



2025年9月8日

各 位

会 社 名 株式会社リベロ
代 表 者 名 代表取締役社長 鹿島 秀俊
コード番号 9245 東証グロース
問 合 せ 先 常 務 取 締 役 横川 尚佳
管 理 本 部 長
(メールアドレス: ir@livero.co.jp)

よくある質問と回答 (2025年8月)

日頃より、当社へのご関心をいただきありがとうございます。2025年8月8日に公表した2025年12月期第2四半期決算について、投資家の皆様よりいただいた主なご質問とその回答について、下記の通り公表させていただきます。

なお、本公表は決算説明会に参加いただけなかった投資家の皆様への情報発信を目的に公表させていただいております。回答内容については、時点のずれによって表現が若干異なる場合がございますが、直近の回答内容を記載しております。

Q1. 今期の営業利益8億円は達成見込みはあるのでしょうか？

A. 達成可能であると考えております。今期は第3四半期も上期と同水準の利益を計画しており、下期に向け以下の点で順調に進捗しています。

- 大手クライアントとのシステム連携強化、不動産業務システム会社との新規連携
- 昨年特有のコストが今期は発生しない見込み
- コールセンター業務をラストワンマイル社と連携し、人員・教育コストを削減

これらにより、下期も利益を積み上げ、通期目標達成を見込んでおります。

Q2. 2028年に営業利益20億円を掲げられておりますが、社長の意気込みを伺えますと幸いです。

A. 今期の営業利益8億円という目標も重要ですが、当社としては2028年に営業利益20億円の達成を最重要と考えています。その実現に向け、2024年11月には役員・部長を対象としたストックオプションを発表し、経営陣・幹部が一体となって取り組む体制を整えております。ぜひご期待いただければと思います。

Q3. 法人の契約数の伸びは順調でしょうか？

A. 順調です。毎年300社ほどの新規企業と契約をしており、今期も前年比110%と順調に進捗しております。

Q4. 新規獲得戸数が不調のように見受けられますが、いかがでしょうか？

A. 不調とは考えておりません。第2四半期単体では昨年を下回っていますが、これは昨年の同時期に大手クライアントとの契約があった一方、今年は同規模の案件がなかったためです。現在は前年度を上回る提案中の大型案件が増加しており、今後の新規獲得戸数の伸びにつながると見込んでおります。

Q5. 貴社の強みと弱みを教えてください。

A. 強みは、社宅管理から新生活に関わる各種サポートまで、部屋探しを起点に一気通貫でサービス提供している点です。そのため、不動産会社や引越会社などの提携先と相互送客の関係を築き、提携先の事業成長を後押しすることで、当社の事業全体の成長にもつながっています。個々のサービスには競合も存在しますが、このようなビジネスモデルを構築している企業は他にないと考えています。弱みは、単体のサービスだけを切り取れば、他社でも再現可能である点です。しかし、長年にわたり全国の不動産会社や引越会社などの新生活関連事業者と築いてきた幅広いネットワークや信頼関係は容易に構築できるものではなく、大きな参入障壁になっています。

Q6. 新規事業のインバウンド事業についての状況を教えてください。

A. 現在テストマーケティングを開始し、海外の送り出し機関との連携もスタートしております。提携会社からの引き合いも多く、当社既存事業とのシナジー効果も期待できるため、今後の成長ドライバーの1つになると考えています。

Q7. リベロの今後の成長に対しての主要 KPI は何ですか？

A. 主要 KPI は「転貸戸数」です。

- 部屋探し件数の増加により、不動産会社の収益が上がり、当社は新生活を開始する方の情報をより多く連携いただける
- 送客数増加に伴い、不動産会社への手数料交渉力が高まり、既存サービスの収益性が改善
- 当社名義の物件が増えることで、決済事業や入居者向け新サービスの展開も可能になる

このように転貸戸数の拡大を起点に、収益の増加とサービス拡大が見込めると考えております。

Q8. 管理戸数の増加スピードはどうイメージしていればいいですか？

A. 現在よりも増加スピードを上げていく予定です。そのため、サービス名称を「転勤ラクっと NAVI」から「社宅ラクっと NAVI」に変更し、市場を拡大しました。今後はベネフィット社宅や個人向けの部屋探しなど、新たな施策も検討しており、準備が整い次第お知らせいたします。

Q9. 法人の開拓はどのように行われているのでしょうか？

A. 資本提携しているベネフィット・ワンからの紹介や、シナジーのある会社様からの紹介が多くなっております。また展示会に出展し、名刺交換をさせていただき新規顧客の開拓をしています。

Q10. 引越会社向けサービスは全体の中で見ると売上の比率が少ないですが、ここは今後拡大するのでしょうか？

A. 当社の中で最も堅実に成長をしていくビジネスであると考えております。燃料や段ボールの共同購買をはじめ、共通のシステムを作り上げるなど、引越業界の中での総合商社のような役割を担っています。

Q11. M&A についての方針があれば教えてください。

A. 事業戦略としてシナジーのある会社様との M&A は考えております。重要な方針や決定事項が生じた際には、適時適切に情報開示を行ってまいります。

Q12. 現状の株価に対する、社長のご意見が知りたいです。

A. 現状の株価は、当社の成長ポテンシャルを十分に反映しているとは思っておりません。今期の営業利益 8 億円についてチャレンジと見られているかもしれませんが、当社は 2028 年に営業利益 20 億円を目指しています。上場後に進めてきた管理会社との連携や業務効率化の基盤が整った段階であり、ここからが当社の成長フェーズと捉えています。

Q13. 社長の事業環境に対する率直なご意見が知りたいです。

A. 事業環境は非常に良好だと考えております。法人企業向けサービスの部屋探し件数を増加させることで、当社名義の物件が増え、関連サービスでの収益拡大が見込めます。また、不動産会社の収益増加にも繋がるため、不動産会社向けサービスでの提携数増加や、取引価格交渉など、当社全体の事業成長に大きく寄与します。そのため、法人企業向けサービスでは転勤市場のみに依存するのではなく、一般市場へのターゲット拡大をしたサービス展開を進めており、環境変化に左右されにくい収益モデルの構築を進めております。

Q14. 法人企業向けサービスの単価（45,307 円）の内容について教えてください。

A. ワンコイン転勤社宅による法人企業からいただく社宅管理費用に加えて、引越し・部屋探し・保険・ライフラインなどの新生活関連事業者からの成果報酬による収益となっております。

Q15. AI を活用されていますか？活用事例があれば伺いたいです。

A. 社宅管理に関わる契約業務や、クライアント向けに提供しているシステムにおいて、AI を活用した取り組みを進めております。特に社宅管理業務の中で最も工数を要する契約書の確認に AI を導入することで、さらなる業務効率化と品質向上を実現してまいります。

Q16. グロースの上場維持基準見直しについてはどうお考えですか？

A. 当社としては、2028 年に営業利益 20 億円という事業計画と流通株式比率改善、それぞれの計画達成が重要だと考えており、現在順調に進捗しているため、大きな問題としては認識しておりません。

Q17. 機関投資家とのコミュニケーションのお話がありましたが、どのような反応が多いのでしょうか？

A. 前向きなご期待をいただくことが多いです。お話の中では、当社の主要 KPI である転貸戸数の進捗や、流動性への対応についてご質問をいただくケースが多くなっています。

Q18. 出来高があまり多くありませんが、何か対策はお考えでしょうか？

A. まずは業績を着実に伸ばすことが最も重要と考えております。株を市場に出す際は、株価への影響を最小限に抑えたいと考えておりますので、市場の状況を見ながら対応してまいります。

Q19. 株主還元についてはいかががお考えでしょうか？

A. 株主還元は今後も継続していく方針です。

Q20. 採用の計画について教えてください。また離職率がどの程度か伺えますと幸いです。

A. 採用については一段落しており、現在は人材の定着と育成に力を入れています。なお、2024 年度末時点の離職率は 10.1% となっております。

Q21. ESG・SDGs の取り組みについても聞きたいです。

A. 当社では以下の観点で ESG・SDGs への取り組みを進めております。

- 環境(E)：HAKOPLA を通じた災害支援や、引越会社の案件マッチングによる CO2 削減
- 社会(S)：女性社員の活躍推進

(HPにてインタビュー公開：<https://www.livero.co.jp/ir/management/interview>)

● ガバナンス(G)：

元住友林業レジデンシャル役員の中村専務取締役を迎え体制を強化
外部取締役を含め取締役会全体のスキルを可視化し意思決定体制の強化

Q22. 昨年ラストワンマイル社との業務提携が発表されましたが、今後も新たな業務提携等を模索していますか？

A. 競合である会社とも協業したほうがよいと考え、ラストワンマイル社と業務提携を行いました。今後もそういった会社があれば検討していきます。

Q23. リベロの創業当時はどのようなサービスからスタートして、どうやって軌道に乗せたのでしょうか？

A. 最初は不動産会社の下請けであるインターネットの代理店としてスタートしました。当時は NTT から多くの収益を得られたこともあり、引越会社とも一緒に取り組みを進めました。しかし、競合が増える中で自社だけでの拡大には限界があると感じ、不動産会社や引越会社とのパートナーシップを重視する方向に転換しました。その結果、現在の部屋探しを起点としたビジネスモデルが確立しました。

以上