

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

いい生活

3796 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年7月17日(木)

執筆：客員アナリスト

中山博詞

FISCO Ltd. Analyst **Hiroshi Nakayama**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年3月期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略の概要	01
■ 会社概要	02
1. 事業概要	02
2. 沿革	03
■ 事業内容	03
1. 事業内容	03
2. ビジネスモデルの特色・強み	06
3. ポジショニングによる競争優位性	06
4. 市場環境	07
■ 業績動向	08
1. 2025年3月期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2026年3月期の業績見通し	13
2. 2026年3月期の基本方針・成長戦略	14
3. 資本政策	14
■ 中長期の成長戦略	15
1. 中長期の成長戦略の概要	15
2. 将来的な戦略	16
3. 人的資本拡大	17
■ 株主還元策	18
■ SDGs・ESGへの取り組み	19
1. SDGsへの取り組み	19
2. ESGへの取り組み	19

要約

2025年3月期は投資により損失計上。 2026年3月期には黒字転換を見込む

いい生活<3796>は、不動産会社のDXを支援する不動産テック企業である。自社でシステム・アプリケーションを企画・開発し、賃貸管理・賃貸仲介・売買仲介業務を効率化するクラウドベースのSaaS（Software as a Service）型システムを不動産会社に提供している。2021年3月には経済産業省が定める「DX認定取得事業者」に認定され、2022年2月には（一社）全国賃貸不動産管理業協会（全宅管理）と業務提携を行い、全宅管理会員向けの推奨システムの1つとしてサービスを提供している。

1. 2025年3月期の業績概要

2025年3月期の業績概要は、売上高が3,028百万円（前期比7.8%増）、営業利益が37百万円の損失（前期は176百万円の利益）、経常利益が42百万円の損失（同208百万円の利益）、親会社株主に属する当期純利益が39百万円の損失（同146百万円の利益）となった。将来成長に向けた戦略的投資を進めた一方で、利益面では一時的に損失を計上した。サブスクリプションとソリューションがともに増収となるなか、人的資本や開発投資の拡大により販管費が増加し、EBITDAは減少した。

2. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績見通しは、売上高が3,196百万円（前期比5.5%増）、営業利益が107百万円（前期は37百万円の損失）、経常利益が106百万円（同42百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が72百万円（同39百万円の損失）と予想されている。マルチプロダクト戦略とクロスセル、新規導入が売上をけん引し、先行投資の回収を進めるなかで黒字転換を計画している。

2026年3月期は、SaaS導入支援やデータモダナイゼーション、トランザクション課金の拡大、マルチプロダクト戦略の深化に注力し、不動産業界のDXを加速させる計画だ。2025年3月期にビレッジハウス・マネジメント（株）への導入実績を契機に、エンタープライズ企業からの引き合いが増加しており、2026年3月期においては「データモダナイゼーション」がスムーズな導入・稼動のカギを握る要素として注力される。

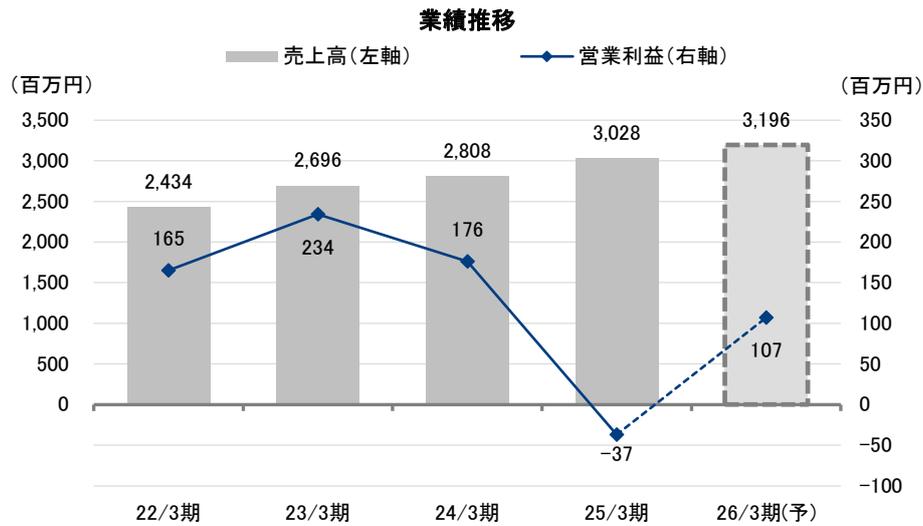
3. 中長期の成長戦略の概要

同社は中期的に売上高60億円、顧客法人数5,000社、顧客あたりAPRU（平均月額単価）10万円を目標に向け、「顧客基盤の拡大」「収益力の強化」「将来への布石」の3つの柱を掲げ、サービスの進化及び導入支援顧客サポート体制の充実を図る。資本政策ではROA・ROE・PBRの向上を重視し、成長投資と安定配当を両立しながら企業価値の最大化を図る方針である。

要約

Key Points

- ・ 2025年3月期は将来成長に向けた戦略的投資により、一時的に損失を計上
- ・ 2026年3月期は先行投資の回収フェーズに入り、黒字転換を見込む
- ・ 中期的に顧客法人数 5,000 社、顧客あたり APRU10 万円を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

クラウド上で SaaS 型システムを提供し、不動産会社の DX を支援する企業

1. 事業概要

同社は、不動産会社の DX を支援し、不動産取引における課題解決と顧客の不動産ビジネス加速を目的とする不動産テック企業である。同社は、賃貸管理・賃貸仲介・売買仲介業務を効率化するため、システム・アプリケーションの企画・開発・マーケティングを自社で一貫して行い、クラウド上で生産性を向上させる SaaS 型システムとして不動産会社に提供している。

同社のシステムは、物件情報データベース、顧客管理、コミュニケーション、HP 構築、電子契約、決済などのソリューションを統合しており、顧客の日々の業務における効率化を支援する。2022年2月には(一社)全国賃貸不動産管理業協会(全宅管理)と業務提携を行い、全宅管理会員向けの推奨システムの1つとしてサービスを提供している。

2. 沿革

同社は、各社が個別のシステムを使うのではなく、インターネットを通じたシステムの提供によって不動産業者が本来の業務に注力できる環境を整備するという考えの下、2000年1月、クラウドによるシステム・アプリケーションの提供を目的に設立された。2000年8月にはクラウドサービスを提供するためのノウハウを蓄積するために生活総合サイトの運用を開始した。

設立当初からASP(アプリケーションサービスプロバイダ)※によるシステム・アプリケーションを提供してきた。まず、不動産(賃貸・流通)物件情報管理データベース・システムをリリースし、情報セキュリティマネジメントシステムの国際標準規格である「ISO/IEC 27001」の認証を取得した。2012年4月には、独自のクラウドサービスと各種オプションをワンパッケージ化し、不動産会社の基本業務全域をカバーする「ES いい物件 One」の提供を開始した。2018年9月に、現連結子会社である(株)リアルテック・コンサルティングを東京都港区に設立した。

※ インターネットを経由してソフトウェアやソフトウェア稼働環境を提供する事業者。

新サービスの開発にも積極的で、不動産オーナー向けアプリ、入居者向けアプリ、業者間プラットフォーム、デジタルマーケティングといった各業務領域をつなぐ一元化されたクラウド物件・顧客情報データベースを基に業務クラウドシリーズ群、不動産プラットフォーム群の各サービスを開発、リリースしてきた。2021年3月には経済産業省が定める「DX認定取得事業者」に認定された。

2006年2月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズ市場に上場し、2016年8月には東証第二部に市場変更、2022年4月には東証の市場区分見直しに伴い、東証スタンダード市場に移行した。

■ 事業内容

SaaS型システムを提供するサービスと、DX導入を支援するサービスを提供

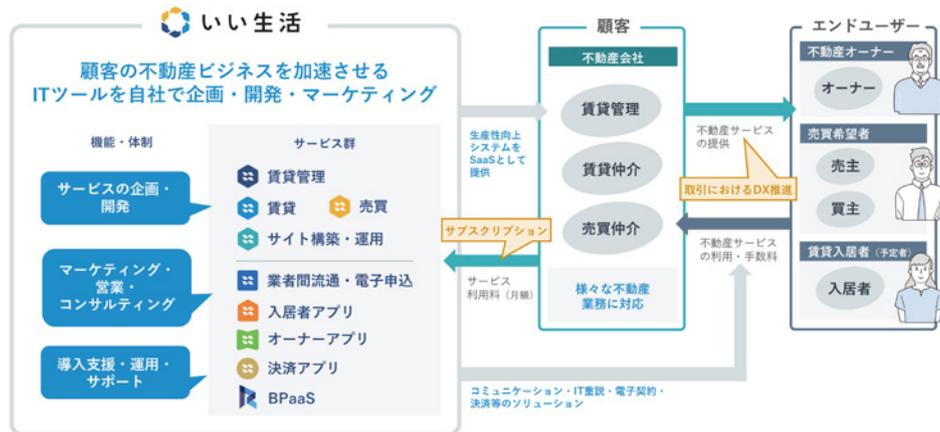
1. 事業内容

同社は、クラウドサービスを月額利用料・継続課金ベース(SaaS)で提供している。同社の事業はクラウドソリューション事業の単一セグメントであるが、業務の目的に応じて特徴的なサービスラインナップを提供している。これらはSaaSとして提供するサブスクリプションサービスと、DX導入を支援するソリューションサービスに分類される。

事業内容

顧客である不動産会社は、これらのサービスを賃貸管理・賃貸仲介・売買仲介業務に活用し、エンドユーザーである不動産オーナーや物件の売買希望者、賃貸入居希望者に不動産サービスを提供する。

いい生活のビジネスモデルイメージ



出所：決算説明資料より掲載

(1) サブスクリプション

不動産業務に必要な業務支援システムをクラウドで SaaS として提供するサービスであり、同社グループの主力サービスである。主な収益源は、主要顧客である不動産会社からの月額利用料である。クラウドサービスであるため、システムの自動アップデートによりシステムが常時進化することで、法改正に対応した最新サービスの利用が可能で、自社でハードウェア設備などを保有する必要がなく、初期投資を抑えられる。また既に多数の不動産会社に利用されており、システムの利用を通じて業務の標準化が進められるメリットがある。同社は新規サービスの開発に積極的であり、事業拡大とともに顧客の課題や要望を取り入れながら、個々のサービスを開発・リリースしてきたため、サービス内容は多岐にわたる。

不動産業界向けのアプリケーションは、賃貸管理から売買仲介に至るまで広範囲にわたるサービスをカバーしており、大きく「業務クラウドシリーズ」と「不動産プラットフォーム」に区分できる。「業務クラウドシリーズ」は、賃貸管理業務の基幹システムとして機能する「賃貸管理クラウド」、空室募集から契約までのプロセスをサポートし、顧客管理と契約書作成も可能にする「賃貸クラウド」、そして物件情報の広告配信と契約書作成機能を持ち、複数のデバイスとポータルサイトに対応する「売買クラウド」という3つの主要サービスで構成される。

一方、「不動産プラットフォーム」では、「いい生活 Square」「いい生活 Home」「いい生活 Owner」などのサービスがある。「いい生活 Square」は業者間での不動産情報の流通を効率化し、リアルタイムでのデータ更新により仲介業者の作業負担を軽減する。「いい生活 Home」「いい生活 Owner」は、それぞれ入居者とオーナー・管理会社向けのコミュニケーションツールで、スマートフォンアプリを通じて効率的な収支報告や決済機能を提供する。これらのサービス群は、不動産業界のデジタル化を推進し、ユーザー間の効率的な業務遂行を支援することで、業界内での競争力強化と顧客満足度の向上に寄与している。

事業内容

(2) ソリューション

同社のソリューション事業は、SaaSとBPaaS（Business Process as a Service）の掛け合わせにより、不動産業務全般をフルラインでサポートする独自性を持つ。具体的には、不動産領域に特化したUI/UX（ユーザーインターフェース/ユーザーエクスペリエンス）を備えたクラウド型SaaSを提供し、契約情報やオーナー情報など高いセキュリティが求められるデータの一元管理を実現する。同時に、子会社を通じて提供されるBPaaSでは、同社SaaSの活用を前提とした業務代行・業務改革（BPO/BPR）を展開し、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）やローコードツールを導入した業務効率化を支援する。

これらのサービスを補完するため、コンサルティング機能も強化している。顧客のレガシーデータの刷新やデータモダナイゼーションを進めることで、ビジネス価値の最大化を図っている。SaaSとBPaaSの相乗効果により、顧客における平均月額単価（ARPU）の上昇が見込まれており、マルチプロダクト戦略の中核として、継続的な収益成長のドライバーとなっている。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) サービスの導入事例

2025年3月期における同社のサービス導入事例では、大手から地域の中核不動産会社まで、幅広い顧客層に対してSaaSの導入が進んだ。特に注目されるのは、全国47都道府県に1,000物件・10万戸超を保有するビレッジハウス・マネジメントへの導入事例である。同社のノンカスタマイズ型SaaSを活用し、既存基盤との連携や業務効率化を実現した。また、穴吹興産<8928>ではスマートフォン対応とコストメリットが評価され、導入が決定した。

地域密着型の企業への展開も顕著である。京王グループの京王不動産（株）では、「いい生活賃貸クラウド営業支援」の追加導入で業務効率を向上させた。関東から中国地方まで展開する（株）メイクスプラスは、ホームプロダクトを基幹システムとして導入し、経営分析や会計連携を通じた経営資源の可視化を進めている。

2025年3月期第4四半期では、エスリード賃貸（株）が「いい生活 Square」を活用した物件流通を開始し、業者間取引の効率化に寄与した。（株）西田コーポレーションや（株）パナホーム静岡などでは、追客業務や仲介業務の自動化を進めるとともに、業務生産性を高める結果となった。フクヤ建設（株）は不動産事業の提案力強化目的で同社のシステムを導入した。

事業内容

以上の導入事例から、同社の SaaS は大手企業の標準化ニーズと地域企業の業務効率化ニーズの双方に応える柔軟性と拡張性を備えていることが示されている。

パーティカル SaaS、SaaS オンリーでの展開など、5つの強みが差別化要因に

2. ビジネスモデルの特色・強み

同社の強みは、5つ挙げられる。第1に、不動産業界に特化した垂直型の市場特化型 SaaS（パーティカル SaaS）を展開している点である。このアプローチにより、不動産業界固有のニーズに深く対応する製品提供を可能にする。第2に、「SaaS オンリー」の戦略を採ることで、クラウドベースのサービスに集中し、顧客へ効率的なサービス提供を実現している。第3に、マルチプロダクト戦略を採用しているため、顧客が必要とするシステムを幅広く自社で提供できる。第4に、特に賃貸管理会社に焦点を当てたサービス提供と、単一プラットフォームへの統合がある。賃貸管理セグメントのニーズに特化したサービスを提供しつつ、様々なサービスを単一の SaaS プラットフォーム上に統合することで、シームレスな連携を実現している。第5に、自社開発製品が不動産業界に精通したエンジニアやセールスチームによって支えられている点である。これにより、実際の業界問題に対する深い理解に基づき、顧客に適した解決策を提案できる。

これらの強みは、日本情報クリエイティブ <4054>、GA technologies <3491>、SRE ホールディングス <2980> など、不動産テックを展開する競合他社に対する同社の大きな差別化要因になっていると考えられる。

不動産業界では、従来のシステムにおいて、個別の Web 広告媒体やシステムが単独で利用され、情報連携が手動で行われるなど、IT 化の効果が十分に発揮されていないという課題がある。特に賃貸物件の空室情報の確認は、管理会社への個別の確認が必要であり、時間を要するうえ、情報の正確性も担保されにくいという問題があった。これに対し、同社のクラウドベースのサービスは、賃貸管理システムと完全に連動し、物件情報をリアルタイムで更新しながらシームレスな情報利用を実現している。賃貸管理会社や仲介会社は、このシステムを通じて空室状況を即座に把握できるため、業者間での情報の正確性と利便性が向上する。消費者が直面していた不利益も大幅に軽減されることから、同社のサービスは不動産業界における差別化要因となっている。

3. ポジショニングによる競争優位性

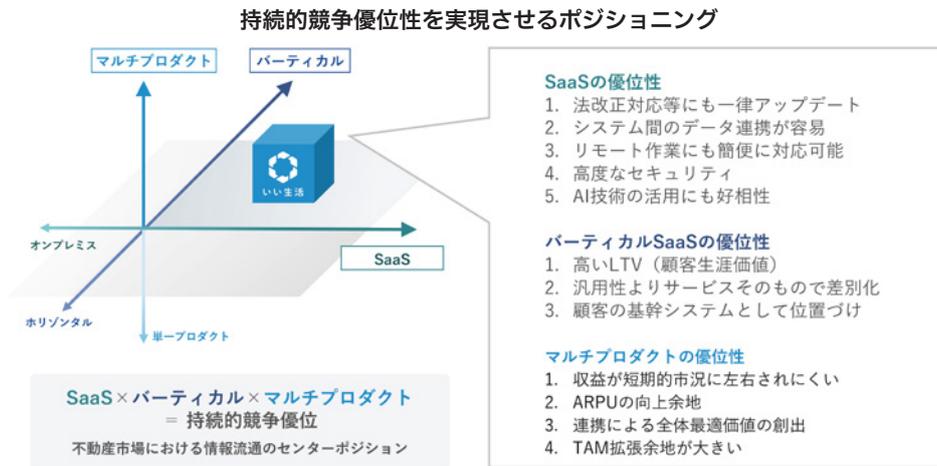
同社は、強みとなっている「SaaS × パーティカル × マルチプロダクト」という3つの要素を掛け合わせることで、不動産テック領域で持続的な競争優位性を確立している。

SaaS モデルは、法改正への一律アップデートやデータ連携の容易さ、リモートワーク対応、高度なセキュリティを提供し、さらに AI 技術との高い親和性も持つ。特定の業界に特化したパーティカル SaaS は、不動産業界特有のニーズに深く対応する製品提供が可能のため、高い LTV（顧客生涯価値）を実現している。結果として、顧客の基幹システムとして深く定着する傾向がある。

事業内容

さらに、マルチプロダクト戦略の採用により複数のサービスを展開しているため、特定の市場変動に左右されにくい収益構造を構築している。この戦略は、顧客あたりのARPU向上の余地を生み出し、サービス間の連携による業務全体の最適化を可能にする。加えて、当社が対象とするTAM（市場規模）の拡大する余地も大きい。

以上により、同社は不動産市場における情報流通の「センターポジション」として機能し、不動産業界全体のDX推進において不可欠な存在としての地位を確立している。



出所：決算説明資料より掲載

4. 市場環境

同社を取り巻く市場環境は、制度改革と不動産業界のデジタル化ニーズの拡大により、事業成長にとって好ましい状況が続いている。近年では契約手続きの電子化や書面規制の緩和などが進み、業務のオンライン対応が業界全体で急速に進展している。

特に2025年1月からは、不動産仲介業における「囲い込み」行為の規制が施行され、取引の透明性が一層重視されるようになった。さらに2027年4月には、新しいリース会計基準の適用が予定されており、マスターリース契約を含む特定賃貸借契約のオンバランス化が求められる。こうした新制度は、適切な契約管理やデータ対応が可能な業務システムの導入を促進すると見られ、SaaSやBPaaSを展開する当社にとって、導入機会の拡大に直結する。

加えて、不動産テック市場は今後も成長が期待されており、特に事業者向けの業務支援ソリューションは高い需要が継続している。同社は業界特化型の製品群を生かし、顧客企業の基幹システムとしての位置付けを強めている。制度面と市場面の双方から支えられる環境の下、同社は不動産業界のDXをけん引する存在として、今後も持続的な成長が見込まれる。

業績動向

2025年3月期は将来成長に向けた戦略的投資により、一時的に損失を計上

1. 2025年3月期の業績概要

2025年3月期の業績概要は、売上高が3,028百万円（前期比7.8%増）、営業利益が37百万円の損失（前期は176百万円の利益）、経常利益が42百万円の損失（同208百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純利益が39百万円の損失（同146百万円の利益）となった。将来成長に向けた戦略的投資を進めたことで、利益面では一時的に損失を計上した。

主力のサブスクリプション売上は2,554百万円（前期比4.6%増）と堅調に推移し、ソリューション売上は473百万円（同29.3%増）と大きく伸長した。一方、売上の成長に先行して人的資本への積極的な投資の実施により損失計上となったが、将来の成長を見据えた体制強化の一環として位置付けられる。売上総利益は1,597百万円（同0.3%減）と横ばいであるなか、販管費が同14.7%増の1,634百万円と膨らみ、EBITDAは500百万円（同24.0%減）となった。積極的な人材採用やプロダクト開発投資が先行したものの、売上の成長基調は継続しており、マルチプロダクト戦略の浸透とARPU向上を背景に、今後の収益回復に向けた基盤が整いつつある。

2025年3月期の業績概要

(単位：百万円)

	24/3期 実績	25/3期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,808	3,028	220	7.8%
サブスクリプション	2,441	2,554	112	4.6%
ソリューション	366	473	107	29.3%
売上総利益	1,601	1,597	-4	-0.3%
販管費	1,425	1,634	209	14.7%
EBITDA	658	500	-157	-24.0%
営業利益	176	-37	-213	-
経常利益	208	-42	-251	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	146	-39	-185	-

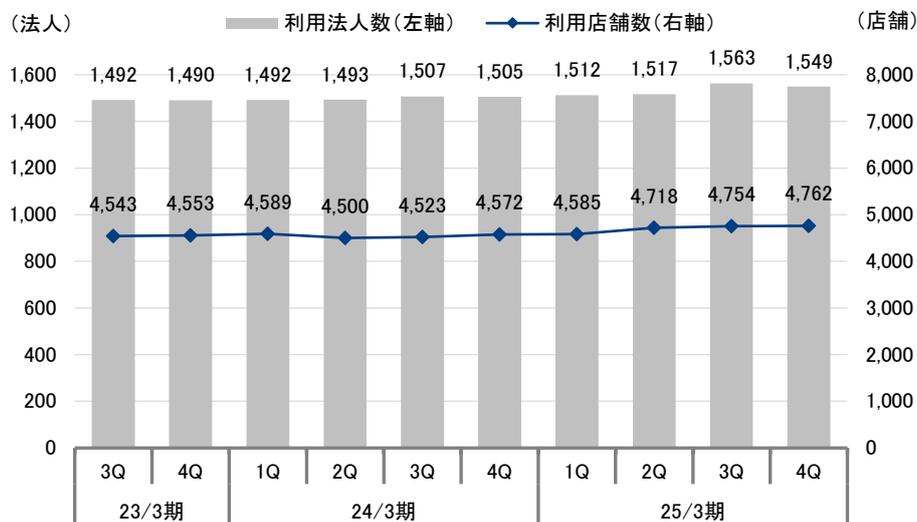
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) 利用法人数・店舗数

同社の利用法人数及び利用店舗数は、2025年3月期を通じて順調に拡大傾向を示した。利用法人数は、2023年3月期第4四半期に一時的な減少が見られたものの、その後は安定的に増加し、2025年3月期第3四半期には1,563社とピークを記録した。第4四半期は若干減少したものの1,549社と高水準であり、総じて堅調な成長トレンドを維持している。一方、利用店舗数については、2024年3月期下期から明確な増加が見られ、2025年3月期に入ってから大幅に伸長した。第2四半期に4,718店舗、第3四半期には4,754店舗、そして第4四半期には4,762店舗と、四半期ごとに過去最高を更新し続けている。

利用法人数・店舗数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) KPI

事業の主要業績評価指標 (KPI) として、利用法人数に加え、顧客あたりの平均月額単価である ARPU と、特定の期間 (月単位) における顧客の売上ベース解約率である MRR 解約率を設定している。ARPU は、通信業界で事業における健全性や収益性を評価するために用いられる指標である。同社は顧客から収益を最大化するための戦略を立てる指標としても活用している。MRR 解約率は、どれだけの顧客を売上ベースで失っているかを示すもので、事業の持続可能性や収益予想を推測するための指標としている。

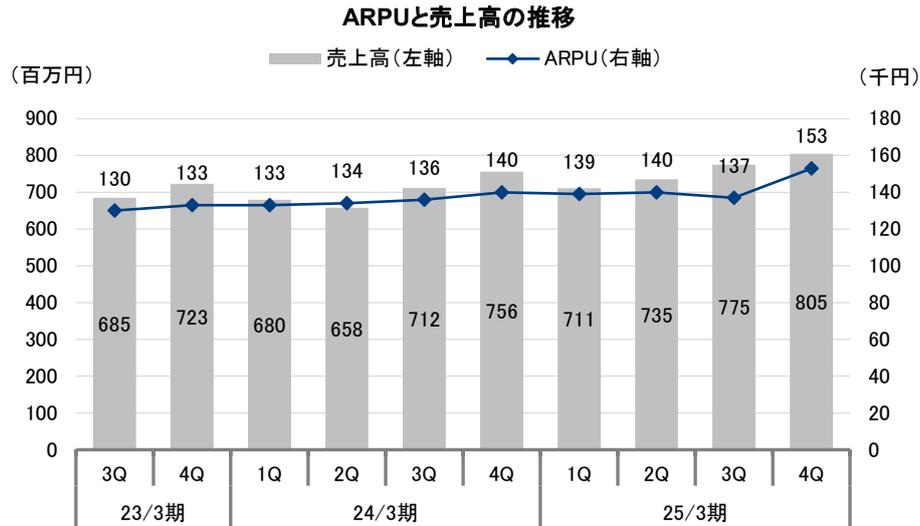
(a) ARPU

同社の四半期売上高と ARPU は、2025年3月期にかけて堅調な上昇基調を示している。売上高はサービス開始以来上昇トレンドが続いている。2025年3月期第4四半期には805百万円と、四半期ベースで過去最高を記録した。特に2025年3月期は各四半期で売上高が増加しており、安定的な成長が継続している。

ARPU については、2025年3月期第1四半期から第3四半期に一時的な伸び悩みが見られたものの、2024年3月期第4四半期の140千円から、2025年3月期第4四半期には153千円まで急上昇している。このARPUの急上昇、主に1月～3月の繁忙期及び3月の大型案件による売上増加という一時的な要因も含まれているものの、拡大傾向は持続している。

業績動向

今後は、マルチプロダクトを段階的に導入しながらフルセット化を目指すとともに、単価の見直しを通じて、ARPUの緩やかな上昇を図る。現時点のARPUの伸長は季節要因による部分が大きく、持続的な単価成長に向けた取り組みはこれから本格化すると見られる。



注：25/3期より「ソリューション売上」から「サブスクリプション売上」に売上区分を変更したことに伴い、24/3期以前の数値を遡及修正している
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

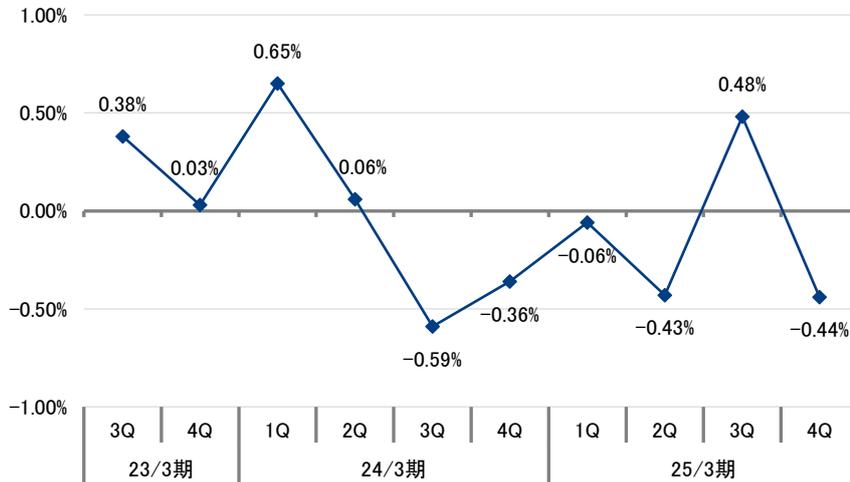
(b) MRR 解約率

同社のMRR (Monthly Recurring Revenue) 解約率は全体として低い水準を維持している。2023年3月期末にはやや上昇する局面があり、特に2024年3月期第1四半期には一時的に0.65%と上昇したが、その後は反転し、第3四半期には-0.59%と大幅に改善した。2025年3月期に入ってから、おおむね解約抑制が継続しており、第4四半期では-0.44%と、マイナス圏を維持している。

このような推移は、同社のプロダクトが顧客業務に定着しており、解約リスクが低く、安定したストック収益モデルとして機能していることを示している。第3四半期にややプラス方向に転じた場面も見られたが、全体としては継続率の高さが維持されており、顧客満足度やサービス価値の継続的な向上が奏功していると評価できる。

業績動向

MRR解約率の推移



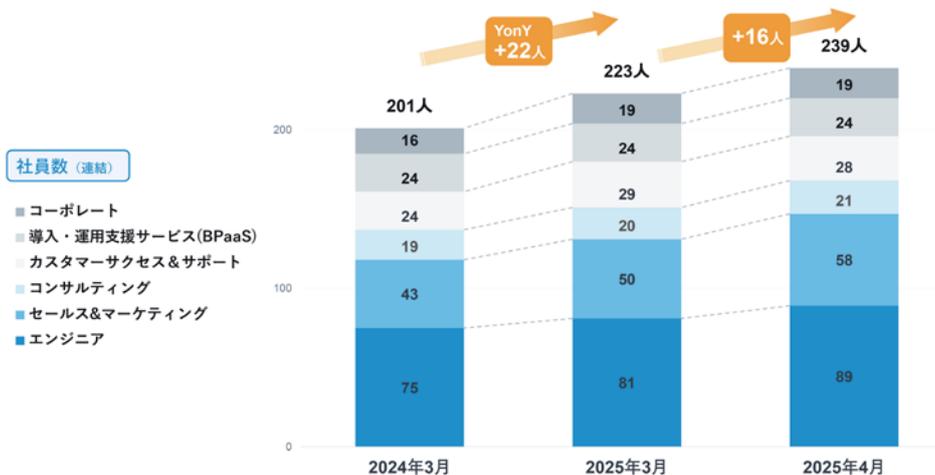
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) 人員構成

2025年4月時点における同社の連結社員数は239名となり、前期末比で38名の純増となった。部門別では、エンジニアが最も多く89名（前期末75名）、次いでセールス&マーケティングが58名（同43名）と、大幅に増員している。

同社の人員構成は、SaaS及びBPaaSの提供を支える専門性の高い体制で構築されている。エンジニアは技術基盤の拡張性を担保し、セールス&マーケティングは新規獲得とARPU向上を両立している。導入・運用支援サービス、コンサルティングは業務変革とデータ再構築を支援し、カスタマーサクセス&サポートは活用促進を担う。同社は、開発・営業体制を中心に、プロダクト品質と顧客体験の両立を実現し、競争力の強化を進めている。

人員構成の推移



出所：決算説明資料より掲載

ROA・ROEともに低下。今後は利益水準の回復が課題

2. 財務状況と経営指標

2025年3月期末における同社の財務状況は、現金及び預金が前期末比393百万円減少し345百万円となるなど、流動資産は同343百万円減の594百万円となった。一方で、売掛金は同54百万円増の115百万円と伸長している。固定資産は同152百万円増の1,755百万円となり、特に無形固定資産が同130百万円増の1,519百万円となるなど、SaaSプロダクトなどへの積極的な開発投資の姿勢がうかがえる。資産合計は、2,349百万円となり、前期末から191百万円の減少となった。

流動負債は同116百万円減の474百万円となり、負債合計は476百万円（同116百万円減）と圧縮された。

純資産は1,872百万円となり、前期末から74百万円の減少となった。これは、親会社株主に帰属する当期純損失の計上による減少39百万円、及び配当金実施に伴う利益剰余金の減少34百万円等による。

自己資本比率は79.7%と3.1ポイント上昇し、財務の健全性は良好な状態を維持している。ただし、流動比率は125.4%と33.3ポイント低下し、短期的な資金余力には一定の注意が必要である。一方、収益性指標は、ROAは8.5%から-1.7%へ10.2ポイント低下、ROEは7.7%から-2.1%へ9.8ポイント低下しており、今後は投資成果の顕在化と利益水準の回復が課題となる。

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	24/3 期末	25/3 期末	増減額
流動資産	938	594	-343
(現金及び預金)	739	345	-393
(売掛金)	61	115	54
固定資産	1,602	1,755	152
有形固定資産	37	55	17
無形固定資産	1,389	1,519	130
投資その他の資産	175	180	5
資産合計	2,540	2,349	-191
流動負債	591	474	-116
固定負債	2	2	-0
負債合計	593	476	-116
純資産合計	1,946	1,872	-74
【安全性】			
流動比率	158.7%	125.4%	-33.3pp
負債比率	30.5%	25.5%	-5.0pp
自己資本比率	76.6%	79.7%	3.1pp
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	8.5%	-1.7%	-10.2pp
ROE (自己資本当期純益率)	7.7%	-2.1%	-9.8pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2025年3月期における同社のキャッシュ・フローの状況は、営業・投資活動の両面で収支の変動が見られた。営業活動によるキャッシュ・フローは316百万円の獲得となり、前期（618百万円獲得）からは減少したものの、引き続き事業活動からのキャッシュ創出は維持されている。これは収益性の一時的な低下を反映したものと考えられる。投資活動によるキャッシュ・フローは676百万円の支出と、前期（656百万円の支出）に続き多額の支出が発生している。これは主に無形固定資産（ソフトウェア等）への投資が継続していることによるものであり、今後の成長に向けた戦略的な開発投資と位置付けられる。財務活動によるキャッシュ・フローは34百万円の支出で、前期と同水準で推移した。大きな資金調達や配当支出は見られず、資本政策上は安定的な動きとなっている。結果として、現金及び現金同等物の期末残高は345百万円と、前期末の739百万円から大幅に減少した。営業キャッシュ・フローの獲得額の縮小と投資キャッシュ・フローの支出の継続が重なり、キャッシュポジションには一定の減少が見られるものの、財務的な健全性を損なう水準ではない。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/3期	25/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	618	316
投資活動によるキャッシュ・フロー	-656	-676
財務活動によるキャッシュ・フロー	-34	-34
現金及び現金同等物の期末残高	739	345

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年3月期は先行投資の回収フェーズに入り、黒字転換を見込む

1. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績見通しは、売上高が3,196百万円（前期比5.5%増）、営業利益が107百万円（前期は37百万円の損失）、経常利益が106百万円（同42百万円の損失）、親会社株主に属する当期純利益が72百万円（同39百万円の損失）と予想されている。マルチプロダクト戦略の推進や既存顧客へのクロスセル、新規導入企業の増加などにより、売上は引き続き堅調な成長が見込まれる。一方で、前期に実施した先行投資の回収フェーズに入り、利益面では黒字転換を果たす計画である。各段階利益は回復基調にあり、収益性の改善が注目される。2026年3月期は、成長と採算性の両立を図る転換点と位置付けられる。

今後の見通し

2025年3月期の業績予想

(単位：百万円)

	25/3期 実績	26/3期 予想	前期比	
			増減額	増減額
売上高	3,028	3,196	167	5.5%
営業利益	-37	107	144	-
経常利益	-42	106	148	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-39	72	111	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2026年3月期の基本方針・成長戦略

2026年3月期における同社の基本方針・成長戦略は、主に4つの柱で構成されている。第1に、「エンタープライズ企業および地域の中核不動産会社へのSaaS導入支援」を強化する。顧客の多様な業務課題に応じて、導入から稼働まで一貫して伴走する体制を整備し、信頼性の高い業務基盤としての地位を確立する。第2に、「マルチプロダクト戦略の深化」を進める。既存プロダクト群の連携と機能拡張を強化するもので、売買領域における大規模アップデートや建物管理機能の追加など、業務全体を網羅する製品体系を確立し、クロスセル・アップセルによる収益拡大を見込む。第3に、「トランザクション課金の拡大」を推進する。「いい生活 Square」における流通データの活性化を通じて、プラットフォーム内での取引量を増やし、利用度に応じた課金モデルを拡充することで、収益機会の多様化を目指す。そして第4に、「データモダナイゼーションの強化」に取り組む。レガシーシステムに蓄積された旧来型データを整理・再構築し、同社SaaS上での活用を通じて顧客の業務効率と意思決定の質を高めることで、さらなる業務改善と価値創出を図る。以上の戦略を通じて、同社は不動産業界のDXを一層加速し、中長期的な成長基盤の強化を図る。

特に、ビレッジハウス・マネジメントへの導入実績を契機に、エンタープライズ企業からの引き合いが増加している。SaaS移行を検討するエンタープライズ企業が増えるなか、いかに早く稼働させ、収益化につなげるかが今後の最重要課題とされる。こうした状況下で、「データモダナイゼーションの強化」は2026年3月期において、スムーズな導入・稼働のカギを握る要素として、同社の競争優位性を支える中核戦略となる。

3. 資本政策

同社は、資本コストや株価を意識した経営を実現するため、資本政策の明確化を進めている。今後は、ROA・ROE・PBRの向上を軸とした戦略的な資本政策を展開する。

ROAの向上については、不動産領域に特化したマルチプロダクト型SaaSの展開を進め、営業キャッシュ・フローを原資とした持続的なプロダクト投資を実施する。これにより、ソフトウェア資産の収益性を高め、BPaaSとの相互補完により、SaaSサブスクリプション売上の拡大とともに資産効率の改善を目指す。

ROEの向上と将来への期待値(PER)の維持を通じてPBRの上昇を図るため、人的資本への継続的な投資を通じて非財務資本の価値向上に努め、財務指標への波及効果を高める方針である。

資本コストの低減に向けては、丁寧な IR 活動の継続により投資家との情報ギャップを縮小し、信頼性と透明性を高める。四半期ごとの説明会や公式 note による情報発信などを通じて、市場からの評価の安定化を図る。

さらに、成長投資を積極的に進めつつも、フリーキャッシュ・フローを安定的に創出し、企業の本質的価値を高めることを重視する。配当については、利益やキャッシュ・フローの水準を勘案しつつ、必要以上に資本を積み上げないバランス型の方針を掲げている。同社は、財務・非財務両面から企業価値の最大化を目指し、中長期的な株主利益との整合を重視した資本政策を進める。

■ 中長期の成長戦略

中期的に顧客法人数 5,000 社、 月額顧客あたり APRU10 万円を目指す

1. 中長期の成長戦略の概要

同社は中期的な目標として、顧客法人数 5,000 社、顧客あたり APRU10 万円（月額）を目指しており、売上高にすると年間約 60 億円に相当する。この目標達成に向け、従来の事業戦略をさらに加速・推進している。成長戦略については、(1) 顧客基盤の拡大、(2) 収益力の強化、(3) 将来への布石の 3 つの柱を掲げ、サービスの進化及び導入支援顧客サポート体制の充実を図る。

(1) 顧客基盤の拡大

利用法人数が右肩上がりで見られつつあることから、業務の作業効率の向上・費用対効果は実証済みと考えられるため、サービスに興味を持つ潜在顧客へのアプローチを継続する。導入支援サービスの充実によるエンタープライズ顧客の獲得と、「いい生活 Square」の無料顧客への有料顧客化を顧客基盤拡大の主要な柱と位置付けている。

(2) 収益力の強化

マルチプロダクトのワンストップ提供による顧客単価上昇、運用支援サービスレベル向上による LTV 拡大を目指す。不動産管理業はサービスの利用期間が長期にわたる LTV の高い顧客層と言える。同社のサービスは SaaS であり、複数のサービスを一体化して利用できる強みを生かし、高い全体最適性の実現による顧客満足度の向上を目指す。

(3) 将来への布石

不動産プラットフォームへの進化を成長戦略として挙げ、中長期的に持続的かつ安定的な事業成長の確立を図るため、「SaaS × パーティカル × マルチプロダクト」の最大化による高成長を推進する。加えて、豊富なサービス群とソリューションを組み合わせるなど付加価値の高いサービスを提供することで、競合他社との差別化を図る。

2. 将来的な戦略

同社は、中長期の戦略以外にも将来の展望として、(1) 持続可能な顧客獲得サイクル、(2) プロダクトビジョン、(3) 不動産に関するあらゆるデータが集まるプラットフォームという戦略イメージを持っている。

(1) 持続可能な顧客獲得サイクル

見込み顧客へのアプローチから、提案・受注・導入支援・運用・サポートに至るプロセスを経て、既存サービスの利用顧客へ追加サービスの提案とサービス全体の拡販を推進する。既存顧客は、既に同社のサービスを利用することで業務効率性が向上し、顧客満足度が高いため、追加サービス購入を通じて顧客単価が高まる傾向にある。既存顧客との信頼関係は強化され、同時に売上拡大に向けた事業基盤も広がる。売上高は、既存顧客向けのアップセル・クロスセルを通じた受注拡大に加え、新たに稼働を開始した新規顧客の売上が上乗せされることで増加する見込みである。不動産管理業を中心とした LTV の高い顧客数の増加させることで、サービス開発などのコストを相殺し、大きな利益を創出する考えである。

(2) プロダクトビジョン

同社は、将来的には SaaS で各ツールが人の手を介さず、リアルタイムで連携できるシステム構築を行い、会計システム、電子契約、電子決済、Web 会議などサードパーティシステムとの連携を通じて、ユーザーのビジネスにおけるさらなる最適化を追求する。加えて、インボイス制度への対応や設備・修繕管理機能、経営分析機能、金融領域など新機能や新領域についても拡充し、不動産におけるあらゆる業務領域をカバーすることを目指す。

同社は新たなプロダクトの投入を通じたサービスの拡張を図っている。「いい生活売買クラウド」では、大規模な UI/UX のリニューアルを実施し、売買仲介業務に特化した機能を強化した。顧客管理から物件管理、進捗管理まで一気通貫で対応可能とし、業務の可視化やコミュニケーションの円滑化を実現する。これにより、従来の賃貸領域だけでなく売買領域にも展開を広げ、マルチプロダクト戦略を一層推進する。「いい生活賃貸管理クラウド」では、点検・清掃・修繕などの管理業務を支援する機能の提供を新たに開始した。スマートフォンによる現地入力や、帳票・日報・写真などの記録管理に対応し、オーナー報告業務の効率化も可能となった。業者への依頼や履歴管理の機能も充実し、建物管理業務全体のデジタル化への支援を強化した。

(3) 不動産に関するあらゆるデータが集まるプラットフォーム

SaaS を媒介として、不動産に関わるあらゆるデータが蓄積されたプラットフォームの構築を進める。蓄積された豊富なデータに基づき、多彩な商品やサービスの取引が展開されるマーケットプレイスとなることを目指しており、「いい生活 Square」がそのマーケットプレイスとしての役割を担っていく。これにより、テクノロジーがもたらす付加価値は、エンドユーザー・不動産会社に留まらず、市場のすべてのプレーヤーへ届けられることになる。

不動産市場の周辺領域は広大であり、公共サービスとの連携、引っ越しに伴う e コマース領域、決済等、周辺領域にエコシステムを拡大する大きな機会が広がっていると同社では認識している。

3. 人的資本拡大

2023年4月、「人的資本拡大に関する基本方針」を制定した。この方針は、社会と会社、会社と従業員の双方にとって有益な関係構築に焦点を当て、同社のミッションとビジョンを明確化し、組織の存在意義と目指すべき未来像を具体的に示している。加えて、企業が重視する価値観と個々人が目指すべき行動指針を6つのバリューとして要約した。

同社の6つのバリューは、以下のとおりである。「新たなスタンダードを定着し続けよう」は、新しい基準を定め、学びながら常に既成概念を疑い、経験を形式知として定着させることを目指す。また、好奇心を持って未知の探求を楽しむことで、新たな知識を組織に取り入れ、拡張していく。「明日の距離感で前進しよう」では、適切な距離感を保ちながら、誰も置き去りにせず、停滞なく前進することを重視する。「優しさと易しさに芯をとおそう」では、優しさと易しさを大切に、明快なコミュニケーションとシステムで信頼される存在となることを目指す。「多様な仲間との化学結合を起こそう」は、多様な人々との相互作用を通じて成長を促進することを示す。そして、「信頼を積み重ね歴史をはぐくもう」「挑戦と失敗をまるごと愛そう」は、信頼を構築し、歴史を育むこと、そして挑戦と失敗を包容し、互いに支え合うことが文化の継承と発展に重要であると位置付けている。

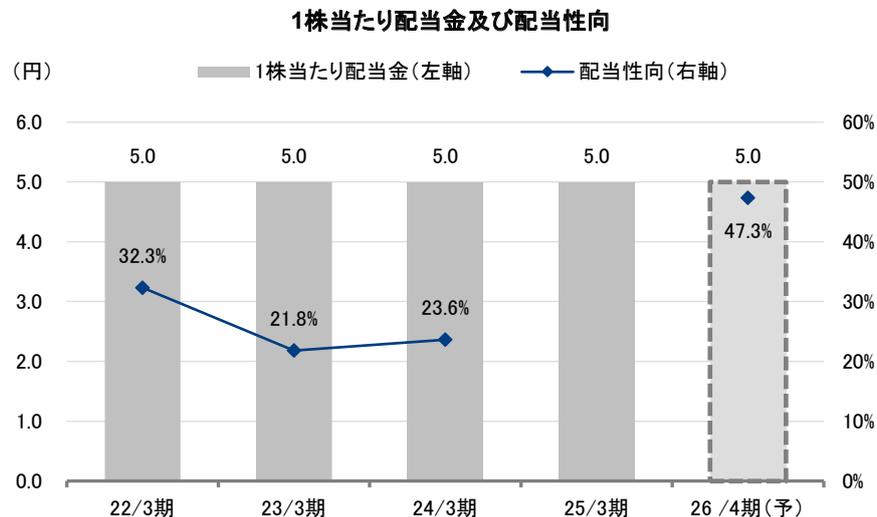
「人的資本拡大に関する基本方針」では、さらに「自発的な価値創造」「目標設定や達成の支援を通じた積極的な対話」「個々の能力の顕在化とウェルビーイングの追求」「人間性の尊重」そして優れた「タレントの獲得」を促進するため、社内環境整備に関する具体的な施策を掲げている。

同社では、プロダクトごとに独立したスモールチームへの権限移譲により、APIプラットフォームを中核に各プロダクトチームが連携し、生産性の高い開発環境を形成している。このアプローチを進めるため、自律的なチーム運営を重視し、スクラムを基本としたアジャイル体制を採用している。その結果、同社は、開発生産性が優れたエンジニア組織を表彰する「Findy Team + Award 2023」で、ユーザーへの価値提供のサイクル改善において、開発生産性が高く評価され、組織別部門で受賞した。これらの取り組みによる開発者体験の向上、個人の能力が十分に発揮されるとともに、チーム全体の学びが促進される環境の整備が、結果として人的資本の充実に直結したものと考えられる。

株主還元策

2017年3月期より1株当たり配当金は一貫して5.0円を維持

同社の配当政策は、2017年3月期より1株当たり配当金は一貫して5.0円を維持しており、利益水準に左右されずに安定的な配当を実施してきた点が特徴である。2025年3月期は損失を計上したものの、同水準の配当を維持した。2026年3月期も同様に1株当たり5.0円の配当を継続する予定であり、予想配当性向は47.3%と引き続き高い水準が見込まれている。また、資本コストやPBRを意識した経営を進めており、株主・投資家との対話にも積極的に取り組むなど、長期保有のインセンティブを高める姿勢を打ち出している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ SDGs・ESG への取り組み

人材育成、サービス開発、住環境とデジタル環境への貢献に取り組む

1. SDGs への取り組み

同社は、SDGs（持続可能な開発目標）に貢献するための主に4つの取り組みを推進している。「変革を起こす人材の育成」として、IT分野での高度な専門性を持つ人材を育成し、新しい労働スタイルを支援することで、多様な背景を持つ人々にキャリアの機会を提供する。「社会的価値の高いサービスの開発」では、価値あるサービスの創出に加え、品質の継続的な改善と情報セキュリティへの注力を通じて、革新的かつ高品質なサービスの提供を目指す。「住環境への貢献を目指す事業展開」では、ITの活用による公正な不動産市場の確立と、すべての人が適正にアクセスできる市場の実現によって、社会と人々を支える不動産市場の成長に貢献する。「ITとデジタル変革による環境への貢献」では、環境に配慮したビジネスプロセスを推進し、オンライン市場の形成と環境に優しい不動産業への貢献、そして地域社会の持続可能な成長に貢献する。

同社は、安心して信頼できるサービスの持続可能な提供のため、経済産業省、厚生労働省、日本健康会議により認定された「健康経営優良法人2025」、経済産業省が定めるDX認定制度に基づいて認定を取得した「DX認定事業者」、中小企業庁が定めた「パートナーシップ構築宣言」への賛同、情報セキュリティの国際規格「ISMS (ISO27001)」、クラウドセキュリティの国際規格「ISMS (ISO27017)」、ITサービスマネジメントの国際規格「ITSMS (ISO20000)」を取得している。加えて、(一社)日本クラウド産業協会からの「ASP・SaaSの安全・信頼性に係る情報開示認定制度」の認定も取得している。

2. ESG への取り組み

同社は、環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）においても取り組みを進めている。環境面では、対面営業や物件見学のデジタル対応を進めるなど、不動産業における環境負荷の軽減を目指している。社会面では、価値創造を支える高度なIT人材の創出に貢献する。また、全従業員の健康を企業価値創造の基本と位置付け、「健康経営宣言」を定めた。このほか、育児支援や大学体育会・部活動への協賛なども行っている。さらなる取り組みとして、ガバナンス面を含む広範な情報開示と責任を強化している。気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言への賛同を表明し、TCFDに関する効果的な情報開示や適切な取り組みを議論する目的で設立された「TCFD コンソーシアム」にも入会した。

また、2024年3月期からの有価証券報告書への「人的資本」情報記載義務化に先駆け、同社は2022年3月期から開示を開始した。加えて、長期的な企業価値向上に向けた取り組みと社会価値・経済価値の両立を実現するプロセスを示した「統合報告書」も発行している。

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・表示したのですが、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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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 5-13-3

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