

住宅・不動産販売に特化した
マーケティング・オートメーション(MA)サービス

KASIKA



KASIKA

検索



2026年5月期 第2四半期決算説明資料

2026年1月9日



証券コード(137A)

目次

1. 当社概要及びサマリー
2. 業績ハイライト(当第2四半期)
3. 通期業績予想の修正
4. KASIKAが提供する価値
5. 今後の成長戦略

1.当社概要及びサマリー

■ わたしたちのミッション

ミッション

テクノロジーとマーケティングの力で、
住宅・不動産業界で働く”人”の力が
最もうまく活かされる仕組みを創り上げたい



私たちのミッションを達成するために、不動産業種に特化したマーケティング・オートメーションツール「KASIKA」(カシカ)を自社で開発し、不動産会社に対してクラウドサービス(SaaS)として提供

会社情報

会社名

Cocolive株式会社(Cocolive Inc.)

設立

2017年1月

主要株主

山本考伸(当社代表取締役):1,302,600株(43.09%)

ホームページ

<https://cocolive.co.jp/>

住所

東京都千代田区神田神保町1-28-1 mirio神保町7F

社員数

118名(2025年11月30日時点)

サマリー

2026年5月期第2四半期 決算ハイライト

- ✓ 売上高は前年比+15.3%、営業利益以下は本社移転による影響や人件費の増加に伴い前年比△10%程度の下落
- ✓ SaaSビジネスの強みである安定した継続収益の獲得と低い解約率の維持があるものの、体制変更に伴う育成が間に合わず、過去に比べると伸びが鈍化
- ✓ 当中間期に本社移転を実施し、前期比で支払家賃や移転関連費用が増加
- ✓ 当社では引き続き当社の有する顧客基盤(顧客数)を最大限に活かす取り組みを行っており、AI機能の強化も含め今後も継続して新しいオプションや、より導入しやすいツールへの開発を推進
本日付のリリースにて「【KASIKA機能進化のロードマップ公開】AIやツール間連携などを中心に住宅・不動産営業DXを加速させる新機能を続々実装へ」を開示
- ✓ 上述の売上の伸びの鈍化・体制変更や開発強化に伴う人件費等の増加により、業績予想の下方修正を実施
本日付のリリースにて「2026年5月期通期業績予想の修正のお知らせ」を開示

サマリー

At a Glance (2026年5月期 第2四半期 主要計数)

売上高*1

7.1 億円

前年同期比(+15.3%)

営業利益*1

109 百万円

前年同期比(△10.7%)

重要な経営指標(2025年11月末時点)

顧客数*2

1,165 社25年 8月末(1,175社)
24年11月末(1,168社)

MRR *3

110 百万円25年 8月末(109百万円)
24年11月末(99百万円)

単月解約率(社数ベース) *4

1.33%25年 8月末(1.30%)
24年11月末(1.07%)

*1:26年5月期第2四半期計数(6か月分)

*2:25年11月末時点、1つの法人で複数のKASIKAアカウントを利用している場合でも1社としてカウント
なお、当社顧客の業種別(後述P.28ご参照)の顧客数・MRRは現時点では非開示

*3:Monthly Recurring Revenue(毎月繰り返し発生する売上高)の略語

*4:当社では翌月の解約社数を各月末の契約社数で除することで単月解約率を算出。表記は直近1年間の平均値。
当社では単月解約率は0.1%前後は毎四半期変動するものと想定をしております。

2. 業績ハイライト(第2四半期)

損益計算書サマリー(2026年5月期 第2四半期)

(千円)	第2四半期累積(6ヶ月)			年間計画(当初予算)		年間計画(修正予算)	
	前期	当期	前期比	12か月分	進捗率	12か月分	進捗率
売上高	617,831	712,124	115.3%	1,518,241	46.9%	1,451,072	49.1%
営業利益	123,056	109,854	89.3%	314,174	35.0%	182,594	60.2%
営業利益率(%)	19.9%	15.4%	-4.5%	20.7%	-	12.6%	-
経常利益	123,747	111,531	90.1%	315,408	35.4%	185,004	60.3%
当期純利益	85,054	76,589	90.0%	231,312	33.1%	143,329	53.4%

概要説明:

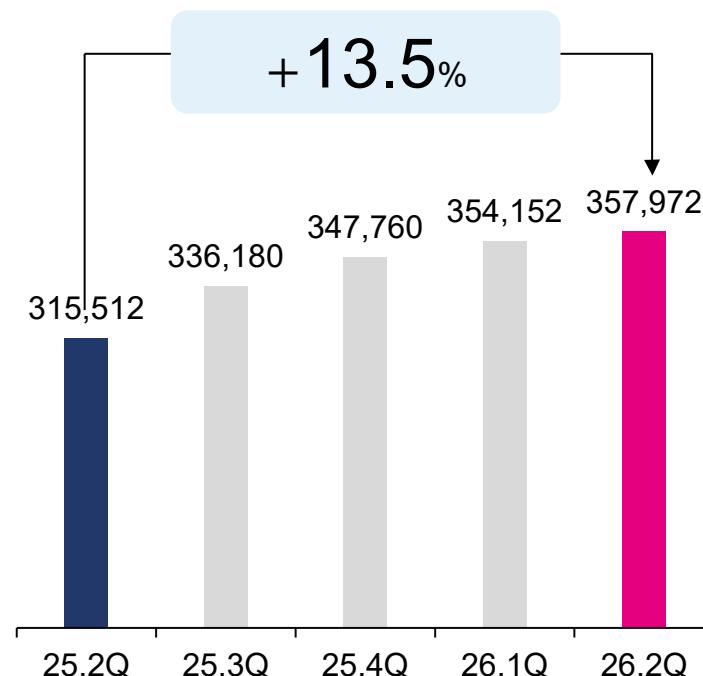
- ✓ 当社のサービス（KASIKA）はSaaS型のため、毎月継続的に収益を計上するビジネスモデル
- ✓ 每期第1四半期から期末にかけて売上高・各損益が増加する想定で年間計画を策定している。ただし、年間計画比では売上高および各段階利益が当初業績予想に対して未達見込みとなつたことから業績予想の下方修正を実施（詳細は本日付リリース「2026年5月期通期業績予想の修正に関するお知らせ」及び当資料P.12をご参照ください。）

第2四半期累積(6ヶ月):

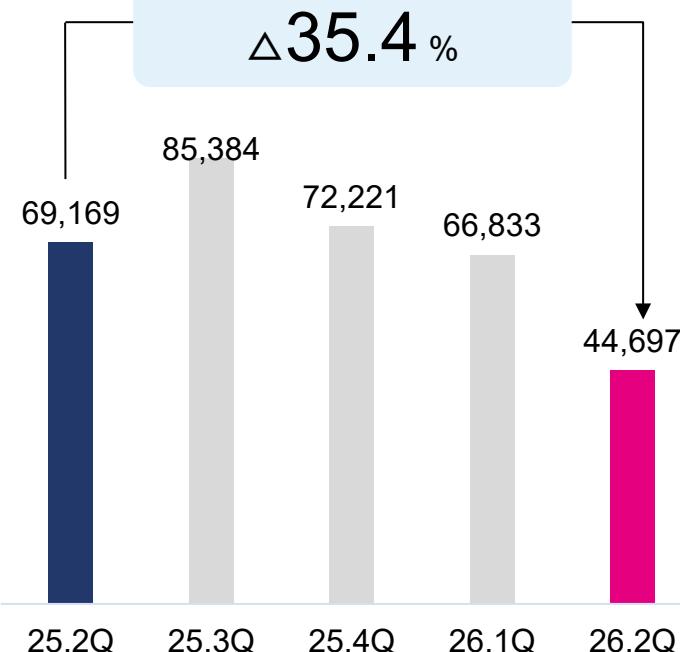
- ✓ 前期実績と比べて売上高は+15%の成長。ただし、本社移転関連や後述する人件費増加等により各段階利益は前期比で△10%程度の減少
- ✓ 成長戦略の一環として不動産業界での更なる成長を目指すため、『KASIKA』のAI機能の拡充等やその他オプション機能の開発スピードを早めている他、不動産市場での新規開拓を進めるための各種施策を前倒しで実施（詳細は本日付リリース「【KASIKA機能進化のロードマップ公開】AIやツール間連携などを中心に住宅・不動産営業DXを加速させる新機能を続々実装へ」をご参照ください。）

参考：各四半期(3か月)ごとの売上高、経常利益の推移

売上高 (単位：千円)



経常利益 (単位：千円)



- ✓ 昨年の第2四半期(3か月)と比較して売上高は継続的に増加中
- ✓ 経常利益については本社移転に伴う費用増加及び人件費や業務委託費の増加等が影響し、昨年の第2四半期(3か月)と比較して減少

貸借対照表サマリー(2026年5月期 第2四半期)

(千円)	2025年5月末	当第2四半期末	増減
資産合計	1,057,970	1,074,321	16,351
預金	878,485	927,321	48,836
負債合計	168,279	149,735	-18,544
純資産合計	889,690	993,294	103,603

■補足説明

- ✓ 預金の増加は主に事業の伸長(当期純利益計上)によるもの
- ✓ 公募増資以外の手元資金については、新規事業、M&A等のリスクが高い投資分野への投資資金として活用することを想定
- ✓ 当社は現在(2026年1月9日)も無借入となっているが、投資規模によっては手元資金と借入を組み合わせることで効率的な資本コストを志向する
- ✓ 当社は自社開発のソフトウェアは全て費用に計上しており、貸借対照表に資産として計上されているソフトウェアは無い状況(ソフトウェアの減損損失リスクは無い状況)

3. 通期業績予想の修正

■ 通期業績予想に関するサマリー

当社では、不動産業界に特化したマーケティング・オートメーションツールである『KASIKA』の付加価値向上・商談獲得ルートの新規開拓を進め、金融機関等からの見込顧客紹介や、資料問合せ・セミナー参加を通じたインバウンド商談などを主軸として進めてまいりました。

今後の成長戦略に基づき、「既存ドメインでの深堀り」及び「不動産ドメインでの拡大」については本日付でリリースしております「【KASIKA機能進化のロードマップ公開】AIやツール間連携などを中心に住宅・不動産営業DXを加速させる新機能を続々実装へ」にも記載のとおり、KASIKA機能の更なる向上や不動産市場での新規開拓を目指し対応を進めております。

当該成長戦略を進める中で、2026年5月期は前期実績に比べて売上高は+16.6%を見込んでおりましたが、直近の業績動向を踏まえ、売上高は+11.5%に見直し、また、各段階利益についても当初予想を修正しております。

今回の業績予想の修正における主な内容は①売上予想の修正②人件費予想の修正によるものとなっております。（詳細は次頁をご参照ください）

通期業績予想の修正(①売上予想の修正)

	2025年5月 期	2026年5月期			
		当初 業績予想	前期比率	修正 業績予想	前期比率
売上	1,301	1,518	+16.6%	1,451	+11.5%

■背景

当年度においては、中長期的な事業成長に向け積極的な人員採用を継続している他、組織の拡大に応じて営業部門及びCS部門において体制の変更などを実施しております。一方で、当該体制変更に応じた社員育成体制の整備が遅れたことにより、「顧客数」が伸び悩み、売上高の見込みを修正しております。

当第1四半期の段階で当該課題を認識し、業務委託の活用や販売代理の更なる推進など営業の質の平準化・生産性向上を進める対策を実施してまいりましたが、当初の業績予想に達するほどの充分な業績回復が実現できませんでしたので、この度、業績予想の修正をすることとしました。

結果として、2026年5月期は前期実績に比べて売上高は+16.6%を見込んでおりましたが、直近の業績動向を踏まえ、売上高は+11.5%に見直しを実施しております。

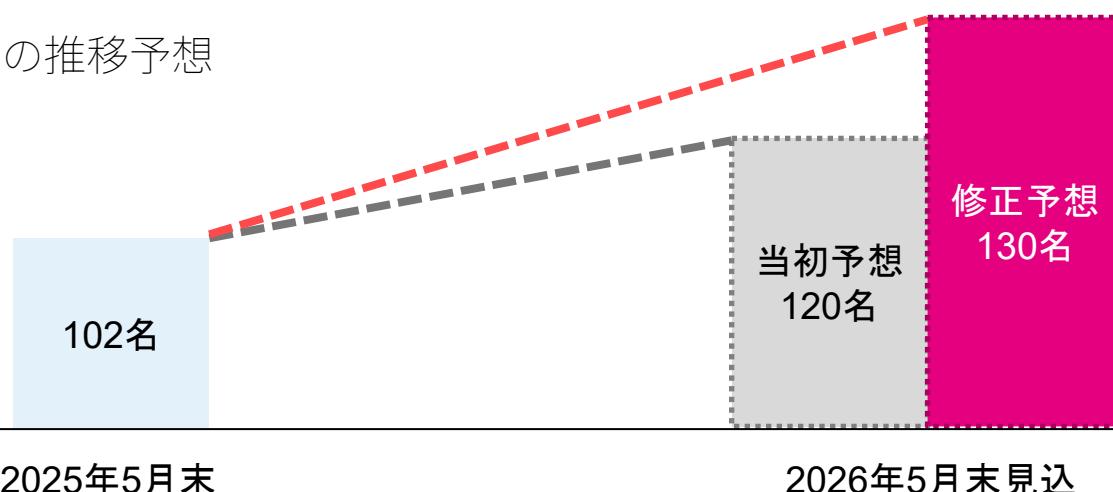
通期業績予想の修正(②人件費予想の修正)

■背景

当年度においては、成長戦略の一環として不動産業界での更なる成長を目指すため、『KASIKAI』のAI機能の拡充やその他オプション機能の開発スピードを早めている他、不動産市場での新規開拓を進めるための各種施策を前倒して進めております。

これら中長期的な事業成長に向けた積極的な人員採用を継続して行っている結果、2026年5月末時点の在籍者数を、当初見込み120名から130名に見直しております（2025年11月末118名）。

正社員数の推移予想



通期業績予想の修正

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
当初発表予想(A)	1,518	314	315	231	77.86
今回修正予想(B)	1,451	182	185	143	47.42
増減額(B-A)	△67	△131	△130	△87	—
増減率(%)	△4.4	△41.9	△41.3	△38.0	—
参考 前期実績 (2025年5月期)	1,301	279	281	209	71.39

先述のとおり、主な修正内容により以下の影響を反映した修正予想を算定しております。

- ①売上予想の修正 : △67百万円（売上の減少）
- ②人件費予想の修正 : △49百万円（費用の増加）

また、前ページで記載しております成長戦略の一環としての先行投資の観点で、人件費以外にも業務委託費の修正 : △13百万円（費用の増加）を見込んでいる結果、上記の修正予想となっております。

当社では、先行投資としての将来成長に必要な人件費及び広告宣伝費等を確保したうえで、販売管理費の削減や営業体制の再構築を継続して行っております。一方で、通期の業績予想に関しては、ターゲットの市場規模には拡大余地が存在するものの、顧客リーチや成約を充分には生み出せていない現状において、売上未達や費用増加の影響が見込まれるため、下方修正を行うこといたしました。

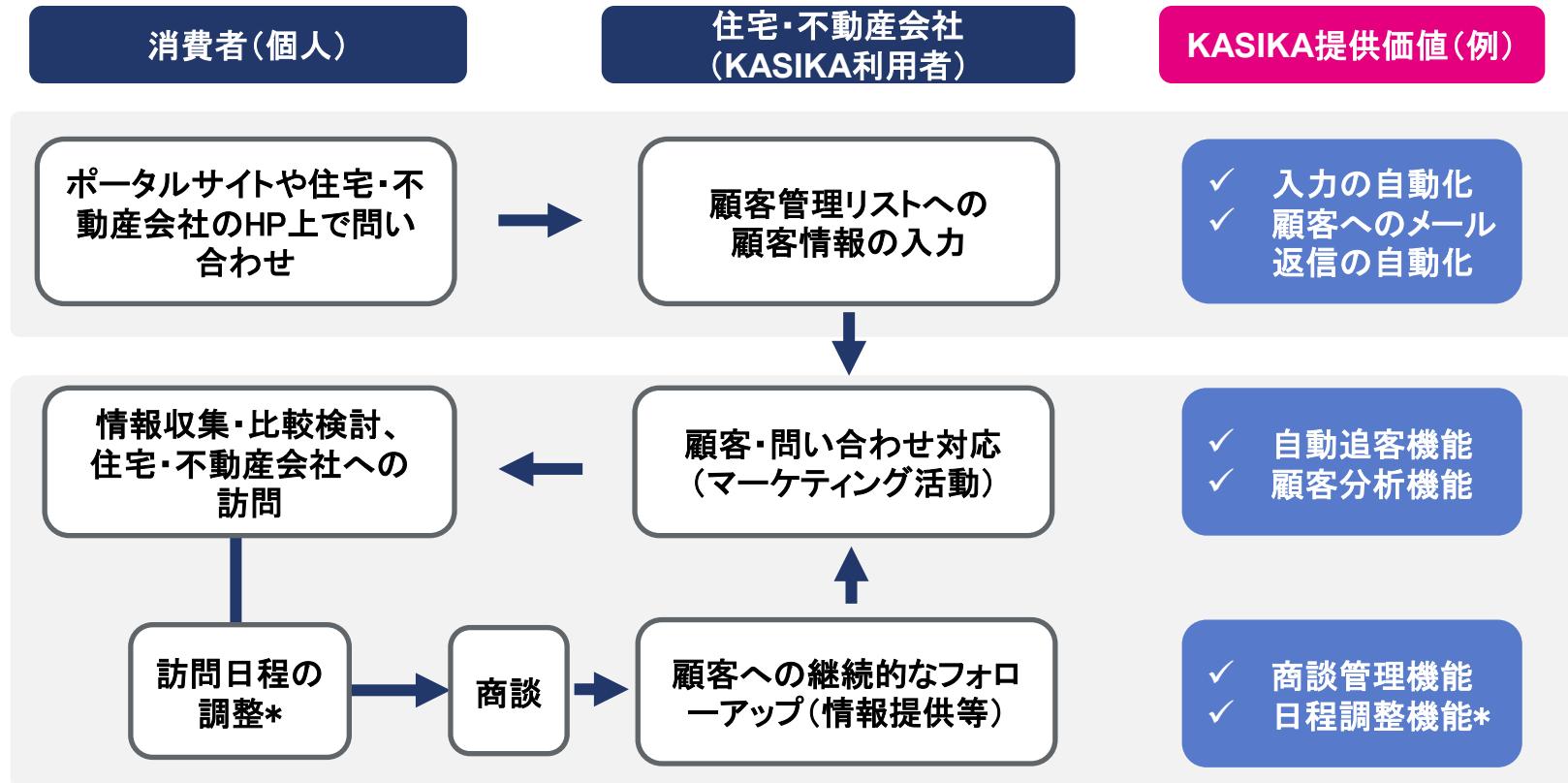
3. KASIKAが提供する価値

事業概要 : KASIKAを開発・提供

■住宅・不動産会社におけるKASIKA利用イメージ

検討初期

検討期間



- ✓ KASIKAの利用により、住宅・不動産会社の**営業活動の標準化・効率化**を実現
- ✓ **オプション機能を活用**することで、より効率化・営業活動の質を高めることができます

*: 訪問日程の調整をより効率的に行う「来場イベント予約機能」をオプションサービスとしてリリースしております

住宅・不動産業界における営業活動の課題

当社が想定する課題

消費者に対する追客が難しい*

- ✓ 消費者が不動産の購入を検討してから実際に契約を締結するまでの期間が賃貸契約の場合に比べて長い。そのため、追客が必要な期間も長くなり手間も増える一方で、営業担当者は短期的な成果で評価をされる
- ✓ 営業活動は一般に属人性が高く、個人の勘や経験で行われる部分があるため、仕組み化をするのが難しい
- ✓ 不動産業界は必ずしも人材が定着する業界ではないため、営業活動に関する経験・ノウハウが蓄積されにくい
- ✓ 営業活動において手作業や紙での管理が多くデジタル化が進んでいない

当社ツール(KASIKA)の提供価値

追客・顧客管理の仕組み化

1 追客活動を効率化する自動追客機能

2 営業活動を可視化する顧客管理・分析

3 デジタル化による作業・管理の効率化

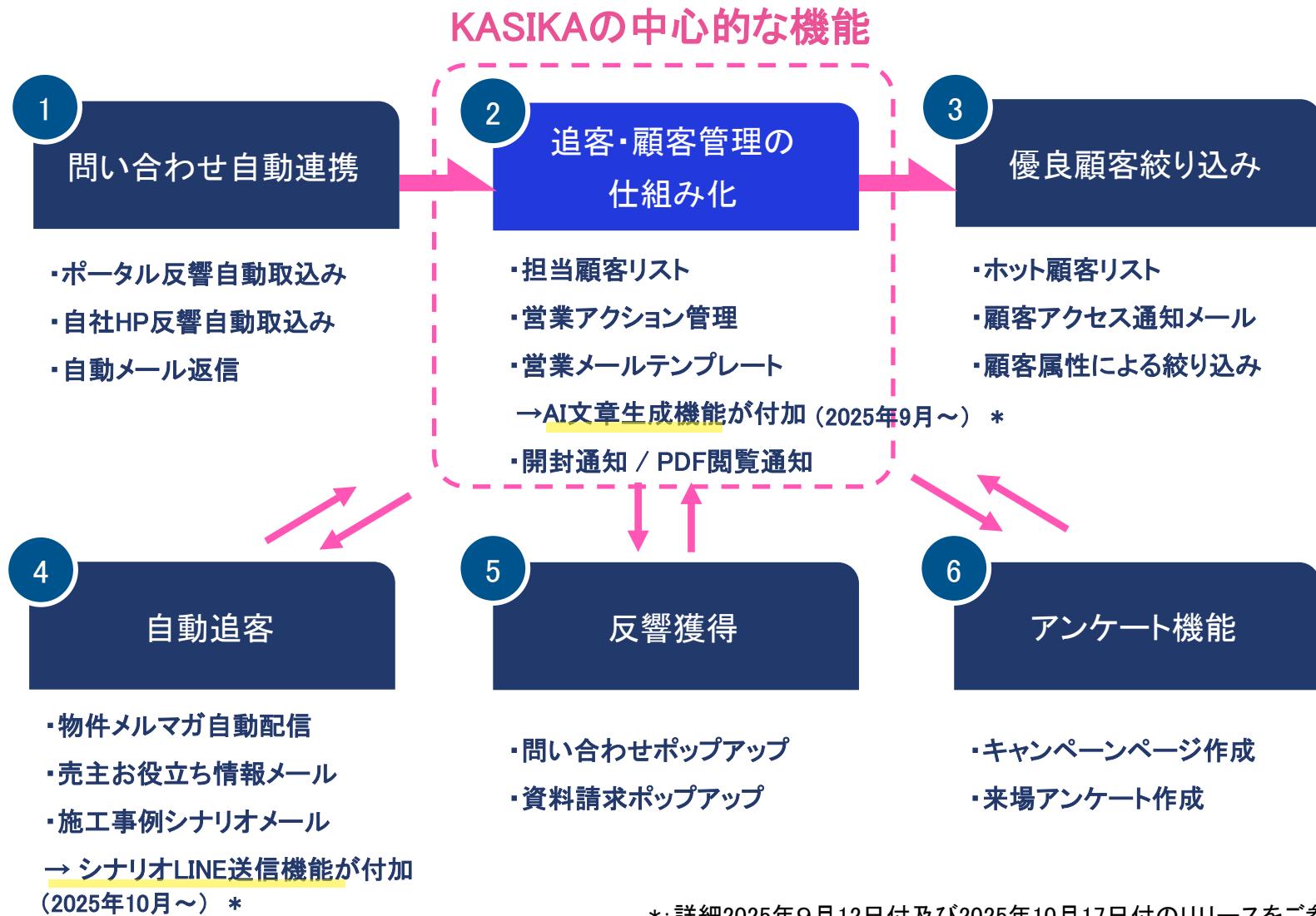
KASIKA×AI

2025年9月より、
AI文章生成機能を実装し、
より効率的な対応が可能となりました

KASIKAの主要機能については
次ページを参照下さい

*:追客(ついきやく) 広告等で集客した消費者に対して行う電話やメール等での営業活動を言う。

KASIKA主要機能一覧



*: 詳細2025年9月12日付及び2025年10月17日付のリリースをご参照ください。

■ 住宅・不動産会社からKASIKAが受け入れられる理由



1.使いやすさ

WEBが苦手な方でも活用しやすい、直感的に使用できる
「わかりやすい、見やすい」デザイン



2.自動化・テンプレ化で手軽に運用できる

導入初期から活用できるテンプレート集を含んだ料金



3.手厚い運用サポート

KASIKAユーザが「自分でKASIKAを使いこなせる」ように
専門のサポートチームと一緒に運用をサポート

1.使いやすさ

WEBに苦手意識がある場合でも直感的にわかるUIデザイン

興味のある消費者が直感的にわかるUIデザインを追求

WEBが苦手な方でも活用できるように設計

The screenshot displays the KASIKAI software interface, specifically the 'Customer List' (顧客一覧) page. The left sidebar shows various modules: Report, Lead Generation Tools, Campaigns, Sales Tools (selected), Marketing Tools, Customer Management, Basic Reporting Settings, and Support.

The main content area shows a list of 666 customers under '担当者一覧'. The columns include: 蔭集 (Category), 顧客名 (Customer Name), 訪問数 (Visits), PV数 (PV), 最終WEBアクセス (Last Web Access), 最終営業アクション (Last Sales Action), 営業ステータス (Sales Status), and タグ (Tags). A detailed view of a customer named '手塚太郎' is shown on the right, including their contact information, assigned sales team ('KASIKAIサポートチーム'), and notification settings.

Below the customer list, there are two examples of website snippets: 'お申し込み専用フォーム' (Form) and 'キャンペーン | 静岡県' (Campaign | Shizuoka Prefecture).

On the right side, there are two sections: '曜日別アクセス' (Access by Day) and '時間別アクセス' (Access by Time). The '曜日別アクセス' section shows访问 distribution across Monday through Sunday. The '時間別アクセス' section shows访问 distribution from 0 to 24 hours.

2.自動化・テンプレ化

ポータルサイト反響の自動取り込み・即時メール返信

自動メール返信

KASlKAを使うと不動産ポータルサイトからの問い合わせに対して
自社オリジナルの自動返信メールを自動で消費者へ届けられます



不動産会社オリジナルの自動返信メール

自動返信



問い合わせ対応

KASlKAが
自動取り込み

2.自動化・テンプレ化

AI文章生成機能 実装 -2025年9月12日プレスリリース済-



生成されたコンテンツ一覧	自動コンテンツ生成『【デモ用】土地情報案内メール』
土地情報案内メール 2025-09-09 13:46	<p>件名候補</p> <ul style="list-style-type: none"> - A案：花見川区ご希望の〇〇様にぴったりの新着土地情報をお届けします - B案：【先着順】花見川区で条件に合う土地が出了ました <p>〇〇様 いつもお世話になっております。ご希望条件に近い土地が千葉市花見川区で見つかりましたので、速報でご案内いたします。</p> <p>今回ご紹介する土地は、駅から徒歩圏内で通勤・通学に便利な立地です。また、子育て世代に人気の学区内に位置しており、生活利便施設も充実しています。数区画のみの限定公開で、価格も改定直後のため大変お得な内容となっています。</p> <p>〇〇様にとって希望エリアでの暮らしをより具体的にイメージしていただけると思います。条件に合う物件を探す手間を省き、資金計画や建物プランと合わせて検討しやすい点も魅力です。</p> <p>詳細はこちらからご確認ください。</p> <p>人気エリアのため、早期にご確認いただくことをおすすめします。ぜひお早めにご覧ください。</p> <p>メッセージを入力... 送信</p>
再来場促進メール生成プロンプト 2025-09-09 13:38	
イベント案内 2025-09-08 11:19	
育成コンテンツ 2025-09-08 11:16	

自動コンテンツ生成：『キャンペーン案内メール』

AIアシスタント / 自動コンテンツ生成

下記のフォームを入力して、コンテンツを生成してください

WebページのURL
 ▲ 指定したURLからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

ファイル
 ファイルを選択 ▲ 指定したファイルからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

テキスト
 ▲ 指定したテキスト内容を参考にコンテンツを生成します

詳細設定 コンテンツを生成する

＜機能説明＞

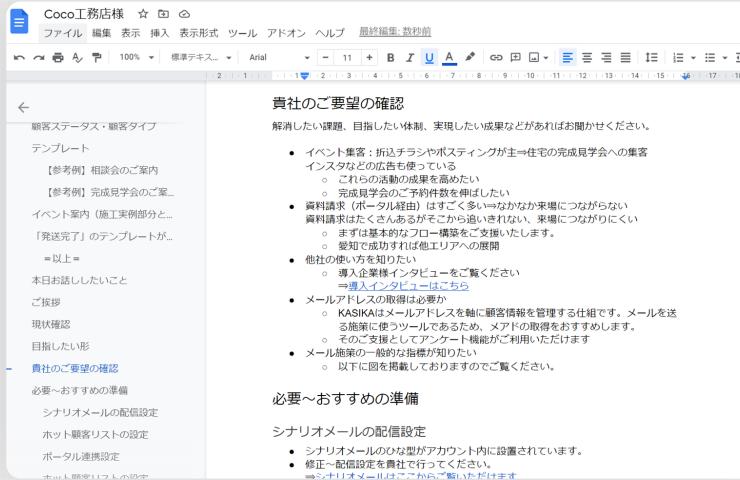
イベントURL等の素材を入力するのみで、過去の成功事例に基づいた、魅力ある文章案をAIが自動生成し、複数パターンご提案することが可能となりました。属人化しがちだった文章作成を標準化・効率化し、誰でも“すばやく・簡単に・魅力的な”文章を作れることが可能です。

3.手厚いサポート

毎月の定例会の実施

導入初期からKASIKAの運用ができるように個別勉強会を開催し、導入後の顧客向けに
KASIKA活用の勉強会や成功事例の勉強会を開催

▶ 個別勉強会資料イメージ

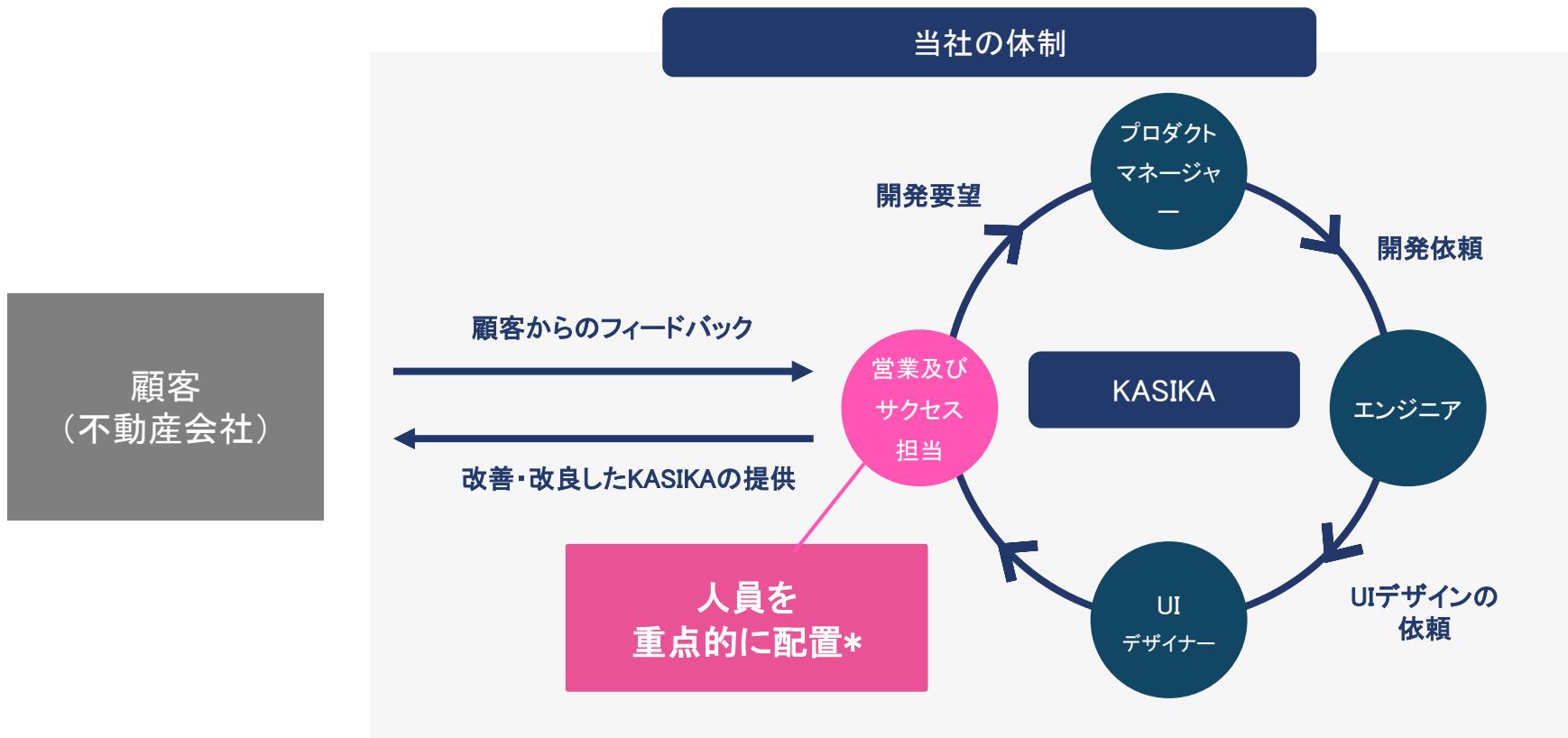


会社別サマリ	Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO・テスト	担当者	DEMO
Monthly Summary								
対象期間	2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月
社員数	28	27	23	20	23	22	20	19
ログイン率	57%	67%	83%	60%	61%	64%	70%	79%
顧客数	82	68	66	58	53	40	36	31
ユニークアクティブ顧客数	25	10	17	10	15	13	7	11
UVR顧客率	30.5%	14.7%	25.8%	17.2%	28.3%	32.5%	19.4%	35.5%
コンバージョン	1	0	0	0	1	0	0	1
メールマガ 配信数	42	9	13	40	51	34	8	0
メールマガ 開封率	21.4%	33.3%	38.5%	22.5%	21.8%	23.5%	37.5%	0.0%
メールマガ クリック率	11.9%	11.1%	23.1%	5.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%
自動メール生成回数	9	0	5	0	0	0	0	0
シナリオ メール配信数	17	0	0	0	22	0	0	0
シナリオ メール開封率	58.8%	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%
シナリオ メールクリック率	28.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メール送信数	55	52	66	36	59	44	28	29
営業メール送信数(一人当たり)	2.0	1.9	2.9	1.8	2.6	2.0	1.4	1.5
営業メール開封率	60.0%	65.4%	63.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メールクリック率	41.8%	19.2%	31.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
営業メールテンプレート数	72	74	72	0	0	0	0	0

3.手厚いサポート

継続的な改善・改良を行うための当社の体制

各事業部のサクセス・サポート担当が顧客より一次情報を吸い上げ、
社内共有する仕組みを整えることでプロダクト改善・開発に繋げる



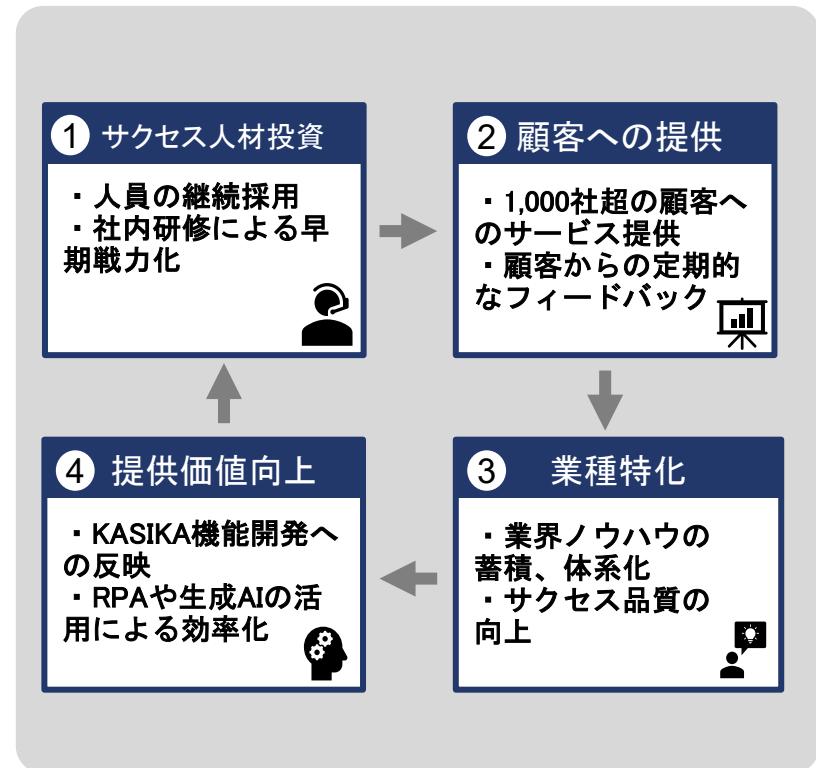
*:2025年11月末時点で当社全従業員の7割以上がカスタマーサクセス部門に所属

当社の経営戦略上のポジショニング及び社内体制

市場でのポジショニング



社内体制



業種特化型SaaSと多数の顧客基盤を活かし、業界ノウハウの蓄積とKASIKAへの機能反映を通じて、顧客に継続的な価値を提供するポジショニングをしております

*:なお、上記ポジショニングは当社だけが取り得るものではなく、当社と類似するポジショニングを行う不動産業種特化型の他社サービスが存在します。

料金体系

KASIKAの基本的な料金体系

工務店・
ハウスメーカー

ユーザ数課金

50,000円／月

ユーザ数10人まで
11人目から1人追加するご
とに5,000円／月不動産
売買仲介業者

店舗数課金

1店舗ごとに
50,000円／月全店舗で利用する場合はユ
ーザ数課金の場合も有分譲マンション
事業者

店舗数（物件数）課金

1店舗（物件）*毎に
50,000円／月

+各オプションサービス(SMS送信等)

解約不可の期間は設けておらず、
所定の手続をした月の末日で解約可能

→当社顧客の心理的なハードルを低くすることを企図

*:分譲マンション事業者が販売する1物件(或いは顧客が「プロジェクト」と呼称をする場合には1プロジェクト)を課金単位としております。

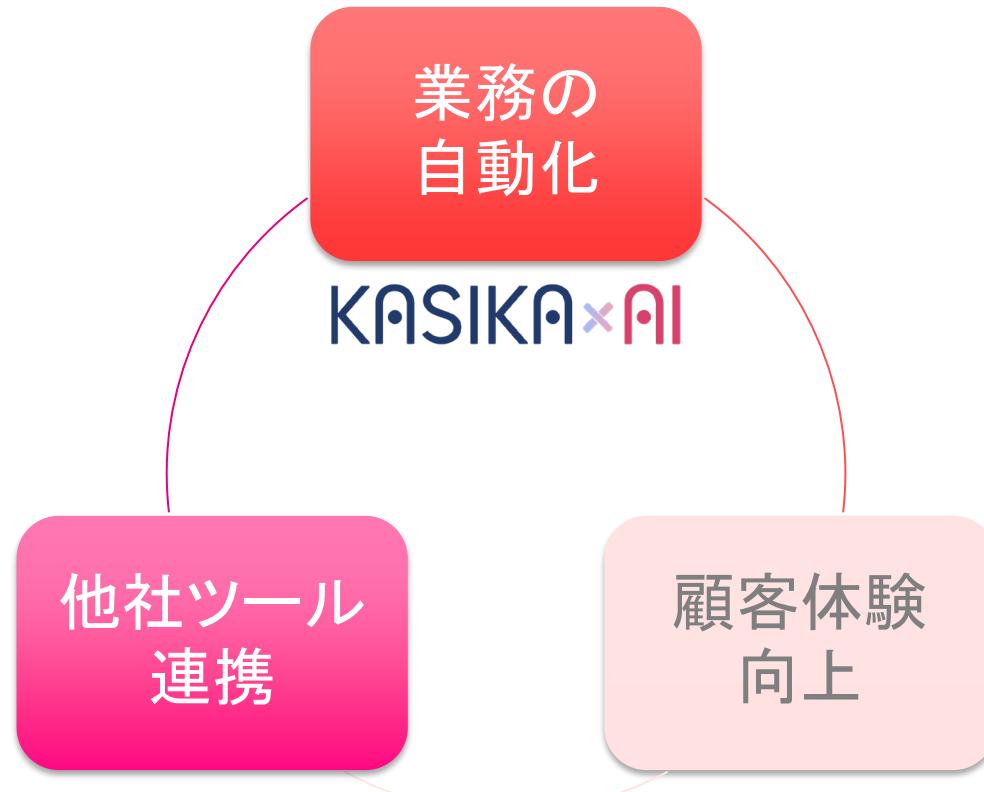
4. 今後の成長戦略

KASIKA機能開発ロードマップの公表

KASIKAは、様々な施策/機能の**相乗効果**により、
市場でより受け入れられるツールへと**進化**していきます。

その第一歩として、**KASIKA機能開発ロードマップ**を公表することいたしました。

※詳細は次頁及び本日付リリースの「KASIKA機能進化のロードマップ公開」を参照ください。



KASIKAI機能開発ロードマップの公表

本件に関する各種機能の詳細は
2026年1月9日付のリリースをご参照ください。

2025.6.12

2026.1.6

2026.7-

AI文章生成機能

AIを使って社内の成功事例データを基にしたメール、SMS、LINE、LP等の文章を自動作成

KASIKAI×AI

ノーコードiPaaSとの連携

kintoneやSalesforce、スプレッドシートなど他ツールとノーコードで双方向API連携

#他ツール連携

新着"物件"の自動紹介機能

顧客の希望に応じて自動で物件紹介メールを送信

#業務の自動化

新着"土地"の自動紹介機能

顧客の希望に応じて自動で土地紹介メールを送信

#業務の自動化

シナリオLINE機能

あらかじめ作成したLINEメッセージを顧客の状況や行動に合わせて自動配信する

#業務の自動化

AIエージェント提案機能

顧客の行動やデータに合わせてAIが次の打ち手を自動的に提案する

KASIKAI×AI

iPlanView連携

KASIKAIで収集した顧客情報とアンケート結果をiPlanViewに連携。データに基づいた最適なプランで提示で、提案力と成約率を同時に高める



注文分譲クラウド双方連携

顧客情報や進捗状況を双方のシステムで同期し、入力の手間やミスを削減して情報の一元管理を実現する



物件マイページ機能

提案済み物件情報をお客様専用ページで一元管理。申込状況など最新情報を担当者とコミュニケーション可能にする

#顧客体験向上

お客様アンケート用紙のAI読み取り/自動登録機能

紙で取得した情報をAIが読み取ってデジタル情報としてKASIKAIに登録する

KASIKAI×AI

戸建て/土地特化型AI査定メール機能

お客様の売却希望物件のAI査定情報を自動送信するサービスにおける、戸建て/土地向けAI査定サービスを強化する

KASIKAI×AI

AI間取り自動提案機能

顧客の反響情報を基に、AIがニーズにマッチした間取り情報を自動で提案する

KASIKAI×AI



KASIKAI

今後の成長戦略

当社は顧客に対するKASIKAの提供価値を最大化するべく、3つの方向性で取り組む

1

既存ドメインでの深堀り

- KASIKAの機能追加
 - ・既存のオプションに加えて、新しいオプションを開発し、不動産会社に対する提供価値を高める
- データ・ナレッジの活用
 - ・KASIKAの利用に伴って蓄積された営業活動に関するデータやナレッジを活用して、新規顧客の獲得、既存顧客への価値を高める
- AI機能展開
 - ・AI文章生成機能に加え、その他機能へも生成AIの展開を検討

2

不動産ドメインでの拡大

- 集客関連の機能追加
 - ・追客が始まる前の集客の段階で有用となる機能を自社開発し、不動産会社に対する提供価値を高める。
M&Aによる拡大も検討
- 成約・成約後の機能追加
 - ・電子契約、生涯顧客管理等、消費者が不動産を購入する・購入した後の段階で有用となる機能を開発

3

他業種への進出

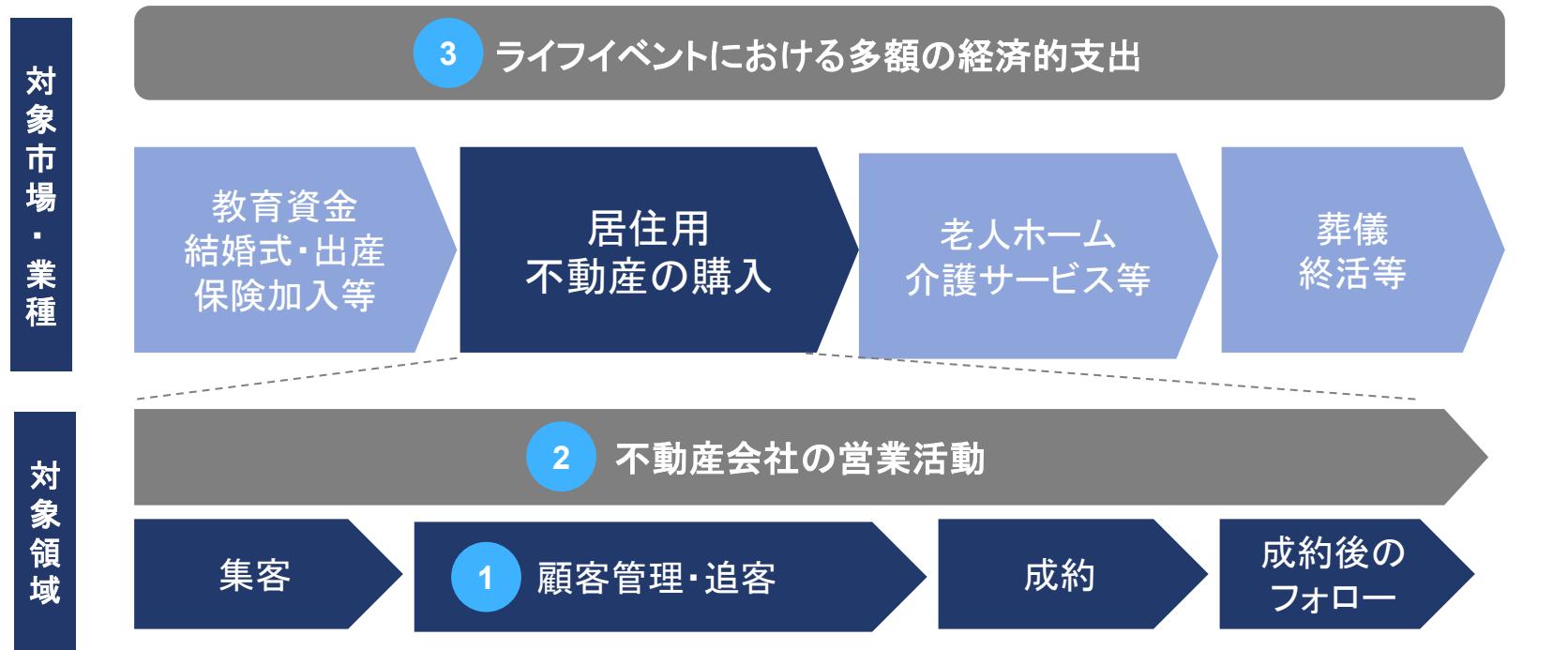
- KASIKAの他業種への提供
 - ・「追客」が必要となる他業種に対してKASIKAの提供を行う
- ・営業活動に人が介在し、ライフイベントにおける多額の経済的支出を伴う業界については不動産業界と類似する可能性があることから、中長期的に注力する

短期・中期的な成長戦略

中長期的な成長戦略

今後の成長戦略(図示)

■当社が現在検討している市場



■成長戦略の方向性

1

方向性①: 既存ドメイン深堀り
・KASIKAの機能追加
・データ、ナレッジの活用

2

方向性②: 対象ドメインの拡大
・集客、成約等の川上・川下領域への拡大

3

方向性③: 不動産外への拡大
・「人」が重要な他業種進出

今後の成長戦略

方向性③:拡大

「人」が重要となる

ライフイベント他業種進出

方向性②:対象ドメインの拡大

国内不動産に関する

川上・川下の取り込み

方向性①:単価・顧客数増加

-KASIKAの機能追加

-データ・ナレッジの活用

不動産業界外

教育・生保/老後関連(老人ホーム等)/終活関連

不動産業界の
営業活動関連

集客/成約/成約後のフォロー

顧客管理・追客

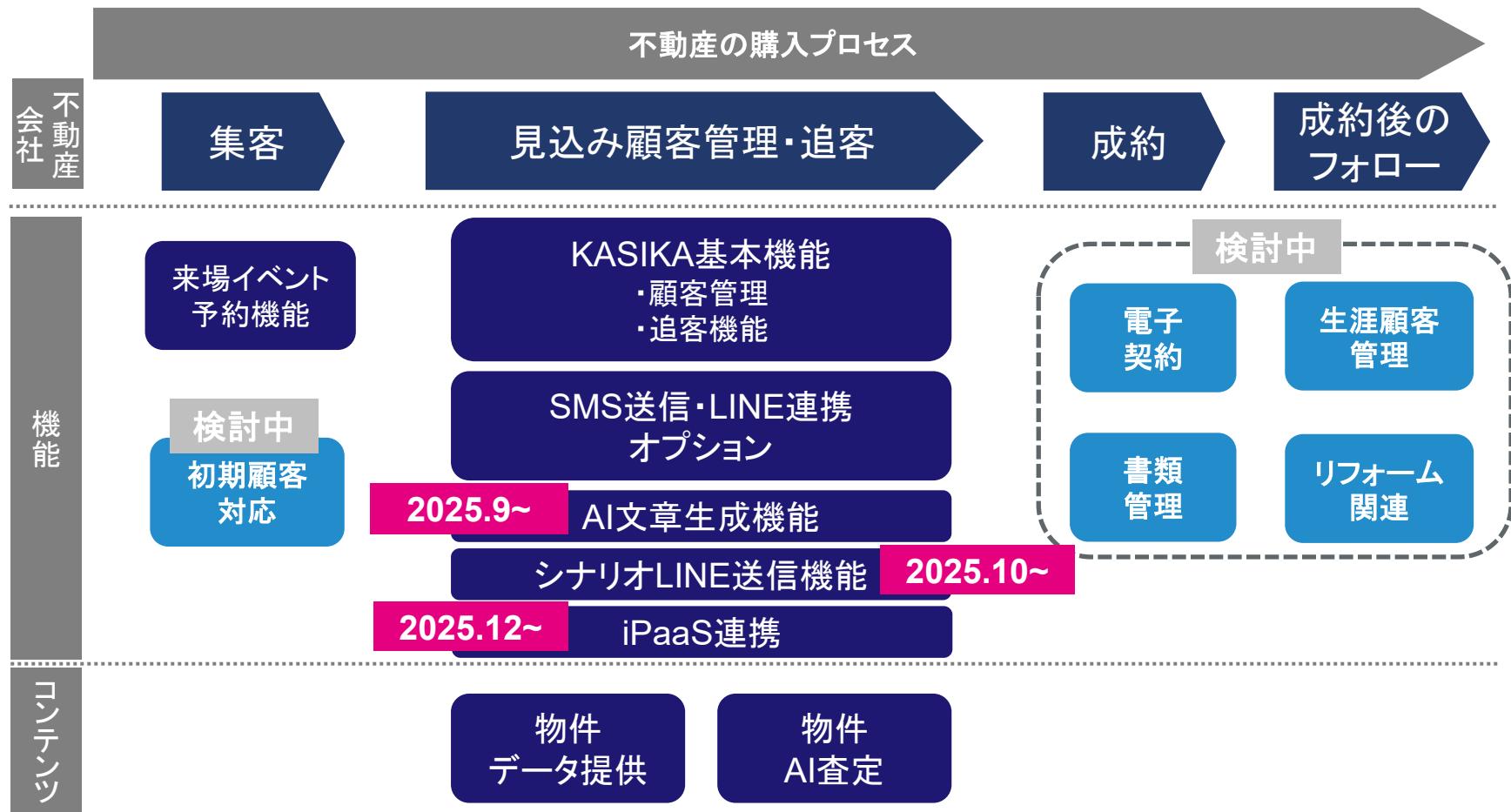
↑ 拡大

現在 110百万円/月*

”人”的力が最も活かせる仕組みを、最大限に広げていくことを目指す

*:2025年11月単月のMRR(Monthly Recurring Revenue)の金額

単価上昇及び対象ドメインの拡大のイメージ



- ✓ 住宅・不動産会社と顧客の間のコミュニケーションを管理するプラットフォームとなることで収益機会を増やす
- ✓ サービス拡充の選択肢として、今後は自社開発だけでなくM&Aも検討をしていく方針
- ✓ オプションの利用率が向上することにより顧客単価も上昇させる
- ✓ 上記の図はあくまで一例であり、社内では隨時、サービス領域の拡大のための検討・テスト開発を実施

免責事項

- ・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。これら将来の見通しに関する記述は、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ています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または默示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- ・上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- ・また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。