

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社くふうカンパニー

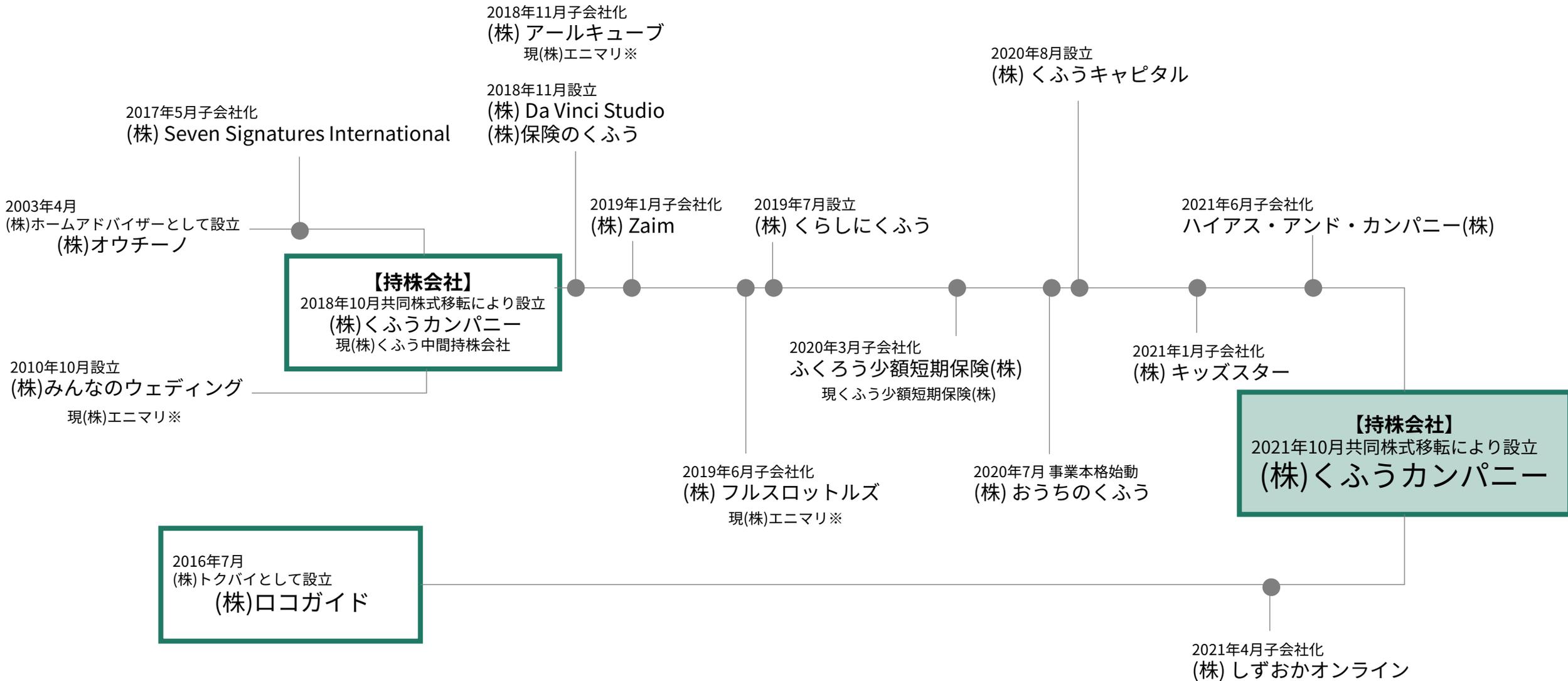
2021.12.21

くふうカンパニー

会社概要

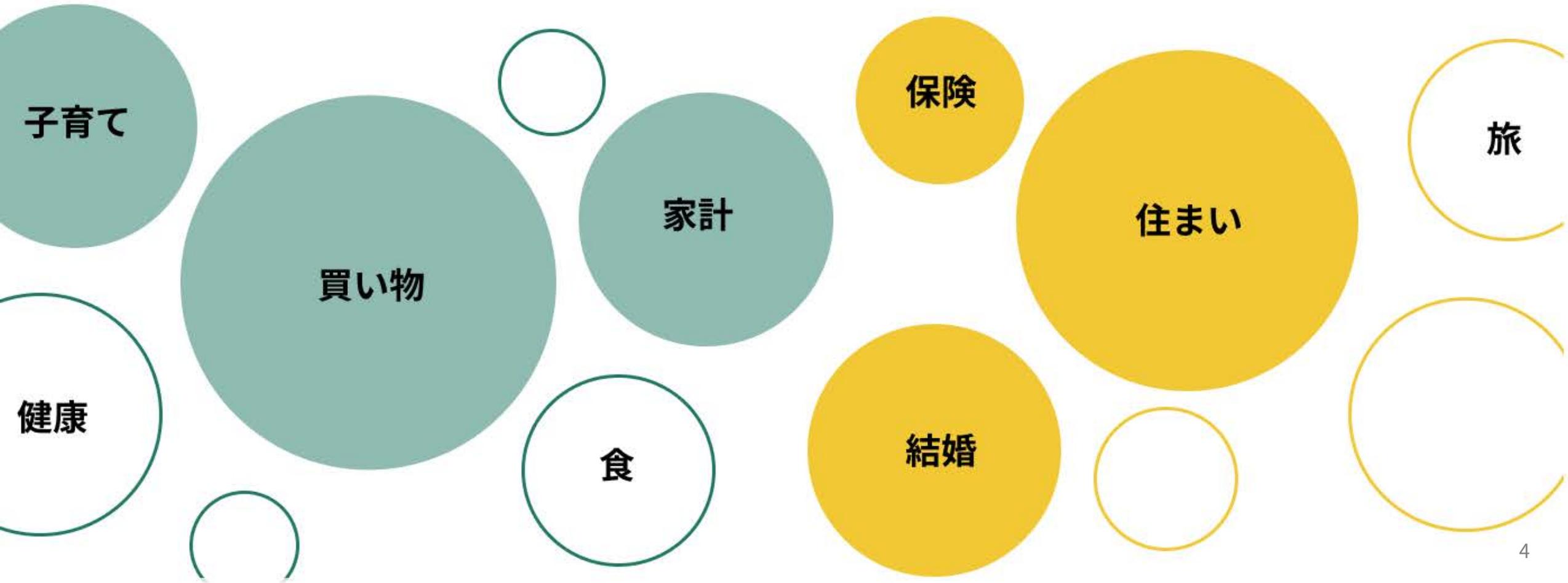
会社名	株式会社くふうカンパニー 英文社名 : Kufu Company Inc.
代表者	代表執行役 穂田 誉輝
設立年月日	2021年10月1日 ※共同株式移転の方法により、株式会社ロゴガイドと株式会社くふう中間持株会社 (旧 株式会社くふうカンパニー) の完全親会社として設立
本社所在地	東京都港区三田一丁目4番28号
資本金	10,000 千円
連結子会社	30社 (2021年10月1日時点)
従業員数	527名 (2021年10月1日時点 連結)

沿革



※ 2020年10月～2021年1月、結婚領域3社（(株)みんなのウェディング、(株)アールキューブ、(株)フルスロットルズ）を統合し、(株)エニマリに商号変更。

くふうで暮らしを、賢く、楽しく



企業価値 = ユーザー数 × 満足度

ユーザー課金ビジネス構築へ向けて

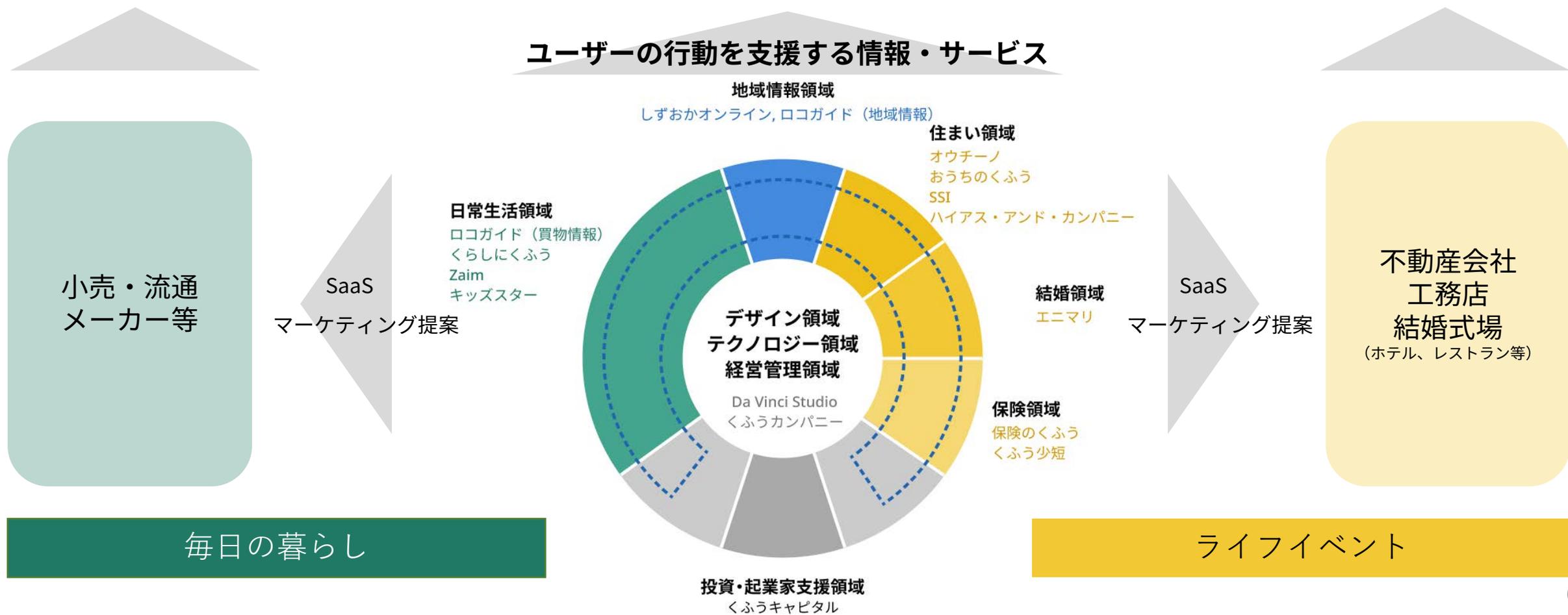
- ユーザー数増加のためのメディア強化・ジャンル追加
- ユーザー満足度向上のための専門性向上

グループの事業ポートフォリオとビジネスモデル

毎日の暮らしから、人生の転機となる大きなイベントまで網羅し、一人でも多くのユーザーに直接、及び事業者支援を通じて間接的に、少しでも多くの満足を提供する

あらゆる生活者（ユーザー）

ユーザーの行動を支援する情報・サービス



グループの事業基盤（2021年9月末時点）^{※1}

ユーザー

3つのユーザー接点により、ユーザーの行動を支援

Media

ユーザー接点の最大化

月間利用者数
約4,100万人^{※2}

SaaS

事業者支援を通じたユーザーへの
間接的なサービス提供

契約アカウント数
約61,400^{※3}

Tool/Agent

毎日の暮らしに役立つツールと、
ライフイベントの専門サービスを提供

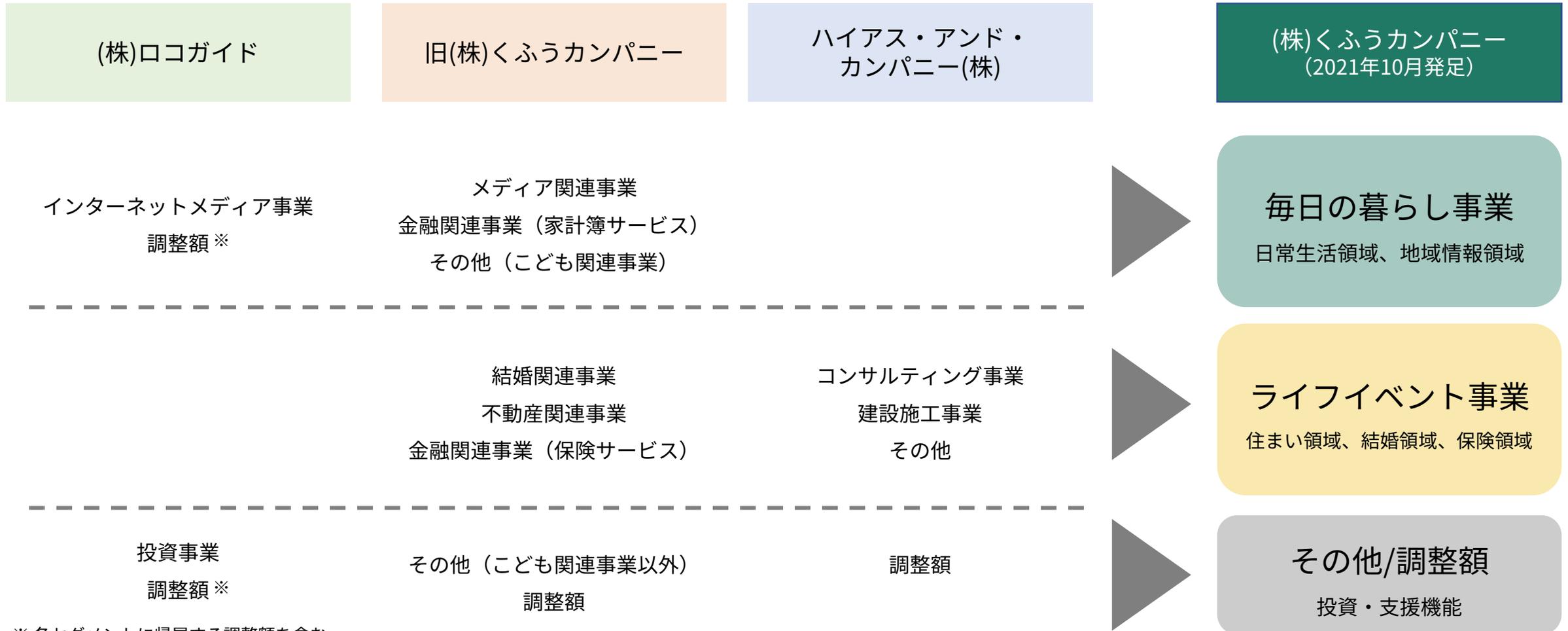
ツール累計DL数
約2,200万^{※4}
年間サービス提供数
約3,500^{※5}

※1：数値は2021年8月13日開示の「株式会社くふうカンパニーグループ事業方針説明資料」及び2021年11月12日開示の「株式会社くふうカンパニー 決算説明資料」にて開示した内容から算出の定義を一部変更（それぞれの定義は以下※2～※5記載の通り）。
※2：2021年9月末時点における日常生活領域、地域情報領域、住まい領域、結婚領域の主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。
※3：2021年9月末時点における「トクバイ」利用（有料及び無料）店舗数、(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)が提供するサービスの会員企業数、(株)エニマリの取引先式場数合計。
※4：2021年9月時点における「トクバイ」、「Zaim」、「ごっこランド」の累計アプリDL数合計。
※5：2021年9月時点を基準とした(株)エニマリの結婚式プロデュース件数年間概算値、2021年9月時点を基準とした住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)を除く）におけるサービス提供数年間概算値、(株)しずおかオンラインの直近1年間における「イエタテ相談カウンター」相談数合計。

(参考) 統合後の事業セグメント分類

統合後の事業セグメントは「毎日の暮らし事業」と「ライフイベント事業」の2つに分類。

(株)ロコガイド (インターネットメディア事業) と(株)くらしにくふう (旧(株)くふうカンパニー・メディア関連事業) の組織統合を10/1付で決議



※ 各セグメントに帰属する調整額を含む。

日常生活領域

日常生活領域 主なサービス

買い物情報サービス「トクバイ」



- 食品スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどの情報をリアルタイムで閲覧できるサービス
- 小売店は新聞折込チラシの代替として、費用対効果の高い販促ができるSaaS型プラットフォーム

生活情報メディア「ヨムーノ」



- 20～40代の既婚女性を中心に、月間1,800万人以上が利用する生活情報メディア
- 人気のショップ情報やグルメ、ファッション、ビューティ、インテリア・収納など、暮らし全方位のトレンド情報を発信

個人向け家計簿サービス「Zaim」



- 950万ダウンロードを超える個人向け家計簿サービス
- レシート撮影や銀行・カードと連携し自動的に入力して家計を管理

子ども向け社会体験アプリ「ごっこランド」



- 子育て世代（ファミリー層）の約3分の1にあたる約440万世帯が利用する無料の社会体験アプリ
- 協賛企業の商品やサービスに沿って開発した体験コンテンツを、パビリオンとしてアプリ内に出店

日常生活領域 市場環境と競争優位性

【市場環境】

- 減少が進む新聞折込チラシ広告市場は2,525億円^{*1}、ダイレクトメール市場は3,290億円^{*1}と、紙媒体の市場規模は縮小傾向にあるものの引き続き大きい
- 地域情報は紙媒体に偏在、デジタル化が遅れている

【競争優位性】

メディアを通じた生活者との繋がり

グループメディア連携により、月間2,000万人を優に超える集客
編集力を活かしたメディアのカテゴリ拡大によるターゲット市場の拡大余地

リーズナブルな導入料金

競合する紙のチラシ等に比べて安価
定額の価格体系ゆえ、新規開拓により売上が積み上がるSaaS型モデル

生活者の購買行動情報へのリーチ

家計簿サービス「Zaim」の統計データとの連携により、購入前から購入後までの包括的な購買データ分析基盤を保有
SaaSの付加価値向上に加え、メーカー等のマーケティングサービス拡大へ

※1：(株)電通「2020年日本の広告費」

日常生活領域の事業構造

生活インフラを目指し、メディア・SaaS・ツールの連携を推進



【主な収益】

広告売上
(ネットワーク広告、タイアップ広告等)

店舗課金売上

ユーザー課金売上
企業向けコンテンツ開発売上

【重要指標】^{※1}

月間利用者数

契約アカウント数

ツール累計DL数

2021年9月末

約3,800万人^{※2}

約36,000^{※3}

約2,200万^{※4}

2026年9月期
目標

6,000万人

120,000

4,000万

※1：数値は2021年8月13日開示の「株式会社くふうカンパニーグループ事業方針説明資料」にて開示した内容から算出の定義を一部変更。また、契約アカウント数の目標値については、最新の事業計画を踏まえて更新。

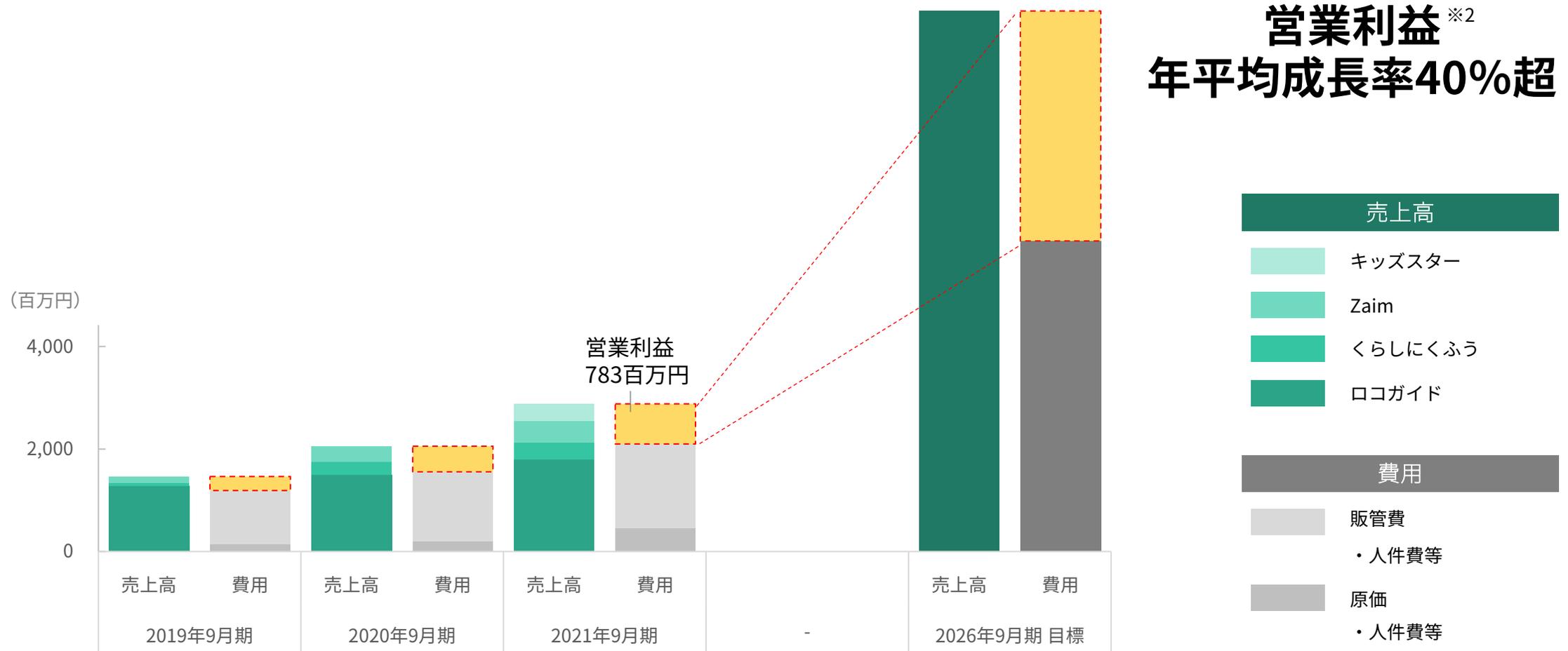
※2：2021年9月時点、「ヨムーン」「トクバイ」「おやこのくふう」「Zaim」「ごっこランド」等の日常生活領域内主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。

複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

※3：2021年9月時点、「トクバイ」有料店舗数。

※4：2021年9月時点、「トクバイ」「Zaim」「ごっこランド」の累計アプリDL数。

日常生活領域別 売上高・費用構造^{※1} と事業目標



※1:実績は、(株)ロコガイド(単体、投資事業損益を除く)、(株)くらしにくふう(2019年7月以降)、(株)Zaim(2019年1月以降)、(株)キッズスター(2021年1月以降)について、各社10月~翌年9月の期間で単純合算(非監査)。

※2:「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上(各事業領域の営業利益には含まれない)。

日常生活領域の事業の方向性

メディア強化を基に、SaaS事業も質的・量的拡大
AIを活用した個別化サービス導入で毎日・何回でも使うサービスへ

Phase 3

AIを活用した個別化サービスへ

- 毎日様々なシーンで活用することで購買・購買データが蓄積
- データをAI活用することで、各個人に合わせた行動提案を実現

Phase 2

SaaS事業強化

- 小売店舗の更なる網羅
- 小売以外のサービス店舗の開拓
- 提供機能強化による新プランの導入
- 店舗のDX化支援

22年9月期のKPI ※

月間利用者数 4,000万人

契約アカウント数 40,000

Phase 1

メディア強化

- 「ヨムーノ」と「トクバイ」のメディア連携
- 「Zaim」の購買行動データを活かした新サービスの構築
- 取扱ジャンルの拡充

生活者のインフラへ

2021年9月

2026年9月

2022年9月期の重点施策

①メディア力を強化しユーザー数増、収益拡大を狙う

メディア力強化

新規コンテンツ開発

季節特集・レシピ・トレンド商品等、「チラシ以外」の買い物支援コンテンツを増強



52週買い物支援コンテンツを統合後20日で第一弾リリース

店舗コンテンツ拡大

業態の開拓を強化・店舗拡大によりチラシ等のコンテンツを増強

コンビニエンス
ストア
5万店
(国内55,949店)^{*1}

外食
チェーン
7万店
(国内6万~7万店)^{*2}

^{*1}: JFAコンビニエンスストア統計調査月報（2021年9月度）。

^{*2}: 2020年度「JFAフランチャイズチェーン統計調査（外食業）」をベースに当社推計。

グループメディア連携による集客

ヨムーノ等のグループメディアの連携によりユーザー体験を増強

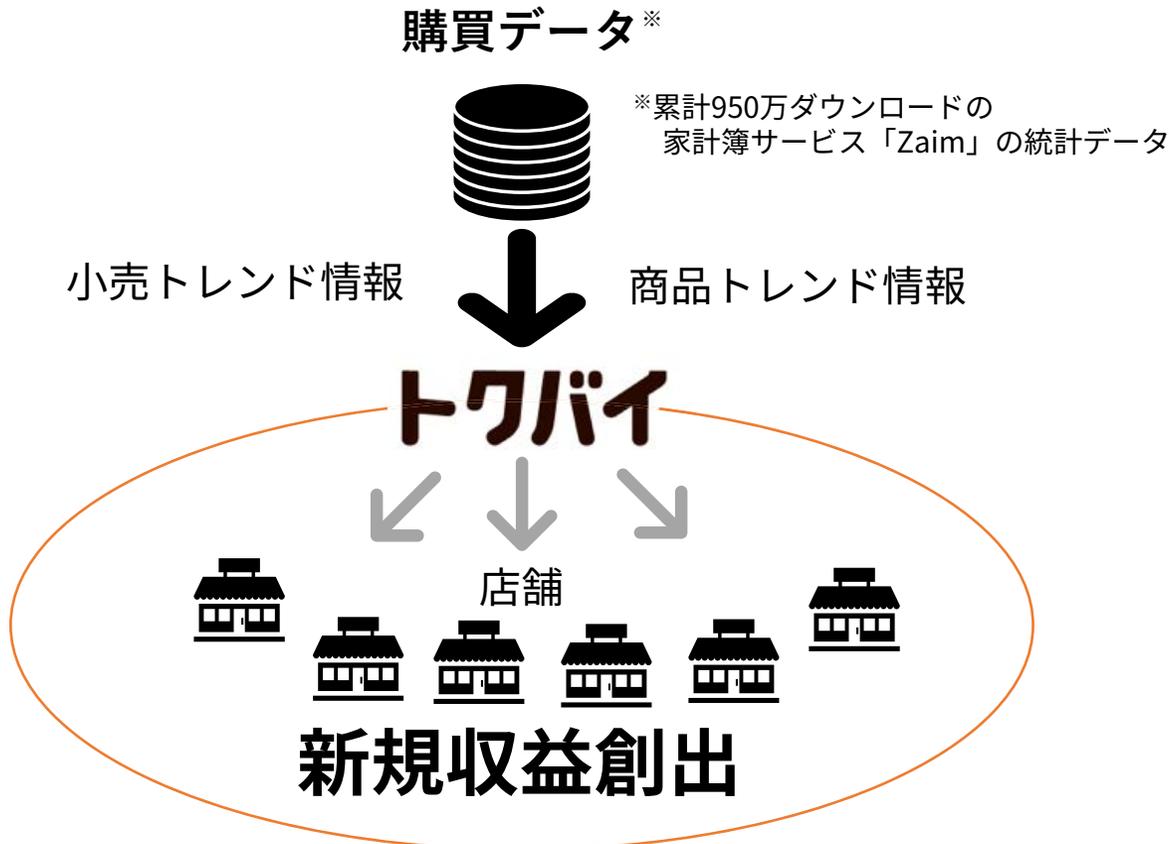


収益拡大

2022年9月期の重点施策

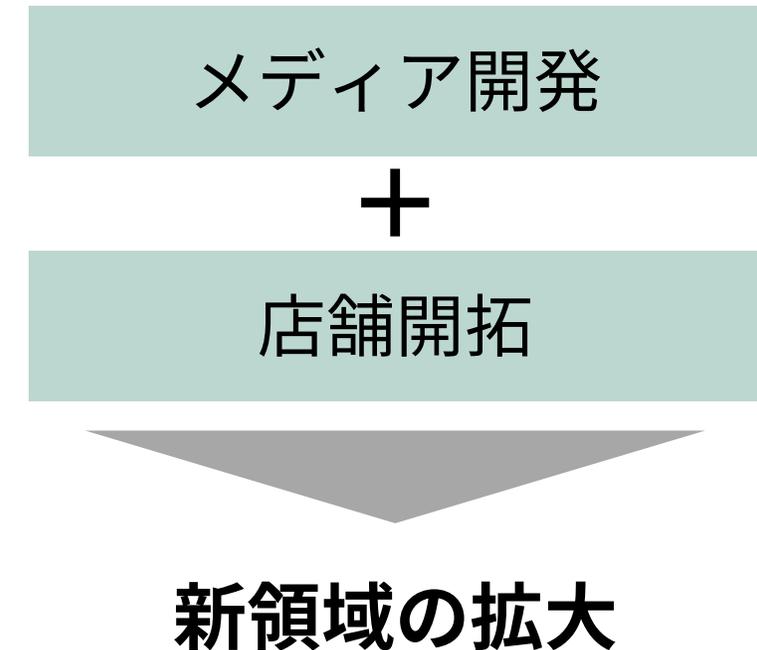
② SaaS進化 新規収益創出

購買データから市場トレンド情報の提供



③ 新領域の拡大

毎日の買い物だけではない、
新たな領域への拡大を推進



住まい領域

住まい領域 主なサービス

住まいに関する総合情報サイト「オウチーノ」

オウチーノ

- 新築、中古、マンション、一戸建てを横断して検索可能な住まい探しの情報提供を行うポータルサイト

不動産営業支援ツール「オウチーノ くらすマッチ」

オウチーノ くらすマッチ

- オンラインで物件の住所を入力するだけで、周辺情報がわかる地図を即時に作成できる、不動産営業支援ツールサービス

住まいの買取再販サービス「おうちのくふう」

おうちのくふう

- 首都圏のファミリー層向け居住用中古マンションの買取再販サービス
- 新築同様のフルリノベーション物件を設備保証10年、平均価格3,000万円台で提供

工務店等向け各種支援パッケージ商品

 建築家と建てる家を、身近に、手軽に
R+house

HySPEED
天然砕石パイル工法

GARDENS
GARDEN

- 住宅環境のハードインフラから情報インフラまで、事業者向けのパッケージ商品を多数展開
- 主なパッケージ商品は「R+house（新築戸建て）」、「HySPEED（地盤改良）」、「GARDEDS GARDEN（庭・外構）」など

住まい領域 市場環境と競争優位性

【市場環境】

- 不動産市場は44.3兆円^{※1} と巨大、不動産テックの拡大が進む中でも業界慣習に基づく取引は根強い
- 中古住宅市場は、政府の施策や生活者の価値観の多様化により拡大の機運
- 新築戸建て住宅市場は約39万戸^{※2}、うち約7割^{※3}は中小の工務店による建築

【競争優位性】

生活者重視の徹底

生活者が損をしない不動産売買に向けた情報・サービスの提供

幅広い
事業者ネットワーク

全国に広がる工務店や不動産会社等の事業者ネットワークによるリアルなユーザー接点

自社独自の情報や
サービスの提供

メディアやサービスそれぞれで競合する企業はあるものの、良質な不動産関連情報や物件を自社サイトや相談窓口を通じて提供できる生活者の不動産取引のための総合的な機能を保有

※1：財務省「年次別法人企業統計調査（令和2年度）」 ※2：国土交通省「住宅着工統計（令和2年度）」（持家及び戸建分譲）

※3：(株)住宅産業研究所「月刊TACT」2021年9月号、10月号より当社グループ試算

住まい領域の事業構造

メディア・SaaS・エージェントの三本柱でより良い不動産売買を実現



【主なサービス】

オウチーノ

オウチーノくらすマッチ

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

おうちのくふう HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

【主な収益】

広告売上
(ネットワーク広告等)

住宅事業者向け課金売上
(営業支援ツール、パッケージ商品等)

専門サービス売上
(物件売買・住宅施工サービス等)

【重要指標】^{※1}

月間利用者数

契約アカウント数

年間サービス提供数

2021年9月末

約110万人^{※2}

約1,600^{※3}

約2,100^{※4}

2026年9月期
目標

500万人

3,500

12,000

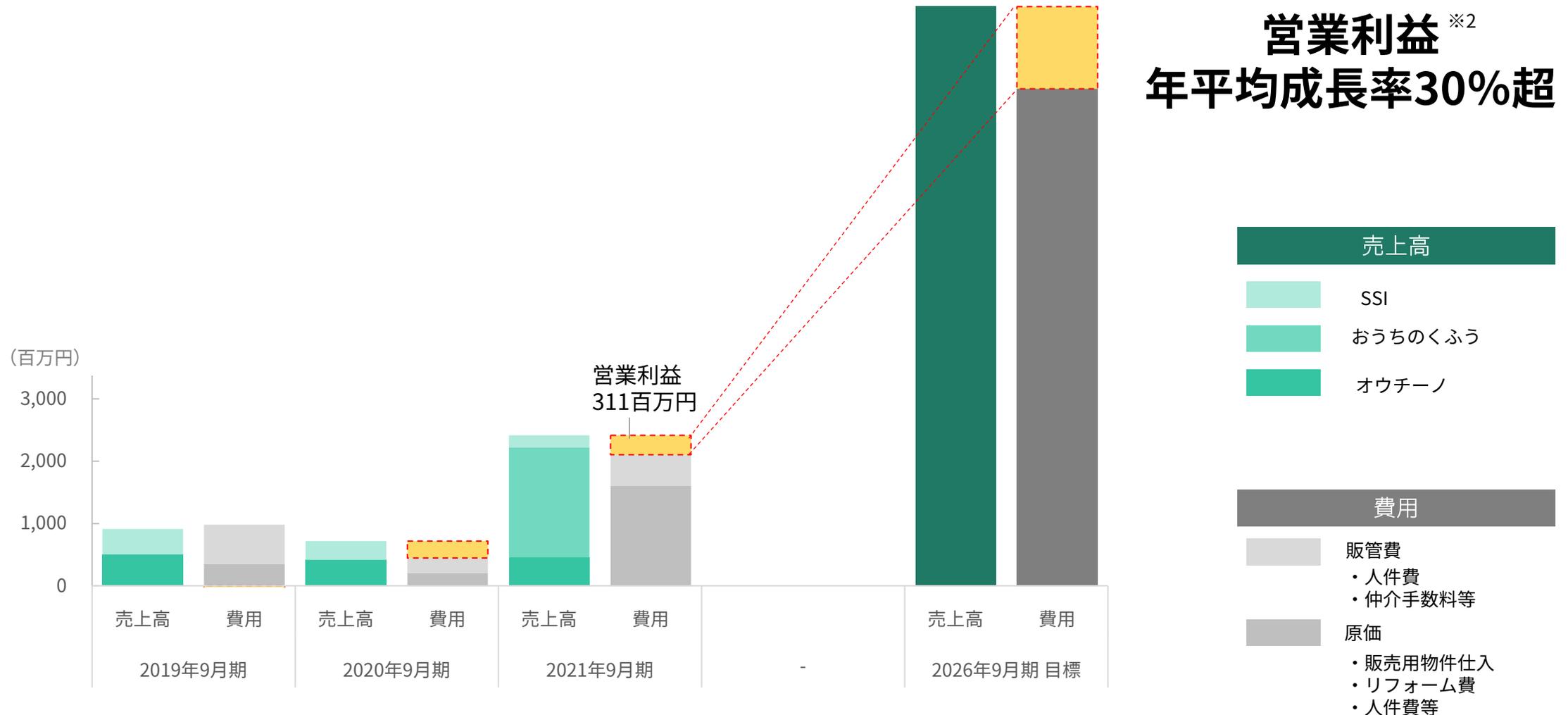
※1：数値は2021年8月13日開示の「株式会社くふうカンパニーグループ事業方針説明資料」にて開示した内容から算出の定義を一部変更。（ハイアス・アンド・カンパニー(株)の事業計画等については、同社が独立して「事業計画及び成長可能性に関する事項」を開示することから、本資料における言及は省略いたしました。そのため、ハイアス・アンド・カンパニー(株)を除いた指標を改めて設定しております。）

※2：2021年9月時点、「オウチーノ」の月間利用者数。

※3：2021年9月時点、(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数。

※4：2021年9月時点を基準とした、住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)を除く）における売却査定サービス、物件売買サービス（仲介を含む）の提供数年間概算値。

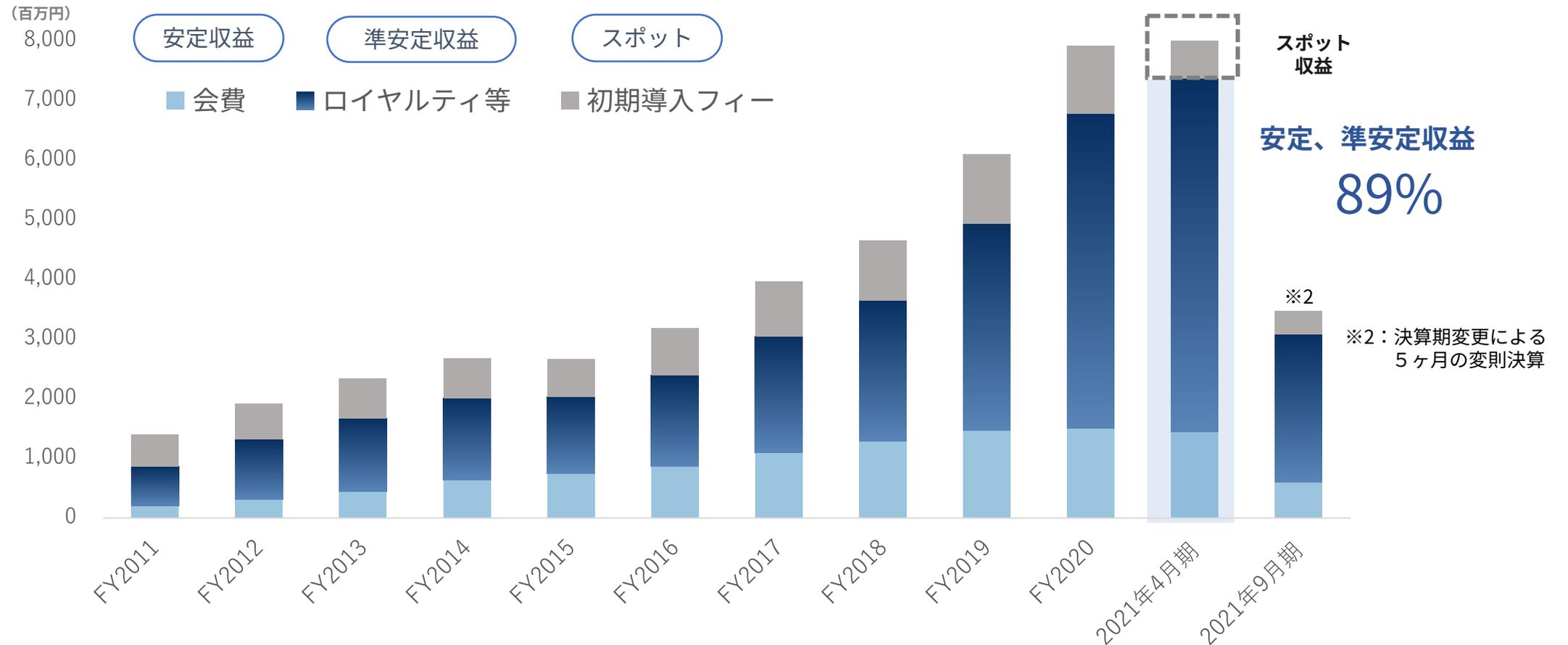
住まい領域 売上高・費用構造^{※1} と事業目標 (ハイアス社除く3社)



※1: 実績は、(株)オウチーノ、(株)おうちのくふう (2020年7月以降)、(株)SSIを単純合算 (非監査)。
 ※2: 「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上 (各事業領域の営業利益には含まれない)。

住まい領域 ハイアス社売上高推移

顧客の業績に連動するロイヤルティ等が増加し成長を牽引^{※1}



※1：ハイアス・アンド・カンパニー(株)の事業計画等につきましては、同社が開示する「事業計画及び成長可能性に関する事項」をあわせて参照してください。

住まい領域の事業の方向性

不動産取引の情報格差を是正する

Phase 1

ユーザー接点拡大と意識改革

- 「オウチーノ」等のメディア強化
- 記事コンテンツやセミナーなどを通じたユーザーの意識改革
- リアルとオンラインでの相談窓口の拡大

Phase 2

ユーザーの行動変容

- 気軽に専門家に相談できる体制
- 優れた売買事例の共有
- 「売り情報」を優先的に網羅

Phase 3

電子化・プラットフォーム化

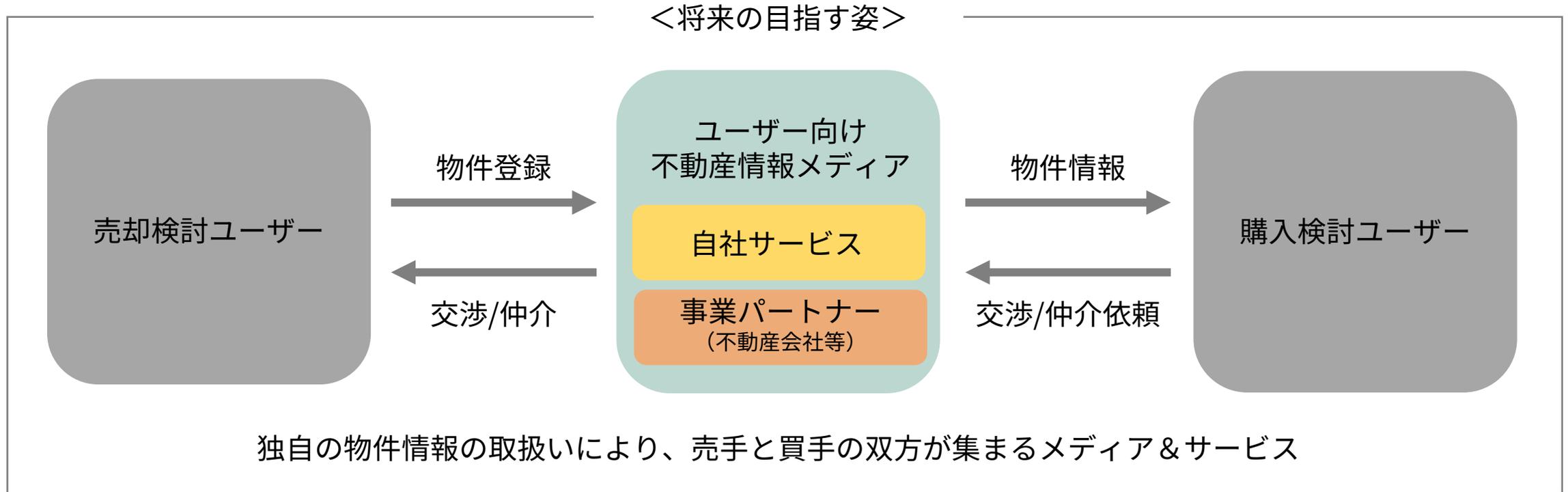
- 売手/買手双方にとって透明性の高い不動産売買の仕組化・電子化の促進
- 不動産取引を納得感の高い取引へ

2021年9月

2026年9月

2022年9月期の重点施策

売手/買手双方にとって透明性の高い不動産売買サービスを目指す



2022年9月期 重点施策

- 事業者支援ツール/パッケージ商品等の拡充による事業パートナーの拡大を通じた間接的なユーザーの売買支援
- 買取再販サービスとメディアの連携（物件情報掲載、記事コンテンツ等）
- 売却査定サービス等のオンラインサービスの開発・提供

結婚領域

結婚領域 主なサービス

結婚総合情報メディア「みんなのウェディング」



- 国内6,000以上の結婚式場情報、先輩花嫁による本音の口コミやリアルな費用明細などを提供する、結婚総合情報メディア

インポートドレス販売「DRESS EVERY」

DRESS EVERY

THE CLOSET BLESS YOU.

- インポートドレスを扱う販売専門ドレスショップ
- 百貨店等催事販売も全国で展開

結婚式プロデュースサービス「エニマリ」

エニマリ

- 会費制結婚式「会費婚」をはじめ、「少人数結婚式」「フォトウェディング」「婚姻届」サービスなど、結婚にまつわる様々なシーンを「新しいカタチ」でお祝いし合えるサービスを展開

事業者向けDX推進ツール各種

エニマリ ウェディングボード

- オンライン接客ツール「ウェディングボード」、結婚式に出席したゲストを対象にしたアンケートツール「みんなのウェディング GS アンケート」など、事業者向けにDX推進ツールを提供

結婚領域の事業構造

コンテンツ拡充と連動させた、新時代の多様なプロデュースサービスの提供実現へ

Media



SaaS



Agent

【主なサービス】



エニマリ ウェディングボード

エニマリ

DRESS EVERY
THE CLOSET BLESS YOU.

【主な収益】

広告売上
(ネットワーク広告等)

事業者向け課金売上
(情報掲載、DX推進ツールサービス等)

プロデュースサービス売上
新作・中古ドレス販売売上

【重要指標】^{※1}

月間利用者数

契約アカウント数

年間プロデュース件数

2021年9月末

約210万人^{※2}

約1,000^{※3}

約380^{※4}

2026年9月期
目標

400万人

3,000

10,000

※1：数値は2021年8月13日開示の「株式会社くふうカンパニーグループ事業方針説明資料」にて開示した内容から算出の定義を一部変更。

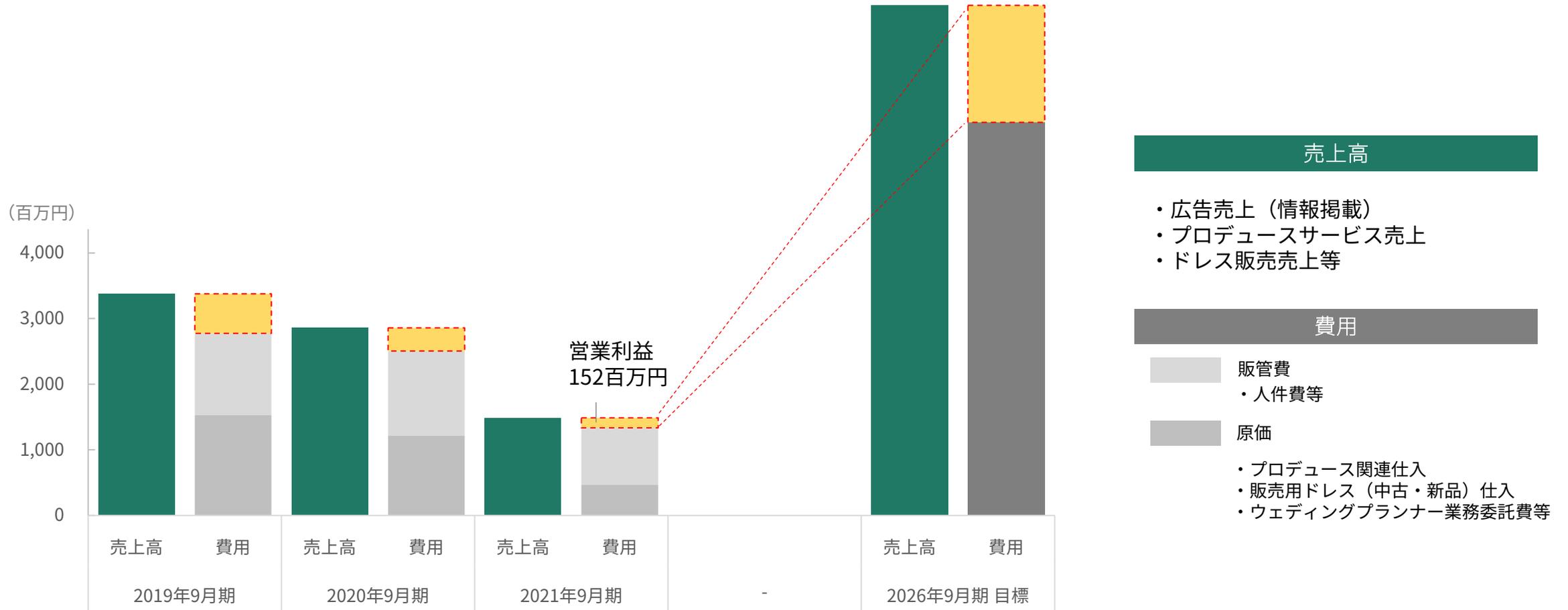
※2：2021年9月時点、「みんなのウェディング」の利用者数合計。

※3：2021年9月時点、(株)エニマリの取引先式場数合計。

※4：2021年9月時点を基準とした(株)エニマリの結婚式プロデュース件数年間概算値。

結婚領域 売上高・費用構造^{※1} と事業目標

コロナ禍が続く2022年9月期は前年並みを見込む。
現時点で回復の時期は見通せないものの、コロナ禍前の水準に回復後は、
営業利益^{※2}の年平均成長率について約30%を想定



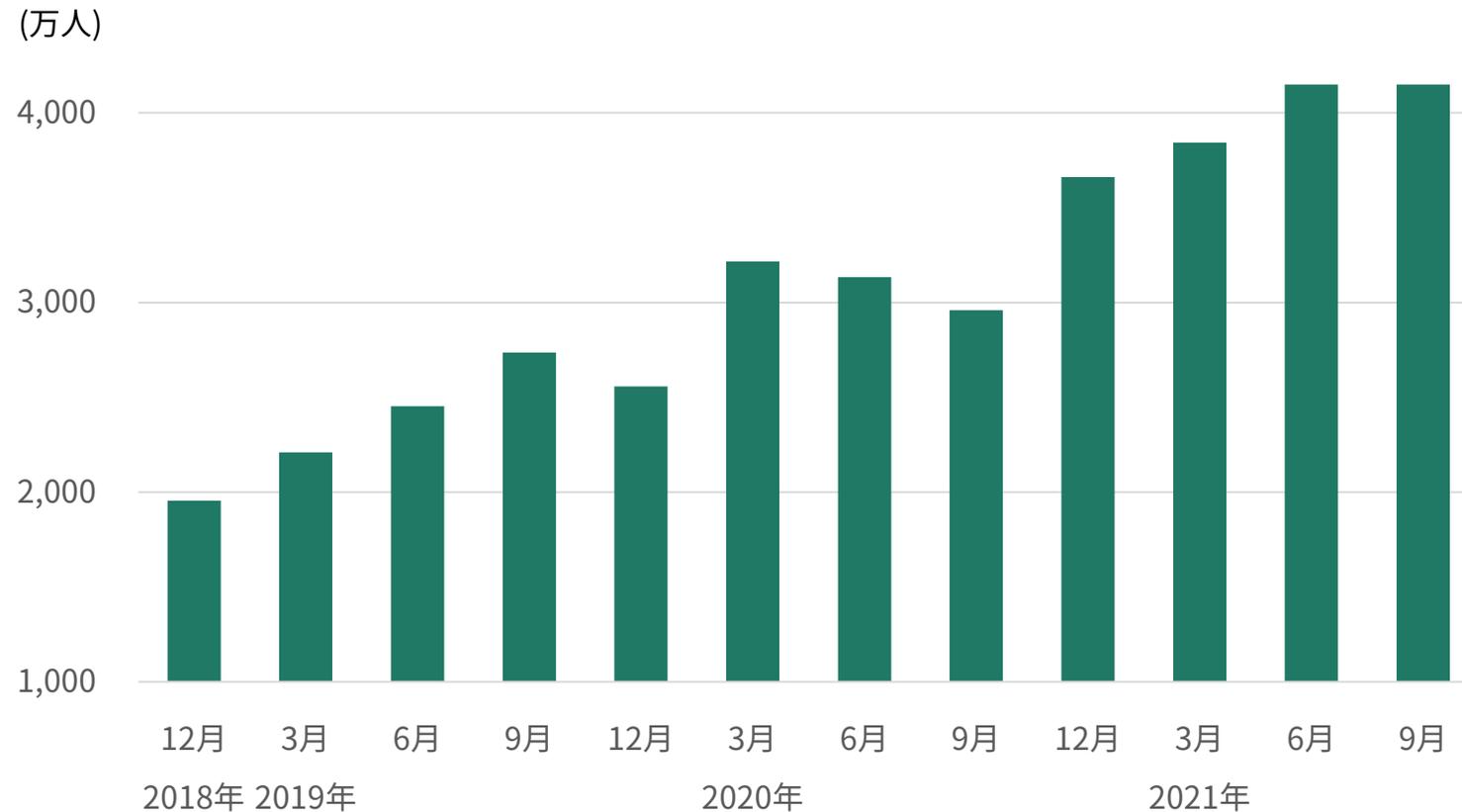
※1：実績は、旧(株)くふうカンパニー「結婚関連事業」セグメントの金額。

※2：「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

グループ全体

グループ全体のメディアの月間利用者数推移

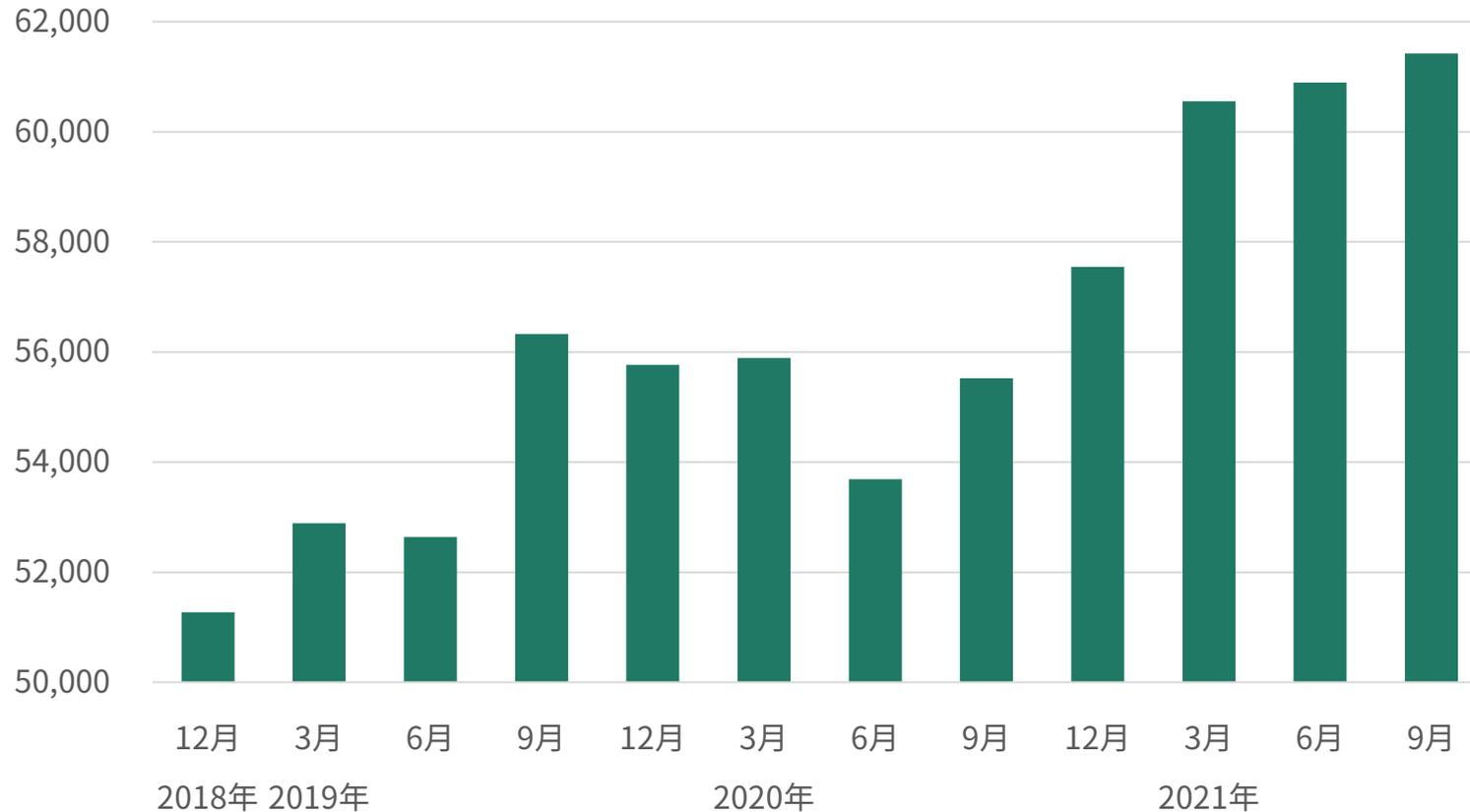
統合後グループとしての月間利用者数は、単純合算ベースで4,000万人超*



※ 日常生活領域、地域情報領域、住まい領域、結婚領域の主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。
複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

グループ全体の契約アカウント数の推移

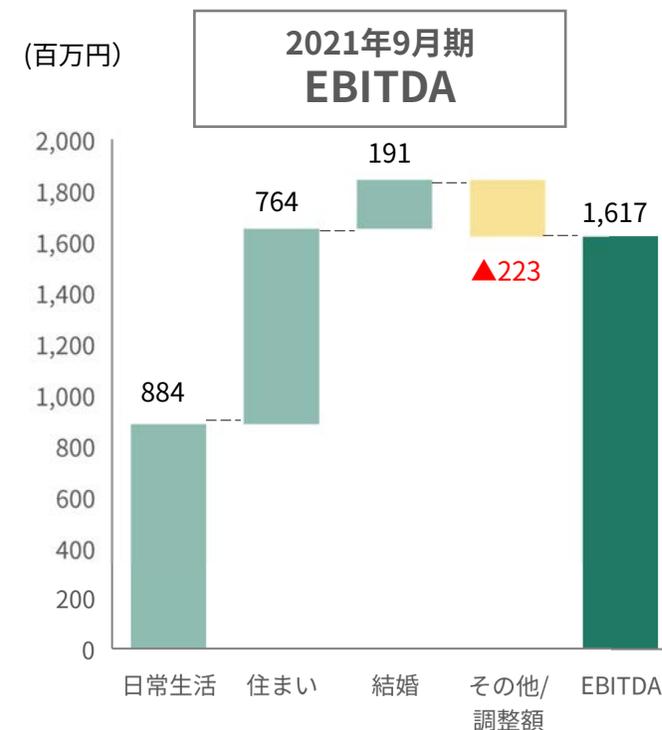
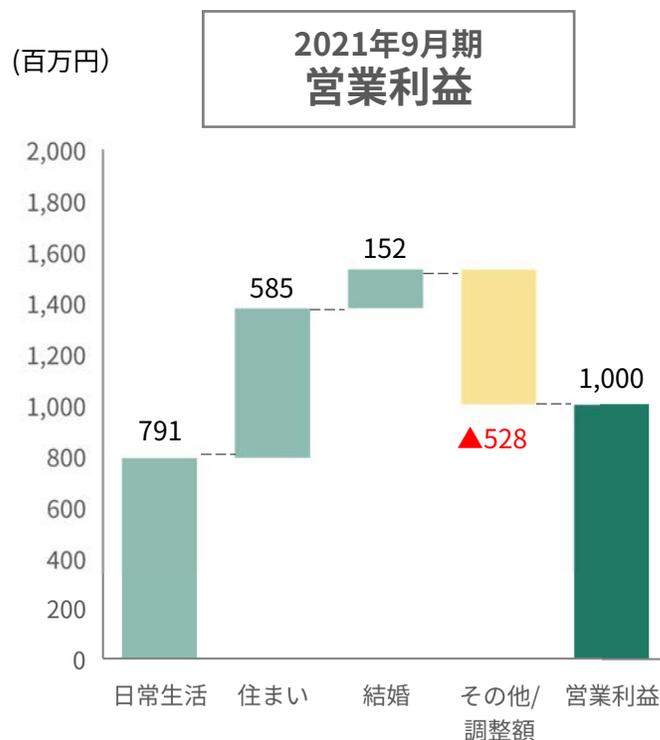
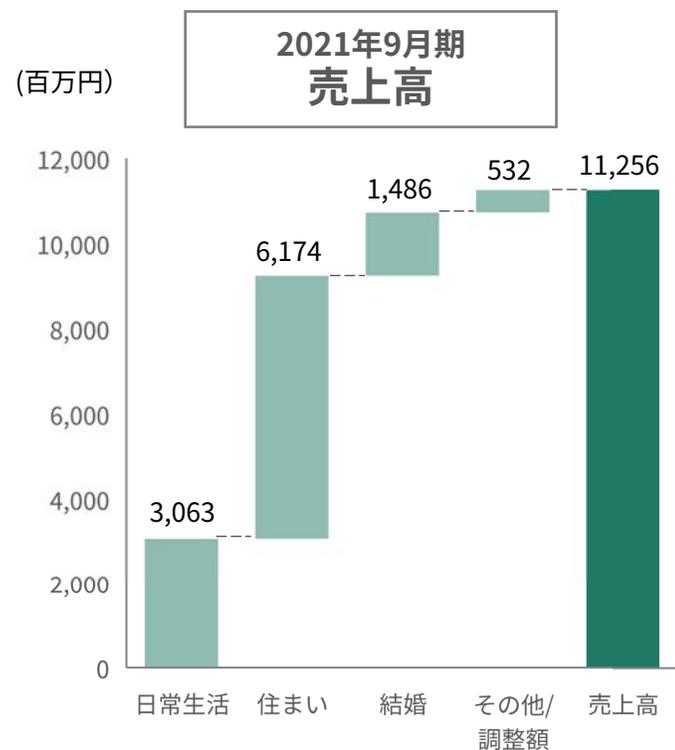
統合後グループとしての契約アカウント数※は、61,000を超える



※ 「トクバイ」利用（有料及び無料）店舗数、(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)が提供するサービスの会員企業数、(株)エニマリの取引先式場数合計。

主要領域別売上高、営業利益、EBITDA

主要領域（日常生活・住まい・結婚）の売上高及び利益構成※

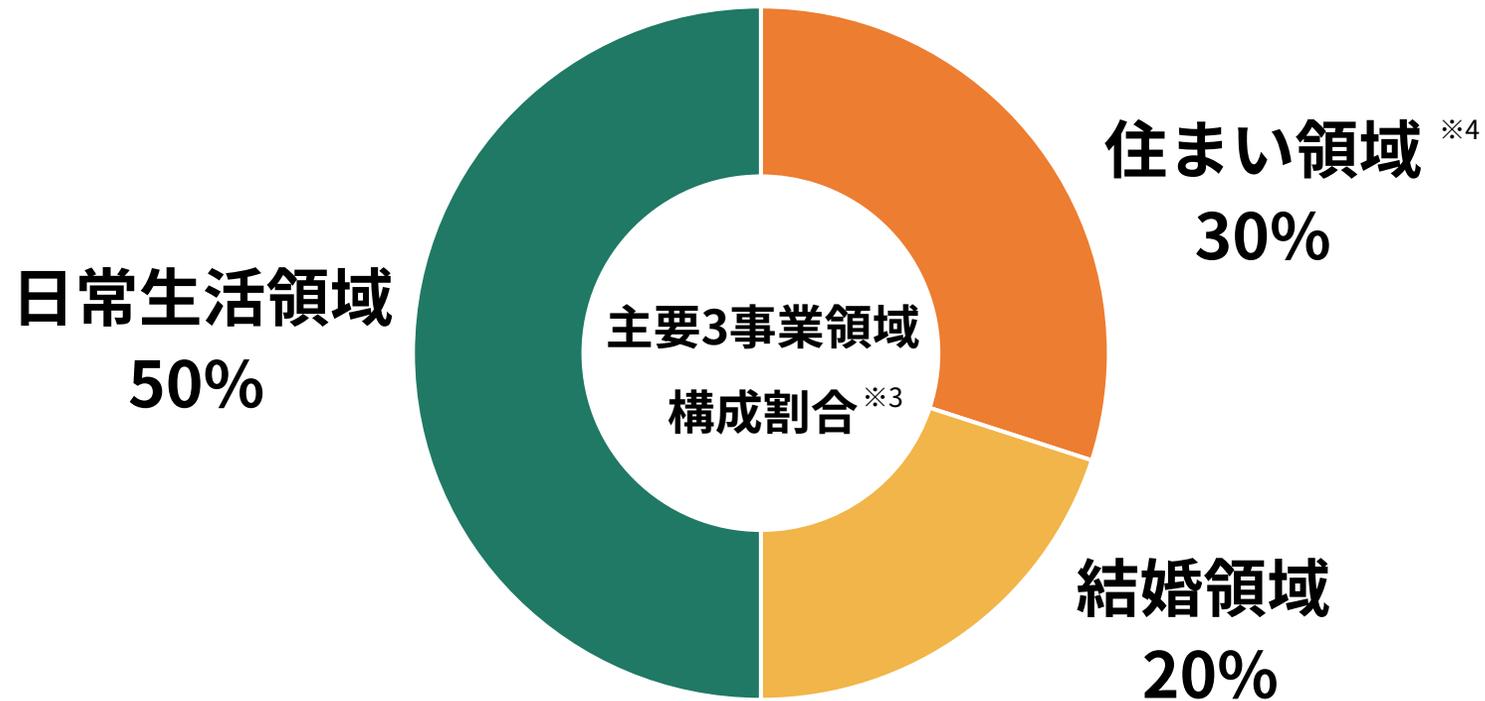


※ 2021年9月期（2020年10月～2021年9月）の実績は、旧(株)くふうカンパニー及び(株)ロコガイドの連結業績を単純合算した金額（非監査）。
 なお、本ページにおける日常生活領域の業績には、(株)しずおかオンライン（統合後は「地域情報領域」に分類）に係る業績を含む。

グループ経営目標

第5期 2026年9月期

グループEBITDA^{※1} 100億円^{※2}



- ※1：「EBITDA」は、営業利益に減価償却費及びのれん償却額を加えて算出。
- ※2：既存のグループ各社の事業成長により達成を目指す目標値。
- ※3：主要3事業領域の合計額を母数とした各領域の構成割合。
- ※4：ハイクラス・アンド・カンパニー(株)を含む。

2022年9月期のグループ業績見通し

日常生活領域及び住まい領域の業績拡大が牽引し、
売上高は180億円、営業利益13億円、EBITDA 23億円を見込む

(単位:百万円)	2020年9月期 実績 [※]	2021年9月期 実績 [※]	2022年9月期 業績見通し	前期比
売上高	6,042	11,256	18,000	159.9%
営業利益	604	1,000	1,300	129.9%
EBITDA	890	1,617	2,300	142.2%

※ 2020年9月期（2019年10月～2020年9月）及び2021年9月期（2020年10月～2021年9月）の実績は、それぞれの期間における旧(株)くふうカンパニー及び(株)ロゴガイドの連結業績を単純合算した金額（非監査）。

リスク情報

事業のリスクと対応

主な事業リスク	発生可能性 ／発生時期	成長の実現や 事業計画に与える影響	リスクの内容	対応策
ユーザー対応	大/常時	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー満足度の低下 ユーザー数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーニーズの変化に対応したサービス拡充の施策が想定通り進捗しない ユーザーニーズの把握が困難になる 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーファーストの徹底 ユーザー利便性を向上させる機能やコンテンツの拡充 新規事業、新規サービスの積極的な開発
人材	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供力の低下 人材の流出 人材の意欲減退 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーニーズに対応するために必要なサービスの開発、展開及び運営等に必要人材が確保できない グループ会社の増加に伴い、コミュニケーションが十分に取れなくなることで、期待されたシナジーが発揮できない 人材を大切にしている経営方針の不徹底により、採用力の低下や従業員の勤労意欲及びロイヤリティの低下が生じる 	<ul style="list-style-type: none"> 採用力の強化 社内コミュニケーションを向上させる施策の実施
グループ経営	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 事業計画の未達 遵法意識の低下 管理コストの増大 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域やグループ全体における事業方針と各事業会社の方向性に齟齬が生じる 各事業会社の内部管理体制不備による法令違反等が発生する 各事業会社の自立運営によりグループ内部での重複コストが発生する 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域や事業会社間における経営層の情報共有促進等 各事業会社管理部門の連携強化、内部統制機能の強化等 事業展開や企業規模の拡大に伴う組織体制の継続的な見直し
情報セキュリティ	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 社会的信頼性の失墜 損害賠償請求の恐れ 	<ul style="list-style-type: none"> ウイルス感染、不正アクセスによる情報漏洩が発生する 秘匿性の高い情報を持ちうる事業会社間の連携において情報の受渡しにおけるミス、トラブルが発生する 	<ul style="list-style-type: none"> 情報管理の徹底 ISMS認証の取得 従業員教育の徹底
新型コロナウイルス感染症	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用者の減少 サービスの利用機会の消失 	<ul style="list-style-type: none"> 国や地方自治体による感染防止策発令に伴い生活者に行動制限が生じ、オフラインサービスの利用機会が失われる 国民の自粛意識が高まることで行動回避や延期等が生じ、オフラインサービスの利用が減少する 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーの安全を確保した代替サービスの開発 事業ポートフォリオの強化

※ 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか新規上場申請のための有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。

本資料の取り扱いについて

本資料は、事業・業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料の内容には当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。

本資料につきましては、事業年度後の12月頃に進捗状況を含む最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。

=お問合せ=

コーポレート・コミュニケーション部 IR担当

E-mail : ir@kufu.co.jp HP : <https://kufu.co.jp/>