

おうちの設備、コスパ良く！  
 **交換できるくん**

着替えるように、  
くらしをかえよう

2024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]

# 2024年3月期 1Q

2023年4月～2023年6月

1. 2024年3月期 第1四半期連結業績
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

# 2024年3月期 第1四半期連結業績

## 商品供給が正常化し、売上、利益ともに前年同期比で増収増益

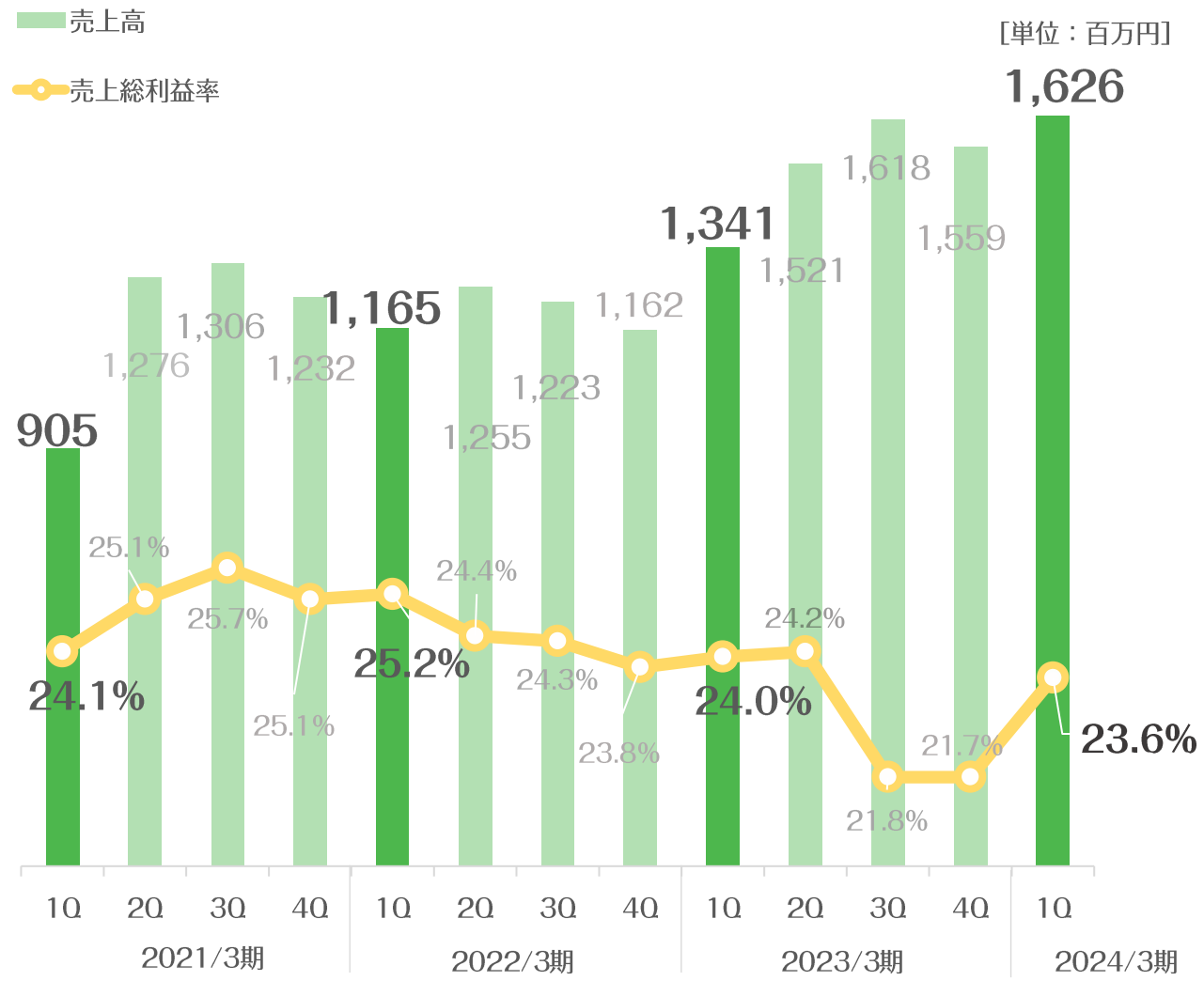
- ・メーカーの商品値上げやアフターコロナで消費行動に変化がある中、1Qの売上高は21.2%、営業利益は37.6%増で着地
- ・売上総利益率は10年無料保証開始前の前年同期水準並みに改善
- ・バックオーダーに関しては第1四半期で概ね解消

[単位：百万円]

	2023/3期 10累計実績	2024/3期 10累計実績	増減額	増減率
売上高	1,341	<b>1,626</b>	284	<b>+21.2%</b>
売上総利益	321	<b>383</b>	62	<b>+19.5%</b>
売上総利益率	24.0%	<b>23.6%</b>	△ 0.4pt	—
営業利益	66	<b>91</b>	25	<b>+37.6%</b>
営業利益率	5.0%	<b>5.7%</b>	+ 0.7pt	—
経常利益	71	<b>93</b>	22	<b>+30.9%</b>
当期純利益	43	<b>62</b>	19	<b>+46.3%</b>

## 1Q売上高は四半期売上高として過去最高を更新

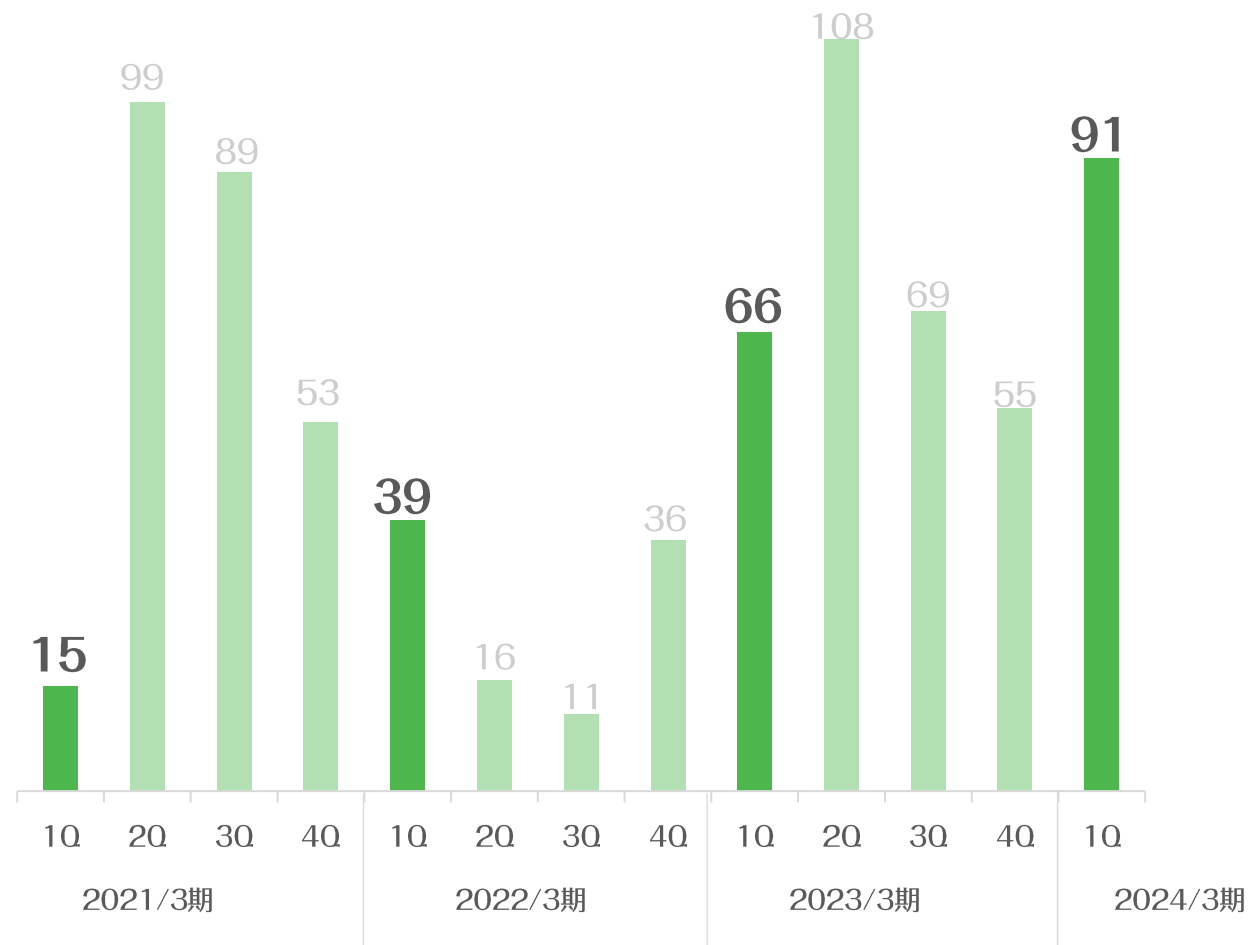
- ・メーカーの商品値上げが続く中においても、安定した受注と工事完了が継続し計画通り増収
- ・2023年10月に開始した保証制度の切り替えにより一時的に低下していた四半期売上総利益率は、バックオーダーの解消で正常水準に戻る



## 1Q営業利益は1Qにおける四半期 営業利益で過去最高、前年同期比 37.6%増

- 売上総利益率の改善、投資以外の販管費の管理徹底により営業利益が大幅増
- 第2四半期はCM放映による広告宣伝費を投下するため一時的な営業利益減少を見込むが、通期業績予想との乖離なし

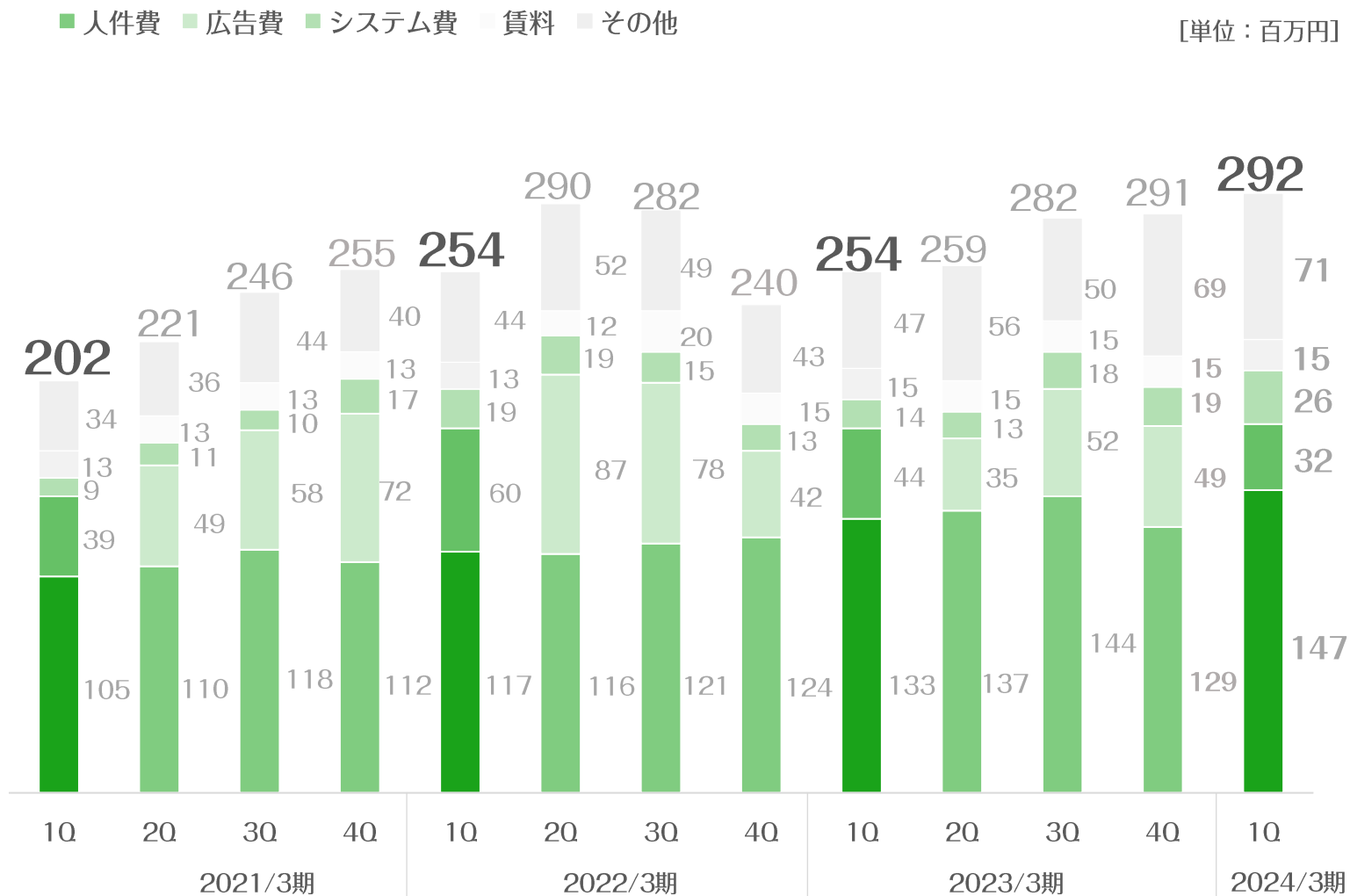
[単位：百万円]



# 販管費の推移

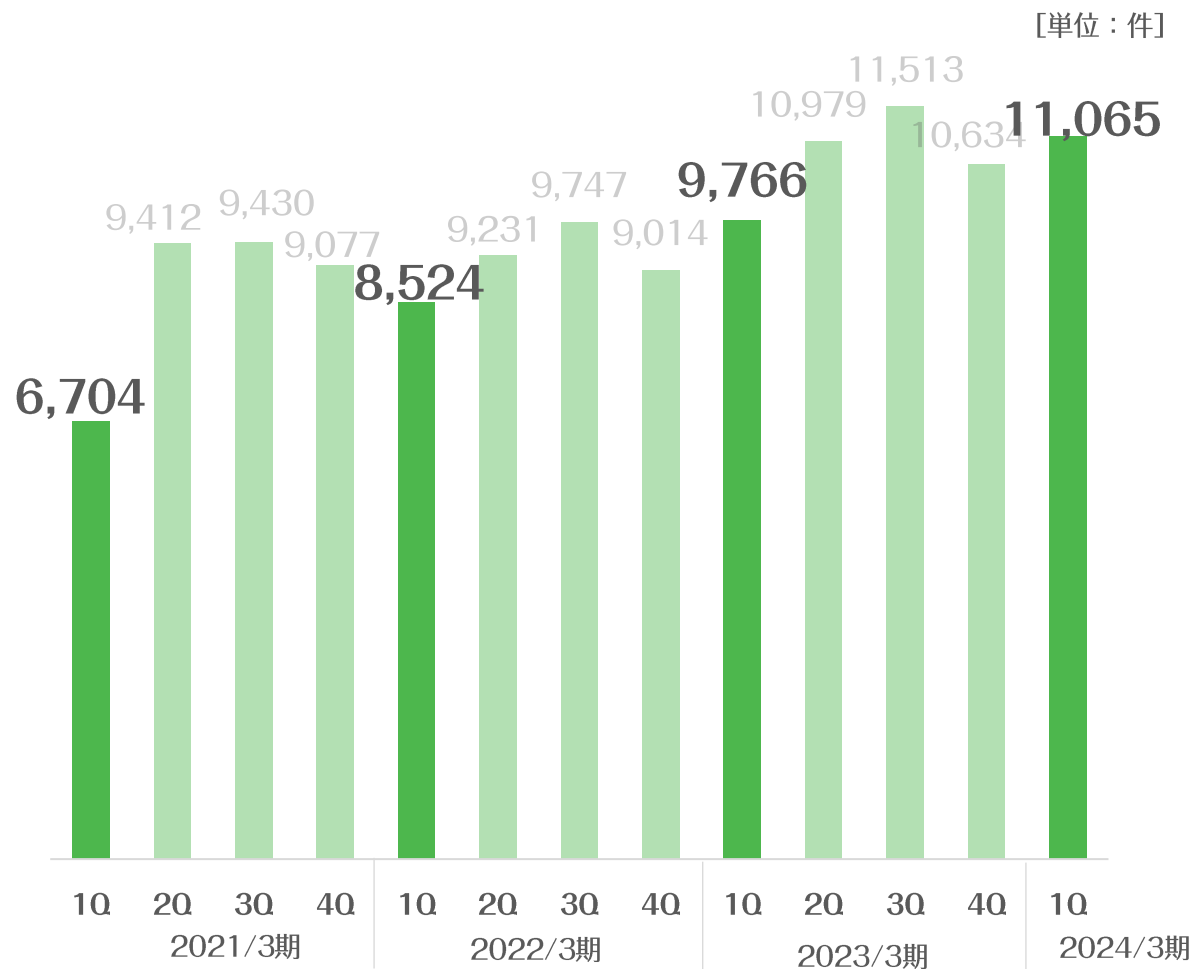
## 販管費は前期4Qと同水準を維持、対前年同期比で14.9%増に抑える

- 今年4月から給与水準を引き上げたことにより人件費が増加しているものの、販管費全体の抑制は順調
- 引き続きネット広告は限定的運用を継続しているものの、SEO対策が好調で検索順位上位を維持



## 売上単価の上昇もあり、工事件数は前年同期比で13.3%増

- ・メーカー商品値上げに合わせて、高単価商材が好調で、売上単価が上昇傾向のため、売上高成長率に比較して工事件数の伸びが抑えられた





## 納期遅延解消に伴い商品 在庫が減少

- ・バックオーダーの解消により在庫商品が減少
- ・その他の資産、負債増減は、売掛金、買掛金納税など、通常事業活動による要因
- ・自己資本比率は健全な水準を維持

[単位：百万円]

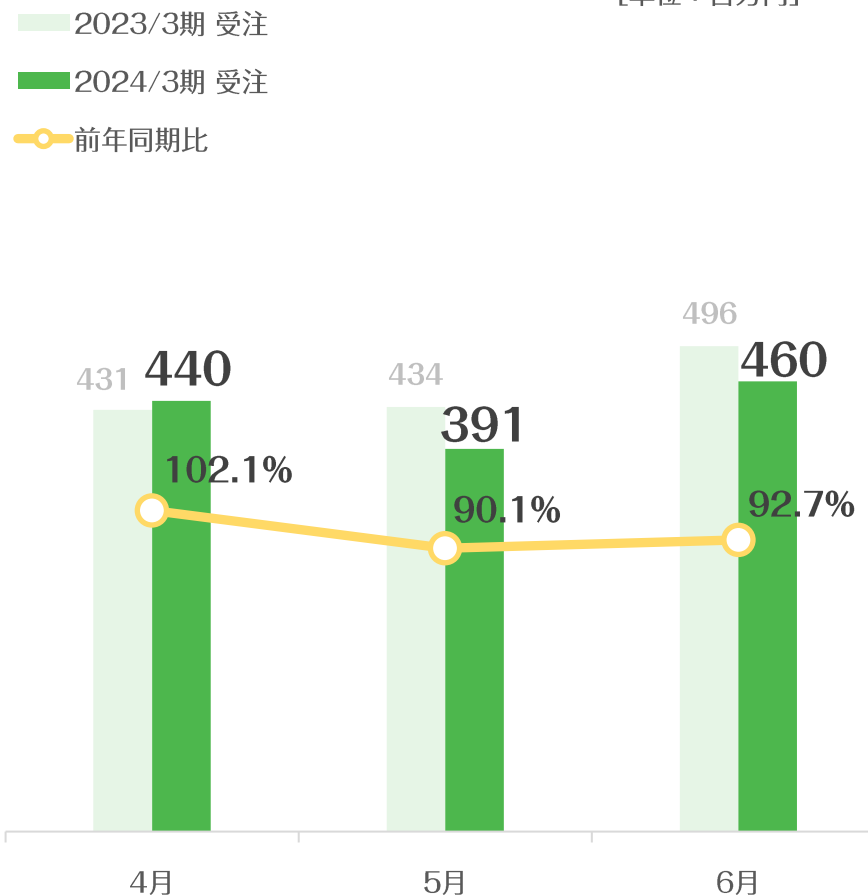
		2023/3期 実績	2024/3期 10実績	増減	
資産	流動資産	現金及び預金	1,132	1,126	△6
		商品	304	221	△83
		その他	429	377	△52
	固定資産	347	406	59	
資産合計		2,214	2,131	△82	
負債	有利子負債	238	261	22	
	その他	927	758	△169	
純資産	資本金 [資本剰余金含む]	456	457	0	
	利益剰余金	591	654	62	
	自己株式	△0	△0	△0	
負債・純資産合計		2,214	2,131	△82	
自己資本比率		47.3%	52.1%	4.8%	

## 1Q受注金額が対前年同期比で、94.9%に留まっており、受注拡大が2Q以降のテーマ

- ・アフターコロナや住宅設備機器の値上げによって、消費動向に変化があり、業界の景況感は停滞気味
- ・ネット広告については、需要が落ち込んでいるためターゲット広告を大幅に抑制し効率重視で運用中（ネット広告費 対前年同期比 66.1%）、引き続きSEO対策の強化やブランド認知の底上げを図り、通期計画達成を目指す

### 受注の推移

[単位：百万円]



## 2Q以降の事業見通し

- 販売開始から2年を経過した天井カセットエアコンと賃貸向け壁掛けエアコンの受注が好調
- 当初計画通りにCM放映を実施、一時的に広告宣伝費が増加の見込み
- 下期が繁忙期となる給湯器の販売増に向けた体制強化に着手

### I 大阪に新オフィス開設



給湯器を中心としたサービス運営体制の強化に向け大阪ショールームと同ビルに新オフィス開設を予定

### I 新CM放映効果



◆放映前後比較  
反響数や社名認知向上に一定の効果を  
確認、より認知浸透のため放映の継続  
を予定

### I 季節商材のエアコン好調



◆エアコン売上前年比 (6月、7月実績計)  
天井カセットエアコン 21.9%増  
賃貸向け壁掛けエアコン 191.9%増

## イメージキャラクターに山崎怜奈さん就任



1997年5月21日生まれ、東京都江戸川区出身  
慶應義塾大学卒、2022年に乃木坂46卒業  
TOKYO FM「山崎怜奈の誰かに話したかったこと。」など  
ラジオパーソナリティを務める他、歴史好きでも知られて  
おり、クイズ番組や教育番組にも多数出演。「歴史のじかん」  
(幻冬舎)の出版をきっかけに、エッセイの連載をするなど、  
多彩な才能を発揮して活躍中。

7月から「交換できるくん」サービスサイトに登場

## 幅広い取り組みにより事業成長を後押しする環境整備が進む

- 継続的広報活動によりTV取材、番組登場機会が増加
- CM放映に合わせたキャンペーン実施により、ツイッターフォロワー倍増
- 引き続きメーカーとの関係強化が順調

### I TV放映機会の増加



- 6月19日 グッド・モーニング (テレビ朝日)
- 7月15日 笑わせるセールスマン (フジテレビ)
- 7月22日 めざトク! (フジテレビ)
- 7月23日 お仕事search! それってグッジョブ (テレビ東京)
- 7月28日 LineNewsイット! (フジテレビ)
- 8月1日 めざましテレビ (フジテレビ)

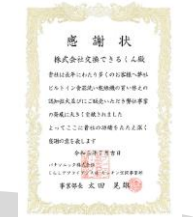
### I ツイッターフォロワー倍増



7月7日~31日キャンペーン  
フォロワー 12,000人突破

### I メーカーとの良好な関係

Panasonic



例年メーカー各社様から表彰を受けておりますが、7月にはパナソニック様から感謝状をいただいております

# 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**

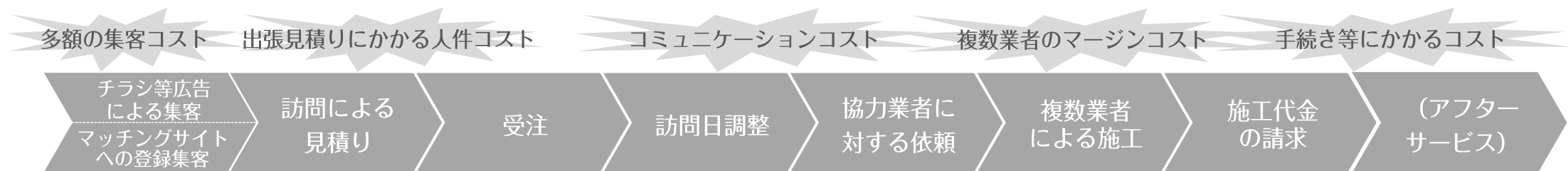
	← リフォーム領域 →	← <b>チェンジ領域</b> →	← リペア領域 →	
工事の種類	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">大規模リフォーム</div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>・リノベーション</li> <li>・デザインリフォーム</li> <li>・増改築</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">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>

## 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

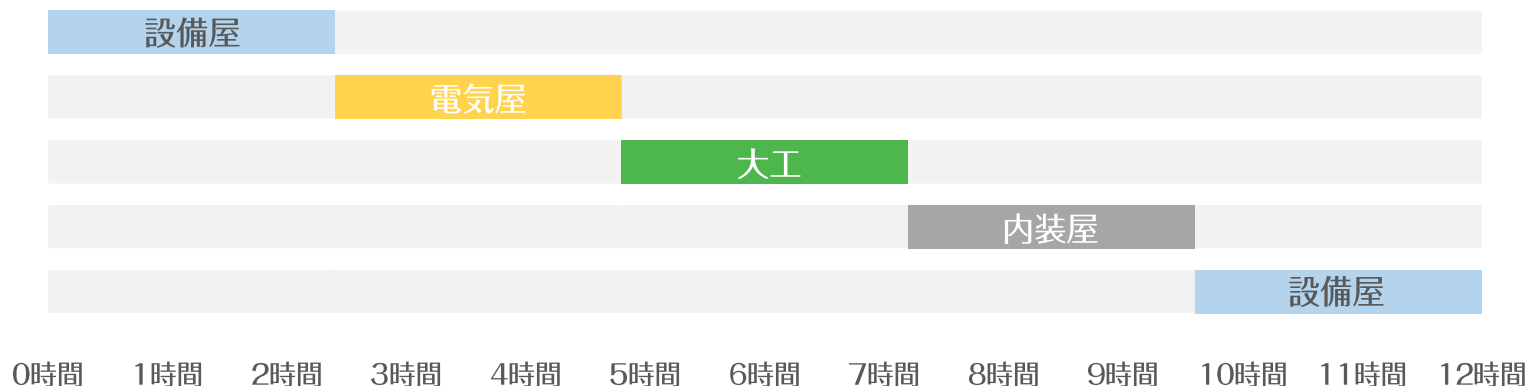


交換できるくんのスケジュールイメージ



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

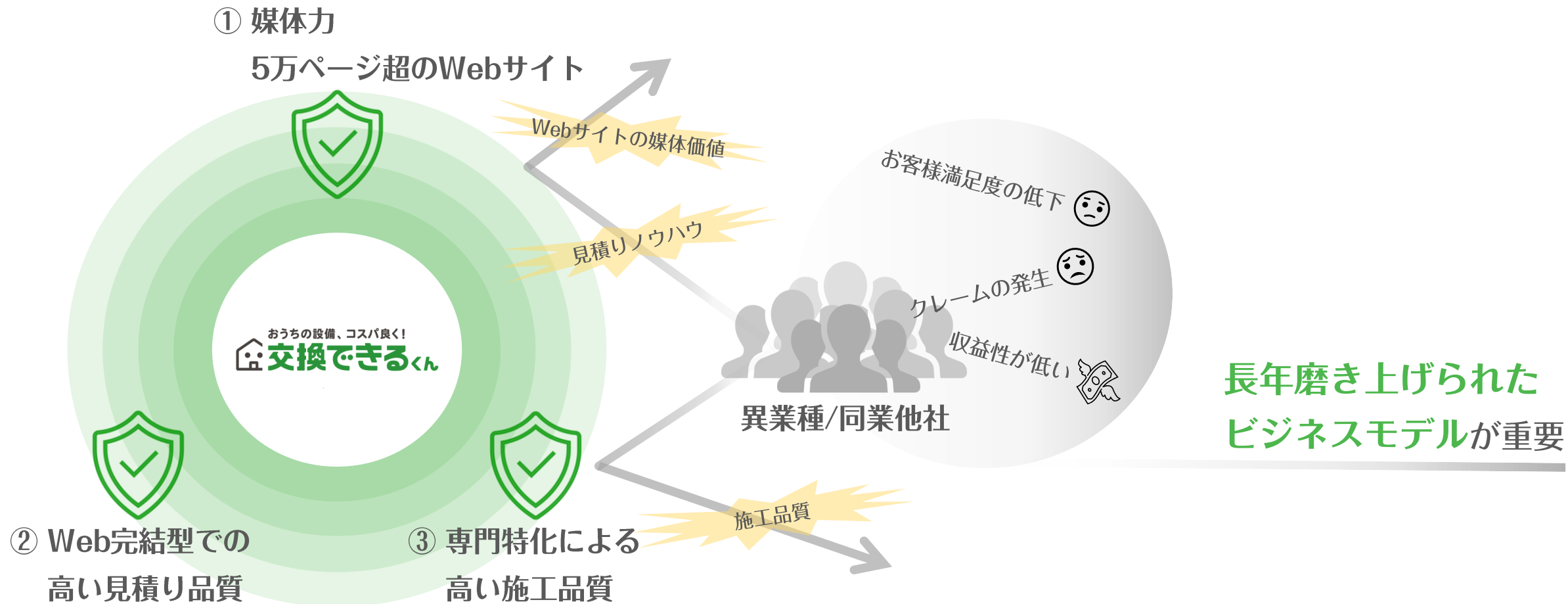
大型工事の一部ならなんとか採算が合うが、トイレ単体工事では、それぞれ職人に空き時間が発生してしまい、コストに見合わず工期も長期化してしまう

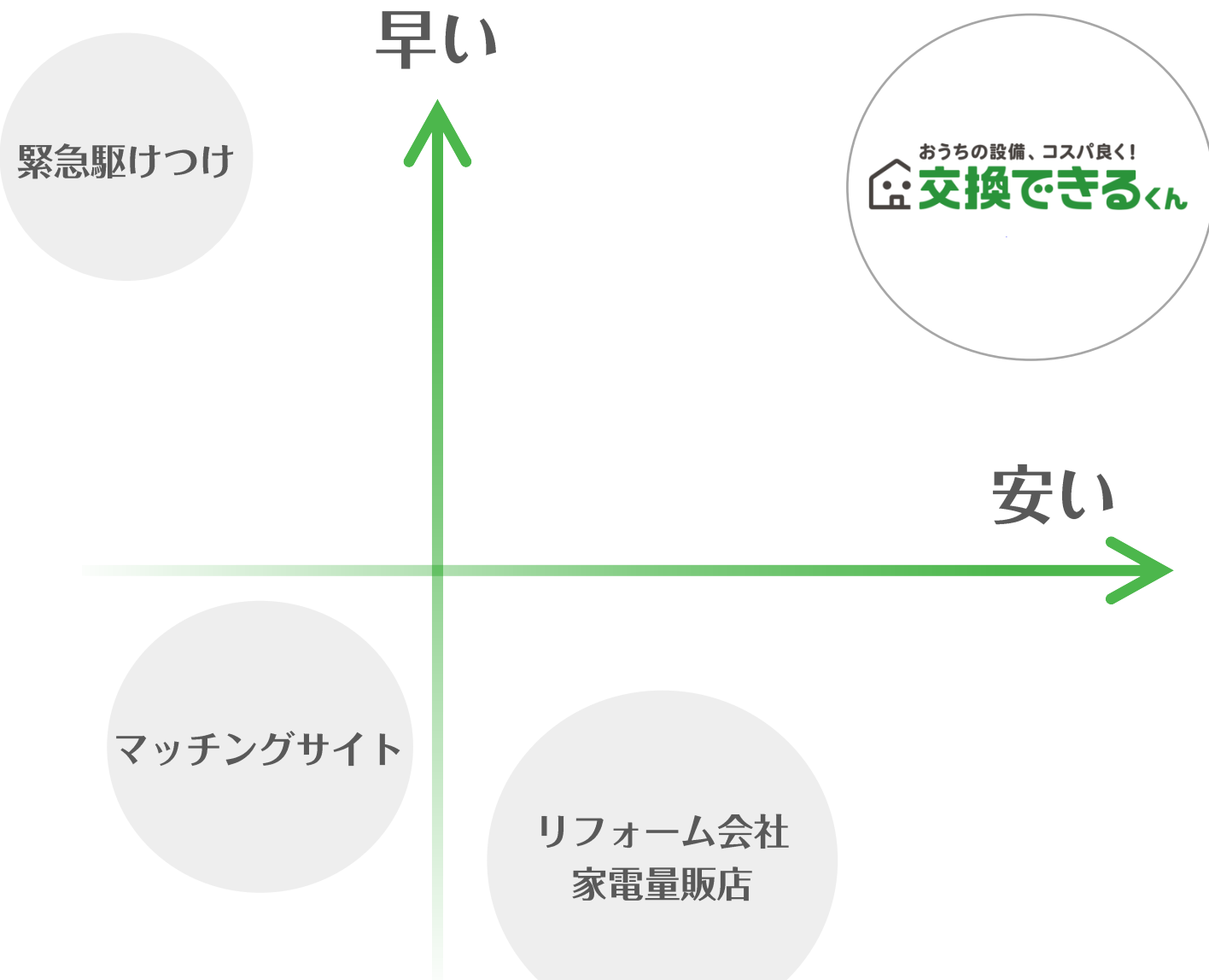


### 優秀な1人の職人が 6時間で完成

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





## 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

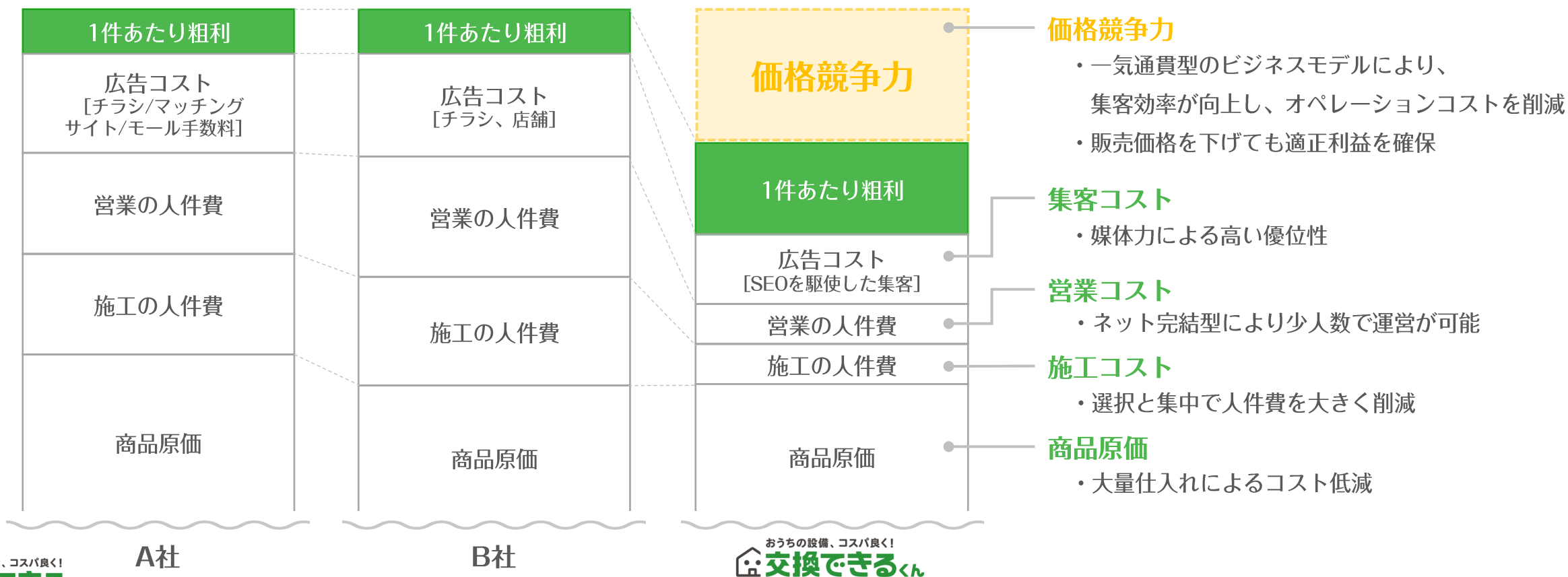
## 施工は自社管理

- ・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**

## 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

※2023年8月4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 50%OFF	123,200
基本工事	まるごとサービスパック (食洗機) ※	39,800
<b>税込合計</b>		<b>163,000</b>

約 **2/3** の価格

さらに

商品も工事も **無料10年保証** つき

# 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

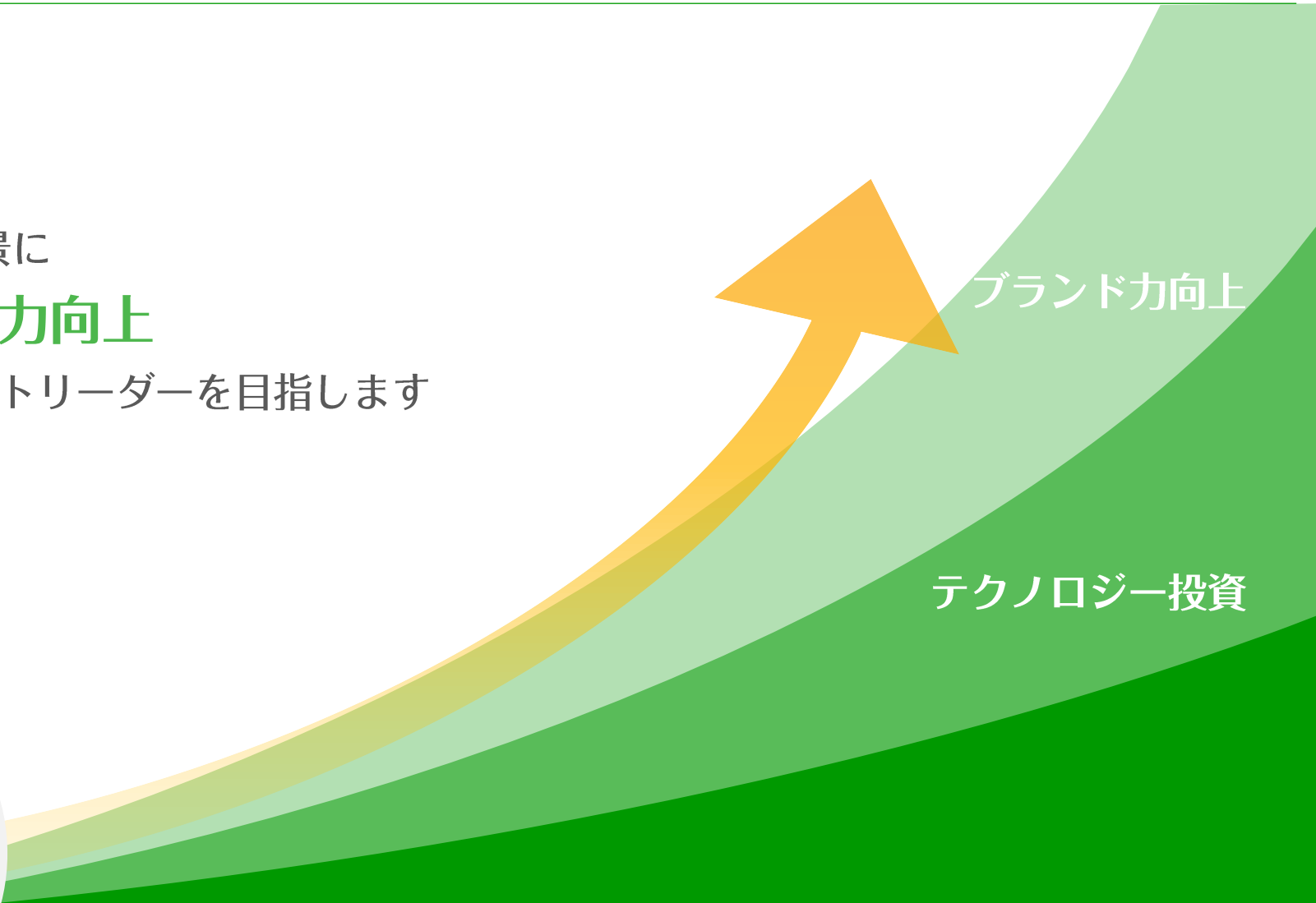
- ・強固なサービスサイトの成長サイクル
- ・サービス品質の徹底追求
- ・組織の基礎固め、教育
- ・商材、施工エリア拡充
- ・ブランド構築



- ✓ 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



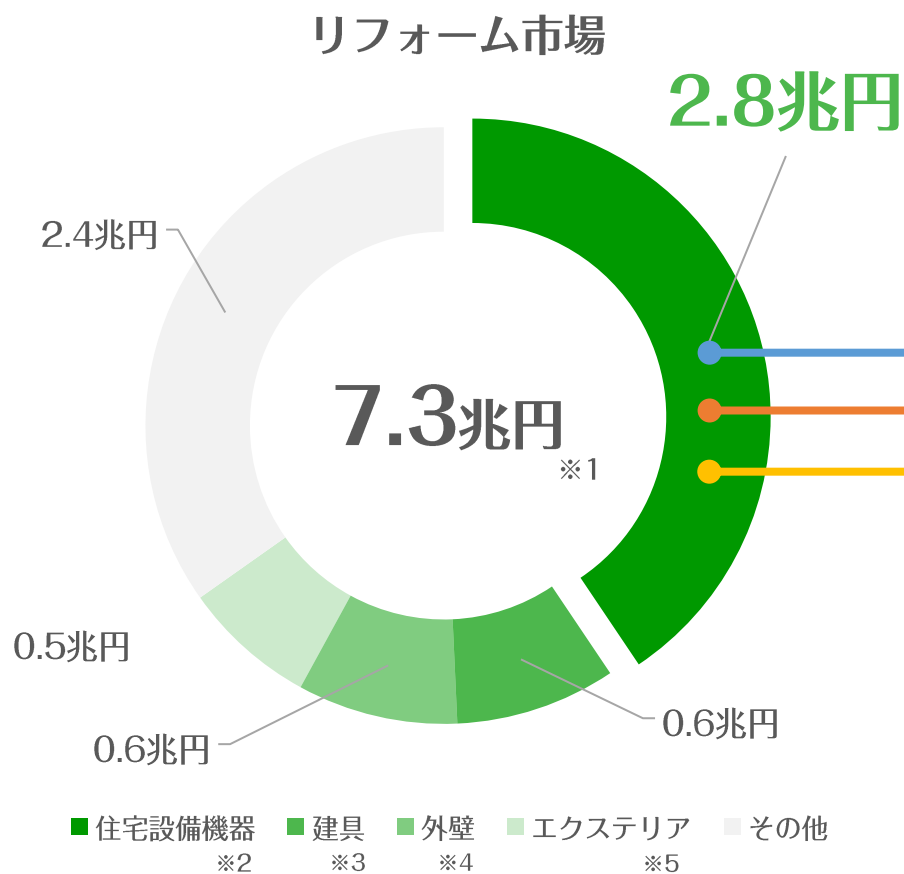
EC・リフォーム市場規模の拡大を背景に  
**テクノロジー投資とブランド力向上**  
を柱とすることで巨大市場のマーケットリーダーを目指します



EC/リフォーム市場の規模拡大

# 4 | 市場の動向

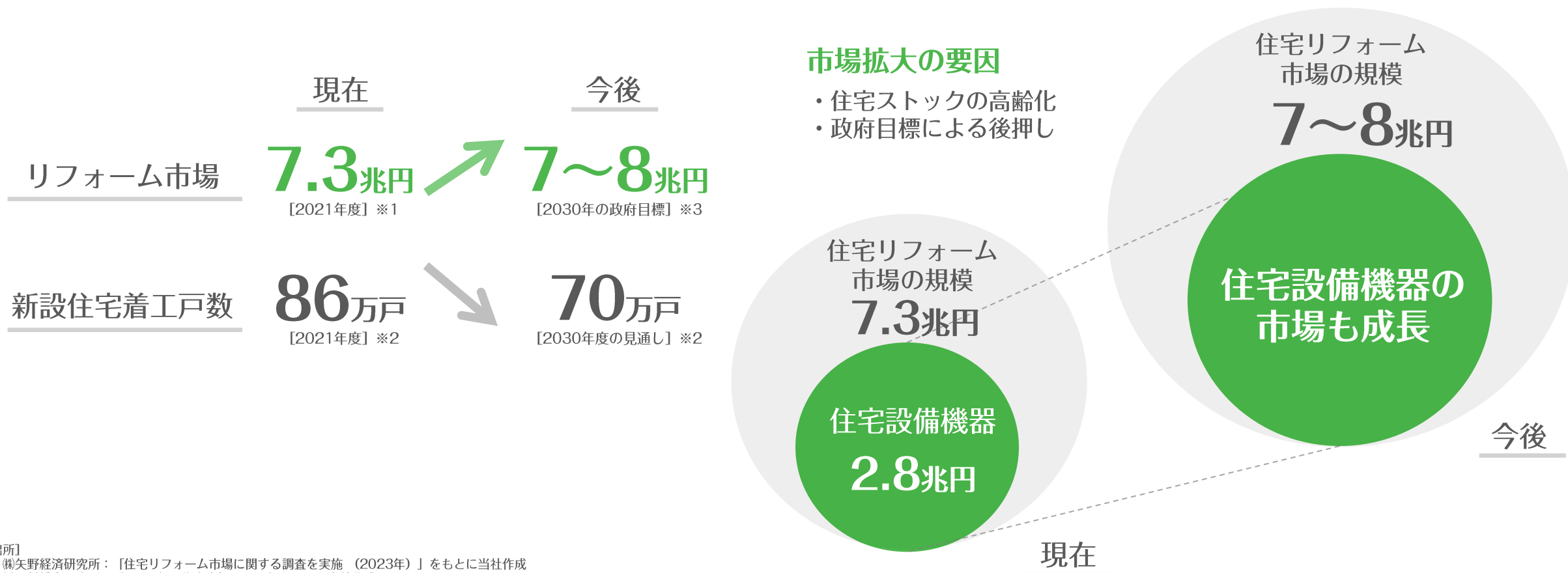
住宅設備機器は**7.3兆円**と言われるリフォーム産業における**最大市場**



【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（2023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

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

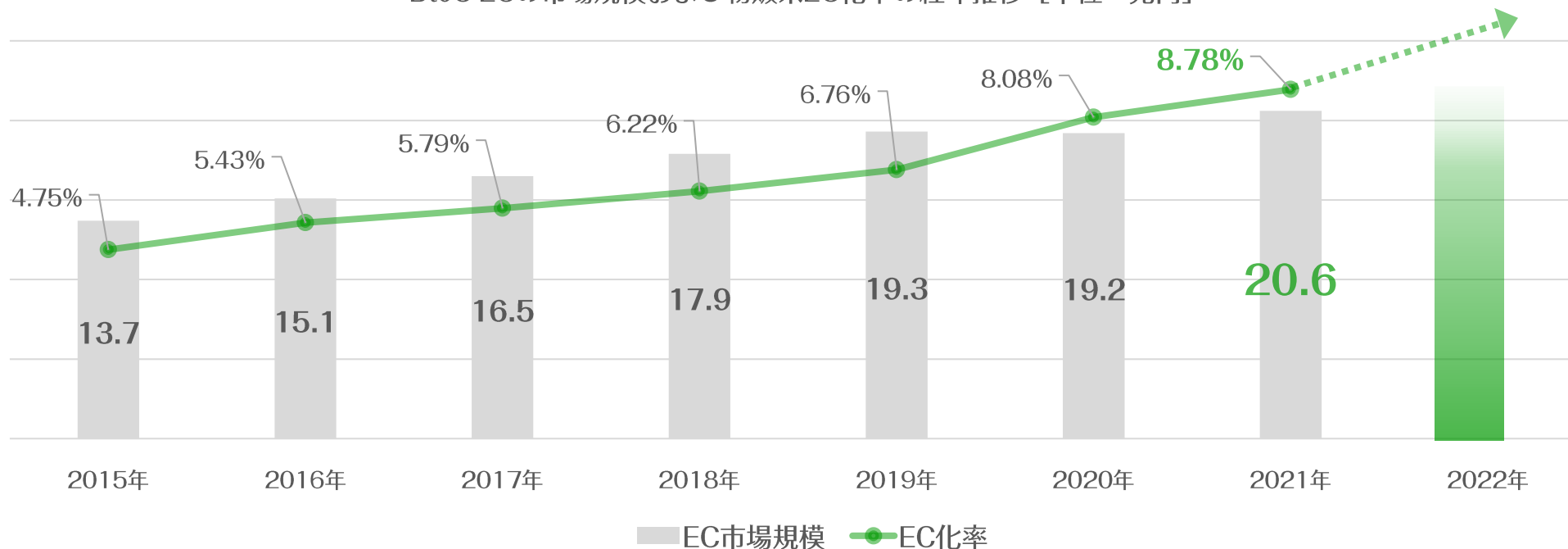


【出所】  
 ※1 (株)矢野経済研究所: 「住宅リフォーム市場に関する調査を実施 (2023年)」をもとに当社作成  
 ※2 (株)野村総合研究所: 「2040年の住宅市場と課題」をもとに当社作成  
 ※3 (株)矢野経済研究所: 「2022年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略」をもとに当社作成



コロナ禍において一部縮小した分野もあるものの、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
取締役	吉田 正弘	社外監査役	村木 達也
社外取締役	吉野 登		

## スタッフ数 [2023年6月末時点(連結) ]

従業員：117名 / 契約パートナー：134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

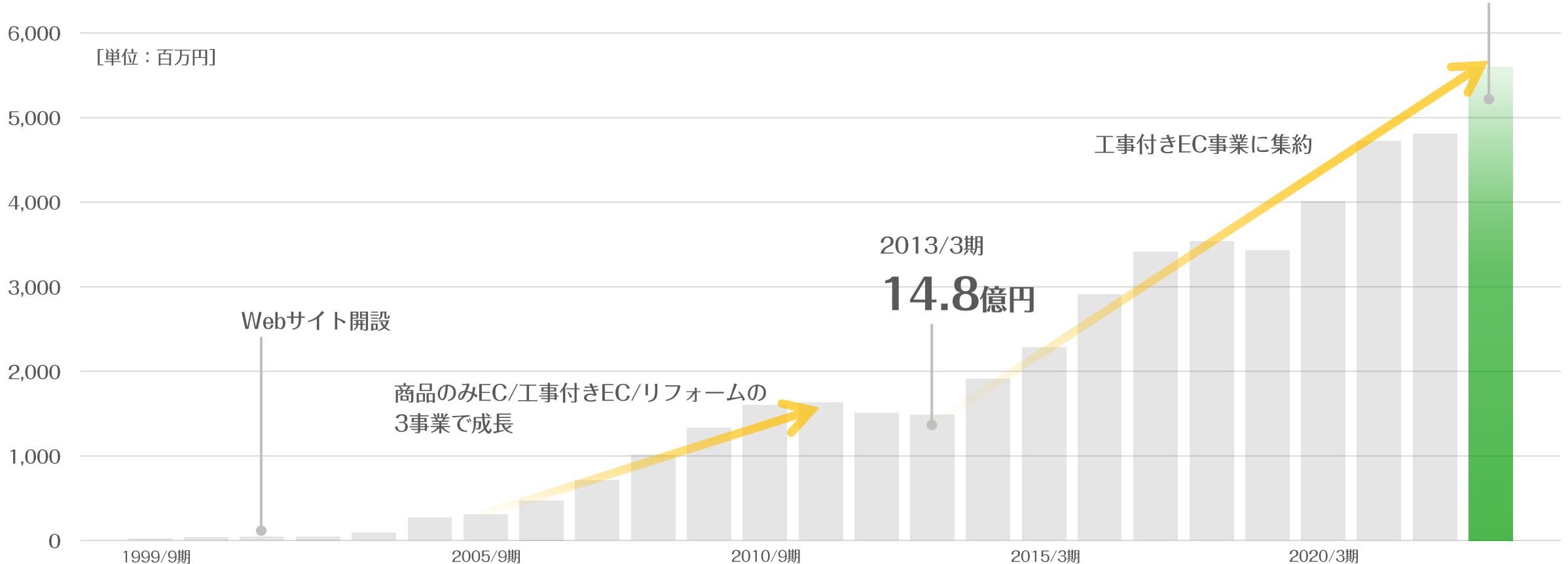
「心から頼んで良かった」「心から働いて良かった」  
という会社であることを目指しています。

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。

# 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。	2023年3月末時点におきまして、連結で従業員数117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134名で合計149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。



おうちの設備、コスパ良く！  
 **交換できる**くん