

# 決算補足資料 IFRS

2023年9月期 第3四半期（2022年10月～2023年6月）

## 免責事項

本資料に記載された意見や予測等は資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おき下さい。また、本資料に記載されている当社及び当社グループ以外の企業に関わる情報は、公開されている情報などから引用しており、その情報の正確性などについて保証するものではありません。

# Index

1. 2023年9月期第3四半期 決算のポイント	P	2
2. 連結業績サマリー	P	3
3. セグメント別実績		
■ HOME'S関連事業	P	6
■ 海外事業	P	10
■ その他	P	16
4. トピックス	P	17
5. 2023年9月期第3四半期 決算情報	P	19
6. サステナビリティに関する取組み	P	25
7. Appendix	P	27
8. IR情報に関するお問合せ窓口	P	42



# 2023年9月期第3四半期 決算のポイント

■ 増収・増益（前期比）で着地

■ 概ね通期計画通りに進捗

■ 来期の成長に向け、投資優先順位をつけ施策継続

# 第3四半期 連結業績サマリー - 売上収益 -

概ね計画通りに進捗し増収  
国内・海外ともに売上を拡大

## 連結売上収益(10~6月)

実績

前期比

279億円

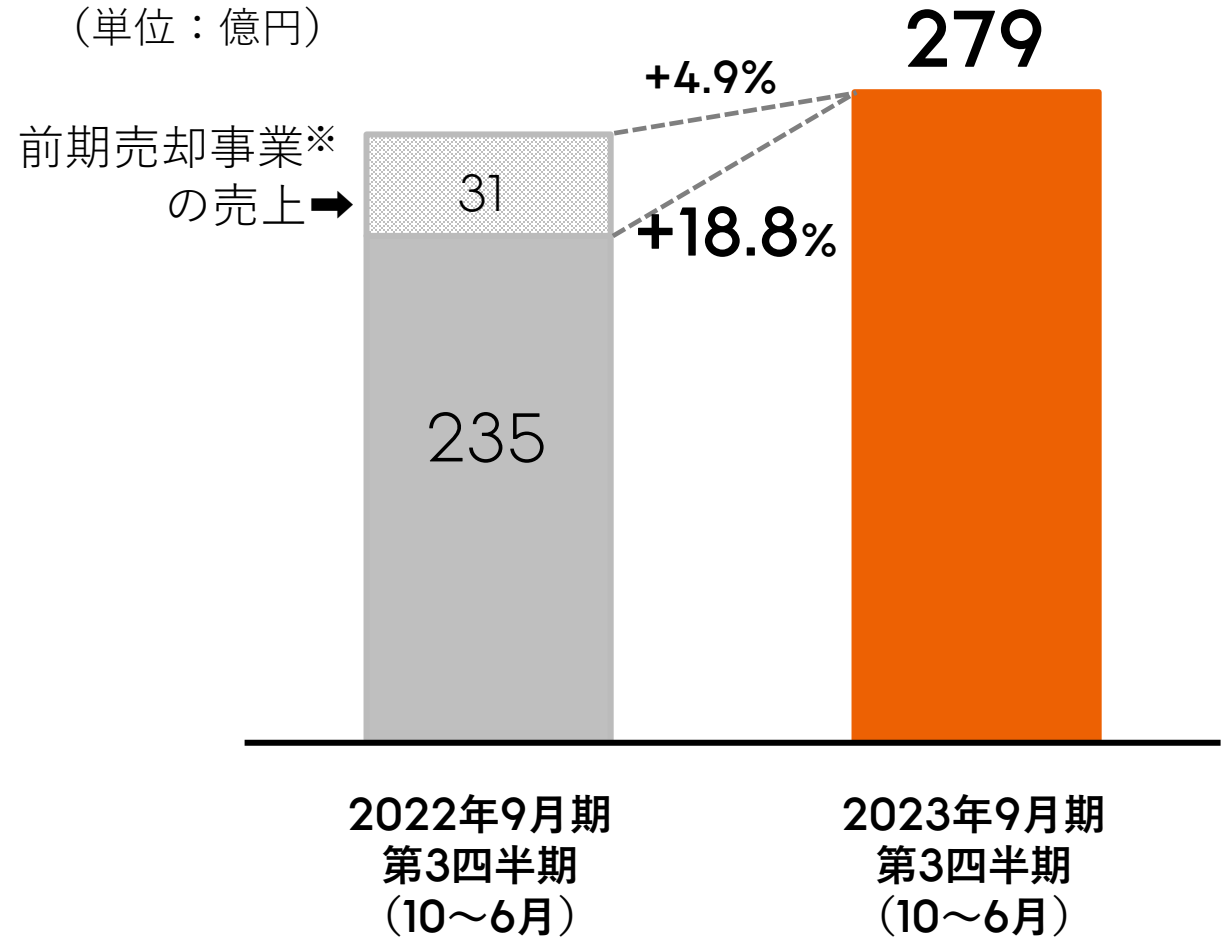
+18.8%

(前期売却事業※の  
売上を除き)

### ※前期売却事業

LIFULL Marketing Partners社(以下LMP)  
Fashiola (KLEDING B.V.社)

(単位：億円)



# 第3四半期 連結業績サマリー – 営業利益 –

計画通りに進捗

第2四半期に発生した一時的な地域創生ファンドの売却利益を除いても約3倍の利益増

## 連結営業利益(10~6月)

実績

前期比

24億円

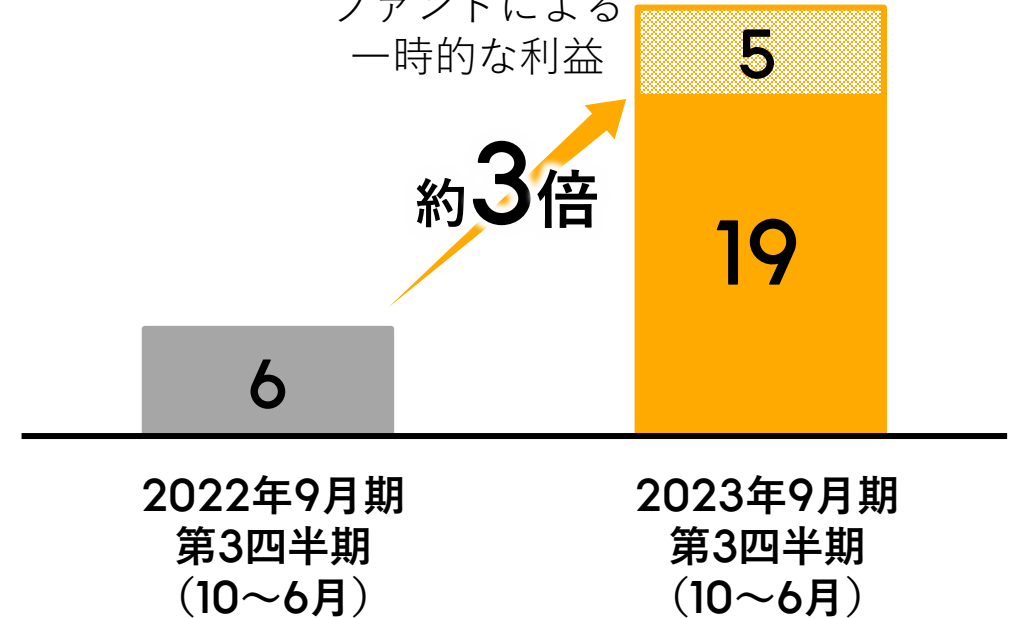
+296.9%

### 増益の主な要因

- HOME'S関連事業における利益拡大の取組み成果
- 地域創生ファンドの売却案件による一時的な利益増

(単位：億円)

LIFULL地域創生  
ファンドによる  
一時的な利益



⇒ HOME'S関連事業の業績についての詳細 P6~9

⇒ 地域創生ファンドの売却案件の影響についての詳細 P16



2023年9月期 第3四半期  
**セグメント別実績**

# セグメント別実績 [HOME'S関連事業]

2023年9月期 第3四半期 (10~6月)

売上収益

セグメント利益

実績

174 億円

20 億円

前期比

+3.6%

+599.0%

前期との実績比較は、2022年9月期に売却したLMPを除外して記載

参考

LIFULL HOME'S

サイト指標 (10~6月)



掲載物件数



問合せ数



市況の戻りは想定より遅れ

POINT 1

売上・セグメント利益ともに  
計画通りに推移



POINT 2

SUPER HYPER ASSISTANT施策を積み重ね

LIFULL HOME'Sが目指す世界観

P7

第3四半期におけるSUPER HYPER ASSISTANT施策

P8

POINT 3

費用は期初計画通りに進捗  
プロモーション方法を予算内で最適化

HOME'S関連事業のプロモーション費用と施策

P9



最終的な価値 = 成約と捉え

LIFULL HOME'Sをより成約確度の高いプラットフォームへ

## 従来の形



ユーザーに対し  
パーソナライズした  
サービスを提供することで  
住まい探しの精度を向上  
LIFULL HOME'S経由の  
成約数を増加させる

**強化**

## 目指している姿







成約確度の高いサービス (SUPER HYPER ASSISTANT) へ進化するための取組み

## 取組みの柱

掲載情報の拡充

検索のアシスタント

コンシェルジュ

成約支援

## 第3四半期の取組み事例

### PICK UP 1

住まい探しに役立つ情報へ  
直にアクセス可能な導線を改善



### PICK UP 2

サポートを希望するユーザーへ  
向けお問合せフォームを改善



効果

ユーザー体験の向上

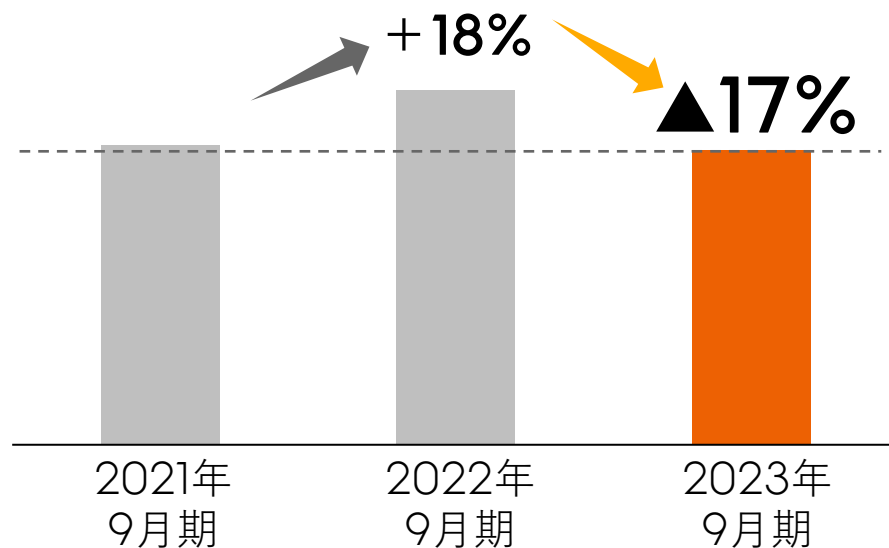
SUPER HYPER ASSISTANT

# HOME'S関連事業のプロモーション費用と施策

費用は期初計画通りに進捗。第3四半期においても予算内でのプロモーション方法を最適化

## 広告宣伝費 (10~6月)

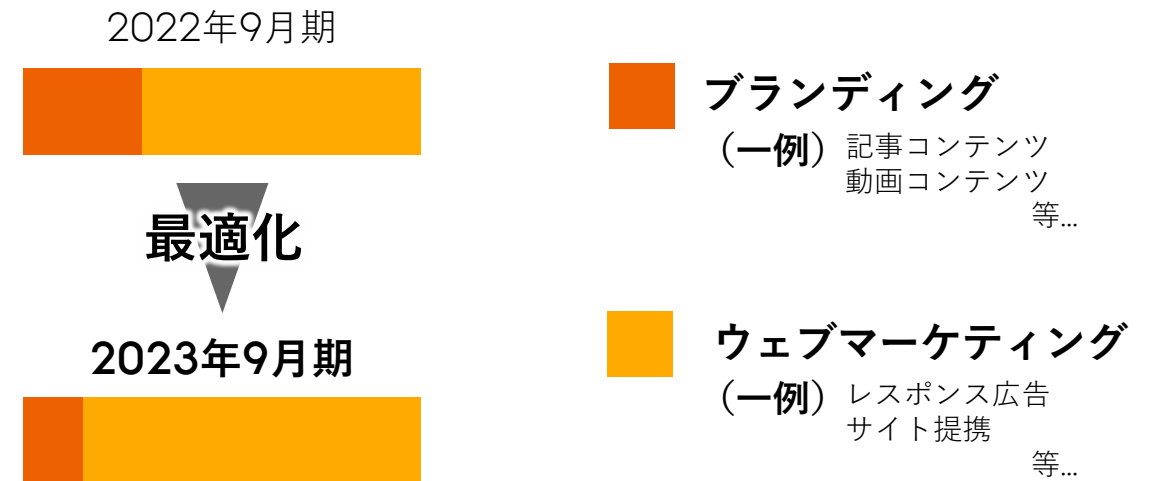
計画通りに  
前々期同水準に戻した



## プロモーション費用配分を最適化

投資対効果を注視しつつ配分を決定

プロモーション費用の配分 (イメージ)



POINT

最適な配分で問合せ数の維持に貢献

# セグメント別実績 [海外事業]

2023年9月期 第3四半期 (10~6月)

売上収益

セグメント利益

実績

62 億円 ▲0.9 億円

前期比

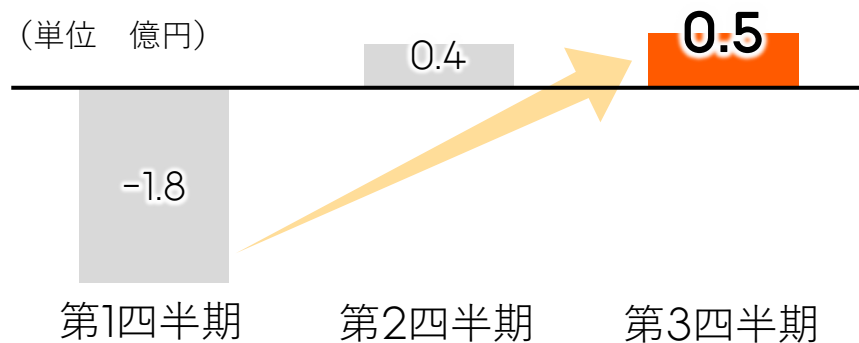
+32.1% ※ 前期セグメント利益 6億円

前期との実績比較は、2022年9月期に売却したFashiolaを除外して記載

参考

セグメント利益の推移 (四半期実績)

(単位 億円)



POINT 1

通期計画からは遅れ

P 11

トランザクション・ポータルサイトは想定を上回る

POINT 2

trovit Mitula nestoria nur

通期計画から遅れている要因は、アグリゲーションサイトにおけるプレミアム広告の減収が影響

アグリゲーションサイトを取りまく市況 P 12

プレミアム広告の再成長に向けた施策の一例 P 13

POINT 3

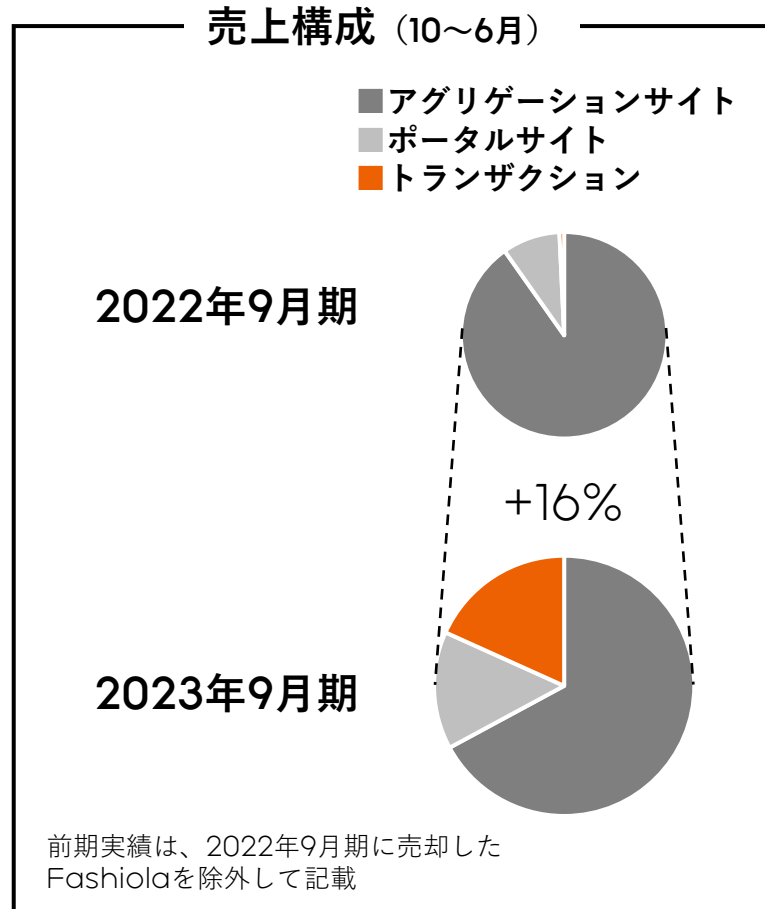
FazWaz Lamudi

上期に新規連結した2社の統合は順調に進捗

FazWazとLamudiの統合の進捗について P 14

# LIFULL CONNECTにおける各サービスの進捗

アグリゲーションサイトは欧米を中心とした不動産市況の不調による影響が継続しており減収  
 上期に新規連結があったトランザクションとポータルサイトは計画を上回る



	状況 予算対比	詳細情報
Aggregation	一部遅れ	不動産市況の回復が遅れ、昨対▲47.6%進捗を見つつ再成長に向けた <b>施策を継続</b>
	計画通り	諸施策により売上が <b>堅調に回復</b>
Portals	計画以上	期初計画を <b>上回って進捗</b> Lamudiの既存顧客はLIFULL CONNECTのツールへの移行手続きが完了。今後は、さらにラテンアメリカ地域の <b>顧客ネットワークを拡大</b>
Transaction	計画以上	期初計画を <b>上回って進捗</b> FazWazタイの売上拡大が主な要因

→  
詳細は  
P12

→  
詳細は  
P14

→  
詳細は  
P14

# プレミアム広告をとりまく市況について

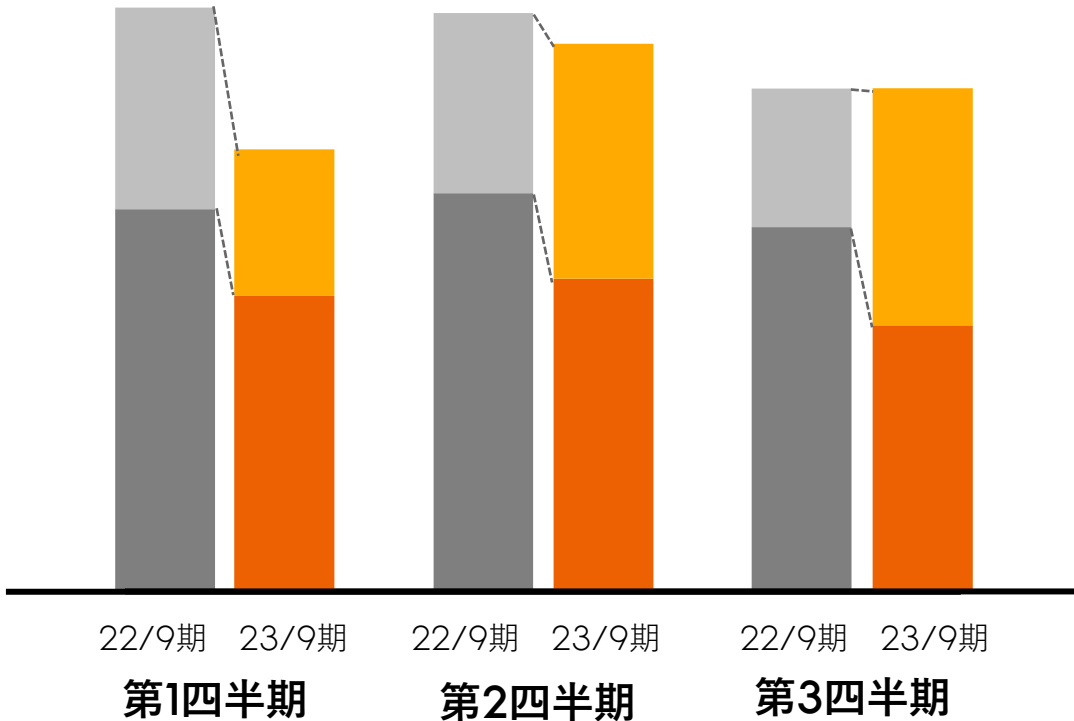
AdSense等の第三者広告商品による売上収益は回復傾向

引き続き市況が不安定なプレミアム広告においては市況回復に備えた再成長のための施策（P13）を継続

アグリゲーションサイト

## 売上収益の内訳と推移

■ 第三者広告商品  
■ プレミアム広告



### 参考 第三者広告商品

諸施策が奏功し  
前期比で**売上回復傾向**が続く

### プレミアム広告

#### 不動産市況のネガティブ影響が継続

金利の上昇や物価高が影響し、クライアントが戦略変更する傾向（例：マーケティング費用の抑制、人員削減、破産申請 等…）

対策

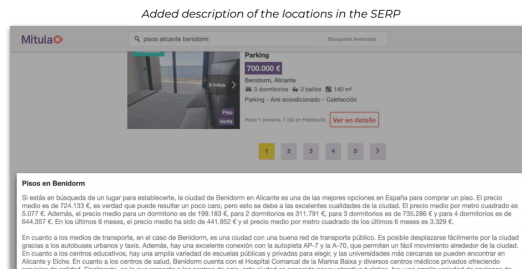
## 再成長に向けた施策進捗中

詳細はP13

# プレミアム広告の再成長に向けた施策の一例

売上回復のため、ユーザビリティ追求とクライアントに対する提供価値向上を狙う各施策を実施

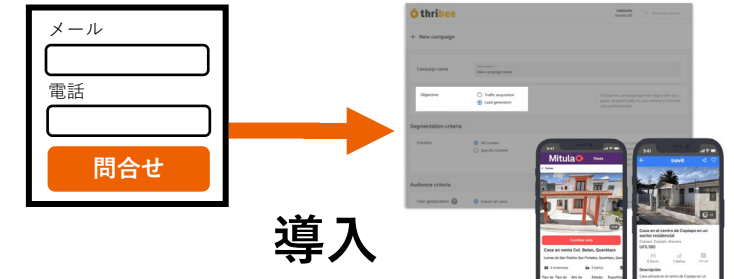
## 情報の拡充



## ユーザー体験の向上



## 新たな提供価値



### ジェネレーティブAIの活用

ジェネレーティブAIを用いて、物件情報や検索結果に表示される情報を拡充し、ウェブサイト全体の質を向上

### 検索精度の向上

ユーザーがより簡単に好みの物件に出会えるよう検索機能を拡充し、ユーザーと情報のマッチング精度を向上

### 問合せ獲得機会の増加

ユーザーがアグリゲーションサイト内で問合せまで完結できる機能を実装  
クライアントへ付加価値を提供

※ 各施策は、一部の国と地域のサイトから実施。結果を見ながら対応エリアを拡大する予定

# FazWazとLamudiの統合に関する進捗 (1) – リソースのシナジー –

FazWaz (2023年1月連結開始) とLamudi (2023年3月連結開始) のPMIが順調に進捗



タイにおける  
不動産仲介事業

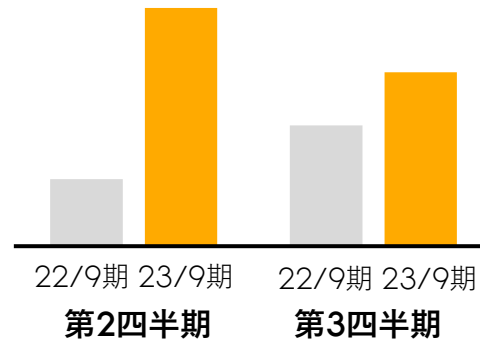
## 統合が順調に進捗

### 主な取組み

- エージェントの新規採用・育成
- 取引のフローの効率化に向け、問合せの中身を精査
- エージェント向けのサポートツールを強化

## 売上収益の推移

昨対での成長が継続



※ 昨年実績は監査前の管理会計数値



メキシコの  
不動産ポータルサイト

## クライアントネットワーク

既存

LIFULL CONNECTの提供システムへの移行が完了。  
継続数は**想定を大きく上回る**

複数サイトに同時掲載が可能になることで  
**クライアントへの提供価値は大きく向上**

新規

統合により営業チームを強化  
**現地のクライアントネットワーク拡大を加速**

POINT

今後も足元の状況に注目しながら、他にポテンシャルが高い国と地域への拡大を検討

タイ以外の地域にも展開を検討・テスト

NEW

アラブ首長国連邦 <https://www.fazwaz.ae/>





## FazWazとLamudiの統合に関する進捗（2）ーコストのシナジーー

LIFULL CONNECTへの統合が進み、LamudiとFazWazのコストを削減。さらなる利益拡大を目指す



SYSTEM

会計、人事等の社内システムを統合・自動化し、**バックオフィス機能を効率化**

ADVERTISING

既存のサービスの集客力を最大限に活かし、**広告コストを最適化**

OFFICES

既存チームとオフィスを統合  
業務効率向上とともに  
**固定費を最適化**

全体最適



# セグメント別実績 [その他]

2023年9月期 第3四半期 (10~6月)

売上収益

セグメント利益

実績

42 億円

▲0.1 億円

前期比

+115.4%

※ 前期セグメント利益 ▲4億円

参考



 **Instant House**

どこでも、すぐに、住みたくなる心地よさ。

テレビ紹介

テレビ東京系「カンブリア宮殿」  
2023年6月15日 全国放送

詳細は、[プレスリリース](#)を参照



POINT 1

## 計画をやや上回って増収 赤字幅縮小

- 第2四半期に地域創生ファンドにおいて  
ホテル開発物件2棟の売却完了

インパクト 利益 約5億円 ※売上は非開示

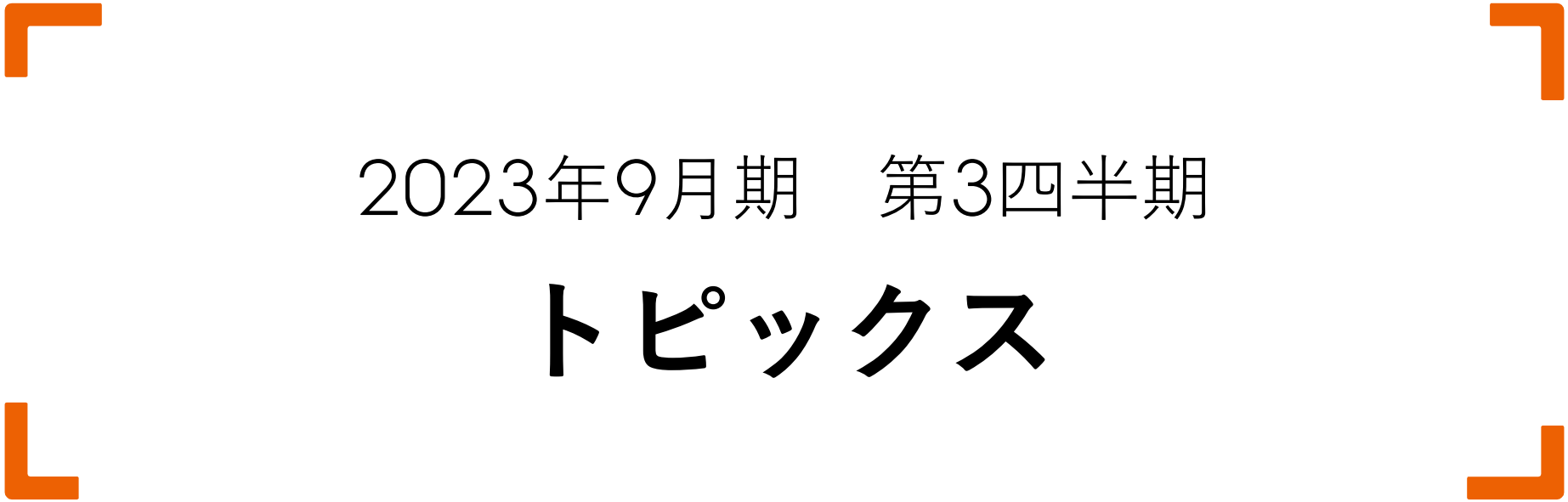
参考) 2023年第2四半期決算説明資料 P23

- 来期に予定していた地域創生ファンドの  
ホテル建設用地の売却が当第3四半期に完了

インパクト 売上 約3億円 ※利益は僅少

POINT 2

## LIFULL Seniorにてブランディング強化のため 広告宣伝費を投下 (第2四半期)



2023年9月期 第3四半期

# トピックス

# ChatGPTを始めとするジェネレーティブAIの活用拡大へ

最先端技術をいち早く取り入れ、サービス向上や社内外の業務効率化に活用

## 組織体制を変更



AI戦略室



ジェネレーティブAI  
プロダクト開発室  
を新設(2023年5月)



## 取組(一例)



クライアントの業務効率向上へ

研究開発中



ユーザーの  
住まい探し体験の価値向上へ



ChatGPTを活用した  
「AIホームズくんBETA LINE版」  
2023年4月リリース



LIFULL社員の  
業務効率化と生産性向上へ

各部門での利活用を浸透させるため、支援を  
行うチームを発足

+ 🌐 海外子会社のジェネレーティブAI活用事例 (詳細はP13)



2023年9月期 第3四半期

# 決算情報

# 簡易損益計算書 IFRS

前期の売却（LIFULL Marketing Partners, Fashiola）影響を除くと売上収益は+18.8%

営業利益は、HOME'S関連事業における利益拡大の取組み成果の他、地域創生ファンドの案件売却が影響し増加

(単位：百万円)	2022年9月期 Q3 (10-6月)	2023年9月期 Q3 (10-6月)	増減額	増減率	
売上収益	26,686	27,994	+1,308	+4.9%	※1
売上原価	2,971	3,412	+441	+14.9%	※2
販管費	23,448	22,663	▲784	▲3.3%	
人件費	7,125	7,213	+87	+1.2%	
広告宣伝費	9,808	8,828	▲980	▲10.0%	※3
営業費	386	454	+67	+17.5%	
減価償却費	1,410	1,468	+58	+4.1%	
その他	4,717	4,698	▲18	▲0.4%	
その他収益及び費用	361	573	+212	+58.7%	※4
営業利益	628	2,492	+1,864	+296.9%	
営業利益率	2.4%	8.9%	+6.5pt	-	
当期/四半期利益 <sup>※</sup>	346	1,503	+1,156	+333.5%	

※ 当期/四半期利益：親会社の所有者に帰属する当期利益  
 ※ 前期もしくは当期が赤字の場合、増減率は記載していません

※1 前期の売却影響を除くと昨対+18.8%、セグメント別売上収益はP21参照

※2 前期のLMP売却による減少があるものの、地域創生ファンドの案件売却により一時的に増加

※3 主にLIFULL HOME'Sのプロモーション費用減少によるもの(P9)

※4 主に楽天LIFULL STAY株式売却によるもの

# セグメント別売上収益・セグメント別利益 IFRS

HOME'S関連は、前期LMP売却影響を除くと売上収益は+3.6%、広告宣伝費の水準を前々期並みに戻したことで増益  
海外は、第2四半期に2社を新規連結したことにより増収。利益面でも第3四半期において黒字を維持

(単位：百万円)	2022年9月期 Q3 (10-6月)	2023年9月期 Q3 (10-6月)	増減額	増減率	摘要
<b>売上収益</b>	<b>26,686</b>	<b>27,994</b>	<b>+1,308</b>	<b>+4.9%</b>	
HOME'S関連	19,488	17,474	▲2,013	▲10.3%	LMP売却による（売却の影響を除くと+3.6%）
海外	5,210	6,237	+1,027	+19.7%	アグリゲーションサイトの売上減少及びFashiola売却の影響がある一方、2社新規連結により増収（売却の影響を除くと+31.4%）
その他	1,987	4,282	+2,294	+115.4%	主に地域創生ファンドの案件売却により増収

(単位：百万円)	2022年9月期 Q3 (10-6月)	2023年9月期 Q3 (10-6月)	増減額	増減率	摘要
<b>セグメント利益</b>	<b>266</b>	<b>1,918</b>	<b>+1,652</b>	<b>+620.1%</b>	
HOME'S関連	114	2,019	+1,904	+1,663.9%	広告宣伝費等の最適化効果により増益
海外	612	▲91	▲704	-	アグリゲーションサイトの減収および人件費等の増加により減益。ただし新規連結2社は計画を上回って拡大していることで、四半期推移ではQ2に黒字転換し、Q3も黒字を維持（52百万円）
その他	▲497	▲18	+479	-	第2四半期におけるLIFULL seniorのブランディング強化により広宣費が増加しているが、地域創生ファンドの案件売却により増益
セグメント間取引	36	9	▲27	▲75.1%	

※ 各セグメントに含まれる主な事業については P 31 をご参照ください

※ 前期もしくは当期が赤字の場合、増減率は記載していません

# 財政状態計算書とのれんの状況 IFRS

(単位：百万円)	2022年9月末	2023年6月末	増減額	増減率	概要
流動資産	25,011	22,775	▲2,235	▲8.9%	現金預金 ▲337 キャッシュ・フローの状況（P23）を参照 売掛金 +349 主にFazWazの新規連結による 商品 ▲1,994 主に地域創生ファンドの案件売却による 前払費用 +153 主にプロモーション関連費用及びシステム利用料による 未収税金 ▲287
非流動資産	23,715	28,090	+4,374	+18.4%	使用権資産 ▲375 主に減価償却による のれん +5,277 主に海外事業のM&A及び為替変動による 関係会社株式 ▲540 主に楽天LIFULL STAYの売却による 長期貸付金 +582 主に地方創生事業による 繰延税金資産 ▲175
<b>資産合計</b>	<b>48,727</b>	<b>50,865</b>	<b>+2,138</b>	<b>+4.4%</b>	
流動負債	13,389	11,806	▲1,583	▲11.8%	買掛金 +264 短期借入金 ▲2,763 主にLIFULL借入金返済及び地域創生ファンドの返済による 未払税金 +565 賞与引当金 +167
非流動負債	4,214	5,881	+1,667	+39.6%	長期リース債務 ▲405 主にリース料の支払いによる 長期未払金等 +2,158 主に海外事業のM&Aによる
<b>負債合計</b>	<b>17,603</b>	<b>17,687</b>	<b>+83</b>	<b>+0.5%</b>	
<b>資本合計</b>	<b>31,123</b>	<b>33,178</b>	<b>+2,054</b>	<b>+6.6%</b>	利益剰余金 +1,163 自己株式 ▲1,000 自己株式の取得による 為替換算調整勘定 +1,825 為替変動による
<b>1株当たり</b>	<b>235.18</b>	<b>250.99</b>	<b>+15.82</b>		
<b>所有者帰属持分(円)</b>					

※主要なのれん及び償却性資産の状況：

リッテル86百万円、LIFULL CONNECT 16,281百万円、健美家 271百万円、LIFULL Tech Vietnam 118百万円

Mitula、RESEM、健美家、Wasiの償却性資産(PPA)は1,337百万円

# キャッシュ・フローの状況 IFRS

主に増益により営業CFは52億円増加。投資CFは海外事業のM&Aにより10億円減少

また、財務CFは借入金返済等により49億円減少。この結果、現金及び現金同等物は3億円減少し残高は161億円

(単位：百万円)	2022年9月期	2023年9月期	増減額	主な要因		
	Q3 (10-6月)	Q3 (10-6月)		項目名	22/9月期 (Q3)	23/9月期 (Q3)
営業CF	1,833	5,216	+ 3,383	税引前四半期利益	+ 481	+ 2,209
				減価償却費及び償却費	+ 1,422	+ 1,479
				売掛金及びその他の短期債権の増減額(▲は増加)	+ 531	+ 709
				買掛金及びその他の短期債務の増減額 (▲は減少)	▲ 519	▲ 1,334
				その他(営業)	▲ 276	+ 2,239 ※
				法人所得税の支払額又は還付額 (▲は支払)	+ 228	▲ 156
投資CF	▲ 1,581	▲ 1,072	+ 508	無形固定資産の取得による支出	▲ 430	▲ 325
				事業譲受けに伴う支出	▲ 357	-
				子会社株式の取得による支出	▲ 312	▲ 1,096
				関連会社株式の取得による支出	▲ 800	-
				関連会社株式の売却による収入	-	+ 858
				貸付による支出	▲ 726	▲ 1,592
				貸付金の回収による収入	+ 1,105	+ 1,157
財務CF	▲ 265	▲ 4,996	▲ 4,731	長期借入による収入	+ 1,319	-
				借入金の返済による支出	▲ 544	▲ 3,192
				配当金の支払額	▲ 477	▲ 296
				リース債務の返済による支出	▲ 560	▲ 559
				自己株式の取得による支出	▲ 0	▲ 1,000
現金及び現金同等物の増減	575	▲ 337	-			
現金及び現金同等物残高	13,721	16,184	+ 2,463			

※その他(営業) :  
主に棚卸資産



# 2023年9月期の業績予想と進捗状況 IFRS

海外事業は計画よりやや遅れているが、全体では概ね計画通りに進捗

## 簡易損益計算書

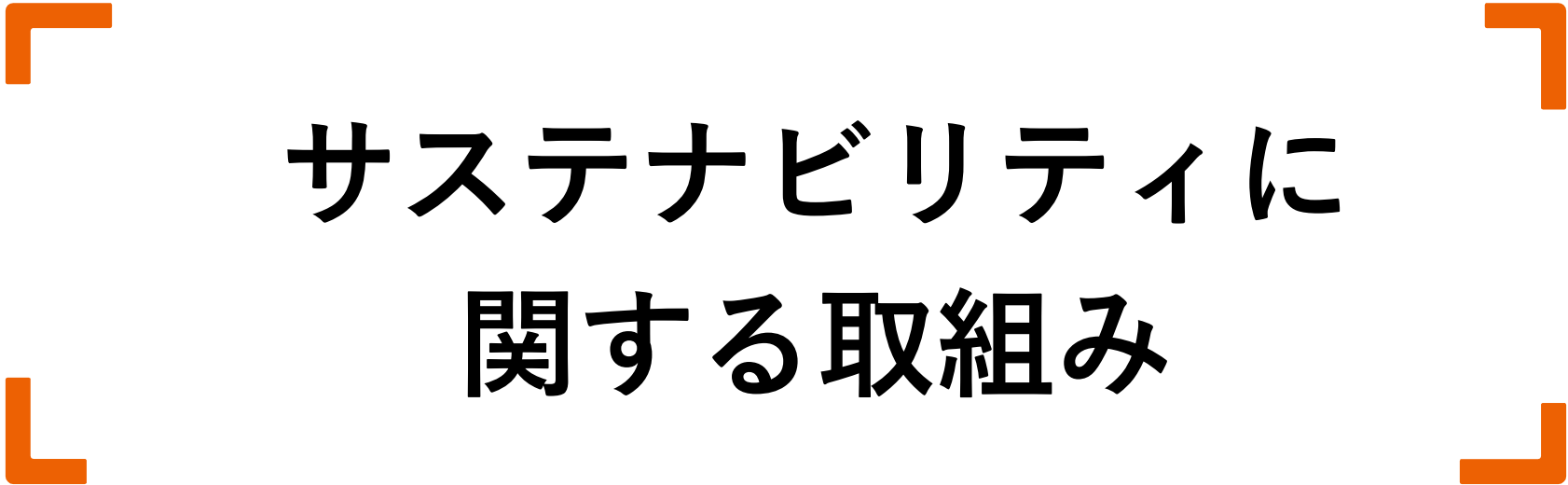
	2023年9月期 (10-9月) 【通期予想】	2023年9月期 Q3 (10-6月) 【実績】	進捗率
	(単位：百万円)		
売上収益	37,000	27,994	75.7%
売上原価	3,650	3,412	93.5%
販管費	30,507	22,663	74.3%
人件費	9,815	7,213	73.5%
広告宣伝費	12,150	8,828	72.7%
営業費	565	454	80.4%
その他	7,975	6,167	77.3%
その他収益及び費用	457	573	125.4%
営業利益	3,300	2,492	75.5%
営業利益率	8.9%	8.9%	+0.0pt
当期利益 <sup>※</sup>	2,500	1,503	60.1%

※ 当期/四半期利益：親会社の所有者に帰属する当期利益

## サービス別売上収益

	2023年9月期 (10-9月) 【通期予想】	2023年9月期 Q3 (10-6月) 【実績】	進捗率
	(単位：百万円)		
売上収益	37,000	27,994	75.7%
HOME'S関連事業	23,200	17,474	75.3%
海外	9,100	6,237	68.5%
その他	4,700	4,282	91.1%

注：業績予想：1€=134円、実績レート：1€=146円で計算



# サステナビリティに 関する取組み

# サステナビリティ経営の強化

サステナビリティ基本方針のもと、サステナビリティ課題（マテリアリティ）に沿った取組みを実施  
ESG開示強化も推進

## 2023年9月期第3四半期の取組み例

### LIFULL取引先を対象に パートナーサーベイを実施

当社の事業活動に関わる潜在的な人権リスクの把握を  
目的として実施

### ESG開示を強化中 FTSEスコア上昇

2022年度 1.3Pt  
→ 2023年度 2.7Pt

💡FTSEのESGレーティング：  
FTSE RussellのESGレーティングモデルは、調査対象企業の事業特性を  
もとに潜在的なESGリスクに対する取組みを評価。  
ESGを考慮したインデックス運用にも影響



LIFULLグループのサステナビリティ方針  
及び課題と目標に関する詳細は  
**投資家情報サイト**にてご確認ください

LIFULLサステナビリティ

検索

<https://ir.lifull.com/sustainability/>

# Appendix

# 会社概要 (2023年6月30日現在)

**会社名** 株式会社LIFULL

**証券コード** 2120 (東京証券取引所 プライム市場)

**代表者** 代表取締役社長 井上 高志

**沿革**  
1997年3月12日 設立  
2006年10月 東証マザーズ上場  
2010年3月 東証一部へ市場変更  
2022年4月 東証プライムへ移行

**資本金** 9,716百万円

**発行済株式数** 134,239,870株 (内、自己株式数 6,245,057株)

**連結従業員数** 1,802名 (内、臨時雇用者数534名、海外子会社845名)

**主な株主** LIFULL役員、楽天グループ株式会社 (18.6%)

**主な子会社** LIFULL CONNECT, S.L.U. (100%)  
( )は議決権比率



代表取締役社長 井上 高志



本社 (東京都千代田区麹町)

# LIFULL HOME'S (ライフフル ホームズ) について



## 不動産・住宅情報サイト「LIFULL HOME'S」

<https://www.homes.co.jp/>

- 全国の住まい探しができる不動産・住宅情報の総合サービスです。
- 情報量だけでなく、情報の精度・品質を向上させるため、社内に審査専門部署を設置しています。
- スマートデバイス対応にも力を入れており、いつでもどこでも誰でも最適な住まいが探せるよう、進化を続けています。



ユーザー



閲覧



情報掲載



不動産事業者



- 住みたい街、路線・駅、目的地までの所要時間など様々な検索方法
- 「敷金礼金ゼロ」「ペット相談可」などのこだわり条件
- 物件種別を複数選択して、賃貸物件と購入物件を比較
- 住み替えに必要な「やることリスト」や、新着物件通知機能など、豊富な機能で住み替えをサポート

LIFULL HOME'S  
iOS・アンドロイドアプリ

# 主なグループ会社

(設立またはグループ入り順)

## 株式会社LIFULL senior

- ・日本最大級の老人ホーム・高齢者住宅検索サイト「LIFULL介護」の運営
- ・遺品整理業者の検索サイト「みんなの遺品整理」の運営

## 株式会社LIFULL SPACE

- ・日本最大級のレンタル収納検索サイト「LIFULLトランクルーム」の運営
- ・貸し会議室・レンタルスペース施設の検索サイト「LIFULLレンタルスペース」の運営

## 株式会社LIFULL bizas

- ・事務業務などバックオフィス業務の受託
- ・コールセンター業務の受託

## 株式会社LIFULL Investment

- ・地域創生ファンドの運営 ※2020年10月社名変更（旧社名：株式会社LIFULL Social Funding）

## LIFULL Tech Vietnam Co., Ltd.

- ・オフショア開発、ラボ型開発、ソフトウェア開発、アプリケーション開発、クリエイティブ制作事業

## LIFULL CONNECT, S.L.U.

- ・不動産、求人、中古車のアグリゲーションサイトやポータルサイトの運営、不動産仲介事業

## 株式会社LIFULL ArchiTech

- ・建築、住環境に関する技術の研究開発、特許の管理

## 健美家株式会社

- ・不動産投資と収益物件の情報サイト「健美家」の運営

## LIFULL Leadership

- ・人材育成コンサルティング、リーダーシップ開発
- ・マネジメント力向上をテーマとした実践型研修の設計・実施

## LIFULL Tech Malaysia SDN. BHD.

- ・オフショア開発、ラボ型開発、ソフトウェア開発、アプリケーション開発、クリエイティブ制作事業

※株式会社LIFULL Marketing Partnersは2022年9月30日に株式を譲渡し、連結から除外

※楽天LIFULL STAY株式会社（現 楽天STAY株式会社）は2022年10月31日に株式を譲渡し、連結から除外

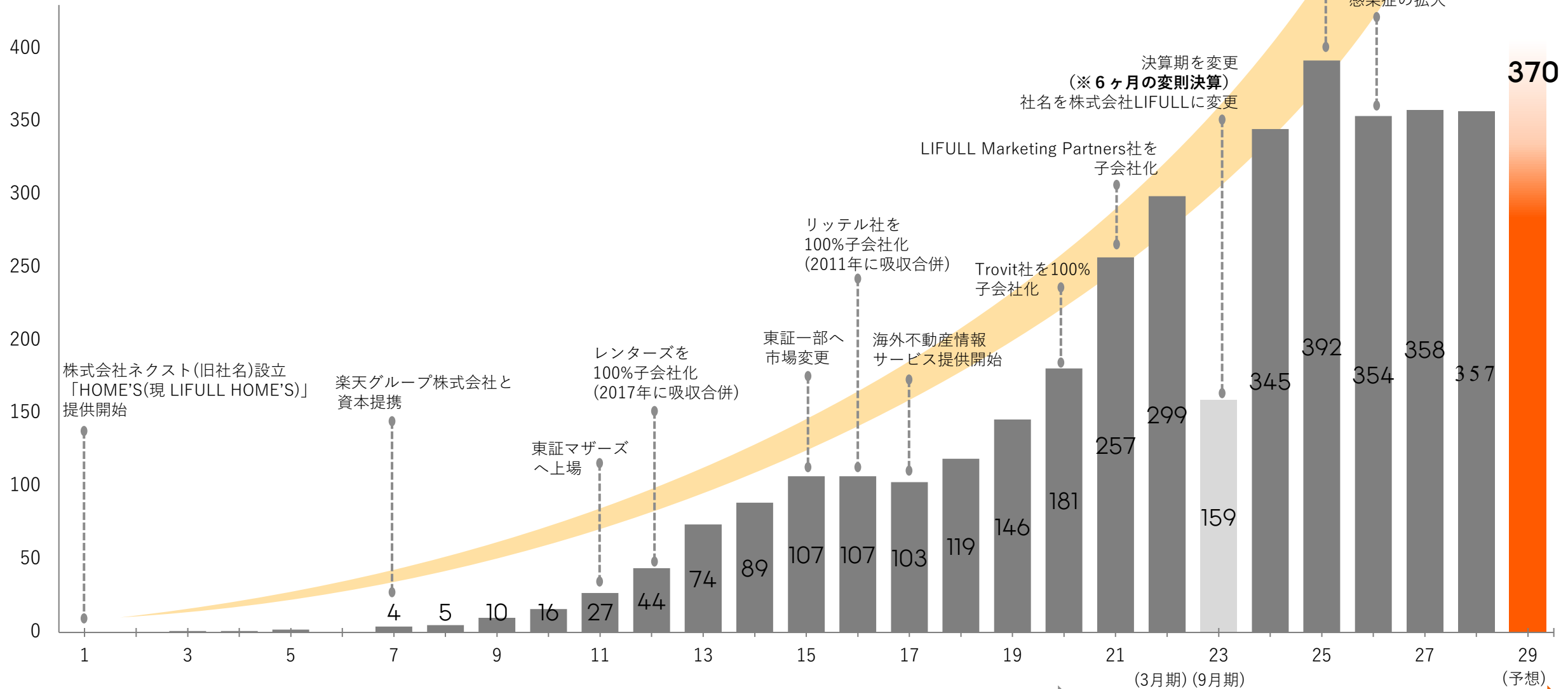
# セグメントと主なサービス・子会社

セグメント	主な事業
HOME'S関連事業	<p>LIFULL HOME'S</p> <p>ADマスター（旧サービス名：レンターズネット）</p> <p>NabiSTAR</p> <p>広告代理・コンサルティング事業（株式会社LIFULL Marketing Partners）※</p> <p>健美家（健美家株式会社）</p>
海外事業	<p>LIFULL CONNECT S.L.U.</p> <p>アグリゲーションサイト：Trovit, Mitula, Nestoria, Nuroa</p> <p>不動産ポータルサイト：Dot Property, Lamudi, Properati, iCasas</p> <p>不動産仲介：FazWaz, Dot Property</p> <p>事業者支援：Proppit, Wasi, Thribee</p> <p>開発（LIFULL Tech Vietnam, LIFULL Tech Malaysia）</p> <p>その他LIFULL CONNECTが運営するサービス</p>
その他事業	<p>LIFULL介護（株式会社LIFULL senior）</p> <p>LIFULLトランクルーム（株式会社LIFULL SPACE）</p> <p>地方創生事業</p> <p>融資事業（株式会社LIFULL Investment）</p> <p>地域創生ファンド（株式会社LIFULL Investment）</p> <p>その他LIFULL子会社や新規サービス</p>



# 沿革と売上高推移

(億円)



# 四半期別業績推移

【連結】損益計算書（簡易版）

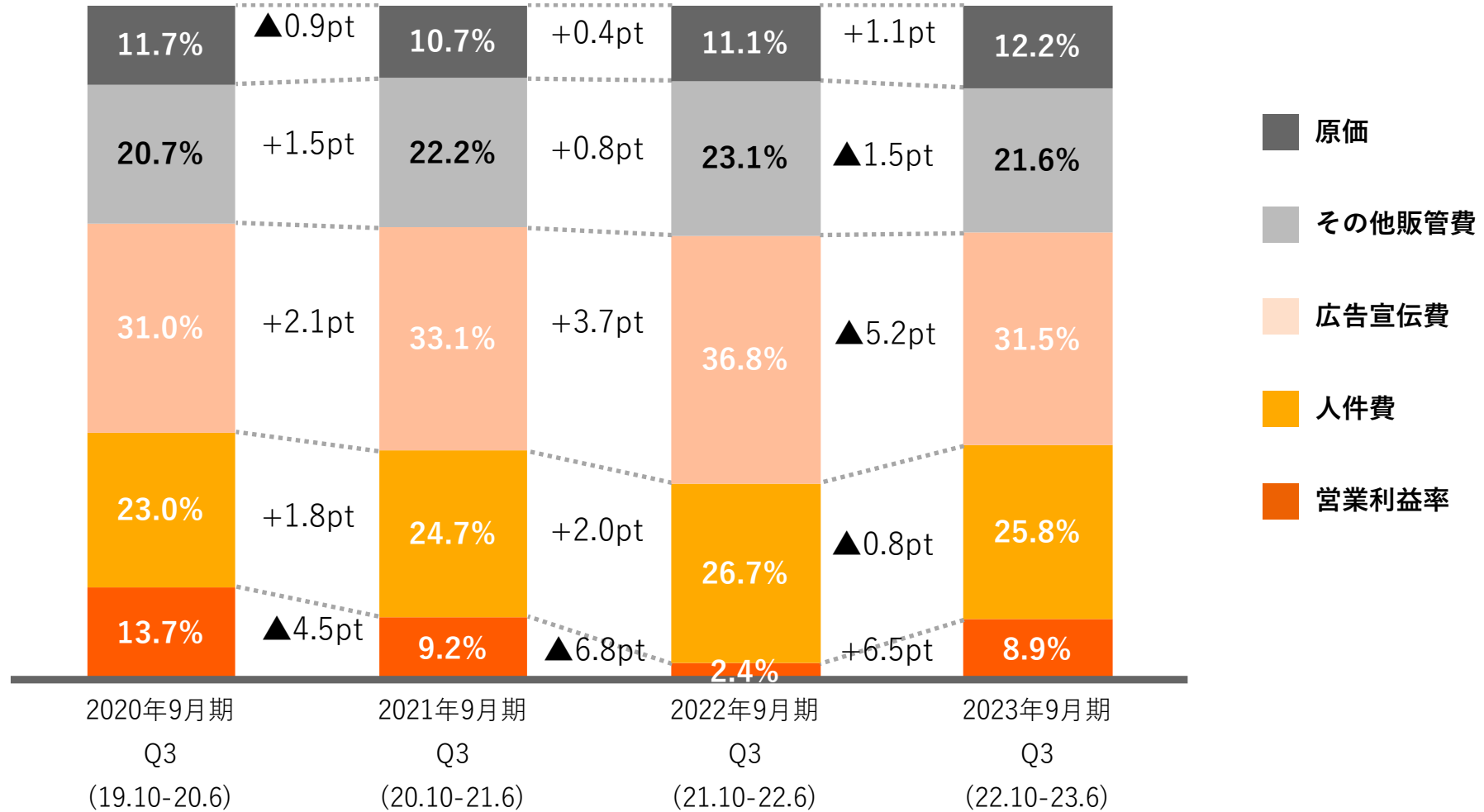
(単位：百万円)	2020年9月期				2021年9月期				2022年9月期				2023年9月期		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上収益	9,202	9,983	7,706	8,510	8,271	9,581	9,072	8,931	8,510	9,530	8,645	9,044	7,583	11,585	8,825
HOME'S関連事業	6,763	7,543	6,176	6,652	6,346	7,260	6,550	6,535	6,139	7,085	6,263	6,579	5,482	6,448	5,543
海外事業	2,006	1,892	1,101	1,378	1,440	1,766	1,974	1,837	1,787	1,762	1,660	1,727	1,478	2,432	2,326
その他事業	432	547	429	479	484	554	547	558	583	682	721	737	622	2,704	956
売上原価	1,116	1,157	869	953	945	1,056	890	1,058	947	1,066	957	1,084	328	2,240	843
販売費及び一般管理費	7,031	7,390	5,651	6,940	6,467	7,426	7,464	7,240	7,010	8,580	7,857	7,923	6,972	8,421	7,297
人件費	2,535	1,590	2,048	2,785	2,345	2,001	2,315	2,242	2,203	2,485	2,436	2,558	2,334	2,374	2,503
広告宣伝費	2,559	3,882	1,884	2,160	2,155	3,585	3,170	2,940	2,731	3,916	3,160	3,015	2,482	3,737	2,608
営業費	170	123	64	106	96	87	100	116	121	120	144	150	135	146	173
減価償却費	490	515	486	525	524	487	474	474	459	468	482	493	488	487	493
その他	1,274	1,278	1,167	1,363	1,345	1,263	1,403	1,466	1,494	1,589	1,634	1,704	1,531	1,675	1,491
その他収益及び費用	▲9	▲41	62	▲1,817	▲83	▲85	▲28	▲9,752	36	50	274	1,008	539	1	32
営業利益	1,044	1,393	1,248	▲1,201	775	1,011	688	▲9,120	588	▲66	105	1,044	822	924	744
営業利益率	11.3%	14.0%	16.2%	▲14.1%	9.4%	10.6%	7.6%	▲102.1%	6.9%	▲0.7%	1.2%	11.5%	10.8%	8.0%	8.4%
四半期利益	527	949	846	▲1,161	387	639	449	▲7,378	365	▲179	161	833	564	588	350

※四半期利益＝親会社の所有者に帰属する四半期利益

※2020年9月期中、2021年9月期中、2023年9月期中に企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、関係する各数値は暫定的な会計処理の確定を反映しております。

# 売上収益に対する費用 IFRS

主に、売上の増加及び広告宣伝費の減少により、営業利益率が改善  
 地域創生ファンドの案件売却により、原価率が一時的に増加



# LIFULL HOME'Sの重要指標の推移 – 顧客数・ARPA –

利用実績が少なかった団体の解約があり顧客数は減少  
増収及び顧客数の減少によりARPAは上昇

※9ヶ月間の平均値

## 顧客数

1  
(10月～6月)

28,216

2  
(10月～6月)

28,733

3  
(10月～6月)

27,754



※9ヶ月間の平均値

## ARPA (円)

1  
(10月～6月)

69,247

2  
(10月～6月)

65,175

3  
(10月～6月)

69,708

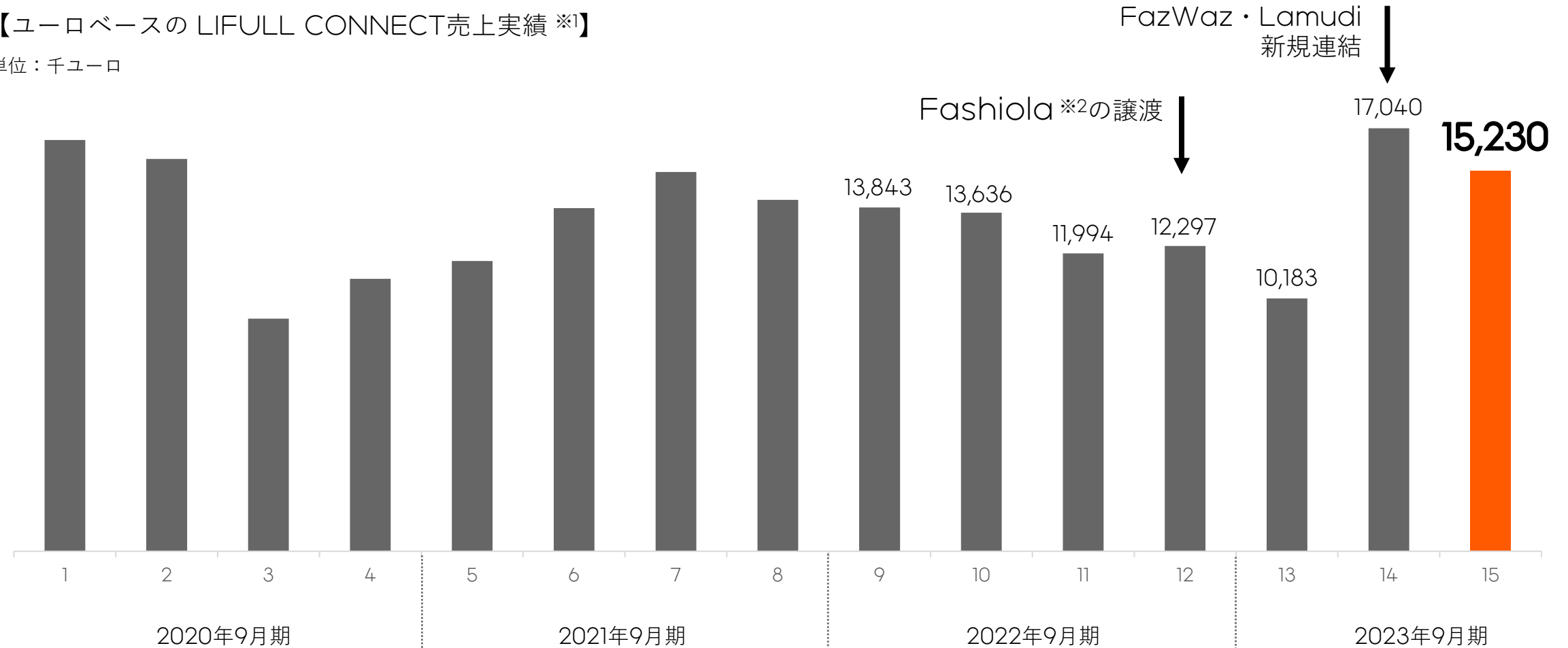
2022年9月にLIFULL Marketing Partnersの売却及びLIFULL MOVEの吸収合併による影響を加味し、過年度分と合わせて修正しています

# LIFULL CONNECTの業績推移

2023年1月からのFazWaz、2023年3月からのLamudiの新規連結により売上が増加

【ユーロベースのLIFULL CONNECT売上実績 ※1】

単位：千ユーロ



# 海外事業実績 – セグメント利益（四半期推移） –

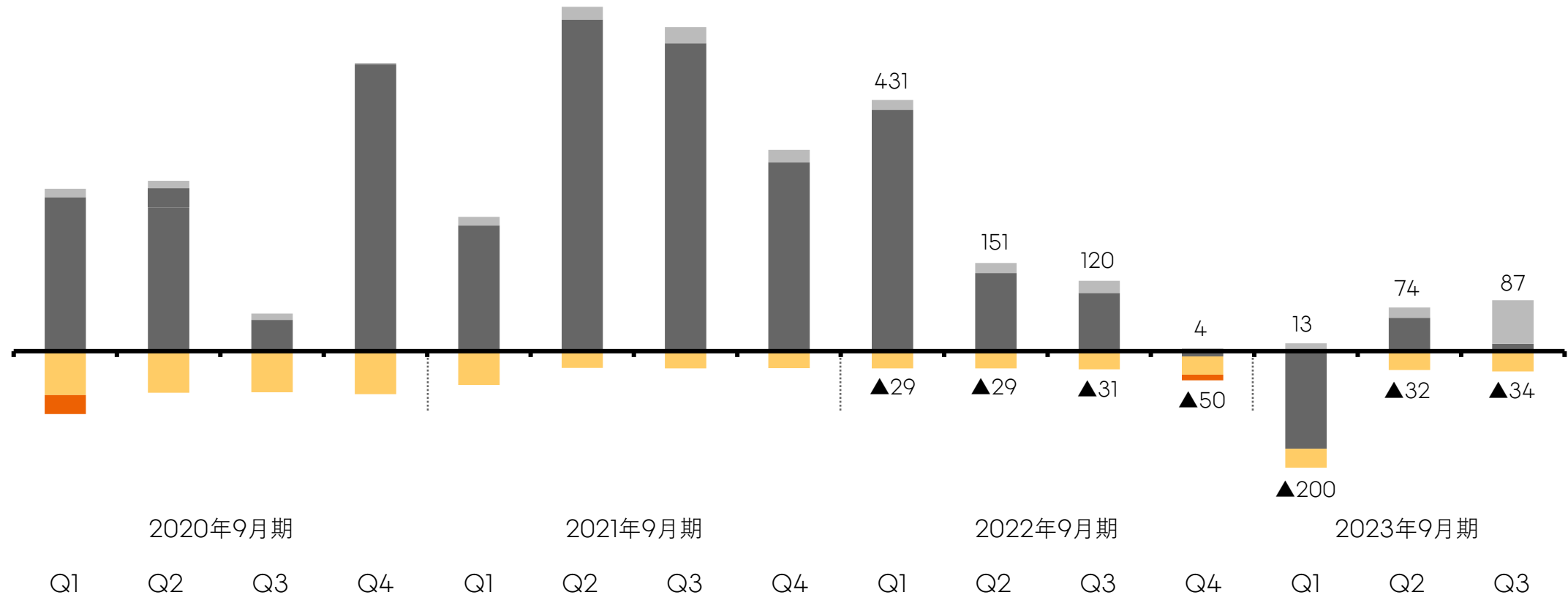
第2四半期から新規連結されたFazWaz等が利益拡大に貢献

各国の物価上昇及び利上げ等の影響により不動産市況の回復が遅れており、プレミアム広告は不調が継続

〈 四半期 セグメント利益 〉

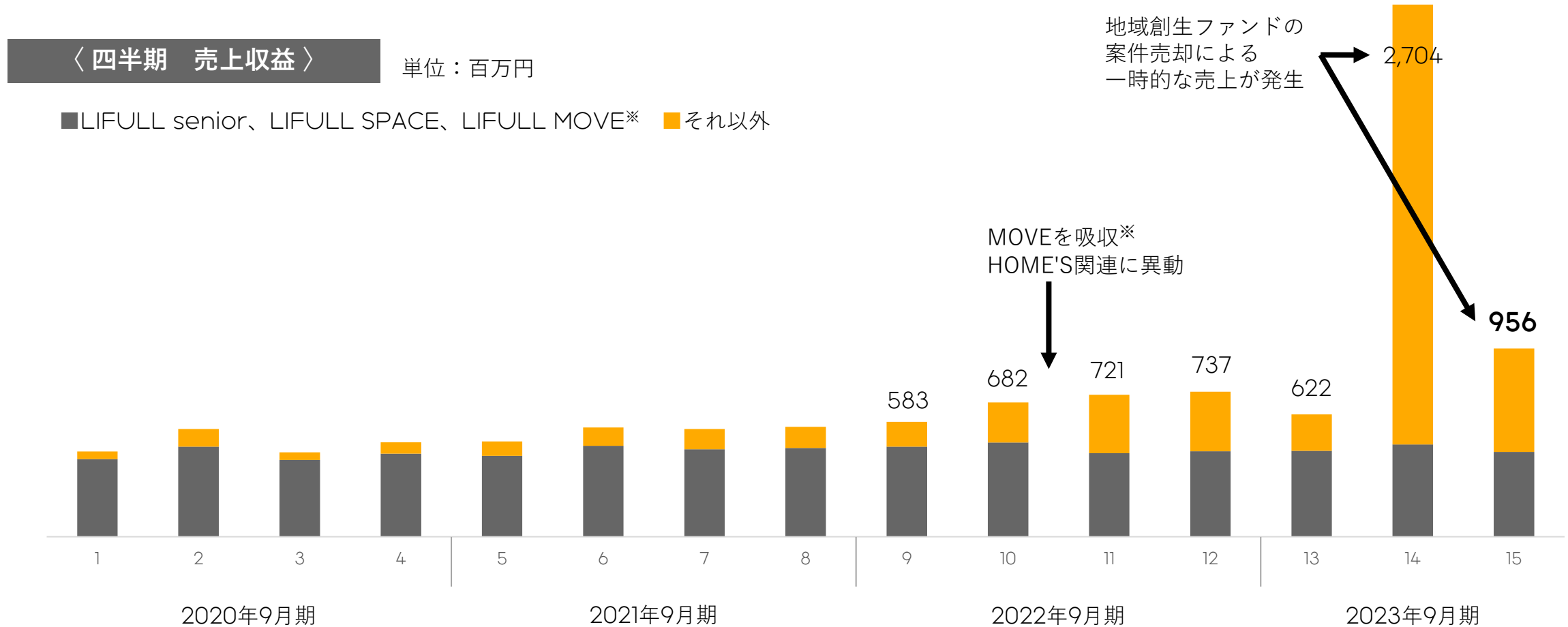
■ LIFULL CONNECT ■ 償却費 ■ M&A関連費用 ■ その他

単位：百万円



## その他事業 – セグメント売上収益（四半期） –

2023年第2四半期と第3四半期における売上収益は、地域創生ファンドの売却案件により一時的に増加



※LIFULL MOVE：2022年3月末にLIFULLに事業譲渡、HOME'S関連に異動)

# その他事業 – セグメント利益（四半期） –

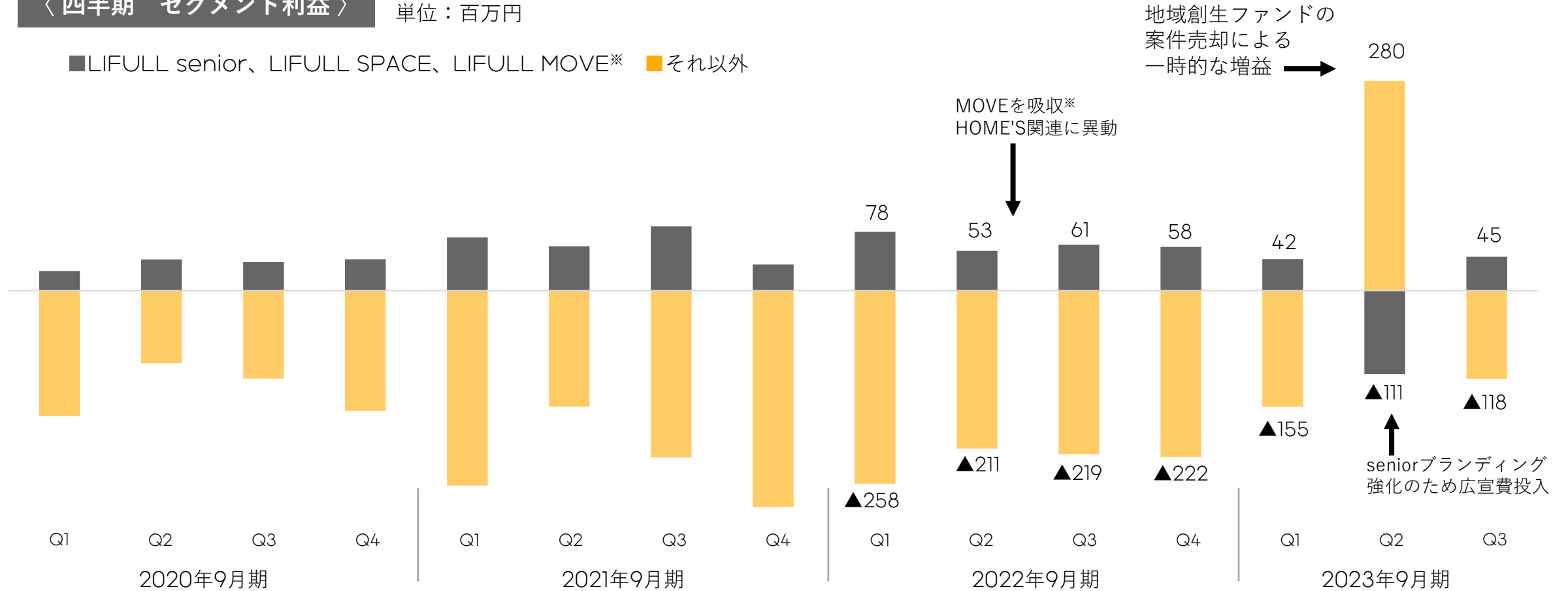
選択と集中を意識し、大きな投資は抑制しながら推移

2023年9月期第2四半期においては、地域創生ファンドの案件売却により一時的に利益増

〈 四半期 セグメント利益 〉

単位：百万円

■ LIFULL senior、LIFULL SPACE、LIFULL MOVE※    ■ それ以外





# (参考) 外部市況データ - 月次 -

年間まとめ

2022年

2023年

## 【新築マンション発売戸数推移】

株式会社不動産経済研究所調査 (全国マンション市場動向)

(単位: 戸)	2020年	2021年	2022年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
首都圏	27,228	33,636	29,569	1,128	2,287	2,492	2,426	2,466	1,913	2,268	1,162	2,036	2,768	2,866	5,757	710	1,821	2,439	1,690	1,936	1,906
対前年比	△12.8%	23.5%	△12.1%	△14.9%	2.0%	△19.7%	16.1%	△4.3%	△1.3%	16.2%	△40.1%	△11.9%	34.7%	△47.4%	△13.4%	△37.1%	△20.4%	△2.1%	△30.3%	△21.5%	△0.4%
近畿圏	15,195	18,951	17,858	792	1,378	1,267	1,148	1,379	1,261	1,374	1,059	1,332	2,120	1,796	2,952	574	833	1,424	836	1,024	1,384
対前年比	△15.8%	24.7%	△5.8%	14.0%	△19.8%	△30.2%	5.0%	4.4%	△27.2%	△29.5%	0.9%	10.1%	45.5%	△14.4%	5.0%	△27.5%	△39.6%	12.4%	△27.2%	△25.7%	9.8%

## 【新築マンション価格推移】

株式会社不動産経済研究所調査 (全国マンション市場動向)

(単位: 万円)	2020年	2021年	2022年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
首都圏	6,083	6,260	6,288	6,157	7,418	6,518	6,291	6,088	6,447	6,379	6,102	6,653	6,787	6,035	5,556	6,510	6,778	14,360	7,747	8,068	6,550
対前年比	1.7%	2.9%	0.4%	5.7%	16.3%	3.0%	△19.0%	3.0%	3.8%	△1.8%	△18.1%	1.0%	0.5%	△1.4%	3.2%	5.7%	△8.6%	120.3%	23.1%	32.5%	1.6%
近畿圏	4,181	4,562	4,635	3,992	4,433	5,067	3,983	4,853	4,422	4,984	4,295	4,698	5,374	5,220	4,006	4,747	5,055	4,704	5,193	5,005	4,260
対前年比	8.1%	9.1%	1.6%	△13.8%	12.1%	19.9%	△25.6%	26.8%	△3.3%	11.7%	△2.7%	△1.2%	27.3%	△13.6%	△6.3%	18.9%	14.0%	△7.2%	30.4%	3.1%	△3.7%

## 【新設住宅着工戸数】

国土交通省調査 (建築着工統計調査報告)

(単位: 戸)	2020年	2021年	2022年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
貸家	306,753	321,376	345,080	23,083	23,583	32,305	29,526	25,963	30,294	29,686	31,303	30,623	31,996	29,873	26,845	24,041	24,692	32,585	28,685	28,695	30,112
対前年比	△10.4%	4.8%	7.4%	16.6%	4.6%	18.6%	2.4%	3.5%	1.7%	1.6%	8.9%	8.4%	7.3%	11.4%	6.4%	4.2%	4.7%	0.9%	△2.8%	10.5%	△0.6%
マンション	107,884	101,292	108,198	7,071	9,727	10,618	12,685	7,569	7,855	8,053	10,727	8,386	9,298	8,092	8,117	11,990	9,750	11,378	7,233	9,700	8,422
対前年比	△8.4%	△6.1%	6.8%	△19.4%	43.5%	2.2%	17.7%	△19.9%	11.8%	△11.7%	34.6%	15.7%	10.2%	△1.8%	14.5%	69.6%	0.2%	7.2%	△43.0%	28.2%	7.2%
一戸建	130,753	141,094	145,992	11,003	11,590	12,439	12,456	11,907	12,689	12,462	12,341	12,296	12,462	12,370	11,977	10,576	11,202	11,583	12,362	11,615	11,606
対前年比	△11.4%	7.9%	3.5%	7.7%	10.7%	9.9%	7.4%	0.9%	0.3%	1.8%	4.7%	6.9%	1.4%	△1.1%	△5.9%	△3.9%	△3.3%	△6.9%	△0.8%	△2.5%	△8.5%
持家	261,088	285,575	253,287	18,130	19,258	20,246	21,040	21,314	23,196	22,430	22,302	22,258	21,834	21,511	19,768	16,627	18,368	17,484	18,597	18,853	20,325
対前年比	△9.6%	9.4%	△11.3%	△5.6%	△5.6%	△9.4%	△8.0%	△6.9%	△11.3%	△14.0%	△11.1%	△13.3%	△18.7%	△15.1%	△13.0%	△8.3%	△4.6%	△13.6%	△11.6%	△11.5%	△12.4%

## 【日本全国移動者数】

総務省調査 (住民基本台帳人口移動報告)

(単位: 人)	2020年	2021年	2022年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
移動者数(外国人含)	5,255,721	5,247,744	5,310,972	326,360	345,584	947,081	678,630	423,842	384,633	377,542	401,973	358,962	369,589	348,586	348,190	324,958	364,174	939,978	675,093	409,235	366,759
対前年比	△2.7%	△0.2%	1.2%	1.8%	△8.1%	△3.0%	△4.4%	18.5%	5.1%	3.9%	8.5%	3.5%	3.6%	△3.1%	1.1%	△0.4%	5.4%	△0.7%	△0.5%	△3.4%	△4.6%
移動者数(日本人)	4,840,852	4,818,721	4,775,207	298,411	317,470	892,728	630,331	365,625	324,725	330,113	357,644	318,047	326,640	305,512	307,961	286,639	324,933	867,927	619,057	362,950	323,018
対前年比	△1.0%	△0.5%	△0.9%	5.8%	△4.5%	△2.5%	△4.9%	11.3%	△3.0%	△1.4%	4.9%	0.5%	0.0%	△6.9%	△2.4%	△3.9%	2.4%	△2.8%	△1.8%	△0.7%	△0.5%

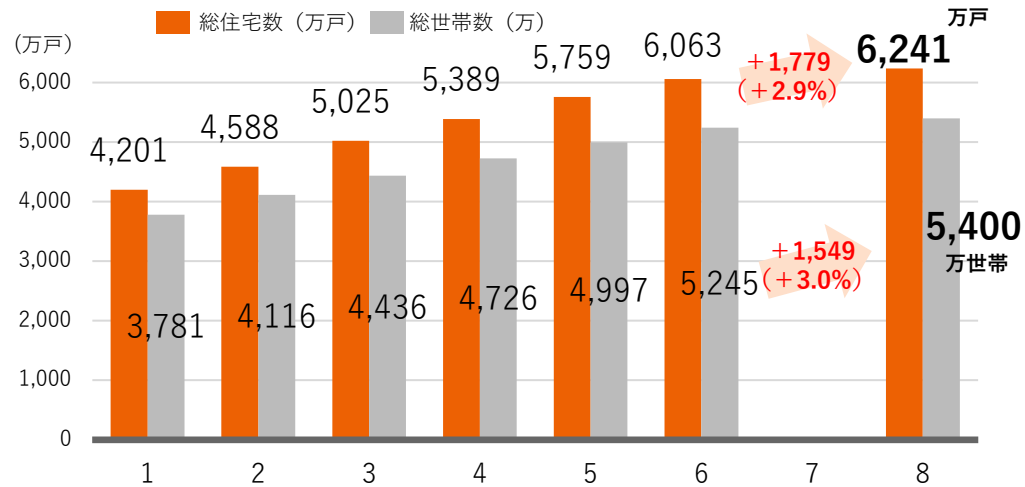
## 【日本人口】

総務省調査 (人口推計)

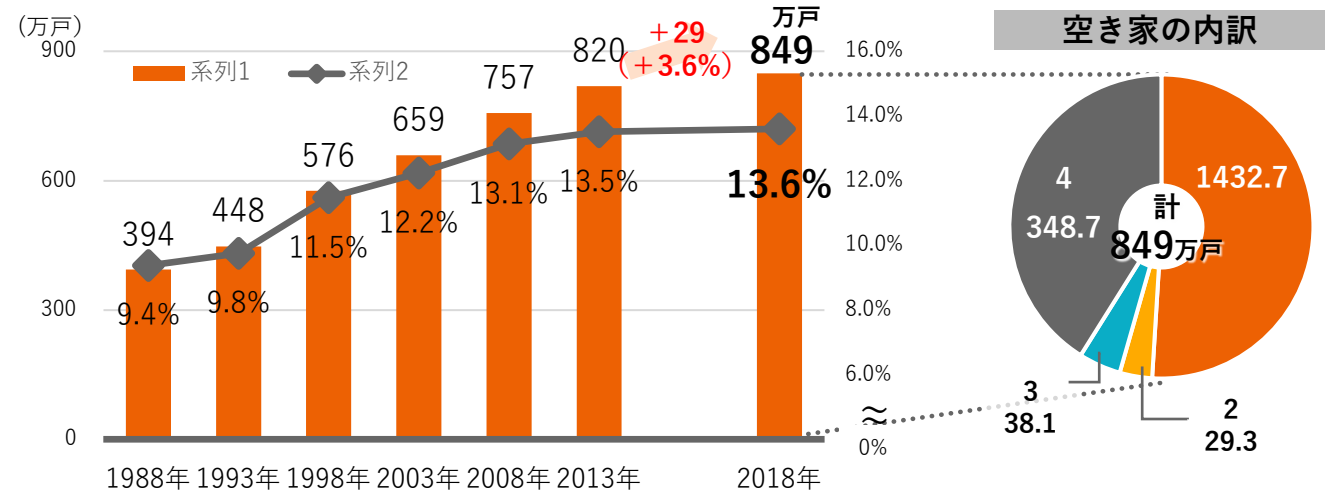
(単位: 千人)	2020年10月	2021年10月	2022年10月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月(概算)	4月(概算)	5月(概算)	6月(概算)
総人口	126,146	125,502	-	125,309	125,194	125,103	125,071	125,072	125,104	125,125	125,082	124,971	124,947	124,913	124,861	124,752	124,631	124,490	124,470	124,500	124,520

# (参考) 2018(平成30)年 住宅・土地統計調査 基本集計結果 (総務省統計局)

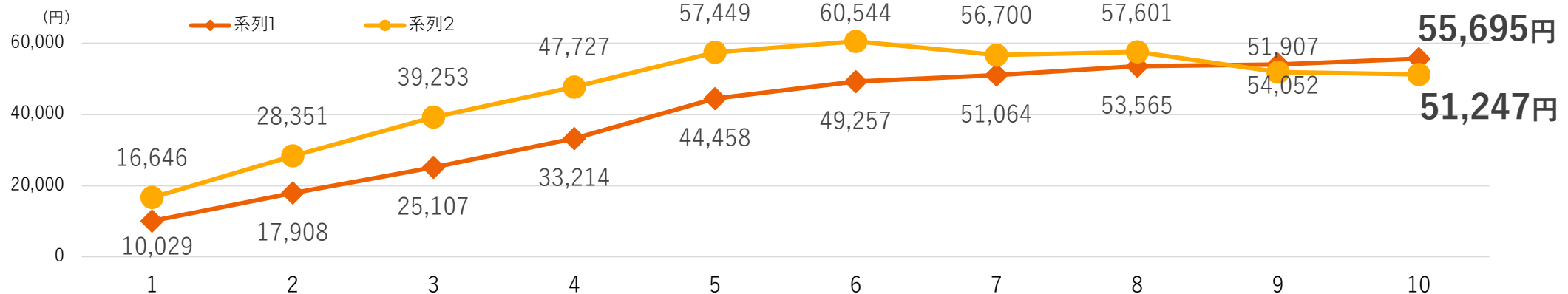
## 総住宅数と総世帯数の推移



## 空き家数と空き家率の推移



## 1か月当たり家賃・間代の推移 - 全国



# IR情報に関するお問合せ窓口



IRサイト 日本語 <https://ir.LIFULL.com/>

English <https://ir.LIFULL.com/en/>



E-mail [ir@LIFULL.com](mailto:ir@LIFULL.com)

TEL 03-6774-1603 (平日10:00~18:00)

FAX 03-6774-1737

## アニュアルレポート 2021のご案内



日本語 <https://ir.lifull.com/ir/ir-data/report/>

English <https://ir.lifull.com/en/ir/ir-data/report/>

## その他のLIFULL情報



Twitter



[https://twitter.com/LIFULL\\_Corp](https://twitter.com/LIFULL_Corp)



Facebookページ



<https://www.facebook.com/LIFULL.corp/>

