

Briefing Transcription

|| 対談動画文字起こし（2024 年 11 月 28 日公開） ||

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU

9342 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

紹介動画はこちら >>>

2024 年 11 月 28 日 (木)



FISCO Ltd.

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

■ 目次

■ 出演者	01
■ 冒頭のあいさつ	01
■ 企業説明	01
■ 質疑応答	01
■ 終わりのあいさつ	01

■ 出演者

株式会社スマサポ
代表取締役社長 CEO

小田 慎三様

著名投資家

DAIBOUCHOU 氏

株式会社フィスコ
マーケットレポーター

高井 ひろえ（司会進行役）

■ 冒頭のあいさつ

▲フィスコ高井

皆様、こんにちは。フィスコマーケットレポーターの高井ひろえです。今回は、株式会社スマサポ 代表取締役社長 CEO 小田 慎三（おだ しんぞう）様にご登壇いただき、著名投資家 DAIBOUCHOU さんから気になる質問をぶつけていただきます。小田様には DAIBOUCHOU さんからの質問にお答えいただきたいと思います。それでは、本日登壇いただく、小田様、DAIBOUCHOU さんをご紹介します。まずは、株式会社スマサポ 代表取締役社長 小田 慎三様です。よろしくお願いいたします。

■小田

よろしくお願いいたします。

▲フィスコ高井

小田様は、2003 年 6 月に関西を基盤とした不動産管理会社である株式会社宅都に入社し、その後取締役就任を経て、2016 年 9 月にスマサポの代表取締役に就任しました。スマサポは「smart なくらしを support する」を企業理念に、テクノロジーとアイデアで不動産業界に新しい価値を生み出し、人々のくらしを豊かにすることを掲げています。2022 年 12 月に東証グロース市場に上場し、不動産 DX 銘柄として注目が集まっています。続いて、著名投資家の DAIBOUCHOU さんです。よろしくお願いいたします。

● DAIBOUCHOU

よろしくお願いいたします。こんにちは。

▲フィスコ高井

DAIBOUCHOU さんは、200 万円の元手を一時 10 億円に乗せた実績を持つ著名な個人投資家です。2000 年 5 月に株式投資開始し、IT バブル崩壊時の暴落を資産バリューストック株で回避し、不動産株への逆張り投資で 2004 年 10 月に資産 1.5 億円を達成。専業投資家となり、X (twitter) のフォロワーは 12 万人を超えています。

会社説明

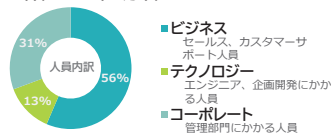
▲フィスコ高井

それでは、まずは小田様に企業説明を実施いただきます。DAIBOUCHOU さんも適宜気になるところがございますでしたらお話しいただければと思います。それでは、お願いいたします。

会社概要

会社名	株式会社スマサポ
代表者	代表取締役社長CEO 小田 慎三
本社所在地	東京都中央区日本橋3-6-2 日本橋フロント1階
拠点	大阪、福岡、北海道、和歌山白浜
設立	2012年
資本金	213,707,822円
事業内容	不動産管理業界に向けた複数ソリューション提供と入居者アプリ「totono」を活用したDX推進事業

従業員数 62名(2024年9月末)



■小田

改めまして、株式会社スマサポ代表取締役 CEO の小田です。まず、当社の会社概要をご説明させていただきます。株式会社スマサポは、不動産の中でも特に賃貸不動産における管理会社と入居者のコミュニケーションに特化したサービスを提供しています。全国に賃貸不動産は 1,900 万世帯あり、多くが管理会社に管理されているマンション・アパートになりますが、当社はこれらのコミュニケーションを円滑にしようという形で生まれた会社です。

経営陣の紹介



代表取締役社長 CEO
小田 慎三
Shinzo Oda
2001年10月 株式会社/ソナス社
2003年6月 株式会社宅都入社
2016年9月 当社代表取締役CEO就任 (現在)



代表取締役副社長 COO
藤井 裕介
Yusuke Fujii
2005年4月 株式会社京都市銀行入行
2011年10月 株式会社宅都入社
2016年9月 当社取締役就任
2021年12月 当社代表取締役就任 (現在)



取締役 CTO
森田 団
Matoru Morita
2011年4月 エプピクス関西支社 (現株式会社テイクワ) 入所
2002年7月 株式会社宅都入社
2016年9月 当社取締役就任 (現在)



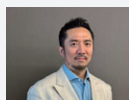
取締役 CFO
室之園 和也
Kazuya Murosonono
2003年10月 朝日監査法人 (現有限責任あずさ監査法人) 入所
2011年9月 株式会社宅都入社
2017年2月 当社常務取締役就任
2020年6月 当社取締役就任 (現在)



社外取締役
角田 千佳
Chika Tsunoda
2008年4月 野村證券株式会社入社
2010年10月 株式会社サイバーエージェント入社
2013年5月 株式会社エニックス株式会社代表取締役就任 (現在)
2016年9月 株式会社アドベンチャー監査役就任 (現在)
2018年9月 株式会社Capgemini取締役就任 (現在)
2019年12月 一般社団法人Startup Lady協会常務理事 (現在)
2024年12月 当社取締役就任 (現在)



常務取締役
岡田 良哉
Yoshiya Okada
2005年12月 中央青山監査法人入所
2007年8月 監査法人トーマツ (現有限責任監査法人トーマツ) 入所
2011年10月 経理株式会社入社
2015年5月 岡田良哉会計事務所設立 (現在)
2020年6月 当社常務取締役就任 (現在)



社外監査役
永井 文隆
Fumitaka Nagai
2005年12月 監査法人トーマツ (現有限責任監査法人トーマツ) 入所
2011年8月 永井文隆公認会計士事務所設立 (現在)
2015年6月 クルーズ株式会社社外取締役就任 (現在)
2018年6月 株式会社ALUMINUM代表取締役社長就任 (現在)
2019年12月 当社監査役就任 (現在)



社外監査役
大森 彩香
Ayaka Omori
2006年10月 三宅・中村・奥田法律事務所入所
2008年10月 ワー・エー・エー法律事務所入所
2009年6月 クルーズ株式会社社外監査役就任 (現在)
2012年1月 公益財団法人日本電子学会監査役就任 (現在)
2019年12月 当社監査役就任 (現在)
2021年4月 株式会社PWC社外監査役就任 (現在)
2024年4月 大森法律事務所設立 (現在)

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

会社説明

当社の取締役陣は、大阪の不動産管理会社出身です。管理会社に従事している時は、入居者と管理会社のコミュニケーションがなかなか円滑にいかない意識を持っていて、そこを解決しようと取り組んできたメンバーになります。

ミッション

SUMASAPO

smart なくらしを support する

私たちはこれまでの「不動産管理会社」と「賃貸入居者」の
一方向のコミュニケーションをデジタルの力でスムーズにします。
これまでになかった快適な暮らしを、すべての人に。

3

当社は、「smart なくらしを support する」をミッションに掲げています。当社は、不動産管理会社と入居者の一方的なコミュニケーションをデジタルの力でスムーズにして、これまでになかった快適な暮らしをお届けすることを目指しています。以上、簡単ですが会社の説明となります。

■ 質疑応答

▲フィスコ高井

小田様、ありがとうございました。スマサポ様についてご説明いただいたところで、続いては DAIBOUCHOU さんからスマサポ様に対する気になる質問を行っていただきたいと思います。それでは DAIBOUCHOU さん、よろしくお願いいたします。

● DAIBOUCHOU

よろしくお願いいたします。会社説明にもありましたが、分譲ではなく賃貸というところに特化しているという感じですか。

■小田

そうですね。不動産管理会社は一般の方もなかなかご存じない、今 DAIBOUCHOU さんがおっしゃったように分譲のマンション管理、管理人とか管理の理事会みたいなことを想像される方がいます。ただ、そうではなくて、あくまで賃貸のマンションの管理をされている管理会社がターゲットになります。

● DAIBOUCHOU

管理組合の管理とか、基本、1 棟オーナーの方の賃貸物件で、それぞれ地場の不動産屋が管理をしているが、それを DX で効率化しようという狙いですかね。

■小田

おっしゃるとおりです。全国に賃貸不動産は 1,900 万世帯ほどありますが、全国で 200 戸以上管理されている管理会社が 1 万社あります。

● DAIBOUCHOU

たくさん小粒の会社があるんですね。

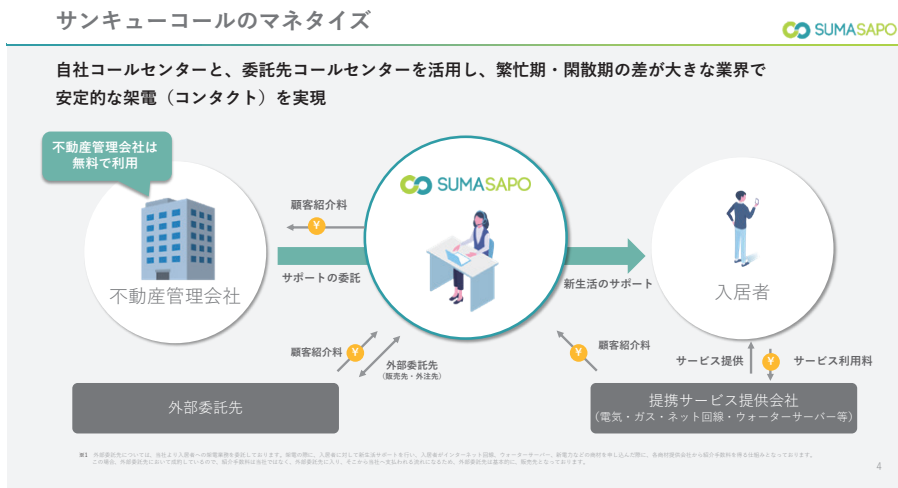
■小田

47 都道府県で 1 万社あり、それらの方々がメインとなって 1,900 万という大きなレジデンシャルの賃貸の管理をされている状態になります。

● DAIBOUCHOU

分かりました。ありがとうございます。まず、質問 1 個目として、主力のサンキューコールの課金構造を教えてください。ウォーターサーバーなど商材を売っていますが、手数料収入が得られるとして全然商材が売れなかったら売上がなしという感じなのでしょうか。それとも不動産管理会社からの手数料などがあるのでしょうか。

質疑応答



■小田

ありがとうございます。サンキューコールはフロー収益になるため、入居者に商材販売ができないと売上は立たない構造になっています。ただ、当社の歴史上、引っ越し時におけるサービスの需要は安定して存在しています。なぜかという、やっぱりタイミングが重要だと思っています。入居者が新生活を始める際に、新しいインターネットを開線、電気・ガスなどのインフラを申し込むタイミングで当社はサンキューコールを行っています。

取引先の不動産管理会社の入居者は、約 1 年間で管理されている戸数の約 20 ～ 25 %の方々が 1 年間で退去されます。同数だけ 20 ～ 25 %の方々が新しく入居される入れ替わりのマーケットになるため、顧客自体に関してはリカーリングに近いと思っています。不動産管理会社から手数料は一切いただいていないですが、むしろ当社は不動産管理会社から送客をいただいている存在なので、不動産管理会社に対しては紹介手数料を原価としてお支払いしている状況になります。

● DAIBOUCHOU

なるほど。その原価に見合うだけの商材の販売ができないといけないという感じですね。

■小田

そうですね。

● DAIBOUCHOU

これは売れた数よりは、固定で紹介手数料を払っているという感じですか。

■小田

そうですね。過去の平均から算出したものをお出ししているという形になります。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

商材のほうも、新生活だと不用品買い取りとかストレージの紹介とかもできそうですね。

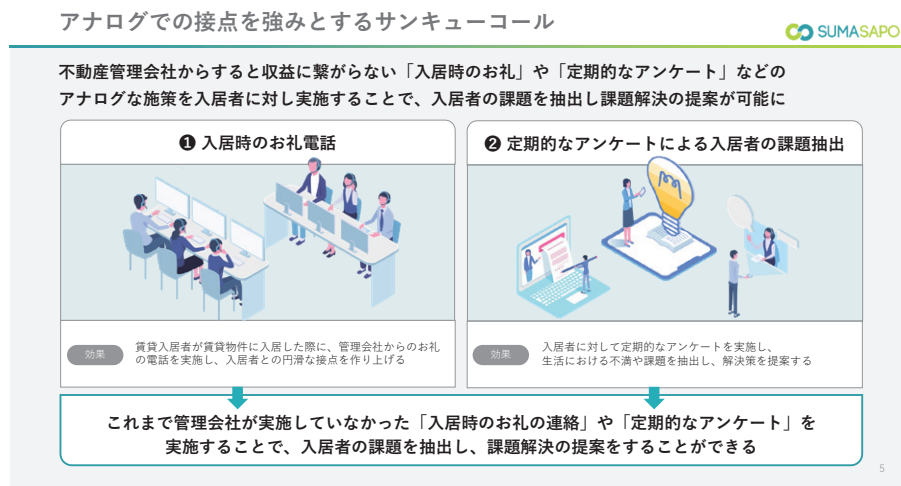
■小田

そうですね。生活に密着しているサービスであればすべて対象になるかと思います。

● DAIBOUCHOU

そういったものを取り次いで利益を得る感じですね。分かりました。「サンキューコール」は、あまり商材の売り込みが強すぎると電話を受ける入居者にも嫌がられると思いますし、何もしないとあまり売れなくて売上が立たないと思うんですが、そういったバランスはどのように取られていますでしょうか。

(※「2024 年 9 月期 通期決算説明資料_対談取材用.pptx」の P5 の画像を挿入してください。)



■小田

本当におっしゃるとおりで、あまり無理強いするような押し売りになってはいけないため、当社は単純に商材とかサービス売り込みするのではなく、「サンキューコール」という名前のもと新しくわくわくして入居されて新しい生活がスタートされる入居者に対して、管理会社としてアンケートなどを並行して行います。

例えば、「数ある周辺の物件から管理会社の管理されている物件を選んでいただきありがとうございます。」というお礼です。そのほか、「どうしてこの物件の契約を決められたんですか?」「その理由は?」「仲介された仲介会社様の対応どうでしたか?」など、管理会社にとっても必要なアンケートと、しっかりしたお礼を合わせてお話しさせていただきながら、新しい新生活にとって必要なインターネット・電気・ガス・ウォーターサーバーなどをサービス提供していく形になります。

当社としては、トラブルが多いようだと管理会社の名前にも傷がついてしまうことになるため、信頼や評判を傷つけないように最大の注意を払っています。もし、何か行き違いでトラブルなどが発生したときは、当社の経営会議や取締役会などで共有して再発防止を徹底して行っています。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

なるほど。ありがとうございます。そういった商材について、貴社以外から購入する手段があると思いますが、他社ではなく貴社経由で契約してもらう営業努力はどのようにされていますでしょうか。何か割引とか強みがあるのでしょうか。

■小田

割引キャンペーンなども行っていますが、当社から連絡するタイミングで一番大きいのは契約が締結した時で、これが非常に大事です。当社が新規の入居者の最初のコンタクト相手となることが一番大きいと思っています。

● DAIBOUCHOU

入居して直後ぐらいに電話する感じですか。

■小田

部屋が決まった直後ですね。

● DAIBOUCHOU

決まった直後ですか。これから入居するという。

■小田

そうです。これから入居される部屋でどんなインターネットが使えるか、どういう電気・ガスとかの割引サービスがあるかなどを連絡させていただくため、大型の電気屋で購入・サービス提供されるよりもいち早く連絡できるのは強みであると思っています。

● DAIBOUCHOU

入居する前がいいんですね。確かに、検討しているところで電気代とかも最近上がっていますから、安くなったほうがいいですからね。

● DAIBOUCHOU

そうです。これから引っ越しする場所の住所がまず分かる。ここからマンションが分かるため、エリアの特性なども当社からコンサル的にお話することができるのは強みかと思います。

● DAIBOUCHOU

入居アプリの「totono」もありますが、そこで契約してもらうこともできるみたいですね、お電話だけじゃなくて。

質疑応答

■小田

そうですね。基本的には、電話でアンケートやお礼などしっかりコミュニケーションを取りながら、アプリでサポートするイメージかと思います。ただ、電話で販売しきれないものもあるため、これに対しては「totono」と連動していく。まずは電話で伝えて、申し込みはアプリで連携する形になります。

● DAIBOUCHOU

なるほど。分かりました。ありがとうございます。管理会社とあまりやり取りしない人は、アプリの使用頻度が低くて存在感がなくなって使われなくて、管理会社から連絡をしても見てくれない可能性があると思います。が、そういった人に入居者アプリを活用してもらう工夫はありますでしょうか。



■小田

基本的に賃貸に入居中の方が管理会社と毎日連絡することはほとんどありません。連絡があるとしたら、従来は入居者からです。例えば、隣が騒がしい、水漏れが起きている、エレベーターの電球が切れている、そういったものが管理会社に入ってきて、それに対して管理会社がリアクションをする。要は、入居者から連絡がないと、管理会社が何か能動的に入居者に発信する術がありませんでした。

● DAIBOUCHOU

なるほど。

■小田

何か伝える場合、A4の紙をアパート・マンションの掲示板に貼りに行く。それをまた期間が過ぎればはがしに行く、工数も人手もかかるようなことでしか入居者に伝えることができませんでした。これが当社の「totono」を使うと、今度は管理会社から入居者にさまざまな情報をダイレクトにリアルタイムに提供できます。実際に導入している管理会社は、街の情報で、近隣の商店街の情報、ゴミの出し方、不燃ゴミの情報、変動費の連絡など、入居者が生活するうえで必要だが今まで教えてもらえなかった情報を管理会社が積極的に出せます。つまり、リアクションからアクションに変わるようなことを実施いただいています。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

管理会社から入居者に働き掛けができるようになって、今までできなかったサービス展開に加えて手間も減り、管理会社も助かるということですね。

■小田

そうですね。例えば、この夏に大型の台風が来て大変な被害が出ました。ただ、当社の「totono」を利用している管理会社は台風情報を出して「危険であれば避難してください。」といった連絡をしていました。安否確認などダイレクトにつながる手段が今までなかったため、これから非常に重要になってくると思います。

● DAIBOUCHOU

分かりました。ありがとうございます。続いて、電話に比べてアプリは待ちの営業となって、単にアプリに商材を並べても売れないような印象がありますが、商材をよく売るための工夫などがありますでしょうか。

■小田

アプリの本望は、入居者と管理会社のコミュニケーションです。現時点において特定の商材販売を積極的に行うフェーズではないと認識しています。例えば今は、いったん入居されてから生活に必要なものが当社にオーダーで届くケースが多いです。保険の見直しだったり、今マンションに無料でインターネットが備えつけというか設置されている無料インターネットみたいなものがあります。

● DAIBOUCHOU

全戸一括で契約する（無料インターネット?）。

■小田

はい。ただ、入居して実際に使おうとすると、入居者のインターネットの使い方が多様化しています。オンラインゲームをするなど。

● DAIBOUCHOU

もっとスピードがほしいとなりますね。

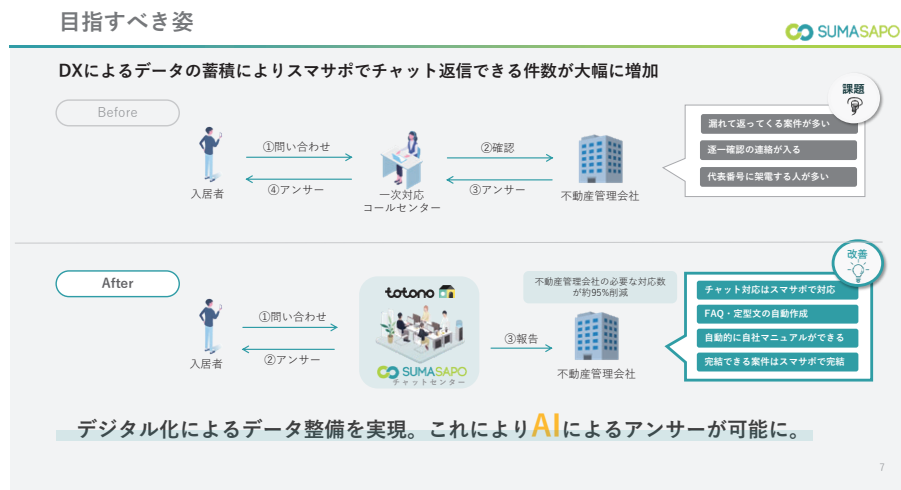
■小田

そうです。Netflix で映画を見たい場合、夕方・夜間はスピードが遅くなってしまうケースが多くあるため、そこでインターネット契約を見直ししたいというように、アプリ経由でオーダーいただくことが多いです。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

そうなんです。そういった形で工夫されているということですね。6 回目の質問になります。入居者に関するデータがいろいろ集まる事業形態だと思えますが、そのデータ活用で、どのような新しいビジネスが生まれそうでしょうか。投資家として生成 AI などへの活用なども期待したいのですが。



■ 小田

まさにそこが私たちの強みで、これから強化していくポイントであると思っています。これまでの管理会社と入居者のコミュニケーションは、電話・郵送・FAX などでした。従って、これらのデータは全く蓄積されていない状態です。

ただ、これから「totono」に変換していくことで、どのエリアの、どのマンションの、どの部屋からどういう問い合わせ、もしくはクレーム、こういったお困りごとがあったかというものが、すべて当社側でデータ集積できます。例えば、この部屋のついているエアコンは、「何年式のどのメーカーのエアコンか」ということまで当社はデータとして蓄積していくため、これらを合わせて自社でチャットの返信ができます。また、データがどんどん蓄積していけば AI という形で自動返信をしたり、自己解決したり、不動産会社と入居者の取り巻くコミュニケーションが劇的に進化していくと考えています。

● DAIBOUCHOU

確かにチャットも自動で AI がつくってくれたら、不動産管理会社は手間が相当減ると思いますね。それを「totono」が代わりにいろいろと DX で解決していくという方向性ですかね。また、機器のエアコンのマニュアルとかもデータ化されて、それで操作方法とかも対応できるとすごくありがたいですね。入居者アプリ「totono」ですが、先行投資を行っていると思いますが、具体的にはどのような先行投資をしているのでしょうか。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

■小田

大きく分けまして3つあります。まずは、入居者の手の中にあるアプリの UI、UX を改良して、より快適で利便性がある生活をするためにも必要なものにしたいと思っています。

2つ目は、管理会社が利用する管理画面の開発です。例えば、「入居者から夜間に水漏れが起きました」みたいなものがチャットで「totono」に寄せられたときに、夜間に水漏れに対応する外部業者に連携することでシームレスに対応できます。このあたりを今しっかりと開発しています。このあたりは部屋の中の水漏れに対応する業者もあれば、共有部のエレベーターに対応する業者もあります。また、駐車場、工事会社など、色々な外部業者と連携が必要になるため、このあたりの開発も当社が各業者と連携しながらやっています。

3つ目は、いかに AI 化でコストを削減していくかです。データを整備して AI 化していくところの開発、この3つに当社は先行投資をしています。

● DAIBOUCHOU

入居者から水漏れとかトイレが壊れたとか、連絡があったときにスムーズに工事会社の人とつながって即座に対応できるような、そういう仕組みをこのアプリでつくりたいという感じですかね。

■小田

今、一部かなっており、ほんとにシームレスに業者が対応する。今みたいに現場に行ってからどういう状態か確認して材料を取りに帰ることもなくて、動画と写真と品番を送っていただければ、いったん行って確認する作業の手間もなくなります。こういったことをコスト削減していきながら生活の利便性にフォーカスしていくものを目指しています。

● DAIBOUCHOU

確かに水回りって結構緊急性が高いことも多いし、トイレの品番とかも分かれば修理機材とかも事前に用意してすぐ直すこともできる感じですね。分かりました。ありがとうございます。

次に、「サンキューコール」と「totono」のシナジー効果はどのようなものがあるのでしょうか。

■小田

これまではサンキューコールで売上を上げようとする、どうしても商材の数を多くすることに向くと、1 人の入居者との架電時間が長くなってしまい、入居者に時間を割いていただくことになっていました。当社の「totono」と連携させることで、先に入居者にアプリケーションなどで案内をして電話でサービスを提供することも可能で、その逆になる電話でまず説明させていただきアプリ上で契約していただくという、両方ともあり得ます。こういった形で販売の商材がどんどん増えてきている状態になります。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

そういうことなんです。電話だけで住所とか電話番号とか伝えるのも大変ですからね。それをアプリできたり、その逆で電話でサポートしてもらったり、説明してもらったりということですね。

■小田

商品によっては動画を見たほうが簡単なもの、言葉で伝えきれないものもあります。

● DAIBOUCHOU

電話のほうが都合がいいときと、アプリが都合いいときと、お客様に合わせて、内容に合わせて対応できるということですね。

■小田

そうですね。

● DAIBOUCHOU

分かりました。ありがとうございます。サンキューコール導入済みの会社でも「totono」がまだ導入されていない管理会社が多いと思いますが、どういう事情で「totono」が導入されていないのでしょうか。必要性とか、他社の入居者アプリが既に導入されているなど、事情について教えてほしいです。

■小田

「サンキューコール」は、非常にライトなサービスです。不動産管理会社は、導入に際して必要なコストは一切発生することなく、まずは送客の連携を行うだけで当社のほうからしっかりと「サンキューコール」をさせていただいて、管理会社に収益を取っていただけるという、ハードルの非常に低いサービスです。ここは、ある意味他社の参入もあり得る、いわゆるレッドオーシャンのサービスとなるため競合他社も存在します。

一方、「totono」は、従来の入居者とのコミュニケーションをアナログからデジタルに変えるサービスになります。既存の管理会社はデータベースを持っています。このデータベースシステムとの連動・ダウンロードをどうやっていくかということもあり、従来の運用のスキームを大幅に変えるケースも出てきます。入居者対応されていた専門のチームがあったり、専任がいらっしゃったり、そこが「totono」を導入することで今まで電話で簡単に済ませていたものが「totono」というデジタルが入りますので、その運用の変更に對する意思決定のハードルが高いと言えは高いです。

その辺の手間とかノウハウは当社が蓄積して提供できるのが当社の最大の強みでもあるので、この部分は他社が参入しづらい参入障壁と思っています。このブルーオーシャンとレッドオーシャンを組み合わせることで、ほかには提供できないような当社だけのサービス提供になるため、これからは加速的に増えていくと期待しています。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

そういうことなんです。確かに「サンキューコール」は入居前だから不動産管理会社からすると、付帯サービスです。入居したあとの不動産管理会社の本来の仕事の部分で運営が既にされて、いろいろデータベースとかシステムを構築されている中で、そこに「totono」を導入するに当たって運営形態とかを大幅に変えなきゃいけない。そこでコストもかかるし、両方運用するとコストが二重にかかってしまいますからね。そういったところが導入のハードルになっている。ただ、一度導入すると結構やめられないという感じなんですかね。

■小田

完全に運用が軌道に乗ってきて、当社はコストも全体的にみたら必ず回収でき、利益に貢献できるサービスです。使っていただく入居者が増えれば増えるほど管理会社の運用コストが下がるのも確実なのですが、そこに踏み出す第一歩がやはりなかなか出ないことは実際あります。

● DAIBOUCHOU

初期費用がちょっとかかってしまう感じですかね。将来的なコスト削減で回収できると言っても、初期費用がかかってしまうことは管理会社にとってはハードルになってしまうということですかね。

■小田

そうですね。

● DAIBOUCHOU

分かりました。あと、大手企業では自前で「サンキューコール」や入居者アプリを開発することもできますと思いますが、自社運用せず貴社を利用する理由はどのようなものがあるのでしょうか。

■小田

おっしゃるように大企業では自社開発のリソースやコストもあるため、ブランドを大切にされる傾向も実際にあります。ただ、実際に入居者と対峙するチームは、大手も中小零細もかわらず、入居者とのコミュニケーションはストレス濃度が高い仕事になります。トラブルに発展した形が散見されるほか、少子高齢化により1万社ある不動産管理会社も人材を豊富に取りそろえている会社はほとんどなくて、採用に苦慮されています。せっかく採用した人材をストレス濃度の高い入居者対応に充てるのではなく、例えばオーナーと対峙するオーナーサポートチームみたいなものがあつた場合には、オーナーのところに訪問をして資産の組み換えだったりとか、リフォームの提案だったり、より良い仕事もあります。

特に、古くなった部屋をどうやってリノベーションして入居者に喜んでもらって家賃を上げるかとか、管理会社の仕事は多岐にわたりますが、その中の1つが入居者対応になります。ここはコストセンターになりがちで、ストレスがどうしても高いため、どんな規模の管理会社であれアウトソーシングしたい仕事となります。当社としては、入居者のことはすべて「totono」をトリガーに当社にお任せくださいという形で、規模の大小にかかわらず非常に今後も注目される、重宝されるサービスだと思っています。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

入居者と直接対応する際に、貴社が間に入ってくれると非常にありがたいことなんですかね、不動産の管理会社からすると。

■小田

そうですね。やはり入居者もトラブルが起きている場合、イライラされているケースが多いと思います。

● DAIBOUCHOU

そうですね。怒っていることが多いですね。

■小田

そうなんです。それを電話で謝らないといけないとか、またこちらから連絡しても電話がつかないとか、そういうものをいかにデジタル化するかが、今後も重要な課題と思っています。

● DAIBOUCHOU

分かりました。そういう意味では、デジタル化して入居者とのアプリでのやり取りになって、それをすばやく工事会社と連携して対応できれば入居者もうれしいし、管理会社の方もストレスが減って助かる形ですかね。

■小田

はい。

● DAIBOUCHOU

分かりました。ありがとうございます。同様のサービスを提供している競合他社もあると思いますが、貴社サービスの有意性を教えていただきたいです。あと、業界内でのシェアや評価などもできれば教えてください。

創業ストーリー

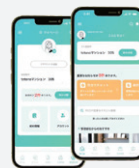


経営陣の不動産管理会社勤務時代の苦労から生まれたサービス

管理会社にとって最も手間のかかる入居者対応業務をデジタル化

- ☒ これまで入居者とのコミュニケーションが一方通行
- ☒ 広範囲に及ぶ物件の管理
- ☒ オーナー・仲介会社・入居者・工事会社など登場人物が多くアナログな現場
- ☒ 膨大な入居者情報を活かしていない
- ☒ 緊急時・災害時にこちらから連絡する術がない

- ☒ チャット対応による双方向のコミュニケーション
FAQ機能による入居者による自己解決
- ☒ 掲示板機能により現場での張り紙が不要に
- ☒ すべての関係者をデジタルで繋ぐことによって一元管理が可能に
- ☒ 入居中のやりとりもすべて一元管理
- ☒ 緊急対応を不動産管理会社から個別に連絡することが可能に



株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

■小田

ありがとうございます。不動産テックと言われている企業のサービスはたくさんあります。ただ、当社の「totonon」と同様のアプリケーションはそれほど多くはないです。その中で当社は、管理会社で従事してきた経営陣なので、管理会社のペインポイントのほか、こうすれば管理会社に対しておもしろい仕事になるとか、もっと儲かるのに、ということは肌身で分かっています。そこから生まれたサービスであること、現場をよく知っているメンバーがそろっているため、そこがいわゆるサービス会社・システム会社を作るサービスとは決定的に違うであると思っています。

● DAIBOUCHOU

システム会社がつくったというよりは、現場の不動産管理会社の経験がある経営者の方々がつくったから管理会社の方が使いやすい仕組みになっている感じですかね。

■小田

そうですね。導入されている管理会社の数、シェアは恐らく1番と思っています。

● DAIBOUCHOU

実際、それぞれ会社の社数は多いですが、やっていることは同じような共通性があると思うので、そういう意味ではシステムは共通できるような感じですかね。

■小田

そうですね。おっしゃるとおりで、例えば水漏れという事象一つ取りましても、例えば札幌で起こった水漏れも、東京で起こった水漏れも、大阪で起こった水漏れも、その後の対応はほぼ一緒です。別にここだからこうなるみたいなことはなくて、そうであれば当社がすべて「totonon」で取ってしまっ、後工程を当社 BPO で今実施させていただいているんですけど、それがかなってくるという形になります。

● DAIBOUCHOU

それほど会社ごとにカスタマイズとかをしなくても標準機能である程度対応できるということですね。

■小田

はい。当社は完全にパッケージのアプリケーションとなっており、個社別の改造開発は請け負っておりません。ただ、それでも一番大きい管理会社で導入いただいている会社が9万戸の管理会社で、一番少ないところが50戸ぐらいの管理会社もありますが、同じアプリケーションが動いています。

● DAIBOUCHOU

それでも大丈夫ということですね。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

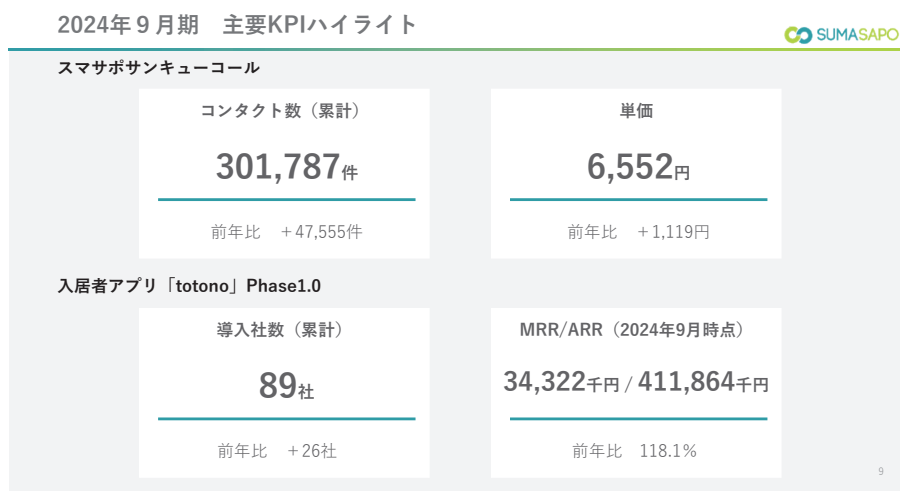
■小田

大丈夫です。

● DAIBOUCHOU

分かりました。ありがとうございます。続いて、11 月 14 日に決算発表をされたと思いますが、本決算で開示する主要 KPI が少し変わりましたが、その理由や背景を教えてくださいませんか。

(※「2024 年 9 月期 通期決算説明資料_対談取材用.pptx」の P9 の画像を挿入してください。)



■小田

ありがとうございます。従来の主要 KPI は、「サンキューコール」では「導入社数」と「コンタクト数」で表していました。しかし、導入社数はあくまでも指標にすぎず、売上に実際に直結している要素ではありませんでした。導入社数はミスリードになる可能性があります。例えば、2022 年 9 月期における「導入社数」は 870 社でしたが、「コンタクト数」は 24 万 4,000 件でした。一方、前期 2024 年 9 月には、「導入社数」は 773 社と約 100 社減少しましたが、「コンタクト数」は 30 万 1,000 件と 6 万弱伸びた形になります。したがって、当社としては「コンタクト数」と「単価」を今後 KPI として開示することで、投資家に適正に判断していただく、「コンタクト数」が増えて「単価」が増えれば「売上利益」が増えるということが想起できやすくなったと思っています。

「toto」も従来は「toto」フェーズ 1.0 があります。フェーズ 1.0 と 2.0 がありますが、フェーズ 1.0 は、「契約者数」と「ダウンロード」を KPI としていましたが、今後は「導入社数」の月額利用料と「単価」の MRR で開示していきます。今後の「toto」フェーズ 2.0 は、入居者の「ダウンロード数」と「単価」が KPI になってくるので、今期以降お出しする KPI をぜひ注視していただけたらと思います。

● DAIBOUCHOU

投資家としては単純に掛け算で売上が見えるような KPI に変わったということですね。

質疑応答

■小田

そうですね。より分かりやすくなった形になります。

● DAIBOUCHOU

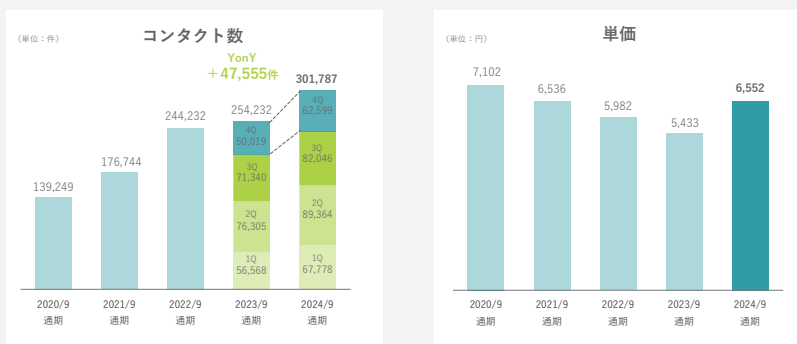
確かに社数だと、大手と小規模だと全然違いますからね。投資家としては、売上を構成する要素が増えていることが確認できればすごく便利かなと思います。ありがとうございます。続いて、サンキューコールの単価が 5,433 円から 6,552 円に上昇しましたが、どのようにして単価を上げられたのでしょうか。

(※「2024 年 9 月期 通期決算説明資料_対談取材用.pptx」の P10 の画像を挿入してください。)

スマサポサンキューコールの主要KPIの進捗



「コンタクト数」と「単価」をKPIとし、コンタクト数はYoYで**118.7%**と成長継続中。



■小田

「単価」は、新生活をされるユーザーとの 1 コンタクトにおいて販売する商材の数によって決まってきます。単価を改善できた要因は大きく 2 つあると考えています。1 つは、ここ数年、燃料価格の高騰などによって新電力やガスなどのインフラの販売が不振でした。新電力の販売が回復基調にあることで、販売商材が増えて単価が上昇した側面があります。

もう 1 つは、1 つのコンタクトでの商材の数を多くすると架電が長くなりましたが、当社の独自サービス「totono」と連携することで、うまく連携しながら商品の数を増やしていく形で成功しています。これにより販売の商材が拡大している形になって、単価もそれに乗じて上昇している状態になります。

● DAIBOUCHOU

電力・ガスのほうは、最近値上げしているのでお客さんも価格に注目している方も多いと思いますし、電話も効率化できて、より多く効率的に商材を紹介できるようになった感じがですね。

■小田

そうですね。おっしゃるとおりです。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

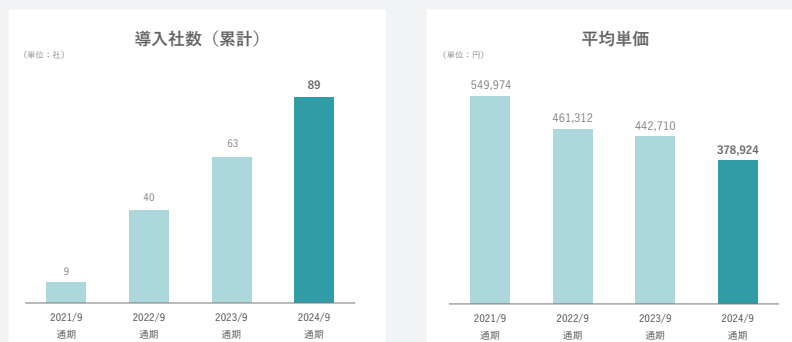
分かりました。ありがとうございます。「totono」は、導入社数が 63 社から 89 社に増加しましたが、「単価」が 44 万円から 37 万円に下落しました。導入先が恐らく大手から中小に広がったからかなと思いますが、その背景などを教えてください。

(※「2024 年 9 月期 通期決算説明資料_対談取材用.pptx」の P11 の画像を挿入してください。)

入居者アプリ「totono」Phase1.0の主要KPIの進捗



「totono」Phase1.0では、「導入社数」と「平均単価」をKPIとし、大口受注も含め堅調に推移。



11

■小田

おっしゃるとおりですね。「totono」のサービス提供、草創期は、比較的中堅から準大手といった会社が多かったです。それが直近は中小の管理会社もニーズが増えてきました。具体的に、管理戸数が 3,000 ～ 5,000 戸の取引先が増えてきている状態です。このゾーンの取引先クライアントに関しても、入居者アプリの知名度と利便性が上がってきていることで、効果・効能が広く認められてきたという証しだと考えています。「単価」の下落は、当然、管理戸数の差でシステム費用が下がってくるため、見かけではネガティブなイメージになりますが、決してそういうことではなく裾野が広がっている、大手ばかりではなくて中小の管理会社も導入いただいていると考えていただければと思います。

● DAIBOUCHOU

「単価」はある意味、導入されている管理会社の規模感が平易になっているという、そういう投資家の受け取り方でいいですかね。

■小田

そうですね。

● DAIBOUCHOU

分かりました。今後は導入先の裾野をもっと広げていくイメージですかね。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

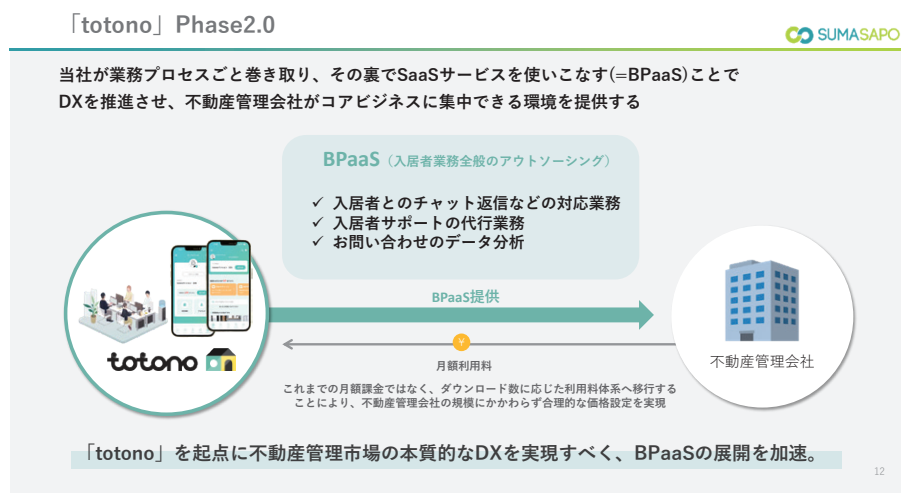
質疑応答

■小田

そうですね。管理戸数によってシステム利用料を変化させていく、いわゆる SaaS モデルです。こちらが「totono」フェーズ 1.0 というサービスで、今後は 1.0 に加えてフェーズ 2.0 も展開していく形になります。

● DAIBOUCHOU

分かりました。そのフェーズ 1.0 と 2.0 がありますけど、どのような違いがあるのでしょうか。
(※「2024 年 9 月期 通期決算説明資料_対談取材用.pptx」の P12 の画像を挿入してください。)



■小田

フェーズ 1.0 は、システム利用料の SaaS モデルです。機能は変わらないですが、フェーズ 1.0 では大手・準大手から導入いただいたのですが、中小企業になるとどうしてもチャットを返すリソースが足りないということで、そこでチャット返信を当社が請け負うという、チャットセンター機能をオプションとして提供して中小にも広がってきました。

さらにそこをもう一歩も二歩も踏み込んだ形で、10 月から営業をスタートしているフェーズ 2.0 は、BPO サービスがオプションではなく標準サービスとして内包されているサービスとなっています。これにより課金の方法が、フェーズ 1.0 は SaaS モデル、フェーズ 2.0 は当社 BpaaS と呼んでいますが、1 人のダウンロードに対して課金という形になり、そこにはチャットの返信も内包されているため、ダウンロード数が増えれば当然当社の売上利益も伸びていく形になっています。

ちなみに 1.0 は、MRR で 3,432 万 2,000 円で、フェーズ 2.0 が今後当社の主力として展開していく形になってきます。これは中小の管理会社でも、人が採れなくて入居者に連絡ができない、チャットができないという業界の大きな問題になっています。そこを当社にアウトソーシングして「totono」と一緒に BPO していくことで、これからフェーズ 2.0 の需要が非常に大きくなってくると読んでいます。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

● DAIBOUCHOU

入居者とのチャットなどのやり取りをすべて BPO という形で貴社が請け負って、「totonono」を介して入居者と管理会社をつなげるという仲介、取り次ぎでしょうか。

■小田

そうですね。これが 2.0 です。

● DAIBOUCHOU

ダウンロードがどんどん増えていけば、その分 SaaS の課金が増えていく感じですかね。

■小田

そうですね。どうしてもダウンロードが傾斜していく形になるため、1.0 のほうが月額で初動の売上は高いと思います。ただ、管理会社からすると、それほど効果が出ていないにもかかわらず、先行してコストが増えてしまう部分になり、導入に二の足を踏んでいた部分にもつながっていました。それがダウンロードによる課金になりますので、管理会社にとっても比較的導入がしやすく、効果も測りやすく、コストも下がりながら人間がかからないといったサービスになるため、これから間違いなく需要が上がってくると思っています。

● DAIBOUCHOU

ある意味、利用されなければお金もそれほどかからないから、管理会社のほうからしても利用度に応じた支払いということで、コスト削減と比例して費用も増え、先行投資的なもので負担感がないということですかね。ありがとうございます。あと、今後利益率が改善する傾向だと思いますが、過去の質疑応答で営業利益率 2 桁%と予想されていますが、10% 台か 20% 以上かで随分収益性の評価は変わるとは思います。現状でどの程度まで利益率が増えそうでしょうか。

■小田

まず、当面のところは、前期 2024 年 9 月期で営業利益率 4 % 程度でした。2025 年 9 月期は 6 % 程に改善をさせ、その後は 10% にすることを念頭に置いています。ただ、利益率は当然重要視している 1 つの指標ですが、先ほどの開発などの必要な投資とのバランスで柔軟に考えていきたいと考えています。

● DAIBOUCHOU

ありがとうございます。あと、株価について、時価総額や出来高が残念ながら少ない状況です。株価や流動性に対してどのような対策を検討されていますでしょうか。

株式会社スマサポ× DAIBOUCHOU | 2024 年 11 月 28 日 (木)
9342 東証グロース市場

質疑応答

■小田

出来高に関しては、流動株式比率が低い会社なので、今後の課題とも言えると思います。まずは認知度を高めるために、これからも積極的に IR を継続して頻繁に行っていきたいと思います。当社は、適時開示を含めて TDnet への登録が年間 80 本以上となっています。本数が多ければ良いのかというわけではないですが、当社のファンダメンタルを理解いただくうえでも非常に重要なものではないかと考えています。

● DAIBOUCHOU

分かりました。それでは最後の質問になります。配当が残念ながら無配だと思い、それも株価が上がらない理由の 1 つだと思いますが、配当など株主関係はどのように考えられていますでしょうか。

■小田

配当に関しては、2024 年 9 月期末時点でようやく原資となり得る利益剰余金がプラスに転じました。個別の対応は今後慎重に検討していきたいと思いますが、基本的な考え方としては、株主と従業員、投資、内部留保のバランスを考えて実行していきたいと考えています。

● DAIBOUCHOU

ありがとうございます。今後の御社の成長に注目させていただきたいと思います。今日はありがとうございました。

■ 終わりのあいさつ

▲フィスコ高井

それでは最後に、小田様、DAIBOUCHOU さんからごあいさつをいただきたいと思います。それでは小田様からお願いいたします。

■小田

本日は、当社の DAIBOUCHOU さんとのこういう質疑応答みたいな形を聞いていただきまして本当にありがとうございました。当社の会社をより知っていただいて、ぜひ注目していただいて投資家の皆さまのご期待に応えられるように会社一致団結でやっていきたいと思いますので、引き続きよろしくお願いいたします。

▲フィスコ高井

ありがとうございます。DAIBOUCHOU さんは、本日はいかがでしたでしょうか。

● DAIBOUCHOU

こういった機会をいただけたことと、スマサポさまの IR のところには質疑応答がいろいろ公開されていて、もっとより詳しく知りたい方はそういったものを見ていただいて事業内容を把握することができてよりいいんじゃないかなと思います。今日も長い間お付き合いいただきましてありがとうございました。

▲フィスコ高井

ありがとうございました。それでは、これにて対談を終了いたします。皆さま、ご視聴いただきましてありがとうございました。

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 5-13-3

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