



# 2019年9月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社キャンディル

東証マザーズ：1446

2019/5/15

Copyright (C) CANDEAL CO., Ltd. All Rights Reserved.

株式会社キャンディル社長の林でございます。  
いつも大変お世話になっており、有難うございます。

本日は、2019年9月期 第2四半期の決算状況ならびに、今後の見通し等について、ご説明をさせていただきます。

## CONTENTS



- ① ハイライト
- ② キャンディルとは
- ③ 2019年9月期第2四半期 業績
- ④ 2019年9月期 業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ Appendix
  - ・事業概要
  - ・キャンディルグループの強み

1

# ハイライト

## 建物のライフサイクルサポート企業

グループは

建物の修繕・改修・維持・管理を通して、建物に関する様々なストレス(問題・不満)を解消  
創業ビジネスである主力事業のリペアサービスは環境に優しいビジネスモデル

- 1. 第2四半期 前年同期比 **7.8%増収**・**42.3%経常増益**と好調  
商環境向けが**18.2%増収**、**リペア**が**7.5%増収**
- 2. 通期予想 前期比 **10.3%増収**・**27.5%経常増益**と**最高益更新**  
**中間・期末配当**、**株主優待**と**株主還元**にも注力
- 3. 今後の展開 **アライアンス**、**サービスメニュー**の充実により  
**持続的成長基盤**を確立へ

まず、ハイライトです。

キャンディルグループは、建物の修繕・改修・維持・管理を支援することで、「建物のライフサイクルをサポートする企業」です。  
創業ビジネスであるリペアサービスは、環境に優しいビジネスモデルであり、サービス区分別でみて最も大きい売上構成を占めています。

2019年9月期第2四半期の業績は、7.8%増収、42.3%経常増益と好調に推移しております。

商環境向け建築サービスが18.2%増収、リペアサービスが7.5%増収と、主力事業の伸びが業績の好調を支えています。

2019年9月期通期は、10.3%増収、27.5%経常増益と、過去最高益を更新する見通しです。

また、中間配当を予定通り実施致します。

今後は、既に発表いたしましたSOMPOフランティやTEPCOホームテックなどとのアライアンス、建物ライフサイクルサポートのサービスメニューの充実により、持続的な成長を目指してまいります。

2

# キャンディルとは

CANDEAL グループ 事業の軸

# 建物にまつわる ストレスを解消

6

キャンディルグループの事業の軸は、  
「建物にまつわるストレスを解消する」ということです。

CANDEAL グループ 事業の軸

そして、その奥にある  
“人々のストレス”を解消し  
安心・快適を提供したい

7

建物には必ず「人」がいます。

それらの「人」が抱える建物に対するストレスを、我々の持つ技術、サービスで解消し、安心、快適を提供したい。  
これがキャンディルグループの思いです。

CANDEAL グループは

「修繕・改修・維持・管理」で環境と社会に貢献する

# 建物のライフサイクル サポート企業

建物に関する様々なストレス(問題・不満)を解消する

8

その思いを大切に、キャンディールグループは、環境と社会に貢献する  
「建物のライフサイクルをサポートする企業」として、成長していきます。

(特に、修繕・改修・維持・管理という各フェーズに向けたサービス強化を  
図ってまいります。)



## 2 グループアウトライン

### サービス内容

建物の「修繕・改修・維持・管理」サービスを提供

### サービス対象

「個人住宅」（戸建て・マンション）から商業施設・ホテル・オフィスまで、あらゆる建物への対応が可能

### ビジネスモデル

B to B to C のビジネスモデル。  
ハウスメーカー、ゼネコンなどから受注し、  
現場に技術者が出向いてサービス提供するスタイル。

9

アウトラインとしましては、

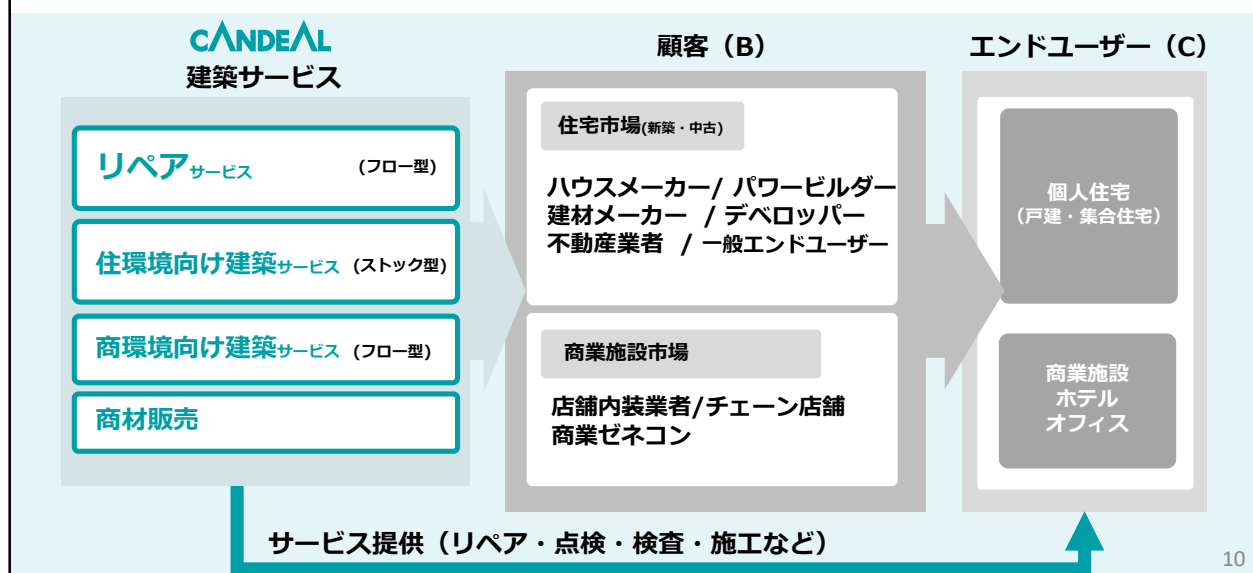
繰り返しになりますが、建物の「修繕・改修・維持・管理」に関するサービスを、「個人住宅」から「商業施設・ホテル・オフィス」まで、あらゆる建物に提供します。

ビジネスモデルとしては、「B to B to C」型です。  
ハウスメーカー、ゼネコンなどの建築関連企業さまから受注し、私共の技術者が現場に出向いて、サービスを提供するスタイルとなります。

10ページへお願いします。

## 2 ビジネスモデル ①

B to B to C モデル。【建築サービス】を4つに分類しています。



10

ビジネスモデルの全体像をご説明します。

わたくしどもは、「建築サービス」という単一セグメントとしていますが、

内容によって4つのサービスに分類しております。

まずは、主軸となる「リペアサービス」。新築住宅の建築中に発生するキズをリペアする場合と、人が住み始めたあとの生活キズをリペアする場合の2つのタイミングがあります。

「住環境向け建築サービス」は、住宅のアフター定期点検・メンテナンスなど、リペア以外の修繕や維持、管理に関するサービスです。

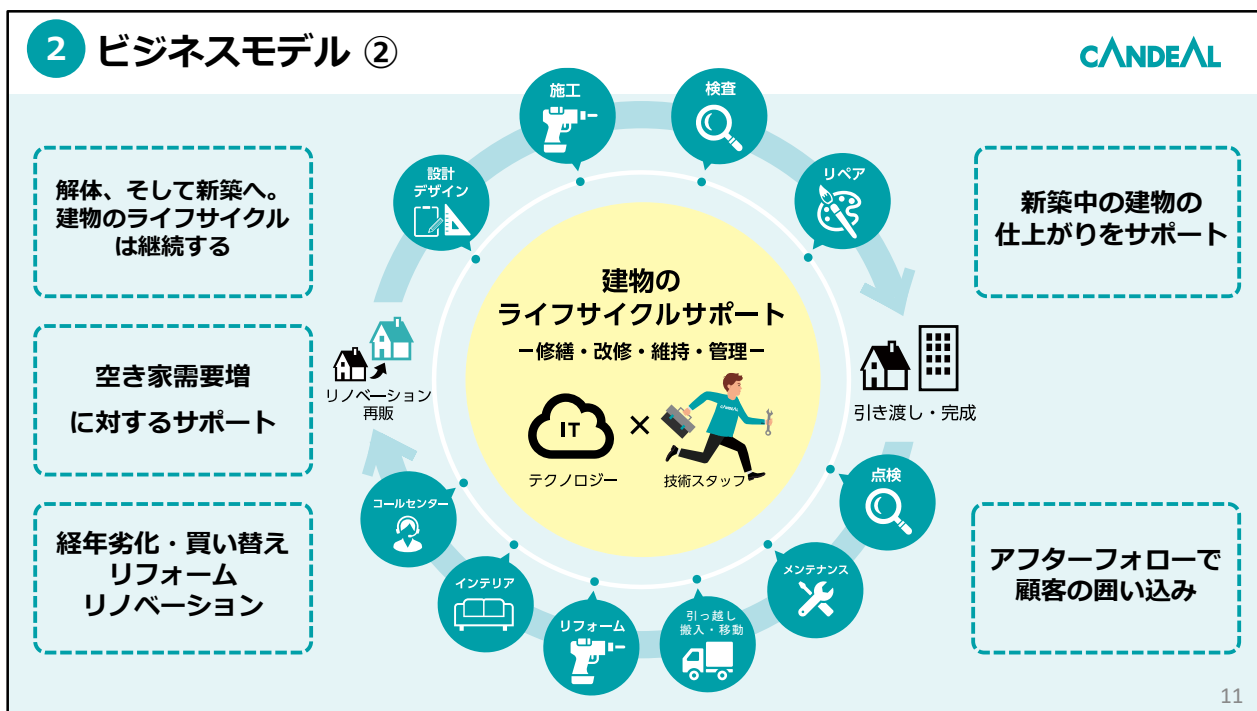
「商環境向け建築サービス」は、商業施設向けに内装施工や、メンテナンスサービスを提供しています。

「商材販売」は、リペアの材料販売と内装に伴うインテリア商材の販売です。

それらを、企業様を通じて受注し、一般エンドユーザーの住宅や商業施設に出かけて行ってサービス提供をしています。

11ページへお願いします。

## 2 ビジネスモデル ②



11

ビジネスモデルの補足です。

当社は、「建物のライフサイクルサポート企業である」と言っていますが、「建物のライフサイクルサポート」とは、この図で示しているような、

新築、アフターサービス、リフォーム、取り壊し、次の新築へとつながっていく建物の一生において、それぞれのタイミングでサービスを提供し続けて、サイクルが回っている状態を表現しています。

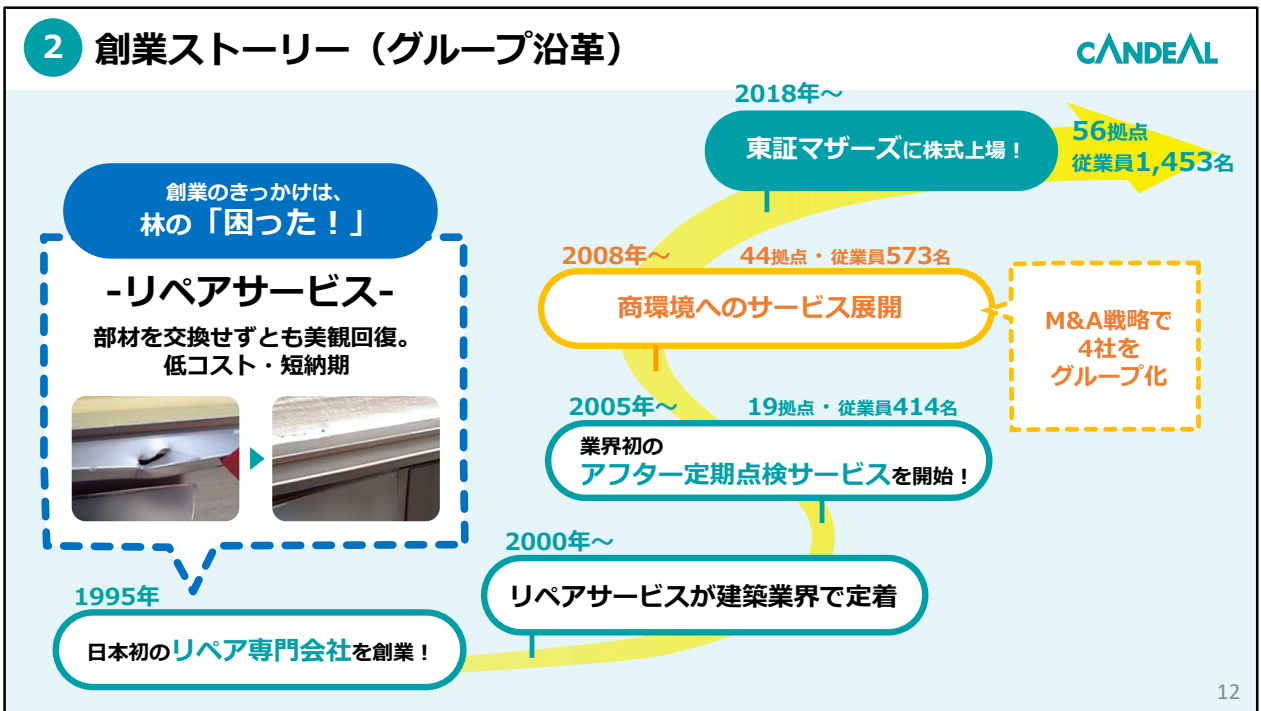
建物のライフサイクルは、一般的な商品やサービスと比較して非常に長く、新築した時の企業様と顧客との人間関係やつながりは、切れてしまいがちです。

新築市場の縮小とストック市場の拡大へと流れが変わってきている昨今、このサイクル全般で顧客と関係を継続させることで、顧客を囲い込んで、次の営業機会に繋げていくことが非常に重要視されて来ています。

また、今後、社会的な課題となってくる、空き家に対するサポートも視野に入れ、わたしたちは、このサイクル全般を途切れることなく回していく役割を担いたいと思っています。

12ページへお願いします。

## 2 創業ストーリー（グループ沿革）



12

ここで、少し話が巻き戻りますが、当社の理解を深めいただくために、創業の経緯をお話したいと思います。

創業は、1995年です。わたしが28歳の時に、リペアサービスの専門会社としてバーンリペア社を創業しました。

きっかけは、アパートを退去するときに床にキズをつけたのですが、それを原状回復させるために多額の修繕費用を請求されて困ったことです。

なんとかできないかと色々と調べた結果、補修する材料を売っていることを教えてもらいました。それまでは、各種学校の講師として宅建の取得を目指す生徒さんに授業を行っていましたが、その時の生徒さんに建築関係の方が大勢いらして、その中の一人の方に教えてもらったのです。

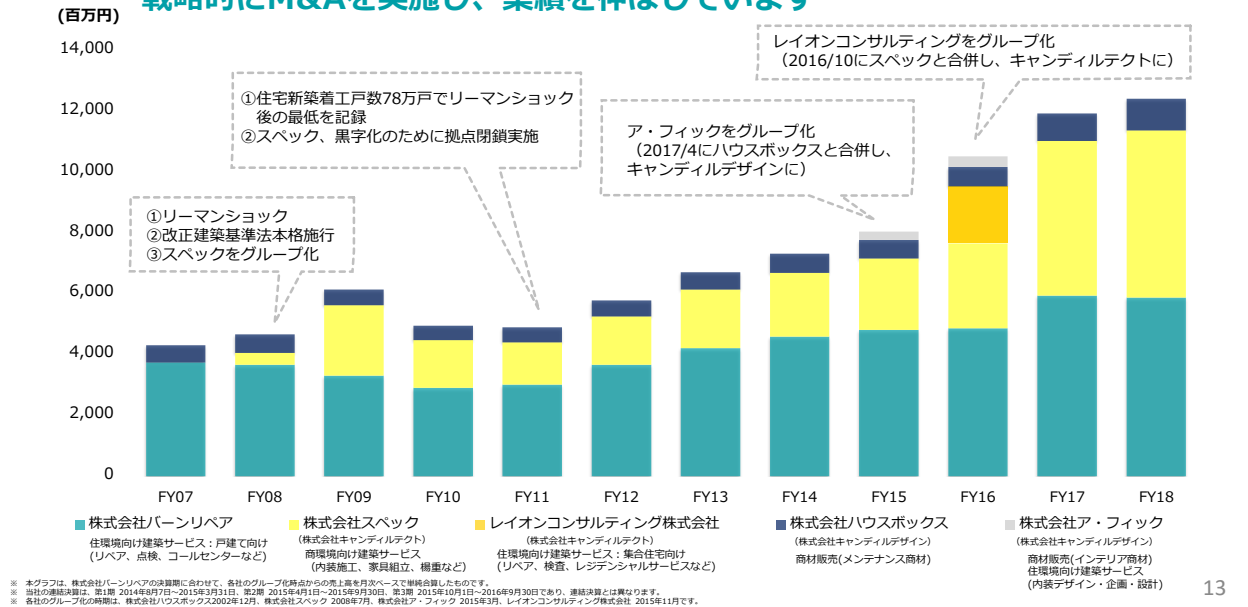
材料を買い求めて練習し、直してみました。その結果、多額の修繕費用を支払わずに済んだのです。その経験から、この修復作業がビジネスになるのではないかと考えたのです。調べてみたら、専門会社がなかったことから、思い切って自分で創業しました。でも、建築業界のみなさんには反対されました。そんな小さなサービスで商売なんてできっこないと言われたのです。でも、いろいろなものが綺麗に、しかもとても安く直せるようになり、非常に重宝されたのです。

おかげさまで、今では建築現場ではリペアサービスが定着し、認知されています。その後、アフターサービスに対応する点検サービスを開始したり、M&Aでグループを拡大させて、今日に至っています。

13ページへお願いします。

## 2 グループ売上高の推移 (2007年9月期～2018年9月期)

### 戦略的にM&Aを実施し、業績を伸ばしています



ご参考に、直近12年間の売上高の推移をご紹介します。

この数字は、連結会計を導入する前の時代の数字も含むため、単純合算数値となることをご容赦いただき、あくまでも参考とさせていただきます。

順調に成長してきましたが、業績に大きな影響を与えたのは、2008年の「リーマンショック」とそれに続いて発生した姉歯事件に起因する建築基準法の改正による「住宅市場の低迷」の2つの大きな事柄でした。

2009年から2011年の3年間は非常に厳しい時期だったと記憶しています。その時に、住宅市場1本だった事業ポートフォリオを安定化させるために商業施設向けにサービスを提供していたスペック社を取り込みました。

また、2016年にリペア業界で2位の売上高があったレイオンコンサルティング社をグループ化しましたが、これは、将来、住宅市場が人口減少とともに縮小するであろうとの予想から、競合との協働を検討した結果であります。

それらの結果、グループは順調に成長軌道に乗ってきました。

戦略的にM&Aを実施してきましたが、今後も時代を先読みしつつ、積極的に検討していきたいと思っております。

14ページへお願いします。

3

**2019年9月期  
第2四半期 業績**

### 3 連結業績サマリー

(百万円)

	2018/9 Q2累計	利益率	2019/9 Q2累計	利益率	前年 同期比
売上高	6,334		6,827		107.8%
売上総利益	2,291	36.2%	2,446	35.8%	106.8%
営業利益	278	4.4%	353	5.2%	126.9%
経常利益	248	3.9%	353	5.2%	142.3%
当期純利益	155	2.5%	197	2.9%	126.3%
のれん償却前 当期純利益	252	4.0%	293	4.3%	116.3%

15

2019年9月期第2四半期の連結業績についてご説明いたします。

売上高は前年同期比 107.8%の68億27百万円、  
営業利益は 126.9%の3億53百万円、  
経常利益は 142.3%の3億53百万円、  
当期純利益は 126.3%の1億97百万円となりました。

増収効果により、すべての段階利益は前年同期比で増益となっております。

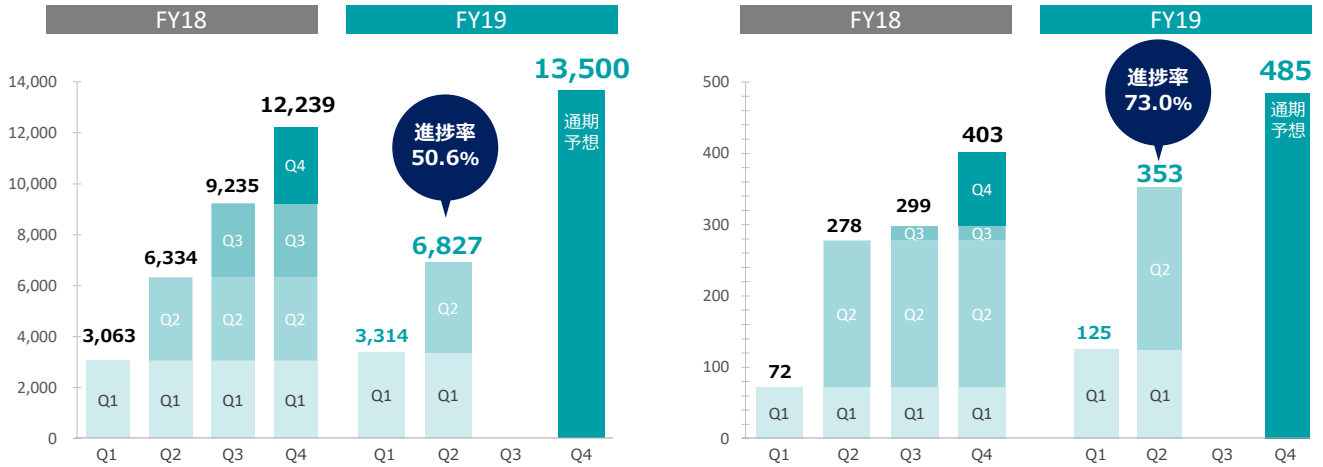
16ページへお願いします。

### 3 四半期業績の売上高・営業利益の推移

#### 売上高

#### 営業利益

(百万円)



※第3Qは、事業の特性上、売上・利益ともに他の四半期に比べ相対的に小さくなる

<要因>

- 当社の第3Q（4～6月）には、建築繁忙月が入らない（建築繁忙月…3月、9月、12月）
- この期間を新卒育成強化期間としての位置付けており、新卒社員の受け入れとそれに伴う研修の実施により販管費が増加。また、作業現場に出て売上に貢献するまで、時間を要する。

※2018/9期Q1実績は、上場前であり監査法人の四半期レビューを受けていないため、参考データです。

四半期業績の推移です。

通期業績予想 売上高 135億円に対して、第2四半期累計 68億27百万円で、進捗率50.6%  
 営業利益は、通期予想 4億85百万円に対し、3億53百万円で、進捗率73.0%と順調に推移しています。

ここで、営業利益の四半期ごとの推移ですが、前期の第3四半期累計額は、第2四半期累計額から大きく変動しなかったことがお分かりいただけると思います。

これは、4月～6月の第3四半期は、建築繁忙月が入らないことから、他の四半期に比べ売上・利益は相対的に小さくなることによります。

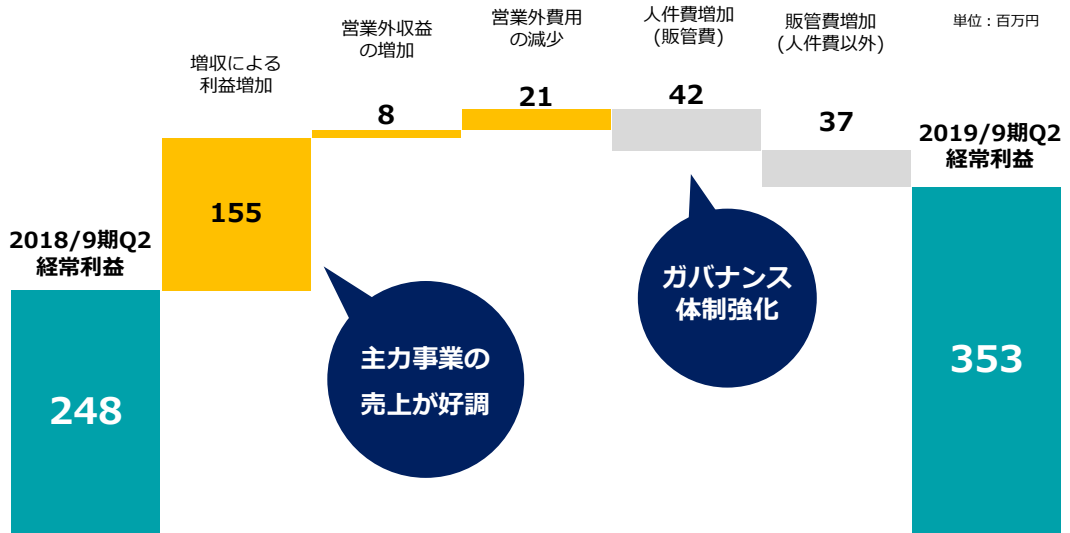
さらに、この期間を新卒社員の教育強化期間として位置付けており、新卒社員の受け入れとそれに伴う研修の実施により、コストが増加する一方、実際に作業現場に出て売上に貢献するまで、一定の期間を要するという事業の特性上、売上・利益ともに相対的に積上げ額が小さくなる傾向にあるといえます。

今後は、建築繁忙期に左右されないサービス開発や顧客の開拓が急務と考えております。

17ページへお願いします。



### 3 連結経常利益の増減要因分析



17

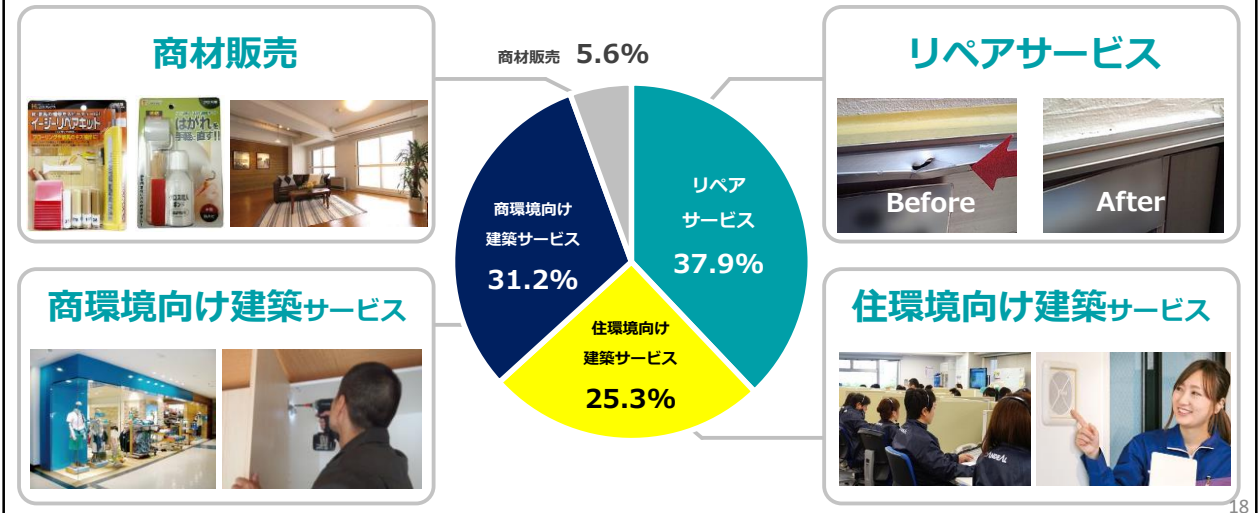
連結経常利益の増減要因分析です。

前期の第2四半期の経常利益は2億48百万円でしたが、

当期の第2四半期は、主力事業の増収による利益増加が1億55百万円と大きく、ガバナンス体制強化による人件費及びその他販管費の増加を吸収し、2019年9月期第2四半期の経常利益は、前年同期比142.3%の3億53百万円と好調な成績を収めることができました。

18ページへお願いします。

2019年9月期 第2四半期  
売上高累計 6,827百万円 サービス別構成比



今期の第二四半期のサービス別での売上構成です。

リペアサービスが 37.9%

住環境向け建築サービスが 25.3%

商環境向け建築サービスが 31.2%

商材販売が 5.6%

となっております。

住宅向けが約3分の2、商業施設向けが約3分の1のバランスです。

19ページへお願いします。

## 3 取引社数など 参考数値

業界  
No.1

## リペアサービス

取引社数

2018/9期

20,112社

2019/9期 Q2

20,673社

前期末比

102.8%

(+561社)

業界  
大手

## アフター定期点検

累積管理戸数

2018/9期

300,973戸

2019/9期 Q2

323,589戸

前期末比

107.5%

(+22,616戸)

19

いくつか、足元のご参考としていただける数値をご紹介します。

リペアサービスの取引社数は、第2四半期末の時点で 2万673社 です。前期の第4四半期の時よりも、561社、2.8% 増加しました。

アフター定期点検の累計管理戸数は、32万3,589戸となり、前期末の時よりも、2万2616戸、7.5% 増加しました。

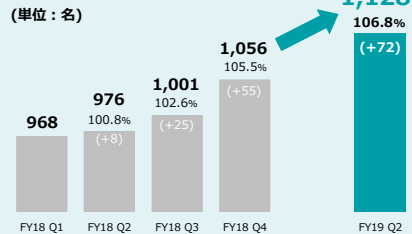
20ページへお願いします。

### 3 サービスの成長を支える基盤

#### 自社技術者数 (直接雇用数)

2018/9期 1,056名  
2019/9期 Q2 1,128名

前期末比  
106.8%  
(+72名)



#### 協力業者

2019/9期 Q2  
約450社<sup>※1</sup>

前期末比  
104.7%  
(+20社)

※1 協力業者数は、バーンリア、キャンディルトクト、キャンディルデザインの3社合算としております。

#### 技術者の離職率

3.7%改善

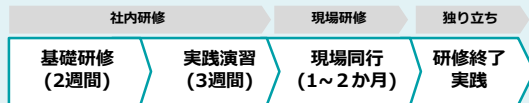
FY18上期 17.2%  
FY19上期 13.5%

#### 技術者育成プログラム

人材を育成する独自の教育プログラム・マニュアル・教材を保有  
技術力だけでなく、身だしなみ、言葉づかい、マナー等ソフト面の教育にも注力



技術者育成プログラム 約3カ月後に一人で現場デビュー



20

自社技術者も前期末の時よりも、72名、6.8% 増えて 1,128名。

協力業者数は、20社、4.7%増えて、450社となっています。

技術者の離職率は、当第二四半期は、13.5%と、前年同期の17.2%から3.7%改善しました。

募集強化における対策を施している点が影響しており、採用効果を意識したHPのリニューアルや、広告出稿における分析と改善を実施した効果がでております。

また、受付から面接までのスピードを上げることで、応募者が離脱しないような仕組み・体制を整えた結果、採用者数の増加につながっています。

離職率の改善については、採用した人員の定着化を強化するために、新人スタッフの現場デビュー後の技術面やメンタル面をケアする取り組み(メンター制度)を取り入れました。  
また、新人スタッフをエリアごとに集めて交流する場を設けることで、技術習得や仲間がいることの安心感を醸成するフォローアップ研修を実施しています。  
さらに新人スタッフだけでなく、既存のスタッフに対する定期的な面談を実施することで、安心できる職場づくりに努めております。

当社グループの強みは、質の高いサービスを提供する人材です。  
独自の育成プログラムやマニュアルなどを駆使し、均一の品質でサービス提供できる技術者の育成に力を入れております。

基本的には職人集団であるため、同業他社では「標準化・均一化」することがむずかしく、他社と比較して圧倒的な強みとなっています。

高い技術力を有するのはもちろんのこと、お引き渡し後のお宅にお伺いして作業することが多くあることから、入居者様に不快感を与えないよう、技術者の身だしなみやマナー教育には徹底的に取り組んでおります。

21ページへお願いします。

## 3 サービス区分別売上推移

	(百万円)				
	2018/9 Q2累計	構成比	2019/9 Q2累計	構成比	前年 同期比
リペアサービス	2,407	38.0%	<b>2,588</b>	37.9%	107.5%
住環境向け建築サービス	1,712	27.0%	<b>1,728</b>	25.3%	100.9%
商環境向け建築サービス	1,801	28.4%	<b>2,129</b>	31.2%	118.2%
商材販売	413	6.5%	<b>380</b>	5.6%	92.0%
合計	6,334		<b>6,827</b>		107.8%

21

サービス区分別売上高では、リペアサービスが前年同期比 107.5%、商環境向け建築サービスが 118.2%と好調で、商材販売は前年同期を下回りましたが、全体でも 107.8%の 68億27百万円と堅調に推移しました。

なお、2019年9月期通期では、商材販売についても回復する見通しで、全サービスで前期比プラス成長を見込んでおります。

22ページへお願いします。

## 3 リペアサービスの状況

(百万円)

	2018/9 Q2実績	構成比	2019/9 Q2実績	構成比	前年 同期比
リペアサービス	2,407	38.0%	<b>2,588</b>	37.9%	107.5%
戸建向けリペア	1,807	28.5%	<b>1,931</b>	28.3%	106.8%
集合住宅向けリペア	599	9.5%	<b>657</b>	9.6%	109.6%

22

リペアサービスの状況についてご説明いたします。

「戸建向けリペア」については、前年同期比 106.8%と好調に推移しております。これは、大口顧客を中心に営業施策が奏功し受注単価及び受注件数がともに増加したことによります。

「集合住宅向けリペア」についても、前年同期比 109.6%と好調に推移しております。

こちらは、分譲マンションの竣工が前年同期に比べ増加したこと、重要物件の早期受注が奏功したこと、及び十分な技術者を確保することができたことによります。

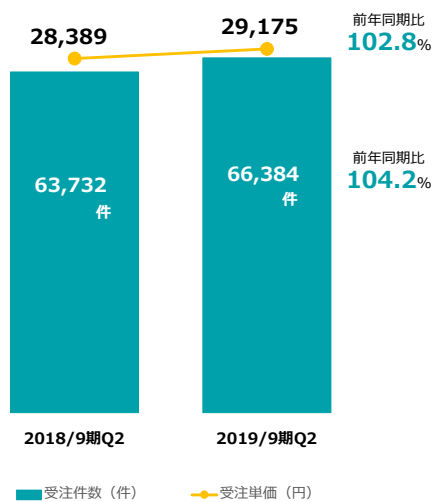
地方に比べ、相対的に人工単価の低い首都圏の受注が大きく増えたことで、平均人工単価を若干押し下げておりますが、延べ人工数は大きく伸びております。

2019年9月期通期でも引き続き好調を見込んでおります。

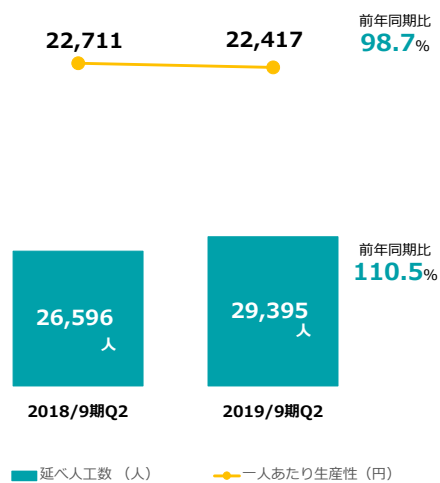
23ページへお願いします。

### 3 リペアサービスの状況

#### 戸建向けリペアサービス



#### 集合住宅向けリペアサービス



## 3 住環境向け建築サービスの状況

(百万円)

	2018/9 Q2実績	構成比	2019/9 Q2実績	構成比	前年 同期比
住環境向け建築サービス	1,712	27.0%	<b>1,728</b>	25.3%	100.9%
点検	458	7.2%	<b>483</b>	7.1%	105.5%
メンテナンス・施工等	986	15.6%	<b>992</b>	14.5%	100.6%
リフィット	267	4.2%	<b>252</b>	3.7%	94.2%

24

住環境向け建築サービスの状況についてご説明いたします。

「点検」については、前年同期比105.5%と堅調に推移しました。  
これは、受注単価アップ及び受注件数が堅調に増加したことによりです。

「メンテナンス・施工等」については、前年同期比100.6%と微増となりました。  
こちらは、当サービスを担当する組織の一部を、受注が好調な商環境向け建築サービスに移管したことが減少要因となる一方、他の組織でそれをカバーする売上げがあったことで前年同期をキープしております。

「リフィット」については、前年同期比94.2%となりました。  
こちらは、受注単価の高い案件に絞り込むことで平均単価は上昇する一方、受注件数が減少した結果、前年同期比で減少となりました。

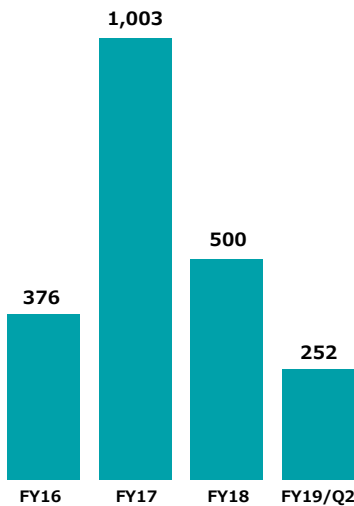
なお、2019年9月期通期では、点検の伸びに加え、主要顧客の受注が伸びることからメンテナンス・施工等も増加を見込んでおります。リフィットは減少傾向となりますが、住環境向け建築サービス全体でも、前期比プラスとなる見通しです。

25ページへお願いします。



### 3 リフィットサービスの特性について

売上の推移(百万円)



リコール対応のため  
発生の予測は困難

内装系建材のリコール対応で  
全国規模を一括対応できるのは  
キャンディルグループだけ

社会的使命とお客様支援のために  
必要に応じて柔軟に対応

ここで、リフィットサービスの特性についてご説明します。  
リフィットサービスは、「リコール対応にあたるサービス」ですが、  
その特性上、計画にない動きをすることがあります。

これは、リフィットサービスの売上推移です。  
変動が大きくなっていることがお分かりいただけると思います。

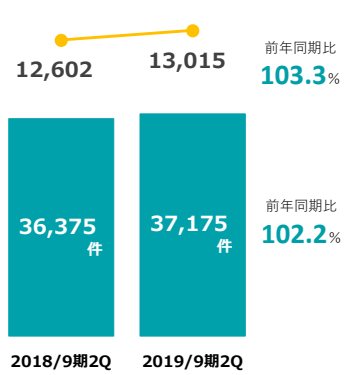
リコール対応は、全国一斉に是正対応が必要になることから、  
内装関係の是正対応について、全国規模を一括対応できる会社はまれで、  
当社が唯一といっても過言ではないと自負しております。

お客様の支援と社会的な使命をおびたサービスですので、  
必要に応じて柔軟に対応していきたいと思っております。

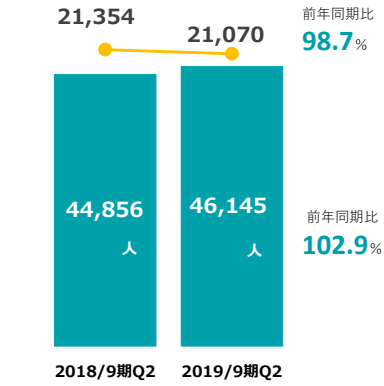
26ページへお願いします。

### 3 住環境向け建築サービスの状況

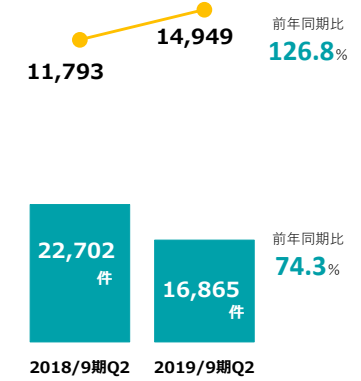
#### アフター定期点検



#### メンテナンス・施工等



#### リフィットサービス

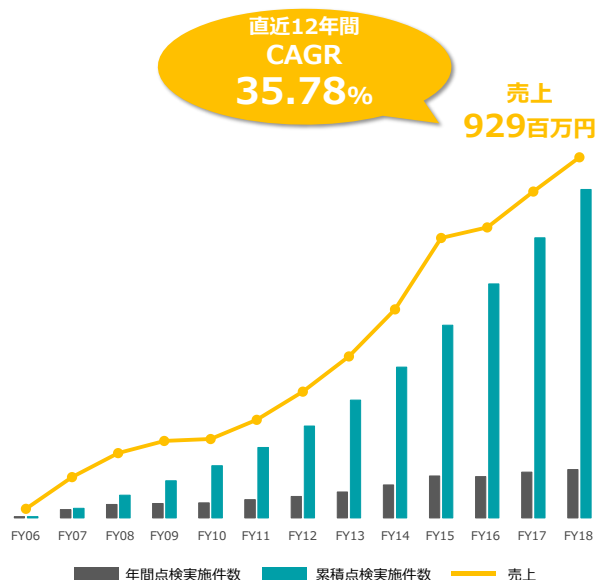


■ 受注件数 (件)    ● 受注単価 (円)

■ 延べ人工数 (人)    ● 一人当たり生産性 (円)

■ 受注件数 (件)    ● 受注単価 (円)

### 3 アフター定期点検の実績推移



#### 点検実施件数 (上期累積)

2018/9期 Q2	36,970 件	前同期比 101.9%
2019/9期 Q2	37,690 件	

#### 点検実施件数 (累積)

2018/9期	506,708 件	前期末比 107.4%
2019/9期 Q2	544,398 件	

#### 管理戸数 (累積)

戸あたりで  
カウント

2018/9期	300,973 戸	前期末比 107.5%
2019/9期 Q2	323,589 戸	

27

次に、住環境向け建築サービスの主軸である、「アフター定期点検」の実施件数と管理戸数の推移をご覧ください。

実施件数では、第2四半期で 3万7,690件を実施し堅調な伸びを示しております。その結果、累積点検実施件数は、54万4,398件となりました。

累積の管理戸数も 32万3,589戸と堅調に推移しております。

直近12年間のCAGRは35.78%となっており、順調に伸長しております。

28ページへお願いします。

## 3

## 商環境向け建築サービス・商材販売の状況

	(百万円)				
	2018/9 Q2累計	構成比	2019/9 Q2累計	構成比	前年 同期比
<b>商環境向け建築サービス</b>	<b>1,801</b>	28.4%	<b>2,129</b>	31.2%	118.2%
商業施設・ホテル内装	791	12.5%	<b>1,059</b>	15.5%	134.0%
オフィス内装	416	6.6%	<b>462</b>	6.8%	111.3%
家具組み立て	291	4.6%	<b>294</b>	4.3%	101.2%
揚重（荷揚げ）等	302	4.8%	<b>312</b>	4.6%	103.2%
<b>商材販売</b>	<b>413</b>	6.5%	<b>380</b>	5.6%	92.0%

28

商環境向け建築サービスの状況についてご説明いたします。

「商業施設・ホテル内装」及び「オフィス内装」については、それぞれ前年同期比で134.0%、111.3%と大きく伸長しました。

こちらは、大型ホテルや、大手の飲食チェーン店・専門チェーン店・予備校・百貨店などの受注が増加したことが主な理由です。

「家具組み立て」については、前年同期比で101.2%と堅調に推移しました。

こちらも前期から引き続き、全国に拠点及び施工業者網を有する当社グループの強みを生かした受注が増加したことによります。

「揚重等」につきましては、前年同期比で103.2%と堅調に推移しました。

商材販売は前年同期比92.0%となりました。

こちらは、メンテナンス商材は増加する一方、インテリア商材については、マンション価格の高騰の影響を受けて、大きく減少した結果となります。物件価格が高騰し過ぎると、総じてインテリア費用に回せる予算が減少するためです。

なお、2019年9月期通期では、引き続き商環境向け建築サービスの好調を見込んでおりますが、商材販売も前期比プラスに転じる見通しです。

29ページへお願いします。

	リペア サービス	住環境向け 建築サービス	商環境向け 建築サービス	商材販売
一建設株式会社	●	●		●
イケア・ジャパン株式会社			●	
株式会社エイムクリエイツ			●	
旭化成ホームズ株式会社	●	●		
★ 吉忠マネキン株式会社			●	
★ アルメタックス株式会社	●	●		
株式会社ア・ファクトリー			●	
株式会社大林組	●	●	●	
株式会社乃村工藝社			●	
株式会社ハンディ・クラウン				●

#### 上位11~20位

大和ハウス工業株式会社 / タクトホーム株式会社 / YKKAP株式会社 / 株式会社CSコーポレーション  
 大東建託株式会社 / 大日本印刷株式会社 / 株式会社TNP / 住友不動産株式会社  
 株式会社長谷工コーポレーション / 株式会社長谷工ナビエ

★ 第2四半期で初めて上位10社にランクインした取引先

29

次に、取引先 上位20社 となります。

1位の一建設様は、全国・全棟のリペアとアフター点検を請け負っております。

2位のイケア様は、家具組み立てサービスで、これも全店舗のサービスを行っております。

以下、ハウスメーカー様、商業ゼネコン様、ゼネコン様 など、多岐にわたっています。

31ページへお願いします。

4

# 2019年9月期 業績予想

#### 4 2019年9月期 業績予想

(百万円)

	2017/9期 実績	2018/9期 実績	前期比	2019/9期 予想	前期比
売上高	11,959	12,239	102.3%	<b>13,500</b>	<b>110.3%</b>
営業利益	334	403	120.7%	<b>485</b>	<b>120.1%</b>
経常利益	285	345	120.7%	<b>440</b>	<b>127.5%</b>
当期純利益	112	171	152.7%	<b>218</b>	<b>127.2%</b>
のれん償却前 当期純利益	304	363	119.3%	<b>410</b>	<b>112.8%</b>

31

2019年9月期の業績予想ですが、期初からの見通しに変更はございません。

売上高は前期比 110.3%の135億円、

営業利益は前期比 120.1%の 4 億85百万円、

経常利益は前期比 127.5%の4 億 4 千万円、

当期純利益は前期比 127.2%の2 億18百万円としております。

32ページへお願いします。

#### 4 サービス区分別 売上予想

(百万円)

	2017/9 実績	2018/9 実績	前期比	2019/9 予想	前期比
<b>リペアサービス</b>	4,653	4,670	100.4%	<b>5,140</b>	<b>110.1%</b>
戸建向けリペア	3,446	3,576	103.8%	<b>3,886</b>	108.7%
集合住宅向けリペア	1,206	1,093	90.6%	<b>1,254</b>	114.7%
<b>住環境向け建築サービス</b>	3,562	3,320	93.2%	<b>3,494</b>	<b>105.2%</b>
点検	839	929	110.7%	<b>1,038</b>	111.7%
メンテナンス・施工等	1,720	1,890	109.9%	<b>2,194</b>	116.1%
リフィット	1,003	500	49.9%	<b>261</b>	52.2%
<b>商環境向け建築サービス</b>	2,875	3,471	120.7%	<b>4,025</b>	<b>116.0%</b>
<b>商材販売</b>	867	776	89.5%	<b>839</b>	<b>108.0%</b>
<b>合計</b>	11,959	12,239	102.3%	<b>13,500</b>	<b>110.3%</b>

32

サービス区分別の売上予想においても、期初からの見通しに変更はございません。

下期の取り組みとしては、引き続き受注単価のアップや、重点顧客に対するアプローチなどの営業施策の強化を実施してまいります。

また、引き続き採用の強化と定着のための施策を実施していくことで、売上を担保するための稼働を確保していきます。

RPAによる業務の効率化による販管費の削減にも取り組んでまいります。

33ページへお願いします。



## 4 株主還元策(2019年9月期)

## 配当

中間(確定)

期末予想

年間予想

5円

5円

10円

株主優待  
制度

対象株主様お一人につき、保有株式の応じて以下の金額のQUOカードを贈呈

保有株式数	株主優待
100株以上、1,000株未満	QUOカード 3,000円分
1,000株以上、3,000株未満	QUOカード 4,000円分
3,000株以上	QUOカード 5,000円分

※株主優待の開始時期：2019年9月30日現在の株主名簿に記載された株主様を対象に開始いたします。

33

2019年9月期の株主還元策についてご説明させていただきます。

まず、2019年9月期の配当予想といたしましては、中間配当は予定通り5円を実施致します。期末配当の予想は引き続き5円、合わせて年間10円を実施する予定です。

株主優待については、御覧の通りの内容で実施することに変更はございません。

35ページへお願いします。

# 5

## 成長戦略

34

最後に成長戦略についてお話しします。

# 成長戦略

## 他社にはない「全国網の施工力」を背景とした サービス提供の強化

1. ベースとなるリペアサービスの新規顧客拡大
2. 住宅向けメンテナンス・管理向けサービスメニューの拡充・強化
3. 商業施設向け「メンテナンス・施工」の拡充・強化
4. 利益率向上(稼働率向上+コスト圧縮)

35

今後の成長戦略といたしましては、  
他社にはない「全国網の施工力」を背景に、  
中古住宅市場へのサービス提供の強化を図ってまいります。

具体的には、

- ・ ベースとなるリペアサービスの新規販売先の拡大
- ・ メンテナンス、管理向けサービスメニューの拡充、強化
- ・ 商業施設向け「メンテナンス・施工」の拡充・強化
- ・ 利益率向上

以上の4つを進めていきます。

36ページへお願いします。

いままでリーチしていなかった市場でリペア顧客を開拓する

中古・賃貸住宅の不動産仲介会社

リノベーション後の再販不動産会社

中古住宅へのリーチ強化

36

リペアサービスは、キャンディールグループの主力事業であるとともに、他のサービスメニュー拡充のトリガーとなる重要なサービスであると考えています。

その販売拡大のため、従来からの取引先であるハウスメーカー、パワービルダー、建材メーカーの深掘りは勿論のこと、不動産仲介業者、再販業者、民泊施設など、従来リーチしてこなかった市場の開拓を進めてまいります。

37ページへお願いします。

## TEPCOホームテック株式会社との提携契約

中古住宅（既存住宅）市場へのリペア&施工サービス販売力強化にむけて  
広い顧客層を持つTEPCOホームテック社と提携契約を締結

CANDEAL



TEPCOホームテック株式会社

### 全国的な施工ネットワーク

東京電力サービスエリア全域でリペアサービス  
小規模リフォーム、メンテナンス業務

提携子会社：**BURN**

### 省エネ総合サービスを提供

2018年9月に、「TEPCOメンテナンスセンター」の  
サービスエリアを東京、神奈川、千葉、埼玉の  
1都3県に拡大

リペアサービス拡大の具体的な施策といたしましては、  
「TEPCOホームテックとの提携」がございます。

TEPCOホームテックは、2018年9月に「TEPCOメンテナンスセンター」のサービスエリアを、東京・神奈川・千葉・埼玉の一都三県（一部地域を除く）に拡大し、メンテナンスサービスを提供していますが、将来は、東京電力サービスエリア全域で広く販売展開していく予定です。  
バーンリペアは、それらの全域でサービス提供できる業者として期待されており、徐々に受注を頂き始めております。  
リペアサービスはもちろんのこと、小規模リフォーム、メンテナンスなどについて、積極的にサービス提供してまいります。

38ページへお願いします。

## 中古住宅の“売主様・買主様向け”サービスメニューの開発

不動産仲介事業者/買取再販事業者

## 売主様向けサービス

- ・ 販売前検査
- ・ 販売価格維持対策  
(リペア・メンテナンス・プチリフォーム)
- ・ 住宅設備機器 点検



## 買主様向けサービス

- ・ アフターフォロー  
(定期点検・相談センター・駆け付け)
- ・ リフォーム&リノベーション
- ・ 住宅設備機器 保証
- ・ 快適空間活用/オーダー家具

38

成長戦略の2つ目は、ストック型ビジネスモデルの充実のために、メンテナンス・管理向けサービスメニューの拡充・強化を推進することです。

具体的には、

「中古住宅の売主様・買主様向けサービスメニューの開発」です。

中古住宅の売買に対して、主に、不動産仲介事業者様や買取再販事業者様向けに、物件の売主様向け・買主様向けのサービスを拡充してまいります。

売主様向けでは、

販売前検査や、リペア・メンテナンス・プチリフォームなどの販売価格維持対策や、住宅設備機器点検などに注力していきます。

また、買主様向けサービスでは、

定期点検や駆け付けサービスなどのアフターフォロー、リフォームリノベーション、住宅設備機器保証サービス、空間の有効活用を提案する価格競争力のある「オーダー家具販売」などに取り組んでまいります。

39ページへお願いします。

## SOMPOワランティ株式会社との業務提携

当社独自の「中古住宅向け設備機器保証サービス」の販売を開始！



SOMPOワランティ

引受保険会社



損保ジャパン日本興亜

累積点検実施件数 544,398件！※1

全国網の施工ネットワーク

全国規模で中古住宅向け設備点検や  
アフター点検の対応が可能

提携子会社：BURN

製品保証業界 最大手

SOMPOホールディングスグループの一員  
確かな資本力で日本中に安心・信頼を提供

※1 2019/Q2実績(累積)

39

また、中古住宅向けのサービスメニュー拡充策として、SOMPOワランティとの業務提携による、独自の住宅設備機器の「検査・保証サービス」を共同で開発を進めておりましたが、ついに販売を開始いたしました。

26品目の設備機器に対し、新築物件は最長10年、ストック物件は最長2年の保証が提供可能となりました。

新築物件では、当社グループの主要取引先である建築事業者や、買取再販事業者、賃貸管理会社に提供を開始いたします。

建築事業者等が自社の保証制度として導入が可能であり、保証期間の10年を超過しても、当社グループのアフター定期点検をご活用いただくことで、更に保証期間を延長することが可能となります。

これにより新築引渡し後の定期点検や保証を、10年超の期間に渡り速やかに構築することができ、住宅オーナーの生涯顧客化を目指し、事業シフトされている建築事業者等のご要望にも対応することが可能となっております。

ストック物件では、不動産・仲介事業者様の専任媒介獲得のツールとして設備保証を活用いただくだけでなく、当社の独自技術であるリペアやメンテナンスを同時に提供することで、ストック物件の価値を維持することが可能となります。

このように、イメージアップメンテナンスとして買主様に対し、物件の安心感を訴求することで、スムーズな物件の売買を支援するサービスとしてお役立ていただけます。

40ページへお願いします。

## ドゥーマンズ株式会社との業務提携

オーダー家具業界の新時代を牽引する「ドゥーマンズ社」と業務提携  
 新開発の「携帯アプリ」の拡販と家具組み立てサービスを提供



## 販売&amp;施工

**全国の家具組み立てが可能**

(組立・設置・施工ができる)

**全国の建築系顧客リストを保持**

全国規模での営業・販売活動を可能にする

提携子会社：株式会社キャンディルデザイン

## システム&amp;製造

**安価で高品質のオーダー家具を  
 提供できる仕組みを保持**

40

中古住宅向けサービスメニューの拡充のもう一つの施策が、ドゥーマンズとの提携による携帯アプリを使ったオーダー家具の拡販及び組立てサービスの提供です。

ドゥーマンズは、オーダー家具の設計・積算・フォトリアルCG等を自動生成する設計製造支援システムを独自開発し、多くの特許を取得しております。

同社は、一般エンドユーザーが同システムを利用して設計・発注したオーダー家具を、短納期・低コストで製造、納品できる家具製造メーカーのネットワークを有しております。

価格的には、低価格帯プレーヤー(メーカー)の既製品に対するサイズオーダー家具よりも安価になる予定です。

一方、当社グループのなかで、今後の中古住宅市場の拡大に向けた戦略的子会社として位置付けるキャンディルデザインは、リフォーム・リノベーションのデザイン・設計・施工を担う「リノベ不動産PACIFIC」を運営し、インテリア商材等の販売も行っております。

キャンディルデザインは、当社グループ各社と連携のうえ、ドゥーマンズが開発したオーダー家具の「プランニング及び注文ができる専用の携帯端末向けアプリ」を利用した拡販に取り組み、独占的に家具組み立て・設置サービスを提供していきます。

ドゥーマンズ社は、ウェブサービスを展開する上で、日本中で組み立て・施工ができる協力会社網を築くことが大きな課題となっておりましたが、当社グループが一気にその課題を解決します。

41ページへお願いします。



**全国施工網の強みを活かす****① 建材メーカー施工網に代わる施工（メンテナンス）プレーヤー**

建材メーカーが商材販売だけでなく工事を含めた受注にシフトしてきている。  
一方で、承継者不在による従来型の地域販売店網の縮小という状況の中で、  
材工一括で対応可能な新たな施工プレーヤーへの期待が高まっている。  
当社グループは、その期待にしっかり応えていく。

**② 宿泊施設向け客室の維持・管理サービスの展開**

住宅の定期点検(ストック型モデル)を商業施設市場へ。  
ホテル経営及び設備管理、清掃管理、内装管理などの企業へアプローチする。

41

3点目の成長戦略は、商環境向け「メンテナンス・施工」サービスの拡充・強化です。

建材メーカーは、商材販売だけでなく、商品と工事を合わせて受注する、いわゆる材工一括のスタイルに移行してきてはいるものの、承継者不在により、地域販売店網が縮小している状況で、材工一括での対応が課題となっております。  
その中で、このような対応が可能な「新たな施工プレーヤー」の期待は高まっており、当社グループがそのような課題を解決すべく、期待に応えていきたいと思えます。

また、インバウンド需要の増加に伴う、ホテルや旅館の客室数の増加に対して、維持・管理対応が不十分となる見込みのもと、宿泊施設向けの客室の維持・管理サービスを展開してまいります。

当社グループの全国施工網の強みを活かすことで、これら2つの課題を解決していきます。

42ページへお願いします。

## 成長戦略4 利益率向上

グループのシステム連携による効率化で、稼働率向上+コスト圧縮を図る



【イメージ】	- 従来 -			開発中 来期稼働予定 グループシステムの連携	- 将来 -		
	バーンリペア	テクト	デザイン		バーンリペア	テクト	デザイン
リペア サービス	技術者 不足	技術者 余剰	/	→	適正 配置	適正 配置	/
住環境向け 建築サービス	技術者 余剰	技術者 不足	技術者 余剰		適正 配置	適正 配置	適正 配置
商環境向け 建築サービス	/	適正 配置	/		/	適正 配置	/

42

4点目の成長戦略は、グループ内のシステム連携による稼働率の向上、コスト圧縮による利益率の向上です。

M&A後のグループ各社の人事制度、給与体系や休日など労働条件の整備もほぼ完了し、グループ内にて人員の調整と異動が容易になりました。次は、サービス間・子会社間・地域間の受注量と技術者配置の調整により、稼働率を向上させてまいります。

稼働率向上のキーになるのが、受注・手配・請求業務を行う、グループの共通基盤となる基幹システムの開発です。

上場時の調達資金をこれらへの投資に投入してまいります。

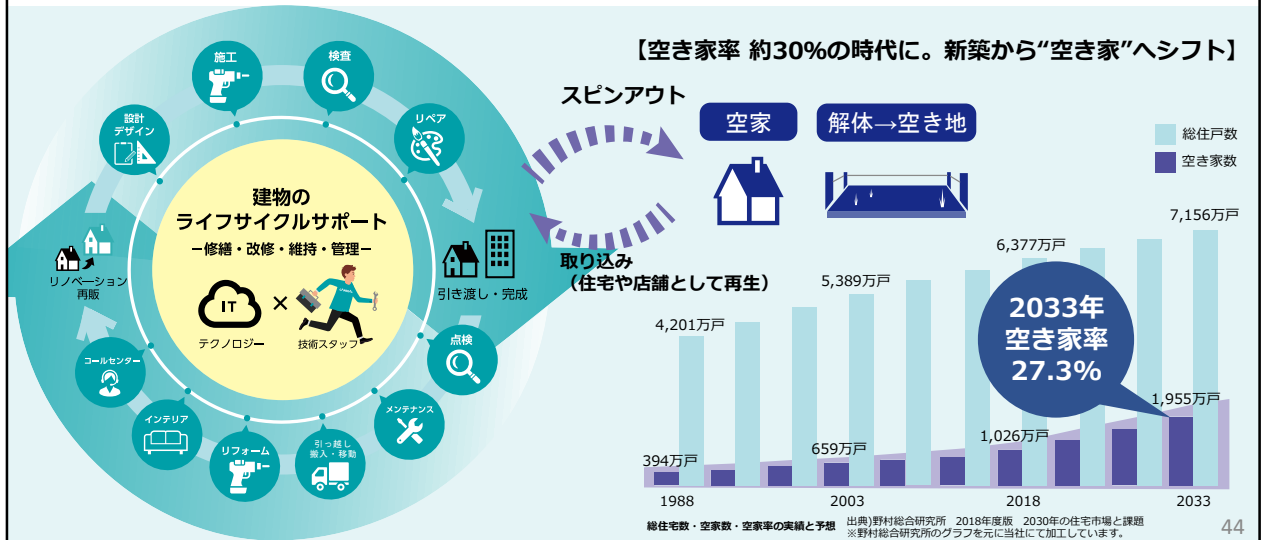
44ページへお願いします。

# キャンディルグループが 目指す未来

43

次に、キャンディルグループが目指す未来について  
お話しさせていただきます。

## 「建物のライフサイクルサポート」を軸に 将来的に増加する“空き家”に対するビジネス展開も視野に



サイクルの中では、スピナウトして、  
空き家になるものもあれば、空き地になるもの、  
そして、それらが何年後かにベリションなどが施されて、再生し、  
サイクルに戻るものもでてくるでしょう。

サイクルからスピナウトして、生まれる 空き家は、  
2033年には住宅総戸数の約3割にもなるといわれており、  
社会的な課題として注目されています。  
この将来的に増加する、空き家に対するビジネス展開も我々は視野に  
入れてまいりたいと考えています。

45ページへお願いします。

## 建物市場のニーズは増加 建物や住宅に“回転”が発生！



45

また、今後、シェアリングエコノミーの進化が顕著になるものと思われます。

住宅や商業施設において、  
今までの「所有」とは異なったスタイルの、建物や住宅での「回転」が発生  
していくでしょう。

一人のオーナーが占有し続けるのに比べ、維持、管理、修繕、保証など、  
建物に纏わるニーズが爆発的に増加していくと予想しています。

46ページへお願いします。



それらの建物や住宅の回転を支えるために、「建物ライフサイクルサポートのプラットフォームの確立」を目指します。

当社グループは、これまで1,000名を超える技術者を全国に配置し、建築サービスニーズに組織的に対応できる「技術プラットフォーム」を強みとして展開してまいりました。

今後は、ITテクノロジーをより積極的に活用し、携帯アプリを通じた顧客インターフェースの整備や、オーナーズクラブなどの組織化、サービスメニューの拡充を推進し、「運営プラットフォーム」を強化します。

そして、「技術プラットフォーム」と「運営プラットフォーム」を組み合わせたビジネスモデルに進化させていきます。

エンドユーザーにアプローチするマッチングサイトやポータルサービスは複数存在していますが、それらを支える強固なサービス網を同時に併せ持ったサービス企業は存在しておりません。

キャンディルは、技術プラットフォームと運営プラットフォームの両方を包括した、他の追随を許さないビジネスモデルの構築を目指します。

47ページへお願いします。

建物の最後の接触点=ラスト・ワンマイルは **人** か **テクノロジー** か  
**キャンディールは「人(技術者)」と「ITテクノロジー」の融合で  
 建物のラスト・ワンマイル問題を解決する**



住宅や建物にも技術進化の波が押し寄せてきており、  
 今後はさらに加速していくものと考えられます。

既に、AIや各種センサー、通信の利用により、家にいなくても  
 家の状態の把握やコントロールが可能な世の中になっています。

しかし、いくら技術が進化しても、実際に修繕、改修、維持、管理するため  
 には、最後は「人=技術者」の手を借りなければできません。

キャンディールグループは、全国的な技術者ネットワークからなる「技術プ  
 ラットフォーム」とITテクノロジーを活用した効率的な「運営プラット  
 フォーム」で、ラストワンマイルを解決し、これからも建物のライフサイク  
 ルをサポートしていきます。

2つの技術(テクノロジー)の掛け算で  
建物ライフサイクルにおいて「なくてはならない会社」へ

全ての建物に“キャンディル”

**CANDEAL**

Manual & Technology



6

# Appendix

業界No.1

# リペアサービス

- 住宅の施工中や生活中に発生した不具合(キズ)を修復するサービス
- 住宅建築の最終工程であるお引渡し前と既存住宅のメンテナンスのタイミングでサービスを提供
- ハウスメーカー、パワービルダー、リフォーム業者様からのご依頼がメイン
- キズ発生に伴うフロー型のビジネスモデル



## リペアサービスの必要性

- 新築住宅では、建築途中で床などにキズが発生することが珍しくなく、リペアサービスでは部材を交換せずに、修復することで美観を回復
- 部材の交換に比べ、不具合箇所のみを直すことで、コスト削減、時間短縮、環境への負荷の軽減、交換による他の不具合の防止が可能



累積管理戸数30万戸突破！

## 住環境向け建築サービス

- 主に引渡し後のメンテナンスのタイミングで提供するサービスで、主軸は「アフター定期点検」
- 既存住宅向けの「ストック型」のビジネスモデル
- 当グループで、最も注力していくサービス



## 住環境向け建築サービスの特徴



- 住宅を引き渡した後の、アフターサポートを建築企業様の代わりに提供。  
建物のライフサイクルを支えるサービスラインアップで、快適な住環境や住宅の資産価値向上につなげる。

### 【サービスラインアップ】

#### アフター定期点検

引渡し後、半年・1年・2年・5年などのタイミングで点検を実施

#### メンテナンス

快適な住環境を保つためのメンテナンスサービス

#### コールセンター

アフターサービスの窓口として、建築に特化したコールセンター

#### リフォーム・リノベーション

快適な住環境、資産価値を上げるための設計・デザイン



## 商環境向け建築サービス

- 全国チェーンなどの多店舗一斉工事に強み
- 北欧系で世界中に展開している大手家具メーカーの組み立てサービスを国内全店舗で引き受け
- 今後は住宅のアフター向けのストック型モデルを導入・展開

### 商業施設

チェーン店などの多店舗一斉工事、デパートなどの内装工事

### オフィス・ホテル

什器の設置・家具の設置などの内装工事

### 家具組み立て

大手家具メーカーをはじめあらゆる家具の組立、設置工事



# 商材販売

- リペア材料の販売では、プロ向けから一般向けまで幅広いレベルの補修や、メンテナンス材料を全国のホームセンターや量販店、ECサイトなどで販売
- インテリア商材は、内装設計やインテリアデザインの提案と合わせて、照明機器やカーテン等を販売

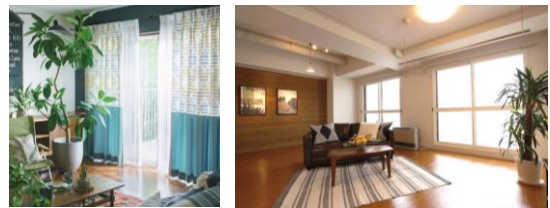
## リペア材料

一般ユーザー向けに簡易キットも販売



## インテリア商材

アフターサービス向けにインテリア商材を販売



# 成長を支える4つの強み



1

全国的な  
サービスネットワーク



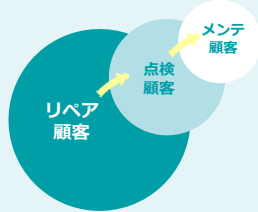
2

質の高い  
サービス技術者



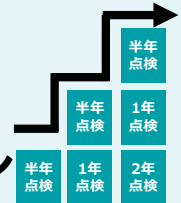
3

全国に広がる  
厚い顧客基盤



4

ストック型  
ビジネスモデル





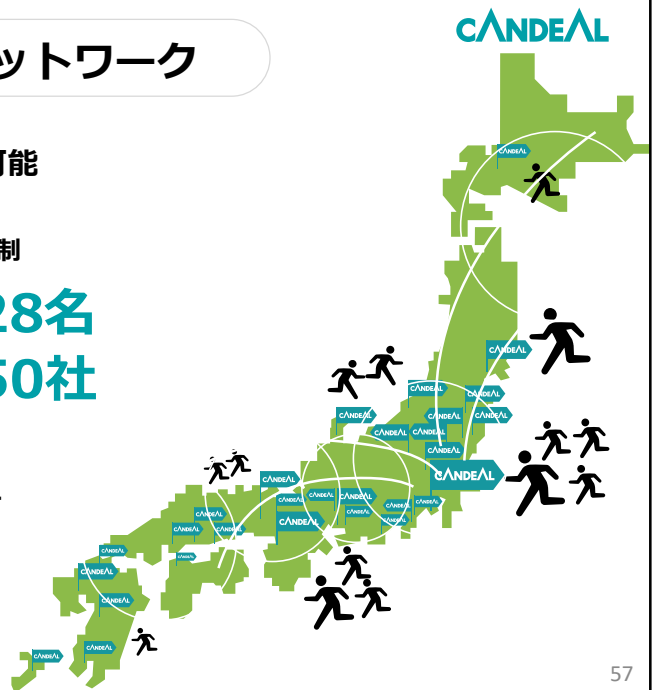
## 強み① 全国的なサービスネットワーク

すべての都道府県でサービス対応が可能

**全国56拠点**に広がるサービス体制

全国をカバーする自社技術者 **1,128名**  
協力業者 約 **450社**

技術者ネットワークを支えるコールセンター  
**3拠点**・約**130名**体制



## 強み② 質の高いサービス技術者

人材を育成する独自の教育プログラム・マニュアル・教材を保有  
 技術力だけでなく、**身だしなみ、言葉づかい、マナー等ソフト面**の教育にも注力

### 技術者育成プログラム



### 教育ツール

案件別・作業別の  
マニュアル整備



豊富な動画教材



年間500回を超える  
育成研修



OJTや現場指導を重視  
現場場巡回によって品質管理



強み③ 全国に広がる厚い顧客基盤

次のサービスへつながるポテンシャル

全国に広がる  
リペアサービス顧客  
20,673社

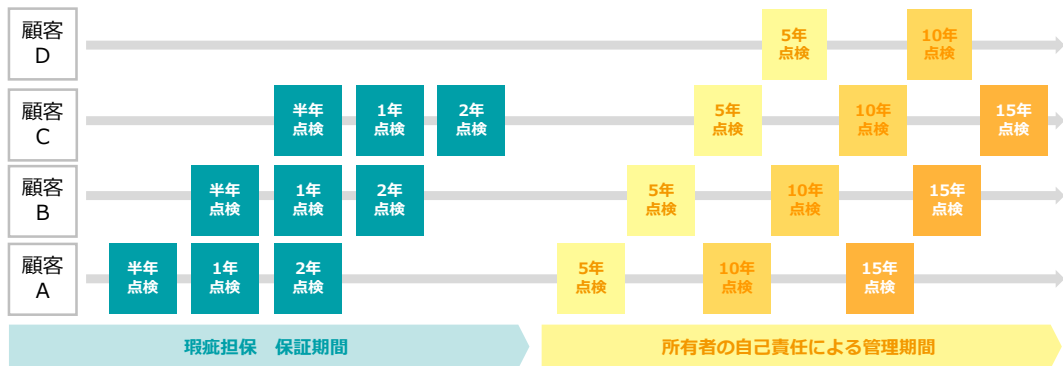
アフター  
定期点検  
サービス顧客

メンテナンス  
施工  
サービス顧客

## 強み④ スtock型ビジネスモデル

- アフター定期点検は毎年積み上がる「ストック型」
- 引渡しから2年に3回実施が基本だが、5年点検・10年点検・15年点検も増加
- 300万円以下の小規模リフォームに特化し、ハウスメーカー等と共存関係

### アフター定期点検の積み上げイメージ



## 免責事項

本資料は、株式会社キャンディル（以下「当社」と言います。）が当社及び当社グループ会社（以下総称して「当社グループ」と言います。）の企業情報等の提供のために作成したものであり、国内外を問わず、当社が発行する株式その他の有価証券の売買等の勧誘をするものではありません。

本資料に、当社又は当社グループに関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされていますが、これらの記述は、一定の前提（仮定）の下に、本資料の作成時点において当社が入手している情報に基づき、その時点における予想等を基礎としてなされたものです。これらの記述又は前提（仮定）は、客観的に不正確であったり、又は将来実現しない可能性があり、そのため将来の見通しと実際の結果は大きく異なる可能性があります。

