



2023年9月期
連結決算 説明資料

2023年11月14日



目次

1. 2023年9月期 連結業績

2. 2024年9月期の方向性

3. 各事業セグメントの概況

- 毎日の暮らし事業
- ライフイベント事業



1. 2023年9月期 連結業績

毎日の暮らし事業

日常・地域生活領域

ロコガイド

買い物情報サービス ※1

SHIZUOKA ONLINE

地域・生活情報メディア ※1

くふうAIスタジオ

家計簿サービス及び開発・研究 ※2

kids★star

知育アプリ

ライフイベント事業

住まい領域

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

経営コンサルティング
サービス

SEVEN SIGNATURES
INTERNATIONAL

富裕層向け
コンサルティングサービス

くふう住まい

住宅・不動産専門メディア、買取再販サービス

結婚領域

エニマリ

結婚情報メディア・サービス

投資・インキュベーション事業

投資・事業開発領域

くふうカンパニー

持株会社（投資事業）

くふうキャピタル

投資運用会社

RETRIP

旅行・おでかけメディア

くふうジオデータ

位置・行動データマーケティング ※3

くふう少額短期保険

保険商品開発・販売

actindi

子どもとおでかけ情報サイト

その他

経営管理領域

くふうカンパニー

持株会社（事業会社支援）

※1：2023年7月1日付で(株)ロコガイドが運営していたメディア及び地域関連事業を(株)しずおかオンラインへ譲渡。

※2：2023年7月1日付で(株)Zaim及び(株)Da Vinci Studioが合併し、存続会社の(株)Zaimを(株)くふうAIスタジオに商号変更。

※3：2023年8月15日付で(株)保険のくふうを(株)くふうジオデータに商号変更。

- 2023年9月期の売上高は 20,486百万円、通期業績予想に対する達成率は 97.6%

	20/9期 ※1	21/9期 ※1	22/9期	23/9期 ※2			
	実績	実績	実績	実績	前期比	通期 予想	達成率
売上高	6,042	11,256	18,625	20,486	110.0%	21,000	97.6%
毎日の暮らし事業	-	-	4,401	4,409	100.2%	-	-
ライフイベント事業	-	-	13,643	13,154	96.4%	-	-
投資・インキュベーション事業	-	-	562	2,966	527.8%	-	-
その他	-	-	146	196	134.3%	-	-
調整額	-	-	▲128	▲240	-	-	-

(単位：百万円)

※1：2020年9月期（2019年10月～2020年9月）及び2021年9月期（2020年10月～2021年9月）の実績は、それぞれの期間における旧(株)くふうカンパニー及び(株)ロゴガイドの連結業績を単純合算した金額（非監査）。

※2：ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において(株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

組織再編に伴い、2023年9月期 第3四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントを毎日の暮らし事業からライフイベント事業へ変更。

2023年7月1日付で(株)Zaim 及び(株)Da Vinci Studio が合併したことに伴い、2023年9月期 第4四半期連結会計期間より、旧(株)Da Vinci Studio の損益は計上セグメントをその他から毎日の暮らし事業へ変更。

連結業績 営業利益・EBITDA

- 2023年9月期の EBITDA は 2,926百万円、通期業績予想に対する達成率は 94.4%

	20/9期 ※1	21/9期 ※1	22/9期	23/9期 ※2			
	実績	実績	実績	実績	前期比	通期 予想	達成率
営業利益	604	1,000	1,558	1,882	120.8%	2,000	94.1%
毎日の暮らし事業	-	-	1,278	955	74.7%	-	-
ライフイベント事業	-	-	1,048	986	94.0%	-	-
投資・インキュベーション事業	-	-	181	1,112	612.6%	-	-
その他	-	-	▲124	▲143	-	-	-
調整額	-	-	▲826	▲1,027	-	-	-
EBITDA	890	1,617	2,581	2,926	113.3%	3,100	94.4%

(単位：百万円)

※1：2020年9月期（2019年10月～2020年9月）及び2021年9月期（2020年10月～2021年9月）の実績は、それぞれの期間における旧(株)くふうカンパニー及び(株)ロコガイドの連結業績を単純合算した金額（非監査）。

※2：ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において(株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

組織再編に伴い、2023年9月期 第3四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントを毎日の暮らし事業からライフイベント事業へ変更。

2023年7月1日付で(株)Zaim 及び(株)Da Vinci Studio が合併したことに伴い、2023年9月期 第4四半期連結会計期間より、旧(株)Da Vinci Studio の損益は計上セグメントをその他から毎日の暮らし事業へ変更。

- 2023年9月期の EBITDA は 2,926百万円、通期業績予想に対する達成率は 94.4%

各事業の進捗

毎日の暮らし事業	日常・地域生活領域 <ul style="list-style-type: none">トクバイ事業は増収を維持するも価格改定が難航、メディアのユーザー数減少により広告売上が減少ユーザーの課題解決に向けた行動創出に向けて、毎日の暮らしに役立つツールの開発・提供を強化すべく組織再編を推進
ライフイベント事業	住まい領域 <ul style="list-style-type: none">不動産事業者向けSaaSツールの販売が堅調に推移、買取再販サービスは在庫整理を推進、富裕層向けサービスは複数のスポット案件が寄与ハイアスは新規受注が伸び悩むも、営業利益は通期業績予想を達成 結婚領域 <ul style="list-style-type: none">有料広告掲載式場数の減少が継続、メディア事業の収益悪化により領域全体の利益は通期で前年割れ結婚式プロデュース事業の施行数は低調に推移するも、24/9期の黒字化に向けて受注は回復傾向
投資・インキュベーション事業	投資・事業開発領域 <ul style="list-style-type: none">投資事業は営業投資有価証券の売却により大幅増収・増益

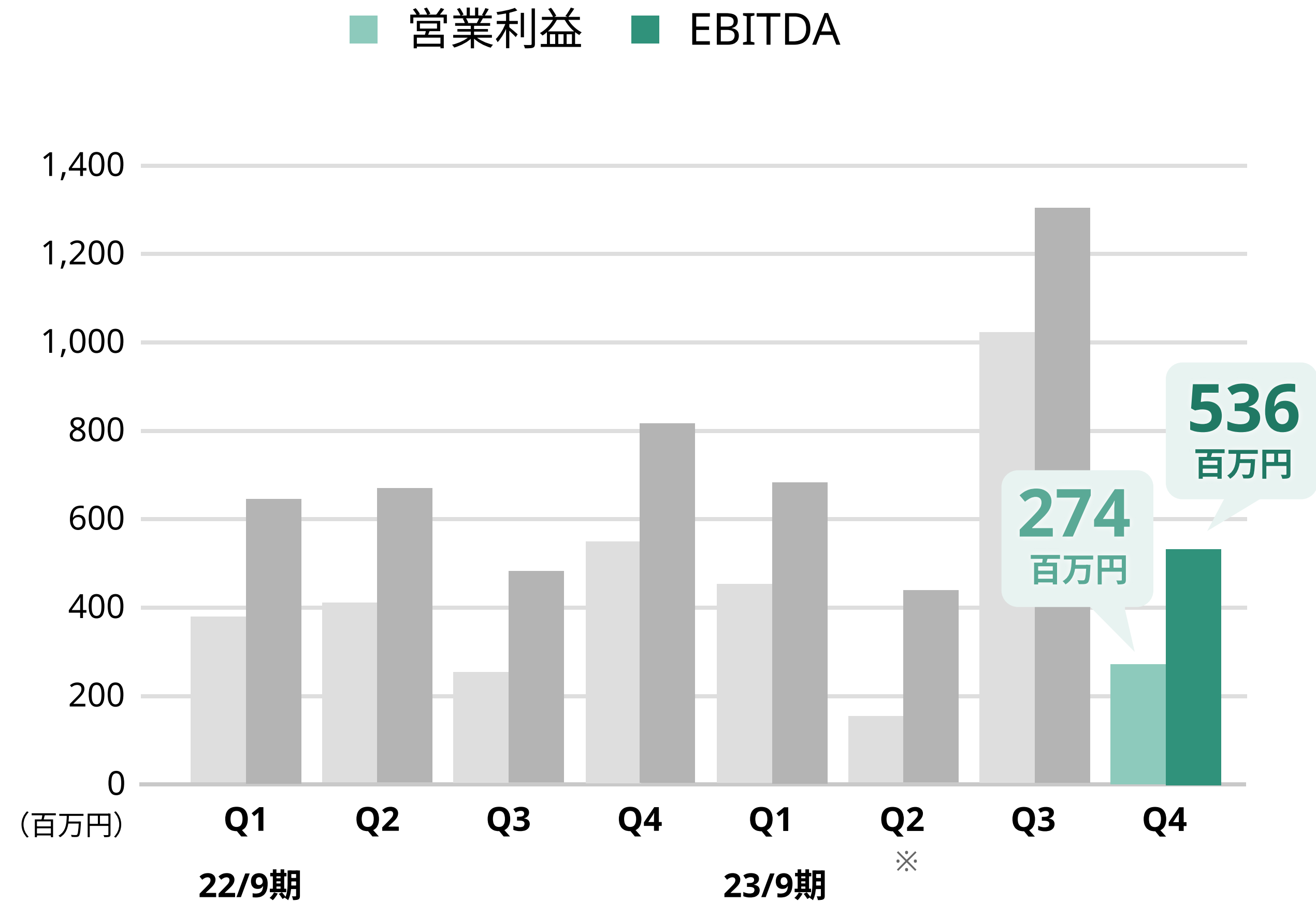
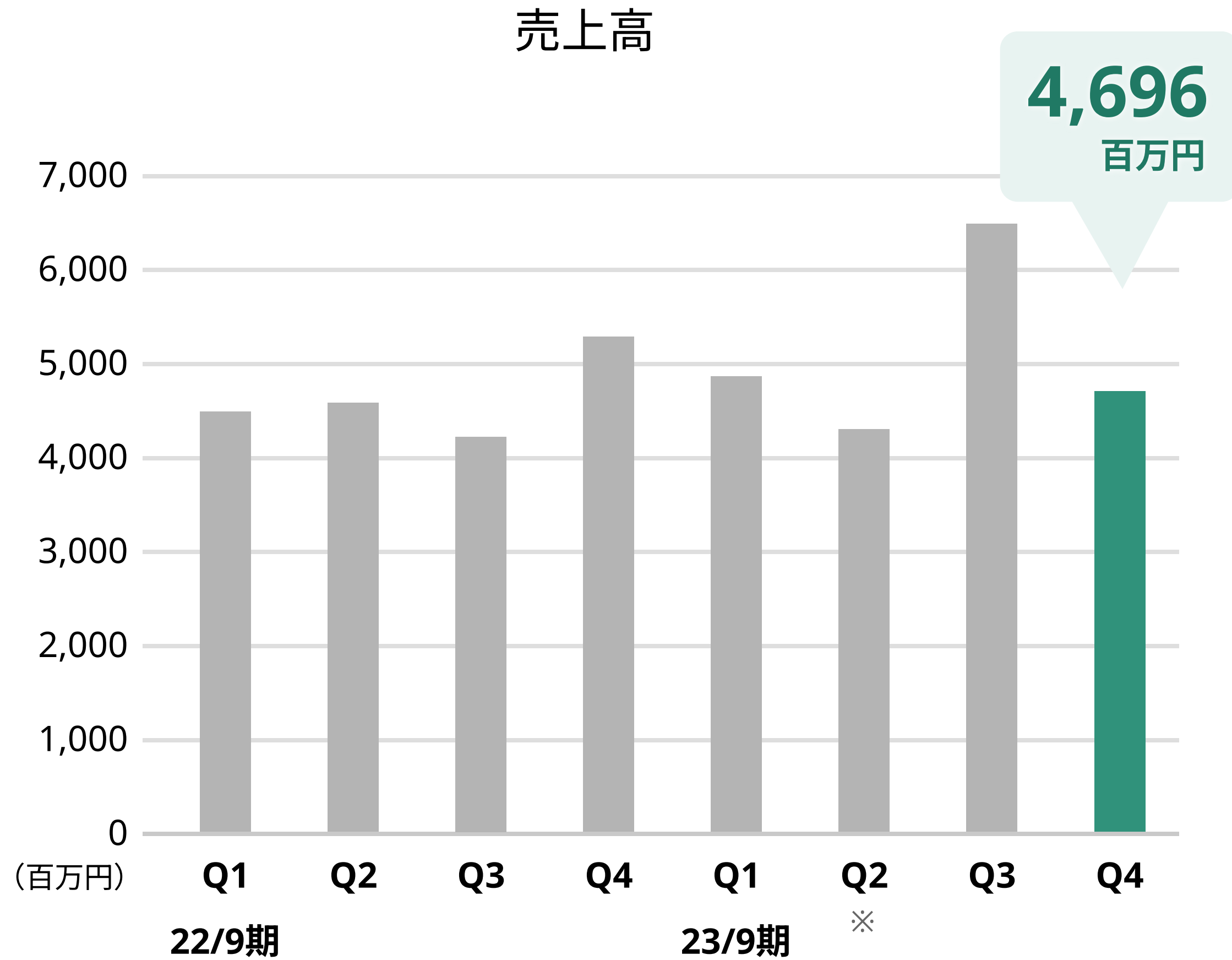
- 前年同期比で減収減益

	22/9期				23/9期					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2※	Q3	Q4	前年同期比	前四半期比
売上高	4,528	4,599	4,175	5,321	4,883	4,362	6,543	4,696	88.3 %	71.8 %
営業利益	369	403	233	551	433	151	1,023	274	49.7 %	26.8 %
EBITDA	626	658	488	808	685	418	1,285	536	66.3 %	41.7 %

(単位：百万円)

※ ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において (株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

- 前年同期比で減収減益



※ ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において (株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

連結業績 セグメント別 売上高（四半期）

- ・組織再編により、一部事業の計上セグメントをその他から毎日の暮らし事業へ変更
- ・毎日の暮らし事業は前四半期比で回復、ライフイベント事業は住まい領域が前年・前四半期並みを維持
- ・投資・インキュベーション事業は、Q3に営業投資有価証券の売却に伴う売上高を計上

	22/9期				23/9期					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2 ※1	Q3 ※2	Q4 ※3	前年同期比	前四半期比
毎日の暮らし事業	1,101	1,101	1,056	1,143	1,110	1,211	930	1,157	101.2%	124.4%
ライフイベント事業	3,401	3,473	3,092	3,675	2,938	3,037	3,628	3,549	96.6%	97.8%
売上高 投資・ インキュベーション事業	25	16	24	495	828	97	1,972	68	13.8%	3.5%
その他	36	39	30	39	50	60	82	2	5.1%	2.4%
調整額	▲36	▲31	▲28	▲32	▲43	▲44	▲70	▲80	-	-

(単位：百万円)

※1：ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において (株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

※2：組織再編に伴い、2023年9月期 第3四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントを毎日の暮らし事業からライフイベント事業へ変更。

※3：2023年7月1日付で (株)Zaim 及び (株)Da Vinci Studio が合併したことに伴い、2023年9月期 第4四半期連結会計期間より、旧 (株)Da Vinci Studio の損益は計上セグメントをその他から毎日の暮らし事業へ変更。

連結業績 セグメント別 営業利益（四半期）

- ・ 毎日の暮らし事業は前四半期比では回復しつつも、メディア広告の減益インパクトが大きい
- ・ ライフイベント事業は住まい領域が増益をけん引
- ・ 投資・インキュベーション事業は、Q3に営業投資有価証券の売却に伴う利益を計上

	22/9期				23/9期					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2 ※1	Q3 ※2	Q4 ※3	前年同期比	前四半期比
毎日の暮らし事業	365	351	278	282	259	313	179	202	71.7%	113.2%
ライフイベント事業	251	287	206	302	191	118	306	369	122.2%	120.7%
営業利益 投資・インキュベーション事業	▲8	▲6	▲5	202	313	3	832	▲37	-	-
その他	▲31	▲27	▲34	▲31	▲61	▲42	▲41	1	-	-
調整額	▲208	▲202	▲211	▲204	▲269	▲242	▲252	▲263	-	-

(単位：百万円)

※1：ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において (株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

※2：組織再編に伴い、2023年9月期 第3四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントを毎日の暮らし事業からライフイベント事業へ変更。

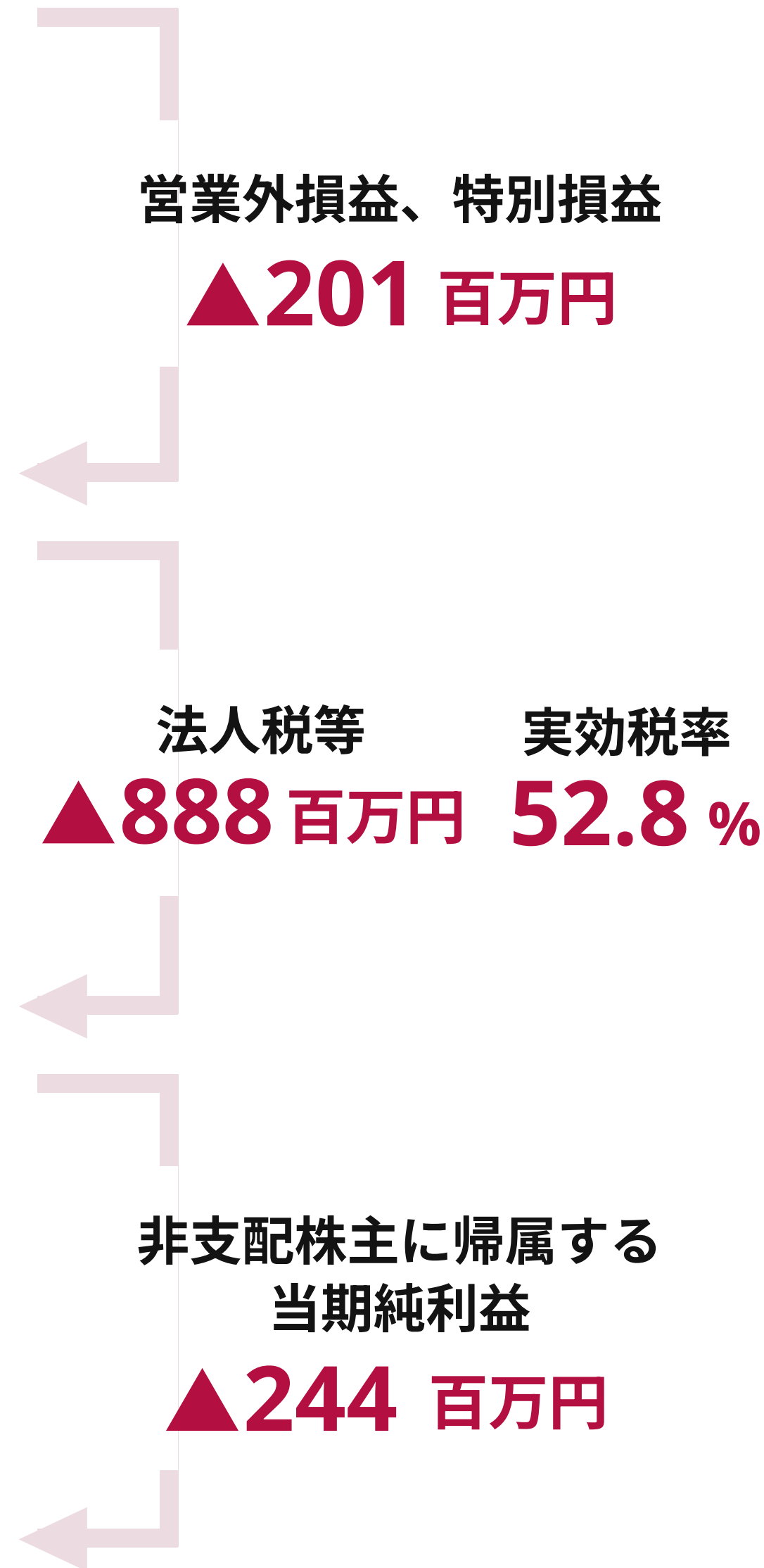
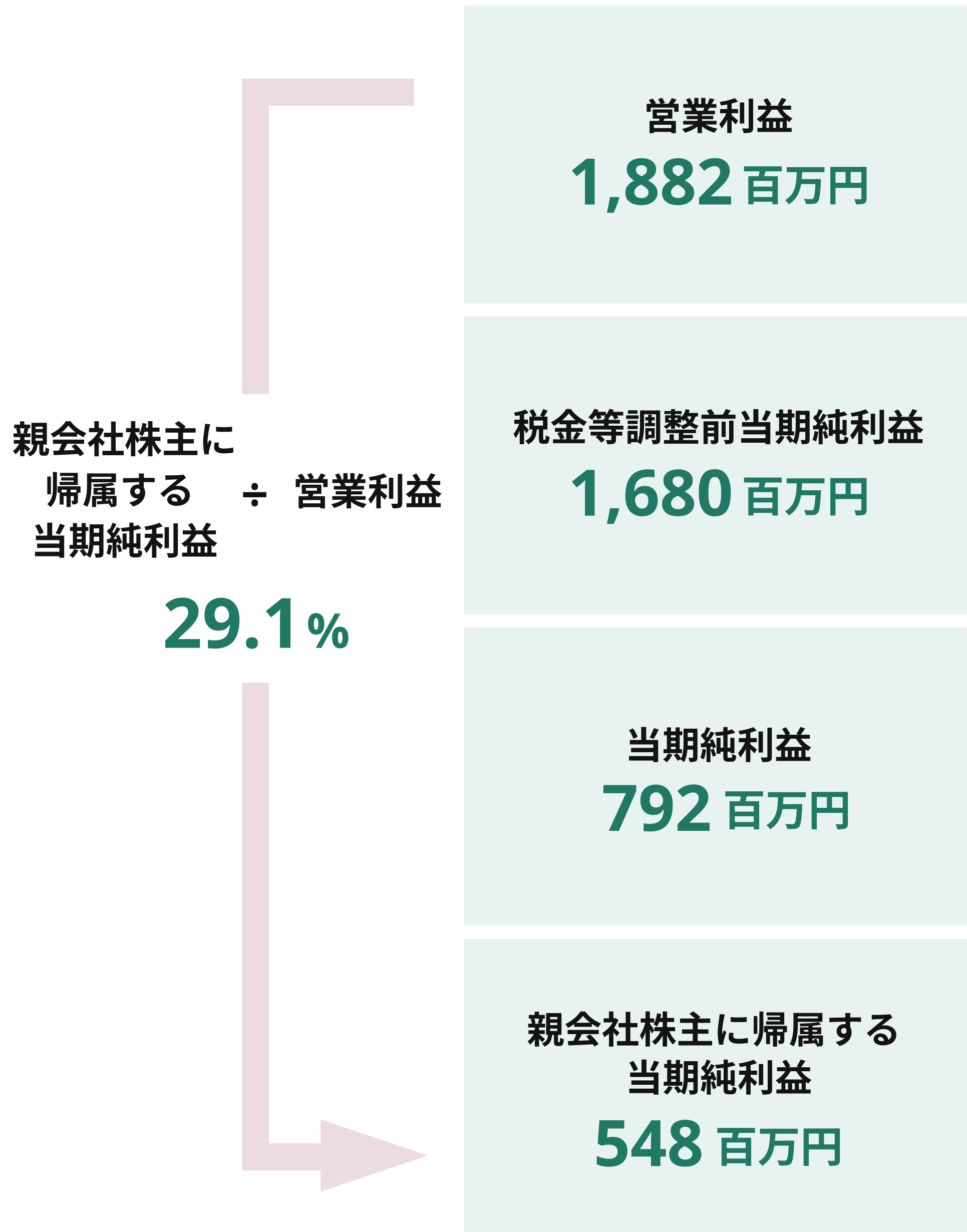
※3：2023年7月1日付で (株)Zaim および (株)Da Vinci Studio が合併したことに伴い、2023年9月期 第4四半期連結会計期間より、旧 (株)Da Vinci Studio の損益は計上セグメントをその他から毎日の暮らし事業へ変更。

	2022年9月末	2023年9月末	増減額	増減要因
流動資産	14,826	14,112	▲704	<ul style="list-style-type: none"> 子会社株式の取得等による支出があった一方、営業投資有価証券の売却やその他営業活動による資金の獲得等により現金及び預金が2,136百万円増加
（現金及び預金）	7,269	9,405	2,136	
（営業投資有価証券）	2,979	1,334	▲1,645	
（販売用不動産）	2,758	1,232	▲1,525	
固定資産	6,498	6,851	352	<ul style="list-style-type: none"> 販売用不動産は在庫縮小に伴い、1,525百万円減少
（のれん）	3,526	3,591	65	
（投資その他の資産）	2,047	1,795	▲251	<ul style="list-style-type: none"> RETRIP 及び OMソーラー の連結開始等の影響により、のれんが65百万円増加
資産	21,329	20,973	▲356	
負債	9,666	9,376	▲290	<ul style="list-style-type: none"> 短期借入金及び長期借入金が506百万円減少
（短期借入金及び長期借入金）	5,856	5,349	▲506	
純資産	11,663	11,596	▲66	<ul style="list-style-type: none"> 自己株式はZaimの完全子会社化に伴う株式交換における割当交付等の影響により311百万円減少
（利益剰余金）	1,191	1,739	548	
（自己株式）	▲443	▲132	311	
（その他有価証券評価差額金）	399	▲13	▲412	
負債及び純資産	21,329	20,973	▲356	

※（）記載している項目の金額は内書を表示。

（単位：百万円）

連結業績 当期純利益分析

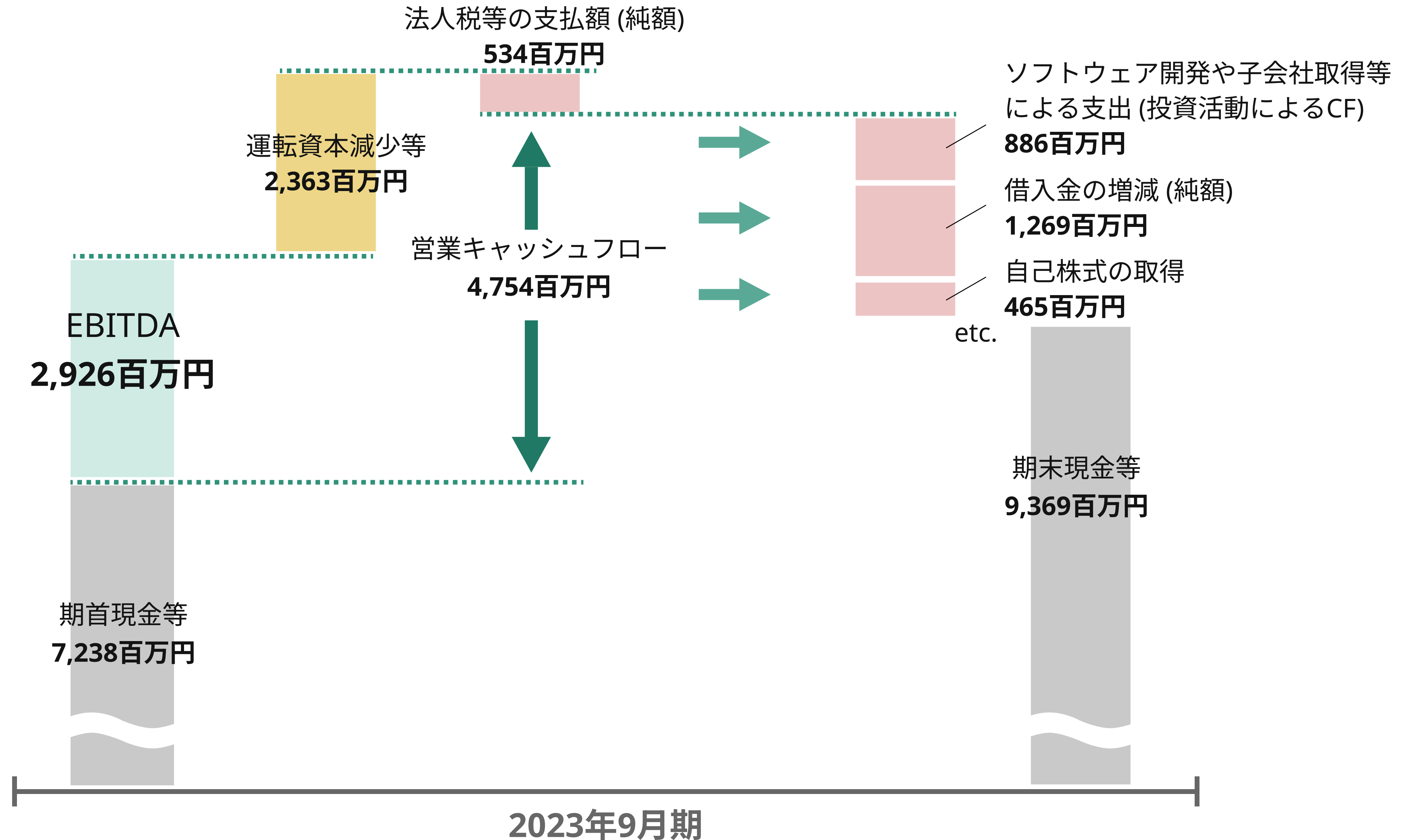


主な項目	
支払手数料	▲73 百万円
持分法による投資損失	▲63 百万円
減損損失	▲67 百万円

法定実効税率（34.6%）との差異の主な原因	
のれん償却（損金不算入）による課税所得増	+649 百万円
持分法投資損失による課税所得増	+63 百万円

対象会社
ハイアス・アンド・カンパニー、キッズスター、など

連結業績 キャッシュフロー分析





3つのユーザー接点により、ユーザーの行動を支援

Media

ユーザー接点の最大化

月間利用者数 ※1

約 **3,900** 万人



SaaS

事業者支援を通じたユーザーへの
間接的なサービス提供

契約アカウント数 ※2

約 **60,100**



Tool / Agent

毎日の暮らしに役立つツールと、
ライフイベントの専門サービスを提供

ツール累計DL数 ※3 年間サービス提供数 ※4

約 **3,000** 万 約 **4,400**

※1：2023年9月末時点における各領域の主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

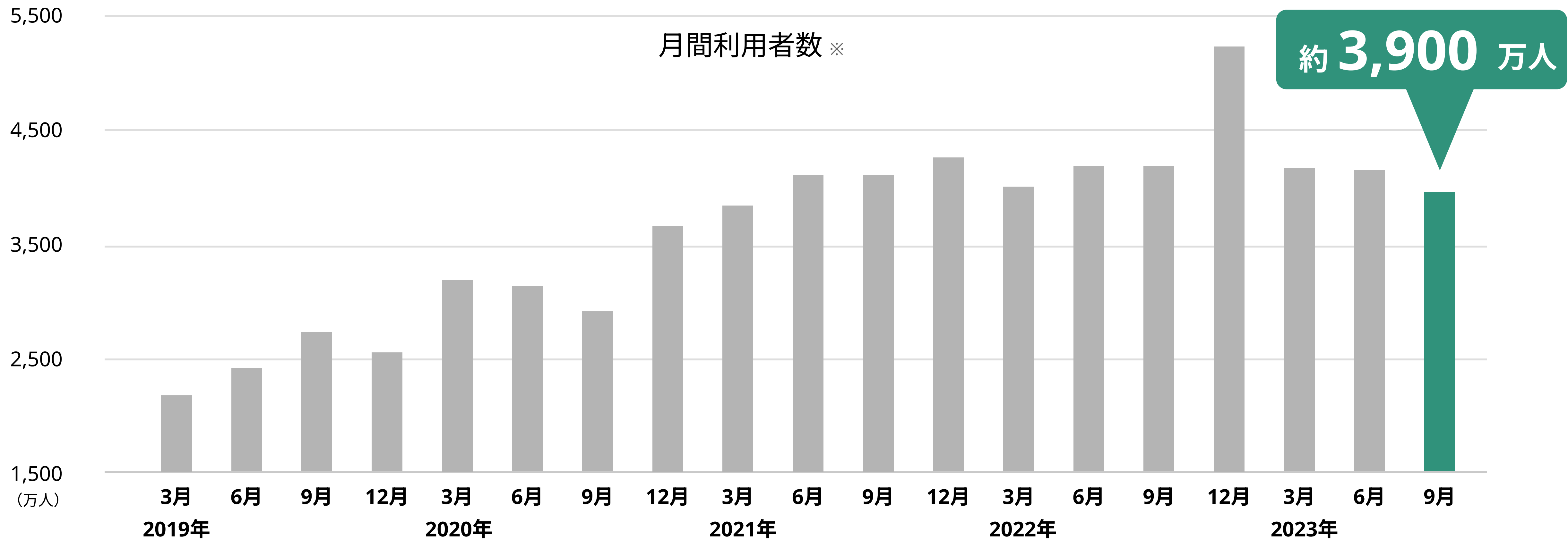
※2：2023年9月末時点における「トクバイ」掲載店舗数（有料及び無料）、(株)くふう住まいが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)グループが提供するサービスの会員企業数、(株)エニマリの取引先会場数合計。

※3：2023年9月末時点における「トクバイ」「Zaim」「ごっこランド」「RETRIP」のアプリ累計DL数合計。

※4：2023年9月時点を基準とした住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)グループを除く）の直近1年間におけるサービス提供数、(株)エニマリの結婚式プロデュース件数年間概算値合計。

グループ全体のメディアの月間利用者数推移

- 2023年9月末は単純合算ベースで約 3,900万人
- メディア戦略の方針転換に伴い、2023年11月14日付で、生活総合情報メディア「くふうLive!」を(株)ベビーカレンダー（東証グロース：7363）へ事業譲渡



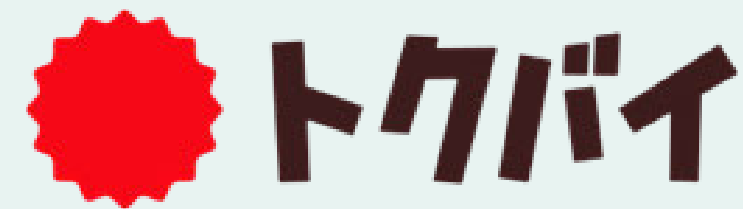
※ 各領域の主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。「RETRIP」の利用者数を2022年12月より合算。
複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

ユーザー接点を強化するために
従来の「メディア」重視から「毎日の暮らしに役立つツール」重視へ

暮らしにおける課題解決につながるユーザーの行動を創出していく

「毎日の暮らしに役立つツール」

買い物



家計簿



子育て



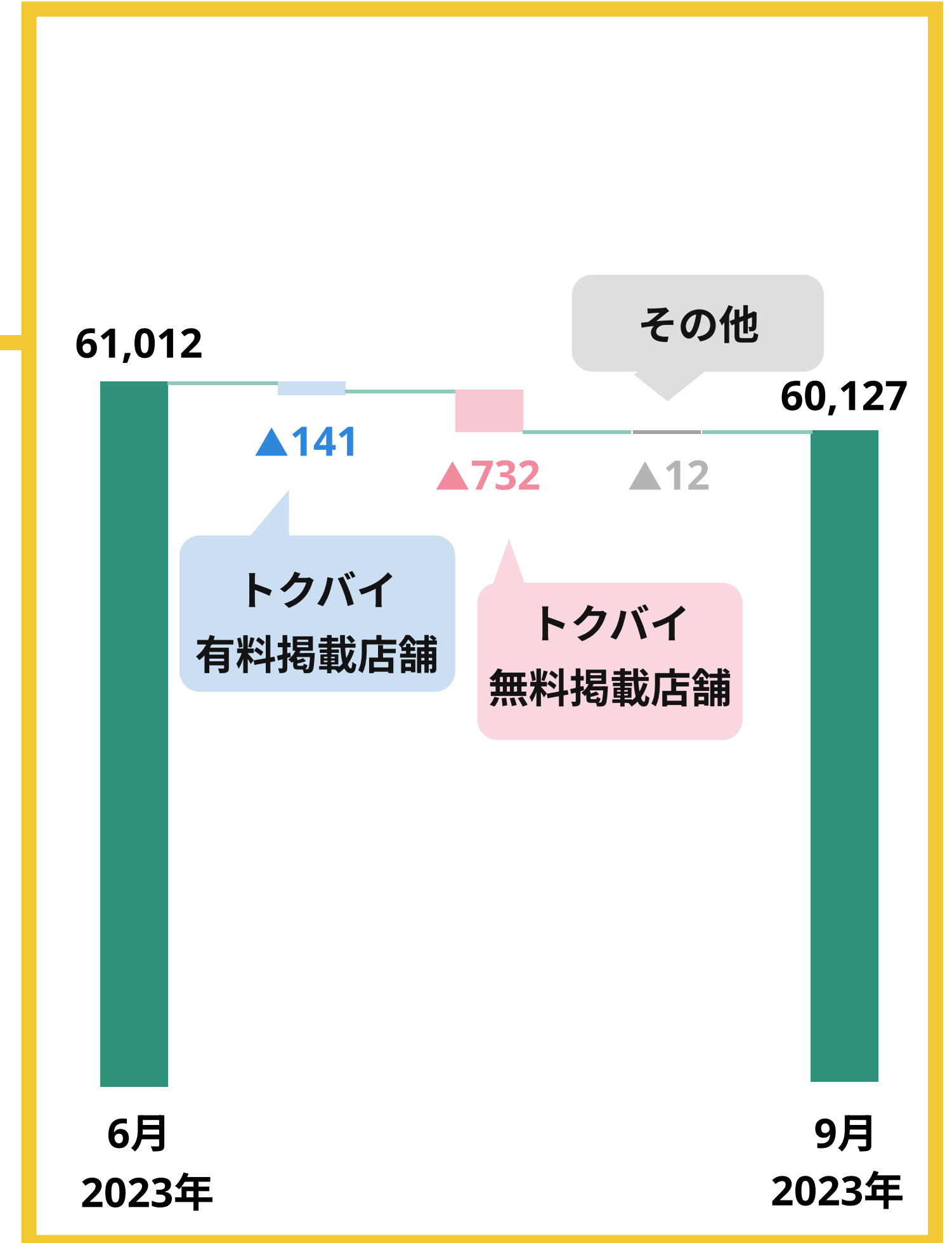
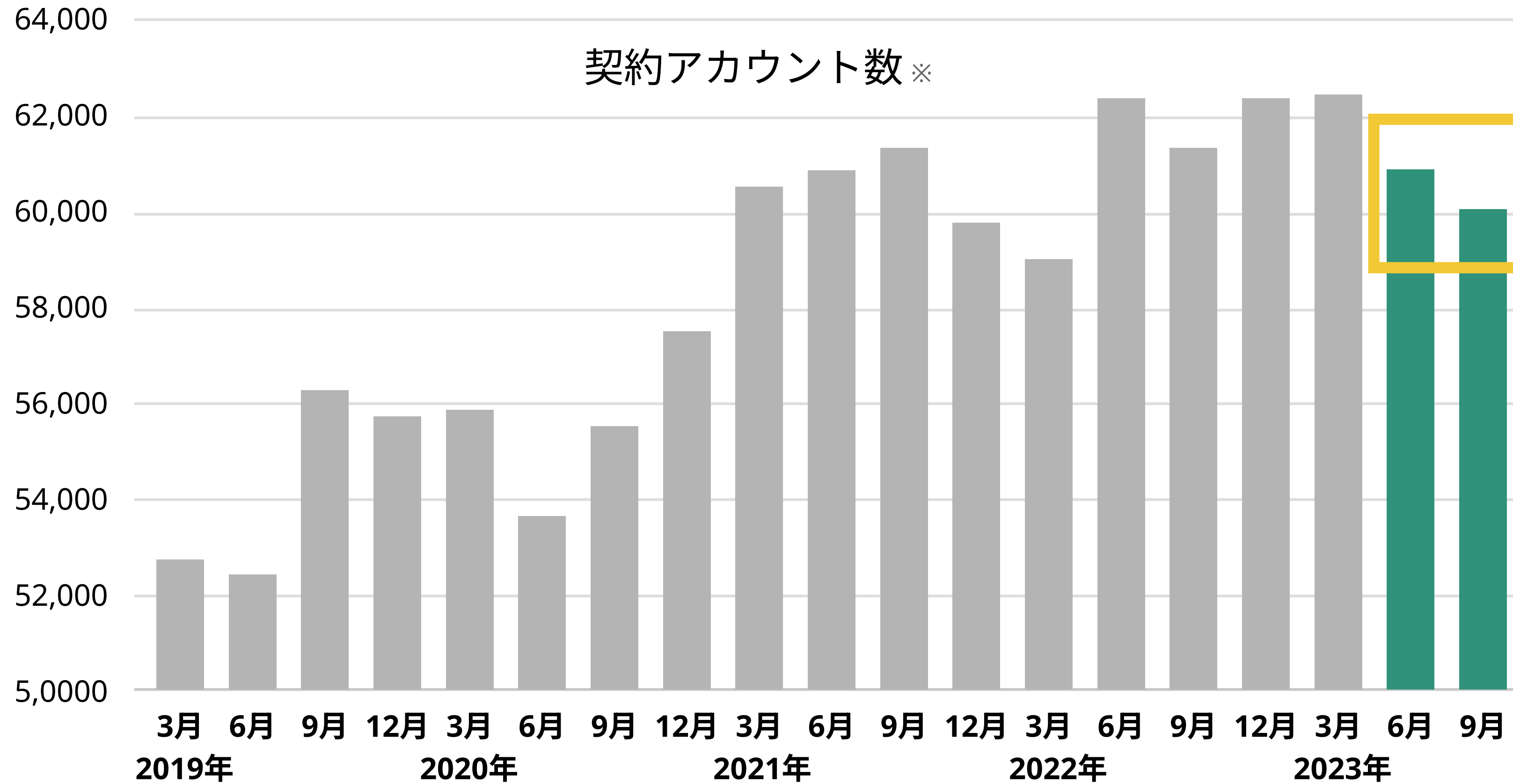
お出かけ etc.

重要指標は「コアユーザー数※」に変更

※コアユーザー＝記事閲覧等のライトな利用ではなく、「買い物機能」「家計簿機能」といった日常（Weekly）の行動につながる機能の利用者

グループ全体の契約アカウント数推移

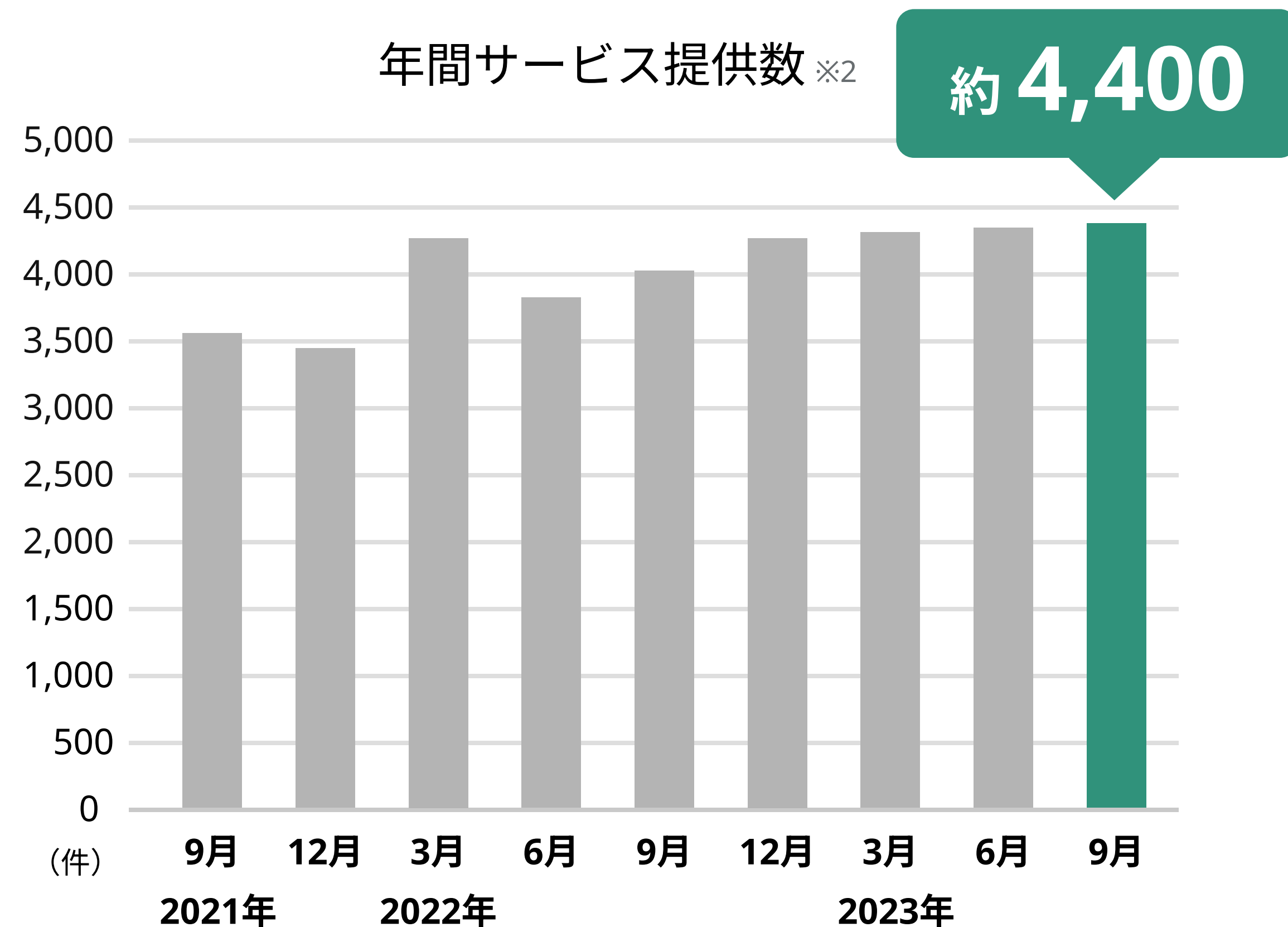
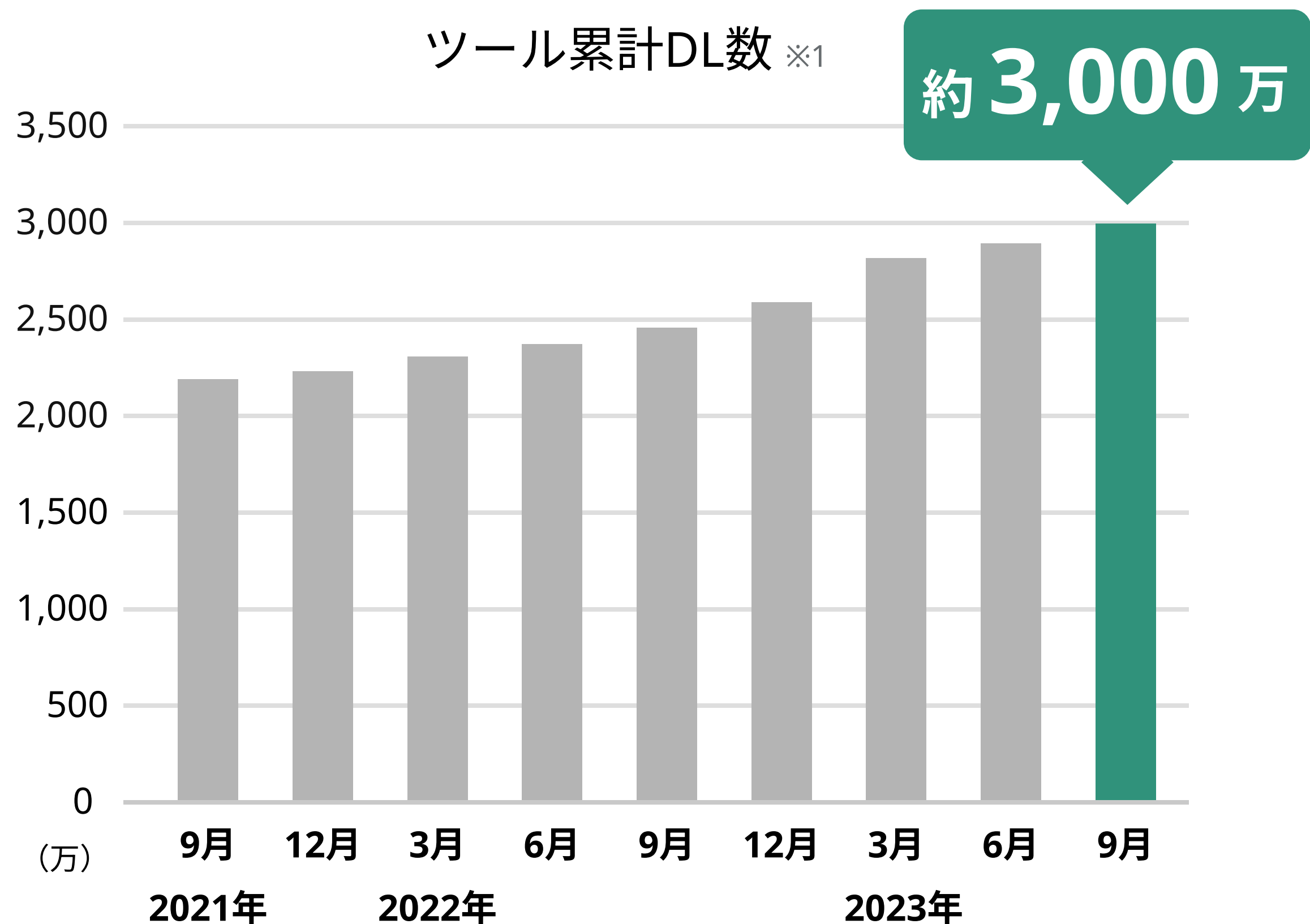
- グループ全体の契約アカウント数は減少



※ 「トクバイ」掲載店舗数（有料及び無料、コンビニエンスストア約16,000店舗との取り組みについては不算入）、(株)くふう住まいが提供する広告掲載及び業務支援ツールサービスの利用店舗数、ハイアス・アンド・カンパニー(株)グループが提供するサービスの会員企業数（2023年6月よりOMソーラー(株)分を追加）、(株)エニマリの取引先会場数合計。

グループ全体のツール累計DL数及び年間サービス提供数推移

- ツール累計DL数、年間サービス提供数は堅調に推移



※1：「トクバイ」「Zaim」「ごっこランド」「RETRIP（2023年3月以降）」のアプリ累計DL数合計。2023年6月より一部集計方法の見直しを実施（過去分についても遡求して修正）。

※2：各時点における、住まい領域（ハイアス・アンド・カンパニー(株)グループを除く）の直近1年間におけるサービス提供数、(株)エニマリ の結婚式プロデュース件数年間概算値合計。

グループEBITDA ※1

100億円 ※2

主要事業の構成割合 ※3

50%

50%

毎日の暮らし事業

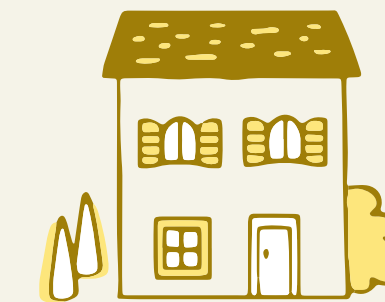
日常・地域生活領域



ライフイベント事業

結婚領域

住まい領域 ※4



※1：「EBITDA」は、営業利益に減価償却費及びのれん償却額を加えて算出。

※2：既存のグループ各社の事業成長により達成を目指す目標値。

第8回及び第9回新株予約権（有償ストック・オプション）発行決議に伴い、EBITDAに当該株式報酬費用を加算した額。

※3：毎日の暮らし事業及びライフイベント事業の合計額を母数とした各事業の構成割合。

なお、2022年9月より、事業セグメント及び領域の一部見直しを実施しており、見直し後の金額をベースに構成割合を算出。

※4：住まい領域にハイアス・アンド・カンパニー(株)グループを含む。

2. 2024年9月期 の方向性

1. AX (AI eXperience, AI Transformation) の活用促進

2. ユーザーに対する行動提案・行動創出の強化

3. グループ内の統合推進

グループ全体の「事業」及び「組織」の両面において、AIの活用とデータソリューションを推進。

トクバイのチラシヒートマップの事例

チラシでよく見られている箇所を可視化し、ユーザーの行動パターンを分析

事業



- チラシ効果の最大化
- チラシ制作時の仮説・検証
- AIによるチラシ自動生成へ

AI活用による人的作業の効率化事例

結婚：みんなのウェディング

口コミに式場スタッフが返信する際の返信例文の作成機能を式場向けに提供（2023年6月以降の利用式場数 約400件）

住まい：オウチーノ

売買事例の紹介記事をAIの活用により作成（制作効率 約3倍）

組織

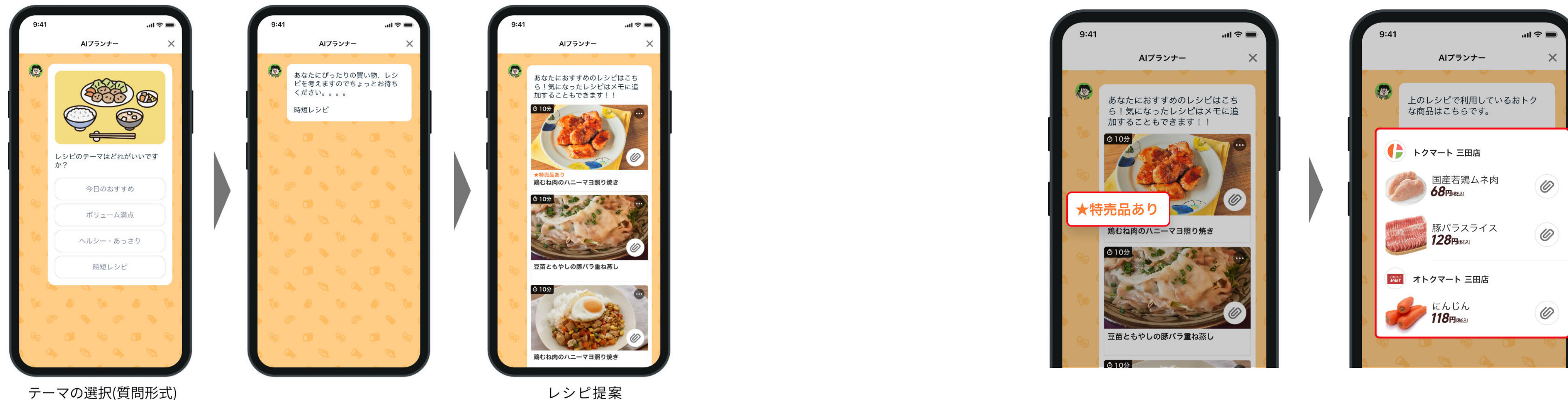
くふうAIスタジオ内に設置した「AX推進本部」主導でグループ内のAI活用を促進

- データサイエンティストの育成（キャリア転換の促進、勉強会の開催等）
- 営業や採用活動等へのAI活用促進（社員向けワークショップの開催、相談窓口の設置等）

くふうAIスタジオを中心に、グループ内各サービスで蓄積されるユーザーデータを集約・分析。AI技術を取り入れたサービス開発により、ユーザーに対する行動提案を強化。オンラインとオフラインの双方でユーザーの行動創出を目指す。

サービスの事例 『トクバイ AI プランナー』 (10月にリリース)

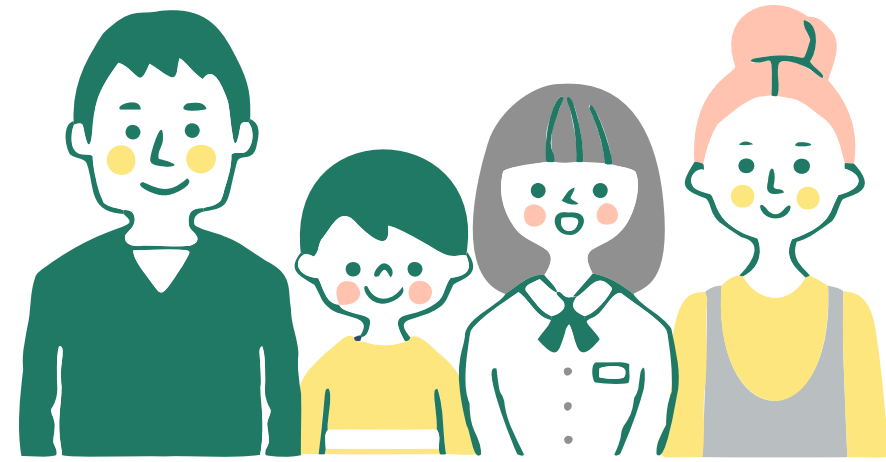
- 一般の生活者にとって親しみやすい体験として、AI技術を取り入れたサービスを開発・提供
- レシピに合わせて近くの店舗の特売品も表示し、お得な買い物をサポート



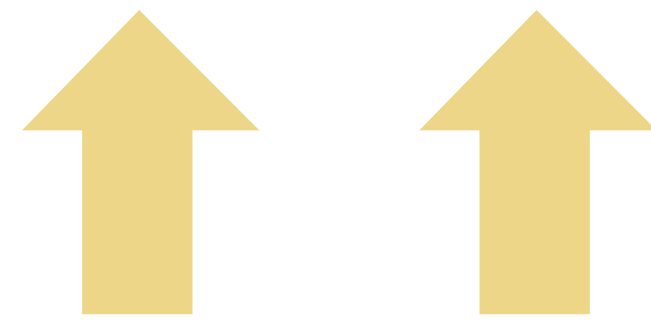
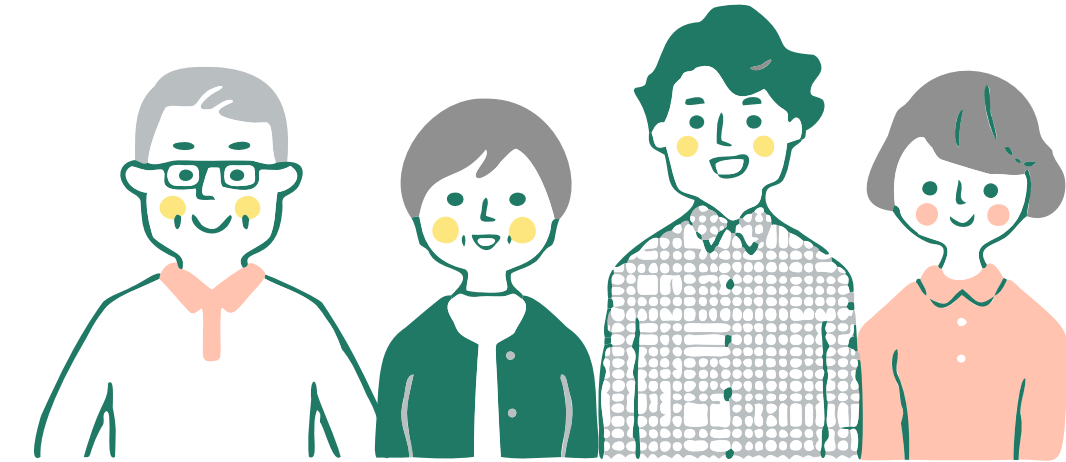
✓ テキスト入力不要、「質問に対する答えを選択するだけ」で好みのレシピを紹介

✓ レシピに合わせて近くの店舗の特売品も表示し、お得な買い物をサポート

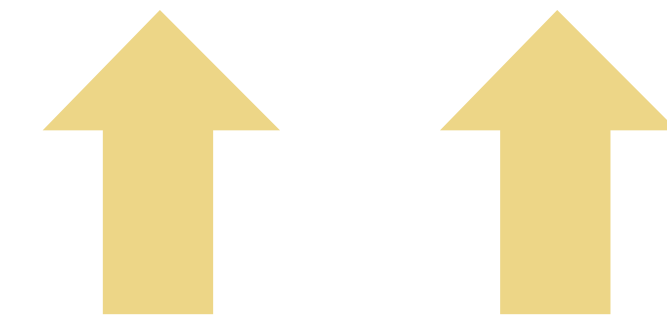
毎日の暮らしに役立つツールの提供を通じてユーザー接点の最大化を図るべく、グループ内のブランド統合、ID統合、組織統合を推進していく。



ユーザー



毎日の暮らしに役立つツールを提供



日常・地域生活領域

- ・ブランド統合を推進し、各ツールの認知を強化
- ・ID統合を推進し、ユーザーの利便性や機能的価値の向上へ

独自データの蓄積、
利活用の推進

住まい領域

結婚領域

3. 各事業セグメントの概況

くふうカンパニーグループが提供する全ての事業において、
オンライン・オフラインのサービスをワンストップで提供し、

No.1のサービスへ

買い物 3年後に登録店舗数 & ユーザー数で圧倒的 No.1

住まい 5年後に注文住宅施工取扱い数 No.1

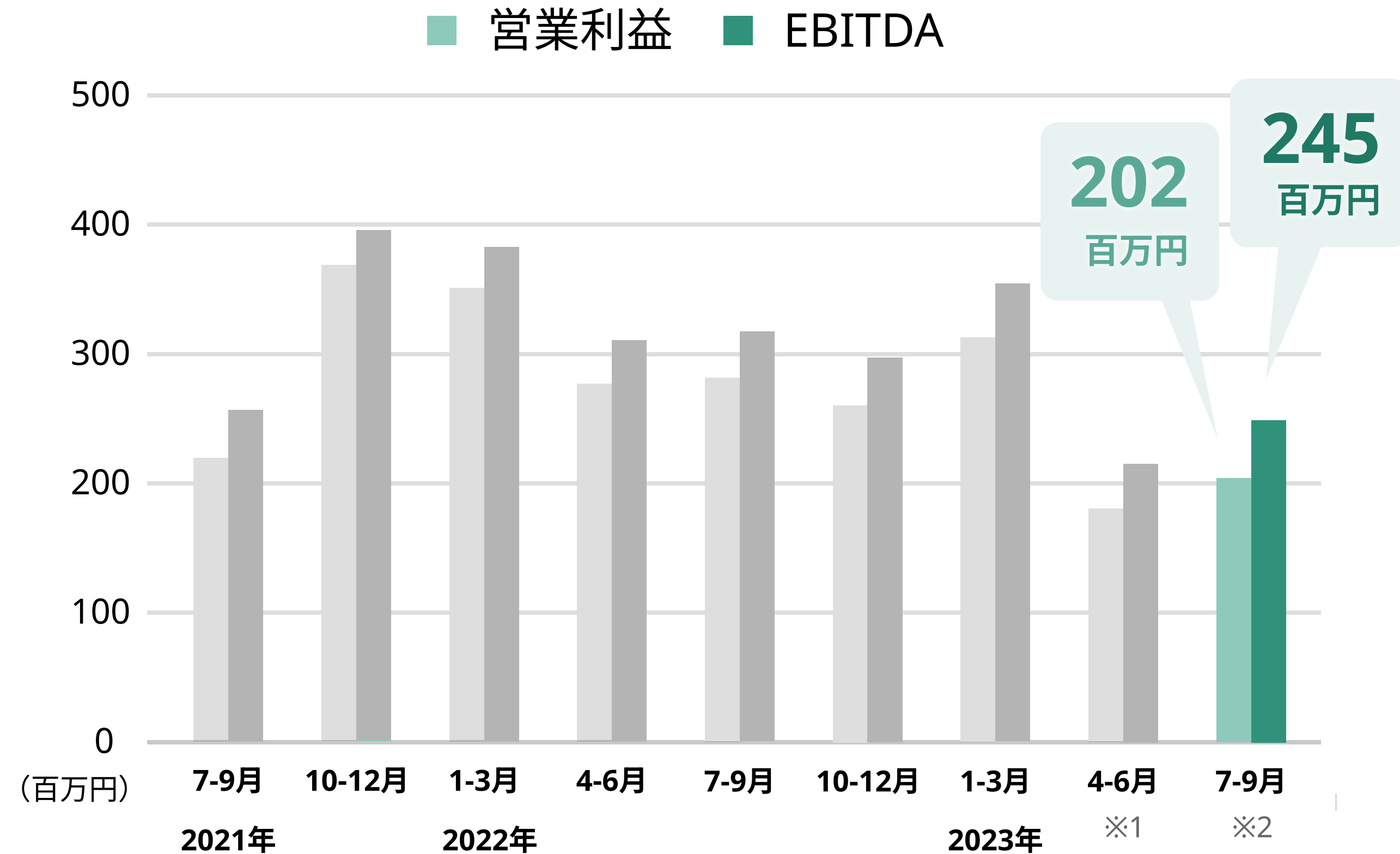
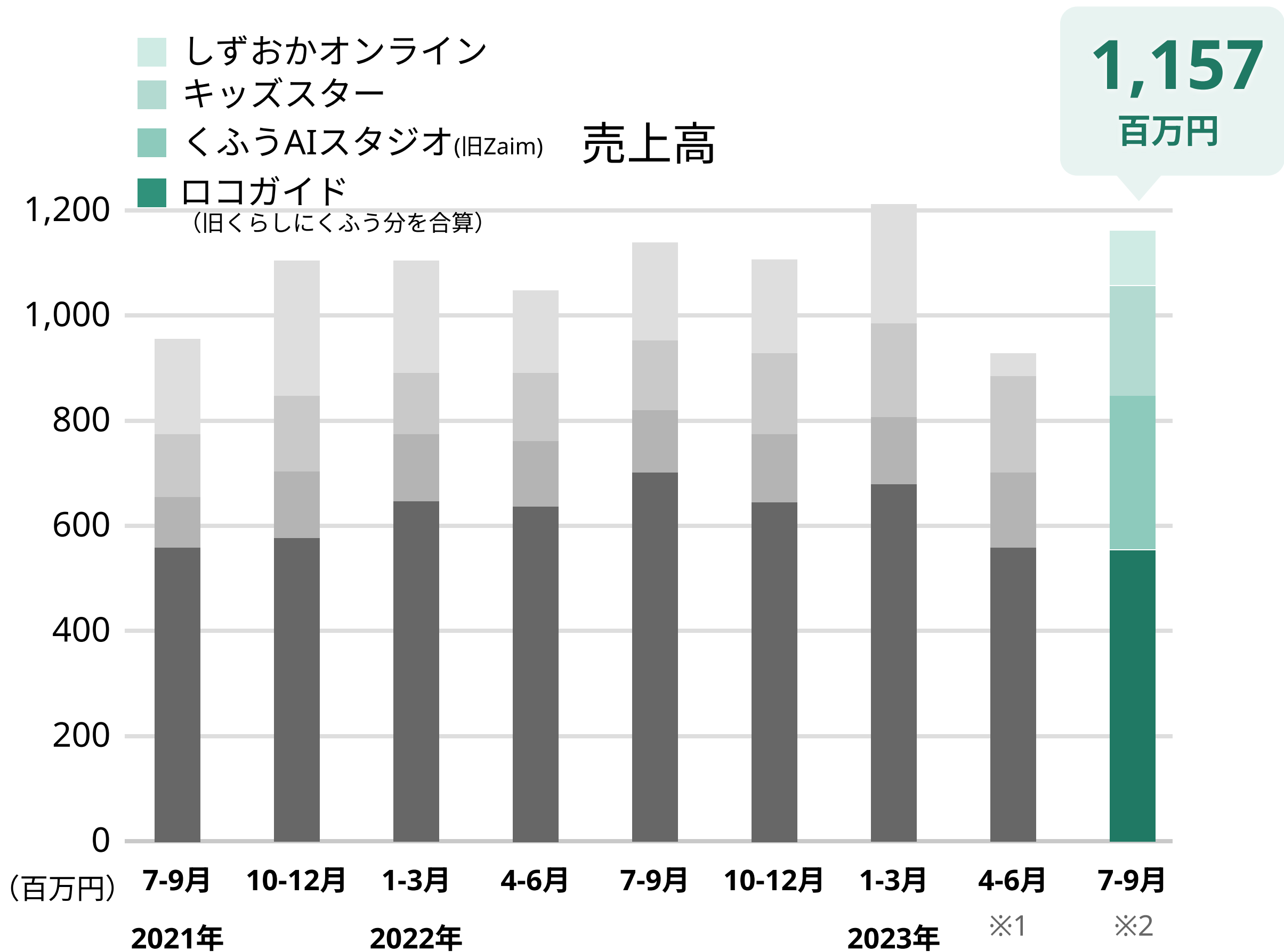
結婚 5年後に結婚式取扱い数 No.1

毎日の暮らし事業



毎日の暮らし事業 業績 四半期推移

- トクバイ事業は増収を維持するも伸び悩み
- ZaimはDa Vinci Studioとの統合により、7-9月よりくふうAIスタジオとして計上

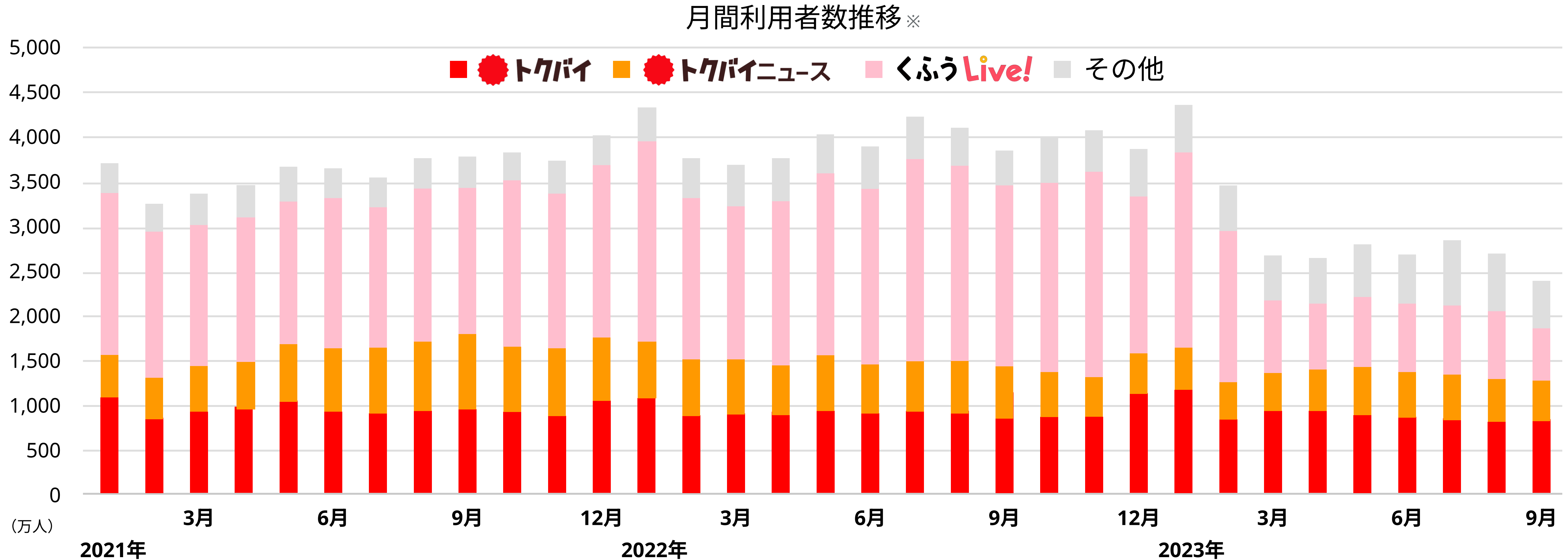


※1：2023年4月1日付で(株)しずおかオンラインから(株)くふう住まいへ「イエタテ」事業を承継(当該事業の計上セグメントをライフイベント事業へ変更)。

※2：2023年7月1日付で(株)Zaim及び(株)Da Vinci Studioが合併し、存続会社の(株)Zaimを(株)くふうAIスタジオに商号変更。

日常・地域生活領域 月間利用者数推移

- 「くふうLive!」は検索エンジンのアルゴリズム変更の影響等によりユーザーの流入が減少



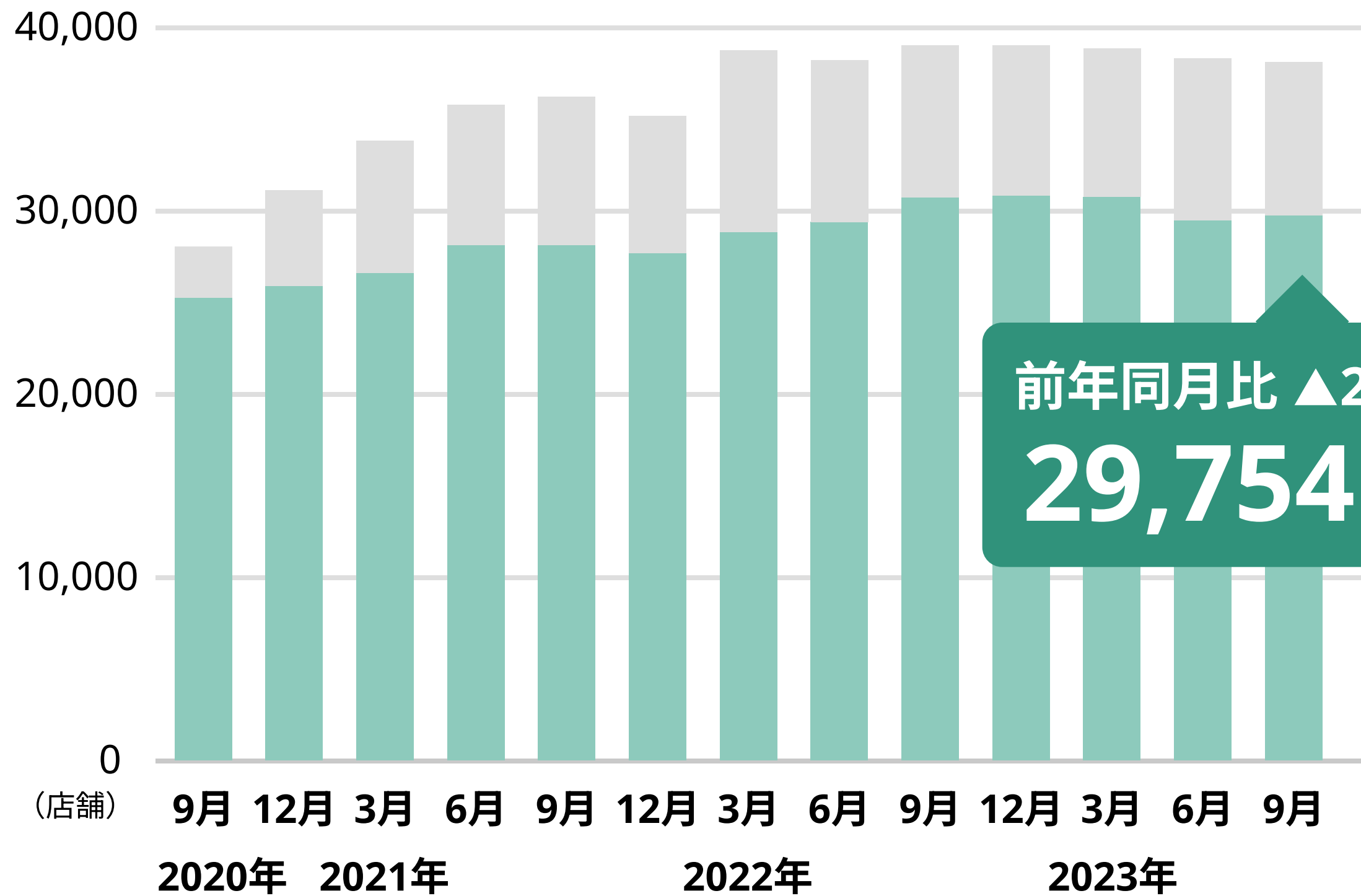
※ 日常・地域生活領域内主要メディア及びツール利用者数合計（ブラウザベースまたは端末ベース）。複数メディアまたはツール利用者の重複は考慮しない単純合算ベース。

トクバイサービス有料掲載店舗数と平均単価の推移*

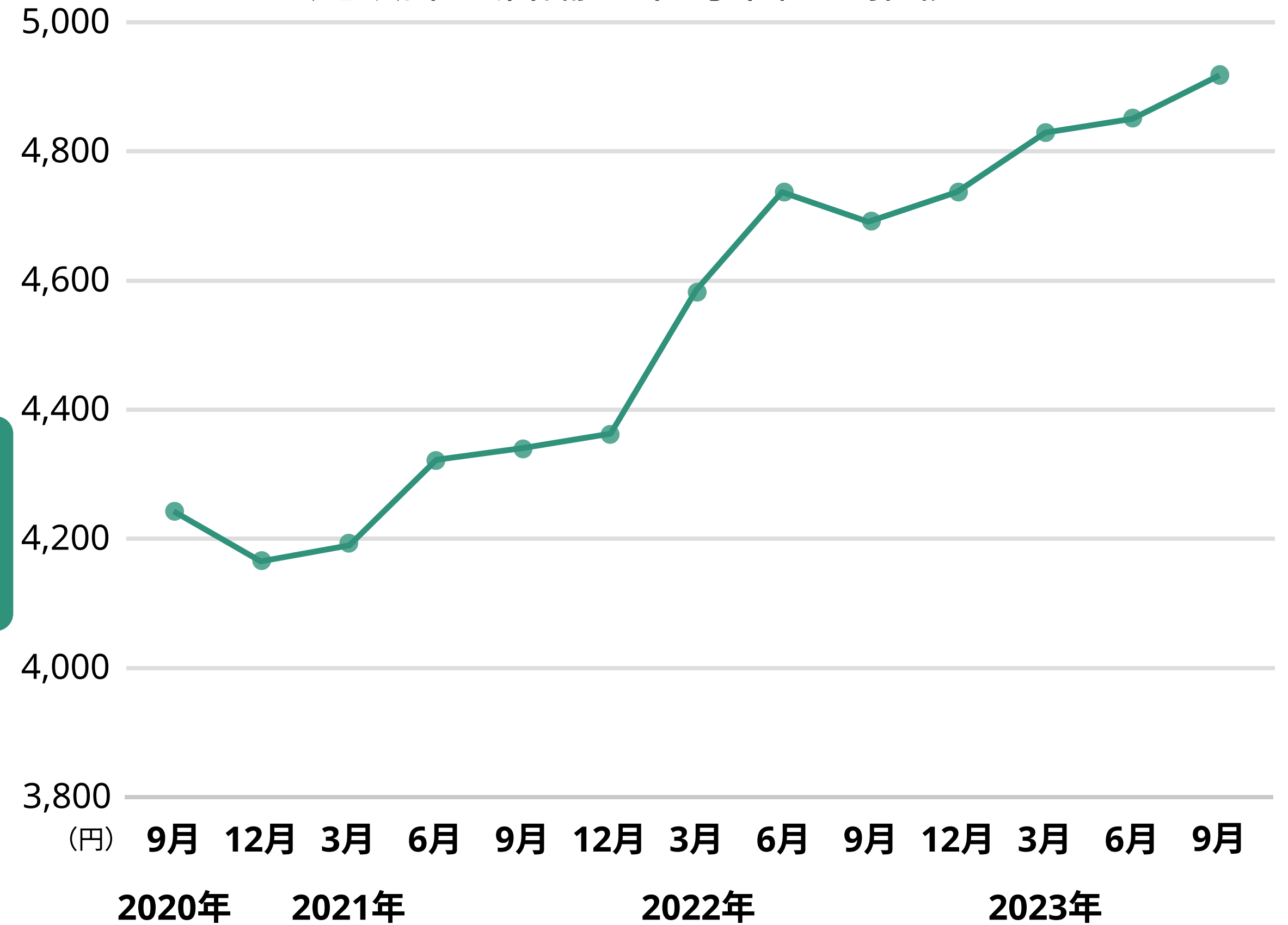
- 2023年9月末時点の有料掲載店舗数は 38,225店舗（定額課金店舗数は前年同月比 ▲2.6% の 29,754店舗）
- 定額課金店舗の獲得が難航、単価は徐々に向上

有料掲載店舗数の推移

■ 定額課金店舗 ■ 成果報酬店舗



定額課金店舗の平均単価の推移

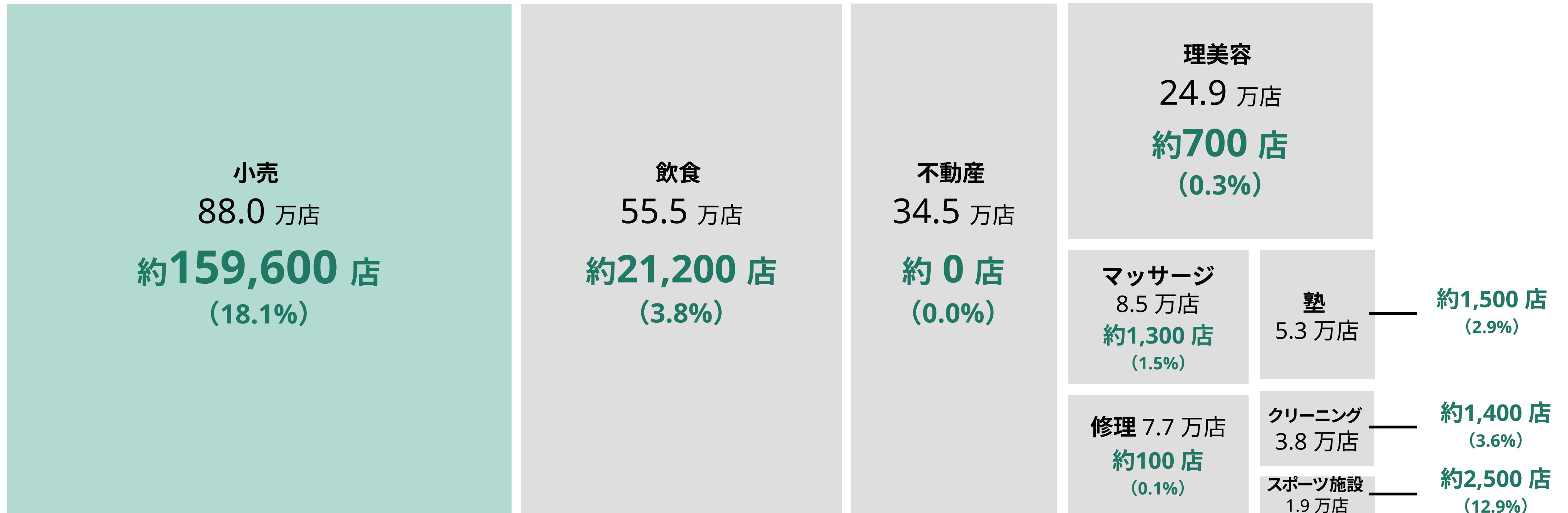


* 定額課金店舗の店舗数及び平均単価において、コンビニエンスストア約 16,000 店舗との取り組みについては不算入。

ターゲット市場全体に占めるトクバイ登録店舗の状況

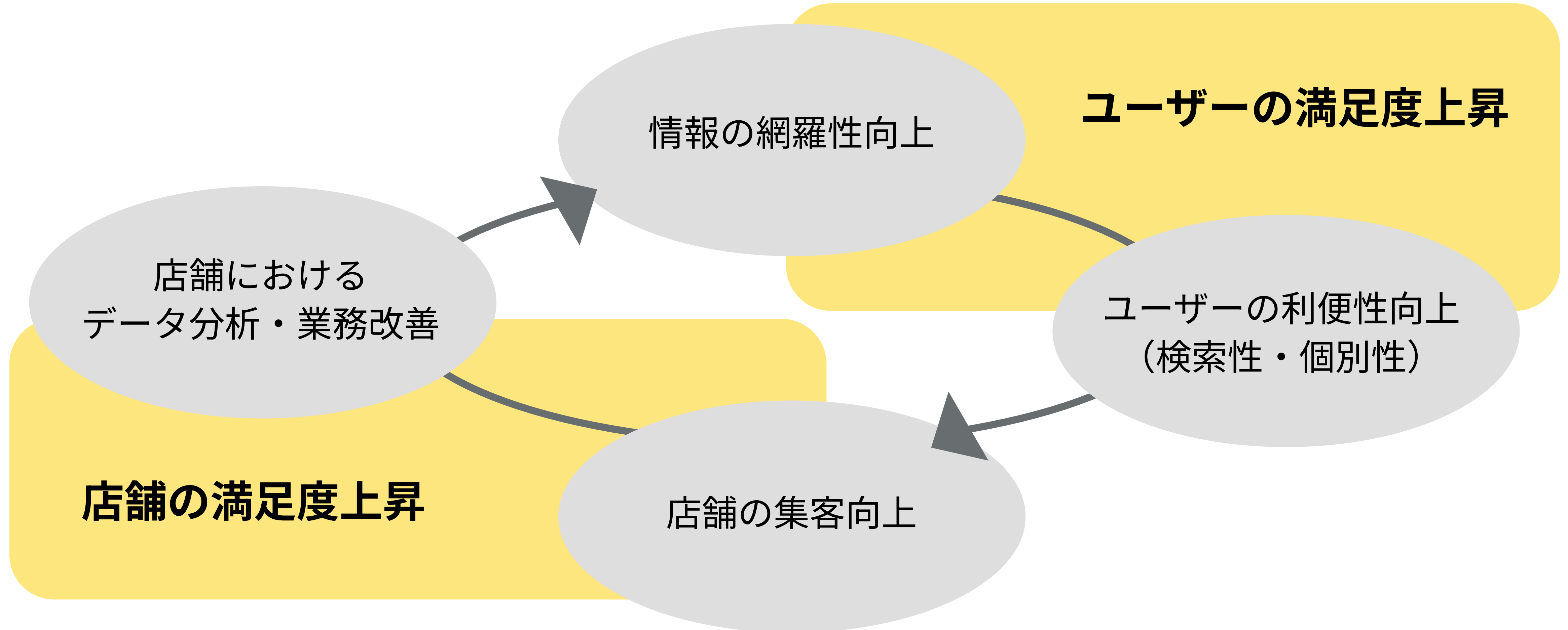
- 2023年9月時点におけるトクバイの登録店舗数は約19万店舗、ターゲット市場全体に対する網羅率は8.2%
- 主力の小売業態における登録店舗数は約16万店舗、市場網羅率は18.1%

ターゲット市場合計：約230万店※
2023年9月末：約188,400店（8.2%）



※ 総務省「令和3年経済センサス」

- ユーザー向け：情報の網羅性と利便性の向上を図り、ユーザー満足度を高める
- 店舗向け：集客・データ分析・業務改善に貢献し、パートナー店舗の満足度を高める



3年後にユーザー数で圧倒的 No.1へ

情報の網羅性

- ・ 最優先で主要3業態（スーパーマーケット・ドラッグストア・ホームセンター）の網羅率を高める
- ・ 中長期の目標は小売以外も含む、全国約230万店がターゲット

検索性

- ・ 検索機能やデザイン（UI/UX）の改善
- ・ 比較、レコメンド、メモ機能等の導入推進等

個別性（パーソナライズ）

- ・ AIを活用して蓄積された行動データを解析し、ユーザー個別に最適化された情報を提供

3年後に登録店舗数で圧倒的 No.1へ

小売主要3業態での新規契約を促進し、網羅率100%を目指す

- コストを懸念する店舗向けには機能を限定した「無償プラン」を提供
- チラシ投稿の手間を懸念する店舗向けには「投稿代行サービス」を提供

有料サービスの提供

送客

- IDの取得による顧客属性の把握とAI活用

分析

- 競合分析、ユーザー動向分析等
- 「リテール総合研究所」の知見提供
- くふうジオデータ（位置情報）やZaim（家計簿）との連携

業務改善

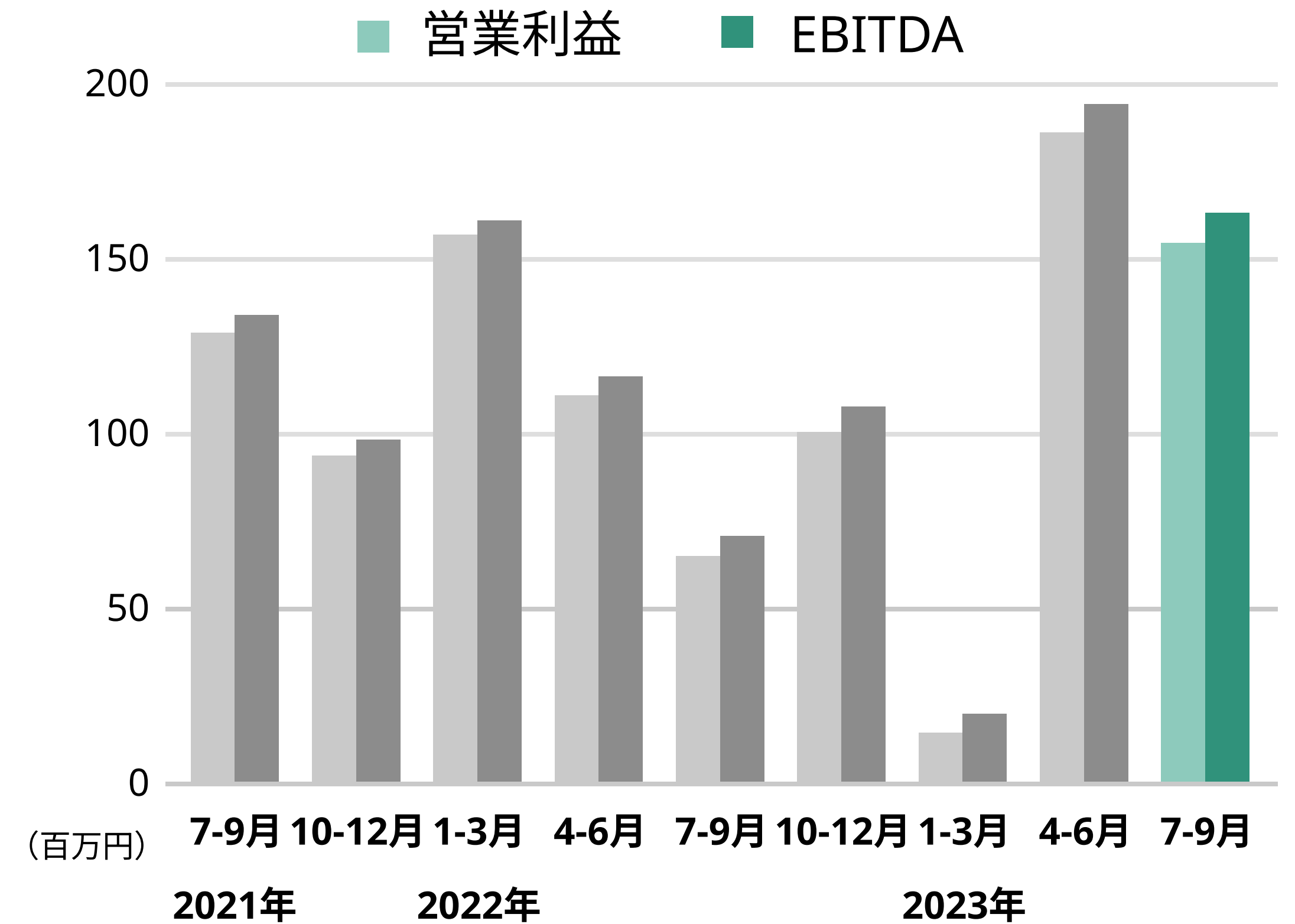
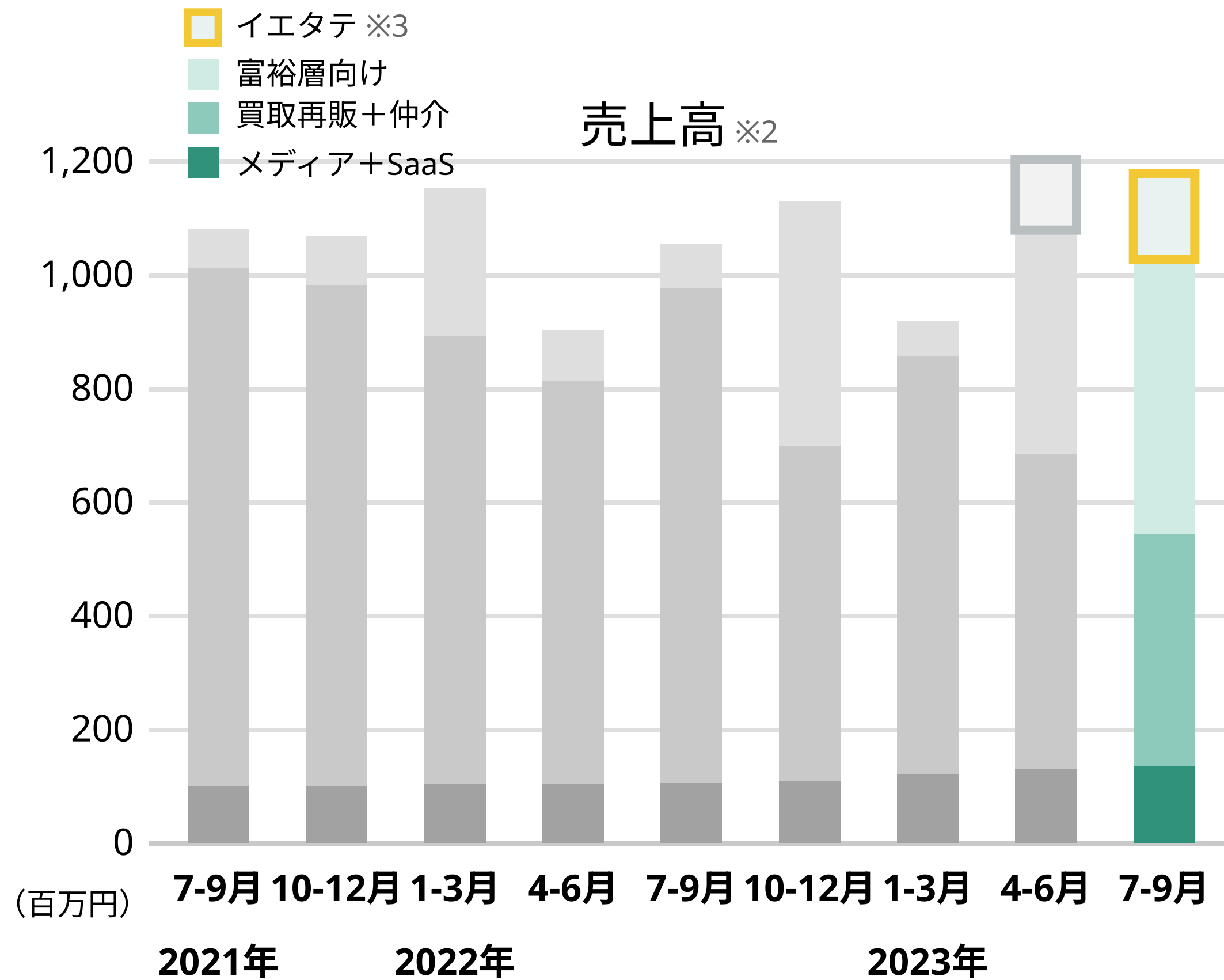
- 在庫管理、シフト管理、求人、SNS等、実店舗オペレーションの支援
- マニュアルなしでも使えるUXの導入

ライフイベント事業



住まい領域（ハイアスを除く） 業績^{※1} 四半期推移

- SaaSツールの販売が堅調に推移、買取再販サービスは在庫整理を推進
- 富裕層向けサービスは国内案件が寄与し、7-9月も利益創出をけん引

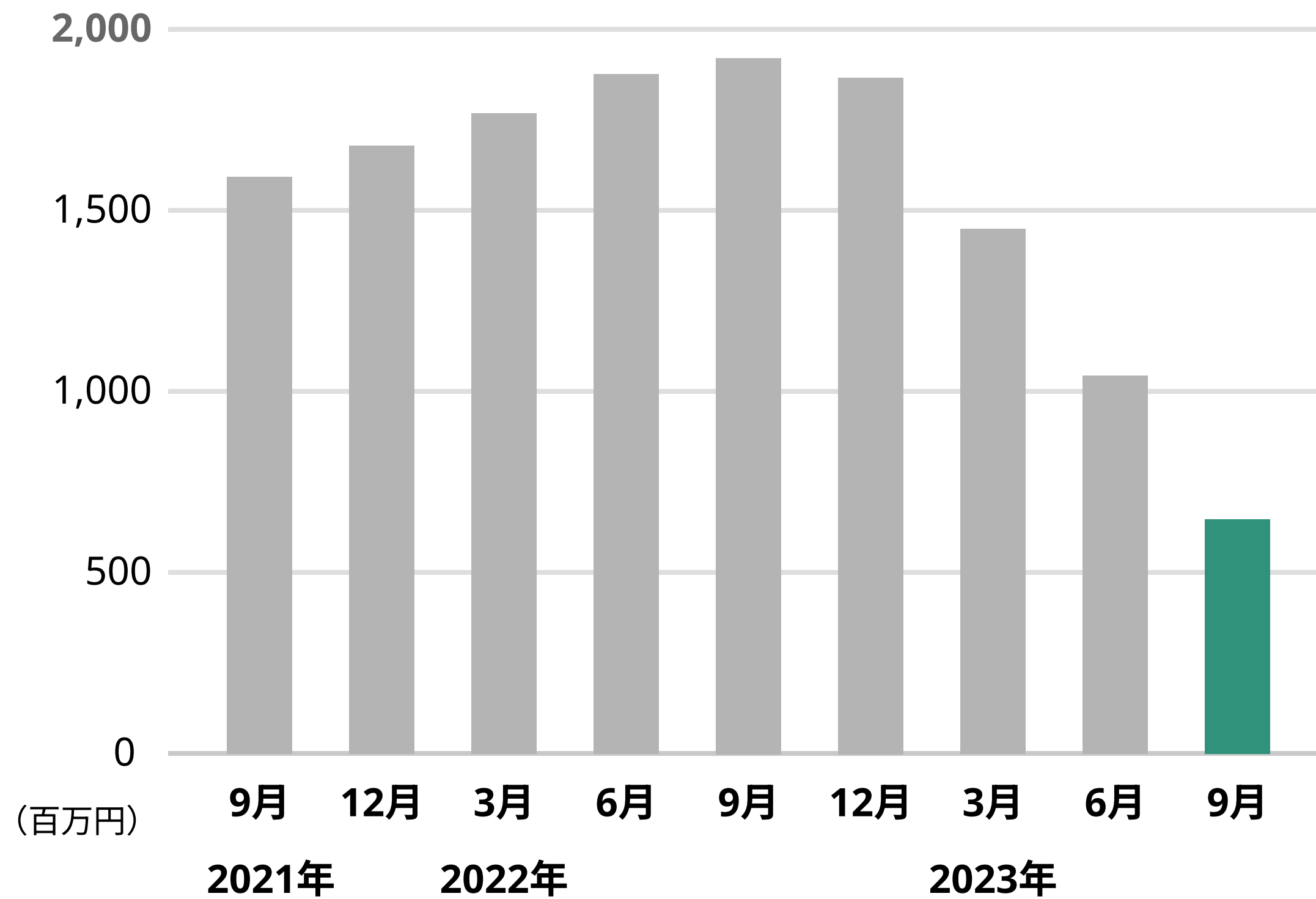


※1：(株)くふう住まい、(株)SSIの単純合算ベース（一部、グループ内取引含む）。なお、2022年10月1日付で(株)オウチーノ及び(株)おうちのくふうを(株)くふう中間持株会社に統合し、(株)くふう住まいへ商号を変更。
 ※2：「富裕層向け」は(株)SSI、その他は(株)くふう住まいにおける売上高。2022年9月以前の売上高について、「メディア+SaaS」=旧(株)オウチーノ、「買取再販+仲介」=旧(株)おうちのくふう、に該当する業績を表示。
 ※3：ローカルの住まい情報メディア「イエタテ」及び家づくりの相談窓口「イエタテ相談カウンター」（2023年4月1日付で(株)しずおかオンラインから(株)くふう住まいへ事業承継）。

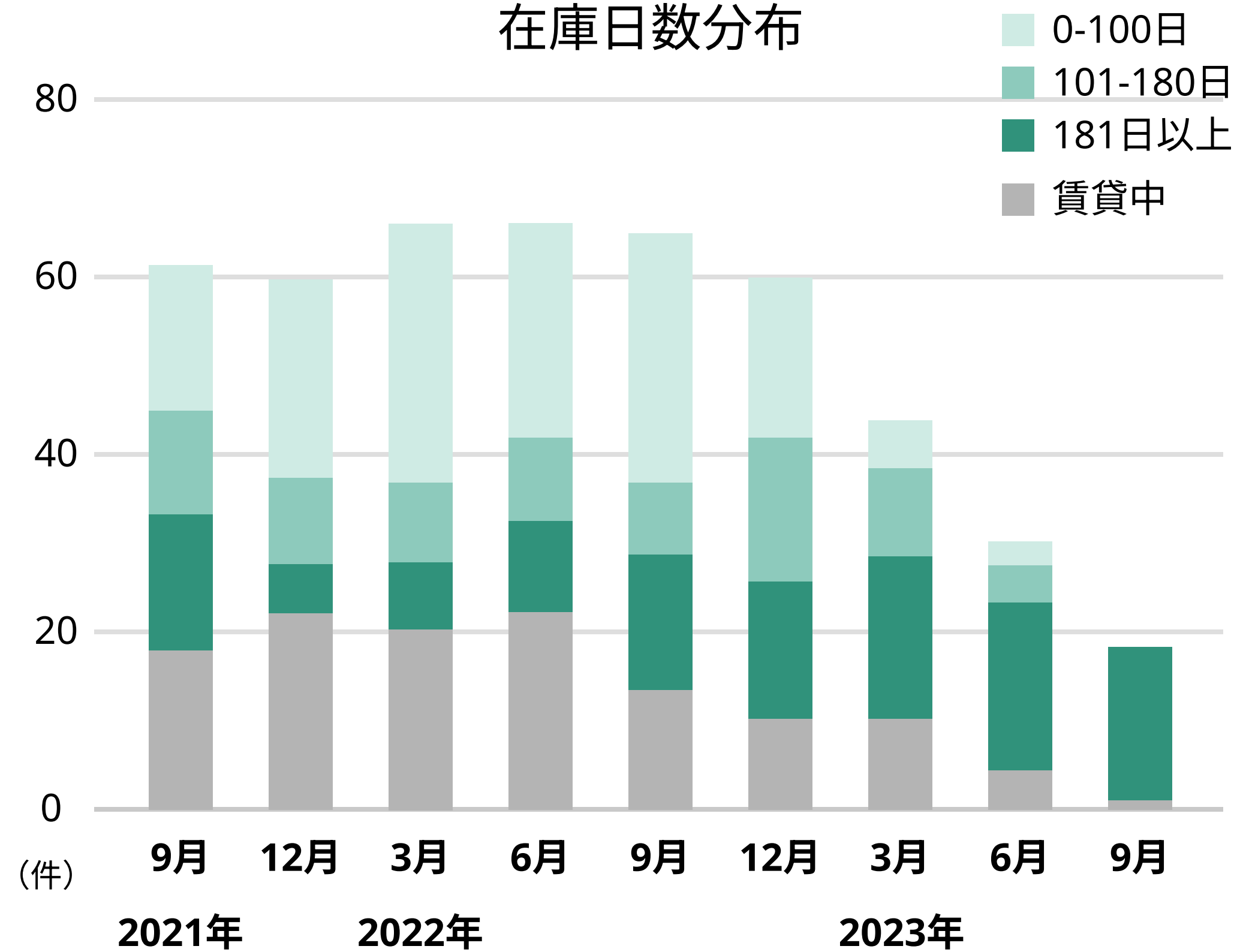
買取再販事業の在庫保有状況

- 7-9月の粗利益率は2.1%（4-6月は3.1%）、9月末時点の在庫回転日数※は168日（6月末時点は204日）

在庫金額

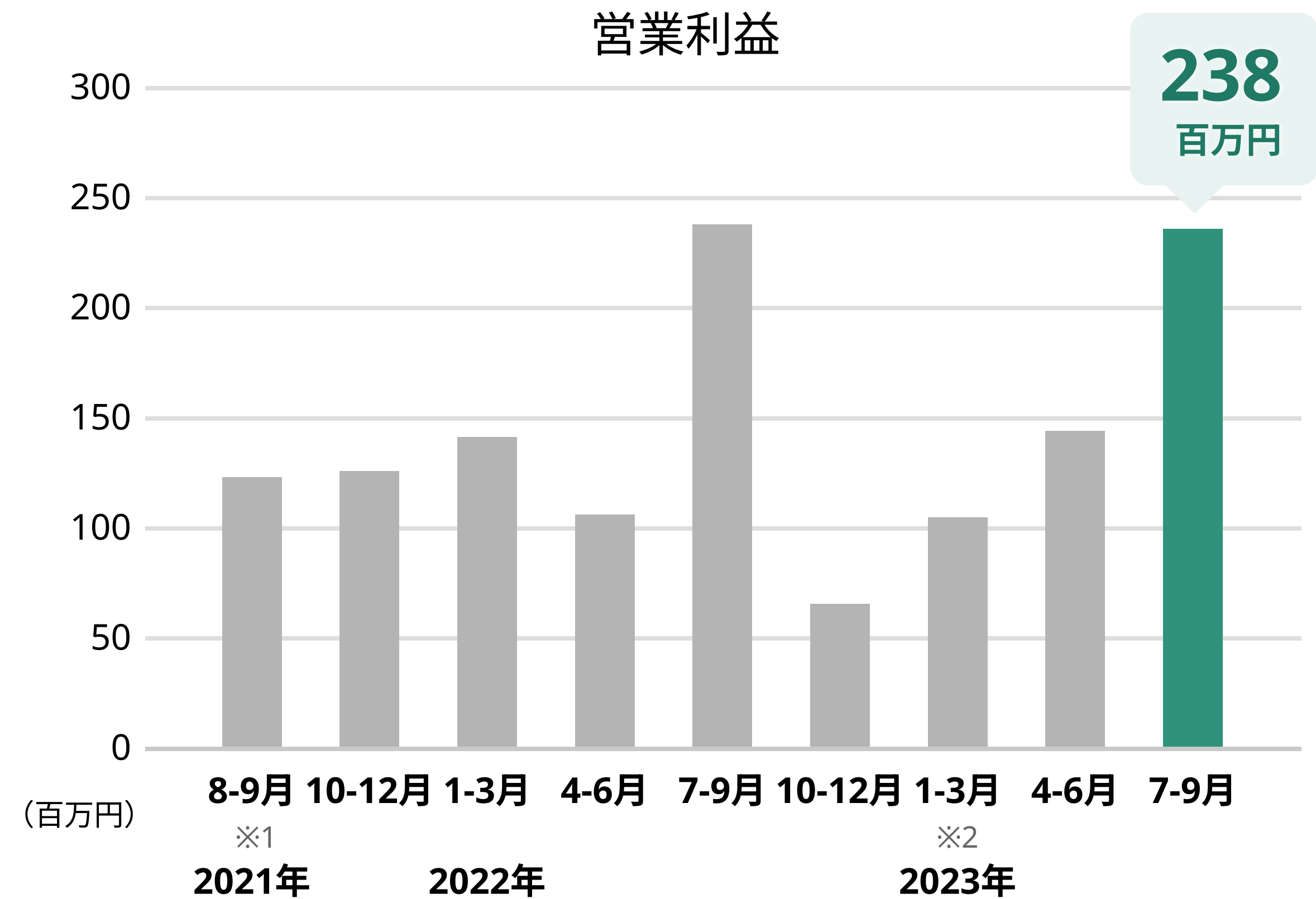
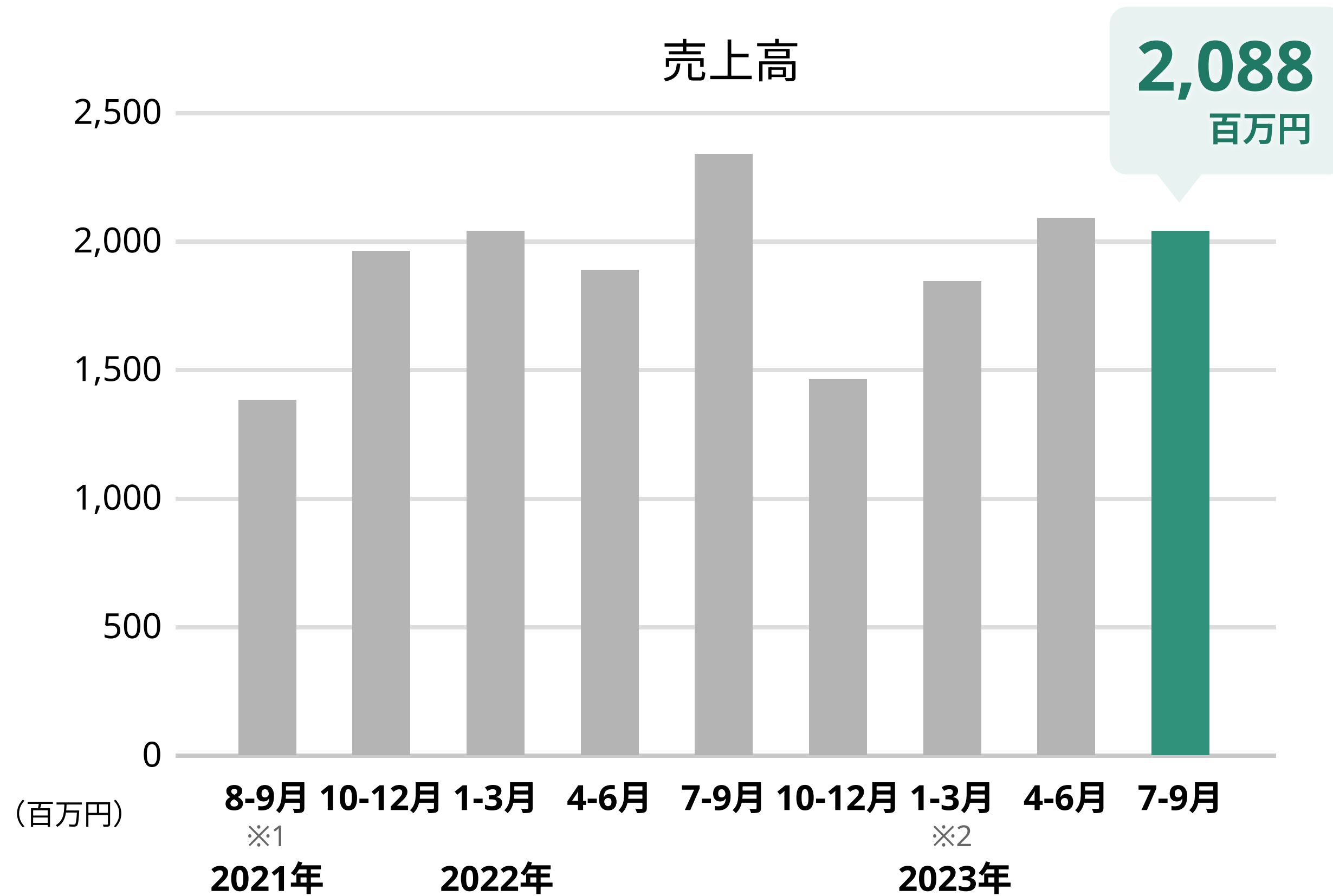


在庫日数分布



※ 在庫回転日数 = 平均在庫金額 / 物件販売金額（賃貸物件に係る金額を除く。物件販売金額は当四半期の日割り金額）

- コンサルティング事業において主力「R+house」の新規受注数が伸び悩んだが、加盟店企業に対する「モデル住宅建築支援」等を引き続き推進
- 建築施工事業は住宅の引き渡しスケジュールが第4四半期（7-9月）に集中していたが、一部引渡しが翌期へ



※1：決算期変更に伴う変則決算のため、2021年8月1日～2021年9月30日（2ヶ月間）の実績。

※2：2023年1-3月より OMソーラー(株) を損益連結開始。

ハイアスの完全子会社化及び自己株式取得を決議

- 2023年11月14日付で、ハイアスの完全子会社化に向けた株式交換契約を締結
- 住まい領域内の開発・連携を加速へ

今後の日程

2023年 11月 14日（本日）	株式交換契約締結日
2023年 12月 20日（予定）	定時株主総会開催日（ハイアス）
2024年 1月 30日（予定）	上場廃止日（ハイアス）
2024年 2月 1日（予定）	株式交換の効力発生日

くふう住まいを株式交換完全親会社とし、くふう住まいの完全親会社であるくふうカンパニー株式をハイアス株主に割り当てる、いわゆる「三角株式交換」を実施予定

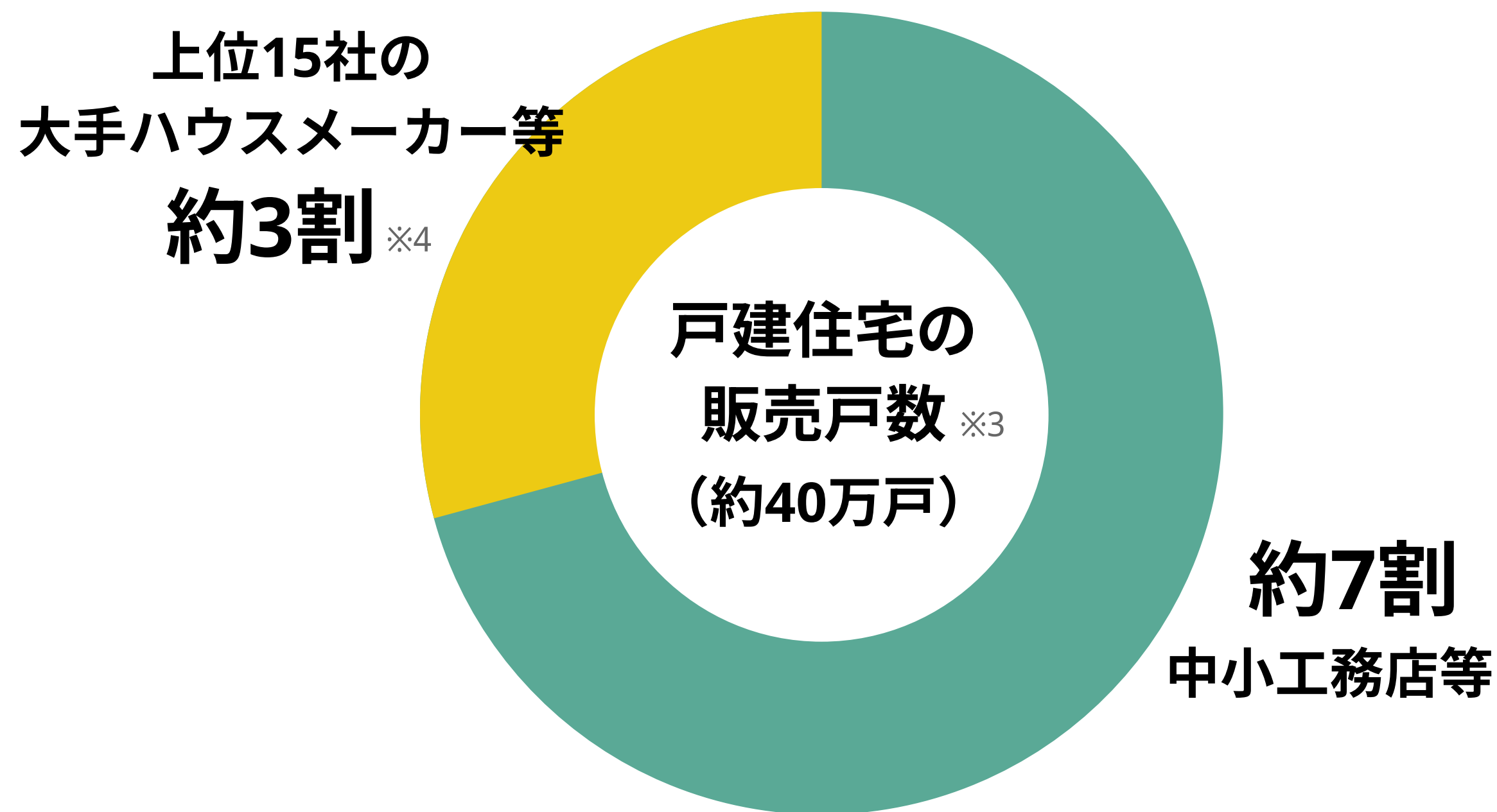
株式交換対価となる新株式発行による株式の希薄化を抑制すると共に、将来の機動的な資本戦略に備えて、11月14日付で自己株式の取得を決議

取得株式総数	上限 1,000,000株（発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 1.7%）
株式の取得価額の総額	上限 1,000,000,000円
取得期間	2023年11月24日～2024年3月31日

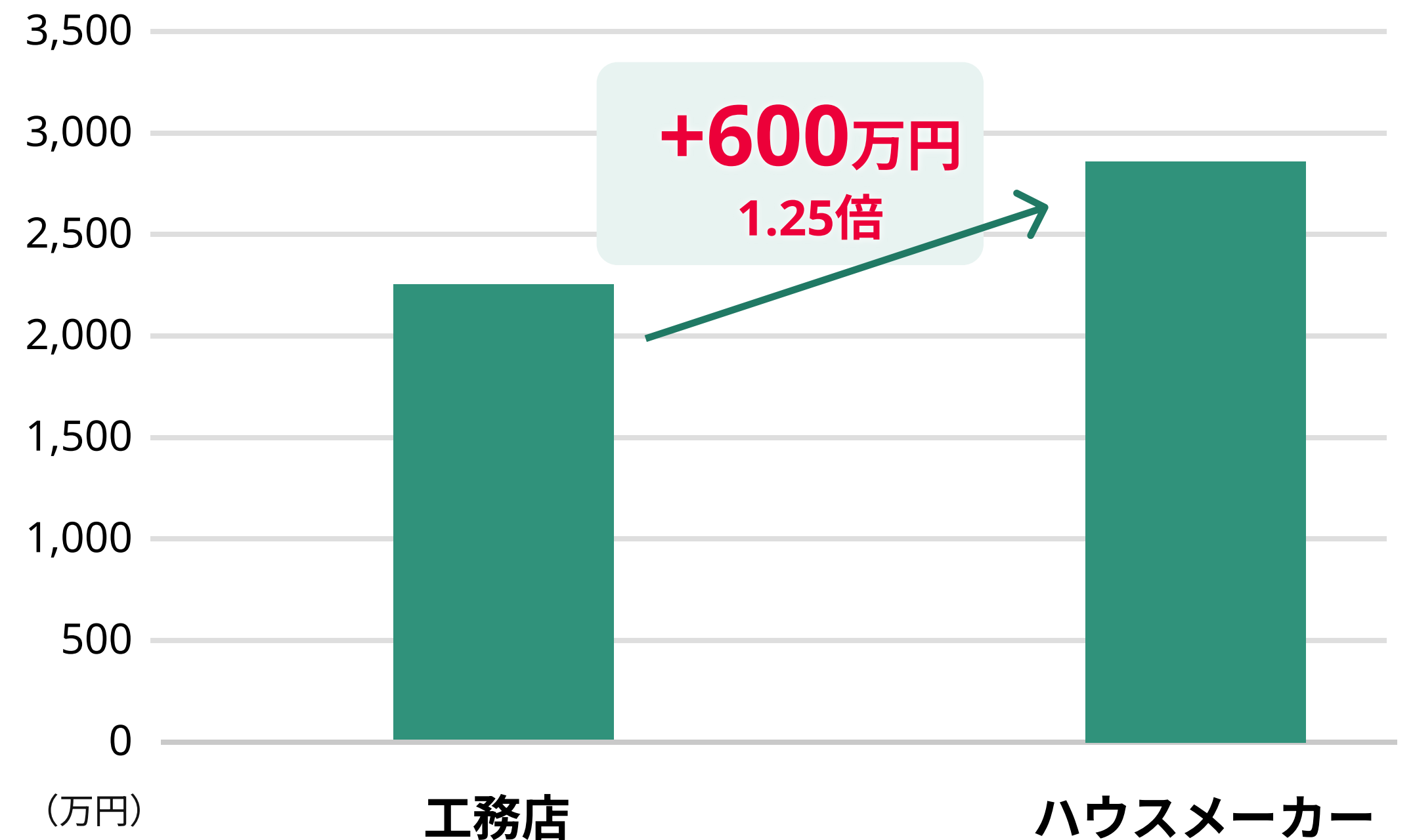
多くのユーザーは「安くて良い家」を建てる工務店に出会えていない

- ・ 工務店約14万社^{※1} に対し、上位15社の大手ハウスメーカーが戸建住宅販売戸数全体の約3割を占める
- ・ 大手ハウスメーカーは工務店に比べて約25%価格が高い

2022年
戸建住宅の市場規模：7.2兆円 ^{※2}



当社相談カウンターにおける
工務店とハウスメーカーの価格比較 ^{※5}



※1：国土交通省「建設業許可業者の現況（令和5年3月末現在）」

※2：国土交通省「住宅着工統計（2022年）」より戸建住宅（持家及び戸建分譲）の市場規模を当社グループ試算

※3：国土交通省「住宅着工統計（2022年）」（持家及び戸建分譲）

※4：(株)住宅産業研究所「月刊TACT」2022年9月号、10月号より当社グループ試算

※5：当社相談カウンターの直近年度における成約事例より作成（価格は建築請負金額）

現在静岡中心の相談サービスを全国展開し、**5年後に注文住宅施工取扱い数 No.1** へ

既存相談サービスの概要

- 静岡/山梨/愛知で計6店舗展開し前年比 +44% 成長
- 第三者視点でライフプラン相談から住宅会社選びまでサポート
- ハウスメーカー等大手に偏重せず地元工務店を紹介



今後4年で全国展開、併せてAI活用によりオペレーション効率を改善

- 周辺ビジネスも強化し、ユーザーと工務店をサポート

営業ツール

土地紹介

保険見直し

現状

多くの工務店は
集客・接客リソースが不足、
DX化も進まず

ユーザー/工務店にとって
最大のボトルネックは
「土地探し」

注文住宅相談において
ライフプラン相談実施も
改善提案には至らず

今後の展開

- パンフレットや資料作成機能
- 土地紹介機能
- 追客機能

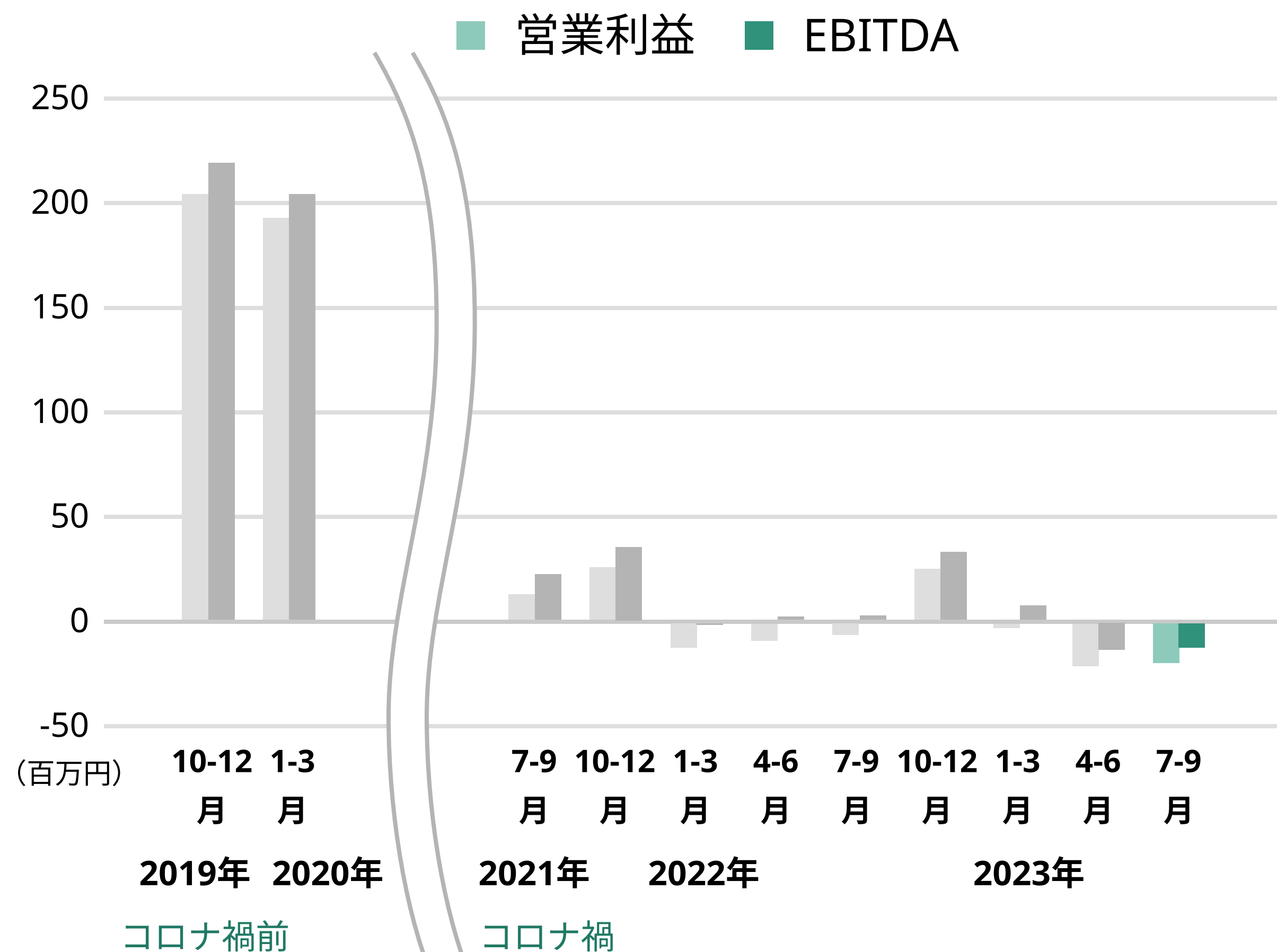
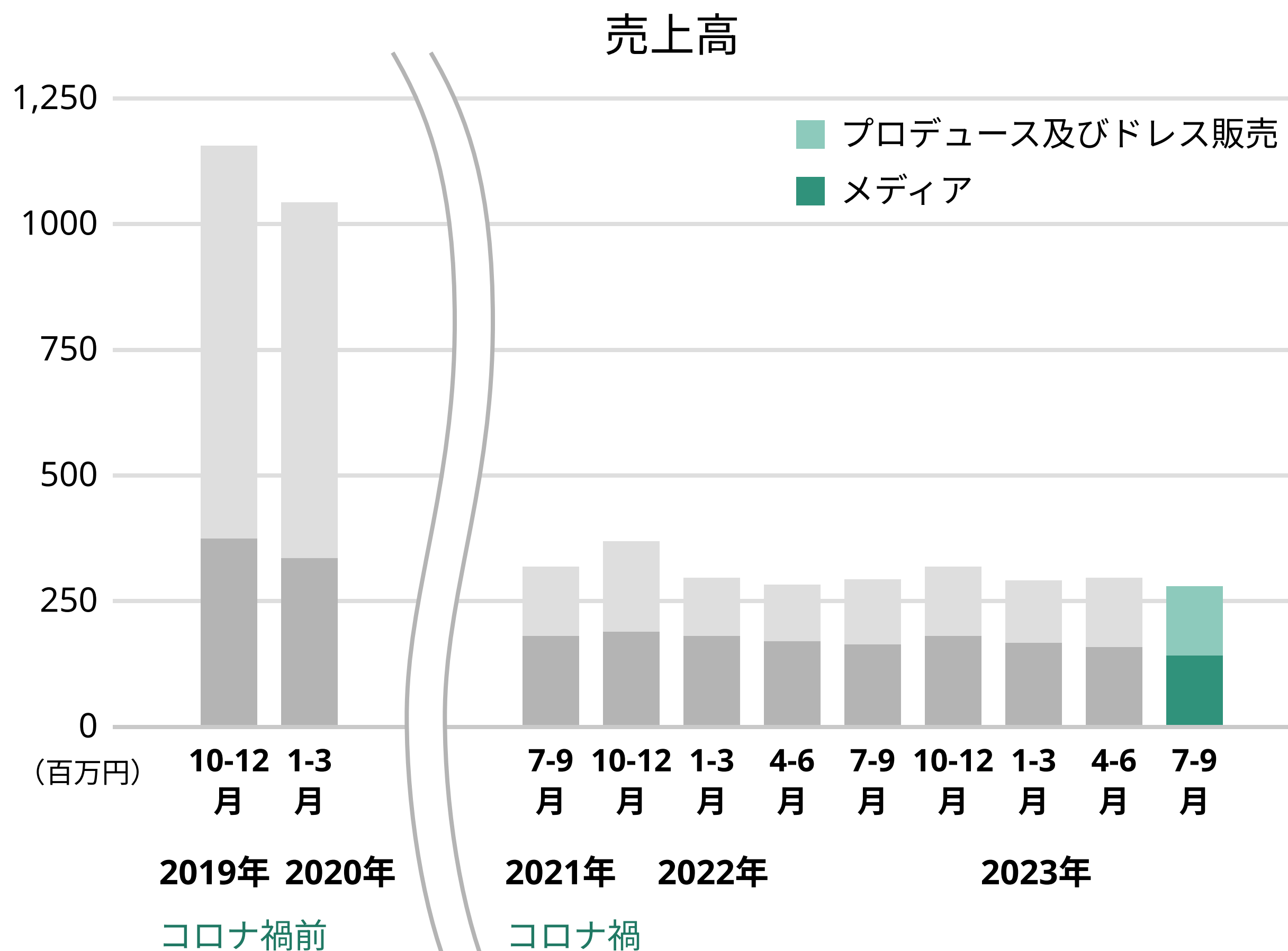
- 仲介と連携した土地紹介
- 更に踏み込んで土地C2Cを実現

- 住宅購入やライフステージの
変化に伴う保険見直しサポート

ツール「くらすマッチ」は10月に「注文住宅向け土地紹介機能」をリリース

結婚領域 業績 四半期推移

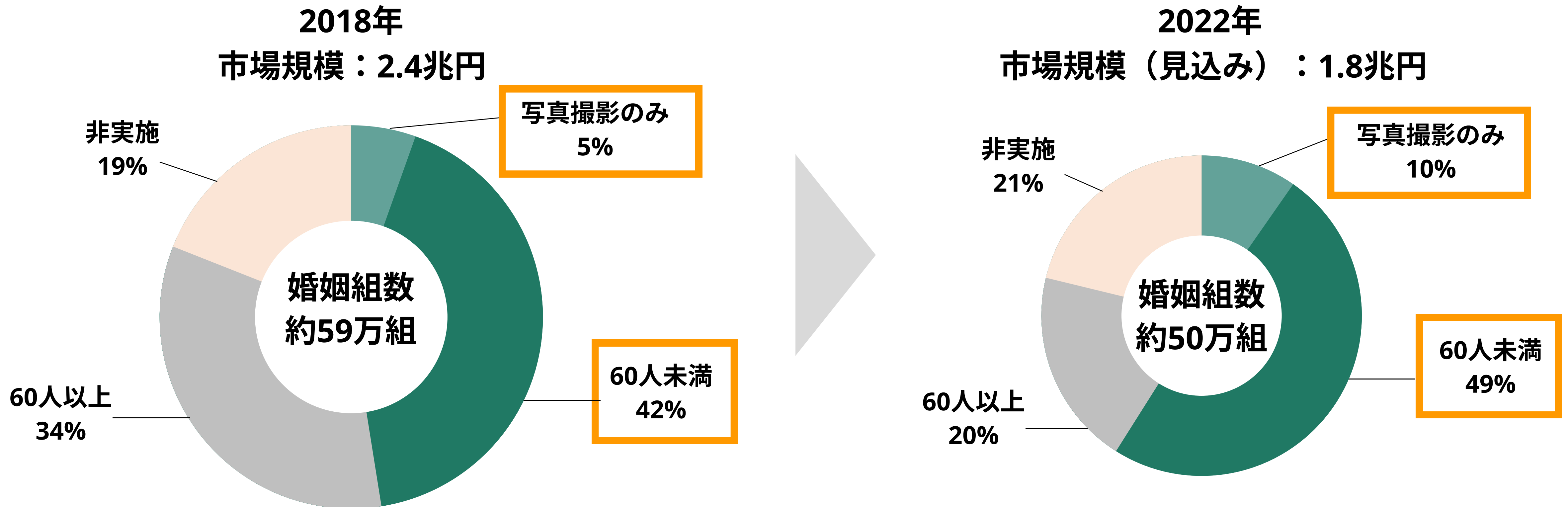
- 23/9期は有料広告掲載式場数の減少が継続、メディア事業の収益悪化により領域全体の利益は通期で前年割れ
- 結婚式プロデュース事業は施行数は低調に推移するも、24/9期の黒字化に向けて受注は回復傾向



コロナ禍を経て少人数婚のニーズが拡大

- コロナ禍を経て結婚市場全体の規模は縮小するも、少人数婚の割合は増加

ブライダル関連市場規模^{※1}と結婚イベントの規模別構成比^{※2}



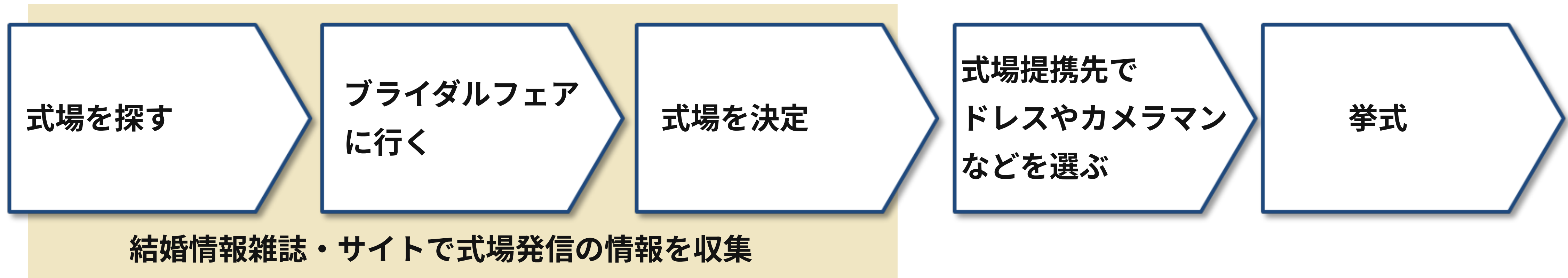
※1：矢野経済研究所「ブライダル市場に関する調査（2023年）」

※2：厚生労働省「令和4年（2022）人口動態統計（確定数）の概況」、(株)リクルート「結婚総合意識調査2019」及び「結婚総合意識調査2023」（リクルートブライダル総研調べ）、(株)リクルート「ゼクシィ 結婚トレンド調査2023」の結果を参考に当社推計

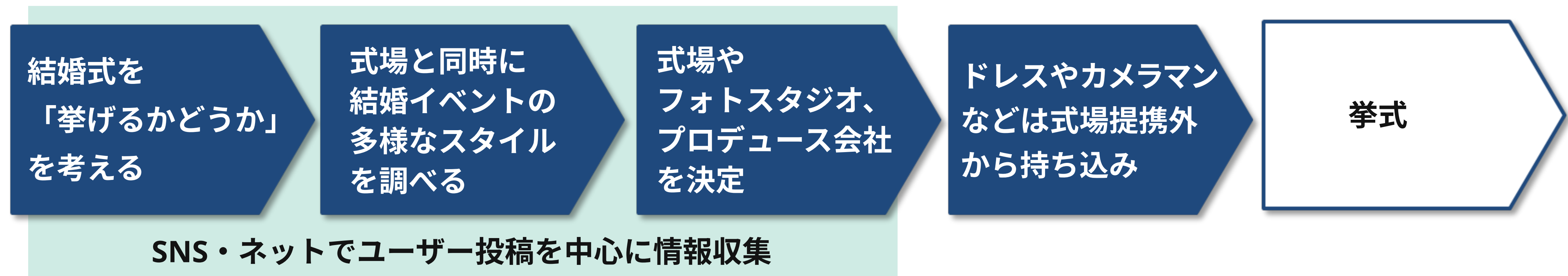
ユーザーの意思決定の流れと行動の多様化

- ・ コロナ禍を機にユーザーの意思決定の流れと行動の多様化が急速に進展

これまでの画一的な意思決定の流れ



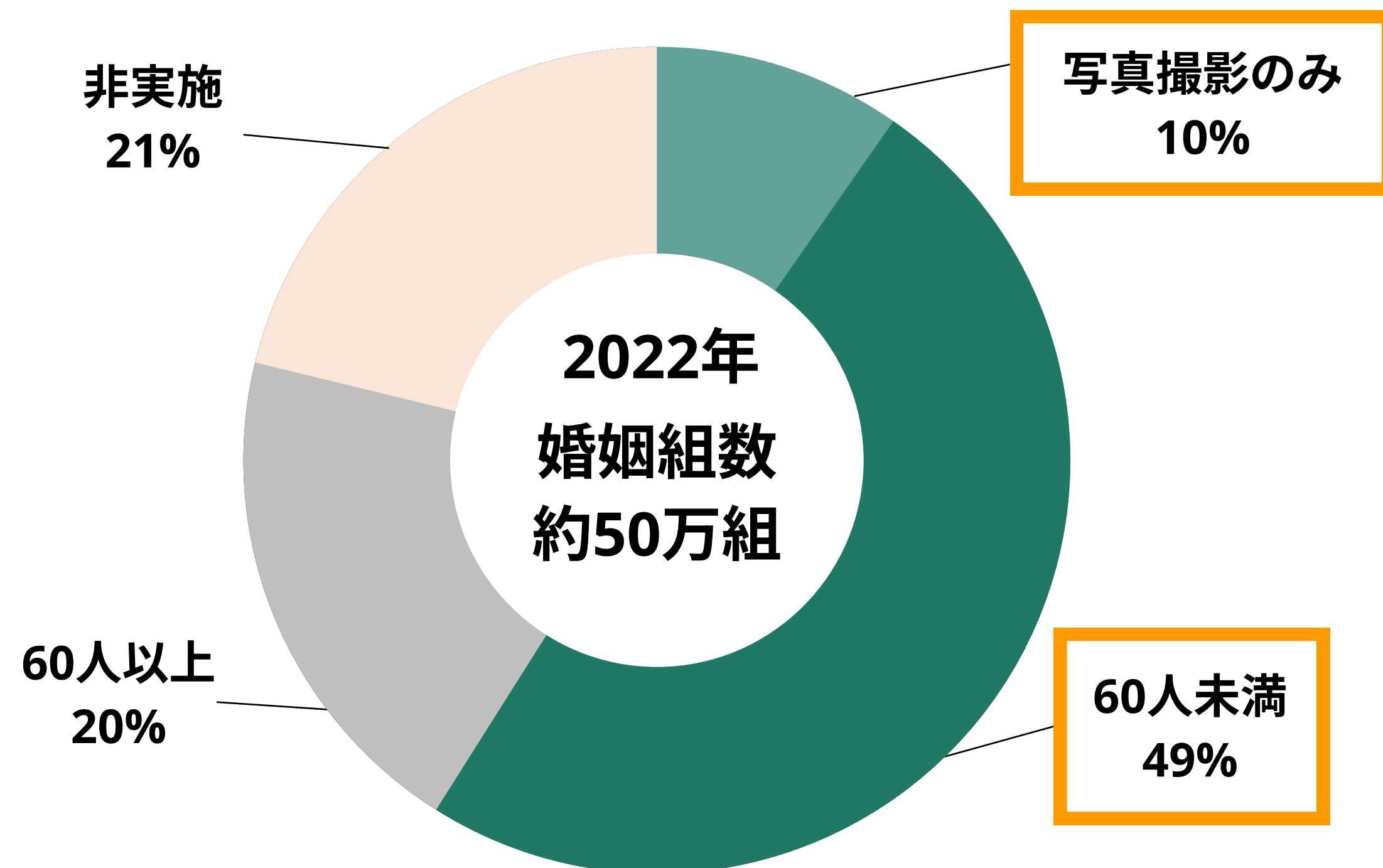
多様化したユーザー志向性から生まれた新たな意思決定の流れ



蓄積されたデータ（口コミ・費用明細・事例）を強みに、AI技術×リアル（相談・プロデュース）の力で

5年後に結婚式取扱い数 No.1 へ

結婚イベントの規模別構成比 ※



当社の競争優位性

- 口コミ/費用明細/事例といったデータのAI活用による多様な結婚式スタイルの提案
- ホテル/レストラン/神社等、小規模会場の豊富な取扱い
- プロデュース事業による少人数・低単価ニーズへの対応
- 高まるドレスの持ち込みニーズやフォトウェディングへの対応

※ 厚生労働省「令和4年（2022）人口動態統計（確定数）の概況」、(株)リクルート「結婚総合意識調査2019」及び「結婚総合意識調査2023」（リクルートブライダル総研調べ）、(株)リクルート「ゼクシィ 結婚トレンド調査2023」の結果を参考に当社推計

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競争、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

お問い合わせ

コーポレート・コミュニケーション部 IR担当

E-mail : ir@kufu.co.jp HP : <https://kufu.company/>