



2024年9月期 第3四半期 決算説明資料

リビン・テクノロジーズ株式会社（東証グロース：4445）

2024年8月14日

- 01 2024年9月期 第3四半期 決算概要 P.2
- 02 事業内容と方針 P.14

01 | 2024年9月期 第3四半期 決算概要



2024年9月期第3四半期 連結決算ハイライト

連結営業収益

26.84億円

前年同期比:109.9%

連結営業利益

1.72億円

前年同期比:53.6%

連結経常利益

1.76億円

前年同期比:54.6%

連結四半期純利益

1.01億円

前年同期比:49.3%

2024年9月期第3四半期においても、トップラインが伸長し過去最高を更新
第2の主力事業の筆頭候補である『ぬりマッチ』へ積極投資を継続中

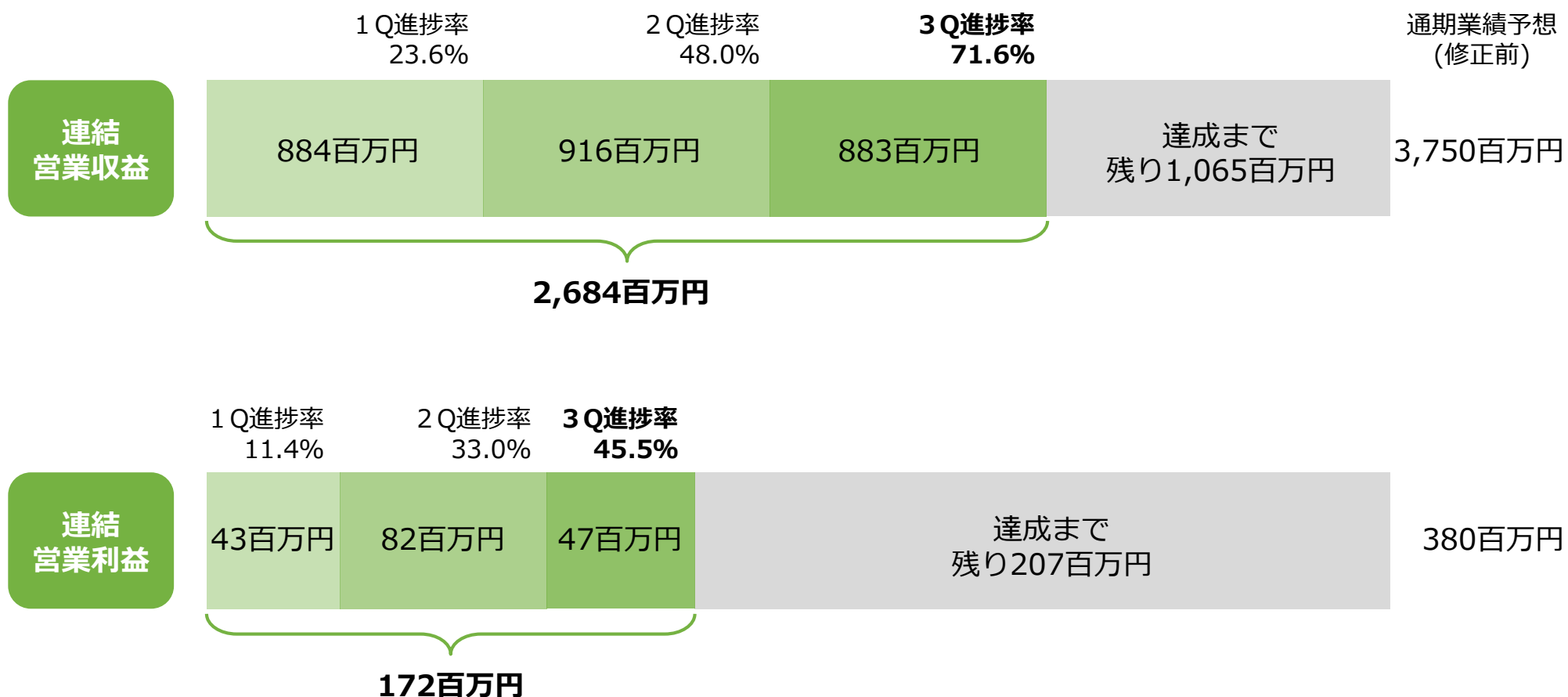
- 連結営業収益は 26.84億円（前年同期比109.9%）、第3四半期累計で過去最高
- 積極的な投資等により、連結営業利益は 1.72億円（前年同期比53.6%）

連結営業収益・連結営業利益の通期業績予想進捗

- 2024年9月期第3四半期累計 連結営業収益：2,684百万円
- 2024年9月期第3四半期累計 連結営業利益：172百万円

通期業績予想に対する進捗率：71.6%
通期業績予想に対する進捗率：45.5%

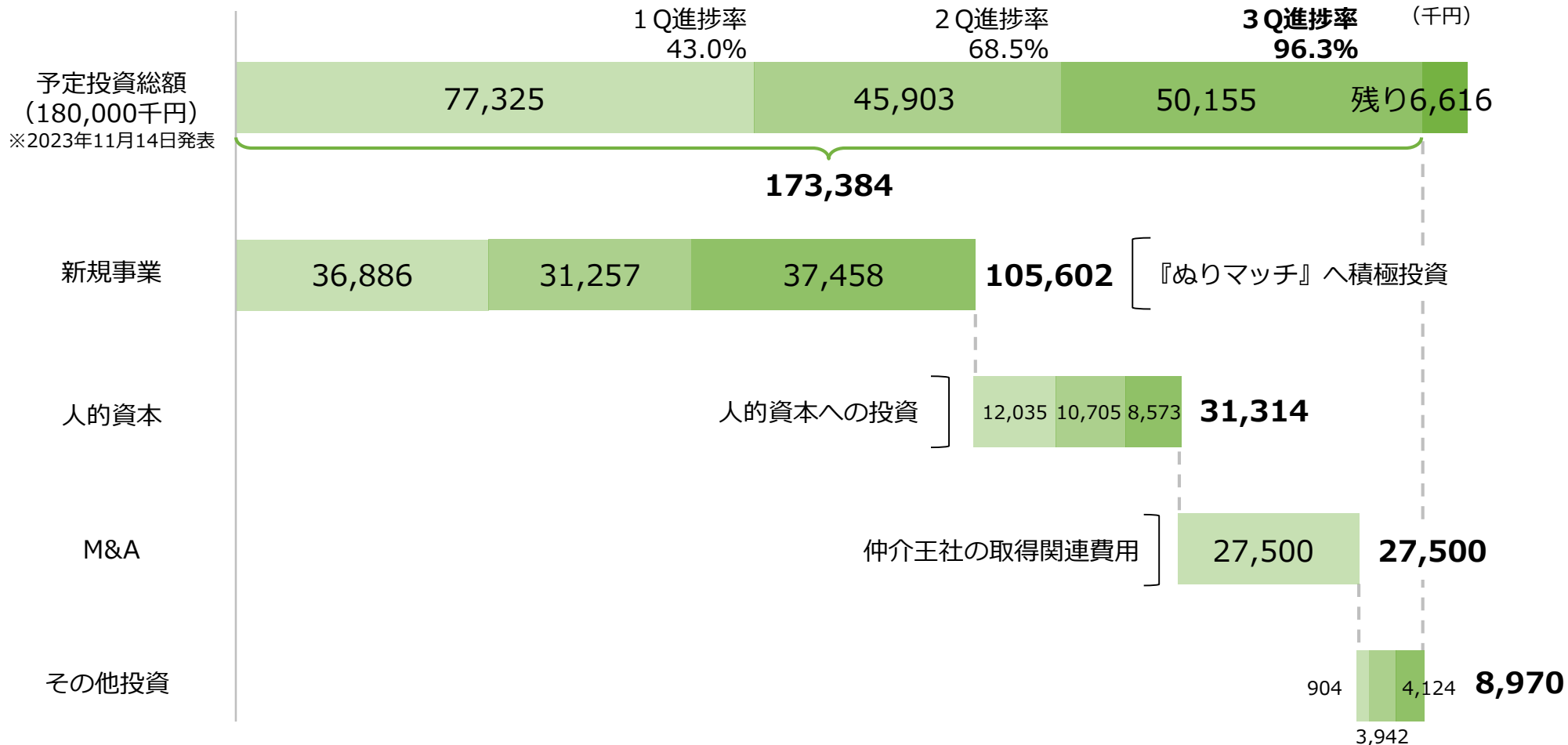
通期業績予想進捗に対する連結営業収益・連結営業利益



成長投資進捗

- 2024年9月期第3四半期累計の投資実行額は173,384千円、予定投資総額に対する進捗率は96.3%
- 外壁塗装業界DX化事業『ぬりマッチ』へ積極的に投資

投資額の内訳



2024年9月期第3四半期 連結P/L

- 連結営業収益は、2,684,515千円で、第3四半期累計の過去最高を更新
- 連結営業利益は、『ぬりマッチ』への積極投資と、開発・営業の人件費増加等で、172,840千円で着地

連結P/L 前期実績との比較

(千円)

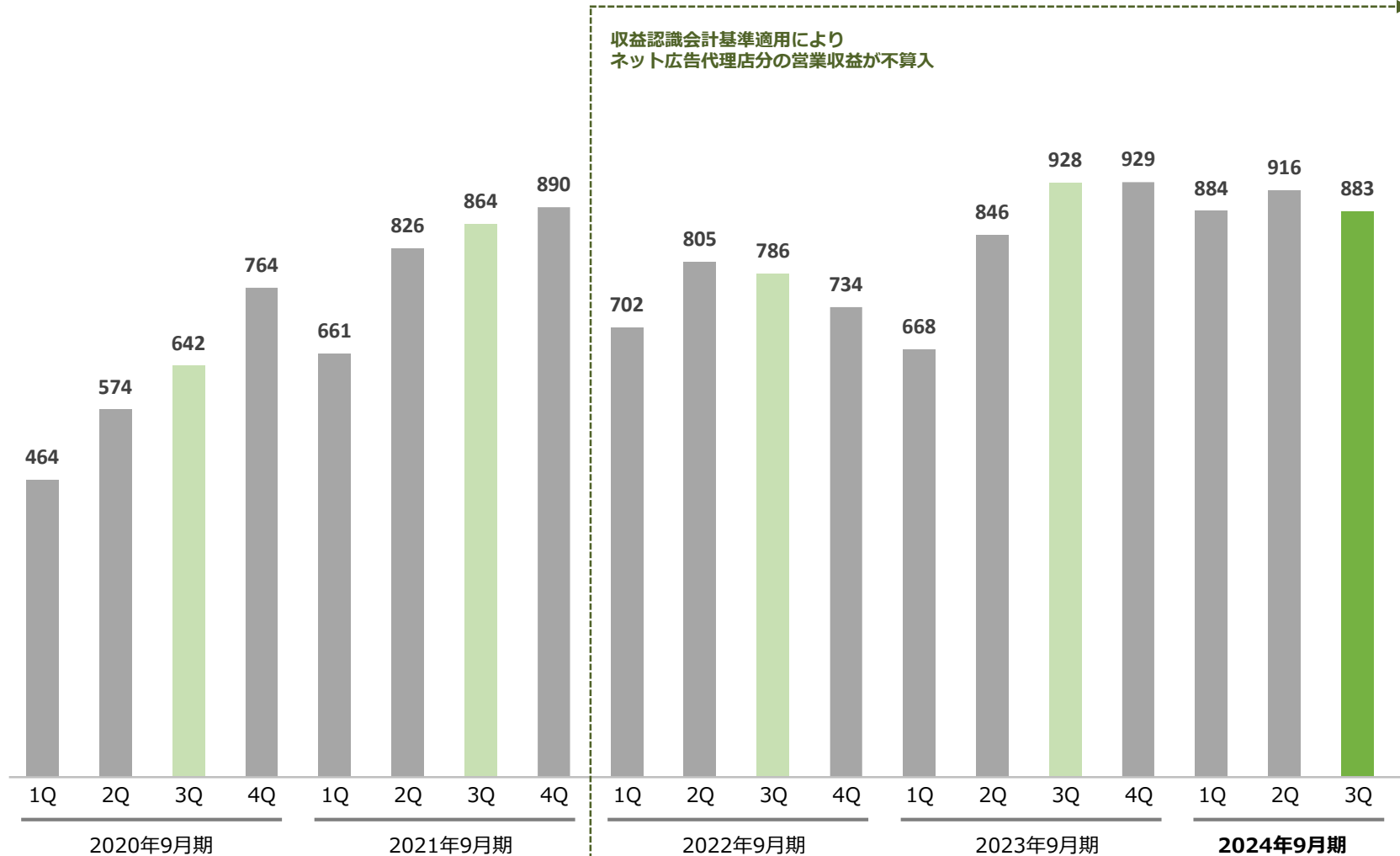
	2023年9月期 第3四半期 実績	2024年9月期 第3四半期 実績	前年同期比 増減額	前年同期比
営業収益	2,442,992	2,684,515	241,523	109.9%
営業費用	2,120,546	2,511,675	391,129	118.4%
成長投資	26,198	173,384	147,186	661.8%
新規事業	—	105,602	105,602	—
人的資本	26,198	31,314	5,115	119.5%
M&A	—	27,500	27,500	—
その他投資	—	8,970	8,970	—
上記以外の営業費用	2,094,347	2,338,291	243,944	111.6%
営業利益	322,446	172,840	▲149,606	53.6%
営業利益率	13.2%	6.4%	▲6.8pt	—
経常利益	323,447	176,511	▲146,936	54.6%
四半期純利益	206,022	101,508	▲104,514	49.3%

四半期業績 | 連結営業収益

- 2024年9月期における第3四半期のみの連結営業収益は、883百万円
- 2024年9月期第3四半期累計の連結営業収益は、過去最高の2,684百万円（前年同期比109.9%）

連結営業収益の四半期推移

(百万円)

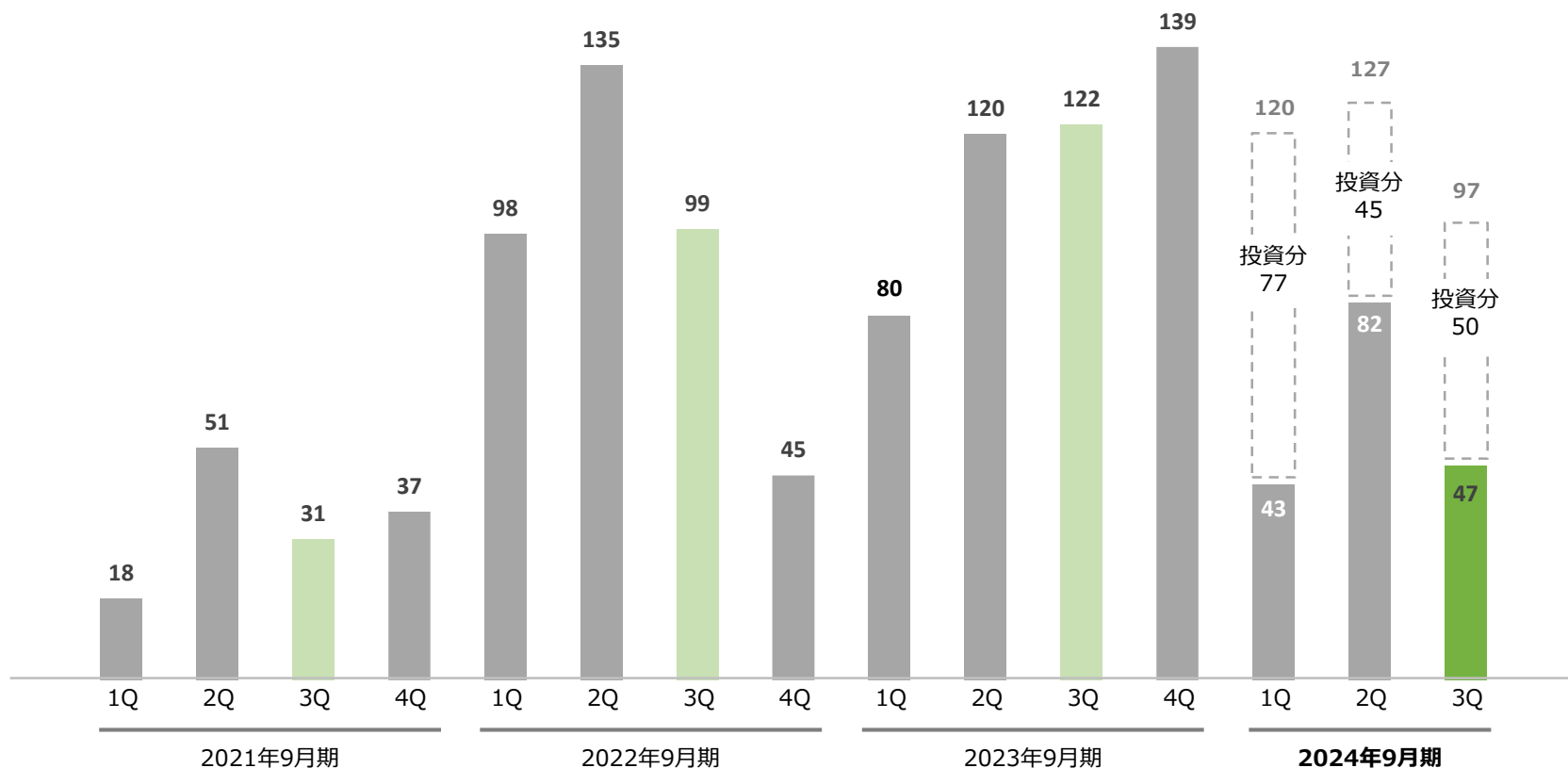


四半期業績 | 連結営業利益

- 2024年9月期における第3四半期のみの連結営業利益は、47百万円（投資実行50百万円）
- 2024年9月期第3四半期累計の連結営業利益は、172百万円

連結営業利益の四半期推移

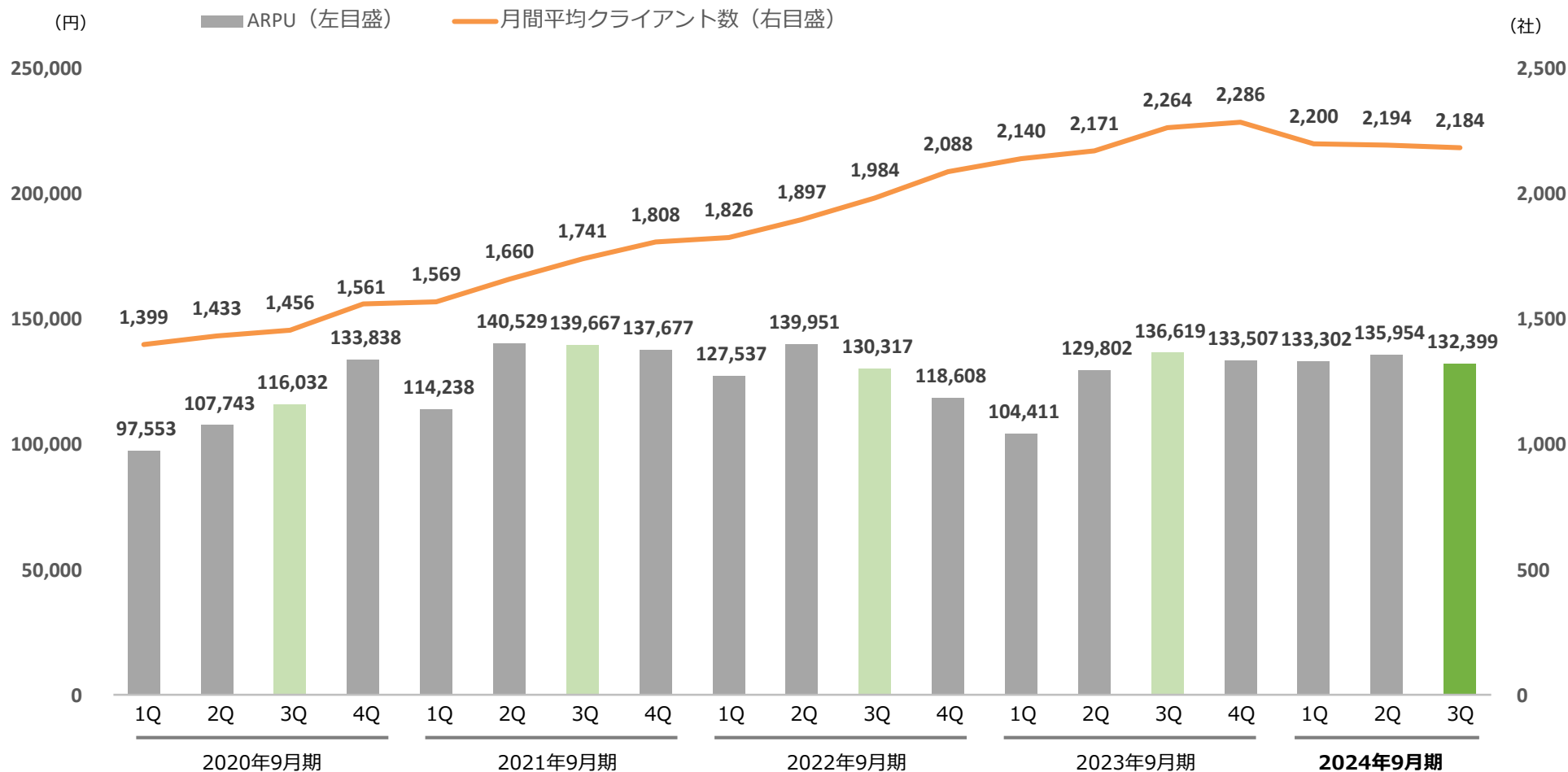
(百万円)



DXプラットフォームのKPI

- 月間平均クライアント数は微減、新サービス投入でクライアント増加を狙うも開発が遅延
- ARPUは、高水準で推移

月間平均クライアント数（稼働ベース）とARPU（クライアントあたり月間平均営業収益）



2024年9月期第3四半期 連結B/S

連結B/S 前期末との比較

(千円)

	2023年9月末	2024年3月末	前期末差
資産合計	2,125,097	3,457,506	1,332,409
流動資産	1,729,251	2,770,354	1,041,103
現金及び預金	1,128,123	2,133,451	1,005,327
売掛金	588,840	580,684	▲8,155
固定資産	395,845	687,151	291,306
負債合計	673,569	1,920,088	1,246,519
流動負債	627,079	847,057	219,978
1年以内返済予定の長期借入金	101,698	353,699	252,001
未払金	226,679	222,863	▲3,815
固定負債	46,490	1,073,031	1,026,541
長期借入金	46,490	1,073,031	1,026,541
純資産合計	1,451,528	1,537,418	85,890
負債純資産合計	2,125,097	3,457,506	1,332,409

①クライアント数を増やす

- AI等を活用した新サービスをリリース
 - 領域特化型BPOサービスの投入
- ⇒ AI査定サービスのクライアント数増加
⇒ 不動産特化BPOサービス、リリース完了
⇒ 新サービスでクライアント増を狙うも開発遅れ

②第2の主力事業を早期実現

- 『リビンマッチ』に並ぶ第2の主力事業を作る
 - 『ぬりマッチ』の子会社化で事業スピードUP
- ⇒ 『ぬりマッチ』へ積極投資を推進
⇒ 『メタ住宅展示場』掲載社数、前期末比1.9倍

③売上高広告費率の改善

- 営業収益に占める広告費率の改善
 - SEOなどオーガニック集客の強化
- ⇒ 営業収益に占める広告費率は約3%増加
⇒ SEO専門チーム新設、オーガニック集客推進

④人材の質と量を強化

- 合計20名超の正社員純増を計画
 - デジタル人材化の促進
- ⇒ 開発部門、営業部門の人材投資を強化
⇒ 2024年6月末時点で正社員純増16名
⇒ 高度デジタル人材の採用と育成を推進中

通期業績予想の修正

通期業績予想の修正

	営 業 収 益	営 業 利 益	経 常 利 益	親会社株主に帰属 する当期純利益
前回発表予想 (A)	百万円 3,750	百万円 380	百万円 380	百万円 240
今回修正予想 (B)	3,500	200	200	120
増 減 額 (B - A)	▲250	▲180	▲180	▲120
増 減 率 (%)	▲6.7	▲47.4	▲47.4	▲50.0
(ご参考) 前期実績 (2023年9月期)	3,374	461	463	302

業績予想修正の要因と対策の方針

- ① **要因：外壁塗装DX化事業『ぬりマッチ』への積極投資**
方針：積極投資を継続、第2の主力事業に育て上げる
- ② **要因：クライアントの新規獲得が軟調**
方針：新サービスを市場に複数投入し、新規クライアント獲得を増加させる
- ③ **要因：新サービスの開発遅延により新規クライアント獲得に遅れ**
方針：エンジニア人材のさらなる増員をはかる、開発プロセスを見直す
- ④ **要因：開発部門、営業部門への人材投資**
方針：人材投資を継続、人材の拡充と早期戦力化をはかる
- ⑤ **要因：営業収益に占める広告費率が増加**
方針：高度デジタル人材を獲得する、SEOによる集客を増やす

02 | 事業内容と方針



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	194,295千円（2024年6月末日現在）			
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：4445）			
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		
	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	DXプラットフォーム事業 領域特化型DXプロダクトの開発と運営 ・ マatchingプラットフォーム ・ DXクラウド			
役員	代表取締役	川合 大無	執行役員	小櫻 耕一
	取締役	伊藤 彰孝	執行役員	國藤 直樹
	取締役	小林 翔太郎		
	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	178名（2024年6月末日現在、グループ連結、アルバイト・パート含む）			
関連会社	リビンDX株式会社 株式会社仲介王			

LVN（リビン・テクノロジーズ）とは

- リビン・テクノロジーズは領域特化型DXプロダクトの開発と運営をおこなうインターネット企業



代表取締役社長

川合 大無

1975年生

（略歴）

1998年4月 二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 -

住生活領域において人々がより簡単、便利、快適に
情報を活用できるようにする

- 目的地 -

インターネットサービスメーカーとして、
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

- リビンプロミス -

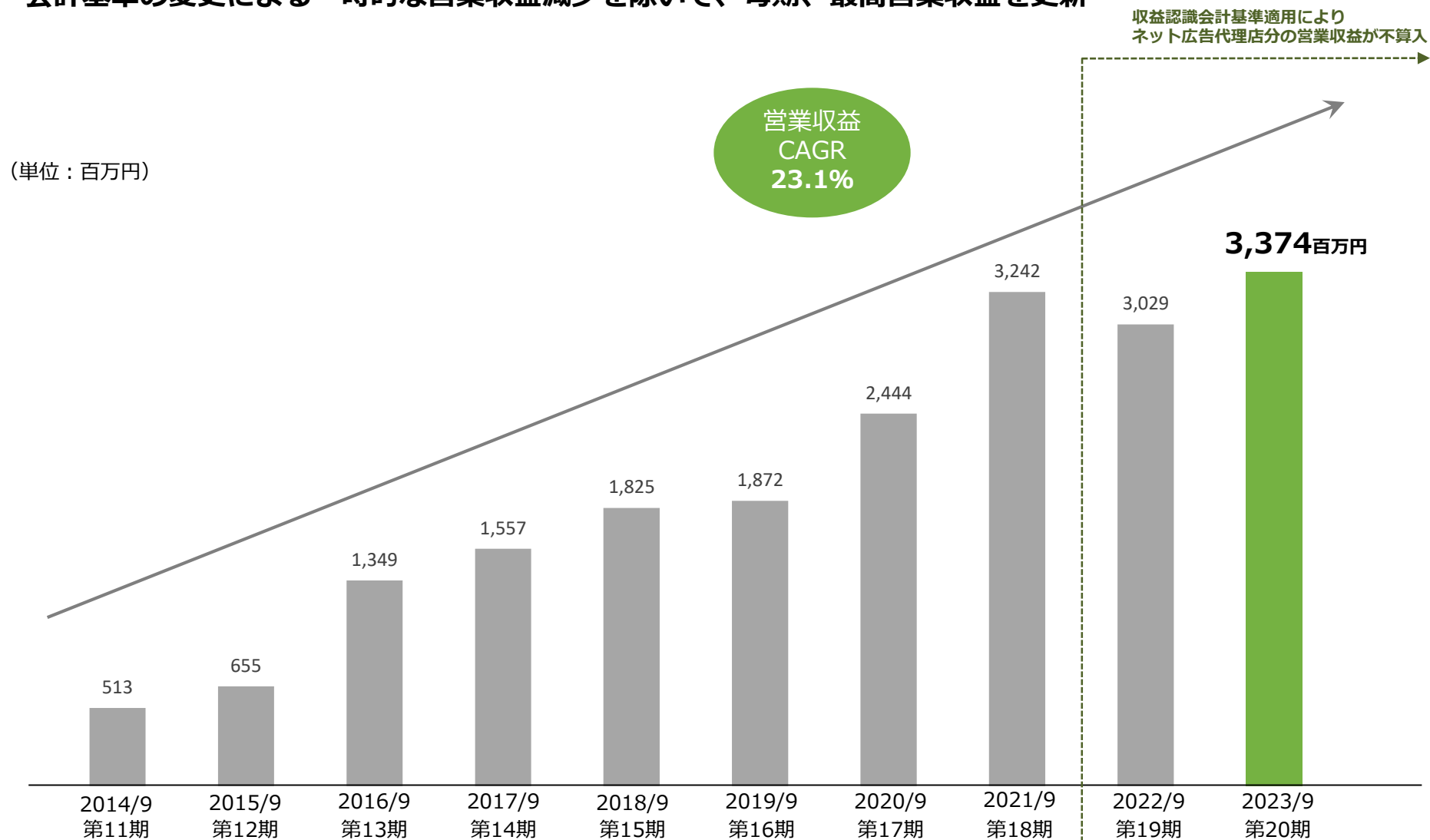
情報を、もっと簡単、便利、快適に！

私たちは、住生活領域で情報活用の利便性を追求し
人と企業のニーズにマッチする独自のWEBサービスを創出して
より快適なユーザーエクスペリエンス（UX）を実現します

そして、テクノロジーとマーケティングの融合で
業務効率が高まり事業機会が広がる先進のサービスを提供し、
住生活関連ビジネスのパフォーマンス向上を支えます

営業収益の推移

- 会計基準の変更による一時的な営業収益減少を除いて、毎期、最高営業収益を更新

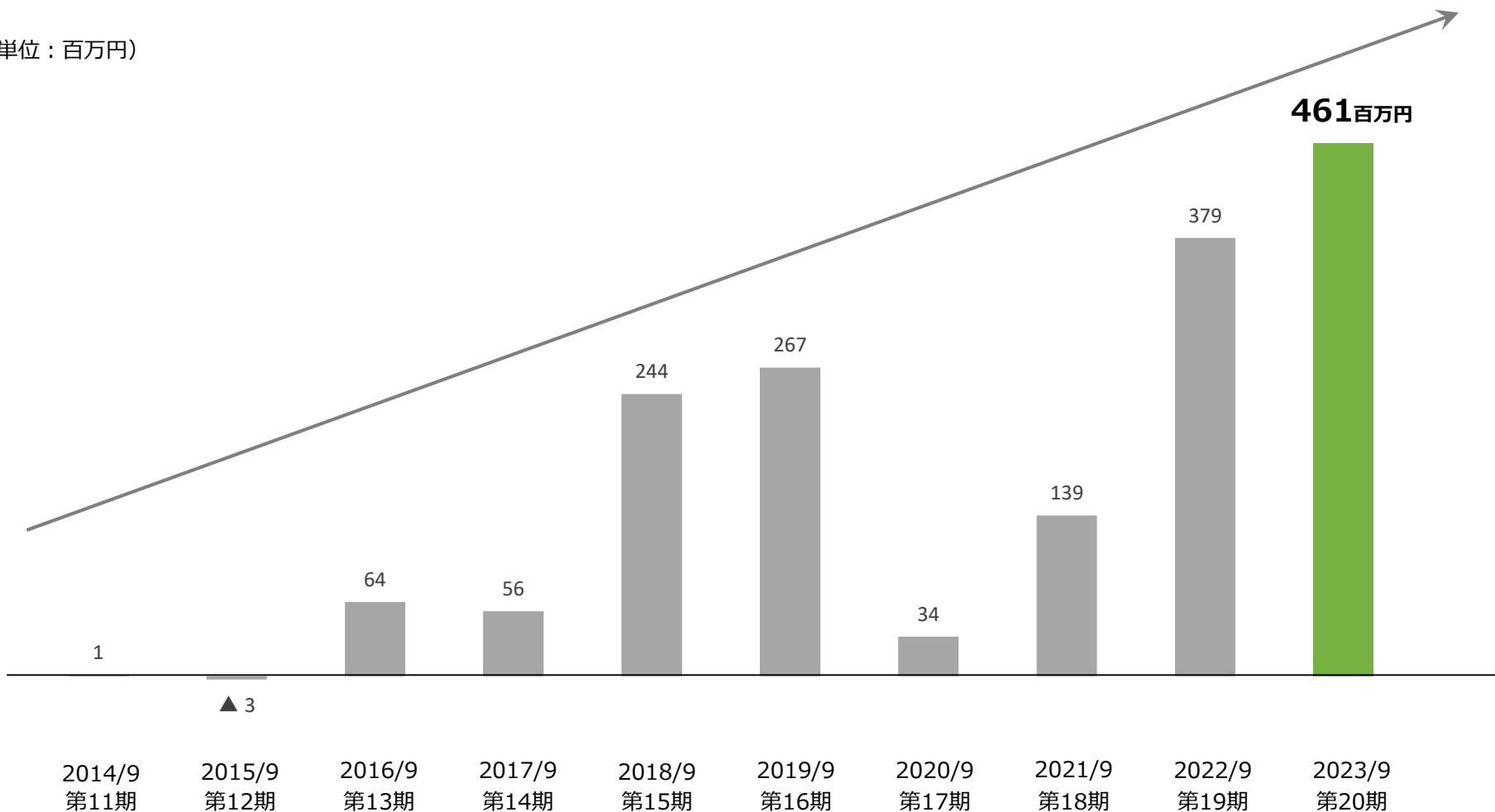


※CAGRは2014年9月期から2023年9月期

営業利益の推移

■ 投資と結実を繰り返し成長させている

(単位：百万円)



DXプラットフォーム事業とは

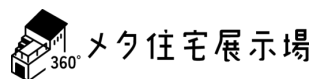
- DXプラットフォーム事業とは、住宅関連会社向けに、ビジネスの基盤となるDXサービスを提供する事業
- マatchingプラットフォームではクライアントの見込客の獲得を、DXクラウドではクライアントの営業活動のDX化をサポート



クライアントのビジネス基盤となるDXサービスを提供

DXプラットフォーム事業

① マatchingプラットフォーム



② DXクラウド



DXプラットフォーム事業の提供価値

- エンドユーザーが、住宅関連サービスを探す際に抱える、会社選択の不便さを払拭
- 住宅関連会社の、紙媒体による集客や、属人化した業務等の、アナログな営業活動のDX化を推進
- エンドユーザーの会社選択の不便さと、住宅関連会社のアナログな営業活動に、新しいUXを提供



「住宅リユース領域」を起点に、 住宅業界全般へDX提供領域を拡大していく成長戦略

■ 住宅リユース領域がセンターピン

- ・人口動態、環境意識、経済動向から、住宅購入は「新築」から「中古」の比重が高まることを想定
- ・住宅リユースを促進する「中古不動産の査定」をメインビジネスとしている

■ 大手不動産サイトとの差別化

<ターゲット>

- ・当社：「住宅所有者」向けサービスが主（中古不動産の査定、外壁の塗装、土地の有効活用など）
- ・大手：「住宅非所有者」向けサービスが主（住宅の賃貸、購入など）

<料金体系>

- ・当社：マッチング課金（マッチング件数に応じた成功報酬型） ⇨ 費用対効果が予め確定、導入ハードルが低い
- ・大手：掲載料（月額など）

■ 住宅リユース隣接領域にDXサービスを拡大させる

- ・住宅関連業界は、情報格差、建材ロス、業務の属人化など、DX化が進んでいない領域や、効率化できる領域は多い
- ・現在提供しているサービスに隣接する領域にDXサービスを拡大させていく

リビン・テクノロジーズの特徴と強み

ビジネスモデル

- 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プラットフォーム
- ③ 住宅リユースを中心に不動産所有者を対象にしたサービス群



三位一体の組織体制

- ① あらゆるサービスを内製できる開発力
- ② 全国No. 1の認知度を獲得した専門性の高いWEBマーケティング力
- ③ 業界最大規模の人員数、全国4拠点体制、2,200社のクライアント網を持つ営業力

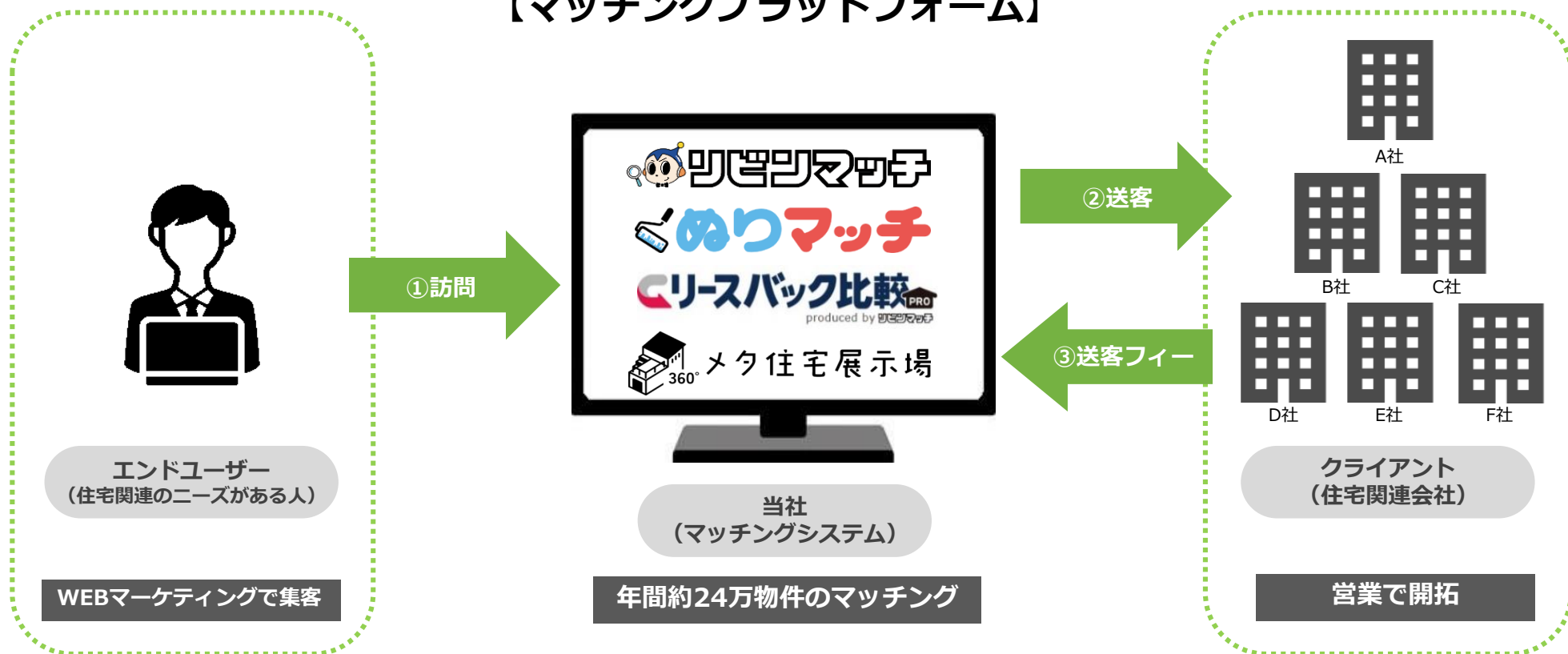
市場性

- 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 成長し続けるネット広告市場

■ ビジネスモデル | マatchingプラットフォーム

- エンドユーザーとクライアントをWEB上でマatching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
- マatching数に応じた成果連動型マatching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

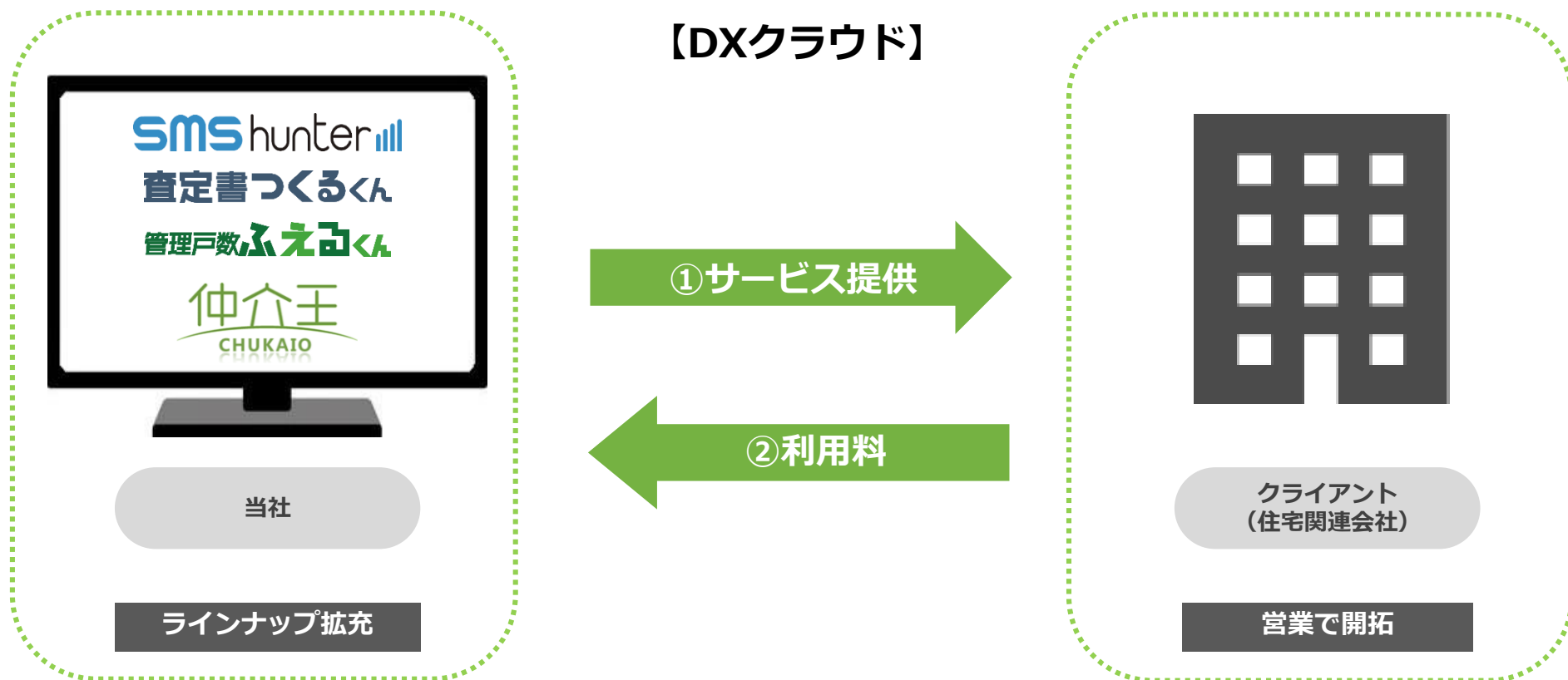
【マatchingプラットフォーム】



■ ビジネスモデル | DXクラウド

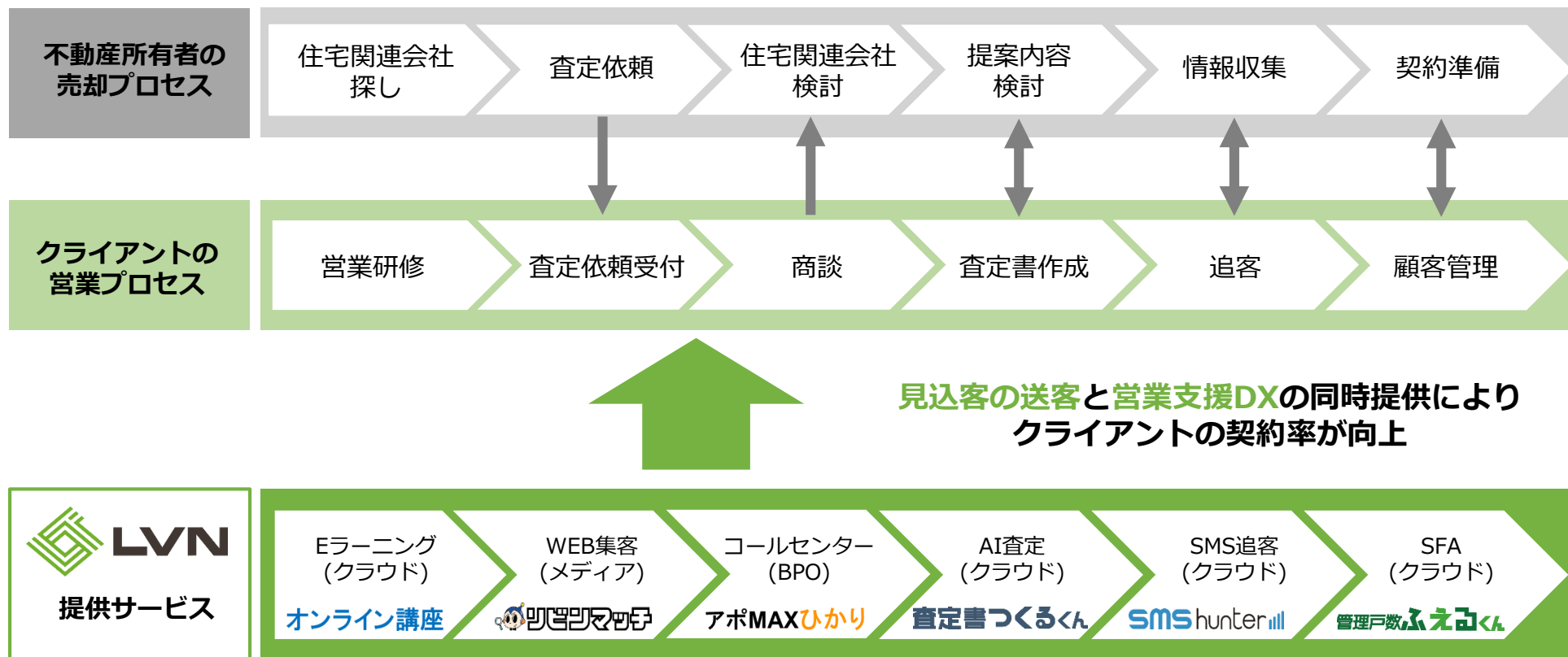
- 住宅関連業界向けに、業務効率化をはかるDXサービスをクラウドで提供
- SFA、SMS配信システム、AI不動産査定など
- サブスクリプション型サービスのため、クライアント数の増加により営業収益が積み上がる

【DXクラウド】



ビジネスモデル | メディアとDXが連携したシームレスなプラットフォーム

- クライアント（住宅関連会社）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」等クライアントの契約率をアップする業務支援クラウド（DX）をシームレスに提供
- 単なるメディアではない、メディアにDXがミックスされた「DXプラットフォーム」



ビジネスモデル | 住宅リユースを中心に不動産所有者を対象にしたサービス群

- マatchingプラットフォームは、住宅リユース領域を中心にエンドユーザーと企業のマatchingを行うメディア
- DXクラウドは、住宅関連企業の業務効率化を推進する

マatchingプラットフォーム

<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

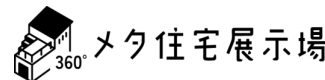
<非不動産売却領域>



- 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

DXクラウド

<DX領域>



- ⑩ SMS配信クラウド



- ⑪ AI査定書作成クラウド



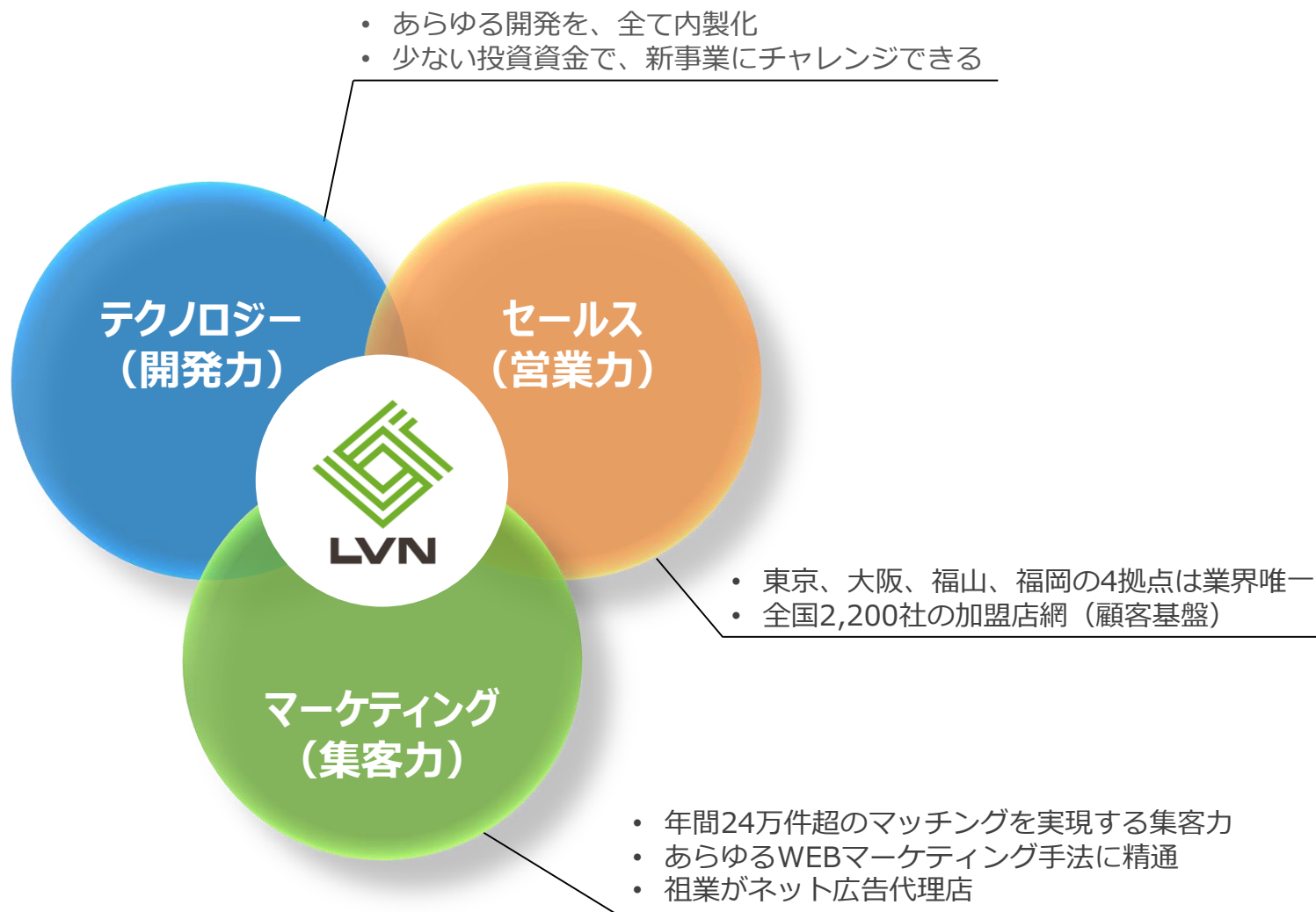
- ⑫ 賃貸オーナー・家主獲得SFA



- ⑬ FC向けクラウドシステム開発

三位一体の組織体制 | 全体像

■ 事業に必要な「開発」「マーケティング」「営業」を全て自社で行える三位一体の体制を構築



三位一体の組織体制 | テクノロジー（開発力）

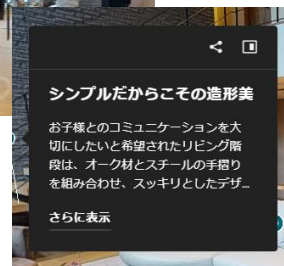
- 既存サービスの運用、新サービス開発ともに、全て自社で内製化



住宅リユース領域
バーティカルメディア



外壁塗装マッチングメディア
(リビンDX株式会社)



VR住宅展示場メディア

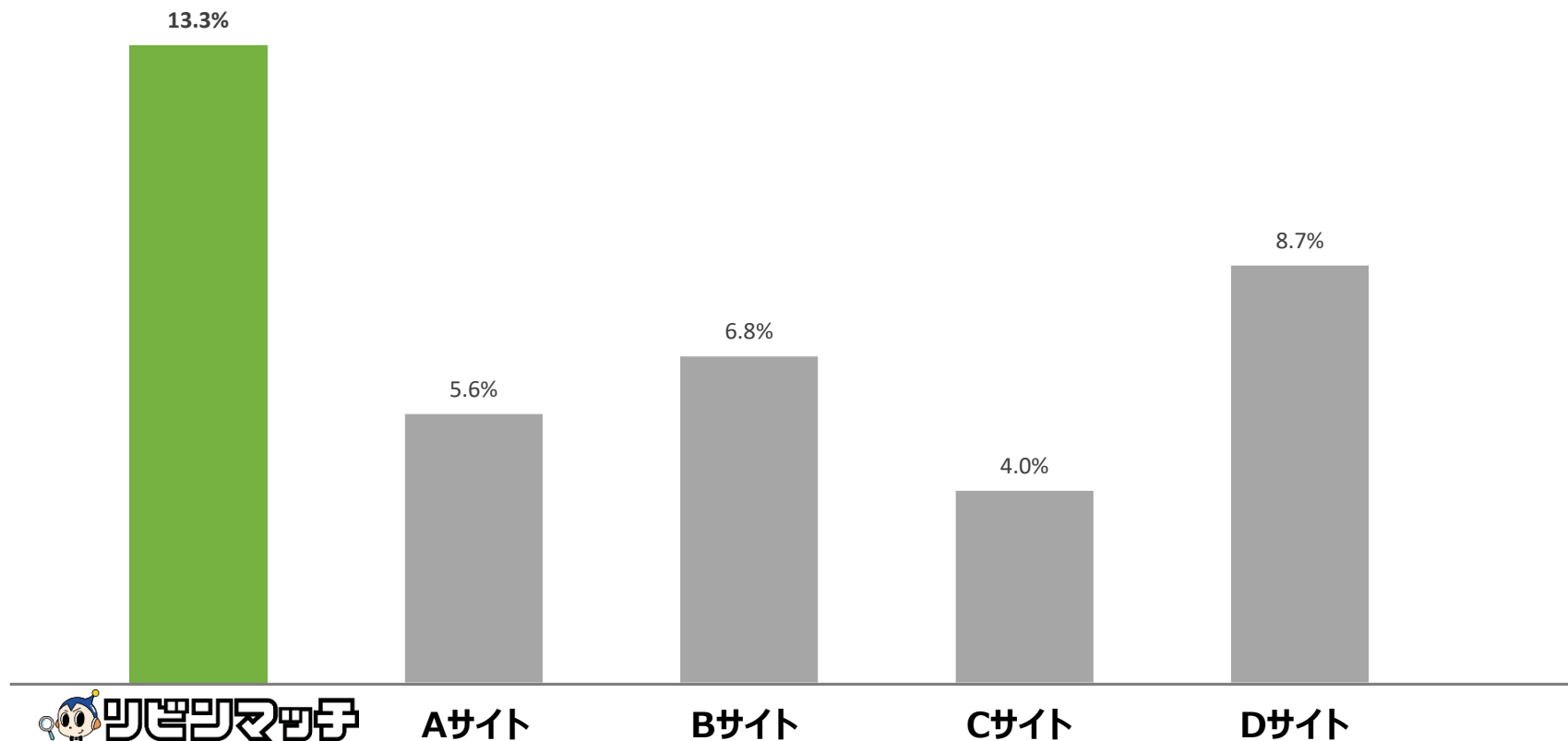
メタ住宅展示場

三位一体の組織体制 | マーケティング（集客力）

- 専門性の高いWEBマーケティングによる集客力、全国No. 1の認知度を獲得

不動産査定サイト全国認知度調査

調査期間 2023年9月19日～9月20日



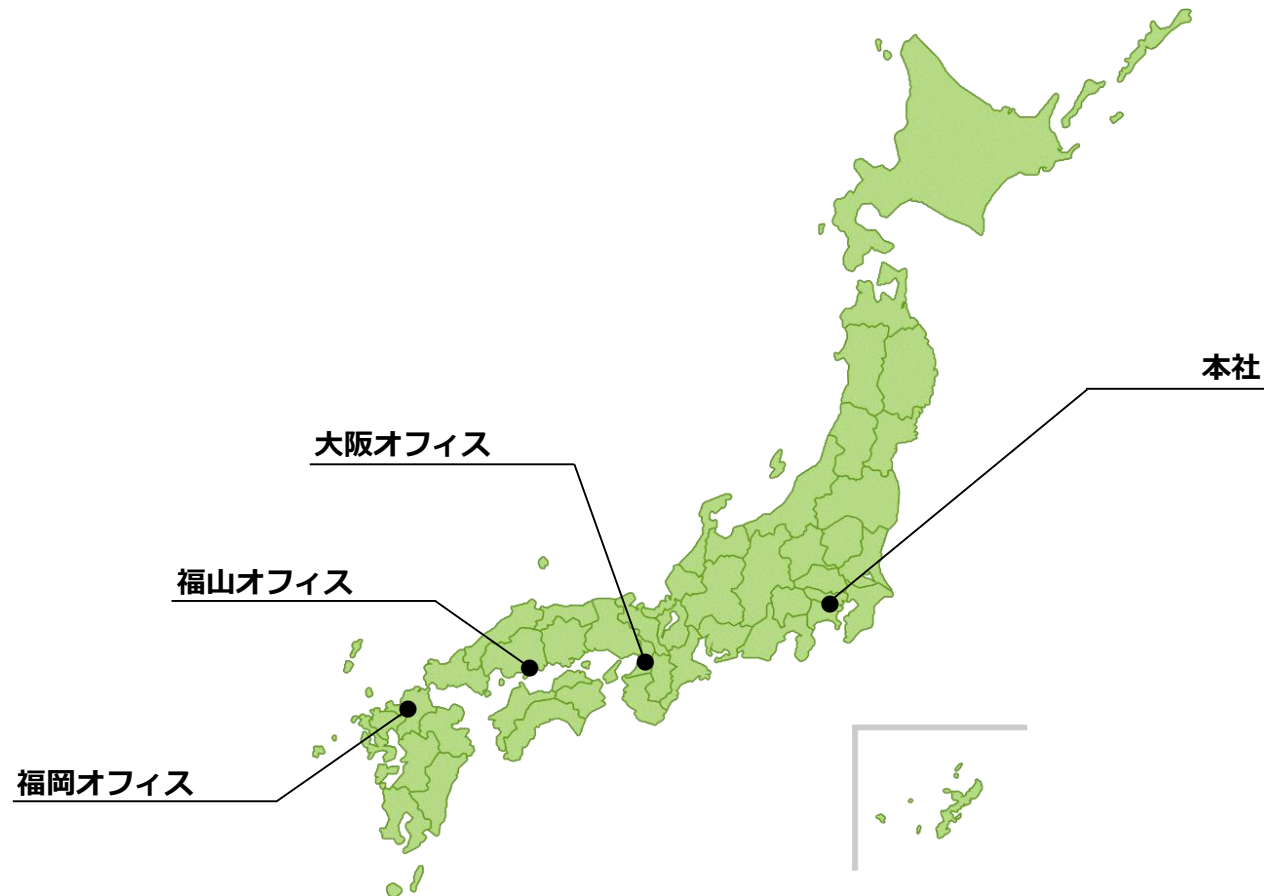
 **リビングテクノロジー**



※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

三位一体の組織体制 | セールス（営業力）

- 業界最大規模の人員数・全国4拠点の営業体制と、約2,200社のクライアント網
- 業界最大級の45名の営業人員
- 業界唯一、全国4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
- 2,200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
- 代理店を通さない直販方式で高い粗利率を実現



市場性 | 巨大な不動産業界の市場規模

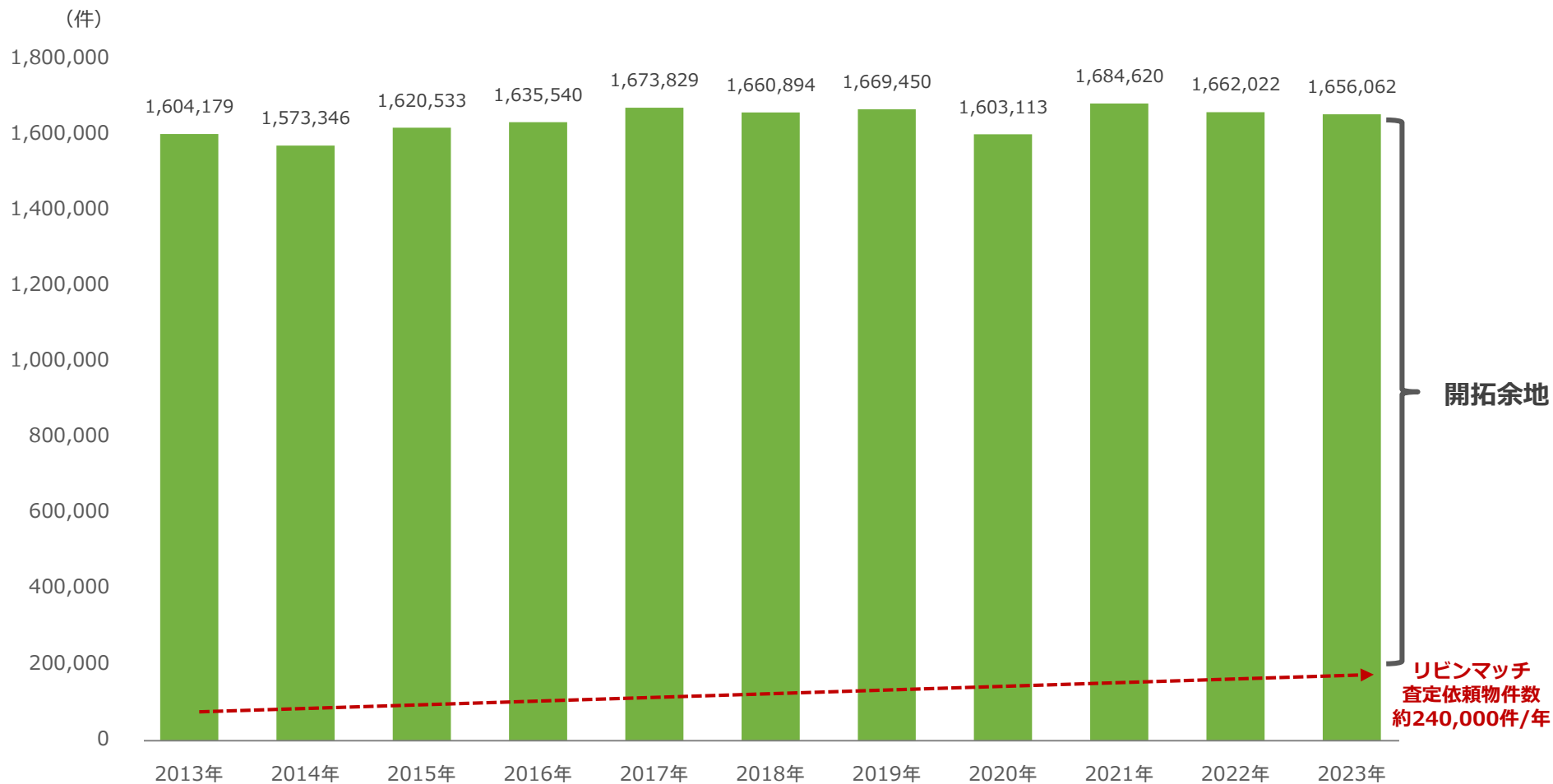
- 現在のサービス提供領域にとどまらない、当社を取り巻く巨大な市場の開拓余地



市場性 | 巨大な不動産業界の市場規模

- 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24万件で開拓余地が大きい

不動産売買登記件数の推移

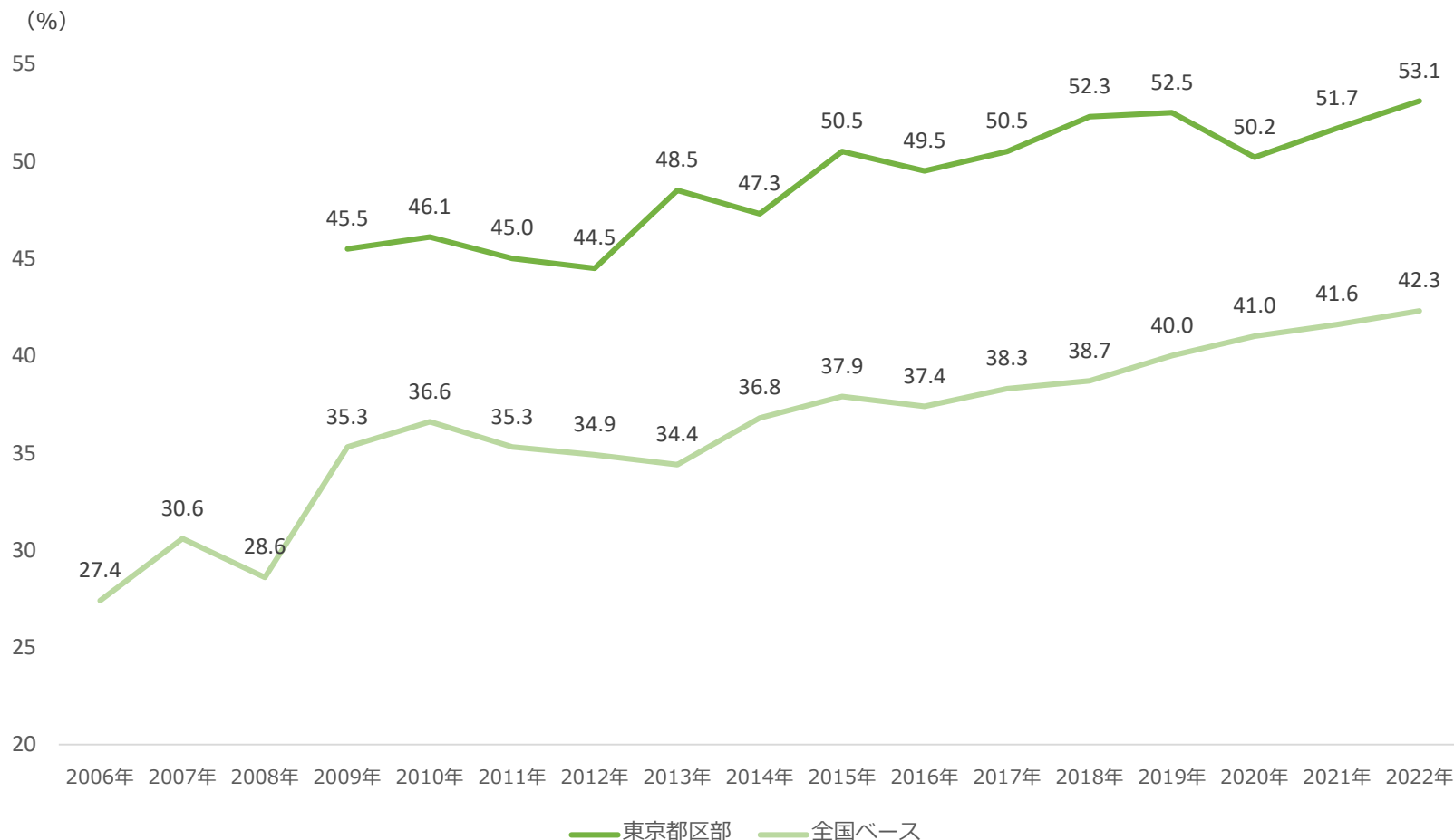


出所：法務局及び地方法務局管内別・種類別 土地の権利に関する登記の件数及び個数

市場性 | 住宅は、新築から「住宅リユース（中古）」の時代へ

- 全国における既存住宅の流通比率は、2006年から14.9ポイント上昇
- 特に東京都区部では、毎年上昇傾向で、高水準を維持
- 今後も、当社収益の基盤である査定依頼件数の増加が期待できる

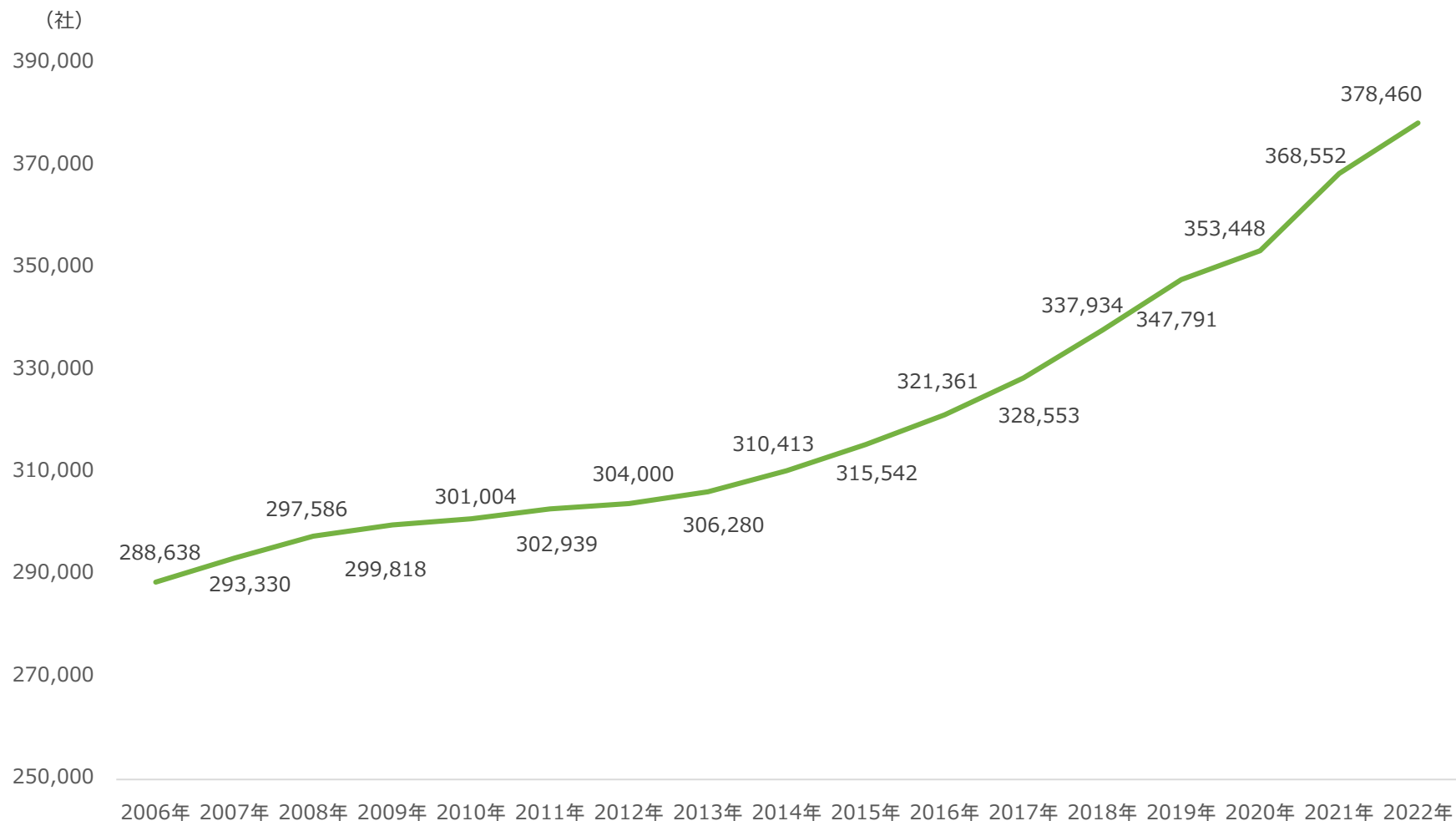
既存住宅の流通比率



市場性 | 年々増加する不動産業の法人数

- 当社のクライアントになり得る不動産業の法人数は右肩上がりに増加

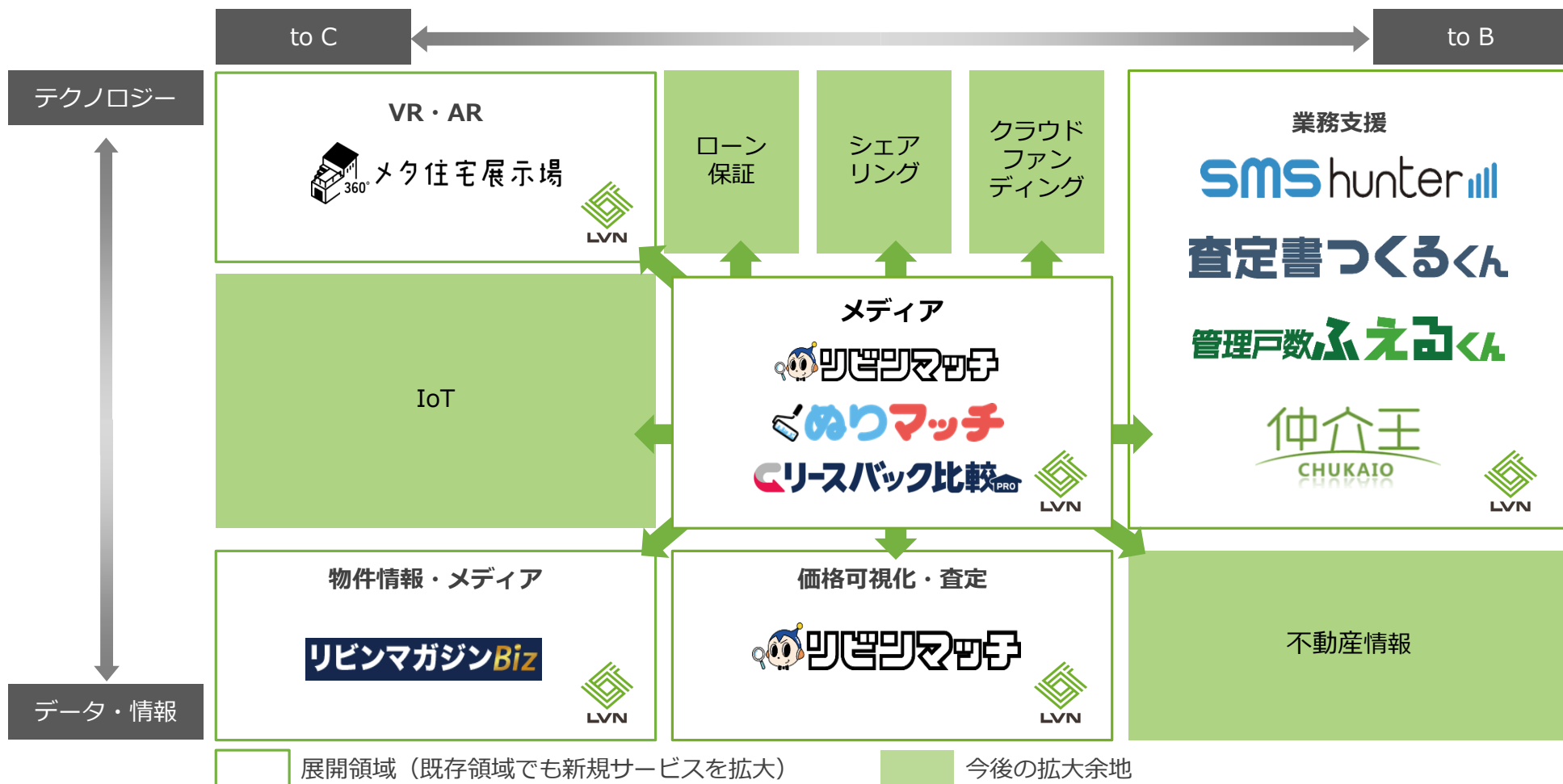
不動産業の法人数



出所：公益財団法人不動産流通推進センター 2024不動産業統計集

市場性 | 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

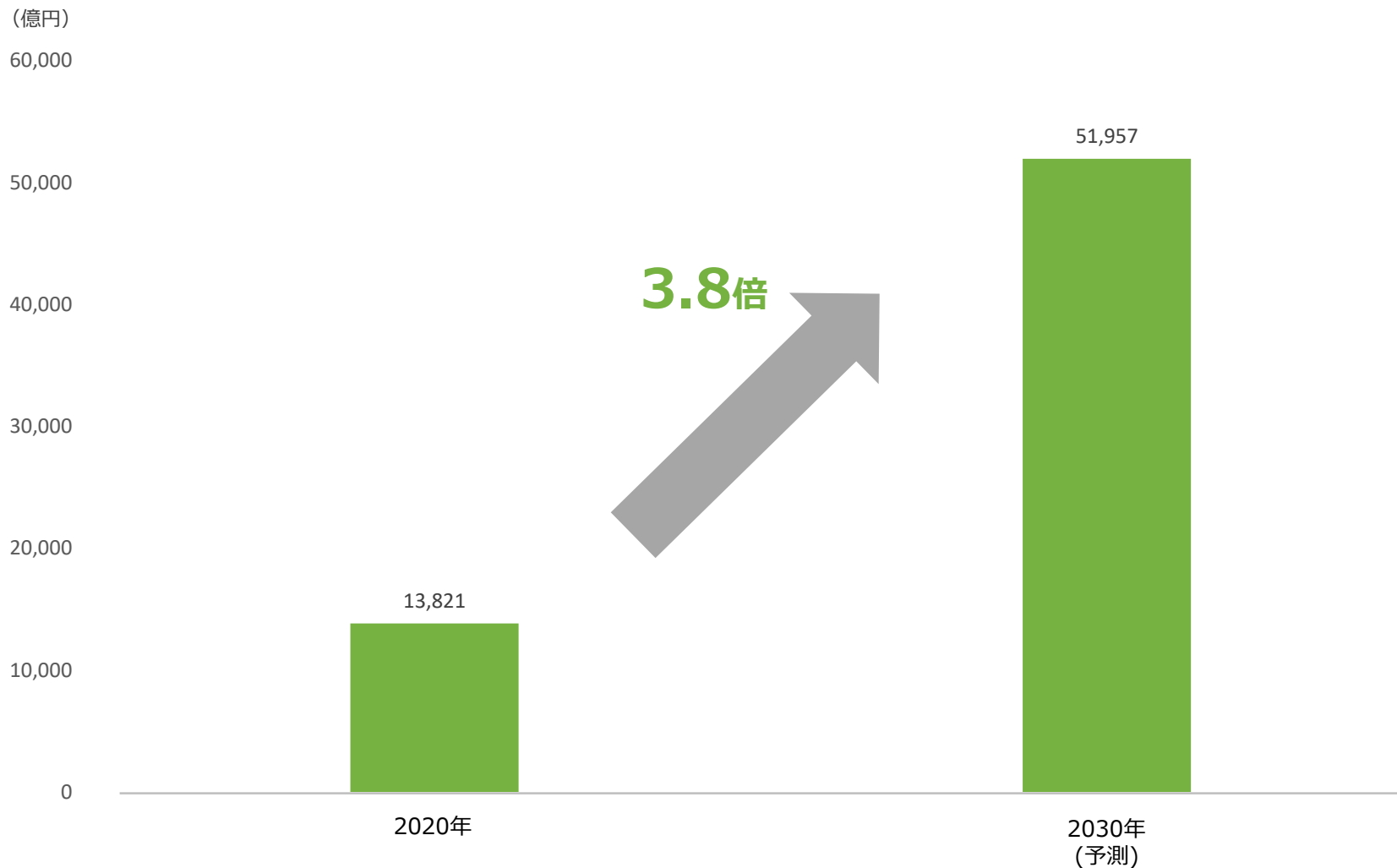


出所：一般社団法人不動産テック協会「不動産テック カオスマップ 第8版」より、当社作成

市場性 | 国内DX市場規模予測

- 国内のDX市場は、2020年度の1兆3,821億円から、2030年度には5兆1,957億円に成長する見通し

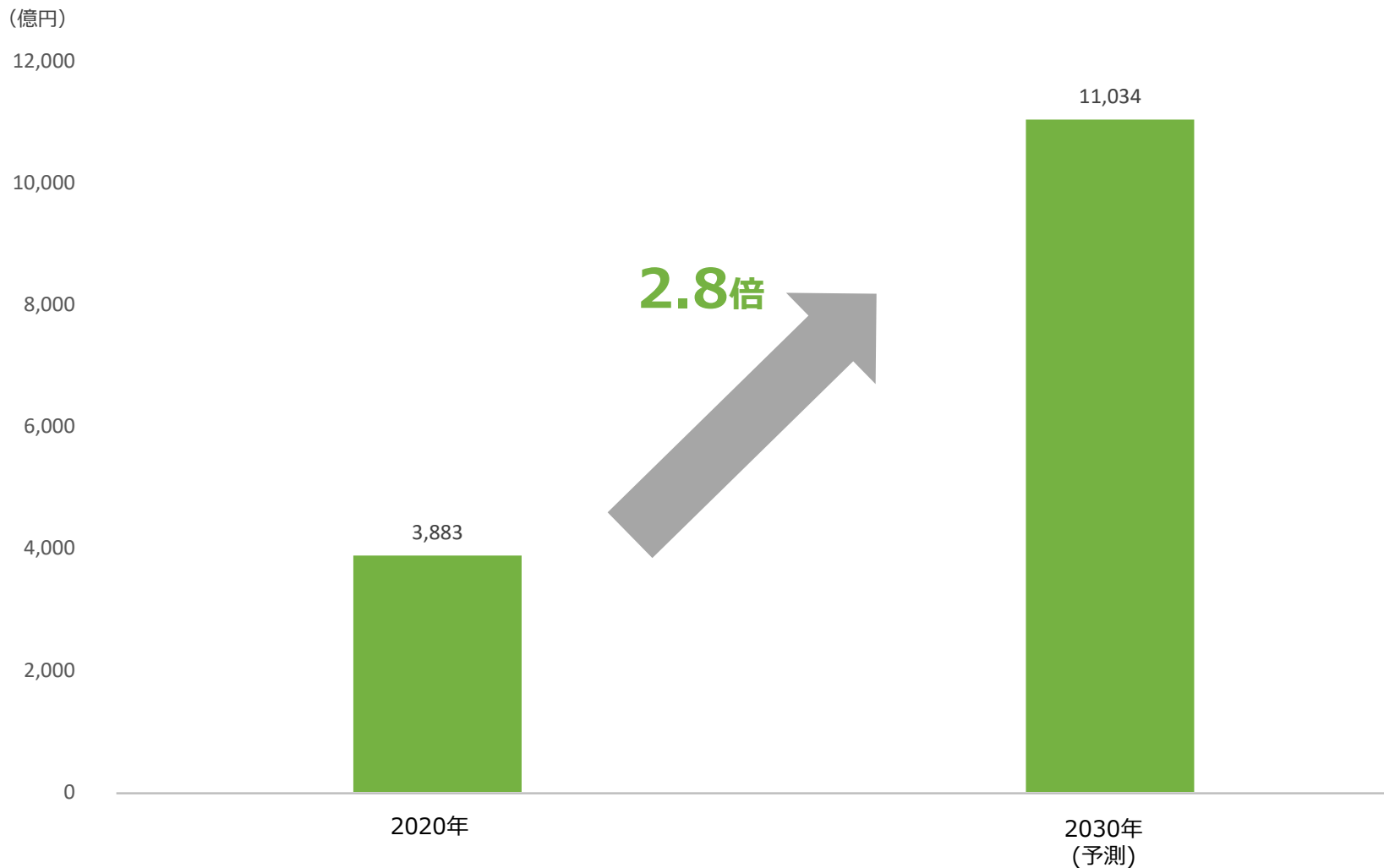
国内DX市場規模予測



市場性 | 成長がめざましいAI領域

- 国内のAI市場は、2027年度には推計で、1兆1,034億円と2022年度の約3倍に拡大

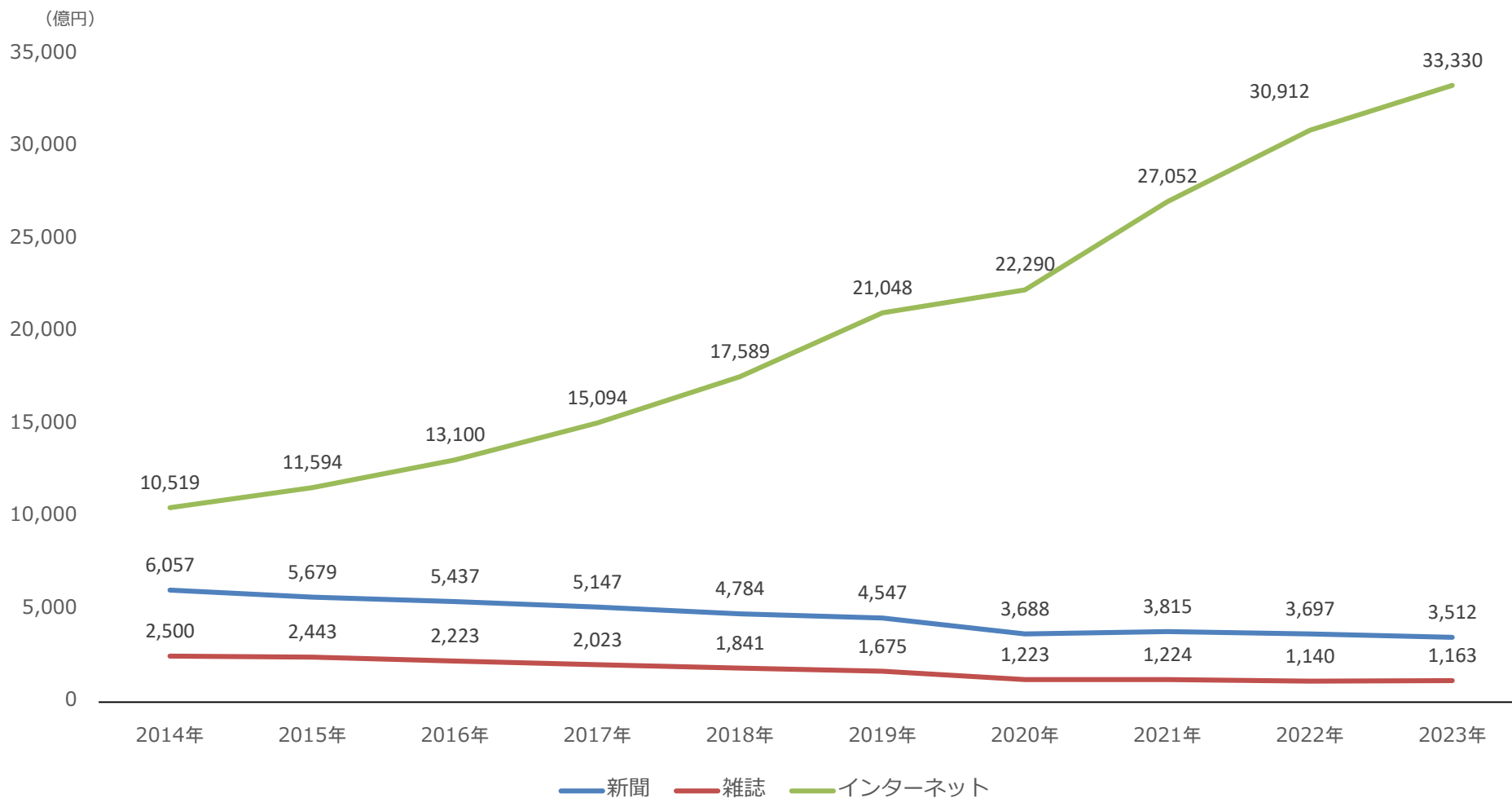
国内AI領域市場規模予測



市場性 | 成長し続けるネット広告市場

■ 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2023

■ 本資料の取扱いについて

- 本資料において提供される数値ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。
- これらは、現在における見込み、予測及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一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等が発生した場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の記載内容に関する更新・修正の義務を負うものではありません。



LIVING TECHNOLOGIES INC.