

くふうカンパニー

事業計画及び成長可能性 に関する事項

2022年12月21日

株式会社くふうカンパニー



くふうカンパニーグループの概要

会社概要

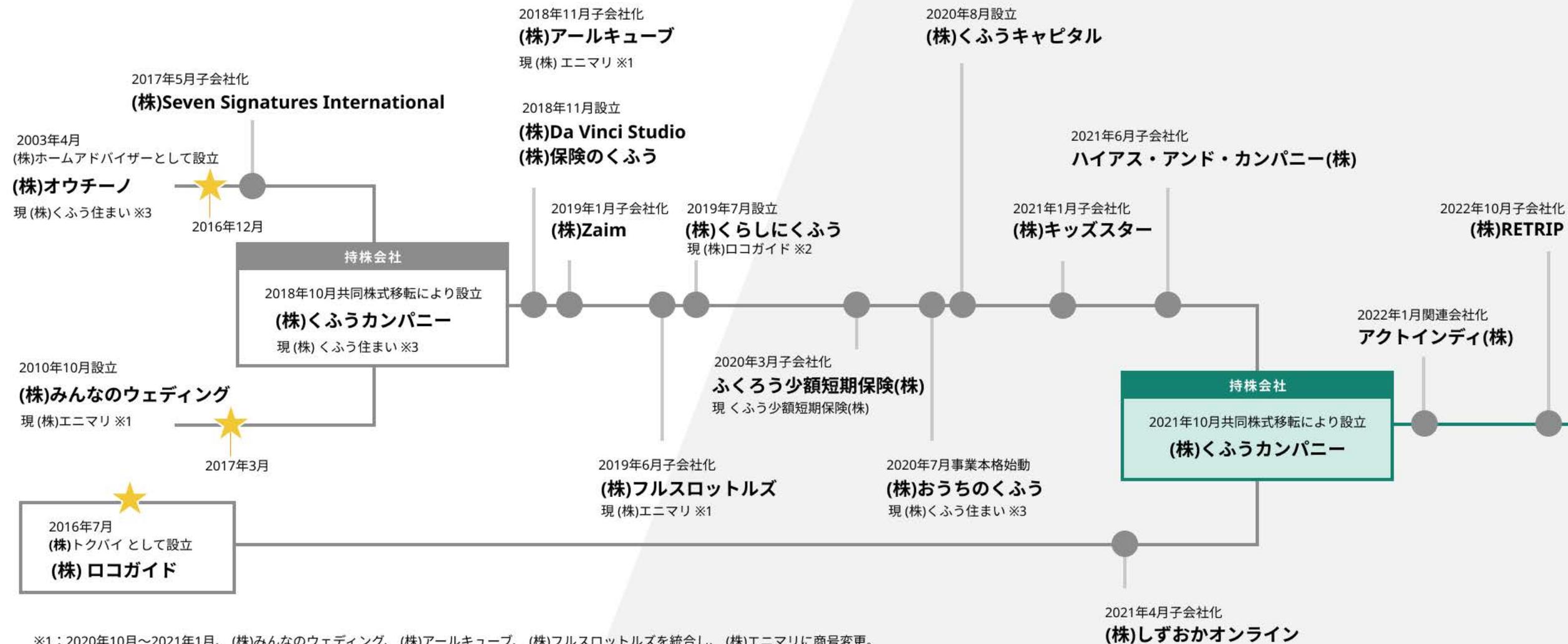
株式会社くふうカンパニー

Kufu Company Inc.

代表者	代表執行役 穂田 誉輝
設立年月日	2021年10月1日 <small>※ 共同株式移転の方法により、株式会社ロゴガイドと株式会社くふう中間持株会社（旧 株式会社くふうカンパニー）の完全親会社として設立</small>
本社所在地	東京都港区三田一丁目4番28号
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：4376）
資本金	13百万円（2022年9月末時点）
連結子会社	23社（2022年9月末時点）
従業員数	623名（2022年9月末時点 連結）

沿革

★ 現行グループの前進となる経営体制のスタート



※1：2020年10月～2021年1月、(株)みんなのウェディング、(株)アールキューブ、(株)フルスロットルズを統合し、(株)エニマリに商号変更。
 ※2：2022年4月、(株)ロコガイドと(株)くらしにくふうを統合。
 ※3：2022年10月、(株)オウチーノ、(株)おうちのくふう、(株)くふう中間持株会社（旧 (株)くふうカンパニー）を統合し、(株)くふう住まいに商号変更。

新グループ理念

「くふう」で 暮らしに ひらめきを



ユーザーへの約束

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。

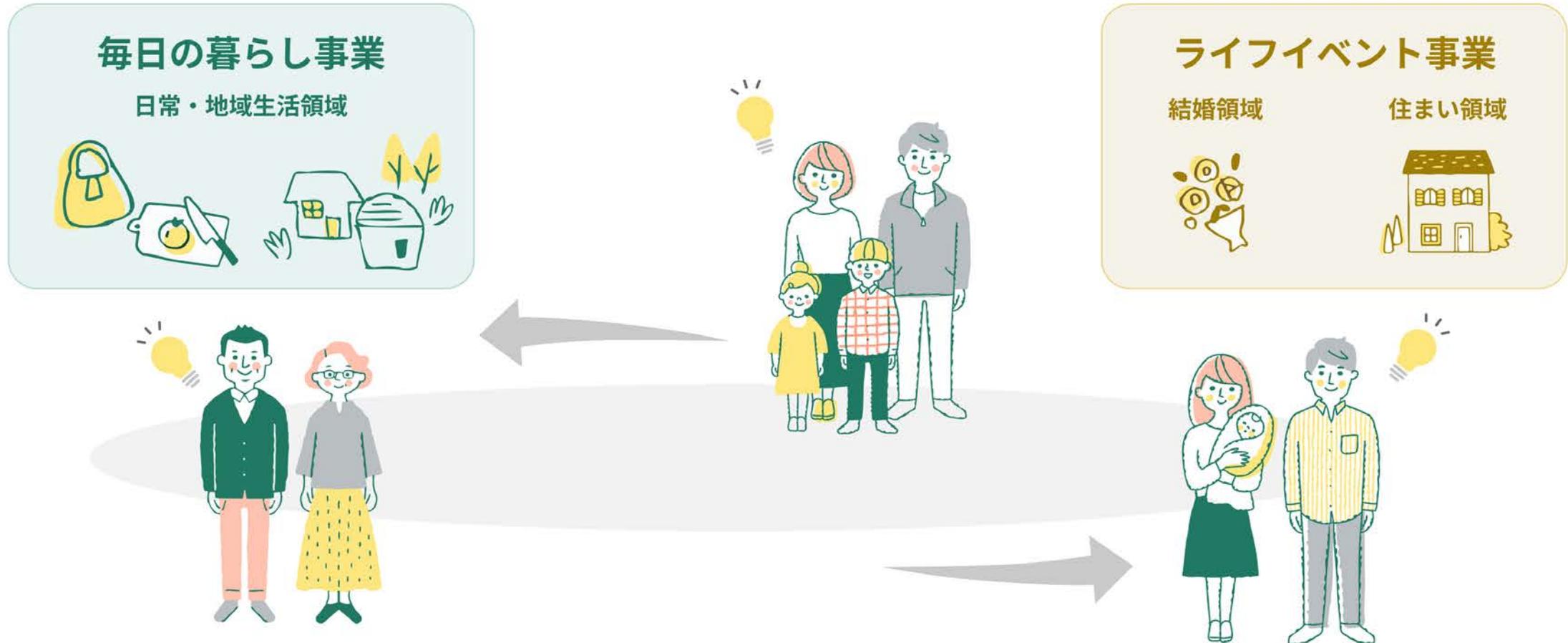
大切にしたい価値

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。

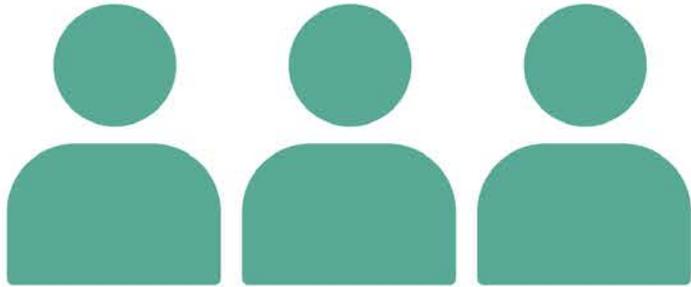
日々くふう

「毎日の暮らし」及び「ライフイベント」において、生活者であるユーザーにとっての利便性や豊かさを最優先に考え、情報格差の解消や利便性の高いサービスづくりに取り組むとともに、ユーザーの主体的な意思決定や行動につながる価値提供を目指す。



「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において、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×満足度が、われわれの企業価値の源泉。

ユーザー数



満足度



毎日の暮らし事業

日常・地域生活領域

ロコガイド

買い物情報サービス・生活情報メディア

SHIZUOKA ONLINE

地域情報メディア

zaim

家計簿サービス

kids★star

知育アプリ

ライフイベント事業

住まい領域

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

経営コンサルティング
サービス

SEVEN SIGNATURES
INTERNATIONAL

富裕層向け
コンサルティングサービス

くふう住まい

住宅・不動産専門メディア、買取再販サービス

※2022年10月1日付で(株)オウチーノ及び(株)おうちのくふうを統合

結婚領域

エニマリ

結婚情報メディア・サービス

投資・インキュベーション事業

投資・事業開発領域

くふうカンパニー

持株会社（投資事業）

くふうキャピタル

投資運用会社

RETRIP

旅行・おでかけメディア

（関連会社）

actindi

子どもとおでかけ情報サイト

保険のくふう

保険販売代理

くふう少額短期保険

保険商品開発・販売

その他

デザイン開発領域

Da Vinci Studio

開発・研究

テクノロジー開発領域

経営管理領域

くふうカンパニー

持株会社（事業会社支援）

メディアでユーザーを集客し、個々のニーズに応じて、生活を便利にするツールや専門・相談サービスにつなぐ。
メディアを一緒につくるパートナーである法人向けには付加価値の高いSaaSを提供し、ユーザーへのより良い価値提供を促進する。



3つのユーザー接点により、ユーザーの行動を支援



※1：2022年9月末時点における日常・地域生活領域、住まい領域、結婚領域の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。

※2：2022年9月末時点における「トクバイ」掲載店舗数（有料及び無料）、(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)が提供するサービスの会員企業数、(株)エニマリの取引先会場数合計。

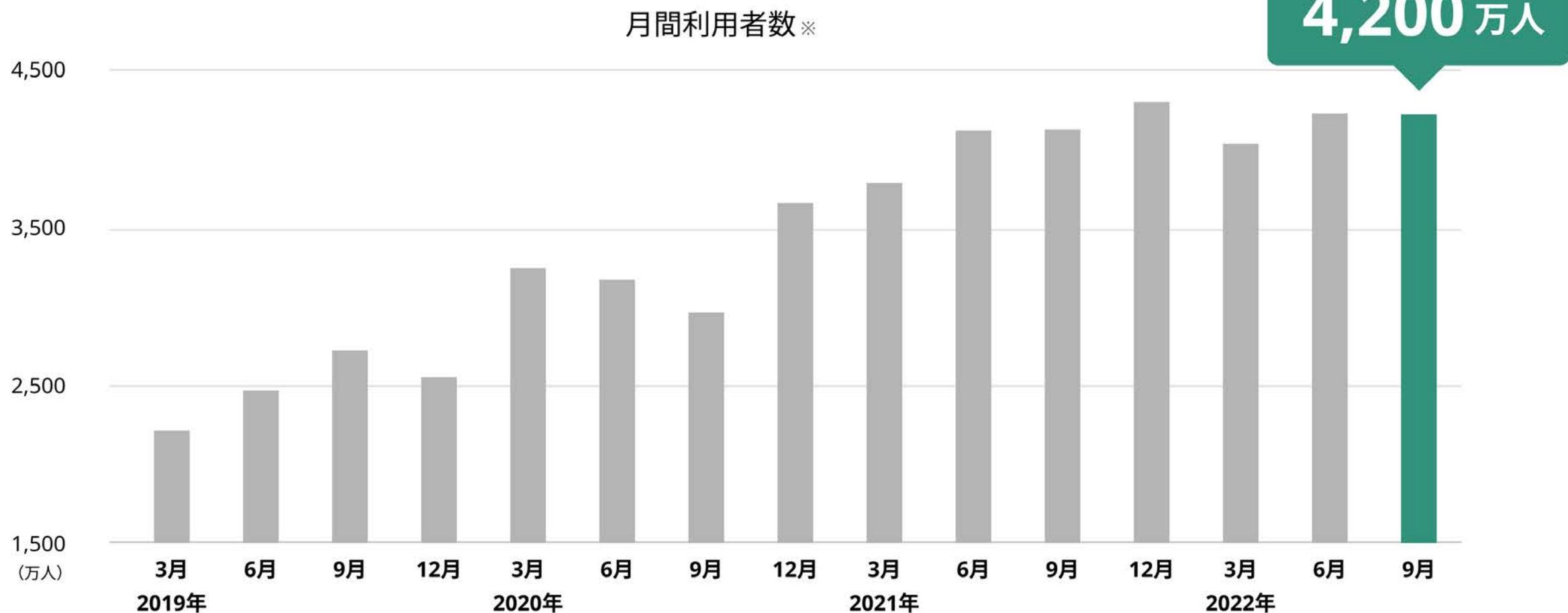
※3：2022年9月末時点における「トクバイ」「Zaim」「ごっこランド」の累計アプリDL数合計。

※4：2022年9月時点を基準とした(株)エニマリの結婚式プロデュース件数年間概算値、住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)を除く）の直近1年間におけるサービス提供数、

(株)しずおかオンラインの直近1年間における「イエタテ相談カウンター」相談数合計。

グループ全体のメディアの月間利用者数推移

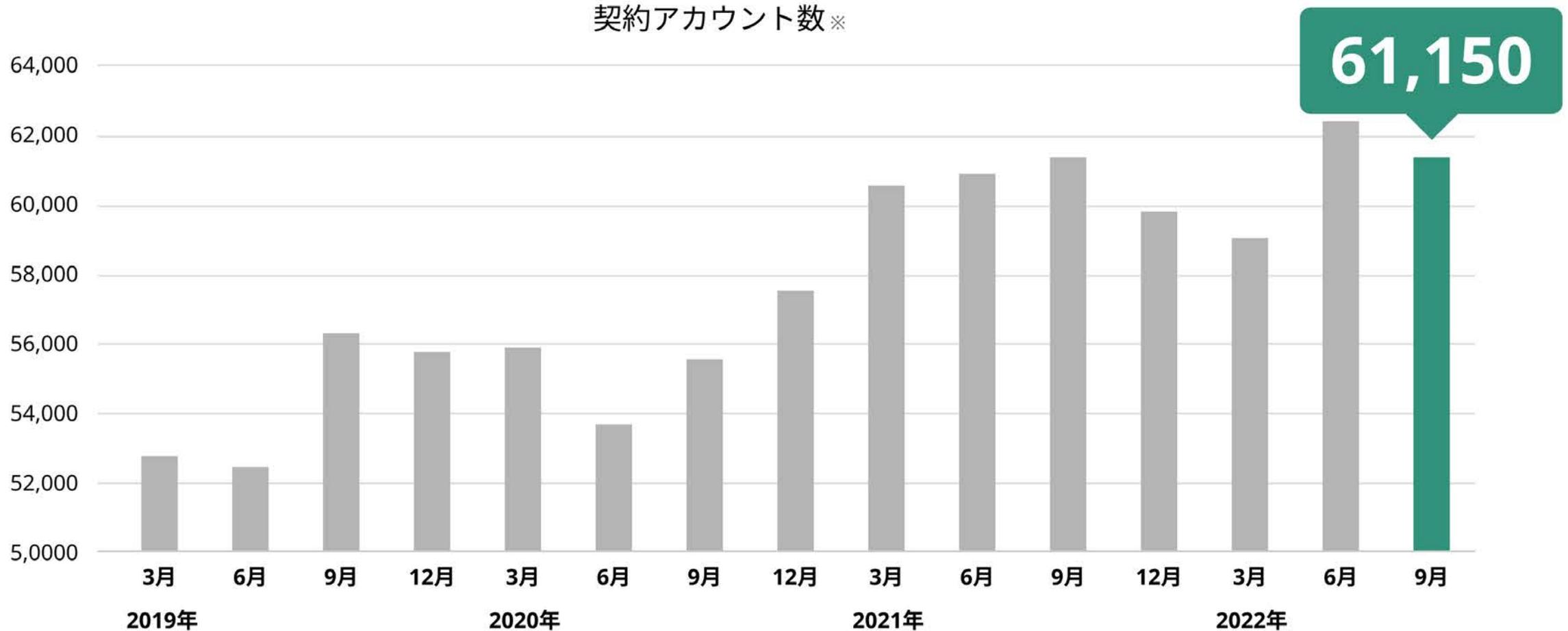
- グループ全体のメディアの月間利用者数は、単純合算ベースで約4,200万人



※ 日常・地域生活領域、住まい領域、結婚領域の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。

グループ全体の契約アカウント数推移

- グループ全体の契約アカウント数は、61,000を超える



※「トクバイ」掲載店舗数（有料及び無料）、(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)が提供するサービスの会員企業数、(株)エニマリの取引先会場数合計。

2022年9月期 連結業績

- 2022年9月期の EBITDA は通期業績予想を上回り着地
- 売上高、利益ともに前期比 約1.6倍の成長

	20/9期※	21/9期※	22/9期	22/9期		
	実績	実績	予想	実績	前期比	達成率
売上高	6,042	11,256	18,000	18,625	165.5 %	103.5 %
営業利益	604	1,000	1,300	1,558	155.7 %	119.9 %
EBITDA	890	1,617	2,300	2,581	159.6 %	112.2 %

(単位：百万円)

※ 2020年9月期（2019年10月～2020年9月）及び2021年9月期（2020年10月～2021年9月）の実績は、それぞれの期間における旧(株)くふうカンパニー及び(株)ロゴガイドの連結業績を単純合算した金額（非監査）。

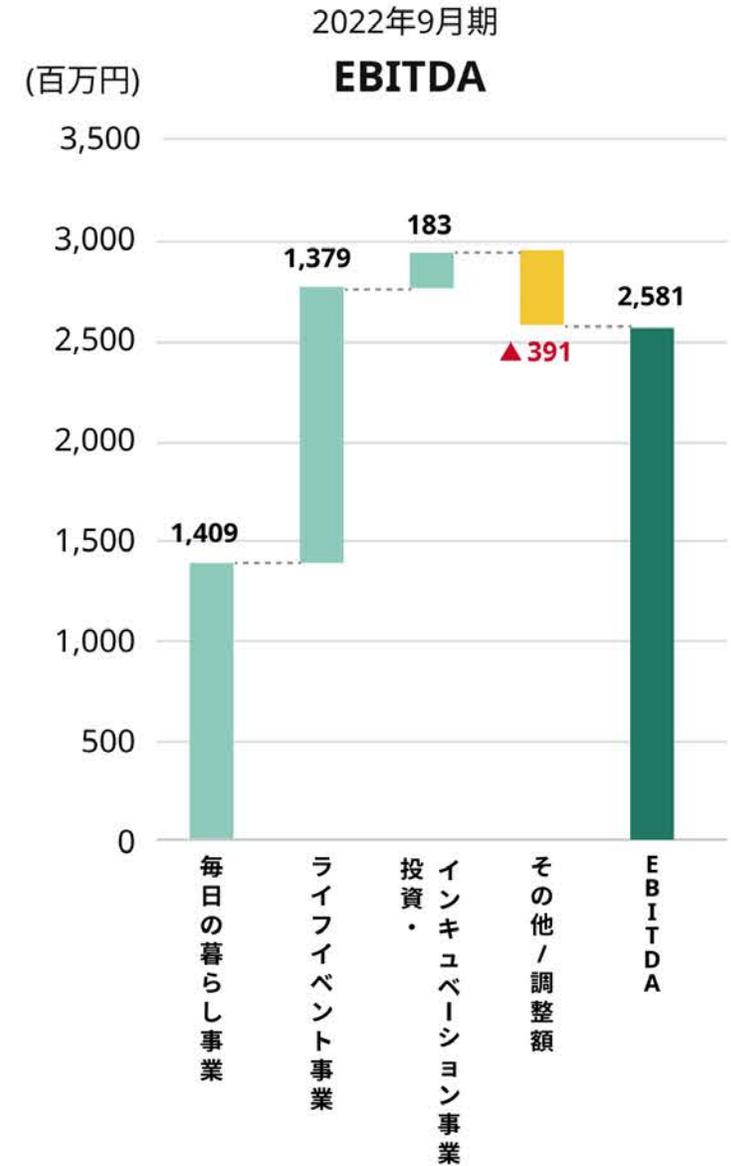
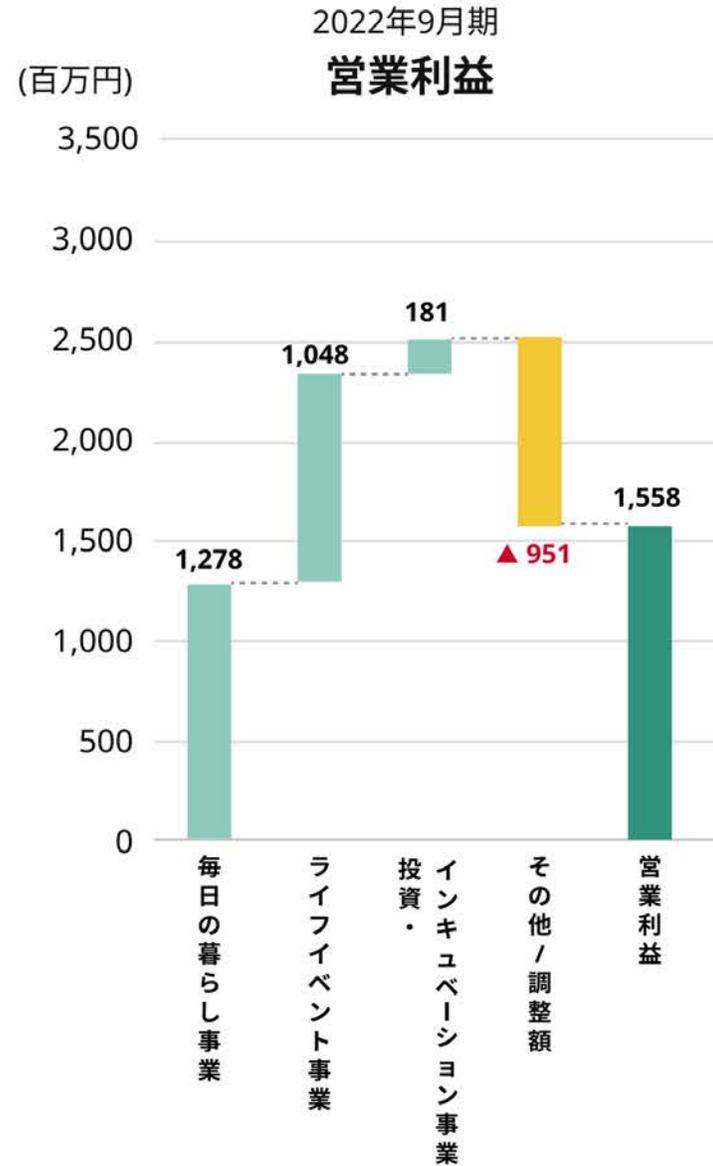
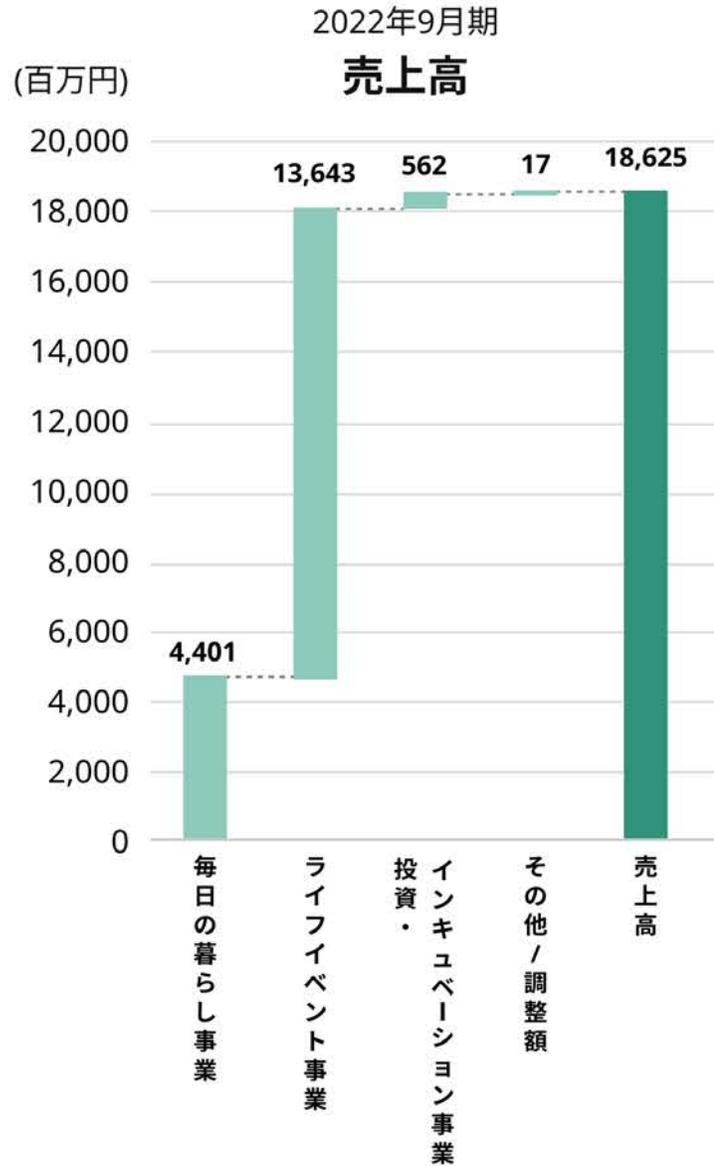
- 2022年9月期の EBITDA は、2,581百万円を達成、2026年の目標100億円に向けて順調に推移

各事業の進捗

毎日の暮らし事業	日常・地域生活領域 <ul style="list-style-type: none">トクバイ事業が計画通りに推移。来期以降の収益拡大に向けて、価格改定準備なども順調に進捗。ロコガイド社以外においても、各社が利益貢献。
ライフイベント事業	住まい領域 <ul style="list-style-type: none">買取再販事業、富裕層向け事業は安定的に利益貢献できる事業に成長。不動産事業者向けツール販売が順調に推移、メディアの立て直しは来期の注力テーマに。ハイアス社は特設注意市場銘柄指定が解除となり、今後の利益成長に向けた体制整備を推進。 結婚領域 <ul style="list-style-type: none">業績回復には至らずも、通期は黒字で着地。コロナ禍後の業績拡大に向けて、契約会場の獲得などは計画通りに進捗。
投資・ インキュベーション事業	投資・事業開発領域 <ul style="list-style-type: none">投資事業はQ4に営業投資有価証券の一部売却益を計上。アクトインディ社株式の取得など、グループの事業拡大を推進。

2022年9月期 連結業績 セグメント別業績

くふうカンパニー



- 2023年9月期は営業利益20億円（前期比 128.4%）、EBITDA 31億円（前期比 120.1%）を計画

	22/9期	23/9期	
	実績	予想	前期比
売上高	18,625	21,000	112.8 %
営業利益	1,558	2,000	128.4 %
EBITDA	2,581	3,100	120.1 %

（単位：百万円）

- ・ 2023年9月期は営業利益20億円（前期比 128.4%）、EBITDA 31億円（前期比 120.1%）を計画

各事業の前提及び施策

毎日の暮らし事業	日常・地域生活領域 <ul style="list-style-type: none">・ 法人向けサービスの拡充等により、トクバイの料金改定を実施予定。・ トクバイの有料掲載店舗数は前期と同等ペースでの拡大を見込む。・ Zaimとトクバイの連携による新商品をローンチ予定。
ライフイベント事業	住まい領域 <ul style="list-style-type: none">・ 事業者向けツールは工務店等へターゲットを拡大、メディアは独自コンテンツやサービス連携によるユーザー数増とマネタイズ加速を目指す。・ 買取再販事業は、不動産市況を鑑み仕入れを抑制、富裕層向け事業はハワイ不動産中心のため為替状況を注視。・ ハイアス社は、足元の新築戸建住宅市場が減速中、市況悪化を織り込む。 結婚領域 <ul style="list-style-type: none">・ 会場向けのサービス拡充等により、メディアの広告掲載の価格改定を実施予定。・ 国内需要の回復を見込み、結婚式プロデュースの施行数増加。・ 事例コンテンツや相談エージェント機能を拡充し、ユーザーに対する付加価値向上へ。
投資・ インキュベーション事業	投資・事業開発領域 <ul style="list-style-type: none">・ 旅行おでかけサービス「RETRIP」運営会社の株式を取得、引き続きグループの事業拡大を推進。・ 既存の投資先も堅調な見通し。

各事業セグメントの概要

毎日の暮らし事業

(日常・地域生活領域)



買い物情報サービス「トクバイ」



- 食品スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどの情報をリアルタイムで閲覧できるサービス
- 小売店は新聞折込チラシの代替として、費用対効果の高い販促ができるSaaS型プラットフォーム

生活総合情報メディア「くふうLive!」※



※2022年12月1日付でブランド名を「ヨムーン」から「くふうLive!」に変更

- 20～40代の既婚女性を中心に、月間2,000万人以上が利用する生活総合情報メディア
- 人気のショップ情報やグルメ、ファッション、ビューティ、インテリア・収納など、暮らし全方位のトレンド情報を発信

個人向け家計簿サービス「Zaim」



- 1,000万ダウンロードを超える個人向け家計簿サービス
- レシート撮影や銀行・カードと連携し自動的に入力して家計を管理

子ども向け社会体験アプリ「ごっこランド」



- 500万ダウンロードを超える無料の子ども向け社会体験アプリ
- 協賛企業の商品やサービスに沿って開発した体験コンテンツを、パビリオンとしてアプリ内に出店

市場環境

- 新聞折込チラシ広告市場は2,631億円※、フリーペーパー市場は1,442億円※と、紙媒体の市場規模は縮小傾向にあるものの引き続き大きい
- 地域情報は紙媒体に偏在、デジタル化が遅れている

競争優位性

メディアを通じた生活者との繋がり	<ul style="list-style-type: none">• グループメディアの連携により、月間2,000万人を優に超える集客• 編集力を活かしたメディアのカテゴリ拡大によるターゲット市場の拡大余地
リーズナブルな導入料金	<ul style="list-style-type: none">• 競合する紙のチラシ等に比べて安価• 定額の価格体系ゆえ、新規開拓により売上が積み上がるSaaS型モデル
生活者の購買行動情報へのリーチ	<ul style="list-style-type: none">• 家計簿サービス「Zaim」の統計データとの連携により、購入前から購入後までの包括的な購買データ分析基盤を保有• SaaSの付加価値向上に加え、メーカー等のマーケティングサービス拡大へ

生活のインフラを目指し、メディア・SaaS・ツールの連携を推進



主なサービス

主な収益

重要指標

2022年9月末

2026年9月期 目標

広告売上
(ネットワーク広告、タイアップ広告等)

店舗課金売上

ユーザー課金売上
企業向けコンテンツ開発売上

月間利用者数

契約アカウント数

ツール累計DL数

約 3,800 万人 ※1

約 39,200 ※2

約 2,470万 ※3

6,000 万人

120,000

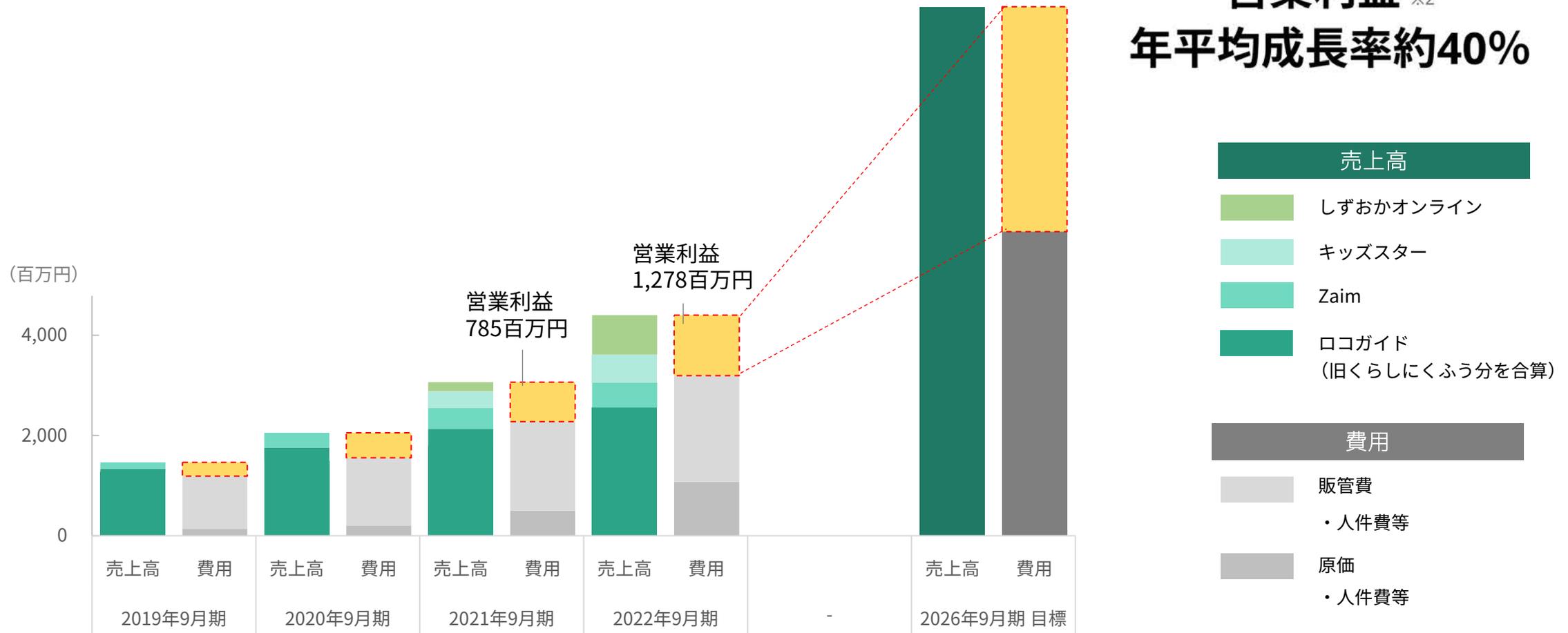
4,000 万

※1：2022年9月末時点における日常・地域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。

※2：2022年9月末時点における「トクバイ」有料掲載店舗数。

※3：2022年9月末時点における「トクバイ」「Zaim」「ごっこランド」の累計アプリDL数合計。

営業利益^{※2} 年平均成長率約40%



※1：実績は、(株)ロコガイド（投資事業損益を除く。2022年4月に統合した(株)くらしにくふうの業績（2019年7月以降）を含む）、(株)Zaim（2019年1月以降）、(株)キッズスター（2021年1月以降）、(株)しずおかオンライン（2021年7月以降）について、各社10月～翌年9月の期間で単純合算（非監査）。

※2：「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

メディア強化を基に、SaaS事業も質的・量的拡大
個別化サービス導入で毎日・何回でも使うサービスへ

■ でハイライトした項目
= 2022年9月期に施策を実施し、進捗した項目

Phase 1

メディア強化

- ・ 「ヨムーノ」と「トクバイ」のメディア連携
- ・ 「Zaim」の購買行動データを活かした
新サービスの構築 → 2023年9月期にローンチ予定
- ・ 取扱ジャンルの拡充

Phase 2

SaaS事業強化

- ・ 小売店舗のさらなる網羅
- ・ 小売以外のサービス店舗の開拓
- ・ 提供機能強化による新プランの導入
→ 2023年9月期に導入予定
- ・ 店舗のDX化支援

生活者のインフラへ

Phase 3

個別最適化したサービスへ

- ・ ローカライズの促進
- ・ 各種データの統合
- ・ データをAI活用することで、各個人に合わせた
行動提案を実現

2021年9月

2026年9月

2022年9月期のKPIに対して概ね順調に進捗。

- ・ 月間利用者数は目標4,000万人に対し、1月に4,300万人を突破。
季節性やユーザーの生活行動の変化に伴い変動はあるものの、年間を通じて前年を上回る水準で堅調に推移。
- ・ 契約アカウント数（トクバイサービス有料掲載店舗数）は目標40,000店舗に対し、9月末時点で39,223店舗。

トクバイ事業重点施策の振り返り

メディア力の強化による ユーザー数の増加

- ・ 「トクバイ」アプリのデザインを刷新するとともに、ユーザーの食費節約や料理のマンネリ解消ニーズに応える独自コンテンツの強化、レシピ機能の開発やクーポン機能の強化など、利便性向上のためのサービス強化を実施。
- ・ 家電量販店や飲食店、コンビニエンスストア等の新領域の開拓により店舗コンテンツを拡大。
- ・ 月間2,000万人以上が利用する「ヨムーノ」にチラシ及びクーポン機能を設置するなど、「トクバイ」との連携による相互送客を開始。

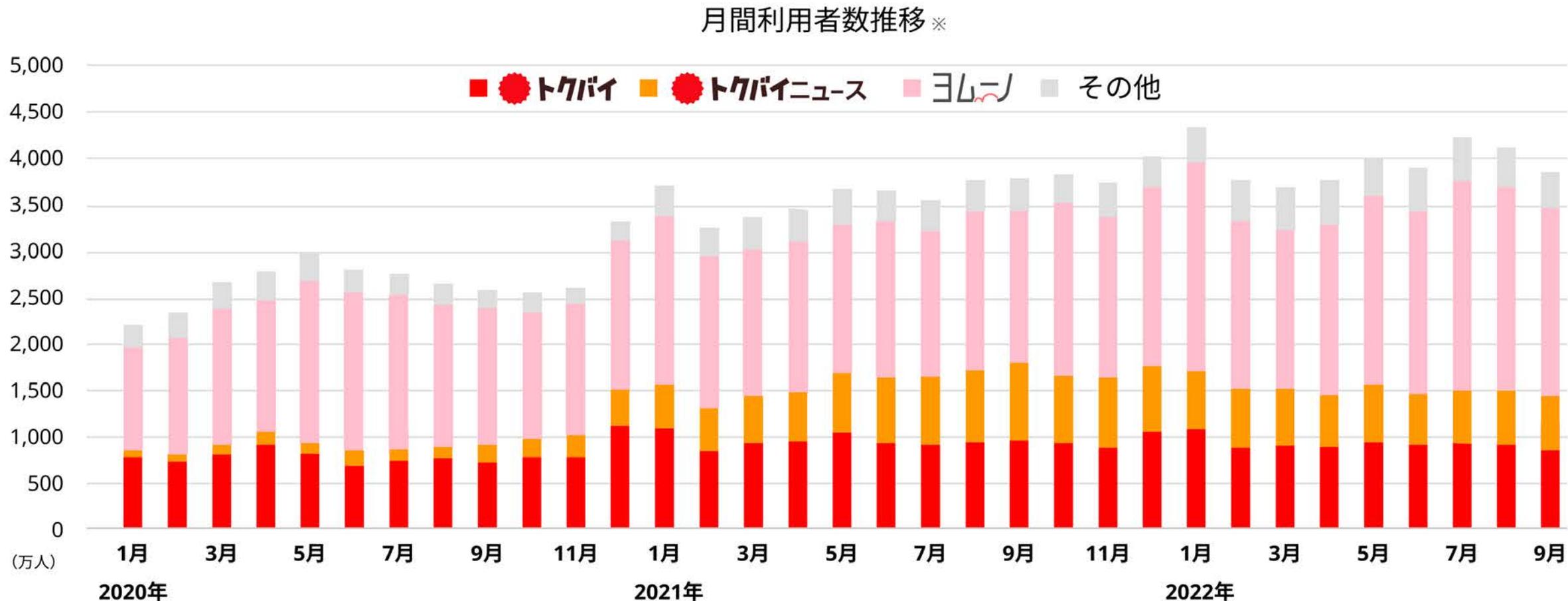
SaaSの進化による 新規収益創出

- ・ 「Google ビジネスプロフィール自動連携機能」「小売アプリのコンテンツマーケティング支援機能」「クーポン配信のターゲティング機能」など、法人クライアント向けの新機能を強化し、アップセルを実施。
- ・ 家計簿サービス「Zaim」に蓄積される統計データを活用した市場トレンド情報を法人クライアントに提供すべく、Zaim社との共同開発を推進。2023年9月期中の商品化に向けて進捗。

新領域の拡大

- ・ 新領域において、「トクバイ」のトライアル導入を推進。家電量販店等を中心に有償化が進捗。
- ・ コンビニエンスストアとの新たな取り組みも開始。

- 物価高等を背景に、ヨムーノを中心とした節約関連ニーズを捉えたコンテンツが好評、利用者数は堅調に推移

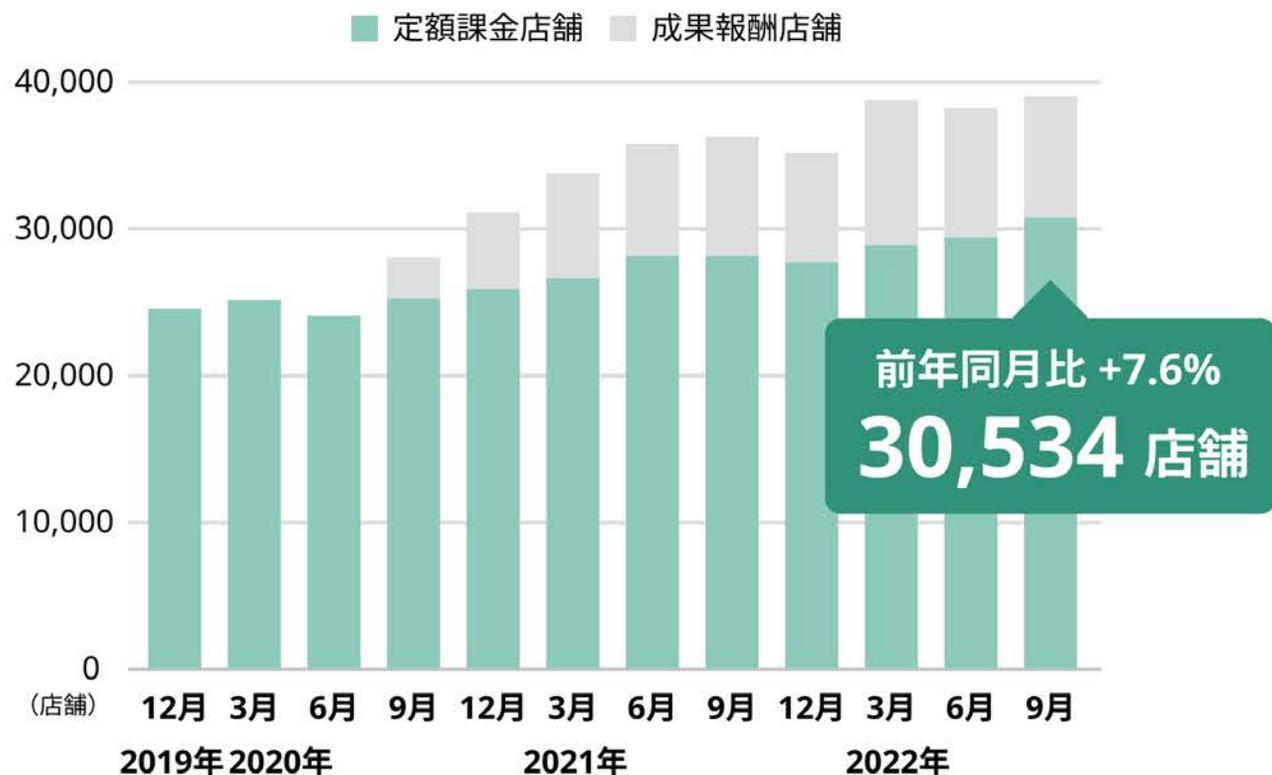


※ 日常・地域生活領域内主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

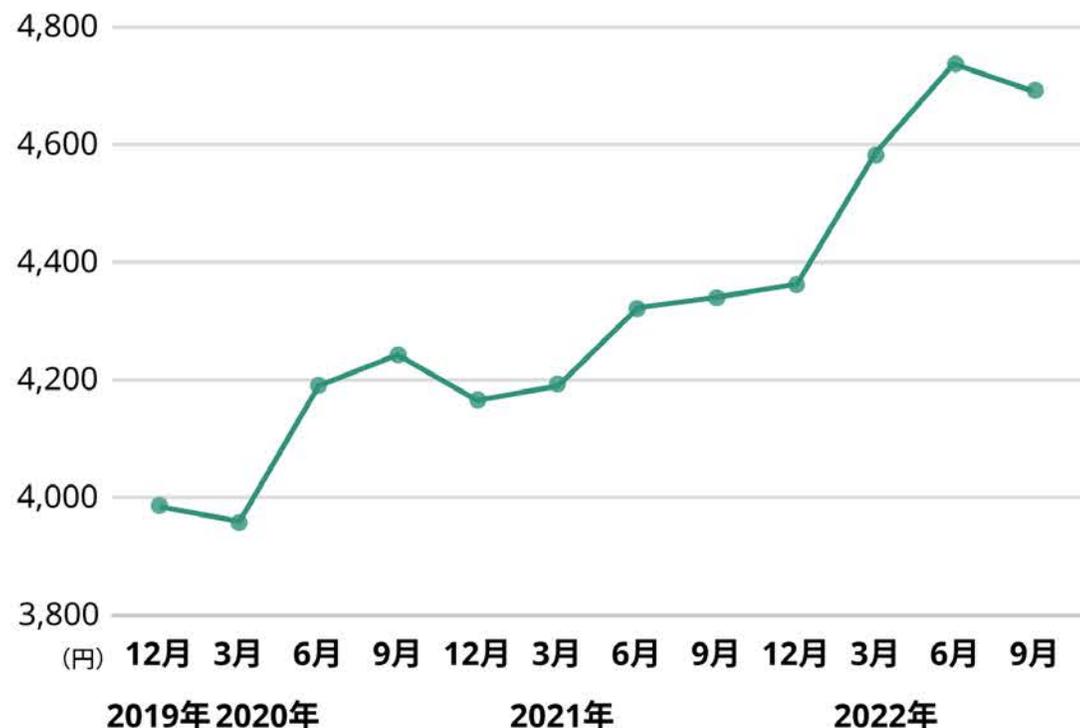
トクバイサービス有料掲載店舗数と平均単価の推移

- 2022年9月末時点の有料掲載店舗数は39,223店舗（定額課金店舗数は前年同月比+7.6%の30,534店舗）
- スーパーマーケットやドラッグストア等に加え、家電量販店等の新領域の参画により、定額課金店舗数が増加

有料掲載店舗数の推移



定額課金店舗の平均単価の推移



ユーザー向け新機能

おすすめ1週間レシピ

「今日何つくろう」
「今日何買おう」を解決

2022年3月



クーポン機能をリニューアル

位置情報やフォロー店舗の情報をもとに
「近くのお店」「よくいくお店」の
クーポンを配信

2022年4月



クライアント向け新機能

Google ビジネスプロフィールとの 自動連携機能

「トクバイ」にチラシ情報を投稿するだけで、
自動で連携

2022年8月



小売アプリの コンテンツマーケティング支援機能

小売アプリと「52週特集」が連携

2022年9月



クーポン配信のターゲティング機能

配信対象をセグメントして
クーポンを配信できる機能

2022年9月



ライフイベント事業 (住まい領域)



住まいに関する総合情報サイト「オウチーノ」

オウチーノ

- 新築、中古、マンション、一戸建てを横断して検索可能な住まい探しの情報提供を行うポータルサイト

不動産営業支援ツール「オウチーノ くらすマッチ」

オウチーノ くらすマッチ

- オンラインで物件の住所を入力するだけで、周辺情報がわかる地図を即時に作成できる、不動産営業支援ツールサービス

住まいの買取再販サービス

くふう住まい

- 首都圏のファミリー層向け居住用中古マンションの買取再販サービス
- 新築同様のフルリノベーション物件を設備保証10年、平均価格3,000万円台で提供

工務店等向け各種支援パッケージ商品



R+house



GARDENS
GARDEN
WE DESIGN GARDENS WHICH MAKE YOUR LIFE "LOVELY".

- 住宅環境のハードインフラから情報インフラまで、事業者向けのパッケージ商品を多数展開
- 主なパッケージ商品は「R+house（新築戸建て）」、「HySPEED（地盤改良）」、「GARDENS GARDEN（庭・外構）」など

市場環境

- 不動産市場は48.5兆円^{※1}と巨大、不動産テックの拡大が進む中でも業界慣習に基づく取引は根強い
- 中古住宅市場は、政府の施策や生活者の価値観の多様化により拡大の機運
- 新築戸建て住宅市場は約42万戸^{※2}、うち約7割^{※3}は中小の工務店による建築

競争優位性

生活者重視の徹底	• 生活者が損をしない不動産売買に向けた情報・サービスの提供
幅広い事業者ネットワーク	• 全国に広がる工務店や不動産会社等の事業者ネットワークによるリアルなユーザー接点
自社独自の情報やサービスの提供	• メディアやサービスそれぞれで競合する企業はあるものの、良質な不動産関連情報や物件を自社サイトや相談窓口を通じて提供できる、生活者の不動産取引のための総合的な機能を保有

※1：財務省「年次別法人企業統計調査（令和3年度）」

※2：国土交通省「住宅着工統計（令和3年度）」（持家及び戸建分譲）

※3：(株)住宅産業研究所「月刊TACT」2022年9月号、10月号より当社グループ試算

メディア・SaaS・エージェントの三本柱でより良い不動産売買を実現



主なサービス

オウチーノ

オウチーノくらすマッチ

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

くふう住まい

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

主な収益

広告売上
(ネットワーク広告等)

住宅事業者向け課金売上
(営業支援ツール、パッケージ商品等)

専門サービス売上
(物件売買・住宅施工サービス等)

重要指標

月間利用者数

契約アカウント数

年間サービス提供数

2022年9月末

約120万人^{※1}

約1,800^{※2}

約2,600^{※3}

2026年9月期 目標

500万人

3,500

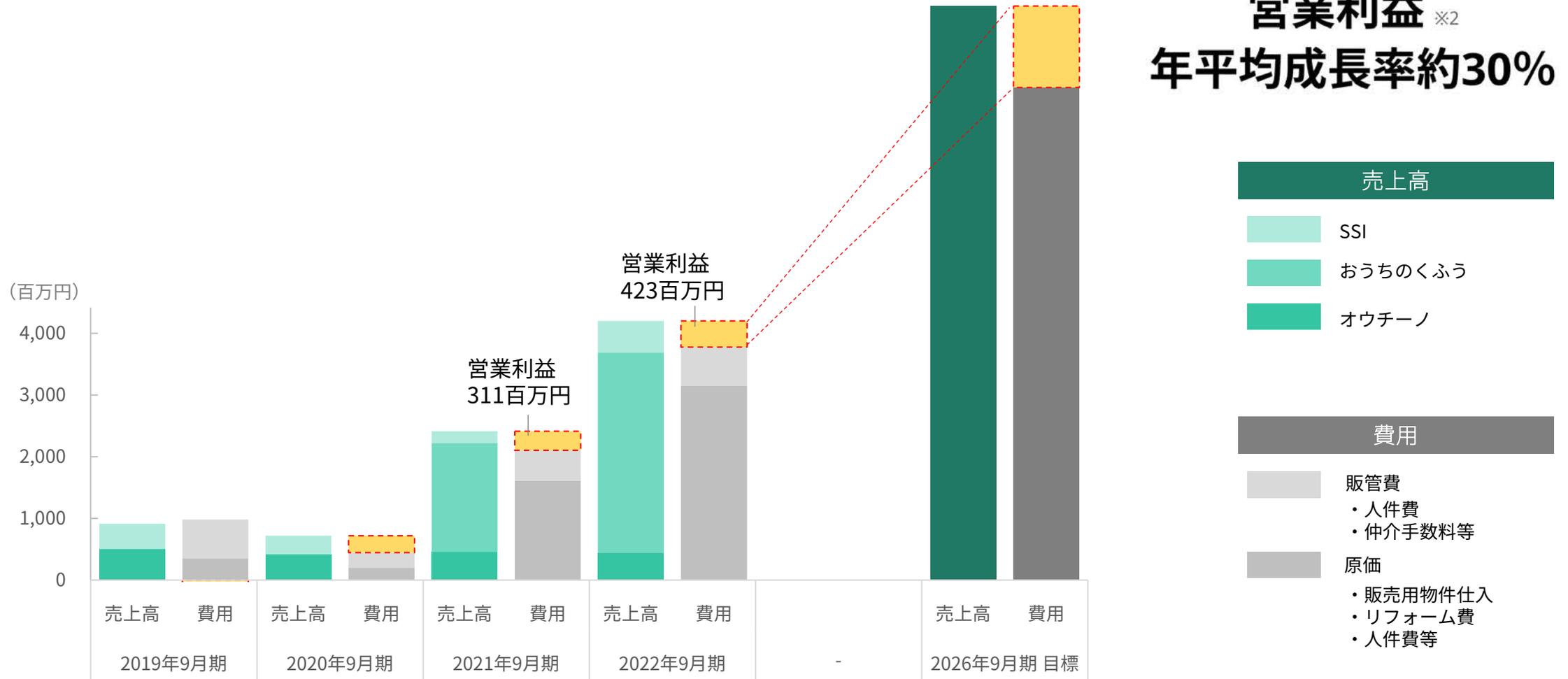
12,000

※1：2022年9月末時点における「オウチーノ」の月間利用者数。

※2：2022年9月末時点における(株)オウチーノが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数。

※3：2022年9月末時点における住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)を除く）の直近1年間におけるサービス提供数。

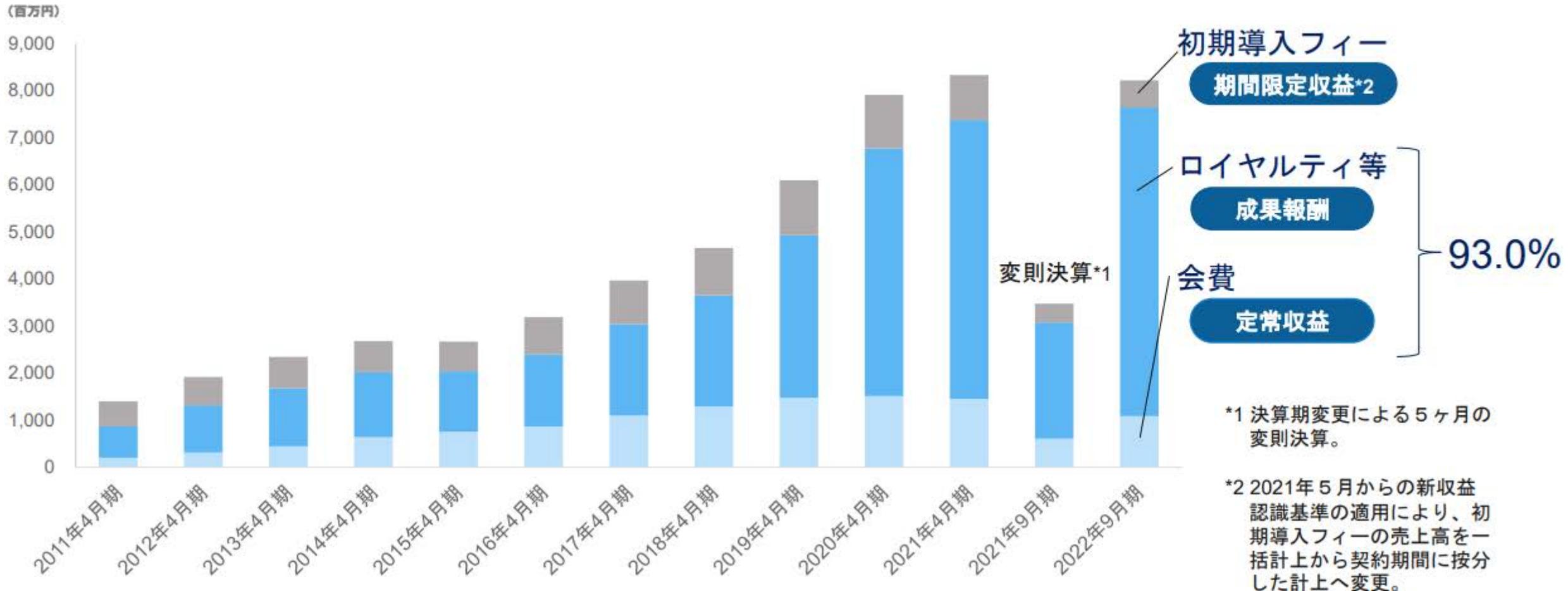
住まい領域 売上高・費用構造^{※1}と事業目標 (ハイアス社除く3社) くふうカンパニー



※1：実績は、(株)オウチーノ、(株)おうちのくふう（2020年7月以降）、(株)SSIを単純合算（非監査）。

※2：「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

既存会員企業の実績に連動するロイヤルティ等が増加し成長を牽引



※ハイアス・アンド・カンパニー(株)の事業計画等につきましては、同社が開示する「事業計画及び成長可能性に関する事項」をあわせて参照してください。

不動産取引の情報格差を是正する

■ でハイライトした項目
= 2022年9月期に施策を実施し、進捗した項目

Phase 1

ユーザー接点拡大と意識改革

- ・ 「オウチーノ」等のメディア強化
- ・ 記事コンテンツやセミナーなどを通じたユーザーの意識改革
- ・ リアルとオンラインでの相談窓口の拡大

Phase 2

ユーザーの行動変容

- ・ 気軽に専門家に相談できる体制
- ・ 優れた売買事例の共有
- ・ 「売り情報」を優先的に網羅

Phase 3

電子化・プラットフォーム化

- ・ 売手 / 買手双方にとって透明性の高い不動産売買の仕組化・電子化の促進
- ・ 不動産取引を納得感の高い取引へ

2021年9月

2026年9月

不動産事業者向けツール販売が順調に推移。

買取再販サービスとメディアの連携は徐々に進捗、メディアの本格的な立て直しは来期の注力テーマに。

重点施策の振り返り

事業パートナーを通じた 間接的なユーザー支援	<ul style="list-style-type: none">・ 営業支援ツールサービス「オウチーノ くらすマッチ」にCRM機能を付加した「くらすマッチ 自動追客」を開発。（物件掲載事業で得るデータを活用し近隣の相場や売出物件を継続的に自動発信、ユーザーの売却検討をサポート）・ 新機能開発に加え、人員増強による営業強化等により「オウチーノ くらすマッチ」の販売が順調に推移。
買取再販サービスと メディアの連携	<ul style="list-style-type: none">・ 買取再販サービスを担当する不動産の目利きが監修する売買事例記事をメディアに掲載するなど、両サービスの連携による良質なコンテンツ作りを促進。・ (株)オウチーノと(株)おうちのくふうの経営統合を決議し、2022年10月に実施。データ連携により、売り手と買い手の「直接取引」実現を目指すとともに、ブランド統合を推進し認知拡大を図る。
売却査定等の オンラインサービスの 開発・提供	<ul style="list-style-type: none">・ 売却査定サービスはメディアの利用者数減少に伴う低迷から、コンテンツ強化及び各種SEO施策の実施により回復基調。・ 今後は売却査定に加え、住宅ローンに付随する各種保険の見直し等、グループシナジーを活かした新規サービスを開発予定。

ライフイベント事業 (結婚領域)



結婚総合情報メディア「みんなのウェディング」



- 国内6,200以上の結婚式場情報、先輩花嫁による本音の口コミやリアルな費用明細などを提供する、結婚総合情報メディア

インポートドレス販売「DRESS EVERY」

DRESS EVERY

THE CLOSET BLESS YOU.

- インポートドレスを扱う販売専門ドレスショップ

結婚式プロデュースサービス「エニマリ」

エニマリ

- 会費制結婚式「会費婚」をはじめ、「少人数結婚式」「フォトウェディング」「婚姻届」サービスなど、結婚にまつわる様々なシーンを「新しいカタチ」でお祝いし合えるサービスを展開

事業者向けDX推進ツール各種

エニマリ ウェディングボード

- オンライン接客ツール「ウェディングボード」、結婚式に出席したゲストを対象にしたアンケートツール「みんなのウェディング GSアンケート」など、事業者向けにDX推進ツールを提供

コンテンツ拡充と連動させた、新時代の多様なプロデュースサービスの提供実現へ

Media



SaaS



Agent

主なサービス



エニマリ ウェディングボード

エニマリ DRESS EVERY
THE CLOSET BLESS YOU.

主な収益

広告売上
(ネットワーク広告等)

事業者向け課金売上
(情報掲載、DX推進ツールサービス等)

プロデュースサービス売上
新作・中古ドレス販売売上

重要指標

月間利用者数

契約アカウント数

年間プロデュース件数

2022年9月末

約 260 万人 ※1

約 1,800 ※2

約 320 ※3

2026年9月期 目標

400 万人

3,000

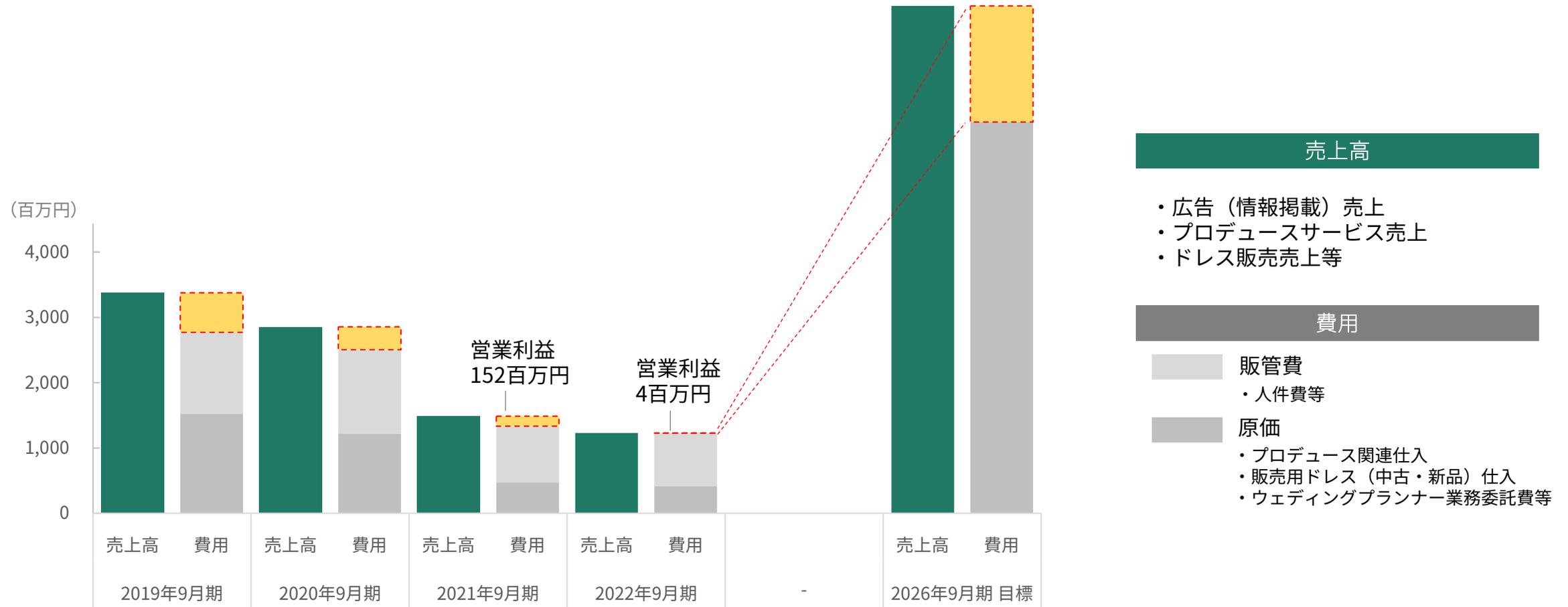
10,000

※1：2022年9月末時点における「みんなのウェディング」の利用者数合計。

※2：2022年9月末時点における(株)エニマリの取引先会場数合計。

※3：2022年9月時点を基準とした(株)エニマリの結婚式プロデュース件数年間概算値。

現時点で回復の時期は見通せないものの、コロナ禍前の水準に回復後は、**営業利益^{※2}の年平均成長率について約30%を想定**



※1：2019年9月期から2021年9月期の実績は、旧(株)くふうカンパニー「結婚関連事業」セグメントの金額。

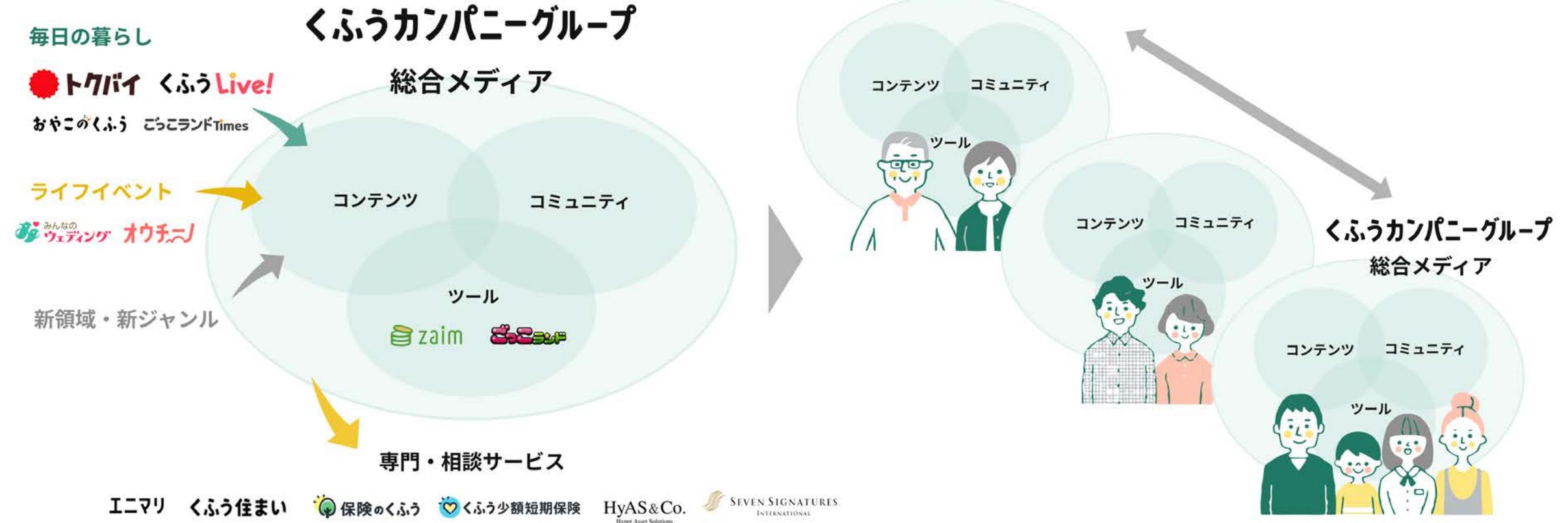
※2：「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

グループの成長戦略

幅広い生活領域を包含し、ユーザーの行動範囲となる地域に最適化した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

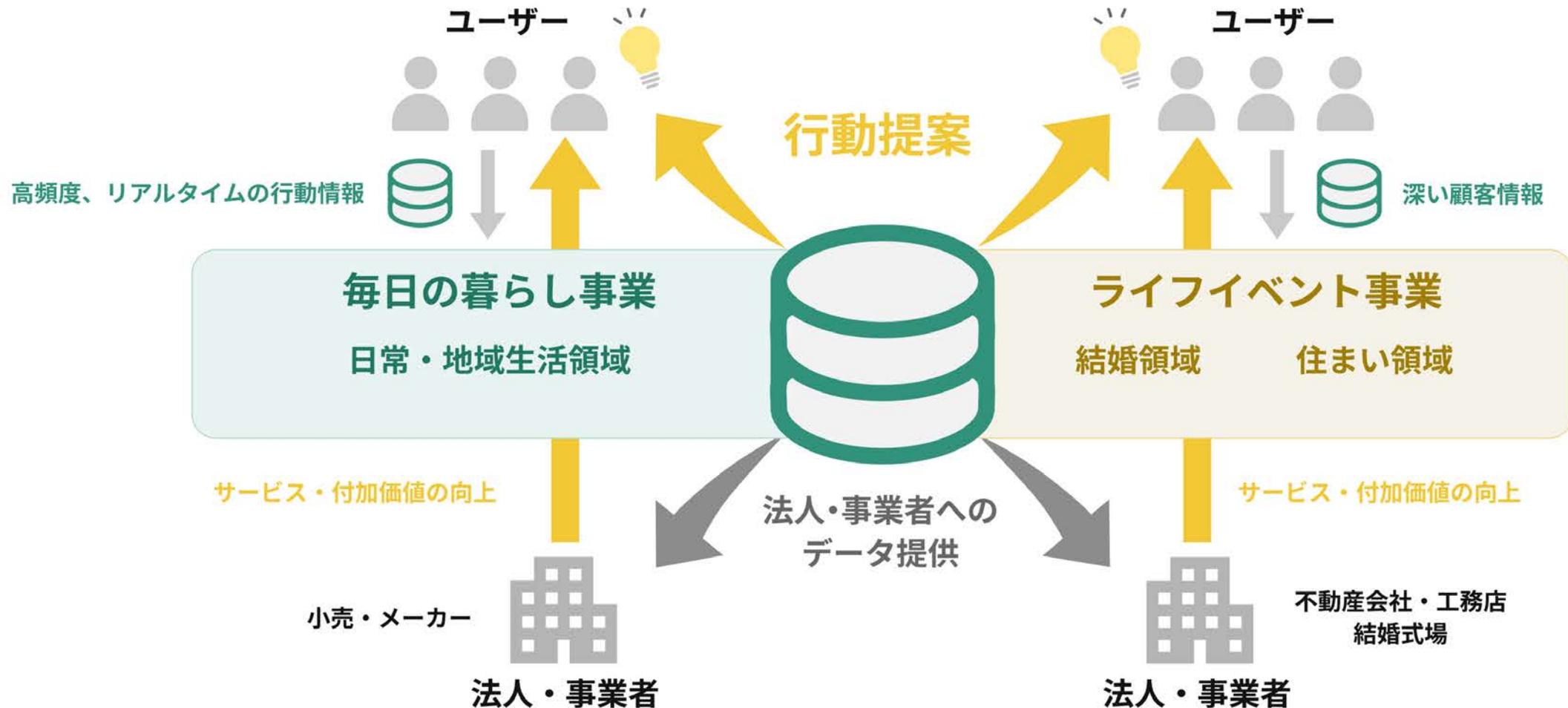
ユーザー、地域での最適化をはかる



蓄積されるデータをつなぎ、行動提案へ活用

くふうカンパニー

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。



グループEBITDA^{※1}

100億円^{※2}

主要事業の構成割合^{※3}

50%

毎日の暮らし事業

日常・地域生活領域



50%

ライフイベント事業

結婚領域

住まい領域^{※4}



※1：「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。

※2：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。

2022年5月13日付の有償ストック・オプション発行決議に伴い、EBITDAに当該株式報酬費用を加算した額。

※3：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。

なお、2022年9月より、事業セグメント及び領域の一部見直しを実施しており、見直し後の金額をベースに構成割合を算出。

※4：住まい領域にハイアス・アンド・カンパニー(株)を含む。

リスク情報

主な事業リスク	発生可能性 / 発生時期	成長の実現や 事業計画に与える影響	リスクの内容	対応策
ユーザー対応	大 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー満足度の低下 ユーザー数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーニーズの変化に対応したサービス拡充の施策が想定通り進捗しない ユーザーへの訴求力が低下する 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーファーストの徹底 ユーザー利便性を向上させる機能やコンテンツの拡充 新規事業、新規サービスの積極的な開発
人材	中 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 競争力の低下 業容拡大への制約の発生 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な人材の確保・育成が計画通り進まない 既存社員の流出及び勤労意欲減退による生産性の低下が防止できない 	<ul style="list-style-type: none"> 採用力の強化 社内教育や職場環境の充実及び社内コミュニケーションを向上させる施策の実施
グループ経営	中 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 事業運営コストの増大 遵法意識の低下 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域やグループ全体における事業方針と各事業会社の方向性のずれや、各事業会社の自立運営によるグループ内部での重複コストが発生する 各事業会社の内部管理体制不備による法令違反等が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域や事業会社間における経営層の情報共有促進等によるグループ全体と各事業会社の意思疎通の強化 グループ基本ルールに則った内部管理体制の整備、内部統制機能の強化等
情報漏洩	中 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 社会的信頼の低下 損害賠償請求発生の恐れ 	<ul style="list-style-type: none"> ウイルス感染、不正アクセス、人的ミス等による個人情報又は機密情報の消失や漏洩が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> ISMS認証の取得を通じた役職員への意識改革や教育 情報管理体制の構築
新型コロナウイルス感染症	中 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用者の減少 サービスの利用機会の消失 	<ul style="list-style-type: none"> 景気悪化等に伴うユーザーの消費購買意欲の減退が発生する ユーザーの自発的な行動抑制が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーの安全を確保した新たなサービスの開発 事業ポートフォリオの強化

※ 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。

当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。

本資料は、事業・業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料の内容には当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。本資料につきましては、事業年度後の12月頃に進捗状況を含む最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。

お問い合わせ

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.company/>