

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ハウスコム

3275 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年7月2日(火)

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. 2024年3月期の連結業績概要	01
2. 2025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	02
■ 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. 2024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
1. 2025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. 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	11
3. 店舗数増加による規模の拡大と売買仲介への参入	13
■ サステナビリティ経営	14
■ 株主還元策	15

要約

**2024年3月期は事業の質的向上や効率化が進み、
営業利益は期初計画を超過達成。
2025年3月期はさらなる質的向上の推進に加え、
5店舗の新規出店により店舗数の拡大、営業収益も増収を目指す**

ハウスコム<3275>は、首都圏、中部圏、関西圏を中心に不動産仲介業務及び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. 2024年3月期の連結業績概要

2024年3月期の連結業績は、営業収益が前期比4.6%減の13,529百万円、営業利益が同27.5%増の502百万円、経常利益が同10.5%増の685百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同25.5%増の410百万円だった。同社は期初計画を営業収益14,288百万円、営業利益462百万円、経常利益646百万円、親会社株主に帰属する当期純利益389百万円としており、営業収益は未達となったものの、営業利益以下については超過達成した。特にコア事業である不動産関連事業の営業収益は同4.7%減の11,951百万円、セグメント利益が同8.8%増の2,378百万円と減収増益であった。営業収益減少の主因は、店舗の統廃合や働き方改革を推進したことなどで、一時的に仲介件数がグループ全体で同5.7%減となったことにあり、大きな懸念は不要だろう。一方、営業利益については、2024年3月期より事業規模の拡大よりも事業の質的向上や効率化に重点を置いた施策を開始していることに加え、店舗の統廃合、ITを駆使した店舗内業務の効率化を推し進めたことで期初計画よりも良化しての着地となった。また、主要子会社の1つである大阪ハウスコム(株)で基幹システム活用やバックオフィス業務の本社移管が進み、特に収益性の改善が堅調であった。

2. 2025年3月期の連結業績見通し

2025年3月期の連結業績については、営業収益で前期比3.5%増の14,001百万円、営業利益で同11.4%増の560百万円、経常利益で同8.6%増の744百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同21.3%増の498百万円を見込んでいる。2024年3月期は営業収益に関しては減収となったが、2025年3月期は増収・増益を見込んでおり、収益構造の改善を推進することで営業利益率4.0%を目指す。2025年3月期の主な取り組みとして、(1)働き方改革の推進や労働効率の向上及び、業務のDX化において営業収益と営業費用のバランスを取るべく直営店の店舗数の統廃合を進める、(2)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をさらに推進する、を挙げている。

要約

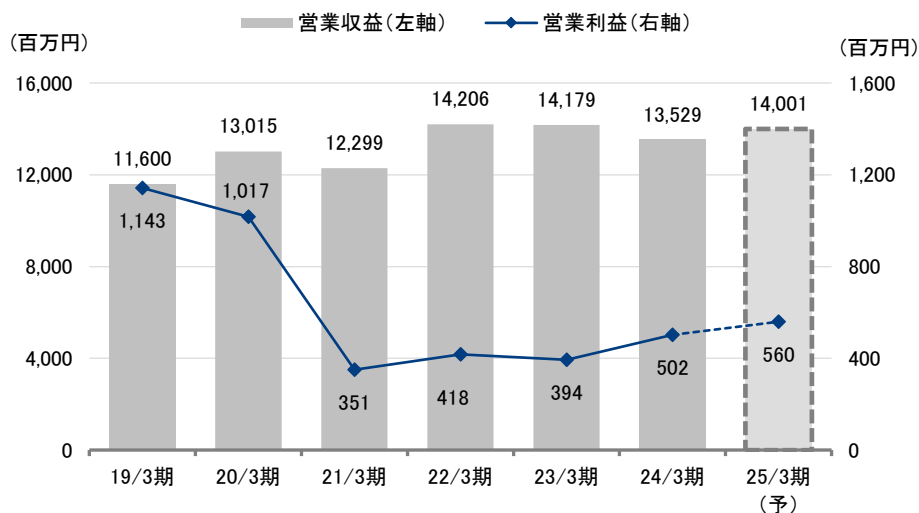
3. 中長期の成長戦略と進捗状況

同社は「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可能と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の活用方法を模索している。「店舗数増加による規模の拡大」については、2023年3月期より方針を転換し、新規出店を抑制しつつ1店舗当たりの収益性向上に向けた舵取りを行ってきたが、その成果が見えてきたことから、2025年3月期には新たに5店舗の出店を計画している。事業の質的向上だけでなく、営業収益の拡大も同時に狙っていく構えだ。また、AIを積極的に活用する考えであり、無数にある賃貸物件のなかから顧客が最適解を得やすしたり、顧客からの問い合わせに迅速・的確に対応するなど、生産性の改善や利益率の向上を図っていく。

Key Points

- ・2024年3月期は期初計画に対して営業収益は未達も、営業利益は過達。事業の質的改善が進み想定を超える改善
- ・2025年3月期は営業収益、営業利益ともに前期を上回る計画。DX推進による業務効率の改善により、さらなる業績拡大を狙う
- ・中長期的な経営戦略として掲げた『4つの施策』を遂行中。2025年3月期は5店舗の新規出店を計画し、質的向上のさらなる推進とともに量的拡大に向けた攻めも開始

業績推移



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 を活用した画期的なサービスの開発・提供、生産性向上に注力。
「不動産 DX のハウスコム」と呼ばれる。
M&A も活用しながら事業規模の拡大を推進**

1. 会社概要と沿革

同社は、首都圏、中部圏、関西圏を中心に不動産仲介及び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、入居者や家主にとって役立つ存在になることと地域密着を徹底してきた。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、2024年3月末時点で全国にハウスコム直営店197店舗・FC店43店舗を有している。グループの従業員数は2024年4月1日時点で1,133名。2011年6月に、大阪証券取引所JASDAQ市場に上場し、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。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月に東証の区分見直しに伴い、プライム市場へ移行した。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)へ商号変更、2023年6月に(株)シーアールエヌを連結子会社化した。2023年10月に東証スタンダード市場へ市場区分を変更した。

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、10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10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な「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(DX)の加速に向けた研究会」を設置したのが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ということが分かるだろう。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。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

 3275 東証スタンダード市場 | <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事ができる。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した。また、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。2023年6月には、不動産のフランチャイズ「クラスモ」ブランドを関西圏で積極的に展開するシーアールエヌを子会社化し、「既存事業の店舗数増加による規模の拡大」を着実に進めている。このように、M&Aにより同社サービスの訴求力を高めていることは、弊社では評価している。

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。
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。
2019年 5月	ジューシー出版(株)(現ハウスコムテクノロジーズ(株))の株式を100%取得し、連結子会社化。
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	エスケイビル建材(株)の株式を100%取得し、連結子会社化。
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(現大阪ハウスコム(株))の株式を100%取得し、連結子会社化。
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。
2023年 6月	(株)シーアールエヌの株式を90%取得し、連結子会社化。
2023年10月	東京証券取引所スタンダード市場に市場区分を変更。

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。また、2023年3月期からは不動産管理業務も開始した。「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。

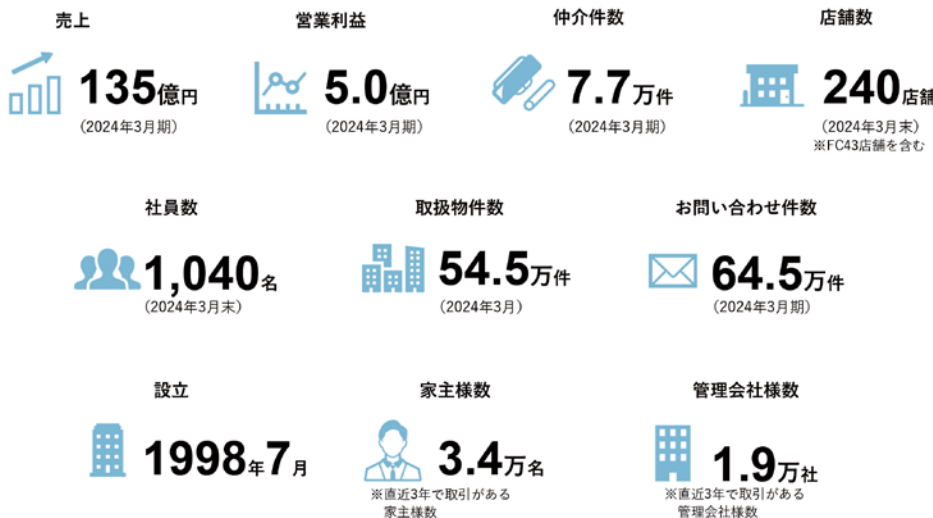
ハウスコムグループの2つの事業領域



出所：決算補足説明資料より掲載

会社概要

数字で見るハウスコムグループ



出所：決算補足説明資料より掲載

業績動向

事業の質的向上の施策推進により、 2024年3月期の営業利益率は前期比0.9ポイント増の3.7%に改善

1. 2024年3月期の連結業績概要

2024年3月期の連結業績は、営業収益が前期比4.6%減の13,529百万円、営業利益が同27.5%増の502百万円、経常利益が同10.5%増の685百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同25.5%増の410百万円だった。同社は期初計画を営業収益14,288百万円、営業利益462百万円、経常利益646百万円、親会社株主に帰属する当期純利益389百万円としており、営業収益は未達となったものの、営業利益以下については超過達成した。特にコア事業である不動産関連事業の営業収益は同4.7%減の11,951百万円、セグメント利益が同8.8%増の2,378百万円と減収増益であった。営業収益減少の主因は、店舗の統廃合や働き方改革を推進したことなどで、一時的に仲介件数がグループ全体で同5.7%減となったことにあり、大きな懸念は不要だろう。一方、営業利益については、2024年3月期より事業規模の拡大よりも事業の質的向上や効率化に重点を置いた施策を開始していることに加え、店舗の統廃合、ITを駆使した店舗内業務の効率化を推し進めたことで期初計画よりも良化したの着地となった。また、主要子会社の1つである大阪ハウスコムで基幹システム活用やバックオフィス業務の本社移管が進み、特に収益性の改善が堅調であった。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

3275 東証スタンダード市場

<https://www.housecom.co.jp/ir/>

業績動向

セグメントごとの業績は、不動産関連事業では営業収益が前期比 4.7% 減の 11,951 百万円、セグメント利益が同 8.8% 増の 2,378 百万円だった。店舗の統廃合や働き方改革を推進したことなどで、一時的に仲介件数が伸び悩み営業収益は前年比で減収となった。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店舗の統廃合を進めたことで、効率化と費用抑制が進み収益性が改善され、期初計画以上の増益となった。施工関連事業では営業収益が同 3.7% 減の 1,577 百万円、セグメント利益が同 7.2% 増の 196 百万円だった。住宅の資産価値を向上させるリフォームを中心とした施工を行うハウスコムコミュニケーションズ(株)の協力会社とのアライアンス強化や、施工の内製化が進んだことが収益性の向上に寄与した。

2024年3月期連結業績

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期					
	実績	売上比	実績	売上比	期初予想	売上比	前期比	予想比
営業収益	14,179	100.0%	13,529	100.0%	14,288	100.0%	-4.6%	-5.3%
不動産関連事業	12,540	88.4%	11,951	88.3%	12,580	88.0%	-4.7%	-5.0%
施工関連事業	1,638	11.6%	1,577	11.7%	1,708	12.0%	-3.7%	-7.7%
営業利益	394	2.8%	502	3.7%	462	3.2%	27.5%	8.6%
不動産関連事業	2,185	15.4%	2,378	17.6%	-	-	8.8%	-
施工関連事業	183	1.3%	196	1.5%	-	-	7.2%	-
調整額	-1,974	-13.9%	-2,072	-15.3%	-	-	-	-
経常利益	620	4.4%	685	5.1%	646	4.5%	10.5%	6.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	2.3%	410	3.0%	389	2.7%	25.5%	5.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

利益剰余金は順調に増加しており、財務上の健全性は引き続き高い

2. 財務状況と経営指標

同社の 2024 年 3 月期末の財務状況は、親会社に帰属する当期純利益が 410 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 287 百万円増加した。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。

自己資本比率が前期末比 6.0 ポイント増の 66.9% へと上昇しているが、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一時的に増加していた投資その他の資産が前期比で 1,008 百万円減少したことによる。また、流動比率と固定比率がそれぞれ 245.5%、59.4% 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 5,228 百万円としっかりと積み上がっており、財務上の健全性は高いと弊社は考える。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

 3275 東証スタンダード市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

業績動向

収益性に関しては、中長期的な経営戦略として掲げた『4つの施策』の推進によって、今後も回復傾向が続くものと弊社では見ている。ROAに関しては、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、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として2023年3月期は一時的に落ち込んだが、これらの投資が実を結んできたことで2024年3月期からは改善に転じている。ROEに関してはコロナ禍以前の2020年3月期が10.8%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こと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84百万円、投資活動によるキャッシュ・フローは持株会社制への移行に伴う営業保証金の回収に伴い907百万円の黒字となった。営業保証金の回収に伴う投資活動によるキャッシュ・フローの黒字分は短期借入れの返済1,000百万円に充てられており、それに伴って財務活動によるキャッシュ・フローが1,253百万円の赤字となっている。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	増減額
流動資産	6,717	4,976	5,459	5,808	6,480	672
現金及び預金	5,940	4,170	4,545	4,820	5,228	408
固定資産	3,085	4,835	4,719	5,674	4,300	-1,373
無形固定資産	575	1,946	1,862	1,810	1,517	-292
資産合計	9,802	9,812	10,178	11,482	10,781	-701
流動負債	2,655	2,528	2,557	3,597	2,639	-958
固定負債	687	771	832	866	901	34
負債合計	3,342	3,299	3,389	4,464	3,540	-923
純資産合計	6,459	6,512	6,789	7,018	7,240	222
利益剰余金	5,719	5,753	6,108	6,320	6,607	287
負債純資産合計	9,802	9,812	10,178	11,482	10,781	-701
<安全性>						
流動比率（流動資産÷流動負債）	253.0%	196.8%	213.5%	161.4%	245.5%	-
固定比率（固定資産÷純資産）	47.8%	74.2%	69.5%	80.9%	59.4%	-
自己資本比率（純資産÷総資産）	65.6%	66.1%	66.4%	60.9%	66.9%	-
<収益性>						
ROA（総資産当期純利益率）	6.9%	3.2%	3.7%	2.9%	3.8%	-
ROE（自己資本利益率）	10.8%	4.8%	5.6%	4.8%	5.8%	-

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)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	増減額
営業キャッシュ・フロー	686	252	767	670	754	84
投資キャッシュ・フロー	234	-1,737	-228	-1,279	907	2,186
財務キャッシュ・フロー	-301	-284	-164	883	-1,253	-2,137

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年3月期は増収・増益、営業利益率4.0%へと改善の見込み

1. 2025年3月期の連結業績見通し

2025年3月期の連結業績は、営業収益で前期比3.5%増の14,001百万円、営業利益で同11.4%増の560百万円、経常利益で同8.6%増の744百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同21.3%増の498百万円を見込んでいる。2024年3月期業績は営業収益に関しては減収となったが、2025年3月期は増収・増益を見込んでおり、収益構造の改善により営業利益率4.0%を目指す。2025年3月期の主な取り組みとして、第1に、働き方改革の推進や労働効率の向上及び、業務のDX化において営業収益と営業費用のバランスを取る。なお、店舗の出店計画については、2022年3月期の206店舗に対して2023年3月期は203店舗、2024年3月期は197店舗と漸減傾向が続いてきたが、2025年3月期は大井町、登戸、金山、西宮、十三の5店舗の出店が決定している。第2に、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をさらに推進する。具体的には、顧客からの問い合わせなど一部の接客対応にAIを活用したり、不動産賃貸契約書をこれまでの紙から電子媒体へ移行する予定だ。これらにより『4つの施策』に掲げる「事業領域の拡大及び競争力の強化等による成長の加速」を図っていく。

2025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ている。その理由は、コロナ禍前(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%と事業の成長性が高かったこととあわせて、収益性が回復してきているからだ。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り、計画の上方修正が多く見られる会社である。『4つの施策』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ると弊社では考えている。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、中堅管理会社との協業にも取り組んでいる。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。

2025年3月期業績予想

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
営業収益	13,529	-	14,001	-	3.5%
営業利益	502	3.7%	560	4.0%	11.4%
経常利益	685	5.1%	744	5.3%	8.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	410	3.0%	498	3.6%	21.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

『4つの施策』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

同社は中長期的な経営戦略として掲げた『4つの施策』である「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」を着実に推し進め、安定した収益基盤の確立・競争力の強化を実行するとともに、DX推進でビジネスモデルを変革し、アフターデジタルでの優位性を確立する。

1. 外部環境に左右されない収益構造を構築

コロナ禍によって、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が課題として浮き彫りになったことから、DXを推進することで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はほぼ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にあった。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。今後は、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予想される。また、ストック収入の割合が増えることで利益率も高まっていくと弊社では見ている。

「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

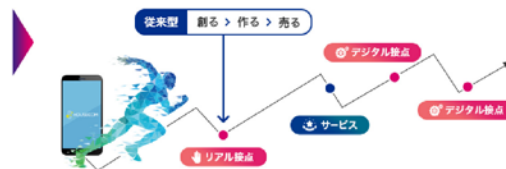
バリューチェーンからバリュージャーニーへの拡大へ

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



「リテンション収入モデル」の具体例として、2021年12月にリリースした「スマートシステム PLUS」という継続収入型サービスがある。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

3275 東証スタンダード市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

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り、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である。家主は、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できるサービスだ。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である。

※ 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。

同社の強みの1つとして自主管理家主との太いパイプを挙げることができる。直近3年で自主管理家主物件を仲介した家主数が3.4万名であることからそのことが窺える。自主管理家主の開拓余地はまだ大きく、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と弊社では考えている。

スマートシステム PLUS の主なサービス内容

スマートシステム PLUS

ハウスコム × BMクラウド



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. 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

今後、DX化は賃貸業界においても進んでいき「業界の壁が崩壊」し、「体験が軸になる」と言われている。そのような業界環境変遷のなかで同社は「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。同社のこのような未来に向けたDX戦略の取り組みが評価され、2022年3月には「DX認定事業者」の認定を取得した。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

3275 東証スタンダード市場 | https://www.housecom.co.jp/ir/

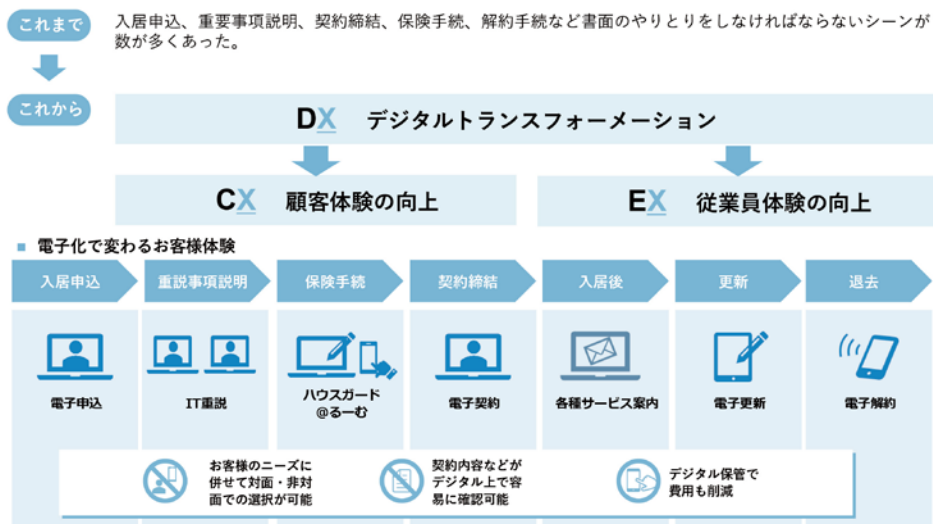
中長期の成長戦略

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した情報の提供や、顧客自身も気付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している。これらの取り組みによって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できる。

また、社内の活動に対しても積極的に IT を活用しており、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で、顧客ニーズの高いエリアを選定したうえで、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従業員 1 人当たりの生産性も向上している状況だ。

さらに、同社ではコア事業の業務効率向上のため、2025 年 3 月期はさらなる DX 化を進める計画である。具体的には、顧客からの問い合わせなど一部の接客対応に AI を活用したり、不動産賃貸契約書をこれまでの紙から電子媒体へ移行する。これらにより『4 つの施策』で掲げる「事業領域の拡大及び競争力の強化等による成長の加速」を図っていく。特に、書面媒体をできる限り省略して電子化を進めることで相当な業務の効率化につながるため、同社では電子契約を進めていく考えだ。

コア事業の業務効率向上のための DX 推進

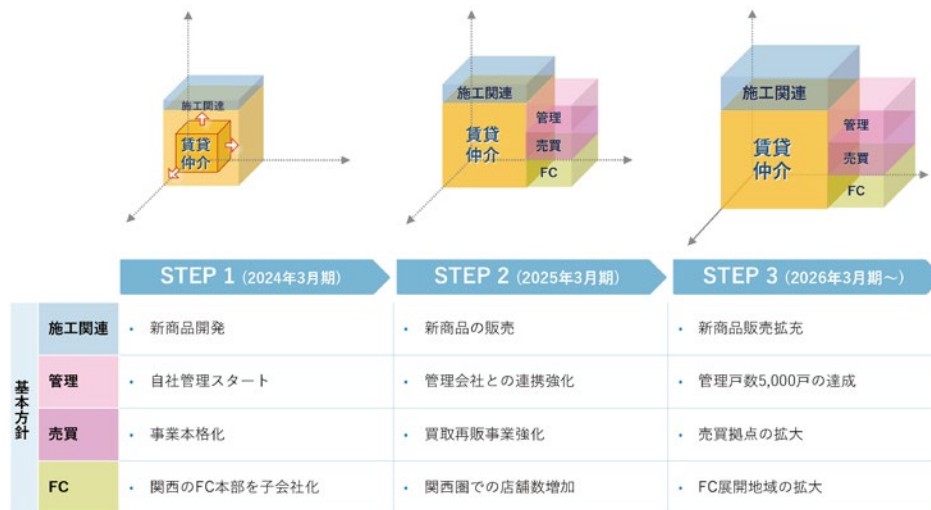


出所：決算補足説明資料より掲載

3. 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。店舗数に関しては2024年3月末時点で240店舗（ハウスコム直営店197店舗、ハウスコムFC1店舗、クラスモFC42店舗）であり、ハウスコム直営店は2022年3月末の206店舗をピークに2023年3月末は203店舗、2024年3月末は197店舗へと減少しているが、シーアールエヌの子会社化によりグループ全体の店舗数は拡大している。同社では従来、店舗数増加による規模の拡大を重要課題の1つとしていたが、2023年3月期からその方針を軌道修正しており、1店舗当たりの収益性の向上と、従業員1人当たり売上高の拡大など、より収益性に重点を置く戦略に転換した。DX化の進展などによる効率化に伴い、1店舗当たりの従業員数が減少しても収益性を確保している。また、同社では収益成長オプションの1つとして、不動産管理事業にも進出している。2024年3月期時点での収益貢献は限定的なものの、同社では2024年3月期に1,400室から2025年3月期には3,000室へと管理対象室数の増加を計画している。このように、これまで不動産賃貸仲介において培ってきた家主や管理会社とのリレーションを生かし、不動産売買、不動産管理、フランチャイズ経営の強化など、多面的に周辺事業を強化することで事業規模の拡大を進める考えだ。

「管理」「売買」「FC」の拡充



出所：決算補足説明資料より掲載

■ サステナビリティ経営

社会や経済への価値提供と企業利益を両立しながら
持続可能な企業を目指す。
優秀な人材の確保、斬新なアイデアの創出に期待

同社は、サステナビリティ経営を、企業価値を高めるための取り組みとして捉え、2023年3月にサステナビリティ委員会を設置しており、特に重点的に取り組むべき課題をE（環境）S（社会）G（企業統治）の観点と事業の特徴から「7つのマテリアリティ（重要課題）」として選定し、グループの持続的な成長のために、サステナビリティへの取り組みを行っている。

サステナビリティにおける指標及び目標

マテリアリティ		短期～中期目標 (2023年度～2025年度)	長期目標
1. 環境	事業活動による環境危機への対応	2025年度までに事業活動の温室効果ガス（スコープ1・2）を33.6%削減する（2017年度対比）。	2030年度までに事業活動の温室効果ガス（スコープ1・2）を55.0%削減する（2017年度対比）。
		2025年度までにエネルギー効率（売上高（億）/GJ）を135.0%にする（2017年度対比）。	2030年度までにエネルギー効率（売上高（億）/GJ）を200.0%にする（2017年度対比）。
		2025年度までに再生可能エネルギー利用店舗を100.0%にする（切替可能店舗に限る）。	2030年度までに再生可能エネルギー利用店舗を100.0%にする（切替可能店舗に限る）。
		2025年度まで毎年コピー用紙使用量を前年対比2.1%削減する。	2030年度までにコピー用紙使用量を10.0%削減する（2020年対比）。
2. 社会	地域社会との共創	地域の皆様とのコミュニケーションを大切にし、地域課題の解決につながる貢献活動を推進する。	地域の皆様とのコミュニケーションを大切にし、地域課題の解決につながる貢献活動を推進する。
3. 人材・組織	より活力をもって働くことができる企業風土の構築	2025年度目標 ・女性管理職比率：8.5%※	2030年度目標 ・女性管理職比率：10.0%※
		2025年度目標 ・障害者雇用率：3.1%	2030年度目標 ・障害者雇用率：3.1%
		2025年度目標 ・宅建士取得率：45.0%	2030年度目標 ・宅建士取得率：50.0%
4. 企業統治	透明性の高い経営を行えるガバナンス体制の構築	適切な情報開示により透明性の確保実施。グループ間連携の強化を行いリスクマネジメントを共有しガバナンスの強化を実施する。	適切な情報開示により透明性の確保実施。グループ間連携の強化を行いリスクマネジメントを共有しガバナンスの強化を実施する。
5. 土地・資産	資産の活用・維持・向上を支援	家主様の資産の最適化を実現する。	家主様の資産の最適化を実現する。
6. 賃貸住宅	安全・充実した賃貸住宅の提供	全ての人に満足度の高いお部屋探しを提供する。	全ての人に満足度の高いお部屋探しを提供する。
7. 暮らし生活	安心して暮らせる環境を提供	地域コミュニティの創出を行い地域の活性化に貢献する。	地域コミュニティの創出を行い地域の活性化に貢献する。

<人材における主な指標及び目標>

項目	2023年度実績	短期～中期目標 (2023年度～2025年度)	長期目標 (2030年度)
女性管理職比率	女性管理職比率：9.7%	2025年度目標 ・女性管理職比率：8.5%※	2030年度目標 ・女性管理職比率：10.0%※
障害者雇用率	障害者雇用率：3.3%	2025年度目標 ・障害者雇用率：3.1%	2030年度目標 ・障害者雇用率：3.1%
宅建士取得率	宅建士取得率：44.7%	2025年度目標 ・宅建士取得率：45.0%	2030年度目標 ・宅建士取得率：50.0%

※女性管理職比率の2025年度目標比率と2030年度目標比率は、それぞれ2021年度に策定したものを掲載しております。

出所：有価証券報告書より掲載

積極的なサステナビリティ経営

環境に配慮した事業活動を通じ、脱炭素社会、循環型社会へ貢献することはサステナビリティへの取り組みにおける重要な課題の1つである。同社では数値目標として2024年3月期から2026年3月期の3ヶ年の短期～中期目標、そして2031年3月期までの長期目標の2つを掲げ、達成に向けて積極的に取り組んでいる。短期～中期目標として、(1) 事業活動の温室効果ガスを2018年3月期比33.6%削減、(2) エネルギー効率を同135.0%にする、(3) 再生可能エネルギー利用店舗を100.0%にする(切替可能店舗に限る)、(4) 毎年コピー用紙使用量を前年対比2.1%削減する、という4つの指標を設定し推進している。

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	温室効果ガスの削減・削減		資源消費量の抑制	産業廃棄物の削減・適切な処理
	エネルギー使用量の削減	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(廃棄物処理法、家電リサイクル法など)を遵守した廃棄物処理の実施				○

出所：ホームページより掲載

サステナビリティ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ている。また、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。

株主還元策

2025年3月期は2024年3月期から3円増配の年間配当20円を計画。配当性向30%を基本方針とし、業績拡大次第でさらなる増配にも期待

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。2024年3月期は1株当たり年間配当金が前期より1円増配の17円、配当性向31.9%となった。期初計画に対して営業利益及び親会社株主に帰属する当期純利益が上振れたことから、配当については期初予想16円よりも1円増配とされ、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、2025年3月期の1株当たり年間配当金は3円増配の20円を予定しており、配当性向は30.7%となる見込みだ。

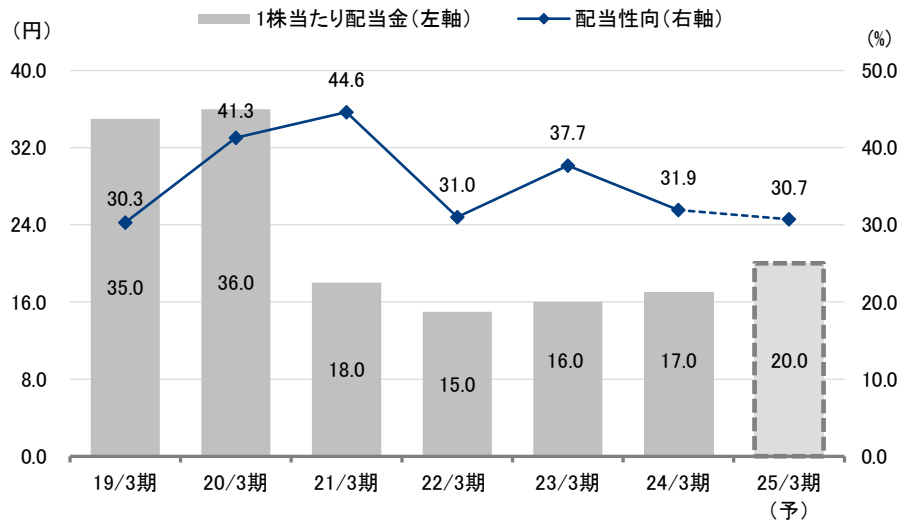
なお、「配当性向30%」はコロナ禍の影響があるなかでも維持しており、今後業績の拡大に伴い配当も増配されていくものと弊社は考えている。

ハウスコム | 2024年7月2日(火)

 3275 東証スタンダード市場 | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



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。毎年3月末日の株主名簿に記載または記録された当社株式2単元（200株）以上を保有している株主を対象に、保有株式数に応じた優待ポイントを贈呈する。優待ポイントは、「ハウスコム・プレミアム優待倶楽部」の商品と交換できる。

株主優待ポイント表

保有株式数	贈呈ポイント数	
	初年度	2年目以降※
200株～299株	3,000ポイント	3,300ポイント
300株～599株	5,000ポイント	5,500ポイント
600株～999株	10,000ポイント	11,000ポイント
1,000株以上	20,000ポイント	22,000ポイント

※3月末日を起算日として1年以上当社株式を保有している（3月末日の株主名簿に同一株主番号で連続2回以上記載または登録されている）株主へは初年度の1.1倍のポイントが贈呈される

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