SUMASAPO

2027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

２０２６.１１.２７

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

INDEX

01｜スマサポについて P.3

02｜スマサポの強み・特徴 P.28

03｜成長戦略及び事業計画 P.42

04｜リスク情報 P.55

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

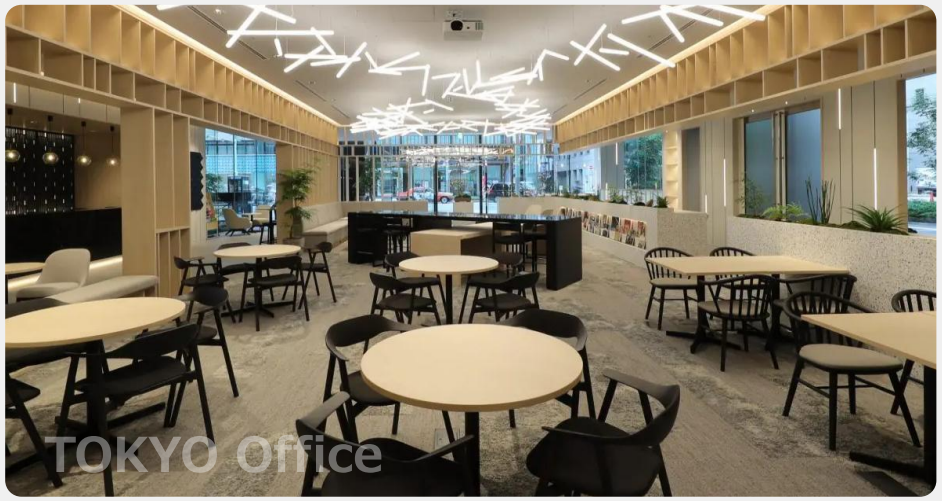
会社概要

株式会社スマサポ 単体

会社名	株式会社スマサポ(東証グロース 9342)
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、那覇市
設立	2012年
資本金	213,707,822円
従業員数	79名(2026年9月末)
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「totono」を活用したDX推進事業

スマサポグループ 連結

グループ会社数	連結従業員数	連結売上高
3社	106名	5,500百万円
スマサポ・トレードワン・ワカマツ	2026年9月末	2027年9月期 計画





(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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)
2026年9月	株式会社トレードワン取締役就任(現任)
2026年9月	株式会社ワカマツ取締役就任(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)
2026年9月	株式会社トレードワン取締役就任(現任)
2026年9月	株式会社ワカマツ取締役就任(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	ウィザーズ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)

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

ミッション

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。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポグループの全体像

2026年9月、株式会社トレードワン（子会社の株式会社ワカマツを含む）がグループに加わり、「サービス」と「モノ」の両面から住まいとくらしをサポートする体制へ

株式会社スマサポ

入居者との接点・データ

- スマサポサンキューコール
- 入居者アプリ「totono」・BPO・totonoAI
- スマサポ内覧サービス

株式会社トレードワン
当社100%子会社

生活用品の企画・製造・卸売

- 日用雑貨品の企画・製造・販売
- 卸売を中心とした全国販路
- 防災用品シリーズ等の自社商品

株式会社ワカマツ
トレードワン100%子会社

生活用品の小売・EC

- 日用品・雑貨の小売
- EC（通信販売）
- 消費者への直接販売ノウハウ

接点（スマサポ） × 商品（トレードワン） × 販売（ワカマツ） で、入居者のくらしをトータルにサポート

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

住まいのライフサイクルをトータルにサポート

内覧・入居から入居中・更新・住み替えまで、グループのサービスと商品で入居者の暮らしのあらゆる場面に寄り添う

	内覧・契約	入居時	入居中	更新	退去・住み替え
サービス スマサポ	スマサポ内覧サービス （鍵管理システム）	サンキューコール （ライフライン一括取次）	入居者アプリ「totono」 BPO・totonoAI	更新業務の代行 （totono上での手続き）	新居・引越しの提案 （アライアンス）
モノ※ トレードワン ワカマツ	—	新生活用品・防災用品 の提案	日用品・雑貨の アプリ内販売	更新時の優待・ ギフト	新生活用品の提案 （ワカマツEC）

入居者の属性・居住データを横断的に活用し、一人ひとりに合わせたサービスと商品を提案

※ 今後グループシナジーにより展開予定の取り組み

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

創業ストーリー

経営陣の不動産管理会社勤務時代の苦労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

これまでの課題	totonoで解決
入居者とのコミュニケーションが一方通行	チャットによる双方向のコミュニケーション／FAQで入居者が自己解決
広範囲に及ぶ物件の管理	掲示板機能により、現場での張り紙が不要に
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	すべての関係者をデジタルでつなぎ、一元管理が可能に
膨大な入居者情報を活かせていない	入居中のやりとりもすべて一元管理
緊急時・災害時にこちらから連絡するすべがない	緊急時も不動産管理会社から個別に連絡が可能に



(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

目指すべき姿

これまでの「SaaS」だけでなく、実務機能を有した「BPaaS」*1へ
システムの提供にとどまらず、入居者対応を業務プロセスごと代行できる体制を構築

ISSUE 01

慢性的な人手不足

ISSUE 02

中小企業が多く
DX化が困難な業界

BPaaS
入居者対応
BPOプラットフォーム

BPO × SaaS

ISSUE 03

カスタマー
ハラスメント対策

ISSUE 04

電話や郵送など
データ化されていない情報

不動産管理の現場を知る当社が、入居者対応を業務プロセスごと代行

*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。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

目指すべき姿

データの蓄積により、スマサポのチャットセンターで完結できる問い合わせが大幅に増加
管理会社が対応する業務量を大きく減らし、AIによる回答も可能に

Before これまで



- 窓口で完結できず、管理会社へ戻る案件が多い
- 確認のための連絡が逐一入る
- 代表番号への電話が集中する

After スマサポ導入後



- チャット対応はスマサポで完結
- FAQ・定型文を自動作成し、マニュアル化
- 完結できない案件だけを管理会社へ

不動産管理会社が対応する問い合わせ業務量 約75%削減 *

＊当社チャットセンターの対応において、スマサポで対応を完了した問い合わせ（約50%）と、引き継ぎ案件の工数削減分（約50%×約50%）の合計（当社試算）

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

Company History

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

2012年
株式会社スマサポ設立
（旧株式会社グローバルエージェント）

2016年
スマサポコールセンターを買収し、株式会社スマサポに商号変更

新生活サポート「スマサポサンキューコール」提供開始

2017年
新電力サービス
「スマサポでんき」提供開始

鍵管理システム
「スマサポ内覧サービス」提供開始

2018年
株式会社JEIを買収

2019年
本社を東京都中央区日本橋に移転

2020年
入居者アプリ
「totono」提供開始

2021年
北海道オフィス開設
和歌山白浜オフィス開設

2023年
福岡オフィス開設
大東建託パートナーズ社、ENECHANGE社と資本業務提携
東証グロース市場へ新規上場
JPX GROWTH TOKYO

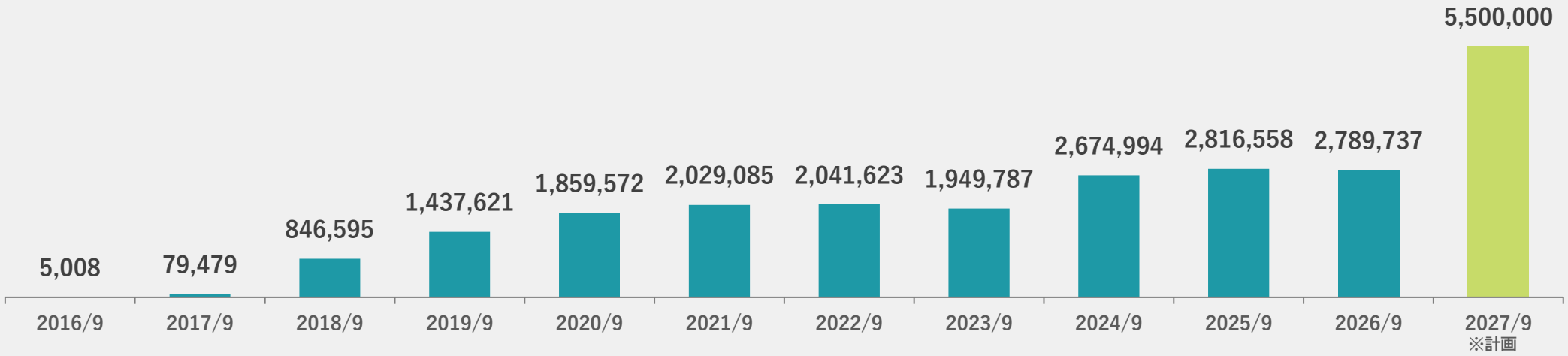
2024年
入居者アプリ「totono」累計28万DL突破
グッドデザイン賞受賞
GOOD DESIGN AWARD 2024年度受賞

2025年
入居者アプリ「totono」2.0開始
開始1年で6.4万ユーザー突破

2026年
LINE活用ソリューション事業、戸建てアフターメンテナンス・リフォーム事業を譲受
トレードワングループを子会社化し連結決算に移行
「totonoAI」提供開始
totono AI

売上高の推移

（単位：千円）



(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

当社グループが提供するソリューション

不動産管理会社と入居者をつなぐサービスに、グループの生活用品を加え、住まいと暮らしをトータルにサポート

スマサポ 不動産管理会社・入居者向けサービス

スマサポサンキューコール
新生活サポート（コールセンター）

入居時のお礼電話・アンケートを通じ、電気・ガス・ネット等のライフラインを一括で取次

▸入居者満足度と管理会社の収益を向上

入居者アプリ「totono」
入居者アプリ × BPO（BPaaS）

チャット・掲示板・各種申請をアプリで一元化。問い合わせ対応はチャットセンターが代行

▸管理会社の入居者対応を丸ごと効率化

totonoAI
入居者対応特化型AIエージェント

totonoに蓄積された問い合わせデータを基に、入居者からの問い合わせにAIが回答

▸対応の自動化とBPOコストの削減

スマサポ内覧サービス
鍵管理システム

キーボックス型「SKB」とオートロック対応「SKE」で、内覧時の鍵の受け渡しを不要に

▸内覧・鍵管理業務の手間を削減

グループ会社 生活用品

ライフスタイル用品販売事業
日用雑貨・防災用品 等

株式会社トレードワン
日用雑貨品の企画・製造・卸売

株式会社ワカマツ
日用雑貨品の小売・EC

トレードワンが企画・製造した商品を、ワカマツの小売・ECで消費者へ販売

▸totonoを通じた入居者への直販へ

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポサンキューコールについて

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

電気　ガス　水道　インターネット

ウォーターサーバー　引越し　市役所



入居者

各サービスへ個別に申込手続き

After

- スマサポが各サービスを一括で取次
- 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



入居者

①サービス提案

②申込



スマサポ
サンキューコール

③取次

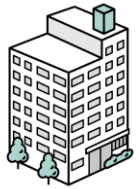
- 電気
- ガス
- 水道
- インターネット
- ウォーターサーバー
- 引越し

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポサンキューコールのマネタイズ

不動産管理会社から入居者サポートを受託し、入居者の新生活に必要なサービスを取り次ぐことで サービス提供会社から紹介手数料を得るモデル

サービスの流れ　お金の流れ



不動産管理会社
費用負担なし

入居者サポートを委託

¥ 顧客紹介料



スマサポ サンキューコール
自社コールセンター／外部委託先

お礼電話・新生活の提案



入居者
新生活を始める方

サービスに申込

¥ 利用料



各種 サービス提供会社
電気・ガス・ネット等

紹介手数料の流れ　成約したコールセンターによって2つの経路があります

A　自社コールセンターで成約　→　サービス提供会社　→（¥ 紹介手数料）→　スマサポ

B　外部委託先で成約　→　サービス提供会社　→（¥ 紹介手数料）→　外部委託先（販売先）　→（¥ 紹介手数料）→　スマサポ

※ 外部委託先には当社から入居者への架電業務を委託。委託先で成約した場合、紹介手数料はいったん委託先に入り、委託先から当社へ支払われるため、委託先は当社の販売先となります。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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「収益性改善」を推進し、安定収益基盤を一層強化

1 導入商材の拡大による「単価アップ」

Before

電話1本で提案できる商材は
1つ程度



After

電話1本で
複数の商材をまとめて提案



単価(FY2026)	コンタクト数(FY2026)
7,068円	280,276件

2 不採算取引の整理による「収益性改善」

Before

■ 高採算　■ 低採算

多くの取引先に
架電リソースを分散



After

採算の高い取引先に
リソースを集中



取引先ごとの採算を見直し、
事業全体の利益率を改善

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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

コンタクト数	×	単価	=	売上
施策 より多くの入居者に架電を行うこと		施策 1コンタクトあたり多くの商材を販売する		
施策 導入企業数の増加		施策 高いヒアリング力による適切な商材の提案		

FY2026 通期実績 *1

280,276件	×	7,068円	=	1,980,987千円

*1：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。

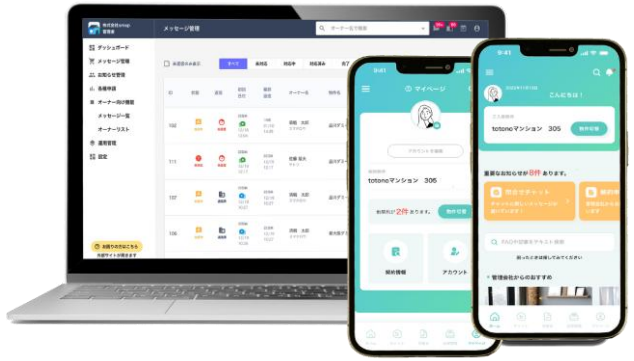
(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

入居者アプリ「totono」について

入居者アプリにAIエージェントを搭載し、管理会社のDXと入居者満足度向上をさらに加速

賃貸不動産にお住ま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

GOOD DESIGN AWARD 2024年度受賞



- チャット・掲示板・各種申請をアプリで一元化
- 不動産管理会社の業務DXを推進
- 入居者の満足度・利便性を向上

NEW 2026年9月期 提供開始

totono AI

入居者対応特化型 AIエージェント「totonoAI」

totonoに蓄積された入居者対応データを基に開発した、
管理会社と入居者の目線を併せ持つ入居者対応のスペシャリスト

問い合わせにAIが回答
入居に関する様々な問い合わせにAIが対応

想定外のトラブルに対応
FAQでは対応しきれない個別の相談もカバー

緊急性・法令リスクを判断
状況に応じて対応方法を柔軟に切り替え

KINDNESS設計
入居者の気持ちに寄り添い満足度を向上

問い合わせ対応の自動化で、管理会社の業務負担とBPOコストを削減

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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

FAQ & CHAT
入居者とのやり取りを
デジタルにスムーズに

解約など各種申請受付
室内点検表や解約申請も
簡単に

便利なサービス
入居中の便利で
お得な情報の提供

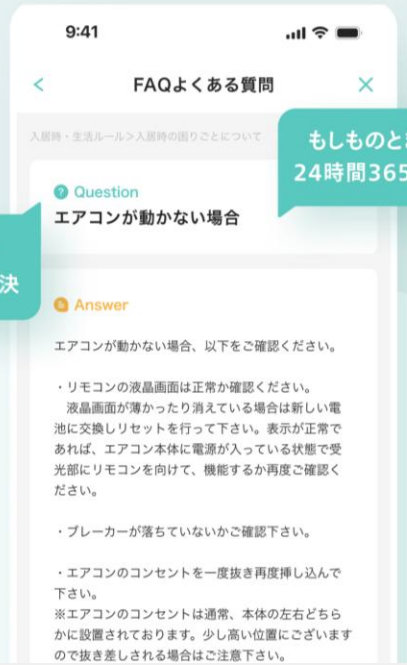
契約情報の連携
契約書の内容や説明書も
アプリで確認

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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

入居者アプリ「totono」1.0

不動産管理会社と入居者のコミュニケーションツール「totono」を、月額の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



BPO *1
チャットなど問い合わせ対応の代行
¥ 月額利用料

totono内 提携サービス提供会社
不用品買取、家具レンタル、各種保険 など
totono上でのサービス提供 → ¥ 手数料

*1：入居者アプリ「totono」上で入居者からの問い合わせに対応するという、本来不動産管理会社が行う業務（チャット返信業務など）を当社がアウトソーシングで請け負います。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

入居者アプリ「totono」1.0の主要KPI

「導入社数」「単価」をKPIとし、MRRの拡大を目指す *1

導入社数	×	単価	=	MRR
施策 導入企業数の増加		施策 管理戸数の多い大手への導入		
施策 サンキューコール顧客への販促		施策 アライアンスの拡充		

FY2026 通期実績 *3

76社 *2	×	490千円/月	=	37,303千円

*1：totono1.0は、ダウンロード数ではなく導入企業ごとに課金する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は端数を四捨五入しているので、おおよその値です。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

入居者アプリ「totono」2.0

ツールを提供するだけのSaaSから、業務そのものを担うBPaaSへ
入居者対応を当社が代行し、不動産管理会社がコア業務に集中できる環境をつくる

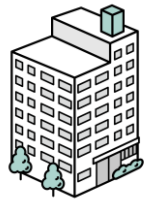


BPaaS 入居者業務全般のアウトソーシング

- 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

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

「totono」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

※「totono」2.0は2024年10月より開始の体系です。totono2.0の開始に伴い、従来の体系をtotono1.0と呼称しております（totono1.0も引き続き選択可能です）。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

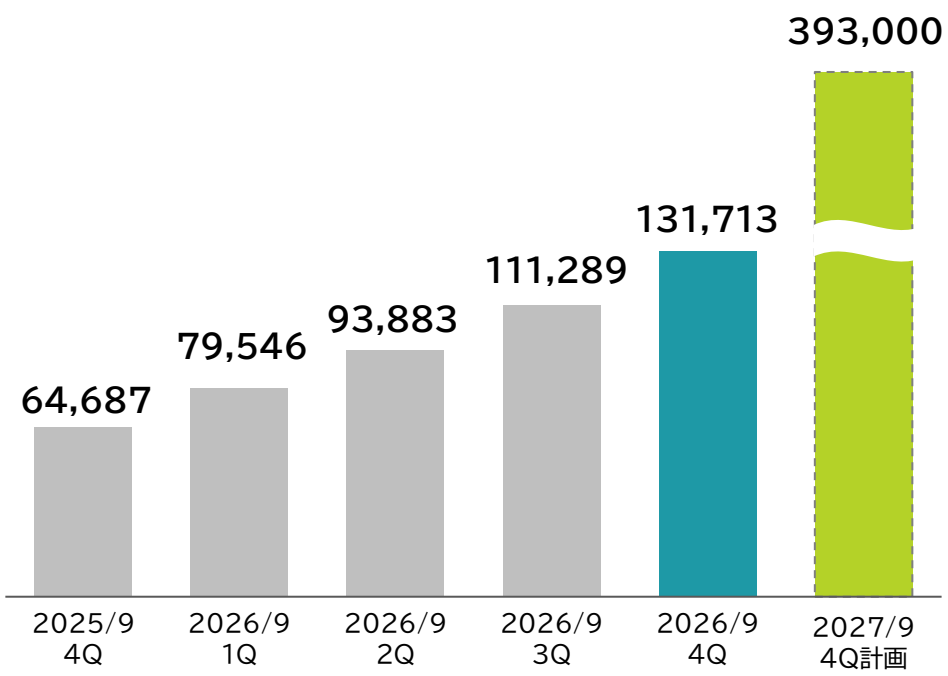
入居者アプリ「totono」2.0の主要KPIの進捗と計画

ユーザー数・単価ともにQoQで継続して伸長し、ユーザー数は前期末比約2倍の13.1万ユーザーに拡大

2027年9月期は、ユーザー数39.3万ユーザー（前期末比298%）、ARPU136円を計画

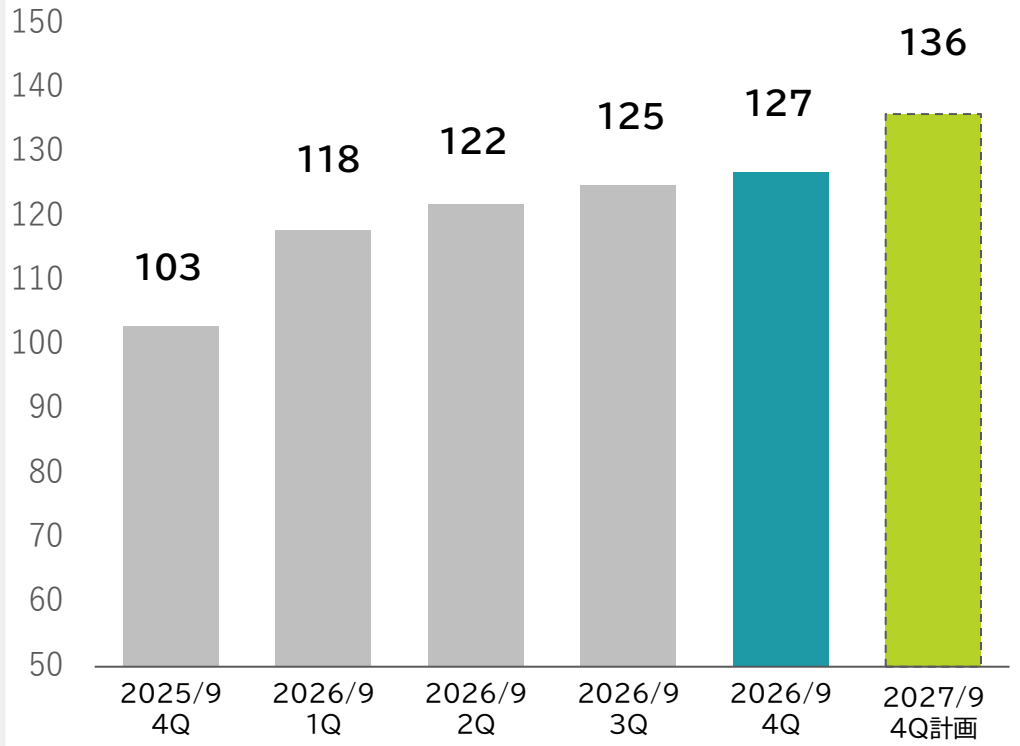
ユーザー数（totono2.0利用者）*1

単位：ユーザー



1ユーザーあたりの単価（ARPU）*1

単位：円



*1: totono2.0では、totono1.0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ユーザー当たりの単価（ARPU）で現しております。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

入居者アプリ「totono」2.0の主要KPI

売上増加と原価削減によって、利益率の向上を目指す

- 売上を増やす

ユーザー数	×	1ユーザーあたりの単価	=	売上
施策 導入企業数の増加		施策 DL促進		

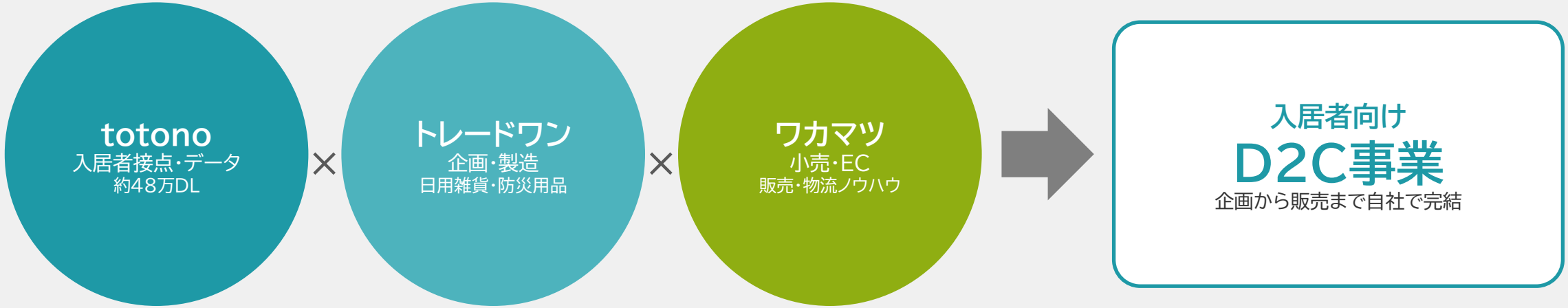
- 原価を下げる

チャット数	×	単価／チャット	=	原価
施策 FAQの充実・能動的な配信によるチャット削減		施策 AI化による返信の効率化		

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

グループシナジー：「totono」× 自社商品による入居者向けD2C

トレードワンの企画・製造力とワカマツの販売ノウハウを、totonoの入居者接点と掛け合わせ、入居者に直接商品を届けるD2C事業を創出する



1 引越し直後の需要を捉える

入居のタイミングで必要となる防災用品・日用雑貨を、アプリ上で直接販売

2 データによるパーソナライズ

入居者の属性・居住データに基づき、世帯に合った商品を提案

3 アプリ内限定の商品・優待

totono会員限定の商品・価格により、アプリの利用継続とDL促進にも寄与

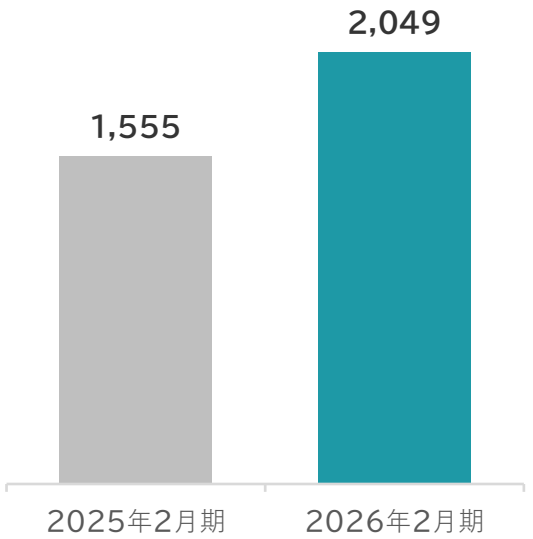
(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

株式会社トレードワンについて

日用雑貨品の企画・製造・販売を手がける生活用品メーカー
2026年9月に当社の100%子会社となり、グループの「モノ」づくりを担う

会社名	株式会社トレードワン
所在地	愛知県あま市
設立	1990年
事業内容	日用雑貨品の企画・製造・販売(卸売中心)
主な商品	日用雑貨、防災用品シリーズ 等
子会社	株式会社ワカマツ(100%)
株主	株式会社スマサポ(100%)

業績推移(2月決算・単位:百万円)



売上高

売上高(2026年2月期)

2,049百万円

前期比 +31.7%

営業利益(2026年2月期)

126百万円

前期 29百万円

※ 業績はトレードワン単体の数値です。当社による株式取得価額は742百万円(アドバイザリー費用等を除く)。

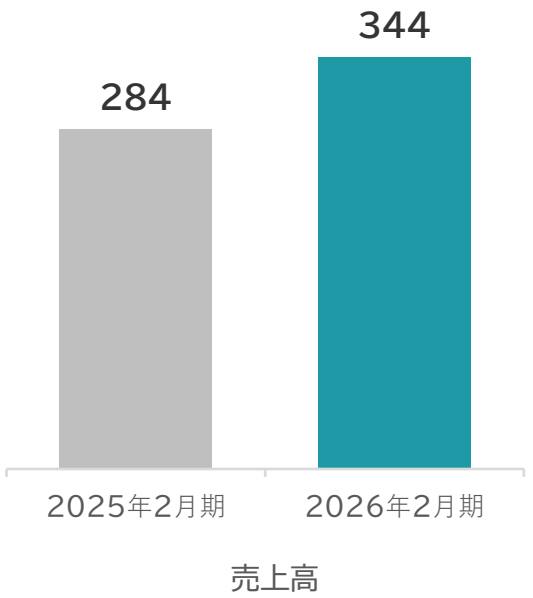
(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

株式会社ワカマツについて

日用品・雑貨の小売・EC事業を展開する、グループの販売チャネル
トレードワンの100%子会社として、グループ商品を消費者へ直接届ける役割を担う

会社名	株式会社ワカマツ
所在地	愛知県あま市
設立	1986年
事業内容	日用雑貨品の小売・EC販売
主な商品	日用品・生活雑貨 等
株主	株式会社トレードワン(100%)
当社との関係	当社の孫会社(2026年9月～)

業績推移(2月決算・単位:百万円)



売上高(2026年2月期)

344百万円

前期比 +21.1%

営業損益(2026年2月期)

△68百万円

前期 △39百万円

収益改善の方針

totonoの入居者基盤からの送客により顧客獲得コストを抑え、EC事業の収益改善を図る
トレードワンの自社商品の取扱いを拡大し、グループ内で企画から販売までの利益を取り込む

※ 業績はワカマツ単体の数値です。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

INDEX

01｜ スマサポについて P.3

02｜ スマサポの強み・特徴 P.28

03｜ 成長戦略及び事業計画 P.42

04｜ リスク情報 P.55

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポの強み・特徴

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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

1 アナログでの接点を強みとするサンキューコール

「入居時のお礼」や「定期的なアンケート」など、管理会社では手が回りにくい施策を代行
入居者の課題を抽出し、課題解決の提案につなげる

1 入居時のお礼電話



効果

賃貸入居者が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

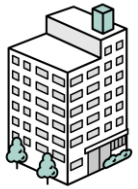
入居者に対して定期的なアンケートを実施し、生活における不満や課題を抽出し、解決策を提案する

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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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



不動産管理会社

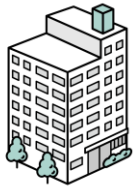
デジタルの提案

IT事業者

デジタル

デジタルのみに強み

- 現場がわからないので顧客に寄り添えない
- 導入後のアフターフォローがないので、使いこなせない



不動産管理会社

双方向のコミュニケーション

SUMASAPO

コンサル × AI × デジタル

不動産管理業界に精通

- 経営陣が不動産管理会社出身
- 現場の状況を常に把握
- 課題に沿ってコンサルし、提案し続ける

不動産管理会社の業務改善・収益向上が実現するまで、並走してコンサル・提案を行い続ける

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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の情報リテラシーはさまざま
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totono導入時にコンサルティング

アナログ 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）

SUMASAPO

アップデート
（新機能の開発）

デジタル totono



- 入居者データ・業務フローを導入時に一斉整備
- 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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポの強み・特徴

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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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

インプット

入居者からの問い合わせ・クレーム

- 電気がつかない
- 隣室から騒音がする
- エアコンが壊れた
- ゴミ捨て場が汚い
- 宅配ボックスが開かない

ビッグデータ分解析

カテゴリ分類・FAQサジェストなどで汎用的な対応が可能に

アウトプット（活用事例）

1 入居者対応チャット

totonoのチャット対応に活用。汎用的な応対が可能となり、人員削減が可能に

コスト削減

2 更新・解約等の申請スクリプト

必要な情報を取得する申請スクリプトを作成し、様々な受付業務を一元化・効率化

工数削減

3 管理会社向け業務改善シート

totonoでの問い合わせデータを分析し、業務改善の提案を実施

コンサル業務改善

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

2 totonoに蓄積される独自のビッグデータとその活用実績

totonoのコミュニケーションデータと管理会社のデータを紐づけた独自のビッグデータを構築 業務効率化やAI開発に活用し、着実に成果を創出

totonoの独自データ資産

チャット問い合わせデータ

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

データ活用の実績

372パターン
問い合わせを生成AIで分類

40以上
チャットの自動分類カテゴリ

約75%削減
管理会社の問い合わせ業務量*

totonoAI
2026年9月期に提供開始



当社 研究アドバイザー

柳川 範之 氏

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

定期的な面談を通じて、データ活用に関するアカデミックな知見・助言をいただいています

＊当社チャットセンターの対応において、スマサポで対応を完了した問い合わせ（約50%）と、引き継ぎ案件の工数削減分（約50%×約50%）の合計（当社試算）

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポの強み・特徴

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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 入居者接点を活かした収益モデル

従来の手段では、入居者への付帯サービスの告知・収益化が困難であった totonoでは配信対象を指定した告知が可能となり、付帯サービスの収益化につながる

これまでの不動産管理

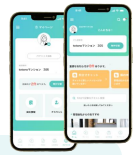
掲示板に貼りに行く
各物件の現地に行くのは手間がかかる

ポスティング・郵送
コストがかかりすぎる

Webサイト掲載
ほとんど見てもらえない

告知 ×　収益 ×

totono



PUSH通知
指定した時間にスマホへ一斉通知

お知らせ掲示板掲載
管理画面から物件を指定して掲載

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 ○

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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

入居時だけでなく、入居中の暮らしの節目や災害時まで、入居者アプリ「totono」なら入居者と常に能動的なコミュニケーションが取れる

災害時
管理会社のBPOとして対応

- 入居者からの問い合わせ対応を代行
- totonoで被災状況確認
- 避難経路・避難所をプッシュ通知
- 防災グッズの販売



入居時
電気・ガス・水道 ／ Wi-Fi ／ 新生活用品・防災用品

入居中
設備トラブルのチャット相談 ／ 日用品の購入

ライフイベント
就職・結婚・出産：新居・家具・保険の提案

車の購入
自動車保険・車検の提案

解約・住み替え
新居・引越しの提案 ／ 不用品の買取

更新時
更新手続きの代行

※ 管理会社は入居者の属性・居住データを保有している一方、これまで活用する手段が限られていた。totonoはその接点を暮らし全体に広げる。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 totonoMALLの実現による新たな収益の獲得

totonoでリーチしたユーザー基盤に、生活雑貨・インフラ・アライアンス商材を届けることで加速度的に成長を遂げる

収益化
販売

生活雑貨 グループ会社の自社商品
- 日用雑貨
- 防災用品

インフラ ライフライン
- 電気
- Wi-Fi
- ガス
- 水道

アライアンス 提携先の商品・サービス
- 家具
- 家電
- 保険

ユーザー
基盤



totono ユーザー基盤
入居中の日常的な接点(チャット・掲示板・通知)と居住データ

ユーザー数
48万超*

導入社数・ユーザー数を拡大

成長エンジン
拡大

BPaaSの推進

totono 入居者アプリ × AI totonoAI × BPO チャットセンター

管理会社の入居者対応を
業務プロセスごと代行
人手不足・DXの課題を解決し導入を拡大

*:2026年9月末時点

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 グループの自社商品により「モノ」の収益機会を獲得

totonoMALLの「自社調達商材」に、グループで企画・製造する生活用品が加わり、商品の企画から入居者への販売まで、グループ内で一気通貫で提供

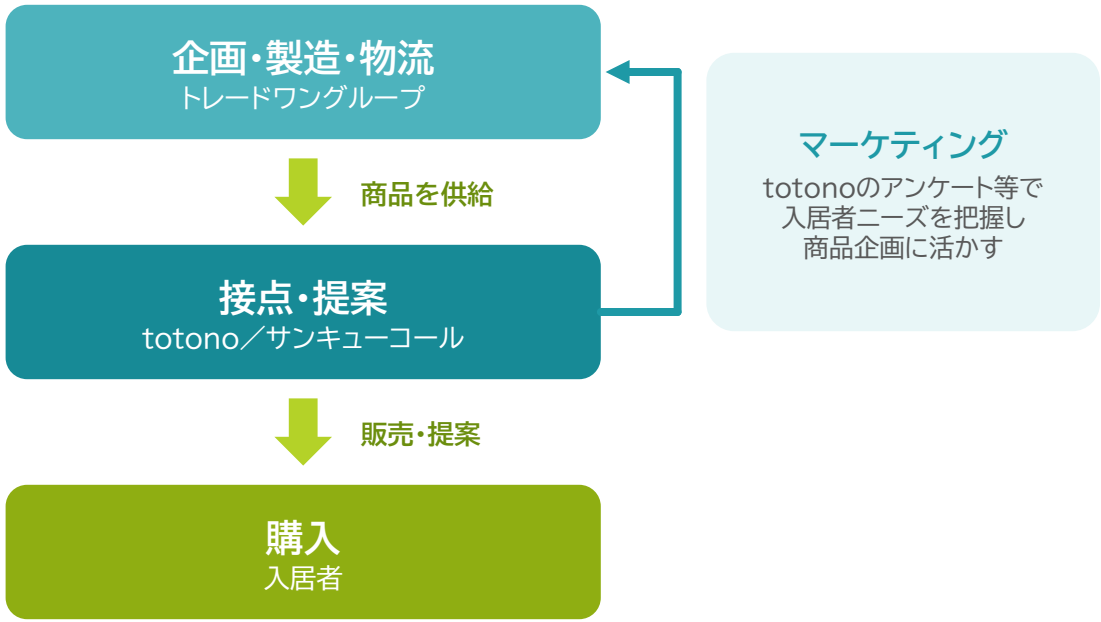
これまで アライアンス先の商材を紹介

- 入居者へ提携先の商品・サービスを案内
- 収益は紹介手数料が中心

これから **自社商品を入居者へ直接販売**

- グループで企画・製造した商品をtotono上で販売
- 商品の販売利益をグループ内に取り込む

グループで完結するバリューチェーン



※ 自社商品の販売は今後グループシナジーにより展開予定の取り組みです。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

スマサポの強み・特徴

現場知見とテクノロジーを併せ持つからこそ実現できる、参入障壁の高いビジネスモデル

不動産関連企業
現場の知見はあっても、
テクノロジーがない

テック企業
テクノロジーはあっても、
現場の知見がない

SUMASAPO

現場知見 × テクノロジー を併せ持つ

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

現場知見から生まれる強み

×

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・AI活用

テクノロジーから生まれる強み

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

①×②の好循環で成長し続ける

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

INDEX

01｜ スマサポについて P.3

02｜ スマサポの強み・特徴 P.28

03｜ 成長戦略及び事業計画 P.42

04｜ リスク情報 P.55

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

成長戦略

基本方針

入居者アプリ「totono」を中心とした入居者接点に、
グループの「モノ」を掛け合わせ
住まいとくらしをトータルにサポートする企業グループへ
サンキューコール・totono・生活用品事業のバランスをみながら非連続的な成長を図る

FY2027 アクションプラン

1 入居者アプリ「totono」のユーザー数の増加による収益基盤の拡大

管理会社への導入拡大とダウンロード促進により、
ユーザー基盤と収益を拡大

2 ビッグデータの分解析とAI開発への積極投資

問い合わせデータを生成AIで分析し、
入居者対応の自動化とBPOコスト削減を推進

3 他社提携と自社企画商品によるtotonoMALLの拡大

アライアンス商材に、グループで企画・製造した
自社商品を加え、totono上での販売を拡大

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

1 totono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み上げ、信頼と実績で拡大中

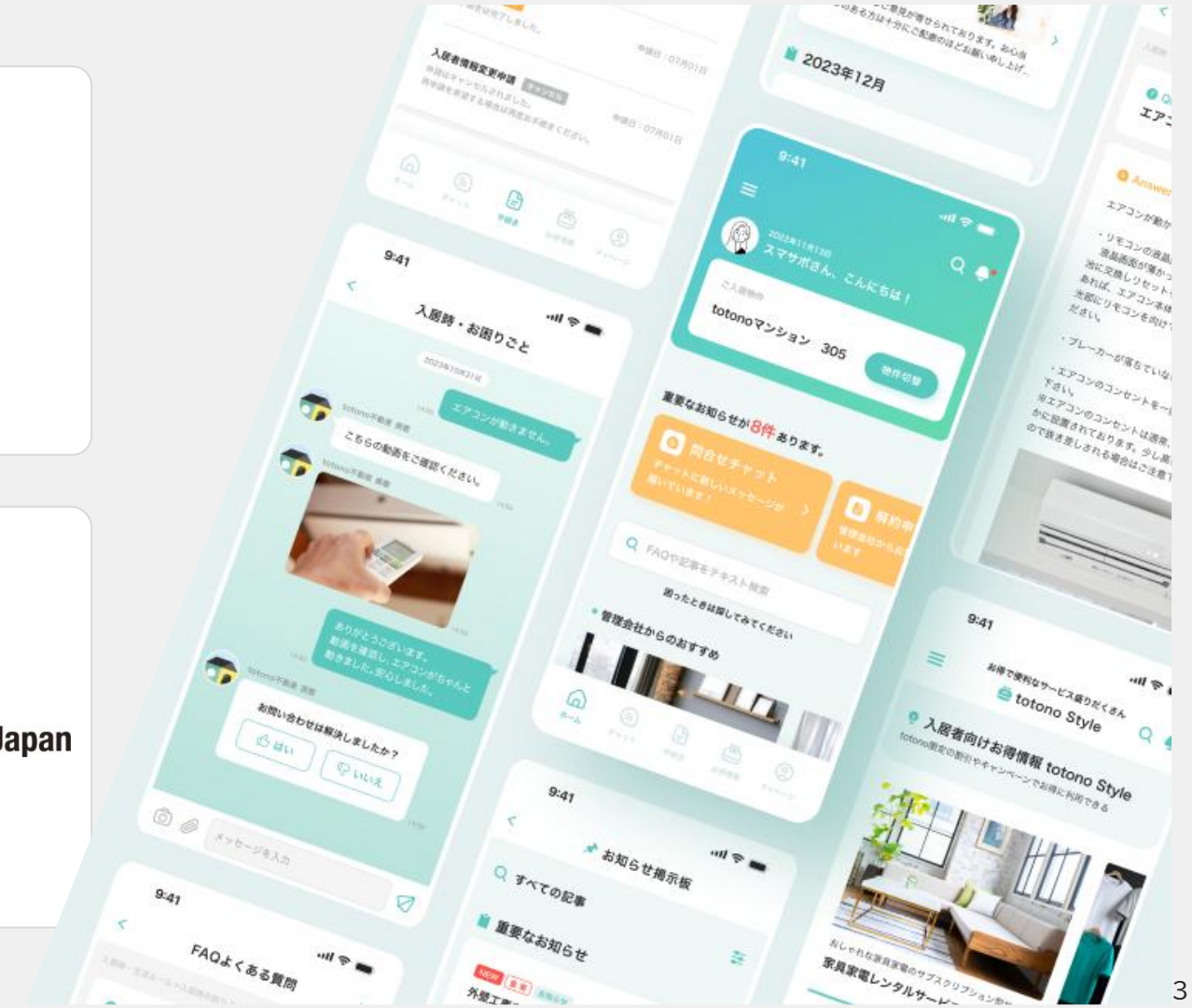
GOOD DESIGN AWARD 2024

入居者アプリ「totono」は
グッドデザイン賞を受賞しました。

totono

メディア掲載

全国賃貸住宅新聞
ラジオNIKKEI
ダイヤモンド ザイ ZAi
住宅新報
ASCII STARTUP
cnet Japan
FISCO
YAHOO! JAPAN ニュース
NEWS PICKS



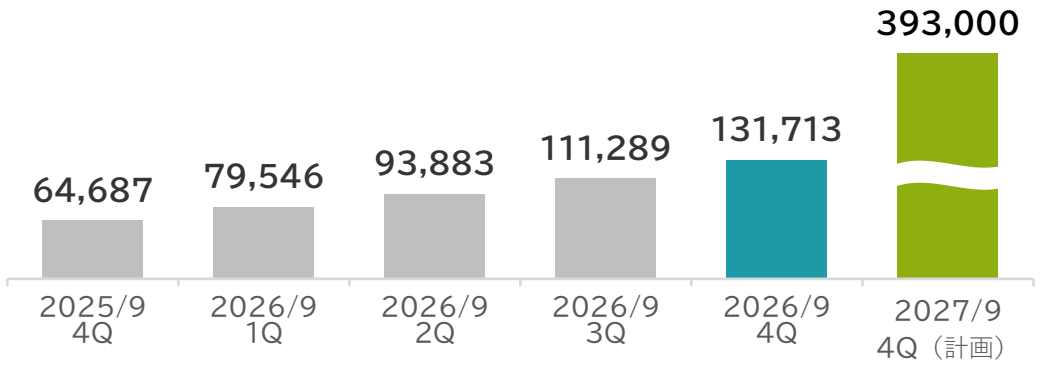
(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

1 totono2.0のユーザー数の増加による収益基盤の拡大

ユーザー数は前期末比約2倍の13.1万も計画比65.8%、ARPUは計画超の127円に到達
2027年9月期は契約企業の導入管理の徹底と早期稼働により、39.3万ユーザーを見込む

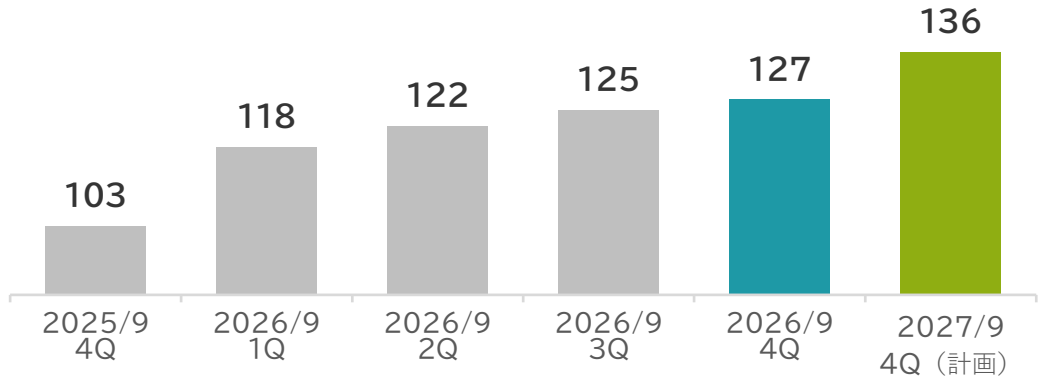
ユーザー数（totono2.0利用者）

単位：ユーザー *1



1ユーザーあたりの単価（ARPU）

単位：円 *1



2026年9月期の振り返り

	計画	実績	達成率
ユーザー数	200,000	131,713	65.9%
ARPU（円）	113	127	112.4%

未達の要因
期初に大口顧客と契約し一気にユーザー数を伸ばす想定であったが、契約が期末や翌期にずれ込んだことに加え、導入企業の基幹システムとの連携に時間を要し、稼働時期が後ろ倒しとなった

2027年9月期 39.3万ユーザーの考え方

1. 契約が今期にずれ込んだ大口顧客の稼働
2. 大手不動産管理会社など新規導入企業の稼働開始
3. 既存のtotono1.0導入企業の2.0への移行

主な取り組み

- 契約企業の導入管理を徹底し、契約から稼働までの期間を短縮
- 開発体制を強化し、導入企業の基幹システムとの連携を迅速化
- 導入後のダウンロード促進により、導入物件でのユーザー数を拡大

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

2 ビッグデータの分解析とAI開発への積極投資

totonoに流入した問い合わせデータを、生成AIを活用して分解析

問い合わせの大分類	分類パターン数（合計）	最も多い分類
4 分類	372 パターン	室内設備（全体の約4割）

大分類	主な中カテゴリ（例）	パターン数	構成比
室内設備	エアコン・キッチン・浴室など	148 パターン	39.8%
建物設備	宅配ボックス・駐輪場・ゴミ置場など	85 パターン	22.8%
契約関連	解約・支払・保険など	76 パターン	20.4%
生活マナー・モラル	騒音・ゴミ・迷惑行為など	63 パターン	16.9%
合計（4分類）		372 パターン	100.0%

※ totonoに蓄積された入居者からの問い合わせを、生成AIで分類・集計したもの。構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

2 ビッグデータの分解析とAI開発への積極投資

totonoへの投資を継続し、うちAI投資の比率を30.8%へ拡大。totonoAIを提供開始

totonoへの投資とAI投資の比率

	26/9期 計画	26/9期 実績	27/9期 計画
totono投資額*	約2.0億円	約2.2億円	約2.0億円
うちAI投資の比率	11.2%	4.9%	30.8%

totonoへの投資を継続しながら
AI投資の比率を 4.9% → 30.8% へ拡大

投資による成果

totono AI

入居者対応特化型AIエージェント
2026年9月期に開発・提供開始

- ✓ totonoに蓄積された問い合わせデータ（372パターンに分類）を基に開発
- ✓ AIエージェントが24時間365日・多言語で入居者に対応
- ✓ FAQでは対応しきれない想定外のトラブルにもAIが回答
- ✓ 緊急性・法令リスクを判断し、対応方法を柔軟に切り替え

入居者アプリ totono × 生成AI（totonoAI） × BPOチャットセンター
で入居者対応を自動化し、将来的なBPOコストを削減

*1 投資額には、ソフトウェア開発等の投資額に加え、損益計算書に費用計上している保守費用（AIに係る保守費用を含む）等を含めて記載しているため、キャッシュ・フロー計算書の金額とは一致しません。
*2 26/9期のAI投資が計画を下回ったのは、継続的な開発の中で一部の開発時期が27/9期にずれ込んだためであり、27/9期計画に織り込んでおります。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 他社提携と自社企画商品によるtotonoMALLの拡大

totono上で展開するアライアンス連携と自社企画商品に、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げる

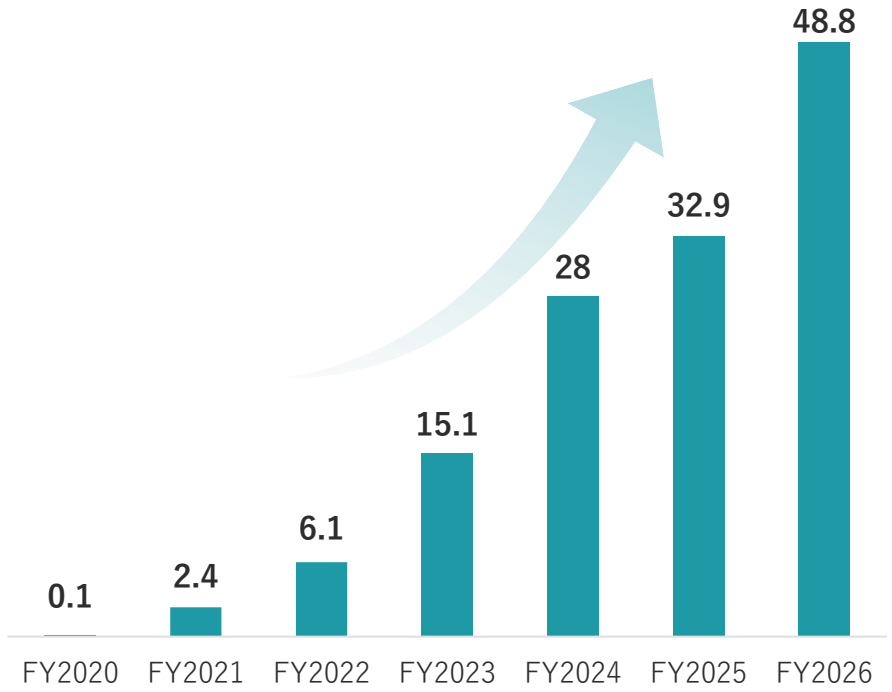


totonoMALLの拡大により、非連続的な成長へ

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 他社提携と自社企画商品によるtotonoMALLの拡大

アプリダウンロード数は順調に増加し48万ダウンロードを突破
アライアンス連携に加え、自社運営のtotonoMALLでも収益機会を拡大



※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。

自社運営 totonoMALL

グループで企画・製造した生活用品やライフラインを、
totono上で入居者へ直接販売

- 日用雑貨
- 防災用品
- 電気・ガス
- 水道

アライアンス　提携先の商品・サービスを紹介

- 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.

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 他社提携と自社企画商品によるtotonoMALLの拡大

プラットフォーム「totono」の拡大が進むにつれて、市場のTAMはさらに拡大

国内の入居者マーケット

296.6億円

1,946万戸*1 × 127円（当社2026年ARPU実績）× 12か月

totono売上高（2026年9月期）

約6.4億円

ライフスタイルに関わる領域（TAM）

- 電気
- 自動車
- 自転車
- 保険
- 生活雑貨
- 防災グッズ
- Wi-Fi
- ウォーターサーバー
- 不動産
- 引越し
- 家具・家電

*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

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

3 グループシナジーによる入居者向けD2C事業の立ち上げ

totonoの入居者基盤を独自の販売チャネルとして活用し、生活用品のD2C事業を段階的に拡大

主要KPI(想定) 購入者数 × 購入単価 × リピート率

STEP 1 基盤構築

- グループ経営体制の構築(PMI)
- totono内の販売導線の構築
- 防災用品・新生活用品のテスト販売

STEP 2 拡大

- 入居者データによるパーソナライズ提案
- アプリ内限定商品・会員優待
- サンキューコールとの連動販売

STEP 3 プラットフォーム化

- 管理会社・オーナー向け(共用部備品・防災備蓄)
- くらしのマーケットプレイスへの統合
- 取扱カテゴリーの拡充

※ 本ロードマップは現時点の計画イメージであり、今後の状況により変更となる可能性があります。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

事業計画

2027年9月期 連結事業計画

（単位：百万円）	25/9期 実績(A)	26/9期 実績(B)	27/9期 計画(C)	差異(C-B)
売上高	2,816	2,789	5,500	2,711
営業利益	190	80	220	140
経常利益	191	85	200	115
当期純利益	130	39	120	81

※1　25/9期は個別業績、26/9期以降は連結業績を記載しております。なお、26/9期はみなし取得日を2026年8月31日としており、貸借対照表のみを連結しております。
※2　26/9期以降の当期純利益は、「親会社株主に帰属する当期純利益」を記載しております。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

成長ストーリー

サンキューコールで培った顧客基盤をもとにtotonoを拡大し、さらにグループの生活用品事業を掛け合わせることで、住まいと暮らしのトータルサポートへ

ベース収益（サンキューコール）の上に、グロース収益（totono・D2C）を積み上げる

顧客基盤構築フェーズ
～FY2020

サンキューコール拡大期

管理会社・賃貸入居者のデータを収集

設立・資金調達

totono フェーズ1.0
FY2021-2023

totonoのプラットフォーム化

データを軸にtotonoの利用を促進し、管理会社と入居者をつなぐ

IPO

totono フェーズ2.0
FY2024-2025

BPaaSの拡大

totono上で入居者対応業務のBPOを発展させ、より強固な成長へ

totono2.0開始

現在

totono フェーズ3.0
FY2026-2028

AI投資の本格化・グループシナジー

BPaaSで得たデータを解析しAI化を加速。生活用品事業と連携

totonoAI開発・子会社化

totono フェーズ4.0
FY2029以降

非連続的成長

圧倒的な利用者数を基盤に、toC向けの収益（D2C等）を創出

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

競合企業比較

サービスと商品を複合的に提供できるのはスマサポグループのみ
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
totono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、totono、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。グループ会社による生活用品の提供も可能
	各サービスのデータを分解析し横断的に商品設計					

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

INDEX

01｜ スマサポについて P.3

02｜ スマサポの強み・特徴 P.28

03｜ 成長戦略及び事業計画 P.42

04｜ リスク情報 P.55

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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「totono」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「totono」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「totono」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「totono」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、当社ソフトウエアの不具合、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「totono」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で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。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

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な管理体制を構築し、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、これら法的規則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、業務監査を定期的に実施することで、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た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。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

主な事業リスクと対応策(3)

リスク	リスクの概要	発生可能性	影響度	対応方針
のれんの減損について	当社は2026年9月に株式会社トレードワンの全株式を取得し、同社及びその子会社である株式会社ワカマツを連結子会社としております。当該取得に伴いのれんを計上しており、子会社の業績が取得時の事業計画を下回った場合には減損損失が発生し、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。	低	大	子会社の月次業績を取締役会で定期的にモニタリングするとともに、PMIを通じた経営管理体制の構築とグループシナジーの早期実現により、事業計画の達成に努めてまいります。
借入金及び金利変動について	株式会社トレードワンの株式取得資金は、金融機関からの借入により調達しております。今後の金利水準の上昇や、業績の悪化により返済が計画どおりに進まない場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。	中	中	グループ全体のキャッシュ・フローを計画的に管理し、営業キャッシュ・フローによる着実な返済と、金利動向を踏まえた資金調達手段の検討を行ってまいります。
グループ経営管理(PMI)について	当社グループは、不動産管理会社向けサービスとは異なる生活用品の企画・製造・販売事業を新たに営むこととなります。グループ会社の経営管理体制や内部統制の構築、組織の融和が想定どおりに進まない場合や、想定したシナジーが得られない場合には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。	低	中	PMI計画を策定し、管理部門の連携やグループ規程の整備を進めるとともに、定期的なグループ経営会議で進捗を確認してまいります。
仕入価格・為替変動及び在庫について	生活用品事業においては、原材料価格や物流費の高騰、為替相場の変動により仕入原価が上昇する可能性があります。また、需要予測を誤った場合には過剰在庫や在庫評価損が発生し、当社グループの経営成績に影響を与える可能性があります。	中	中	仕入先の分散や適時の価格改定、需要動向を踏まえた発注・在庫管理の徹底により、影響の低減に努めてまいります。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

Smart Life Support

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。

【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2027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。

(C)SUMASAPO All Rights Reserved.