

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8月30日

 Cocolive 株式会社

証券コード(137A)

目次

1. 当社概要及びサマリー
2. 業績ハイライト(通期)
3. 2025年5月期計画
4. KASIKAが提供する価値
5. 市場環境
6. 今後の成長戦略等

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 TFT淡路町ビル
社員数	83名 (2024年5月31日時点)

サマリー

2024年5月期通期 決算ハイライト

- ✓ 通期として売上高、営業利益、当期純利益のいずれも過去最高を記録
- ✓ 売上高について年間10億円に到達、営業利益率についても20%台を達成
- ✓ 着実に新規顧客を獲得し、価値を提供し続けることで売上高、当期純利益のいずれも概ね年間計画通りに達成
- ✓ 当期中にリリースをした集客領域におけるイベント予約機能を含めて、各オプションサービスの利用も拡大中、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
- ✓ 2024年6月17日に株式会社ダイテックとのパートナーシップ契約締結を公表、引き続き社外とのアライアンス戦略にも注力する方針

サマリー

At a Glance (2024年5月期通期 主要計数)

売上高*1

10.3億円

前年同期比(28.9%)

営業利益*1

2.2億円

前年同期比(53.3%)

重要な経営指標(2024年5月末時点)

顧客数*2

1,093社

23年5月末(920社)

MRR *3

87百万円

23年5月末(68百万円)

単月解約率(社数ベース) *4

1.14%

23年5月末(1.06%)

*1: 24年5月期通期計数(12か月分累計)

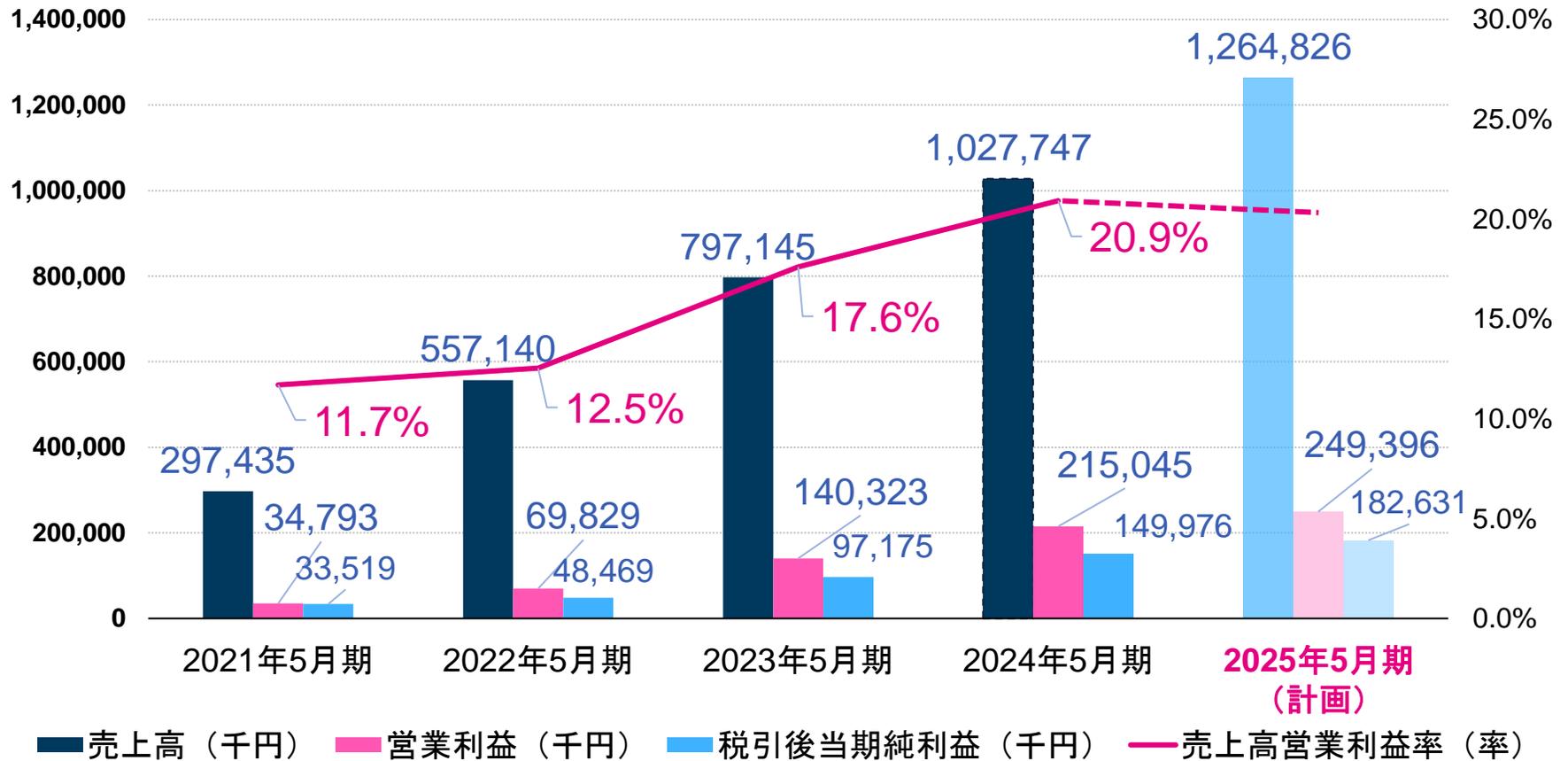
*2: 24年5月末時点、1つの法人で複数のKASIKAアカウントを利用している場合でも1社としてカウント

*3: Monthly Recurring Revenue(毎月繰り返し発生する売上高)の略語 87百万円は2024年5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(なお、2024年5月期第3四半期は1.16%)

業績推移(25年5月期業績見込み含む)

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
- ✓ 25年5月期の業績見込については**必要な成長投資(コスト面)は反映**、成長投資の成果となる今後提供予定の新規事業による**売上高の増加は反映させない形で策定**(進捗に応じ四半期決算で報告予定)

2. 業績ハイライト(通期)

損益計算書サマリー (2024年5月期 通期)

(千円)	通期(12か月)				年間計画	
	23年5月期	24年5月期	前期比(額)	前期比(率)	24年5月期	進捗率
売上高	797,145	1,027,747	230,602	128.9%	1,038,781	98.9%
営業利益	140,323	215,045	74,722	153.3%	225,587	95.3%
営業利益率(%)	17.6%	20.9%	3.3%	-	21.7%	-
経常利益	140,711	203,233	62,522	144.4%	220,767	92.1%
当期純利益	97,176	149,975	52,799	154.3%	153,168	97.9%

補足説明:

- ✓ 当社のサービス(KASIKAI)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。
- ✓ 売上高について年間10億円の規模に到達、営業利益率についても20%台に向上
- ✓ 新規顧客を獲得し解約率も一定水準(1.0%前後)を維持し、売上高・当期純利益は概ね年間計画通りに着地
- ✓ 年間計画の当期純利益(153,168千円)を意識しつつ、「賃上げ促進税制」による税額控除を最大限活用し、今後の中期的な成長に繋げるために人材投資(採用増加・定期昇給・部門別研修会等)を実施
- ✓ 「賃上げ促進税制」により当社が享受したメリット(当期の税金負担の節減額)は約10,000千円(税前利益ベースの影響額で14,000千円程度*)となり、必要な投資を適時に行いつつ、年間計画の当期純利益の水準に着地する形となった
- ✓ 今後も中長期的な株主価値の形成に資するように必要な投資と当期純利益のバランスを取る方針

*: 10,000千円 ÷ (1 - 当社実効税率30.62%) で概算として算出

・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 通期）

(千円)	2023年5月末	2024年5月末	増減
資産合計	372,505	792,194	419,689
預金	239,114	641,972	402,858
前払費用	18,075	7,589	-10,486
負債合計	105,344	129,418	24,074
純資産合計	267,160	662,776	395,616

補足説明

- ✓ 預金の増加は上場時の公募増資手取金(233,640千円)及び事業の伸長(当期純利益計上)によるもの
- ✓ 公募増資以外の手元資金については、新規事業、M&A等のリスクが高い投資分野への投資資金として活用することを想定
- ✓ 当社は現在(2024年7月12日)も無借入となっているが、投資規模によっては手元資金と借入を組み合わせることで効率的な資本コストを志向する
- ✓ 当社はサーバ費用の一部を前払することで一定の割引を享受しており、期間の経過と共に前払費用を取り崩した結果として23年5月末比で減少
- ✓ 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(そのため、ソフトウェアの減損損失リスクは無い状況)

アライアンス戦略のアップデート（株式会社ダイテックとの契約締結）

-2024年6月17日公表済-

消費者と住宅会社間の
コミュニケーションのDX化

住宅会社業務のDX化



Cocoliveが提供する「KASIKO」は、工務店・ハウスメーカー、不動産仲介会社、マンションデベロッパーを中心に1,000社以上に利用されている住宅・不動産業界向け自動追客・商談管理ツール

ダイテックが提供する住宅会社向けクラウドサービスは2024年4月現在、75,000社以上が利用
「注文分譲クラウドDX」は、見込み客管理、見積作成、予実管理、電子受発注、原価管理、点検保守など、住宅会社の業務情報をクラウド上で一元化するサービス

- ✓ 双方で保有している顧客情報、商談情報、契約情報をAPI連携することで、業務プロセスの大幅な効率化と時間、コストの削減を実現します

3. 2025年5月期計画

2025年5月期 業績予想

千円	24年5月期 (実績)	25年5月期 (計画)	増減額	増減比率
売上高	1,027,747	1,264,826	237,079	23.1%
営業利益	215,045	249,396	34,351	16.0%
営業利益率(%)	20.9%	19.7%	-	-1.2%
経常利益	203,233	249,396	46,163	22.7%
当期純利益	149,975	182,631	32,656	21.8%

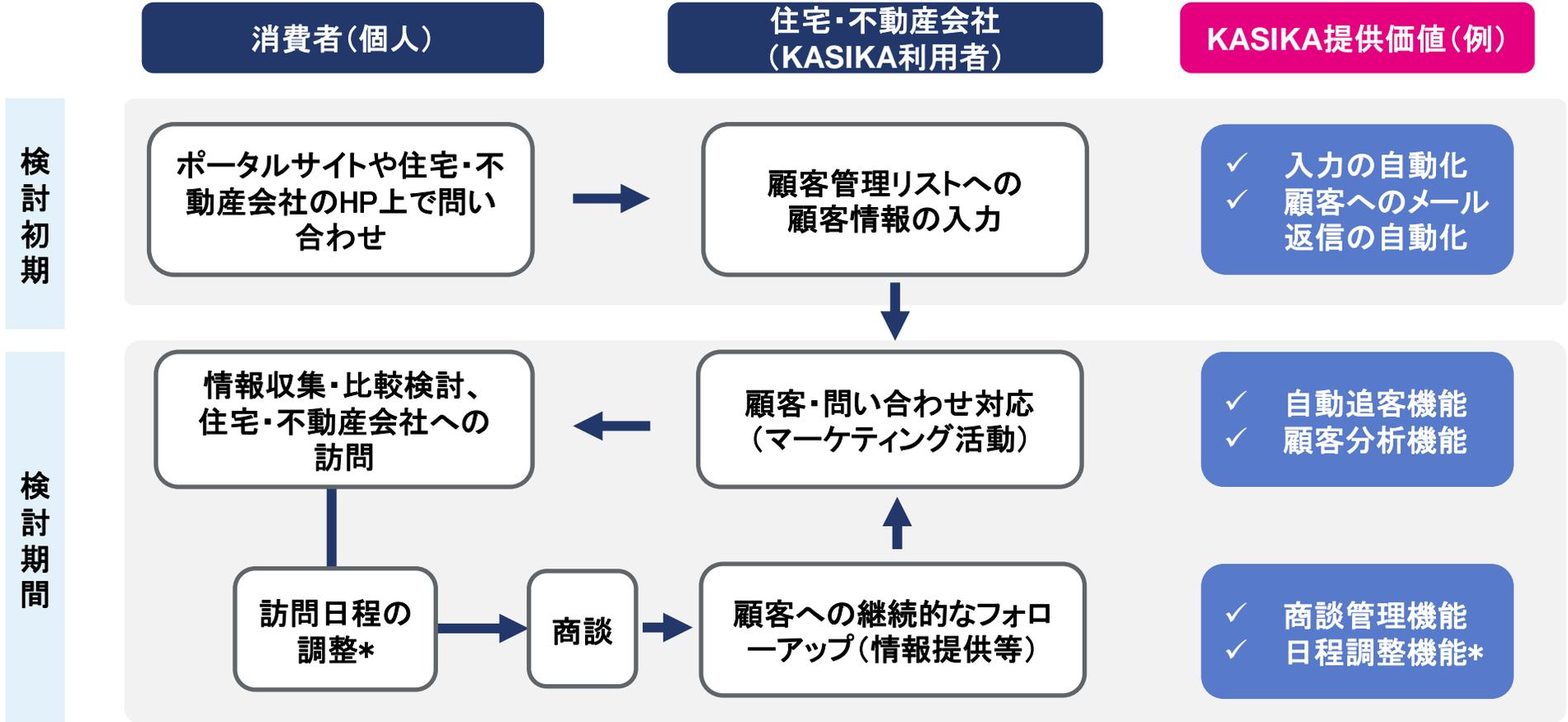
補足説明:

- ✓ 業種特化型SaaSとして、収益の安定性・事業の効率性を活かして、**着実な増収増益を見込む**
- ✓ 売上高については2024年5月までの実績値を考慮し策定。今後提供予定の新規事業による売上高拡大の織り込みは行わず、直近足元までの傾向が今後も継続する想定での計画となっている。
- ✓ 投資効率を重視しつつ、引き続き重要な投資(人材投資、通信費用、セキュリティ費用等)を行う方針
- ✓ 当社サービスの安定性向上を目的としたサーバ増強を2024年6月1日より行っており、当該サーバ増強による売上原価増を予定(毎月100万円程度の費用増)
- ✓ 大規模な営業外損益、特別損益項目は想定無く、「賃上げ促進税制」の税額控除を24年5月期と同程度想定
- ✓ 単月解約率はこれまでと同様に1.0%前後を想定(なお、1.0%±0.2%程度の変動は各四半期で生じる想定)
- ✓ 想定契約社数、MRRについては単月では若干のブレがあることから、四半期ごとに実績数値を公表予定

4. KASIKAIが提供する価値

事業概要: KASIKAIを開発・提供

■住宅・不動産会社におけるKASIKAI利用イメージ



- ✓ KASIKAIの利用により、住宅・不動産会社の**営業活動の標準化・効率化**を実現
- ✓ **オプション機能を活用**することで、より効率化・営業活動の質を高めることができます

*: 訪問日程の調整をより効率的に行う「来場イベント予約機能」をオプションサービスとしてリリース致しました

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、仕組み化をするのが難しい
- ✓ 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

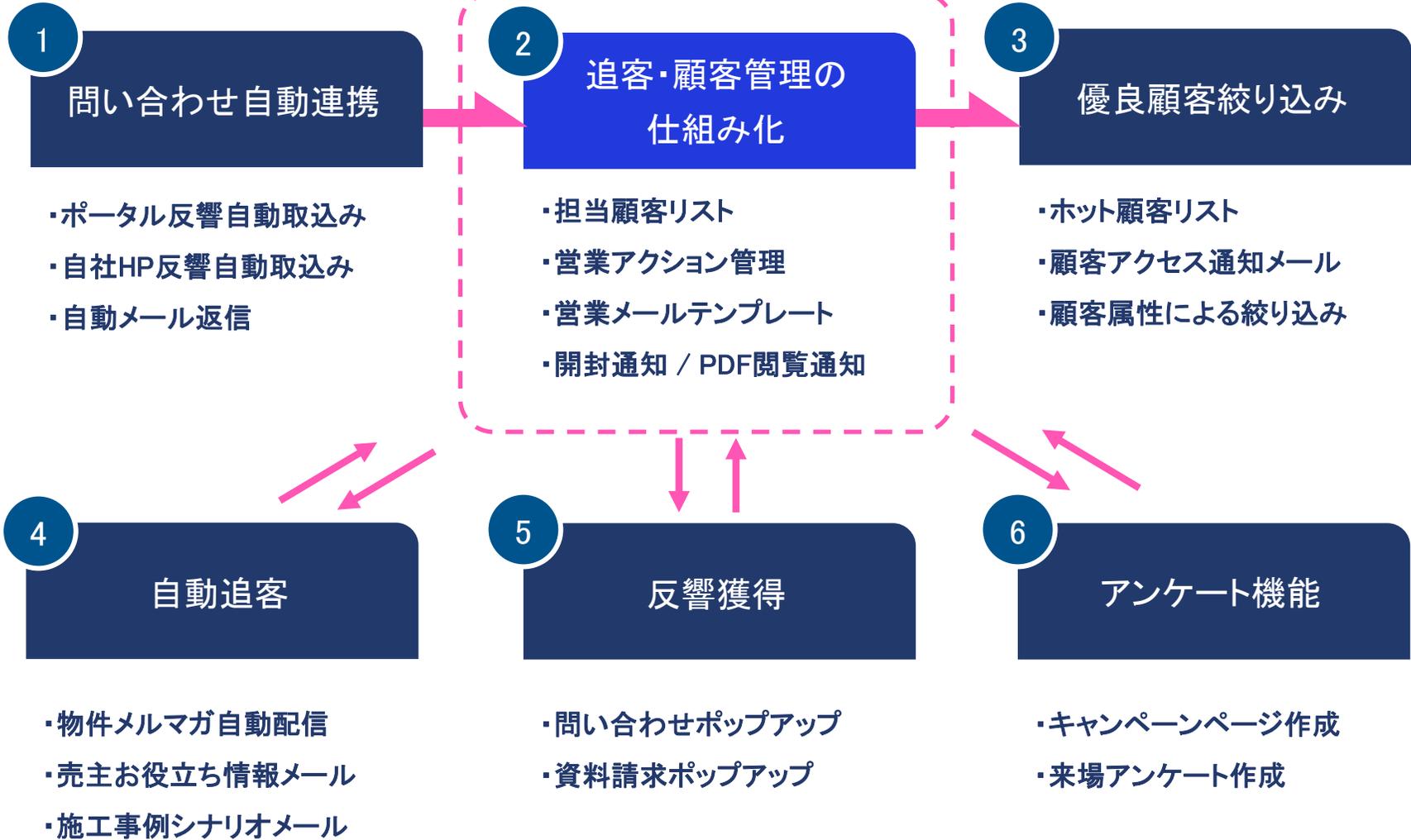
- 1 追客活動を効率化する自動追客機能
- 2 営業活動を可視化する顧客管理・分析
- 3 デジタル化による作業・管理の効率化

KASIKAIの主要機能については
次ページを参照下さい

*: 追客(つききゃく) 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。

KASIKA主要機能一覧

KASIKA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 CRM interface, which is designed for ease of use. It features a sidebar with navigation options like 'レポート' (Reports), '反響獲得ツール' (Response Acquisition Tools), and '営業ツール' (Sales Tools). The main area shows a '担当顧客一覧 (666人)' (Assigned Customers List) with filters for 'Webアクセス' (Web Access) and '絞り込み条件を追加' (Add Filter Conditions). A table lists customer details such as name, visit count, PV count, and last web access. A detailed view for customer '手塚太郎' (Tetsuta Taro) shows contact information and a 'メールを送る' (Send Email) button. The bottom right corner includes a '曜日別アクセス' (Daily Access) chart and a '時間別アクセス' (Time-based Access) section.

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	6	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	田中よしみ	2	1	2020年08月			

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

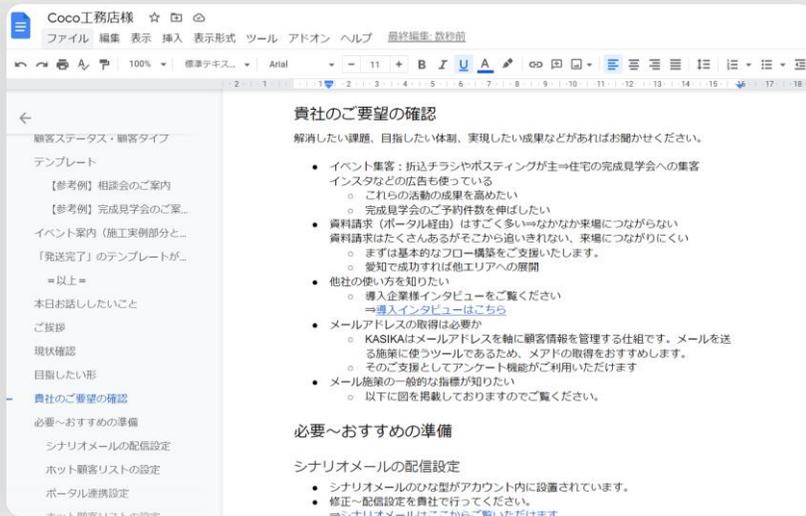


3.手厚いサポート

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

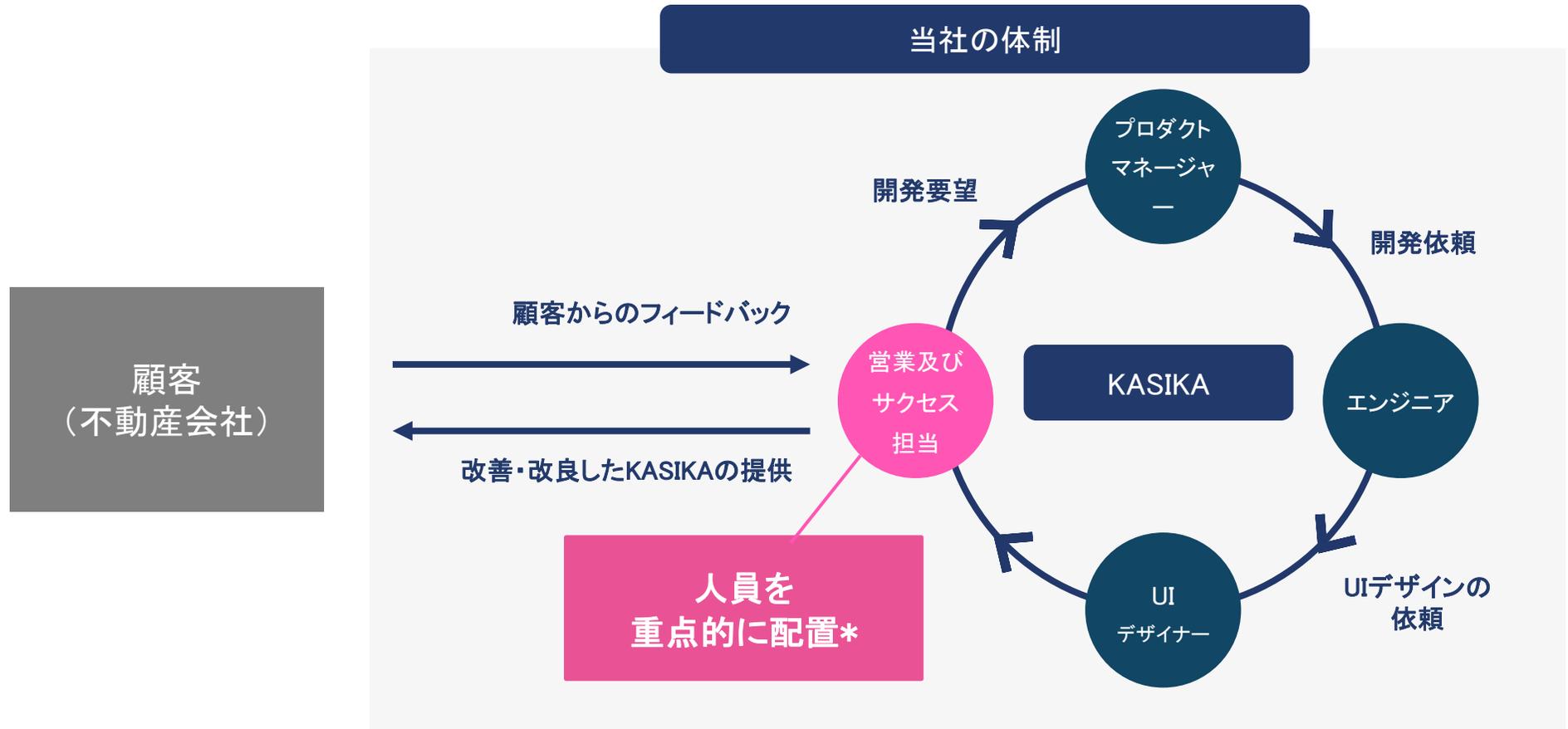


会社別サマリ		Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO・テスト	担当者	DEMO
Monthly Summary									
対象期間		2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月
社員数		28	27	23	20	23	22	20	19
ログイン率		57%	67%	83%	60%	61%	64%	70%	79%
顧客数		82	68	66	58	53	40	36	31
ユニークアクティブ顧客数		25	10	17	10	15	13	7	11
UA顧客率		30.5%	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

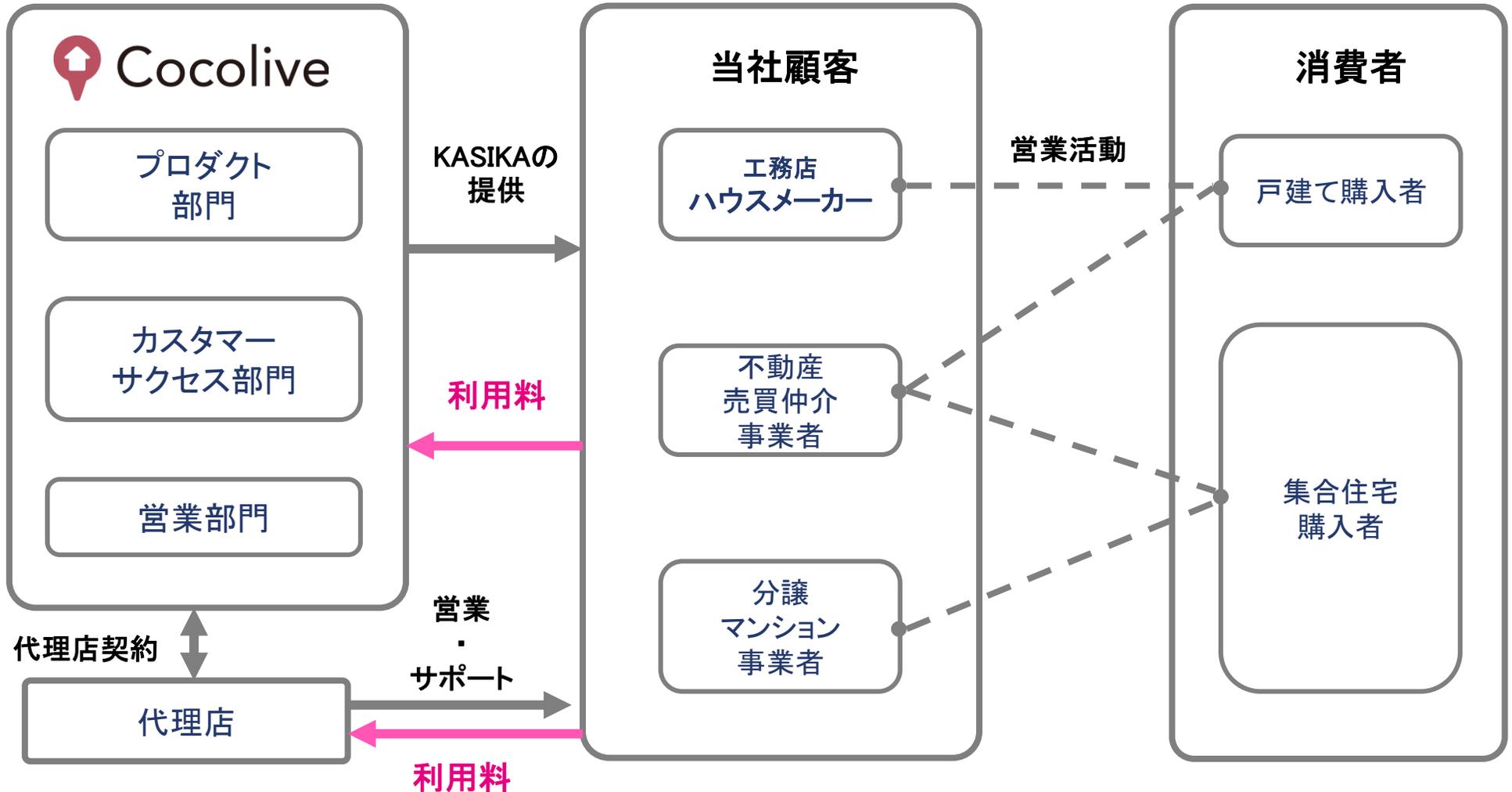
継続的な改善・改良を行うための当社の体制

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



*:2024年5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

■事業系統図



KASIKA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

5. 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 (2024年5月末)	1,093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	1.6%			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。

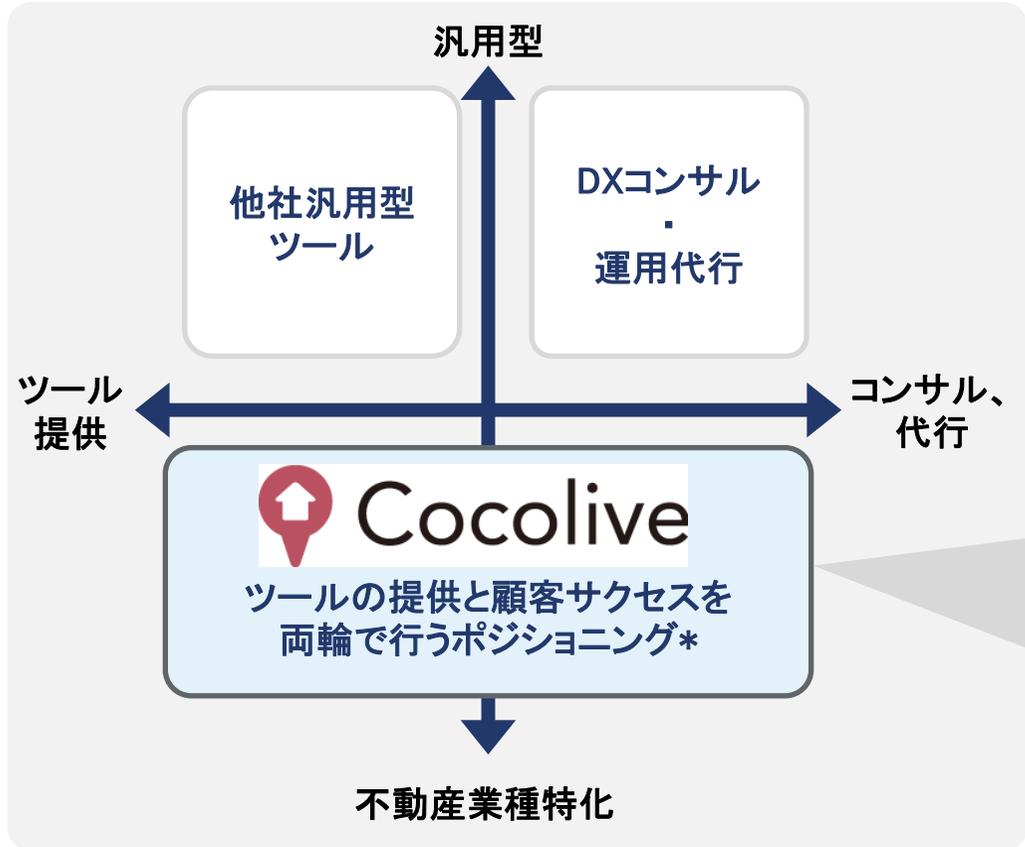
なお、上記事業社数及び従業員数には当社が主要なターゲットとしていない不動産賃貸仲介業者も含まれており、実際に当社がサービスを提供し得る顧客と乖離が生じる場合があります

*2: 当社ユーザ数課金プランの1ユーザ追加時の料金

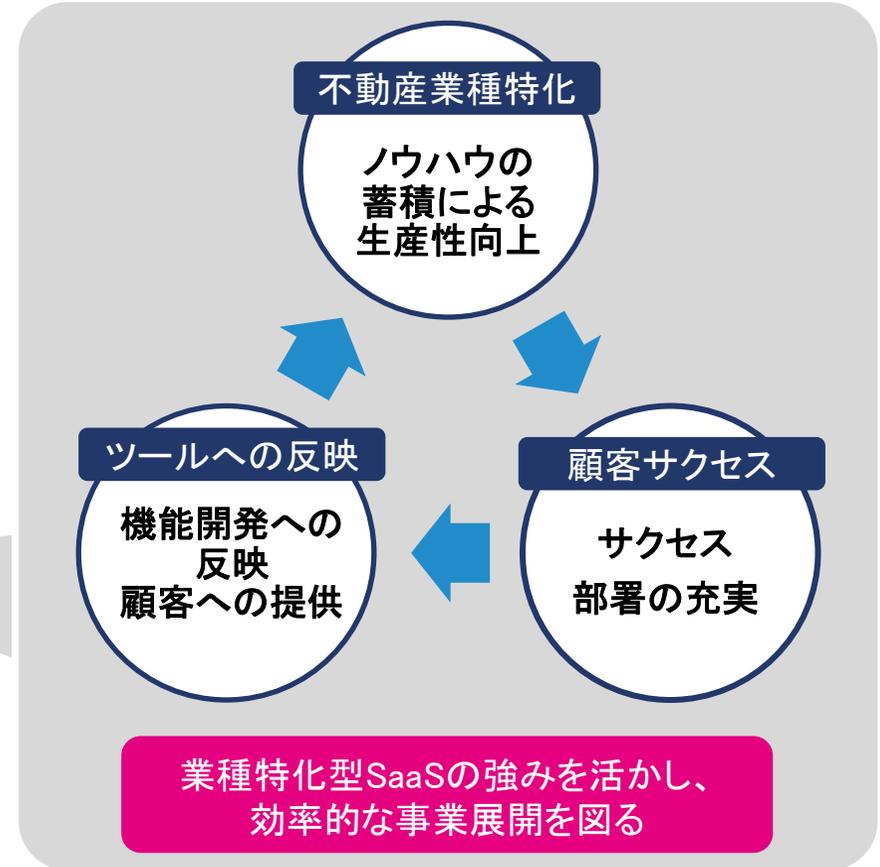
*3: SAM(Serviceable Available Market): 事業が獲得しうる最大の市場規模

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

*: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

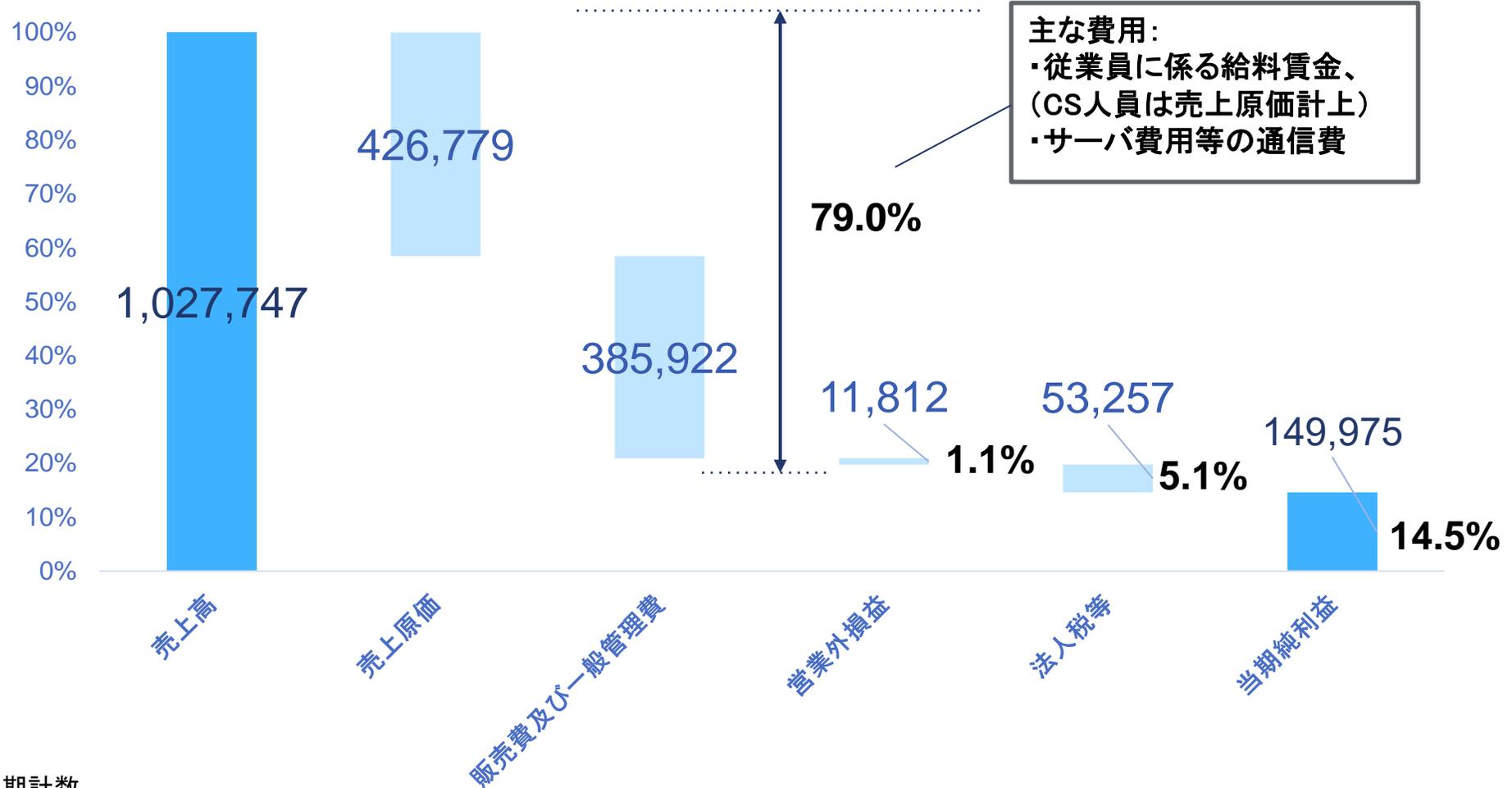
+各オプションサービス(SMS送信等)

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。

当社の収益構造

2024年5月期：効率的な事業運営により、必要な投資を行いつつ4期連続で営業利益黒字を達成



- ・24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

6. 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

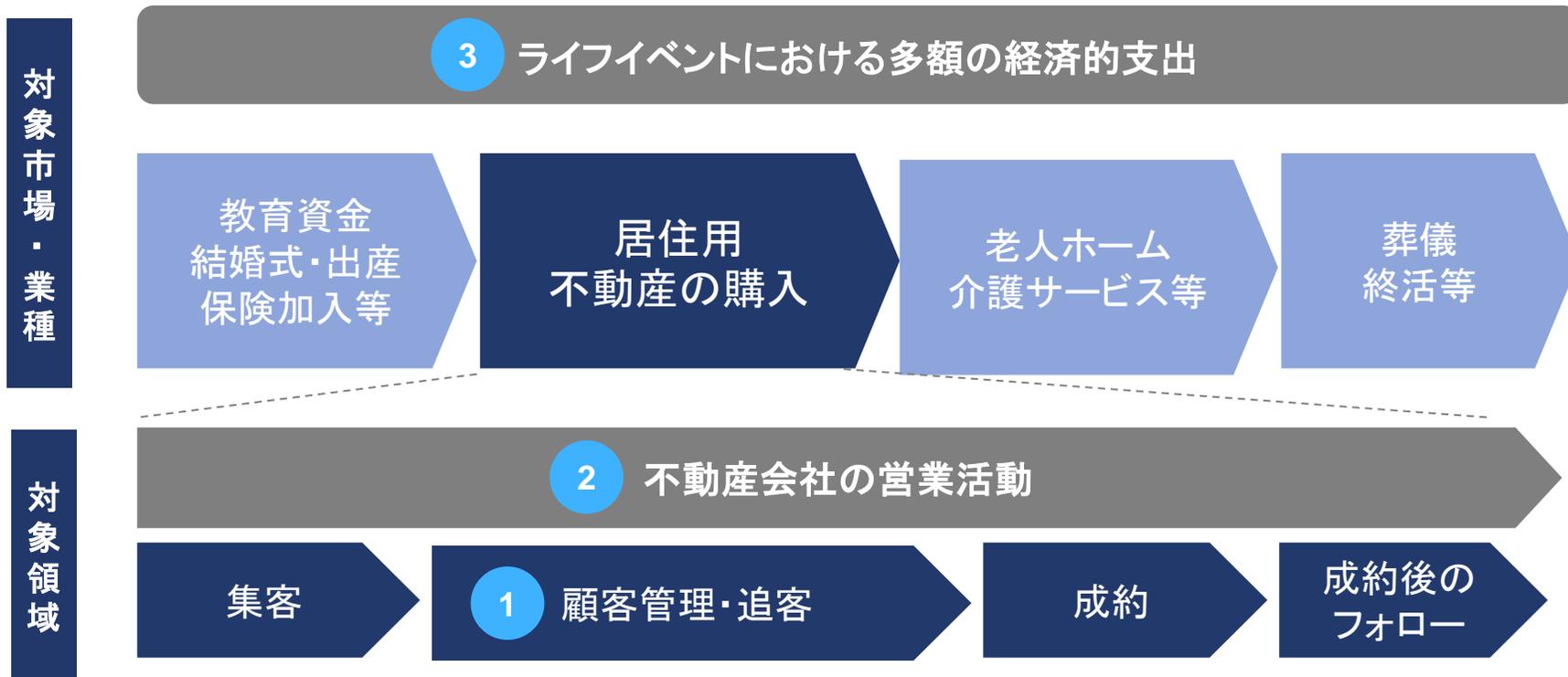
他業種への進出

- 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

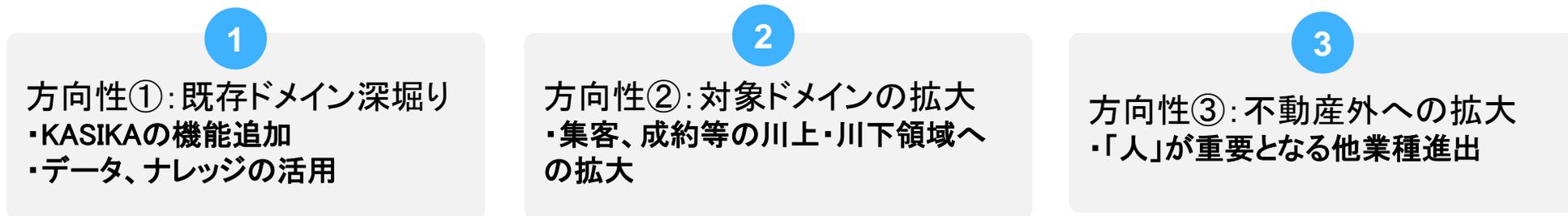
短期・中期的な成長戦略

中長期的な成長戦略

■当社が現在検討している市場



■成長戦略の方向性

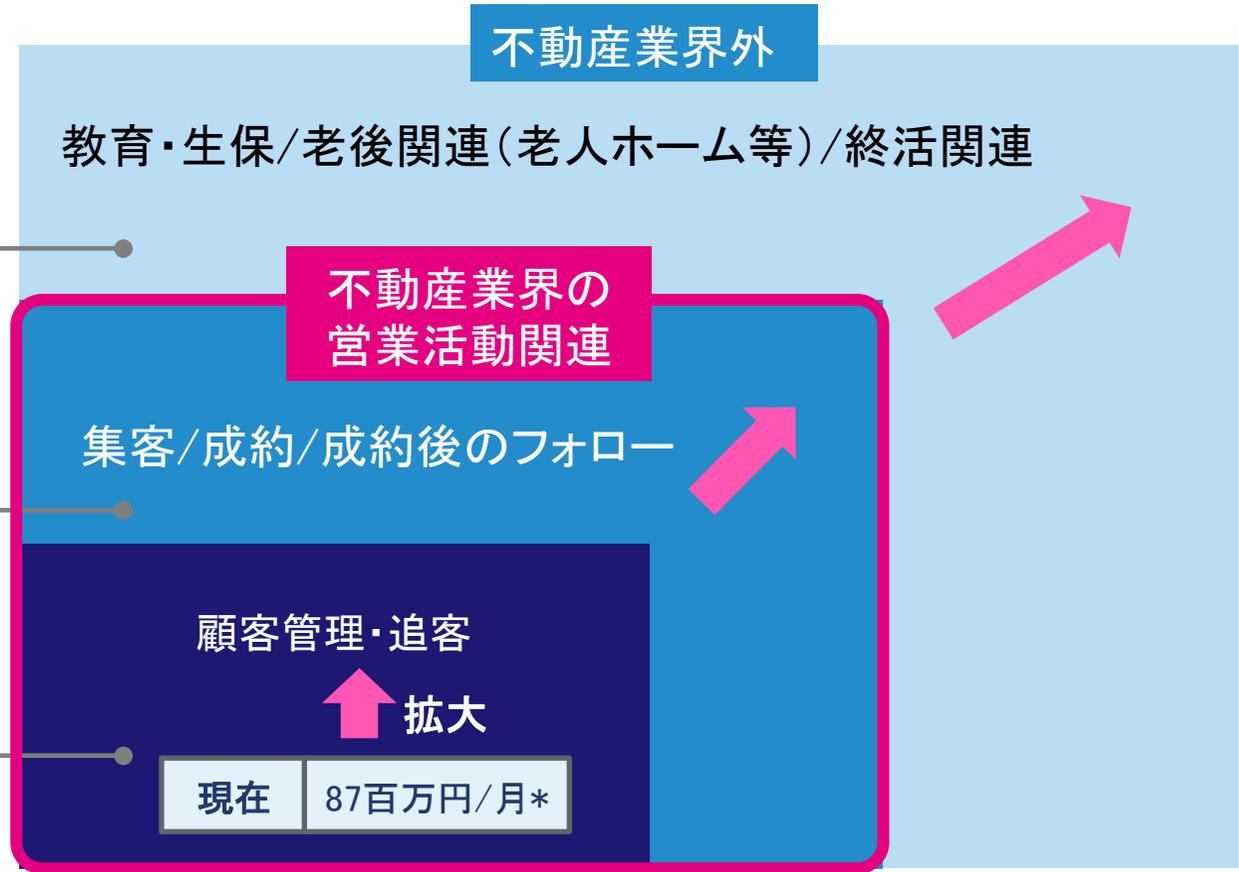


今後の成長戦略

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

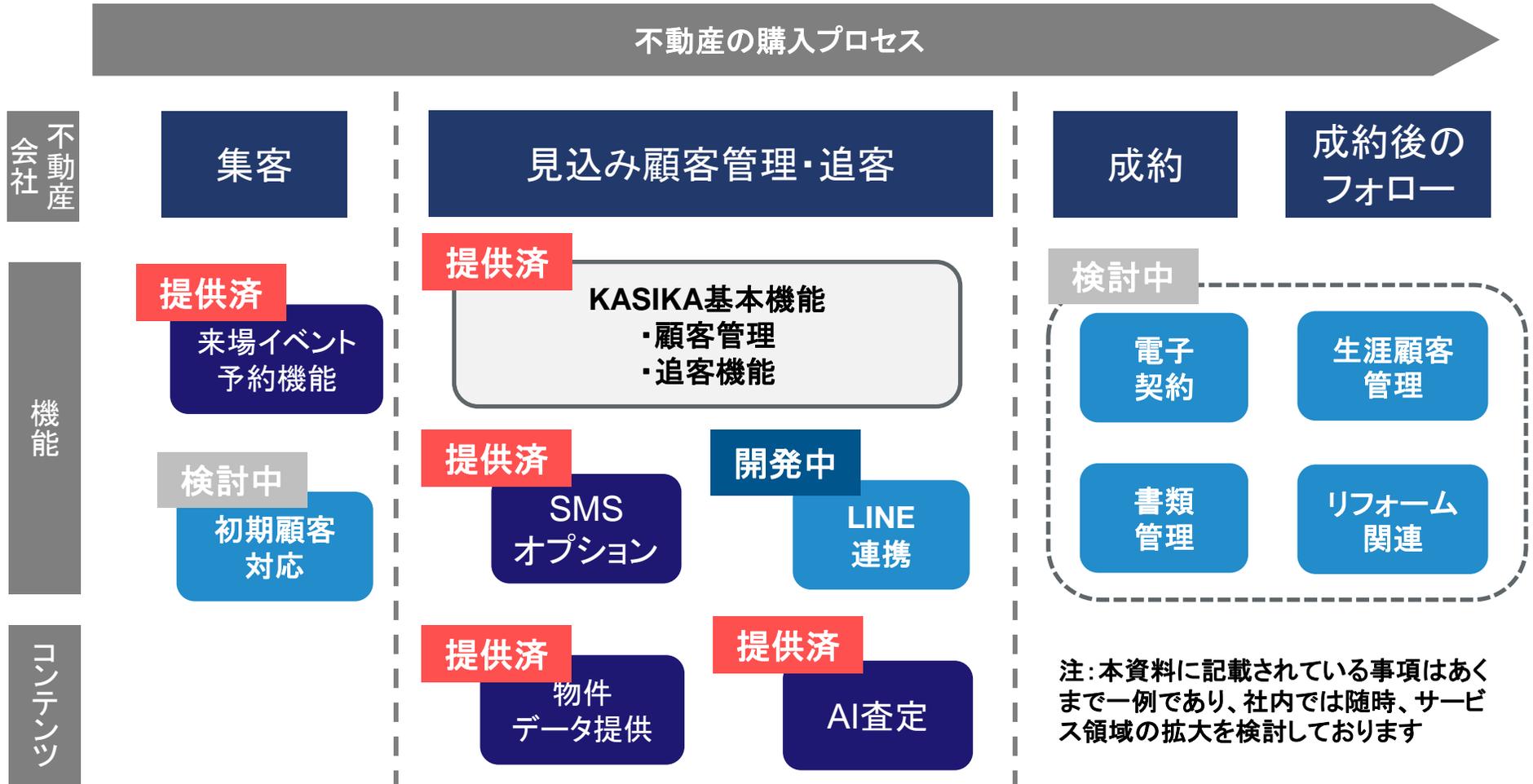
方向性①: 単価・顧客数増加
 -KASIKAの機能追加
 -データ・ナレッジの活用



”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5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3四半期に提供開始した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」は着実に利用拡大中

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

当社が認識する主要なリスク

事業等のリスク

・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任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出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ます。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な競争力の維持・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への依存度を逡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有価証券報告書等の「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、有価証券報告書提出の時期(8月)を目途として開示を行う予定です。