

# TSUKURUBA

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ツクルバ

(東証マザーズ：2978)

2021年12月24日

# 目次

1. **カンパニーハイライト**
2. **事業説明**
3. **市場環境**
4. **競争優位性**
5. **成長戦略**
6. **経営指標**
7. **リスク情報**

# 1. カンパニーハイライト

# 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 ・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 ・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）を軸と新規事業企画・開発
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歳前ベンチャー賞

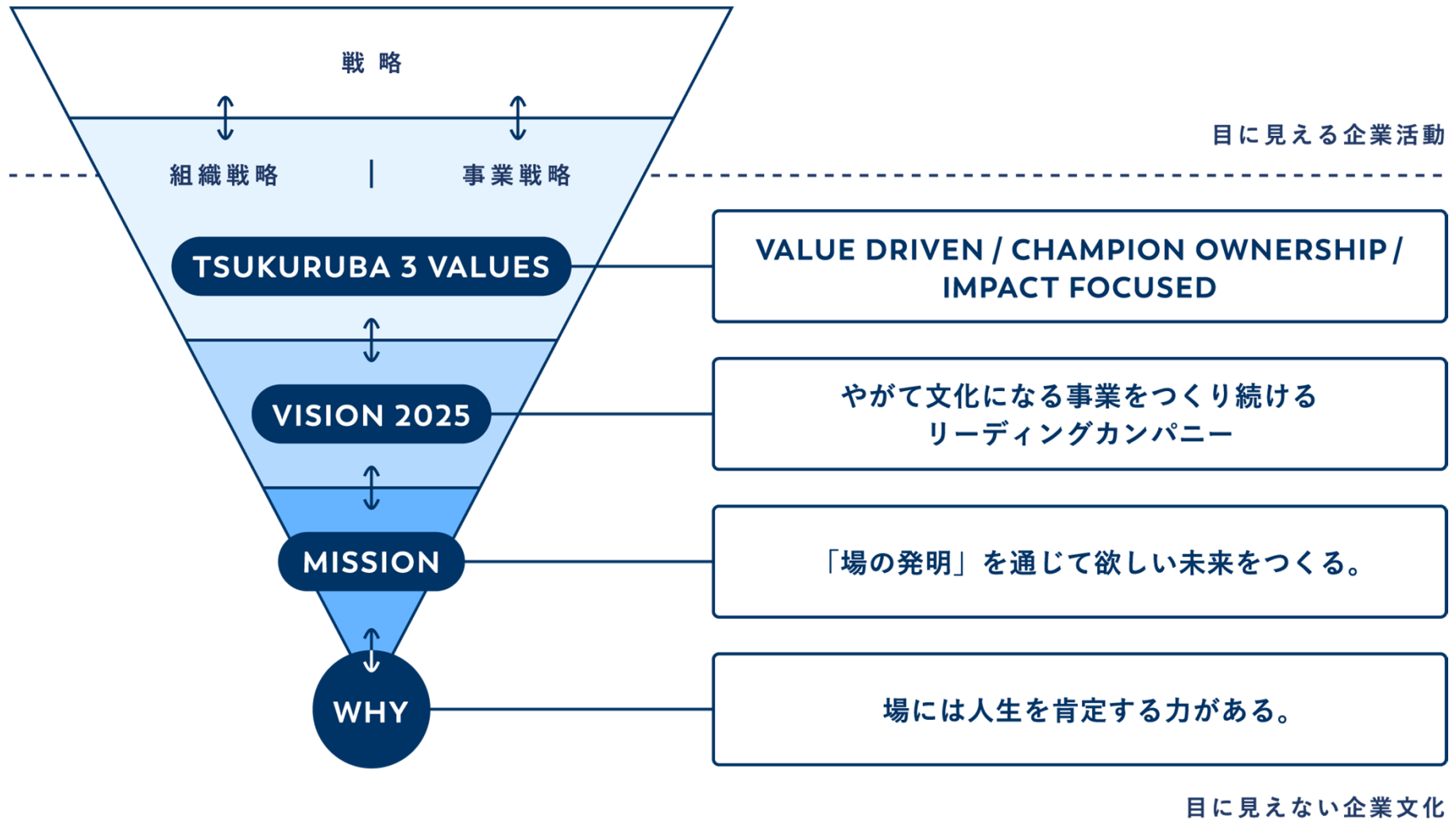
本社オフィス（代官山）



カウカモSHOP（自由が丘）



# すべての企業活動の軸となる理念体系を構える



# テクノロジー・ビジネス・デザインの背景を有する経営陣

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。



**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月当社入社。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)**  
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」



**竹内 真 (たけうち しん)**  
社外取締役

富士ソフトABC株式会社（現富士ソフト株式会社）、株式会社レイハウオリ創業を経て創業準備期のビズリーチに参画し、取締役CTOに就任。  
2020年2月ビジョナル株式会社取締役CTOに就任。一般社団法人日本CTO協会理事



**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



**服部 景子 (はっとり けいこ)**  
常勤監査役

公認会計士、米国公認会計士（デラウェア州）。富士銀行（現：みずほ銀行）、JPモルガン証券、BNPパリバなどの金融機関で法人営業や株式調査の業務を経て、新日本有限責任監査法人に入所。上場企業などの会計監査に従事した後、服部景子公認会計士事務所を独立開業



**高野 慎一 (たかの しんいち)**  
監査役

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



**波田野 馨子 (はたの けいこ)**  
監査役

弁護士。2008年弁護士登録、森法律事務所に入所。日弁連住宅紛争処理機関検討委員会委員、（公財）住宅リフォーム・紛争処理センター運営協議会幹事、企業等におけるコンプライアンス委員会アドバイザー、倫理審査委員、スターフェスティバル（株）監査役等を歴任

## 2. 事業説明

# 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



既存のノウハウ・アセットの活用及び外部パートナーとの積極的な協業により新たな事業を創出しています。ビジネスモデルとしては、不動産企画開発、空間コンサルティング等を受託するほか、直営・受託のシェアードワークプレイス運営等により報酬を得るといったものになります。



## (参考) セグメント別 | 2021年7月期通期業績

2021年7月期通期では売上高の4分の3以上がカウカモ事業によるものになります。今後もカウカモ事業に売上総利益の再投資を積極的に実施し、中期的には引き続きカウカモ事業を中心とした成長を想定しています。

(単位：百万円)

		2021年7月期通期 (2020年8月～2021年7月)
カウカモ	売上高	1,240
	売上総利益	1,152
	セグメント損益	32
不動産企画 デザイン	売上高	383
	売上総利益	111
	セグメント利益	20

## 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。

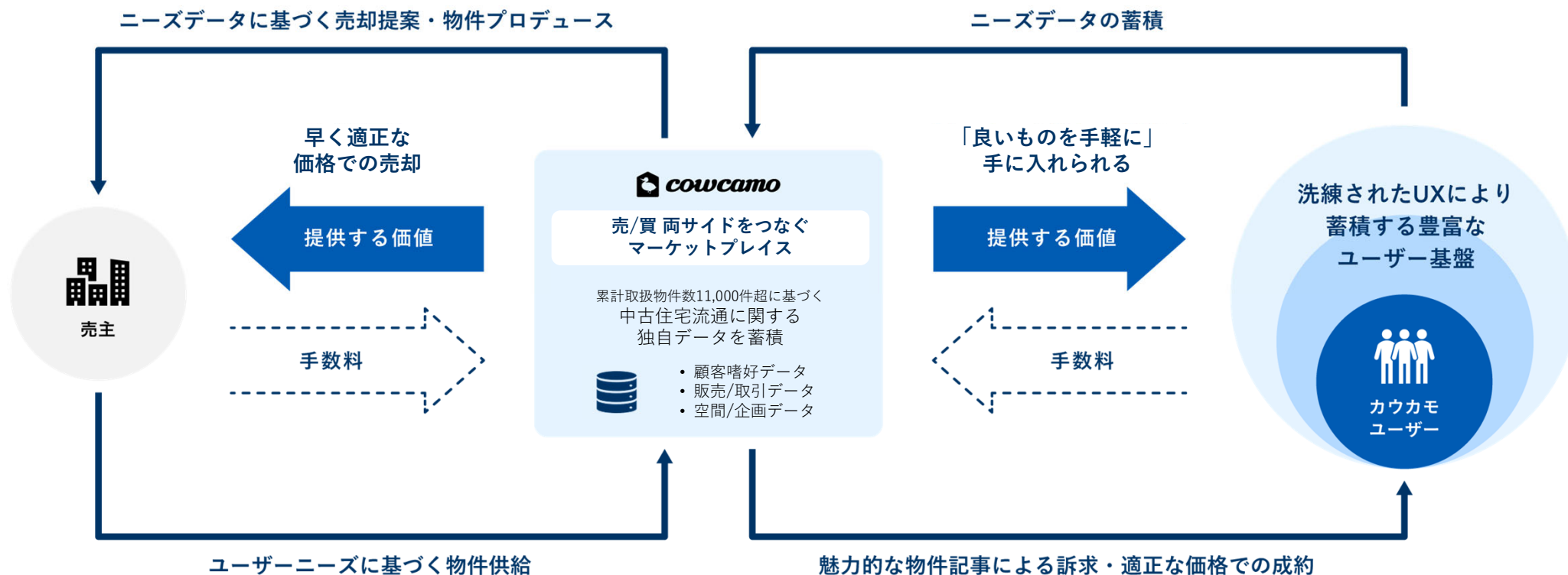
### < 既存の流通構造の課題 >

- 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。

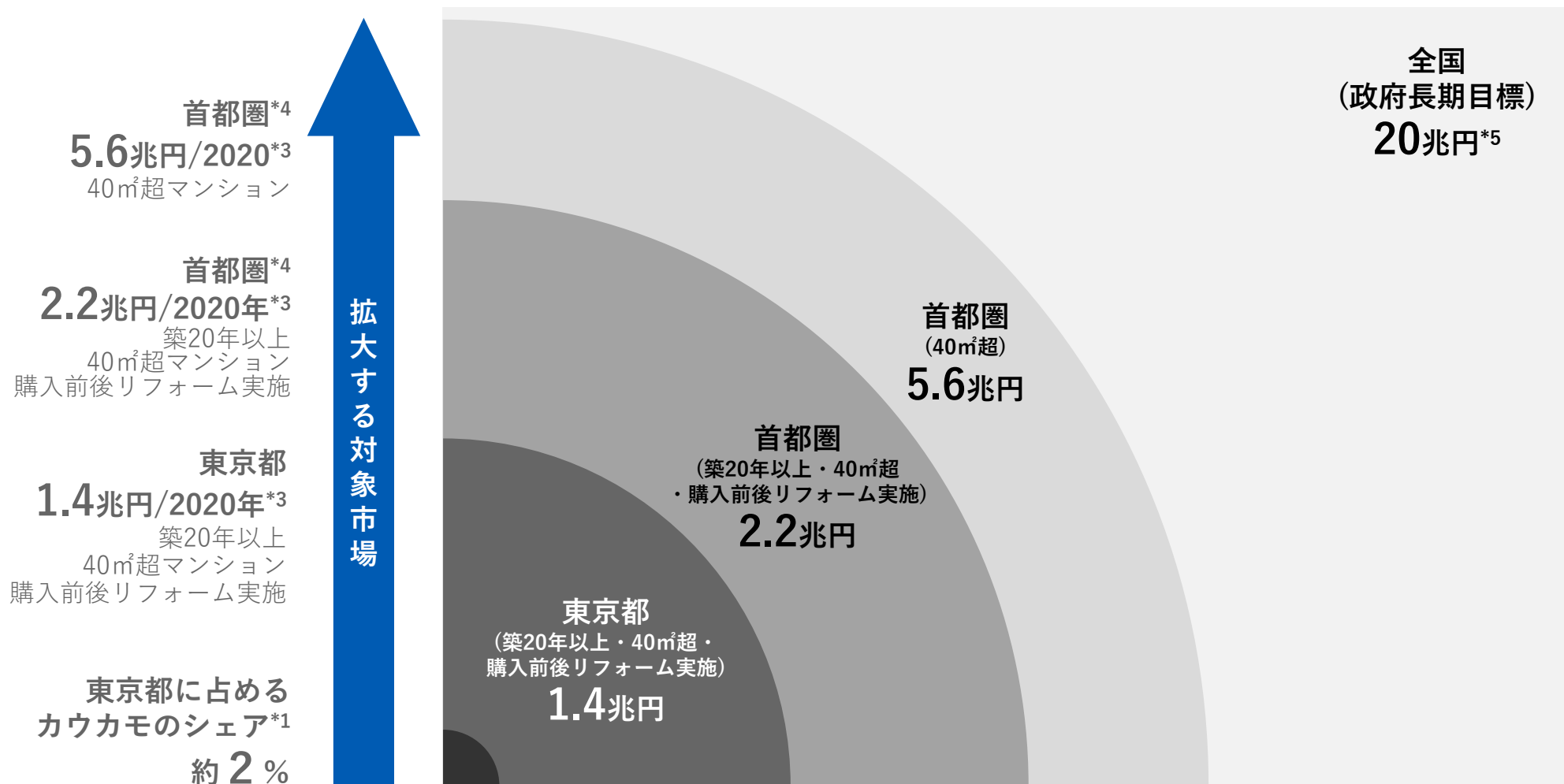


\*UX：User Experienceの略。サービスを通してユーザーが感じる使いやすさ、感動、印象といった体験のすべてを指します。

### 3. 市場環境

# カウカモ事業 | 市場規模

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。



\*1 カウカモのFY21のGMV (下記\*2) を2020年の東京都の築20年以上・40㎡超のマンション・築21~25年中古マンション購入前後のリフォーム実施割合 (85.7%) の市場規模 (推定) で割ることにより算出

\*2 GMV: プラットフォーム上の流通総額。カウカモで取引された商品及びサービスの総和であり、取引された物件の価額等およびリノベーション価格等の総和になります。

\*3 公益財団法人東日本不動産流通機構「年報マーケットウォッチ 2020年度」、公益財団法人不動産流通推進センター「2019不動産業統計集 (3月期改訂) 3 不動産流通」

リフォーム産業新聞社「中古住宅リノベ市場データブック」からツクルバが推計

\*4 首都圏: 1都3県 (東京/埼玉/千葉/神奈川) \*5 国土交通省「住生活基本計画」(令和3年3月9日) 中古住宅流通市場・リフォーム市場合計

\*6 上記はイメージであり、必ずしも値の差を面積比で正確に表していません。

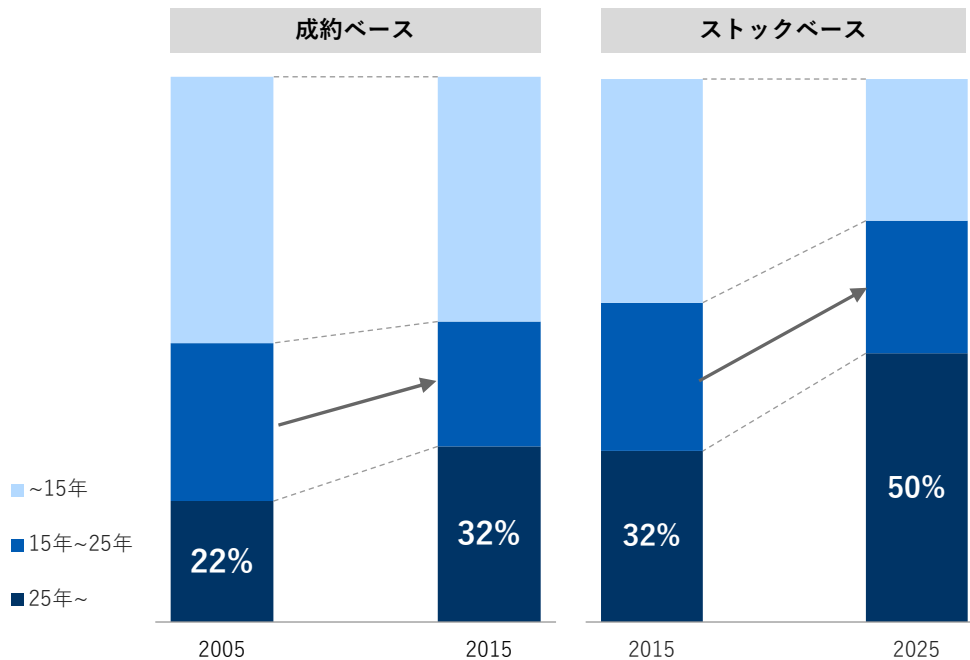
# カウカモ事業 | 中古住宅の拡大に伴う市場の構造変化

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）



## 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

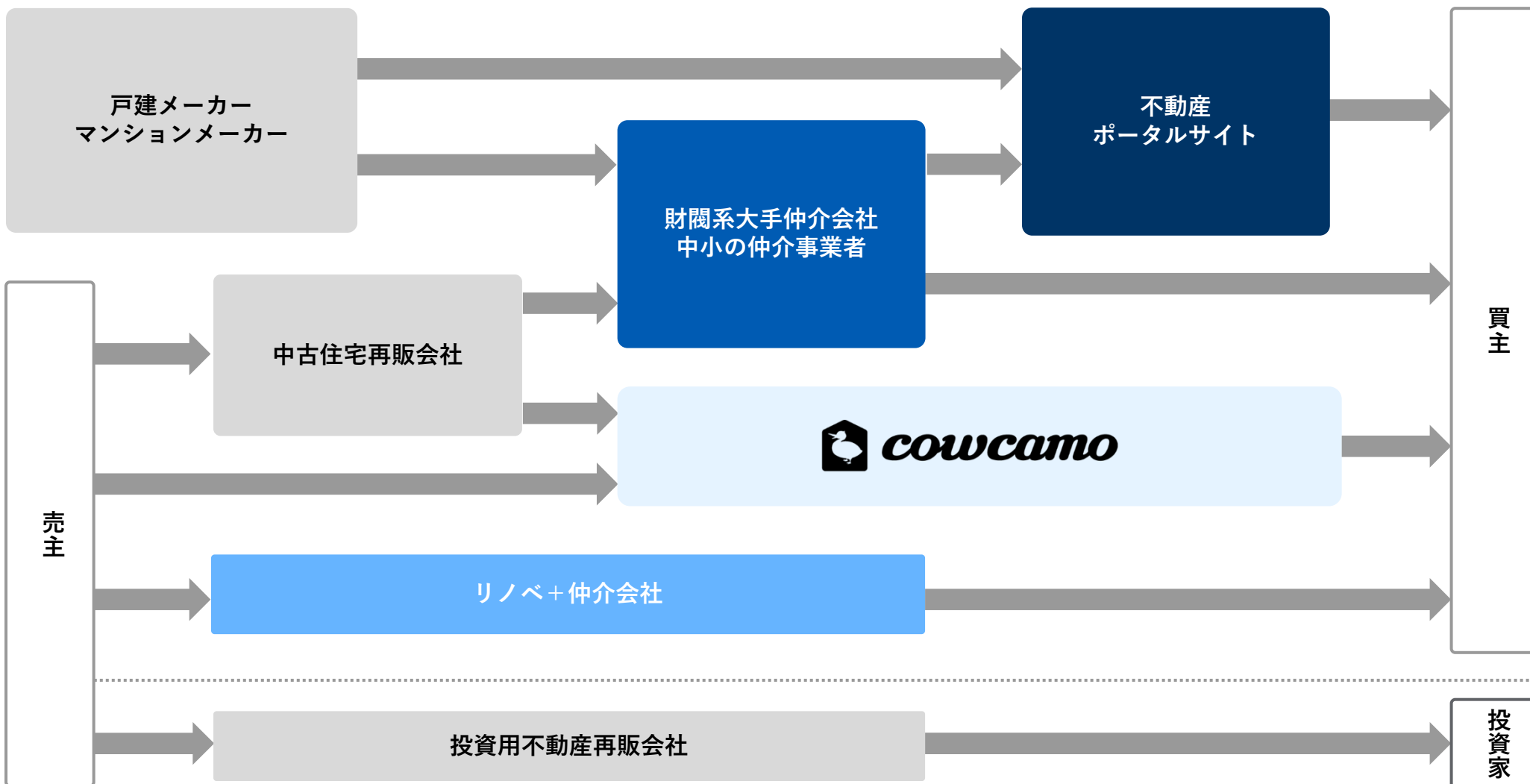
### 中古住宅流通事業者の変化

- 再販事業者の拡大
- リノベマンション専門サイトの成長

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

## カウカモ事業 | 競争環境

カウカモは、不動産ポータルサイトと仲介事業を統合し、「見るだけで楽しいという顧客体験」や「蓄積されたユーザーとデータ」に基づく「早く適切なマッチング」を武器に、独自のポジションを構築しています。



# カウカモ事業 | 長期的にはQuality of Lifeの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、Quality of Life（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

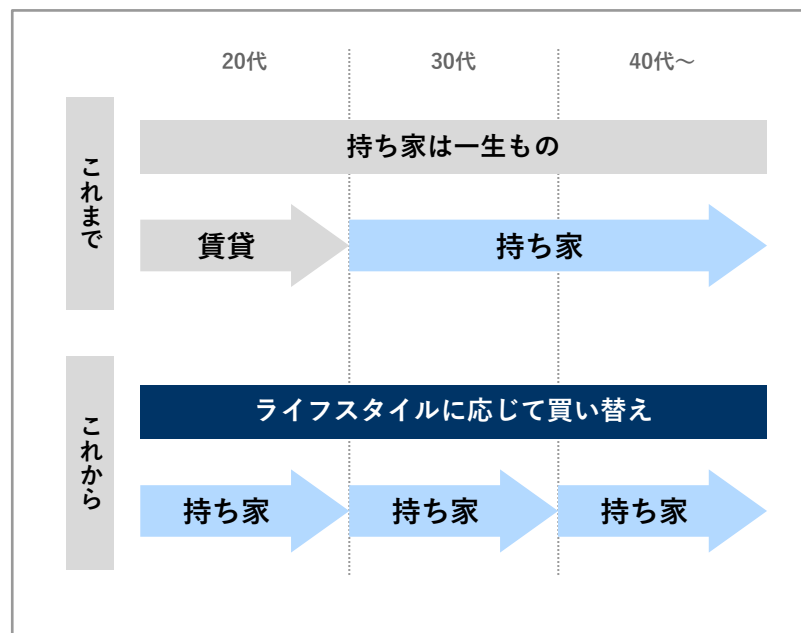
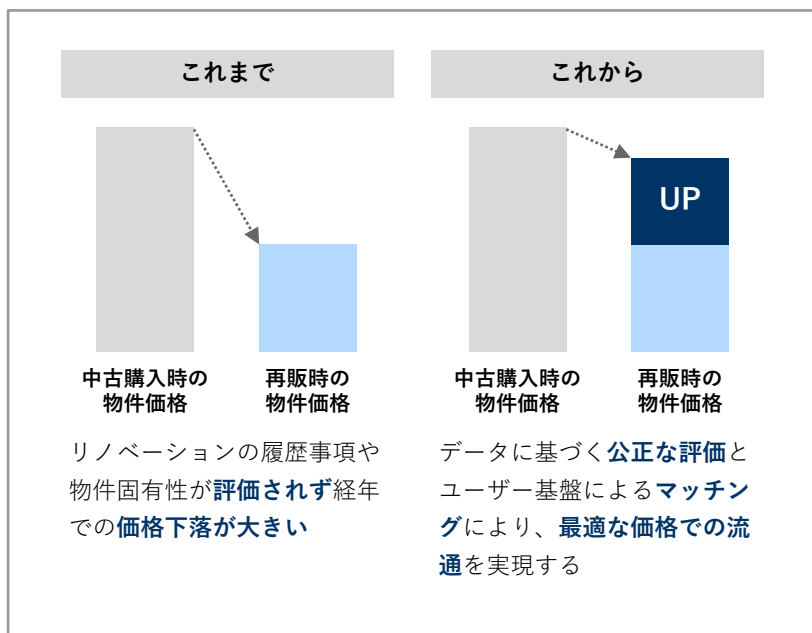
- データ蓄積によるリノベーション物件の公正な評価
- 豊富なユーザー基盤による最適なマッチング



## 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





## 4. 競争優位性



売り手

- リノベや物件の個性が買い手にうまく伝わらず、適正な値段で売れない！
- なかなか売れず、売却活動面倒くさい！

- スペック情報しかなくてネットでおしゃれな物件を探すのが大変！
- “ふつう”の内装は嫌！だけど、設計を依頼してリノベーションはハードルが高い



買い手

# カウカモ事業 | カウカモによる顧客課題の解決

オンラインとオフラインを統合した洗練されたユーザー体験により、買主に「良いものを手軽に」という価値を提供しています。

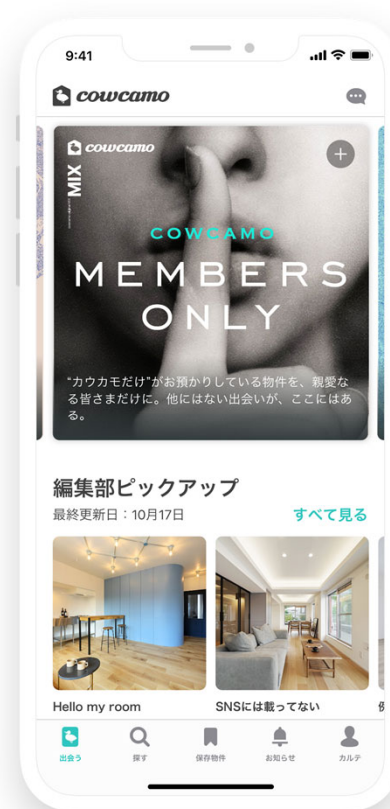
売主に対しては、蓄積されたユーザー基盤に対する効果的な訴求記事により「早く適正な価格での売却」という価値を提供しています。

良いものを手軽に

- ✓ 厳選した物件を、豊富な写真とストーリー調記事などで個人の嗜好に合わせて提案する形で紹介
- ✓ 顧客データに基づき開発した独自物件を提供
- ✓ バリエーション豊富で手軽なパッケージリノベーションプラン

早く適正な価格での売却

- ✓ 登録会員数30万人超\*1、年間利用者数200万人超\*2のユーザーに対し、スペックでは見えない物件の個性を魅力的に伝える物件記事
- ✓ 顧客データに基づきユーザーニーズに合致したリノベーションを提案
- ✓ 厳選された物件を個々のユーザーの嗜好に合わせて提案するのでユーザーに届く



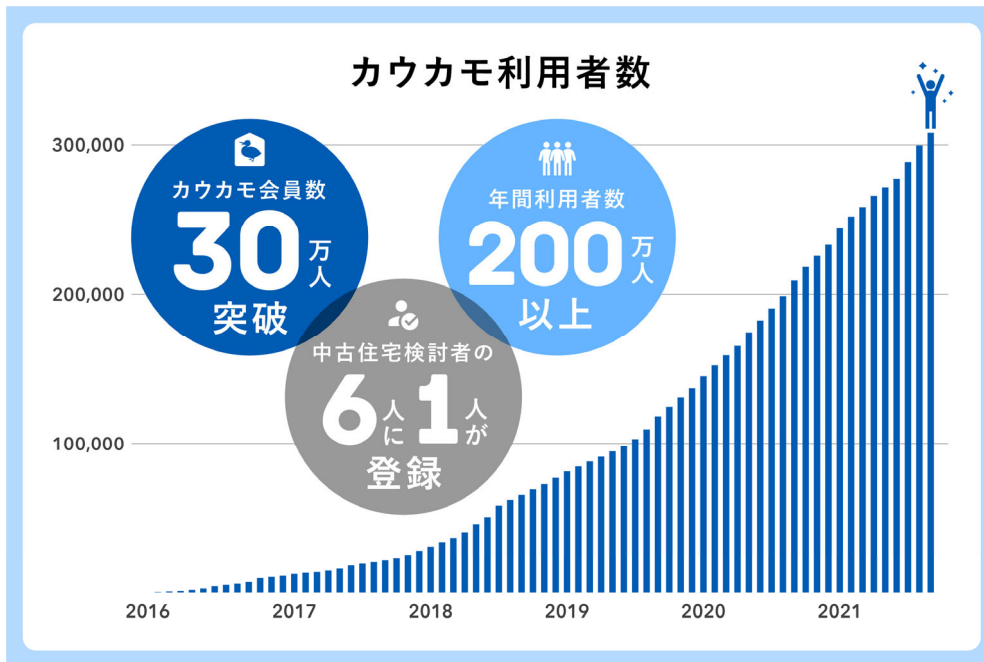
\*1 2021年9月30日時点

\*2 2020年8月1日～2021年7月31日実績

# カウカモ事業 | 蓄積されたユーザー・データ基盤

「カウカモ」の登録会員数は2021年9月に30万人を突破。プラットフォームの利用者数は年間200万人以上\*に到達しました。このユーザー基盤を基にデータを蓄積し、ユーザーとデータの基盤を有するプラットフォームとして着実に成長をしています。

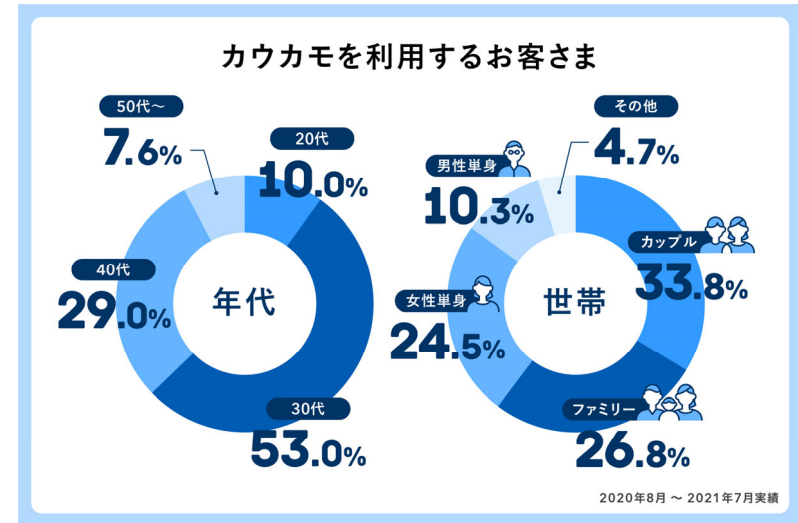
## 蓄積するユーザー・データ基盤



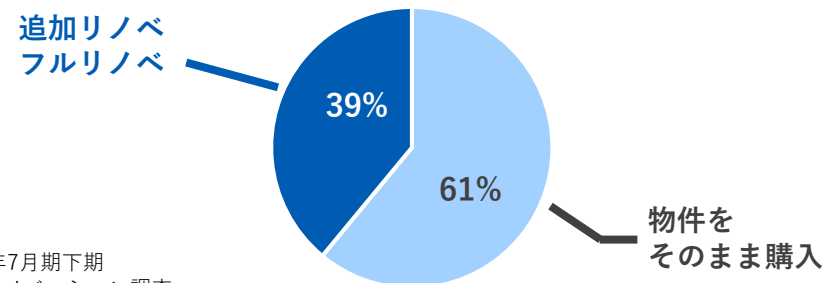
- カウカモは2015年6月にサービスを開始し、2021年9月に登録会員数が20万人を突破して以降、1年で会員数が1.5倍に増加
- 主に情報掲載をしている東京都区部～横浜の一部エリアにおいて、中古住宅購入検討者\*の6人に1人が登録しているサービスに成長

\*年間利用者数：会員登録をせずに情報を閲覧している方を含む（2020年8月1日～2021年7月31日実績）  
 \*中古住宅検討者：東京・横浜エリアにおける25歳以上50歳未満の人口×推計持ち家許容割合×推計中古住宅許容割合、5年以内に住み替えを希望する割合により算出

## 顧客の分布



## お客さまがリノベーションする割合



※2021年7月期下期  
 成約者リノベーション調査

# カウカモ事業 | ユーザー・データ基盤を活用して効果的な売却や物件創出を実現

カウカモは前頁にあるようにユーザー・データ基盤を活用して売主側に「早く適正な価格での売却」する価値と買主側に「良いものを手軽に手に入れられる」価値を提供しています。その結果として、以下のような実績を積み上げています。

## 「早く適正な価格での売却」という価値を提供

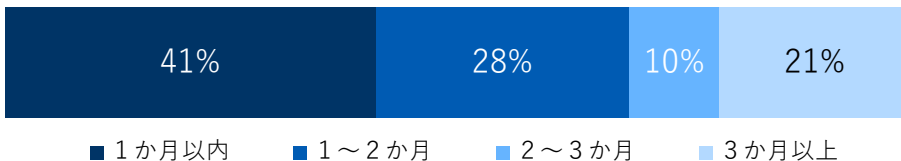
### 希望価格成約率\*1

85%

※参考：首都圏で3か月以内に売れた物件のうち、売価成約率10%、5%以内の値下げは34%\*2

### 売却期間

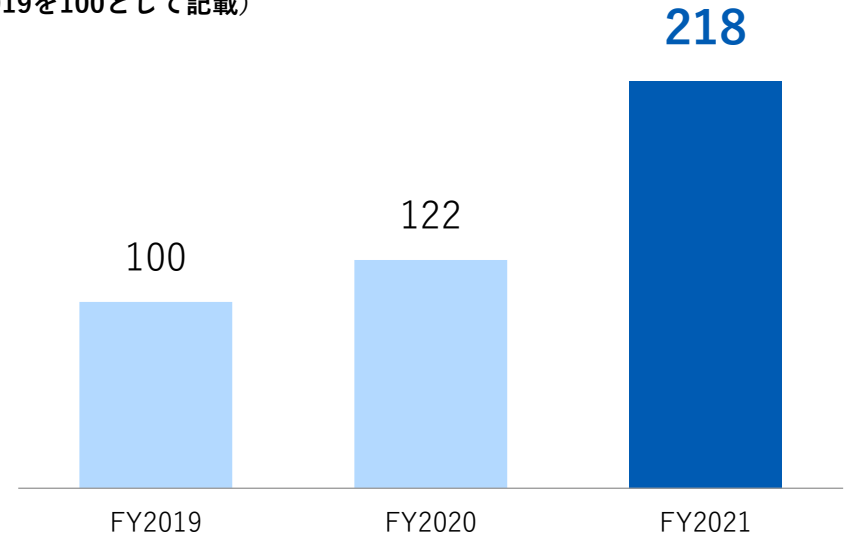
- 首都圏平均4.15か月\*2に対して、平均**2.03**か月で成約\*3
- 通常55%\*2に対し、**79%**が掲載後**3**か月以内に成約\*4



## ユーザーニーズに合う物件を創出

- 重要なのは「ユーザーにマッチする魅力的物件の数」
- 「ユーザーにマッチする魅力的物件の数」  
≡ 「内見希望数が多い物件数」は着実に増加

成約に必要な内見希望数を2週間以内に充足する物件数指数\*5  
(FY2019を100として記載)



\*1 FY2021カウカモ媒介成約物件で「内見希望の可能性がある上限のチャレンジ価格幅」又は「3か月以内で70%の確率での成約を想定した価格よりも高い、お問い合わせが取れる価格幅」で成約した率

\*2 首都圏平均：2020年下期首都圏中古マンション売出→成約までの期間（東京カンテイ2021年7月29日） [https://www.kantei.ne.jp/report/108kairi\\_shuto.pdf](https://www.kantei.ne.jp/report/108kairi_shuto.pdf)

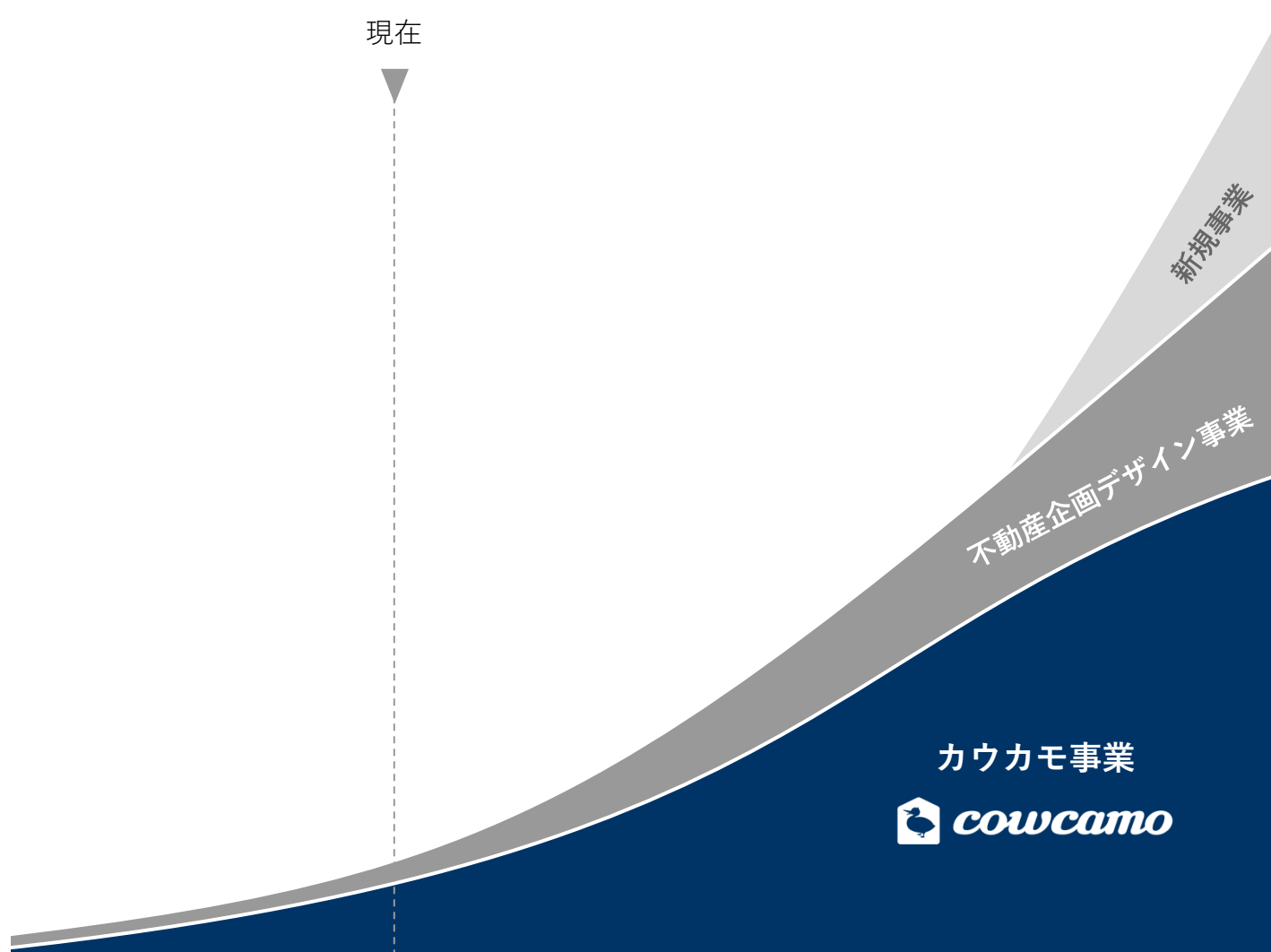
\*3 カウカモ平均：ツクルバが媒介を取得してストーリー記事を掲載したFY21成約物件の媒介取得から契約までの日数の平均

\*4 FY21成約のツクルバ媒介のストーリー記事物件の媒介取得から成約までの期間分布 \*5 カウカモでの成約物件の成約までの内見希望数の中央値を2週間以内に満たす物件の数。

## 5. 成長戦略

# 全社 | 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  
(具体的内容・時期は未定)

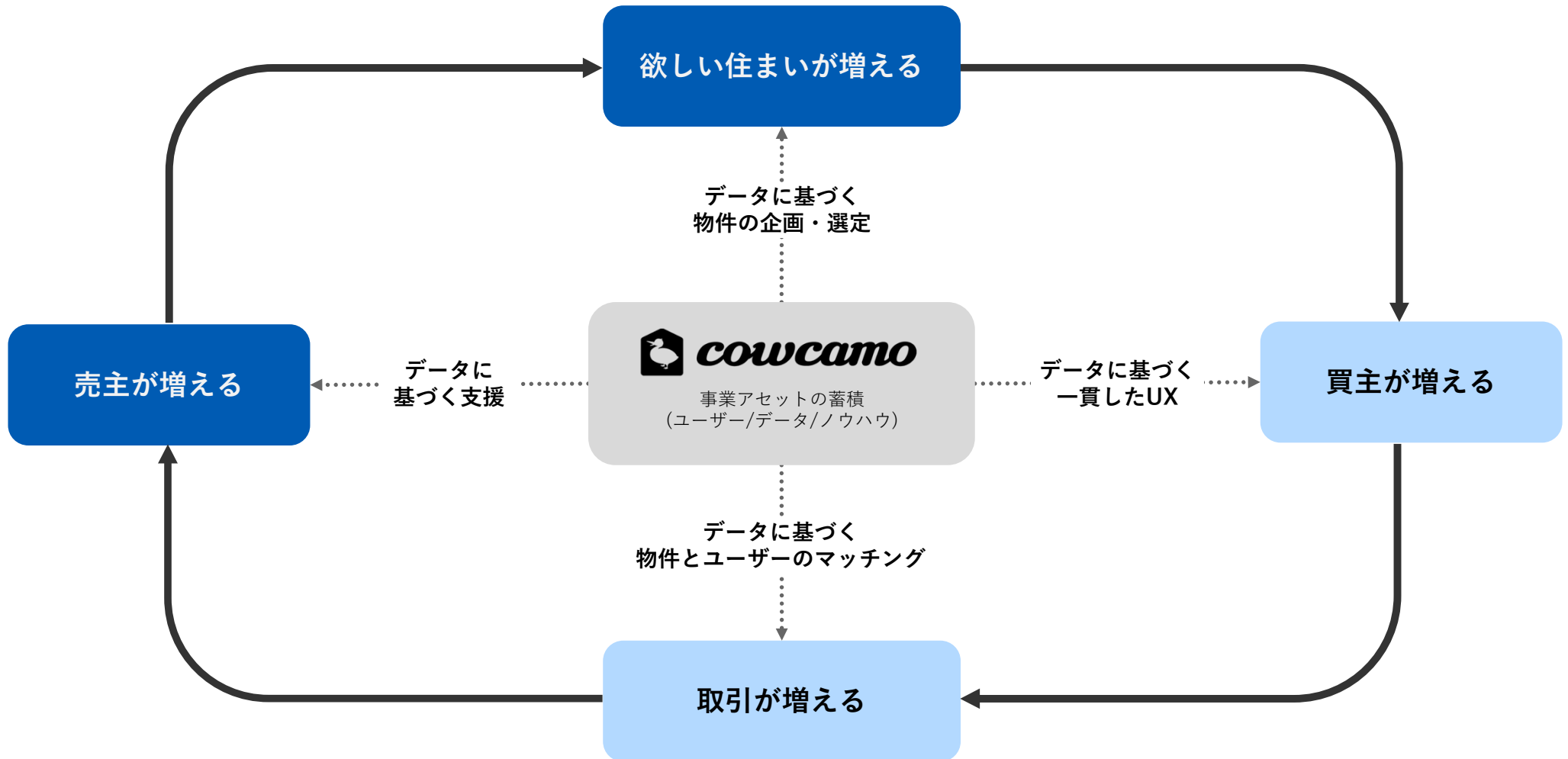
案件ごとの投資効率を見極めながら、  
規律をもった投資を実施

当面の成長を牽引  
売上総利益の再投資を  
積極的に実施

※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

# カウカモ事業 | 成長サイクル

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；

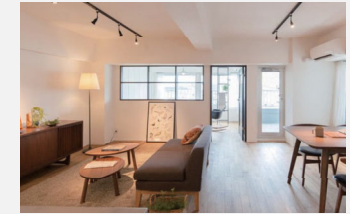
- ・ 中古・リノベ住宅購入希望者群(買主)とのマッチング
- ・ 適切なリノベ価値の評価・査定



※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\*の供給拡大



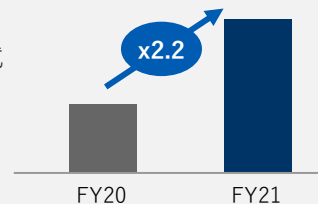
### GMVへの寄与

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

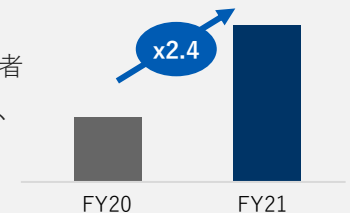
企画商品の販売増による直接的な取引件数増に加え、買主サイドにおける品揃え強化、顧客体験向上を通じた間接的な取引件数の向上にも寄与

### 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



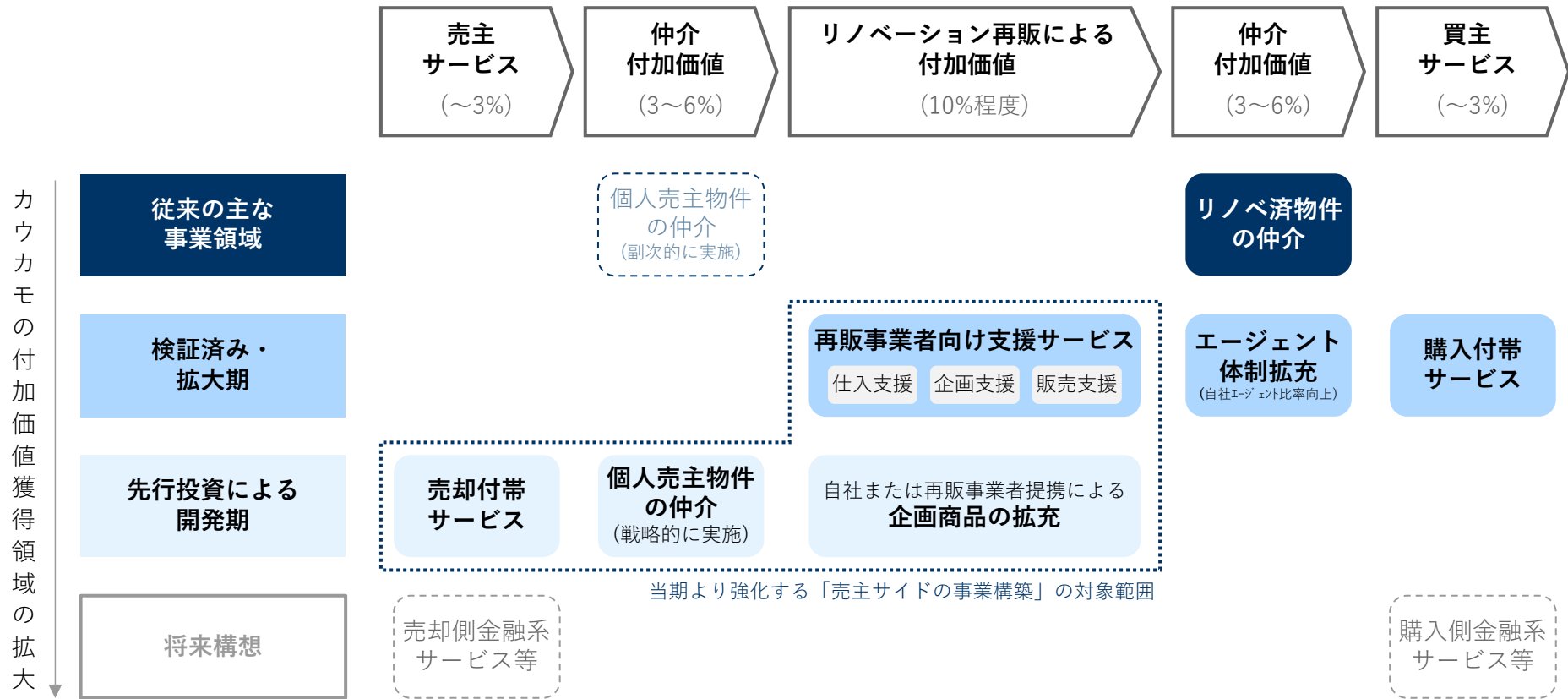
媒介獲得数：媒介契約を締結した数

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。

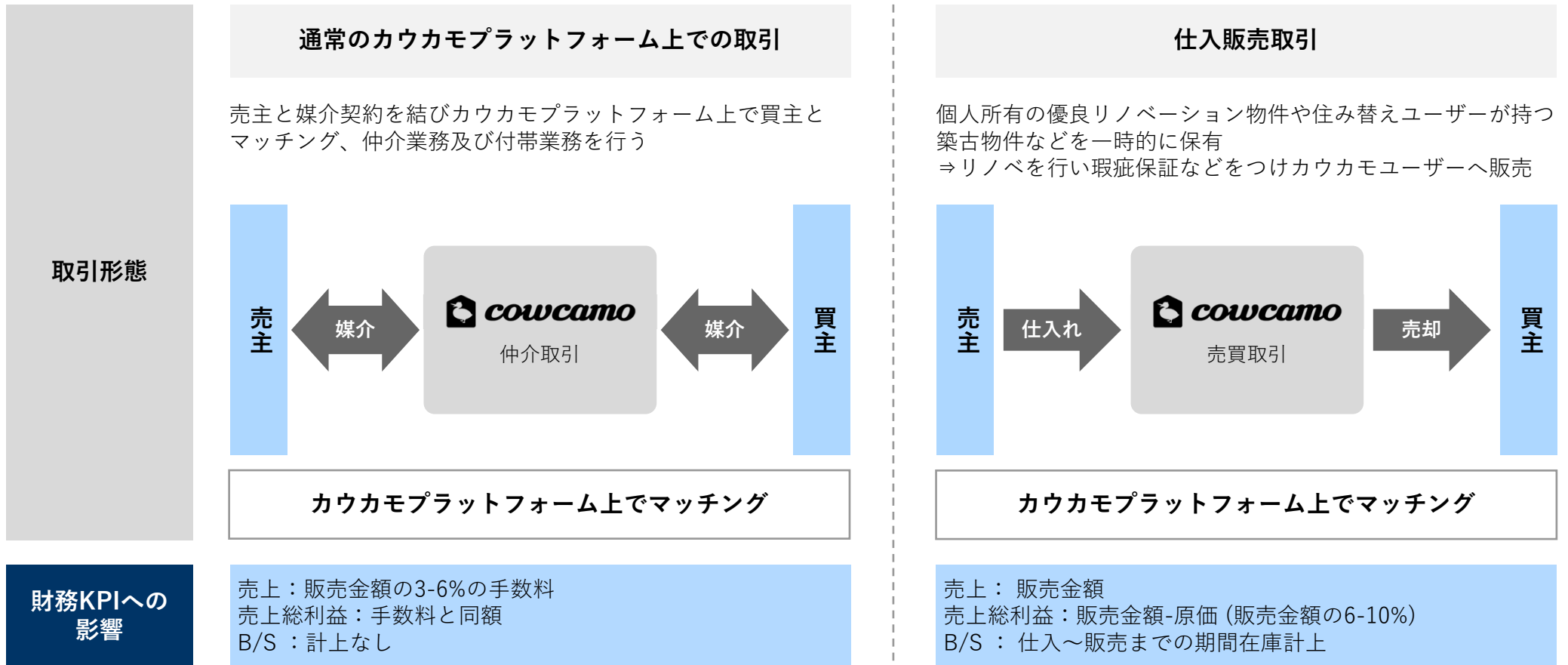
中古不動産の流通過程における付加価値構造（括弧内は理論上獲得可能なテイクレート）



\* 「検証済み・拡大期」の施策については、トライアルを終えて実施しております。「先行投資による開発期」の施策については、現在トライアルとして施策を実施しております。

# カウカモ事業 | 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。

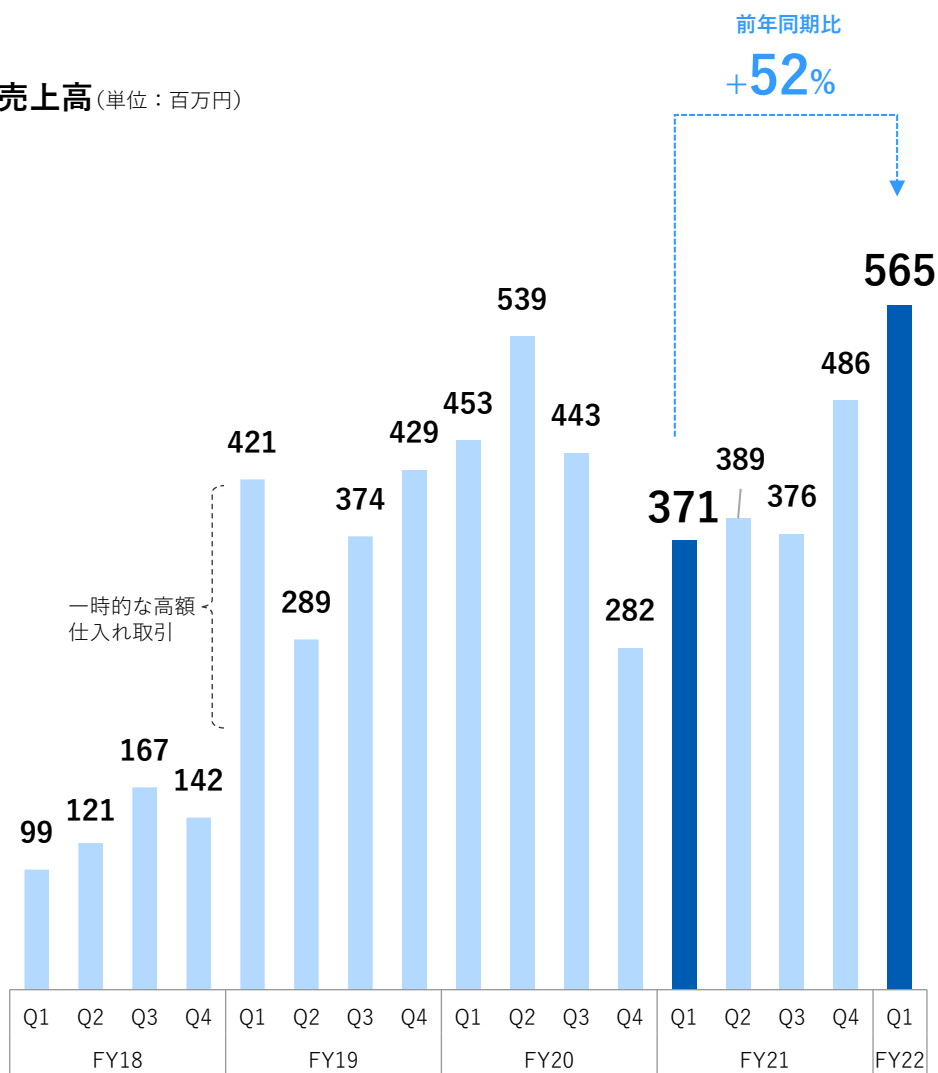


## 6. 経営指標

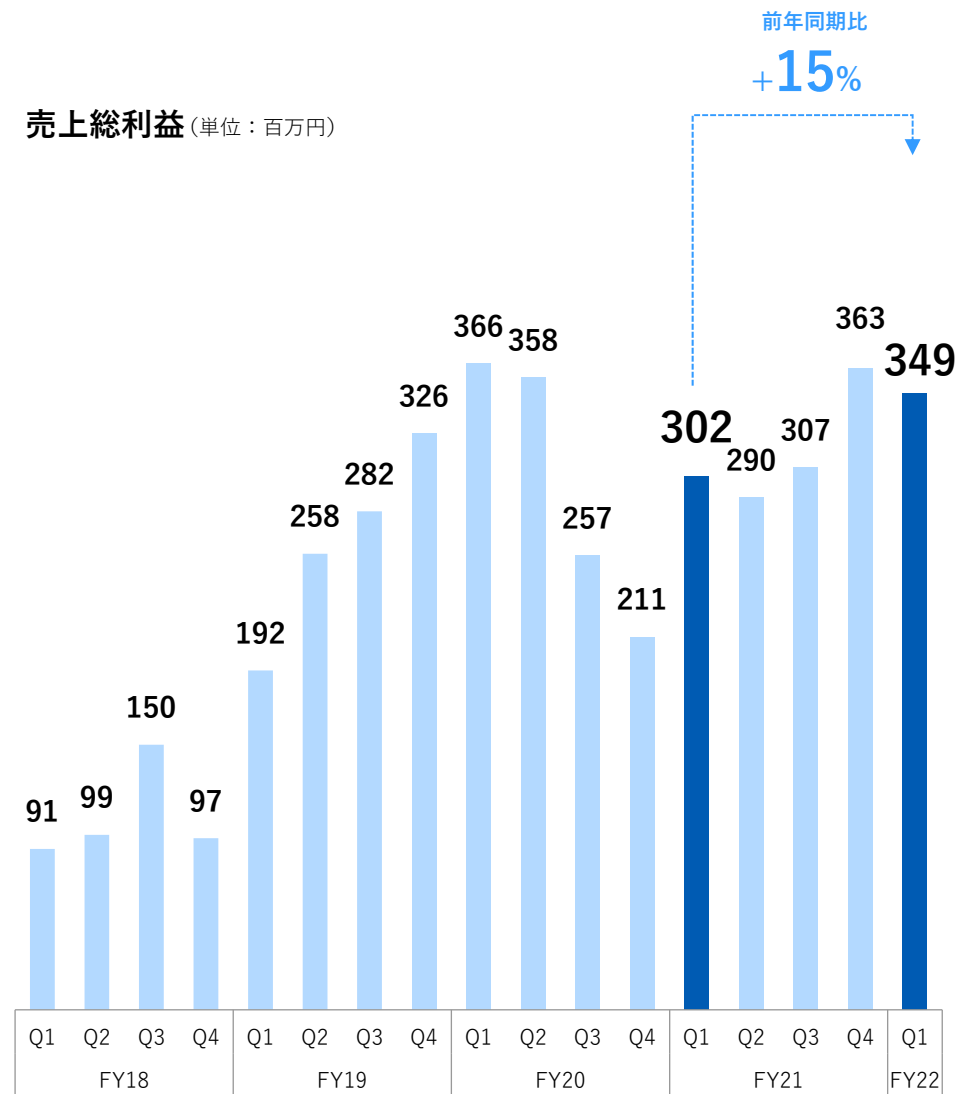
# 全社 | 売上高・売上総利益の四半期推移

売上高は過去最高を更新し、売上総利益についても計画通りに進捗しています。

売上高(単位：百万円)



売上総利益(単位：百万円)

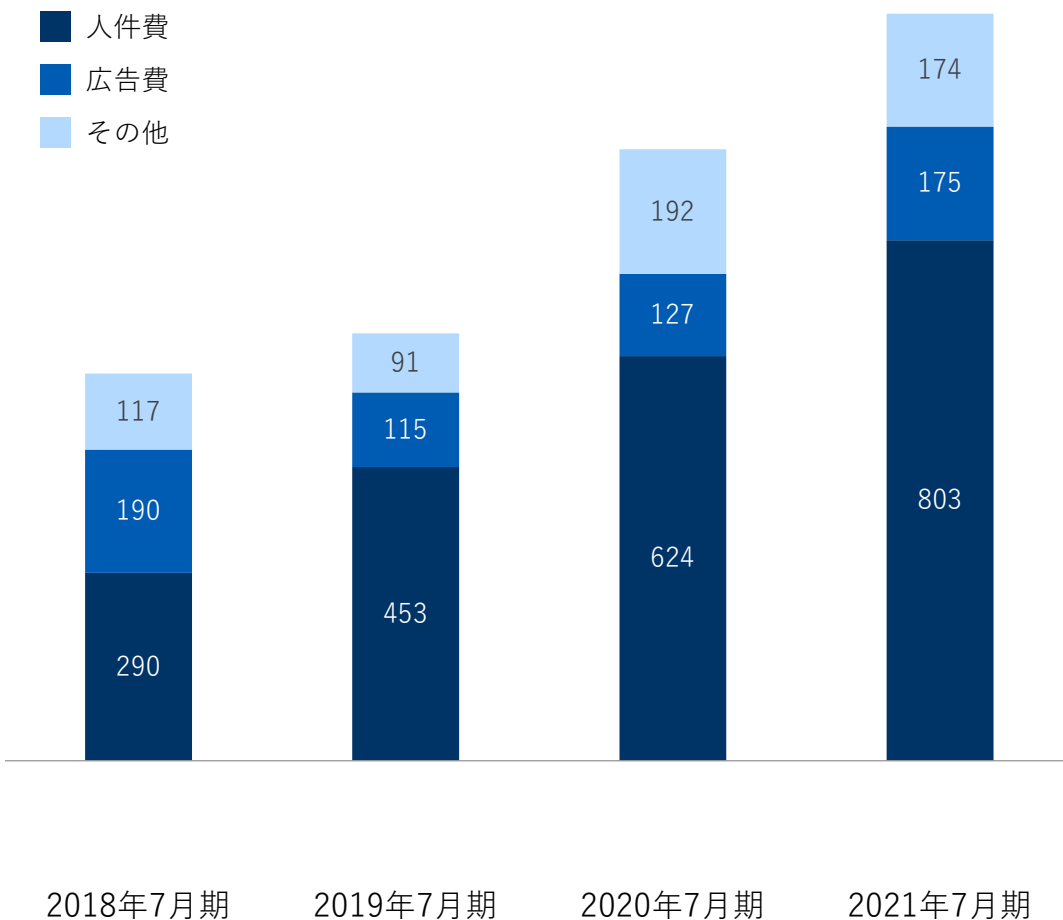


# 全社 | 事業コスト内訳の推移

プラットフォーム規模の拡大のため、人件費・広告費に先行投資を実施しています。

(単位：百万円)

- 人件費
- 広告費
- その他

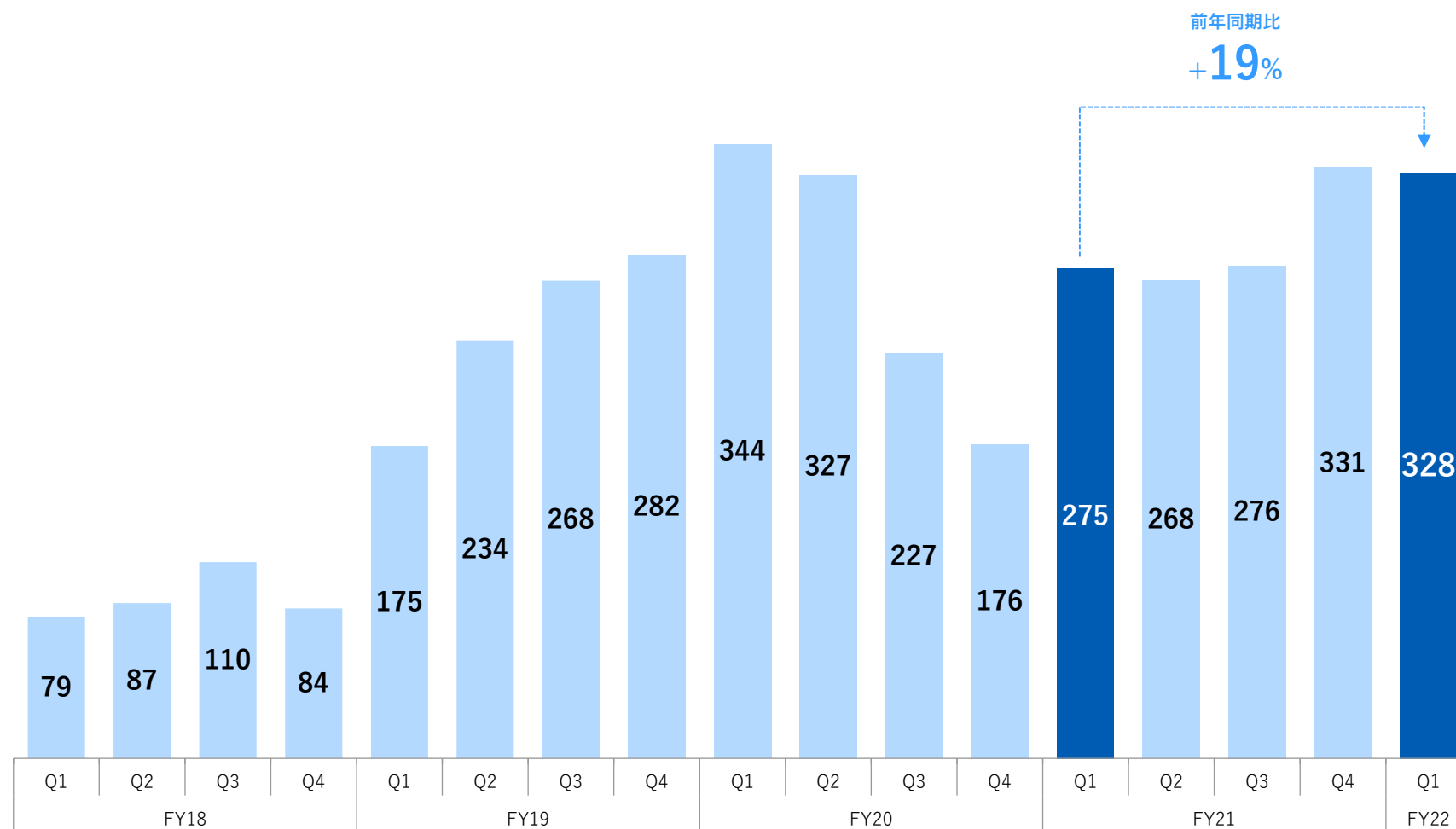


人件費	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ FY21はエンジニア、デザイナー、営業人員、売主サイド構築のための企画人材を中心に正社員約30人増</li> <li>■ 今後も上記職種をメインに<u>前期ペース以上</u>で採用の予定</li> </ul>
広告費	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 買主ユーザー確保のための広告費は絶対額としてはそれほど変わらない見込み</li> <li>■ 今後は<u>売主サイド事業構築のための先行投資</u>として、一定の上限のもと規律をもってデジタルマーケやチラシ等に広告費を投下予定</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業務委託費、減価償却費、地代家賃など</li> <li>■ コロナ禍のオフィス解約等で一旦減少したが、<u>今後、組織拡大に基づき業務委託費、地代家賃は一定程度増加見込み</u></li> </ul>

## カウカモ事業 | 売上総利益の四半期推移

売上総利益は2021年7月期第4四半期に引き続き高水準で推移し、コロナ禍影響の反動需要があった前年同期比+19%で着地しています。

(単位：百万円)





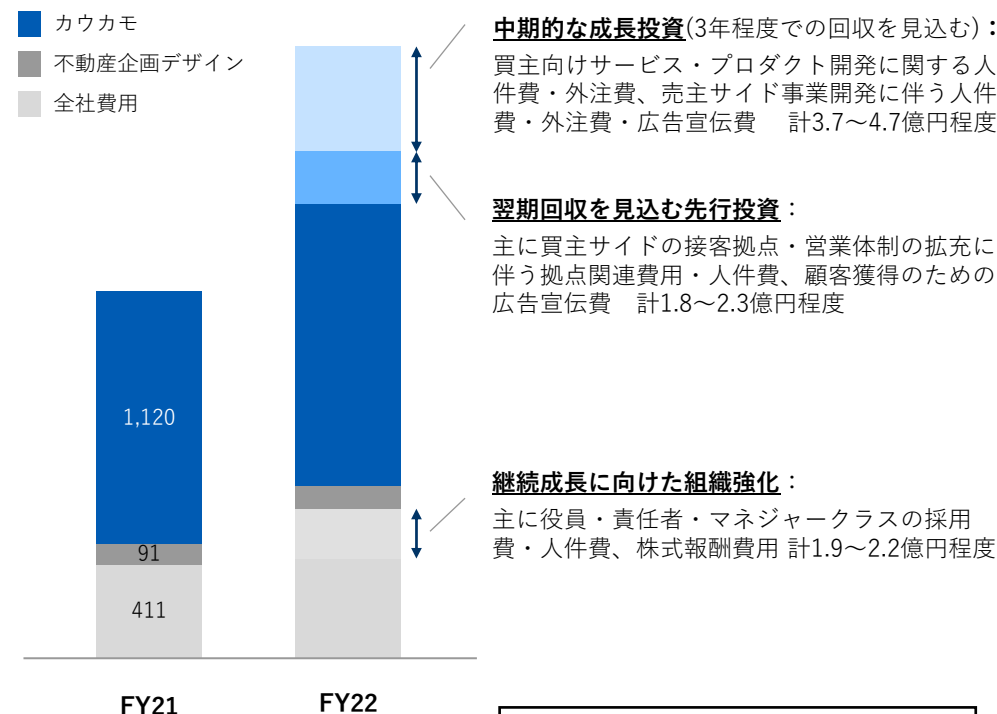
# 全社 | 2022年7月期 通期業績予想

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 業績予想	2021年7月期 通期実績	対前期 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 (うち株式報酬費用)	△890 (△57)	△358 (△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 | 開示KPI

カウカモ事業のKPIは以下のとおりです。今後の売上総利益の高成長を達成するため、GMVとテイクレートの拡大に注力します。

財務KPI	売上総利益	
	カウカモ事業の売上総利益	
事業KPI	GMV*	テイクレート
	プラットフォーム上の 流通総額	売上総利益/GMV (流通における付加価値獲得率)
参考指標	取引件数*	MAU
	プラットフォーム上の 成約数	カウカモプロダクトの 登録会員の月間利用者数

GMV：プラットフォーム上の流通総額。カウカモで取引された商品及びサービスの総和であり、取引された物件の価額等およびリノベーション価格等の総和になります。

テイクレート：流通総額（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。

MAU：Monthly Active Userの略。カウカモアプリやウェブサイトの月間利用者数を意味します。

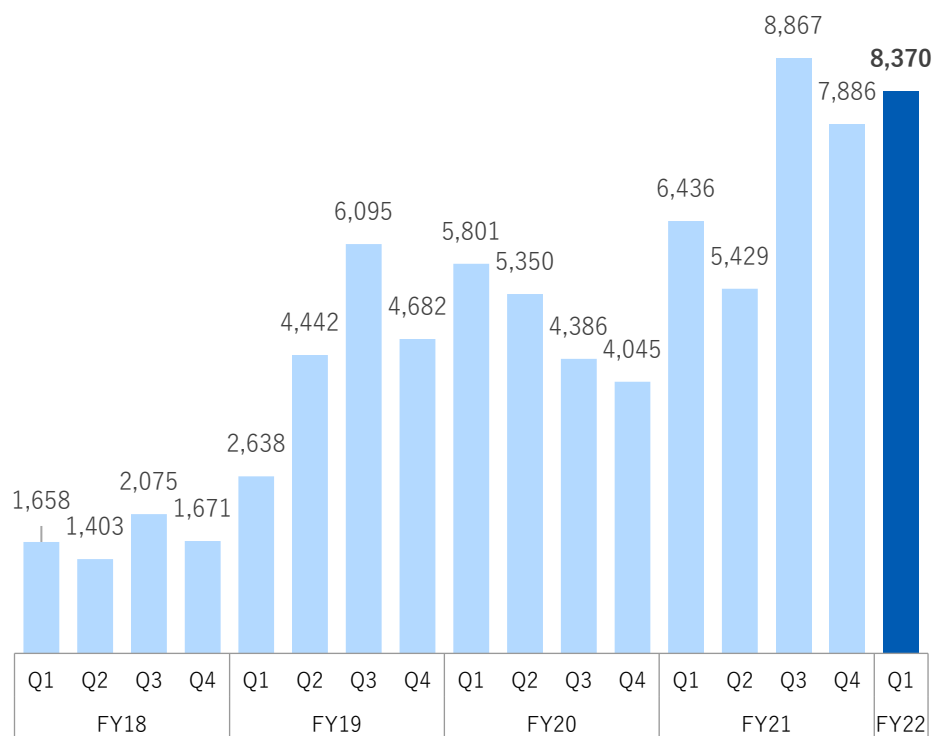
\* 成約ベース

## カウカモ事業 | GMV・テイクレートの四半期推移

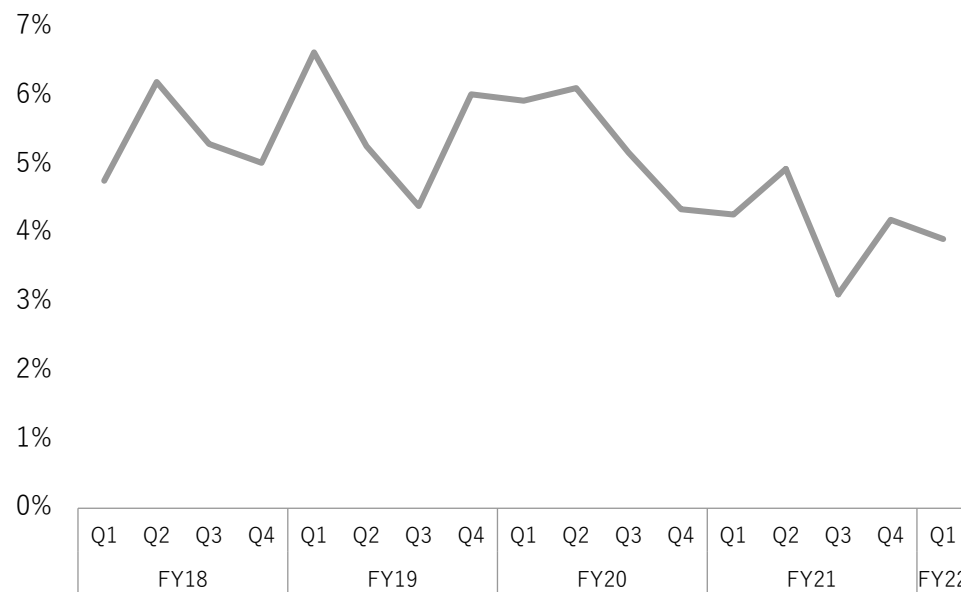
サービスの順調な成長により、GMVは高水準を維持。テイクレートについては、市場の需給環境を受けた低水準が継続していますが、企画商品や営業体制の拡充等（P24）により、改善を見込んでいます。期初方針に沿った構造的なテイクレート改善についても進捗しており、中長期的なテイクレート向上を想定しています（P26）。

### GMV

(単位：百万円)



### テイクレート



## 7. リスク情報

# 全社 | 主な事業リスク

有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

	発生可能性/影響	リスクの内容/対応策
競争環境の激化	<p>発生可能性：中</p> <p>影響：取引件数の増加ペースの鈍化 手数料率低下</p>	<p>リスクの内容：</p> <p>他社がカウカモの事業モデルを模倣し、中古不動産流通プラットフォーム事業に取り組むリスク</p> <p>対応策：</p> <p>当社は以下の点により、独自のポジションを構築しており、同ビジネスモデルの展開は難易度が高いものと想定</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. これまでカウカモを通じて蓄積されたユーザー数、豊富な物件取引データを保有していることによる優位性</li><li>2. オンライン・オフラインによるハイブリッドな体制を持つ強固なビジネスモデル</li></ol>
不動産市場環境の動向	<p>発生可能性：中</p> <p>影響：取引件数の増加ペースの鈍化 取引単価の減少 販売用不動産の評価減</p>	<p>リスクの内容：</p> <p>不動産市場は、景気動向、金利動向、地価動向及び住宅税制等の影響を受けて変動するリスク</p> <p>対応策：</p> <p>当社は以下の点により、リスクの軽減に努めてまいります。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. プラットフォーム型のビジネスを展開することで、自社での在庫保有量をコントロール</li><li>2. 投資用ではなく実需のニーズかつ首都圏をベースとしたユーザー・物件に特化することで、物件の価格変動リスクを軽減</li></ol>

# 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。

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。

本資料は、本決算の発表時期に合わせて最新の状況を反映した内容で開示を予定しております。経営指標の進捗状況につきましては、四半期決算発表における決算説明会資料において開示を予定しております。

## 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/>

**TSUKURUBA**