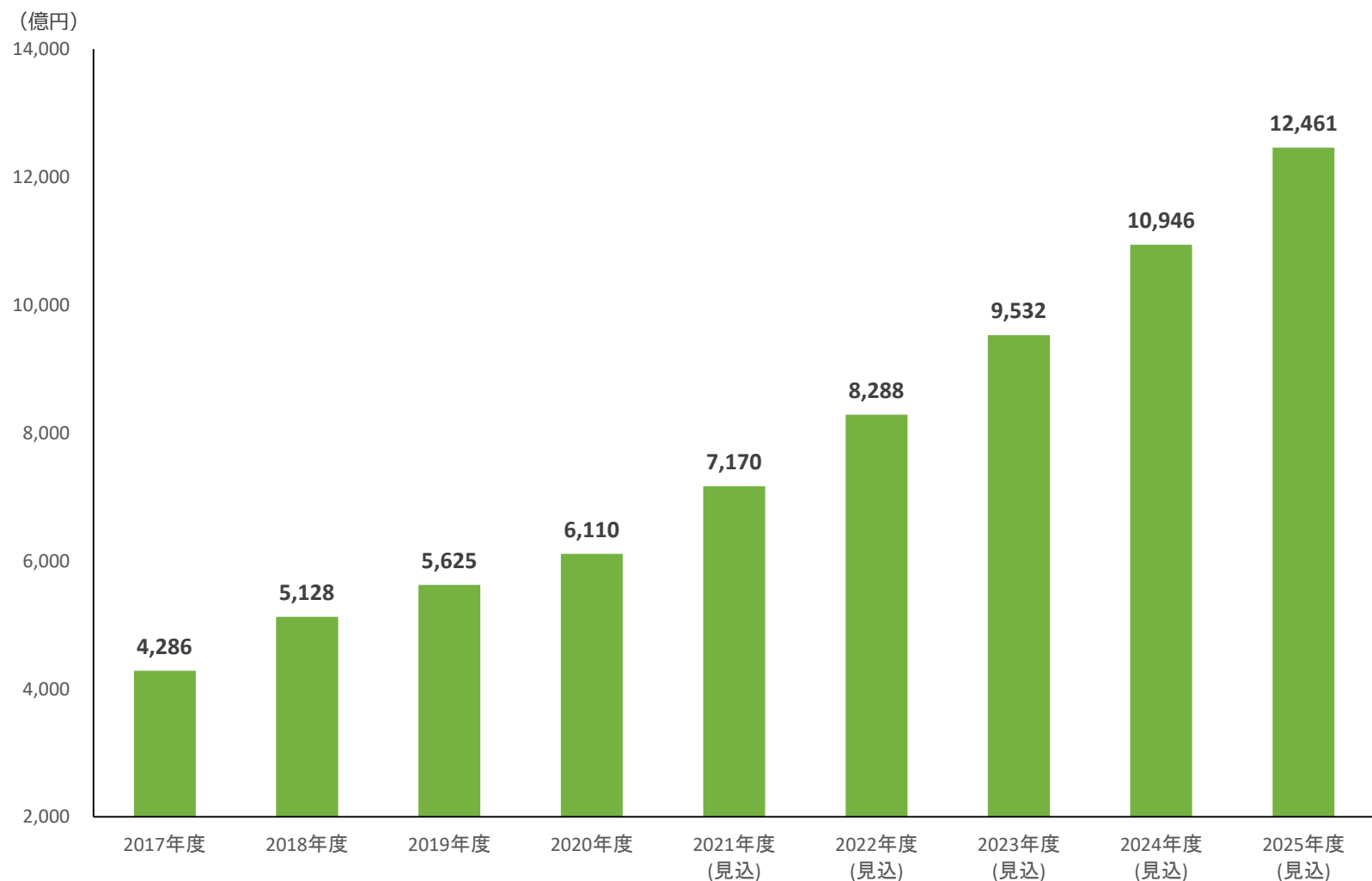


(出所) 電通日本の広告費2020

### 3 市場性 | ②時流に乗ったテック領域 (2/2)

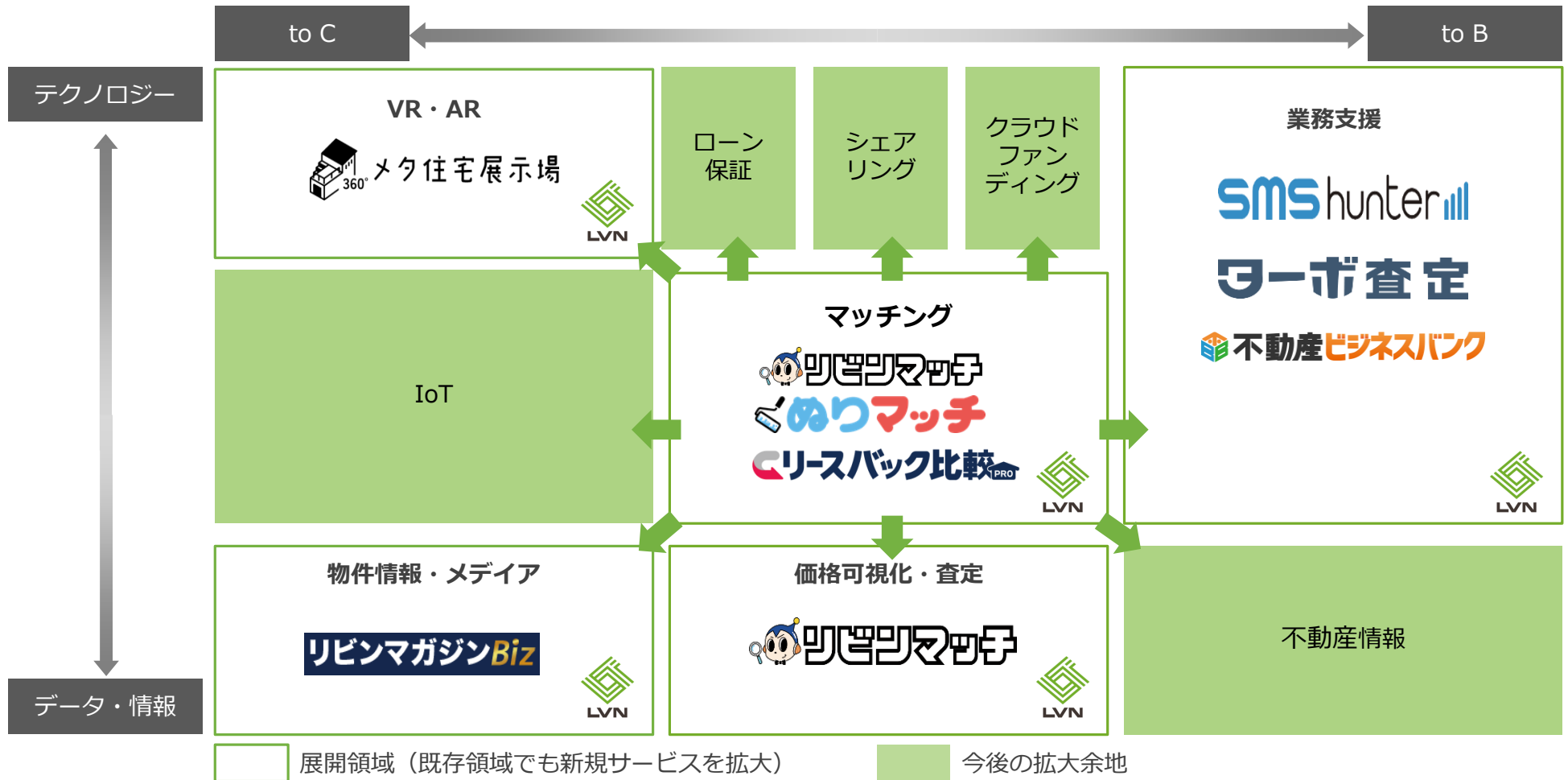
■ 不動産テック市場は2025年度には1兆2,461億円と、2017年度の3倍に拡大

#### 不動産テック市場規模予測



### 3 市場性 | ③進出余地の大きい不動産DX周辺領域

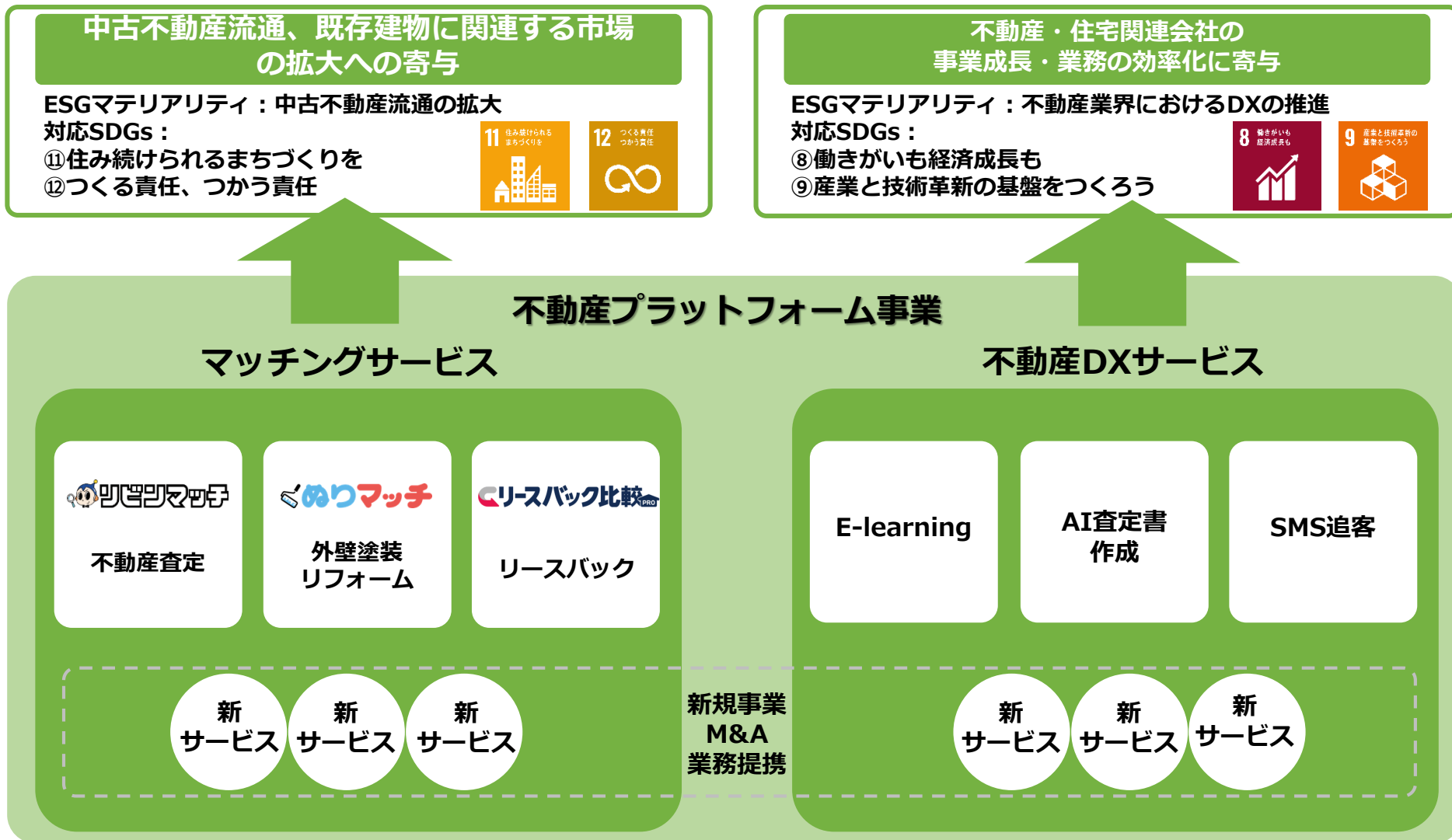
- マatchingメディア、DXなど事業領域を拡大中
- さらなる領域拡大で「不動産テックの巨人」を目指す



出所) 一般社団法人不動産テック協会「不動産テック カオスマップ 第7版」より、当社作成

# ■ 当社事業とESG・SDGsの関係

- 当社は、中古不動産流通や既存建物に関連する市場の拡大に寄与し、不動産・住宅関連会社の業務効率化を推進する「住生活領域における持続可能な社会を実現するプラットフォーム」事業を展開しています。



# 03 | 成長戦略





# 2022年9月期までの重点施策とその結果

## 3つの重点施策

## 結果

1

クライアント数の増大

『リビンマッチ』の認知度No.1、全国5拠点の営業体制を活かし、主力である不動産売却領域のクライアント数を増加させる

クライアント数は増加するも、期首想定を下回る

2

サービスの拡充

マッチングサービス、不動産DXにおける新ビジネスを開発し、「不動産査定」に次ぐ、第2の収益の柱を作る

新サービスはリリース済  
20期での収益化を目指す

『ぬりマッチ』  
『メタ住宅展示場』  
『不動産ビジネスバンク』

3

M&A・事業提携

不動産DXの未着手領域への進出を加速させるため、先行している企業の「M&A」「事業提携」を推進する

成約までは至らず

# 新たに策定した5つの重点施策

- 当社は更なる成長に向けて、5つの重点施策を推進してまいります

1

クライアント数の  
増大

クライアント数をさらに増大させる  
・主力の「不動産売却領域」のクライアント数増加は、1丁目1番地  
・新サービスのクライアントの増大

2

新サービスの  
収益化

新サービスの収益化をはかる  
・外壁塗装マッチングサービス『ぬりマッチ』  
・VR住宅展示場『メタ住宅展示場』

3

M & Aの成約

M&Aの成約を実現する  
・事業領域の拡大  
・新しい収益源の創出

4

粗利フォーカス

高い粗利を実現する仕組みを作る  
・WEBマーケティング効率の改善  
・粗利の高い商材の積極営業

5

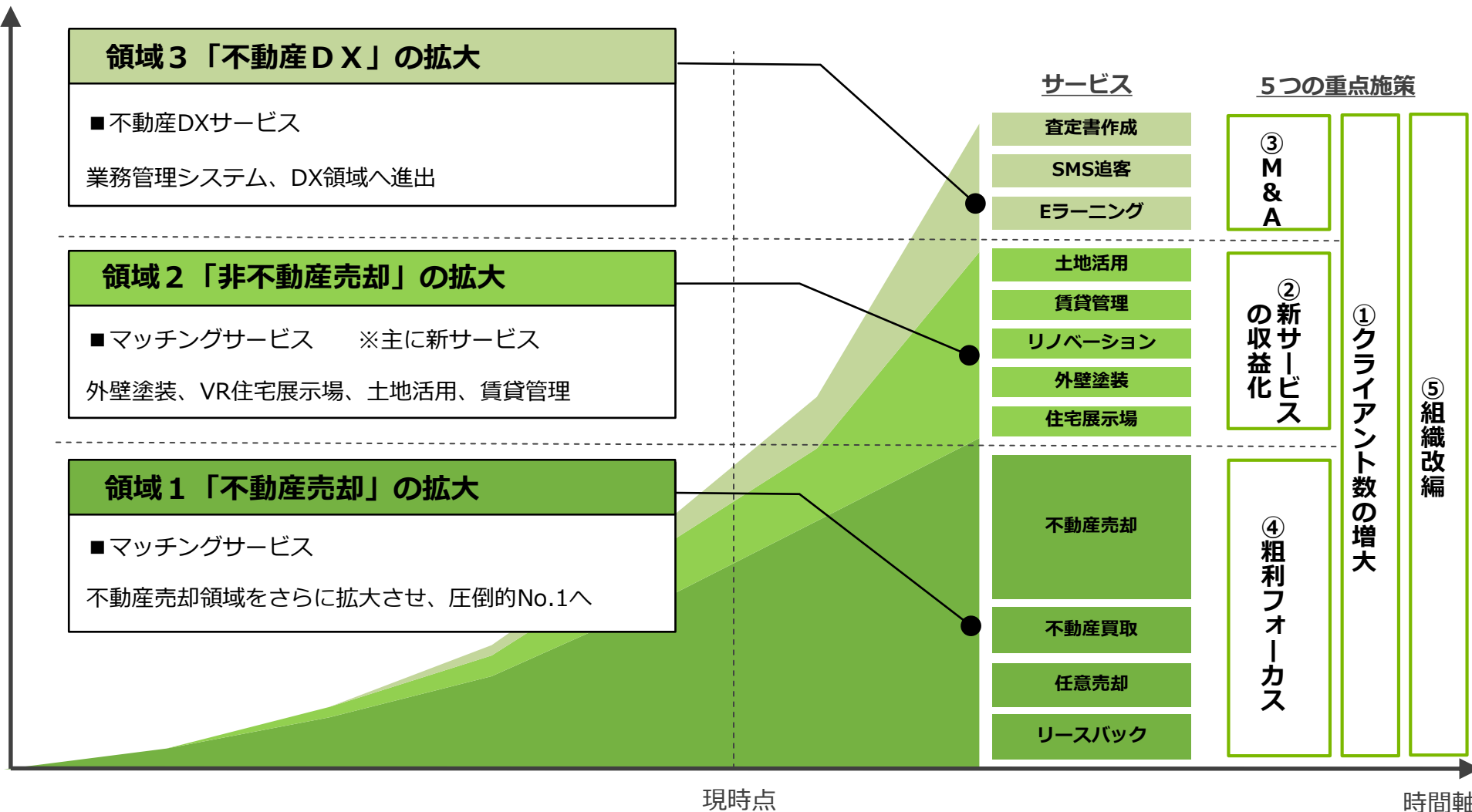
組織の改編

上記施策を実現できる体制に再編成する  
・全部門を代表取締役の直下に置く  
・部門の増設により専門性を高め、業務遂行力を強化

# 3つの領域拡大と5つの重点施策

## 不動産DX日本最大の巨人 へ向けた3つの領域拡大と5つの重点施策

事業規模

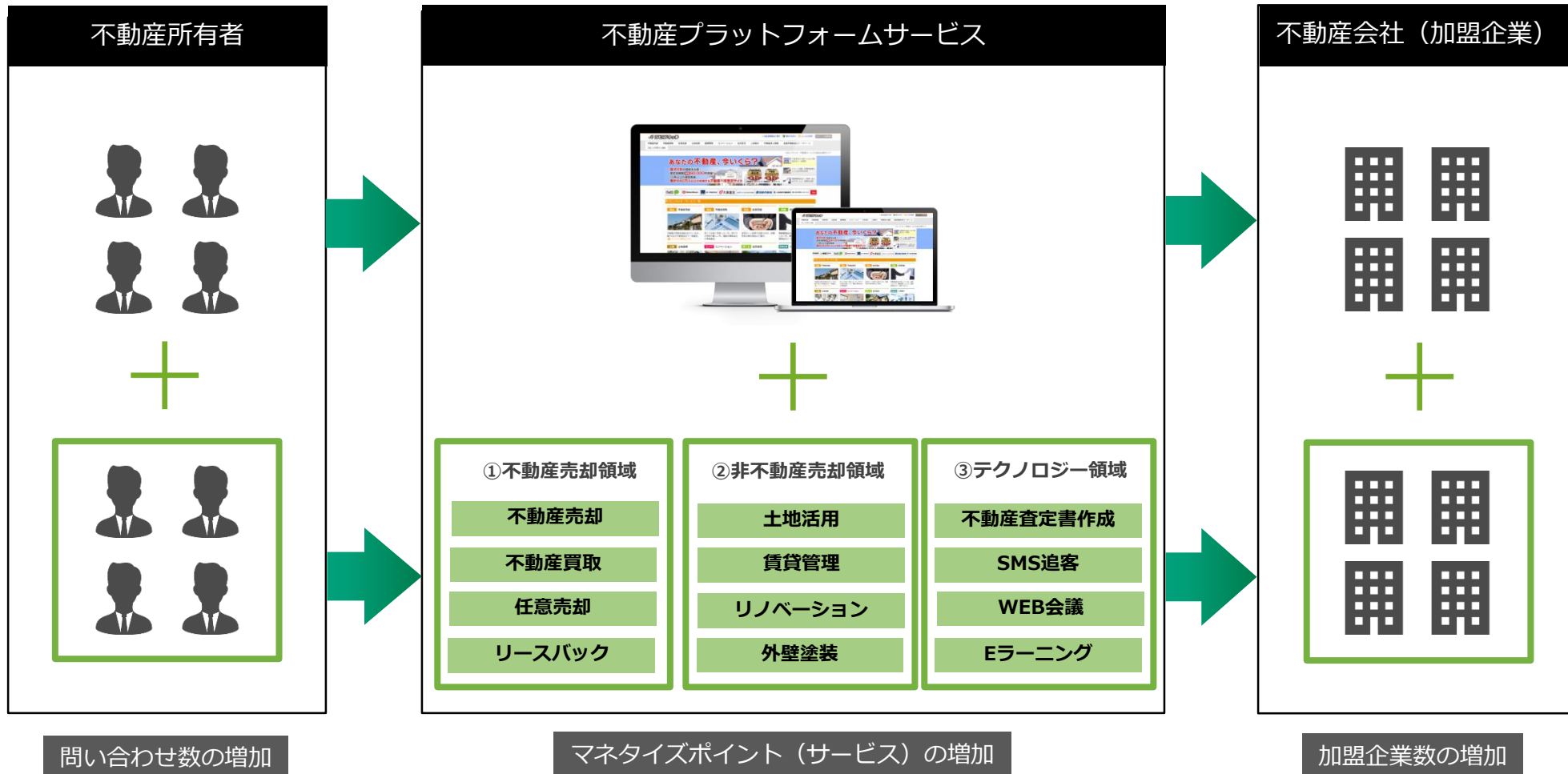


# ビジネス拡大の3要素

① マーケティングで  
不動産所有者からの  
問い合わせ件数を増やす

② 新サービス開発、M&A、事業提携で  
サービスラインナップを拡充し、マネタイズポイントを増やす

③ 営業で加盟企業  
(クライアント)を増やす



# 04 | リスク情報



# 主要リスクへの対策

	発生可能性	影響度	リスク
	発生時期		対策
新型コロナウイルス感染拡大による影響について	高	小	今後、新型コロナウイルス感染症の流行が急速に拡大した場合、対面による営業活動が制限されることにより、感染拡大による問題の長期化は、当社の事業活動に支障をきたし、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
	随時		当社において、現時点ではコロナ禍の業績への影響は軽微となっております。コロナ禍における新しい働き方の検討や迅速な情報収集と意思決定により新型コロナウイルス感染症への対応の取り組みを継続してまいります。
不動産・住宅業界市場の動向について	低	小	景気の後退、大幅な金利の上昇、住宅税制の変化、その他予期せぬ要因の影響により、各種不動産取引が低迷し、不動産・住宅業界における広告出稿が大幅に減少した場合、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
	随時		取引先は多岐に渡るため、リスクの低減は一定程度図られているものと考えておりますが、取引先の分散をより進めることで更なる低減に取り組んでまいります。
広告宣伝費について	中	中	最適な広告宣伝活動を行っておりますが、何らかの理由により、広告宣伝費の費用対効果が悪化した場合には、集客数・営業収益の減少や、広告宣伝費の追加的な支出により、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
	常時		引き続き、費用対効果を見極めた適切な広告宣伝費のコントロールを行ってまいります。
新規事業への取り組みについて	中	小	新規サービスの提供や新規事業開発を検討しております。これにより、人材採用、広告宣伝費、システム投資等の新たな費用が発生し、利益率が低下する可能性があります。また、新規サービスの提供や、新規事業開発が計画通りに進まない場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
	随時		新規事業については市場動向を十分に観察・分析し、事業計画等を慎重に検討した上で実行判断をするほか、既存事業の収益とのバランスを勘案しながら、許容できるリスクについて判断してまいります。また、新規事業及び開発人員の人員強化等を通じて、新規事業創出を強く推進します。
個人情報保護について	低	小	個人情報を保護する体制の維持に努めておりますが、万一、個人情報の流出が発生した場合、社会的信用の失墜や当該事象に起因する多額の経費発生等により、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。
	随時		当社は、法令及び各種ガイドラインに基づき、個人情報保護規程を制定し、個人情報取扱フローを明確化しております。また、同規程に基づき、定期的に役職員への教育を実施するとともに、プライバシーマークを取得し、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。

※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」をご参照下さい。

## ■ 本資料の取扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後12月頃を目途として開示を行う予定です。



**LIVING TECHNOLOGIES INC.**