

住宅設備、ネットで注文  
交換できるくん

着替えるように、  
くらしをかえよう

2023年3月期

第3四半期決算説明資料

株式会社 交換できるくん

[東証グロース：7695]

# 2023年3月期 3Q

2022年10月～2022年12月

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

1

# 2023年3月期 第3四半期連結業績

## 3Q累計も増収・増益基調が継続

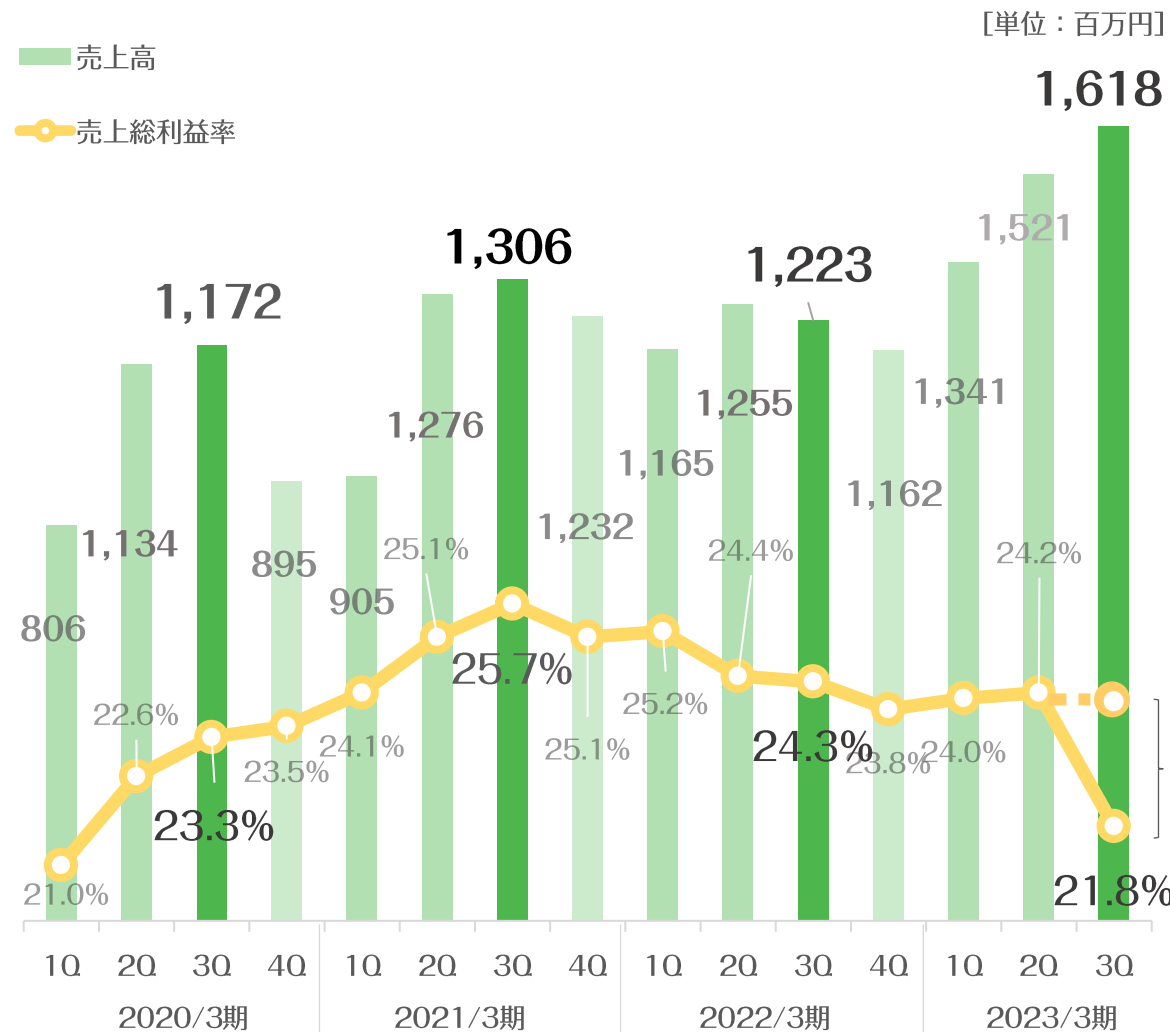
- ・2021年から続く商品供給遅延、メーカーの相次ぐ値上げ、コロナ第7波と、3Q累計においても継続して外部要因による混乱の影響を受けたもののバックオーダーの解消も進み業績は順調に推移。

[単位：百万円]

	2022/3期 3Q累計実績	2023/3期 3Q累計実績	増減額	増減率
売上高	3,644	<b>4,481</b>	837	<b>+23.0%</b>
売上総利益	897	<b>1,041</b>	143	<b>+16.0%</b>
売上総利益率	24.6%	<b>23.2%</b>	△ 1.4pt	—
営業利益	67	<b>245</b>	178	<b>+266.5%</b>
営業利益率	1.8%	<b>5.5%</b>	+ 3.7pt	—
経常利益	66	<b>246</b>	180	<b>+270.9%</b>
当期純利益	40	<b>154</b>	114	<b>+282.5%</b>

## 四半期売上高で過去最高を更新、 売上総利益率は一時的に低下、 実質的には2Qと同水準を維持

- 商品供給の改善によりバックオーダーの解消が進んだことと繁忙期が重なり四半期売上は過去最高を更新
- 保証制度の切り替えを主な要因として、売上総利益率が一時的に低下



## ※2Q決算説明資料p14より抜粋

1 | 2023年3月期 第2四半期連結業績

### トピックス

## 全販売商品に無料10年保証付帯

- ・ 2022年10月1日より、当社で販売する商品すべて無料10年保証付きで提供開始
- ・ 保証専門会社を介さない自社完結モデルとなり、同業他社の追随を許さない競争優位性を確保
- ・ 成約率の大幅な向上が期待でき、売上を飛躍的に伸ばす効果を見込む



交換できるくんは、  
全品**無料**10年保証付き。  
もっと安心。ずっとお得。



2022年10月1日 START

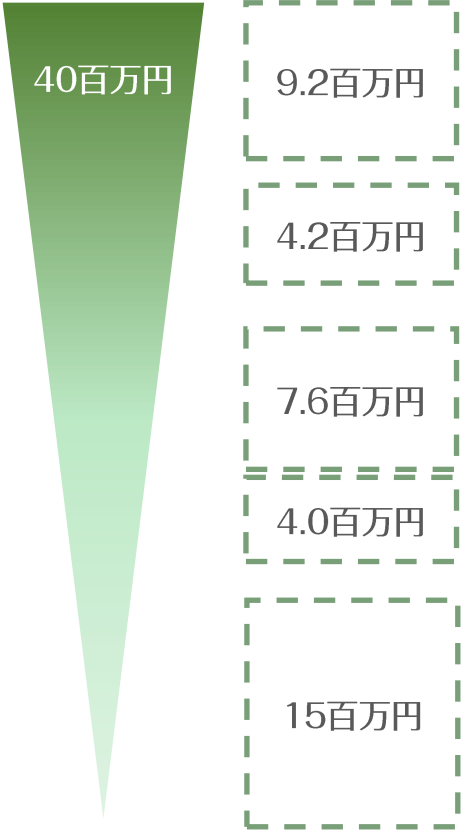


# 売上総利益率の低下要因分析

2022年10月の保証制度の切り替えに伴い、新収益認識基準の影響を受ける等して、一時的に売上総利益率の低下を発生させるものの、今後は10年無料保証の本来の競争優位性を活かし利益の引き上げを見込む

## 売上総利益の推移

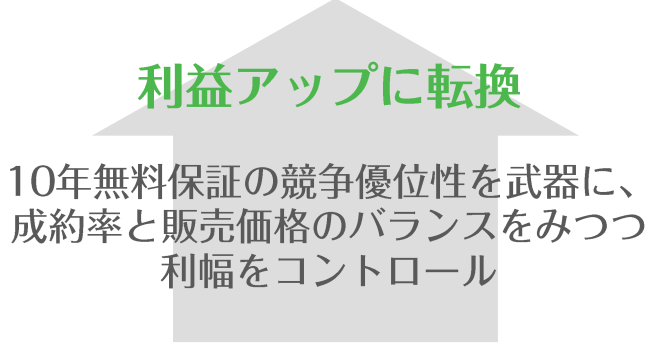
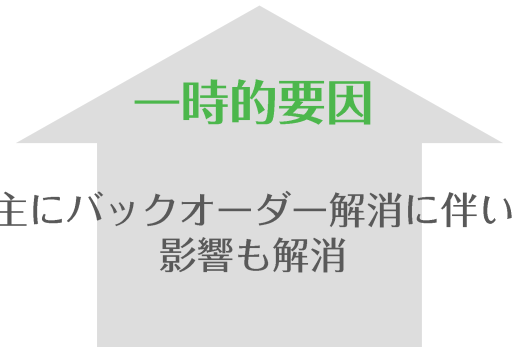
20実績  
24.2%  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
30実績  
21.8%



## 利益影響の内訳

- その他要因**  
複数メーカーで商品値上げが立て続けに実施され、その過渡期にて発生した価格調整のタイミングによる影響など
- 保証制度切り替え影響①**  
制度切り替え前に有償延長保証注文分（9月末まで工事未完了）に対して、10年無料保証を適用したことによる影響
- 保証制度切り替え影響②**  
新収益認識基準影響(1) 9月以前注文10月以降工事完了すべて（10月販売価格調整により新収益認識基準の独立販売価格との差分が大きい）
- 保証制度切り替え影響③**  
従来の有料延長の販売を継続していた場合に得られたと想定される利益額

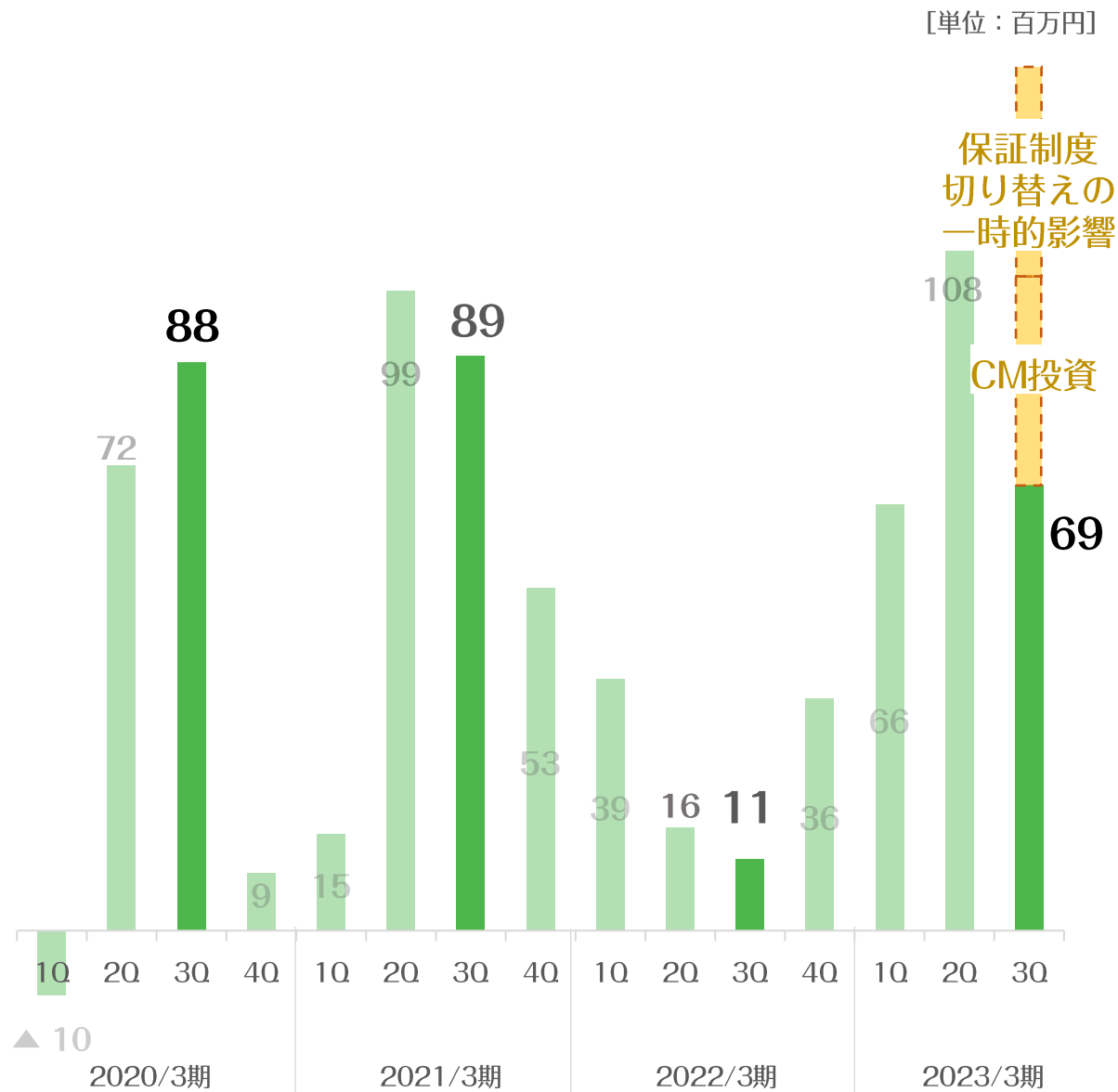
## 今後の見通し



注) 新収益認識基準とは、収益認識に関する会計基準及び同適用指針であり、当社でも2022年3月期より適用された会計基準。当社が2022年10月より開始した10年無料保証制度も当該会計基準の適用を受け、無料で提供しているサービスではあるものの、サービスの対価として会計上の独立販売価格を設定し、10年間にわたって売上を按分して計上する処理を実施。  
2023年3月期 第3四半期決算説明資料 © 2022 Koukandekirukun, Inc.

## 投資目的の先行費用を投下したため四半期営業利益を抑制

- ・新CM制作を中心に事業成長に向けた投資的費用増加に伴い、営業利益を抑制したが、通期の計画に対しては順調。

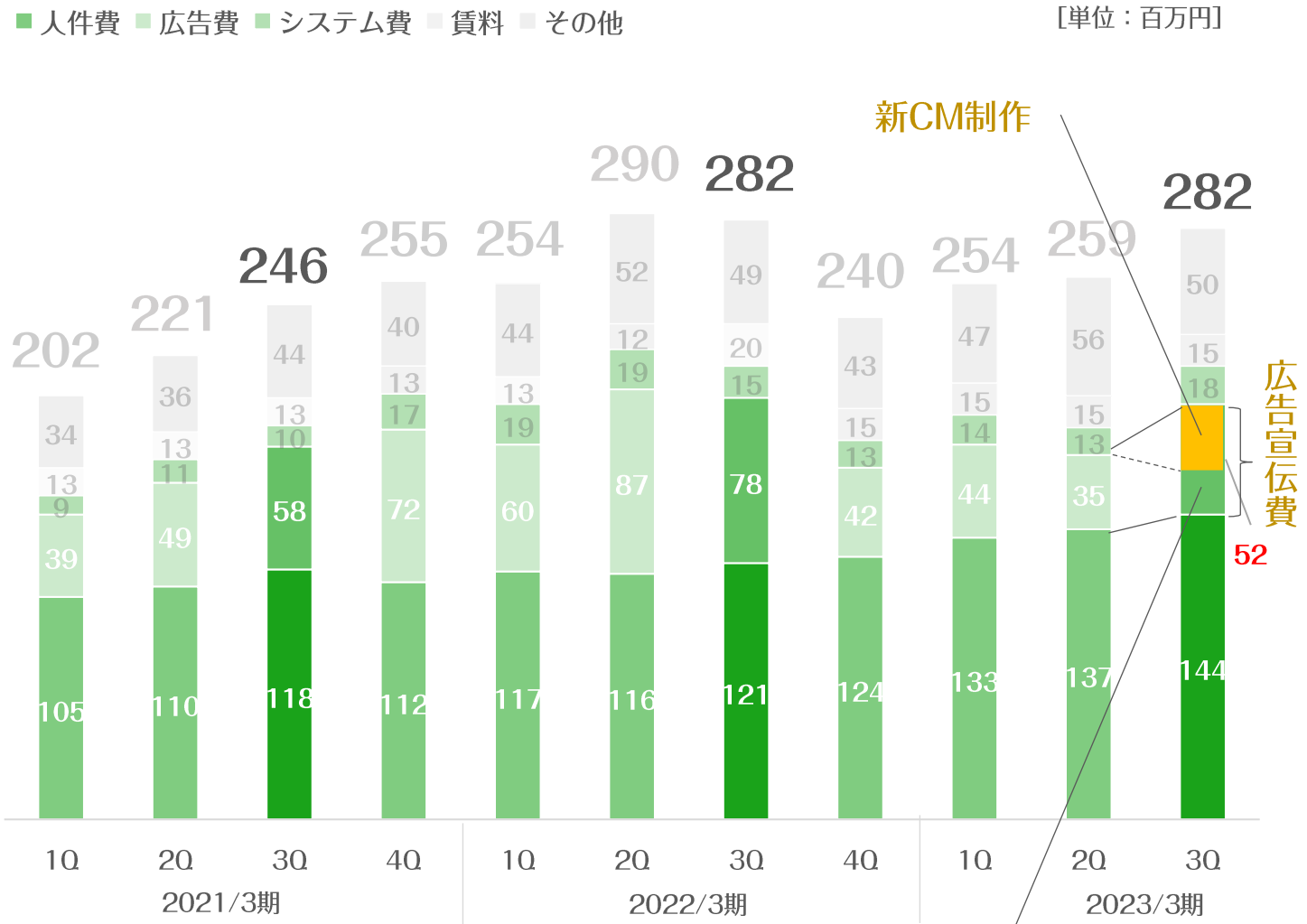




# 販管費の推移

## 増収基調の中、売上高販管費比率は概ね2Qと同水準を維持

- 今後の成長を見据えた人件費等、投資的費用は増加基調であるものの、広告宣伝費の最適化をはじめコスト管理の徹底が進み2Qと概ね同水準を維持



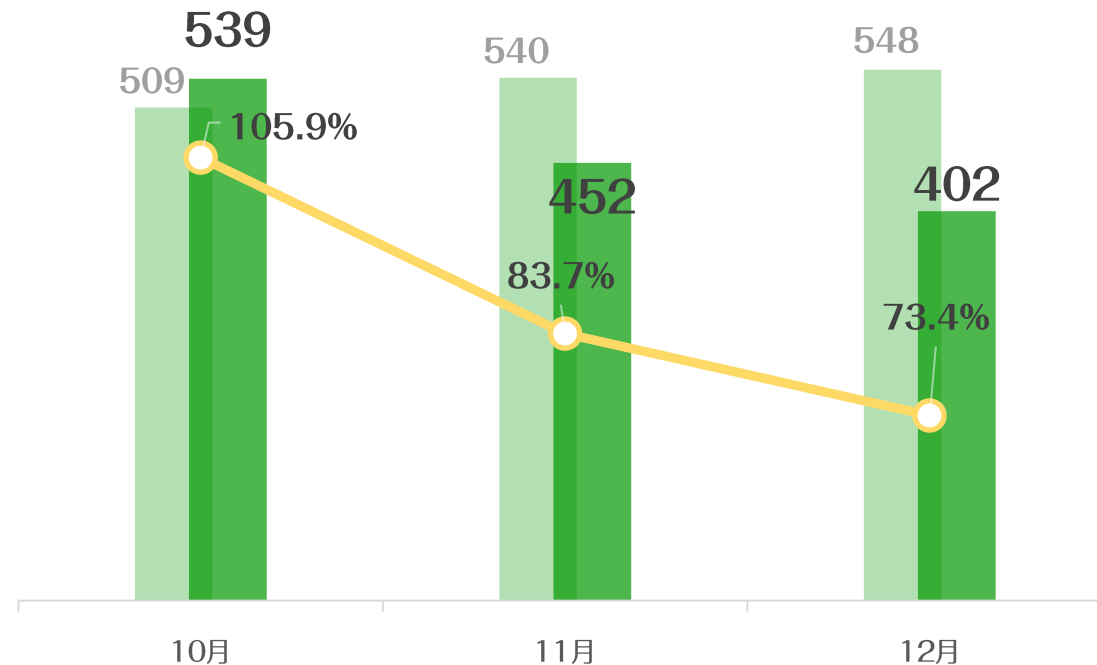
## バックオーダーの解消を優先、積極的受注活動を抑える

- ・急激に商品供給が回復したため、バックオーダーの工事完了を最優先に目指すため、意図的に広告を大きく絞り、受注を抑える

### 受注の推移

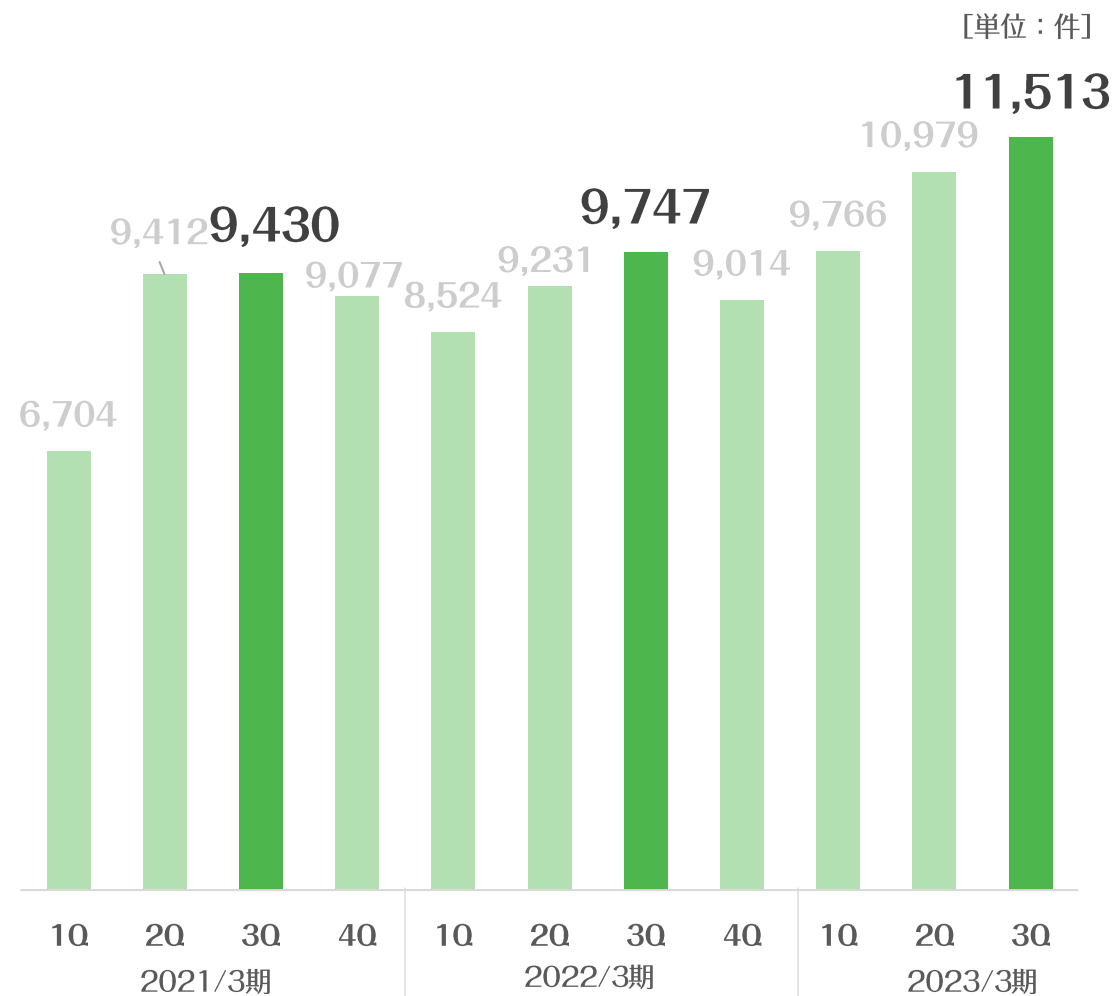
- 2022/3期 受注
- 2023/3期 受注
- 前年同期比

[単位：百万円]



## 工事件数は順調に増加

- ・3Q工事件数はバックオーダーの解消も相まって前年同期比+18.1%を達成



※ 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。

[単位：百万円]

## 流動資産が増加

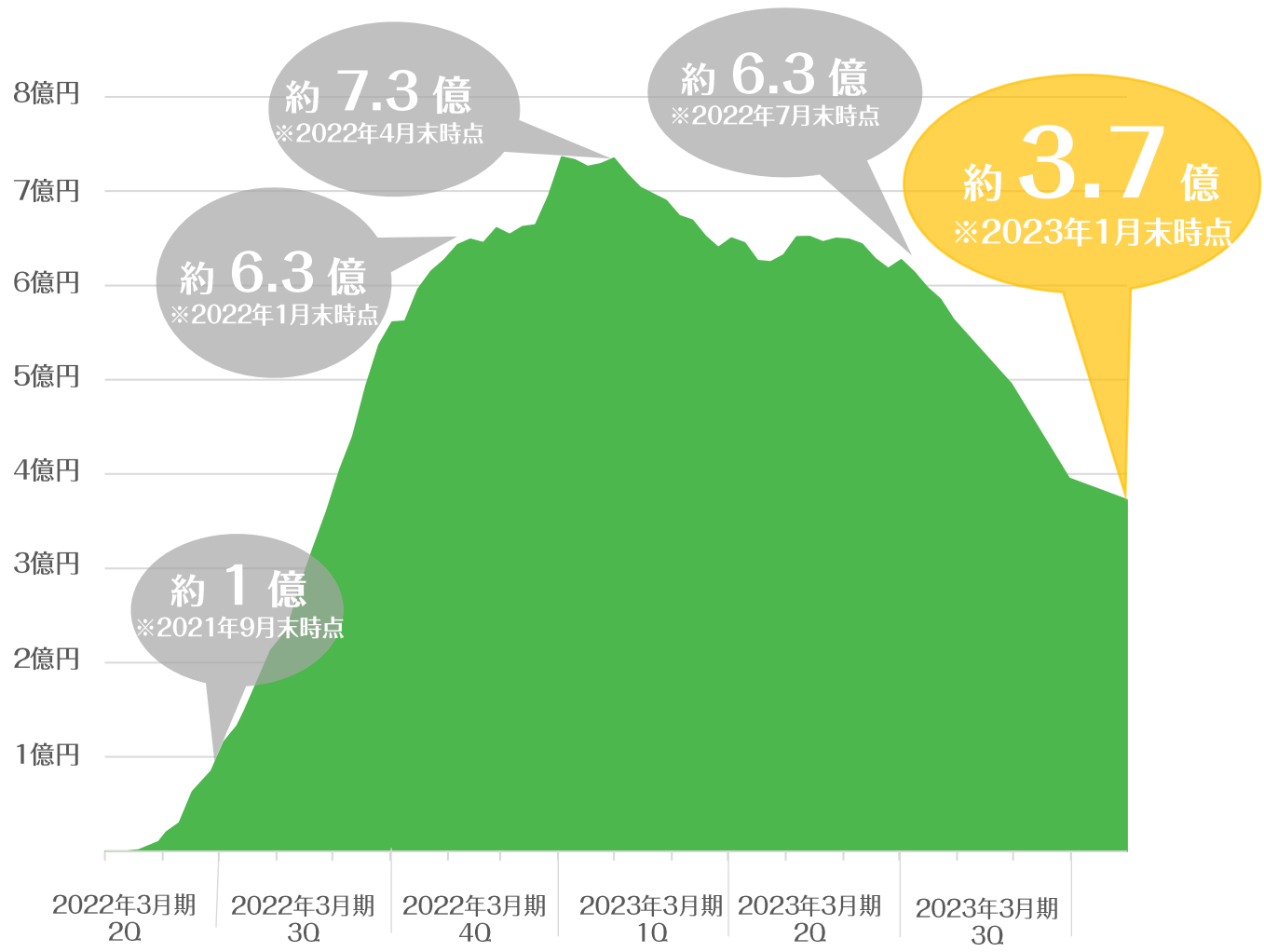
- ・ 事業成長に向けた投資に備え、手元資金を増強
- ・ 商品値上げ対策、商品供給懸念を踏まえ、商品在庫の拡充を図る
- ・ 自己資本比率は健全な水準を維持

		2022/3期 実績	2023/3期 3Q実績	増減	
資産	流動資産	現金及び預金	740	999	259
		商品	199	391	191
		その他	307	390	83
	固定資産	237	285	48	
資産合計		1,483	2,066	582	
負債	有利子負債	105	267	162	
	その他	529	782	253	
純資産	資本金 [資本剰余金含む]	442	455	12	
	利益剰余金	406	561	154	
	自己株式	△0	△0	△0	
負債・純資産合計		1,483	2,066	582	
自己資本比率		57.2%	49.2%	△8.0%	

## バックオーダーは商品供給の回復を受けて減少傾向

- 7月以降、微減・横ばいの状況が続いていたが、9月以降減少に転じている
- 直近で供給が急回復したトイレと、未だ供給が不安定な給湯器が、バックオーダーの中心

バックオーダー金額の推移



# 商品供給遅延解消の見通し

2023年1月以降、当社が取り扱い商品全般に関し商品供給の遅延が概ね解消されてきている状況だが、一部の給湯器で、いまだに商品供給遅延が発生している

4Q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	2022年3月期		2023年3月期										
	3Q	4Q	1Q	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	2022/12	2023/1	2023/2	2023/3	
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 	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 	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 	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 								



## 4Q以降の事業見通し

- ・ 給湯器の一部を除き、安定した商品供給を見込んでおり、引き続きバックオーダーの工事完了に注力
- ・ 来期1Q業績を見据え受注獲得活動を徐々に加速
- ・ 新CMのテスト放映や、SNSマーケティングでこ入れ、顧客体験向上を高めるアプリ開発など、来期以降の受注拡大・ブランド力アップに向けた投資強化



## サウンドロゴを強調したCMコンテンツに刷新

01



02



03



04



05



06



♪お客様の蛇口をコスパよく  
♪交換できるくん

### 2023年2月4日から広島でテスト放映開始

## 次のステージを見据えた事業基盤強化

- 売上成長の加速を図るため、新システム開発と並行して、BPO\*による業務体制の整備に着手
- 職人の採用は順調だが、将来の工事件数増加に対応するため、職人育成プログラムにも投資予定
- 商品センター増強（埼玉増床移転、千葉新設）、関西エリアでの業務拡大など地方拠点活用に向けた投資強化

### 次のステージに向けての体制作り



# 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！





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





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	← <b>チェンジ領域</b>	← 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"> <li>・リノベーション</li> <li>・デザインリフォーム</li> <li>・増改築</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">一般リフォーム</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・外壁/外構工事</li> <li>・フローリング内装</li> <li>・システムキッチン</li> <li>・浴室/ユニットバス</li> </ul>	<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"> <li>・ビルトイン食洗機</li> <li>・ビルトインコンロ</li> <li>・レンジフード</li> <li>・トイレ</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">補修・小工事</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・トイレ水漏れ修理</li> <li>・パイプのつまり</li> <li>・住宅設備の修理</li> <li>・壁紙の補修工事</li> </ul>
費用イメージ	300万円～	50～300万円	<b>5～50万円</b>	～5万円
マーケットリーダー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハウスメーカー</li> <li>・リノベーション会社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リフォーム会社</li> <li>・家電量販店</li> </ul>	マーケットリーダー不在	<ul style="list-style-type: none"> <li>・便利屋</li> <li>・水道修理店</li> </ul>

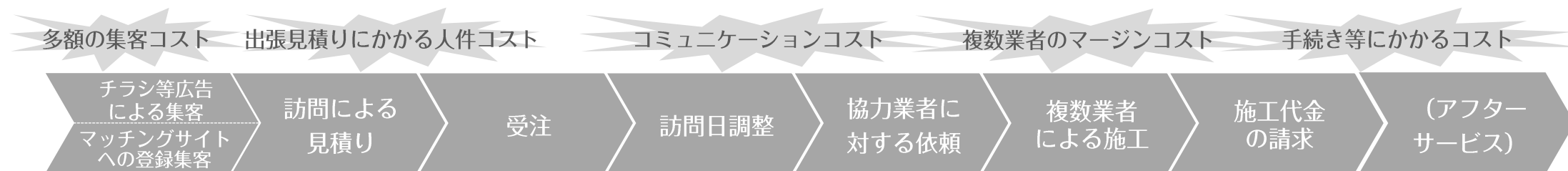
住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**

## 2 | 事業内容のご紹介 ネット見積りから、工事、アフターサポートまでワンストップ

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



### I 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

## 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**

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 1.8万件超

#### ④ アフターサポートも自社対応

- ・万一の商品、工事不具合に当社が  
一括して即時対応
- ・全商品10年無償保証付帯で、  
その間の修理費不要



#### ② 現地調査をせず高い見積精度

- ・お客様に手間の掛からない  
スピード見積
- ・明瞭価格、工事の際の追加費用  
一切なし

#### ③ 自社で施工まで完結

- ・100%出資子会社による責任施工
- ・多能工職人の施工で、複数の専門  
職人が必要な工事を短時間で完了

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

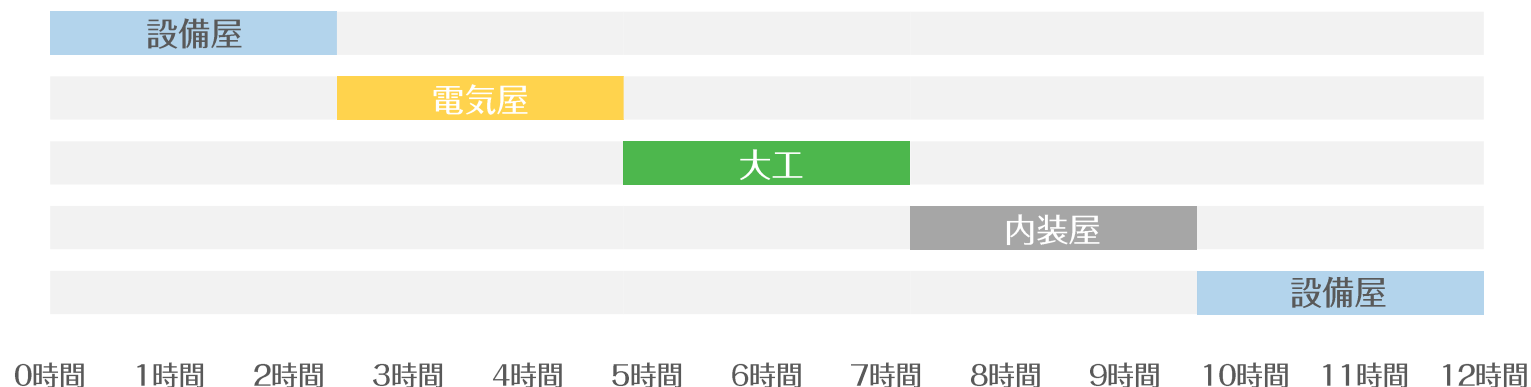


交換できるくんのスケジュールイメージ



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

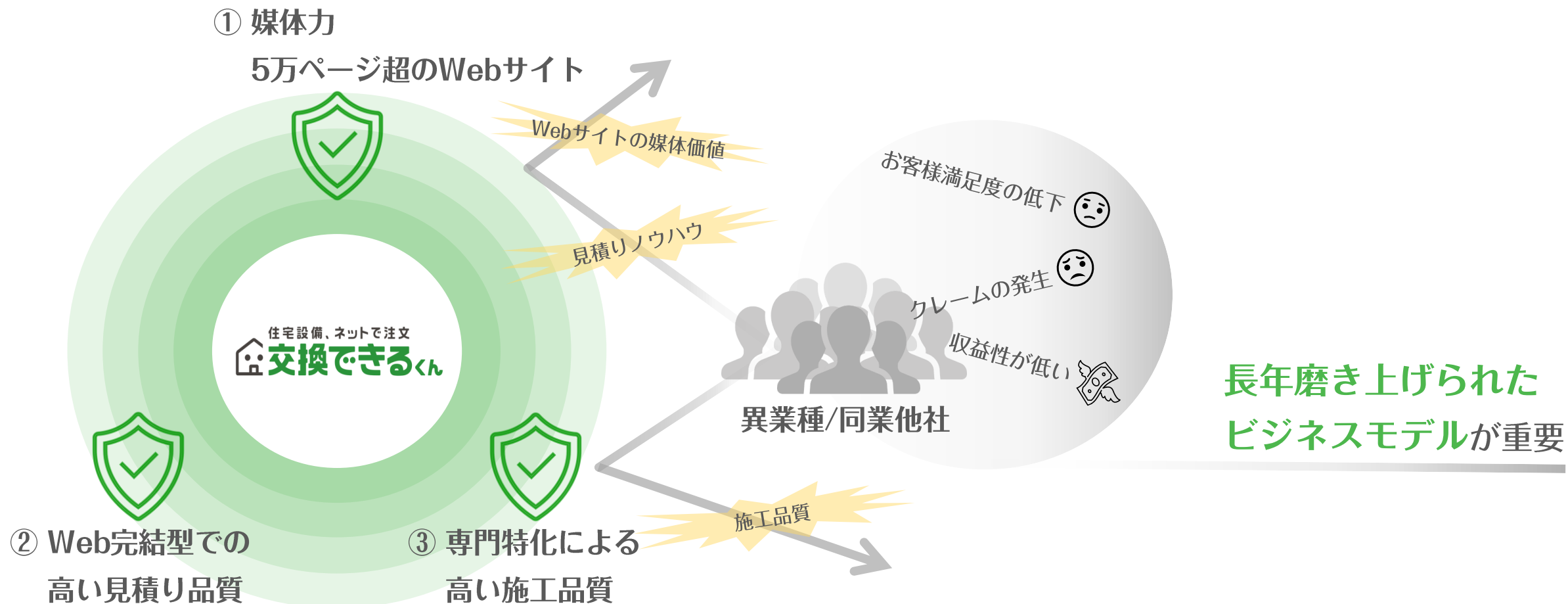


### 優秀な1人の職人が 6時間で完成

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



# 3 | 成長イメージ

## 次のステージを見据えた準備段階

- ・TV向け新CMコンテンツ制作
- ・次世代基幹システム設計
- ・業務体制の抜本的見直し
- ・中核人材強化
- ・BtoBを軸とした新事業開発

## 社会で存在感を示す企業体制

- ・大きく利益を創出するための業務生産性への投資
- ・企業持続性の担保
- ・社会貢献やグローバル化への取り組み

## 成長を支える事業基盤構築

- ・大規模トランザクション処理を可能とするITシステム導入
- ・アウトソースを活用した可変性のある業務体制
- ・TV CMによる、ブランド力・知名度の成長
- ・M&Aや新規事業による事業ポートフォリオの拡充

## ビジネスモデル確立

- ・強固なサービスサイトの成長サイクル
- ・サービス品質の徹底追求
- ・組織の基礎固め、教育
- ・商材、施工エリア拡充
- ・ブランド構築

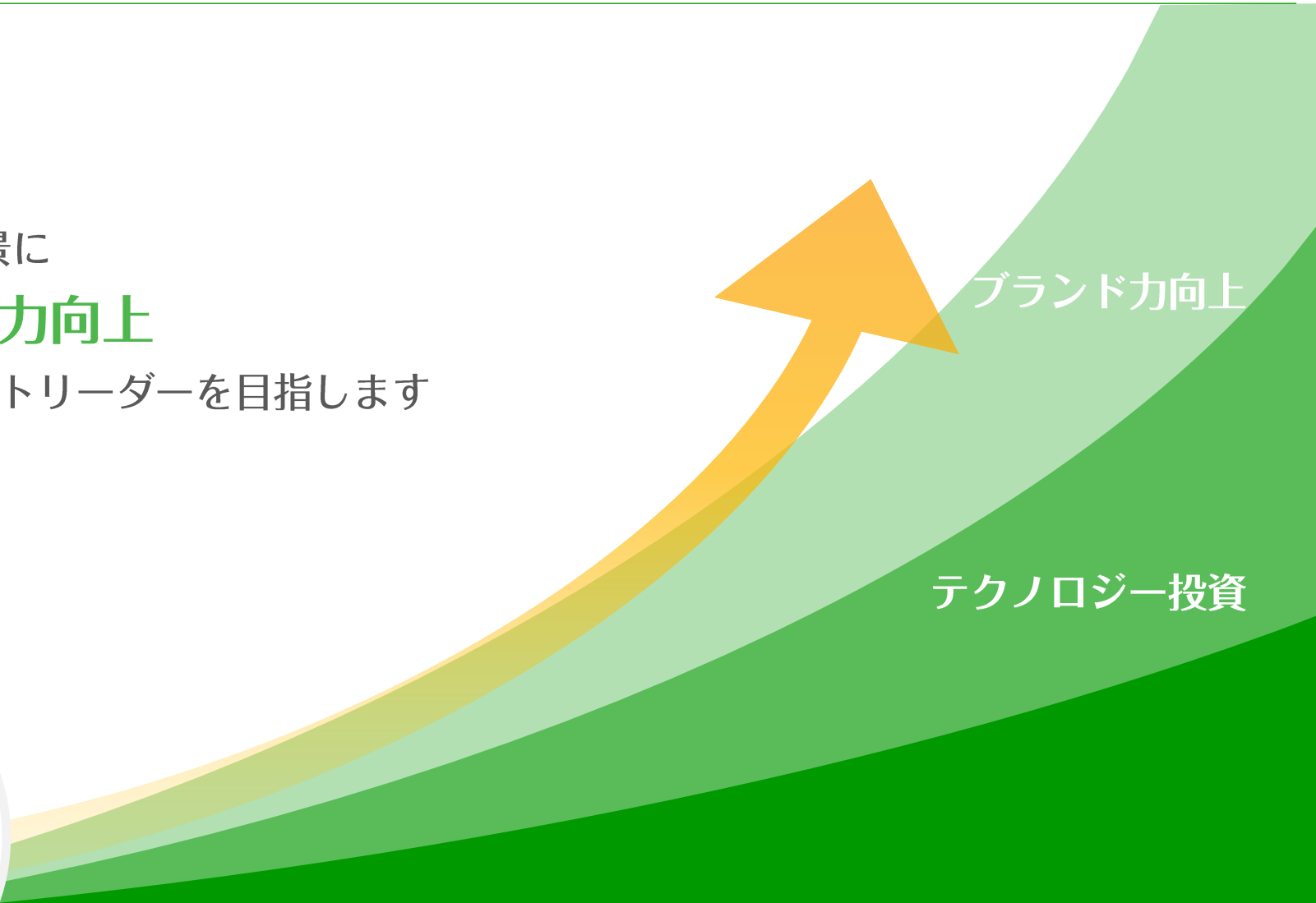


住宅設備、ネットで注文  
**交換できるくん**

- ✓ ブランド認知の浸透・定着
- ✓ 期待を超える顧客体験を提供
- ✓ サービスの持続的価値向上



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



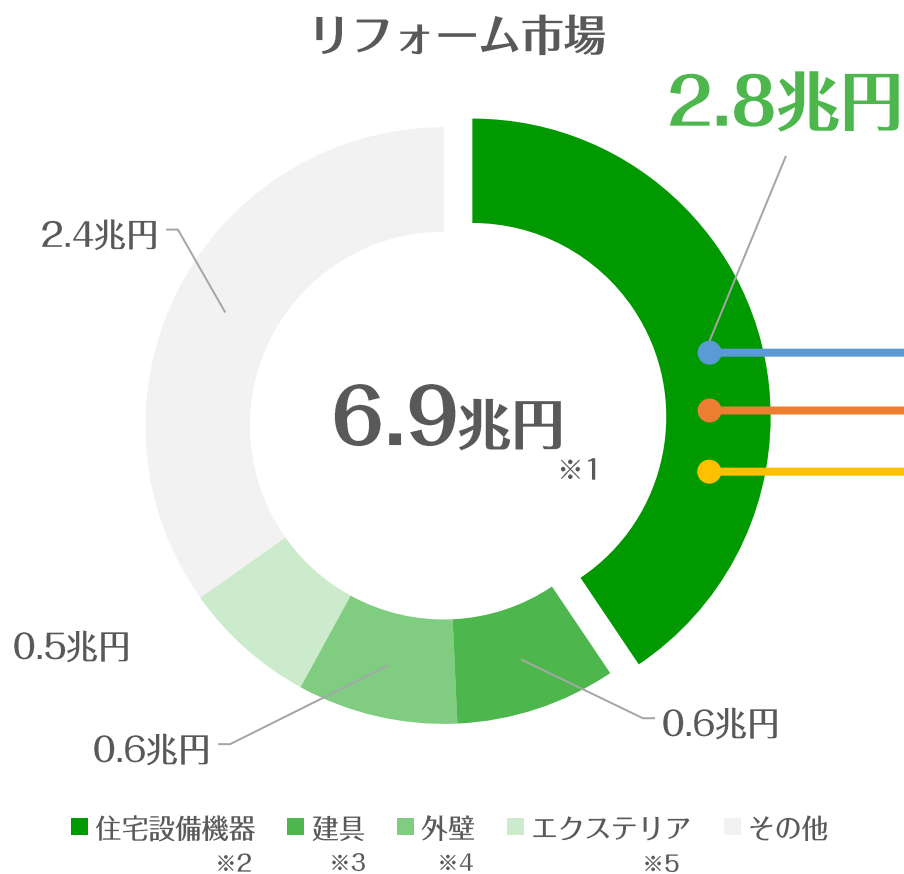
ブランド力向上

テクノロジー投資

EC/リフォーム市場の規模拡大

# 4 | 市場の動向

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**

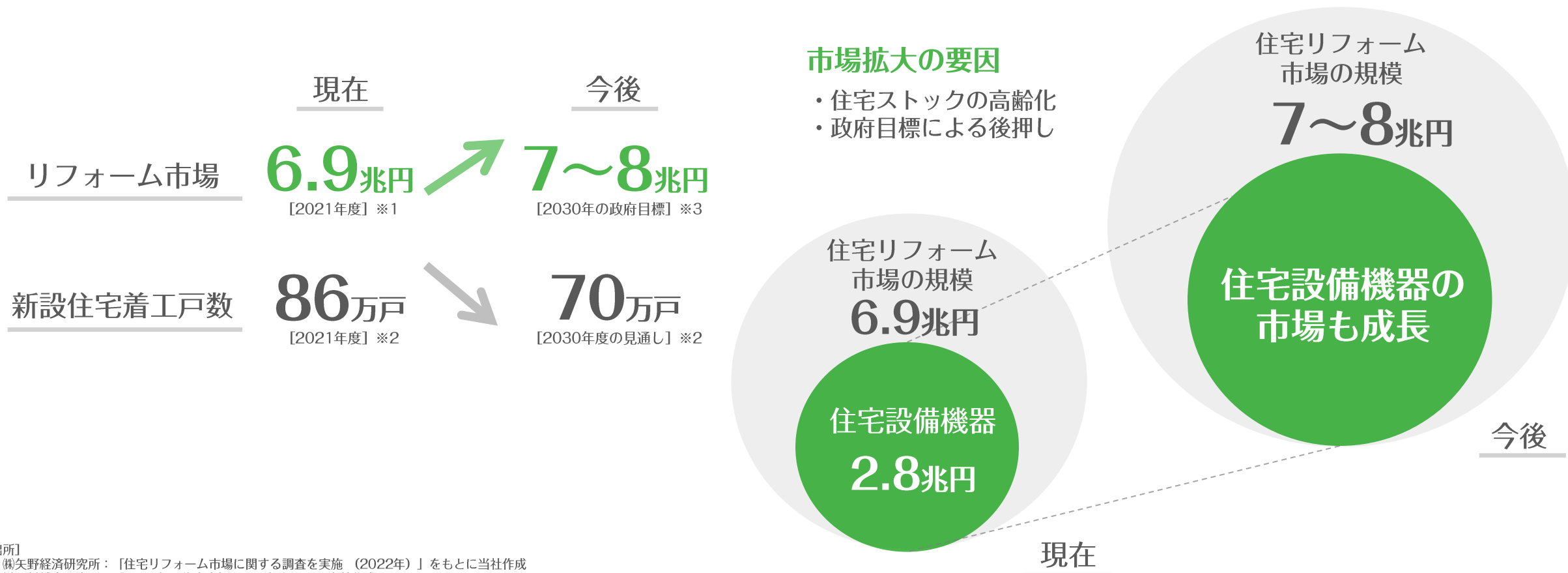


【出所】  
 ※1 (株)矢野経済研究所：「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2022年）」をもとに当社作成  
 ※3 (株)富士経済：2019年7月18日プレスリリース「住宅設備・建材100品目の国内市場を調査」をもとに当社作成  
 ※5 (株)タカショー：「2021年1月期第2四半期決算説明資料」をもとに当社作成

※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

# 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

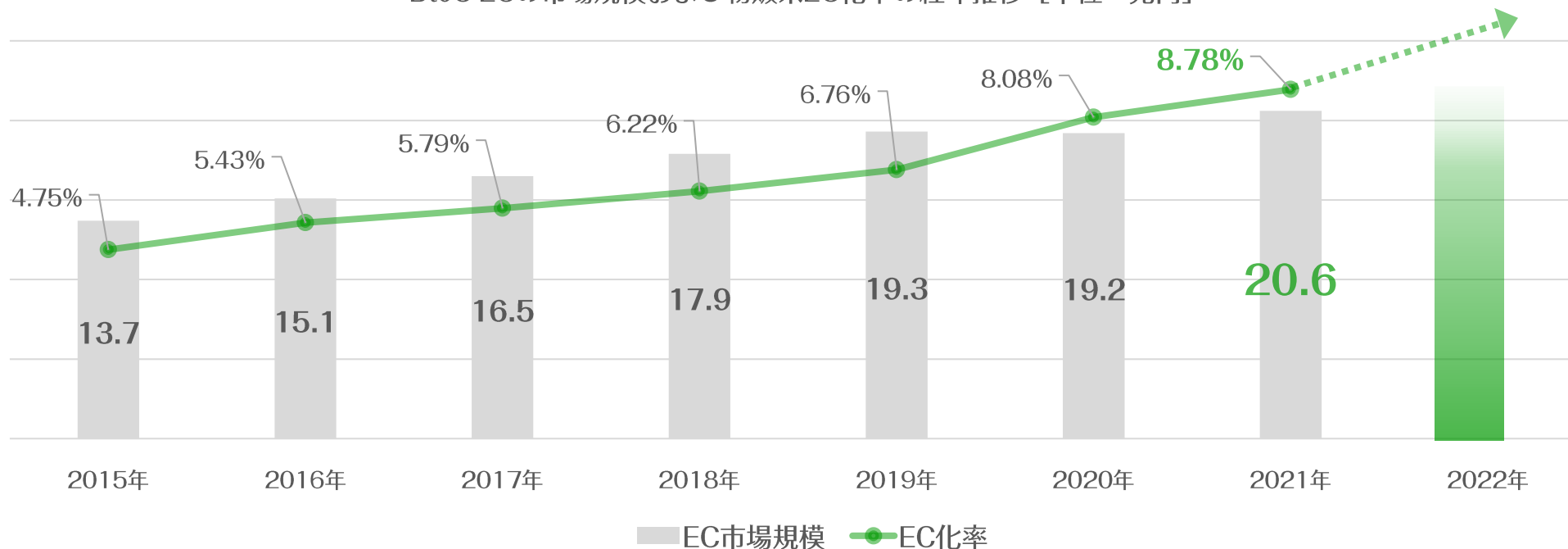


【出所】  
 ※1 ㈱矢野経済研究所：「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2022年）」をもとに当社作成  
 ※2 ㈱野村総合研究所：「2040年の住宅市場と課題」をもとに当社作成  
 ※3 ㈱矢野経済研究所：「2022年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」をもとに当社作成



コロナ禍において一部縮小した分野もあるものの、2021年のBtoCのEC市場規模は**20兆円**  
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3年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」をもとに当社作成

# 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12月末時点(連結)]

従業員：118名 / 契約パートナー：125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

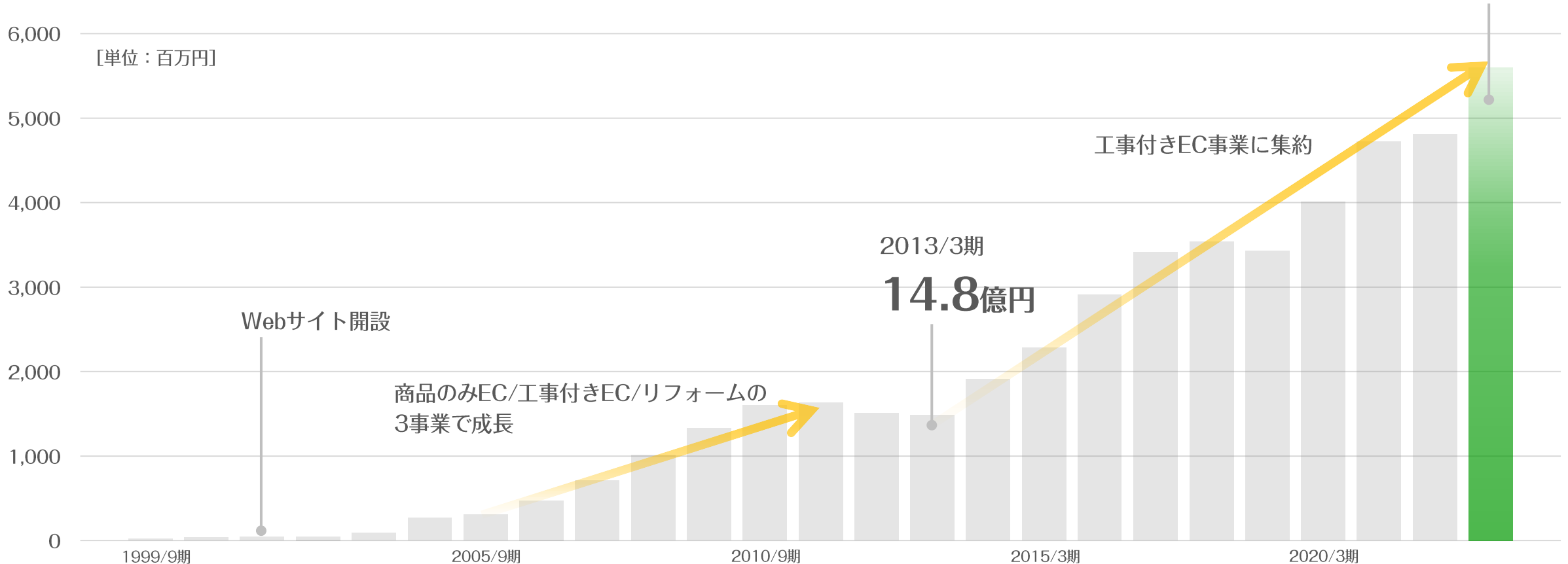
「心から頼んで良かった」「心から働いて良かった」  
という会社であることを目指しています。

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**47%**、**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いておりますが、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。	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12月末時点におきまして、連結で従業員数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14名と契約パートナー125名で合計139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**