



事業計画及び成長可能性 に関する事項

2024年12月23日

株式会社くふうカンパニー

※ 2024年12月31日付で「株式会社くふうカンパニーホールディングス」に商号変更を予定。

本資料においては、一部変更後の商号で記載しております。



くふうカンパニーグループの概要

会社概要 ※時点の記載がない項目については、2025年1月1日時点の内容を記載しております

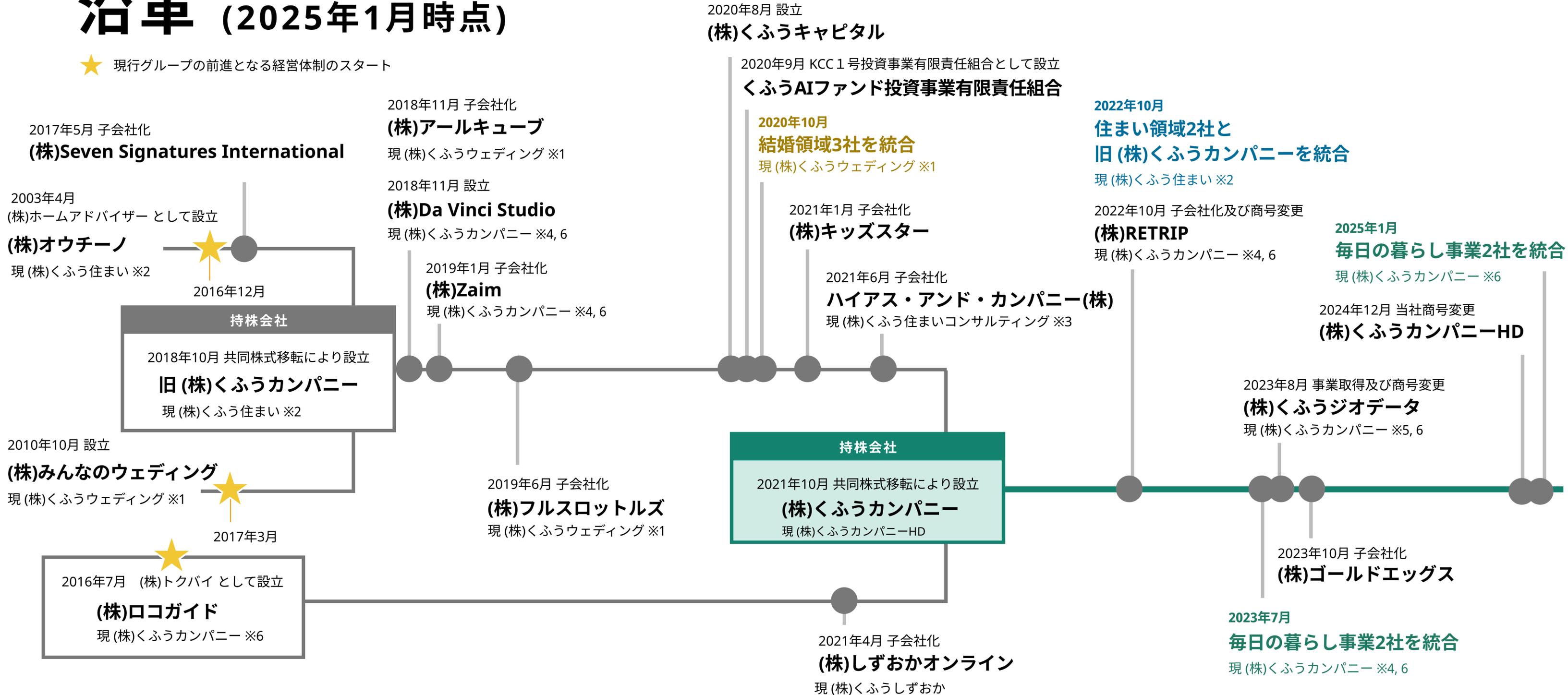
株式会社くふうカンパニーホールディングス

Kufu Company Holdings Inc.

代表者	代表執行役 穂田 誉輝
グループ創業日	2016年7月1日 ※ 株式会社トクバイ設立日
設立年月日	2021年10月1日 ※ 共同株式移転の方法により、株式会社ロゴガイド と 株式会社くふう中間持株会社 (旧 株式会社くふうカンパニー) の完全親会社として設立
本社所在地	東京都港区三田一丁目4番28号
上場市場	東京証券取引所グロース市場 (証券コード：4376)
資本金	30百万円 (2024年9月末時点)
連結子会社	15社 (2024年9月末時点)
従業員数	592名 (2024年9月末時点 連結)

沿革 (2025年1月時点)

★ 現行グループの前進となる経営体制のスタート



※1：2020年10月～2021年1月、(株)みんなのウェディング、(株)アールキューブ、(株)フルスロットルズ を統合。2024年5月、(株)くふうウェディング に商号変更。
 ※2：2022年10月、(株)オウチーノ、(株)おうちのくふう、(株)くふう中間持株会社 (旧(株)くふうカンパニー) を統合し、(株)くふう住まい に商号変更。
 ※3：2024年2月、ハياس・アンド・カンパニー(株)を完全子会社化。2024年8月、(株)くふう住まいコンサルティング へ商号変更。
 ※4：2023年7月、(株)Zaimと(株)Da Vinci Studio を統合し、(株)くふうAIスタジオ に商号変更。2024年11月、(株)くふうAIスタジオ と (株)RETRIP を統合。
 ※5：2024年7月、(株)ロコガイド と (株)くふうジオデータ を統合。
 ※6：2025年1月、(株)ロコガイド と (株)くふうAIスタジオ を統合し、(株)くふうカンパニー に商号変更。

グループ理念

「くふう」で
暮らしに
ひらめきを



ユーザーへの約束

私たちはユーザーのことを考え抜き、
真の課題解決方法によって
一人ひとりに合ったサービスを創り、
新しい体験を届け続けます。

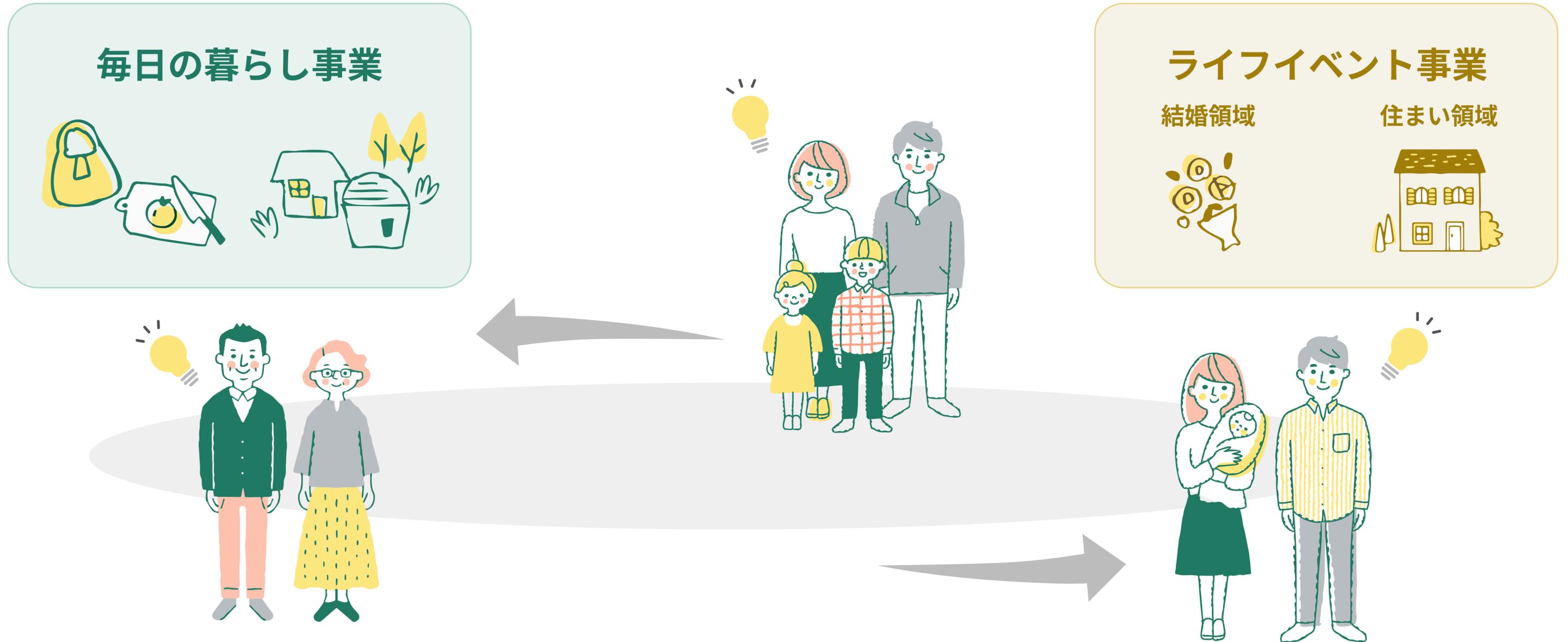
大切にしたい価値

ユーザーファースト

ユーザーのために、
良く学び、
良く考え、
より良く働く。

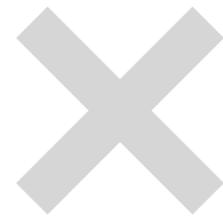
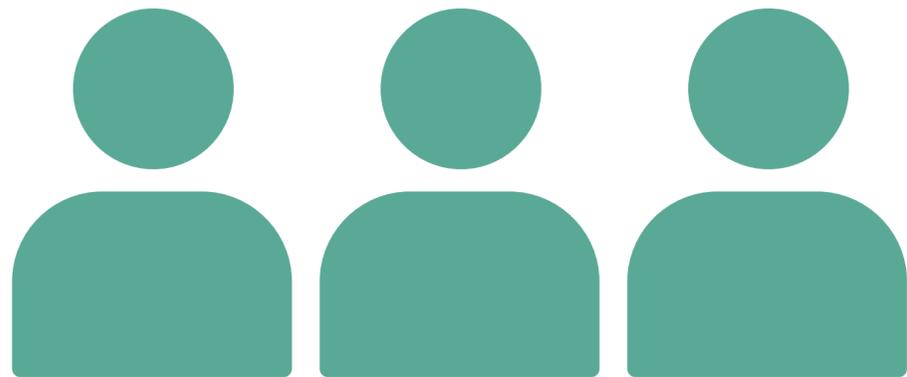
日々くふう

「毎日の暮らし」及び「ライフイベント」において、生活者であるユーザーにとっての利便性や豊かさを最優先に考え、情報格差の解消や利便性の高いサービスづくりに取り組むとともに、ユーザーの主体的な意思決定や行動につながる価値提供を目指す。



「毎日の暮らし」から「ライフイベント」まで、あらゆる場面の選択や意思決定において、ユーザーが当社グループのサービスを使い、選んでよかった、後悔のない決定ができた、という心からの満足をつくる。その結果としての、ユーザー数 × 満足度が、われわれの企業価値の源泉。

ユーザー数



満足度



毎日の暮らし事業を中心としたグループの構築に向けて、24/9期を通じて構成会社の絞り込み等を実施

毎日の暮らし事業

- くふうカンパニー

✓ 2025年1月1日付で ロコガイド と くふう AI スタジオ を統合し、「株式会社くふうカンパニー」に商号変更
(2024年12月31日付で 持株会社は「株式会社くふうカンパニーホールディングス」に商号変更)

ライフイベント事業

- くふう住まいコンサルティング
- くふう住まい
- くふうウェディング

投資・インキュベーション事業

- くふうしずおか
- キッズスター
- ゴールドエッグス
- Seven Signatures International (SSI)
- くふうキャピタル
- くふうカンパニーHD (投資事業)

ユーザー



ユーザーの意思決定・行動を創出するツールやサービスの提供

 くふうカンパニー

毎日の暮らしに役立つツール

住まいサービス

結婚サービス

SaaSツールや集客支援・コンサルティングサービス等の提供

法人・事業者



2024年9月期 連結業績

- 売上高は 15,544百万円（前期比 75.9%）、通期業績予想に対する達成率は 97.2%

	23/9期	24/9期			
	実績	実績	前期比	予想	達成率
売上高	20,486	15,544	75.9%	16,000	97.2%
毎日の暮らし事業 ※1	3,132	3,028	96.7%	-	-
ライフイベント事業	11,803	9,148	77.5%	-	-
投資・インキュベーション事業 ※2	5,614	3,666	65.3%	-	-
その他	189	-	-	-	-
調整額	▲254	▲299	-	-	-

（単位：百万円）

※1：2024年7月1日付で(株)ロコガイドが投資・インキュベーション事業を構成していた(株)くふうジオデータを吸収合併。

※2：投資・インキュベーション事業において(株)ゴールドエッグスを2024年9月期 第2四半期連結会計期間よりP/L連結開始。

連結業績 営業利益・EBITDA

- 営業利益は 631百万円（前期比 33.6%）、通期業績予想に対する達成率は 90.2%
- EBITDA は 1,705百万円（前期比 58.3%）、通期業績予想に対する達成率は 94.7%

	23/9期	24/9期			
	実績	実績	前期比	予想	達成率
営業利益	1,882	631	33.6%	700	90.2%
毎日の暮らし事業 ※1	829	603	72.7%	-	-
ライフイベント事業	680	669	98.3%	-	-
投資・インキュベーション事業 ※2	1,550	525	33.9%	-	-
その他	▲149	-	-	-	-
調整額	▲1,027	▲1,165	-	-	-
EBITDA	2,926	1,705	58.3%	1,800	94.7%

（単位：百万円）

※1：2024年7月1日付で(株)ロコガイドが投資・インキュベーション事業を構成していた(株)くふうジオデータを吸収合併。

※2：投資・インキュベーション事業において(株)ゴールドエッグスを2024年9月期 第2四半期連結会計期間よりP/L連結開始。

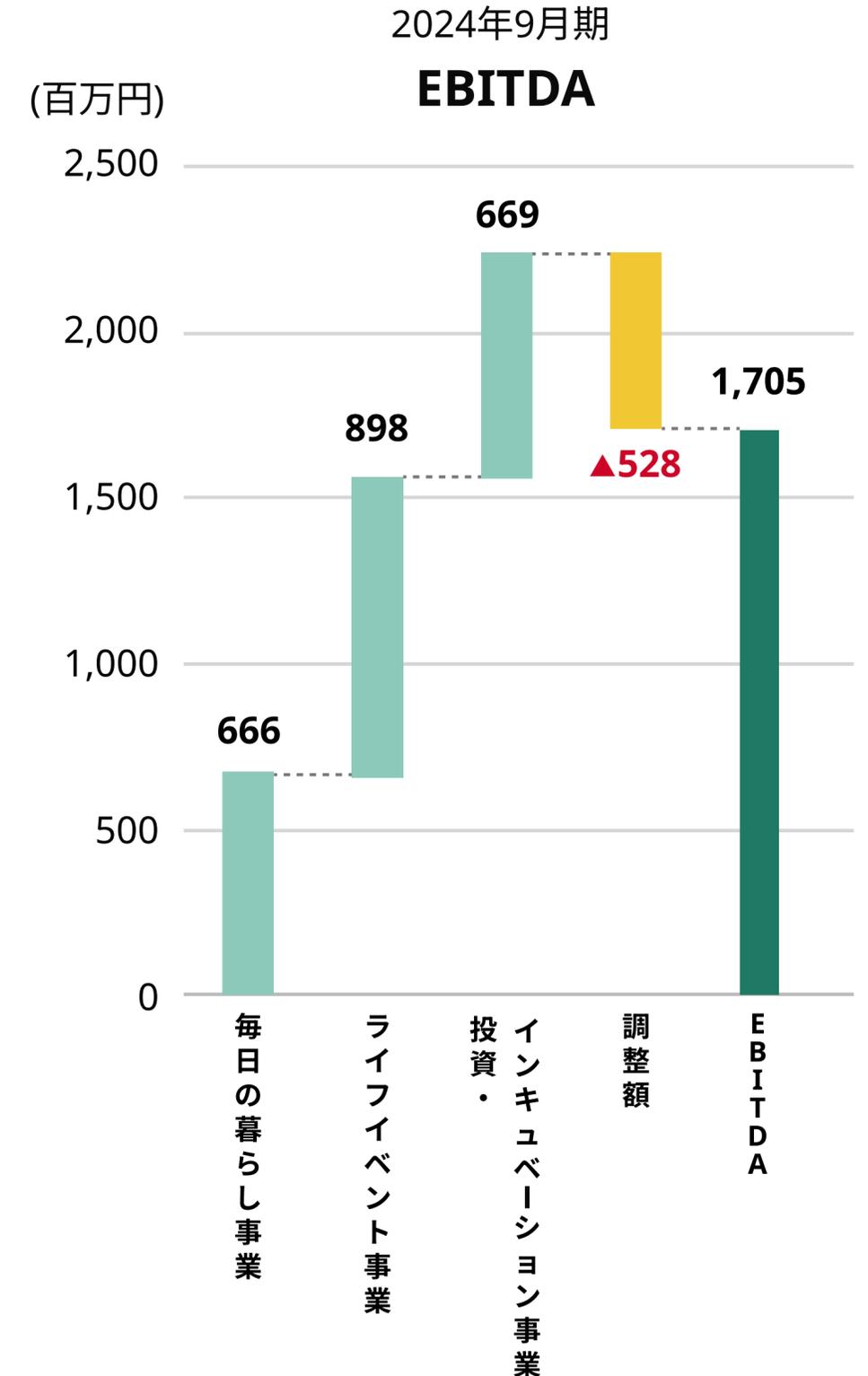
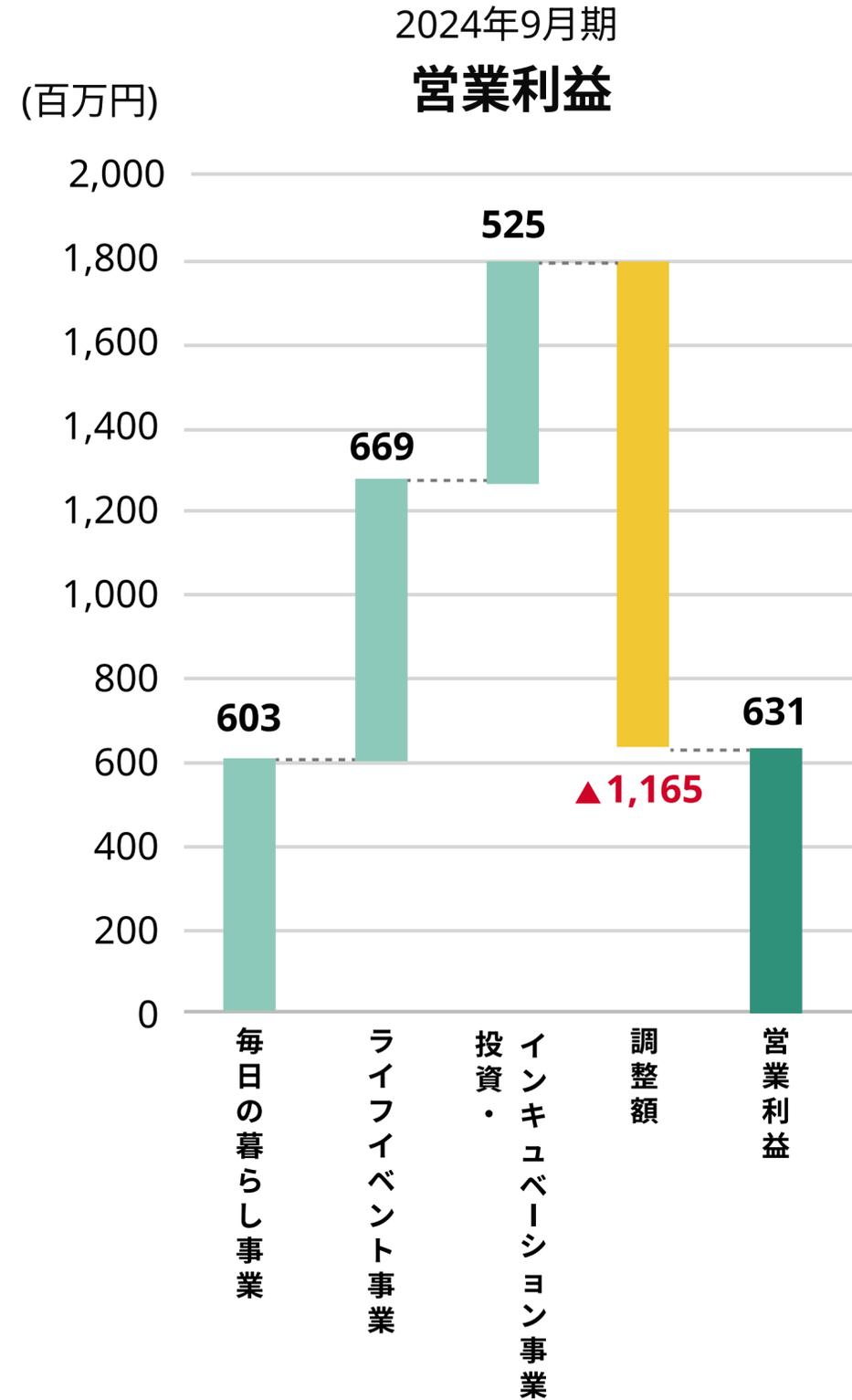
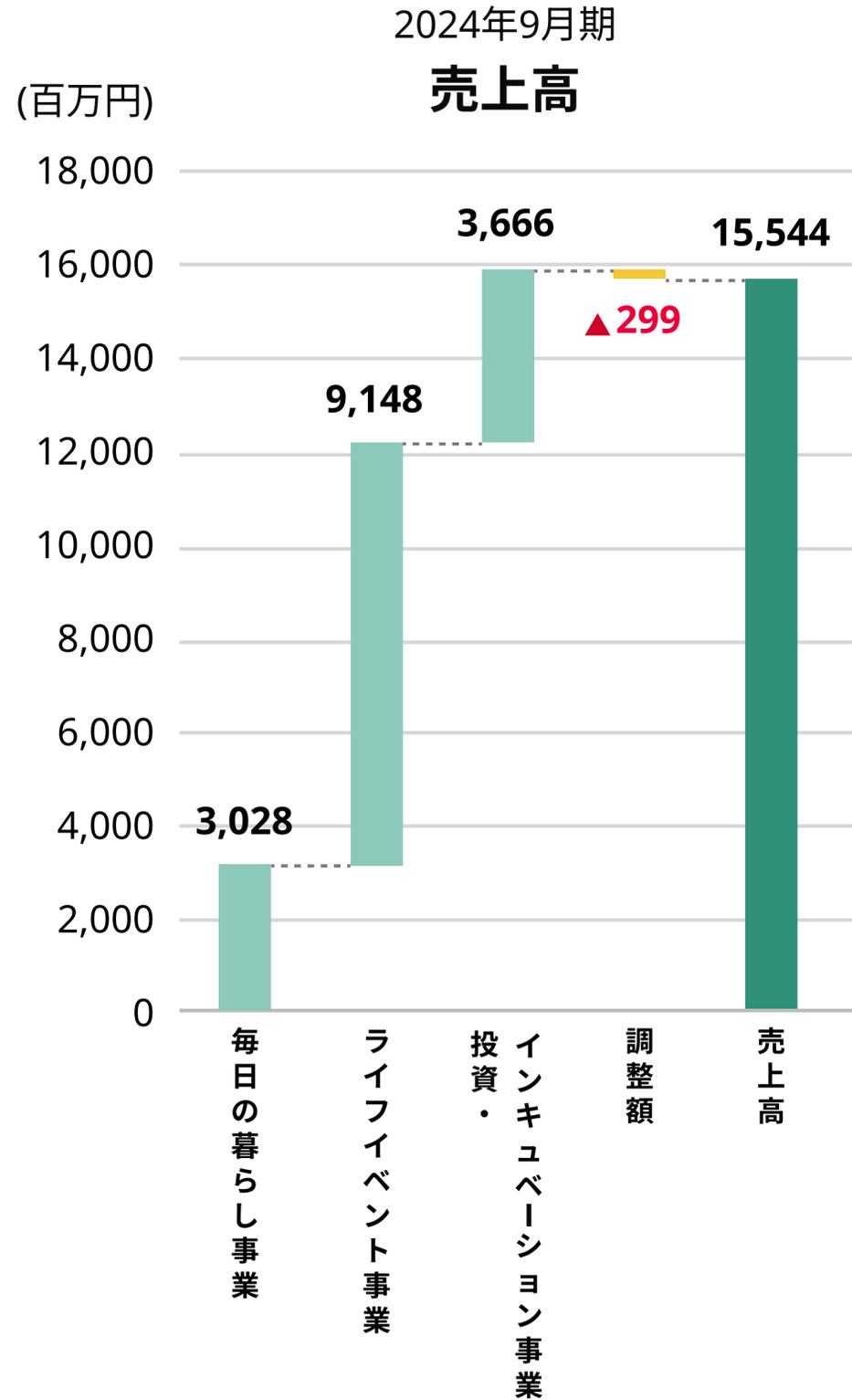
- 売上高は 15,544百万円（前期比 75.9%）、営業利益は 631百万円（前期比 33.6%）、EBITDA は 1,705百万円（前期比 58.3%）で着地

各事業の進捗

毎日の暮らし事業	<ul style="list-style-type: none">• トクバイ事業は有料掲載店舗数が伸び悩み。• コスト削減を推進するも、通期ではメディア広告の減益による事業全体へのインパクトが大きい。
ライフイベント事業	<p>住まい領域</p> <ul style="list-style-type: none">• 厳しい市況の中、くふう住まいコンサルティング※はWeb集客支援や商材拡充に一定の効果、不採算事業を整理。• くふう住まいはイエタテ事業の相談カウンターの成約件数増加等が業績に寄与、新規出店も概ね計画通りに進捗。 <p>結婚領域</p> <ul style="list-style-type: none">• メディア事業の市場環境は厳しいが、商材拡充による収益力強化を推進。 結婚式プロデュース事業は施行件数が増加、受注も堅調に推移し、領域での通期黒字化を達成。
投資・インキュベーション事業	<ul style="list-style-type: none">• 純投資事業は営業投資有価証券の売却益を計上するも、前期水準には及ばず。• インキュベーション事業において、9月に連結子会社のキッズスターが東証グロース市場に上場。

※ 2024年8月1日付で ハイアス・アンド・カンパニー(株) から (株)くふう住まいコンサルティング へ商号変更。

連結業績 セグメント別業績



1. AX (AI eXperience, AI Transformation) の活用促進

- ✓ 事業では、画像解析AIを活用した「トクバイ チラシ比較」機能を2023年10月にアプリでリリース。ユーザーから好評を得て、機能拡充を推進
- ✓ 組織では、「AX推進」を担うチームがグループ横断で従業員のAI活用をサポート。グループ従業員約400名を対象に2024年7月に実施したアンケートでは、約7割が業務においてAIを活用していると回答（1月比で +6%ポイント上昇）

2. ユーザーに対する行動提案・行動創出の強化

- ✓ 上述の「トクバイ チラシ比較」機能など購買行動の創出に注力するとともに、日常生活において共通した深い悩みを多く抱える子育て層への提案強化に向けて、ユーザー接点強化に着手（2024年10月に「くふう キッズごはん」をリリース、など）
- ✓ 「マネー領域」においては、ツールの提供のみならず一人ひとりの生活環境の参考になるコンテンツを公開するなど、行動変容へ寄与する機能開発を推進（2024年10月に「くふう 家計簿」をリリース、など）

3. グループ内の統合推進

- ✓ グループを「くふう」ブランドに統合していくことを目指し、社名やサービス名の変更を推進
- ✓ グループ内サービス連携の強化を図るべく、共通ユーザーIDの導入を推進（2024年10月に「Zaim」に導入済み、25/9期中に「トクバイ」への導入を目指す）
- ✓ 毎日の暮らし事業を中心としたグループ組織を目指し、2024年7月よりロコガイド及びくふうAIスタジオ、くふうカンパニー（一部）の一体運営を開始

2025年9月期 連結業績予想

2025年9月期 連結業績予想

- 2025年9月期は 売上高14,000百万円（前期比 90.1%）、営業利益 500百万円（前期比 79.1%）、EBITDA 1,600百万円（前期比 93.8%）を計画
- 2026年9月期に EBITDA 100億円を目指す中期計画については、足元の業況を踏まえて見直し中

	24/9期	25/9期	
	実績	予想	前期比
売上高	15,544	14,000	90.1 %
営業利益	631	500	79.1 %
EBITDA	1,705	1,600	93.8 %

（単位：百万円）

【各事業の見通し】

毎日の暮らし事業

- 構成会社を1つに統合し、サービス連携や業務の効率化、組織の活性化を促進
- 買い物領域は情報掲載業態の拡大、各業態における情報網羅性向上に注力
- マネーや子育て領域等のサービス開発にも注力

ライフイベント事業

- 住まい領域は、コンサルティング事業における安定的な収益確保と、相談事業における新規出店及びエリア拡大による事業基盤の拡大を目指す
- 結婚領域は、商材の拡販や結婚式プロデュース事業の受注強化を通じて、収益力強化を目指す

投資・インキュベーション事業

- 大きな投資回収案件は見込まず
- 構成する各グループ会社の業績は堅調に推移する見込み

各事業セグメントの概要

くふうカンパニーグループが提供する全ての事業において、
オンライン・オフラインのサービスをワンストップで提供し、

No.1のサービスへ

買い物 2年後に契約店舗数 & ユーザー数で圧倒的 No.1

住まい 4年後に住宅関連施工取扱い件数 No.1

結婚 4年後に結婚式取扱い件数 No.1

毎日の暮らし事業



チラシ・買い物情報サービス「トクバイ」



- 食品スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンターなどの情報をリアルタイムで閲覧できるサービス
- 小売店は新聞折込チラシの代替として、費用対効果の高い販促ができるSaaS型プラットフォーム

家計簿サービス「Zaim」

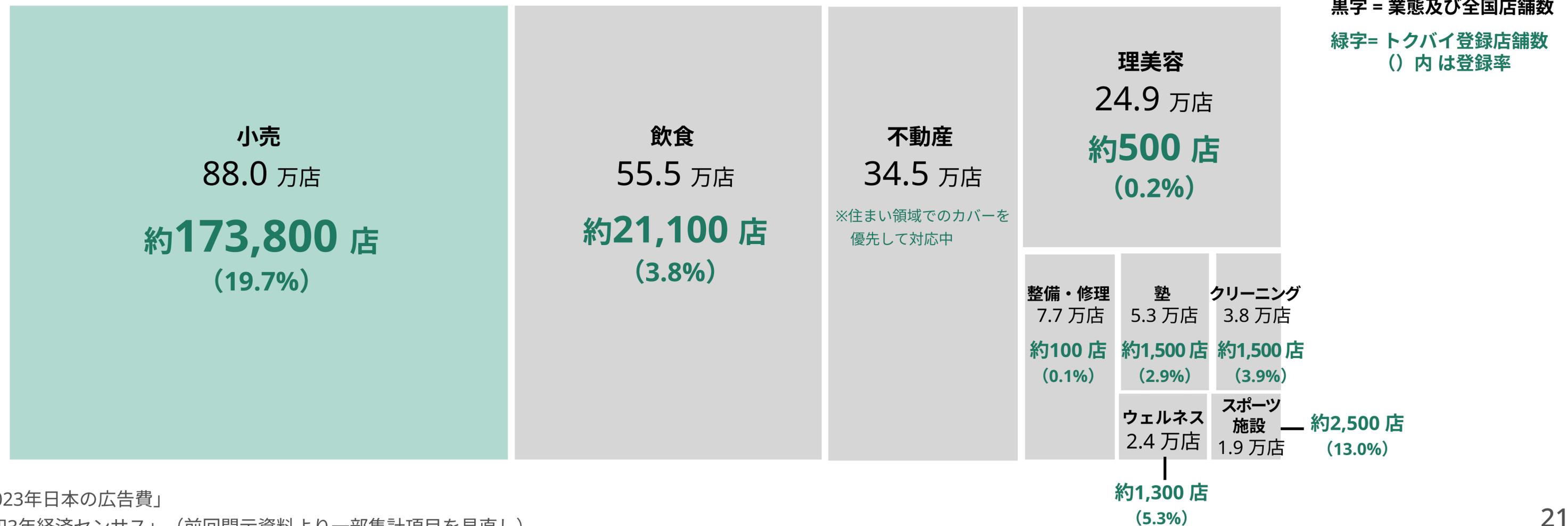


- 1,100万ダウンロードを超える個人向け家計簿サービス
- レシート撮影や銀行・カードと連携し自動的に入力して家計を管理

- 新聞折込チラシ広告市場は2,576億円^{※1}、フリーペーパー市場は1,353億円^{※1}と、ターゲット市場の規模は大きい
- 地域情報は紙媒体に偏在、デジタル化が遅れている
- 2024年9月末時点におけるトクバイの登録店舗数は約20万店、ターゲット市場全体に対する網羅率は9.0%

ターゲット市場合計：約220万店^{※2}

2024年9月末時点のトクバイ登録店舗数：約20万店（登録率9.0%）



※1：(株)電通「2023年日本の広告費」

※2：総務省「令和3年経済センサス」（前回開示資料より一部集計項目を見直し）

競争優位性

ユーザー満足度の高いサービス	<ul style="list-style-type: none">• ユーザーの志向性やデバイスの進化、トレンドなどに対応したサービス開発により、アプリ利用者の7割以上が「週に1度以上」利用• AI等の新技術の活用により、今後はユーザー毎に異なる「買い物行動」「好み」に応じたコンテンツの提供を強化し、より幅広い層へのリーチ拡大へ
地域に密着した情報提供	<ul style="list-style-type: none">• GPS許可情報を基にユーザーを居住エリア毎に分類、ユーザーにとって付加価値の高い「地域に密着した情報」を継続的に提供可能• 店舗は商圈ユーザーへの効率的な情報提供やマーケティングが可能に
リーズナブルな導入料金	<ul style="list-style-type: none">• 競合する紙のチラシ等比べて安価• 定額の価格体系ゆえ、新規開拓により売上が積み上がるSaaS型モデル• 導入クライアントの状況や要望によって必要な機能を選べるプラン体系やオプションを選択可能に
生活者の購買行動情報へのリーチ	<ul style="list-style-type: none">• 家計簿サービス「Zaim」の統計データとの連携により、購入前から購入後までの包括的な購買データ分析基盤を保有• SaaSの付加価値向上に加え、メーカー等へのマーケティングサービス拡大へ



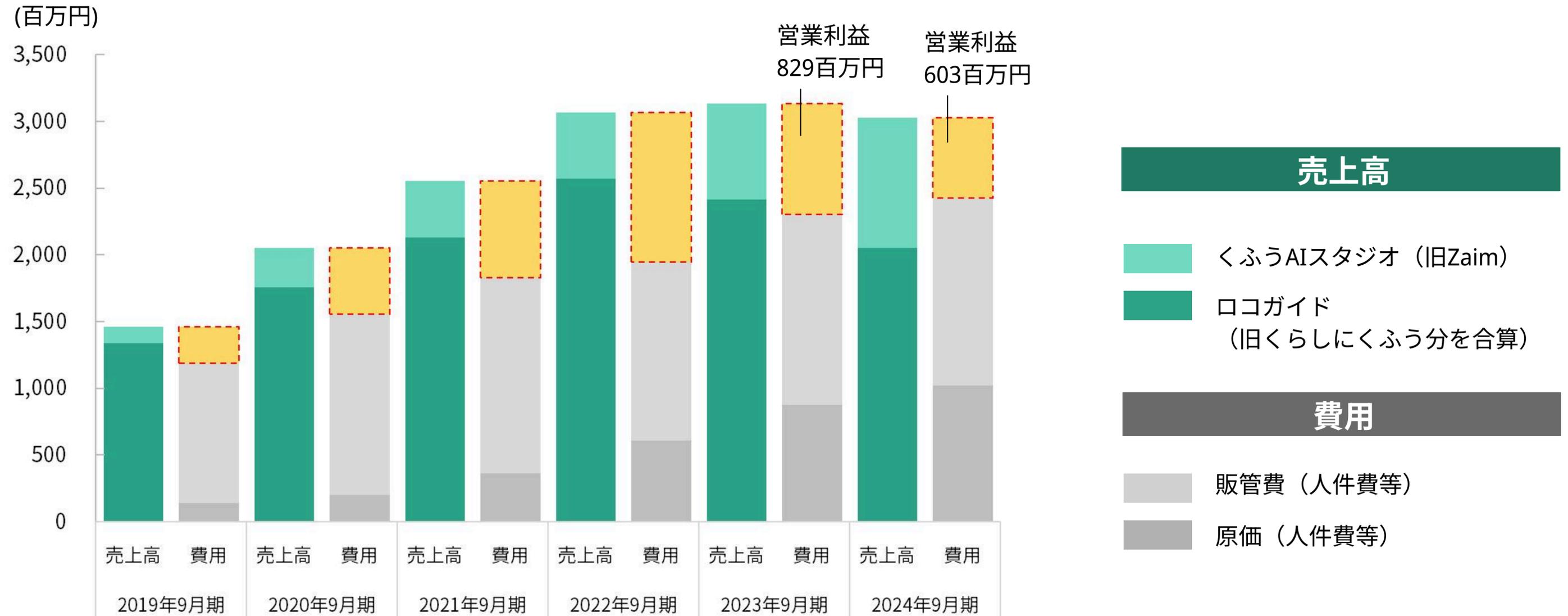
【重要指標】

・コアユーザー数 (WAU) ※1 :	(2024年9月末時点)	365万人	→	(2026年9月目標)	560万人
・月間利用者数 (MAU) ※2 :	(2024年9月末時点)	1,340万人	→	(2026年9月目標)	2,000万人
・登録店舗数 :	(2024年9月末時点)	20万店舗	→	(2026年9月目標)	100万店舗
・有料掲載店舗数 :	(2024年9月末時点)	38,298店舗	→	(2026年9月目標)	120,000店舗

※1：記事閲覧等のライトな利用ではなく、チラシやレシピ、クーポン機能といった生活行動につながる機能を週1回以上利用するユーザーを集計。

※2：毎日から季節ごとまで、ユーザーの日常において様々な頻度で発生する買い物をより広い分野でサポートしていく方針のもと、月間利用者数を重要指標に追加。

現行の利益水準から、早期のグループEBITDA 100億円達成に向けて 非連続な高い成長率を目指す



※1：2024年9月期より報告セグメントの区分を変更したことに伴い、過去の数値は変更後のセグメント区分に沿って組み替えた数値を表示。実績は、(株)ロコガイド（2022年4月に統合した(株)くらしにくふうの業績（2019年7月以降）を含む）、(株)くふうAIスタジオ（2019年1月以降、2023年7月1日付で(株)Zaim及び(株)Da Vinci Studioが合併し、存続会社の(株)Zaimを(株)くふうAIスタジオに商号変更）の合計。

2019年9月期から2021年9月期は、各社10月～翌年9月の期間で単純合算（非監査、投資事業を除く）。「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

※2：2026年9月期にグループEBITDA 100億円を目指す中期経営計画については、達成時期等を見直し中。

毎日の暮らしに役立つツールの提供によりユーザー接点を強化、SaaS事業も質的・量的拡大

■ でハイライトした項目
= 2024年9月期時点で着手済みの項目

■ でハイライトした項目
= 2024年9月期に特に注力した項目

Phase 1

ユーザー接点の強化

- 小売主要3業態を中心に情報の網羅性を向上
- 「Zaim」の購買行動データを活かした新サービスの構築

Phase 2

SaaS事業強化

- 小売以外のサービス店舗の開拓
- 提供機能強化による新プランの導入
- 店舗のDX化支援

Phase 3

個別最適化したサービスへ

- ローカライズの促進
- 各種データの統合
- データをAI活用することで、各個人に合わせた行動提案を実現

生活者のインフラへ

- 有料掲載店舗数が伸び悩み。トクバイを中心とした毎日の暮らし事業を成長軌道に戻すことを目指し、下期にくふうAIスタジオとの一体運営を開始、経営リソースの集中と経営体制の見直しを実施

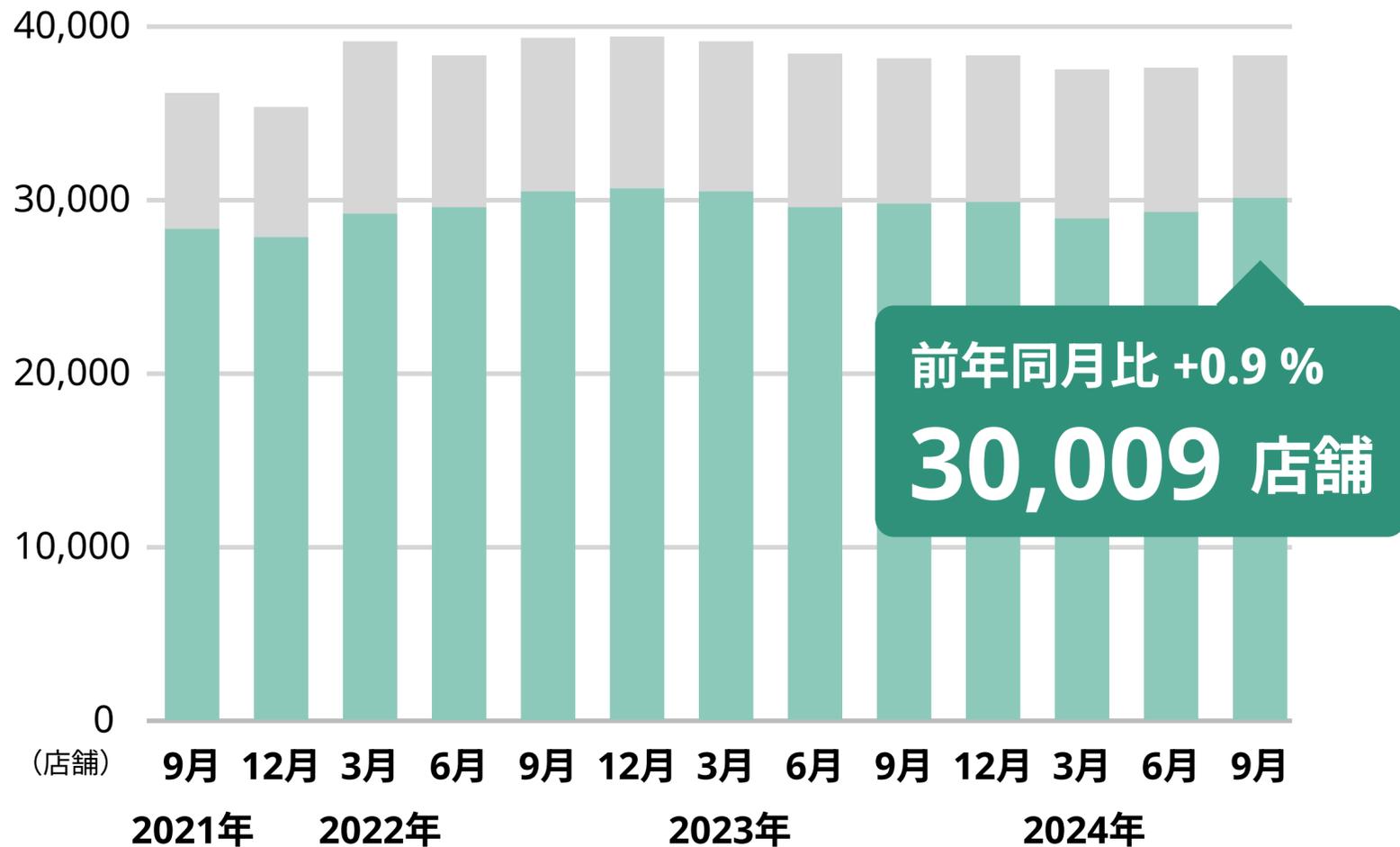
重点施策の振り返り

有料掲載店舗数の拡大	<ul style="list-style-type: none">• トクバイ事業は有料掲載店舗数が伸び悩んだものの、2025年9月期以降の有料掲載店舗数の増加に向けて、下期より営業組織の再構築を推進。
情報掲載業態の拡大	<ul style="list-style-type: none">• ユーザーの多様な買い物シーンをサポートしていくことを目指し、小売の注力業態（約25業態）を設定し、チラシ掲載に留まらない幅広い小売業態における情報掲載の拡大に注力。• デジタルチラシから地域の生活情報を網羅するサービスへの発展を目指し、小売業態に加えて地域サービスの情報掲載を拡大。
業務効率化・開発促進	<ul style="list-style-type: none">• 下期よりくふうAIスタジオ、並びにくふうカンパニー（バックオフィス機能）の運営を一体化、経営体制の見直しを実施。• 意思決定プロセスや営業機能・開発機能等を統合し、グループのリソースを集中する体制を構築。

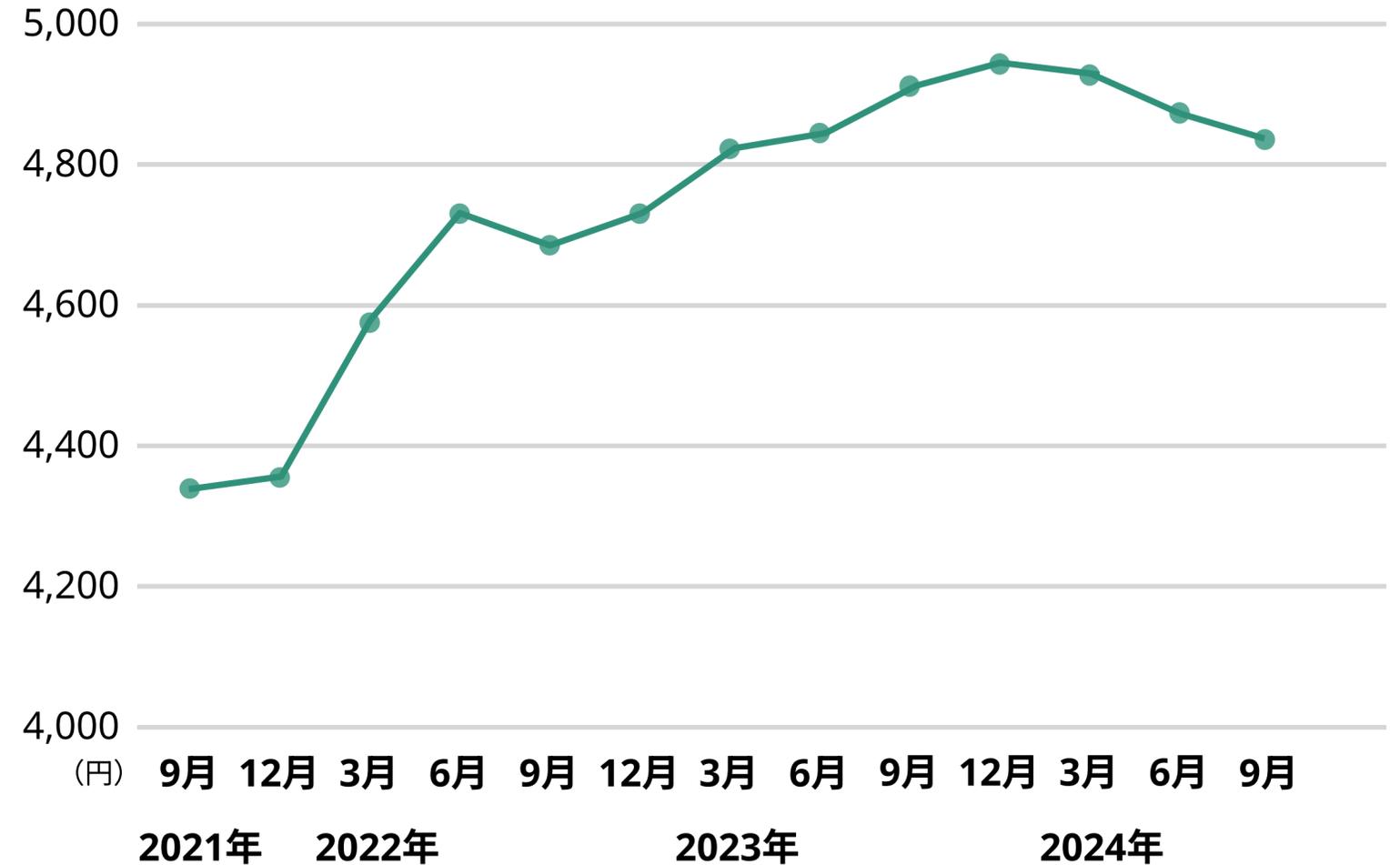
- 2024年9月末時点の有料掲載店舗数は 38,298店舗（定額課金店舗数は前年同月比 +0.9% の 30,009店舗）

有料掲載店舗数の推移

■ 定額課金店舗 ■ 成果報酬店舗



定額課金店舗の平均単価の推移



※ 定額課金店舗の店舗数及び平均単価において、コンビニエンスストア約 16,000 店舗との取り組みについては不算入。

ライフイベント事業 (住まい領域)



住まいに関する総合情報サイト

オウチーノ くふうイエタテ

- オウチーノ：新築、中古、マンション、一戸建てを横断して検索可能な住まい探しの情報提供を行うポータルサイト
- くふうイエタテ：静岡/山梨/愛知を中心に、家を建てたい人やリフォームしたい人と住宅会社をつなぐ住宅情報メディア

不動産営業支援ツール「オウチーノ くらすマッチ」

オウチーノ くらすマッチ

- オンラインで物件の住所を入力するだけで、周辺情報がわかる地図を即時に作成できる、不動産営業支援ツールサービス

住まいの相談サービス

くふうイエタテカウンター

- 静岡/山梨/愛知を中心に店舗展開する、住まいの無料相談及び住宅会社紹介サービス

工務店等向け各種支援パッケージ商品

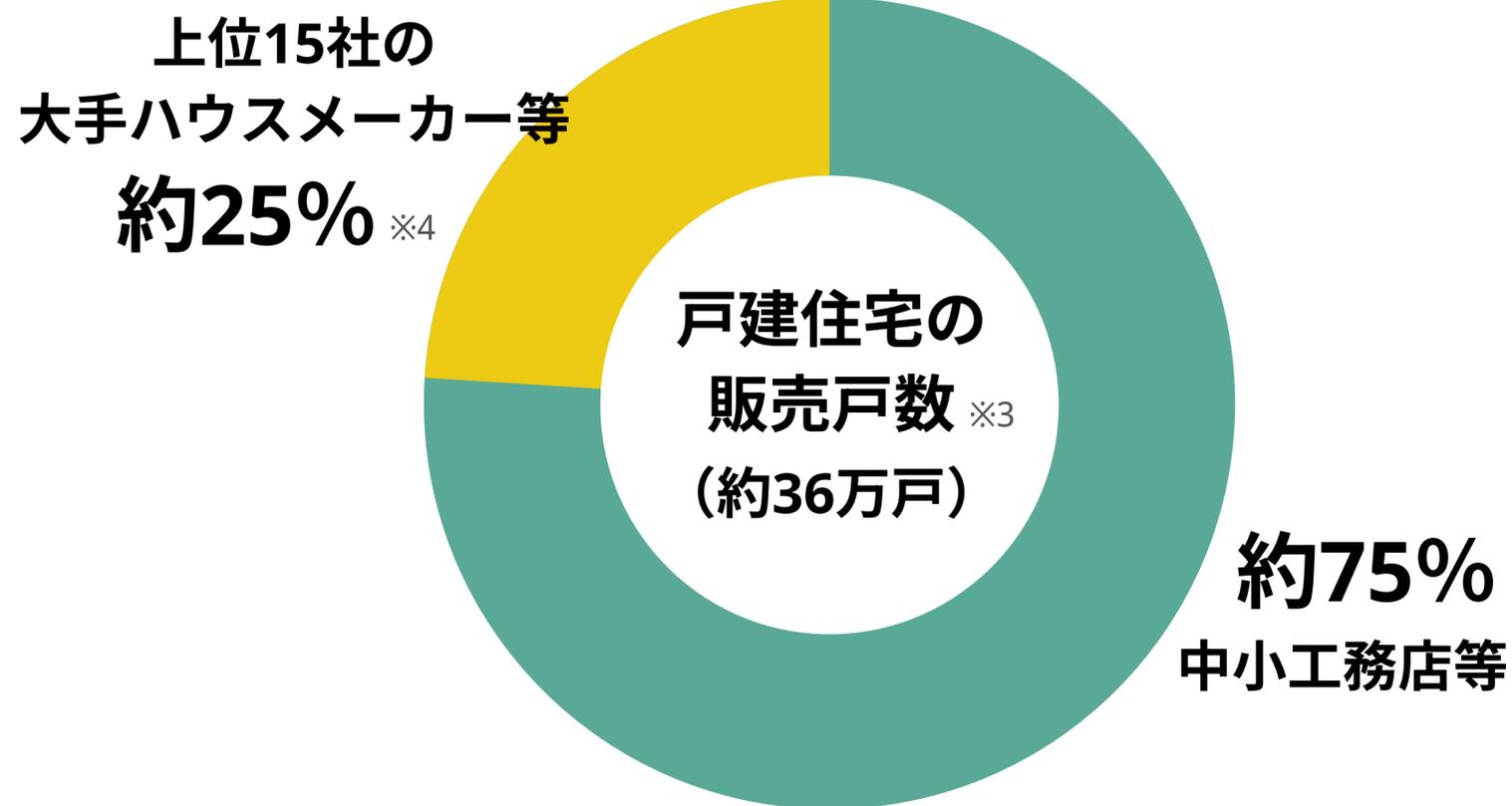


- 住宅環境のハードインフラから情報インフラまで、事業者向けのパッケージ商品を多数展開
- 主なパッケージ商品は「R+house（新築戸建て）」、「HySPEED（地盤改良）」、「GARDENS GARDEN（庭・外構）」など

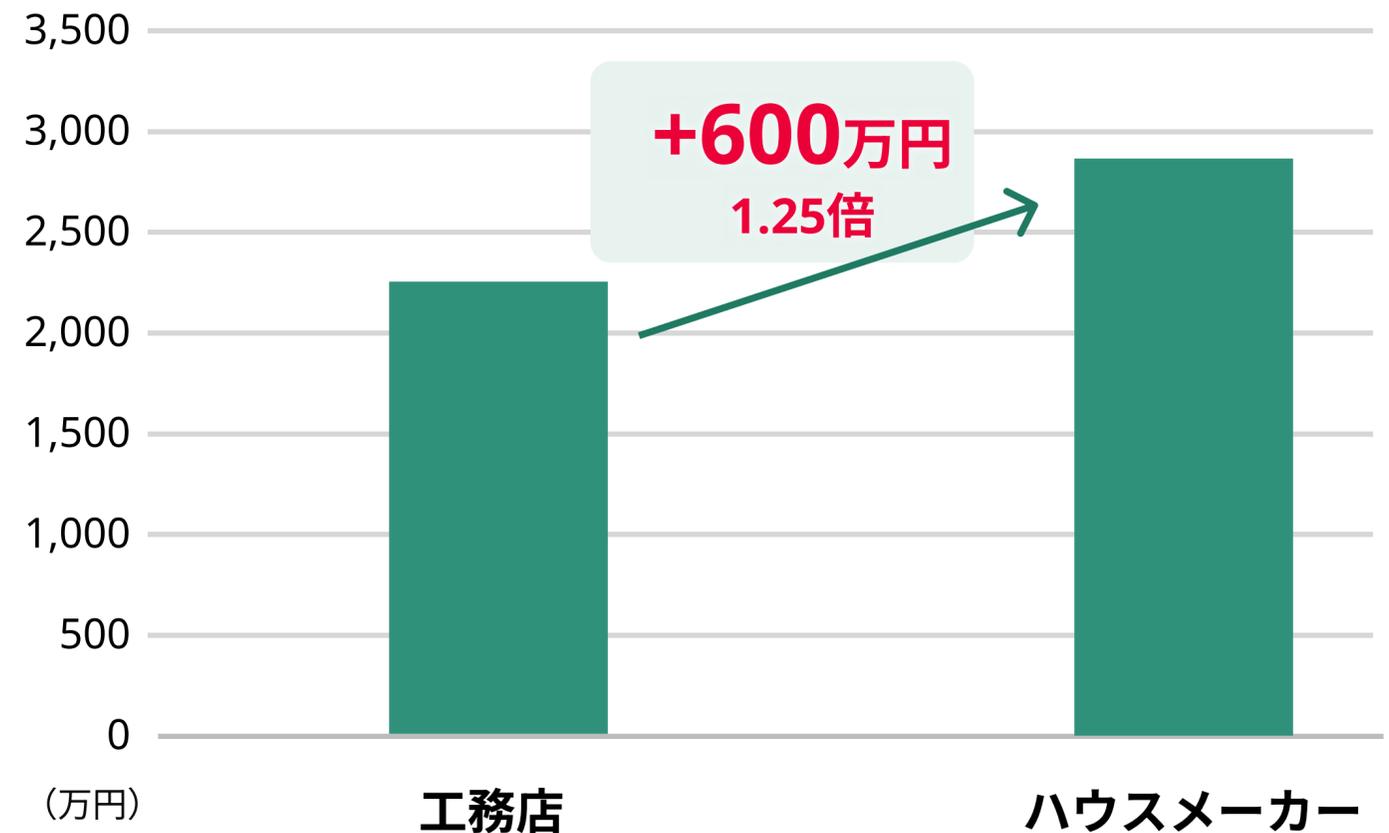
多くのユーザーは「安くて良い家」を建てる工務店に出会えていない

- ・工務店約14万社^{※1}に対し、上位15社の大手ハウスメーカーが戸建住宅販売戸数全体の約25%を占める
- ・大手ハウスメーカーは工務店に比べて約25%価格が高い

2023年
戸建住宅の市場規模：7.4兆円^{※2}



当社相談カウンターにおける
工務店とハウスメーカーの価格比較^{※5}



※1：国土交通省「建設業許可業者の現況（令和6年3月末現在）」

※2：国土交通省「住宅着工統計（2023年）」より戸建住宅（持家及び戸建分譲）の市場規模を当社グループ試算

※3：国土交通省「住宅着工統計（2023年）」（持家及び戸建分譲）

※4：(株)住宅産業研究所「月刊TACT」2024年9月号より当社グループ試算

※5：当社相談カウンターの2023年9月期における成約事例より作成（価格は建築請負金額）

競争優位性

生活者重視の徹底

- 一人ひとりの暮らしに寄り添い、全てのサービスをユーザー起点で設計することで、生活者が損をしない不動産売買に向けた情報・サービスを提供

幅広い事業者ネットワーク

- 全国に広がる工務店や不動産会社等の事業者ネットワークを通じて、リアルなユーザー接点を獲得

住まいに関するワンストップサービスの提供

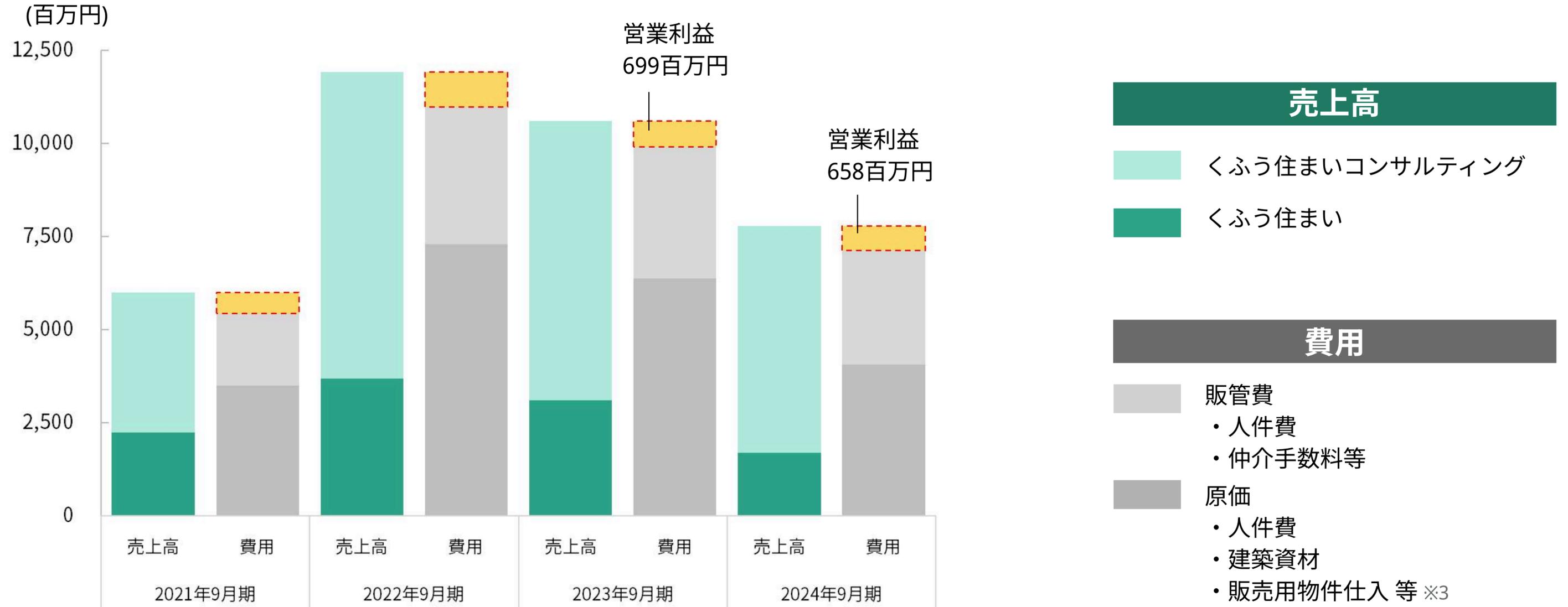
- 自社サイトや相談窓口における良質な住まい情報の提供から、工務店支援等を通じた家づくりのサポートまで、生活者の不動産取引のための総合的な機能を保有



【重要指標】
 ・注文住宅施工取扱い数※：(2024年9月期) 429件 → (2026年9月期目標) 2,000件

※ 相談カウンター、イベント、メディア等を通じた成約数を集計（(株)くふう住まいコンサルティングにおける成約数は含まず）。

工務店ネットワークを軸に注文住宅市場にフォーカス、 住まいに関するワンストップサービスの提供により、高い成長率を実現していく



※1：2024年9月期より報告セグメントの区分を変更したことに伴い、過去の数値は変更後のセグメント区分に沿って組み替えた数値を表示。実績は、(株)くふう住まい、(株)くふう住まいコンサルティング(旧ハイアス・アンド・カンパニー(株)、連結、2021年7月以降)の合計。なお、2022年10月1日付で(株)オウチーノ及び(株)おうちのくふうを(株)くふう中間持株会社に統合し、(株)くふう住まいへ商号変更(統合前分は(株)オウチーノ及び(株)おうちのくふう(2020年7月以降)を合算して表示)。「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販売費に計上(各事業領域の営業利益には含まれない)。

※2：2026年9月期にグループEBITDA100億円を目指す中期経営計画については、達成時期等を見直し中。

※3：主に、2020年7月より本格稼働した買取再販事業に伴う費用。なお、当該事業は市況等を鑑み、2023年9月期以降は在庫整理を推進し、事業を大幅に縮小。

不動産取引の情報格差を是正する

■ でハイライトした項目
= 2024年9月期時点で着手済みの項目

Phase 1

ユーザー接点拡大と意識改革

- ・ 「イエタテweb」を中心とした注文住宅メディアの拡大強化
- ・ 注文住宅相談窓口「くふうイエタテカウンター」の出店加速
- ・ 住宅イベント/セミナーを通じたカウンター外でのユーザー接点拡大
- ・ 上記を通じた質の高いユーザーデータの収集・蓄積

Phase 2

ユーザーの行動変容

- ・ 相談・施工事例の共有
- ・ 施工業者紹介から土地探し、ローン、保険、外構まで
注文住宅に関わる周辺領域へサービス展開

Phase 3

電子化・プラットフォーム化

- ・ 相談や各種サービス提供者へのアクセスがweb上で完了するプラットフォームの構築

※ 2023年4月1日付で(株)しずおかオンライン(現(株)くふうしずおか)から(株)くふう住まいへローカルの住宅情報メディア「イエタテ」及び家づくりの相談窓口「イエタテ相談カウンター」を事業承継。以降、同事業を主軸とした事業計画の見直しを実施。

- ・ イエタテ事業※は相談カウンターの新規出店及びエリア拡大を推進し、既存店とあわせて順調に推移
- ・ 厳しい市況の中、建築コンサルティング事業はWeb集客支援や商材拡充に一定の効果、不採算事業を整理

重点施策の振り返り

相談カウンターの出店とエリア拡大

- ・ 相談カウンターは24/9期に東海及び北関東エリアを中心に5店舗出店、既存店舗と合わせて11店舗に。
- ・ 相談件数や成約件数は、既存店舗の伸長と新店舗の立ち上がりによる増加に加え、外部イベント会場等における住宅相談イベントの開催による集客も寄与。

事業者向けツールの拡販

- ・ 営業支援ツールサービス「オウチーノ くらすマッチ」は継続的な機能開発により販売が堅調に推移。
- ・ 従来の不動産仲介業者向けの機能に加え、拡大中の相談サービスにおけるパートナー工務店に向けた送客に留まらない付加価値の高いサービス提供を目指し、工務店向けの機能開発を促進。

加盟工務店の住宅施工増に向けた支援

- ・ 資材価格が高騰する中、新築戸建のパッケージ商品「R+house」は加盟工務店における集客がふるわず、施工数は前年を下回って推移。
- ・ 一方、Web集客支援においては一定の効果。価格を抑えたりノバージョン商材が好評、25/9期より規格住宅商品も投入へ。

※ ローカルの住宅情報メディア「くふうイエタテ」及び家づくりの相談窓口「くふうイエタテカウンター」。

ライフイベント事業 (結婚領域)



結婚総合情報メディア「みんなのウェディング」



- 国内6,200以上の結婚式場情報、先輩花嫁による本音の口コミやリアルな費用明細などを提供する、結婚総合情報メディア

結婚式プロデュースサービス「エニマリ」



- 会費制結婚式「会費婚」をはじめ、「少人数結婚式」「フォトウェディング」など、結婚にまつわる様々なシーンを「新しいカタチ」でお祝いし合えるサービスを展開

WEB招待状サービス「Dear」



- 上質で美しいデザインを取り揃えたWEB招待状/席次表サービス
- ご祝儀・会費の事前お支払い機能も搭載

リゾートウェディング「MY FAVORITE PART」



MY FAVORITE PART

- ハワイを軸にニューヨーク・沖縄・軽井沢等でオリジナルのリゾートウェディングをプロデュース

インポートドレス販売「DRESS EVERY」

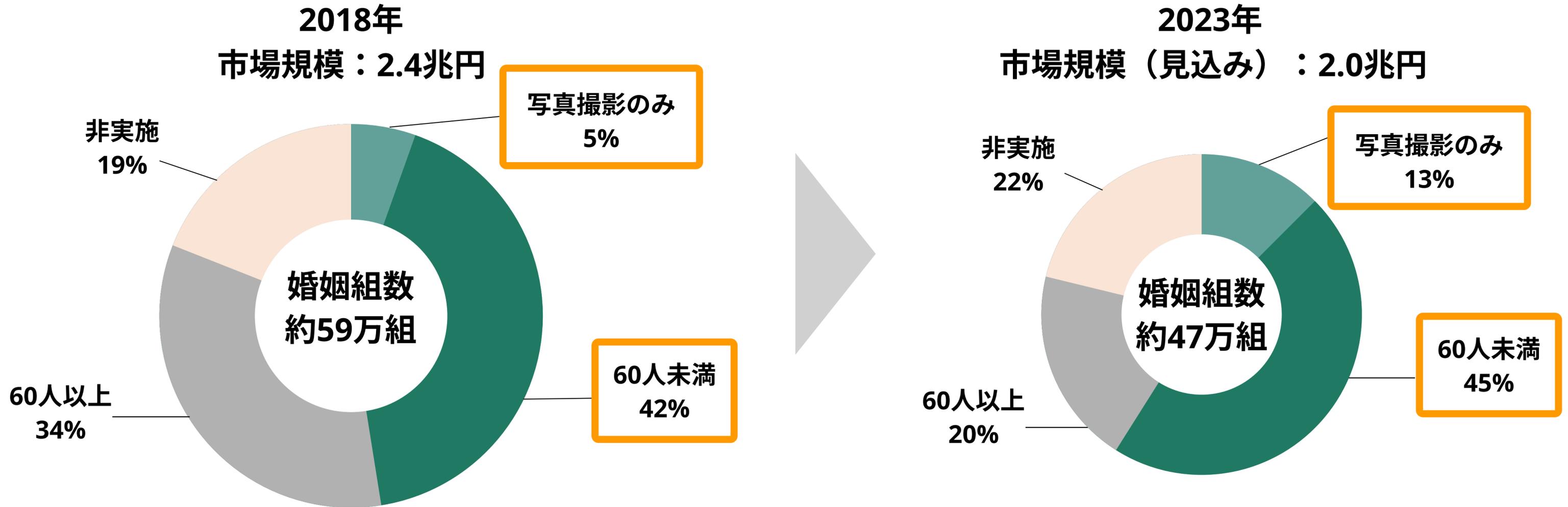
DRESS EVERY

THE CLOSET BLESS YOU.

- インポートドレスを扱う販売専門ドレスショップ

- コロナ禍を経て結婚市場全体の規模は縮小し、フォトウェディングや少人数婚の割合が増加傾向

ブライダル関連市場規模^{※1}と結婚イベントの規模別構成比^{※2}



※1：矢野経済研究所「ブライダル市場に関する調査（2024年）」

※2：厚生労働省「令和5年（2023）人口動態統計（確定数）の概況」、(株)リクルート「結婚総合意識調査2019」及び「結婚総合意識調査2024」（リクルートブライダル総研調べ）、(株)リクルート「ゼクシィ 結婚トレンド調査2024」の結果を参考に当社推計

競争優位性

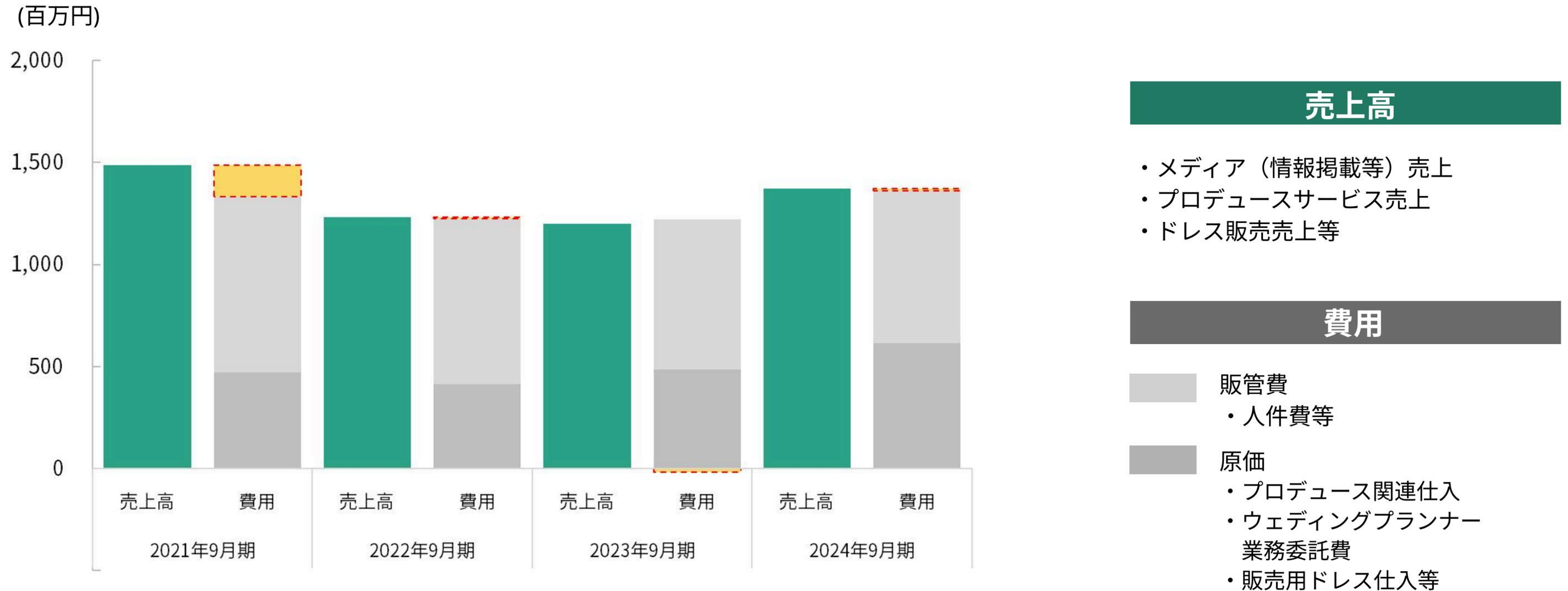
<p>蓄積されたデータ (口コミ/費用明細/事例)</p>	<ul style="list-style-type: none">• 口コミ/費用明細/事例といった、結婚式の「リアル」なデータを蓄積• 今後は各データに対してAIを活用していくことで、多様な結婚式スタイルの提案へ
<p>幅広い 事業者ネットワーク</p>	<ul style="list-style-type: none">• プロデュース事業を通じて、幅広い事業者ネットワークを構築• ニーズが高まる少人数・低単価結婚式に対して、メディアを通じた小規模会場の豊富な取扱いや、結婚式プロデュースサービスの提供が可能
<p>高まるドレス関連 ニーズへの対応力</p>	<ul style="list-style-type: none">• 高まるドレスの持ち込みやフォトウェディングへのニーズに対応可能な商品の取扱いや、専門スタッフによるアドバイザーサービスの提供が可能



【重要指標】
 ・ 結婚式取扱い数 ※ : (2024年9月期) 2,116件 → (2026年9月期目標) 20,000件

※ メディアや相談カウンター等を通じた成約数、結婚式プロデュース数、ドレス販売数、WEB招待状サービス利用数を集計。

少人数・低単価市場にフォーカスした事業成長により、
コロナ禍前の水準を超える事業規模へ



※1：2021年9月期の実績は、旧(株)くふうカンパニー「結婚関連事業」セグメントの金額。

「のれん償却費」は持株会社である(株)くふうカンパニーの販管費に計上（各事業領域の営業利益には含まれない）。

※2：2026年9月期にグループ EBITDA100億円を目指す中期経営計画については、達成時期等を見直し中。

リスク情報

主な事業リスク	発生可能性 / 発生時期	成長の実現や事業計画に与える影響	リスクの内容	対応策
ユーザー対応	大 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー満足度の低下 ユーザー数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーニーズの変化に対応したサービス拡充の施策が想定通り進捗しない ユーザーへの訴求力が低下する 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーファーストの徹底 ユーザー利便性を向上させる機能やコンテンツの拡充 新規事業、新規サービスの積極的な開発
人材	大 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 競争力の低下 業容拡大への制約の発生 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な人材の確保・育成が計画通り進まない 既存社員の生産性の低下を防止できない 	<ul style="list-style-type: none"> 採用力の強化 社内教育や職場環境の充実及び社内コミュニケーションを向上させる施策の実施
グループ経営	小 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 事業運営コストの増大 遵法意識の低下 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域やグループ全体における事業方針と各事業会社の方向性のずれや、各事業会社の自立運営によるグループ内部での重複コストが発生する 各事業会社の内部管理体制不備による法令違反等が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> 各領域や事業会社間における経営層の情報共有促進等によるグループ全体と各事業会社の意思疎通の強化 グループ基本ルールに則った内部管理体制の整備、内部統制機能の強化等
情報漏洩	中 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> 社会的信頼の低下 損害賠償請求発生への恐れ 	<ul style="list-style-type: none"> ウイルス感染、不正アクセス、人的ミス等による個人情報又は機密情報の消失や漏洩が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> ISMS認証の取得を通じた役職員への意識改革や教育 情報管理体制の構築
自然災害、感染症等	大 / 常時	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用者の減少 サービスの利用機会の消失 	<ul style="list-style-type: none"> 事業設備が使用不能な状態、あるいは役職員が就業不能な状態になる 感染症の蔓延等に伴うユーザーの消費購買意欲の減退やユーザーの自発的な行動抑制が発生する 	<ul style="list-style-type: none"> BCP（事業継続計画）の策定 テレワーク環境の構築等、事業継続・早期復旧のための体制構築

※ 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。

なお、足元の事業環境等を鑑み、発生可能性の記載内容を見直しました。

当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。

本資料は、事業・業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料における当社に関する情報以外の内容については、当社の判断が含まれており、情報の正確性を保証するものではなく、今後様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。

本資料につきましては、事業年度後の12月頃に進捗状況を含む最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。なお、2026年9月期に EBITDA 100億円を目指す中期計画については、足元の業況を踏まえて見直し中のため、整い次第改めてお知らせいたします。

お問い合わせ

コーポレート・コミュニケーション部 IR担当

E-mail : ir@kufu.co.jp HP : <https://kufu.co.jp/>