

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 >>>](#)

2023年6月30日(金)

執筆：客員アナリスト

永岡宏樹

FISCO Ltd. Analyst **Hiroki Nagaoka**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期の連結業績概要	01
2. 2024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	01
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業構成	05
■ 業績動向	06
1. 2023年3月期の連結業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の見通し	09
● 2024年3月期の連結業績見通し	09
■ 中長期の成長戦略	10
1. 外部環境に左右されない収益構造を構築	10
2. 同業・異業種との積極的業務提携による収益獲得機会の拡大及び競争力の強化	12
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	13
4. 店舗数増加による規模の拡大と売買仲介への参入	14
■ 積極的な ESG 経営	14
■ 株主還元策	15

■ 要約

2023年3月期はコロナ影響から営業収益は計画比未達となったが、 2024年3月期から再び成長軌道へ回帰する見込み

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DXのハウスコム」と呼ばれている。また、「入居者側のエージェント」として入居者目線で多くの物件を平等に紹介する姿勢も同社の強みの1つとなっている。

1. 2023年3月期の連結業績概要

2023年3月期の連結業績は、営業収益が前期比0.2%減の14,179百万円、営業利益が同5.8%減の394百万円、経常利益が同0.9%増の620百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.2%減の327百万円だった。同社では2022年4月28日の期初に発表した営業収益14,735百万円、営業利益447百万円の達成を目指してきたが、営業収益、営業利益ともに若干の未達となった。営業収益は過去最高だった2022年3月期の14,206百万円からの更新を目指してきたが、着地はわずかながら前期比で減収となった。これは新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の第7波、第8波の下で同社グループ社員の罹患者が増加し、一時的に営業活動の稼働率が低下した影響が大きい。一方、単価の状況については、転居需要の回復プロセスが進行するなか、仲介手数料だけでなく、仲介1件あたりの特別依頼広告料、周辺商品販売等の収入も回復傾向を示している。

2. 2024年3月期の連結業績見通し

2024年3月期の連結業績については、営業収益で前期比0.8%増の14,288百万円、営業利益で同17.4%増の462百万円、経常利益で同4.1%増の646百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同18.9%増の389百万円を見込んでいる。2024年3月期は、2021年12月に策定した「新成長戦略」のもと、再び増収増益の達成を目指しており、特に営業収益については過去最高の更新を視野に入れている。今期予定されている主な取り組みとしては、継続的な店舗拡充の実施、家主向け新サービスの導入・拡大、業務効率・生産性向上に向けたDXの推進、などが挙げられ、これらにより成長戦略である「事業領域の拡大及び競争力の強化等による成長の加速」に取り組む計画としている。

3. 中長期の成長戦略と進捗状況

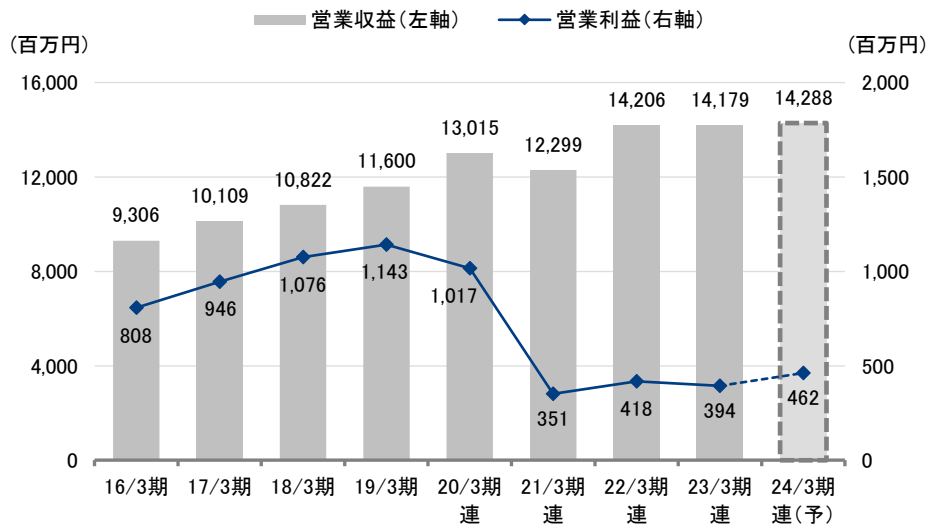
同社は「新成長戦略」のもと、「事業領域拡大による収益構造の転換」「既存事業分野の競争力強化等」「店舗数増加による規模の拡大」「グループ経営を前進させるための内部体制の強化」の4つの施策を推し進めている。「既存事業分野の競争力強化等」においては、引き続きDXによる集客力・競争力の強化と生産性の向上を実施した。これにより、2022年5月の宅地建物取引業法の改正で重要事項説明書と賃貸借契約書の交付をデジタルデータで実施できるようになった流れをしっかりと自社の業績に取り込んだ。また、今後は入居後においても入居者との接点を維持し、営業収益の拡大に結び付けていく考えであり、外部企業と連携しながらデータ活用の方法を模索している。

要約

Key Points

- 2023年3月期の営業収益、営業利益は期初計画に対して未達となったが、グループ社員のコロナ罹患者が増加したために、一時的に営業活動の稼働率が低下した影響が大きく、大きな懸念は不要である
- 2024年3月期は営業収益、営業利益ともに2023年3月期を上回る計画。2021年12月に策定した「新成長戦略」への取り組みを着実に進め、同時にDX推進による業務効率の改善も進めることで業績拡大を狙う

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を進め
最高の顧客体験の提供を目指す**

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、2023年3月末時点で全国にハウスコム直営店200店舗・FC店1店舗を持っている。グループの従業員数は2023年3月末時点で1,093名。2011年6月に、大阪証券取引所JASDAQ市場に上場。2019年6月には東京証券取引所(以下、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(株)宅都を子会社化し、関西圏の店舗網拡充を加速している。2022年4月に東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、プライム市場へ移行。また、2022年10月には持株会社への移行に伴い、ハウスコムを10社に分社化し、宅都を「大阪ハウスコム株式会社」へ商号変更した。

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、9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9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DXのハウスコム」と呼ばれている。2015年には現地に出向かなくとも物件の内見が可能で「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の加速に向けた研究会」を設置した年が2018年ということを見ると、同社及び田村氏がいかに先見性を持っているかが分かるだろう。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及び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。

ハウスコム | 2023年6月30日(金)
 3275 東証プライム市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

会社概要

加えて、M&A を活用して事業を拡大してきたことも特徴として挙げるができる。同社は、2019年5月にジューシー出版(株)、同年7月にエスケイビル建材(株)を連結子会社化した。これら M&A への取り組みにより、テクノロジーを通じたサービスの提供や、塗装工事・リニューアル工事などの新サービスの提供を開始し、サービスラインナップを拡充させた。また直近では、2021年3月に宅都をグループへと迎え入れ、関西圏での事業拡大を加速させている。また、直近では、「既存事業の店舗数増加による規模の拡大」を進めるにあたり、不動産に関するフランチャイズ「クラスモ」ブランドを関西圏で積極的に展開している(株)シーアールエヌを2023年6月に子会社化した。M&A により、同社サービスの訴求力を高めていると評価できるだろう。

沿革

年月	主な沿革
1998年 7月	大東建託<1878>の100%出資子会社として、賃貸建物の仲介斡旋を事業目的に、大阪府堺市に関西ハウスコム(株)を設立するとともに堺東店(大阪府堺市)を開設。
1998年 9月	不動産賃貸仲介業務を開始するとともに、その周辺サービス業務としてクリーンサービス取次業務・損害保険代理店業務・リフォーム工事取次業務・引越取次業務を開始。
1998年11月	本社を大阪府吹田市へ移転。
2000年 1月	本社を大阪府堺市へ移転。
2000年12月	宅地建物取引業免許につき、国土交通大臣免許を取得。
2002年11月	本社を大阪府大阪市浪速区へ移転。
2003年12月	本社を東京都港区へ移転するとともにハウスコム株式会社へ商号変更。
2003年12月	(旧)ハウスコム(株)(現(株)ジューシー情報センター)から営業譲受される。この営業譲受によって、首都圏・中部圏に62店舗の営業権を取得。
2004年 8月	賃貸借契約時に入居者(借主)側に要求される連帯保証人を代行する「保証人代行商品」の販売取次の業務を開始。
2005年12月	(株)ハウスコム不動産情報センター(現ジューシー情報センター)から荻窪店(東京都杉並区)・浜松町店(東京都港区)・一宮駅前店(愛知県一宮市)の3店舗の営業権を譲受。
2006年 4月	広告媒体取扱専門会社の代理店として募集広告に関する代理店業務を開始。
2007年 3月	直営店100店舗目の藤枝店(静岡県藤枝市)を開設。
2007年12月	直営店110店舗目の国分寺店(東京都国分寺市)を開設。
2008年 8月	直営店120店舗目の熊谷店(埼玉県熊谷市)を開設。
2011年 6月	大阪証券取引所 JASDAQ(スタンダード)上場。
2012年 3月	国土交通省主管の賃貸住宅管理業者に登録。
2012年12月	直営店130店舗目の勝田台店(千葉県八千代市)を開設。
2014年 9月	直営店140店舗目の稲毛店(千葉県千葉市)を開設。
2015年11月	直営店150店舗体制を実現。
2017年 6月	直営店160店舗体制を実現。
2018年10月	直営店170店舗体制を実現。
2019年 6月	東京証券取引所 市場第二部へ市場変更。
2019年 7月	直営店180店舗体制を実現。
2019年 8月	東京証券取引所 市場第一部に指定。
2021年 3月	(株)宅都を子会社化し、ハウスコムグループ直営店212店舗体制を実現。
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分の見直しに伴い、プライム市場に移行。
2022年10月	持株会社体制への移行に伴い、ハウスコムを10社に分社。宅都を「大阪ハウスコム株式会社」へ商号変更。

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

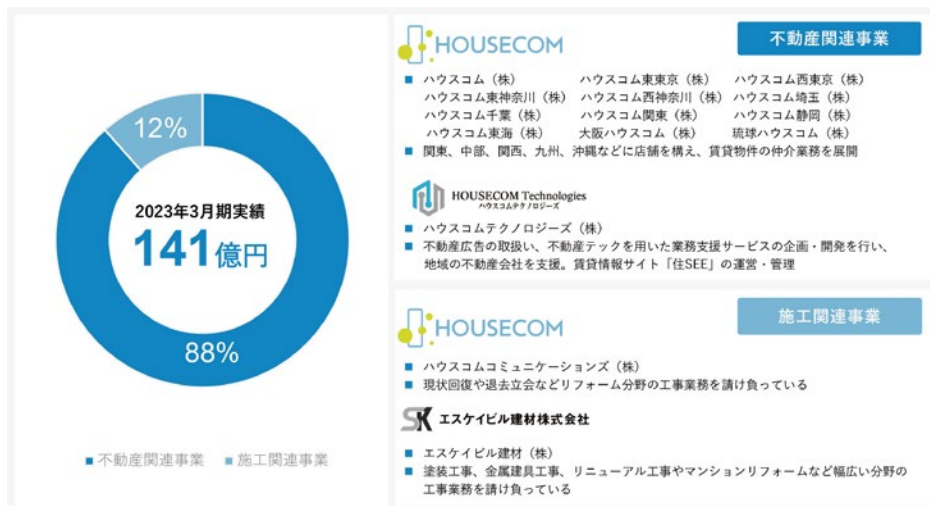
会社概要

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。

ハウスコムグループの2つの事業領域



出所：決算補足説明資料より掲載

業績動向

従業員のコロナ罹患に伴う一時的な営業活動の稼働率低下から 営業収益は期初計画比未達だったが、 店舗効率化や費用抑制は順調に進展

1. 2023年3月期の連結業績概要

2023年3月期の連結業績は、営業収益が前期比0.2%減の14,179百万円、営業利益が同5.8%減の394百万円、経常利益が同0.9%増の620百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.2%減の327百万円だった。同社では2022年4月28日の期初に発表した営業収益14,735百万円、営業利益447百万円の達成を目指してきたが、営業収益、営業利益ともに若干の未達となった。営業収益は過去最高だった2022年3月期の14,206百万円からの更新を目指してきたが、着地はわずかながら前期比で減収となった。これはコロナ禍の第7波、第8波の下で同社グループ社員の罹患者が増加し、一時的に営業活動の稼働率が低下した影響が大きい。一方、単価の状況については、転居需要の回復プロセスが進行するなか、仲介手数料だけでなく、仲介1件あたりの特別依頼広告料、周辺商品販売等の収入も回復傾向を示している。

セグメントごとの業績は、不動産関連事業の営業収益が前期比2.3%減の12,540百万円、セグメント利益が同8.7%増の2,185百万円だった。従業員のコロナ罹患に伴う一時的な営業活動の稼働率低下により営業収益は前年比で減収となったが、セグメント利益については地域内の転居需要取り込みの効率性の観点から、新規出店5店舗を行う一方で既存店舗の統廃合として11店舗を退店したことに加え、費用面における効率化とそれによる費用抑制が進んだ結果、収益性の改善が進み前年比で増益となった。施工関連事業については、営業収益が同19.2%増の1,638百万円、セグメント利益が同110.4%増の183百万円だった。ハウスコム内のリフォーム事業と、会社分割によりそれを承継したハウスコムコミュニケーションズ(株)とを合算した営業収益が前期比16.0%増の1,125百万円まで回復したこと、及びエスケイビル建材の営業収益が同26.8%増の513百万円となったことを反映している。

2023年3月期連結業績

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期		23/3期		前期比	予想比
	実績	対売上比	実績	対売上比	期初予想	対売上比		
営業収益(売上高)	14,206	100.0%	14,179	100.0%	14,735	100.0%	-0.2%	-3.8%
営業利益	418	2.9%	394	2.8%	447	3.0%	-5.8%	-11.8%
経常利益	614	4.3%	620	4.4%	643	4.4%	0.9%	-3.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	372	2.6%	327	2.3%	392	2.7%	-12.2%	-16.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2022年10月1日付での持株会社制への移行に伴う営業保証金の増加により自己資本比率は低下も、引き続き同社の財務健全性は高い

2. 財務状況と経営指標

2023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327百万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211百万円増加している。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。

自己資本比率が2022年3月期末の66.4%から2023年3月期末においては60.9%へと低下しているが、これは固定資産において持株会社体制への移行に伴う営業保証金の預入によって投資その他の資産が前期比で1,032百万円増加したことによるものである。また、流動比率と固定比率がそれぞれ162.0%、80.9%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4,821百万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、新成長戦略のもと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、利益水準が下がるなかで積極的なIT投資を行ってきた結果である。これらの投資は2024年3月期以降に実を結んでいくものと考えられる。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なか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670百万円の収入となった。投資活動によるキャッシュ・フローは2022年10月1日付での持株会社制への移行に伴う営業保証金の増加に伴い1,279百万円の支出となった。営業保証金の増加に伴う投資活動によるキャッシュ・フローの支出分は短期借入れ1,000百万円により賄われており、それに伴い財務活動によるキャッシュ・フローが883百万円の収入となっている。

ハウスコム | 2023年6月30日(金)
 3275 東証プライム市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

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	23/3 期末	増減額
流動資産	6,919	6,717	4,976	5,459	5,808	318
現金及び預金	6,321	5,940	4,170	4,545	4,820	275
固定資産	2,488	3,085	4,835	4,719	5,674	955
無形固定資産	73	575	1,946	1,862	1,810	-52
資産合計	9,408	9,802	9,812	10,178	11,482	1,304
流動負債	2,710	2,655	2,528	2,557	3,597	1,040
固定負債	662	687	771	832	866	34
負債合計	3,373	3,342	3,299	3,389	4,433	1,044
純資産合計	6,034	6,459	6,512	6,789	7,018	229
利益剰余金	5,326	5,719	5,753	6,108	6,320	211
負債純資産合計	9,408	9,802	9,812	10,178	11,451	1,273
<安全性>						
流動比率 (流動資産÷流動負債)	255.3%	253.0%	196.8%	213.5%	161.4%	-
固定比率 (固定資産÷純資産)	41.2%	47.8%	74.2%	69.5%	80.9%	-
自己資本比率 (純資産÷総資産)	63.8%	65.6%	66.1%	66.4%	60.9%	-
<収益性>						
ROA (総資産当期純利益率)	9.5%	6.9%	3.2%	3.7%	2.9%	-
ROE (自己資本利益率)	15.6%	10.8%	4.8%	5.6%	4.6%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期末	21/3 期末	22/3 期末	23/3 期末	増減額
営業キャッシュ・フロー	992	686	252	767	670	-97
投資キャッシュ・フロー	-247	234	-1,737	-228	-1,279	-1,051
財務キャッシュ・フロー	-316	-301	-284	-164	883	1,047

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年3月期は増収増益を目指す。 With コロナが進むとともに、市場動向には明るい兆し

● 2024年3月期の連結業績見通し

2024年3月期の連結業績については、営業収益で前期比0.8%増の14,288百万円、営業利益で同17.4%増の462百万円、経常利益で同4.1%増の646百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同18.9%増の389百万円を見込んでいる。2024年3月期は、2021年12月に策定した「新成長戦略」のもと、再び増収増益の達成を目指しており、特に営業収益については過去最高の更新を視野に入れている。今期予定されている主な取り組みとしては、新規出店を抑制しつつ1店舗あたりの採算性・収益性を重視した経営への方針転換、家主向け新サービスの導入・拡大、業務効率・生産性向上に向けたDXの推進などが挙げられ、これらにより成長戦略である「事業領域の拡大及び競争力の強化等による成長の加速」に取り組む計画としている。具体的には、店舗数を200店舗程度で維持しつつ、店舗での効率化推進による収益性向上、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。

2024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。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。なお、同社はリーシング機能や物件管理に活用できる「スマートシステム PLUS サービス」の導入などを活用して、中堅管理会社との協業にも取り組んでおり、これらの地道な取り組みが将来のさらなる成長拡大の布石になることを期待したい。

2024年3月期通期業績予想

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		前期比
	実績	対売上比	予想	対売上比	
営業収益	14,179	-	14,288	-	0.8%
営業利益	394	2.8%	462	3.2%	17.4%
経常利益	620	4.4%	646	4.5%	4.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	2.3%	389	2.7%	18.9%

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」を発表した。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している。同戦略のもとで各施策が着実に実行されており、特にデジタル化に関しては実績とノウハウがあり、先行者優位を順調に構築していると評価できる。

1. 外部環境に左右されない収益構造を構築

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。

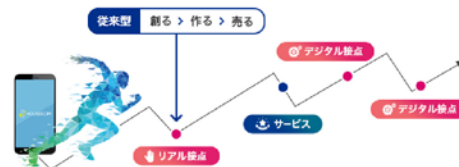
従来、同社の主な収入源は各種手数料であったため、会計上の売上総利益率がほぼ100%で、限界利益率が非常に高いビジネスモデル（売り切り収入モデル）だった。そのため、事業環境が好転・悪化を繰り返すような局面では、業績が不安定になる傾向があった。今後は、顧客との各接点において継続的にサービスを提供するリテンション収入モデルへ移行し、安定的な収益確保を図っていく。売上高に占めるストック収入の割合が高まり、外部環境の動向に左右されない収益構造になることが推察される。また、ストック収入の割合が増えるなかで利益率も高まっていくものと弊社は予想する。

「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

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



出所：ホームページより掲載

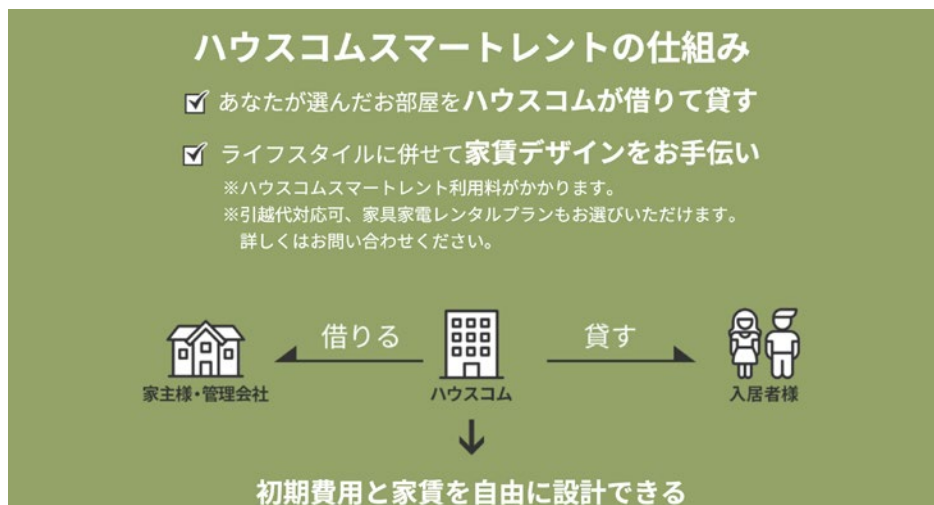
中長期の成長戦略

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ことができる。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貸。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



出所：ホームページより掲載

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。

ハウスコム | 2023年6月30日(金)
 3275 東証プライム市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

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3.4万名になっている。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







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る収益獲得機会の拡大及び競争力の強化

「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)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(株)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入れており（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月にはサカイ引越センター<9039>との業務提携により、スマートレントの対象に引越し代金を追加するととも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。

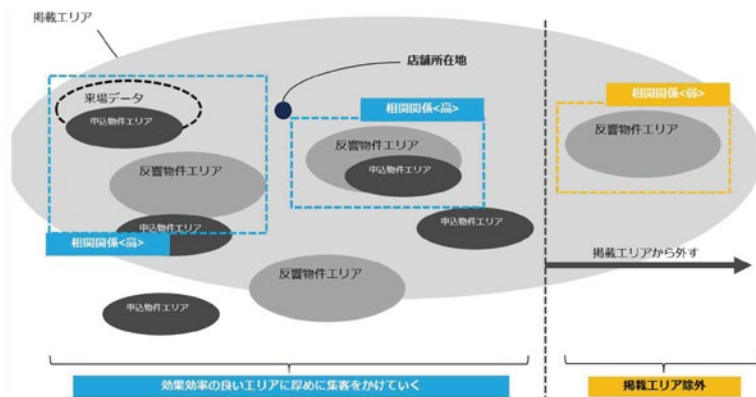
3. DX 推進によるビジネスモデルの変革とアフターデジタルに向けたノウハウの蓄積

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」といわれている。そのなかで同社は「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、経済産業省が定める「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：同社提供資料より掲載

4. 店舗数増加による規模の拡大と売買仲介への参入

2023年3月期において、売買事業への参入に向けた基盤整備は順調に進んだ。具体的には、東京・品川と大阪・梅田に売買事業を扱う店舗を構え、中期経営計画の「2023年3月期までに店舗数2店舗」の目標を達成している。店舗数に関しては2023年3月末時点で201店舗（直営店200店舗、FC1店舗）となっている。

■ 積極的な ESG 経営

企業市民として ESG 経営に推進。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、67店舗が再生可能エネルギーへ切り替えを実施している。

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（産業廃棄物処理法、家電リサイクル法など）を遵守した産業廃棄物処理の実施				○

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43.8%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「PRIDE指標2020」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%と外部の目を入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。

積極的な ESG 経営

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。良い企業市民として ESG 経営を推進するなかで、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。

ESG 経営に向けた取り組み実績の例



出所：決算補足説明資料より掲載

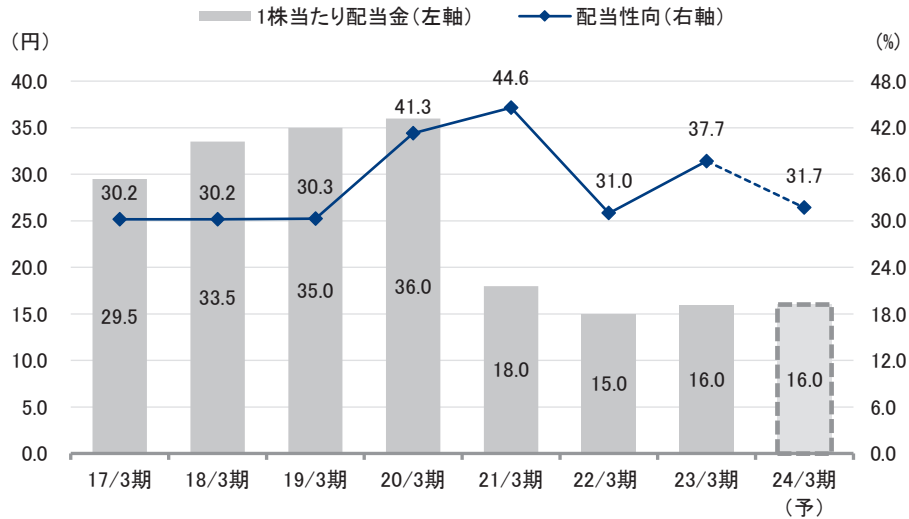
株主還元策

2024年3月期は2023年3月期と同額の年間配当16円を想定。
配当性向30%を基本方針としており、
業績が拡大すればさらなる増配も期待されよう

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。2023年3月期は1株あたり年間配当金が前期より1円増配の16円、配当性向37.7%となった。期初計画に対して営業利益及び当期純利益は下振れたが、配当については期初予想を据え置いた結果、配当性向は同社の基本方針とする30%よりもやや高水準となった。また、2024年3月期の1株あたり年間配当金は前期比で横ばいの16円を同社では予想しており、配当性向は31.7%となる見込み。

なお、「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、今後業績の拡大に伴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。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向


注：2018年4月1日付けで普通株式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 5-13-3

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