



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ラストワンマイル

Index

目次

- ▶ 1. 会社概要・事業概要 P2
- 2. 財務ハイライト..... P16
- 3. 市場規模..... P20
- 4. 事業の特徴と競争優位性 P23
- 5. 成長戦略..... P30

サービスや情報が溢れかえる現代だからこそ、
お客様との最後のコミュニケーション(直接対話)が一番大切です。
当社グループは、世界中の優良なサービスを提供することで
新たな市場を創造してまいります。

株式会社ラストワンマイル 代表取締役社長 清水 望



ラストワンマイル = 新たな市場を創造する「セールスとサービスのハイブリッドプロバイダー」

私たちの生きている21世紀は、テクノロジーが過去に例を見ないスピードで進化しております。
近年では、革新的なサービスが世界中で次々と生まれては消えており、生活に必要な不可欠なライフラインサービスも日々進化を続けております。
そして、テクノロジーの急速な発展による情報の混沌化や情報格差は、今後益々加速していくと予測されます。

しかし、いくら革新的なサービスがあっても、お客様が本当に素晴らしいと思えるサービスをお客様自身で選択できないと意味がありません。
当社グループはインサイドセールスを活用し、お客様と最後まで直接対話を行い、お客様が本当に必要なサービスを選択できるよう、
お客様それぞれのニーズを踏まえた情報を届けております。

WEB広告でもマス広告でも届かない、お客様との最後の一手を繋ぐセールスとサービスのハイブリッドプロバイダーとして、
"ラストワンマイル"の価値をインサイドセールスで最大化し、より良いサービスを世界中に届けてまいります。

※ハイブリッドプロバイダーとは、サービス販売事業者とサービス提供事業者の両方の立ち位置(=ハイブリッド)として、サービス提供事業者とエンドユーザーを繋ぎ(=プロバイダー)、
世の中にある各種サービスを組み合わせることで、新しいひとつのサービスとしてお客様に提供する事業者という意味です。

社名

株式会社ラストワンマイル

本社所在地

東京都豊島区東池袋4丁目21-1 アウルタワー3F

設立

2012年6月4日

資本金

238百万円 ※2020年11月末現在

事業内容

顧客にとって「最高のサービス」を「必要なタイミング」に「最適な方法」で届けることを追求するラストワンマイル事業

事業セグメント

ラストワンマイル事業

売上高 / 経常利益

7,220百万円 / 63百万円 ※2020年11月期

従業員数

307名 ※2021年9月現在
(アルバイト従業員を含む)

子会社

株式会社まるっとチェンジ、株式会社ITサポート

主要取引先

HTBエナジー株式会社
MCリテールエナジー株式会社
株式会社ファミリーネット・ジャパン
東京瓦斯株式会社

プレミアムウォーター株式会社
東日本電信電話株式会社
西日本電信電話株式会社
株式会社Human Investment
株式会社ネクシィーズグループ

登録商標

ラストワンマイル (商標登録第6240639号)
IoTホーム (商標登録第5929076号)
IoTマンション (商標登録第6234340号)
まるっと (商標登録第6227611号)
まるっとシリーズ (商標登録第6283188号)
5Gホーム (商標登録第6278145号)
5Gマンション (商標登録第6278146号)

許認可・届出

電気通信事業者届出
(届出番号: A-27-14620)
第一種貨物利用運送事業
(登録番号: 関自貨第2706号)
労働者派遣事業許可証
(許可番号: 派13-414111)
有料職業紹介事業許可証
(許可番号: 13-ユ-310840)



代表取締役社長
清水 望

2004年4月 ㈱光通信入社
2009年4月 同社コンシューマー事業部統括部長
2011年4月 株式会社U-MX コールセンター事業統括部長
2012年6月 当社設立 代表取締役 (現任)



取締役副社長
秋月 帥謙

2013年1月 当社入社 執行役員
2014年1月 ㈱Bestコンサルティング取締役
2014年9月 当社 取締役 (現任)



取締役
工藤 健二

2013年7月 当社入社
2018年1月 ㈱ITサポート 代表取締役
2018年6月 当社 執行役員
2018年12月 当社取締役 (現任)



取締役
市川 康平

2015年9月 ㈱イズムスコンサルティング
(現: ㈱ITサポート) 代表取締役
2016年11月 当社入社
2016年12月 当社取締役 (現任)



取締役
久木宮 美和

2013年7月 ㈱プレコムジャパン 取締役
2018年7月 当社 執行役員
2018年9月 ㈱コール&システム 代表取締役
2020年2月 ㈱まるっとチェンジ 取締役 (現任)
当社 取締役 (現任)



取締役
渡辺 誠

2010年9月 ㈱コール&システム 設立
2014年5月 ㈱プラスジャパン 代表取締役
2016年5月 ニッポンインシュア(株) 取締役 (現任)
2016年8月 SSSEO(株) 代表取締役
2018年8月 当社 取締役 (現任)



社外取締役
馬場 亮治

2017年1月 株式会社NATTY SWANKY 監査役 (現任)
2018年8月 当社 社外取締役 (現任)
2019年3月 ㈱INGS 監査役 (現任)
2019年4月 ㈱ADI 代表取締役 (現任)



常勤社外監査役
三神明

1991年6月 カナダ三菱商事会社 副社長兼機械部長
2007年4月 三菱商事(株)内部監査推進室 担当次長
2011年4月 明治大学大学院グローバルビジネス
研究科講師
2017年7月 当社 常勤社外監査役 (現任)



社外監査役
尾崎 充

1998年4月 尾崎公認会計士事務所設立 (現: アクティ
ベートジャパン公認会計士共同事務所)
所長 (現任)
2008年6月 アクティベートジャパン税理士法人
代表社員 (現任)
2016年12月 当社社外監査役 (現任)



社外監査役
石上 麟太郎

1999年4月 八重洲法律事務所 入所
2006年4月 学校法人成城学園 監事
2008年8月 石上法律事務所 所長 (現任)
2018年10月 当社社外監査役 (現任)



執行役員
柳田 拓也

2014年2月 当社入社
2016年9月 株式会社Bestライフソリューション
(現: ㈱まるっとチェンジ)
代表取締役 (現任)
2019年3月 当社 執行役員 (現任)



執行役員
江目 直用

2009年2月 ㈱L-NET 入社
2013年2月 ㈱アズラフォスタ 代表取締役
2018年5月 当社入社
2018年12月 当社 執行役員 (現任)

- 2012年
- 6月 (株)Bestエフオート (現: (株)ラストワンマイル) 設立
 - 7月 NTT東日本二次代理店として営業開始
- 2014年
- 1月 (株)Bestコンサルティングを子会社として設立
- 2016年
- 3月 自社サービス「Best光 (現: まるっとひかり)」を提供開始
 - (株)イズムコンサルティング (現: (株)ITサポート) の株式を80%取得し、子会社化
 - 8月 (株)イズムコンサルティングを(株)Bestマネジメントサービス (現: (株)ITサポート)に商号変更
 - 9月 (株)Bestライフソリューションを(株)プレミアムウォーターホールディングスとともに子会社として設立
 - 12月 連結子会社の(株)Bestコンサルティングを吸収合併
- 2017年
- 8月 (株)Bestマネジメントサービス (現: (株)ITサポート) の全株式を取得
- 2018年
- 1月 100%連結子会社(株)Bestマネジメントサービスを(株)ITサポートに商号変更
 - 2月 B to B to C、及び、B to B to Bモデル事業「ラストワンマイル事業」を開始
 - 4月 日本総合情報通信(株)の株式を60%取得し、子会社化
 - 5月 新電力サービス「全国住宅電気 (現: まるっとでんき)」を提供開始
 - 9月 (株)コール&システムを株式交換により連結子会社化
 - 11月 (株)Bestエフオートが日本総合情報通信(株)を吸収合併し、商号を(株)ラストワンマイルに変更
 - (株)Bestライフソリューションが(株)コール&システムを吸収合併し、商号を(株)まるっとチェンジに変更
- 2019年
- 3月 自社サービスを統一ブランド「まるっとシリーズ」に統一
 - 9月 宅配水サービス「まるっとWATER」を提供開始
 - 11月 新ガスサービス「まるっとガス」を提供開始
- 2020年
- 4月 生活インフラ定額サービス「まるっと定額パック」を提供開始

MISSION

リアルの価値を最大化する

Service × Timing × Method

「最高のサービス」

「必要なタイミング」

「最適な方法」

WEB広告やマス広告では伝えきれない、
顧客と企業を繋ぐ「最後の一手＝ラストワンマイル」を
リアルコミュニケーションの力で結び、
“最高のサービス”を“必要なタイミング”に“最適な方法”で届け、
顧客や企業が抱える課題を解決しております。

VISION

21世紀の革新的サービスを
ラストワンマイルで
1人でも多くに伝え、
世界中のお客様に幸せを届ける

PHILOSOPHY

“繋げる”“与える”で
関わる世界中の人々を幸せに

新居への引越は、引越し先の住居を決めた後、引越し業者の選定、荷造り、各種行政手続きや様々な個人情報の登録変更などに加え、新生活に必要な不可欠なインフラサービスの手配も行わなければならない、顧客にとって非常に煩雑な手続きが発生するタイミングです。当社グループは顧客の面倒な手続きを代行し、顧客の手間を削減しております。

従来の流れ



引越し・転勤などの際、溢れかえるサービスの中から自分にあったサービスを選び、また問い合わせや各種手続き先がバラバラで一度で手続きを終えられず、時間と手間がかかります。

当社グループサービス



当社グループのオペレーターが顧客に合わせ、ライフラインサービスを中心にワンストップでご提案し、申込み・解約・支払いなど、面倒な手続きを全て一本化することで、検討や申込みの時間を節約し、顧客の面倒を削減いたします。

新生活はライフイベントを迎えるたびに発生し、サービス切り替えニーズが最も集中するタイミングであり様々な悩みが顕在化している

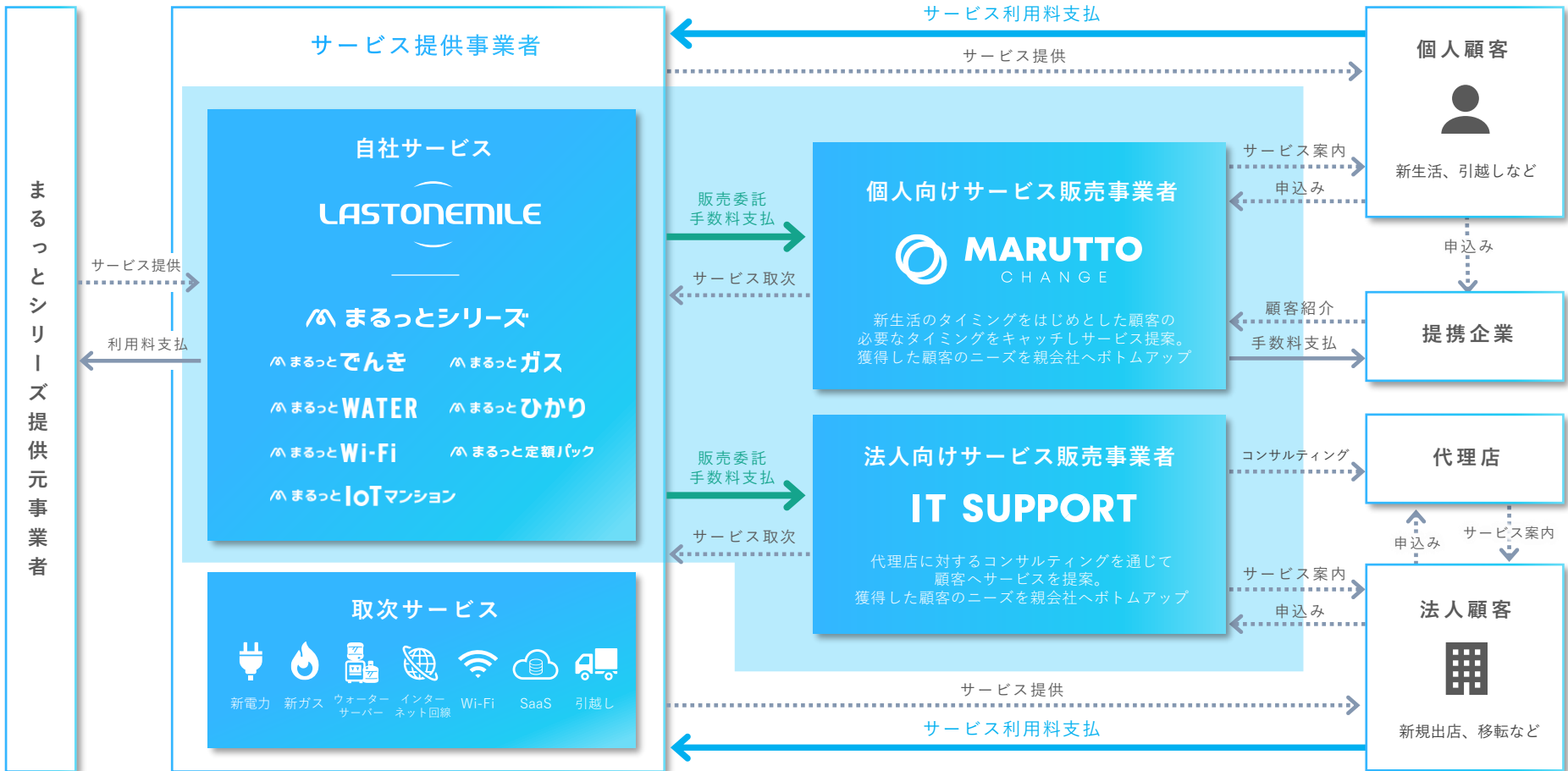
当社グループのメインターゲットである新生活マーケットは、進学や結婚・転勤・住宅購入などのライフイベントを迎えるたびに発生し、また住宅の賃貸・購入に合わせ様々なサービスの購買活動が活発になるため、経済効果の高いマーケットです。

様々なサービスが溢れかえる情報過多の現代では、「何を選べばいいかわからない」という顧客の悩み、「素晴らしいサービスがあるのに提供方法がない」という企業の悩み等、様々な課題が顕在化しております。



当社グループは、ラストワンマイル事業の発展を支えるため、サービス提供事業者、サービス販売事業者、両方のノウハウを最高水準で確立することを目指しております。収益モデルとしては、自社サービスの利用料として顧客から得るストック型売上と、サービス提供事業者からの手数料として得るフロー型売上の2軸が主たる源泉となっております。

■ : 当社グループ ← : ストック型売上 ← : フロー型売上



ハイブリッドの立ち位置でサービス提供事業者とエンドユーザーの双方へ価値を提供

セールスプロバイダーとして
サービス提供事業者へ価値提供

サービスプロバイダーとして
エンドユーザーへ価値提供



サービス提供事業者



エンドユーザー

サービス提供事業者への価値提供
新規顧客の獲得・拡販

エンドユーザーへの価値提供
求めるサービスの提供・開発

新生活の最上流である物件契約のタイミングに、お客様のニーズを汲み取り必要なサービスを最適な方法で提供
 サービス提供事業者には当社グループがセールスを行うことで新規顧客の獲得・拡販という価値を提供



自社サービス

新生活に必要なライフラインサービスを中心に既存サービスでは埋めきれない顧客のニーズを反映し開発・運営。決済をひとつにまとめることができ、自社アプリ「まるっとポータル」で一元管理が可能。複数サービスのお申込みで割引も適用。



いっしょだと
もっともっと安心だね。

まるっとシリーズならライフラインを
いっしょにまとめて安心・お得。

自社アプリ
まるっとポータル

まるっとシリーズの月々の明細を一括管理、
未契約サービスもアプリ上で簡単に追加可能

まるっとシリーズ

まるっとでんき

電気だけにとどまらず、不用品の買取、家電修理サポート、引越し代金の割引など様々な特典を付与。

まるっとガス

東京ガスと同じ料金体系で利用可能。「まるっとでんき」などのサービスとセットにすることで割引特典が受けられる。

まるっとWATER

厳選した採水地の天然水を使ったナチュラルミネラルウォーター。ウォーターサーバーには珍しい「非加熱処理」を実施。

まるっとひかり

NTT東日本、NTT西日本が提供する光ファイバーサービス「フレッツ光」をベースに、人気の高速回線・使い放題のサービス。

まるっとWi-Fi

クラウドSIMモバイルWi-Fiルーターサービス。ベーシックプラン・プレミアムプランの2種類を提供。

まるっと定額パック

電気、ガス、インターネットのライフライン契約をまとめて定額で提供。家計管理を簡便化する業界初^(※)の定額型のサービス。

まるっとIoTマンション

インターネット無料設備だけでなく、オーナー様向けの空室対策のサービスまで幅広く対応。

取次サービス

顧客のあらゆるニーズに応えるため、生活に必要な多種多様なサービスを取りそろえ、顧客にとって最高のサービスを選択・提案できる体制を構築。

100種類以上の
サービスを提供

ライフライン商材



新電力



新ガス

インターネット回線



回線・プロバイダ



Wi-Fi

生活・情報サービス系商材



ウォーターサーバー



引越し



家具レンタル



ホームIoT機器



不用品買取

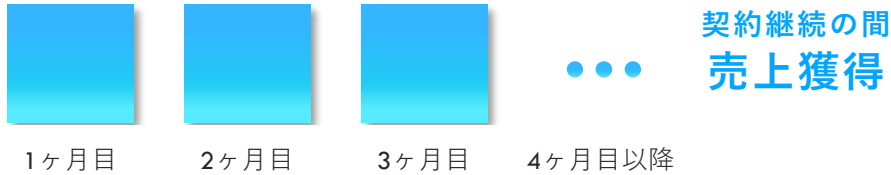
※：ガス料金も含めた定額プランとして業界初。2020年4月6日付自社調べ。

自社サービス \wedge まるっとシリーズ 利用料 = ストック型売上

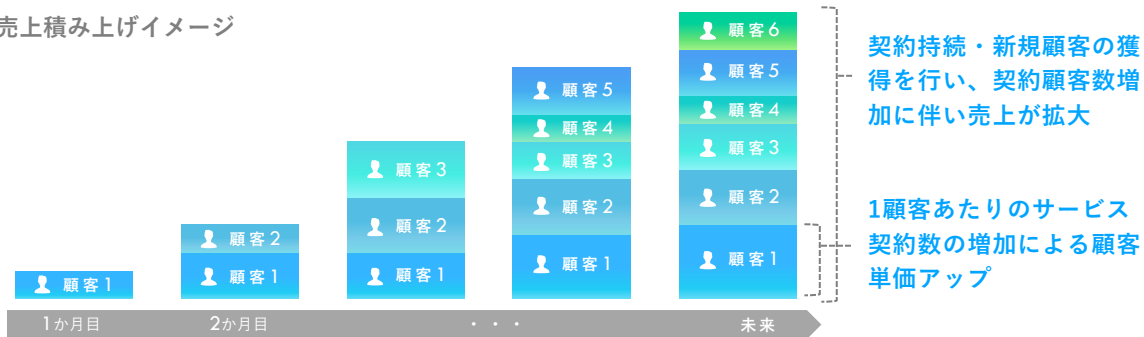
売上寄与度
(2021.11期8月時点) **41.2%**

顧客の契約が続く限り継続的に売上を獲得でき、クロスセル等顧客育成による単価アップも見込める。また外的要因に左右されにくく、安定した経営が可能。

1 顧客あたりの各売上イメージ



売上積み上げイメージ

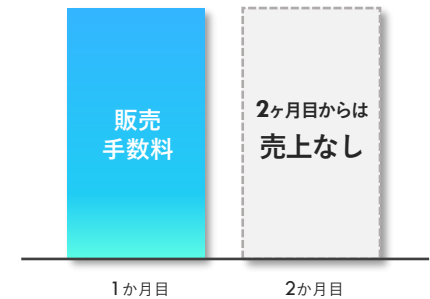


フロー型売上(取次サービス手数料)

売上寄与度
(2021.11期8月時点) **58.8%**

フロー型売上とは、各サービス提供事業者が取り扱うサービスを代理店として販売して得る販売手数料のこと。1件ごとに販売手数料を得られ、ストック型モデルよりイニシャルインパクトは大きいものの、収益獲得のタイミングは初月の1度きり。

1 顧客あたりの各売上イメージ



仙台営業所

全国に3拠点 (池袋本社・福岡・仙台)

合計約400席の

インサイドセールスセンターを運営

当社グループのインサイドセールスセンターは、顧客のニーズに合わせ、1人のオペレーターがワンストップでサービスを提供する、お客様とのコミュニケーションの要となります。

池袋本社

MIYAGI
SENDAI

TOKYO
IKEBUKURO

FUKUOKA
HAKATA

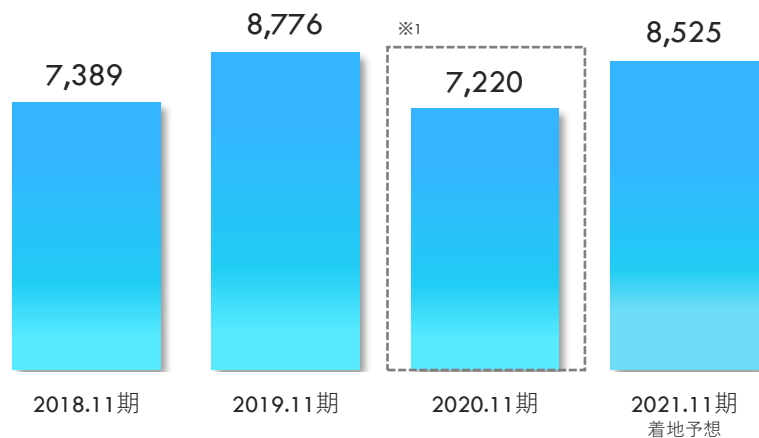
福岡営業所

Index

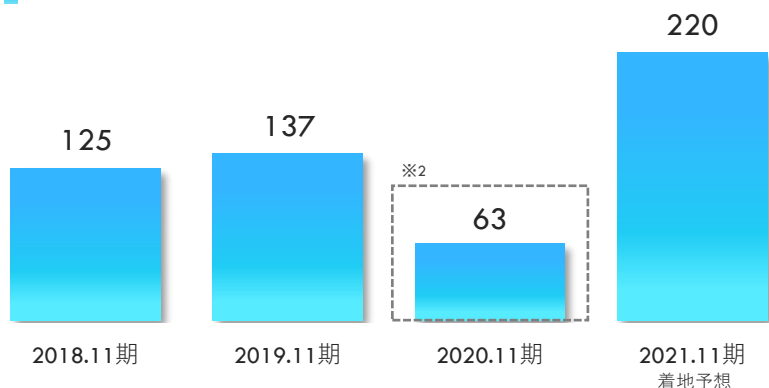
目次

1. 会社概要・事業概要 P2
- ▶ 2. 財務ハイライト..... P16
3. 市場規模..... P20
4. 事業の特徴と競争優位性 P23
5. 成長戦略..... P30

売上高（単位：百万円）

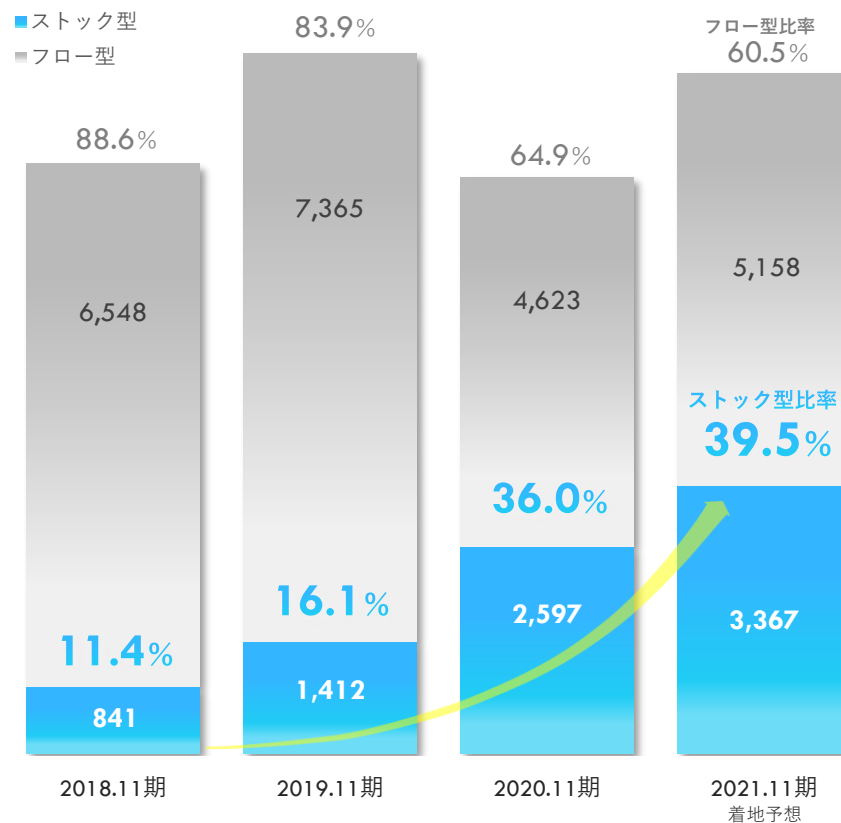


経常利益（単位：百万円）



ストック型、フロー型売上比率の推移（単位：百万円）

今後は自社サービスの獲得に注力し、
ストック型売上比率を増加させ安定的経営を目指す



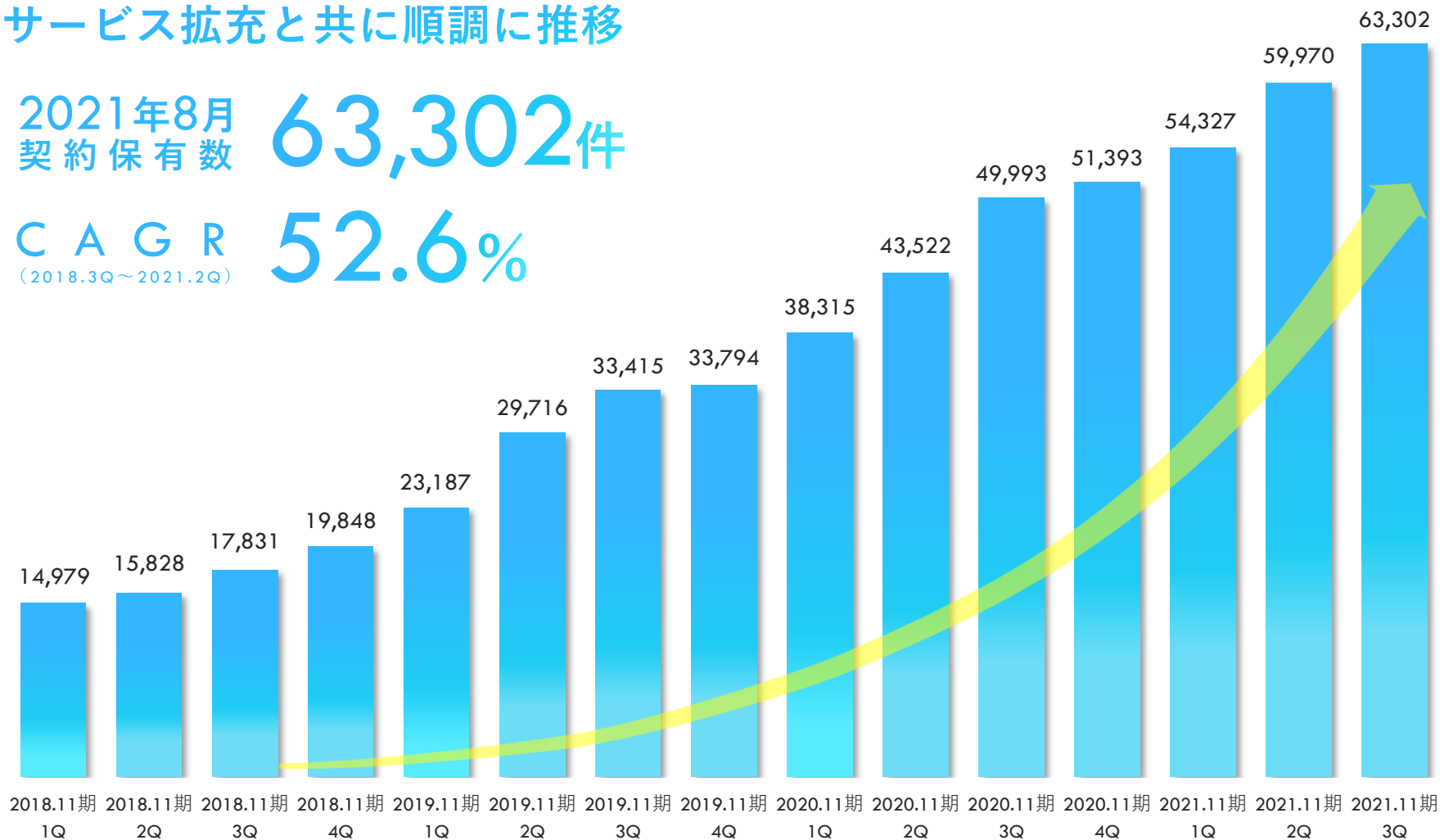
※1 当社グループは2019年7月に一部の他社サービス取次の契約内容を変更し、総額表示から純額表示に変更しております。2020年11月期は当該変更が通期で影響しており減収となっております。

※2 新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の感染拡大に伴う世界的な経済の混乱を受け、従来計画していた景気動向の影響を受けづらい自社サービスの獲得に一層注力したことにより減益となっております。

サービス拡充と共に順調に推移

2021年8月
契約保有数 **63,302件**

C A G R **52.6%**
(2018.3Q~2021.2Q)



※契約保有数算出方法：当社グループの自社サービス「まるっとシリーズ」の合計であり、1人の顧客が複数のサービスを契約した場合はそれぞれを1件として集計しております。

売上高
CAGR^{※1} 21.1%

(2016.11期～2021.11期)

サービス流通件数の増加に伴い、売上高は大幅に成長しています。

自社サービス
(ストック)
指標

売上比率 41.2%

(2021.11期8月時点)

顧客が契約している限り継続的に得られるストック型売上比率は41.2%まで成長し、今後も拡大してまいります。

売上伸率 56倍

(2016.11期～2021.11期)

安定的な収益源であるストック型の売上は順調に成長しており、事業成長のための安定的な財務基盤となっております。

ARR^{※2} 37億円^(※)

(2021.11期8月時点)

一時的な手数料収入等を含まない、ストック型売上である自社サービスのARRは37億円まで成長しており、継続的に増加しております。

Churn Rate^{※3} 1.7%

(2020.11期平均)

BtoCビジネスにおけるChurn Rateの一般的な水準とされている3%～10%に対して低水準で推移し、安定したストック型収益の積上げに寄与しております。

※1 CAGR：Compound Annual Growth Rate（コンパウンド・アニュアル・グロース・レート）の略で、年平均成長率の意。

※2 ARR：Annual Recurring Revenue（アニュアル・リカーリング・レベニュー）の略。算出方法：2021年8月時点のストック型売上に12(ヶ月)を乗じて算出

※3 Churn Rate：解約率。算出方法：当該年各月の自社サービス保有顧客数の合計値に当該年解約数を除して算出

Index

目次

1. 会社概要・事業概要 P2

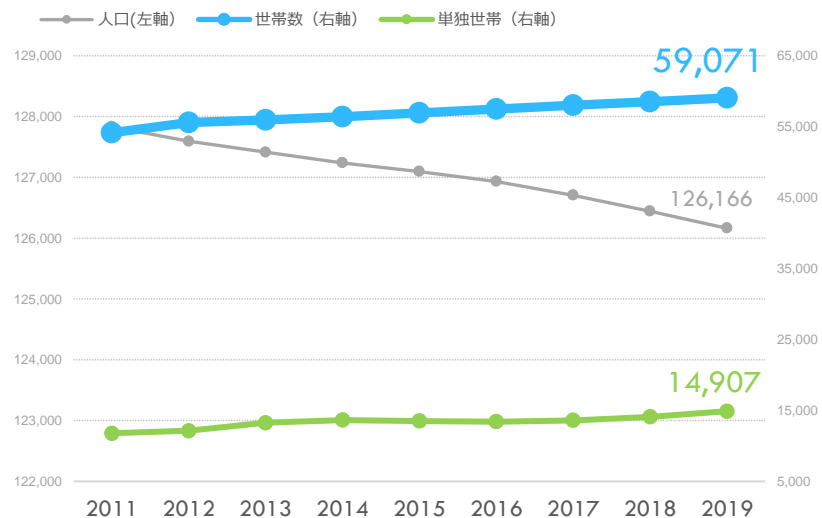
2. 財務ハイライト..... P16

▶ 3. 市場規模..... P20

4. 事業の特徴と競争優位性 23

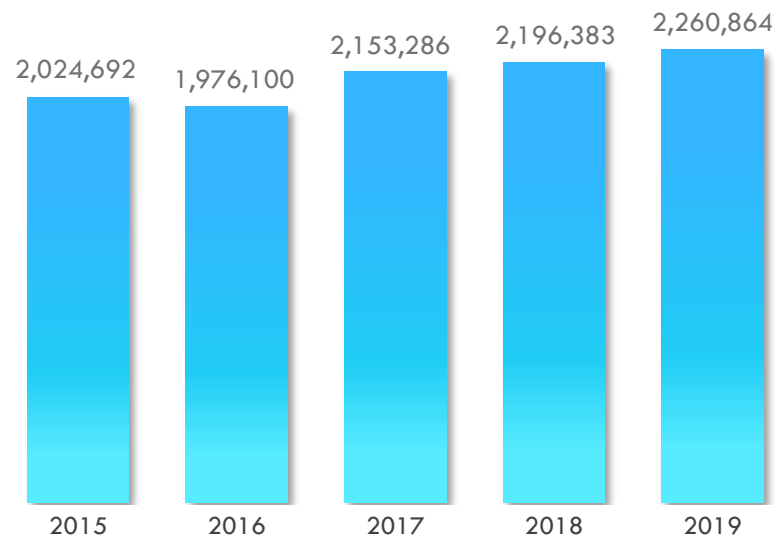
5. 成長戦略..... 10

日本の人口と世帯数の推移 (単位：千人)



人口は減少傾向だが、単独世帯の増加と共に
ターゲットである世帯数は増加傾向

市区町村間移動世帯数の推移 (単位：世帯数)



年間移動世帯数平均

212万世帯

(2015~2019年)

人の移動は一定数あり
安定的な市場

※出所：人口→総務省統計局「日本の統計 第2章 人口・世帯」、世帯数→総務省統計局e-Stat「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」、単独世帯→総務省統計局e-Stat「令和元年国民生活基礎調査」

※出所：当社作成（総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告 結果の概要」の市区町村間移動者数に、厚生労働省「厚生統計要覧 第1編人口・世帯 第3章世帯」の平均世帯人員を除いて計算

新電力
1,629 億/年

新ガス
705 億/年

宅配水
1,147 億/年

新生活マーケットにおけるライフラインサービスの最大切り替えニーズ

9,200 億円/年の市場ポテンシャル

+

追加サービスによりさらなる市場拡大が期待できる

インターネット回線
1,298 億/年

Wi-Fi
1,113 億/年

IoT
3,085 億/年

※算出方法：当社サービス「まるっとシリーズ」各サービス毎の直近1年間（2020年3月～2021年2月）の平均単価に、P21「市区町村間移動世帯数の推移（単位：世帯数）」2019年の移動世帯数220万をそれぞれ乗じて合算

Index

目次

1. 会社概要・事業概要 P2
2. 財務ハイライト..... P14
3. 市場規模..... P18
- ▶ 4. 事業の特徴と競争優位性 P23
5. 成長戦略..... P30

インベストメントハイライト

Investment Highlights

1

新生活マーケットにおける
ユニークなサービスポジション

2

エンドユーザーニーズを
絶えず捉えたサービス開発力

3

セールス品質の標準化と
ハイパフォーマンス

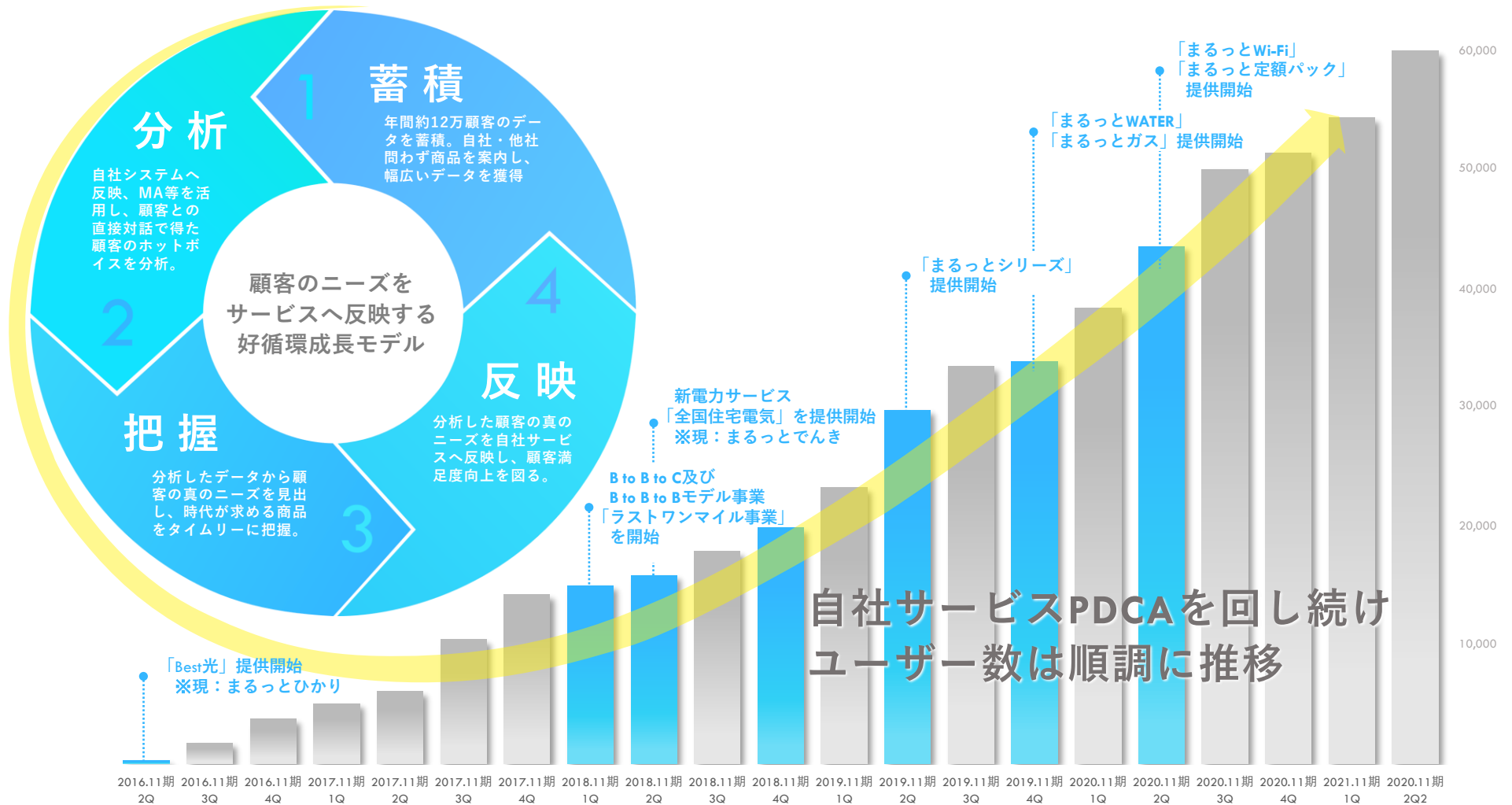
4

提携企業との
ネットワークリレーション

エンドユーザーニーズに対応した商品を提供するため、複数の市場をターゲットとする販売メーカーやメーカー商品ありきでのセールスを展開する一般的なコールセンターや営業代行の企業との差別化が進む



自社サービス「まるっとシリーズ」契約保有数の推移と沿革



営業力を向上させる教育体制

RCL研修制度

(RCL=リアルコミュニケーションライセンス)

当社グループ独自の研修制度。役職ごとに研修のランクが分かれ、その役職に合った専門性の高い分野の研修を実施。プレゼンテーション力を高める資料作成・トーク術を始め、チーム力を強固なものにするロールプレイング等、基礎から応用まで幅広く研修する制度。

評価制度の充実化

各部署に応じて詳細な評価制度を設け、昇格・昇給などに反映。年度末には年間表彰を行い、従業員のモチベーションを高く保ち続けることで高いパフォーマンスを実現。サービスや時代のニーズに応じて評価制度もフレキシブルにブラッシュアップを行い、従業員の成果が評価に著実に反映できる体制も構築。

高品質・低クレームを実現する品質管理体制

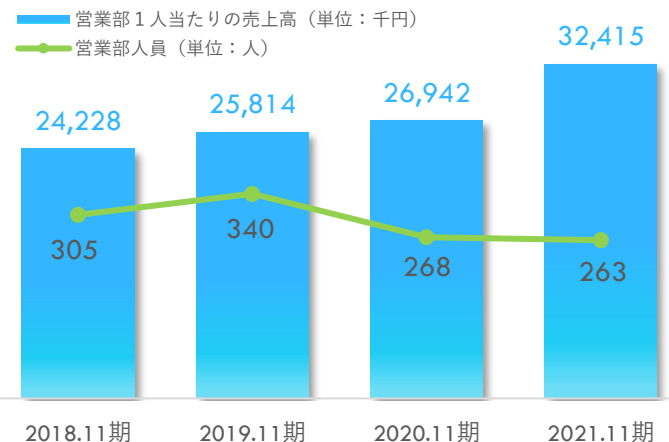
モニタリングの実施

当社グループでは営業部門・管理部門・内部監査による3重のチェック体制を運用しており、トークスクリプト順守の状況等を確認。懸念事項がある場合は該当者にフィードバック、クレームの発生を未然に防止。

トーク内容の定量的評価

アナリティクスを活用し、顧客との会話内容を定量的に分析。話し方の傾向を可視化することで営業力向上に寄与。

営業部人員と1人当たり売上高の推移 ※1



1連携あたりの売上比較

教育体制と品質管理体制の構築により
ハイパフォーマンスを発揮し、高単価を実現

当社

約 12,000円^{※2}

A社

約 4,800円

※1: アルバイト従業員を含む

※2: 売上高からストック型収益を控除し、不動産企業等の新生活関連企業からの連携顧客数で除して算出しており、当該数値については監査法人による監査を受けておりません。

提携社数 3,700 社以上

※2021年8月末時点、代理店経由の件数を含む

不動産企業

大東建託パートナーズ株式会社
 株式会社ハウスドゥ
 株式会社TATERU
 株式会社ハウスメイトパートナーズ
 住友林業株式会社
 株式会社日本財託
 APAMAN株式会社
 イオンハウジング
 株式会社長谷工コーポレーション
 株式会社アンビション
 リビングギャラリー
 株式会社おおきに商店
 ハイトスココーポレーション株式会社
 株式会社クラスコ
 株式会社三好不動産
 株式会社良和ハウス
 株式会社川商ハウス
 株式会社和光
 株式会社ランドネット

株式会社ハウスパートナーホールディングス
 株式会社ユーミーネット
 株式会社エヌリンクス
 ITANDI株式会社
 株式会社ポートホームズ
 調布ハウジング株式会社
 株式会社リクレア・ライフエージェント
 株式会社VALOR
 株式会社ルーム

ハウスメーカー

株式会社カチタス
 株式会社アイダ設計
 リノベル株式会社
 株式会社タツミプランニング
 ケイアイスター不動産株式会社
 株式会社リプライス
 株式会社東京建物アメニティサポート

メーカー・サービス

プレミアムウォーター株式会社
 株式会社トレジャー・ファクトリー
 株式会社エアトランク

家賃保証・かけつけサービス

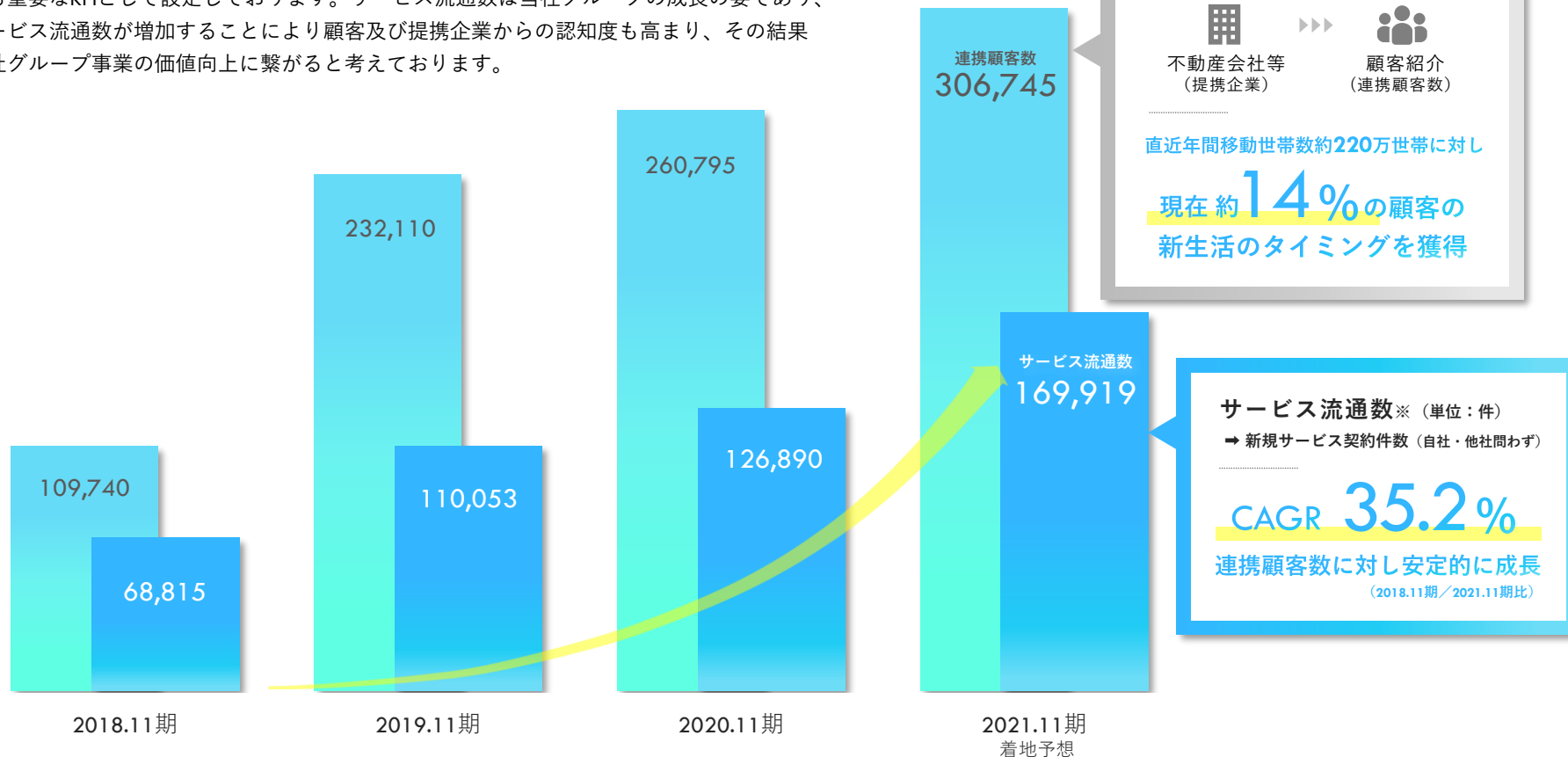
ジャパンベストレスキューシステム株式会社
 株式会社インサイト
 株式会社アクトコール

引越し企業

株式会社アップル
 株式会社プロロ
 株式会社アリスさんサービス
 株式会社ハート引越センター
 ファミリー引越センター株式会社
 株式会社レディアス

▶ 主要KPI設定理由

当社グループは、自社サービス・取次サービス問わず、サービス流通数（新規販売件数）を最も重要なKPIとして設定しております。サービス流通数は当社グループの成長の要であり、サービス流通数が増加することにより顧客及び提携企業からの認知度も高まり、その結果当社グループ事業の価値向上に繋がると考えております。



※1 サービス流通数 算出方法：当社グループの自社サービス及び当社グループが取次販売をしている他社サービスの契約申込み数の合計であり1人の顧客が複数のサービスを契約した場合はそれぞれを1件として集計しております。既に販売を停止ないし停止する予定のサービスは除いております。

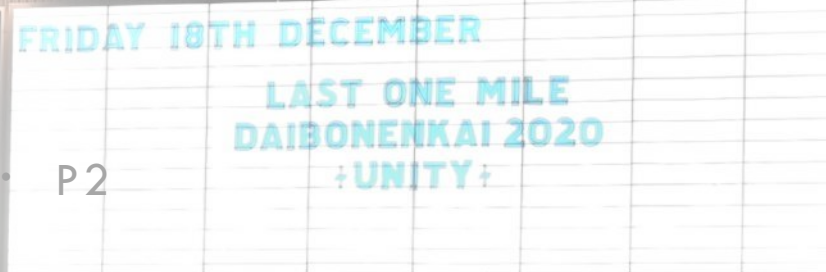
※2 当社グループはアライアンス企業と連携し、顧客の利便性向上を図る取り組みを継続的に行っております。その取組の1つとして近年ニーズが増加傾向にある顧客の転居前宅の電気・ガス等の廃止代行 (当社グループの収益とならない手続)のみを希望される顧客も増加しており、これは分母である連携顧客数に含めておりますが、分子であるサービス流通数には当社の収益となった案件のみ件数を集計しているため、2018年11月期と2021年11月期の成約率(サービス流通数÷連携顧客数)を比較すると低下しております。

STUDIO COAST

Index

目次

1. 会社概要・事業概要 P2
2. 財務ハイライト..... P16
3. 市場規模..... P20
4. 事業の特徴と競争優位性 P23
- ▶ 5. 成長戦略..... P30



現状の「新生活マーケット」は各社が玉石混交し、不動産企業やお客様からは煩雑で分かりにくいものとなっています。当社グループはマーケットありきでサービス構築を行い、レッドオーシャン化していた「新生活マーケット」に対し、ブルーオーシャンマーケットの創出します。

従来の「新生活マーケット」

レッドオーシャン

参入障壁が低い業界



個々でお客様にアプローチするモデル

II

煩雑でわかりにくい

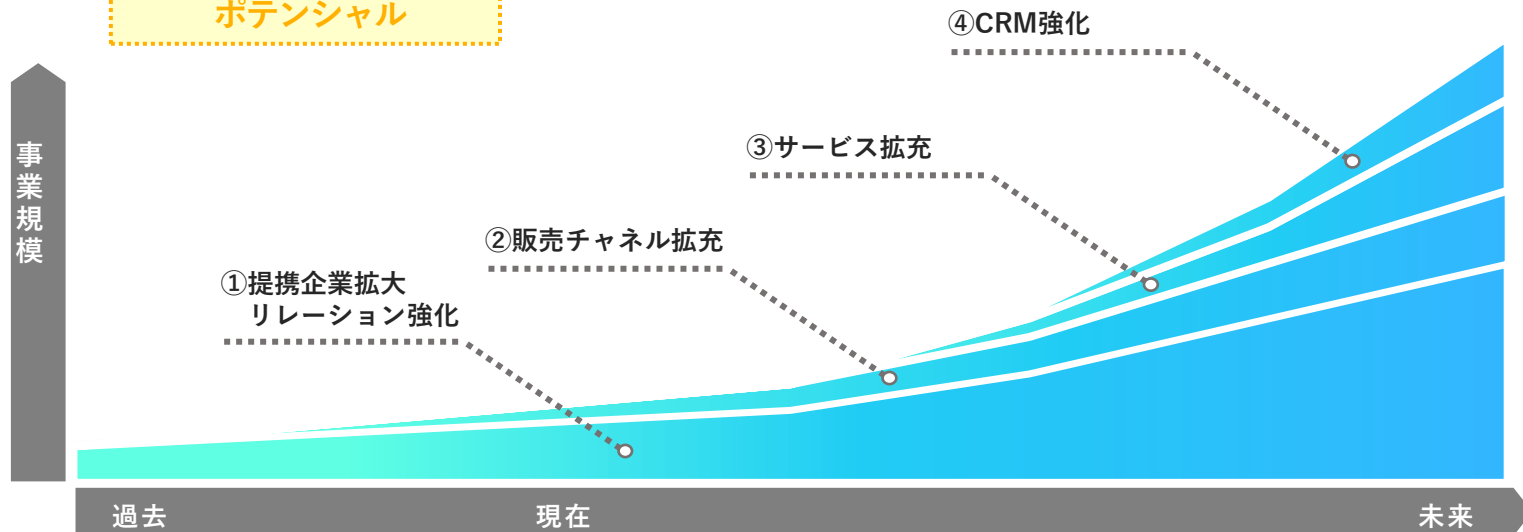
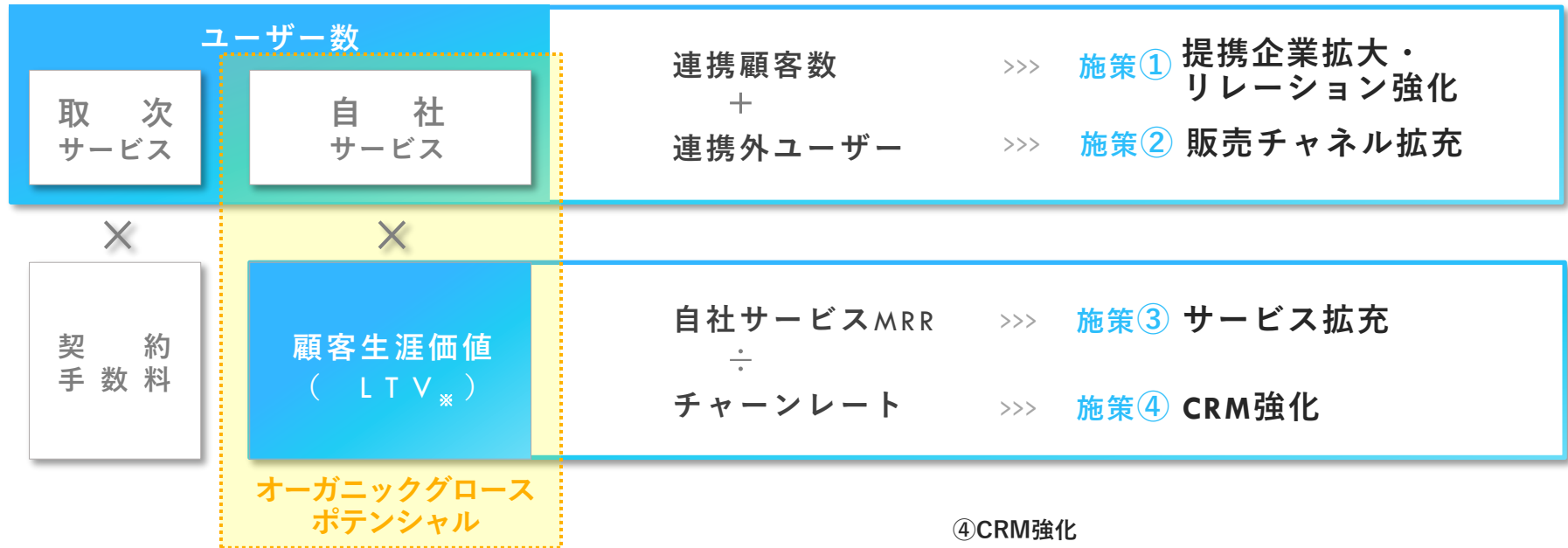
当社グループが創出する「新生活マーケット」

ブルーオーシャン

サービス提供のプロセス改革を行い、単独でのサービス提供が難しい市場へ



ユーザー目線の最適化されたパッケージ戦略を行い、ブルーオーシャン市場を創造



※ライフタイムバリューの略称で、「顧客生涯価値」を指します。具体的には1人又は1社の顧客が、取引を始めてから終わりまでの期間内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したものを指します。

全国の年間移動世帯
220万世帯(※)に対し、

目標シェア率

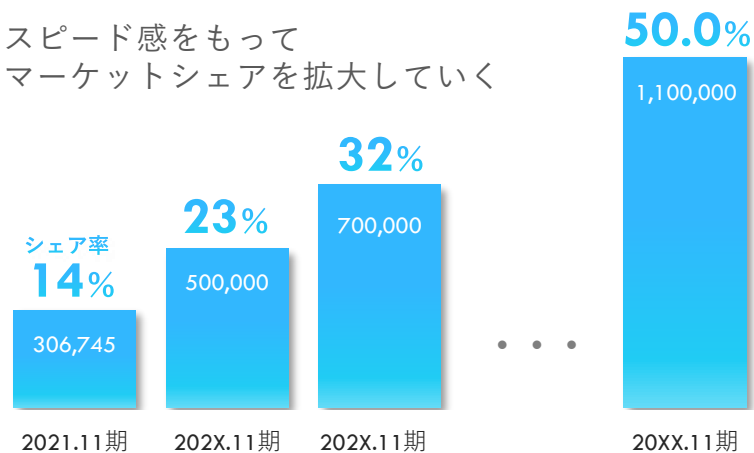
50%

■ 具体的なアクションプラン

- ・ 知名度向上による開拓速度の向上
- ・ 大手企業とのアライアンス実施
- ・ 自社メディアによる直接流入
- ・ 不動産、管理会社向けのサービス拡充

■ 全国の移動世帯に対する顧客連携数目標イメージ (単位: 件)

スピード感をもって
マーケットシェアを拡大していく



※P21 「市区町村間移動世帯数の推移 (単位: 世帯数)」の2019年の数字

デジタルマーケティングを強化し自社メディアからの
直接流入を獲得、マルチチャネル化を図る

自社で運営しているメディア強化し、
新生活に関する検索を当社グループサイトへ誘導

As is これまでは不動産・管理会社等の新生活企業より
顧客を紹介していただくフローがメインだった



To be 今後はデジタルマーケティングを強化し、
自社メディアからの直接流入を増やしていく

顧客ニーズに合わせたメディア作成

SEO・VSEO対策

新生活情報の提供

「引越しするならまるっとチェンジ」
を合言葉に顧客からの直接流入を拡大



生活に必要な多様なサービスが
当社グループで揃うプラットフォームを確立し、
サービス利用数アップ・LTV向上を目指す



利便性の高い
サービスを拡充



引越し



レンタル



水道



各種保険

etc...

生活に必須であるインフラサービスを軸にニーズの高いサービスの拡充を行い、顧客満足度向上によるLTV向上を図る。また、ライフラインサービスと決済が1本化できるため本質的に顧客の手間を削減し、未収リスクが低いという利点を活かし、他サービスとのクロスセルを行い、1人当たりのサービス利用数アップによる顧客単価アップも目指す。



CRM・自社アプリを活用し サービスニーズが高まる ライフイベントを新たに獲得

獲得した顧客の囲い込みを行い、
自社CRM・アプリを活用して顧客の様々な
ライフイベントに対するニーズをキャッチ。
顧客とのタッチポイントを増加させ、
未契約データから必要なサービスの
クロスセルを行い、LTV向上を図る。



Appendix

主なリスク		顕在化の可能性	時期	影響度	対応策
特定の取引先への依存度について	当社グループの2020年11月期売上高の15.0%は株式会社ブロードサポートに、13.7%はプレミアムウォーター株式会社に対するものであります。当社グループでは、特定の取引先等への依存度を低下させるために、新たな得意先の開拓、新たなサービスの導入等をしておりますが、計画通りに進まず特定の取引先等への依存度が高い状態が続いた場合には、取引条件の変更等により当社グループの事業展開や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中長期	低	当社グループが取り扱う主要なサービス(電気、ガス、宅配水、インターネット回線、Wi-Fi等)については、特定の取引先に依存することなく、常に代替先候補となり得る取引先との関係を良好に保ち、万が一現在の主要取引先との契約が、何らかの理由により解約となった場合でも顧客に影響を与えることなく、サービス提供をし続けていける体制を構築しております。
競合他社の影響について	当社グループが提供する自社サービスは電気、ガス、宅配水、インターネット回線等を中心とした生活関連インフラサービスであり、同様のサービスを提供する競合企業が複数存在しております。当社グループは、提供エリア、サービス提供価格、サービス品質、付加サービス等の差別化等の取り組みを行っており、今後も更にサービスの向上、ブランド力の強化を図ってまいります。しかしながら、異業種からの新規参入者等を含め競合他社との競争激化による収益力の低下や、広告宣伝費の増加等により当社グループの事業展開や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中長期	中	当社グループは現在、新生活マーケットに特化しサービス提供事業者、販売事業者両方の立ち位置を有することを活かし、顧客が新生活を始めるにあたり必要となる電気、ガス、インターネット等の生活インフラサービスを、ワンストップで代行し、顧客の手間を削減できる唯一無二のブランド力の向上を図ってまいります。
個人情報について	当社グループでは、自社サービスの顧客情報をはじめとした各種個人情報保有しております。これらの個人情報の管理にあたっては、当社グループシステム上でのセキュリティ強化を随時実施するとともに、全ての役職員が「個人情報保護規程」を厳格に遵守し、徹底した管理体制のもと、個人情報流出の防止に取り組んでおります。また、当社グループでは「プライバシーマーク制度※1」の認定を受けることで、同制度に基づいた適切な個人情報の保護措置を講じております。しかしながら、外部からの侵入者及び当社グループ関係者並びに業務委託先等より個人情報が流出し、不正利用された場合、当社グループの責任が問われるとともに、信頼性の低下を招き、当社グループの事業展開や経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。	中	中長期	大	当社グループでは、Active Directoryを使用した社内ネットワークのアクセス管理を行っております。また、プライバシーポリシー並びに個人情報保護規程の制定及び遵守、全従業員を対象とした社内研修の徹底、内部監査によるチェック等により、個人情報保護に積極的に取り組んでおります。
人材の確保及び育成について	当社グループは、今後における事業拡大を図るため、継続した人材の確保が必要であると考えており、優秀な人材を適切に確保するとともに、人材の育成に努めていく方針であります。しかしながら、優秀な人材の確保が計画どおり進捗しない又は在籍する人材の多くが流出する等の状況が生じた場合には、競争力の低下や計画どおりの事業拡大に影響が生じる可能性があります。当社グループの事業展開や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	長期	低	当社グループでは当該リスクに対して本資料P27に記載の対応を行っております。

※有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

※1：プライバシーマーク制度とは、一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)が行う日本工業規格「JIS Q 15001個人情報保護マネジメントシステム-要求事項」に適合して、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備する事業者等として認定する制度のことです。認定された事業者には「プライバシーマーク(Pマーク)」の使用が認められます。



次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は2022年1月を予定しております。

免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、当社の有価証券の売買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測に関する記述は、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。将来予測に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報、成長余力及び財務指標並びに予測数値が含まれます。将来予測に関する記述は、あくまでも当該記述がされた時点におけるものであり、将来変更される可能性があります。将来予測に関する記述によって表示又は示唆される将来の業績や実績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、実際の業績や実績は当該記述によって表示又は示唆されるものから大きく乖離する可能性があります。当社は、財務上の予想値の達成可能性について明示的にも黙示的にも何ら保証するものではありません。本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれています。本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な経済動向に関する統計情報及び調査結果、外部情報に由来する他社の情報が含まれています。当社は、これらの情報に由来する情報の正確性及び合理性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もその正確性及び合理性を保証するものではありません。また、他社に係る事業又は財務に関する指標は、算定方法や基準時点の違いその他の理由により、当社に係る同様の指標と比較対照性が無い可能性があります。