

TSUKURUBA

決算説明資料

2026年7月期通期

株式会社ツクルバ

(東証グロース：2978)

2026年9月14日

目次

1. 2026年7月期 連結決算概要
2. 2026年7月期 事業領域別概況
3. 2027年7月期 通期連結業績予想
4. 2027年7月期 主な取り組み

Appendix 会社概要

1. 2026年7月期 連結決算概要

2026年7月期 通期連結決算ハイライト

売上高

11,310百万円

前年同期比 +39.7%

営業利益

169百万円

前年同期比 △38.1%

売上総利益

3,894百万円

前年同期比 +9.9%

経常利益

38百万円

前年同期比 △80.9%

仲介・付帯サービス

3,174百万円

前年同期比 +9.6%

自社企画商品

720百万円

前年同期比 +11.4%

親会社株主に帰属する当期純利益

127百万円

前年同期比 +19.5%

- ・ 第4四半期は売上高・各段階利益で過去最高を記録し、通期でも増収、各段階利益黒字で着地
- ・ 第3四半期末に通期連結業績予想を下方修正したものの、営業利益以下は修正後予想を超過
- ・ 足元の一部の不動産市況停滞を受け、先行投資を厳選するとともに全社的なコスト合理化を推進
- ・ AIを活用したカウカモ事業の競合優位性の強化と事業成長の加速を目的とし、株式会社PKSHA Technologyとの資本業務提携を実施

2026年7月期 通期連結決算概要

売上総利益は3,894百万円（前年同期比+9.9%）と伸長しました。営業利益以下は減益となりましたが、黒字で着地しました。

修正後予想に対して、売上総利益は概ね予想通りで着地し、先行投資の厳選と全社的なコスト合理化により営業利益以下は予想を超過しました。特別利益の計上及び繰延税金資産の追加計上等の影響により、当期純利益は予想を上回って着地しました。

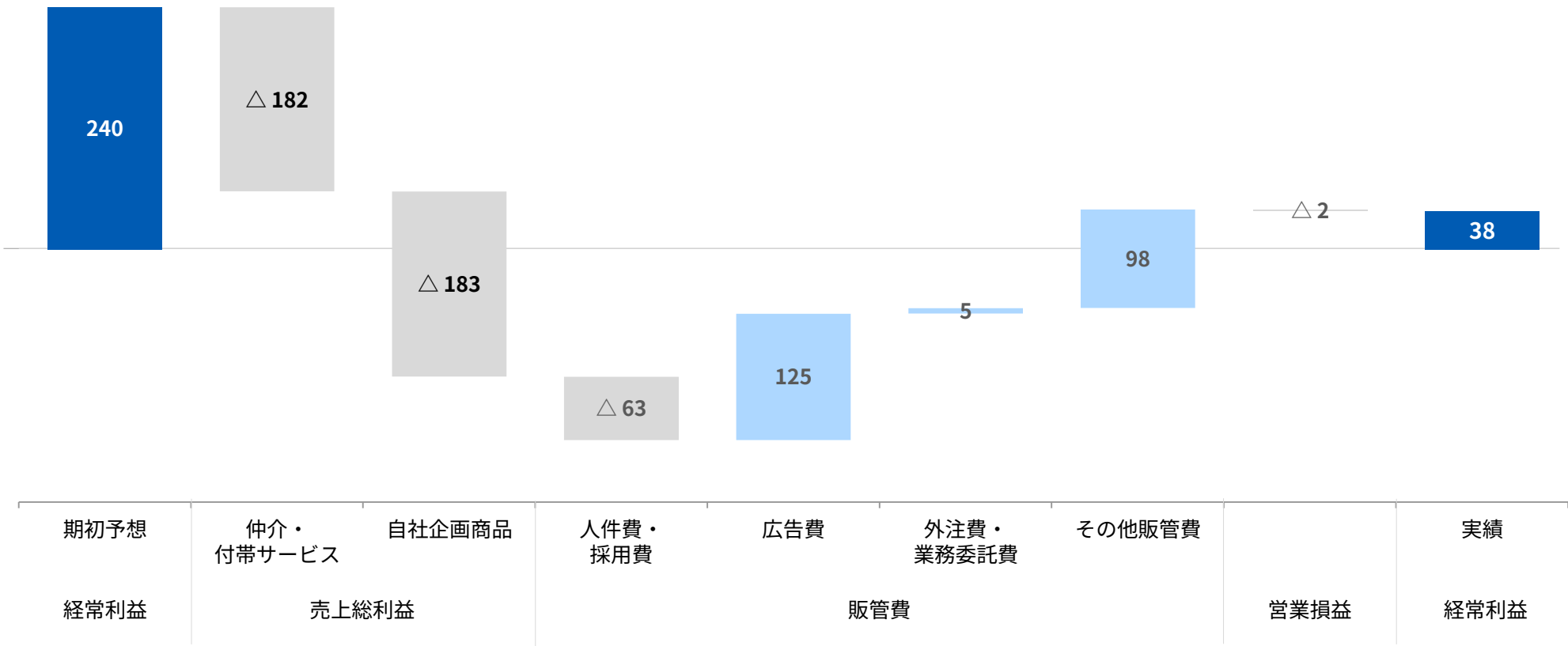
（単位：百万円）

	2026年7月期 実績	対売上高 (%)	前年度実績	対売上高 (%)	前年同期比	期初予想	期初予想比	修正後予想	修正後 予想比
売上高	11,310	100.0%	8,099	100.0%	+39.7%	12,000	△5.7%	11,500	△1.6%
売上総利益	3,894	34.4%	3,543	43.8%	+9.9%	4,260	△8.6%	3,900	△0.2%
販管費	3,724	32.9%	3,268	40.4%	+13.9%	3,890	△4.3%	3,770	△1.2%
営業利益 ^{*1}	169	1.5%	274	3.4%	△38.1%	370	△54.1%	130	+30.7%
経常利益 ^{*1}	38	0.3%	199	2.5%	△80.9%	240	△84.1%	0	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	127	1.1%	106	1.3%	+19.5%	170 ～220	△25.0% ～ △42.1%	△50 ～0	-

経常利益の期初予想比増減

経常利益は、期初予想に対して仲介・付帯サービス、自社企画商品ともに売上総利益が減少した結果減益となりましたが、広告の厳選や、外注費・業務委託費、その他販管費の合理化により、黒字で着地しました。

期初予想対実績

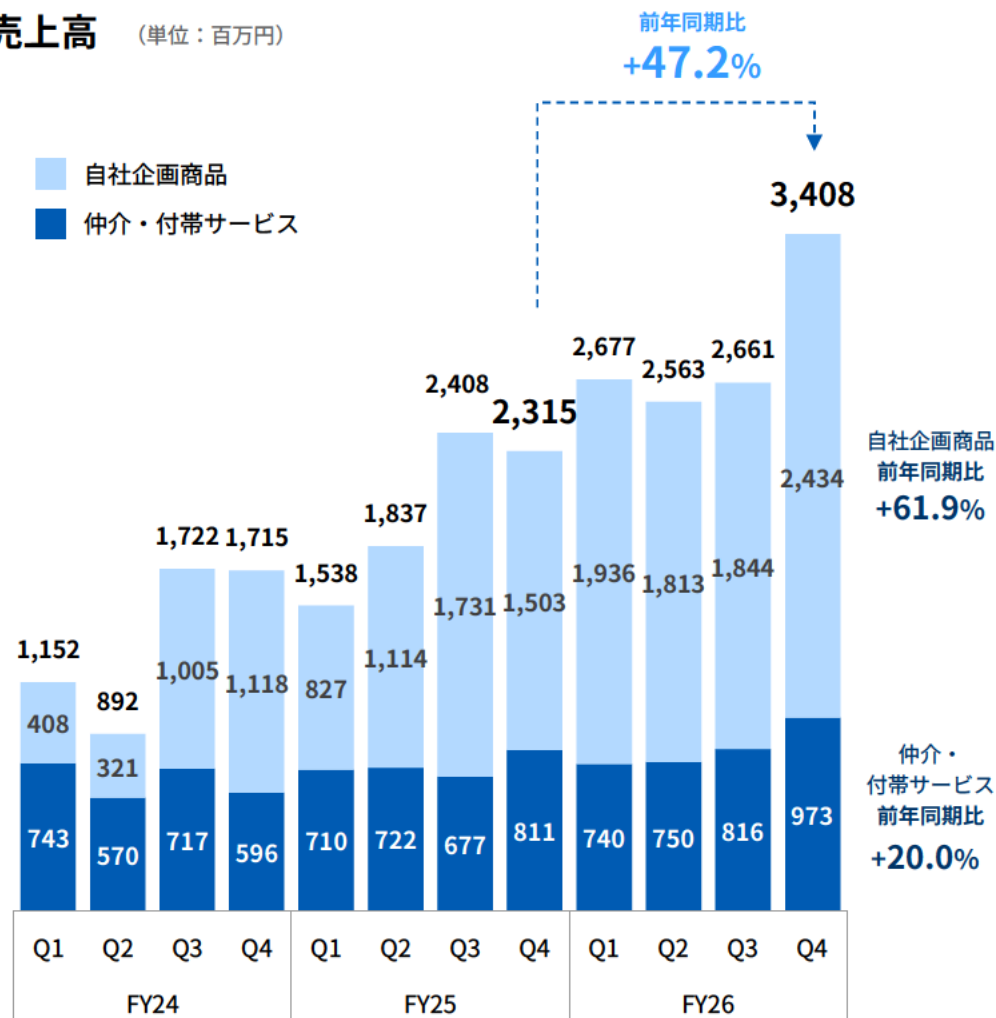


売上高・売上総利益の推移

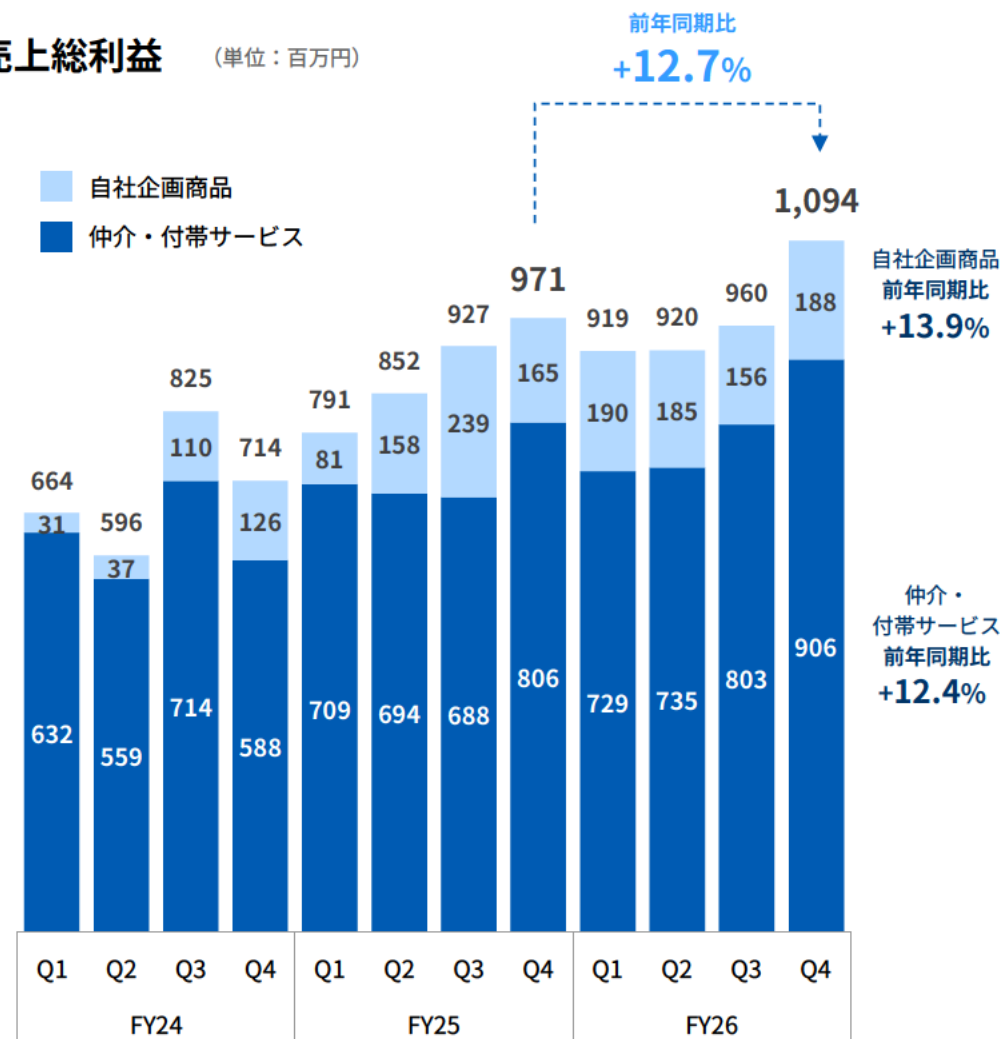
当第4四半期の売上高は3,408百万円と伸長し、過去最高値を更新しました。

売上総利益は1,094百万円と4四半期連続の伸長となり、同じく過去最高値を更新しました。

売上高 (単位：百万円)



売上総利益 (単位：百万円)



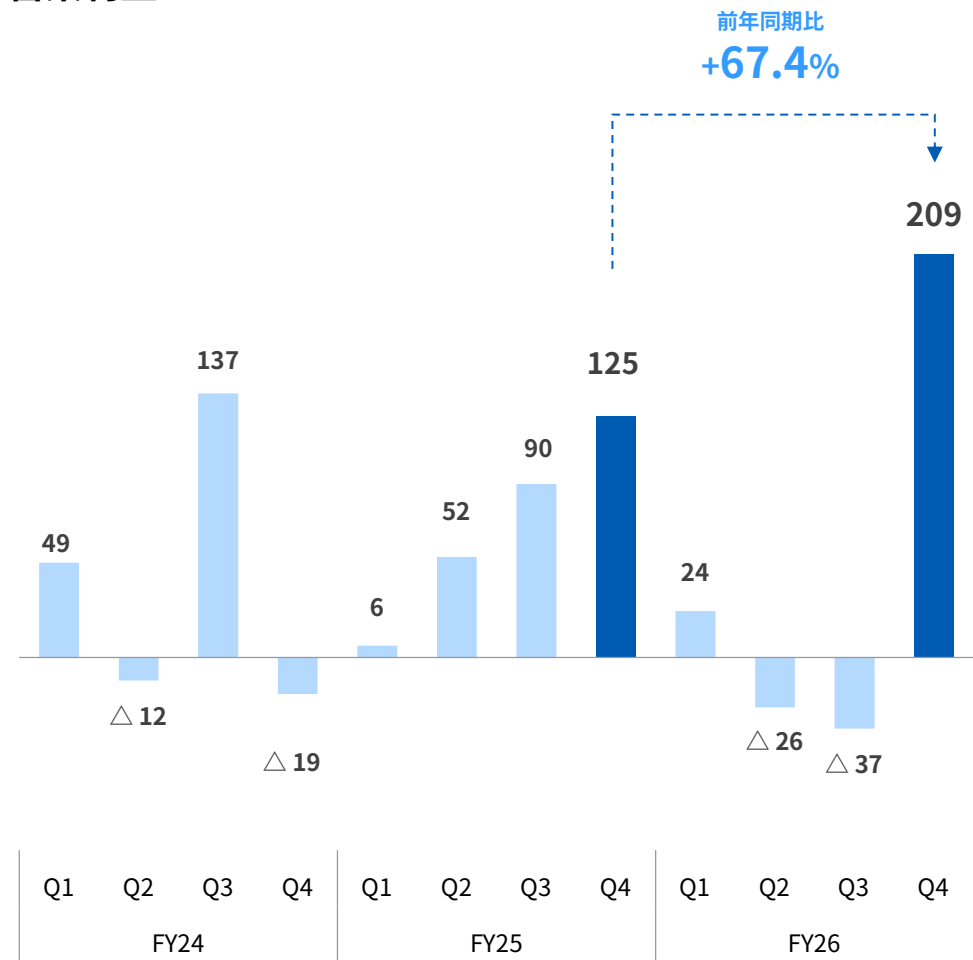
* 譲渡済の不動産企画デザイン（PPD）事業除く

営業利益・経常利益の推移

当第4四半期は、売上総利益の伸長に加えコスト合理化を推進した結果、営業利益・経常利益ともに過去最高を更新しました。

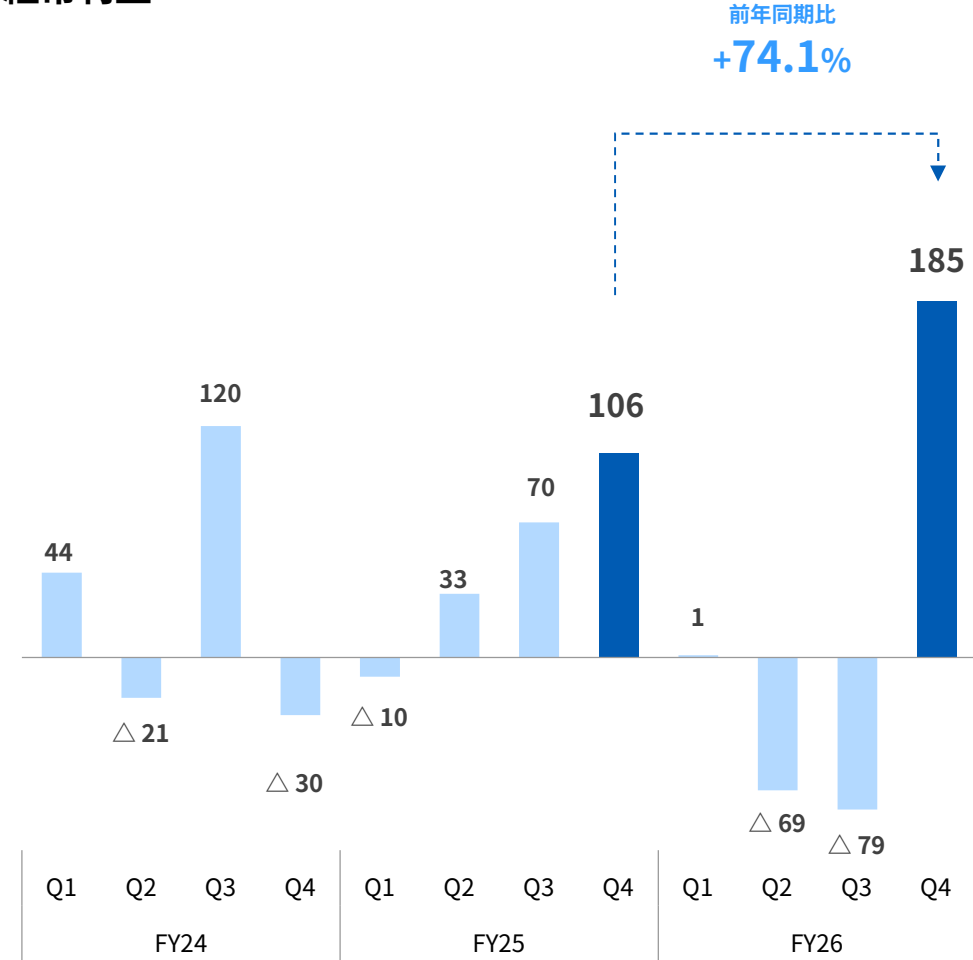
営業利益

(単位：百万円)



経常利益

(単位：百万円)



販管費及び売上高販管費率の状況

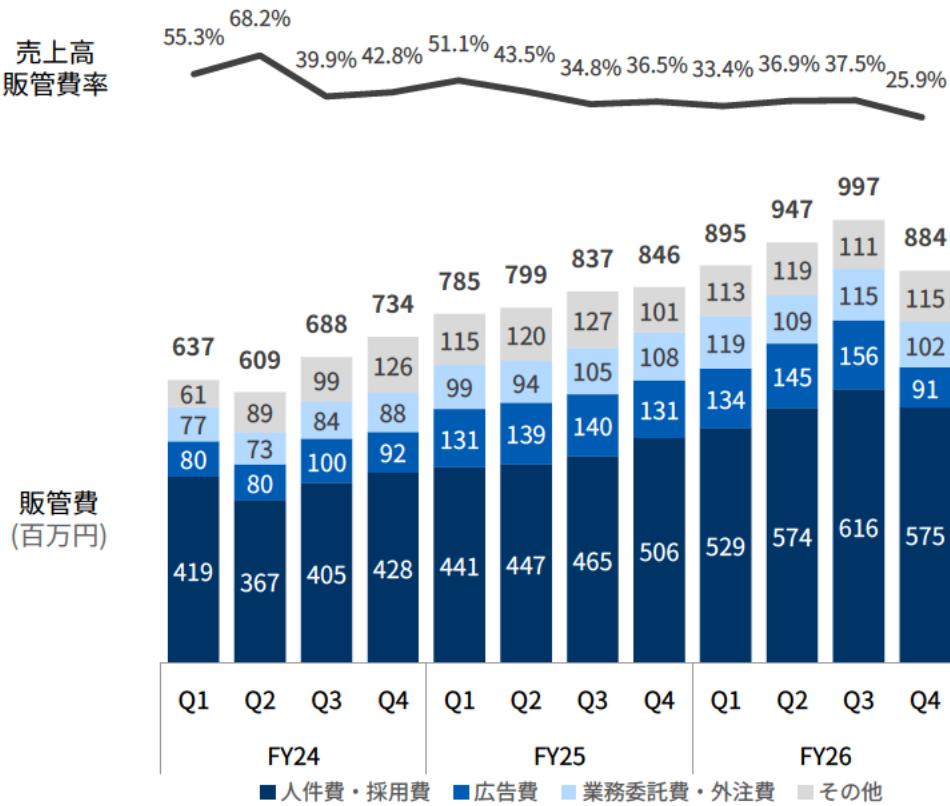
当年度は、事業拡大に向けた人件費・採用費を中心に費用を投下しました。
当第4四半期は、先行投資を厳選するとともに全社的なコスト合理化を推進し、販管費は前四半期比で減少し、売上高販管費率も改善しました。

販管費（通期）

(単位：百万円)

	2026年7月期 実績	対売上高 (%)	前年度実績	対売上高 (%)	前年 同期比
販管費 合計	3,724	32.9%	3,268	40.4%	+13.9%
人件費・ 採用費	2,294	20.3%	1,859	23.0%	+23.4%
広告費	525	4.7%	540	6.7%	△2.8%
業務委託費・ 外注費	444	3.9%	406	5.0%	+9.5%
その他	458	4.1%	462	5.7%	△0.8%

販管費及び売上高販管費率の四半期推移



連結貸借対照表

自己資本比率は34.9%であり、純資産の増加により前期末比で改善しました。

事業成長を過度に阻害することのない範囲で、一定の現金預金を保持するなど、適切な財務バランスをコントロールする方針です。

2025年7月末 貸借対照表

	資 産	負 債	
		554	その他負債
現金預金	1,867		
		2,945	短期有利子負債
販売用不動産・仕掛販売用不動産	3,479	710	長期有利子負債
		700	A種種類株式
その他資産	794	1,231	純資産 (うち、新株予約権145百万円)
(単位：百万円)			

自己資本比率：29.1%

2026年7月末 貸借対照表

	資 産	負 債	
		641	その他負債
現金預金	1,687		
		2,857	短期有利子負債
販売用不動産・仕掛販売用不動産	3,612	517	長期有利子負債
		700	A種種類株式
その他資産	910	1,493	純資産 (うち、新株予約権25百万円)
(単位：百万円)			

自己資本比率：34.9%

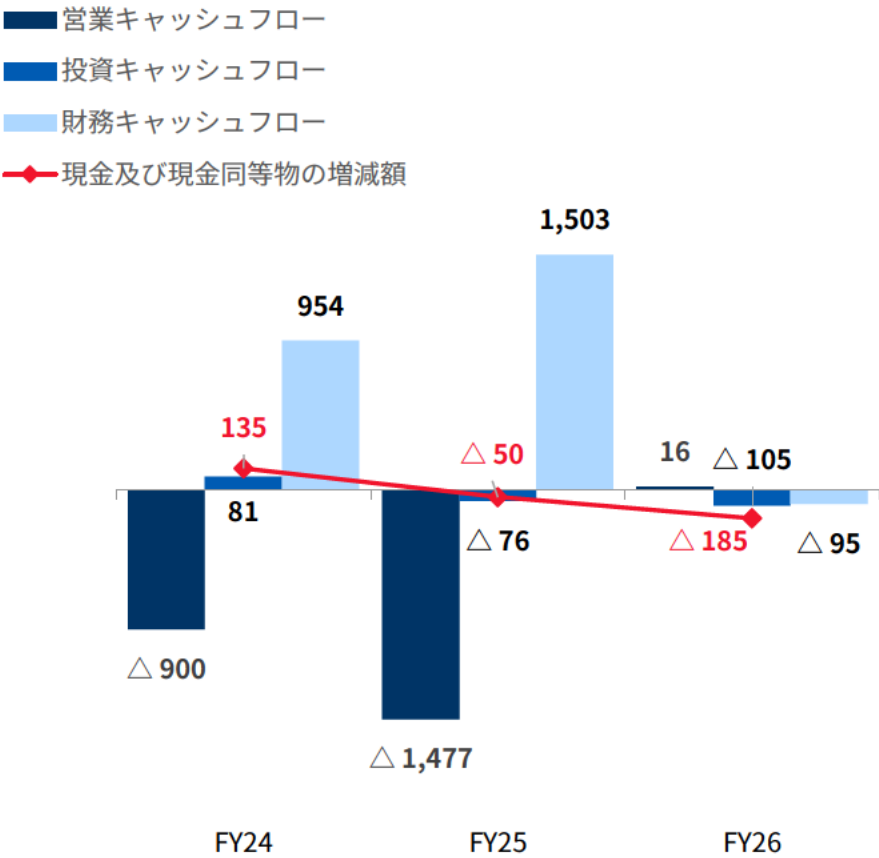
連結キャッシュフローの状況

自社企画商品の拡大に伴い、営業CFはマイナスが継続していましたが、当期は期末の在庫の減少によりプラスに転じています。

キャッシュフロー（通期）（単位：百万円）

	2026年7月期 実績	前年度実績	増減額
営業キャッシュ フロー	16	△1,477	+1,493
投資キャッシュ フロー	△105	△76	△29
財務キャッシュ フロー	△95	1,503	△1,599
現金及び現金 同等物の増減額	△185	△50	△134

キャッシュフロー推移（単位：百万円）



参考 | 連結業績・主要KPIの四半期推移^{*1}

	FY23 ^{*2}				FY24				FY25				FY26			
(単位：百万円)	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	742	824	1,098	1,486	1,152	892	1,722	1,715	1,538	1,837	2,408	2,315	2,677	2,563	2,661	3,408
売上総利益	547	568	679	725	686	596	825	714	791	852	927	971	919	920	960	1,094
カウカモ	532	547	642	691	664	596	825	714	791	852	927	971	919	920	960	1,094
仲介・付帯サービス	504	541	623	642	632	559	714	588	709	694	688	806	729	735	803	906
自社企画商品	28	6	19	49	31	37	110	126	81	158	239	165	190	185	156	188
不動産企画デザイン	15	21	37	34	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業費用	648	657	692	656	637	609	688	734	785	799	837	846	895	947	997	884
カウカモ	442	442	470	430	428	408	455	485	545	552	582	619	638	678	717	665
不動産企画デザイン	18	14	19	17	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
全社	188	201	202	207	194	200	232	249	240	247	255	227	256	269	280	219
営業利益	△100	△89	△12	69	49	△12	137	△19	6	52	90	125	24	△26	△37	209

仲介・付帯サービスKPI																	
取引件数 ^{*3}	(件)	223	226	266	243	277	220	290	261	254	253	278	311	282	234	299	262
収益単価 ^{*3}	(百万円)	2.1	2.5	2.6	2.4	2.3	2.4	2.6	2.7	2.8	2.7	2.6	2.7	2.9	3.0	2.9	3.1
稼働営業人員数	(人)	49	52	57	56	60	66	72	70	71	78	71	69	69	75	84	81
営業生産性 ^{*3}	(件)	1.4	1.4	1.6	1.4	1.6	1.2	1.4	1.4	1.2	1.1	1.3	1.5	1.4	1.2	1.2	1.1
自社企画商品KPI																	
在庫金額 ^{*4}	(億円)	11	11	13	8	10	17	19	19	25	28	32	35	36	49	51	36

*1 旧KPI（GMV、テイクレート）はFACTSHEETにて開示。

*2 2023年7月期以前は連結会計を行っていないため、単体会計の数値を表示・参照 | *3 成約ベース | *4 簿価ベース

2. 2026年7月期 事業領域別概況

2026年7月期 事業領域別概況

売上総利益は、仲介・付帯サービス、自社企画商品ともに伸長しました。

(単位：百万円)

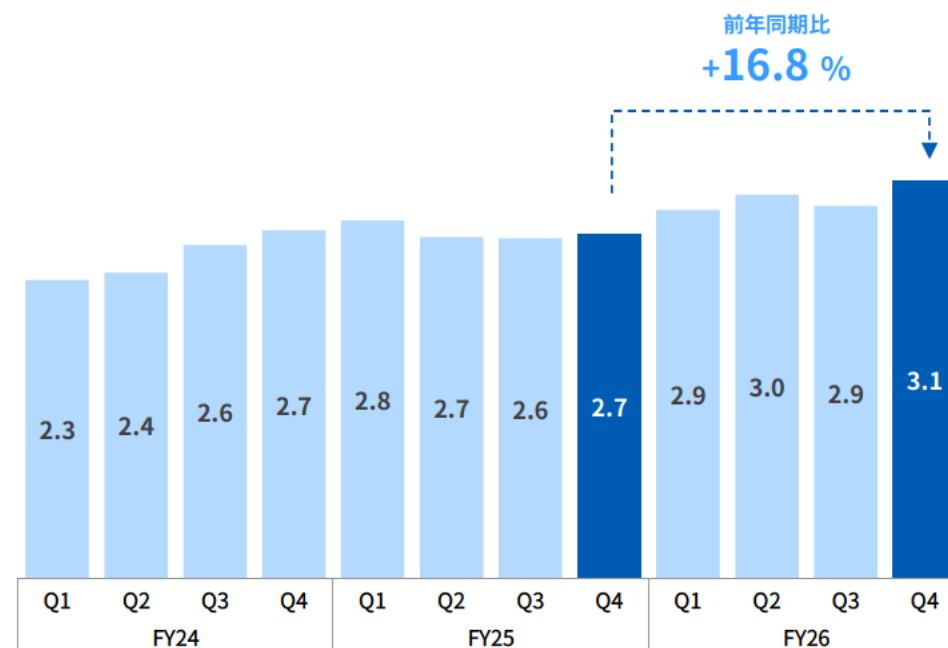
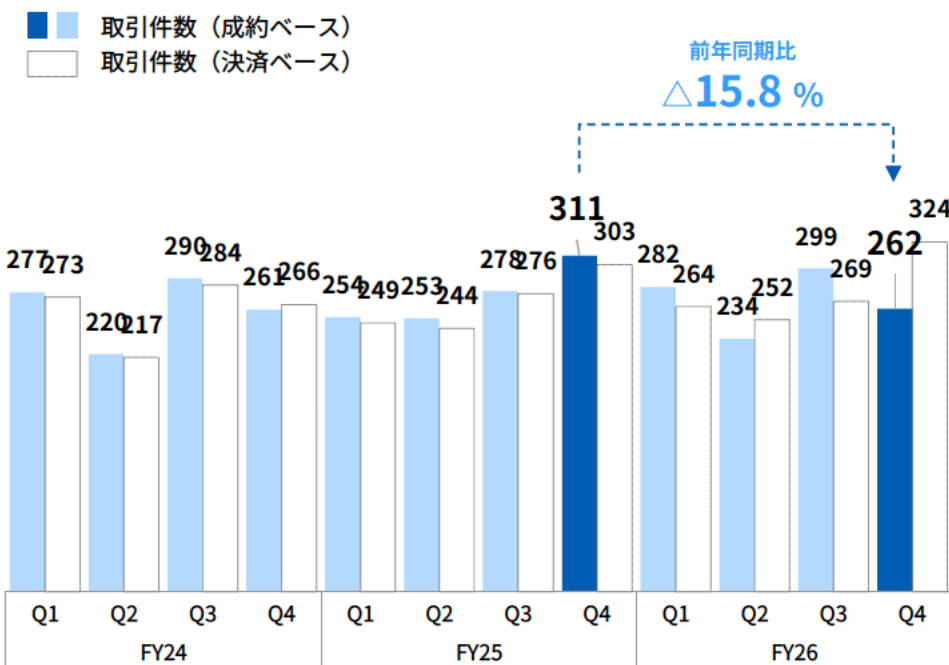
	2026年7月期 実績	構成比 (%)	前年度実績	構成比 (%)	前年同期比
売上高	11,310	100.0%	8,099	100.0%	+39.7%
仲介・付帯サービス	3,281	29.0%	2,921	36.1%	+12.3%
うち仲介関連	3,073	27.2%	2,912	36.1%	+5.7%
うち工事請負関連	207	1.8%	8	0.1%	+2,406.6%
自社企画商品	8,029	71.0%	5,177	63.9%	+55.1%
売上総利益	3,894	100.0%	3,543	100.0%	+9.9%
仲介・付帯サービス	3,174	81.5%	2,896	81.8%	+9.6%
うち仲介関連	3,109	79.8%	2,893	81.7%	+7.4%
うち工事請負関連	64	1.7%	3	0.1%	+1,903.3%
自社企画商品	720	18.5%	646	18.2%	+11.4%

取引件数（成約ベース）は、市場動向を鑑み広告費を一部抑制した影響もあり前年同期比で減少しました。なお、決済ベースの取引件数は、第3四半期の成約の寄与、決済リードタイムの短縮により前年同期比で増加しています。

収益単価は、高額専門組織の立ち上げによる平均物件単価の上昇等により向上しました。

取引件数^{*1}（単位：件）

収益単価^{*1*2}（単位：百万円）



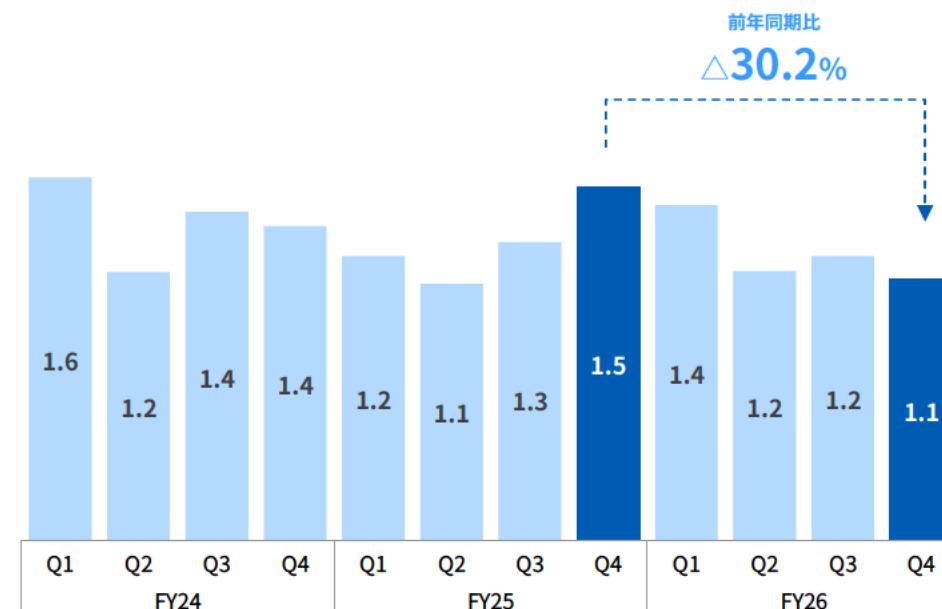
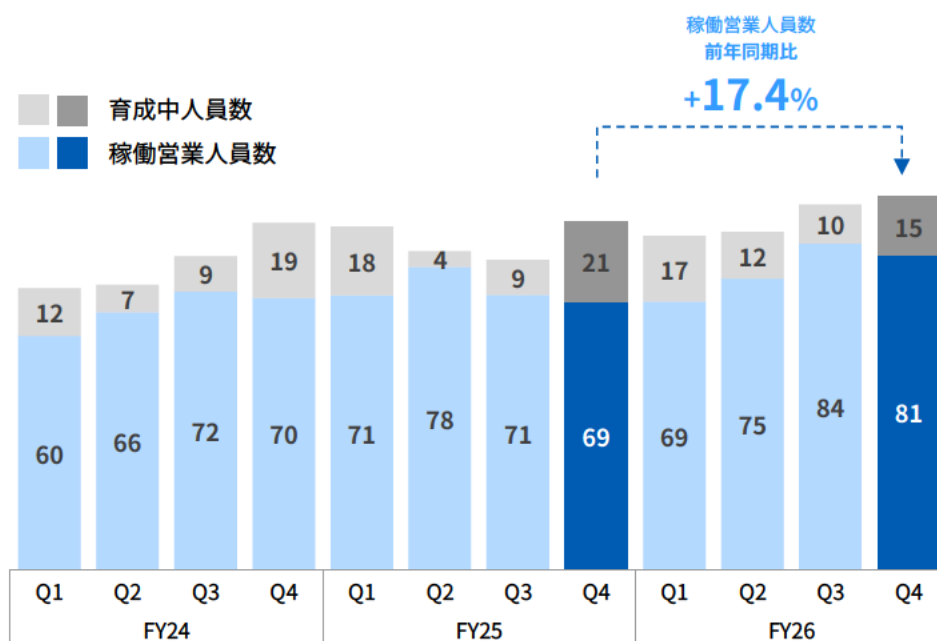
^{*1} FY26Q1までは外部仲介事業者への送客成約含む。同一取引において当社が買主サイド及び売主サイド双方で仲介を行う場合は1件としてカウント。2025年7月期は、財務KPIである売上総利益と合わせて決済ベースで説明していたが、当四半期の実勢を表す成約ベースに変更。また、より事業実態に合わせるため、今回より買主向けの自社企画商品の仲介も件数にカウント（過去実績に遡り修正）

^{*2} 取引1件あたりの収益単価。売上総利益（仲介は成約ベース、リノベーション斡旋は着工ベース）を取引件数で割ることにより算出。また、今回より買主向けの自社企画商品の仲介も取引件数にカウントしており、収益単価も伴って修正

当第4四半期の稼働営業人員数^{*1}は、前年同期比+17.4%となりました。営業生産性を示す稼働営業人員あたり取引件数^{*2}は、市場動向を鑑みた広告費の一時的抑制による集客減少により、前年同期比△30.2%と悪化しました。

営業人員数^{*1} (単位：人)

営業生産性（稼働営業人員あたり取引件数）^{*2} (単位：件)

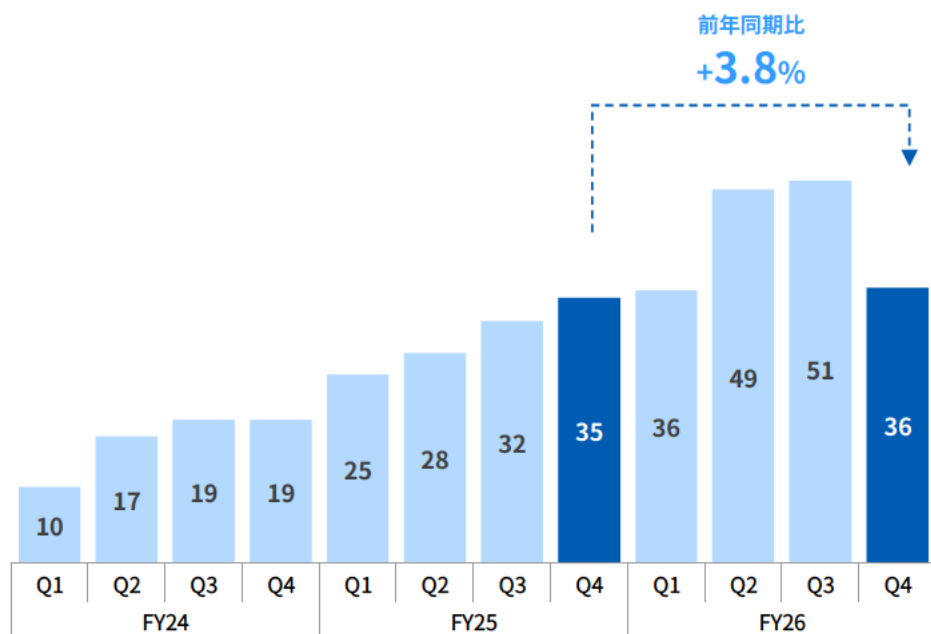


^{*1} 営業人員とは、当社で雇用する仲介営業従事者を指し、買主向け及び売主向け仲介営業に従事する人員数の合計。各四半期の数字は人員数の期中平均

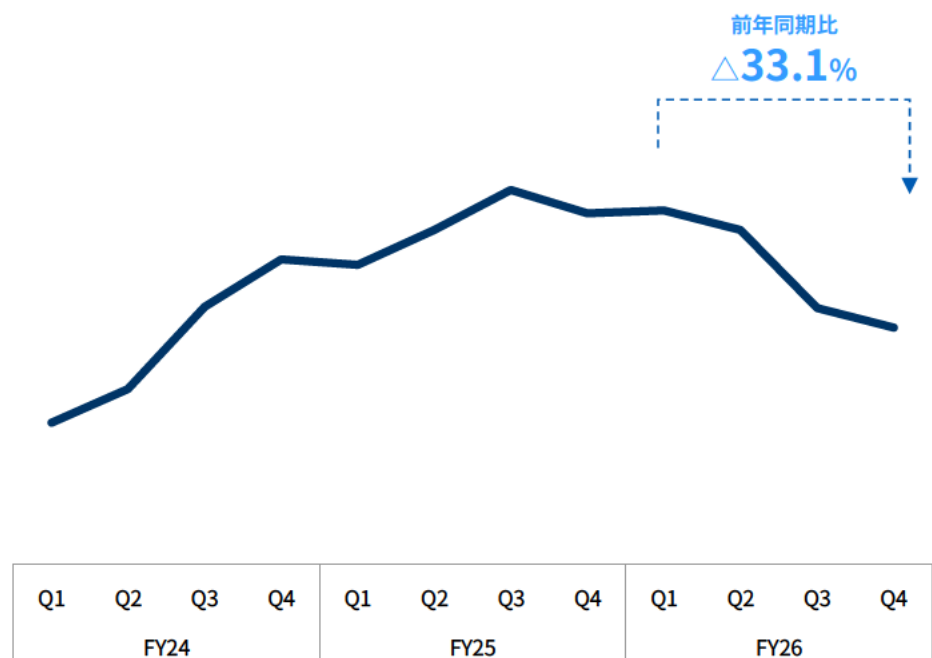
^{*2} 成約ベース。稼働営業人員の1ヶ月あたり取引件数。同一取引においても、当社が買主サイド及び売主サイド双方で仲介を行う場合は、それぞれ別の営業人員が担当するため、取引件数を重複してカウント
外部仲介事業者への送客成約含まない (P.16記載の取引件数と整合しない)

自社企画商品の在庫金額は前年同期比+3.8%で着地しました。第2四半期に仕入れた物件の販売が進捗した一方で、市場動向を踏まえて新規仕入を慎重に実施した結果、前四半期比では減少しました。在庫回転率は、販売物件の粗利率の低下を主因として低下しました。

自社企画商品の在庫金額^{*1} (単位：億円)



在庫回転率^{*2} (仕入販売期間^{*3} × 粗利率^{*4})



*1 各四半期末時点の販売用不動産在庫。簿価ベース

*2 2022年7月度は在庫・販売数が少なく指標の有効性が低いため非表示

*3 自社企画商品における、仕入から販売までの期間

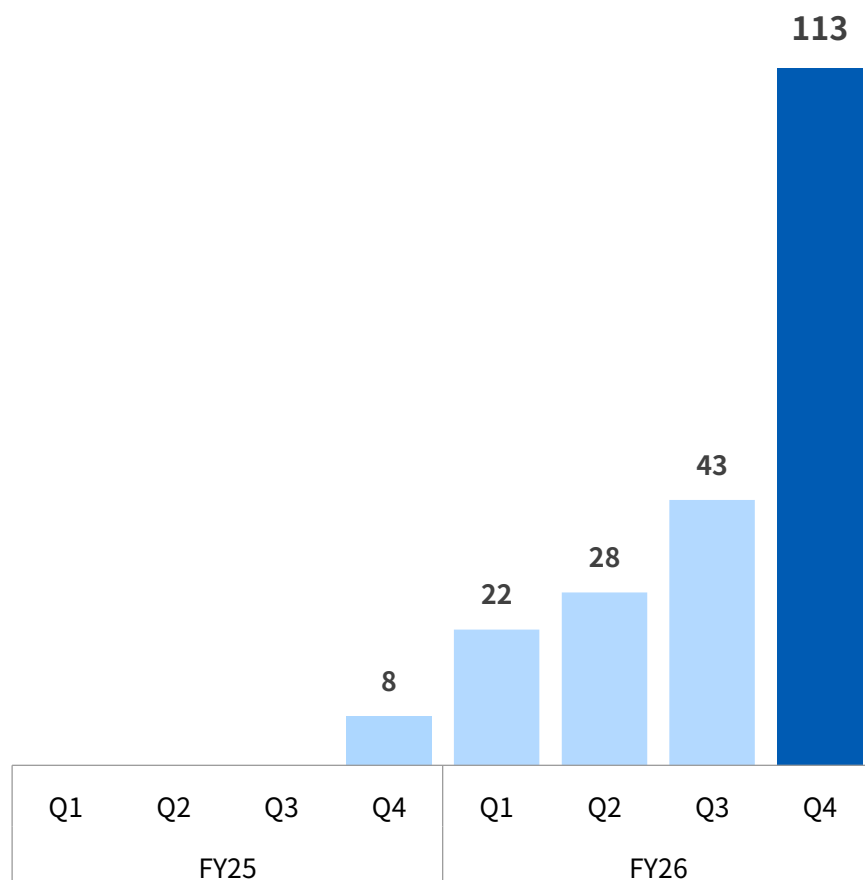
*4 仕入・施工金額と販売金額の差額である獲得マージン率を示す指標。決済ベース

工事請負 | 売上高・売上総利益の推移

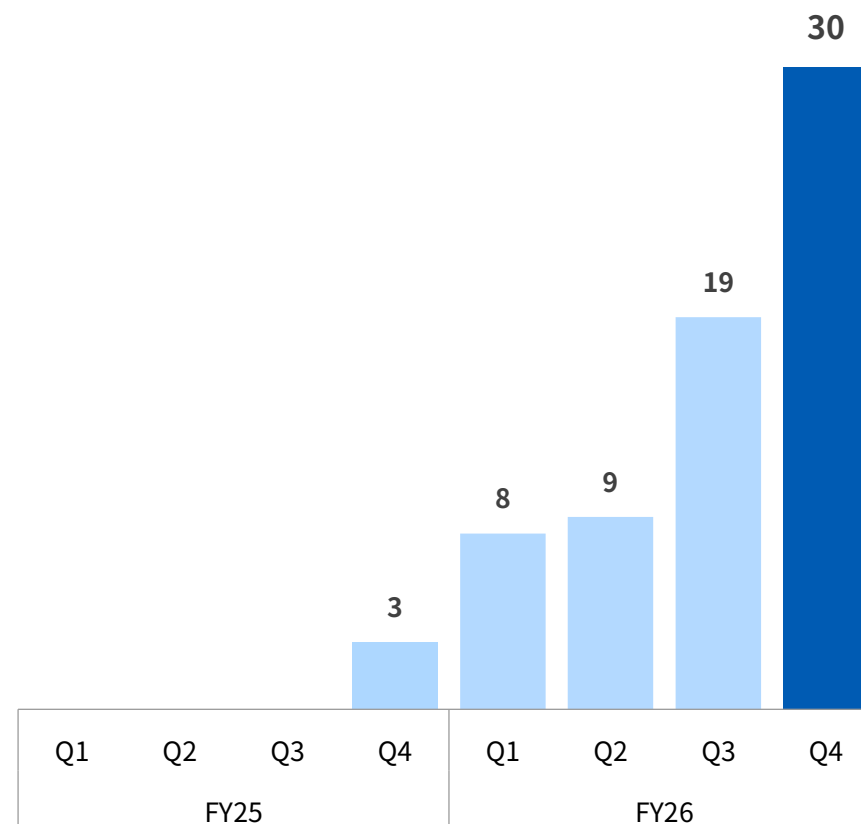
工事請負領域は、売上高、売上総利益ともに伸長しています。

工事請負事業を展開する子会社（株式会社カウカモ工務店）が順調に立ち上がり、収益寄与を開始しています。

売上高^{*1} （単位：百万円）



売上総利益^{*1} （単位：百万円）



*1 引き渡しベース。子会社立ち上げ前に親会社（株式会社ツクルバ）で計上した売上高、売上総利益含む

3. 2027年7月期 通期連結業績予想

2027年7月期 通期連結業績予想

2027年7月期の業績予想は、売上高12,159百万円（前年度比+7.5%）、売上総利益4,380百万円（前年度比+12.4%）、営業利益285百万円（前年度比+67.8%）、経常利益105百万円（前年度比+175.1%）を計画しています。

2026年7月期末の不動産市況悪化による自社企画商品の販売停滞の影響が2027年7月期上半期は継続することが見込まれ、特に第1四半期は営業赤字となる見込みです。販売状況は足元で復調の兆しが見られます。

（単位：百万円）

	2027年7月期 予想	対売上高 (%)	2026年7月期 実績	対売上高 (%)	前年同期比
売上高	12,159	100.0%	11,310	100.0%	+7.5%
売上総利益	4,380	36.0%	3,894	34.4%	+12.5%
販管費	4,095	33.7%	3,724	32.9%	+10.0%
営業利益	285	2.3%	169	1.5%	+67.8%
経常利益	105	0.9%	38	0.3%	+175.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	85	0.7%	127	1.1%	△33.3%

2027年7月期 事業領域別計画

売上高・売上総利益ともに、仲介の安定成長、工事請負の拡大による伸長を計画しています。

仲介は主に営業生産性、マーケティング効率の向上による成長を計画しています。工事請負は事業立ち上げが完了し、通期で収益寄与することに加え、グループシナジーを活用した拡大を推進します。再販は、2026年7月期の不動産市況停滞に伴う販売への影響が上半期は継続する見込みであり、減収を想定しています。

(単位：百万円)

		2027年7月期 予想	構成比 (%)	2026年7月期 実績	構成比 (%)	前年同期比
売上高		12,159	100.0%	11,310	100.0%	+7.5%
仲介	 cowcamo	3,351	27.6%	3,073	27.2%	+9.0%
工事請負	cowcamo 工務店	1,673	13.8%	207	1.8%	+705.1%
再販	TSUKURUBA Box	7,438	61.2%	8,029	71.0%	△7.4%
内部調整額		△303	△2.5%	-	-	-
売上総利益		4,380	100.0%	3,894	100.0%	+12.5%
仲介	 cowcamo	3,351	76.5%	3,109	79.8%	+7.8%
工事請負	cowcamo 工務店	467	10.7%	64	1.7%	+619.2%
再販	TSUKURUBA Box	645	14.7%	720	18.5%	△10.4%
内部調整額		△84	△1.9%	-	-	-

* 各事業領域に記載のサービス・会社は当該事業領域を主として展開するサービス・会社を示しており、各グループ会社の計画を示さない。
また、「仲介」「工事請負」はFY26実績で開示している「仲介・付帯サービス」を分解したもの。「再販」が同「自社企画商品」に対応

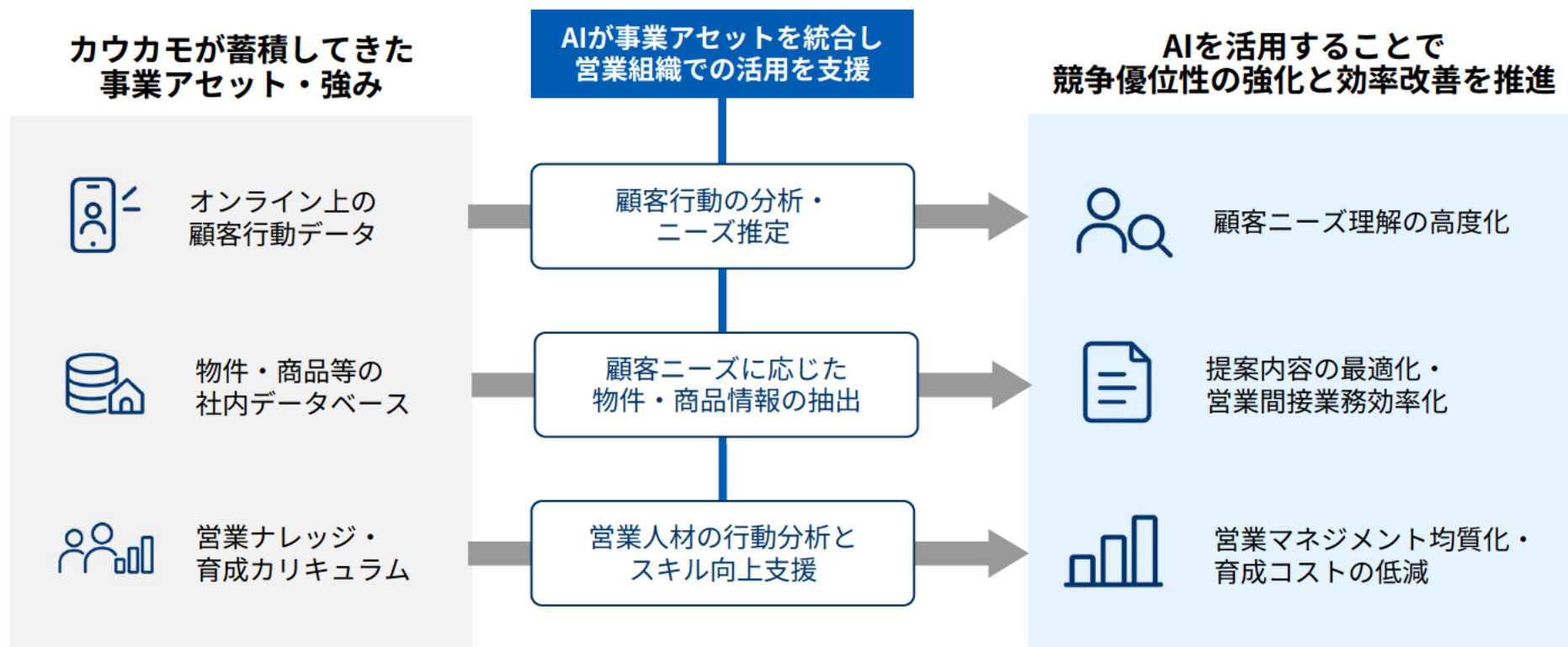
4. 2027年7月期 主な取り組み

営業生産性向上に向けたAI技術の活用（株式会社PKSHA Technologyとの提携）

2026年3月にAI技術の活用によるカウカモ事業の競争優位性の強化と事業成長の加速を目的に、株式会社PKSHA Technologyと資本業務提携を実施しました。

2027年7月期期初より、業務提携の第1フェーズとして、AIを活用した営業活動の生産性向上に向けた施策推進を開始予定です。

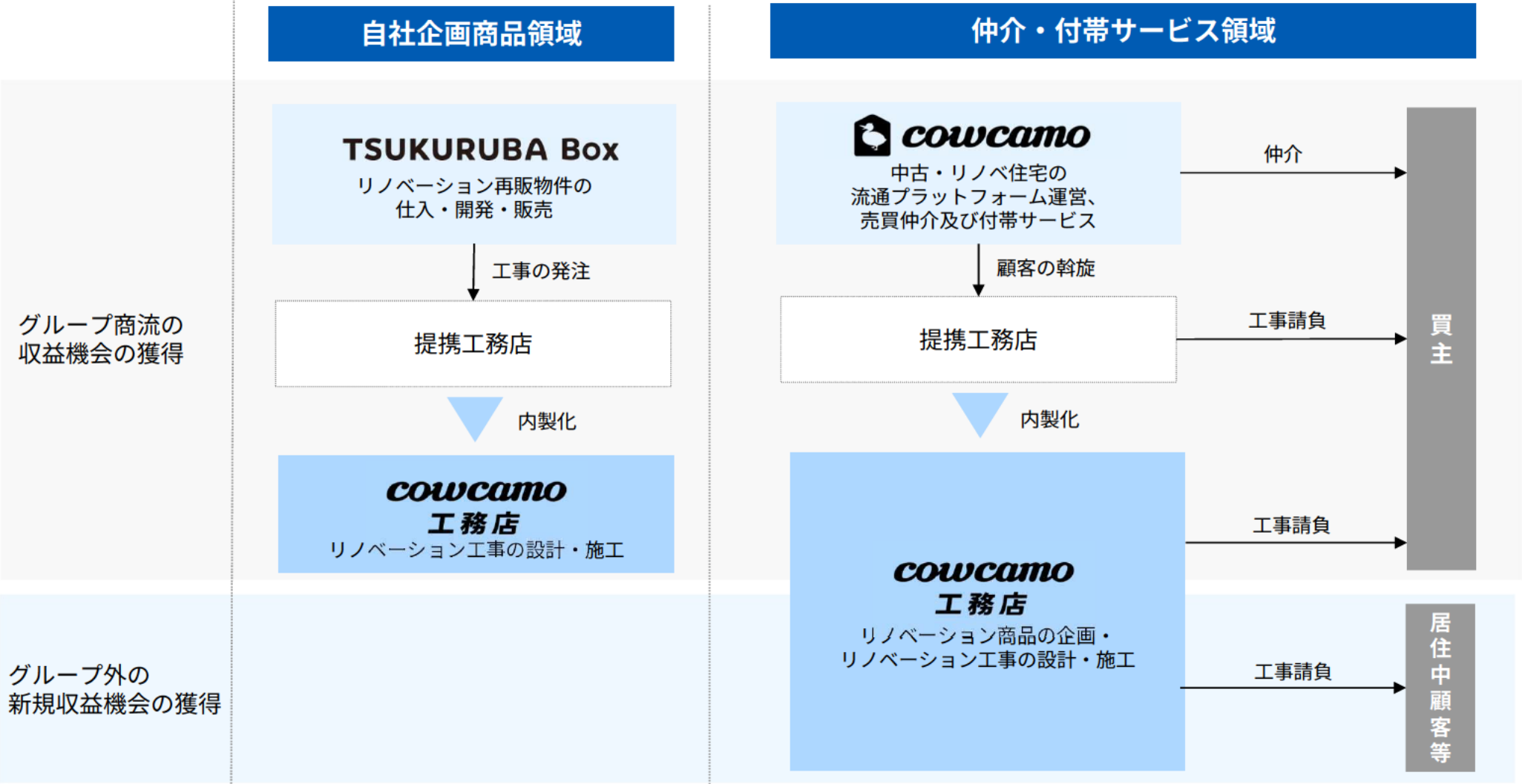
カウカモ事業は、オンライン-オフラインを統合した住宅流通サービスとして、独自データやナレッジ等の事業アセットを構築しています。AIを活用した営業組織におけるアセットの活用の高度化・平準化により、競争優位性の強化、効率改善につなげることを企図しています。



- ⚠️
- ・担当別の活用度にばらつき
 - ・マネジメントリソースに制約

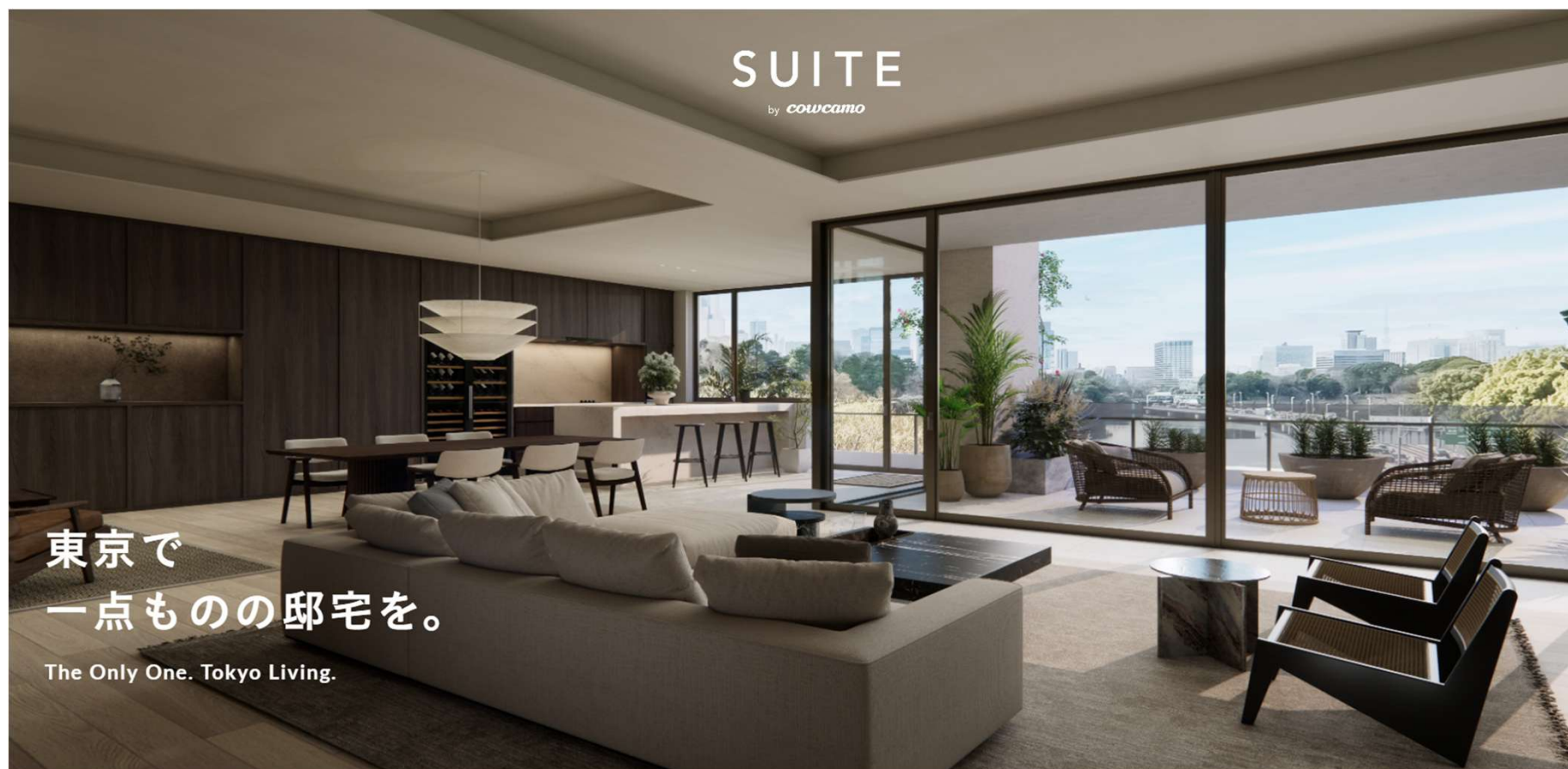
リノベーション工事請負の強化

2026年7月期に立ち上げたリノベーション工事請負を展開する子会社「株式会社カウカモ工務店」の拡大を推進します。
具体的には、cowcamoの仲介顧客に対するリノベーションの提供、グループ内のリノベーション再販の工事内製化等を推進することで、収益機会の獲得及びグループシナジー発揮による付加価値・競争力の強化を目指します。また、グループ外の新規需要の取り込みについても推進する計画です。



高額帯向け営業の強化

2026年7月期に、高価格帯物件の営業強化のため、都心2億円超の物件を取り扱う専用窓口「SUITE by cowcamo」のサービスリリースを行いました。都心一等地における中古マンション仲介とリノベーションの一気通貫のサービスを提供することで、今後の収益単価の向上ならびに営業生産性向上に寄与する見込みです。



Appendix 会社概要

会社概要

名称	株式会社ツクルバ
本社	東京都渋谷区恵比寿4-3-14 恵比寿SSビル 7階
設立	2011年8月
代表取締役	野村 駿太郎
連結正社員数	289名（2026年7月末日現在）
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
連結子会社	株式会社ツクルバボックス（100%） 株式会社カウカモ工務店（100%）



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。



代表取締役CEO 野村 駿太郎

株式会社コスモスインシアのリテール仲介・中古買取再販部門における最年少管理職及び同部門における仕入・販売領域の責任者を経て、2023年7月当社入社。2024年2月当社執行役員に就任し、2025年5月当社取締役上級執行役員CROに就任。同年9月より現職



取締役CSO 北原 寛司

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、2023年8月より現職



取締役 竹内 真

富士ソフトABC株式会社（現富士ソフト株式会社）を経て、創業準備期の株式会社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。2021年10月当社社外取締役に就任し、2025年5月より現職



社外取締役 福島 良典

株式会社Gunosyを創業し、およそ2年半で東証マザーズ（現：東証グロース）に上場。後に東証一部（現：東証プライム）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



社外取締役 小林 賢治

株式会社ディー・エヌ・エーに入社し、2011年から2015年まで取締役を務める。2017年7月、シニフィアン株式会社を設立。SmartHR等急成長企業の継続グロースに向けたエンゲージメントに重きを置いた投資を行う。ラクスル株式会社独立社外取締役、Nstock株式会社エグゼクティブ・アドバイザー



社外取締役 常勤監査等委員 西浦 千栄子

公認会計士。上場企業、外資系企業及び金融機関の会計監査、内部統制アドバイザリー業務に従事した後、2014年西浦公認会計士事務所開設。JapanTaxi株式会社（現GO株式会社）の常勤監査役を経て、タクミノホールディングス株式会社社外監査役、株式会社NSD社外監査役に就任



社外取締役 監査等委員 石本 忠次

KPMGビートマーウィック入社後、国際税務業務やM&Aアドバイザリー業務に従事。医療画像ベンチャー企業のCFOとして経営企画・資金調達を経験し、2001年にブティック型会計事務所のメンターキャピタル税務事務所を開業。上場及び非上場のベンチャー企業の社外役員を歴任



社外取締役 監査等委員 木村 勇人

東京大学法科大学院修了、ミシガン大学ロースクール（LLM）修了。弁護士、ニューヨーク州弁護士。2013年に渥美坂井法律事務所・外国法共同事業に入所。2025年に同シニアパートナーに就任（現任）。同年10月より現職

ビジネスモデルの特徴

1

拡大する中古・リノベーション住宅市場におけるユニークなポジション

2

流通規模及び付加価値獲得領域の拡大による、収益の拡大

(取引件数)

(収益単価)

3

対象市場拡大×LTV深耕×市場創出による長期の成長ポテンシャル

参考 | 当社の収益形態

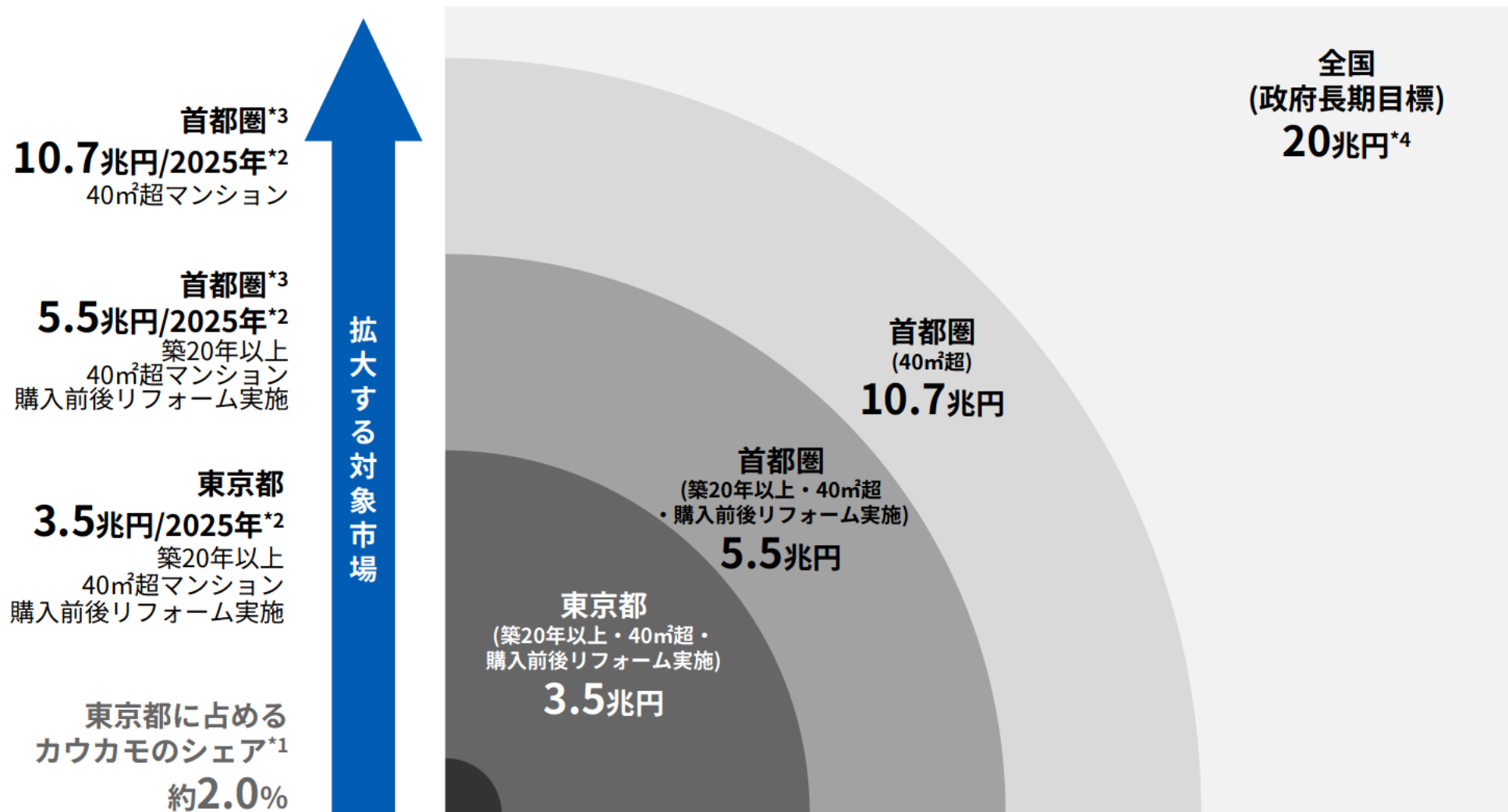
当社の収益形態は主に手数料収益と販売収益・請負収益で構成されております。

	仲介・付帯サービス			リノベーション 請負収益	不動産 販売収益
	不動産 仲介手数料	付帯サービス* 斡旋手数料	インテリア等 販売収益		
	買主・売主への仲介を 起点とする仲介手数料	リノベーション、付帯 サービス事業者等への 顧客斡旋による手数料	家具・インテリア商材 の仕入・販売による収 益	リノベーション工事の 請負による収益	自社企画商品の仕入・ 開発・販売による収益
売上高	ネット計上 (手数料)	ネット計上 (手数料)	グロス計上 (販売金額)	グロス計上 (請負金額)	グロス計上 (販売金額)
売上原価	原則なし	原則なし	仕入金額	工賃・材料費	仕入金額 + 施工金額
財務KPI 売上総利益	取引金額 × 手数料率	取引金額 × 手数料率	販売金額 × 粗利率	販売金額 × 粗利率	販売金額 × 粗利率

* 住宅購入に際して当社が提供する付帯サービス（当社が企画・提案したリノベーションサービスを提携リノベーション事業者へ斡旋するケースを含む）

全国20兆円規模への成長が期待される中古・リノベーション住宅市場

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は、現在、首都圏を中心に展開していますが、展開エリアの拡大・対象市場全体の成長という高いポテンシャルを秘めています。



*1 カウカモのFY26の流通総額を2025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 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 2025年度」、公益財団法人不動産流通推進センター「2026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 2022-2023」からツクルバが推計

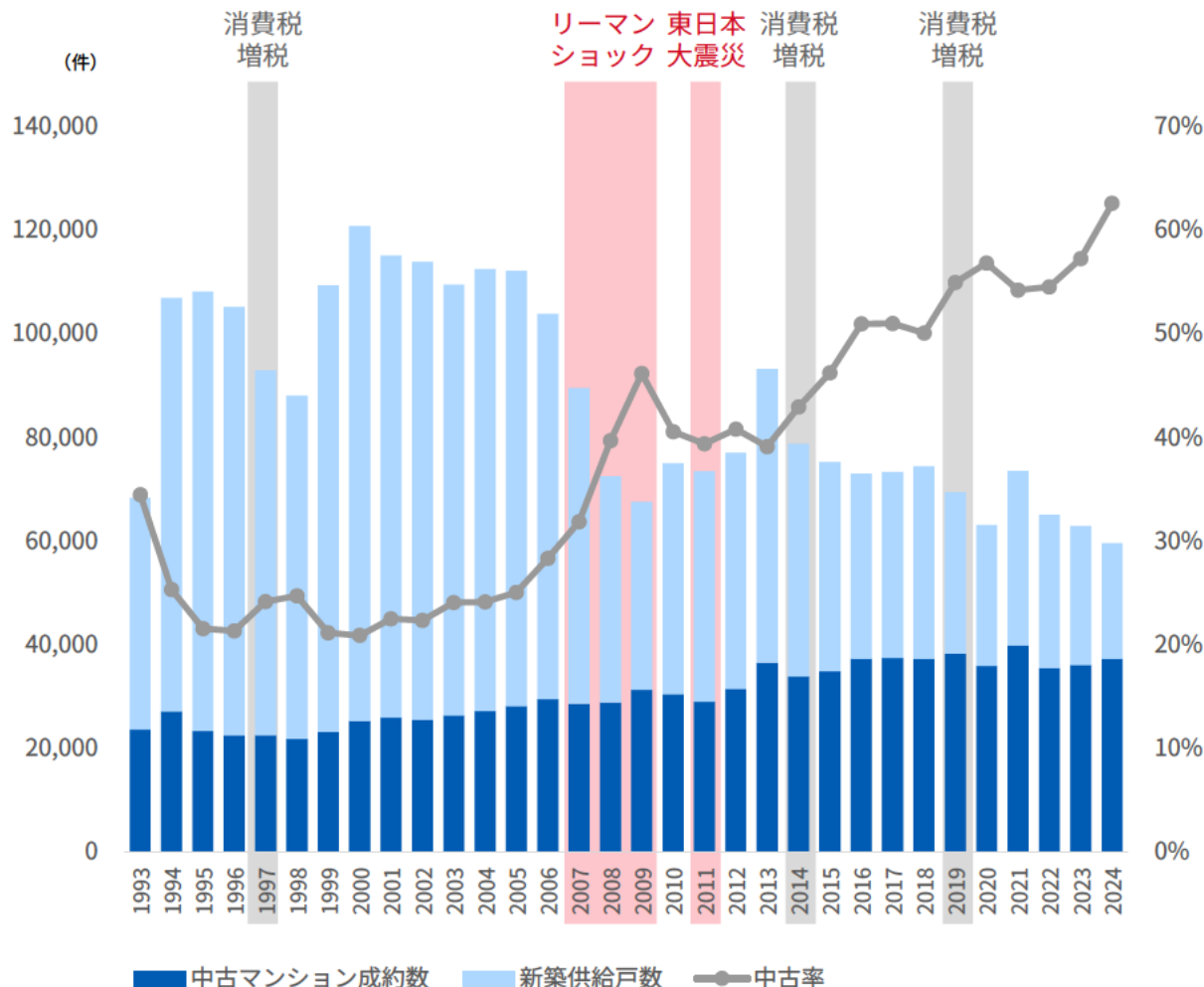
*3 首都圏：1都3県（東京/埼玉/千葉/神奈川） *4 国土交通省「住生活基本計画」（令和3年3月9日）中古住宅流通市場・リフォーム市場合計

*5 上記はイメージであり、値の差を面積比で正確に表していない

新築に比べマクロ環境の影響を受けにくい中古不動産流通市場

首都圏における中古マンションの成約件数は、新築マンションの供給戸数と比較すると、経済環境に大きな影響を受けず継続的に増加していることが確認できます。中古マンションがストックとして蓄積されていくため、中長期的な成長は継続するものと想定しています。

首都圏の新築・中古マンションの流通件数の推移



中古不動産流通市場の環境耐性の背景

- 住宅の実需は、各世帯・家計においては出産や転勤、相続等様々なライフステージの変化によって発生するため、経済環境の影響が少ない
- 新築は「フロー」型の供給であり、土地仕入や資材供給において経済環境の影響を強く受ける一方、中古住宅は、これまでに蓄積されてきた「ストック」が供給源であり、環境変化においても住宅実需の受け皿として機能
- 従って、マクロ環境が変化した場合においても、中古不動産流通市場の安定的な成長は継続するものと思われる

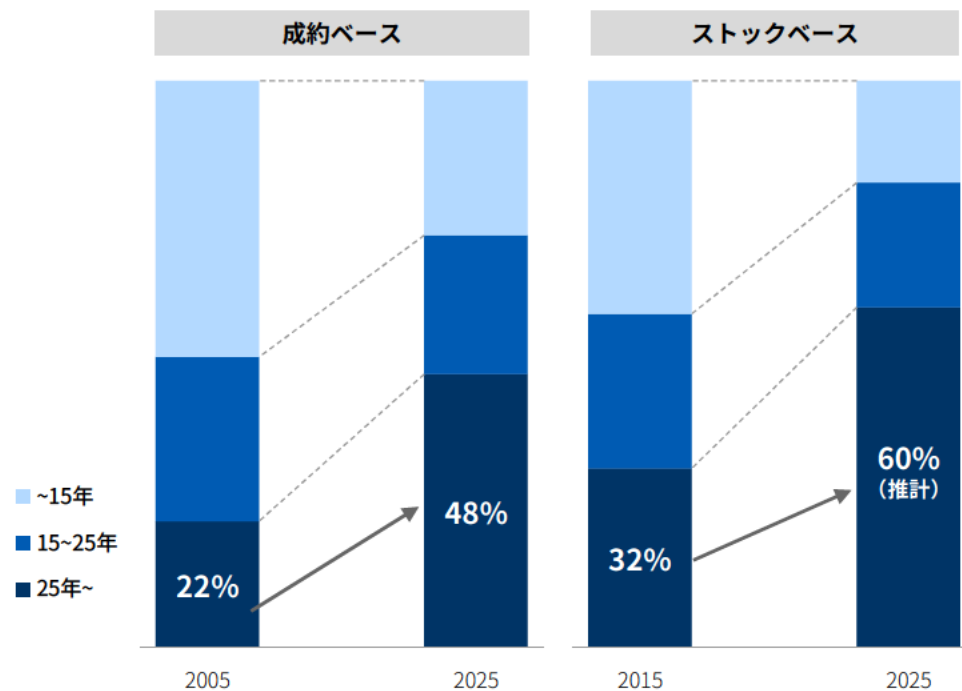
中古住宅の市場の構造変化によりリノベーションが当たり前に

2025年には“築古”が市場の6割を占め、リノベーション住宅があたりまえの選択肢に。

“築古”が市場の6割に迫る

ストック変化により、2005年に成約全体の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5割近くまで増加

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、自分の暮らしにあった嗜好性のあるリノベーションを行う「住まいの選択肢」がメジャーになってきている



流通規模と付加価値獲得領域の向上による高い収益成長率

継続的な顧客基盤の拡大と差別化された体験・商品の提供により流通規模を拡大するとともに、バリューチェーンの拡張やサービス拡充により付加価値獲得領域を拡大し、収益の高成長を継続します。

高い収益成長率の継続

流通規模の拡大



継続的な
顧客基盤の拡大



差別化された
体験・商品



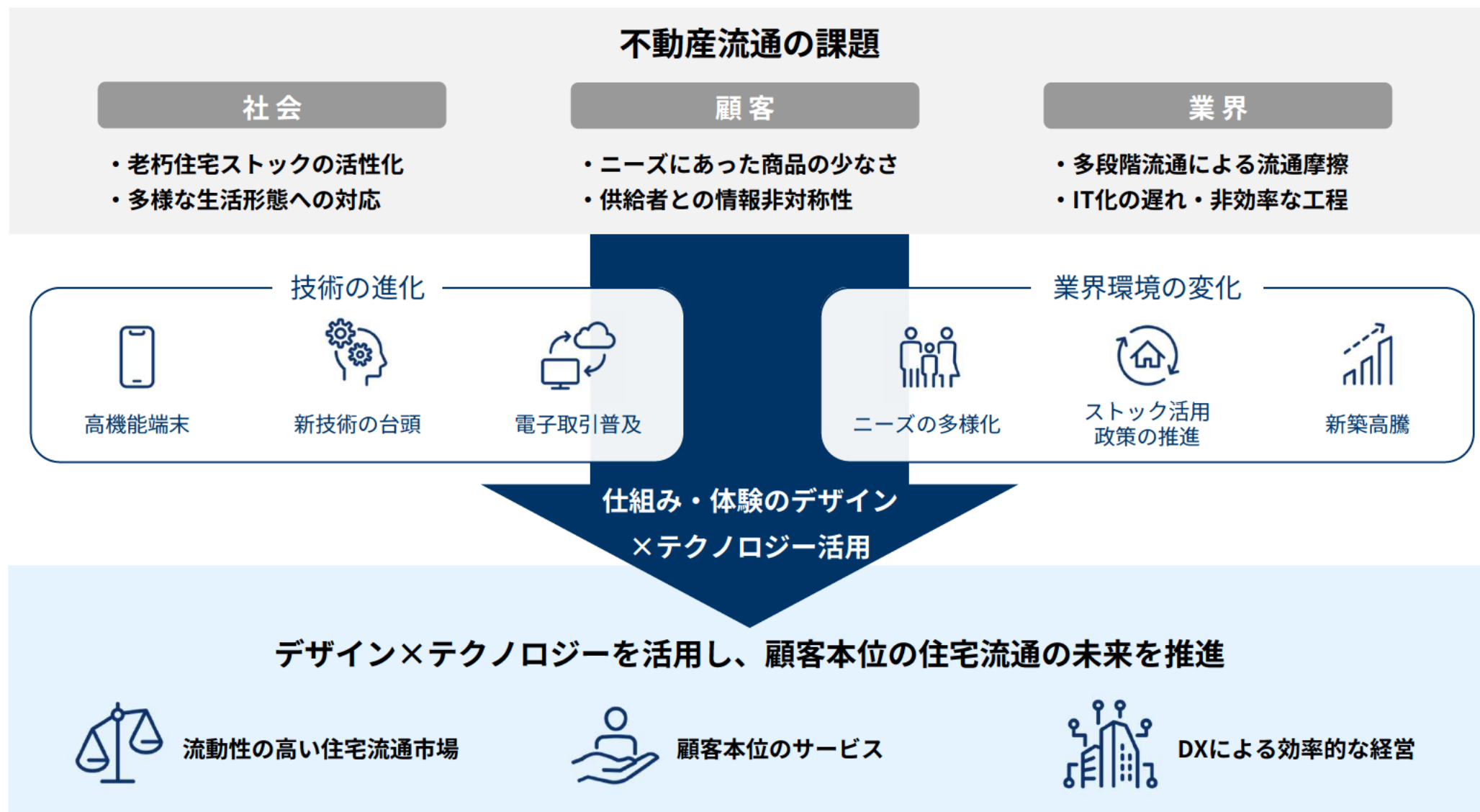
バリューチェーン
の拡張



サービスの拡充

デザイン×テクノロジー活用による住宅流通の変革

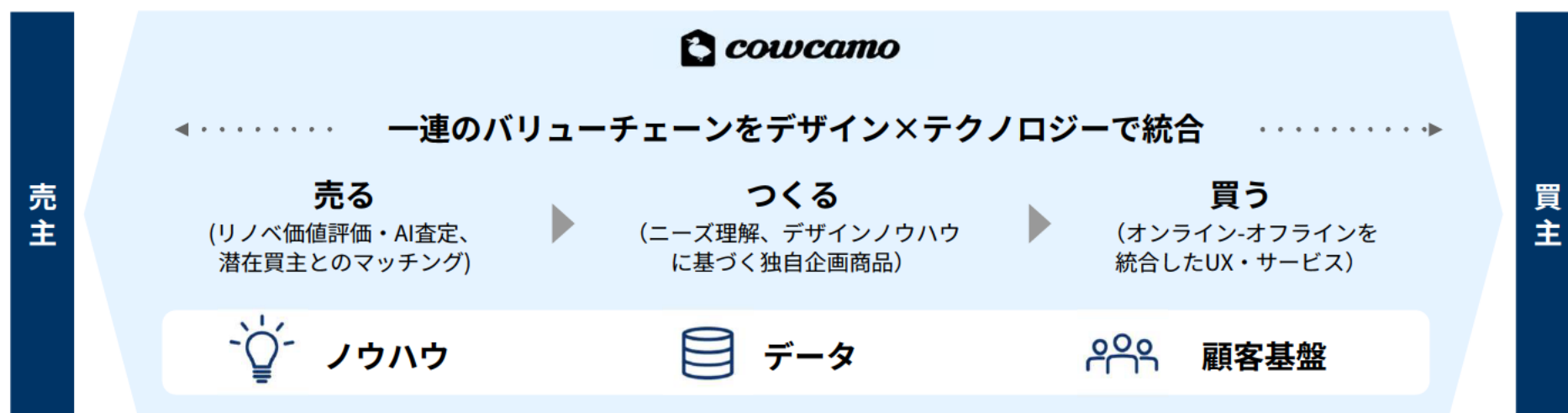
当社の主力事業であるカウカモ事業では、デザイン×テクノロジーを活用した、顧客本位の住宅流通の変革を目指しています。



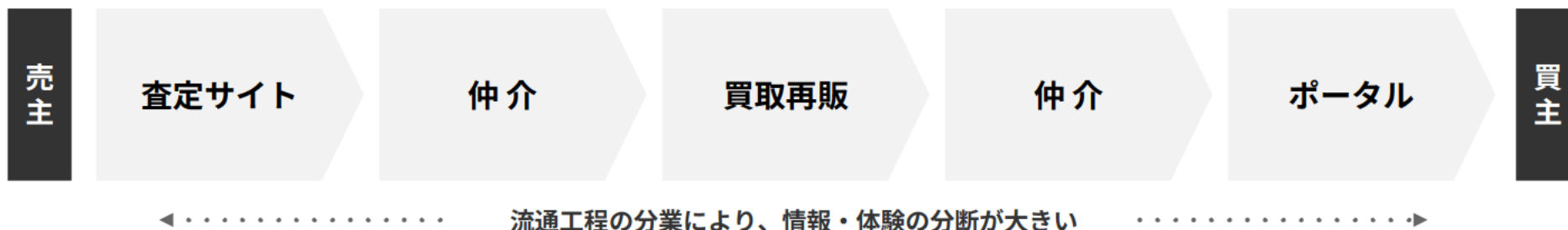
流通構造をデザイン×テクノロジーによって統合するユニークなポジション

分断された流通構造をデザイン×テクノロジーで統合し、ユーザー本位にアップデートします。弊社の競争優位性の源泉であるユーザー基盤、データ、ノウハウを活用することにより、顧客価値の高く効率的な流通構造を実現します。

カウカモが実現する流通構造



既存の流通構造



カウカモのお客様の声

カウカモを活用いただいたユーザーの声の一例を紹介しています。定量情報だけでなく、定性的な情報や周辺情報を含めた物件に対する独自の記事を掲載することにより、これまでは顕在化しづらかった物件の価値を顕在化させ、適正な価格での成約につなげています。

売主の声



- 最初の業者さんには価格設定が高すぎると言われ、内見も一度しか入らずで…
- 記事公開から続々と内見が入り、一週間も経たないうちに現オーナーさんとの話がまとまりました。これには最初の業者さんも驚いていました。



買主の声

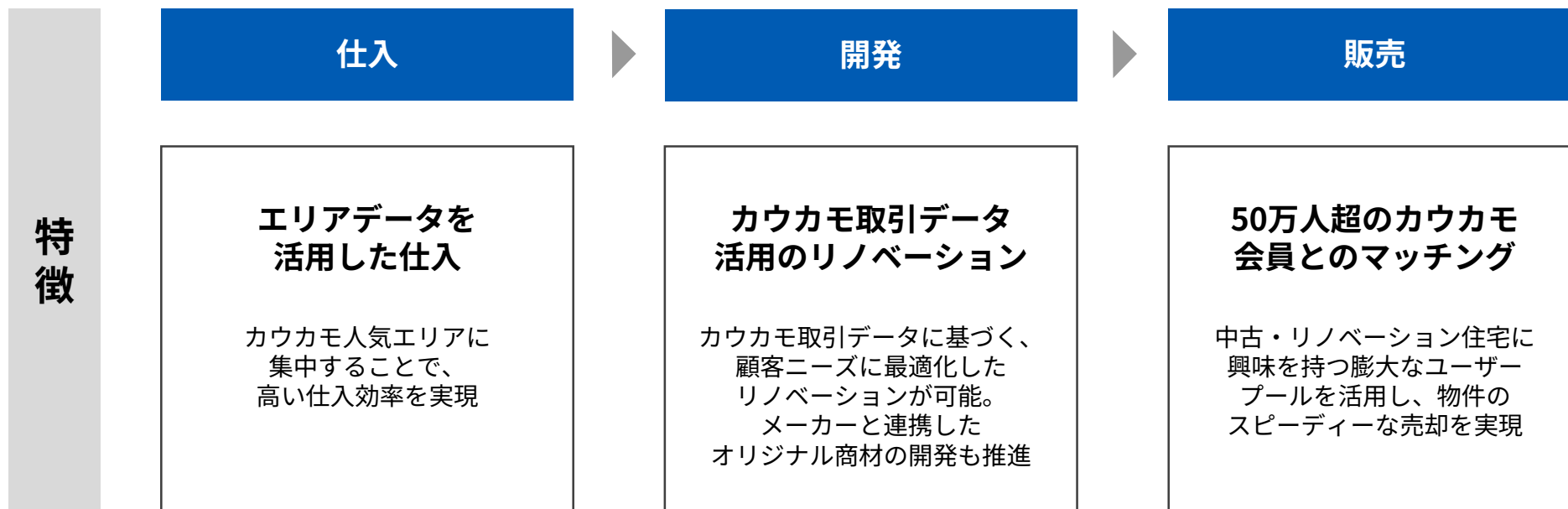


- 素敵な物件が豊富な写真と情報とともに掲載されていて楽しく見えました。
- アプリが使いやすく、チャット機能を使ったやりとりがスムーズで便利でした。
- リノベーションプランが用意されていて、手軽に自分に合ったリノベができました。



自社企画商品の特徴

自社企画商品のビジネスは、「仕入」「開発」「販売」の3フェーズで構成されています。カウカモの顧客基盤や取引データとのシナジーにより、業界水準より秀でた資本効率性（回転率×粗利率）を実現しています。



長期展望 | LTV深耕×対象市場拡大×市場創出による長期の成長ポテンシャル

中期的な既存ドメインでの事業拡大を経て、長期的には、LTVの深耕、対象市場の拡張、市場創出を通じたさらなる事業拡大を実現し、日本の住まいの流通・住文化の未来をリードする事業を目指します。

中期の事業
拡大方針

(既存ドメインにおける事業拡大)
流通規模及び付加価値獲得領域の拡大による収益の成長



長期の成長
ポテンシャル

LTV深耕×対象市場拡張×市場創出によるSOM*の拡大
→日本の住まいの流通、住文化の未来をリードする事業へ

ライフタイムでの
顧客関係性の発展

商材×地理軸
での対象市場の拡大

市場メカニズムの形成と
住替え促進による市場創出

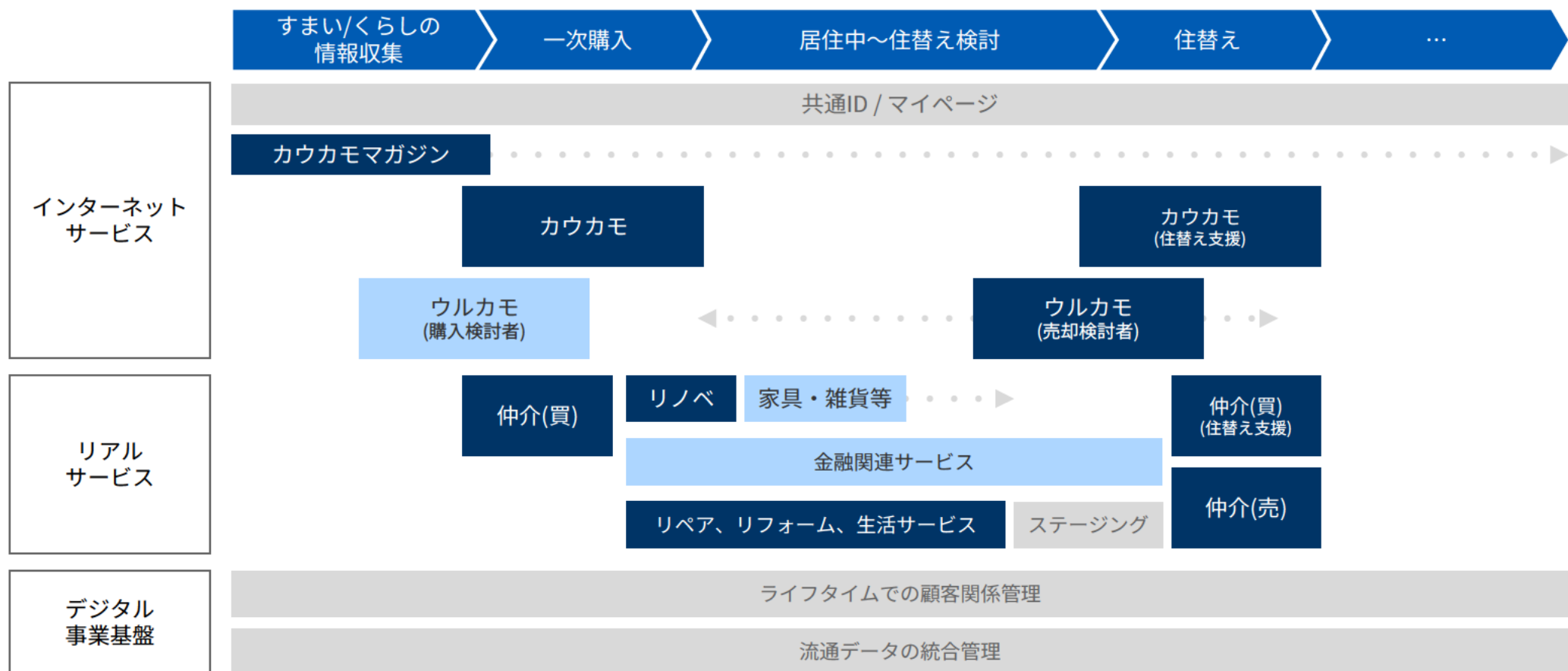
*SOM (Serviceable Obtainable Market) :

ある時点での対象市場において、商品・サービスを提供可能かつ、獲得できるであろう市場規模。ここでは、将来的なカウカモ事業の事業展開を通じて、獲得可能な市場規模が拡大することを意味している

長期展望 | テクノロジーを活用したライフタイムでの顧客関係性の発展

インターネットの特徴を活かしたサービスと、住まいの流通や暮らしにかかわるリアルサービス、デジタル事業基盤の統合を通じて、顧客とライフタイムにわたる持続的な関係性を構築していきます。

顧客ライフタイムに沿ったサービス展開イメージ



凡例： ■ 現在の主なサービス ■ 開発中のサービス ■ 将来構想 ●▶ ライフタイムに沿った拡張方向性

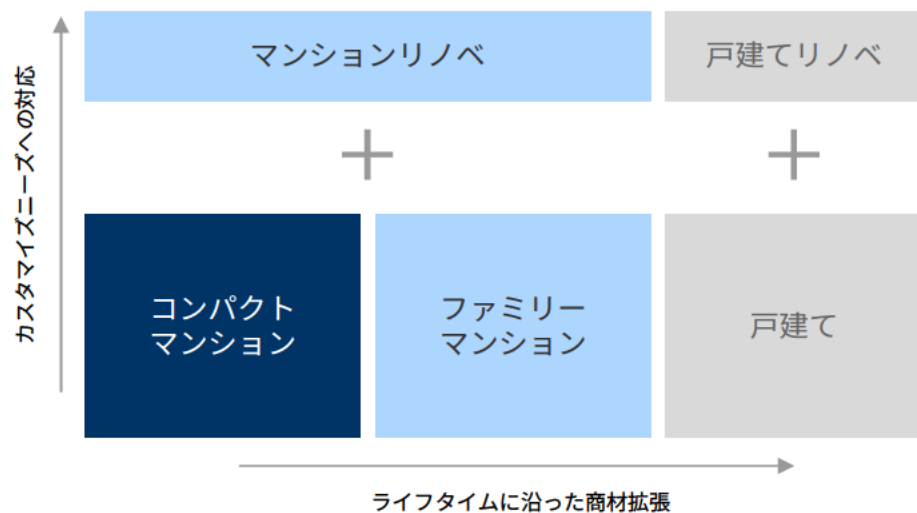
長期展望 | 商材×地理軸での対象市場の拡張

将来的には、商材、地理軸での対象市場の拡張を通じてSOM（対象市場）を拡大していきます。

商材×地理軸での対象市場拡張のイメージ

商材軸

- ・ カスタマイズニーズへの対応として、既に部分的に実施しているリノベーション商材の拡張を想定
- ・ 将来的には、ライフタイムに沿った住替え先の商材として、ファミリー向けや戸建てへの拡張を見据える



地理軸

- ・ 現在の主要な展開エリアである都心部から、一部首都圏近郊へと拡張しつつある
- ・ 将来的には、全国主要都市への展開も想定



長期展望 | 市場メカニズムの形成と住替えの促進による市場創出

長期的には、カウカモによって価格評価や潜在層のマッチング等の市場メカニズムの形成、住替えの促進により、新たな市場創出を図ります。

市場メカニズムの形成

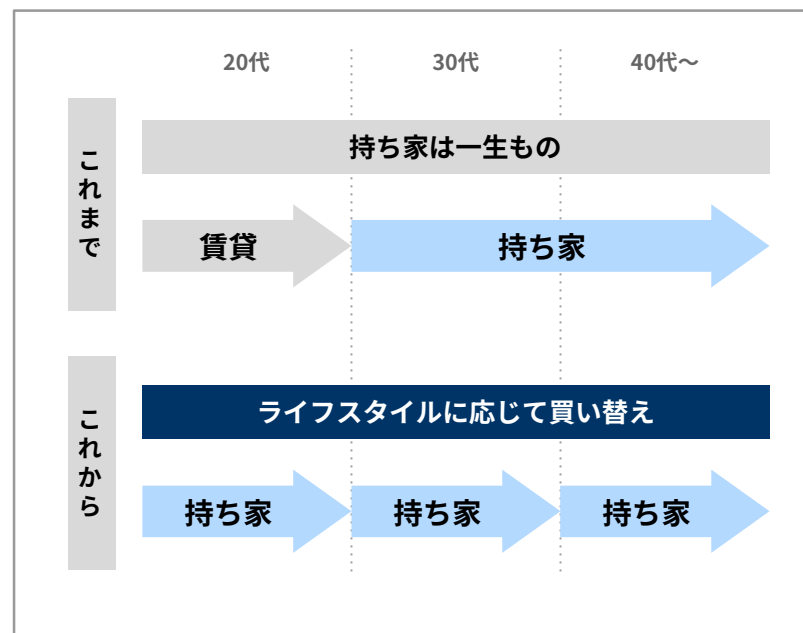
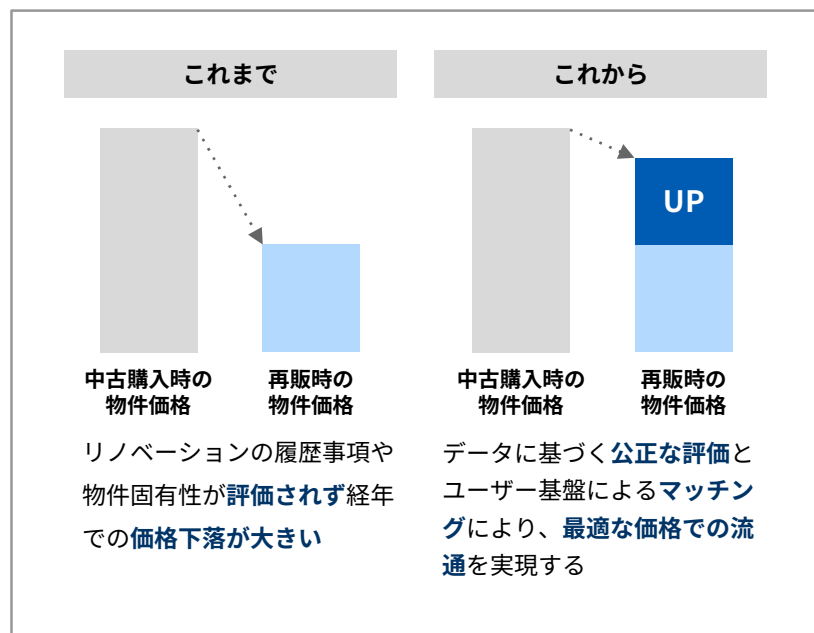
- データ蓄積によるリノベーション物件の公正な評価
- 潜在的買/売ニーズのマッチング



住替えの促進

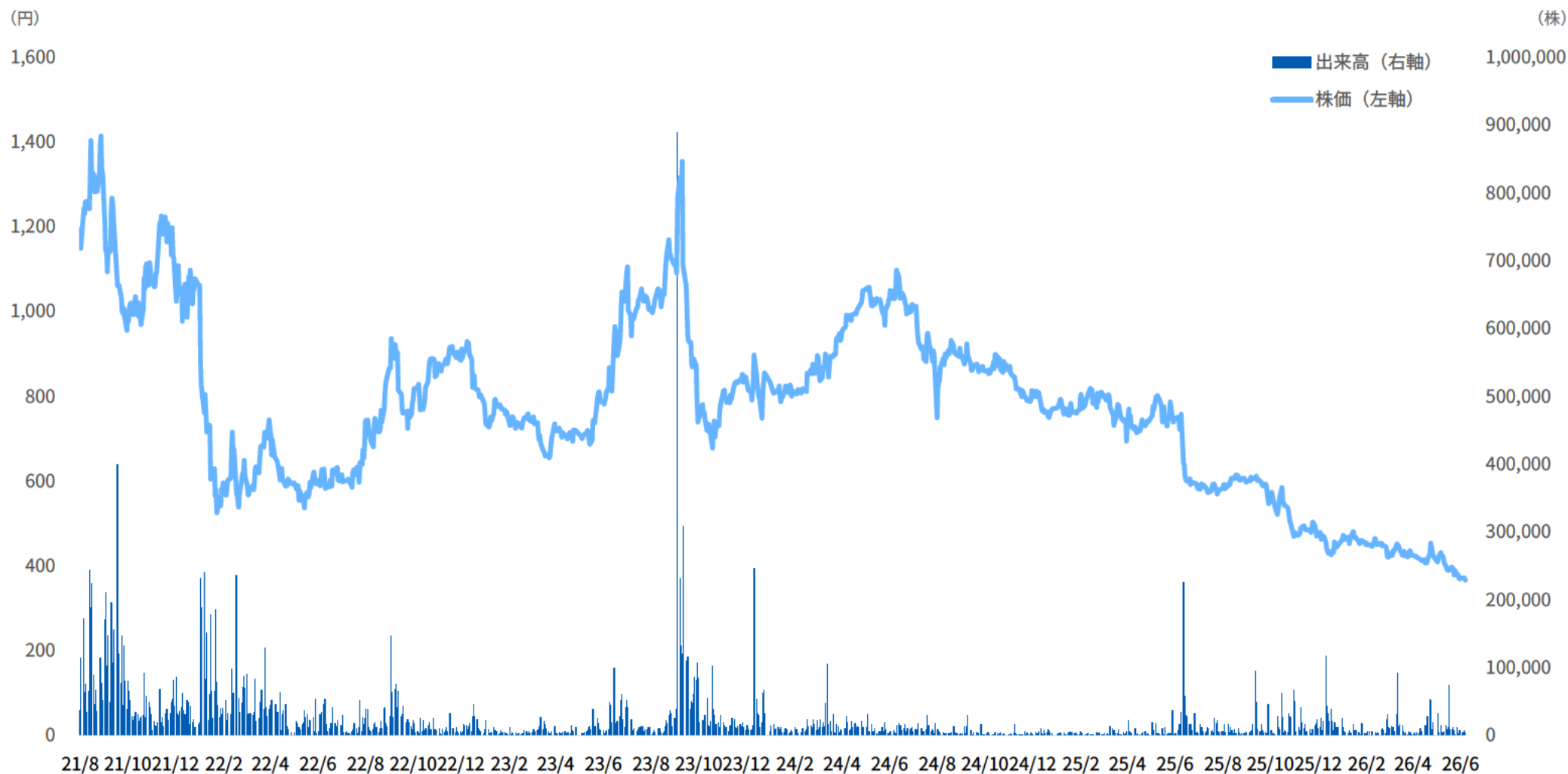
- ライフスタイルに応じた住み継ぎの促進
- 流通中間コストの削減による買い替えの経済性向上

=市場創出



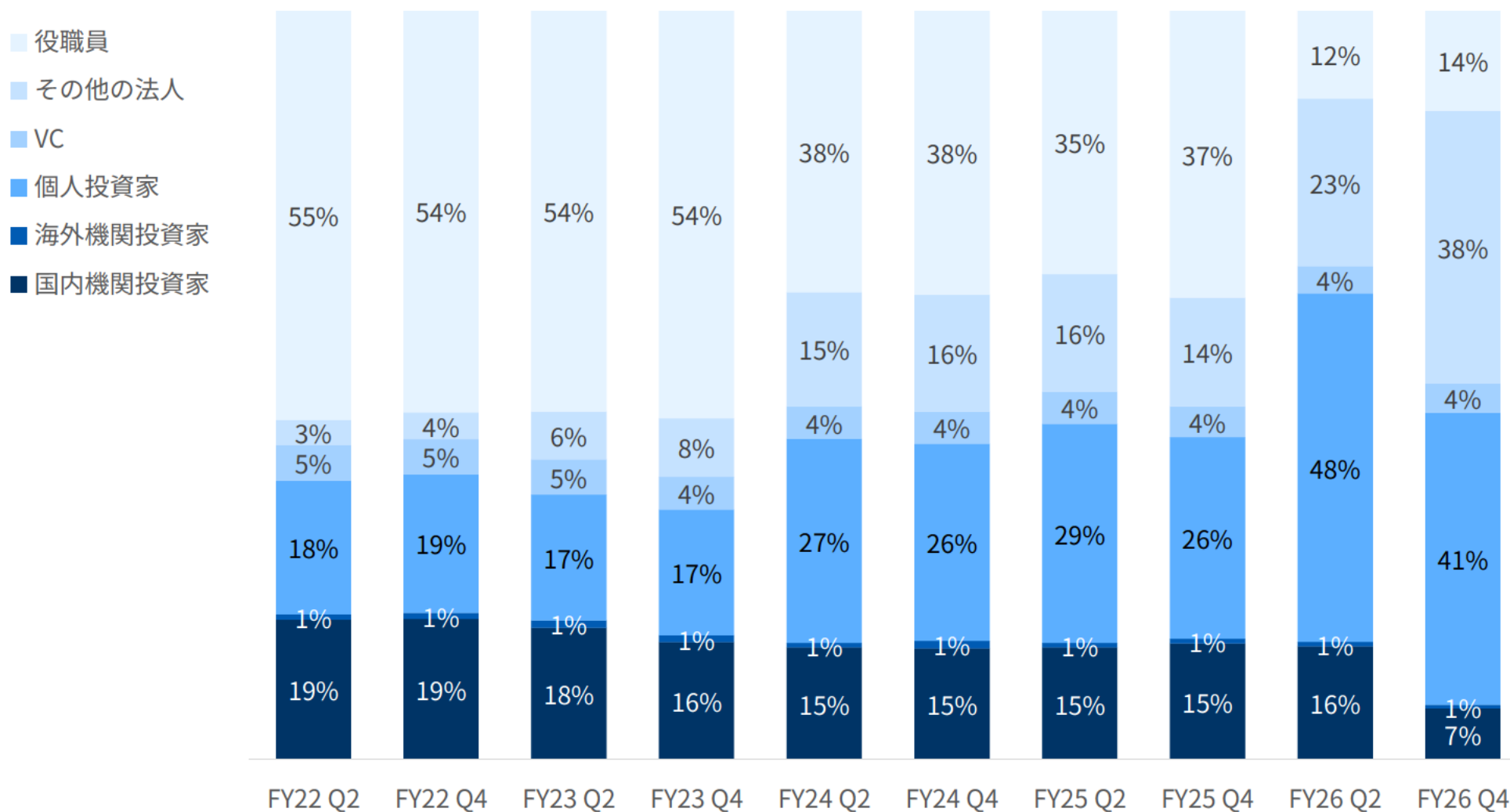
参考 | 株価・出来高の推移

投資家の皆様を対象とした積極的なIR活動によって当社の認知度及び事業への理解度を向上し、中長期的に株価・出来高を改善していくことを目指します。



参考 | 株主構成比率の推移*

株主構成比率の推移は以下の通りです。投資家の皆様に対する情報提供により一層取り組み、長期投資家の投資判断に資する開示の充実に努めます。



* 普通株式のみ（A種種類株式は含まない）

質問	回答
足元の中古不動産の市況は？	東日本不動産流通機構によると、首都圏の中古マンション売買成約件数は、2026年3月度まで17ヶ月連続で前年同月比プラスで推移するなど堅調を維持しておりましたが、2026年4月～8月度は5ヶ月連続で前年同月比マイナスと一部足踏みがみられます。加えて、当社の主要展開エリアである東京都区部については、2026年8月度は前年同月比マイナス20.6%と、8ヶ月連続で減少しております。 当社の足元業績においては、主に自社企画商品の販売進捗において一部影響を受けていると認識していますが、市場動向を注視しつつ適切な販売戦略・新規仕入を推進しており、影響は長期継続しないと考えています。
政策金利や住宅ローン金利の上昇による事業への影響は？	< カウカモ事業への影響 > 足元の日銀金融政策の方針及び政策金利の利上げピッチを鑑み、住宅ローン金利の急激な上昇による中長期的な中古マンション市場の減退は想定していません。住宅ローン金利が上昇した場合においても、実需の中古住宅は、ライフステージの変化による需要が生じ、また新築の受け皿となりうるため、投資用物件や新築物件に比して事業への影響は限定的と見ています。 ただし、住宅ローン金利上昇に伴う不動産購入における総支払額の増加を通じた一時的な需要の減退、相対的な不動産価格の調整は、足元の市況に影響していると考えています。 < 全社への影響 > 全社としては、自社企画商品在庫を中心として有利子負債を活用しており、借入金利の上昇については、支払利息増加の一因として業績予想に織り込んでいます。

ディスクレマー

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等により、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。

お問い合わせ先

ツクルバ ファイナンス本部
Email : ir@tsukuruba.com
IR情報 : <https://tsukuruba.com/ir/>

TSUKURUBA