

## 株式会社 LIFULL (2120)

### 2017年3月期 決算説明会要旨

日 時 : 2017年5月15日(月) 16:00 ~ 17:00  
場 所 : 当社会議室  
当社出席者 : 代表取締役 社長 井上 高志  
取締役 執行役員 山田 貴士(LIFULL HOME'S 事業本部長 兼 LIFULL 技術基盤本部長)  
取締役 執行役員 久松 洋祐(LIFULL HOME'S 事業本部マーケティング戦略部長)  
執行役員 阿部 和彦(グループ経営推進本部長)  
執行役員 数野 敏男(LIFULL HOME'S 事業本部分譲マンション・不動産投資事業部長  
兼 LIFULL HOME'S 事業本部新築戸建事業部長  
株式会社 Lifull Marketing Partners 代表取締役社長)  
執行役員 伊東 祐司(LIFULL HOME'S 事業本部新 UX 開発部長)  
グループ経営推進本部 副本部長 福澤 秀一  
グループ経営戦略部 IRグループ長 吉田 和弘  
出席者数 : 23名

---

#### <2017年3月期の決算情報> 登壇者:井上

##### ■社名変更・本社移転について

2017年4月1日に株式会社ネクストから「株式会社 LIFULL(ライフル)」に社名を変更した。

「LIFE(ライフ)」と「FULL(フル)」を合体させた造語で、LIFEは日々の生活も、長い意味での人生という意味もあり、満足度を上げて FULL に満たしていこうという意味が込められている。

本社は築約50年のビルをフルリノベーションした。背景は、既存建物の有効活用。日本は欧米諸国と異なり、作っては壊しだったが、今後は人口減少の局面でもあり、もったいないということで長く使っていけるようなものに。

リノベーションのコンセプトは「ENGAWA(縁側)」で、ウチとソト、社内外をゆるやかに繋げる機能を持たせた。1Fは社食兼外部にも開放したカフェレストラン「LIFULL Table」。2Fはコワーキングスペース「LIFULL Hub」、スタートアップ等が集積する場所を作り、出資や業務提携の機会にも活かしていく。準備中であるが、ものづくり系テック系の人たちが集積する「LIFULL Fab」も開設予定。こういったビジネス系スタートアップともものづくり・テクノロジー系の人たちが化学融合を起こすような場を用意することで、社内外一緒にオープンイノベーションが加速するような場所にしていきたいと考えている。

##### ■2017年3月期の決算情報

2017年3月期の売上収益は29,920百万円で+16.4%(昨年比、以下同)と5期連続過去最高、当期利益(親会社の所有者に帰属する当期利益、以下同)は2,765百万円(+3.6%)で4期連続過去最高益となった。EBITDAは5,312百万円(+9.3%)と伸長した。

売上収益に対する費用では、原価とその他販管費率は2015年7月より連結開始した Lifull Marketing Partners(以下 LMP)の売上増加に伴い+30.6%となったが想定通り。

セグメント別売上収益では、国内不動産情報サービスは21,343百万円(+15.9%)と順調に成長し、うち、賃貸・

不動産売買は 14,037 百万円(+16.3%)、2017 年 3 月の加盟店数は昨年同月比 3,048 店増加し、22,425 店となった。注文住宅・リフォームは 1,329 百万円(+49.3%)と増加。その他では、LIFULL 介護が引続き好調なこと等もあり 950 百万円(+41.3%)。

国内不動産事業者向けは LMP の売上が増加し、既存の DMP・CRM サービスも順調で 4,559 百万円(+46.0%)。海外は為替影響もあり 3,193 百万円(-9.0%)。

セグメント別損益では、国内不動産情報サービスは順調に成長しているが、その他は課題が残る結果となった。

財政状態計算書では、本社移転に伴う一時的な費用として、有形固定資産 1,171 百万円増加、敷金・補償金 165 百万円増加している。

各社ののれん状況は決算説明資料 P13 に記載の通り。Trovit と LMP の償却性資産(PPA)を合算すると 947 百万円となっている。

キャッシュフローは移転に伴うコスト増加等で、現金及び現金同等物 6,046 百万円と前期末から若干減少している。

業績予想の達成度では、売上収益は 31,653 百万円の計画に対して 94.5%、EBITDA は 91.5%、当期利益が 88.0%の進捗率となった。

予実差を分解すると、EBITDA が期初計画 5,803 百万円に対し、国内の売上未達-811 百万円。一方で、原価が発生する広告代理店事業等で売上減少に伴い+434 百万円。海外の売上未達-922 百万円。Trovit の売上・利益成長を見込んでいたが、為替変動の影響を受けた。為替影響をのぞいても現地通貨ベースの成長率は前期と同じ程度で成長がいったん止まった。要因は SEO による自然流入の減少で、広告を出稿して集客した分等のコストが 65 百万円増加した。

このような背景を元に、全体でコスト削減努力を行い 776 百万円削減し、最終的に EBITDA が 5,312 百万円で着地したというのが予実の大きな説明である。

## ■2017 年3月期の決算情報

2017 年3月期は、大きくは、メディア力強化・ブランド力強化・その他の3つで様々な取り組みを行った。

メディア力強化では、プライスマップ(<http://www.homes.co.jp/price-map/>)で価格の見える化を進めた。また、民泊解禁に向けて準備が整ってきている。最近話題の AI/人工知能の事業活用に我々は本気で研究・投資をしている。Google Play ベストアプリに選出等。国内の不動産メディアとしては順調に拡大発展してきた。

ブランド力強化では「LIFULL」というマスターブランドに統一し、ここにブランド価値を統合することでさらにシナジーを出そうとしている。

その他コーポレートとしては 12 年間日本一働きたい会社を目指してきたが、リンク&モチベーション社主催の「ベストモチベーションカンパニーアワード」でようやく1位を獲得できた。色々なチャレンジが実った1年となった。

引き続き、国内の不動産領域の圧倒的 No.1 に向けて、メディア力とブランド力の強化を行っていく。

メディア力の強化には、情報網羅性を上げる・情報の見える化を進める・信頼性向上の3つがある。家を買う・借りるには不安な面が多々あるが、これを安心・安全な状態にしていくことに注力していく。

情報の網羅では、中長期で4万店を目指している加盟店数は 22,425 店(2017 年3月末時点)で過去最高となり、順調に拡大している。それに伴い、賃貸・不動産売買の物件数は 743 万件(2017 年3月平均)と引き続き No.1 を維持している。新築分譲マンション・戸建ての物件数も 8,560 プロジェクト(同)と過去最高で、順調に増加している。

価格情報の可視化では、首都圏から始めたプライスマップのエリアを京阪神・愛知・福岡に拡大した。売買の参考価格だけではなく参考賃料も表示できるようになり、ますます日本の不動産価格の見える化を進めている。

信頼性向上としては、オムニチャネル化を進めている。オンラインではたくさんのユーザーに見ていただいているが、そこから問合せ、成約と CVR が落ちる。コールセンターや対面型のカウンターではわざわざ相談に行き、丁寧に対応されると、その後、かなりの確率で問合せや商談に入っていく。我々は、どのコンタクトポイントから入ってもユーザーにご満足いただけるサービス提供をしようと考えている。また、個人のユーザーID を統括する準備をしておき、対面カウンターでもネットでも、すべてのコンタクトポイントで二度手間にならず満足いくようなコンシェルジュサービスを提供していく。LIFULL HOME'S 住まいの窓口 (<https://sumainomadoguchi.homes.jp/>) は7店舗に拡大。来場者アンケートでは 94.2%のお客さまに満足したとご回答いただけている。計画通り、順調に拡大していきたいと考えている。

ブランド力強化では、プロモーション、事業者向け支援サービスに注力していく。

社名変更に合わせて HOME'S を「LIFULL HOME'S」に変更した。今後 100 社を作っていく時、すべて LIFULL というブランド名称をつけていくことで、どんなサービスでも他国でも、満足いくコンシェルジュサービスが提供され、心地良いサービスが受けられる、いうこういったブランドに仕立て上げていきたいと考えている。

SEO の影響を考え、homes.co.jp のドメインはそのまま、まずはブランド名称を変更した。

不動産事業者がやっている仕事を分解すると、ICT で圧倒的に効率化できる部分と人でしかできない部分の 2 つに分かれる。このうち情報提供と単純作業は、事業者支援サービスにより、ICT でコスト効率を上げていくことに取り組んでいる。不動産業界全体の労務費は年間1兆 5,000 億円ほどになるが、仮にそのうち3割効率化ができれば、コスト削減効果としては 4,400 億円ほどの価値創造ができると考えている。

決算説明資料 P32 に事業者向けサービスの一覧を記載している。順次開発が進んでいるので、利用ユーザーを増やすことに注力していく。

今後不動産業界に起こる3つの変化では、1 つ目はこれまで実証実験をしていた重要事項説明の IT 化がある。2017 年1月に国土交通省の社会実験が終了し、特に問題はなく賛同意見が大変多かった。2017 年 10 月からオンラインで重要事項説明ができるようにしようという方針で進んでおり、利便性向上による市場活性化と拡大に期待している。賃貸仲介のみで開始し、順次、売買でもできるよう、売買の実証実験は継続されていく見込み。

こういった変化に対して我々はオンラインでの重要事項説明に適したオンライン会議システム「LIFULL HOME'S LIVE」を提供している。社会実験に参加された事業者の半数以上に利用され、使い勝手が良いという評価をいただいている。

変化の2つ目は、建物性能を検査するインスペクション義務が 2018 年 4 月から発生する。インスペクション事業者の斡旋の可否を示して依頼主の意向に応じて斡旋、実際にインスペクションした場合は重要事項の説明時に買主に結果を説明、売買契約成立時には売主・買主双方が確認した事項を記載した書面を発行すること、等が義務付けられる。中古売買市場を拡大するのは国交省の長年の意向であるが、これは良いアプローチであり、売主も買主も双方納得して契約ができるような市場にまた一歩前進していくと考えている。

これに対しての我々は「LIFULL HOME'S 住宅評価」をリリースした(<http://lifull.com/news/9299/>)。

1)建物評価の検査、2)建物価値の評価、3)建物価値の見える化、をパッケージ化して提供していく。2)では不動産の住宅ローンを組む際、保証会社が建物価値を含めて担保評価を実施してローンの最大枠を決める場合があるが、これまでは木造では約 22 年で建物価値はゼロと評価され、築年数が古いと担保価格が実態より低く見られてしまうことが多くあった。これにより失われた日本全体の資産価値の損失額は累計 500 兆円に及ぶと言われている。我々は金融機関と組んで、中古住宅や中古不動産に投資しても簡単に減価しないようなマーケットに変えていきたいと考えている。3)では検査・評価した内容を、巨大なメディアパワーを持つ LIFULL HOME'S で、これはきちんと検査した上での適正価格だということを見せていく。これらにより、より健全な市場を作っていきたい。

変化の3点目は民泊。2017 年3月に民泊新法が閣議決定されたことで、5月か6月に新法が制定され、今年末か来年初めには施行され、実態として民泊が解禁されるのではないかと考えている。

これに対しては既に「LIFULL Stay (<https://www.lifull-stay.com/>)」をオープンしているが、本格的な解禁に向けて諸々の準備をしている。

海外事業では、Trovit と LIFULL HOME'S モデルで世界 53 カ国に展開している。

LIFULL HOME'S モデルでは、ドイツで新たにサービス展開を開始した。ドイツの不動産市況は、低金利、世界の他の都市に比べるとまだ割安ということで、実需だけでなく不動産投資等でも活況になっている。

昨年開始したオーストラリアは順調に拡大して、数か月でユーザー数が7倍となった。メディアとして実力を伴ってきたので、今後収益化を楽しみにしていただきたい。

この1年課題のあった Trovit では、月次トラフィックでは SEO 対策により大きく改善の兆しが出てきている。2017 年の取り組みは、引続き SEO 強化と各国展開。Trovit は大きく3つ、住宅・求人・中古車で 50 カ国超に展開しておりパーティカルサイト数では 150 以上ある。これらに様々な国で様々な SEO 施策を行い、成功したものを各国に取り入れることを繰り返して改善効果が出てきている。このメディア力を背景に、営業強化をして単価を上げ、有料顧客の開拓を進め、さらにモバイルを強化していく。

## ■セグメントの変更

これまでセグメントは大きく4つに分けていたが、HOME'S に関連するところは国内の C 向けのメディアと B 向けの事業者支援サービスを統合し、「HOME'S 関連事業」として一体的に商品開発や営業強化を進めていきたいと考えている。HOME'S 関連事業の中にはこれまでは細かなセグメントがあったが、市況やクライアントの要望に応じて、随時強化ポイントを臨機応変に変えながら、HOME'S 事業全体としての拡大の効率化を目指す。

大きな変更点は、今まで国内不動産情報サービス事業・その他に入っていた「LIFULL 介護」をその他事業に変更した。その他はほぼ従来通り。今後は「HOME'S 関連事業」を主力として、成長性をご覧いただければと思う。

## ■2018年3月期の業績予想

2018 年3月期の売上収益は 7,500 百万円増の 37,420 百万円(+25.1%、前年比、以下同)を目指す。

売上成長以上に広告宣伝費が 2,951 百万円(+35.1%)増加しているが、社名を LIFULL に変更し、HOME'を LIFULL HOME'S に変更、積極的にこのブランディングを推し進めるため、当面このような先行投資は続ける。

その結果、EBITDA は 5,180 百万円で-131 百万円。一方で当期利益は+169 百万円と若干増加する。

また、決算期を3月末から9月末日に変更することを検討している。方針が明らかになり次第開示予定。

社名・サービスブランド変更にかかる費用と、移転に伴う費用が 1,200 百万円あるが、一時的なもので徐々に縮小していくので、実力としてはきちんと伸ばしていけると考えている。

説明資料の P51 に当社の利益分配の考え方を記載している。

「公益“志”本主義」を掲げ、すべてのステークホルダー、コンシューマー・クライアント・従業員・パートナー・株主・地球環境、それらをまとめた社会全体に貢献していこうと考えている。

利益分配の考え方は当面は配当性向 20%を基本方針とするが、2017 年3月期は 20%の配当性向で 4.66 円に、設立 20 周年の記念配当 1.00 円を加えた 5.66 円に修正を行う。

日本一働きたい会社への取り組みでは、リンク&モチベーション社主催の「ベストモチベーションカンパニーアワード」で 1 位を獲得した。引き続き良い企業グループにしていくために努力して参りたい。

まさに「あらゆる LIFE を、FULL に。」していく。新生 LIFULL にぜひご期待ください。

◆◆◆ 質疑応答 ◆◆◆ ※正確性を期すため加筆・訂正を行っております。

Q) 業績予想で増益幅が鈍い。移転等の一時性の費用があるが、吸収してもう少し強めの数字が期待できるかと思っていたが。国内の LIFULL HOME'S は順調という認識で良いか、それとも競合状況や販促のかけ方で取り込みの遅れがあるのか等、お聞かせいただきたい。

A: 井上) 決算資料 P49 に記載の通り、HOME'S 関連事業の業績予想は前期比+23.9%で、順調に成長していくと考えている。一時費用の中で多いのは LIFULL のブランディング費用。移転に関わる一時コストは、一部固定資産の耐用年数を短縮したこと等で 2017 年 3 月期の方が多かった。足元の実業の進捗は悪くないと考えている。後ほど中期経営計画で考え方を説明するが、今は、事業投資をして規模拡大をしていくことに少し舵をきっている、ということが業績予想の数字にも表れている。

Q) 今年、賃貸の重要事項説明 IT 化が解禁されるというお話があったが、これによって御社の賃貸・不動産売買の売上成長率に影響がでるかを教えてください。例えば LIFULL HOME'S LIVE の仕組みは他社が持っていない機能で加盟店獲得の成長ドライバーとなったり、もしくはこれを搭載することによって加盟店当たりの単価が上がったりするのか。

A: 井上) 短期的には限定的であるかと思う。事業者からもユーザーからも快適で良いという定性的な評価はいただいているので、時間をかけていながら普及すると考えている。その際に、システム自体は我々独自のものではなく簡単に追従可能だが、これに合わせて VR 等で内覧もオンラインでできるようにするとか、GRID VRICK (<https://www.gridvrick.homes.co.jp/>) という 3D CG を自動的に作る特許技術や、遠隔でできるものを色々パッケージとして提供できるよう取り組んでいる。システムだけでなく、一連の統合したサービスを作り出すことで他社と差別化をはかり、結果的に、便利で使いたいという事業者・ユーザーを獲得できると考えている。

A: 山田) 井上からご説明した、機能的な統合によって不動産会社の業務を支援していくことによって長期的には単価を上げていくのはその通り。もう1つ、我々はポータルからお客様を不動産会社へ送客しているが、将来的には、マーケティング全般をシームレスにできるようにして、不動産会社を支援していくところまでをできればと思っている。それにより一層顧客との粘着性が高まることを狙っていきたい。

Q) 今期の業績予想で、売上収益の成長以上に人件費が伸びている。今、それほど人が必要な状況なのかと、御社の中で具体的に特に人的リソースが必要になってくる事業はどこかというところ、御社の長い戦略の中で、人件費増加は今期が特に重たい状況なのか、投資の必要性等をお聞かせいただきたい。

A: 阿部) 人件費は先行投資と考えている。今期も新卒も含めて40名以上採用しているが、これからITや諸々投資をして、中長期的に売上収益1,000億円を目指そうとした時に、人材は非常に重要。今後、売上や利益が大きくなってくれば、十分に回収できると考えている。

A: 井上) LIFULL HOME'S 事業そのものでは、何か急激に営業や開発者を今までと違うペースで増やすことは計画していない。グループ企業が増えてきている中で、収益化して利益が伸びているものも出てきている。順調でさらに成長したいという会社で、これまでより採用ペースが上がってきているのが人件費の増加要因の1つ。

A: 井上) 先ほどの重説オンラインについての質問で、不動産事業者の業務効率化を進めていくと仮に4,000～5,000億円ほどコスト削減効果が出せるという一連の流れの中で、オンライン重説は複数業務の中のたった一つでしかないが、色々な業務を統合パッケージ化しながら効率化していくことで、他社と差別化し、ここにマーケットプレースとして誘引してくる、といったことを考えている。これは事業者にとってもユーザーにとってもメリットがあるので、どこよりも早くやっていく。

以上