



2026年9月期 事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社スマサポ 東証グロース9342

2025.11.28



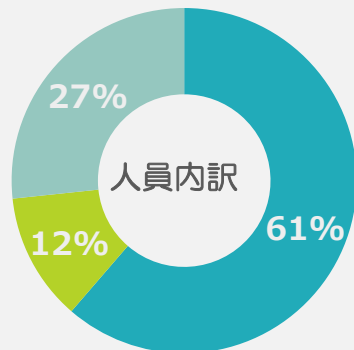
01 スマサポについて	P.3
02 スマサポの強み・特徴	P.23
03 成長戦略及び事業計画	P.37
04 リスク情報	P.49



会社概要

会社名 株式会社スマサポ
代表者 代表取締役社長CEO 小田 慎三
本社所在地 東京都中央区日本橋3-6-2 日本橋フロント1階
拠点 大阪市、札幌市、白浜町(和歌山)、福岡市
設立 2012年
資本金 213,707,822円
事業内容 不動産管理業界に向けた複数ソリューション提供と
入居者アプリ「totoono」を活用したDX推進事業

従業員数 75名(2025年9月末)



- ビジネス
セールス、カスタマーサポート人員
- テクノロジー
エンジニア、企画開発にかかる人員
- コーポレート
管理部門にかかる人員





経営陣の紹介



代表取締役社長CEO

小田 慎三

Shinzo Oda

2001年10月 株式会社パソナ入社
2003年 6月 株式会社宅都入社
2016年 9月 当社代表取締役社長CEO就任（現任）



代表取締役副社長COO

藤井 裕介

Yusuke Fujii

2005年 4月 株式会社京都銀行入行
2011年10月 株式会社宅都入社
2016年 9月 当社取締役就任
2021年12月 当社常務取締役就任
2023年 1月 当社専務取締役就任
2023年 5月 株式会社プラスサムジャパン取締役就任（現任）
2023年12月 当社代表取締役副社長就任（現任）



取締役CTO

森田 団

Matoru Morita

2001年 4月 エフビクス関西（現株式会社テイク-ワン）入社
2002年 7月 株式会社宅都入社
2016年 9月 当社取締役就任（現任）



取締役CFO

室之園 和也

Kazuya Muronosono

2003年10月 朝日監査法人（現有限責任あずさ監査法人）入所
2011年 9月 株式会社宅都入社
2017年 2月 当社常勤監査役就任
2020年 6月 当社取締役就任（現任）



社外取締役

角田 千佳

Chika Tsunoda

2008年 4月 野村證券株式会社入社
2010年10月 株式会社サイバーエージェント入社
2013年 5月 株式会社エニタイムズ代表取締役就任（現任）
2016年 9月 株式会社アドベンチャー監査役就任（現任）
2019年 9月 株式会社Qnoir取締役就任
2019年12月 一般社団法人Startup Lady協会理事就任
2021年12月 当社取締役就任（現任）



常勤監査役

岡田 良哉

Yoshiya Okada

2005年12月 中央青山監査法人入所
2007年 8月 監査法人トーマツ（現有限責任監査法人トーマツ）入所
2011年10月 蝶理株式会社入社
2015年 5月 岡田良哉会計事務所設立（現任）
2020年 6月 当社常勤監査役就任（現任）



社外監査役

永井 文隆

Fumitaka Nagai

2005年12月 監査法人トーマツ（現有限責任監査法人トーマツ）入所
2011年 8月 永井文隆公認会計士事務所設立（現任）
2015年 6月 クルーズ株式会社社外取締役就任（現任）
2018年 6月 株式会社AURUM 代表取締役社長就任（現任）
2019年12月 当社監査役就任（現任）
2021年2月 株式会社POPER 社外監査役就任（現任）



社外監査役

大森 彩香

Sayaka Omori

2006年10月 三宅・今井・池田法律事務所入所
2008年10月 ウィザース総合法律事務所入所
2009年 6月 クルーズ株式会社社外監査役就任
2011年 9月 濱田法律事務所入所
2012年 1月 公益財団法人日本数学検定協会監事就任（現任）
2019年12月 当社監査役就任（現任）
2021年 4月 株式会社INGS社外取締役就任（現任）
2024年 4月 大森法律事務所設立（現任）



smart なくらしを support する

私たちはこれまでの「不動産管理会社」と「賃貸入居者」の
一方向のコミュニケーションをデジタルの力でスムーズにします。
これまでにない快適なくらしを、**すべての人**に。



経営陣の不動産管理会社勤務時代の苦勞から生まれたサービス

管理会社にとって最も手間のかかる入居者対応業務をデジタル化

- ✓ これまで入居者とのコミュニケーションが一方通行
- ✓ 広範囲に及ぶ物件の管理
- ✓ オーナー・仲介会社・入居者・工事会社など登場人物が多くアナログな現場
- ✓ 膨大な入居者情報を活かせていない
- ✓ 緊急時・災害時にこちらから連絡する術がない



- ✓ チャット対応による双方向のコミュニケーション
FAQ機能による入居者による自己解決
- ✓ 掲示板機能により現場での張り紙が不要に
- ✓ すべての関係者をデジタルで繋ぐことによって一元管理が可能に
- ✓ 入居中のやりとりもすべて一元管理
- ✓ 緊急対応を不動産管理会社から個別に連絡することが可能に





これまでの「SaaS」だけでなく実務機能を有した「BPaaS」へ^{*1}
システムの提供だけではなく、入居者対応業務を一括して受託できる体制を構築



*1：BPaaSとは「Business Process as a Service」の略語。BPOとSaaSを組み合わせたサービスのことを言います。



DXによるデータの蓄積によりスマサポでチャット返信できる件数が大幅に増加

Before



課題



漏れて返ってくる案件が多い

逐一確認の連絡が入る

代表番号に架電する人が多い

After



不動産管理会社の必要な対応数が約95%削減

改善



チャット対応はスマサポで対応

FAQ・定型文の自動作成

自動的に自社マニュアルができる

完結できる案件はスマサポで完結

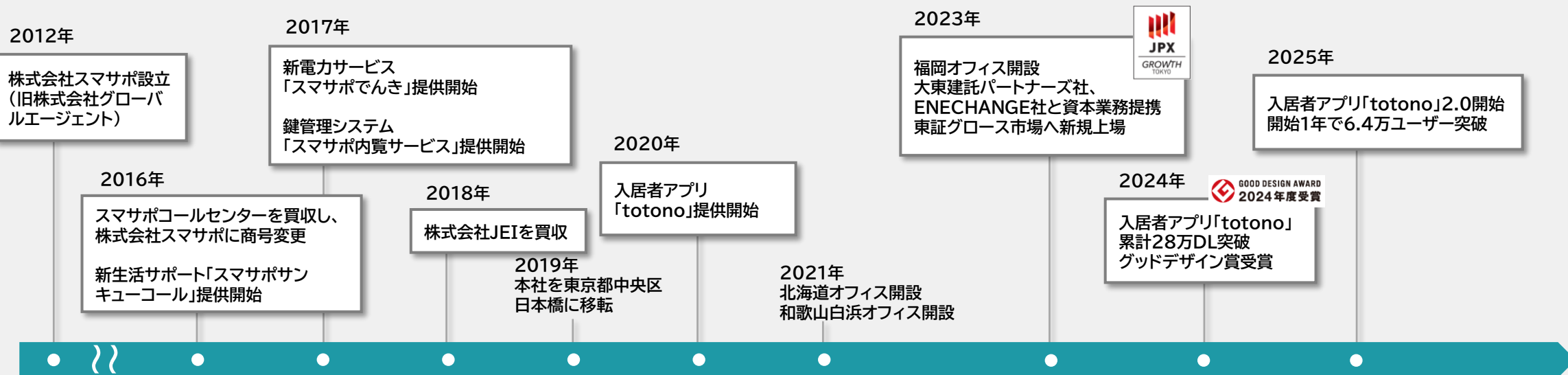
デジタル化によるデータ整備を実現。これによりAIによるアンサーが可能に。



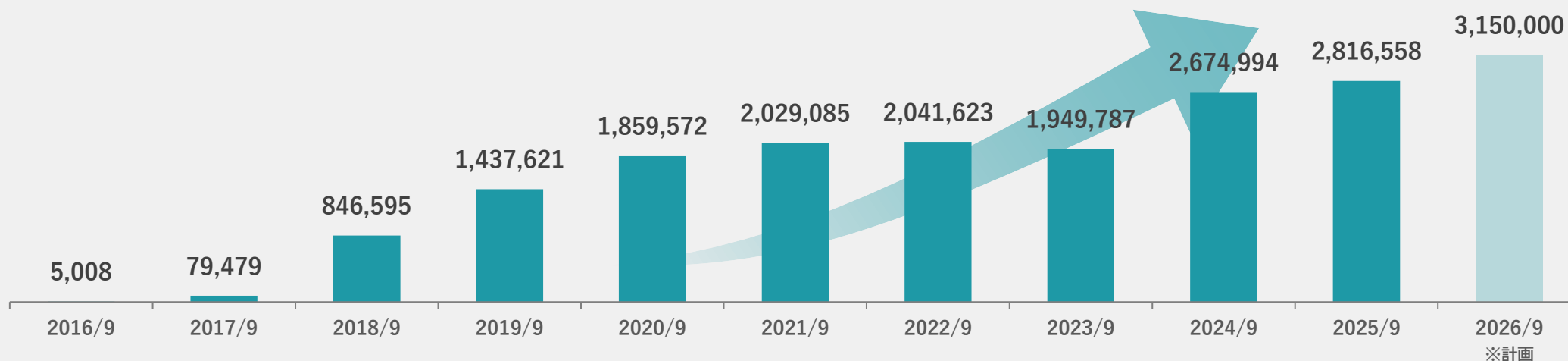
不動産会社で培った経験を基に不動産業界に新しい価値を提供

沿革

売上高の推移



(単位:千円)





当社が提供するソリューション

不動産管理会社と入居者のコミュニケーションを活発化させ、不動産管理会社がこれまで得られなかった収益を得ることや、コミュニケーションをデジタル化することで業務負担を改善させる

事業セグメント	サービス名	詳細	提供価値
不動産管理会社向け ソリューション提供事業 単一セグメント	スマサポサンキューコール	新生活サポートサービス 不動産のノウハウを活かした、アウトバウンドコールセンターです。入居者へのおもてなしコールでコミュニケーションを図り、お客様満足度の向上と収益の向上を実現。	不動産管理会社と賃貸 入居者のコミュニケー ションを円滑にする
		入居者アプリ・チャットセンター 入居者様の利便性を追及したスマホ用のアプリです。契約情報の確認やマンションの掲示板機能、マニュアル閲覧といった基本的なことから、お友達の紹介、各種申請など、マンションの暮らしをより便利にする仕組みが標準機能で利用可能。	
	 スマサポ内覧サービス	鍵管理システム 賃貸物件内覧時や施設等の鍵の貸し借りの手間を解決する鍵管理システムです。部屋の扉に取り付けるキーボックス型の「SKB」と、集合住宅のエントランスオートロックには「SKE」を取り付けることで開錠に対応します。	

これまで入居者が引越し時に手続きしていたライフラインサービスを一括取次

Before

- ✓ 引越し時の様々なライフライン申込
- ✓ 入居者へのサポートは手薄な状態



After

- ✓ スマサポが各サービスを一括取次
- ✓ 不動産会社は提携会社からの販売手数料により収益が生まれる





スマサポサンキューコールのマネタイズ

自社コールセンターと、委託先コールセンターを活用し、繁忙期・閑散期の差が大きな業界で
安定的な架電(コンタクト)を実現



*1: 外部委託先については、当社より入居者への架電業務を委託しております。架電の際に、入居者に対して新生活サポートを行い、入居者がインターネット回線、ウォーターサーバー、新電力などの商材を申し込んだ際に、各商材提供会社から紹介手数料を得る仕組みとなっております。この場合、外部委託先において成約しているため、紹介手数料は当社ではなく、外部委託先に入り、そこから当社へ支払われる流れになるため、外部委託先は基本的に、販売先となっております。

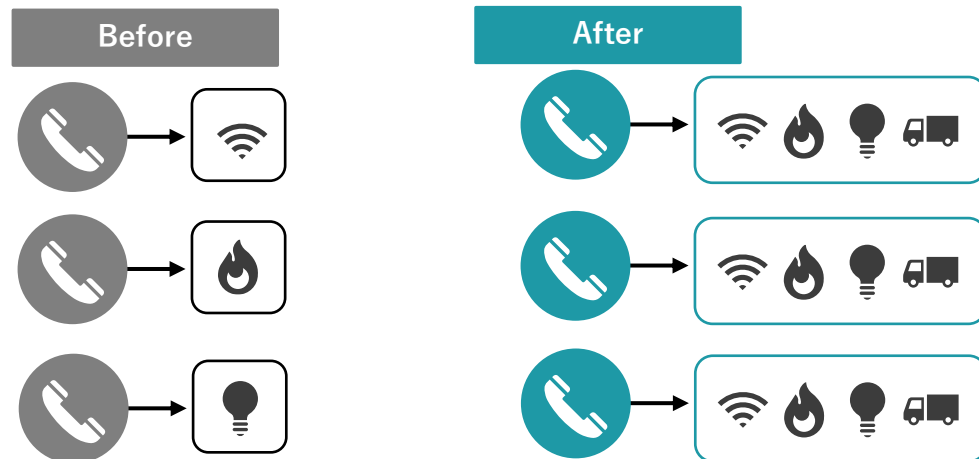


スマサポサンキューコールの拡大による安定収益の強化

導入商材の拡大による「単価アップ」と、不採算取引の整理による「収益性重視」の戦略を推進し、安定収益基盤を一層強化

導入商材の拡大による「単価アップ」

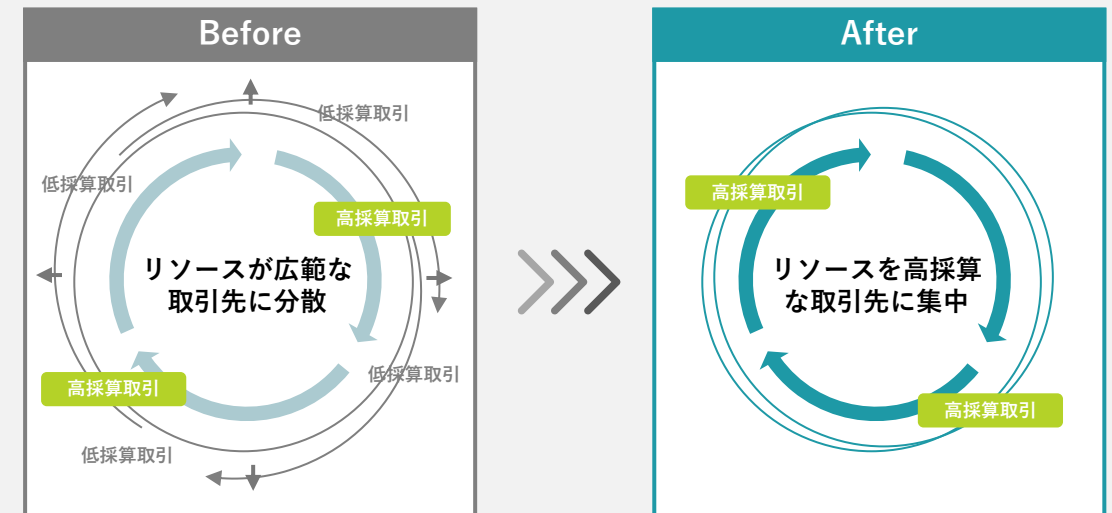
1コンタクトあたりの「提案商材数」単価向上を実現



1コンタクトで多商材提案することにより
コンタクト数は減少するものの、単価が大幅に上昇

不採算取引の整理による「収益性改善」

コンタクト数の「量」から「質（収益性）」に転換



リソースを集中させ、事業全体の利益率を改善



スマサポサンキューコールの主要KPI

「コンタクト数」「単価」をKPIとし、売上増加を目指す



FY2025
通期実績 *1

285,404件

×

7,147円

=

2,039,895千円 *2

*1: FY2025は単価を伸ばす施策を実施した結果、コンタクト数はYoY95%と減少したものの、単価がYoY109%と上昇したことにより、売上ベースではYoY+62,537千円増で着地しております。

*2: 単価と売上は端数を四捨五入しているので、おおよその値です。

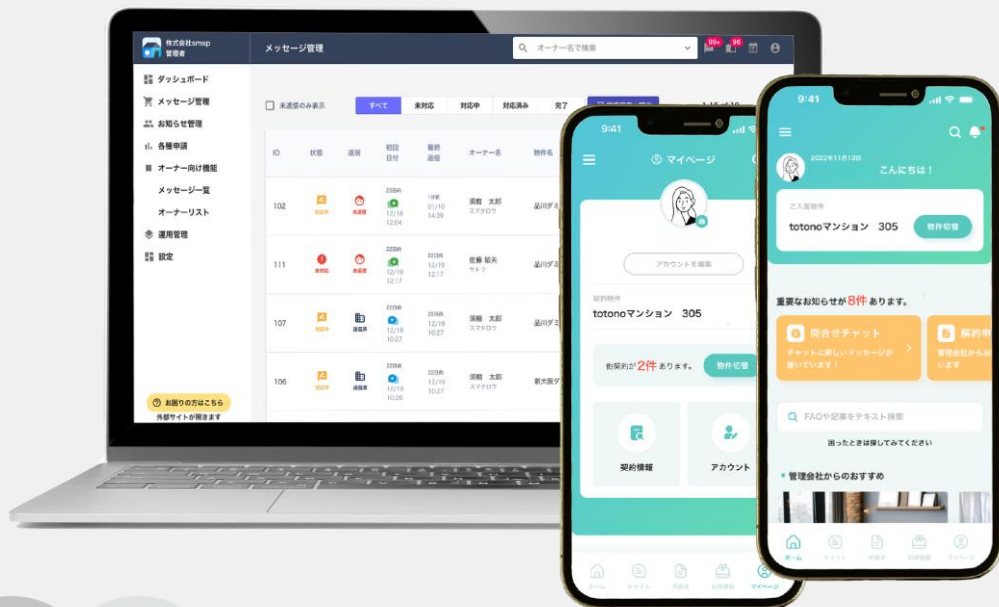


不動産管理会社のDX推進と入居者満足度向上を同時に実現



GOOD DESIGN AWARD
2024年度受賞

入居者アプリ「totoono」は
グッドデザイン賞を受賞しました。



賃貸不動産にお住いの入居者と管理会社の
コミュニケーションを円滑にし、
さらに入居中の快適を届けるプラットフォーム





入居者アプリ「totono」について

住まいのすべてが
アプリに集約



お知らせ掲示板

掲示物・お知らせの
アプリ配信



便利なサービス

入居中の便利で
お得な情報の提供



FAQ & CHAT

入居者とのやり取りを
デジタルにスムーズに



契約情報の連携

契約書の内容や説明書も
アプリで確認



解約など各種申請受付

室内点検表や解約申請も
簡単に

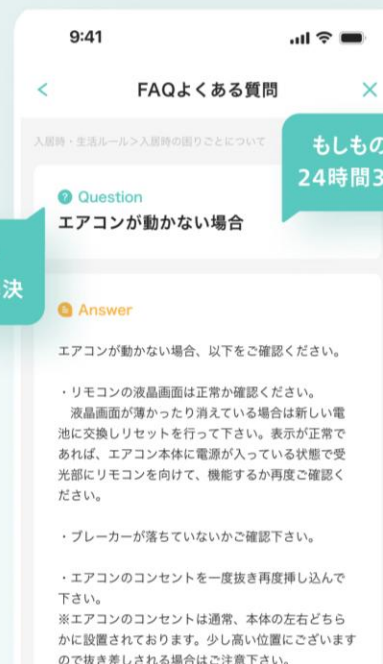


IoT機器連携

スマートロックの操作も可能



大切なお知らせも
即時に配信



FAQで
困り事も解決

もしものときにも
24時間365日受付



書類や郵送なしで
手続き完了



入居者アプリ「totoono」Phase1.0

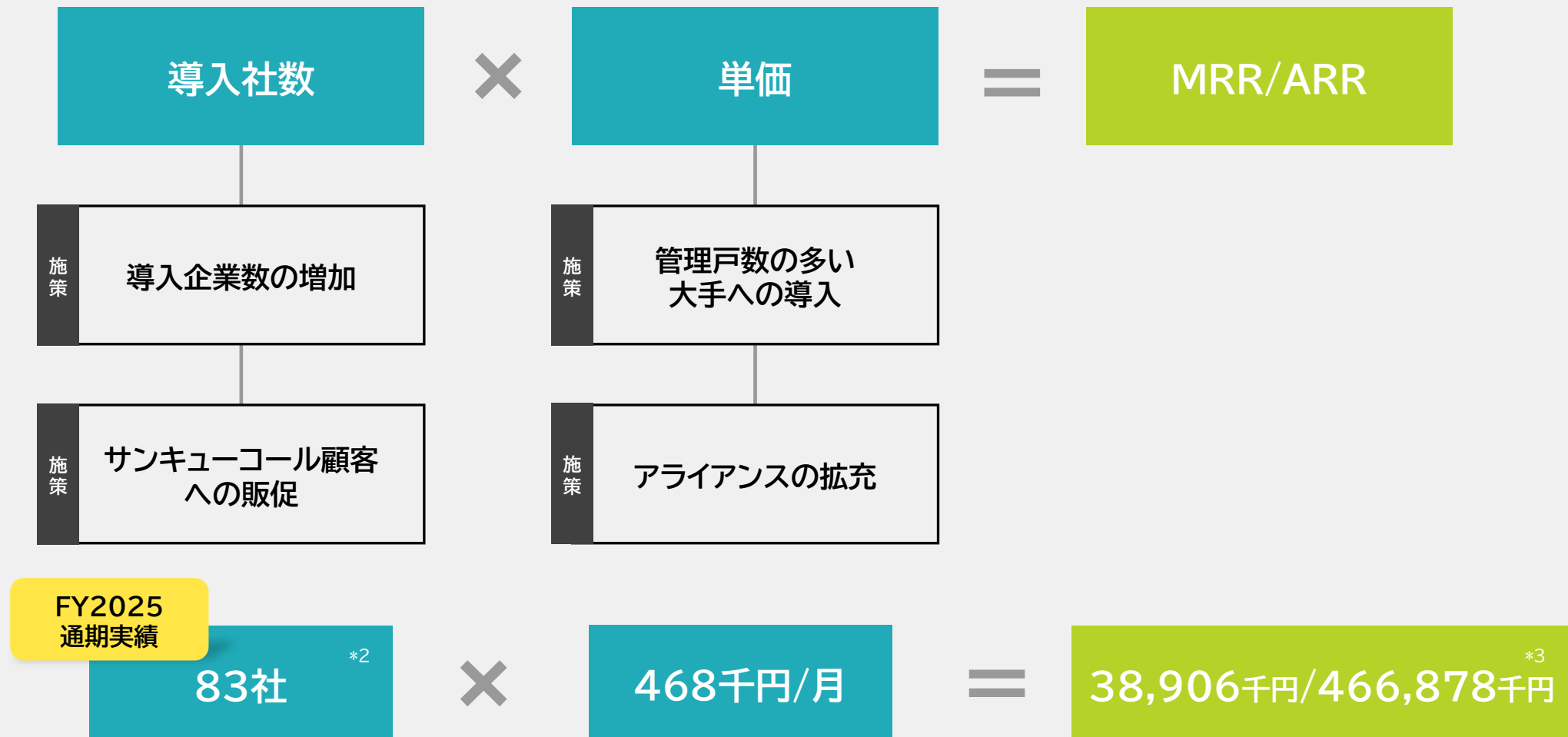
不動産管理会社と入居者のコミュニケーションツール「totoono」を、不動産管理会社に月額
サブスクモデルで提供
掲示板、チャット、クレーム対応、契約更新など、便利な各種機能が利用可能





入居者アプリ「totono」Phase1.0の主要KPI

「導入社数」^{*1}「MRR」をKPIとし、単価アップを目指す



*1: totono1.0では、ダウンロード数に対して課金するのではなく、導入企業ごとに課金をするSaaSモデルであるため、KPIを導入社数と導入企業の平均単価としております。

*2: 現在totono1.0からtotono2.0への移行を促しており、導入社数は減少しております。

*3: 単価とMRR/ARRは端数を四捨五入しているため、おおよその値です。



当社が業務プロセスごと巻き取り、その裏でSaaSサービスを使いこなす(=BPaaS)ことでDXを推進させ、不動産管理会社がコアビジネスに集中できる環境を提供する

BPaaS(入居者業務全般のアウトソーシング)

- ✓ 入居者とのチャット返信などの対応業務
- ✓ 入居者サポートの代行業務
- ✓ お問い合わせのデータ分析



totoono

BPaaS提供



月額利用料



不動産管理会社

これまでの月額課金ではなく、ダウンロード数に応じた利用料体系へ移行することにより、不動産管理会社の規模にかかわらず合理的な価格設定を実現

「totoono」を起点に不動産管理市場の本質的なDXを実現すべく、BPaaSの展開を加速

※ 「totoono」phase2.0は2024/10より開始の体系です。
また、phase2.0の開始に伴って、これまでの体系をphase1.0という呼称にしております。phase1.0はなくなるわけではなく顧客である不動産管理会社が選択できるようになります。

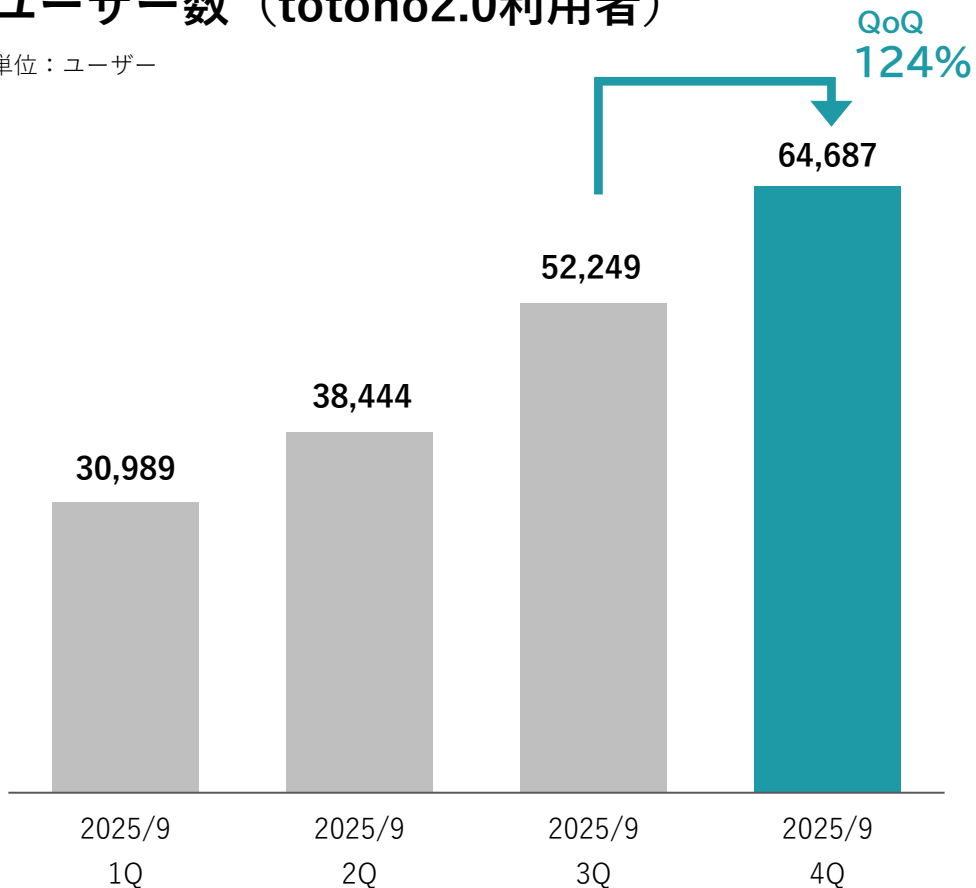


入居者アプリ「totoono」Phase2.0の主要KPIの進捗

期初よりスタートし、ユーザー数・単価ともにQoQで増加。不動産管理業界における人手不足やDX化といった課題解決への貢献を背景に、BPaaSモデルの強い需要が継続しており、ユーザー基盤は順調に拡大

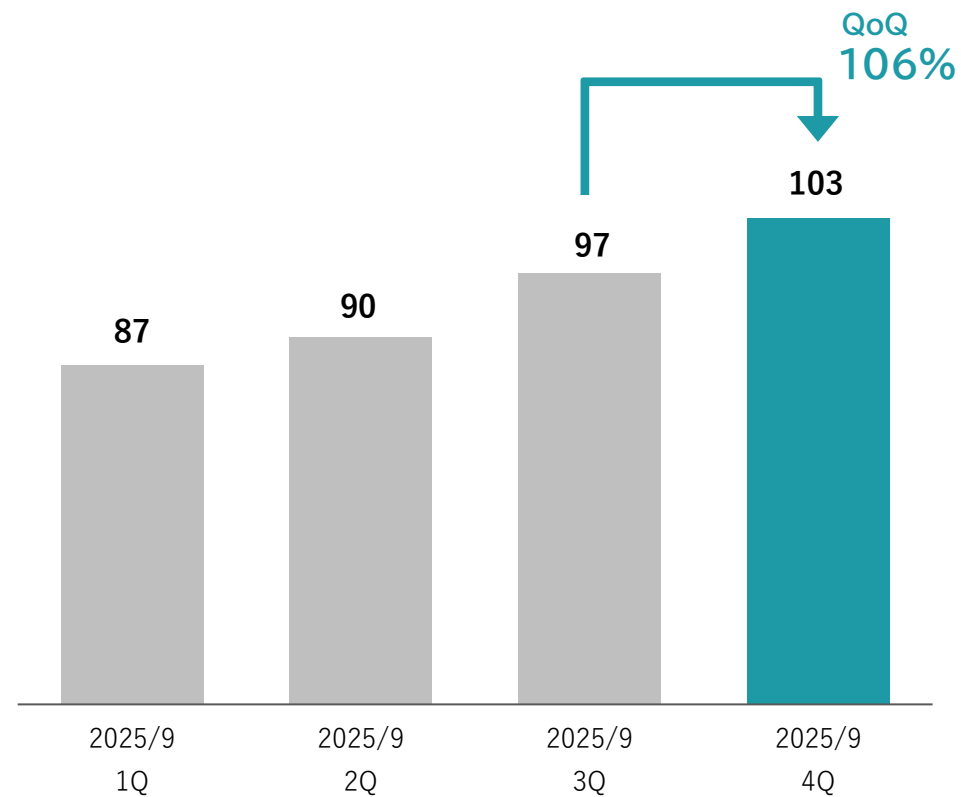
ユーザー数（totoono2.0利用者）^{*1}

単位：ユーザー



1ユーザーあたりの単価（ARPU）^{*1}

単位：円



^{*1}: totoono2.0では、totoono1.0と異なり、導入企業数ではなく、ダウンロード（ユーザー）単位で課金をしております。したがってKPIをダウンロード数（ユーザー）数と1ユーザーあたりの単価（ARPU）で現しております。



入居者アプリ「totoono」Phase2.0の主要KPI

売上増加と原価削減によって、利益率を向上を目指す





01 スマサポについて	P.3
02 スマサポの強み・特徴	P.23
03 成長戦略及び事業計画	P.37
04 リスク情報	P.49



不動産管理業界独特の知見を活かして業務効率に寄与するサービス設計とテクノロジーの活用

1

コンサルティングとデジタル
ツールの両軸による
サービス提供で生み出す

高い顧客満足度

2

膨大な入居者の暮らしの
データを集積することによる

**ビッグデータの
分解析とAI活用**

3

入居後も能動的な
コミュニケーションを実現する

totonoの成長性



1 アナログでの接点を強みとするサンキューコール

不動産管理会社からすると収益に繋がらない「入居時のお礼」や「定期的なアンケート」などのアナログな施策を入居者に対し実施することで、入居者の課題を抽出し課題解決の提案が可能に

① 入居時のお礼電話



効果

賃貸入居者が賃貸物件に入居した際に、管理会社からのお礼の電話を実施し、入居者との円滑な接点を作り上げる

② 定期的なアンケートによる入居者の課題抽出



効果

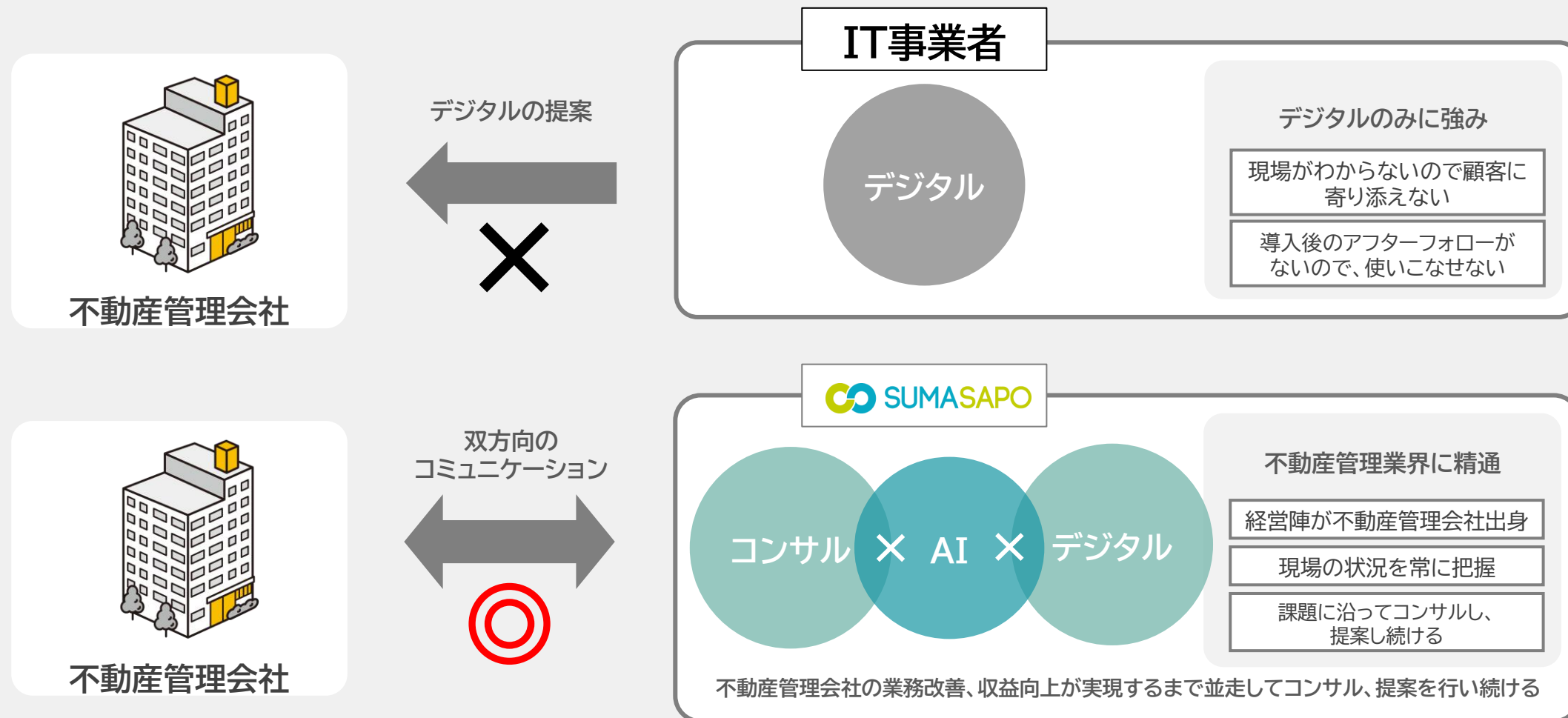
入居者に対して定期的なアンケートを実施し、生活における不満や課題を抽出し、解決策を提案する

これまで管理会社が実施していなかった「入居時のお礼の連絡」や「定期的なアンケート」を実施することで、入居者の課題を抽出し、課題解決の提案をすることができる



1 デジタルのみの提案だと上手くいかないケースがほとんど

不動産管理会社は、北海道から沖縄まで慣習や規模、リテラシーも千差万別
DXツールをただ導入するだけでは効果は出ない

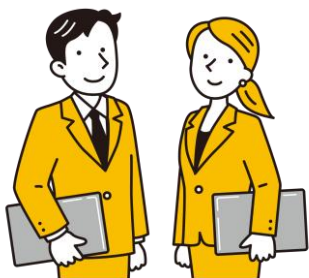




1 サービス導入後も課題に沿って伴走、収益改善の体制を作る

全国に点在する不動産管理会社における情報リテラシーの格差はバラバラ
エリアの特性を理解し、最善の業務改善、収益向上プランをtotoono導入時にコンサルティング

コンサルティング



- ✓ 未だにエクセルや紙でデータ管理をしている
- ✓ 更新業務などでの収益が得られていない
- ✓ 担当者に頼る運用で、業務の拡大が見えない

アップデート
(現場の課題を共有)



アップデート
(新機能の開発)

デジタル



- ✓ totoono導入時に、入居者データ、業務フローの一斉整備を行う
- ✓ コスト削減、収益向上が見込める業務の見直し
- ✓ ニーズに応える商材の提供



不動産管理業界独特の知見を活かして業務効率に寄与するサービス設計とテクノロジーの活用

1

コンサルティングとデジタル
ツールの両軸による
サービス提供で生み出す

高い顧客満足度

2

膨大な入居者の暮らしの
データを集積することによる

ビッグデータの
分解析とAI活用

3

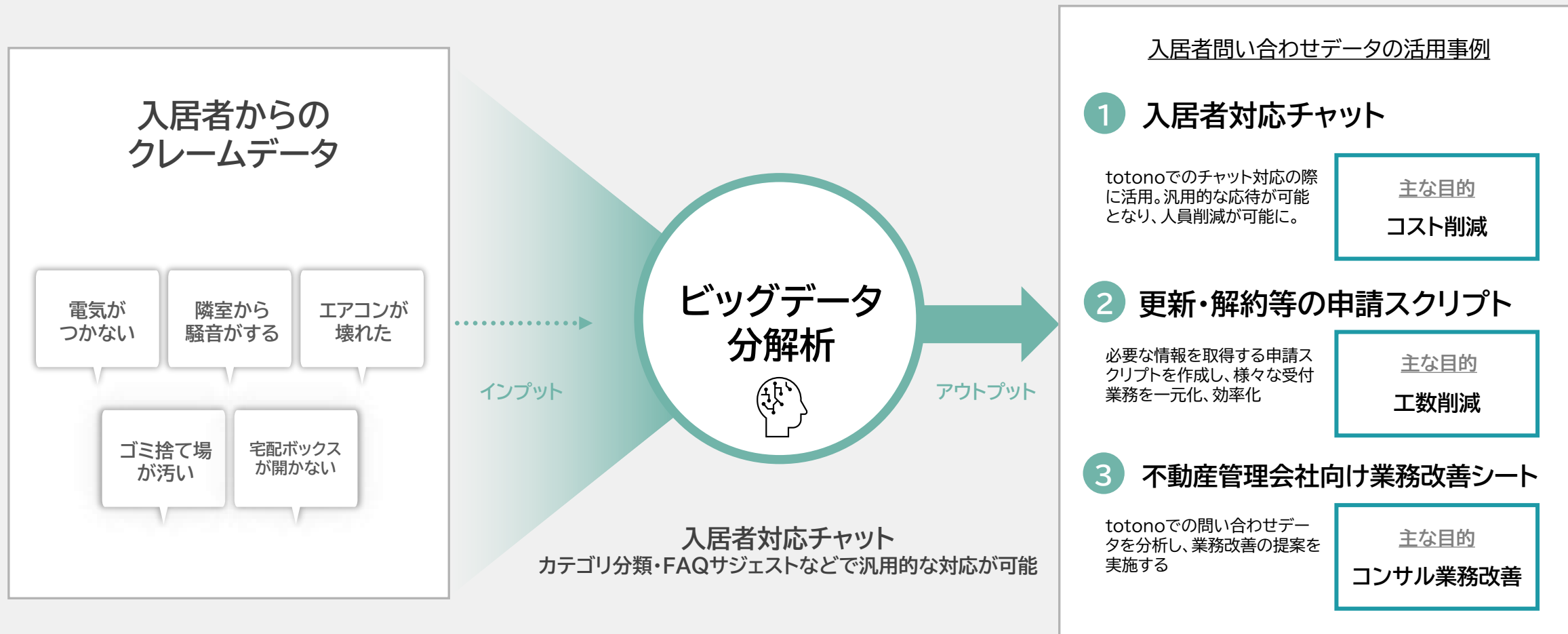
入居後も能動的な
コミュニケーションを実現する

totonoの成長性



2 膨大な入居者データを分解析し、業務改善につなげる仕組み

収益源は不動産オーナーだが、日頃のやり取りは入居者という特殊な業界構造のため、単なるデジタルサービスの導入では勝ちきれない領域





2 CREI(東京大学不動産イノベーション研究センター)との共同研究

CREIと、入居者アプリ「totono」を起点とするデータ活用についての共同研究 アカデミックな知見とtotonoのビッグデータが融合する独自の優位性



不動産イノベーション研究の第一人者による
戦略的アドバイス

柳川 範之 氏

当社 研究アドバイザー
兼、東京大学 不動産イノベーション研究センター(CREI)センター長

柳川教授の監修のもと、中長期的なデータ活用と事業の
優位性を構築しています。



不動産DXの未来を実装する、最高峰の知見とデータ基盤

totonoに蓄積されるビッグデータ群を活用し

管理会社と入居者のコミュニケーションから得られる相関関係や傾向分析により
不動産管理業務における業務効率化や負担軽減につながる仕組みを構築するため研究



入居者アプリ「totono」を利用することで得られる入居者とのコミュニケーションデータと不動産管理会社が持つデータ群と紐づけることで、今まで得られることのなかったビッグデータに

チャット問合せデータ

チャットの問い合わせ内容はメッセージの内容はもちろん、各問い合わせが40以上のカテゴリに自動分類。画像や動画などの添付ファイルも格納され、データ資産となる

申請受付データ

入居者のニーズにあたる各種申請の受付データは、受付時間や種別、内容などすべてがデータとして保管され、資産となる

建物属性データ

基幹システムと連携し、物件住所や建物構造、築年数、また所属階や間取り、平米数など様々な属性データが、チャットや申請データと紐づく

顧客・契約属性データ

個人情報に該当しない匿名データとして、入居者の年齢や性別などの属性データや居住年数、契約形態、賃料などの契約データが、利用者の属性データとして紐づく



不動産管理業界独特の知見を活かして業務効率に寄与するサービス設計とテクノロジーの活用

1

コンサルティングとデジタル
ツールの両軸による
サービス提供で生み出す

高い顧客満足度

2

膨大な入居者の暮らしの
データを集積することによる

ビッグデータ
の分解析とAI活用

3

入居後も能動的な
コミュニケーションを実現する

totonoの成長性



3 入居者接点を活かした収益モデル

入居者に対して付帯サービスを提供したい

これまでの不動産管理

→ 掲示板に貼りに行く

… 各物件現地に行くなんて手間がかかる！

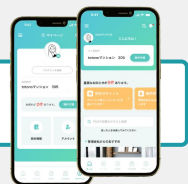
→ ポスティング・郵送

… コストがかかりすぎる！

*1 → WEBサイト掲載

… ほとんど見てくれない！

totono



→ PUSH通知

… 指定した時間にスマホ一斉通知！

→ お知らせ掲示板掲載

… 管理画面から物件指定で掲載！

→ チャット一括配信

… 届けたい入居者だけに一括配信！

告知×
収益×

告知○
収益○



3 生活の節目で能動的にチャット上で入居者とコミュニケーションが可能

新生活サポート事業者などが能動的な接点を持てるのは入居のタイミングのみだが、入居者アプリ「totono」を有することで入居中常に能動的なコミュニケーションが取れる

不動産管理会社は、入居者の勤務先、勤務地、年収、家族構成、家族の年齢、車や自転車、バイク所有の有無、ペットの種別など、普段入手出来ない住まいのデータを取得可能。
だが、これを活用する術を持っていなかった。

解約時

- 新居の提案
- 引越しの提案
- 不用品の買取

車の購入

- 自動車保険の提案
- 車検の提案

結婚した時・ 子供が生まれたとき

- 新居の提案
- 保険の案内



入居時

- 電気/水道/ガス
- Wi-fi
- ウォーターサーバー

就職・転職したとき

- 新居の提案
- 家具の提案

更新時

- 更新業務の代行



3 外部のパートナーとの提携によるマーケットプレイス

入居者ではなく消費者として捉えることで提携サービスを提供することが可能に

totono 暮らしのマーケットプレイス構想

ユーザー基盤

1900万世帯超の入居者



入居者データを活用した
ダイレクトマーケティング

① 自社調達商材

電気

水

Wi-fi

携帯

② アライアンス先商材

自動車

自転車

不動産

引っ越し

外部事業者 (アライアンス先)

toCマーケットにリーチしたいサービス



自動車



自転車



保険



不動産



引っ越し



相続

アライアンス



不動産関連企業



テック企業



不動産管理の市場における競争優位性となる

1

コンサルティングとデジタルツールの
両軸による
サービス提供で生み出す

高い顧客満足度

2

膨大な入居者の暮らしの
データを集積することによる

**ビッグデータ
の分解析とAI活用**

3

入居後も能動的な
コミュニケーションを実現する

totonoの成長性



01 スマサポについて	P.3
02 スマサポの強み・特徴	P.23
03 成長戦略及び事業計画	P.37
04 リスク情報	P.49



基本方針

非連続的成長を図るために
入居者アプリ「totoono」に先行投資の期間と位置付け
スマサポサンキューコールとバランスをみながら成長

項目	FY2026
アクションプラン	1 入居者アプリ「totoono」のユーザー数の増加による収益基盤の拡大
	2 ビッグデータの分解析とAI開発への積極投資
	3 入居者アプリ「totoono」の他社提携等により収益機会の拡大



1

totoのユーザー数の増加による収益基盤の拡大

2020年リリース以降、各エリアの大手不動産管理会社への導入を積上げ、信頼と実績で拡大中



GOOD
DESIGN
AWARD
2024

入居者アプリ「toto」は
グッドデザイン賞を受賞しました。



メディア掲載

全国賃貸住宅新聞

ラジオNIKKEI

ダイヤモンド
ZAI

住宅新報

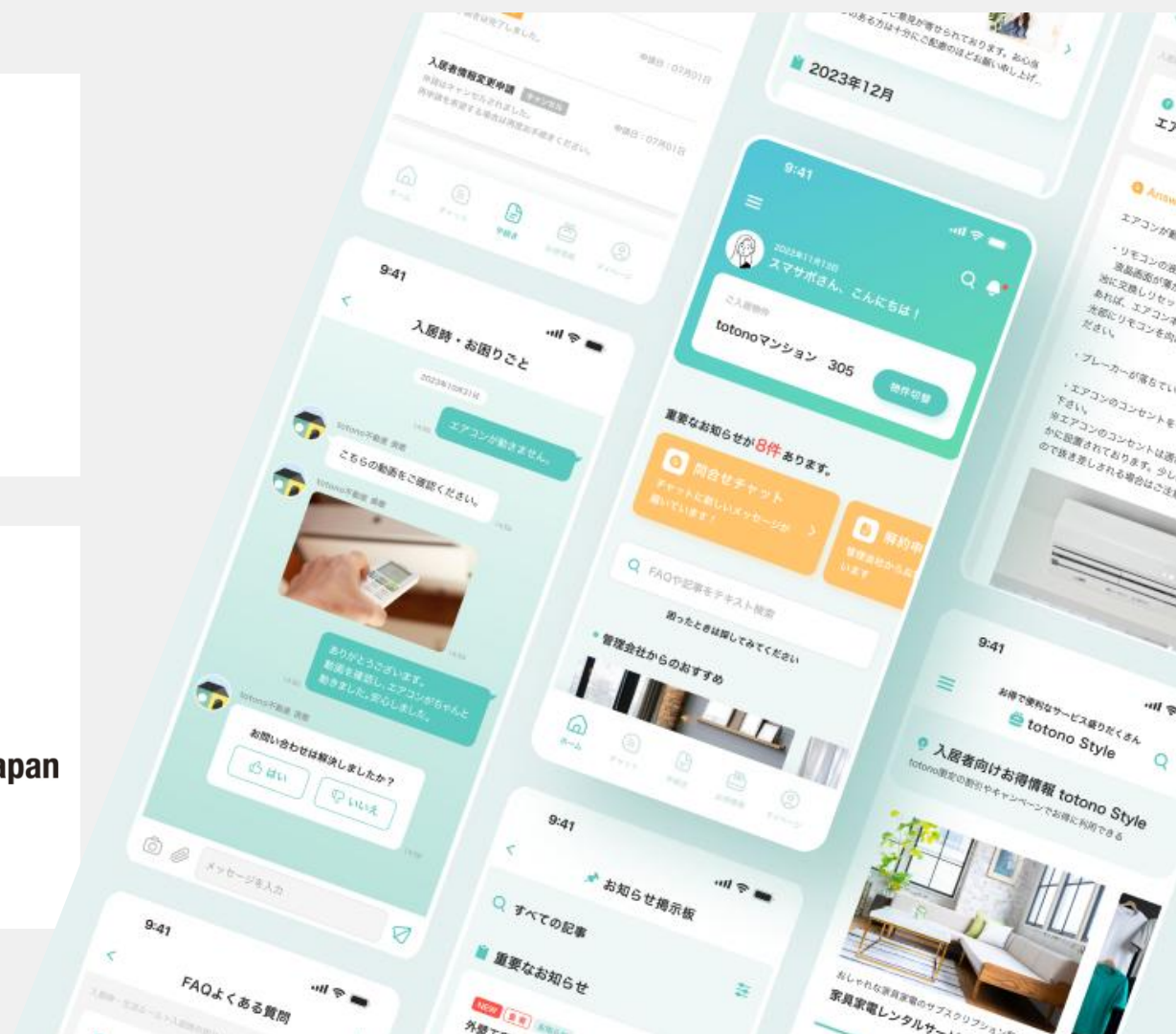
ASCII STARTUP

c|net Japan

FISCO

YAHOO! ニュース
JAPAN

NEWS PICKS





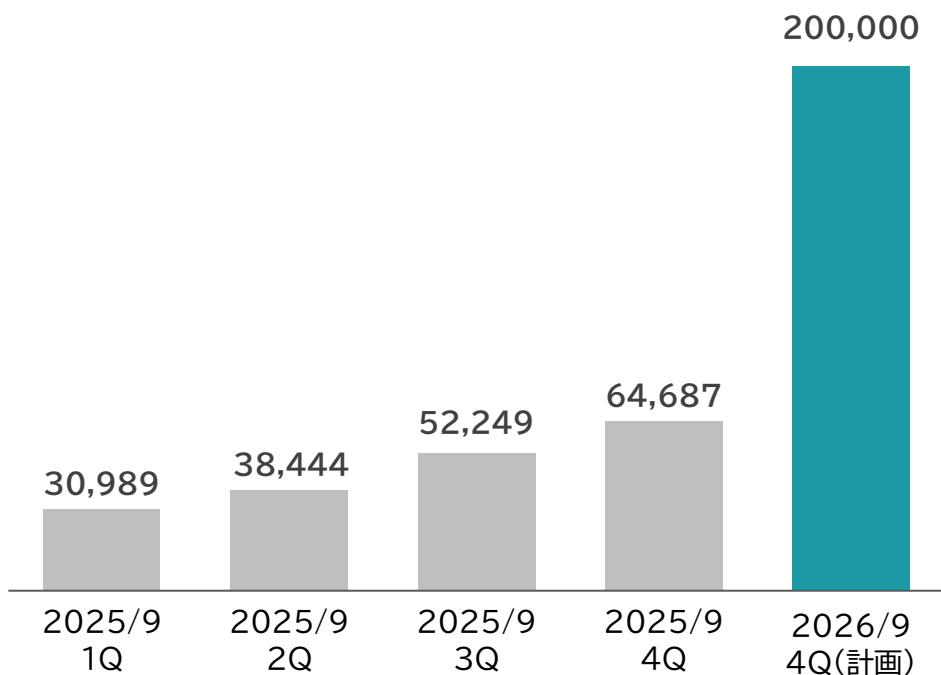
1

totono2.0のユーザー数の増加による収益基盤の拡大

充実した機能と独自ノウハウを用いたBPOが好評でリリース1年で6.4万ユーザーを突破
2026年(計画)では20万ユーザーを超える大幅な成長を見込む

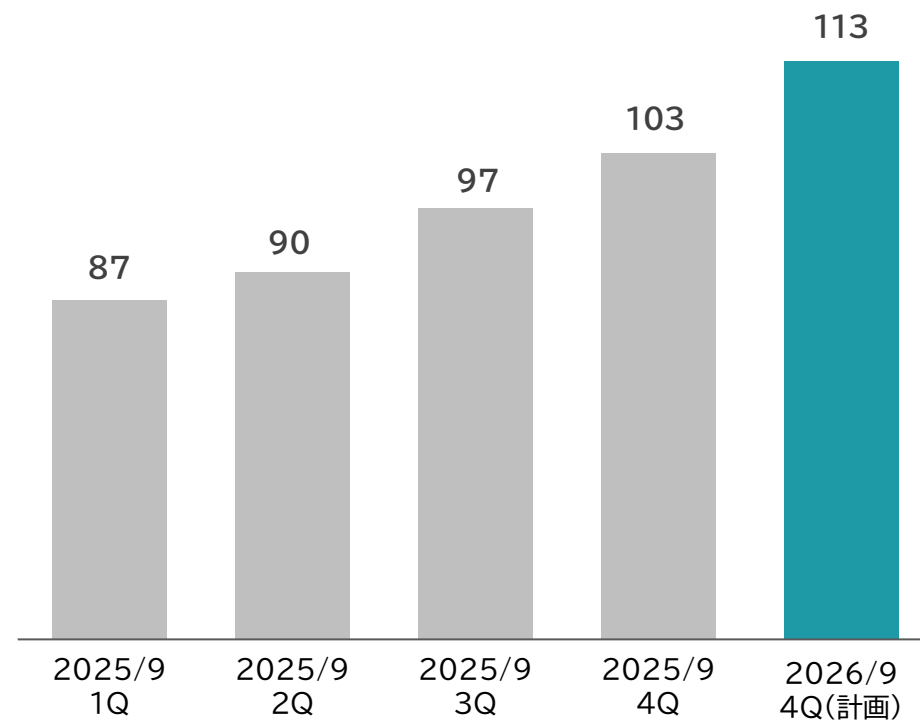
ユーザー数(totono2.0利用者)

単位:ユーザー



1ユーザーあたりの単価(ARPU)

単位:円





totonolに流入した問い合わせデータを生成AIを活用し、分解析を実施



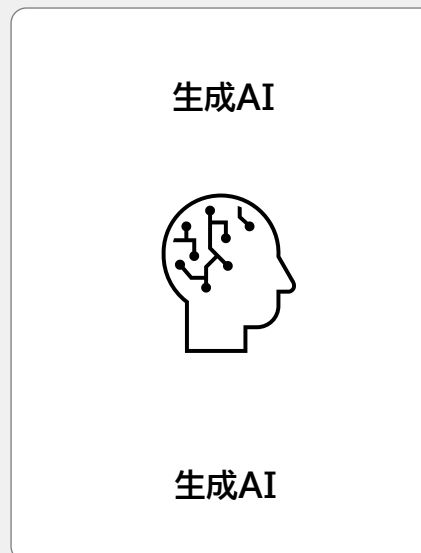


AIへの積極投資を実施することにより将来的なBPOコストの削減



問合せのオンライン化

×



受付対応業務の自動化

×



管理会社毎の解決ルール
の分析・作成

2025年9月期に比べAI投資額を150%拡大



3

入居者アプリ「totoono」の他社提携等により収益機会の拡大

totoono上で展開するアライアンス連携と、主要KPIの「ダウンロード数」を掛け合わせることで非連続的な成長へとつながる

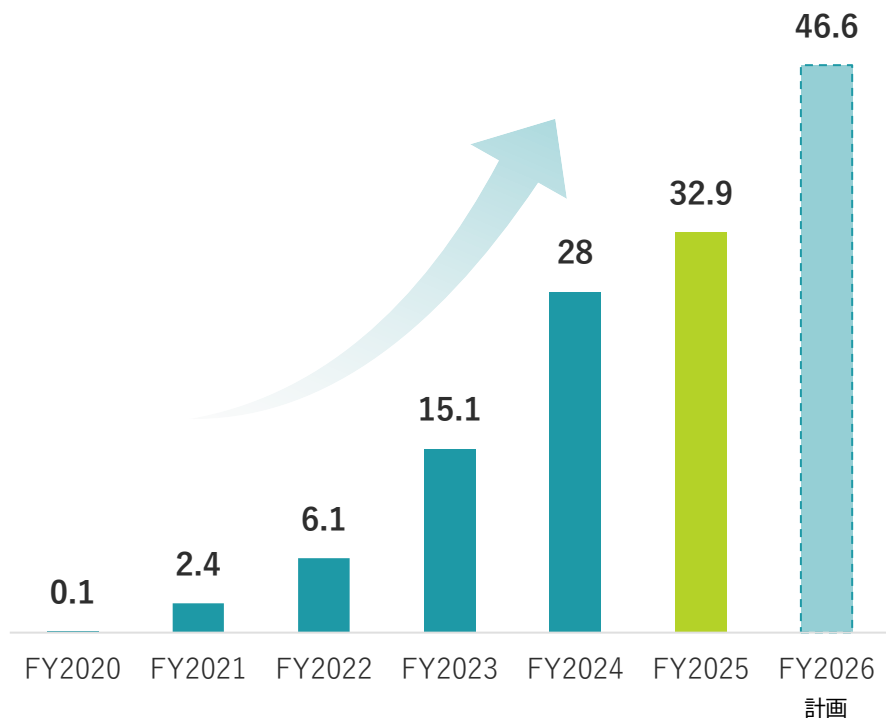


外部アライアンス企業との連携で非連続的な成長へ

3 入居者アプリ「toto no」の他社提携等により収益機会の拡大

アプリダウンロード数は順調に増加し32万ダウンロードを突破
アライアンスは幅広いジャンルで提携を実施

アプリDL数(単位:万)



※FY2024までは累計ダウンロード数、FY2025からはその時点のユーザー数としております。

アライアンス

- BOOK・OFF** ... 不用品買取
- リリカラ** ... インテリア
- 引越マルシェ** ... 引越し
- HIS Mobile** ... 格安SIM
- Secual** ... ホームセキュリティ
etc



3

入居者アプリ「totoono」の他社提携等により収益機会の拡大

現在展開しているプラットフォームアプリ「totoono」の拡大が進むにつれて
市場のTAMは更に拡大

ライフスタイルに関わる領域(TAM)



電気



自動車



自転車



保険



Wi-fi

ウォーター
サーバー

不動産



引っ越し

国内の入居者マーケット

240.5億円

*1

 $1,946\text{万戸} \times 103\text{円(当社2025年ARPU実績)} \times 12\text{か月}$
=240.5億円totoono売上高
(2025年9月期)

約5.3億円

現在

*1:総務省:「令和5年住宅・土地統計調査住宅及び世帯に関する基本集計」より参照

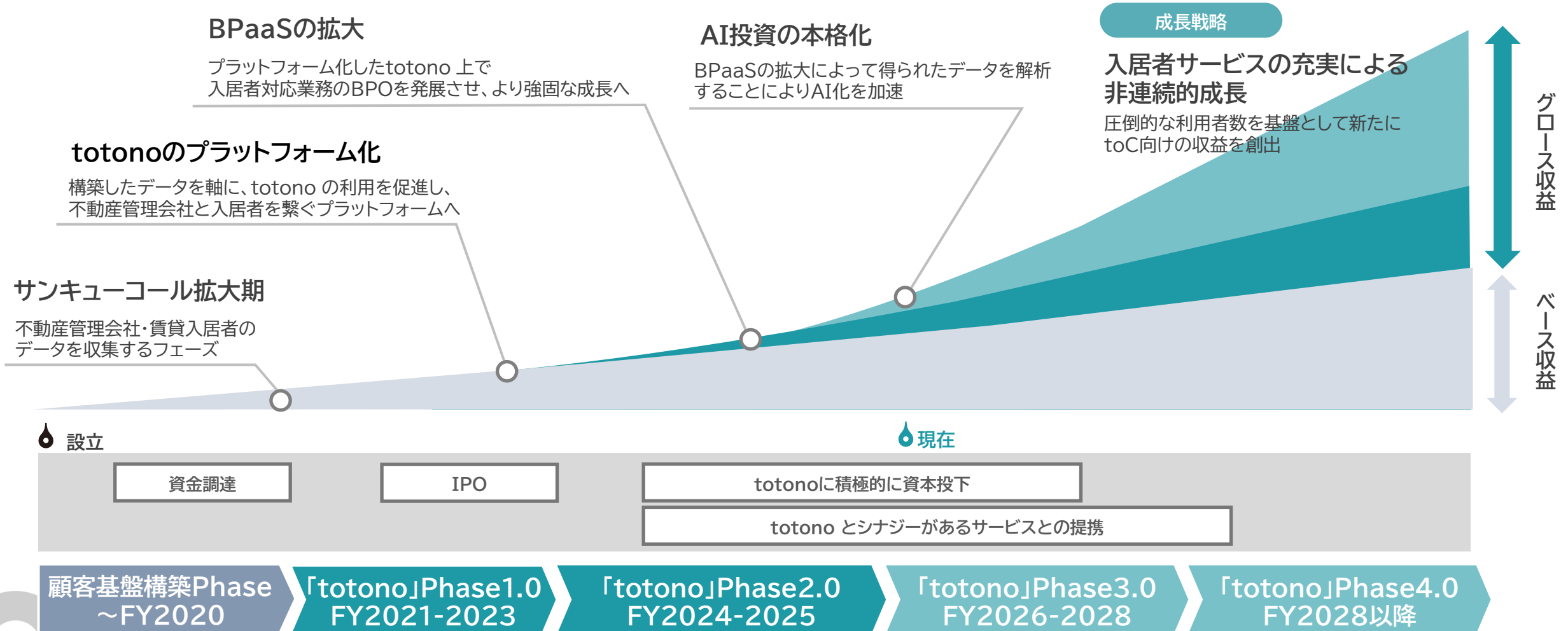


2026年9月期事業計画

(単位:百万円)	24/9期 実績(A)	25/9期 実績(B)	26/9期 計画(C)	差異(C-B)
売上高	2,674	2,816	3,150	334
営業利益	108	190	230	40
経常利益	112	191	230	39
当期純利益	106	130	155	25



サンキューコールで培った顧客基盤をもとに、totoonoの拡大に注力し更なる成長を見込む
また、多くの業務提携を実施することでtotoono上でのアップセルのベースを構築





不動産管理会社に対して複合的にサービス提供を行うことが可能なのはスマサポのみ
各サービスについては、業界の知見を活かし業務効率に寄与する商品設計が可能となり、
またデータサイエンスで業務改善も実現

		コール	アプリ	内覧	業務改善	特徴
サンキュー コール の競合	A社	○ 社宅代行のみ	-	-	△	電気プランを軸に各種手続きのみを代行するサービスを提供
	B社	○ 社宅代行のみ	-	-	△	社宅代行のみ連携、法人社宅顧客紹介をメインに引越業務を含め代行
totonono の競合	C社	-	○	-	△	入居者アプリとオーナーアプリのみを提供
	D社	-	○	-	△	不動産管理会社向けの基幹システムと併せて周辺サービスとして入居者アプリを提供
	スマサポ	○	○	○	◎	スマサポサンキューコール、totonono、スマサポ内覧サービス等、複合的にサービスを提供し 不動産管理会社の業務改善に寄与
各サービスのデータを分解し横断的に商品設計						



01 スマサポについて	P.3
02 スマサポの強み・特徴	P.23
03 成長戦略及び事業計画	P.37
04 リスク情報	P.49



主な事業リスクと対応策(1)

有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長可能性や事業計画に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクを抜粋して記載しています。その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

リスク	リスクの概要	発生可能性	影響度	対応方針
景気の動向(景況感)等について	当社の「スマサポサンキューコール」は、入居者に対し、入居時のお礼や満足度アンケート調査の実施を代行するとともに、生活に必要な各種ライフラインサポート等の案内を手掛けるサービスであり、経済情勢の悪化、消費意識の低下による個人消費の低迷や取扱い商材に関連する市況の動向等によって、事業や経営成績に影響を与える可能性があります。	中	大	それらの顕在化リスクに備え収益性や健全性を確保するとともに、景気の動向(景況感)等の把握に努め、必要な対応を適時に取れる体制を構築しております。
入居者アプリ「totoono」について	不動産管理会社と入居者との連絡を円滑にし、断水やエレベーターの点検等の必要な情報の提供や入居者からの相談事等を双方向で情報交換できる入居者アプリ「totoono」の利用促進を図り、不動産管理会社の事業効率化を図っておりますが、入居者アプリ「totoono」の普及が想定を下回る、或いは不動産管理会社や入居者のニーズを入居者アプリ「totoono」の機能に十分に織り込めなかった場合には、当社の事業に影響を与える可能性があります。	低	大	顧客ニーズの把握を徹底的に行うことで、当社の特徴でもある不動産管理会社が利用しやすい機能の拡充を行うことに努めております。
システム障害等について	当社の運営するアプリ・サイトへのアクセスの急増等の一時的な過負荷や電力供給の停止、当社ソフトウェアの不具合、コンピューターウイルスや外部からの不正な手段によるコンピューターへの侵入、自然災害、事故等、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピューターシステムがダウンした場合、当社の事業活動に支障をきたす可能性があります。また、サーバーの作動不能や欠陥に起因して、当社の信頼が失墜し取引停止等に至る場合や、当社に対する損害賠償請求が発生する場合も想定され、このような場合には当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	低	大	事業を安定的に継続させるために、障害発生時の社内体制の構築等を行うことでリスク顕在化の際の影響度低減に努めております。
新規事業展開に伴うリスクについて	入居者アプリ「totoono」によるサービスを中心として、新規事業を展開する可能性があり、新規事業の展開にあたってはその性質上、計画どおりに事業が展開できず投資を回収できなくなる可能性や、当社の業績に影響を与える可能性があります。	低	大	新たなサービス等については、取締役会、経営会議での十分な議論のうえに取り組むことによりリスクの低減に努めております。
業務委託先・外注先との契約の持続性について	入居者に対して新生活サポートを行う「スマサポサンキューコール」においては、年間約28万5千コールの架電を行っております。大量の架電を要することから当社自社コールセンターだけでなく、複数の業務委託先に架電業務を委託しております。その業務委託先との契約関係が何らかの事情により持続されない場合には、業務フローの引き継ぎやフリーダイヤルの再設定等を他の業務委託先に対して行う必要があるため、業務継続に負荷がかかることから、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	高	大	複数の業務委託先コールセンターとの関係を良好に保つようにするほか、自社のコールセンターの拡充を図ることでリスクの低減に努めております。



主な事業リスクと対応策(2)

リスク	リスクの概要	発生可能性	影響度	対応方針
個人情報保護法について	不動産管理会社が所有する入居者の氏名、住所、年齢、連絡先等の情報を、入居者の同意を得たうえで不動産管理会社から直接、若しくは代理店等を通じて取得しております。取得した情報は、当社のコールセンター若しくは委託により外部のコールセンターを通じて、入居者へのアンケート並びに生活向けのサービスのご案内に活用しております。取得した個人情報の漏えいや不正利用、消失、改ざん等の事象が生じた場合には、個人情報保護法に基づく罰則の適用や信用失墜により、当社事業、経営成績及び財政状態に深刻な影響を与える可能性があります。	低	大	ISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)認証を取得し、国際規格である「ISO27001」に適合した情報の安全管理体制を構築し、また個人情報保護法第27条の規定に則り、個人情報の取得から委託、並びに委託先への管理を厳正に行うほか、特定個人情報等取扱規程の制定・運用並びに内部監査での確認、社内教育の徹底を行っております。また、当社は、2018年6月に「個人情報保護マネジメントシステム-要求事項(JISQ15001:2006)」を満たす企業として、一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)より「プライバシーマーク」の認定を受け、その後2年毎に登録を更新しております。このプロセスの中で、全役職員の研修、教育を徹底することでリスクを低減させることに努めております。
特定商取引法について	入居者に対して新生活サポートを行う「スマサポサンキューコール」サービスを提供しており、電話にて入居者の新生活に対する満足度調査(物件を決めた経緯等)を行うとともに、インターネットやライフライン、ウォーターサーバー等のご案内を行っております。電話における勧誘行為について定めた特定商取引法の規制に該当する勧誘が発生した場合、当社事業の継続、経営成績、財政状態に深刻な影響を与える可能性があります。	中	大	定期的な研修を実施しコンプライアンス意識を向上させることにより、法令に沿った販売活動を行っていくことでリスクの低減に努めております。
各種規制について	「個人情報保護法」、「特定商取引法」の規制に関しては極めて重要であり、これら以外にも、「電子消費者契約法」、「不正アクセス行為の禁止等に関する法律」、「消費者契約法」、「不当景品類及び不当表示防止法」等といった法的規制の対象となっております。また、外部委託先を中心に事業を展開しているため、これら法的規制は外部委託先にも及び、今後インターネット関連事業者やコールセンター事業者を対象として法的規制の制定又は改正がなされることで、当社の業務の一部が制約を受ける場合、又は新たな対応を余儀なくされる場合、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	中	大	各種法的規制に関して、法令遵守体制の整備・強化、社員教育を行うことにより、コンプライアンス体制の強化に努めるとともに、外部委託先に対する、個人情報管理体制等のチェックを強化し、業務監査を定期的の実施することで、品質管理・品質確保を図ることに努めております。
自然災害等について	当社拠点や従業員の居住地に甚大な被害をもたらす災害の発生時には、当社事業も大きな影響を受け、円滑な事業活動に支障を来す可能性があります。	低	大	地震、台風等の自然災害等の事象が発生する場合に備えて、事業継続計画(BCP)を策定し、定期的に社内研修等を実施しております。また、平常時からリモートワーク等を含めた柔軟な働き方を行うことでリスクの低減に努めております。



s m a r t な く ら し を s u p p o r t す る

私たちはこれまでの「不動産管理会社」と「賃貸入居者」の
一方向のコミュニケーションをデジタルの力でスムーズにします。

これまでにない快適な暮らしを、すべての人に。

【本開示の取り扱いについて】

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 今後の当資料のアップデートは、次回は2026年11月頃とし、その後は年度決算の発表予定時期である毎年11月頃を目途に開示する予定です。