

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



2024年5月期

第3四半期決算説明資料

2024年4月11日

 Cocolive 株式会社  
証券コード (137A)

1. 当社概要及びサマリー
2. 業績ハイライト（当第3四半期）
3. KASIKAIが提供する価値
4. 今後の成長戦略

## 1. 当社概要及びサマリー

---

# わたしたちのミッション

## 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「KASIKKA」（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

# 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（当社代表取締役）：1,302,600株（44.63%）

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 80名（2024年2月29日時点）

# サマリー

## 2024年5月期第3四半期 決算ハイライト

---

- ✓ 第3四半期累計として売上高、営業利益、当期純利益のいずれも過去最高を記録
- ✓ 特に営業利益、当期純利益については2023年5月期に計上した12か月分の水準を当期第3四半期（9か月累計）で達成
- ✓ 着実に新規顧客を獲得し、売上高、営業利益、当期純利益のいずれも概ね年間計画通りに進捗中
- ✓ 当第3四半期中に集客領域におけるイベント予約機能のオプションサービスをリリース。今後も当社の有する顧客基盤（顧客数）を最大限に活かして、関連するサービスを効率的に当社顧客に提供予定

## サマリー

## At a Glance (2024年5月期第3四半期 主要計数)

売上高\*1

7.5億円

前年同期比 (130.6%)

営業利益\*1

1.6億円

前年同期比 (178.2%)

## 重要な経営指標 (2024年2月末時点)

顧客数\*2

1,041社

23年5月末 (920社)

MRR \*3

81百万円

23年5月末 (68百万円)

単月解約率(社数ベース) \*4

1.16%

23年5月末 (1.06%)

\*1 : 24年5月期第3四半期計数 (9か月分累計)

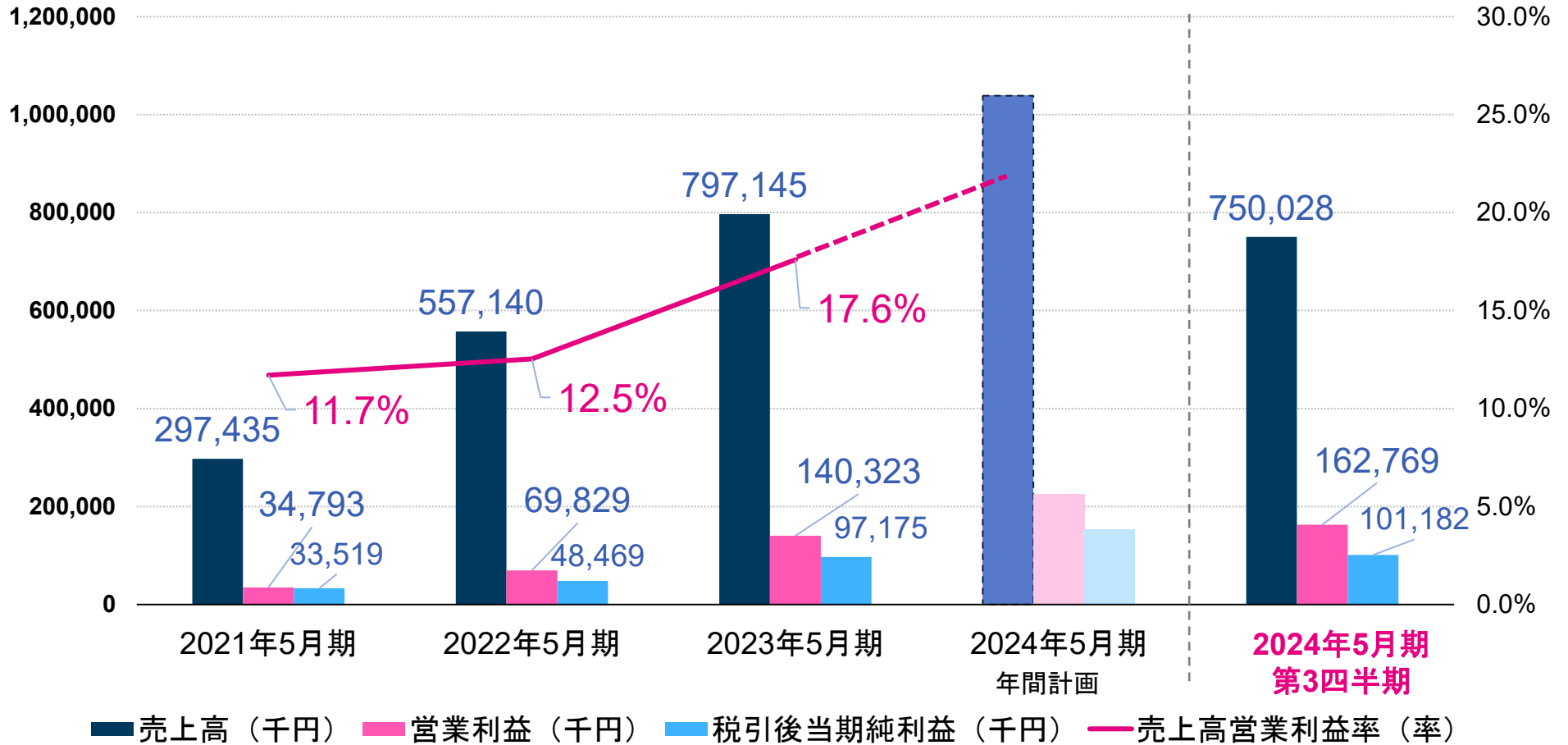
\*2 : 24年2月末時点、1つの法人で複数のKASIKAアカウントを利用している場合でも1社としてカウント

\*3 : Monthly Recurring Revenue (毎月繰り返し発生する売上高) の略語 81百万円は2024年2月単月計数

\*4 : 当社では翌月の解約社数を各月末の契約社数で除することで単月解約率を算出しております  
表記は直近1年間の平均値

## 業績推移(24年5月期年間計画含む)

単位：千円（左軸）、率（右軸）



- ✓ 当社は不動産業種に特化したサービスを提供しており、効率的な事業運営を目指している
- ✓ 継続的な売上高の伸長及び営業利益率の向上に取り組んでいる
- ✓ 営業利益、当期純利益について2023年5月期（12か月分）の金額を**当期第3四半期（9か月累計）の時点で達成済**



## 2. 業績ハイライト（当第3四半期）

---

## 損益計算書サマリー（2024年5月期第3四半期）

(千円)	第3四半期累計（9か月）			年間計画	
	前期	当期	前期比	12か月分	進捗率
売上高	573,961	750,028	130.6%	1,038,781	72.2%
営業利益	91,308	162,769	178.2%	225,587	72.2%
営業利益率(%)	15.9%	21.7%	-	21.7%	-
経常利益	90,793	150,637	165.9%	220,767	68.2%
当期純利益	61,604	101,182	164.2%	153,168	66.1%

### 補足説明：

- ✓ 当社のサービス（KASIKA）はサブスクリプション型（月額継続課金）のため、毎月継続的に収益を計上するビジネスモデルとなっている。前期比で黒字幅拡大中。
- ✓ 営業利益、当期純利益については2023年5月期（12か月分）の金額を**当期第3四半期（9か月）**で達成
- ✓ 新規顧客を獲得し解約率も一定水準（1.0%前後）を維持しているため**概ね年間計画通りに進捗中**
- ✓ 経常利益、当期純利益の年間計画に対する進捗率はそれぞれ68.2%及び66.1%となっているが、当第3四半期に上場したことに伴い、予算上は第4四半期で想定していた一時費用（営業外費用12,739千円）が**前倒しで発生**したことによるもの。第4四半期は上場関係の一時費用は発生しない見通しであり経常利益、当期純利益についても年間計画の水準に着地する見通し。

表のうち、前期計数については監査法人による監査対象外。年間計画については2024年2月28日付「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」より。

## 貸借対照表サマリー（2024年5月期第3四半期）

（千円）	2023年5月末	当第3四半期末	増減
資産合計	372,505	722,509	350,004
預金	239,114	587,518	348,404
前払費用	18,075	4,204	-13,871
負債合計	105,344	108,526	3,182
純資産合計	267,160	613,983	346,823

### 補足説明

- ✓ 預金の増加は上場時の公募増資及び事業の伸長（当期純利益計上）によるもの。
- ✓ 当社はサーバ費用の一部を前払しており、期間の経過と共に前払費用を取り崩している。結果として23年5月末比で減少している。
- ✓ 純資産の増加は上場時の公募増資及び事業の伸長（当期純利益計上）によるもの。
- ✓ なお、当社は自社開発のソフトウェアは全て費用に計上しており、貸借対照表に資産として計上されているソフトウェアは無い状況。

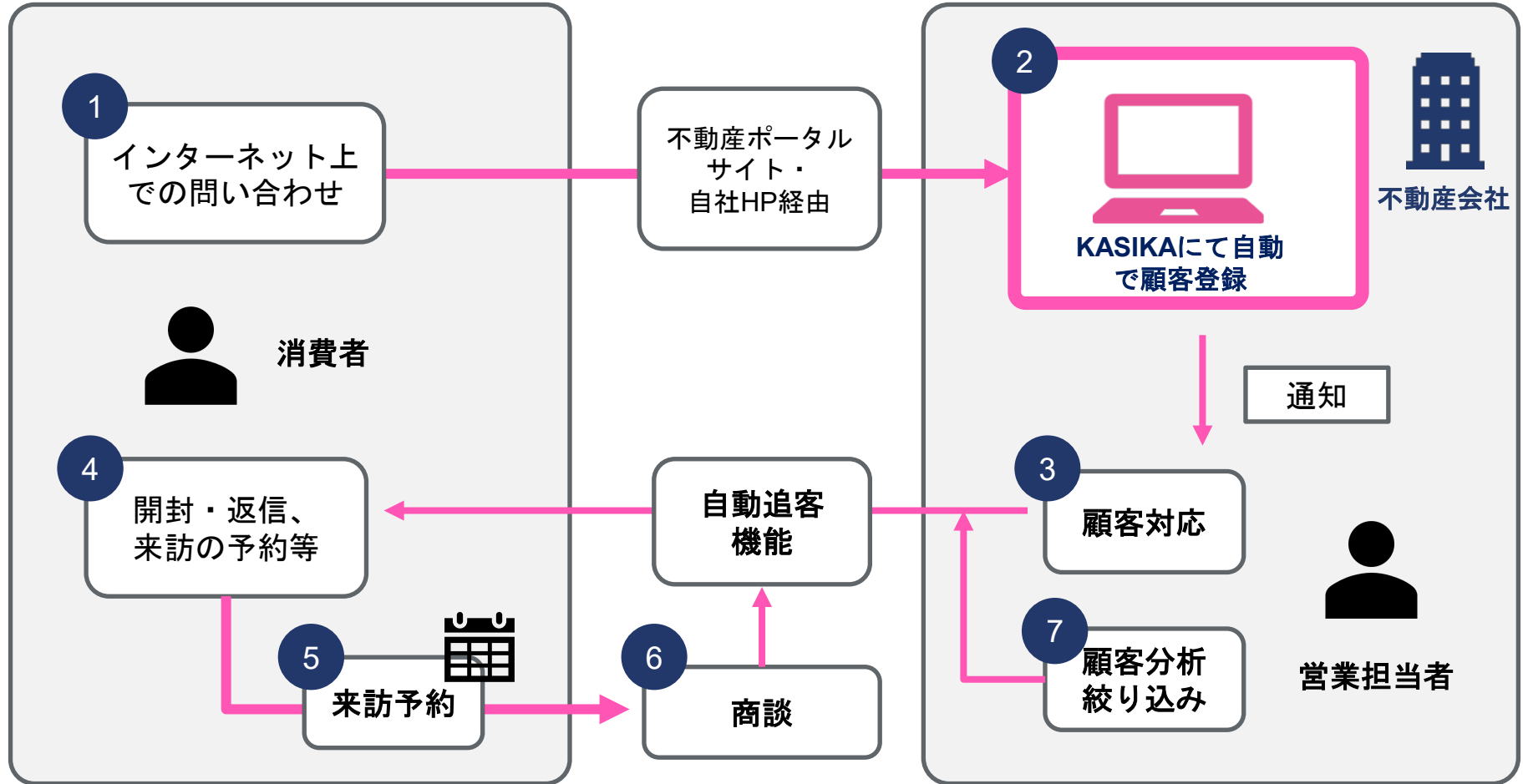
### 3.KASIKAIが提供する価値

---

# 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



# 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

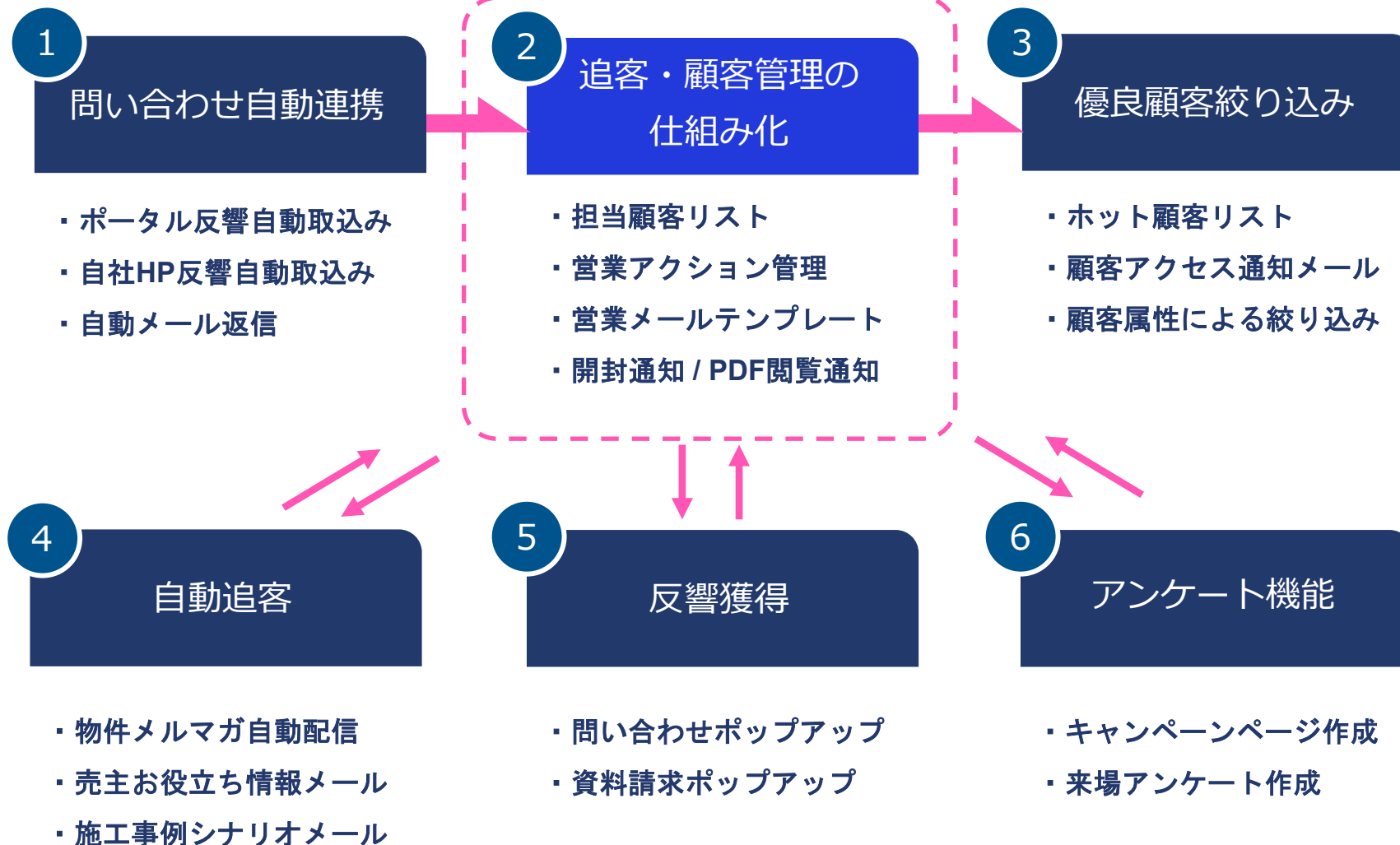
- 1 追客活動を効率化する自動追客機能
- 2 営業活動を可視化する顧客管理・分析
- 3 デジタル化による作業・管理の効率化

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KASIKA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

KASIKAユーザが「自分でKASIKA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 like 'レポート', '反響獲得ツール', and '営業ツール'. The main area shows a list of customers with columns for name, visit count, PV count, and last access date. A detailed view for customer '手塚太郎' shows contact information and a 'お申し込み専用フォーム' (Application Form) with a preview of the form content. Analytics sections include '曜日別アクセス' (Daily Access) and '時間別アクセス' (Time-based Access).

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	6	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	加量エリア外 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	6	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	田中よしみ	2	1	2020年08月			

**顧客詳細: 手塚太郎**  
 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: [設定]  
 営業メール: [設定]  
 電話番号: 03-6386-0038

**曜日別アクセス**

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)

**時間別アクセス**

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

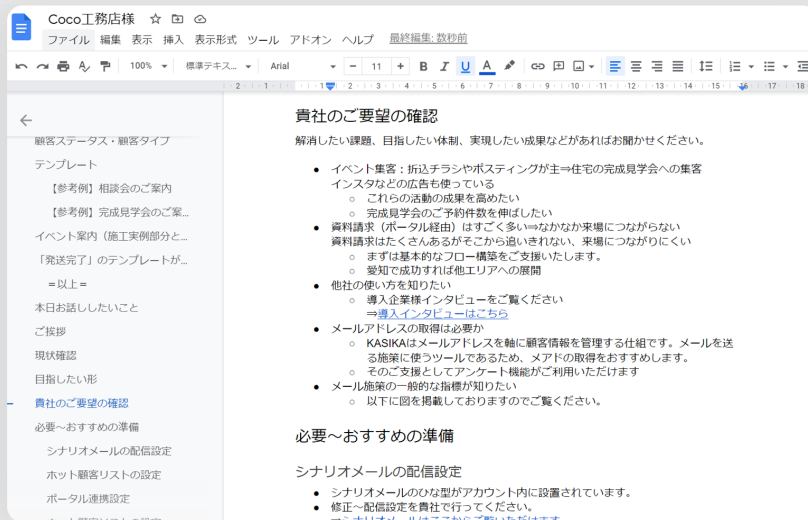
KASIKAIを使うと不動産ポータルサイトからの問い合わせに対して  
自社オリジナルの自動返信メールを自動で消費者へ届けられます



### 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

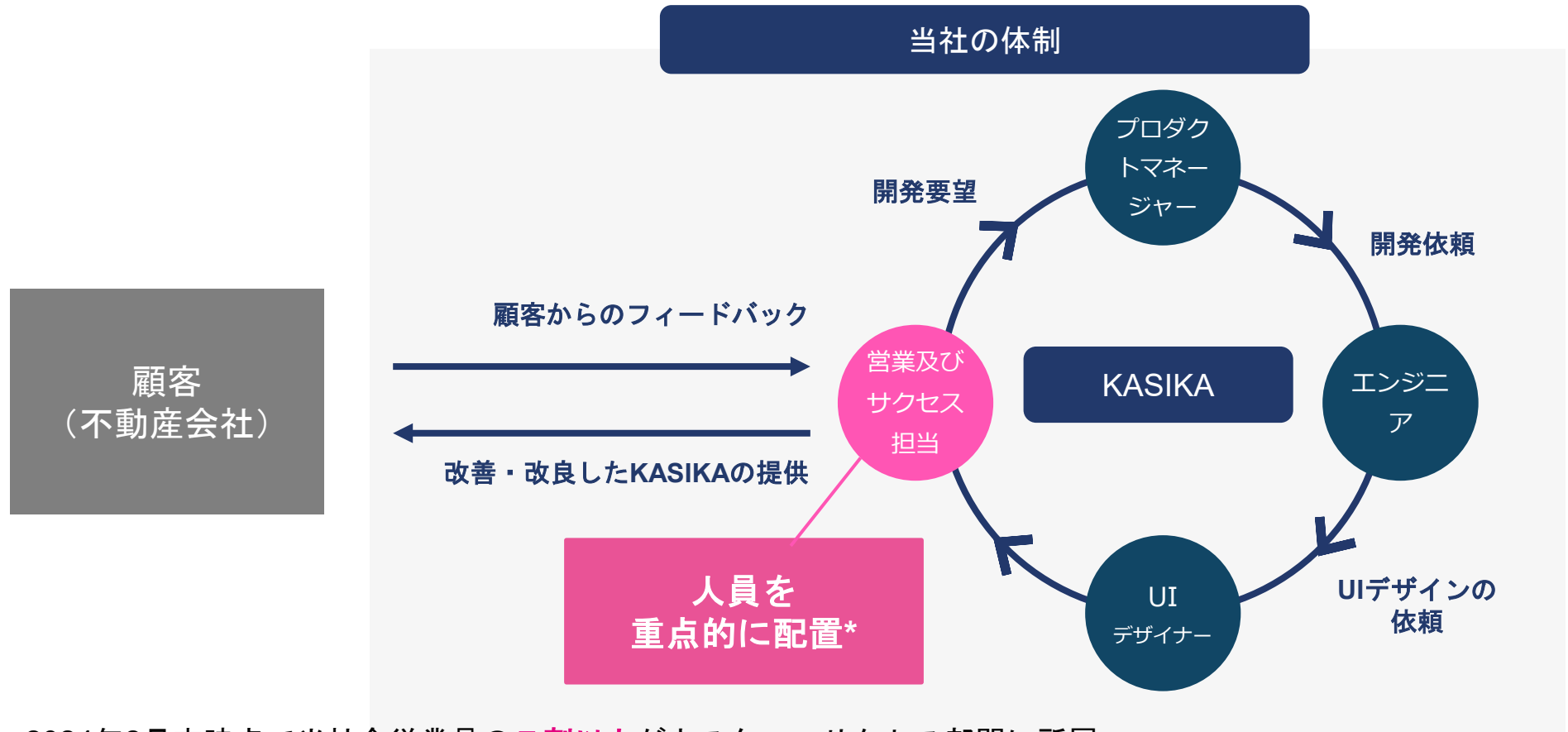


会社別サマリ		Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO・テスト	担当者	DEMO
<b>Monthly Summary</b>									
対象期間	2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	
<b>社員数</b>	28	27	23	20	23	22	20	19	
ログイン率	57%	67%	83%	60%	61%	64%	70%	79%	
<b>顧客数</b>	82	68	66	58	53	40	36	31	
ユニークアクティブ顧客数	25	10	17	10	15	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	
<b>メルマガ 配信数</b>	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	
<b>シナリオ メール配信数</b>	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%	
<b>営業メール送信数</b>	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

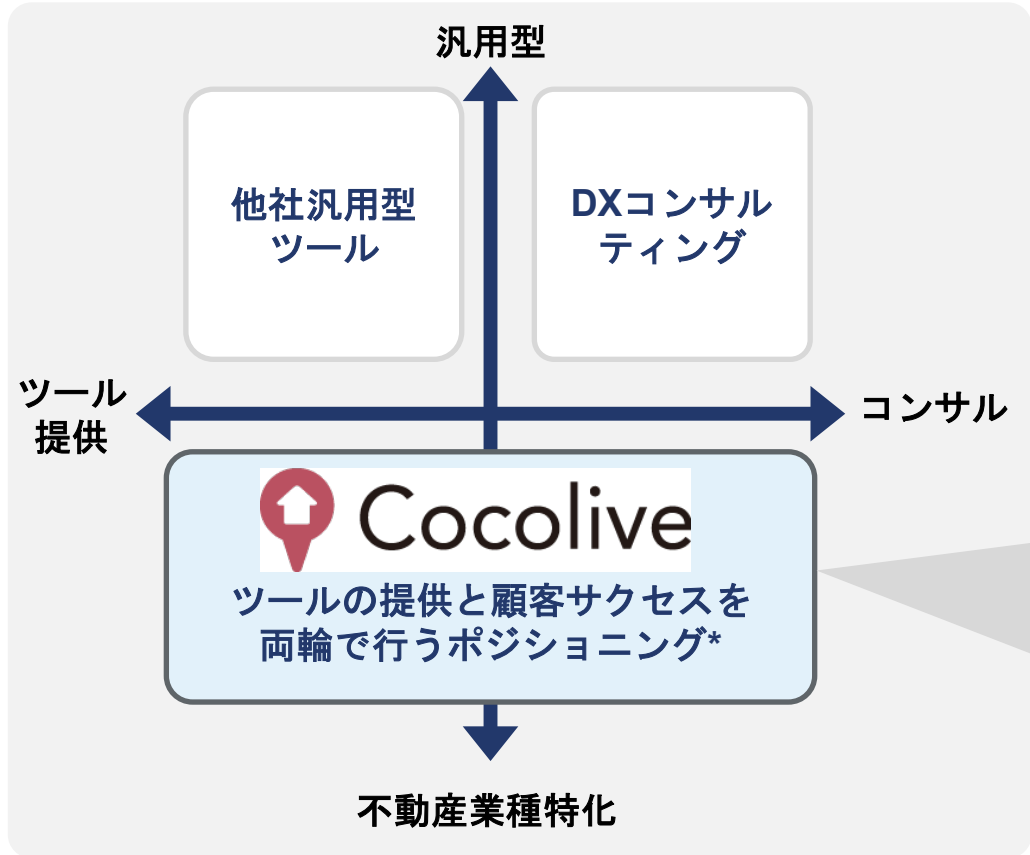
各事業部のサクセス・サポート担当が顧客より一次情報を吸い上げ、社内共有する仕組みを整えることでプロダクト改善・開発に繋げる



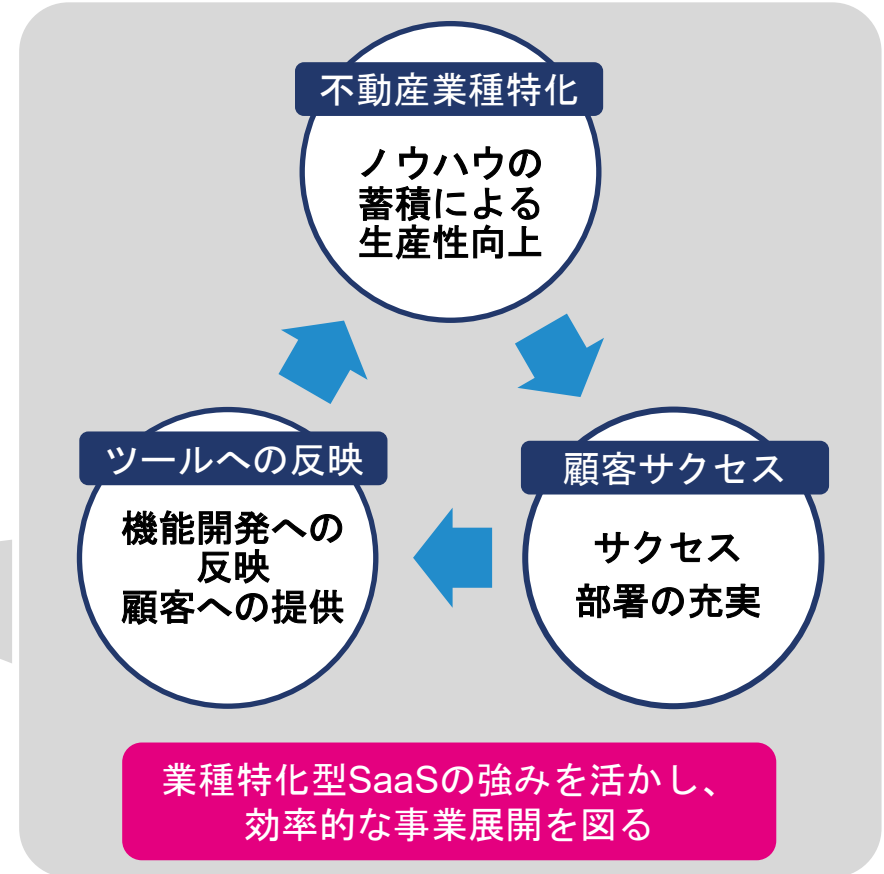
\* : 2024年2月末時点で当社全従業員の**7割以上**がカスタマーサクセス部門に所属  
現在は不動産業種外の中途採用が中心

# 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

\*：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

\*：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。

## 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自社開発し、不動産会社に対する提供価値を高める。M&Aによる拡大も検討

### -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

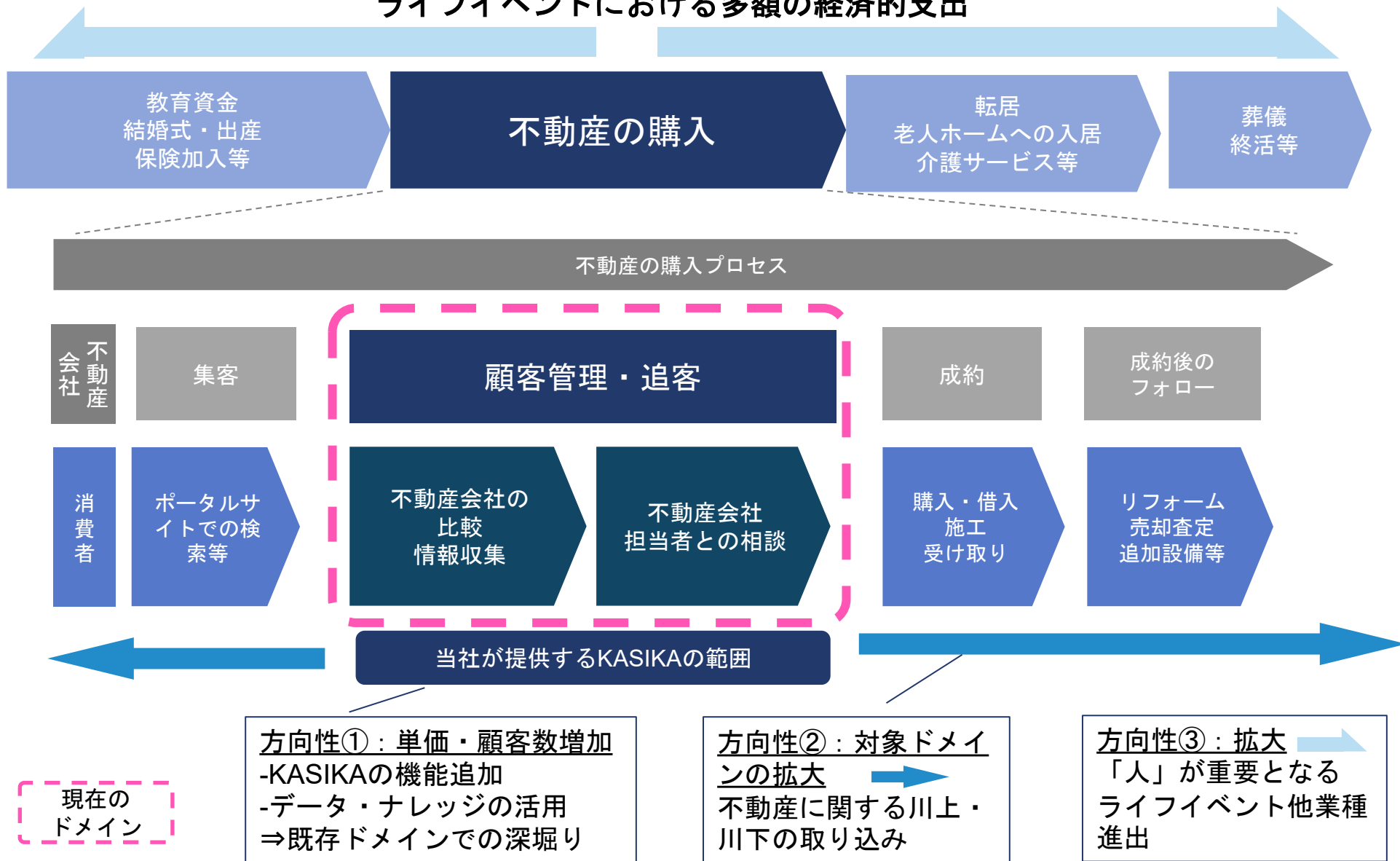
短期・中期的な成長戦略

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

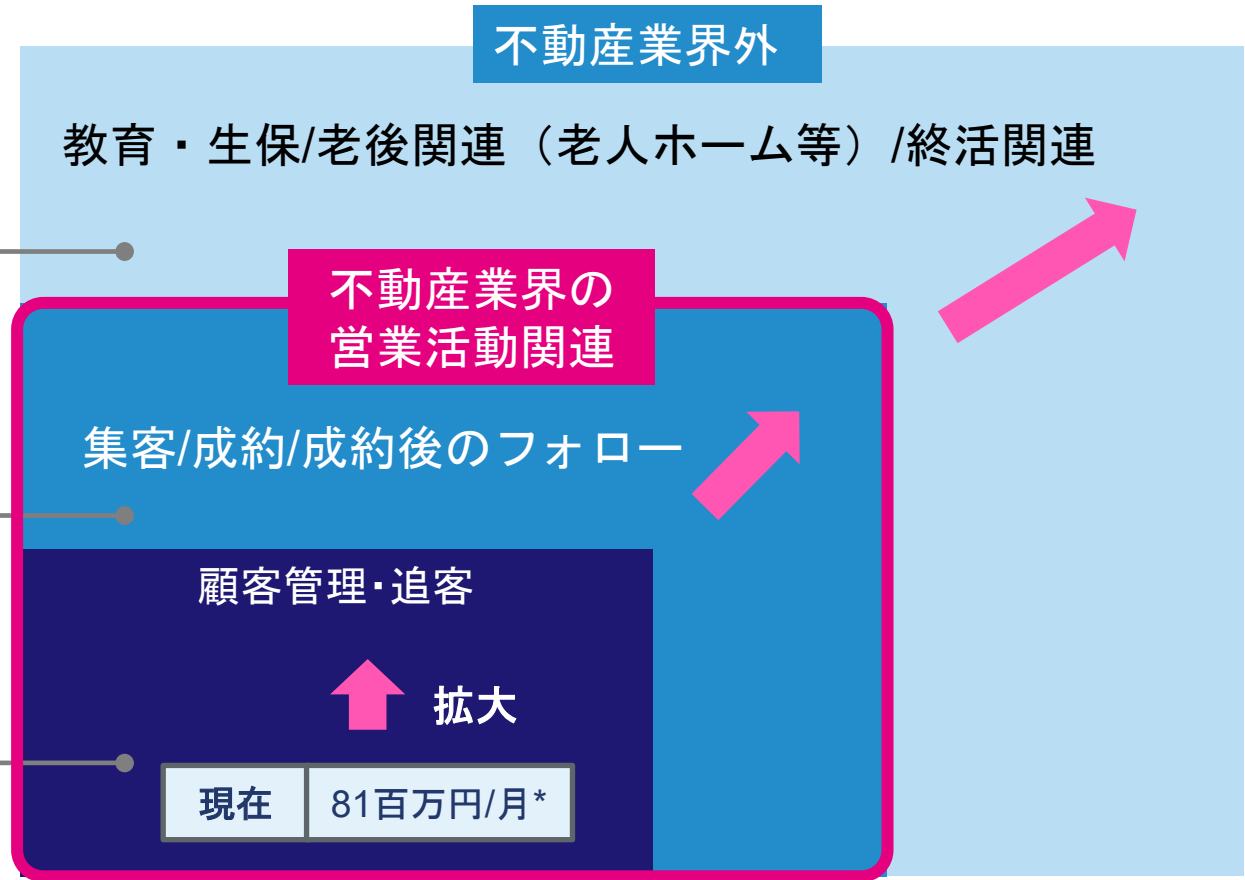
「人」が重要となる  
ライフイベント他業種進出

## 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

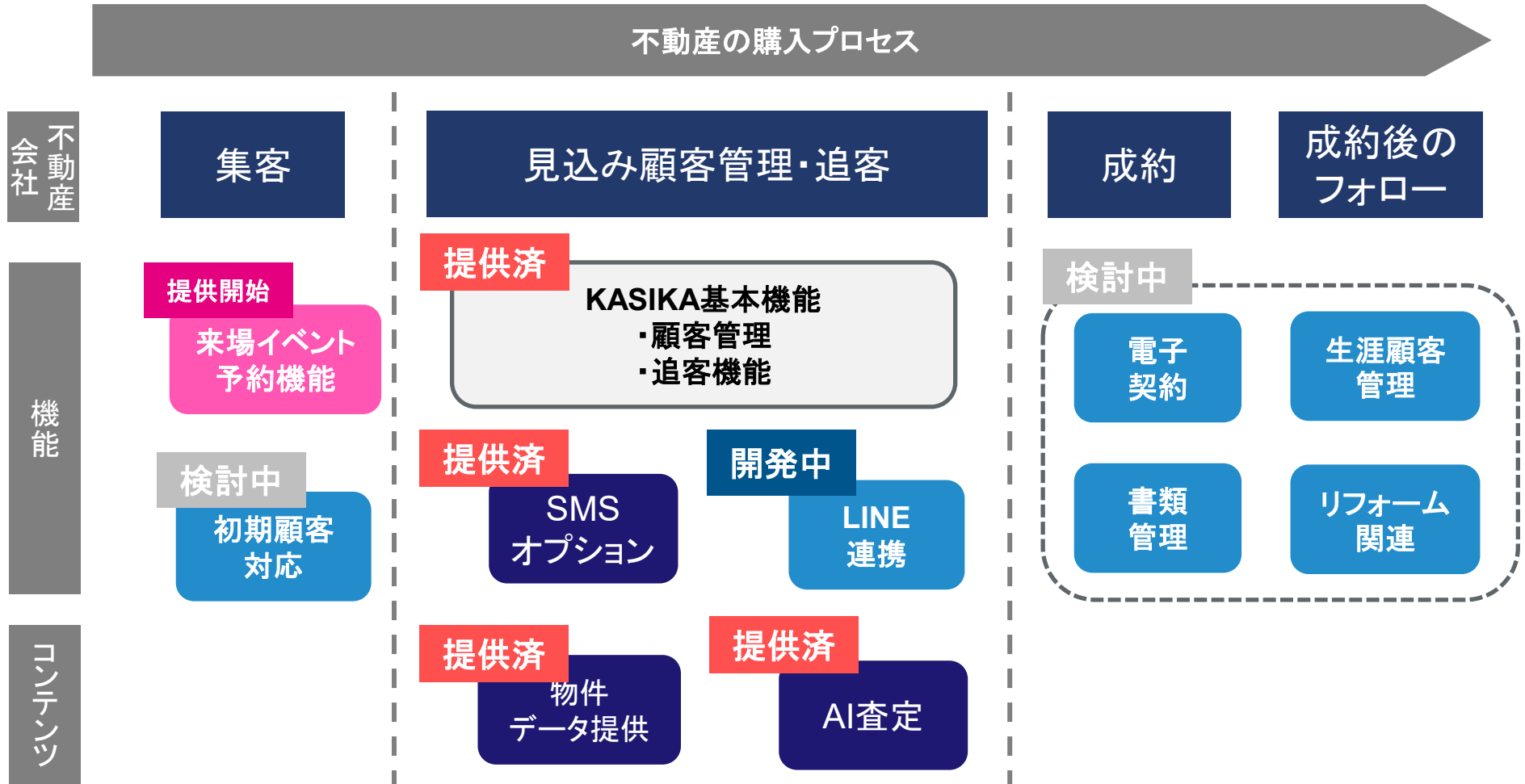
-KASIKAIの機能追加  
-データ・ナレッジの活用



”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

\*：2024年2月単月のMRR（Monthly Recurring Revenue）の金額

# 単価上昇及び対象ドメインの拡大のイメージ



- ✓ 住宅・不動産会社と顧客の間のコミュニケーションを管理するプラットフォームとなることで収益機会を増やす
- ✓ サービス拡充の選択肢として、今後は自社開発だけでなくM&Aも検討をしていく方針
- ✓ 当第3四半期に集客領域のオプションサービスとなる「来場イベント予約」の提供を開始

## 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、保証していません。