



# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

リビン・テクノロジーズ株式会社（東証グロース：4445）

2023年12月26日

01	会社概要	P.2
02	市場環境	P.13
03	当社の特徴・強み	P.19
04	成長戦略	P.25
05	リスク情報	P.31

# 01 | 会社概要



# 会社概要

社名	リビン・テクノロジーズ株式会社 Living Technologies Inc.	
設立	2004年1月	
資本金	194,295千円（2023年9月末現在）	
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：4445）	
所在地	本社	東京都中央区日本橋堀留町1-8-12 ホウライ堀留ビル8階
	大阪オフィス	大阪府大阪市中央区久太郎町3-6-8 JRE御堂筋ダイワビル12階
	福山オフィス	広島県福山市霞町1-1-24 福山ビル12階
	福岡オフィス	福岡県福岡市博多区博多駅前1-4-4 東京建物博多ビル10階
事業内容	DXプラットフォーム事業 領域特化型DXプロダクトの開発と運営 ・ マatchingプラットフォーム ・ DXクラウド	
役員	代表取締役	川合 大無
	取締役	伊藤 彰孝
	取締役	小林 翔太郎
	取締役（監査等委員）	井田 英明
	取締役（監査等委員）	長富 一勲
	取締役（監査等委員）	大下 徹朗
	執行役員	國藤 直樹
		（2023年12月25日現在）
社員数	135名（2023年9月末日現在、アルバイト・パート含む）	

# LVN（リビン・テクノロジーズ）とは

- リビン・テクノロジーズは住生活領域における社会問題をテクノロジーの力で解決するIT企業



代表取締役社長

**川合 大無**

1975年生

（略歴）

1998年4月 二チモウ株式会社入社  
2000年7月 バリューコマース株式会社入社  
2003年2月 株式会社サイバーエージェント入社  
2004年1月 当社設立 代表取締役社長就任（現任）

## - 使命・存在意義 -

住生活領域における社会問題をテクノロジーの力で解決する

## - 目的地 -

インターネットサービスメーカーとして、  
人々の生活に密着した手放せないサービスを提供し、  
世の中に必要不可欠な企業になる

## - リビンプロミス -

**情報を、もっと簡単、便利、快適に！**

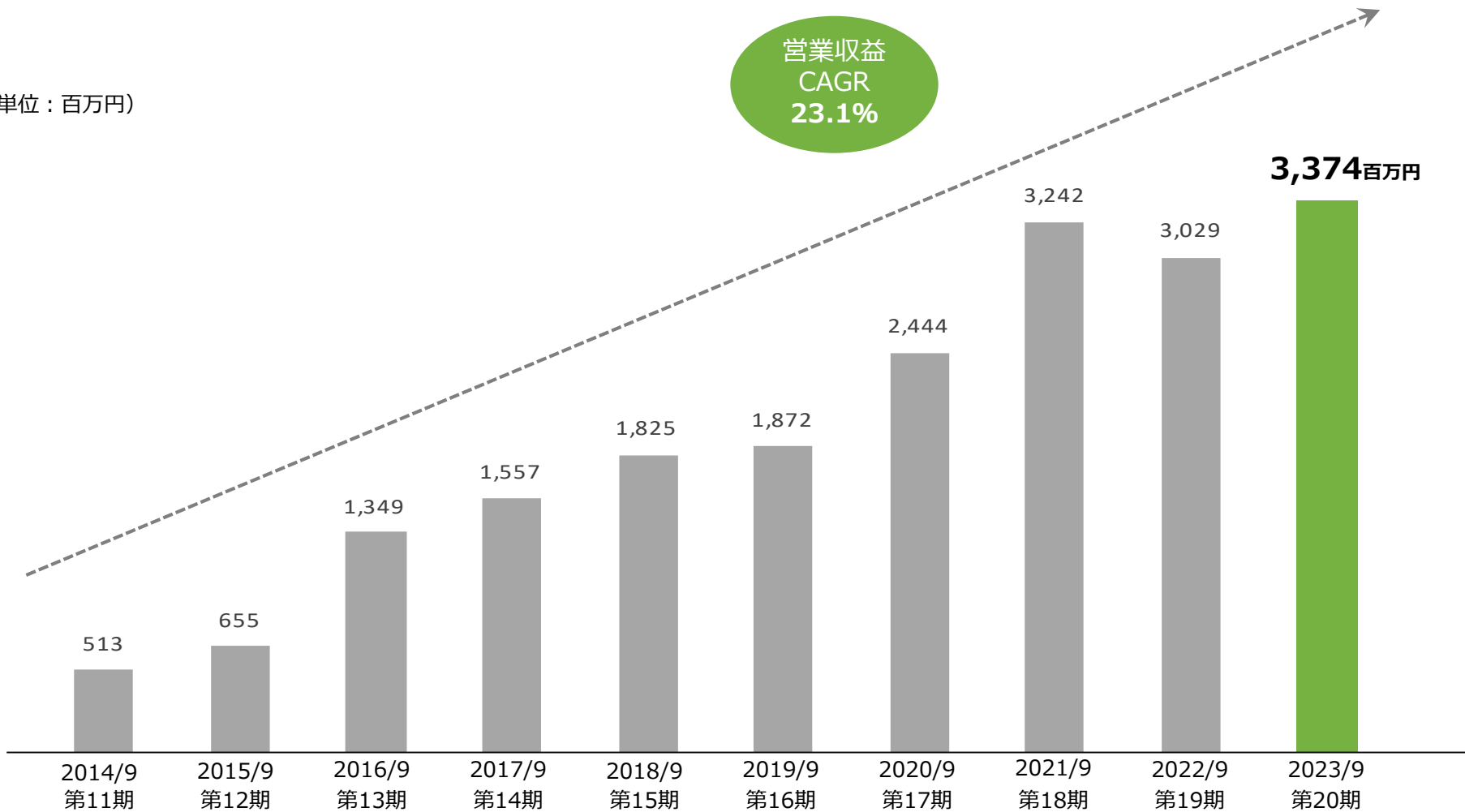
私たちは、住生活領域で情報活用の利便性を追求し  
人と企業のニーズにマッチする独自のWEBサービスを創出して  
より快適なユーザーエクスペリエンス（UX）を実現します

そして、テクノロジーとマーケティングの融合で  
業務効率が高まり事業機会が広がる先進のサービスを提供し、  
住生活関連ビジネスのパフォーマンス向上を支えます

# 営業収益の推移

- 2019年6月の東京証券取引所マザーズ市場（現・グロース市場）に上場以降も、堅調に推移

(単位：百万円)

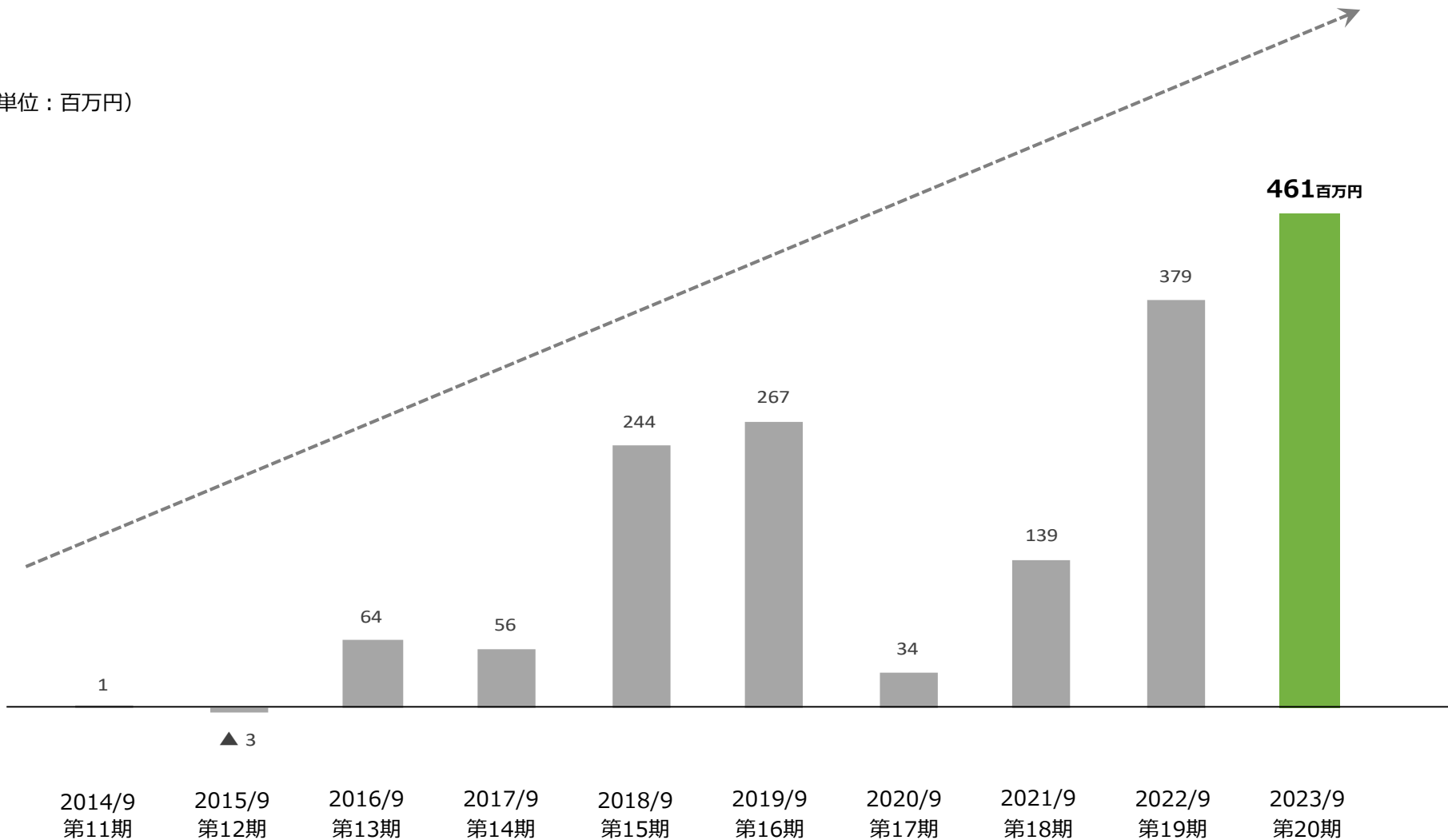


※CAGRは2013年9月期から2023年9月期

# 営業利益の推移

## ■ 投資と結実を繰り返し成長中

(単位：百万円)



# DXプラットフォーム事業とは

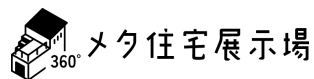
- DXプラットフォーム事業とは、住宅関連会社向けに、ビジネスの基盤となるDXサービスを提供する事業
- マatchingプラットフォームではクライアントの見込客の獲得を、DXクラウドではクライアントの営業活動のDX化をサポート



クライアントのビジネス基盤となるDXサービスを提供

## DXプラットフォーム事業

### ① マatchingプラットフォーム



### ② DXクラウド





# DXプラットフォーム事業の提供価値

- エンドユーザーが、住宅関連サービスを探す際に抱える、会社選択の不便さを払拭
- 住宅関連会社の、紙媒体による集客や、属人化した業務等の、アナログな営業活動のDX化を推進
- エンドユーザーの会社選択の不便さと、住宅関連会社のアナログな営業活動に、新しいUXを提供



# 住宅関連企業を対象にしたDXサービスラインナップ

- マatchingプラットフォームは、エンドユーザーと住宅関連企業のオンラインマatchingを行う
- DXクラウドは、住宅関連企業の業務効率化を推進する

## マatchingプラットフォーム

### <不動産売却領域>



- ① 不動産売却
- ② 不動産買取
- ③ 任意売却



- ④ リースバック

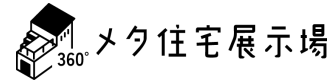
### <非不動産売却領域>



- ⑤ 土地活用
- ⑥ 賃貸管理
- ⑦ リノベーション



- ⑧ 外壁塗装



- ⑨ VR住宅展示場

## DXクラウド

### <業務支援領域>



- ⑩ SMS配信



- ⑪ AI不動産査定



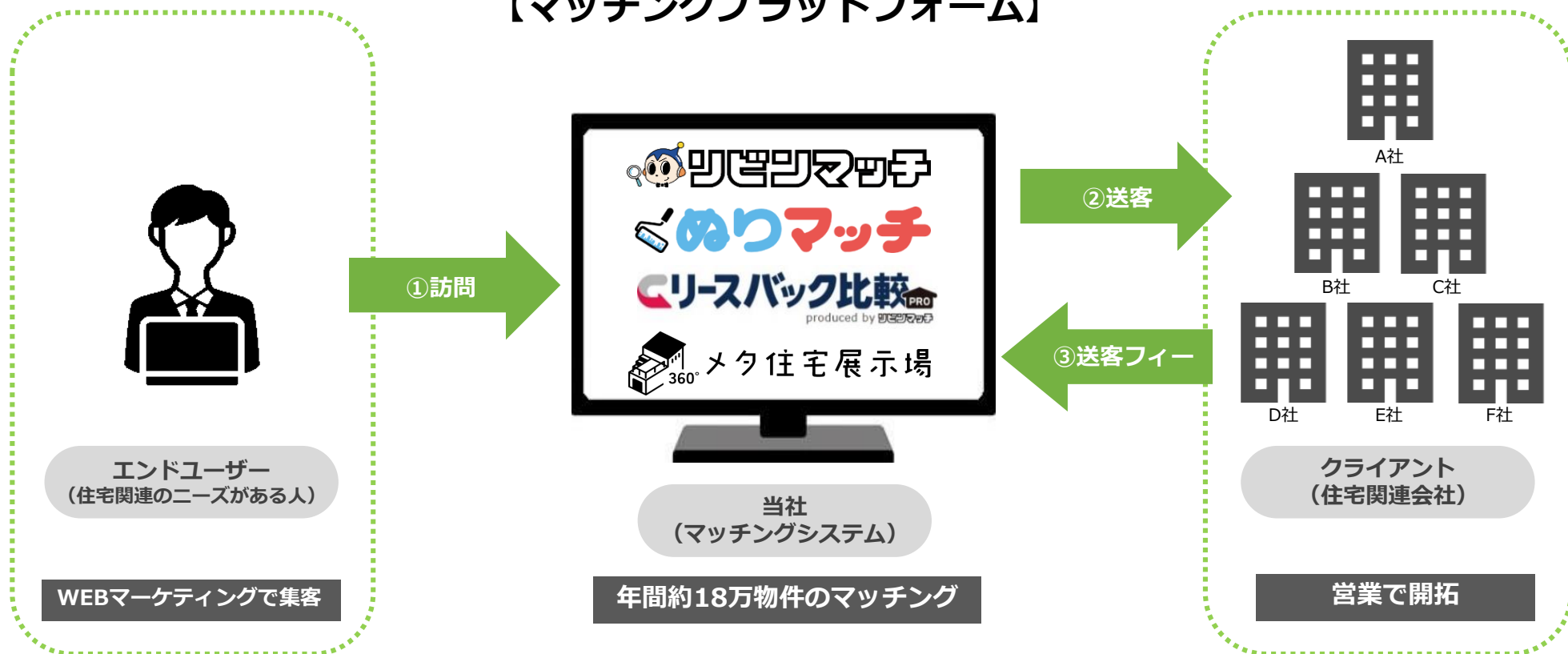
BAIZO KANRI

- ⑫ 賃貸管理会社専用SFA

# ビジネスモデル | マatchingプラットフォーム

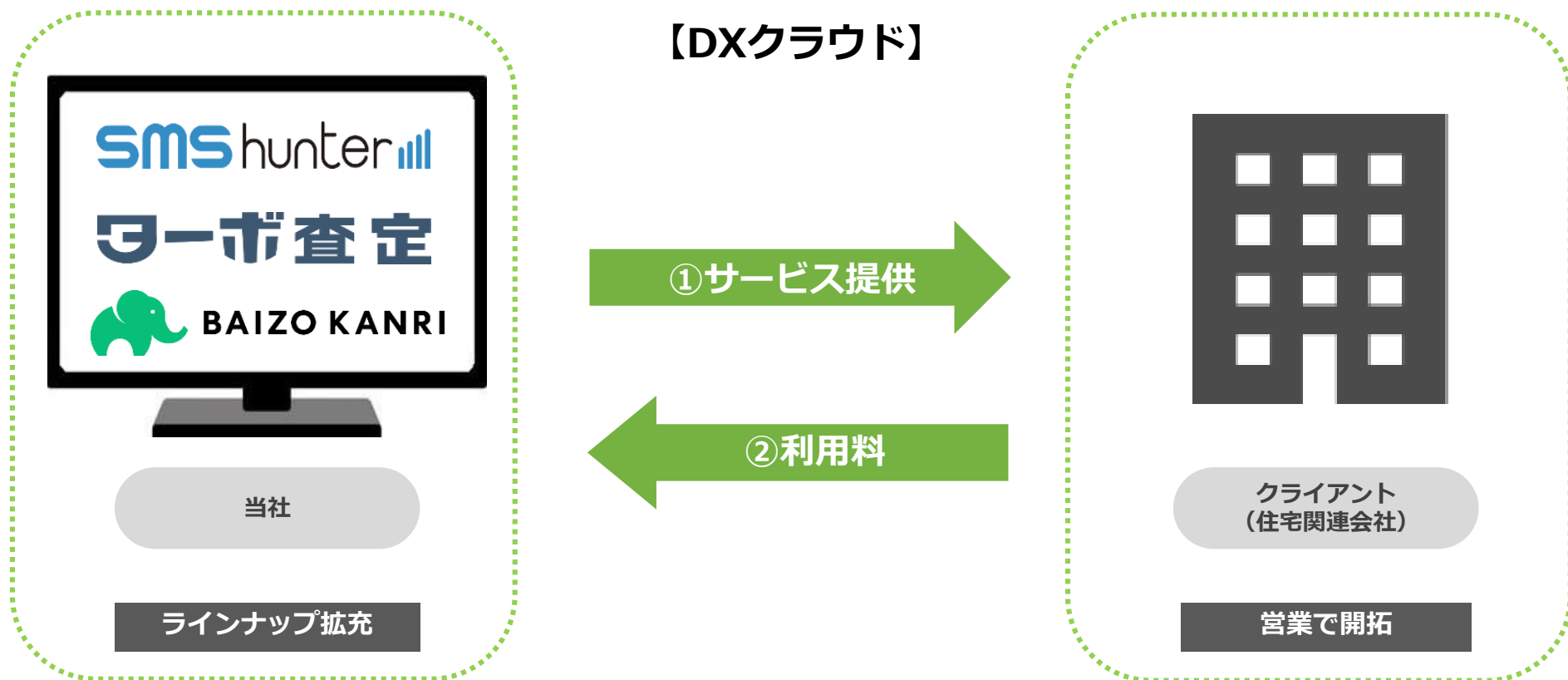
- エンドユーザーとクライアントをWEB上でMatchingさせるサービス
- エンドユーザーは、1回の登録で複数の住宅関連会社を比較が可能
- 送客数に応じた成果連動型送客フィーのため、クライアントの費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- 「エンドユーザー数」と「クライアント数」を増やすことが収益UPの源泉

## 【Matchingプラットフォーム】



# ■ ビジネスモデル | DXクラウド

- 住宅関連業界向けに、業務効率化をはかるDXサービスをクラウドで提供
- SFA、SMS配信システム、AI不動産査定など
- サブスクリプション型サービスのため、クライアント数の増加により営業収益が積み上がる

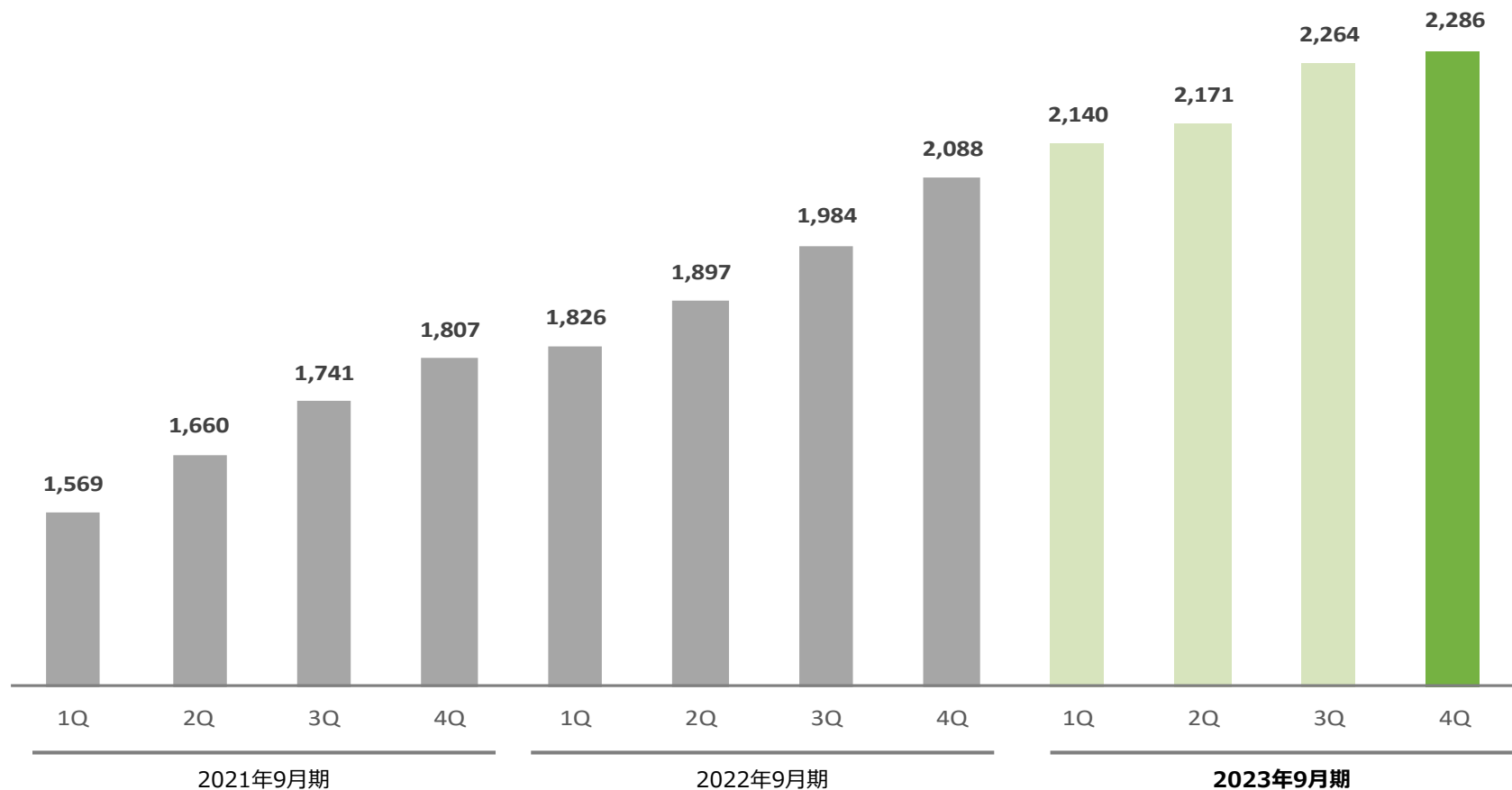


# DXプラットフォーム事業のKPI① | 月間平均クライアント数

- 継続的かつ、積極的な営業活動により、各四半期でクライアント数は堅調に増加
- 2023年9月期では、稼働ベースで198社増加

## 月間平均クライアント数（稼働ベース）

(社)

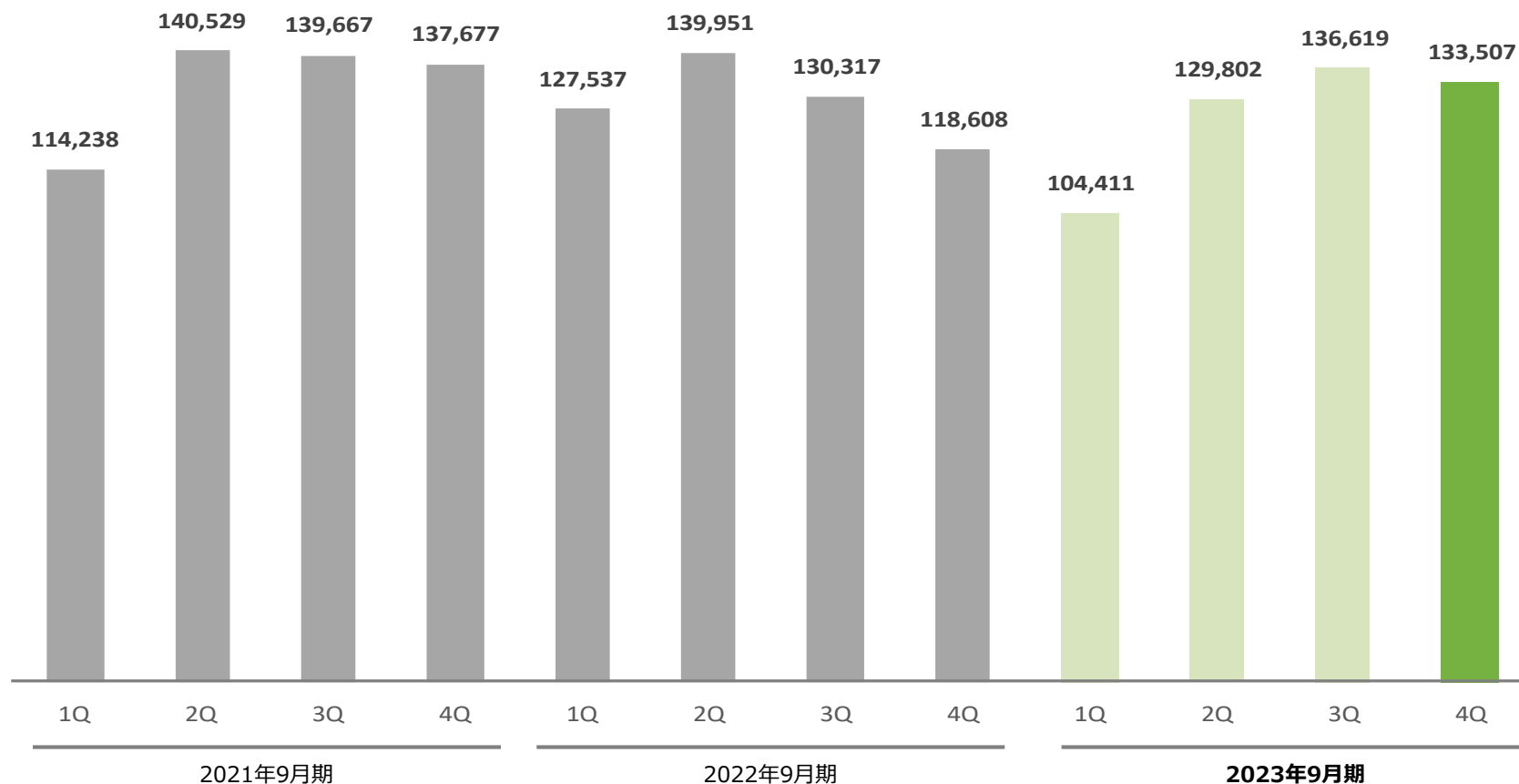


# DXプラットフォーム事業のKPI② | ARPU

- 2022年9月期第3四半期以降、顧客単価が低い新サービスのクライアント増で一時的に低下
- マーケティング効率化により、2023年9月期第2四半期以降、高い水準で推移

## ARPU (クライアントあたり月間平均営業収益)

(円)



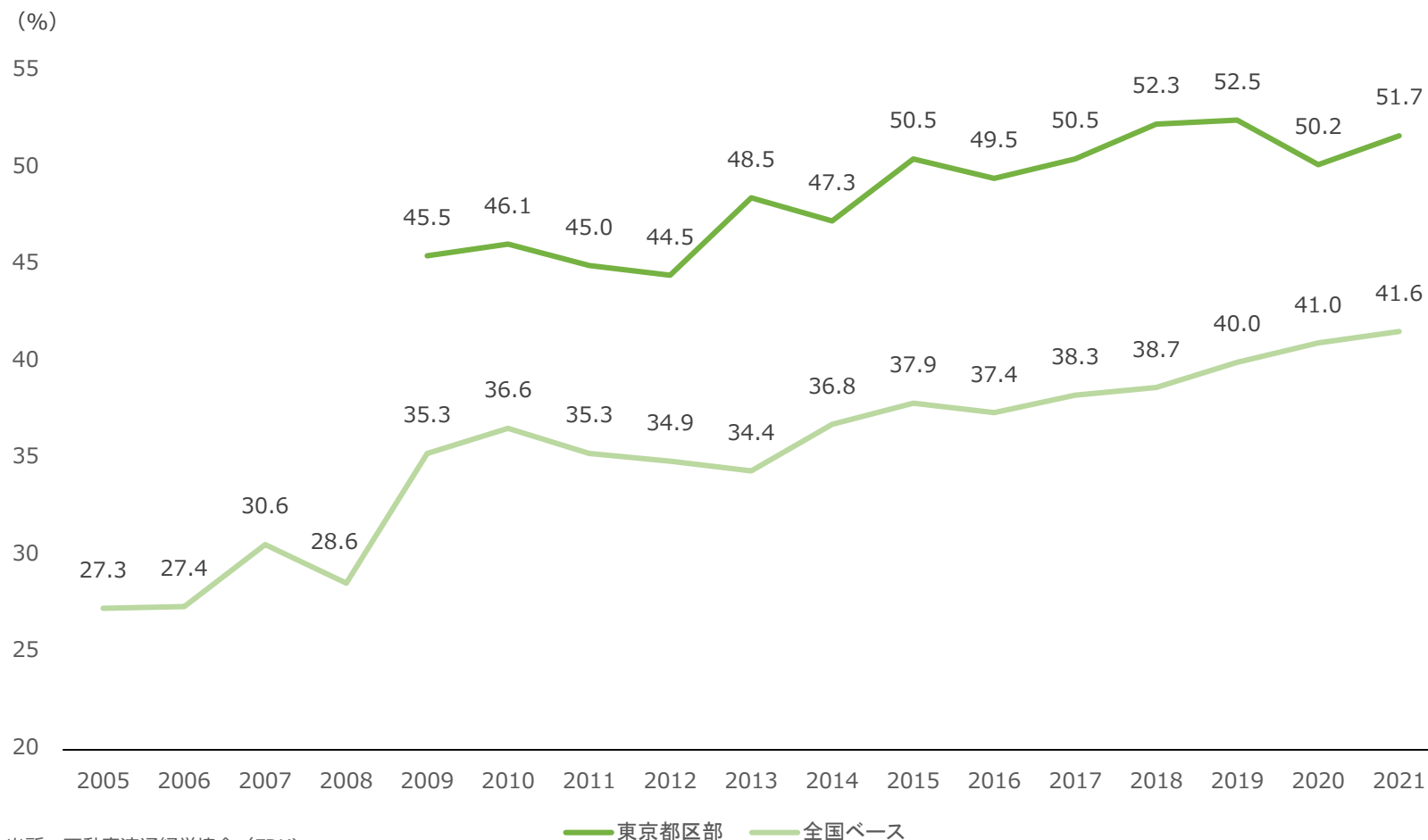
# 02 | 市場環境



# 住宅は、新築から中古の時代へ

- 全国における既存住宅の流通比率は、2005年から14.3ポイント上昇
- 特に東京都区部では、毎年上昇傾向で、高水準を維持
- 今後も、当社収益の基盤である査定依頼件数の増加が期待できる

## 既存住宅の流通比率

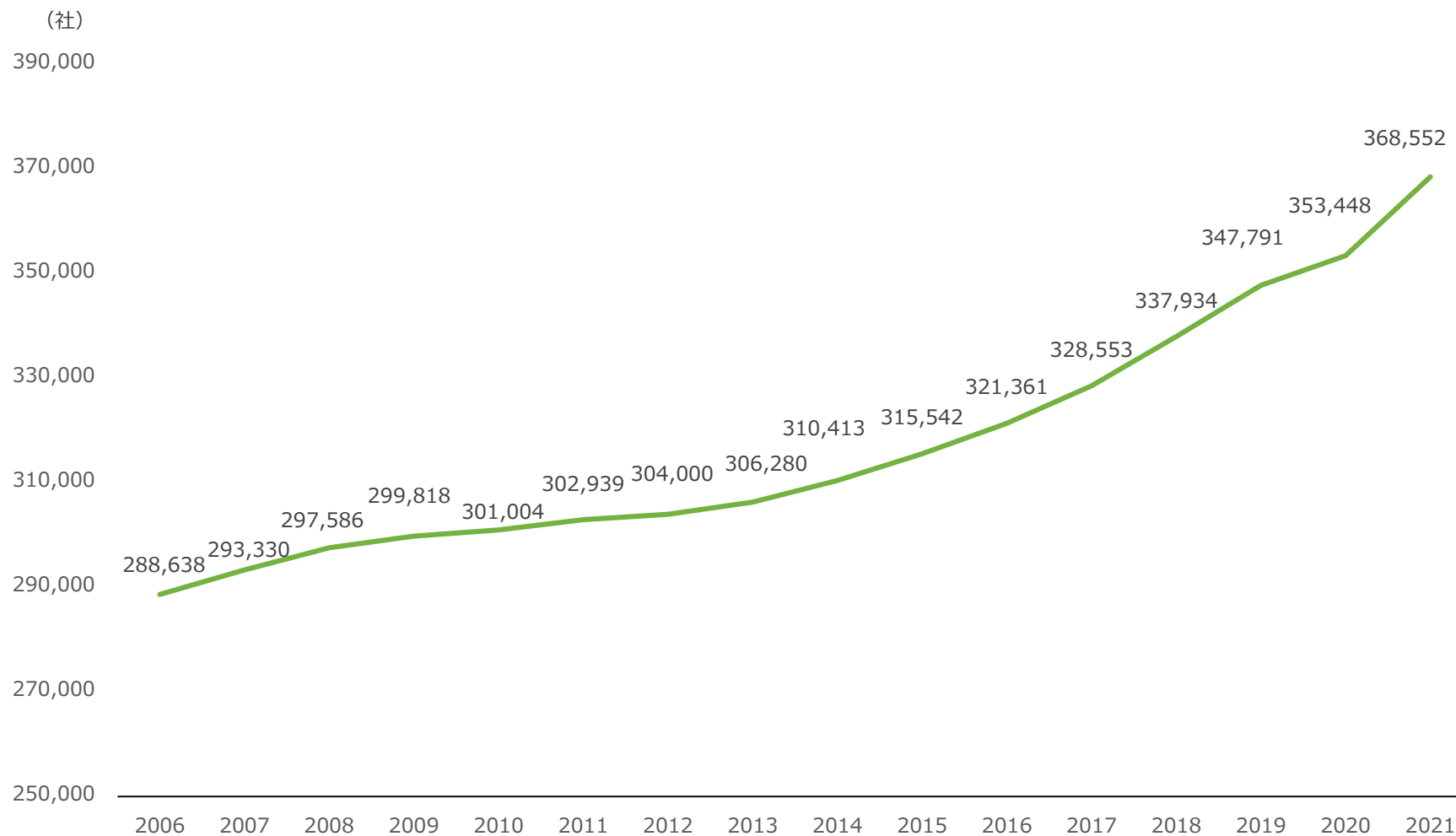




# ■ 年々増加する不動産会社

- 当社のクライアントになり得る不動産業の法人数は右肩上がりに増加

## 不動産業の法人数

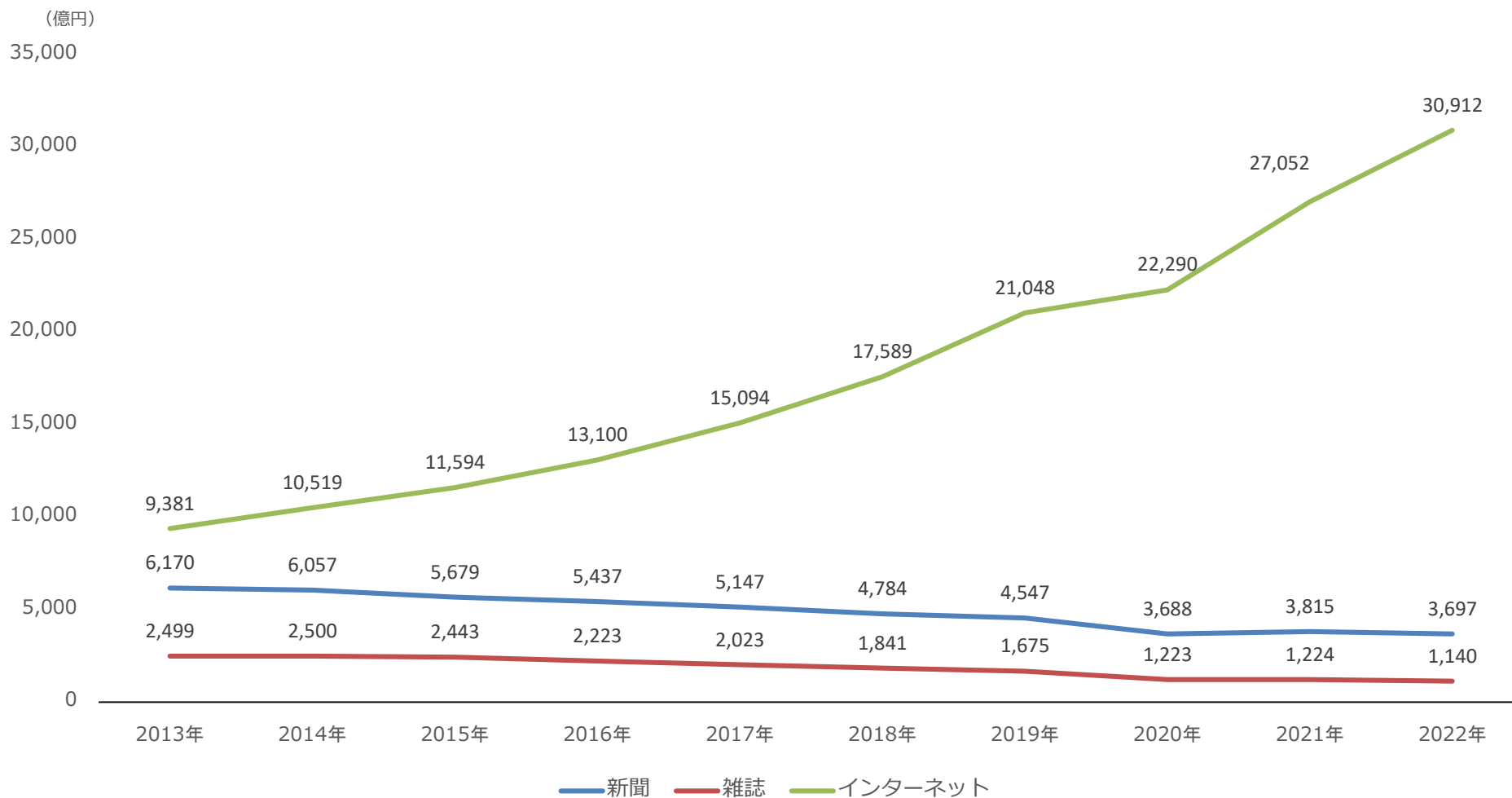


出所：公益財団法人不動産流通推進センター 2023不動産業統計集

# 時流に乗ったテック領域

■ 集客手法は、紙（折込チラシ、雑誌広告）からインターネット広告へ

## 広告媒体別市場規模推移



出所：電通日本の広告費2022

# 巨大な不動産業界の市場規模

- 現在のサービス提供領域にとどまらない、当社を取り巻く巨大な不動産業界は開拓余地も巨大



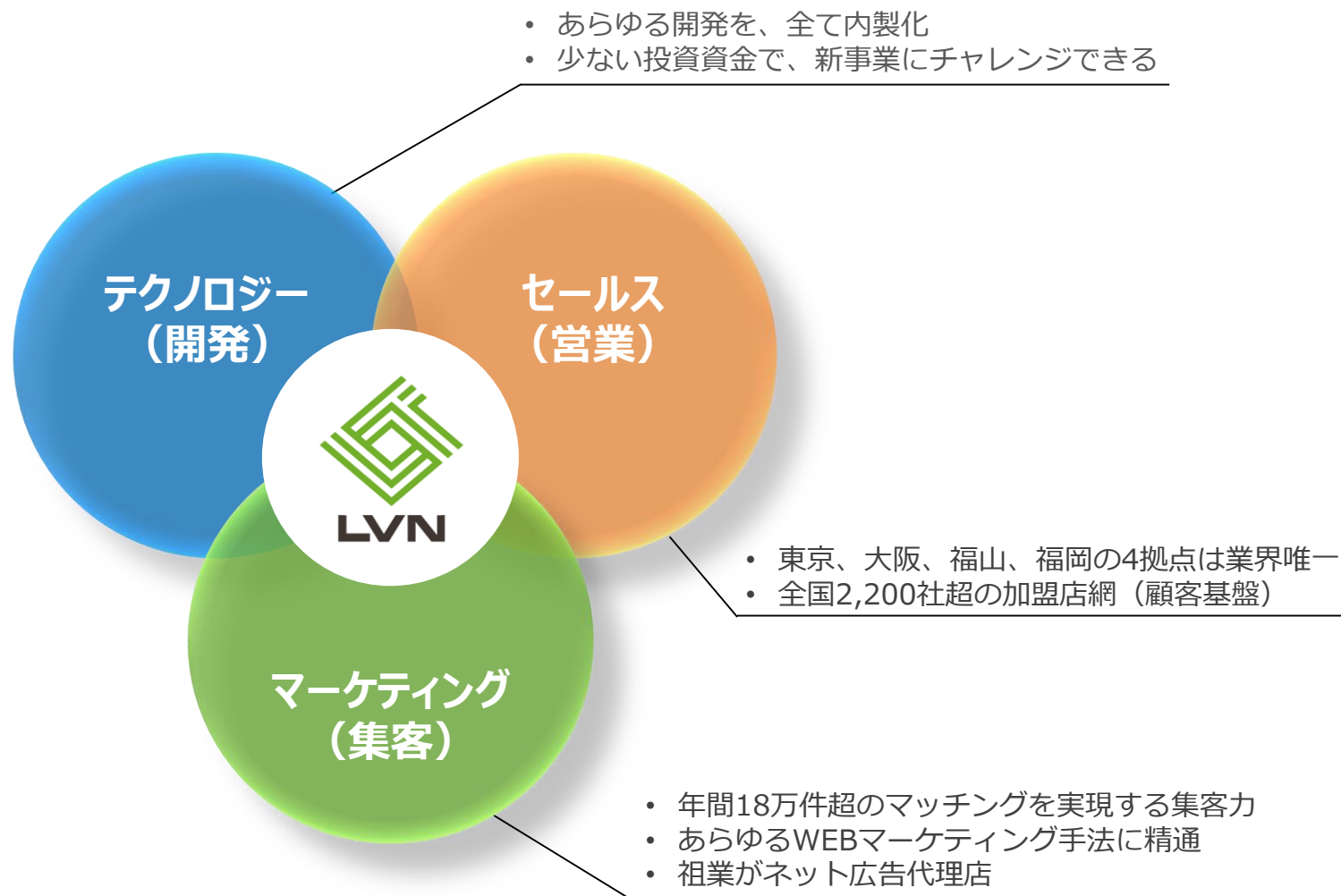
出所) ※1 国土交通省「住生活基本計画 (全体計画)」  
※2 株式会社矢野経済研究所「2022年版住宅メーカーの展望と戦略」  
※3 国土交通省「住生活基本計画 (全体計画)」  
※4 株式会社矢野経済研究所「2020年版不動産テック市場の実態と展望」

# 03 | 当社の特徴・強み



## 三位一体の組織体制 | 全体像

- 事業に必要な「開発」「マーケティング」「営業」を全て自社で行える三位一体の体制を構築



■ 既存サービスの運用、新サービス開発ともに、全て自社で内製化



不動産サービス・価格比較のポータルサイト



2006年12月リリース




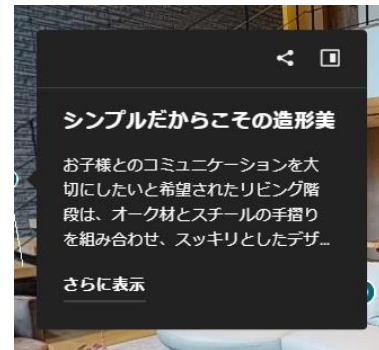
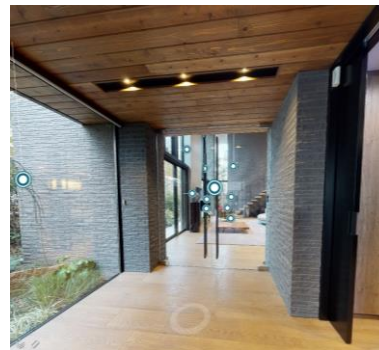
外壁塗装会社一括比較サイト



2021年9月リリース

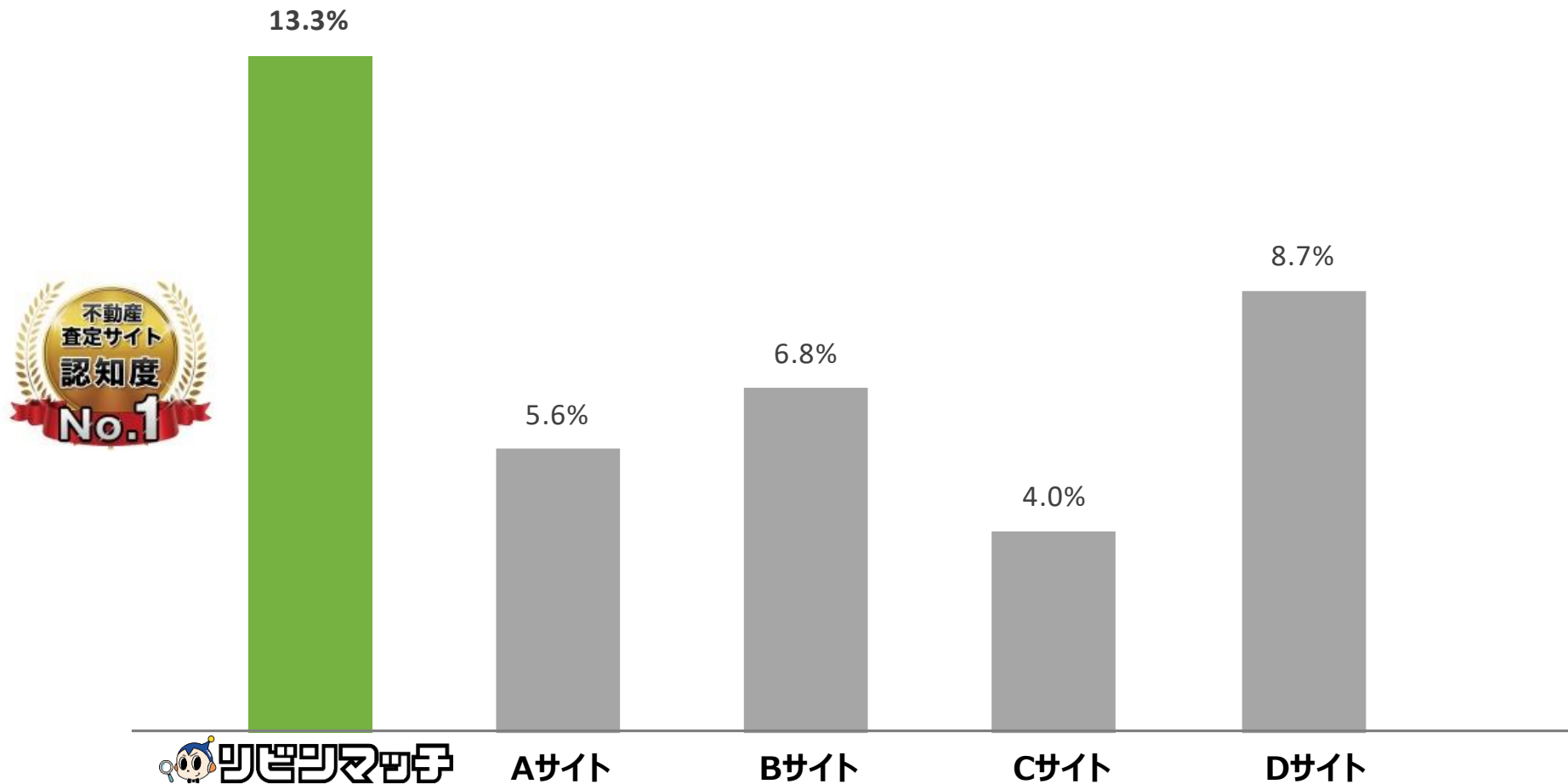
- 『メタ住宅展示場』は、ネット上の仮想空間に、全国の住宅会社のモデルハウスを超高画質VRを撮影したVRモデルハウスを、内覧できる日本最大の超絶（メタ）オンライン住宅展示場

 360° **メタ住宅展示場** 内覧イメージ



不動産査定サイト全国認知度調査

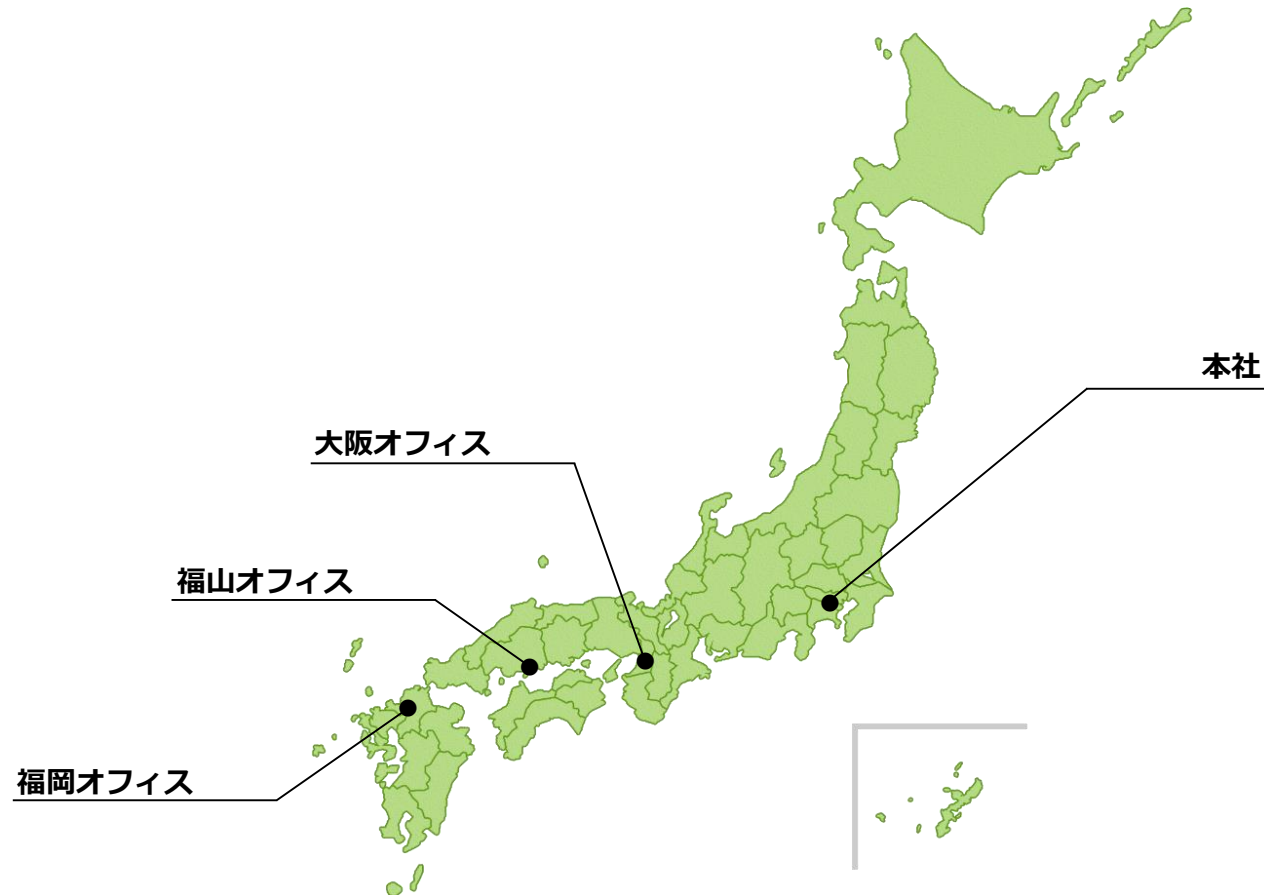
調査期間 2023年9月19日～9月20日



※1. 調査の実施主体：株式会社マーケティング アンド アソシエイツ  
調査の協力：株式会社マーケティングアプリケーションズ  
全国47都道府県在住、男女20代～60代の方を対象  
競合不動産一括査定サイト5社比較  
※2. 3,000人調査



- 業界最大級の約40名の営業人員
- 業界唯一、全国4都市に営業拠点を展開、クライアントの新規獲得とフォロー体制を構築
- 全国約2,200社超のクライアント網
- 2,200社超のクライアント網は、アップセルの対象であり、参入障壁でもある



# 04 | 成長戦略



# 2023年9月期の重点施策と結果

## 5つの重点施策

1	クライアント数の増大	<ul style="list-style-type: none"><li>・主力の「不動産売却領域」のクライアント数増加は、最優先事項</li><li>・新サービスのクライアントの増大</li></ul>
2	新サービスの収益化	<ul style="list-style-type: none"><li>・外壁塗装マッチングサービス『ぬりマッチ』</li><li>・VR住宅展示場『メタ住宅展示場』</li></ul>
3	M&Aの成約	<ul style="list-style-type: none"><li>・事業領域の拡大</li><li>・新しい収益源の創出</li></ul>
4	粗利フォーカス	<ul style="list-style-type: none"><li>・WEBマーケティング効率の改善</li><li>・粗利の高い商材の積極営業</li></ul>
5	組織の改編	<ul style="list-style-type: none"><li>・全部門を代表取締役の直下に置く</li><li>・部門の増設により専門性を高め、業務遂行力を強化</li></ul>

## 結果

- 月間平均クライアント数  
2022年9月期第4四半期比+198社
- 『ぬりマッチ』の累計加盟社数  
700社を突破
- 『ぬりマッチ』の営業収益が伸長
- 『メタ住宅展示場』利用社数40社超
- M&A成約目標：2件 ⇨ 結果：1件
- 不動産管理会社向け業務支援SaaS『BAIZO KANRI』を取得し営業開始
- マーケティングの効率化は進む
- 高粗利商材の営業収益比率が向上
- 第2四半期で完遂

# 2024年9月期 4つの重点施策

- 4つの重点施策に1.8億円の投資を実行。

## ①クライアント数を増やす

- AI等を活用した新サービスをリリース
- クライアント向けBPOサービスの投入
- 営業組織の改編

## ②第二の主力事業を早期実現

- 『リビンマッチ』に並ぶ主力事業を作る
- 『ぬりマッチ』の子会社化で事業スピードUP

## ③売上高広告費率の改善

- 売上高に占める広告費率は52%超
- 1%の改善で約3,000万円の粗利増効果
- SEOなどオーガニック集客の強化

## ④人材の質と量を強化

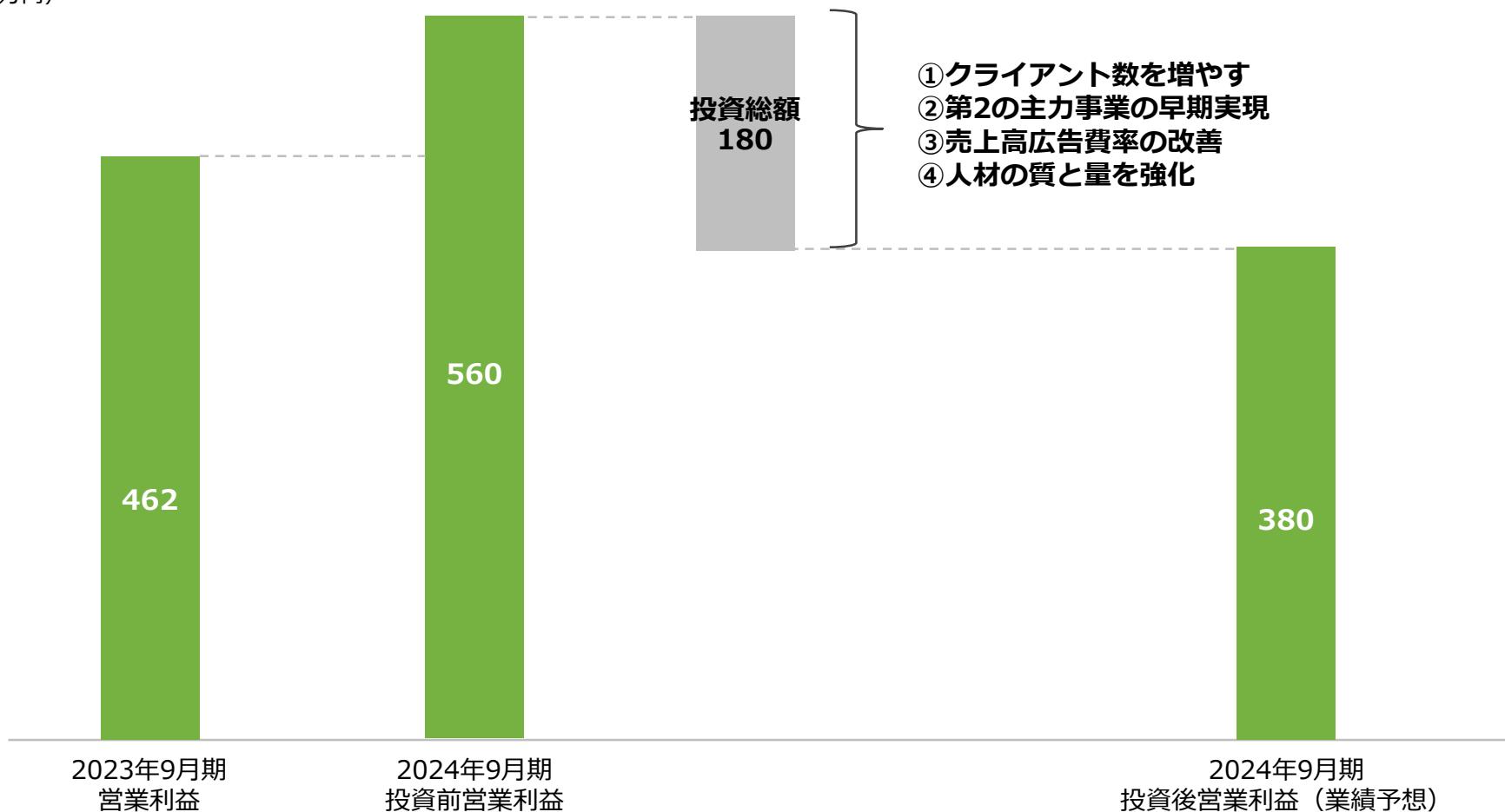
- 営業体制の充実 ⇨ 営業増員
- サービス開発の迅速化 ⇨ エンジニア増員
- 合計20名超の正社員純増を計画
- 高度人材の獲得（質）
- デジタル人材化の促進（質）

# 成長への投資

- 2024年9月期は、中長期的な成長を見据え、重要施策への積極的な投資を予定。
- 投資総額は、1.8億円。

## 投資額の内訳

(百万円)



# 3つの領域拡大

## 不動産DX日本最大の巨人 へ向けた3つの領域拡大

事業規模

**領域3「不動産DX」の拡大**

- DXクラウド

業務管理システム、DX領域へ進出

**領域2「非不動産売却」の拡大**

- マatchingプラットフォーム

外壁塗装、VR住宅展示場、土地活用、賃貸管理

**領域1「不動産売却」の拡大**

- マatchingプラットフォーム

不動産売却領域をさらに拡大させ、圧倒的No.1へ

サービス

AI査定

SMS

SFA

土地活用

賃貸管理

リノベーション

外壁塗装

VR住宅展示場

不動産売却

不動産買取

任意売却

リースバック

現時点

時間軸

# ビジネス拡大の3要素

① WEBマーケティングで  
不動産所有者からの  
マッチング件数を増やす

② 新サービス開発、M&A、事業提携で  
サービスラインナップを拡充し、マネタイズポイントを増やす

③ 営業で加盟企業  
(クライアント)を増やす



# 05 | リスク情報





# 主要リスクへの対策

	発生可能性		影響度	リスク	
	発生時期				対策
不動産・住宅業界市場の動向について	低	小	景気の後退、大幅な金利の上昇、住宅税制の変化、その他予期せぬ要因の影響により、各種不動産取引が低迷し、不動産・住宅業界における広告出稿が大幅に減少した場合、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。		
	随時		取引先は多岐に渡るため、リスクの低減は一定程度図られているものと考えておりますが、取引先の分散をより進めることで更なる低減に取り組んでまいります。		
技術革新について	中	中	今後の技術革新や顧客ニーズの変化に伴い、最新技術への対応が困難となった場合、当社の提供するサービスが陳腐化し、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。		
	随時		インターネット業界の著しい技術革新に迅速に対応すべく、先端技術の研究や情報の蓄積に注力してまいります。また、先端技術を応用した新サービスの開発に取り組んでまいります。		
広告宣伝費について	中	中	最適な広告宣伝活動を行っておりますが、何らかの理由により、広告宣伝費の費用対効果が悪化した場合には、集客数・営業収益の減少や、広告宣伝費の追加的な支出により、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。		
	常時		引き続き、費用対効果を見極めた適切な広告宣伝費のコントロールを行ってまいります。		
新規事業への取り組みについて	中	小	新規サービスの提供や新規事業開発を検討しております。これにより、人材採用、広告宣伝費、システム投資等の新たな費用が発生し、利益率が低下する可能性があります。また、新規サービスの提供や、新規事業開発が計画通りに進まない場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。		
	随時		新規事業については市場動向を十分に観察・分析し、事業計画等を慎重に検討した上で実行判断をするほか、既存事業の収益とのバランスを勘案しながら、許容できるリスクについて判断してまいります。また、新規事業及び開発人員の人員強化等を通じて、新規事業創出を強く推進します。		
個人情報保護について	低	大	個人情報を保護する体制の維持に努めておりますが、万一、個人情報の流出が発生した場合、社会的信用の失墜や当該事象に起因する多額の経費発生等により、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。		
	随時		当社は、法令及び各種ガイドラインに基づき、個人情報保護規程を制定し、個人情報取扱フローを明確化しております。また、同規程に基づき、定期的に役職員への教育を実施するとともに、プライバシーマークを取得・更新し、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。		

※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照下さい。

※2022年12月開示の事業計画及び成長可能性資料に記載した「新型コロナウイルス感染拡大による影響について」は、新型コロナウイルス感染症が「5類感染症」に移行したことから重要性が低下したと判断し、記載しておりません。

## ■ 本資料の取扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後12月頃を目途として開示を行う予定です。



**LIVING TECHNOLOGIES INC.**