

HyAS & Co.

Hyper Asset Solutions

2020年4月期 第2四半期

決算説明会レポート

1. エグゼクティブ・サマリー
2. 第2四半期の決算状況
3. 2020年4月期・業績予想
4. 直近実施している主な施策

サマリー

■ エグゼクティブ・サマリー

- ・ロイヤルティを中心に伸長し前期比増収も、台風等自然災害の影響で損益は下振れ。
- ・災害影響を織り込み通期予想を修正。

■ 第2四半期の決算状況

- ・売上高40.1億円（前期比+12.5億円、予想比+2.6億円）。
- ・経常利益1.2億円（前期比-9百万円、予想比-72百万円）。

【経常利益増減要因】

前期比…ロイヤルティを中心に増加した粗利を人員や広告宣伝へ投下

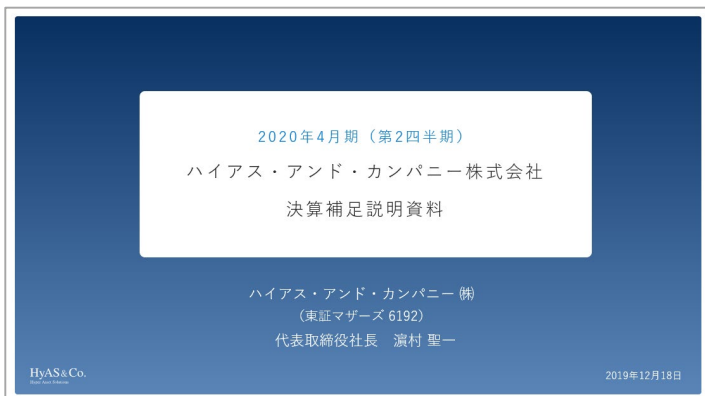
予想比…災害影響によりコンサルティング事業の初期導入フィーが減少

■ 2020年4月期・業績予想

- ・修正後業績予想…売上高84.0億円、経常利益3.9億円を計画。
- ・年2回の配当・配当性向30%を基本方針とし、年間配当は従来予想どおり1株あたり3.8円。

■ 直近実施している主な施策

- ・3つの施策を実施
 - ①商品力強化…保証制度の充実、不動産エージェント事業の加盟募集を開始
 - ②支援力強化…グループ会社LHアーキテクチャによるノウハウ開発
 - ③販売力強化…R+houseブランド力強化活動



取締役管理本部長の西野と申します。よろしくお願いいたします。本日は年末のお忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。本日は第2四半期の決算発表ですので、簡単に私から概略をご説明したのちに、質疑に関しては代表の濱村からもご説明させていただきたいと思っております。

目次	
01 エグゼクティブ・サマリー	Executive Summary 3
02 第2四半期の決算状況	Financial Results for FY2020 2Q 7
03 2020年4月期・業績予想	FY2020 Outlook 15
04 直近実施している主な施策	Latest Concrete Measures 21
ハイアス・アンド・カンパニー（株）会社概要 他 29	

本日の流れです。まずは、エグゼクティブサマリー、次にこの第2四半期までの決算状況、そして通期の業績予想、そして直近で実施している具体的な取り組みに関して簡単にお伝えしていきます。

1. エグゼクティブ・サマリー



エグゼクティブサマリーになります。

決算ハイライト

2020年4月期 2Q・PLサマリー

		前 期 比	予 想 比
売上高	40.1 億円	+ 12.5 億円 (+45.5%)	+ 2.6 億円 (+6.9%)
売上総利益	21.9 億円	+ 3.8 億円 (+21.0%)	- 1.2 億円 (-5.1%)
営業利益	1.3 億円	- 6 百万円 (-4.7%)	- 72 百万円 (-36.4%)
経常利益	1.2 億円	- 9 百万円 (-6.8%)	- 72 百万円 (-36.8%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	0.5 億円	- 19 百万円 (-28.2%)	- 55 百万円 (-54.4%)

・ロイヤルティを中心に伸長し、前期比で増収となるも、台風等の自然災害の影響で予想を下回る損益となる(災害の影響を除くとほぼ計画通り)

・災害影響を織り込み通期予想を修正

修正後の通期予想の進捗は
売上高 47.7%
経常利益 31.9%

HyAS & Co.
Hyper Asset Solutions

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

4

今回初めて通期に関して、下方修正の発表をいたしました。こちらに簡単にはまとめましたが、売上は増収になったものの、それ以降の部分、売上総利益からそれ以下が全て下方に振れてしまいました。これについては、詳しくはまた後ほどお伝えしますが、基本的には今回の台風災害の影響になります。

この影響がどれぐらい通期業績に影響してくるのか、また、今後も影響があるのかも含めて本日お伝えしていきたいと思っております。修正後の予想、通期予想に対しての現在の進捗を見ますと、売上はおおよそ50%ぐらいまで来ており、経常利益は約30%まで来ておりますので、対修正後にはなりますが、例年の当社の実績でみると比較的、順調な推移をしているといえます。

住宅による資産形成を支える会社。

HyAS&Co. Inc.の使命は、個人が住宅不動産を納得し安心して取得（購入）、居住（運用）、住替（売却）できる環境をつくることです。

住宅取得が個人の資産形成に直結する社会の実現、それが我々のテーマです。



本日は、当社の決算説明会に初めてご出席してくださった方もいらっしゃるようですので、まず簡単に当社の理念および事業の特徴をお伝えさせていただきます。当社は、住宅や不動産の業界に特化したコンサルティングサービスを展開している会社になります。総務省が5年に一度調査しているデータによりますと、資産の7割は土地や建物です。この7割を占める資産の資産価値をどう高めていくか、これを理念として掲げております。そこで、土地や建物を扱っているのはどこかといいますと、住宅会社、そして不動産関係の企業さまざまです。なので、ここにメスを入れていくべきだと考え、当社はその業界に特化したコンサルティングサービスを展開しております。

補足でお伝えしますが、住宅や不動産業界はほかの業界と異なり、大手企業が寡占化している構造になっておりません。現在、トップの企業でも、実は市場シェアは3%ぐらいしかお持ちでなく、上位20社を合わせても、大手と呼ばれるところでカバーできているのは30%ほどの市場シェアです。ですので、ほとんど7割方のシェアは地方の中小の企業さまが担っていることになります。そこに当社がサポートをしていくことで、日本全体としての資産価値の向上を図りたいと考えております。クライアントも当然ながら全国各地にある中小の企業さまになります。

昨日、とある大手信託銀行さまと話をしていたのですが、大手の企業さまはどんどん東京に戻ってきている状況とのことですが、むしろ当社はその逆行し、どんどん地方のほうに手を広げていこうとしている会社になります。



各種のサービスマッピングになります。家を建て、運用していく、という時間の軸で商品をプロットしております。先ほどお伝えしたように全国の7割の供給元の企業さま、当社の顧客の企業さまは中小企業ですので、会社の経営改善には具体的なサービスの提供が必要です。従来よくある相談しながら一緒に解決方法を考えるという課題解決型のコンサルティングサービスの提供ではなく、弊社のほうでこうやっていいのではないかと、というサービスをつくり込み、場合によってはブランドまでつくり込んで提供する形を取っております。コンサルティングファームとしては非常に珍しいパターンかと思いますが、当社ではこのように各種、サービス・商品を提供する形を取っております。

少し文字が小さくて申し訳ないのですが、今回、新しく増えたものも幾つかあります。左下に「TS」と書かれておりますが、これは、中立的な立場から不動産の売買をする「トチスマ」という新しい商品になります。その斜め上に、情報共有型と書かれている「iekachiBOX」とありますが、これは以前からあった商品をブラッシュアップしたものになります。このように、常に中小企業さまにお役に立てるようなものをパッケージ化し、提供しています。

そして、エリアを分けてこれら商品の使用権利を付与していくような形を取っております。このような事業の特徴の中で、今回の下方修正の話をお伝えしていきたいと思っております。

2. 第2四半期の決算状況



連結P/Lサマリー（前期比）

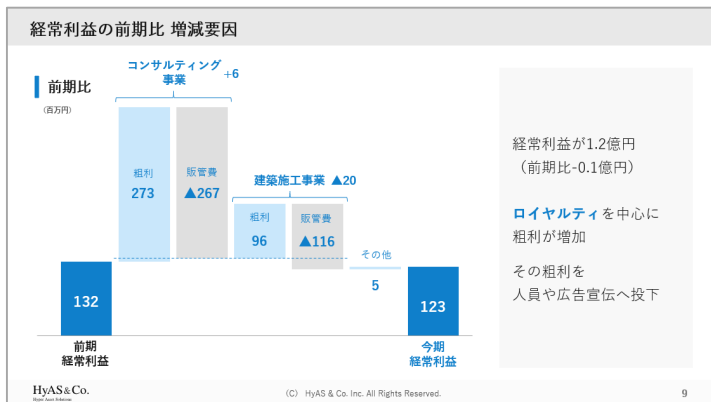
	2019年4月期2Q	2020年4月期2Q	増減	
	実績 2018/5/1-2018/10/31	実績 2019/5/1-2019/10/31		
売上高	2,755	4,007	+1,252	145.5%
売上原価	942	1,814	+872	192.5%
売上総利益	1,812	2,193	+381	121.0%
	売上総利益率	65.8%	54.7%	-
販売費及び一般管理費	1,680	2,067	+387	123.0%
	販管費比率	61.0%	51.6%	-
営業利益	132	126	-6	95.3%
	営業利益率	4.8%	3.1%	-
経常利益	132	123	-9	93.2%
	経常利益率	4.8%	3.1%	-
特別損益	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	64	45	-19	71.8%
	親会社株主に帰属する 四半期純利益率	2.3%	1.1%	-

前期比で、増収減益

売上高40.1億円
(前期比+12.5億円)

経常利益1.2億円
(前期比-0.1億円)

PLの説明に入ります。前期比でご覧いただきますと、わずかに営業利益、経常利益がマイナスになってしまいましたが、ほぼ昨年と同様の数値であり、また、売上総利益に関しては増やすことができましたので、まだまだ成長の流れが続けられていると考えております。



その裏付けとして、コンサルティング事業の部分で粗利をかなり伸ばせております。ですが、それと同じぐらいの額の販管費を掛けています。販売費、一般管理費含め、まだまだ積極投資をおこなっています。したがって、粗利増加分と販管費部分がほぼ同一になっております。

次に、建築施工事業と書いてあるところですが、ここは、新しくノウハウ開発をするために設立した、実際に家を見て、販売する建築施工事業をおこなっているグループ会社になります。この部分で粗利増加分よりも販管費が大きくなった結果が、全体の足を引く形になっています。この販管費ですが、新規店舗の出店や、その立ち上げのタイミングでいろいろと販促費を掛けたことが影響しておりますので、内容的には弊社にとって特に予想外ということではなく、必要なものを投下したと考えております。結果としてこのような要因で前期の経常利益と今期の経常利益の差が生じています。

連結P/Lサマリー (予想比)

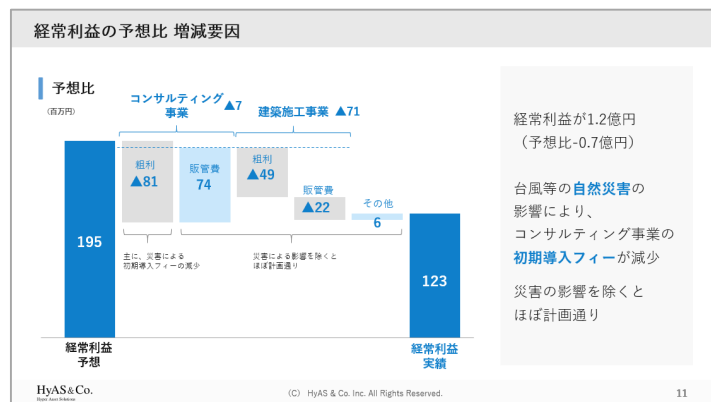
項目	2020年4月期2Q	2020年4月期2Q	増減	
	予想	実績	増減	増減率
売上高	3,748	4,007	+259	106.9%
売上原価	1,438	1,814	+376	126.1%
売上総利益	2,310	2,193	-117	94.9%
売上総利益率	61.6%	54.7%	-	-
販売費及び一般管理費	2,112	2,067	-45	97.0%
販売費比率	56.4%	51.6%	-	-
営業利益	198	126	-72	63.6%
営業利益率	5.3%	3.1%	-	-
経常利益	195	123	-72	63.1%
経常利益率	5.2%	3.1%	-	-
特別損益	-	-	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	100	45	-55	45.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益率	2.7%	1.1%	-	-

予想比で、
売上高は予想を上回り
経常利益は予想を下回る

売上高40.1億円 (予想比+2.6億円)
経常利益1.2億円 (予想比-0.7億円)

HyAS & Co. (C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved. 10

次に、上期の連結PL予想との比較になります。売上については予想を上回りましたが、売上総利益以下は大きくマイナスとなりました。これにより今回の下方修正の発表となったのですが、こちらは今年何度もやってきた台風の影響というのが一番大きかったと見ています。以前、災害の影響はあまり弊社の業績に影響しないとお伝えしていたのですが、今回は範囲が広く、期間も長かったことにより、弊社にも影響が出てしまいました。



こちらの内訳を見ていただきますと、弊社の本体の事業であるコンサルティング事業で、粗利が大きく減少してしまいました。この8,000万円ほどの粗利の減少ですが、この下に小さな字で「主に、災害による初期導入フィーの減少」と書いております。初期導入フィーというのは、弊社の場合フランチャイズ商品のような形でサービスを提供しておりますので、まずはいわゆる加盟金のようなものを大きくいただき、そのあとに月々の会費をいただき、さらに実際にその商品を使って何か売っていただいたときにはロイヤルティをいただくという構造になっておりますが、この初期導入フィーが、今回大きく災害の影響を受けてしまいました。ご期のタイミングで新規の受注ができなかったということです。

通常ですと、受注がひと月、ふた月ずれで、月ずれという形で回収できることが多いのですが、今回は社内で精査したところ、当面、新たな事業に取り組める環境にはないという企業さまが多くいらっしゃいました。この部分だけで、あくまでもたればの仮定になりますが、弊社が予想していた数値に対しておおよそ8,000万円を超える失注がありました。ただし、逆に弊社が本当に取れてなかった分もあると思いますので、目安とはなりますが、ほぼ読んでいた数字に対してここで大きく穴を開けてしまいました。

さらにお伝えさせていただきますと、今期は弊社が今まで全国をカバーする中でまだまだ弱いと思っていた北関東、東関東、東北、そして東海エリアに積極的にマーケティングを掛ける予定でした。先ほどお伝えしましたとおり、弊社の事業はエリアを分けて、各エリアでの使用権利を持っていただく形を取っておりますので、このエリアを狙っていく動きを取るのですが、まさに狙っていたエリアに偶然、災害の影響が大きく出てしまいました。上期で大きく穴が開いた結果なのですが、今期中におそらく回復は見込めないだろうと判断し、通期でもその部分の数字を落とすこととしました。しかし、本件に関して調べたところ、その影響を除く数字を見てみますと、災害の影響を受けなかった他エリアに関してはほぼ計画どおり動いていましたので、まだまだ商品力等は落ちてはいないと弊社では考えております。

販管費の内訳（科目別）

(百万円)	2019年4月期	2020年4月期	増減
	2Q実績	2Q実績	
	2018/5/1~2018/10/31	2019/5/1~2019/10/31	
販売費及び一般管理費	1,680	2,067	+387
給与/法定福利費	490	615	+125
広告宣伝・販促費/旅費	378	434	+56
家賃	103	133	+30
減価償却費	95	136	+41
その他	615	749	+134*

販管費が20.7億円
(前期比+3.9億円)

人員、広告宣伝・
販促や設備投資
(償却費)等、
今後の成長に向けた
投資を実施

販管費に関しては、何か災害の影響を受けてマイナスとなるものではなく、あくまで今後の成長に向けた投資ですので、これまでどおり販促費や商品開発に使うような費用として使っておりますため、決して今回の影響で成長が鈍化するわけではないとご理解いただければと思います。

*他の費用増の科目は、システム手数料、業務委託手数料など

HyAS & Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

12

販管費の内訳（会社別）

(百万円)	2019年4月期	2020年4月期	増減
	2Q実績	2Q実績	
	2018/5/1~2018/10/31	2019/5/1~2019/10/31	
販売費及び一般管理費	1,680	2,067	+387
ハイアス単体	1,412	1,693	+281
前期及び今期に 連結した会社	21	162	+141
その他	247	212	-35

販管費が20.7億円
(前期比+3.9億円)

ハイアス単体は
会員企業の支援強化に向
けた採用を強化中

前期及び今期に連結した
会社では体制を整備中

会社別の販管費の内訳をみると、大きく数字を増加させたのはハイアス単体です。これは会員企業さまの支援をもっと充実させていく方針によるものです。会員企業さまの業績が上がってくるとロイヤルティが弊社に大きく入ってくるため、数年前からそのロイヤルティ収入を軸にしようと、会員企業さまの支援強化に向けて十分なコンサルタントを用意する目的で採用等を強化しておりますので、これらが先行して費用として出ております。全体的にはこのような体制強化に対してコストを掛けております。

*ハイアス、キービジネスマネジメント、LMTアーキテクチャ、SUNRISE、
GARDENS GARDEN、GARDENS GARDEN、新築費など

HyAS & Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

13

連結B/Sサマリー

資産の部			負債・純資産の部				
	2019年 4月期	2020年 4月期	増減	2019年 4月期	2020年 4月期	増減	
	(4Q)	(2Q)		(4Q)	(2Q)		
現金及び預金	1,188	1,112	-76	買掛金	349	337	-12
受取手形及び 売掛金	579	686	+107	短期借入金	620	462	-158
その他	443	641	+198	1年以内返済予定の 長期借入金	135	259	+124
貸倒引当金	-27	-44	-17	その他	956	870	-86
流動資産	2,183	2,396	+213	流動負債	2,071	1,928	-143
有形固定資産	698	687	-11	長期借入金	359	656	+297
無形固定資産	658	654	-4	その他	85	137	+52
投資その他の資産	336	365	+29	固定負債	445	794	+349
固定資産	1,693	1,707	+14	負債	2,516	2,722	+206
資産合計	3,876	4,103	+227	資本金	432	433	+1
				資本剰余金	366	356	-10
				利益剰余金	832	842	+10
				自己株式	-299	-259	0
				優先株	1,331	1,333	+2
				非支配株主持分	27	46	+19
				純資産	1,360	1,380	+20
				負債・純資産	3,876	4,103	+227

建築施工事業で
販売を行う土地の取得等
により**流動資産が増加**

B/Sについては大きな変化はありませんが、流動資産の増加についてのみ説明させていただきます。今回、建築施工事業、グループ会社で実際の事業運営をする中でわかりましたが、最近は土地をお持ちでないが家を建てたいという方が非常に増えてきております。そのようなときに、土地がないから家が建てられないということではなかなか事業が進みませんので、一部土地を仕入れて、土地とセットで建物売るということを始めしております。そのため、B/Sで大きく数字が変わったところとして、販売に使うための土地の取得で流動資産が一部増加しておりますが、これはグループ会社としてずっと持ち続けるわけではなく、本業のほうをスムーズに動かすための土地の仕入れがあったということになります。

3. 2020年4月期・業績予想



以上が上期の振り返りで、次に今後の業績予想についてご説明いたします。

2020年4月期通期予想の修正

	2019年4月期 通期実績 2018/5/1～2019/4/30	2020年4月期 修正前通期予想 2019/5/1～2020/4/30	2020年4月期 修正後通期予想 2019/5/1～2020/4/30	増減
売上高	6,099	8,400	8,400	-
売上原価	2,154	3,375	3,665	+290
売上総利益	3,944	5,025	4,735	-290
	売上総利益率	64.7%	59.8%	56.4%
販売費及び一般管理費	3,528	4,465	4,317	-148
	販費率	57.8%	53.2%	51.4%
営業利益	416	560	418	-142
	営業利益率	6.8%	6.7%	5.0%
経常利益	414	530	385	-145
	経常利益率	6.8%	6.3%	4.6%
特別利益	-1	-	-	-
連結決算中に帰属する 当期純利益	240	290	207	-83
	純利益率	3.9%	3.5%	2.5%

修正後通期予想
売上高 84.0億円
(前回比 増減なし)

経常利益 3.9億円
(前回比 -1.5億円)

先ほどお伝えしましたとおり、上期は災害の影響が大きく、下期も一部この影響が出ます。10月、11月にも新規受注に関して、なかなか動ききれない部分が出てきていたということと、もう1つは、もともそこで受注していたはずのお客さまから得られていた月々の会費もそのまま下期へ影響しますので、これらを加味して、今期の通期予想の修正を出させていただきました。

ただ幸いにも、弊社の予測以上に、売上に関しましてはたまたま粗利率の低い商品が伸びてくれたこともあり、結果的に上期の売上は予想どおりの数字を達成できました。そのため、通期でも売上は維持して同じ84億と予想しています。ただし、売上総利益以降は災害の影響も加味し、売上総利益、それに伴い営業利益、経常利益、当期純利益、全てを下方修正させていただくことになりました。

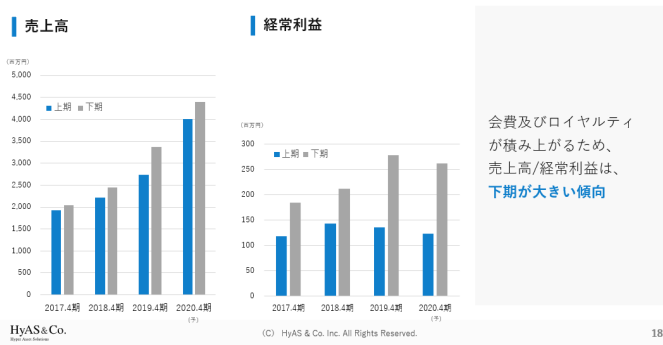
2020年4月期通期予想に対する進捗

(百万円)	2020年4月期2Q	2020年4月期2Q	2020年4月期	進捗率
	予想	実績	修正後通期予想	(2Q実績/ 通期予想)
	2019/9/1~2019/10/31	2019/9/1~2019/10/31	2019/9/1~2020/4/30	
売上高	3,748	4,007	8,400	47.7%
売上原価	1,438	1,814	3,665	49.5%
売上総利益	2,310	2,193	4,735	46.3%
売上総利益率	61.6%	54.7%	56.4%	-
販売費及び一般管理費	2,112	2,067	4,317	47.9%
販費比率	56.4%	51.6%	51.4%	-
営業利益	198	126	418	30.1%
営業利益率	5.3%	3.1%	5.0%	-
経常利益	195	123	385	31.9%
経常利益率	5.2%	3.1%	4.6%	-
特別利益	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	100	45	207	21.7%
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益率	2.7%	1.1%	2.5%	-

修正後通期予想の進捗
売上高 47.7%
経常利益 31.9%

冒頭でもお伝えしましたが、修正後の予想で見ますと、売上はおおよそ50%までの進捗、経常利益は30%ぐらいの進捗となります。一般の企業と比較すると、まだ30%なのかと思われるかもしれませんが、次のページでこれまでの弊社の業績傾向についてまとめております。

過去の傾向① 売上高/経常利益の推移

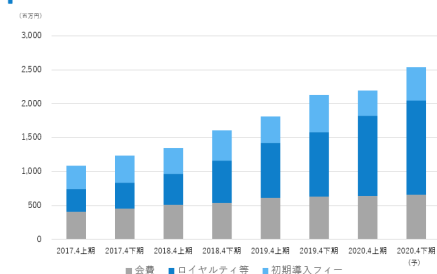


左が売上、右が経常利益です。青色の棒グラフが上期、グレーの棒グラフが下期となっておりますが、どちらのグラフも必ず下期のほうが大きくなっております。この上期は売上がおおよそ50%に近づいてきており、さらに若干、下期に偏重するという傾向ですので、現段階でおおよそ50%ぐらいということは、例年で考えますと今期も予想どおり着地できると考えております。

また、経常利益はより大きく上期下期の比率が変わる傾向です。この傾向からみまると、上期は現時点でおおよそ30%の進捗ですので、それほどおかしな数字ではないと思います。このように見ていきますと、現時点での進捗には問題なく、下期に修正後の予想を達成できると考えております。

過去の傾向② 収益形態別売上総利益の推移

売上総利益



会費及びロイヤルティ
が順調に伸長

HyAS & Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

19

先ほど売上は少し予想を上回ったという話をいたしました。また、粗利率が低いものが伸びてくれたおかげで予想よりも売上をしっかりと維持できたと説明いたしました。実はさらにもう少しポジティブな要因があります。弊社の場合、お伝えしたとおり、初期の導入フィーを比較的大きめの金額でいただきます。次に月々の会費というものを安定収益としていただき、成功報酬的なものとして、各会員企業さまが弊社の商品をたくさん売っていただくと、ロイヤルティをいただいております。ここに関しては、弊社の努力とリニアに関係するわけではなく、各会員企業さまがどんどん業績を上げてくだされば、言葉は悪いですが、不労所得のように弊社にどんどんロイヤルティが入ってきます。ただし、これは色々な関係先と協業でやっておりますので、実は粗利率は若干低めの収益構造になっております。ですので、弊社としては、このロイヤルティが伸びるということは非常に会社にとってはありがたいことですが、そこが伸びると逆に粗利率は下がる傾向になります。今回、売上は維持できたということは、ここでもご覧いただけますとおり、会費やロイヤルティと呼ばれるような、弊社にとって非常に安定して成長させてくれる要因になるところの数字の比率をしっかりと高めることができている、と言えると思います。

今回影響は出てしまいましたが、このグラフでいうと一番上の初期導入フィー、1発目の加盟金に相当する部分が全体に占める比率がだいぶ低くなってきましたので、今回のような致命的な業績の影響を受けづらくなってきていることはポジティブに見ただけけると思います。

配当の基本方針及び、2020年4月期の配当予想について

配当の基本方針

- ・株主の皆様への利益還元を機会を充実させるため、年2回の配当を実施
- ・配当性向は、30%を目安

2020年4月期の配当予想

- ・中間配当：1.9円 + 期末配当：1.9円
(従来の予想から変更なし)

HyAS & Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

20

このような結果ではありましたが、今回、配当に関しましては変更しないことにしました。今までどおり配当性向30%目安ということであれば、今回下方修正しましたのでこの中間1.9円、期末1.9円というのを下げるとの考え方もありましたが、配当に関しては今までどおり1.9円で出す方向で考えております。したがって、配当性向自体は今回、非常に高く見えてしまっていますが、あくまで台風の影響等がなく動いていた場合には30%を配当させていただく予定でしたので、引き続き配当は変更しないこととしました。

4. 直近実施している主な施策

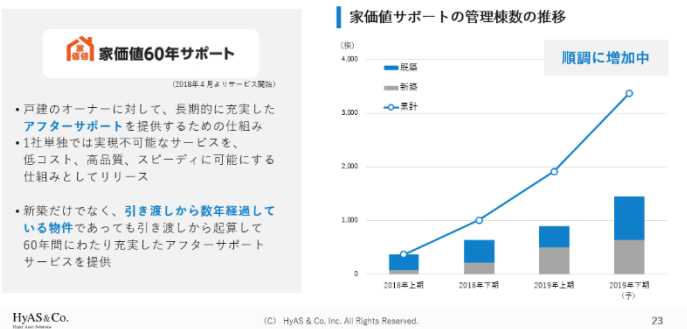


次に直近の実施している施策についてお伝えしたいと思います。

主な施策	
 商品力強化	<ul style="list-style-type: none"> 保証制度の充実（家価値60年サポート） 不動産エージェント事業の加盟募集を開始
 支援力強化	<ul style="list-style-type: none"> グループ会社LHアーキテクチャによるノウハウ開発
 販売力強化	<ul style="list-style-type: none"> R+houseブランド力強化活動

下期に比べると上期のトピックスは少ない場合が多いのですが、今回は大きく、商品力の強化、支援力の強化、そして販売力の強化、というこの3つの施策を打っております。こちらについてお伝えしたいと思います。

施策①（商品力強化）：保証制度の充実（家価値60年サポート）



1つは商品力強化という点で、保証制度の充実にあたる、家価値60年サポートを強化しています。これは2018年の4月からサービス自体は開始していましたが、より力を入れて加速させています。家というのは非常に長くご利用いただくものですので、実はアフターサービスや、メンテナンスが非常に重要な位置を占めています。サポートに関しては大手メーカーは保証制度があり、また、企業自体にも安定性もありますので、お施主さまの多くの方は、大手は安心と思われれます。一方、弊社が対象にしている70%の供給を担っている中小の企業さまは、実はこの保証制度を持っていらっしゃらない。当たり前ですが、大手のような保証の仕組みを持っていないのが大半でした。

さらに、この会社は50年後にも存続しているのだろうかという心配をお施主さまがされることもあり、建物そのものはいいけれども、やはり大手で建てたいという方がこれまで結構いらっしゃいました。そういう意味で、この60年サポートを弊社がサービスとして展開することにより、大手との競合負けの要因になっていた部分が払拭され、会員さまにとってのサポートになるといえます。

そして、60年のサポートをやることによって別の利点もあります。家を買った会社は、その後も、その家のリフォームの受注も取っていただければいいのですが、実際にはほとんどの工務店さんが受注できていません。なぜかという、顧客接点をきちんと維持するような仕掛けを持っていないので、何年か後に急にリフォームしませんかと訪問してもほとんど相手にしてもらえないというのが実態でした。そのため、この家価値60年のサポートを付けることで、顧客接点をつくることができ、追加のリフォーム受注であつたりとか、紹介の案件をいただいたりといったきっかけをつくるできるようになります。

しかも、この部分に関してはほぼ弊社で仕組みをつくっているため、自社で何かやるとことはほぼなく、外注で24時間の電話サポートがあり、実際にメンテナンスが必要か見に来てほしいというときは専門業者が行ってくれて、案件のチャンスがあるときに会員企業さまに情報が入るといったサポートですので、会員企業さまにとって非常にメリットがあります。また、お施主さまにとっても常にサポートが受けられるというメリットがありますので、こちらに対して力を入れていきたいと考えております。

実は、このサポート自体では当社はそれほど儲かりません。しかし、先ほどお伝えしたとおり、これがあることで競合に対して強く営業ができるようになり、また、顧客接点が増えることで追加の受注が取れるようになる。それらが弊社のロイヤルティ収入につながるため、じわじわと効果が出てくるものだと思っています。さらにこのサポートにより、顧客の情報をいただけることも弊社の将来的な価値につながると思っています。

施策①（商品力強化）：不動産エージェンツ事業「トチスマ・ショップ」加盟募集開始

<p>背景</p> <ul style="list-style-type: none"> 住宅会社には、建て替えではなく、土地を所有していないお客様の来店も多い <p>土地なし客対応の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> 土地探しに時間がかかる 追客が困難、他社に取られることも多い（例） <ul style="list-style-type: none"> 土地を探している途中で建売を購入してしまう 他社の建売条件付きの土地が買ってしまう 	 <p>住宅会社のための 不動産エージェンツ事業 トチスマ・ショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> 土地探しから建築までのワンストップサービス R-house等の建築受注を主目的とすることで、短時間で顧客の希望に沿った土地を探すことが可能 <p>（参考）テスト・マーケティングでの実績</p> <p>土地なし 密成約率 80.0% <small>（トチスマ・ショップに来店し土地購入したお客様の成約率）</small></p> <p>平均 追客リードタイム 19日 <small>（トチスマ・ショップに来店しお客様から購入申込みを頂くまでの日数）</small></p>
--	--

HyAS & Co. (C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved. 24

続きまして商品力強化のもう1つです。不動産エージェンツ事業トチスマ・ショップの加盟募集をいよいよ開始することとなりました。実はこのトチスマ・ショップは、もう5年、6年ぐらい前から動いていまして、愛知県内でこのような取り組みをしている会社があったことがきっかけです。今ではその会社はそのエリアでは他社を抜いてトップになっています。同様の仕組みを、これまでもいくつかのエリアで実験的にを行い、ようやくノウハウも固まり、実績も上がることが見えてきましたので、今後はこれらを全国に展開していこうと考え、トチスマ・ショップをリリースしました。

これは少しわかりづらいかもしれませんが、もしご質問があれば後ほど濱村からご説明させていただきます。先ほども少し触れましたが、家を建てる時に土地を持っていらっしゃる方が多くいらっしゃいます。工務店さんとか、家を建てる会社からすると、土地を探すのは自分の本業ではありませんので、苦手な場合が多いです。そのため、では土地を探してきてくださいと、来店されたお客様を1回、手放してしまうことがあります。その際に、帰ってこない思っている間に、気付けばほかの会社に土地とセットでそのお客さまを持っていかれるケースや、もう建売でいいやと土地込みの建売住宅を買われてしまう、というケースが多々ありました。

これに対して、このトチスマ・ショップでは、建物を建てる会社が土地にも強くなるためのノウハウを詰め込んでおりますので、今までのように、土地がないことで逃げてしまっていたお客さまをしっかりと取り込めるようになります。このようなことができるようになるのが、トチスマ・ショップの強みでして、今、これができている会社はおそらくないと思います。まだ耳慣れないとは仕組みとは思いますが、皆さまにはこれからこの価値を感じていただけたらと思います。弊社としては、この先を考えると大きな一歩を踏み出せたと思っておりますので、ぜひ注目していただければと思います。

施策②（支援力強化）：グループ会社 LHアーキテクチャによるノウハウ開発

R+houseのフラッグシップストアとして、2018年8月に(株)LHアーキテクチャを設立

建築家と建てる家も、身近に、手帳に
R+house 成田



千歳線のモデルハウス

建築家と建てる家も、身近に、手帳に
R+house 大分西



大分県の民営住宅販売場のモデルハウス
(2019年1月オープン)

HyAS & Co.

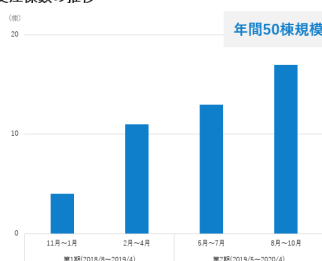
(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

25

支援力強化です。以前、当社のグループ会社のウェルハウジングが、家売る事業をする中で、あわせてノウハウをためる活動をしていることをお伝えしたと思いますが、今回は、LHアーキテクチャという会社についてです。こちらグループ会社も、弊社の主力商品であるR+houseを中心に、実際に建てて販売する事業をおこなっている会社として、現在は成田、大分西にあり、そして今度は佐賀にも出す予定です。

施策②（支援力強化）：グループ会社 LHアーキテクチャによるノウハウ開発

受注棟数の推移



- ・ 設立してサービス開始後1年で**年間50棟規模に到達**（受注ベース）
- ・ 第3期は100棟、第4期は120棟を目指す
- ・ 年間100棟は、R+house会員企業の中でトップクラス
- ・ 短期間での50棟受注のノウハウ（販売手法・業務フロー改善方法、現場監督ノウハウなど）をブラッシュアップし、他の会員企業にも展開中

HyAS & Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

26

このような建設施工事業は、これまで弊社の会員企業さまにも多くありましたように、多くの場合は立ち上げが難しく、1年でまだ10棟もいかないというのが通常なのですが、こちらの会社では設立後1年で、すでに年間50棟規模までになりました。

さらにその先、年間100棟、120棟を3期目、4期目で狙っていく予定です。ここまで来ると、弊社のR+house会員さまの中でもトップクラスの会社になりますので、ここで培ったノウハウを今後出遅れていってしまう会員企業さまに展開していき、支援力を上げていきます。そうすることで、弊社のロイヤリティが増えることになりまますので、こちらも今、力を入れていることの一つです。

施策③（販売力強化）： R+houseブランド力強化活動 その1

「R+house」をより前面に出すことで、ブランドの浸透を図る

今までの各会員企業のHP

企業名とブランド名（R+house）を併記して表記



これからの各会員企業のHP

統一ブランドとして「R+house」を強調



HyAS & Co. (C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved. 27

3つ目の施策、販売力強化です。皆様にはまだやっていなかったのかと言われる内容かもしれませんが、当社の一番の売上を持っているR+houseですが、全国統一ブランドの形で出す取り組みについて、今までそれほど力を入れておりませんでした。その中の典型的な例として、各会員企業さまのホームページでご説明させていただきます。例えば今までは、左の絵のように、〇〇工務店があくまで前面に押し出されて、その〇〇工務店の一商品としてR+houseが記載されているのが実態でした。本部からも、ここに関しては強く指導を入れるとか、要請を入れるということをしていなかったのですが、これからは、この右の例のように、R+house成田などをまず前面に出し、運営会社として〇〇工務店が別途出てくる形式にしていこうと思っております。フランチャイズ型であれば当たり前かもしれませんが、今後はこのような部分にも力を入れていこうと思っております。これらを進めることで、R+houseのロイヤリティ収入もまた上がってくると思われまますので、施策を打っていきます。

施策③（販売力強化）： R+houseブランド力強化活動 その2

「R+house」が2年連続「建築家住宅」新築供給数全国No.1(*)に

HPやチラシ・広告などで積極的にロゴを使ってアピール



HPでの使用例



販促品での使用例



HyAS & Co. (C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved. 28

最後に1つ。R+houseは設計事務所を自分で運営されているプロの建築家がデザイン・設計することが強みの一つとなっております。建築家が関わって建てた住宅というジャンルにおいて、今年も、新築供給数が全国ナンバーワンになることができました。昨年もナンバーワンだったのですが、今年もさらに2位との差を広げる形で、2年連続でこの建築家住宅ナンバーワンという称号をいただきました。今後は、家のデザインに関してもユーザーの方々の志向が向いてきているといわれていますので、非常に強い強みになっていくのではないかとと思われるため、各種販促物などでもこれらをおアピールし、この下期はさらに加速できるように動いております。

全体として下方修正させていただきましたが、それを1つ乗り越えようと、また通常どおりの成長曲線を描けると思っておりますので、今後ともぜひよろしくお願いいたします。

長くなりましたが、私のほうからは以上とさせていただきます。ありがとうございました。

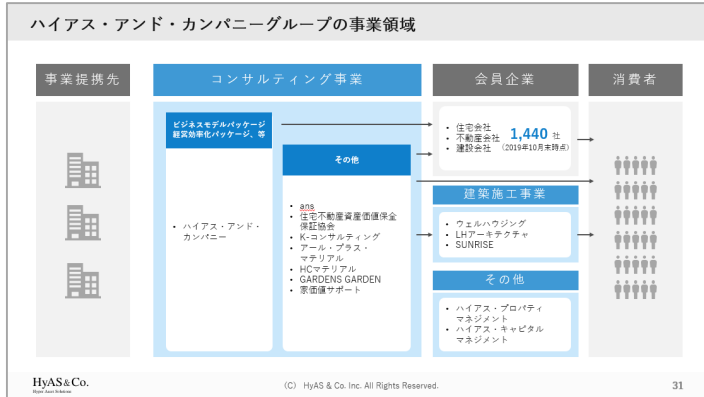
会社概要 他



会社情報

会社基礎情報

会社名	ハイアス・アンド・カンパニー株式会社 HyAS & Co. Inc.	役員	・代表取締役社長 : 瀧村 聖一 ・取締役常務執行役員 : 川瀬 太志 ・取締役常務執行役員 : 柿内 和徳 ・取締役執行役員 : 西野 敦雄 ・取締役執行役員 : 中山 史章 ・取締役執行役員 : 福島 宏人 ・取締役執行役員 : 前岡 達郎 ・社外取締役 : 萩原 俊彦 ・社外取締役 : 赤井 厚雄 ・社外取締役 : 森田 正康 ・常勤監査役 : 大津 和行 ・社外監査役 : 山本 泰功 ・社外監査役 : 坂田 真吾
設立日	2005年3月31日		
資本金	4億3,325万円 (2019年10月31日時点)		
代表者	瀧村 聖一 (ハママラ セイイチ)		
従業員数	241名 (2019年10月31日時点)		
所在地	東京都品川区上大崎二丁目24番9号 アイケビルディング5F		



企業沿革

沿革

2005年3月	新たな住宅成金の提供方法を構築する目的で東京都品川区東五反田7丁目にて創業 (資本金2,400万円)	2016年9月	株式会社K-コンサルティング設立 (連結子会社)
2007年7月	エコ型地盤改良工事事業「HySPEED」をリリース	2016年10月	相模原市に開設した不動産ビジネスコンサルティング事業「不動産相談の相談窓口」をリリース
2008年6月	住宅向けASPシステム「ハイアスPP」をリリース。同時に住宅購入相談の「1901チャット」を創設	2017年1月	株式会社アール・プラス・マテリアルの株式取得 (連結子会社)
2009年9月	デザインズ主宅住宅提供事業「Bathouse」をリリース	2017年3月	株式会社ウェルハウジングの株式取得 (連結子会社)
2013年1月	株式会社pm設立 (連結子会社) 設備工事・設備工事設計・設備工事監理・設備工事監理・設備工事監理・設備工事監理・設備工事監理	2018年3月	ハイアス・プロパティマネジメント株式会社設立 (連結子会社)
2013年6月	株式会社リンクス開始として「ハイアス私邸」プロジェクトを披露	2018年5月	ハイアス・キャピタルマネジメント株式会社設立 (連結子会社)
2014年1月	株式会社デザインズ・システムズ設立 (連結子会社) 「設備工事監理」に関する研究開発 (設備工事監理に関する研究開発)	2018年8月	株式会社LHアーキテクチャ設立 (連結子会社)
2014年6月	一般社団法人住宅不動産資産価値保全保証協会設立 (連結子会社)	2018年11月	SUNRISE株式会社設立 (連結子会社)
2015年6月	デザインズビルディング住宅提供事業「アーキテクチャ・デザイナーズ・マニファクトリー (ADM)」をリリース	2018年12月	株式会社HCマテリアルの株式取得 (連結子会社)
2016年4月	東京証券取引所マザーズ市場に上場	2019年1月	Gardens Garden株式会社設立 (連結子会社)
		2019年5月	株式会社家賃サポート設立 (連結子会社)

HyAS & Co. (C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved. 32

株式・株主の状況

株式数・株主数

発行可能株式総数	66,960,000株
発行済株式数	23,338,500株
株主数(議決権あり)	4,169名

上位株主(1位~10位)の状況

2019年10月31日時点

順位	株主氏名又は名称	所有株式数 (株)	所有株式数 の割合
1	渡村 聖一	2,197,200	9.41%
2	橋内 和雄	1,341,000	5.74%
3	川瀬 大志	1,224,000	5.24%
4	株式会社HAMAMURA HD	1,200,000	5.14%
5	株式会社安成工務店	1,197,000	5.12%
6	大津 和行	1,077,000	4.61%
7	東新住建株式会社	720,000	3.08%
8	ハイアス・アンド・カンパニー 株式会社 従業員持株会	663,600	2.84%
9	GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	657,644	2.81%
10	中山 史重	603,000	2.58%

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

33



セグメント別の損益状況①（事業別：前期比）

	(百万円)		増減
	2019年4月期 2Q実績 2018/5/1~2018/10/31	2020年4月期 2Q実績 2019/5/1~2019/10/31	
売上高	2,755	4,007	+1,252
コンサルティング	2,580	3,580	+1,000
建築施工	197	531	+334
その他（内部消去費）	-22	-104	-82
営業利益	132	126	-6
コンサルティング	190	196	+6
建築施工	-50	-70	-20
その他（内部消去費）	-7	0	+7

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

35

セグメント別の損益状況①（事業別：予想比、進捗）

	2020年4月期 2Q予想 2019/5/1~2019/10/31		増減	(百万円)	
	2020年4月期 2Q実績 2019/5/1~2019/10/31	増減		2020年4月期 修正後通期予想 2019/5/1~2020/4/30	進捗率 (2Q/ 修正後通期予想)
売上高	3,748	4,007	+259	8,400	47.7%
コンサルティング	2,922	3,580	+658	6,675	53.6%
建築施工	854	531	-323	1,850	28.7%
その他（内部消去費）	-28	-104	-76	-125	-
営業利益	198	126	-72	418	30.1%
コンサルティング	203	196	-7	470	41.7%
建築施工	1	-70	-71	-46	-
その他（内部消去費）	-6	0	+6	-6	-

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

36

セグメント別の損益状況①（事業別：修正後通期予想）

	(百万円)		
	2020年4月期 修正前通期予想	2020年4月期 修正後通期予想	増減
	<small>2019/5/1～2020/4/30</small>	<small>2019/5/1～2020/4/30</small>	
売上高	8,400	8,400	-
コンサルティング	6,370	6,675	+305
建築施工	2,085	1,850	-235
その他（内部消去含）	-55	-125	-70
営業利益	560	418	-142
コンサルティング	580	470	-110
建築施工	-7	-46	-39
その他（内部消去含）	-12	-6	+6

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

37

セグメント別の損益状況②（パッケージ別：前期比）

	(百万円)		
	2019年4月期 2Q実績	2020年4月期 2Q実績	増減
	<small>2018/5/1～2019/10/31</small>	<small>2019/5/1～2019/10/31</small>	
売上高	2,755	4,007	+1,252
ビジネスモデルパッケージ	2,051	2,528	+477
経営効率化パッケージ	277	231	-46
その他	426	1,248	+822
売上総利益	1,812	2,193	+381
ビジネスモデルパッケージ	1,275	1,371	+96
経営効率化パッケージ	246	209	-37
その他	290	613	+323

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

38

セグメント別の損益状況② (パッケージ別：予想比、進捗)

	2020年4月期		増減	2020年4月期	
	2Q予想 2019/5/1~2019/10/31	2Q実績 2019/5/1~2019/10/31		修正後通期予想 2019/5/1~2020/4/30	進捗率 (2Q/ 修正後通期予想)
売上高	3,748	4,007	+259	8,400	47.7%
ビジネスモデルパッケージ	2,256	2,528	+272	4,713	53.6%
経営効率化パッケージ	236	231	-5	447	51.7%
その他	1,256	1,248	-8	3,240	38.5%
売上総利益	2,310	2,193	-117	4,735	46.3%
ビジネスモデルパッケージ	1,409	1,371	-38	2,887	47.5%
経営効率化パッケージ	214	209	-5	407	51.4%
その他	686	613	-73	1,441	42.5%

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

39

セグメント別の損益状況② (パッケージ別：修正後通期予想)

	2020年4月期		増減
	修正前通期予想 2019/5/1~2020/4/30	修正後通期予想 2019/5/1~2020/4/30	
売上高	8,400	8,400	-
ビジネスモデルパッケージ	4,780	4,713	-67
経営効率化パッケージ	507	447	-60
その他	3,112	3,240	+128
売上総利益	5,025	4,735	-290
ビジネスモデルパッケージ	3,022	2,887	-135
経営効率化パッケージ	457	407	-50
その他	1,545	1,441	-104

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

40

セグメント別の損益状況③ (収益形態別：前期比)

	(百万円)		
	2019年4月期 2Q実績 2018/5/1～2018/10/31	2020年4月期 2Q実績 2019/5/1～2019/10/31	増減
売上高	2,755	4,007	+1,252
初期導入フィー	440	711	+271
ロイヤルティ等	1,585	2,541	+956
会費	728	755	+27
売上総利益	1,812	2,193	+381
初期導入フィー	385	380	-5
ロイヤルティ等	817	1,175	+358
会費	609	638	+29

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

41

セグメント別の損益状況③ (収益形態別：予想比、進捗)

	(百万円)			2020年4月期 修正後通期予想 進捗率 (2Q/通期予想)	
	2020年4月期 2Q予想 2019/5/1～2019/10/31	2020年4月期 2Q実績 2019/5/1～2019/10/31	増減	2020年4月期 修正後通期予想 2019/5/1～2020/4/30	進捗率 (2Q/通期予想)
売上高	3,748	4,007	+259	8,400	47.7%
初期導入フィー	527	711	+184	1,176	60.5%
ロイヤルティ等	2,460	2,541	+81	5,715	44.5%
会費	759	755	-4	1,509	50.0%
売上総利益	2,310	2,193	-117	4,735	46.3%
初期導入フィー	474	380	-94	868	43.8%
ロイヤルティ等	1,184	1,175	-9	2,567	45.8%
会費	651	638	-13	1,300	49.1%

HyAS&Co.
Hyper Asset Solutions

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

42

セグメント別の損益状況③（収益形態別：修正後通期予想）

(百万円)

	2020年4月期 修正前通期予想	2020年4月期 修正後通期予想	増減
	2019/5/1～2020/4/30	2019/5/1～2020/4/30	
売上高	8,400	8,400	-
初期導入フィー	1,193	1,176	-17
ロイヤルティ等	5,637	5,715	+78
会費	1,569	1,509	-60
売上総利益	5,025	4,735	-290
初期導入フィー	1,053	868	-185
ロイヤルティ等	2,625	2,567	-58
会費	1,345	1,300	-45

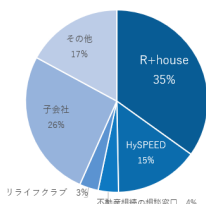
HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

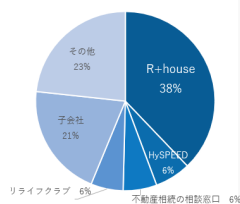
43

商材別の構成比

2020年4月期2Q実績売上高



2020年4月期2Q実績売上総利益



売上の大きい商材
1位: R+house
2位: HySPEED
3位: 不動産相続の
相談窓口
4位: リライフクラブ

HyAS&Co.

(C) HyAS & Co. Inc. All Rights Reserved.

44

ディスクレイマー

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、将来の見通しに関する情報を含みます。

これらは、現在における入手可能な情報に基づく当社の判断によるものであり、将来の業績を保証するものではなく、実際には、これらの記述とは異なる結果を招き得る可能性や不確実性を含んでおります。

それらの可能性や不確実性には、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および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる将来の見通しに関する情報の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

HyAS&Co.

Hyper Asset Solutions

住所による資産形成を営む会社。

決算説明会 質疑応答

【質問者A】

増収要因について教えていただきたいのですが、建設施工事業を始めたことによって売上が上がったものの、粗利はあまり上がらなかったという理解でよろしいでしょうか。

【取締役執行役員 西野】

なかなか分かりづらい収益構造で申し訳ありません。一部は建物が売れたというのも要因として入ってはきておりますが、これらは、もともと予想の中にその部分も入っていました。では、今回どこが増えたかなのですが、商品ごと、または各商品の中でも初期導入フィー、会費、ロイヤルティでそれぞれ粗利率が異なります。当社では予算を出すときに、実は売上総利益をベースに予算を組み、逆算で売上を読んでいく予算の組み方をしているのですが、思った以上に粗利率の低いロイヤルティを伸ばすことができた、ということが結果的に今回の増収になっております。

災害の影響があって落ちてもいるのですが、もしそれがなかった場合は、プラス、さらに売上が伸びていたと思われれます。そういう意味では予想精度が悪いと言われてしまうかもしれませんが、読んでいた以上にロイヤルティの部分が伸びたといえます。

【質問者A】

ロイヤルティ収入とのことですが、いろいろブランドがありますけれども、主にどの部分が伸びているのでしょうか？増収要因について教えていただきたいのですが、建設施工事業を始めたことによって売上が上がったものの、粗利はあまり上がらなかったという理解でよろしいでしょうか。

【取締役執行役員 西野】

基本的にロイヤルティ収入が多いのは、先ほどのR+house事業と、あともう1つ、地盤改良工法のHySPEED事業になります。主に、この2つがロイヤルティ収入を出しているのですが、特に今回伸びていたのはR+houseのほうです。われわれが主力と考えている事業になりますが、こちらのほうが伸びております。

【質問者B】

御社のM&Aの基本戦略についてお伺いします。2017年、2018年にM&Aの実績をお持ちでして、例えばアール・プラス・マテリアルを子会社化し、それからHCマテリアルさんも子会社化されています。ご案内を拝見すると、事業の垂直統合を進めておりますという話題が書かれていますが、今後のM&A方針としてどのようにお考えなのか、この方針がそのまま引き続きいくのか、お差し支えのない範囲でご説明いただければありがたいです。

【代表取締役社長 濱村】

私からお答えします。今までの多くのM&Aは、われわれが当初から仕込んでいる会社でして、競合に対抗するノウハウなどをためた会社になります。これを最終的に当社の資本を入れて吸収する、これが基本的なパターンになります。それらの会社は、もちろんそのままにしているものも一部ありますが、時期がきたら吸収をしようと考えており、現段階でもあと数社は検討しております。

R+house事業に関連するアール・プラス・マテリアルとHCマテリアルという会社ですが、これらの会社の収益率が大変高くなっております。これらの会社は、R+houseが大きくなるにつれ利益が比例して大きくなります。現在はR+houseは2,000棟弱の受注レベルですけど、これが例えば4,000棟、5,000棟に近づきますと、飛躍的に収益を生むことになります。このように、子会社とすることで業績を拡大できる時期になった会社に対してM&Aをする、基本的にはそのパターンです。例えば、銀行の紹介などでまったく新しい会社をM&Aする、など、そういうことは考えておりません。

その他のパターンとしては、免許が必要なビジネスをやることもありますので、例えば建設業免許ですとか不動産業免許とかですね。そういうものを将来、取得していくのにM&Aという形を取る場合も出てくる可能性はあります。

【質問者B】

最初に言われた、“仕込んでいる会社”とはどういう意味でしょうか？

【代表取締役社長 濱村】

例えばアール・プラス・マテリアルという会社は、創業当時からわれわれがコンサルティングしている会社でした。また、その会社のトップは、以前、私が別の会社にいたときの私の部下だった人です。その人がたまたま50%・50%で、ある方と出資し合って会社をつくった。そしてある一定規模まで持っていったところで、そろそろ加速しましょうか、ということで、われわれが50%出資してグループ会社としました。おそらく、このようなパターンが多いのではないかと思います。もちろんまったく外部の方ではなく、もともとグループに非常に近い人たちもいらっしゃいましたけど、そういう方たちとの場合はなるべく早めにM&Aをかけております。

今回は切り出す手法も、家価値サポートという会社でやりました。もともと内部で持っていた事業を外に切り出して、そこへ資本を入れてもらうという手法です。シロアリの除去策といいますか、防蟻処理という分野があるのですが、これに関してすでに130万戸もストックがありノウハウもある会社と一緒に会社を作りました。ここをエンジンとしてアフターサービス、アフターサポートのビジネスを展開していきます。こういうやり方も今後でてくると思います。