

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

決算説明資料

株式会社 交換できるくん

[東証グロース：7695]

2022年3月期 4Q

2022年1月～2022年3月

1. 2022年3月期 通期業績
2. トピックス
3. 2023年3月期 通期業績予想
4. 事業内容のご紹介
5. 市場の動向
6. 成長イメージ
7. 参考情報
8. よくいただくご質問

1

2022年3月期 通期業績

商品供給の遅延影響は継続

- ・2Qから継続している商品供給遅延に若干の改善は見られたものの、トイレや給湯器などの**主力商材への影響が引続き継続**
- ・バックオーダーの蓄積スピードは緩やかとなったが、2022年4月末時点では**4,000件超、約7.3億円**

最悪期は脱したことによる上振れ

- ・商品供給に一部持ち直しの動きが見られたことにより、2022年2月10日発表の下方修正予想を上回り、売上高は**4,807百万円** [修正予想 + 4.5%]
営業利益は**103百万円** [修正予想 + 72.7%] で着地

業績概況

売上高 [4Q累計]

前年同期比

4,807 百万円

+1.8%

営業利益 [4Q累計]

前年同期比

103 百万円

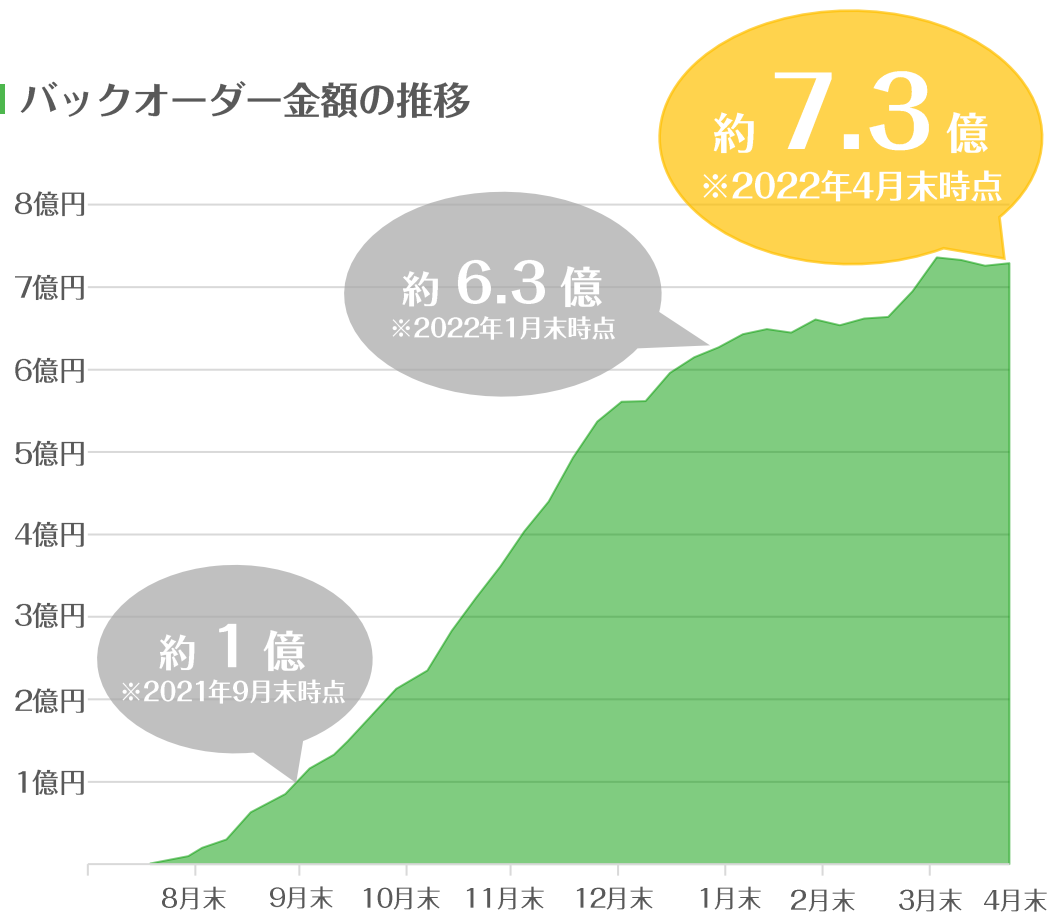
△ 59.8%

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よるサプライチェーンの混乱の影響が波及し、

2Qからは**商品納期末定の注文が増加**

足元では若干の改善があったもののバックオーダーは**高止まりの状態**

I バックオーダー金額の推移



[単位: 百万円]

	2021/8			2021/9			2021/10		
	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末
バックオーダー	-	-	10	30	63	98	133	181	213
増加額	-	-	+10	+20	+33	+35	+35	+48	+32

	2021/11			2021/12			2022/1		
	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末
バックオーダー	282	322	372	440	493	558	561	614	632
増加額	+69	+40	+50	+68	+53	+65	+3	+53	+18

	2022/2			2022/3			2022/4		
	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末	上旬	中旬	月末
バックオーダー	649	645	660	661	663	693	733	726	732
増加額	+17	▲4	+15	+1	+2	+30	+40	▲7	+6

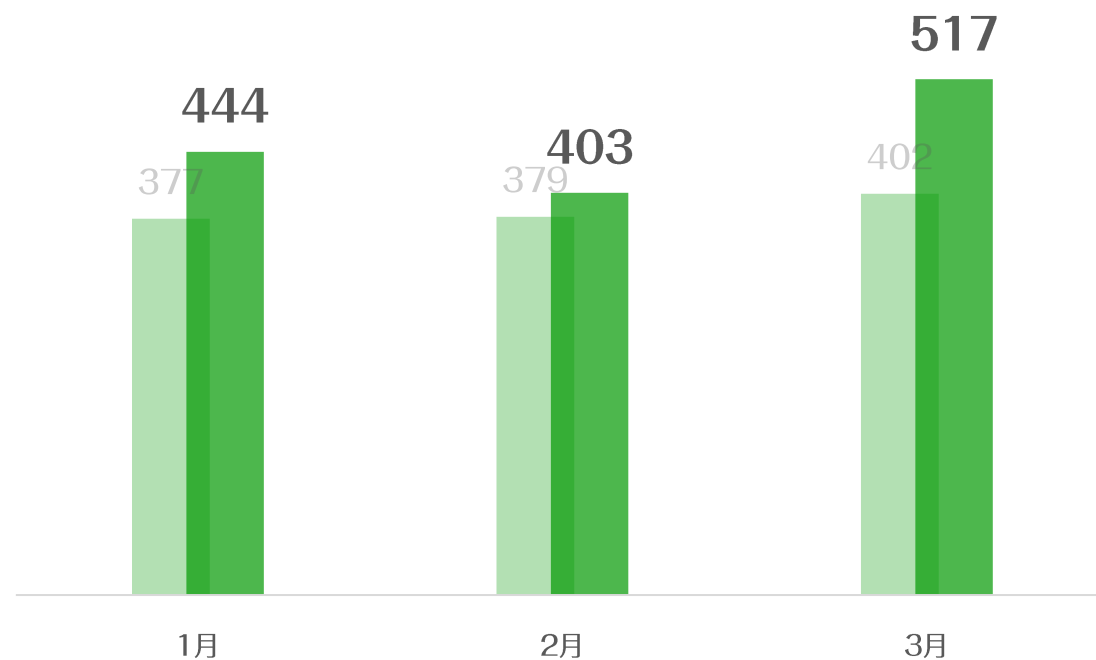
3Qに続き4Qも受注は好調

- ・3月はメーカーの値上げ前の駆け込み需要もあり、
広告費を抑制している中でも受注は前年同月を確実に上回る

受注の推移

■ 2021/3期 受注
■ 2022/3期 受注

[単位：百万円]



バックオーダー解消の見通し

2022年4月末時点で一部メーカーにおいては回復が見られたものの、いまだ状況が改善しないメーカーが多い
 一部メーカーでは、今後、北京や上海におけるロックダウンの影響も懸念される

■ 当社におけるメーカーごとの商品供給遅延の状況※

今後の予想



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

※ メーカー各社からの商品納期連絡をもとに当社にて作成しております。

主力商材への影響

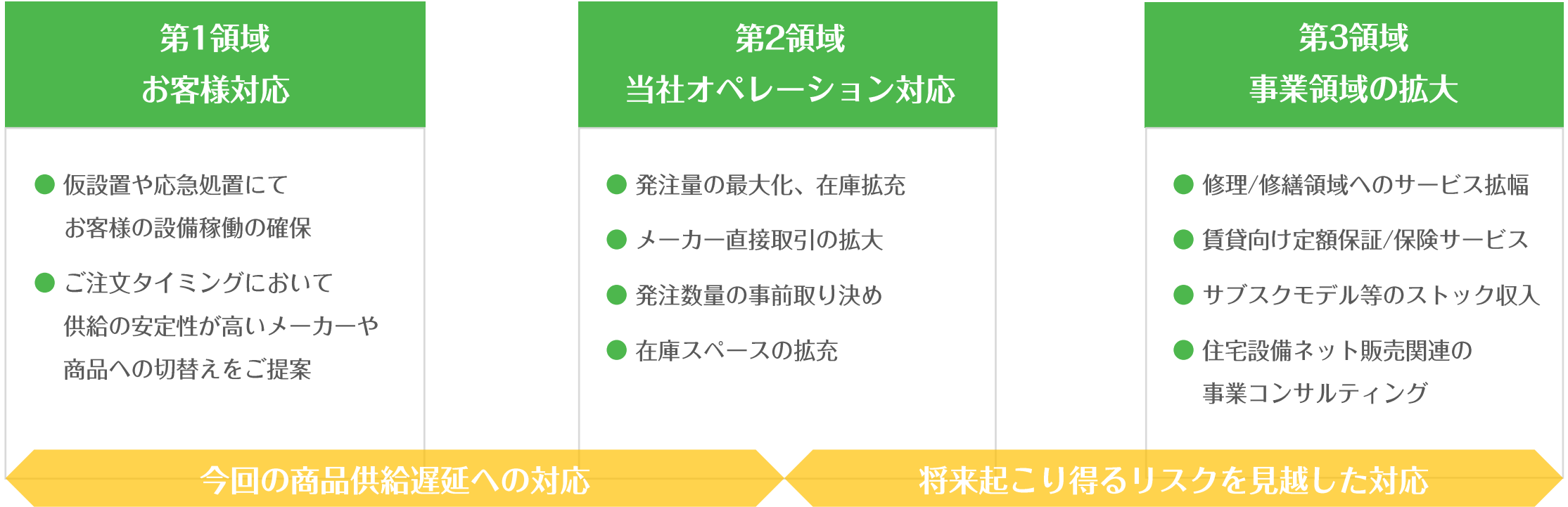
- ・ 当社の主力商材において、当社の強みである
高機能・高価格帯への影響が著しく大きい
- ・ 商品供給の悪化が本格化した下半期において、
主力商材の売上高は大きく減少

主力商材の売上高の対前期比較

		上半期 [4月～9月]	下半期 [10月～3月]
リンナイ	高級ガスコンロ	+ 13.6%	▲ 26.0%
	高性能給湯器	+ 42.1%	▲ 64.7%
TOTO	ウォシュレット	▲ 7.9%	▲ 66.7%
	高級トイレ	▲ 7.4%	▲ 26.5%

商品供給遅延への対応策を図りながら、

恒久的には事業ポートフォリオの多様化を進め**収益力の拡充を図る**



[単位：百万円]

売上高は増収確保

- ・ 今期は商品供給の遅延影響を大きく受けつつも、売上高は前期比 +1.8%の成長
- ・ 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103百万円となり、前期比 △ 59.8%

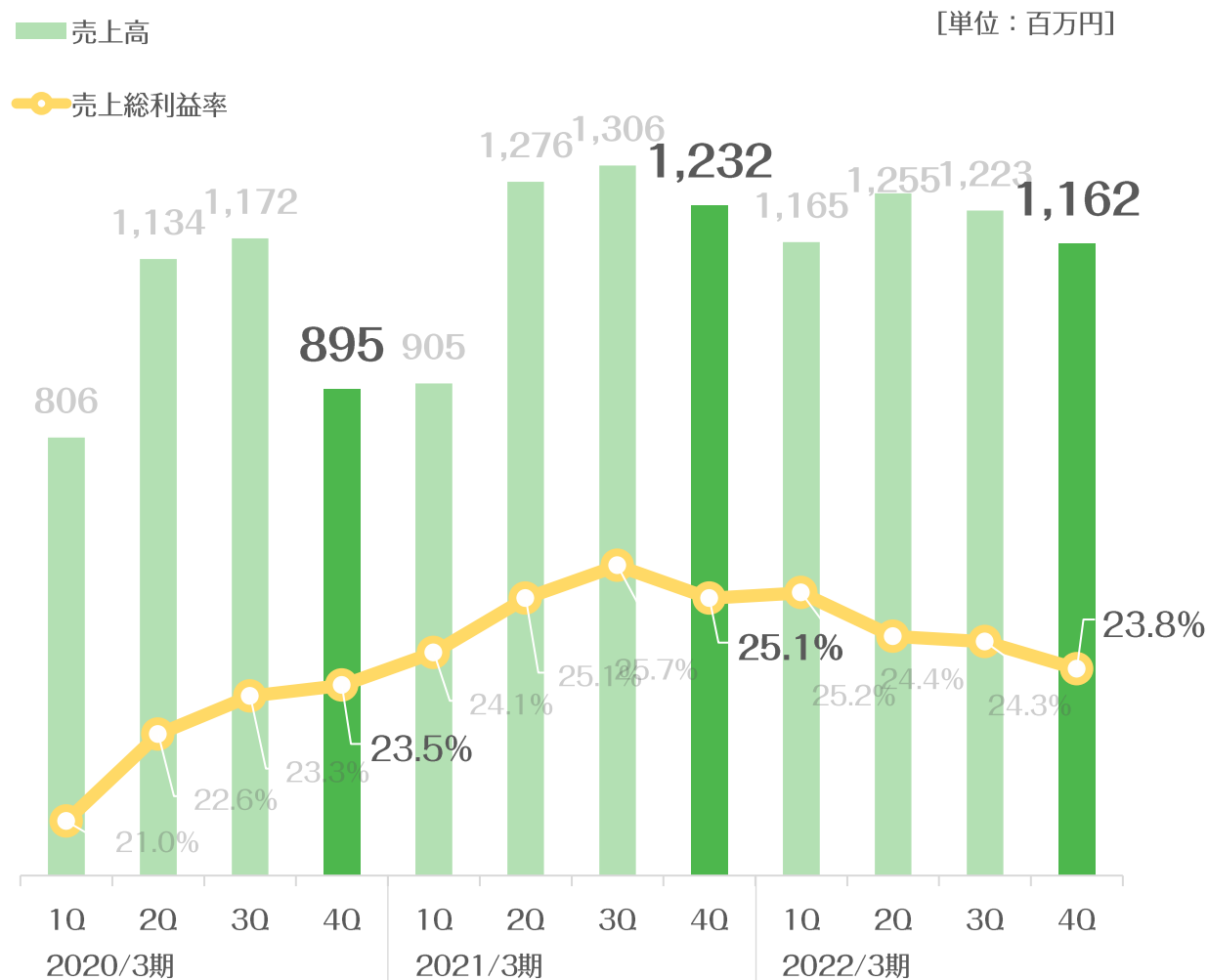
	2021/3期 実績	2022/3期 実績	増減額	増減率
売上高	4,721	4,807	86	+1.8%
売上総利益	1,183	1,175	△ 8	△ 0.7%
売上総利益率	25.1%	24.4%	△ 0.7pt	—
営業利益	257	103	△ 153	△ 59.8%
営業利益率	5.5%	2.2%	△ 3.3pt	—
経常利益	255	102	△ 152	△ 59.7%
当期純利益	205	66	△ 139	△ 67.8%

4Qは想定を上回る売上高で着地

- 商品供給に一部持ち直しの動きが見られたことにより、4Qの売上高は11.6億円を確保

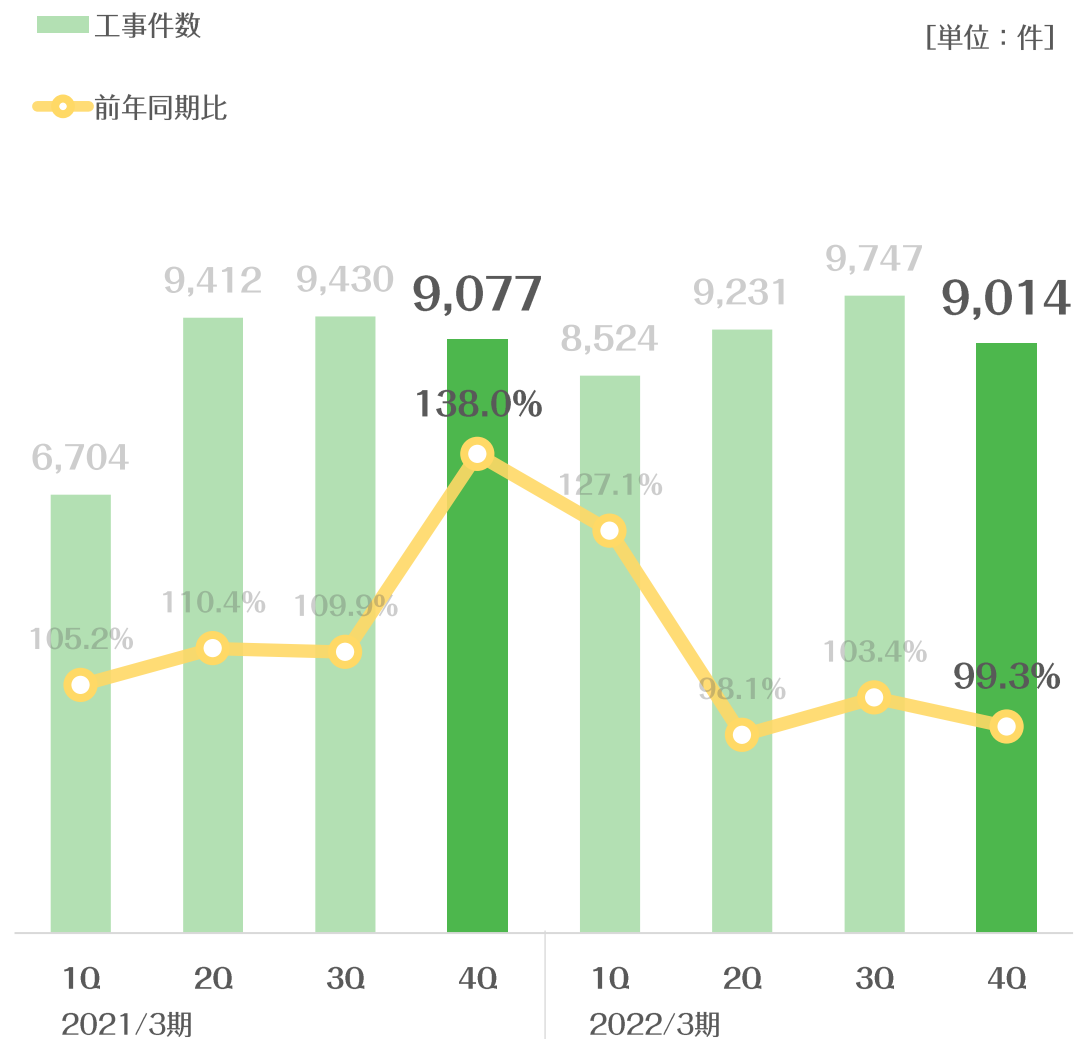
売上総利益率は微減

- 季節性や高価格商品の入荷が遅延している影響に伴い、3Qよりもトップラインが微減したことにより固定費分が減少
- バックオーダーに対応するための施工体制は引続き拡充しており、商品供給が改善した際には直ちに回復を見込む



工事件数は前期4Q並み

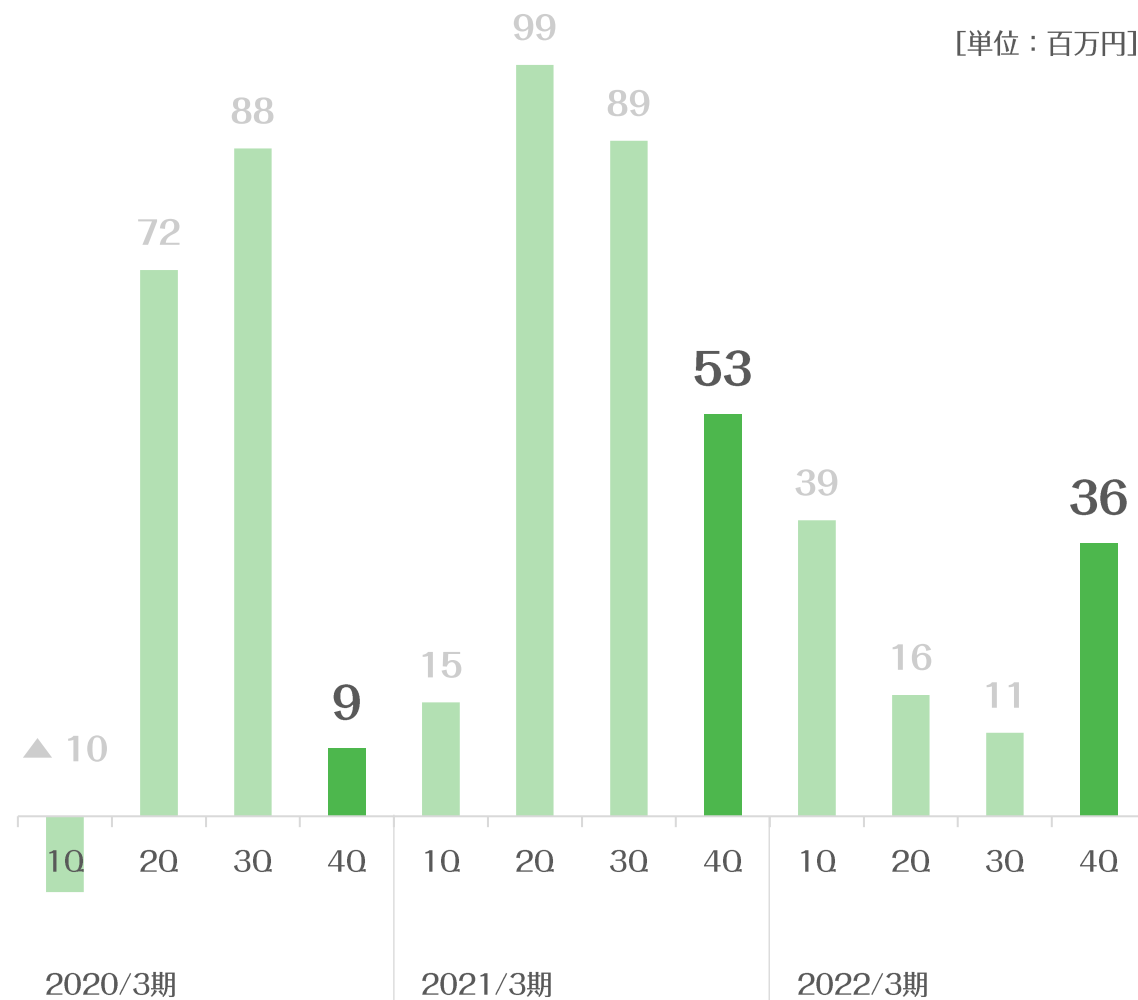
- ・ 4Qの工事件数は9,014件となり、
前期4Qからは63件の微減 [前年同期比：△0.7%]
- ・ 低価格商品の入荷はあるものの、
高価格商品は依然遅延しているため、平均単価は減少



※ 当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。

営業利益は改善

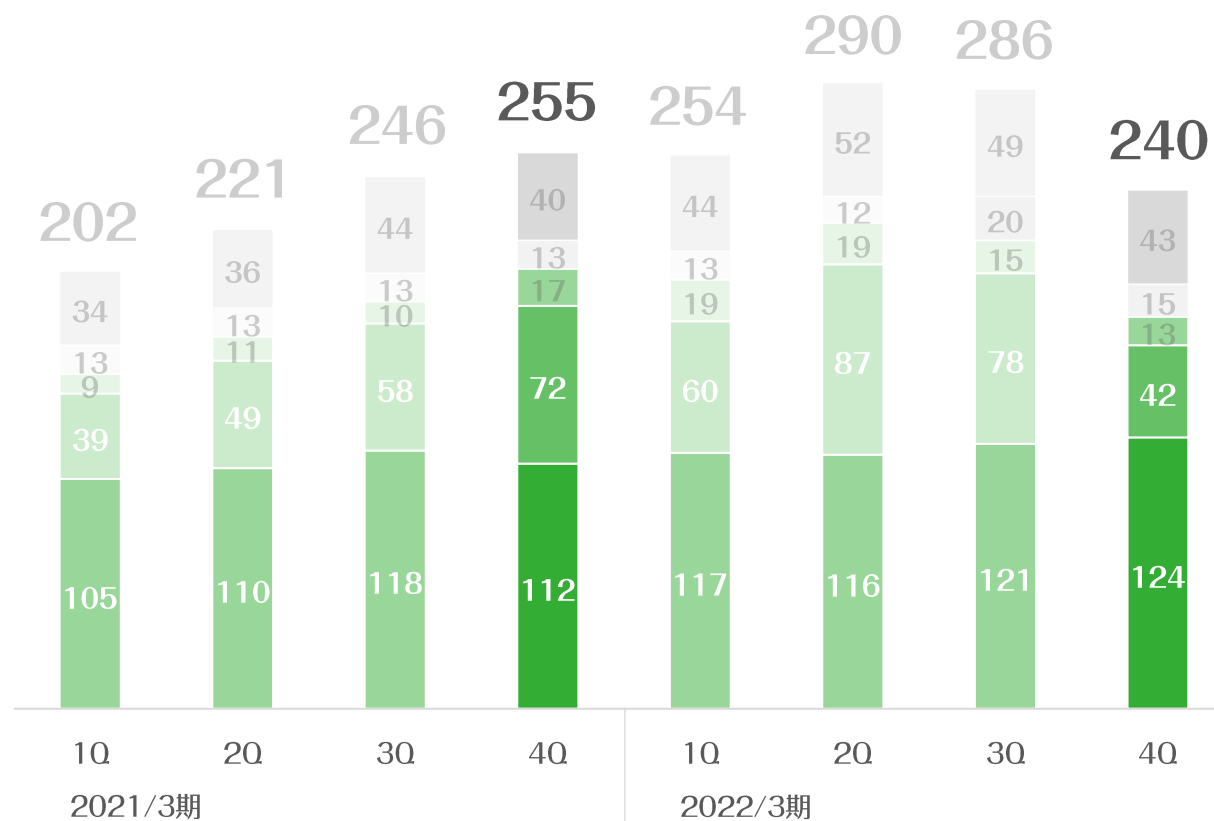
- ・ 売上の計上が遅れているものの、
2Q、3Qよりも**営業利益は改善**



機動的なコスト管理により 販管費を抑制

- ・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、積極的な広告展開は見送り

■ 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]

投資によるキャッシュ減少

- ・システム投資、本社移転および拠点増加などの投資関連によりキャッシュは減少

商品在庫は一時的に増加

- ・期末にかけて商品の入荷があったため、商品在庫は一時的に増加

		2021/3期 実績	2022/3期 実績	増減	
資産	流動資産	現金及び預金	947	740	△ 207
		商品	128	199	70
		その他	300	307	6
	固定資産	144	237	92	
資産合計		1,520	1,483	△ 37	
負債	有利子負債	158	105	△ 53	
	その他	573	529	△ 43	
純資産	資本金 [資本剰余金含む]	441	442	1	
	利益剰余金	347	406	58	
負債・純資産合計		1,520	1,483	△ 37	
自己資本比率		51.9%	57.2%	+5.3pt	

2 | トピックス

賃貸住宅向けエアコン、エコキュートの取扱いを開始

エアコン販売は今夏においては体制構築や仕入れ環境整備などのため、

限定的に賃貸管理会社様向けに徹し、**来期からは個人のお客様向けの展開を予定**

賃貸住宅向け壁掛けエアコンについて

賃貸物件の壁掛けエアコン交換工事

賃貸管理をカンタンに!

便利でお得な

交換できるくんのエアコン交換にお任せください!

不動産業者様向け特価販売

- サービス価格 ※2022年5月13日時点

東芝製ルームエアコン+エアコン交換工事一式

合計金額：税込み 67,870円～

管理会社様向け窓口：https://sunrefre.jp/site_guide/manage/kabekake_aircon/

賃貸オーナー様向け窓口：https://sunrefre.jp/site_guide/owner/kabekake_aircon/

エコキュートについて

エコキュートが

驚きの安さ!!

Panasonic DAIKIN

- サービス価格 ※2022年5月13日時点

商品本体+リモコン+エコキュート基本工事費

合計金額：税込み 391,930円～

<https://www.sunrefre.jp/ecocute/>

KDサービスの直接取引先と交換できるくんサービスサイト経由の法人取引先を併せ、
法人取引規模の前年対比倍増を目指す

KD SERVICE

営業体制の強化

法人専任
営業チーム
新設



住宅設備メーカー
賃貸管理会社
直接契約

入居者対応
の体制強化

既存取引先

- 住宅設備機器メーカー
- 不動産管理会社

[株式会社Renosy Asset Managementなど]



住宅設備、ネットで注文
交換できるくん

法人向けサービス/商材の拡充

賃貸物件の壁掛けエアコン交換工事

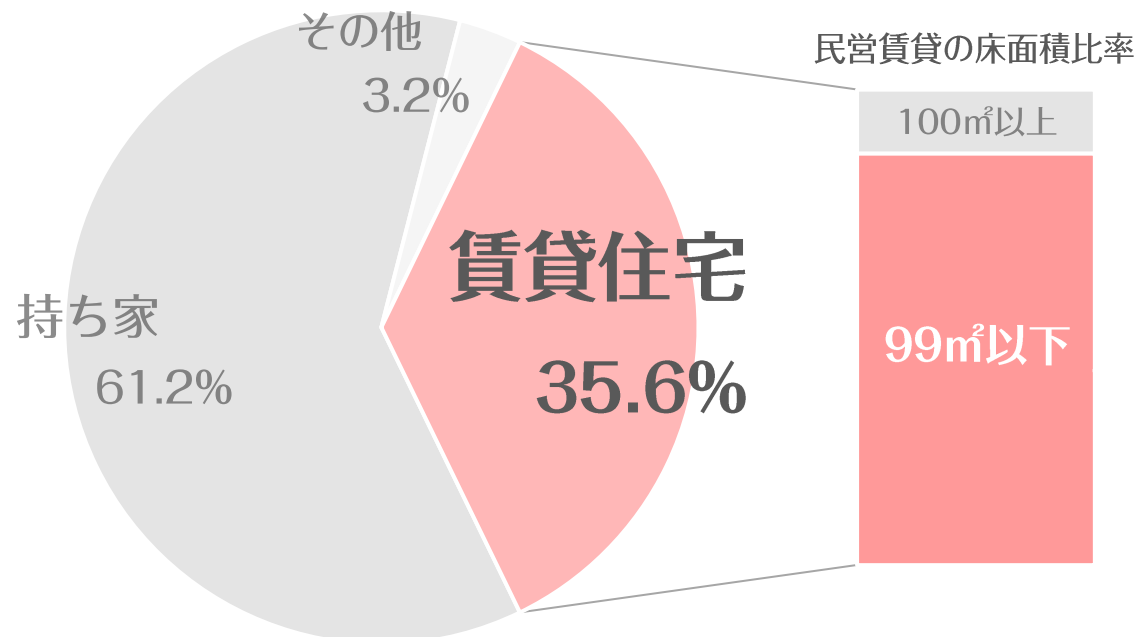


- 賃貸管理マンション向け壁掛けエアコン
- 月締め掛け払い

https://www.sunrefre.jp/site_guide/manage/

安定した交換需要をターゲットに、これまで培った交換できるくんサービスを活かしたモデルで差別化し、事業成長を狙う

持ち家/賃貸住宅の比率 [総数約5,000万戸] ※



- ・ **民営賃貸の約87% [1,324万戸]** が床面積99㎡以下の間取り3LDK以下
- ・ 10年に1度、住宅設備交換が発生すると仮定すると、**毎年132万戸の交換需要が存在**
- ・ 居室スペース10畳以下がほとんどで、エアコンをはじめ住宅設備機器のほとんどがスタンダードモデル
- ・ **安定した交換需要が見込める市場**で、丁寧な入居者対応を強みに事業成長の加速を狙う

【出所】

※ 総務省統計局：「平成30年住宅・土地統計調査」をもとに当社作成

関連パートナー企業との提携により、

買い替え時や修理時の一時負担を減らす**ファイナンスソリューションの準備**を開始

また、賃貸オーナー/管理会社様に対する大幅な管理負担軽減を実現するとともに、「所有から利用へ」の消費行動への転換に遅れをとっている住宅設備業界において、サブスクモデルでもパイオニアを目指す



物流機能のさらなる強化

- ・ 当社最大の横浜商品センターを2022年7月に移転予定
- ・ 増床および複数の倉庫を一か所に集約することで、
商品入荷数の増加への対応力アップ
- ・ 従来の商品センターから床面積を**2.6倍に拡張**、
機動的な商品確保に対応するとともに、
拡販を狙うエアコンの在庫スペース確保や
法人専任チームの拠点として
法人ビジネス拡大の重要投資という位置づけ



※新横浜商品センターイメージ図

3

2023年3月期 通期業績予想

取り巻く環境はいまだ不透明ではあるものの、売上高は前期比+20.6%、営業利益は前期比+150.9%

過去最高の売上高と営業利益を目指す

売上高

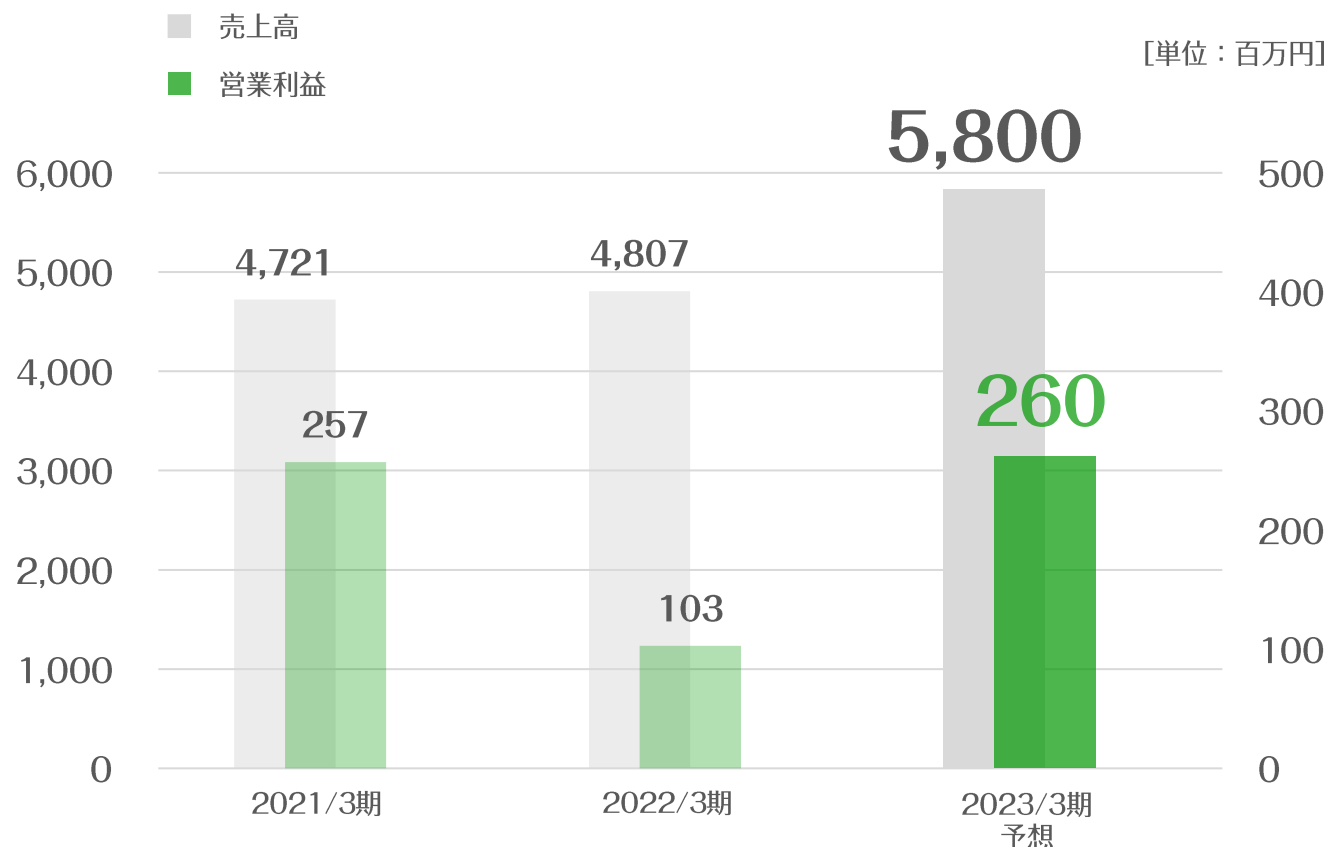
5,800 百万円 [+20.6%]

営業利益

260 百万円 [+150.9%]

親会社株主に帰属する当期純利益

160 百万円 [+142.0%]



商品供給の回復と懸念

- ・当社の足元の入荷状況および主要メーカー各社の決算発表などをもとに、**商品供給に回復の兆し**はあるものの、中国のロックダウン影響といった懸念事項も残るため**業績予想は慎重に判断**

ポジティブ

ネガティブ

メーカー決算発表内容

社会情勢

TOTO※1

- 2022年度計画において、国内住設事業では部品調達影響は解消に向かう
- ウォシュレットに関しては、1Qから2Qにかけて解消の見通し

リンナイ※2

- 2022年度計画において、国内売上高が回復

LIXIL※3

- 国内水回り事業は増収見込み

世界情勢

- ウクライナ情勢
- 原材料費高騰、円安
- 中国主要都市ロックダウン

メーカー見通し※1,3

- 中国のロックダウン影響は「注視」

【出所】

※1 TOTO(株)：「2022年3月期 決算説明資料」および「2022年3月期 決算説明会 質疑応答要旨」をもとに当社作成

※2 リンナイ(株)：「2021年度 期末 決算説明資料」および「参考データ」をもとに当社作成

※3 (株)LIXIL：「2022年3月期決算説明資料 [IFRS]」をもとに当社作成

4

事業内容のご紹介

住宅設備機器の交換をネットで注文！

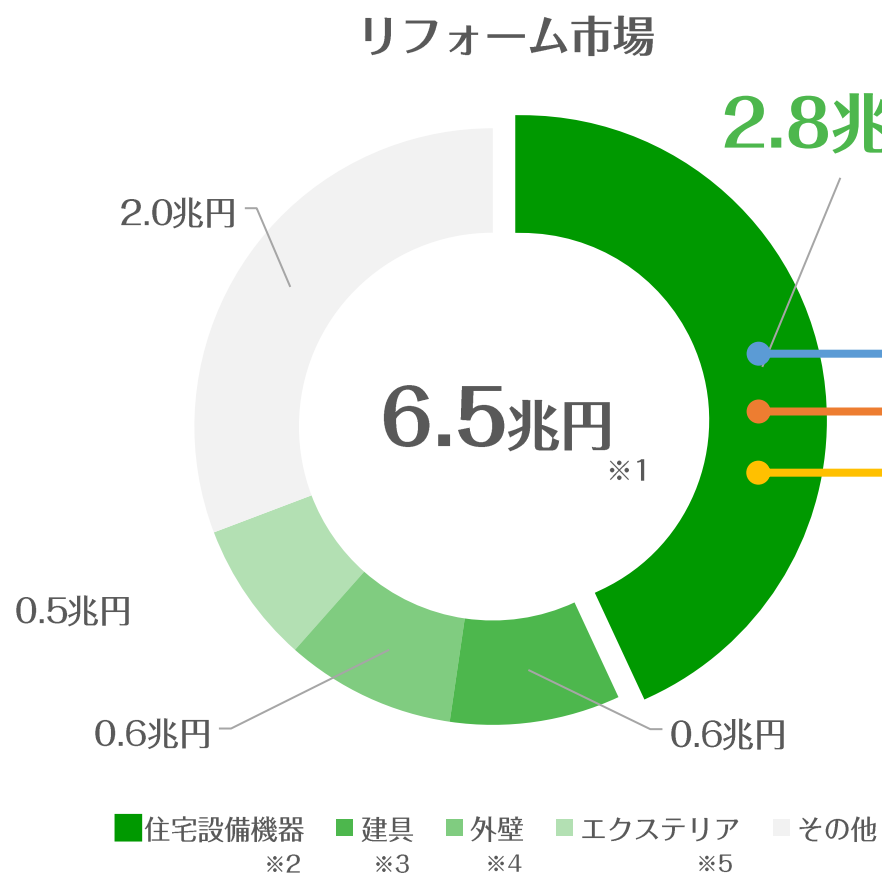


住宅設備の故障や劣化などによる交換ニーズに対して、

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

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、

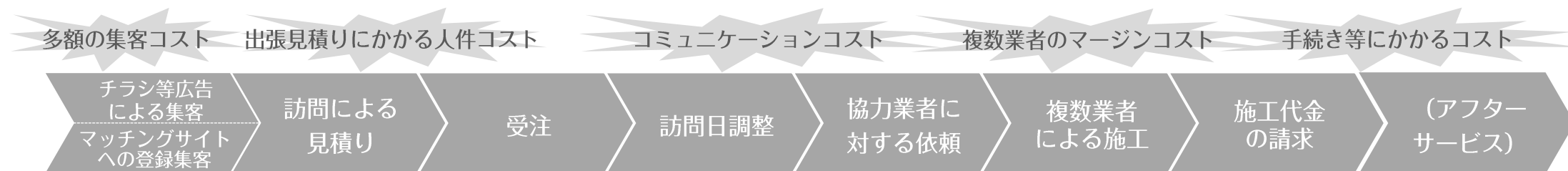
お客様に満足していただけるサービスの提供に取り組んでいます。



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



II 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

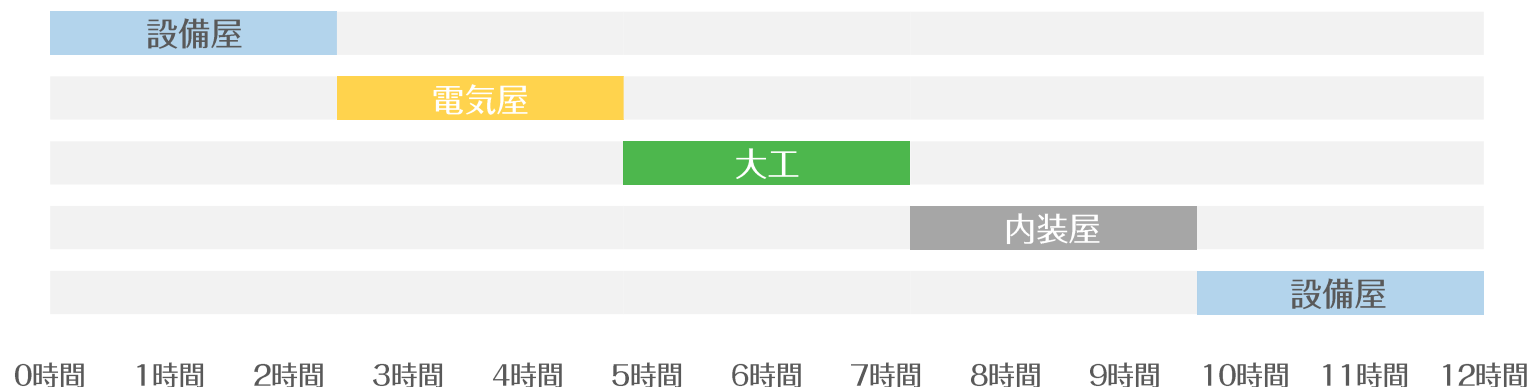


交換できるくんのスケジュールイメージ



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

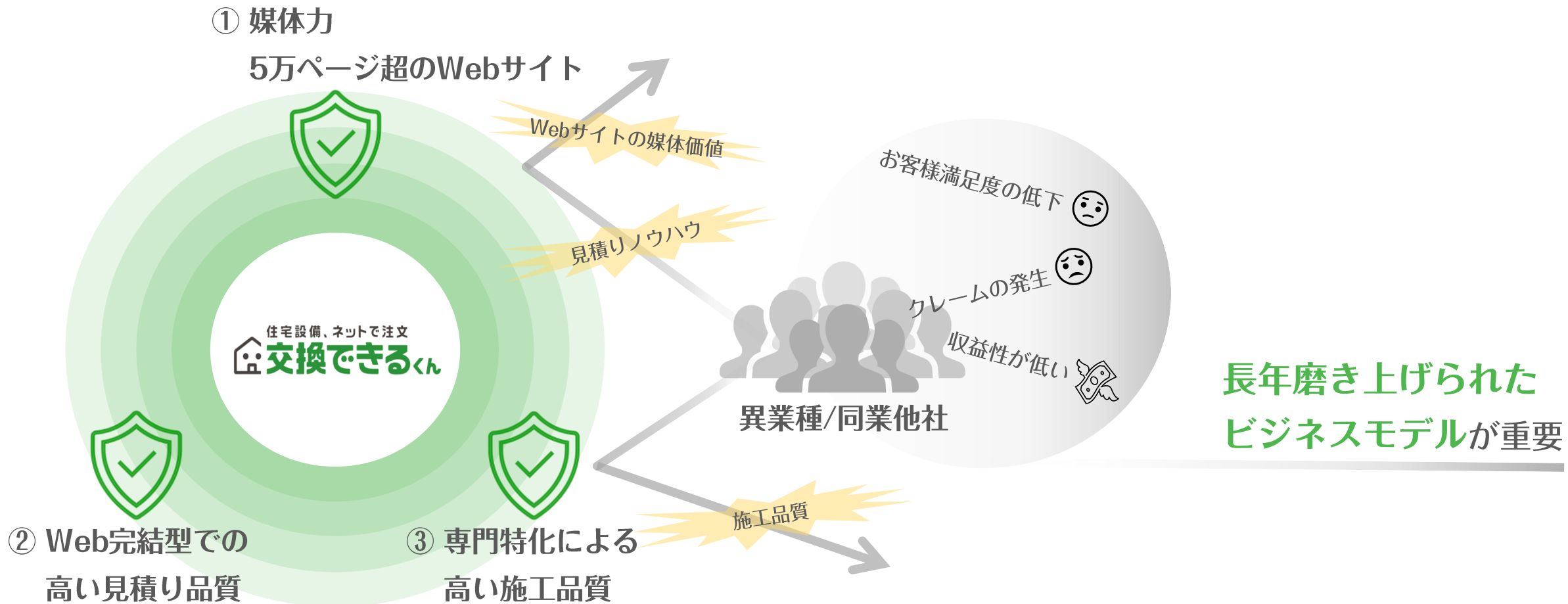
大型工事の一部ならなんとか採算が合うが、トイレ単体工事では、それぞれ職人に空き時間が発生してしまい、コストに見合わず工期も長期化してしまう



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



早い



緊急駆けつけ

住宅設備、ネットで注文
交換できるくん

安い



マッチングサイト

リフォーム会社
家電量販店

ユニークなポジション

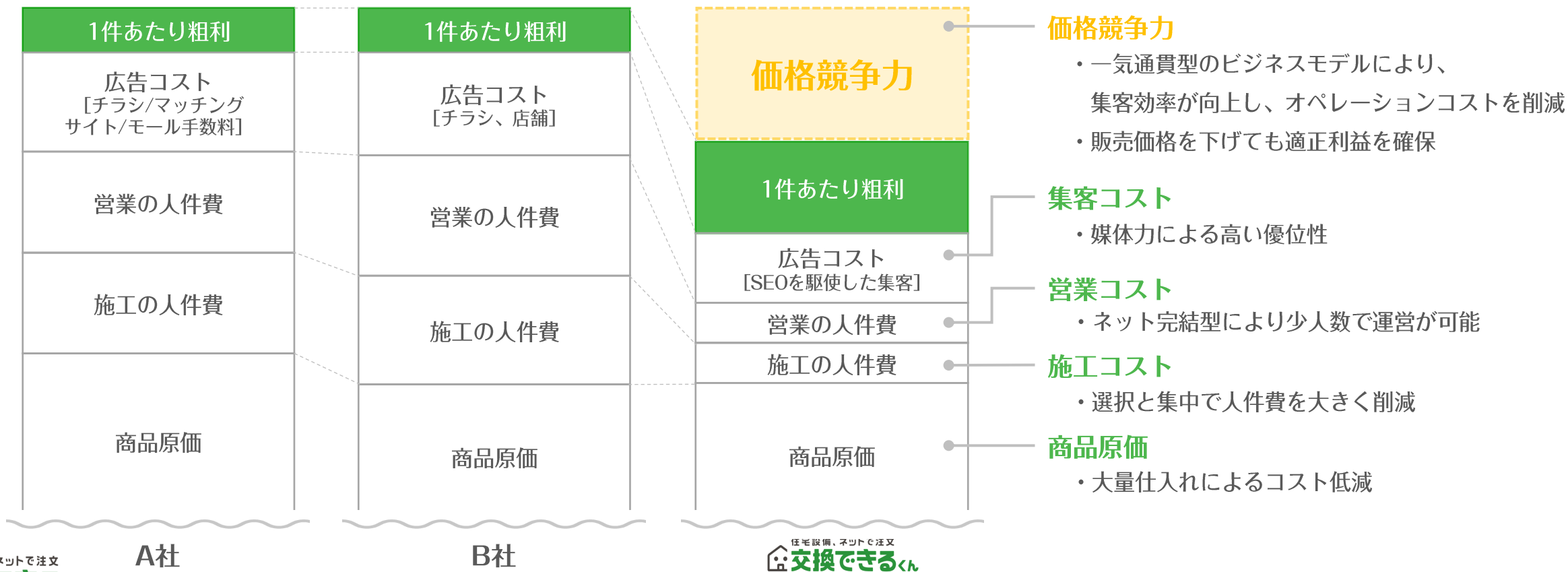
- ・住宅設備工事を**高い品質で、安く、早く提供できる**ユニークなポジションを確立
- ・オンライン/住宅設備機器に特化
- ・オンライン販売の安さとスピード/利便性

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

※2022年5月13日時点

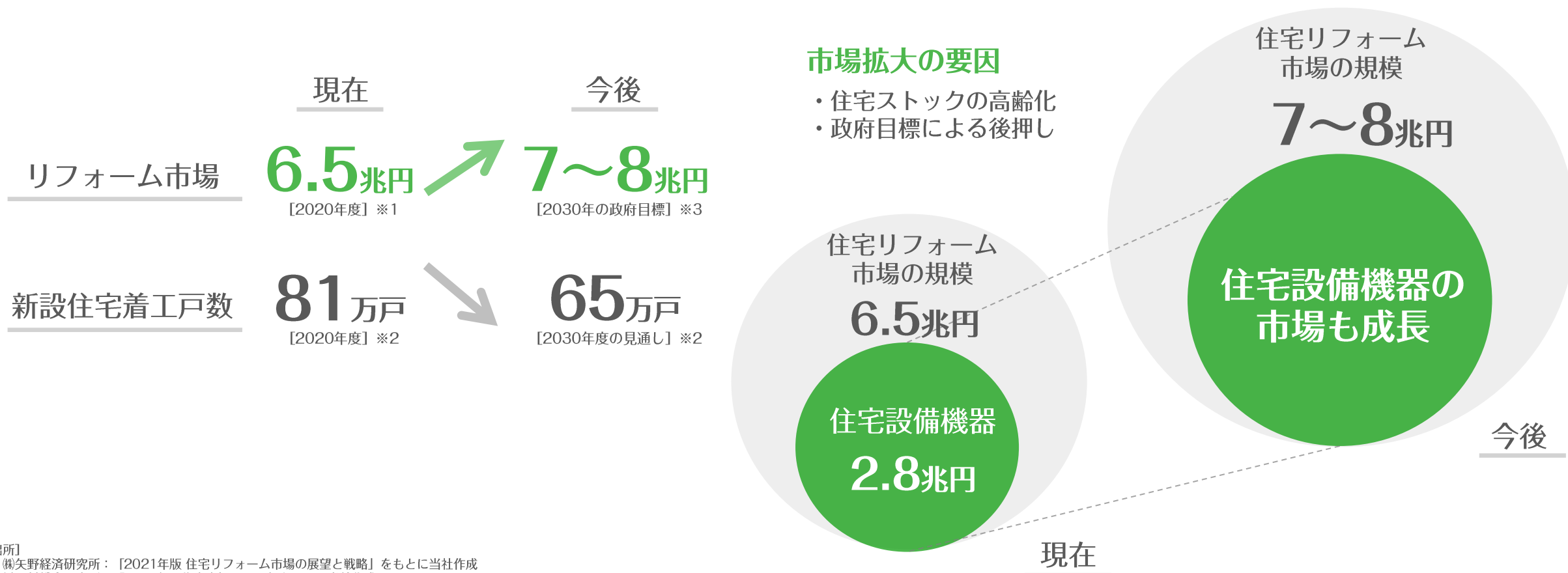
項目	詳細	金額 (円)
商品	パナソニック ビルトイン食洗機 NP-45MD9S 希望小売価格：税込 224,400円 52%OFF	107,712
基本工事	ビルトイン食洗機交換基本工事	38,500

税込合計 146,212

約 **2/3** の価格

5 | 市場の動向

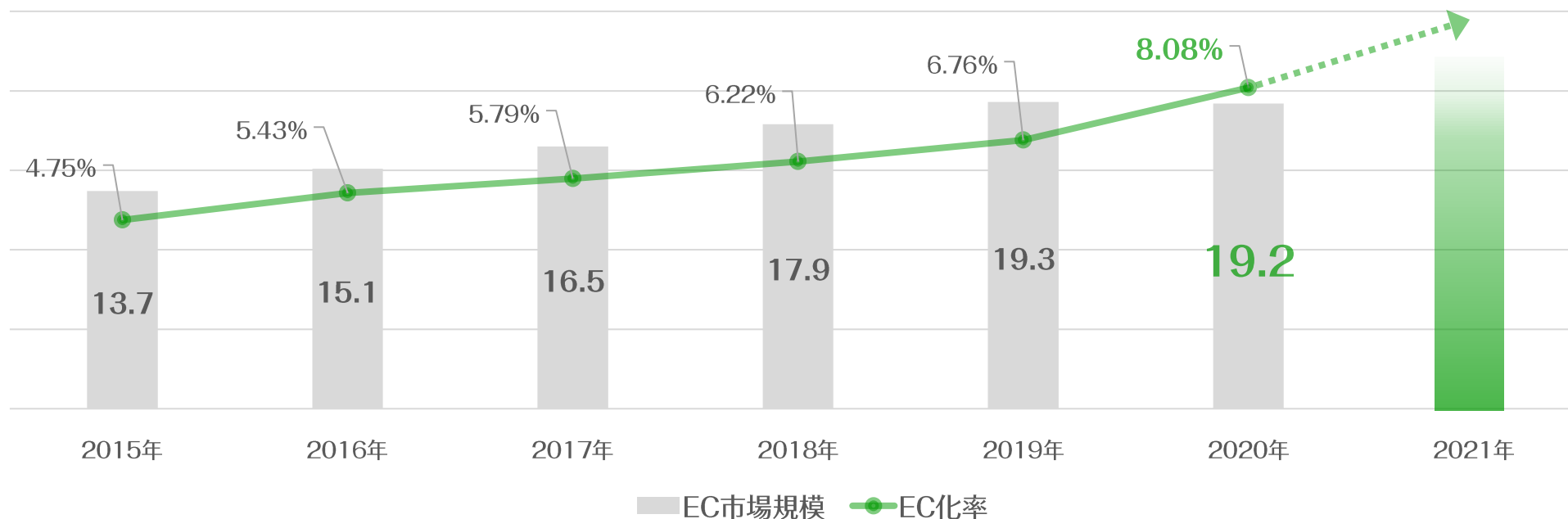
新設住宅着工戸数は今後減少が予測される一方、**リフォーム市場は長期的な拡大**が予測される市場
新築からストック住宅へとシフトしていく中で、さらなる事業機会の増加が見込まれる



【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

6 | 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

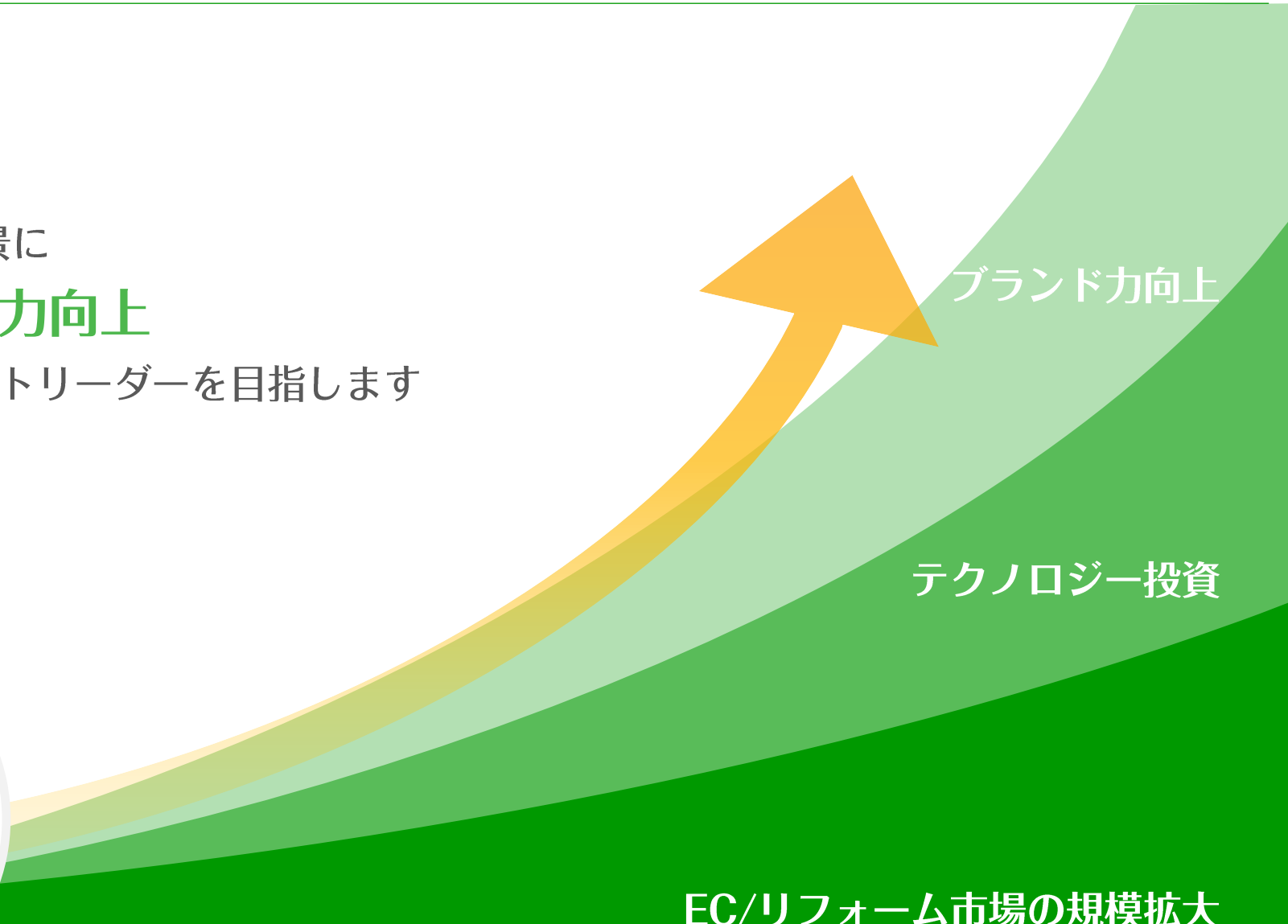
BtoB領域強化

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



I 重点方針の進捗

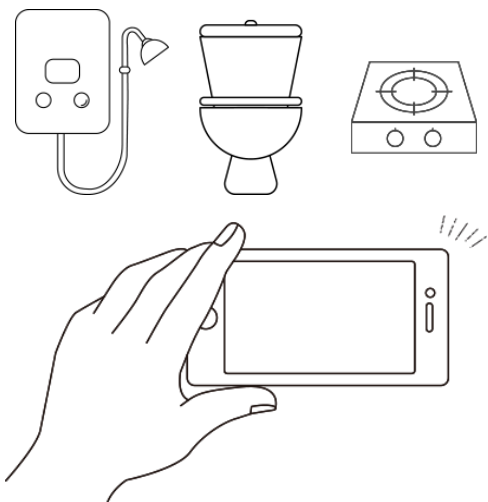
重点方針	実施のタイミング		実施施策
	2022/3期	2023/3期以降	
事業エリア拡大			<ul style="list-style-type: none"> 中国地方でのサービス開始 [2021/9月] 東北地方でのサービス開始 [2021/10月]
新規商材			<ul style="list-style-type: none"> ディスプレイの取扱い開始 [2021/4月] 天井埋込み型エアコンの取扱い開始 [2021/6月] エコキュートの取扱い開始 [当資料 P.17]
BtoB領域強化			<ul style="list-style-type: none"> 大口法人顧客の獲得 [2021年11月] 法人営業体制の強化 [2022年4月] 不動産管理会社様/賃貸オーナー様向けに壁掛けエアコンの取扱い開始 [当資料 P.17]

I テクノロジー投資

投資項目	2023/3期での注力ポイント	
Webサイト改修やCRM	売上拡大施策	基幹システム改修 / SEO対策強化
データ活用・AIによる経営の効率化・業務改善	利益率拡大施策	スケジューリング業務のオートメーション化、在庫管理システム強化検討

オーナーズサービスソリューションにより、お客様のあらゆる住宅設備機器の情報を取得
 機器交換時期に合わせて**交換促進のアプローチ**を図り、**LTV[※]の向上**へ

I サービスのイメージ



工事訪問時にお客様のご了承のもと
 様々な住宅設備機器の写真や型番の
情報を取得

住宅設備、ネットで注文
交換できるくん



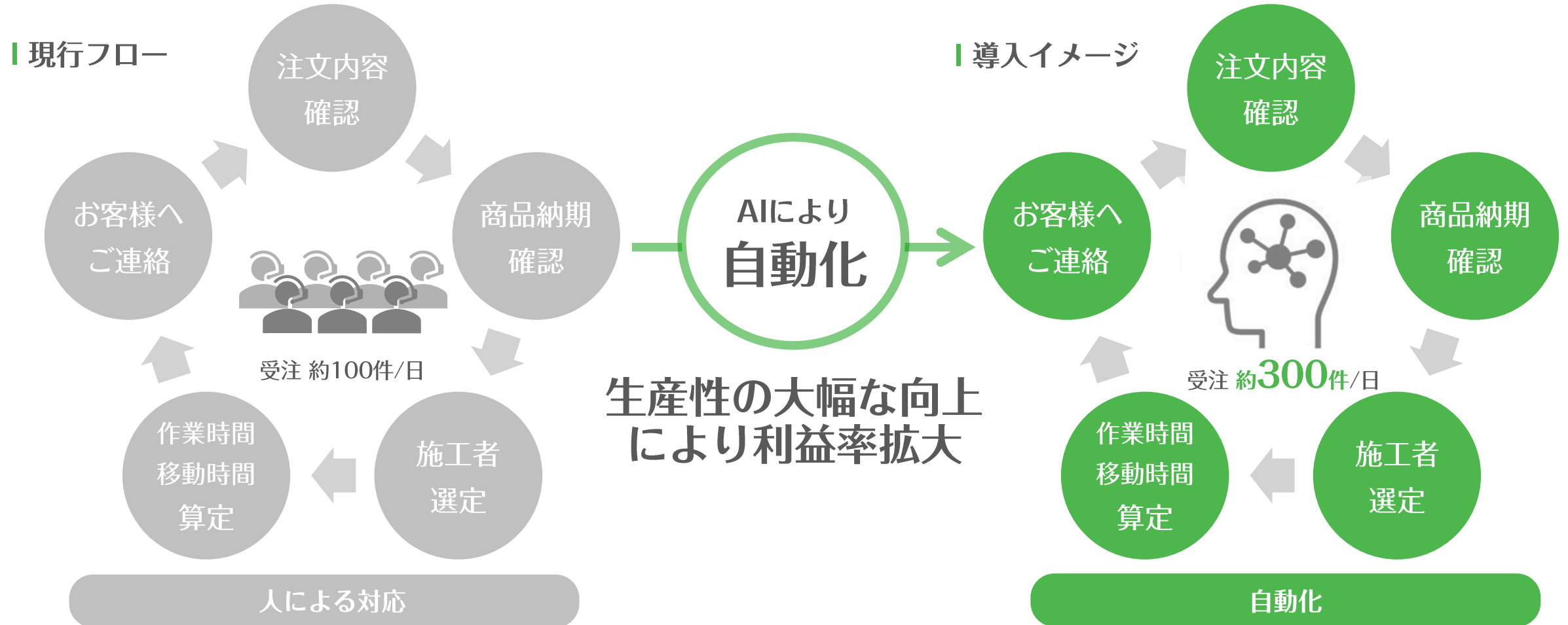
取得した情報をオーナーズサービス
 で**お客様と共有**



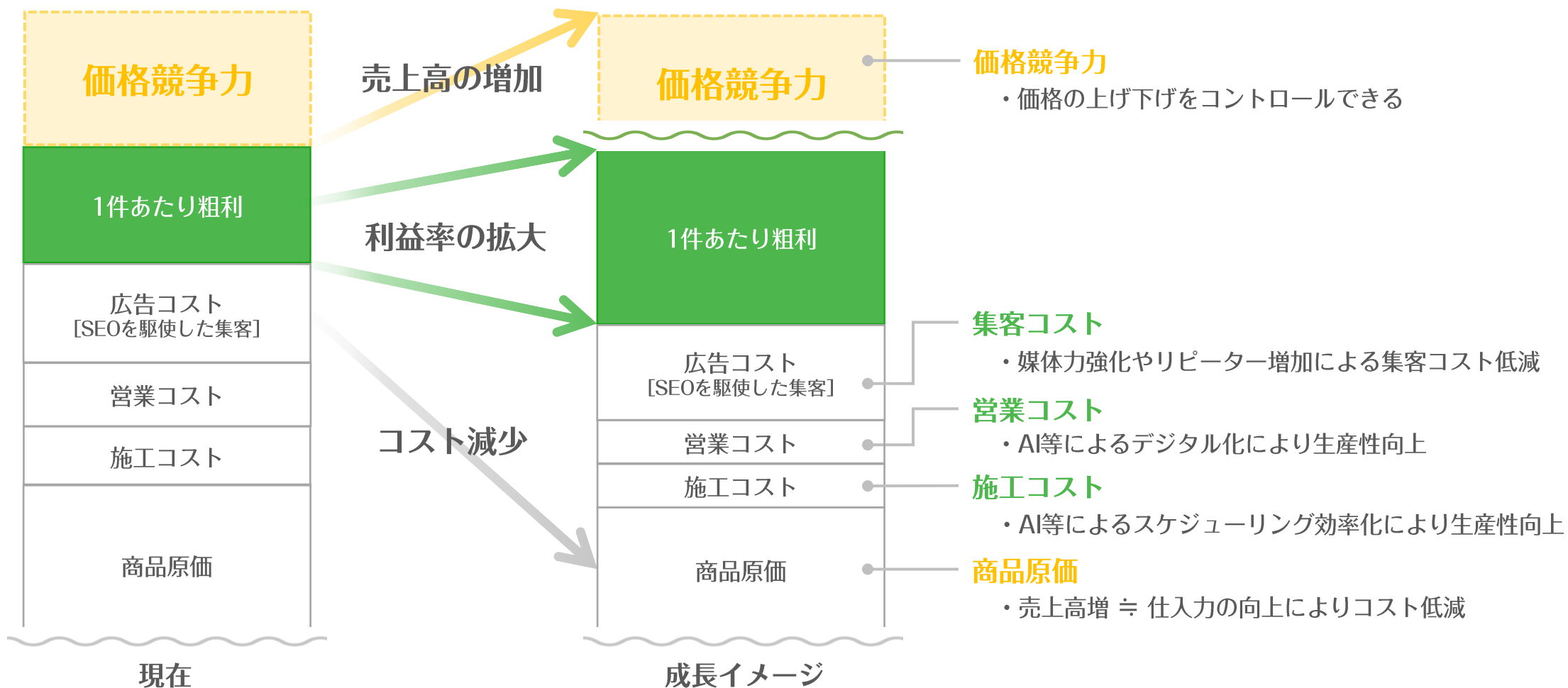
交換時期に合わせてお客様にご案内、
 すでに写真などの情報があるため
手軽にスピード見積りが可能

※ LTVとは、顧客生涯価値(Life Time Value)の略称で、顧客が生涯を通じて企業にもたらす利益のことを指します。

さらなるユーザー体験の向上、効率運用を目指し、
職人の決定・日程調整プロセスを自動化



売上と利益率の両面においてさらなる拡大の余地



7 | 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 [2022年3月末時点]

従業員：118名 / 契約パートナー：100名

証券コード

7695 [東証グロース]

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

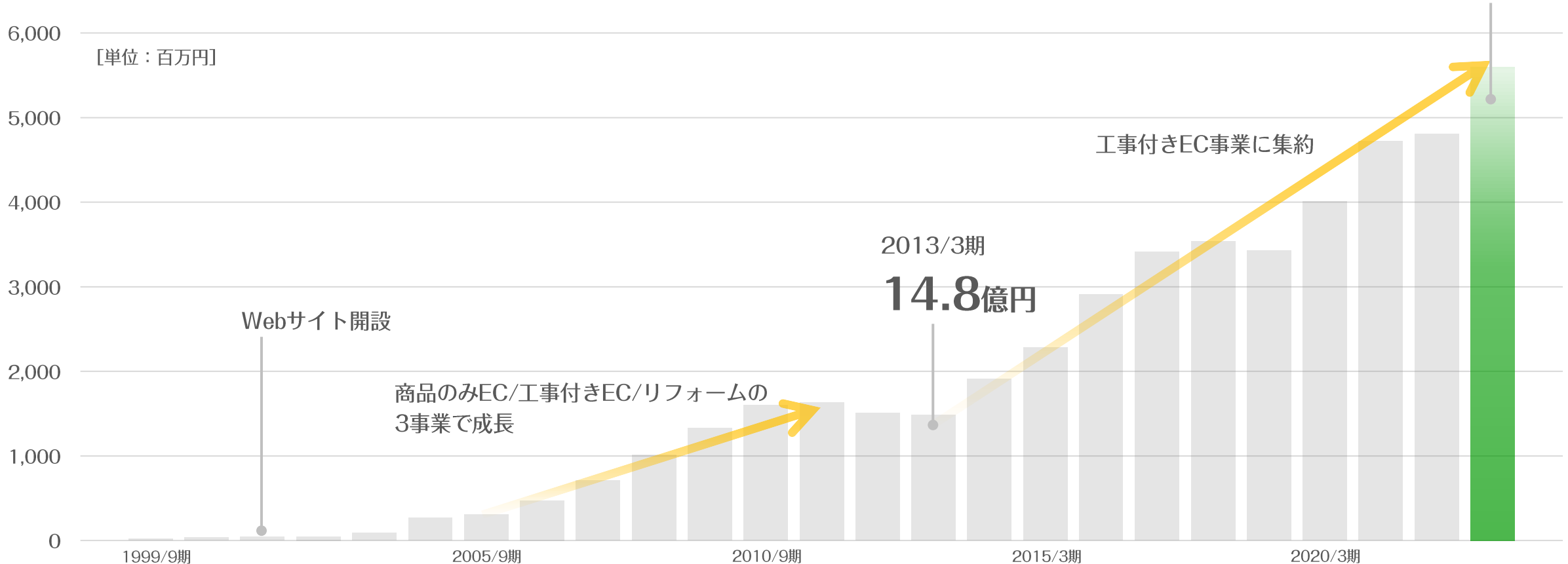
「心から頼んで良かった」「心から働いて良かった」
という会社であることを目指しています。

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

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

事業遂行上の主要なリスク

サイトへの集客における外部検索エンジンについて

当社が運営する「交換できるくん」への集客は、検索サイトを経由したものが大半を占めております。当社は、SEO（検索エンジン最適化）対策を実施することにより、検索結果において上位に表示されるような対策を講じておりますが、今後、検索エンジン運営者が検索結果を表示するロジックを変更するなどして、それまで有効であったSEO対策が十分に機能しなくなった場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

情報セキュリティについて

当社では、日々高度化するサイバー攻撃などの脅威に備え、ファイアウォールやWebアプリケーションファイアウォールの導入、PCやスマートフォンなどのデバイスとWebサーバー間の通信データを暗号化、接続元IPアドレス制限、アクセス権管理など必要な対策に努めています。しかしながら、想定以上にサイバー攻撃などの脅威が高度化し発生した場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化の
可能性 / 影響度

低 大

低 大

リスクへの対応方針

検索エンジン運営者による検索ロジック変更迅速に対応すべく当社では日々情報収集に努めております。検索ロジック変更は競合を含めたすべてのWebサイトに影響する事象であるため、他社に先駆けて対応・最適化を行うことができれば、競争力強化につながるものと見込んでおります。

当社では、継続的なシステム投資及び人材補強等によるシステム強化に取り組んでおります。サイバー攻撃などの情報セキュリティのリスクに対しては、ファイアウォールやアクセス制限による予防的対策のみならず、予兆検知による早期収束・被害範囲の最小化もリスクコントロールに資するものと考え、情報セキュリティ体制を強化しております。

事業遂行上の主要なリスク

自然災害等について

当社は、有事に備えた危機管理体制の整備に努め対策を講じておりますが、自然災害及び感染症が想定を大きく上回る規模で発生及び流行した場合には、当社又は当社の取引先の事業活動に影響を及ぼし、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

また、新型コロナウイルス感染症は収束時期が依然として不透明であります。当社は交換工事以外のサービスを非接触・非対面（インターネット及び電話）で行っていることから、当社ビジネスへの影響は軽微であると判断しておりますが、今後事態が想定を超えて長期化すれば、国内外経済や取引先企業に悪影響を与えるおそれがあり、その結果、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

上記は、成長の実現や事業計画に影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。

その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

顕在化の
可能性 / 影響度

低

中

リスクへの対応方針

新型コロナウイルス感染症について、交換工事以外のサービスを非接触・非対面（インターネット及び電話）で行っていることに加え、取扱商品は生活必需品であることから、集客や受注に対する影響は軽微なものとなっております。

また、取引先のサプライチェーンに対する新型コロナウイルス感染症の影響に対しては、当社の幅広い取扱商品を細かく分類し、影響度合いの少ない商品に集客コストを集中させる運用を行い、集客の効率低下を防ぐ施策を図っております。

8 | 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.38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&エラーを繰り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。	2022年3月末時点におきまして、従業員数118名【社員職人15名含む】となっております。また、職人の人数は社員職人15名と契約パートナー100名で合計115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

本資料は、当社の四半期毎の決算発表に関する説明資料とともに、グロース市場における「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示を併せて行うものであります。事業計画や成長可能性に関する内容のアップデート時期につきましては、基本的に年度での見直し/更新となるため、本決算後の2023年5月頃を目途として開示を行う予定です。

また、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