2020年12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
（コード：2978　東証マザーズ）
問合せ先　　取締役CFO兼管理本部長　小池 良平
（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12月14日　17:00~17:15
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月期第1四半期決算説明会資料

【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月期第1四半期

株式会社ツクルバ

（東証マザーズ：2978）

2020年12月14日

© 2020 TSUKURUBA Inc.

目次

１．会社概要

２．2021年7月期第１四半期業績

３．カウカモ事業について

４．Q&A

５．ご参考資料

© 2020 TSUKURUBA Inc.

1. 会社概要

© 2020 TSUKURUBA Inc.

MISSION

「場の発明」を通じて
欲しい未来をつくる。

© 2020 TSUKURUBA Inc.

VISION2025

やがて文化になる事業をつくり続ける
リーディングカンパニー

文化とは、一朝一夕につくられるものではありません。
こういう社会をつくりたいと願い、その想いを諦めず、
広く社会の皆さまと共に実現していく。
その先に、やがて文化になる事業の可能性が拓けるような、長い道のりです。
私たちは広く長い視野を持ち、やがて文化になる事業をつくり続ける
リーディングカンパニーを目指していきます。

© 2020 TSUKURUBA Inc.

事業内容

cowcamoプラットフォーム化を通じて、住まいの流通構造を革新し、やがて文化となる事業をつくりあげます。

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※



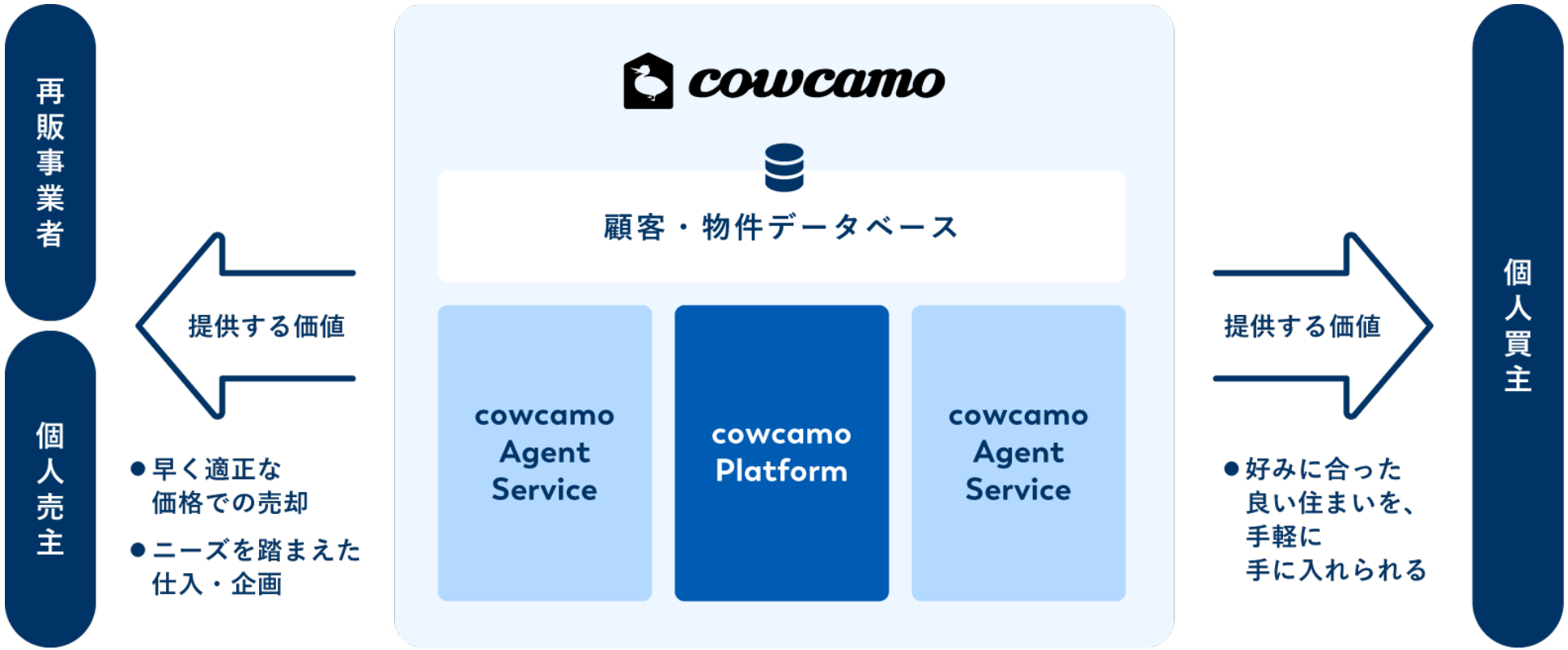
空間プロデュース業務や自社シェアードワークプレイス事業で培ったノウハウやアセットを活用し、また外部パートナーとも積極的に協業することで、新たな事業を創出していきます。

※シェアードワークプレイス事業は不動産企画デザイン事業へとセグメントの名称変更を行いました。

ITを活用した中古住宅流通プラットフォームcowcamoを展開

cowcamoとは中古住宅流通のバリューチェーンをテクノロジーで統合・最適化されたプラットフォーム

顧客・データベースを中心にあらゆるプロセスをテクノロジーにより実現・支援を行っている

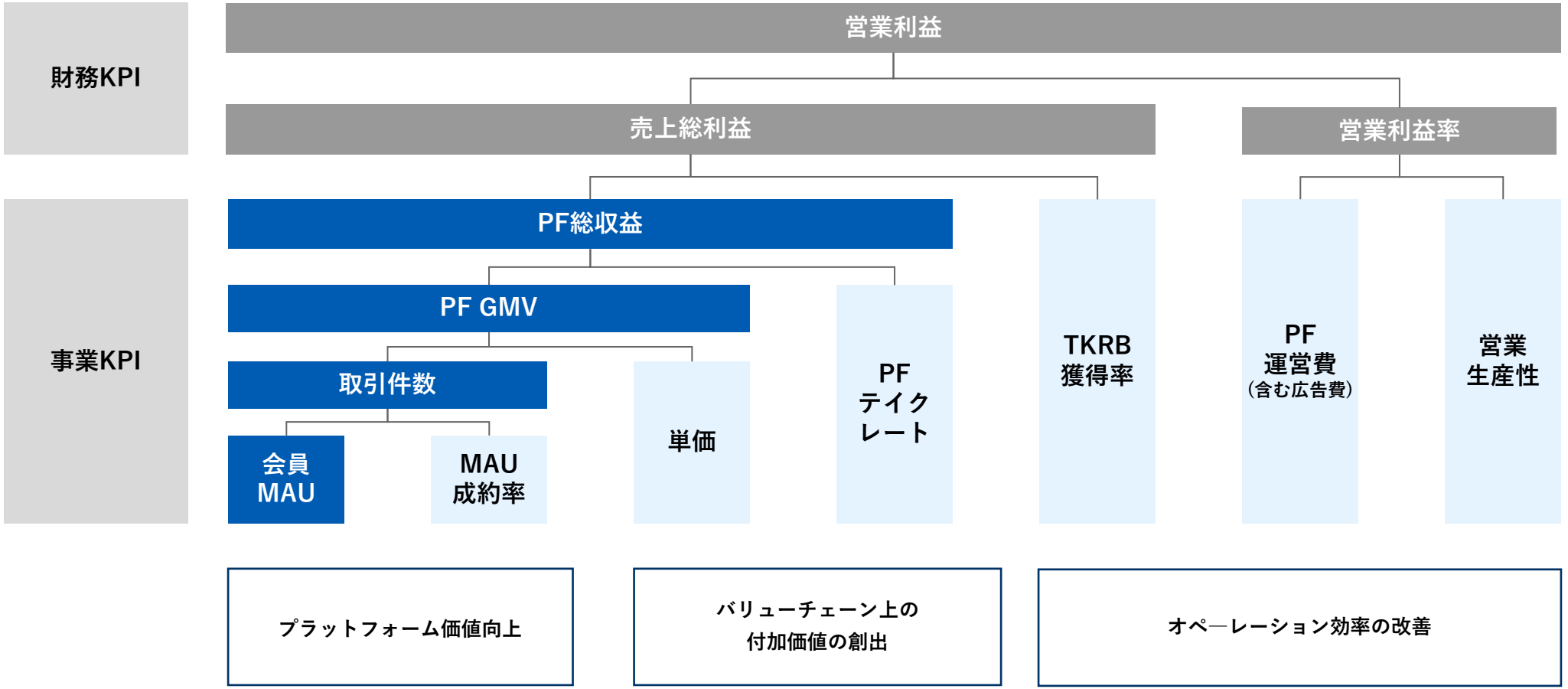


© 2020 TSUKURUBA Inc.

2. 2021年7月期第１四半期業績

© 2020 TSUKURUBA Inc.

カウカモ事業における財務KPIと事業KPIの構造について



PF総収益：プラットフォーム上での流通総額（PF GMV）から得られるプラットフォーム全体の収益。2020年7月期までの売上総利益に対応するKPI指標

PFテイクレート：PF GMVに対して課される手数料率

TKRB獲得率：プラットフォーム全体の収益のうち当社が獲得する割合

© 2020 TSUKURUBA Inc.

2021年7月期第１四半期　業績ハイライト

全社業績
（2020年8月～2020年10月）

売上高　371 百万円（QoQ ＋31%）（YoY ▲18%）

売上総利益　302 百万円（QoQ ＋43%）（YoY ▲17%）

事業KPI
（2020年8月～2020年10月）

カウカモ事業

PF GMV　6,436 百万円*1　（QoQ ＋59%）（YoY ＋11%）

PF 総収益　296 百万円*2　PF 取引件数　130件　会員MAU　55 千人*3

ハイライト

カウカモ事業

- PF GMVは QoQ ＋59%、コロナ影響は底打ち回復基調へ
- 会員MAUは YoY ＋66%、ユーザー数の拡大を継続
- 中長期の収益機会拡大に向け、再販事業者向けサービスを強化

*1 成約ベース
*2 決済ベース
*3 2021年7月期10月の会員MAU

© 2020 TSUKURUBA Inc.

全社業績

売上総利益　QoQ＋43%　コロナ影響は底打ち回復基調へ

（単位：百万円）

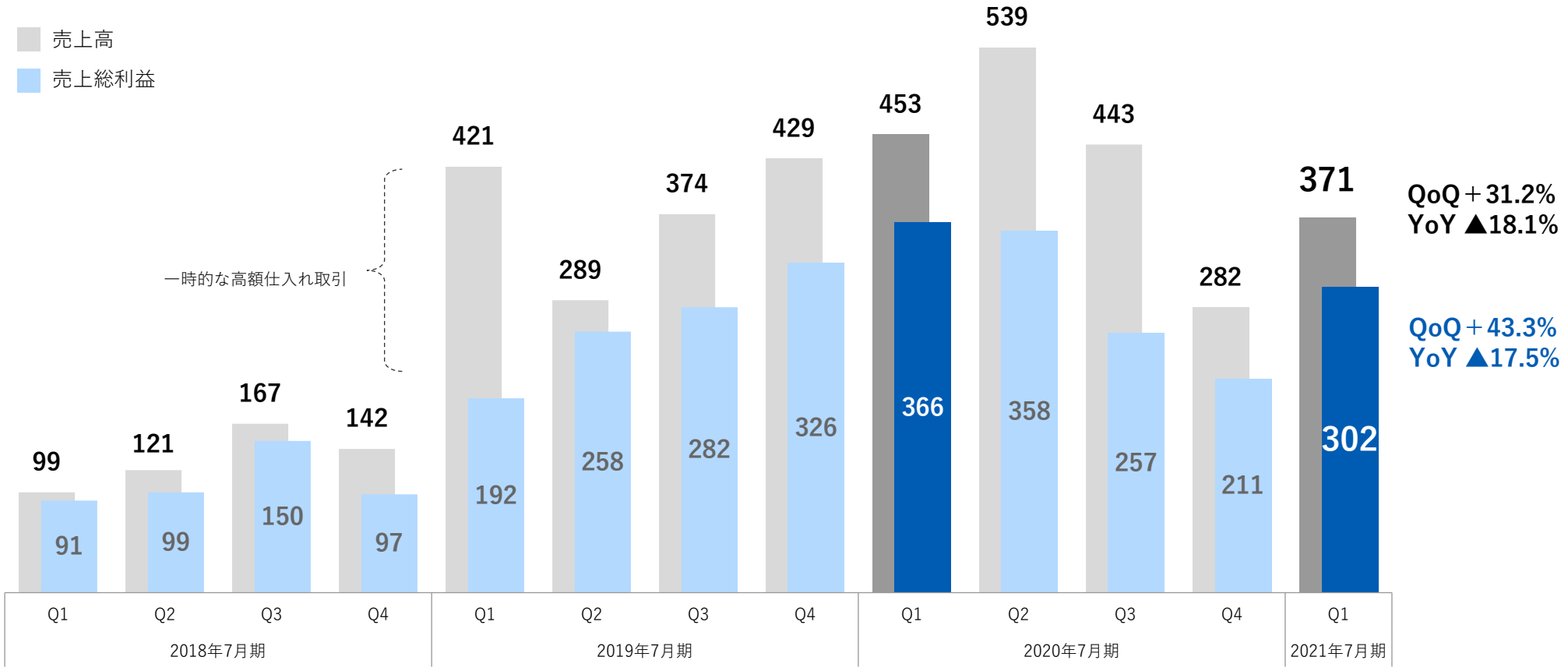
	2021年7月期 Q1	2020年7月期 Q4		2020年7月期 Q1	
	実績	実績	増減率（QoQ）	実績	増減率（YoY）
売上高	371	282	＋31%	453	△18%
売上総利益	302	211	＋43%	366	△17%
営業損益	△45	△117	-	24	-
経常損益	△44	△120	-	24	-
当期純損益	△53	△353	-	18	-

© 2020 TSUKURUBA Inc.

全社売上高・売上総利益の推移

Q1　売上総利益QoQ＋43%　コロナ影響は底打ち回復基調へ

（単位：百万円）

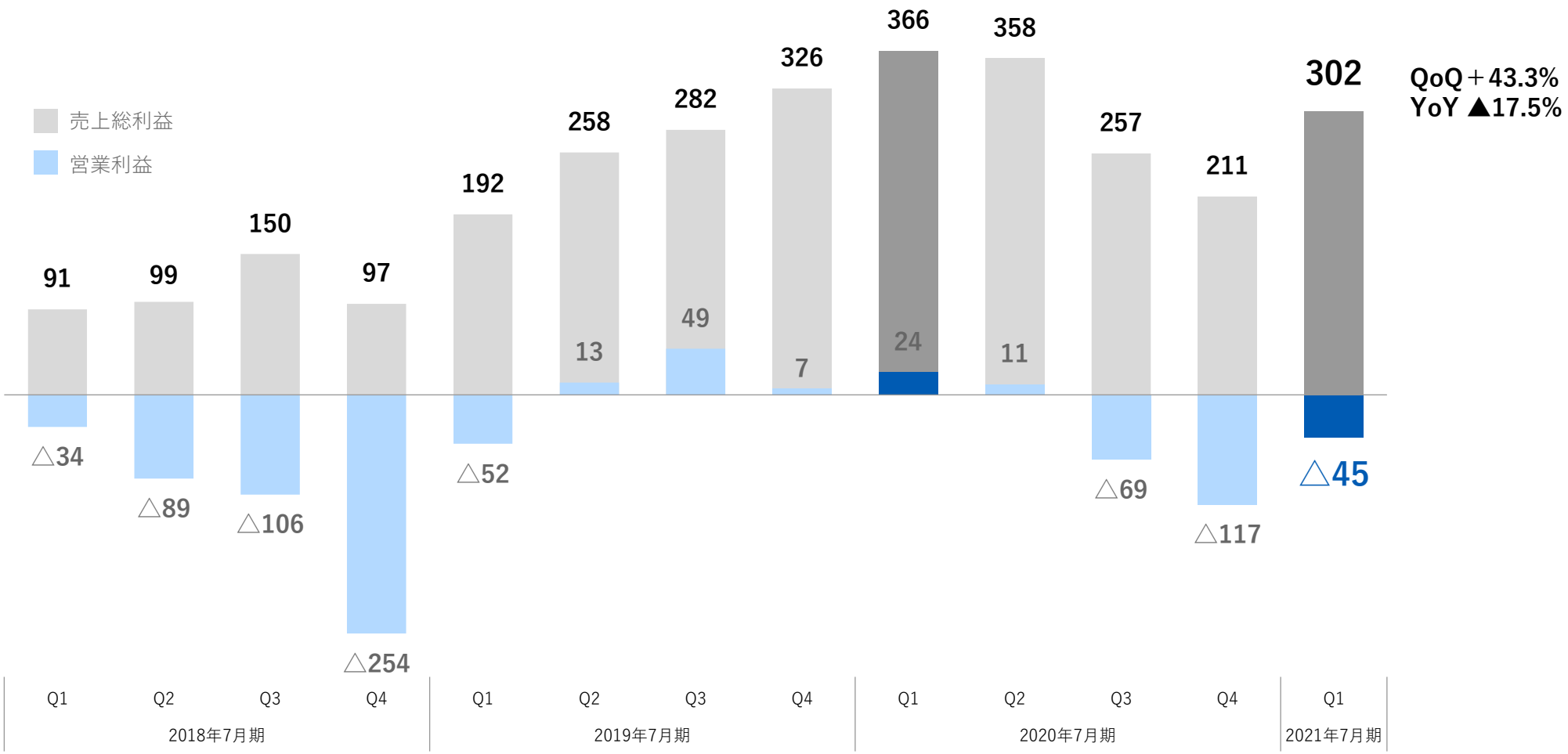


© 2020 TSUKURUBA Inc.

全社営業利益の推移

販管費をコントロールしながら計画通り投資実行

（単位：百万円）



© 2020 TSUKURUBA Inc.

セグメント別業績

全社費用を抑えつつ、カウカモプラットフォームへの投資を加速

（単位：百万円）

		2021年7月期 Q１	2020年7月期 Q４		2020年7月期 Q１	
		実績	実績	増減率（QoQ）	実績	増減率（YoY）
カウカモ	売上高	276	177	＋55%	386	△29%
	売上総利益	275	176	＋56%	344	△20%
	セグメント損益	52	△21	-	140	△63%
不動産企画デザイン	売上高	94	105	△9%	66	＋42%
	売上総利益	26	34	△22%	22	＋21%
	セグメント利益	1	18	△57%	4	△89%
全社	全社費用	△99	△114	-	△120	-

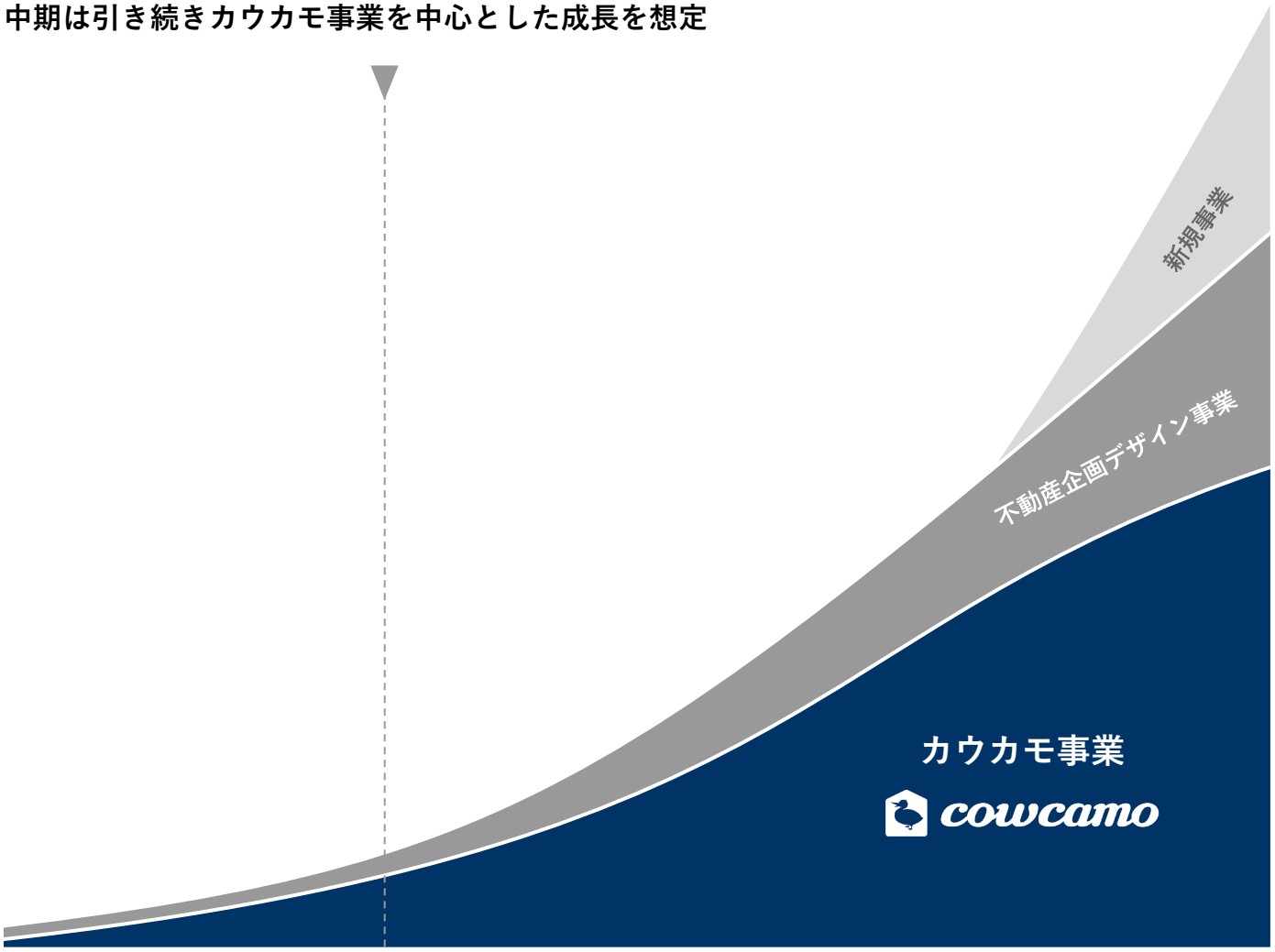
© 2020 TSUKURUBA Inc.

3. カウカモ事業について

© 2020 TSUKURUBA Inc.

ツクルバの成長の方向性

中期は引き続きカウカモ事業を中心とした成長を想定



長期的に、主に生活領域において
既存事業とのシナジーが創出可能な
新規事業を展開

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

当面の成長を牽引
売上総利益の再投資は
柔軟に実施

※当該グラフは各事業の将来イメージとなります。中期事業計画などではありません

© 2020 TSUKURUBA Inc.

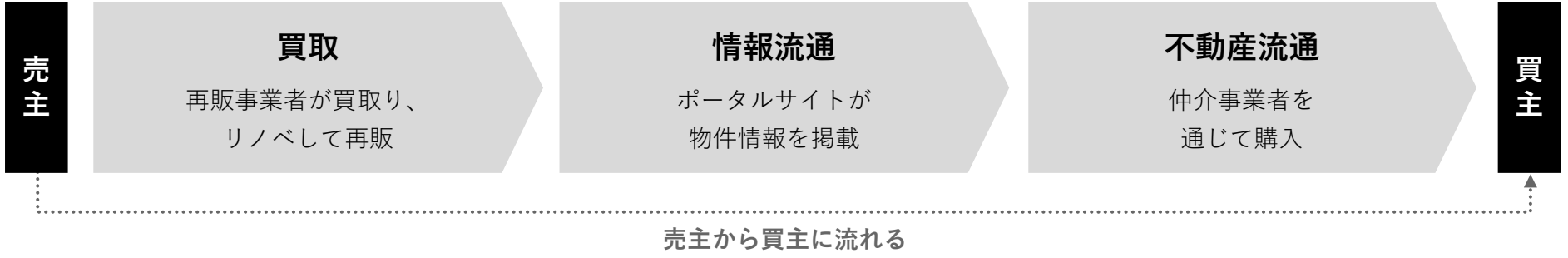
カウカモ事業の構造

中古・リノベーション住宅の流通プラットフォームを通じて住まいの流通構造の革新

cowcamoが実現する流通構造



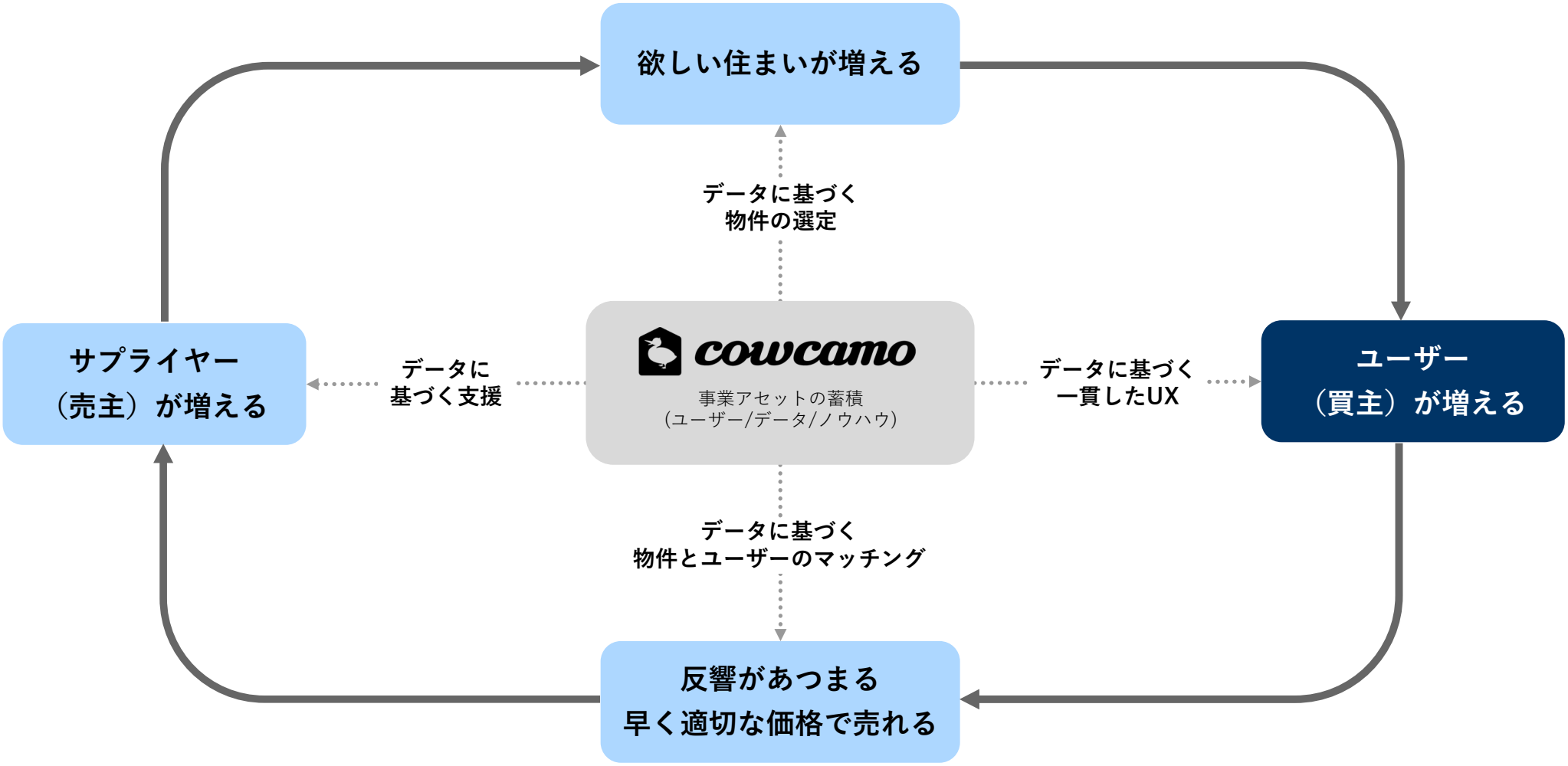
既存の流通構造



© 2020 TSUKURUBA Inc.

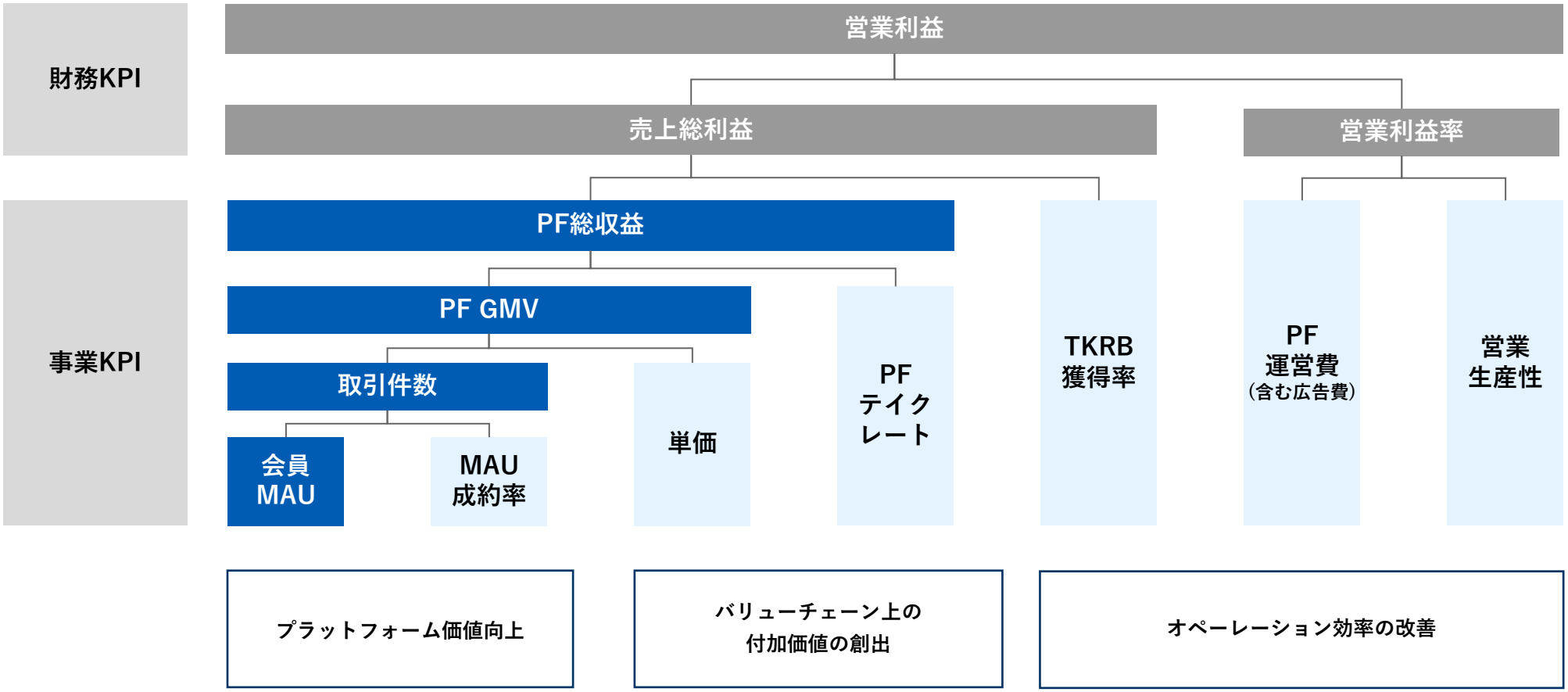
カウカモ事業の成長サイクル

ユーザーを起点とした自律的成長サイクルにより持続的な成長を実現する



© 2020 TSUKURUBA Inc.

プラットフォーム価値の向上によるPF総収益の最大化を重視



PF総収益：プラットフォーム上での流通総額（PF GMV）から得られるプラットフォーム全体の収益。2020年7月期までの売上総利益に対応するプラットフォーム価値指標

PFテイクレート：PF GMVに対して課される手数料率

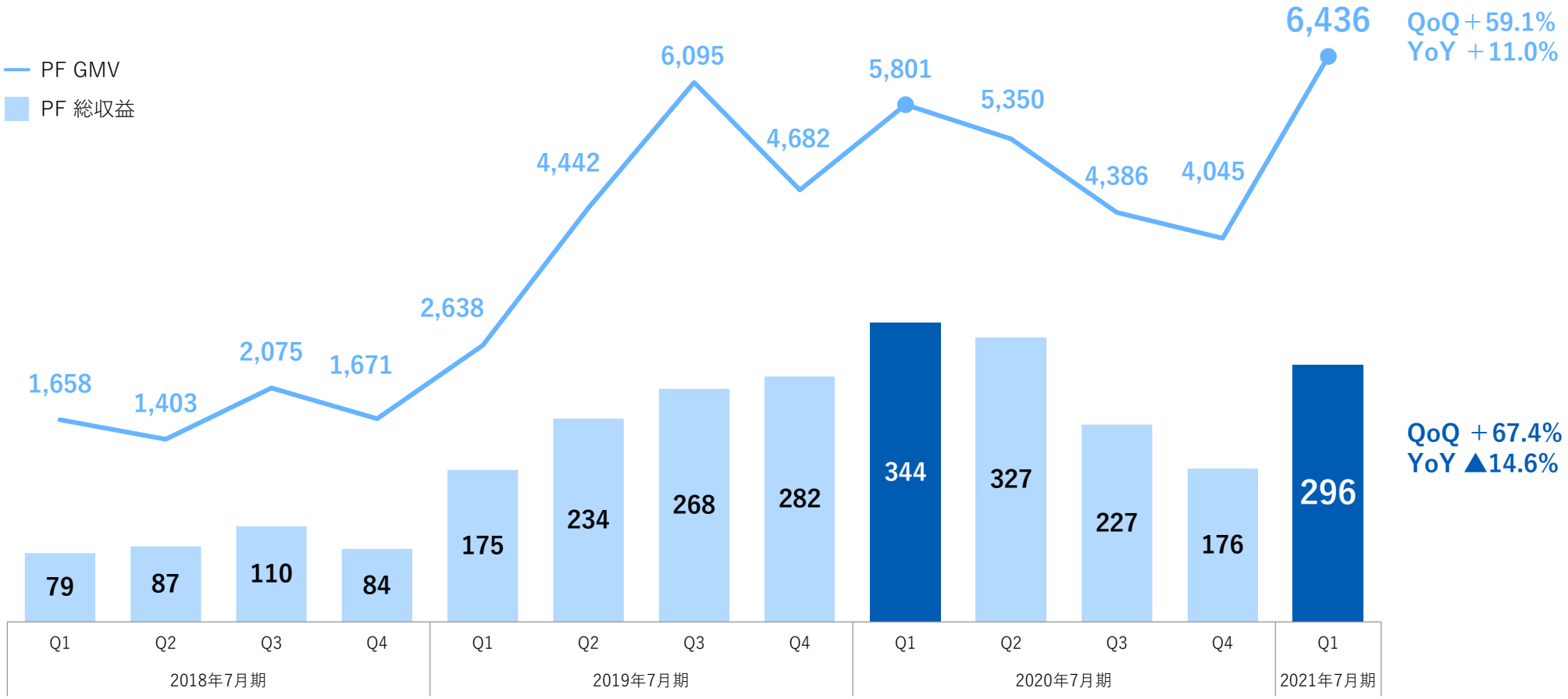
TKRB獲得率：プラットフォーム全体の収益のうち当社が獲得する割合

© 2020 TSUKURUBA Inc.

カウカモトップラインKPI（PF GMV・PF 総収益*1）

コロナ影響は底打ち、PF GMVは回復基調へ

（単位：百万円）



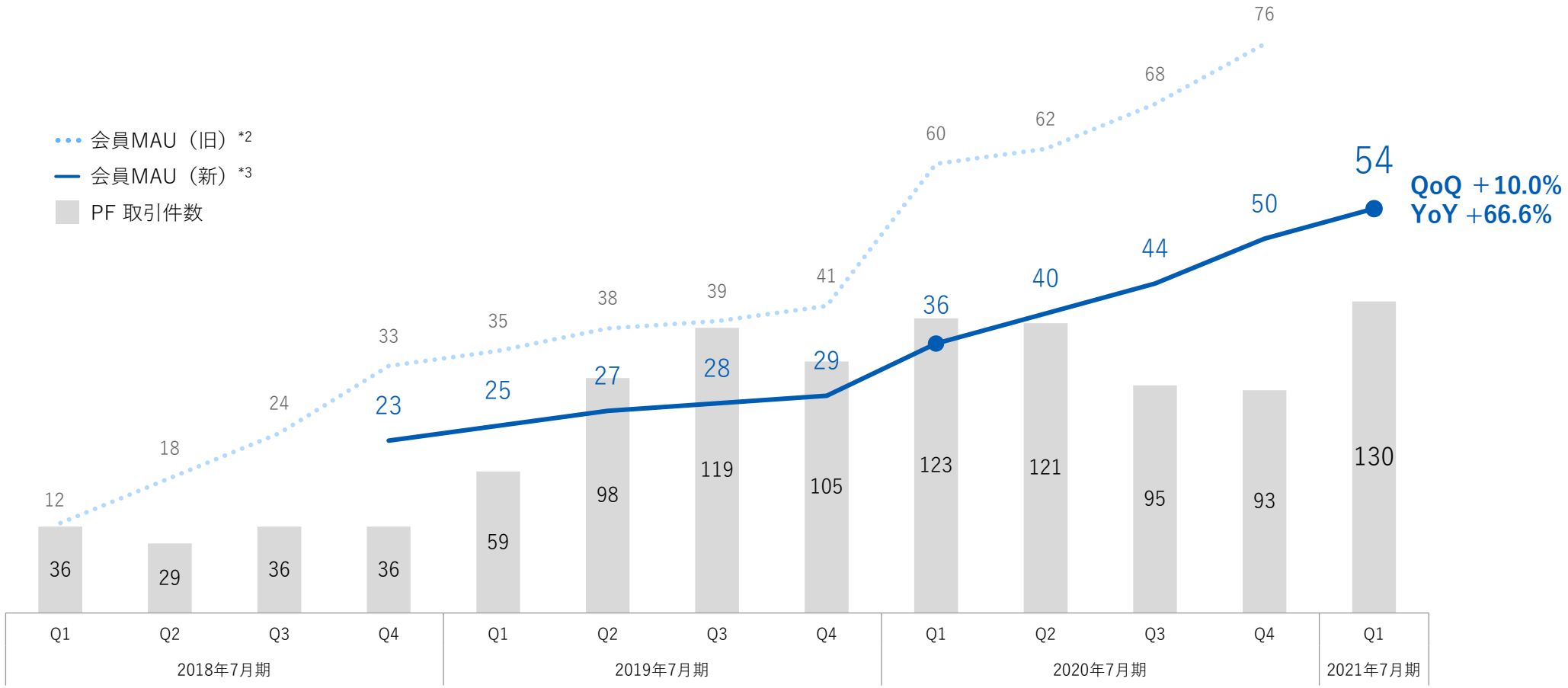
*1　PF総収益　PF GMVから得られるプラットフォームの総収益（PF GMV×PFテイクレート）
2020年7月期までの売上総利益に対応するプラットフォーム価値指標

© 2020 TSUKURUBA Inc.

カウカモ会員MAU *1及び取引件数

プラットフォーム価値の源泉である会員MAUはコロナ禍においても順調に成長

（単位：千人）



※会員MAUの定義の変更について

従前はカウカモのアプリとウェブサイトに来訪した会員MAUを単純合計した数値を「会員MAU」と定義しておりましたが、より正確に開示をするためにアプリとウェブサイトに来訪した会員MAU数をユニーク化した数値を「会員MAU」と再定義致しました。
尚、新しいMAUの定義に基づく運用は、2018年7月期第４四半期以降であり、それ以前の期につきましては当該定義に基づく数字がございませんので、上記のグラフでは、 2018年7月期第４四半期以降の数字を開示しております。

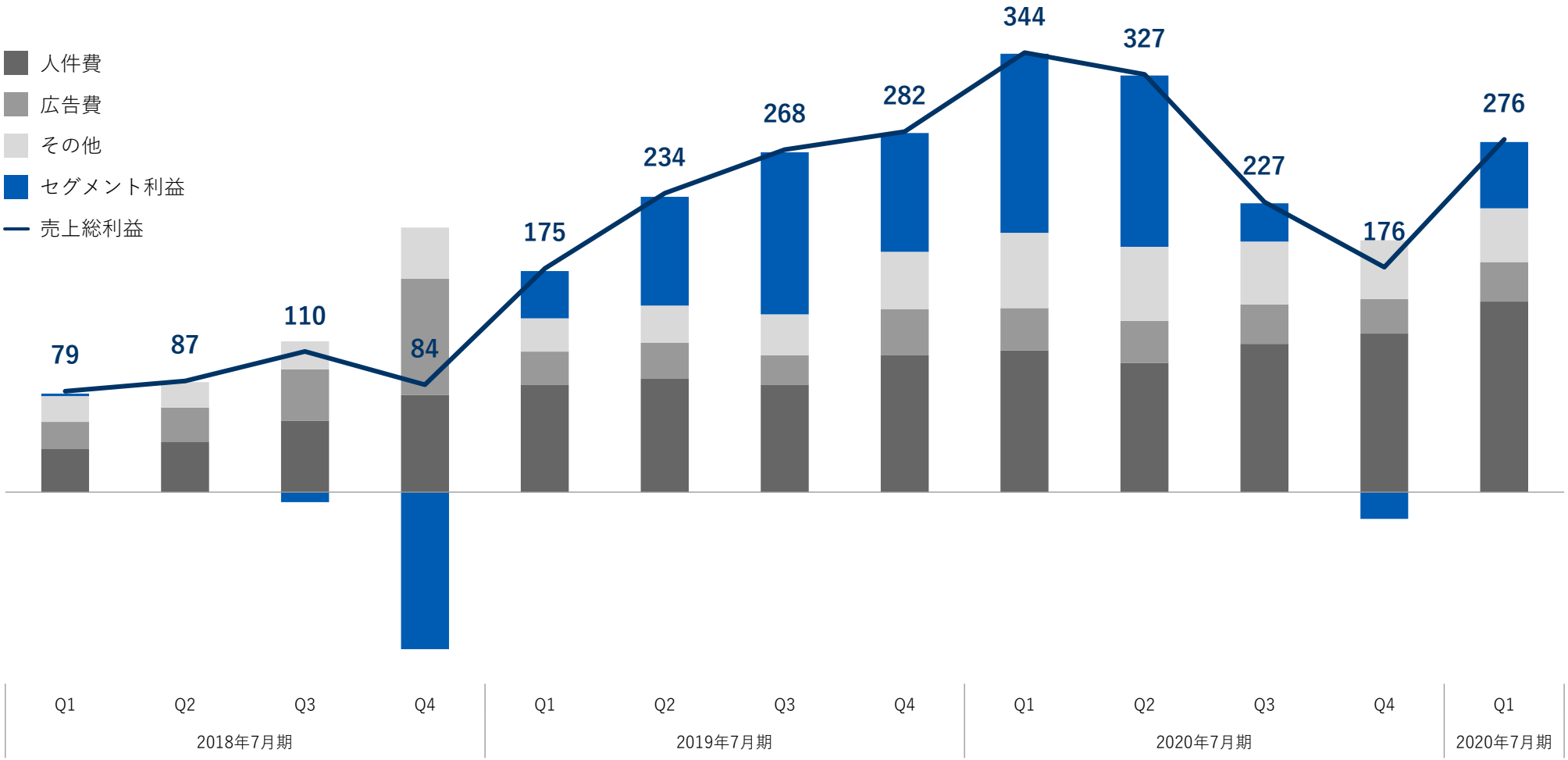
*1 四半期中平均会員MAU
*2 アプリ会員MAUとWeb会員MAUを単純合計した会員MAU
*3 アプリ会員MAUとWeb会員MAUをユニーク化した会員MAU

© 2020 TSUKURUBA Inc.

カウカモ事業コスト内訳

コストコントロールの上、カウカモプラットフォーム戦略に基づき人件費への投資拡大

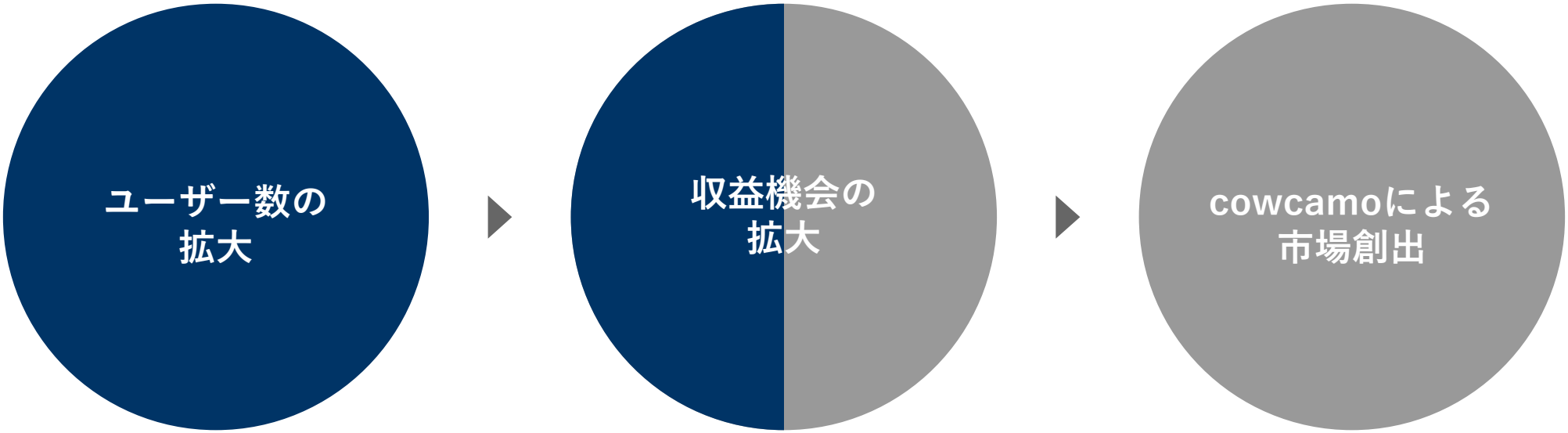
（単位：百万円）



© 2020 TSUKURUBA Inc.

カウカモ事業の成長機会

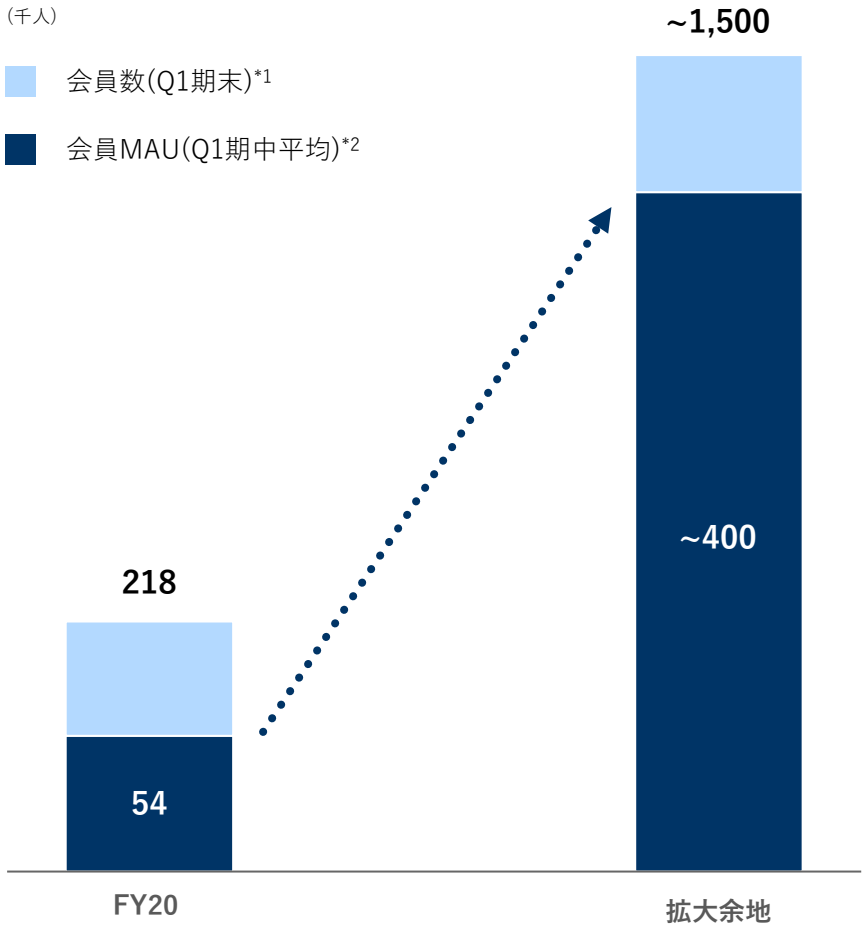
当面注力する成長機会は、ユーザー数の拡大、収益機会の拡大



© 2020 TSUKURUBA Inc.

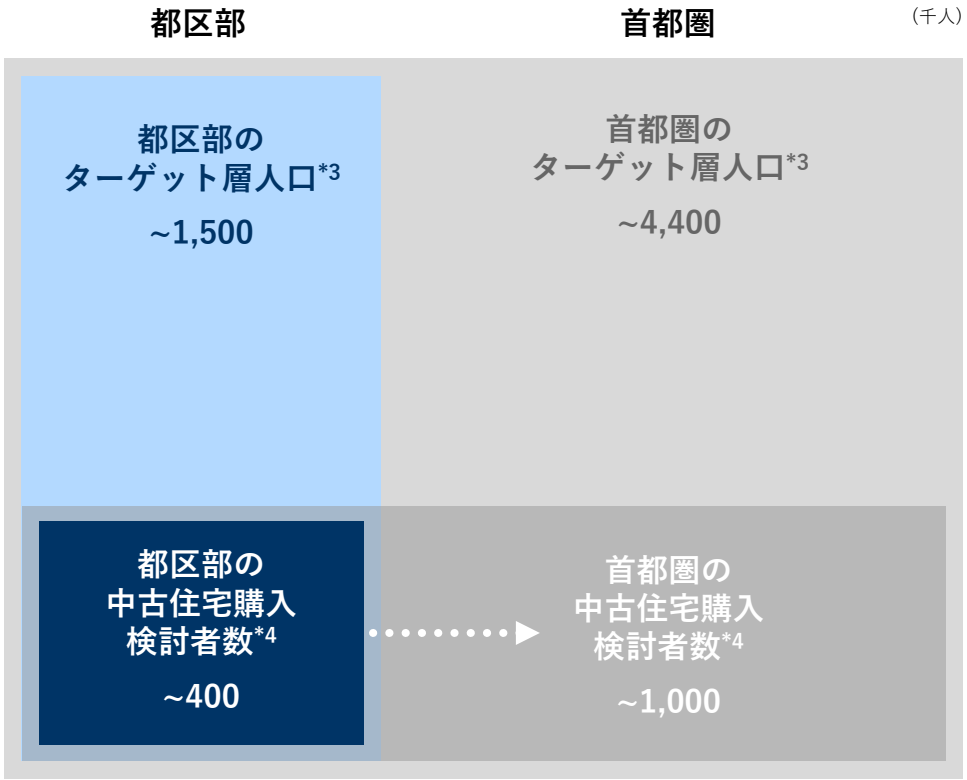
ユーザー基盤の拡大余地

都区部エリアにおけるユーザー拡大余地



*1：「会員数」は、「cowcamo」に会員登録したユーザーの特定の期間の末日における会員数。
一度も取引を行ったことのない会員も含む
*2：「会員MAU」は、特定の期間におけるMAU（特定月にサービスを利用したアクティブユーザー）の平均値

エリア拡大によるユーザー拡大余地

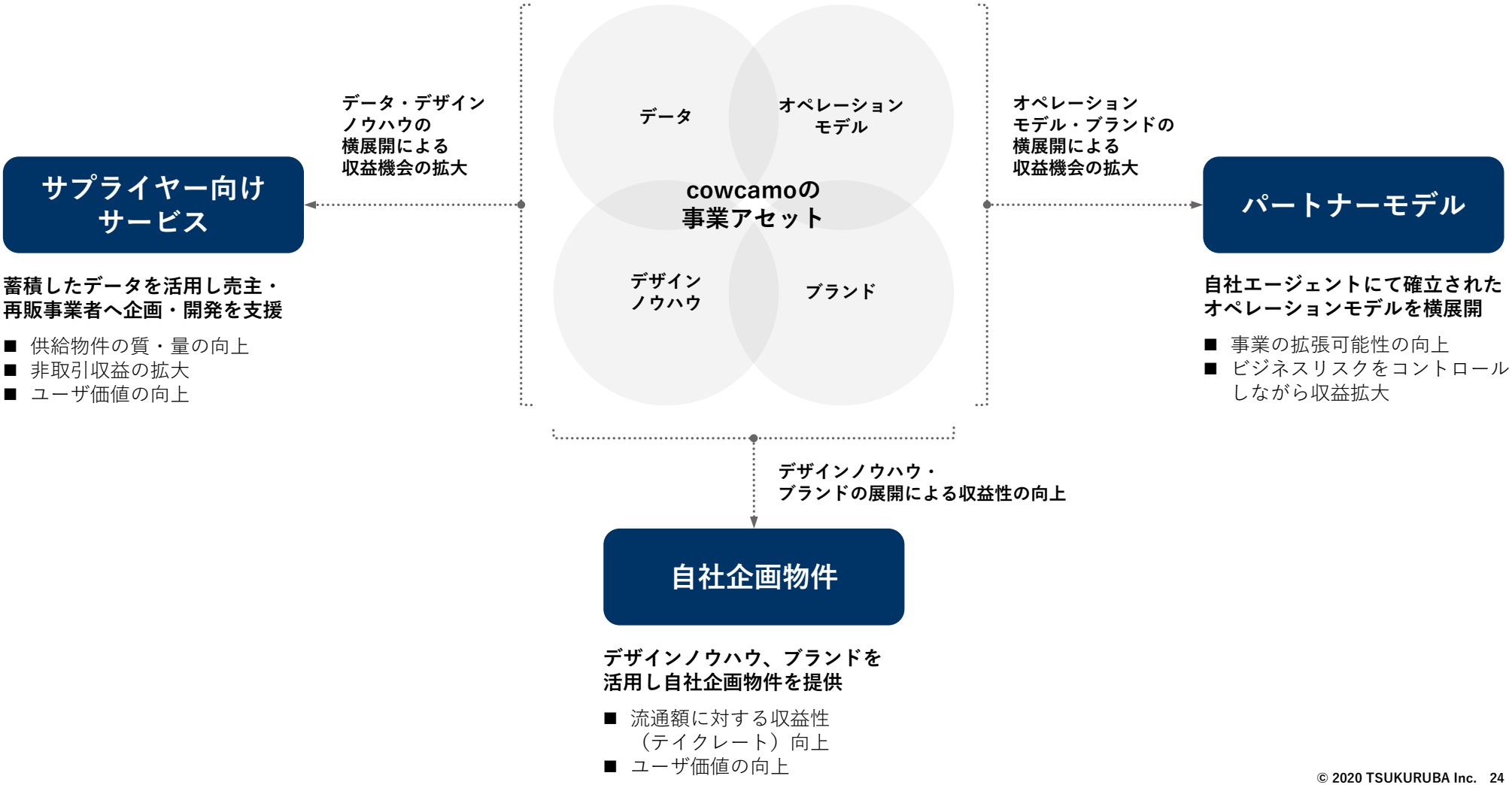


*3：都区部(A1)、首都圏(A2)それぞれにおける25歳以上50歳未満の人口×推計持ち家許容割合(B)×推計中古住宅許容割合(C)により算出
A1：「住民基本台帳による東京都の世帯と人口(平成31年1月)」東京都総務局統計部
A2：「人口推計 平成30年10月1日現在人口推計」総務局統計部
B：「平成29年度　住宅経済関連データ　3．住宅に対する国民の意識」国土交通省　において「現在貸家」の世帯のうち、今後の居住形態及び住み替え方法を「貸家などへの住み替え」と答えた世帯を除く世帯の割合（66.2%）
C：「平成29年度　住宅経済関連データ　3．住宅に対する国民の意識」国土交通省　において「現在借家」の世帯のうち、今後の居住形態及び住み替え方法を「中古住宅」「こだわらない」と答えた世帯の割合（44.1%）
*4：ターゲット層人口×5年以内に住み替えを希望する割合(D)により算出
D：「今後の住み替え・改善意向（5区分）／家計主の年齢(8区分)」総務省統計局　において　世帯主の年齢が50歳未満の世帯のうち、5年以内に「住み替えたい」と答えた世帯の割合（23.6%）

© 2020 TSUKURUBA Inc.

プラットフォームにおける事業アセットと収益機会の拡大

事業アセットを活用し収益機会の拡大を図る



© 2020 TSUKURUBA Inc.

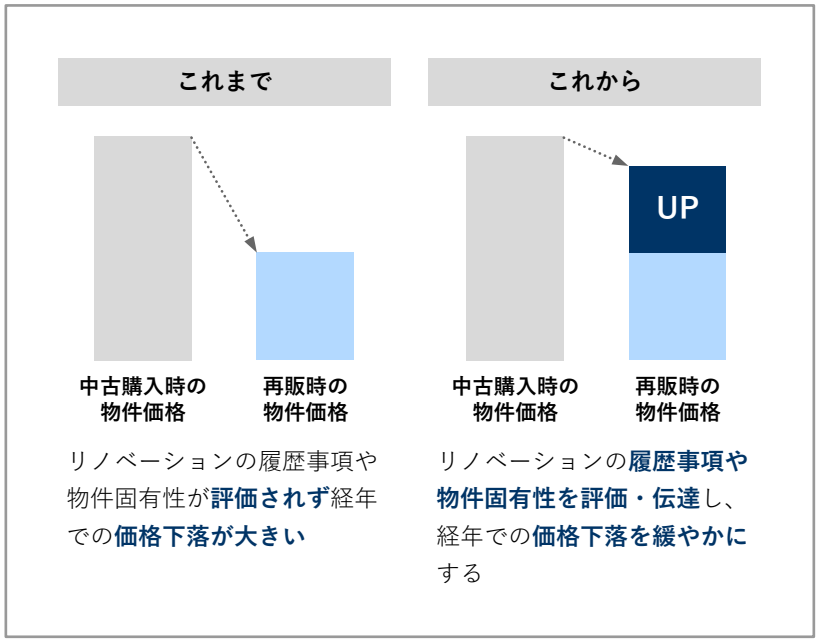
長期的にはcowcamoによる市場創出を実現する

cowcamoによる適切なリノベ物件価格の形成と生涯買い替え頻度向上により中古物件流通市場の活性化をリード

価格形成 × **買い替え頻度向上** ＝市場規模拡大

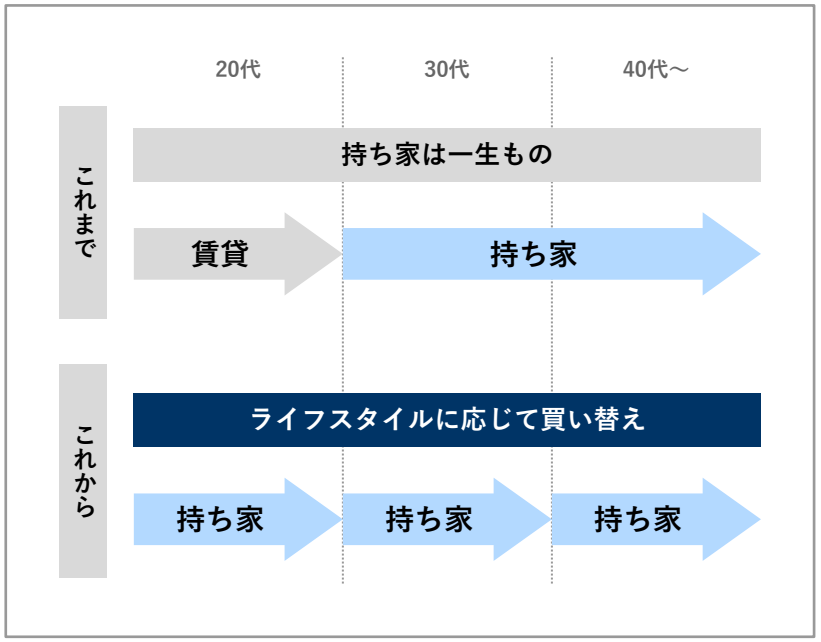
- リノベ物件の流通データの蓄積によるリノベ物件の公正な評価
- 一点ものの魅力を伝えるプレゼンテーション

- 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



リノベーションの履歴事項や物件固有性が**評価されず**経年での**価格下落が大きい**

リノベーションの**履歴事項や物件固有性を評価・伝達**し、経年での**価格下落を緩やかに**する



© 2020 TSUKURUBA Inc.

短期的な収益拡大に優先して、
プラットフォームとしての競争力の構築にフォーカス

事業環境を踏まえた2021年7月期以降の方針

事業環境		2021年7月期以降の方針
短期業績リスク拡大と新たな事業機会	▶	**中長期的なプラットフォームの競争力構築にフォーカス**
✓ 組織拡大下でのコロナ禍による業績影響		✓ 外部パートナーを活用し、リスクコントロールされたサービス提供体制へ転換
✓ ユーザー基盤の着実な成長		✓ 引き続きユーザー拡大を行いつつ、中長期の競争力につながるサービス価値向上に注力
✓ サプライサイド事業機会の拡大		✓ ユーザー基盤を活かして、サプライサイドの強化に取り組み、プラットフォーム価値向上と収益構造の多角化を行う

© 2020 TSUKURUBA Inc.

サービスアップデート、外部パートナーエージェントの拡充、サプライサイドの強化に取り組んでいく

2021年7月期以降の具体的取り組み



サプライサイド強化

再販事業者、他業界ユーザーサービス事業者との連携を通じて、物件供給および事業者向け事業の強化を実施

外部パートナー エージェント拡充

外部仲介事業者との連携強化により、ビジネスリスクをコントロールしながらフレキシブルな成長が可能な体制へ

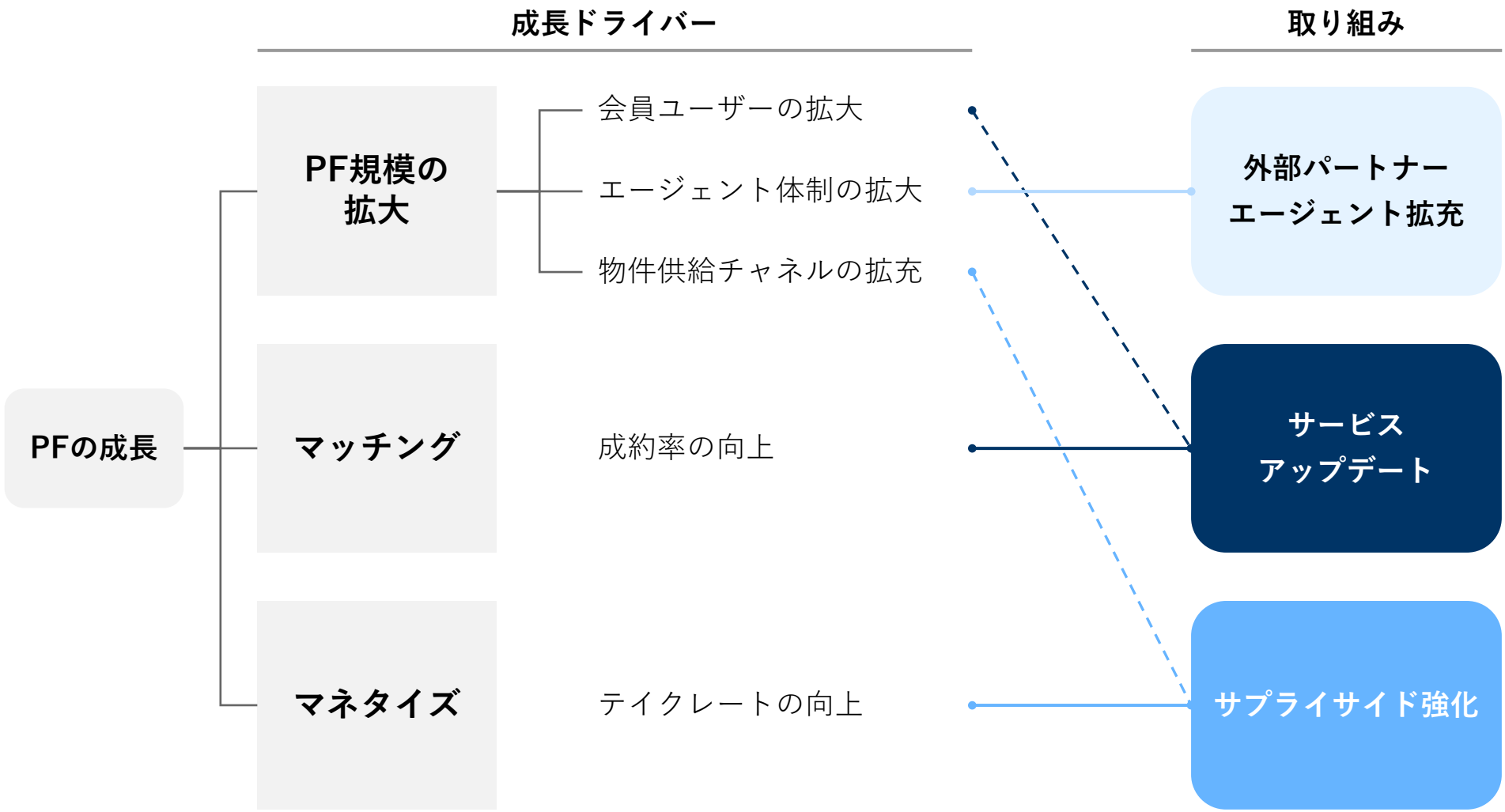
サービスアップデート

提供サービスの拡充およびサービスプロセスのアップデートによるサービス価値の向上を目指す

© 2020 TSUKURUBA Inc.

それぞれの取り組みを通じてプラットフォームとしての成長を加速

プラットフォームとしての成長ドライバーと各取り組みの関係



© 2020 TSUKURUBA Inc.

4. Q&A

© 2020 TSUKURUBA Inc.

Q&A

カテゴリー	質問	回答
全社	新型コロナウイルス感染症の影響は？	前第４四半期にコロナ禍による影響が底打ちし、当第1四半期は計画通り事業KPIであるPF GMVについて回復基調にある。 withコロナの事業環境を踏まえて、外部パートナーエージェントの拡充によりビジネスリスクをコントロールしながら成長が可能な体制へと転換を進めているため、期初の計画通り、事業KPIであるPF GMVは対前年比＋40%以上の成長を見込んでいる。
全社	今期の業績予想の赤字幅が前期実績よりも増えているのはなぜか？	カウカモ事業において、ユーザー基盤の成長と提携等によるサプライサイド事業機会の拡大という事業機会を捉え、サービスアップデート及びサプライサイド強化のための人件費（業務委託費を含む）に充てるため。
カウカモ事業	今期PF GMV40%成長を見込むものの、売上高が前期比-14.3%を見込んでいるのはなぜか？	前期で売上実績約3億円あった仕入再販売上を織り込んでいないこと、及び今期から外部エージェント拡充による売上高・売上総利益の外部化がなされることによる。
カウカモ事業	成長指標は何を見れば良いか？	事業KPIとしてPF GMVの伸び、および起点となる会員MAU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る取引件数、及び物件の取引単価に応じて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？	当面はカウカモ事業に柔軟に投資を行う。不動産企画デザイン事業については、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する。

© 2020 TSUKURUBA Inc.

5. ご参考資料

© 2020 TSUKURUBA Inc.

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 代表取締役ファウンダー　中村 真広
従業員数	135人（2020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 ・カウカモプラットフォーム事業 ・カウカモエージェントサービス事業 不動産企画デザイン事業 ・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、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 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 蔵前ベンチャー賞

© 2020 TSUKURUBA Inc.

デザイン×ビジネス×テクノロジーによる共創を体現する
共同代表と実務経験が豊富な経営陣



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・ドフィーヌ大学/MBA修了。
コーポレイト・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



中村 真広（なかむら まさひろ）
代表取締役 ファウンダー
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」



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



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



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
アドバイザリー業務に従事。 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

貸借対照表

（単位：百万円）

	2020年7月期末	2020年10月期末
流動資産	1,660	2,643
現金及び預金	1,613	2,585
固定資産	502	534
資産合計	2,162	3,178
流動負債 （うち有利子負債）	305 (155)	405 (199)
固定負債 （うち有利子負債）	781 (762)	1,749 (1,730)
純資産	1,074	1,023
資本金	610	611
資本剰余金	1,322	1,324
負債・純資産合計	2,162	3,178

© 2020 TSUKURUBA Inc.

首都圏の中古住宅流通市場は急速に成長し、2019年で1.7兆円の規模を誇る

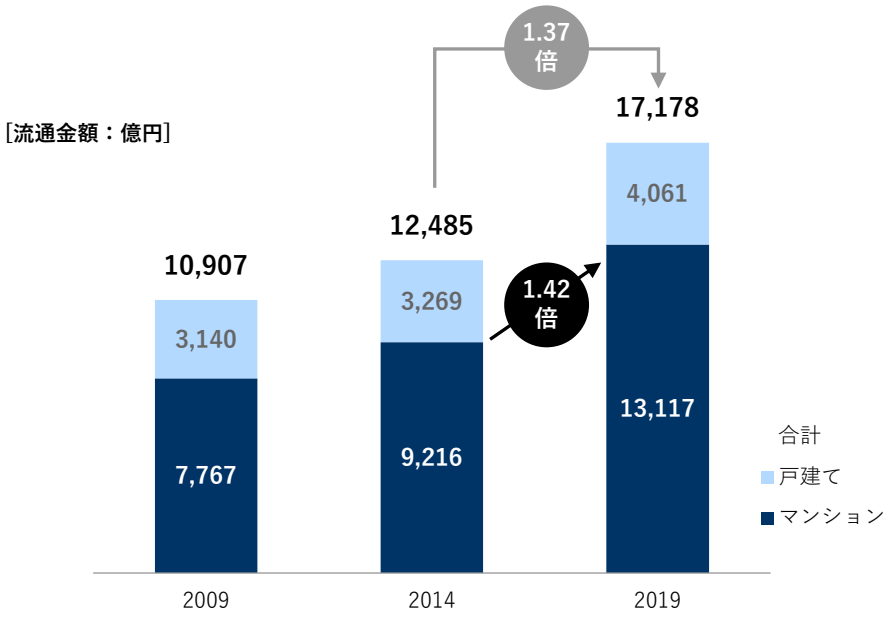
首都圏の中古住宅流通市場

中古住宅流通市場は、急速に成長している

■ 首都圏の中古住宅流通市場は、2014年から**5年間で1.37倍に拡大**

■ マンション市場は**同期間で1.42倍とさらに拡大**

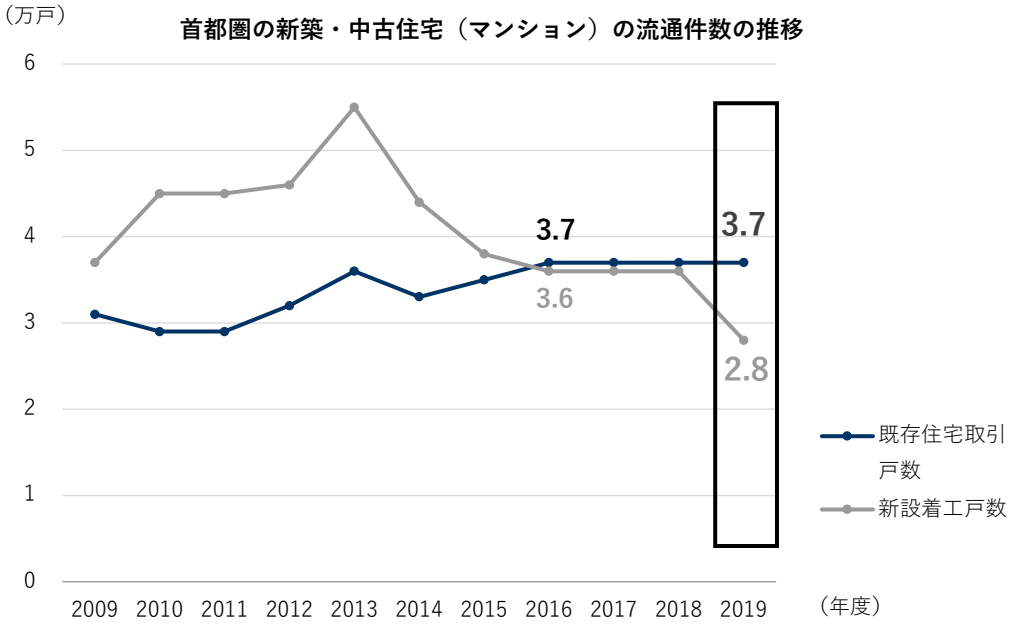
※首都圏：1都3県（東京、埼玉、千葉、神奈川）



出所：公益財団法人東日本不動産流通機構等のデータよりツクルバ作成

中古住宅は、いまや住宅購入のファーストチョイスに

■ 首都圏では、2016年に中古マンションの流通件数が 新築マンションの供給戸数を上回って以降、一貫して中古マンションが新築マンションを上回る



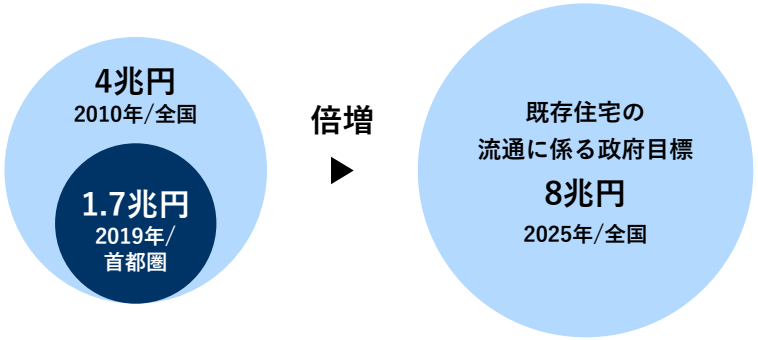
出所：既存住宅取引戸数：東日本不動産流通機構「首都圏不動産流通市場の動向」2019年度
新設着工戸数：㈱不動産経済研究所「首都圏マンション市場動向（2019年度）」
※既存住宅取引戸数、新設着工戸数のいずれも中古マンションのみ（中古戸建ては除く）

© 2020 TSUKURUBA Inc.

今後も中古住宅流通市場は拡大する見込み

TAMの成長ポテンシャル

政府は既存住宅流通市場の倍増を目標としている



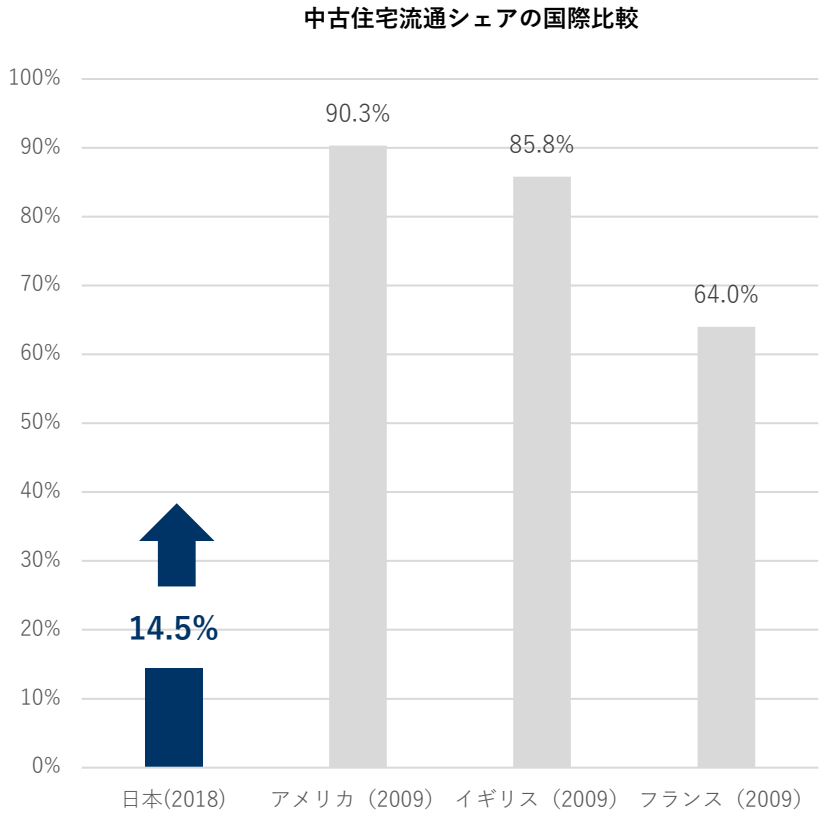
未来投資戦略2017　ー　Society 5.0 に向けた戦略分野	
1	健康・医療・介護（例：遠隔診療・AI・ロボット・センサー等）
2	移動サービスの高度化～（例：第5世代移動通信システム・ドローンの産業利用等）
3	世界に先駆けたスマートサプライチェーンの実現（例：データ連携の促進等）
4	インフラの生産性と都市の競争力の向上等
5	FinTechの推進等
6	エネルギー・環境制約の克服と投資の拡大
7	ロボット革命／バイオ・マテリアル革命（例：宇宙ビジネス・航空機産業の拡大等）
8	**既存住宅流通・リフォーム市場を中心とした住宅市場の活性化**

■ 《KPI》2025年までに既存住宅流通の市場規模を8兆円に倍増する（2010年4兆円）

■ 可能な限り2020年までに達成を目指す

出所：首相官邸「未来投資戦略2017」（平成29年6月9日）P.78

国際比較から中古住宅流通シェアの成長余地は十分



出所：国土交通省「中古住宅流通促進・活用に関する研究会（参考資料）」
ただし、日本はリフォーム産業新聞社「中古住宅市場データブック2018」による推計値

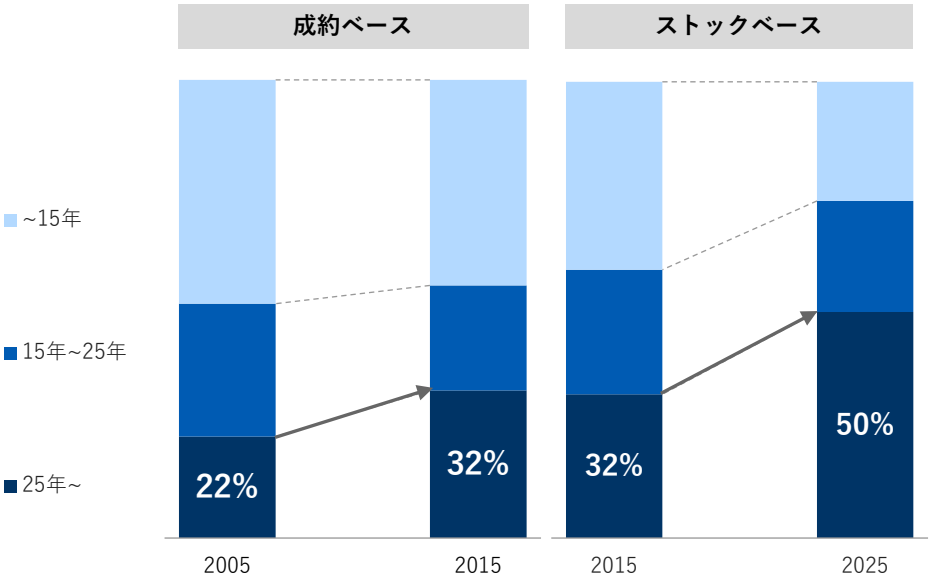
2025年には“築古”が市場の半数を占め、リノベーション住宅があたりまえの選択肢に

【参考】中古住宅の拡大に伴う構造変化

“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

© 2020 TSUKURUBA Inc.

新築にこだわらない
都市型ライフスタイル生活者がメインターゲット

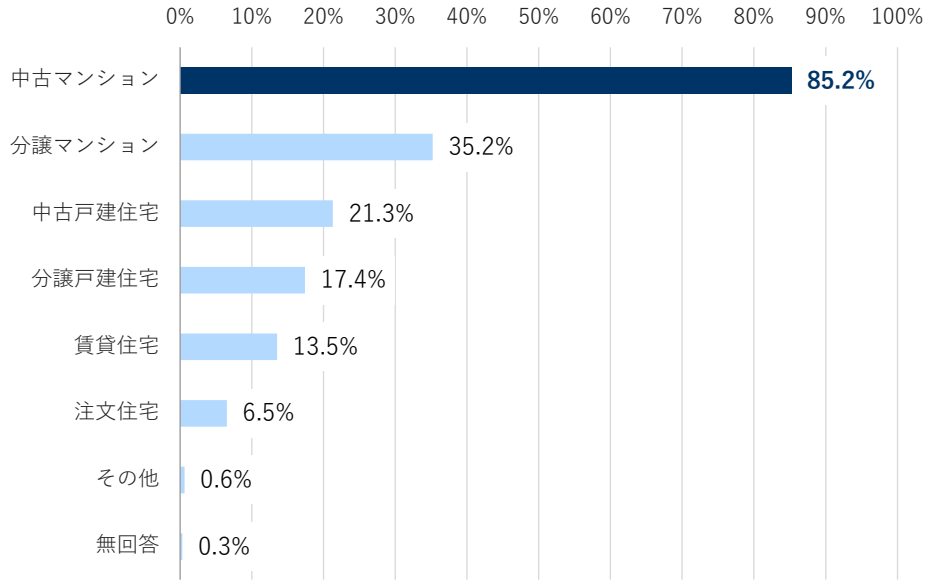
cowcamoのターゲット

中古マンションにこだわり

■ 購入の際に比較検討した住宅は「中古マンション」が圧倒的

■ 中古マンションの購入者は、中古マンションに照準を合わせて探している

比較検討した住宅（中古マンション取得者）

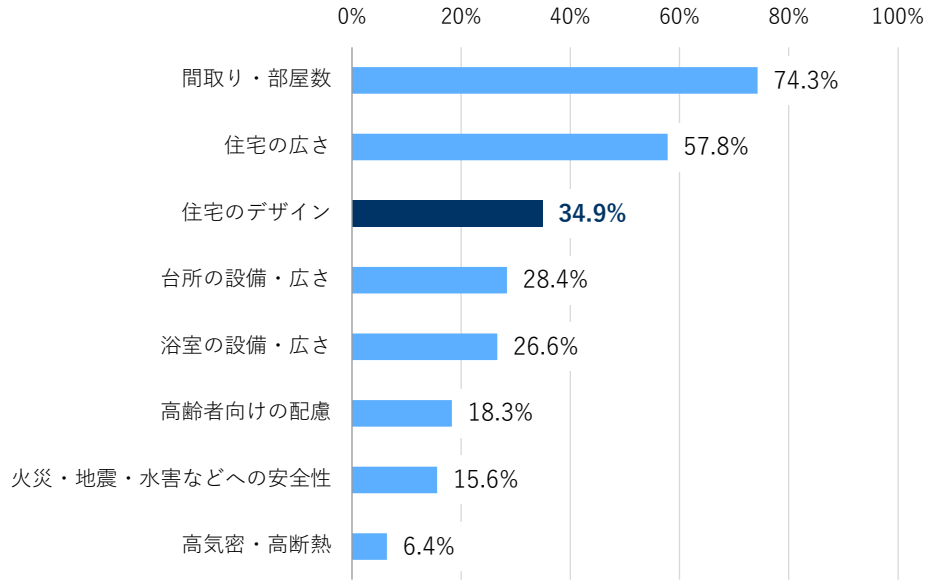


出所：国土交通省住宅局「平成28年度住宅市場動向調査報告書」（平成29年3月）P.15

中古マンションは住宅デザインを重視

■ 中古マンションの購入者が重視する要素は、スペック（住宅の広さ、間取り・部屋数）に次いで「住宅のデザイン」

今回の住宅に決めた理由（設備等）



出所：国土交通省住宅局「平成28年度住宅市場動向調査報告書」（平成29年3月）P.17

© 2020 TSUKURUBA Inc.

【参考】コーポレートロゴ一新

＜ロゴタイプ＋モノグラム＞



2020年11月1日よりコーポレートロゴデザインを一新
ツクルバの「場づくり」を“B”と“A”のシンボルで表現。
A(一貫したツクルバのPhilosophy)が血管のように編み込まれ、
B(Business)が拡がっていくモノグラム。

＜ロゴタイプ＞

TSUKURUBA

モノグラムのディティールを持った
オリジナル書体を新ロゴとして設定

© 2020 TSUKURUBA Inc.

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

管理部
Email ：ir@tsukuruba.com
IR情報：https://tsukuruba.com/ir/

© 2020 TSUKURUBA Inc.