

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

KASIKAI



KASIKAI

検索



2026年5月期 第1四半期決算説明資料

2025年10月10日



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(当第1四半期)
3. KASIKOが提供する価値
4. 今後の成長戦略

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「KASIKAI」(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

会社情報

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(43.10%)

ホームページ <https://cocolive.co.jp/>

住 所 東京都千代田区神田神保町1-28-1 mirio神保町

社員数 106名(2025年8月31日時点)

サマリー

2026年5月期第1四半期 決算ハイライト

- ✓ 売上高は前年比+17.1%、営業利益以下は前年比+20%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
- ✓ 中長期的な生産性向上と、企業価値向上のため、当第1四半期中に本社移転を実施(費用増加要因)
- ✓ 当第1四半期中にKASIKOにAI文章生成機能を実装
-2025年9月12日プレスリリース済-
- ✓ 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、AI機能の強化も含め今後も継続して新しいオプションサービスを提供予定

サマリー

At a Glance (2026年5月期第1四半期 主要計数)

売上高*1

3.5億円

前年同期比(+17.1%)

営業利益*1

65百万円

前年同期比(+20.9%)

重要な経営指標(2025年8月末時点)

顧客数*2

1,175社

25年5月末(1,181社)
24年8月末(1,127社)

MRR *3

109百万円

25年5月末(108百万円)
24年8月末(94百万円)

単月解約率(社数ベース) *4

1.30%

25年5月末(1.11%)
24年8月末(1.03%)

*1: 26年5月期第1四半期計数(3か月分)

*2: 25年8月末時点、1つの法人で複数のKASIKO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.23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(第1四半期)

損益計算書サマリー(2026年5月期 第1四半期)

(千円)	当四半期(3か月)			年間計画	
	前期	当期	前期比	12か月分	進捗率
売上高	302,319	354,152	117.1%	1,518,241	23.3%
営業利益	54,222	65,558	120.9%	314,174	20.9%
営業利益率(%)	17.9%	18.5%	0.6%	20.7%	-
経常利益	54,578	66,833	122.5%	315,408	21.2%
当期純利益	37,817	45,785	121.1%	231,312	19.8%

概要説明:

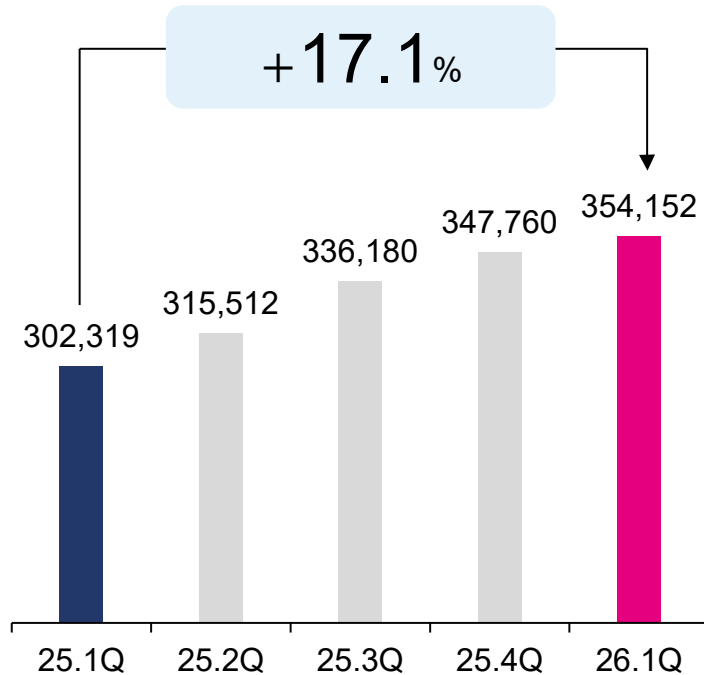
- ✓ 前期実績と比べて売上高から当期純利益まで概ね約20%程度の成長
- ✓ 当社のサービス（KASIKO）はSaaS型のため、毎月継続的に収益を計上するビジネスモデル
- ✓ 每期第1四半期から期末にかけて売上高・各損益が増加する想定で年間計画を策定
- ✓ 年間計画比では(売上高は概ね予算通りに進捗中、営業利益・経常利益・当期純利益は予算比△6～△8%程度)で進捗中(当社の四半期ごとの売上高・経常利益の推移(実績)については次ページをご参照)

第1四半期(3か月累積):

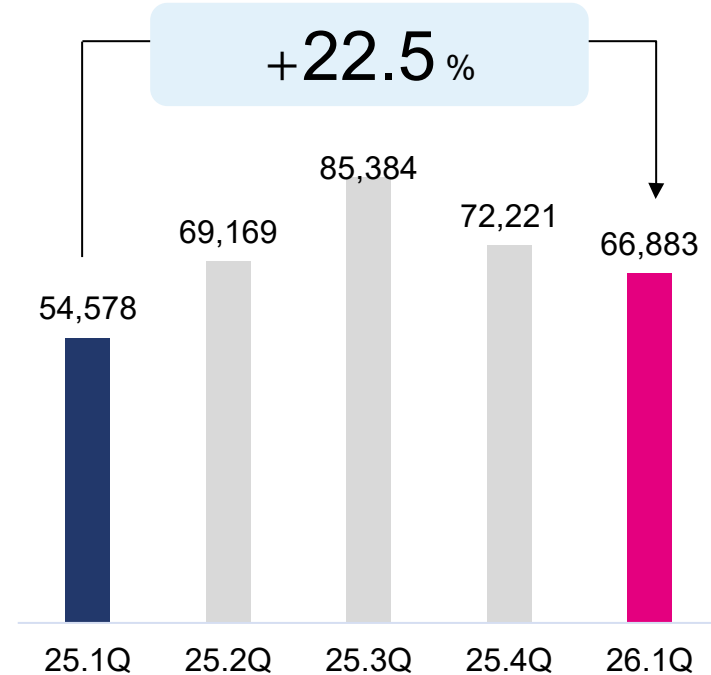
- ✓ 本社移転の一時費用の発生や賃料負担増加等により当第1四半期において費用が増加
- ✓ 昨年に引き続きカスタマーサクセス部門の採用活動が順調に進んでおり、採用費用の計画比予算前倒しが発生

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1四半期(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
- ✓ 経常利益についても本社移転に伴う費用増加等も発生しているが安定的に黒字を計上

貸借対照表サマリー(2026年5月期 第1四半期)

(千円)	2025年5月末	当第1四半期末	増減
資産合計	1,057,970	1,087,417	29,447
預金	878,485	880,691	2,206
負債合計	168,279	126,625	-41,654
純資産合計	889,690	960,792	71,101

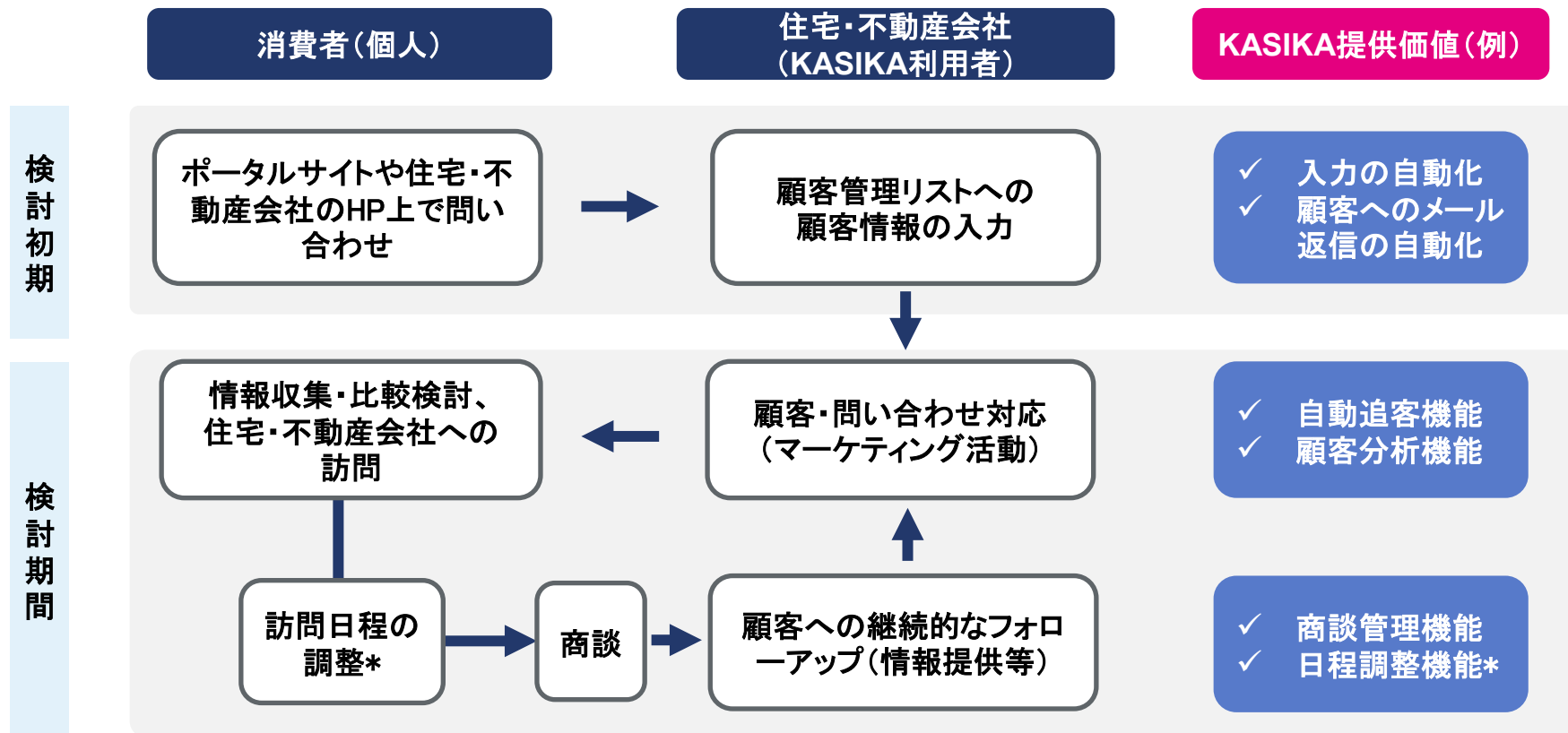
■補足説明

- ✓ 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10月10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. 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

*: 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。

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



2025年9月より、
AI文章生成機能を実装し、
より効率的な対応が可能となりました

KASIKAIの主要機能については
次ページを参照下さい

KASIKK主要機能一覧



*: 詳細はP.19及び2025年9月12日付のリリースをご参照ください。

住宅・不動産会社からKASIKAI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

KASIKAIユーザが「自分でKASIKAI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

KASIKAI by Cocolive

担当顧客一覧 (666人)

Webアクセス: 1日以内 3日以内 7日以内 14日以内

14d_3UJ 予約フォーム関連 勉強会

担当者を選択: La ferme... | 全666件 キーワード 全て 検索 印刷 タグ一括付与

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
☐	田中太郎	12	3	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
☐	松田久	10	5	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	加配エリア外 施工事例
☐	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
☐	三島かなこ	3	15	2020年08月24日 19:30	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	掛川四郎	9	3	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	鈴木一郎	4	6	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	高橋拓	7	3	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	手塚二郎	4	10	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	安藤みか	6	1	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	堀北みき	11	5	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	
☐	田中よしみ	2	1	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	

顧客詳細: 手塚太郎 (さま)

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: 勉強会参加

連絡先: KASIKAIサポートチーム

メール: yt98_ku16@yahoo.co.jp

営業メール: 03-6386-0038

曜日別アクセス

曜日	アクセス率
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



2.自動化・テンプレ化

AI文章生成機能 実装 -2025年9月12日プレスリリース済-

AI文章生成機能



生成されたコンテンツ一覧

自動コンテンツ生成『【デモ用】土地情報案内メール』
土地情報案内メール 2025-09-09 13:46
再乗場促進メール生成プロンプト 2025-09-09 13:38
イベント案内 2025-09-08 11:19
育成コンテンツ 2025-09-08 11:16

件名候補
- A案：花見川区ご希望の〇〇様にぴったりの新着土地情報をお届けします
- B案：【先着順】花見川区で条件に合う土地が出ました

〇〇様
いつもお世話になっております。ご希望条件に近い土地が千葉市花見川区で見つかりましたので、速報でご案内いたします。

今回ご紹介する土地は、駅から徒歩圏内で通勤・通学に便利な立地です。また、子育て世代に人気の学区内に位置しており、生活利便施設も充実しています。数区画のみの限定公開で、価格も改定直後のため大変お得な内容となっています。

〇〇様にとって希望エリアでの暮らしをより具体的にイメージしていただけたと思います。条件に合う物件を探す手間を省き、資金計画や建物プランと合わせて検討しやすい点も魅力です。

詳細はこちらからご確認ください。

人気エリアのため、早期にご確認いただくことをおすすめします。ぜひお早めにご覧ください。

メッセージを入力...

送信

自動コンテンツ生成：『キャンペーン案内メール』

AIアシスタント / 自動コンテンツ生成

下記のフォームを入力して、コンテンツを生成してください

WebページのURL

▲ 指定したURLからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

ファイル

ファイルを選択

▲ 指定したファイルからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

テキスト

▲ 指定したテキスト内容を参考にコンテンツを生成します

コンテンツを生成する

詳細設定

<機能説明>

イベントURL等の素材を入力するのみで、過去の成功事例に基づいた、魅力ある文章案をAIが自動生成し、複数パターンご提案することが可能となりました。

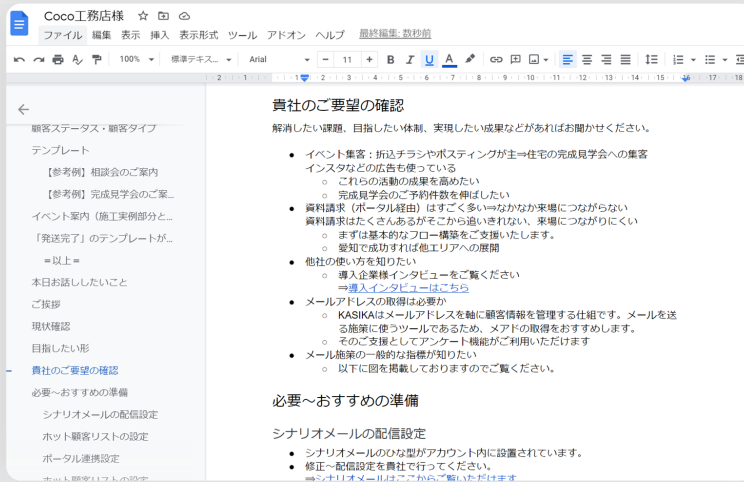
属人化しがちだった文章作成を標準化・効率化し、誰でも“すばやく・簡単に・魅力的な”文章を作れることが可能です。

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

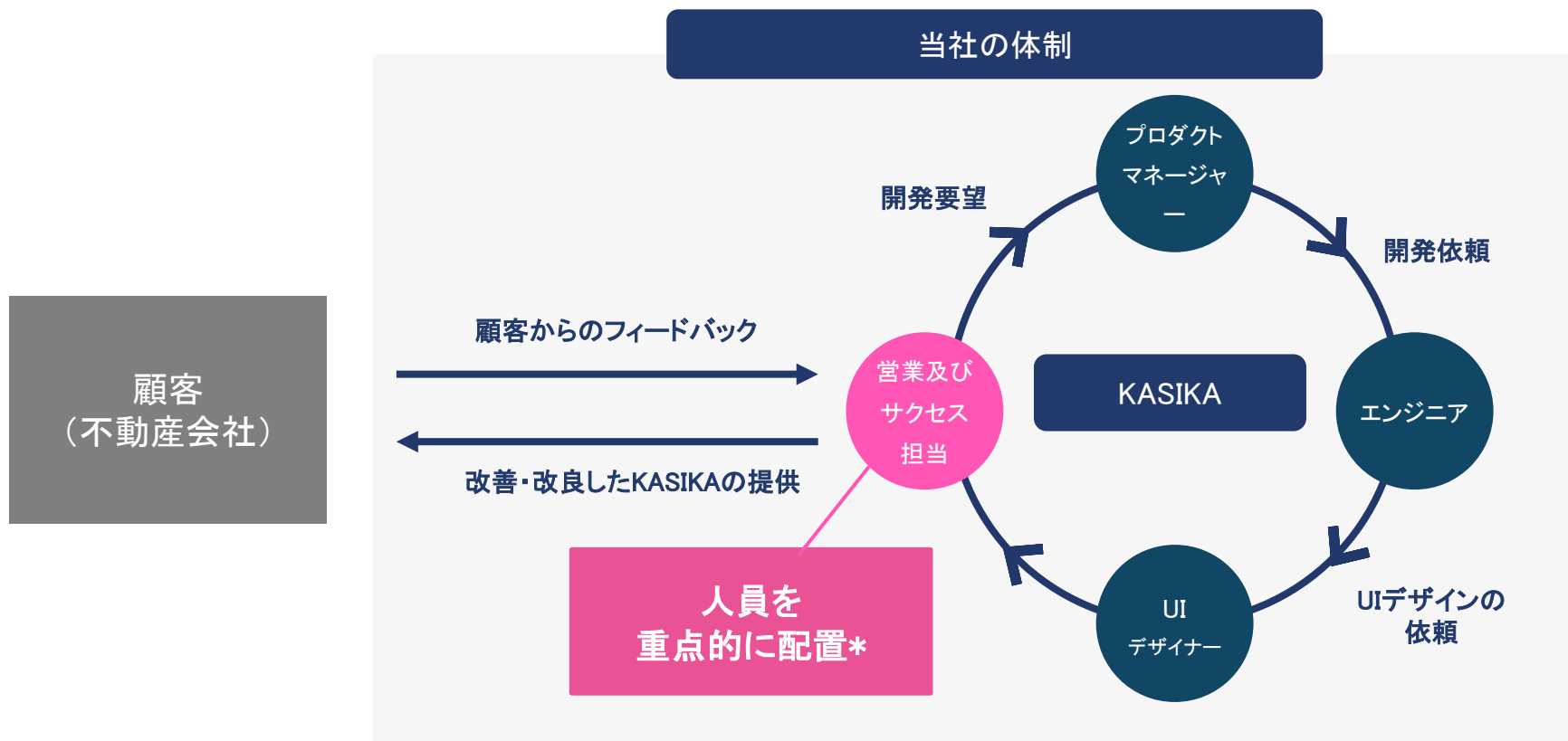


会社別サマリ								
Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO+テスト	担当者	DEMO	
Monthly Summary								
対象期間	2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月
社員数	28	27	23	20	23	22	20	19
ログイン率	57%	67%	83%	80%	61%	64%	70%	79%
顧客数	82	68	66	58	53	40	36	31
ユニークアクティブ顧客数	25	10	17	10	15	13	7	11
UA顧客率	30.5%	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%
営業メールコンバージョン数	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

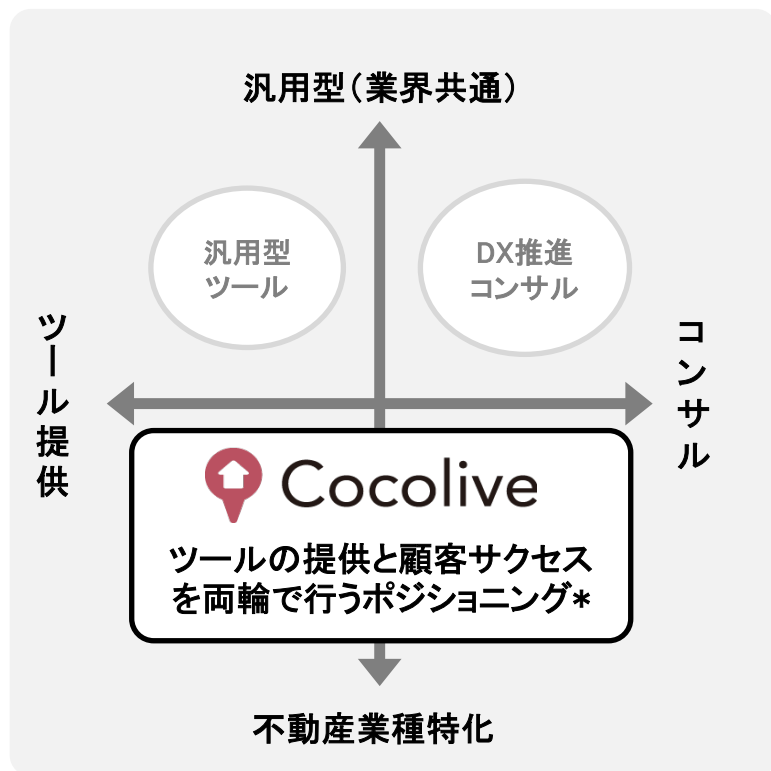
各事業部のサクセス・サポート担当が顧客より一次情報を吸い上げ、社内共有する仕組みを整えることでプロダクト改善・開発に繋げる



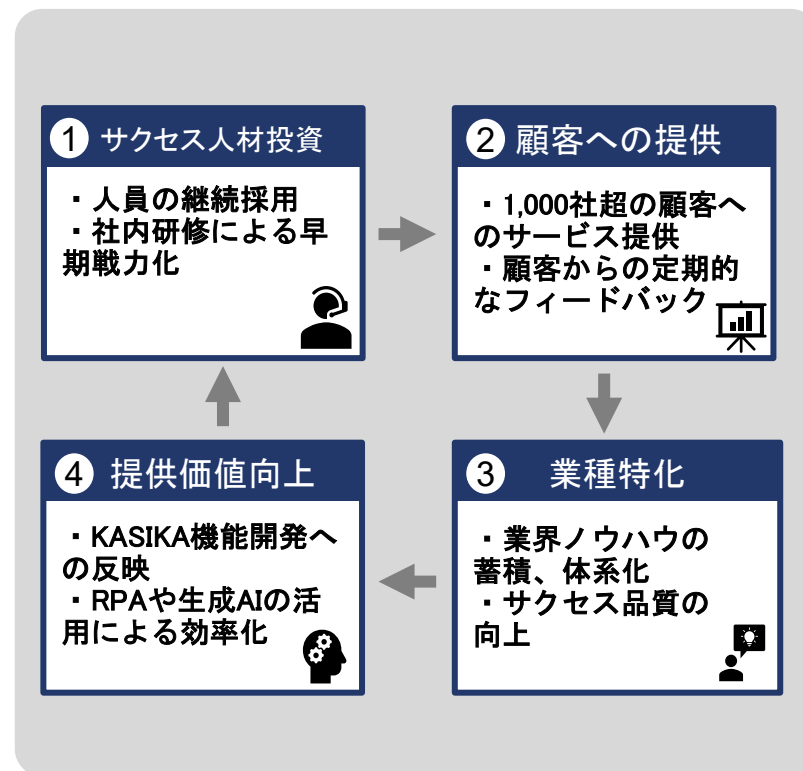
*: 2025年8月末時点で当社全従業員の7割以上がカスタマーサクセス部門に所属

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

KASIKO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。

4. 今後の成長戦略

今後の成長戦略

当社は顧客に対するKASIKO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

- KASIKO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
 - ・KASIKO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
- AI機能展開
 - ・AI文章生成機能に加え、その他機能へも生成AIの展開を検討

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

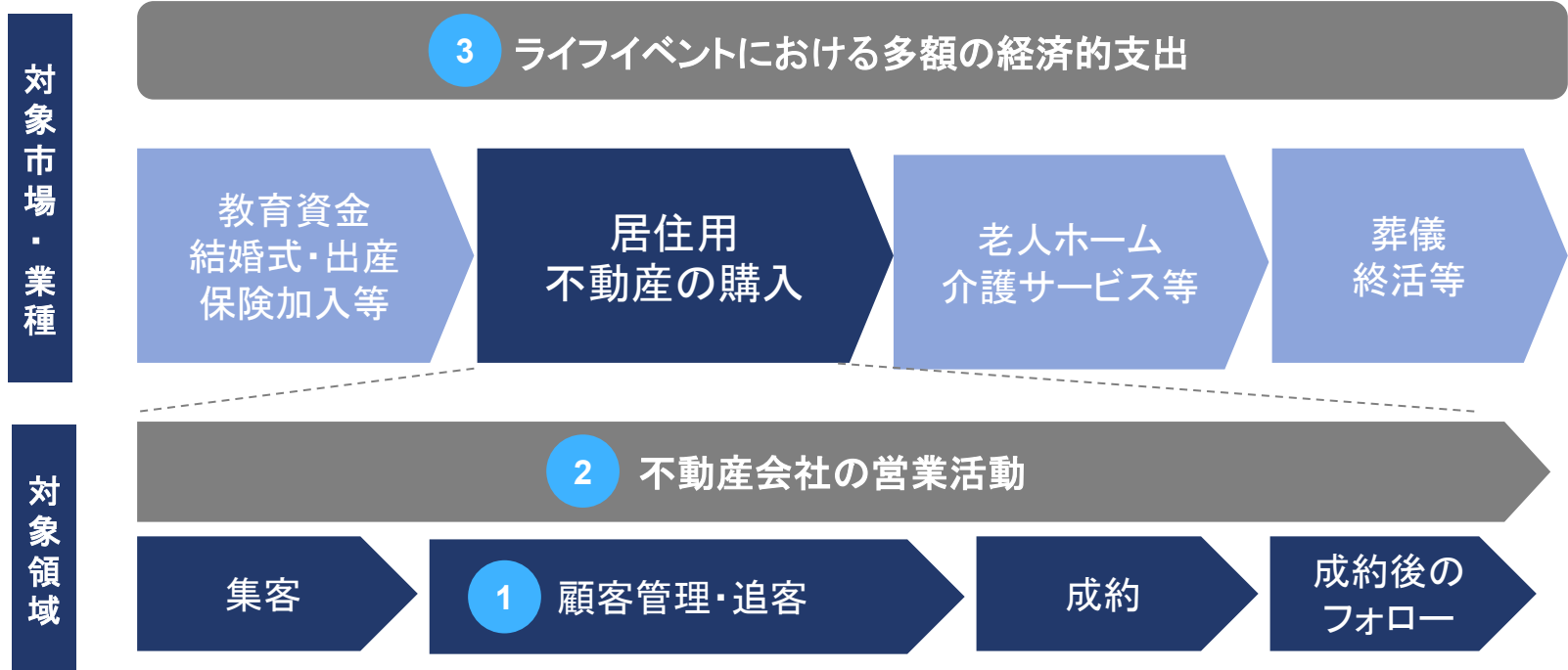
- KASIKOの他業種への提供
 - ・「追客」が必要となる他業種に対してKASIKOの提供を行う
- ・営業活動に人が介在し、ライフイベントにおける多額の経済的支出を伴う業界については不動産業界と類似する可能性があることから、中長期的に注力する

短期・中期的な成長戦略

中長期的な成長戦略

今後の成長戦略(図示)

■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: 既存ドメイン深堀り
・KASIKO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

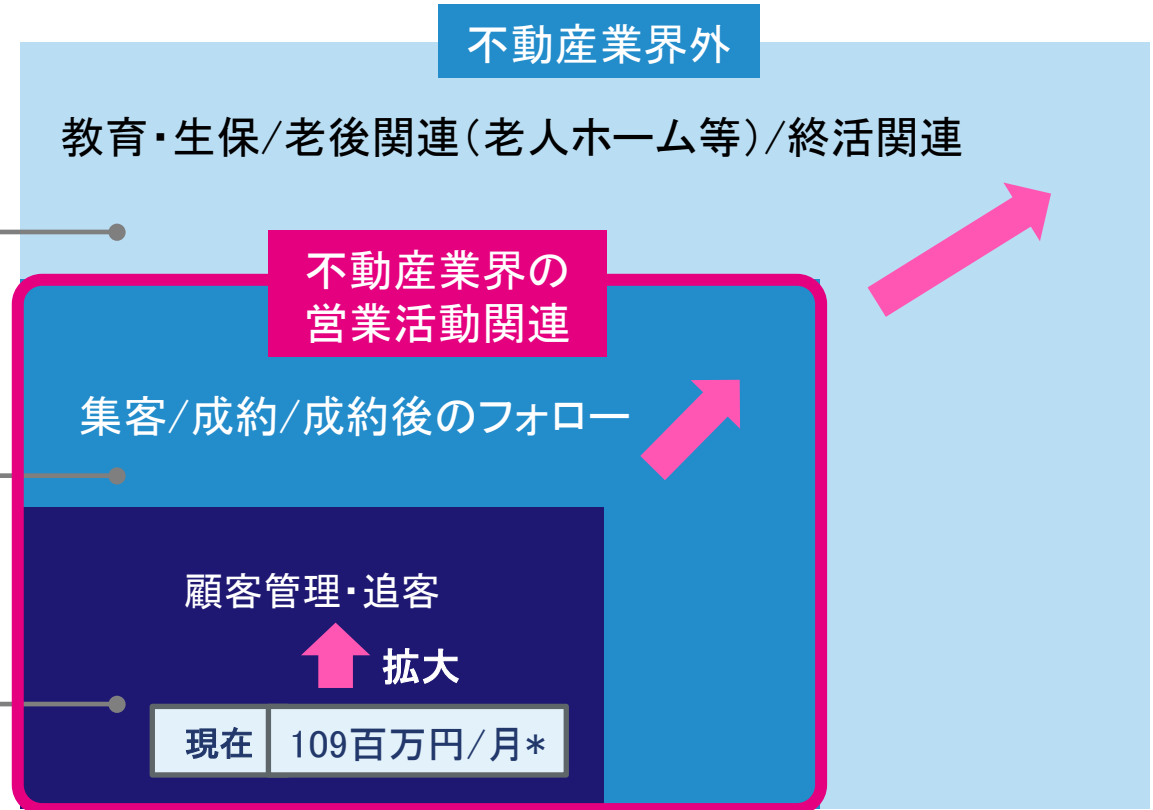
方向性③: 不動産外への拡大
・「人」が重要となる他業種進出

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

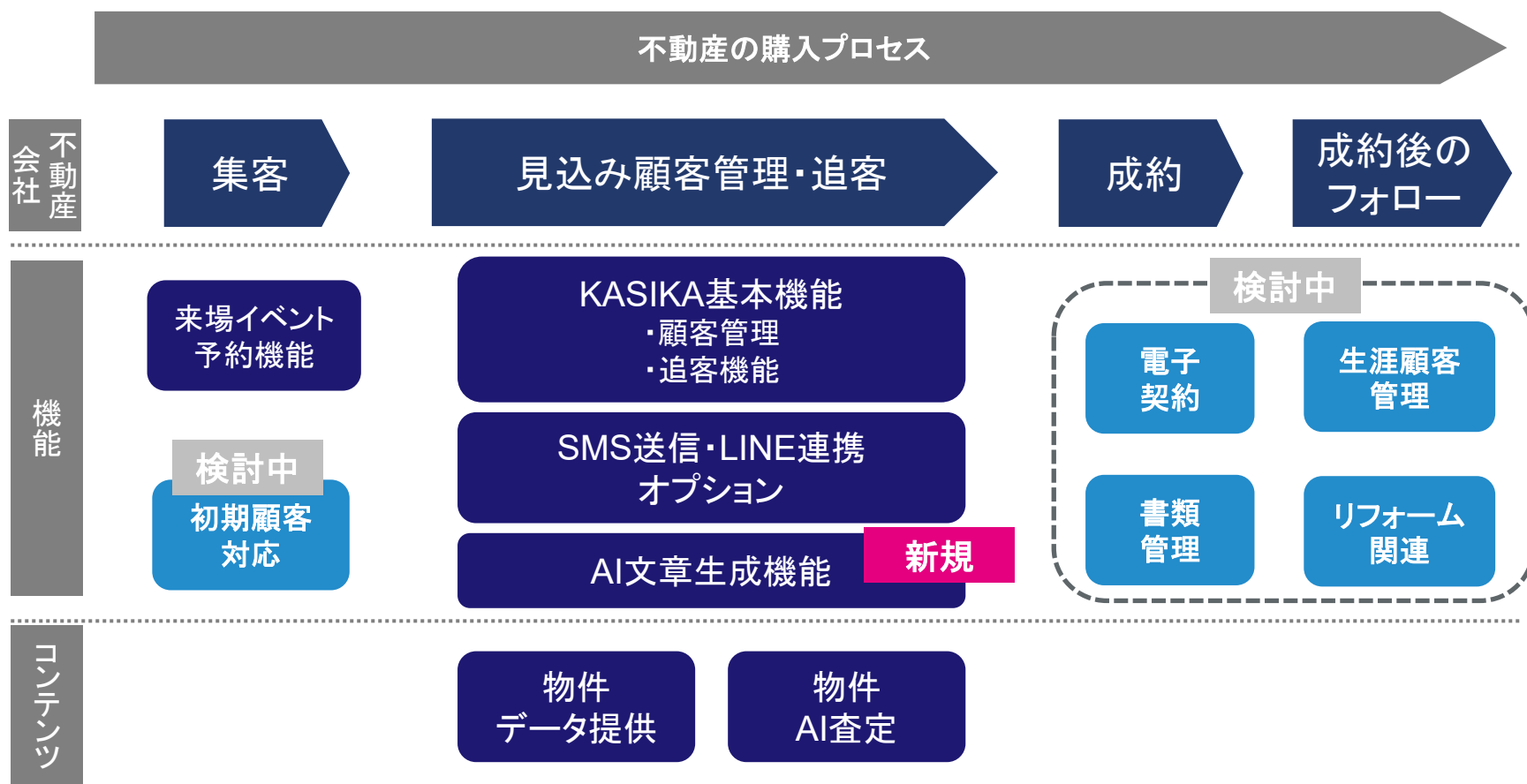
方向性①: 単価・顧客数増加
-KASIKAの機能追加
-データ・ナレッジの活用



”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

*: 2025年8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

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。