

グループ経営方針 説明資料

～サービス、データ、ブランドの統合に向けて～

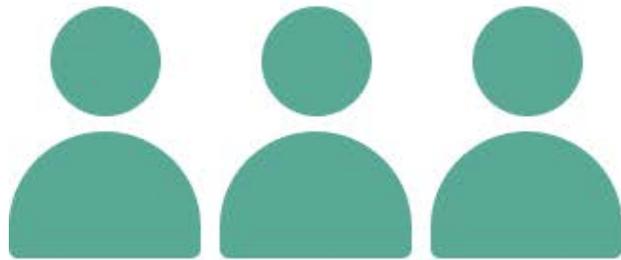
株式会社くふうカンパニー

2022.5.17

くふうカンパニー

第5期 2026年9月期 グループ経営目標

月間利用者数^{※1}
6,000万人



グループEBITDA^{※2}
100億円^{※3}

主要事業の構成割合^{※4}

50%



50%



※1：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。

※2：「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。

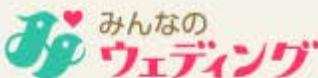
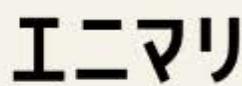
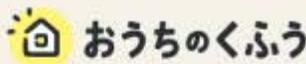
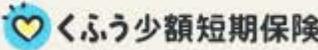
※3：既存のグループ各社の事業成長により達成を目指す目標値。

※4：毎日の暮らし事業及びライフイベント事業の合計額を母数とした各事業の構成割合。

※5：住まい領域にハイアス・アンド・カンパニー(株)を含む。

くふうカンパニーのサービス（主要サービスを抜粋）

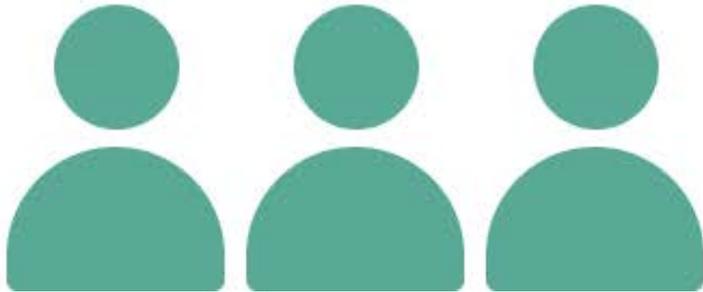
当社グループは、毎日の暮らしから、ライフイベントまで、数多くのサービスを展開しているが、現在は、まだ個々のサービスが「点」の状態。

	毎日の暮らし事業		ライフイベント事業		
	日常生活領域	地域情報領域	結婚領域	住まい領域	保険領域
メディア	 おやこのくふう ごっこランドTimes				
ツール / 専門・相談サービス	  			 HyAS&Co. Hyper Asset Solutions 	 

くふうカンパニーの考える企業価値

毎日の暮らしからライフイベントまで、あらゆる場面の選択や意思決定で、
ユーザーが当社グループのサービスを使い、選んでよかった、後悔のない決定ができた、という心からの満足をつくる。
その結果としての、ユーザー数 × 満足が、われわれの企業価値。
そのために「点」となっている個々のサービスを「線」につなぎ「面」をつくり、なくてはならないサービスに進化させる。

ユーザー数

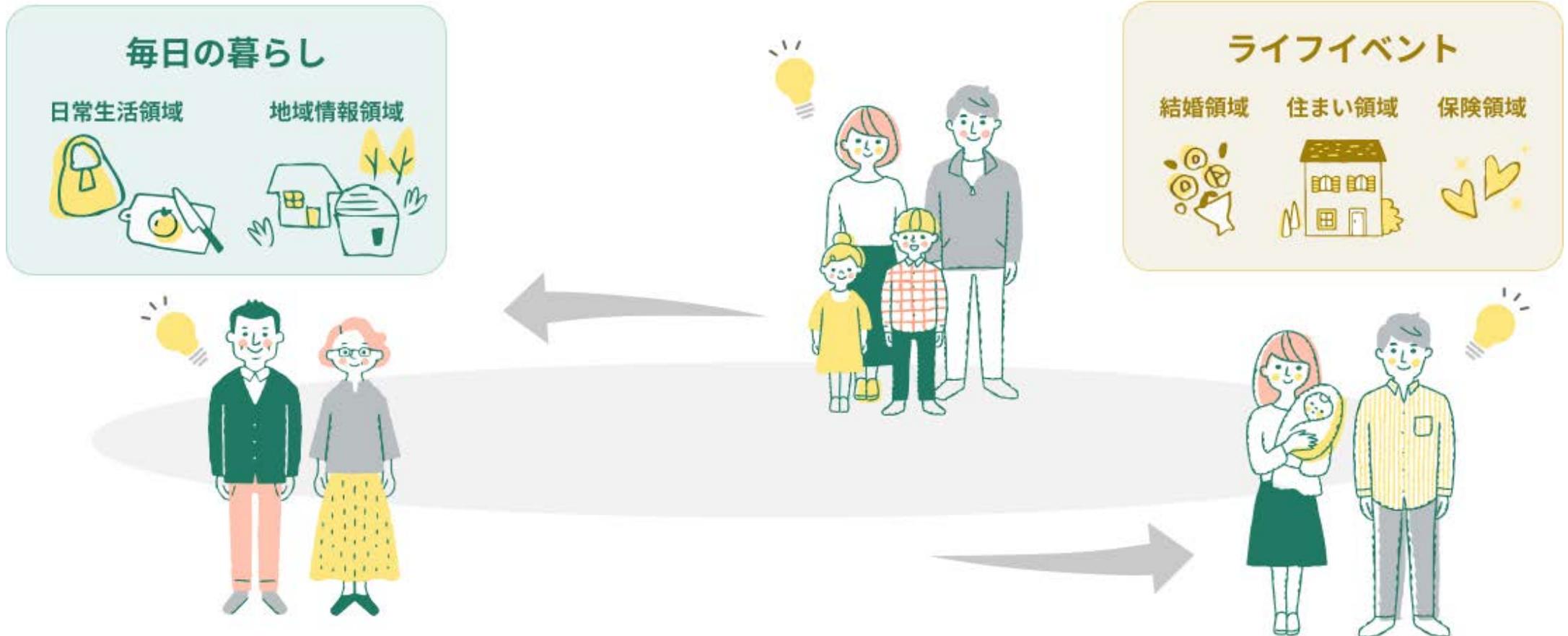


満足度



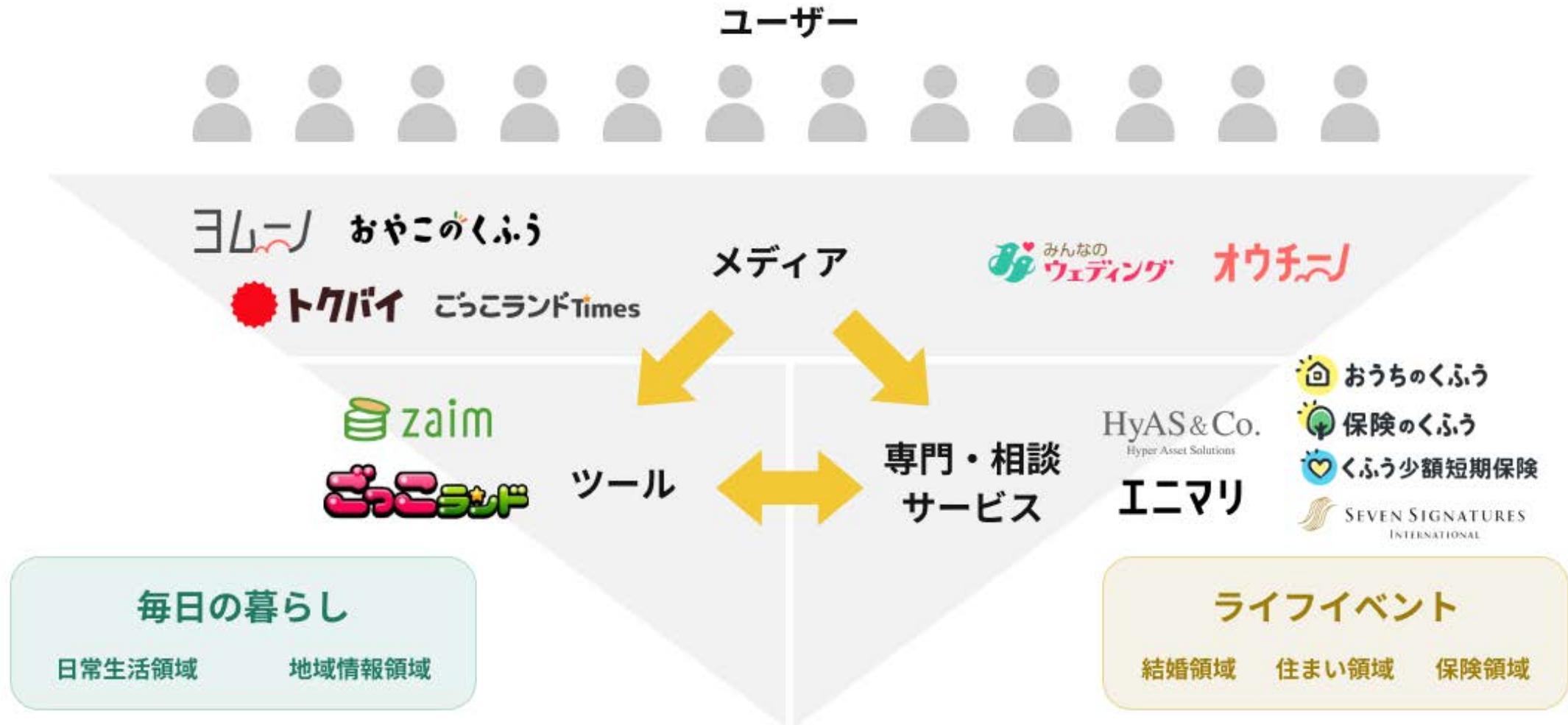
くふうカンパニーのめざす世界

お店や生活の情報を集約し、毎日の暮らしを便利で楽しくするメディア。結婚や家づくりなど単価の高い領域の意思決定には、専門性の高い相談など、シーンにあったサービスを、デジタル、リアルの垣根なく提供する。
グループサービス全体で、日々の小さな選択から、ライフイベント時の大きな意思決定まで、ユーザーの問題解決を支援する。



現在は点在しているメディア、ツール、専門・相談サービスを線でつなぎ、ユーザーの問題解決を支援

メディアでユーザーを集客。ユーザーニーズに応じて、生活を便利にするツールの利用を促進。
個々の深い悩みについては、専門・相談サービスにつなぐ。



法人向けには、SaaSを提供

コンテンツを掲載する法人・事業者は、メディアと一緒に作るパートナー。
付加価値の高いSaaSを法人顧客に提供し、事業成長を支援。ユーザーへのより良い価値提供を促進する。



課題認識

現状については、管理部門の統合が進み、ブランド統合、サービス連携を進めるフェーズに移行している。

統合における5つの推進項目

統合グループによる
生活総合メディア・サービスへの進化

家計サービスとの連携による
ユーザーの購買行動支援サービスの展開

地域密着型の
ライフイベントサービスの展開

グループ事業運営に資する
共通プラットフォームの強化

投資機械の拡大と起業家獲得・育成強化による
事業ポートフォリオ拡大

現在の課題認識

メディア統合とサービス連携強化

ブランド統合の推進

SaaSサービスの付加価値化と営業強化

グループ全体のデータ活用基盤の整備

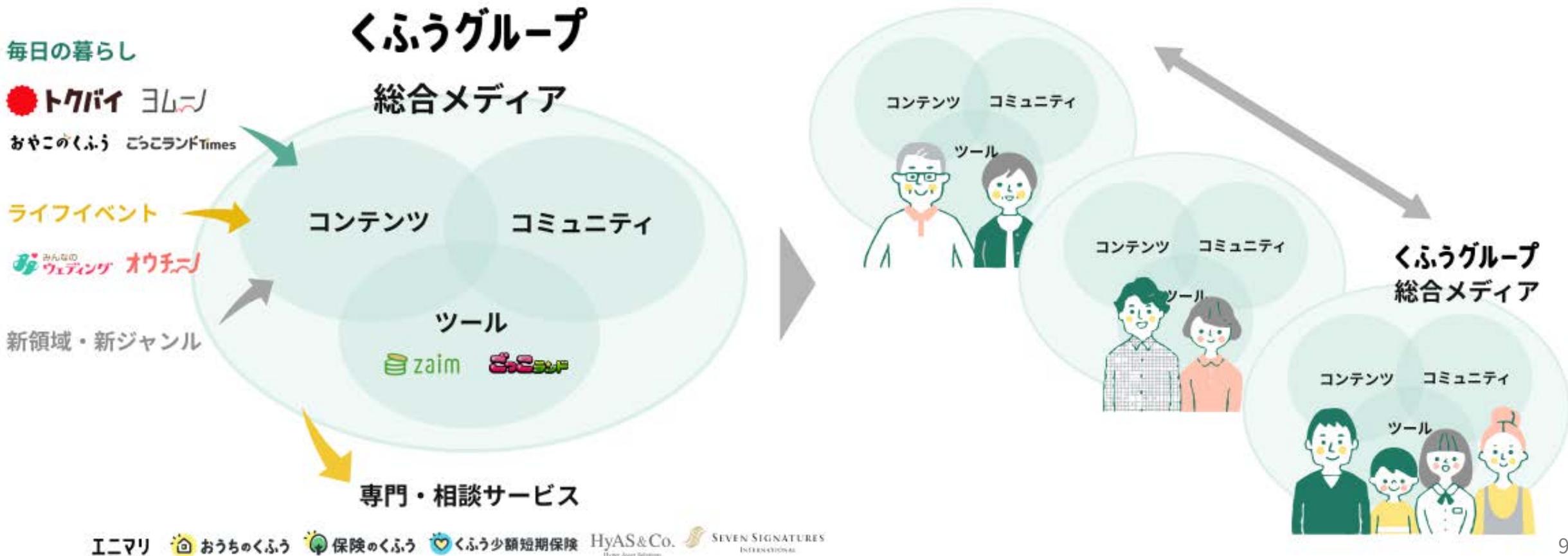
起業家、事業家の採用・育成

メディアの統合とサービス連携で、線を面にする

グループ内の既存メディアと新領域のメディアを統合し、新しい価値も付加して総合メディアを形成。
この総合メディアを入口とし、個々の悩みに最適な専門・相談サービスにつなげる。

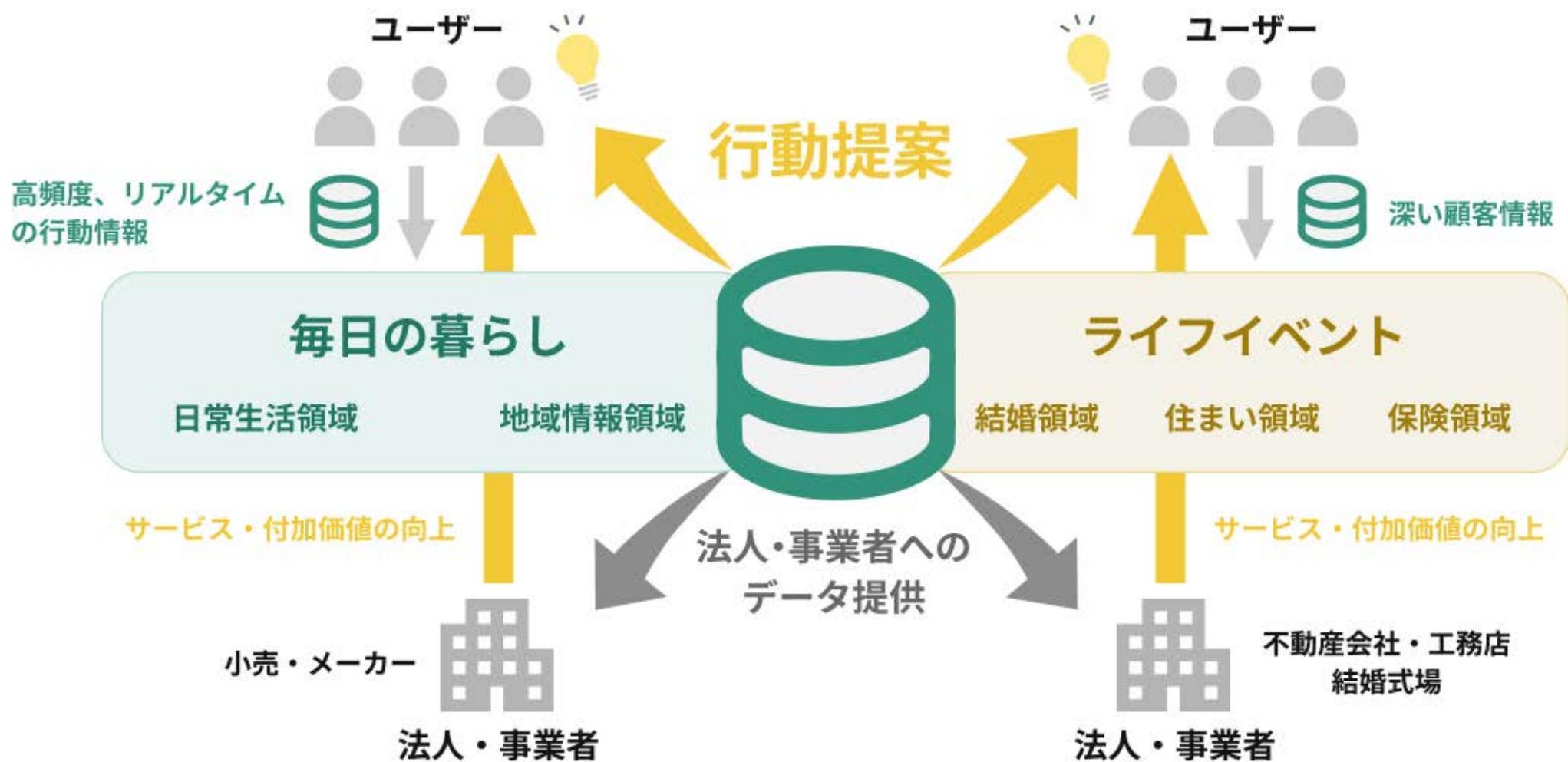
メディアを統合し、総合メディアを形成

ユーザー、地域での最適化をはかる



蓄積されるデータをつなぎ、行動提案へ活用。ユーザー満足度を向上させる

グループの各サービスで蓄積されるユーザーデータをもとに自社サービスではユーザーへの行動提案を強化。
法人・事業者へもデータを提供し、サービス・付加価値の向上を支援。各領域のユーザーの満足度を大きく高める。



ブランドの統合推進

ブランドについても、くふうブランドへの統合を進め、対ユーザーでのブランディングを強化。



新グループ理念

グループ理念

ユーザーへの約束

大切にしたい価値観

「くふう」で暮らしにひらめきを

私たちはユーザーのことを考え抜き、
真の課題解決方法によって
一人ひとりに合ったサービスを創り、
新しい体験を届け続けます。

ユーザーファースト

ユーザーのために、
良く学び、
良く考え、
より良く働く。

日々くふう

免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

=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/>