

**FY2022.10**

# 通期決算説明資料

2021.11.1 - 2022.10.31

2022年12月15日（証券コード：3491）



GA TECHNOLOGIES

## ◆ 目次

- ビジネスモデルについて ...P3
- 第一部 2022年10月期 通期連結業績 ...P8
- 第二部 2023年10月期 通期連結業績予想  
及び成長ドライバー ...P41
- 第三部 事業別成長戦略 ...P45
- 第四部 財務戦略 ...P93
- Appendix ...P104

## Our Ambition (私たちの志)

---

# 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.

# WHY : 私達が取り組む課題と提供価値

## 社会課題をテクノロジーで解決するネット不動産のパイオニア

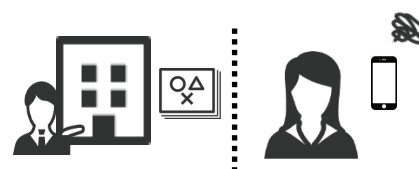
アナログで低い生産性



ユーザー体験の悪さ



情報の非対称性



不動産業界の課題をDXで解決し、  
透明性が高く、なめらかな顧客体験をネット不動産で提供

### RENOSY



### ITANDI BB ITANDI BB+

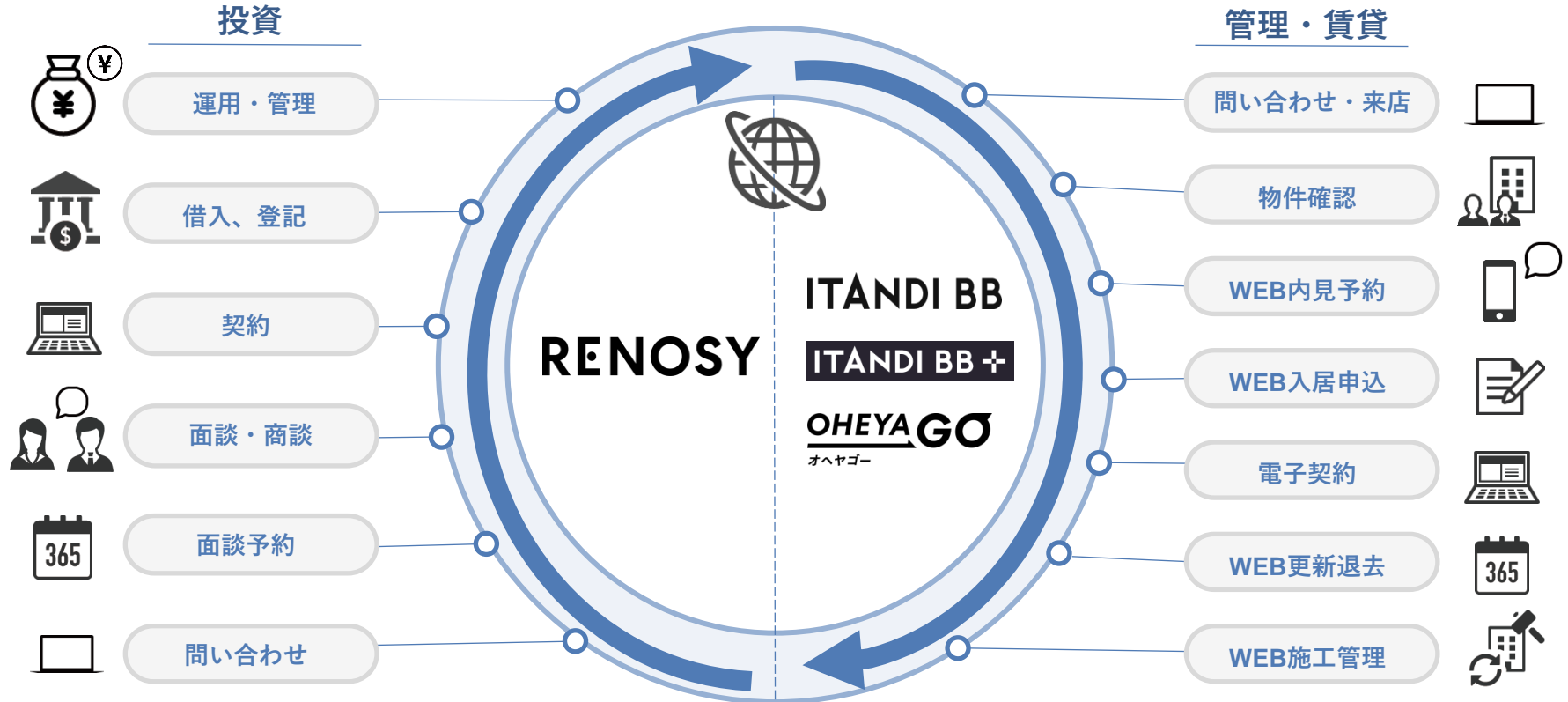


### OHEYA GO オヘヤゴー



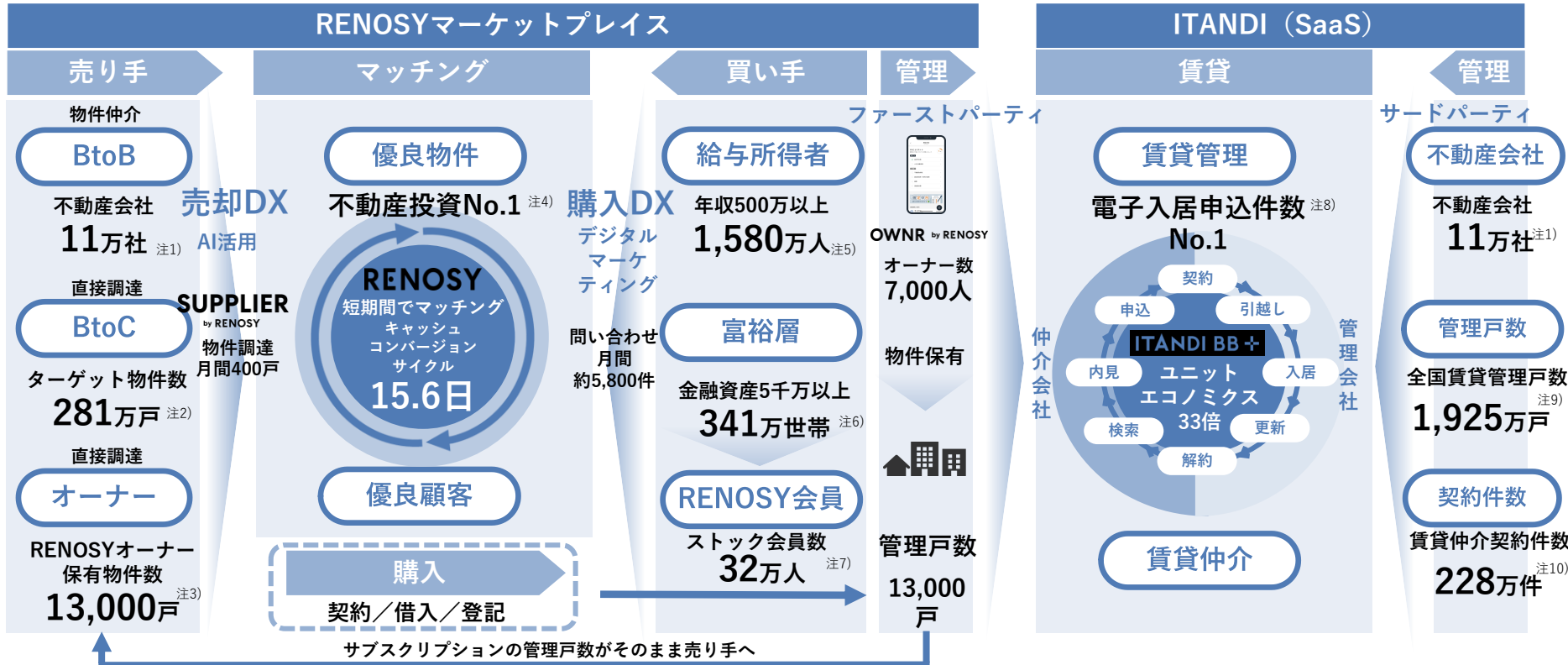
# WHAT：課題解決に向けての取り組み

## オンライン上で一気通貫にサービスを提供





# HOW : どのようにやっているのか ビジネスモデル

一連のプロセスをテクノロジーで一気通貫に行う唯一無二のビジネスモデル



# 事業概要

セグメント	事業内容	プロダクト
<b>RENOSY</b> マーケット プレイス	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>ネット不動産投資サービス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> </li> <li>▶ <b>プロパティマネジメント（資産管理）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> </li> <li>▶ <b>第三者のRENOSY利用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> </li> </ul>	<b>RENOSY</b>   <b>MORTGAGE GATEWAY</b> <small>by RENOSY</small>
<b>ITANDI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>不動産会社向けパーティカルSaaS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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月額料金、従量課金により提供</li> </ul> </li> <li>▶ <b>不動産会社向け業者間サイト</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>BtoBのマーケットプレイスとして、業者間サイトを提供</li> </ul> </li> <li>▶ <b>ネット不動産賃貸サービス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>BtoCのマーケットプレイスとして賃貸サイトを成約ごとの手数料等による収益モデルで提供</li> </ul> </li> </ul>	<b>ITANDI BB +</b> <b>ITANDI BB</b> <small>イタンジ ビービー</small> <b>OHEYA GO</b> <small>オヘヤゴ</small>

# 第一部

2022年10月期 通期連結業績





利益成長の加速へ

2022年10月期 通期連結業績

## FY2022.10の振り返り

FY2022.10  
期初方針

## 前期をボトムに再び利益創出へ

- RENOSYマーケットプレイスとITANDIの2事業にフォーカス
- 成長事業のみにコストを投下。販管費も見直し、コストダウン
- RENOSYマーケットプレイスは売却DX推進等の手数料改善施策を実施
- 採用および人員配置は強化事業への異動を実施し、選択と集中を徹底
- 新規のM&Aより、既存M&A8社とのシナジー創出を優先

RENOSY  
マーケットプレイス

- RENOSYマーケットプレイス事業への選択と集中により、収益、コストが改善
- 売却DXによる物件保有の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、手数料が改善

## ITANDI

- 両SaaSにおいて顧客からの評価の高まり、また改正宅建業法施行前後の高い市場ニーズが後押しし、予想を上回りARR、MRRが向上
- 賃貸管理業務の基幹ソフト製品を持つダンゴネットのM&Aによりプロダクト拡充

## その他

- RENOSY Thailandのグループ化など、神居秒算に次いで海外進出の基礎固めを実施
- 既存M&A8社の事業棚卸しやKPIの設定、役職員の相互出向などを実施

2022年10月期 通期連結業績

## 2022年10月期 通期連結業績ハイライト

RENOSYマーケットプレイス、ITANDI両事業とも好調に推移し、YoYで高い成長率を遂げ、  
売上収益、売上総利益は過去最高業績

	売上収益	売上総利益	営業利益 (セグメント利益)	Topics
連結	YoY +52% <b>1,135.6億</b> (YoY+387億)	YoY +61% <b>165.1億</b> (YoY+62.8億)	前年参考値：△11.1億 <b>10.2億</b>	<sup>注1)</sup> 経産省・東証が選定 <u>DX銘柄2022</u> <u>3年連続選定</u>
RENOSY マーケット プレイス	YoY +52% <b>1,108.4億</b> (YoY+377.4億)	YoY +59% <b>144.8億</b> (YoY +53.6億)	YoY +72% <b>49.4億</b> (YoY+20.6億)	<sup>注2)</sup> 中古マンション投資 販売実績 <u>3年連続No.1</u>
ITANDI	YoY +75% <b>20.4億</b> (YoY+8.7億)	YoY +82% <b>16.9億</b> (YoY+7.6億)	YoY +28000% <b>2.8億</b> (YoY+2.7億)	<sup>注3)</sup> 電子入居申込 サービス利用数 <u>2年連続No.1</u>

注1) 経済産業省「DX銘柄2022」「DX注目企業2022」を選定 <https://www.meti.go.jp/press/2022/06/20220607001/20220607001.html>

注2) 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：各社の貯金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：デスクリサーチならびに、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 注3) 調査対象期間2021年4月1日～2022年3月31日 TPCマーケティングリサーチ株式会社調べ

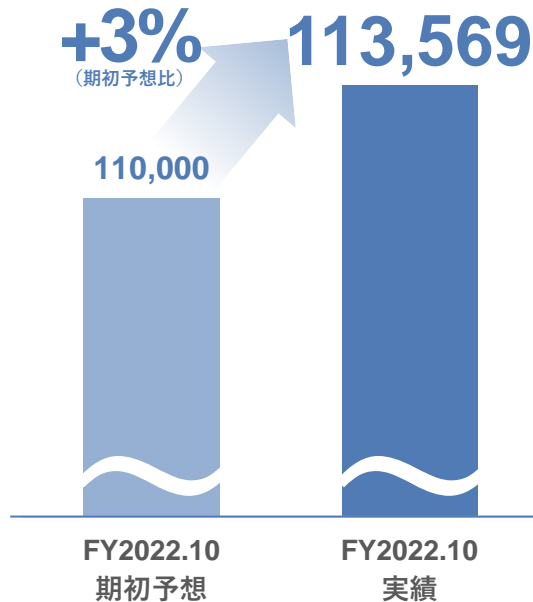
2022年10月期 通期連結業績

## FY2022 10月期 業績予想との差異

売上、利益とも3Q発表時の業績予想を上回る着地。営業利益については期初予想と比較し約10億の大幅増益

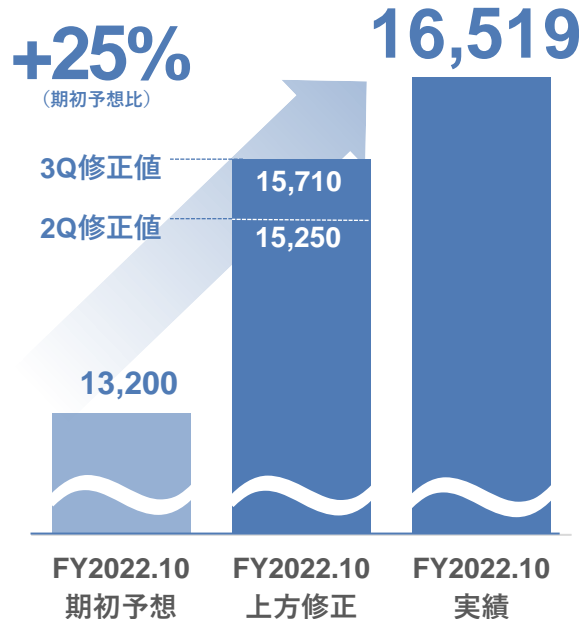
## 売上収益

(百万円)



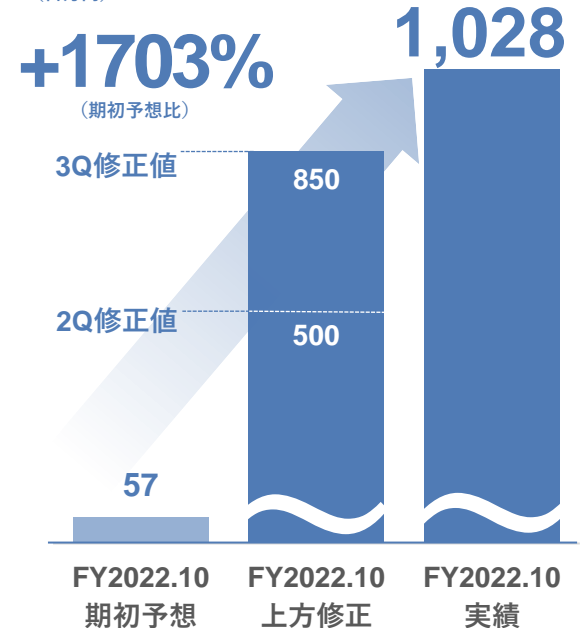
## 売上総利益

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



2022年10月期 通期連結業績

## 2022年10月期 通期連結業績

RENOSYマーケットプレイスは高い成長率を維持し、ITANDIも大幅に伸長

(百万円)		FY2021.10 実績 (IFRS)	FY2022.10 期初計画 (IFRS)	FY2022.10 3Q 業績修正 (IFRS)	FY2022.10 実績 (IFRS)	前期比 増減率 <small>注1)</small>
連結	売上収益	74,867	110,000	110,000	113,569	+52%
	売上総利益	10,234	13,200	15,710	16,519	+61%
	営業利益	△1,114	57	850	1,028	-
	当期純利益	△854	△700	180	395	-
RENOSY マーケット プレイス	売上収益	73,095	107,261	107,390	110,843	+52%
	売上総利益	9,121	11,837	13,730	14,482	+59%
	セグメント利益	2,879	3,109	4,395	4,947	+72%
ITANDI	売上収益	1,170	1,691	1,970	2,046	+75%
	売上総利益	934	1,340	1,630	1,698	+82%
	セグメント利益	1	△152	265	281	+28000%

注1) 売上計算にて算出。FY2022.10 実績 ÷ FY2021.10 実績 - 1

2022年10月期 通期連結業績

## 通期連結業績推移

売上収益はYoY1.5倍と好調に推移、売上総利益は改善施策等が奏功しYoY+61%と高い水準で推移

売上収益（売上高）<sup>注1)</sup>

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

YoY

+52%

113,569

74,867

63,070

39,286

20,126

9,557

5,373

FY2016.10 FY2017.10 FY2018.10 FY2019.10 FY2020.10 FY2021.10 FY2022.10

売上総利益<sup>注1)</sup>

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

YoY

+61%

16,519

10,234

9,861

6,850

3,522

1,753

874

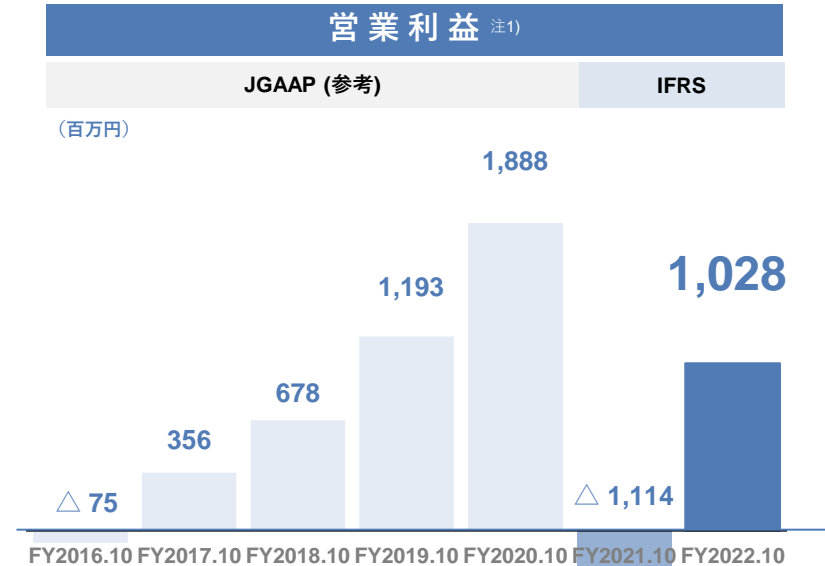
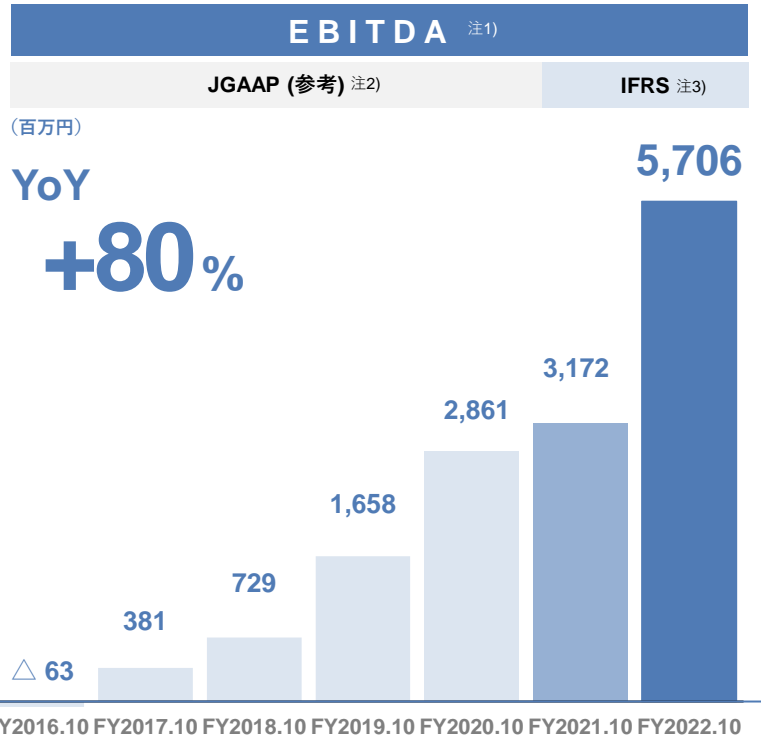
FY2016.10 FY2017.10 FY2018.10 FY2019.10 FY2020.10 FY2021.10 FY2022.10

注1) FY2019.10以降は、連結財務諸表にて作成

2022年10月期 通期連結業績

# 通期連結業績推移

EBITDAはYoY+80%と高い成長率を遂げ、営業利益は稼ぐ力の向上により利益水準が底上げされ前期マイナスから大幅に改善



注1) FY2019.10以降は、連結財務諸表にて作成 注2) JGAAP: EBITDA=営業利益+償却費 注3) IFRS: EBITDA=事業利益+減価償却費(営業費用)

2022年10月期 通期連結業績

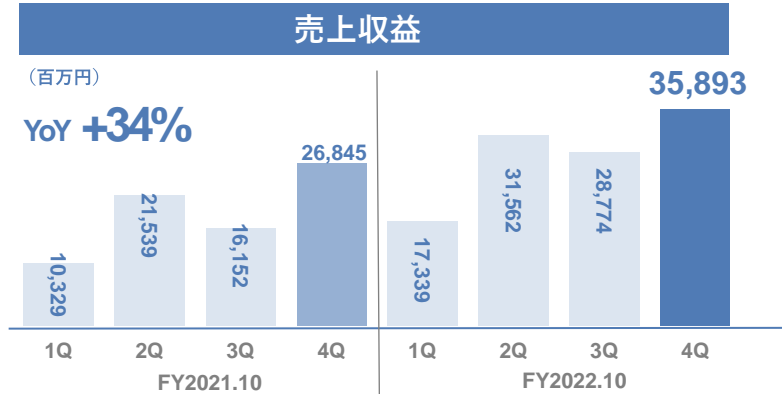
## 四半期業績推移 (IFRS)

売上、粗利は過去最高の業績を達成。EBITDA及び営業利益は人件費を含め  
来期に向けての各種先行投資によりQoQでは減少

## 売上収益

(百万円)

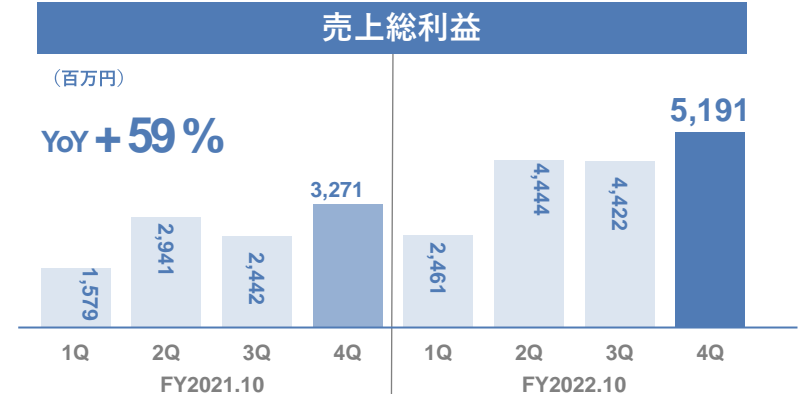
YoY +34%



## 売上総利益

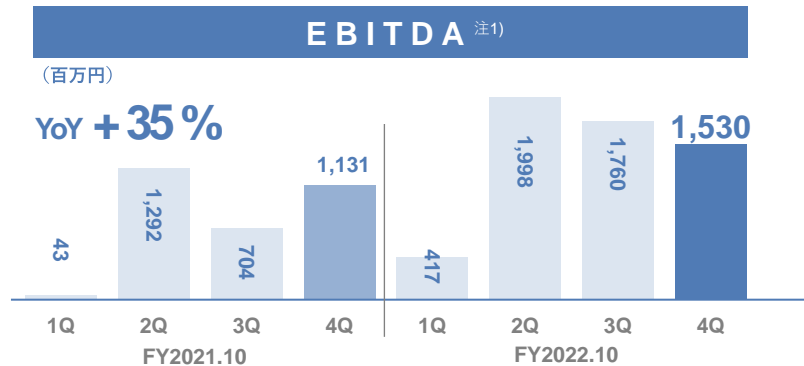
(百万円)

YoY +59%

EBITDA 注1)

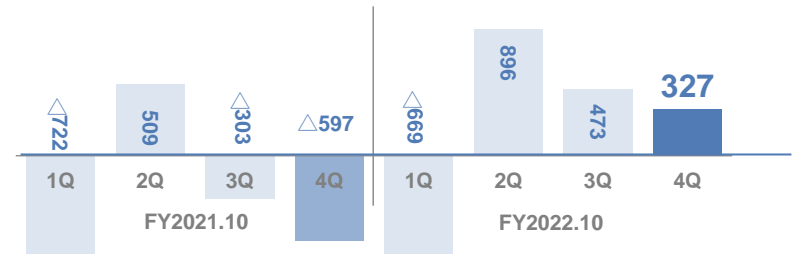
(百万円)

YoY +35%



## 営業利益

(百万円)



注1) EBITDA=事業利益+減価償却費(営業費用)



2022年10月期 通期連結業績

## 四半期業績推移 (参考)

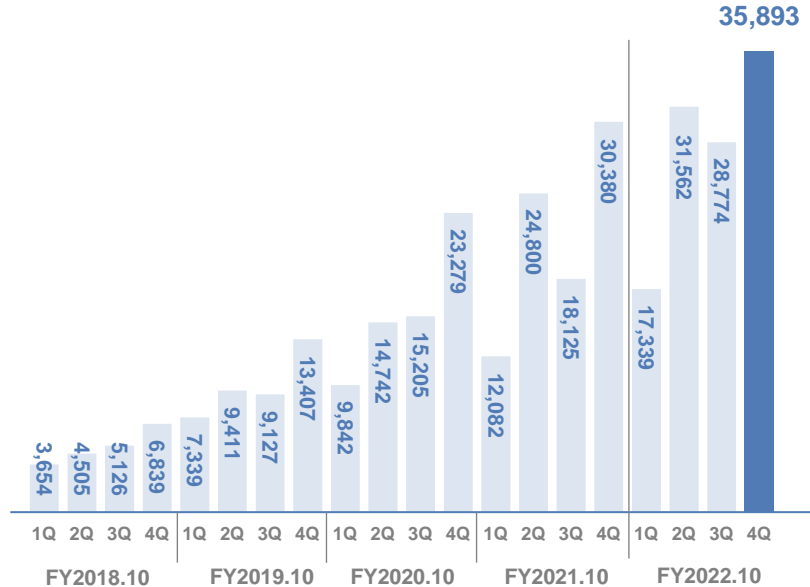
## 売上収益 (売上高)、売上総利益は好調に推移

## 売上収益 (売上高) 注1)

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

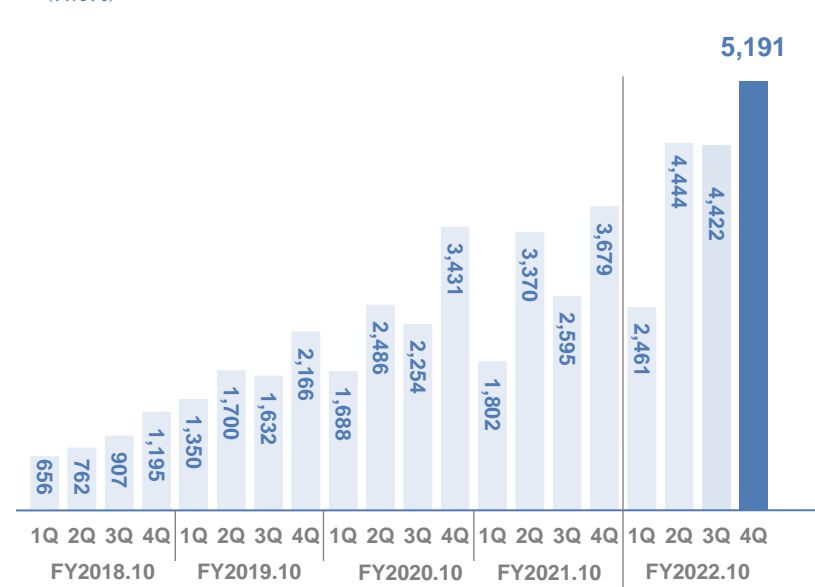


## 売上総利益 注1)

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

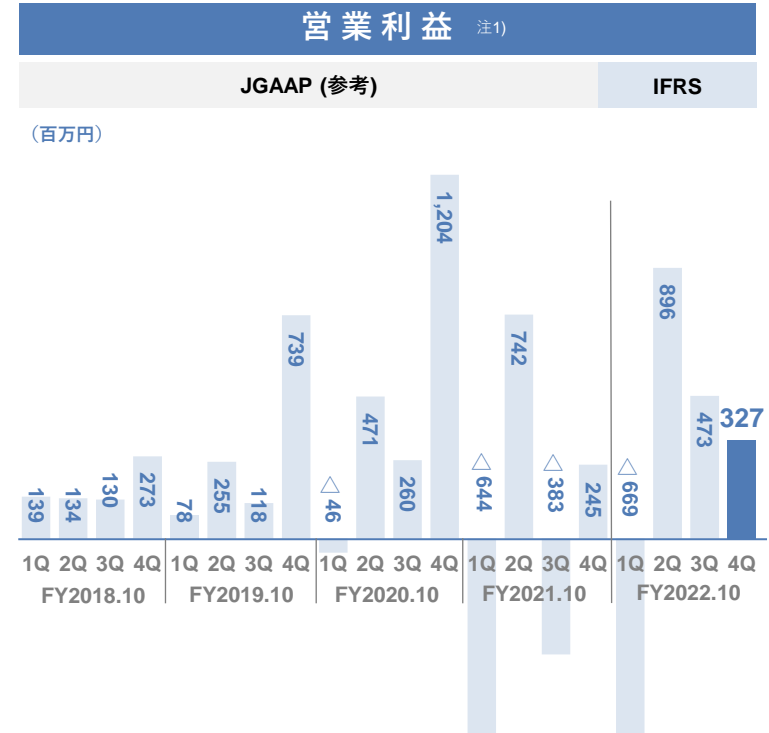
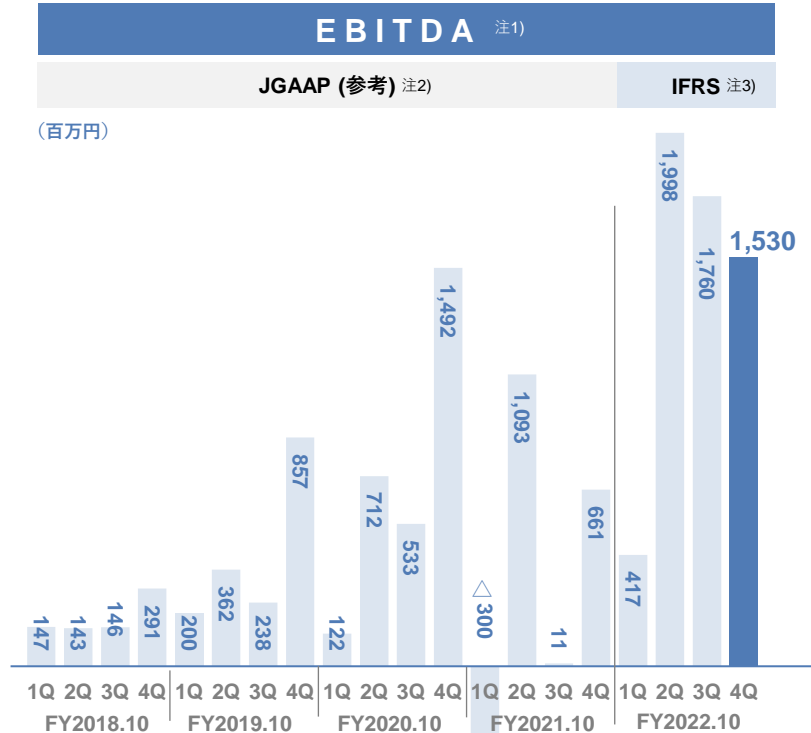


注1)FY2019.10 以降は、連結財務諸表にて作成

2022年10月期 通期連結業績

## 四半期業績推移 (参考)

EBITDA及び営業利益は人件費を含め来期に向けての各種先行投資によりQoQでは減少



注1)FY2019.10以降は、連結財務諸表にて作成 注2) JGAAP:EBITDA=営業利益+償却費 注3) IFRS:EBITDA=事業利益+減価償却費(営業費用)

2022年10月期 通期連結業績

## 販管費推移

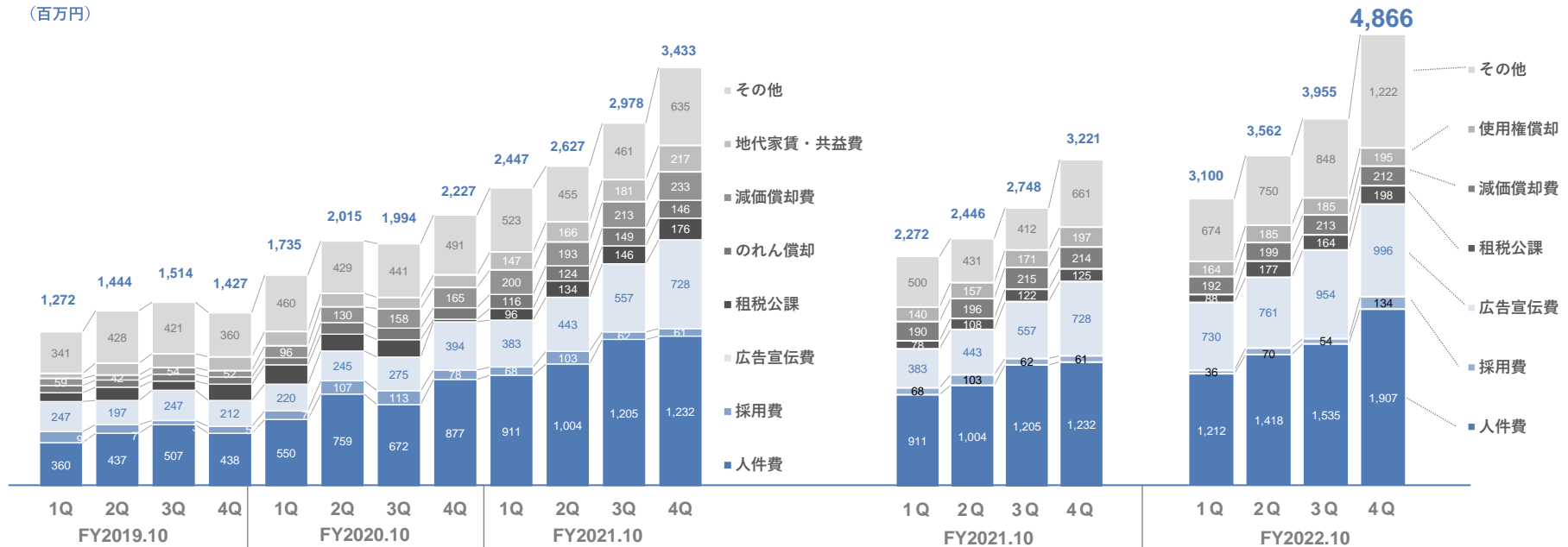
## RENOSY認知度拡大のため広告宣伝費や成長投資の人件費を積み増し

販管費推移 注1)

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)



注1)FY2019.10 以降は、連結財務諸表にて作成

2022年10月期 通期連結業績

## 従業員推移

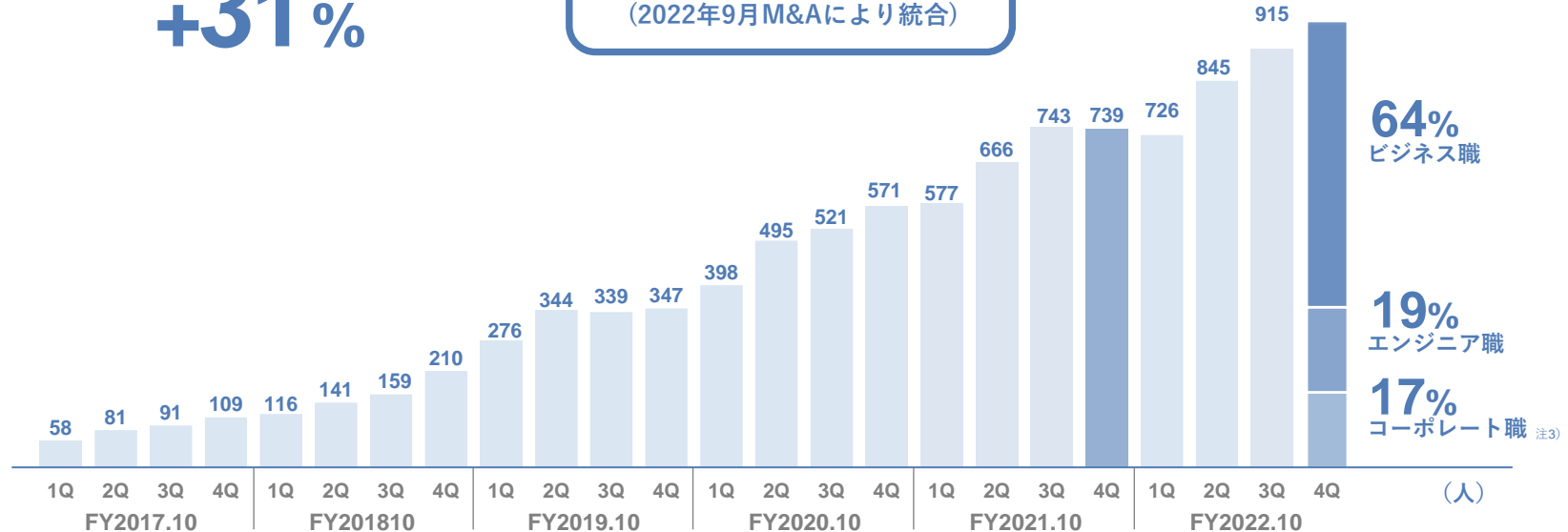
優秀な人材確保と採用費削減効果の高いリファラル採用等を積極的に実施し、YoY+31%の228名増

従業員数 注1,2)

YoY

**+31%**

**ダンゴネット：25名**  
 (2022年9月M&Aにより統合)

..... **967**

注1)2022.10.31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以降は、連結従業員数 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

# RENOSYマーケットプレイス業績

2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

## 重要KPIハイライト

通期業績は売上、粗利ともに約1.5倍の成長率を達成。購入DX、売却DXの成約件数も大幅に増加

## 通期売上収益成長率

成長率目標：20%～30%

売上収益

1,108.4億

(YoY約+52%)

## 通期売上総利益成長率

成長率目標：20%～30%

売上総利益

144.8億

(YoY約+59%)

RENOSY会員数 注1)

YoY約 +26%

32.5万人

(YoY+約6.7万人)

通期購入DX成約件数 注2)

YoY約 +21%

4,593件

(YoY+1,008件)

通期売却DX成約件数 注3)

YoY約 +51%

1,342件

(YoY+782件)

サブスクリプション 注4)

YoY約 +43%

13,406戸

(YoY+4,040戸)

注1) RENOSY会員ストック数(会員登録した累計の人数)の累計。2022年10月末時点。

注2) 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(FY2022.10.4Q累計)

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(FY2022.10.4Q累計)

注4) FY2021.10.1Qまでは成約件数、それ以降は管理戸数で集計

2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

## 売上収益推移（四半期）

四半期の売上収益はYoY+34%成長し、過去最高の350億を達成

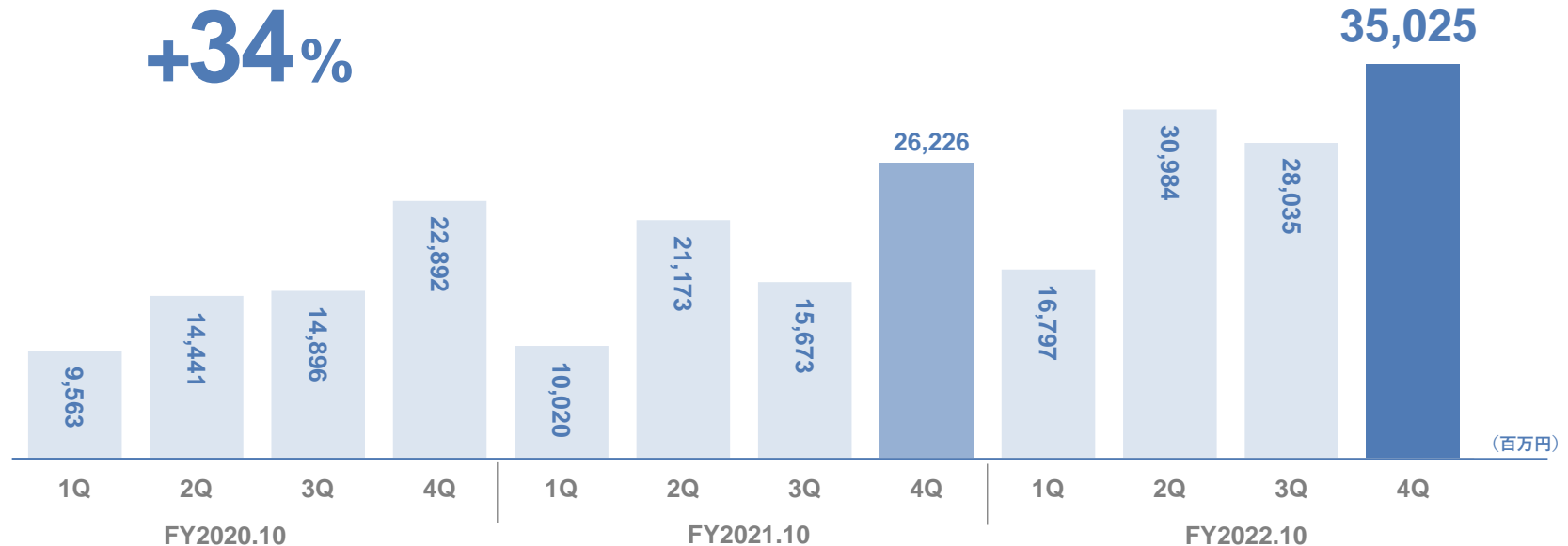
## 売上収益四半期推移

JGAAP (参考)

IFRS

YoY

+34%



2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

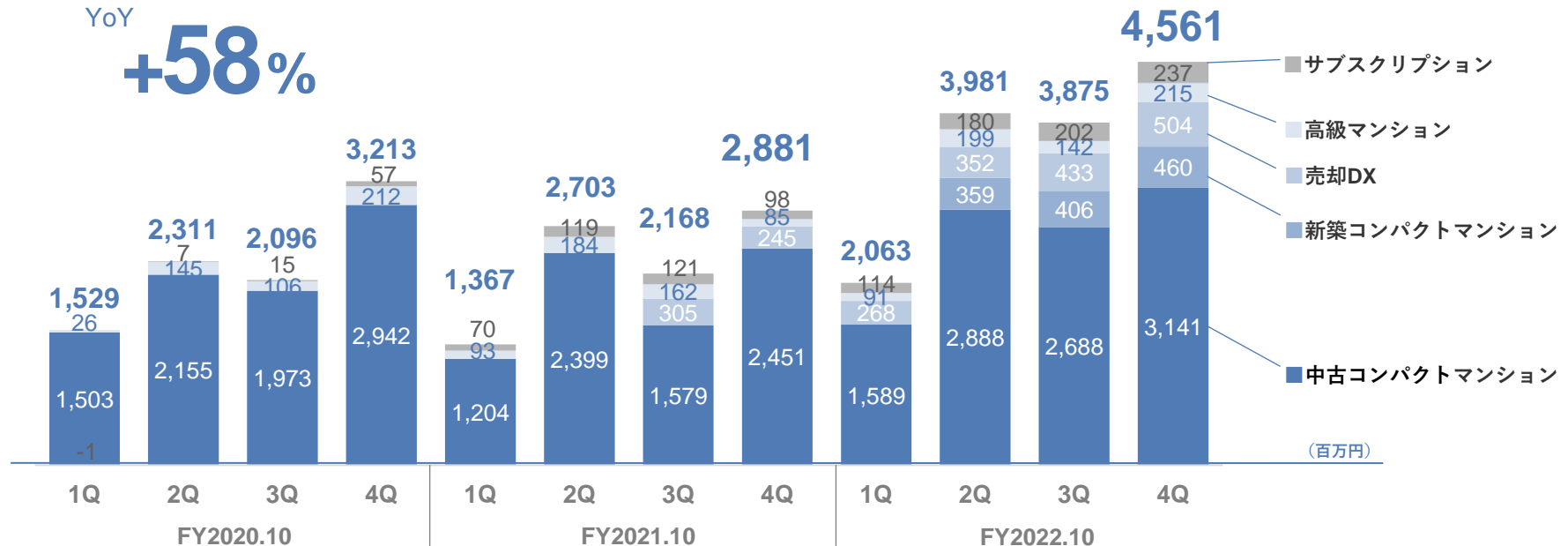
## 売上総利益推移（四半期）

売却DXの推進、商品ラインアップの拡充により、粗利率改善が図られ、YoY成長率が伸長

## 売上総利益成長率

JGAAP (参考)

IFRS



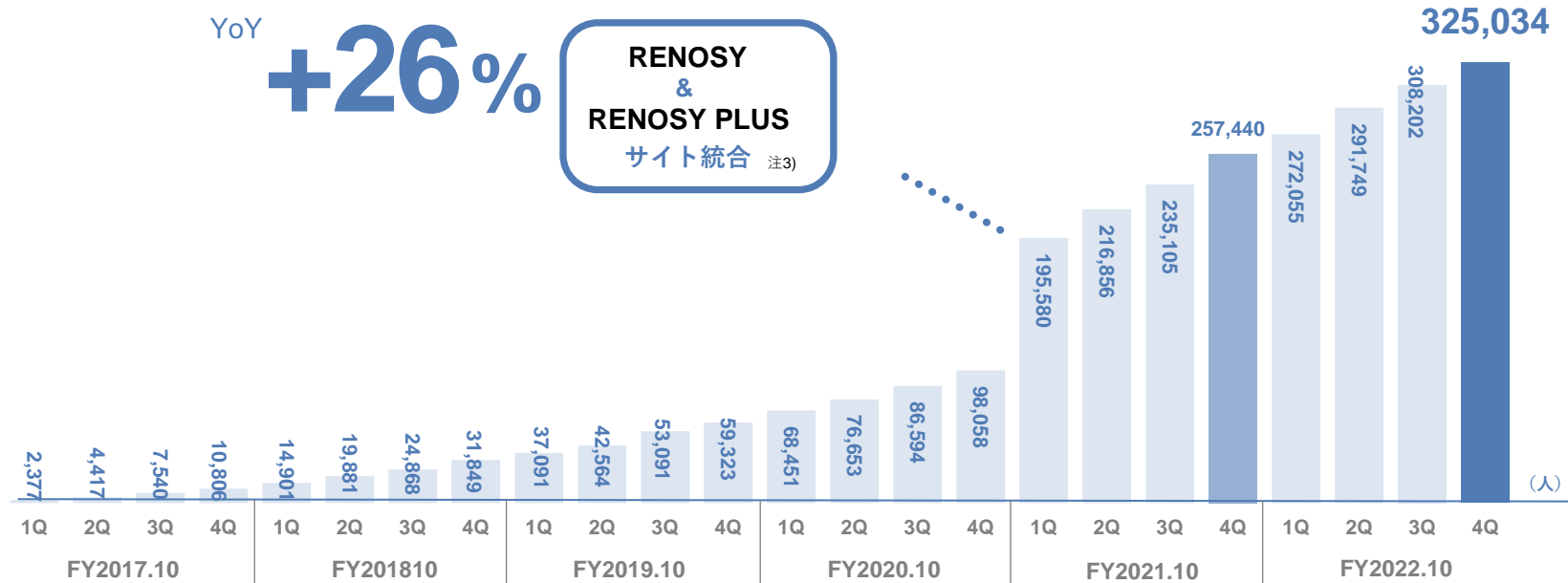


2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

# RENOSY会員 ストック数推移

デジタルマーケティングを活用した効率的な集客により、会員数は32万人台へ

## RENOSY会員ストック数 注1,2)



注1) RENOSY会員ストック数とは、会員登録した累計の人数

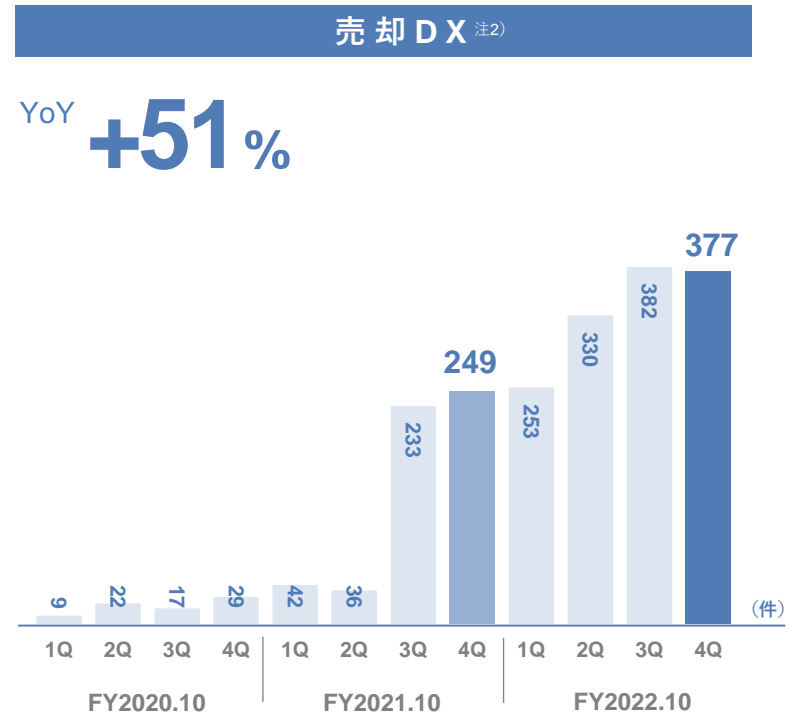
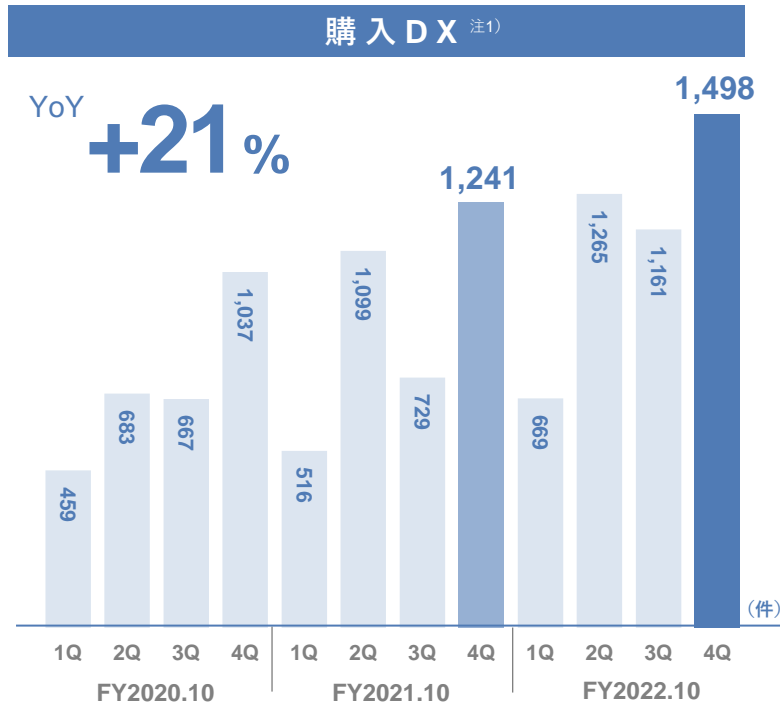
注2) グラフ中のFY2021.10 1Q以降のRENOSY会員ストック数は、2022年10月期2Qからの集計定義の変更により、2022年10月期1Qまでに公表した会員数とは異なる

注3) 2022年4月1日より「株式会社Modern Standard」から社名変更

2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

# 購入DX、売却DX成約件数推移

購入DXの成約件数はYoY21%と好調に推移。  
売却DXの強化により、成約件数はYoY1.5倍となり、粗利率の向上に寄与



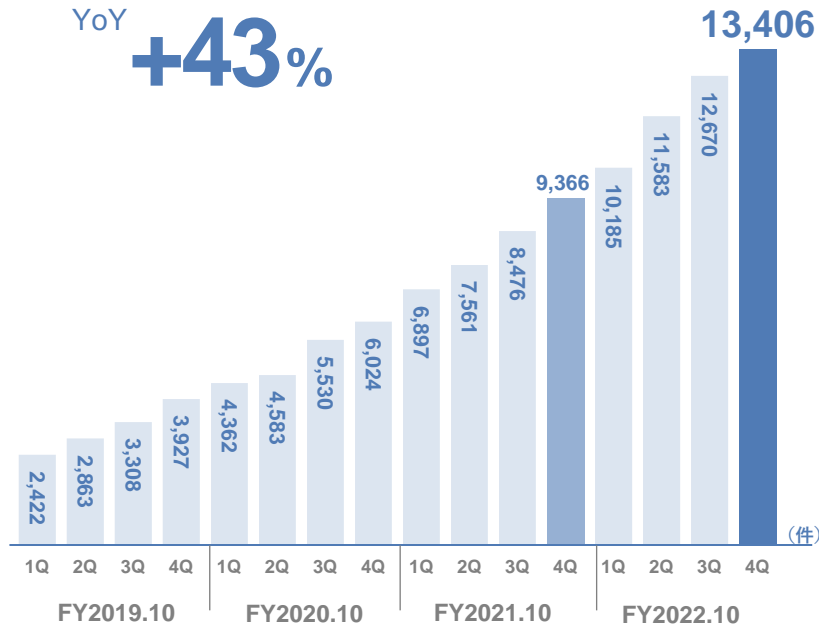
注1) RENOSYマーケットプレイス内の投資・実需の購入成約件数。経営統合前の企業数値は含まず (FY2022.10.4Q累計)

注2) 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 (FY2022.10.4Q累計)

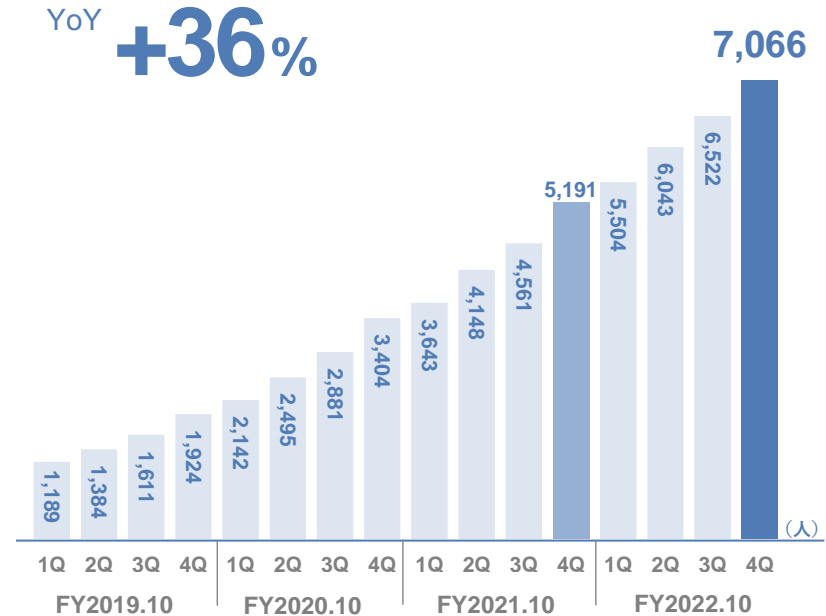
2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

## サブスクリプション契約件数推移

サブスクリプション契約件数はYoY+43%となり、  
オーナー数もYoY+36%成長し、累計で7,000人を超え好調な伸び

サブスクリプション契約件数 注1)

オーナー数



注1)FY2020.10 1Qまでは成約件数、それ以降は管理戸数で集計

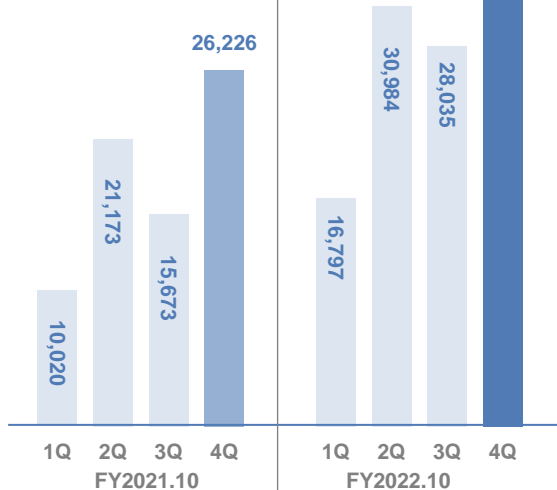
2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

## 四半期推移 (IFRS)

売上収益、売上総利益、セグメント利益全てが前年同期比を上回り、通期業績の伸長に大きく貢献

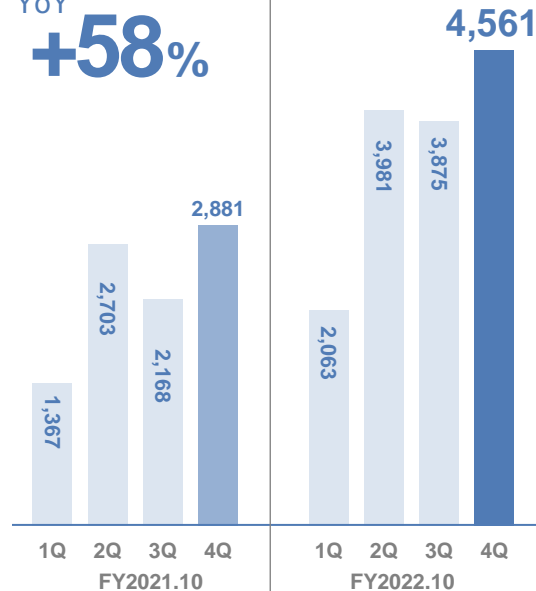
## 売上収益

(百万円)

YoY  
**+34%**

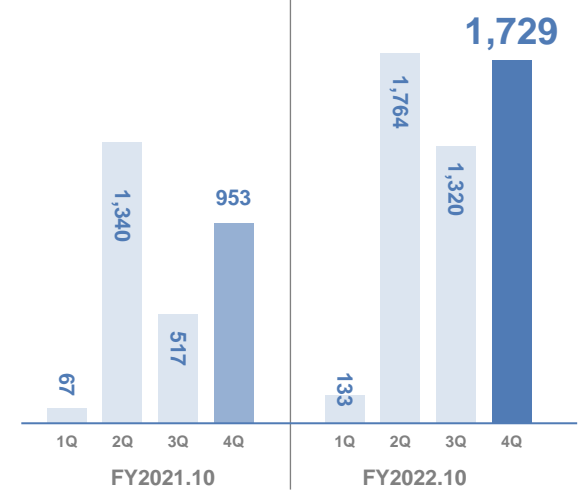
## 売上総利益

(百万円)

YoY  
**+58%**

## セグメント利益

(百万円)

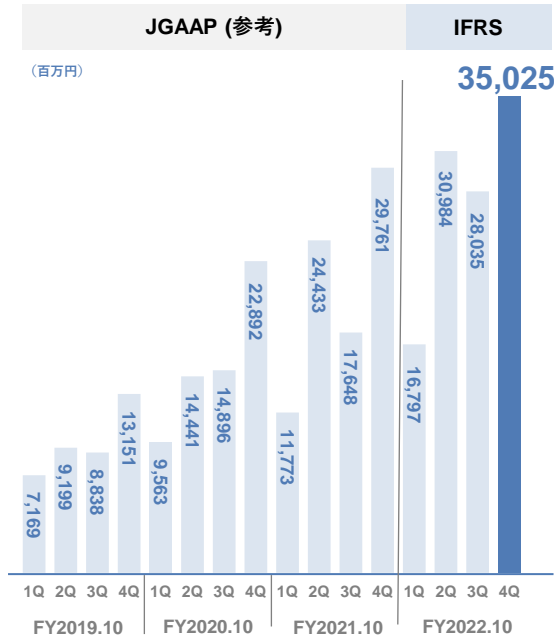
YoY  
**+81%**

2022年10月期 通期連結業績 RENOSYマーケットプレイス業績

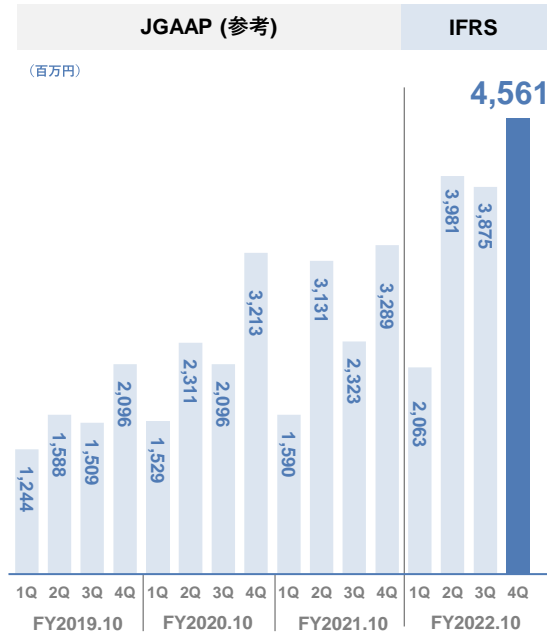
## 四半期推移 (参考)

売却DX、商品ラインアップの拡充やRENOSY会員数増加により、売上収益、売上総利益は伸長

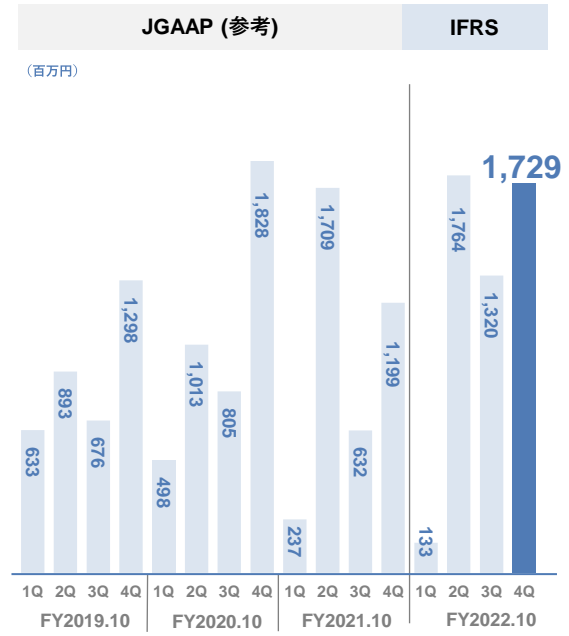
## 売上収益 (売上高)



## 売上総利益



## セグメント利益



A vertical blue bar on the left side of the slide, featuring a pattern of overlapping, semi-transparent geometric shapes (triangles and polygons) in various shades of blue, creating a textured, crystalline effect.

## ITANDI業績

2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

## 重要KPIハイライト

改正宅建業法施行による市場ニーズの高まりなどにより、電子入居申込数2年連続No.1を獲得するなどARR成長率及び顧客数が大幅に伸長。ユニットエコノミクスも33倍と高い水準で推移

YoY ARR成長率 注1)

YoY +70%

19.1億

(YoY+7.9億)

顧客数 注3)

YoY約 +67%

2,000社

(YoY+800社)

チャーンレート 注2)

0.47%

(前年同期 0.43%)

ユニットエコノミクス 注4)

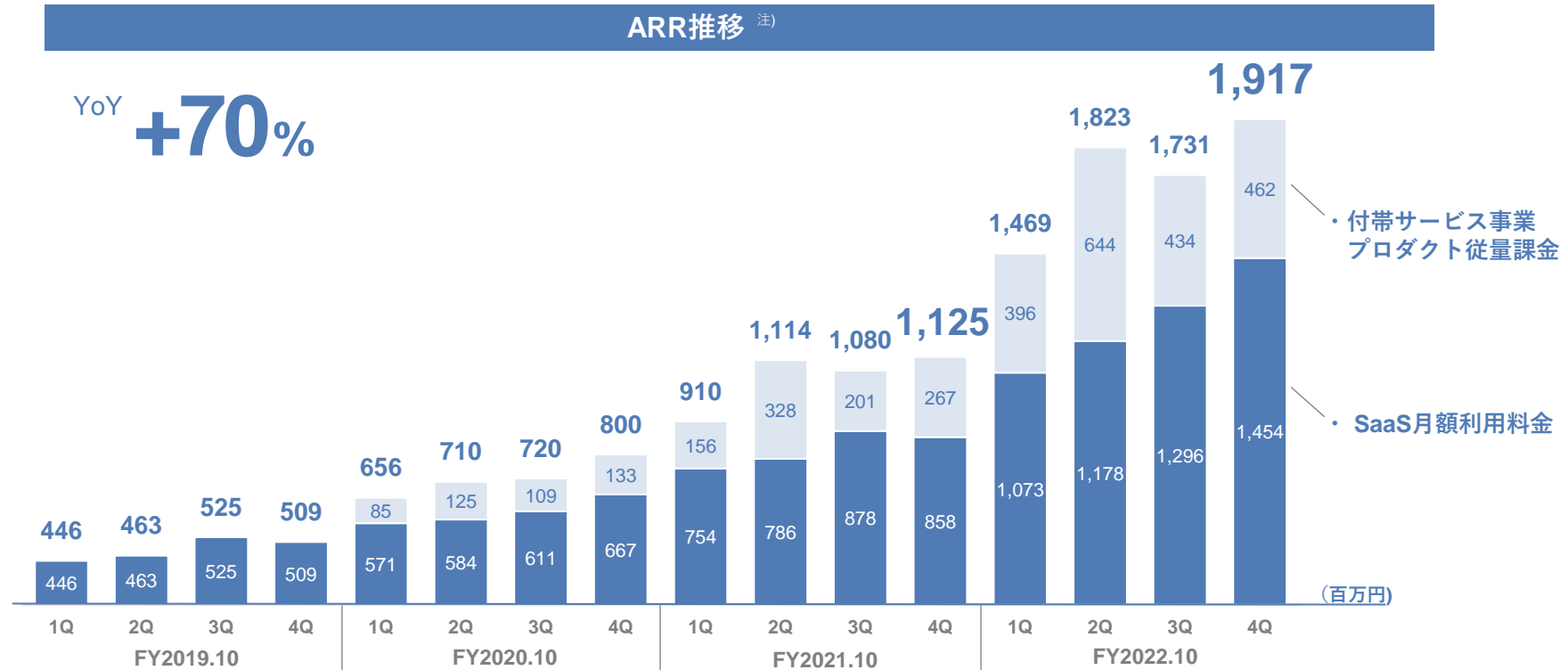
33倍

(前年同期 23倍)

2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

## ARR推移 (四半期)

ARRはYoY+70%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) Annual Recurring Revenue、各四半期末の月末MRRに12を乗じて算出 / ITANDI BB+の2021年10月時点と2022年10月時点での各四半期の月末ARRを比較

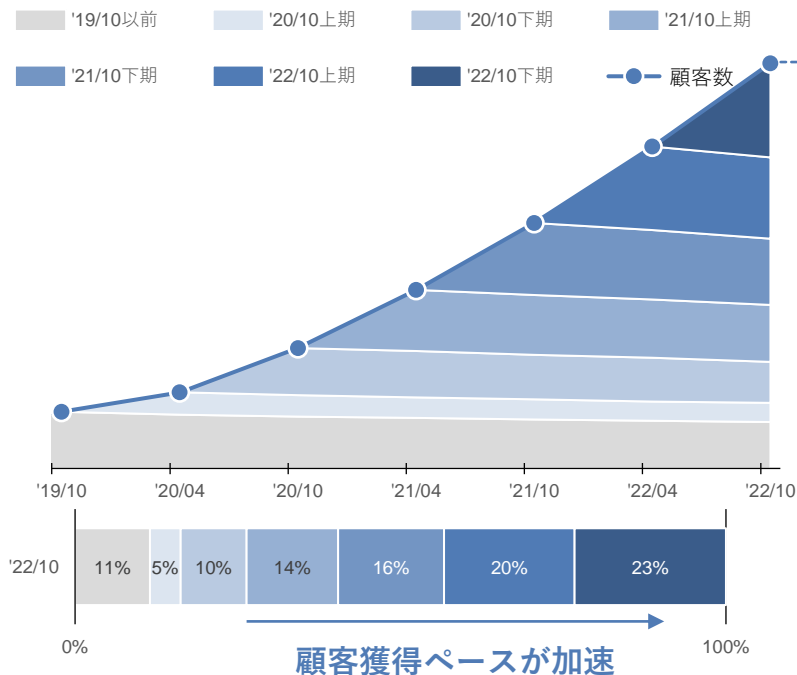


2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

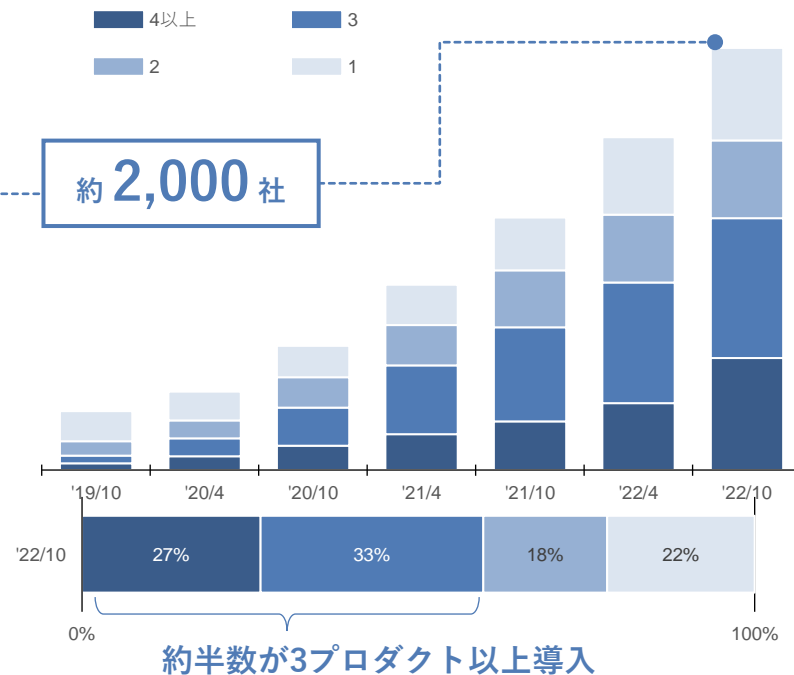
## 顧客数および導入プロダクト数の積み上げ推移

バーティカル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

### 導入年ごとの顧客数推移



### 導入プロダクト数ごとの顧客数推移

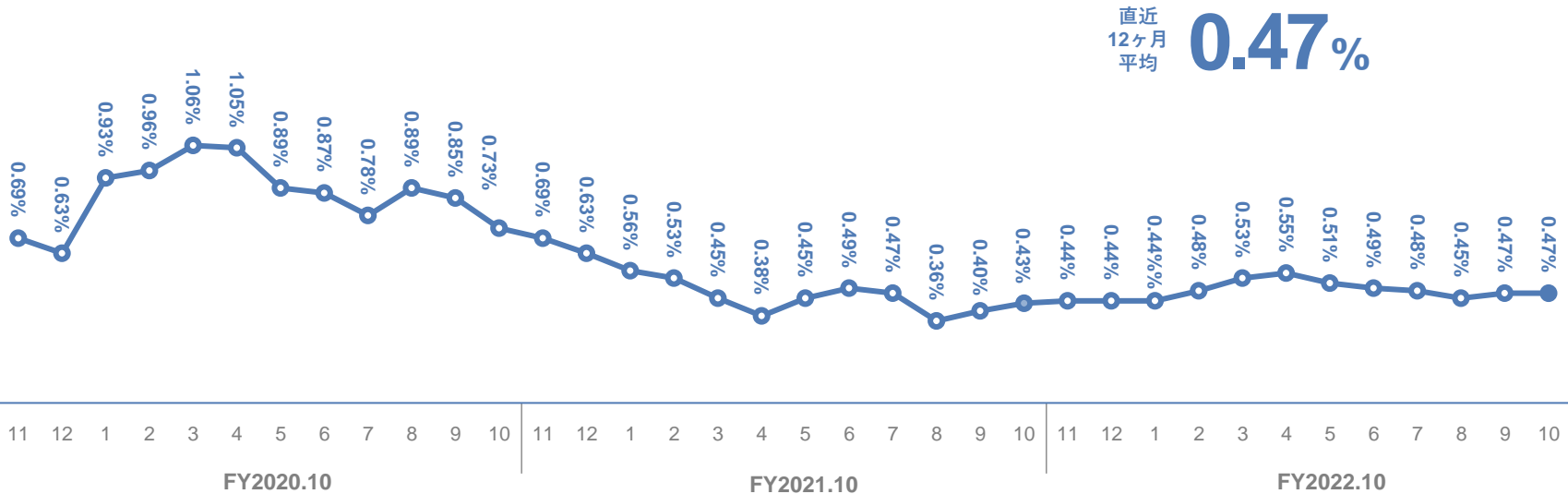


2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

# チャーンレート

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、チャーンレートは改善傾向

## チャーンレート 注1)



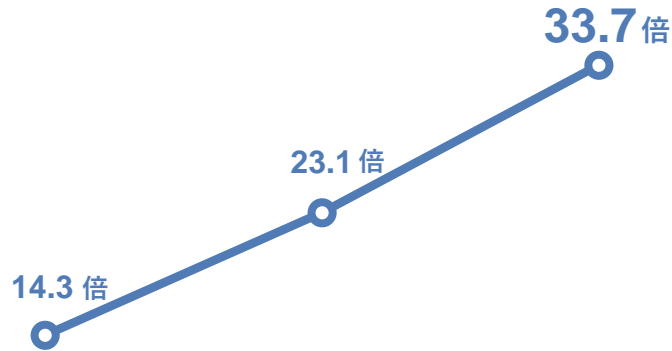
注1) ITANDI BB+の2022年10月末時点での直近12ヶ月の平均月次チャーンレート

2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

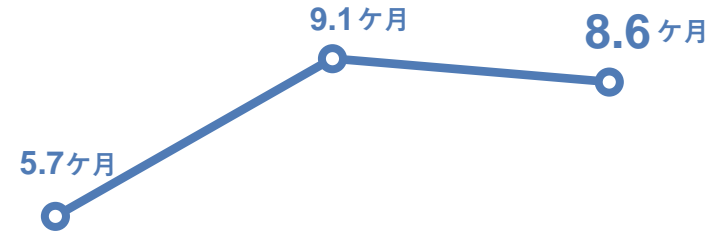
## 直近12ヶ月のユニットエコノミクス

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)



CAC回収期間 注2)



FY2020.10

FY2021.10

FY2022.10

FY2020.10

FY2021.10

FY2022.10

注1) 1顧客あたり経済性、LTV (ライフタイムバリュー) ÷ CAC (顧客獲得コスト) で算出 (CAC: 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: 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 (付帯収益・従量課金含む) を、過去12ヶ月平均チャーンレートを割った値/ : 円)

注2) Customer Acquisition Cost: 1顧客あたり獲得コストの過去12ヶ月平均値/内訳として、営業人件費、企画/広報/マーケティング費用、広告費、オンボーディング人件費を含む/単位: 円  
CAC回収期間: CACを1顧客あたりの単月粗利 (付帯収益・従量課金含む) で割った値/単位: ヶ月

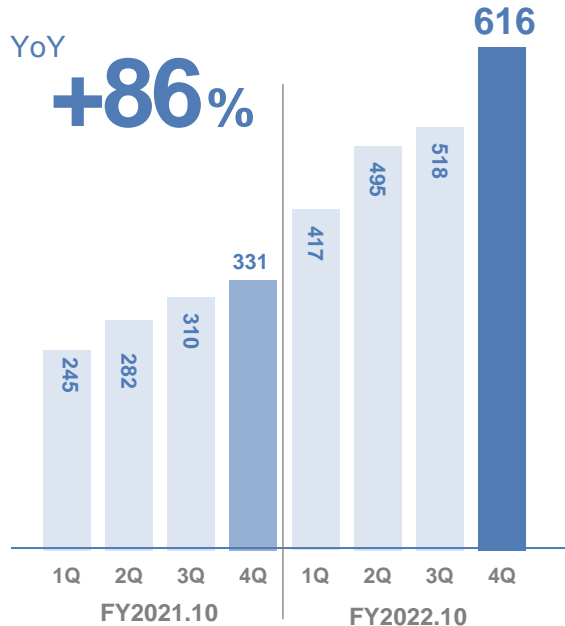
2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

## 四半期推移 (IFRS)

予想を上回る売上収益の増加により、売上総利益は大幅に伸長。セグメント利益は4QにおいてダンゴネットのM&A等による販管費増により減少

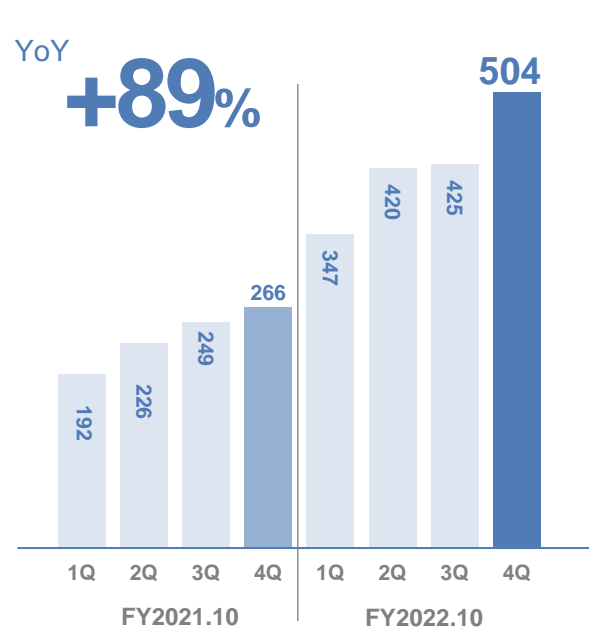
## 売上収益

(百万円)



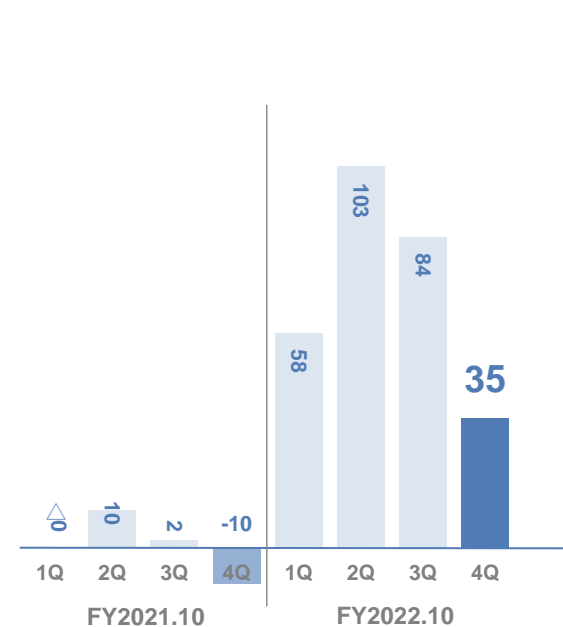
## 売上総利益

(百万円)



## セグメント利益

(百万円)



2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

## 四半期推移 (参考)

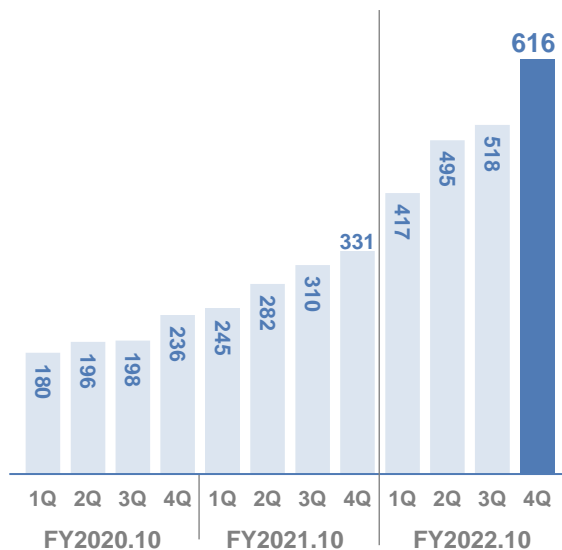
SaaS事業が好調に推移し、売上収益、売上総利益が拡大。セグメント利益は販管費増により減少

## 売上収益 (売上高)

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

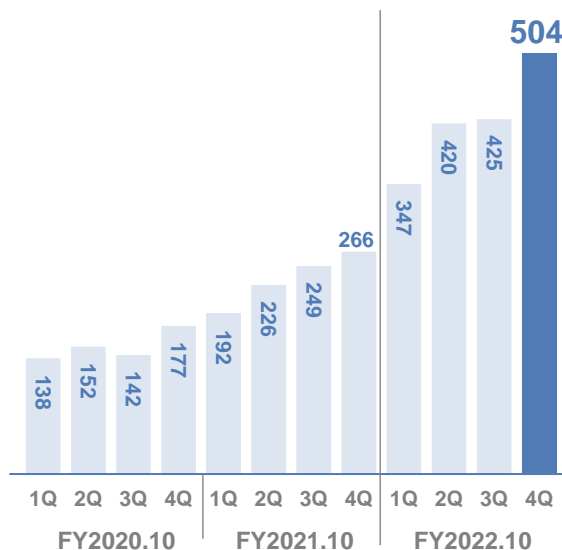


## 売上総利益

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)

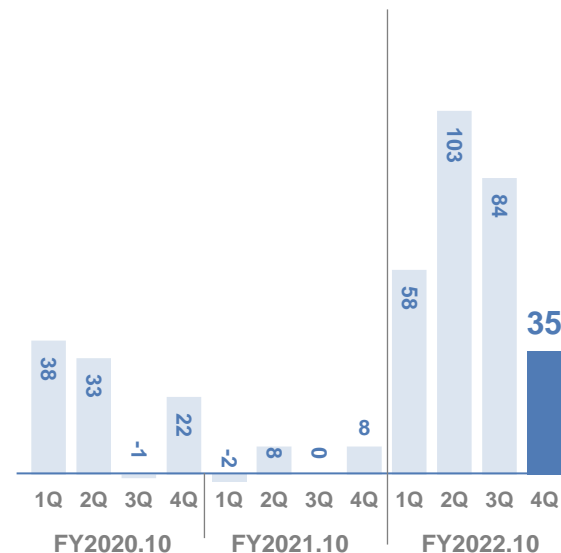


## セグメント利益

JGAAP (参考)

IFRS

(百万円)



# 管理会社向けSaaS KPI推移

ITANDI BB+

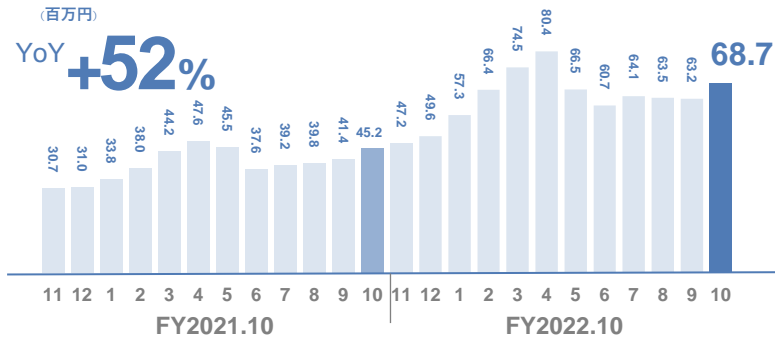
物確電話  
自動応答24時間  
内見予約電子  
入居申込

電子契約

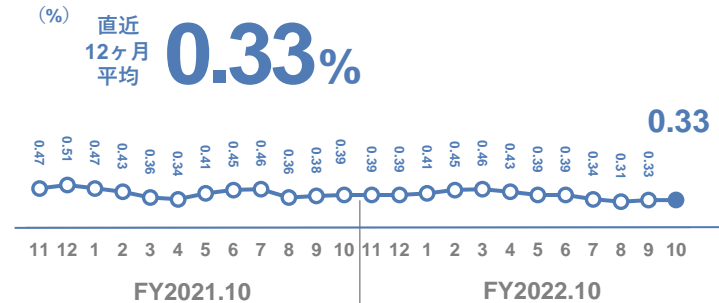
更新退去  
Web管理原状回復  
施工管理

## チャーンレートは0.33%と低水準で推移、市場ニーズの高まりが後押しし、導入社数は1,500社超に

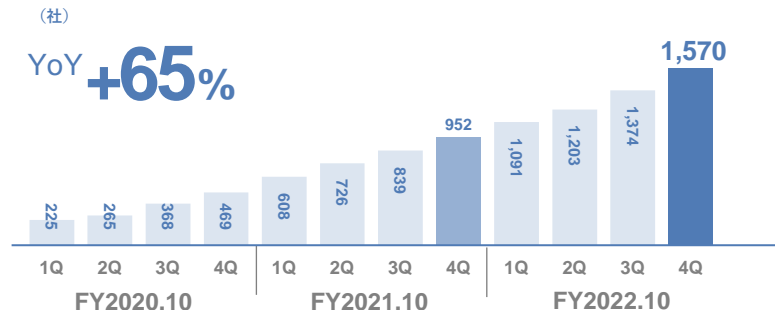
### MRR 注1)



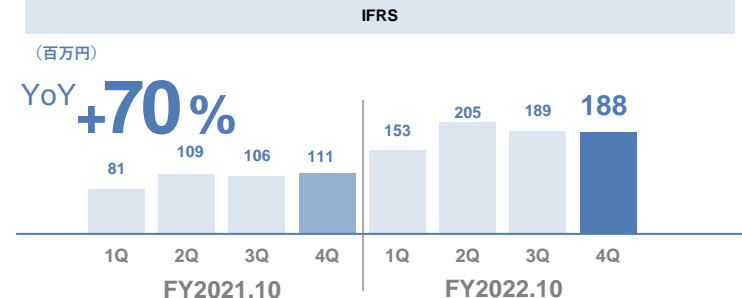
### チャーンレート 注2)



### 導入社数 注3)



### 売上総利益



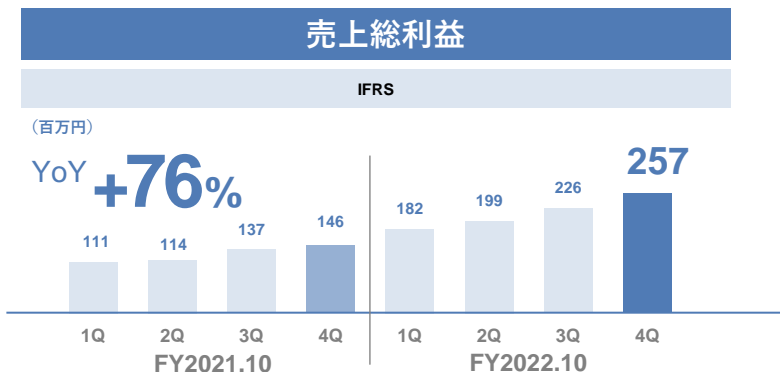
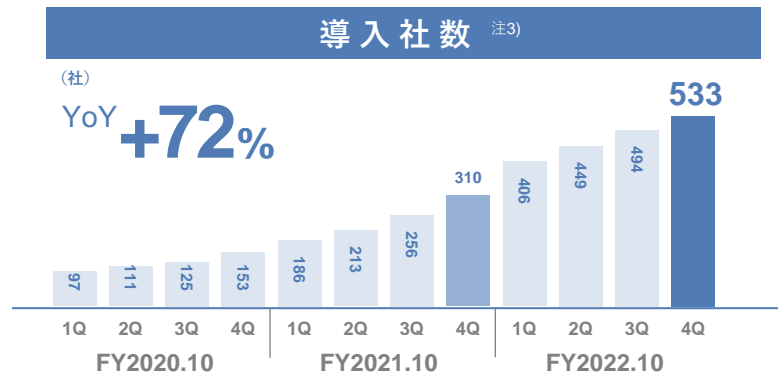
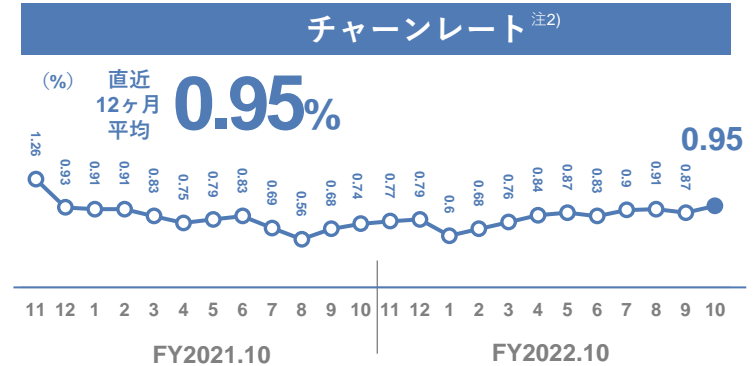
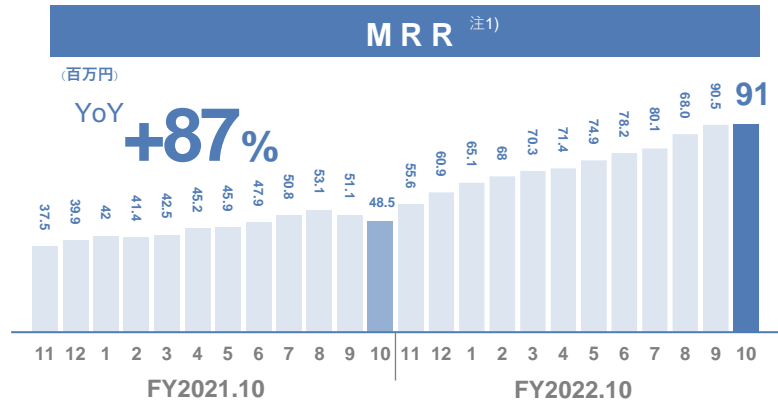
2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

## 仲介会社向けSaaS KPI推移

ITANDI BB+



導入社数が500社を超え、MRRが1億円目前に。売上総利益もMRRの上昇と共に向上

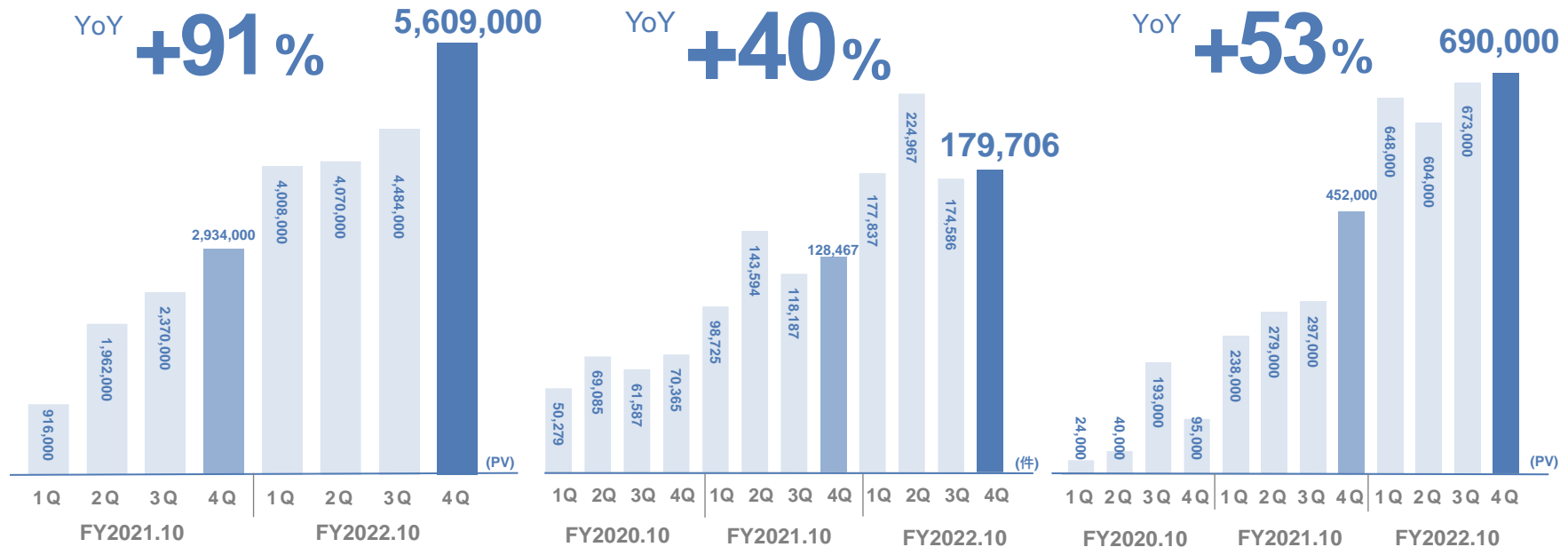


注1)SaaS月額利用料金、プロダクト従量課金 注2)導入社数を基に直近12ヶ月の月次チャーンレートの平均を算出 注3)システムの運用を開始している仲介会社数

2022年10月期 通期連結業績 ITANDI業績

# その他指標

各SaaSプロダクトの導入社数増加等により、全ての指標においてYoYで高い伸び

ITANDI BB月間 PV数 注1,3)電子入居申込数 注2)OHEYAGO PV数 注1,3)

注1)百の位で切り捨て 注2)FY2021.10 3Q以前に公表した資料では一部集計が異なっております。正しくはFY2021.10 通期以降に公表した数値を参照

注3)四半期の最終月の数値を記載



## 第二部

# 2023年10月期 業績予想及び成長ドライバー

2023年10月期 業績予想及び成長ドライバー

## 2023年10月期 通期連結業績予想

引き続きしっかりと利益を確保しながらも、シェア拡大に向けて高い売上成長も目指す  
2023年10月期から、連結業績は営業利益に代わり、事業利益を業績目標の指標に変更

(百万円)		FY2022.10 実績 (IFRS) ①	FY2023.10 計画 (IFRS) ②	前期比増減額 (②-①)	前期比増減率 <sup>注1)</sup> (②/①-1)
連結	売上収益	113,569	145,500	31,931	+28.1%
	売上総利益	16,519	20,900	4,381	+26.5%
	事業利益	1,033	1,600	567	+54.8%
	当期純利益	395	430	35	+8.8%
RENOSY マーケットプレイス	売上収益	110,843	142,000	31,157	+28.1%
	売上総利益	14,482	18,200	3,718	+25.6%
	セグメント利益	4,947	5,950	1,003	+20.2%
ITANDI	売上収益	2,046	3,000	954	+46.6%
	売上総利益	1,698	2,480	782	+46%
	セグメント利益	281	510	229	+81.4%

注1) 売上計算にて算出。FY2023.10 計画 ÷ FY2022.10 実績 - 1

2023年10月期 業績予想及び成長ドライバー

## FY2023.10 通期連結業績予想の前提

## FY2023.10予算の前提（トップライン）

全体	↗	新規事業等一部の事業を除き、売上・マーケットシェアを拡大
RENOSY マーケットプレイス オンライントラン 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	↗	オンライント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、収益性の改善を図る
RENOSY マーケットプレイス サードパーティ	→	プロダクトマーケットフィットの達成を重視し、トップラインの拡大は限定的
ITANDI 仲介会社向けSaaS	↗	ITANDIの収益の柱。更に売上を拡大し、成長投資の原資となる利益拡大を見込む
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。1-2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

## FY2023.10予算の前提（コスト）

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。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 オンライントラン ザクション	↗	セールスの人員強化等、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、マーケティングの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ものの、利益率は改善見込み
RENOSY マーケットプレイス サードパーティ	→	投資フェーズと位置づけ、当期の大幅な利益寄与は見込まないが、一定の範囲内でコストをコントロール
ITANDI 仲介会社向けSaaS	↗	売上拡大のため、セールス、CSを中心に増員。前期までの先行投資の効果による利益貢献を見込む
ITANDI 管理会社向けSaaS	↗	セールス、CSを中心に増員し、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

2023年10月期 業績予想及び成長ドライバー

## FY2023.10 業績拡大の成長ドライバー

FY2023.10の業績拡大の成長ドライバーとなる、各事業の4つの重要施策

## RENOSYマーケットプレイス

## NEOBANK®の活用

RENOSY



不動産と親和性が高い金融サービスを開発・提供することにより、さらなる顧客体験の向上を目指す

## 自己信託活用の流動化事業始動



自己信託を活用した流動化事業を開始。収益源・販売効率化による生産性向上を実現

## ITANDI

## 全日本不動産協会との連携

ITANDI BB



所属会員数約35,000社の日本不動産協会の会員向けインフラシステムに採用。SMB領域まで含めた業界全体のデジタル化促進を図る

## ダンゴネットM&amp;A／基幹システム提供開始

ITANDI管理クラウド



ダンゴネットの「賃貸名人」を取り込み、基幹システム「ITANDI管理クラウド」を提供開始。全業務を一気通貫でデジタル化

# 第三部

## 事業別成長戦略

A vertical blue bar on the left side of the slide, featuring a pattern of overlapping, semi-transparent geometric shapes (triangles and polygons) in various shades of blue, creating a textured, crystalline effect.

RENOSYマーケットプレイス

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス

# 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

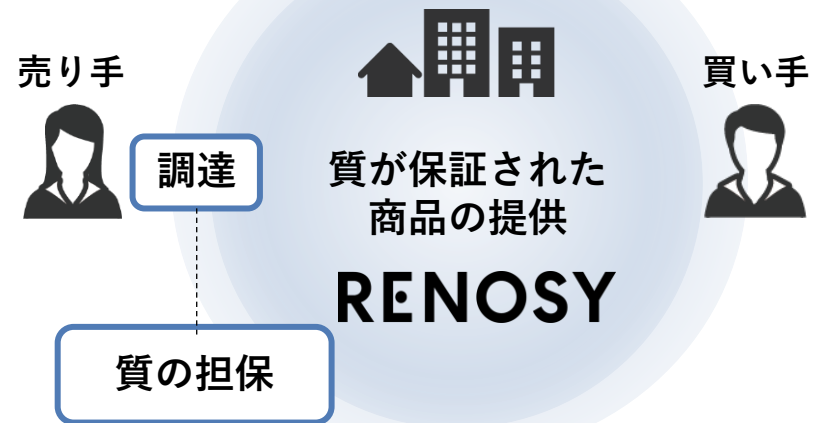
## 従来のマーケットプレイス

### 低額商品や日用品



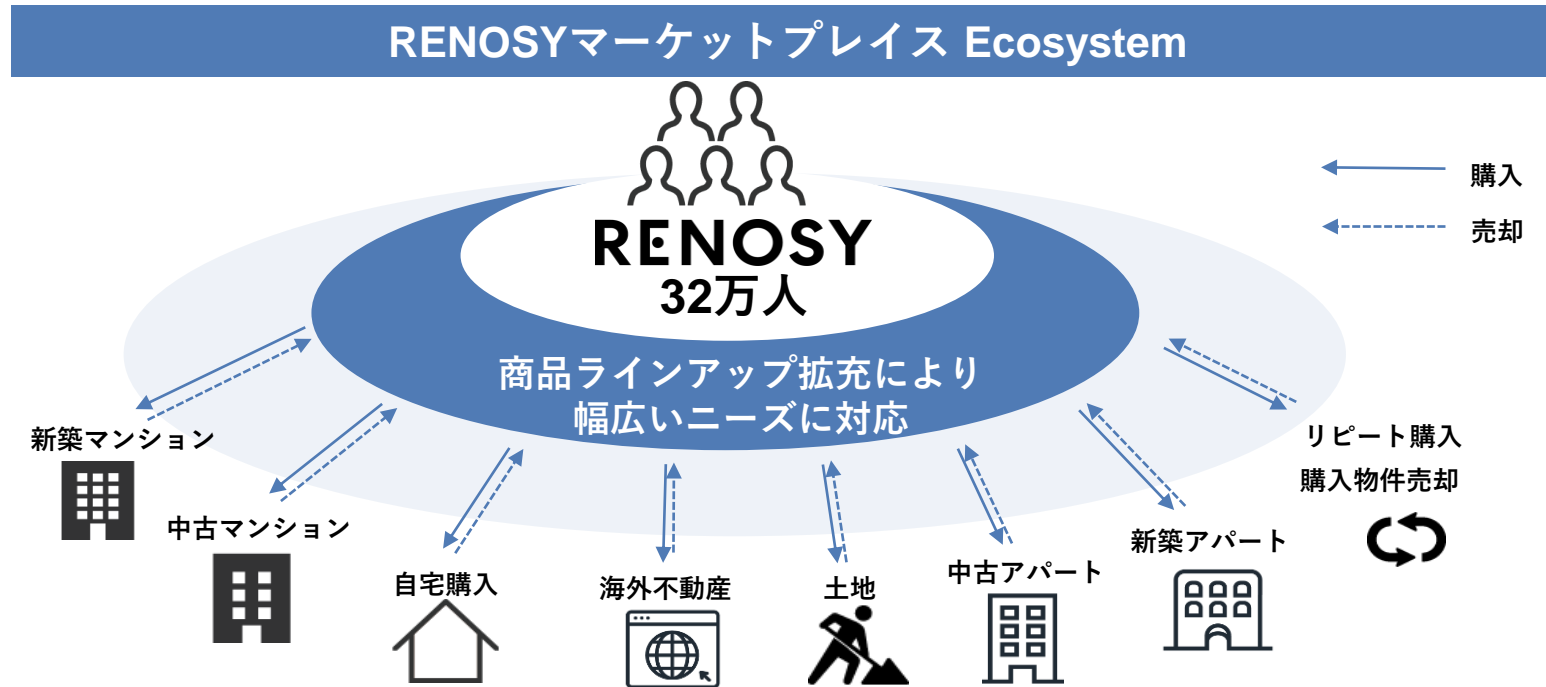
## マネージド・マーケットプレイス

### 高額な商品



# 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

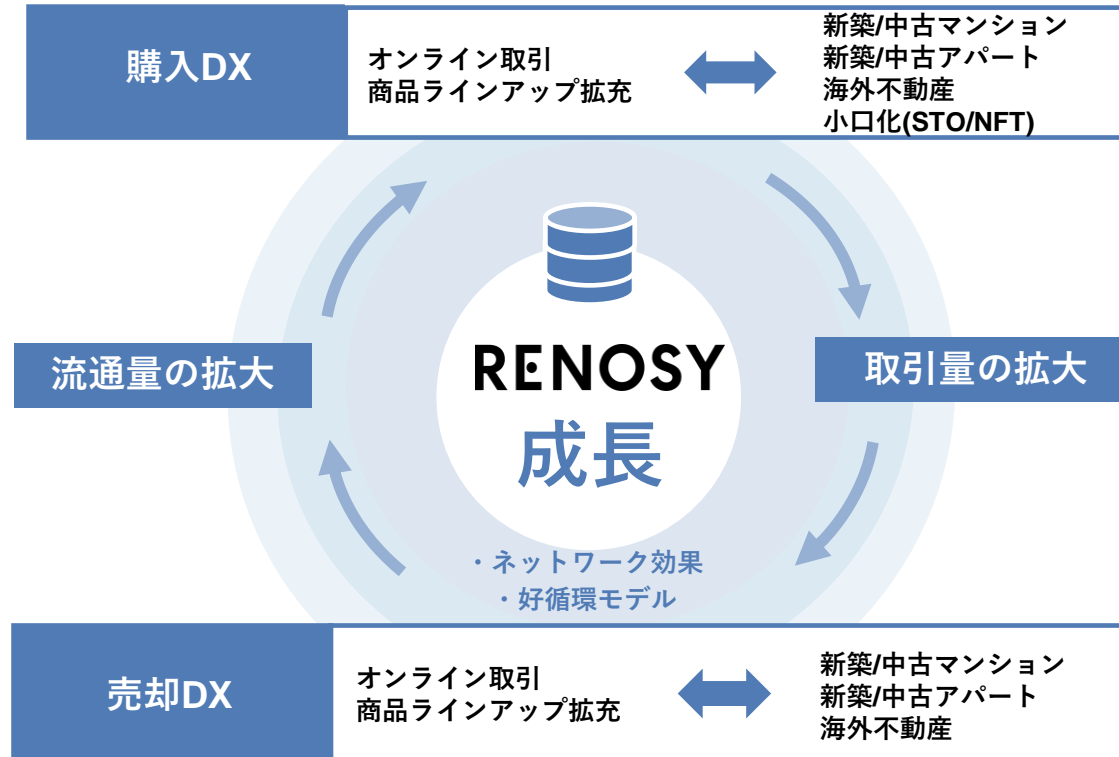




事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス

# RENOSYマーケットプレイス成長ストーリー GMV、LTV向上

購入DXに加えて、売却DXの強化によりネットワーク効果が高まる好循環モデルが誕生



事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス

## 高い顧客エンゲージメント

高い顧客満足度を背景に投資不動産取得オーナーのチャーンレートは**0.78%**オーナーアプリMAU率 約**80%** 注1)確定申告機能など含め、豊富な機能により、  
オーナーから高評価

OWNER by RENOSY

オーナー  
約**7,000人** 注1)チャーンレート **0.78%** 注2)チャーンレート  
**0.78%**サブスクリプション  
契約件数  
約**13,000戸**

注1) 2022年10月末時点

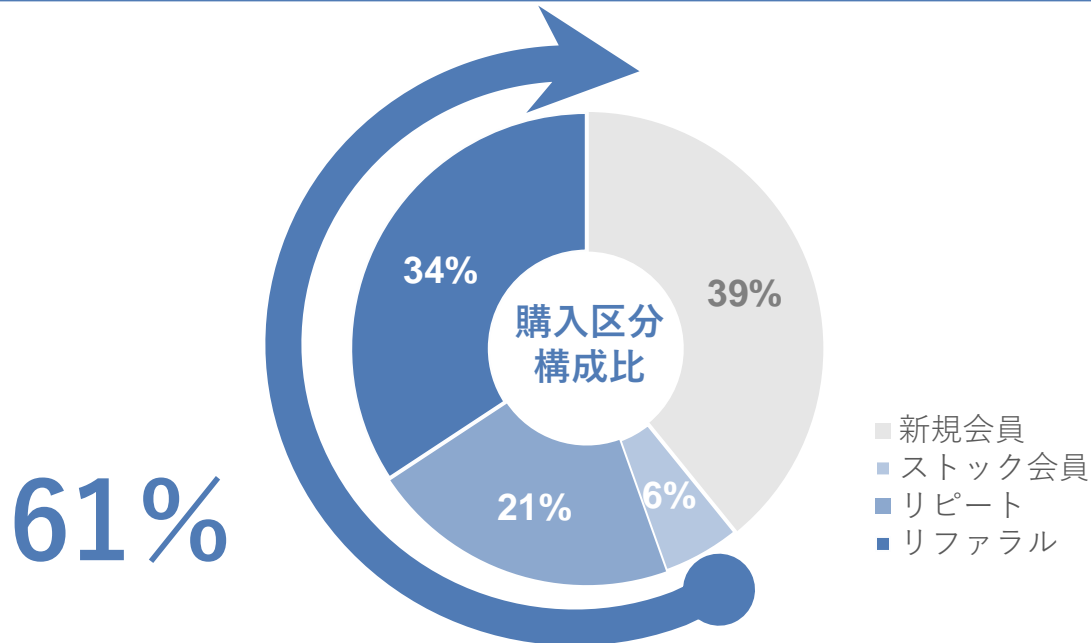
注2) 2022年7月末時点

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス

## 顧客資産活用によるストックビジネス

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<sup>注1)</sup>

売上収益に占めるストック比率<sup>注2)</sup>

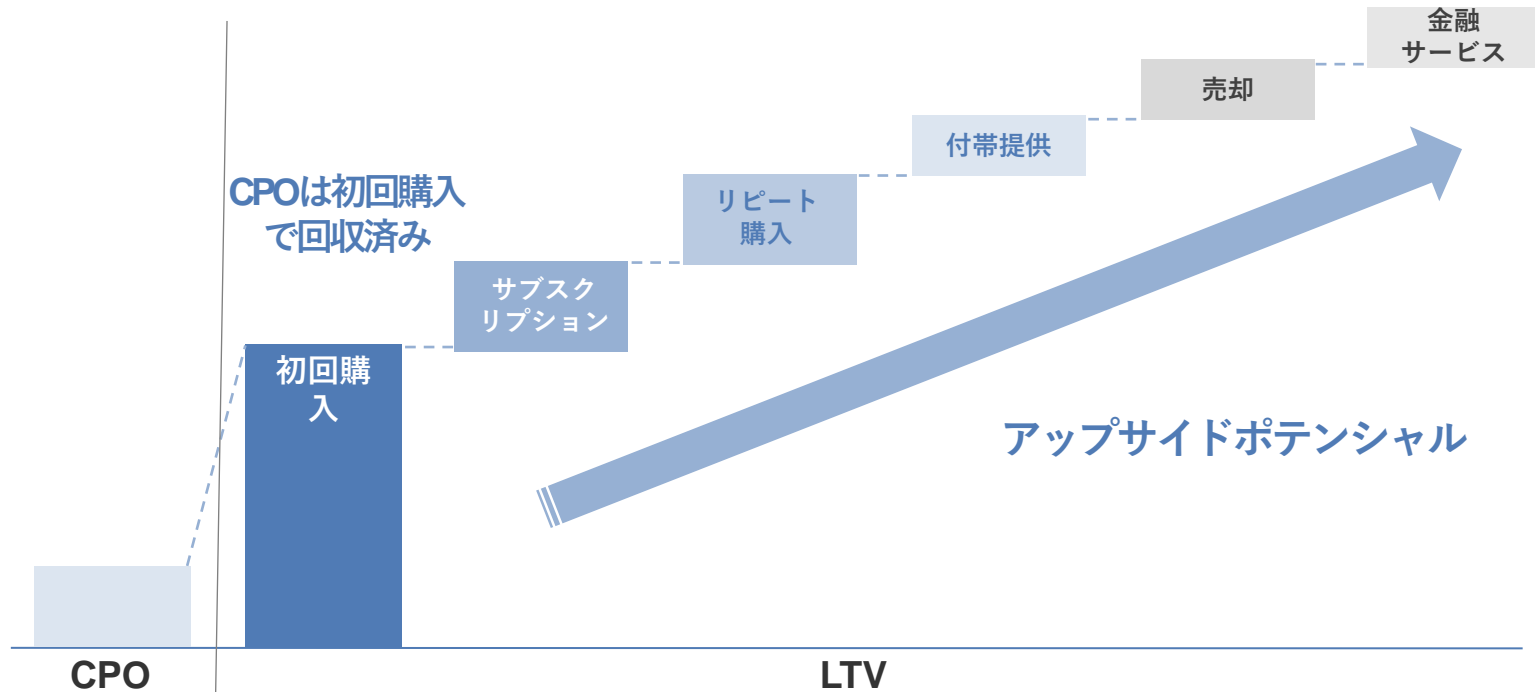


注1) FY2019.10～FY2021.10の3年間の購入別データをもとに算出

注2) 購入区分定義 ストック会員：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

# 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

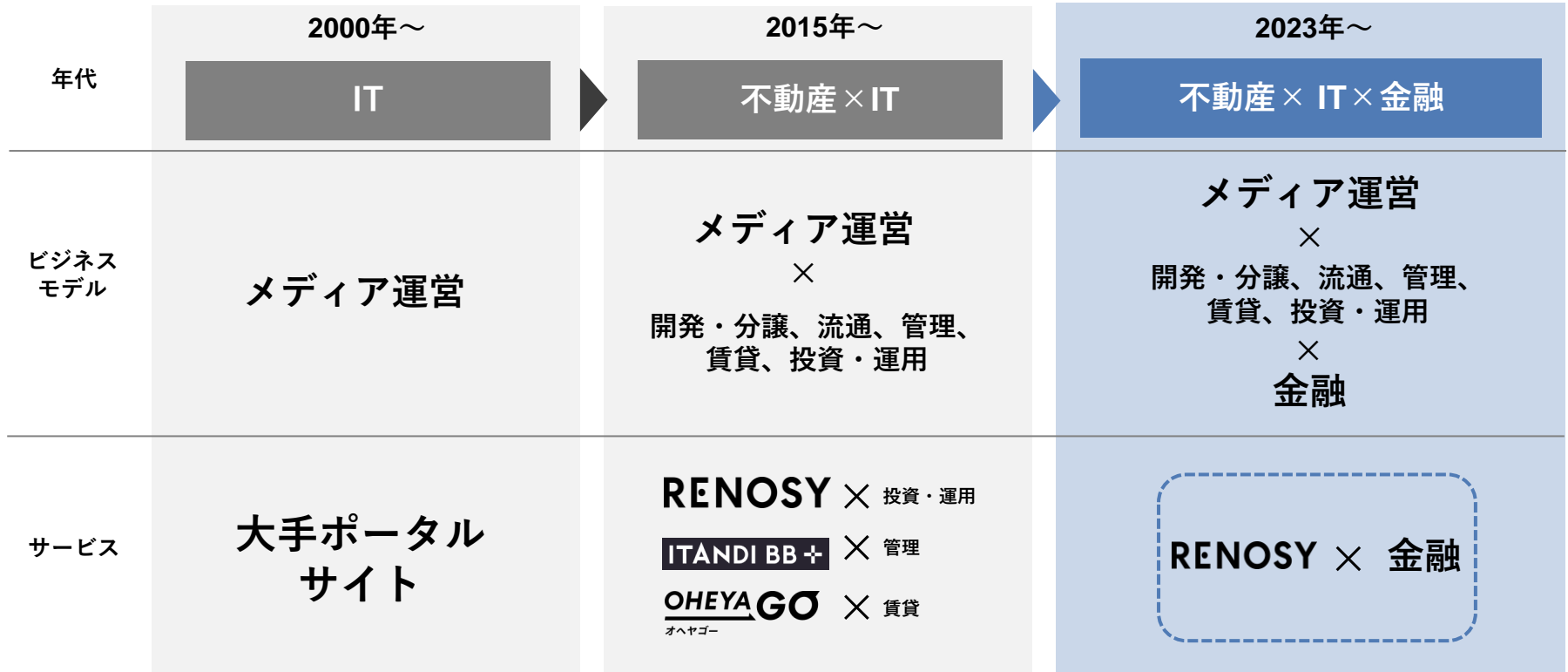


A vertical blue bar on the left side of the slide, featuring a geometric pattern of overlapping triangles and squares in various shades of blue.

# RENOSYマーケットプレイス 成長ドライバー

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## 不動産とテクノロジーの融合の推移



# 金融サービスの実現 に向け協議を開始

**RENOSY**



**NEOBANK**  
住信SBIネット銀行

RENOSYが金融サービスと連携

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## NEOBANK®を活用した金融サービスについて

NEOBANK®を活用した、パートナー企業への銀行サービスの提供で、パートナー企業顧客のロイヤルティを醸成

NEOBANK®を活用した金融サービスをRENOSYで提供

様々な業種の企業に銀行機能を提供



パートナー企業（一部）



パートナー企業として仲間入り ✨



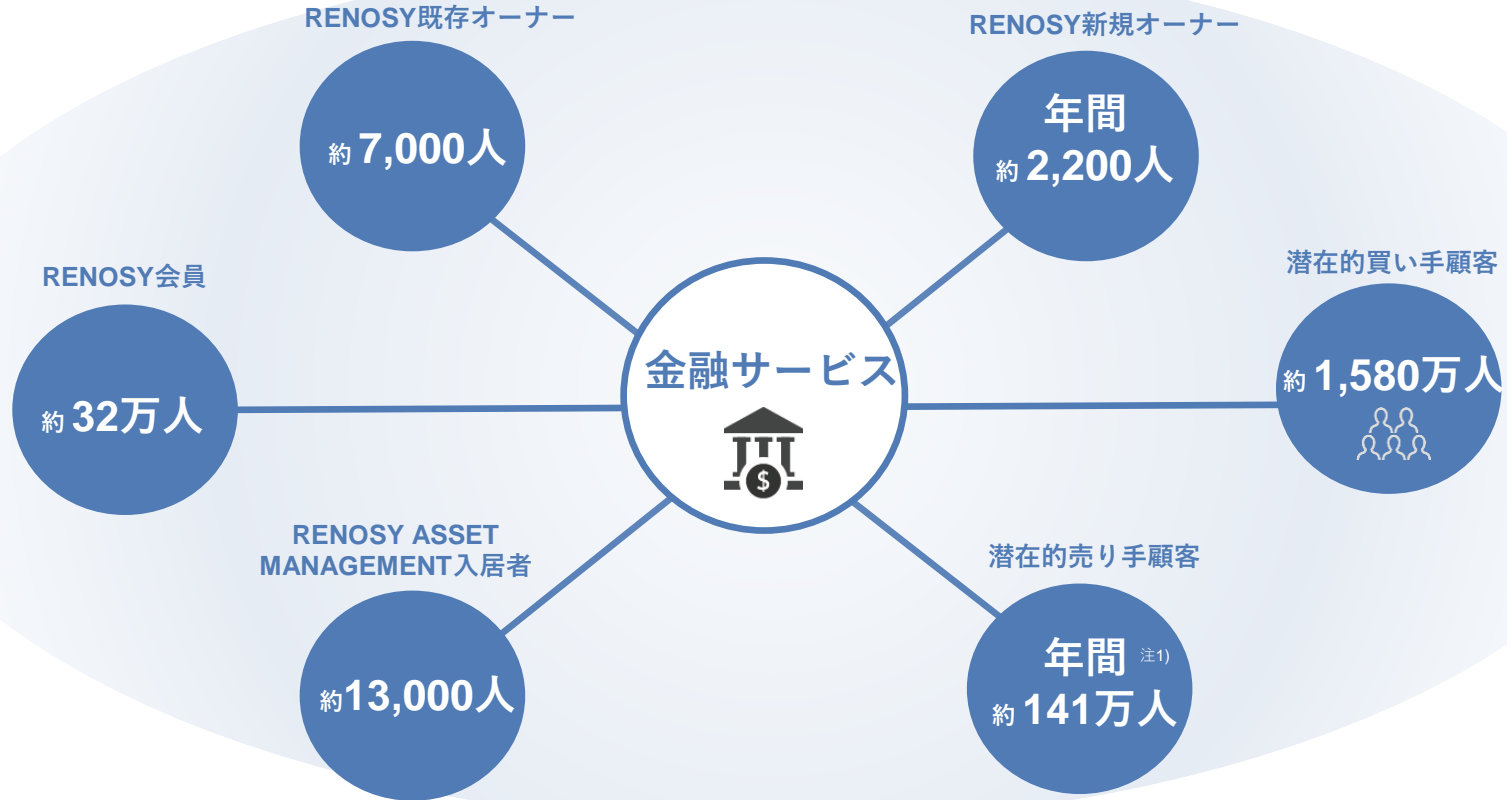
銀行の持つサービス機能の中から、パートナー企業の課題解決に必要なものだけを、APIやFinTechを活用し連携。新たな価値を創造するサービスを提供することで、パートナー企業の顧客の満足度の向上を図る

各社が導入しているNEOBANK®.サービスを利用し、不動産×テクノロジー×金融の新たなサービスを提供



事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

# 金融サービス 顧客ターゲット

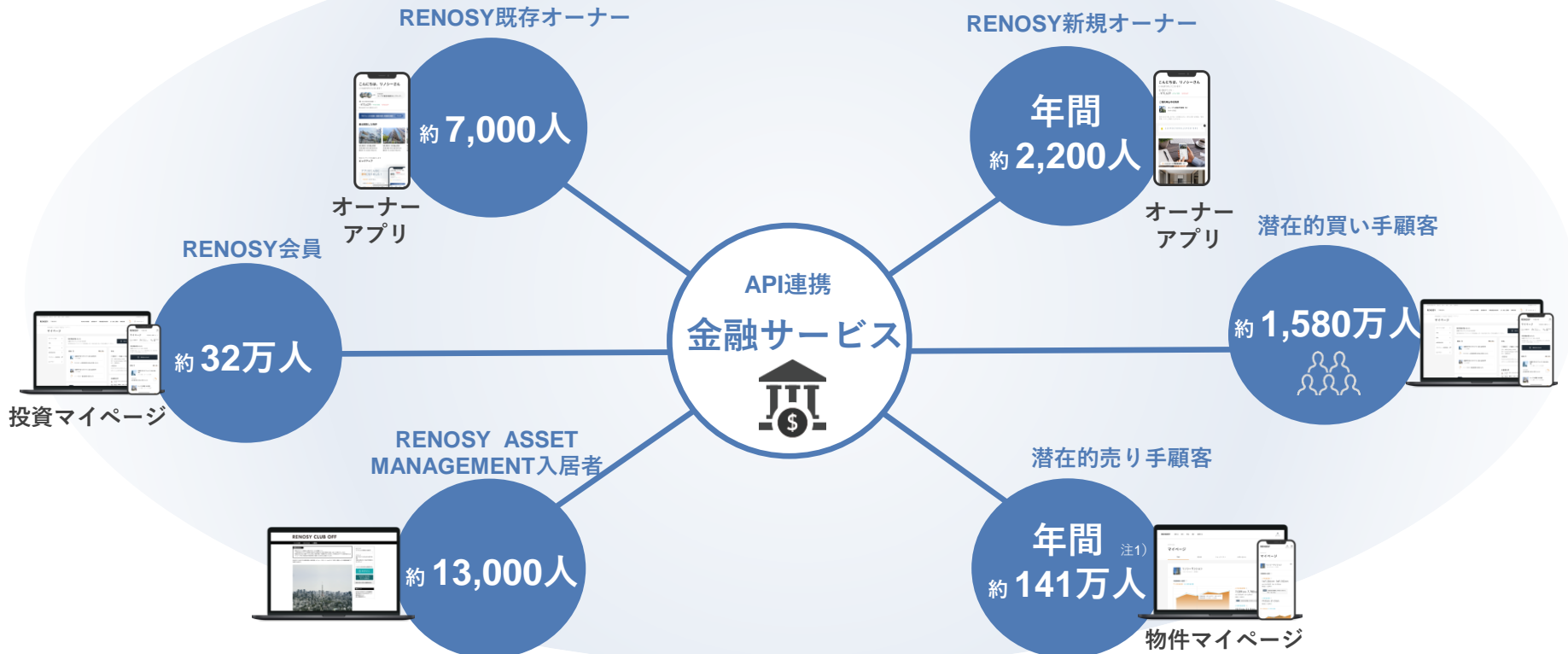


注)国交省調査 平成30年度マンション総合調査結果データ編 ([https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house\\_tk5\\_000058.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk5_000058.html)) と三井住友不動産 中古マンション専有面積動向2016年6月 ([https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016\\_06.html](https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html)) のデータより、ターゲット戸数を281万戸と推計。2022年10月末時点の当社オーナー数及び管理戸数より、1人あたり保有戸数を算出。平均約2戸の物件を保有していると仮定し、ターゲット戸数281万戸を当社オーナー平均保有物件数で除して推計。

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## テクノロジー活用によるエンゲージメント強化

WEBやアプリを活用することで、獲得顧客と長期の関係性を構築



注)国交省調査 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/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house\\_tk5\\_000058.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk5_000058.html)) と三井住友不動産 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](https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html)) のデータより、ターゲット戸数を281万戸と推計。2022年10月末時点の当社オーナー数及び管理戸数より、1人あたり保有戸数を算出。平均約2戸の物件を保有していると仮定し、ターゲット戸数281万戸を当社オーナー平均保有物件数で除して推計。

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## 金融サービスの展望

Before

不動産の課題

顧客  
接点

接点低



住み替え頻度が低いことが不動産の課題

住み替え **10年**<sup>注1)</sup>以内<sup>注2)</sup>に一度賃貸 **4年**に一度

テックタッチがない場合、一般的に自宅の住み替えで10年、賃貸でも4年に一度の低トランザクション

Now

今までのRENOSY

接点中



RENOSY  
オーナー  
アプリ **1ヶ月**  
に一度、家賃確認

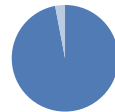


テックタッチのアプリにより  
1か月に1回の中トランザクション

After

これからのRENOSY

接点高



金融サービス  
アプリ **1日**  
に一度、金融  
サービス確認



金融サービスアプリがあることで1日1回  
の高トランザクション

接点  
頻度

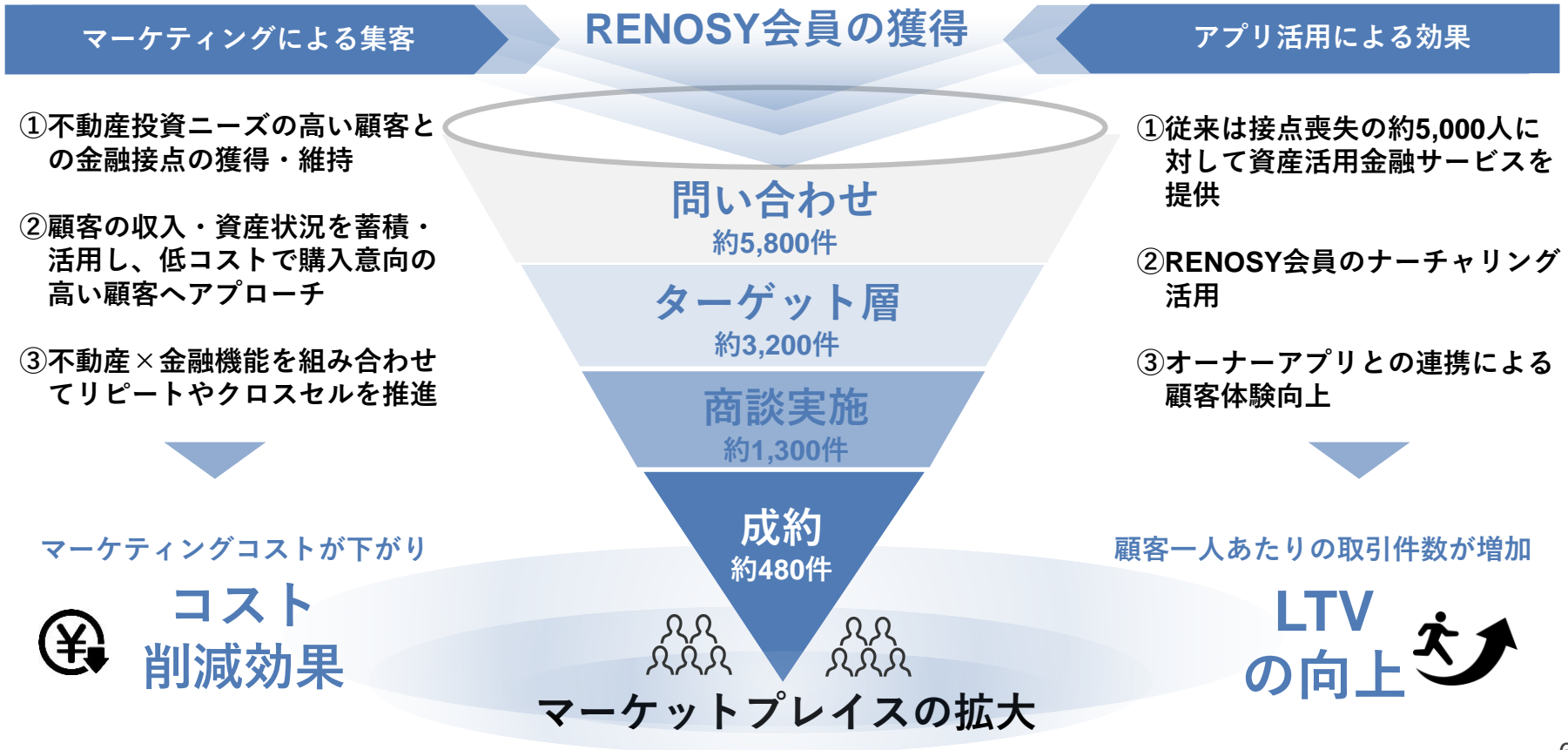
注1) イエウル調べ 調査期間：2020年10月16日～10月30日 調査手法：過去にイエウル経由で不動産を売却したユーザーへのアンケートメール送付 集計数：イエウル経由で不動産売却を経験した男女全国100名

https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000053.000014788.html

注2) 賃貸マンション平均入居年数 第26回 賃貸住宅市場景況感調査「日管協短観」平均居住期間 全国データよりhttps://www.jpmm.jp/marketdata/pdf/tankan26.pdf

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

# RENOSY金融サービス提供によるPLインパクト



事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## 自己信託活用の流動化事業始動

# 不動産の流動化事業 始動



自己信託を活用した  
不動産の流動化

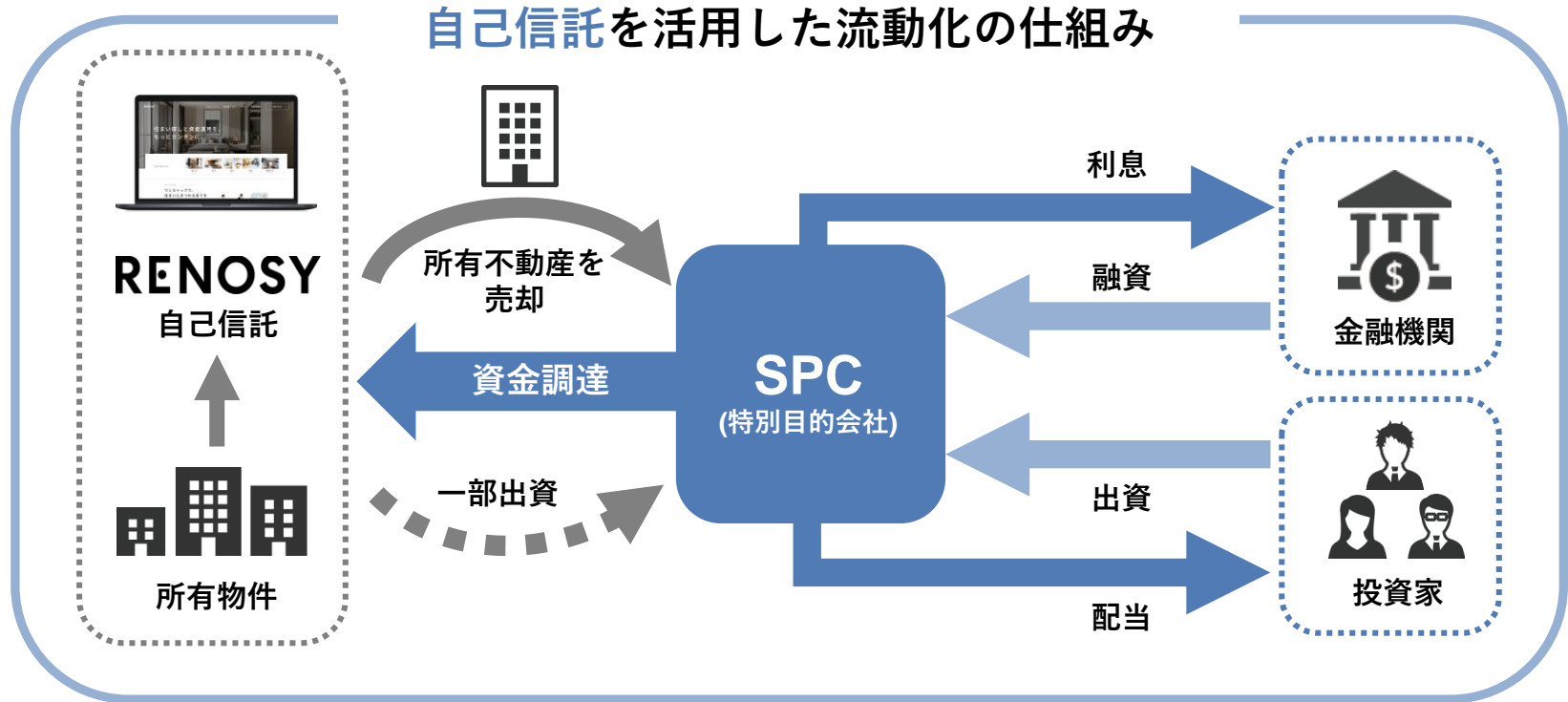


不動産事業と親和性の高い金融領域に参入し  
収益源・販売効率化による生産性向上を実現

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## 自己信託活用の流動化事業ビジネススキーム

保有物件を自己信託することで、資金を調達。取得した資産を流動化することで、資産効率を向上させる



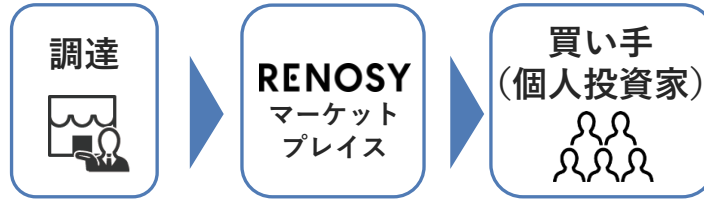
事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス成長ドライバー

## 自己信託活用の流動化事業により得られるメリット

## 販売活動の効率化による生産性向上

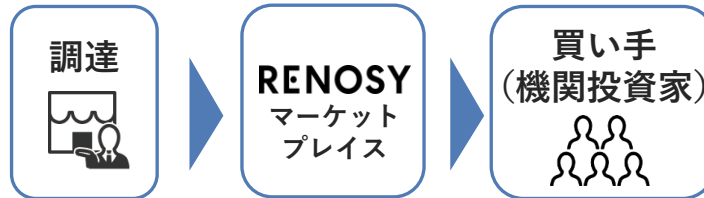
従来

販売・広告・マーケティング活動を実施



流動化事業


機関投資家に効率的に販売することで、生産性が向上



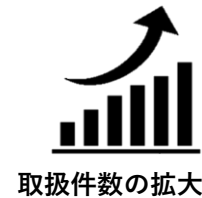
## 資産効率向上とシェア拡大を実現

安定的な収益拡大と持続的成長をはかるため、取得した資産を流動化することで、さらなる収益を拡大



資産効率が向上 

さらに、流動化事業により、取扱件数及びエリアが拡大



エリアの拡大

マーケットシェア拡大スピードが加速



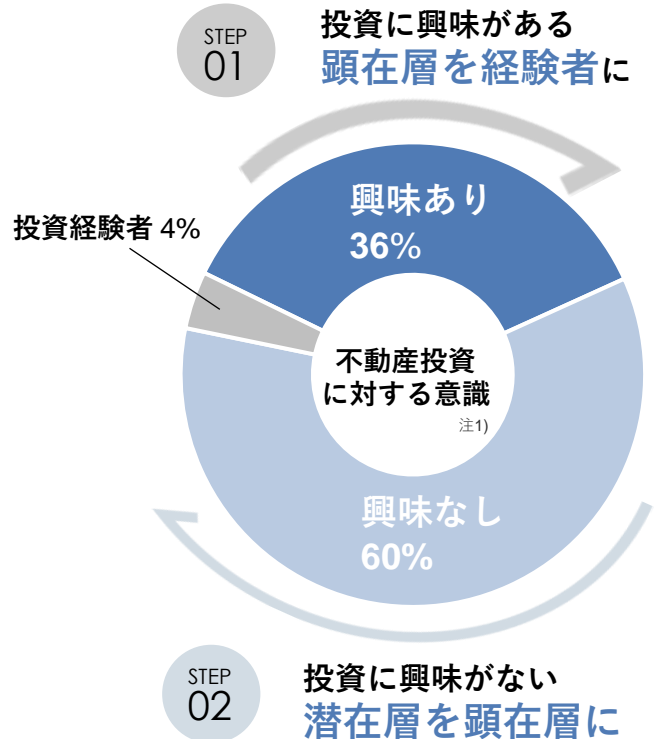
# RENOSYマーケットプレイス 他の重要戦略



事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

# マーケティング戦略 購入DX拡大

## 顕在層、潜在層の各々に向けて施策を実施



### 【Step 1】 顕在層に向けての戦略

コンセプト  
の再構築



デプスインタビューを実施し、  
インサイトおよびコンセプト（購入動機）の把握

成約率を高める、コンセプトを再構築

マイページ分析



顕在層の中で、購入者と非購入者のデータを分析

商材提案の見直しを行い、成約率を向上

### 【Step2】 潜在層に向けての戦略

SNS活用



不動産投資に興味のない人を顕在層へ

インフルエンサー（投資全般）を活用し、  
認知度向上及び利用意向を拡大

コンセプト  
の再構築



不動産投資に興味のない人を顕在層へ

不動産投資の盛んな米国で人気の動画  
エッセンスを日本に輸入し、活用

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

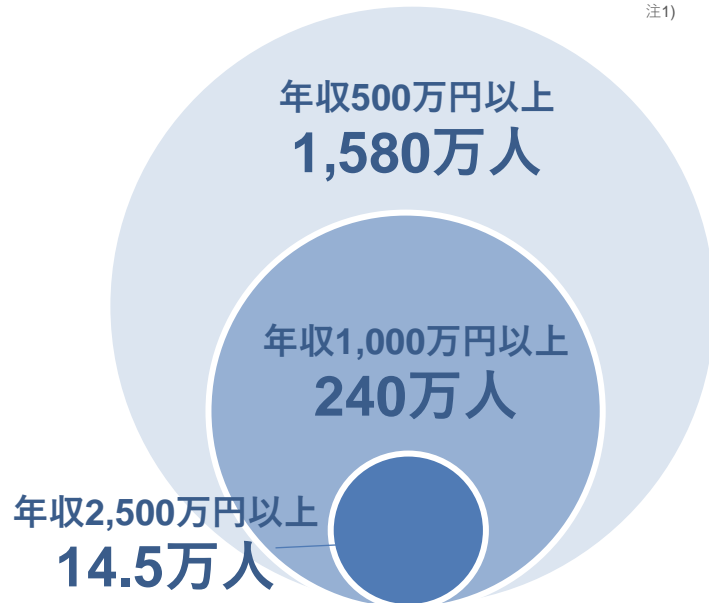
## 購入DXターゲット(買い手)

購入DX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

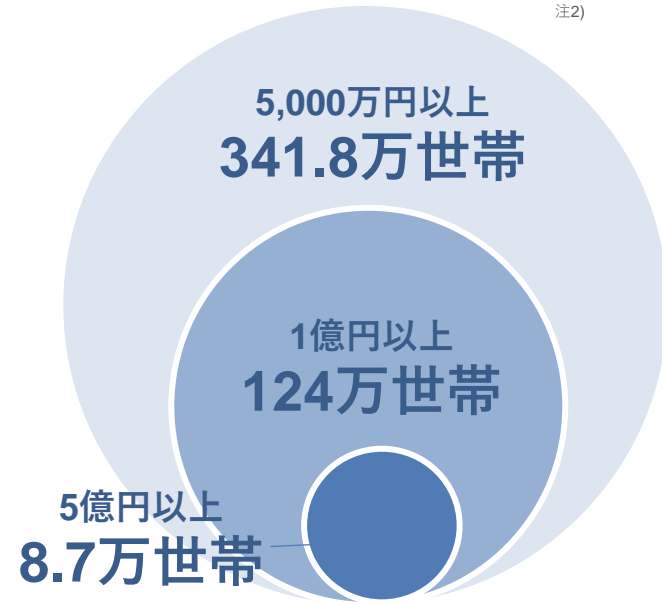
注1)



## 国内 世帯ターゲット

約342万世帯の富裕層

注2)



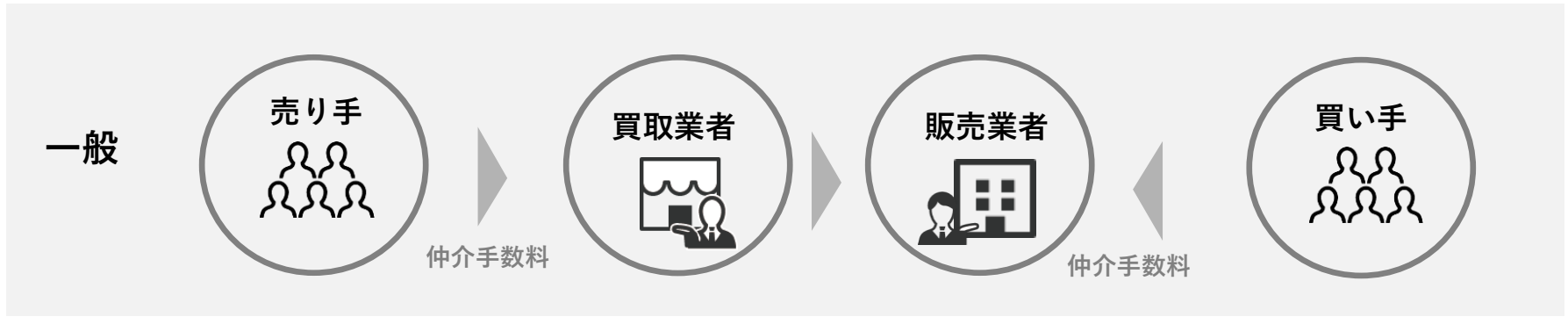
注1) 出典：国税庁 民間給与実態統計調査結果 令和2年度データを当社にて集計

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

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

# 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

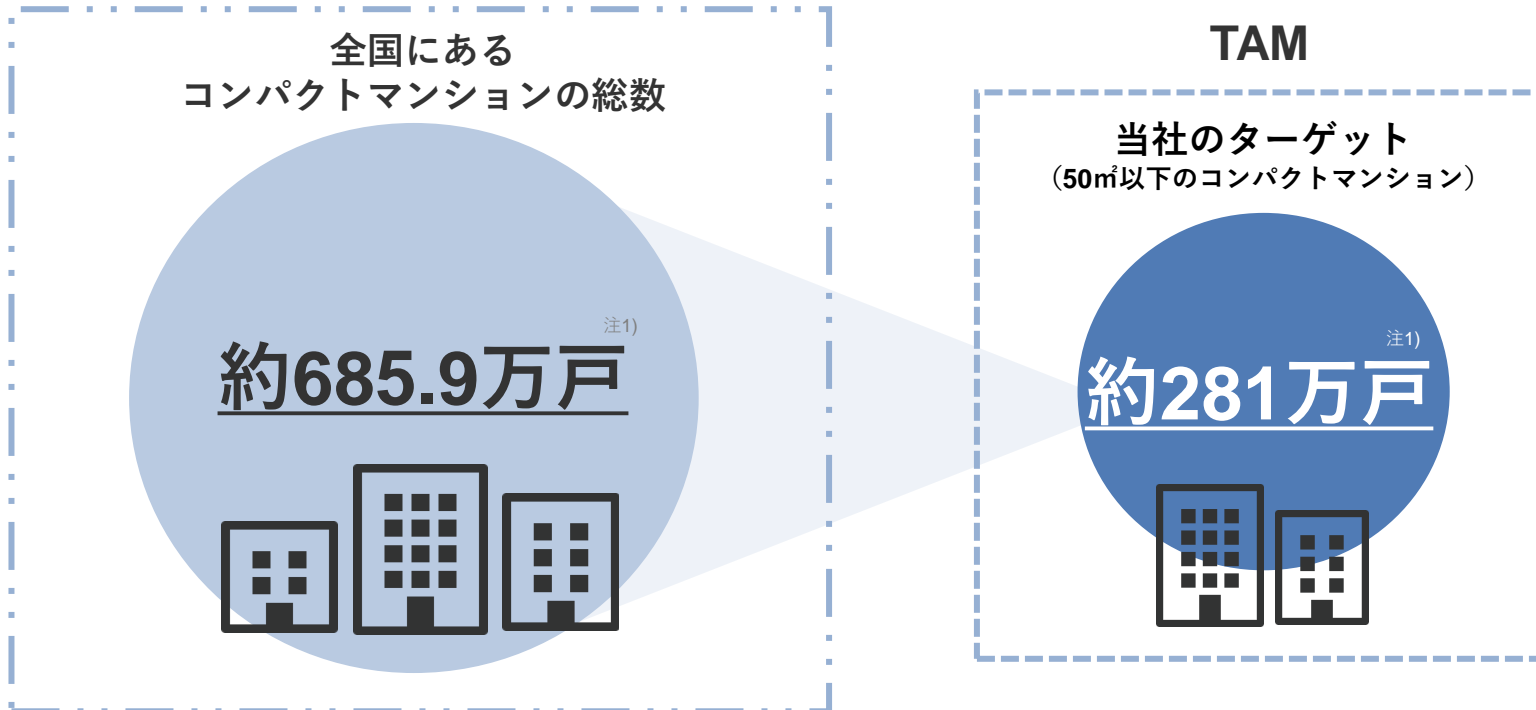


事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

## 売却DXターゲット(売り手)

国内のターゲット物件数は約281万戸であり、新築物件の追加も考慮すると年々TAMは拡大

### 国内 売却DXターゲット

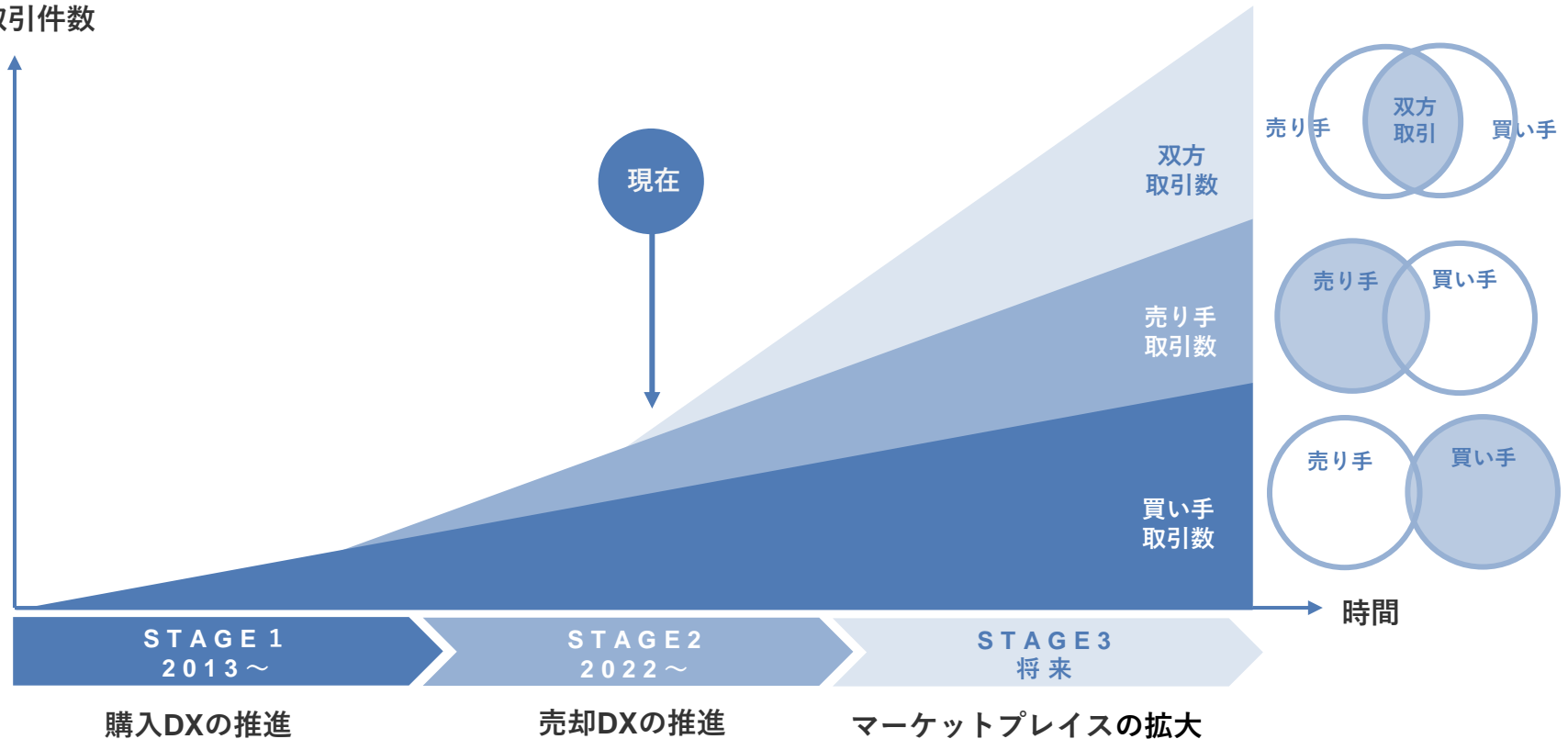


注1) 国交省調査 平成30年度マンション総合調査結果データ編: [https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house\\_tk5\\_000058.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk5_000058.html)  
三井住友不動産 中古マンション専有面積動向2016年6月: [https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016\\_06.html](https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html) より算出

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス

## 成長戦略 ステージ別マーケットプレイスの強化

取引件数



事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

# 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

FY2022.10実績

売上1,100億達成により

7.1%

FY2023.10見込み

売上1,400億達成により

9.3%

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9.3%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

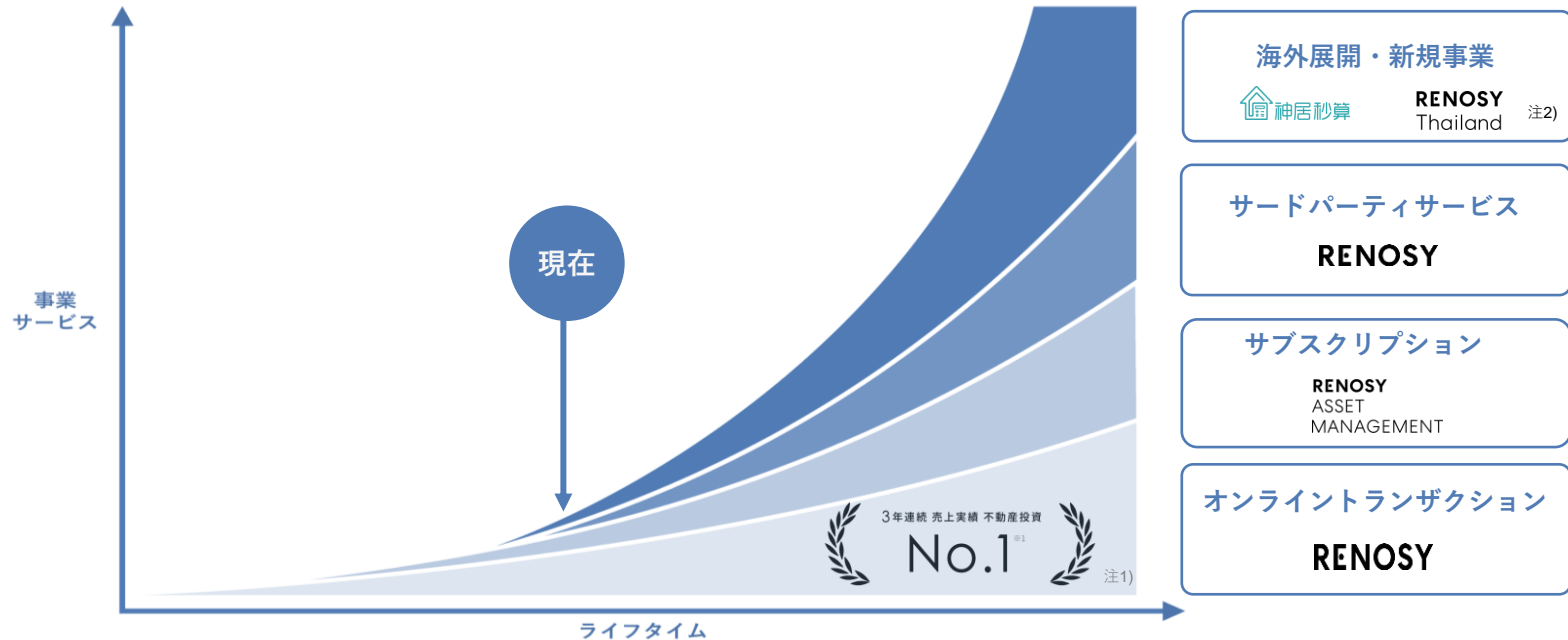
注3) TAM...Total Addressable Market(RENOSY マーケットプレイス事業が獲得する可能性のある最大の市場規模)

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)

事業別成長戦略 RENOSYマーケットプレイス他の重要戦略

## 成長戦略

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



注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(2022年3月調べ)

注2) 2022年5月1日より「株式会社ディアライフ」から社名変更

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.

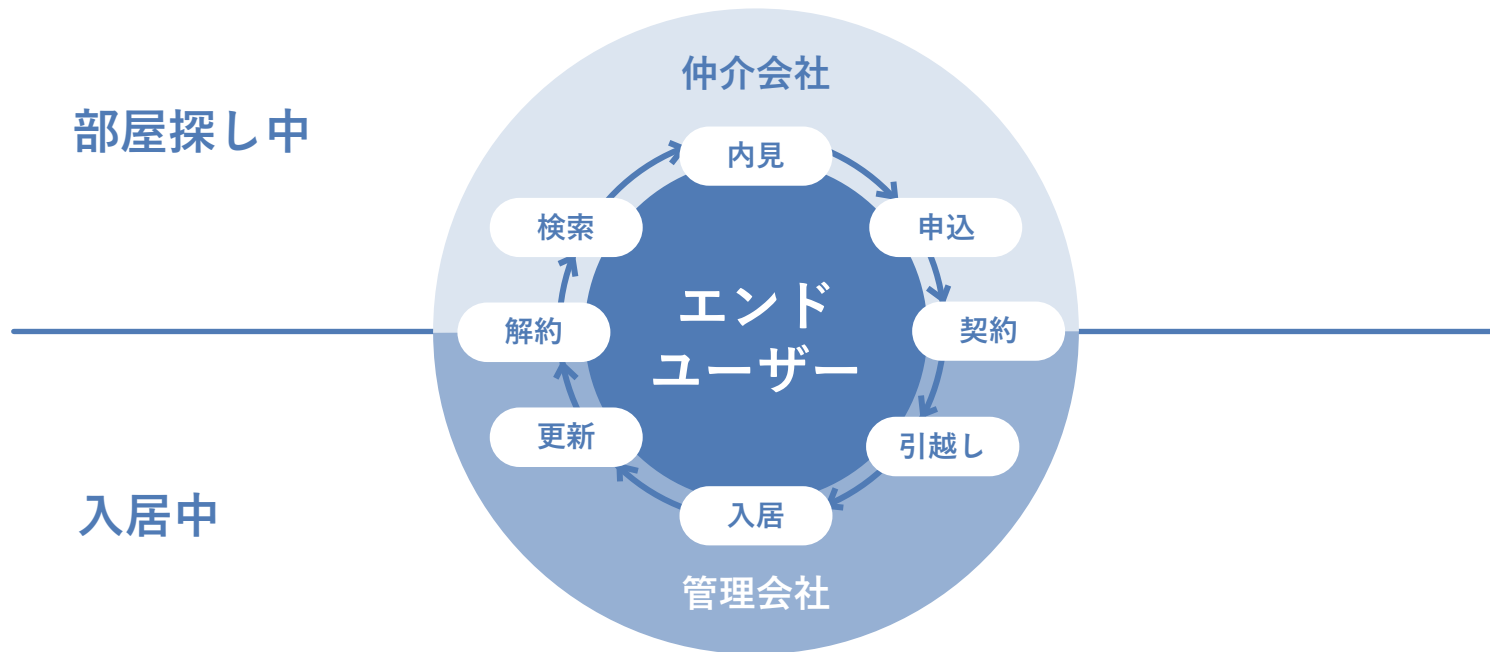
**ITANDI**



## ビジョン：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

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目指す。

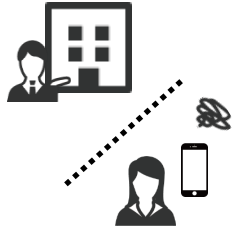
長期では不動産も含めた入居後の「暮らし」全般をアップデートするプラットフォームを目指す



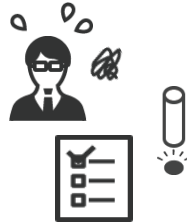
# 賃貸業界の課題とイタンジの提供価値

- 【課題①】情報の非対称性 : 流通している募集情報が不正確で、消費者へのオトリ物件掲載などが問題に
- 【課題②】非効率なアナログ業務 : 他業界と比較しても、電話やFAXが活用され、紙からのデータ入力などの単調作業や属人的な業務が多く残る
- 【課題③】働き手の不足 : 不動産就業者のうち約5割<sup>注1)</sup>が60歳以上で、離職率は8.1%と、将来的な労働力不足が他業界と比較し一層深刻

## 賃貸業界の課題



情報の  
非対称性



アナログ業務の  
生産性の低さ



労働人口の減少  
働き手の不足

## イタンジの提供価値

リアルタイムで正確な  
情報を提供する

**Marketplace**

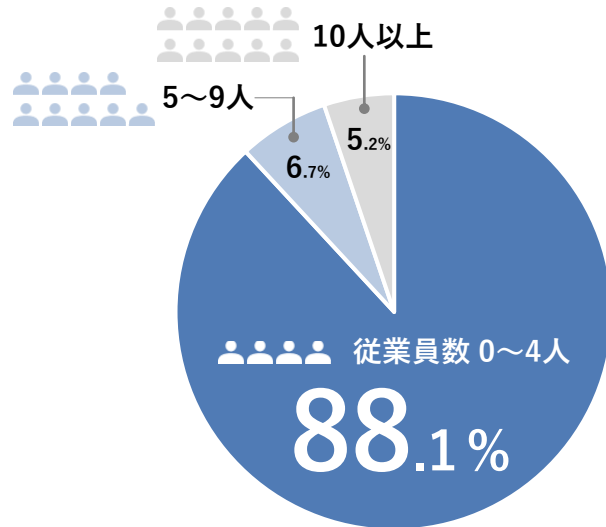
業務効率化を実現し  
産業DXを促進する

業界特化型 **SaaS**

## ターゲット市場の構造と動向

当社がターゲットとする不動産賃貸業界（仲介業／管理業）は、中小企業が全体の約9割を占めるほどの極めてロングテールな構造。関連業法の動向も踏まえ、SMB領域の開拓・シェア拡大を通して産業全体のDXを目指す

### 不動産賃貸業界における従業員別企業比率 注1)



### 関連業法の動向

#### 管理業法

2021年6月～  
完全施行

- 管理契約締結に際しての重要事項説明/書面交付の義務化
- 財産の分別管理、管理業務の定期報告など

現場の業務量の増大

#### 宅建業法

2022年5月～  
電子契約の解禁

- 各種交付書面への押印廃止、および電磁的方法での交付が可能に

IT活用による  
業務効率化の実装を後押し

## トピックス

01



全日本不動産協会  
との連携

02



ダンゴネット社の  
経営権取得

03

ITANDI管理クラウド

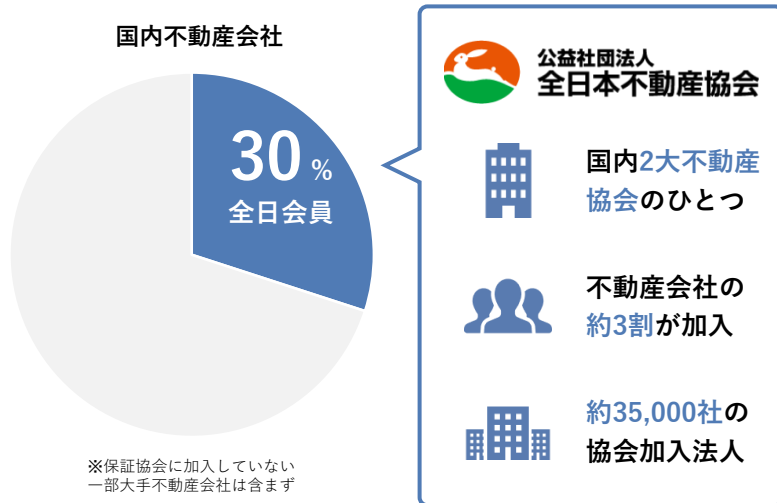
基幹システムの  
提供開始

事業別成長戦略 ITANDI

# 全日本不動産協会がITANDI BBをインフラシステムとして採択

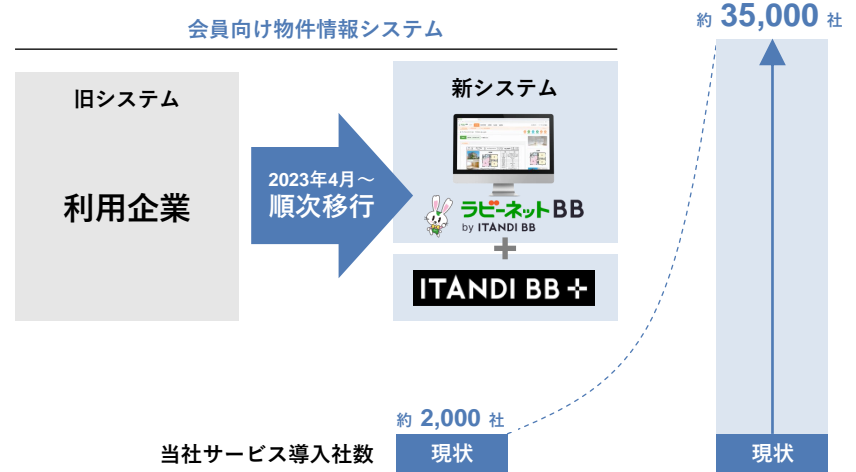
所属会員数約35,000社を抱える2大不動産協会の一つである全日本不動産協会の会員向けインフラシステムに、当社システムが採用。「ラビーネットBB」と連携可能なプロダクト群を所属会員に対して提供、SMB領域まで含めた業界全体のデジタル化促進を図る

## 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

当社プロダクトと連携する新システムがインフラとなることで、導入社数増加が期待



# 株式会社ダンゴネット「賃貸名人」の取り組み

2022年9月、賃貸管理業務の基幹ソフトウェア（オンプレ型）「賃貸名人」を提供する株式会社ダンゴネットの経営権を取得。創業20年を超える不動産業界デジタル化のパイオニアであり、特に中小企業を中心として高いブランド認知を誇る

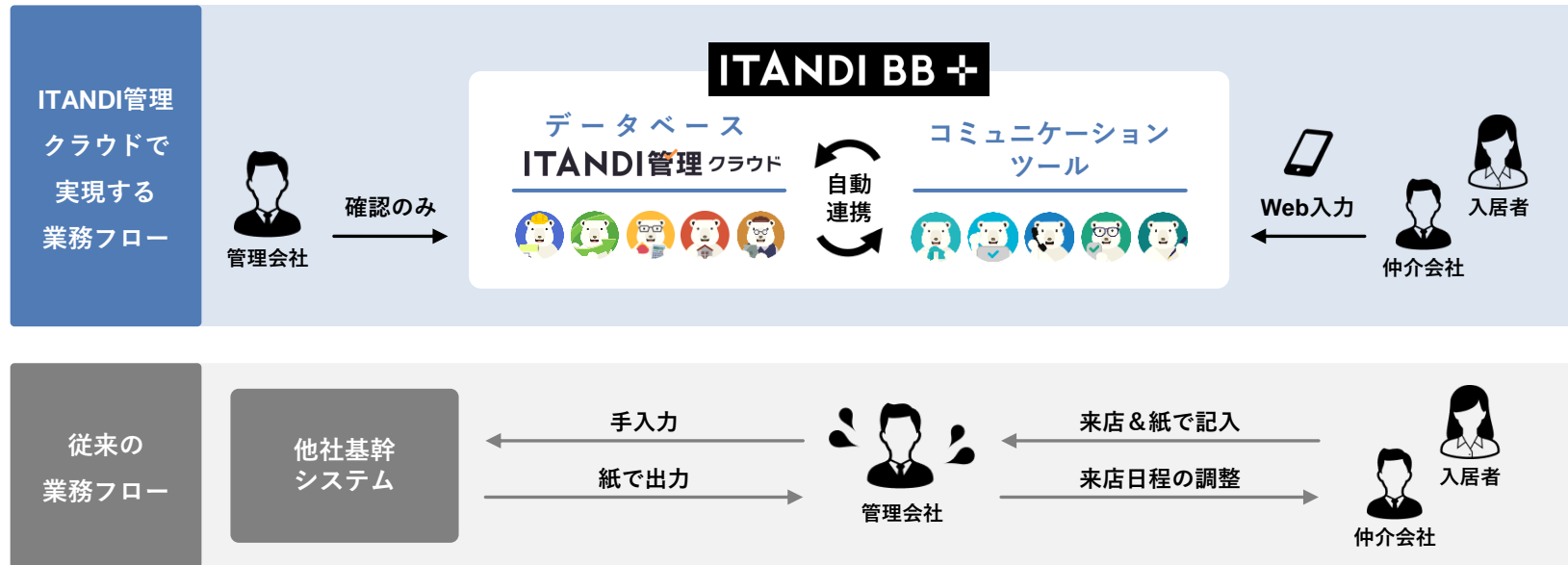


会社名	株式会社ダンゴネット
設立	1998年2月
所在地	東京都国分寺市本町2-2-14 セントクオークビル7F・8F
従業員数	25名
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産業界向けソフトウェアパッケージの開発・販売・保守</li> <li>受託システム開発</li> </ul>
製品概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>不動産管理会社向け基幹ソフトウェア（オンプレ型）</li> <li>物件管理、精算管理などの賃貸管理業務機能</li> <li>累計導入社数5,500社（注）</li> </ul>
沿革	<ul style="list-style-type: none"> <li>1998年 設立</li> <li>2002年 「賃貸名人」の前身となる不動産管理ソフトウェア販売開始</li> <li>2005年 「賃貸名人」販売開始</li> </ul>

事業別成長戦略 ITANDI

## 基幹システム「ITANDI管理クラウド」の提供開始

これまでITANDI BB+が提供してきたコミュニケーションツールに加え、2023年春より、業務データベースとなる基幹システム「ITANDI管理クラウド」の提供を開始。業務フロー全体をカバーすることで更なる利便性の向上を実現



# 不動産賃貸業界の中小企業が抱える課題と当社打ち手

## 中小企業が抱える課題

### 1 人手不足



- 不動産会社（管理会社／仲介会社）の約9割が4名以下の**少人数で運営**されている
- アナログな業務が多く残るため業務量に対して人員が**慢性的に不足**

### 2 予算不足



- 業務フロー全体をデジタル化するための自社開発リソースや、**開発外注予算が不足**  
（個別のITツール導入のみに留まりアナログ業務が混在）

パッケージ  
として提供

## 当社サービス群による解決策

業者間サイト、コミュニケーションツール、データベースに至るまで  
**全業務を一気通貫でデジタル化**

ITANDI BB

+

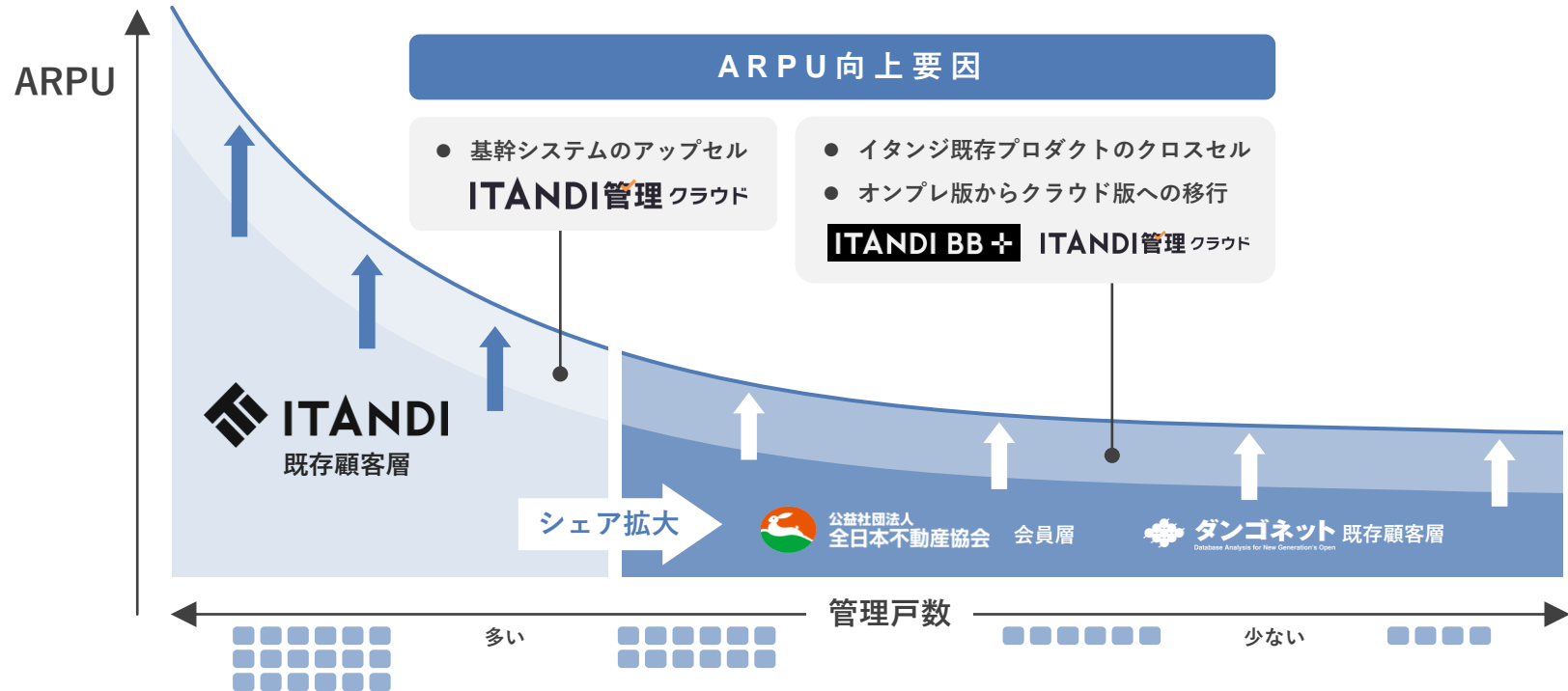
ITANDI BB+





# 基幹システムの戦略上の位置付け

基幹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



# サービス概要

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

## 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

### OHEYAGO

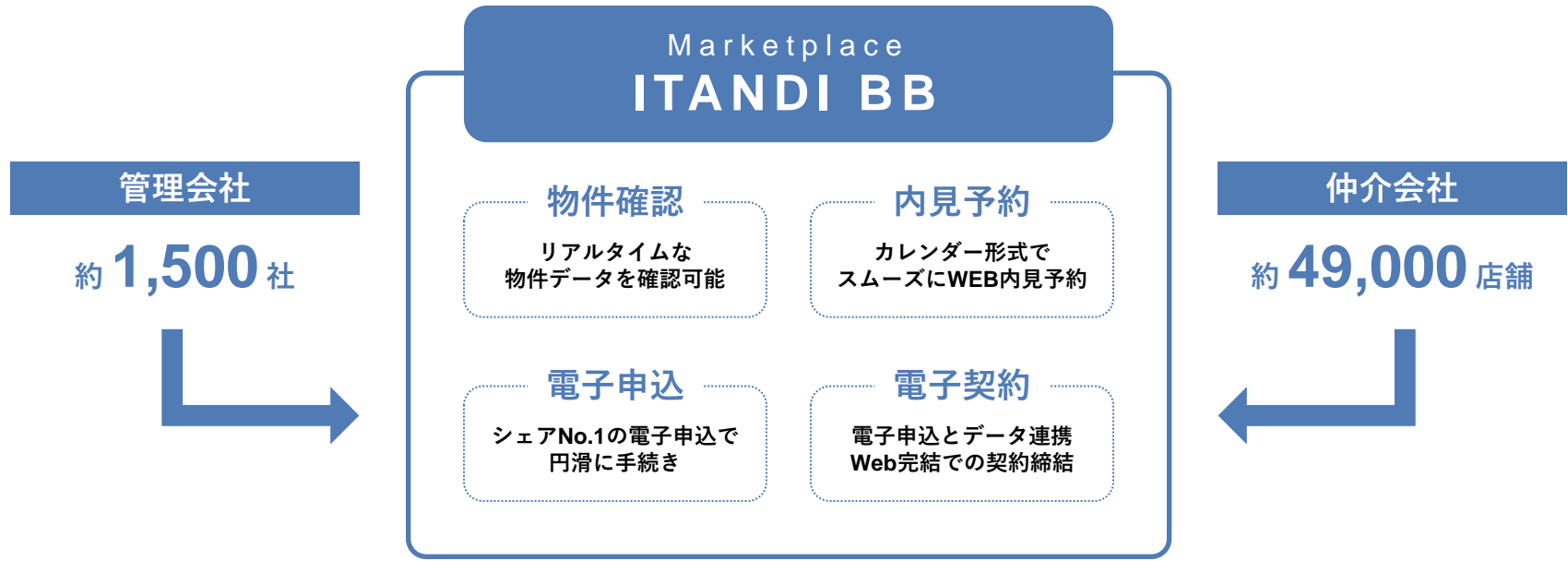
オヘヤゴ



ネット不動産  
賃貸サービス

# ITANDI BBとは

空室物件を掲載する管理会社と消費者に物件を紹介したい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。リアルタイムな物件情報や、内見予約 / 電子申込 / 電子契約など従来の業者間サイトには無い機能によって差別化し、シェアを拡大

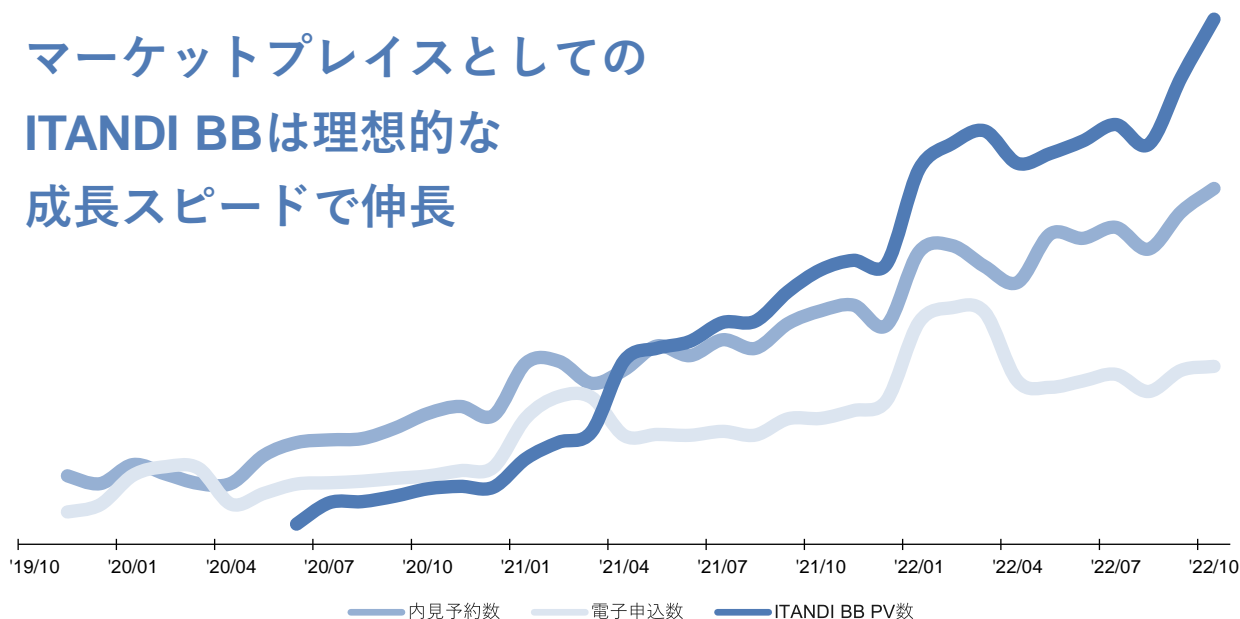


事業別成長戦略 ITANDI

# ITANDI BBのネットワーク効果

ITANDI BBへの物件掲載数が増えることで仲介会社によるPV数、内見予約、電子入居申込数なども指数関数的に成長。  
ITANDI BBの成長がSaaSを利用する管理会社の業務効率化と売上向上に繋がり、さらなる導入企業数の増加を後押し

マーケットプレイスとしての  
ITANDI BBは理想的な  
成長スピードで伸長



**560** 万PV/月

ITANDI BB

**12** 万内見予約/月

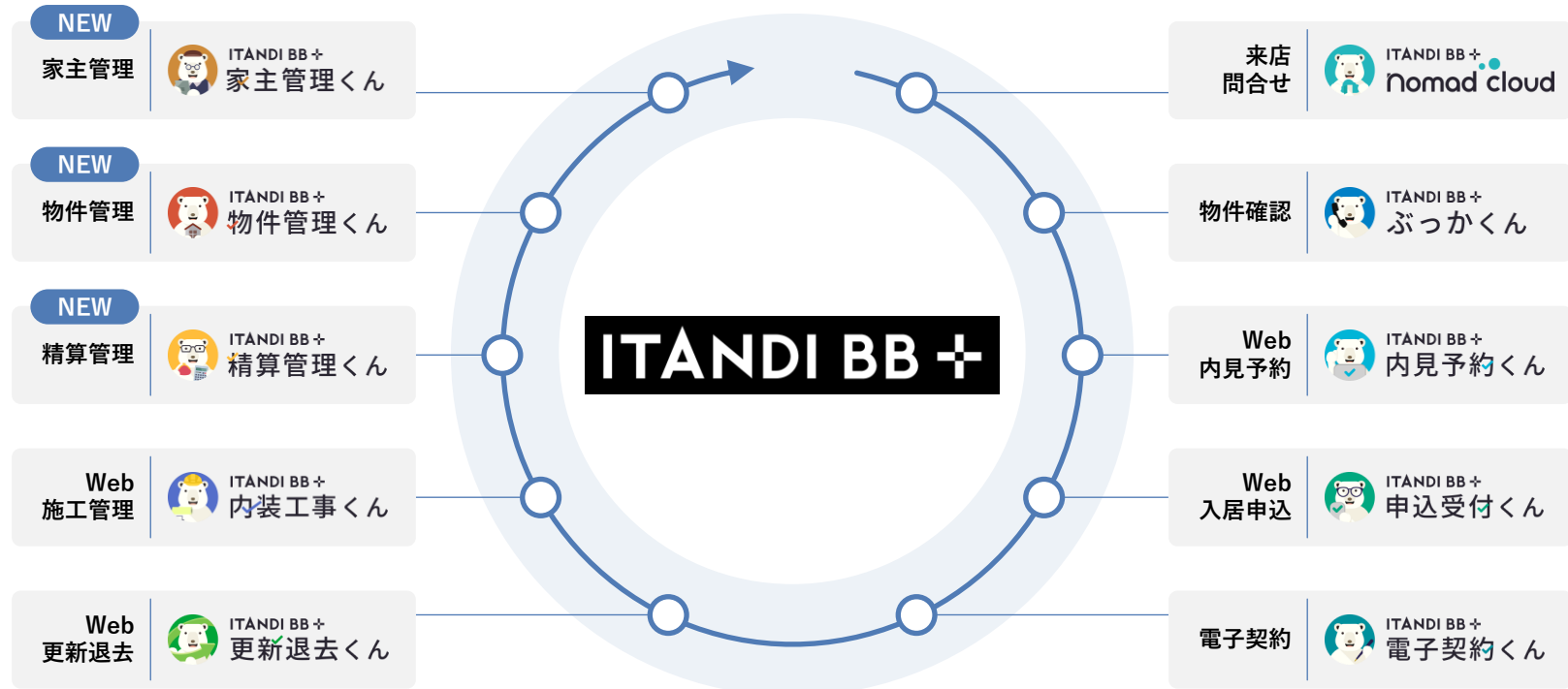
ITANDI BB +  
内見予約くん

**6** 万電子申込/月

ITANDI BB +  
申込受付くん

# 一気通貫のサービスラインアップ

賃貸不動産会社向けサービスラインアップを拡充、不動産関連業務を一気通貫でデジタル化可能に



事業別成長戦略 ITANDI

## 電子契約サービスの契約社数拡大

電子契約くんは、2021年12月の拡販以降、2022年10月までに契約社数が約450社にまで拡大。  
 管理会社最大手の大東建託グループが導入済み

### 契約社数



### 契約企業例

管理戸数ランキング1位<sup>注1)</sup>

 大東建託グループ

 木下の賃貸

KINOSHITA GROUP

architect  
developer

 株式会社 タイセイ・ハウジー

 エステムプランニング

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

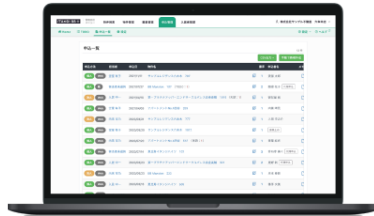
オヘヤゴー

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

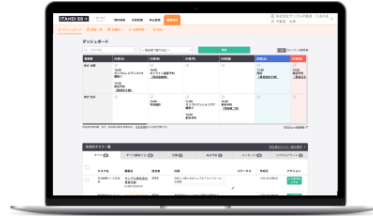
事業別成長戦略 ITANDI

## シェアおよび顧客満足度の実績

管理会社向け電子入居申込サービス

2年連続 利用件数  
No.1<sup>注1)</sup>ITANDI BB+  
申込受付くん

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<sup>注2)</sup>  
サポート体制満足度  
No.1<sup>注2)</sup>ITANDI BB+  
nomad cloud

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<sup>注2)</sup>  
使いやすい  
業者間流通サイト No.1<sup>注2)</sup>

ITANDI BB



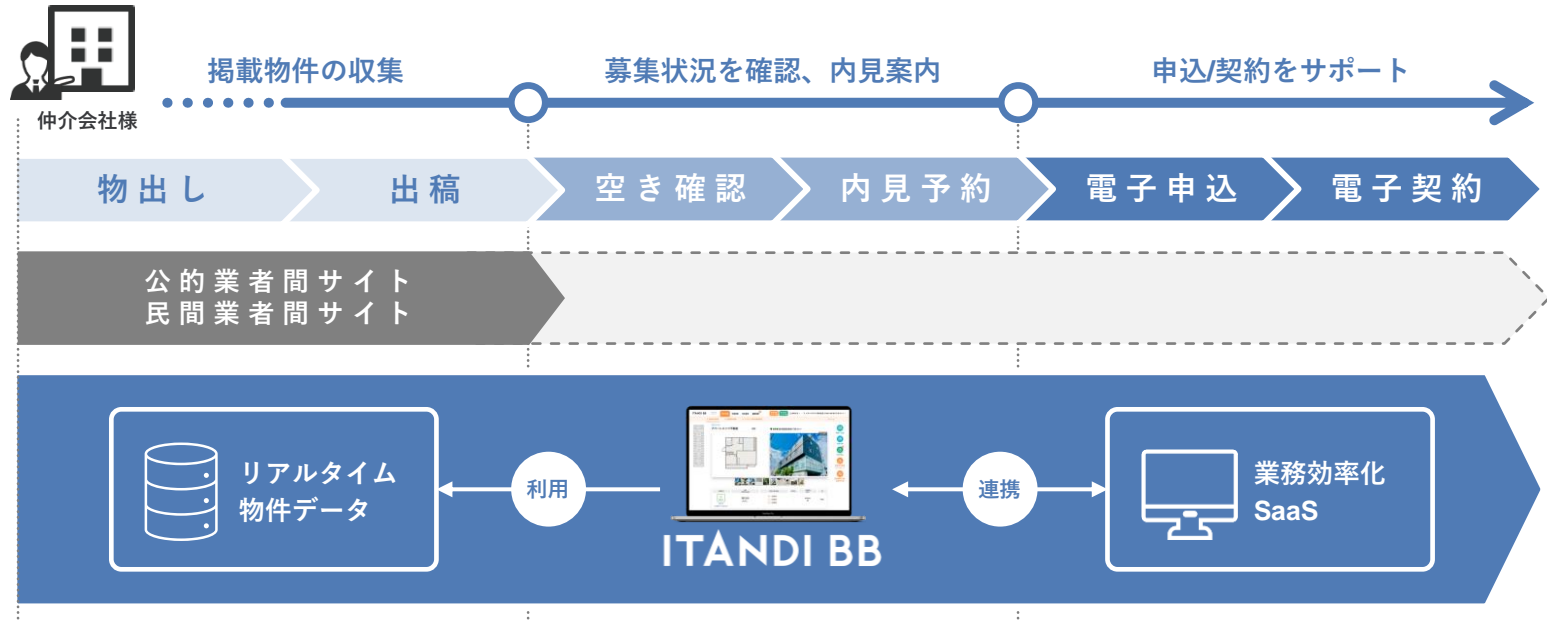
注1) [調査期間] 2021年4月1日～2022年3月31日  
[調査委託先] TPC マーケットリサーチ株式会社

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



## ITANDI BBの成長戦略

## 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



事業別成長戦略 ITANDI

## ITANDI BB+ (SaaS) の成長戦略

ITANDI BBのネットワークを活かした複数サービスの伸長により、ARPU向上を図る

## ITANDI BB



49,000 店舗

マーケットプレイスの  
無料ユーザーを有料化

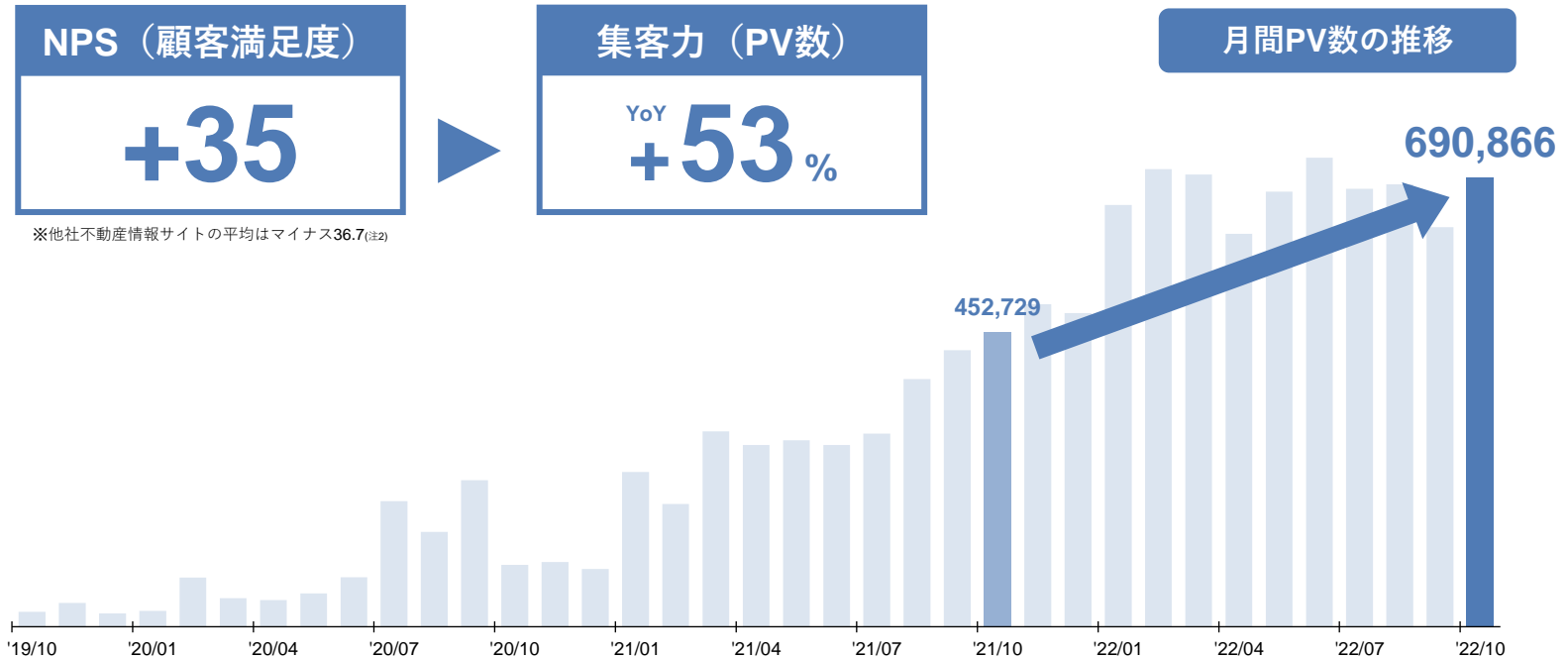
## 2023年10月期 注力サービス

ITANDI BB+  
更新退去くんITANDI BB+  
nomad cloudITANDI BB+  
電子契約くんITANDI BB+  
内装工事くんITANDI BB+  
申込受付くん

ITANDI管理クラウド

## OHEYAGOの成長戦略

## SEO強化と高い顧客満足度を活かしたマーケティング施策によりバイラル効果を狙う

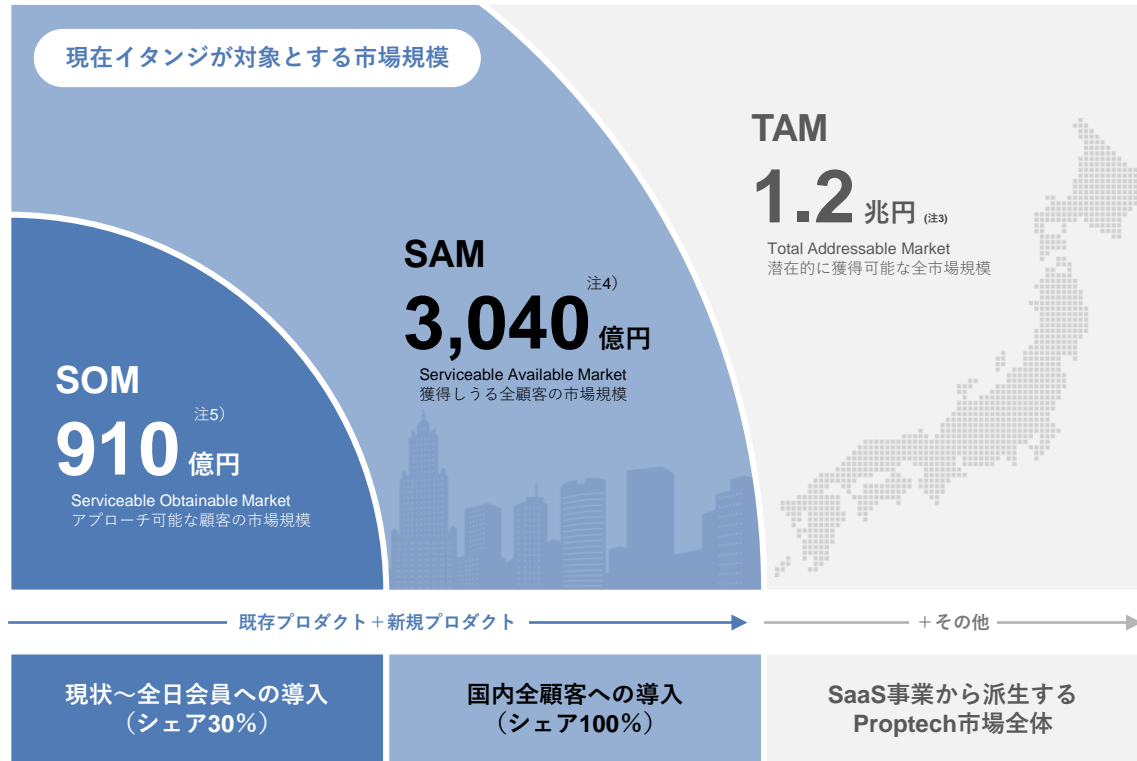


注1) 「Net Promoter Score (ネットプロモータースコア)」の略。顧客ロイヤルティを測る指標、対象期間：2021/11/01 - 2022/10/31

注2) 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「NPS®ベンチマーク調査 2019【不動産情報サイト】」を参照

事業別成長戦略 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)SOM=SAM×30%注5)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ARR①仲介会社向け既存プロダクトARR=仲介会社数×ARPU②管理会社向け既存プロダクトARR=管理会社数×ARPU③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

# 第四部

## 財務戰略

## 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

事業・プラットフォームの提供価値

- 顧客本位を目的とした産業の情報の非対称性の解消
- 産業のデジタル化を通じた利便性・生産性の向上

長期方針

- 長期でのフリーキャッシュフローの最大化

財務目標  
(中期方針)

- マーケットプレイス事業及びSaaS事業の継続的な売上高成長に裏付けされた売上総利益の拡大（フリーキャッシュフローの源泉の拡大）

事業KPI

マーケットプレイス事業

取引数



取引あたり収益

SaaS事業

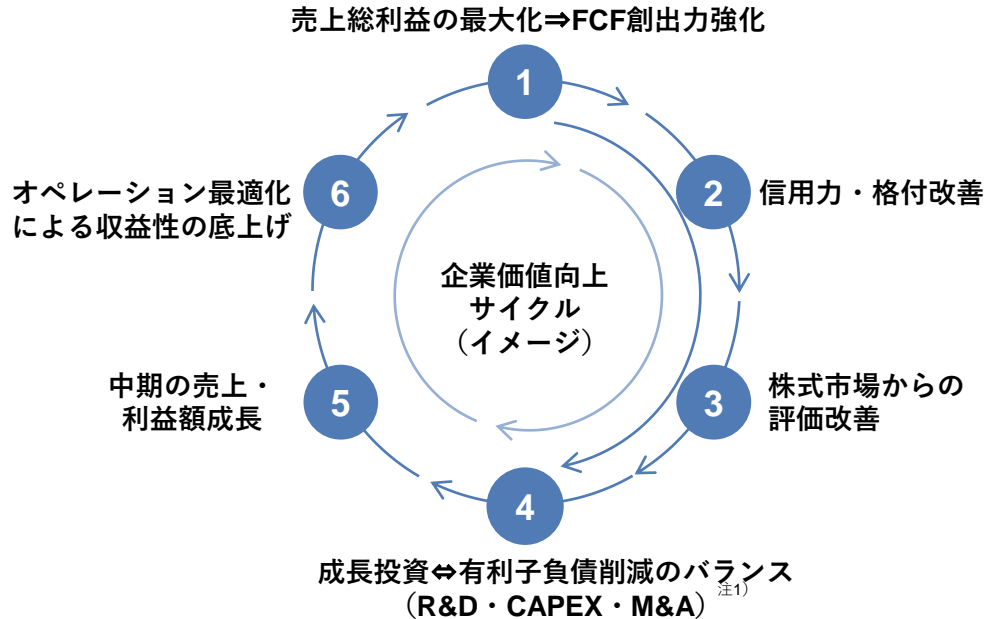
顧客数



顧客当たり売上高

## 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

注1)

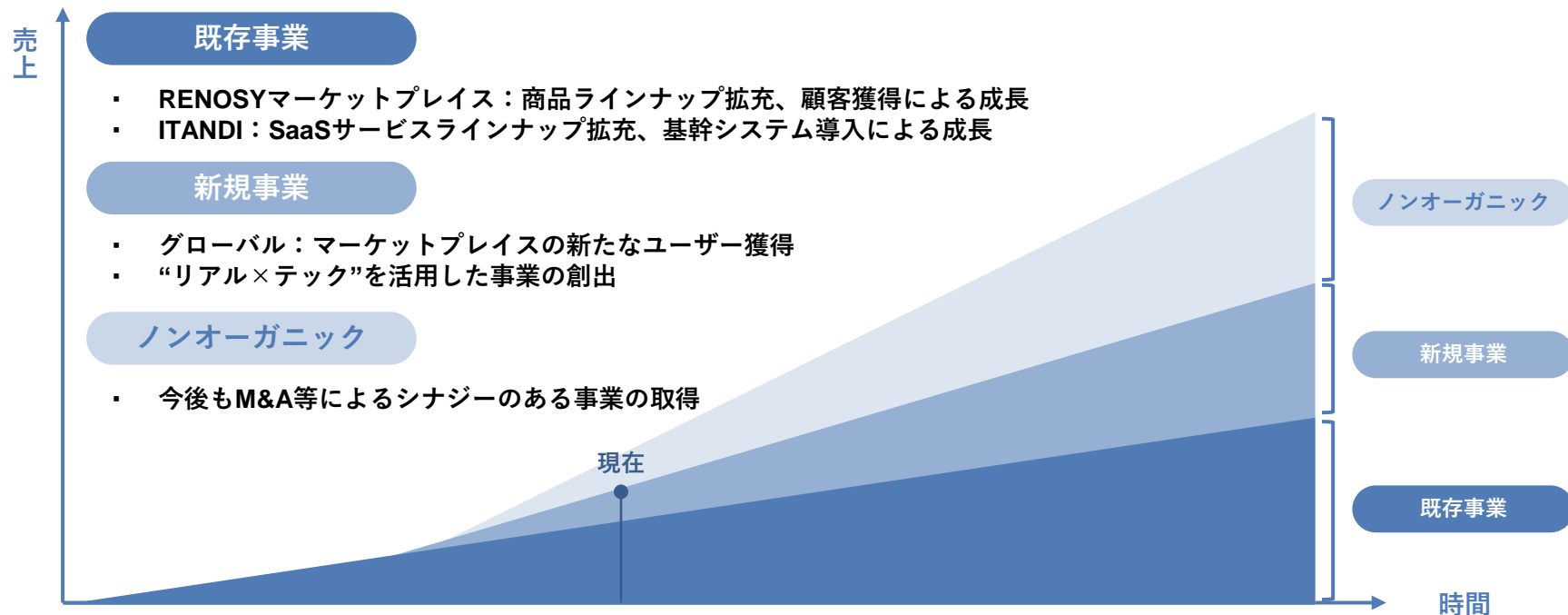
R&D (Research and Development) 研究開発

CAPEX(Capital Expenditure)資産価値を維持、向上させるための資本的支出

M&A (Mergers and Acquisitions) 合併と買収

## 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

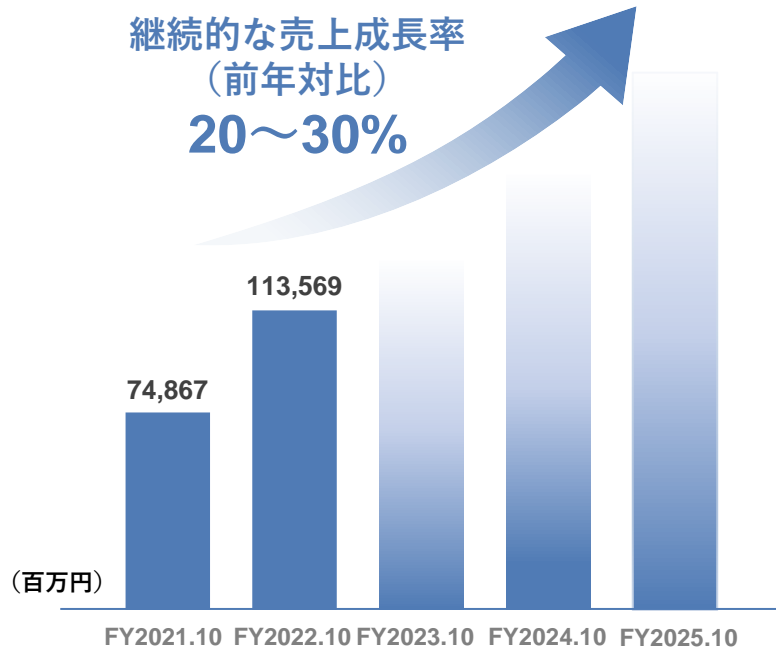




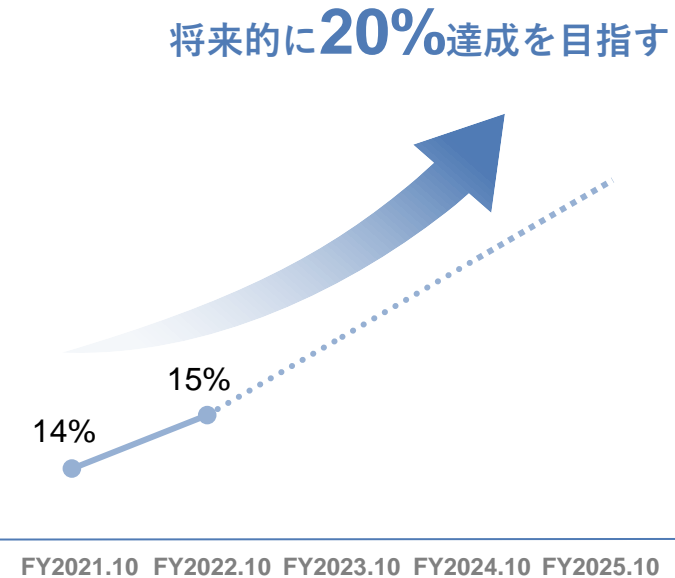
## 連結売上収益・売上総利益率目標

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

## キャッシュ・ソース

優先順位  
↓

黒字事業の  
営業CF

- ・ 売上総利益の拡大を通じた営業CFの増大
  - ユニットエコノミクスの健全性を重視

有利子負債

- ・ 現在の日本の低金利環境活かす前提に立ちつつ、バランスシートの健全性とのバランスを踏まえ活用

エクイティ

- ・ 当社の株価水準、市場環境及び戦略達成に向けた資金調達必要性等を踏まえて実施

## キャッシュ・アロケーション

事業投資

- ・ 営業CFの水準を見ながら、適切な範囲内で投資
  - 成長投資を増加させつつオペレーションコスト低減の両立を目指す

M&A

- ・ 将来必要なM&Aは時期を待たず実施
- ・ シナジーを重視
  - 豊富な顧客基盤・ネットワーク力
  - 収益力・CF創出力強化
  - リアル×テックの強みを活用

自己株式  
取得

- ・ 当社株価水準、市場環境、資本コスト及び資金余力を踏まえて機動的に実施

## 貸借対照表サマリー

(百万円)		2021年10月期	2022年10月期	増減額
流動資産	現金及び預金	15,275	11,842	-3,433
	在庫 <sup>注1)</sup>	2,891	8,056	5,165
	(回転期間 <sup>注2)</sup>	(12.1日)	(20.6日)	(+8.5日)
	営業債権 <sup>注3)</sup>	284	667	384
	(回転期間 <sup>注2)</sup>	(1.2日)	(1.8日)	(+0.6日)
	その他	1,003	2,298	1,295
非流動資産		29,140	32,289	3,149
資産合計		48,594	55,152	6,558
負債	営業債務 <sup>注4)</sup>	1,532	2,073	541
	(回転期間 <sup>注1)</sup>	(8.6日)	(6.8日)	(-1.8日)
	その他	29,390	33,763	4,373
純資産	資本金	7,219	7,238	109
	利益剰余金	-419	-23	396
	その他	10,872	12,101	1,229
負債・純資産合計		48,594	55,152	6,559

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〉<sup>注5)</sup> 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) <sup>注6)</sup>

注1) 棚卸資産 注2) 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

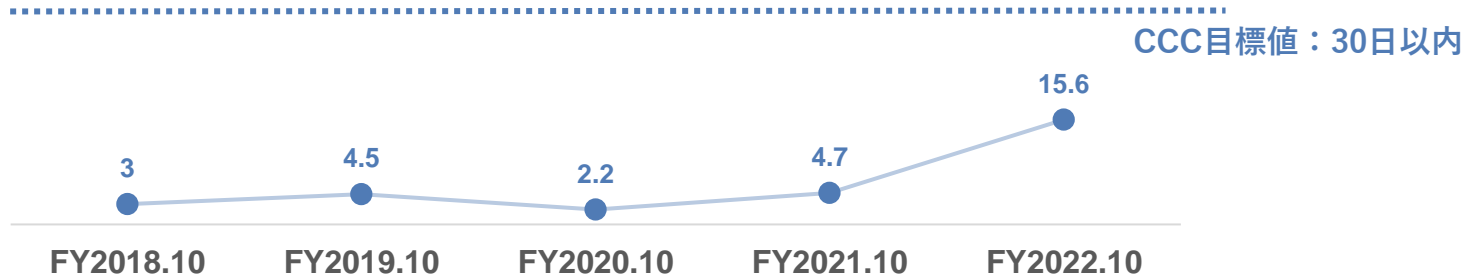
注3) 営業債権及びその他の債権 注4) 営業債務及びその他の債務 注5) CCC (Cash Conversion Cycle) = キャッシュ・コンバージョン・サイクル 棚卸資産回転日数 + 売上債権回転日数 - 仕入債務回転日数 )

注6) トータル・シェアホルダー・リターン (TSR) 株主総利回り

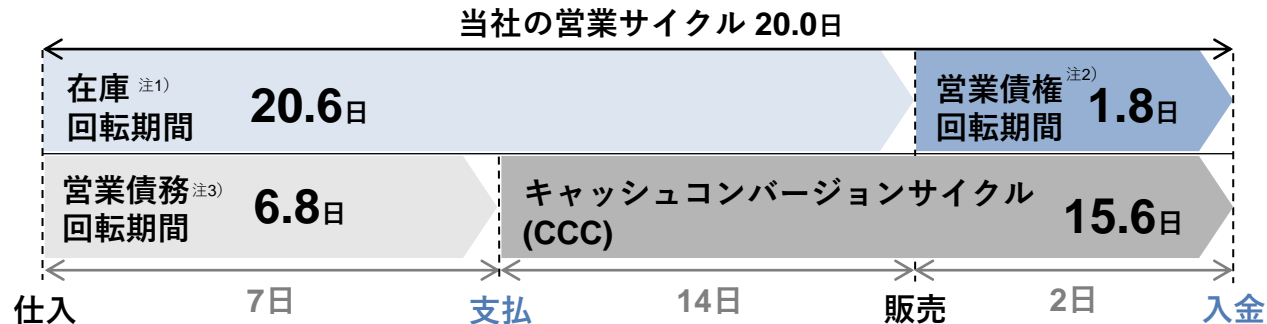
## 低ワーキングキャピタルなバランスシート（CCC管理の徹底）

CCCは低水準を維持しており、今後も30日以内での推移を目標とする

(日)

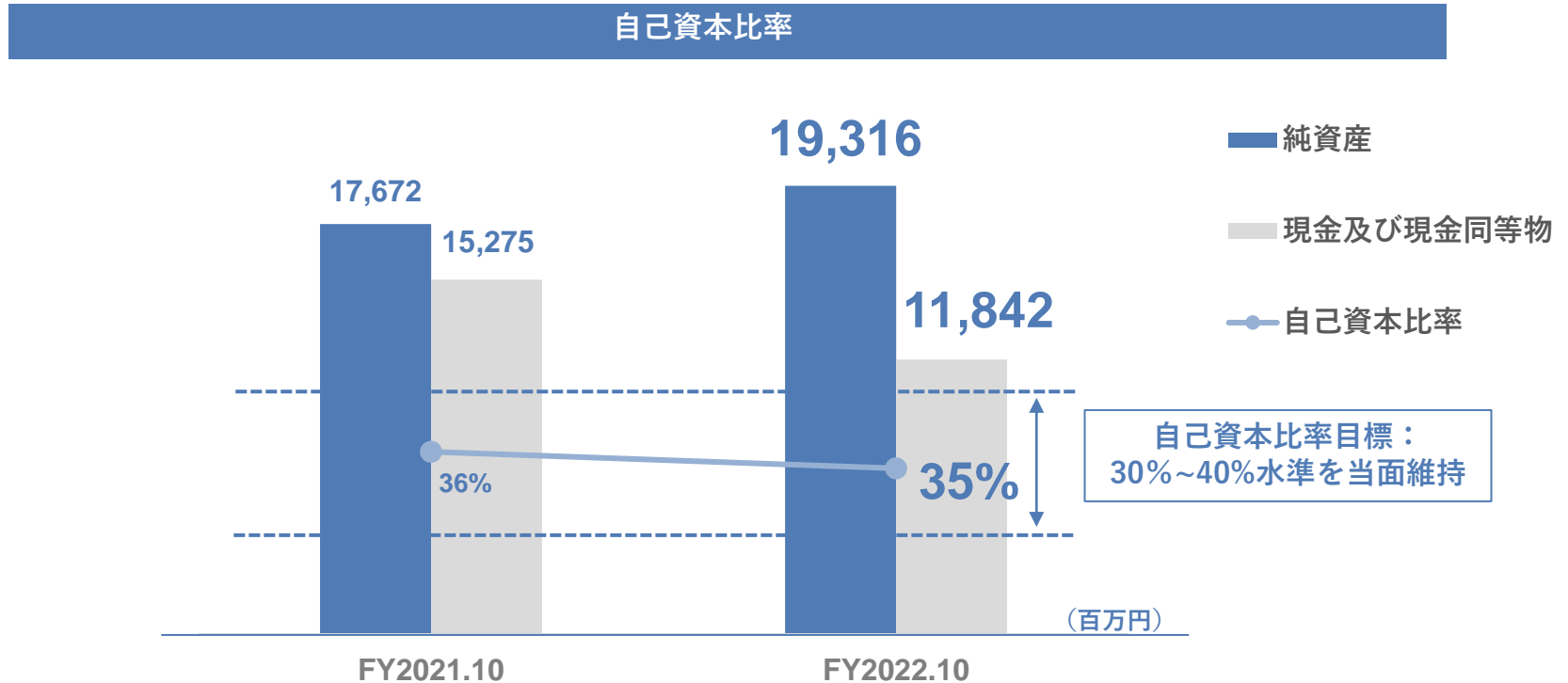


$$\text{CCC} = \text{在庫回転期間}^{\text{注1)}} + \text{営業債権回転期間}^{\text{注2)}} - \text{営業債務回転期間}^{\text{注3)}}$$



## 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



## 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

## 財務数値目標

	2022年10月期実績	中期目標
売上高成長率	51.7 %	継続的な売上成長率 20~30 %
連結売上総利益率	15%	~20 %
キャッシュ・コンバージョン・サイクル (CCC)	15.6日	30 日以内
自己資本比率	35%	30%~40%水準 を当面維持

# Appendix



## 損益計算書サマリー（連結）（IFRS）

トップライン及び利益の順調な伸びにより増収増益にて着地

四半期業績着地

	FY2022.10 4Q ①	FY2021.10 4Q ②	増減額 (①-②)	増減率 (①/②-1)
売上収益	35,893	26,845	9,047	+34%
売上総利益	5,191	3,271	1,919	+59%
EBITDA	1,530	1,131	399	+35%
営業利益	327	△597	925	-
親会社の所有者に帰属する 当期利益	230	△229	460	-

業績予想における着地

（百万円）

FY2022.10 着地④	FY2022.10 3Q 業績予想⑤	達成率 (④ / ⑤-1)
113,569	110,000	+3%
16,519	15,710	+5%
5,706	5,450	+5%
1,028	850	+21%
395	180	+119%

## 貸借対照表サマリー（連結）（IFRS）

## 新規借入やRENOSY Thailandの新規連結等により総資産が増加

（百万円）

	FY2022.10 4Q ①	FY2021.10 4Q ②	増減額 (①-②)	増減率 (①/②-1)
<b>資産合計</b>	<b>55,152</b>	<b>48,594</b>	<b>6,558</b>	<b>+13%</b>
<b>流動資産</b>	<b>22,863</b>	<b>19,453</b>	<b>3,409</b>	<b>+18%</b>
(現預金)	(11,842)	(15,275)	(△3,432)	(△22%)
(販売用不動産)	(7,980)	(2,836)	(5,144)	(+181%)
(賃料債権)	(193)	(-)	(193)	(-)
<b>固定資産</b>	<b>32,289</b>	<b>29,140</b>	<b>3,148</b>	<b>+11%</b>
(投資不動産)	(14,607)	(15,222)	(△614)	(△4%)
(のれん)	(7,590)	(5,082)	(2,508)	(+49%)
(無形資産)	(3,582)	(3,451)	(130)	(+4%)
(使用権資産)	(2,426)	(1,773)	(653)	(+37%)
<b>負債</b>	<b>35,836</b>	<b>30,921</b>	<b>4,914</b>	<b>+16%</b>
(有利子負債)	(29,206)	(26,100)	(3,106)	(+12%)
<b>純資産</b>	<b>19,316</b>	<b>17,672</b>	<b>1,643</b>	<b>+9%</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>55,152</b>	<b>48,594</b>	<b>6,558</b>	<b>+13%</b>

## 国際会計基準(IFRS)の任意適用（2022年10月期より）

資金調達の手軽化、経営管理の効率化、グローバル展開等を目的に、IFRSの任意適用を開始

### 日本基準

#### 有給休暇引当金

特段の処理なし

#### 非上場株式等の評価方法

時価を把握することが困難な非上場株式等については、減損した場合を除き、取得原価で据え置く(時価評価しない)

#### のれんの会計処理

M&Aの結果生じたのれんが償却対象  
一定の償却期間にわたり、毎期定期的に償却処理を実施

#### オペレーティングリースの会計処理

BS	PL
特段の処理なし	オフィス等の賃貸借契約に係る賃料を、発生した月に費用計上

### IFRS

#### 有給休暇引当金

休暇付与日数と消化率等に基づき引当金を計上する

#### 非上場株式等の評価方法

非上場株式等も含めた全ての金融商品について、時価を合理的に算定し、時価評価する

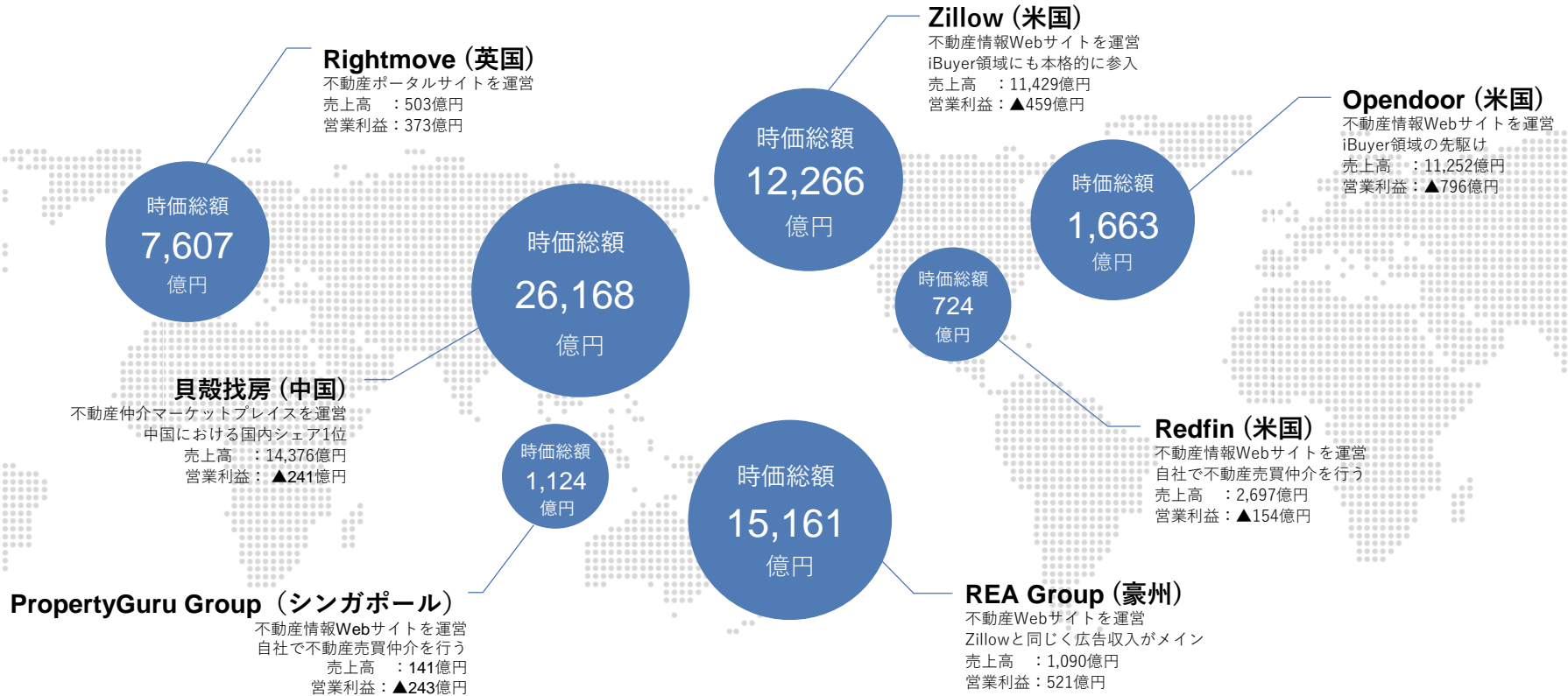
#### のれんの会計処理

規則的な償却は実施しない。ただし、M&Aの結果生じたのれんについて対象事業の事業状況、将来の市場環境等を総合的に勘案し、より厳密な価値評価(減損テスト)を毎期実施

#### オペレーティングリースの会計処理

BS	PL
オフィス等の賃料総額の現在価値をバランシート(資産および負債)に計上	<ul style="list-style-type: none"> <li>資産を定額法により毎期償却</li> <li>負債からの支払利息を毎期計上</li> </ul>

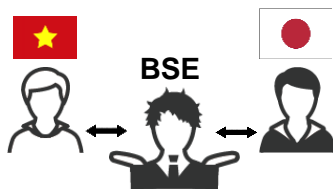
# Prop Techの市場規模



## 優秀な人材の採用施策の強化

優秀な人材を確保するため、特色ある独自の施策を実施

### ベトナム オフショア開発



高度IT人材を多数抱えているベトナムで、オフショア開発を実施。ベトナム人のブリッジSEを自社内で育成し、コミュニケーションコストを軽減。コストとスピード面でのメリットを享受

### 新卒エンジニア内定者向け ブートキャンプ



新卒でエンジニアに内定した学生向けに入社前の8~12ヶ月間、プログラミング等の技術研修を実施。現場で必要とされるWEBアプリ開発など入社後即戦力となるエンジニアを自前で養成

### リファラル& 顧客リクルーティング



リファラル採用の強化により累計で250名以上が従業員の紹介で入社。また、事業や成長性などに魅力を感じた顧客の入社が累計100名を超えるなど、特色ある独自の採用ルートで優秀な人材を獲得

## 当社のテクノロジーを牽引するメンバー

不動産の課題をテクノロジーで解決し、あらゆる不動産業務の生産性と利便性向上を担い、テクノロジードリブンの企業成長を実現



野口 真平

常務執行役員 COO  
(イタンジ代表取締役  
社長執行役員CEO)

早稲田大学卒。大学主催のビジネスコンテストで優勝し、在学中に起業を経験。卒業後に2度目の起業としてWebメディアを運営する会社を設立、後に上場会社へ売却。イタンジには創業期から参画。メディアやSaaSを立ち上げた後、代表取締役役に就任し、売上拡大を牽引

2014年 イタンジ株式会社入社  
執行役員  
2018年 同社代表取締役就任  
当社執行役員就任  
2019年 執行役員CPO就任  
2021年 執行役員COO就任



田吹 洋

常務執行役員  
CMO of RENOSY

明治大学卒。イマジニア入社し、企画やマーケティングに従事。カカコム社では事業開発やマネジメント、他ITスタートアップ企業のマーケティング責任者を務める。当社入社後は、RENOSYマーケットプレイスのシステム構築、及びデータから半自動で顧客エンゲージメントを高める仕組みの企画開発に従事

2018年 当社入社  
プロダクト企画・  
マーケティング部門責任者  
2020年 執行役員CMO就任



遠藤 晃

執行役員  
CTO of RENOSY

学習院大学卒。大手証券システム開発会社入社。その後同窓会代行業をメインとしたベンチャー企業の最高技術責任者を経験。ガンホー・オンライン・エンターテイメント社入社、システム開発に従事。当社入社後はリアル事業のテクノロジー化に取り組み、業務フローに合わせ最適化したCRMやSFAの開発・運用を推進

2018年 当社入社  
新卒エンジニア育成チーム責任者  
2020年 執行役員CDO就任  
2021年 執行役員CTO就任



稲本 浩久

AI Strategy Center室長

大阪大学大学院基礎工学研究科修了。リコーに入社し、画像処理・認識技術の研究開発に従事。不動産向けVRソリューションサービス「theta360.biz」の立ち上げを担当。当社入社後は、AI活用の間取り図自動書き起こしシステム開発や仕入れ業務システムへのAI・RPAの導入等を行う

2017年 当社入社  
AI・RPAを活用した  
不動産業務の自動化システムを開発  
2019年 AI Strategy Center室長就任

# GA technologies Group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 Group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



自社内の不動産取引のデジタル化（GA technologiesなど）と、ITANDIが提供するSaaSサービスによる不動産業界への貢献により、自社だけに止まらない業界全体のDX・ペーパーレス化を推進。2022年5月に施行した改正宅地建物取引業法施行後は、さらに契約の完全電子化も進むことが予想される

グループ全体で794万枚の紙の削減  
(2021年4月1日から2022年3月末までの1年間)



### 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

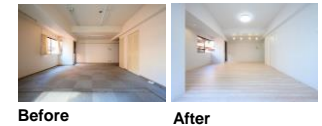
中古マンション取引



国土交通省の推進する  
IT重説実施参画



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



# 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



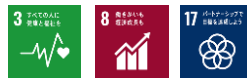
テクノロジーの介在による透明性の高い不動産取引を目指して、下記のような取引プラットフォームや仕組みを提供し市場の健全化に取り組む

おとり物件のないお部屋探しサイト

**OHEYA GO**  
オヘヤゴー

データ改竄を防ぐ  
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みるように、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

「働きがいのある会社ランキング」  
中規模部門にてベストカンパニーに選出



「日経スマートワーク経営調査」  
3.5星に格付け

NIKKEI  
**Smart Work**  
★★★★ 2023

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～

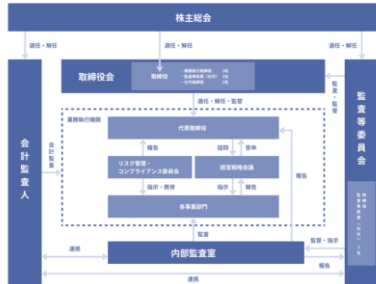
## テクノロジー×イノベーションで新しい価値を創造しながら ガバナンスの効いた企業経営

### 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



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)

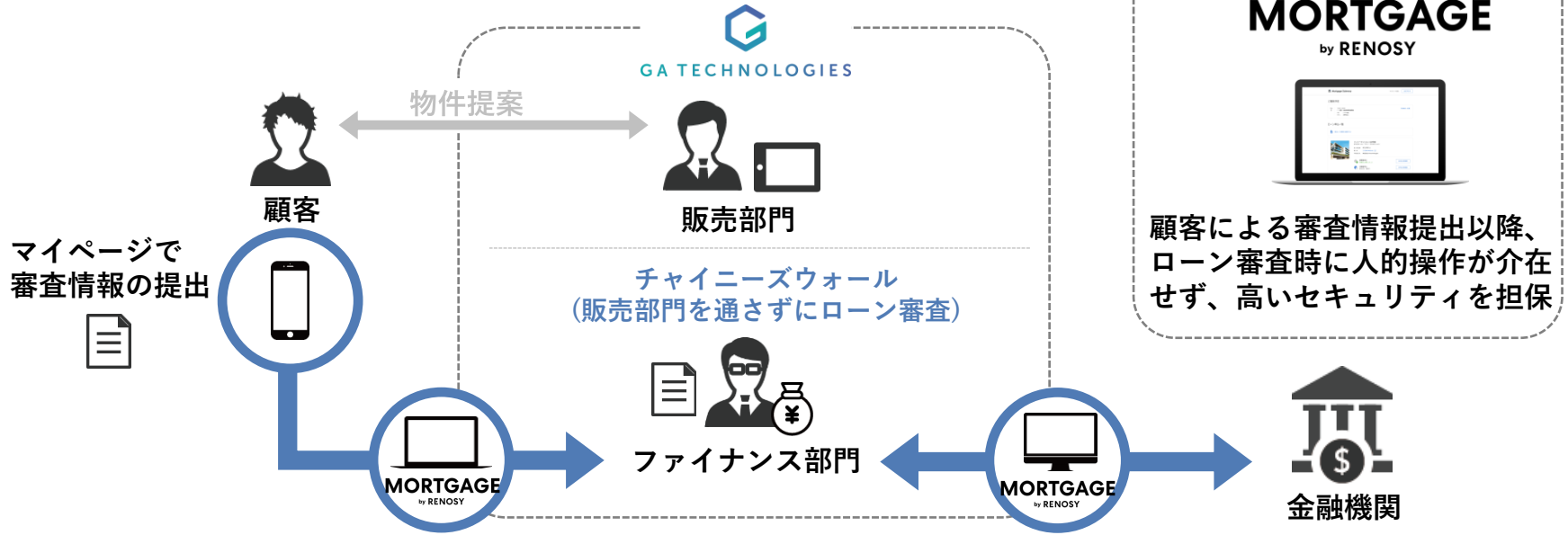
## 当社のローン審査および契約時のガバナンス・コンプライアンス対策

---

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  
RENOSY License



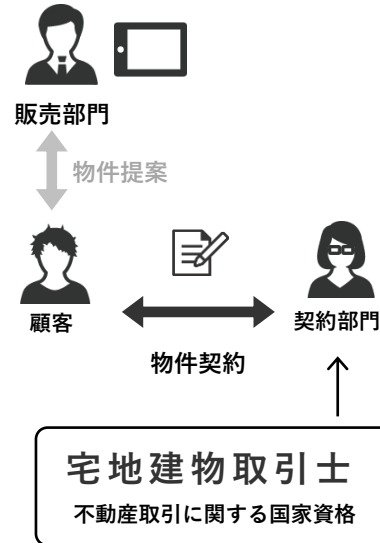
加えて、販売部門のマネージャー向け研修を強化し、

**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

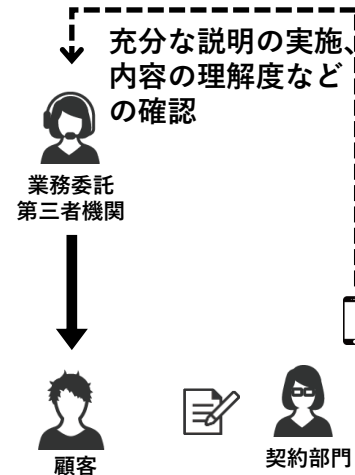
④

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



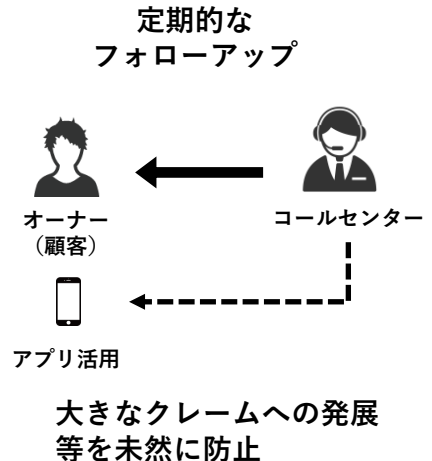
⑤

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)



## ESGデータ

■環境 注1)

FY2022

Scope1 <small>注2)</small>	0
Scope2 <small>注3)</small>	384,542
Scope1,Scope2合計	384,542
電気使用量(kwh)	860,275
CO <sub>2</sub> 排出量原単位	420

## ■ガバナンス

FY2022

取締役数	8名
女性取締役数	1名
社外取締役比率	2名

## ■社会

FY2022

全従業員数 <small>注4)</small>	1,169名
正社員数 <small>注5)</small>	967名
非正社員数 <small>注6)</small>	202名
従業員に占める女性比率	38.50%
平均年齢(正社員)	30.49歳
育児休暇取得率(男女別) <small>注8)</small>	男性：47.82% 女性：100.00%
離職率 <small>注7)</small>	15.61%



# 指標定義及び注釈一覧

項目	定義 (ITANDI)
<b>ユニットエコノミクス</b>	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
<b>LTV</b> (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（付帯収益・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/：円
<b>CAC</b> (Customer Acquisition Cost)	1顧客あたり獲得コストの過去12ヶ月平均値/内訳として、営業人件費、企画/広報/マーケティング費用、広告費、オンボーディング人件費を含む/単位：円
<b>CAC回収期間</b> (Payback Period)	CACを1顧客あたりの単月粗利（付帯収益・従量課金含む）で割った値/単位：ヶ月
注釈	内容
<b>不動産会社</b>	注1) 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」
<b>ターゲット物件数</b>	注2) 国交省調査 平成30年度マンション総合調査結果データ編： <a href="https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk5_000058.html">https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk5_000058.html</a> 三井住友不動産 中古マンション専有面積動向2016年6月： <a href="https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html">https://smtrc.jp/useful/knowledge/market/2016_06.html</a> より算出
<b>RENOSYオーナー保有物件数</b>	注3) 2022年10月時点 RENOSYオーナー保有物件数
<b>不動産投資No.1</b>	注4) 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
<b>年収500万以上</b>	注5) 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
<b>金融資産5千万以上世帯</b>	注6) 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
<b>RENOSY会員</b>	注7) 2022年10月時点 RENOSY会員数
<b>電子申し込み数No.1</b>	注8) 調査対象期間2021年4月1日～2022年3月31日 TPCマーケティングリサーチ株式会社調べ
<b>管理戸数</b>	注9) 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
<b>賃貸仲介契約件数</b>	注10) REAN JAPAN Market Report ~ 第1版_2020_1224 <a href="https://rean-japan.jp/images/REAN-JAPAN-Market-Report%E7%AC%AC1%E7%89%88_2020_1224.pdf?20201223">https://rean-japan.jp/images/REAN-JAPAN-Market-Report%E7%AC%AC1%E7%89%88_2020_1224.pdf?20201223</a>

## グループ会社一覧



		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システム「ITANDI BB+」や、セルフ内見型お部屋探しサービス「OHEYAGO」等を提供
	株式会社 RENOSY PLUS 注2)	100%	2020.1	東京23区内の高級賃貸物件の仲介サービス等を提供
	株式会社 RENOSY FINANCE	100%	2018.11設立	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や、不動産業務のDXを推進するBtoB向けSaaS型サービス等を提供
	株式会社RENOSY ASSET MANAGEMENT注3)	100%	2018.11	不動産オーナー様、ご入居者様向けにプロパティマネジメントやカスタマーサクセス、リノベーション等のサービスを提供
	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」サイトを提供
	積愛科技(上海)有限公司	100%	2020.9	情報テクノロジー、コンピューター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	直接調達に強みを持ち、クラウドファンディングやインシュアランス事業、不動産売買仲介事業、賃貸管理事業等を提供
	株式会社リコルディ	100%	2022.3	新築の資産運用型マンションの販売・賃貸、中古住宅のリノベーション、販売等を提供
	RENOSY(Thailand) Co.,Ltd.	100%注4)	2022.5	タイの賃貸検索プラットフォーム「dearlife by RENOSY」の運営、日本人・外国人を対象にバンコク・シラチャを中心とした高級賃貸物件の仲介サービス等を提供

注1) 設立と記載のないものはM&A時期 注2) 2022年4月1日より「株式会社Modern Standard」から社名変更 注3) 2020年5月にリーガル賃貸保証株式会社から株式会社RENOSY ASSET MANAGEMENTに商号変更  
注4) 間接的に100%の議決権を有しております

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	72億3,879万8,466円（2022年10月末日時点）
従業員数 <sup>注1</sup>	967名（2022年10月末日時点）
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・オンライン不動産取引マーケットプレイス「RENOSY」の開発・運営</li><li>・SaaS型のBtoB PropTechプロダクトの開発</li></ul>
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：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。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、  
当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

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/>