



# 2024年9月期 第1四半期 連結決算 説明資料

2024年2月14日



# 目次

## 1. 2024年9月期 第1四半期 連結業績

## 2. 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. 2024年9月期 第1四半期 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

**SHIZUOKA ONLINE**

地域・生活情報メディア

**くふうAIスタジオ**

家計簿サービス及び開発・研究

**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、相談サービス

### 結婚領域

**エニマリ**

結婚情報メディア・  
プロデュースサービス

## 投資・インキュベーション事業

**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

**くふう少額短期保険**

保険商品開発・販売

(関連会社)

**actindi**

子どもとおでかけ情報サイト

## その他

**くふうカンパニー**

持株会社（グループ事業会社支援）

- 当第1四半期の売上高は 3,263百万円、営業利益は ▲117百万円、EBITDA は 134百万円で着地

## 各事業の進捗

### 毎日の暮らし事業

#### 日常・地域生活領域

- メディア戦略の方針転換に伴い、生活総合情報メディア「くふうLive!」の事業譲渡を実施
- トクバイ事業は微増収トレンドを維持するも、領域全体は昨年3月以降の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

#### 住まい領域

- 厳しい市況の中、ハイアスは住宅施工の取扱い件数の伸び悩みや納期遅延等による減収及び買収費用の計上を主因に赤字となるも、完全子会社化（2024年2月1日付）による住まい領域全体での成長施策を検討中
- 不動産事業者向けSaaSツールの販売が堅調に推移、イエタテ事業は相談カウンターの成約数増加等が寄与

#### 結婚領域

- 有料広告掲載式場数の減少が底打ちすると共に、結婚式プロデュース事業は施行及び受注が増加傾向となり、通期での黒字化に向けて概ね計画通りの進捗

### 投資・ インキュベーション事業

#### 投資・事業開発領域

- 前年同期は営業投資有価証券の売却益を計上、当第1四半期は大きな取引は発生せず

- 前年同期比で減収減益

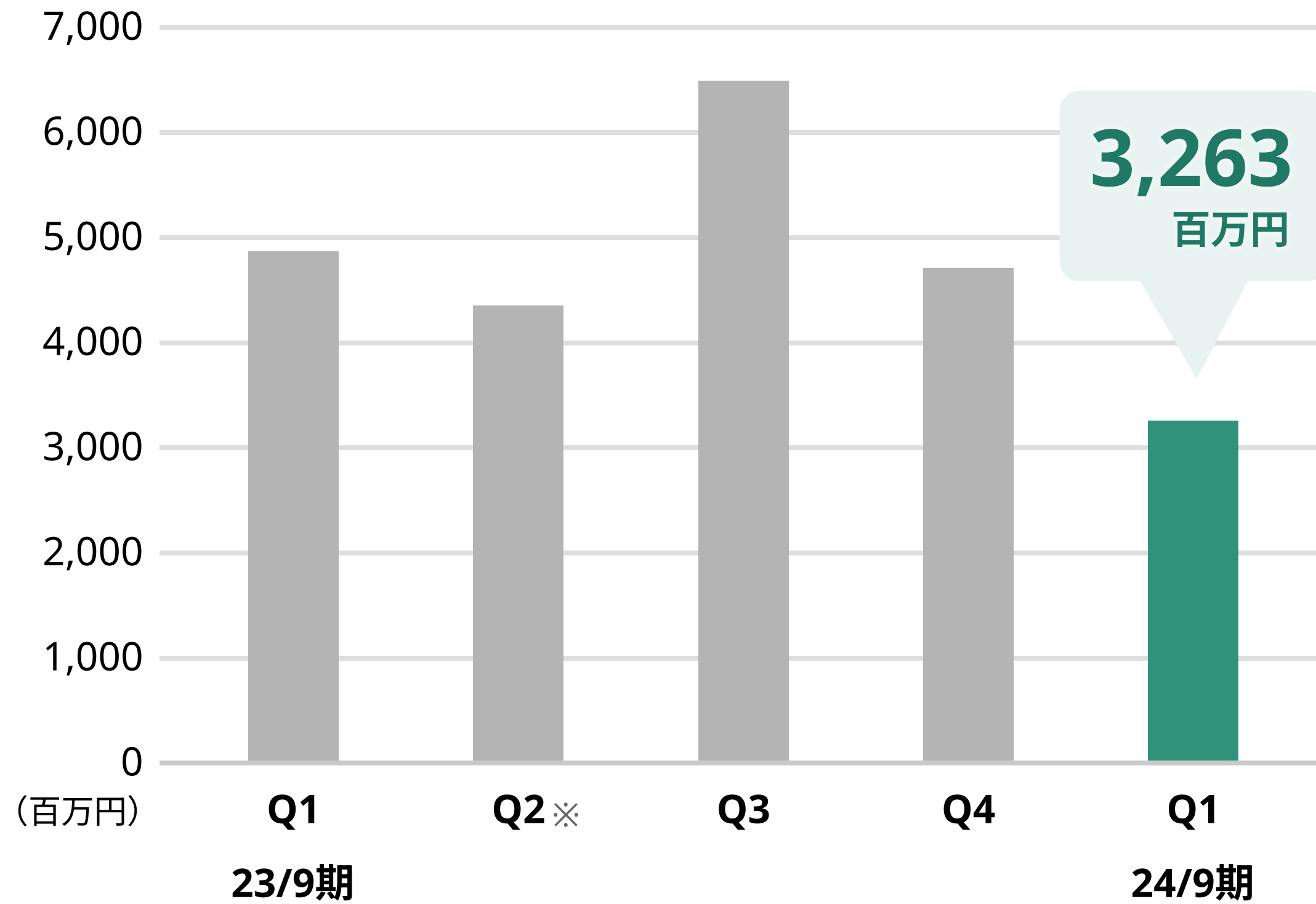
	23/9期					24/9期		
	Q1	Q2※	Q3	Q4	通期	Q1	前年同期比	前四半期比
売上高	4,883	4,362	6,543	4,696	20,486	3,263	66.8 %	69.5 %
営業利益	433	151	1,023	274	1,882	▲117	-	-
EBITDA	685	418	1,285	536	2,926	134	19.7 %	25.2 %

(単位：百万円)

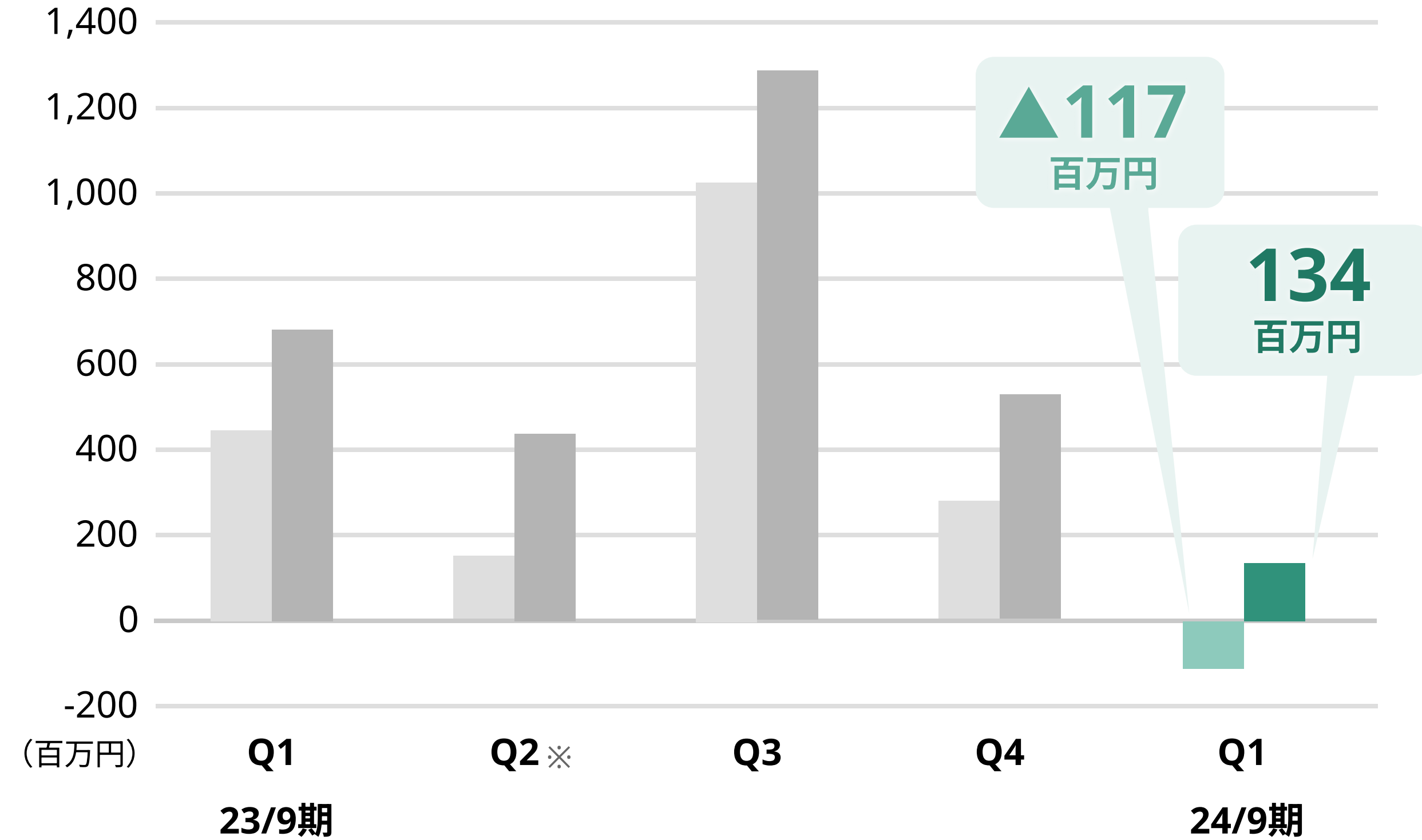
※ ライフイベント事業において OMソーラー(株) を、投資・インキュベーション事業において (株)RETRIP を2023年9月期 第2四半期連結会計期間より損益連結開始。

- 前年同期比で減収減益

売上高



営業利益 EBITDA



※ 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）

- ・ 毎日の暮らし事業は当第1四半期における一部メディアの事業譲渡等を主に減収
- ・ ライフイベント事業は住まい領域を中心に減収

	23/9期					24/9期		
	Q1	Q2 ※1	Q3 ※2	Q4 ※3	通期	Q1※4	前年同期比	前四半期比
毎日の暮らし事業	1,110	1,211	930	1,157	4,409	1,016	91.6%	87.8%
ライフイベント事業	2,938	3,037	3,628	3,549	13,154	2,233	76.0%	62.9%
投資・インキュベーション事業	828	99	1,974	70	2,972	91	11.0%	128.9%
その他	50	58	80	-	189	-	-	-
調整額	▲43	▲44	▲70	▲80	▲240	▲77	-	-

(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。

※4：2024年9月期 第1四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントをその他から投資・インキュベーション事業へ変更、前期業績も遡求して修正。



# 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年同期に比べて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の減収を主因に減益

	23/9期					24/9期		
	Q1	Q2 ※1	Q3 ※2	Q4 ※3	通期	Q1※4	前年同期比	前四半期比
毎日の暮らし事業	259	313	179	202	955	141	54.4%	69.6%
ライフイベント事業	191	118	306	369	986	7	3.7%	1.9%
営業利益 投資・ インキュベーション事業	313	5	834	▲35	1,118	▲34	-	-
その他	▲61	▲44	▲44	-	▲149	-	-	-
調整額	▲269	▲242	▲252	▲263	▲1,027	▲231	-	-

(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。

※4：2024年9月期 第1四半期連結会計期間より一部事業の計上セグメントをその他から投資・インキュベーション事業へ変更、前期業績も遡求して修正。

	2023年9月末	2023年12月末	増減額	増減要因
流動資産	14,122	12,200	▲1,921	
（現金及び預金）	9,405	6,720	▲2,685	・ 子会社株式の取得、借入金の返済、自己株式の取得等により 現金及び預金が 2,685百万円減少
（営業投資有価証券）	1,334	1,420	86	
（販売用不動産）	1,232	1,384	152	
（その他流動資産）	525	982	456	・ 投資資金等の預け金の増加により その他流動資産が 456百万円増加
固定資産	6,851	7,449	598	
（のれん）	3,591	4,018	426	・ ゴールドエッグスの連結開始等の影響 により、のれんが 426百万円増加
（投資その他の資産）	1,795	1,846	50	
<b>資産</b>	<b>20,973</b>	<b>19,649</b>	<b>▲1,323</b>	
負債	9,376	8,680	▲695	
（短期借入金及び長期借入金）	5,349	4,797	▲552	・ 短期借入金及び長期借入金が 552百万円 減少
純資産	11,596	10,969	▲627	
（資本剰余金）	8,452	8,220	▲232	・ 子会社株式の追加取得等により 資本剰余金が 232百万円減少
（利益剰余金）	1,739	1,534	▲204	
（自己株式）	▲132	▲304	▲171	・ 自己株式は12月末までの取得により 171百万円増加
（その他有価証券評価差額金）	▲13	▲4	8	
<b>負債及び純資産</b>	<b>20,973</b>	<b>19,649</b>	<b>▲1,323</b>	

※ ( ) 記載している項目の金額は内書を表示。

(単位：百万円)

## 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

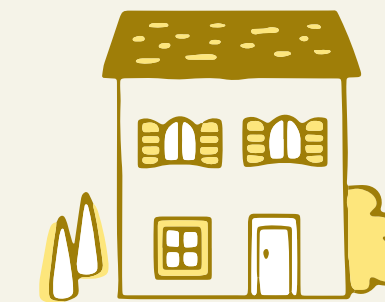
日常・地域生活領域



### 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。



## 静岡プロ野球新球団のネーミングライツを取得

- 2024年1月、静岡県初のプロ野球ファーム・リーグ参入のハヤテ223と資本業務提携契約を締結。
  - 球団のネーミングライツを取得し、球団名は「くふうハヤテベンチャーズ静岡」に決定。
- ◀ 2024年1月16日に都内で球団名発表記者会見を実施、テレビや新聞をはじめ20媒体以上が参加

 **くふうしずおか**

**くふうイエタテ**

## 静岡を起点にグループの地域事業の強化を目指す

- しずおかオンラインの社名を「株式会社くふうしずおか」へ変更（2024年4月）
- くふう住まいが静岡を中心に展開する地域密着型住まいメディア及びサービス「イエタテ」を「くふうイエタテ」にブランド変更（2024年3月）、相談カウンターの出店強化へ

## 2. 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年後に住宅関連施工取扱い件数 No.1

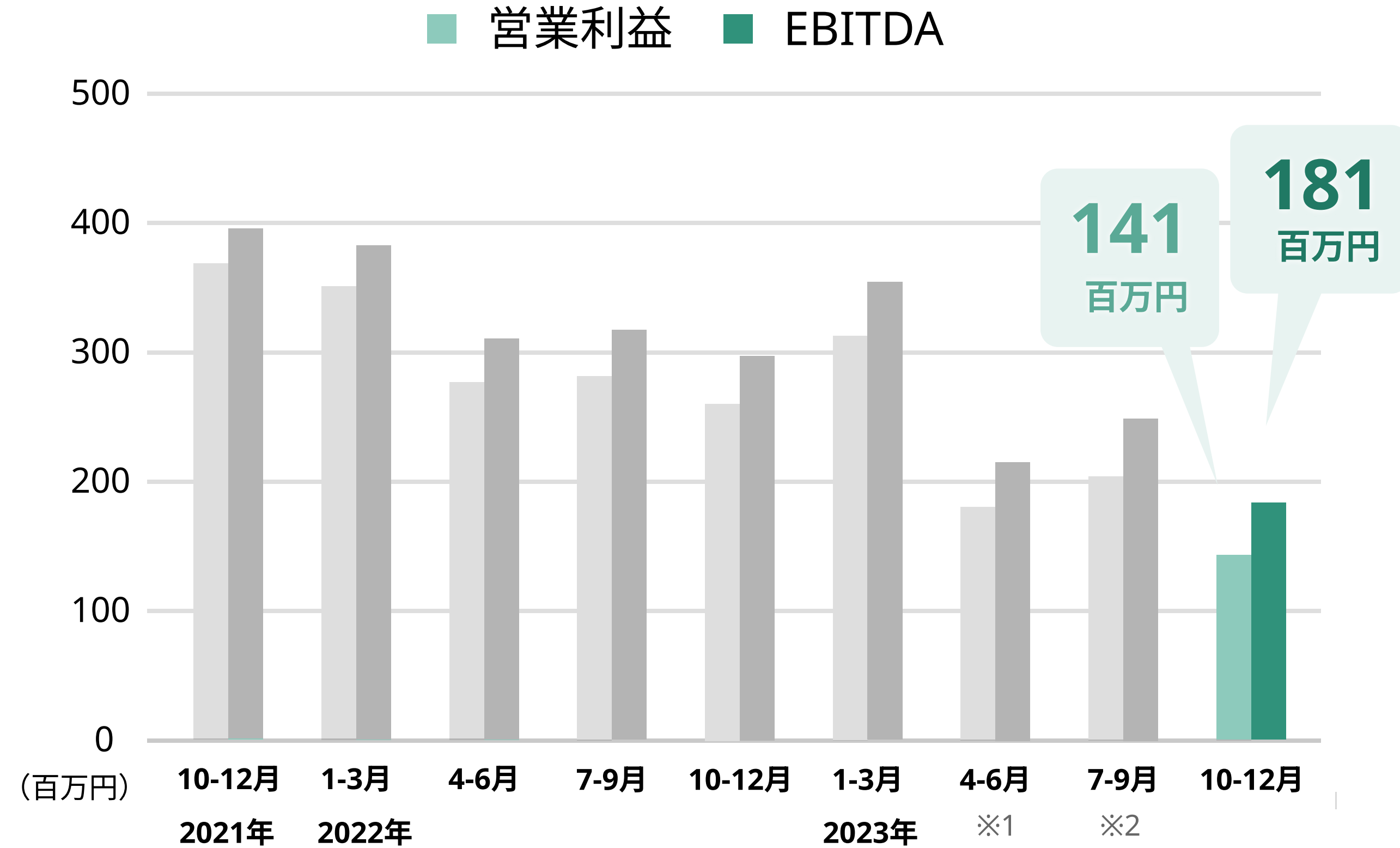
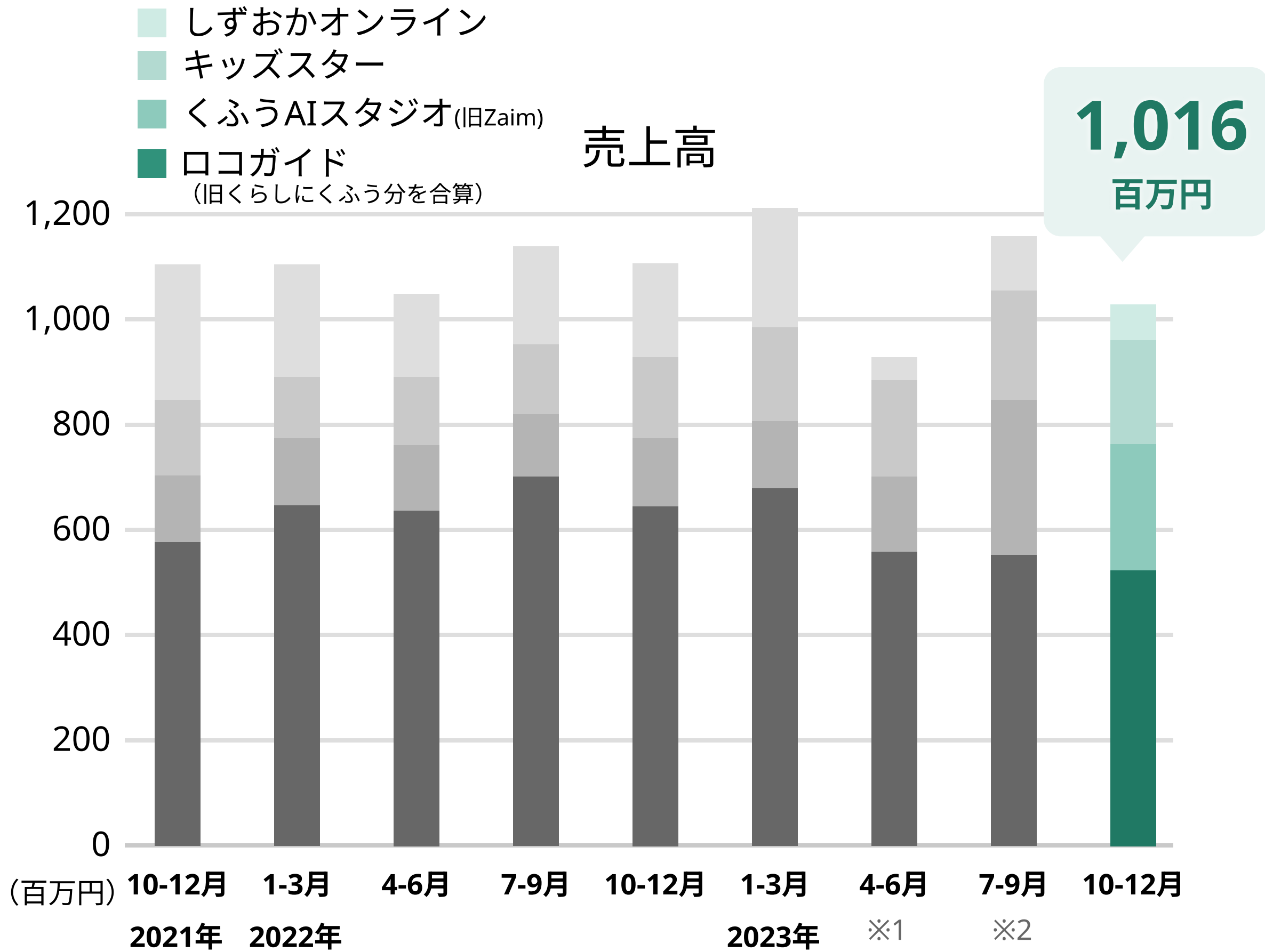
**結婚**      5年後に結婚式取扱い件数 No.1

# 毎日の暮らし事業



# 毎日の暮らし事業 業績 四半期推移

- メディア戦略の方針転換に伴い、生活総合情報メディア「くふうLive!」の事業譲渡を実施
- トクバイ事業は微増収トレンドを維持するも、領域全体は昨年3月以降のメディア広告の減益インパクトが大きい



※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。

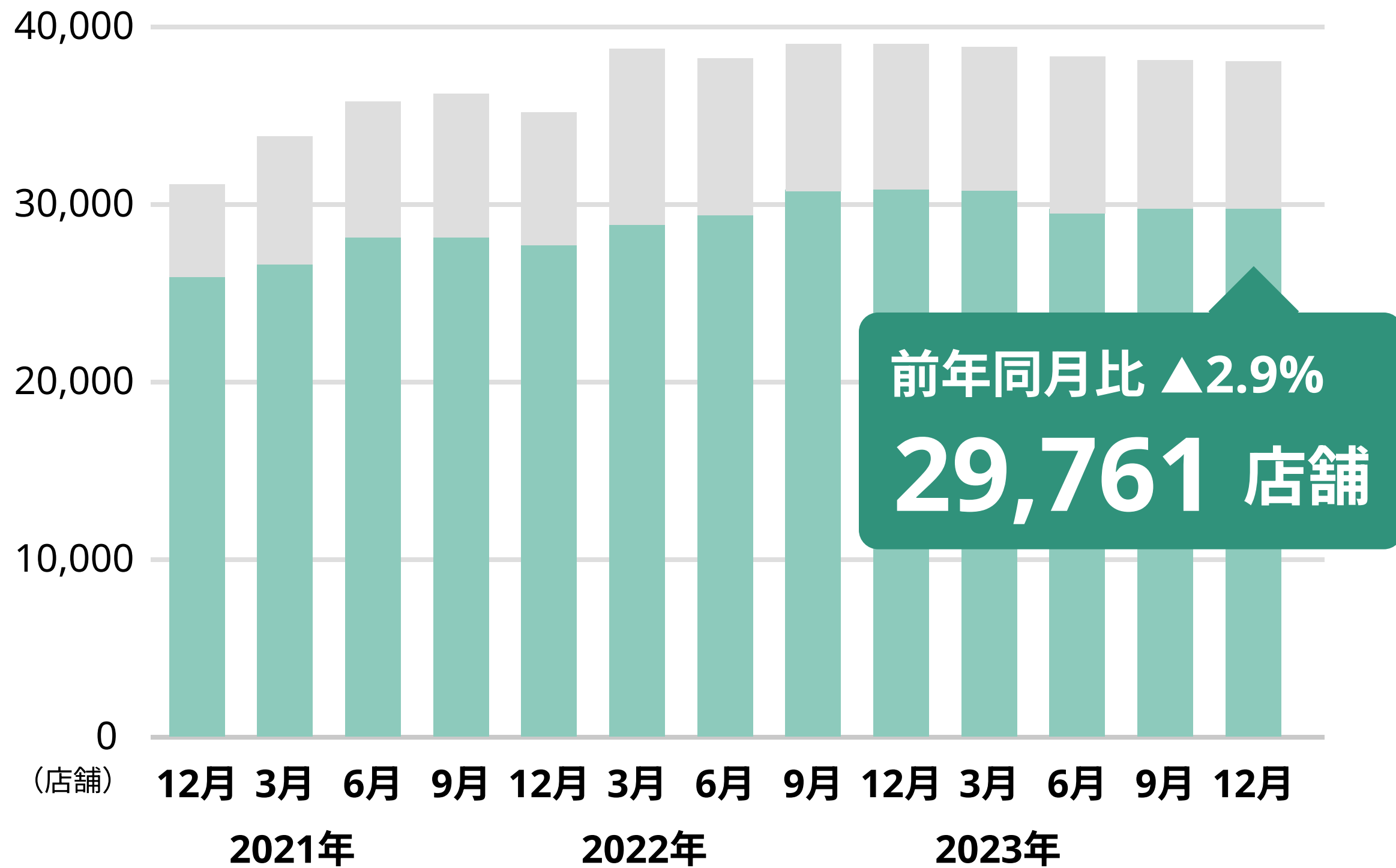


# トクバイサービス有料掲載店舗数と平均単価の推移\*

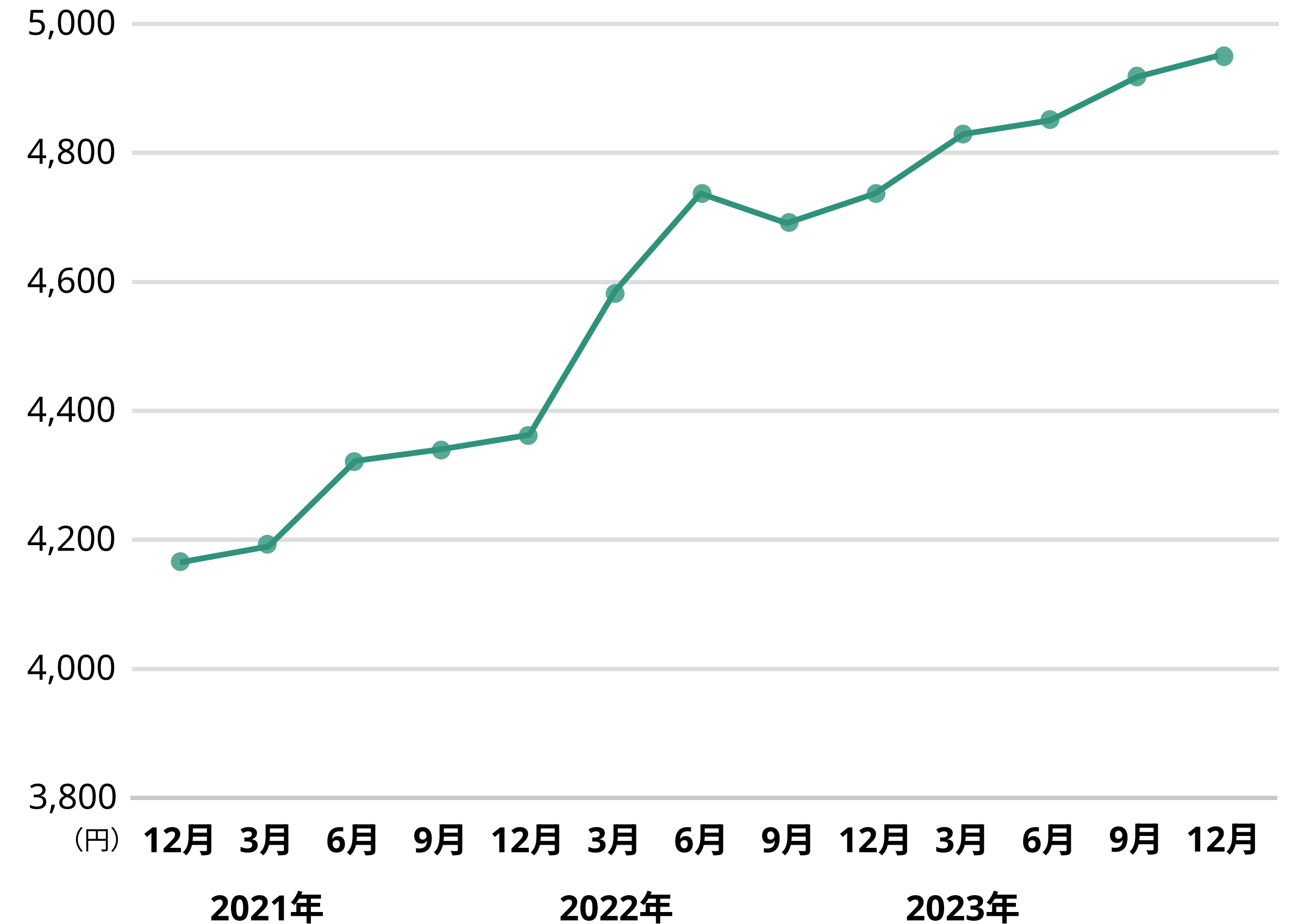
- 2023年12月末時点の有料掲載店舗数は 38,199店舗（定額課金店舗数は前年同月比 ▲2.9% の 29,761店舗）

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

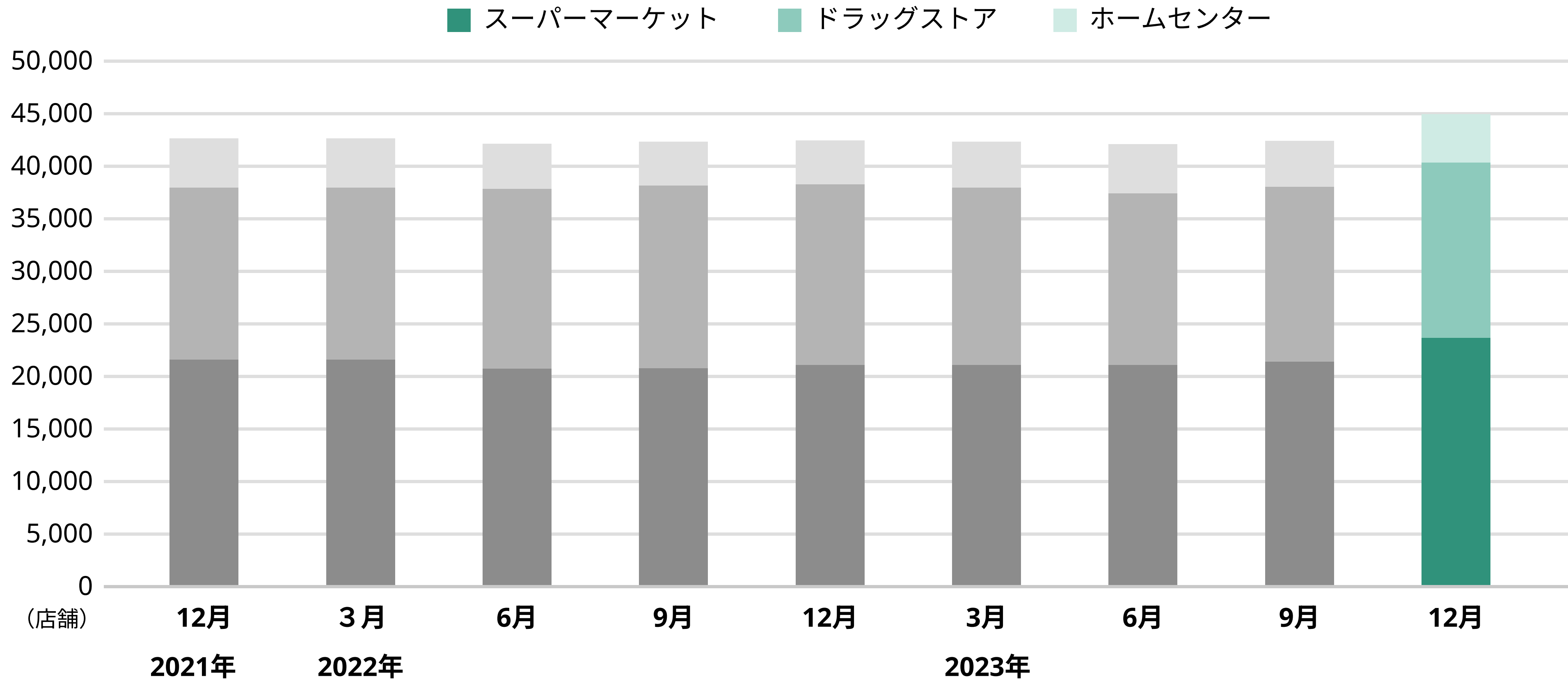


\* 定額課金店舗の店舗数及び平均単価において、コンビニエンスストア約 16,000 店舗との取り組みについては不算入。

# トクバイサービス登録店舗数（主要3業態）の推移

- 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）における情報の網羅性向上に注力

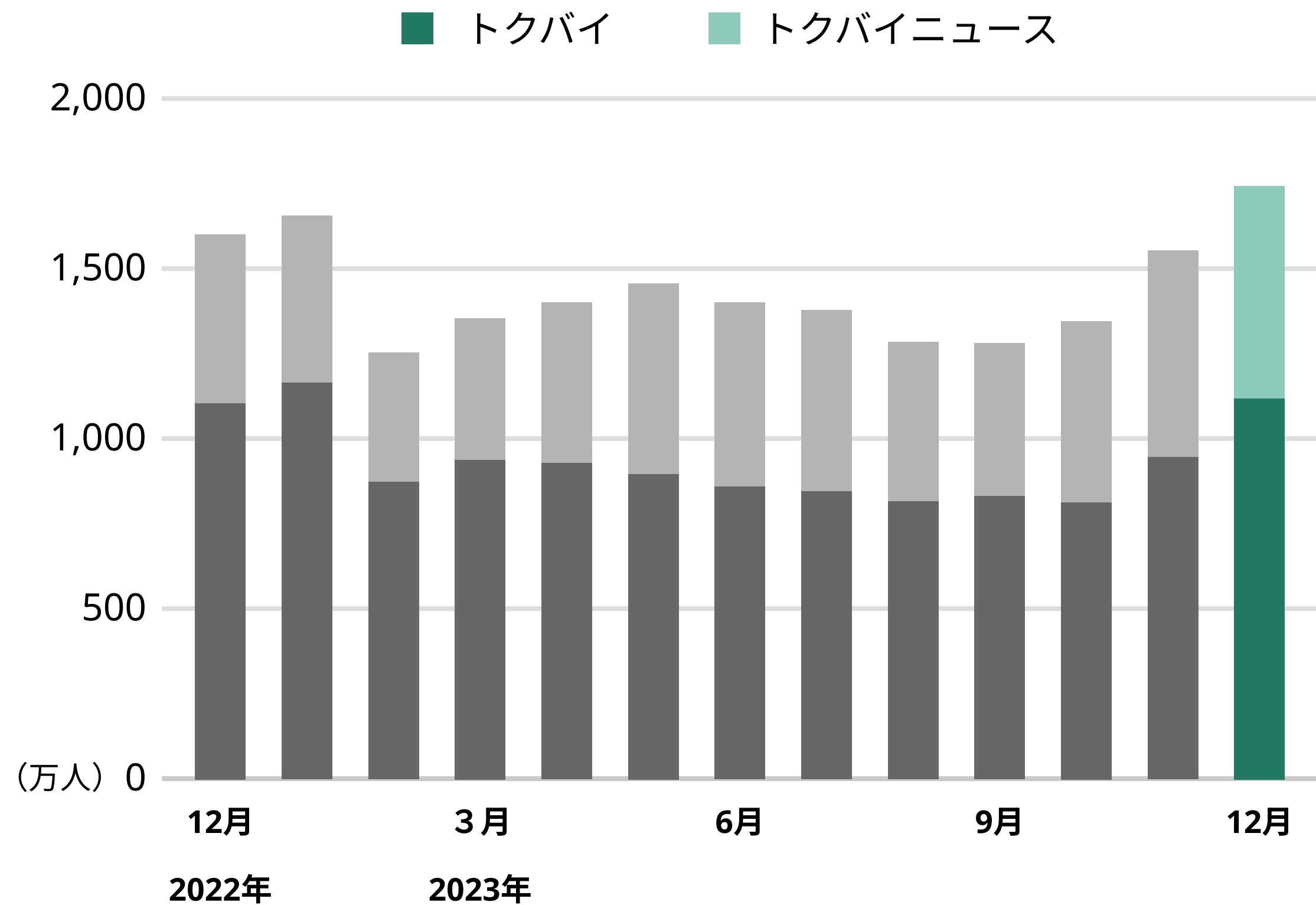
主要3業態の登録店舗数の推移



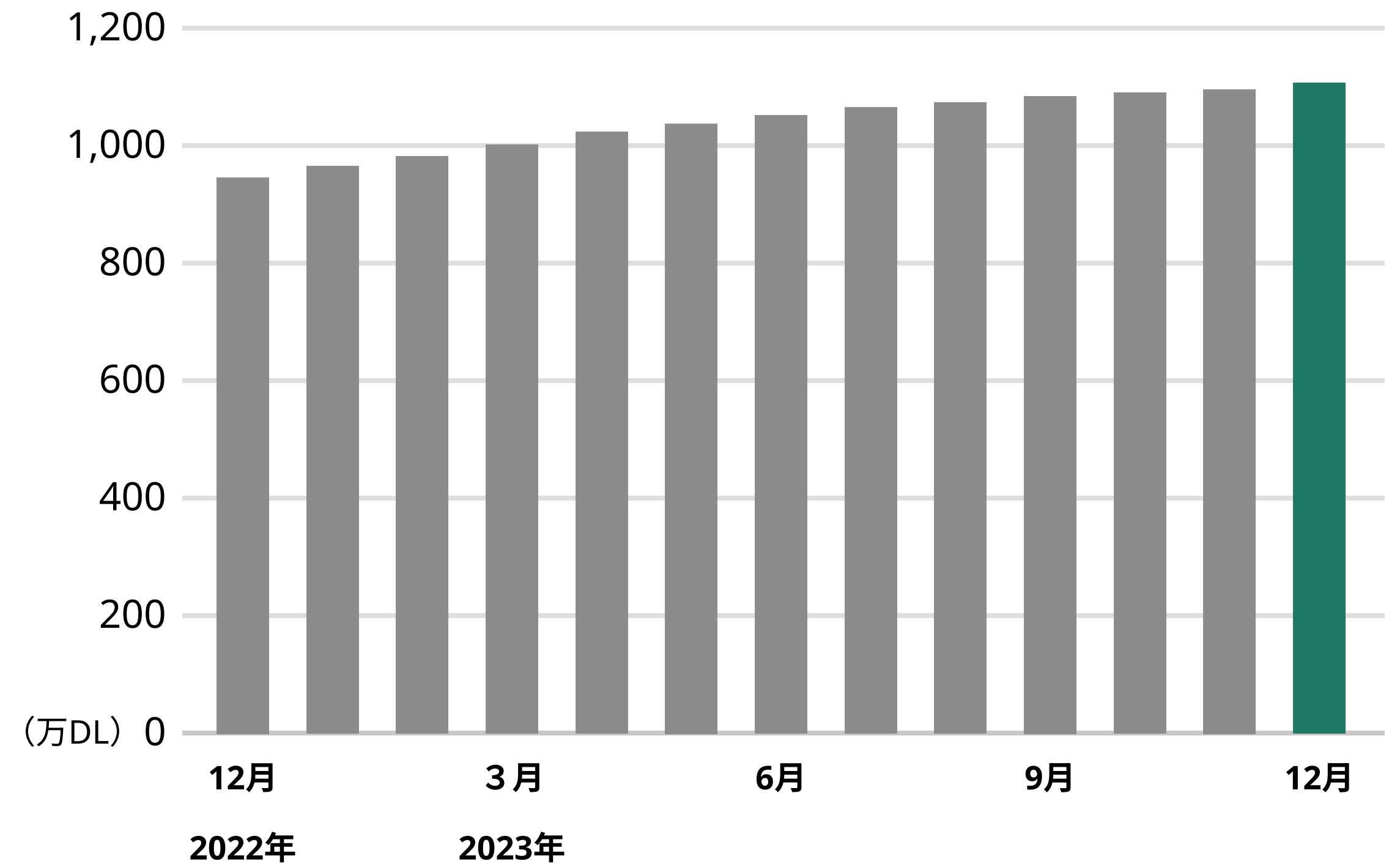
# トクバイサービス月間利用者数とアプリDL数の推移

- 2023年12月末時点のトクバイサービス月間利用者数は約1,700万人、累計アプリDL数は約1,100万
- 2023年12月末時点のコアユーザー数※は337万人（2022年12月末時点は352万人）

月間利用者数



アプリDL数（累計）

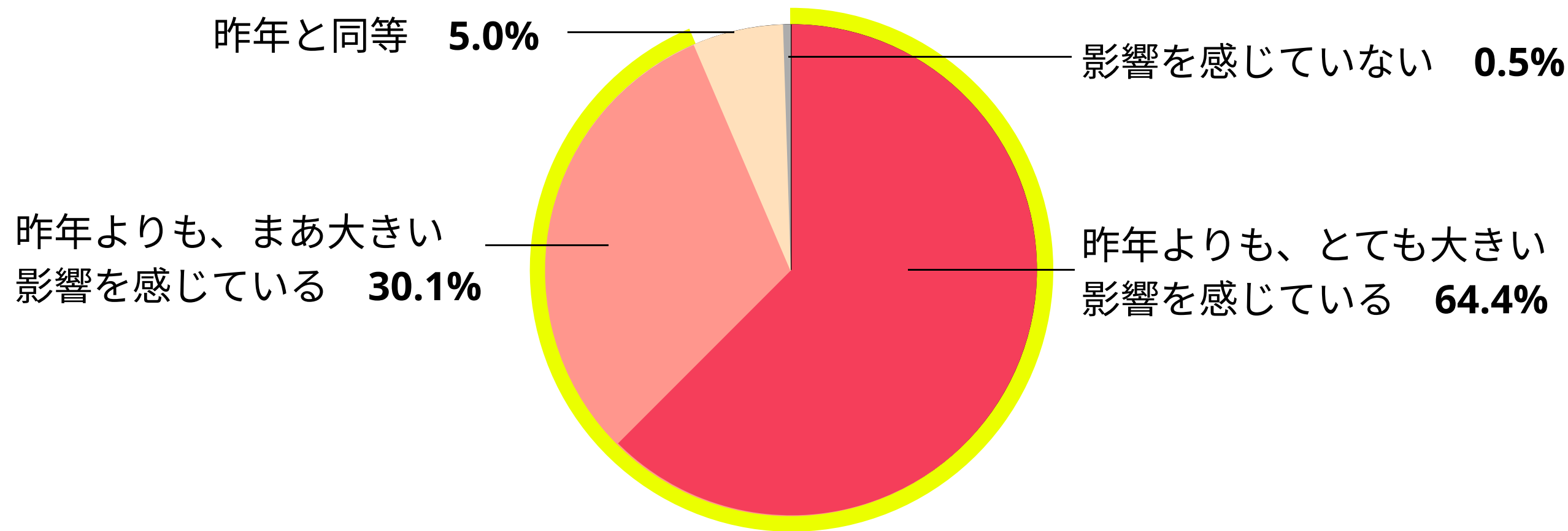


※ 記事閲覧等のライトな利用ではなく、チラシやレシピ、クーポン機能といった生活行動につながる機能を週1回以上利用するユーザーを集計。

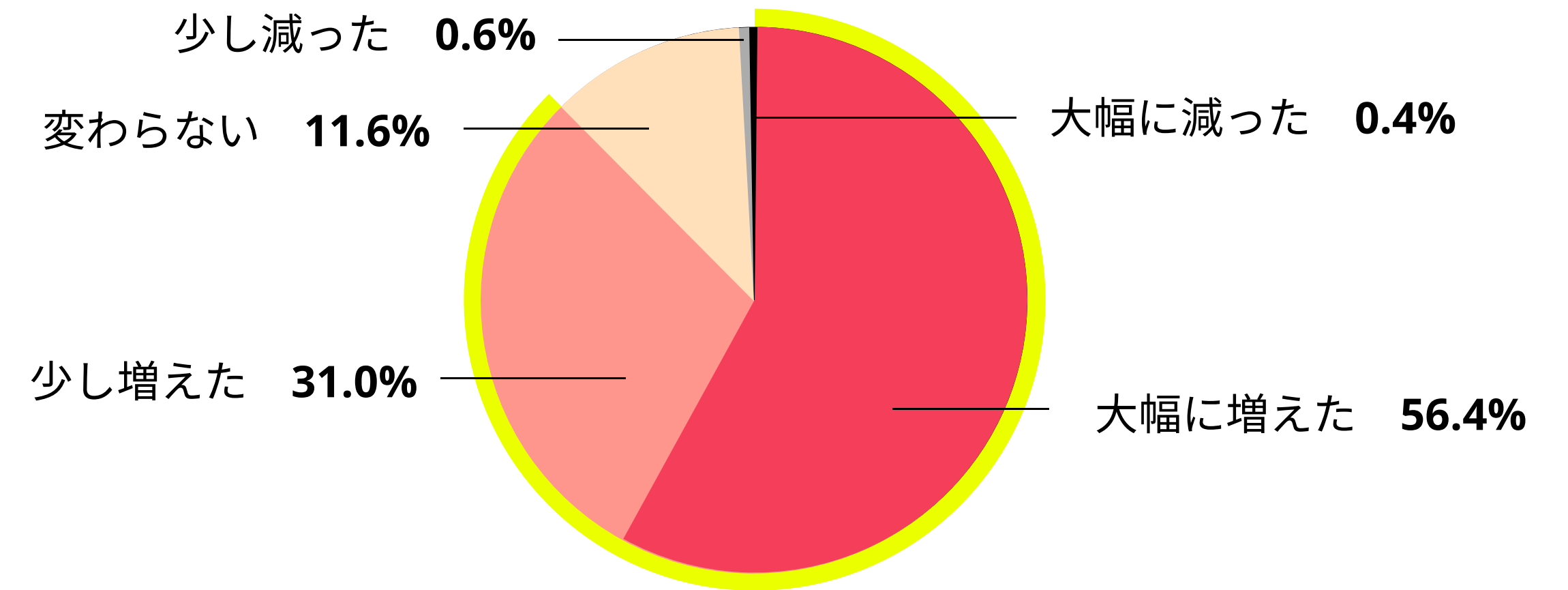
- 「トクバイ」ユーザー2,593名を対象に実施した「物価高に関するアンケート調査」では、前年（2022年）と比べて約9割が「低価格な食料品を選んで購入する頻度が増えた」と回答
- 長引く物価高による家計への影響が増す中、「少しでもお得に買いたい」ニーズが拡大傾向

## 物価高に関するアンケート調査（2023年11月）

2023年の物価上昇は、昨年（2022年）と比較して、どの程度家計に影響していますか【単一回答、n=2,593】



昨年（2022年）と比べて、低価格な食料品を選んで購入する頻度は増えましたか【単一回答、n=2,593】



調査方法：インターネットによる調査  
調査時期：2023年11月17日（金）～2023年11月22日（水）  
調査対象：チラシ・買い物情報サービス「トクバイ」ユーザー 2,593名

# 画像解析AIを活用した新機能「トクバイ チラシ比較」をリリース くふうカンパニー

- 画像解析AIを活用して複数のチラシから目当ての商品だけを一覧表示、簡単に比較ができる新機能
- ユーザーからの支持が高い「よく行くお店のチラシをまとめて見られる」利便性をさらに強化

## トクバイ チラシ比較 (2023年11月リリース)



目当ての商品だけが一覧表示



購入したい商品を選択



商品が掲載された店舗の  
チラシ全体も確認できる

# ユーザーの利便性向上に向けた施策を強化

- 生活者の関心が高まる「ブラックフライデー」関連のチラシ情報を集めた「ブラックフライデー 特設ページ」を開設し約25,000店舗が参画、キャンペーンも実施。今後もユーザーニーズの高いイベント特集を強化していく
- 前年好評だった年末年始の各店舗の変則的な営業日・営業時間を確認できる特設ページを公開

## 「ブラックフライデー」施策



## 「年末年始の営業時間」施策

“年末年始の営業時間”をカレンダー形式で確認できる!

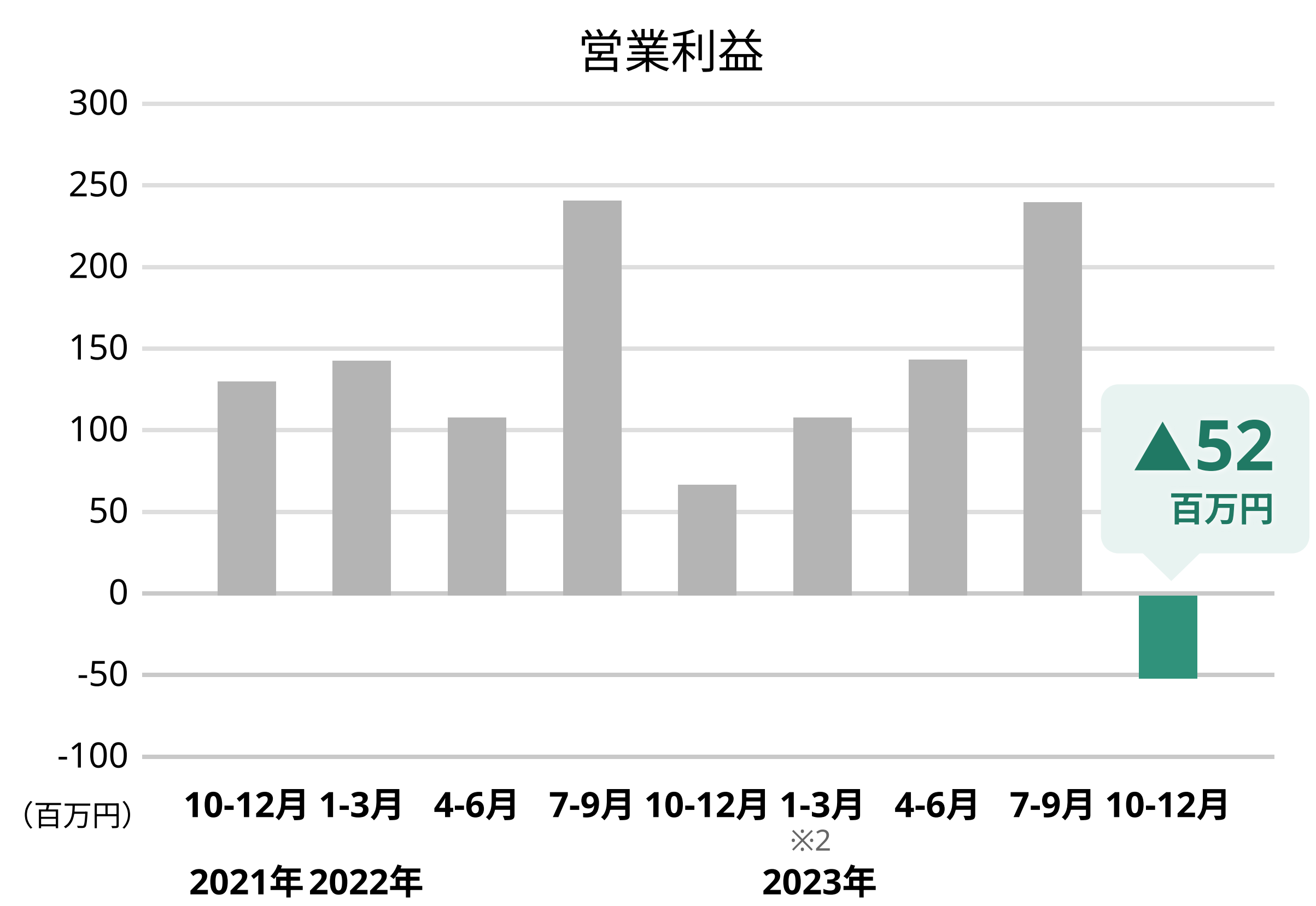
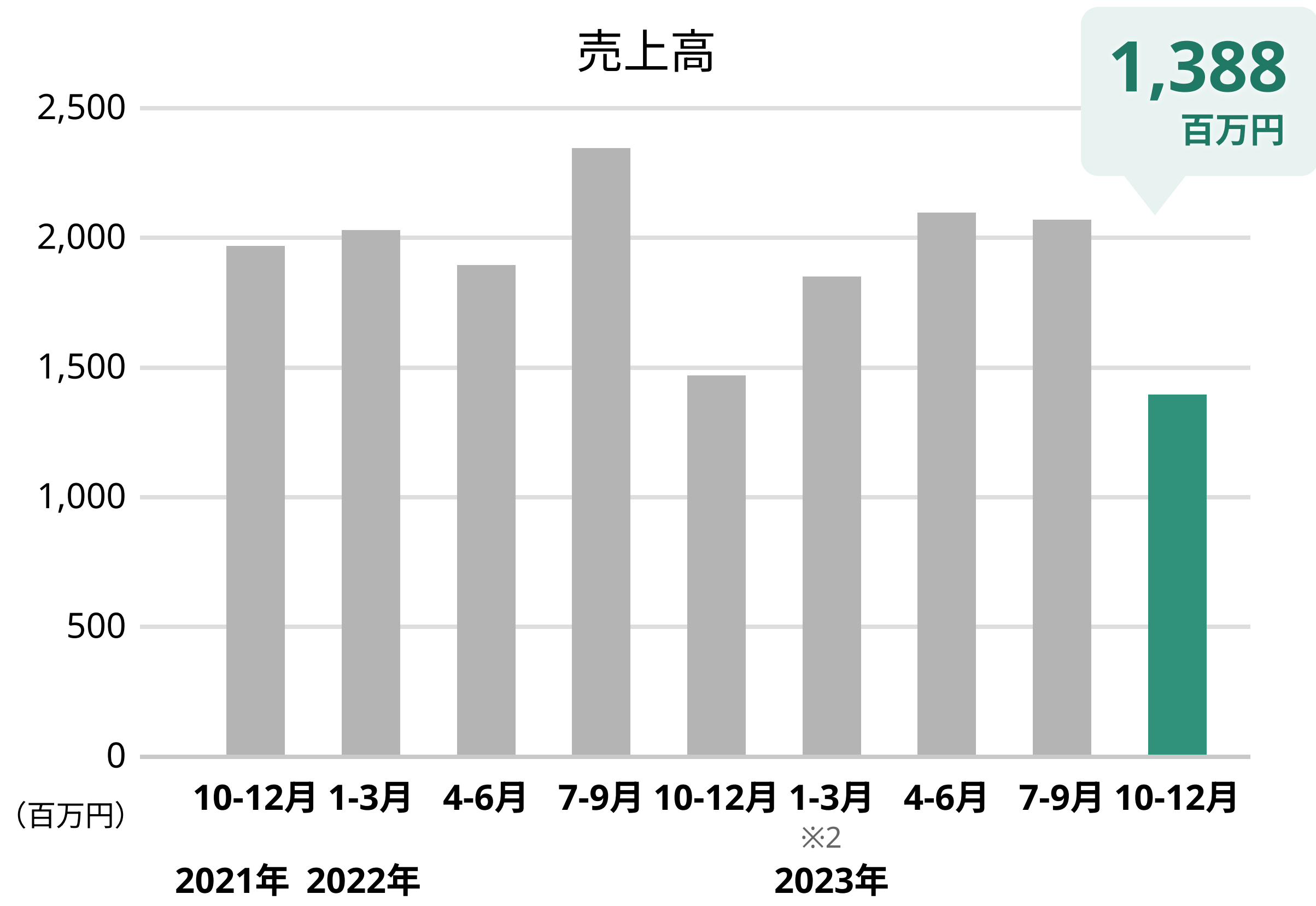
日	月	火	水	木	金	土
-	-	12/26	12/27	12/28	12/29	12/30
-	-	通常営業	通常営業	通常営業	9:00 ~ 20:00	9:00 ~ 18:00
12/31	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6
9:00 ~ 18:00	休み	休み	休み	9:00 ~ 18:00	通常営業	通常営業

# ライフイベント事業



# 住まい領域（ハイアスグループ） 連結業績 四半期推移

- ・ 厳しい市況の中、コンサルティング事業の伸び悩みや建築施工事業の納期遅延が発生
- ・ 減収と買収費用の計上を主因に赤字となるも、完全子会社化※1による住まい領域全体での成長施策を検討中



※1：2024年2月1日付で ハイアス・アンド・カンパニー(株) を完全子会社化。

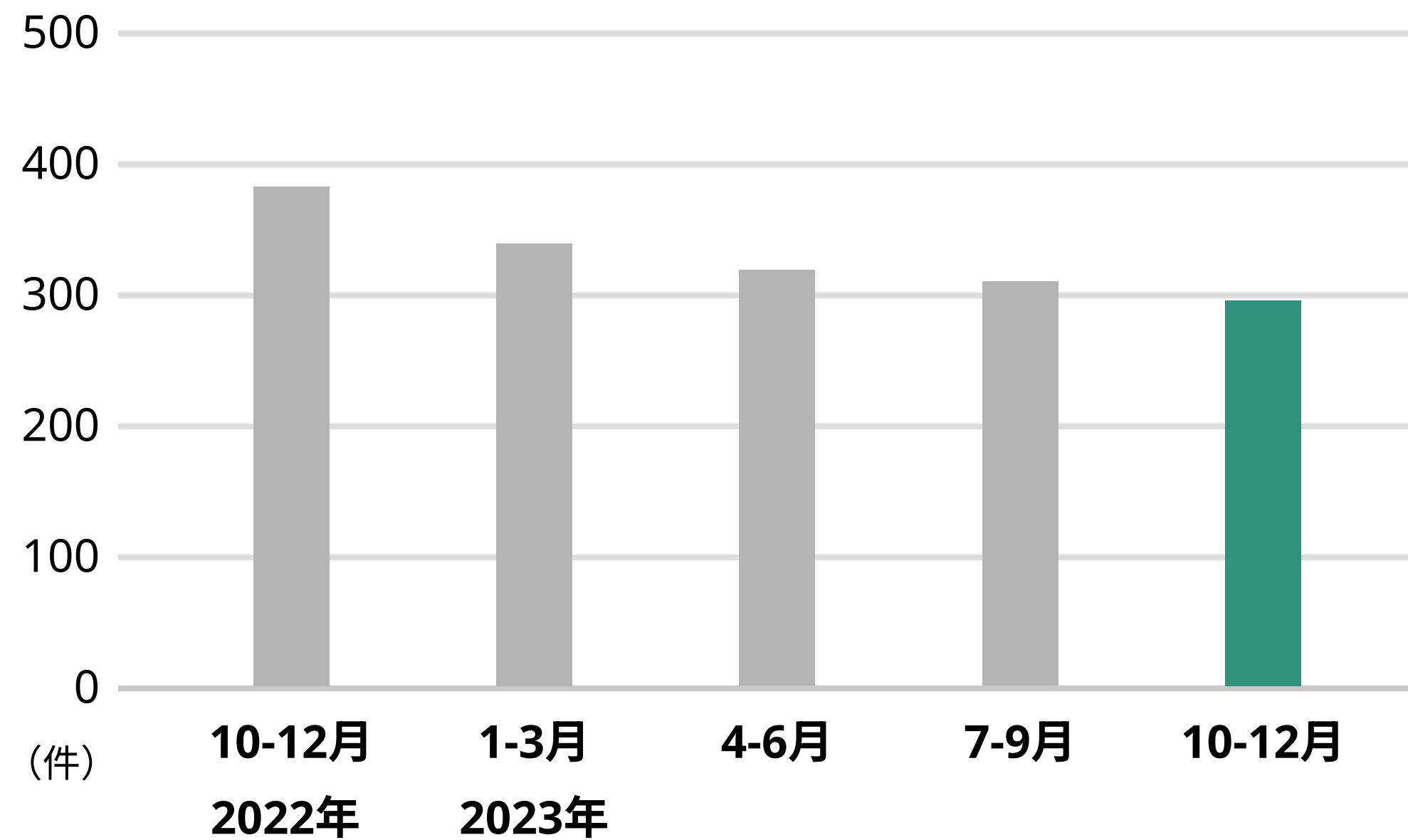
※2：2023年1-3月より OMソーラー(株) を損益連結開始。



# ハイアスは多様なユーザーニーズへの対応とウェブ集客を強化 くふうカンパニー

- 資材価格高騰等の影響による厳しい市況下で、ハイアスグループの住宅関連施工取扱い件数は足元で減少傾向
- 引き続き厳しい事業環境が見込まれる中、リノベーション商材等の多様なニーズを踏まえた商品の投入や会員工務店のウェブ集客支援の強化などに注力していく

## 住宅関連施工取扱い件数（ハイアスグループ）※



## 多様なユーザーニーズへの対応とウェブ集客を強化

従来の注文住宅に加え、  
リノベーション商材の提案を開始



Before



After

会員工務店の  
ウェブ集客支援を強化

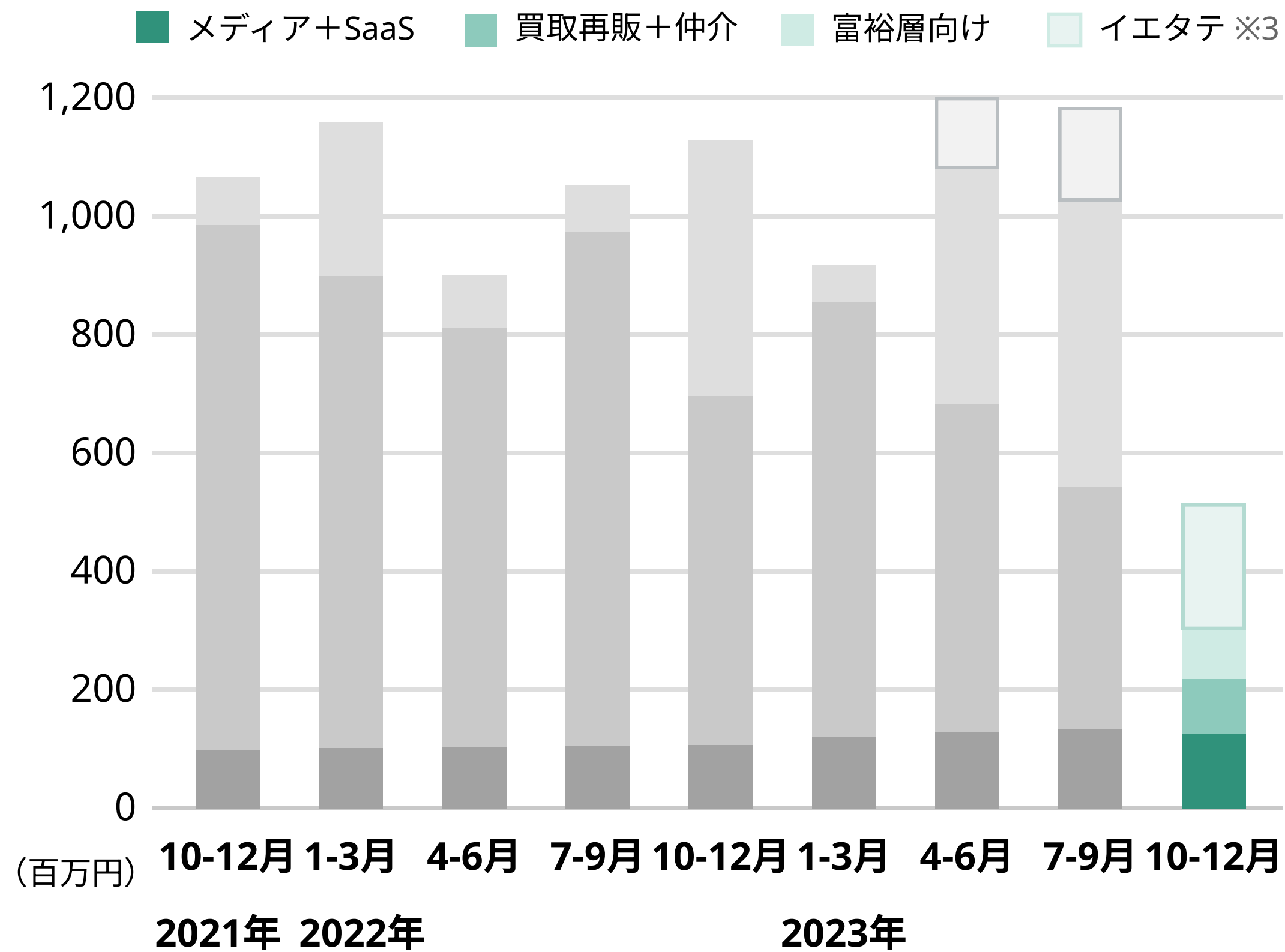


※ ハイアス・アンド・カンパニー(株)の会員工務店における「R+house」施工数、(株)アールプラスDMの施工数、OMソーラー(株)のシステム導入数を集計（すべて着工ベース）。

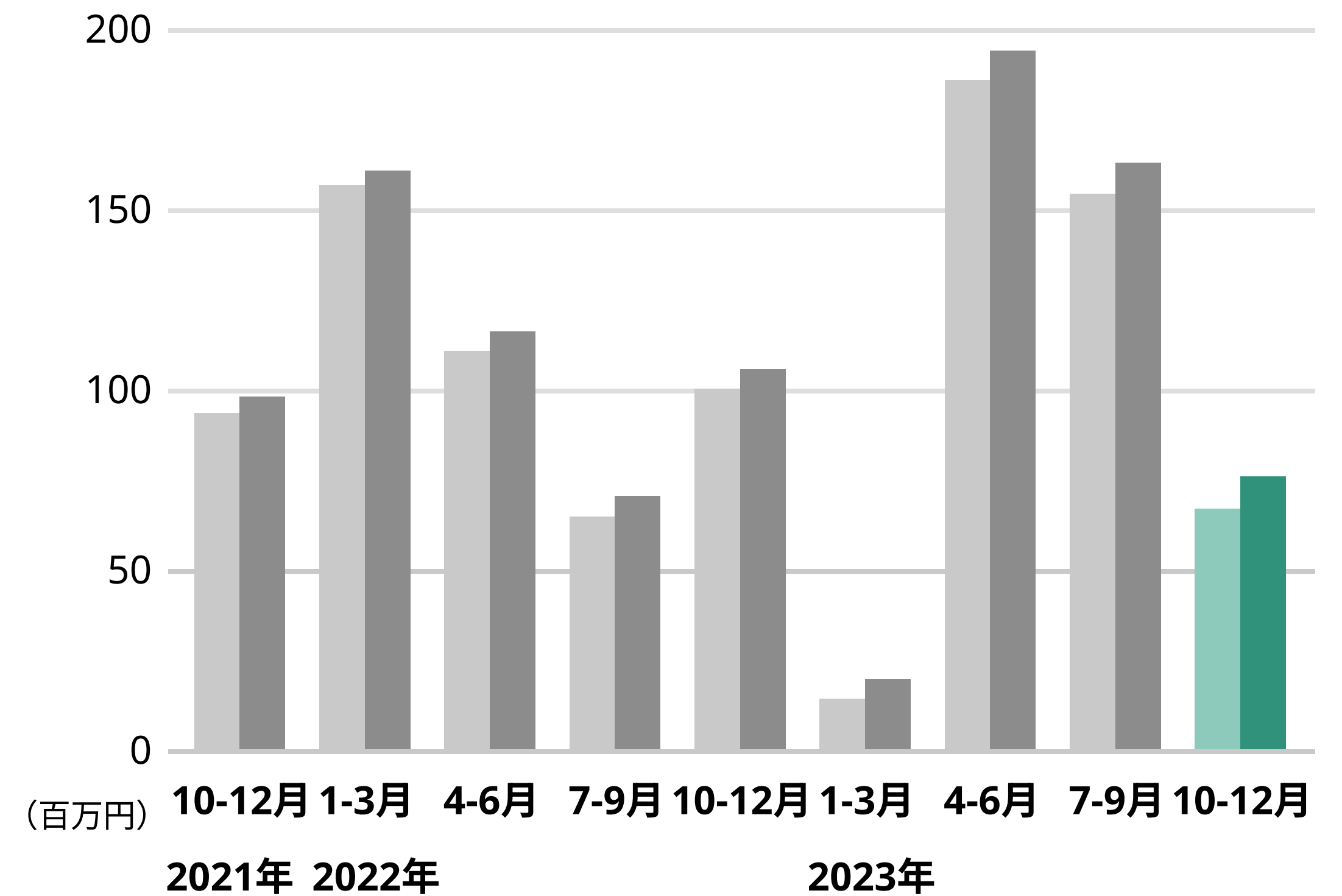
# 住まい領域（くふう住まい・SSI）業績※1 四半期推移

- SaaSツールの販売が堅調に推移、イエタテ事業は相談カウンターの成約数増加等が寄与
- 買取再販サービスは、前期からの在庫整理の推進が順調に進捗

売上高※2



営業利益 EBITDA

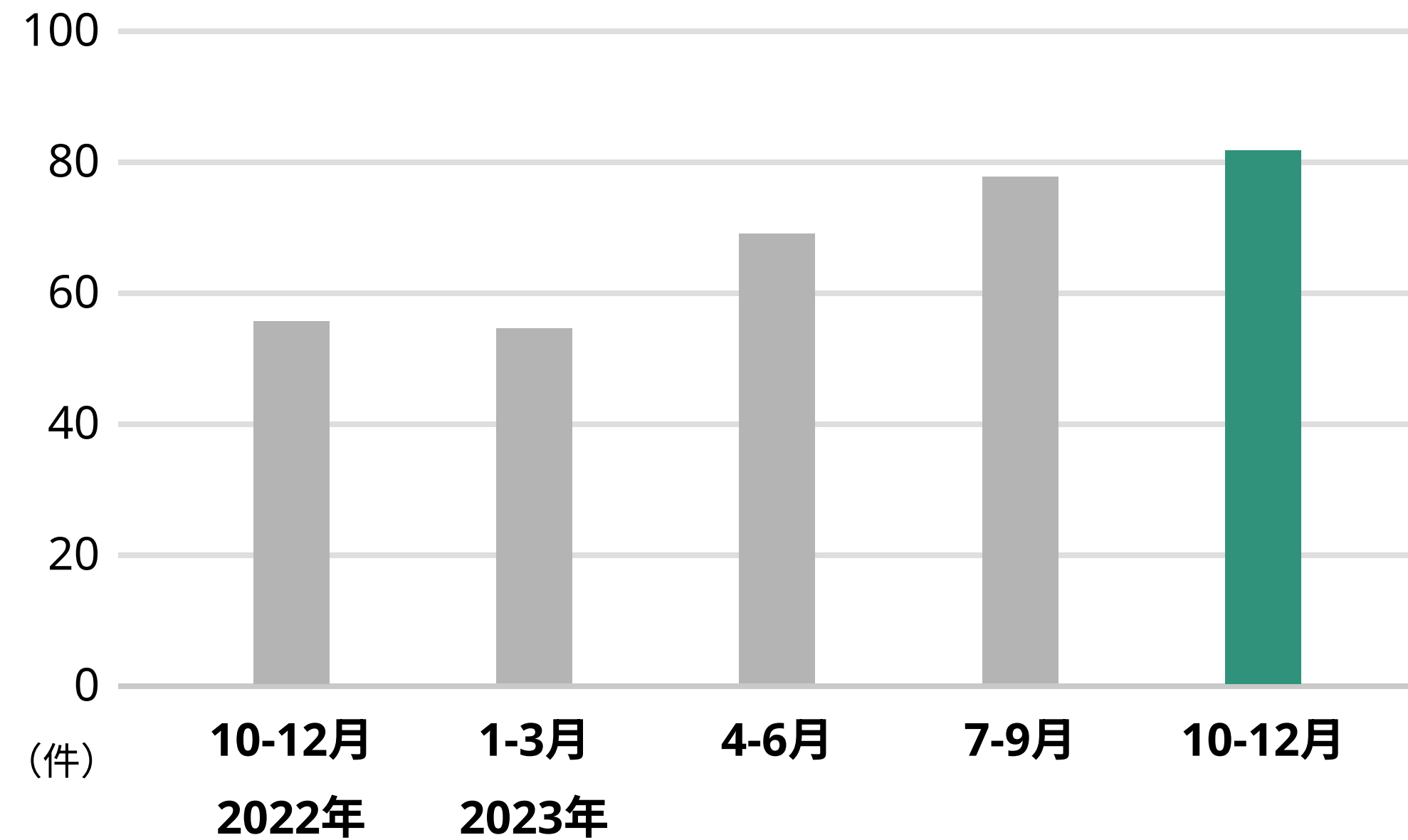


※1：(株)くふう住まい、(株)SSIの単純合算ベース（一部、グループ内取引含む）。なお、2022年10月1日付で(株)オウチーノ及び(株)おうちのくふうを(株)くふう中間持株会社に統合し、(株)くふう住まいへ商号を変更。  
 ※2：「富裕層向け」は(株)SSI、その他は(株)くふう住まいにおける売上高。2022年9月以前の売上高について、「メディア+SaaS」=旧(株)オウチーノ、「買取再販+仲介」=旧(株)おうちのくふう、に該当する業績を表示。  
 ※3：ローカルの住まい情報メディア「イエタテ」及び家づくりの相談窓口「イエタテ相談カウンター」（2023年4月1日付で(株)しずおかオンラ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

# 価格意識の高まりを追い風に、相談サービスは成長拡大へ くふうカンパニー

- 相談サービス（イエタテ）はリーズナブルな価格帯の地元工務店を紹介できることを強みに、成約数が増加傾向
- ユーザーの価格意識の高まりを追い風に、商品ラインナップの拡充と相談カウンターの出店によるユーザー数の拡大を図る

## 住宅関連施工取扱い件数（イエタテ）※



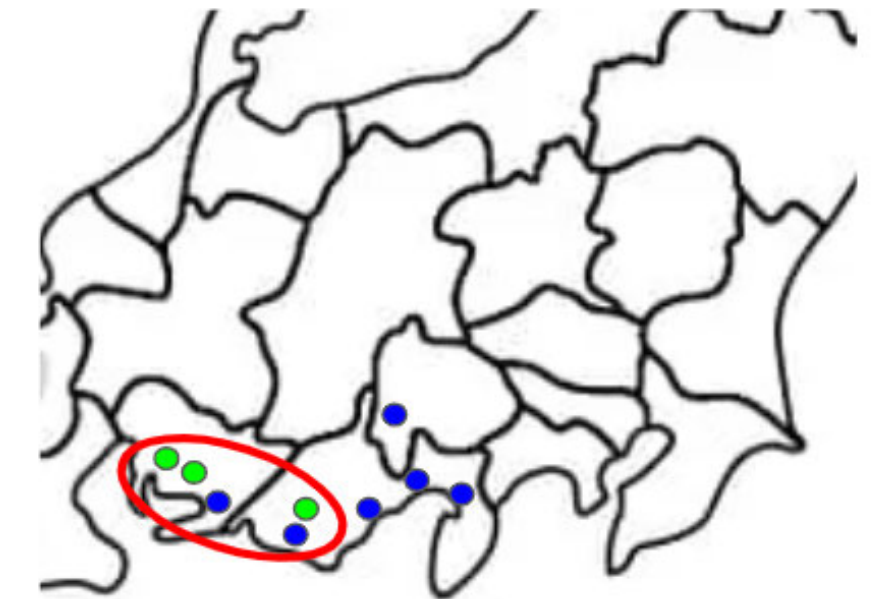
## 相談サービスの拡充を推進

### 商品ラインナップ拡充



企画住宅やコンテナハウス等、ユーザーの低価格ニーズに対応（写真は1,000～1,500万円の事例）

### エリア展開



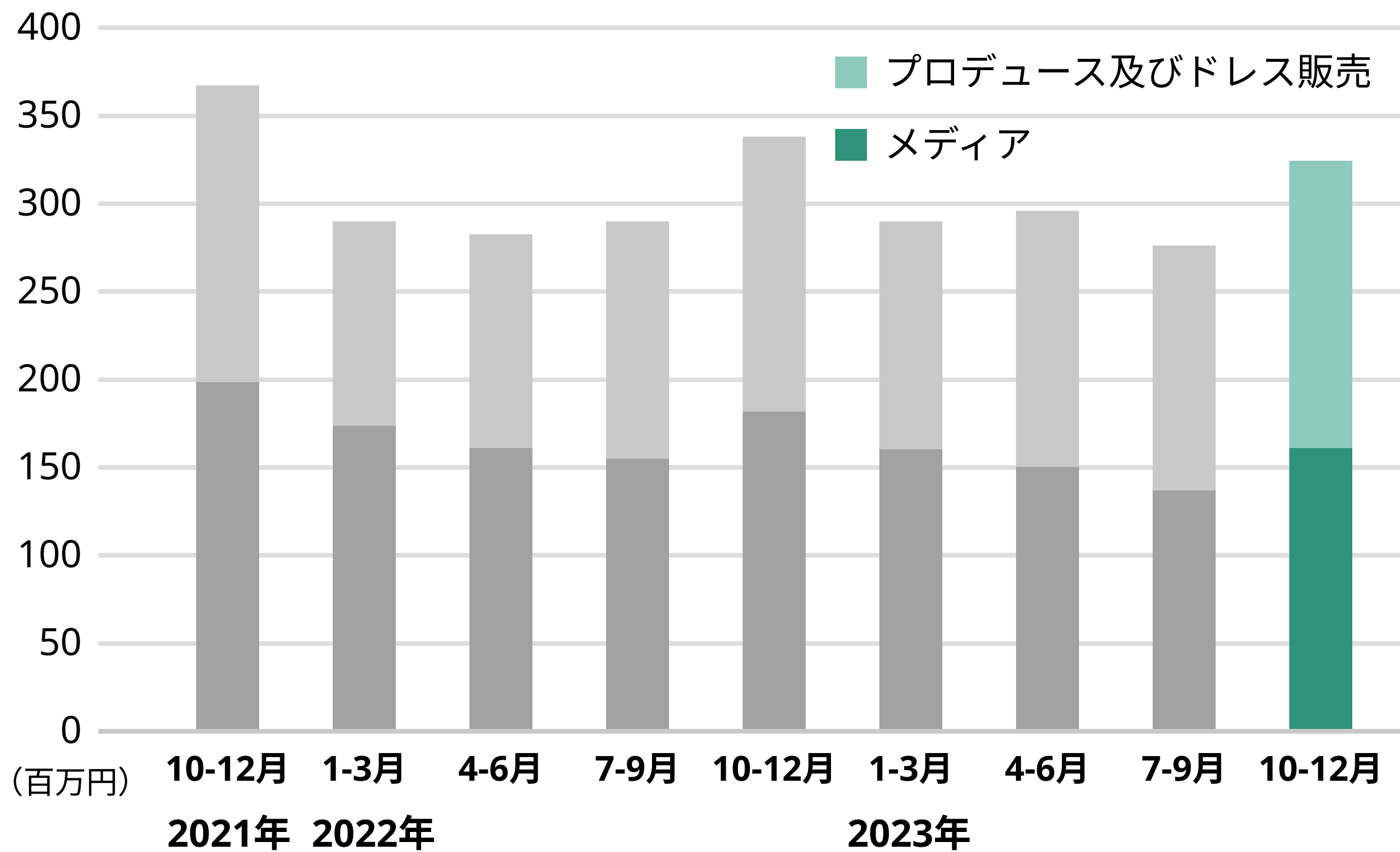
既存6店舗に加え、3～4月には静岡県と愛知県に計3店舗の出店を予定

※ 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」を通じて成約に至ったことを当社が確認できた件数を集計。

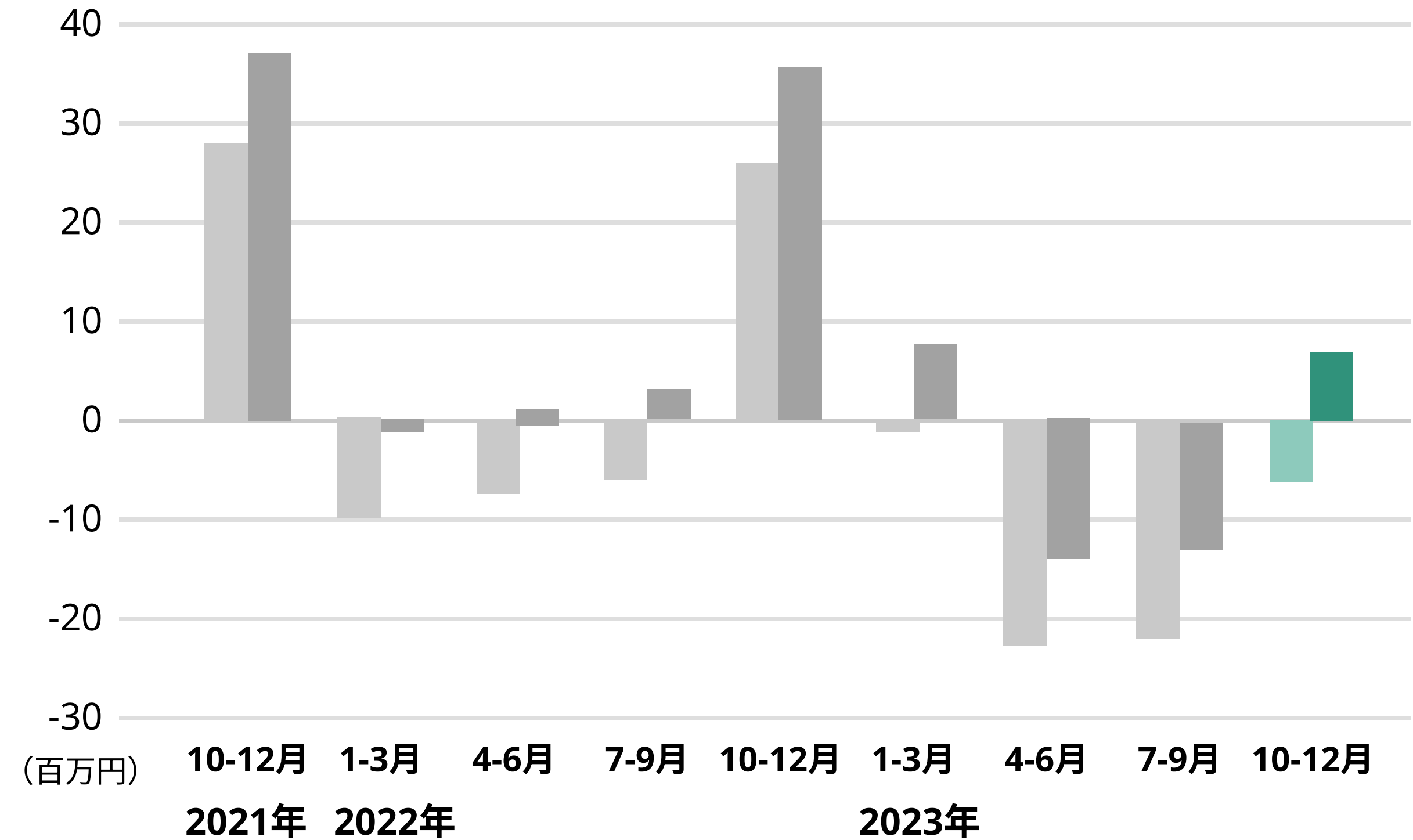
# 結婚領域 業績 四半期推移

- 通期での黒字化に向けて、概ね計画通りの進捗
- メディア事業において季節性広告商品が寄与、有料広告掲載式場数の減少は底打ち
- 結婚式プロデュース事業において、施行及び受注が増加傾向

売上高



営業利益 EBITDA



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](mailto:ir@kufu.co.jp)      HP : <https://kufu.company/>