SUMASAPO

株式会社トレードワン グループインについての深堀

株式会社スマサポ 東証グロース9342

2026年11月13日

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

INDEX

01｜ M&Aの背景・目的 P.3

02｜ 対象会社の概要 P.11

03｜ 来期の連結予算 P.13

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

本件の概要

2026年9月、日用雑貨品メーカーのトレードワン(子会社ワカマツを含む)をグループ化
入居者アプリ「totono」のユーザー基盤に「自社商品」を掛け合わせ、totonoMALLの実現を目指す

取引の概要

対象会社	株式会社トレードワン (子会社 株式会社ワカマツを含む)
取得株式	発行済株式の100%
取得日	2026年9月7日
取得価額	株式 742百万円 アドバイザリー費用等 44百万円(概算)
資金調達	金融機関からの借入
売主	GCJグロース5号投資事業有限責任組合(90%) 若松 繁隆 氏(10%)

本件の目的

1. **totonoMALLの実現**
   48万を超えるtotonoのユーザー基盤を「売り場」に
2. **管理会社の役割を実商品で補完**
   本来管理会社が提供すべきサービスを、実際の商品で届ける
3. **企画から販売まで一気通貫**
   企画・製造(トレードワン)と小売・EC(ワカマツ)を獲得



グループ構成(2026年9月～)

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

背景① totonoが築いた48万超のユーザー基盤

入居者アプリ「totono」は、管理会社の公式アプリとして入居者の日常に入り込み、48万を超えるユーザー基盤へと成長



totono
ユーザー基盤

48万超

※ 2026年9月末時点

これまでの歩み

2020	入居者アプリ「totono」提供開始
2024	累計28万DL突破／グッドデザイン賞受賞
2024.10	totono2.0（BPaaS）開始
2026.6	入居者対応AIエージェント「totonoAI」提供開始
2026.9	**ユーザー基盤 48万超**

この基盤の特長

入居中ずっとつながる

入居～更新～退去まで継続的な接点

管理会社公式の信頼

管理会社が導入・案内する公式アプリ

居住・属性データ

世帯・物件・問い合わせのデータが蓄積

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

背景② これまでの収益化と課題

入居者接点の収益化は、これまで紹介手数料型が中心
入居者に「モノ」を自ら届ける手段を持っていなかった

これまで

紹介手数料型の収益化

- 提携先の商品・サービスを紹介
- 成約ごとに紹介手数料を受領

課題

- 収益は手数料に限られ、粗利を取り込めない
- 商品・価格・品質・購入体験をコントロールできない
- 入居者データを商品づくりに生かせない

これから

自社商品を持つ

粗利を取り込む
販売利益がグループ内に残る

体験を設計する
商品・価格・届け方を自ら決められる

データで商品をつくる
入居者の声・属性から商品を企画

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

目的① totonoMALL（totonoマーケットプレイス構想）の実現

アプリダウンロード数48万を超えるユーザー基盤を「売り場」に変える
くらしの節目ごとに、必要な商品・サービスをtotonoの中で届ける

入居者の暮らしの節目

- 入居時
- 入居中
- 更新時
- 退去・住み替え

totonoMALL

自社商品（トレードワン・ワカマツ）　本件で獲得
- 防災用品
- 日用雑貨
- 新生活用品

インフラ（ライフライン）
- 電気
- ガス
- ネット

提携商品（アライアンス）
- 家具
- 家電
- 保険

グループの役割

スマサポ
集客・入居者データ
アプリ運営

トレードワン
商品の企画・製造
調達

ワカマツ
EC運営・小売
配送・顧客対応

※ ユーザー基盤 48万超（2026年9月末月時点）

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

目的② 本来管理会社が提供すべきサービスを、実商品でフォロー

入居者の安全・快適のために管理会社が本来提供したいサービスを、スマサポグループが実際の商品として届け、管理会社を補完する

管理会社が本来提供したいこと	現状の課題	スマサポグループが提供
災害への備え 入居者の防災・安否確認	備蓄品の手配・配布まで手が回らない	防災用品セットをアプリから提供
入居時のサポート 新生活をスムーズに始めてほしい	物販・在庫・配送のノウハウがない	新生活用品をまとめて届ける
住まいの維持 消耗品・日用品の手配	個別対応は手間とコストが大きい	必要なときにtotonoで購入できる

管理会社：手間なく入居者満足度を向上　入居者：必要な商品をすぐ入手　当社：商品販売による新たな収益

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

なぜトレードワン・ワカマツなのか

企画・製造から販売までの機能を一度に獲得し、自前で構築する場合に比べて、時間とコストを大幅に短縮

株式会社トレードワン

企画・製造・調達

- 日用雑貨品の企画・製造・販売の実績
- 国内外の調達網・サプライチェーン
- 卸売を中心とした幅広い販売チャネル
- 防災用品などの既製商品ラインナップ

株式会社ワカマツ
トレードワンの100%子会社

小売・EC

- 日用品・雑貨の小売・EC運営ノウハウ
- 消費者への直接販売・配送の仕組み
- 顧客対応（CS）の体制

自前構築との比較

	自前	本件
立ち上げ期間	数年	即時
商品ラインナップ	ゼロから	既存商品あり
調達・製造	新規開拓	既存の調達網
販売・物流	新規構築	EC・配送体制あり

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

グループシナジーの全体像

スマサポの「接点・データ」と、トレードワン・ワカマツの「商品・販売」を掛け合わせ、4つの価値を創出する



totonoMALL
入居者向けD2C × マーケットプレイス

1 **D2Cによる粗利の取り込み**
自社商品をtotonoで直接販売し、販売利益をグループ内に取り込む

2 **データ起点の商品企画**
入居者の属性・問い合わせデータから、求められる商品を企画

3 **販売チャネルの拡大**
totono・サンキューコールの入居者接点で商品を提案

4 **管理会社・オーナー向け提供**
防災備蓄品などを管理会社・オーナーへまとめて提供

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

今後のロードマップ

PMIを通じてグループ体制を整え、totonoMALLを段階的に立ち上げる

主要KPI（想定） 購入者数 × 購入単価 × リピート率

STEP 1 基盤構築

- PMI（グループ経営体制の構築）
- totonoMALLの立ち上げ
- 防災用品・新生活用品のテスト販売

STEP 2 拡大

- データによるパーソナライズ提案
- 会員限定商品・優待の展開
- 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・オーナー向けの一括提供
- 提携商品・カテゴリーの拡充
- MALLのプラットフォーム化

※ 本ロードマップは現時点の計画であり、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.

株式会社トレードワン・株式会社ワカマツの概要

	株式会社トレードワン	株式会社ワカマツ
名称	株式会社トレードワン	株式会社ワカマツ
所在地	愛知県あま市富塚地蔵堂5番地3	愛知県あま市富塚地蔵堂5番地3
代表者	代表取締役 若松 繁隆	代表取締役 若松 繁隆
事業内容	日用雑貨品の企画・製造・販売 (卸売中心)	日用品・雑貨の小売・EC販売
資本金	37百万円	10百万円
設立年月日	1990年9月	1986年10月
株主	株式会社スマサポ(100%)	株式会社トレードワン(100%)
決算期	2月	2月

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

過去3期の業績(単純合算)

直近期はトレードワンの業績回復により、合算の営業損益が黒字転換

	トレードワン(単体)			ワカマツ(単体)			単純合算		
(単位:百万円)	24/2期	25/2期	26/2期	24/2期	25/2期	26/2期	24/2期	25/2期	26/2期
売上高	1,626	1,555	2,049	105	284	344	1,731	1,839	2,393
営業利益	76	29	126	△26	△39	△68	50	△10	58
経常利益	108	111	112	△43	△14	△62	65	97	50
当期純利益	74	△214	97	△43	△12	△57	31	△226	40
貸借対照表									
総資産	1,765	1,617	1,453	406	331	270	2,171	1,948	1,723
純資産	1,262	307	404	328	315	258	1,590	622	662

※ 合算は両社単体の単純合算であり、グループ会社間の取引・投資と資本の相殺消去は行っておりません。
※ △はマイナスを表します。

(C) SUMASAPO All Rights Reserved.

2027年9月期 連結予算

生活用品事業を通期で連結し、totonoMALLの立ち上げに向けた投資を実行

（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.

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。

(C)SUMASAPO All Rights Reserved.