



決算説明会資料

2020年7月期第3四半期

株式会社ツクルバ

(東証マザーズ：2978)

2020年6月11日



新型コロナウイルス感染症の拡大が、私たちの生活に大きな影響をもたらしています。
お亡くなりになられた方に哀悼の意を表するとともに、ご遺族の方には心よりお悔やみ申し上げます。
感染が確認された方々においては、一日も早い回復を願っております。

また、感染者の治療や感染拡大防止のためにご尽力くださっている医療従事者の皆さま、関係者の皆さまに、心から感謝申し上げます。

ツクルバは、「『場の発明』を通じて、欲しい未来をつくる。」というミッションのもと、社業を通じて社会に貢献する企業として存在しています。

社会の一員として、with/afterコロナ時代の生活文化の実現に向けて、社業を通じて貢献していきたいと考えております。

これからの社会における新しい日常を作り出していけるよう、引き続き社員一丸となりサービスを提供してまいります。

代表取締役CEO 村上浩輝・代表取締役CCO 中村真広

目次

1. 会社概要
2. 新型コロナウイルス感染症の影響及び対応
3. 2020年7月期第3四半期業績
4. 業績予想修正について
5. 事業について
6. Q&A
7. ご参考資料

1. 会社概要

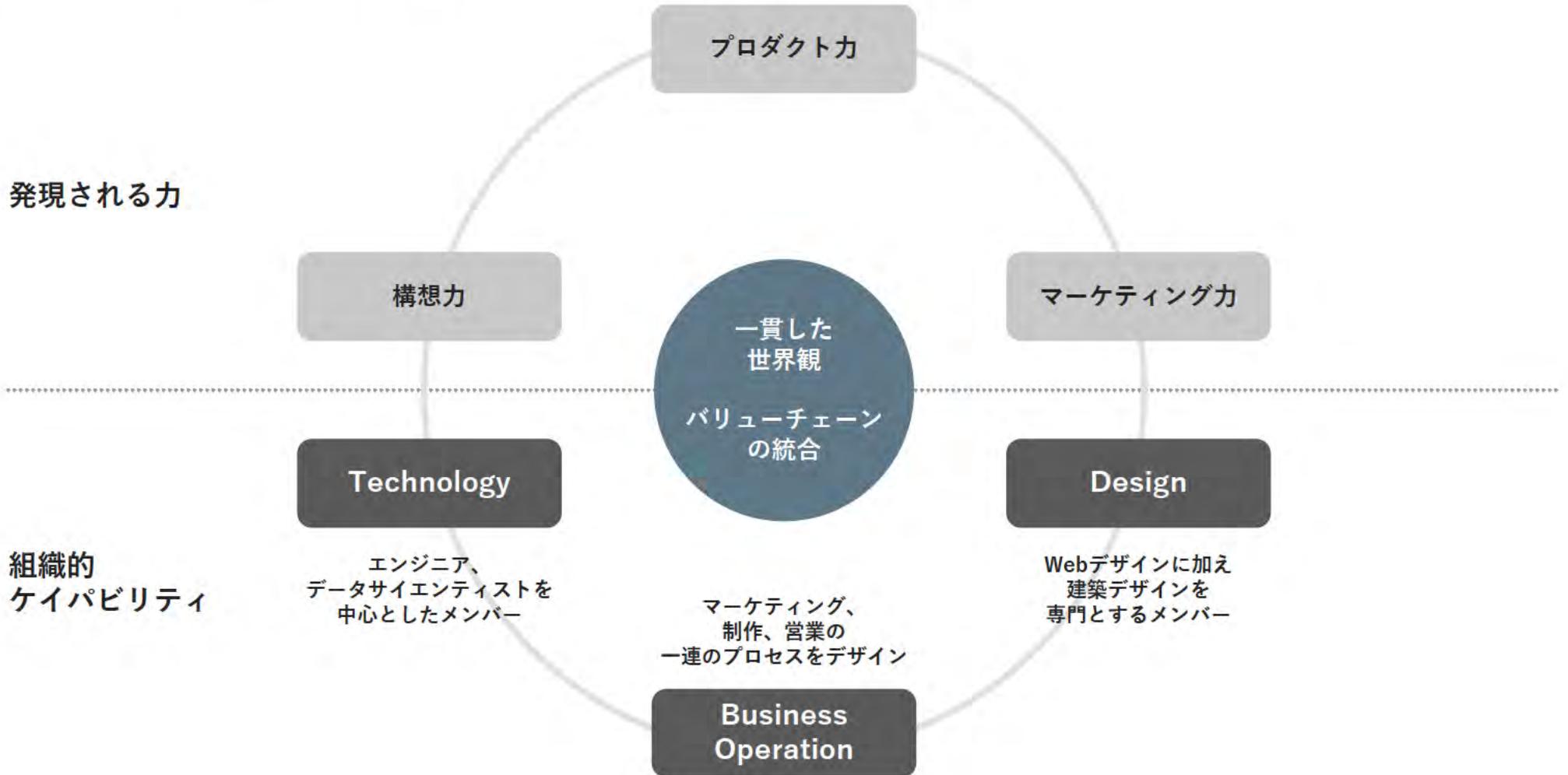
ツクルバは、cowcamoを通じて、 新しい事業創造のモデルを実現していく

ツクルバの事業の作り方



一貫した世界観を実現する組織的ケイパビリティを強みとする

組織的なケイパビリティと発現される力



ITを活用した中古住宅流通プラットフォームcowcamoを展開

cowcamoとは



cowcamoは独自のポジションで成長を継続

cowcamoの主要KPI推移

会員数・会員MAU

左軸：会員数(人) 右軸：会員MAU(人)

会員数 約16.5万人
平均会員MAU 約4.4万人

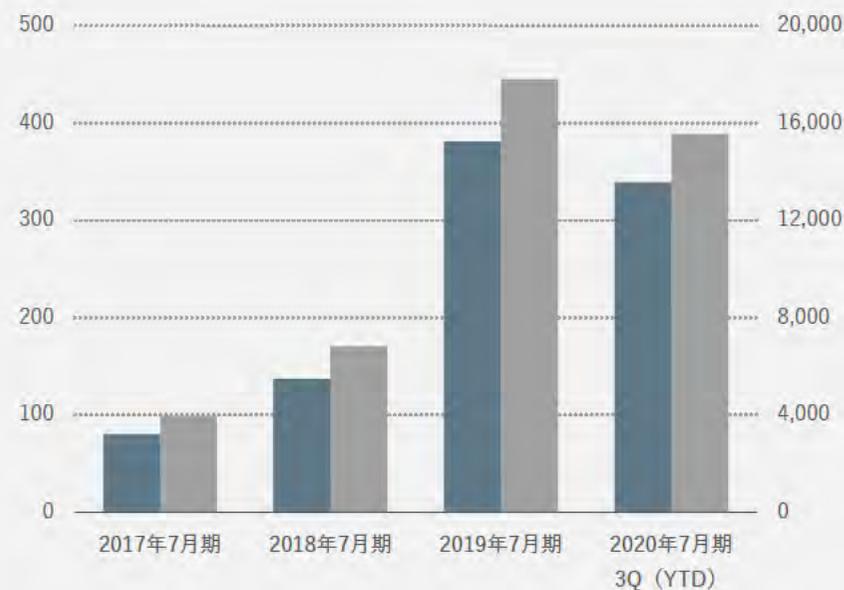


会員数：「cowcamo」に会員登録したユーザーの特定期間の末日における会員数
会員MAU：「特定期間における月間アクティブユーザー」

取引件数・GMV

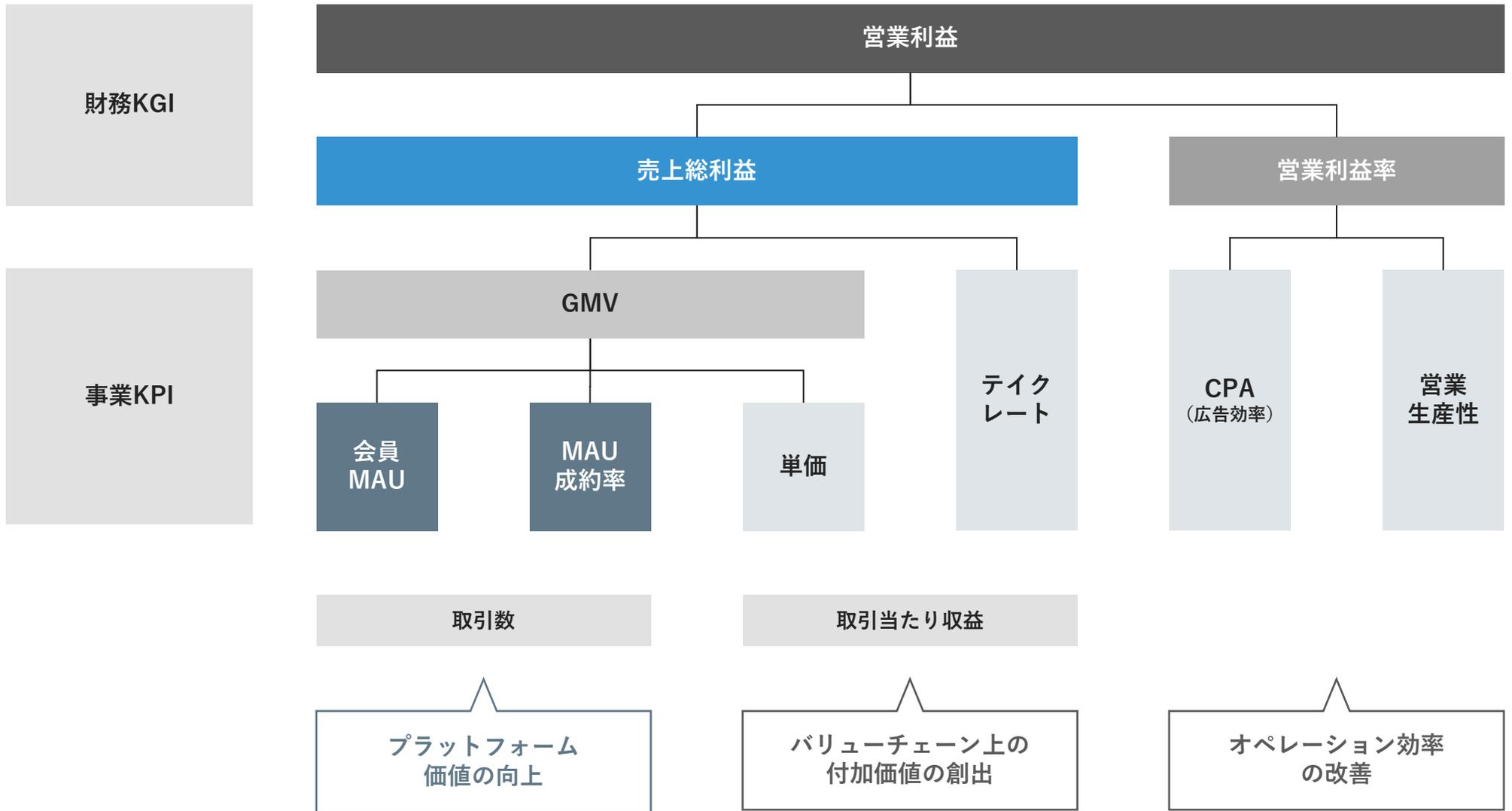
左軸：取引件数(件) 右軸：GMV(百万円)

取引件数 約339件
GMV 約155億円



取引件数：特定期間において販売された住宅等の件数の合計。売買契約書の締結日ベース
GMV：特定期間において販売された住宅等の流通額の合計。売買契約書の締結日ベース

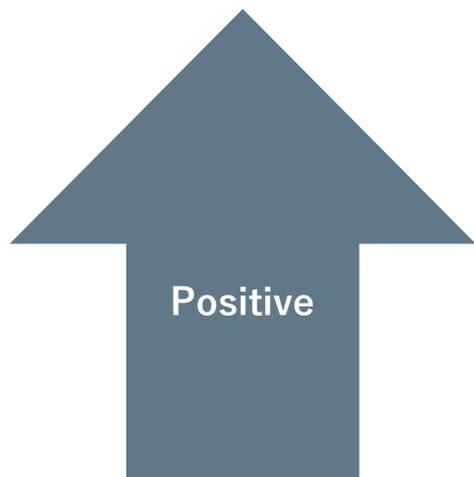
プラットフォーム価値の向上による売上総利益の最大化を重視



2. 新型コロナウイルス感染症の影響及び対応

新型コロナウイルス感染症に関連する当社の状況サマリ

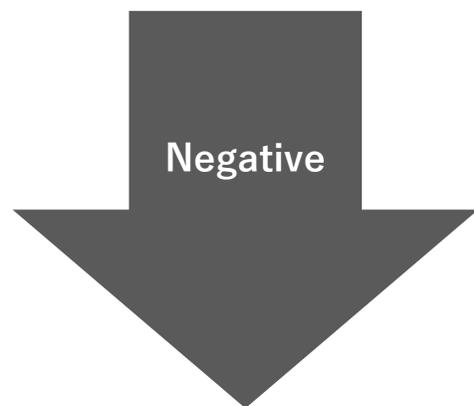
安定的な財務基盤を確保。Afterコロナでの成長に向けた投資は柔軟に判断



- 13億円のネットキャッシュ（調達を速やかに実施）

※ ネットキャッシュは、BS上の現金及び預金から1年以内に返済予定の長期借入金及び社債を控除した金額

- 先行指標である会員MAUはコロナ影響下でも継続的に成長
- オンラインセミナー・座談会への速やかな移行
- リモートワークへのスムーズな移行



- 外出自粛要請により外出を伴うcowcamo、co-baの営業を一時停止

（速やかなオンライン対応により、影響を限定）

- ユーザーの外出自粛による物件内見ニーズ低迷
- 物件供給事業者の事業活動縮小による物件供給の減少

新型コロナウイルス感染症による影響サマリ

短期的に売上高は減少も、先行指標である会員MAUへの影響は限定的。長期の社会構造の変化は当社事業に追い風

短中期の影響

当社の対応と
業績への影響

- ✓ 早期の感染症対策・リモートワークへの移行を実施
- ✓ 短期的な売上喪失も、接客サービスのオンライン化等により影響を限定化
- ✓ 売上の先行指標である会員MAUは継続的に成長

コロナ禍による
影響因子

- 主力のカウカモ事業は、蓄積したユーザープール(ストック)から発生する取引(フロー)により収益を得るモデル
- コロナ禍による外出自粛要請及びこれを受けた一部サービス停止により、取引数が減少

長期の影響

- ✓ 社会構造の変化を見据えた事業・サービス展開を推進
- ✓ 長期化を見据えた財務基盤強化を実施済

- Work From Homeによる住まい充実ニーズの高まり、働き方の多様化
- コロナ禍を起点とした住宅・オフィスの供給構造の再編・最適化

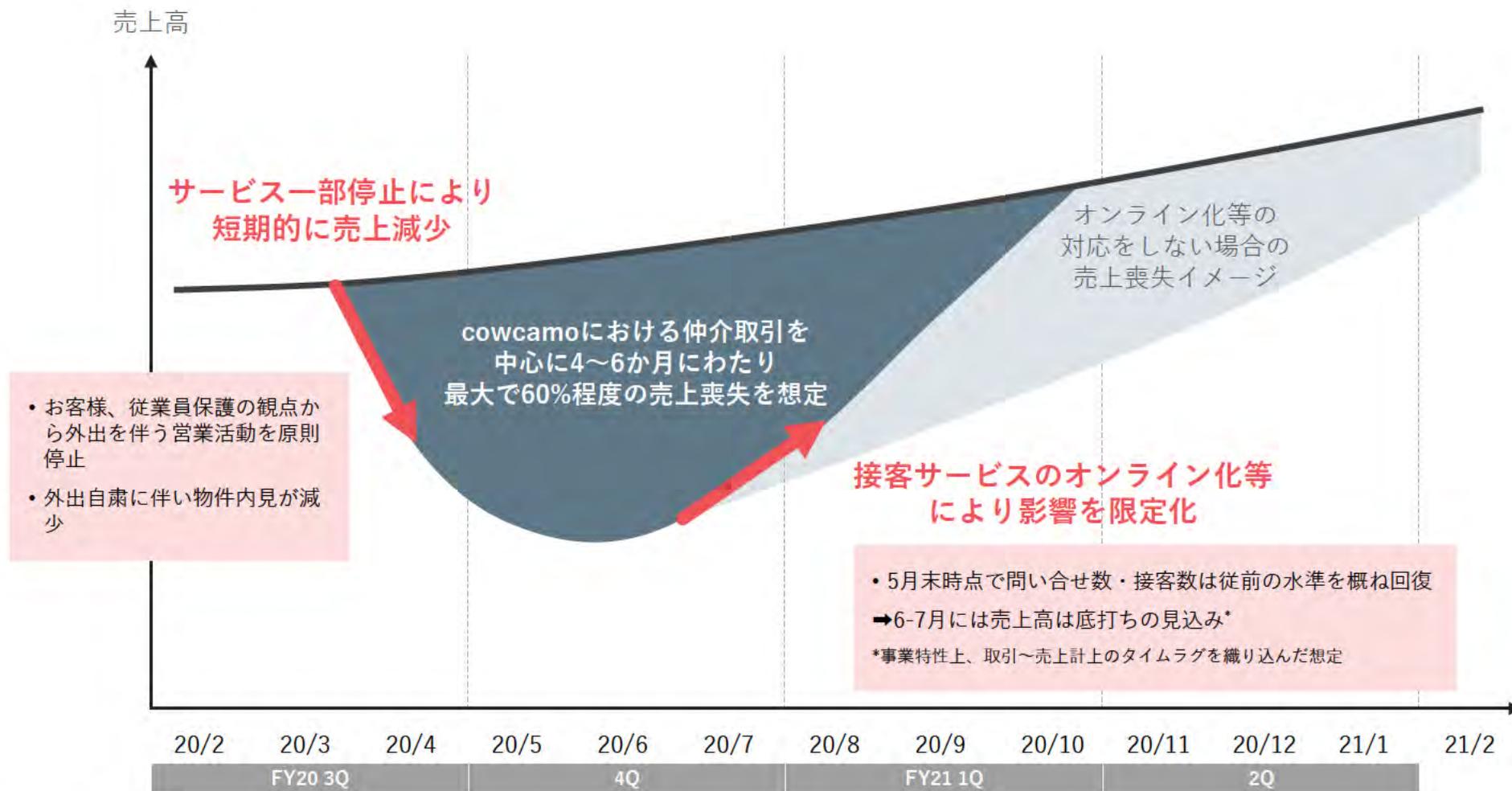
早期の感染症対策・リモートワークへの移行を実施

2月18日、代表取締役CEO村上を最高責任者とする対策本部を設置。お客様・お取引先様、全社員の健康を第一とした対策を実施

	社内・社員向け	お客様・お取引先様向け
2月	<ul style="list-style-type: none"> • 消毒液等の設置・携行 • 移動時のマスクの準備 • 時差出勤の奨励 • 2月27日より入社時の検温義務付け 等 	<ul style="list-style-type: none"> • イベントの中止 • オンライン個別相談の導入
3月	<ul style="list-style-type: none"> • 小学校等の臨時休校による特別休暇（有給）の付与・子連れ出社の許可 • 3月26日より速やかにリモートワーク体制へ移行 	<ul style="list-style-type: none"> • 上記継続
4月	<ul style="list-style-type: none"> • 原則リモートワーク 	<ul style="list-style-type: none"> • co-baの1 day drop inの受け入れ中止 • cowcamo 新規内見、物件取材の中止 • cowcamo オンライン座談会・セミナーの実施
5月	<ul style="list-style-type: none"> • 社員の一部の休業及び教育訓練 • 5月18日より安全配慮の下、業務を順次正常化 	<ul style="list-style-type: none"> • cowcamo 5月18日より、安全配慮の下、新規内見等のサービス提供を順次正常化
6月	<ul style="list-style-type: none"> • 恒常的なリモートワーク導入を伴う業務正常化 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全配慮の下、co-ba 段階的に業務正常化

短期的に売上喪失も、接客のオンライン化等により影響を限定化

短期的な売上影響のイメージ



※当グラフはコロナ禍影響下での売上高の推移を示すイメージ図となります。なお、本日以降も当社の営業が通常通り行われることを前提としております。

【参考】オンライン対応の例

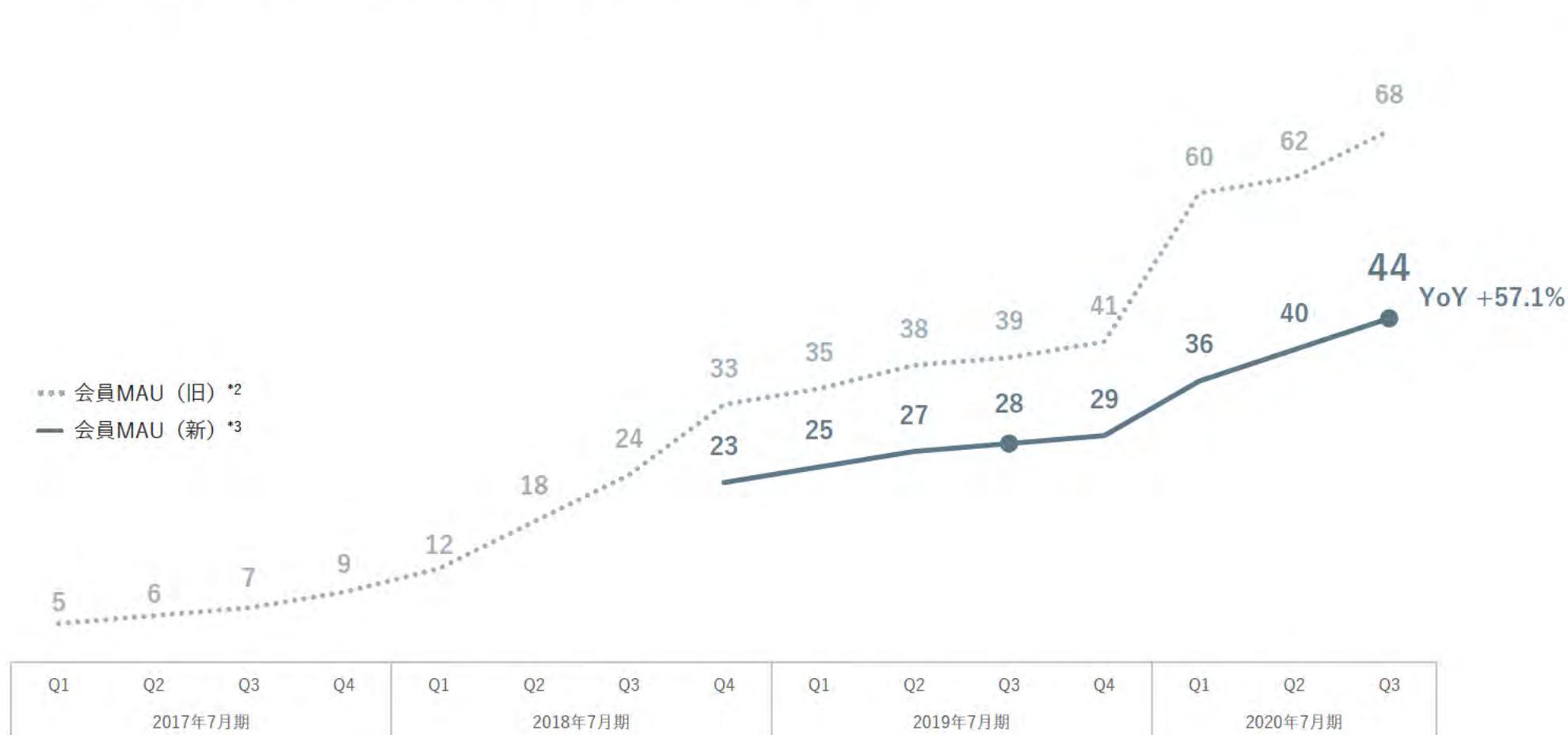
3月からオンラインでの個別相談を速やかに実施、4からはオンライン座談会・セミナーを拡大



売上の先行指標である会員MAU^{*1}は継続的に成長

一部のサービス運營業務の停止にもかかわらず、会員MAUは継続的に成長

(単位：千人)



※会員MAUの定義の変更について

従前はカウカモのアプリとウェブサイトに来訪した会員MAUを単純合計した数値を「会員MAU」と定義しておりましたが、より正確に開示をするためにアプリとウェブサイトに来訪した会員MAU数をユニーク化した数値を「会員MAU」と再定義致しました。尚、新しいMAUの定義に基づく運用は、2018年7月期第4四半期以降であり、それ以前の期につきましては当該定義に基づく数字がございませんので、上記のグラフでは、2018年7月期第4四半期以降の数字を開示しております。

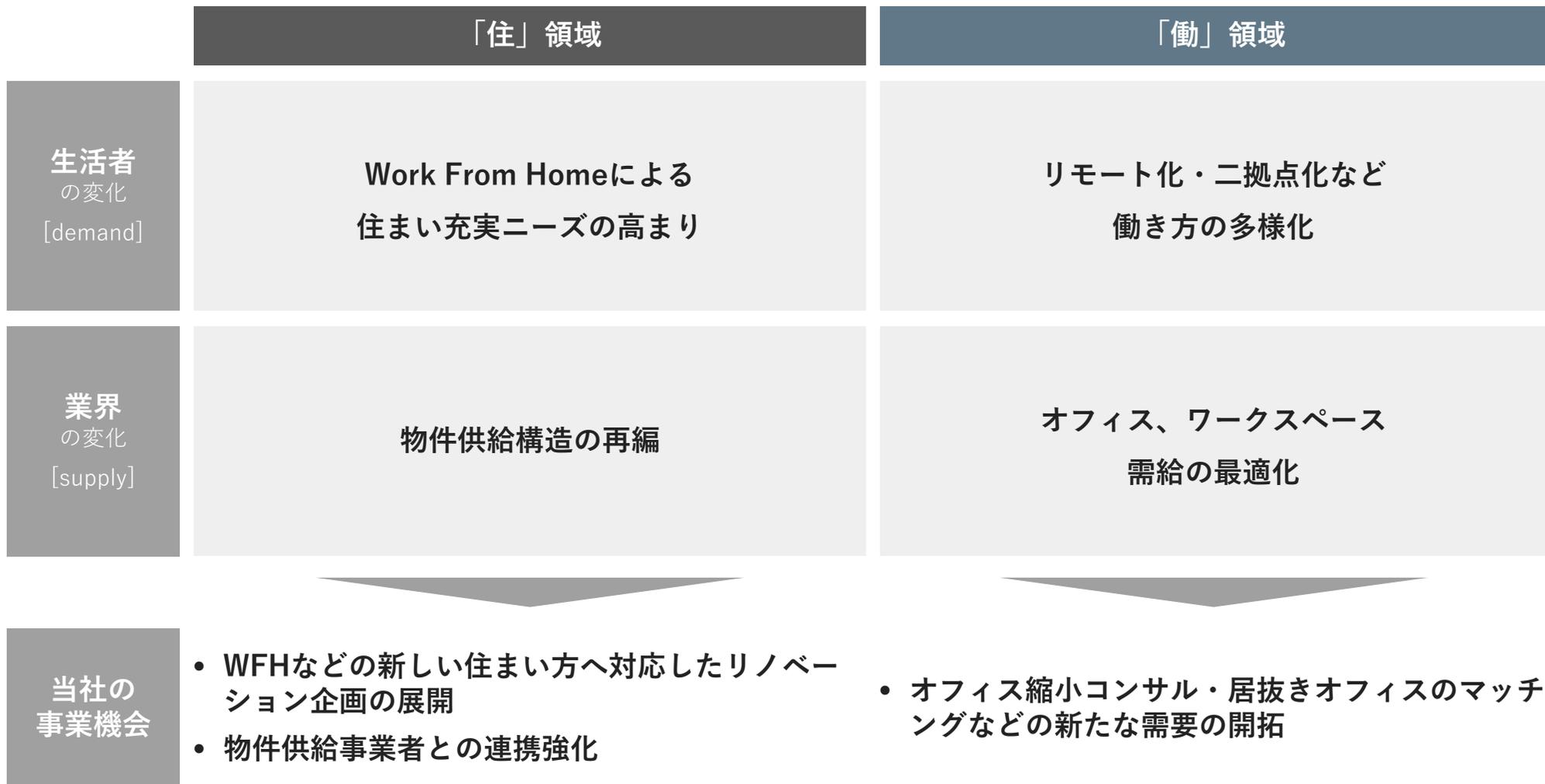
*1 四半期中平均会員MAU

*2 アプリ会員MAUとWeb会員MAUを単純合計した会員MAU

*3 アプリ会員MAUとWeb会員MAUをユニーク化した会員MAU

社会構造の変化を見据えた事業・サービス展開を推進

「住」「働」領域での構造変化と当社にとっての事業機会



安定的な財務基盤の確保

ダウンサイドシナリオ想定の下、今後の成長への対応を可能にするための安定的な財務基盤強化を実施済み

- ✓ 昨年のIPOにおける公募増資により、十分な手元流動性を確保
- ✓ 長期化リスク及びAfterコロナでの成長に向けた柔軟な投資に備え475百万円の長期借入などによる調達実施
- ✓ プラットフォームとしてのビジネスモデルの特性上高い流動比率及び自己資本比率を維持
- ✓ 来期以降に向けてリモートワークへの早期移行に伴う固定費の削減（本社面積44%縮小予定）等実施

(単位：百万円)

	2020年4月末
現金及び預金	1,466
1年内返済予定の長期借入金他	156
ネットキャッシュ	1,309
自己資本比率	64.8%
流動比率	500.8%

3. 2020年7月期第3四半期業績

2020年7月期第3四半期 業績ハイライト

全社業績

(2019年8月～2020年4月)

売上高 **1,436** 百万円 (YoY **+32%**)
売上総利益 **982** 百万円 (YoY **+34%**)

事業KPI

(2019年8月～2020年4月)

カウカモ事業

GMV **155** 億円
売上総利益 **900** 百万円
会員数 **165** 千人^{*1}
会員MAU **44** 千人^{*2}

シェアードワークプレイス事業

売上高 **273** 百万円
売上総利益 **82** 百万円

トピックス

- **新型コロナウイルス感染症**の影響及び対応
- **リモートワーク化に伴うオフィス縮小等**による特別損失の計上

*1 2020年7月期 第3四半期末時点の累計会員数

*2 2020年7月期 4月の会員MAU

全社業績

厳しい環境下においても、売上高・売上総利益共に累積で前年同期比増

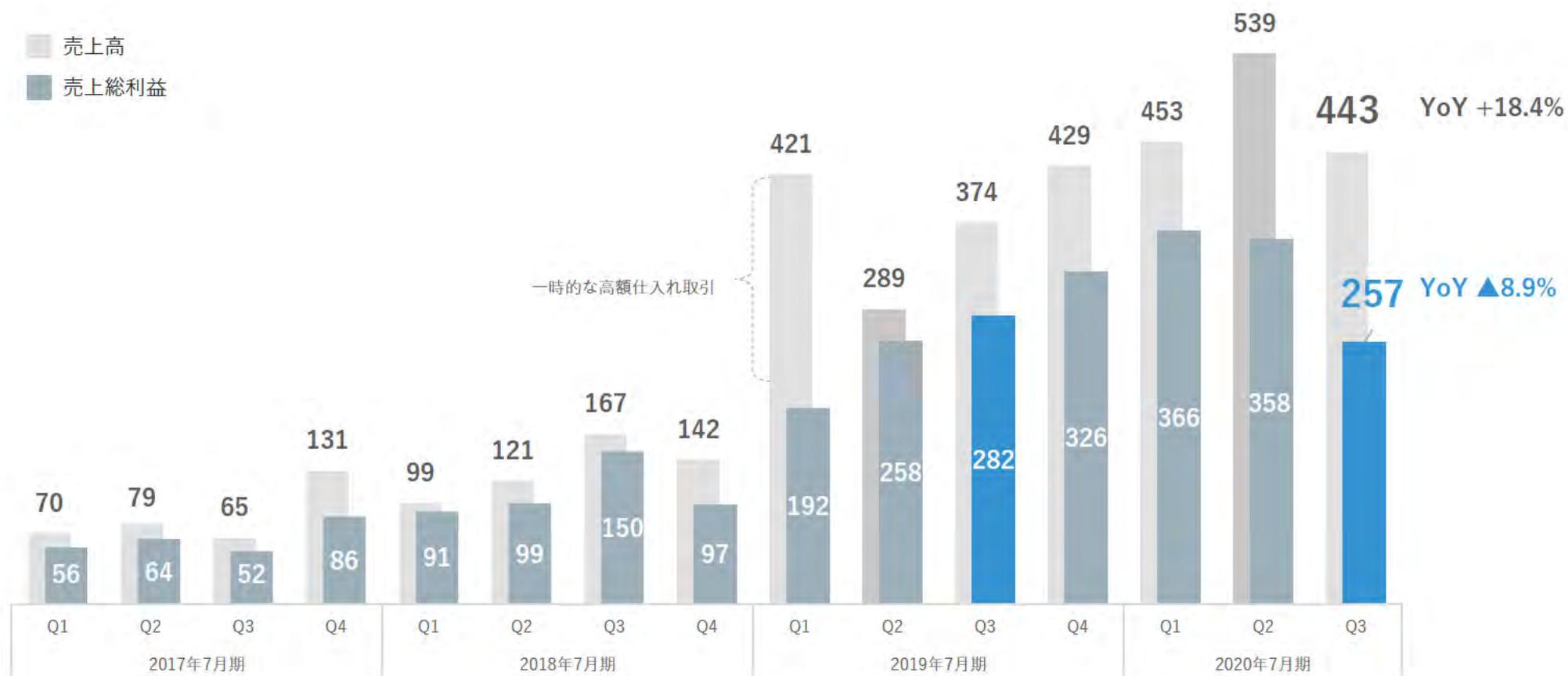
(単位：百万円)

	2019年7月期3Q (2018年8月～2019年4月)	2020年7月期第3Q (2019年8月～2020年4月)	増減率
売上高	1,085	1,436	+32%
売上総利益	733	982	+34%
営業利益	11	△32	—
経常利益	6	△38	—
当期純利益	6	△91	—

全社売上高・売上総利益の推移

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、売上総利益は前年同期比マイナス

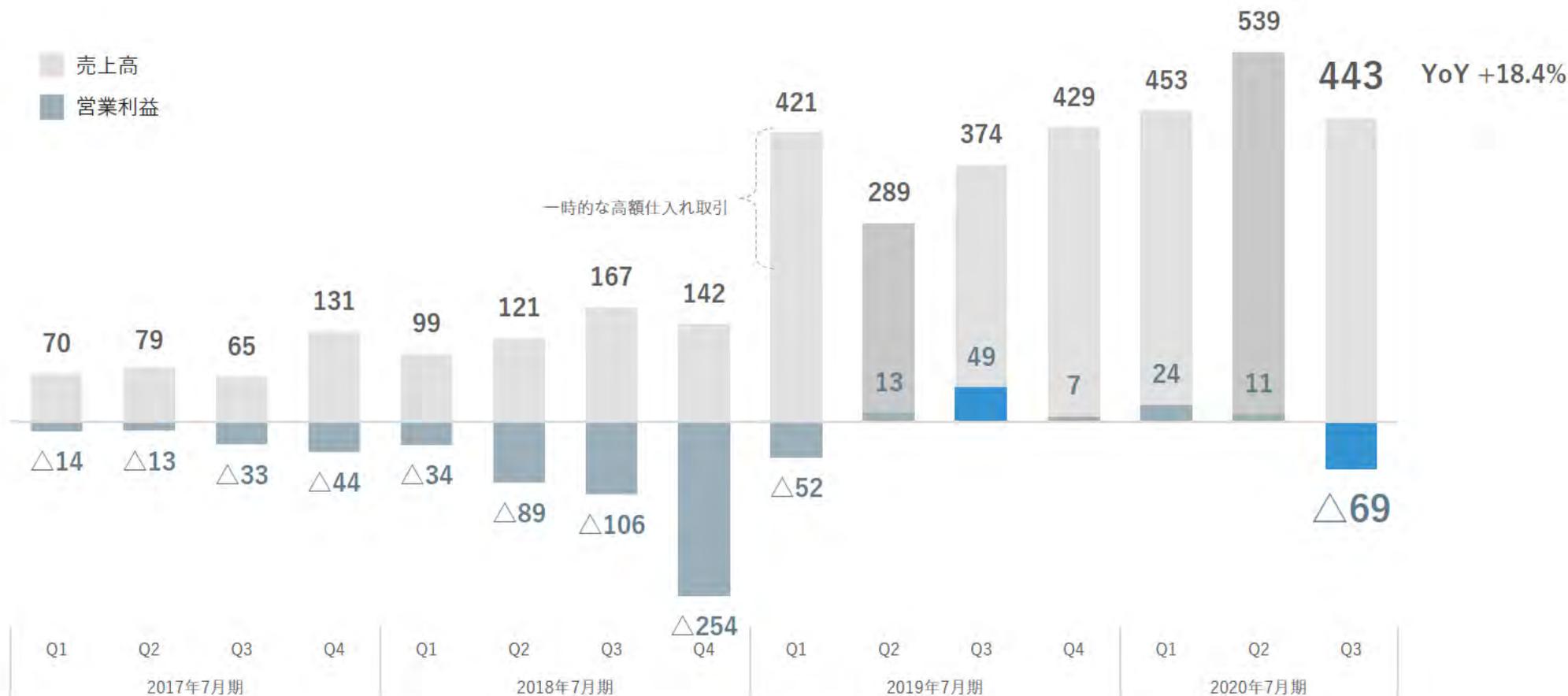
(単位：百万円)



全社営業利益の推移

新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、今Qの営業利益はマイナス

(単位：百万円)



セグメント別業績

新型コロナウイルス感染症下の3Qの影響により累計の成長率は鈍化

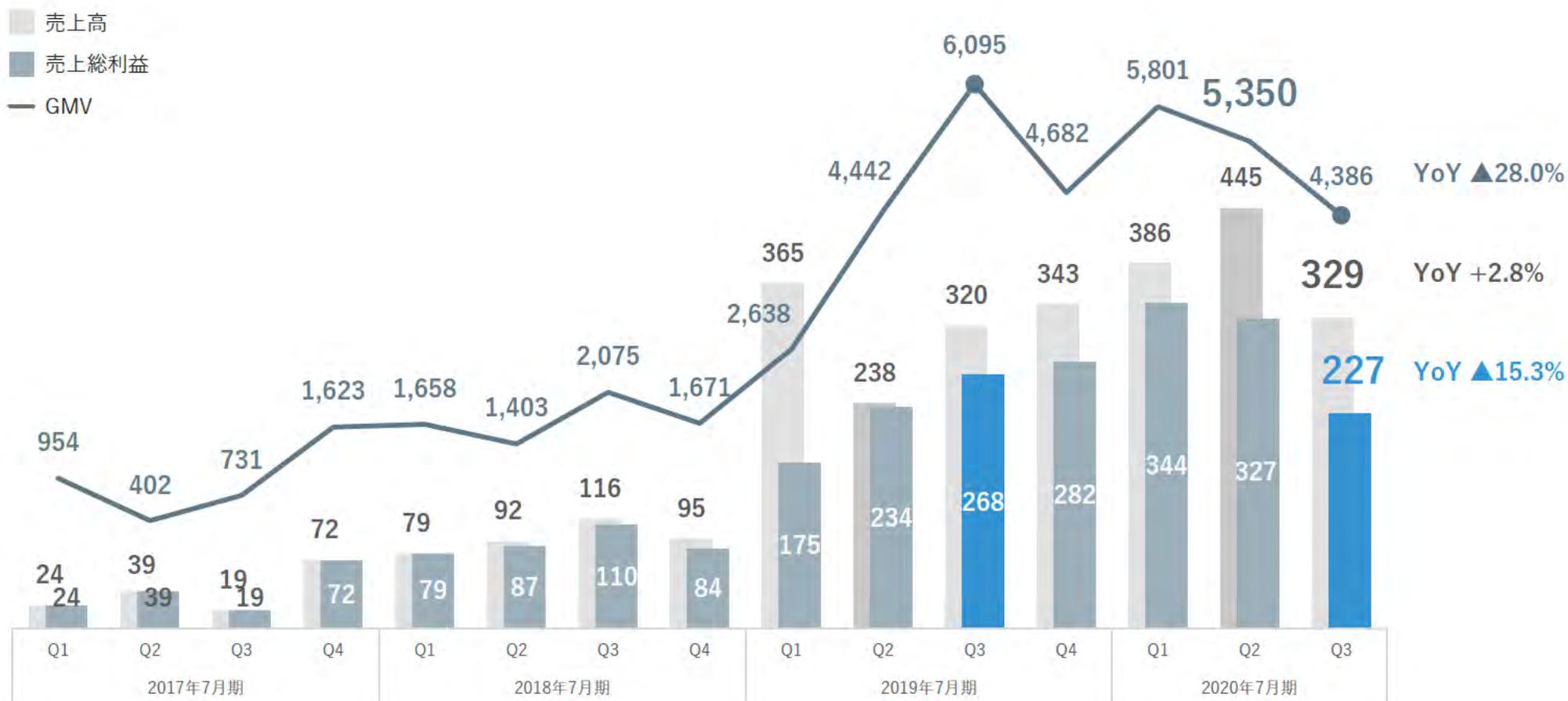
(単位：百万円)

		2019年7月期3Q (2018年8月～2019年4月)	2020年7月期第3Q (2019年8月～2020年4月)	増減率
カウカモ	売上高	924	1,162	+26%
	売上総利益	677	900	+33%
	セグメント利益	250	305	+22%
シェアードワークプレイス	売上高	160	273	+71%
	売上総利益	55	82	+49%
	セグメント利益	16	34	+116%

カウカモトップラインKGI（GMV・売上高・売上総利益）

新型コロナウイルス感染症の影響で売上総利益は前年同期比マイナス

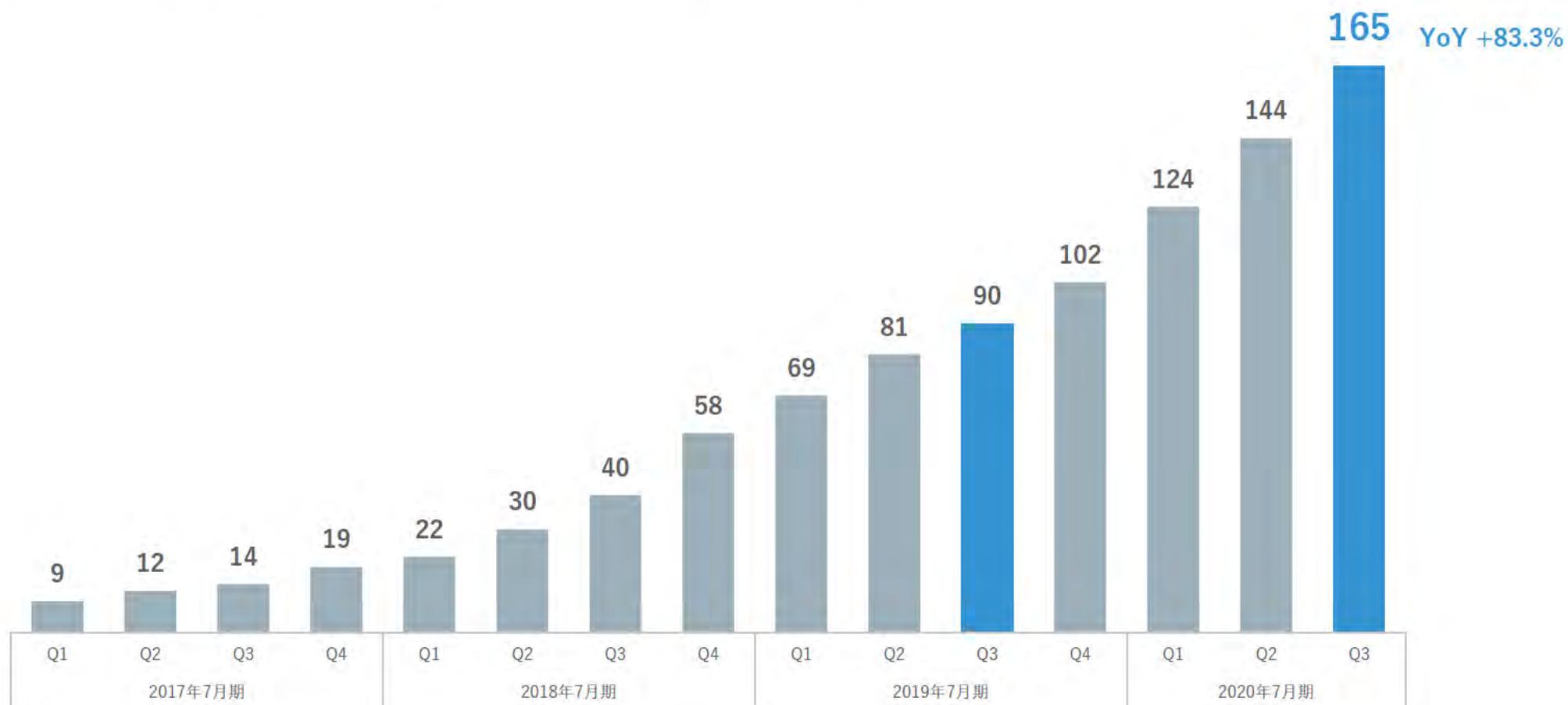
（単位：百万円）



カウカモ会員数*1

新型コロナウイルス感染症の影響にもかかわらず会員数は積みあがっている

(単位：千人)

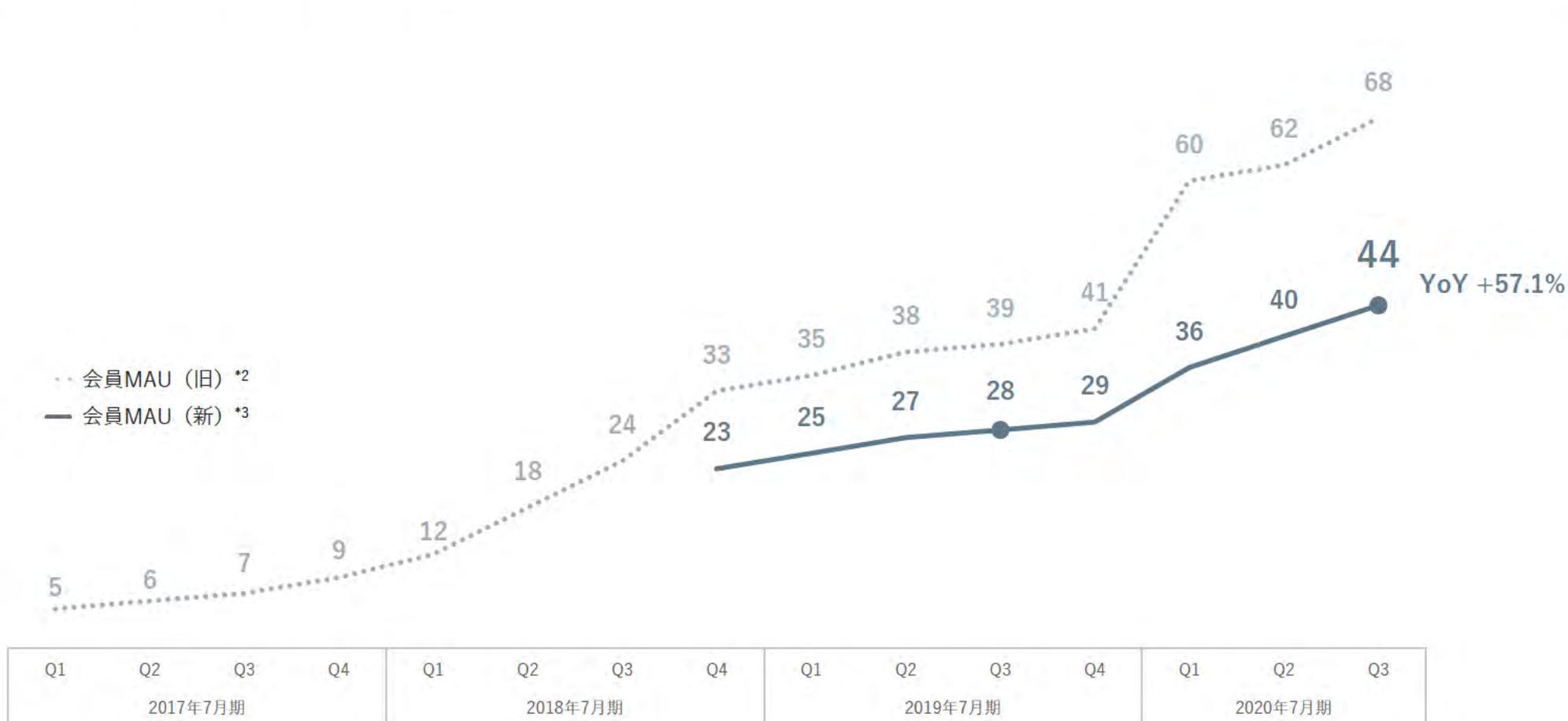


*1 四半期末月時点の累計会員数

カウカモ会員MAU*1

会員数同様、会員MAUも順調に成長

(単位：千人)



※会員MAUの定義の変更について

従前はカウカモのアプリとウェブサイトに来訪した会員MAUを単純合計した数値を「会員MAU」と定義しておりましたが、より正確に開示をするためにアプリとウェブサイトに来訪した会員MAU数をユニーク化した数値を「会員MAU」と再定義致しました。尚、新しいMAUの定義に基づく運用は、2018年7月期第4四半期以降であり、それ以前の期につきましては当該定義に基づく数字がございませんので、上記のグラフでは、2018年7月期第4四半期以降の数値を開示しております。

*1 四半期中平均会員MAU

*2 アプリ会員MAUとWeb会員MAUを単純合計した会員MAU

*3 アプリ会員MAUとWeb会員MAUをユニーク化した会員MAU

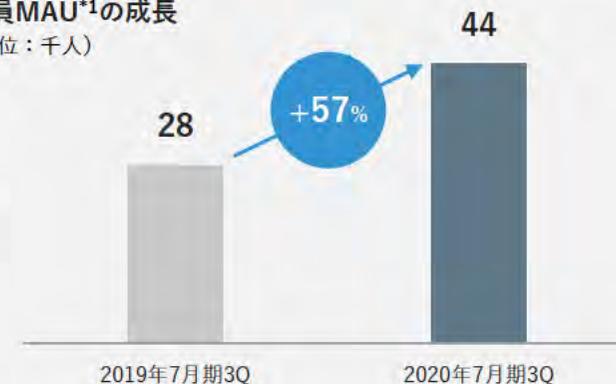
カウカモ売上総利益 = 会員MAU × 会員MAUあたり売上総利益

外出自粛の影響で会員MAUあたり売上総利益は減少、会員MAUは成長を継続

売上総利益の成長
(単位：百万円)

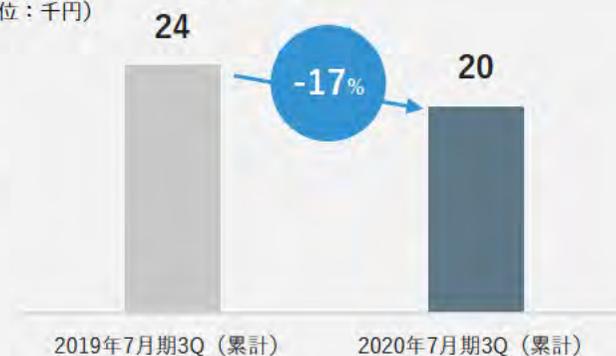


会員MAU*1の成長
(単位：千人)



新定義により会員MAUを算出
旧定義での集計値は6.8万人^{*1}

会員MAUあたり売上総利益
(単位：千円)



*1 期中平均会員MAU

カウカモ事業コスト内訳

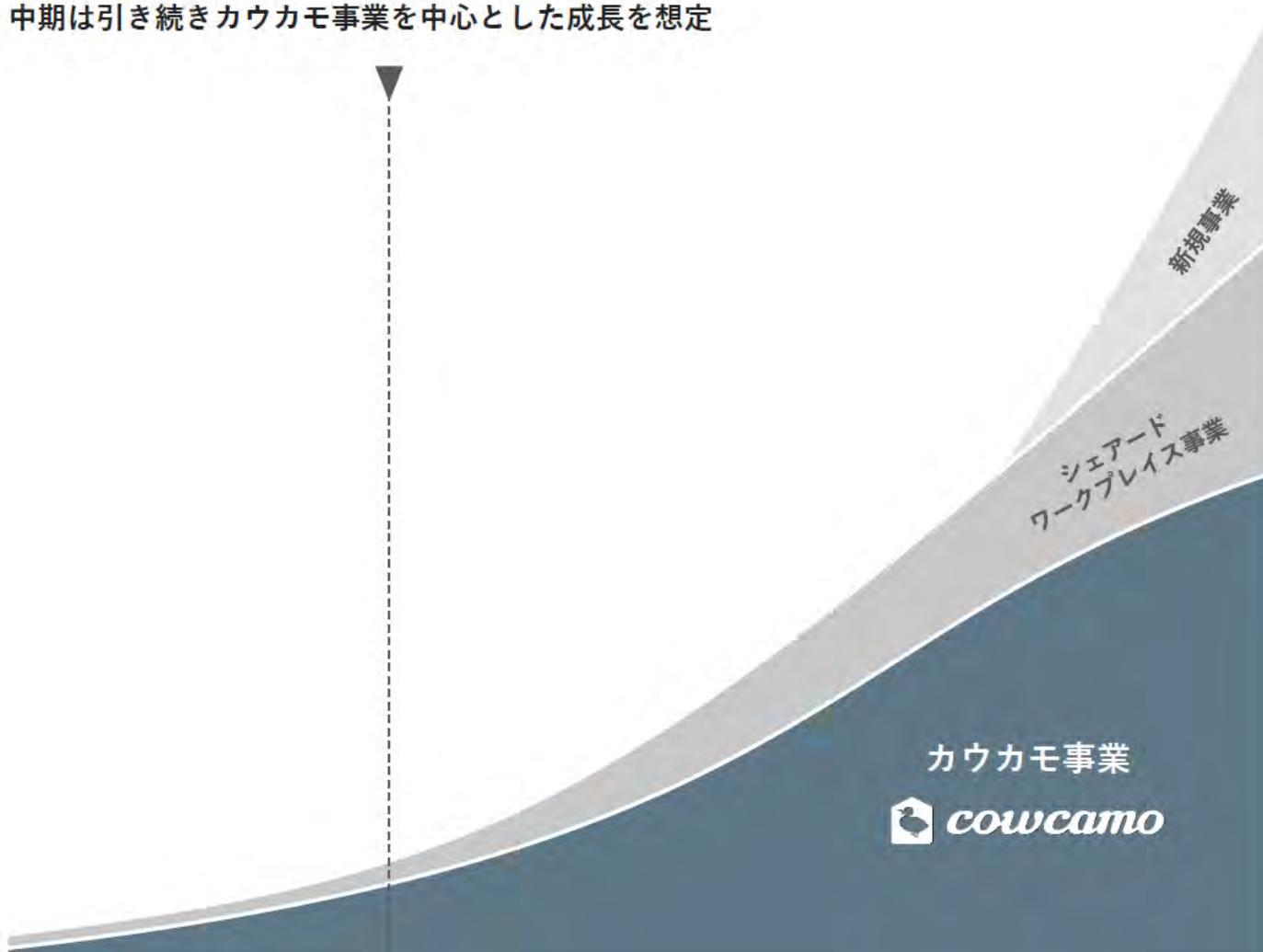
売上総利益の減少によりセグメント利益が縮小

(単位：百万円)



ツクルバの成長の方向性

中期は引き続きカウカモ事業を中心とした成長を想定



長期的に、主に生活領域において
既存事業とのシナジーが創出可能な
新規事業を展開

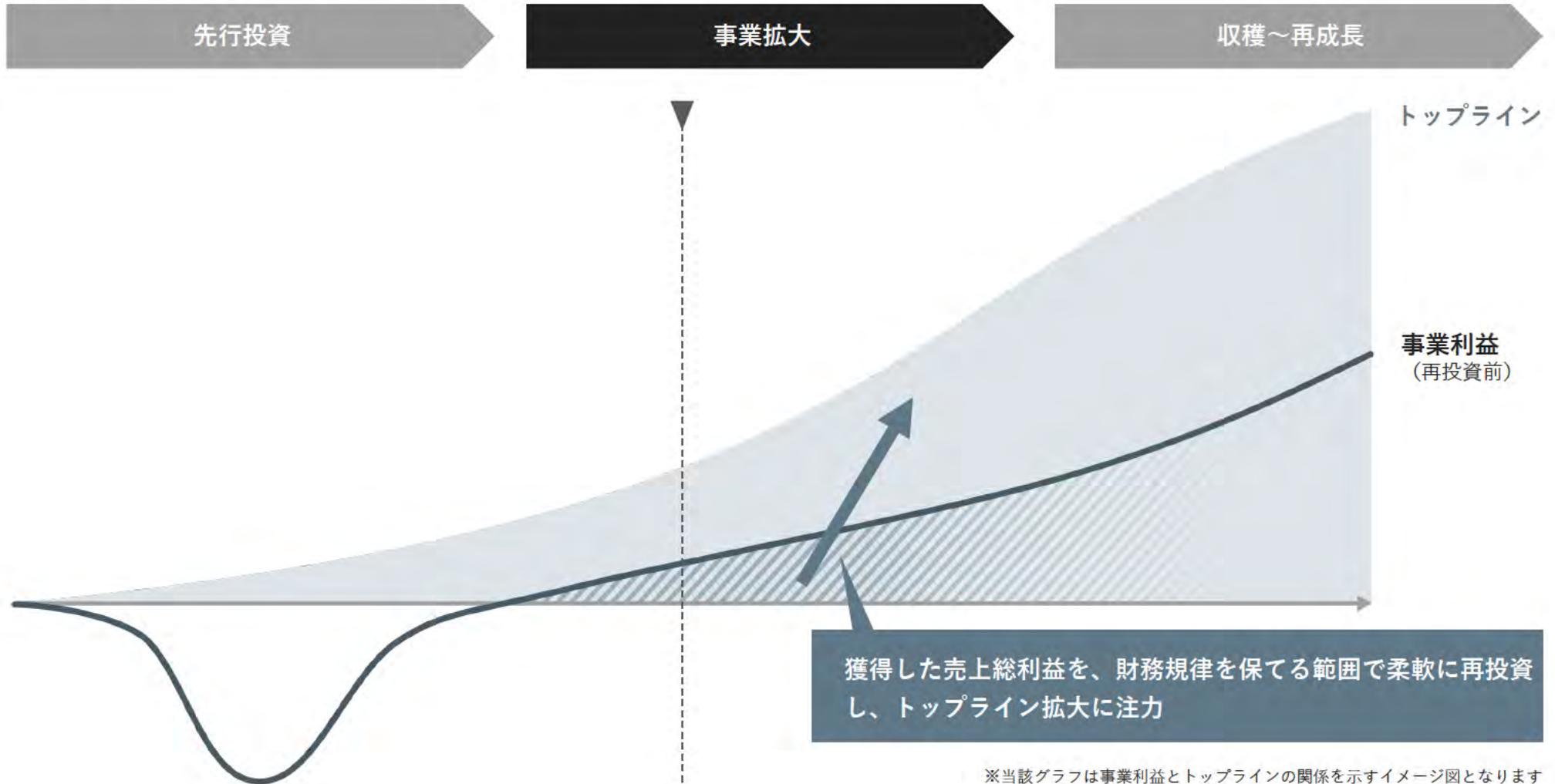
案件ごとの投資効率を見極めながら、
規律をもった投資を実施

当面の成長を牽引。
売上総利益の再投資は
柔軟に実施。

※当該グラフは各事業の将来イメージとなります。中期事業計画などではありません

カウカモ事業のフェーズ

カウカモ事業は拡大フェーズのため、売上総利益の柔軟な再投資によるトップライン拡大に注力



カウカモ事業の成長ステップ



4. 業績予想修正について

業績予想の修正について

- ✓ 企業価値の源泉である売上総利益は1,130百万円（前年同期比+6.6%）の見込み
- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大の影響が3Qから4Qに渡り継続しているため今期は赤字の着地を予定
- ✓ 来期に向けて固定費の圧縮や資金調達による財務基盤の安定化を図り、Afterコロナに向けての準備予定

業績予想の前提

- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響により売上高△472百万円（下期喪失割合41%）、売上総利益△352百万円（下期喪失割合46%）の喪失
- ✓ 6月から7月にかけて、5月までの営業自粛の影響により売上高は底打ちの見込み
（5月末時点で問い合わせ数・接客数は従前の水準を概ね回復。事業特性上、取引～売上計上のタイムラグを織り込んだ想定）
- ✓ 固定費圧縮に伴う特別損失及び資金調達の営業外費用を一時的な費用として見込みを計上

（単位：百万円）

通期影響	2020年7月期			下期影響	2020年7月期		
	修正後 通期予想(A)	期初計画 (B)	(A)-(B)		通期予想 - 2Q実績	期初計画 - 2Q実績	喪失金額 /喪失割合
売上高	1,650	※2,122	△472	売上高	658	1,130	△472 41%
売上総利益	1,130	※1,482	△352	売上総利益	406	757	△352 46%
営業利益	△285	黒字					
経常利益	△290	黒字					
当期純利益	△372	黒字					

※売上高・売上総利益ともに年率40%以上の成長を前提

5. 事業について

事業の成長可能性と今後の方向性

1 拡大する中古・リノベーション住宅流通市場での独自のポジショニング

2 プロダクト、マーケティング力を軸とした自律的成長モデル

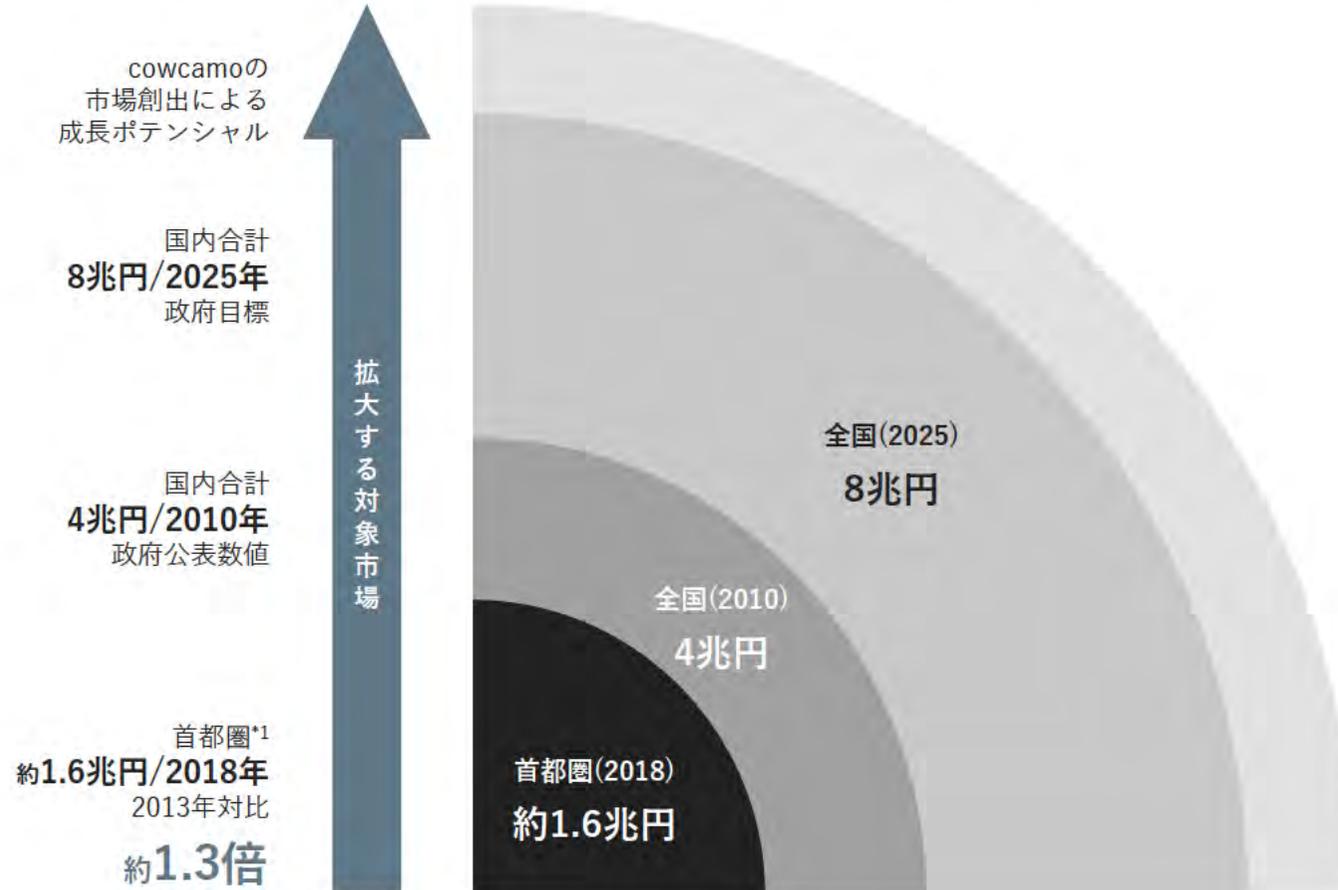
3 バリューチェーンの統合による事業アセットと競争優位

4 ユーザー基盤の構築による成長ポテンシャル

1

高い成長ポテンシャルを有する中古住宅流通市場

2018年の首都圏のみで1.6兆円。政府目標によると全国では今後8兆円市場にまで拡大するとされている



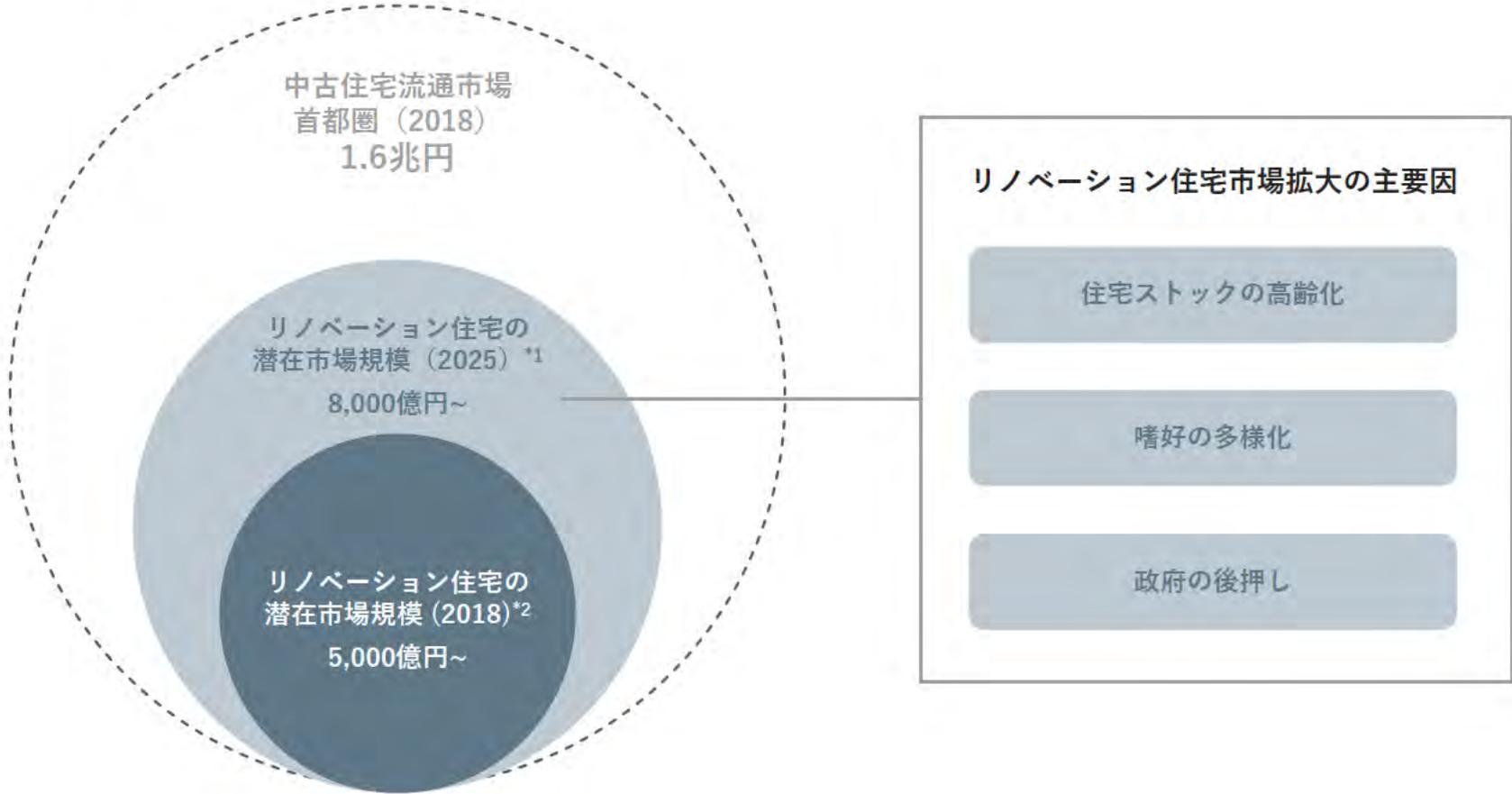
*1 首都圏：1都3県（東京/埼玉/千葉/神奈川）

出所：公益財団法人東日本不動産流通機構、首相官邸「未来投資戦略2017」

1

なかでもリノベーション住宅の市場規模は拡大

需給それぞれの要因、政策要因により、リノベーション住宅の流通規模は拡大が見込まれる



*1 2018年の中古住宅流通市場規模×2025年の築25年以上の中古マンションストック割合(推計)をもとに算出

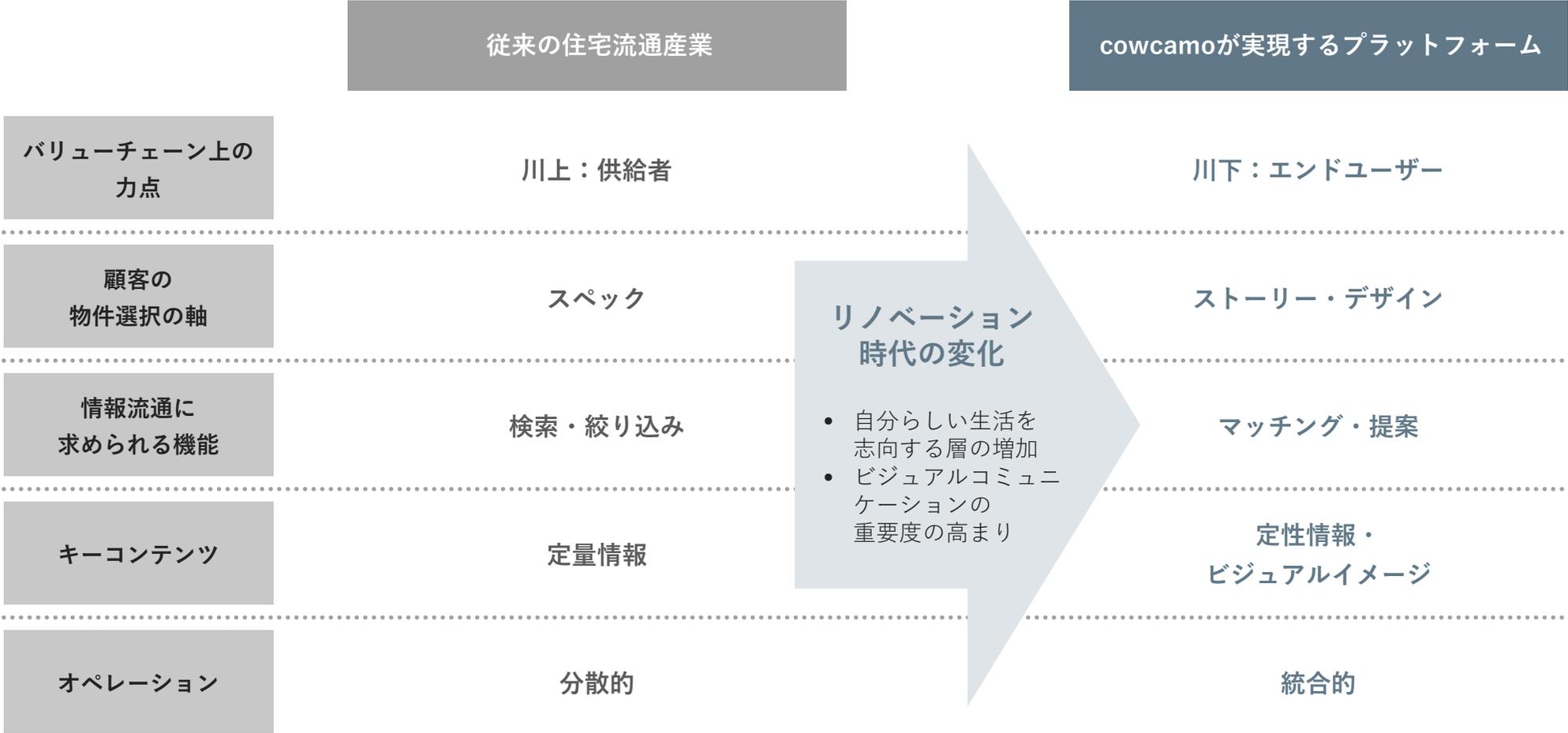
*2 2018年の中古住宅流通市場規模×2015年の築25年以上の中古マンションストック割合(実績)をもとに算出

出所：公益財団法人東日本不動産流通機構 「首都圏不動産流通市場の動向」、みずほ信託銀行 「不動産マーケットレポート2016.5」

1

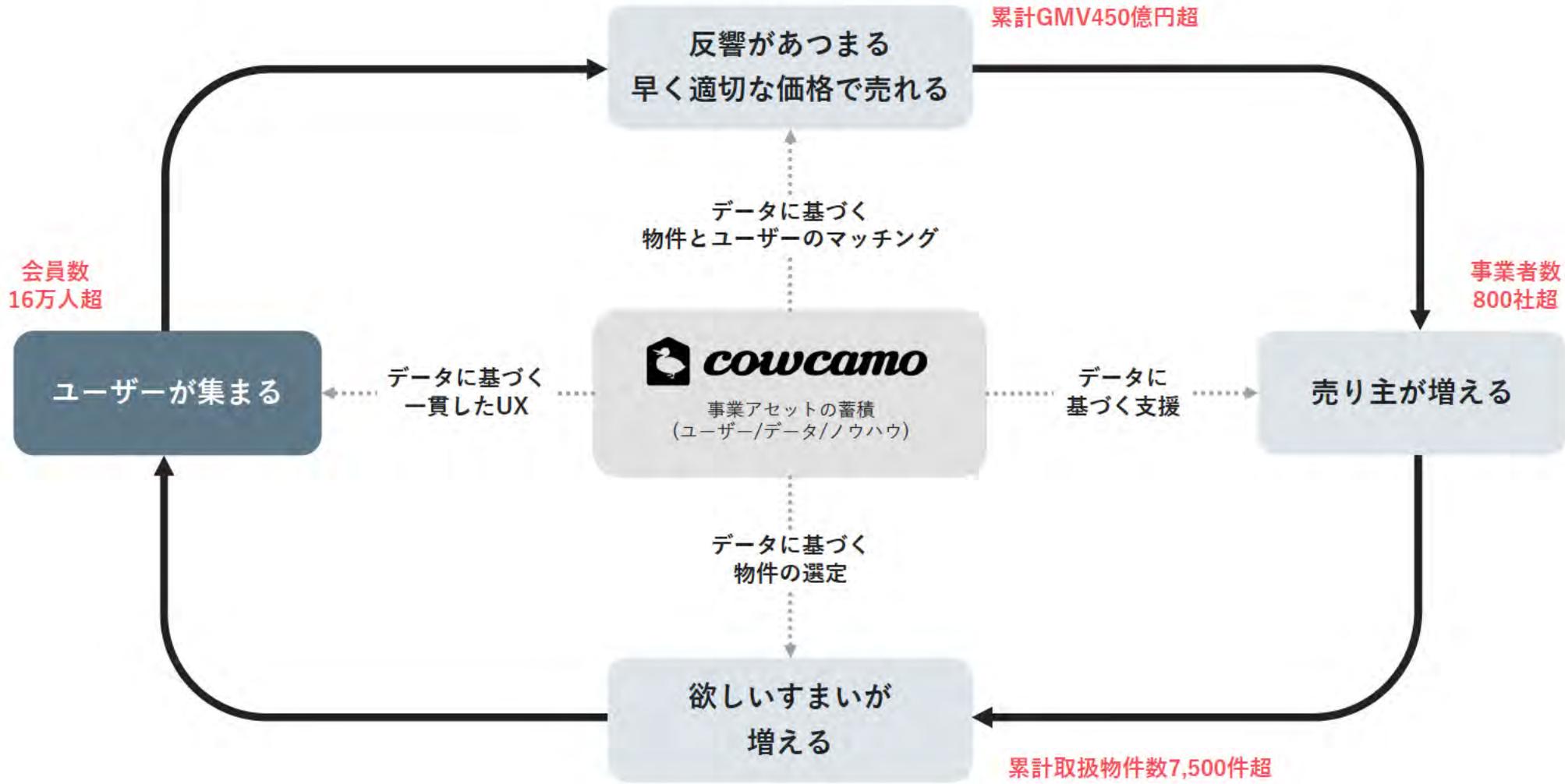
cowcamoはリノベーション時代の住宅流通プラットフォームとしてポジションを確立

リノベーション時代の競争原理の変化とcowcamoのポジション



2

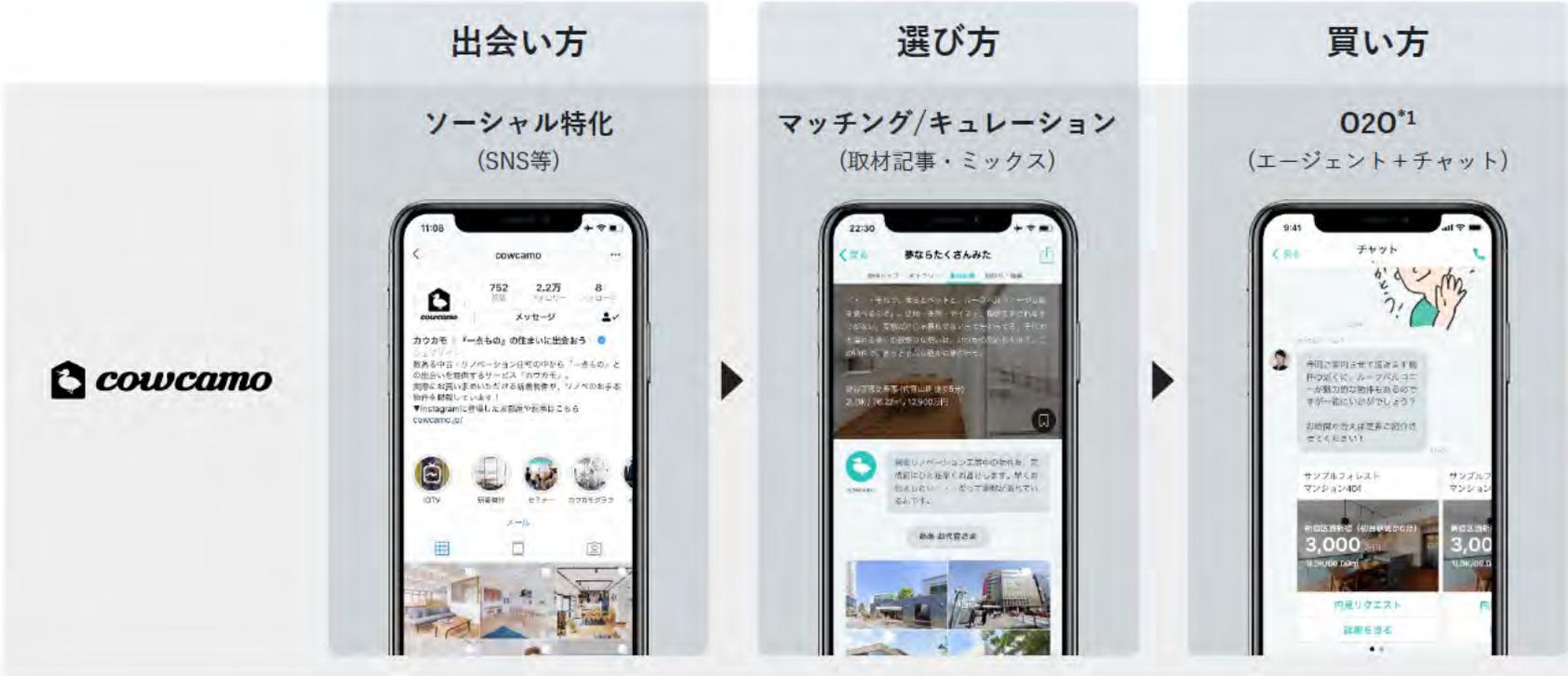
ユーザーを起点とした自律的成長サイクルを実現



2

徹底的なユーザー視点で住宅購入の体験を革新

一点ものの暮らしを実現する顧客体験すべてをデザイン



既存の体験

店舗・チラシ・ポータルでの出会い

スペック情報の検索
マイソク^{*2}の提示

主にオフライン
(店舗・対面・電話/メール)

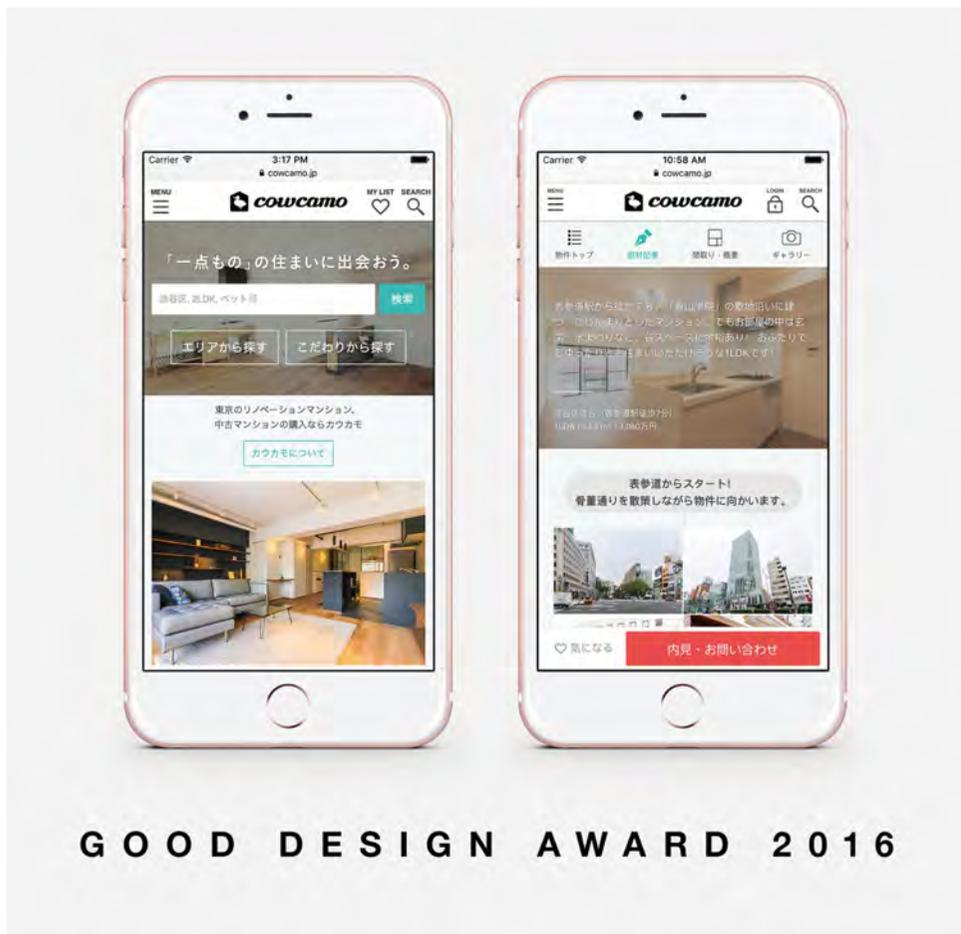
*1 O2O: Online to Offline

*2 マイソク：不動産事業者が用いる物件情報をまとめた紙の資料

cowcamoのプロダクトは複数の賞を受賞

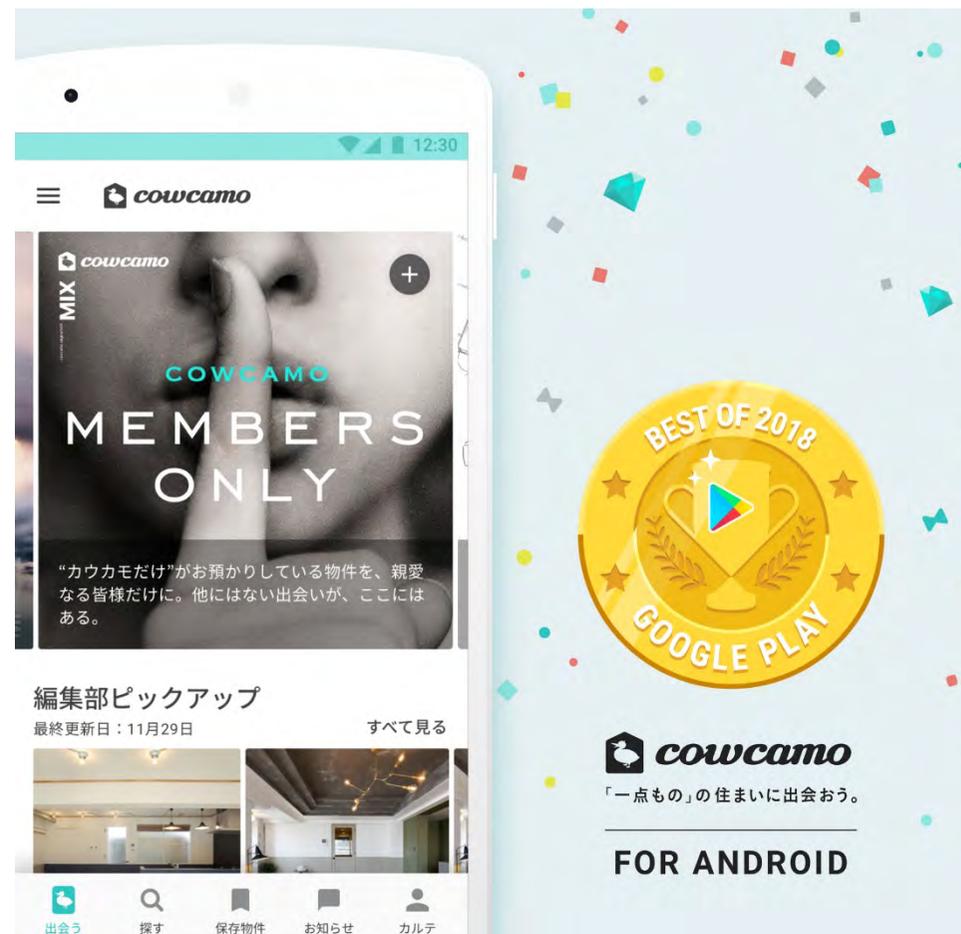
cowcamo.jp (ウェブサイト)

GOOD DESIGN AWARD 2016を受賞



cowcamo for android (アプリ)

Google Play Best of 2018を受賞



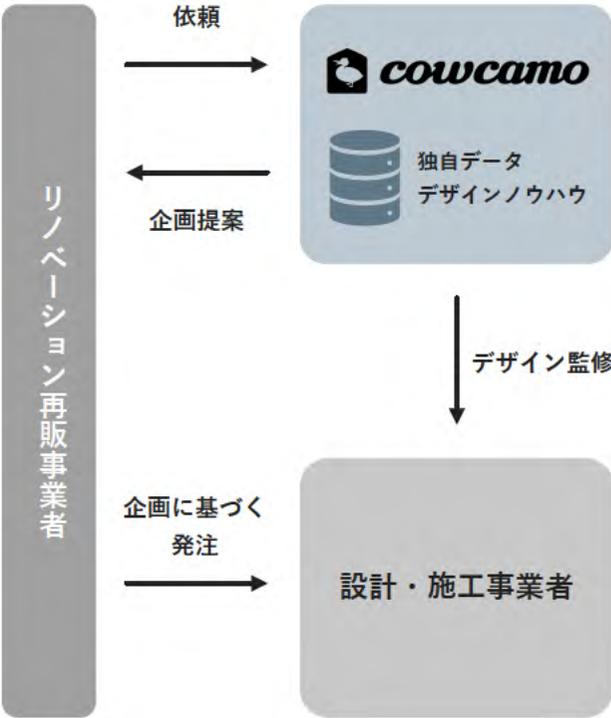
2

供給側事業者も巻き込んで市場創出をリード

cowcamoによるプロデュース物件の例



物件プロデュースのスキーム



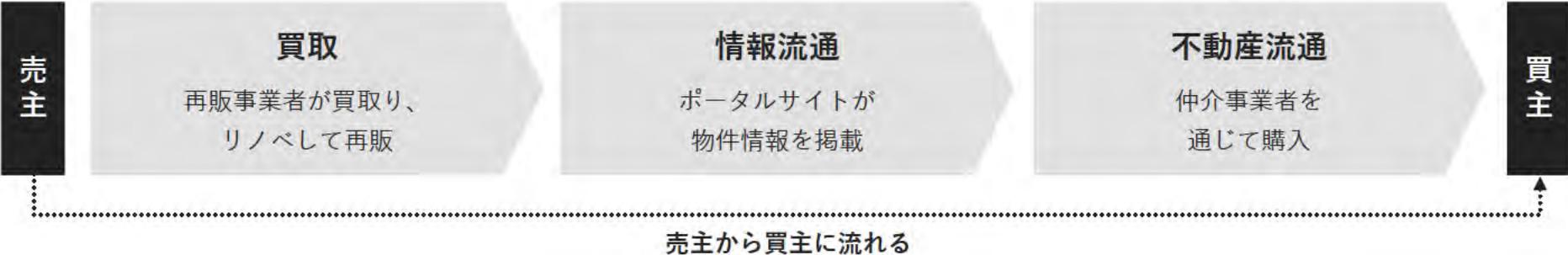
3

中古住宅流通のバリューチェーンをテクノロジーで統合

cowcamoが実現する流通構造

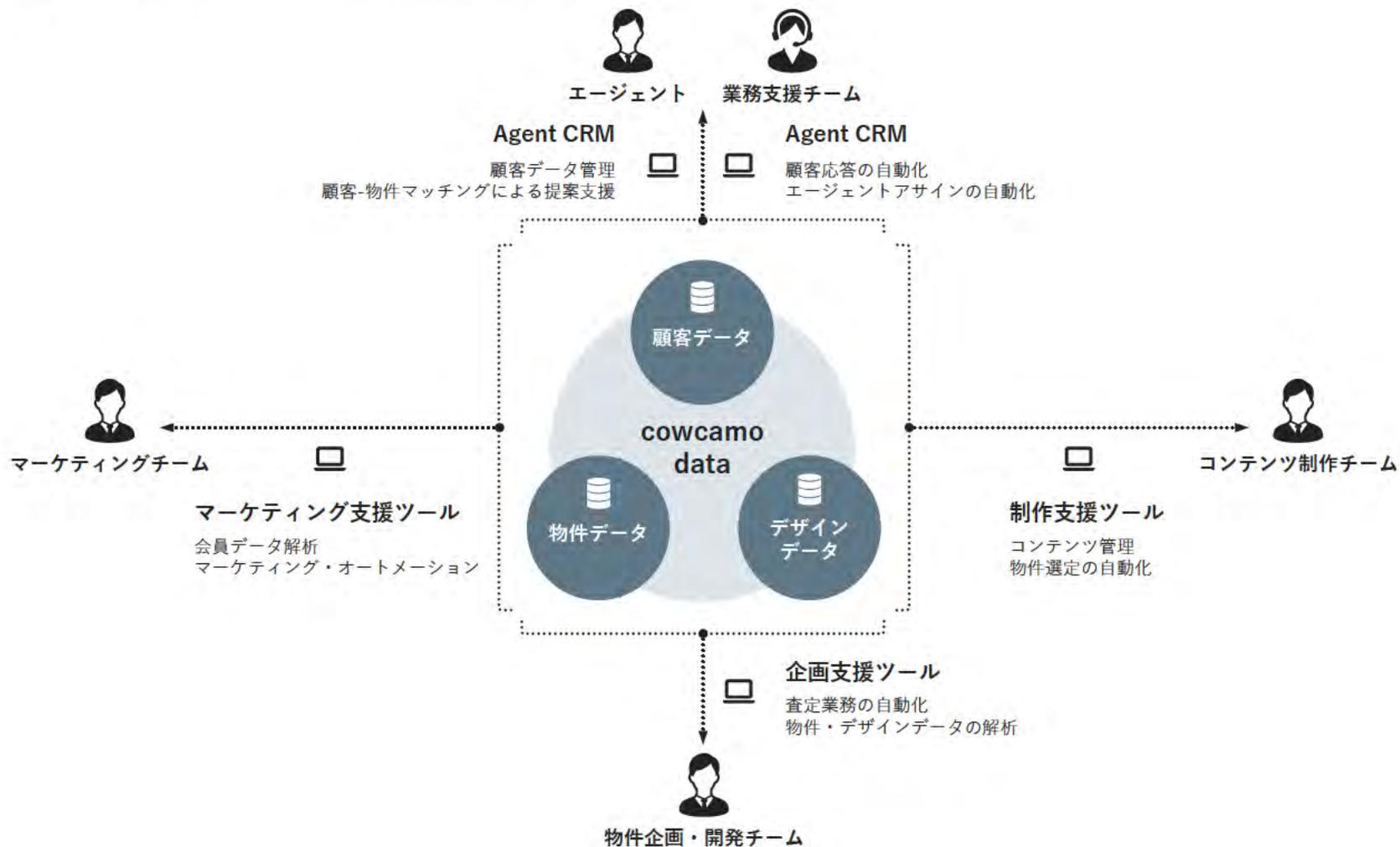


既存の流通構造



一連のプロセスをテクノロジーによって統合・最適化

データを中心としてあらゆるオペレーションのプロセスをテック化



3

顧客、データ、ノウハウの蓄積により 持続的な競争優位を確立

これまでの事業運営において、独自の顧客基盤、データ、ノウハウを蓄積



首都圏のリノベ・中古住宅流通
トップクラスの利用者数を擁する



自社での取材や実際の取引に基づく
統合的なデータで希少性高



一連のバリューチェーンを統合した
ノウハウは模倣可能性低

*1: cowcamoにて取材・記事掲載を行った再販事業者数

*2: cowcamoの累積登録会員数(2020年4月末時点)

*3: cowcamoにて掲載した物件の総数

4

ユーザー基盤の拡大を軸に、 収益機会の最大化と市場創出に取り組む

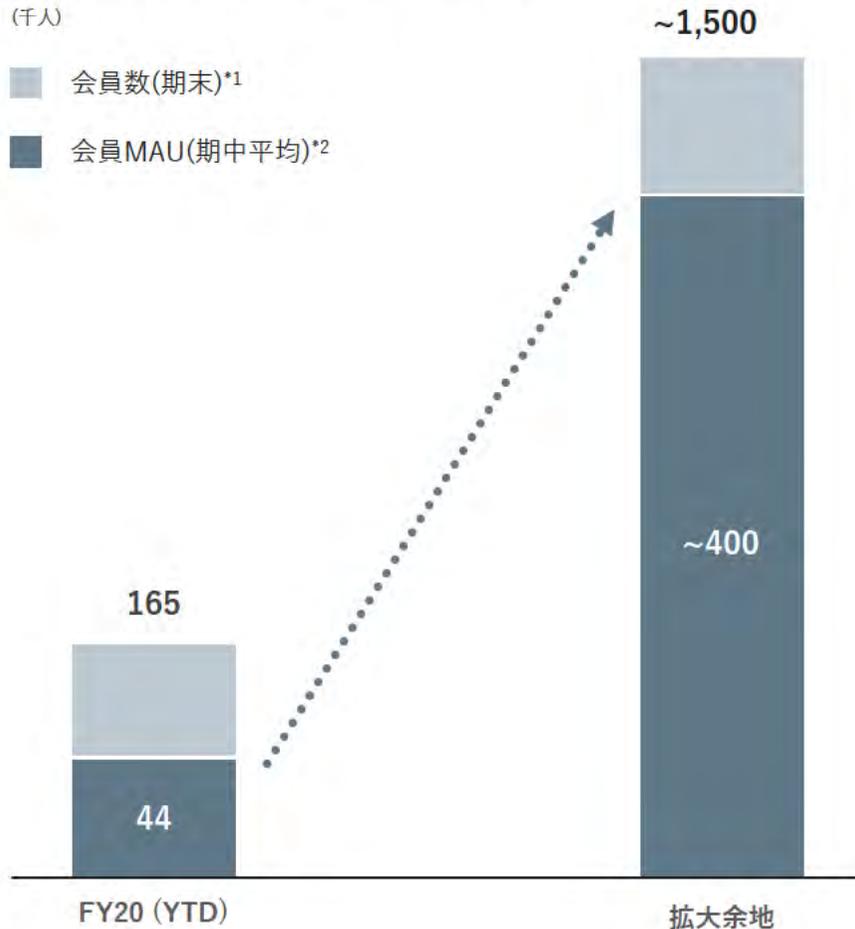
cowcamoの成長機会



4

ユーザー基盤の拡大余地は大きい

都区部エリアにおけるユーザー拡大余地



*1: 「会員数」は、「cowcamo」に会員登録したユーザーの特定の期間の末日における会員数。一度も取引を行ったことのない会員も含む
 *2: 「会員MAU」は、特定の期間におけるMAU(特定月にサービスを利用したアクティブユーザー)の平均値

エリア拡大によるユーザー拡大余地

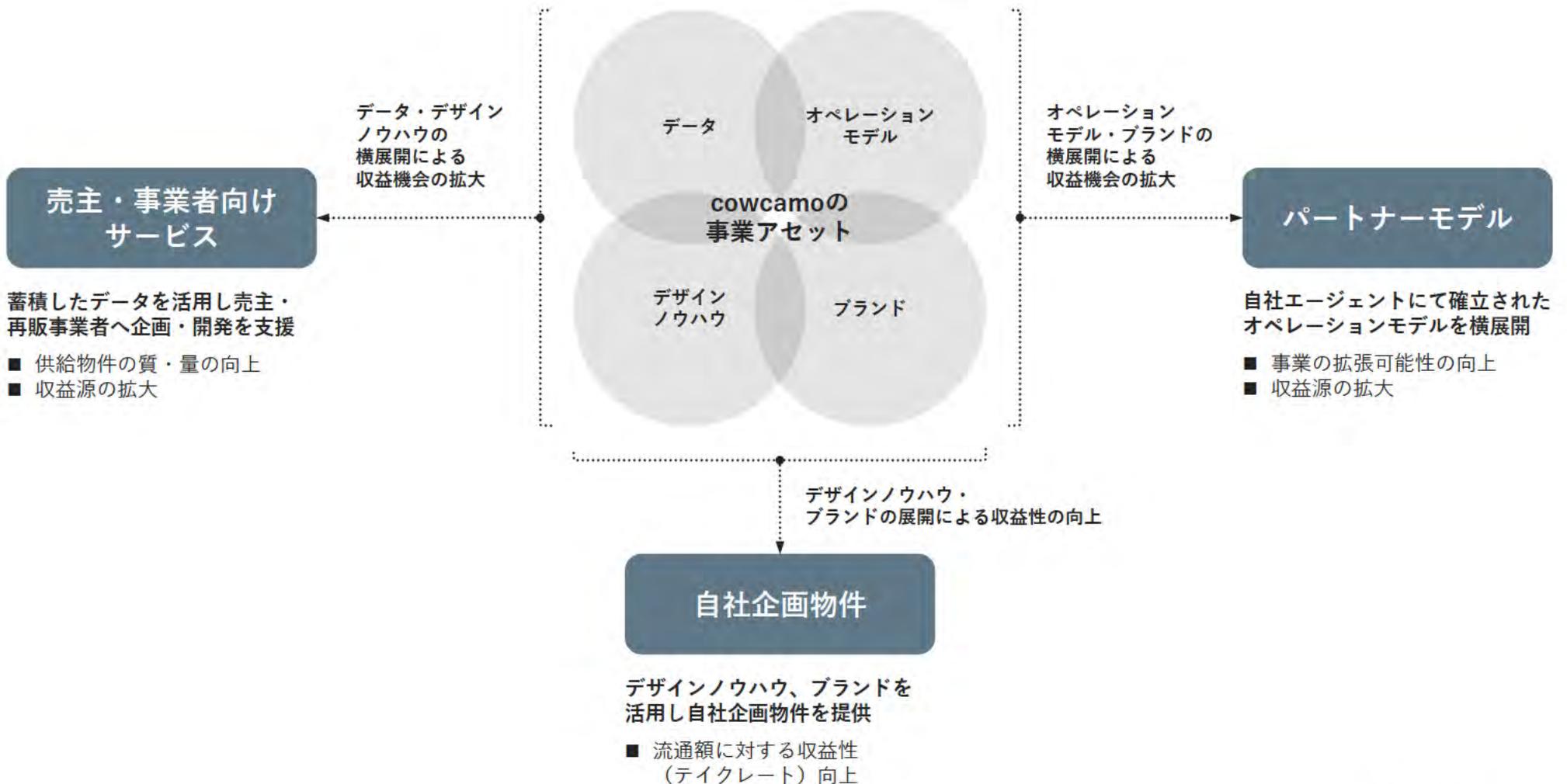


*3: 都区部(A1)、首都圏(A2)それぞれにおける25歳以上50歳未満の人口×推計持ち家許容割合(B)×推計中古住宅許容割合(C)により算出
 A1: 「住民基本台帳による東京都の世帯と人口(平成31年1月)」東京都総務局統計部
 A2: 「人口推計 平成30年10月1日現在人口推計」総務局統計部
 B: 「平成29年度 住宅経済関連データ 3 住宅に対する国民の意識」国土交通省 において「現在貸家」の世帯のうち、今後の居住形態及び住み替え方法を「貸家などへの住み替え」と答えた世帯を除く世帯の割合 (66.2%)
 C: 「平成29年度 住宅経済関連データ 3 住宅に対する国民の意識」国土交通省 において「現在借家」の世帯のうち、今後の居住形態及び住み替え方法を「中古住宅」「こだわらない」と答えた世帯の割合 (44.1%)
 *4: ターゲット層人口×5年以内に住み替えを希望する割合(D)により算出
 D: 「今後の住み替え・改善意向 (5区分) / 家主の年齢(8区分)」総務省統計局 において 世帯主の年齢が50歳未満の世帯のうち、5年以内に「住み替えたい」と答えた世帯の割合 (23.6%)

4

事業アセットを活用し収益機会の拡大を図る

cowcamoの事業アセットと収益機会



4

長期的にはcowcamoによる市場創出を実現する

適切なリノベ物件価格の形成と生涯買い替え頻度向上により中古物件流通市場の活性化をリード

価格形成

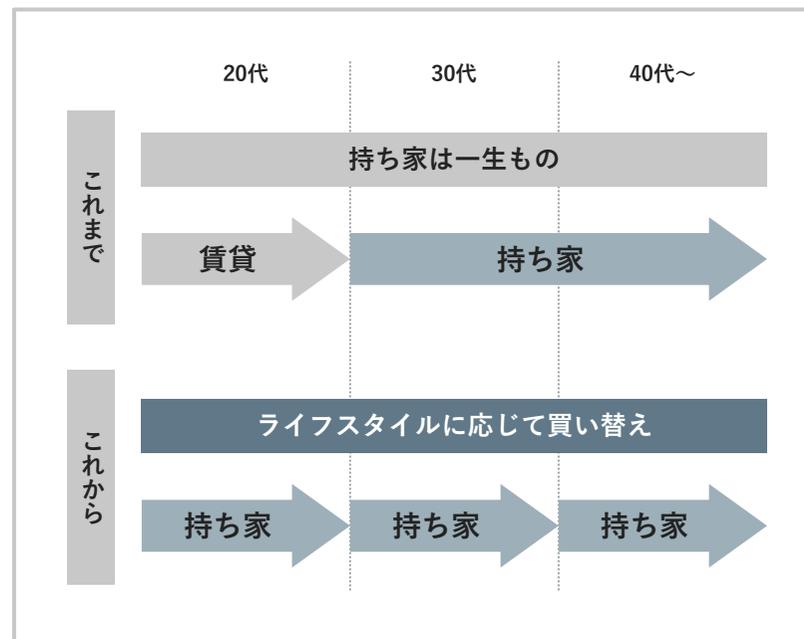
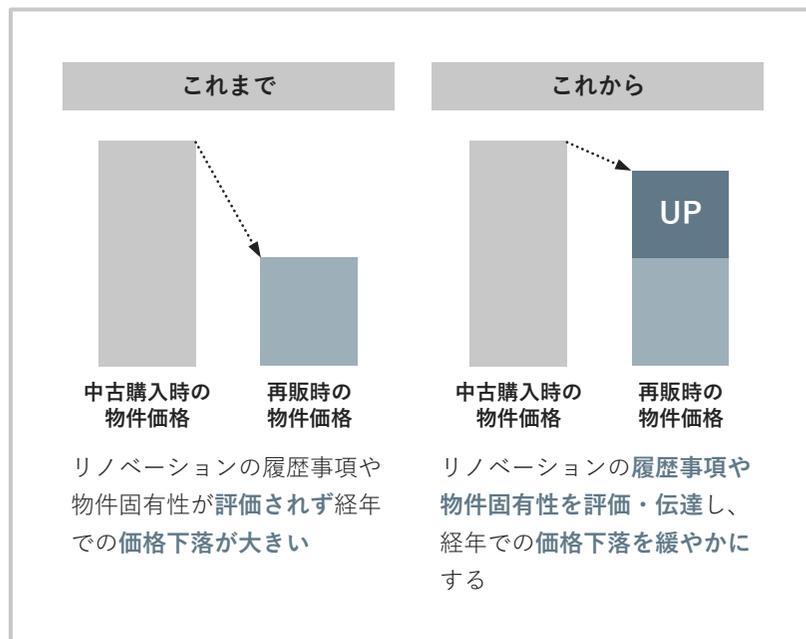


買い替え頻度向上

= TAM拡大

- リノベ物件の流通データの蓄積によるリノベ物件の公正な評価
- 一点ものの魅力を伝えるプレゼンテーション

- ライフスタイルに応じた住み替えの促進
- 流通中間コストの削減による買い替えの経済性向上



6. Q&A

Q&A

カテゴリー	質問	回答
全社	新型コロナウイルス感染症の影響が無かった場合の今期の業績予測は？	期初に発表した通り、前期比で売上高及び売上総利益の+40%以上の成長の達成を見込んでいた。
カウカモ事業	成長指標は何を見れば良いか？	売上総利益及びGMVの伸び、起点となる会員MAUを成長指標として見て頂きたい。
カウカモ事業	オンライン相談・セミナー・座談会の効果は？	オンライン化による移動コストの削減、手軽に高頻度のコミュニケーションが可能になることによる業務効率化、集客力アップなどの効果がみられる。
カウカモ事業	GMVにおいてQ毎にブレが発生するのはなぜか？	市場の影響による取引件数、及び物件の取引単価に応じてQ毎のブレは発生する。前期第3四半期は想定より上振れたものである。
シェアードワークプレイス事業	シェアードワークプレイス事業に対する今後の投資の考え方は？	当面はカウカモ事業に柔軟に投資を行う。シェアードワークプレイス事業については、案件ごとの投資効率を見極めながら、規律をもった投資を実施する。

7. ご参考資料

会社概要

名称	株式会社ツクルバ
本社	東京都目黒区上目黒1-1-5 第二育良ビル2階
設立	2011年8月
代表取締役	代表取締役CEO 村上 浩輝 代表取締役CCO 中村 真広
従業員数	121人（2019年7月現在、正社員）
事業内容	ITを活用したリノベーション住宅の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」事業 シェアードワークプレイス事業 インターネットサービスの開発 空間デザイン・プロデュースに関する調査分析・企画・デザイン
アワードなど 受賞歴（抜粋）	デロイト テクノロジー企業成長率ランキング 日本テクノロジー Fast50 2017/2018/2019 蔵前ベンチャー賞

デザイン×ビジネス×テクノロジーによる共創を体現する 共同代表と実務経験が豊富な経営陣



村上 浩輝 (むらかみ ひろき)

代表取締役 CEO

立教大学社会学部産業関係学科（現：経営学部）卒
LIFULLなどを経て、2011年8月弊社設立。



北原 寛司

取締役COO/経営企画室長

東京工業大学大学院博士課程修了。博士（工学）、
パリ・ドフィーンヌ大学/MBA修了。
コーポレート・ディレクション、デロイトトーマツ
コンサルティング、Deloitte Consulting Southeast
Asiaを経て、2016年11月より当社入社。経営企画室長
を経て2018年5月当社取締役COOに就任



中村 真広 (なかむら まさひろ)

代表取締役 CCO

東京工業大学大学院建築学専攻修了
デザイン事務所などを経て、2011年8月弊社設立。

日経アーキテクチュア「次代の変革者100人」
に選出。共著：「場のデザインを仕事にする」
「シェアをデザインする」



小池 良平

取締役CFO/管理部長

朝日監査法人（現 有限責任あずさ監査法人）に入所。
2007年公認会計士登録。
スターフェスティバル株式会社取締役CFO、監査役な
どを歴任し、2016年より当社社外監査役、2018年5月
取締役CFOに就任



高野 慎一

社外取締役

株式会社リクルートにて人事・広報
を経て、株式会社リクルートコスモ
ス（現コスモスイニシア）執行役員
に就任。2010年、株式会社ぎょうせい
執行役員管理本部長を経て、日本
交通株式会社常務取締役。



鈴木 秀和

社外取締役

大和証券SMBC投資銀行本部（現：
大和証券）にて資金調達や
バリュエーション、東証審査対応の
アドバイザー業務に従事。2018
年12月に株式会社アトラエ取締役
CFOに就任。



福島 良典

社外取締役

株式会社Gunosyを創業し、およそ2
年半で東証マザーズに上場。後に東
証一部に市場変更。2018年に
LayerXの代表取締役社長に就任。
2016年Forbes Asiaよりアジアを代
表する「30歳未満」に選出。

貸借対照表

(単位：百万円)

	2019年7月期末	2020年7月期3Q
流動資産	1,505	1,530
現金及び預金	1,420	1,466
固定資産	363	650
資産合計	1,869	2,181
流動負債 (うち有利子負債)	269 (64)	305 (156)
固定負債 (うち有利子負債)	124 (116)	461 (443)
純資産	1,475	1,414
資本金	594	609
資本剰余金	1,307	1,322
負債・純資産合計	1,869	2,181

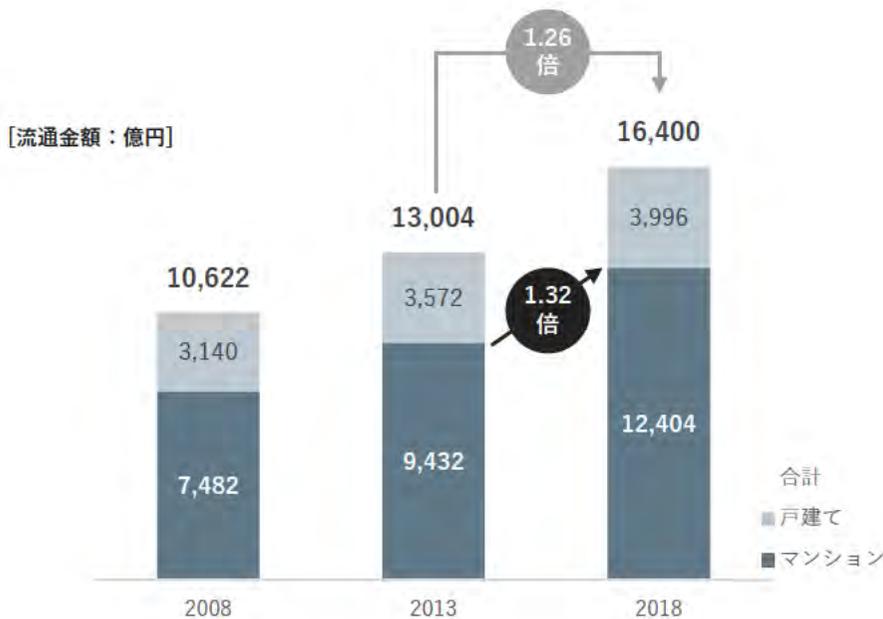
首都圏の中古住宅流通市場は急速に成長し、 2018年で1.6兆円の規模を誇る

首都圏の中古住宅流通市場

中古住宅流通市場は、急速に成長している

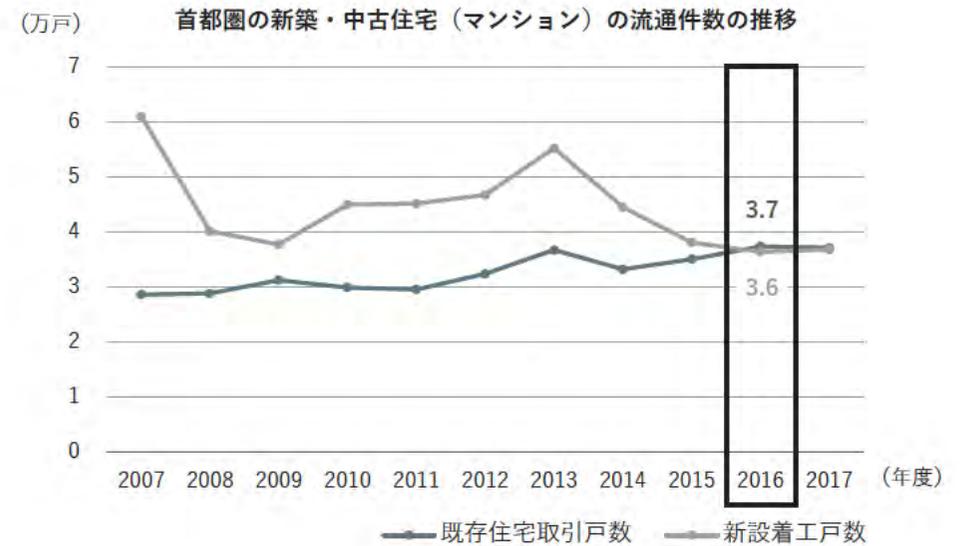
- 首都圏の中古住宅流通市場は、2013年から5年間で1.26倍に拡大
- マンション市場は同期間で1.32倍とさらに拡大

※首都圏：1都3県（東京、埼玉、千葉、神奈川）



中古住宅は、いまや住宅購入のファーストチョイスに

- 首都圏では、2016年に中古マンションの流通件数が新築マンションの供給戸数を上回る



出所：既存住宅取引戸数：東日本不動産流通機構「首都圏不動産流通市場の動向」2018年4月17日付レポート
 新設着工戸数：㈱不動産経済研究所「首都圏マンション市場動向（2017年度）」
 ※既存住宅取引戸数、新設着工戸数のいずれも中古マンションのみ（中古戸建ては除く）
 ※2007年のみ暦年ベース

出所：公益財団法人東日本不動産流通機構等のデータよりツクルバ作成

今後も中古住宅流通市場は拡大する見込み

TAMの成長ポテンシャル

政府は既存住宅流通市場の倍増を目標としている



未来投資戦略2017 — Society 5.0 に向けた戦略分野

1	健康・医療・介護（例：遠隔診療・AI・ロボット・センサー等）
2	移動サービスの高度化～（例：第5世代移動通信システム・ドローンの産業利用等）
3	世界に先駆けたスマートサプライチェーンの実現（例：データ連携の促進等）
4	インフラの生産性と都市の競争力の向上等
5	FinTechの推進等
6	エネルギー・環境制約の克服と投資の拡大
7	ロボット革命／バイオ・マテリアル革命（例：宇宙ビジネス・航空機産業の拡大等）
8	既存住宅流通・リフォーム市場を中心とした住宅市場の活性化

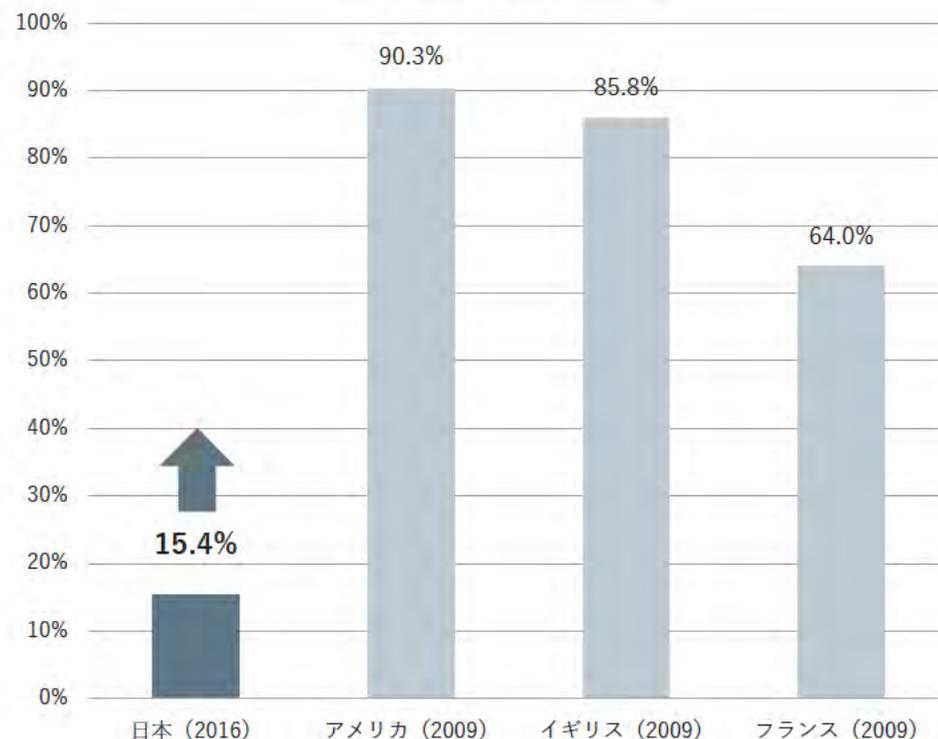
■ 《KPI》2025年までに既存住宅流通の市場規模を8兆円に倍増する（2010年4兆円）

■ 可能な限り2020年までに達成を目指す

出所：首相官邸「未来投資戦略2017」（平成29年6月9日）P.78

国際比較から中古住宅流通シェアの成長余地は十分

中古住宅流通シェアの国際比較



出所：国土交通省「中古住宅流通促進・活用に関する研究会（参考資料）」
ただし、日本はリフォーム産業新聞社「中古住宅市場データブック2018」による推計値

2025年には“築古”が市場の半数を占め、 リノベーション住宅があたりまえの選択肢に

【参考】中古住宅の拡大に伴う構造変化

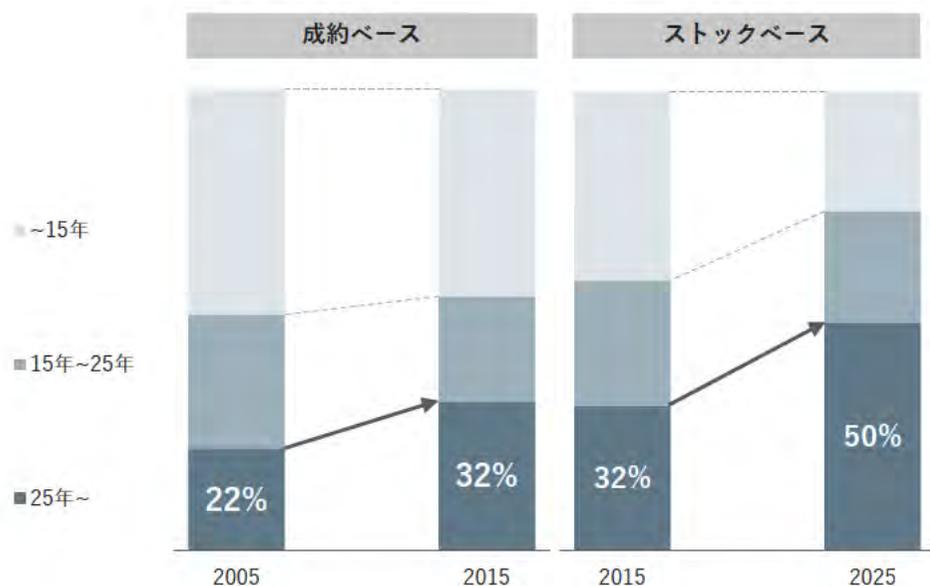
“築古”が市場の半分に迫る

- 2005年に2割程度であった築25年以上の中古マンションの比率は2025年には全体の半分となる

リノベーションがあたりまえの世界に

- 首都圏での住宅購入においてはリノベーションがあたりまえになり、市場のマス化に伴ういくつかの変化が予想される

首都圏中古マンションの築年帯別構成比率（2005-2025）



リノベマンション市場の形成

- リノベを前提とした流通価格の形成
- 安いから中古リノベからこだわるならリノベへ

中古マンションの流通方法の多様化

- 中古+リノベ
- リノベ済マンション
- リノベ済+追加リノベ

中古住宅流通事業者の変化

- 再販事業者の拡大
- リノベマンション専門サイトの成長

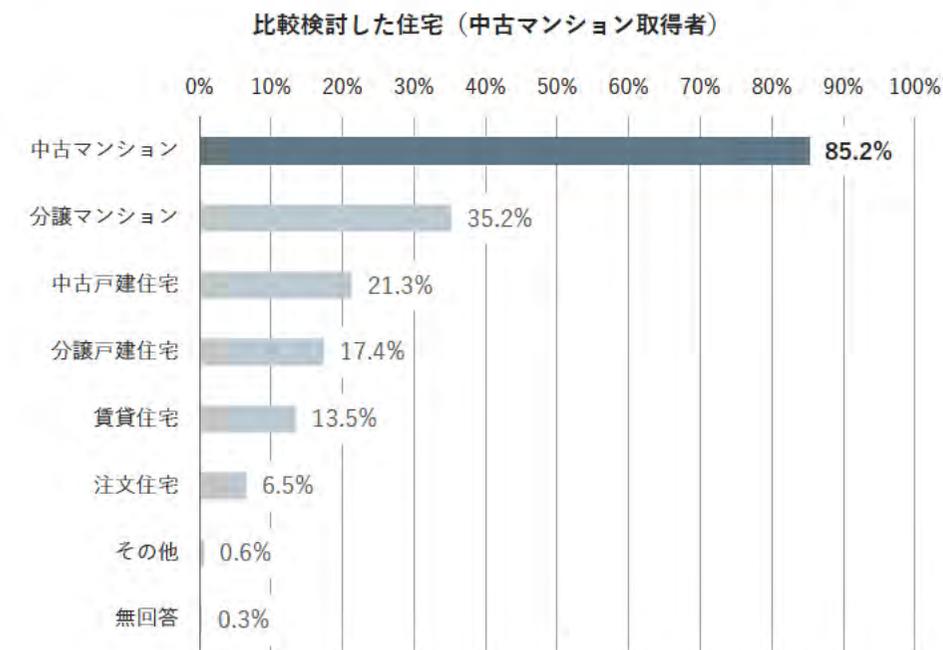
出所：公益財団法人東日本不動産流通機構等のデータよりツクルバ作成

新築にこだわらない 都市型ライフスタイル生活者がメインターゲット

cowcamoのターゲット

中古マンションにこだわり

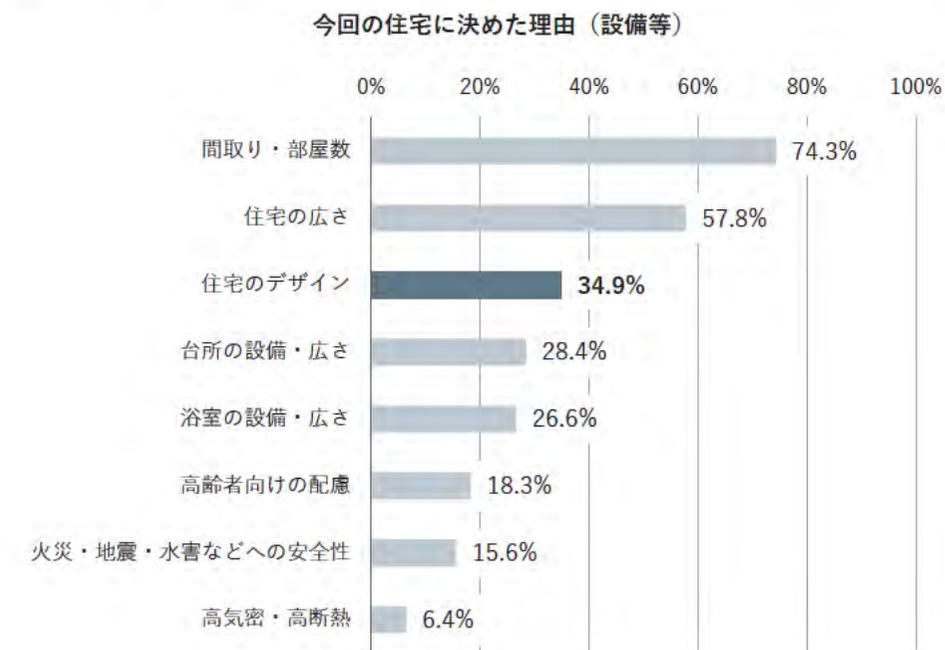
- 購入の際に比較検討した住宅は「中古マンション」が圧倒的
- 中古マンションの購入者は、中古マンションに照準を合わせて探している



出所：国土交通省住宅局「平成28年度住宅市場動向調査報告書」（平成29年3月）P.15

中古マンションは住宅デザインを重視

- 中古マンションの購入者が重視する要素は、スペック（住宅の広さ、間取り・部屋数）に次いで「住宅のデザイン」



出所：国土交通省住宅局「平成28年度住宅市場動向調査報告書」（平成29年3月）P.17

ディスクレマー

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

お問い合わせ先

管理部

Email : ir@tsukuruba.com

IR情報 : <https://tsukuruba.com/ir/>