

|| 企業調査レポート ||

## ハウスコム

3275 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2020 年 9 月 1 日 (火)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 強み	01
2. 業績動向	02
3. 業績見込み	02
4. 成長戦略	03
5. 株主還元策	03
■ 会社概要	04
1. 会社概要と沿革	04
2. 事業構成	05
■ 市場環境	06
1. 世帯数の動向と賃貸仲介市場	06
2. 同社のポジション	06
■ 強み	07
1. 「オンラインお部屋探し」で業界をリード	07
2. 「リアル店舗」の競争力の源泉としての人材	08
■ 業績動向	08
● 財務状況と経営指標	10
■ 業績見込み	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. with コロナ時代に適応する施策	12
2. 新管理サービス「ハウスコム スマートシステム」をスタート	12
3. リフォーム事業の拡大	13
■ 株主還元策	14

## ■ 要約

### 2021 年 3 月期通期は下期にかけて回復基調が鮮明になるシナリオ。 with コロナ時代に適応する施策で業界の先端を走る

ハウスコム <3275> は、賃貸住宅の仲介及び周辺サービス、不動産テックサービスを行う成長企業である。住宅需要の高い首都圏と東海圏を中心に直営 184 店舗及び FC 店 1 店舗（2020 年 3 月末）を展開し、賃貸住宅の仲介件数では業界 5 位規模である。2011 年 6 月、大証 JASDAQ 市場（現東証 JASDAQ 市場）に上場。2019 年 6 月には東証 2 部、8 月には東証 1 部にそれぞれ昇格した。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。大東建託グループに属するが、親会社物件の取引比率は約 18% であり、実態は独立色が強い。

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、6 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、事業規模の拡大を行ってきた。この 6 年間に、積極的かつ立地を吟味した店舗網の拡大（純増 50 店舗）、Web や AI などの 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。業績は 2014 年 3 月期から営業収益で 1.5 倍、営業利益で 3.0 倍に拡大した。

#### 1. 強み

同社は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響でオンラインサービスへのニーズが高まったことに対応し、顧客が来店しなくても部屋探しのできるハウスコム「オンラインお部屋探し」を 2020 年 4 月に提供開始した。「オンラインお部屋探し」は、「オンライン接客」、「オンライン内見」、「IT 重説」、「郵送契約」により、対面接触なしでも部屋探しをすることのできるサービスである。各サービスは同社が以前から取り組んできたものであり、組織としてノウハウを蓄積してきたことがコロナ禍において結実した形だ。例えば「IT 重説（重要事項説明）」は、2020 年 3 月期に約 18,000 件の実績があり、スタッフの習熟度も高い。なお、「オンラインお部屋探し」は、急速に高まる顧客ニーズに対応するとともに、同社の運営の効率性向上にも寄与する。今後は IT 化により蓄積されたデータを活用して新たなサービスを創出する戦略であり、既にその準備に入っている。

## 要約

## 2. 業績動向

2021 年 3 月期第 1 四半期の連結業績は、営業収益で前年同期比 11.4% 減の 2,639 百万円、営業損失で 261 百万円（前年同期は 64 百万円の利益）、経常損失で 246 百万円（同 66 百万円の利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失で 217 百万円（同 37 百万円の利益）と減収減益となったものの、コロナ禍に起因する緊急事態宣言が出された四半期の決算としては限定的な影響にとどまった。営業収益の減収に関しては、緊急事態宣言の下で、主力の不動産賃貸仲介において消費者の転居の需要が抑制・先送りされたことが影響した。仲介件数は前年同期比 19.0% 減の 14,182 件となった。その結果、不動産関連事業セグメントの営業収益は 2,228 百万円（前年同期比 17.9% 減）、セグメント利益は 160 百万円（前年同期比 65.2% 減）となった。しかし、当第 1 四半期中でも 6 月は需要が回復基調にある。仲介件数で見ると 4 月に前年同期比 23% 減、5 月に同 30% 減だったのに対し、6 月は同 4% 減と潮目が変わったことがわかる。コロナ禍において、来店しなくても部屋探しのできるハウスコム「オンラインお部屋探し」を 2020 年 4 月からスムーズに導入することができたことも、マイナスが限定的だった要因の一つであろう。営業費用に関しては、広告宣伝費の見直し、成果連動の件数費の減少、会議・研修等のオンライン化によるコスト低減など一定の縮減はできたものの、営業収益の減額を補うまでには至らなかった。

## 3. 業績見込み

2021 年 3 月期通期の連結業績は、営業収益で 13,291 百万円（前期比 2.1% 増）、営業利益で 1,161 百万円（同 14.2% 増）、経常利益で 1,339 百万円（同 13.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益で 906 百万円（同 34.6% 増）と増収増益を予想する。2020 年 4 月～5 月の緊急事態宣言下で仲介件数が停滞したものの、6 月～7 月の仲介件数は回復基調にあり、残りの 3 四半期で十分取り返せるものと予想している。営業収益の予想に関しては、一時的に抑制・先送りされていたと考えられる引っ越し・転居の需要が顕在化し、経済活動の活性化とともに回復するシナリオを前提としている。この回復状況をもとに、仲介件数が第 2 四半期に前年同期比約 3% 減、下半期は前第 4 四半期にコロナ禍による減収が大きかったことを勘案して約 10% 増になると仮定した結果、通期営業収益は 2.1% 増予想となった。これまでの戦略通り、対面サービスからオンラインサービスへの志向シフトに積極的に対応し、オンライン接客、オンライン内見、IT 重説、更新契約の電子化等を強化することにより差別化を図る計画だ。営業費用に関しては、広告宣伝の内容や費用の見直しなど、需要抑制期に適した効率的な事業運営の工夫を行っていく方針である。中期計画では新規出店 10 店ペースが計画されていたが、今年度は 5～6 店に減速することが見込まれる。結果として、通期の営業利益は 14.2% 増、親会社株主に帰属する当期純利益にいたっては 34.6% 増となり、2019 年 3 月期の水準まで V 字回復する予想だ。

## 要約

#### 4. 成長戦略

日本国内で新型コロナウイルス感染症が拡大し始めてから約半年が経過した。不動産賃貸仲介業界においては、3月～5月にかけて転居の需要が落ち込んだものの6月以降は回復基調にある。同社では、with コロナ時代が当面続くことが想定されるなか、直面するニーズや要請に対して順次対策を打ってきた。顧客の「非対面で部屋探しや契約をしたい」というニーズに対しては、前述の「オンラインお部屋探し」の提供を開始しており、過去のノウハウの蓄積も手伝って業界をリードする存在となっている。今後は契約更新の電子化も強化する方針だ。これからは「先延ばしにしていた転居」や「テレワーク等による新しい働き方を前提にした居住空間への転居」の本格化が予想される。対策として、既存店舗での提案力を磨くとともに、需要が拡大する立地への新規出店も積極的に行う方針だ。同社は従業員を大切にす企業としても評価されている。「安心・安全な環境で働きたい」という従業員のニーズに対し、各店舗・オフィスにおける感染防止対策の徹底とともにテレワーク・時差出勤・時短勤務などの労務環境面の工夫を行っている。経営面では、「需要抑制期における効率的な事業運営の工夫」が必要となる。同社では、「広告宣伝の内容や費用の見直し」などでコストダウンを行うのに加え、オーナー向けの新規商品の導入などにより「収入源の多様化」を推進する。with コロナ時代にいち早く適応することで、需要の回復の流れをがっちりつかみたい考えだ。

#### 5. 株主還元策

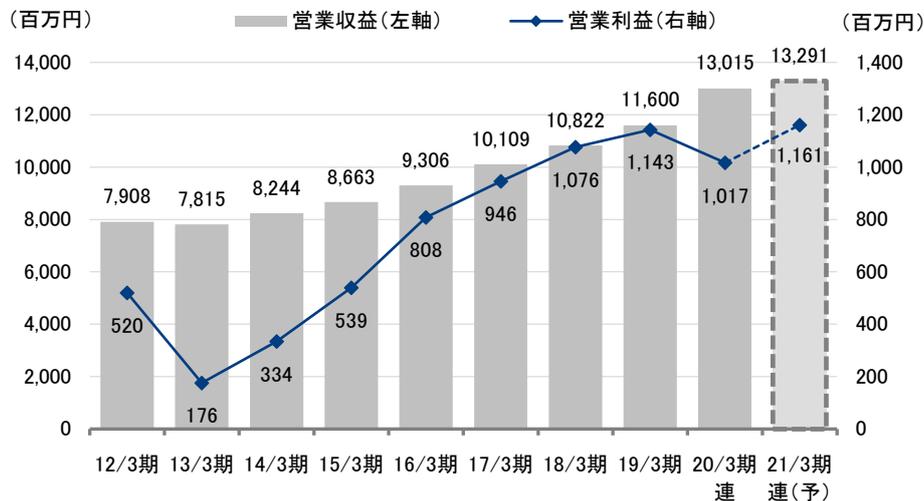
同社は株主還元策として配当を実施している。企業価値を継続的に拡大し株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」の継続を基本方針とする。2020年3月期の1株当たり配当金は年間36.0円（中間18.0円、期末18.0円）、配当性向41.3%と7期連続増配を達成した。従来の繁忙期にコロナ禍が発生し減益決算となったが、配当金額は期初予想を守った点は評価したい。2021年3月期は、前期と同水準の年間36.0円（中間18.0円、期末18.0円）、配当性向30.7%を予想する。

#### Key Points

- ・強みは「不動産テック」と「人材」。コロナ禍でITツール活用の蓄積が「オンラインお部屋探し」に結実
- ・2021年3月期第1四半期は減収減益。緊急事態宣言明けの6月からは需要回復基調
- ・2021年3月期通期は下期にかけて回復基調が鮮明になるシナリオ。親会社株主に帰属する当期純利益で34.6%増を予想
- ・with コロナ時代に適応する施策で業界の先端を走る。新管理サービス「ハウスコム スマートシステム」をスタート

## 要約

## 通期業績の推移



注：20/3期より連結業績  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 首都圏と東海圏の店舗網と IT ツール活用で優位性を築く 不動産仲介の成長企業。リフォーム事業も伸び収益源が多様化

#### 1. 会社概要と沿革

同社は、首都圏と東海圏を地盤に不動産仲介及び住まい関連サービスを行う業界有数の成長企業である。1998年に大東建託の100%出資子会社として設立し、2003年に現在の(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。出店は関東と東海を中心とした都市部に集中しており、2020年3月末で全国に直営店184店舗・FC店1店舗を持つ。従業員数は1,039名(2020年3月末現在)。2011年6月に、大証JASDAQ市場(現東証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。

## 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、6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、事業規模の拡大を行ってきた。この6年間に、積極的かつ立地を吟味した店舗網の拡大（純増50店舗）、WebやAIなどの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。業績は2014年3月期から営業収益で1.5倍、営業利益で3.0倍に拡大した。

大東建託グループに属するが、親会社物件の取引比率は約18%であり、実態は独立色が強い。

## 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。営業収益構成比で89.7%（2020年3月期）、セグメント利益構成比は93.4%（同）であり、同社事業の中核である。「施工関連事業」は、不動産仲介を契機とする家主・入居者からの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と外部のリフォームや改修工事等を行う。営業収益構成比で10.3%（同）、セグメント利益構成比は6.6%（同）とまだ規模は小さいが成長性は著しい。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。

## 事業の内容と構成（連結、2020年3月期）

（単位：百万円）

事業セグメント	主な業務内容	営業収益		セグメント利益	
		実績	構成比	実績	構成比
不動産関連事業	不動産仲介、更新業務、建物管理取次、引越取次、損害保険代理店業務、広告取次、その他各種サービスの取次等	11,672	89.7%	2,364	93.4%
施工関連事業	営繕・リフォーム取次等、鍵交換・サニタリー工事取次等	1,343	10.3%	166	6.6%
合計		13,015	100.0%	2,531	100.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 連結子会社の概要

事業セグメント	主な業務内容	報告セグメント	議決権割合	業績など
ハウスコムテクノロジーズ（株）	不動産ポータルサイトへの広告掲載、不動産業者向け請負業務等	不動産関連事業	100%	売上高3,397百万円、経常損失257百万円（2020年3月期）
エスケイビル建材（株）	請負建築工事・施工業務、営繕及び工事管理業務等	施工関連事業	100%	-

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

## ■ 市場環境

### 都市集中化やIT化の流れにいち早く対応。 賃貸仲介業トップ5の1社

#### 1. 世帯数の動向と賃貸仲介市場

賃貸仲介市場は、世帯数の推移に影響を受ける。全国の世帯数は、2023年をピークにその後急速に減少に転じる予想である。しかし、首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）及び愛知県においては、2025年まで世帯数が増加し、それ以降の減少も他の地域よりも緩やかなペースになると予測されている（国立社会保障・人口問題研究所）。同社は2020年7月末時点で187店舗を持つが、首都圏に118店舗（構成比63.1%）、愛知県で29店舗（構成比15.5%）であり、市場の成長を追い風にする戦略を実行する。顧客が40代を中心に“持家志向”から“賃貸志向”に変化していることも賃貸市場の成長を後押ししている。

地域別の世帯数成長率と出店

（単位：千世帯）

	世帯数		世帯数成長率	同社店舗数
	2020年	2025年		
首都圏+愛知県	19,873	20,158	1.43%	147店
その他道府県	34,234	33,959	-0.80%	40店
合計（全国計）	54,107	54,116	0.02%	187店

出所：国立社会保障・人口問題研究所よりフィスコ作成

#### 2. 同社のポジション

同社は、週刊全国賃貸住宅新聞が発表した賃貸仲介件数ランキング（直営店のみ、2018年10月～2019年9月）において、大東建託グループ（1位）に含まれており、独自にはランクインしていない。実態としては、（株）ミニミニ（2位）及び調査への回答をしていない（株）エイブル、東建コーポレーション<1766>に続く仲介件数を成約しており、実質的に5位のポジションと位置付けられる。競合他社には、仲介手数料を半額にするなど価格面の競争を志向する不動産業者もあるが、同社はサービス内容の充実を図ることで顧客満足度を高め、価格競争を回避している。

## 市場環境

## ランキング

企業名、企業グループ名	仲介件数	
1位 大東建託グループ	233,277 ※同社数値含む	ランキングに記載なし
2位 ミニミニ	154,808	← エイブル 推定
3位 東建コーポレーション	79,188	
4位 ハウスメイトグループ	71,179	← 同社 76,856 ※1位大東建託グループの内数
5位 タイセイ・ハウジーホールディングス	53,458	
6位 タウンハウジング	50,720	
7位 スターツグループ	42,564	
8位 常口アトム	35,431	
9位 ビッグ	27,520	
10位 リロパートナーズ	26,890	

出所：週刊全国賃貸住宅新聞よりフィスコ作成

## 強み

### 強みは「不動産テック」と「人材」。 コロナ禍でITツール活用の蓄積が「オンラインお部屋探し」に結実

#### 1. 「オンラインお部屋探し」で業界をリード

同社は、コロナ禍の影響でオンラインサービスへのニーズが高まったことに対応し、顧客が来店しなくても部屋探しのできるハウスコム「オンラインお部屋探し」を2020年4月に開始した。「オンラインお部屋探し」は、「オンライン接客」、「オンライン内見」、「IT重説」、「郵送契約」により、対面接触なしでも部屋探しをすることができるサービスである。各サービスは同社が以前から取り組んできたものであり、組織としてノウハウを蓄積してきたことがコロナ禍において結実した形だ。

顧客がインターネットやスマートフォンで不動産を選ぶ時代に入るなか、同社は2015年頃から不動産テック導入の草分けとして、「ITツール活用」に取り組んできた。「オンライン接客」は、カメラ機能がついたスマートフォンやタブレットで店舗のスタッフと顔を合わせながらの部屋探しが可能だ。また、チャット形式でスピーディに店舗スタッフとやりとりができたり、「人工知能@コムるくん」が夜間や休日でも物件に関する質問に回答したり、内見の予約ができる。「オンライン内見」は、これまで遠方からの引っ越しの顧客に好評だったが、コロナ禍を機に一般顧客への普及が加速した。「IT重説」は2020年3月期に約18,000件の実績があり、スタッフの習熟度も高い。そして最後に、「郵送契約」では、契約書類や鍵を郵送でやりとりすることで、対面接触なしの一連のサービスが完成する。なお、「オンラインお部屋探し」は、急速に高まる顧客ニーズに対応するとともに、同社の運営の効率性向上にも寄与する。今後は、IT化により蓄積されたデータを活用して新たなサービスを創出する戦略であり、既にその準備に入っている。

## 2. 「リアル店舗」の競争力の源泉としての人材

同社は、人材が「リアル店舗」の競争力の源泉であると捉え、8つの重点施策の1番目に「人材とサービスの磨き上げ」を掲げ、採用、教育・研修、定着化のそれぞれの面で重層的な取り組みを行っている。

**採用：**新卒採用を基本として、年々採用数を増やしている。2016年4月に38名だった新卒社員は、2020年4月には135名が入社するまで伸びた。人材不足が叫ばれるなかで採用を増やせる要因としては、地道な大学訪問活動や同じ就活経験を持つ学卒の若手社員が一人ひとりの候補者に丁寧にフォローする体制がある。また、大学生の約半数が利用する奨学金の返済支援制度を導入し、就職活動中の学生からも注目度が高い。具体的には、30歳になるまで、夏のボーナス時に最大15万円を支給するというもの。知識習得などの自己投資が特に必要な20代にその機会を返済のために逃さないでほしいという会社の願いが込められている。2020年4月入社約3分の2が女性であるというのも同社の特長である。

**教育・研修：**専門部門である人材開発室が主に担当し、同社ならではのユニークなものも多い。一例を挙げると、1) 新人研修の一環として富士山登山によりチームビルディングを習得、2) 顧客満足について考え理解を深めるためのQ&Aセッション(社長も参加・年29回開催)、などである。社内各所に横のつながりを作ることで、店舗に配属された後も励まし合える仲間がいる組織作りに成功している。

**定着化：**「不動産賃貸仲介業は長時間勤務が当たり前」という常識の打破に挑戦しているのが同社の様々な仕組みである。書類関連の業務が多い業界において、早くから不動産テックを活用し、ペーパーレス化に取り組んできた。さらに一歩進んでいるのは、19時になると全社員のPCがシャットダウンするという制度である。女性が働きやすい環境にするために、「保育手当」や「育児早期復職支援制度」「短時間正社員(1日6時間勤務)」など多様な働き方を選べる制度が充実している。

## ■ 業績動向

### 2021年3月期第1四半期は減収減益。 緊急事態宣言明けの6月からは需要回復基調

2021年3月期第1四半期の連結業績は、営業収益で前年同期比11.4%減の2,639百万円、営業損失で261百万円(前年同期は64百万円の利益)、経常損失で246百万円(同66百万円の利益)、親会社株主に帰属する四半期純損失で217百万円(同37百万円の利益)と減収減益となったものの、コロナ禍に起因する緊急事態宣言が出された四半期の決算としては限定的な影響にとどまった。

**ハウスコム** | 2020年9月1日(火)  
 3275 東証1部 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

業績動向

営業収益の減収に関しては、2020年4月～5月まで発令されていた緊急事態宣言の下で、主力の不動産賃貸仲介において消費者の転居の需要が抑制・先送りされたことが影響した。仲介件数は前年同期比19.0%減の14,182件となった。その結果、不動産関連事業セグメントの営業収益は2,228百万円（前年同期比17.9%減）、セグメント利益は160百万円（前年同期比65.2%減）となった。リフォーム関連においては、コロナ禍の影響を受け、営業収益が前年同期比17.0%減の218百万円と減少し、施工関連事業セグメント全体で前年同期比55.9%増の営業収益410百万円となったのは、2019年7月のエスケイビル建材（株）の連結子会社化が要因である。しかし、当第1四半期の中でも6月は需要が回復基調にある。仲介件数は4月に前年同期比23%減、5月に同30%減だったのに対し、6月は同4%減と潮目が変わったことがわかる。コロナ禍において、来店しなくても部屋探しのできるハウスコム「オンラインお部屋探し」を2020年4月からスムーズに導入することができたことも、マイナスが限定的だった要因の一つであろう。

営業費用に関しては、広告宣伝費の見直し、成果連動の人件費の減少、会議・研修等のオンライン化によるコスト低減など一定の縮減はできたものの、営業収益の減額を補うまでには至らなかった。営業費用は前年同期比0.4%減の2,901百万円である。結果として営業損失は261百万円（前年同期は64百万円の利益）となった。

2021年3月期第1四半期業績（連結）

（単位：百万円）

	20/3期1Q		21/3期1Q		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
営業収益	2,977	100.0%	2,639	100.0%	-11.4%
営業費用	2,913	97.8%	2,901	109.9%	-0.4%
営業利益	64	2.2%	-261	-9.9%	-
経常利益	66	2.2%	-246	-9.3%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	37	1.3%	-217	-8.2%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

参考までに、2020年3月期通期の連結業績は、営業収益で前期比12.2%増の13,015百万円、営業利益で同11.0%減の1,017百万円、経常利益で同12.3%減の1,183百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同24.4%減の673百万円と増収減益だった。本来の繁忙期である3月にコロナ禍の影響で不動産仲介、広告、リフォームそれぞれが伸び悩んだことが要因である。

2020年3月期通期業績（連結）

（単位：百万円）

	19/3期(単体)		20/3期(連結)		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比
営業収益	11,600	100.0%	13,015	100.0%	12.2%
営業費用	10,457	90.1%	11,998	92.2%	14.7%
営業利益	1,143	9.9%	1,017	7.8%	-11.0%
経常利益	1,349	11.6%	1,183	9.1%	-12.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益※	891	7.7%	673	5.2%	-24.4%

※19/3期は当期純利益

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 無借金経営。自己資本比率 70% 超え、財務の安全性は盤石

### ● 財務状況と経営指標

2021年3月期第1四半期末の総資産残高は前期末比1,182百万円減の8,620百万円となった。うち流動資産は同1,349百万円減の5,367百万円であり、主な要因は現預金の減少1,280百万円である。固定資産は同167百万円増の3,252百万円であり、主な要因はソフトウェア等の無形固定資産の増加116百万円である。

負債合計は同824百万円減の2,518百万円となった。そのうち流動負債は829百万円減であり、主な要因は、未払法人税等405百万円減や賞与引当金331百万円減である。固定負債に大きな変化はない。有利子負債はなく、無借金経営を続けている。純資産合計は同357百万円減の6,102百万円となった。これは、配当を行ったことや四半期純損失を計上したことが主な要因である。

経営指標（2021年3月第1四半期末）では、流動比率が293.9%、自己資本比率が70.4%と、無借金経営を背景に安全性が非常に高い。現預金残高は4,660百万円あり、継続的なM&Aのための資本は蓄積されている。

### 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 1Q 末	増減額※
流動資産	6,919	6,717	5,367	-1,349
（現預金）	6,321	5,940	4,660	-1,280
固定資産	2,488	3,085	3,252	167
総資産	9,408	9,802	8,620	-1,182
流動負債	2,710	2,655	1,826	-829
固定負債	662	687	692	4
負債合計	3,373	3,342	2,518	-824
純資産合計	6,034	6,459	6,102	-357
負債純資産合計	9,408	9,802	8,620	-1,182
<安全性>				
流動比率（流動資産÷流動負債）	255.3%	253.0%	293.9%	-
自己資本比率（自己資本÷総資産）	63.8%	65.6%	70.4%	-

※ 2020年6月末 - 2020年3月末

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績見込み

### 2021年3月期通期は下期にかけて回復基調が鮮明になるシナリオ。 親会社株主に帰属する当期純利益で34.6%増を予想

2021年3月期通期の連結業績は、営業収益で13,291百万円（前期比2.1%増）、営業利益は1,161百万円（同14.2%増）、経常利益で1,339百万円（同13.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益で906百万円（同34.6%増）と増収増益を予想する。2020年4月～5月の緊急事態宣言下で仲介件数が停滞したものの、6月～7月の仲介件数は回復基調にあり、残りの3四半期で十分取り返せるものと予想している。

営業収益の予想に関しては、一時的に抑制・先送りされていたと考えられる引っ越し・転居の需要が顕在化し、経済活動の活性化とともに回復するシナリオを前提としている。この回復状況をもとに、仲介件数が第2四半期に前年同期比約3%減、下半期は前第4四半期にコロナ禍による減収が大きかったことを勘案して約10%増になると仮定した結果、通期営業収益は2.1%増予想となった。これまでの戦略通り、対面サービスからオンラインサービスへの志向シフトに積極的に対応し、オンライン接客、オンライン内見、IT重説、更新契約の電子化等を強化することにより差別化を図る計画だ。

営業費用に関しては、広告宣伝の内容や費用の見直しなど、需要抑制期に適した効率的な事業運営の工夫を行っていく方針である。中期計画では新規出店10店ペースが計画されていたが、今年度は5～6店に減速することが見込まれる。結果として、通期の営業利益は14.2%増、親会社株主に帰属する当期純利益にいたっては34.6%増となり、2019年3月期の水準までV字回復する予想だ。

なお、連結子会社のハウスコムテクノロジーズ（株）は、不動産分野の広告事業を主体に行うため、転居シーズン（1月～3月）に売上高、利益が集中する傾向が強く、一方で上期（4月～9月）は連結の利益にマイナスの影響を及ぼす。このため2021年3月期第2四半期の連結営業損益は、コロナ禍の影響も加わるため169百万円の損失を予想する。

#### 2021年3月期通期連結業績予想

（単位：百万円）

	20/3期		21/3期		
	実績	対売上比	予想	対売上比	前期比
営業収益	13,015	100.0%	13,291	100.0%	2.1%
営業利益	1,017	7.8%	1,161	8.7%	14.2%
経常利益	1,183	9.1%	1,339	10.1%	13.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	673	5.2%	906	6.8%	34.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 中長期の成長戦略

### with コロナ時代に適応する施策で業界の先端を走る。 新管理サービス「ハウスコム スマートシステム」をスタート

#### 1. with コロナ時代に適応する施策

日本国内で新型コロナウイルス感染症が拡大し始めてから約半年が経過した。不動産賃貸仲介業界においては、3月～5月にかけて転居の需要が落ち込んだものの6月以降は回復基調にある。同社では、with コロナ時代が当面続くことが想定されるなか、直面するニーズや要請に対して順次対策を打ってきた。顧客の「非対面で部屋探しや契約をしたい」というニーズに対しては、前述の「オンラインお部屋探し」を提案しており、過去のノウハウの蓄積も手伝って業界をリードする存在となっている。今後は契約更新の電子化も強化する方針だ。これからは「先延ばしにしていた転居」や「テレワーク等による新しい働き方を前提にした居住空間への転居」の本格化が予想される。対策として、既存店舗での提案力を磨くとともに、需要が拡大する立地への新規出店も積極的に行う方針だ。同社は従業員を大切にす企業としても評価されている。「安心・安全な環境で働きたい」という従業員のニーズに対し、各店舗・オフィスにおける感染防止対策の徹底とともにテレワーク・時差出勤・時短勤務などの労務環境面の工夫を行っている。経営面では、「需要抑制期における効率的な事業運営の工夫」が必要となる。同社では、「広告宣伝の内容や費用の見直し」などでコストダウンを行うのに加え、オーナー向けの新規商品の導入などにより「収入源の多様化」を推進する。with コロナ時代にいち早く適応することで、需要の回復の流れをがっちりつかみたい考えだ。

#### with コロナ時代のニーズ・要請と対策

	ニーズ・要請	対策・方針
顧客	・非対面で部屋探しや契約をしたい	・「オンラインお部屋探し」の提供開始（2020年4月～） ・契約更新の電子化
	・先延ばしにしていた転居を行いたい ・テレワーク等による新しい働き方を前提にした居住空間に転居したい	・既存店舗での対応に加え、需要拡大立地への新規出店
従業員	・安心・安全な環境で働きたい	・各店舗・オフィスにおける感染防止対策の徹底 ・テレワーク・時差出勤・時短勤務などの労務環境面の工夫
経営	・需要抑制期における効率的な事業運営の工夫が必要	・広告宣伝の内容や費用の見直し ・収入源の多様化（オーナー向けの新規商品の導入など）

出所：決算補足説明資料、決算短信、ヒアリングからフィスコ作成

#### 2. 新管理サービス「ハウスコム スマートシステム」をスタート

同社は2020年7月、入居者（賃借人）とオーナー（賃貸人）の双方を部屋単位で一括サポートする新サービス「ハウスコム スマートシステム」の提供を開始した。このサービスによって、入居者・オーナーとも、個別で契約する場合に必要な煩雑な手続きが一度で済み、かつ全体の費用も抑えることができる。具体的には、入居者は保証人が不要となり、24時間コールセンターや緊急駆けつけサービスが利用できる。月額利用料は税込550円。オーナーは、滞納保証や原状回復費用保証、孤独死保険、早期解約違反の違約金等保証など様々なサービスがあり、月額管理料は税込1,100円。既に1,000部屋以上の登録があり、好調に滑り出した。オーナー向けのサービスの多様化の進展の一環としても注目したい。

中長期の成長戦略

「ハウスコム スマートシステム」の概要

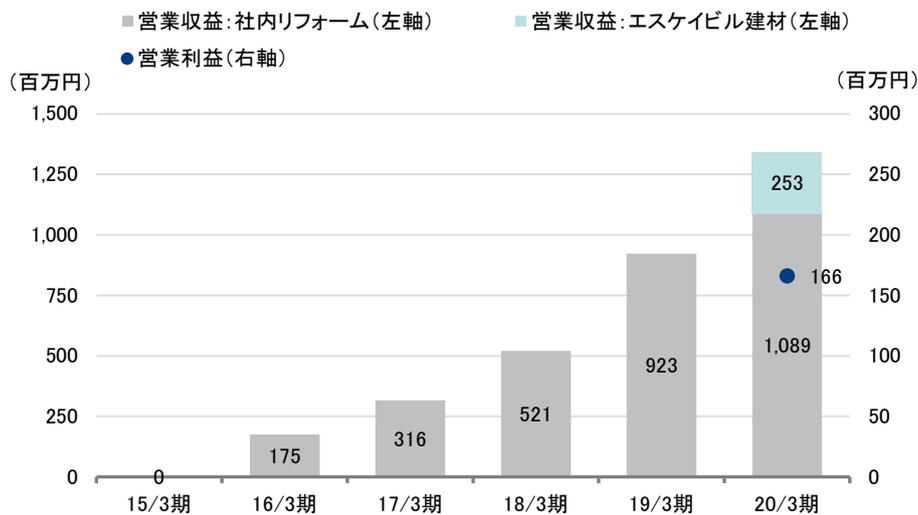
	入居者	オーナー
サービス内容	保証人不要（指定保証会社） 24時間コールセンター、 緊急駆けつけ（指定サービス会社）	滞納保証、原状回復費用保証、孤独死保険、 早期解約違反の違約金等保証、送金明細送付、 原状回復工事手配など
初回保証料・登録料	賃料等×50% (最低保証料 20,000円)	0円
月額利用料	口座振替手数料 550円	管理料 1,100円

出所：プレスリリース

### 3. リフォーム事業の拡大

2016年3月期から本格的にスタートしたリフォーム事業は、6期目を迎え成長を続けている。営業所は船橋や川口を皮切りに全国7営業所体制。2020年3月期通期の営業収益は、前期比45.5%増の1,343百万円、セグメント利益は166百万円となった。元々「大家さんへのお役立ち」を主目的として開始したサービスではあるが、案件が増えるにつれメニューも増え、運営も効率化された。全社営業収益の10%を超え、既に黒字化している。2019年7月には、ビルや住宅の内外装を手掛けるエスケイビル建材を連結子会社化した。相乗効果により同社リフォーム事業をさらに強化することが目的である。特にエスケイビル建材は、商業・オフィスビルの内外装や大きめのリフォーム（500万円以上の案件）が得意分野である。エスケイビル建材をグループに加えたことで、これまで主体であった“空室を埋めるための軽微なリフォーム”に加え、“資産価値を大幅に高めるための本格リフォーム”を増やす戦略を推進する。

#### 施工関連事業の営業収益と営業利益



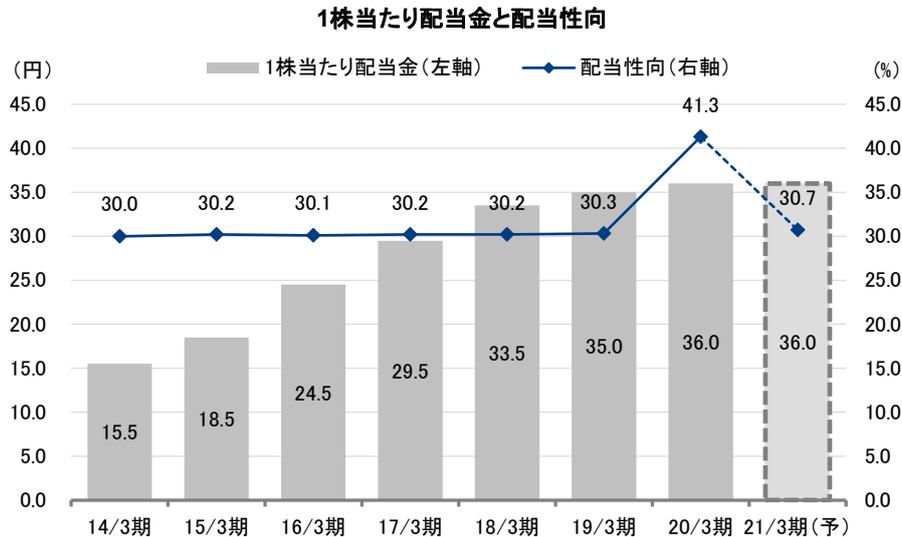
注：2020年3月期のエスケイビル建材の売上高は4ヶ月分計上

出所：会社資料よりフィスコ作成

## 株主還元策

### 配当性向 30% 維持方針。 2021年3月期は年配当金 36 円、配当性向 30.7% を予想

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への利益還元を行う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する。2020年3月期の1株当たり配当金は年間36.0円（中間18.0円、期末18.0円）、配当性向41.3%と7期連続増配を達成した。従来の繁忙期にコロナ禍が発生し減益決算となったが、配当金額は期初予想を守った点は評価したい。2021年3月期は、前期と同水準の年間36.0円（中間18.0円、期末18.0円）、配当性向30.7%を予想する。



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た。株式分割後の数値で表示  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

同社は2020年2月21日に新優待制度導入を公表し、保有株式数に応じて株主優待ポイントが贈呈され好きな商品と交換できる、ハウスコム・プレミアム優待倶楽部をスタートした。ポイント贈呈枠は200株以上から設定され、1,000株以上では20,000ポイントが進呈される。ポイントは食料品や銘酒、家電製品など、2,000点以上の商品から交換することができる優待内容となっている。

#### 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、配布等することは堅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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp