

# TSUKURUBA

決算説明会資料

2022年7月期第3四半期

株式会社ツクルバ

(東証グロース：2978)

2022年6月13日

# 目次

1. ハイライト
2. 2022年7月期 第3四半期業績
3. 2022年7月期 通期業績予想
4. ご参考資料

# 1. ハイライト

# ハイライト

## 2022年7月期 第3四半期業績 (2022年2月～2022年4月)

- 成長基調を継続し、過去最高売上高・売上総利益を更新

売上高 **713** 百万円 (前年同期比 **+89%**)

売上総利益 **496** 百万円 (前年同期比 **+61%**)

- カウカモ事業は期初方針に沿った取り組みが着実に進捗

G M V **11,016** 百万円 (前年同期比 **+24%**)

テイクレート **4.2** % (前年同期比 **+1.1.pt**) ※前四半期比 **+△0.2.pt**

## 2022年7月期 通期業績予想

- 第2四半期決算発表にて公表した経営方針の変更に伴い、固定費の抑制を中心にコストの見直しを継続
- 2022年7月期 通期業績予想は据え置き

## 丸井グループとの 資本業務提携 アップデート

- 本件における追加の潜在希薄化なし
- 丸井グループに対して、第三者割当によるA種種類株式7億円の発行を決議
- A種種類株式の発行と合わせ、既存新株予約権付社債7億円の買入消却を実施予定
- より強固な財務基盤の確立とともに、両社の資本関係を強化

# 丸井グループとの資本業務提携アップデート | 概要

## 概要

- 丸井グループに対して、第三者割当によるA種種類株式の発行及び既存新株予約権付社債の買入消却を実施

実質的な社債の資本への転換であり、本件における追加の潜在希薄化なし

## 目的

- 丸井グループとの共創関係強化
- 自己資本比率向上による財務基盤の強化

## 種類株式概要

- 株式対価取得請求権：転換価格1,200円  
潜在希薄化率：5.12%\*（新株予約権付社債を買入消却するため、従前と変化なし）
- 金銭対価取得請求権：2027年8月1日経過後以降行使可能

\*発行済み株式総数ベース

詳細については2022年6月13日公表の「株式会社丸井グループとの投資契約締結に基づく第三者割当によるA種種類株式の発行、定款の一部変更並びに資本金及び資本準備金の額の減少に関するお知らせ」をご参照ください

## 丸井グループとの資本業務提携アップデート | A種種類株式概要

発行価額	• 7億円	
優先配当	• 1%（累積・非参加型）	
議決権	• 無	
取得請求権	株式対価	• 転換価格：1,200円（既存新株予約権付社債と同額の転換価額）
	金銭対価	• 2027年8月1日経過後以降行使可能
取得条項	• 130%コール可能	

詳細については2022年6月13日公表の「株式会社丸井グループとの投資契約締結に基づく第三者割当によるA種種類株式の発行、定款の一部変更並びに資本金及び資本準備金の額の減少に関するお知らせ」をご参照ください

# 丸井グループとの資本業務提携アップデート | 財務への影響

A種種類株式の新規発行、新株予約権付社債の買入消却により想定自己資本比率は54%と大幅に改善し、財務基盤の強化が図られます。

## 2022年4月末 貸借対照表

(単位：百万円)

	資産	負債	
現預金	1,952	309	その他負債
		247	短期有利子負債
		723	長期有利子負債
その他資産	1,044	700	新株予約権付社債 (転換価格1,200円)
		1,016	純資産

自己資本比率：31%

## 2022年4月末 貸借対照表\*

(A種種類株式発行及び新株予約権付社債の買入消却を加味)

(単位：百万円)

	資産	負債	
現預金	1,952	309	その他負債
		247	短期有利子負債
		723	長期有利子負債
その他資産	1,044	700	A種種類株式 (転換価格1,200円)
		1,016	純資産

想定自己資本比率：54%

\*2022年4月末日時点の貸借対照表にA種種類株式発行及び新株予約権付社債の買入消却を加味した場合の想定上の貸借対照表

# 丸井グループとの資本業務提携アップデート | これまでの共創の取り組み

2020年7月の資本業務提携以降、丸井グループとの共創の取り組みを推進してきました。今後も両社のシナジーで個をエンパワーし、1人ひとりが自分らしさを実現できる社会の実現を共に目指します。

## これまでの共創の取り組み

- 丸井グループが「小売」「フィンテック」と合わせて三位一体で取り組む「共創投資」における、本業シナジー型投資の上場企業第一号として、2020年7月に両社は資本業務提携を締結
- 丸井グループにおいては2021年4月より、新規事業創出と育成を目的とするインキュベーション会社「okos（オコス）」内に専任組織「tsukuruba事業部」を設け、共創投資と新規事業投資を掛け合わせたイノベーションをツクルバとともに推進
- 2022年3月には、ワークプレイス付きコミュニティ型リノベーション賃貸マンションブランド「co-coono（コクーノ）」をローンチし、同年5月にはカウカモ初の体験型ショップ「カウカモショップ」を丸井吉祥寺店にオープンするなど、「共創のプラットフォーム」の中で、両社の社員が、同じ目的を持ったプロジェクト型のチームとして一体となって取り組み、“新しい職住一体の形”の具現化を実現
- 共創が具体化し成果が出てきている中、両社の関係をより深化し、共創を推進していくために、今回の資本関係のアップデートに至る

## リノベ賃貸マンションブランド「co-coono」



## 「カウカモショップ 丸井吉祥寺店」



## 丸井グループとの資本業務提携アップデート | スケジュール

以下のスケジュールでのA種種類株式の発行及び既存新株予約権付社債の買入消却を予定しています。

2022年6月13日

- 本第三者割当に係る取締役会決議

2022年9月12日

- 定時株主総会への本第三者割当に関する議案付議に係る取締役会決議（予定）

2022年10月27日

- 定時株主総会決議（予定）

2022年11月15日

- A種種類株式払込期日

2022年11月16日

- 新株予約権付社債買入消却

## 2. 2022年7月期 第3四半期業績

# 全社 | 2022年7月期 第3四半期 業績サマリ

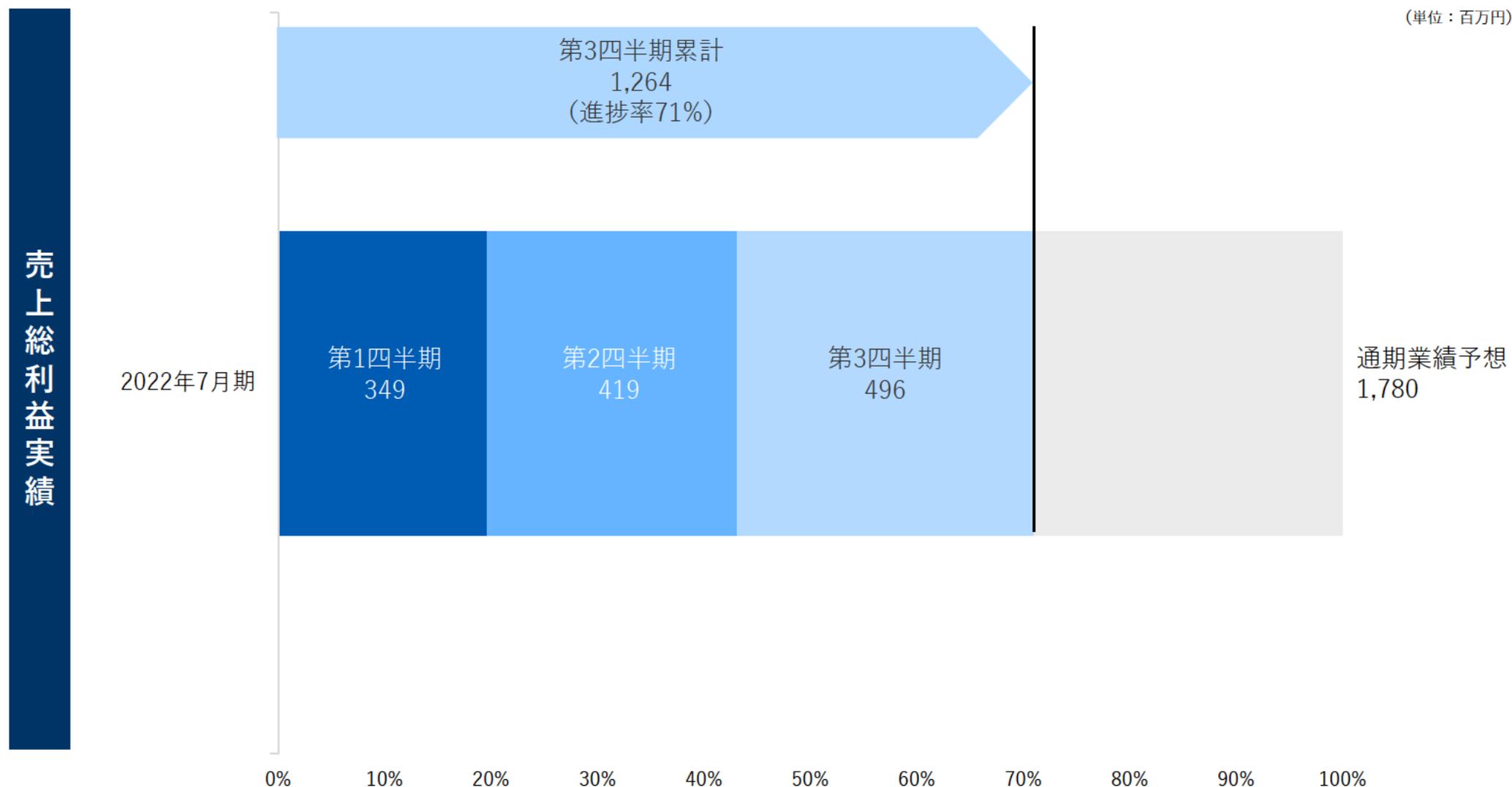
売上高及び売上総利益について過去最高を更新しています。また、当四半期においては、コスト見直しに関する本社オフィスの削減及び不動産企画デザイン事業における定期賃貸借契約終了により26百万円の特別損失が発生しています。

(単位：百万円)

	2022年7月期 第3四半期	2021年7月期 第3四半期	前年同期比	2022年7月期 第3四半期累計	2021年7月期 第3四半期累計	前年同期比
売上高	713	376	+89%	1,933	1,137	+70%
売上総利益	496	307	+61%	1,264	900	+40%
営業損益	△172	△118	-	△669	△236	-
経常損益	△176	△120	-	△683	△232	-
当期純損益	△202	△133	-	△709	△253	-

# 全社 | 期初の通期業績予想に対する進捗状況

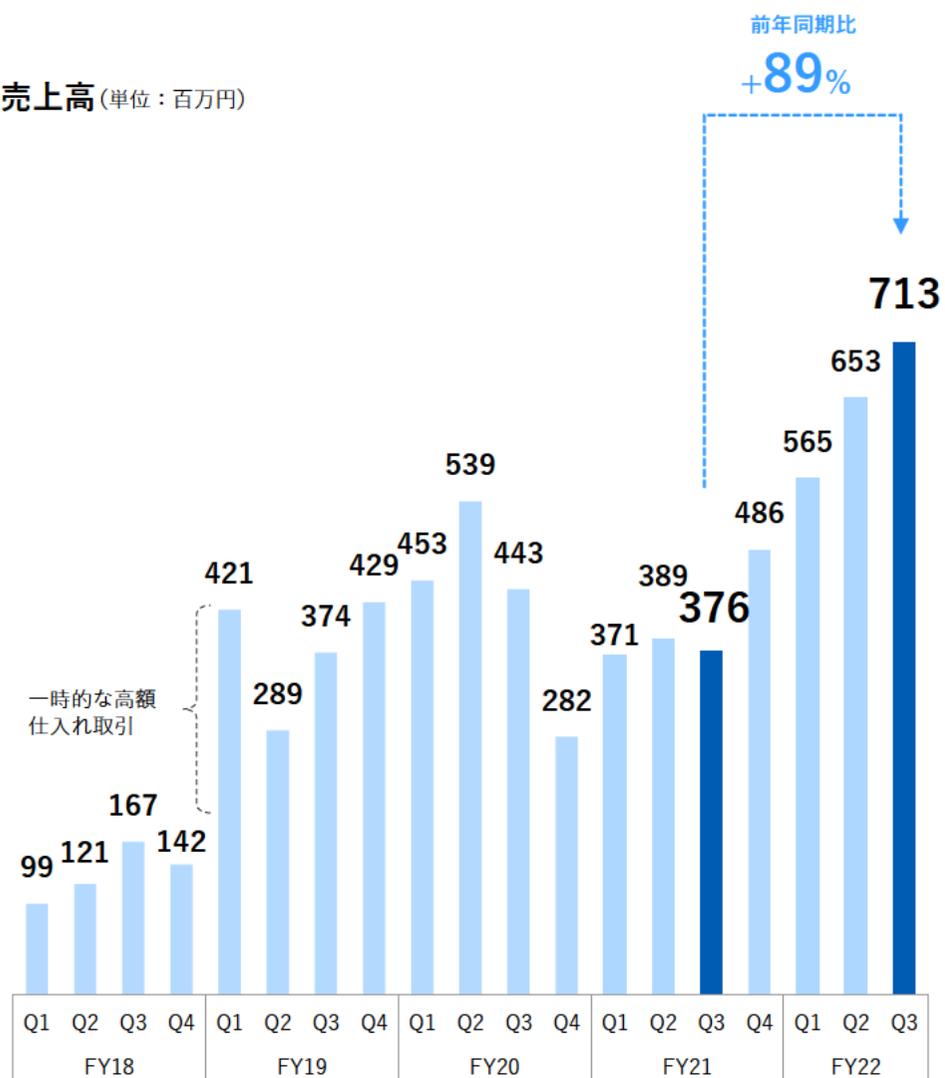
季節性や成長性により下期に偏重する予想の通り、第3四半期を通じて進捗率は+28%増加。通期業績予想に対し計画通り進捗しています。



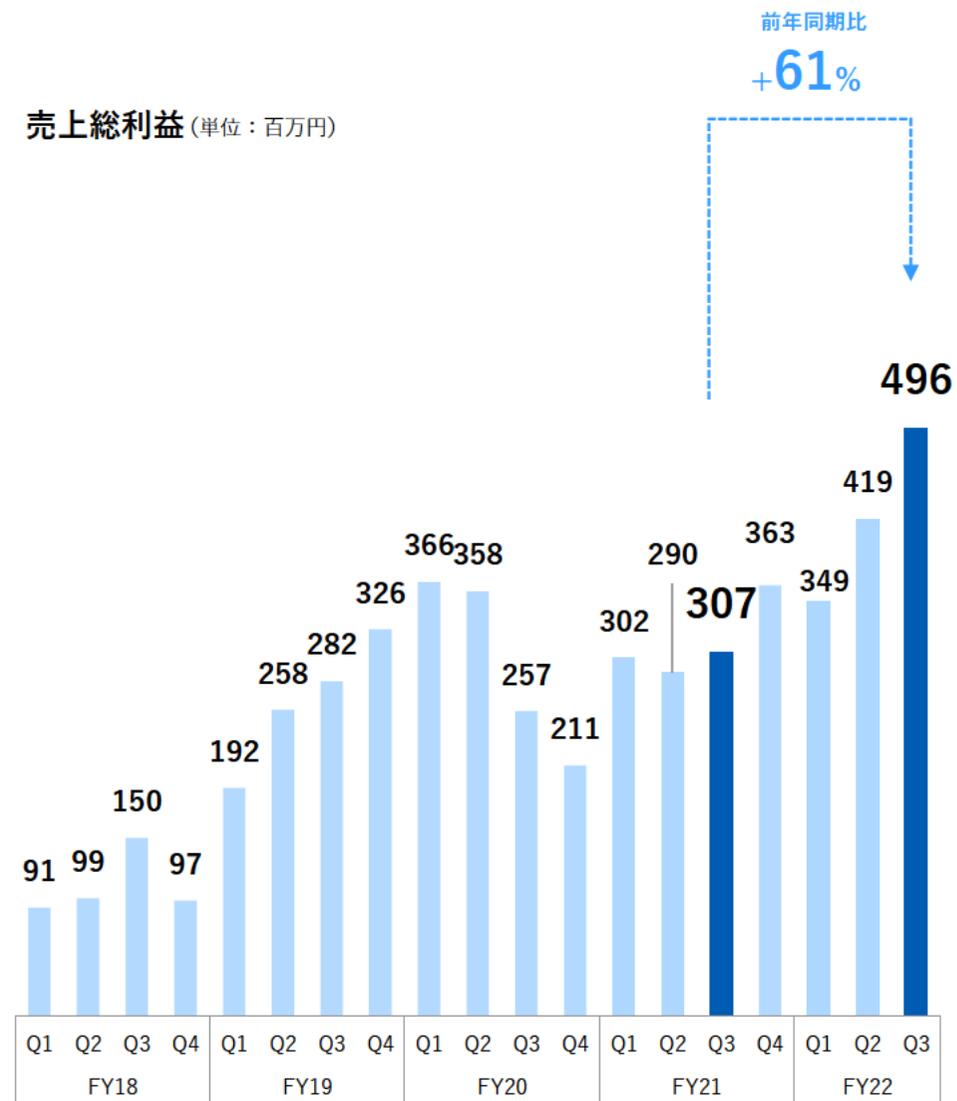
# 全社 | 売上高・売上総利益の四半期推移

売上高及び売上総利益共に過去最高を更新しています。

売上高(単位：百万円)



売上総利益(単位：百万円)



## セグメント別 | 2022年7月期 第3四半期 業績サマリ

主力事業であるカウカモ事業の売上総利益は堅調に推移しています。自社企画商品の仕入取引により売上高が伸長しています。

(単位：百万円)

		2022年7月期 第3四半期	2021年7月期 第3四半期	前年同期比	2022年7月期 第3四半期累計	2021年7月期 第3四半期累計	前年同期比
カウカモ	売上高	605	277	+118%	1,638	859	+91%
	売上総利益	458	276	+66%	1,175	821	+43%
	セグメント損益	△44	△22	-	△279	37	-
不動産企画 デザイン	売上高	107	99	+9%	294	278	+6%
	売上総利益	37	30	+20%	89	79	+13%
	セグメント損益	19	11	+72%	29	13	+116%
全社	全社費用	△148	△107	-	△419	△287	-

# カウカモ事業 | 開示KPI

今後の売上総利益の継続成長を目指すにあたり、より投資家の皆様にわかりやすい開示を目指し、2022年7月期よりカウカモ事業の事業KPIをGMV及びテイクレートに変更しています。なお、参考指標である取引件数、MAUについても引き続き開示を継続する方針です。

財務KPI	売上総利益	
	カウカモ事業の売上総利益	
事業KPI	GMV*	テイクレート
	プラットフォーム上の 流通総額	売上総利益/GMV (流通における付加価値獲得率)
参考指標	取引件数*	MAU
	プラットフォーム上の 成約数	カウカモプロダクトの 登録会員の月間利用者数

GMV：プラットフォーム上の流通総額。カウカモで取引された商品及びサービスの総和であり、取引された物件の価額等およびリノベーション価格等の総和になります

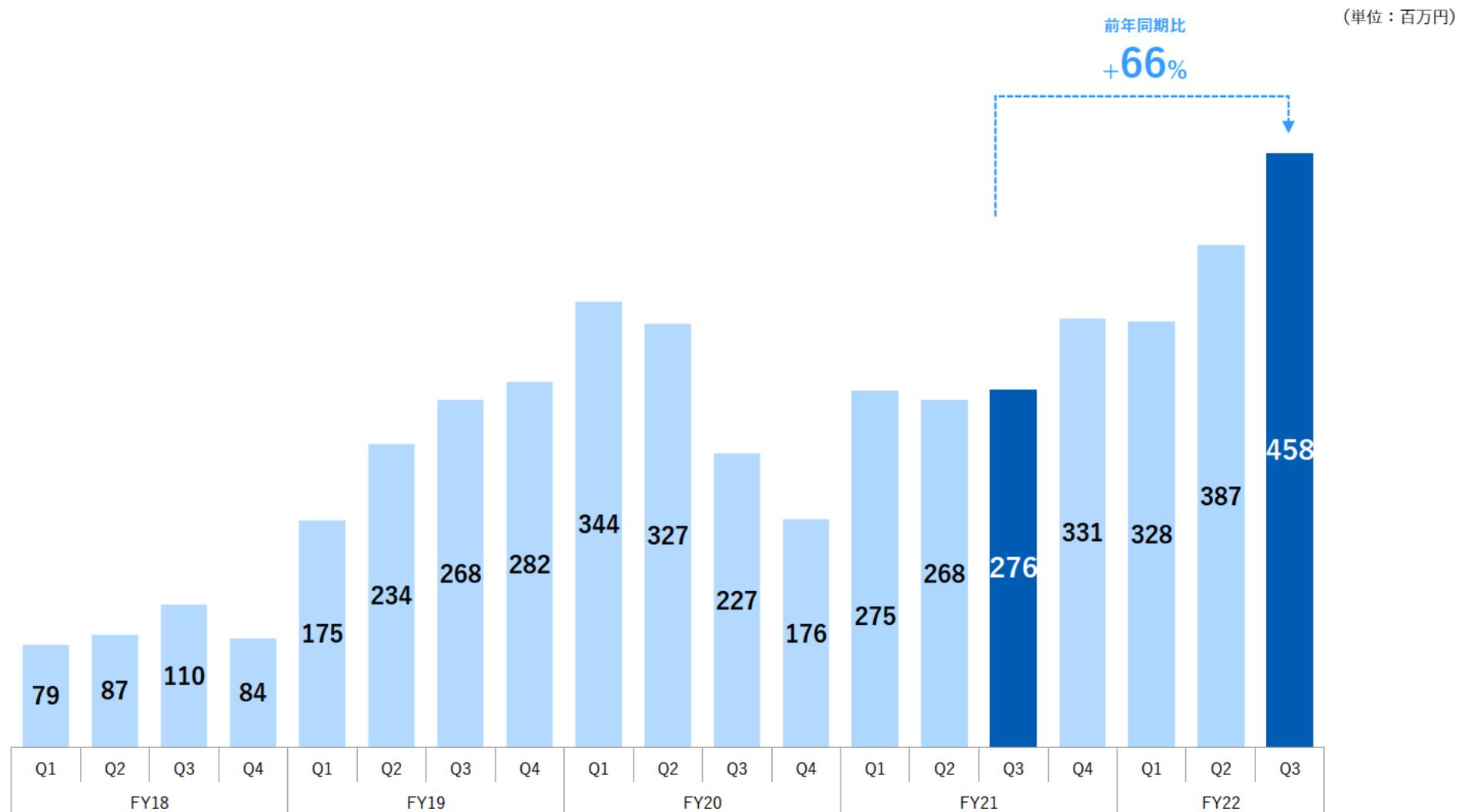
テイクレート：流通総額（GMV）における付加価値獲得率。カウカモの売上総利益をGMVで割ることにより算出されます

MAU：Monthly Active Userの略。カウカモアプリやウェブサイトにつき、メールアドレスなどを登録のうえ利用している月間利用者数を意味します

\* 成約ベース

## カウカモ事業 | 売上総利益の四半期推移

売上総利益は過去最高となり、前年同期比+66%で着地しています。

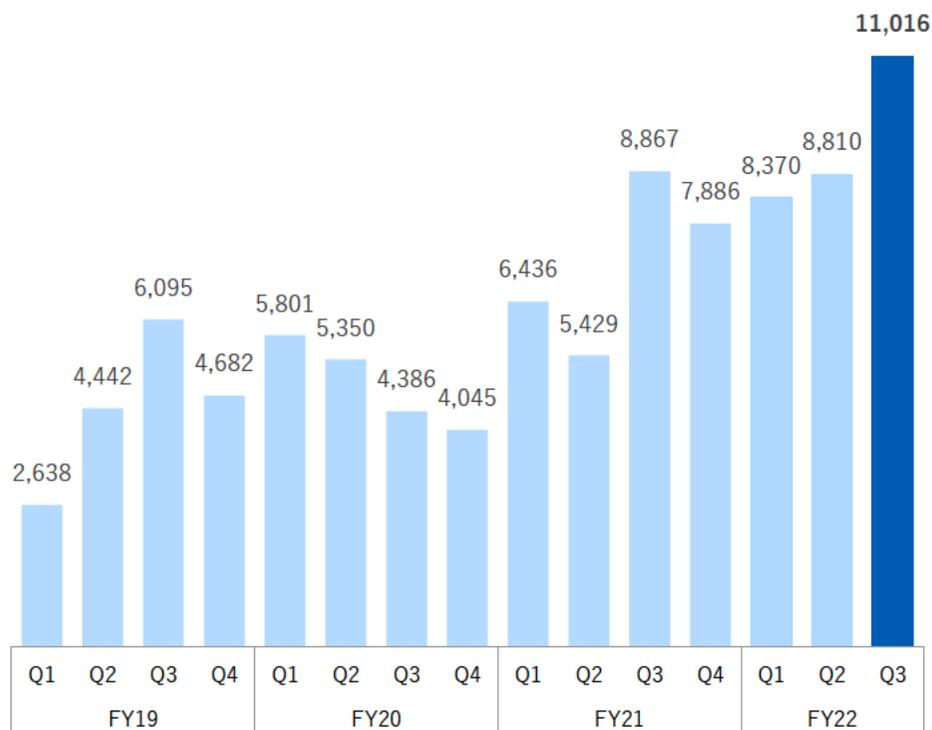


## カウカモ事業 | GMV・テイクレートの四半期推移

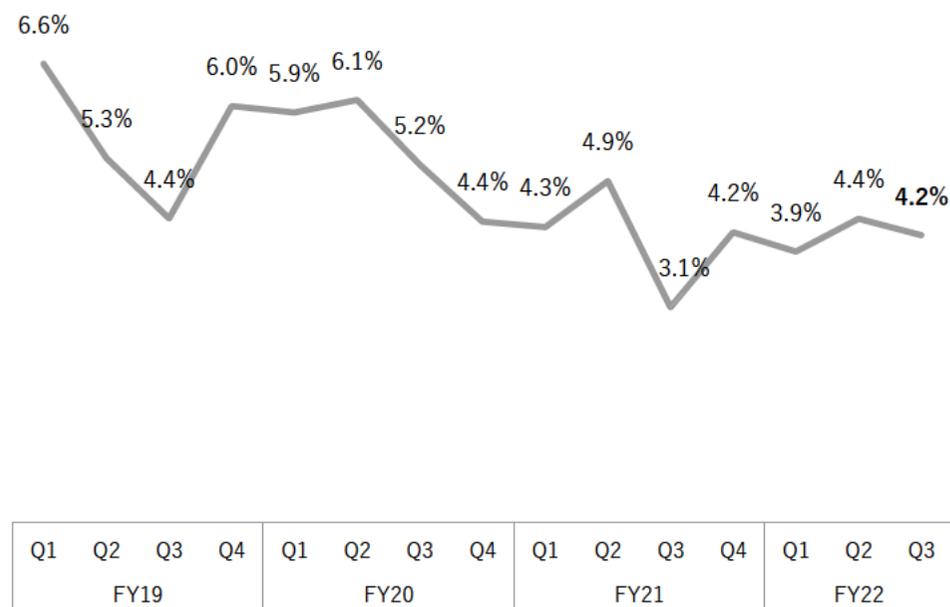
サービスの順調な成長により、GMVは過去最高を更新。テイクレートについては、住宅流通市場の需給環境悪化を受けた低水準が継続していましたが、当期を通じて回復しつつあります。期初方針に沿った構造的なテイクレート改善についても進捗しており、今後も中長期的なテイクレート向上を想定しています（P18）。

### GMV

(単位：百万円)



### テイクレート



## 参考 | 四半期業績・事業KPIの四半期推移

(単位：百万円)

	FY19				FY20				FY21				FY22		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
<b>売上高</b>	<b>421</b>	<b>289</b>	<b>374</b>	<b>429</b>	<b>453</b>	<b>539</b>	<b>443</b>	<b>282</b>	<b>371</b>	<b>389</b>	<b>376</b>	<b>486</b>	<b>565</b>	<b>653</b>	<b>713</b>
売上総利益	192	258	282	326	366	358	257	211	302	290	307	363	349	419	496
カウカモ	175	234	268	282	344	327	227	176	275	268	276	331	328	387	458
不動産企画デザイン	17	24	14	44	22	30	30	34	26	21	30	32	20	31	37
<b>営業費用</b>	<b>244</b>	<b>244</b>	<b>232</b>	<b>318</b>	<b>341</b>	<b>346</b>	<b>327</b>	<b>328</b>	<b>348</b>	<b>363</b>	<b>426</b>	<b>485</b>	<b>594</b>	<b>670</b>	<b>668</b>
カウカモ	137	148	140	189	203	193	196	198	223	261	298	335	432	518	503
不動産企画デザイン	14	14	10	18	17	14	16	15	24	21	19	25	22	20	17
全社	91	81	81	110	120	138	114	114	99	80	107	124	139	131	148
<b>営業利益</b>	<b>△52</b>	<b>13</b>	<b>49</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>△69</b>	<b>△117</b>	<b>△45</b>	<b>△72</b>	<b>△118</b>	<b>△121</b>	<b>△244</b>	<b>△251</b>	<b>△172</b>

事業KPI	FY19				FY20				FY21				FY22		
<b>GMV*1</b>	<b>2,638</b>	<b>4,442</b>	<b>6,095</b>	<b>4,682</b>	<b>5,801</b>	<b>5,350</b>	<b>4,386</b>	<b>4,045</b>	<b>6,436</b>	<b>5,429</b>	<b>8,867</b>	<b>7,886</b>	<b>8,370</b>	<b>8,810</b>	<b>11,016</b>
<b>テイクレート (%)</b>	<b>6.6</b>	<b>5.3</b>	<b>4.4</b>	<b>6.0</b>	<b>5.9</b>	<b>6.1</b>	<b>5.2</b>	<b>4.4</b>	<b>4.3</b>	<b>4.9</b>	<b>3.1</b>	<b>4.2</b>	<b>3.9</b>	<b>4.4</b>	<b>4.2</b>
取引件数*1 (件)	59	98	119	105	123	121	95	93	130	118	166	159	180	179	225
MAU*2 (千人)	25	27	28	29	36	40	44	50	54	59	62	59	64	57	53

\*1 成約ベース

\*2 四半期平均会員MAU

# カウカモ事業 | 2022年7月期 第3四半期KPIに関する事業状況

本第3四半期は、既存サービスの順調な成長及び売主サイドの事業構築の強化によりGMV、テイクレートともに堅調な結果となりました。通期見通しについては、GMV・テイクレートともに期初想定\*より変更ありません。

## 2022年7月期 第3四半期実績

## 2022年7月期第3四半期の主な状況

売上  
総利益

GMV

**11,016**百万円  
前年同期比+**24%**

- [市場環境]首都圏の中古マンション市場の成約件数は堅調に推移。今後の見通しとしては、マクロ環境の変化による不透明感があるものの、中古不動産流通市場の安定的な成長は継続するものと想定 (P26)
- [Q3実績]買主向けサービスを中心とした既存サービスの順調な成長に加え、個人売主チャネルの開拓が貢献。取引件数は225件 (前年同期比+36%) と過去最高を更新
- [見通し]引き続き、営業体制の拡大、個人売主チャネルの開拓、自社企画商品の拡充が順調に進捗。加えてエリア拡大やリノベーションサービスの拡充も取引件数に寄与しつつあり、GMVの成長は継続する見通し

テイク  
レート

**4.2%**  
前年同期比+**1.1.pt**  
(前四半期比△**0.2.pt**)

- [市場環境]コロナによる中古マンションの物件供給数減少は改善。一方、今後は物件価格の上昇による手数料率への影響を注視
- [Q3実績]自社企画商品の供給増加、自社エージェント比率の向上により着実に改善し、前年同期比を上回って推移
- [見通し] 四半期ごとの振れはあるものの、テイクレートの構造的改善に向けた取り組みが進捗しており、第4四半期から来期にかけて継続的に改善していく見通し

\* カウカモGMVの通期見通し：前年同期比でGMV+30%程度、テイクレート+10%程度の成長を見込みます (P27)

# カウカモ事業 | 2022年7月期 第3四半期の主な取り組み

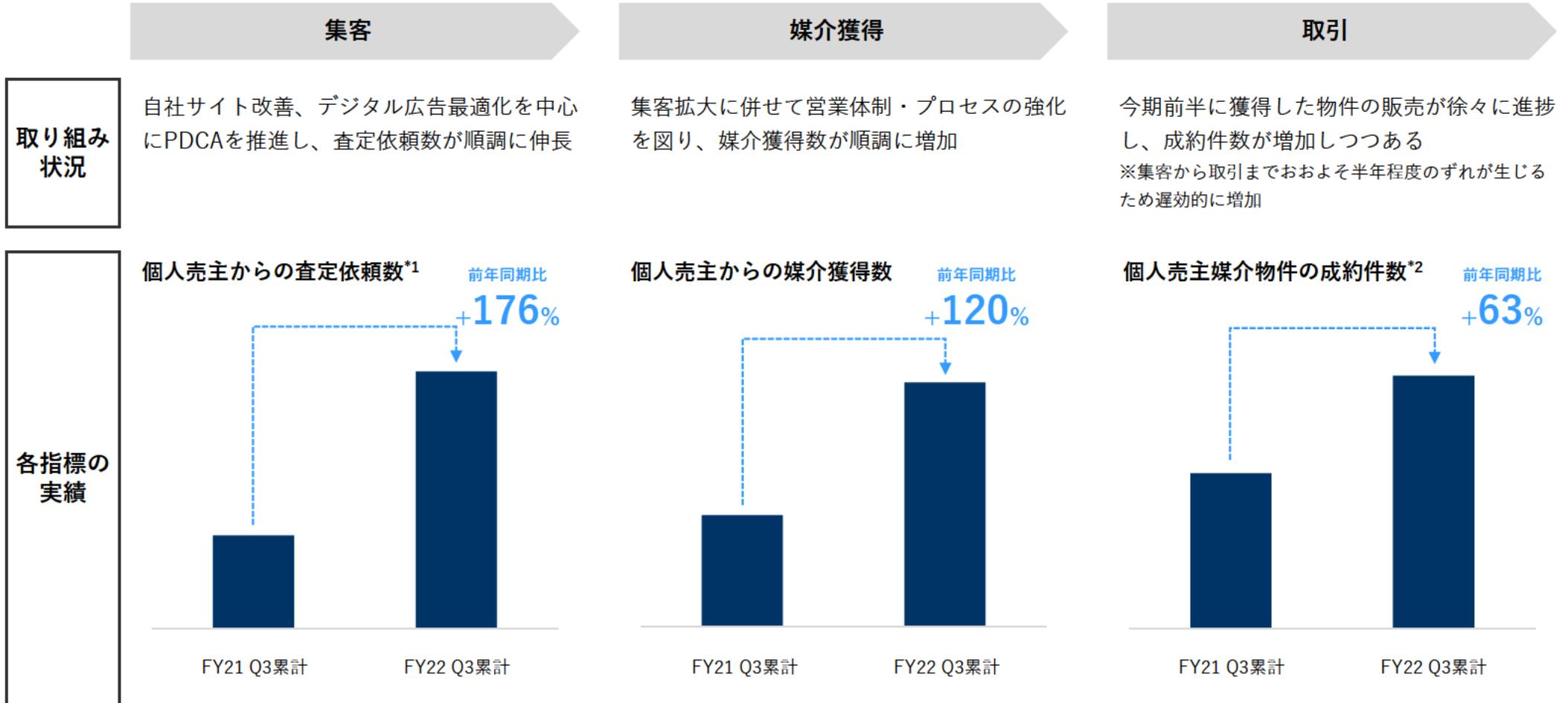
本第3四半期についても、期初方針に基づき、売/買両サイドにおいてGMV・テイクレート向上に寄与する様々な施策に取り組んでいます。



\* OMO : Online Merges with Offlineの略。顧客志向でオンライン/オフラインを融合し、より良い顧客体験を目指す考え方を指します

# カウカモ事業 | A 個人売主チャネルの開拓

本第3四半期についても、期初方針に沿って個人売主チャネルの拡大を推進。先行指標である個人売主からの査定依頼数、媒介獲得数の増加につれて成約件数も増加し始めており、今後の継続的なGMV成長への貢献が見込まれます。



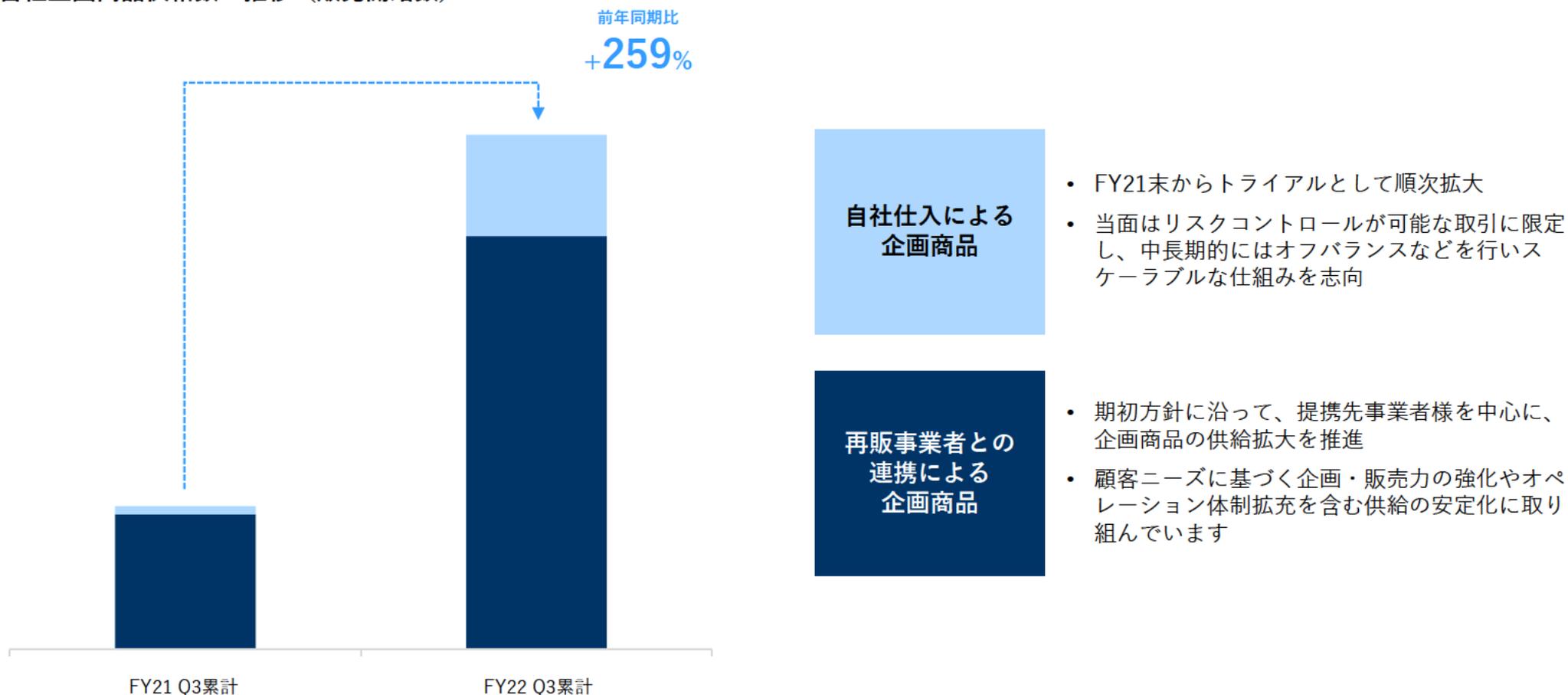
\*1 自社サイトまたは提携被送客を通じた個人売主からの査定依頼数の合計。社内基準により提携被送客については実数の20%を査定依頼数として換算しています

\*2 個人売主媒介物件の成約件数：個人売主の売買取引において、売主サイドの媒介に関与した件数（成約ベース）

## カウカモ事業 | B 自社企画商品の供給拡大

期初方針通り、自社企画商品の供給強化を推進。第3四半期累計では前年同期比+259%の販売開始数<sup>\*1</sup>となり引き続き好調に推移しました。  
今後も安定的な供給拡大とともに、販売物件の成約による通期でのGMV・テイクレイトへの寄与<sup>\*2</sup>を見込んでいます。

### 自社企画商品供給数の推移（販売開始数）



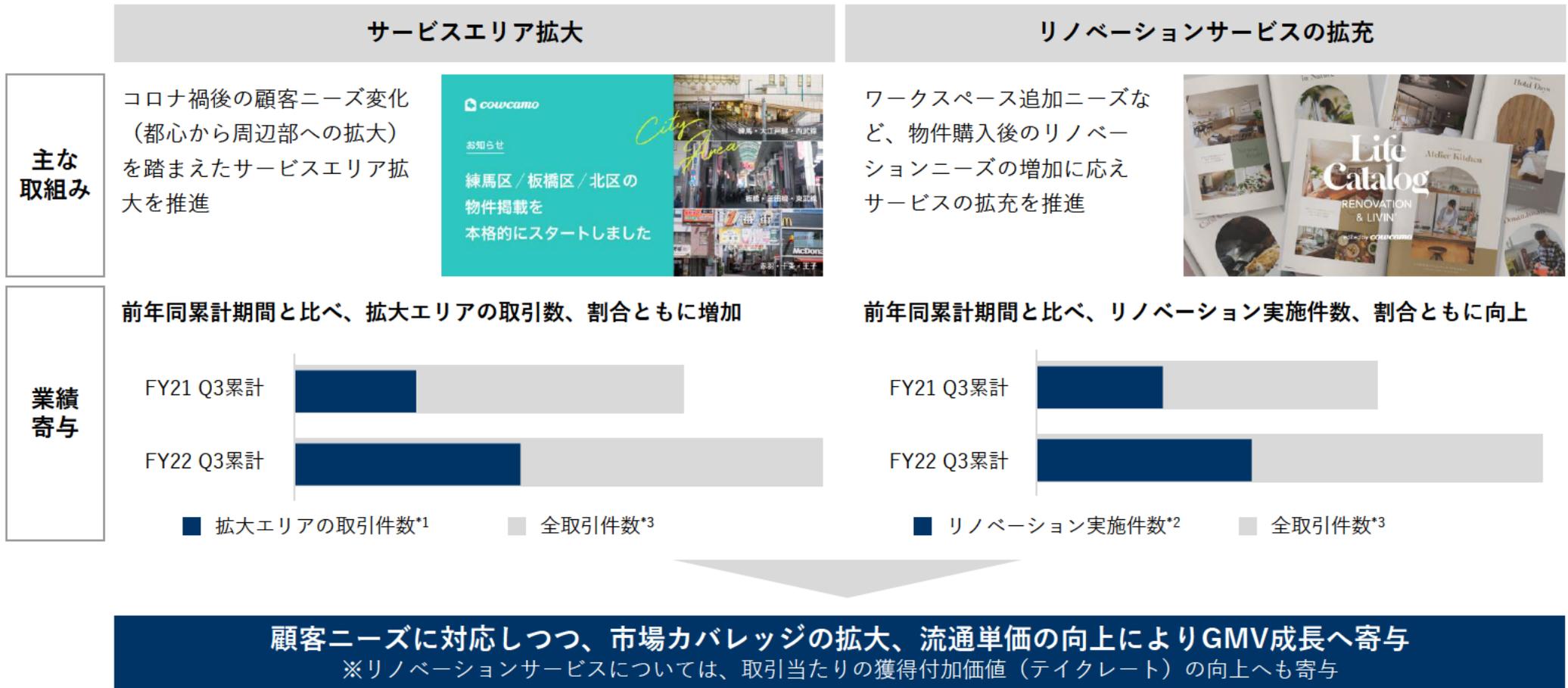
\*1 販売開始とは、仕入・企画・開発を経て、物件をカウカモ上で公開したことを指します。一般的に、仕入～販売開始まで2~3ヵ月、販売開始から決済（売上計上）まで4~5ヵ月となります

\*2 自社仕入販売物件については、加えて売上高への寄与が見込まれます

# カウカモ事業 | C 買主向けサービス・プロダクト改善の継続

期初から取り組んできたサービスエリア拡大、リノベーションサービスの拡充を継続して進めています。  
顧客ニーズの変化に対応しながら、市場カバレッジの拡大と流通単価の向上を通じGMVを拡大していきます。

## 第3四半期までの主な取組みと業績寄与



\*1 拡大エリアの取引件数：港区,目黒区,渋谷区,新宿区,世田谷区,品川区,杉並区,中央区,千代田区,文京区,中野区,大田区,武蔵野市,三鷹市以外の東京エリア及び東京都外において取引された件数（成約ベース）

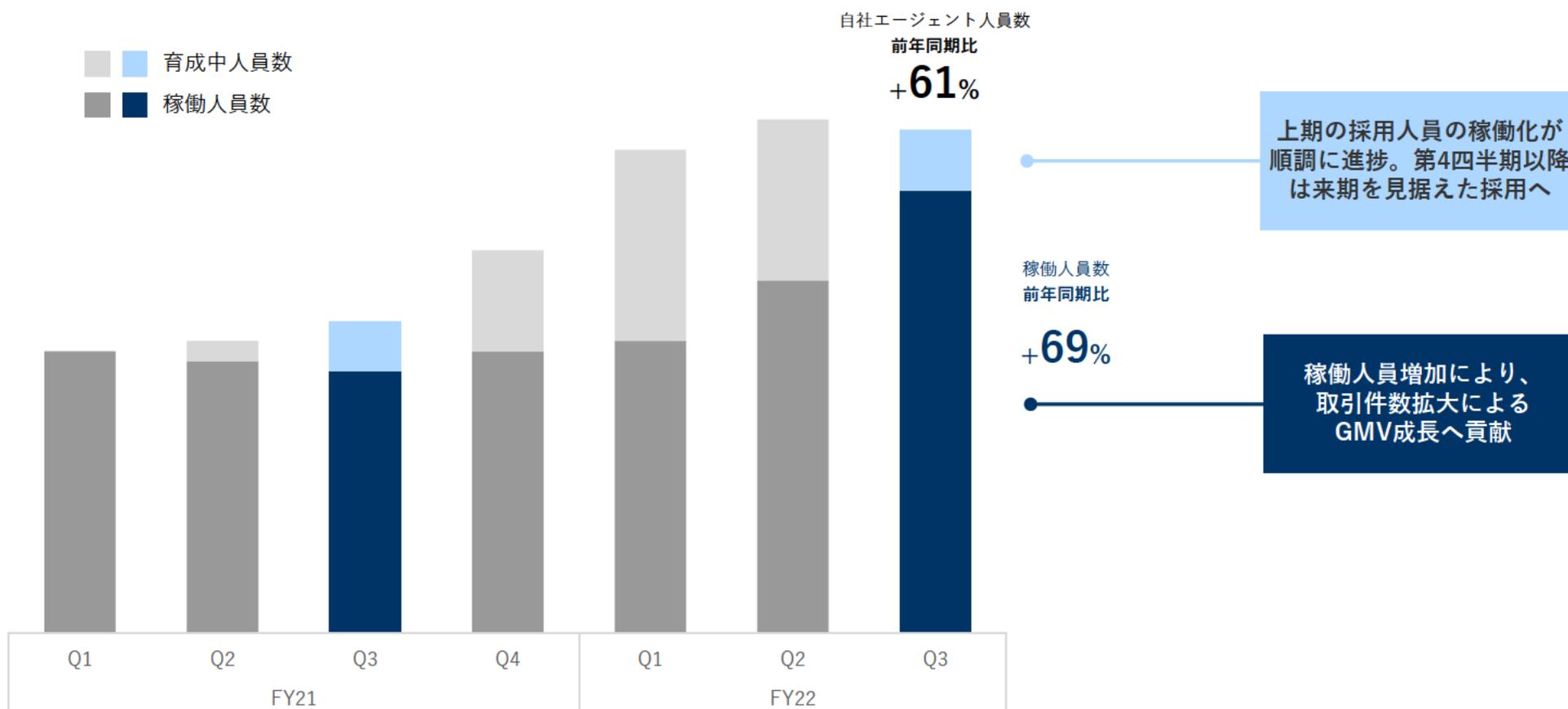
\*2 リノベーション実施件数：物件購入時にリノベーションがなされた件数（成約ベース） \*3 全取引件数：買主サイドの取引件数の総数（成約ベース）

## カウカモ事業 | D 買主向け営業体制の拡充

上期を通じて拡大してきた営業体制について、育成中人員の稼働化が順調に進捗。

本第3四半期末の自社エージェント\*の稼働人員は前年同期比+69%となり、取引件数拡大によるGMV成長へ着実に貢献しています。

### 自社エージェント人員数の推移（各四半期末時点在籍数）



上期の採用人員の稼働化が順調に進捗。第4四半期以降は来期を見据えた採用へ

稼働人員増加により、取引件数拡大によるGMV成長へ貢献

\* 自社エージェントとは、当社で雇用する仲介営業従事者を指します。本頁で示す人員数は買主向け仲介営業に従事する人員数のことを指します

### 3. 2022年7月期 通期業績予想

# マクロ環境の認識と今後の経営方針（再掲）

直近のマクロ環境の変化による当社事業への直接的な影響は現時点では限定的であると認識していますが、今後は、固定費抑制を中心にコストの見直しを進め、来期にかけて赤字幅の縮小を企図しています。

## 直近の マクロ環境の変化

- **世界的なインフレ傾向および政策金利引き上げ**：米国を中心とした世界的インフレ懸念による金融政策の引き締め、これを受けた資本市場のセンチメントの悪化が想定される。日本においては低インフレな状況が継続しており、金融政策の転換、金利環境の大幅な変化が直ちに顕在化する可能性は低いと思われるが、国内経済への間接的な影響を注視
- **ウクライナ情勢の緊迫化による経済環境の変化**：ウクライナ情勢の緊迫化による、世界的な資源価格高騰、サプライチェーンへの影響、消費者マインドの冷え込みによる需要減などの経済環境変化が想定される

## 当社の経営環境 への影響

- **不動産市場への影響**：金利上昇時には不動産価格の低下、資材価格の高騰時には工事価格の上昇が想定される。住宅ローン金利の動向や消費者マインドの冷え込みは住宅需要の一次的な減衰につながる可能性があるが、実需向け不動産の需要は長期で見ると安定的に推移するものと想定
- **中古住宅流通事業への影響**：上記不動産市場への影響は、新築マンション開発事業者、新築戸建て事業者への影響が相対的に大きいものと想定され、当社の主事業ドメインである中古住宅流通事業においては、新築住宅市場からの需要代替が想定される。また、不動産価格の下落局面では仕入再販による流通モデルのリスクが向上するため、在庫リスクのコントロールに留意する必要がある
- **財務環境への影響**：マクロ環境の不透明感、調達環境の悪化を踏まえ、より慎重な財務管理の必要性を認識

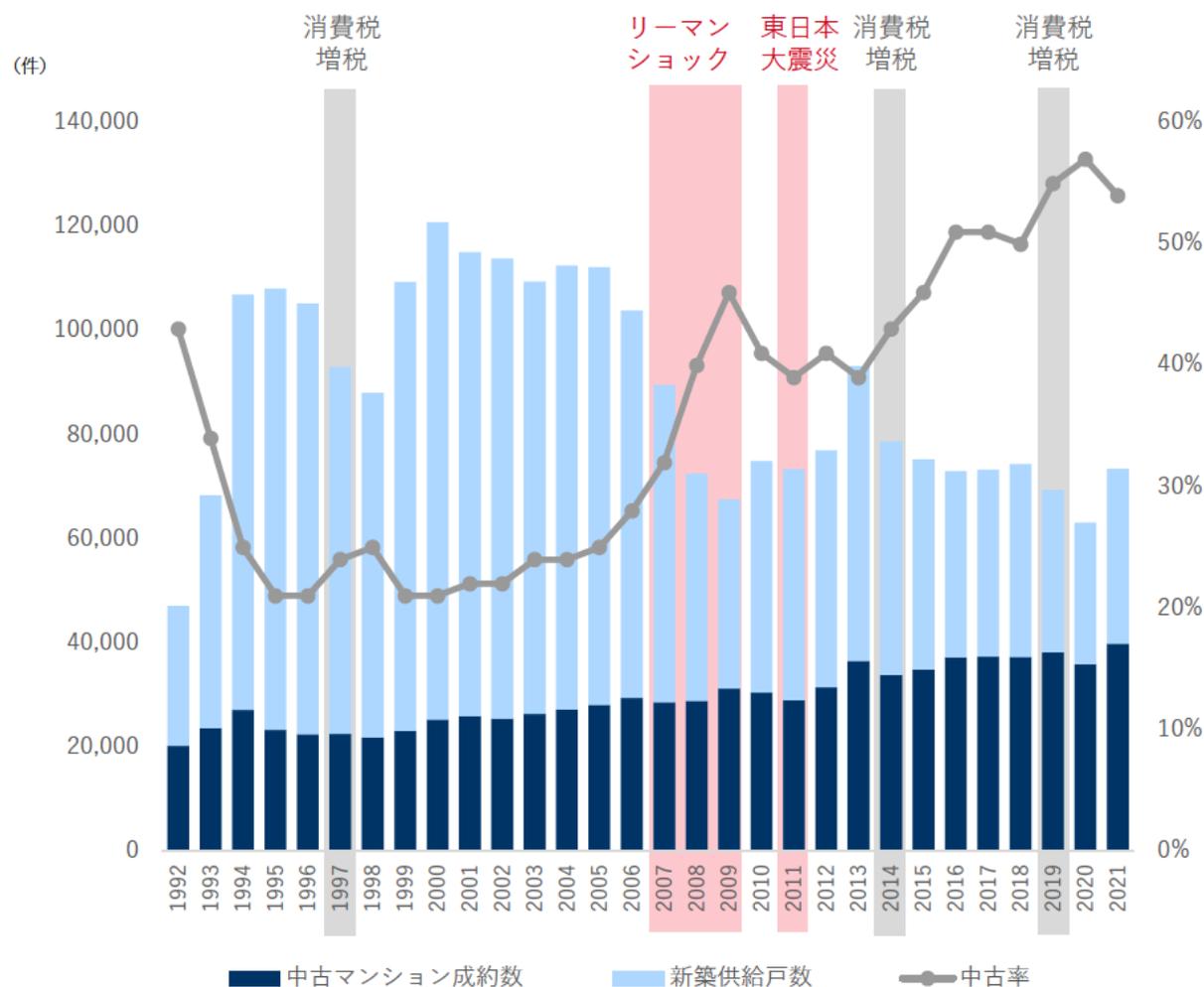
## 経営方針及び 業績予想

- **経営方針**：当社事業への直接的な影響は現時点では限定的であるものの、財務環境への影響を注視。固定費抑制を中心にコストの見直しを進め、来期にかけて赤字幅の縮小を企図
- **2022年7月期 通期業績予想**：上述の通り、下期を通じたコストの見直しを進めるが、現時点では2022年7月期通期業績予想は据え置き

## 参考 | 過去の中古不動産流通市場におけるマクロ環境の影響（再掲）

首都圏における中古マンションの成約件数は、新築マンションの供給戸数と比較すると、経済環境に大きな影響を受けず継続的に増加していることが確認できます。中古マンションがストックとして蓄積されていくため、中長期的な成長は継続するものと想定しています。

### 首都圏の新築・中古マンションの流通件数の推移



### 中古不動産流通市場の環境耐性の背景

- 住宅の実需は、各世帯・家計においては出産や転勤、相続など様々なライフステージの変化によって発生するため、経済環境の影響が少ない
- 新築は「フロー」型の供給であり、土地仕入や資材供給において経済環境の影響を強く受ける一方、中古住宅は、これまでに蓄積されてきた「ストック」が供給源であり、環境変化においても住宅実需の受け皿として機能
- 従って、前頁に示したマクロ環境変化が顕在化した場合においても、中古不動産流通市場の安定的な成長は継続するものと思われる

# 2022年7月期 通期業績予想の前提（2022年3月15日公表時からのアップデート）

第2四半期決算での経営方針の変更に伴い、固定費の抑制を中心にコストの見直しを進めています。

2022年7月期通期業績予想は、売上高2,450百万円、売上総利益1,780百万円、営業損益△890百万円と据え置いています。

## 2021年9月13日公表時の前提

## 2022年3月15日公表時のアップデート内容 (一部更新あり\*)

### カウカモ事業

**マーケット：**コロナ禍の影響を受けた需給環境の急変は落ち着き、マクロの中古住宅需要の継続拡大を想定

**GMV：**顧客数増加、営業体制・サービス拡充、物件供給強化により前期比+30%程度の成長を見込む

**テイクレート：**企画商品拡充、自社エージェント比率向上により前期比+10%程度の向上を見込む

**費用：**売上総利益の継続成長のための先行投資・成長投資を織り込む

**マーケット：**左記に加え、マクロ環境の急変に伴う需給両面での影響を注視（今期業績影響は軽微と想定）

**GMV：**前提の変更なし

**テイクレート：**前提の変更なし

**費用：**中長期を見据えた投資を中心に、下期における先行投資（主に採用費、人件費、外注費等）の一部見直しを進める

### 不動産 企画デザイン事業

- カウカモ事業の継続成長を優先し、売上総利益及び販管費、共に大きな変動は織り込んでいない
- カウカモ事業の後方支援や、中長期に向けた事業機会へのテスト等は継続的に実施予定

- 前提の変更なし

### 全社共通費用

- 継続成長に向けた組織強化のための採用費、人件費、株式報酬費用を織り込む [継続成長に向けた組織強化]

- 上期にて体制拡充が一定完了したため、下期の採用費、人件費増を抑制

### その他

- 影響度の未確定なマネーフォワード社との新サービスはコストのみ織り込む [中期的な成長投資]
- その他未確定な大型取引、極端な不動産市況の変動、新規事業やM&Aは織り込んでいない

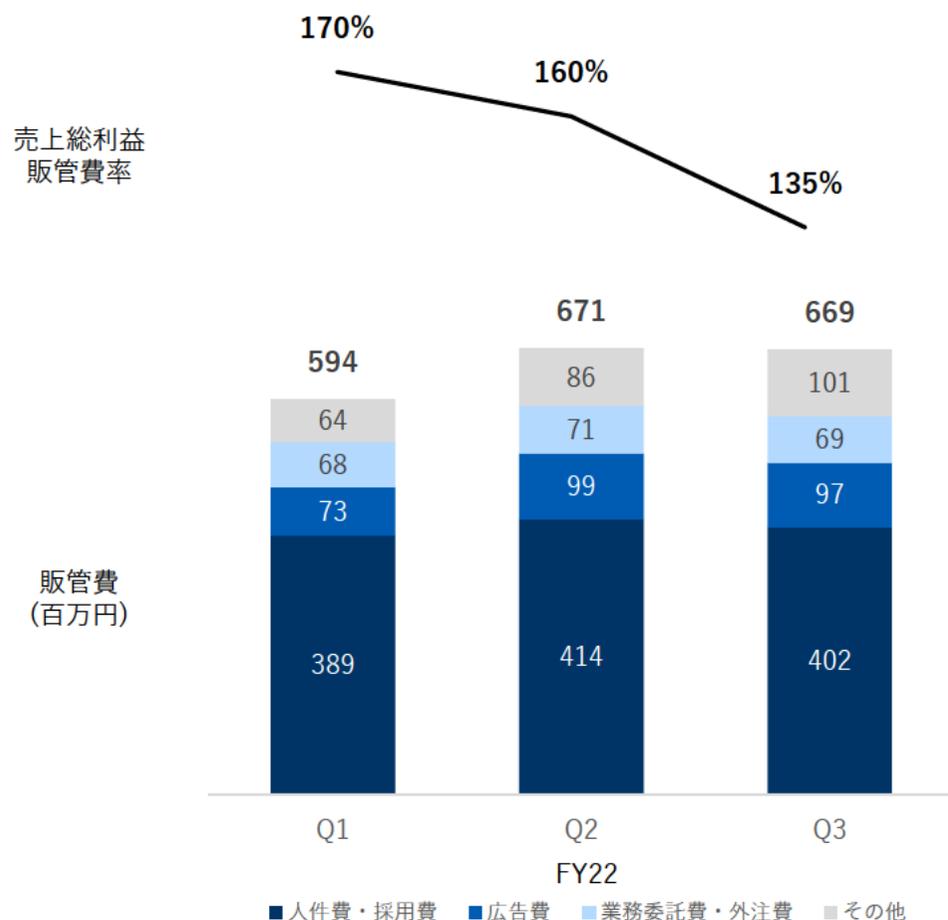
[特別損益に関する前提の変更]

- コスト見直しを受けた本社オフィスの削減及び不動産企画デザイン事業における定期賃貸借契約終了による減損損失が発生

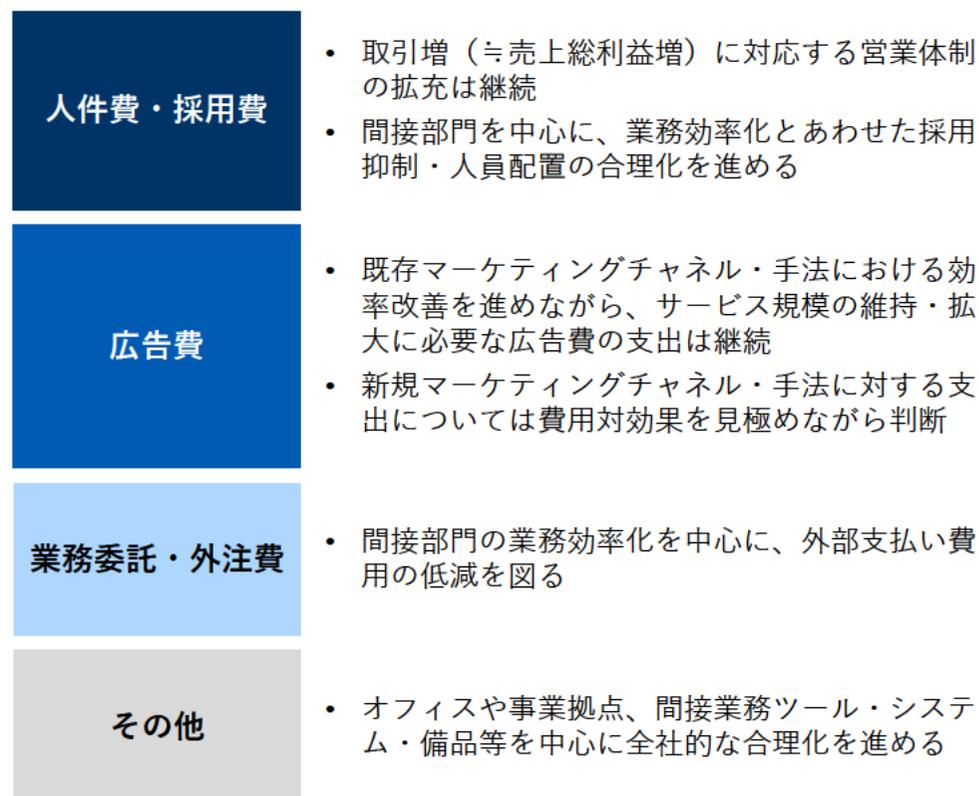
## 参考 | コスト見直しの状況

前述の方針に沿って、第3四半期においても一部コスト見直しを進め、売上総利益販管費率が低減しました。今後、営業体制の拡充や顧客獲得費用を中心とするサービス・取引の拡大に要する支出は維持しつつ、間接費用の合理化・業務効率化を中心としたコスト改善を継続します。

販管費及び売上総利益販管費比率の推移 (2022年7月期第1-第3四半期)



今後のコスト見直しの方向性



※上記コスト見直しの効果は、内容により数か月から1年程度の期間を経て財務実績へ反映されるものも多いため、当期の業績予想に即時に影響を及ぼすものではないことに留意

## 4. ご参考資料

# 全社 | 住宅・不動産領域のテクノロジー企業

ツクルバは、住宅・不動産領域のテクノロジー企業です。中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームであるカウカモ事業、外部の企業と連携し次なる事業の柱を作る不動産企画デザイン事業の2つの事業セグメントを運営しています。

## カウカモ事業



中古・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）」の企画・開発・運営を通じて住まいの流通構造の革新に取り組んでいます。

## 不動産企画デザイン事業



空間プロデュース業務や自社シェアードワークプレイス事業で培ったノウハウやアセットを活用し、また外部パートナーとも積極的に協業することで、新たな事業を創出していきます。

# 全社 | テクノロジー・ビジネス・デザインの背景を有する経営陣

住宅・不動産領域のテクノロジー企業として必要なテクノロジー・ビジネスの経験者と不動産領域の付加価値を生み出すデザインの知見が豊富な経営メンバーで運営しています。



**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 (きたはら ひろし)**  
取締役COO

東京工業大学大学院博士課程修了。博士（工学）。パリ・ドフィエヌ大学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、2016年11月当社入社。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)**  
取締役・共同創業者

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、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」



**竹内 真 (たけうち しん)**  
社外取締役

富士ソフトABC株式会社（現富士ソフト株式会社）、株式会社レイハウオリ創業を経て創業準備期のビズリーチに参画し、取締役CTOに就任。2020年2月ビジョナル株式会社取締役CTOに就任。一般社団法人日本CTO協会理事



**鈴木 秀和 (すずき ひでかず)**  
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 (ふくしま よしのり)**  
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



**服部 景子 (はっとり けいこ)**  
常勤監査役

公認会計士、米国公認会計士（デラウェア州）。富士銀行（現：みずほ銀行）、JPモルガン証券、BNPパリバなどの金融機関で法人営業や株式調査の業務を経て、新日本有限責任監査法人に入所。上場企業などの会計監査に従事した後、服部景子公認会計士事務所を独立開業



**高野 慎一 (たかの しんいち)**  
監査役

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などを歴任



**波田野 馨子 (はたの けいこ)**  
監査役

弁護士。2008年弁護士登録、森法律事務所に入所。日弁連住宅紛争処理機関検討委員会委員、（公財）住宅リフォーム・紛争処理センター運営協議会幹事、企業等におけるコンプライアンス委員会アドバイザー、倫理審査委員、スターフェスティバル（株）監査役等を歴任

## カウカモ事業 | カウカモが取り組む社会課題

ユーザー志向の不動産サービスの提供、蓄積されたデータに基づく流通工程の効率化により、流通構造摩擦の低減や需給マッチングの最適化を実現し、自由度と流動性の高い新たな市場を形成します。これらの活動により、社会課題とされる良質な住宅ストックが蓄積・循環する社会の実現に寄与します。

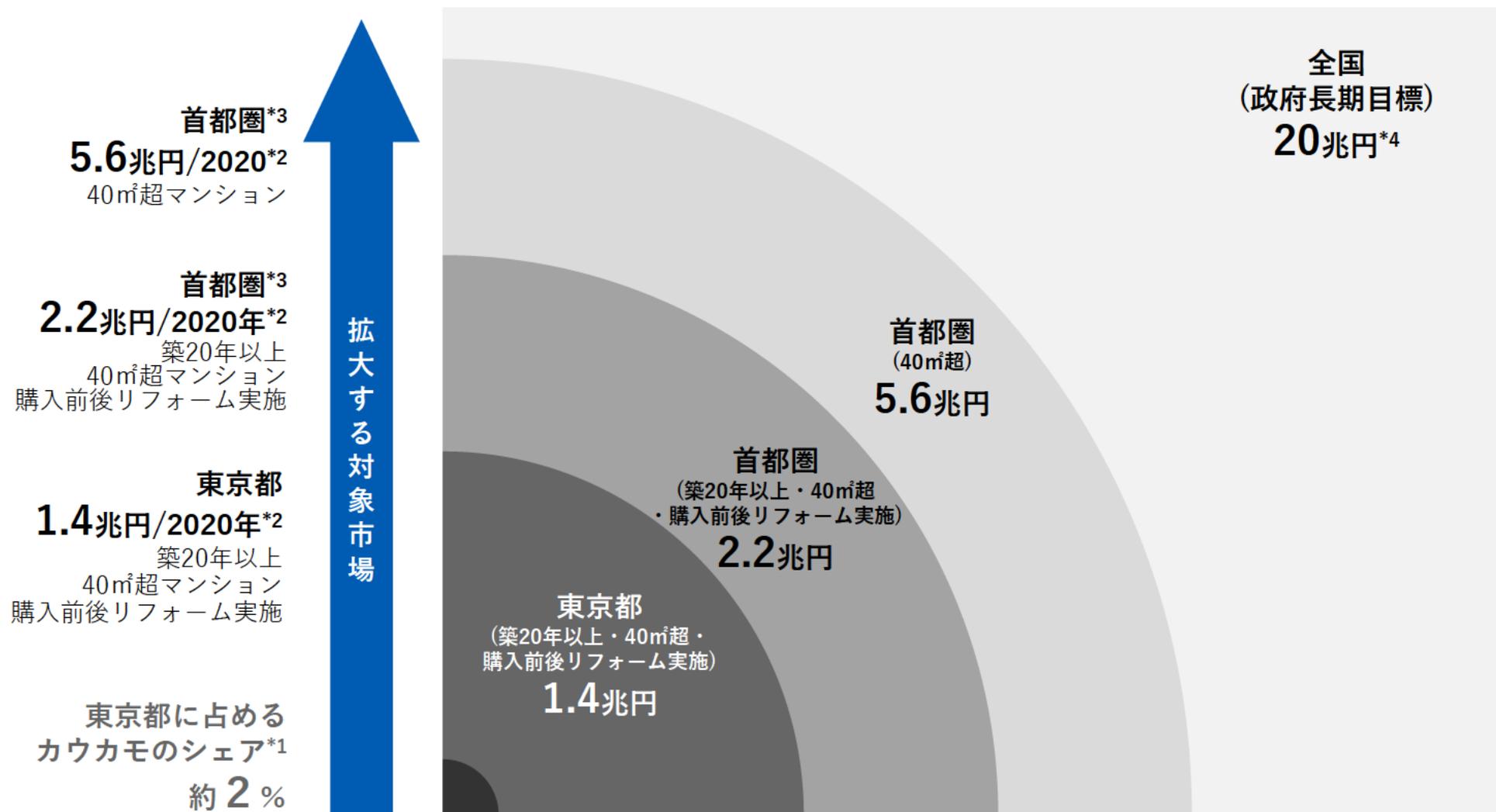
### < 既存の流通構造の課題 >

- 多段階の流通構造により流通摩擦が大きい
- IT化の遅れにより流通工程が非効率
- リノベーション価値や定性的な利用価値が物件価格に織り込まれづらい
- 川上・事業者志向の業界構造となっており、ユーザーニーズにあった商品・サービスが供給されにくい



# カウカモ事業 | 長期的に全国20兆円規模が目指されている中古住宅・リノベーション市場

中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームであるカウカモ事業では、中古住宅・リノベーション市場を対象としています。現在は首都圏を中心に展開していますが、当領域は全国的に高いポテンシャルを秘めています。



\*1 カウカモのFY21のGMVを2020年の東京都の築20年以上・40㎡超のマンション・築21~25年中古マンション購入前後のリフォーム実施割合(85.7%)の市場規模(推定)で割ることにより算出

\*2 公益財団法人東日本不動産流通機構「年報マーケットウォッチ 2020年度」、公益財団法人不動産流通推進センター「2019不動産業統計集(3月期改訂)3不動産流通」

リフォーム産業新聞社「中古住宅リノベ市場データブック」からツクルバが推計

\*3 首都圏:1都3県(東京/埼玉/千葉/神奈川) \*4 国土交通省「住生活基本計画」(令和3年3月9日)中古住宅流通市場・リフォーム市場合計

\*5 上記はイメージであり、必ずしも値の差を面積比で正確に表していません

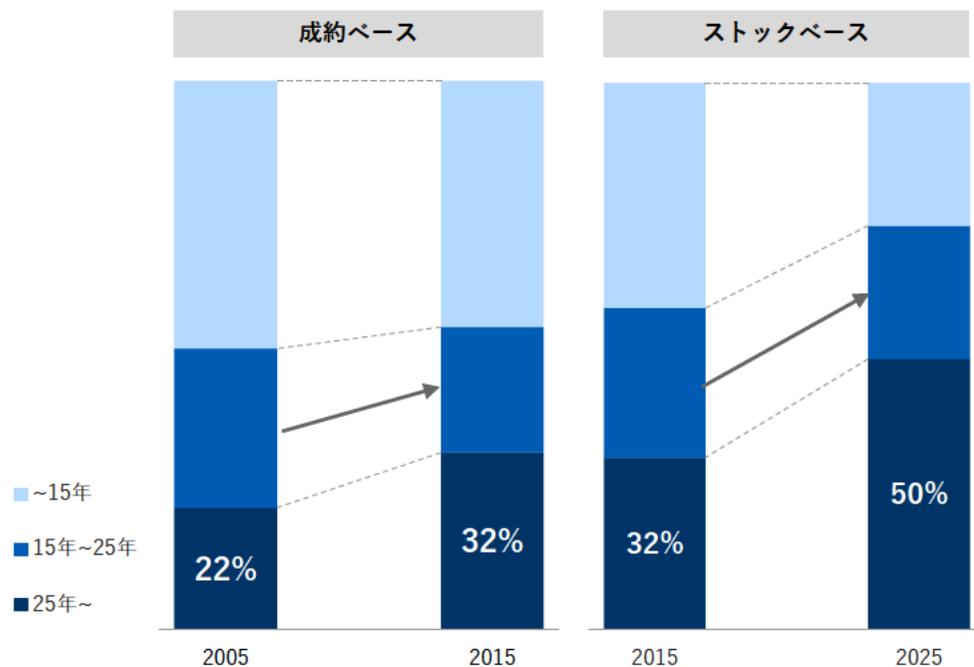
# カウカモ事業 | 中古住宅の拡大に伴う市場の構造変化

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なることが想定されます。

## “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

首都圏中古マンションの築年帯別構成比率（2005-2025）



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リクルーバ作成

## 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

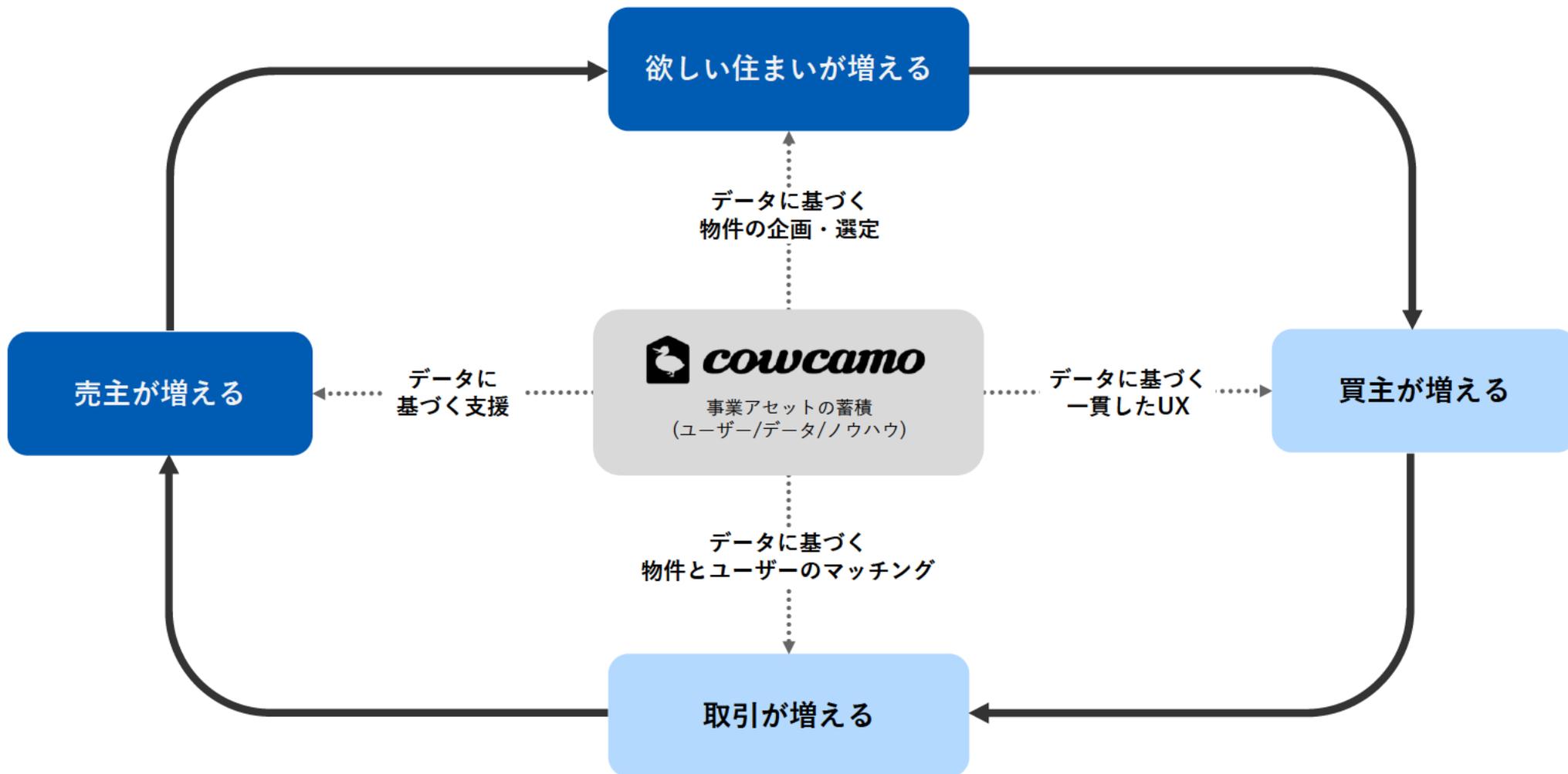
- 中古+リノベ
- リノベ済マンション
- リノベ済+追加リノベ

### 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

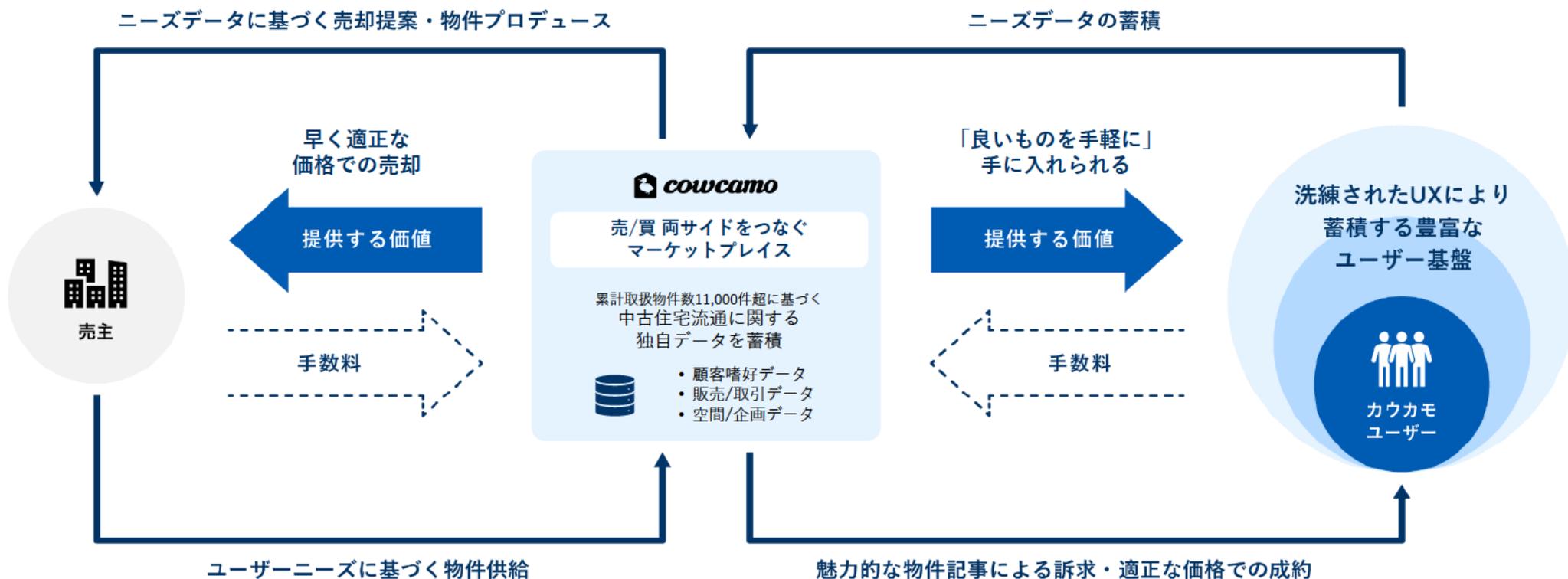
# カウカモ事業 | 中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム構築を推進

カウカモの事業モデルは、買主が増えれば取引が増え、売主の参加するインセンティブが上がり、買主の欲しい住まいが増えるという好循環構造があります。構築済みの買主ユーザー基盤を武器に、今後は売主獲得および商品供給拡充のための施策を強化していきます。



# カウカモ事業 | ビジネスモデル

カウカモは、中古・リノベーション住宅の売主と買主を介在するマーケットプレイス型のプラットフォームです。蓄積された買主ユーザーの嗜好データや空間データ等を活用し、売主から供給される物件の流通に介在することで、両者に対してユニークな価値提供を行い、売/買が循環する成長サイクルを構築していきます。



# カウカモ事業 | 売上総利益成長のための当期方針

売上総利益の高成長を目指すに当たり、売主サイド・買主サイド両面からGMV及びテイクレートの向上に取り組んでいきます。当期においては、特に売主サイドにおける事業構築を通じた物件供給の拡大、構造的なテイクレート改善に注力していきます。

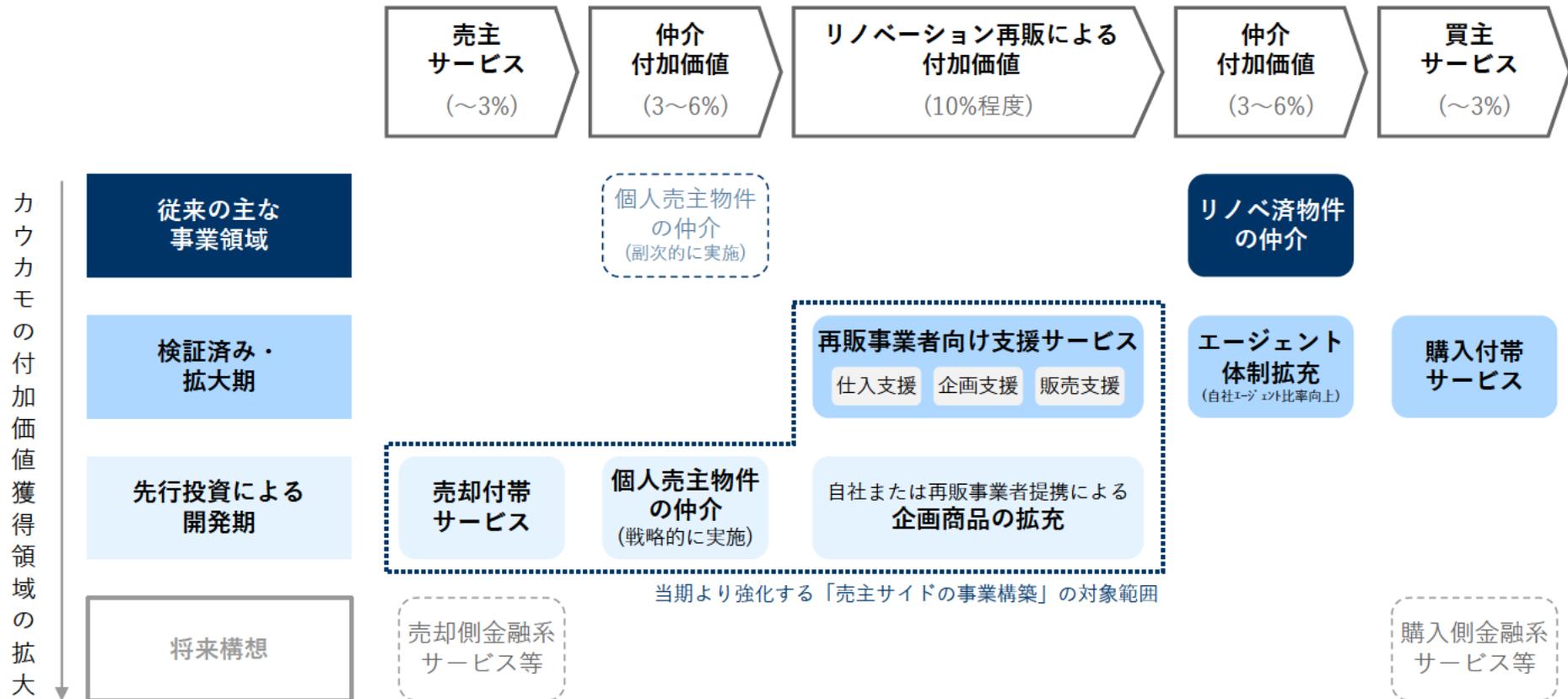
		売主サイド	買主サイド
売上総利益	GMV	<p><b>売主サイドにおける事業構築を通じた物件供給の拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>個人売主チャネルの開拓</li><li>再販事業者との連携強化による供給拡大</li><li>マネーフォワード社との提携による売主向け新サービス開発継続</li></ul>	<p><b>従来通り、ユーザー獲得、顧客体験の向上およびオペレーション規模拡大を推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>継続的なユーザー基盤の成長</li><li>継続的なサービス・プロダクトの改善</li><li>オペレーションエリアの拡大</li><li>OMO*での顧客体験向上（接客拠点、セミナー等）</li></ul>
	テイクレート	<p><b>構造的なテイクレート改善の推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>再販事業者向け支援サービスの拡大（企画報酬等の増加）</li><li>企画商品の拡充（企画商品の開発・販売にかかわる付加価値の獲得）</li><li>売主向け付帯サービスのトライアル</li><li>買主向け付帯サービスの拡充（買主サイドのアップセル）</li><li>営業体制の拡充（コロナ禍先行き見通し改善により自社エージェント比率向上）</li></ul>	

OMO：Online Merges with Offlineの略。顧客志向でオンライン/オフラインを融合しより良い顧客体験を目指す考え方

# カウカモ事業 | 構造的なテイクレートの改善に向けた取り組み

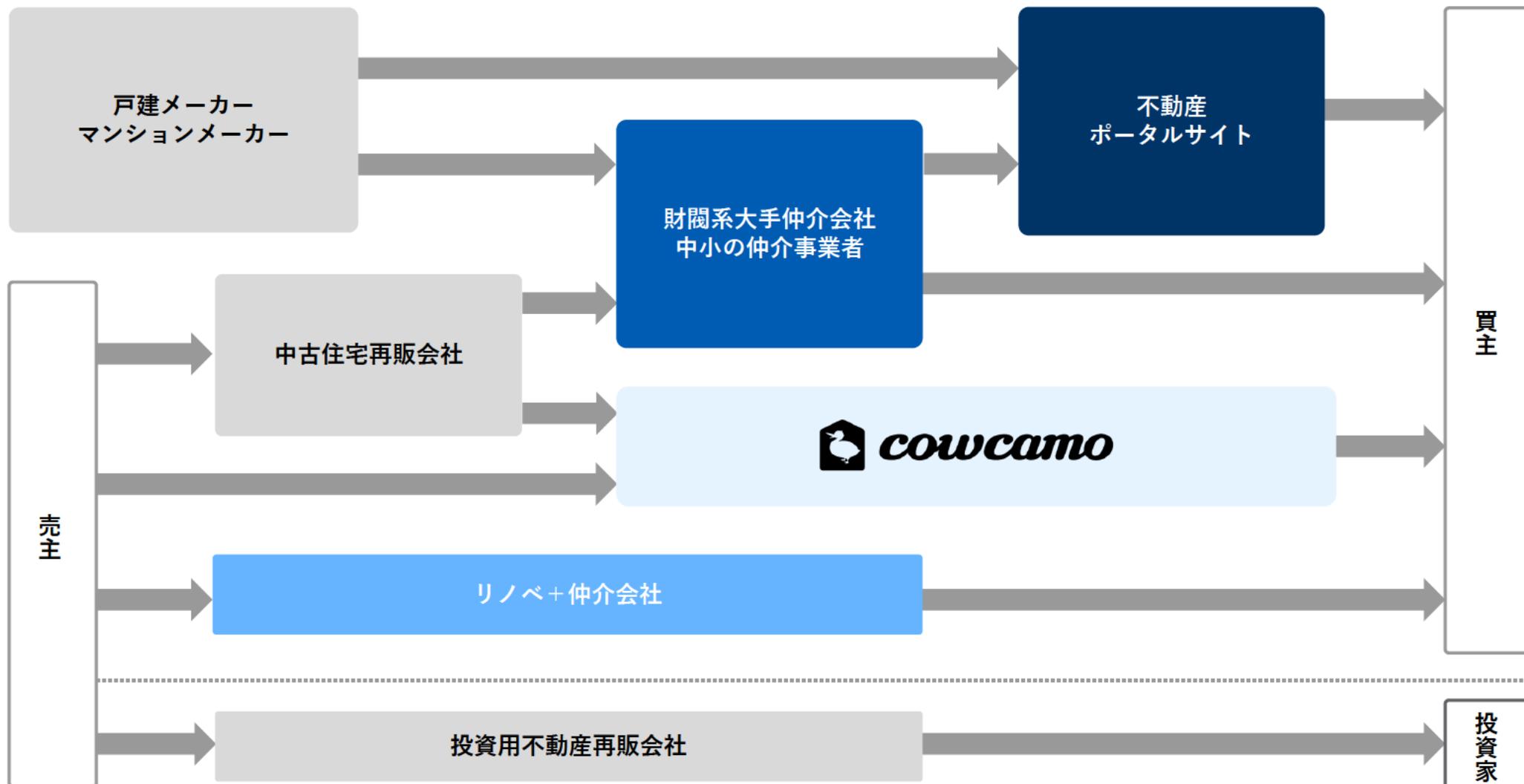
カウカモでは、再販事業者と個人買主間の仲介により頂く手数料を中心に事業を展開してきました。2022年7月期からは売主サイドの事業構築の強化に取り組んでいく方針です。これらの取り組みの拡大により流通過程におけるカウカモ事業の付加価値獲得（テイクレート）を構造的に改善していきます。

中古不動産の流通過程における付加価値構造（括弧内は獲得可能なテイクレート）



## カウカモ事業 | 競争環境

カウカモは、不動産ポータルサイトと仲介事業を統合し、「見るだけで楽しいという顧客体験」や「蓄積されたユーザーとデータ」に基づく「早く適切なマッチング」を武器に、独自のポジションを構築しています。



# カウカモ事業 | KPIツリー

カウカモ事業におけるKPIツリーは以下のような構造となります。2022年7月期より財務KPIを売上総利益、事業KPIをGMV及びテイクレートと定め、GMV拡大、テイクレート向上による売上総利益の最大化に継続的に取り組んでいます。



GMV：プラットフォーム上の流通総額。カウカモで取引された商品及びサービスの総和であり、取引された物件の価額等およびリノベーション価格等の総和になります。

テイクレート：流通総額（GMV）における付加価値獲得率。カウカモの売上総利益をGMVで割ることにより算出されます。

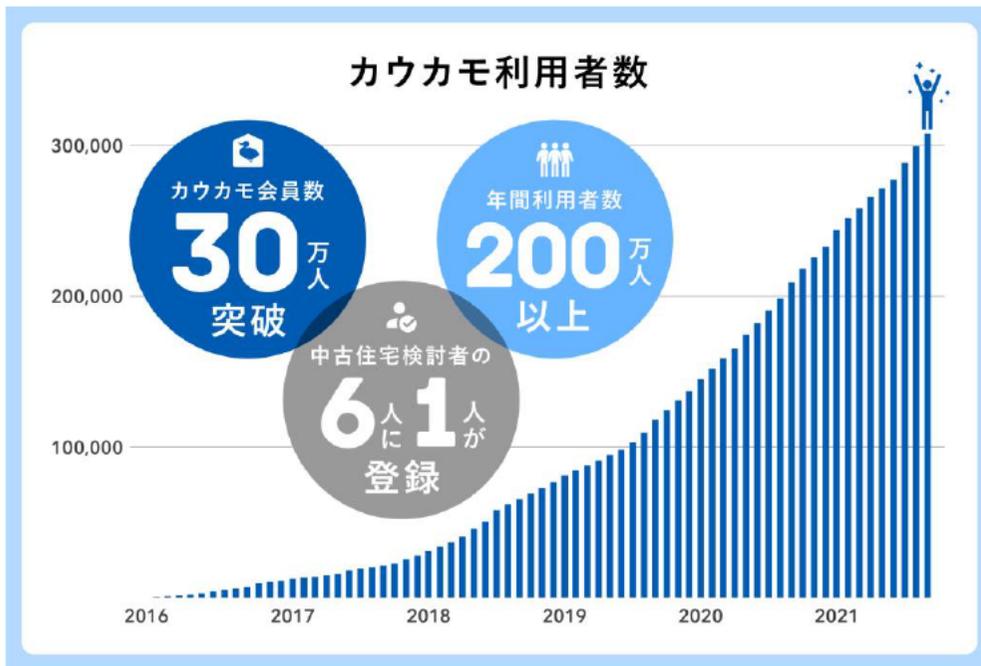
MAU：Monthly Active Userの略。カウカモアプリやウェブサイトにつき、メールアドレスなどを登録のうえ利用している月間利用者数を意味します。

\*1 成約ベース

# カウカモ事業 | 「カウカモ」の登録会員数は2021年9月に30万人を突破

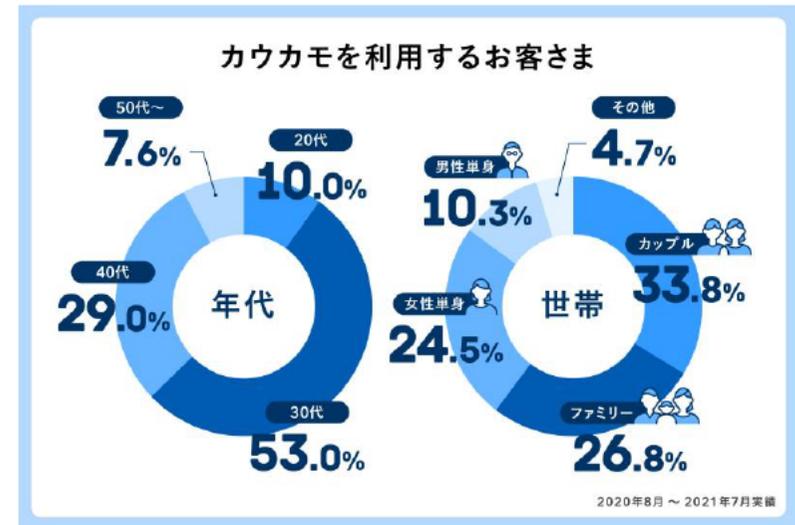
「カウカモ」の登録会員数は2021年9月に30万人を突破。プラットフォームの年間利用者数\*1は200万人以上に到達しました。このユーザー基盤を基にデータを蓄積し、ユーザーとデータの基盤を有するプラットフォームとして着実に成長をしています。

## 蓄積するユーザー・データ基盤

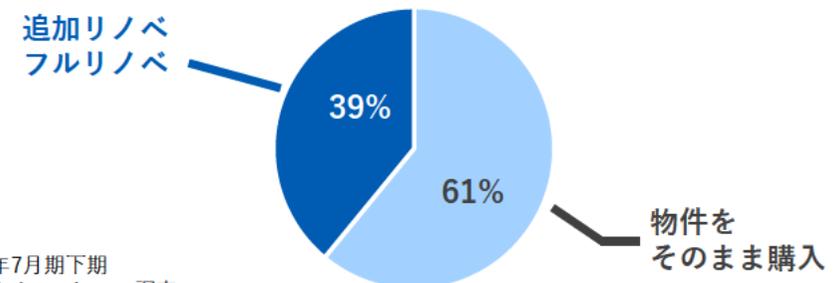


- カウカモは2015年6月にサービスを開始し、2021年9月に登録会員数が20万人を突破して以降、1年で会員数が1.5倍に増加
- 主に情報掲載をしている東京都区部～横浜の一部エリアにおいて、中古住宅購入検討者\*2の6人に1人が登録しているサービスに成長

## 顧客の分布



## お客さまがリノベーションする割合



※2021年7月期下期  
成約者リノベーション調査

\*1 年間利用者数：会員登録をせずに情報を閲覧している方を含む（2020年8月1日～2021年7月31日実績）

\*2 中古住宅検討者：東京・横浜エリアにおける25歳以上50歳未満の人口×推計持ち家許容割合×推計中古住宅許容割合、5年以内に住み替えを希望する割合により算出

# カウカモ事業 | ユーザー・データ基盤を活用して効果的な売却や物件創出を実現

カウカモはユーザー・データ基盤を活用して売主側に「早く適正な価格での売却」する価値と買主側に「良いものを手軽に手に入れられる」価値を提供しています。その結果として、以下のような実績を積み上げています。

## 「早く適正な価格での売却」という価値を提供

### 希望価格成約率\*1

85%

※参考：首都圏で3か月以内に売れた物件のうち、売出価格成約率20%、5%以内の値下げは37%\*2

### 売却期間

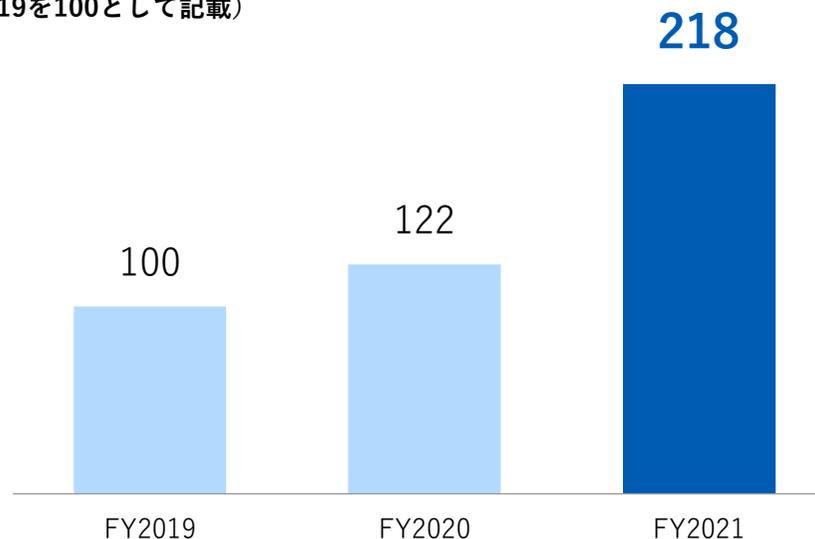
- 首都圏平均4.15か月\*2に対して、平均 **2.03** か月で成約\*3
- 通常55%\*2に対し、**79** %が掲載後 **3** か月以内に成約\*4



## ユーザーニーズに合う物件を創出

- 重要なのは「ユーザーにマッチする魅力的物件の数」
- 「ユーザーにマッチする魅力的物件の数」  
≡ 「内見希望数が多い物件数」は着実に増加

成約に必要な内見希望数を2週間以内に充足する物件数指数\*5  
(FY2019を100として記載)



\*1 「内見希望の可能性がある上限のチャレンジ価格幅」又は「3か月以内で70%の確率で売れることを想定した価格よりも高い、お問い合わせが取れる価格幅」で成約した率

\*2 首都圏平均：2020年下期首都圏中古マンション売出→成約までの期間（東京カンテイ2021年7月29日） [https://www.kantei.ne.jp/report/108kairi\\_shuto.pdf](https://www.kantei.ne.jp/report/108kairi_shuto.pdf)

\*3 カウカモ平均：ツクルバが媒介を取得してストーリー記事を掲載したFY21成約物件の媒介取得から契約までの日数の平均

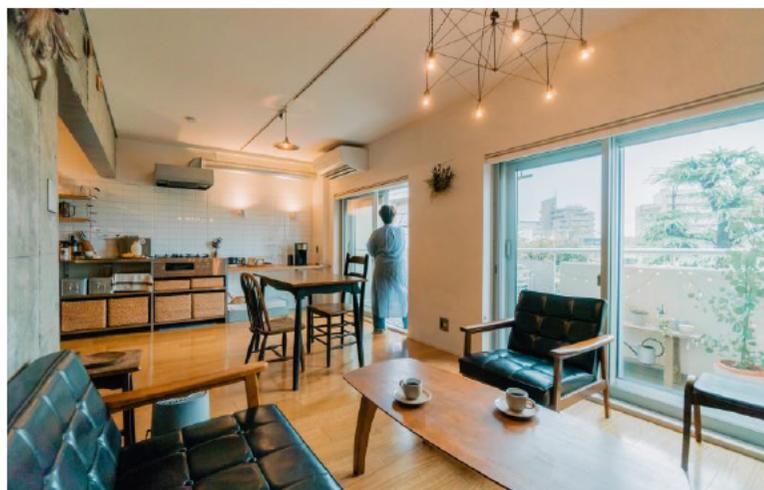
\*4 FY21成約のツクルバ媒介のストーリー記事物件の媒介取得から成約までの期間分布 \*5 カウカモでの成約物件の成約までの内見希望数の中央値を2週間以内に満たす物件の数。

## カウカモ事業 | お客様の声

カウカモを活用いただいたユーザーの声の一例を紹介しています。定量情報だけでなく、定性的な情報や周辺情報を含めた物件に対する独自の記事を掲載することにより、これまでは顕在化しづらかった物件の価値を顕在化させ、適正な価格での成約につなげています。

### 売主の声

- 最初の業者さんには価格設定が高すぎると言われ、内見も一度しか入らずで…
- 記事公開から続々と内見が入り、二週間も経たないうちに現オーナーさんとの話がまとまりました。これには最初の業者さんも驚いていました。



### 買主の声



- 素敵な物件が豊富な写真と情報と共に掲載されていて楽しく見えました。
- アプリが使いやすい、チャット機能を使ったやりとりがスムーズで便利でした。
- リノベーションプランが用意されていて、手軽に自分に合ったリノベができました。



# カウカモ事業 | 長期的にはQuality of Lifeの向上や市場拡大に貢献

長期的には、カウカモによってリノベーション物件価格の形成によるライフスタイルに応じた住み替えを促進し、Quality of Life（人々の生活の質）の向上や中古物件流通市場の拡大に貢献していきます。

## 価格形成

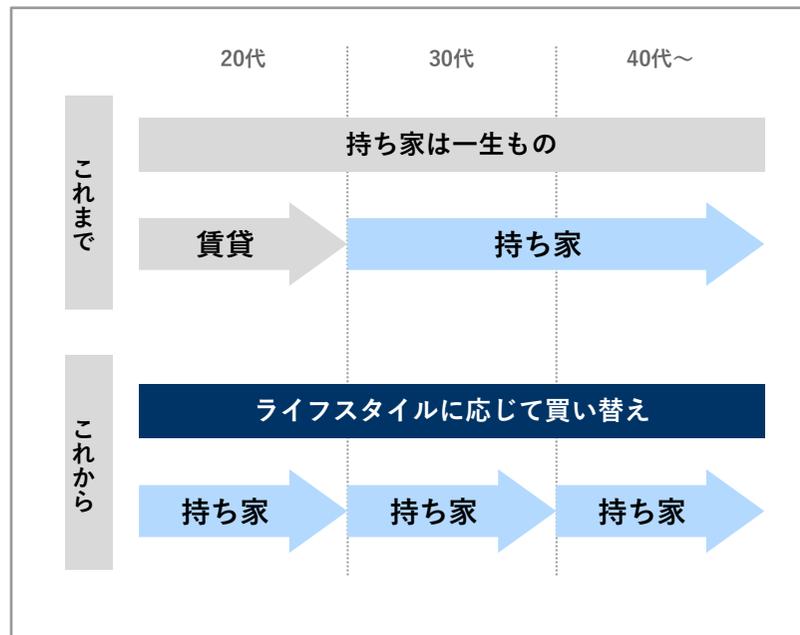
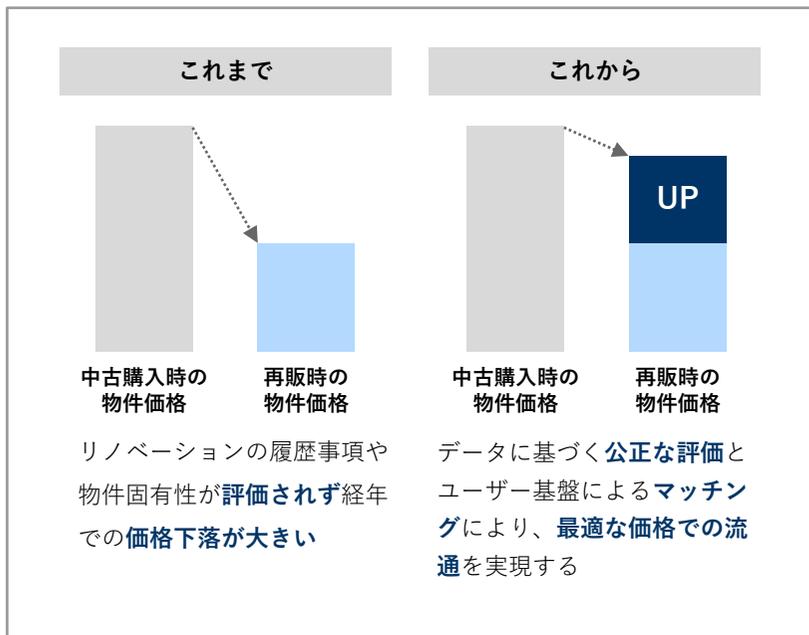
- データ蓄積によるリノベーション物件の公正な評価
- 豊富なユーザー基盤による最適なマッチング



## 買い替え頻度向上

- 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

= 市場拡大



# 参考 | 貸借対照表

## 2022年1月末 貸借対照表

(単位：百万円)

	資産	負債	
現預金	2,557	257	その他負債
		303	短期有利子負債
		915	長期有利子負債
		700	新株予約権付社債 (転換価格1,200円)
その他資産	821	1,203	純資産

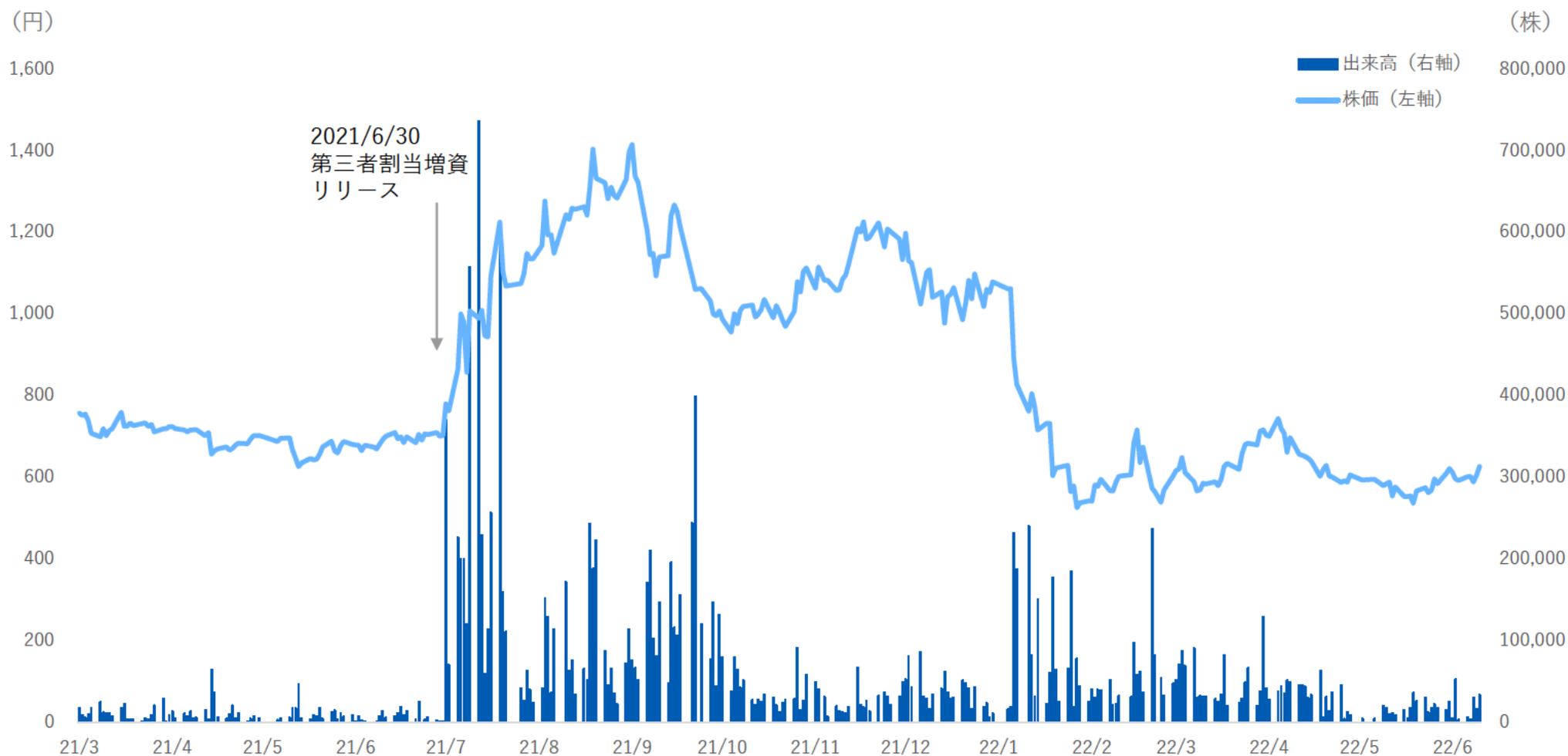
## 2022年4月末 貸借対照表

(単位：百万円)

	資産	負債	
現預金	1,952	309	その他負債
		247	短期有利子負債
		723	長期有利子負債
		700	新株予約権付社債 (転換価格1,200円)
その他資産	1,044	1,016	純資産

## 参考 | 株価・出来高の推移

2022年初来世界的金利上昇懸念と情勢不安の影響により、足元では株価は低調に推移していますが、継続的なIR活動によって当社の認知度及び理解度を向上し、中長期的に株価・出来高を改善していくことを目指します。



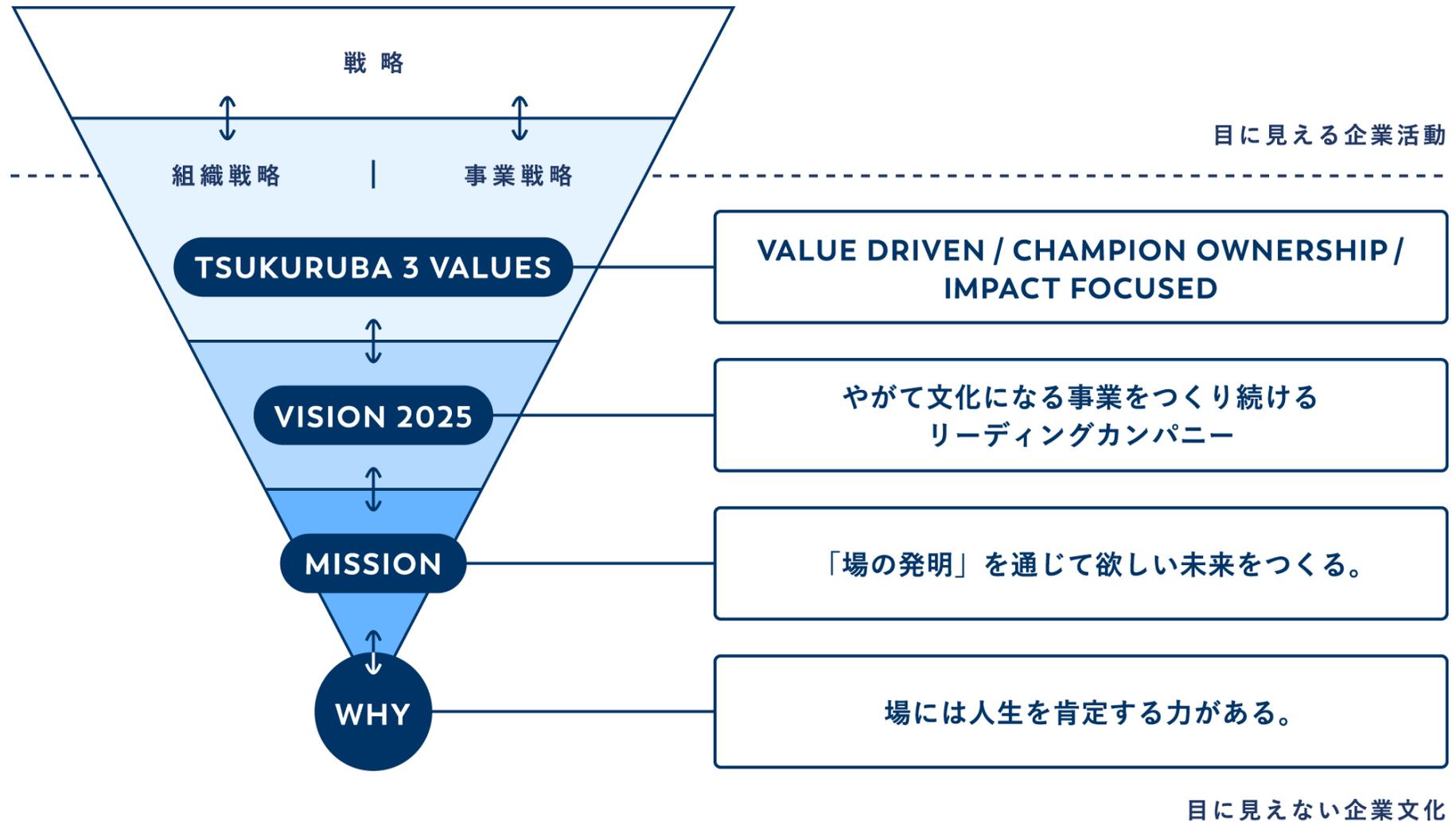
# Q&A

カテゴリー	質問	回答
全社	2022年7月期第3四半期の累計の業績について、売上高は前年同期比+70%とガイダンス以上だが、売上総利益が前年同期比+40%とガイダンスと同程度になっている理由は？	売上高が前年同期比+70%となっているのは、自社企画商品における仕入取引の一部発生による影響がある。 売上総利益については、前年同期比+40%となっており、通期の業績予想が前年比+41%であるので、ほぼ計画通りに進捗しているとの認識。
全社	今後の先行投資の見直しに対する考え方は？	期初より売上総利益の高成長を目指すため、これまで積極的に先行投資を行ってきた。事業上の成果も確認できる中ではあるが、昨今のマクロ環境に鑑み、今後固定費抑制を中心にコストの見直す方針とした。上記方針に従い、下期を通じてコストの見直しを進めているが、現時点では業績予想は据え置きとした。
カウカモ事業	ウクライナ情勢の事業への影響は？	木材、半導体製品の供給への影響がある。木材については、現在15~20%程度の値上げの打診がある状況。半導体製品については、コンロ、給湯器、食洗器、ダウンライト等の供給に影響があり、現時点では1~3か月の納期遅れが考えられる。もっとも、市場在庫は増えており物件購入需要は底堅く、現時点では今期の業績予想に影響はない見込み。
カウカモ事業	成長指標は何を見れば良いか？	従前は会員MAUを先行指標としていたが、十分なユーザー基盤が獲得されたことにより、今後は財務KPIとしての売上総利益、事業KPIとしてGMVとテイクレートを成長指標として見ていただきたい。
カウカモ事業	MAUが低下しているが、問題はないのか。今後のMAUについての方針は？	現在、会員獲得よりも売上により直結する問い合わせ獲得に注力しており、MAUの向上よりもMAU成約率の向上に、より注力している。現在も取引件数拡大・業績予想達成のために必要な問い合わせはある状況であり、問題はないと認識している。
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？	季節要因など市場の影響によってQ毎のブレは発生する。また、成長企業であるため人員増強や新規施策の影響により後の方が伸びていく傾向。

# 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
正社員数	201名（2022年1月現在、正社員）
事業内容	中古・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 ・カウカモプラットフォーム事業 ・カウカモエージェントサービス事業  不動産企画デザイン事業 ・不動産領域における新たな価値創造をミッションとし、シェアードワークプレイス「co-ba」等の運営、 空間プロデュース（企画・デザイン・設計）を軸とした事業企画・開発
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 2017/2018/2019/2020 蔵前ベンチャー賞、2021年 第4回 WOMAN's VALUE AWARD 優秀賞

# すべての企業活動の軸となる理念体系を構える



# ディスクレマー

## 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

ツクルバ財務・IR部

Email : [ir@tsukuruba.com](mailto:ir@tsukuruba.com)

IR情報 : <https://tsukuruba.com/ir/>

**TSUKURUBA**