



東証マザーズ  
[証券コード：6085]

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

2015年3月期第2四半期

決算説明会資料

2014年11月20日

代表取締役社長 丸山雄平

It's a beautiful technology

「建築家との家づくり」を通じて、美しい日本を創造するために

写真：富田英次

---

contents

1. 2015年3月期第2四半期 決算概要 ————— P. 2
2. 2015年3月期 計画 ————— P. 10
3. 2015年3月期 営業施策 ————— P. 13
- 【ご参考】 会社概要 ————— P. 24

# 1. 2015年3月期第2四半期 決算概要



使用写真 ASJ登録建築家作品／設計：松山将勝・久成文人 写真：石井紀久・富田英次

# 2015年3月期第2四半期 業績ハイライト

---

## 売上高

消費税率引き上げに伴う反動減によりスタジオ受注が減少したことを背景に、売上高が減少

**665百万円**

前年同期比75.3%

- ・スタジオロイヤリティ、マーケティングは計画に比べ減少
- ・建築家フィー、その他は計画を上回る

## 営業利益

売上高減少および横浜常設展示場開設に伴う経費増により上期赤字も、計画比で収益改善

**▲8百万円**

前年同期比－%

- ・売上高減少による減益
- ・横浜常設展示場開設に伴う費用増

# 2015年3月期第2四半期 決算実績

(単位：百万円、下段は構成比)

	2014年3月期 第2四半期実績	2015年3月期第2四半期			
		実績	前期比	計画(5/14公表)	計画比
売上高	884 (100.0%)	665 (100.0%)	75.3%	747 (100.0%)	89.1%
スタジオロイヤリティ	524 (59.3%)	324 (48.8%)	61.9%	355 (47.5%)	91.5%
マーケティング	203 (23.0%)	200 (30.2%)	98.6%	275 (36.8%)	73.0%
建築家フィー	88 (10.0%)	64 (9.7%)	72.8%	51 (6.8%)	126.1%
その他	67 (7.6%)	75 (11.3%)	112.1%	64 (8.6%)	118.1%
売上総利益	749 (84.8%)	538 (80.9%)	71.8%	553 (74.0%)	97.4%
営業利益	263 (29.8%)	▲8 (-)	-%	▲26 (-)	-%
経常利益	263 (29.8%)	4 (0.7%)	1.7%	▲26 (-)	-%
当期純利益	158 (17.9%)	▲5 (-)	-%	▲26 (-)	-%

## 貸借対照表の概要

(単位：百万円、下段は構成比)

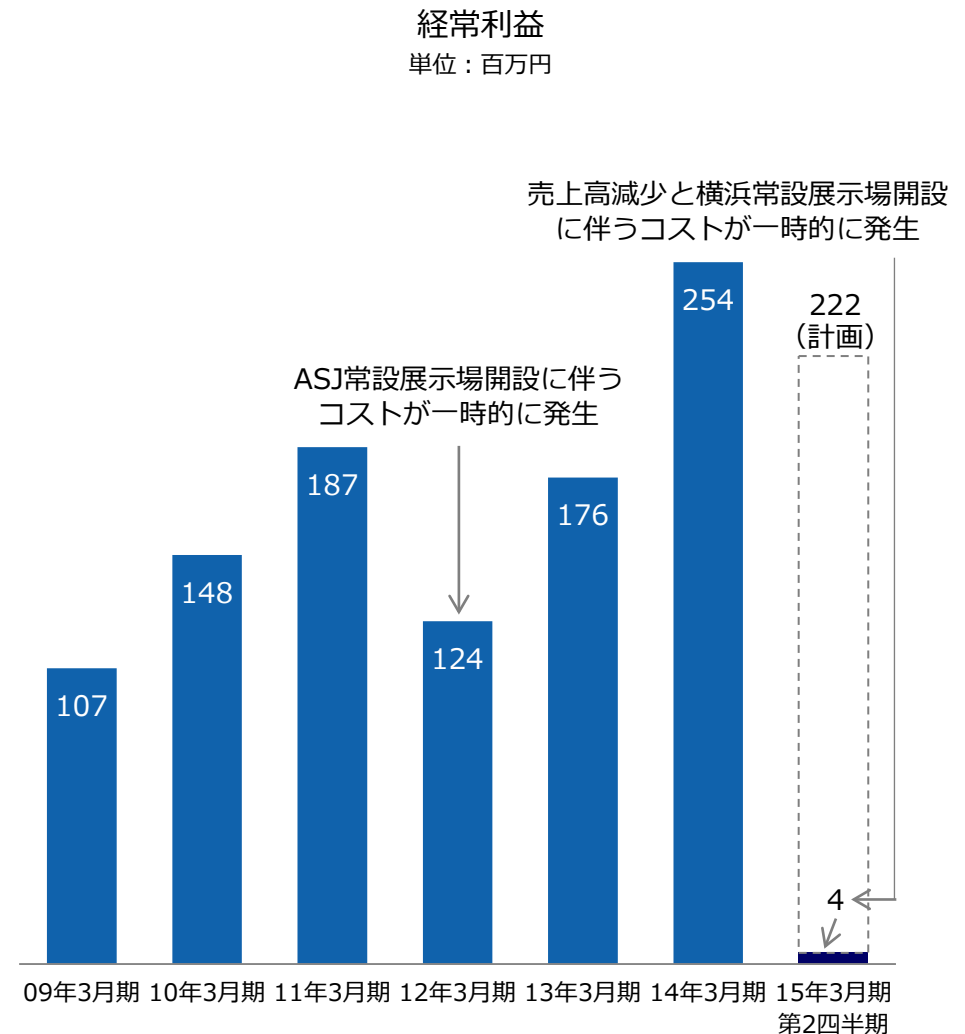
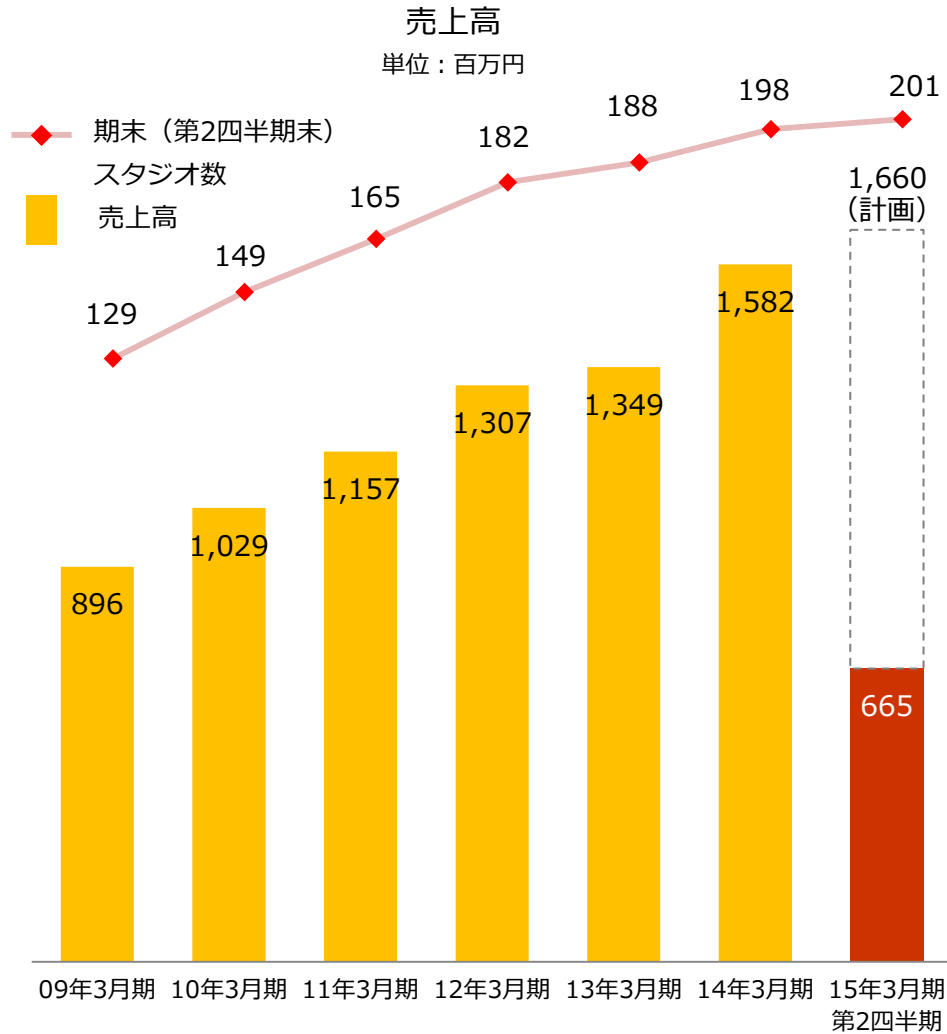
	2014年3月期末	2015年3月期第2四半期末		
		実績	前期末増減	増減要因
流動資産	1,536 (86.6%)	1,302 (81.3%)	▲234	現金及び預金▲159 売掛金▲21、未収入金▲40
固定資産	237 (13.4%)	299 (18.7%)	62	建物64
資産合計	1,773 (100.0%)	1,601 (100.0%)	▲172	
流動負債	433 (24.5%)	270 (16.9%)	▲163	未払金▲89 未払法人税等▲70
固定負債	16 (1.0%)	6 (0.4%)	▲10	長期借入金▲10
負債合計	450 (25.4%)	277 (17.3%)	▲173	
純資産合計	1,322 (74.6%)	1,324 (82.7%)	1	資本金3、資本剰余金3 利益剰余金▲5
負債純資産合計	1,773 (100.0%)	1,601 (100.0%)	▲172	

# キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

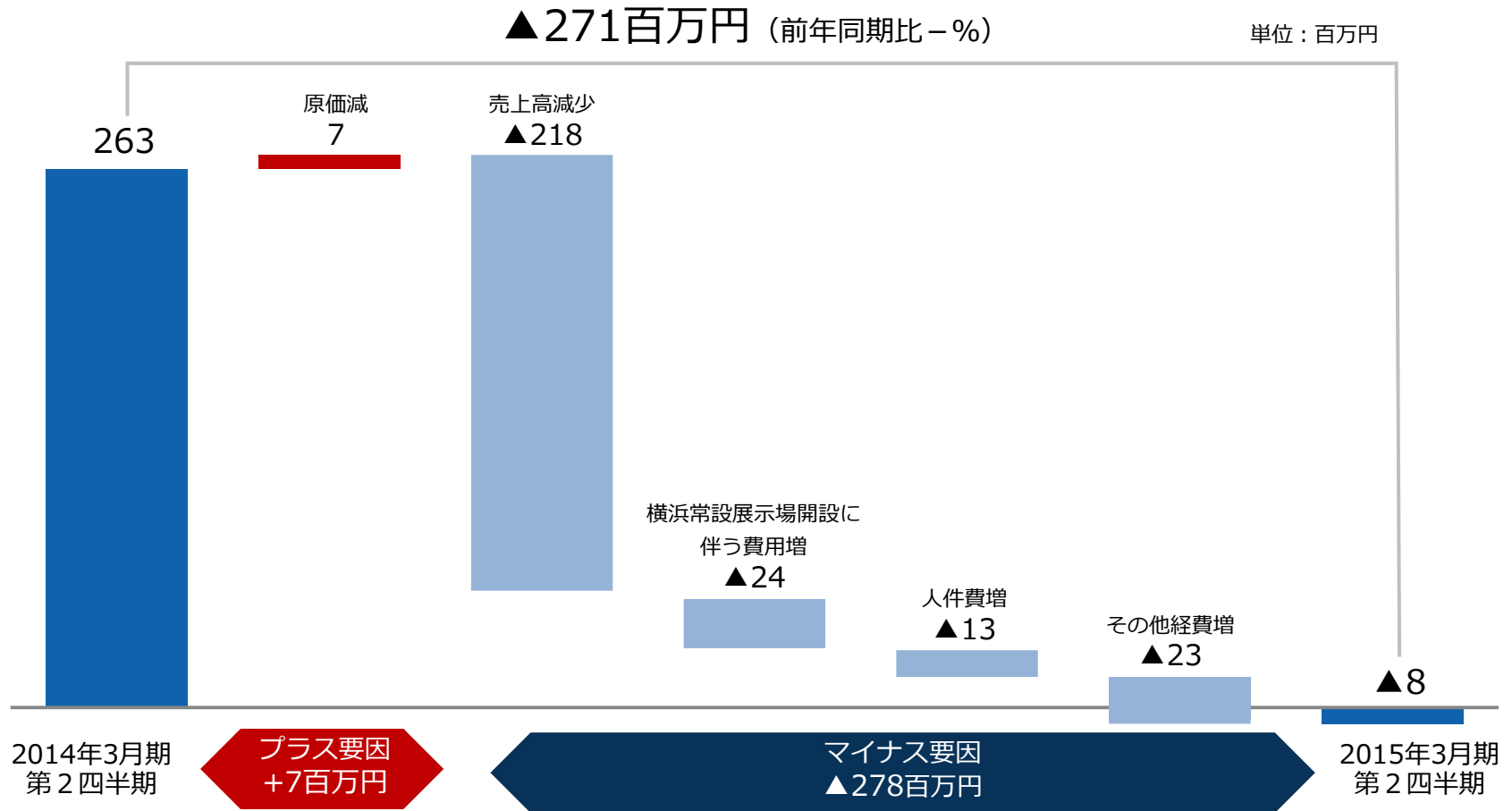
	2014年3月期 第2四半期	2015年3月期 第2四半期
営業キャッシュフロー	213	▲63
投資キャッシュフロー	▲19	▲91
フリー・キャッシュフロー	194	▲155
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲25	▲3
現金及び現金同等物の増減額	169	▲159
現金及び現金同等物の期首残高	306	1,034
現金及び現金同等物の期末残高	476	875

# 業績の推移（6カ年および2015年3月期第2四半期）



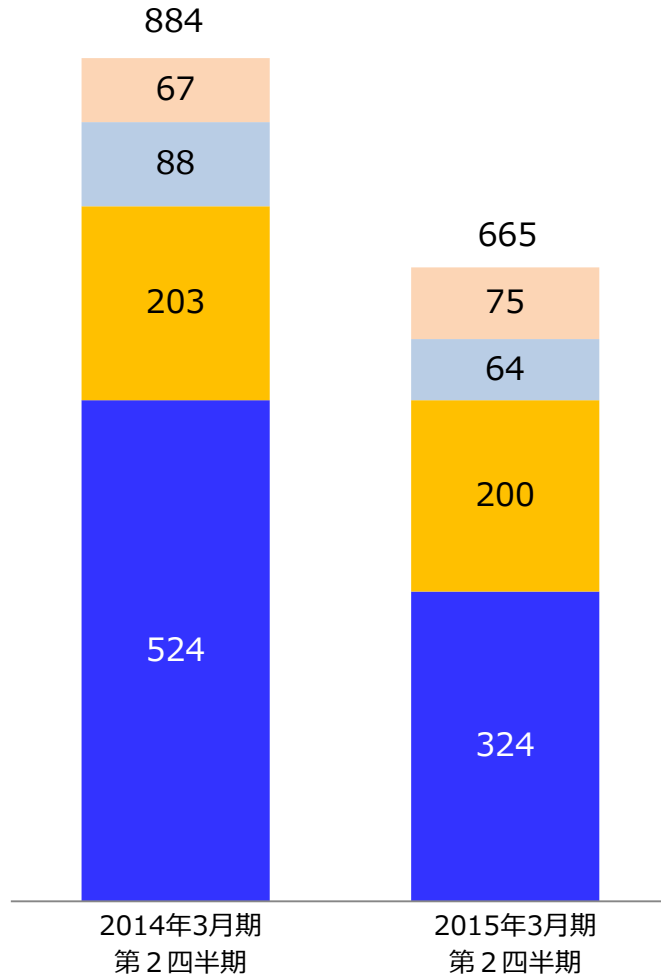


# 営業利益の増減要因



# 2015年3月期第2四半期 事業内識別売上高

売上高  
単位：百万円



## 2015年3月期第2四半期の状況

### スタジオロイヤリティ

- ・ 加盟建設会社における工事請負契約金額の大幅減少

### マーケティング

- ・ イベント回数は増加したものの、1イベント当たりの単価減少により伸び悩み  
→ 2015年3月期第2四半期までイベント開催回数253回  
(前年同期実績242回)

### 建築家フィー

- ・ スタジオ受注棟数が194件に減少（前年同期実績376件）

### その他

- ・ 横浜常設展示場使用料、TV協賛金の増加

## 2. 2015年3月期 計画



使用写真 ASJ登録建築家作品／設計：松山将勝・久成文人 写真：石井紀久・富田英次

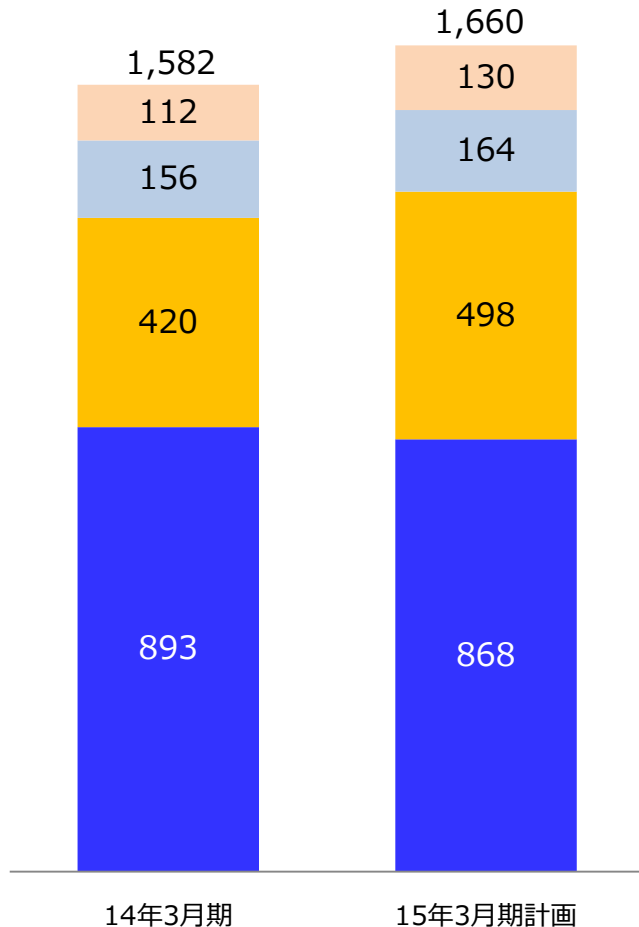
## 2015年3月期 業績計画

(単位：百万円、下段は構成比)

	2014年3月期 実績	2015年3月期計画	
		通期	前年比
売上高	1,582 (100.0%)	1,660 (100.0%)	104.9%
スタジオロイヤリティ	893 (56.4%)	868 (52.3%)	97.2%
マーケティング	420 (26.6%)	498 (30.0%)	118.5%
建築家フィー	156 (9.9%)	164 (9.9%)	104.5%
その他	112 (7.1%)	130 (7.8%)	115.7%
売上総利益	1,305 (82.5%)	1,339 (80.7%)	102.6%
営業利益	272 (17.2%)	210 (12.7%)	77.2%
経常利益	254 (16.1%)	222 (13.4%)	87.1%
当期純利益	141 (9.0%)	126 (7.6%)	88.8%

# 2015年3月期 事業内識別売上高 計画

売上高  
単位：百万円



## 2015年3月期の施策

### ■ スタジオロイヤリティ

- ・ スタジオ（加盟建設会社）数を増加
- ・ 横浜CELL（みなとみらい）のオープン
- ・ 現会員の成約率向上するため、cosnavi templateを活用

### ■ マーケティング

- ・ 適正価格のイベントを実施して会員を取り込む
- ・ イベント回数の増加（640回へ）

### ■ 建築家フィー

- ・ プランニングコースの成約率アップを目指す

### ■ その他

- ・ スタジオ数、アカデミー会員増による書籍販売の増加

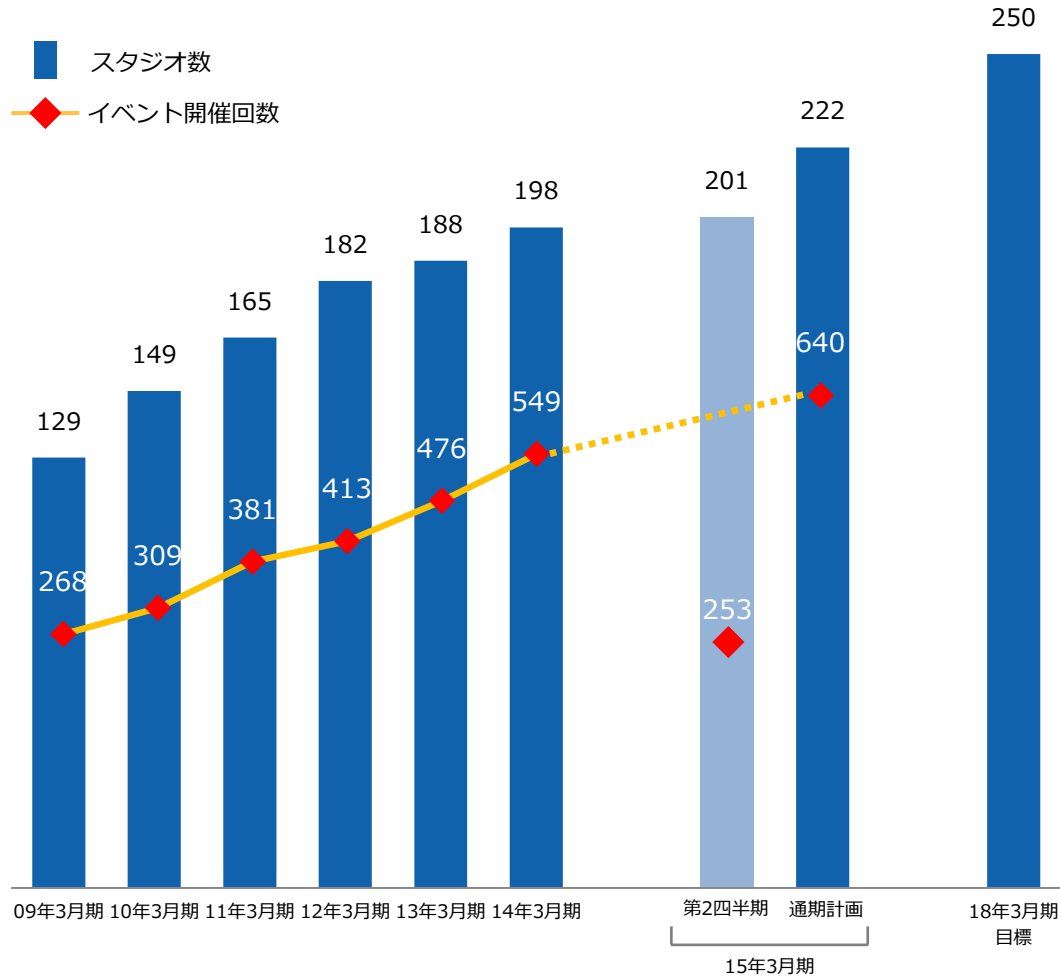
### 3. 2015年3月期 営業施策



使用写真 ASJ登録建築家作品／設計：松山将勝・久成文人 写真：石井紀久・富田英次

# 2015年3月期 営業施策

スタジオ開設の増加とASJ OPTION program開始／WEB戦略を本格的に着手



## ASJ OPTION program

入会数を上げるための施策

2014年3月期

- ・スタジオが経費削減のためイベント投下予算を抑制
  - ・消費増税の反動
- 来場者数・入会数が減少

2015年3月期施策

最低入会数確保のための支援をする仕組みを導入  
(最低入会数に満たないと、追加イベントの支援を実施する)

**スタジオによるイベントの質・量の増加**

# 2015年3月期 営業施策

## メディアマーケティングによる法人契約の強化

### ASJ マーケティング戦略

- ・ 法人向けWEBマーケティングを実施
  - ・ メディアマーケティング
  - ・ エリアマーケティング
- ASJ web登録へ誘導

圧倒的なネットワークマーケティングにより、2,000万世帯（全世帯の40%）をCover

#### 法人契約先

A社	30万人	H社	0.2万人	N社	600万人
B社	1.2万人	I社	0.1万人	O社	60万人
C社	2万人	J社	1.2万人	P社	25万人
D社	0.8万人	K社	1万人	Q社	80万人
E社	47万人	L社	0.12万人	R社	1,280万人
F社	2万人	M社	130万人	S社	0.8万人
G社	0.4万人				



# 2015年3月期 営業施策

Webによる新サービス「メルマガ会員」「プレ会員」を開始  
**メルマガ会員、プレ会員に対して住宅や建築家に関する情報を**

**無料提供することで、住宅購入者の潜在需要を発掘**

The screenshot shows the ASJ website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'ABOUT ASJ', 'ASJ CELL', 'ARCHITECTS', 'STUDIO', 'PHOTO GALLERY', 'EVENT', 'ACADEMY', and '入会のご案内'. Below the navigation, there is a main heading 'ASJ会員制度のご案内' and a sub-heading 'ASJ会員制度のご案内'. The main content area is divided into two sections: 'メルマガ会員' and 'プレ会員'. The 'メルマガ会員' section has a yellow button that says 'メルマガ会員に今すぐ登録！' and the 'プレ会員' section has a green button that says 'プレ会員に登録'.

## 「メルマガ会員」

- 家づくりを検討している人を対象に「メルマガ会員」サービスを開始
- 家づくりに役立つさまざまな情報が掲載されたメールマガジンの配信、ASJ発行の月刊情報誌「A-Style monthly」を1回分無料でダウンロードできる

会員数：211名（2014年9月末時点）

## 「プレ会員」

- 家づくりを具体的に考え始めた人を対象に「プレ会員」サービスを開始
- 「A-Style monthly」を1年間無料でお届け
- 各種住宅イベントへのご招待などさまざまな特典あり

会員数：50名（2014年9月末時点）

# 2015年3月期 営業施策

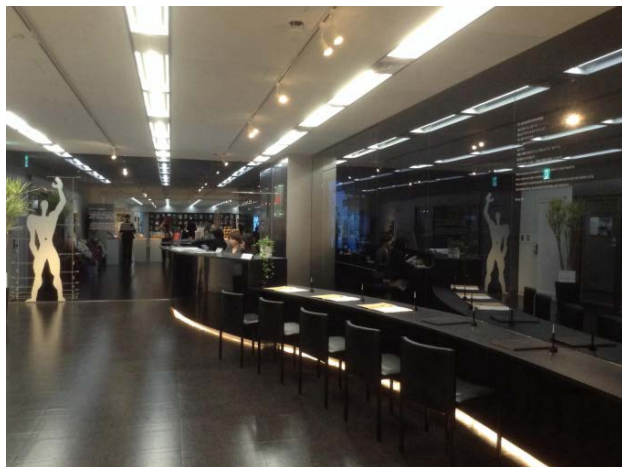
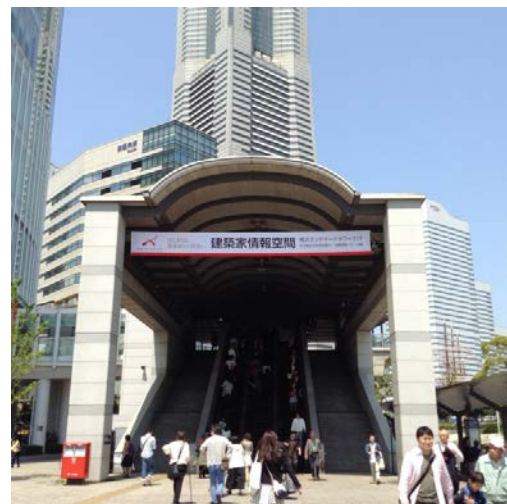
## ASJ YOKOHAMA CELLの開設

### CELL

「建築家に気軽に家づくりを相談できる場」

- ・年間延べ約600名の建築家による講演会や展示会などのイベントを実施
- ・建築家との家づくりを写真や模型、映像を通して紹介する常設展

所在地	横浜ランドマークタワー31F
オープン日	2014年4月20日
年間来場目標	5,000組（2014年9月末時点来場数：1,510組）



# 2015年3月期 営業施策

現会員の成約率向上のために

## ローコスト層（2,500万円以下）への対応

### PROTO BANK

既に建築し、厳選された100作品を「PROTO BANK」に登録

- （特徴） 建築実績のある建物を再度建築する
- （メリット） 設計費を抑えることができる  
コスト調整が可能なのでローコストで建てられる

## 高額層（3,000万円以上）の成約率向上

### PROPOSAL COURSE

2名の建築家に同時に提案させるプロポーザル方式

- （メリット） 強いスタジオをより強くできる  
少ない手持ちを確実に契約に結び付ける  
プレゼンテーションの日程を確定できる  
これまで使っていない建築家を取り込める  
予算に合わないプランを排除できる



# 2015年3月期 営業施策

## 建築家対応積算ソフトの開発・普及

### 供給サイドと有機的に結合した新規ビジネスを展開

「COSNAVI」と「A-POS」を融合したASJポータルサイトにより、供給サイド(メーカー等)と建設計画の情報(図面)を共有  
加盟スタジオと供給サイド(メーカー等)の取引を促進。ASJは供給サイドから入会金を獲得  
供給サイドにおいて「付加価値商品」が多く採用される建築家マーケットは魅力的



# 2015年3月期 営業施策

## 建築家対応積算ソフト「cosnavi template機能」 & ワンタッチVE

### cosnavi template機能

お客様と一緒に予算修正が出来る革新的  
「建築家対応注文住宅自動積算ソフト」

過去の建築物がcosnaviにたまるので、加盟スタジオに登録を促進

The screenshot shows the 'template' function interface. At the top, there are navigation tabs for '積算条件' (Calculation Conditions), '躯体' (Structure), '外壁・屋根' (Exterior Wall/Roof), '間取' (Floor Plan), '内装' (Interior), '階段' (Stairs), '外部開口' (Exterior Opening), '内部開口' (Interior Opening), 'ベランダ' (Balcony), '設備' (Equipment), '備品・附帯' (Furniture/Accessories), and 'ファイル' (File). Below this, there are buttons for '構造・階高' (Structure/Floor Height), '床面積・周長' (Floor Area/Perimeter), '基礎' (Foundation), and '構造材種' (Structure Material Type). A table below shows input and automatic calculation for floor area and perimeter. A diagram shows a 'type A' template with dimensions X=6,820mm and Y=10,920mm.

項目名	単位	採用値	強制入力	自動
床面積	(m <sup>2</sup> )	74.53		74.53
外周長	(m)	39.13	39.13	35.49
吹抜け・未算入面積	(m <sup>2</sup> )			

過去の案件の仕様を写真と一緒にstock

新規プランのスケルトンを入力後、過去のtemplateを選択して再計算

### ワンタッチVE

合わせたい金額を入力してクリック

顧客の希望金額に合わせ、3通りの仕様を一瞬でアドバイス

再計算と同時に見積書と仕上げ表が完成

The screenshot shows the 'one-touch VE' function interface. It displays a summary table of construction items and a detailed bill of materials table.

品名	単価	数量	単位	金額	比率	比率	比率
1. 基礎工事	¥752,054	1	工	752,054	100.00%	100.00%	100.00%
2. 躯体工事	¥26,286,581	1	工	26,286,581	3508.20%	3508.20%	3508.20%
3. 外装工事	¥1,828,289	1	工	1,828,289	244.44%	244.44%	244.44%
4. 内装工事	¥218,080	1	工	218,080	29.13%	29.13%	29.13%

見積書

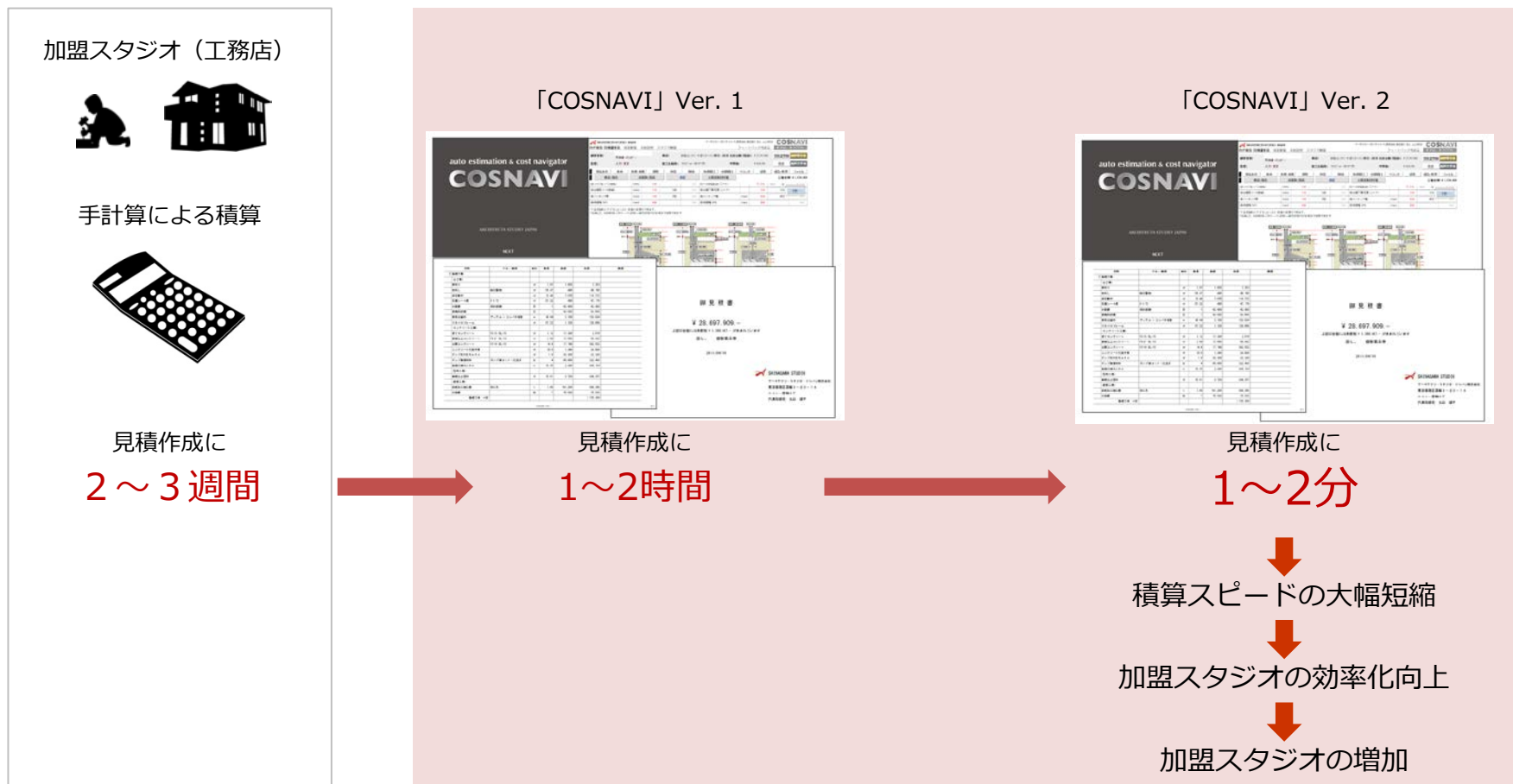
仕上げ表

導入予定時期：2015年3月末

# 2015年3月期 営業施策

## 建築家対応自動積算システム「COSNAVI」

**COSNAVIの進化版(Ver. 2)により見積作成時間が大幅に短縮、  
加盟スタジオの効率化が向上し、加盟スタジオが増加**



# 2015年3月期 営業施策

## 第1回 全国一斉 リフォーム&リノベーションフェア開催

**全国同時開催イベントの場で、当社の強みである**

**「リフォーム&リノベーションカ」をアピール**

第1回 全国一斉 リフォーム&リノベーションフェア  
(開催期間：2015年1月9日～2月1日)



戸建リノベーション  
お住まいの戸建住宅の  
リノベーション



マンション1室リノベーション  
お住まいのマンション住宅の  
リノベーション



ビル・マンションリノベーション  
商業ビル、賃貸・分譲マンション1棟丸ごと  
リノベーション



古民家再生リノベーション  
田舎の古民家のノバーション

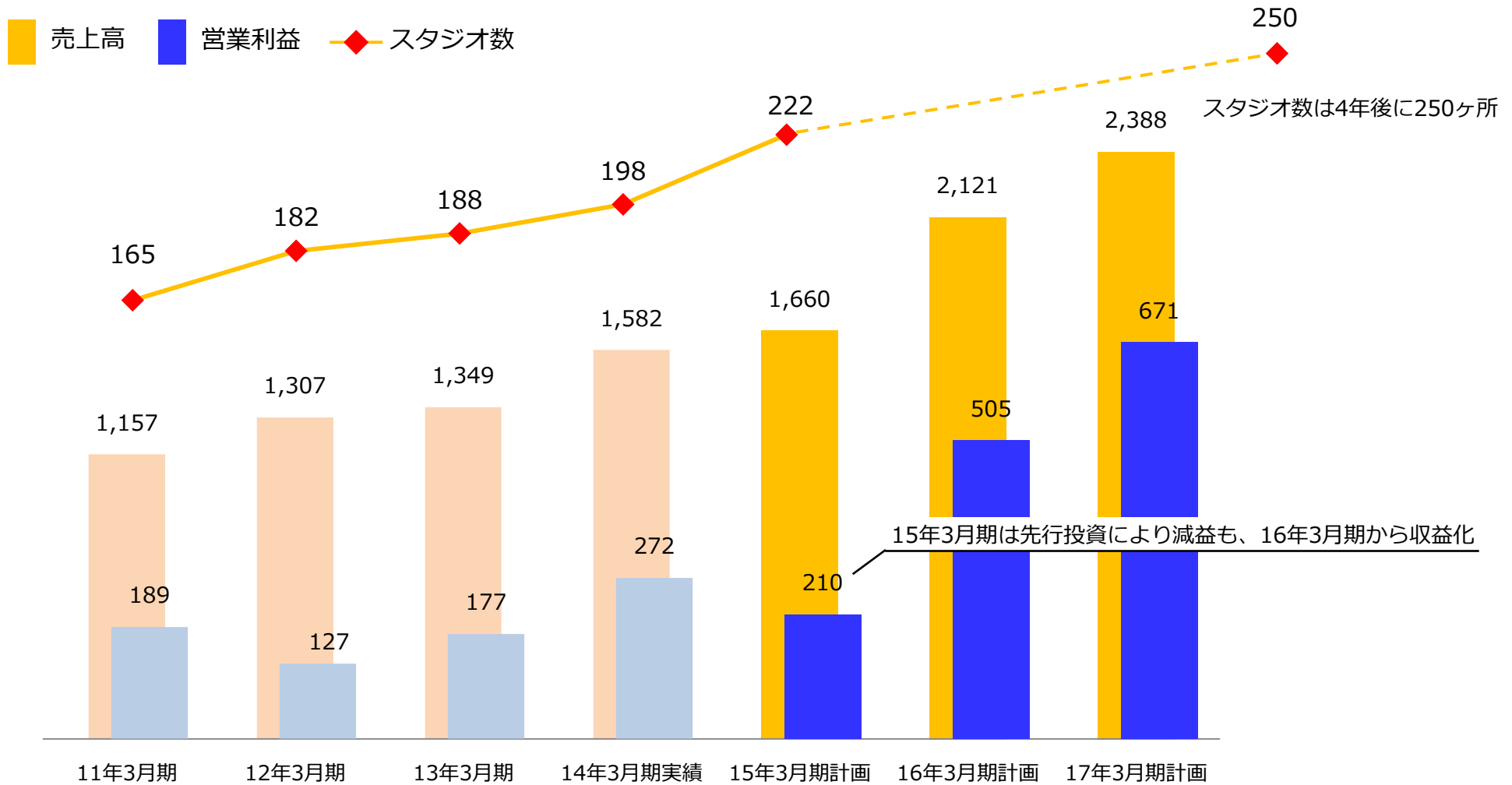


商業施設リノベーション  
店舗・倉庫・クリニックなどの  
リノベーション



オプションサービス  
中古物件の紹介にも対応

# 中期経営計画





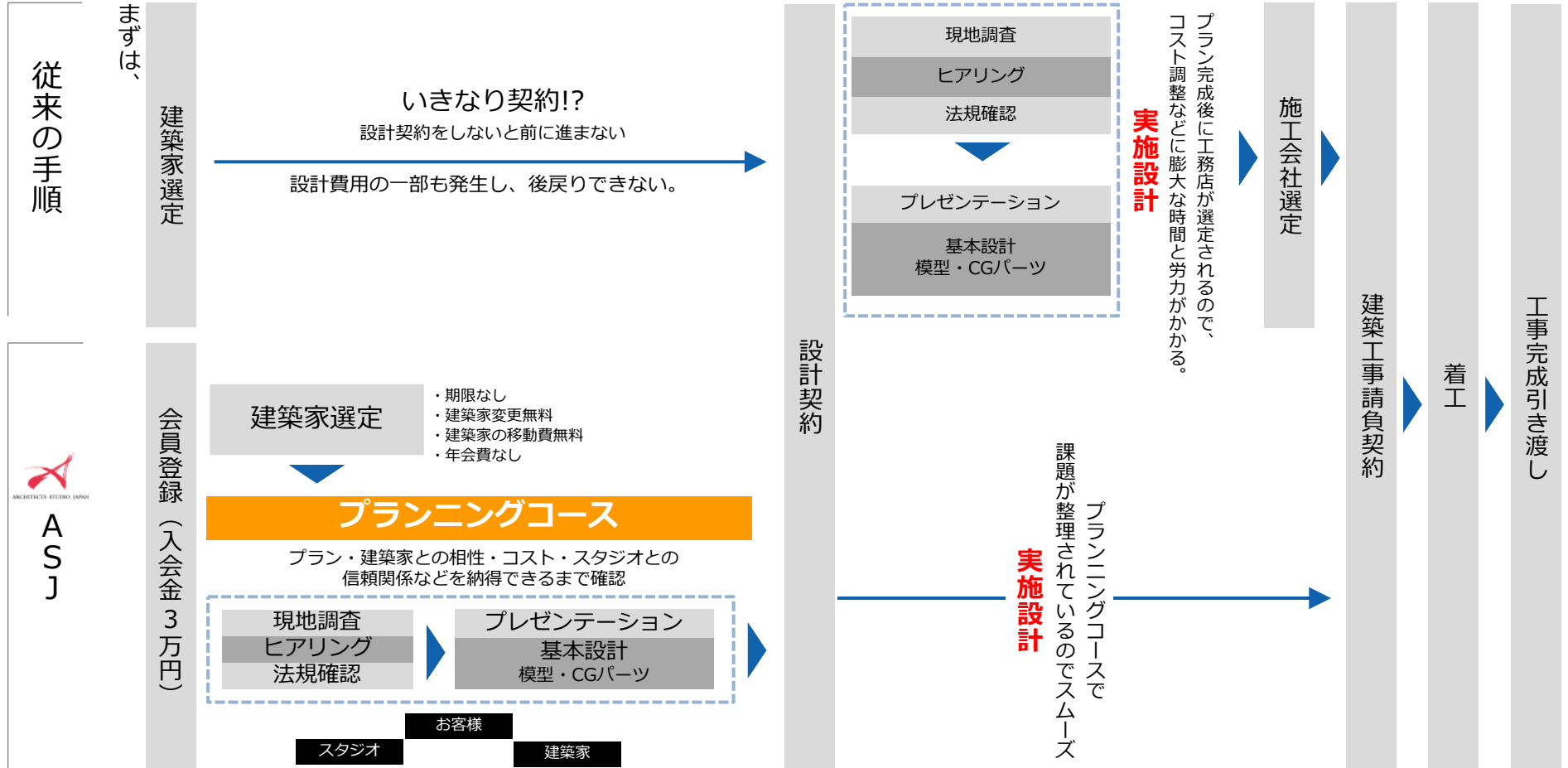
## 【ご参考】 会社概要



使用写真 ASJ登録建築家作品／設計：松山将勝・久成文人 写真：石井紀久・富田英次

# 建築家をもっと身近に。

設計事務所・建築家に依頼するということ



## アーキテクト・スタジオ・ジャパンの強み

---

- point 建築家との家づくりをボリュームゾーンに提供 **仕組み**
- point 日本最大級2,500人を超す **建築家ネットワーク**
- point 建築家の建築物に対応できる **スタジオ** (加盟建設会社)
- point **独自のITシステム**

# アーキテクト・スタジオ・ジャパンの強み

建築家との家づくりをボリュームゾーンに提供する仕組み

平均単価は2,500万円～3,000万円

- ・ ASJの建築家物件の平均単価、実は一般的な注文住宅の価格帯と同水準
- ・ 富裕層だけでなく、一般層でも建築家物件が現実的な選択肢に
- ・ 契約件数に含まれる数億円規模の大型物件を除くと、平均単価はさらに低下

スタジオでの建設工事請負契約の平均単価

決算期	契約金額	契約件数	平均単価
2009年3月	9,972百万円	357	2,793万円
2010年3月	11,528百万円	396	2,911万円
2011年3月	12,539百万円	471	2,662万円
2012年3月	15,002百万円	545	2,752万円
2013年3月	15,417百万円	514	2,999万円
2014年3月	20,386百万円	605	3,369万円
2015年3月第2四半期	6,041百万円	194	3,113万円

※平均単価=建設工事請負契約金額/契約件数

# アーキテクト・スタジオ・ジャパンの強み

若手から著名建築家までASJの審査をクリアした2,574名が登録

※2014.9.30現在



幅広いニーズを満たす様々なジャンルの建築家が在籍



撮影：石井紀久・岡本公二 (Techni Staff) ・矢野紀行

建築家は移動費を気にすることなく、活動エリアを全国へ

建築家は最強の営業マン



ぼんやりしたイメージ



イメージを具体化  
創造的なセールスが可能



初回ヒアリング時  
手書きデザイン



模型



設計図

# 指標一覧

区分		期別	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期 (第2四半期)
(1)	登録建築家	期末数 (名)	1,545	1,741	2,015	2,251	2,465	2,574
(2)	スタジオ	期末数 (スタジオ)	149	165	182	188	198	201
(3)	イベント	開催回数 (回)	309	381	413	476	549	253
(4)	ASJアカデミー会員	新規入会数 (名)	3,315	3,809	4,941	4,701	4,356	2,413
		期末会員数 (名)	11,018	14,245	18,286	22,147	25,230	26,764
(5)	プランニングコース	新規件数 (件)	1,091	1,308	1,329	1,617	1,421	683
		期末件数 (件)	1,841	2,386	2,872	3,350	3,508	3,658
(6)	建築設計・ 監理業務委託契約	件数 (件)	432	484	493	585	512	211
	建設工事請負契約	件数 (件) 金額 (百万円) (注)	396 11,528	471 12,539	545 15,002	514 15,417	605 20,386	194 6,041

(注) 建設工事請負契約金額は、当社の売上高ではありません。



建築家福田哲也  
施工スタジオASJ 福岡西スタジオ [株式会社未来図建設]  
構造木造在来工法 地上2階撮影石井紀久

[問い合わせ先]

アーキテツ・スタジオ・ジャパン・株式会社 大阪本部  
管理本部 06-6363-5701

[住所]

大阪市北区角田町8-1 24F

このプレゼンテーション資料には、現時点の将来に関する前提や見通しに基づく予測が含まれております。実際の業績は、その時々状況や多様な要因により変更を余儀なくされることがあります。なお、変更があった場合でも当社は本資料を改定する義務を負いかねますので、ご了承ください。また、本資料のいかなる部分も一切の権利はアーキテツ・スタジオ・ジャパン株式会社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。