

ホリスティック企業レポート リベロ

9245 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2021年10月1日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20210930

引越し・転勤する個人と不動産・引越し・電力・ガス・インターネット回線事業者等をマッチングさせる移転者サポート事業を展開

アナリスト:阪東 広太郎 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【 9245 リベロ 業種 : サービス業 】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2019/12	1,900	-	219	-	221	-	143	-	31.6	132.0	0.0
2020/12	2,136	12.4	315	43.3	318	43.5	225	57.0	47.4	196.2	0.0
2021/12 予	2,394	12.1	344	9.2	331	4.1	220	-2.0	45.0	-	0.0

(注) 1. 連結ベース
2. 2021/12期の予想は会社予想
3. 普通株式について、2021年6月9日付で1:50の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】
株価 1,448円 (2021年9月30日)	本店所在地 東京都港区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 5,258,000株	設立年月日 2009年5月13日	S M B C 日興証券
時価総額 7,614百万円	代表者 鹿島 秀俊	【監査人】
上場初値 1,940円 (2021年9月28日)	従業員数 97人 (2021年7月末)	有限責任監査法人トーマツ
公募・売価格 1,400円	事業年度 1月1日~12月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎年3月	

> 事業内容

◆ 移転者サポート事業を展開

リベロ(以下、同社)グループは、同社及び連結子会社 1 社(リベロビジネスサポート)で構成されており、転勤・引越しを行う個人の部屋探しや引越し手配、電力・ガス・インターネット回線等のライフラインの手配において、個人の様々なニーズに基づいて事業者を選択・提案し、個人と不動産事業者・引越し事業者・ライフライン提供事業者等をマッチングさせる事を主とした「移転者サポート事業」を展開している。同社グループは「移転者サポート事業」の単一セグメントだが、売上高は「新生活ラクっと NAVI」、「転勤ラクっと NAVI」及び「HAKOPLA・WEB」の3つの事業部門に区分される。21/12 期第 2 四半期累計(以下、上期)における売上構成比は、新生活ラクっと NAVI 事業が 50.7%、転勤ラクっと事業が NAVI44.4%、HAKOPLA・WEB 事業が 4.9%である(図表 1)。

【 図表 1 】 事業部門別売上構成

事業部門の名称	2020/12期			2021/12期 第2四半期累計期間	
	販売高 (千円)	構成比 (%)	前期比 (%)	販売高 (千円)	構成比 (%)
新生活ラクっとNAVI	1,387,647	64.9	6.4	737,721	50.7
転勤ラクっとNAVI	675,310	31.6	23.1	647,202	44.4
HAKOPLA・WEB	73,624	3.4	57.8	71,475	4.9
合計	2,136,583	100.0	12.4	1,456,399	100.0

(注) 端数処理のため合計と一致しない
(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 新生活ラクっと NAVI 事業

新生活ラクっとNAVI 事業では、転居する個人(以下、転居者)が、引越し事業者の手配、電力・ガス・インターネット回線などのライフラインの手配を一括で行うことができる「新生活ラクっと NAVI」サービスを提供している。転居者は「新生活ラクっと NAVI」を利用することで、転居に必要な手続きの手間を省くことができ、様々なサービスを比較検討することが可能になる。

「新生活ラクっと NAVI」は主に不動産事業者を通して転居者に提供されている。不動産事業者で転居先を決めた転居者に対して、不動産事業者は「新生活ラクっとNAVI」の案内を行い、承諾を得た上で、同社グループに転居者のサポートを依頼する。同社グループのコールセンターが転居者の希望条件をヒアリングし、最適と考えられるサービスを提案する。サービスが決まった後は、転居者を引越し事業者や新電力^{注1}事業者、ガス小売り事業者^{注2}、インターネット回線事業者等のライフライン提供事業者に取り次いでいる。この他、「新生活ラクっと NAVI」では、レンタル家具・家電や不用品回収等のサポートを実施しているが、引越し相見積もりとライフラインに関するサービスの仲介が売上高の大半を占めている。

注1) 新電力

16年4月の電力小売の完全自由化後に、新たに参入した小売電力事業者が販売する電力

注2) ガス小売事業者

17年4月のガス小売の全面自由化後に、新たに参入したガス小売事業者

同社グループは、転居者から対価は受け取らず、提携する引越し事業者やライフライン提供事業者から、成約の都度、成功報酬を受け取る。成功報酬は事業者ごとに相対で決まっているが、平均するとインターネット回線が最も高く平均で約4万円であり、引越し、電力、ガスと続く。

紹介先となる不動産事業者に対して、送客数や成約数に応じて紹介手数料を支払っている。紹介手数料の金額は不動産事業者ごとに相対で決まっている。「新生活ラクっと NAVI」に登録する不動産事業者等は全国展開する大手事業者から地場事業者まで多岐にわたり、21年6月末時点で、1,025社に達している。

◆ 転勤ラクっと NAVI 事業

転勤ラクっと NAVI 事業では、法人企業向けのクラウド転勤支援サービス「転勤ラクっと NAVI」、クラウド賃貸契約サービスである「ワンコイン転貸」及び「ヘヤワリ」を提供している。同社によると、21/12 期上期において「転勤ラクっと NAVI」が同事業の売上高の大半を占めている。

「転勤ラクっと NAVI」では、法人企業で発令された人事異動により転居が伴う転勤者がサービスの利用者となり、総務人事担当部門は「転勤ラクっと NAVI」を転勤者に周知した上で、同社グループに転勤者のサポートを依頼するところから始まる。

法人企業と事前に取り決めた契約条件の中で、転勤者の要望に合致する新生活に関連する様々なサービス提供において事業者を選定し、同社グループが提供するクラウドサービスを通じて依頼する。

収益モデルとして、同社グループは法人企業や転勤者から対価は受け取らず、「転勤ラクっと NAVI」で提携する不動産事業者や引越し事業者、ライフライン提供事業者と転勤者が成約した場合に、不動産事業者や引越し事業者、ライフライン提供事業者から成功報酬を受け取る。

「転勤ラクっと NAVI(ヘヤワリを含む)」を利用する法人企業は大手企業や官公庁が中心で業種は多岐にわたるが、全国に多数の拠点をもち転勤件数の多い流通・サービス業が多く、21年6月末時点で、2,379社である。

法人企業の窓口は総務人事担当部門が大半である。多数の転勤者に対する部屋探しや引越し業者の手配などの手間を低減する手段を検討する中で「転勤ラクっと NAVI」を導入するようである。法人企業とのコンタクトの経路は総務人事関係の大規模イベントが中心である。同社はこれらのイベントに出展し、企業の担当者との接点を作った後、営業担当者が直接営業を行っている。上記に加えて、人材派遣事業者等の総務人事担当部門と接点を持つ販売代理店や、同社グループの株主でもあるベネフィット・ワン(2412 東証一部)から紹介を受けるケースもある。

「ワンコイン転貸」は、同社の連結子会社であるリベロビジネスサポートが法人企業に替わって、不動産管理会社又は家主と賃貸借契約を締結し、その上で転貸人として法人企業と転貸借契約を締結する転貸サービスである。法人企業は転借した部屋に転勤者を住まわせることになる。同社グループは、「転勤ラクっと NAVI」を利用している法人企業より、部屋探し及び引越し手配のみならず、社宅の管理まで委託したいという要望を受け、「転勤ラクっと NAVI」のオプションサービスとして、19年11月に「ワンコイン転貸」を開始した。

法人企業の総務人事担当部門の担当者は、「ワンコイン転貸」を活用することで、クラウド上で社宅として契約している部屋の管理ができる。個別の社宅契約は全て電子契約であり、更新及び解約をクラウド上で完結することができる。「ワンコイン転貸」では、転貸方式を採用することにより、法人企業は転勤者ごとの賃貸借契約書が不要となるなど、業務の効率化などのメリットがある。

同社グループは法人企業より、管理戸数に応じた月額管理手数料を受け取っている。一戸当たりの月額管理手数料は500円(税別)に設定されており、サービス名もこれに由来している。

21年6月末時点で「ワンコイン転貸」を導入する法人企業の数はいは107社であり、管理戸数は2,784戸である。

「ヘヤワリ」は個人契約向けのクラウド賃貸契約サービスであり、法人企業に対して、従業員向けの無料の福利厚生サービスとして提供している。法人企業の従業員は、「転勤ラクっと NAVI」と同様のサポートを無料で利用できる事に加えて、転居先の家賃について割引を受ける事ができる。

「ヘヤワリ」では、法人企業の従業員が希望する部屋を同社の子会社であるリベロビジネスサポートが借上げ、法人企業の従業員に貸し出す転貸借方式を採用しているため、転貸料金を同社が設定することが可能となり、入居者である法人企業の従業員向けに家賃の割引(21年6月末時点で、同じ部屋に住む期間、毎月の家賃を2,000円、最大24カ月の割引を提供。当該割引は、提携不動産事業者で部屋の申し込みをした上で、同社グループが貸主となる転貸借契約を締結した場合に適用される)を提供している。従業員は物件を探す際は、「ヘヤワリ」上で検索するか、インターネット等で希望する物件を見つけた後、「ヘヤワリ」に希望物件が記載されているかを確認する。法人企業の従業員は不動産事業者が提示している家賃に対して上記の割引を受ける事ができる。

同社グループは、「転勤ラクっと NAVI」は法人企業の転勤者のみがターゲットのため、市場規模が限定的と考え、法人企業の従業員の個人的な転居に伴う、部屋選び・引越し事業者の手配・ライフラインの手配のサポートまで事業領域を拡大するために、20年9月に「ヘヤワリ」を開始した。サービス開始当初は「ワンコイン転貸」と同様に法人企業に対して一部屋当たり月額500円を課金していたが、総務人事部門の担当者にとって従業員個人の住居については社宅のような管理効率化のニーズは無く、21年4月より無料化した。

同社グループは法人企業や従業員から対価は受け取らず、不動産事業者や引越し事業者、ライフライン提供事業者等と顧客の間で取引が成約した際に、不動産事業者や引越し事業者、ライフライン提供事業者等から成功報酬を受け取る。

入居者である従業員に対する家賃割引の条件として、顧客は家賃保証については、ヘヤワリと提携する家賃保証事業者と契約することが必須であり、電力は同社グループが提携する新電力から選択し、契約することが推奨されている。これらの先から得る報酬が家賃割引の原資となる。

「ヘヤワリ」を利用するのは「転勤ラクっと NAVI」と同様の大手企業や官公庁及び、転勤者数の少ない中堅・中小企業の従業員である。

◆ HAKOPLA・WEB 事業

HAKOPLA・WEB 事業では、引越しプラットフォームサービス「HAKOPLA」及び、「引越しラクっと NAVI」という2つのサービスを展開している。同社に

よると、21/12 期上期における売上高構成は「HAKOPLA」が約 5 割、「引越しラクっと NAVI」が約 5 割である。

「HAKOPLA」では、引越し事業者同士のマッチングにより、引越し事業者のコスト削減・利益率アップを支援している。また、資材の配送及び回収、作業員一人では運送ができない大型家具配送、人材に関するマッチングや引越しに利用する車両の燃料共同購入によるコスト低減や鉄道輸送の共同利用も行っている。

引越し繁忙期となる 3～4 月に、引越し事業者から取引を断られてしまう「引越し難民」が発生する一方で、引越しを提供したくてもできない引越し事業者が存在する事が社会的な課題になっている。同社は、この課題の原因は、4 月を起点とした一斉就職・一斉就業という制度に起因する引越しサービスの需給バランスの崩壊に加えて、エリア限定で営業する引越し事業者が抱えるエリア外への引越しに対する採算性の低さがあると考え、この原因を解決すべく、18 年 6 月に、当時提携する約 60 社の引越し事業者の中から、課題解決に意欲を示す全国約 30 社(発足当初)の引越し事業者と共に年 4 回の実務者協議(後にハコプラ協議会、ハコプラ定例会)を実施してきた。実務者協議を通して、サービスメニューの開発、システム開発、提携のためのルールの制定等に取り組み、19 年 7 月より「HAKOPLA」を開始した。

同社グループはマッチングが成立した際に、マッチング金額の一定割合を、マッチングした両社から受け取る。21 年 6 月末における「HAKOPLA」の参加引越し事業者数は 86 社であり、20/12 期において、自社の保有する引越し案件を他の引越し事業者に任せたいとして「HAKOPLA」に登録された案件数は 9,207 件である。

「引越しラクっと NAVI」は、「転勤ラクっと NAVI」を個人向けに仕様変更したサービスである。「転勤ラクっと NAVI」を利用した法人企業の総務人事担当部門の担当者や転勤者から、自身の個人的な転居でも同様のサービスを受けたいという声を受け、15 年 5 月から提供を開始した。

「引越しラクっと NAVI」では、利用を希望する個人が WEB サイト上で直接同社グループにサポートを依頼し、コールセンターは本人の要望に沿ってサポートを行い、本人の希望に合致するようにライフライン提供事業者や引越し事業者等にサービス提供を依頼する。サポート内容は「転勤ラクっと NAVI」と同様である。「引越しラクっと NAVI」の利用者はサポートサービスを無料で利用することができ、同社グループはライフライン提供事業者や引越し事業者等から成功報酬を受け取る。

◆ 主要サービスのサポート件数の推移

「新生活ラクっと NAVI」の主要サービス(電力・ガス・インターネット回線などのライフラインサービスや引越し相見積もりサポートサービス)のサポート依頼件数(複数のサービスを利用するサービス利用者が存在するため、サポート依頼件数はサービス利用者の重複を含む延べ件数)は17/12期に引越し事業者からの送客受付を段階的に停止した影響もあり、16/12期の158,427件から157,147件に減少した。18/12期に電力及びガスの取扱を開始し、転居者にとっての利便性が増したことから、19/12期には282,225件まで増加した。20/12期には新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため、前期比0.8%増の284,359件に留まった。

「転勤ラクっと NAVI」の主要サービス(部屋探し・引越し相見積もりサービス)のサポート依頼件数(複数のサービスを利用するサービス利用者が存在するため、サポート依頼件数はサービス利用者の重複を含む延べ件数)は、サービス依頼者である法人企業の増加を受けて、16/12期の12,810件から20/12期の26,597件まで年率20.0%で拡大した。

◆ 提携事業者の構成

同社グループは、21年6月末時点で、サービス提供者として372社の不動産事業者、77社のライフライン提供事業者、86社の引越し事業者と提携しているが、売上高はインターネット回線事業者を中心に少数の提携事業者に偏る傾向がある(図表2)。21/12期上期において、ソフトバンク(9434 東証一部)及びNTT(9432 東証一部)の子会社であるNTTぷららの2社で総売上高の37.4%を占めている。これらの先は成功報酬の単価が高いため、売上高が大きくなるようである。

【 図表 2 】 主要相手先別売上収益

相手先	2019/12期		2020/12期		2021/12期 第2四半期累計期間	
	販売高	構成比	販売高	構成比	販売高	構成比
	(千円)	(%)	(千円)	(%)	(千円)	(%)
ソフトバンク	709,440	37.3	746,159	34.9	433,971	29.8
NTTぷらら	255,475	13.5	228,348	10.7	110,565	7.6

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ サービスの提供体制

同社グループの従業員の配置は、法人営業約20名、不動産事業者営業約20名、コールセンター約20名、営業事務・転貸事務約20名、コーポレート約10名、システム数名である。上記に加えて、コールセンター及び転貸事務においては1日8時間換算で年間平均125名のアルバイトや派遣社員を臨時雇用している。

> 特色・強み**◆ 提携事業者の多さ・不動産事業者への成約確度の高い個人の送客**

同社グループの特徴は、①提携する引越し事業者やライフライン提供事業者の数が多く、特定の事業者ではなく、個人のニーズに応じて複数の事業者を紹介できること、②「転勤ラクッと NAVI」と「ヘヤワリ」で不動産事業者に対して入居確度の高い転勤者や転居者を送客できることにありと証券リサーチセンターでは考えている。

引越しは、個人がライフライン等を見直す機会になるため、引越し事業者だけでなく、ライフライン提供事業者にとっても重要な事業機会である。不動産事業者は引越しが確定した個人を、引越し事業者やライフライン事業者へ紹介できるため、多くの引越し事業者やライフライン提供事業者の販売代理店が紹介を求めて競争をしている。

同社によると、ライフライン提供事業者の代理店は少数の事業者を扱っている場合が多く、個人のニーズによらず特定の事業者を提案する傾向があり、不動産事業者に個人からクレームが来ることがあるようである。同社では多数のライフライン提供事業者の中から、個人のライフスタイルや利用可能な割引等を考慮して、複数の事業者を提案し、その中から個人が選択しているため、個人からのクレームは非常に少なく、不動産事業者から評価されている。また、個人にあったサービスを提案できることで、サポート依頼人数一人当たりの成約サービス数も増え、不動産事業者に支払う手数料額でも競争力が高いようである。

同社は、21年6月末時点で、77社のライフライン提供事業者と提携している。ライフライン提供事業者は自社のサービスを利用者に対して優先的に紹介することを求める傾向にあるが、同社グループは中立性を維持しつつ、地道に提携するライフライン提供事業者を増やしてきた。同社によると、ライフライン事業者に対する送客数の増加に伴って、ライフライン提供事業者に対する影響力が高まっているようである。

提携するライフライン提供事業者や引越し事業者を増やし、顧客に適したサービスを紹介できるようにすることで、成約数が増え、不動産事業者に支払う手数料が増えたことで競争力も高まっているようである。

同社によると、「転勤ラクッと NAVI」と「ヘヤワリ」から不動産事業者への送客数の増加によっても不動産事業者に対する影響力は高まっているようである。同社グループからの送客は引越しが確定しているため、成約確度は約9割と高い。不動産事業者の多くはリクルートホールディングス(6098 東証一部)傘下のリクルート住まいカンパニーが運営するSUUMOや、LIFUL(2120 東証一部)が運営するHOME'Sといった不動産ポータルサイトで集客を行っている。不動産事業者間の競争や広告料の値上がりによって、不動産ポータル経由での成約1件当たりのコスト増加していることもあり、同社グループからの送客への評価は高いようである。

> 事業環境**◆ 新生活関連サービスの事業環境**

野村総合研究所が21年6月に公表した「2040年の住宅市場と課題」によると、国内の移動世帯数^{注3}は02年の457万世帯から20年の421万世帯まで減少しており、少子高齢化や人口減少を受けて、30年には387万世帯まで減少することが予想されている。

注3) 移動世帯数

当該年に住所移動した世帯数

20/12期において、同社グループで最もサポート依頼件数の多かった主要サービスであるインターネット回線のサポート依頼件数は11.6万件と、移動世帯数に対する比率は2.8%である。同社によると、多くの生活者は自分自身で各ライフラインの手続きを行っているようである。

サービス依頼者である不動産事業者においては、光通信(9435 東証一部)などのライフライン提供事業者の販売代理店と競合するケースが多い様である。引越しは、生活者が電力やガス、インターネット回線の提供者を見直す機会であり、引越しをする個人の情報を早期に入手する不動産事業者には多くのライフライン提供事業者の代理店が営業を行っており、手数料競争が起きているようである。

同社グループは16/12期頃までは、手数料競争に巻き込まれていたが、以降は生活者からのクレームが少ないことや、サービス利用者一人当たりの成約サービス数の多さが評価されて、手数料競争をせずとも紹介先として選ばれることが増えてきたようである。

◆ 転勤支援・社宅管理サービスの事業環境

リクルートワークス研究所が21年7月に公表した「全国就業実態パネル調査(JPSED)」によると、20年の1年間に転勤を経験した20~59歳の正社員は66万人と推計されている。20/12期における「転勤ラクっと NAVI」におけるサポート依頼件数は部屋探しが約0.4万件、引越しが約2.2万件であり、転勤人数に対する比率はそれぞれ0.6%、3.3%である。

「転勤ラクっと NAVI」に関して、法人企業向け従業員の転勤時の部屋探しや引越し手配のサポートを同社グループのように無償で提供する競合先は少ない様である。

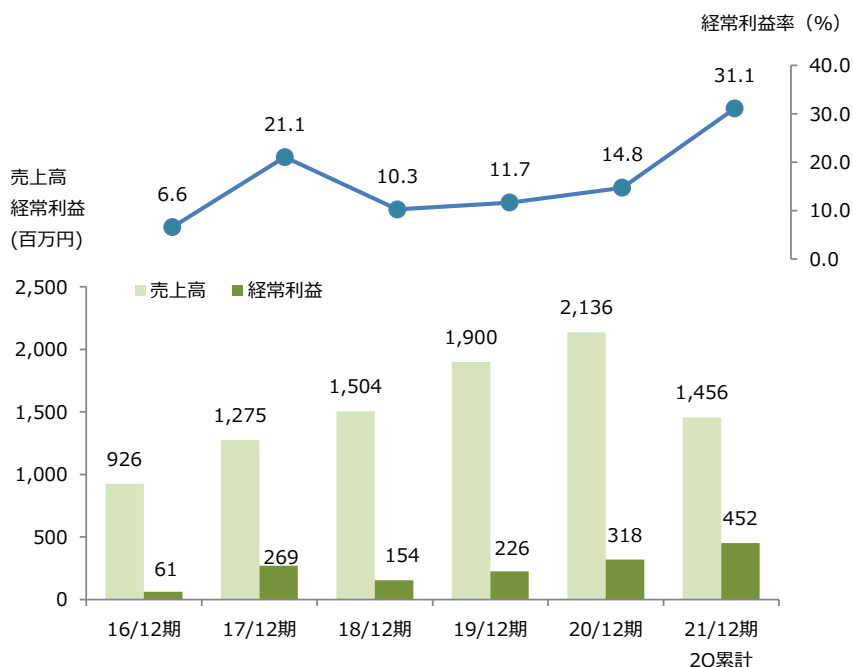
「ワンコイン転貸」は、リログループ(8876 東証一部)傘下のリロケーション・ジャパンや日本社宅サービス(8945 東証一部)といった、社宅管理事業者と競合している。1戸当たりの管理手数料について、競合先は年間1万円以上の場合が多いのに対して、同社グループは年間6,000円と低価格であることが評価されているようである。

> 業績

◆ 過去の業績

届出目論見書には、16/12期以降の以降の単体の業績、19/12期以降は連結業績も記載されている(図表3)。16/12期から20/12期にかけて、「転勤ラクっとNAVI」のサービス依頼者である法人企業数の増加や、18/12期より電力及びガスの取扱を始めたこと等を受けて、売上高は16/12期の926百万円から20/12期には2,136百万円まで増加した。経常利益率は、「転勤ラクっとNAVI」における不動産事業者への支払手数料を抑制したことで、16/12期の6.6%から17/12期には21.1%まで改善した。18/12期は新規事業への投資を増やしたため、経常利益率は低下したが、その後は増収効果によって、改善傾向にある。

【 図表 3 】 業績推移



(注) 18/12期までは単体ベース、19/12期以降は連結ベース
 19/12期の売上高から、引越代金と当社が受け取る手数料の総額を計上する方法ではなく、当社が受け取る手数料を売上高として計上する方法に変更
 (出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 21年12月期会社計画

21/12期の会社計画は、売上高 2,394百万円(前期比 12.1%増)、営業利益 344百万円(同 9.2%増)、経常利益 331百万円(同 13.8%増)、親会社株主に帰属する当期純利益 220百万円(同 2.0%減)である。21年1月から6月までの実績値に、7月以降の予測数値を合算したものである。

21/12期上期の業績は売上高 1,456百万円、営業利益 451百万円、経常利益 452百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益 299百万円であり、通

期計画に対する進捗率は売上高 60.8%、営業利益 131.1%、経常利益 136.6%、親会社株主に帰属する四半期純利益 135.9%となっている。同社グループの売上高は転勤や進学で人の移動が多い3月と4月に集中する傾向がある。一方で、販売費及び一般管理費(以下、販管費)等の費用は毎四半期、均等に発生する傾向があり、第3四半期以降の損失を計画している。

売上高は、「新生活ラクっとNAVI」で1,270百万円(前期比8.5%減)、「転勤ラクっとNAVI」で1,003百万円(同48.6%増)を見込み、全体では2,394百万円(同12.1%増)を見込んでいる。

「新生活ラクっとNAVI」の売上高は、主に、主要サービスのサポート依頼件数、成約率、成功報酬単価で決まる。主要サービスのサポート依頼件数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けてインターネット回線と引越しについて減少を見込む一方で、電力及びガスについては、自由化による切り替え需要が引き続き旺盛な事を受けて増加を見込んでいる。成約率及び成功報酬単価は前期から大きな変動は見込んでいない。サポート依頼件数合計は前期の284.3千件から284.1千件へ前期比0.1%減少することに加えて、成功報酬単価が相対的に高いインターネット回線・引越しが減少し、相対的に低い電力・ガスが増加するため、売上高は同8.5%減の1,270百万円を計画している。

「転勤ラクっとNAVI」の売上高は、主に、主要サービスのサポート依頼件数、成約率、成功報酬単価で決まる。主要サービスのサポート依頼件数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から回復したことで、部屋探し、引越し共に増加を見込んでいる。サポート件数に対する成約率は大きな変動を見込んでいない。成功報酬単価は、引越しについて成果報酬額を見直し、前期比23.0%増を見込んでいる。以上の結果、「転勤ラクっとNAVI」の売上高は同48.6%増の1,003百万円を計画している。

売上原価は、「新生活ラクっとNAVI」で売上高に占める売上原価率の高いインターネット事業者の割合が上昇したこと等によって、前期比6.8%増の357百万円を計画している。売上総利益は同13.0%増の2,036百万円を計画している。売上総利益率は同0.7%ポイント改善の85.0%を計画している。

人件費、販売促進費及び広告宣伝費が大半を占める販管費は、営業部門、転貸サービスに係る不動産契約事務部門及びシステム開発部門を中心に正社員の採用を進めることによる人件費の増加などにより、前期比13.8%増の1,692百万円を計画している。以上の結果、営業利益は同9.2%増の344百万円、営業利益率は同0.3%ポイント悪化の14.4%を計画している。

営業外損益が13百万円のマイナスとなるのは、支払利息及び株式上場に伴う株式交付費が主たる要因である。特別損益については見込んでいない。

◆ 成長戦略

1)「ワンコイン転貸」の管理戸数の拡大、2)「ヘヤワリ」の管理戸数の拡大、3)「HAKOPLA」における成約件数拡大を中長期の成長戦略としている。

「ワンコイン転貸」の管理戸数の拡大に向けては、従来通り大規模なイベント等で法人企業の総務人事担当部門との接点を増やし、営業をすることで「転勤ラクっと NAVI」の利用企業を増やし、オプションである「ワンコイン転貸」の利用を促してゆく方針である。同社は、株式上場によって、転貸借契約を結ぶ際に信頼を得やすくなると考えている。

「ヘヤワリ」の管理戸数の拡大に向けては、「転勤ラクっと NAVI」の利用先へのクロスセルや販売代理店を通じて拡販してゆく方針である。中長期的には、個人向け販売や不動産事業者での紹介も検討してゆきたいとしている。

同社グループは、「ワンコイン転貸」と「ヘヤワリ」について管理戸数を増やし、不動産事業者への賃料交渉力を高めることで、利益率を高めてゆきたいとしている。同時に、不動産管理に関する業務のデジタル化や自動化を進めることで、管理戸数の増加に対する、固定費の増加を押さえてゆきたいとしている。

「HAKOPLA」の成約件数の拡大に向けては、他の物流マッチングプラットフォームとの連携を進めてゆきたいとしている。

同社は、成長戦略の実現に向けて、広告宣伝活動、新機能の開発、セキュリティ強化及び人材の採用・教育に上場時の調達資金を充当していく考えである。

> 経営課題/リスク**◆ 競合について**

同社グループが事業を展開する引越し関連業界において類似するビジネスを展開する企業は複数社存在する。今後、同社グループが十分な差別化を図れなかった場合や、新規参入によって競争が激化した場合には、同社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 特定の販売先への集中について

同社グループの主要取引先は、大手インターネットプロバイダであるソフトバンク及び NTT ぷららである。20/12 期における、同社グループの売上高に占める両社の比率はそれぞれ 34.9%、10.7%である。同社グループと当該取引先の双方の合意または当該取引先からの解約通知等より継続的取引が維持されなくなった場合や、取引条件の変更が生じる場合、他社への売上高拡大が順調に推移しない場合等には同社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 業績の季節変動について

同社グループは、転勤などにより人の移動が増加し、サービス提供のピークを迎える3月に売上高が増加する傾向にあるため、通期の売上高に占める第1四半期の比重が高い。また、売上高の小さい四半期においては、販管費などの固定費的な経費は毎四半期、比較的均等に発生するため、営業赤字となる事がある。20/12期においては、通期の売上高及び営業利益に占める第1四半期の割合は、それぞれ31.4%、46.8%である。このため、第1四半期の業績如何によっては通期の業績に影響が生じる可能性がある。

◆ 配当政策

同社は、株主に対する利益還元も経営の重要な経営課題と認識している。しかし、財務体質の強化と事業展開を優先し、創業以来無配としている。現時点においては配当実施の可能性及びその時期などについては未定としている。

【 図表 4 】 財務諸表

損益計算書	2019/12		2020/12		2021/12 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,900	100.0	2,136	100.0	1,456	100.0
売上原価	344	18.1	335	15.7	207	14.2
売上総利益	1,555	81.9	1,801	84.3	1,249	85.8
販売費及び一般管理費	1,336	70.3	1,486	69.6	797	54.8
営業利益	219	11.6	315	14.7	451	31.0
営業外収益	2	-	3	-	1	-
営業外費用	0	-	0	-	0	-
経常利益	221	11.7	318	14.9	452	31.1
税引前当期(四半期)純利益	225	11.9	318	14.9	452	31.1
親会社に帰属する当期(四半期)純利益	143	7.5	225	10.5	299	20.6

貸借対照表	2019/12		2020/12		2021/12 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	1,048	82.7	1,431	82.5	2,088	81.6
現金及び預金	586	46.2	880	50.7	1,196	46.7
売上債権	327	25.8	319	18.4	511	20.0
固定資産	220	17.3	304	17.5	472	18.4
有形固定資産	40	3.2	29	1.7	24	1.0
無形固定資産	30	2.4	42	2.5	53	2.1
投資その他の資産	148	11.7	232	13.4	394	15.4
総資産	1,268	100.0	1,736	100.0	2,560	100.0
流動負債	603	47.6	654	37.7	1,010	39.4
買入債務	269	21.2	214	12.3	370	14.5
固定負債	57	4.5	152	8.8	323	12.6
純資産	607	47.9	928	53.5	1,227	47.9
自己資本	606	47.8	927	53.4	1,226	47.9

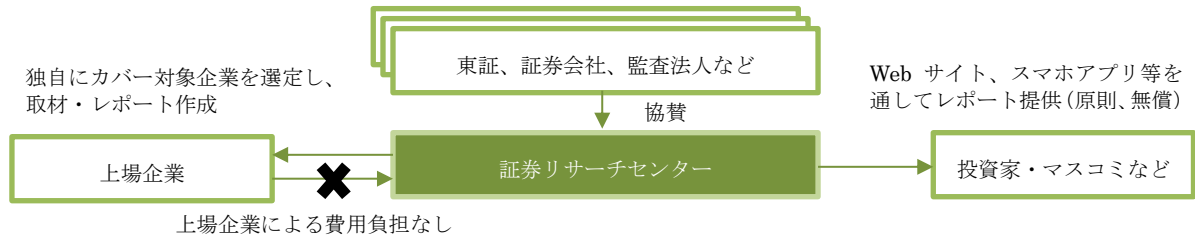
キャッシュ・フロー計算書	2019/12		2020/12		2021/12 2Q累計	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	247		226		374	
減価償却費	27		18		10	
投資キャッシュ・フロー	-76		-23		-58	
財務キャッシュ・フロー	-14		91		0	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	155		294		315	
現金及び現金同等物の期末残高	586		880		1,196	

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社
有限責任監査法人トーマツ
日本証券業協会
監査法人 A&A パートナーズ

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
三優監査法人
日本証券アナリスト協会
宝印刷株式会社

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
太陽有限責任監査法人
エイチ・エス証券株式会社
株式会社プロネクサス

野村證券株式会社
株式会社 ICMG
株式会社 SBI 証券
いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接的損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない。投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。