

住宅・不動産販売に特化した
マーケティング・オートメーション (MA) サービス

KASIKA



KASIKA

検索



事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年2月28日

 Cocolive 株式会社

目次

1. 当社概要

2. KASIKAIが提供する価値

3. 市場環境

4. 今後の成長戦略

5. Appendix

1. 当社概要

会社情報

会社名	Cocolive株式会社 (Cocolive Inc.)
設立	2017年1月
主要株主	山本考伸 (当社取締役) : 1,612,000株 (58.92%) 富田祐司 (当社取締役) : 408,000株 (14.91%) XTech 1号投資事業 有限責任組合 : 310,320株 (11.20%)
ホームページ	https://cocolive.co.jp/
住所	東京都千代田区神田須田町1-17 T F T 淡路町ビル
社員数	74名 (2023年12月末時点)



代表取締役 山本 考伸

主な略歴 :

トリップアドバイザー株式会社 (代表取締役)、
楽天トラベル株式会社 (代表取締役) 等を経て、
2017年1月、Cocolive株式会社を創業。

経歴 :

スタンフォード大学 MBA、京都大学大学院工学修士

わたしたちのミッション

テクノロジーとマーケティングの力で、
住宅・不動産業界で働く”人”の力が
最もうまく活かされる仕組みを創り上げたい



私たちのミッションを達成するために、不動産業種に特化したマーケティング・オートメーションツール「KASIKAI」（カシカ）を自社で開発し、不動産会社に対してクラウドサービス（SaaS）として提供

At a Glance (2023年5月期 主要計数)

売上高*1

7.9億円

営業利益*1

1.4億円

重要な経営指標

顧客数*2

920社

MRR *3

0.7億円

単月解約率(社数ベース) *4

1.1%

*1 : 23年5月期計数

*2 : 23年5月末時点、1つの法人で複数のKASIKAアカウントを利用している場合でも1社としてカウント

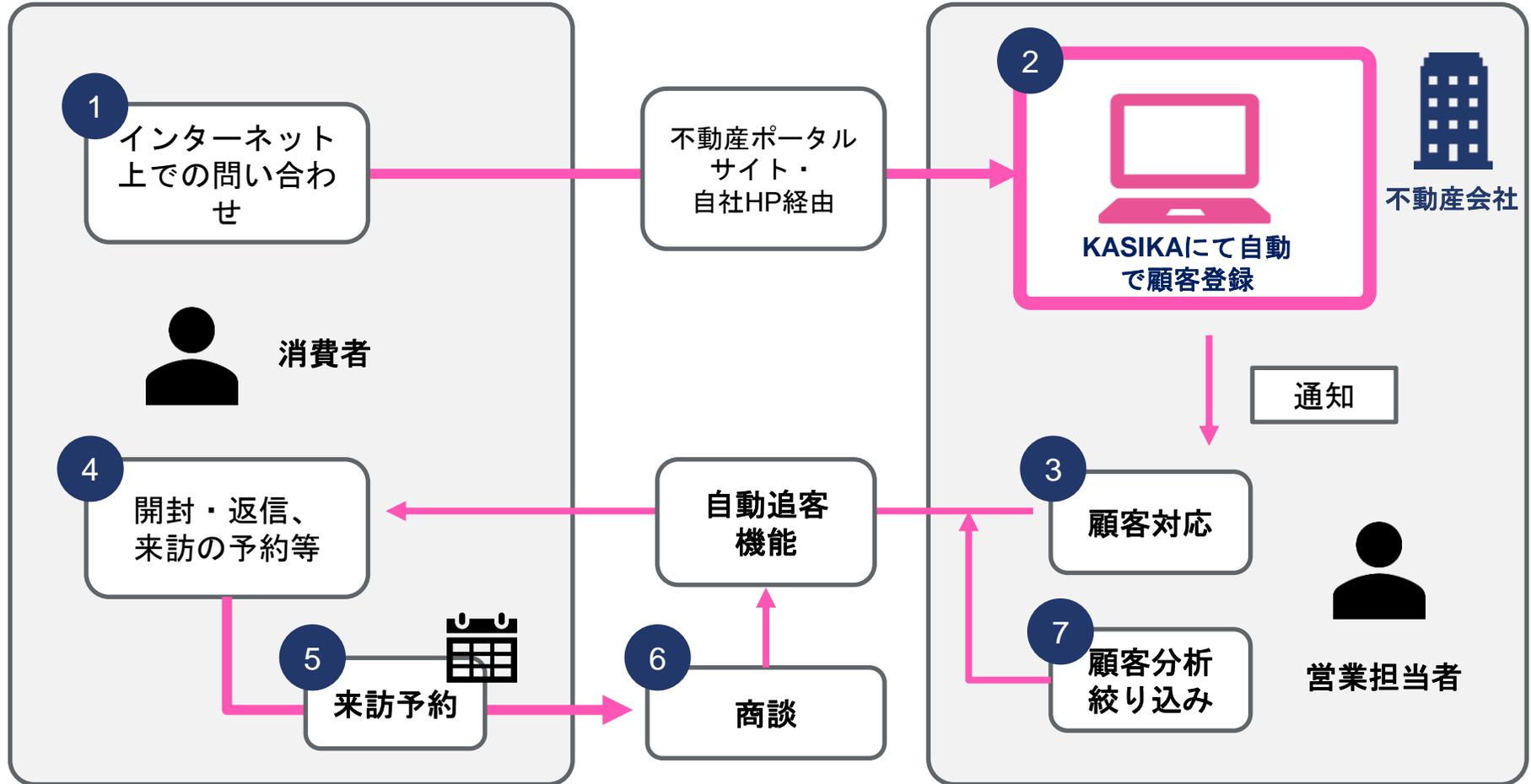
*3 : Monthly Recurring Revenueの略語 2023年5月単月計数

*4 : 当社では各月末の契約社数を翌月の解約社数で除することで単月解約率を算出しております
表記は2022年6月から2023年5月までの1年間の平均値

事業概要：KASIKAIを開発・提供

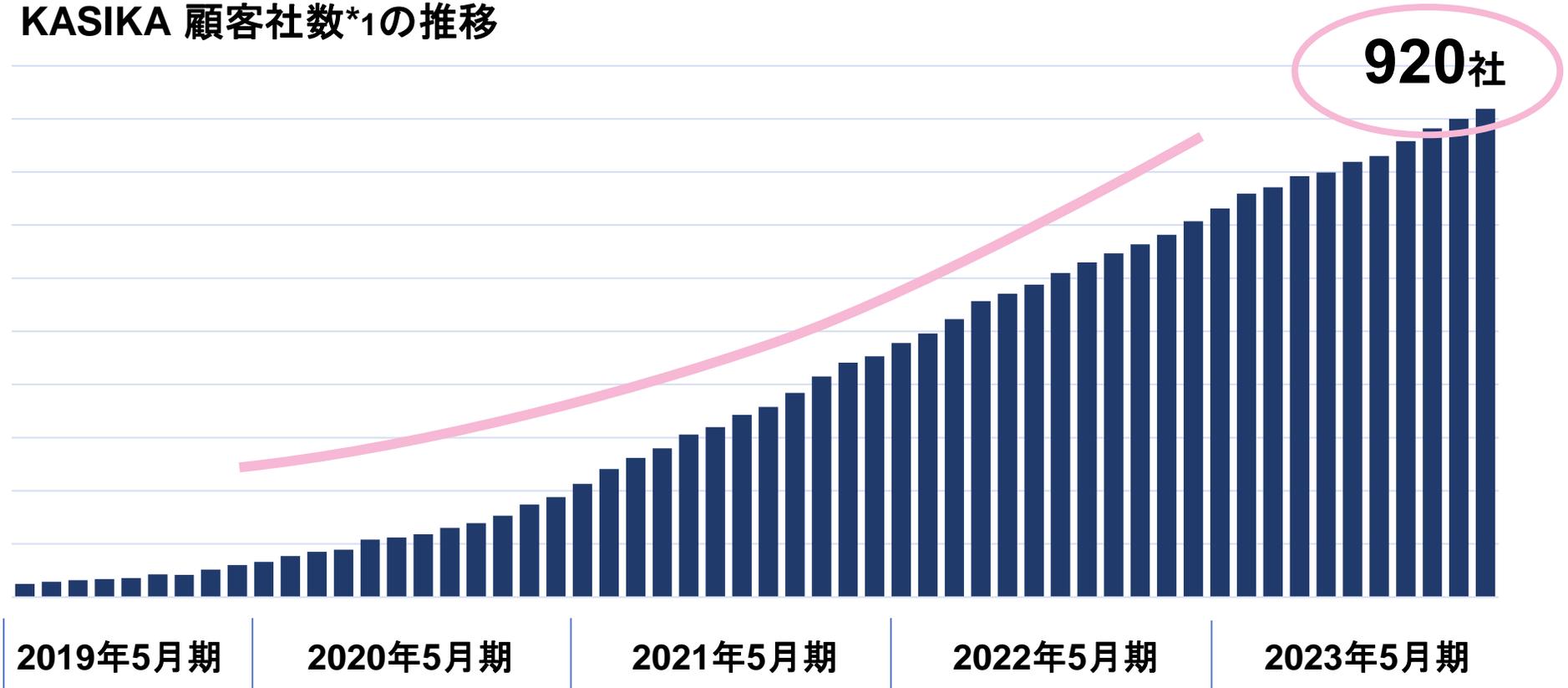
当社は不動産業種に特化した、営業担当者を支援する
顧客・追客管理ツールであるKASIKAIを提供しています

■不動産会社におけるKASIKAI利用イメージ



提供以来、KASIKO顧客社数は着実に伸長

KASIKO 顧客社数*1の推移



*1 : 法人で複数のKASIKOアカウントを利用している場合であっても1社としてカウント

*2 : 920社は2023年5月末時点

2.KASIKAIが提供する価値

住宅・不動産業界における営業活動の課題

当社が想定する課題

消費者に対する追客が難しい*

- ✓ 消費者が不動産の購入を検討してから実際に契約を締結するまでの期間が賃貸契約の場合に比べて長い。そのため、追客が必要な期間も長くなり手間も増える一方で、営業担当者は短期的な成果で評価をされる
- ✓ 営業活動は一般に属人性が高く、個人の勘や経験で行われる部分があるため、仕組み化をすることが難しい
- ✓ 不動産業界は必ずしも人材が定着する業界ではないため、営業活動に関する経験・ノウハウが蓄積されにくい
- ✓ 営業活動において手作業や紙での管理が多くデジタル化が進んでいない

当社ツール（KASIKAI）の提供価値

追客・顧客管理の仕組み化

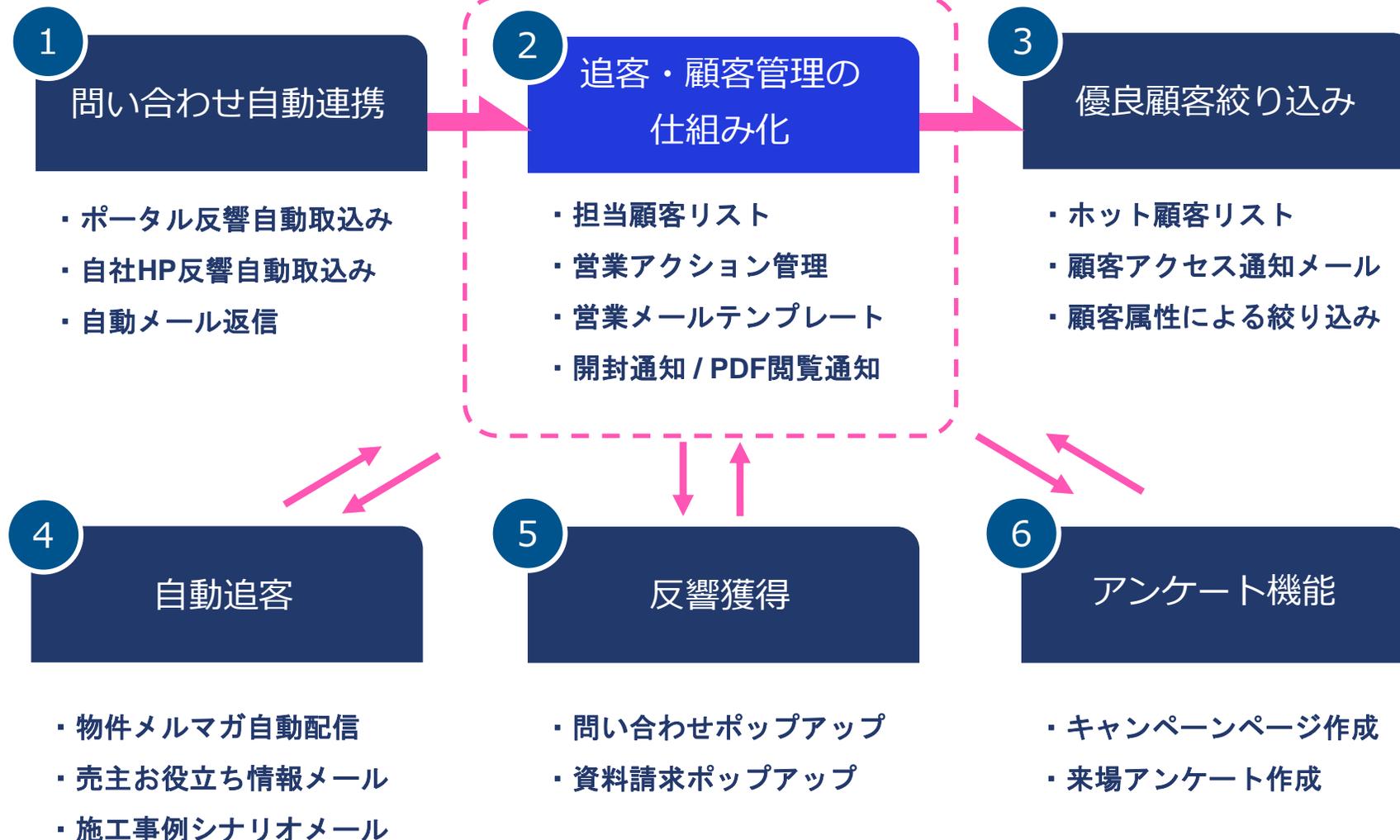
- 1 追客活動を効率化する自動追客機能
- 2 営業活動を可視化する顧客管理・分析
- 3 デジタル化による作業・管理の効率化

KASIKAIの主要機能については
次ページを参照下さい

*：追客（ついきゃく） 広告等で集客をした消費者に対して行う電話やメール等での営業活動を言う。

KASIKKA主要機能一覧

KASIKKAの中心的な機能



住宅・不動産会社からKASIKKAが受け入れられる理由



1.使いやすさ

WEBが苦手な方でも活用しやすい、直感的に使用できる
「わかりやすい、見やすい」デザイン



2.自動化・テンプレ化で手軽に運用できる

導入初期から活用できるテンプレート集を含んだ料金



3.手厚い運用サポート

KASIKKAユーザが「自分でKASIKKAを使いこなせる」ように
専門のサポートチームと一緒に運用をサポート

1.使いやすさ

WEBに苦手意識がある場合でも直感的にわかるUIデザイン

興味のある消費者が直感的にわかるUIデザインを追求

WEBが苦手な方でも活用できるように設計

The screenshot displays the KASIKAI by Cocolive customer management interface. It features a sidebar with navigation options such as 'レポート', '反響獲得ツール', 'キャンペーン', '営業ツール', '担当顧客一覧', '送信済メール一覧', '下書きメール一覧', 'メールテンプレート', '設定', 'マーケティングツール', '顧客管理', '基本情報設定', and 'サポート'. The main content area shows a list of customers with columns for '編集', '顧客名', '訪問数', 'PV数', '最終WEBアクセス', '最終営業アクション', '顧客ステータス', and 'タグ'. A detailed view of a customer named '手塚太郎' is shown, including contact information, a preview of the website they visited, and a '曜日別アクセス' (Daily Access) chart.

編集	顧客名	訪問数	PV数	最終WEBアクセス	最終営業アクション	顧客ステータス	タグ
<input type="checkbox"/>	田中太郎	12	5	2020年08月24日 19:30	2020年08月24日 19:00	勉強会参加	お問い合わせ・資料請求
<input type="checkbox"/>	松田久	10	5	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	加算エリア外 施工事例
<input type="checkbox"/>	田原洋	2	2	2020年08月22日 13:56	2020年08月24日 19:00	未指定	お問い合わせ・資料請求
<input type="checkbox"/>	三島かなこ	3	15	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	掛川四郎	9	3	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	鈴木一郎	4	6	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	高橋拓	7	3	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	手塚二郎	4	10	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	安藤みか	6	1	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	堀北みき	11	5	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	田中よしみ	2	1	2020年08月			

Customer details for 手塚太郎 (Tsuza Taro):

- 顧客名: 手塚太郎
- 顧客ステータス: 未指定
- 反響経路: 自社HP
- 顧客タイプ: 注文住宅
- 担当者: KASIKAIサポートチーム
- 連絡先: yt98_ku16@yahoo.co.jp
- マーケティングメール: マーケティングメール
- 営業メール: 03-6386-0038

曜日別アクセス (Daily Access):

曜日	アクセス率
月曜日	0% (0 訪問)
火曜日	0% (0 訪問)
水曜日	25% (1 訪問)
木曜日	0% (0 訪問)
金曜日	0% (0 訪問)
土曜日	0% (0 訪問)
日曜日	75% (3 訪問)

2.自動化・テンプレ化

ポータルサイト反響の自動取り込み・即時メール返信

自動メール返信

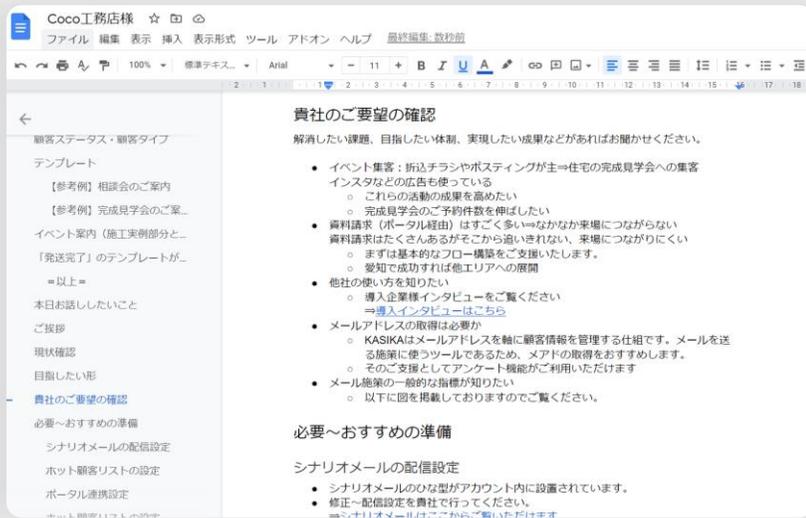
KASIKAIを使うと不動産ポータルサイトからの問い合わせに対して
自社オリジナルの自動返信メールを自動で消費者へ届けられます



3.手厚いサポート 毎月の定例会の実施

導入初期からKASIKAIの運用ができるように個別勉強会を開催し、導入後の顧客向けにKASIKAI活用の勉強会や成功事例の勉強会を開催

▶ 個別勉強会資料イメージ

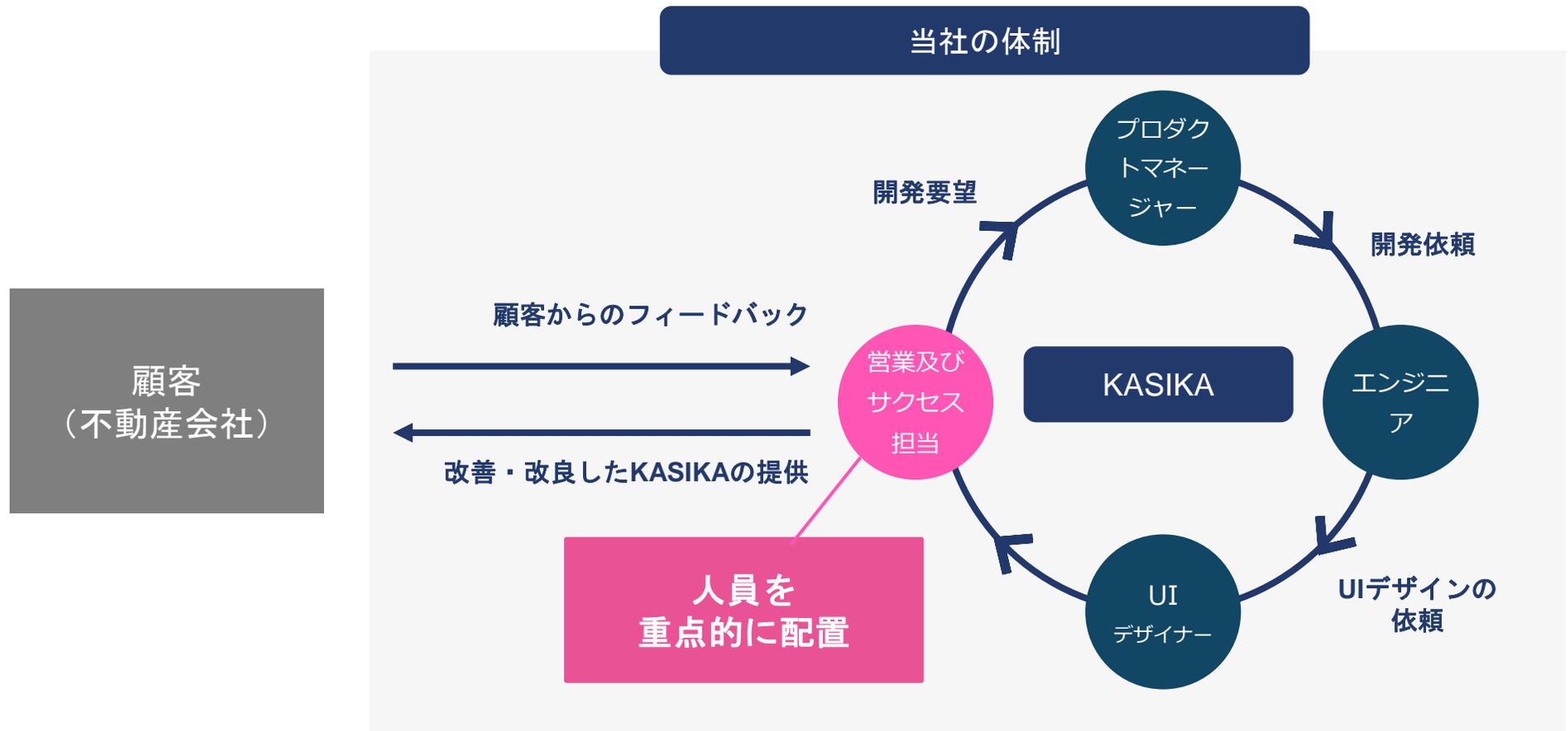


会社別サマリ		Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO・テスト	担当者	DEMO
Monthly Summary									
対象期間		2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月
社員数		28	27	23	20	23	22	20	19
ログイン率		57%	67%	83%	60%	61%	64%	70%	79%
顧客数		82	68	66	58	53	40	36	31
ユニークアクティブ顧客数		25	10	17	10	15	13	7	11
UA顧客率		30.5%	14.7%	25.8%	17.2%	28.3%	32.5%	19.4%	35.5%
コンバージョン		1	0	0	0	1	0	0	1
メルマガ 配信数		42	9	13	40	51	34	8	0
メルマガ 開封率		21.4%	33.3%	38.5%	22.5%	21.6%	23.5%	37.5%	0.0%
メルマガ クリック率		11.9%	11.1%	23.1%	5.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%
自動メルマガ生成回数		9	0	5	0	0	0	0	0
シナリオ メール配信数		17	0	0	0	22	0	0	0
シナリオ メール開封率		58.8%	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%
シナリオ メールクリック率		29.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メール送信数		55	52	66	36	59	44	28	29
営業メール送信数(一人当たり)		2.0	1.9	2.9	1.8	2.6	2.0	1.4	1.5
営業メール開封率		60.0%	65.4%	63.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メールクリック率		41.8%	19.2%	31.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メールテンプレート数		72	74	72	0	0	0	0	0

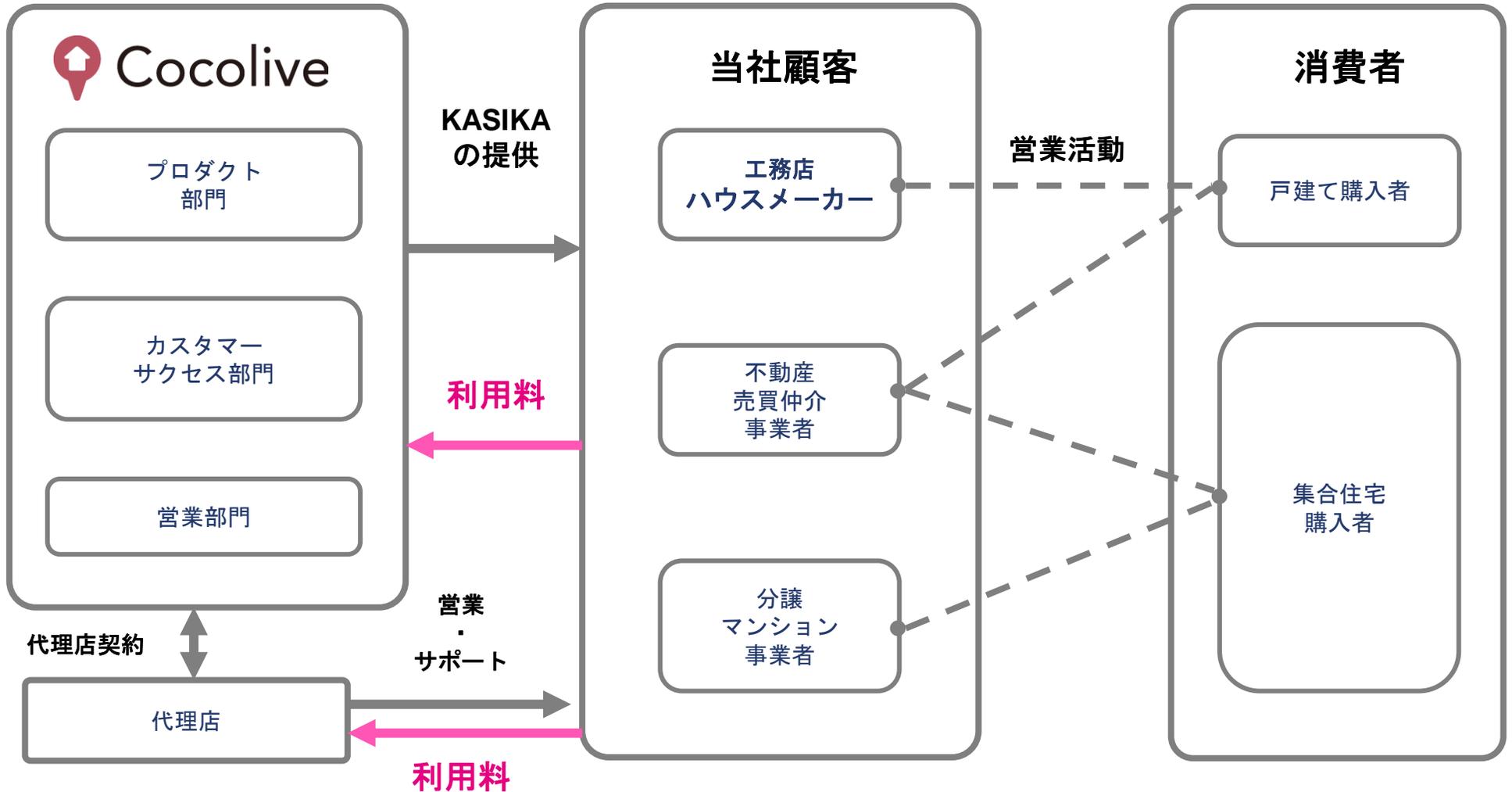
3.手厚いサポート

継続的な改善・改良を行うための当社の体制

各事業部のサクセス・サポート担当が顧客より一次情報を吸い上げ、社内共有する仕組みを整えることでプロダクト改善・開発に繋げる



■事業系統図



KASIKAIの利用料は月額支払方式（いわゆるサブスク型）であり、安定した収益の獲得が期待できるビジネスモデルとなっている

3.市場環境

ターゲット市場規模と現在の比較

	事業社数	従業員数	単価	MRR
SAM *3	66,942社*1	352,108人*1	1ユーザあたり 5,000円/月*2	17.6億円/月
		×	=	
現在 (2023年5月末)	920社	開示対象外	1ユーザあたり 5,000円/月*2	0.7億円/月
SAMに対する割合	1.4%			4.0%

ターゲット市場における当社のシェアは社数、MRRベースで見ても5%未満であり、
 広大な開拓余地が存在する

*1：令和3年経済センサス - 産業中分類68.不動産取引業（全国）より。

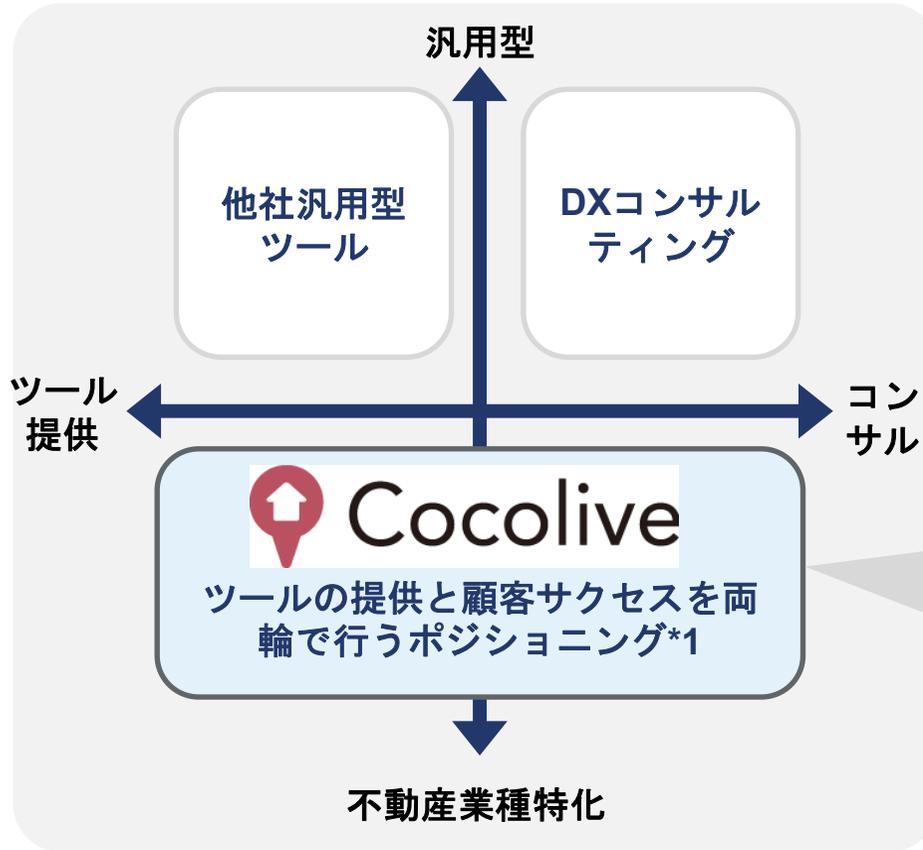
なお、上記事業社数及び従業員数には当社が主要なターゲットとしていない不動産賃貸仲介業者も含まれており、実際に当社がサービスを提供し得る顧客と乖離が生じる場合があります

*2：当社ユーザ数課金プランの1ユーザ追加時の料金

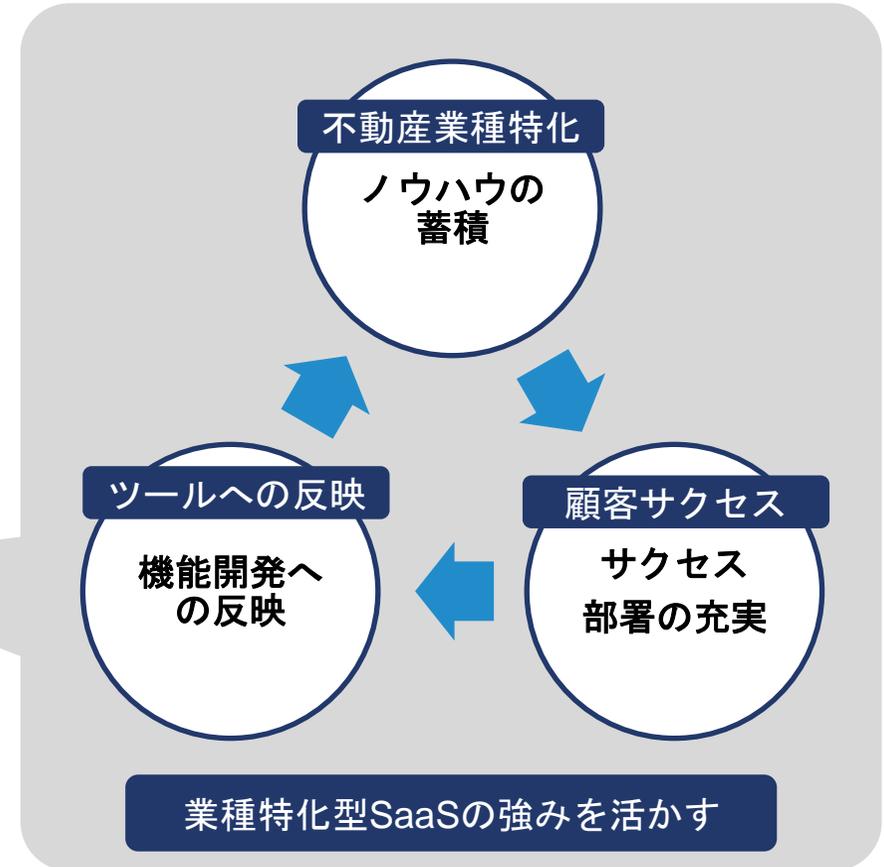
*3：SAM(Serviceable Available Market)：事業が獲得しうる最大の市場規模

当社の経営戦略上のポジショニング及び社内体制

市場での立ち位置



社内体制



顧客からのフィードバックをツールに随時反映し、
利便性を高めることで顧客に価値を提供するというポジショニングをしております

*1：なお、上記ポジショニングは当社だけが取り得るものではなく、当社と類似するポジショニングを行う不動産業種特化型の他社サービスが存在します。

料金体系

KASIKAの基本的な料金体系



工務店・
ハウスメーカー

ユーザ数課金

50,000円／月

ユーザ数10人まで
11人目から1人追加するごと
に5,000円／月



不動産
売買仲介業者

店舗数課金

1店舗ごとに
50,000円／月

全店舗で利用する場合はユ
ーザ数課金の場合も有



分譲マンション
事業者

店舗数（物件数）課金

1店舗（物件）*毎に
50,000円／月

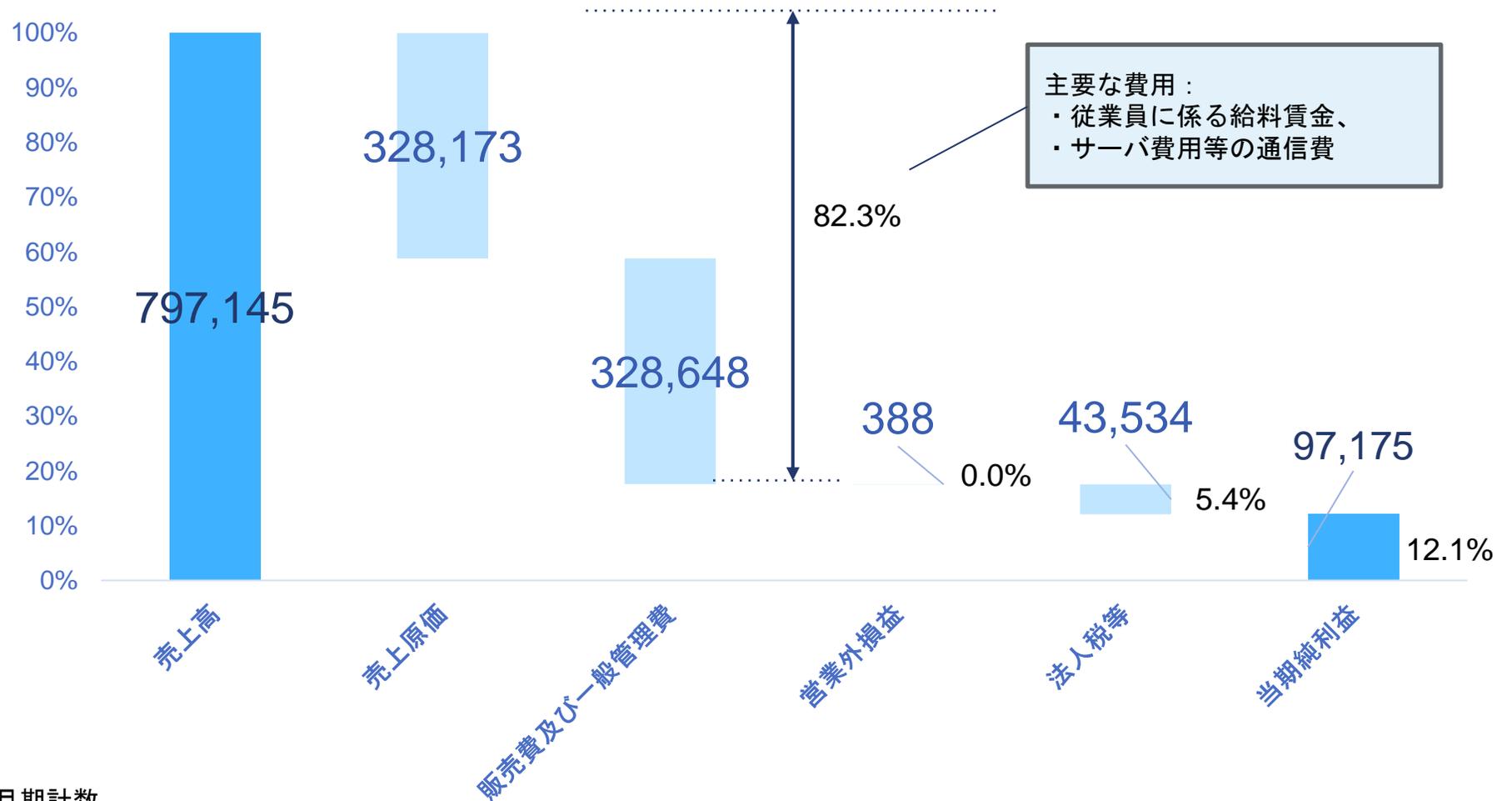
+各オプションサービス（SMS送信等）

**解約不可の期間は設けておらず、
所定の手続をした月の末日で解約可能**
→当社顧客の心理的なハードルを低くすることを企図

*1：分譲マンション事業者が販売する1物件（或いは顧客が「プロジェクト」と呼称をする場合には1プロジェクト）を課金単位としております。

当社の収益構造

2023年5月期：効率的な事業運営により、3期連続で営業利益黒字を達成



- ・ 23年5月期計数
- ・ 数字は単位千円、%表記は売上高を分母とする比率（第1位切捨）
- ・ 費用項目等の表記は会計基準上の表記を用いている

4. 今後の成長戦略

今後の成長戦略

当社は顧客に対するKASIKAIの提供価値を最大化するべく、3つの方向性で取り組む

1

既存ドメインでの深堀り

-KASIKAIの機能追加

- ・既存のオプションに加えて、新しいオプションを開発し、不動産会社に対する提供価値を高める

-データ・ナレッジの活用

- ・KASIKAIの利用に伴って蓄積された営業活動に関するデータやナレッジを活用して、新規顧客の獲得、既存顧客への価値を高める

2

不動産ドメインでの拡大

-集客関連の機能追加

- ・追客が始まる前の集客の段階で有用となる機能を開発し、不動産会社に対する提供価値を高める

-成約・成約後の機能追加

- ・電子契約、生涯顧客管理等、消費者が不動産を購入する・購入した後の段階で有用となる機能を開発

3

他業種への進出

-KASIKAIの他業種への提供

- ・「追客」が必要となる他業種に対してKASIKAIの提供を行う

- ・営業活動に人が介在し、ライフイベントにおける多額の経済的支出を伴う業界については不動産業界と類似する可能性があることから、中長期的に注力する

短期・中期的な成長戦略

中長期的な成長戦略

今後の成長戦略（図示）

ライフイベントにおける多額の経済的支出



今後の成長戦略

方向性③：拡大

「人」が重要となる
ライフイベント他業種進出

方向性②：対象ドメインの拡大

国内不動産に関する
川上・川下の取り込み

方向性①：単価・顧客数増加

-KASIKAIの機能追加
-データ・ナレッジの活用

不動産業界外

教育・生保/老後関連（老人ホーム等）/終活関連

不動産業界の 営業活動関連

SAM

約17.6億円/月

集客/成約/成約後のフォロー

現在

0.7億円/月

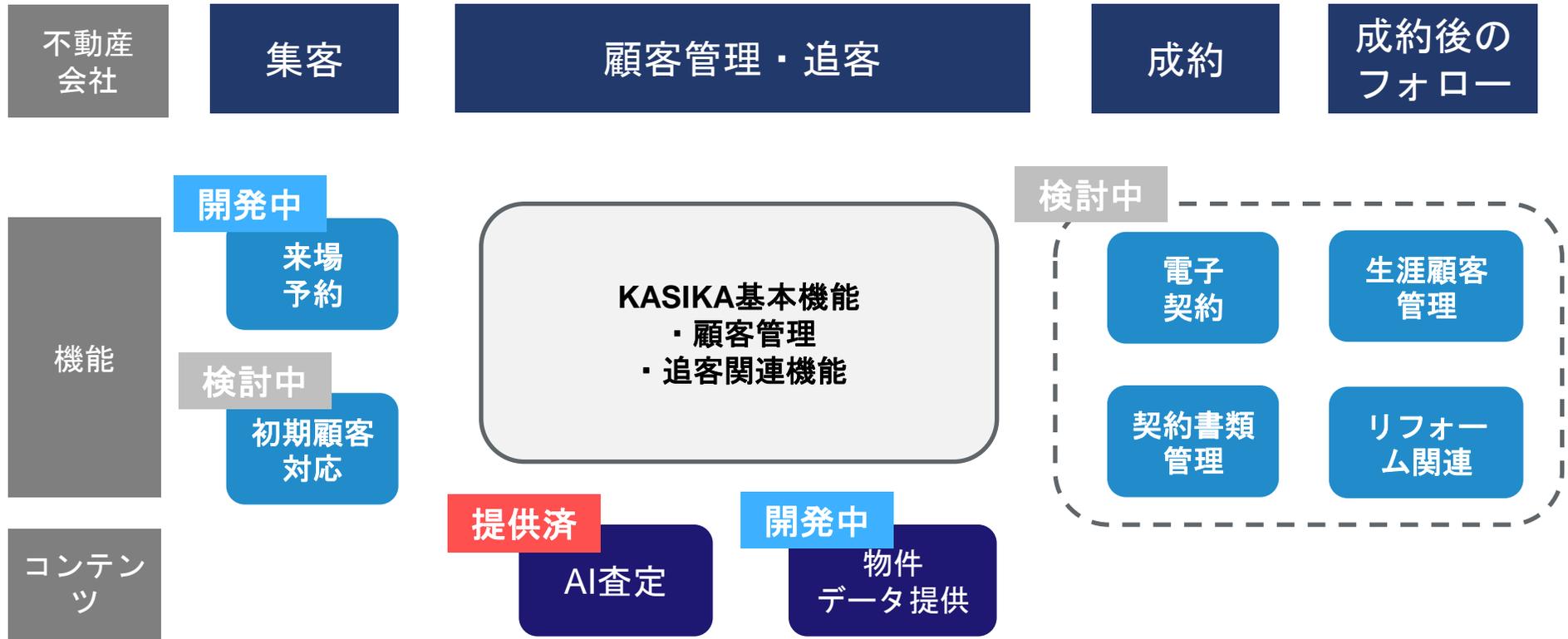
顧客管理・追客

”人”の力が最も活かせる仕組みを、最大限に広げていくことを目指す

*：SAM及びSAMの金額、現在の金額については前述P.19を参照

単価上昇及び対象ドメインの拡大のイメージ

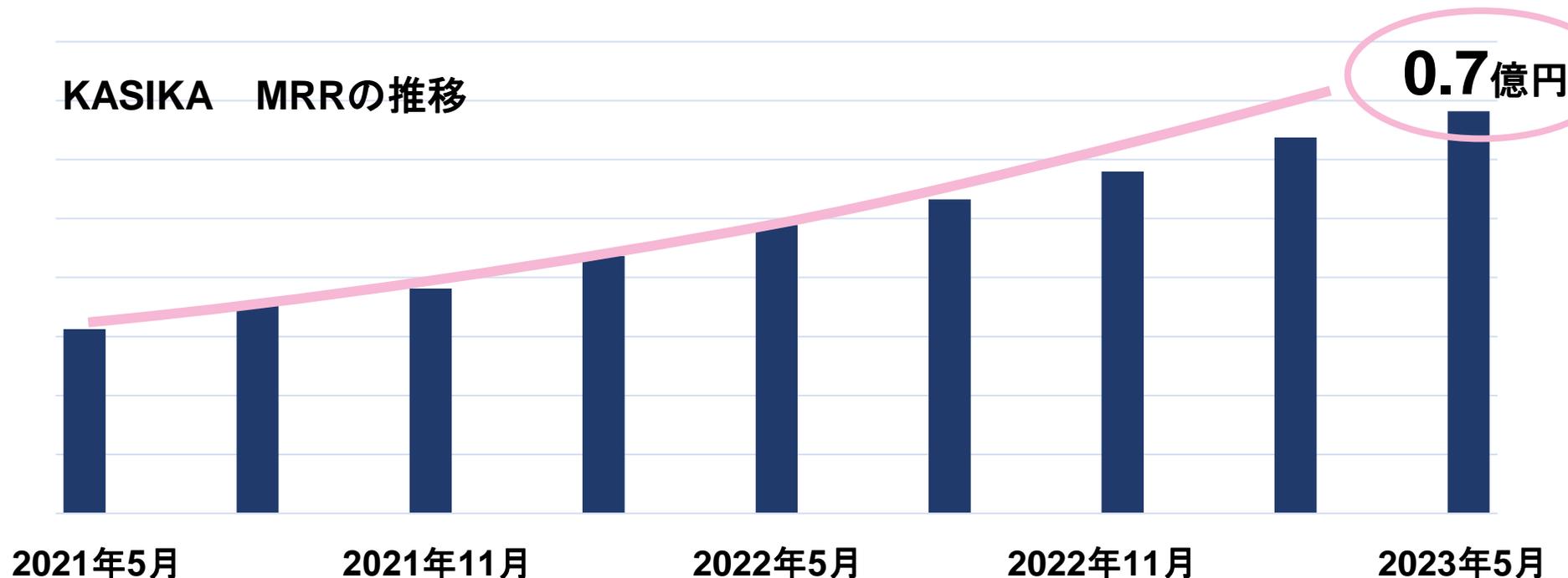
不動産の購入プロセス



機能・コンテンツ開発により、KASIKKAの提供価値を広げていく

取り組みの実績（単価上昇及び対象ドメインの拡大）

KASIKAIの売上高は着実に伸長



当社はこれまでもKASIKAIに付随するオプションサービスの開発・提供、新規顧客の開拓により、MRRを着実に伸長させており、今後も成長戦略を実行に移すことで更なる売上高の拡大に取り組む

*1 : MRR : Monthly Recurring Revenueの略語

*2 : 0.7億円は2023年5月単月

Appendix

上場時における資金調達の主な用途

項目	具体的な用途	2025年5月期	2026年5月期	合計
人件費 採用費	人員増強に係る人件費 及び新規採用に要する 採用費用	70,000千円	92,640千円	162,640千円
サーバ、 セキュリティ 費用	顧客数増加に伴うサー バ増強費用及びセキュ リティ関連費用	15,000千円	35,000千円	50,000千円
オフィス移転 関連費用	人員増加に伴い、 2025年5月期にオフィ ス移転を予定	-	21,000千円	21,000千円

業績推移

単位：千円	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期 第2四半期
売上高	297,435	557,140	797,145	487,712
営業利益	34,793	69,829	140,323	105,997
経常利益	34,229	70,503	140,710	104,352
税引後 当期純利益	33,519	48,469	97,175	71,625

当社が認識する主要なリスク

事業等のリスク

対応策

・情報漏えいにより信用を失墜するリスク

当社は、顧客が保有する個人情報や委託により預かっております。万一、当社の役員ないし従業員の故意や過失により、これらの情報の外部への流失を発生させた場合には、当社の信用低下のほか、被害を受けた事業者や関係者による損害賠償の請求を受ける可能性があり、その場合は当社の経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

可能性 影響 時期

中

大

短期



情報の外部への流出、破壊、改ざん等を防止すべく、当社では、委託先を含めた管理体制を構築し、各種規程の整備や役職員への継続的な教育を行っております。

・特定の事業サービスへの依存について

当社の売上高はKASIKAIに依存したものとなっております。このため、KASIKAIの売上高が著しく減少した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

中

大

中期



当社としては、KASIKAIを外部環境の変化に左右されず安定的な収益獲得が継続できるようその競争力の維持・強化に努めるとともに、他のサービスの開発・売上拡大を図り、KASIKAIへの依存度を適減させることが重要と考えております。

上記は成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして当社が認識する主要なリスクです。その他のリスクについては新規上場申請のための有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照下さい。

免責事項

- ・本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- ・上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- ・また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。
- ・「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」は今後、決算発表の時期（7月）を目途として開示を行う予定です。