



2021年8月期第2四半期
決算説明資料

株式会社ココナラ
(東証マザーズ:4176)

Contents

01	会社概要	03
02	財務実績と主要指標	12
03	Appendix	21

01. 会社概要

課題認識

- 労働人口の減少：少子高齢化、人生100年時代
- 働き方の多様化：副業推進、個の時代

ココナラの ビジョン/ ミッション

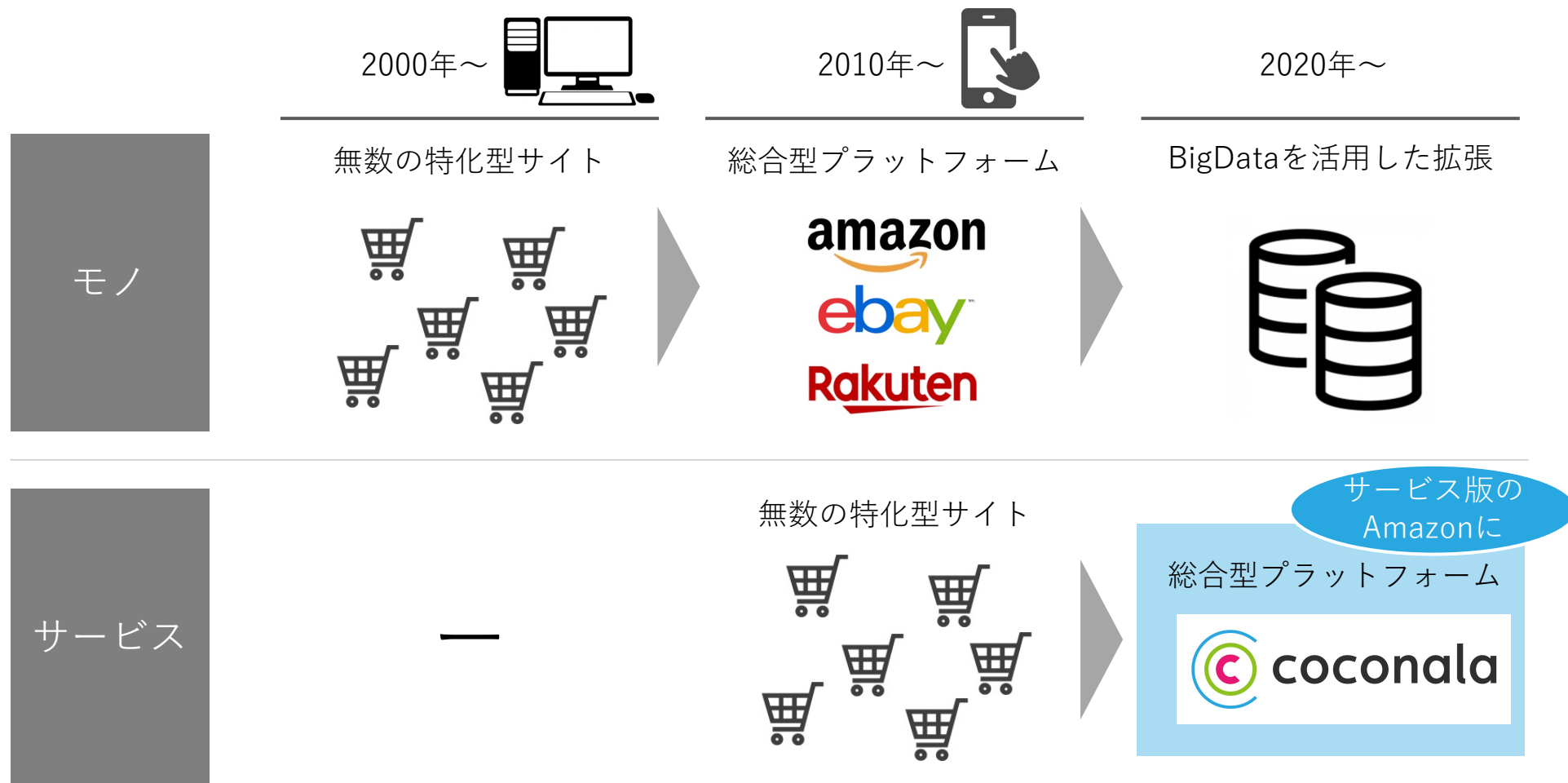
- 一人ひとりが「自分のストーリー」を生きていく世の中をつくる
- 個人の知識・スキル・経験を可視化し、必要とする全ての人に結びつけ、個人をエンパワーメントするプラットフォームを提供する

事業内容

知識・スキル・経験を商品化して
「ECのように売買できる」マッチングプラットフォーム

ココナラの戦略コンセプト：「サービス版のAmazon」

「サービスEC」市場は、10~20年遅れで「モノのEC」市場の変遷を辿る
ココナラは総合型の「サービスEC」プラットフォームを目指す



知識・スキル・経験を商品化し、「ECのように売り買いできる」マッチング型プラットフォーム※

Point 1

納品まで
「オンライン」
で完結

Point 2

EC型で
簡単購入/出品

Point 3

幅広いカテゴリ



※ 当社は出品者・購入者間の取引に介入せず、売買の場を提供

事業環境

- EC化が進んでいないサービス市場という**巨大なマーケット**
- 副業推進等に端を発する**個の働き方の変化**
- コロナ禍をきっかけに加速する**ビジネスのオンライン化トレンド**

競合優位性

- 会員登録数[※]/圧倒的な出品数/レビュー数を積み上げたことによる**参入障壁**
- 幅広いカテゴリ展開、クロスデバイスでのプロダクト開発に基づく高い**ユーザースティッキネス**

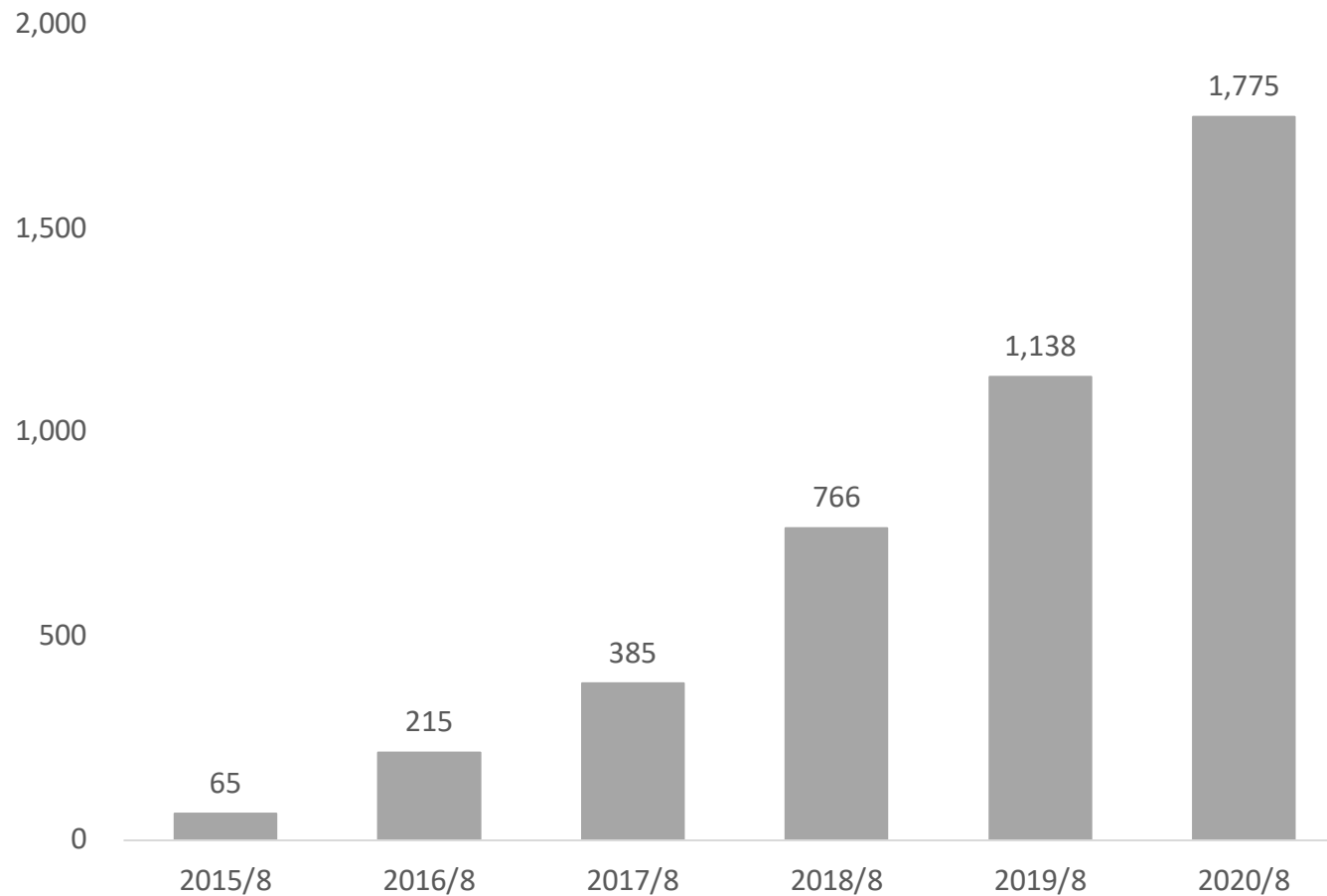
収益構造

- 高いテイクレートのよるベースの**収益力の高さ**
- 変動費が少なくオペレーティングレバレッジが効くことによる**利益創出力の高さ**

※ 会員登録数：211万人／本登録が完了し、かつ、2021年2月末時点において退会していないユーザー

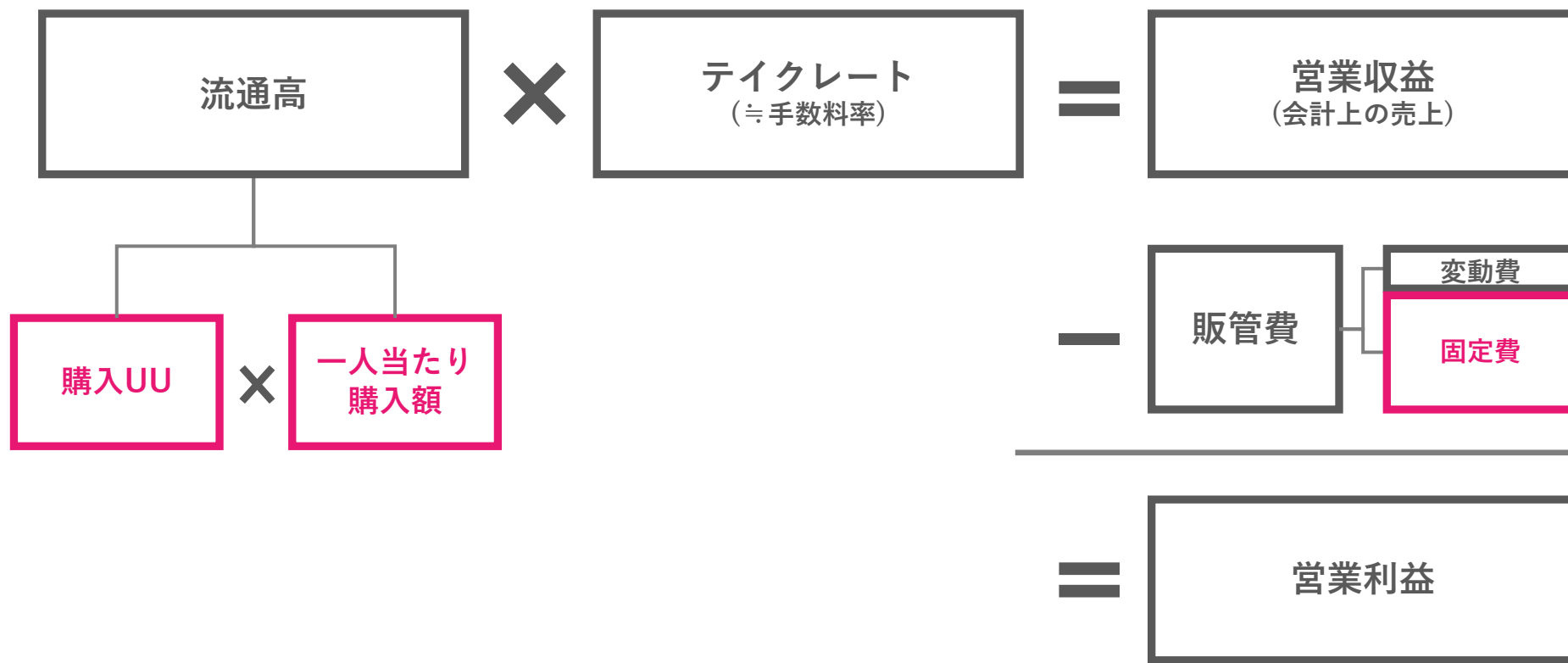
営業収益

(単位：百万円)



重要KPIは流通高を構成する「購入UU※1」と「一人当たり購入額※2」

固定費型モデル（高いオペレーティングレバレッジ）をベースに、営業収益の最大化を通じて将来的な利益獲得を目指す



※1 購入UU：各期間内に有料サービスを購入したユニークユーザー数

※2 一人当たり購入額：各期間内の購入UU1人当たりの購入金額

最重要指標は 営業収益

- 流通高からの手数料収入で構成される営業収益が当社の売上である
- オペレーティングレバレッジが効く収益構造であるため、**営業収益を最大化**することがそのまま将来の利益創出力を最大化する

今後の投資領域

- マーケティング投資（WEB広告、TVCM）の有効性は過去の実績で確認できており、今後も流通高の拡大のために積極的に実施していく
- プロダクト開発の人材を中心に、当面は人材にも積極投資する

修正後営業利益の 黒字維持

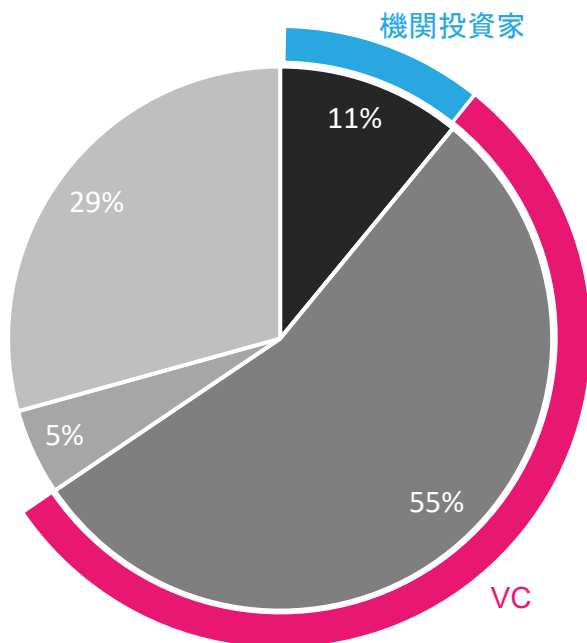
- マーケティング投資はいつでもやめて利益コントロールできる性質でもあるため、TVCM等の特定費用を控除した**修正後営業利益の黒字を維持する**ポリシーで運用する（定常のマーケコストは控除しない）
- 当面はプロダクト開発のための人材投資も積極的に行うため、修正後営業利益の拡大も短期的には追わず、一定の黒字額の維持をポリシーとする

IPOによる株主構成の変化

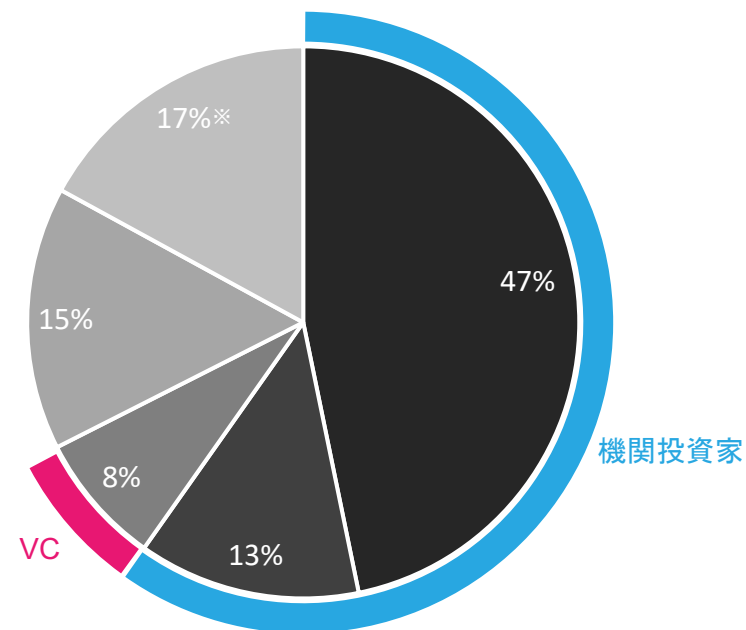
IPOの売出しによりVC比率は55%→8%に低下

機関投資家比率は11%→60%（うち海外47%、国内13%）に上昇

IPO前
(2021年3月18日時点)



IPO後
(2021年3月19日時点)



■ 海外機関投資家 ■ 国内機関投資家 ■ VC ■ 国内個人・法人 ■ 当社役職員

※代表取締役会長 南、取締役 新明の議決権はオーバーアロットメント分を除く

02. 財務実績と主要指標

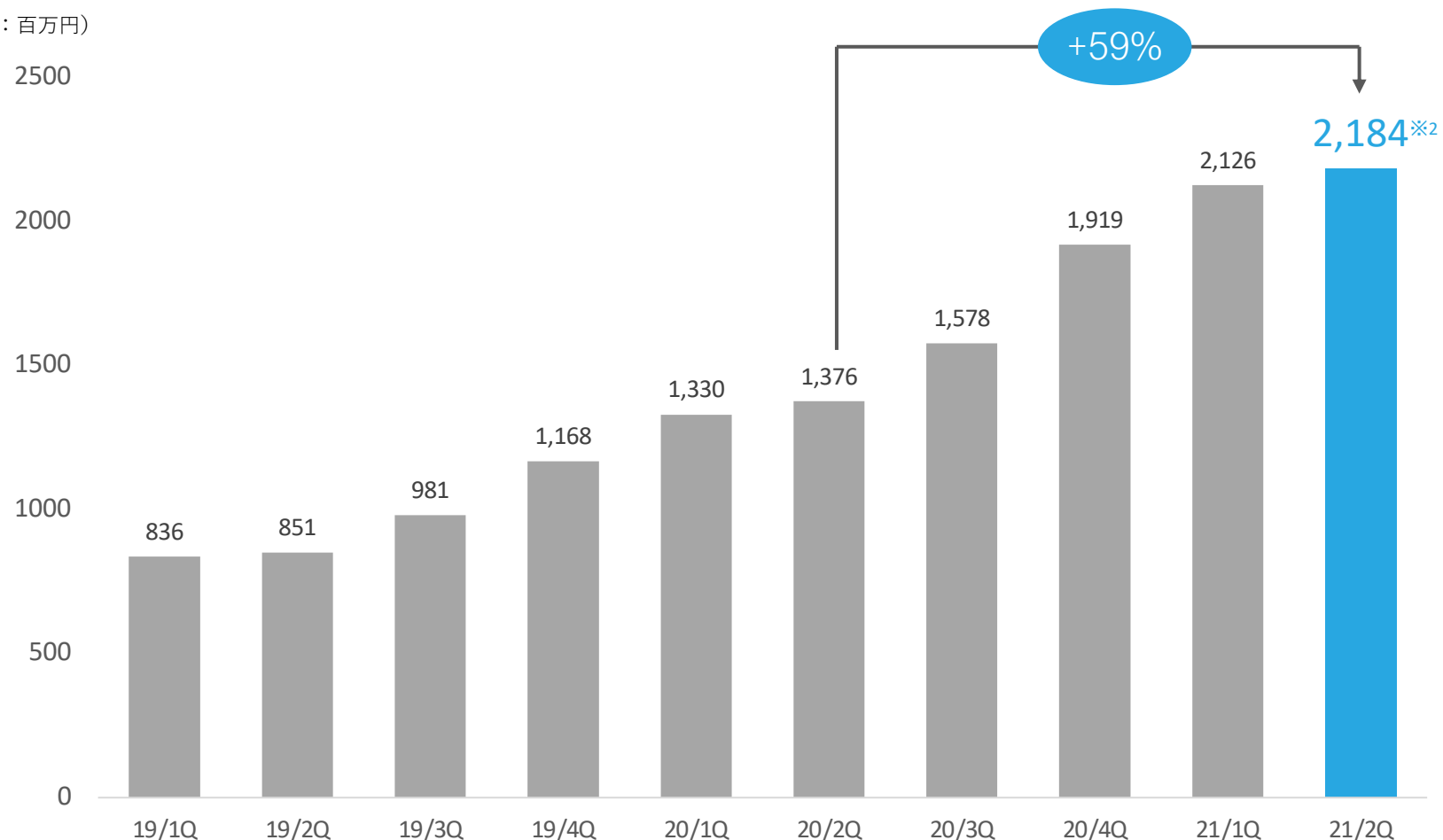
2Q累計の営業収益は前年同期比+61%と前年度の成長速度を維持

(単位：百万円)	2021年8月期2Q (2020年12月-2021年2月)			2021年8月期2Q累計 (2020年9月-2021年2月)		
	実績	前年同期		実績	前年同期	
		実績	YoY		実績	YoY
流通高	2,188	1,377	+59.0%	4,318	2,707	+59.5%
営業収益	637	397	+60.5%	1,250	776	+61.1%
営業収益率	29.1%	28.8%	+0.3pt	28.9%	28.7%	+0.3pt
販管費	579	361	+60.3%	1,122	678	+65.5%
営業利益	57	35	+62.4%	127	97	+30.2%
営業利益率	9.1%	9.0%	+0.1pt	10.2%	12.6%	-2.4pt
経常利益	47	35	+34.3%	113	99	+14.7%
当期純利益	47	34	+34.9%	112	89	+25.0%
(広告宣伝費)	73	49	+49.5%	146	99	+47.3%

第1四半期に引き続き、前年比+59%と高い成長※2を継続

流通高※1

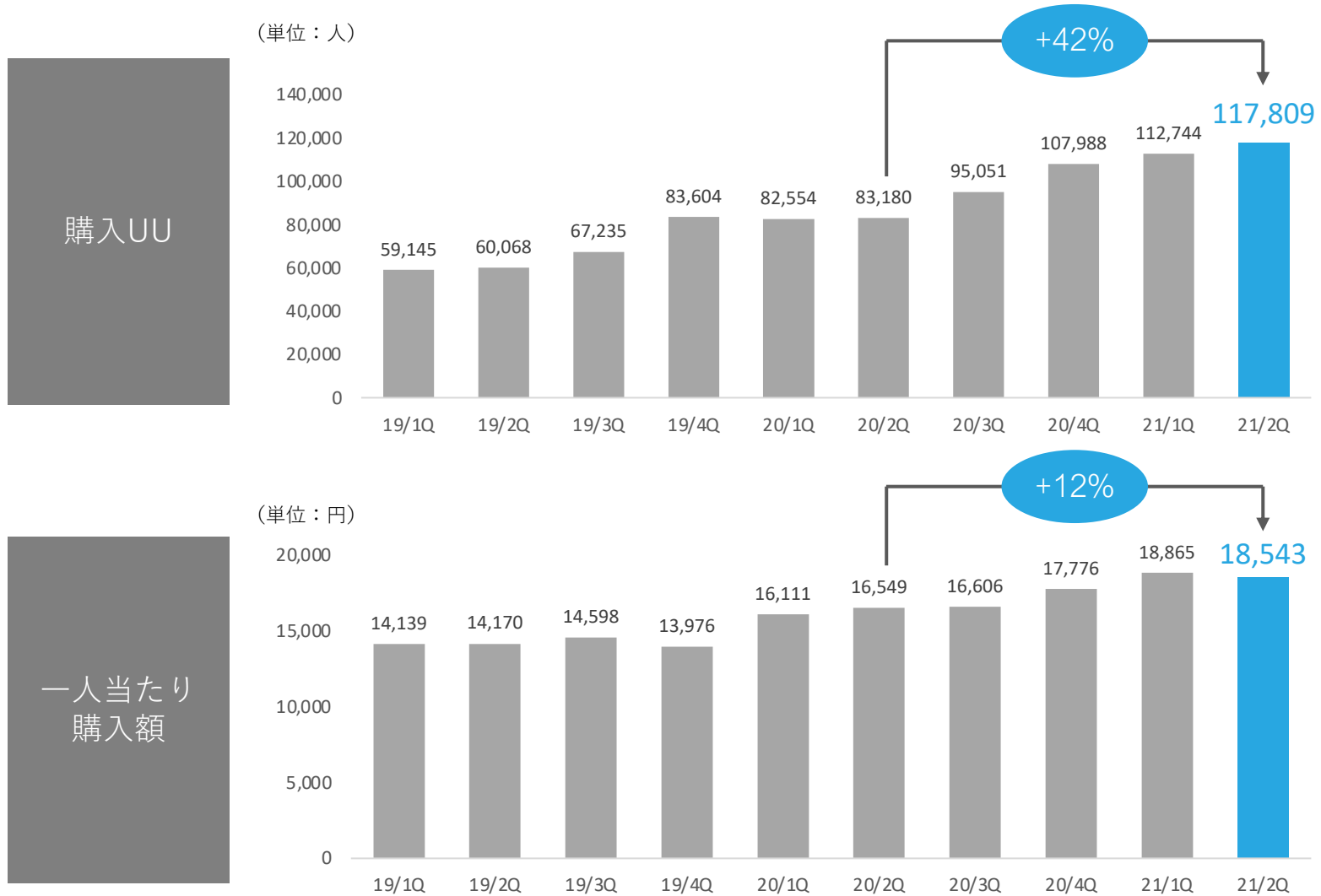
(単位：百万円)



※1 「ココナラ」サービスの流通高：各年度中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額（「ココナラブログ」を含まない）

※2 第2四半期（12-2月）は、年末年始の影響や、2月の日数が28日間と少ない影響で、前四半期比においては伸びが小さく見える季節性がある

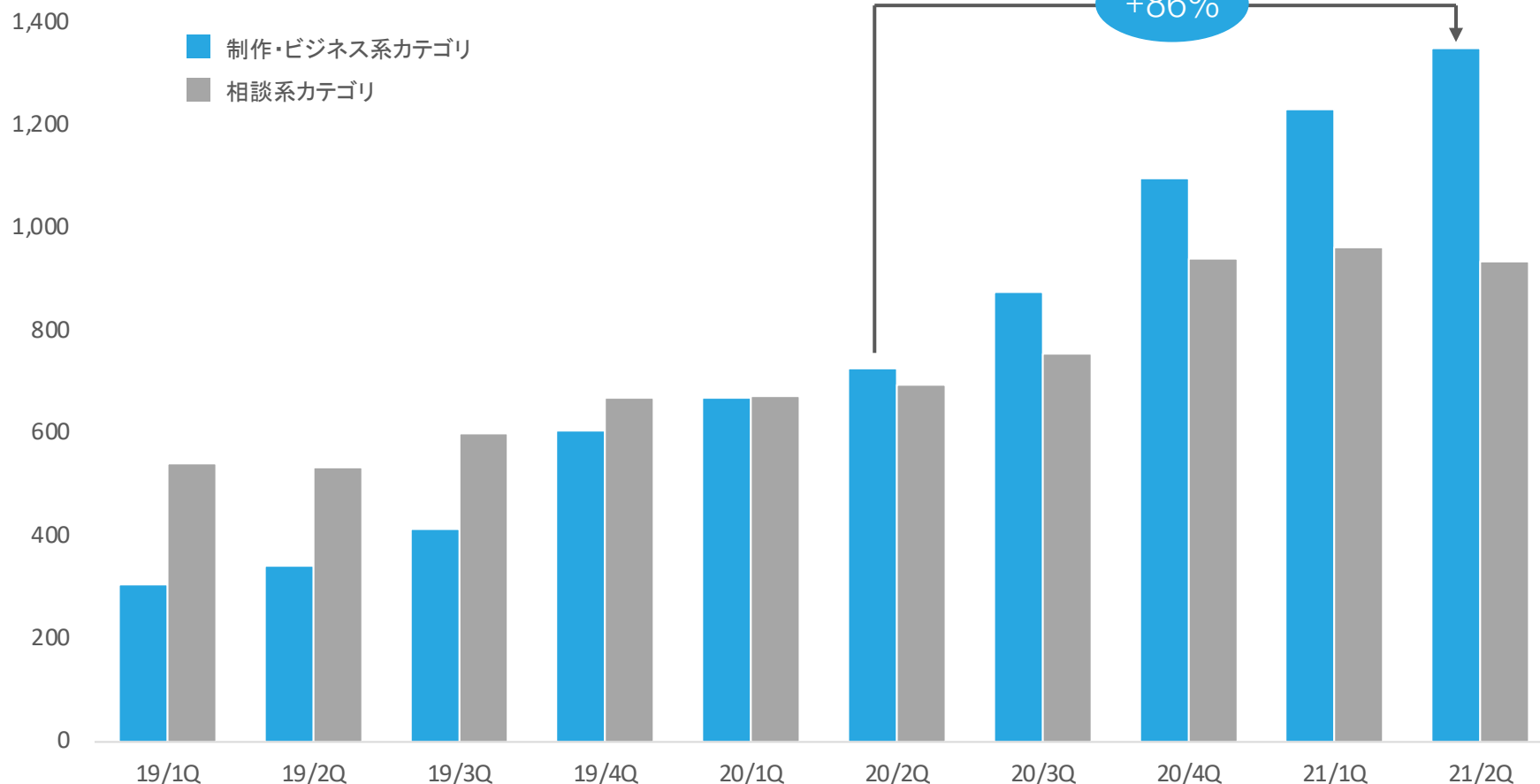
流通高を構成する、購入UU・一人当たり購入額は順調に成長



「制作・ビジネス系カテゴリ」が流通高の成長を牽引（前年同期比+86%）

カテゴリ別流通高(契約ベース※)

(単位：百万円)

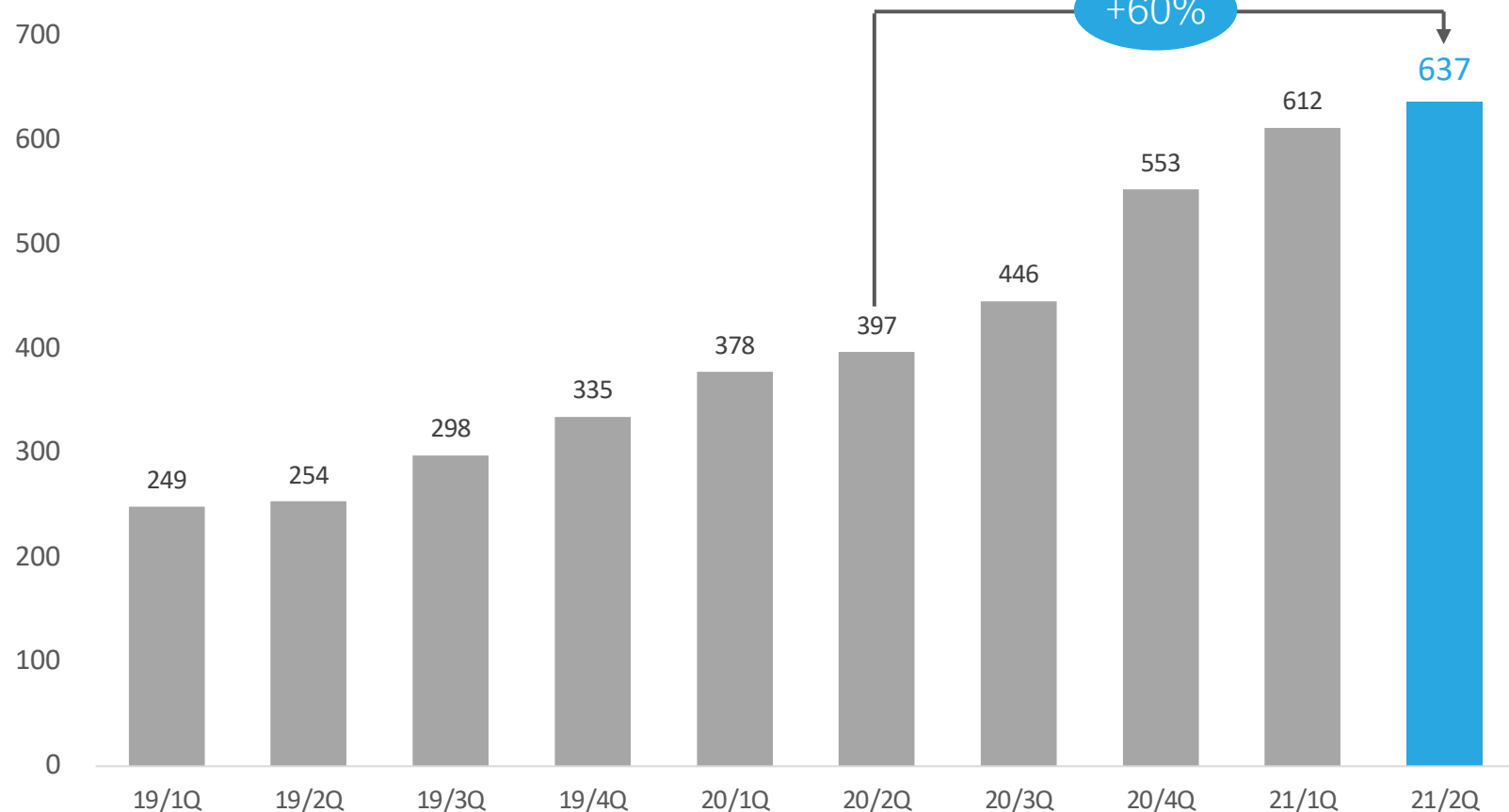


※ 契約ベース流通高：年度中に締結されたサービス購入契約に基づく契約金額総額。納品完了時に会計上収益認識される金額とは異なる

第1四半期に引き続き、前年比+60%と高い成長を継続

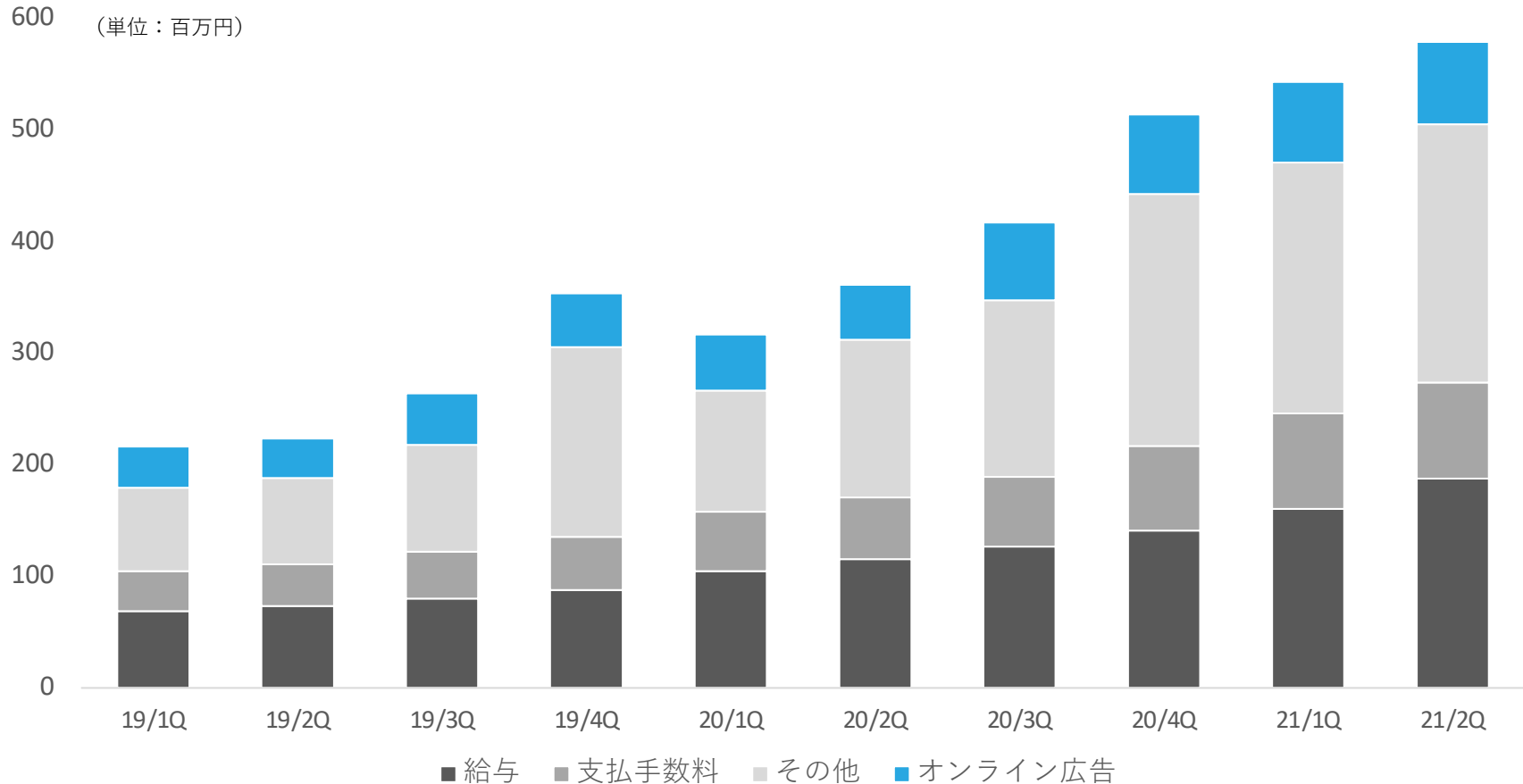
営業収益

(単位：百万円)



販管費の推移（除くTVCM費）

突発的なTVCM費※を除くと、販管費は緩やかに増加。支払手数料を除くと大半は固定費的支出だが、当面は人件費を中心に積極投資を続ける

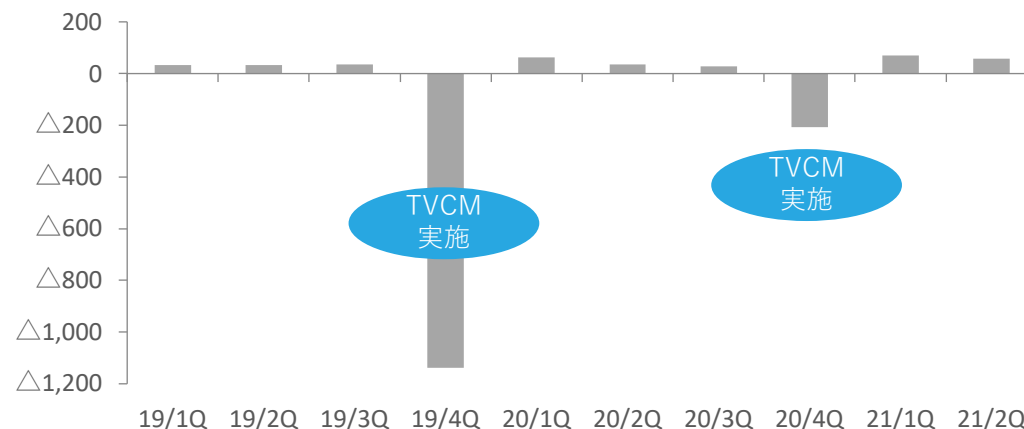


※TVCM費には、TVCMに伴う一時的なキャンペーン費用（オンライン広告の増額等）を含む
TVCM費の控除金額は19/4Q：1,119百万円、20/4Q：247百万円

一時的なマーケティング費（TVCM費等※）を控除すると、営業黒字を継続

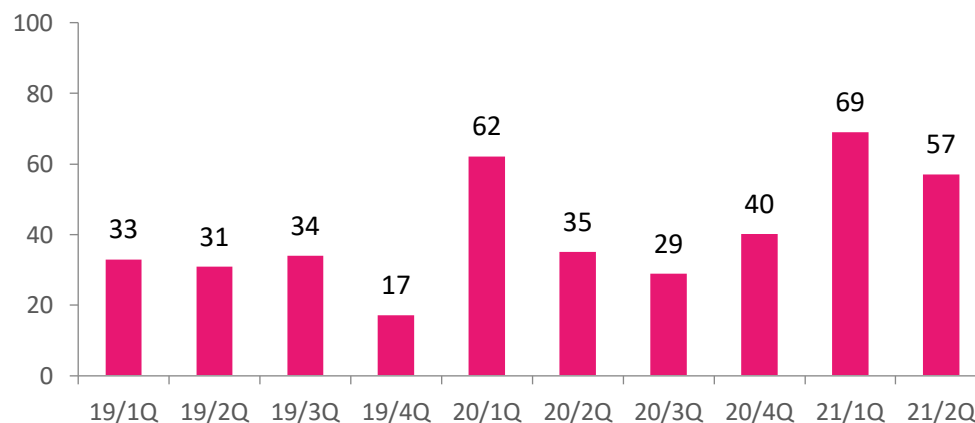
営業利益推移

(単位：百万円)



(TVCM費等※控除後の)修正後営業利益推移

(単位：百万円)



※TVCM費には、TVCMに伴う一時的なキャンペーン費用（オンライン広告の増額等）を含む

営業収益の進捗率は52%、営業利益の進捗率は172%と順調に推移

下半期には、通期業績予想を上回る利益を原資としたマーケティング投資を予定

営業収益

(単位：百万円)

通期業績予想

2,426

2Q累計実績

1,250

0 500 1,000 1,500 2,000 2,500

進捗率
52%

営業利益

(単位：百万円)

通期業績予想

74

2Q累計実績

127

0 20 40 60 80 100 120 140

進捗率
172%

通期業績予想を
下回らない範囲で
マーケティング
投資を予定

03. Appendix

創業者/
代表取締役会長

南 章行



(学歴)
1999年 慶應義塾大学 経済学部 卒業
2009年 オックスフォード大学 経営大学院
(職歴)
1999年 株式会社 住友銀行 (現株式会社三井住友銀行) 入社
2004年 株式会社 アドバンテッジパートナーズ 入社
2012年 株式会社 ウェルセルフ (現株式会社ココナラ) 設立
2020年 株式会社ココナラ 代表取締役会長 (NPO)
2010年 NPO法人 二枚目の名刺 理事
2011年 NPO法人 ブラスビート 理事

2012年の創業以来、事業・組織を牽引してきたビジョン・経験・人脈に加え、前職時代から培ってきた金融・財務・M&Aなどに関する専門知識を活かしていく

代表取締役
社長CEO

鈴木 歩



(学歴)
2006年 早稲田大学 法学部 卒業
(職歴)
2006年 株式会社リクルート入社
2012年 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ 転籍
2015年 株式会社リクルートホールディングス 出向
2016年 株式会社ココナラ 取締役 COO
2020年 株式会社ココナラ 代表取締役社長 CEO

2016年の入社以降、中長期の戦略策定からプロダクト開発・マーケティングまで、事業運営の全般を統括。今後も引き続き事業成長を牽引する



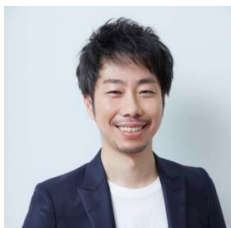
南 章行 / 代表取締役会長

慶應義塾大学卒、英国オックスフォード大学経営大学院修了。株式会社三井住友銀行でアナリスト業務、株式会社アドバンテッジパートナーズにて企業買収を担当。2012年1月に株式会社ウェルセルフ（現株式会社ココナラ）を設立。



鈴木 歩 / 代表取締役社長CEO

早稲田大学卒。株式会社リクルートにて、商品企画・営業、アドテク新規事業での事業開発を経験。その後、株式会社リクルートホールディングスにて海外経営企画を経て、2016年5月より株式会社ココナラに参画。



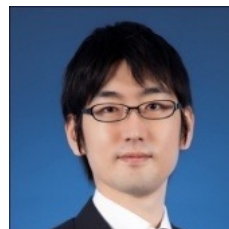
新明智 / 取締役

慶應義塾大学卒。大手外資系ITベンダーで製造／流通業の基幹系システム構築を経験。その後、独立系ITコンサルティング会社の設立メンバーを経て、2012年1月に株式会社ウェルセルフ（現株式会社ココナラ）を共同設立。



赤池 敦史 / 社外取締役

世界で26拠点を展開する、世界最大級のプライベートエクイティ投資会社であるCVCのパートナーであり、シーヴィーシー・アジア・パシフィック ジャパン株式会社の代表取締役社長。2018年8月より当社取締役。



矢富 健太郎 / 常勤監査役

公認会計士。あずさ監査法人（現有限責任あずさ監査法人）入所後、日本基準・米国基準・IFRSに基づく会計監査、国内外のM&Aに関する財務デューデリジェンス業務や事業再生支援業務に従事。2017年3月より当社監査役。



服部 結花 / 監査役

株式会社リクルートにて人事、事業開発等に従事した後、インキュベーション業務を行うインクルージョンジャパン株式会社を設立し、代表取締役に就任。2015年8月より当社監査役。



石原 一樹 / 監査役

弁護士/弁理士。ヤフー株式会社にて企業法務全般の業務に従事。法律事務所勤務を経て、ITベンチャー領域に特化したSeven Rich法律事務所を設立し、代表弁護士に就任。2017年6月より当社監査役。

■ 制作・ビジネス系

■ 相談・プライベート系

デザイン

ロゴ作成、チラシ作成・フライヤーデザイン、名刺作成、カタログ・パンフレットデザイン、等

IT・プログラミング

プログラミング、Excelマクロ作成、Webシステム開発、インフラ構築、ITサポート、アプリ開発、等

悩み相談・カウンセリング

心の悩み相談、愚痴聞き、人間関係の悩み相談、うつの相談、家庭・介護の悩み相談、等

イラスト・似顔絵・漫画

イラスト作成、似顔絵作成、漫画制作、キャラクター作成、キャラクターモデリング、等

ビジネスサポート・代行

資料・企画書の作成、データ入力、データ整理・集計、データ分析、リサーチ、等

恋愛・結婚

恋の悩み相談、男心・女心のアドバイス、失恋・復縁の相談、モテる方法、彼氏・彼女の悩み相談、等

Webサイト制作・Webデザイン

ホームページ作成、WordPress制作、LP制作、バナー作成、ECサイト構築・商品登録撮影・代行、等

ビジネス相談・アドバイス

マーケティング相談、独立・起業相談、事業相談、経営・管理部門の相談、等

美容・ファッション・健康

ダイエットサポート、ファッションの相談、メイクの相談、ヘアケアの相談、健康に関する相談、等

音楽・ナレーション

作曲・編曲、作詞、ナレーション、仮歌・歌入れ、ミックス・マスタリング、BGM、等

集客・Webマーケティング

集客・SNSマーケティング、SEO対策、広告運用・掲載、アクセス解析、メルマガ作成、等

キャリア・就職・資格・学習

学習方法の相談、転職・キャリアの相談、就職活動（新卒）の相談、受験の相談、資格取得の相談、等

動画・写真・画像

動画制作・編集・加工、動画撮影、アニメーション作成、写真加工・修正、等

翻訳・語学

英語翻訳、中国語翻訳、韓国語翻訳、フランス語翻訳、スペイン語翻訳、ドイツ語翻訳、等

ライフスタイル

住まい・賃貸・購入の相談、子育て・教育、旅行・お出かけ、家計・税金・ローン・保険の相談、等

ライティング・ネーミング

文章・記事の作成、小説・シナリオ、文章校正・編集・リライト、キャッチコピー、等

占い

タロット占い、カードリーディング、手相診断、四柱推命、等

趣味・エンターテイメント

楽器演奏の相談、スポーツ、ゲーム、アイドル、タレント・アーティスト、オリジナルグッズ、等

士業（行政書士・税理士etc.）

契約書作成、税金・確定申告、労務・社会保険、経理・財務・会計、等

マネー・副業・アフィリエイト

FXの相談、株式相談、副業・収入を得る方法、等

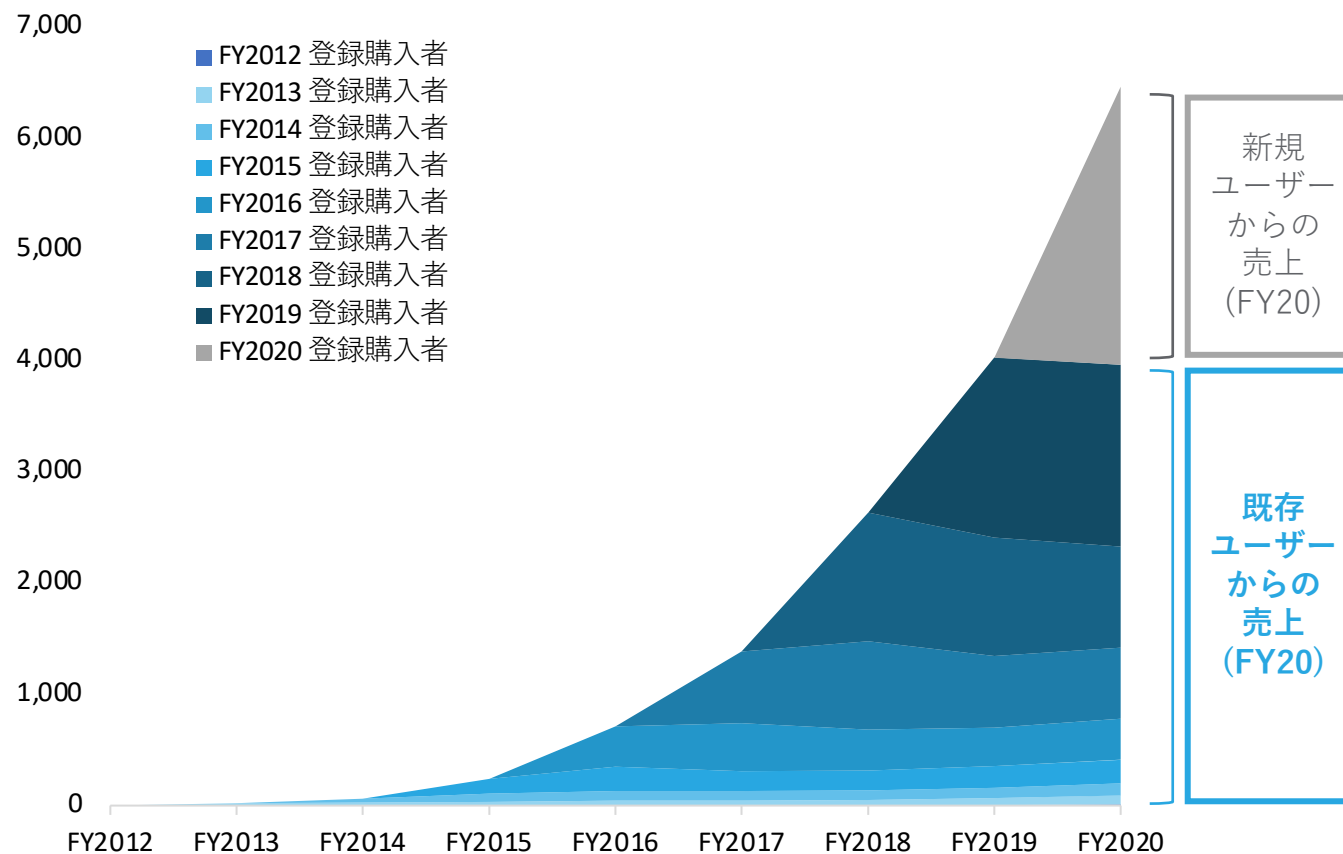
その他

店の覆面調査、先祖・ルーツ調査、商品レビュー、保険請求のサポート、献立作成、等

会員登録数が伸びれば流通高が伸びる積み上げ型の収益構造

年度別登録購入者毎の流通高 (契約ベース※) 単位：百万円

イメージ図



※ 契約ベース流通高：年度中に締結されたサービス購入契約に基づく契約金額総額。納品完了時に会計上収益認識される金額とは異なる。

流通高の成長要因（出品者サイド）

一人当たり販売額は継続的に増加し、出品者の継続率も高い

流通高 =

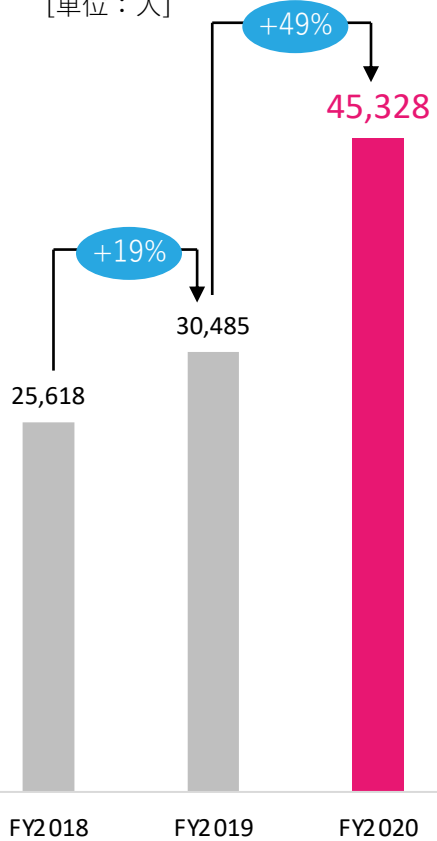
販売UU※1

×

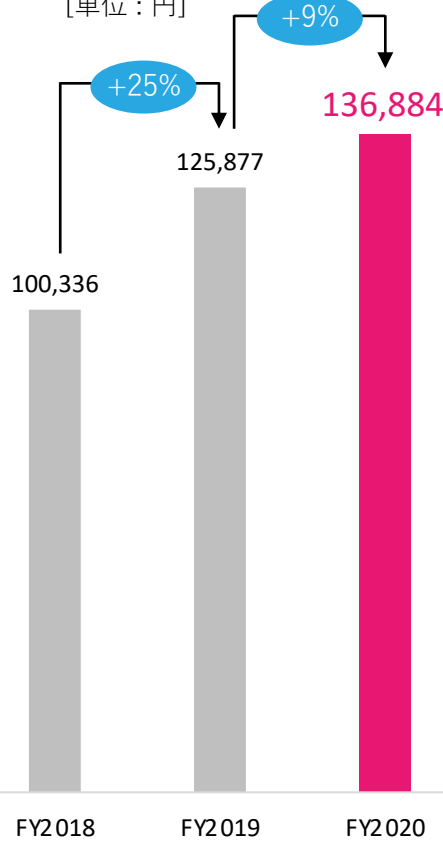
一人当たり販売額※2

年度別登録出品者毎の流通高（契約ベース※3）

[単位：人]

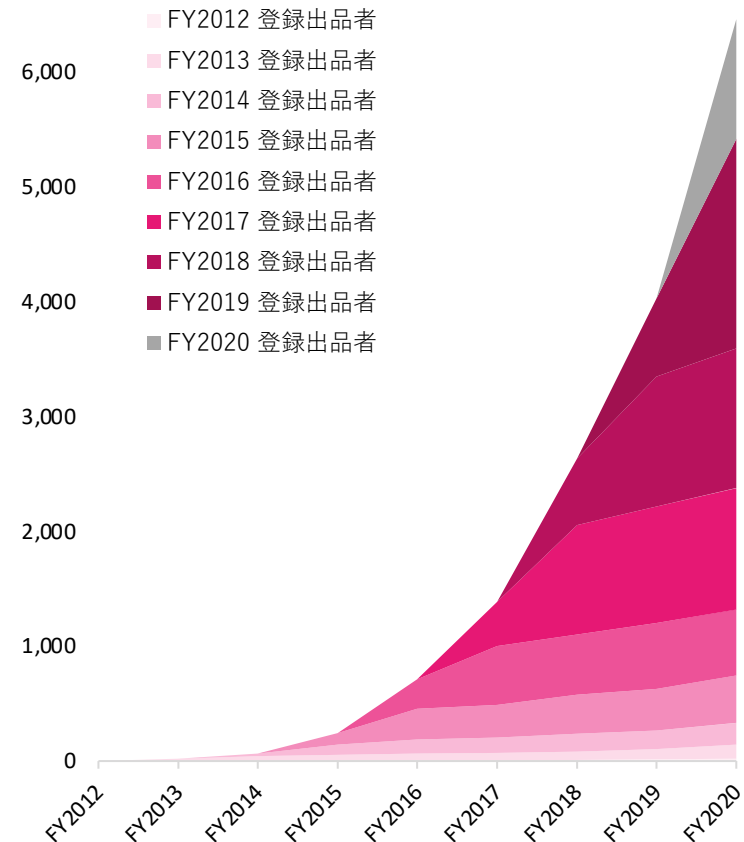


[単位：円]



イメージ図

[単位：百万円]

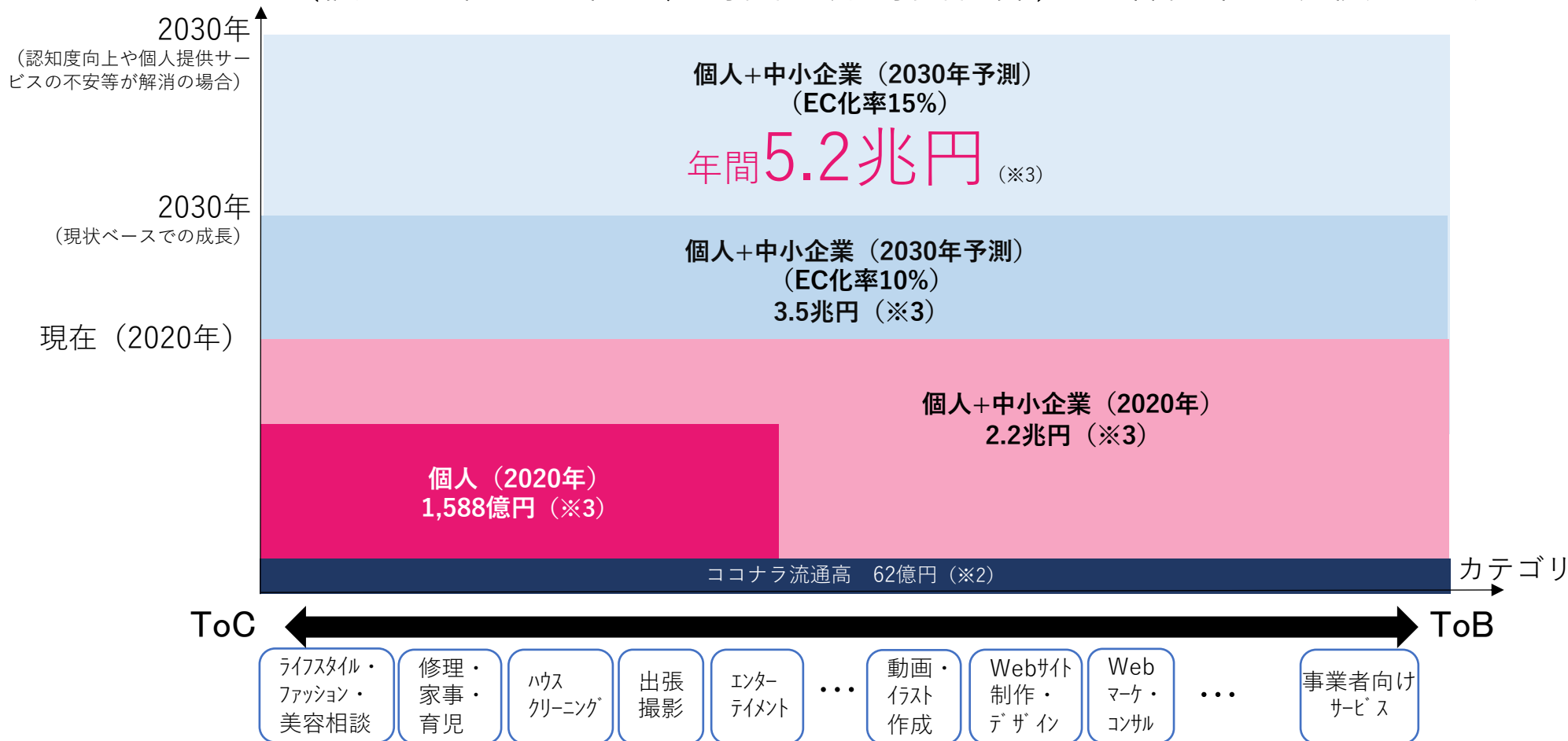


※1 販売UU：各年度内にサービスを販売したユーザー数

※2 一人当たり販売額：各期間内の販売UU1人当たりの販売金額

※3 契約ベース流通高：年度中に締結されたサービス購入契約に基づく契約金額総額。納品完了時に会計上収益認識される金額とは異なる。

足元のSAM※1として、CtoCのみで1,588億円、中小企業を加えると2.2兆円
 サービスEC（個人・中小企業※4、対面・非対面合算）の潜在市場規模は5.2兆円



※1 Serviceable Available Market (TAMの中でターゲティングした部分の市場規模)

※2 2020年8月期の流通高: 2020年度中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額

※3 出典: 情報通信総合研究所「スキルシェア市場規模に関する調査報告書」2019年10月が調査作成した対面・非対面のスキルシェア・サービスEC市場規模予測

※4 中規模企業 (従業員数20-300名)、小規模企業 (従業員数1-20名)

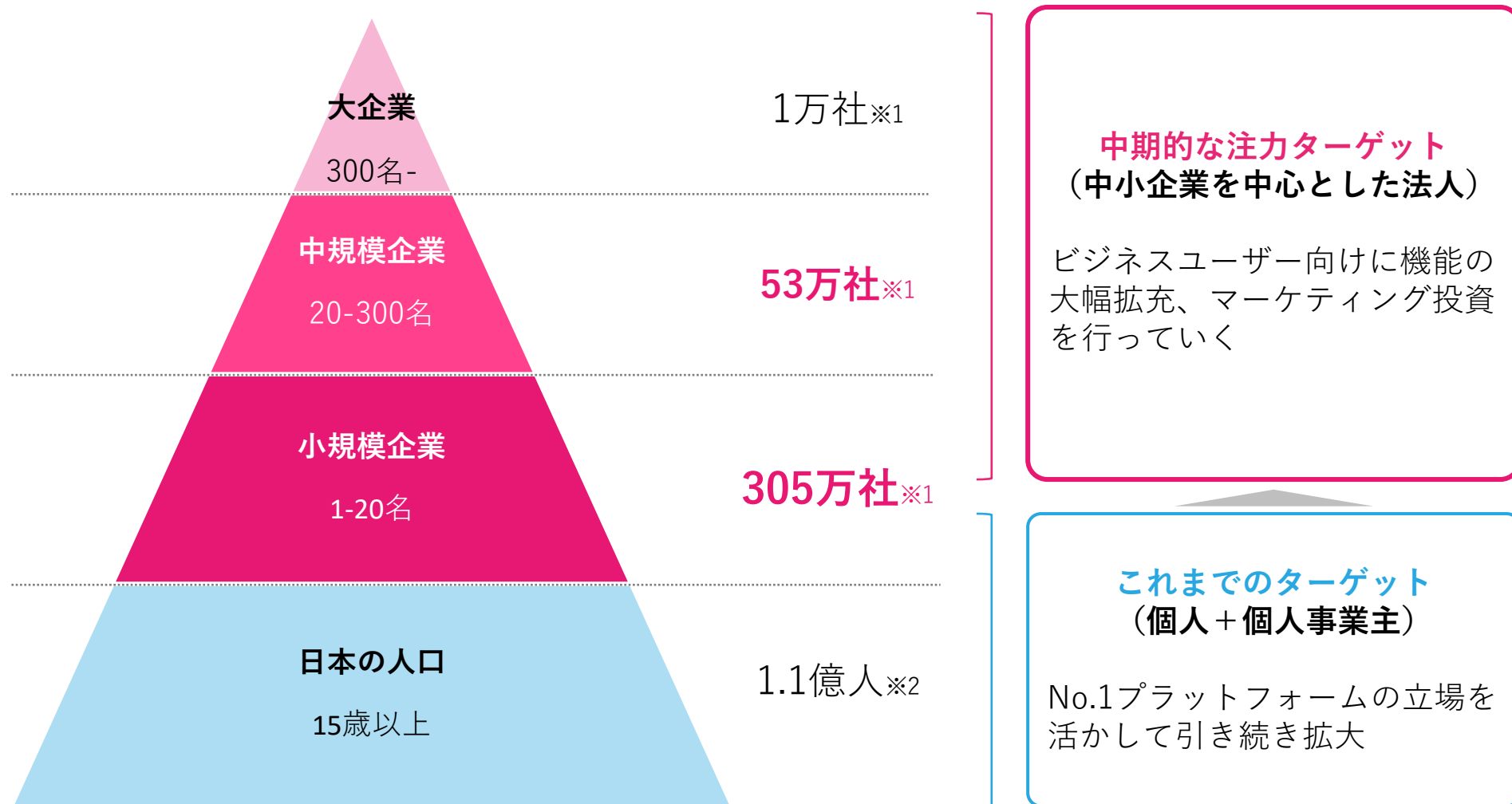
ココナラを通じて、オフラインで日常で行われているあらゆる取引を、オンラインでより便利に置き換えていく。時間とともに15%※のEC化により5兆円※マーケットとなることが予測されるスキルシェア市場で、ココナラは唯一無二のプラットフォームを目指す

	これまで（レガシー取引）	ココナラの価値	実現できること
マッチング範囲	知っている人、ネットで部分的にリーチできる人だけ	30万のエキスパートデータベース	幅広い悩みを解決する人に簡単にリーチできる
時間・場所	相手と予定を調整する必要 大きな商圏でだけ活発	オンライン完結のコミュニケーション手段を網羅	時間・場所に関係なくスピーディーにやりとり
情報	事前に相手のクオリティが分からない	出品者スキルの可視化 (実績、定量/定性レビュー、ポートフォリオ、返信速度)	比較しながら、対面よりも安心してお願いできる
価格	価格に店舗費用、組織維持費用、下請けマージンなどの費用が含まれる	エキスパートとオンラインで直接マッチング	クオリティは変わりなく、相場より安く購入可能
需要	ニッチな需要は誰かにお願いできるというイメージすらなかった	200を超えるカテゴリ (ユーザー需要に応じて増え続ける)	王道に加え、仮歌、VTuber、イラストモデリングなど、需要に応じて自動拡張

※ EC化率を15%と仮定した場合の2030年における個人及び中小企業を対象とするスキルシェア市場の潜在市場規模年間5.2兆円

出典：情報通信総合研究所「スキルシェア市場規模に関する調査報告書」2019年10月 が調査作成した対面・非対面のスキルシェア・サービスEC市場規模予測

短期重点戦略として、開拓余地が大きいtoB領域（中小企業）のシェア獲得を目指し、ビジネス向け機能開発に注力



出典：※1 経済産業省「平成28年度版 経済センサス」 ※2 総務省統計局「人口推計 -2020年（令和2年）10月報-」

出品者の本人確認



- 購入者からの信頼性向上を目的に、出品者に対する本人確認を実施

365日の監視体制



- 専任スタッフによる365日体制の問い合わせ対応やサービス監視を実施
- 出品ガイドラインを定め、出品禁止サービスや禁止行為を明示

エスクロー決済の導入



- サービス提供が完了するまで購入代金を当社にてお預かりするエスクロー制度

ユーザー相互評価制度



- 利用時の参考になるよう、出品者と購入者がお互いに評価しその評価内容を表示

シェアリングエコノミー認証制度取得

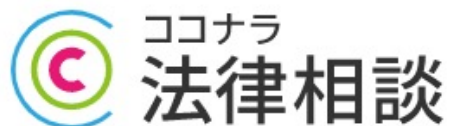


- 内閣官房IT総合戦略室が策定した遵守すべき事項に基づいている旨の証明制度を取得し、安心安全なプラットフォームを提供

運用管理体制の強化



- 登録者数が増加した際のシステムの安定稼働に向けたシステム投資、運用監視体制の強化



対面サービスのマッチング型プラットフォーム



無料法律相談と弁護士検索ができるサービスサイト（広告掲載課金モデル）

BS (2021年2月末時点)

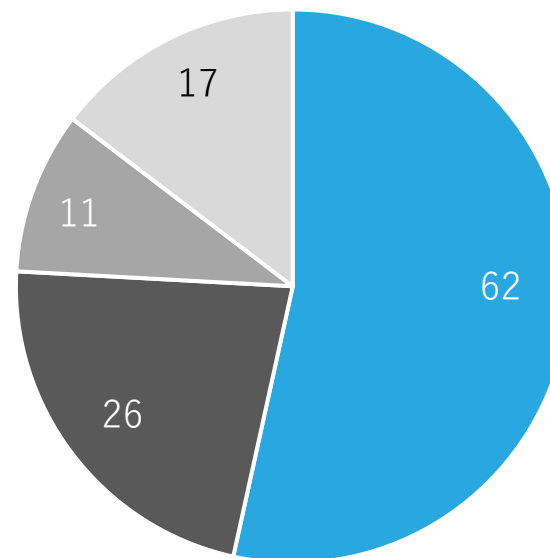
(単位:百万円)

資産		金額	負債		金額
現金及び預金		1,454	未払金		145
売掛金		338	前受金		250
その他		74	預り金		561
			短期借入金		800
			その他		122
流動資産合計		1,867	流動負債合計		1,880
			負債合計		1,880
			資本金及び資本剰余金		1,324
			利益剰余金		△1,040
固定資産合計		297	純資産合計		283
資産合計		2,164	負債・純資産合計		2,164

プロダクト（特にエンジニア）が最も多い
営業人員を抱えないため、売上に比例して人員は増えない

従業員数（2021年2月末時点）（人）

プロダクト	62
カスタマーサポート	26
マーケティング	11
コーポレート	17
合計	116



- プロダクト
- カスタマーサポート
- マーケティング
- コーポレート

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。