



2025 年 7 月 4 日

各 位

会 社 名 株式会社リベロ
代 表 者 名 代表取締役社長 鹿島 秀俊
コード番号 9245 東証グロース
問 合 せ 先 常 務 取 締 役 横川 尚佳
管 理 本 部 長
(メールアドレス: ir@livero.co.jp)

よくある質問と回答 (2025 年 6 月)

日頃より、当社へのご関心をいただきありがとうございます。2025 年 5 月 15 日に公表した 2025 年 12 月期第 1 四半期決算について、投資家の皆様よりいただいた主なご質問とその回答について、下記の通り公表させていただきます。

なお、本公表は決算説明会に参加いただけなかった投資家の皆様への情報発信を目的に公表させていただいております。回答内容については、時点のずれによって表現が若干異なる場合がございますが、直近の回答内容を記載しております。

Q1. 第 1 四半期の結果をどう捉えていますか？

A. 売上高につきましては、法人企業向けサービスにおける契約済クライアントからの依頼件数の減少や、不動産会社向けサービスにおける新規取引の開始時期が当初の計画より遅れたことなどにより、一部で計画を下回りました。一方で、法人企業向けサービスは前年を上回る新規契約数で推移しており、引越会社向けサービスでは「HAKO-Tec (ハコテク)」の契約件数が順調に増加していることから、全体としては概ね計画通りの水準で進捗していると認識しております。

今期は例年とは異なる進捗パターンを前提とした計画となっており、補足説明を「2025 年 5 月 15 日開示の決算説明資料 (20 ページ)」に記載しております。下記より詳細をご覧ください。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/9245/tdnet/2616747/00.pdf>

Q2. 売上総利益率が前年同期比で減少している要因を教えてください。

A. 2024 年 8 月の開示でも記載の通り、手数料体系を変更しているため、売上総利益率は低下しておりますが、それ以上に販促費が減少しておりますので、利益率としては改善されております。

Q3. 不動産会社向けサービスにおいて、単価が下がった理由を教えてください。

A. ユーザー単価の低い商品を利用するユーザーが増加したことが要因となっております。想定範囲内であり、第 2 四半期以降は改善見込みとなっております。

Q4. 販管費が増加した理由を教えてください。

A. 主に以下の3点が要因です。

1. 採用活動が前倒しで順調に進んだ結果、紹介料などの採用費、および人員増加による人件費が発生したこと
2. 想定より増加した引越案件に対応する外注費が増加したこと
3. 連結子会社において、新規契約に関連する人件費および広告費が想定を上回ったこと

1と2に関しては、第1四半期のみの一時的な費用であり、3については、第2四半期以降で対策済みでございます。

Q5. 連結子会社 TANT の販管費増加と今後の見通しについて教えてください。

A. 広告費などの新規契約に係る費用が想定より増加しました。この点につきましては体制の見直しを行い、第2四半期以降発生しないよう対策を完了しております。

Q6. 法人企業向けサービスにおいて、契約済みクライアントからの依頼件数が計画を下回った理由を教えてください。

A. ご契約後、運用開始の遅れや、一部案件が保留となる事例が発生いたしました。また、2024年問題の影響により、従来3月に集中していた転勤時期を分散させる企業が増加しており、それに伴い当社サービスの利用時期にもばらつきが生じております。こうした複合的な要因が重なった結果、依頼件数が当初の計画を下回ることとなったものと認識しております。

Q7. 日本の雇用環境の変化により、今後転勤は減っていくと考えているのですが、事業への影響はどのように考えていますか？

A. 日本の雇用環境の変化により、今後転勤ニーズが緩やかに減少していく可能性については、当社としても一定の影響があると見込んでおります。しかしながら、当社では転勤ニーズに限定せず、より幅広い法人ニーズに対応した事業展開を進めております。

具体的には以下のような取り組みを実施しております：

- ・転勤のない企業にも導入いただける福利厚生社宅サービス「ベネフィット社宅」
- ・外国人受け入れニーズに対応した「インバウンド事業」

こうした非転勤領域での法人需要を積極的に取り込むことで、転勤市場の縮小による影響を最小限に抑える方針です。

Q8. 新商材である EMERGENCY POWER BOX はどのようなサービスですか？

A. 災害時における電力および照明の確保を目的としたものであり、リース形式での提供であるため、ユーザーの初期導入負担を抑制できる点が特徴でございます。主な顧客は不動産管理会社や物件オーナーであり、現時点では同様の商品を導入しているマンションは少ないため、先行導入による差別化や先行者利益が期待できます。このサービスは防災グッズ等とセット販売をすることで安定的な需要も見込まれるため、継続的にサービスを提供できる方法を模索してまいります。

Q9. M&A でのインオーガニックな成長は検討しているのでしょうか？また、増資の可能性はありますでしょうか？

A. 当社としては今後の事業成長やサービス領域の拡張に資するものであれば、M&A について、選択肢の一つとして前向きに検討しております。また、増資の可能性につきましても、現時点において具体的な実施予定はございません。事業拡大や資本政策における必要性を総合的に勘案しながら、企業価値向上と株主価値の最大化を最優先に判断してまいります。いずれにおいても、重要な方針や決定事項が生じた際には、適時適切に情報開示を行ってまいります。

以上