#### 株式会社 LIFULL (2120)

#### 2018年9月期第2四半期 決算説明会要旨•質疑応答

日 時: 2018年5月15日(火) 11:00~12:00

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

LIFULL Marketing Partners 代表取締役社長)

取締役 執行役員 久松 洋祐(LIFULL HOME'S 事業本部コンテンツ戦略部長)

執行役員 阿部 和彦(グループ経営推進本部長)

執行役員 筒井 敬三(社長室長)

執行役員 伊東 祐司(LIFULL HOME'S 事業本部副本部長 兼 同事業本部新 UX 開発部長)

福澤 秀一(グループ経営推進本部副本部長 兼日次採算性向上推進部長)

吉田 和弘(グループ経営推進本部 IR グループ長)

出席者数 : 38 名

# 登壇者:井上

## ■本日のキーポイント

1. 売上収益は 17,669 百万円(前年同一期間比、以下同+9.3%)、EBITDA は 3,033 百万円(+28.0%)

- 2. Mitula Group Limited の子会社化の影響は確定次第適時に開示予定
- 3. 重要指標:顧客数は順調に伸長(+14.3%)、ARPA 向上施策は途上(-8.1%)

※ARPA=Average Revenue Per Agent:1 顧客当たりの売上

#### ■2018年9月期第2四半期の決算情報

売上収益は前年同一期間比 1,506 百万円増加し 17,669 百万円(+9.3%)で、全セグメントで収益拡大がはかれた。前期一時的に発生した本社の移転費用が抑制されており、EBITDA は 663 百万円増加し 3,033 百万円(+28.0%)と増益となった。

売上収益に対する費用比率では、広告宣伝費は 34.4%(+3.6pt)と増加したが、原価とその他販管費 27.2%(-4.2pt)、人件費 21.2%(-1.9%)は減少し、その結果、EBITDA 率は 17.2%(+2.5pt)と改善した。

セグメント別売上収益は、HOME'S 関連 14,805 百万円(+8.7%)、海外 1,819(+12.4%)、その他 1,045 百万円(+12.9%)と全セグメントで増収となった。HOME'S 関連では、顧客数は順調に拡大しているが、ARPA が減少している。ARPA 向上策のメインは、トラフィックを増やして反響を増やすことだが、もう1つ、事業者支援のアプリケーションやシステム提供があり、この開発及び拡販が途上で想定に届かなかったことが要因である。

セグメント別損益では、HOME'S 関連 2,223 百万円(+768 百万円、+52.8%)、海外は Trovit の人件費の改善により大幅に増益し 208 百万円(+127 百万円、+159.5%)となった。

財政状態計算書とのれんの状況では、資産は+4.1%、うち流動資産+9.4%は売上の増加に伴うもので、負債は-2.1%、うち流動負債-2.2%は借入金の返済によるもの。

業績予想への進捗では、ARPA 向上の施策が若干想定より遅れており、売上収益は 43.1%。一方で収益性が

改善して EBITDA は 50.4%、下期ではトップラインを想定にいかにキャッチアップさせるかが課題となる。サービス別では HOME'S 関連が 44.3%、海外が 37.6%。注釈に記載しているが、通期予想には Mitula 子会社化による影響は含まれておらず、今後開示すべき事項があれば適時に開示する。

事業戦略および組織の再構築で、競争力向上に向けてリストラクチャリングを実施した。

HOME'S 関連事業では、リフォームをする工務店を探すサイト「LIFULL HOME'S リフォーム」が 2018 年9月末 に終了予定。また、リフォームの元請をし、下請けの外注をするために合弁で作った子会社「LIFULL Remodel」は 2018 年中に終了する。

海外では、Trovit×Mitula にリソースを集中していくということで、オーストラリアやドイツに出していたポータル事業を撤退する。

# ■事業の状況

決算説明資料 P17 に不動産領域における中長期の戦略ロードマップを掲載している。

創業以来磨き続けている、いかに巨大なデータベースを構築するか、いかにネットワークを広げるか、いかにメ ディア力を強化するかの3点について説明する。

ネットワーク拡大では、顧客数は 27,445 と順調に伸びている。中小規模や地方都市の網羅度を上げており、 ARPA は下がりがちだが、営業努力で事業者支援サービスの提供や、反響拡大によって上げる努力を続けており、 足元では 103,358 円。

総掲載情報量は716万件と圧倒的なボリュームを維持している。

価格情報の見える化では、「プライスマップ (<a href="https://www.homes.co.jp/price-map/">https://www.homes.co.jp/price-map/</a>)」が5月中に全国エリアに対応予定。

メディア力強化の 1 つとして、Android アプリに、AI(人工知能)による賃貸物件の提案機能を追加した。閲覧や問合せ履歴を学習し、1 人ひとりの好みにぴったり合った情報を提案する。

また、情報精度 No.1 に向けて、違反物件の自動検出や、楽天と提携し不正注文防止に活用する取り組みを行っている。

メディア力強化・プロモーションのコンセプトは「不動産のオンライン取引」。契約や重要事項説明のために何度 も足を運ぶのは不便というユーザーのため、オンラインで取引ができるということを訴求している。

既に、内見や重要事項説明をスマホやタブレットで遠隔地から行える「LIFULL HOME'S LIVE」というシステムを提供している。クライアントからの声をいくつか掲載しているが、営業以外の業務を拠点の宅建士に集約できたり、土日に集中していた案内と契約を分散化できたりと、業務効率が向上したとの声をいただいている。当初懸念していたトラブルや問題もほとんどなく、ユーザー・クライアント共に受け入れられており、今後さらに広げていきたいと考えている。

中古市場活性化の取り組みでは、空き家バンク・人材育成・クラウドファディング・新たな用途開発のサイクルを 進めることを、地方創生プロジェクトとして取り組んでいる。

国土交通省と連携した「LIFULL HOME'S 空き家バンク(<a href="https://www.homes.co.jp/akiyabank/">https://www.homes.co.jp/akiyabank/</a>)」では、5月時点で、既に空き家バンクを持っていた約 900 自治体のうち、半数以上の 480 自治体が登録。

こういった空き家の利活用で民泊は大きなチャンスとなるが、楽天 LIFULL STAY では6月 15 日の新法解禁と同時に事業が開始する予定。今朝の新聞では民泊の登録申請が少ないというような記事もあったが、マンスリー、簡易宿所、新法の民泊共、順調に物件が集まってきている。

海外戦略については、Mitula Group Limited の子会社化についての説明でお伝えした通りなので、そちらをご 覧いただきたい。

# ◆◆◆ 質疑応答 ◆◆◆

※質疑応答は正確性を期すために加筆・修正している箇所がございます。当日の模様はコーポレートサイトに掲載しております動画をご覧ください。

Q1)ARPA 低下のところで、事業者支援のところが課題かという印象があるが、原因として、競合によるものなのか、 不動産事業者が便利さを感じてくれないとか、どういう原因があるのかと、それに対する対応策を伺いたい。

A1: 井上) ARPA に関しては、トラフィックと B 向けの事業者支援の面からお伝えしたい。トラフィックは、提携ポータルや有料集客、TVCM 等を含めたブランディングに関してはほぼ計画通りにうまくいっているが、SEO の自然流入、特に賃貸領域で受けている影響を早急に改善しているような状況がある。賃貸と売買流通の領域は問合せに応じた課金体系で、トラフィックが増えて反響が増えるほど売上が伸びるという構造なので、オーガニックが想定に届かないと少し鈍化してしまう。収益性を見ながら、有料集客をどの程度強めにやっていくか、合わせてオーガニックをいかに改善していくのか、という両軸で改善を行っていく。

A1:山田)世界的に見ても、日本、我々の闘っている領域は、Google のプラットフォームの中で非常に熾烈な競争をしている。その中で、Google のアルゴリズム変更の影響を受けて、計画に対して少し遅延をしているが、そこに対しては手を打って行っている。

B 領域については、我々の問題としてシステムの安定性等で拡販に踏み切れなかったことと、不動産会社様の業務フロー変革を伴うので、その浸透が当初見込んでいたより若干遅延していることがある。とは言え、手をこまねいているわけではなく、業務フロー自体を我々でまかなうようなことも考えられないかということで、既に大手と取り組みを開始しているので、この部分で巻き返しを図っていきたいと考えている。

A1: 井上) これで業務効率が上がりますと言っても、導入して使いこなしていただくまでに時間がかかるので、我々の努力としては、もっと使いやすいユーザーインターフェースにしたり、あとは今、山田が申しあげたように、その部分を我々が請け負って代わりにやったりがご好評いただいているので、その両面で、今後拡販をしていきたい。

Q2) 民泊について。6月 15 日に解禁なので今の段階でお話いただけることは限られているかもしれないが、管理 戸数が順調に集まっているとか、提携とか、その辺の手応えを差しさわりのない範囲でコメントを頂きたい。

A2: 井上) 民泊は楽天とのジョイントベンチャーで彼らがマジョリティーなので、この場で具体的な数字を言う立場にないが、一定の時間をかけて国内 No.1 になるというところから逆算した計画値があり、そこに対してほぼオンラインで来ているので、リリースする時にはある程度のエリアで複数潤沢に選べるという状態でスタートできるかと思う。

Q3)リストラクチャリングについて。個人的には海外の HOME'S モデルの撤退は英断かと思う反面、リフォーム領域で、元請の Remodel をなくすのはありだが、サイトをなくしてしまうのは長期的な価値を考えるともったいないように思う。リフォーム領域の完全撤退をご決断された背景を教えていただきたい。

A3: 井上) おっしゃる通りリフォームは本業に近い領域なので非常に判断に迷ったが、今まで、何度かビジネスモデルを変えたりしながら収益拡大をはかってきたが、なかなかうまく成長軌道に乗せられず、何年間も赤字が続いていた。その要因としては、小規模な工務店だと問合せがあっても対応するスタッフがおらずそのままになるというようなケースがある中で、そこをフォローしながらやってきたが、うまく立ち上がらなかった。これは弊社だけではなく、他社やベンチャーでもリフォームサイトで高収益で成長を続けているようなものはない。このままサイトビジネスを継続するのではなくいったん清算する。ただし、リフォームという領域に関して、ユーザーの利便性を上げる何らかのサービスを投入すること自体は諦めているつもりはないので、もう1回ゼロベースでやり方を考えて再チャレンジするということで、いったんこれまでのものは全て撤退することにした。

Q4) ARPA について。B 向けの事業者支援で、事業者側の予算が厳しくなると、なかなか業務支援系の予算はで づらいということがあるかと思うが、その懸念はないか。

A4: 井上) 事業者向けのサービスは、いかに省力化・効率化して、人件費を抑えたり成約率を上げたりするもので、 お客様と話している中は、予算があるから使うというよりは、業務効率を良くして、その良くなった分の一部をシステム利用料としてくださいという形なので、そこは予算がなくてなかなか進捗しないということはないとみている。

Q5)下期のコストセーブの可能性について。以前、売上・ARPAの部分がそれほど伸びなかった場合は人件費などでコストセーブするかもしれないというお話があったが、下期の実施の可能性についてコメントいただきたい。

A5:井上)前回お伝えした通り、多少弱含みになった時は利益確保のためにある程度コントロールをしていく。我々の事業は原価はほとんどかからず、ほぼ販管費になるのでコントロールできる。また、繁忙期の1月2月3月での利益確保のコントロールが必要ないよう決算期を変更したが、下期の4月から9月末までは多少平準的な季節になるので、ここで利益コントロールをしても、中長期的に、繁忙期ほど大きな影響はないと考えている。

以上