

FY2021.10

通期決算説明資料

第二部：Our ambition実現のための戦略

2020.11.1 - 2021.10.31

2021年12月15日（証券コード：3491）



GA TECHNOLOGIES

第二部： Our ambition実現のための戦略

Our ambition (私たちの志)

■ 「テクノロジー×イノベーションで、人々に感動を生む」は私たちの志 (ambition) であり、目的 (Purpose) でもある。この目的を達成するために、未だ解決されていない大きな課題に取り組む

■ 生活に不可欠な「衣食住」の中で最も進化が遅れている「住 (不動産)」にテクノロジーを持ちいれ、「Our ambition」に基づく事業活動を通じて社会課題の解決を行う

OUR AMBITION

テクノロジー×イノベーションで、
人々に感動を生む
世界のトップ企業を創る。

Building a world leading company
that inspires and impresses people with
the power of technology and innovation.

GA technologies Groupが取り組む 課題

■住（不動産）は、「老朽化・空き家問題・情報の非対称性・価格や手数料の不透明さ・アナログな業界・縦割りの業界構造・取引の煩雑さ」などの課題を抱える

■その中でも「アナログ・情報の非対称性・ユーザー体験」の3つの不動産課題をテクノロジーを活用し解決することで、透明性、利便性の高いなめらかな不動産取引を目指す。さらに、それらを通じてより大きな社会課題の解決に取り組む

社会課題



- ・事業を通じたSDGsへの貢献（書面の電子化による地球環境資源への配慮）
- ・人生100年時代に向けた不動産を活用した備え（資産形成）
- ・少子高齢化が抱える住宅問題

不動産の課題

- ・生産性が低く業務がアナログ
- ・情報の非対称性
- ・ユーザー体験の悪さ

5つの業態からなる不動産業界

不動産業界は大きく5つのカテゴリーにわかれる



注1) ニッセイ基礎研究所「不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模用途別「収益不動産」の市場規模（住宅）（2021年3月12日）参照
注2) 総務省「平成30年住宅・土地統計調査（住宅の所有の関係別住宅数の推移）」より参照 注3) 注3 契約件数よりイタンジのシステム（申込受付くん）から算出したを利用した1年間の電子契約率を参考に算出
注4) 株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」（2019年8月）、一般社団法人証券リサーチセンター「ホリスティック企業レポート 日本住宅サービス（8945 東証マザーズ）」（2011年6月）を参考に推計

各事業のミッション

■ RENOSYマーケットプレイス

データドリブンな不動産プラットフォームを構築し、自社エージェント(セールス)による透明性の高い不動産取引を行う

住まいさがしや、不動産を活用した資産形成を、もっと身近で取り組みやすいものに変えていく

■ ITANDI

くらしと人をつなぐプラットフォームを実現するために、ToB/ToC双方の領域でSaaSとマーケットプレイスを提供

短期的には不動産取引をなめらかにすることを目指しつつ、中長期では入居後の「くらし」全般のアップデートを目指す

RENOSYマーケットプレイス

事業ミッション

住まい探しと資産運用を もっとカンタンに

提供サービス・プロダクト

RENOSY



ITANDI

事業ミッション

くらしと人をつなぐプ ラットフォームに

提供サービス・プロダクト

ITANDI BB ITANDI BB+



OHEYA GO オヘヤゴー



各事業の中期目標と強化ポイント

事業	3年後のありたい姿	3年間の強化ポイント
<p>全社共通</p>	<p>■不動産投資、賃貸、管理をデジタルで牽引し、マーケットプレイスでの確固たる地位を確立</p> <p>■日本で成功したマーケットプレイスのグローバル展開をより進め、海外展開の基盤を構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・DX、グローバル人材の確保 ・不動産取引データのインフラ構築 ・ブロックチェーンNFT不動産 ・コンプライアンス、ガバナンス
<p>RENOSY マーケット プレイス</p>	<p>■不動産取引のオンライン化を進め、マーケットリーダーになる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売却、購入共にマーケットを牽引する立場に ・商品ラインナップを拡充し、顧客のニーズに応え、信頼を獲得 ・サードパーティ含めてマーケットシェア20%以上獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ・ファイナンス ・商品ラインナップの拡充 ・売却と購入の顧客獲得 ・オンライン・オフライン施策
<p>ITANDI</p>	<p>■リアルタイムな物件情報が流通するマーケットプレイスを確立し、全ての不動産会社が毎日必ず利用しているインフラとなる</p> <p>■不動産会社のコアな業務システムとして最も信頼され、電子申込以外においてもSaaSの各領域でシェアNo.1を獲得</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・DX人材の採用・育成 ・SaaSサービスラインナップの拡充 ・toB/toCのユーザー獲得 ・ネットワーク性の構築
<p>グローバル</p>	<p>■グローバルにおける認知度向上</p> <p>■複数ヶ国に事業基盤があり、クロスボーダーでの不動産取引を展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルでの事業構築 ・マーケットプレイスのユーザー獲得 ・オンライン・オフライン施策

RENOSYマーケットプレイス

RENOSYマーケットプレイス サービス概要

「住まい探しと資産運用をもっと
カンタンに」をコンセプトとした
RENOSYマーケットプレイスは
3つのサービスからなる

住まい探しと資産運用をもっとカンタンに

オンライン
ランザクション

サブスクリプション

サードパーティー
サービス

RENOSY



すべての不動産取引を
RENOSYマーケットプ
レイス上で行う

RENOSY ASSET MANAGEMENT



オーナー所有の不動産に
対して、定額かつ独自の
管理プランの提供

RENOSY



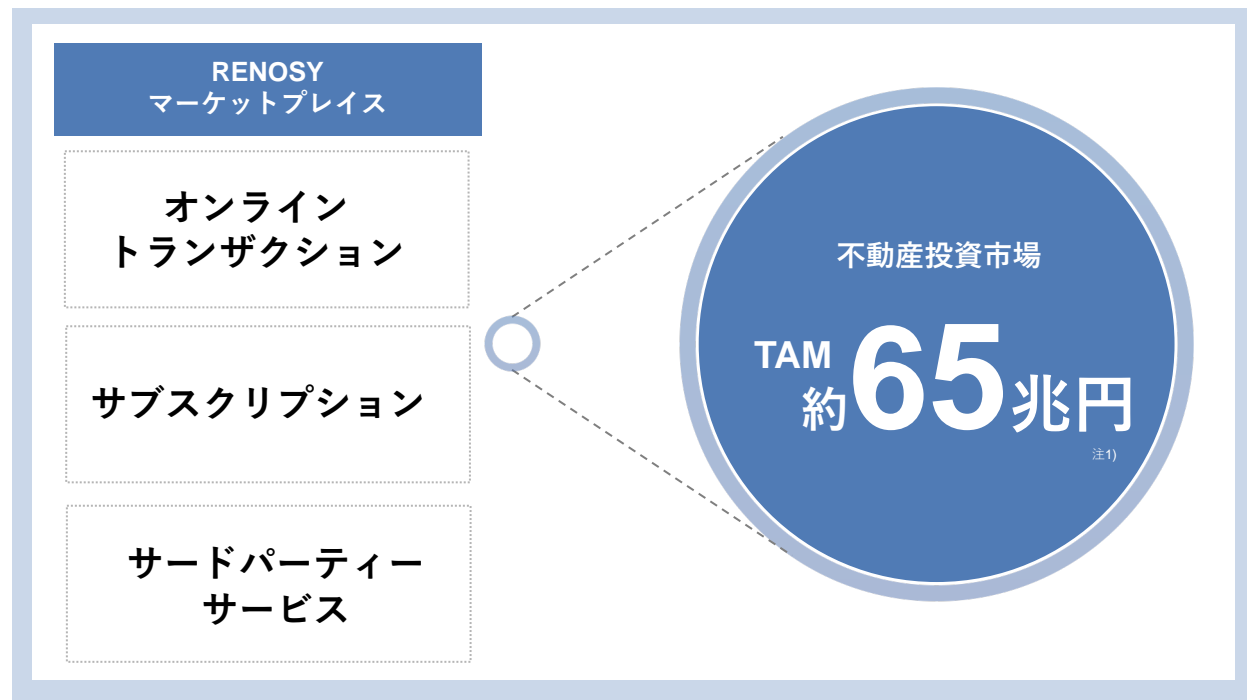
RENOSY会員に対して
他サービスの提供

RENOSYマーケットプレイス 成長のポテンシャル

■RENOSYマーケットプレイスの成長ポテンシャルはTAMで約65兆円と巨大であり、今後の成長余地は大きい

■オンライントランザクションのマーケットシェア拡大を基軸として、サブスクリプション、サードパーティサービスを伸長

成長余地の大きい巨大なマーケット



注1)ニッセッセイ基礎研究所 不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模用途別「収益不動産」の市場規模（住宅）(2021年3月12日)参照

RENOSYマーケットプレイス ビジネスモデル

■RENOSYマーケットプレイス

不動産を投資する、売る、貸す、借りる等に興味を持った人を集客

■オンライントランザクション

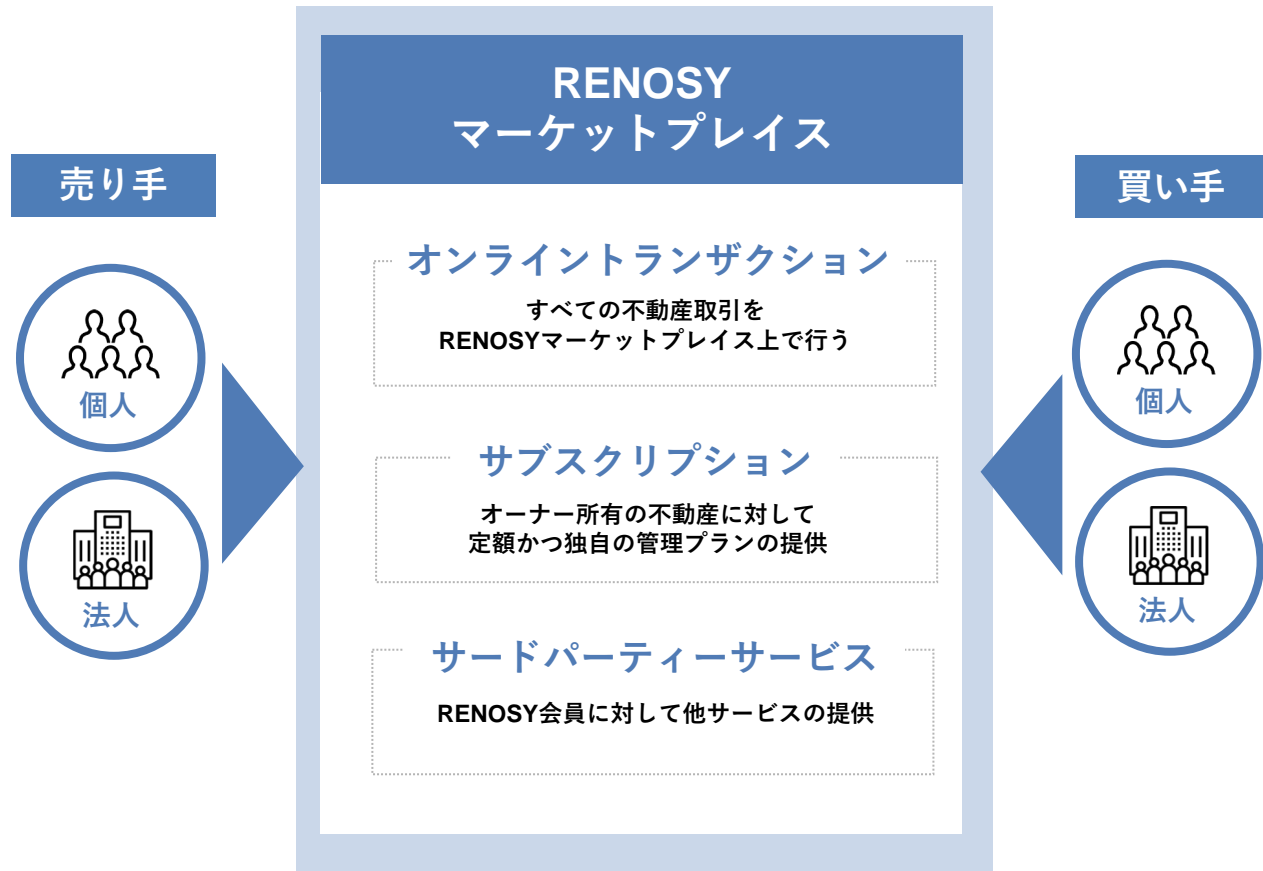
RENOSYマーケットプレイス上で、投資する、売る、貸す、借りる等の需給マッチングだけではなく、自社でセールスを抱え全ての不動産取引を行う

■サブスクリプション

不動産を所有するオーナー様向け管理事業として、資産価値を守る定額サービスを複数プランで提供

■サードパーティーサービス

RENOSY会員向けに、デジタル接点強化による他の関連サービスの提供

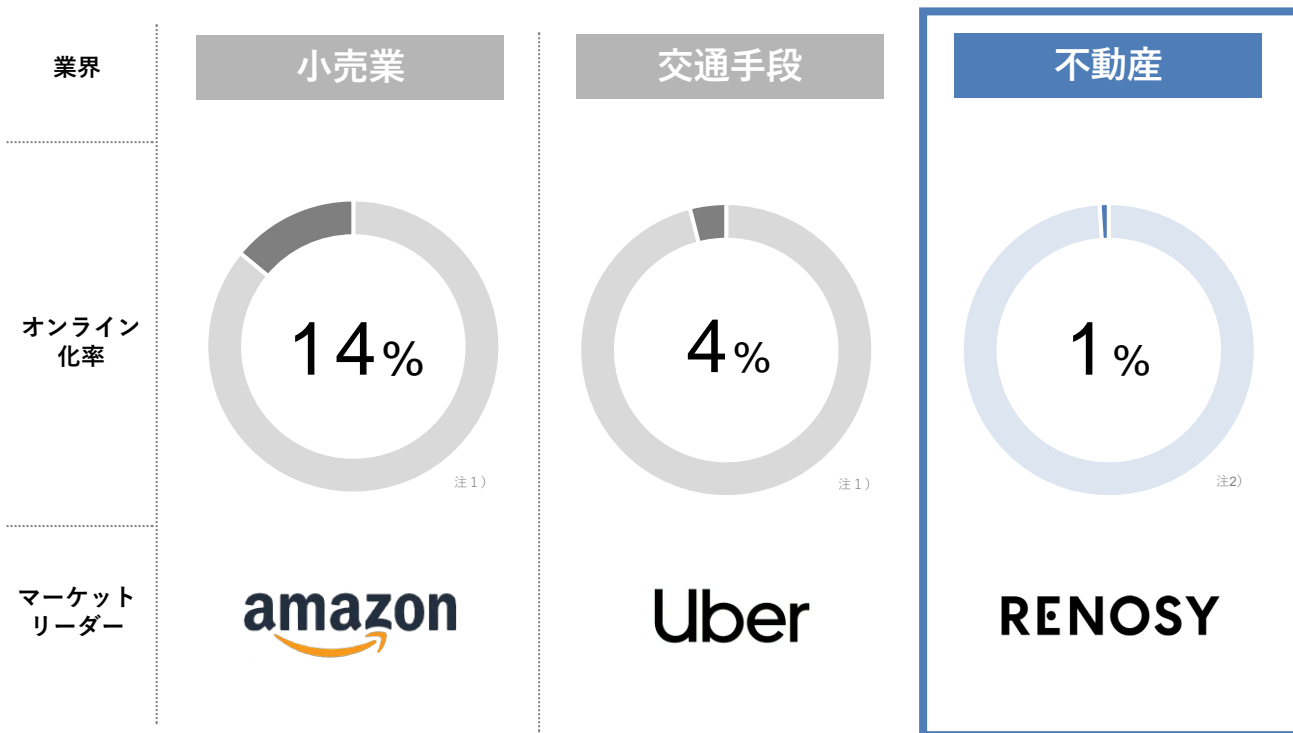


RENOSYマーケットプレイス 不動産のオンライン化

■不動産（取引）のオンライン化率は未だ1%程度にとどまる

■他業界のオンライン化率は不動産と比較し相対的に高く、マーケットリーダーは高い評価を獲得

■不動産業界においても、同様に期待が寄せられ、RENOSYマーケットプレイスのシェアを高めるべく、さらなるオンライン化を推進



注1) オンライン普及率の指標は、公開ファイリングとサードパーティの調査に基づいています。入手可能なiBuyer情報に基づく不動産のオンライン普及率時価総額の値は、2020年11月11日現在で概算されています。
注2) 2021年10月期のRENOSYマーケットプレイスのオンライン取引比率からオンライン取引を経た売上高を算出し、首都圏の中古マンション50㎡以上のSAM（6.9兆）で除して換算

RENOSYマーケットプレイス DXの横展開による 生産性向上

■従来から買い手に対するDXを推進、業務効率化を図る

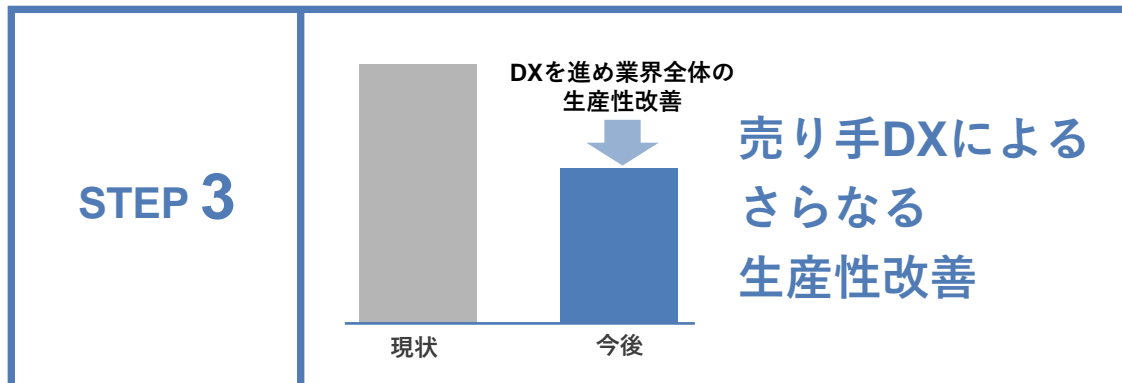
■同様に、今後は売り手に対するDXを促進することで、さらなる業務効率化を実現し、生産性向上を目指す

■将来的には買い手、売り手含めた業界全体の生産性改善を実現

STEP 1 買い手DX	Attracting	Transaction	Closing
	ポータルにより効率化	複雑なプロセスをシステム化	電子契約により効率化

買い手DXを横展開

STEP 2 売り手DX	Attracting	Transaction	Closing
	AIによる売却査定	複雑なプロセスをシステム化	電子契約により効率化



RENOSYマーケットプレイス マーケットシェア 拡大施策

■ RENOSY会員の獲得を成長ドライバーとし、買い手、売り手を増やすことで取引件数を向上

■ 取引件数が増えることにより認知度が向上し、さらにRENOSY会員の獲得に繋がり、ネットワーク効果によりマーケットシェア拡大を加速

RENOSY会員獲得

取引件数増加



2年連続 売上実績 不動産投資
No.1^{※1}

ネットワーク効果によるマーケットシェア拡大

※1) 東京商工リサーチによる中古マンション投資の売上実績 (2021年2月調べ)

RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 成長施策

■買い手会員を増やす施策

効果的なマーケティング施策を行い認知度を向上させ、新規会員の増加率を加速。また商品ラインナップを増やすことで、新規会員の他、既存会員も活性化

■売り手会員を増やす施策

M&Aをした売却に強みを持つパートナーズ社とのシナジーにより、売り手へのアプローチを強化。また、顧客が自身の持つ不動産物件登録を行うマイページの強化により売却を促進

■取引量を増やす施策

問い合わせに対する質を向上させることにより新規取引を増やす。また、オーナーアプリでの商品ランナップの拡充および機能強化で質を向上させ、既存顧客のリピートおよび売却を促進

買い手会員を増やす施策

新規会員を増やす

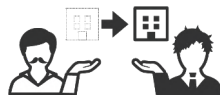
■マーケティング施策による認知度向上

■商品ラインナップの増加



既存会員を活性化させる

■商品ラインナップの強化

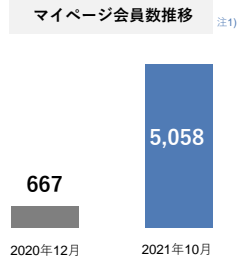


売り手会員を増やす施策

売却に強みを持つ パートナーズ社をM&A



マイページの強化



取引量を増やす施策

新規取引を増やす

■問い合わせの質の向上

■マイページによる購買意欲、売却意欲の向上

既存顧客のリピートを 増やす

■オーナーアプリの商品ラインナップ拡充

■オーナーアプリの機能強化

既存顧客の売却を 増やす

■オーナーアプリの機能強化

■デジタル接点の強化

注1)RENOSYマイページ会員登録数の累計

RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 手数料改善施策

■手数料については、マーケットシェア拡大を優先し、FY2022も低下の見込み

■ネットワーク効果を高め、参入障壁を強固にすることで各種シナジー効果を狙う

■数年後にはシェア拡大によるネットワーク効果と改善施策により、手数料は向上の見込み

FY2021通期

マーケットシェア 拡大を優先

手数料減収の理由

■マーケットプレイスのマーケットシェアを高めるべく取引量を増やした結果、調達価格が高騰した商品が増加し、調達コスト上昇の影響により手数料の減収

■小さな利益より、マーケットシェアを高めることを優先

今後目指すべき方向

マーケットシェア 拡大優先を継続

シェア拡大優先の理由

■ネットワーク効果を高め参入障壁を強固にするため

- ①マーケットプレイス効果
- ②データネットワーク効果
- ③コスト優位性
- ④ブランド価値の向上

改善施策による 手数料向上

手数料改善施策

■売り手DXによる、直接オーナーからの調達強化

■商品ラインナップの拡充
(ex) 新築コンパクトマンションを専門に取り扱う企業のM&A等

■ RENOSY会員への付帯サービスの提供

RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 手数料改善施策

■売り手DXも推進し、さらなる顧客体験向上による手数料改善を強化

■不動産業界は一般的に、売り手、買い手を見つける仲介業者の存在により、不動産売買時に仲介手数料が発生

■オンライントランザクションでは、RENOSYマーケットプレイス内で、買い手のみならず、売り手DXを推進

■売り手、買い手の双方のオンライン化により、RENOSY内での顧客体験が向上し、さらに使いやすくなることで取引量が増加

■さらなる体験向上と、機能提供を行うことで、メディア価値が上がり、結果、付加価値および手数料が向上

不動産業界一般



RENOSY 不動産取引のオンライン化による顧客体験向上



RENOSY利用の付加価値に対しての手数料

RENOSYマーケットプレイス

オンライン トランザクション 成長ストーリー

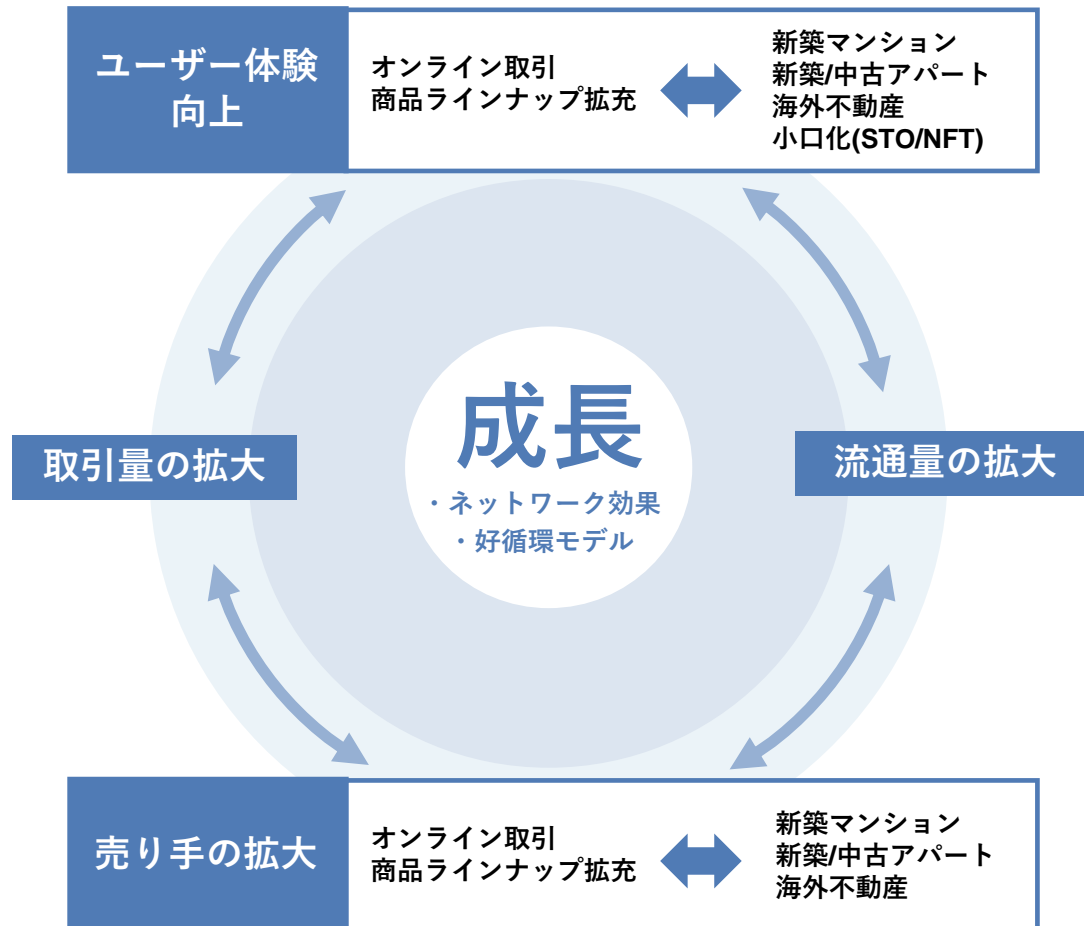
■商品ラインナップの拡充

■今までは既存事業の中古コンパクトマンションのマーケットシェア拡大に注力

■今後は商品のラインナップの拡充を目指し、まずは新築コンパクトマンションを専門に扱う企業をM&A

■将来的には、新築・中古アパート、一棟、そして海外不動産などを取り扱うことでマーケットプレイスを強化

■それらのネットワーク効果により、好循環な収益モデルを構築し、**手数料**も改善



RENOSYマーケットプレイス オンライン トランザクション 重要KPI

■ RENOSY会員への付帯サービスの提供

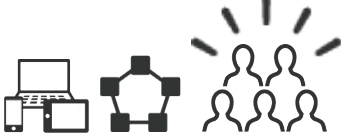
■ 将来的には、新規、リピート顧客の獲得施策により、CPAが改善され、低単価での集客が可能に。それによる、CPOの最適化を目指す

■ 売り手獲得施策・商品ラインナップの拡充により、LTVは向上

■ アップセル、クロスセルを強化し、顧客のベネフィットを追求、満足度を高めることで、CPOを最適化し、LTVを向上させ、ユニットエコノミクスの最大化を図る

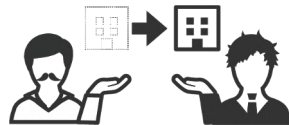
CPOの最適化

新規・
リピート顧客獲得施策

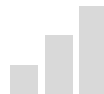


LTVの向上

売り手獲得施策・
商品ラインナップ拡充



ユニットエコノミクスの最大化



RENOSYマーケットプレイス サブスクリプション ビジネスモデル

■ RENOSYマーケットプレイス
(オンライントランザクション)
売上拡大がベースとなり、販売戸
数の100%流入による、毎月の管理
戸数増大は、業界トップ水準

■ 不動産投資運用の資産管理を“賃
貸管理“に留まらない、独自の長期
的・安定的、豊富なサービスライ
ンナップを備え、月額サブスク
リプションで提供。

■ 事業のDXを通じて、オーナーを
はじめとしたRAMに関わる全ての
人々の顧客体験および生産性の向
上を実現

RENOSYマーケットプレイス

オンライン
トランザクション

オーナー



- ・豊富な管理プラン
- ・定額サービスによる
資産運用リスクの低減
- ・独自の資産管理サービス提供
- ・家賃送金
- ・リノベ提案

RENOSY
ASSET
MANAGEMENT

入居者



- ・家賃
- ・設備交換
- ・トラブル対応

業者/関係者



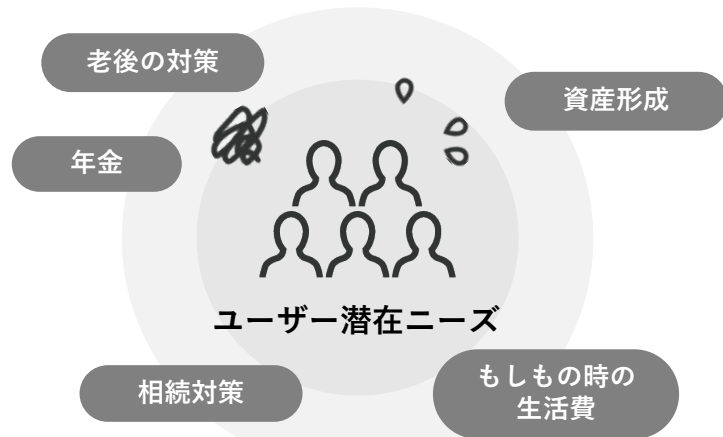
- ・原状回復
- ・リノベーション

DXの活用
による生産性向上

RENOSYマーケットプレイス サードパーティサービス 事業開始の背景

ユーザー課題

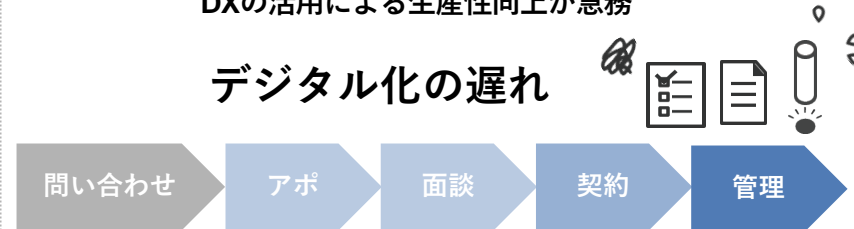
お金にまつわる不安や課題はあるが、「面倒」「複雑」「今やる必要を感じない」などやらない理由も多く、結果として対策遅れに



業界課題

業界の商習慣として電話、FAX、紙でのサービス提供を行ってきたことを背景に、生産性向上に大きな課題があり、DXの活用による生産性向上が急務

デジタル化の遅れ



まずは、オンラインでの集客サービス提供

今後は順次、オンライントランザクションで開発したソリューションをサードパーティに提供

サードパーティサービス 事業開始へ

RENOSYマーケットプレイス サードパーティー サービス 取り組み

■RENOSYマーケットプレイスで
獲得した会員に対して、さらなる
顧客接点の拡大が目的

■老後資金、資産形成、相続と
いったお金にまつわる不安や不便
に対して、DXを活用して、さま
ざまな商品ランナップを提供

■RENOSY会員に対して、顧客体
験、業務生産性の向上に努め、
サードパーティにおいてもマー
ケットシェアを拡大



マーケットシェア拡大へ

RENOSYマーケットプレイス シェア拡大の道筋

首都圏の中古マンション50㎡未満に
占めるGA technologiesのシェア

FY2021.10実績

売上800億達成により
シェア率伸長

5.3%

FY2022.10見込み

売上1,000億達成により

6.6%

今後

サードパーティサービ
スを含めて、早期の
シェア拡大を目指す

20%

不動産投資市場

TAM 約 **65** 兆円 ※1,3)

首都圏の中古マンション50㎡以上

SAM **6.9** 兆円 ※2,4)

首都圏の中古マンション50㎡未満

SAM **1.5** 兆円 ※2,4)

早期のシェア**20%**へ拡大を目指す

シェア6.6%へ伸長

GA technologiesのシェア5.3%

注1) ニッセイ基礎研究所 不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模 用途別「収益不動産」の市場規模(2021年3月12日)参照

注2) 株式会社東京カンテイ「プレスリリース 首都圏 新築・中古マンション市場」(2021年1月)、株式会社東京カンテイ「プレスリリース 新築・中古マンションの市場動向(首都圏)」(2021年5月)、公益財団法人東日本不動産流通機構の登録物件データ、投資用不動産会社上位10社の業績を参考に推計

注3) TAM...Total Addressable Market(RENOSY マーケットプレイス事業が獲得する可能性のある最大の市場規模) 注4) SAM...Serviceable Available Market(RENOSY マーケットプレイス事業がターゲットとする市場規模)

RENOSYマーケットプレイス 海外展開

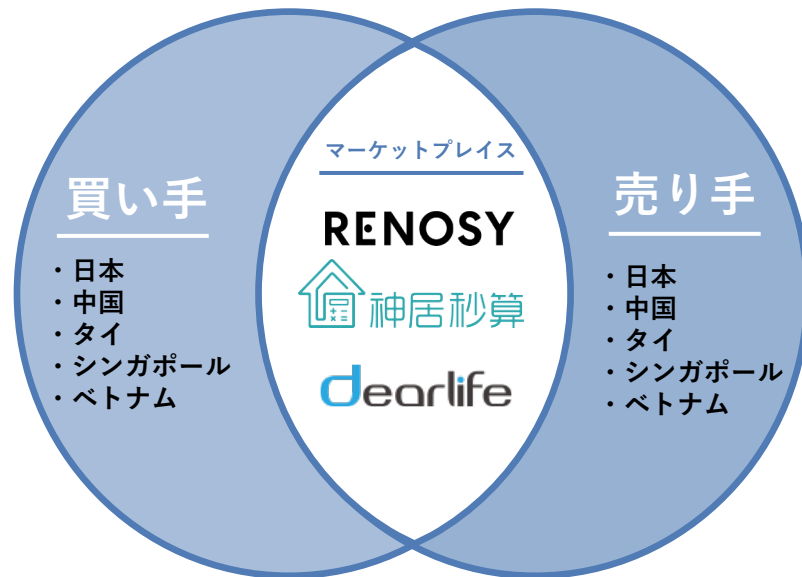
■各国の買い手、売り手をマーケットプレイスでマッチングし、クロスボーダーでの不動産取引を実現

■RENOSYと神居秒算で既に多くの会員を獲得

■ディアライフのM&Aにより、東南アジアでの買い手、売り手獲得を目指す

■テクノロジーとリアル融合により、今までにない顧客体験の創造を追求

クロスボーダーでの不動産取引を目指す

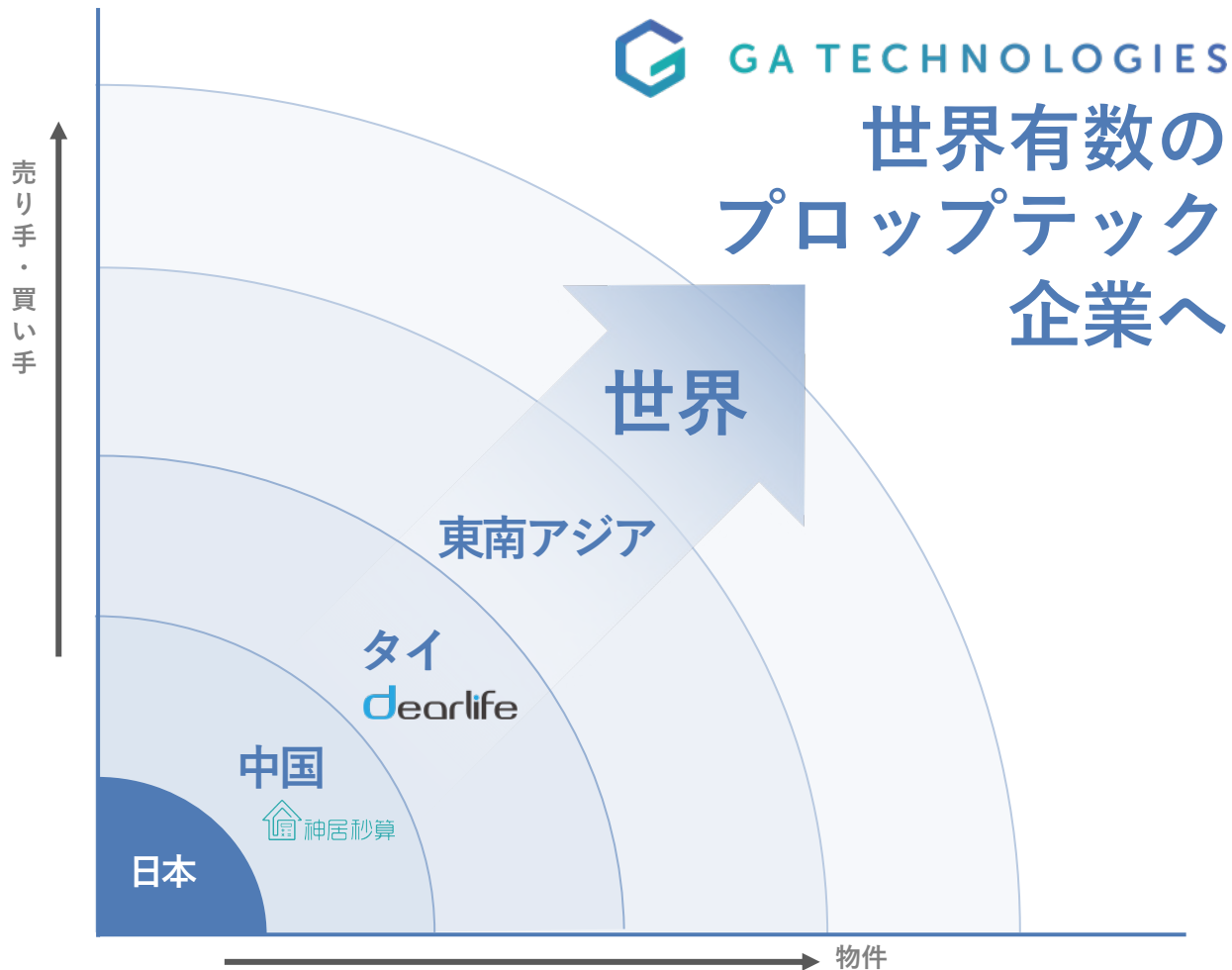


GA technologiesグループだからできる理由

- ✓ 既に日本人・中国人の買い手がいる
- ✓ ディアライフの東南アジア(6.6億人)展開
- ✓ テクノロジーとリアル融合

RENOSYマーケットプレイス 海外展開

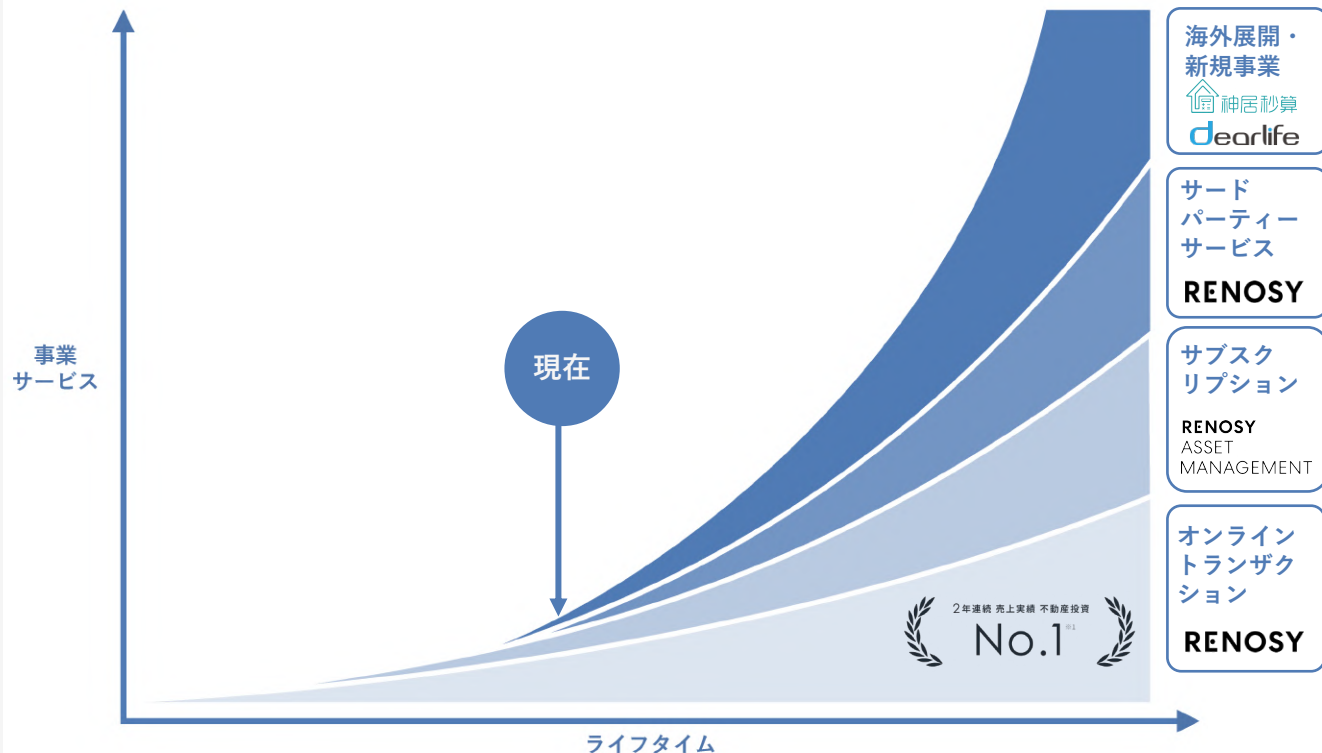
日本から世界へ、売り手、買い手、
取り扱い物件を拡大し、世界有数の
プロップテック企業を目指す



RENOSYマーケットプレイス 成長戦略

中長期では、オンライントランザクションを基軸にマーケットシェアを拡大し、海外展開を含めた各事業を伸長

不動産投資 売上実績No.1のRENOSYの会員・顧客基盤を活用し、他事業へサービス利用を拡大



※1)東京商工リサーチによる中古マンション投資の売上実績 (2021年2月調べ)

A vertical blue bar on the left side of the page, featuring a complex geometric pattern of overlapping triangles and polygons in various shades of blue.

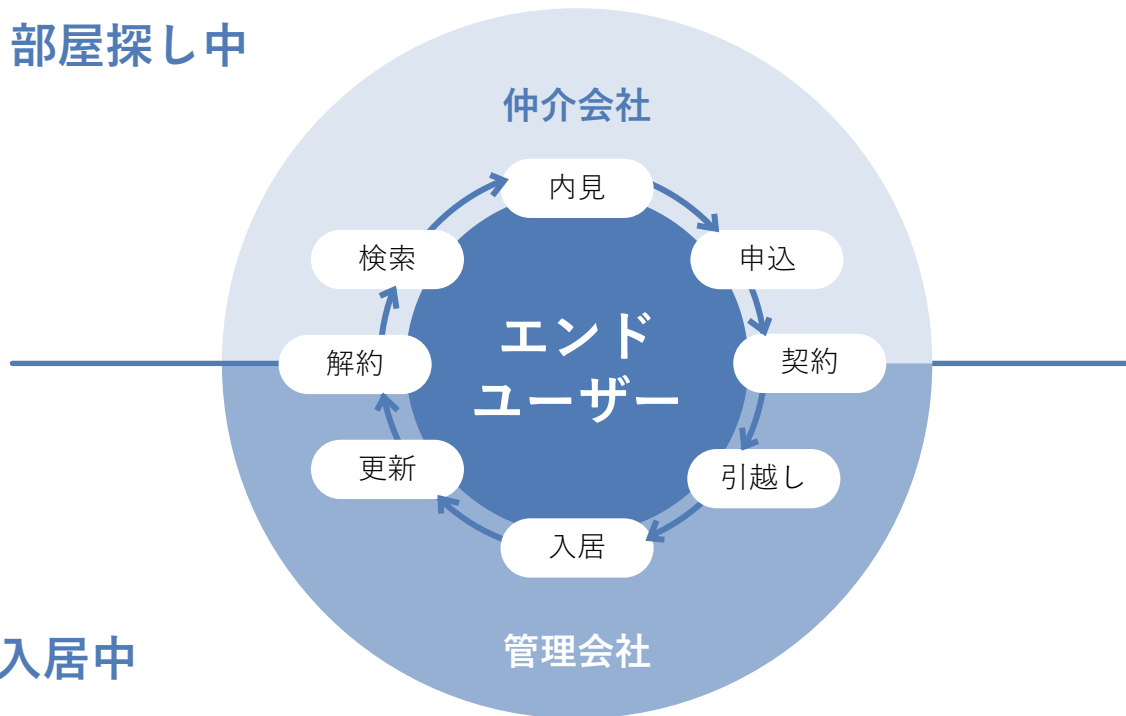
ITANDI

■短期的にはSaaSとマーケットプレイスを通じて不動産取引をなめらかにすることを旨とする

■長期では不動産も含めた入居後の「暮らし」全般をアップデートするプラットフォームを旨とする

くらしと人をつなぐプラットフォームに

部屋探し中



入居中

不動産業界を 取り巻く環境

■不動産ID

国土交通省が全国の土地や建物に一意の番号を割り振ることを検討。バラバラだった不動産情報が統合され流通が活発になることが期待される

■電子契約

2022年5月までに施行予定のデジタル改革関連法案により、賃貸借契約などの電子交付が可能となる

■リモート化

コロナ禍の影響でテレビ会議ツールを利用した商談/働き方が不動産業界でも浸透。従来の店舗型経営の見直しが進む

■賃貸住宅管理適正化法

200戸以上管理する管理会社は国土交通省への登録が義務化。業務の定期報告が必須となり、業務負担の高まりにより、管理会社のDX需要が加速することが予想される

ホットトピック 4テーマ

不動産ID

電子契約

リモート化

賃貸住宅
管理業法

サービス概要

■ビジョンを達成するため、
SaaS・マーケットプレースの双方
でサービスを展開

■各サービスはリアルタイムな物
件データを共有しており、独自の
ポジションを築く

くらしと人をつなぐプラットフォームに

SaaS

ITANDI BB +



管理会社向け



仲介会社向け



Marketplace

ITANDI BB



不動産会社向け
業者間サイト

OHEYA GO
オヘヤゴ



セルフ内見型
賃貸サイト

競争優位性

■ 「電子入居申込」により、物件情報の自動メンテナンスを実現し最新状態の募集情報を提供できる

■ 不動産業界出身の業務理解の深い人材が多数在籍。エンジニアも不動産業務経験者が多数おり、独自の社内教育体制を構築している

■ 「電子入居申込で担保されたリアルタイムな物件情報」と「不動産業務・テクノロジー双方向に強い人材」で、業界をリードするプロダクトを生み出している

コアバリュー



リアルタイムな物件情報



リアル×テック人材

優秀な人材

Engineering

Sales

Customer
Success



他社にない
プロダクト

ITANDI BB
ITANDI BB+

OHEYA GO
オヘヤゴー

ハイライト

■ARRはYoYで41.8%の高い成長率。
M&A後3年でのARR成長率は107%

■電子契約の規制緩和を目前に、
契約の前段階である電子入居申込
市場では約70%のシェアを獲得

■粗利率の高いSaaSでストック収
益を獲得

■SaaSのチャーンレートが低水準
で推移しており、将来的な収益も
安定して見込める

YoY ARR成長率^{注4)}

41.8%

電子入居申込のシェア^{注2)}

69.4%

SaaS粗利率^{注3)}

79.8%

チャーンレート^{注1)}

0.50%

注1) Annual Recurring Revenue。ITANDI BB+の2020年10月時点と2021年10月時点でのARRを比較

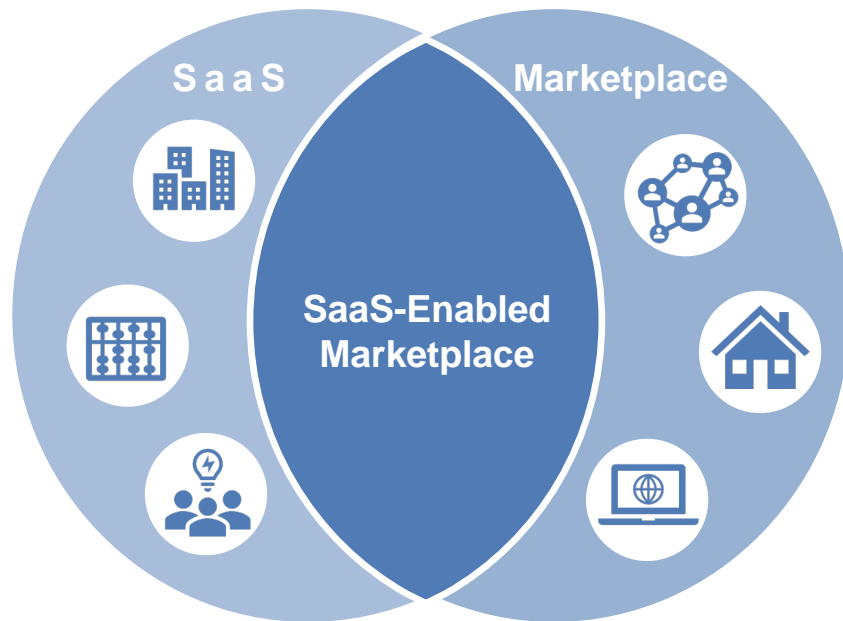
注2) 2021年10月時点 TPC マーケットリサーチ株式会社の調査内容より当社推計

注3) ITANDI BB+の2021年10月末時点での数値

注4) ITANDI BB+の2020年11月から2021年10月までの1年間における平均月間チャーンレート

■ SaaS、マーケットプレイスそれぞれの強み弱みを補完するビジネスモデル（SaaS-Enabled Marketplace）を構築し、スピード感ある成長を目指す

ネットワーク効果が働かずシェア拡大にコストがかかる一方、業務に入り込むため他社からリプレイスされづらい。



スイッチングコストは低いが、ネットワーク効果が働くと急速にシェアを拡大し独占的なポジションを築きやすい。

イタンジが狙うのはSaaSとMarketplaceの強み弱みを相互補完するSaaS-Enabled Marketplace

ITANDI ITANDI BBとは

■ ITANDI BBは管理会社向けSaaS (ITANDI BB+) を組み込んだマーケットプレイス

■ 内見予約や電子入居申込の機能を仲介会社がITANDI BB上で利用し、仲介業務を行う

■ 管理会社は物件掲載をすることで、管理会社向けSaaSの機能が利用可能

■ 上記が他社の業者サイトにはない機能として評価され、管理と仲介双方の業務効率化に貢献



物件確認不要の
リアルタイム
データベース

利用拠点

40,000 店舗

月間閲覧回数

300 万回

不動産賃貸業務を
ワンストップ
& オンライン化

月間WEB内見予約

87,000 件

月間Web申込

40,000 件

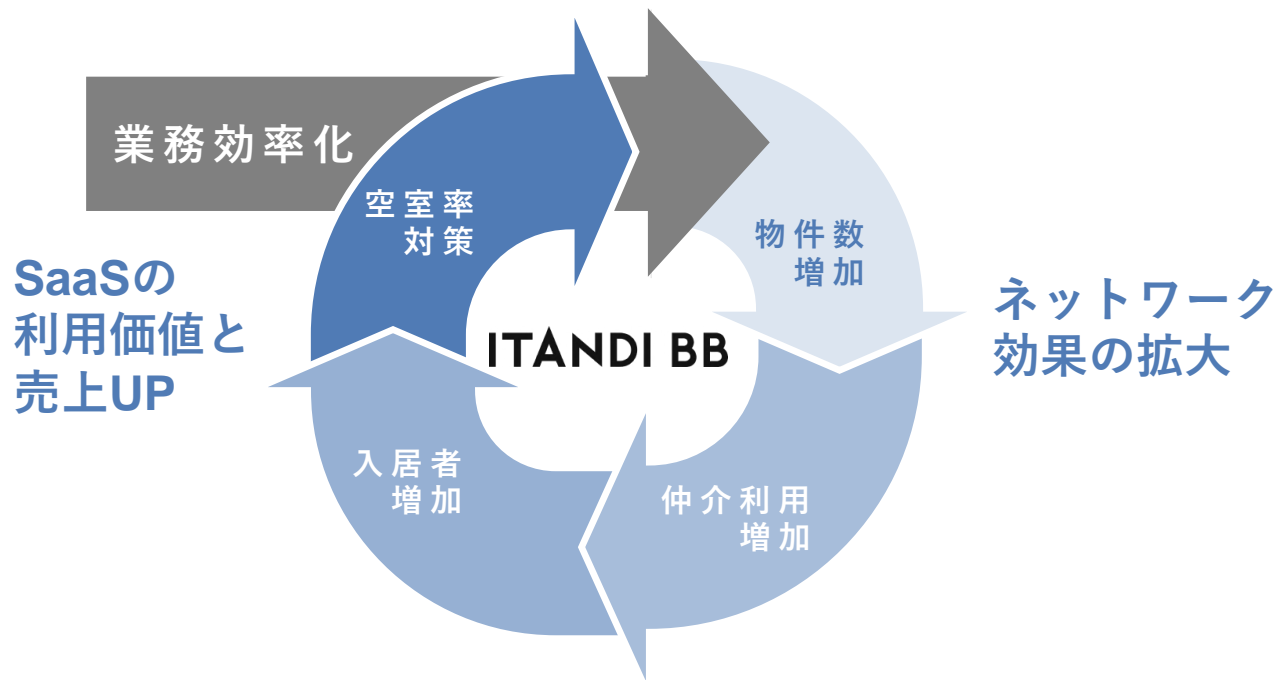
ITANDI 好循環モデル

■ ITANDI BBを中心とした好循環モデルを構築

■ 仲介会社の閲覧が少ないフェーズでは、管理のエンタープライズを中心に業務効率化ニーズに応えるSaaSにより物件掲載を獲得

■ 物件掲載数の増加に比例して仲介会社の利用が増加し、マーケットプレイスとしてのネットワーク性が高まる

■ 今後は、エンタープライズの業務効率化ニーズに加え、SMB (Small and Medium Business) も含めた管理会社の空室率対策ニーズに応える

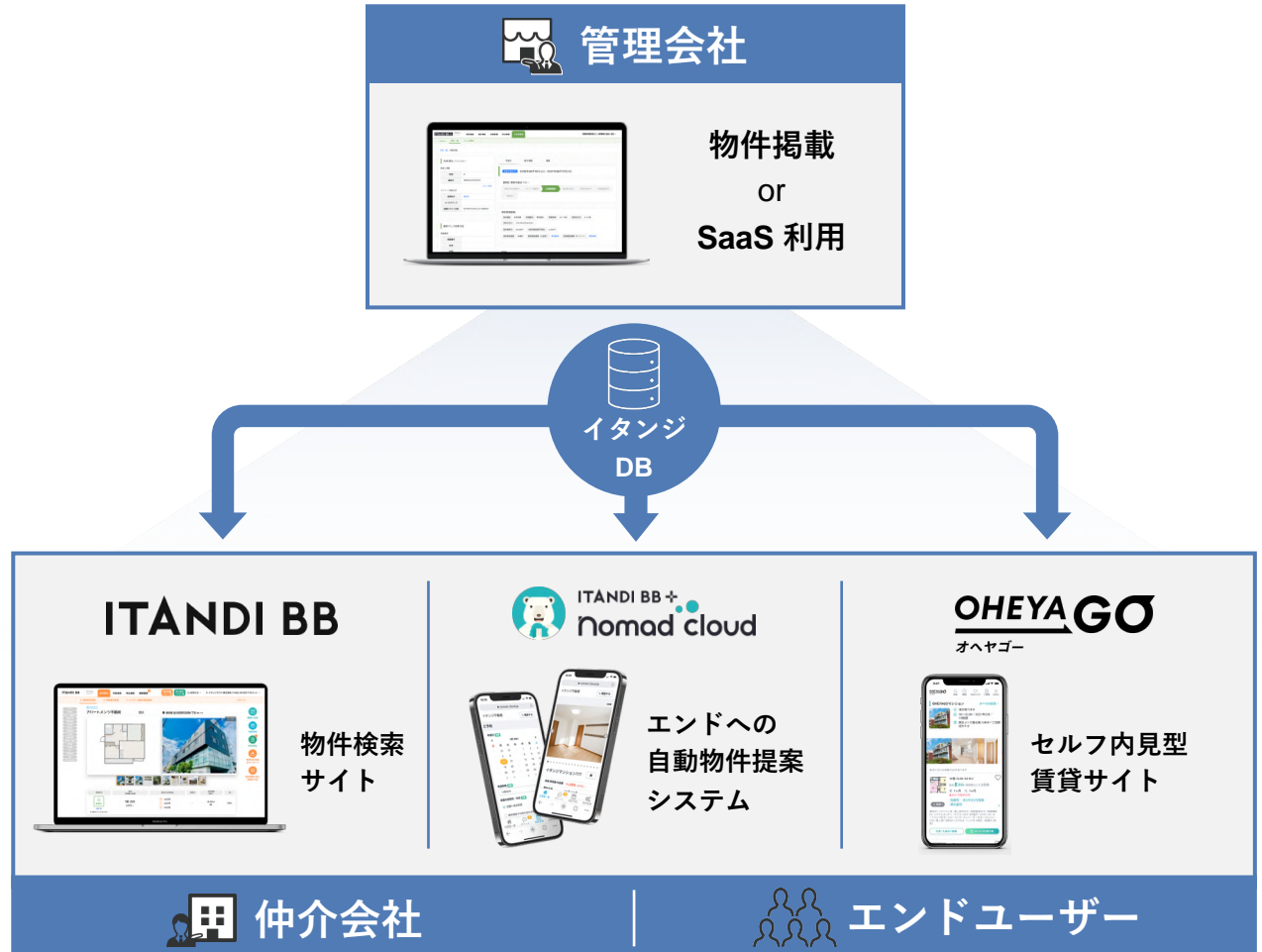


ITANDI

リアルタイムデータベースの活用

■管理会社がITANDI BBに物件を掲載する、またはSaaSを利用するとイタンジのDBに物件データが蓄積される

■蓄積されたデータはリアルタイムな物件情報として各種マーケットプレイスに掲載、または仲介会社向けSaaSのコンテンツとして利用され、管理会社の空室率改善ニーズに応える



ITANDI 重要指標

ITANDIの収益の先行指標

■積極的な投資により全ての指標でYoY大幅伸長

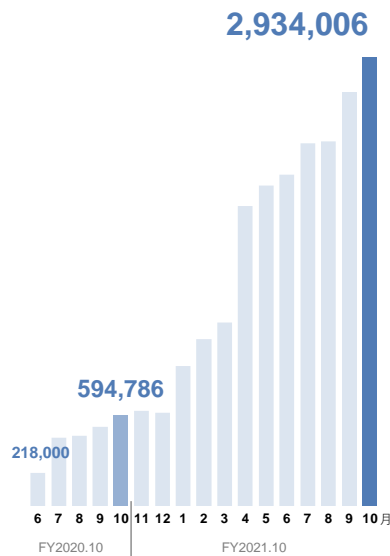
■ITANDI BBは2020年6月のリリース以来好調にPV数が推移し、YoYで4.9倍へ

■電子入居申込の新規顧客の獲得により電子入居申込数が向上

■OHEYAGOにおける集客力の先行指標となる掲載物件数がYoYで大幅成長。掲載物件数増加により、検索から流入する入居希望者も増加

ITANDI BB月間PV数

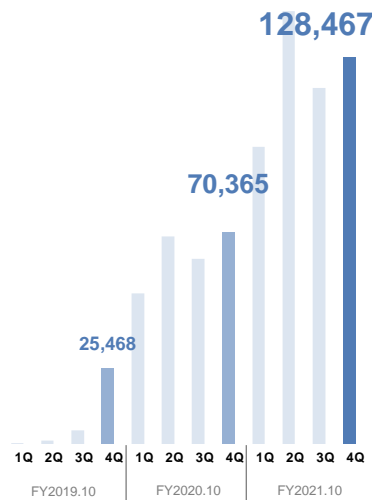
YoY
+393%



電子入居申込数

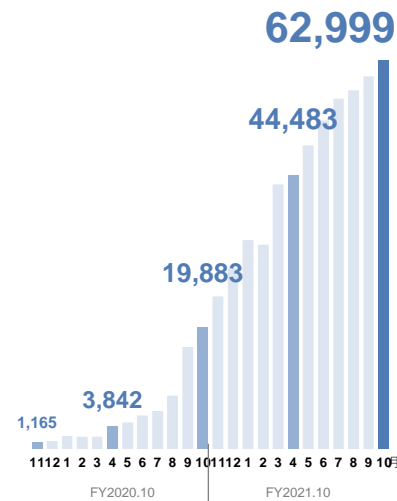
注1)

YoY
+83%



OHEYAGO 掲載物件数

YoY
+217%



注1) 本日より公表した資料では異なっておりますが、正しくは本資料の数値です。

ITANDI 投資戦略


■仲介会社向けSaaSのストック利益率は70%越える

■収益フェーズのサービスで得た利益を他のサービスへ投資

■特に賃貸住宅管理適正化法の施行、電子契約解禁が予定されている管理領域へはシェアを優先し新規顧客獲得、サービス拡充へ投資

■継続的な成長のため新規事業も準備中

仲介会社向けSaaSの収益を他の事業へ再投資



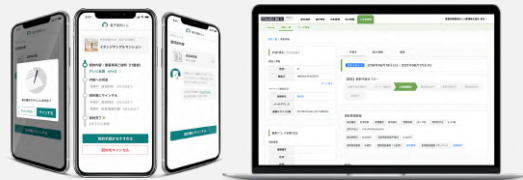
ITANDI BB+
Nomad cloud

ストック利益率
約**70%**

ストック利益率とは、売上に対するストック収益の利益率のこと。新規顧客獲得をストップした際に生じる利益となる。



01 | 管理向けSaaS



02 | マーケットプレイス



ITANDI BB

OHEYA GO
オヘヤゴ

03 | 新規事業

■ストック収益が獲得できるSaaSを中心に事業ポートフォリオを構築

■管理会社向けSaaSでは新規の顧客獲得を加速させつつ、既存顧客には新プロダクトを利用促進しARPUの向上を目指す

■仲介会社向けSaaSは独自機能の強化で顧客満足度を高め、競合他社と差別化し新規の顧客獲得増加を目指す

■OHEYAGOは高い顧客満足度を活かしながら、継続的に掲載物件数を増加させ集客力を強化

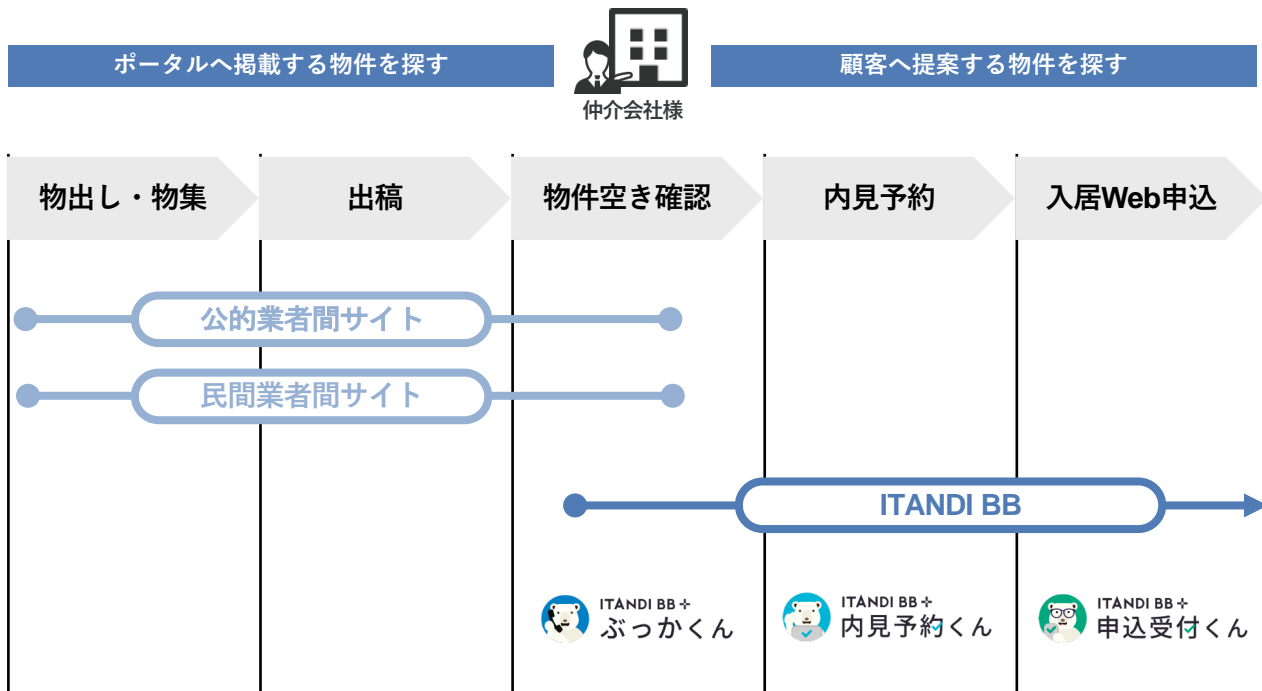
1. 管理会社向けSaaS | 新規顧客獲得
2. 管理会社向けSaaS | ARPU向上
3. 仲介会社向けSaaS | 新規顧客獲得
4. OHEYAGO | コンテンツ強化

ITANDI 管理会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

■ITANDI BBでは部屋探し業務の後工程で機能強化を行い独自のポジションを築く

■当初は物件掲載数が少なくコンテンツ力が弱かったが、大手管理会社の生産性向上のニーズを捉え、着実に掲載物件数は増加。多くの仲介会社が閲覧するマーケットプレイスへ成長

■ 今後は、SMB (Small and Medium Business) の空室率対策のニーズにも対応



入居申込サービス
利用数 **No.1**

©2023年10月時点。TICマーケティングリサーチ株式会社調べ

エンタープライズの生産性向上の期待に応える

ITANDI 管理会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

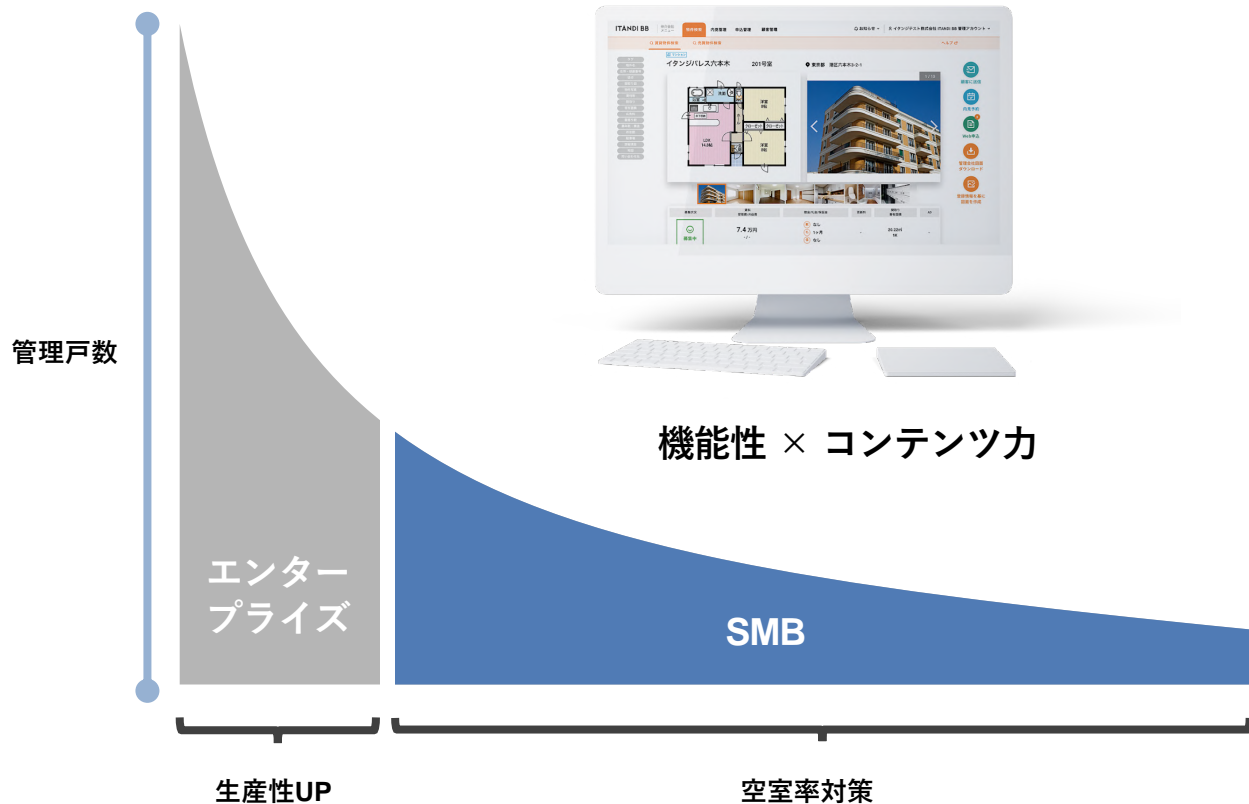
■日本に存在する不動産会社数の12万のうち多くがSMBと、ロングテール市場

■これまでに生産性向上ニーズの強いエンタープライズの獲得が進んだため、ITANDI BBの物件掲載数が効率よく増加

■今後はSMBもターゲットに空室率対策のニーズにも応えていく

■ITANDI BBコンテンツ力強化のため、引き続き掲載物件の獲得をすべく管理会社の新規獲得と仲介会社への利用促進を行う

強化されたコンテンツにより空室率対策ニーズの強いSMBへアプローチ



注1) 国土交通省「令和版宅地建物取引業法の施行状況調査結果について」(2020年10月)を参照

管理会社向けSaaS ARPU向上戦略

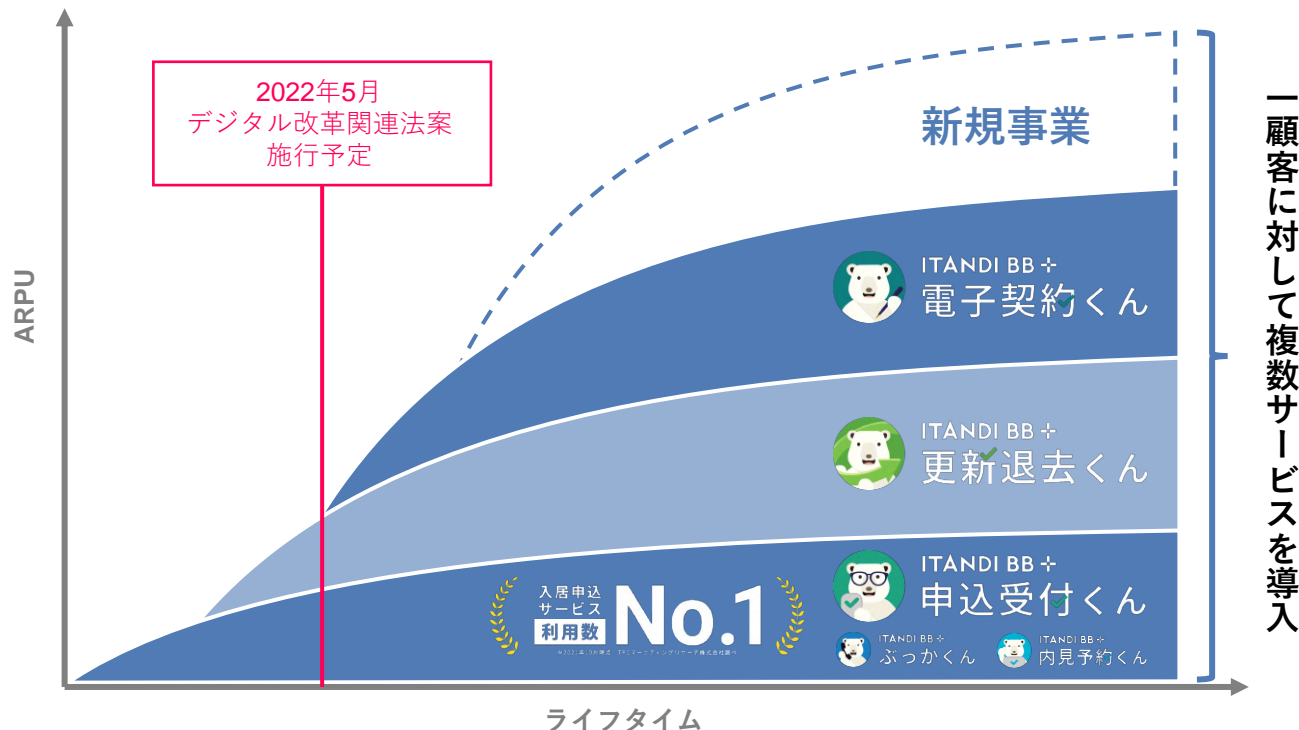
■賃貸の年間申込数は約290万件と推定される。電子化された申込は約50万件のうち、申込受付くん利用は約35万件。

■今後も市場全体がデジタル化する中でトップシェアを維持し、利用数拡大見込み

■新規の獲得を継続しつつ、ARPUも向上させる

■2022年は更新退去くん、電子契約くんの拡販に注力

利用数No.1の申込受付くんの顧客基盤を活用。
電子契約くん他、1社あたりサービス利用数を増やし
ARPUを向上させる



仲介会社向けSaaS 新規顧客獲得戦略

■賃貸仲介業者向けCRMツール、
ノマドクラウドを機能強化

■リアルタイムな物件情報が集まる
ITANDI BBとの連携を強め、他社
CRMツールと差別化をはかる

■仲介会社の電話確認コストを減らし、
エンドユーザーへの速やかなレスポンスが可能に

ITANDI BBと連携強化で差別化。 イタンジにしかない強みで新規顧客獲得を拡大。

リアルタイム物件情報 連携なし



リアルタイム物件情報 連携あり



ITANDI OHEYAGO コンテンツ強化

■テクノロジーを使ったスマートなお部屋探し体験によりNPS^{注1)} 24 (他社不動産情報サイトの平均は-36.7)^{注2)}を獲得。口コミを活かしたPRを強化

■OHEYAGOリリース以降の物件数増加とサイト改善により、SEOが強化され物件名やエリア名での流入が増加

■今後ITANDI BBの拡販を通じて継続的に物件掲載数が伸び、それに連動して集客力も強化

高い顧客満足度と集客力の向上

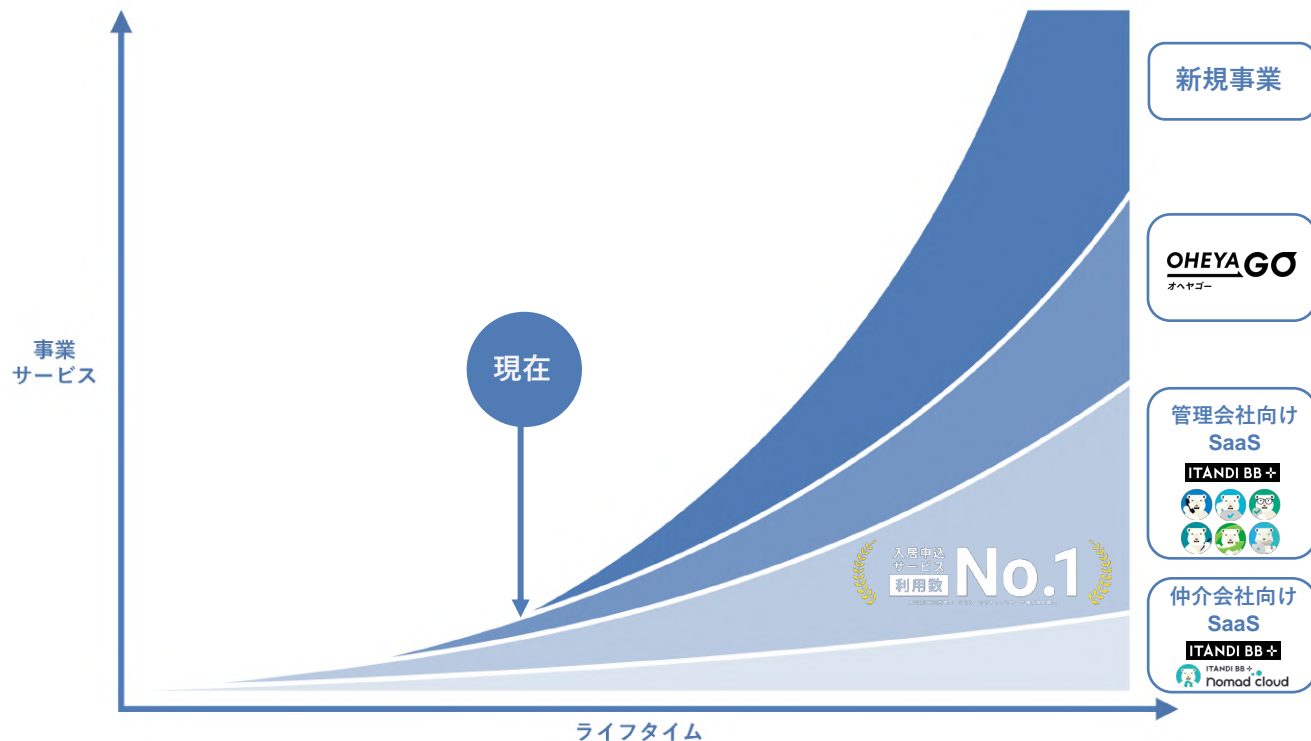


注1) 「Net Promoter Score (ネットプロモータースコア)」の略。顧客ロイヤリティを測る指標として用いられる。
NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社
注2) 会社「NPS®ベンチマーク調査 2019【不動産情報サイト】」を参照

ITANDI 成長戦略

中長期では、管理会社向けSaaS、
仲介会社向けSaaSを基軸にマー
ケットシェアを拡大し、ひとと暮
らしをつなぐ各事業を伸長

利用者数No.1の申込受付くんの顧客基盤を活用し、 他事業へサービス利用を拡大



ITANDI TAM

■不動産業界のDXニーズを捉えて、デジタルとリアル双方を掛け合わせた価値提供を行う

■電子入居申込のように今までになかったマーケットの創出を行うことでTAM自体の拡大も同時に実現

■特に市場規模の大きい不動産周辺領域ではリアルタイムな物件データベースを活かした新規事業によりスケールを狙う

OHEYA GO
オヘヤゴー

1,900億円

ITANDI BB
業者間サイト/
物件DB

ITANDI BB+



管理向けSaaS

6,267億円

ITANDI BB+



仲介向けSaaS

不動産周辺領域

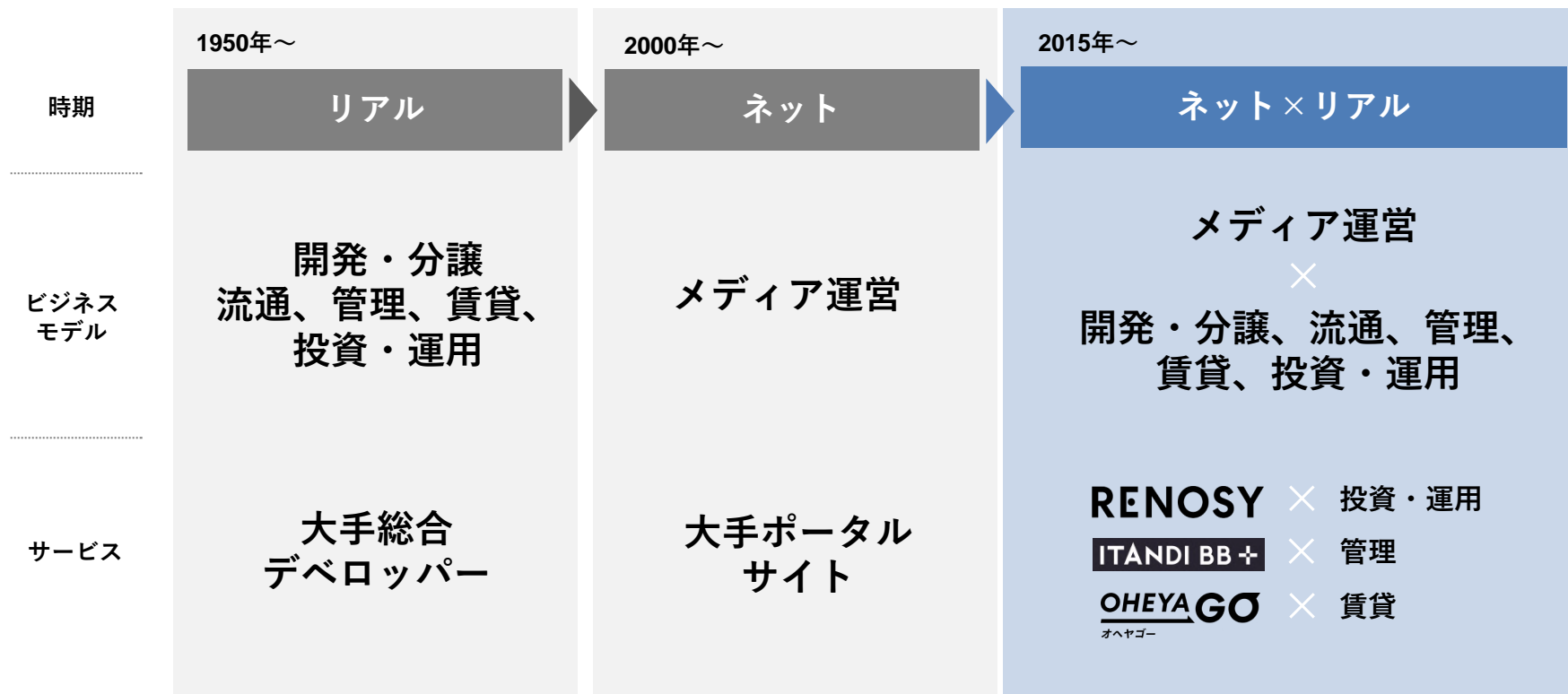
9,633億円

約1.8兆円

注1) 株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」(2019年8月)、全国賃貸管理ビジネス協会「全国家賃動向」(2019年9月)を参考に推計
注2) 株式会社矢野経済研究所「不動産テック市場に関する調査」(2018年11月)を参考に推計
注3) 家賃保証、引越し、原状回復、くらしサポーターの市場規模合計。
株式会社矢野経済研究所「プレスリリース 個人向け不動産仲介市場に関する調査を実施」(2019年8月)、一般社団法人リサーチセンター「ホリスティック企業レポート 日本社宅サービス (8945 東証マザーズ)」(2011年6月)を参考に推計した233万件をもとにそれぞれ集計。家賃保証：「家賃債務保証の現状」経済産業省、「全国家賃動向2021年4月調査」全国賃貸管理ビジネス協会を参考に推計。引越し：りんごくんの引越し総研を参考に推計。原状回復工事：年間の賃貸契約件数233万件にRAMおよび同業他社の原状回復費用の平均値を参考に推計。暮らしサポート：「ジャパンレスキューシステムレポート」株式会社シェアドリサーチを参考に推計。

Appendix

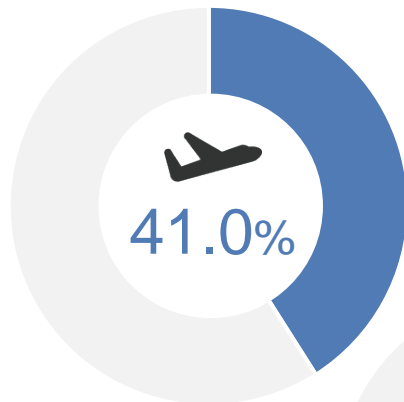
GA technologies Groupのユニークなポジショニング



他業種のオンライン取引比率

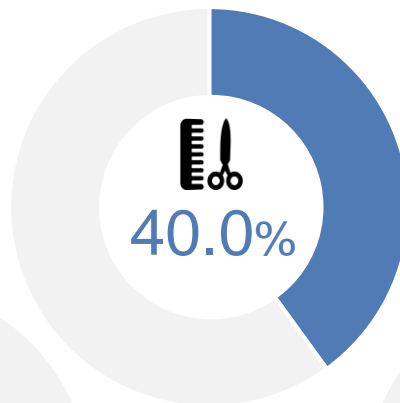
旅行

(オンライン予約比率) 注1



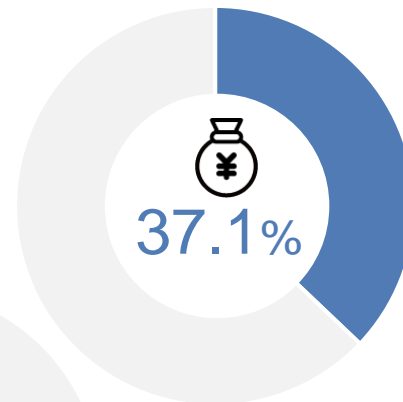
美容

(オンライン予約比率) 注2



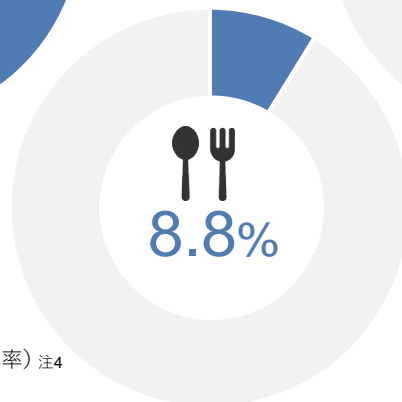
証券

(オンライン取引比率) 注3



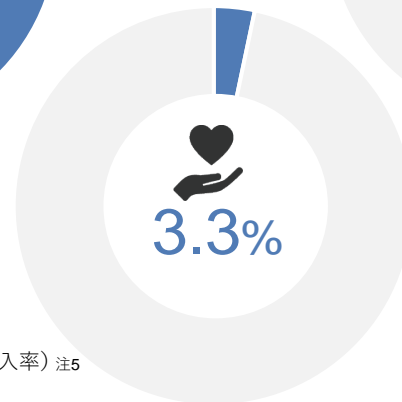
外食

(オンライン予約比率) 注4



保険

(オンライン加入率) 注5



注1) Phocus Wright『Japan Online Travel Overview 2019』2019年3月より2018年の数値を参照

注3) 日本証券業協会『証券投資に関する全国調査(調査結果概要)』(2018年)より2018年の数値を参照

注5) 生命保険文化センター『平成30年度 生命保険に関する全国実態調査』2018年9月より2018年の数値を参照

注2) 株式会社リクルートライフスタイル『美容センサス2020年上期 資料編(詳細版)』2020年6月より2018年の数値を参照

注4) 株式会社リクルートライフスタイル『2019年度外食&中食動向：東名阪夕食』2020年9月より2018年の数値を参考に算出

RENOSYマーケットプレイス
(オンライントランザクション)

KPI推移

■セールス人員はYoY27%増

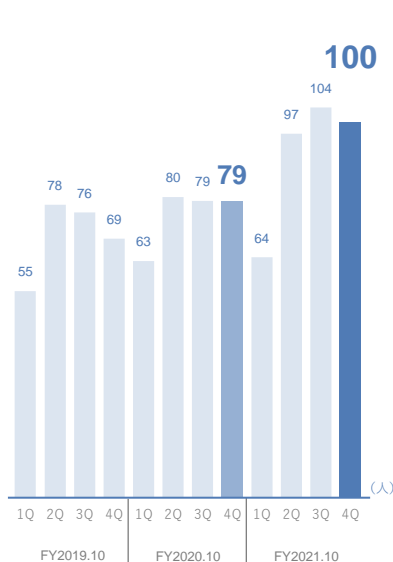
■RENOSY会員数の増加により、
成約数は過去最高

■ARPAはYoY微減となる

セールス人員数

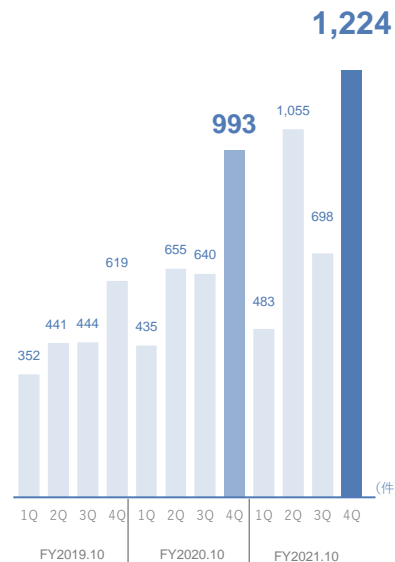
注1)

YoY
+27%



成約数

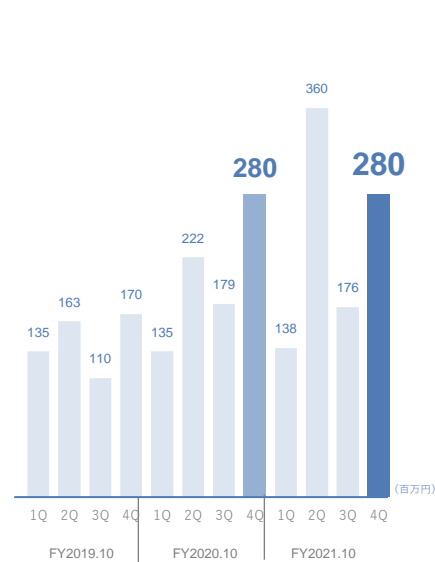
YoY
+23%



ARPA

注2)

YoY
+0.1%



注1) 期末での営業正社員数(※ibuyer事業における集計) 注2) ARPA = Average Revenue Per Agent : RENOSY iBuyer事業売上高 / 直前四半期末RENOSY iBuyer事業セールス人員数にて算出

M&Aによるシナジー バリュー

5つの事業シナジーによる各グループ企業の貢献領域

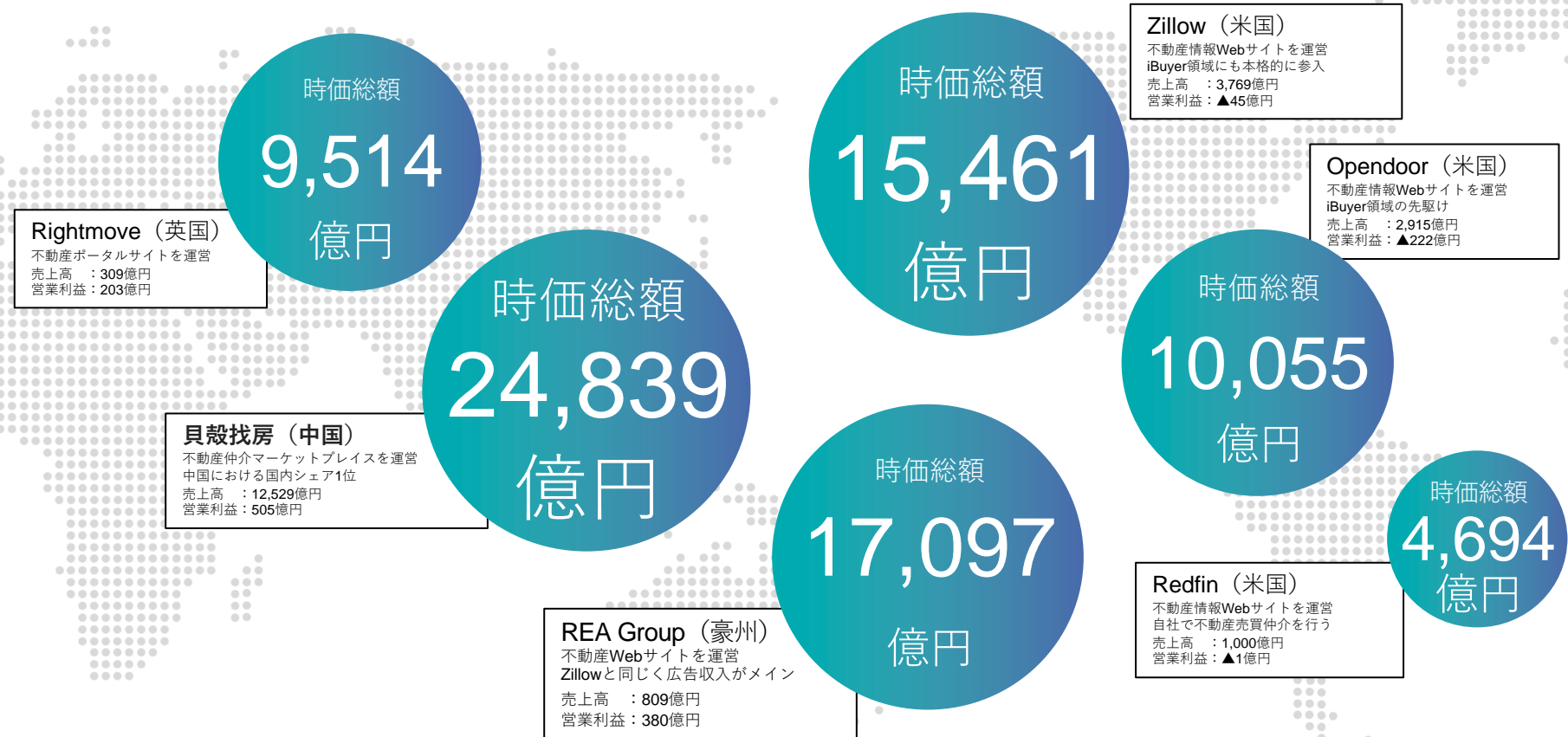
RENOSY	注1)					注2)	注3)
	LEGAL ASSURENT COMPANY	Yes Renovation Package Renovation For Rent	MODERN STANDARD	神居秒算	PARTNERS	dearlife	Ricordi
	2018年11月	2019年9月	2020年1月	2020年9月	2021年6月	2021年11月	2021年12月
提携不動産業者獲得				○	○		
優良顧客(反響)獲得			○	○	○	○	○
メディア強化			○	○			
商品ラインナップ強化			○		○	○	○
既存事業強化	○	○	○	○	○	○	○

注1) 2020年5月に株式会社RENOSY ASSET MANAGEMENTに商号変更

注2) 2022年5月1日事業譲渡予定

注3) 2022年3月1日までに株式譲渡予定

Prop Techの市場規模



注1) 各社発表のIR資料より計算
注2) 株価は2021年11月30日時点

注3) 為替は1ドル=112.899円,1ポンド=150.625円,1オーストラリアドル=80.513円で計算 (2021年11月30日)

ESGの強化に向けた取り組み

取締役会のガバナンス機能強化を企図し、社外取締役が過半数を占める取締役会構成および経営と業務執行の機能分担を明確化・分離を実施

現状

社内取締役 4名



社外取締役 4名



うち監査等委員 3名

社外取締役が過半数を占める体制へ変更予定

今後

社内取締役 3名



樋口 龍

代表取締役社長
執行役員CEO



櫻井 文夫

取締役副社長
執行役員



樋口 大

常務執行役員

独立社外取締役 5名



久寿良木 健

社外取締役



葛ジバチ・
ピョートル・
フェリクス

社外取締役



松葉 知久

社外取締役
(監査等委員)



桑原 利郎

社外取締役
(監査等委員)



佐藤 沙織里

社外取締役
(監査等委員)

※取締役退任予定の清水雅史は、引き続きGAグループの経営に携わる予定
※本件は2022年1月27日開催予定の第9期定時株主総会及びその後開催される取締役会の決議にて正式に決定する予定です。

新任の取締役候補

社内取締役には三井不動産グループにおいて40年以上にわたる不動産事業における卓越した知識と経験を有している櫻井氏を、また社外取締役としてグーグルで人材育成部門を率い、グローバルに展開する事業グループの経営や人事戦略を通じて培った高い見識を持つグジバチ氏を選任予定。また、監査等委員には大手金融機関や大手監査法人等の業務に従事し、コーポレートガバナンス等の高い見識を有している桑原氏、佐藤氏を選任予定



櫻井 文夫

取締役副社長
執行役員

- 1982年4月 三井不動産販売株式会社
(現三井不動産リアルティ株式会社)入社
同社経営本部経営企画部長
- 2001年4月 同社執行役員 経営企画本部長
- 2007年4月 同社常務取締役 常務執行役員
- 2011年4月 リハウスローンサービス株式会社
- 2012年4月 代表取締役社長
- 三井不動産リアルティ株式会社
取締役 常務執行役員 法人営業
本部長兼住宅賃貸事業本部長
- 同社取締役 専務執行役員
- 2018年4月 住宅賃貸事業本部長



グジバチ・ピョートル・
フェリクス

社外取締役

- 2002年7月 ベルリッツ・ジャパン株式会社
入社 新規事業責任者
- 2006年6月 モルガン・スタンレー証券株式会社
(現モルガン・スタンレーMUFJ証券株式)
組織開発バイス・プレジデント
- 2011年12月 グーグル合同会社 アジア・パンフィック
領域人材部門長
- 2014年4月 同社ラーニング・ストラテジー責任者
- 2015年6月 プロノミア・グループ株式会社
代表取締役(現任)
- 2016年4月 モティファイ株式会社 取締役
- 2019年6月 株式会社TimeLeap 取締役(現任)



桑原 利郎

社外取締役
(監査等委員)

- 1978年4月 住友銀行入行
- 2001年4月 住銀ファイナンス株式会社
企画部長
- 2005年5月 SMBCファイナンスサービス株式会社
経営企画部長
- 2006年6月 同社執行役員 経営企画部長
- 2007年6月 同社取締役 兼 常務執行役員
- 2012年3月 同社取締役 兼 専務執行役員
- 2012年10月 同社代表取締役 兼 専務執行役員
- 2017年3月 株式会社エナリス 常勤監査役



佐藤 沙織里

社外取締役
(監査等委員)

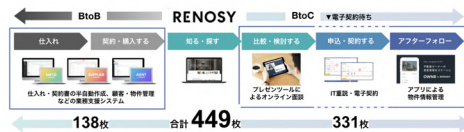
- 2009年1月 株式会社Kings Know入社
- 2016年2月 有限責任監査法人トーマツ入社
- 2019年9月 デロイトトーマツ税理士法人移籍
- 2020年9月 佐藤沙織里公認会計士事務所・
佐藤沙織里税理士事務所設立
- 2021年1月 株式会社ファミリーコーポレーション
入社

GA technologies Groupのサステナビリティへの取り組み

地球環境への配慮



自社内の不動産取引のデジタル化（GA technologies/ibuyer事業）と、ITANDI（イタンジ/ITANDI BB）が提供するSaaSサービスによる不動産業界への貢献により、不動産取引で発生する紙を年間 約655万枚削減を実現。来年予定される電子契約の法改正後には、さらに契約の完全電子化も進むことが予想される



※ibuyer事業において年間累計268万枚を削減

申込受付くん
約387万枚/年間を削減

電子契約くん
更新退去くん

来年の電子契約開始とこの夏より提供開始した新プロダクトで更なる加速を見込む

持続可能なまちづくりへの貢献



サステナビリティ活動として3つのテーマを基に、GA technologies、RENOSY ASSET MANAGEMENT を中心に中古不動産の活性化・ミニマムリノベーションを通じた持続可能なまちづくりへの貢献を実現する施策を展開。

<中古マンション取引件数※>



<国土交通省の推進するIT重説実施参照>



<賃貸マンション向け、ミニマムリノベーションで空き家や空室を低減>



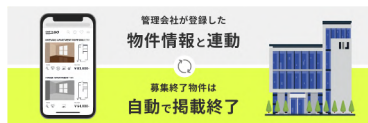
リノベーション件数：163件（内、ミニマムリノベーションの数130件）

GA technologies Groupのサステナビリティへの取り組み

安心・安全な取引環境の実現



GA Gr.では、テクノロジーの介在による透明性の高い不動産取引を目指して、下記のような取引プラットフォームや仕組みを提供し市場の健全化に取り組む



おとり物件のないお部屋探しサイト
OHEAYAGO



データ改竄を防ぐローン審査プラットフォーム
MORTGAGE GATEWAY

働きがいのある職場づくり



社員が働きがいと誇りを持って業務に取り組めるように、多様な働き方を受け入れ活躍を支援する様々な制度や取り組み実施。そのような取り組みが評価される



「働きがいのある会社ランキング」
中規模部門にてベストカンパニーに選出



★★★★ 2022

「日経スマートワーク経営調査」
3.5星に格付け

スポーツを通じた社会貢献



プロスポーツチームや教育機関の支援、パラアスリートの採用を通じて、スポーツ分野で夢の実現を目指し挑戦し続ける人を応援。また社内のスポーツ文化育成にも取り組む

<川崎フロンターレトップスポンサー>



※明治安田生命J1リーグ
【2021シーズン 優勝】

<パラアスリートの採用>



※2名が東京2020パラリンピック
競技大会出場

<スポーツユェルカンパニー>



ガバナンス・コンプライアンスの強化



既存のガバナンス体制に加え、GA-CSIRT（Computer Security Incident Response Team）と呼ばれるインシデントレスポンスを担当するチームを発足。さらに、サイバーセキュリティ分野を重点強化



会社概要

設立	2013年3月12日
本社所在地	東京都港区六本木3丁目2番1号 住友不動産六本木グランドタワー40階
資本金	72億1,977万5,736円（2021年10月末日時点）
従業員数 ^{注1}	738名（2021年10月末日時点）
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ PropTech（不動産テック）総合サービス「RENOSY」の運営・ SaaS型のBtoB PropTech製品の開発・ AIを活用した不動産ビッグデータの研究・ 中国人投資家向けマーケットプレイス「神居秒算」など海外PropTech事業の運営
役員	代表取締役社長CEO：樋口龍 専務取締役執行役員：清水雅史 取締役執行役員：樋口大、藤原義久 社外取締役：久寿良木健 監査等委員である取締役：中島和人（常勤）、松葉知久（社外）、猿渡裕子（社外）

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、
いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動と
いった国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、
当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

IR担当

Email : ir@ga-tech.co.jp

IRサイト : <https://www.ga-tech.co.jp/ir/>