



成長可能性に関する説明資料

株式会社ハウズドゥ【3457】

2015年 3月25日



企業ハイライト

P.3~P.12



強みと特長

P.13~P.19



市場環境

P.20~P.23



成長戦略

P.24~P.29



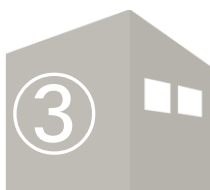
企業ハイライト

P.3~P.12



強みと特長

P.13~P.19



市場環境

P.20~P.23



成長戦略

P.24~P.29

会社名	株式会社ハウストゥ
代表取締役	安藤 正弘
設立	2009年1月
資本金	303,688,000円
売上・経常利益	売上：133億円、経常利益：2億円(2014年6月現在)※連結
従業員数	437名(2014年6月現在)※グループ合計
本社	東京都千代田区丸の内1丁目8-1
本店	京都市中京区烏丸通錦小路上ル手洗水町670
事業内容	フランチャイズ事業、不動産事業、住宅流通事業

フランチャイズ事業

- 不動産売買仲介のフランチャイズ事業展開
- 加盟店へノウハウ(集客戦略・IT戦略・教育研修・モチベーションアップ戦略等)提供

不動産事業

- 中古住宅買取再生販売、建売・売建の販売、不動産賃貸事業
- ハウス・リースバック(インカムゲイン+キャピタルゲイン)を展開

住宅流通事業

- 不動産売買仲介事業
- リフォーム事業、住宅(新築戸建)事業

その他事業

- 人材採用・教育事業
- 住宅ローン斡旋事業

会社沿革



代表取締役社長
安藤 正弘

1965年6月生。1991年京都府にて不動産売買仲介事業を創業し、「不動産業界を変える」を企業理念に掲げグループ事業を拡大し今日に至る。

2015年3月25日
東証マザーズ上場

2013年10月
「ハウス・リースバック」
サービス開始

2012年2月
京都本店、東京本社体制始動
住宅ローン斡旋事業を開始

2011年11月
人材採用・教育事業を開始

2010年1月
住宅情報モール草津店を開設
～ワンストップサービスをスタート～

2009年1月
株式会社ハウストゥ・フランチャイズ・システムズ(現株ハウストゥ)を創業

2006年2月
不動産売買仲介事業のフランチャイズ事業を開始

2003年9月
不動産売買事業を開始

1998年7月
リフォーム事業を開始

1991年4月
京都府向日市で
不動産売買仲介事業を創業

基盤サービス
構築

三位一体
仲介・リフォーム(建築)・買取
構築

ワンストップサービス
拡大

業界を変える

不動産業界をお客様のための業界へ

【ブランド理念】

私たちは日本の住宅市場をオープンにし、
お客様のライフステージに即した理想の住宅を
積極的に住み替えたりできる
「住まいの新しい流通システム」を築きます

- たくさんの情報の開示を目指します
- 営業ノウハウをフランチャイズ店舗網へ
(集客力・IT戦略・人材教育・モチベーション戦略・サービス商品提供)

顧客本位の営業姿勢
イメージキャラクター起用による広告宣伝効果
店舗数の増加(=物件情報の増大)



「ハウズドゥ！」ブランドの認知度上昇

不動産売買仲介を起点とした
「住まいのワンストップサービス」の提供

フランチャイズ事業

- ブランド力強化
- 営業ノウハウ
- システム・WEB
- 教育研修

情報が情報を呼ぶ
好循環の発生
「各事業シナジー効果増大」

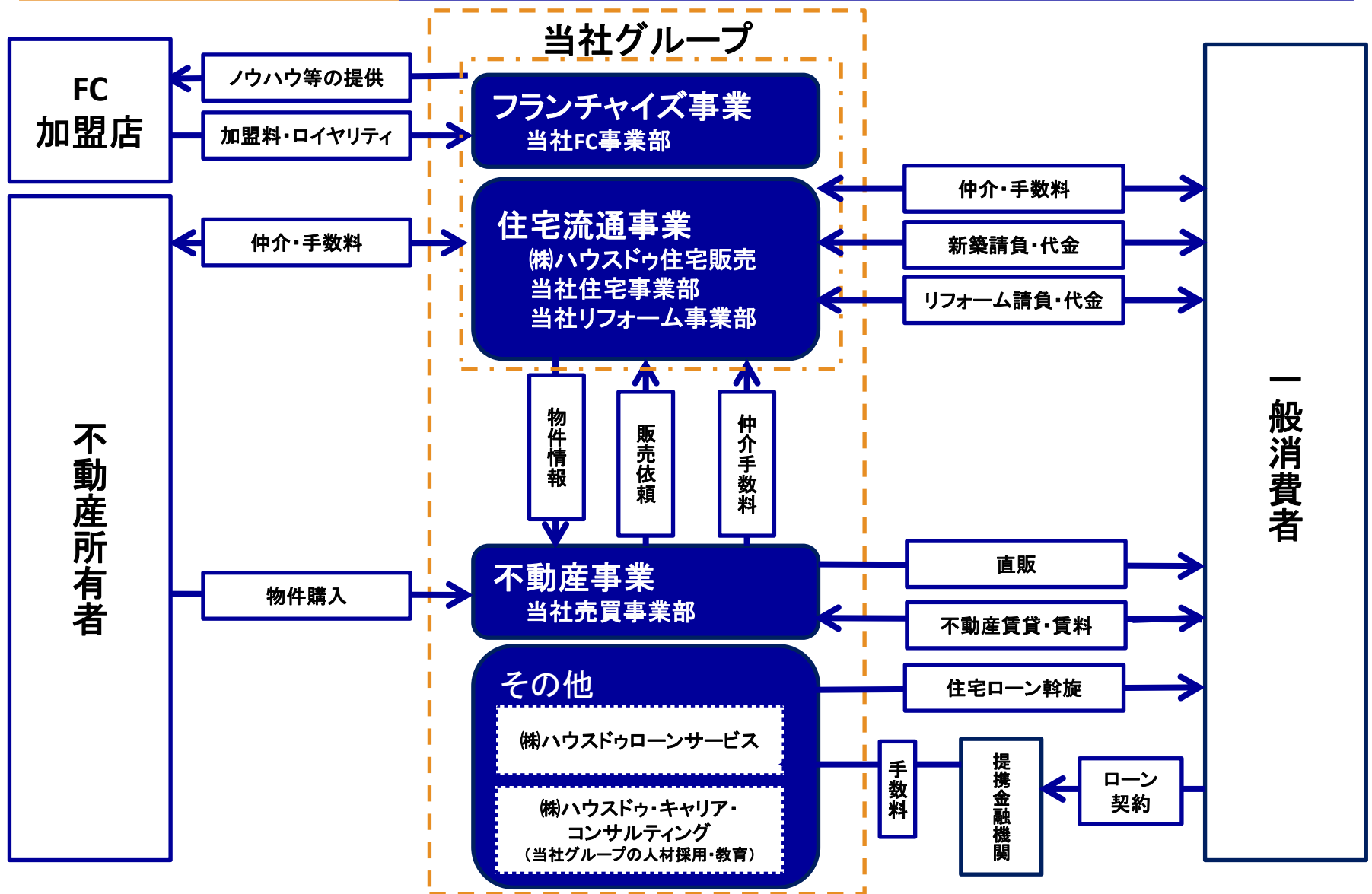
不動産事業

- 不動産買取再生販売
- 建売 分譲住宅
- ハウス・リースバック
(賃貸+売買)

住宅流通事業

- 売買仲介+リフォーム
- 土地仲介+新築(戸建)請負
- 住宅ローン・保険提案

事業系統図

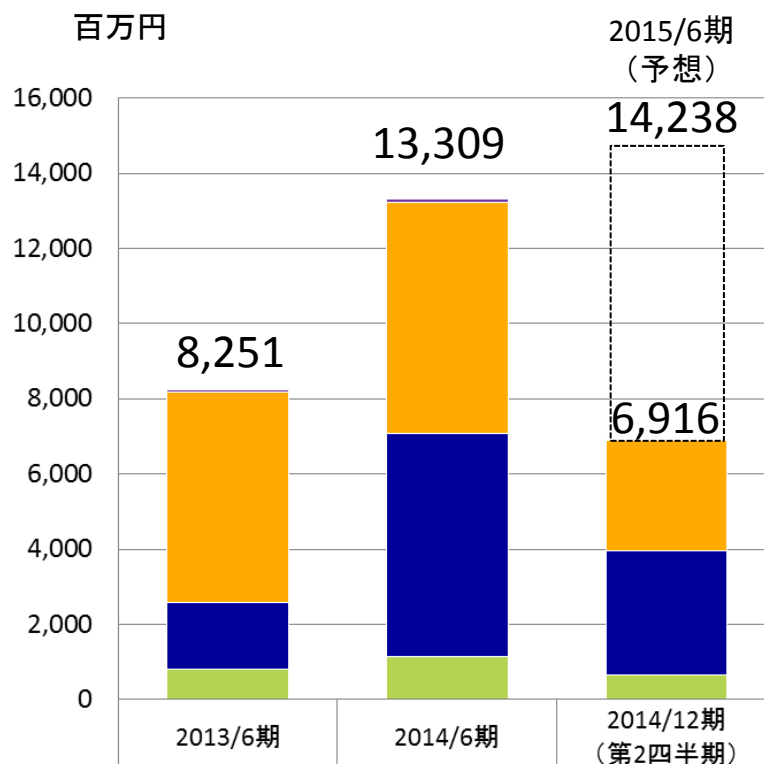


業績推移：売上高・経常利益の推移（連結）



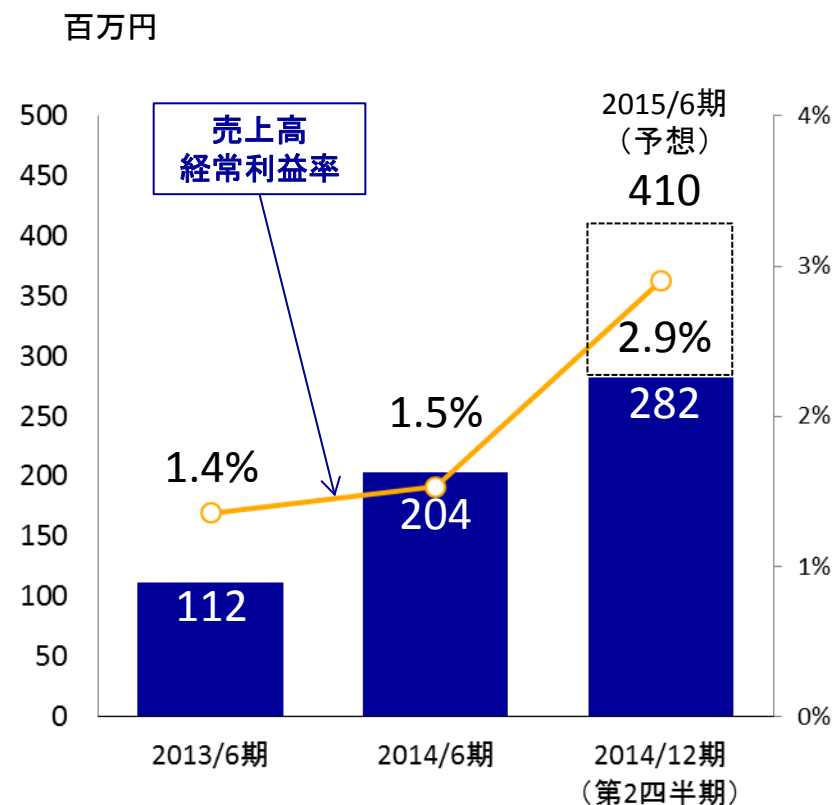
各事業とも売上高、利益は伸長

売上高推移



	2013/6期	2014/6期	2014/12期 (第2四半期)
■ その他事業	61	84	28
■ 住宅流通事業	5,622	6,157	2,928
■ 不動産事業	1,761	5,932	3,313
■ フランチャイズ事業	805	1,134	646

経常利益推移



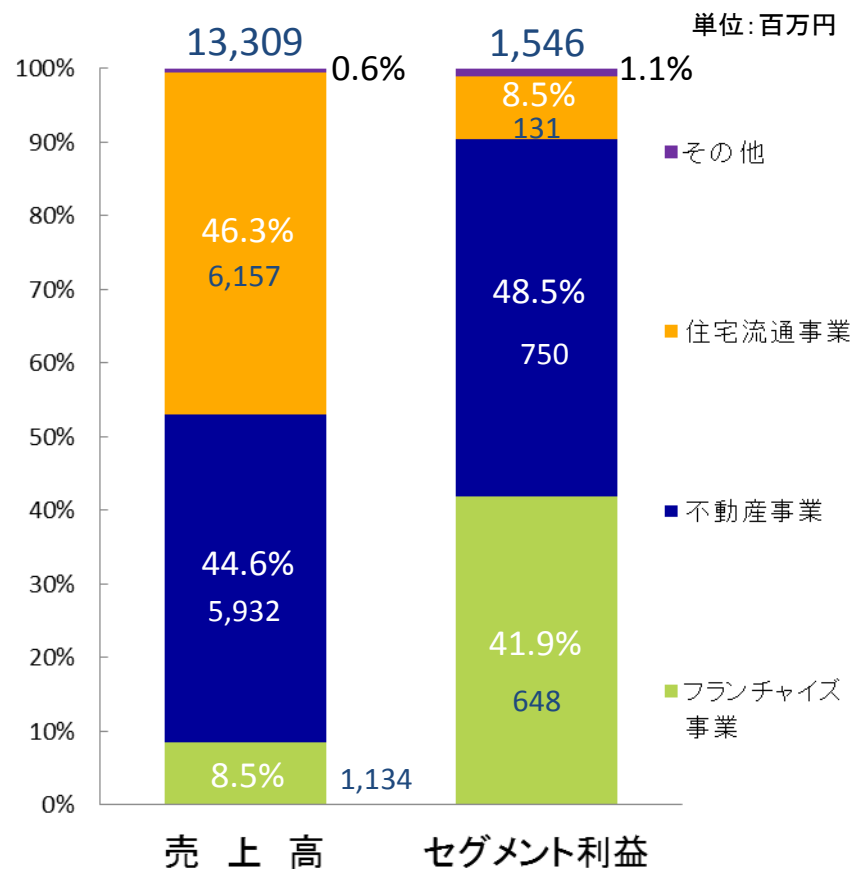
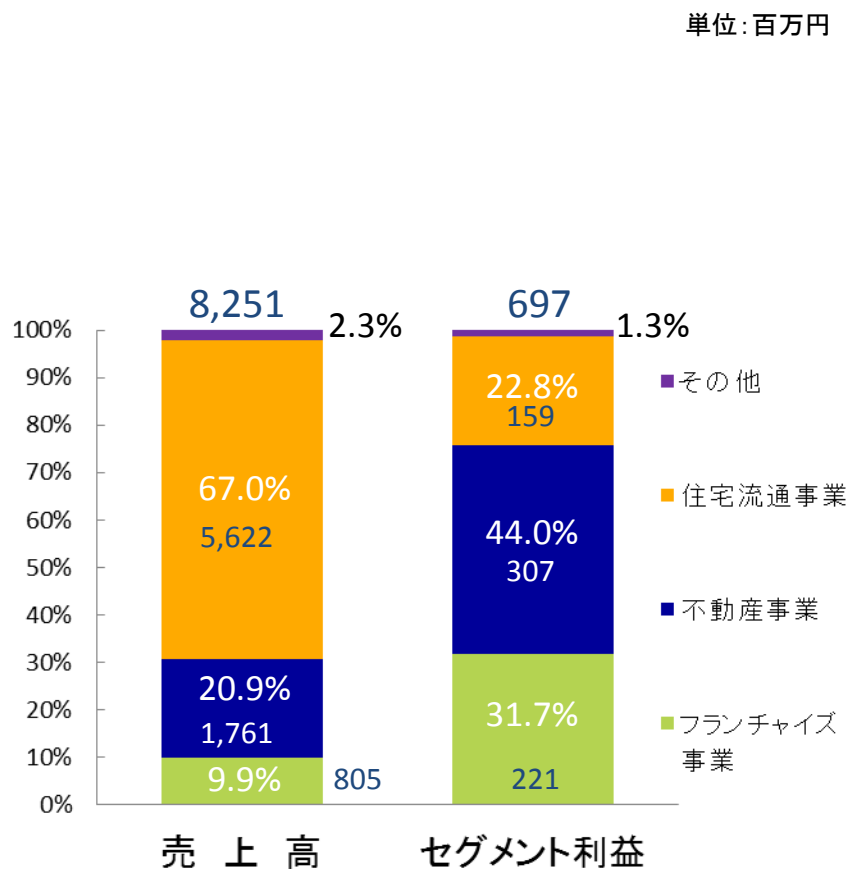
業績推移: セグメント別売上高・利益構成



フランチャイズ事業は売上構成比は低いが、利益率が高く収益の柱

2013/6期

2014/6期



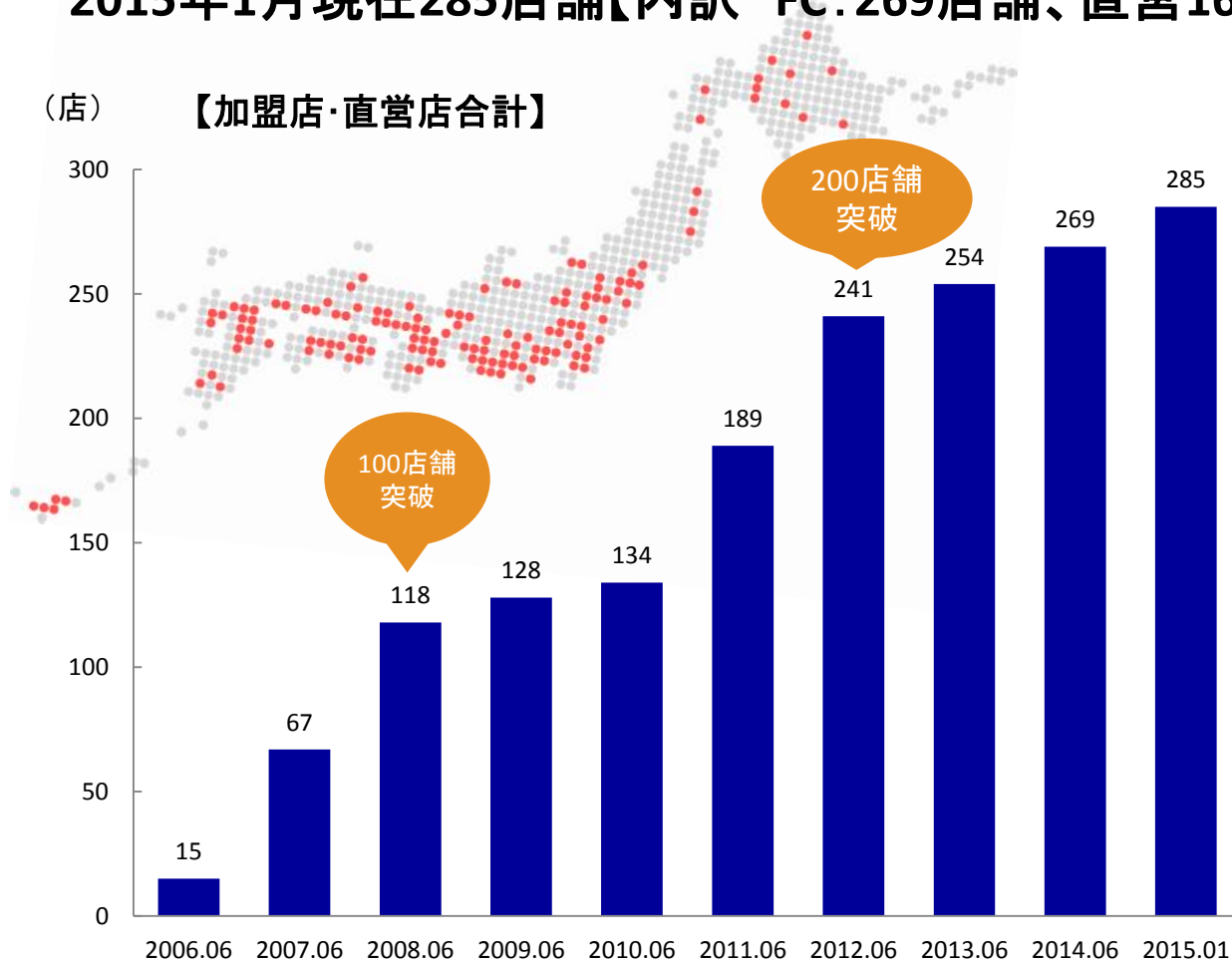
注1: グラフの大きさは売上高に比例

注2: セグメント利益構成は調整額(全社費用)控除前の金額を100として計算

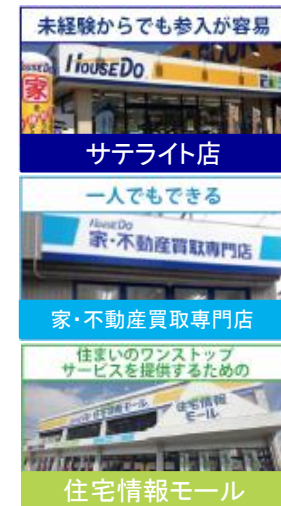
店舗数推移

フランチャイズ展開スタート時より着実に店舗数は増加
 2015年1月現在285店舗【内訳 FC:269店舗、直営16店舗】※オープン準備中33店舗含む

【加盟店・直営店合計】

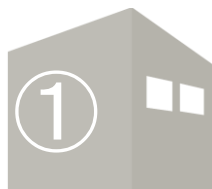


【店舗形態は3種類】



【店舗数内訳(2015年1月末)】

	サテライト店	買取専門店	住宅情報モール	合計
FC加盟店	253	14	2	269
直営店	5	4	7	16
合計	258	18	9	285



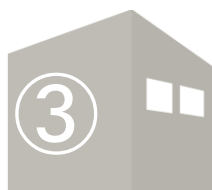
企業ハイライト

P.3~P.12



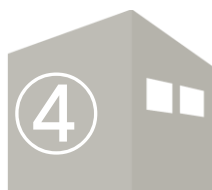
強みと特長

P.13~P.19



市場環境

P.20~P.23



成長戦略

P.24~P.29

- 集客力(情報量、スピード)

エリアを絞り、地域密着型、地域NO.1戦略

- 不動産仲介は川上ビジネス

川上ビジネスによりお客様のニーズを的確に捉えられる
(住宅流通事業)

- 売れ筋物件の仕入れ

常にお客様のニーズを捉え、売れ筋物件の仕入れを可能にする
(不動産事業)

- FCチェーンのスケールメリット

成功事例を共有し地域格差をいち早く察知し、各エリアに活かす
(フランチャイズ事業)

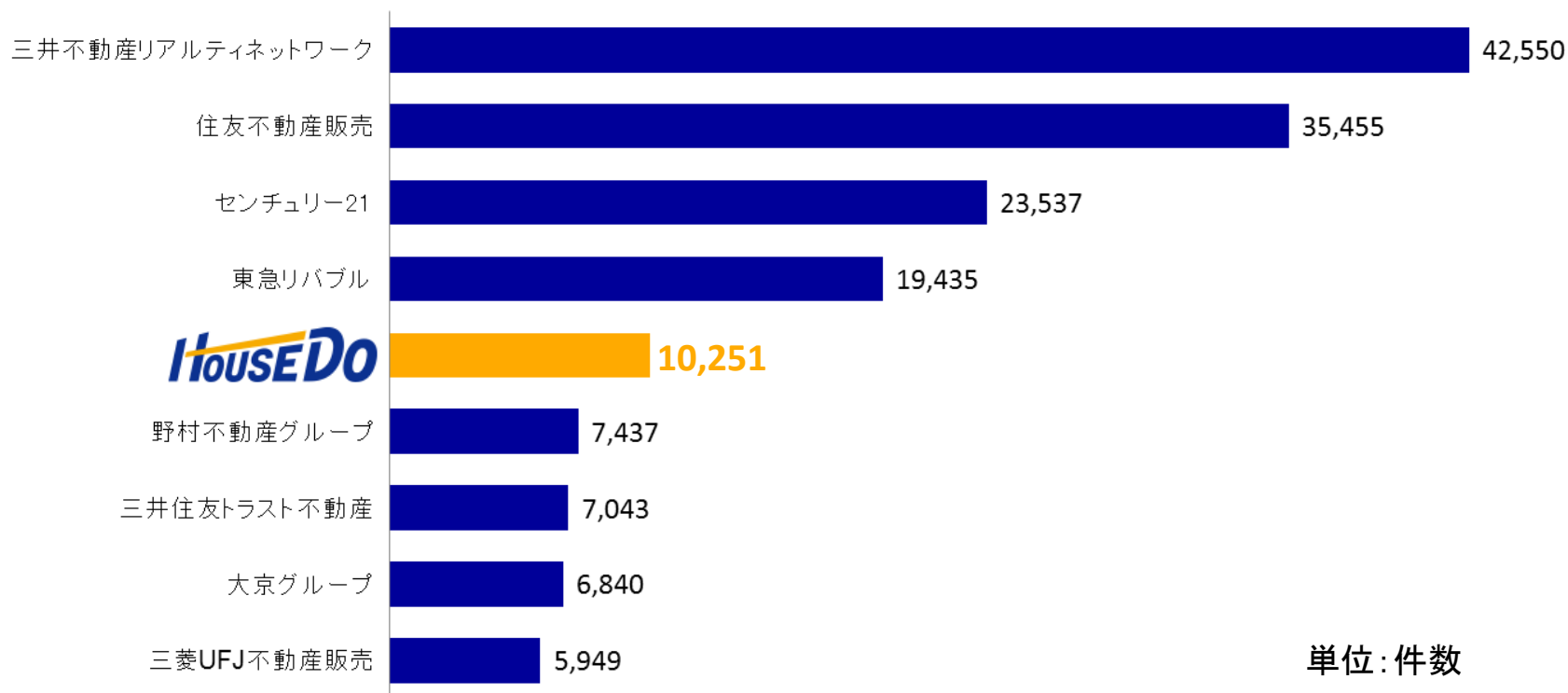
- TVCMイメージキャラクター戦略

優良顧客の確保・優良な人材確保

事業の特長1 - 業界大手としてのポジションを確立



売買仲介件数では、業界大手としてのポジションを確立

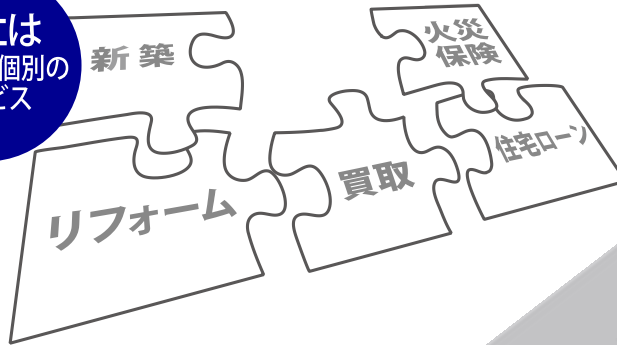


注: 数値は当社を含め2013.4~2014.3の数値、当社フランチャイズ店の数値は申告ベース
出所: (株)不動産データ&ジャーナル社「流通大手15社・14社の仲介実績推移(2012~14年)」、センチュリー21IR資料等より

【競合他社との違い】

様々なサービスを1つの店舗で提供できるため、お客様がサービス毎に他の企業に連絡・訪問する手間を解消できる

他社は
それぞれ個別の
サービス



当 社



を入り口とすることで
ワンストップサービスを実現



住まいのワンストップサービス

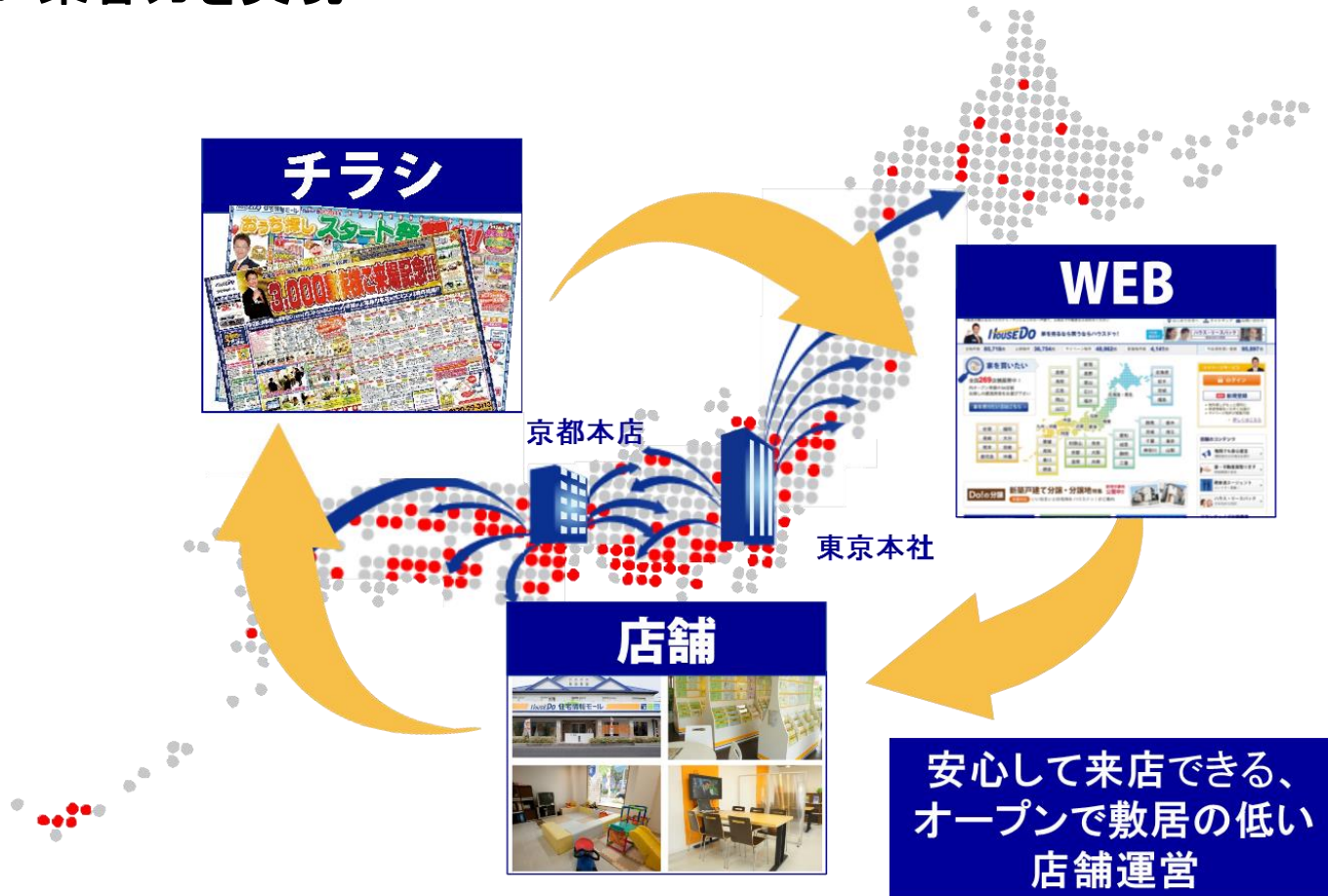
Do!の 仲介	Do!の リフォーム	Do!の 家	Do!の 買取	Do!の ローン	Do!の 保険
------------	---------------	-----------	------------	-------------	------------

事業の特長3 - 豊富な物件情報を多媒体で効率的に提供



不動産物件情報のオープン化推進

豊富な物件情報を、チラシ、WEB、店舗(来店)で効率的に提供し、高い集客力を実現



事業の特長4 - 利便性の高いシステム開発力



業務支援システム”DO NETWORK!”と 物件情報サイト(ポータルサイト)と各店舗のホームページが完全連動



顧客管理
物件管理
業者管理
チラシ作成

物件情報や顧客管理が連動しているので
同じ情報を何度も入力する作業ロスを大幅にカット！

事業の特長5 - 幅広い年代の消費者ニーズに対応

住宅の一次取得者から、不動産活用を考える世代まで幅広い年代の不動産ニーズに対応

【不動産活用】

リースバック

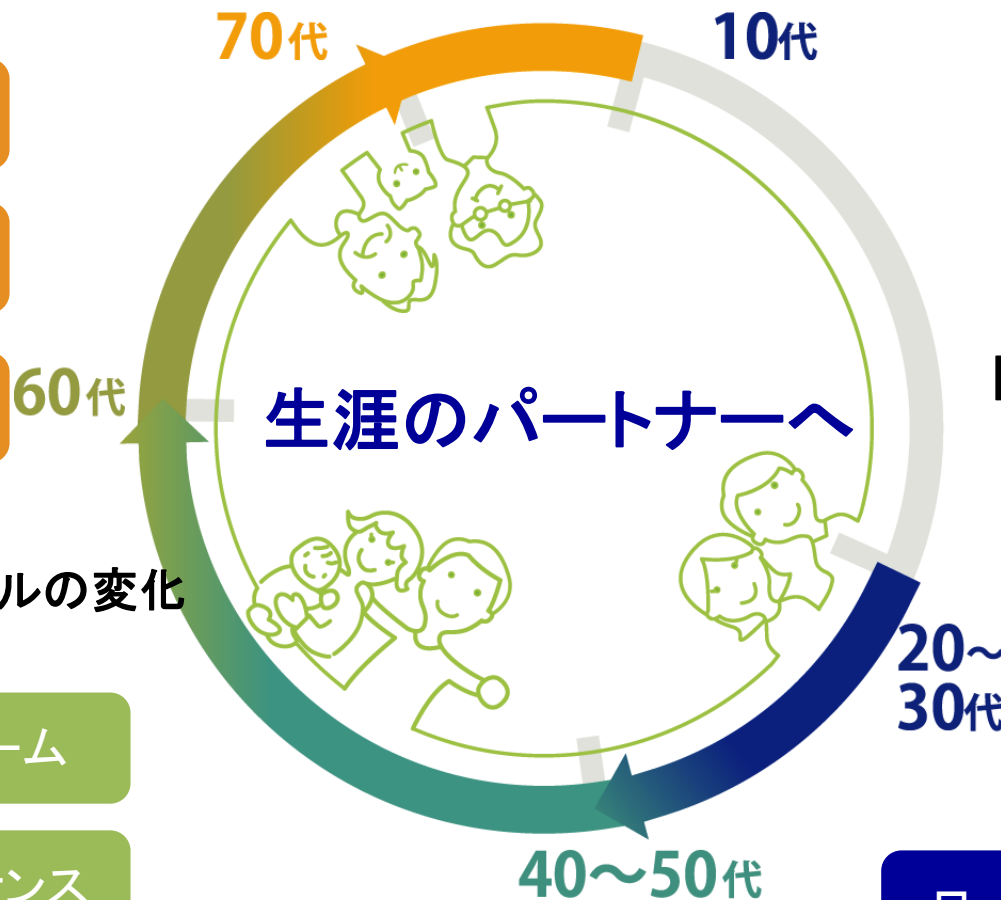
買取

売却

【ライフスタイルの変化に対応】

リフォーム

メンテナンス



【初めての家探し】

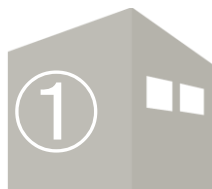
自宅購入

リフォーム

建築

ローン

保険



企業ハイライト

P.5~P.14



強みと特長

P.13~P.19



市場環境

P.20~P.23



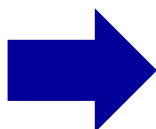
成長戦略

P.24~P.29

中古流通・リフォーム市場規模は倍増へ



政府成長戦略



2020年(平成32年)までに
中古住宅流通・リフォーム市場の規模を
倍増へ
(2010年:10兆円→2020年:20兆円)

出所:国土交通省 中古住宅・リフォームトータルプランをもとに作成

新築中心の住宅市場から
リフォームにより住宅ストックの品質・性能を高め、
中古住宅流通により循環利用されるストック型の住宅市場に転換

【ご参考】

新築中心の民間住宅投資は、15.9兆円(国内総生産の3.3%)

出所:内閣府(2013年度名目値ベース)

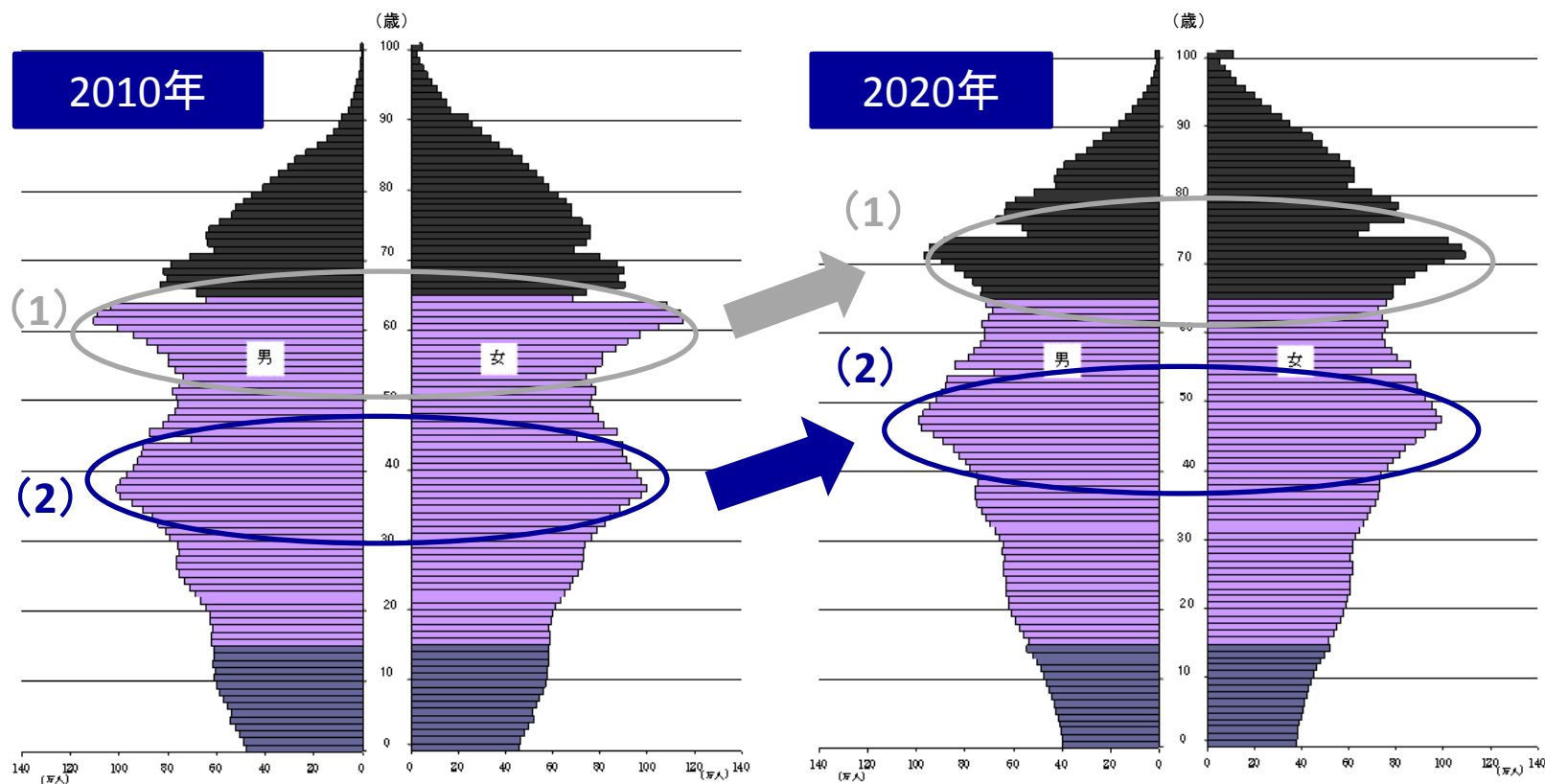
不動産市場のマクロ環境認識②

少子高齢化の中、団塊世代・団塊ジュニアの不動産需要は多岐に渡る

(1) 団塊世代: 住み替え、リフォーム、ハウス・リースバック需要等

(2) 団塊ジュニア世代: 新規及び中古住宅購入、住み替え賃貸需要、リフォーム、住宅ローン

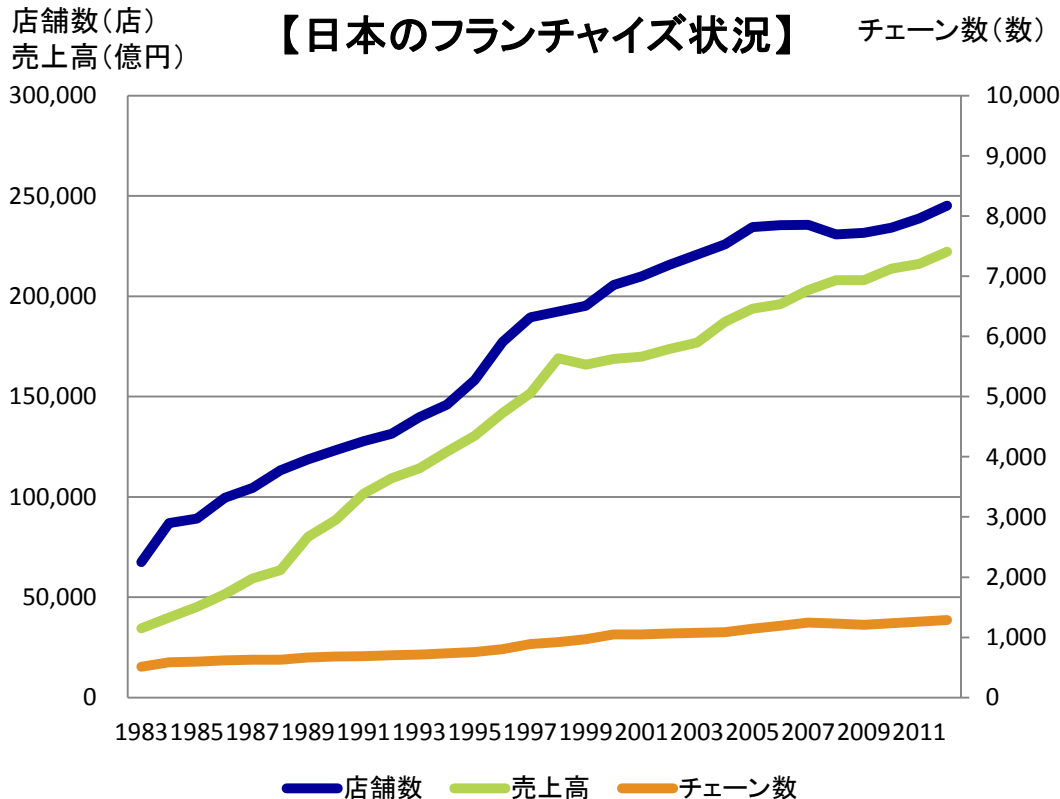
当社は人口が多いゾーンが変化したとしても、ターゲットにあったサービス提供を実現できる



出所: 総務省統計局資料

日本のフランチャイズチェーンの現状

大多数の業種でチェーン化が進んでいる
 不動産業界もチェーン化のスピードが加速すると予想される



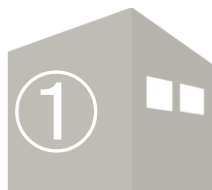
【10人未満の零細企業の割合】

不動産業の96%が零細企業。飲食業などと同様チェーン化が進む事が予想できる。

従業者数	5人未満	10人未満
全産業	58.7%	78.2%
不動産業	86.2%	96.0%

出所:平成26年不動産統計集
 (公益財団法人不動産流通近代化センター)をもとに作成

出所:一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、統計調査をもとに作成



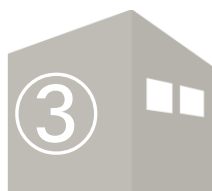
企業ハイライト

P.3~P.12



強みと特長

P.13~P.19



市場環境

P.22~P.25



成長戦略

P.24~P.29

不動産売買仲介件数では業界大手のポジションを確立、
出店スピードはブランド強化により加速へ

ブランド強化



複数店舗出店加速

地場大手・上場企業などの加盟が増加。大都市圏を中心にフランチャイズ加盟業者の複数店舗展開が進む

不動産事業者参入加速

これまで異業種からの加盟が多かったが、ブランド力強化が進むと不動産事業者の加盟が進む

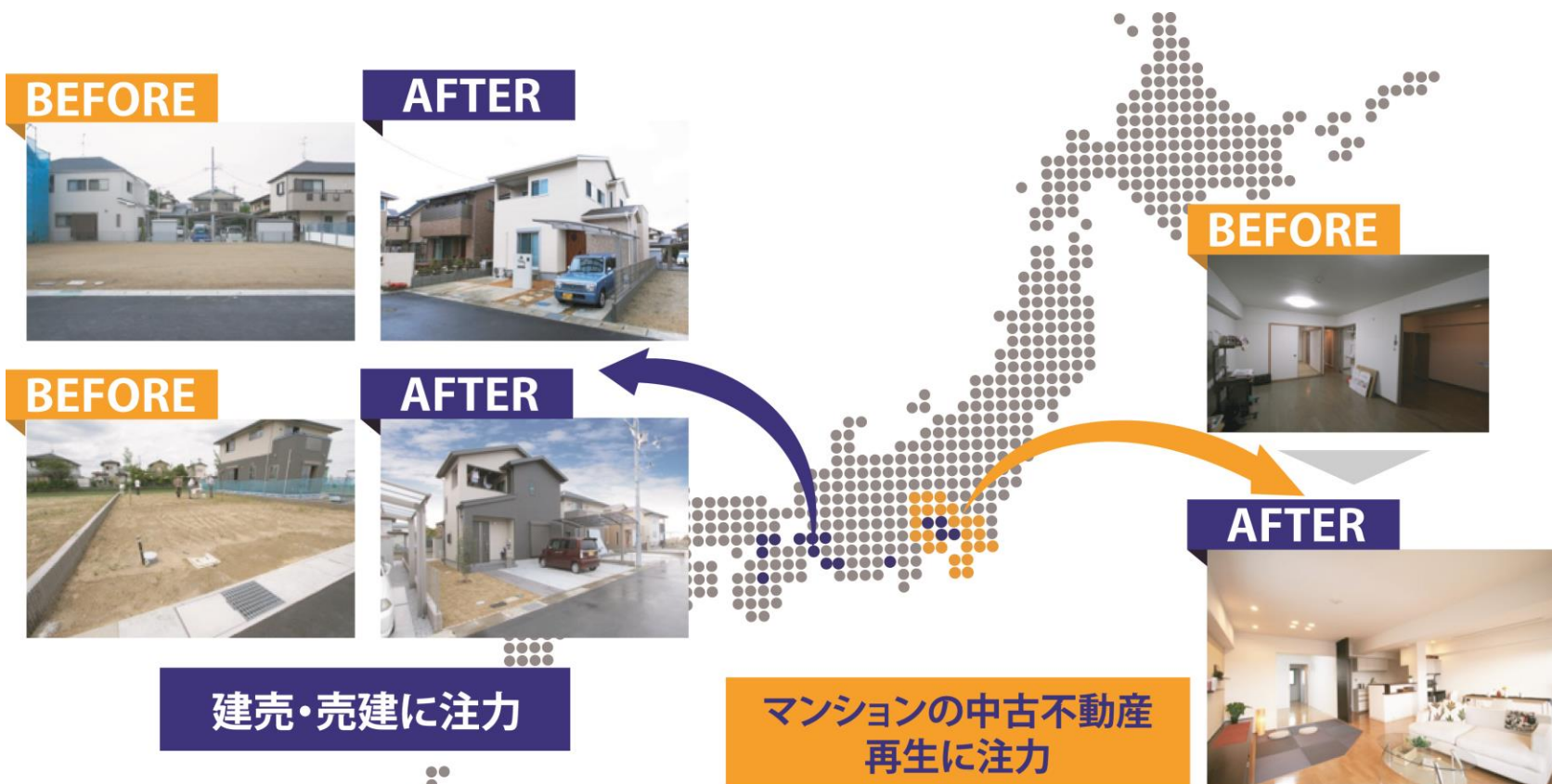
フランチャイズ店のモデルとなる住宅流通事業を展開

- ・ 売買仲介を起点に周辺事業を獲得
 - 売買仲介(中古物件)+リフォーム、売買仲介(土地)+新築等を提案



成長戦略：不動産事業①

首都圏を中心に区分所有(マンション)の中古不動産再生に注力
直営店舗エリアにて、入手した土地情報を活用し、建売・売建に注力



成長戦略: 不動産事業②

中長期の成長事業として、ハウス・リースバック事業に注力
リバースモーゲージに代わる新サービス

ストック収益増加
(賃貸収入)



キャピタルゲインの獲得
(将来の売却益)

ハウス^{Do}リースバック[®]

売却後も売却した家に住める



「業界を変える」を合言葉に、より多くの物件情報の開示や「住まいのワンストップサービス」の提供で顧客に高い利便性を提供する

- 物件情報の更なるオープン化等、不動産業界を顧客本位に変革
- 当社ビジネスモデルを全国により早く広めるべく、フランチャイズ事業を積極展開
 - － 直営店舗で蓄積した実践的な営業ノウハウ、業務支援システム、教育メニューの提供及び加盟しやすい料金体系でフランチャイズ店舗網は拡大中

不動産売買仲介件数では、
業界大手としてのポジションを確立

売買仲介を起点に
「住まいのワンストップサービス」
を提供できる体制を構築

社会環境、業界環境の変化に応じて
新サービスも開発
『ハウス・リースバック事業』

中古住宅流通・リフォーム市場の整備拡大
(政策による追い風)

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、予測及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一般的な国内及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、当社グループは、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。