



いちから「住。」まで
Arr planner
group

事業計画及び 成長可能性に関する事項

証券コード：2983

東京証券取引所グロース市場
名古屋証券取引所メイン市場

株式会社アールプランナー

2025年4月28日



- ① 1. 会社概要・事業内容
- 2. 業績実績・計画
- 3. 成長戦略
- 4. Appendix

会社概要

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：A r r P l a n n e r C o . , L t d .

設 立 / 2003年10月

事 業 内 容 / 注文住宅事業、分譲住宅事業、その他不動産事業

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

従 業 員 数 / 423名（連結） ※2025年4月末現在

資 本 金 / 397,395千円 ※2025年4月末現在

所 在 地 / 本 社 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号 NHK名古屋放送センタービル10階
東京本社 東京都新宿区西新宿二丁目4番1号 新宿NSビル7階

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

決 算 期 / 1月

PURPOSE

All Satisfaction

「住。」を通じてすべての人に満足を提供する

MISSION DESIGN × TECHNOLOGYで人々の住生活を豊かにする

VISION 日本一顧客満足度の高い住宅プラットフォーム企業になる

VALUE こだわりのある良質な住まいをよりリーズナブルに

経営陣の紹介



代表取締役会長 **古賀 祐介**

略歴

- 1997年 積水ハウス(株)入社
- 2001年 愛知ダイワ(株)入社
- 2003年 当社設立 代表取締役社長 就任
- 2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 設立 代表取締役就任
- 2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 取締役 就任
- 2013年 当社 代表取締役会長 就任(現任)



代表取締役社長 **梢 政樹**

略歴

- 1998年 中部積和不動産(株)入社 (現 積水ハウス不動産(株))
- 2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 入社 取締役 就任
- 2009年 当社 取締役 就任
- 2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 代表取締役社長 就任(現任)
- 2013年 当社 代表取締役社長 就任(現任)



取締役 CFO 常務執行役員 管理本部長 **舟橋 和**

略歴

- 2008年 新日本有限責任監査法人 (現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
- 2013年 公認会計士登録
- 2017年 当社 入社 管理部長 就任
- 2019年 当社 取締役 管理本部長 就任
- 2022年 当社 取締役 CFO 常務執行役員 管理本部長 就任(現任)

社外役員

取締役 **安藤 弘志**

監査役 **松井 知行**

常勤監査役 **古田 博**

監査役 **澤井 重徳**

執行役員

常務執行役員 東京不動産営業本部 本部長 **山崎 寛征**

執行役員 営業推進・技術本部 本部長 **安藤 彰敏**

執行役員 名古屋不動産営業本部 本部長 **伊藤 元康**

執行役員 名古屋不動産営業本部 副本部長 **元川 一樹**

執行役員 名古屋注文営業本部 本部長 **富永 潤一郎**

執行役員 名古屋注文営業本部 副本部長 **竹内 淳二**

執行役員 東京注文営業本部 本部長 **水野 貴之**

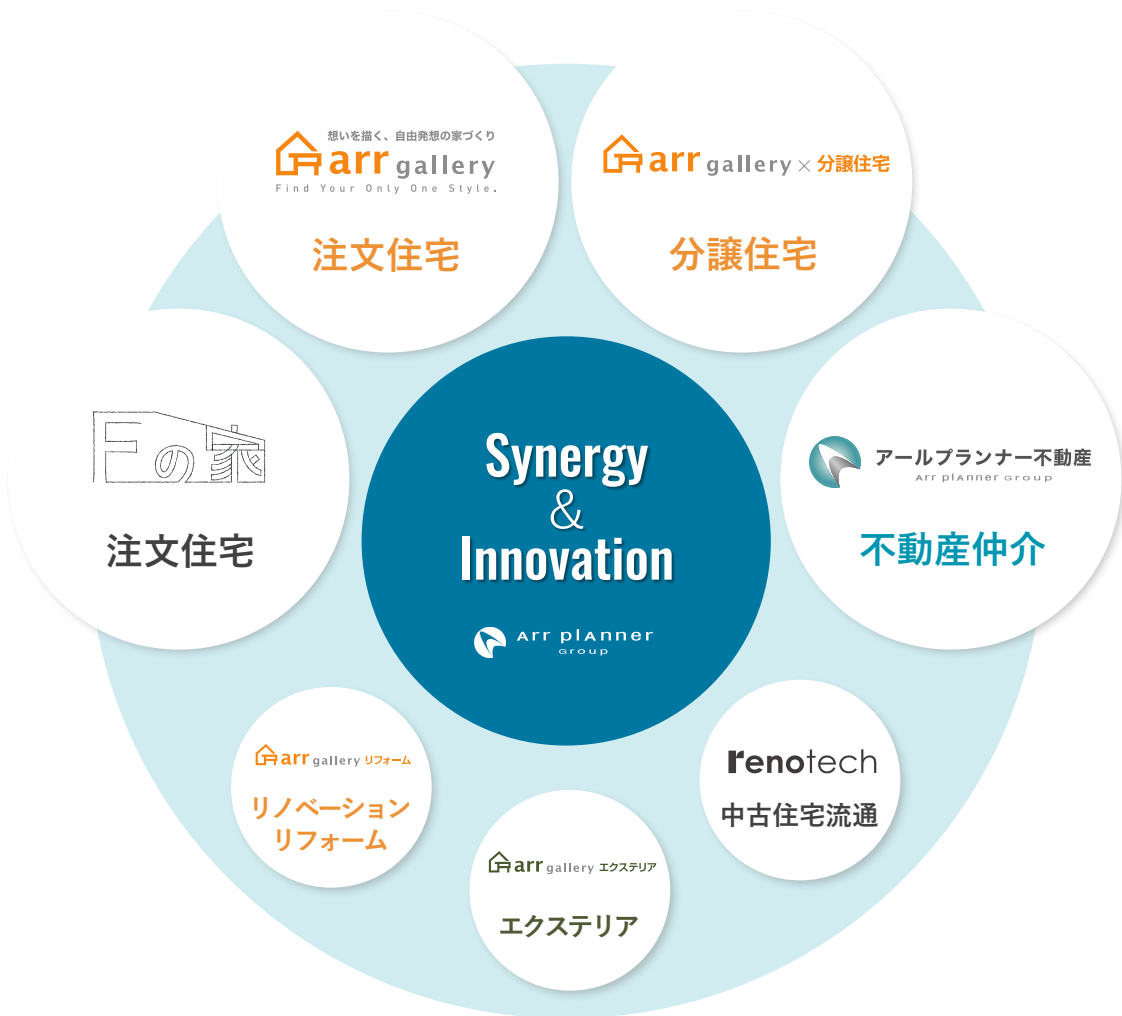
執行役員 東京注文営業本部 副本部長 **鬼澤 将**

執行役員 経営戦略本部 本部長 **森川 祐次**

執行役員CDO 注文デザイン設計部 部長 **栗原 辰哉**

事業内容

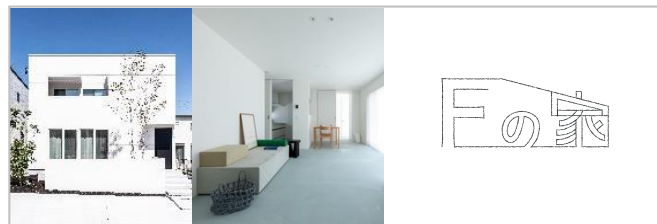
- 独自のデジタルマーケティングを活用し、注文住宅×分譲住宅×不動産仲介のビジネス展開で「住。」に関する課題をワンストップで解決



注文住宅事業



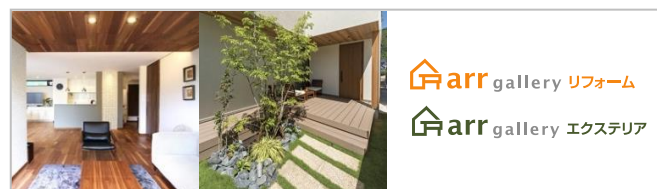
分譲住宅事業



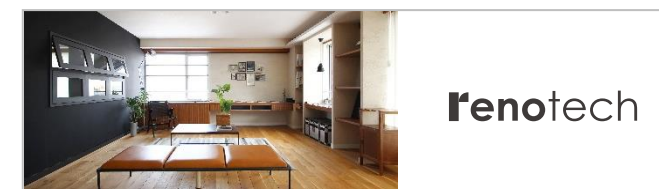
不動産仲介事業



リフォーム エクステリア事業



中古再生・収益不動産事業



事業の特長

1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

3. 「注文住宅」×「分譲住宅」×「土地」のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力

1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力！

注文住宅の特徴

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します



デザイン性が高く使い勝手の良い住宅

デザイン・設計力

機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチングした設計
敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン

分譲住宅の特徴

分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します



適正な価格で提供

適正価格

20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯
デザイン性・性能に合った適正な価格



高断熱、制振の高い性能を装備

高性能・高品質

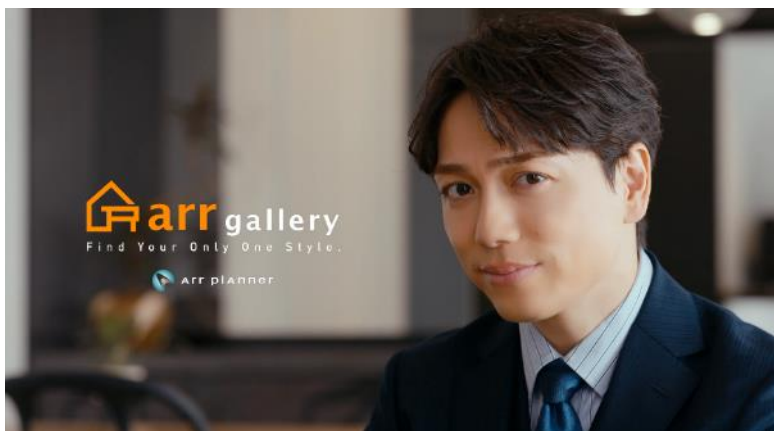
吹付断熱による高気密高断熱住宅を実現
高い耐震性能に加え制振ダンパーも標準搭載

2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

・ TVCMやWebサイト、SNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける。集客の約8割がWeb経由

① デジタルマーケティング・ブランディング

TVCM



2024年3月より、当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演CM第2弾の放映を開始。新CMの放映により認知拡大とブランディング強化

Webサイト

注文住宅



<https://www.arrgallery.jp/>

分譲住宅・土地



<https://www.arrplanner-fudosan.co.jp/>

SNS



② Web反響率



82.0%

Web反響率は引き続き高水準を維持

Web反響率

当社グループへの問い合わせ件数の内、Web経由の比率

3. 「注文住宅」 × 「分譲住宅」 × 「土地」 のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力



1 注文住宅の強み

☑ デザイン・設計力

こだわりの設計士によるデザイン・設計力
(時代に合わせたデザイン・設計・仕様等のノウハウ、自由度の高さ)

2 分譲住宅の強み ☑ 土地活用力・商品力・コストパフォーマンス

- 土地に合わせた住宅を建てる土地活用力
- 注文住宅で培った顧客ニーズを反映させた「商品力」
- 購入や入居の手間、コスト、時間の削減

3 土地情報力の強み

☑ 最適立地の確保

- 大手不動産会社ルートと多店舗展開による豊富な土地情報と仕入れ力
- 「物件情報の網羅」「顧客の反響の把握」で顧客ニーズを捉えた仕入れ

東海エリア営業拠点

- ・ 2024年9月「アールギャラリー大府展示場」、2024年11月「アールギャラリー日進梅森展示場」がオープン
- ・ 2024年1月末より2拠点増加し25拠点体制

東海エリア 25 拠点 2025年4月末現在

注文住宅部門

想いを描く、自由発想の家づくり
arr gallery
Find Your Only One Style.

1 緑 滝ノ水展示場	2 中川展示場	3 守山尾張旭展示場
4 大府展示場 2024年9月 OPEN	5 日進梅森展示場 2024年11月 OPEN	6 東海展示場
7 春日井展示場	8 小牧展示場	9 稲沢展示場
10 とよた平屋展示場	11 豊田展示場	12 岡崎北展示場
14 豊橋展示場	15 DESIGN GALLERY 栄	16 DESIGN GALLERY 豊田
		17 天白ショールーム

合計 17 拠点



不動産部門

アールプランナー不動産
arr planner group

1 栄営業所	2 天白営業所
3 名東・守山営業所	4 中川営業所
5 東海営業所	6 春日井営業所
7 豊田営業所	8 岡崎営業所

合計 8 拠点

首都圏エリア営業拠点

・首都圏エリアでは初めての埼玉県内の拠点となる新所沢展示場を2025年4月に出店し、11拠点体制へ

注文住宅部門



- 1 立川展示場
- 2 武蔵野展示場
- 3 三鷹展示場
- 4 小金井・府中展示場
- 5 新所沢展示場 **2025年4月 OPEN**
- 6 DESIGN GALLERY立川
- 7 三鷹ショールーム
- 8 新宿ショールーム

合計 **8** 拠点

首都圏エリア **11** 拠点 2025年4月末現在

アールギャラリー
新所沢展示場
(2025年4月OPEN)



2025年4月
**埼玉県内
初拠点 出店**

アールギャラリー
新所沢展示場

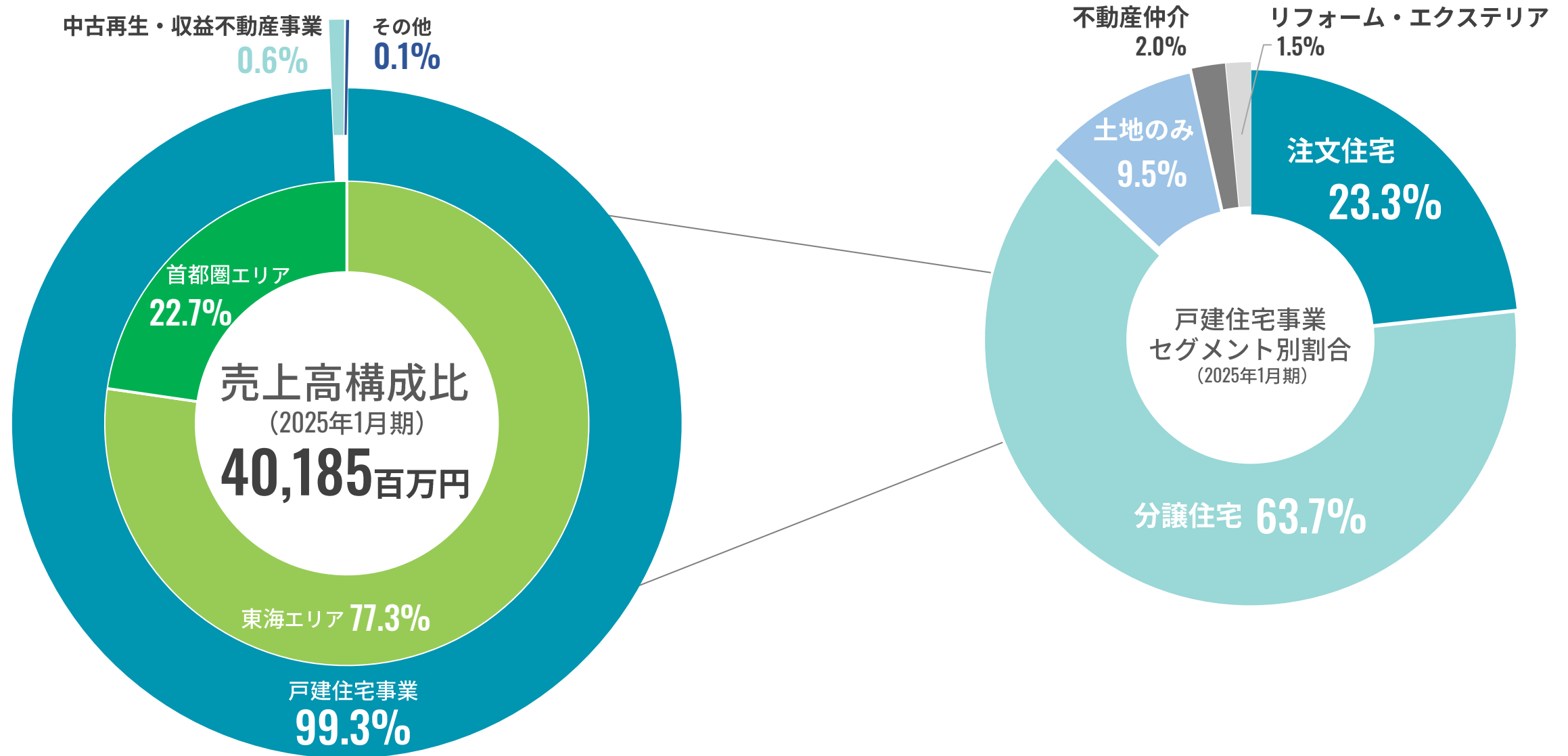
不動産部門



- 1 三鷹営業所
- 2 立川営業所
- 3 新宿オフィス

合計 **3** 拠点

事業別売上高構成比



1. 会社概要・事業内容



2. 業績実績・計画

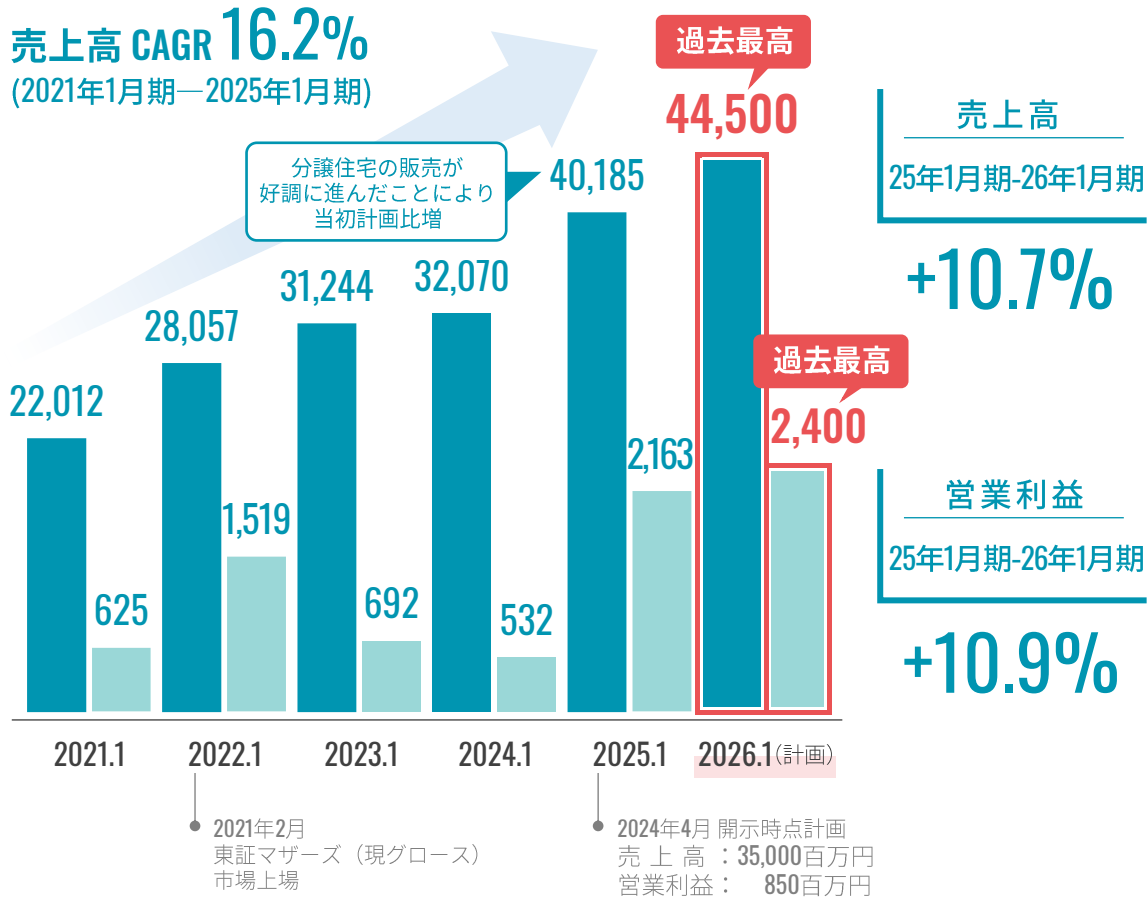
3. 成長戦略

4. Appendix

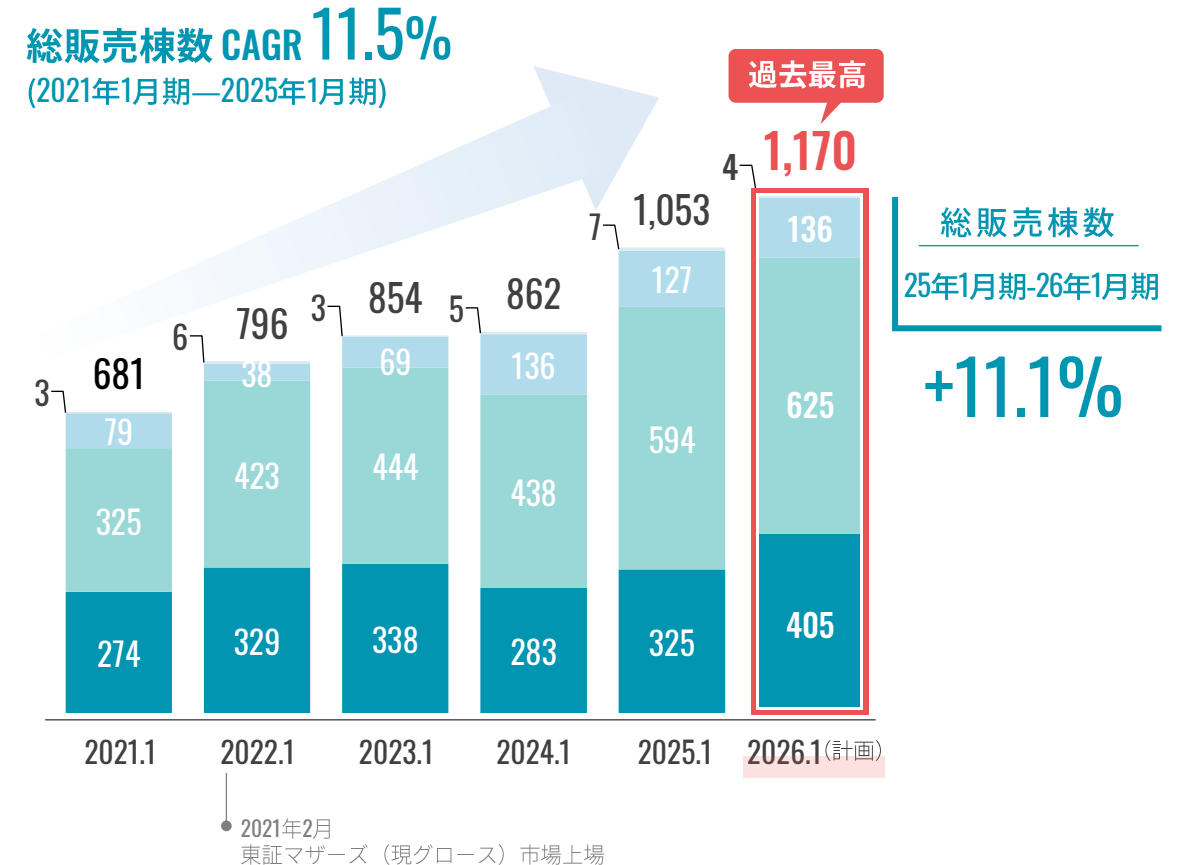
業績実績推移及び計画（売上高・営業利益・総販売棟数）

- ・売上高及び総販売棟数は2026年1月期も過去最高を更新の見込み
- ・2026年1月期（計画）は、上場申請期である2021年1月期に比べて売上高約2倍、総販売棟数は約1.7倍に成長

売上高・営業利益 (百万円)



総販売棟数 (棟)

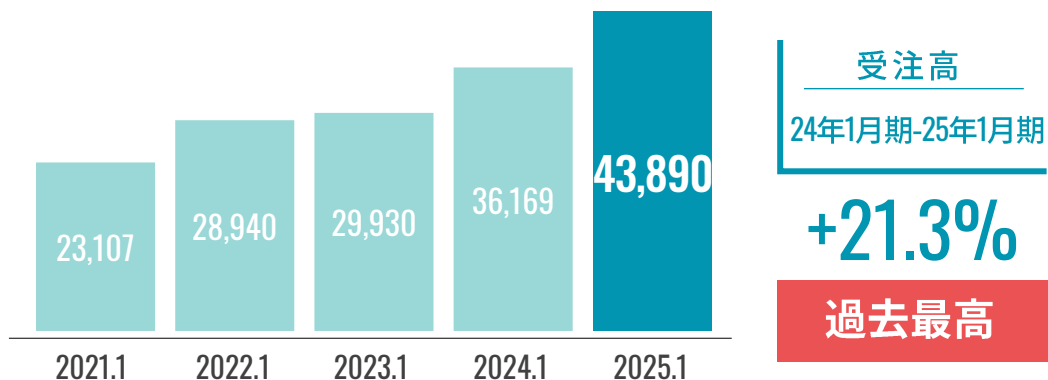


受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

- ・住宅市場全体が低迷する中、金額ベース(受注高)、棟数ベース(総受注棟数)ともに大きく増加
- ・2025年1月期末時点での注文住宅の受注残高と分譲住宅の棚卸資産も順調に増加しており、2026年1月期業績への貢献を見込む

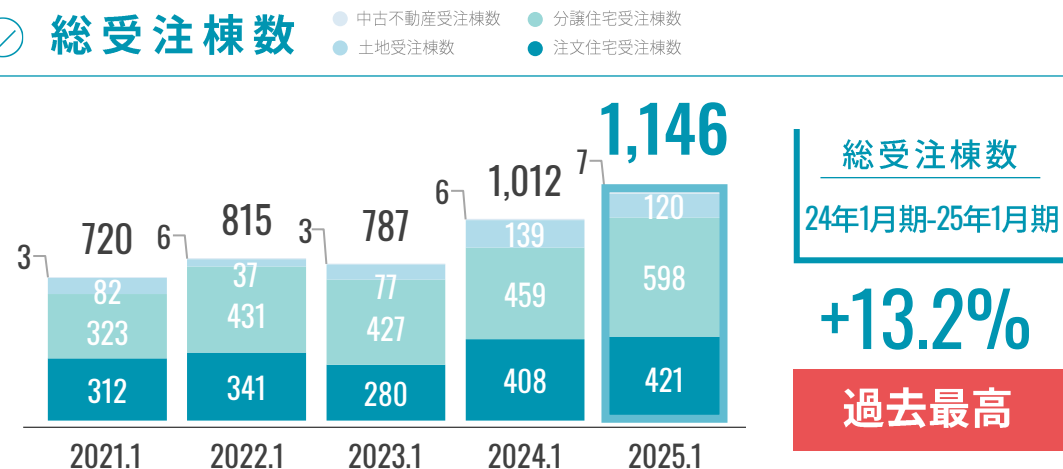
受注高

(百万円)



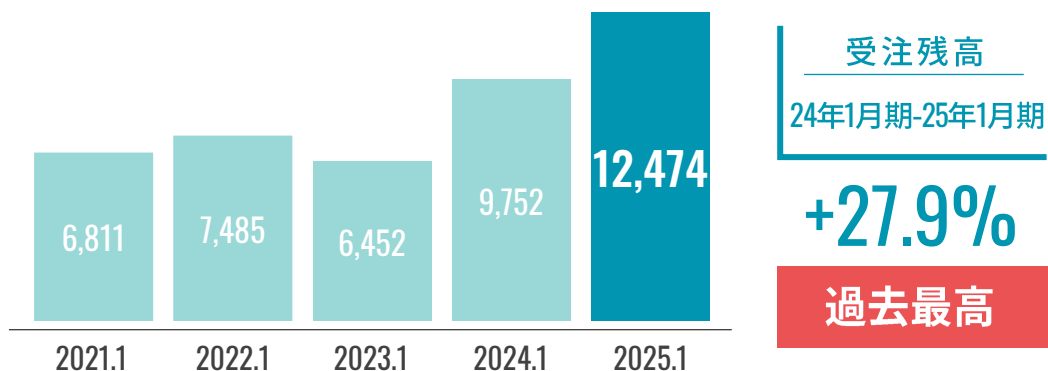
総受注棟数

(棟)



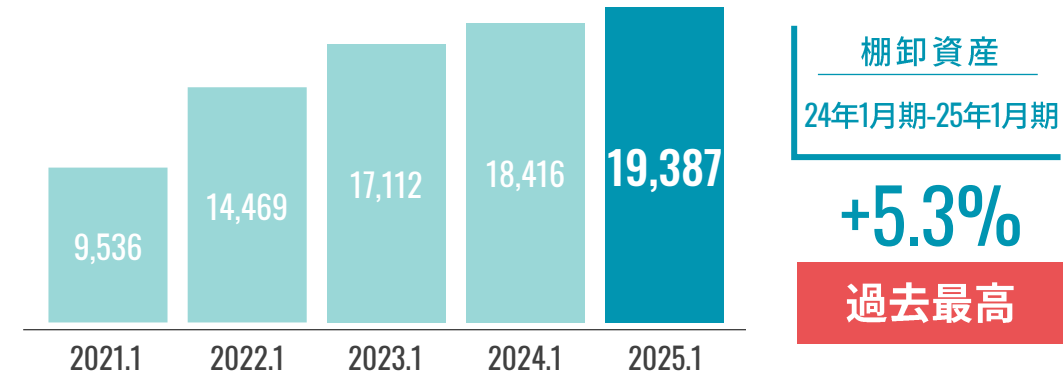
注文住宅の受注残高

(百万円)



分譲住宅の棚卸資産

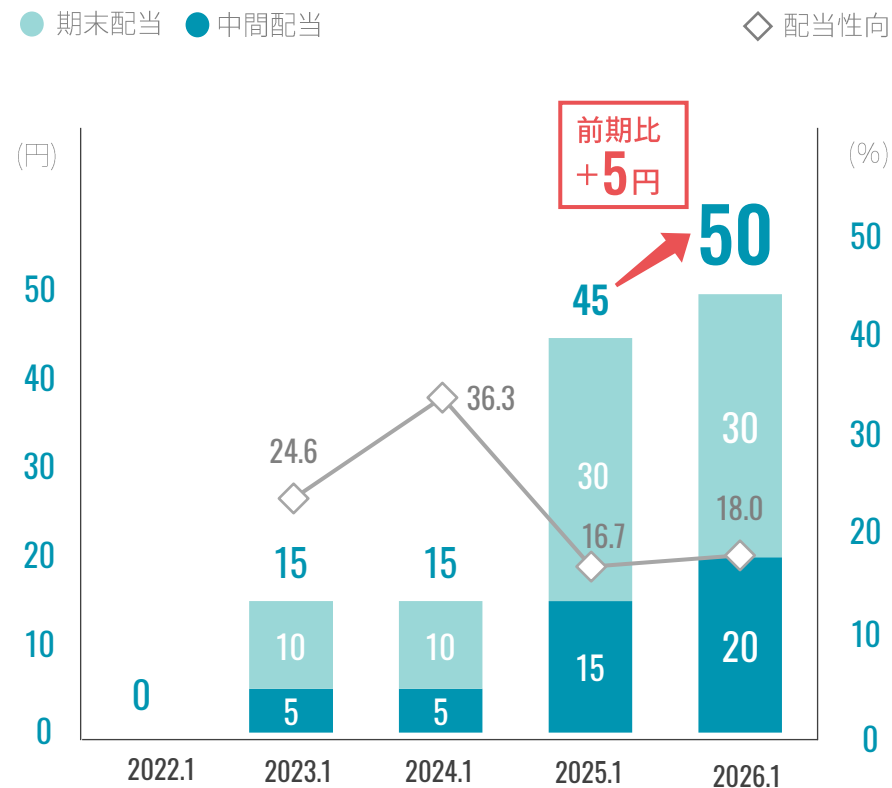
(百万円)



株主還元について

- ・ 2026年1月期の1株当たりの年間配当金額は2025年1月期対比+5円の50円に増配予定
- ・ 中長期にわたる企業価値向上の実現を最優先課題とし、株主還元については、安定的な配当実施を基本に成長投資とのバランスを重視することを基本方針

	2025年1月期実績	2026年1月期予想
1株当たり当期純利益	270.13円	278.41円
1株当たり配当金	45.00円	50.00円
(うち中間配当金)	(15.00円)	(20.00円)
配当性向	16.7%	18.0%



1. 会社概要・事業内容

2. 業績実績・計画

 3. 成長戦略

4. Appendix

戦略地域への経営資源の集中①

- 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和6年計）』
令和6年1月～12月分着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）
新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は東海エリア4,000万円、
首都圏エリア6,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模
として算出

※東海エリア：愛知、岐阜、静岡、三重、首都圏エリア：東京、埼玉、千葉、神奈川

東海エリア+首都圏エリア

6.0兆円※
約147,000棟

●注文住宅
約79,000棟

●分譲住宅
約68,000棟

首都圏エリアの 戸建住宅市場規模

4.5兆円※
約100,000棟

●注文住宅
約46,200棟

●分譲住宅
約53,300棟

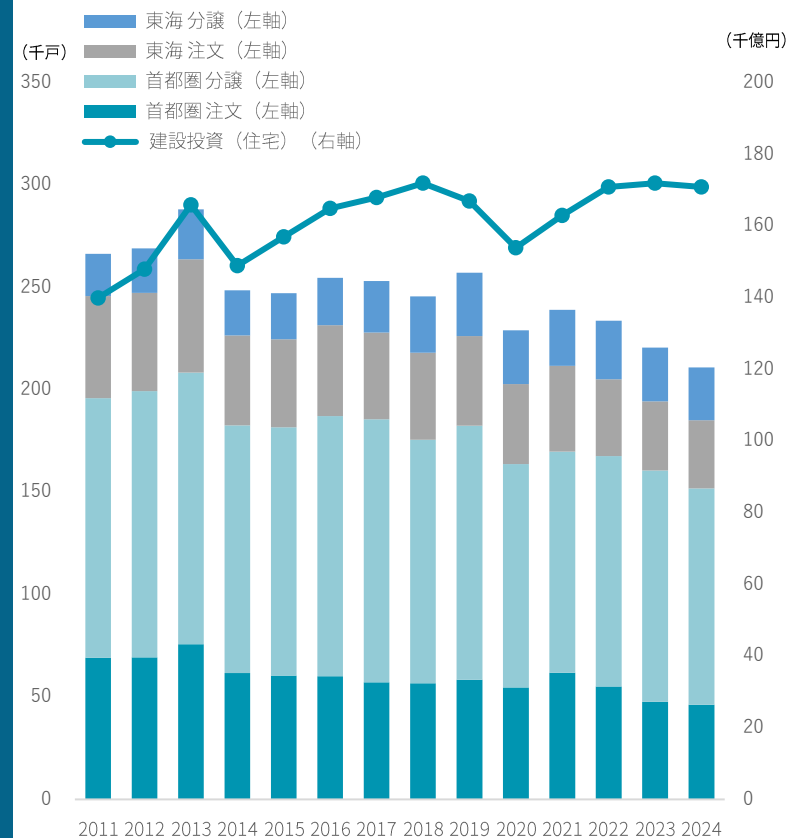
東海エリアの 戸建住宅市場規模

1.5兆円※
約48,000棟

●注文住宅
約33,200棟

●分譲住宅
約14,500棟

戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和6年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表
②国土交通省『令和6年度(2024年度)建設投資見通し』
注：新設住宅着工戸数及び(内訳)戸建は出所①より、建設投資(住宅)は出所②より作成

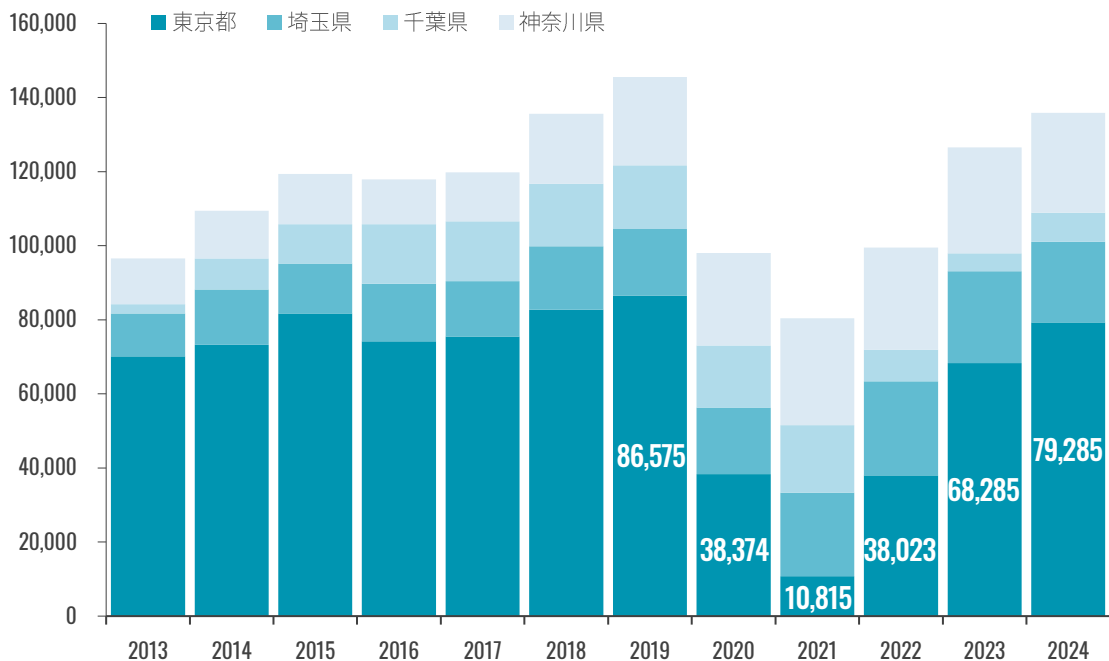
戦略地域への経営資源の集中②

- ・ 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続く市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中
- ・ 分譲マンションの上昇と比較して。戸建住宅の価格上昇は緩やかに推移

首都圏の転入者数

転入超過数推移

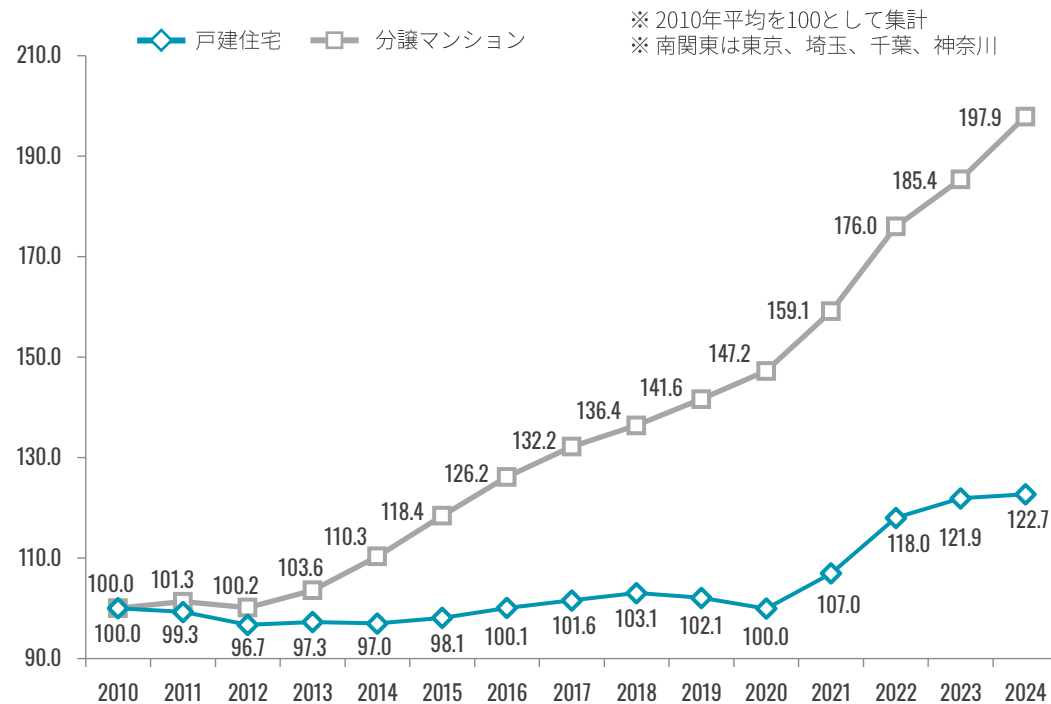
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（2024年）
※ 日本国籍者のみ



戸建価格の推移は堅調志向（首都圏）

戸建住宅・分譲マンション平均価格（南関東※）

出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）
(https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html)
を加工して作成（各年の12カ月分の指数の平均値）



住宅業界における当社独自のポジショニング

- ・東海エリア、首都圏エリアともに中小規模の事業者が多く、当社の優れた商品力によりさらなる成長余地あり



※本図は本資料作成時における当社見解に基づくイメージ図です。
横軸は柔軟性、自由度の表現としています

成長戦略 ハイライト

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進

4.

M&A・新規事業の推進

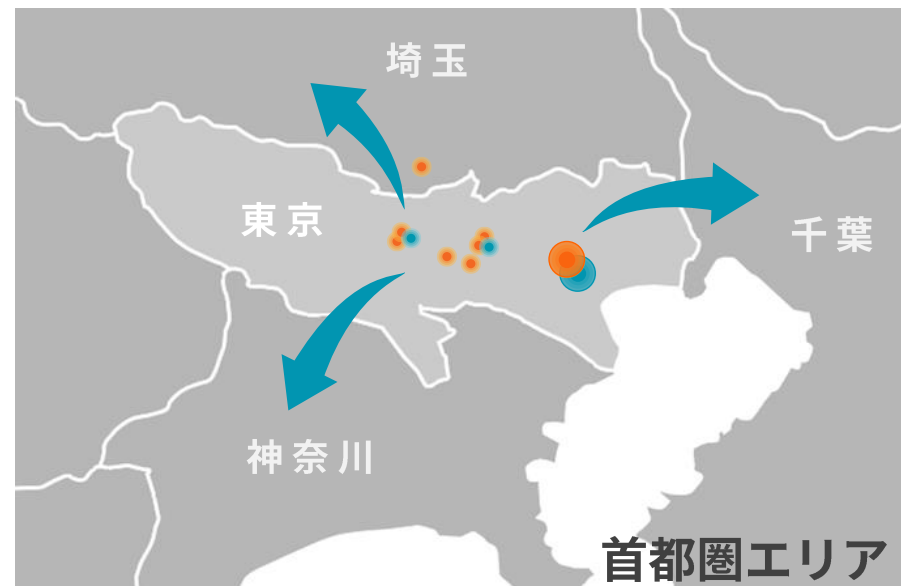
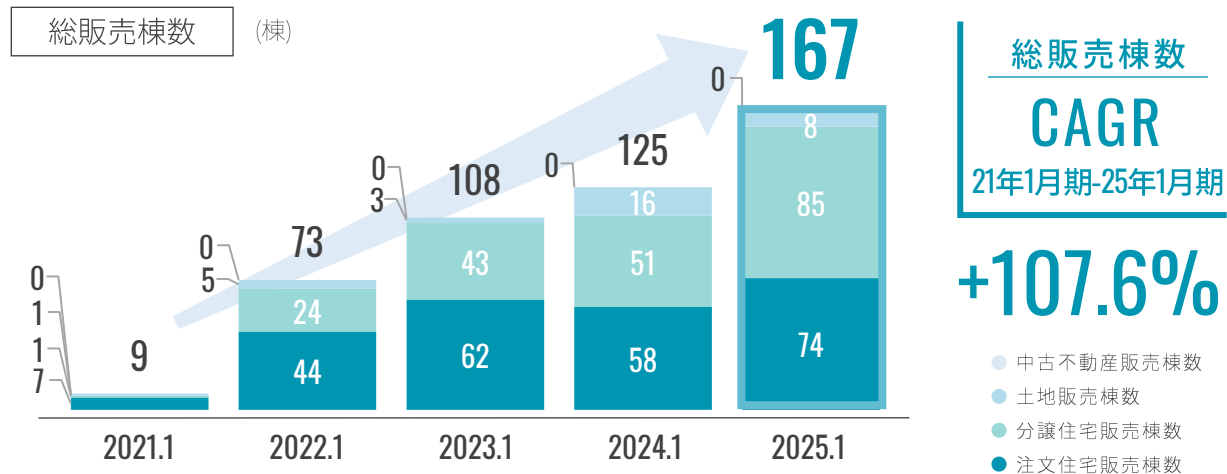
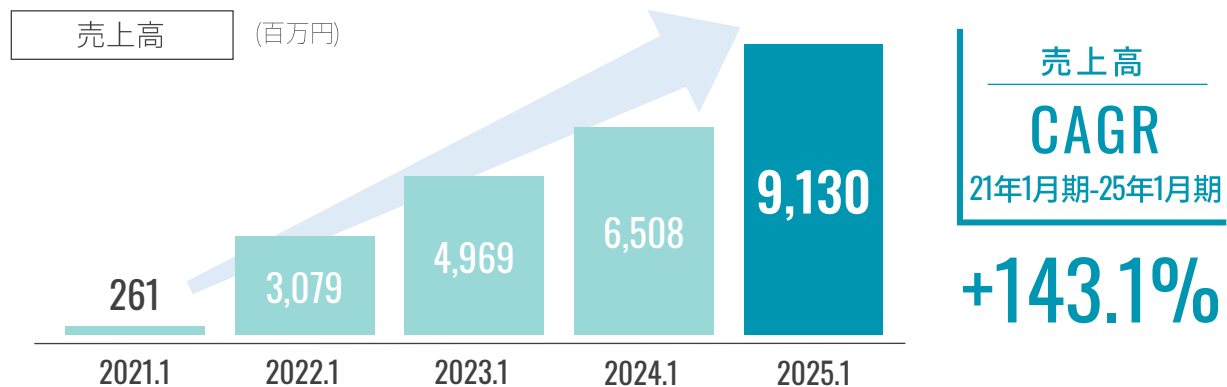
5.

人的資本経営の推進

1. 首都圏エリアでの成長の加速

- ・ 首都圏エリアは2019年10月の進出以来高成長で推移、今後も高い成長により当社業績をけん引すべく積極投資
- ・ 東京都、埼玉県をはじめとして、今後も一都三県に積極的に拡大方針

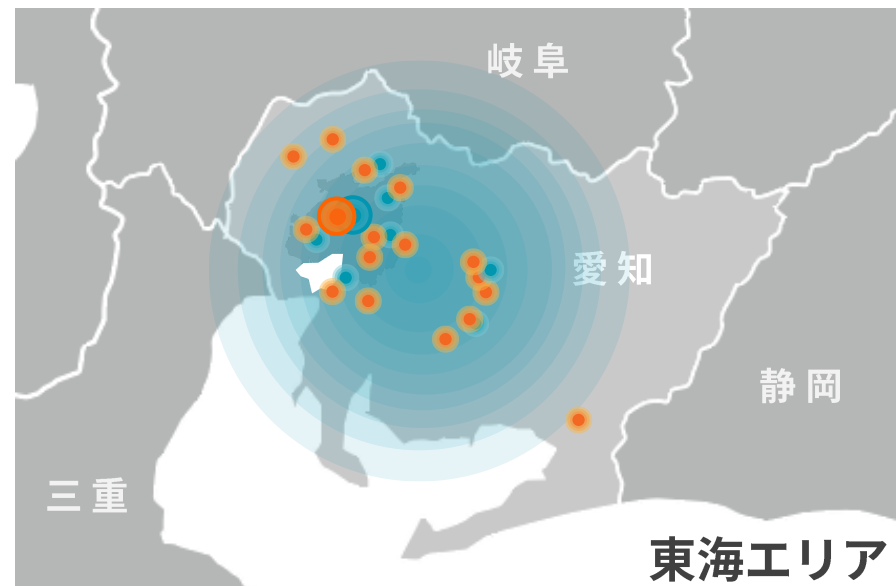
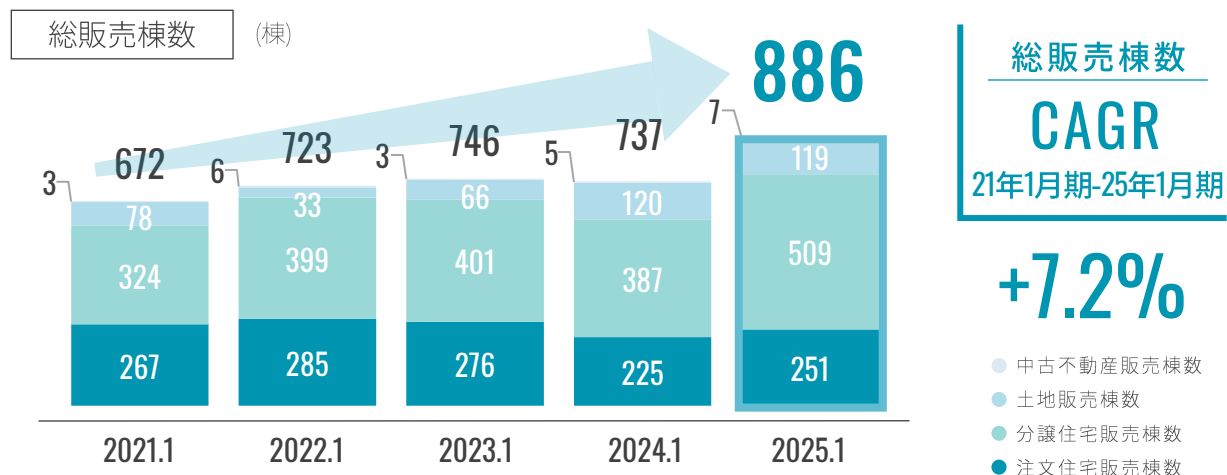
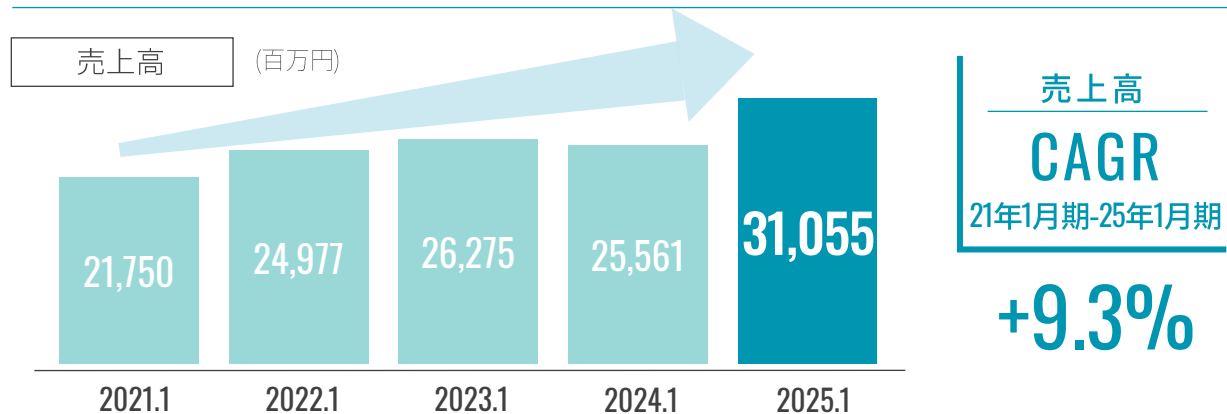
☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

- ・住宅市場が低迷する中でも着実に成長
- ・当社の地盤エリアとして知名度を活かして、安定的な収益を確保しつつさらなるシェアアップを目指す

☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数



アールギャラリー
大府展示場



アールギャラリー
日進梅森展示場



アールギャラリー
とよた平屋展示場

3. 当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進①

- 当社成長の原動力である商品力をさらに深化し、幅広いお客様からのニーズを獲得
- デザイン力、機能性、コスト競争力の強化で1棟当たり単価と収益性向上を図り、生産性向上を目指す

01 デザイン力・コスト競争力の強化



注文住宅グレードのデザイン性の高さ

- 注文住宅の施工実績から培ったデザイン性の高さ
- 機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン
- コストパフォーマンス＝適正価格＋価値創造
優れたデザイン・性能から生まれる付加価値により高い競争力の商品を提供

02 先進住宅の提供



住宅性能の向上と住宅への先進技術の導入

- ZEH住宅をはじめとした高断熱・高機能の住宅供給推進
- 外部専門家とのアライアンスにより、IoTデバイスの多様化、通信技術向上、AI技術の普及といった住宅設備の新潮流を積極的に取り入れた商品の開発
- ライフスタイルや働き方の変化に伴う住宅ニーズの変化やトレンドを取り入れた快適性の高い住宅の提供

03 好立地案件による収益性向上



魅力ある住宅×好立地により収益性向上を実現

- 土地の仕入販売も行うことによる土地情報で、好立地の注文住宅・分譲住宅を販売することで収益性向上を実現
- デザイン、機能に優れた商品を適正価格で提供
- 収益性向上により生産性を高め、企業価値向上、従業員のエンゲージメント強化を

3. 当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進②

- ・住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産（ストック）と位置付け、LTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上を図る
- ・当社住宅購入から10年超が経過したお客様が増えており、リフォームニーズも確実に取り込む



想いに応える多彩なラインナップ
住宅購入・建て替え・売却・買取

将来への保証と安心を確保する
火災保険

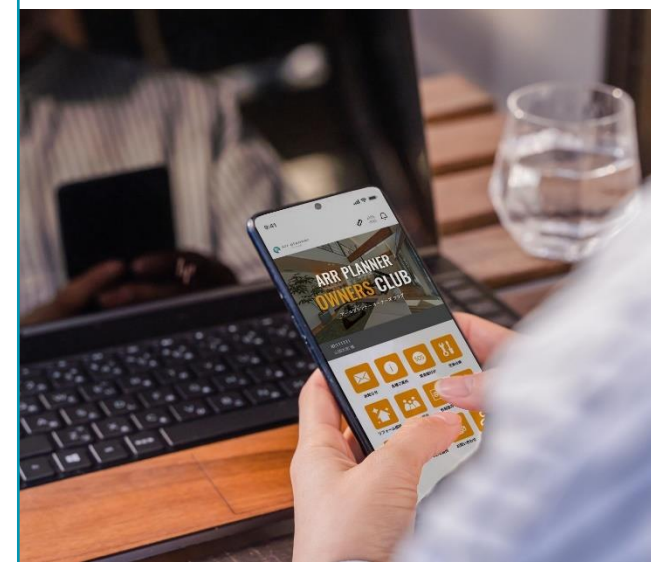
充実と安心の
アフターメンテナンス

当社で購入されたオーナー様からの
お客様紹介

住まいに新しい命を吹き込む
リフォーム・リノベーション

ライフスタイルの変化にも柔軟に対応
その他のサービス

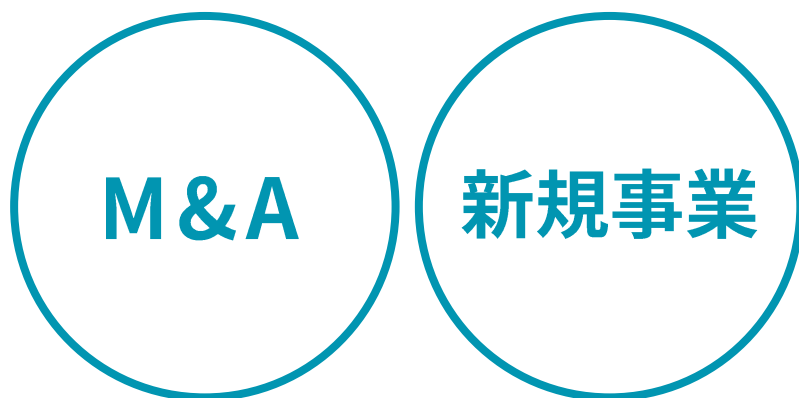
☑ オーナー様向けアプリ



オーナー様の住まいと
ライフスタイルに寄り添うアプリ
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」
2022年11月サービス開始

4.M&A・新規事業の推進

- ・既存事業の深化によるオーガニックな成長に加え、今後M&Aや新規事業による非連続的な成長についても柔軟かつ積極的に検討



戸建住宅事業をベースに
周辺領域も含めたM&Aや新規事業を
柔軟かつ積極的に検討

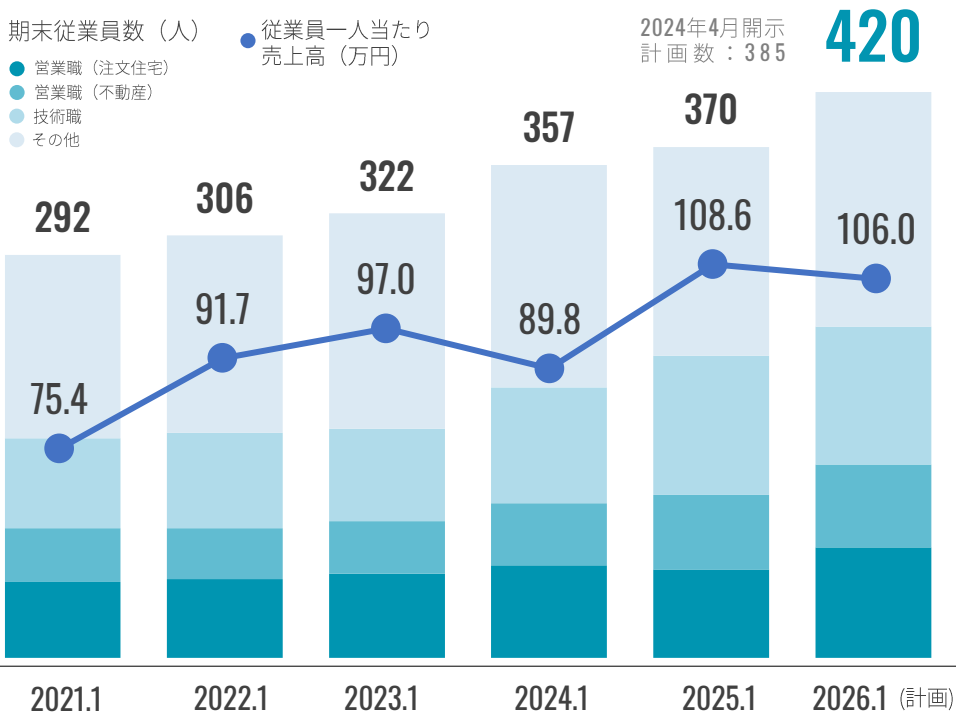
事業	メインの戸建住宅事業を中心にシェア拡大	エリア	首都圏エリア・東海エリアの既存展開エリアの強化	人財	優秀な人財の確保で競争力拡大
	戸建住宅の周辺領域も含めて住まいに関する商品・事業について柔軟に検討		既存エリアを中心にその周辺エリアを含めて収益拡大が見込める地域へ		パーパス・ビジョンへの共感、経営理念の浸透に向けた取組み

5. 人的資本経営の推進①

- ・ 当社では従業員を「人財」としてとらえ、競争力の源泉として中長期的な企業価値向上につなげる
- ・ 人財獲得、商品力を高める人員構成と人財育成、生産性・定着率向上に向けた施策を推進

☑ 期末従業員数と一人当たり売上高

人財獲得と一人当たり売上高を継続的に改善

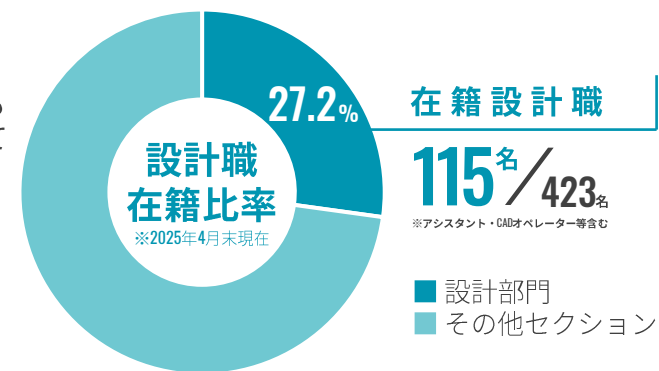


期末	2020.1	2021.1	2022.1	2023.1	2024.1	2025.1	2026.1 (計画)
人員数	5名	30名	47名	65名	75名	79名	100名 (計画)

☑ 人財の価値を最大限に高める施策

設計職の在籍比率

「設計士 = デザイナー」という考えのもと設計部門にも積極的に人財投資を行っています。経験豊富な設計人材が当社の「デザイン住宅」を造り上げ、強みである商品力を高めることで収益性の向上を図ります。



即戦力 + 新卒採用力

専門性が高く即戦力となる中途採用を基本に当社グループカルチャーフィットと次世代人財育成のための新卒採用も重視。

日経・マイナビ2025連動特集 就活支援『2025年卒版就職企業人気ランキング』

総合

住宅不動産

東海エリア

第26位

第2位

5. 人的資本経営の推進②

① 生産性向上に向けた取組み



能力向上・キャリア形成支援

社内研修の充実、資格取得祝い金制度、半期目標達成表彰制度等により、従業員の能力向上や将来のキャリア形成につながる活動を支援



エンゲージメントを強化

企業理念の浸透と実践、魅力的な職場環境整備と適切なインセンティブ付与を通じて、会社と従業員との相互信頼（エンゲージメント）をベースとした活発な企業風土を作る



外部専門家とのアライアンス

社内の専門人財を育成しつつ、外部の高度専門家とのアライアンスを推進することで人的資源の有効活用による生産性向上

② 定着率向上に向けた取組み



働きがいのある制度設計

目標管理と360度レビューによる透明性のある人事評価、半期目標達成表彰制度、年次ではなく実績に応じた給与・インセンティブ設計など、従業員の働きがいを意識した人事制度を導入



従業員の多様な働き方への配慮

時差出勤制度や時短勤務制度等のフレキシブルな勤務体系により、従業員のライフステージの変化による多様な働き方へのニーズに配慮



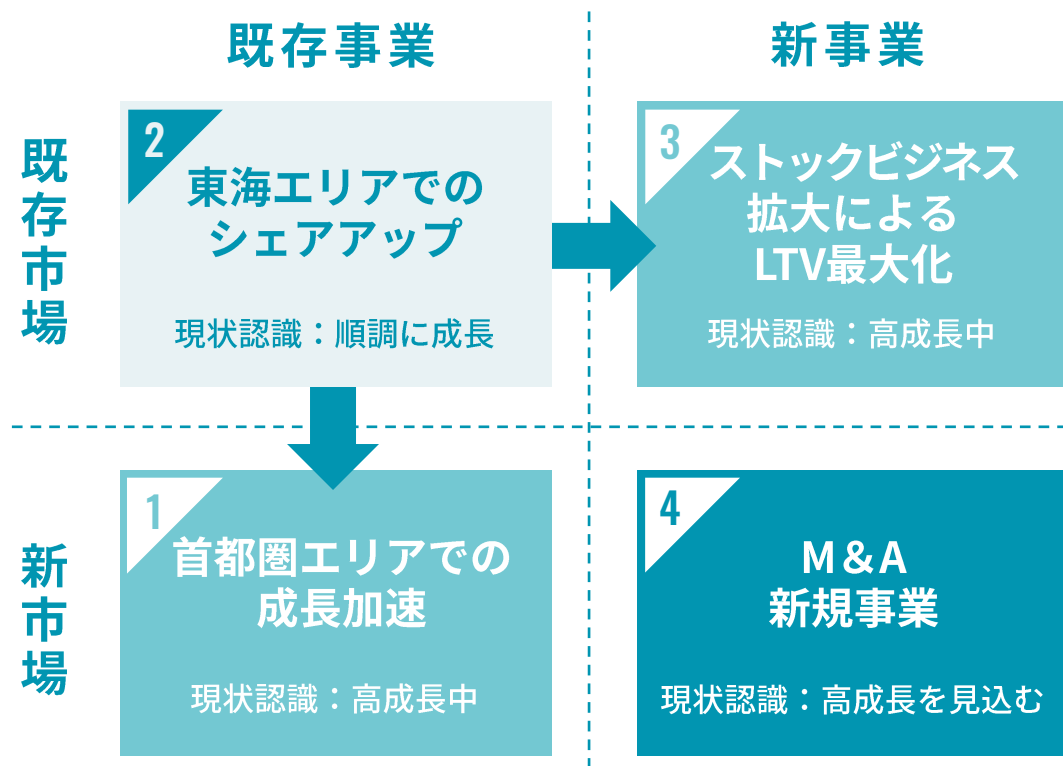
福利厚生 の 充実

資格取得祝い金制度、社員旅行など福利厚生の充実に向けた取組みを実施

成長戦略のまとめ

- ・ 既存事業の東海エリアでの安定成長と首都圏エリアでの成長加速を基本方針としつつ、今後M&Aや新規事業による非連続的成長を検討
- ・ お客様とのLTV (Life Time Value) 最大化と総販売棟数 (顧客数) UPの視点でさまざまな施策を推進

① 成長戦略の基本方針



5 すべての戦略の基礎となる人的資本経営の推進

② 成長の方程式

$$\text{収益性向上} = \text{LTV最大化} \times \text{総販売棟数(顧客数)UP}$$

LTV最大化

- ・ 商品力UPによる1棟当たり単価(利益)向上
- ・ お客様との関係性(ストック)を活用した生涯収益の最大化

総販売棟数(顧客数)UP

- ・ デジタルマーケティングやマスマーケティングを通じた認知度向上
- ・ 土地仕入力による販売商品の充実と収益獲得機会の増加
- ・ ブランドイメージ向上による高所得者層のニーズ獲得

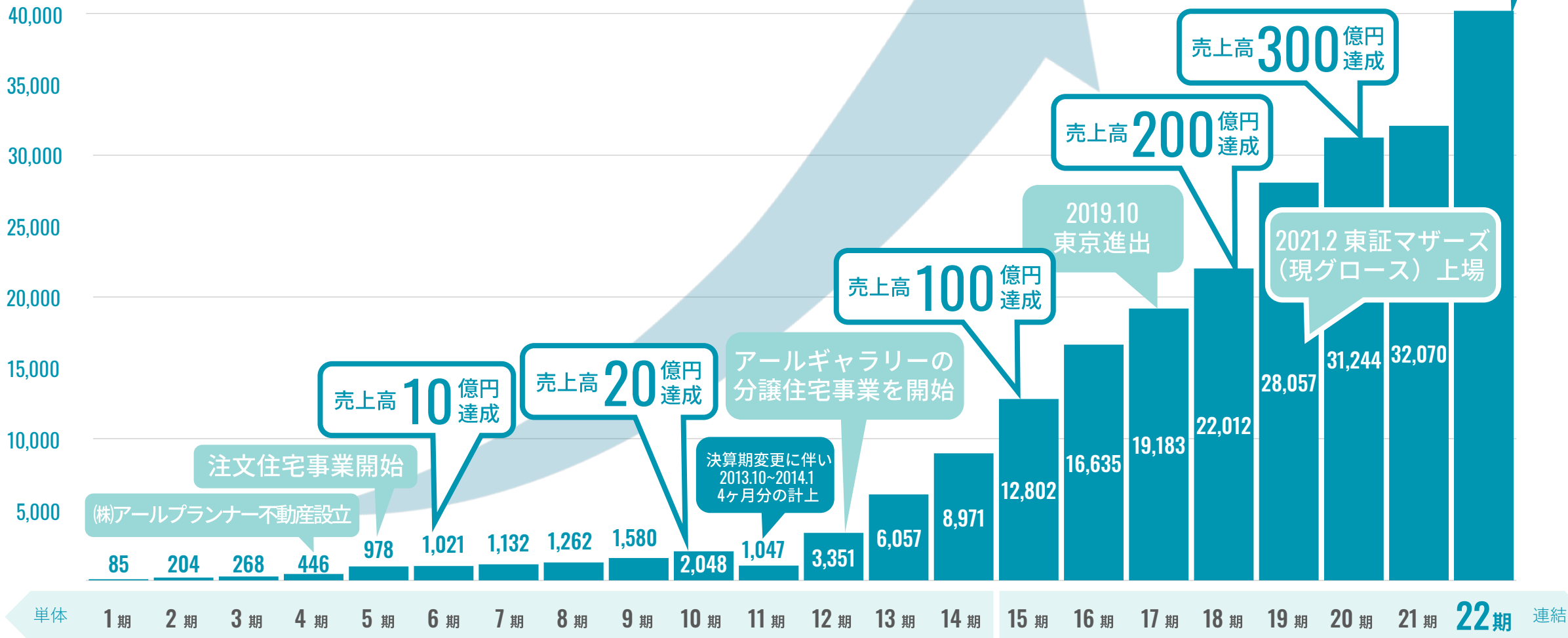
2033年ビジョン

売上高1,000億円

2033年ビジョン — 22期までの売上推移

売上高 **400** 億円達成

☑ 売上高 (百万円)

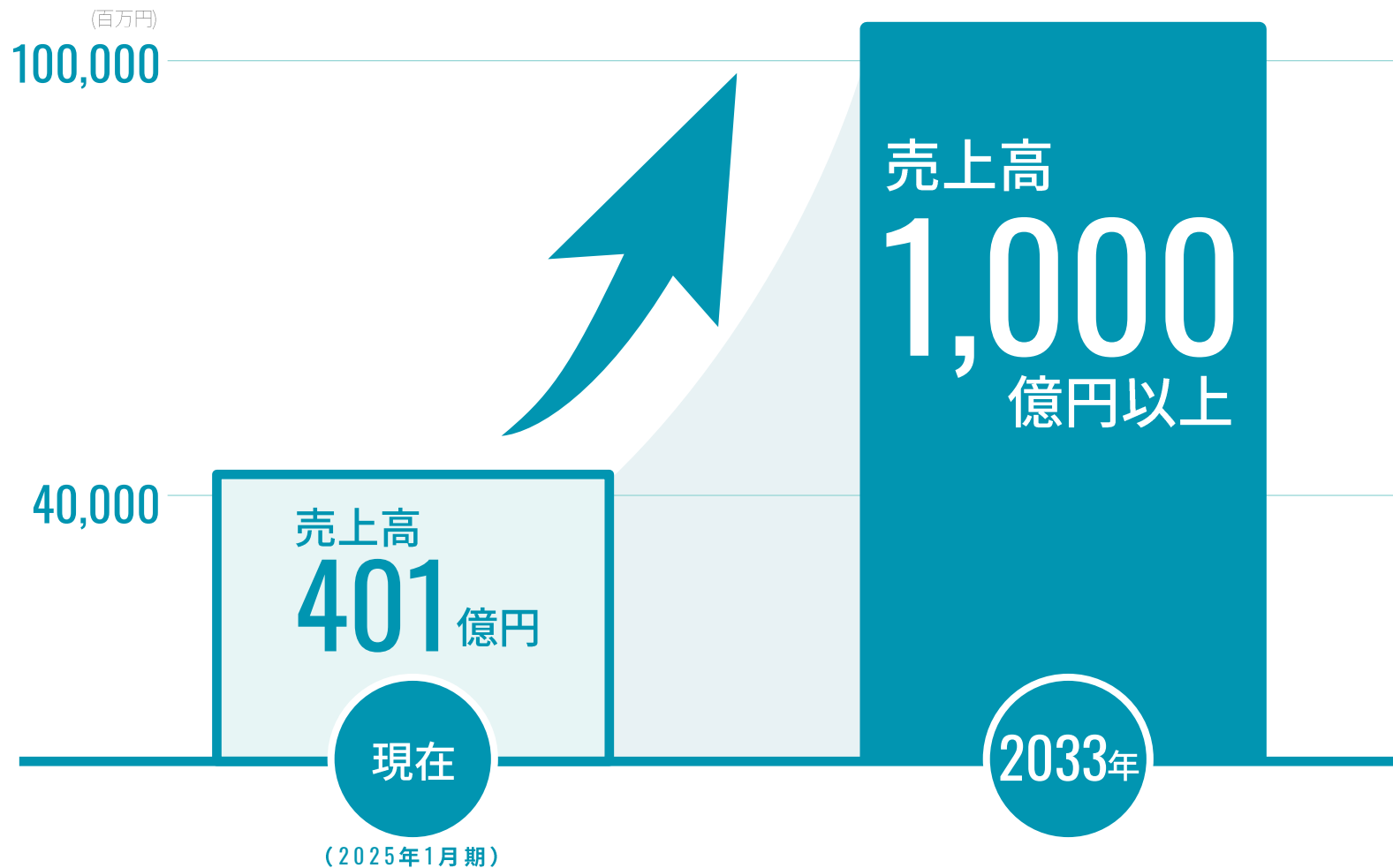


単体 1期 2期 3期 4期 5期 6期 7期 8期 9期 10期 11期 12期 13期 14期 15期 16期 17期 18期 19期 20期 21期 22期 連結

(2025年1月期)

2033年ビジョン — 売上高1,000億円

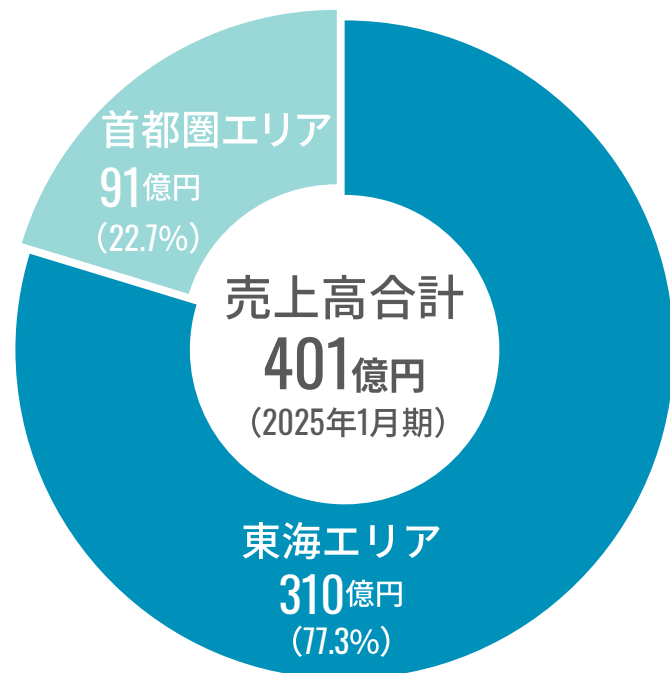
- ・ 創業30周年を迎える2033年までに売上高1,000億円以上を目指す



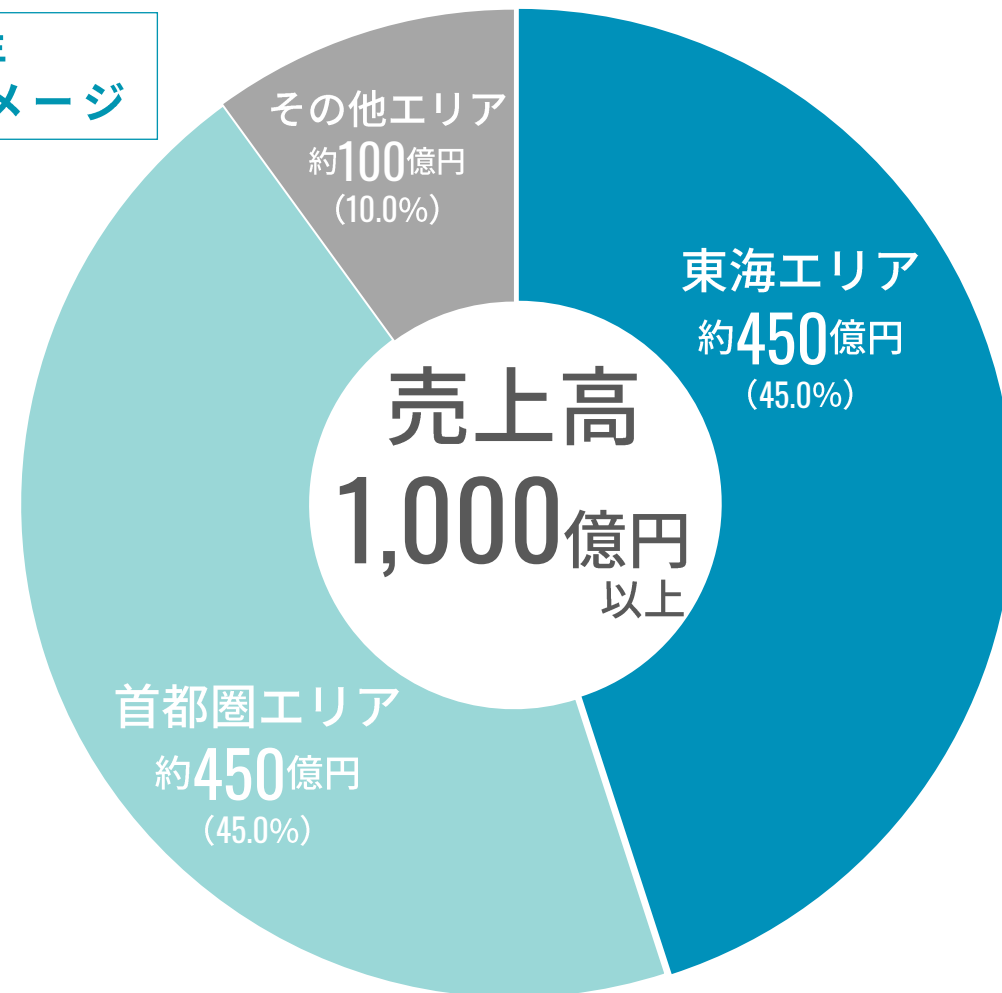
2033年ビジョン — 売上構成イメージ

- 1,000億円達成に向けて首都圏エリアへの投資を加速し、東海エリアと同規模水準の売上比率を目指す

現在の
売上構成比



2033年
売上構成イメージ



1. 会社概要・事業内容

2. 業績実績・計画

3. 成長戦略

 4. Appendix

事業遂行上の重要なリスクへの対応策 ①

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

なお、文中における将来に関する事項は、本資料提出日現在において当社グループが判断したものであります。

重要なリスク等の内容

経済環境の影響について

当社グループの事業は、注文住宅・分譲住宅を中心とする戸建住宅販売が連結売上高の大半を占めておりますが、住宅及び住宅用土地の需要は、景気その他、雇用・所得環境、金利、住宅税制、助成制度及び地価動向並びにこれらの将来予測の影響を受けやすく、これら諸要因の動向によっては、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

資材調達・価格変動について

当社グループが扱う新築住宅は、木材・建材・住宅用設備機器やその他の原材料を使用しております。このため、需給変動や為替変動、またサプライチェーンのグローバル化が進む中で起こる地政学的リスクの顕在化によって、資材等の調達コストの上昇、納期遅延又は調達困難といった事態が生じるリスクがあります。これらのリスクの発生により、コストダウンや販売価格の見直し等が難しい場合又は建物の完成・引渡しの遅延が発生した場合は、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

有利子負債への依存について

当社グループは、事業規模拡大に伴い必要となる運転資金、事業用地・物件の取得資金及び住宅展示場・不動産営業所等の開設を行うための設備投資資金を、自己資金及び金融機関から調達した有利子負債等によって賄っております。当社グループの連結有利子負債残高は、2025年1月期末において16,642百万円となっており、総資産に占める有利子負債の比率は、2025年1月期末において57.7%となっております。現在の金利水準が変動する場合には、業績に影響を及ぼす可能性があります。また、今後金融情勢の急速な変化等何らかの理由により十分な資金が調達できない場合には、当社グループの業績、財政状態及び事業の展開に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化可能性等及びリスク等に対する対応策

顕在化可能性：大、顕在化時期：中期、影響：大

当社グループでは、不動産市況や人口動態、景況感の変動を絶えずモニタリングし、不動産の仕入の時期・エリア・規模等の選定を慎重に判断することでリスクの軽減に努めております。また、「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力を絶えず訴求し続けることで売上を確保してまいります。

顕在化可能性：大、顕在化時期：中期、影響：大

当社グループでは、分譲用地の調達に必要な物件情報の収集を常時行う体制を構築しており、また東海エリアのみならず首都圏やその他の地域でも事業展開を進めることで地域分散によるリスク低減を図るとともに、住宅と不動産の両方を扱うことによるワンストップ対応と同時に価格上昇等のリスクを分散できる対応を講じております。

顕在化可能性：中、顕在化時期：中期、影響：中

当社グループでは、金融機関との関係性を継続的に維持・強化し事業拡大に必要な融資の獲得と金利変動リスクを低減するとともに、現状では財務安全性を最優先に考え、資金使途を詳しく吟味したうえで、当社グループ全体の資金使途に応じて事業資金の調達・運用を実施しております。

事業遂行上の重要なリスクへの対応策 ②

重要なリスク等の内容

不動産の保有在庫及び固定資産について

当社グループの戸建住宅事業及び中古再生・収益不動産事業においては、分譲住宅用土地、中古不動産及び収益不動産の仕入を行っており、常に一定規模の棚卸資産を所有しております。総資産に占める販売用不動産及び仕掛販売用不動産等の割合は、当連結会計年度末において71.6%となっております。

しかしながら、経済環境の変化等により、想定していた価格での販売が困難になる場合、値引きによる販売の実施に伴い利益が減少する場合や棚卸資産の評価損が多額となる場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

また、想定どおりの販売が行えないことにより在庫の保有期間が長期化することで評価損が発生する場合、期限までに引き渡しができなかった場合、又は、顧客の住宅ローン審査の結果等により引き渡しができなかった場合は、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。加えて、収益不動産の時価が著しく下落した場合、又は、住宅展示場の収益性が著しく低下した場合等には、減損損失が発生し、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

『人財』の確保について

当社グループは、従業員を『人財』として位置付けており、重要な経営資源として認識をしております。さらなる企業成長を推し進めるうえで、優秀な『人財』の確保・育成は必要不可欠であると考えております。そうした『人財』が十分に確保できない場合、又は現在在籍している『人財』が流出する場合には、当社グループの業績及び事業の展開に影響を及ぼす可能性があります。

品質管理・安全管理について

当社グループは、品質管理・現場の安全管理に万全を期しておりますが、建築・工事等の外注先や業務委託先、あるいは建築素材メーカーの製造過程等に起因する建築素材等に関わる重大な品質問題、労災事故及び想定されない瑕疵担保責任等が発生した場合には、当社グループの信用失墜や多額の損害賠償請求等により、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

顕在化可能性等及びリスク等に対する対応策

顕在化可能性：中、顕在化時期：中期、影響：大

当社グループでは、建物の工事進捗状況や在庫の保有期間の状況のモニタリングを実施し、在庫保有比率・在庫回転率を意識した事業運営を行っております。保有資産の価値下落の影響を最小限にするため、販売価格を適宜見直し、在庫回転率を高める施策を積極的に進めてまいります。また、収益不動産や住宅展示場に関しましても適切な損益管理を行い、市況の動向を注視し保有資産の価値下落の影響を極小化するべく対応を進めてまいります。引き続き当社グループの商品性とサービス力の向上を通じて、適正な保有在庫の維持や収益性向上を図ってまいります。

顕在化可能性：中、顕在化時期：中長期、影響：大

当社グループでは、住宅業界内での当社グループの知名度・成長性に惹かれ応募する『人財』を積極的に採用し、経験豊富な『人財』を起点としてプロフェッショナルリズムを継承する『人財』育成を強化することにより、従業員の能力・やりがいを向上させることで、事業規模拡大を支えられる『人財』の確保に努めてまいります。

顕在化可能性：低、顕在化時期：中長期、影響：大

当社グループでは、施工管理を行う部署を中心に徹底した品質管理を行うことで品質の維持に努めており、販売後のクレーム等に関しましてもトラブルクレーム対応管理マニュアルを整備し、迅速かつ適切な対応ができる体制を構築しております。また、保証責任を十分履行するために補償引当金の計上や各種損害保険の付保を行っております。

お問い合わせ先

株式会社アールプランナー

管理本部 IR窓口 : <https://www.arrplanner.co.jp/contact/ir/>

コーポレートサイト : <https://www.arrplanner.co.jp/>

IRサイト : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

① 本資料の取扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、
「見通し情報」 (forward-looking statements) を含みます

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、
通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます

なお、本資料は今後、本決算後の毎年4月に最新の内容に更新のうえで開示を行う
予定です