



着替えるように、
くらしをかえよう

2023年3月期
第1四半期決算説明資料

株式会社 交換できるくん
[東証グロース：7695]

2023年3月期 1Q

2022年4月～2022年6月

1. 2023年3月期 第1四半期業績
2. 事業内容のご紹介
3. 市場の動向
4. 成長イメージ
5. 参考情報
6. よくいただくご質問

1

2023年3月期 第1四半期業績

[単位：百万円]

過去最高の1Q売上高を更新

- 商品の供給遅延は完全解消していないものの、
1Qの売上高は前期比 **+15.1%の成長**

コスト管理により利益伸長

- 横浜商品センター増床移転に伴う固定費増などにより売上総利益率は24.0%に留まる
- 販管費を抑えたことにより**営業利益率は前期比+1.6pt**を実現

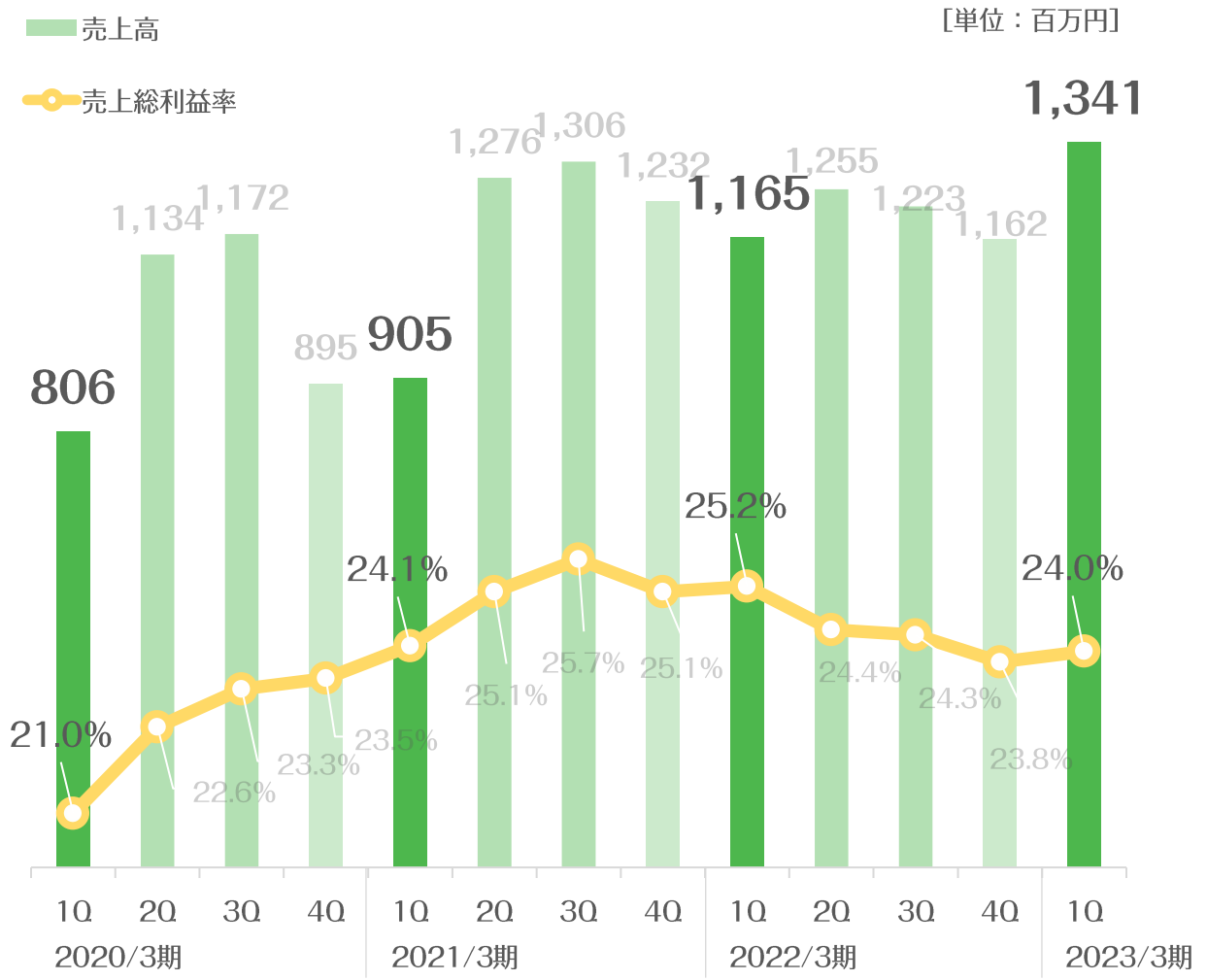
	2022/3期 1Q累計実績	2023/3期 1Q累計実績	増減額	増減率
売上高	1,165	1,341	175	+15.1%
売上総利益	293	321	27	+ 9.4%
売上総利益率	25.2%	24.0%	△ 1.2pt	—
営業利益	39	66	27	+ 68.1%
営業利益率	3.4%	5.0%	+ 1.6pt	—
経常利益	39	71	31	+ 80.0%
当期純利益	25	43	17	+ 71.5%

トップラインは順調に成長

・四半期では**過去最高の売上高となる13.4億円**を確保

売上総利益率は改善傾向

・固定費増加があるものの、売上の拡大に伴い、
売上総利益率は前期4Qからは改善

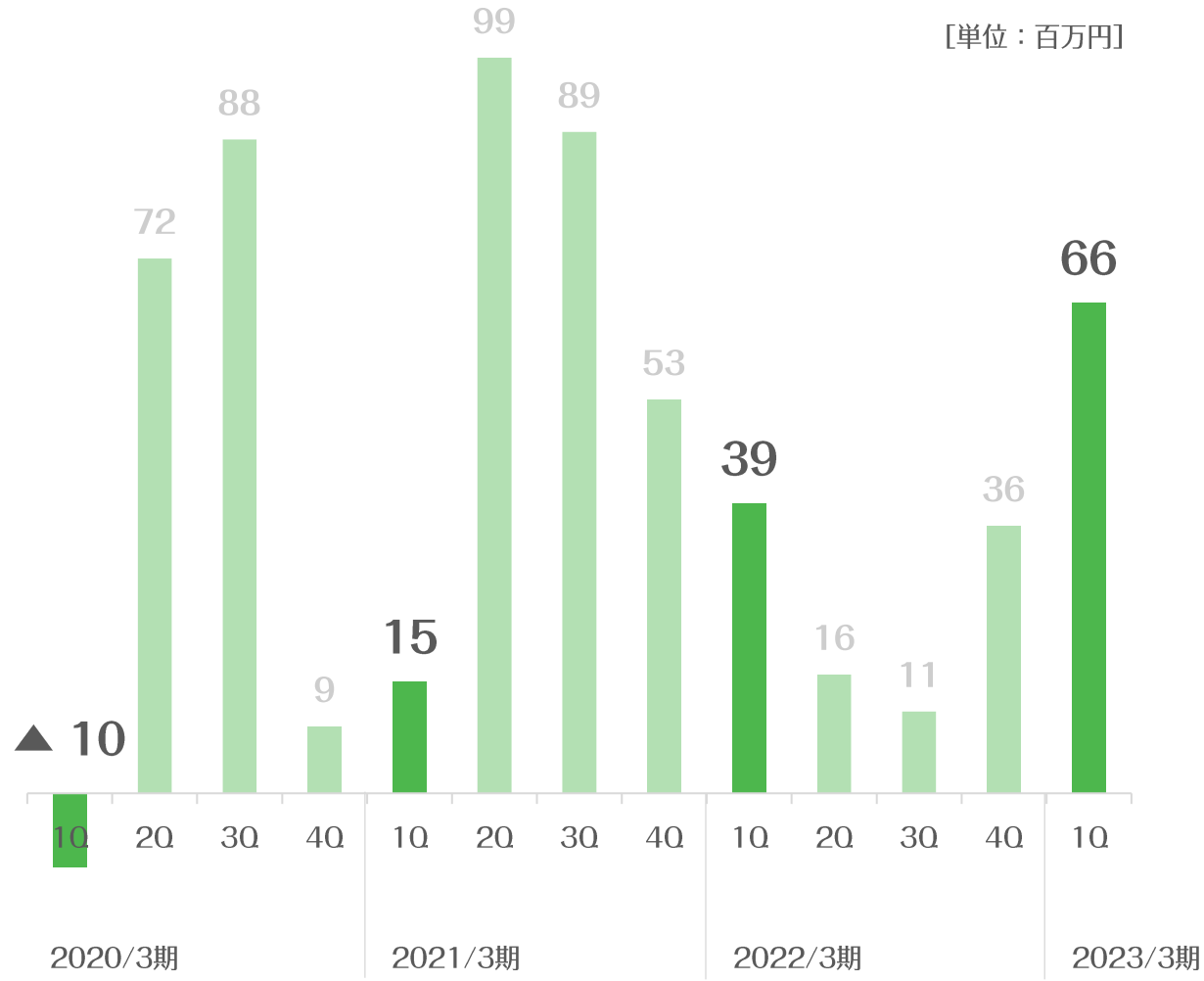


1Qにおける過去最高益を更新

・ 営業利益は66百万円 [前年同期比: +68.1%] となり、

1Q営業利益の**過去最高益を更新**

[単位: 百万円]



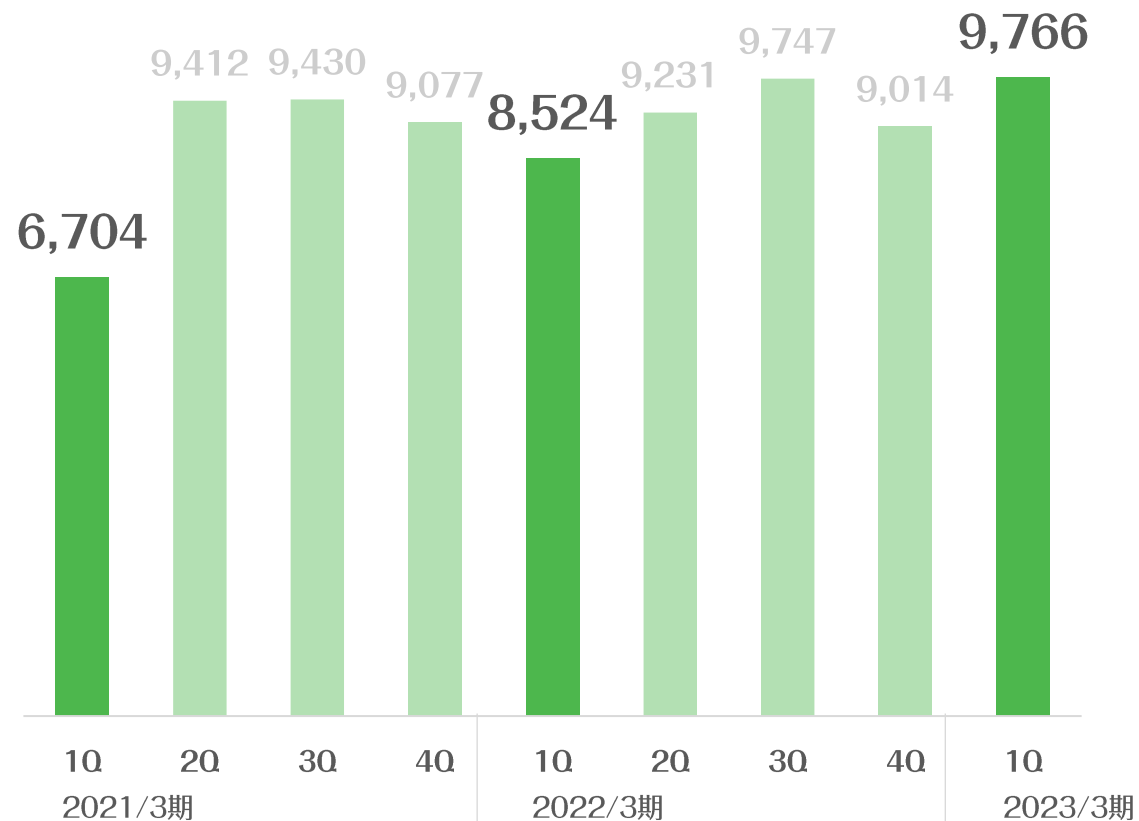
工事件数の伸びも順調

[単位：件]

- 1Qの工事件数は**9,766件** [前年同期比：+14.6%]

ガスコンロ、トイレ等の一部の高価格商品が入荷されるようになり、平均単価も回復傾向

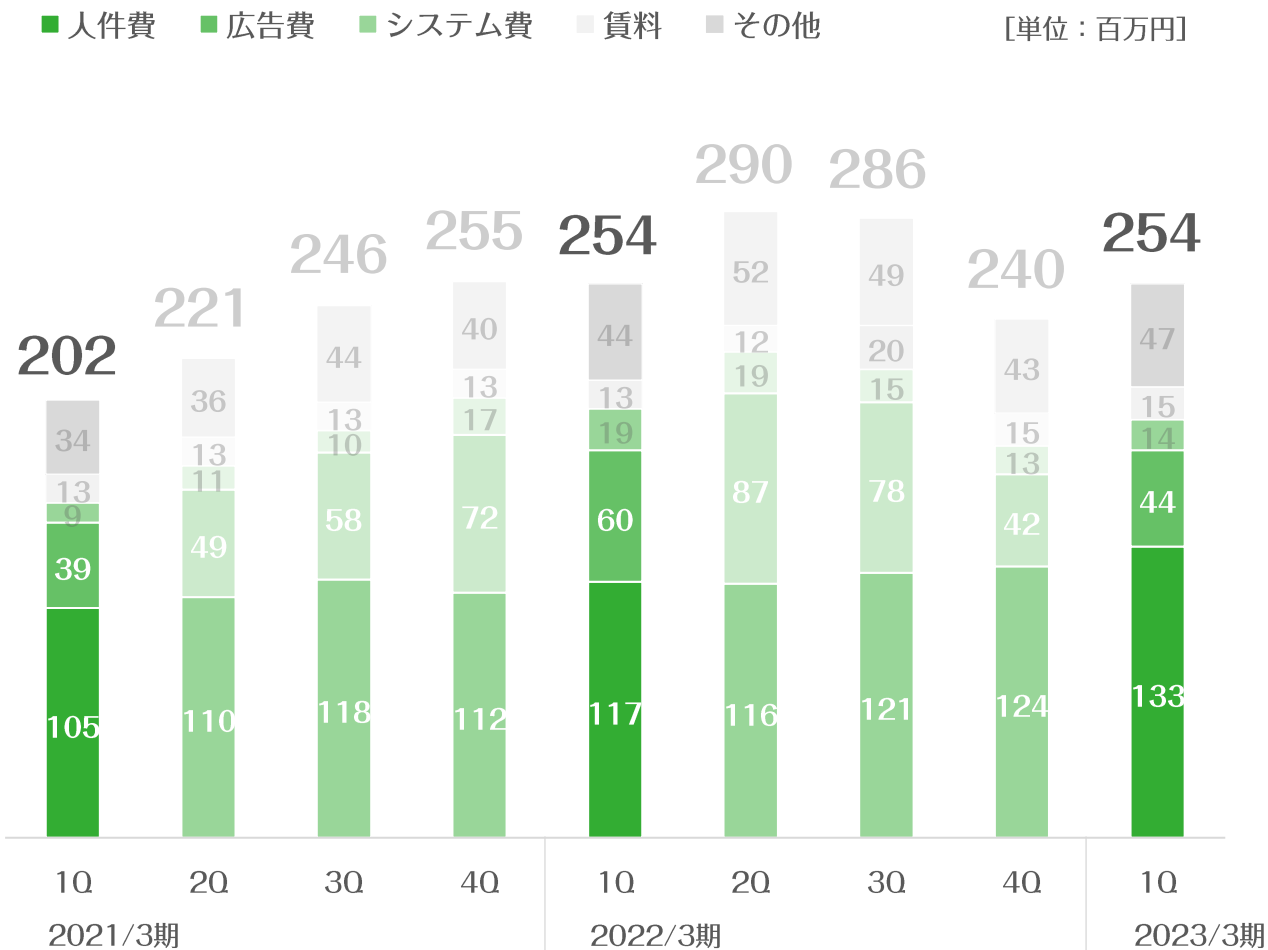
- 工事件数の増加を見越し職人採用を継続してきたため、工事リソースには余裕がある状況を維持



※ 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。

販管費は前期1Qと同水準

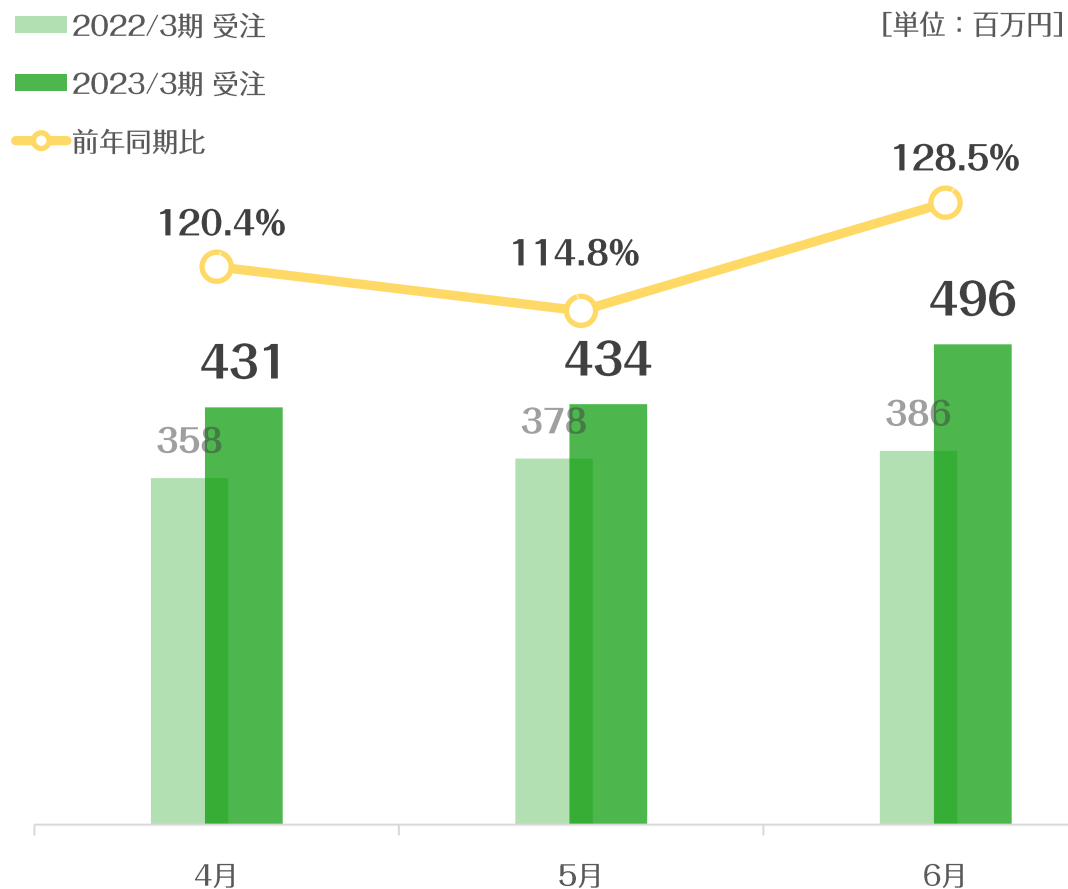
- 成長に向けて人材は増員しつつも、商品供給状況を見極め、積極的な広告展開を抑制
- 販管費全体で前期1Qと同水準にコントロール



受注状況は引続き好調

- ・ 広告費を抑制しながらも、受注は前年同月を確実に上回り、コロナ禍においてもオーガニック成長の力強さを示す
- ・ 特に6月は**前年同期比1億円超 [+ 28.5%]** となり、2Qに向けて受注は増加傾向

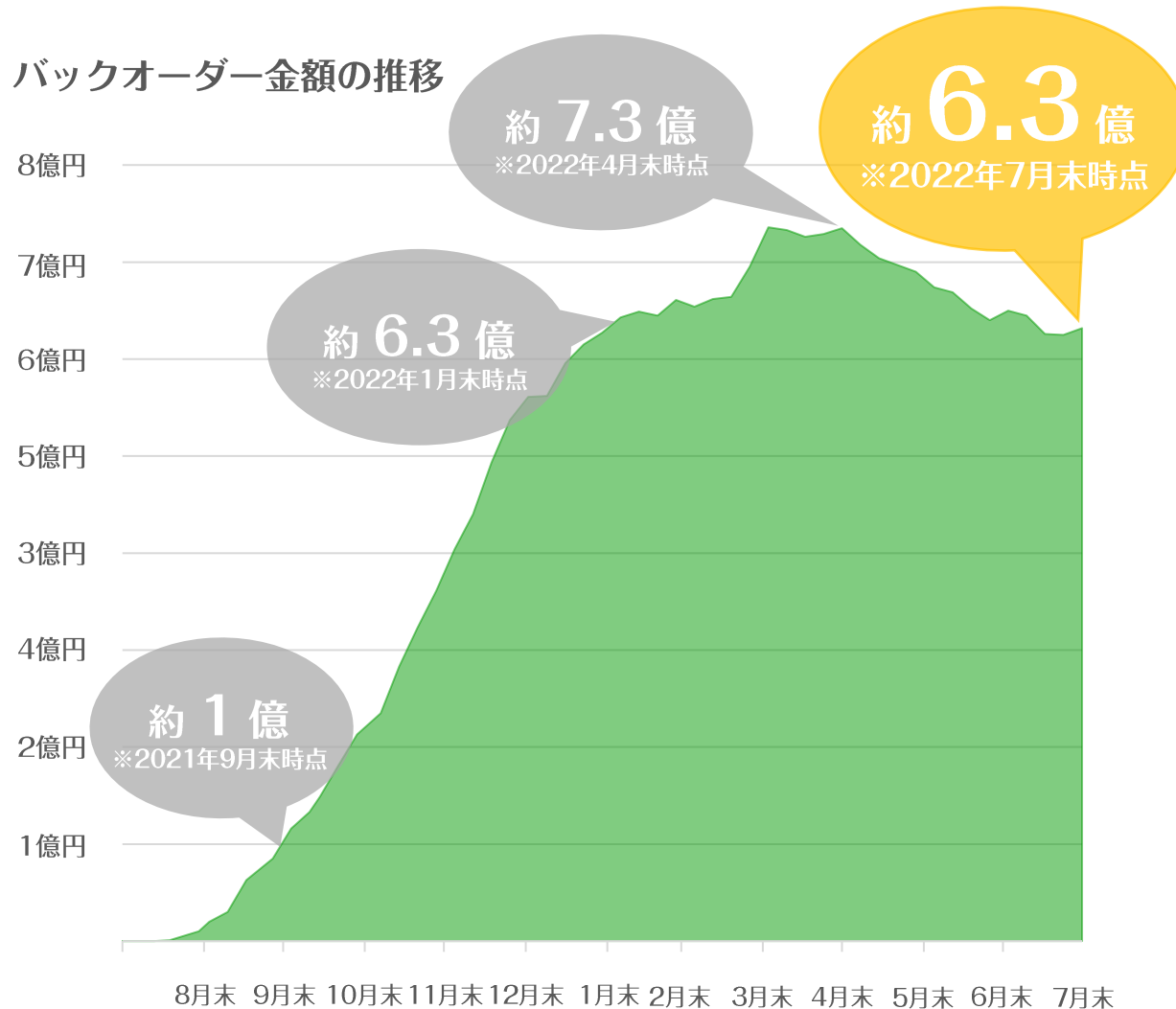
受注の推移



バックオーダーは減少傾向

- ・4月以降もバックオーダーの蓄積はあるものの、
解消スピードが上回り、ゆるやかな減少傾向が続く
- ・2022年7月末時点のバックオーダーの内訳
1.8億円 [2022年3月末までの受注]
4.5億円 [2022年4月以降の受注]

バックオーダー金額の推移



バックオーダー解消の見通し

2022年4月以降、商品供給の遅延は徐々に解消されつつあるものの、特定の商材においてはいまだに遅延が継続しており、2Q（上半期）中の完全回復は見込めない状況

2Qの予想

■ 当社におけるメーカーごとの商品供給遅延の状況と今後の予測※

主要メーカー	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	2022/5	2022/6	2022/7	2022/8	2022/9
リンナイ										給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ
ノーリツ									給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ
パロマ										給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ	給湯器 ガスコンロ
TOTO														
LIXIL														
Panasonic			IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	IHヒーター 食洗機	

※ 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。

2Q以降の事業見通し

- 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、
一部商品には供給回復の兆しがみられる
- TBSのテレビ番組「がっちりマンデー」で当社が紹介され、
放送後から全商材の反響が増加
特に番組で紹介された**トイレ、蛇口の反響が大幅に増加**
「交換できるくん」のワード指定での検索が22倍増加*
- 一方で、新型コロナウイルス第7波によるお客様やご家族の感染、
感染不安により**工事スケジュールリスキのご依頼が増加**
長期化した場合は業績への影響懸念あり

*7月9日～22日と7月23日～8月5日の期間比較



2022年7月24日放送回
(がっちりマンデー!! 特集「がっちり!
リノベ業界」)にて当社が紹介
<https://note.com/gacchiri/n/n44e8a21096f1#fpMiy>

放送前後 (2週間平均値) *の反響比較

	比較指標	放送前対比
全体	見積依頼件数	142%
	受注件数	145%
トイレ	見積依頼件数	164%
	受注件数	140%
蛇口	見積依頼件数	239%
	受注件数	205%

新商材のエアコン販売好調

- ・ 前期から今期にかけて新たに取り扱い開始
事業成長の中核商材のひとつとして手応えあり

●天井カセットエアコン (2021年6月から販売開始)



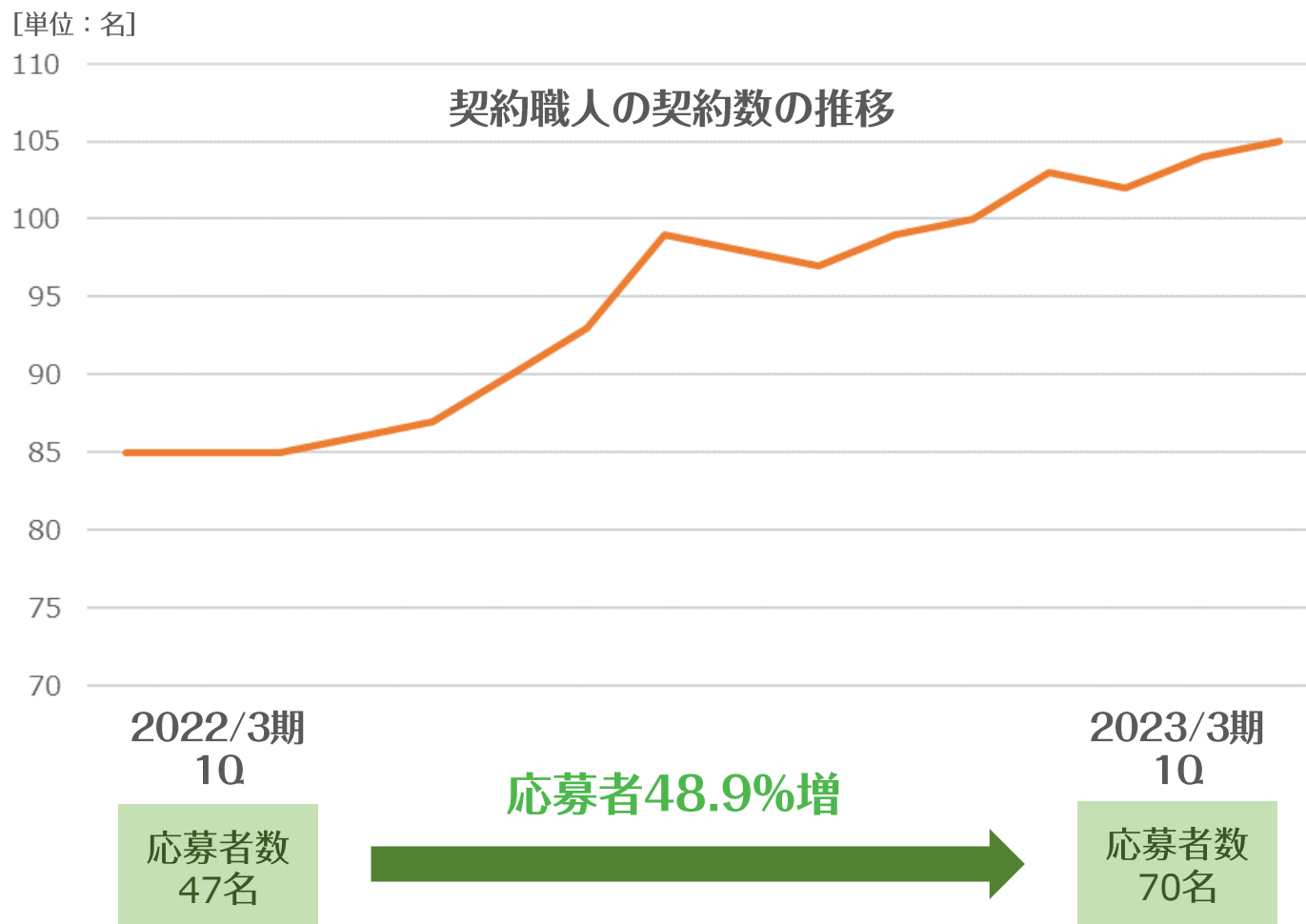
- ・ 施工体制強化
- ・ 対前年比(7月) 売上高約5倍

●賃貸物件向け壁掛けエアコン (2022年3月から販売開始)



- ・ 既存の法人のお客様を中心に堅調
- ・ 販売目標を上回る受注実績

契約職人の**応募者数は前年比で50%増**、バックオーダーの解消および受注の伸びに対応すべく厳選した選考をしながらも施工体制の強化を継続



*今期より契約職人はグループ会社のKDサービスにて契約

アライアンス始動

- Web集客以外のお客様へのアプローチを本格展開

●メーカーアライアンスの一例 (KDサービス)

Rinnai

- メーカーのDtoC*モデル構築における協業
- 施工先のお客様に非対面での適合確認等、当社ノウハウを活用した新しいビジネスモデルを構築中

*DtoC : Direct to Customer

●BtoBtoC販売協業の一例



- 暮らしサービス企業のお客様満足度向上
- 当社の販売ルート拡大

2 | 事業内容のご紹介

住宅設備機器の交換をネットで注文！



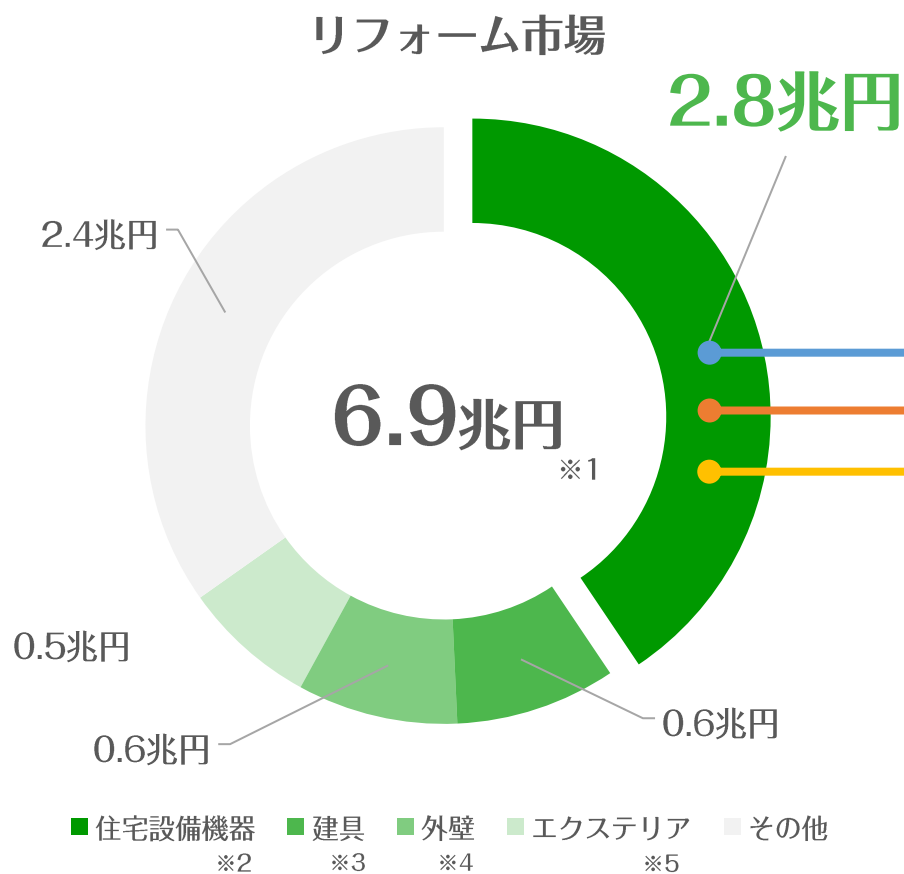
住宅設備の故障や劣化などによる交換ニーズに対して、

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**



※ 住宅設備機器の交換工事にかかる施工事業については、株式会社交換できるくんが長年磨き上げてきた高品質な工事サービスの提供を新たな成長事業の基盤として確立していくことを目的として、2022年4月1日を効力発生日として、会社分割の方法により連結子会社である株式会社KDサービスに承継しております。

住宅設備機器は**6.9兆円**と言われるリフォーム産業における**最大市場**







【出所】
 ※1 (株)矢野経済研究所：「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2022年）」をもとに当社作成
 ※3 (株)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
 ※5 (株)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

※2 (株)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
 ※4 (株)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	← 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、

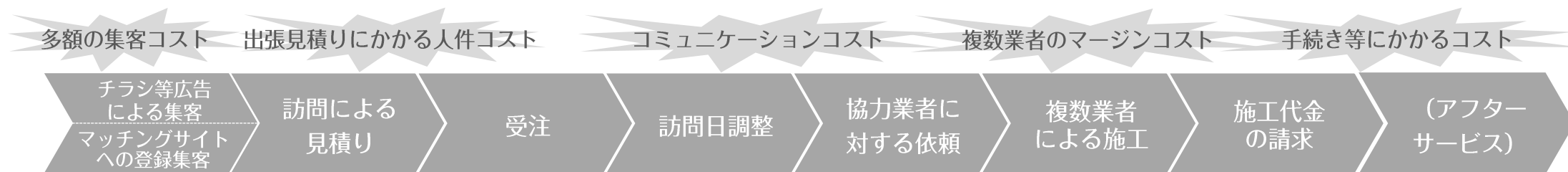
お客様に満足していただけるサービスの提供に取り組んでいます。



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 2.5万件超
- ・ユーザーレビュー 1.6万件超



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

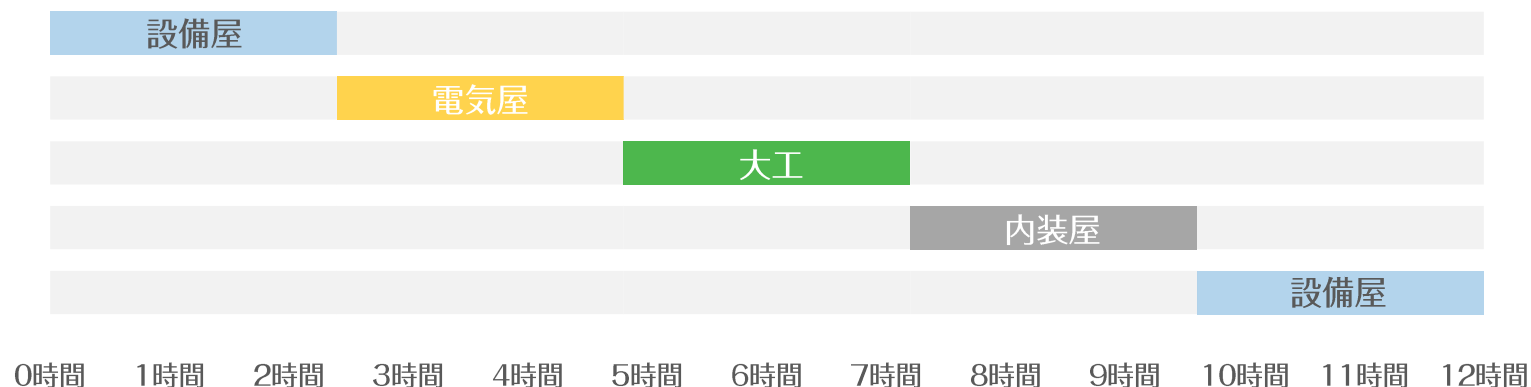


交換できるくんのスケジュールイメージ



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**

1 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

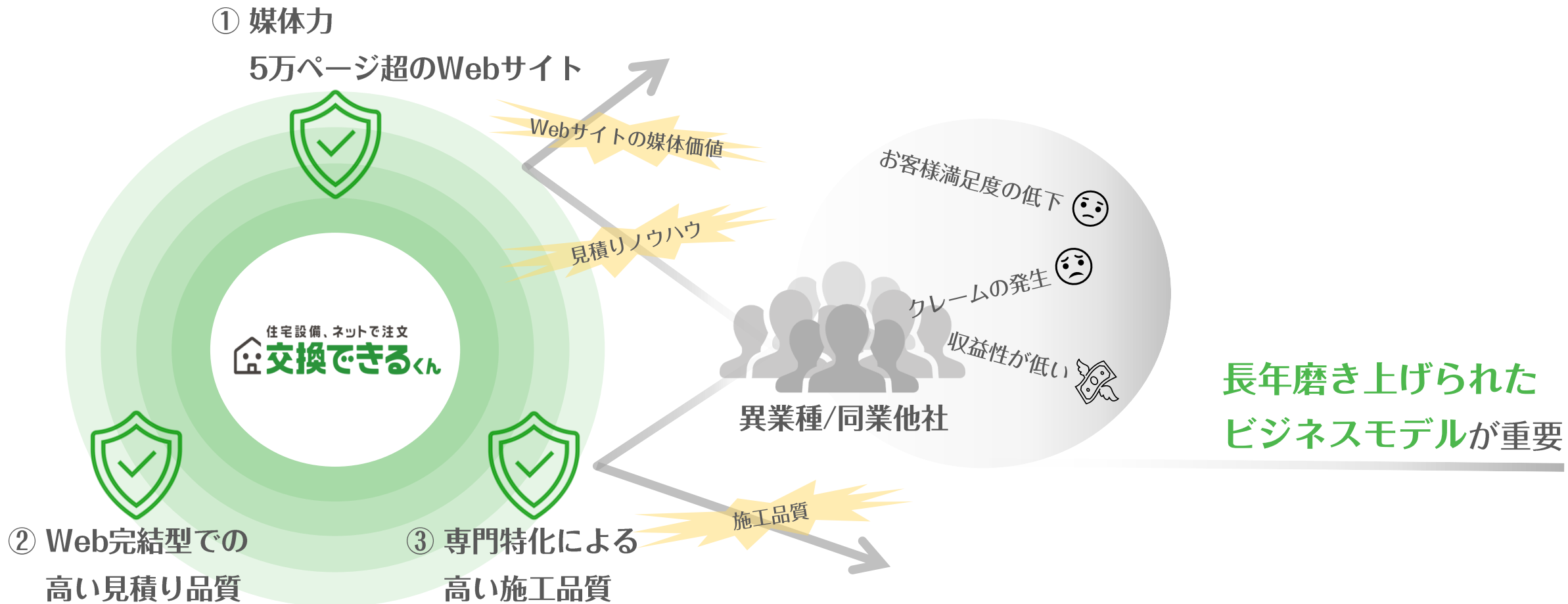
大型工事の一部ならなんとか採算が合うが、トイレ単体工事では、それぞれ職人に空き時間が発生してしまい、コストに見合わず工期も長期化してしまう

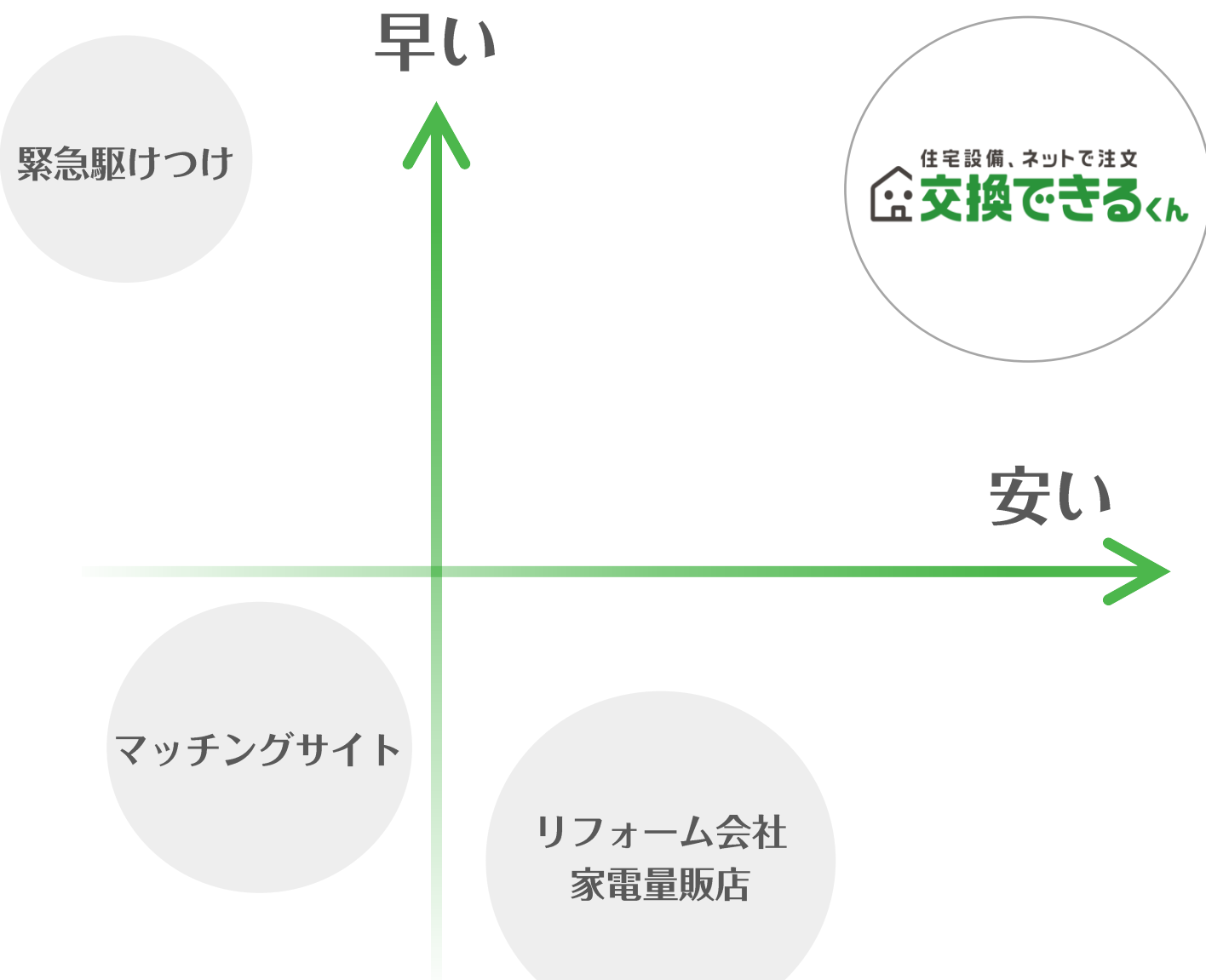


優秀な1人の職人が 6時間で完成

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

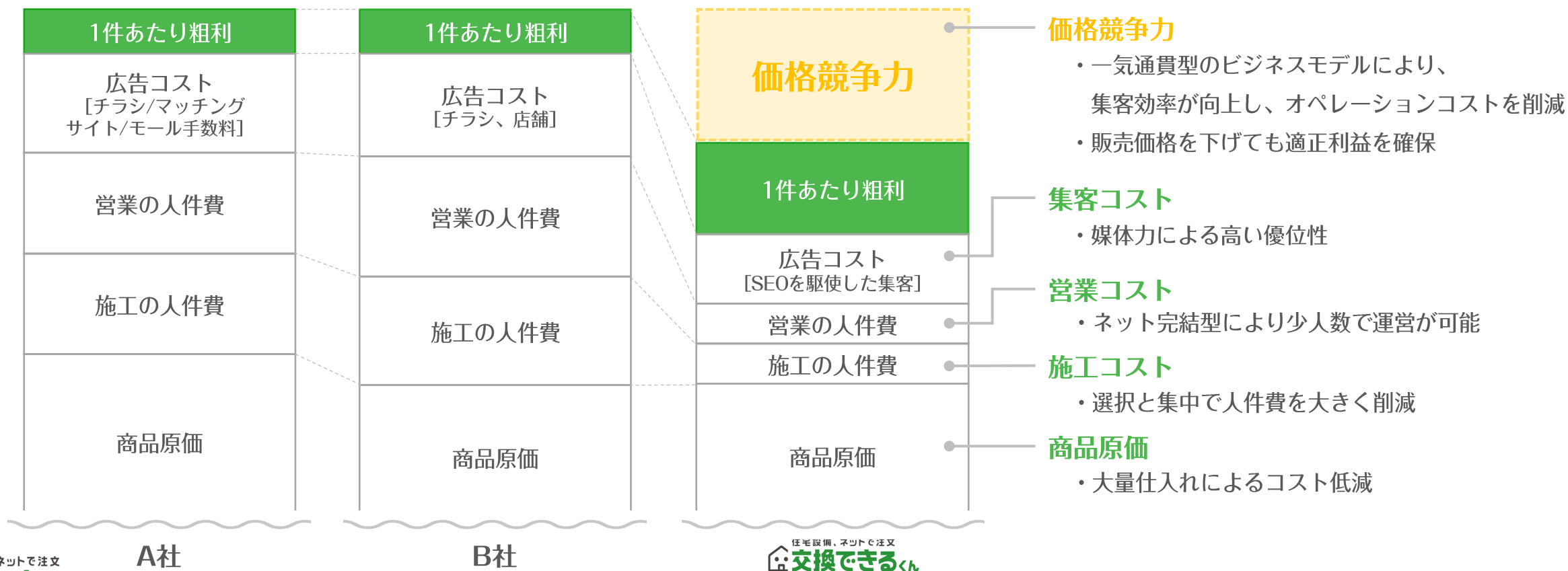
- ・住宅設備工事を**高い品質で、安く、早く提供できる**ユニークなポジションを確立
- ・オンライン/住宅設備機器に特化
- ・オンライン販売の安さとスピード/利便性

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 246,400円 30%OFF	172,480
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 238,480

| 交換できるくんの見積り

※2022年8月12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 246,400円 52%OFF	118,272
基本工事	ビルトイン食洗機交換基本工事	38,500

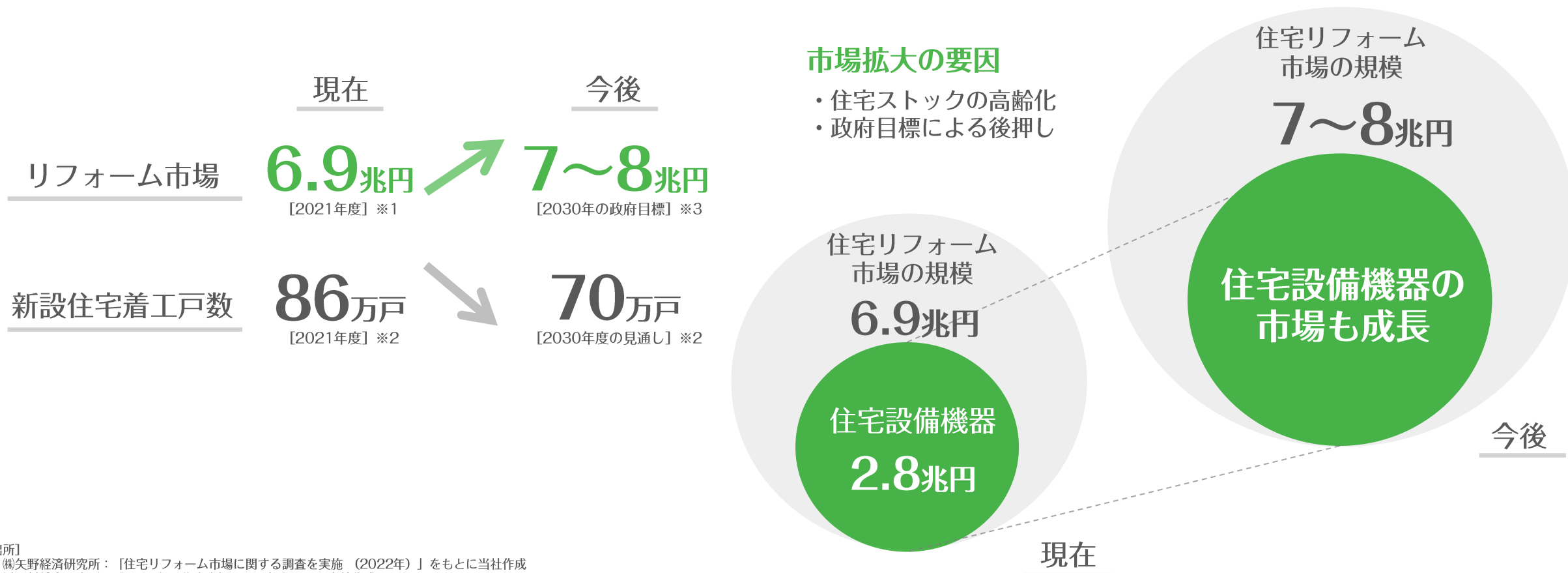
税込合計 156,772

約 **2/3** の価格

3 | 市場の動向

リフォーム市場の広大な市場機会

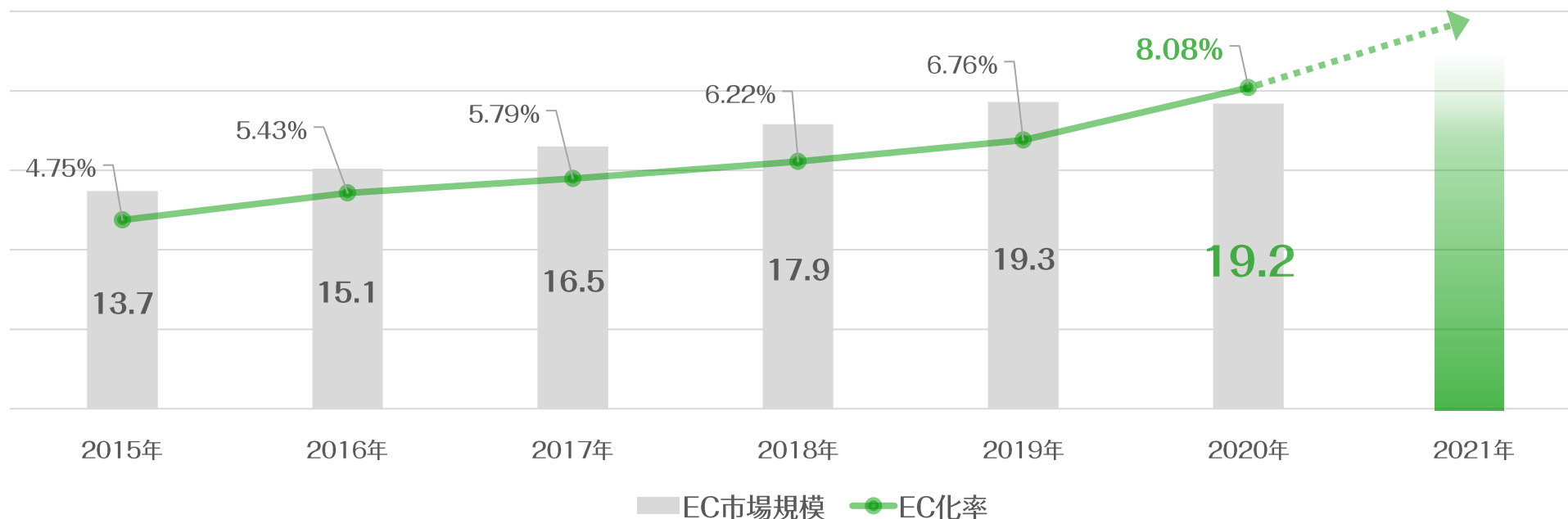
新設住宅着工戸数は今後減少が予測される一方、**リフォーム市場は長期的な拡大**が予測される市場
新築からストック住宅へとシフトしていく中で、さらなる事業機会の増加が見込まれる



【出所】
 ※1 (株)矢野経済研究所：「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2022年）」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：「2022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

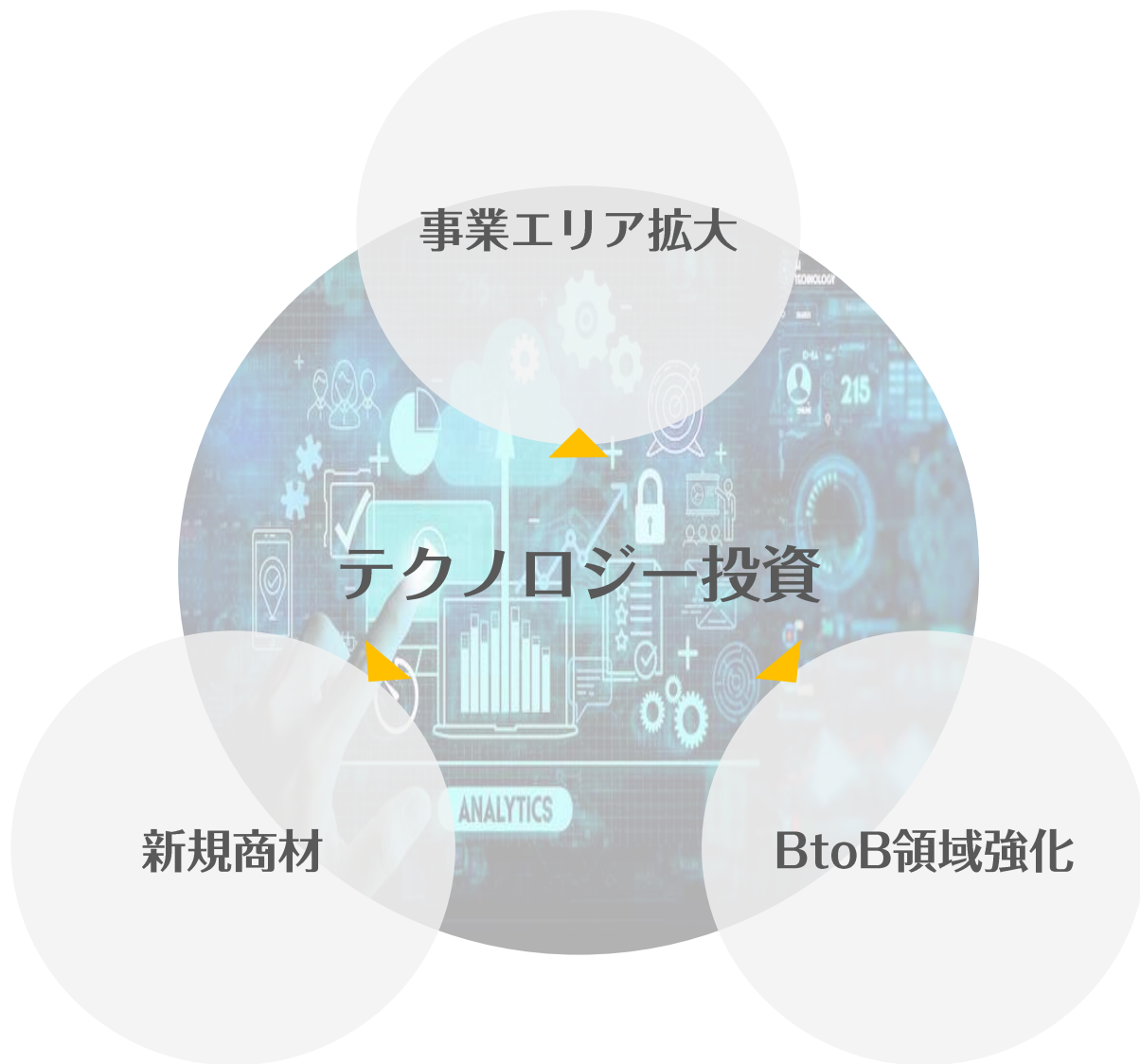
コロナ禍において一部縮小した分野もあるものの、2020年のBtoCのEC市場規模は**19兆円**
EC化率については**8%**まで上昇しており、今後も成長が見込まれる

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

4 | 成長イメージ



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

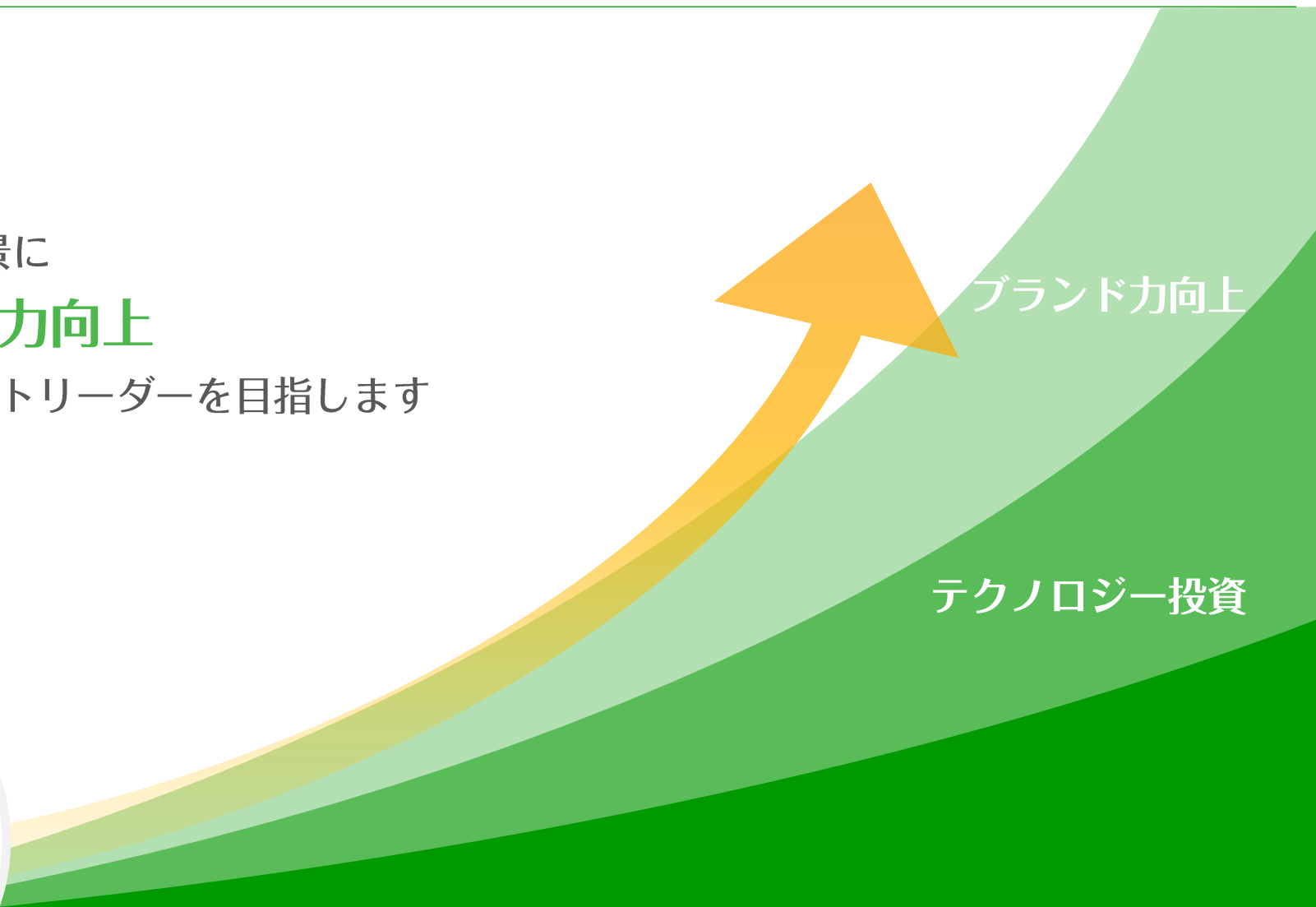
BtoB領域強化

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



EC/リフォーム市場の規模拡大

5 | 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
取締役副社長	佐藤 浩二	社外監査役	鈴木 謙吾
常務取締役	酒井 克知	社外監査役	村木 達也
社外取締役	吉野 登		

スタッフ数 [2022年6月末時点]

従業員：118名 / 契約パートナー：104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

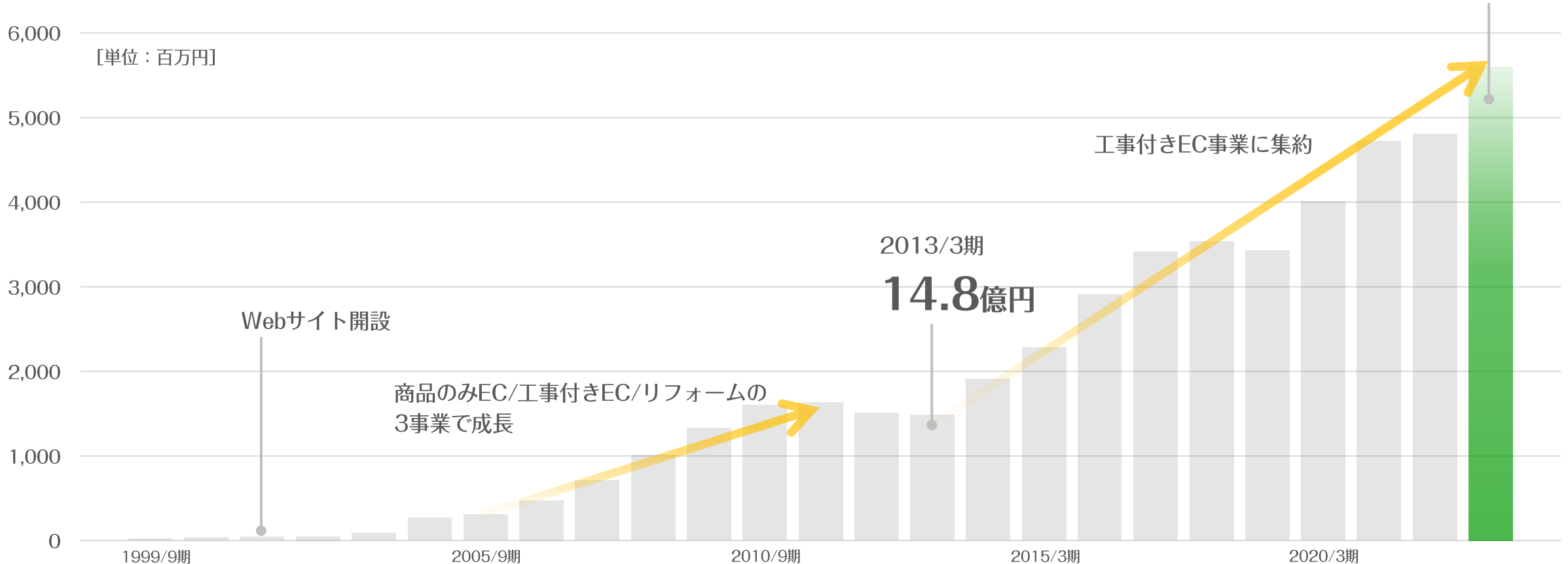
「心から頼んで良かった」「心から働いて良かった」
という会社であることを目指しています。

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

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**44%**、**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

6 | 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.28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ますでしょうか？	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6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104名で合計119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