



決算説明会資料

2020年7月期

株式会社ツクルバ

(東証マザーズ：2978)

2020年9月14日

目次

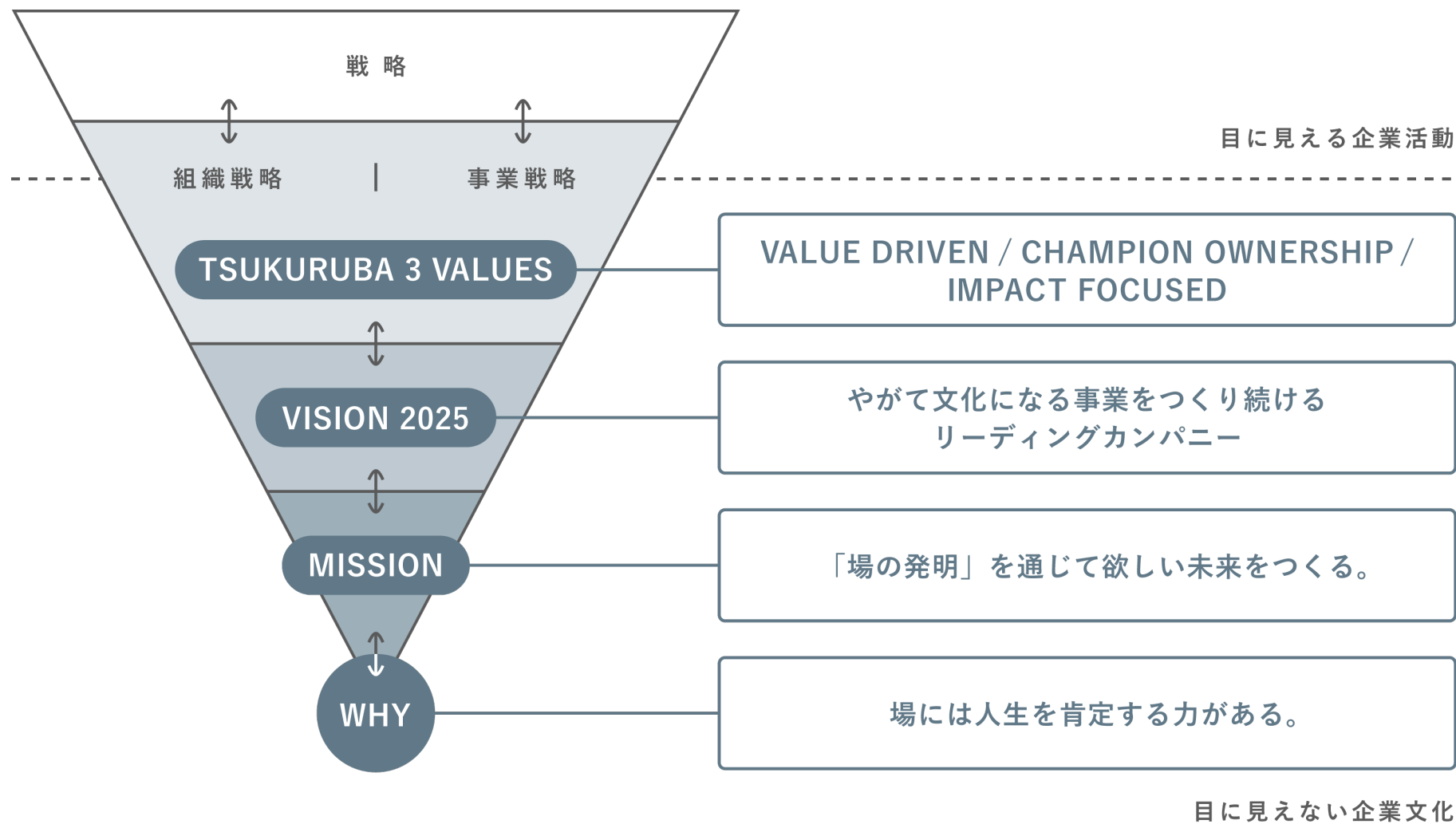
1. 会社概要
2. 2020年7月期業績
3. 2020年7月期業績予想と実績値の差異について
4. 2021年7月期以降の方針
5. 2021年7月期業績予想
6. 事業について
7. Q&A
8. ご参考資料

1. 会社概要

場の発明を通じて 欲しい未来をつくる、 場の発明カンパニー

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 代表取締役ファウンダー 中村 真広
従業員数	135人（2020年7月現在、正社員）

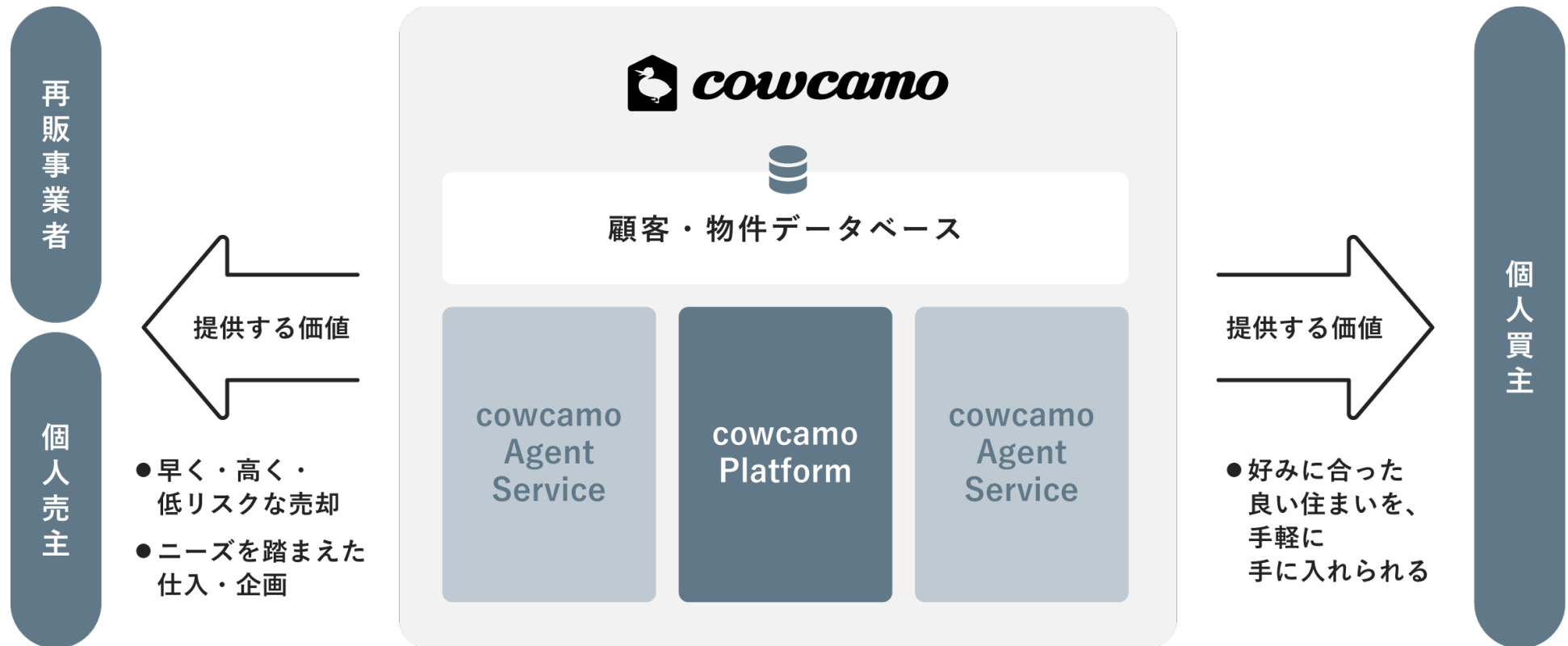
企業理念



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独自の顧客・物件データベースを活用し、売却・購入双方に向けたサービスを展開



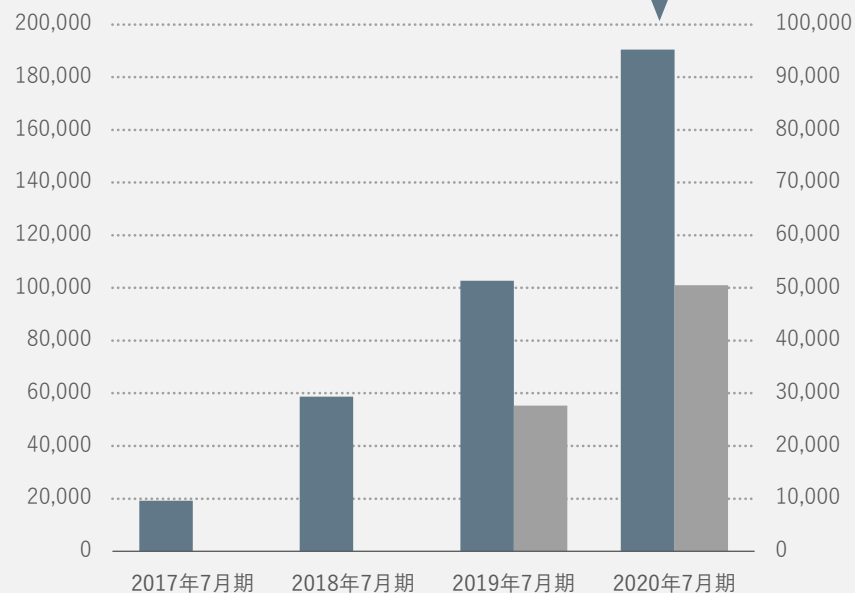
cowcamoは独自のポジションで成長を継続

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19万人
平均会員MAU 約5万人

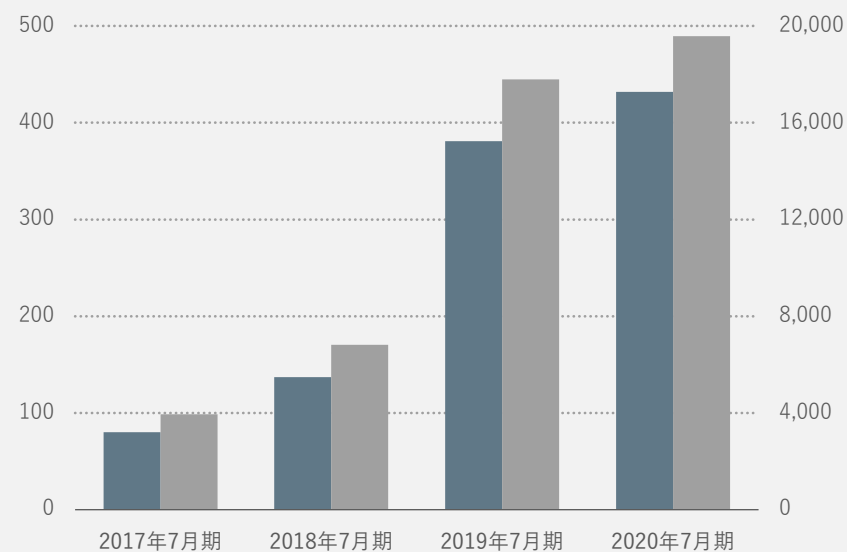


会員数：「cowcamo」に会員登録したユーザーの特定期間の末日における会員数
会員MAU：「特定期間における月間アクティブユーザー」

取引件数・GMV

左軸：取引件数(件) 右軸：GMV(百万円)

取引件数 432件
GMV 約195億円



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

2. 2020年7月期業績

2020年7月期 業績ハイライト

全社業績

(2019年8月～2020年7月)

売上高 **1,718** 百万円 (YoY **+13%**)
売上総利益 **1,194** 百万円 (YoY **+12%**)

事業KPI

(2019年8月～2020年7月)

カウカモ事業

GMV **195** 億円 会員数 **190** 千人*1
売上総利益 **1,077** 百万円 会員MAU **51** 千人*2

シェアードワークプレイス事業

売上高 **378** 百万円
売上総利益 **116** 百万円

トピックス

- 緊急事態宣言解除後、**問い合わせ数**は**高水準**で**推移**
- 丸井グループとの**資本業務提携**を締結。**7億円**の**資金調達**を実施し、両社によるシナジー創出へ

*1 2020年7月期末時点の累計会員数

*2 2020年7月期7月の会員MAU

全社業績

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた下期に成長が鈍化するも増収着地

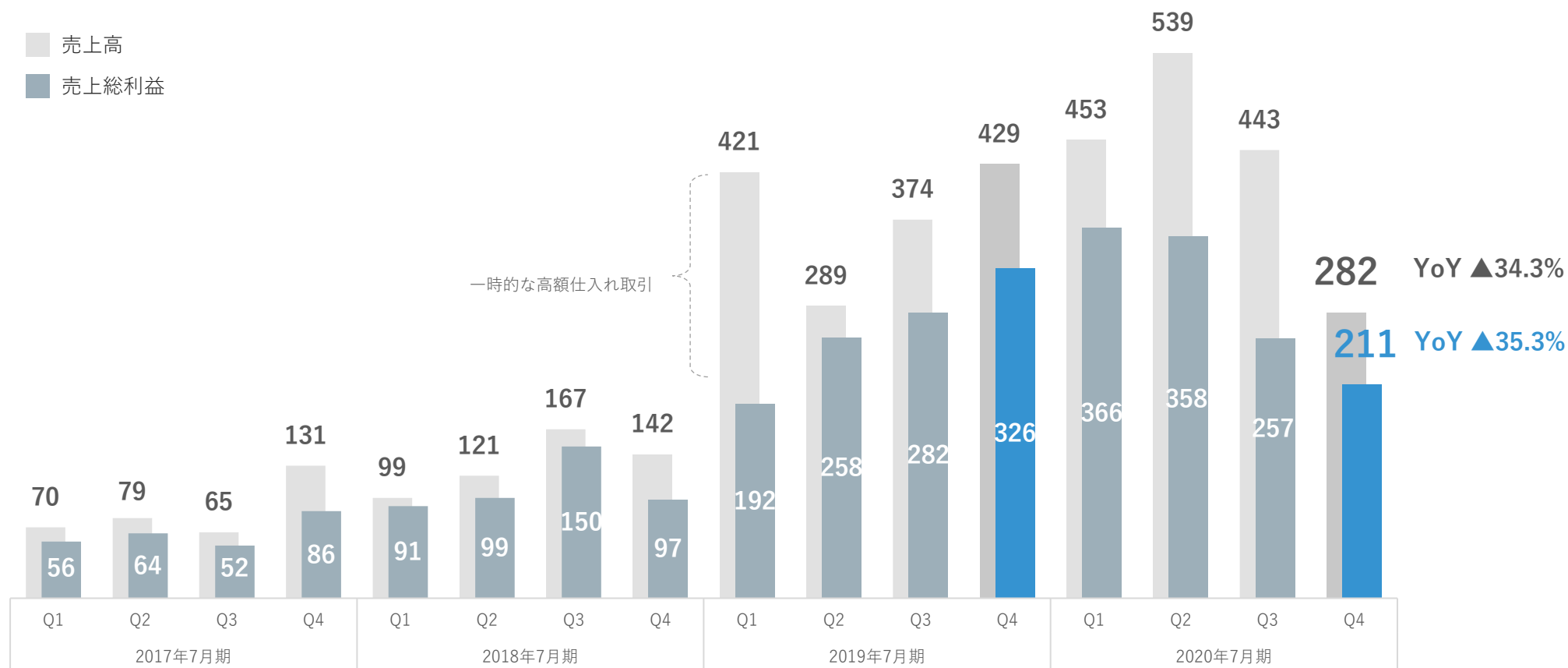
(単位：百万円)

	2019年7月期 (2018年8月～2019年7月)	2020年7月期 (2019年8月～2020年7月)	増減率
売上高	1,515	1,718	+13%
売上総利益	1,059	1,194	+12%
営業損益	19	△150	—
経常損益	7	△159	—
当期純損益	10	△431	—

全社売上高・売上総利益の推移

5月までのコロナ禍における営業自粛が4Qに影響

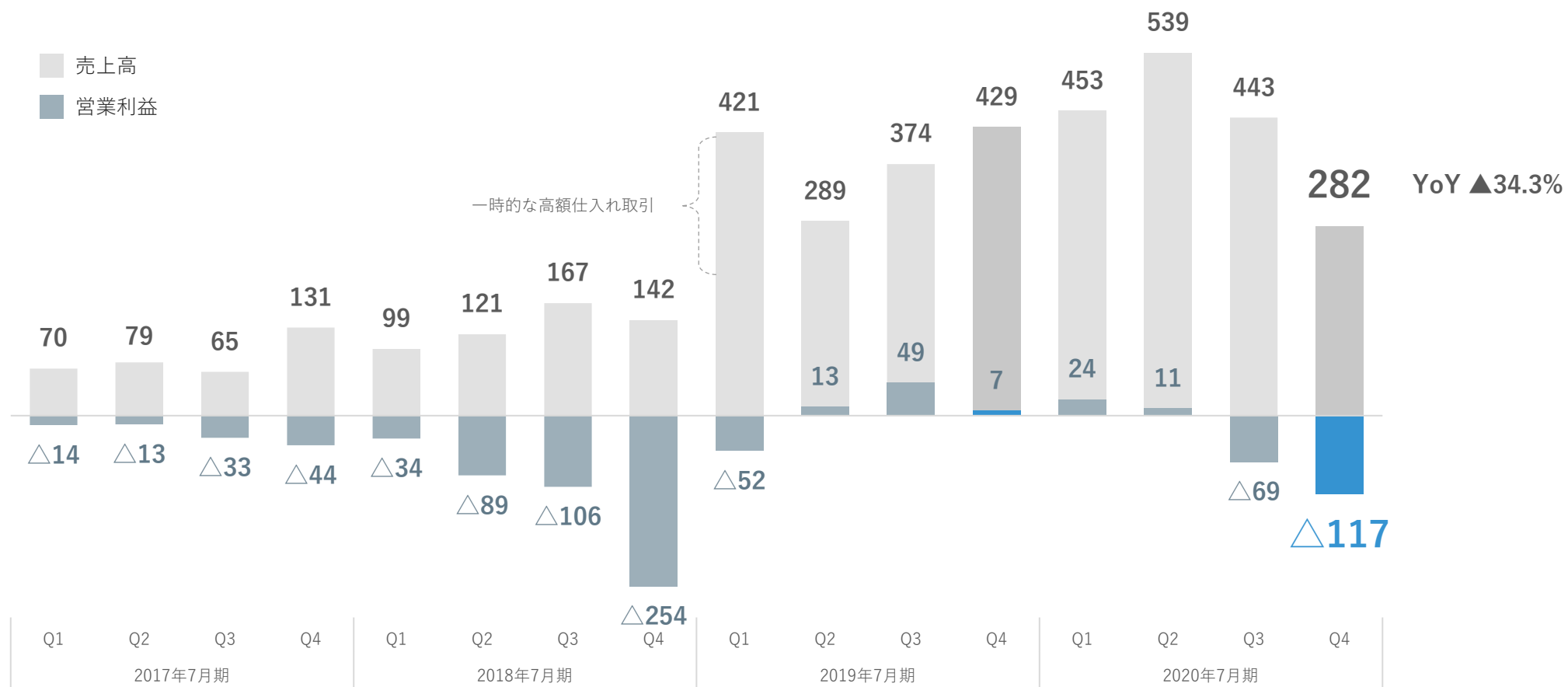
(単位：百万円)



全社営業利益の推移

コロナ禍の影響を受けつつも、一部コストの圧縮を実施し営業損失は想定より縮小

(単位：百万円)



セグメント別業績

カウカモ・SWP共にコロナ禍の影響を受けつつも増収で着地

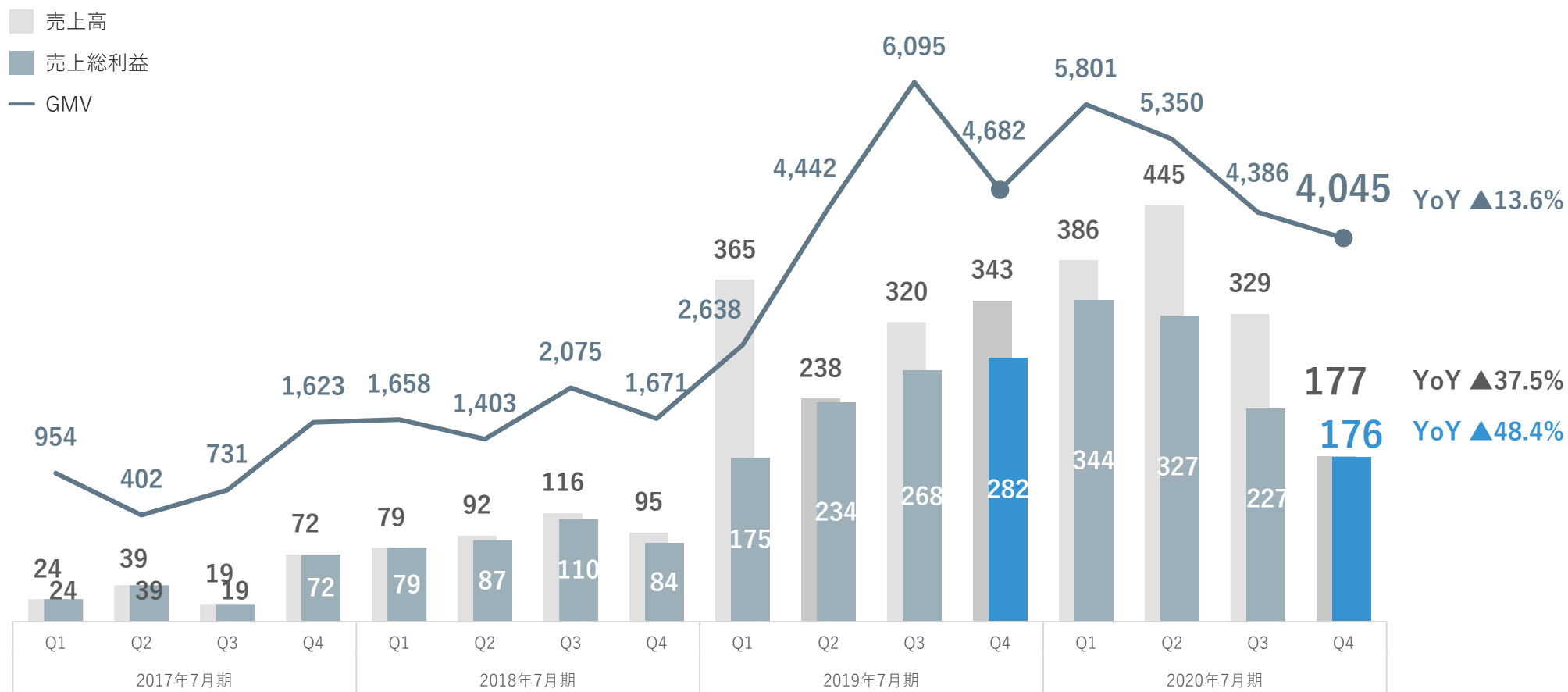
(単位：百万円)

		2019年7月期 (2018年8月～2019年7月)	2020年7月期 (2019年8月～2020年7月)	増減率
カウカモ	売上高	1,268	1,339	+5%
	売上総利益	960	1,077	+12%
	セグメント損益	344	283	▲17%
シェアードワークプレイス	売上高	246	378	+53%
	売上総利益	99	116	+17%
	セグメント利益	41	53	+29%

カウカモトップラインKGI（GMV・売上高・売上総利益）

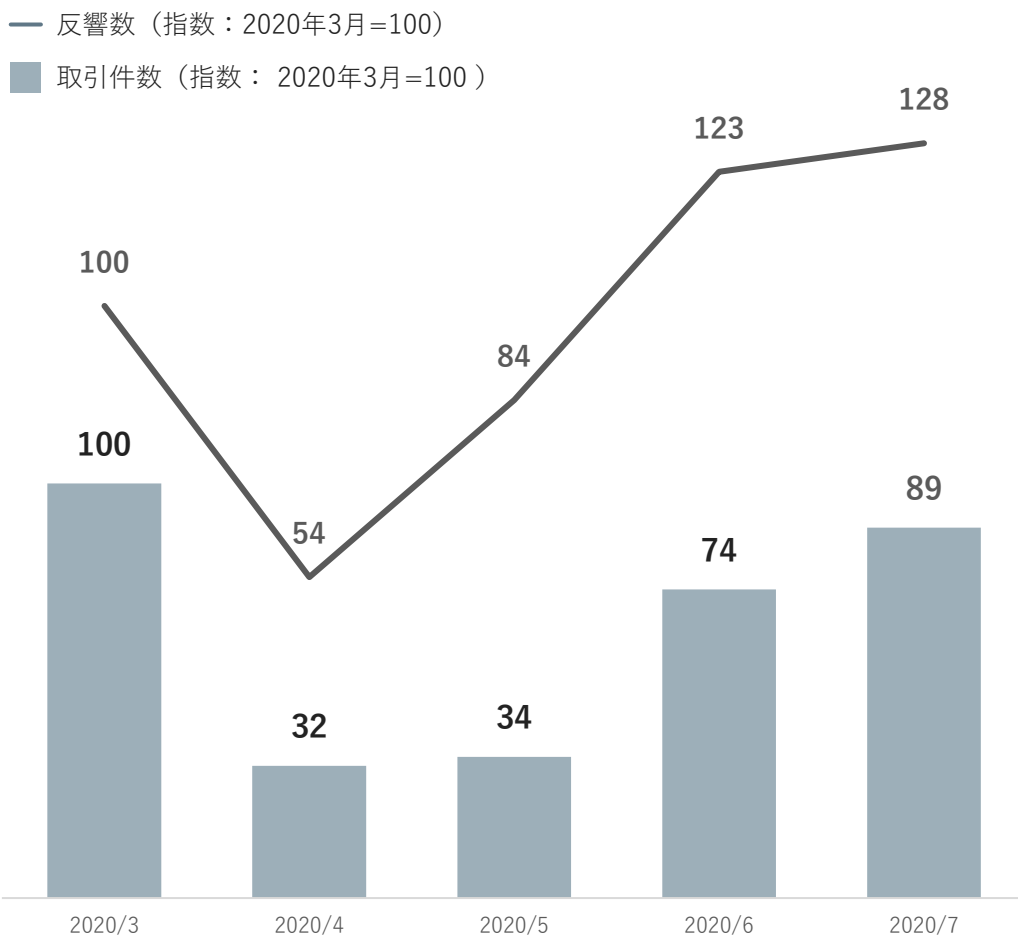
5月までのコロナ禍における営業自粛が4Qに影響

（単位：百万円）



(参考) 2020年7月期 コロナ禍における反響数、取引件数の推移

反響数、取引件数ともに4-5月で底打ち



反響数

4-5月は、コロナ禍の影響により反響数（お問合せ数）減少も6-7月は過去最高ペースに

取引件数

4-5月は、反響減に加え一部営業自粛により取引件数減少。6-7月は反響数と同様に取引件数も回復

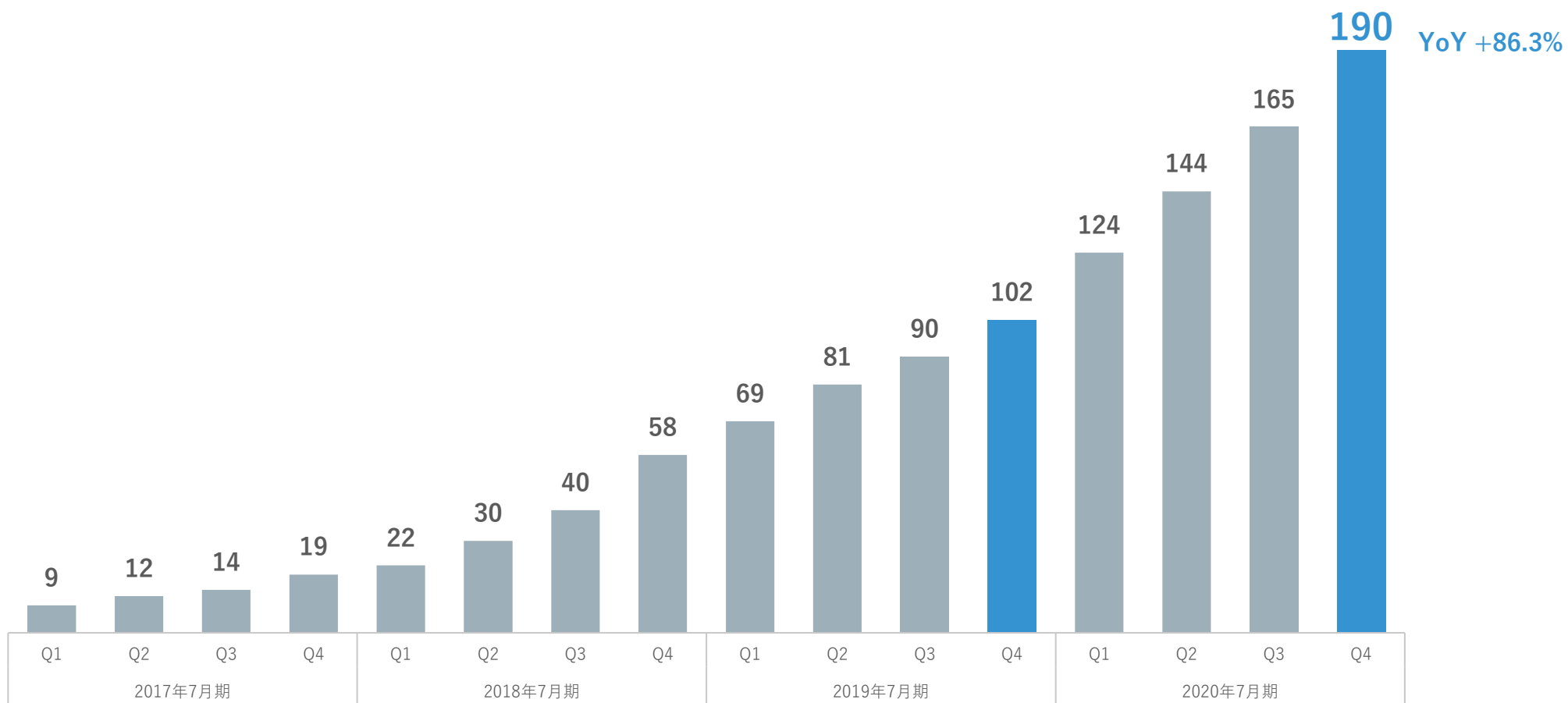
※反響～成約にはタイムラグがあるため、反響数に比べ回復ペースは緩やか

※取引件数：成約ベースの取引件数であるため、売上に計上される手数料とはタイムラグがある

カウカモ会員数^{*1}

会員数は継続的に積みあがっている

(単位：千人)

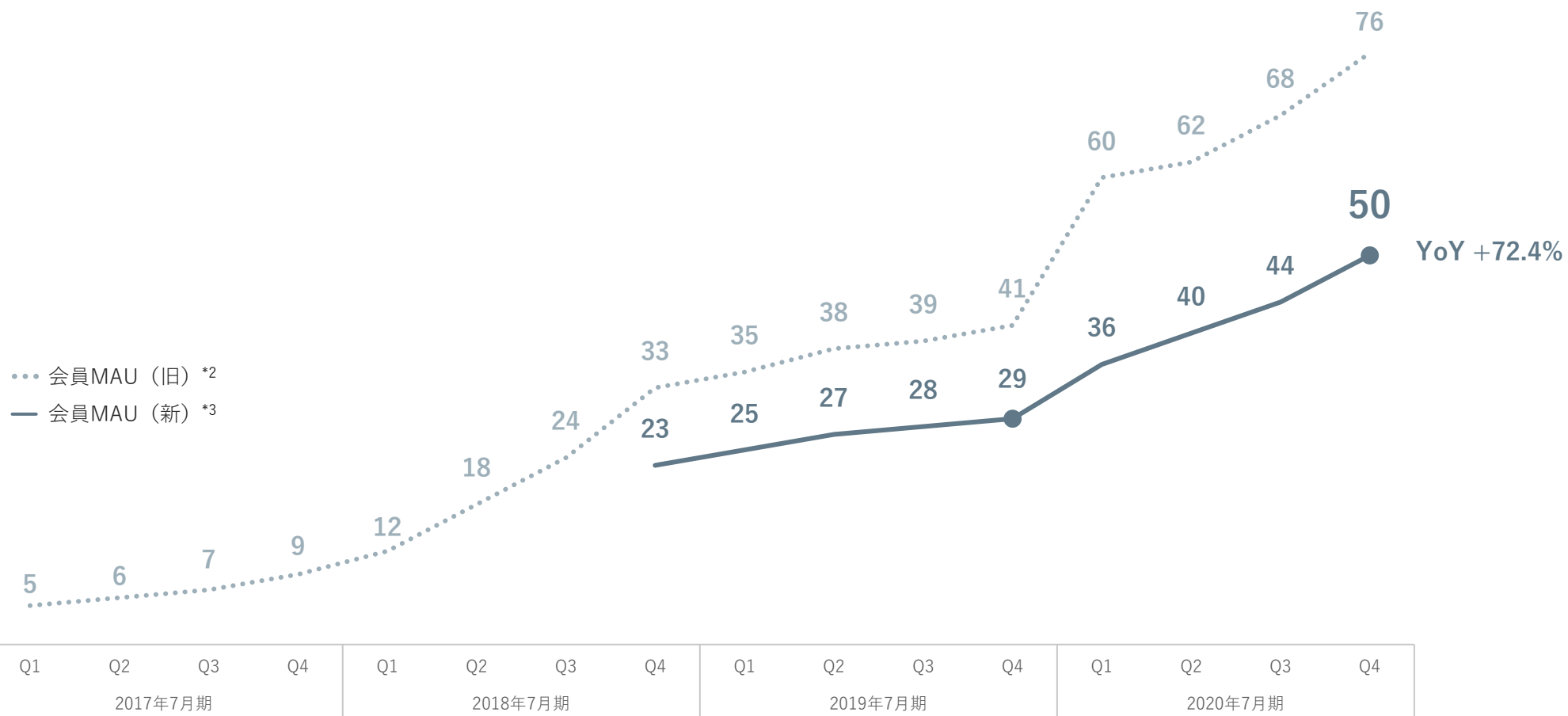


*1 四半期末月時点の累計会員数

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。

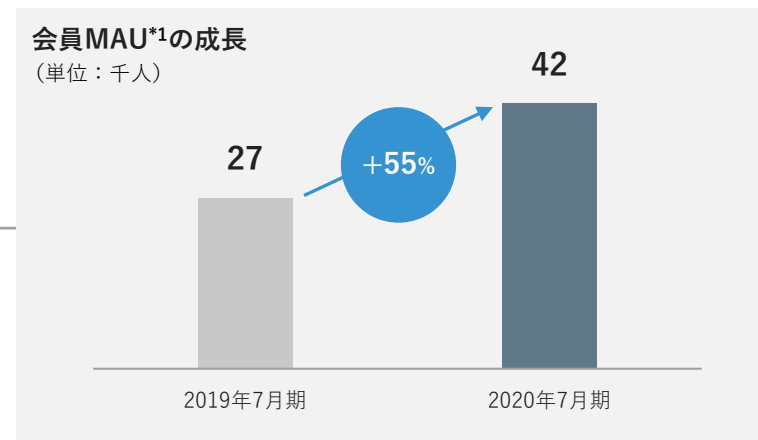
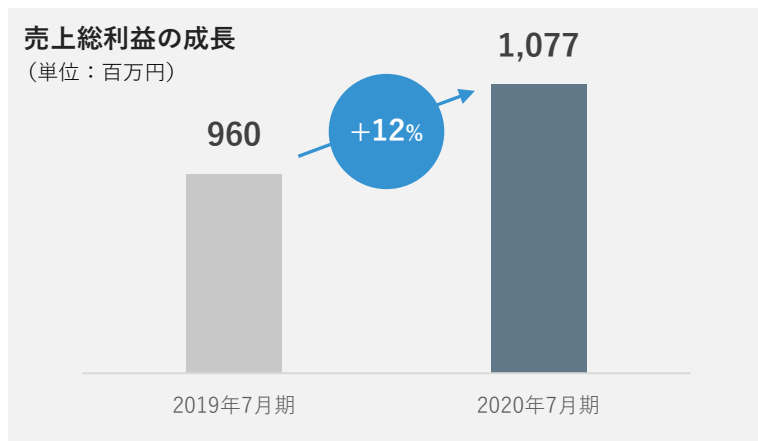
*1 四半期中平均会員MAU

*2 アプリ会員MAUとWeb会員MAUを単純合計した会員MAU

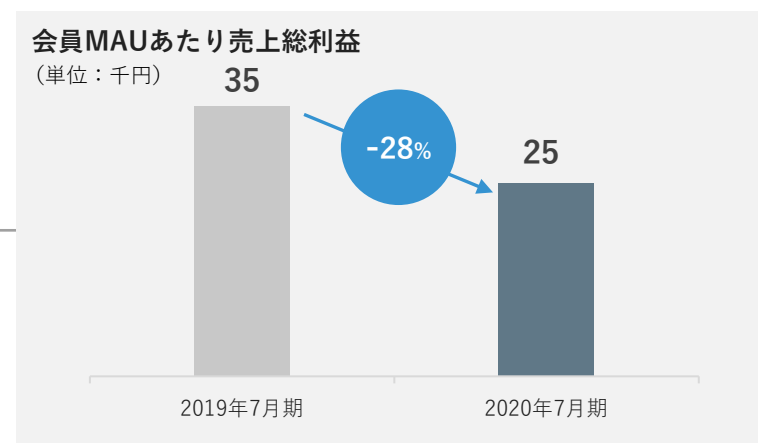
*3 アプリ会員MAUとWeb会員MAUをユニーク化した会員MAU

カウカモ売上総利益 = 会員MAU × 会員MAUあたり売上総利益

コロナ禍の影響で会員MAUあたり売上総利益は減少、会員MAUは成長を継続



新定義により会員MAUを算出

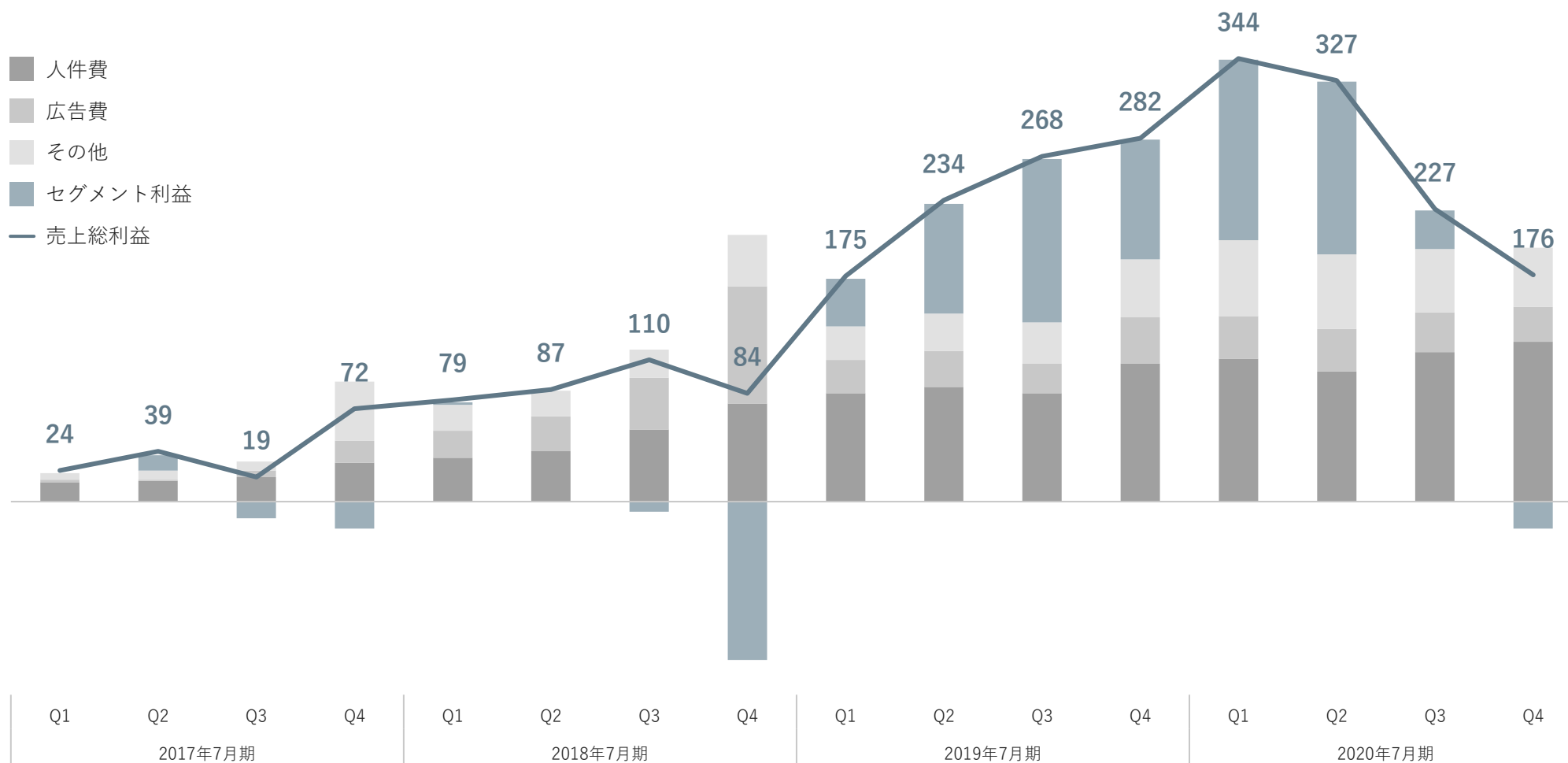


*1 期中平均会員MAU

カウカモ事業コスト内訳

コロナ禍による売上総利益の減少によりセグメント利益はマイナス

(単位：百万円)



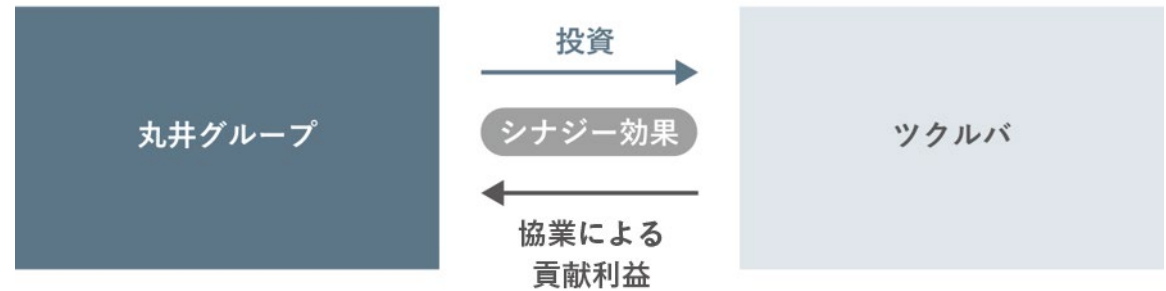
丸井グループとの資本業務提携を締結 7億円の資金調達を実施し、両社によるシナジー創出へ

資本業務提携先 会社概要



名称	株式会社丸井グループ
本社	東京都中野区中野4丁目3番2号
設立	1937年3月
代表取締役	代表取締役社長 青井浩
株主資本	359億2,000万円[2020年7月現在]
事業内容	小売事業、フィンテック事業をおこなう グループ会社の経営計画・管理など
子会社	株式会社丸井 株式会社エポスカード 株式会社マルイホームサービス 株式会社エムクリエイツ 株式会社エムアールアイ債権回収 ディーターシーアンドカンパニー株式会社 tsumiki証券株式会社 等

資本業務提携の概要



資本提携

- 新株予約権付社債を7億円分発行、丸井グループにて引受
- 株式への転換価格は1株につき1,200円
- カウカモの事業拡大及び、丸井グループとの新規事業・協業に使用

業務提携

- 2社の既存アセット・ケイパビリティを活かした新規事業を模索
- 第一弾として、賃貸住宅領域での新規事業・協業を検討中
- 以降、同様の考え方にて複数事業を開発する意向

3. 2020年7月期業績予想と実績値の差異について

業績予想と実績値の差異について

6月開示の業績予想よりも売上高から経常損益まで各段階損益は上振れ

前回開示業績予想との対比

上振れ要因

【売上高】 6～7月の契約数が想定よりも上振れ

【営業損益】 Afterコロナに向けた対応費用の圧縮

【営業損益】 固定費の圧縮及びその他の経費削減によるコスト圧縮

下振れ要因

【当期純損益】 カウカモのソフトウェア資産について固定資産の減損損失を計上

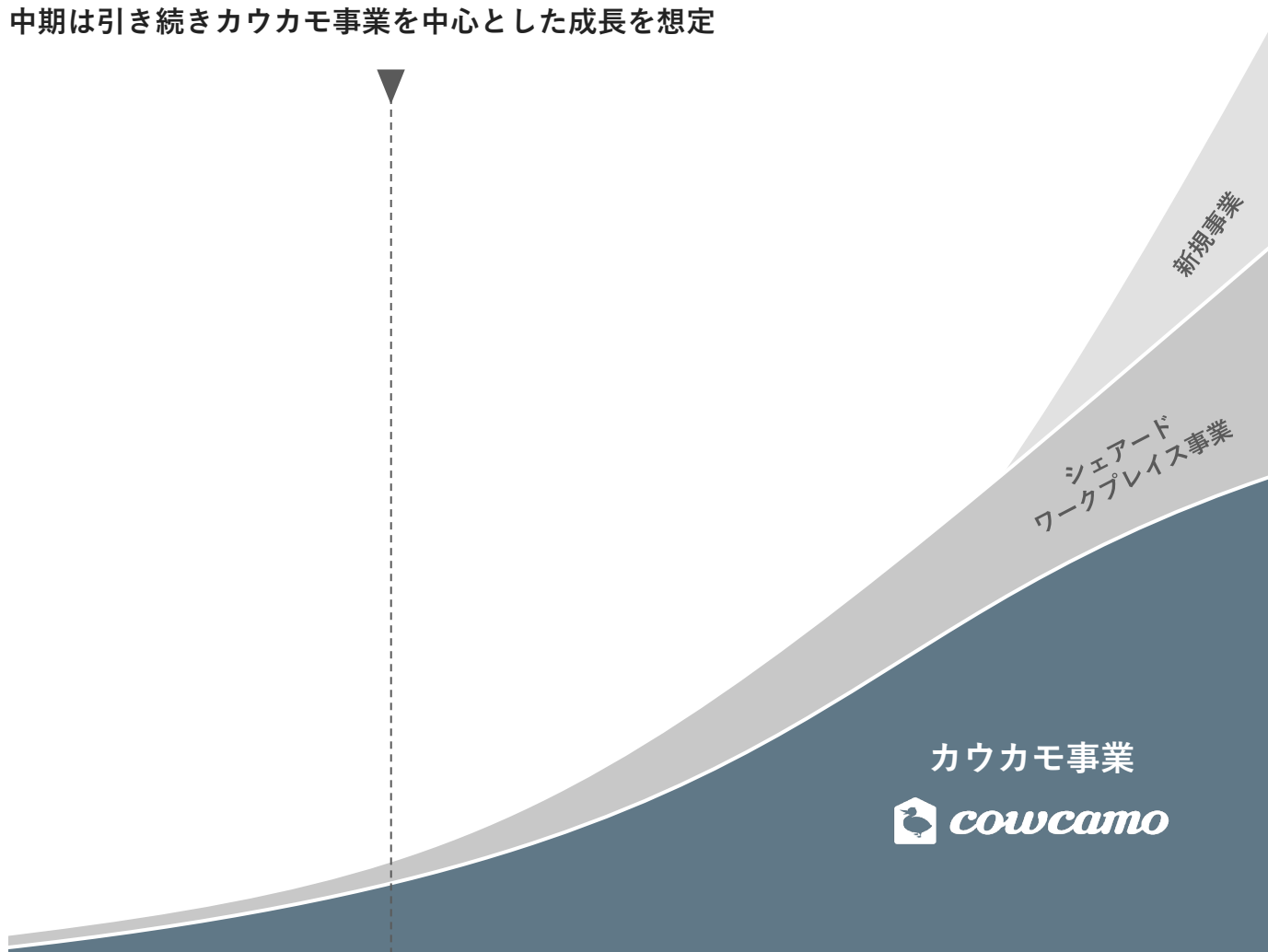
(単位：百万円)

	2020年7月期 通期実績 (A)	2020年7月期 業績予想 (B)	(A)-(B)
売上高	1,718	1,650	+ 68
売上総利益	1,194	1,130	+ 64
営業損益	△150	△285	+ 134
経常損益	△159	△290	+ 130
当期純損益	△431	△372	△59

4. 2021年7月期以降の方針

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

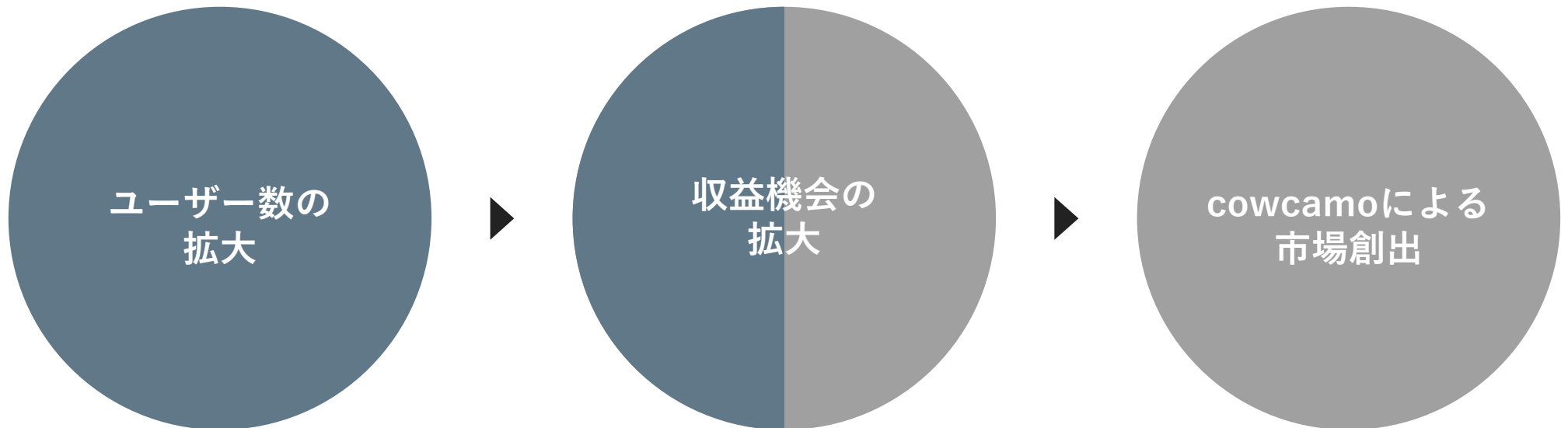
案件ごとの投資効率を見極めながら、
規律をもった投資を実施

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

カウカモ事業の成長ステップ

ユーザー数の拡大に加えて、収益機会の獲得を半歩進める



組織規模を拡大させてきた中で、コロナ禍による影響を受ける一方で、プラットフォームとしての顧客基盤は着実に成長

事業環境の認識（2020年7月期振り返り）

Negative

組織拡大下でのコロナ禍による業績影響

- 収益最大化に向けて、社内エージェント組織を拡大
- コロナ禍を受けた一部営業停止の影響を大きく受ける

Positive

ユーザー基盤の着実な成長

- コロナ禍の影響は限定的。会員ユーザー数（会員MAU）は着実に積みあがる

Positive

サプライサイド事業機会の拡大

- 上場後、業界におけるプラットフォームとしての期待の高まりから、多くの協業・提携の引き合いを受け、事業機会が拡大しつつある

短期的な収益拡大に優先して、 プラットフォームとしての競争力の構築にフォーカス

事業環境を踏まえた2021年7月期以降の方針

事業環境（前頁再掲）

短期業績リスク拡大と
新たな事業機会

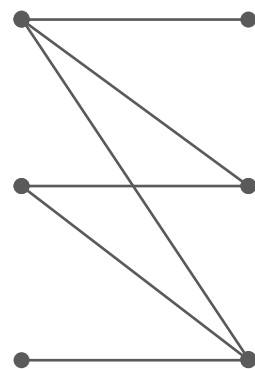
2021年7月期以降の方針

中長期的なプラットフォームの
競争力構築にフォーカス

✓ 組織拡大下でのコロナ禍による業績影響

✓ ユーザー基盤の着実な成長

✓ サプライサイド事業機会の拡大



✓ 外部パートナーを活用し、
リスクコントロールされたサービス提供体制へ転換

✓ 引き続きユーザー拡大を行いつつ、
中長期の競争力につながるサービス価値向上に注力

✓ ユーザー基盤を活かして、サプライサイドの強化に取り組み、
プラットフォーム価値向上と収益構造の多角化を行う

サービスアップデート、外部パートナーエージェントの拡充、サプライサイドの強化に取り組んでいく

2021年7月期以降の具体的な取り組み



サービスアップデート

提供サービスの拡充およびサービスプロセスのアップデートによるサービス価値の向上を目指す

外部パートナー エージェント拡充

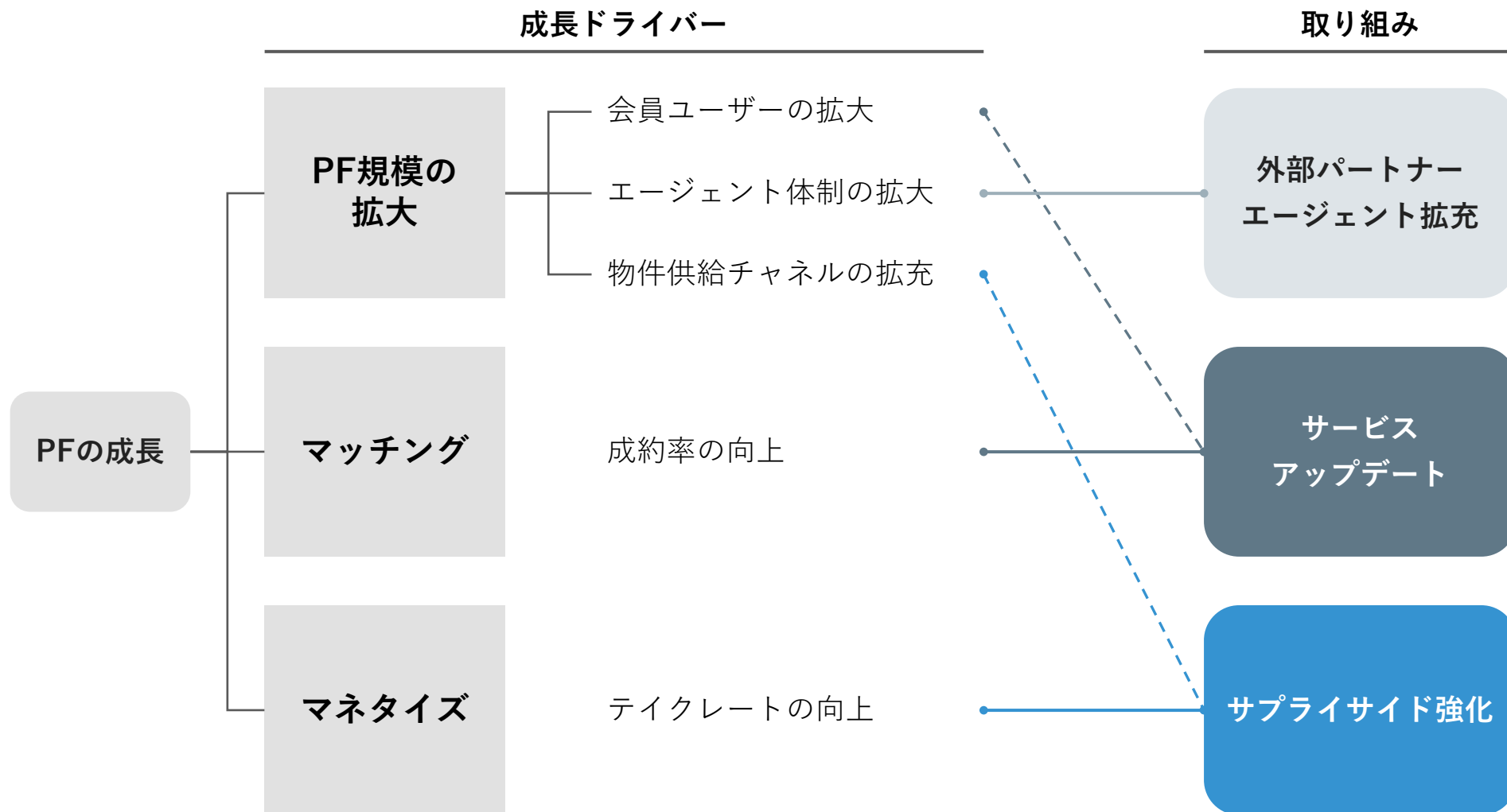
外部仲介事業者との連携強化により、ビジネスリスクをコントロールしながらフレキシブルな成長が可能な体制へ

サプライサイド強化

再販事業者、他業界ユーザーサービス事業者との連携を通じて、物件供給および事業者向け事業の強化を実施

それぞれの取り組みを通じてPFとしての成長を加速

プラットフォームとしての成長ドライバーと各取り組みの関係



2021年7月期以降、システムおよび体制拡充への投資を行い、取引件数増大、持続的なビジネスプロセス、非取引収益拡大をねらう

中期方針の投資領域および想定効果の考え方

投資領域

以下の領域に対し、
システムおよび体制拡充への投資を進める

サービスアップデートに係る
プロダクトへの投資

プラットフォーム基盤に係る
システム構築

サプライサイド事業強化に係る
社内体制強化

想定される効果

投資効果は、以下のメカニズムにより、
中長期で徐々に顕在化する想定

サービス価値向上による
取引件数の増大

持続的かつ低コストな
ビジネスプロセス

非取引収益の拡大

中長期的なプラットフォーム構築への成長投資を可能とする堅固な財務基盤

- 十分な現預金があることから、中長期的なプラットフォームの競争力構築へ積極的な成長投資が可能 ※1
- 減資により分配可能額を拡大させることで、急激な市場変化に対しても柔軟かつ機動的な資本政策の実施余地の拡大を見込む ※2

(単位：百万円)

2020年7月末

流動資産	1,660	流動負債 (うち有利子負債)	305 (155)
現金及び預金 ※1	1,613	固定負債 (うち有利子負債)	781 (762)
		負債合計	1,087
固定資産	502	株主資本 ※2	1,073
有形固定資産	380	自己株式	△62
無形固定資産	-	新株予約権	1
投資その他の資産	121	純資産	1,074
資産合計	2,162	負債・純資産合計	2,162

※1 7月末の残高に加え2020年8月に丸井グループとの資本業務提携契約により700百万円の払込済み

※2 減資は2020年10月29日株主総会決議予定

中長期での成長に向けた株式インセンティブ活用方針

組織的に長期的な株式価値の最大化を目指すべくインセンティブを活用

目的

- 役員及び従業員のインセンティブ及びコミットメントを長期的な株式価値の最大化と合致させる
- 労働市場で競争力のある報酬水準とすべく活用

設計思想

- ストックオプションをベースに付与目的に合わせて柔軟に設計
- 投資家と被付与者共にwin-winになるように設計

希薄化 影響

- 2020年7月末時点潜在株式比率は実質6.0%※であり、他の成長企業と比較しても低い水準
- 一定の範囲内で都度柔軟に設計 最大年換算2%程度
- 中長期スパンで支給する株式報酬 最大5%（年換算1%程度を想定）
- 1年スパンで支給する株式報酬 年 1%程度

PL/CF 影響

- 2021年7月期は時価総額の0.7%程度を株式報酬として計上する見込み。今後は時価総額と株式報酬費用のバランスを調整しながら設計
- 今後はPL数値に株式報酬費用の影響を併せて開示する
- ストックオプションをベースにしているためCF影響はない

※ 6.0%は、2020年9月消却予定の第10回新株予約権2.2%を2020年7月末8.2%から控除後の数値

2020年11月発行予定のストックオプションの概要

役員及び一定役職者を対象に有償ストックオプションを発行。業績条件を権利行使条件とすることで会社の成長コミットを醸成

2020年11月発行予定のストックオプションの種別

有償ストックオプションの行使条件・希薄化影響

	目的・対象者	行使条件 (業績条件)	希薄化影響	
			1年スパン	中長期 スパン
税制適格ストックオプション	<p>従業員</p> <p>企業価値並びに株主価値向上へ強いインセンティブを付与する目的</p>	—		
有償ストックオプション	<p>役員・従業員</p> <p>業績条件を加えることにより、企業価値並びに株主価値向上へ強いコミット及びインセンティブを付与する目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 売上総利益 2,500百万円を達成した場合に100%行使可能 2020/7対比の2倍以上の成長が必須の条件 	1.0%	4.0%※
1円ストックオプション	<p>従業員</p> <p>株式報酬として継続的な勤務への意欲を増進させる目的</p>	—		

※ 長期の事業成長を見据えた株式インセンティブ。2025年まで5年間と想定した場合、年換算0.8%

5. 2021年7月期業績予想

2021年7月期 業績予想開示の考え方

トップライン

トップラインは、事業KPIであるPF GMVの40%成長以上を見込み、売上高・売上総利益はそれぞれ、減収・増益予想

各段階損益

調達済みの資金で成長投資を実施
各段階損益は財務規律を保つ範囲で赤字幅をコントロール

業績予想に織り込まれていないアップサイド・ダウンサイド要因

(現時点で蓋然性が低いため織り込まれていない)

アップサイド

各事業KPIが想定以上に進捗するケース

(流通総額、ユーザー獲得、成約率、CPA、営業生産性の想定以上の改善)

ダウンサイド

採用が想定以上に遅延するケース

(主にエージェント、エンジニア)

コロナによる外部環境のさらなる悪化ケース

現時点未想定

成長投資に踏み込むケース

(新規機能・サービス、外部提携等を含む組織・オペレーションモデルのトライアルなど)

2021年7月期 業績予想

トップラインは、事業KPIであるPF GMVの40%成長以上を見込み、売上高・売上総利益はそれぞれ、減収・増益予想

- 売上高の減収は、仕入再販取引による売上高を織り込んでいないことによる。ただし、2021年7月期においても、2020年7月期（仕入再販売上実績294百万円）と同様に、買主の要望等による仕入再販に起因する売上が発生する可能性がある
- 売上総利益の増減については次頁参照

各段階損益は、財務規律を保つ範囲で赤字幅をコントロール

- 成長戦略に基づく人員拡大・広告費支出を、事業KPI推移・財務状況をモニタリングしながらコントロールしていく

カウカモ事業KPI

（単位：億円）

	2021年7月期 業績予想	2020年7月期 通期実績	対前期 増減率
PF GMV	273億円	195億円	+40.0%
PF総収益 (GMV×PFテイクレート)	13億円	10億円	+21.0%

業績予想

（単位：百万円）

	2021年7月期 業績予想	2020年7月期 通期実績	対前期 増減率
売上高	1,472	1,718	△14.3%
売上総利益	1,237	1,194	+3.6%
営業損益 (うち株式報酬費用)	△563 (75)	△150 (-)	—
経常損益 (うち株式報酬費用)	△573 (75)	△159 (-)	—
当期純損益 (うち株式報酬費用)	△587 (75)	△431 (-)	—

2021年7月期 業績予想における売上総利益の増減要因

増益要因 PF GMV成長によるPF総収益の拡大

- 引き続き会員MAUの成長を主因としたPF GMV成長によりPF総収益の拡大

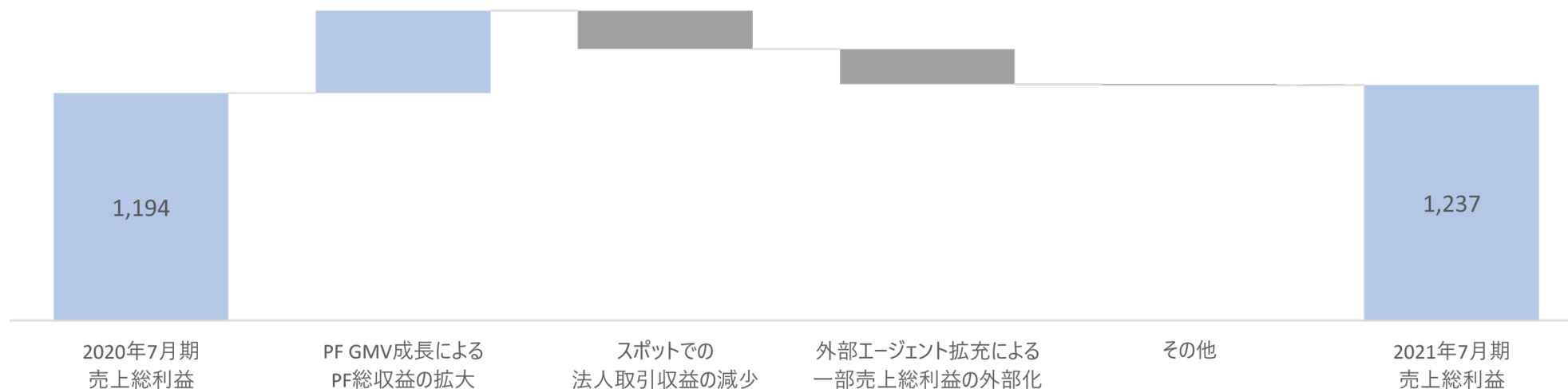
減益要因 スポットでの法人取引収益の減少

- 長期での継続的なサプライサイド強化に向けて、既存の法人向けのスポット取引を縮小し、継続的收益に置き換えていく想定
- 当期においては一時的な減収要因になるが、中長期的にはテイクレート向上とともに法人向けの収益は拡大する見通し

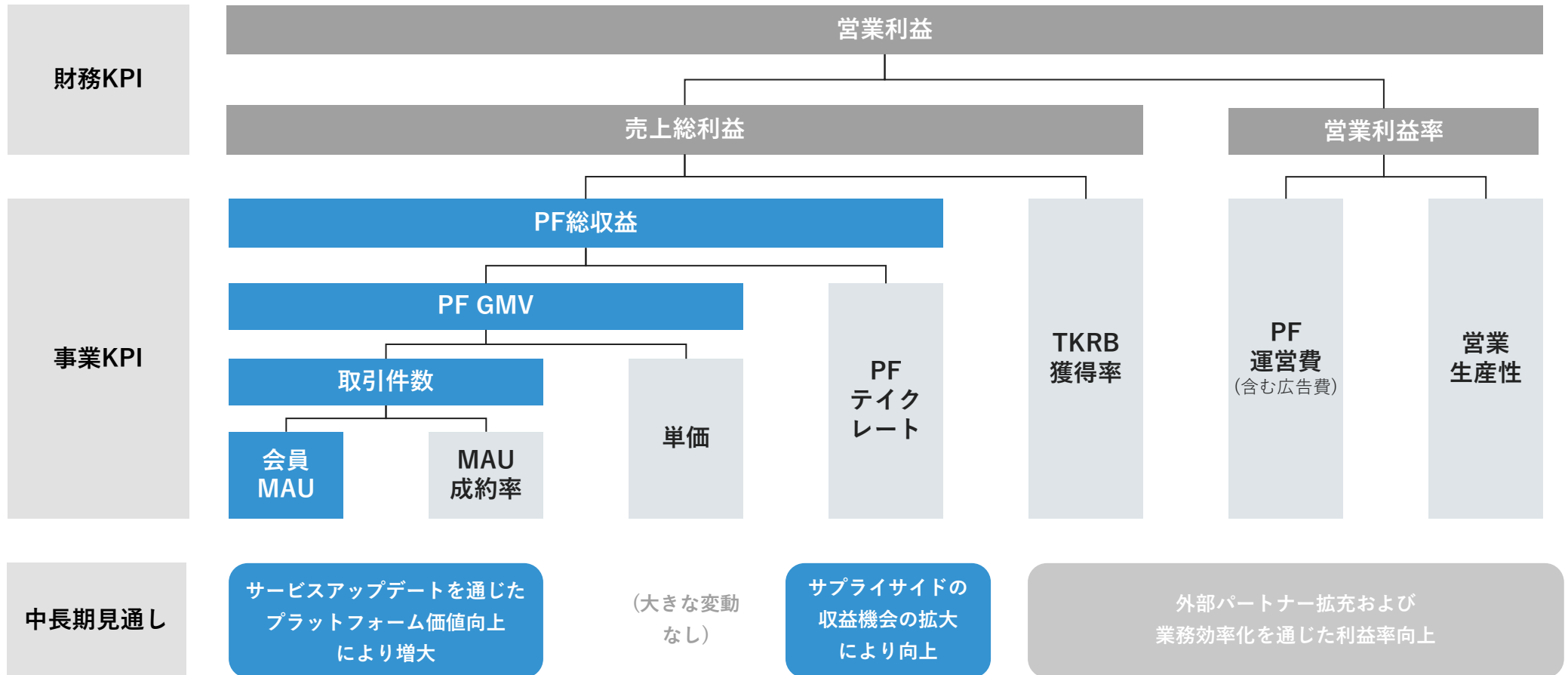
減益要因 外部エージェント拡充による一部売上総利益の外部化

- ビジネスリスクをコントロールしながらフレキシブルな成長が可能な体制を目指し、外部エージェントの活用を拡大
- 当期においては一時的な減収要因になるが、中長期的にはPF総収益拡大及び営業利益率の向上に寄与する見通し

(単位：百万円)



今後の開示KPIの中長期見通し



PF総収益：プラットフォーム上での流通総額（PF GMV）から得られる収益。2020年7月期までの売上総利益に対応するプラットフォーム価値向上の指標

PFテイクレート：PF GMVに対して課される手数料率

TKRB獲得率：プラットフォーム全体の収益のうち当社が獲得する割合

6. 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

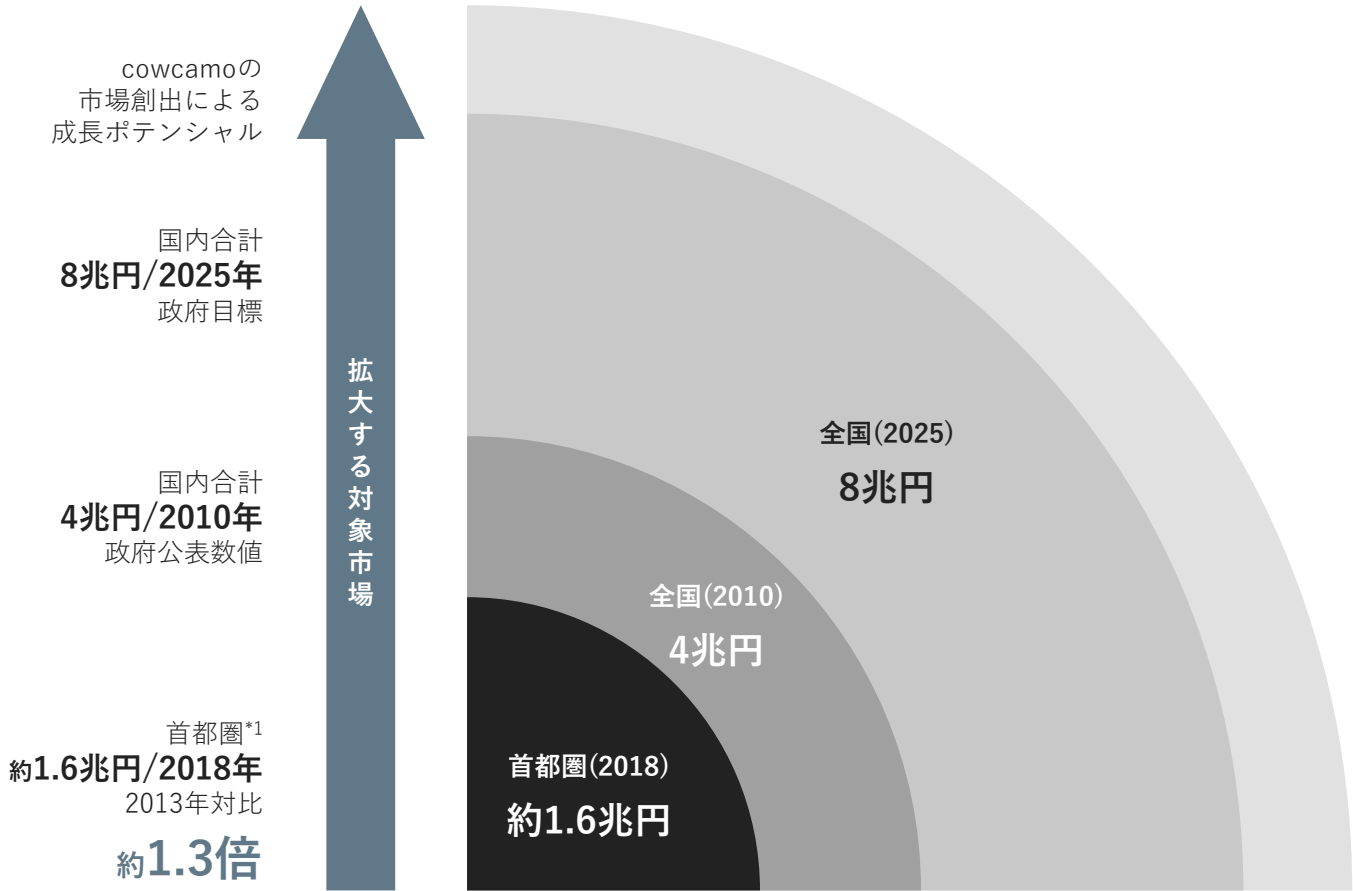
3 バリューチェーンの統合による事業アセットと競争優位

4 ユーザー基盤の構築・収益機会の拡大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

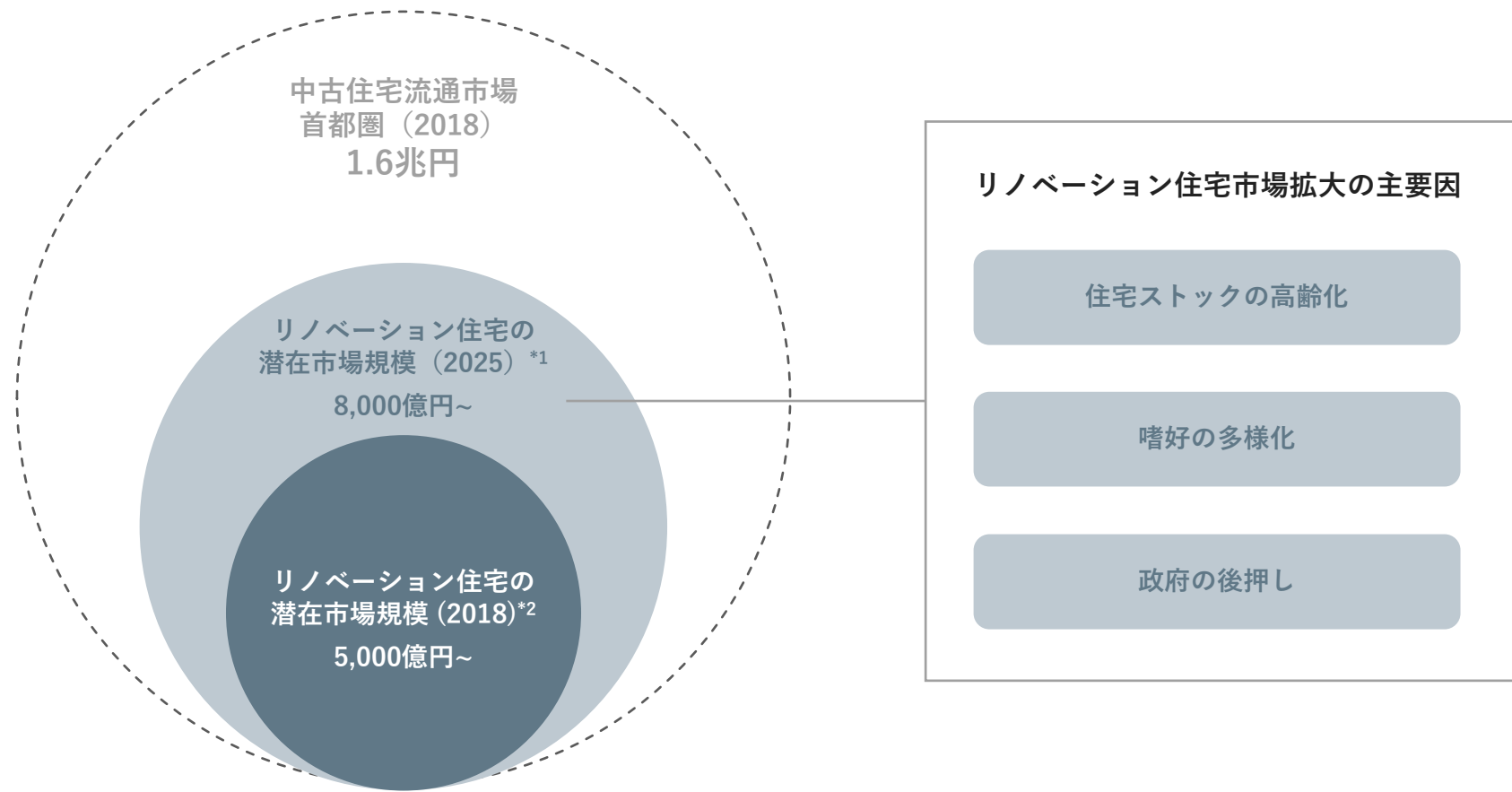


*1 首都圏：1都3県（東京/埼玉/千葉/神奈川）
出所：公益財団法人東日本不動産流通機構、首相官邸「未来投資戦略2017」

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

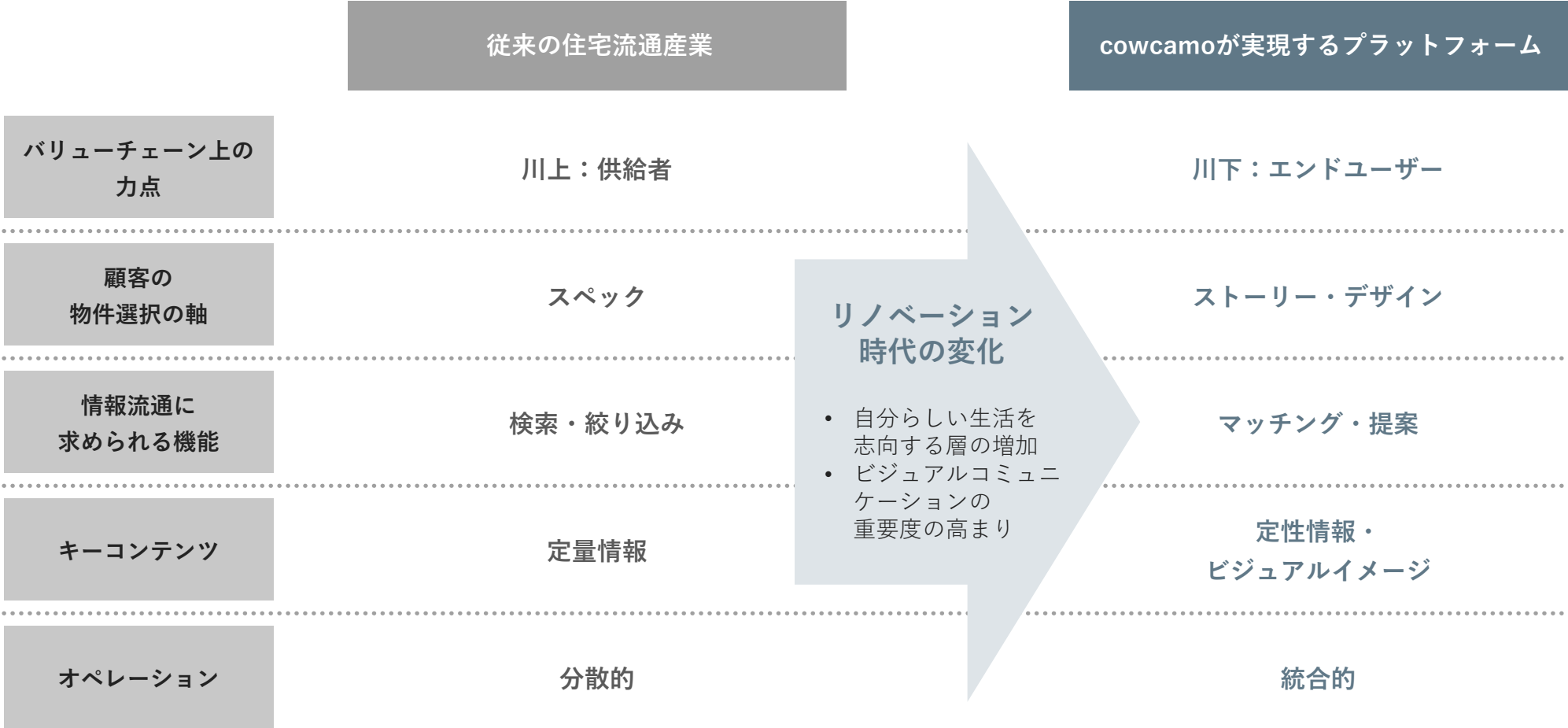


*1 2018年の中古住宅流通市場規模×2025年の築25年以上の中古マンションストック割合(推計)をもとに算出
*2 2018年の中古住宅流通市場規模×2015年の築25年以上の中古マンションストック割合(実績)をもとに算出
出所：公益財団法人東日本不動産流通機構 「首都圏不動産流通市場の動向」、みずほ信託銀行 「不動産マーケットレポート2016.5」

1

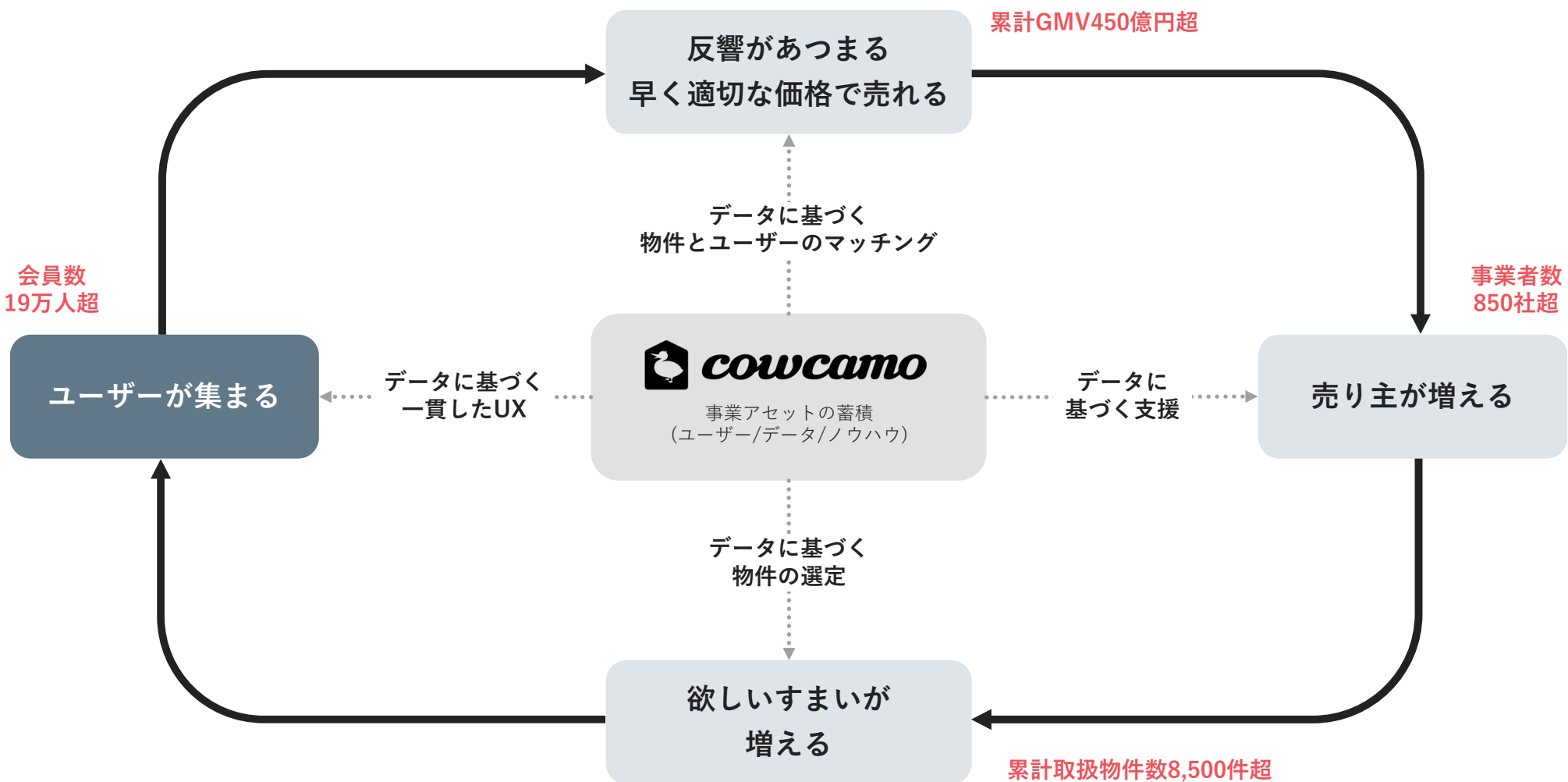
cowcamoはリノベーション時代の住宅流通プラットフォームとしてポジションを確立

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



高いエンゲージメント

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

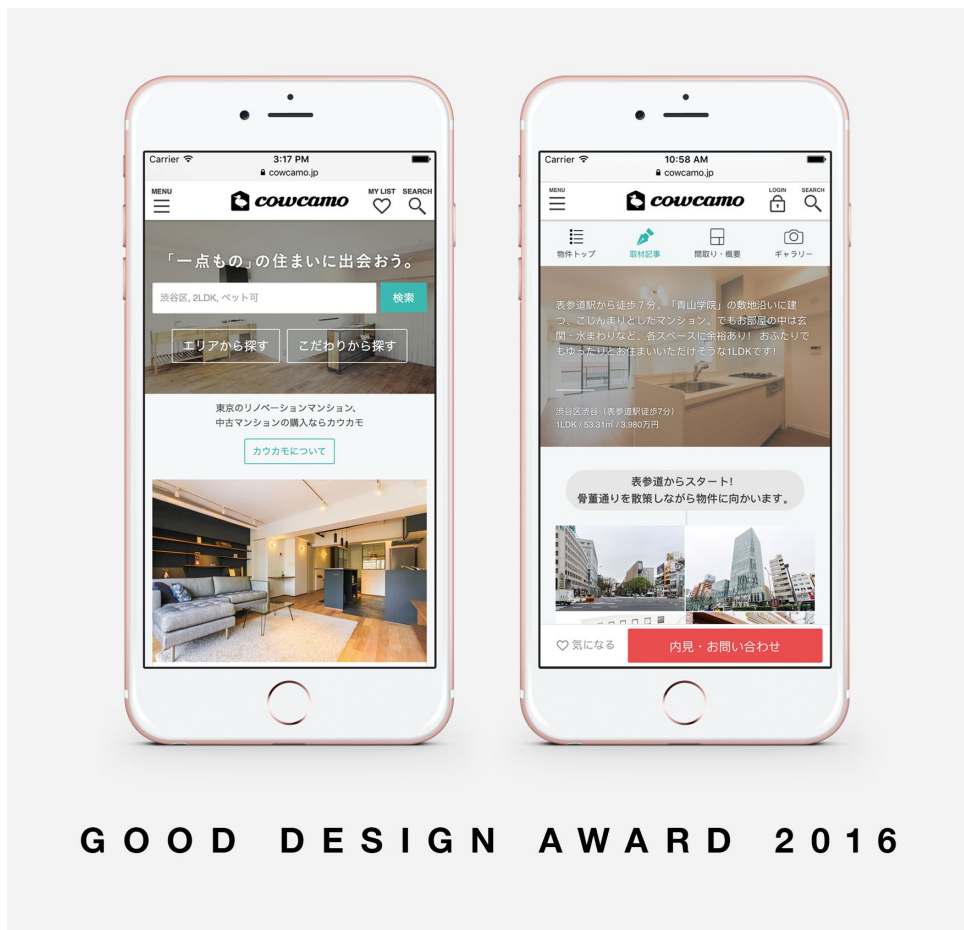
主にオフライン
(店舗・対面・電話/メール)

*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

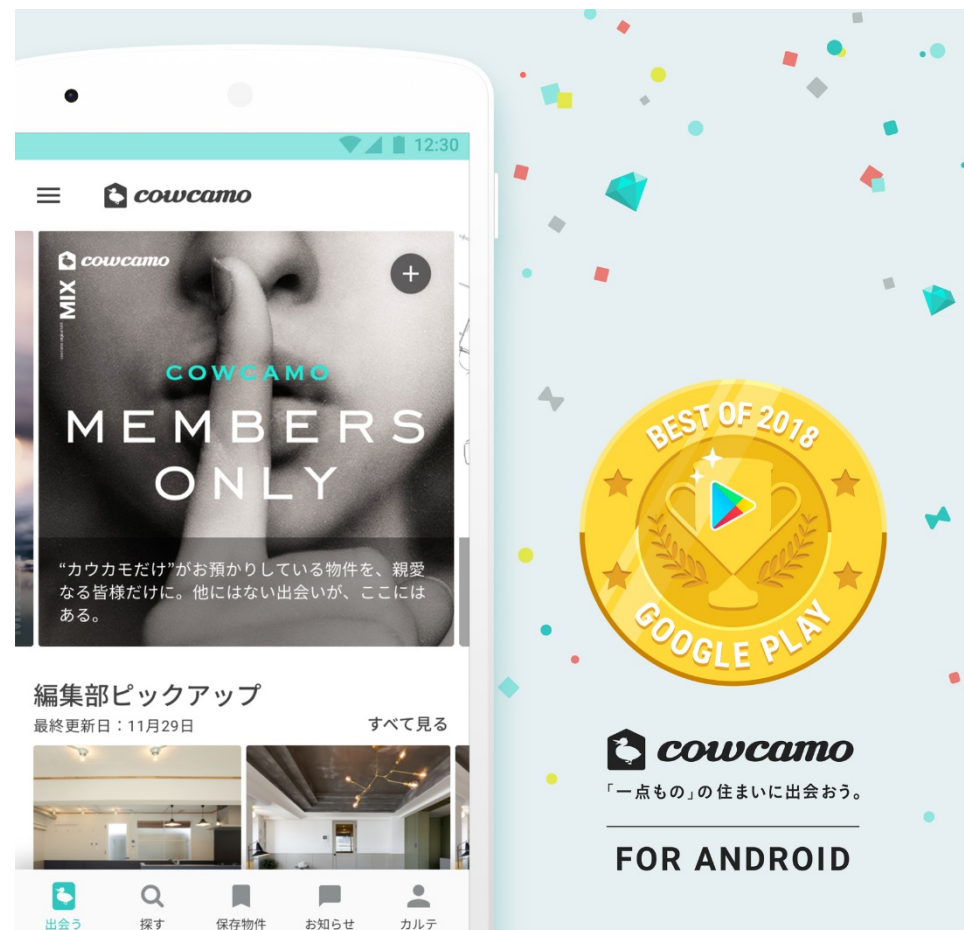
cowcamo.jp (ウェブサイト)

GOOD DESIGN AWARD 2016を受賞



cowcamo for android (アプリ)

Google Play Best of 2018を受賞



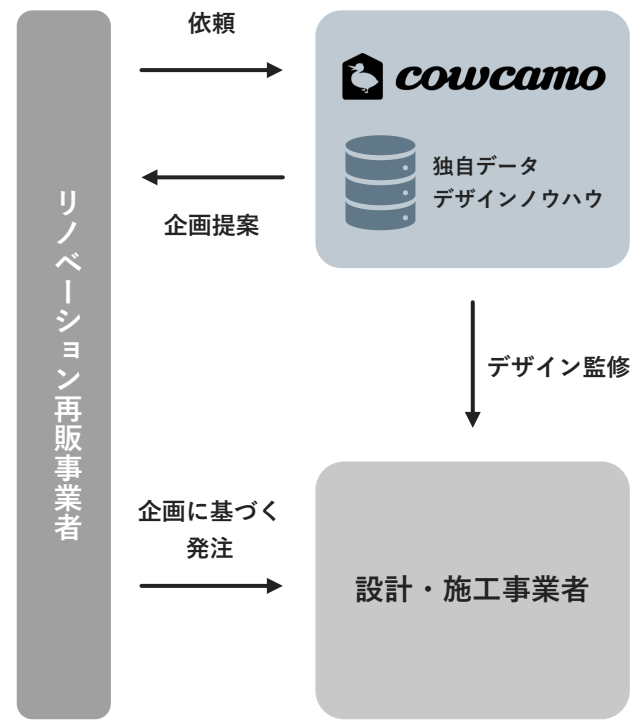
2

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



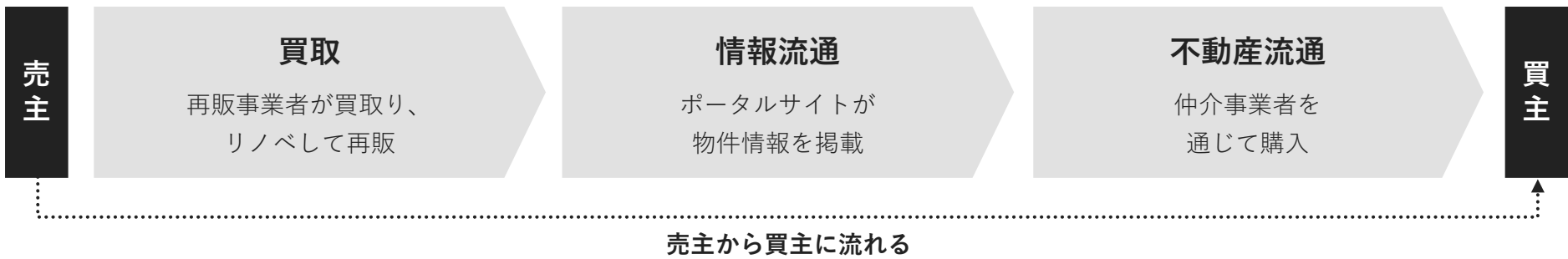
3

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

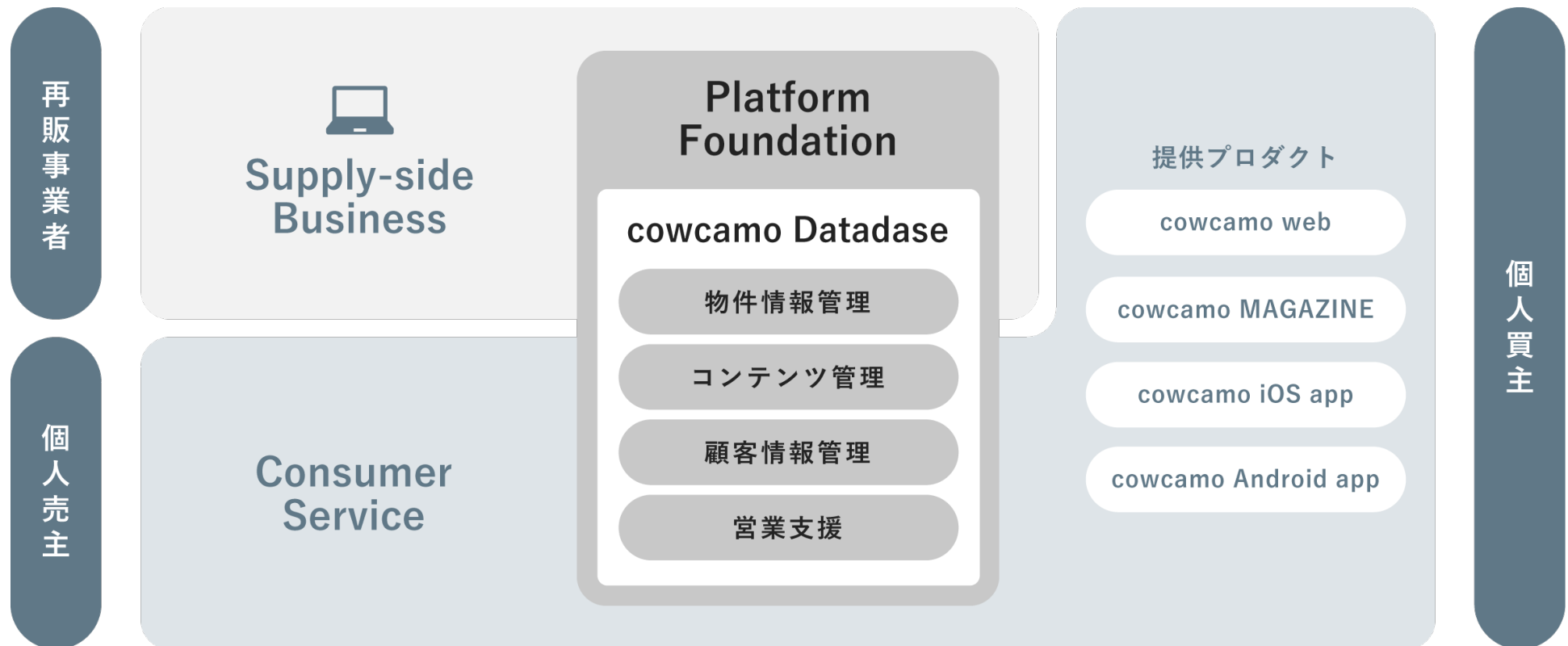


既存の流通構造



一連のプロセスをテクノロジーによって統合・最適化

プラットフォームを構成する様々なプロダクトを自社開発。データを中心にあらゆるプロセスをテクノロジーにより実現・支援しています



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



*1: cowcamoにて取材・記事掲載を行った再販事業者数

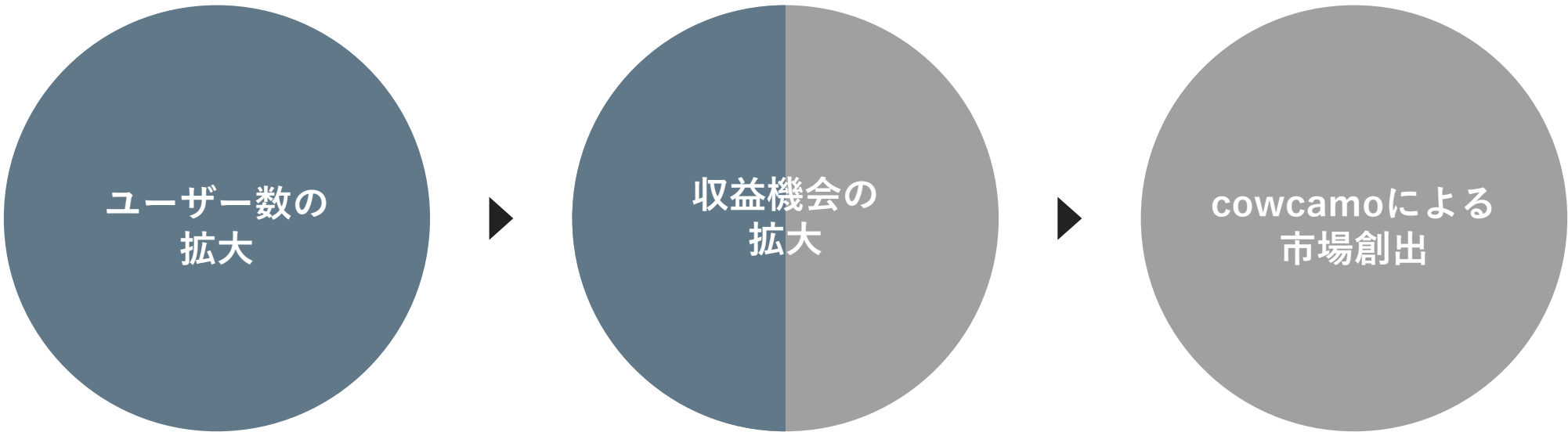
*2: cowcamoの累積登録会員数 (2020年4月末時点)

*3: cowcamoにて掲載した物件の総数

4

ユーザー基盤の拡大に加え、収益機会の拡大推進へ

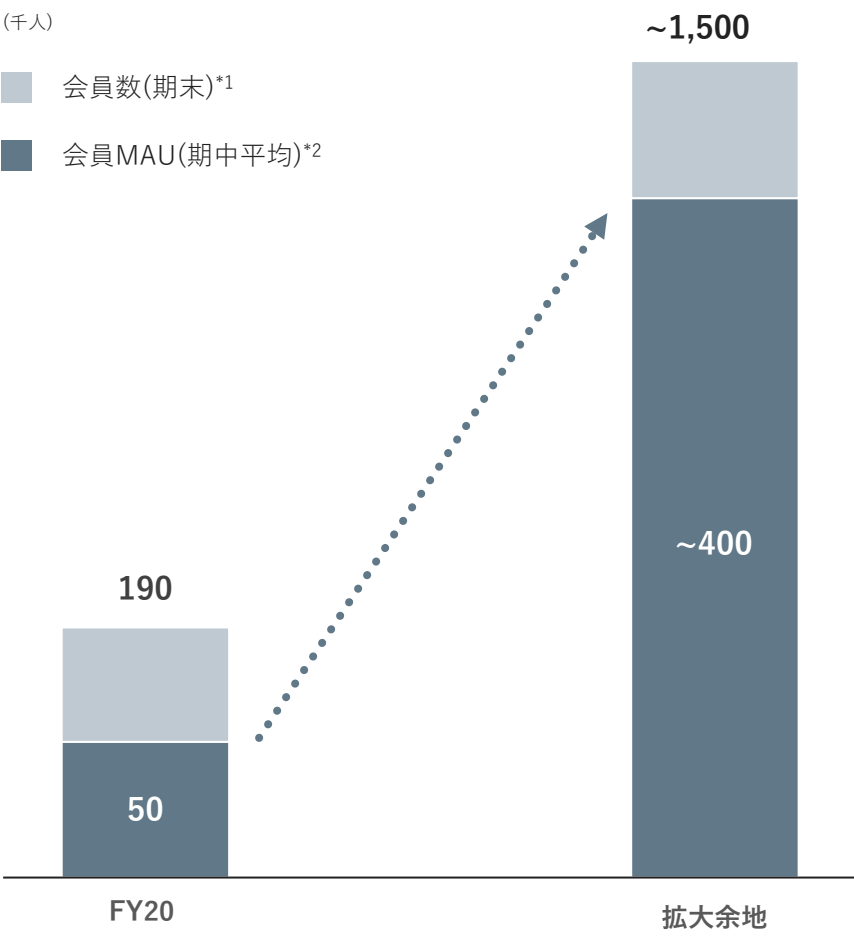
cowcamoの成長機会



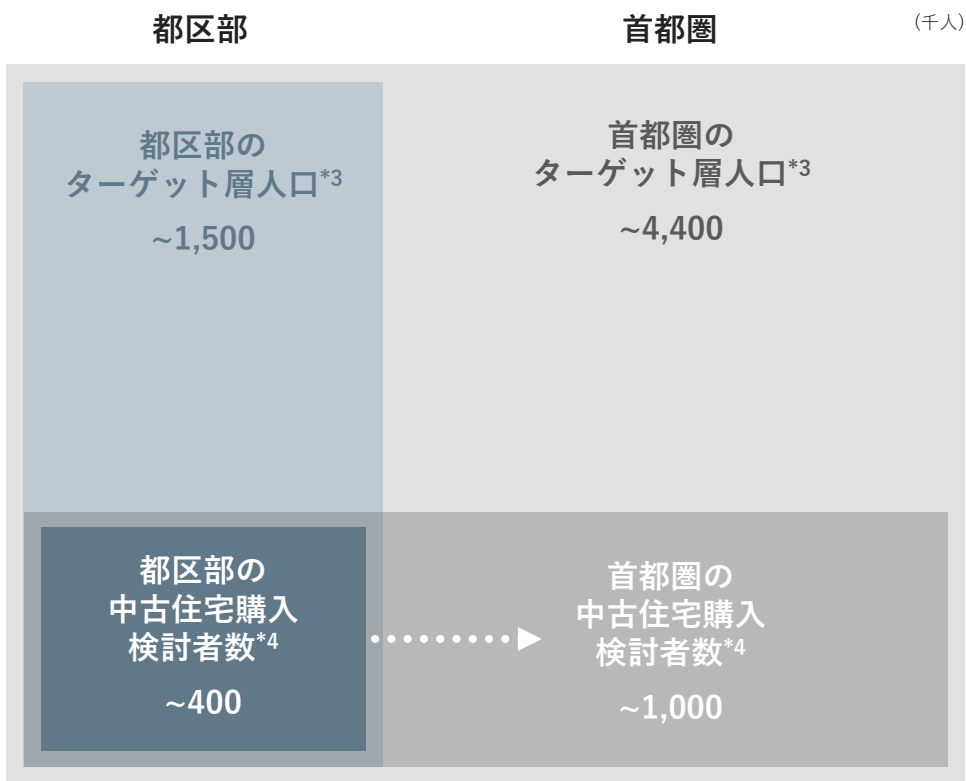
4

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



エリア拡大によるユーザー拡大余地



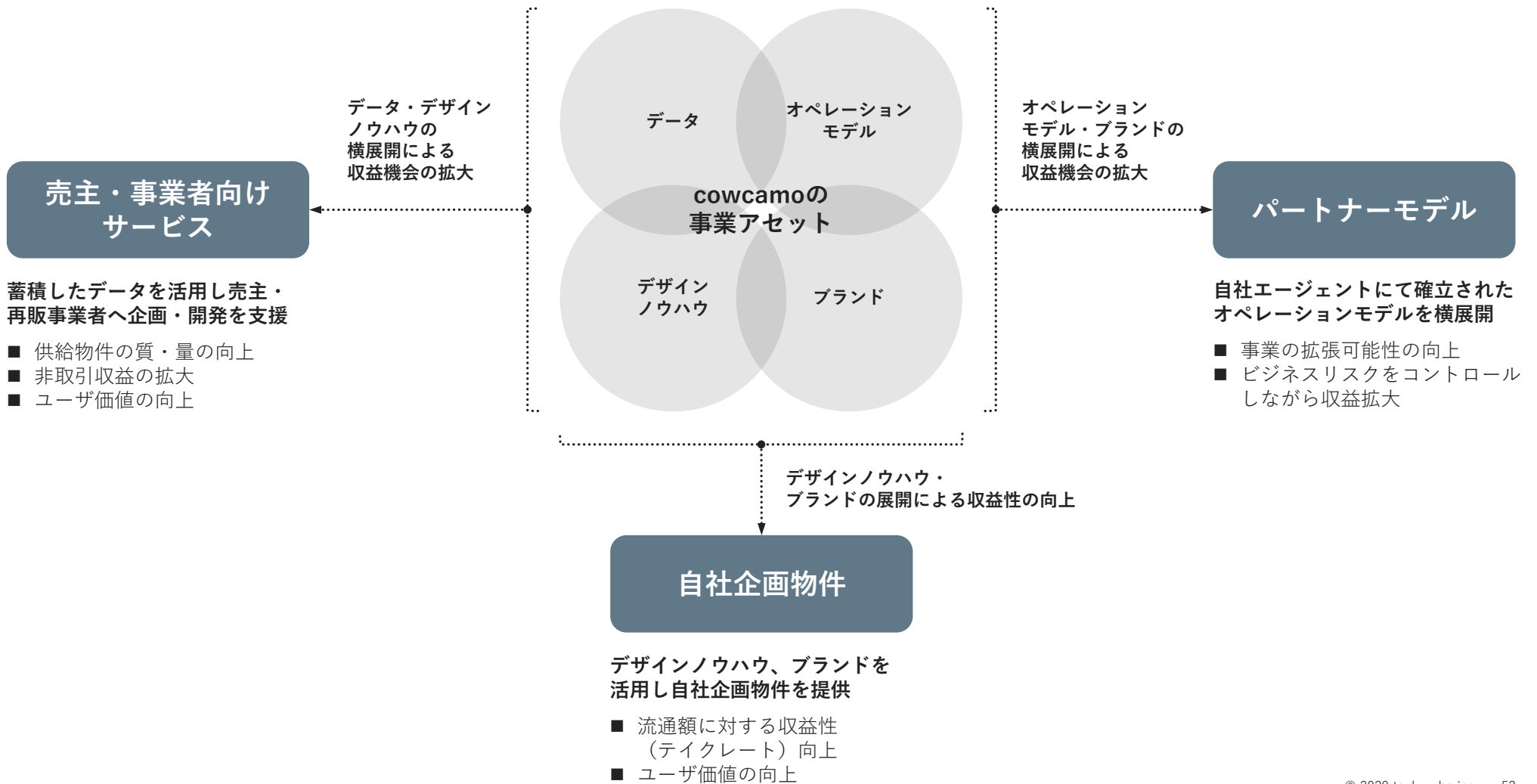
*1: 「会員数」は、「cowcamo」に会員登録したユーザーの特定の期間の末日における会員数。一度も取引を行ったことのない会員も含む
 *2: 「会員MAU」は、特定の期間におけるMAU（特定月にサービスを利用したアクティブユーザー）の平均値

*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

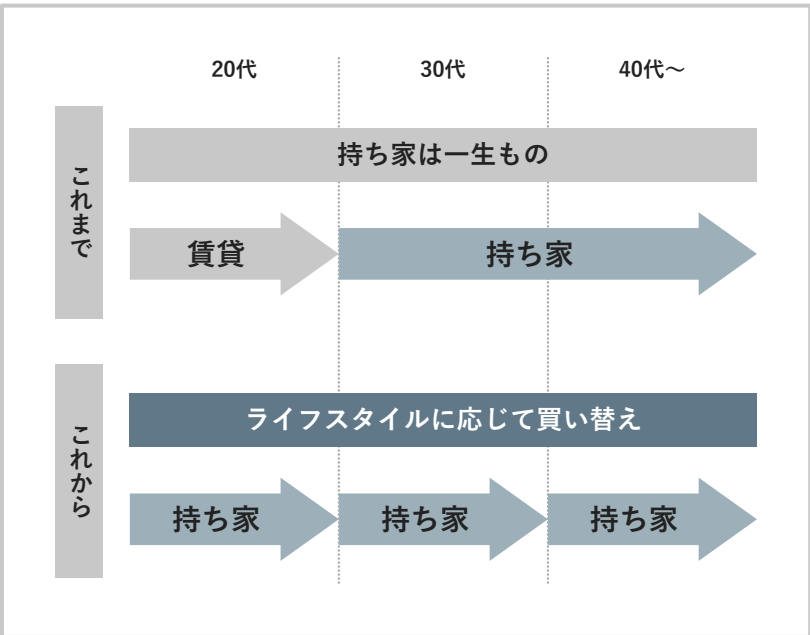
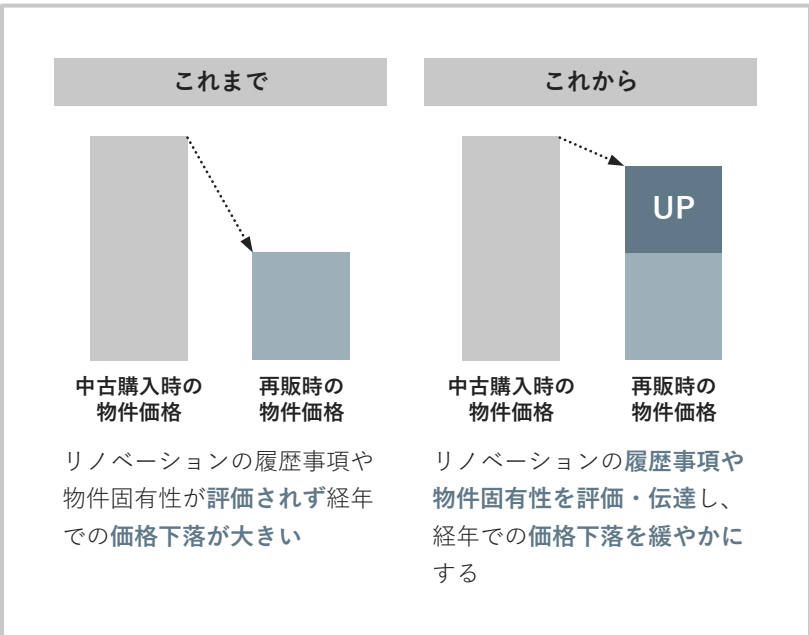


買い替え頻度向上

= 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



7. 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？	2021年7月期からは、PF GMVの伸び、および起点となる会員MAUを成長指標として見ていただきたい。
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。
カウカモ事業	2019年12月に発表したスター・マイカグループとの提携の進捗状況は？	5月に新サービス「SELEC」を発表。複数のライフスタイルデザインから好みのデザインを選び、リノベーション工事前の物件を組み合わせる購入ができるサービスを展開。
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。

8. 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 代表取締役ファウンダー 中村 真広
従業員数	135人（2020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月期末
流動資産	1,505	1,660
現金及び預金	1,420	1,613
固定資産	363	502
資産合計	1,869	2,162
流動負債 (うち有利子負債)	269 (64)	305 (155)
固定負債 (うち有利子負債)	124 (116)	781 (762)
純資産	1,475	1,074
資本金	594	610
資本剰余金	1,307	1,322
負債・純資産合計	1,869	2,162

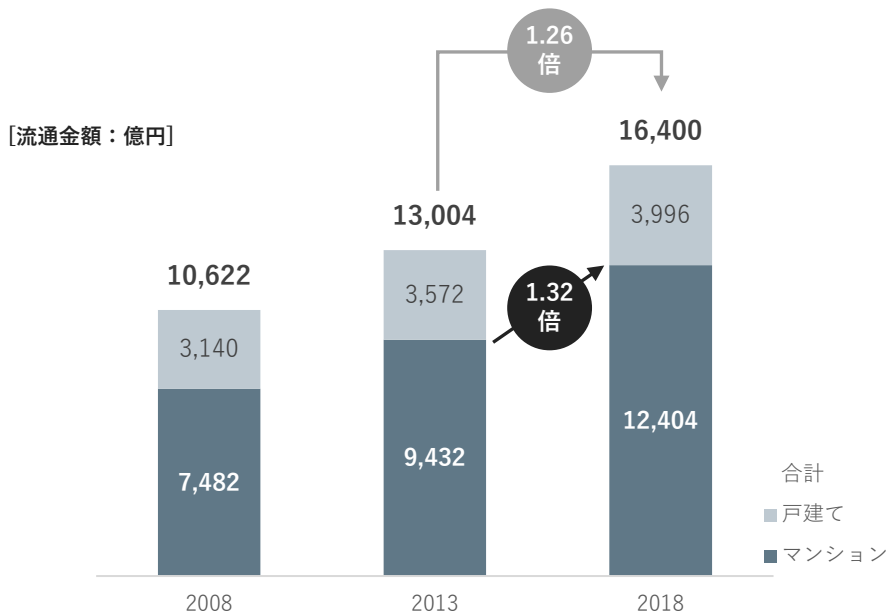
首都圏の中古住宅流通市場は急速に成長し、2018年で1.6兆円の規模を誇る

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

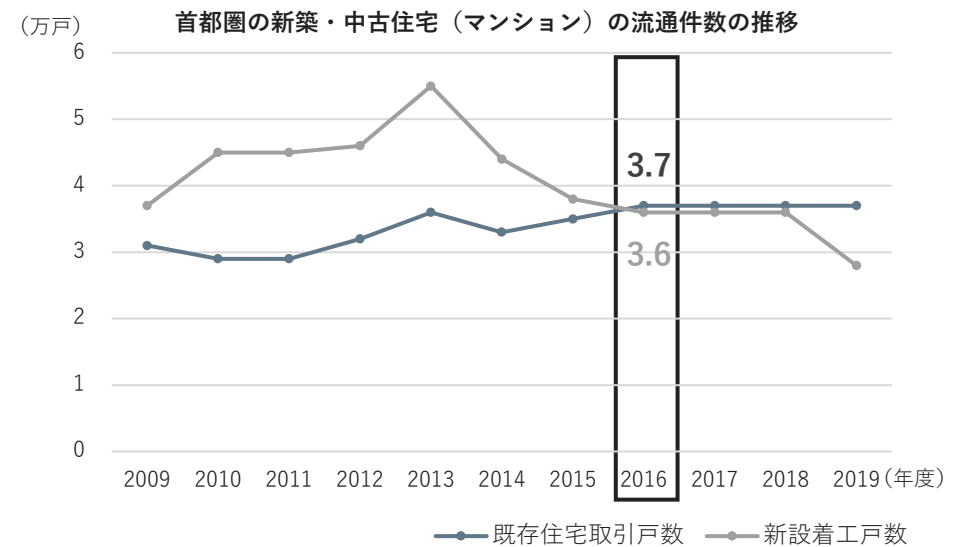
- 首都圏の中古住宅流通市場は、2013年から5年間で1.26倍に拡大
- マンション市場は同期間で1.32倍とさらに拡大

※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って以降、一貫して中古マンションが新築マンションを上回る



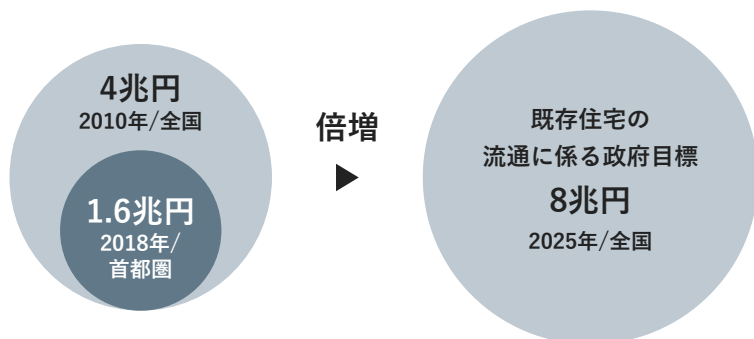
出所：既存住宅取引戸数：東日本不動産流通機構「首都圏不動産流通市場の動向」2019年度
新設着工戸数：(株)不動産経済研究所「首都圏マンション市場動向（2019年度）」
※既存住宅取引戸数、新設着工戸数のいずれも中古マンションのみ（中古戸建ては除く）

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

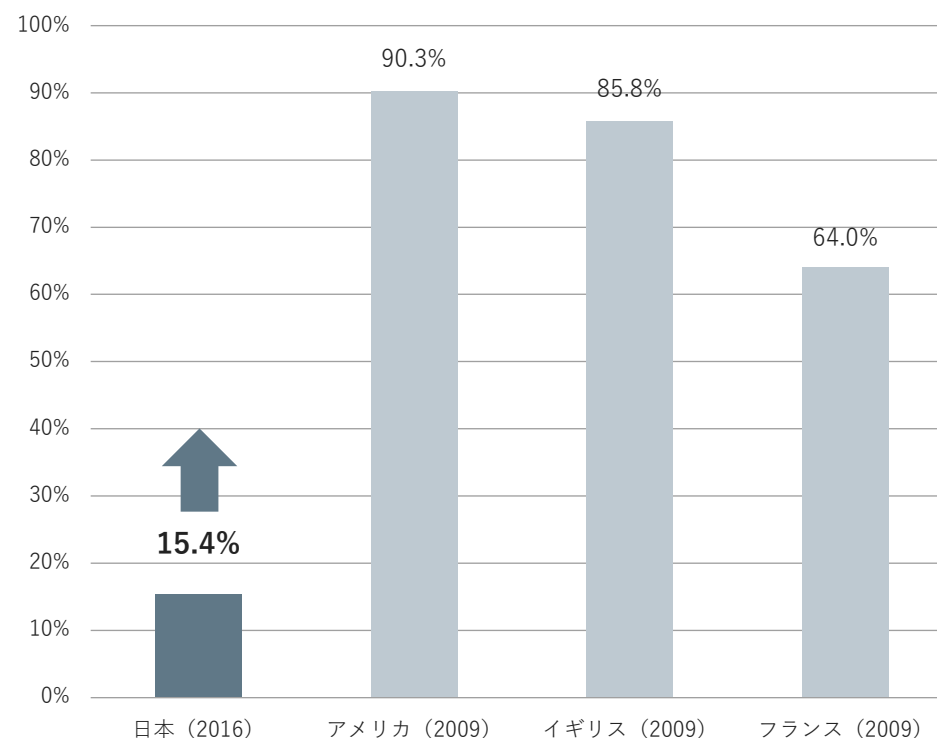
■ 《KPI》2025年までに既存住宅流通の市場規模を8兆円に倍増する（2010年4兆円）

■ 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



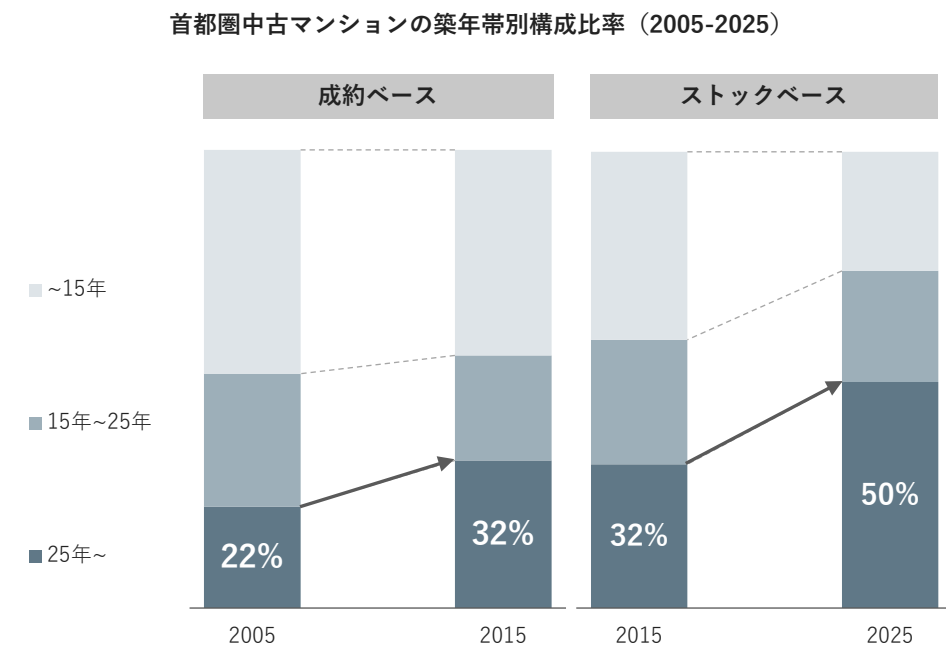
出所：国土交通省「中古住宅流通促進・活用に関する研究会（参考資料）」
ただし、日本はリフォーム産業新聞社「中古住宅市場データブック2018」による推計値

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



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

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

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

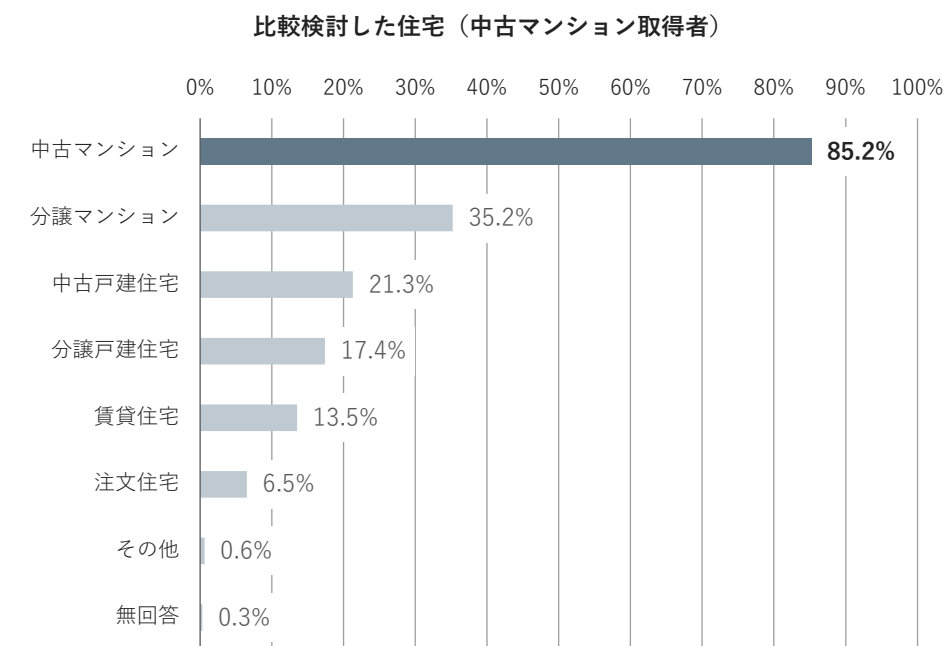
- 再販事業者の拡大
- リノベマンション専門サイトの成長

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

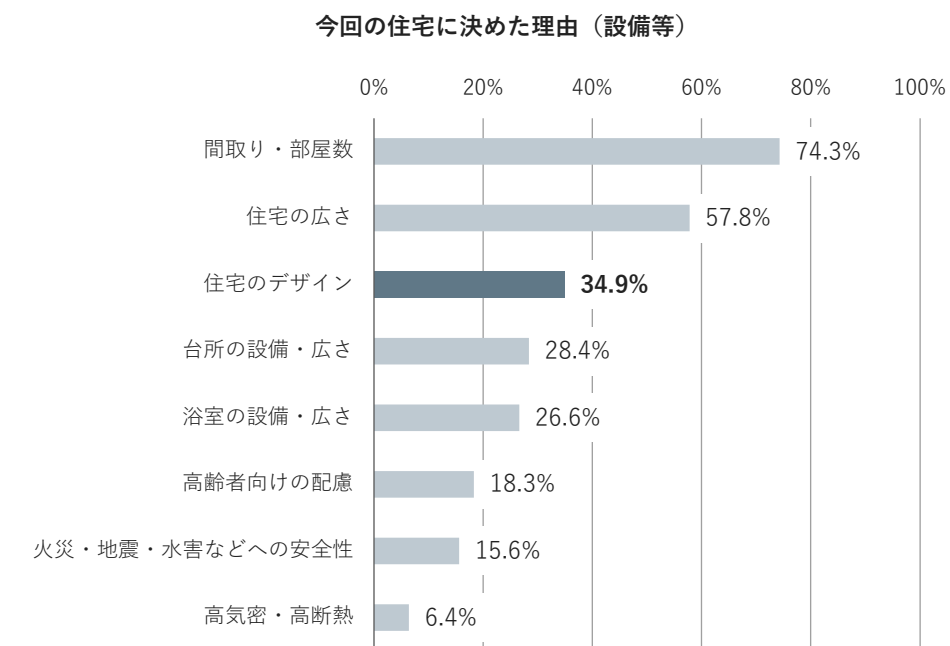
- 購入の際に比較検討した住宅は「中古マンション」が圧倒的
- 中古マンションの購入者は、中古マンションに照準を合わせて探している



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

【参考】コーポレートロゴ一新

<ロゴタイプ+モノグラム>



2020年11月1日よりコーポレートロゴデザインを一新
ツクルバの「場づくり」を“B”と“A”のシンボルで表現。
A(一貫したツクルバのPhilosophy)が血管のように編み込まれ、
B(Business)が拡がっていくモノグラム。

<ロゴタイプ>



モノグラムのディテールを持った
オリジナル書体を新ロゴとして設定

ディスクレーマー

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/>