

住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**

着替えるように、  
くらしをかえよう

2022年3月期  
第3四半期決算説明資料

株式会社 交換できるくん  
[東証マザーズ：7695]

# 2022年3月期 3Q

2021年10月～2021年12月

1. 2022年3月期 第3四半期業績
2. トピックス
3. 事業内容のご紹介
4. 市場の動向
5. 成長イメージ
6. 参考情報
7. よくいただくご質問

1

# 2022年3月期 第3四半期業績

## 商品供給の遅延影響が継続

- 世界的な新型コロナウイルスの感染拡大や半導体不足に伴うサプライチェーンの混乱により、トイレや給湯器などの**当社の主力商材への影響が継続**
- バックオーダーはいまだ解消されておらず、2022年1月末時点では**3,500件超、約6.3億円**
- 年明け以降、足元の状況は改善されておらず、一部商品ではさらに悪化が進んでいるため、**通期業績予想の下方修正**が必要と判断

## 業績概況

売上高 [3Q累計]

前年同期比

**3,644** 百万円**+4.5 %**

営業利益 [3Q累計]

前年同期比

**67** 百万円**△ 67.2 %**

生活インフラとなっているガス給湯器など、商品供給不足の問題については  
**社会問題としてメディアが注目**し、多くの報道で取り上げられる

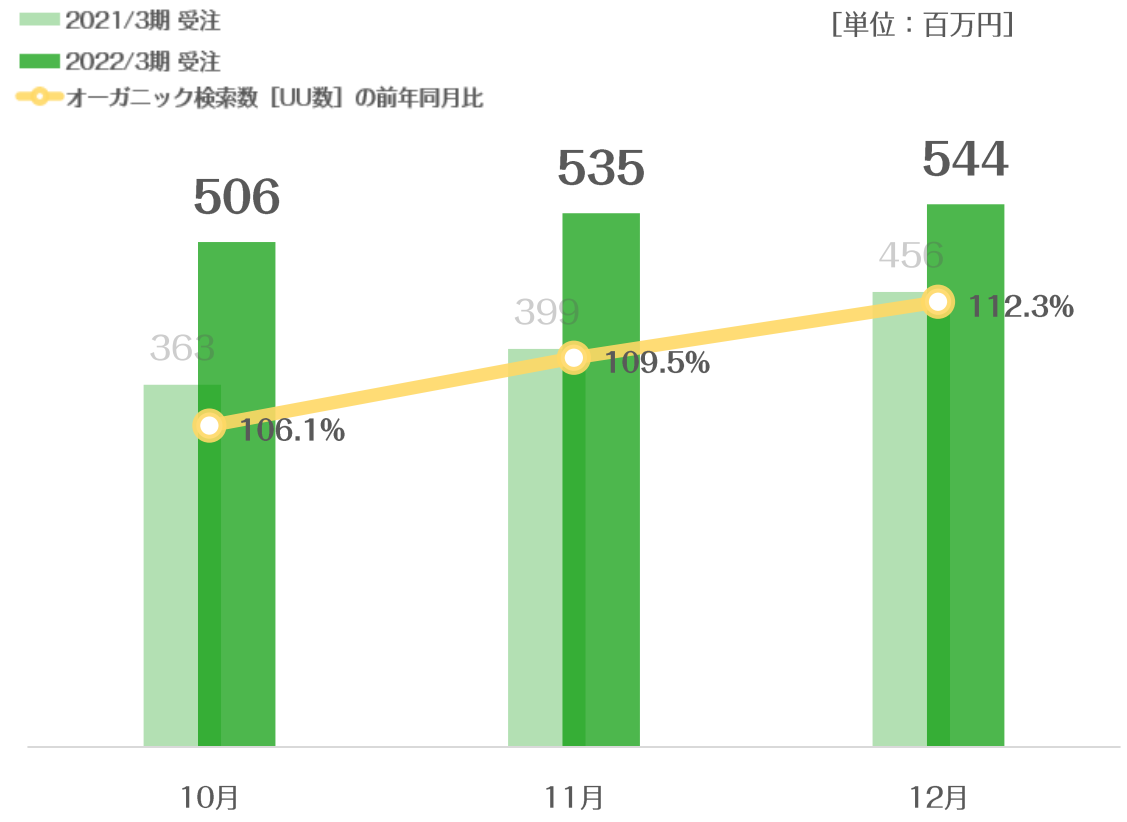


【出所】  
※画像左：2021年12月21日 テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」による当社報道  
※画像中：2021年11月12日 フジテレビ「Live News イット！」による当社報道  
※画像右：2021年10月5日 テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」による当社報道



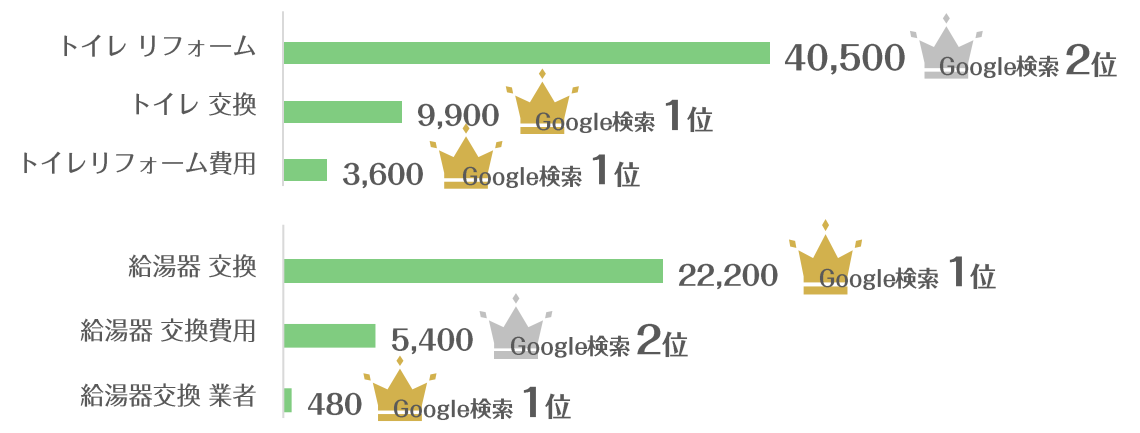
## 3QにおけるWebサイトへのオーガニック検索<sup>※1</sup>によるアクセス数は、前年同月を順調に上回り推移 受注も前年同月を確実に上回り、競争力はさらに強化

### 受注の推移



### 主力商材で特に商品供給が悪化している「トイレ」「給湯器」の例

購買行動に関連するキーワードの検索回数<sup>※2,3</sup> [ひと月あたり]

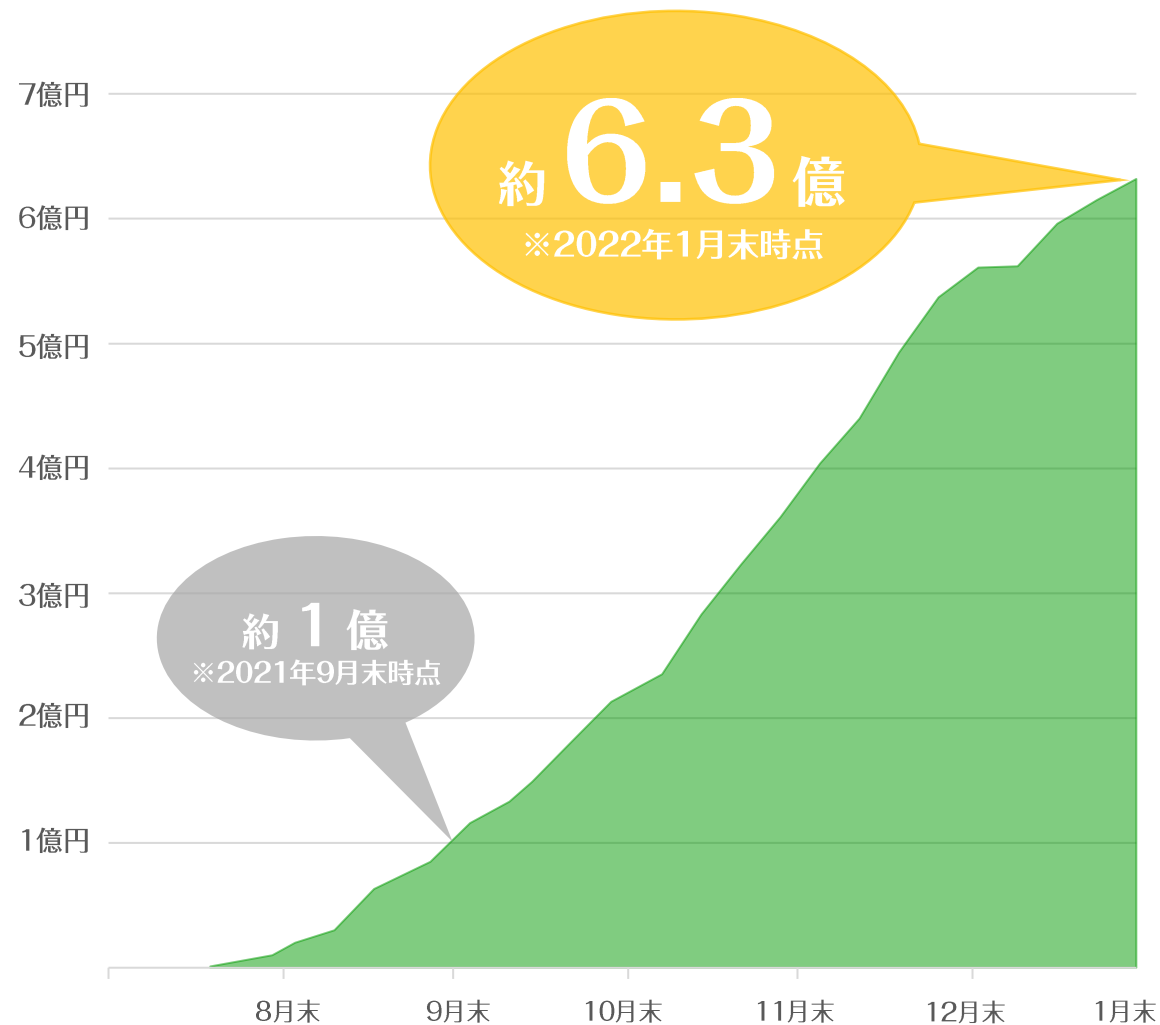


※1 オーガニック検索とは、検索結果ページに表示されるもののうち、検索連動型広告（リスティング広告）などの  
 広告表示を除いた検索結果のことを指します。  
 ※2 Google広告キーワードプランナーより直近1年間の検索ボリュームをもとにひと月あたりの検索回数を算出  
 ※3 2022年2月3日時点のGoogle検索順位

## バックオーダーは大幅に増加

- ・ **受注は順調**であるが、部品不足などのサプライチェーンの混乱の影響が波及し、2021年10月以降は **商品納期未定の注文が増加**している

### 1月ごとのバックオーダー金額の推移



2022年1月末時点においても目立った改善は見られず、**繁忙期である下半期に影響が直撃**  
**3月末までの解消は見込めない**と予想

### メーカーごとの商品供給遅延の状況

- ・給湯器は9月発注分がいまだに納品されていない状況で、特に影響が大きいのはリンナイ社とノーリツ社
- ・トイレや温水洗浄便座は10月以降悪化し、特に影響が大きいのはTOTO社

今後の予想

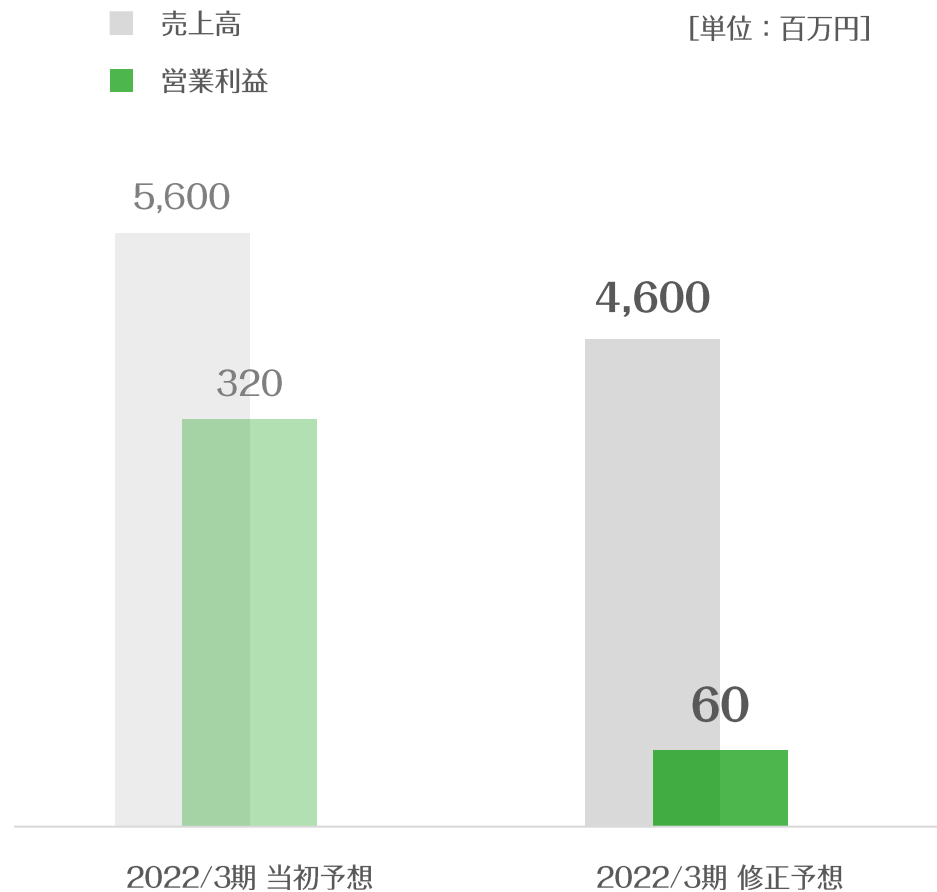


主要メーカー	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3
リンナイ												
ノーリツ												
パロマ												
TOTO												
LIXIL												
Panasonic												



## 解消は翌期にズレ込むと判断

- ・2022年1月の状況を踏まえ、現状の商品供給の状況では年間決算においてもバックオーダーの解消には至らないと判断
- ・また、オミクロン株の国内感染拡大を始め、2022年2月には中国の春節や北京オリンピック開催などがあり、今後もサプライチェーンの乱れが生じる可能性を懸念
- ・それらを踏まえ、4Qでは3Q並みの商品供給が継続する前提で売上高は**4,600百万円** [当初予想 △17.9%]  
販管費は圧縮しつつも今後の成長を見越した継続投資を前提に営業利益は**60百万円** [当初予想 △ 81.3%] へと下方修正



[単位：百万円]

## 売上高は引続き増収確保

- 商品の入荷遅延ははまだ目立った改善が見られないが  
3Q累計売上高は前年同期比 +4.5%成長
- ただし、計画の工事件数を行えなかったことが影響し、  
営業利益は67百万円となり、前年同期比 △ 67.2%

	2021/3期 3Q累計実績	2022/3期 3Q累計実績	増減額	増減率
売上高	3,488	<b>3,644</b>	155	<b>+4.5%</b>
売上総利益	875	<b>897</b>	22	<b>+2.6%</b>
売上総利益率	25.1%	<b>24.6%</b>	△ 0.5pt	—
営業利益	204	<b>67</b>	△ 137	△ 67.2%
営業利益率	5.9%	<b>1.8%</b>	△ 4.1pt	—
経常利益	203	<b>66</b>	△ 136	△ 67.2%
四半期純利益	167	<b>40</b>	△ 127	△ 75.9%

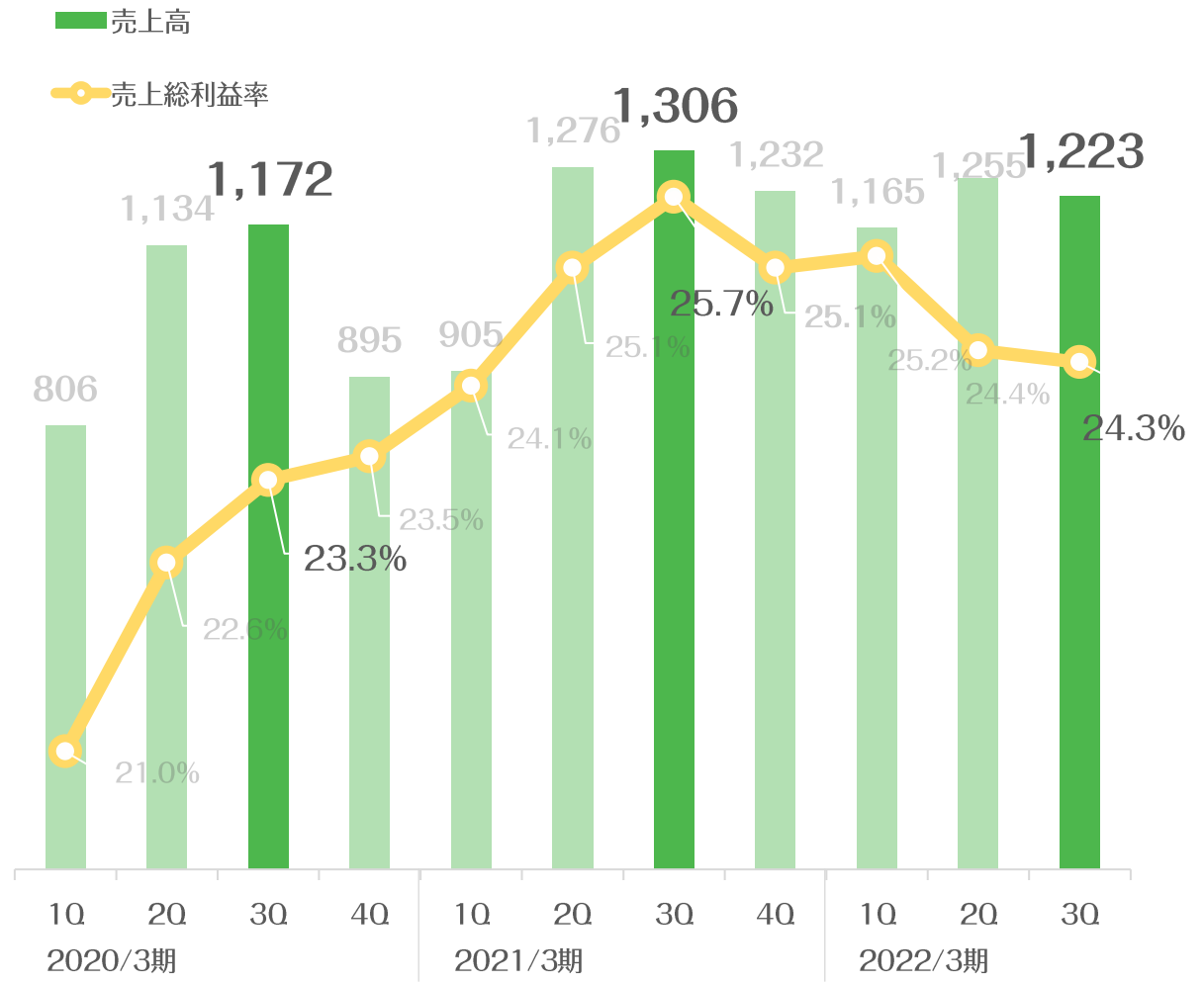
[単位：百万円]

## 2Q並みの売上高で着地

- 商品の入荷遅延が続く状況下でも影響の薄い商材を中心に今期2Q並みの売上高を確保

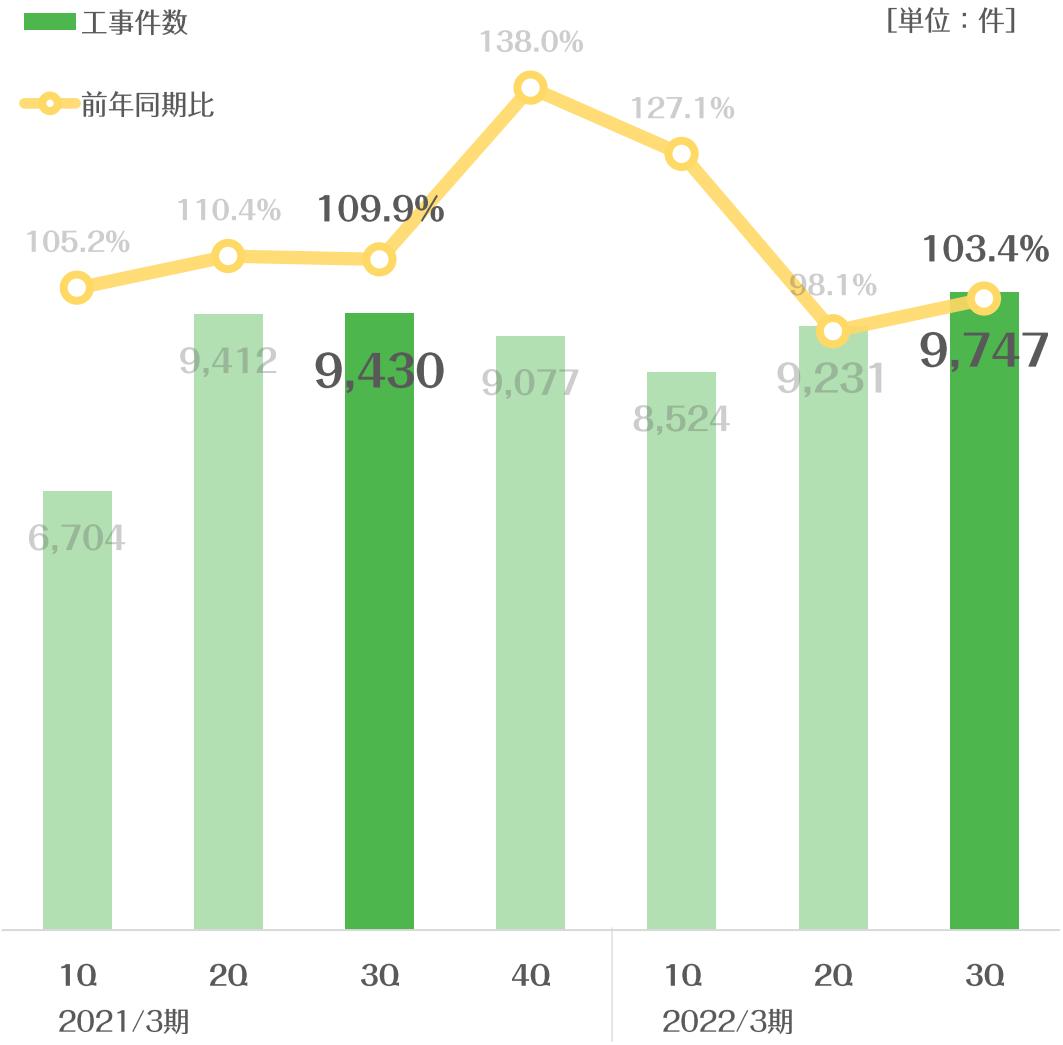
## 売上総利益率を維持

- 売上原価には、施工社員の人件費や拠点賃料などの固定費が含まれているものの、今期2Q水準を維持
- バックオーダーに対応するための施工体制を拡充しているため、商品供給が改善した際には直ちに回復を見込む



## 工事件数は微増

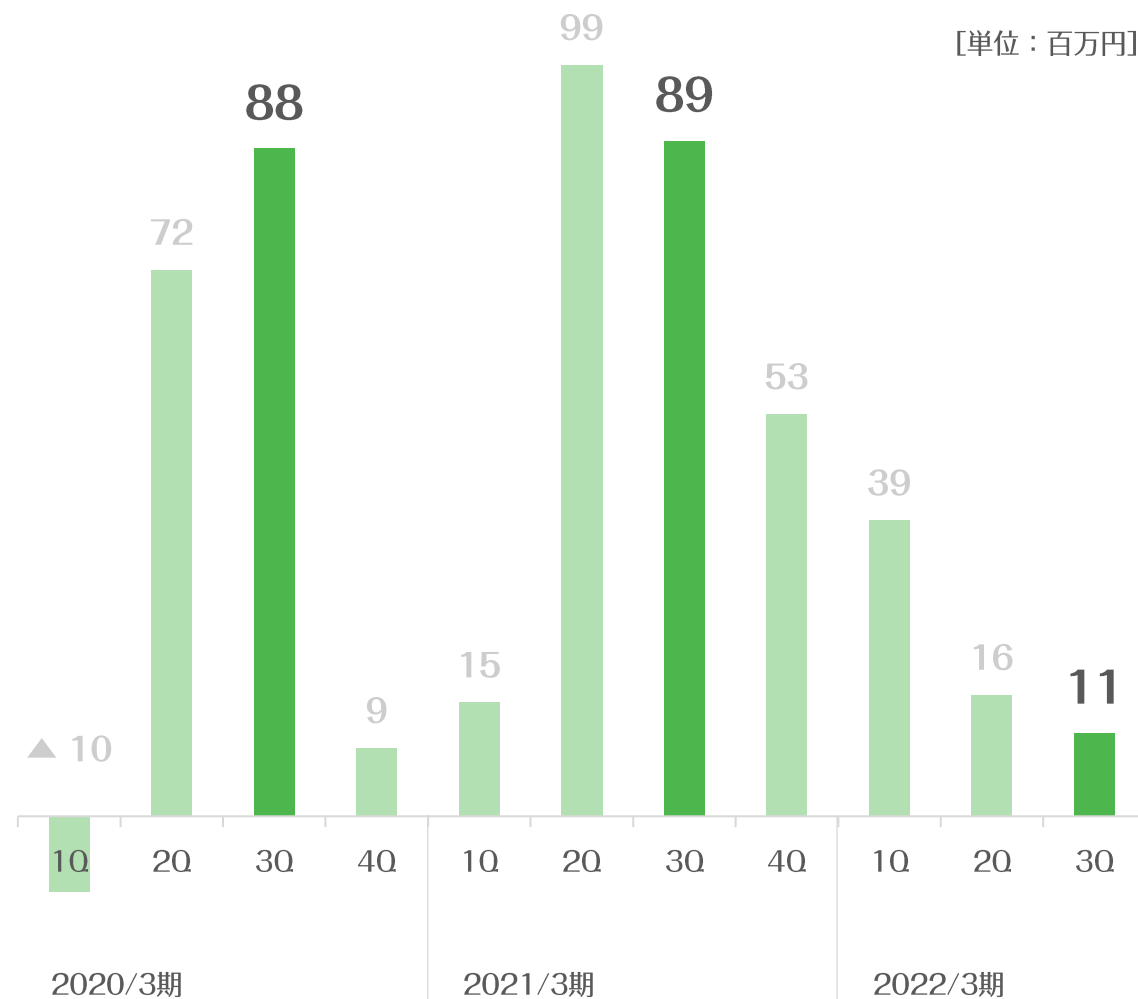
- ・繁忙期の下半期に向けて施工体制は万全にしていたものの、3Qの工事件数は9,747件となり、前期3Qからは317件の微増 [前年同期比：+3.4%]



※ 当社事業モデルを勘案したうえでのKPIは、売上高を構成する指標として工事件数と平均単価となっておりますが、平均単価は毎期大きな変動がないため、工事件数を重要な指標としております。

## 営業利益は引続き限定的

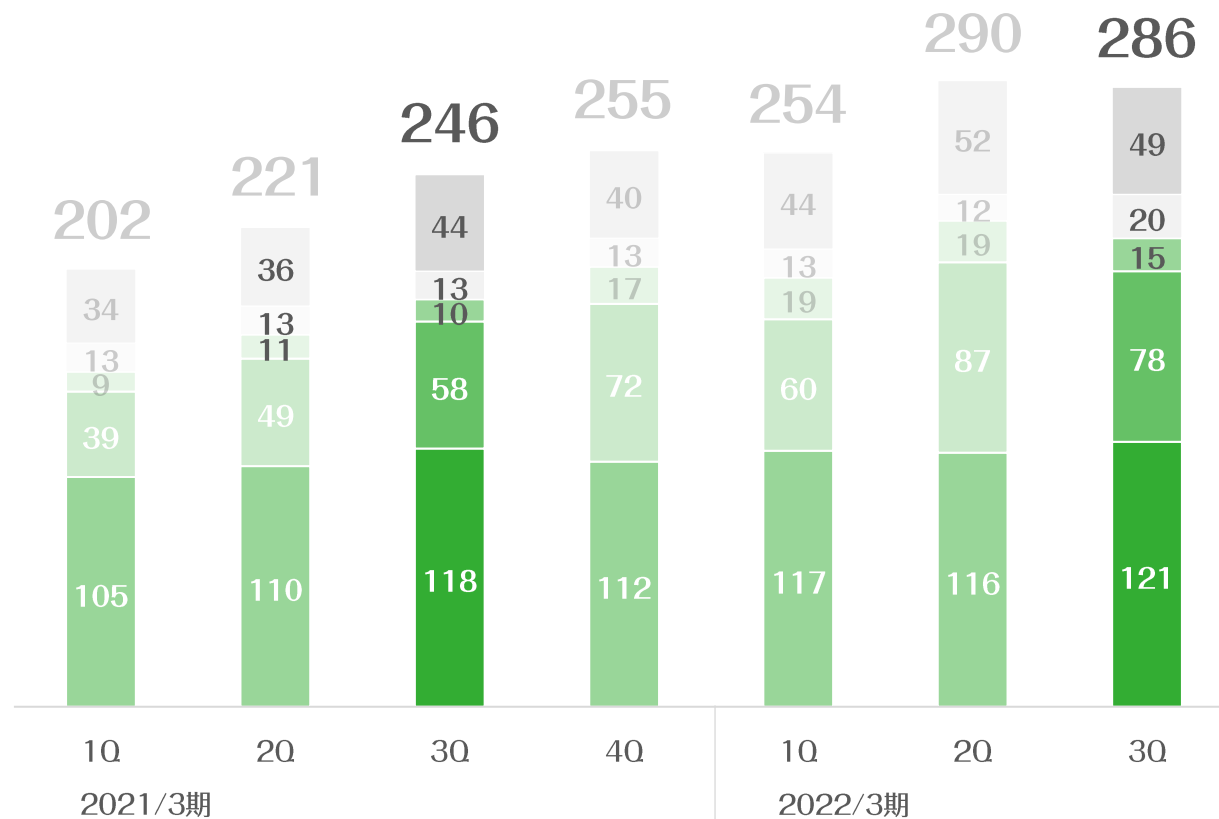
- ・受注ベースでは順調であったものの、商品供給の遅延により、工事完了できず売上の計上が遅れているため、3Qにおける営業利益も引続き限定的



## 広告宣伝とシステム投資は継続

- ・2Qに引続き、3Qも一部地方都市に向けたテレビCMを実施  
将来の成長に向けた広告宣伝とシステム投資は継続
- ・ただし、4Qについては商品供給の正常化の見通しが立たないと判断したため、テレビCMは実施しない方針

■ 人件費 ■ 広告費 ■ システム費 ■ 賃料 ■ その他 [単位：百万円]





[単位：百万円]

## BSに大きな変化なし

- ・ 本社移転および拠点増加に伴う敷金増加、  
ソフトウェアの増加等による固定資産の増加はあるが、  
全体に大きな変化はない

		2021/3期 実績	2022/3期 3Q実績	増減	
資産	流動資産	現金及び預金	947	<b>755</b>	△ 192
		商品	128	<b>149</b>	21
		その他	300	<b>272</b>	△ 27
	固定資産	144	<b>260</b>	115	
資産合計		1,520	<b>1,438</b>	△ 82	
負債	有利子負債	158	<b>117</b>	△ 40	
	その他	573	<b>497</b>	△ 75	
純資産	資本金 [資本剰余金含む]	441	<b>442</b>	1	
	利益剰余金	347	<b>380</b>	33	
負債・純資産合計		1,520	<b>1,438</b>	△ 82	
自己資本比率		51.9%	<b>57.2%</b>	+5.3pt	

# 2 | トピックス

会社分割により施工事業を子会社のKDサービスに承継、**対法人向けサービスもすべて移管予定**  
 賃貸物件向けサービスの展開のみならず、**DXを武器とした相乗効果の高い販売協業モデル**や  
**新たなサービス開発**の協議を進行中

住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**



対個人向けEC販売の  
**セールス&マーケティングに経営資源を集中**

- ① 施工事業
- ② 対法人向けサービス



- ✓ オンライン見積りノウハウ
- ✓ 高品質で安定した施工体制



**設備不具合対応  
トータルサービス**

- ・賃貸住宅管理
- ・賃貸オーナー



**相互送客モデル**

- ・生活サービス



**DXコンサルティング/  
施工アウトソーシング**

- ・メーカー
- ・エネルギーインフラ
- ・ネット通販
- ・家電量販店
- ・ホームセンター



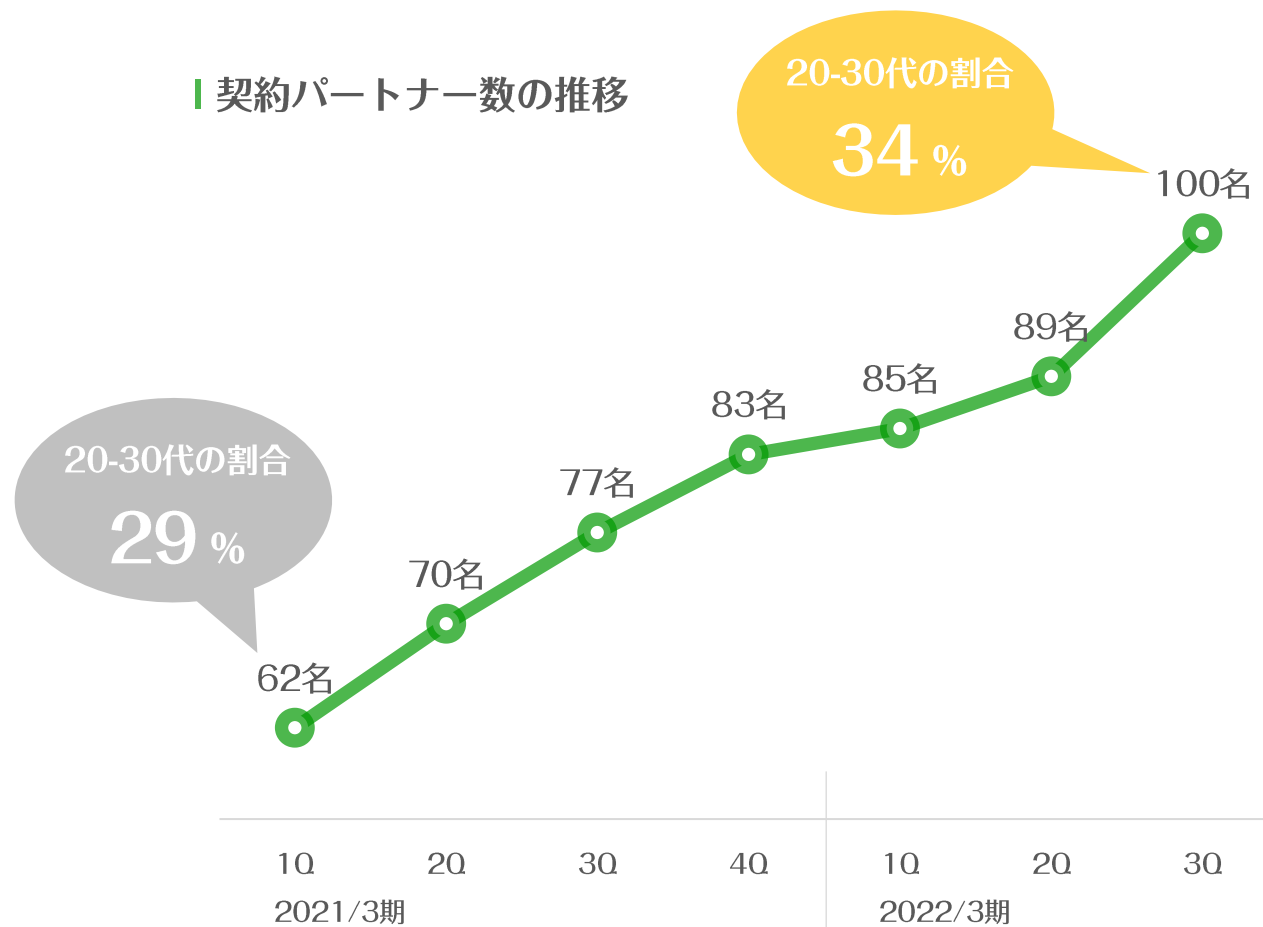
**新サービス  
共同開発**

- ・DX関連
- ・金融

## 積極的に優秀な職人を採用

- ・ 業界全体的に仕事がなくなっている状況だが、  
当社の**知名度・ブランド力が向上**している  
ことにより、**職人採用が絶好調**
- ・ 人手不足や高齢化しつつある職人の市場環境において、  
20-30代の若くて優秀な職人採用が進んでおり、  
ベテランから若手までバランスの良い体制を構築
- ・ 来期以降、商品供給が正常化した際には、  
瞬発力を持って対応できる施工体制

契約パートナー数の推移



# 3

## 事業内容のご紹介

# 住宅設備機器の交換をネットで注文！



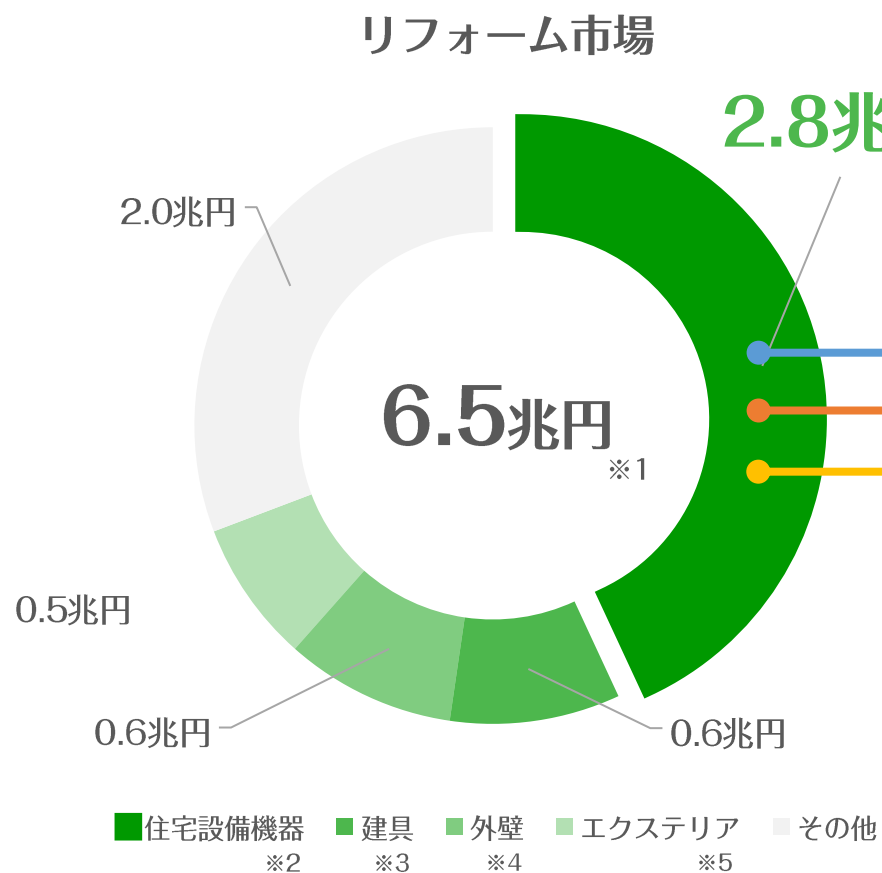


住宅設備の故障や劣化などによる交換ニーズに対して、

自社ECサイト「交換できるくん」で**住宅設備機器と工事をセットで販売**する**eコマース事業**



住宅設備機器は**6.5兆円**と言われるリフォーム産業における**最大市場**







【出所】  
 ※1 ㈱矢野経済研究所：「2021年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」をもとに当社作成  
 ※2 ㈱富士経済：2020年7月16日プレスリリース「住設建材&住生活サービス市場の国内市場を調査」をもとに当社作成  
 ※3 ㈱富士経済：2019年7月18日プレスリリース「住宅設備・建材100品目の国内市場を調査」をもとに当社作成  
 ※4 ㈱タカショー：2020年9月9日リリース「2021年1月期第2四半期決算説明資料」をもとに当社作成

※5 ㈱富士経済：2020年7月16日プレスリリース「住設建材&住生活サービス市場の国内市場を調査」をもとに当社作成  
 ※6 ㈱矢野経済研究所：2020年10月19日プレスリリース「外壁材市場に関する調査」をもとに当社作成

交換できるくんは、専門マーケットが開拓されておらず、

マーケットリーダーが不在であった**チェンジ領域**を開拓し、**マーケットリーダーを目指す**

	← リフォーム領域	← <b>チェンジ領域</b>	← リペア領域 →	
工事の種類	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px;">大規模リフォーム</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・リノベーション</li> <li>・デザインリフォーム</li> <li>・増改築</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px;">一般リフォーム</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・外壁/外構工事</li> <li>・フローリング内装</li> <li>・システムキッチン</li> <li>・浴室/ユニットバス</li> </ul>	<div style="background-color: #008000; color: white; padding: 5px;"><b>住宅設備機器の交換</b></div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビルトイン食洗機</li> <li>・ビルトインコンロ</li> <li>・レンジフード</li> <li>・トイレ</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px;">補修・小工事</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・トイレ水漏れ修理</li> <li>・パイプのつまり</li> <li>・住宅設備の修理</li> <li>・壁紙の補修工事</li> </ul>
	費用イメージ	<b>300万円～</b>	<b>50～300万円</b>	<b>5～50万円</b>
マーケットリーダー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハウスメーカー</li> <li>・リノベーション会社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リフォーム会社</li> <li>・家電量販店</li> </ul>	<p>マーケットリーダー不在</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・便利屋</li> <li>・水道修理店</li> </ul>

住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**

## I お客様のニーズ・不安

## 1 内容

大がかりな工事はせずに  
住宅設備機器の単品だけを手軽に交換したい

## 2 金額

工事価格が不明瞭でわかりにくい…

## 3 技術

どのような職人さんが来るのかわからない

## 4 専門

どこに頼めばいいかわからない

## I 業者側のホンネ

単価の小さい工事は赤字になるので  
風呂やキッチンのリフォームを受注したい

見積りは無料と言っても、実際はタダで動けない  
工事価格に上乗せしてコストを回収するしかない

職人不足で単品工事では優秀な職人が手配できない

毎年新しくなる住宅設備機器の細かい機能までは  
よくわからない

## ネット見積りから、交換工事、 アフターサービスまで**ワンストップ**

**PCやスマホから気軽に住宅設備機器交換のお見積り・注文**ができ、

優秀な職人が責任を持って交換工事を担当するのが「交換できるくん」の特徴です。

また、**メンテナンス等のアフターサービスまでを一貫して自社管理**することで、

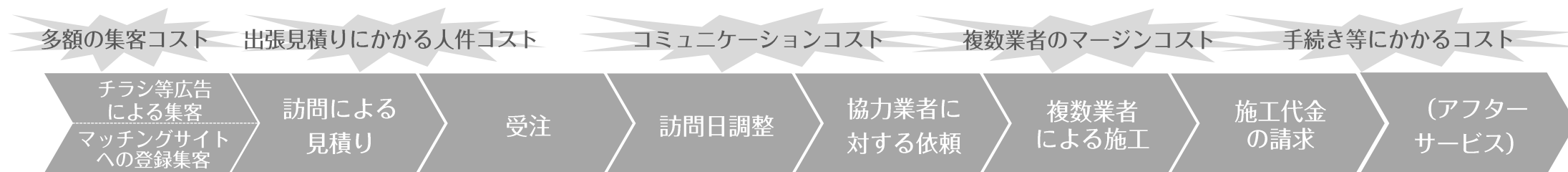
お客様に満足していただけるサービスの提供に取り組んでいます。



従来の商習慣で生じていたコストやエンドユーザーへの負担を解消する

## ITを駆使したシンプルかつ一気通貫のビジネスモデルで収益化を実現

### I 従来型のビジネスフロー



### I 交換できるくんのビジネスフロー



ITを駆使することにより  
プロセスを短縮 & 効率化





ユーザーに有益な情報の蓄積・提供により、サイト訪問者が増加・コンテンツ力が拡大し、

さらにサイト流入が増加する**交換工事メディアの成長サイクル**

この成長サイクルにより、高い集客性と広告コストの削減を実現し、経営効率が向上

### ① データベース構築

- ・国内主要メーカー最新商品を取扱い
- ・売れ筋ランキング
- ・施工事例集 2万件超
- ・ユーザーレビュー 1万件超



### ④ 施工完了まで管理

- ・交換工事
- ・ユーザーレビュー
- ・顧客情報の蓄積
- ・ノウハウの蓄積



### ② サイト流入

- ・強固なSEO※
- ・コンテンツ閲覧



### ③ ユーザーアクション

- ・見積り依頼
- ・注文



※ SEOとは、検索エンジン最適化(Search Engine Optimization)の略称で、GoogleやYahoo!の検索結果で自社Webサイトを上位に表示させるために様々なアプローチでWebサイトを最適化する手法です。

営業マンが出張しない**Web見積り**で、お客様は手軽に依頼でき、事業者としても積極姿勢を可能に！  
1件ごとに状況が違う**工事費もシンプルにパッケージ価格で提示**

## ① 見積り依頼

機器の型番や採寸状況の写真を送信

## ② デジタル見積り

出張見積り不要！

## ③ ご注文

24時間/365日、オンライン上で注文可能

## ④ 交換工事

立会いは工事当日のみ

ウィズコロナに適したビジネスモデル



住宅設備機器の**単品交換に専門特化**することで、**品質が向上し、作業時間も短縮**  
 スケジュール管理の内製化による**無駄のないスケジュール組み**で生産性を向上

一般リフォーム業者のスケジュールイメージ

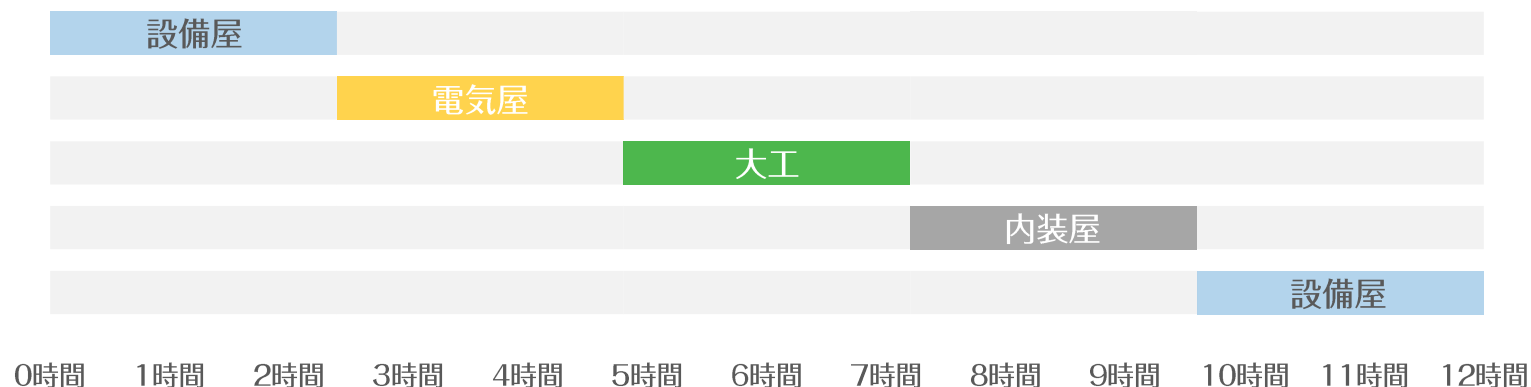


交換できるくんのスケジュールイメージ



トイレ単体リフォームなど、1人の職人が1時間で済むにも関わらず、何人も現場に入らなければならなかった従来の工事を、大工を多能工化させる**独自の育成プログラム**により、**1人が1日間で工事可能**スケジュールが組みやすく、原価も抑えることができるため、価格競争力は高く、**職人への報酬も高い**

### システムトイレ & トイレ内装工事の現場イメージ



### 各職人が 入替わり立替わり工事

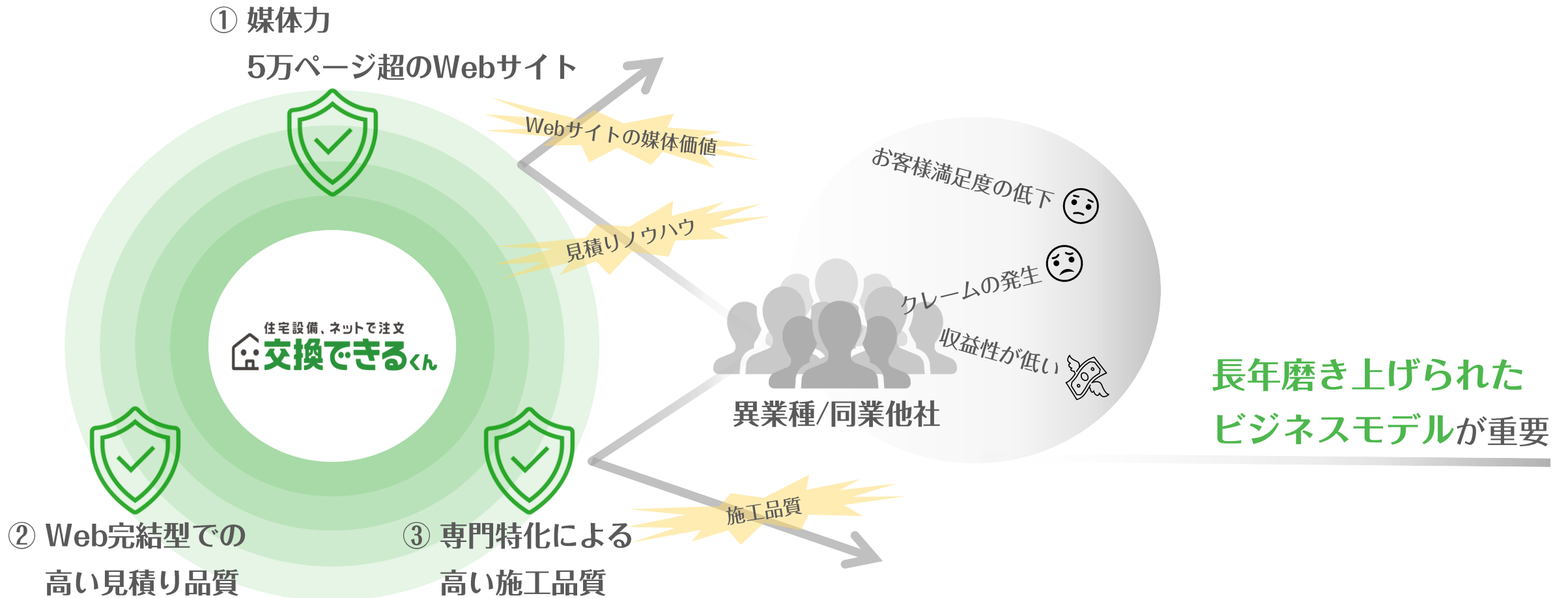
大型工事の一部ならなんとか採算が合うが、トイレ単体工事では、それぞれ職人に空き時間が発生してしまい、コストに見合わず工期も長期化してしまう

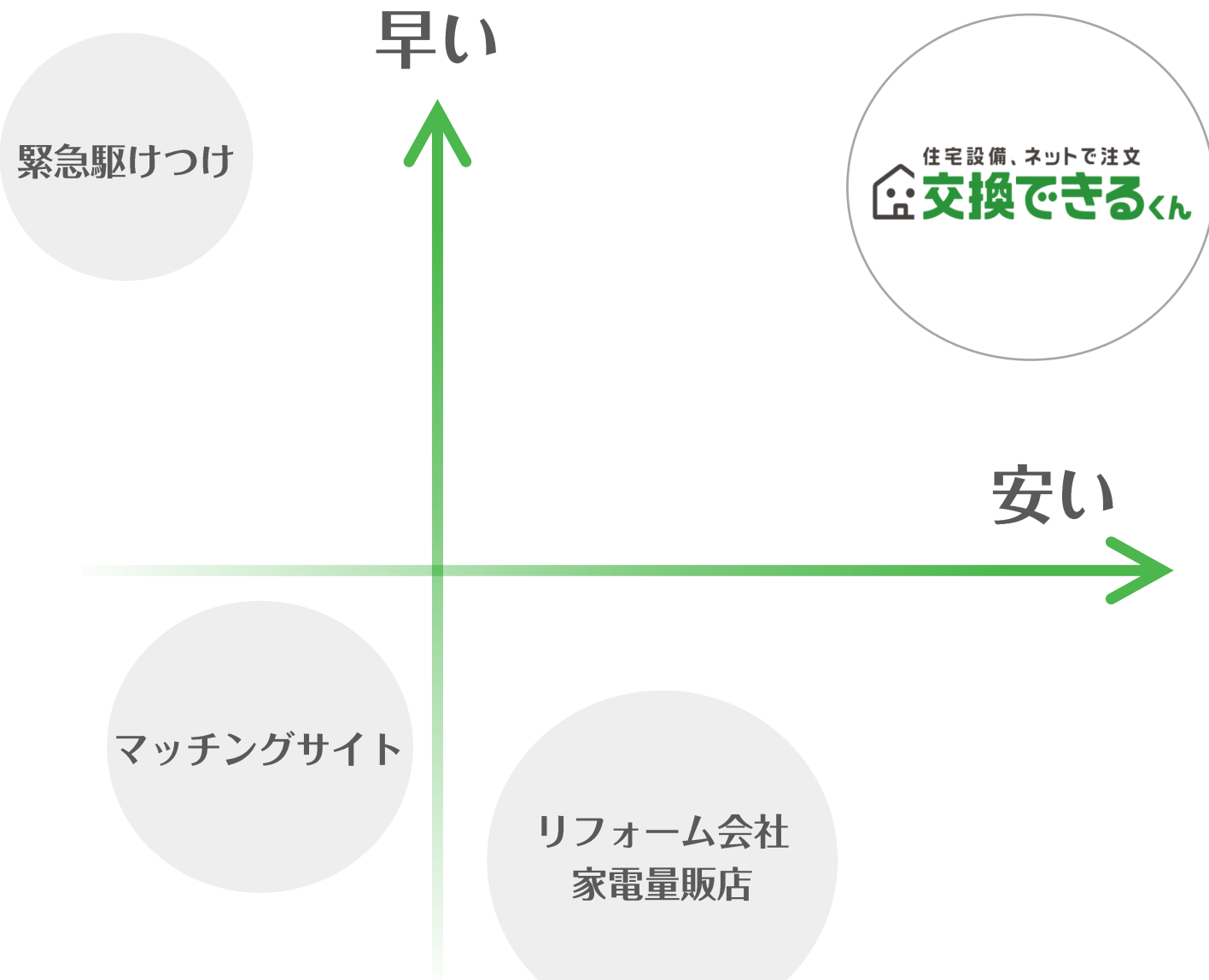


### 優秀な1人の職人が 6時間で完成

専門特化による熟練の施工  
安く・早く・高い品質を実現

コストがかさみ、**収益化が難しい領域**である「住宅設備機器の単品交換」といった市場に、ITを駆使しながらあえて専門特化してきたことで、**一朝一夕には真似できない参入障壁**を構築





## ユニークなポジション

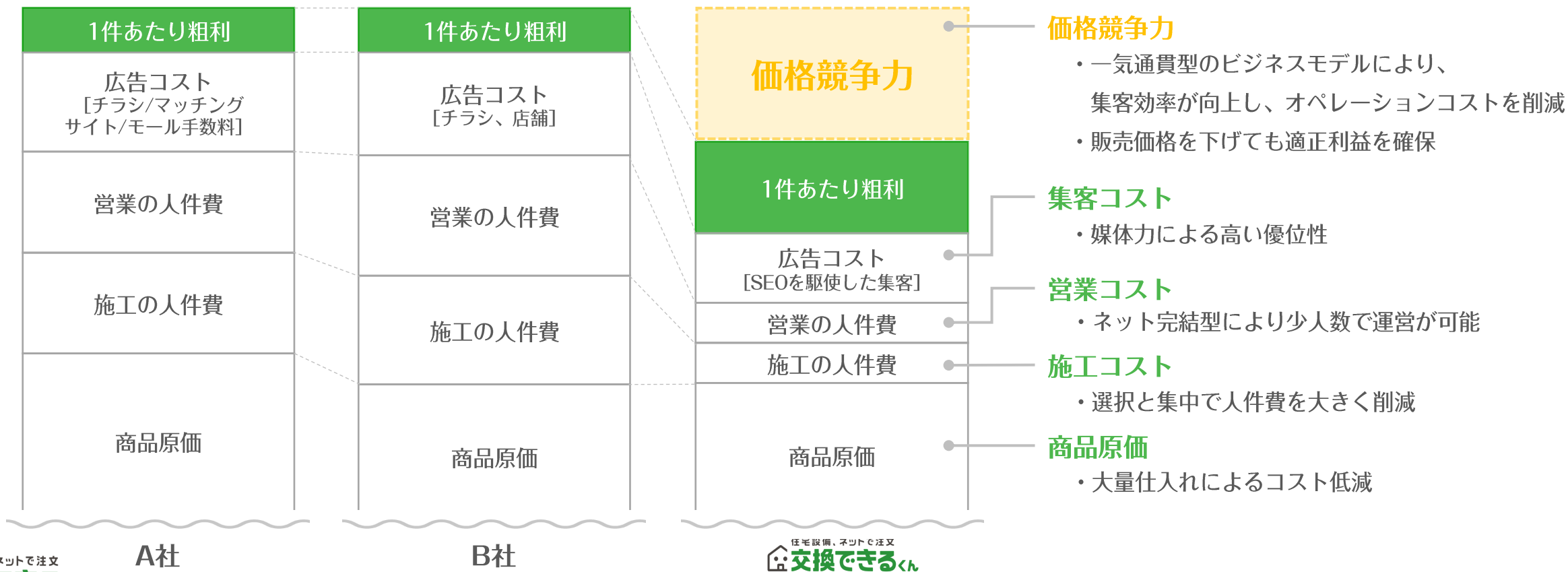
- ・住宅設備工事を**高い品質で、安く、早く提供できる**ユニークなポジションを確立
- ・オンライン/住宅設備機器に特化
- ・オンライン販売の安さとスピード/利便性

## 施工は自社管理

- ・施工は**丸投げせずに自社管理**
- ・アフターサービスまで自社管理することで、**カスタマーサクセスを強化し、常にサービス品質を向上できる**

一般リフォーム領域やリペア領域の取扱いをせず、見積り注文プロセスをデジタル化し、  
**最大市場規模の住宅設備機器の交換に特化**することでオペレーションコストを最適化  
 収益化が難しくマーケットが確立されていなかった**チェンジ領域において収益化を実現**

## I 利益・コスト構造の比較イメージ



## ビルトイン食洗機の交換

## | 交換イメージ



## | 他社見積りイメージ

項目	詳細	金額 (円)
商品	パナソニック ビルトイン食洗機 NP-45MD9S 希望小売価格：税込 224,400円 30%OFF	157,080
解体撤去	既存ビルトイン食洗機撤去	8,800
設備工事	給排水配管改修	22,000
設置工事	ビルトイン食洗機設置工事	13,200
処分費	既存食洗機及び発生材処分	11,000
その他	諸経費 (現場養生費/現場管理費)	11,000

税込合計 223,080

## | 交換できるくんの見積り

※2021年11月10日時点

項目	詳細	金額 (円)
商品	パナソニック ビルトイン食洗機 NP-45MD9S 希望小売価格：税込 224,400円 52%OFF	107,712
基本工事	ビルトイン食洗機交換基本工事	38,500

税込合計 146,212

約 **2/3** の価格



## ビルトイン食洗機を新たに設置

## | 設置イメージ



## | 他社見積りイメージ

項目	詳細	金額 (円)
商品	パナソニック ビルトイン食洗機 NP-45MD9S 希望小売価格：税込 224,400円 30%OFF	157,080
解体撤去	キッチンキャビネット解体撤去	11,000
設備工事	給排水新規配管	33,000
電気工事	100V電源配線工事	19,800
設置工事	ビルトイン食洗機設置工事	13,200
処分費	既存食洗機及び発生材処分	11,000
その他	諸経費 (現場養生費/現場管理費)	11,000
税込合計		256,080

## | 交換できるくんの見積り

※2021年11月10日時点

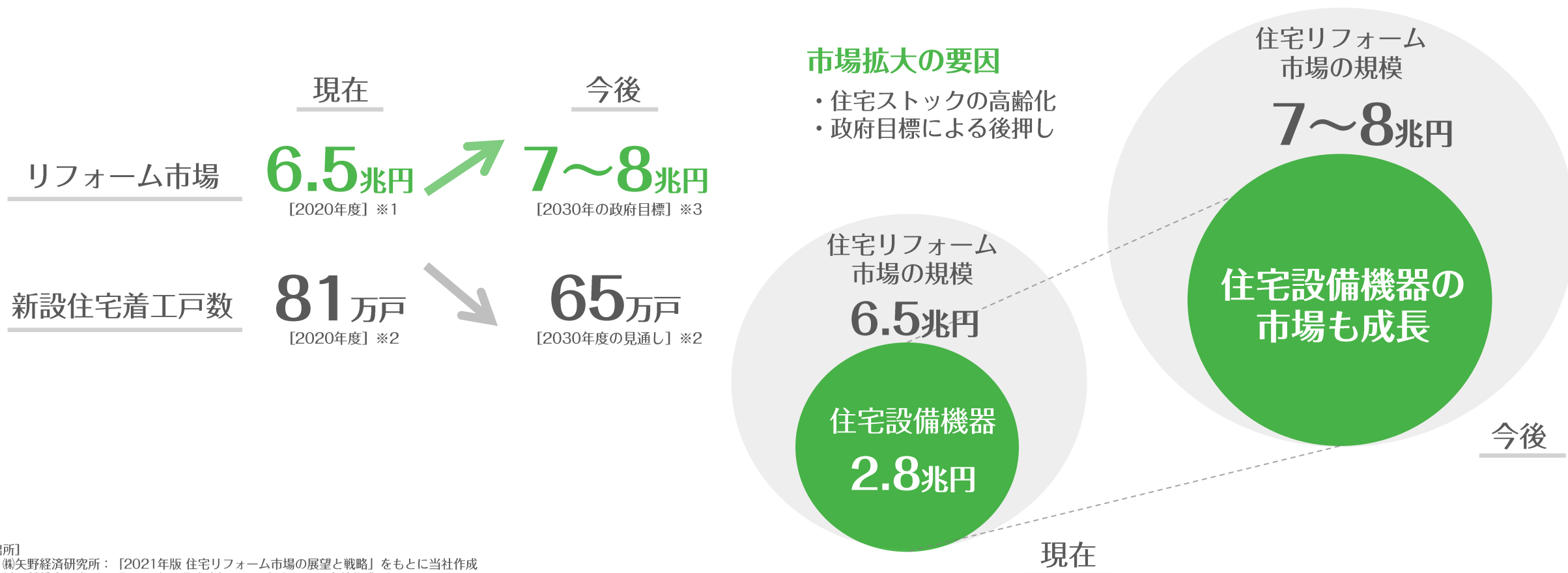
項目	詳細	金額 (円)
商品	パナソニック ビルトイン食洗機 NP-45MD9S 希望小売価格：税込 224,400円 52%OFF	107,712
基本工事	ビルトイン食洗機基本工事	38,500
オプション	給排水分岐配管工事	8,800
オプション	電源分岐配線工事	8,800

税込合計 163,812

約 2/3 の価格

# 4 | 市場の動向

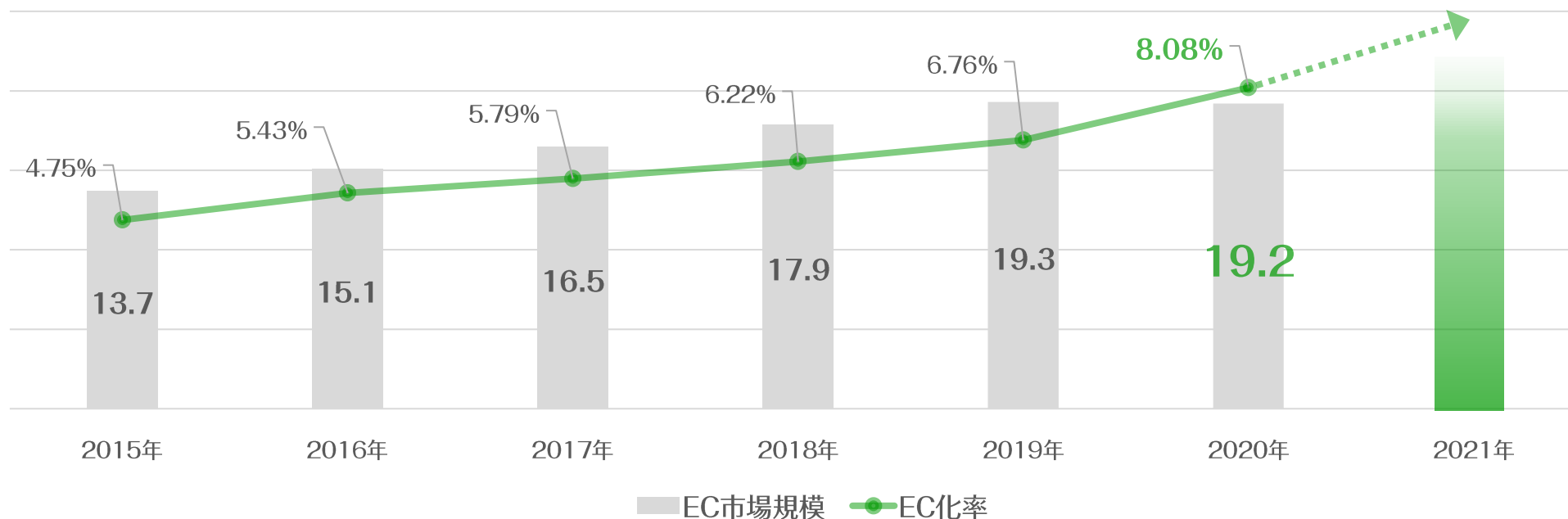
新設住宅着工戸数は今後減少が予測される一方、**リフォーム市場は長期的な拡大**が予測される市場  
**新築からストック住宅へとシフト**していく中で、さらなる事業機会の増加が見込まれる



【出所】  
 ※1 (株)矢野経済研究所：「2021年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」をもとに当社作成  
 ※2 (株)野村総合研究所：「2040年の住宅市場と課題」をもとに当社作成  
 ※3 (株)矢野経済研究所：「2021年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」をもとに当社作成

コロナ禍において一部縮小した分野もあるものの、2020年のBtoCのEC市場規模は**19兆円**  
EC化率については**8%**まで上昇しており、今後も成長が見込まれる

BtoC-ECの市場規模および物販系EC化率の経年推移 [単位：兆円]



【出所】  
※ 経済産業省：「令和2年度 産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」をもとに当社作成

# 5 | 成長イメージ



事業エリア拡大

テクノロジー投資

新規商材

BtoB領域強化

## 事業エリア拡大

都心部から地方まで広域に事業エリアを拡大

## 新規商材

時流に合わせた商材のラインナップを追加、  
事業エリア拡大との相乗効果により売上を拡大

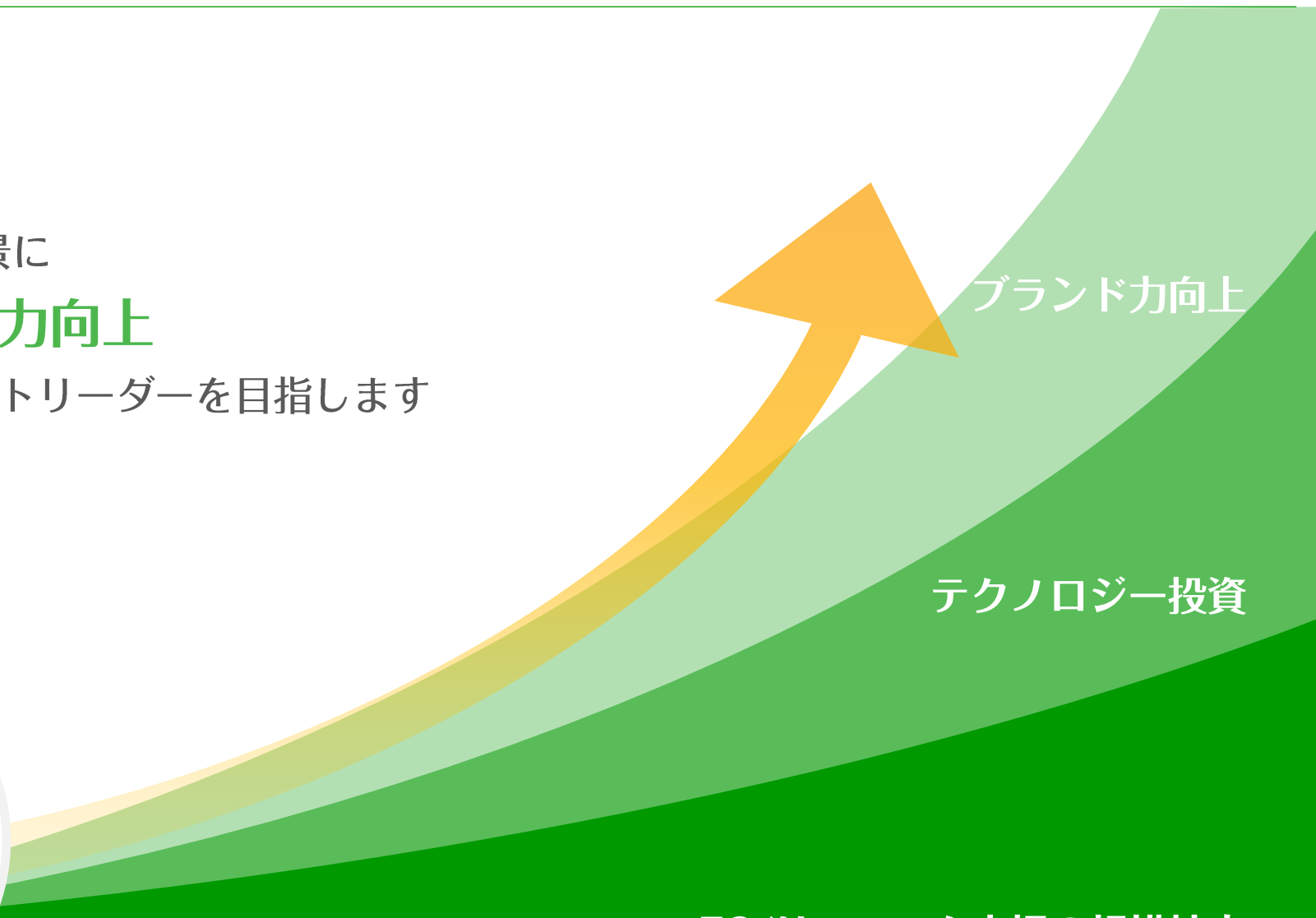
## BtoB領域強化

アライアンスによる法人顧客基盤の拡大

## テクノロジー投資

AI / CRMの強化により顧客基盤を全面強化、  
「顕在需要」と「潜在需要」の両方を狙う

EC・リフォーム市場規模の拡大を背景に  
**テクノロジー投資とブランド力向上**  
を柱とすることで巨大市場のマーケットリーダーを目指します



ブランド力向上

テクノロジー投資

EC/リフォーム市場の規模拡大

# 6 | 参考情報



## 会社概要

## 株式会社 交換できるくん

東京都渋谷区東一丁目26番20号 東京建物東渋谷ビル7F

## 設立日

1998年11月13日

## 経営陣

代表取締役社長	栗原 将	常勤監査役	松澤 修
常務取締役	酒井 克知	社外監査役	鈴木 謙吾
取締役	佐藤 浩二	社外監査役	村木 達也
社外取締役	吉野 登		

## スタッフ数 [2021年3月末時点]

従業員：102名 / 契約パートナー：83名

## 証券コード

7695 [東証マザーズ]

## 企業理念

## 「出会えてよかった！」のために

交換できるくんは、社会で必要とされる存在であり続けるため

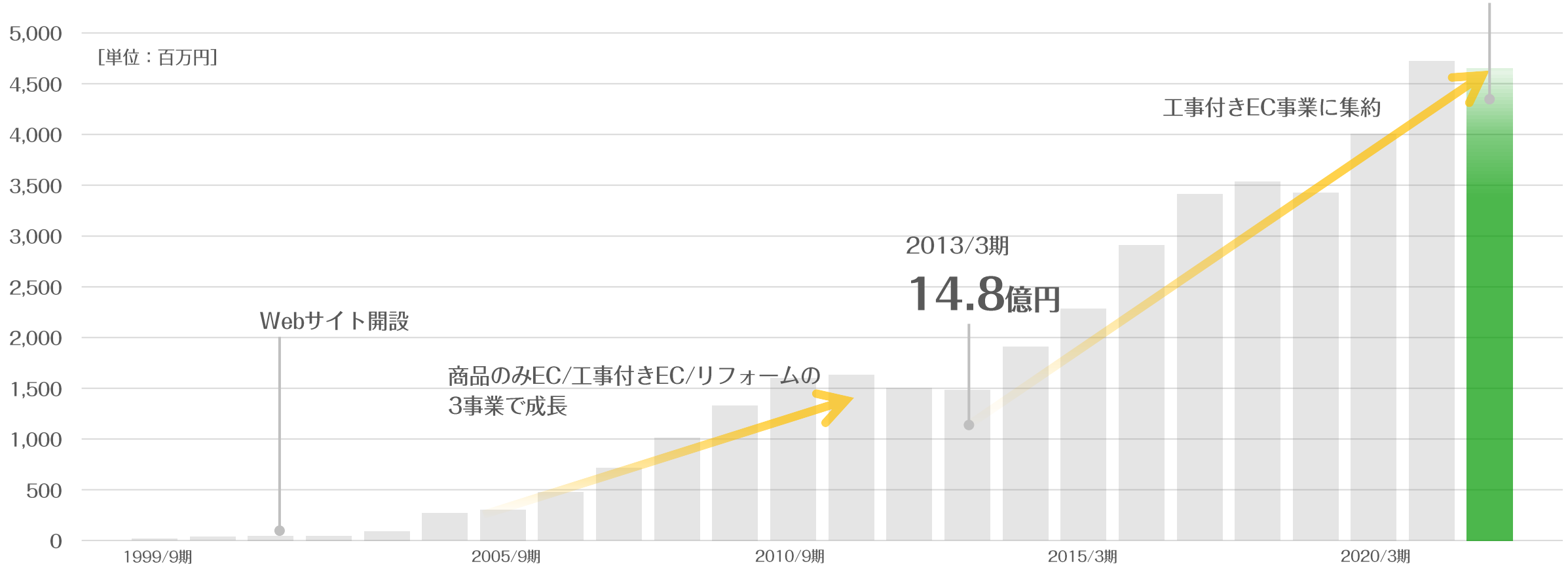
「心から頼んで良かった」「心から働いて良かった」  
という会社であることを目指しています。

そのために、  
お客様に嘘をつかない、お客様をがっかりさせないことを  
何より大切にしています。

そして私たちは、そのことに誇りを持っています。

工事付きEC事業にリソースを集約した2013年3月期以降、売上高は大きく伸長  
EC市場の拡大を背景に交換工事メディアとしての媒体力が成長

## I 売上高の推移と主要沿革



※ 2013年3月期より決算期を9月から3月に変更したため、翌期上半期の実績を反映のうえ12ヶ月分を表示しております。

社会のDX化が進む中においても、**社会と共存できる、時代にマッチしたビジネスモデル**

## Environment

- ・交換できるくんでは、住宅設備の部分交換により、**長く使える住宅環境を提供**
- ・大がかりな工事を減少させ、**廃棄物の削減にも貢献**

## Social

- ・女性従業員の比率は**47%**、**能力に応じた人事評価制度への取組み**を重視
- ・リフォーム業界の労働環境を見直し、男女問わず、**長く働きやすい職場環境**を実現

## Governance

- ・ビジネスの成長に応じたガバナンス体制の構築に継続して取組む

7

よくいただくご質問

よくいただくご質問	ご回答
足元の業績について教えてください。	当社ディスクロージャーポリシーにより、投資家の皆様への情報の公平性を確保する観点から、公開前の決算に関する回答を差し控えさせていただいております。次回の決算発表までお待ちください。
四半期毎の売上に季節性はありますか？	売上高につきましては、例年であれば、過去のトレンドから上半期【4月～9月】と下半期【10月～3月】で概ね45：55の割合となっております。特に1Q【4月～6月】におきましては、大型連休等の兼合いもあり、四半期別では需要が弱くなる期間と捉えております。
工事のリソース【職人の数】は十分に確保できているのですか？	現状の職人の人数であれば、計画値をこなせる人数を配置しており、余力は十分でございます。当社では、さらに今後を見据え、売上高の拡大に併せて適宜採用活動を行っております。
どのようなユーザー層が「交換できるくん」を利用しているのですか？また、リピート率はどのくらいでしょうか？	持ち家世帯の全世代のお客様からご利用いただいております。その中でも40～50代のお客様がボリュームゾーンとなっております。リピート率の具体的な数値は非開示とさせていただきますが、一度当社サービスをご利用いただいたお客様の多くは、サービスの手軽さと品質の良さを実感いただいております。そういったお客様が別の機器の故障または新しい機器に取替えたいといった交換需要が出てきた際に、再度サービスをご利用いただいております。自然とリピーターになっていただけることが多いのが現状です。
知名度向上に向けてテレビCMは実施しないのですか？	テレビCMにつきましては、各対応エリアにおいてスポットで試験的に実施しております。今後もSNSでの配信なども併せまして効果的なものを見極めながらマーケティングを実施してまいります。
さまざまな会社がある中で、「交換できるくん」に依頼するメリットは何ですか？	価格面はもとより、住宅設備機器の交換に特化している当社だからこそできる、長年の施工実績による正確な見積りと確かな施工技術・カスタマーサポートにより、お客様に安心してご利用いただける点でございます。
今後、リフォーム業者のEC化やEC業者などの異業種参入を考えた場合の参入障壁や当社の強みについて教えてください。	P.31にも記載しておりますが、当社は、業界ではコストがかさみ、収益化が難しい領域である「住宅設備機器の単品交換」といった市場にあえて専門特化してきたことで、一朝一夕には真似できない、①媒体力【5万ページ超のサイト】、②Web完結型での高い見積り品質・対応品質、③専門特化による高い施工品質といった3つの強みがございます。これらをきめ細やかなところまで追求し、20年以上トライアル&エラーを繰返して蓄積してきたノウハウにより、当社はリフォーム業者様や量販店様よりも割安な価格で、かつ適正利益を確保することを実現させております。今後、参入される業者様はこのプロセスを辿る必要があることを考えると、当社は大きく先行しているものと考えております。

よくいただくご質問	ご回答
地方都市への進出はお考えでしょうか？	5大都市圏での展開エリアにおきましては、まだまだ発展余地がございますので深掘りに注力することを基本としておりますが、2021年7月15日付および2021年8月27日付の「事業エリア拡大のお知らせ」にて、中国地方および東北地方への進出を公表させていただいておりますとおり、人口の多い地方都市へのエリア拡大は今後も継続して検討してまいります。
創業者である代表取締役社長は現場経験がおありでしょうか？	当社代表は、創業時から10年ほどは自ら現場に出て施工や現場管理を行い、現場の指揮を執っておりました。加えて、現場を熟知しながらもマーケティング領域も得意としているため、全方位で経営の舵取りを行っております。
従業員数と職人の人数を教えてください。	2021年12月末時点におきまして、従業員数111名〔社員職人16名含む〕となっております。また、職人の人数は社員職人16名と契約パートナー100名で合計116名の体制となっております。
配当方針について教えてください。	当社は設立以来、業績向上のための人的投資やシステム投資の強化ならびに財務基盤を強固にすることが重要であると考え、配当を実施しておりません。株主様への利益還元については、重要な経営課題の一つであると認識しており、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、配当を検討する所存ではありますが、現時点において配当実施の可能性およびその実施時期については未定です。

# 本資料の取扱いについて

---

本資料において提供される情報は、いわゆる見通し情報 [forward-looking statements] を含みます。これらは、現時点における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**