



2022年11月9日

各 位

会 社 名 株式会社ツクルバ
代表者名 代表取締役 CEO 村上 浩輝
(コード：2978 東証グロース)
問合せ先 執行役員 CAO 小池 良平
(TEL：03-4400-2946)

よくある質問と回答 (2022年7月期通期)

日頃より、当社に関心をお寄せいただき誠にありがとうございます。2022年9月12日の2022年7月期通期決算発表後に、投資家様より頂戴した主なご質問とその回答について、下記の通り開示致します。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に、決算発表後45日程度を目安に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 現在赤字となっている理由は？

端的に回答しますと、中古・リノベーション住宅のプラットフォームとして成長していくために必要な先行投資として直接売上総利益増につながる人員以外の人員の割合が多くなっているからです。

具体的には、アプリやウェブサイトを開発するエンジニアやデザイナー、さらには提携や新しいサービスを開発するための企画人員に先行的な投資を行ってきました。これらの成果として、直近では株式会社マネーフォワードとの提携による「[マネーフォワード 住まい](#)」のリリースや、日本初 売り出し前中古不動産のマッチングプラットフォーム「[ウルカモ](#)」のリリースなどがあります。これらは、足元の売上総利益増に直ちにつながるというものではありませんが、カウカモが、構築済みの買主ユーザー・データ基盤を基に売主側のサービスを強化していくために重要なものであると考えており、2021年に行った10億円の資金調達を背景に2022年7月期上期は人員を増強して先行的な投資を行いました。

もっとも、2023年7月期については、昨今の金融市場の状況を踏まえ、大幅な赤字幅の縮小を企図しています。具体的には、足元の売上総利益増につながる人員のみを拡充し、それ以外については採用抑制・人員配置の合理化を行う方針です。これにより、売上総利益の増加に対して人件費の増加を抑え、前期比で約5.5億円程度の営業損失縮小を見込みます。

Q 2. 黒字化の時期は？

進行期である 2023 年 7 月期は、約 2.2 億円の営業損失という業績予想を 2022 年 9 月に発表しています。これは、2022 年 7 月期に比べると約 5.5 億円分の赤字幅縮小ということになり、大幅な赤字幅縮小を企図していることとなります。

現在、私たちとしては、厳しくなっている金融市場の状況を踏まえ、より筋肉質で効率的な事業運営を心掛けており、2022 年 7 月期に行ったような先行投資を行っていくことは考えていません。

したがって、赤字幅縮小の先にはブレイクイーブンを超えて黒字化していく局面があると思っています。

Q 3. 業績における季節性はあるか？

当社は成長企業ですので、後の方になればなるほど人員も施策も充実してきます。過去の傾向を見ると、基本的には後の四半期の方が業績が良い傾向があります。また、人の移動が多い 2、3、4 月が含まれる第 3 四半期に成約件数が最も多い傾向があり、決済ベースで計上される売上総利益は、第 3 四半期の後に来る第 4 四半期が最も良い傾向があります。

したがって、事業年度における事業の進捗も、過去の傾向を見ますと、四半期ごとに 4 等分して 25% ずつ進捗するというよりは、最初の方の進捗は 25% に満たないが、後の四半期で盛り返す傾向があります。

Q 4. 現在の不動産市況は良いのか、悪いのか？当該市況のカウカモ事業への影響はどうか？

首都圏中古マンションの成約件数については、コロナ禍による「住まい意識」の高まりを受けた需要増が一旦落ち着いてきており、2022 年に入ってから同成約件数が前年同月比で -10% を超える月が多い状況にあります。

もっとも、そうした中でも当社は、2022 年 7 月期第 4 四半期（2022 年 5 月～7 月）において、成約件数が前年同期比で 35% 増となっていますので、現時点で、不動産市況の一旦の落ち着きによる当社事業への影響はありません。

Q 5. MAU が減少しているが問題はないのか？

開示している「MAU」は「登録会員」の Monthly Active User を指します。「登録会員」とはメールアドレス等を登録しているカウカモのウェブサイト又はアプリケーション（「アプリ」）の利用者を指し、カウカモのアプリを利用する方は登録が必要になります。

しかしながら、コロナ禍以降、リモートワークの影響もあり、ウェブサイトで閲覧する方が増え、結果として登録をしないでカウカモを利用してお問い合わせいただき成約するという方が増えました。このような方は、登録をしていないので MAU には含まれませんが、売り上げにつながる顧客ということになります。



現在、カウカモは登録会員でない利用者も含めると年間 240 万人超の買主ユーザーが訪れるプラットフォームになっており、そこから十分なお問い合わせを獲得できています。

このような状況を踏まえ、現在は、会員登録をしていただくことを特段重視せず、お問い合わせ、そして成約につながる方を重視するマーケティング施策をとっています。

したがって、現在の MAU の減少は、登録会員の MAU の獲得に注力する施策をとらなくなったことの流れであり、それ自体は特段事業上の問題はありません。

Q 6. 今後の住宅ローン金利の動向をどう考えているのか？仮に住宅ローン金利が上昇した場合、カウカモ事業に対する影響は？

海外とは異なり、日本は景気が過熱しているという状況にないので、住宅ローン金利が上昇していく可能性は低いと考えています。

仮に住宅ローン金利が上昇した場合、不動産価格が遅れて下落することにより、一時的に不動産取引が減少することを想定しています。

もっとも、カウカモ事業のメイン商材である実需の中古住宅は、ライフステージの変化によって需要が生じ、また新築の受け皿となりうるため、投資用物件や新築物件に比してマクロ環境の影響は限定的と考えています。

また、カウカモは基本的には仲介のビジネスモデルであり、原則として不動産を所有しないため、住宅ローン金利上昇による不動産価格下落の影響も限定的です。

今後につきましては、変動金利に影響を及ぼす金融緩和解除の前提である「持続的なインフレ 2%の達成」（持続的な賃金上昇の達成）の有無や、基準金利と市場金利の変動のタイムラグを注視してまいります。

以上