

株式会社 LIFULL (2120)

2024 年 9 月期 決算説明会[会場とオンラインによるハイブリッド方式で開催] 質疑応答

日時・場所： 2024 年 11 月 14 日(木) 午前 11:00~12:00

当社登壇者/会場： 代表取締役社長執行役員 伊東 祐司 (LIFULL HOME'S 事業本部長)
代表取締役会長 井上 高志
取締役 宍戸 潔 (LIFULL CONNECT S.L.U. CEO)
執行役員 福澤 秀一 (グループ経営推進本部長)

当社参加者/オンライン： 取締役 清水 哲郎 (株式会社 LIFULL Financial 代表取締役社長)
取締役執行役員 山田 貴士 (グループデータ本部長)
執行役員 羽田 幸広 (人事本部長)
執行役員 川崎 鋼平 (クリエイティブ本部長)
執行役員 長沢 翼 (テクノロジー本部長)

※決算説明会当日、質疑応答中の画面・音声にトラブルがございました。お詫び申し上げます。

※2024 年 11 月 28 日に「2024 年 9 月決算短信〔I F R S〕(連結)」の一部訂正に関するお知らせを開示しました。決算説明会については 2024 年 11 月 13 日開示の数値に基づいて説明しております。

登壇者：伊東

■本日のポイント

1. HOME'S 関連事業は引き続き回復基調
2. 海外事業はリストラクチャリングの方針を決定
3. 2025 年 9 月期は現中期経営計画(2020~2025 年)の最終年度
国内の成長分野にリソースを集中し、営業利益目標（連結 50 億円、単体 30 億円）の達成を目指す

■2024 年 9 月期の決算ダイジェスト

【連結業績】 連結売上収益 344 億円（前期比▲5.3%、以下同）。前期の地域創生ファンドの売却案件による一時的な売上 25 億円と、既に株式譲渡済みの株式会社 LIFULL SPACE の第 3 四半期以降の売上を除くと、6.9 億円（+2.1%）増収となる。増収の要因は、国内の HOME'S 関連事業の伸長。

海外事業ののれん 38 億円の減損損失を計上したため、営業損失は 32 億円（前期営業利益 18 億円より▲50 億円）となった。前期、当期共に一時的な要因が多いため、決算説明資料 P6 で詳細を説明している。前期の一時的な増益要因として、楽天 LIFULL STAY の売却益と地域創生ファンドの売却案件による利益が含まれていた。一時的な減益要因としては FazWaz の子会社化に係る条件付対価の再計算があり、これらを考慮した場合、前期の営業利益は 14.7 億円となる。当期には、一時的な増益要因として LIFULL SPACE の売却益があり、一時的な減益要因として海外事業に関わるものがある。これらを考慮した場合の当期の営業利益は 7.3 億円となる。

【株主還元】 配当性向は 2018 年 9 月期以降 25%としており、当期はこれを継続する。海外事業の非経常的な減益分は配当原資に加算し、1 株当たり 0.73 円の予定。

取締役会で決議を行った後、12 月 23 日開催予定の第 30 回定時株主総会に付議する予定。

■2024 年 9 月期 セグメント別状況

[HOME'S 関連事業]

HOME'S 関連事業の決算のポイント

1. 増収（前期比+3.4%）、成長率が加速
2. 各種施策により問合せ件数増加
3. 2025 年 9 月期の売上・利益拡大に向けた先行投資をあわせて実施

HOME'S 関連事業の業績

HOME'S 関連事業は売上収益 240 億円（+3.4%）、セグメント利益 26 億円（▲3.8%）。売上収益の成長率が四半期ごとに高まり、第 4 四半期では前年同期比+6.3%まで加速している。セグメント利益は微減したが、営業人員等の採用強化によるもので、2025 年 9 月期にはしっかりと取り戻せると考えている。中計に掲げる営業利益目標の単体 30 億円以上に向け、HOME'S 関連事業によってけん引していきたい。

HOME'S 関連事業の事業概況

継続してきた各種施策効果により、自然流入が増加している。集客力が上がり、問合せ数が増加したことで HOME'S の特徴の 1 つである反響課金によって収益力が上がり、収益を新たなサイト改善やサービス開発に活かせる、といった正のスパイラルが回っている。

集客力の向上については、日々のサイト改善・サービス開発と営業強化の両輪が売上拡大に繋がっている。サイト改善ではパーソナライズに注力しており、高速 PDCA を繰り返し回して UX/UI を日々改善している。顧客ネットワークを拡大・強化すべく営業人員を増加し、掲載情報の拡充と売上拡大に繋がっている。顧客数は前期比+6.8%と大きく伸長しており、メディアパワーが向上している。

集客力が上がったことにより、LIFULL HOME'S の問合せ数も全領域で増加している。大幅に増加した例として家売る時に不動産会社に問い合わせができる売却査定が挙げられる。また、子会社の不動産投資物件の情報を扱っている健美家の問合せ数も、大幅に増加している。健美家と、元々 LIFULL HOME'S で運営していた LIFULL HOME'S 不動産投資のデータベースを統合したことがサイトパワー向上につながり、結果として問合せ数が増加した。

また、10 年以上広告効果の分析を続けているが、AI 等も活用して、どのエリアでどの媒体にどのくらい予算を割けばどのくらいリターンがあるのかといった効率測定により広告宣伝の効率が向上していることが、収益力の向上に繋がっている。

[海外事業]

海外事業の決算のポイント

1. アグリゲーションの不調により業績悪化
2. 海外事業ののれんの減損損失（38 億円）を計上
3. リストラクチャリングの方針決定

海外事業の業績

海外事業は売上収益 81 億円（▲1.2%）、セグメント損失 14 億円（前期のセグメント損失 2 億円より ▲12 億円）で減収減益となった。成長戦略の中心に据えている DIRECT 領域（ポータルサイト、DX エージェント）は増収している一方で、稼ぎ頭だったアグリゲーションサイトの減収が続いたことと、為替影響や、体制立て直しのための一時的な費用が発生しているため。

海外事業の事業環境

2024 年 1 月に、収益性回復のため経営体制を刷新し、当期は、海外事業の管掌役員である宍戸を中心に立て直し計画をスピーディーに実行してきた。アグリゲーションサイトでは、新製品導入により平均クリック単価+10%、UX/UI の改善効果により一訪問当たりのクリック数+2.6%と、一部指標では効果が

見られているが、EU の個人情報保護法の変更や Google の大型アップデート等の外部環境により、自然流入数は▲37%と想定以上に減少した。

アグリゲーションの減少が想定以上だったことで、立て直し計画からも大きく乖離し、結果、海外事業ののれんの減損損失を計上した。

これらの状況を踏まえ、国内の重点領域に集中するため、後述の海外事業のリストラクチャリングの方針を決定している。

[その他]

その他は、売上収益 22.8 億円 (▲53.6%)、セグメント損失 4 億円 (前期セグメント損失 2 億円より▲2 億円)となったが、前期の売上収益には一時的な増加要因である地域創生ファンド案件の売却と、株式譲渡を行った LIFULL SPACE の売上があり、これらを除いた場合、前期の売上収益は 22.9 億円となり、今期とほぼ同水準となる。セグメント利益についても、前期には地域創生ファンドの売却案件による一時的な利益が含まれるため、この影響を除くと前期はセグメント損失 6 億円となり、当期は損失が改善している。

■2025 年 9 月期の業績予想

売上収益 380 億円 (+10.3%)、当期利益 19 億円を見込んでいるが、後述の海外事業のリストラクチャリング計画は含まれていないため、契約の詳細が確定次第、速やかに修正を行う。

■2025 年 9 月期の成長戦略

LIFULL HOME'S は、足元で力強い成長が戻っており、この流れをしっかりと掴んで、回復・成長を確かなものとして継続させていきたい。

先ほどご説明した通り、サイト改善と営業強化の両輪がうまく回っており、これらの施策を継続してさらにメディア力を向上させ、売上収益の拡大を目指す。これまでの投資が花開く 1 年としたい。顧客数もさらに拡大していき、顧客に付加価値をしっかりと感じて頂くことで単価向上にも努めたいと考えている。

また、今期 10 月から体制強化も行っている。LIFULL HOME'S 事業本部長は引き続き私が兼任しているが、副本部長にこれまでの川崎に加えて、CTO (Chief Technology Officer) の長沢を加えた。AI や生成 AI 等の最先端技術をプロダクトに導入し、不動産業界全体の DX 支援を強化していきたいと考えている。この力強い体制で、中期経営計画の営業利益目標である単体 30 億円の達成を目指す。

■海外事業のリストラクチャリング

海外事業のこれまでの振り返りとして、2015 年に Trovit、2019 年に Mitula を子会社化し、海外事業を統括する LIFULL CONNECT を設立し、これまでのアグリゲーションサイトを中心としたビジネスモデルから、より実取引に近い領域へ移行する「Moving to Direct」戦略を推進してきた。M&A も積極的に活用して、2023 年 9 月期に子会社化したタイの DX エージェント「FazWaz」やメキシコの手動ポータル「Lumudi メキシコ」等が寄与して、DIRECT 領域は足元で売上げの 50%まで伸長した。一方で、アグリゲーションは減収が継続し、2024 年 9 月期にはセグメント損失 14 億円と、損失が拡大している。

この状況をふまえて、回復基調にある HOME'S 関連事業に改めて経営資源を集中投下できるよう、今回、海外のリストラクチャリングに関する基本合意契約の締結を発表している。

リストラクチャリングの詳細については現在交渉を詰めている段階であり、詳細が決定次第お知らせするが、LIFULL CONNECT の経営権を、現在、成長をけん引している FazWaz の経営陣に譲渡することを検討している。FazWaz は、不動産や金融、E コマース等の知見を豊富に持つ経営陣が運営しており、直近

の第4四半期では、前年同期比2倍近い成長をしている。譲渡条件として、2023年にFazWazの子会社であったDot Propertyの子会社化に係る条件付対価（アーンアウト）の支払義務の消滅を交渉している。決算説明資料P32に記載のとおり、現在LIFULL CONNECTは100%当社子会社であるが、全株式の45%相当と経営権をFazWazに譲渡し、LIFULLが所有する55%は議決権を有さない種類株に変更する見込み。2024年12月末頃に契約を締結し、2025年1月以降にLIFULL CONNECTを連結から除外する予定。支配喪失とアーンアウトの消滅が実施された場合、連結の営業利益にポジティブな影響が出る見込みとなっており、リストラクチャリングに伴う諸経費や税金等の詳細も精査した上で、業績予想の修正を行う予定。

■現 中期経営計画（～2025年9月期）について

計画は変更せず、営業利益の目標達成に向けて、全社一丸となって主要事業に注力していく。連結の営業利益目標50億円に対しては、海外事業のリストラクチャリング計画実行の場合の利益寄与を見込んでおり、単体の営業利益目標30億円に対しては、足元で好調なLIULL HOME'Sに社内のリソースを集中投下して、売上収益を拡大することにより達成を目指したい。

■取締役（社外役員を除く）に対して譲渡制限付株式報酬制度を導入

当社内の取締役に対して、報酬額の限度枠の中で、一部を譲渡制限付株式（退職型RS）で支給できる変更を第30回定時株主総会への付議を予定している。

導入の目的は大きく3点で、中長期的な企業価値向上へのインセンティブ、株価や市場ポジションに対するコミットメントをさらに高めていくこと、そして株主の皆様と価値を共有していくこと。

対象は社外取締役を除く当社取締役を予定しており、限度枠は報酬額のうち年額1億円以内、年65万株以内を予定している。報酬額の総額や算出方法に変更はなく、現金で支給していた一部を株式に置き換えるものとしてご理解いただきたい。

◆◆◆ 質疑応答 ◆◆◆

※正確性を期すため加筆・修正しております。

Q1) LIFULL HOME'Sは回復基調にあり、御社のマーケットレポートでも掲載価格が過去最高になった等も発表されていた。市況として、首都圏は好調かと思うが、全国で今どのような状況と考えられているか。

A1：伊東) メディアでも報道されている通り、都心部を中心に物件価格が高騰し、1億円超えマンションも出ている。我々の掲載価格の分析でも、全体が上がっているのを感じる。新築マンションは高値なので供給も絞られて、大型物件が多くなっている。当社のポータルサイトLIFULL HOME'Sは、様々なメニューを持っているのが強み。新築マンションも掲載しているし、新築に引っ張られて活況な中古マンションの物件も増えている。新築や中古を買えない層がファミリー向け賃貸に流れており、そこもラインナップを揃えている。ユーザーのそれぞれに合った様々な選択肢を与えることで事業を拡大していきたいと考えている。

Q2) 2024年度の上半期は、都心を中心に物件価格が上昇しており活況とよく聞かすが、REINS等の数字を見ても変化が出ており、変わり目がきているのかなと感じる。金利動向や米国大統領選なども受けて、下半期以降の見通しで織り込んでいるシナリオを伺いたい。

A2：伊東）日本も海外も金利動向は読みづらいが、我々は、売買のみならず賃貸物件情報も、都心だけではなく地方の物件や、不動産投資など様々なメニューを持っているのが強み。金利が上がって買い控えが起こったとしても、物件の需要自体が減るとは思っていない。地方や郊外、賃貸など、マーケットの動向を先取りして、様々なコンテンツを揃えることで事業拡大をしていきたいと考えている。

Q3）国内の LIFULL HOME'S は全体的に回復されてきていると思うが、他社の第 2 四半期決算シーズンで他社を見ていると、売買仲介ではとても好調な企業もあり、比較すると回復が鈍いように見える。様々な領域がある中で回復の度合いの強弱があるとするのとどのような状況か。

A3：伊東）売却査定や、中古売買は力強く成長している。他社からすると弱めに見えるかもしれないが、実業とはタイムラグはあると思っているので、今後しっかり伸ばしていきたい。これから期待ができる領域では、注文住宅にも力を入れている。郊外では、ネットで探して建てるというケースは少なかったが、インターネットやスマートフォン、AI が当たり前になり、メディアで探す、カウンターで相談するというのが当たり前になってきている。市場規模も大きいので、しっかりと伸ばしていきたい。

Q4）不動産投資の健美家は元々それなりの規模もあり、LIFULL HOME'S 不動産投資と一緒になったということで伸びを期待していたが、他社と比較すると伸びが弱いように感じる。どのような状況か。

A4：伊東）業界 2 位の健美家と 3 位の LIFULL HOME'S 投資を統合することで、収益拡大をしようとしており、この 1、2 年は助走期間だったと考えている。データベースの統合が完了した結果、1 つのサイトに情報を掲載すると両方に掲載されるようになったため、物件数が増えて、サイトのメディアパワーが大きく向上してきている。営業も連動して、物件数増、単価向上を狙っていきたいと考えているので、今後期待して頂きたい。

Q5）今年 1 年の政府の動きで、住宅セーフティネット制度、空き家推進活用プログラムなどが出てきている。住宅制度でも、今までの強いところを伸ばすだけではなく、変化がみえる。御社も先日 800 万円以下の価格の物件のレポートを公表したり、フレンドリードアのようなサービスを行ったりしているが、今年の変化をどのように受け止められているか。今後、どのような動きが出てくるか。

A5：伊東）人口減少、地方の過疎化からくる空き家問題は社会課題であり、事業を通じて解決していこうと長年取り組んでいる。最近、政府も含めて対策を強化している中で、手数料改定なども進んでいる動きはポジティブと捉えている。一方で、まだ取引が一気に増えるような水準までに達していないので、追加施策は必要と考える。

当社でも、国土交通省の後押しを受けて、空き家バンクを推進している。政府が二地域居住のような政策も出しているため、今後は、人口が増えない中で空き家利活用にも取り組んでいき、世界観としては、1 人が 2 軒、3 軒を活用していく、東京都市部だけではなく地方にも関係人口が増えていくのを目指して、空き家の見える化と利活用を増やしていきたいと考えている。地方創生を担当している井上からも補足させて頂く。

A5：井上）都心の売買・流通は過熱気味に高額化している。一方で地方はどうするかというと、二地域居住の推進法案が今年 5 月に法制化され、11 月から施行される。そこに対しては、既に国土交通省と空き家バンクを推進している。また、日本の人口は減少していても、在日外国人は増えているため、外国人の方々が

居住しやすい場所を開拓する等も考えられる。地方を開拓するためには、二地域や多地域居住をどう進めていくかが重要なテーマになってくると考えている。新しく石破総理大臣が就任し、この予算を増やす話もあるので、数年前からやっている取り組みとして、今後も注力していきたいポイントと考えている。

以上