

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ハウスコム

3275 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 15 日 (水)

執筆：客員アナリスト

清水陽一郎

FISCO Ltd. Analyst **Yoichiro Shimizu**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 3 月期の連結業績概要	01
2. 2023 年 3 月期の連結業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略と進捗状況	02
4. ESG を重視した経営	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業構成	04
■ 業績動向	04
1. 2022 年 3 月期の連結業績概要	04
2. 財務状況と経営指標	06
■ 今後の見通し	07
● 2023 年 3 月期の連結業績見通し	07
■ 中長期の成長戦略	08
1. 外部環境に左右されない収益構造を構築する	08
2. 同業・異業種との積極的業務提携により収益獲得機会の拡大、競争力の強化を図る	10
3. DX 推進によるビジネスモデルの変革とアフターデジタルに向けたノウハウの蓄積	11
4. 店舗数増加による規模の拡大と売買仲介への参入	12
5. 最高の顧客体験を提供するライフスタイルデザイナーへ	12
■ 積極的な ESG 経営	12
■ 株主還元策	13

要約

収益力はコロナ禍前の水準に回復、前期比で大幅な増収増益を達成 新成長戦略を着実に遂行し、 収益モデルの転換・競争力強化・生産性向上を実現 成長性と収益性に磨きをかけアフターコロナに備える

ハウスコム<3275>は、首都圏、中部圏、関西圏及び九州圏を中心に不動産仲介及び住まい関連サービスを提供する企業である。早くから IT の可能性に着目し、画期的なサービスの開発・提供や事業活動の生産性向上に注力してきたことから「不動産テックのハウスコム」と呼ばれてきた。IT の積極活用は高い成長性と収益性にも結実する。2017 年 3 月期～2020 年 3 月期（新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響が深刻化する以前）の営業収益（売上高）の年平均成長率（CAGR）は 8.8%、2019 年 3 月期の営業利益率は 9.9% と業界内でも優れた実績を残している。今後は IT とデータの活用をさらに推進し、「不動産 DX のハウスコム」として成長を加速させていく考えだ。

1. 2022 年 3 月期の連結業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、コロナ禍の影響を受けながらも段階的に社会経済活動が再開してきたことによって営業収益で前期比 15.5% 増の 14,206 百万円、営業利益で同 18.9% 増の 418 百万円、経常利益で同 6.7% 増の 614 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 19.4% 増の 372 百万円となり、大幅な増収増益を達成するとともに過去最高の営業収益を記録した。

2020 年 12 月に買収し、今年度より損益が反映されることになった株式会社宅都が、主要事業エリアである大阪中心部においてコロナ禍の深刻な影響を受けたことにより、連結決算は当初想定を下回ったものの（営業収益は予想比 -2.9%、営業利益は同 -15.2%、親会社に帰属する当期純利益は同 -23.3%）、既存事業（宅都を除いた営業収益）の業績は好調に推移した。2022 年 3 月期の営業収益は 12,775 百万円とコロナ禍の影響が深刻化する前の 2019 年 3 月期の 11,600 百万円を上回る結果を残した。連結営業収益に関してもコロナ禍の影響がまだ軽微だった 2020 年 3 月期を上回っている。また、収益力も回復してきた。第 4 四半期の営業利益は 847 百万円となり、2020 年 3 月期第 4 四半期の 825 百万円、2021 年 3 月期第 4 四半期の 707 百万円を共に大きく上回る結果を残した。

2. 2023 年 3 月期の連結業績見通し

2023 年 3 月期の連結業績について、営業収益で前期比 3.7% 増の 14,735 百万円、営業利益で同 6.9% 増の 447 百万円、経常利益で同 4.7% 増の 643 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 5.4% 増の 392 百万円と 2 期連続の増収増益、かつ過去最高の営業収益を見込んでいる。2021 年 12 月に策定した「新成長戦略」を着実に推し進め、増収増益を達成したい考えだ。具体的には、新規出店の加速、継続収入型サービスの拡充による収益構造の転換と多様化、DX 推進による最高の顧客体験の提供、生産性の向上など各種施策の実行によって営業収益、各利益を伸長させる計画である。

3. 中長期の成長戦略と進捗状況

同社は新成長戦略のもと、「事業領域拡大による収益構造の転換」「既存事業分野の競争力強化等」「店舗数増加による規模の拡大」「グループ経営を前進させるための内部体制の強化」の4つの施策を着実に推し進めている。これら4つの施策を着実に実行するために鍵となってくるのがDX（デジタルトランスフォーメーション：データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズに応じて、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること）だ。従前から「不動産テックのハウスコム」と言われていた同社はDXに関しても強力に推進している。データと統計手法を駆使した物件情報の提案による質の高い顧客体験の実現と、それによる営業面での競争力強化、質の高い顧客体験をオンライン上で提供することによる来店時の成約率向上、スマートレント（同社が賃貸物件を借り上げ転賃することによって、入居者は敷金などの初期費用と賃料を自由に設定できるサービス。同社には月々の賃料と手数料が継続的な収入として計上される）・スマートシステム PLUS（自主管理家主向けサービス。自主管理家主はビル管理業務などを同社のシステムを通して発注できる）など継続収入型サービスのリリースと拡販、RPAなどによる工数の削減などの施策を着実に実施してきた。

4. ESG を重視した経営

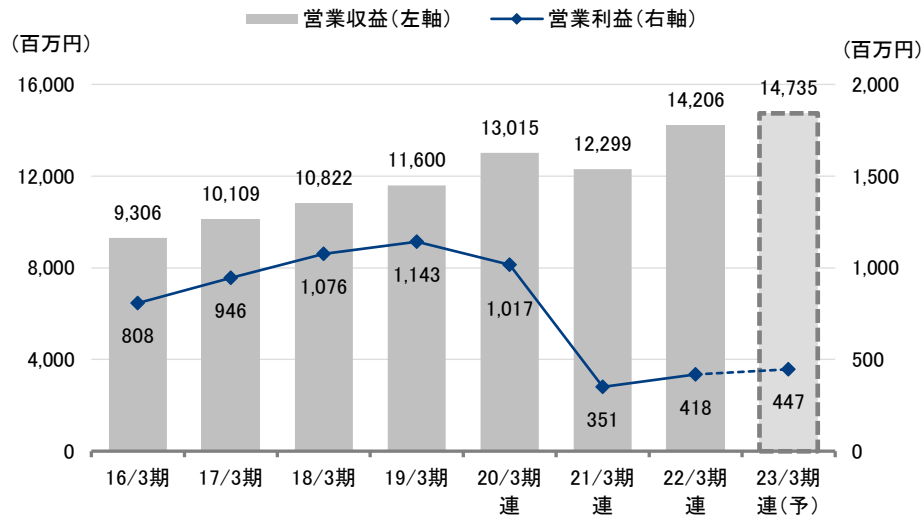
同社は昨今の社会の潮流を反映し、ESG 経営にも注力している（新成長戦略の「グループ経営を前進させるための内部体制の強化」においても多様な人材の受容などを掲げている）。再生可能エネルギーへの切替を34店舗（2022年3月期末時点）で実施するといった環境に配慮した事業活動や、女性の職員比率40.8%など多様性を重視した経営を実施している。また、同社取締役5人のうち、2人を社外取締役に充てるなど、経営に外部の目をいれることによってガバナンスの強化にも努めている。

Key Points

- ・ 2022 年 3 月期は前期比で大幅な増収増益
- ・ 計画未達も既存事業はコロナ禍以前の収益力を回復
- ・ 新成長戦略の着実な実行により 2023 年 3 月期も増収増益を目指す
- ・ 社会の変化に迅速かつ肯定的に対応し、ESG 経営にも注力

要約

通期業績の推移



注：20/3期より連結業績。22/3期より収益認識に関する会計基準を適用
出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

ITの可能性に早くから着目
サービス開発やテクノロジー面で革新的な取り組み進める
不動産テックからビジネスモデル全体を変革する
不動産 DX 企業への転換図る

1. 会社概要と沿革

同社は、首都圏、中部圏、関西圏及び九州圏を中心に不動産仲介及び住まい関連サービスを提供する業界有数の成長企業である。1998年に大東建託<1878>の100%出資子会社として設立。2003年に(株)ジューシー情報センターから首都圏及び東海圏の62店舗の営業権を取得し、店舗網の基盤とした。直営店の新規出店とともに、周辺業務(損害保険代理店・リフォーム工事取次・引越取次・広告代理店など)を取り込み、順調に業績を伸ばしてきた。「住まいを通して人を幸せにする世界を創る」というミッションを掲げ、「地域社会の玄関」と位置付ける店舗を通して入居者や家主に対してのお役立ちや地域密着を徹底。出店は関東、東海、関西を中心に大規模都市や人口流動性の高い地域に集中しており、2022年3月末時点で全国にハウスコム直営店182店舗・宅都直営店24店舗・FC店1店舗を持つ。グループの従業員数は1,195名。2011年6月に、大証JASDAQ市場に上場。2019年6月には東証2部、8月には東証1部にそれぞれ昇格。2020年3月期からは、M&Aにより2社を子会社化し、連結経営をスタートさせた。2021年3月には宅都を子会社化し、関西圏の店舗網拡充を加速している。

会社概要

2014 年 3 月に代表取締役社長に就任した田村穂（たむらけい）氏は、8 年にわたりリーダーシップを発揮し、収益構造を改善・維持しながら、事業規模を拡大してきた。この 8 年間に、積極的かつ立地を吟味した店舗網の拡大、Web や AI といった IT ツールの積極活用、リフォーム事業への進出・拡大などを成功させている。特筆すべきは、IT がビジネスに与える可能性に早くから着目してきたことだ。画期的なサービスの開発・提供や事業活動の生産性向上に注力し「不動産テックのハウスコム」と呼ばれてきた。2015 年現地に外向かなくとも物件の内見が可能な「オンライン内見」を、2016 年にはチャットで部屋探しの相談ができる「マイボックス」サービスをリリースしている。経済産業省が、IT システムのあり方を中心に、日本企業が DX を実現していくうえでの現状の課題の整理とその対応策の検討を行うことを目的とした「デジタルトランスフォーメーションに向けた研究会」を設置した年が 2018 年ということを見ると、同社、及び代表取締役社長の田村氏がいかにも先見性を持っているかということが分かるだろう。今後は DX によりバリューチェーンからバリュージャーニーへの拡大、ビジネスモデルの変革を実現し、最高の顧客体験の提供と収益性のさらなる向上を目指す構えだ。

2. 事業構成

同社の事業セグメントは、2020 年 3 月期から「不動産関連事業」と「施工関連事業」の 2 分類に変更された。「不動産関連事業」は、住宅を探す個人に対して、アパートやマンションなどの賃貸物件を紹介し、成約時に不動産仲介手数料を得るサービスが基本となる。仲介業務の進行にあたり、関連サービスとして、入居者募集用の広告掲載依頼への対応、引越・損害保険等の各種サービスの取次業務、契約更新業務なども手掛ける。「施工関連事業」は、不動産仲介を契機として原状回復工事やリフォーム工事、鍵交換、サニタリー工事などのほか、外部のリフォームや改修工事などを行う。住む人と部屋をつなぐという点では両事業は類似する事業である。

今後は、仲介手数料を得るという「売り切り型」の収益モデルに加えて、スマートレントやスマートシステム PLUS などの「継続収入型」のサービスも新たな収益基盤として育てていく方針だ。将来的には自社単体、または他社との提携により顧客体験の各接点に対応したサービスを提供するリテンション収入モデルへの移行を計画しており、同社の収益基盤はより強固になっていくことが予想される。

業績動向

2022 年 3 月期の営業収益は過去最高を記録し大幅増収増益 コロナ禍の影響受け想定未達も収益力はコロナ禍以前の水準に回復

1. 2022 年 3 月期の連結業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、コロナ禍の影響を受けながらも段階的に社会経済活動が再開してきたことによって営業収益（売上高）で前期比 15.5% 増の 14,206 百万円、営業利益で同 18.9% 増の 418 百万円、経常利益で同 6.7% 増の 614 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 19.4% 増の 372 百万円となり、前期比で大幅な増収増益を達成するとともに過去最高の営業収益を記録した。

ハウスコム | 2022 年 6 月 15 日 (水)

3275 東証プライム市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

業績動向

2020 年 12 月に買収し、今年度より損益が反映されることになった株式会社宅都が、主要事業エリアである大阪中心部においてコロナ禍の深刻な影響を受けたことにより、連結決算は当初想定を下回ったものの（営業収益は予想比 -2.9%、営業利益は同 -15.2%、親会社に帰属する当期純利益は同 -23.3%）、既存事業（宅都を除いた営業収益）の業績は好調に推移した。2022 年 3 月期の営業収益は 12,775 百万円とコロナ禍の影響が深刻化する前の 2019 年 3 月期の 11,600 百万円を上回る実績を残した。連結営業収益に関してもコロナ禍の影響が軽微だった 2020 年 3 月期を上回った。また、収益力の回復も業績に現れてきた。第 4 四半期の営業利益は 847 百万円となり、2020 年 3 月期第 4 四半期の 825 百万円、2021 年 3 月期第 4 四半期の 707 百万円を大きく上回る結果となった。

セグメント別の業績は、不動産関連事業の営業収益が 12,832 百万円（前期比 19.3% 増）、営業利益が 2,010 百万円（同 2.4% 増）となった。国内経済活動が少しずつ活発化していくとともに多くの地域で転居需要の回復が見られるなか、同社のきめ細かい営業施策の工夫の成果が鮮明に表れ、仲介件数も同 3,941 件増の 7 万 6,220 件に伸長した。店舗数の減少は、主に事業環境の変化に対応した統廃合によるものだ。店舗数が減ったなかで仲介件数が増加しているのは、新成長戦略の効果により店舗あたりの生産性が上昇している証左である。施工関連事業の営業収益が 1,374 百万円（同 10.9% 減）、営業利益が 87 百万円（同 11.5% 増）となった。施工関連事業は、営業収益こそ前期比でマイナスとなったものの、原価・経費の削減に努めた結果、利益の面では前年を上回る結果での着地となった。

2022 年 3 月期は、成長性、収益性の面で将来の見通しが明るいことを示す結果を残した。この背景にあるのは、新成長戦略（後述）の着実な実行であると弊社は考える。

2022 年 3 月期連結業績

（単位：百万円）

	21/3 期		22/3 期		前期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
営業収益（売上高）	12,299	-	14,206	-	15.5%
営業利益	351	2.9%	418	2.9%	18.9%
経常利益	576	4.7%	614	4.3%	6.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	312	2.5%	372	2.6%	19.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

財務体質は非常に健全 流動比率 213.5%、固定比率 69.5% で手元流動性にも問題なし ROE は今後の回復が期待される

2. 財務状況と経営指標

2022 年 3 月期末時点の同社の財務状況は、親会社に帰属する当期純利益が 372 百万円と堅調に推移したことにより純資産の部の利益剰余金が 355 百万円増加している。利益剰余金は 2019 年 3 月期以降順調に増加しており、事業活動の結果としてしっかりと利益を積み上げてきたことが窺える。

利益の積み上げの結果、自己資本比率は 66.4% まで改善している。また、流動比率と固定比率がそれぞれ 213.5%、69.5% であり、長短の手元流動性にも全く問題がないと言える。キャッシュも 45 億 4500 万円としっかりと積み上がっており、同社の財務健全性は高いと弊社は考える。

収益性に関しては、低下傾向にあるものの、新成長戦略の下に強化された成長性・収益性によって今後、回復していくものと弊社では見ている。ROA が減少した要因は、コロナ禍の影響を受け、利益水準が下がる中で積極的な IT 投資を行ってきた結果である。これらの投資は 2023 年 3 月期以降に実を結んでいくものとする。ROE に関してはコロナ禍以前の 2019 年 3 月期が 15.6% と非常に高い数値を出していたことから、今後、利益水準が回復していく中で再び高まっていくことが予想される。

キャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益の増加等により営業活動によるキャッシュ・フローが 767 百万円となり、前期比 514 百万円と大幅に増加している。投資活動によるキャッシュ・フローが 228 百万円となった。主な要因は無形固定資産の取得による支出だが、営業キャッシュ・フローの範囲内で賄われており、健全な投資活動であると言える。無形固定資産を見てみると、2019 年 3 月期末時点の 73 百万円から 2022 年 3 月期末時点の 1,862 百万円と大幅に増加している。この点からも同社が IT を積極的にビジネスに取り入れ、競争優位を強化しようとしていることが窺える。

業績動向

連結貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期末	21/3 期末	22/3 期末	増減額
流動資産	6,919	6,717	4,976	5,459	482
現金及び預金	6,321	5,940	4,170	4,545	375
固定資産	2,488	3,085	4,876	4,719	-157
無形固定資産	73	575	1,987	1,862	-124
資産合計	9,408	9,802	9,853	10,178	325
流動負債	2,710	2,655	2,528	2,557	28
固定負債	662	687	812	832	19
負債合計	3,373	3,342	3,340	3,389	48
純資産合計	6,034	6,459	6,512	6,789	276
利益剰余金	5,326	5,719	5,753	6,108	355
負債純資産合計	9,408	9,802	9,853	10,178	325
<安全性>					
流動比率 (流動資産÷流動負債)	255.3%	253.0%	196.8%	213.5%	-
固定比率 (固定資産÷純資産)	41.2%	47.8%	74.9%	69.5%	-
自己資本比率 (自己資本÷総資産)	63.8%	65.6%	65.8%	66.4%	-
<収益性>					
ROA (総資産当期純利益率)	9.5%	6.9%	3.2%	3.7%	-
ROE (自己資本利益率)	15.6%	10.8%	4.8%	5.6%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2023 年 3 月期は 2 期連続の増収増益を目指す 新成長戦略の着実な実行で成長性・収益性を強化 本格的な業績回復局面に備える

● 2023 年 3 月期の連結業績見通し

2023 年 3 月期の連結業績について、営業収益で前期比 3.7% 増の 14,735 百万円、営業利益で同 6.9% 増の 447 百万円、経常利益で同 4.7% 増の 643 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 5.4% 増の 392 百万円と 2 期連続の増収増益、かつ過去最高の営業収益を見込んでいる。2021 年 12 月に策定した「新成長戦略」(後述)を着実に推し進め、増収増益を達成したい考えだ。具体的には、新規出店の加速、継続収入型サービスの拡充による収益構造の転換と多様化、DX 推進による最高の顧客体験の提供・生産性の向上などの各種施策の実行によって営業収益、各利益を伸長させることを計画している。

2023 年 3 月期の業績予想に関して弊社は、達成の可能性は十分にあると考える。コロナ禍になる前(2017 年 3 月期～2020 年 3 月期)の同社の営業収益 CAGR は 8.8% であり、2019 年 3 月期の営業利益率は 9.9% と事業の成長性が元々高いこと、収益性も回復してきていることなどが理由だ。

今後の見通し

また、同社はもともと業績計画を保守的に開示する傾向があり、計画の上方修正が多く見られる会社である。新成長戦略の実行により高まった成長性と収益性を考慮すると予想を上回る業績で着地する可能性もあり、投資家の注目度は今後大きく高まっていくと弊社は考える。

2023 年 3 月期通期業績予想

	22/3 期		23/3 期		
	実績	対売上比	予想	対売上比	前期比
営業収益	14,206	-	14,735	-	3.7%
営業利益	418	2.9%	447	3.0%	6.9%
経常利益	614	4.3%	643	4.4%	4.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	372	2.6%	392	2.7%	5.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

新成長戦略の下で安定した収益基盤の確立・競争力の強化を実行 DX 推進でビジネスモデルを変革、 アフターデジタルでの優位性を確立する

同社は 2021 年 12 月に新成長戦略について発表した。新しい事業ポートフォリオへの転換と成長の加速に向けて、「事業領域拡大による収益構造の転換」「既存事業分野の競争力強化等」「店舗数増加による規模の拡大」「グループ経営を前進させるための内部体制の強化」の 4 施策を着実に推し進め、3 年後の 2025 年 3 月期には営業収益 167 億円、営業利益 11.9 億円、ROE10.9%、8 年後の 2030 年 3 月期にはそれぞれ 196 億円、21.3 億円、12.3% の達成を目指す方針だ。店舗数に関しては 2030 年 3 月期までに 262 店舗に拡大することを計画。新成長戦略の下で各施策が着実に実行されている。

1. 外部環境に左右されない収益構造を構築する

新成長戦略は、コロナ禍の発生によって同社の収益構造が外部環境の影響を受けやすいこと、事業の成長性が店舗数の増加ペースに比例していることなどを課題として策定されたものであり、同戦略のもと、DX による収益基盤の安定化に注力してきた。

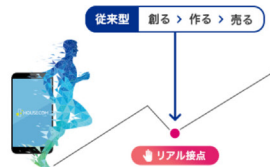
従来、同社の主な収入源は各種手数料であったため、会計上の売上総利益率がほぼ 100% で、限界利益率が非常に高いビジネスモデル（売り切り収入モデル）だった。そのため、事業環境が交点・悪化を繰り返すような局面では、業績が不安定になる傾向があった。今後は、顧客との各接点において継続的にサービスを提供するリテンション収入モデルへ移行し、安定的な収益確保を図っていく。売上高に占めるストック収入の割合が高まり、外部環境の動向に左右されない収益構造になることが推察される。また、ストック収入の割合が増える中で利益率も高まっていくものと弊社は予想する。

中長期の成長戦略

「売り切り収入」モデルから「リテンション収入」モデルへの拡張

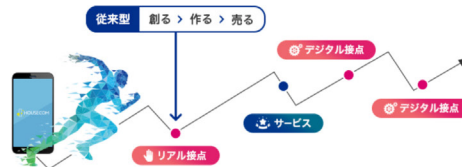
バリューチェーン から バリュージャーニー への拡大へ

今まで：プロダクト中心
＝バリューチェーンが重要
＝バリューチェーンの担当機能のみでの価値提供
＝ある一時点でのみ収入を得る



出所：ホームページより掲載

これから：エクスペリエンス中心
＝バリュージャーニーが重要
＝バリュージャーニーを通して様々な接点で継続的に価値を提供
＝リテンション収入を得るモデルへ



具体的には、2021 年 10 月にリリースされた「スマートレント」と同年 12 月にリリースされた「スマートシステム PLUS」といった継続収入型サービスである。

スマートレントは転居の際にかかる初期費用をゼロに抑えることができるという点が特徴だ。これにより、入居のハードルを下げるができる。ここ数年増加傾向にある「引越し時の初期費用を抑えたい」という入居者ニーズに応えることで住み替えのライフサイクルを早め、仲介件数の増加を図るという狙いもある。このサービスの仕組みは、オーナーや管理会社から同社が物件を賃借し転賃。入居者は初期費用額や賃料を自由に設定し、自身の資金計画に沿った形でキャッシュ・フローを組み立てることができる。同社は月々の賃料にスマートレントシステム利用料を上乗せした金額を営業収益として受け取る仕組みだ。また、入居者向けに鍵の故障対応、ガラス破損への対応、水回りのトラブルサポートなどのサービスも提供。これらサービスは無料と有料が組み合わせられており、定期的な収益に加えて、入居者のサービス利用状況に応じた追加的な収益を期待することもできる。

スマートレントについては現在特許出願中であり、同サービスは同社の優れた企画力を表す商材の 1 つと言える。また、このスキームは同社がまず物件を借りることからスタートするものであるが、これは高い財務安全性が前提となっており、総じて同社の強みが反映されたサービスであると弊社は評価する。

同社スマートレントサービスの概念図

ハウスコムスマートレントの仕組み

- ☑ あなたが選んだお部屋をハウスコムが借りて貸す
- ☑ ライフスタイルに併せて家賃デザインをお手伝い
※ハウスコムスマートレント利用料がかかります。
※家具家電レンタルプランあり。詳しくはお問い合わせください。



初期費用と家賃を自由に設計できる

出所：ホームページより掲載

ハウスコム | 2022 年 6 月 15 日 (水)
3275 東証プライム市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

また、スマートシステム PLUS は自主管理家主向けの継続収入型サービスである（2020 年にリリースされた「スマートシステム」への反響が大きかったことを受けて利便性をさらに高めたサービス）。1 部屋 1,650 円の料金でスマート内見による空室募集から滞納保証・入居者サポート、退去立会まで各ステップにわたって充実したサポートを受けることができるほか、共用部の清掃や法定点検といったビル管理業務など適宜必要なサービスをシステムから簡単に発注することが可能になる。同社にとっては加入部屋数に応じた定期収益、サービス利用状況に応じた追加収益を安定して得ることができるサービスとなっている。

同社の強みの 1 つとして自主管理家主（不動産管理会社に委託せずに自ら所有物件を管理する家主のこと）との太いパイプを挙げることができる。実際、直近 3 年で自主管理家主物件を仲介した家主様数が 3.3 万名になっている。自主管理家主の開拓余地はまだ大きく、そういった意味でスマートシステム PLUS の伸び代も大きいと言えるだろう。新規に自主管理家主を獲得することにより、同社の売上に占めるストック収入の割合が高まっていくものと弊社は考える。

スマートシステム PLUS の主なサービス内容

スマートシステム PLUS
ハウスコム × BMクラウド



WEB上から簡単に自主管理に必要な商材を発注いただけるシステムです。

共用部 清掃	法定点検	建物 軽作業	共用部 緊急駆付
おすすめ サービス	空室募集	空室対策 商材	その他商材

出所：ホームページより掲載

2. 同業・異業種との積極的業務提携により収益獲得機会の拡大、競争力の強化を図る

「既存事業分野の競争力強化等」に関しても着実に計画は進行している。2021 年 7 月には「オンライン内見」サービスを提供する株式会社 Tryell との連携をさらに深化させ、同社の全国直営店で管理する所有物件データを「オンライン内見」情報サイトにて検索することを可能にした。また、同年 12 月には先述の株式会社アミックスとの提携により「ハラッパ団地・草加運営企画プロジェクト」を開始した。これらの施策によって同社が独占的に関与できる仲介件数を増やし、収益獲得機会を拡大している。将来的には、仲介にとどまらず、様々な業種の企業と提携し新サービスを提供していくことも視野にいれており（ハラッパ団地・草加においてはイベント企画会社と共同でイベントの企画・運営をすることによって、地域との接点を強化し、認知度の向上から集客促進につなげていく施策も計画しているという）、同社の競争力が高まっていくと同時に収益源が多様化していくことが期待される。

また、2021 年 12 月には株式会社サカイ引越センターとの業務提携により、スマートレントの対象に引っ越し代金を追加すると共に家具家電のレンタルサービスの提供も開始している。これにより「完全 0 円」での引っ越しが可能になり、顧客への訴求力が高まることは間違いないと言っても過言ではないだろう。

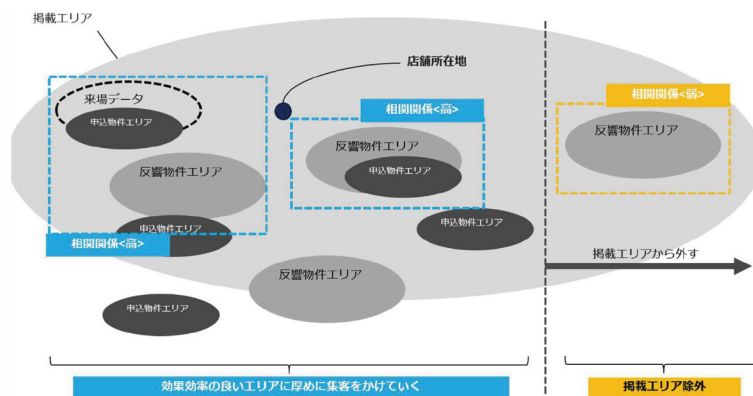
3. DX 推進によるビジネスモデルの変革とアフターデジタルに向けたノウハウの蓄積

賃貸業界でも DX が進み、5 年後には「業界の壁が崩壊」、「体験が軸になる」。その中で同社は「データを制する者が未来を制す」という考えのもと、DX を活用したビジネスモデルの変革を積極的に推進している。2022 年 3 月には未来に向けた DX 戦略の取り組みが評価され、「DX 認定事業者」の認定を取得した。

同社は DX によるビジネスモデルの変革として、データと統計手法を駆使した顧客への物件情報の提供に向けた準備を着実に進めている。具体的には、データを活用した顧客ニーズによりマッチする情報の提供や、多視点クラスタリングという統計手法を用いて顧客自身も気づいていなかった潜在的なニーズを顕在化し、顧客納得度の高い情報の提供を目指す。これらの取り組みにより顧客は従来よりも購買意欲（賃貸契約を結ぶことに対する意欲）の高い状態で来店することが想定され、成約率の向上が期待される。

また、社内の活動に対しても積極的に IT を活用し、コスト効率や生産性の向上を実現している。例えば、各ポータルサイト（SUUMO などの物件情報を一覧できるサイトのこと）のデータと同社来店以降のデータを組み合わせることによって顧客ニーズの高いエリアを選定。成約率が高いことが見込まれるエリアに効率的に物件情報を掲載し、広告宣伝費の効率化を実現している。さらに、事務処理の RPA・ペーパーレス化、オンライン内見、IT 重説（重要事項説明をオンライン上で行うこと）などの各種施策によって社員あたりの生産性も向上している状況だ。

データを活用した掲載エリア選定のイメージ図



各ポータルサイトデータ×ハウスコム来店以降データの掛け合わせによって掲載エリアを選定するロジックを構築。掲載エリアの特定に有効なアルゴリズムを構築し、顧客ニーズのあるエリアへ情報掲載。
出所：会社提供資料より掲載

将来的には、上記施策によって蓄積したノウハウを活用し、リアルがデジタルに包含されるアフターデジタルの世界において競争優位を強化することを目指している。具体的には同社の強みの一つであるリアル店舗も活用しながら、顧客体験の各接点においてデータに基づくサービスを提供し、最高の顧客体験を提供。顧客生涯価値の最大化を図っていく。

顧客体験が重要になってくるなかで、他社に先駆けて IT の活用に着手した同社が保有する大量のデータは強みになると言える。これらに基づいたサービスが競合他社との差別化要因になるとともに、顧客体験の各接点においてサービスを提供するリテンション収入モデルへの移行による継続的な収益確保は同社の財務基盤をより強固にしていくと弊社は考える。

4. 店舗数増加による規模の拡大と売買仲介への参入

コロナ禍の影響を受けて 2022 年 3 月期には店舗数増加による規模の拡大と売買仲介分野への参入における具体的な進展は見られなかったものの、2023 年 3 月期から積極的に実行していく構えだ。具体的には、甲信越地方への初出店を計画しているほか、茨城県へ 5 店舗目を出店する計画を立てている。また、売買仲介分野への参入については、同社に自主管理家主から現在も多数の売買情報が寄せられており、これらの情報に基づき土地の売買を内製化し、新たな収益源に育てていく考えだ。

5. 最高の顧客体験を提供するライフスタイルデザイナーへ

同社は、「住まいのデザインカンパニー」になることを目指している。自社の事業を仲介という領域に留めず、「ライフスタイル全般に渡って顧客に価値を提供する」と広く捉えることによって、新たな事業機会の創出、収益源の確立が活発化されることを期待したい。

■ 積極的な ESG 経営

企業市民として ESG 経営を積極的に推進 ESG 投資の呼び込み、優秀な人材の確保、 斬新なアイデアの創出に期待

同社は新成長戦略の「グループ経営を前進させるための内部体制の強化」において「多様な人材・多様な働き方の受容」を定めており、ESG 経営にも注力している。

環境（Environment）への取り組みは、エコカーの導入、LED 照明への切り替えを推進しているほか、34 の店舗で再生可能エネルギーへの切り替えを実施した。

積極的な ESG 経営

同社が取り組んでいる環境行動と期待される効果

環境に対するアクション	温室効果ガスの抑制・削減		資源消費量の抑制	産業廃棄物の削減・適切な処理
	エネルギー使用量削減	再生可能エネルギーへの切替		
各拠点照明のLED電球への切替	○			○
基幹業務システムのクラウド化	○		○	
オンライン接客の導入と顧客ニーズに合わせた活用	○			
営業車両のエコカーへの切替	○			
専門の運転指導員によるエコドライブ指導	○			
再生可能エネルギーを利用した電力会社への切替		○		
申し込み手続きの電子化	○		○	
契約更新手続きの電子化	○		○	
事務帳票のシステム化をはじめとするペーパーレス推進			○	
法令（廃棄物処理法、家電リサイクル法など）を遵守した廃棄物処理の実施				○

出所：ホームページより掲載

社会（Social）への取り組みにおいては、全従業員に占める女性比率の割合が 40.8% まで高まっている。また、2020 年 11 月には日本の企業及び団体における LGBTQ など性的マイノリティのダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体である work with Pride が策定した職場における LGBTQ など性的マイノリティに対する企業の取り組みを評価する指標で「シルバー認定」を取得するなど、多様性を尊重し、積極的に経営に取り込んでいる。

企業統治（Governance）においては取締役のうち社外取締役の占める割合が 40%、社外監査役の比率が 66.7% と外部の目をいれて企業統治を積極的に強化しているほか、取締役候補者（新任／重任を問わない）の適性及び取締役の業務執行状況の評価等を行う指名評価委員会、支配株主（親会社）との利益が相反する重要な取引について審議・検討を行う利益相反取引等審議委員会などの特別委員会も組織し、企業活動の透明性の向上に努めている。

ESG 経営に積極的な姿勢は投資家からの資金を呼び込むだけでなく、優秀な人材の確保にもつながると弊社は考える。良き企業市民として ESG 経営を推進する中で、多様なバックグラウンドをもった優秀な人材が集まれば従来はなかったようなアイデアが生まれ、魅力的な新ビジネスにつながっていくことも大いに期待できる。

株主還元策

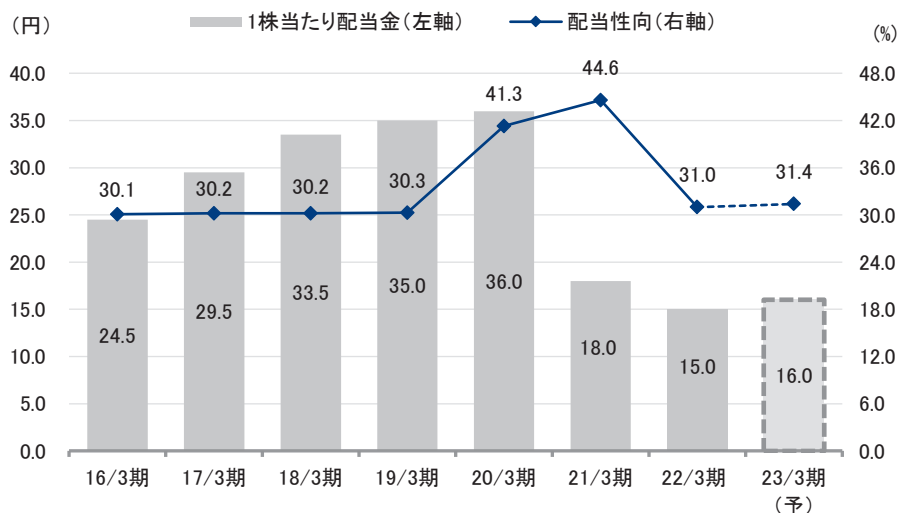
2022 年 3 月期は減配も配当性向 30% は維持 今後は業績の拡大に伴い増配が予想される

同社は株主還元策として配当を実施している。企業価値を継続的に拡大し株主に利益を還元することを重要な経営課題と位置付けており、配当性向 30% の継続を基本方針としている。2022 年 3 月期はコロナ禍の影響を受け、1 株あたり年間配当金は前期より 3 円少ない 15 円、配当性向 31.0% となった。

株主還元策

「配当性向 30%」はコロナ禍の影響があるなかでも維持しており、今後業績の拡大にともない配当も増配されていくものと弊社は考える。特に、新成長戦略の着実な実行により成長性、収益性、双方が高まっている同社は、今後の成長スピードが加速することが予想され、配当の成長率が高まる可能性もあると弊社は分析する。

1株当たり配当金と配当性向



注：2018 年 4 月 1 日付で普通株式 1 株につき 2 株の割合で株式分割を行っているため、18/3 期以前の数値は遡及修正している

出所：決算短信よりフィスコ作成

株主優待について、同社は 2020 年に新優待制度となる「ハウスコム・プレミアム優待倶楽部」を開始した。保有株式数に応じて優待ポイントが贈呈され、好きな商品と交換できる。個人投資家のなかでも、配当に優待を含めた実質利回りといった株式のインカムゲインによる評価をベースとして、コロナ禍収束後の業績回復シーンにおいて株価上場を検討する志向のある投資家層が注目することが想定できる。

株主優待ポイント表

保有株式数	進呈ポイント数	
	初年度	2 年目以降
200 株 ~ 299 株	3,000 point	3,300 point
300 株 ~ 599 株	5,000 point	5,500 point
600 株 ~ 999 株	10,000 point	11,000 point
1,000 株以上	20,000 point	22,000 point

出所：ホームページよりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp