

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

スマサポ

9342 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年12月24日(火)

執筆：客員アナリスト

吉林拓馬

FISCO Ltd. Analyst **Takuma Yoshibayashi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024年9月期の業績概要	01
2. 2025年9月期の業績見通し	01
3. 今後の成長戦略	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
3. サービス別概要	04
4. 競合・強み	07
■ 業績動向	08
1. 2024年9月期の業績概要	08
2. サービス別業績動向	08
3. 財務状況と経営指標	11
4. キャッシュ・フロー	12
■ 今後の見通し	13
■ 中長期の成長戦略	13
1. 今後の成長戦略	13
2. 「totono」のビジネスモデル変革	14

■ 要約

2024年9月期は上方修正した業績計画を、 売上・利益ともに過達して着地

スマサポ<9342>は、2012年に大阪の不動産管理会社を母体に設立した。不動産管理会社向けのソリューション提供、賃貸物件の入居者向けアプリの運営などの事業を展開している。同社の主要サービスは、賃貸物件の入居者に対する新生活の総合サポートサービスである「スマサポサンキューコール」、契約情報の確認やチャットによる問い合わせなどができる入居者アプリ「totono（ととの）」である。

1. 2024年9月期の業績概要

2024年9月期の業績は、売上高が前期比37.2%増の2,674百万円、営業利益が108百万円（前期は133百万円の損失）、経常利益が112百万円（同143百万円の損失）、当期純利益が106百万円（同147百万円の損失）となった。同社は2024年8月9日に業績計画を上方修正したが、いずれの項目も過達した。売上高は、主要サービス「スマサポサンキューコール」「totono」の好調により大幅拡大した。営業利益は、増収効果に加え取引条件の見直しや各種アライアンスによる業務効率化などにより黒字転換した。

2. 2025年9月期の業績見通し

2025年9月期の業績は、売上高が前期比12.1%増の3,000百万円、営業利益が同84.5%増の200百万円、経常利益が同77.1%増の200百万円、当期純利益が同58.3%増の168百万円と、売上高・利益ともに過去最高を更新する見通しである。売上面は「スマサポサンキューコール」は入居者へのコンタクト数増、1コンタクト当たりの商材の販売単価増による売上拡大を計画する。「totono」は「スマサポサンキューコール」の顧客へのコンタクト強化による導入社数増により売上拡大を計画する。利益面では、事業拡大に伴い計画どおりの人件費や外注費の増加を見込んでいるが、営業利益率は増収効果により2.6ポイント改善する計画である。

3. 今後の成長戦略

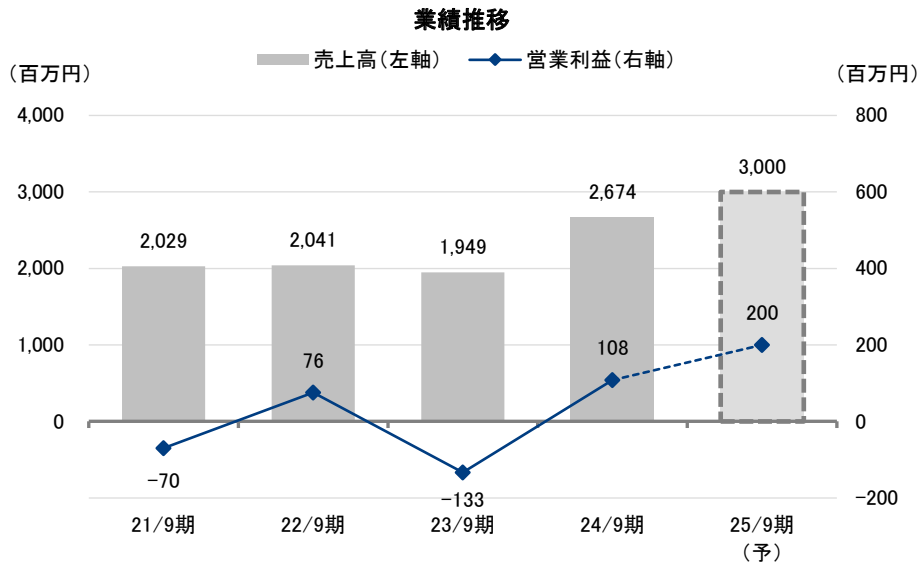
同社は、「スマサポサンキューコール」の顧客基盤をベースとしつつ「totono」の事業育成に注力し、中長期的な収益成長を目指す。主な成長戦略は「スマサポサンキューコール」の拡大による安定収益の強化、「totono」の管理世帯数の増加による収益基盤の拡大、「totono」の他社提携などによる収益機会の拡大、の3つである。

「スマサポサンキューコール」については大手不動産管理会社への導入、電子申込システムの連携により収益拡大を目指しており、大型案件の安定稼働に注力しながらさらなる大型受注をねらう。「totono」は、積極的な広告宣伝などにより管理世帯数を拡大するとともに、入居者に必要な情報や商品をタイムリーに提供するため他業種との提携を強化する。また、同社は2025年9月期以降、「totono」のビジネスモデルの変革を計画しており、中長期的な収益成長が期待される。

要約

Key Points

- ・不動産管理会社向けのソリューション、入居者向けアプリの運営事業を展開
- ・2024年9月期は「スマサポサンキューコール」「totono」が好調に推移し、会社計画を過達
- ・2025年9月期は売上高・利益ともに過去最高を更新へ
- ・育成中の「totono」のビジネスモデルの変革により、中長期的な成長を目指す



出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 会社概要

不動産管理会社向けのソリューション、 入居者向けアプリの運営事業を展開

1. 会社概要

同社は、不動産管理会社向けのソリューション提供、賃貸物件の入居者向けアプリの運営などの事業を展開している。同社の経営理念は「smart な暮らしを support する」であり、不動産管理会社と賃貸物件の入居者のコミュニケーションを活発化させることにより、不動産管理会社がこれまで得られなかった収益の獲得や貼り紙・電話などによる一方的な連絡が大半であったコミュニケーションをデジタル化することにより、不動産管理会社の業務負担の改善を支援している。

会社概要

2. 沿革

大阪府を中心とした関西基盤の不動産管理会社である(株)宅都ホールディングス(現(株)TAKUTO INVESTMENT)の100%子会社として、2012年4月に設立された(株)グローバルエージェントが同社の前身である。同社の代表取締役社長 CEO の小田慎三(おだ しんぞう)氏をはじめとする経営陣は、当時自社内へ提供していた不動産管理会社の課題を解決するソリューションをほかの不動産管理会社へも提供するため、2016年9月に社名を現社名に変更し、入居者満足度調査サービス「スマサポサンキューコール」の提供を開始した。

2017年1月には事業の多角化及び既存事業とのシナジー獲得などを目的に、同社が新電力会社より電気を仕入れて顧客に販売する新電力サービス「スマサポでんき」の提供を開始した。契約数は順調に増加していたものの、2020年12月の仕入電力価格の急騰に伴う売上原価の上昇により、2021年9月期は営業損失を計上した。その後も仕入電力価格の変動が大きかったため事業縮小を決定し、2022年1月より取次契約へと形態を変更し、現在ではおおむね撤退が完了している。

2019年10月にアプリ開発などを行う and factory<7035>との業務提携契約を締結し、2020年8月に不動産管理会社と入居者のコミュニケーションを円滑に進めるための入居者アプリ「totono」の提供を開始した。2021年8月に「totono」事業を and factory から譲り受け、導入社数の拡大に向けて事業育成を推進している。

基幹サービスである「スマサポサンキューコール」については、2022年8月に商材の強化を目的として ENECHANGE<4169>と資本業務提携契約を、2023年8月には販路の拡大を目的として(株)リクルートと業務提携契約を締結した。

会社概要

会社沿革

年月	主な沿革
2012年 4月	不動産業におけるインターネットを活用した人材紹介事業を行うために、大阪府大阪市中央区に(株)宅都ホールディングス(現(株)TAKUTO INVESTMENT)の100%子会社として(株)グローバルエージェント(資本金10,000千円)を設立
2014年 6月	本社を東京都品川区東品川へ移転
2016年 9月	(株)スマサポに商号変更
2016年 9月	宅都ホールディングスより(株)スマサポコールセンターを買収し、入居者満足度調査サービス「スマサポサンキューコール」の提供を開始するとともに、不動産管理会社向けソリューション提供事業を開始
2017年 1月	新電力サービス「スマサポでんき」の提供開始
2017年 2月	本社を東京都豊島区池袋へ移転
2017年 9月	賃貸不動産内覧サポートのスマサポ内覧サービス「SKB」の提供開始
2018年 1月	(株)宅都プロパティ(現(株)TAKUTO)より(株)JIEを買収し、家賃保証サービス「sumai 保証」の提供を開始
2018年 4月	(株)JIE 及び(株)スマサポコールセンターを吸収合併
2018年 8月	本社を東京都中央区八重洲へ移転
2019年 4月	本社を東京都中央区日本橋へ移転
2019年10月	不動産管理会社向けソリューション提供事業を強化するにあたり、不動産管理業である宅都ホールディングスより独立
2020年 8月	and factory(株)との業務提携により、不動産管理会社と入居者のコミュニケーションを円滑に進めるための入居者アプリ「totonoj」の提供開始
2021年 6月	和歌山県西牟婁郡白浜町に和歌山白浜オフィスを新設
2021年 6月	北海道札幌市中央区に北海道オフィスを新設
2021年 8月	「totonoj」事業を加速させるため、and factory から「totonoj」事業を譲受
2022年 4月	福岡県福岡市中央区に福岡オフィスを開設
2022年 7月	デジタル分野での協業強化を目的として大東建託パートナーズ(株)と資本業務提携契約を締結
2022年 8月	「スマサポサンキューコール」の商材強化を目的として ENECHANGE(株)と資本業務提携契約を締結
2022年12月	東京証券取引所グロース市場に株式を上場
2023年 8月	「スマサポサンキューコール」の販路拡大を目的として(株)リクルートと業務提携

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

アナログ・デジタルの両面から不動産管理会社を支援

3. サービス別概要

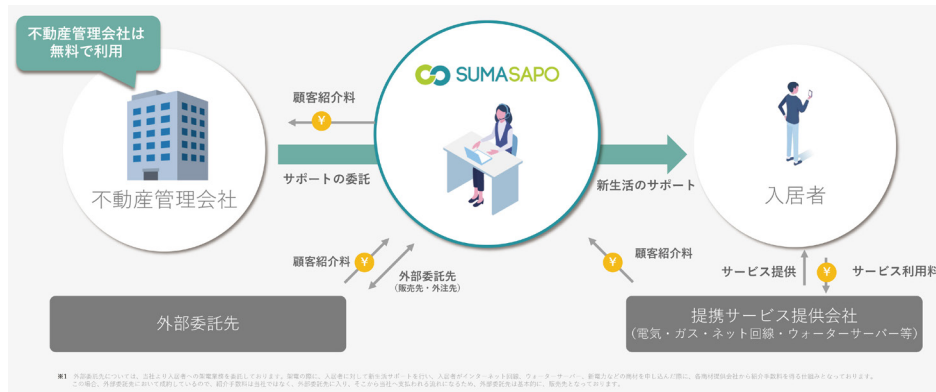
(1) 「スマサポサンキューコール」

入居者満足度調査サービス「スマサポサンキューコール」は、これまで不動産管理物件の新規入居者との接点を持たなかった不動産管理会社へ、入居者との継続的な関係を築く契機をつくるサービスである。入居時のお礼や満足度アンケート調査の実施を代行するとともに、生活に必要な各種ライフラインサポートなどの案内を手掛ける。具体的には、不動産管理会社が入居者の同意を得たうえで同社へ入居者の情報を提供し、不動産管理会社に代わって入居者への挨拶を行い、仲介店舗のスタッフの接客や雰囲気などのアンケートを実施する。また、アンケートを行った入居者の意向をもとに、新電力・インターネット回線・ウォーターサーバーなどの新生活に供するサービスの案内を行い、商材提供事業者へ取次ぎを行う。

会社概要

同社は、不動産管理会社から提供される入居者情報に対し対価を支払う一方で、販売先・外注先などの外部委託先から顧客紹介手数料、各種商材・サービス提供会社から取次手数料などを収受している。収受する手数料が売上高、不動産管理会社へ支払う対価が売上原価として計上される。

「スマサポサンキューコール」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

(2) 「totonon」

入居者アプリ「totonon」は、不動産管理会社と入居者のコミュニケーションをデジタル化するスマートフォンアプリである。具体的には、これまで紙・電話・FAXで行われていた「入居時点検」「駐車場・駐輪場契約、更新、退去等の各種申請」「近隣トラブルの相談」などが、「totonon」によりデジタル化できる。

基幹システムと連携することにより不動産管理会社は、電話で受けていた各種情報を入力する手間を省けるほか、これまで物件の掲示板に貼り出していた「断水のお知らせ」などの連絡を入居者に直接届けられるため、業務効率化につながる。入居者にとっても手軽に各種申請作業やトラブルを相談できるメリットがある。たとえば、入居者は350項目以上あるQ&Aリストを活用して部屋の不具合を自己解決できるうえ、それでも解決しなかったものはアプリ内のチャット上に画像をアップロードし、的確に不具合の状況を伝えられるため、トラブルの早期解決につながる。チャット対応について、リソースが不足している不動産管理会社に対しては、代行してチャットの返信を行うチャットセンターの運営も行っている。

「totonon」は利用する不動産管理会社から初期導入料及び毎月の利用料を収受している。この利用料が売上高となり、アプリの機能開発にかかる人件費や外注費などが主な売上原価となる。

会社概要

「toto」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

(3) 「SKB」

スマサポ内覧サービス「SKB (Sumasapo Key Box)」は、賃貸物件の内覧時における鍵の管理業務を効率化するキーボックスである。これまでは不動産仲介会社が賃貸物件を内覧する際には不動産管理会社に鍵を取りに行き、内覧が終わったら返しに行くことが必須で、鍵の管理も極めて煩雑であった。「SKB」は内覧用の鍵を空室のドアに設置したキーボックス内に格納し、アプリによって開閉できるため、鍵の管理を行う必要がなくなる。アプリによるキーボックスの開閉は不動産管理会社が承認をした時に限られるため、セキュリティ面も強化できる。また、内覧履歴も残るため、どの部屋がいつ誰によって開閉されたのかが分かり、不動産管理会社はそのデータを活用してリーシングを強化できる。収益は、導入する不動産管理会社から導入時に收受する機器代、月額利用料を売上高として計上する。

「SKB」のビジネスモデル



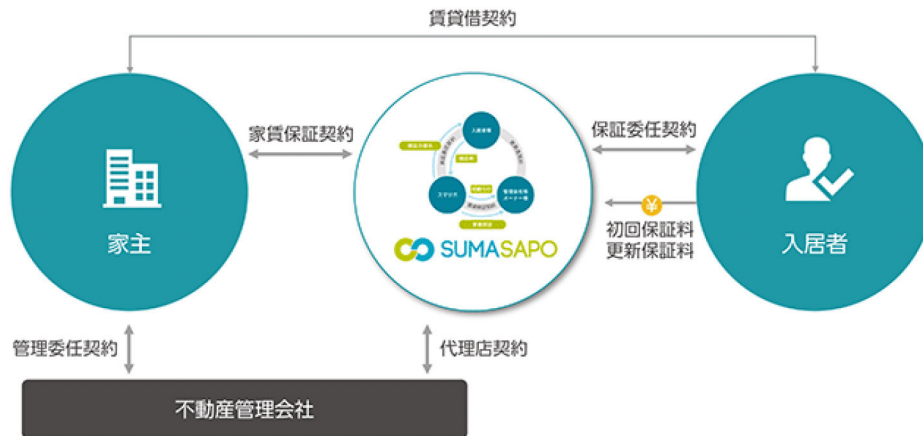
出所：有価証券報告書より掲載

会社概要

(4) 家賃保証サービス「sumai 保証」

家賃保証サービス「sumai 保証」は、入居者の連帯保証人を代行するサービスである。入居者にとっては保証料を支払うことで連帯保証人を立てる必要がなくなり、不動産管理会社にとっては規定する保証の範囲内で滞納賃料や原状回復費用の未回収分などの立替えを受けられる。収益は、入居者から収受する保証料を売上高として計上する。

「sumai 保証」のビジネスモデル概要



出所：有価証券報告書より掲載

4. 競合・強み

同社の主力サービスのうち、「スマサポサンキューコール」についてはラストワンマイル<9252>、リベロ<9245>などのディストリビューターが、「toto」については日本情報クリエイティブ<4054>、GMO TECH<6026>の子会社であるGMO ReTech(株)などの不動産管理のITシステム・アプリの開発企業が主な競合企業となる。

電力やインターネットなどの取次事業やITシステムの開発事業を行っている企業は国内に多数存在するなかで、同社の強みは、不動産管理業界独自の知見を生かし、顧客の業務効率の改善に関してこれまで蓄積してきたノウハウである。不動産管理会社は情報リテラシーの格差が大きく、各企業の実態や課題に合わせたソリューションの提供やきめ細やかなアフターフォローが必要であるが、同業界の現場感覚を理解していないと顧客に寄り添った提案を行えない。その点、同社の経営陣は不動産管理会社が母体となって設立された経緯があり、顧客の現場の状況に対する理解が深く、収益向上が実現するまで並走するコンサルティングや業務改善、提案活動を行える。アナログなサービスを得意とする「スマサポサンキューコール」と、デジタル化により業務改善、収益向上を実現する「toto」を一気通貫で提供する同社は一定の競争優位性を有している。

業績動向

2024年9月期は会社計画を過達、主要2サービスが好調に推移

1. 2024年9月期の業績概要

2024年9月期の業績は、売上高が前期比37.2%増の2,674百万円、営業利益が108百万円（前期は133百万円の損失）、経常利益が112百万円（同143百万円の損失）、当期純利益が106百万円（同147百万円の損失）となった。同社は2024年8月9日に通期業績計画を上方修正したが、いずれの項目も過達した。

売上高は主力の「スマサポサンキューコール」の販売好調、「totono」の導入社数増加の、主要2サービスの好調な推移により大幅拡大した。営業利益は増収効果に加え、取引条件の見直しや各種アライアンスによる業務効率化などにより黒字転換した。なお、前期は大東建託パートナーズ(株)への「スマサポサンキューコール」の導入が遅延し、売上計上のタイミングが後ずれしたものの、先行して受託体制の強化を行ったことから損失を計上した。

2024年9月期業績

(単位：百万円)

	23/9期		24/9期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,949	-	2,674	-	725	37.2%
売上原価	1,344	69.0%	1,792	67.0%	447	33.3%
売上総利益	605	31.0%	882	33.0%	277	45.8%
販管費	738	37.9%	774	28.9%	35	4.8%
営業利益	-133	-6.8%	108	4.1%	241	-
経常利益	-143	-7.4%	112	4.2%	256	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-147	-7.6%	106	4.0%	253	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. サービス別業績動向

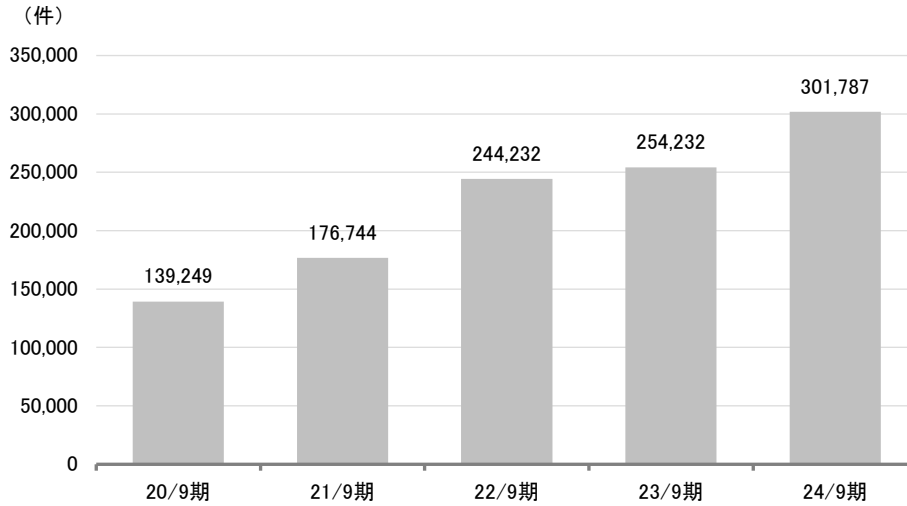
(1) 「スマサポサンキューコール」

「スマサポサンキューコール」の売上高は1,977百万円となった（前期の実績は非開示）。同サービスはコンタクト数及び単価をKPI※としている。コンタクト数は導入企業数が増加し、より多くの入居者に架電を行ったことで、前期比18.7%増の301,787件と拡大した。単価は減少傾向であったが、1コンタクト当たり多くの商材を販売するため商材ラインナップの追加や入居後のフォローアップを重点的に取り組んだことにより、前期の5,433円から1,119円増の6,552円に上昇した。

※ Key Performance Indicator = 重要業績評価指標。

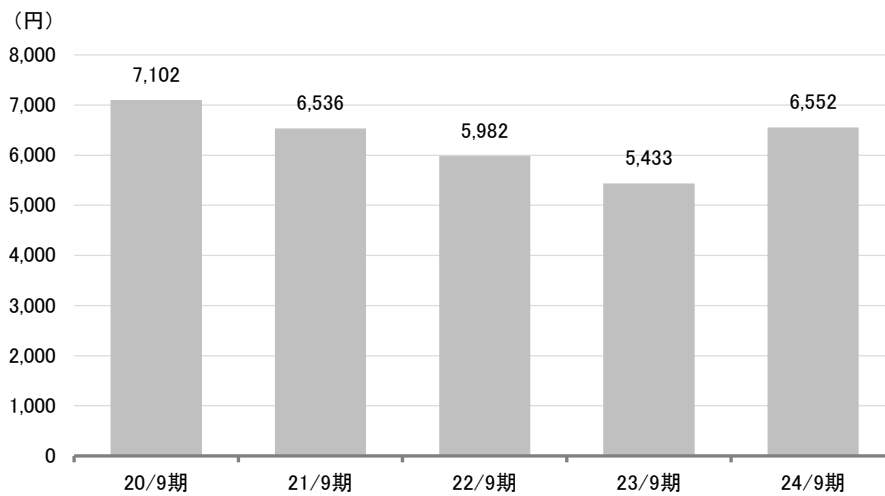
業績動向

「スマサポサンキューコール」のコンタクト数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「スマサポサンキューコール」の単価



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

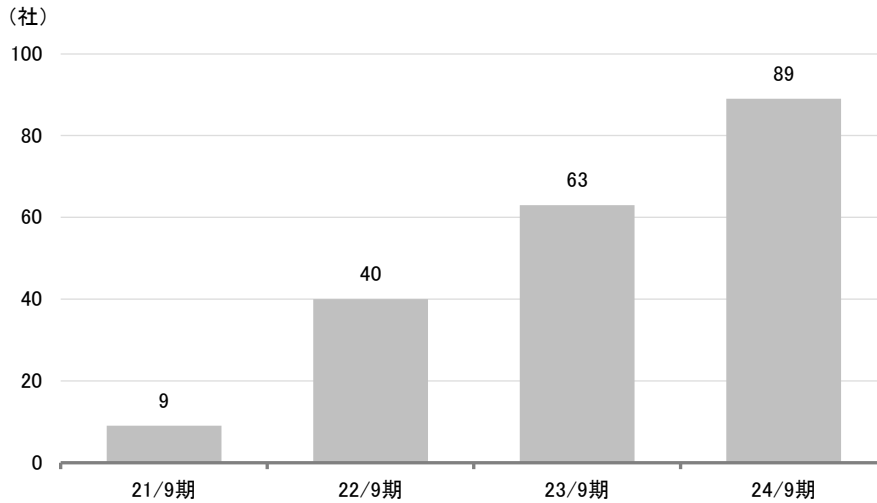
(2) 「toto」

入居者アプリ「toto」の2024年9月末時点のMRR^{※1}は34百万円、ARR^{※2}は411百万円となった（前期の実績は非開示）。同サービスは導入社数と平均単価をKPIとしており、導入社数は前期比26社純増し、累計導入社数は89社と拡大した。「スマサポサンキューコール」の顧客に対して販促活動を行い、導入社数は順調に拡大している。平均単価は378千円と、前期の442千円から63千円低下した。ただし、その主な要因は導入社数の増加に伴い小規模な不動産管理会社の構成比が高まったことであり、価格引き下げなどを行ったわけではないことに留意したい。

※1 Monthly Recurring Revenue = 毎月継続的に得られる収益。

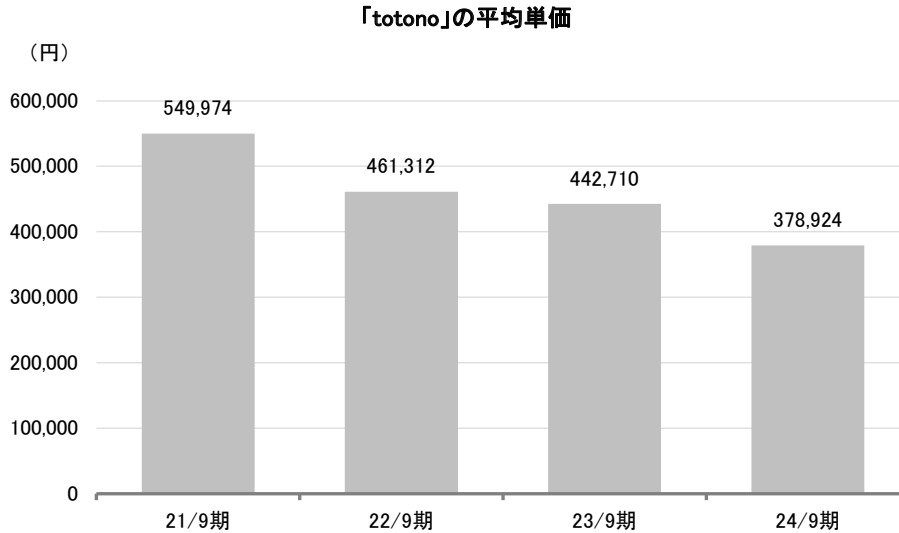
※2 Annual Recurring Revenue = 年間で継続的に得られる収益。

「toto」の累計導入社数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2024年9月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比152百万円増加の689百万円となった。流動資産は同109百万円増加の438百万円で、主に現金及び預金が増加した。固定資産は同42百万円増加の250百万円であり、主にソフトウェアが増加した。

負債合計は前期末比46百万円増加の248百万円となった。流動負債は同49百万円増加の243百万円であり、利益拡大に伴い、主に未払法人税等が増加した。固定負債は同3百万円減少の4百万円であった。

純資産は前期末比106百万円増加の441百万円となった。前期末は利益剰余金がマイナス82百万円であったが、利益拡大に伴い、繰越利益剰余金が増加した。

自己資本比率は前期比1.6ポイント上昇の64.0%であり、利益剰余金の増加に伴い改善した。同社は無借金経営を続けており、自己資本比率は利益創出によりさらなる改善余地がある。

業績動向

簡易貸借対照表及び主要経営指標

(単位：百万円)

	23/9 期末	24/9 期末	増減
流動資産	329	438	109
現金及び預金	169	285	116
固定資産	208	250	42
資産合計	537	689	152
流動負債	194	243	49
固定負債	7	4	-3
負債合計	202	248	46
純資産合計	335	441	106
< 経営指標 >			
自己資本比率	62.4%	64.0%	1.6pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フロー

2024年9月期のキャッシュ・フローを見ると、営業活動によるキャッシュ・フローは利益拡大により201百万円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローはソフトウェアなど無形固定資産の取得により84百万円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローは0.2百万円の支出であった。フリーキャッシュ・フローは、前期の当期純損失の計上などによる276百万円の支出に対して116百万円の収入となり、現金及び現金同等物の期末残高は116百万円増加し、285百万円となった。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/9 期	24/9 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	-187	201
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-88	-84
財務活動によるキャッシュ・フロー	142	-0
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-276	116
現金及び現金同等物の期末残高	169	285

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年9月期は、売上高・利益ともに過去最高を更新へ

2025年9月期は、売上高が前期比12.1%増の3,000百万円、営業利益が同84.5%増の200百万円、経常利益が同77.1%増の200百万円、当期純利益が同58.3%増の168百万円と、売上高・利益ともに過去最高を更新する見通しである。

売上面は「スマサポサンキューコール」は入居者へのコンタクト数増、1コンタクト当たりの商材の販売単価増による売上拡大を計画する。「totonno」は「スマサポサンキューコール」の顧客へのコンタクト強化による導入社数増により売上拡大を計画する（サービスごとの売上高計画は非開示）。利益面では、事業拡大に伴い計画どおりの人件費や外注費の増加を見込んでいるが、営業利益率は増収効果により2.6ポイント改善する計画である。

2025年9月期の業績予想

(単位：百万円)

	24/9期		25/9期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,674	-	3,000	-	325	12.1%
営業利益	108	4.1%	200	6.7%	91	84.5%
経常利益	112	4.2%	200	7.5%	87	77.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	106	4.0%	168	5.6%	61	58.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

「totonno」のビジネスモデルの変革により、中長期的な成長を目指す

1. 今後の成長戦略

同社は、2025年9月期以降も引き続き基幹サービスである「スマサポサンキューコール」の顧客基盤をベースとしつつ「totonno」の事業育成に注力し、中長期的な収益成長を目指す。主な成長戦略は、「スマサポサンキューコール」の拡大による安定収益の強化、「totonno」の管理世帯数の増加による収益基盤の拡大、「totonno」の他社提携などによる収益機会の拡大、の3つである。

中長期の成長戦略

(1) 「スマサポサンキューコール」の拡大による安定収益の強化

「スマサポサンキューコール」については、大手不動産管理会社への導入、電子申込システムの連携により収益拡大を目指す。2023年8月より、賃貸管理戸数が約126万世帯の大東建託パートナーズへの導入を進めている。大型案件の安定稼働に注力しながら、さらなる大型受注もねらう。また、2023年12月にリクルートの電子申込システム「申込サポート by SUUMO」との連携を開始した。掲載物件数が日本最大規模であるポータルサイト「SUUMO」からの集客により、一層の取引先の拡大と安定収益の強化を図る。

(2) 「totoono」の管理世帯数の増加による収益基盤の拡大

「totoono」を拡販するため、各種展示会への出展やセミナーの開催など積極的な広告宣伝、営業人員の増強による認知拡大とアフターフォロー体制の強化を図り、2024年9月末時点の導入社数は89社となった。また、開発人員の増強により充実した機能の開発を継続する。不動産管理会社と入居者のコミュニケーションを円滑にするプラットフォームとなるシステムを構築し、業務をより一層効率化できるサービスを開発することにより、管理世帯数を増やし、安定的な収益確保を目指す。

(3) 「totoono」の他社提携などによる収益機会の拡大

「totoono」の利用者である入居者に必要な情報や商品をタイムリーに提供するために、他業種との提携を強化する。たとえば、家具のサブスクリプションサービスを提供する会社や自転車の購入時における自転車保険への加入など、暮らしに密着したサービスを提供することにより、サービス提供会社から収益を得る仕組みの拡充を進める。また、「totoono」の利用者である入居者から不動産管理会社へのチャットによる問い合わせへの対応業務に関して、不動産管理会社から業務委託で請け負うことにより、利用料以外の収益機会を構築する。

2. 「totoono」のビジネスモデル変革

「totoono」はリリース以来、不動産管理会社から毎月サービス利用料を収受する SaaS[※]モデルで提供しており、入居者側は無償でアプリをダウンロードし、掲示板・チャット・クレーム対応のほか、契約更新などの機能が利用できる。同社はこれを「totoono」Phase1.0（以下 Phase1.0）と呼ぶ。

※ Software as a Service の略であり、インターネットを経由してソフトウェアを利用することができるクラウドサービスのこと。

同社は「totoono」Phase2.0へとビジネスモデルの変革を計画している。不動産管理会社は、物件の獲得が収益に直結するため少ないリソースで物件を獲得する必要があるが、物件の獲得に伴って管理する物件も増えることに加えて、物件は徐々に老朽化していくため、入居者からの問い合わせやトラブル・クレーム対応は増える一方である。Phase2.0では、「totoono」は単なる不動産管理会社と入居者のコミュニケーションの窓口としてのITサービスに留まらず、不動産管理会社の入居者に関する業務全般をアウトソーシングするサービスを付加し、「アウトソーシング×SaaSモデル」=「BPaaS[※]」としてのサービス提供を目指している。入居者とのチャットのやり取りなどの対応業務、入居者サポートの代行業務、問い合わせ内容のデータ分析業務などを同社が巻き取り、不動産管理会社がコアビジネスに集中できる環境を提供する。

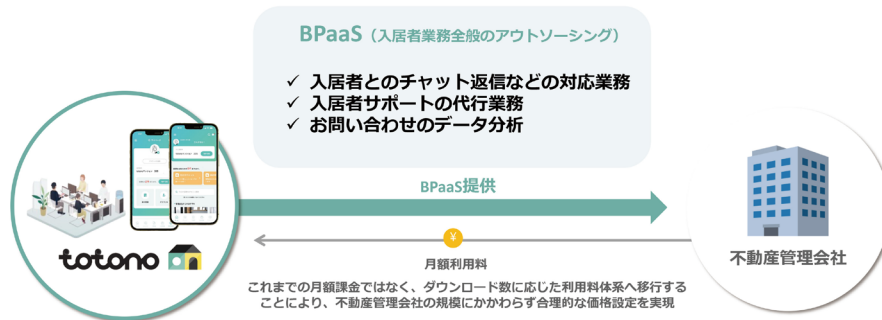
※ Business Process as a Service の略であり、業務プロセスをクラウド上で提供するアウトソーシングサービス。

中長期の成長戦略

「totono」Phase1.0のビジネスモデル概要



「totono」Phase2.0のビジネスモデル概要



「totono」を起点に不動産管理市場の本質的なDXを実現すべく、BPaaSの展開を加速。

※ 「totono」 phase2.0は2024/10より開始の体系です。
また、phase2.0の開始に伴って、これまでの体系をphase1.0という呼称にしております。phase1.0はなくなるのではなく顧客である不動産管理会社が選択できるようになります。

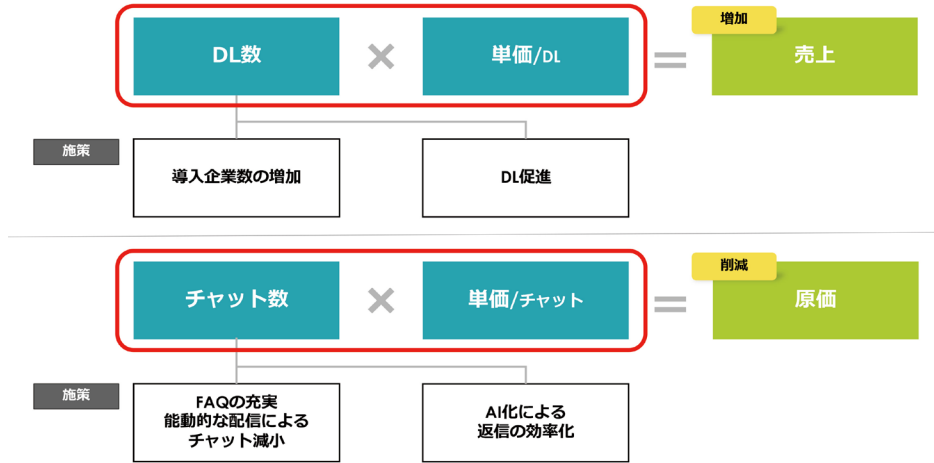
出所: 事業計画及び成長可能性に関する説明資料より掲載

料金面については不動産管理会社から毎月サービス利用料を収受する流れは変わらないが、利用料の課金体系が変わる。Phase1.0では、管理戸数などにより個社ごとに算出した固定金額を収受していたのに対し、Phase2.0では入居者のアプリのダウンロード（以下、DL）数に応じて利用料を支払う。すなわち「totono」の売上高は、DL数×単価（2024年11月時点の1DL当たりの月額単価は120円）により計上される。

売上原価は、チャットのやり取りなどの対応は当面当社が手動で行うことに伴い人工（にんく）がかかるため、売上原価はチャット数×単価により算出される。今後はアプリ上で多く見られているチャットを分析し、問い合わせが多い項目については動画やFAQであらかじめ解決策を提示し、全体の問い合わせ数を減少することでコスト削減し、収益性を高める。また、チャットの返信においては入居者の属性データや不動産管理会社の運用データなどの整備を進め、AIの活用などにより業務効率化を図る。

中長期の成長戦略

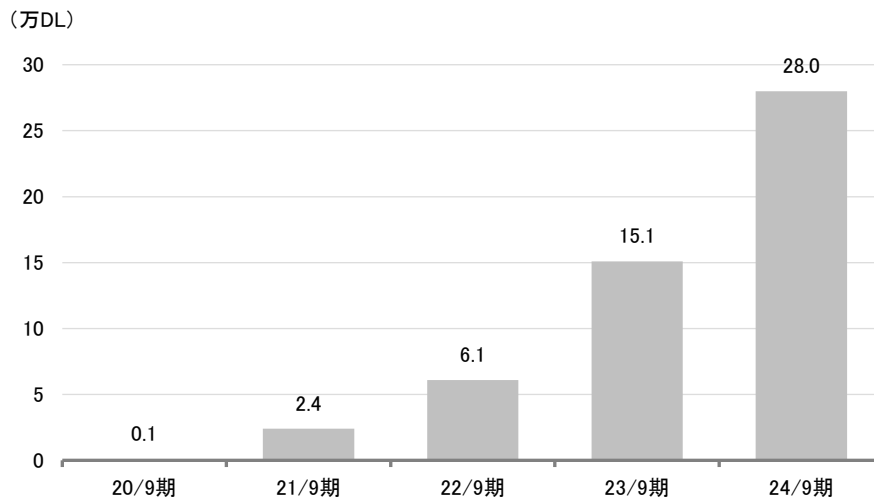
「totono」Phase2.0の主要 KPI



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料より掲載

Phase2.0では、入居者のアプリ DL 数に応じて売上高が計上されるため、新規導入時には不動産管理会社の管理戸数に対する DL 数の比率が低く、1 社当たりの利用料の収受金額は Phase1.0 と比較して一時的に低くなる可能性がある。しかし、「totono」の DL を促進する施策によって同比率が高まっていけば、Phase1.0 より多額の収受金額が見込まれる。また、「totono」は入居者側の日々の生活に密接に結びついており、不動産管理会社側の業務効率化にも重要な役割を果たしていることから高い顧客エンゲージメントが見込まれるため、解約率は低水準で推移するだろう。2024年9月期末時点の DL 数は前期末比1.8倍の28.0万 DL と順調に拡大しており、Phase2.0 の浸透により中長期的な収益成長が期待される。

「totono」のアプリDL数推移



出所：事業計画及び成長可能性に関する説明資料よりフィスコ作成

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