

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



2025年5月期 通期決算説明資料

2025年7月11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. 2026年5月期計画
4. KASIKKAが提供する価値
5. 今後の成長戦略
6. IRに関するご質問への回答

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 (43.84%)

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

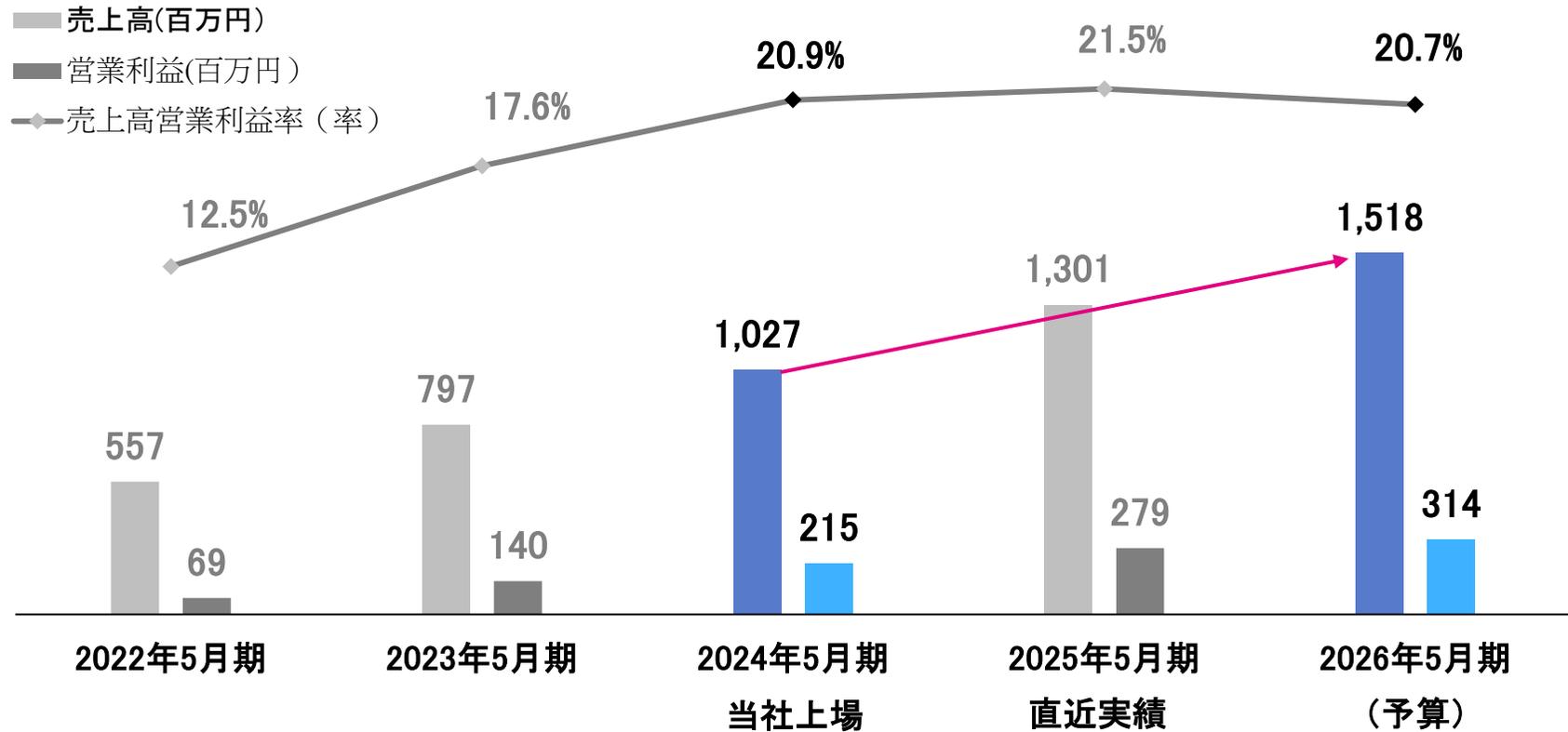
社員数 102名 (2025年5月31日時点)

サマリー

2025年5月期通期 決算ハイライト

- ✓ 予算を上回る着地となり、当期純利益が2億円に到達
- ✓ 売上高は前年比+26.7%、営業利益以下は前年比+30%以上の成長を実現
- ✓ SaaSビジネスの強みである安定した継続収益の獲得・拡大、高いコスト効率の実現、低い解約率を維持して収益面でも成長を継続
- ✓ サクセス部門を中心とした人材投資により、従業員は100名以上に拡大
- ✓ 当社では引き続きオプションサービスの開発/提供等、当社の有する顧客基盤(顧客数)を最大限に活かす取り組みを行っており、今後も継続して新しいオプションサービスを提供予定

売上高及び営業利益の推移 (2026年5月期業績見込み含む)



- ✓ 当社は業種特化型SaaSのビジネスモデルを前提に成長投資による規模の拡大と効率的な事業運営による黒字幅の確保・営業利益率の向上に取り組んでいる
- ✓ 2026年5月期の成長投資として人材投資（採用費用等）に加えて本社移転を予定
- ✓ 移転時の一時費用、家賃増が生じるが営業利益率20%以上を予算として策定（詳細はP.15参照）

サマリー

At a Glance (2025年5月期通期 主要計数)

売上高*1

13.0 億円

前年同期比(+26.7%)

営業利益*1

2.7 億円

前年同期比(+30.0%)

重要な経営指標(2025年5月末時点)

顧客数*2

1,181 社

25年2月末(1,187社)
24年5月末(1,093社)

MRR *3

108 百万円

25年2月末(104百万円)
24年5月末(87百万円)

単月解約率(社数ベース) *4

1.11 %

25年2月末(1.03%)
24年5月末(1.14%)

*1:25年5月期通期計数(12か月分)

*2:25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
なお、当社顧客の業種別(後述P.26ご参照)の顧客数・MRRは現時点では非開示

*3: Monthly Recurring Revenue(毎月繰り返し発生する売上高)の略語

*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。表記は直近1年間の平均値。
当社では単月解約率は0.1%前後は毎四半期変動するものと想定をしております。

2. 業績ハイライト(通期)

損益計算書サマリー(2025年5月期 通期)

(千円)	25年5月期 通期(12ヵ月)			25年5月期計画	
	前期	当期	前期比	12か月分	進捗率
売上高	1,027,747	1,301,771	126.7%	1,264,826	102.9%
営業利益	215,045	279,617	130.0%	249,396	112.1%
営業利益率(%)	20.9%	21.5%	0.6%	19.7%	-
経常利益	203,233	281,352	138.4%	249,396	112.8%
当期純利益	149,975	209,170	139.5%	182,631	114.5%

■概要説明:

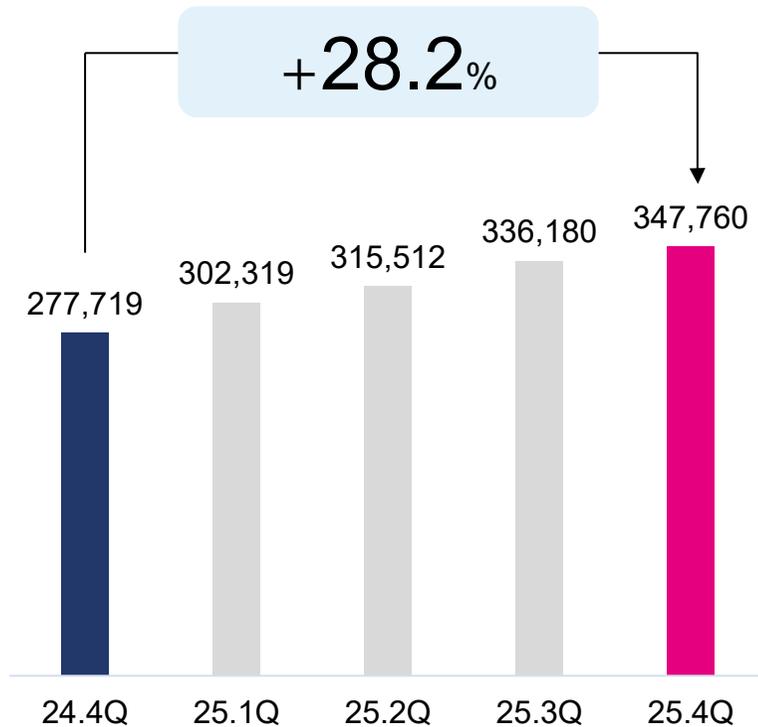
- ✓ 売上高から当期純利益まで年間計画を上回る着地となった
- ✓ 前年比で見ても各項目で+25%~40%程度の成長を実現
- ✓ 採用や昇給等の人材投資を継続して行った結果、今期も「賃上げ促進税制」を最大限活用することが出来た、当社が享受した税制メリット（税金負担の節減額）は約14,000千円（税引前当期純利益ベースで20,000千円程度*の影響額）となった
- ✓ 今後も中長期的な株主価値の形成に資するように、必要な投資を行いつつ、営業利益率・当期純利益とのバランスを取る方針

*: 14,000千円÷(1-当社実効税率30.62%)で概算として算出

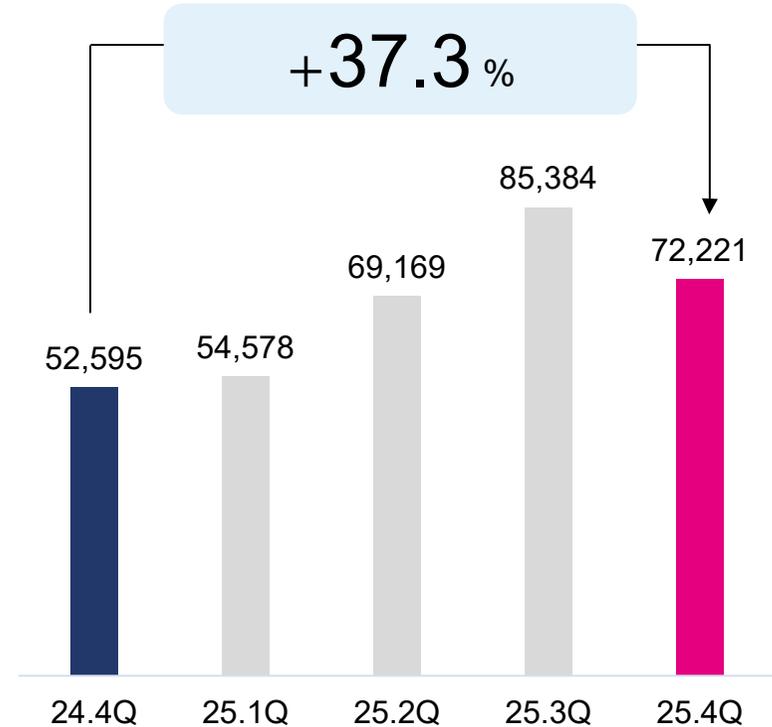
・年間計画については2024年7月12日付「2024年5月期 通期決算説明資料」より。

参考：各四半期(3か月)ごとの売上高、経常利益の推移

売上高(単位:千円)



経常利益(単位:千円)



- ✓ 昨年の第4四半期(3か月)と比較して**売上高・経常利益のいずれも継続的・安定的に増加中**
- ✓ 当第4四半期(3か月)の経常利益は、当第3四半期(3か月)との比較では減少しているが、これは主に定期昇給・賞与支給による人件費増・オフィスの移転費用計上等の成長投資によるもの

貸借対照表サマリー(2025年5月期 通期)

(千円)	2024年5月末	2025年5月末	増減
資産合計	792,194	1,057,970	265,776
預金	641,972	878,485	236,513
負債合計	129,418	168,279	38,861
純資産合計	662,776	889,690	226,913

■補足説明

- ✓ 預金の増加は主に事業の伸長(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(2025年7月11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(ソフトウェアの減損損失リスクは無い状況)

3. 2026年5月期計画

2026年5月期 業績予想

(千円)	25年5月期 実績	26年5月期 計画	増減額	増減比率
売上高	1,301,771	1,518,241	216,470	16.6%
営業利益	279,617	314,174	34,557	12.4%
営業利益率(%)	21.5%	20.7%	—	-0.8%
経常利益	281,352	315,408	34,056	12.1%
当期純利益	209,170	231,312	22,142	10.6%

■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**
- ✓ 当社の強みである**カスタマーサクセス人員への投資（採用・研修等）**は引き続き継続する方針
- ✓ 2025年9月予定の本社移転により、賃料増加や一時費用が生じるが事業効率化等で影響を低減し、**営業利益率は20%以上を目指すもの**
- ✓ 単月解約率はこれまでと同様に**1.0%前後を想定**
- ✓ 顧客数、MRR等の重要なKPIについては引き続き四半期ごとに実績数値を公表する方針

補足:2026年5月期 本社移転の損益影響

(概要は本日7月11日付リリースの「[本社移転に関するお知らせ](#)」をご参照ください)

■各期の主な損益影響

2025年5月期	2026年5月期	2027年5月期以降
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 現オフィスの家賃 ✓ 現オフィスの退去費用 (計上済) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 現オフィスの家賃(11月まで) ✓ 契約関連費用、備品消耗品 購入費用 ✓ 新オフィスの家賃(7月より) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新オフィスの家賃

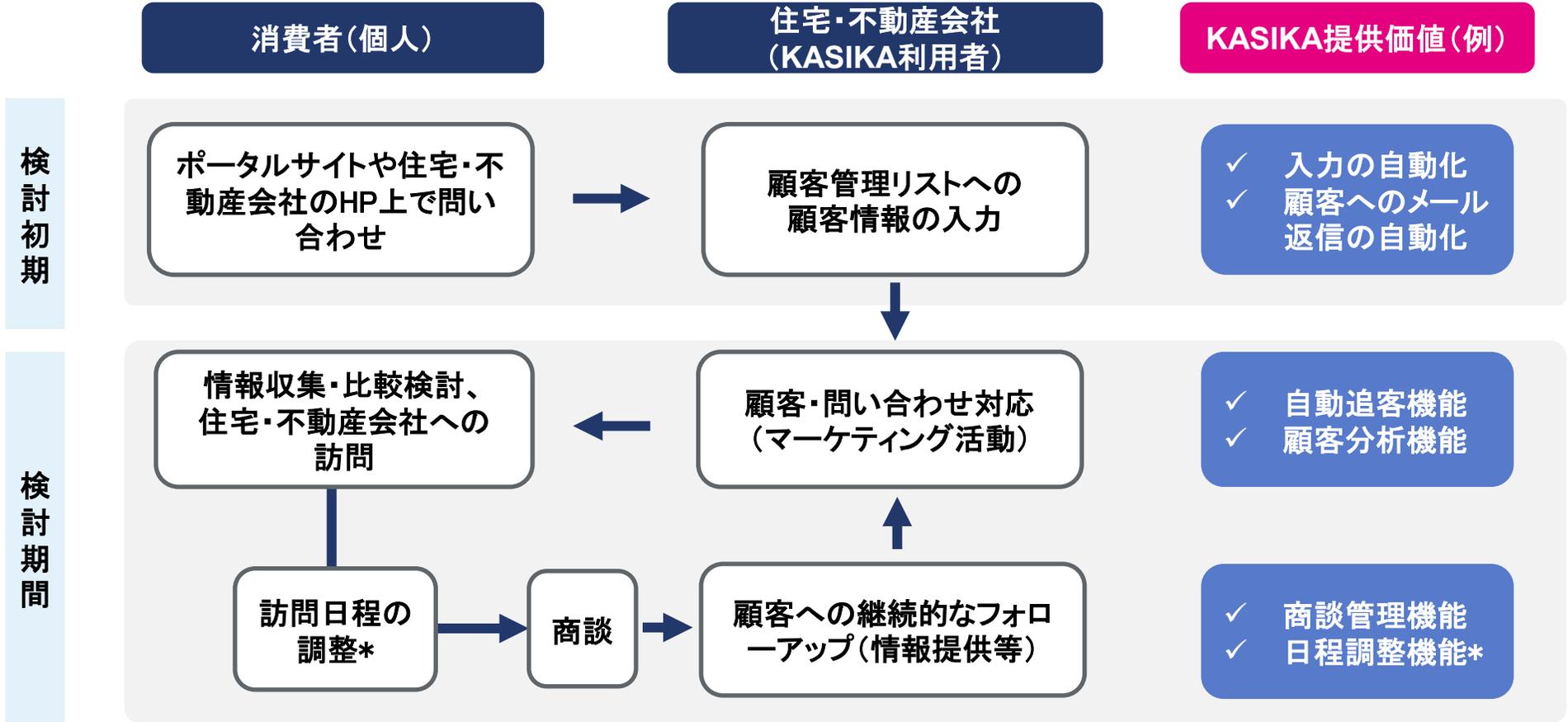
■補足説明

- ・ 社内コミュニケーションの促進等を企図し、**東京都千代田区神田神保町への移転**を予定
- ・ **今後の人員増も考慮し、移転後は4年以上の利用を想定**
- ・ 正式な移転及び稼働は2025年9月を予定(移転準備として新オフィスの家賃は2025年7月より発生)
- ・ 当社ではリモートワークとオフィス出社のハイブリッド型を採用しており、多様な人材の採用・育成に取り組みつつ、本社経費の逡減に繋げている
- ・ 当社上場時の資金使途計画に基づいたオフィス移転

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しております

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

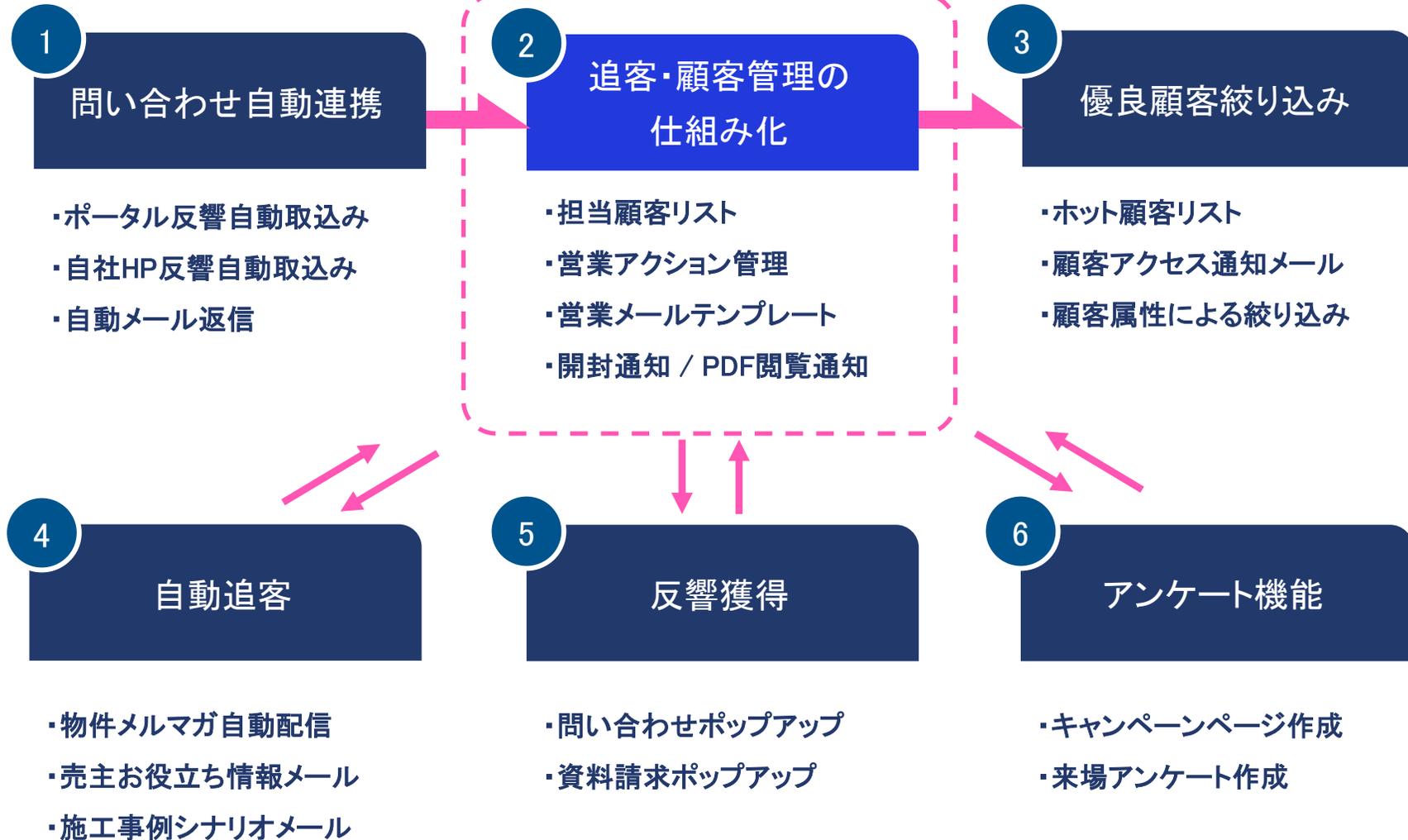
- 1 追客活動を効率化する自動追客機能
- 2 営業活動を可視化する顧客管理・分析
- 3 デジタル化による作業・管理の効率化

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 by Cocolive customer management interface. 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 Customer List) with columns for customer name, visit count, PV count, and last access dates. A detailed view for customer '手塚太郎' (Tatemoto Takuma) is shown, including contact information and a '連絡先' (Contact Info) section. Below this, there are sections for '滞在時間' (Stay Time) and '曜日別アクセス' (Daily Access) with bar charts showing user activity across different days and devices.

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24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	掛川四郎	9	3	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	鈴木一郎	4	6	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	高橋拓	7	3	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	手塚二郎	4	10	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	安藤みか	6	1	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	堀北みき	11	6	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	
<input type="checkbox"/>	田中よしみ	2	1	2020年08月24日 19:00	2020年08月24日 19:00	未指定	

顧客詳細: 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]
 タグ: []

連絡先:
 KASIKAIサポートチーム
 yt98_ku16@yahoo.co.jp
 マーケティングメール: []
 営業メール: []
 03-6386-0038

滞在時間: 60秒以上, 30秒以上, 全て

曜日別アクセス:

曜日	アクセス数
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

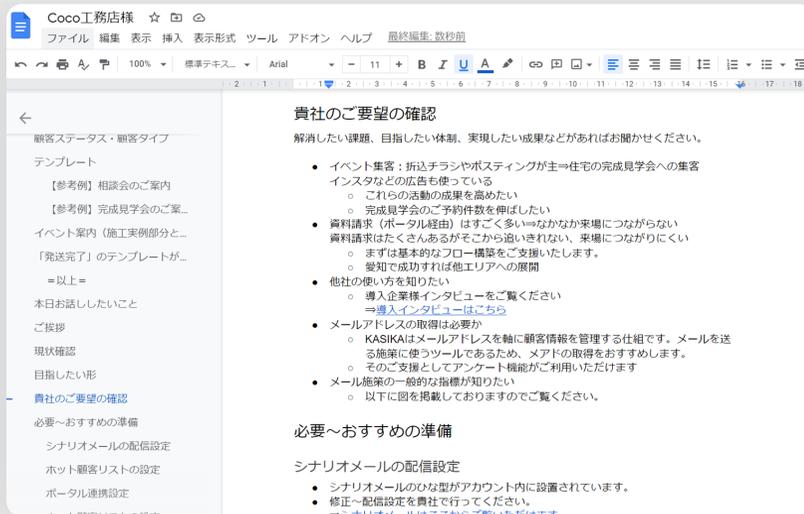


3.手厚いサポート

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

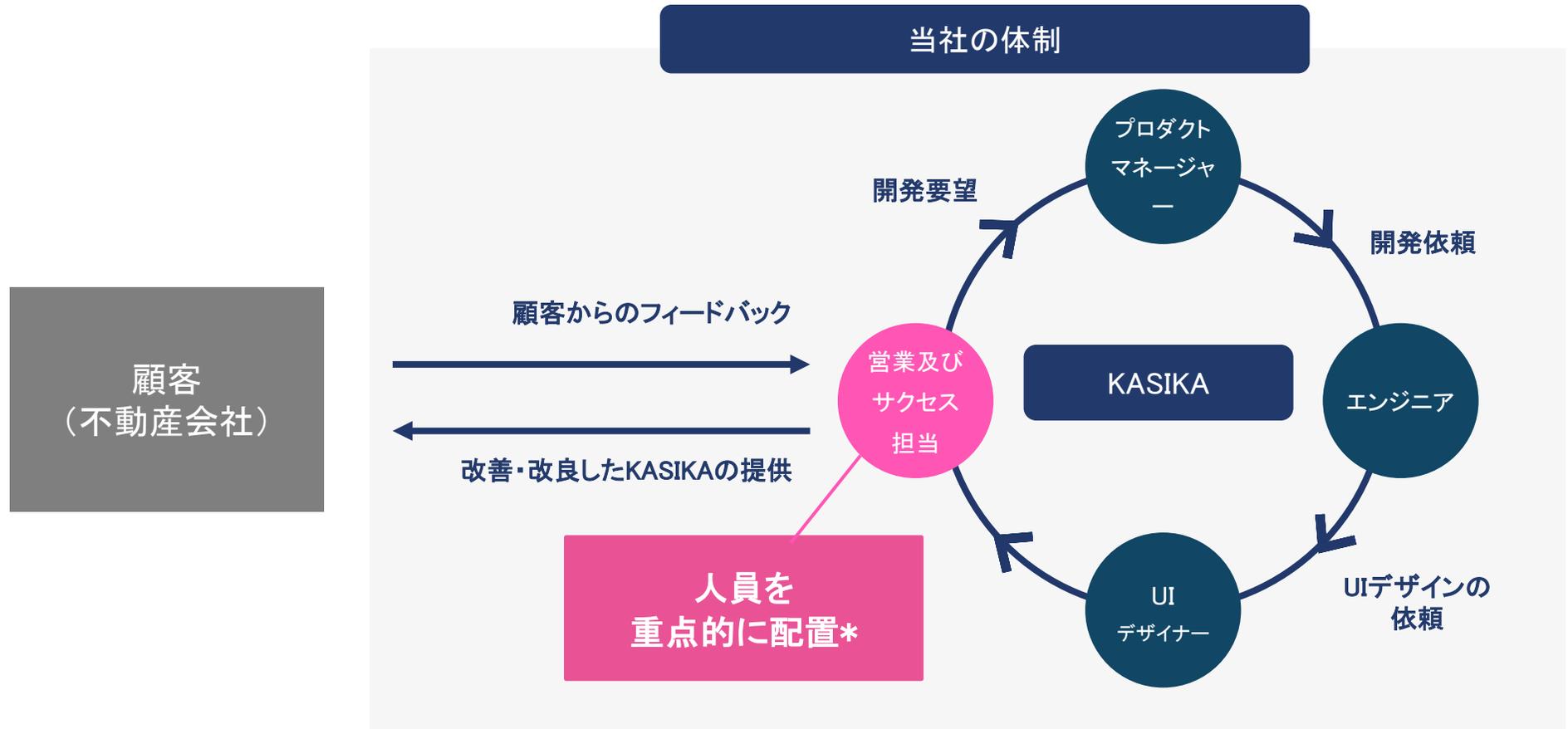


会社別サマリ		Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO・テスト	担当者	DEMO
Monthly Summary									
対象期間	2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	
社員数	28	27	23	20	23	22	20	19	
ログイン率	57%	67%	83%	60%	61%	64%	70%	79%	
顧客数	82	68	66	58	53	40	36	31	
ユニークアクティブ顧客数	25	10	17	10	15	13	7	11	
UA顧客率	30.5%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

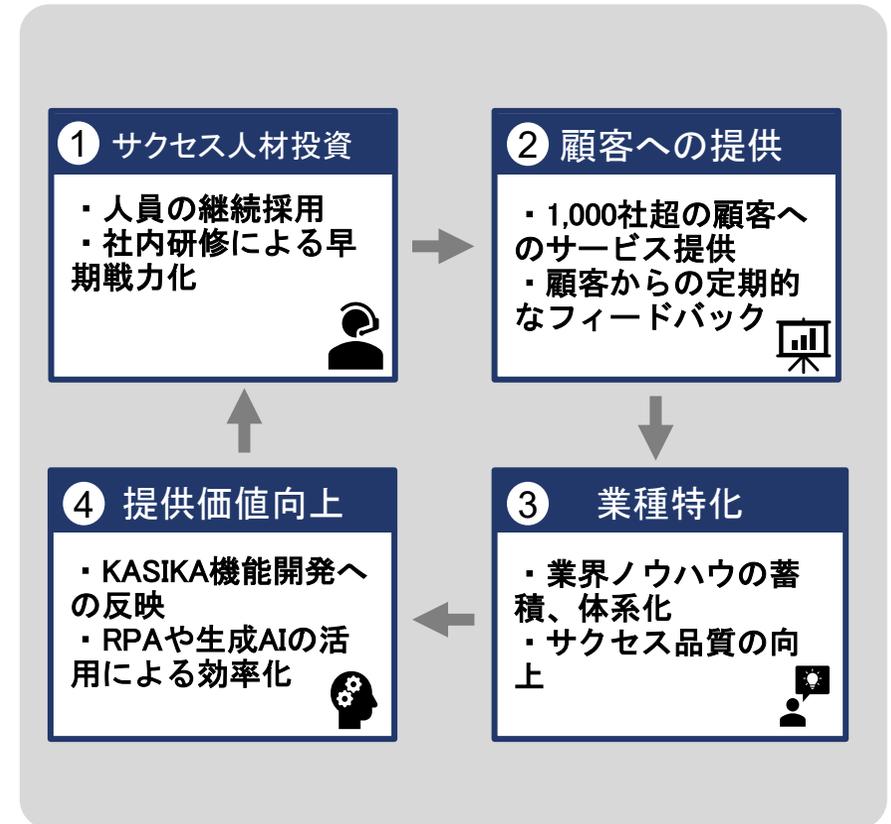
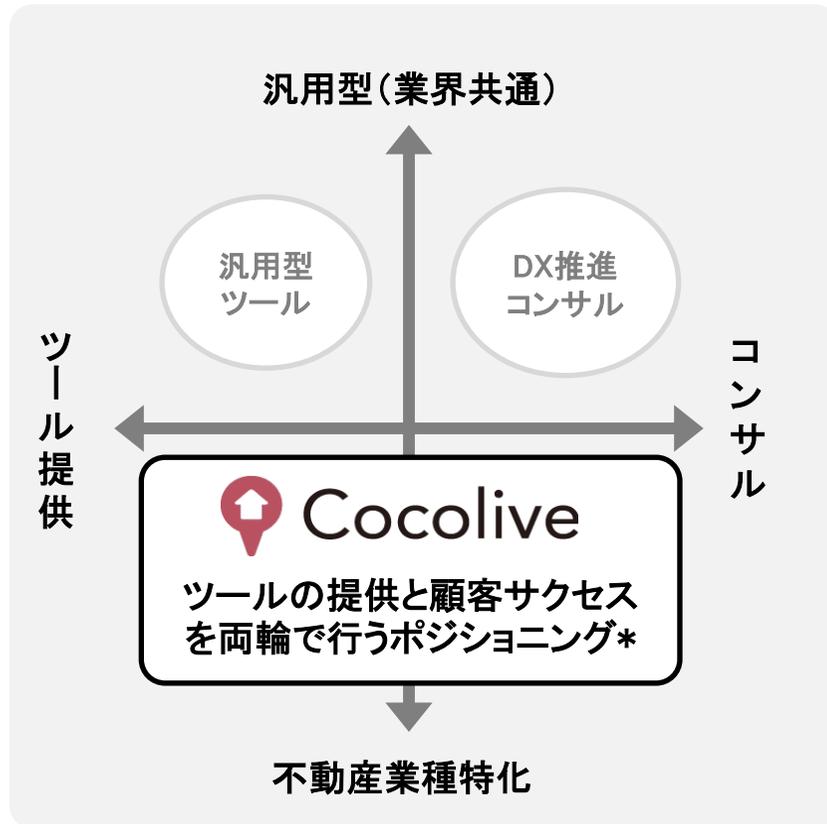


*:2025年5月末時点で当社全従業員の7割以上がカスタマーサクセス部門に所属

当社の経営戦略上のポジショニング及び社内体制

市場でのポジショニング

社内体制



業種特化型SaaSと多数の顧客基盤を活かし、業界ノウハウの蓄積とKASIKAIへの機能反映を通じて、顧客に継続的な価値を提供する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

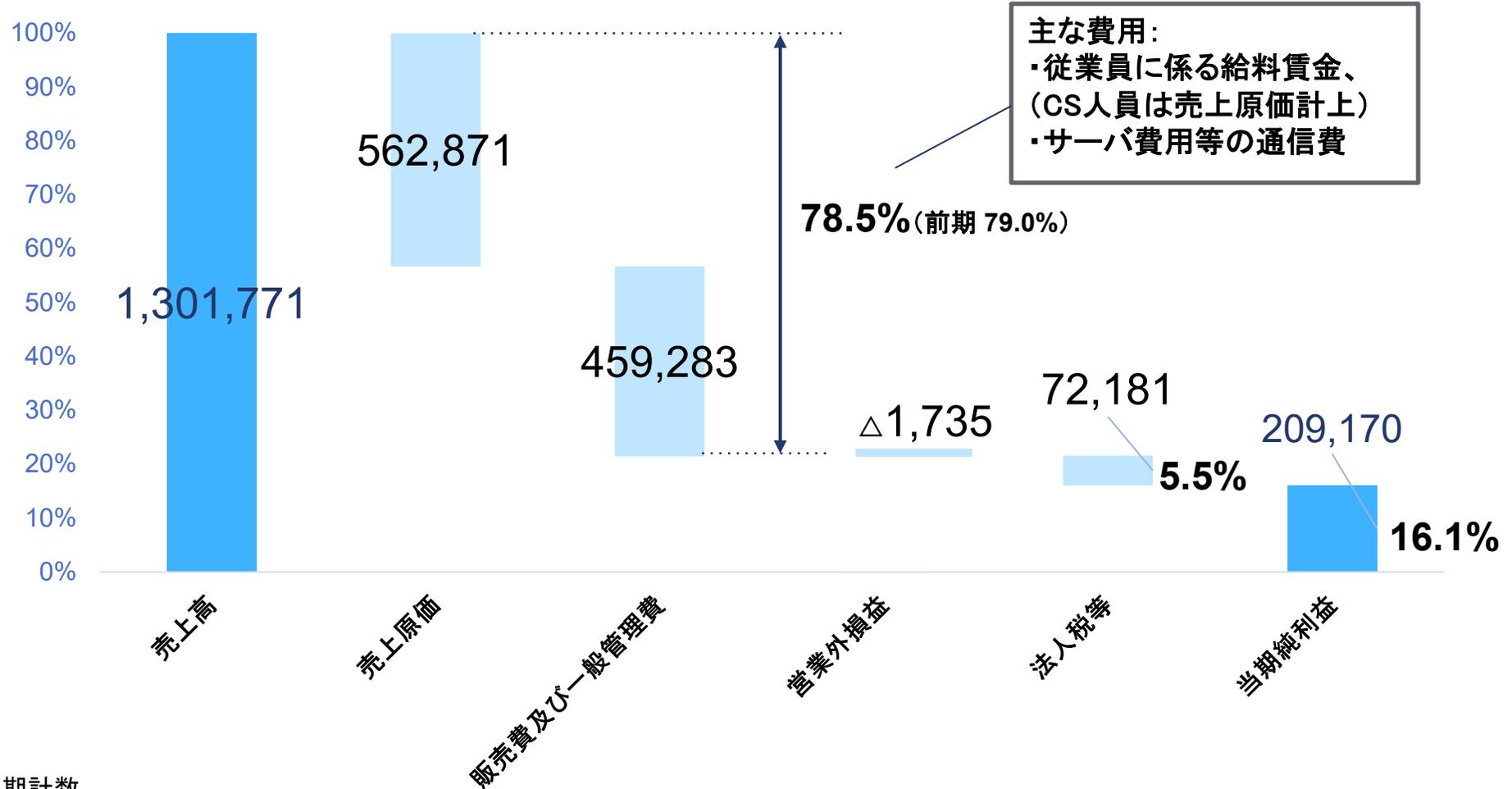
+各オプションサービス(SMS送信等)

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

2025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5期連続で営業利益黒字を達成



- ・25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)
- ・横軸の費用項目等の表記は会計基準上の表記を用いている

5. 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

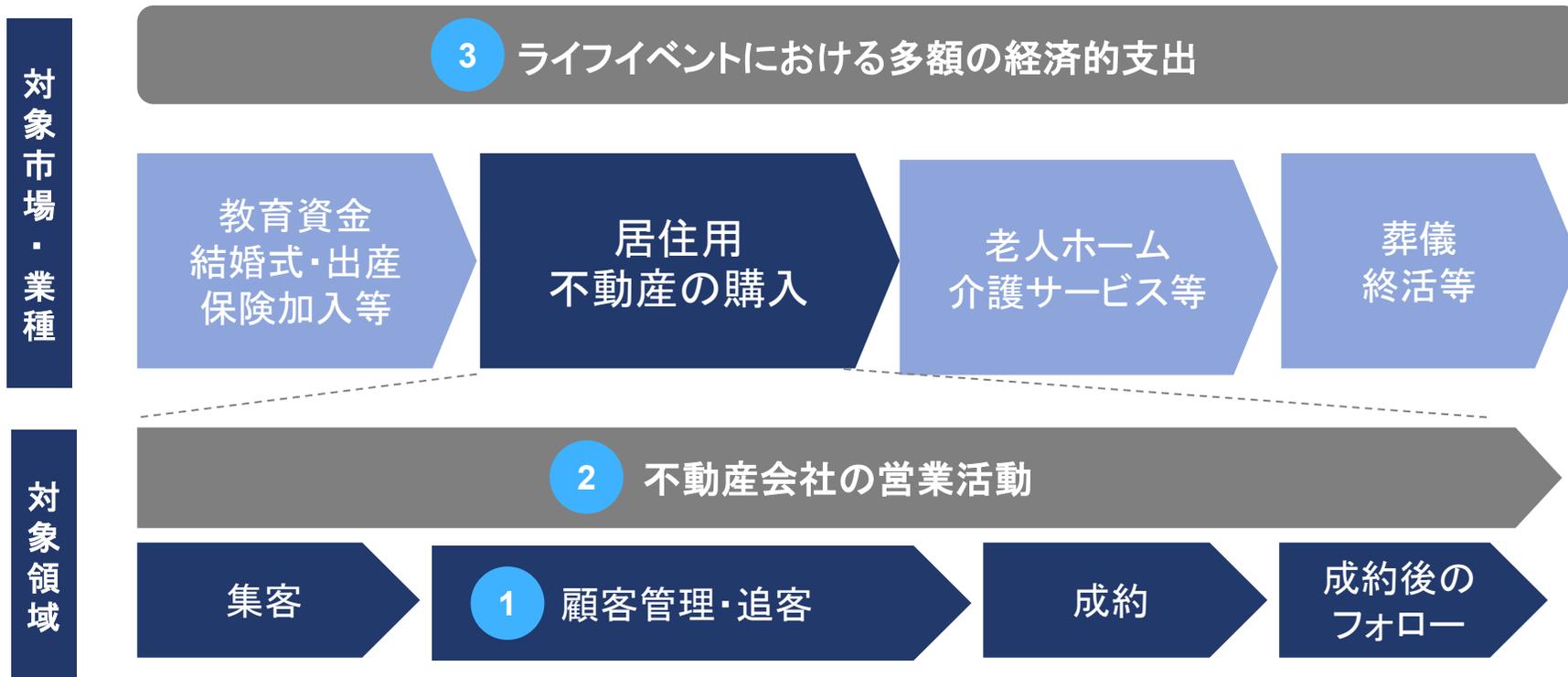
他業種への進出

- 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

1

方向性①: 既存ドメイン深掘り
・KASIKAの機能追加
・データ、ナレッジの活用

2

方向性②: 対象ドメインの拡大
・集客、成約等の川上・川下領域への拡大

3

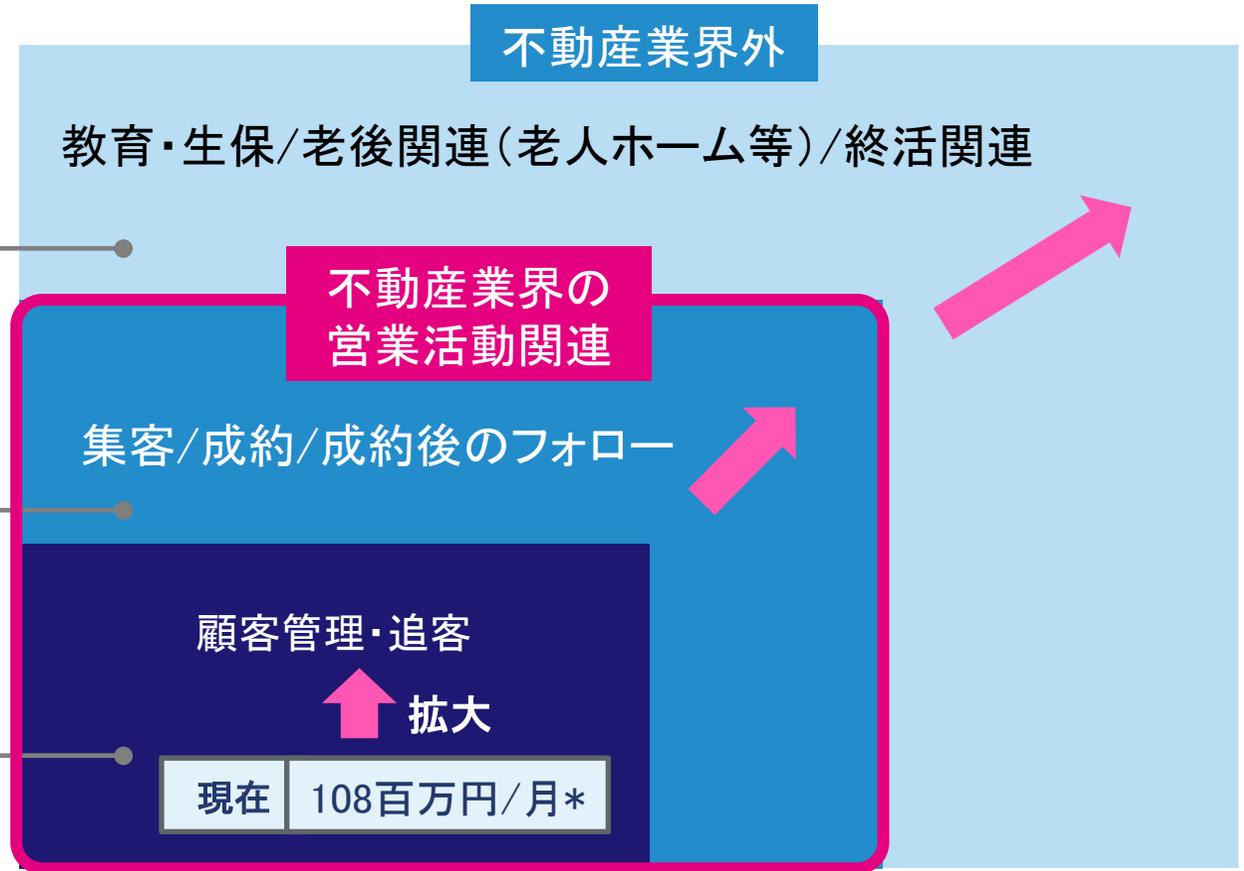
方向性③: 不動産外への拡大
・「人」が重要となる他業種進出

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

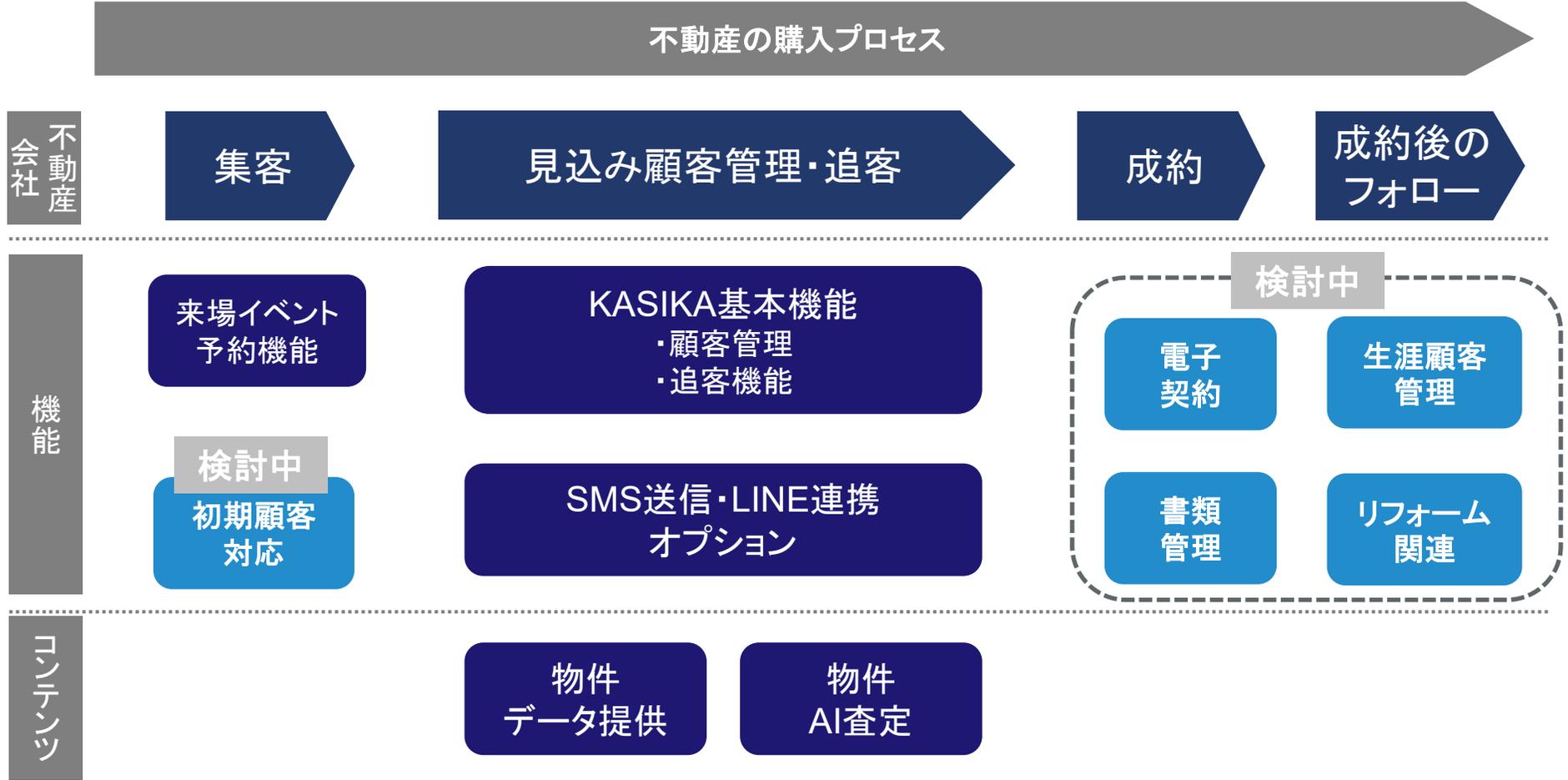
方向性①: 単価・顧客数増加
 -KASIKAIの機能追加
 -データ・ナレッジの活用



”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

*: 2025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
- ✓ オプションの利用率が向上することにより顧客単価も上昇させる
- ✓ 上記の図はあくまで一例であり、社内では随時、サービス領域の拡大のための検討・テスト開発を実施

6. IRに関するご質問への回答

頂いているご質問への回答

質問:

・重要なKPIで開示されている「顧客数」について、どういう単位で「1社」としてカウントしていますか。1個のアカウントですか。

回答:

・「顧客数」はアカウント単位ではなく、当社の顧客となっている1法人につき、1社としています。

例えば、1法人で複数の店舗を運営し、複数のKASIKAアカウントを契約している場合、当社では1社とカウントしています。

そのため、既に1店舗でKASIKAを利用している顧客がKASIKAの利用店舗を増やす場合には顧客数は変わらず、MRRは増加するという事象が生じます(その他、ユーザ数課金においてユーザが増えた場合にも顧客数は変わらずMRRは増加します)。

質問:

・人材投資としてカスタマーサクセス部門の採用に注力されていますが、この部門はどのようなことを行い、なぜこの部門の強化をされるのでしょうか。

回答:

・カスタマーサクセス部門は、KASIKA利用が決まった顧客に対する①KASIKA利用のための初期設定等、②KASIKA利用促進のための定例会・勉強会、③サポート電話対応を主としております。

単にツールを提供するだけでなく、利用の促進を含めて顧客に価値を提供するべく、成長投資としてカスタマーサクセス人員の採用・育成に注力をしています。

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。