



2021年9月15日

各 位

|       |                                      |
|-------|--------------------------------------|
| 会 社 名 | 株式会社ツクルバ                             |
| 代表者名  | 代表取締役 CEO 村上 浩輝<br>(コード：2978 東証マザーズ) |
| 問合せ先  | 取締役 CFO 小池 良平<br>(TEL：03-4400-2946)  |

<マザーズ>2021年7月期投資に関する説明会開催状況について

下記のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

|        |                           |
|--------|---------------------------|
| 開催日時   | 2021年9月13日 17:00～17:30    |
| 開催方法   | オンラインによる開催（機関投資家・アナリスト向け） |
| 開催場所   | オンライン                     |
| 説明会資料名 | 2021年7月期通期決算説明会資料         |

【添付資料】

決算説明会において使用した資料

以 上

# TSUKURUBA

決算説明会資料

2021年7月期通期

株式会社ツクルバ

(東証マザーズ：2978)

2021年9月13日

# ディスクレーマー

## 本資料の取り扱いについて

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。これらの記述は、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たものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

## お問い合わせ先

管理本部広報IRグループ

Email : [ir@tsukuruba.com](mailto:ir@tsukuruba.com)

IR情報 : <https://tsukuruba.com/ir/>

# 目次

1. ハイライト
2. 2021年7月期 第4四半期業績
3. 2021年7月期 通期業績
4. 2022年7月期の方針及び業績予想
5. ご参考資料

# 1. ハイライト

# ハイライト

## 2021年7月期 第4四半期業績

- ・ コロナ禍による業績への影響は底打ちし、売上総利益は過去最高水準まで回復

売上高 486 百万円 (前年同期比 +72%)

売上総利益 363 百万円 (前年同期比 +72%)

## 2021年7月期 通期業績

- ・ 業績予想を上方修正し、期初予想を超過して着地

売上高 1,624 百万円 (前期比  $\Delta$ 5%, 予想比 +152百万円)

売上総利益 1,264 百万円 (前期比 +6%, 予想比 +27百万円)

営業損益  $\Delta$ 358 百万円 (予想比 +205百万円)

## 2022年7月期 通期業績予想

- ・ 売上高及び売上総利益の成長を再加速

売上高 2,450 百万円 (前期比 +51%)

売上総利益 1,780 百万円 (前期比 +41%)

- ・ 積極的な先行投資を企図し、営業損益は赤字を見込む ( $\Delta$ 890百万円)

## 2. 2021年7月期 第4四半期業績

# 全社 | 2021年第4四半期 業績サマリ

2021年第4四半期の業績は、コロナ禍の影響を大きく受けた前年同期と比べて大幅に回復しました。

(単位：百万円)

|       | 2021年7月期第4四半期実績 | 2020年7月期第4四半期実績 | 前年同期比 |
|-------|-----------------|-----------------|-------|
| 売上高   | 486             | 282             | +72%  |
| 売上総利益 | 363             | 211             | +72%  |
| 営業損益  | △121            | △117            | -     |
| 経常損益  | △125            | △120            | -     |
| 当期純損益 | △229            | △340            | -     |

## 第4四半期 トピックス

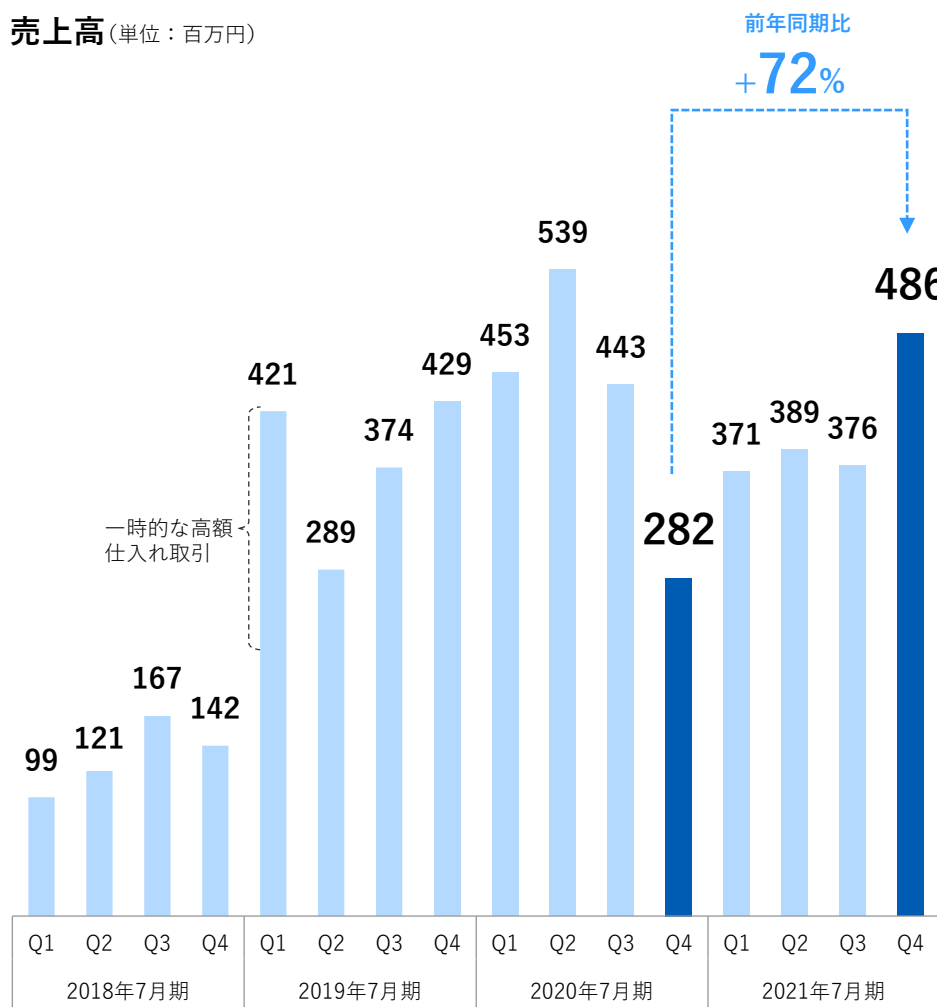
- ・10億円の第三者割当増資の実施（6/30発表）
- ・マネーフォワード社との業務提携契約締結（7/9発表）
- ・リノベーションショールーム本格展開



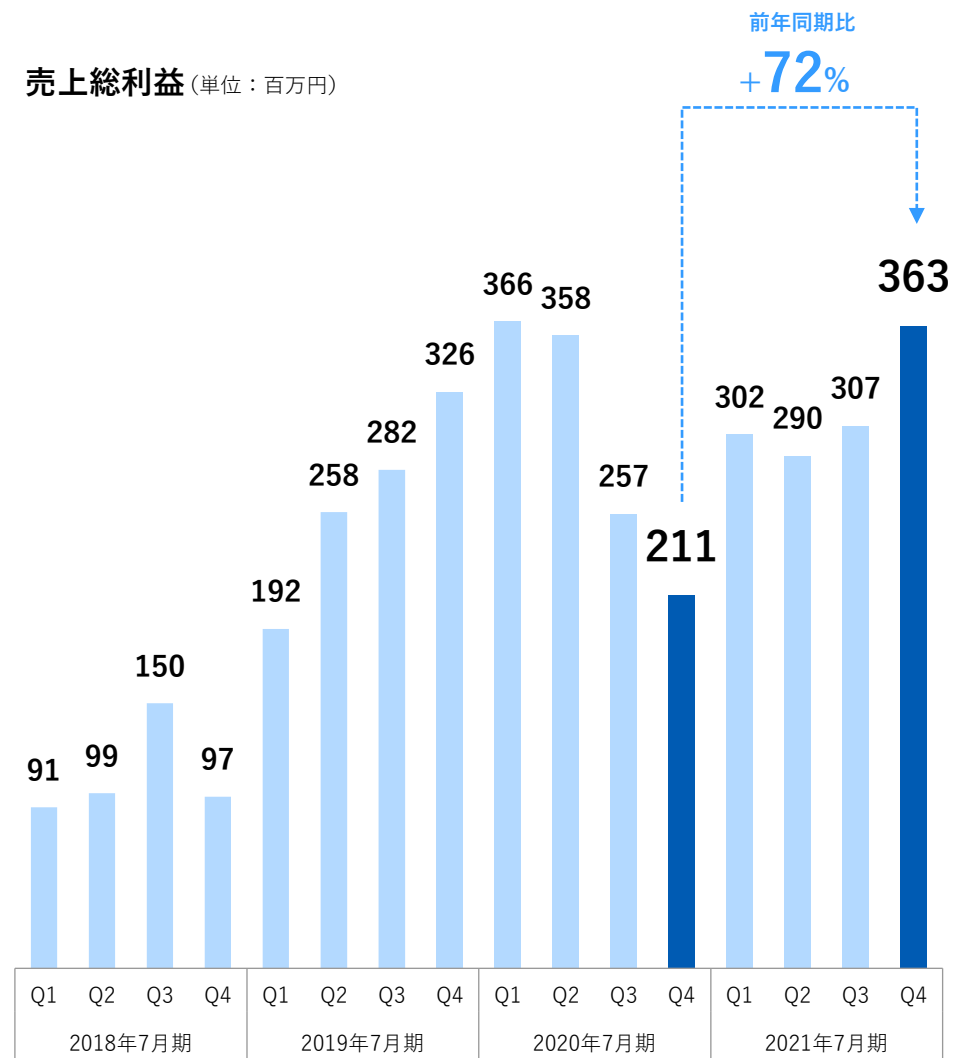
# 全社 | 売上高・売上総利益の四半期推移

コロナ禍の影響は底打ちし、売上総利益は過去最高水準にまで回復しています。

売上高(単位：百万円)



売上総利益(単位：百万円)



## セグメント別 | 2021年第4四半期 業績サマリ

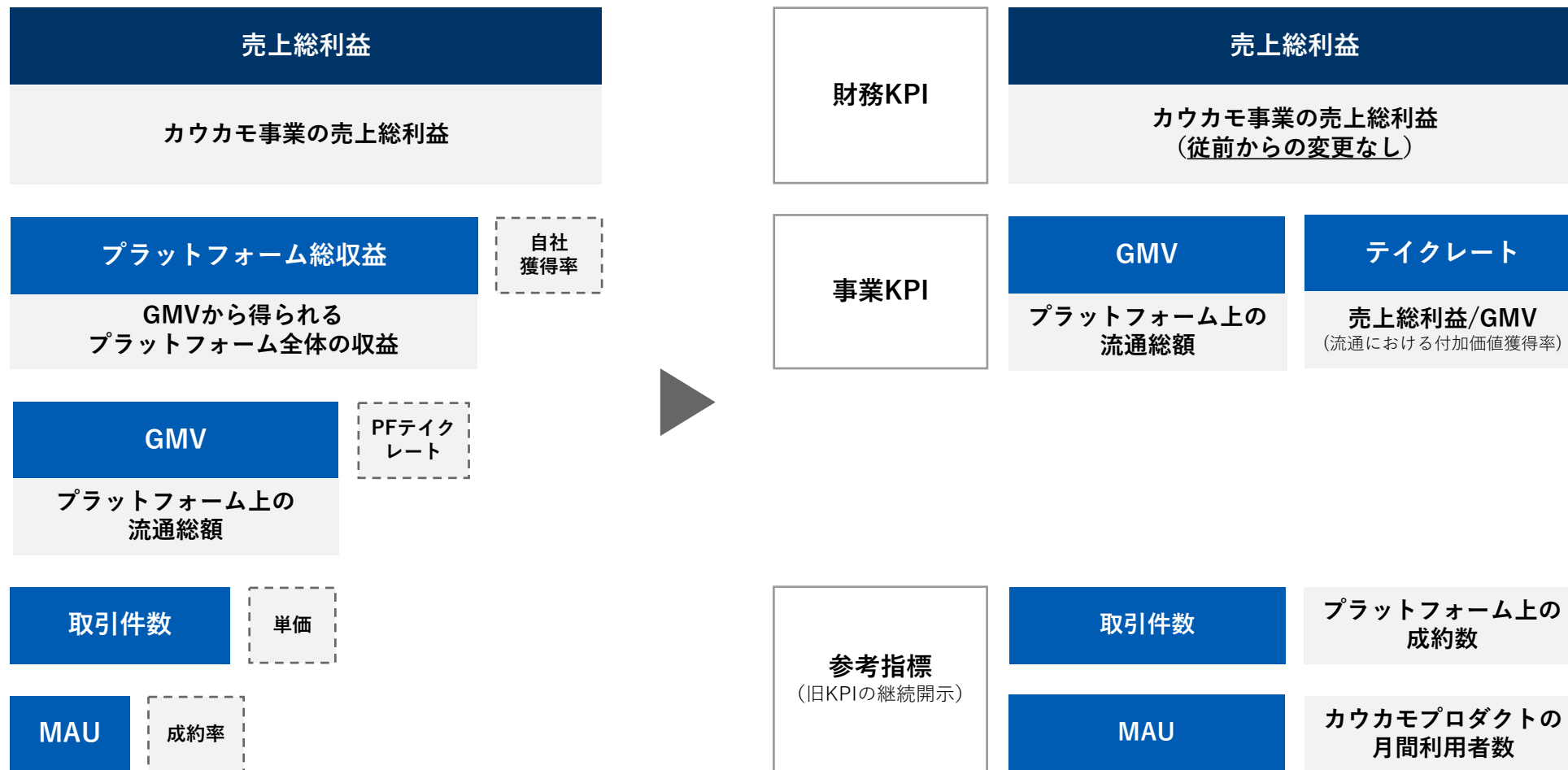
コロナ禍による業績影響が軽減し、カウカモ事業の売上高及び売上総利益が前年同期比で大幅に回復しました。

(単位：百万円)

|               |         | 2021年7月期第4四半期<br>(2021年5月～2021年7月) | 2020年7月期第4四半期<br>(2020年5月～2020年7月) | 増減率   |
|---------------|---------|------------------------------------|------------------------------------|-------|
| カウカモ          | 売上高     | 381                                | 177                                | +115% |
|               | 売上総利益   | 331                                | 176                                | +88%  |
|               | セグメント損益 | △4                                 | △21                                | -     |
| 不動産企画<br>デザイン | 売上高     | 105                                | 105                                | 0%    |
|               | 売上総利益   | 32                                 | 34                                 | △6%   |
|               | セグメント利益 | 6                                  | 18                                 | △64%  |
| 全社            | 全社費用    | △124                               | △114                               | -     |

# カウカモ事業 | 開示KPIの変更

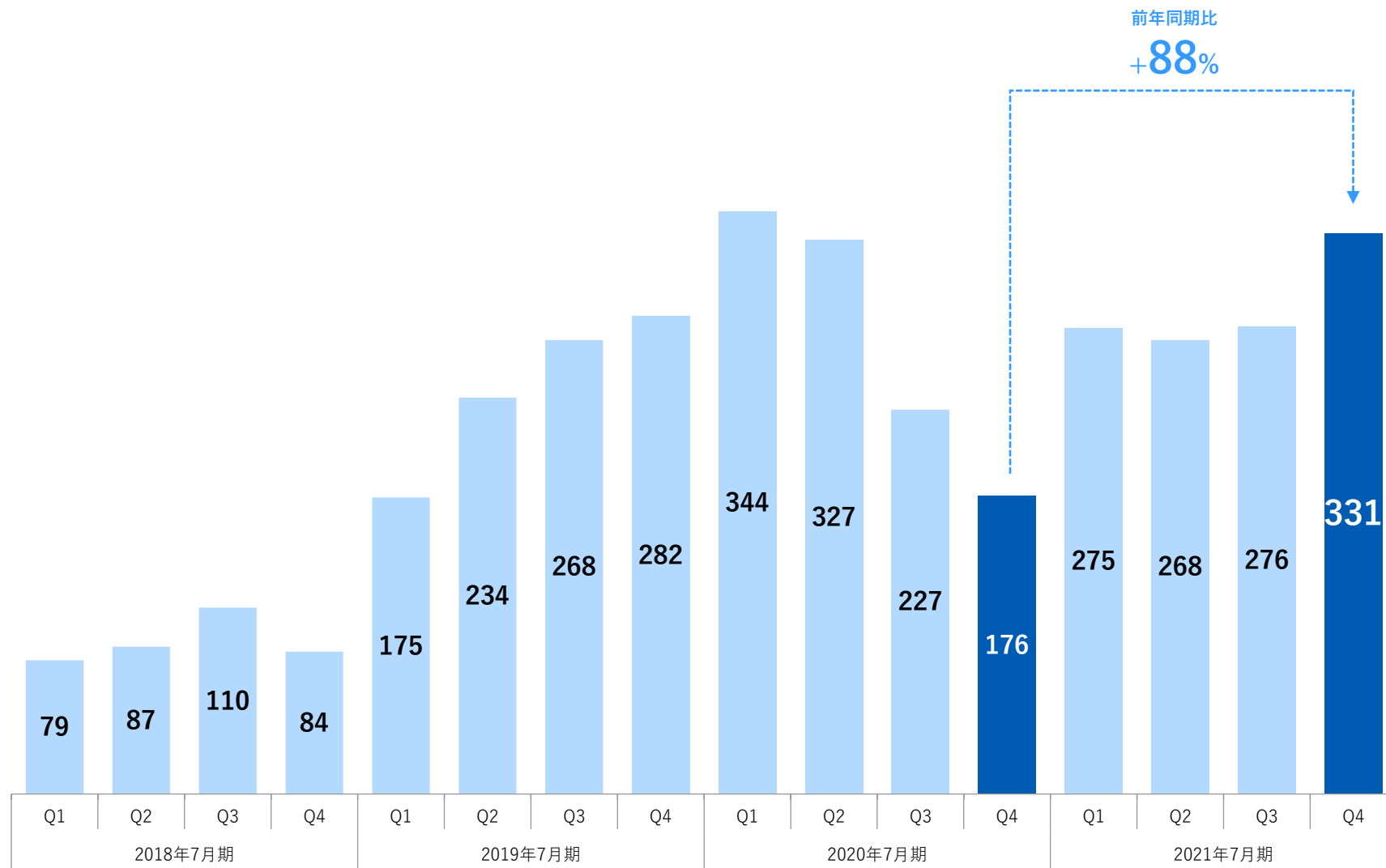
2021年7月期は、GMVにフォーカスした施策とコロナ禍のリスク対応に注力しました。今後の売上総利益の継続成長を目指すにあたり、より投資家の皆様にわかりやすい開示を目指し、カウカモ事業の重要指標をGMVとテイクレートに変更します。



GMV：プラットフォーム上の流通総額。取引件数に単価をかけることにより算出されます。  
 テイクレート：流通（GMV）における付加価値獲得率。カウカモの売上総利益をGMVで割ることにより算出されます。  
 自社獲得率：プラットフォーム総収益のうち当社が獲得する割合。カウカモの売上総利益をPF総収益で割ることにより算出されます。  
 PFテイクレート：GMVに対して課される手数料率。PF総収益をGMVで割ることにより算出されます。

## カウカモ事業 | 売上総利益の四半期推移

コロナ禍の影響を受けた2020年7月期第4四半期を底に、カウカモ事業の売上総利益は堅調に推移し、過去最高水準まで回復しました。



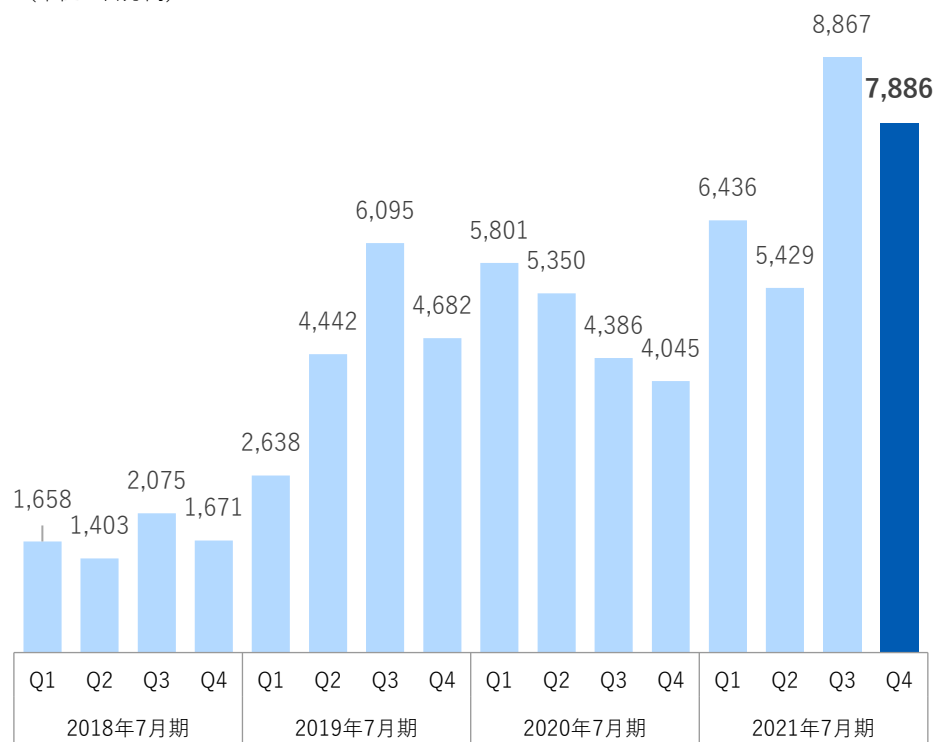
(単位：百万円)

# カウカモ事業 | GMV・テイクレートの四半期推移

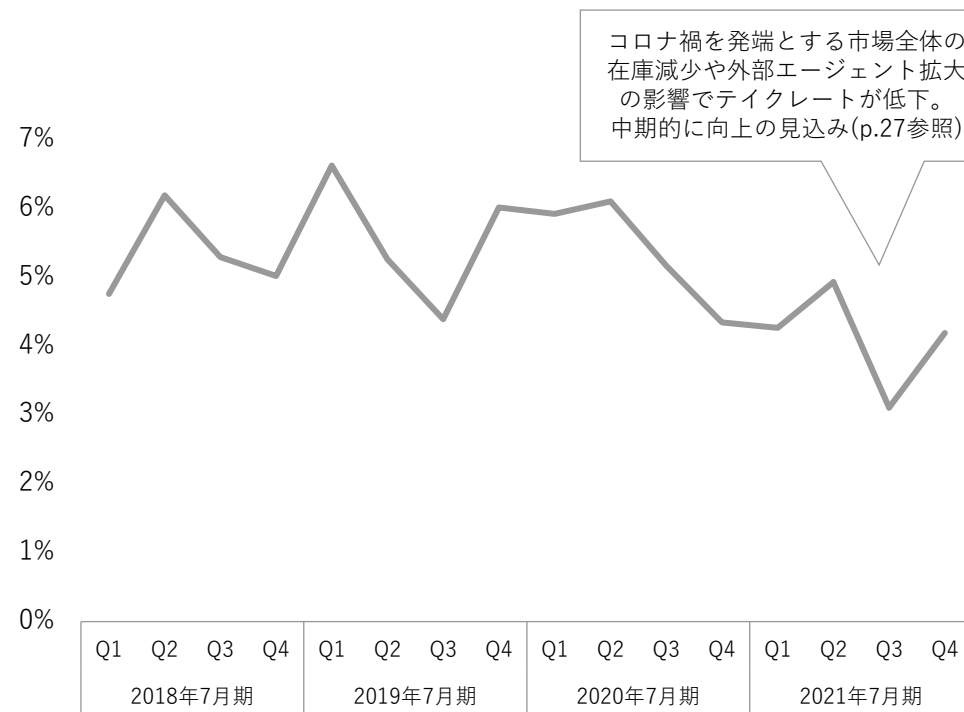
2021年7月期は、GMVが大きく成長しました。テイクレートについては、コロナ禍を発端とする市場全体の在庫減少の影響による仲介手数料率の低下、及びリスクコントロール施策である外部エージェント拡充により一時的に低下しました。今後の需給環境の改善\*、及び構造的なテイクレート向上施策 (p.27) の実施により、テイクレートは向上する見込みです。

## GMV

(単位：百万円)



## テイクレート



\* 2021年6月まで13か月連続で前月比で減少してきていた首都圏マンション在庫件数が、2021年7月及び8月は前月比で増加となっており、足元では、需給環境の改善の兆候が見られます。  
(出所：公益財団法人東日本流通機構「月例速報Market Watchサマリーレポート 2021年8月度」)

## 参考 | 四半期業績・事業KPIの四半期推移

(単位：百万円)

|             | 2019年7月期   |            |            |            | 2020年7月期   |            |            |             | 2021年7月期   |            |             |             |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|
|             | 1Q         | 2Q         | 3Q         | 4Q         | 1Q         | 2Q         | 3Q         | 4Q          | 1Q         | 2Q         | 3Q          | 4Q          |
| <b>売上高</b>  | <b>421</b> | <b>289</b> | <b>374</b> | <b>429</b> | <b>453</b> | <b>539</b> | <b>443</b> | <b>282</b>  | <b>371</b> | <b>389</b> | <b>376</b>  | <b>486</b>  |
| 売上総利益       | 192        | 258        | 282        | 326        | 366        | 358        | 257        | 211         | 302        | 290        | 307         | 363         |
| カウカモ        | 175        | 234        | 268        | 282        | 344        | 327        | 227        | 176         | 275        | 268        | 276         | 331         |
| 不動産企画デザイン   | 17         | 24         | 14         | 44         | 22         | 30         | 30         | 34          | 26         | 21         | 30          | 32          |
| <b>営業費用</b> | <b>244</b> | <b>244</b> | <b>232</b> | <b>318</b> | <b>341</b> | <b>346</b> | <b>327</b> | <b>328</b>  | <b>348</b> | <b>363</b> | <b>426</b>  | <b>485</b>  |
| カウカモ        | 137        | 148        | 140        | 189        | 203        | 193        | 196        | 198         | 223        | 261        | 298         | 335         |
| 不動産企画デザイン   | 14         | 14         | 10         | 18         | 17         | 14         | 16         | 15          | 24         | 21         | 19          | 25          |
| 全社          | 91         | 81         | 81         | 110        | 120        | 138        | 114        | 114         | 99         | 80         | 107         | 124         |
| <b>営業利益</b> | <b>△52</b> | <b>13</b>  | <b>49</b>  | <b>7</b>   | <b>24</b>  | <b>11</b>  | <b>△69</b> | <b>△117</b> | <b>△45</b> | <b>△72</b> | <b>△118</b> | <b>△121</b> |

### 事業KPI

|                   |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>GMV*1</b>      | <b>2,638</b> | <b>4,442</b> | <b>6,095</b> | <b>4,682</b> | <b>5,801</b> | <b>5,350</b> | <b>4,386</b> | <b>4,045</b> | <b>6,436</b> | <b>5,429</b> | <b>8,867</b> | <b>7,886</b> |
| <b>テイクレート (%)</b> | <b>6.6</b>   | <b>5.3</b>   | <b>4.4</b>   | <b>6.0</b>   | <b>5.9</b>   | <b>6.1</b>   | <b>5.2</b>   | <b>4.4</b>   | <b>4.3</b>   | <b>4.9</b>   | <b>3.1</b>   | <b>4.2</b>   |
| PF総収益*2,3         | 175          | 234          | 268          | 282          | 344          | 327          | 227          | 176          | 296          | 291          | 310          | 402          |
| 取引件数*1 (件)        | 59           | 98           | 119          | 105          | 123          | 121          | 95           | 93           | 130          | 118          | 166          | 159          |
| MAU (千人)          | 25           | 27           | 28           | 29           | 36           | 40           | 44           | 50           | 54           | 59           | 62           | 59           |

\*1 成約ベース

\*2 決済ベース

\*3 PF総収益は旧指標のため、今後IRが投資家の皆様の使用状況を確認し、開示継続の是非を検討します。

# 全社トピックス | 第三者割当増資の実施（6/30発表）

## 目的

- 中長期にわたるカウカモプラットフォームにおける流通取引総額（GMV）の最大化

## 募集概要

- 第三者割当増資により、佐護勝紀氏及び株式会社ワングローブキャピタルに当社発行済み株式総数12.66%相当の普通株式を割当
  - ・ 発行新株式数：1,250,000株（希薄化率12.66%）
  - ・ 発行価額：800円/株
    - ・ 直近6月29日の株価、過去1か月/3か月/6か月の平均株価に対しプレミアムが付与された価額
  - ・ 差引手取金概算額：994百万円
  - ・ 払込期日：2021年8月6日

## 資金使途

- 中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」のGMV最大化のため、調達資金994百万円は以下に充当
  - ・ 顧客体験を向上させるサービスラインナップの強化のための人件費・採用費
  - ・ ユーザー獲得のためのマーケティング費

## 効果

- 調達後30億円の現預金を確保・自己資本比率の向上
- 金融業界や経営者としての経験が豊富な両出資者のアドバイザーとしての関与等

# 全社トピックス | 貸借対照表 (参考)

前述の2021年8月に実施した第三者割当増資後、現預金30億円超と十分な投資余力を備えております。

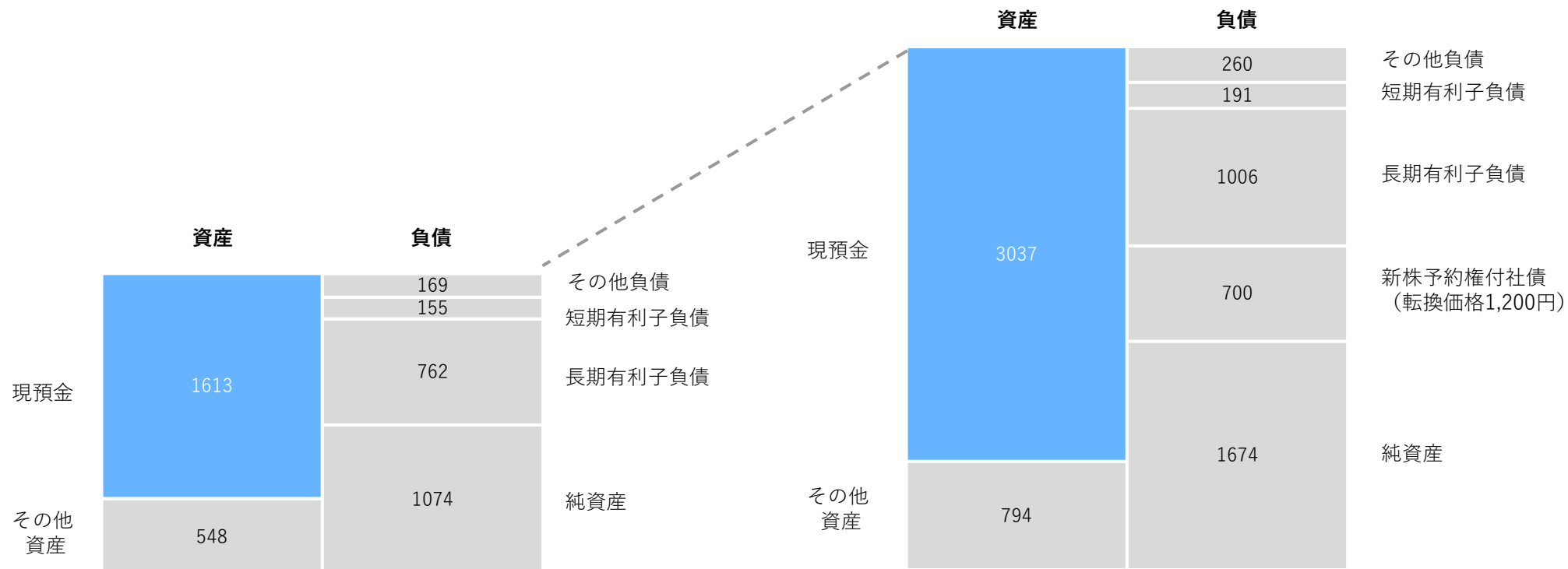
2021年7月末日の貸借対照表に、2021年8月6日実施（6月30日発表）の第三者割当増資による影響を加味して作成しております。

## 2020年7月末 貸借対照表

(単位：百万円)

## 2021年7月末 貸借対照表 + (第三者割当増資)

(単位：百万円)





# カウカモ事業トピックス | マネーフォワード社との業務提携契約締結 (7/9発表)

マネーフォワード社と業務提携契約を締結しました。2022年に居住用不動産所有者を対象としたサービス提供の開始を予定しています。



不動産所有者の資産管理に関わる課題解決を通じて  
ユーザーのライフスタイルの変化をサポート

\*1 2021年6月末日時点

\*2 2021年7月末日時点

# カウカモ事業トピックス | リノベーションショールーム本格展開

VRを活用してカウカモのリノベーションを体験できるショールームを自由が丘に開設。トライアルでは、ショールーム体験による成約率の大幅な改善がみられました\*1。オンライン・オフラインの両面での洗練されたユーザー体験により、「良いものを手軽に」の世界観を実現します。

## ユーザー体験



リノベーションによる住まいの質向上を実際に体験することにより「暮らし方のイメージ」が膨らみます。



VRを用いてリノベーションによる変化を体験していただくことにより、リノベーションのイメージが向上します。



リノベーションの理解が深まる展示・ツールによる「学び」でリノベーションに対する理解が向上し、不安が解消されます。

## 効果

「体験」による接客成約率の向上  
追加リノベーション等のクロスセルの増加

\*1 自由が丘のリノベーションショールーム（「SR」）開設後6か月間で接客したお客様のうち、SRを体験した人の接客成約率（2021年9月9日時点までに成約した人の数÷接客した人の数を、SRを体験しなかった人の接客成約率で割った数値は、3倍を超えるというデータも得られています。

\*2 上記写真は一部実際のものとは異なります。

### 3. 2021年7月期 通期業績

## 全社 | 通期業績

2021年7月期の業績は、期初予想を超過して着地しました。

(単位：百万円)

|       | 2021年7月期通期実績 | 2020年7月期通期 |     | 2021年7月期業績予想 |             |
|-------|--------------|------------|-----|--------------|-------------|
|       |              | 実績         | 増減率 | 予想           | 予想値との<br>差異 |
| 売上高   | 1,624        | 1,718      | △5% | 1,472        | +152        |
| 売上総利益 | 1,264        | 1,194      | +6% | 1,237        | +27         |
| 営業損益  | △358         | △150       | -   | △563         | +205        |
| 経常損益  | △358         | △159       | -   | △573         | +215        |
| 当期純損益 | △482         | △431       | -   | △587         | +105        |

## セグメント別 | 通期業績

2021年7月期は、GMVが期初予想を超えて大きく伸長しましたが、各種施策等によりテイクレートを減少したため、売上総利益は微増となりました。また、コロナ禍による事業影響をコントロールしながらカウカモ事業において人件費、広告宣伝費への先行投資を実施しました。

(単位：百万円)

|                  |           | 2021年7月期通期<br>(2020年8月～2021年7月) | 2020年7月期通期<br>(2019年8月～2020年7月) | 増減率               |                       |
|------------------|-----------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------|
| カウカモ             | 売上高       | 1,240                           | 1,339                           | △7%               |                       |
|                  | 売上総利益     | 1,152                           | 1,077                           | +7%               |                       |
|                  | セグメント損益   | 32                              | 283                             | △89%              |                       |
|                  | 事業<br>KPI | GMV                             | 28,618                          | 19,582            | +46%<br>(期初予想：+1,318) |
|                  |           | テイクレート                          | 4.0%                            | 5.5%              | △1.5pt                |
| (旧指標参考)<br>PF総収益 |           | 1,298                           | 1,077                           | +21%<br>(期初予想：△2) |                       |
| 不動産企画<br>デザイン    | 売上高       | 383                             | 378                             | +1%               |                       |
|                  | 売上総利益     | 111                             | 116                             | △4%               |                       |
|                  | セグメント利益   | 20                              | 53                              | △61%              |                       |
| 全社               | 全社費用      | △411                            | △487                            | -                 |                       |

# カウカモ事業 | KPIに関連する取り組み

2021年7月期は、GMVの拡大にフォーカスした施策とコロナ禍のリスク対応に注力しました。

|       |            | 2021年7月期<br>実績         | 2021年7月期の主な状況・取り組み   |
|-------|------------|------------------------|--|
| 売上総利益 | GMV        | 28,618百万円<br>(前期比+46%) | <ul style="list-style-type: none"><li>• FY20からのコロナ禍の影響が底打ちし需要が回復基調<br/>市場相場価格の上昇も継続（成約平米単価、2021年7月度前年同月比+8.4%*）</li><li>• 継続的なユーザー獲得・育成及びサービス・プロダクトの改善によりMAUが大きく成長</li><li>• オペレーションエリアの拡大を実施、横浜エリアの物件掲載大幅増</li><li>• リノベーション等の付帯サービスの拡充やリノベーションショールームの開設など、<br/>オンライン・オフラインを横断した顧客体験向上を推進</li></ul>   |
|       | テイク<br>レート | 4.0%<br>(前期比△1.5pt)    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 自社企画商品の強化施策の試行順調（前期比2.4倍の供給件数）<ul style="list-style-type: none"><li>• スターマイカ社提携企画商品“SELEC”の供給好調</li><li>• 自社ブランド商品開発体制の拡充が進展</li></ul></li><li>• 個人売主向け施策のテストにより個人売主物件の媒介拡大（前期比2.2倍の媒介物件獲得数）</li></ul><br><ul style="list-style-type: none"><li>• 期首方針のとおり、コロナ禍のリスク対応として外部エージェントを拡充し、リスクを限定させつつGMVを可能な体制を確立。これにより当期は売上総利益の一部外部流出でテイクレートが低下（同施策のテイクレートに対する影響は、前期が底と認識）</li><li>• コロナ禍を受けた需給のタイト化や一部再販事業者の供給減少の影響により、仲介手数料率が一時的に低下</li></ul> |

\* 出所：公益財団法人東日本不動産流通機構「月例速報Market Watch サマリーレポート 2021年7月度」

## 4. 2022年7月期の方針及び業績予想

# 2022年7月期 通期業績予想の前提

本業績予想は、以下のような前提で策定しております。基本方針としては、カウカモ事業の継続成長に重点的に取り組みます。前期の財務基盤強化を踏まえて、当期は先行投資としての販管費を大きく織り込んでおります。

## カウカモ事業

**マーケット：**コロナ禍の影響を受けた需給環境の急変は落ち着き、マクロの中古住宅需要の継続拡大を想定

**GMV：**顧客数増加、営業体制・サービス拡充、物件供給強化により前期比+30%程度の成長を見込む

- これまでと同水準の新規顧客獲得を継続
- 買主サイドの営業体制・サービス拡充を継続
- 売主サイドの事業構築を通じた物件供給の拡大

**テイクレート：**企画商品拡充、自社エージェント比率向上により前期比+10%程度の向上を見込む

- 企画商品拡充により収益性の高い取引の割合が増加（企画商品の開発・販売にかかわる付加価値の獲得）
- コロナ禍先行き見通し改善により自社エージェント比率向上

**費用：**売上総利益の継続成長のための先行投資・成長投資を織り込む

- 顧客獲得のための広告宣伝費 [翌期回収を見込む先行投資]
- 接客拠点・営業人員を増強 [翌期回収を見込む先行投資]
- 買主向けサービス・プロダクト開発費 [中期的な成長投資]
- 売主サイドの事業構築への成長投資を実施 [中期的な成長投資]

## 不動産 企画デザイン事業

- カウカモ事業の継続成長を優先し、売上総利益及び販管費、共に大きな変動は織り込んでいない
- カウカモ事業の後方支援や、中長期に向けた事業機会へのテスト等は継続的に実施予定

## 全社共通費用

- 継続成長に向けた組織強化のための採用費、人件費、株式報酬費用を織り込む [継続成長に向けた組織強化]

## その他

- 影響度の未確定なマネーフォワード社との新サービスはコストのみ織り込む [中期的な成長投資]
- その他未確定な大型取引、極端な不動産市況の変動、新規事業やM&Aは織り込んでいない

\*注：上記中[]は次頁「販管費に占める先行投資」の各項目に対応



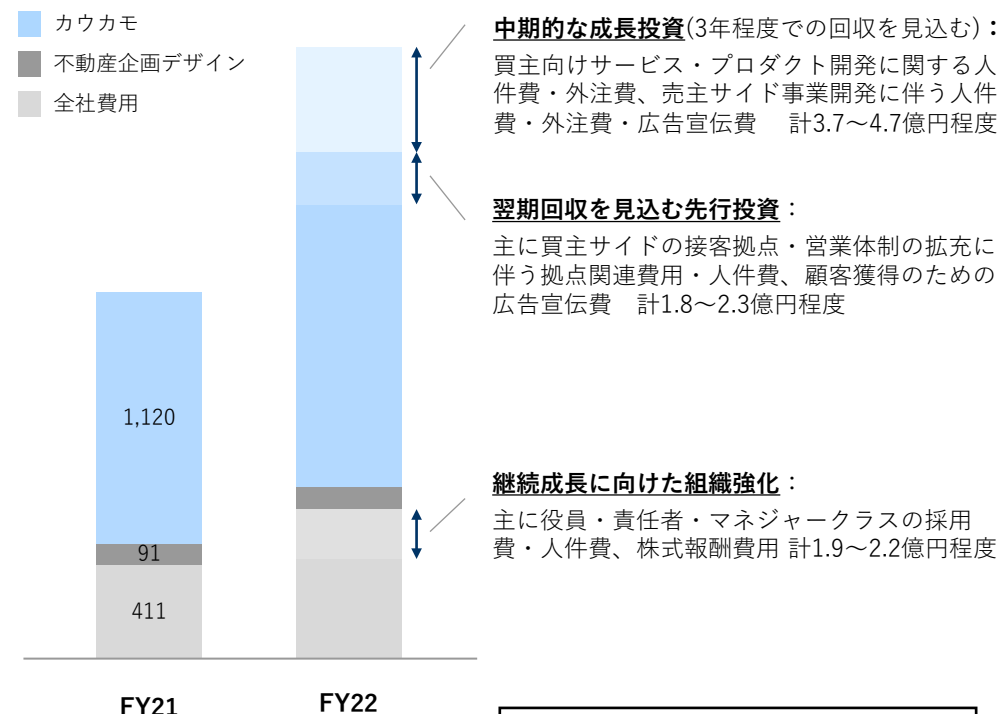
# 2022年7月期 通期業績予想

2022年7月期より、あらためて売上総利益の高成長を目指します。営業利益率は先行投資により一時的な悪化を予定していますが、当期を最下限とする方針です。事業環境及び事業進捗を注視しながら先行投資を行っていきます。

業績予想 (単位：百万円)

|                    | 2022年7月期<br>業績予想 | 2021年7月期<br>通期実績 | 対前期<br>増減率 |
|--------------------|------------------|------------------|------------|
| 売上高                | 2,450            | 1,624            | +51%       |
| 売上総利益              | 1,780            | 1,264            | +41%       |
| 営業損益<br>(うち株式報酬費用) | △890<br>(△57)    | △358<br>(△34)    | —          |

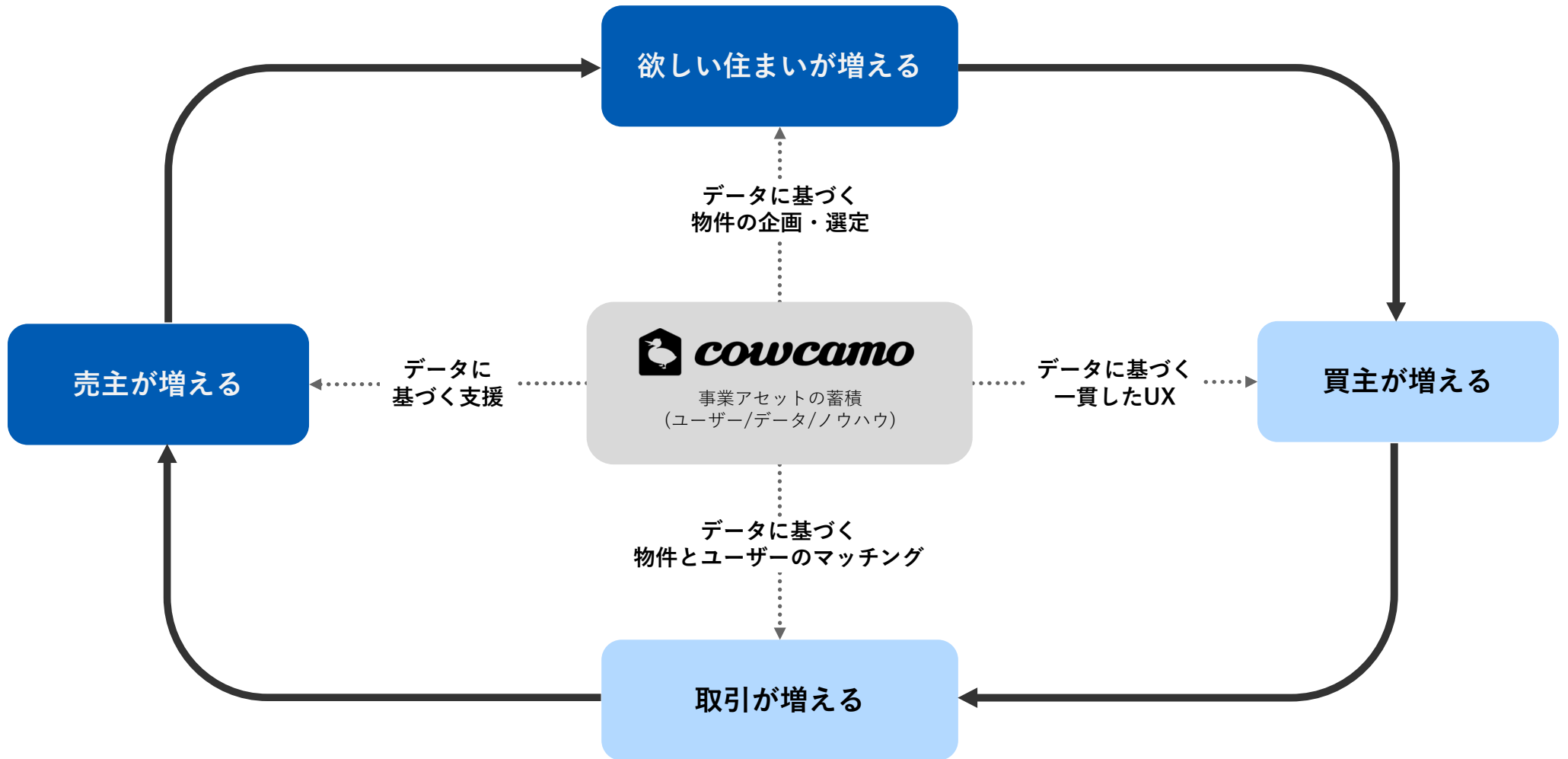
販管費に占める先行投資 (単位：百万円)



**先行投資合計 7.4~9.2億円**

# カウカモ事業 | 中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム構築を推進

カウカモの事業モデルは、買主が増えれば取引が増え、売主の参加するインセンティブが上がり、買主の欲しい住まいが増えるという好循環構造があります。構築済みの買主ユーザー基盤を武器に、今後は売主獲得および商品供給拡充のための施策を強化していきます。



# カウカモ事業 | 売上総利益成長のための当期方針

売上総利益の高成長を目指すに当たり、売主サイド・買主サイド両面からGMV及びテイクレートの向上に取り組んでいきます。当期においては、特に売主サイドにおける事業構築を通じた物件供給の拡大、構造的なテイクレート改善に注力していきます。

|       |        | 売主サイド   | 買主サイド   |
|-------|--------|---|---|
| 売上総利益 | GMV    | <p><b>売主サイドにおける事業構築を通じた物件供給の拡大 (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>個人売主チャネルの開拓</li><li>再販事業者との連携強化による供給拡大</li><li>マネーフォワード社との提携による売主向け新サービス開発継続</li></ul>   | <p><b>従来通り、ユーザー獲得、顧客体験の向上およびオペレーション規模拡大を推進</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>継続的なユーザー基盤の成長</li><li>継続的なサービス・プロダクトの改善</li><li>オペレーションエリアの拡大</li><li>OMO*での顧客体験向上（接客拠点、セミナー等）</li></ul> |
|       | テイクレート | <p><b>構造的なテイクレート改善の推進 (B)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>再販事業者向け支援サービスの拡大（企画報酬等の増加）</li><li>企画商品の拡充（企画商品の開発・販売にかかわる付加価値の獲得）</li><li>売主向け付帯サービスのトライアル</li><li>買主向け付帯サービスの拡充（買主サイドのアップセル）</li><li>営業体制の拡充（コロナ禍先行き見通し改善により自社エージェント比率向上）</li></ul> |   |

OMO：Online Merges with Offlineの略。顧客志向でオンライン/オフラインを融合しより良い顧客体験を目指す考え方

# カウカモ事業 | A: 売主サイドにおける事業構築を通じた物件供給の拡大

売主サイドにおける事業構築として「個人売主チャネルの開拓」と「再販事業者との連携強化による供給拡大」の取り組みを加速します。これにより、カウカモプラットフォーム上で取り扱い可能な独自の物件供給を拡大し、買主サイドにおける品揃え・顧客体験の向上を通じてGMVの向上に寄与します。

## 個人売主チャネルの開拓

## 再販事業者との連携強化による供給拡大

### 概要

以下を訴求軸とする、個人売主向けのサービス開発、マーケティングを強化；

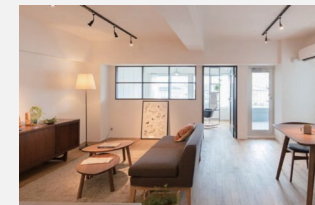
- ・ 中古・リノベ住宅購入希望者群(買主)とのマッチング
- ・ 適切なリノベ価値の評価・査定



※マネーフォワード社との提携は個人売主向けサービス開発として継続

以下施策を中心に、再販事業者と連携した物件供給を拡大；

- ・ 再販事業者支援サービスの拡大
- ・ 再販事業者との提携による企画商品\*の供給拡充



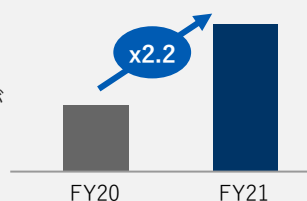
### GMVへの寄与

当社が預かる物件販売の増加による直接的な取引件数増に加え、買主サイドにおける品揃え強化、住み替え顧客の増加を通じた間接的な取引件数向上にも寄与

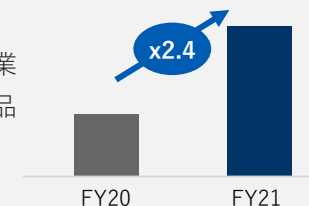
企画商品の販売増による直接的な取引件数増に加え、買主サイドにおける品揃え強化、顧客体験向上を通じた間接的な取引件数の向上にも寄与

### FY21のトライアル成果

売却サイトの改善、マーケティング施策の試行の結果、個人売主からの媒介獲得数\*が前期比 **2.2** 倍に増加



スターマイカ社との提携強化、「再販事業者支援サービス」の試行の結果、企画商品が、前期比 **2.4** 倍に増加



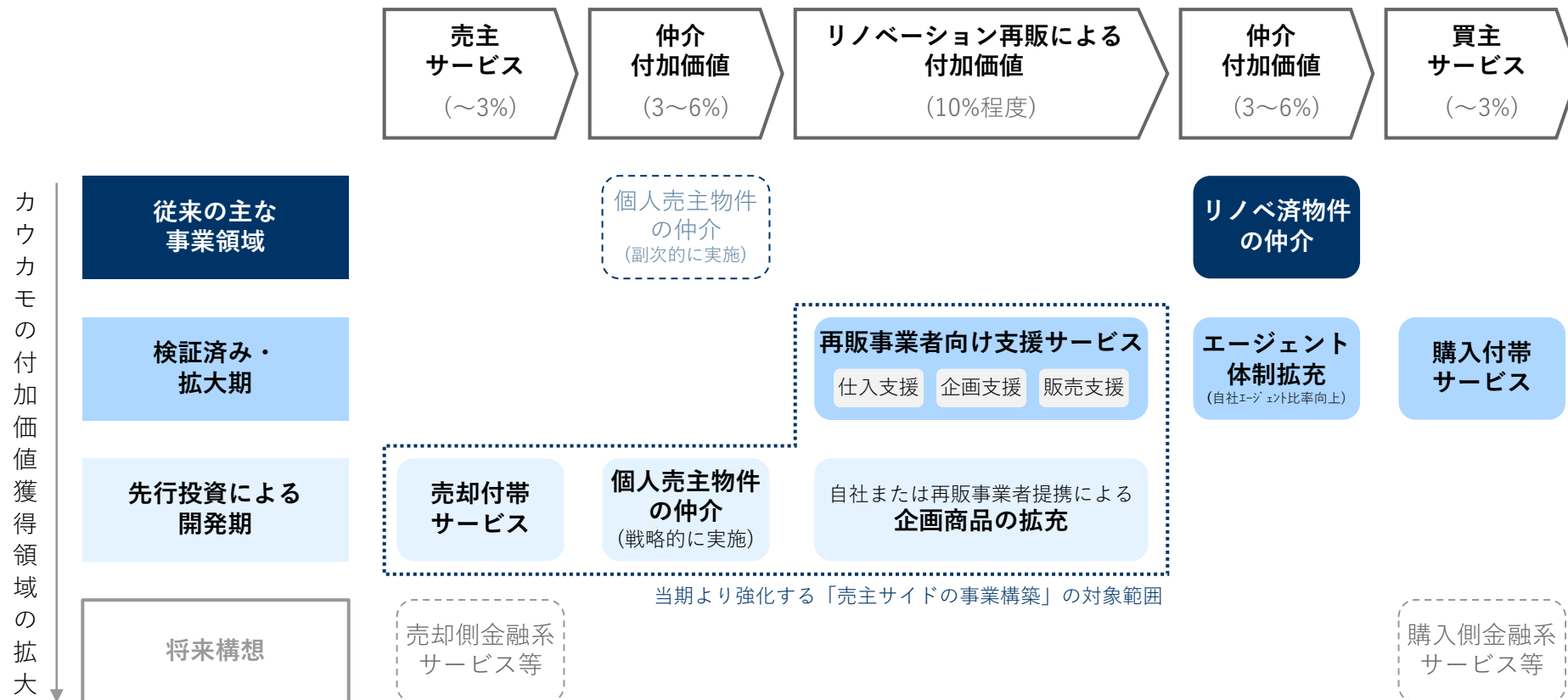
媒介獲得数：媒介契約を締結した数

企画商品：当社のデータを活用してリノベーションの企画・開発を行った物件。（カウカモのサービス上は「ブランド」物件または「プロデュース」物件として顧客に販売）

# カウカモ事業 | B：構造的なテイクレートの改善

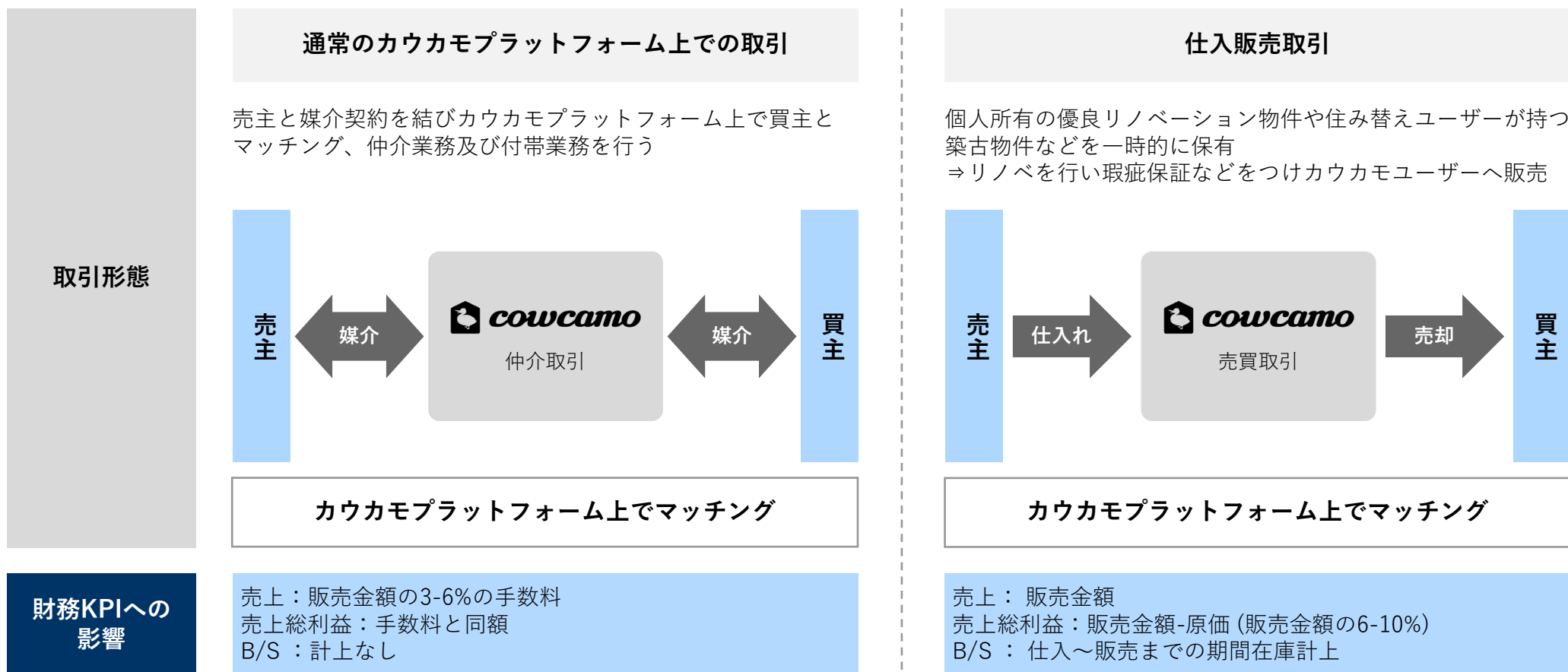
カウカモでは、再販事業者と個人買主間の仲介により頂く手数料を中心に事業を展開してきました。2020年7月期より買主向けの付帯サービス、再販事業者向けの支援サービスを順次試行してきました。加えて、2022年7月期からは売主サイドの事業構築の強化に取り組んでいく方針です。これらの取り組みの拡大により流通過程におけるカウカモ事業の付加価値獲得（テイクレート）を構造的に改善していきます。

中古不動産の流通過程における付加価値構造（括弧内は獲得可能なテイクレート）



## 参考) 自社企画商品における仕入販売取引の一部発生について

成長戦略に基づく売主サイド強化施策の一部として、カウカモの個人売主顧客を中心に仕入販売取引を行います。取引は、豊富な顧客ニーズデータを基にリスクをコントロールできるものに限定します。中長期的には資本力ではなく蓄積した独自データを強みとし、オフバランスなどを行いスケラブルな仕組みを志向する予定です。



## 5. ご参考資料

# 住宅・不動産領域のテクノロジー企業

ツクルバは、住宅・不動産領域のテクノロジー企業です。中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームであるカウカモ事業、外部の企業と連携し次なる事業の柱を作る不動産企画デザイン事業の2つの事業セグメントを運営しています。

## カウカモ事業



中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」の企画・開発・運営を通じて住まいの流通構造の革新に取り組んでいます。

## 不動産企画デザイン事業



空間プロデュース業務や自社シェアードワークプレイス事業で培ったノウハウやアセットを活用し、また外部パートナーとも積極的に協業することで、新たな事業を創出していきます。



# テクノロジー・ビジネス・デザインの背景を有する経営陣（2021年9月13日時点）

住宅・不動産領域のテクノロジー企業として必要な、テクノロジー・ビジネスの経験者と不動産領域の付加価値を生み出すデザインの知見が豊富な経営メンバーで運営しています。迅速な意思決定を目的とし共同代表制から代表取締役1名体制へと変更しました。



**村上 浩輝（むらかみ ひろき）**

**代表取締役 CEO**

立教大学社会学部産業関係学科（現：経営学部）卒  
LIFULLなどを経て、2011年8月弊社設立



**北原 寛司（きたはら ひろし）**

**取締役COO**

東京工業大学大学院博士課程修了。博士（工学）、  
パリ・ドフィーン大学/MBA修了。  
コーポレート・ディレクション、デロイトトーマツ  
コンサルティング、Deloitte Consulting Southeast  
Asiaを経て、2016年11月より当社入社。経営企画室長  
を経て2018年5月当社取締役COOに就任



**小池 良平（こいけりょうへい）**

**取締役CFO**

朝日監査法人（現 有限責任あずさ監査法人）に入所。  
2007年公認会計士登録。  
スターフェスティバル株式会社取締役CFO、監査役な  
どを歴任し、2016年より当社社外監査役、2018年5月  
取締役CFOに就任



**中村 真広（なかむら まさひろ）**

**取締役・共同創業者**

東京工業大学大学院建築学専攻修了  
デザイン事務所などを経て、2011年8月弊社設立。  
日経アーキテクチュア「次代の変革者100人」  
に選出。共著：「場のデザインを仕事にする」  
「シェアをデザインする」



**高野 慎一（たかの しんいち）**

**社外取締役**

株式会社リクルートにて人事・広報  
を経て、株式会社リクルートコスモ  
ス（現コスモスイニシア）執行役員  
に就任。2010年、株式会社ぎょうせ  
い執行役員管理本部長を経て、日本  
交通株式会社常務取締役などを歴任



**鈴木 秀和（すずき ひでかず）**

**社外取締役**

大和証券SMBC投資銀行本部（現：  
大和証券）にて資金調達や  
バリュエーション、東証審査対応の  
アドバイザー業務に従事。2018  
年12月に株式会社アトラエ取締役  
CFOに就任



**福島 良典（ふくしま よしのり）**

**社外取締役**

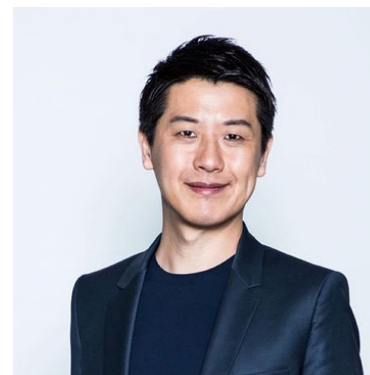
株式会社Gunosyを創業し、およそ2  
年半で東証マザーズに上場。後に東  
証一部に市場変更。2018年に  
LayerXの代表取締役社長に就任。  
2016年Forbes Asiaよりアジアを代  
表する「30歳未満」に選出

# 企業価値向上を目的に、経営体制の変更を予定

テクノロジー企業としてのコーポレート・ガバナンス体制の強化を目的とし、新任社外取締役として竹内氏を招聘予定。社内取締役は3名、新任候補者を含む社外取締役は3名の体制になります。

| 役職                           | 氏名           |
|------------------------------|--------------|
| 代表取締役                        | 村上 浩輝        |
| 取締役                          | 北原 寛司        |
| 取締役                          | 中村 真広        |
| <b>社外取締役（新任）</b>             | <b>竹内 真</b>  |
| 社外取締役                        | 鈴木 秀和        |
| 社外取締役                        | 福島 良典        |
| 常勤監査役                        | 服部 景子        |
| <b>監査役（新任）</b><br>※社外取締役から異動 | <b>高野 慎一</b> |
| 社外監査役                        | 波田野 馨子       |

第10回定時株主総会の終結の時をもって任期満了を迎える役員については、重任を付議することを合わせて決議しており、同株主総会後の役員体制は上記のとおり予定しております。



新任社外取締役候補者  
**竹内 真**（たけうち しん）  
ビジョナル株式会社 取締役CTO

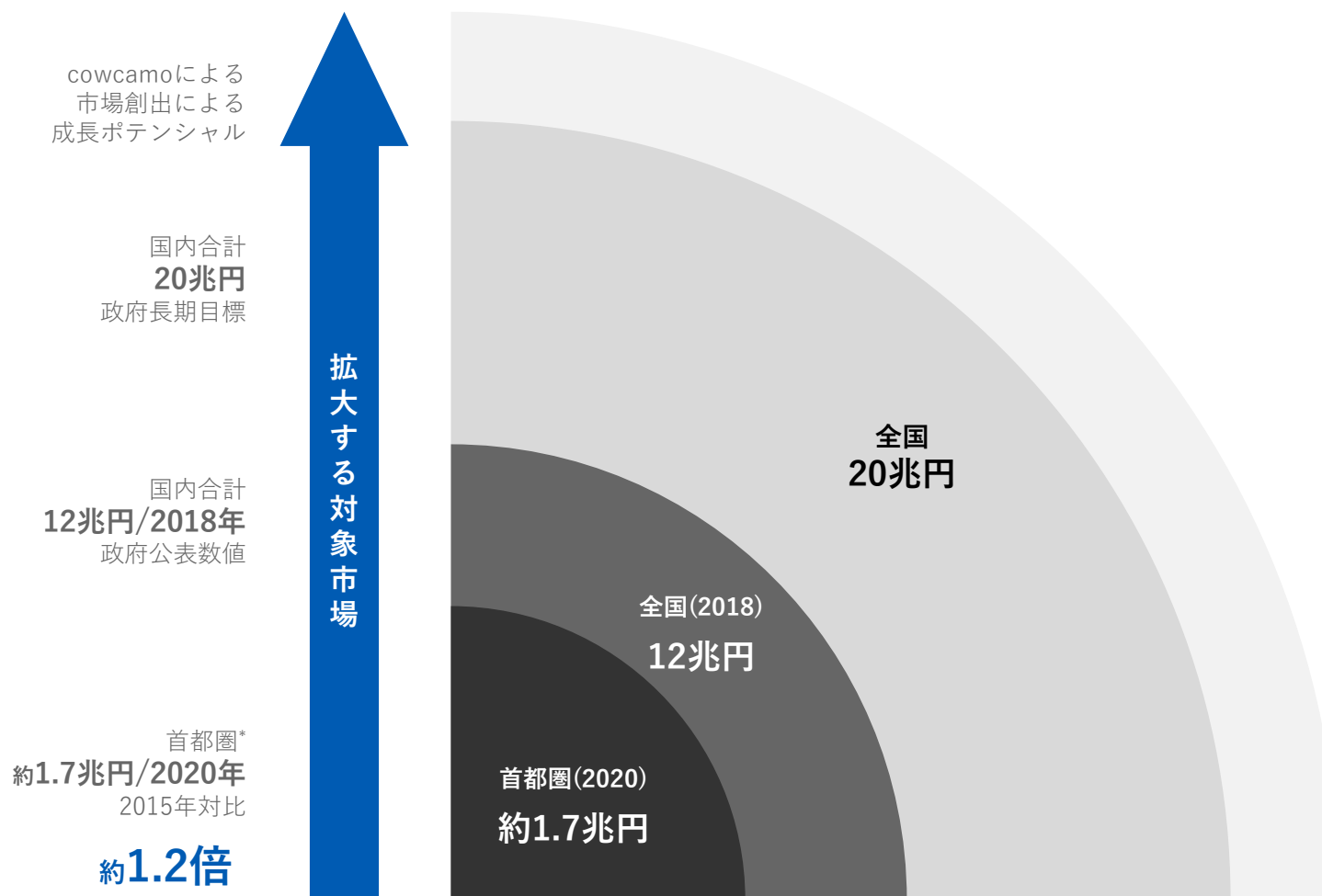
## 【候補者選任の目的】

- ・企業価値最大化に向けた意思決定の監督
- ・テック・グロースカンパニーとしてのガバナンス機能

| 経歴       |                            |
|----------|----------------------------|
| 2001年4月  | 富士ソフトABC株式会社（現富士ソフト株式会社）入社 |
| 2007年3月  | フリーランスとして独立                |
| 2008年12月 | 株式会社ビズリーチ参画                |
| 2013年1月  | 株式会社ビズリーチ 取締役就任            |
| 2019年9月  | 一般社団法人日本CTO協会 理事就任（現任）     |
| 2020年2月  | ビジョナル株式会社 取締役CTO就任（現任）     |

# カウカモ事業 | 長期的に全国20兆円規模が目指されている中古住宅・リノベーション市場

中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームであるカウカモ事業では、中古住宅・リノベーション市場を対象としています。現在は首都圏を中心に展開していますが、当領域は全国的に高いポテンシャルを秘めています。



\* 首都圏：1都3県（東京/埼玉/千葉/神奈川）

出所：公益財団法人東日本不動産流通機構、首相官邸「未来投資戦略2017」、国土交通省「住生活基本計画」（令和3年3月9日）

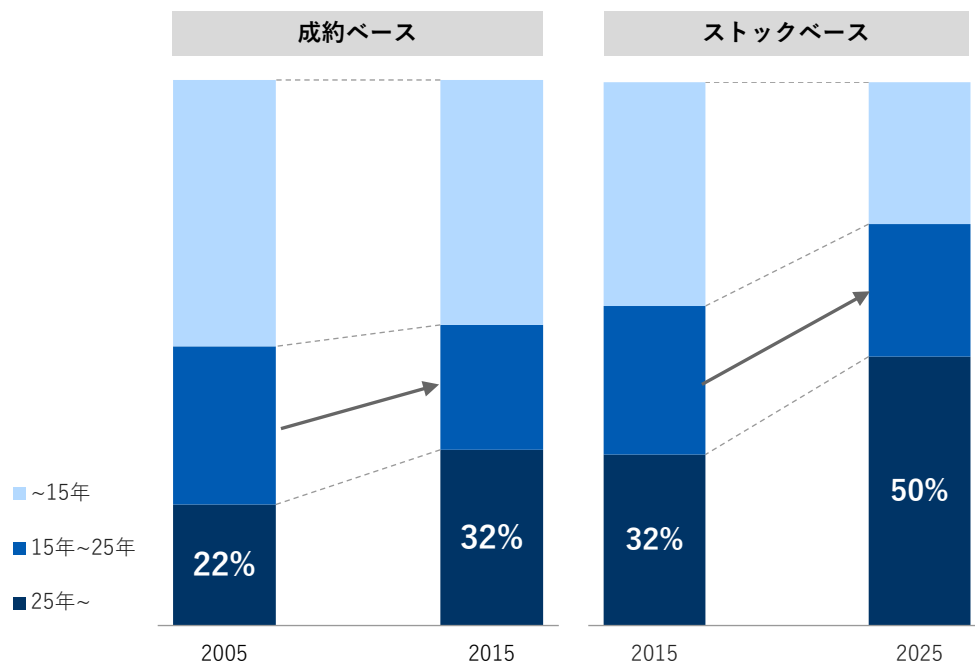
# カウカモ事業 | 中古住宅の拡大に伴う市場の構造変化

2025年には“築古”が市場の半数を占め、リノベーション住宅があたりまえの選択肢になることが想定されます。

## “築古”が市場の半分に迫る

2005年に2割程度であった築25年以上の中古マンションの比率は2025年には全体の半分となる

首都圏中古マンションの築年帯別構成比率（2005-2025）



出所：公益財団法人東日本不動産流通機構等のデータよりツクルバ作成

## リノベーションがあたりまえの世界に

首都圏での住宅購入においてはリノベーションがあたりまえになり、市場のマス化に伴ういくつかの変化が予想される

### リノベマンション市場の形成

- リノベを前提とした流通価格の形成
- 安いから中古リノベから こだわるならリノベへ

### 中古マンションの流通方法の多様化

- 中古+リノベ
- リノベ済マンション
- リノベ済+追加リノベ

### 中古住宅流通事業者の変化

- 再販事業者の拡大
- リノベマンション専門サイトの成長

## カウカモ事業 | カウカモが取り組む社会課題

ユーザー志向の不動産サービスの提供、蓄積されたデータに基づく流通工程の効率化により、流通構造摩擦の低減や需給マッチングの最適化を実現し、自由度と流動性の高い新たな市場を形成します。これらの活動により、社会課題とされる良質な住宅ストックが蓄積・循環する社会の実現に寄与します。

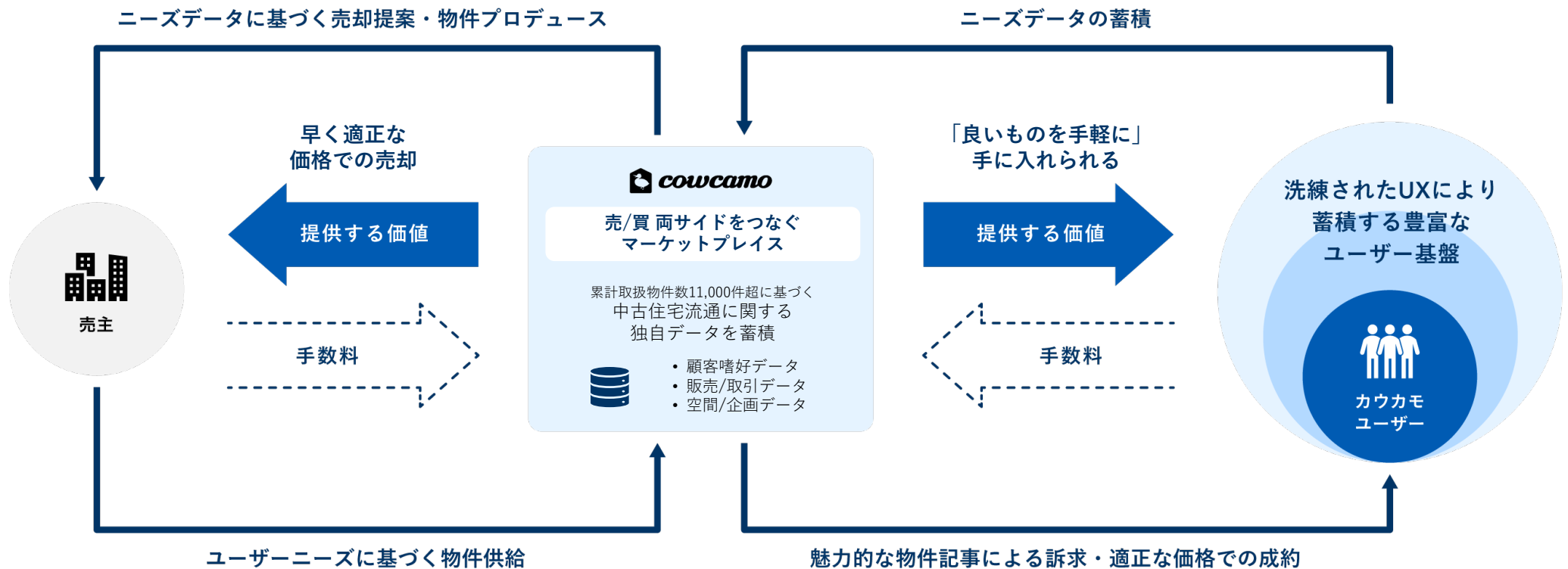
### < 既存の流通構造の課題 >

- 多段階の流通構造により流通摩擦が大きい
- IT化の遅れにより流通工程が非効率
- リノベーション価値や定性的な利用価値が物件価格に織り込まれづらい
- 川上・事業者志向の業界構造となっており、ユーザーニーズにあった商品・サービスが供給されにくい



# カウカモ事業 | ビジネスモデル

カウカモは、中古・リノベーション住宅の売主と買主を介在するマーケットプレイス型のプラットフォームです。蓄積された買主ユーザーの嗜好データや空間データ等を活用し、売主から供給される物件の流通に介在することで、両者に対してユニークな価値提供を行い、売/買が循環する成長サイクルを構築していきます。



# カウカモ事業 | 長期的にはQOL向上や市場拡大に貢献

長期的には、カウカモによってリノベーション物件価格の形成によるライフスタイルに応じた住み替えを促進し、QOL（人々の生活の質の向上）や中古物件流通市場の拡大に貢献していきます。

## 価格形成

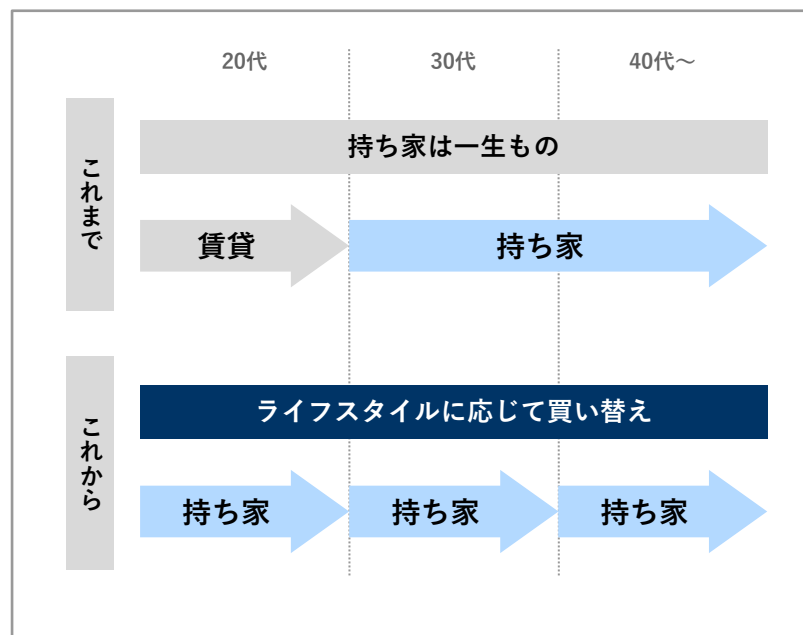
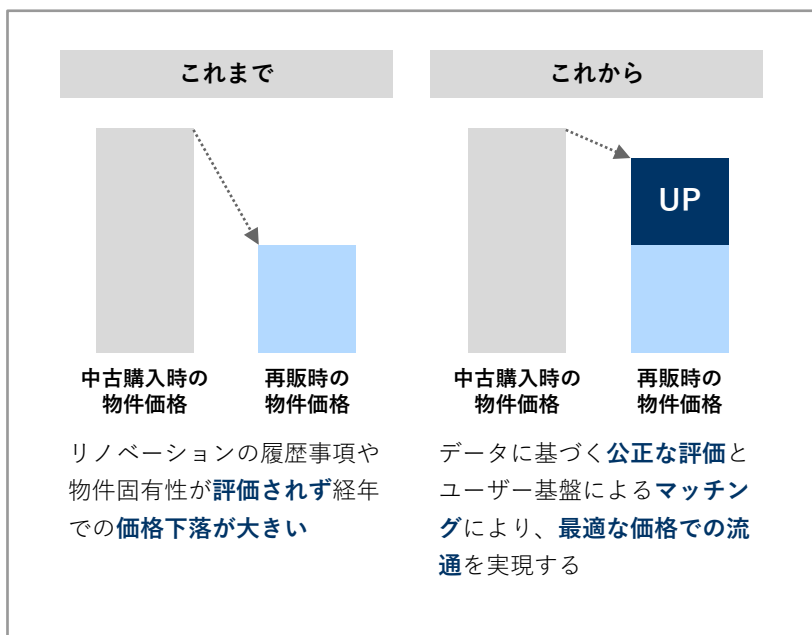
- データ蓄積によるリノベーション物件の公正な評価
- 豊富なユーザー基盤による最適なマッチング



## 買い替え頻度向上

- ライフスタイルに応じた住み替えの促進
- 流通中間コストの削減による買い替えの経済性向上

= 市場拡大



# 貸借対照表

(単位：百万円)

|                   | 2020年7月期末    | 2021年7月期末        |
|-------------------|--------------|------------------|
| 流動資産              | 1,660        | 2,646            |
| 現金及び預金            | 1,613        | 2,243            |
| 固定資産              | 502          | 390              |
| 資産合計              | 2,162        | 3,037            |
| 流動負債<br>(うち有利子負債) | 305<br>(155) | 430<br>(191)     |
| 固定負債<br>(うち有利子負債) | 781<br>(762) | 1,727<br>(1,706) |
| 純資産               | 1,074        | 879              |
| 資本金               | 610          | 30               |
| 資本剰余金             | 1,322        | 1,149            |
| 負債・純資産合計          | 2,162        | 3,037            |



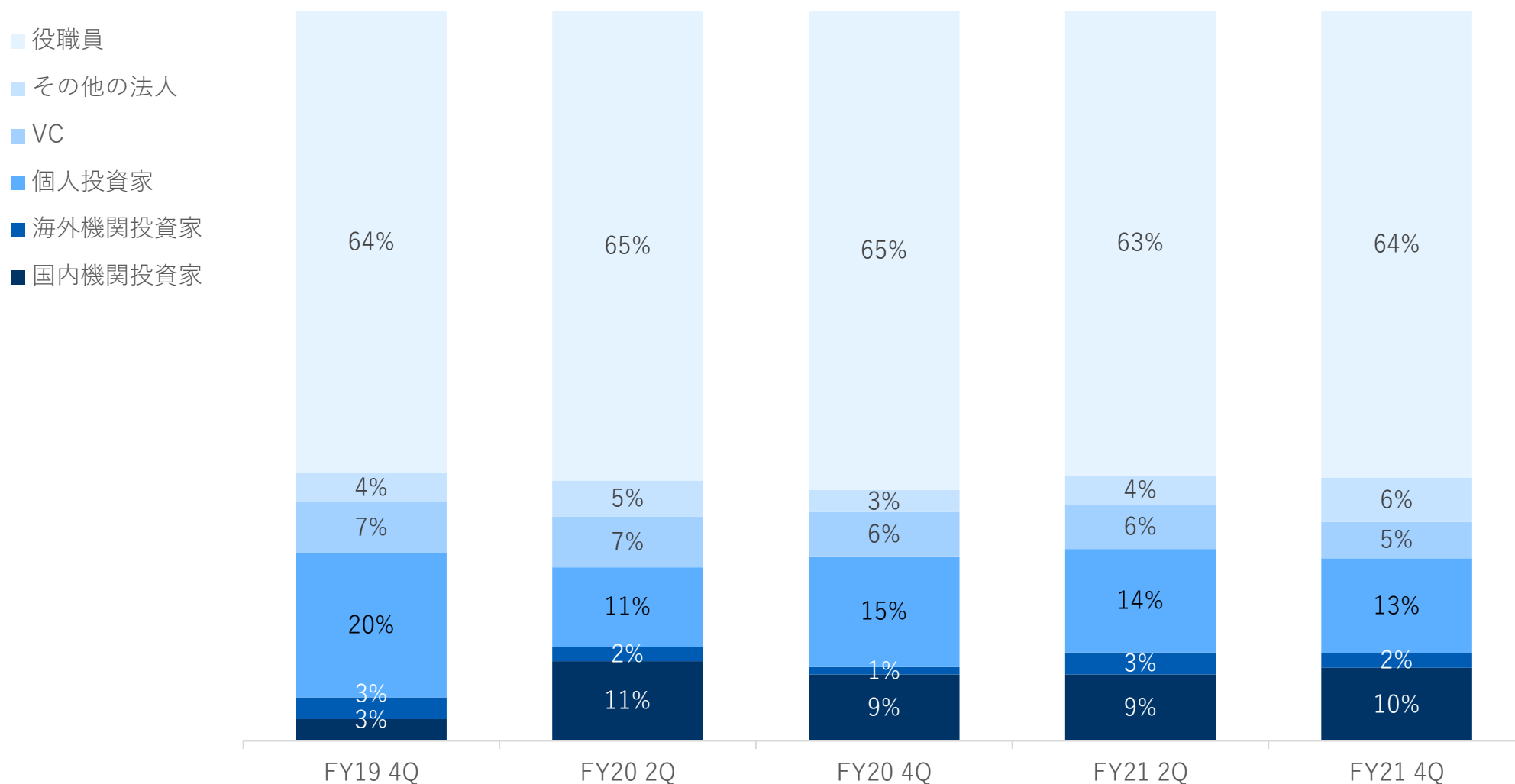
## (参考) 株価・出来高の推移

コロナ禍において株価・出来高は低調に推移していましたが、2021年6月30日の第三者割当増資のリリース以降回復基調となっています。  
積極的なIR活動によって当社の認知度及び理解度を向上し、出来高を継続的に改善していくことを基本方針としています。



## (参考) 株主構成比率の推移

株主構成比率の推移は以下のとおりです。個人投資家の皆様、機関投資家の皆様に対する情報提供により一層努め、長期投資家の投資判断に資する開示の充実に努めます。



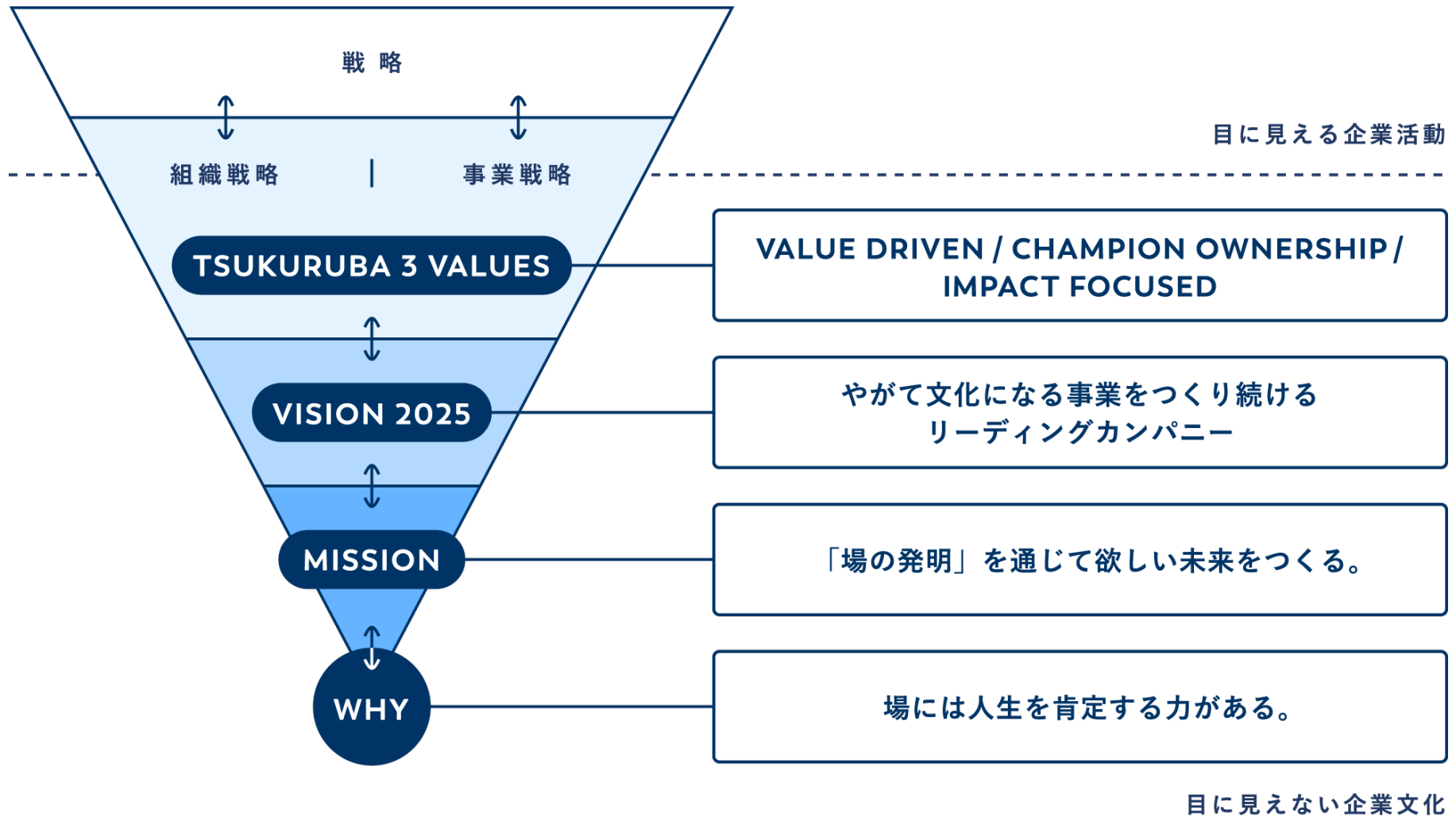
# Q&A

| カテゴリー       | 質問  | 回答  |
|-------------|---|---|
| カウカモ事業      | 2021年4月 iOS14.5にアプリトラッキング透明性機能(ATT)が搭載された影響は？ | 2021年5～6月の会員MAUに影響あるも、迅速な対応により7月には従前を上回る水準に回復。既に十分なユーザー基盤は確保済みなので、今後は既存のユーザー基盤を活用し、MAU成約率やテイクレート向上に注力。  |
| カウカモ事業      | 前期比でGMVが+46%に対し、カウカモの売上総利益が+7%にとどまっている理由は？    | コロナ禍影響で、首都圏中古マンション市場在庫件数が減少したことにより、手数料率が減少したことによる(2021年7月時点で首都圏中古マンション市場在庫件数は前年同月比23%減)。市場在庫の減少については、2021年7-8月に底打ちの兆候が見られたことに加え、個人売主獲得や、データ活用によりユーザーニーズに合致する物件を創出・供給するなどの売主サイド強化で今後に対応していく方針。 |
| カウカモ事業      | ウッドショックの影響は？                                  | 現時点では特段の影響なし。今後木材価格が上昇した場合でも、リノベーションマンションの売買価格に与える影響は限定的であり、業績への影響も限定的な見込み。   |
| カウカモ事業      | 成長指標は何を見れば良いか？                                | 従前は会員MAUを先行指標としていたが、十分なユーザー基盤が獲得されたことにより、今後は財務KPIとしての売上総利益、事業KPIとしてGMVとテイクレートを成長指標として見ていただきたい。  |
| カウカモ事業      | GMVにおいてQ毎にブレが発生するのはなぜか？                       | 季節要因など市場の影響によってQ毎のブレは発生する。  |
| 不動産企画デザイン事業 | 不動産企画デザイン事業に対する今後の投資の考え方は？                    | 案件ごとの投資効率を見極めながら、規律をもった投資を実施。   |

# 会社概要

|                   |   |
|-------------------|---|
| 名称                | 株式会社ツクルバ  |
| 本社                | 東京都目黒区上目黒1-1-5 第二育良ビル2階   |
| 設立                | 2011年8月   |
| 代表取締役             | 代表取締役CEO 村上 浩輝  |
| 正社員数              | 164名（2021年7月現在、正社員）   |
| 事業内容              | 中古・リノベーション住宅の流通プラットフォーム「cowcamo（カウカモ）」事業<br>・カウカモプラットフォーム事業<br>・カウカモエージェントサービス事業<br><br>不動産企画デザイン事業<br>・不動産領域における新たな価値創造をミッションとし、シェアードワークプレイス「co-ba」等の運営、<br>空間プロデュース（企画・デザイン・設計）を軸とした事業企画・開発 |
| アワードなど<br>受賞歴（抜粋） | デロイト テクノロジー企業成長率ランキング 日本テクノロジー Fast50 2017/2018/2019/2020<br>蔵前ベンチャー賞   |

# すべての企業活動の軸となる理念体系を構える



**TSUKURUBA**