



株式会社AVANTIA

2020年8月期 第2四半期

決算説明会

(証券コード：8904)

2020年4月14日

【はじめに】

昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大、並びに緊急事態宣言を含む政府自治体等の要請等を勘案し、2020年4月14日16時より開催を予定しておりました決算説明会を中止とさせていただきます。

従来より、決算説明会開催後に当社ホームページに掲載させていただいておりましたが、今回の中止を受け、当該説明会資料に加え、ご説明すべき補足コメント等をスクリプトとして記載した資料も併せて公表させていただくことといたしました。

何卒ご理解のほど、よろしく願いいたします。

1. 2020年8月期 第2四半期決算の状況	P. 2
2. 事業環境・今期の見通し	P. 9
3. 長期ビジョン・中期経営計画2022 展開施策・進捗状況	P.15
4. 会社概要	P.32



1. 2020年8月期 第2四半期決算の状況

(単位：百万円 単位未満切捨て)

■ 上期前半の戸建・マンションの受注に苦戦し、引渡棟数が未達 → 前期比増収・減益、計画比減収・減益 (2020.3.30 下方修正)

	2019年8月期 第2四半期実績		当初計画 (2019.10.11発表)		2020年8月期 第2四半期実績			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期比	計画比
売上高	16,241	100.0%	17,442	100.0%	16,489	100.0%	+248(+1.5%)	△953(△5.5%)
売上総利益	2,579	15.9%	2,764	15.8%	2,341	14.2%	△238(△9.2%)	△423(△15.3%)
販売管理費	2,285	14.1%	2,384	13.7%	2,268	13.8%	△17(△0.7%)	△115(△4.9%)
営業利益	293	1.8%	379	2.2%	72	0.4%	△221(△75.4%)	△307(△81.0%)
経常利益	395	2.4%	490	2.8%	218	1.3%	△176(△44.7%)	△271(△55.4%)
四半期純利益*	303	1.9%	308	1.8%	125	0.8%	△178(△58.6%)	△183(△59.3%)

* 前期発生した特別利益(生命保険料受取)が喪失

【通期業績の見通し】

上期後半から受注は好転し、前半の不調を取り戻しつつある状態

→ 足元の受注状況を勘案し、通期業績については、現時点で据え置き

※ただし、新型コロナウイルス感染症の影響に不透明さが残る

【第2四半期決算の概況】

- ・ 前年同期比で「増収・減益」
- ・ 計画比では「減収・減益」
→ 2020.3.30 第2四半期決算の業績予想について修正開示
- ・ 計画未達の要因は主に下記の3点
 - ① 想定以上に消費増税に伴い顧客マインドが低下し、上期前半を中心に受注獲得に苦戦を強いられたこと
 - ② 受注苦戦により、上期に引渡を計画していた建売物件の受注が伸びず、引渡棟数が不足したこと
 - ③ 引渡棟数の不足に伴い、製造原価に占める固定費(労務費)負担が重く、売上総利益率を低減。これに伴い営業利益を圧迫したこと
- ・ 通期業績の見通しに関しては、現時点では「据え置き」
→ ただし、新型コロナウイルス感染症の収束の見通し、今後の影響には不透明さが強く、精査を続けていく

戸建住宅

- 受注棟数：353棟（前期比：△29棟、計画比：△82棟）
- 引渡棟数：313棟（前期比：△16棟、計画比：△39棟）
- 販売単価：38,255千円（前期比：+1,386千円）

【要点】

- ・消費増税後の顧客マインド低下が1Qの受注苦戦に大きく影響
→ 上期引渡可能な建売住宅の積み上げができず、引渡棟数の未達に響く
- ・一方で、土地価格の上昇等により販売単価が上昇し、セグメント売上高は増収確保
- ・12月以降受注は好転し、足元も堅調持続。下期挽回に向けた新規物件計画にも目途
→ 現時点で、受注活動への影響は限定的に留まる想定

マンション

- 受注戸数：18戸（前期比：+5戸、計画比：△9戸）
- 引渡戸数：9戸（前期比：±0戸、計画比：△6戸）

【要点】

- ・前期より期ズレしたサンクレーア上社の販売が序盤に伸び悩んだ
→ 足元は好転。1月中旬販売開始のサンクレーア桜通泉とともに商談は活発化

一般請負工事

- 売上高：3,087百万円（前期比：+124百万円、計画比：+189百万円）
- セグメント利益：74百万円（前期比：△40百万円、計画比：△15百万円）

【要点】

- ・前期の風水害に伴う特需(高利益率)の反動で利益は反落

その他

- 売上高：302百万円（前期比：+45百万円）
- リフォーム売上：213件/140百万円（前期：159件/108百万円 前期比：+54件/+31百万円）

【要点】

- ・リフォームの受注はほぼ計画通り順調に推移。仲介事業も立ち上がり
- ・土地仲介の請負住宅への誘導、AVANTIA店舗へのノウハウ落とし込みを開始

【各セグメントの概況】

1. 戸建住宅事業

- ・販売単価の上昇を受けセグメント売上高は増収を確保
- ・前半の受注苦戦を受け、年末年始の販売促進、CM等にテコ入れ
→ 経費先行したが販売活動に好影響を与え、12月以降受注持直し
受注獲得は好転し、足元も堅調さを持続
- ・販売現場においても、新型コロナウイルス感染症に伴うマインド低下等は見られず、現時点で影響は限定的に留まる想定

2. マンション事業

- ・工事遅延により販売が遅れた「サンクレーア上社」を9月より販売を開始
→ 近隣の大手マンションデベロッパー物件と販売時期重なり出だし苦戦
上期の受注、引渡計画を下回った
足元は、競合物件経由の顧客流入が活性化し、受注は回復
- ・1月中旬に販売開始した「サンクレーア桜通泉」は順調に受注獲得が進む

3. その他の事業

- ・今期よりリフォーム工事、不動産仲介等を集約(前期実績は遡及修正済み)
- ・重点的に取り組んでいるリフォーム事業は件数・収益ともに順調に伸長

		戸建住宅	マンション	一般請負工事	その他	合計
2019.8期 2Q	売上高	12,663	357	2,963	256 ※	16,241
	セグメント利益	142	△43	114	72 ※	293
2020.8期 2Q	売上高	12,690	408	3,087	302	16,489
	セグメント利益	△0	△60	74	106	72
前期比	売上高	+27	+51	+124	+45	+248
	セグメント利益	△143	△17	△40	+34	△221

(セグメント利益合計は、△54百万の連結調整を含む)

【戸建住宅】

- ・消費増税に伴う顧客マインドの低下により、受注・引渡ともに積み上げに苦戦
- ・引渡棟数(戸数)が不足したことで固定費(労務費)負担重く、利益を圧迫
→獲得利益(売上総利益)が大きく減少
- ・ブランディング強化および社名変更に伴うプロモーションは効率化しつつ実施
→販売テコ入れに向けたキャンペーン等の追加施策で広告宣伝費・販売促進費は先行

◎施策展開と新規物件の供給増加により受注環境は好転

【その他】

- ・今期よりリフォーム事業、不動産仲介事業等を集約 (*前期実績遡及修正済み)
- ・(株)サンヨー不動産によるリフォーム事業立ち上げは順調に進捗
- ・2Q末より(株)プラスワンを連結し、さらなる事業強化と拡大を見込む

【セグメント利益について補足】

1. 戸建住宅事業

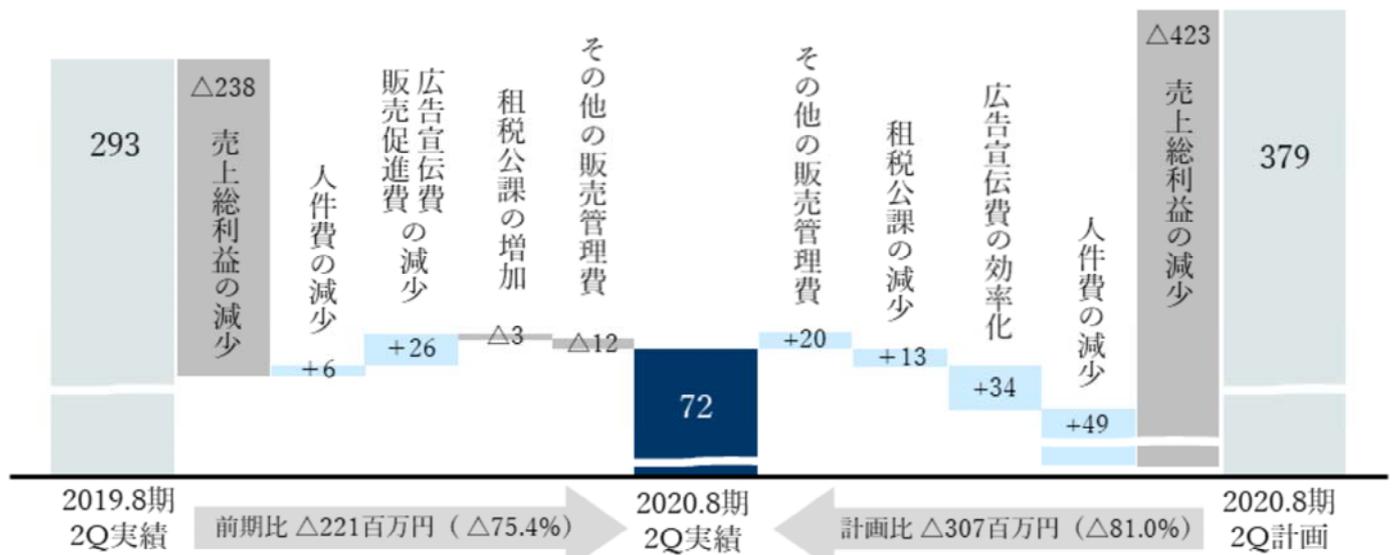
- ・利益獲得に関しては、引渡棟数の不足によるところが大きい
- ・受注苦戦に対し下記施策を実施し受注状況は好転
 - ① 当初計画していたブランド認知および社名変更に伴うTV-CM等のプロモーションは投入計画を見直し、年末年始に比重増加
 - ② 販売促進キャンペーンの内容増強（照明器具・家具・家電の付加等）
 - ③ 新規物件の供給量を上記施策と合わせ増加
- ・足元の受注状況も堅調さを持続しており、下期挽回に向け注力

2. その他の事業

- ・長期ビジョン(後述)のもと「総合不動産サービス」の提供を目指している
- ・今期より「その他の事業」には、リフォーム、不動産仲介、中古住宅等の各事業を集約（前期実績については遡及修正済み）
- ・総合不動産サービス実現に向け、2019年7月「(株)サンヨー不動産」設立、2019年10月「(株)プラスワン」をM&Aによりグループ化し体制強化
- ・中でもリフォーム事業に関しては、当社の過去に引渡した15,000棟超への提案営業に注力しており、順調に受注獲得が進む

戸建住宅の苦戦で利益が大幅に未達

- 引渡棟数の不足に伴い、売上総利益の減少が大きく響く
- 広告宣伝費は、CM制作手法等の内容・構成を見直し大きく効率化
- 租税公課は、順調に用地取得が進んだことで増加
ただし、前半の受注苦戦を受け、一時的な取得抑制で計画比では減少
- その他、(株)プラスワンのグループ化(M&A)に関連する諸費用等が発生



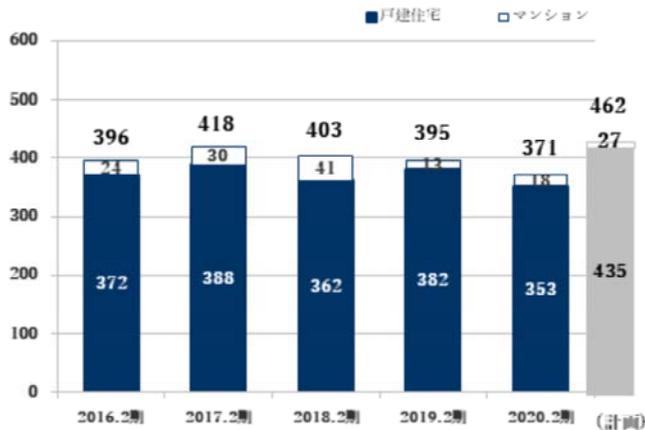
Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

【営業利益減少要因分析】

- ・ 営業利益の減少について、主な要因は上記のとおり
- ・ 広告宣伝費について、TV-CMの制作手法や露出構成等を見直し
 → SNSを中心とする動画広告等のWebプロモーションも強化
 ※ 宣伝効果を高めつつ、CM製作費・出稿料の両面で大きく費用を削減

受注棟数

371棟 (前年同期比24棟減・計画比91棟減)



引渡棟数

322棟 (前年同期比16棟減・計画比45棟減)



■ 受注

【戸建】

- ・消費増税後のマインド低下を受け前半苦戦
- ・12月以降徐々に回復し、足元は好調回復

【マンション】

- ・サンクレーア上社(全27戸)の受注が出遅れ
- ・競合物件からの顧客流入始まり、商談活性化

■ 引渡

【戸建】

- ・上期引渡可能な建売受注が伸び悩み苦戦
- 受注残：305棟 (うち建売完成待ち102棟)

【マンション】

- ・サンクレーア鶴舞公園：2戸 (全戸引渡完了)
- ・サンクレーア上社：7戸

Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

【2Q累計受注・引渡棟数】

1. 受注

①戸建住宅

- ・前半は消費増税により顧客マインドが低下し受注獲得に苦戦
- ・販売促進のテコ入れにより、後半盛り返すも計画を大きく未達
- ➔12月以降受注は回復し、足元も堅調に推移

②マンション

- ・前期販売を予定していたサンクレーア上社(全27戸)の工事遅延で、今期9月に販売開始
- ➔近隣の大手デベロッパー物件と競合し、出だしに苦戦 (受注11戸)
- ・サンクレーア桜通泉(全28戸)は、1月中旬より販売開始(受注5戸)

2. 引渡

①戸建住宅

- ・前半の受注苦戦の影響で、引渡可能な建売物件の積み上げ不足
- ・上期受注353棟のうち、102棟は完成前契約の受注残として下期引渡

②マンション

- ・サンクレーア鶴舞公園は前期末残2戸を販売・引渡 (全戸完売・引渡)
- ・サンクレーア上社は、順次引渡を開始 (引渡7戸)

(単位：百万円 単位未満切捨て)

■ 販売用地の仕入増加に伴い、借入金が増加

	2019.8期	2020.8期 2Q	増減		2019.8期	2020.8期 2Q	増減
流動資産	37,517	40,041	2,523	流動負債	12,057	14,600	2,543
現金預金	10,987	8,396	△2,590	支払手形・工事未払金等	3,391	3,516	125
たな卸資産	24,297	28,601	4,304	短期借入金等(※)	6,732	9,402	2,669
その他	2,233	3,043	810	未成工事受入金	666	574	△91
固定資産	4,228	4,501	272	その他の流動負債	1,266	1,106	△159
有形固定資産	2,740	2,901	161	固定負債	4,995	5,389	394
無形固定資産	135	214	78	長期借入金	4,270	4,646	375
投資その他	1,352	1,385	32	その他の固定負債	724	742	18
資産合計	41,746	44,542	2,796	負債合計	17,052	19,989	2,937
				純資産合計	24,694	24,553	△141
				負債純資産合計	41,746	44,542	2,796

※短期借入金等には、短期借入金のほか1年内返済予定の長期借入金を含んでおります。

自己資本比率：55.1%（前期末比 4.1ポイント減）

【貸借対照表の状況】

- ・販売用地の獲得が順調に進んでおり、たな卸資産は増加
一方でその取得資金として有利子負債(主に短期借入金)が増加
- ・純資産の減少は、配当金支払い(277百万円)等による



2. 事業環境・今期の見通し

2019年10月1日 消費税が8%から10%に増税

- 「大きな駆け込み需要・反動減は想定しない」という想定
→ 消費増税前後の住宅着工戸数(分譲戸建)は1年を通じて堅調に推移

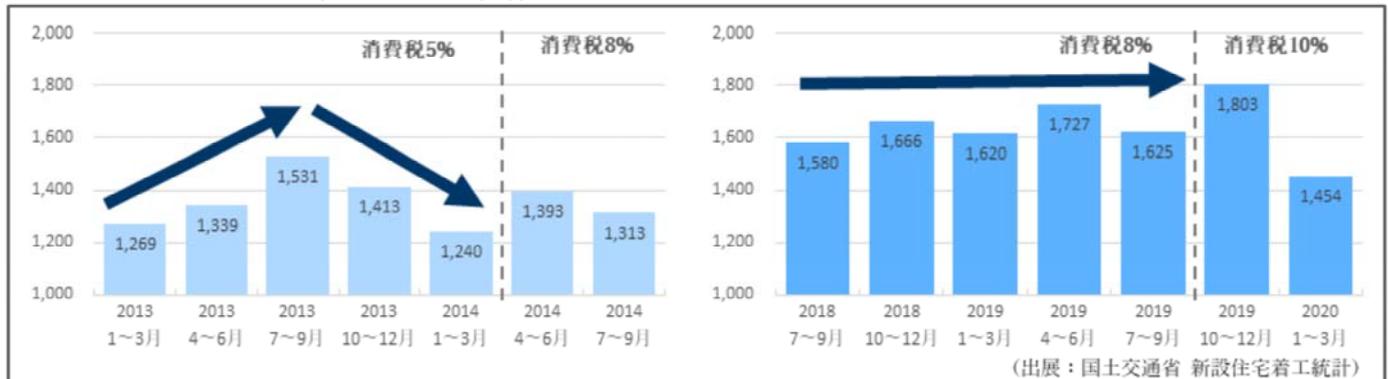
(実際の状況)

- 増税前の駆け込み的な動きは少なかったが、増税後のマインドに一定のマイナス影響
→ 物件(土地)価格上昇と供給過剰などが重なり、住宅取得に向かう動きが増税前後中心に鈍化

(当社の状況・対応)

- 上期前半の受注獲得は想定以上に苦戦
→ 新規物件供給、建物完成披露に合わせ販促テコ入れ(社名変更CM、キャンペーン展開など)
- 上期後半から受注は好転。足元も堅調に推移

中部圏 分譲戸建着工棟数 (月平均: 単位(戸))



Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

10

【消費増税に関して】

- ・ 下記背景により、大きな駆け込み需要、反動減は想定しなかった
 - ① 前回の8%への増税からさほど時間が経過していないこと
 - ② 政府の増税対策として主に駆け込み、反動減抑制策が充実していること等
- ・ 新設住宅着工の実績推移(グラフ)からも業界全体のマインドとして、駆け込み・反動を想定していなかったことが確認できる
※ 駆け込み需要の兆候は、施工3か月、販売期間3か月程度とした場合、半年前ごろまでに着工ピークが現れる傾向
→ 今回増税時は、増税前1年間通じても高位横ばいで推移し、目立った兆候はなし
- ・ 消費増税前後における状況(実感)の主なポイントは下記2点
 - ① 多くの同業者が強気に物件供給を行ってきたため供給過多に近かった
 - ② 税制等の増税対策で増税後の負担増が少ないことで選別傾向が強くなった
 その他、海外情勢や種々の要因により先行き不透明感が強まっていたことも複合的に顧客マインドに一定のマイナス作用を及ぼしたと分析
- ・ その結果、当社も増税前後を中心に顧客の動きが鈍くなり、受注獲得に苦戦を強いられることとなった

【新型コロナウイルス概況】

- 12月：中国にて原因不明の肺炎流行を確認
→ 1月7日 原因が新種のコロナウイルスと特定
- 1月：中国以外の地域での感染が次々に確認される
→ 日本においては、1月16日に初の感染者が発生
※中国では移動制限を含む“封じ込め対策”開始
- 2月：世界各国で感染が急速に拡大・流行
→ 感染地域の工場稼働停止などサプライチェーンへの影響が顕在化
- (2月中旬)
一部の住宅設備の欠品・納品遅延が発生
(主にキッチン・トイレ・洗面など)
- 3月：出入国、外出禁止等の強力な対策を各国実施
→ ニューヨーク等の主要都市が非常事態宣言
- 4月：日本国内7府県に緊急事態宣言発令(4月7日)

【当社の対応】

メーカーからの一報入手直後に対応開始

- お客様への影響最小化を優先
 - ① 注文確定分の住設機器を確保・確認
 - ② メーカー、機種問わず代替品確保を指示
 - ③ 建築中建売商品の設備を転用
 - ④ 来期販売予定物件の工程調整等

- ▶ キッチン(食洗器・IH等)、トイレ等の主要住宅設備の受注残(確定)分の確保完了
- ▶ 他の住宅設備、建材等への影響波及を懸念取引先と連携を密に対応中

※現時点で大きな影響は想定しない

- ◆ 2月に判明した住宅設備の供給遅延・不足の影響は僅少
→ 3月末時点で主要メーカーが供給を再開。緊急対応による代替品の確保も十分あり、当面の引渡には影響なし
- ◆ 現時点において、その他の建材・資材への目立った影響は見られない
→ 一部建材等についても懸念発生時点で一定量の確保を行っており、当社施工物件への影響は無いものと判断

【新型コロナウイルスの感染症の影響について】

- ・ 1月下旬、武漢市等の都市封鎖により国内製造業のサプライチェーンに影響
→ 住宅設備メーカー各社が2月中旬に一部商品の欠品、新規注文の停止等の措置を行う事態に影響拡大
- ・ 当社は、影響懸念を察知した段階で「お客様に対する住宅引渡」を最優先し、迅速に対応を開始（主な実施項目は上記）
→ 3月末時点で受注残および当面の引渡への影響は最小限
- ・ 現時点では、2月中旬に発生した影響は収束し、製造・流通も再開
→ 住宅設備メーカーHP等で順次公表
- ・ その他の建材等の不足等も懸念されたが、現時点で重大な影響は確認されておらず、また当社としても一部の部材については先行対応、確保済み
- ・ 当社においては、住宅設備に対する初動対応を含め、都度適切に対応し、現時点での当期引渡物件への影響は限定的であると判断

	当初計画 (2019.10.11公表)	2020.4.13時点		
		2Q実績	進捗	業績見通し
売上高	41,789	16,489	39.5%	41,789
営業利益	1,675	72	4.3%	1,675
経常利益	1,884	218	11.6%	1,884
当期純利益	1,263	125	10.0%	1,263

通期業績の見通しは“据え置き”とする

- ◆ 戸建・マンションともに上期の遅れを取り戻すレベルまで受注は回復
 - 足元の販売現場への来客・来場の状況にも落ち込みは見られず足元も堅調に推移
 - ※ 引渡棟数の未達可能性も、販売単価上昇や請負住宅、リフォーム等の収益が相殺
- ◆ 一般請負工事も受注・受注残ともに堅調。当初計画水準で着地見込み

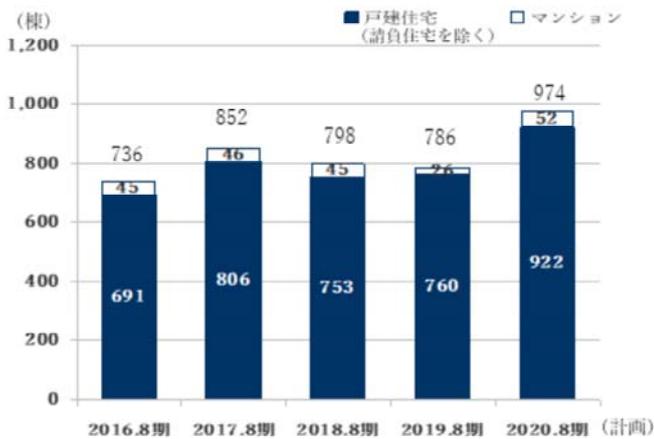
【懸念材料】

- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大・収束の見通しは不確実性が極めて高い
 - 事業活動に及ぼす影響を最小限に留めるべく、柔軟かつ適切に対応を行う
 - 住宅設備や建材の供給停止・遅延に伴う、工期の長期化、引渡の期ズレ
 - 経済の急速な停滞・低迷・悪化による景気・不動産市況の悪化など

【通期の見通し】

- ・ 主に下記の理由により、通期業績は現時点で「据え置き」とした
 - ① 現時点において販売活動の現場への影響は限定的。受注は堅調さを持続
 - ② 通期の引渡棟数目標のハードルは高いが、販売単価上昇、請負住宅の増加、リフォーム工事の収益増加等も見込まれ、収益を押し上げていく見通し
 - ③ 住宅設備・建材の不足等は十分に対応済み(前ページ説明)であり、現時点においては、施工、引渡に影響なし
- ・ ただし、新型コロナウイルス感染症の影響については不確実性が非常に高く一定の前提を置くことも困難であると認識
- ・ 様々な影響、リスクを想定し、状況を注意深く観察しつつ、柔軟かつ適宜・適切に対応する方針
 - 住宅設備や建材に関する製造・サプライチェーンの停止や遅延等に伴う工期の長期化や期ズレ、リスケジュールリング
 - 景気・経済の急速な悪化に伴う、不動産市況の悪化、顧客マインド減速等
- ・ 引き続き、当社事業活動、業績に与える影響の精査を続け、必要に応じて速やかに公表する

受注棟数 974棟 (前期比: +188棟)



引渡棟数 929棟 (前期比: +91棟)



■ 受注

【戸建】

- ・ 足元の堅調さを持続すべく継続して物件を供給
- 2Q末販売区画数: 645区画
- 下期供給区画数: 322区画(取得済みのみ)

【マンション】

- ・ サンクレーア上社(全27戸) 2019/9~ 販売
- ・ サンクレーア桜通泉(全28戸) 2020/1~ 販売

■ 引渡

【戸建】

- ・ 879棟 (前期比76棟増) の引渡を計画
- 上期引渡: 313棟
- 上期受注残: 305棟
- 下期受注分: 261棟 (主に建売物件)

【マンション】

- ・ サンクレーア上社(全27戸) 順次引渡開始
- ・ サンクレーア桜通泉(全28戸) 2020/7 竣工

Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

【通期の受注・引渡棟数目標について】

1. 受注

① 戸建住宅

- ・ 足元の顧客動向は堅調さを維持している
- ・ 手持ち在庫(建売含む645区画)、今後の投入確定分(322区画)と材料十分
➔ 通期引渡目標の達成に向け、建売物件中心に販売強化を進める

② マンション

- ・ サンクレーア上社(全27戸)の販売に注力 (2Q末残16戸)
- ・ サンクレーア桜通泉(全28戸)は竣工前完売目指す(2Q末残23戸)

2. 引渡

① 戸建住宅

- ・ 上期引渡313棟+上期受注残305棟=618棟
- ・ 下期の建売受注を中心とする物件引渡261棟
➔ 手持ち在庫+新規供給の材料は揃っており、目標達成に向け全力

② マンション

- ・ 上期引渡9戸+サンクレーア上社20戸+サンクレーア桜通泉21戸の計画
➔ 上社は契約後順次引渡。桜通泉は7月竣工・引渡開始予定
上社・桜通泉共に早期完売による上積み目指す

■ 発行済株式総数	14,884,300株
■ 株主数	13,401名
■ 単元株式数	100株

【株主優待】

保有期間	保有株式数	優待内容
1年以上継続(※)	100株以上～500株未満	QUOカード 1,000円分
	500株以上	QUOカード 2,000円分

※保有期間1年以上継続とは、毎年8月31日を権利確定日として、2月末日現在および8月31日現在の株主名簿に連続して3回以上記載または記録されていること。

※経過措置として、次回(2020年8月31日基準)の株主優待に限り、2020年2月29日現在の株主名簿ならびに2020年8月31日現在の株主名簿に連続して2回記載または記録された株主様を1年以上継続保有とみなす。

【配当金】

2020年8月期 配当計画

中間19円(実績)+期末19円(計画)

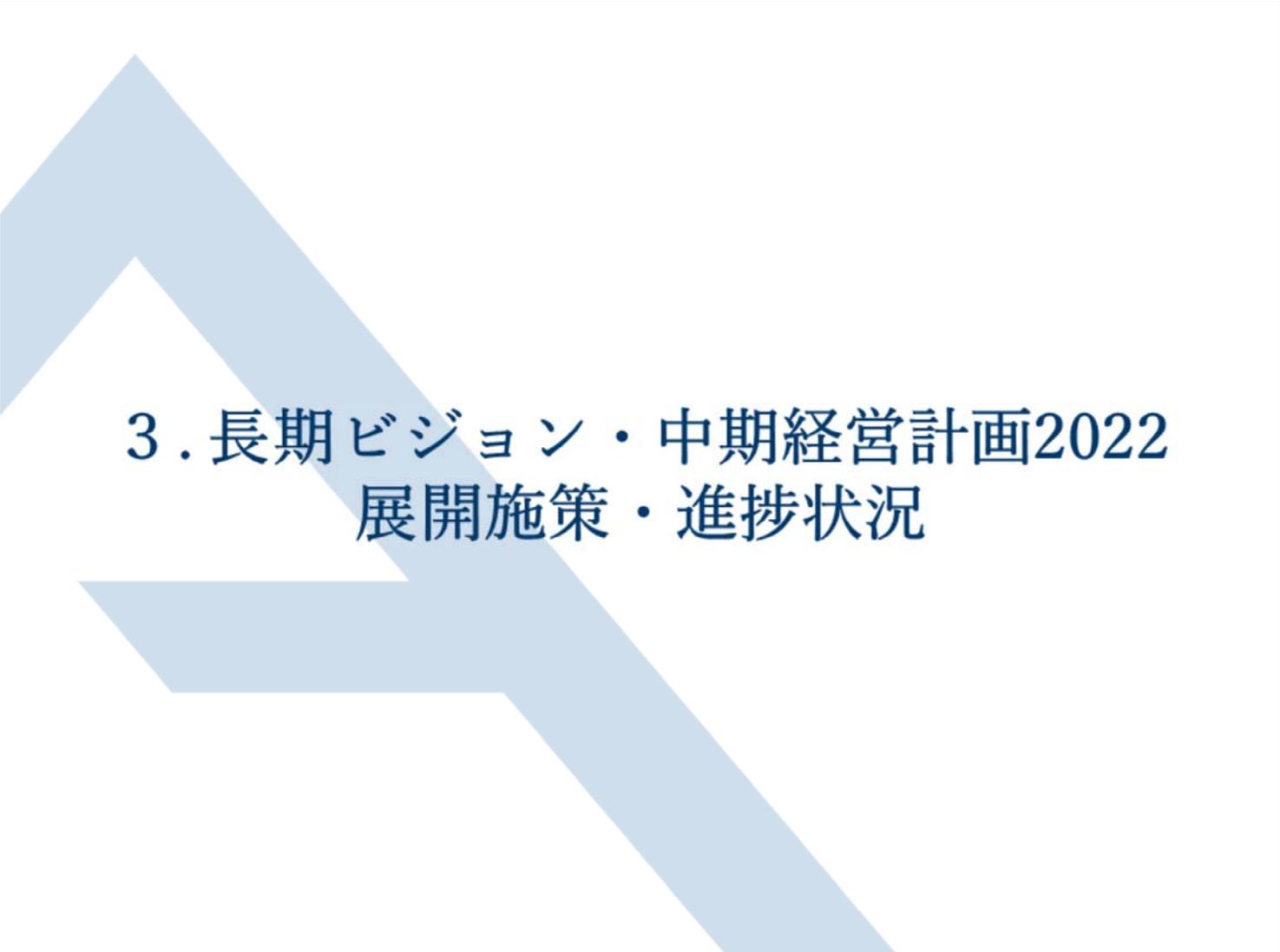
= 年間 38円

予想配当性向 : 43.9%
(優待込 : 55.5%)
配当利回り※ : 6.9%
(優待込 : 8.7%)

※配当利回りは、4月10日終値549円で算出

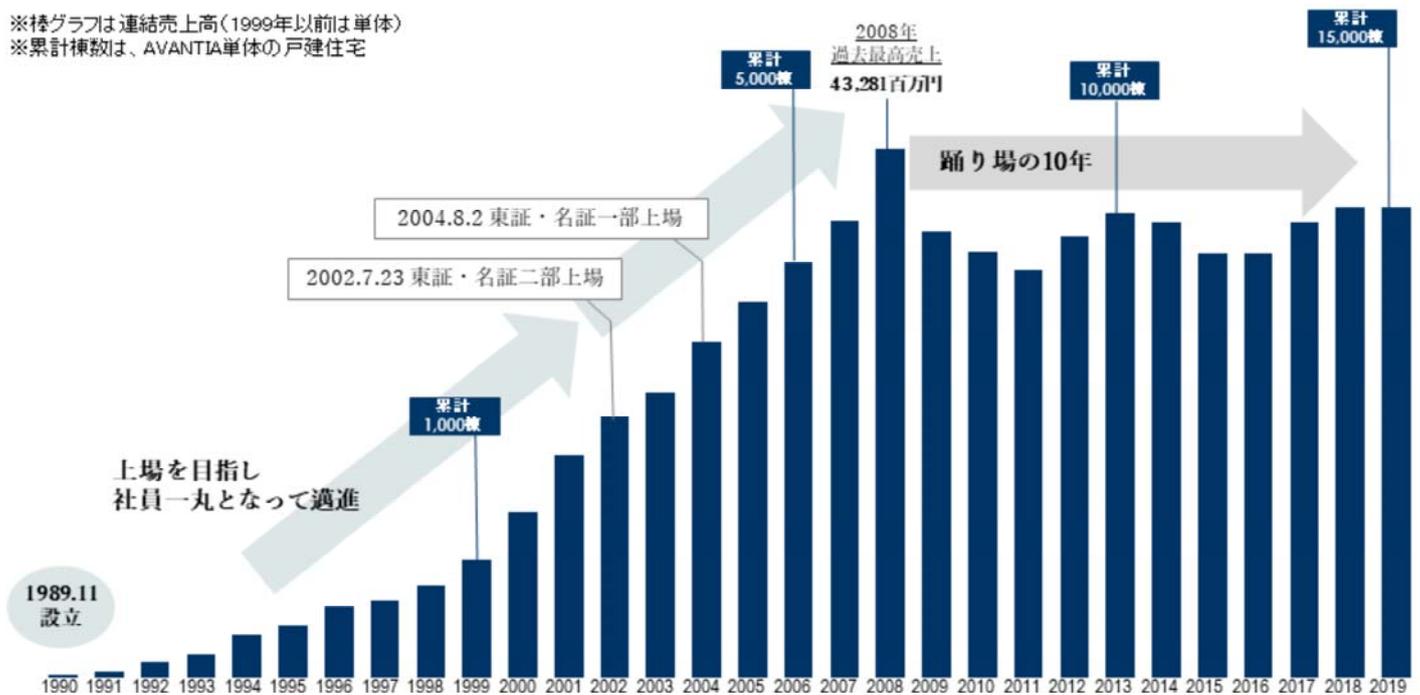
【株主還元】

- 株主優待は、上記のとおり改変(2020.1.17公表)
 - ①保有期間制限追加: 1年以上保有(株主名簿に連続3回以上記載)
 - ②保有株式数の優遇: 500株以上でQUOカード2,000円分
- 配当金は計画通り中間配当金19円を決議。年間38円(期末19円)の計画



3. 長期ビジョン・中期経営計画2022 展開施策・進捗状況

※棒グラフは連結売上高(1999年以前は単体)
 ※累計棟数は、AVANTIA単体の戸建住宅

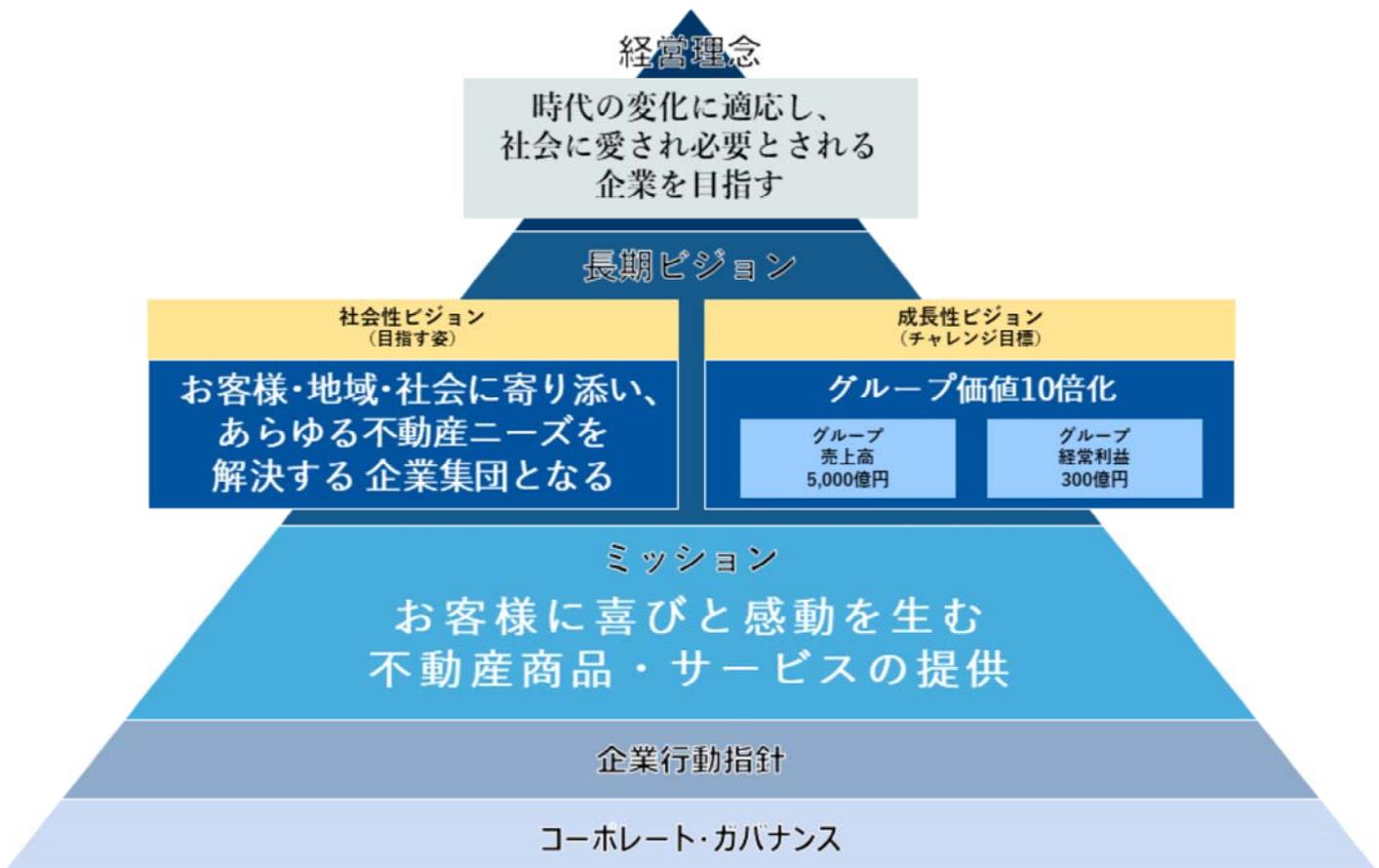


成長の踊り場を脱却し、新たな成長と企業価値創出に向け
 全役職員共通の目標として **“長期ビジョン”** を策定

Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

【長期ビジョン策定の背景】

- ・当社は1989年11月に設立し、戸建住宅の販売により成長
- ・2002年7月に東証・名証2部上場、2004年8月には東証・名証1部指定
- ・上場という明確な目標は社員のモチベーションとなり成長を後押しした
- ・上場を果たしたものの2008年リーマンショックによる景気後退をきっかけとして業績・成長は横ばいとなり、“踊り場の10年”を過ごし現在に至る
- ・この“踊り場”を脱却し、さらなる持続的な成長と企業価値創出に向け、役職員全員が共有する“目標”として「長期ビジョン」を策定



Copyright © AVANTIA CO., LTD ALL RIGHT RESERVED.

17

【AVANTIAグループ 新理念体系】

経営理念：当社グループの普遍的な考え方

「時代の変化に適応し、社会に愛され必要とされる企業を目指す」

長期ビジョン：当社が目指す姿とビジョン実現までに目指す企業規模水準

①社会性ビジョン（目指す姿）

「お客様・地域・社会に寄り添い、あらゆる不動産ニーズを解決する企業集団となる」

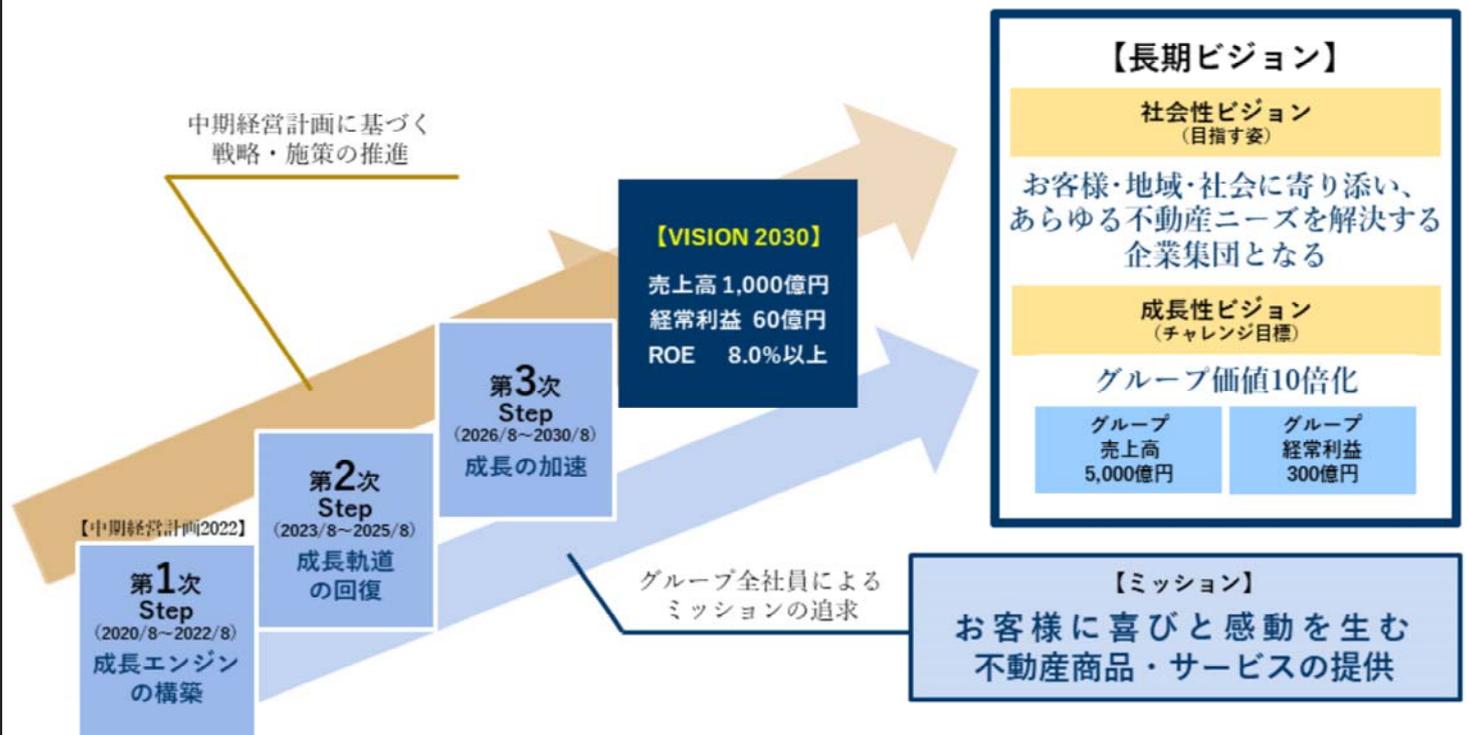
②成長性ビジョン（チャレンジ目標）

「グループ価値10倍化：売上高5,000億円、経常利益300億円」

ミッション：我々が果たすべき使命＝成長の源泉

「お客様に喜びと感動を生む不動産商品・サービスの提供」

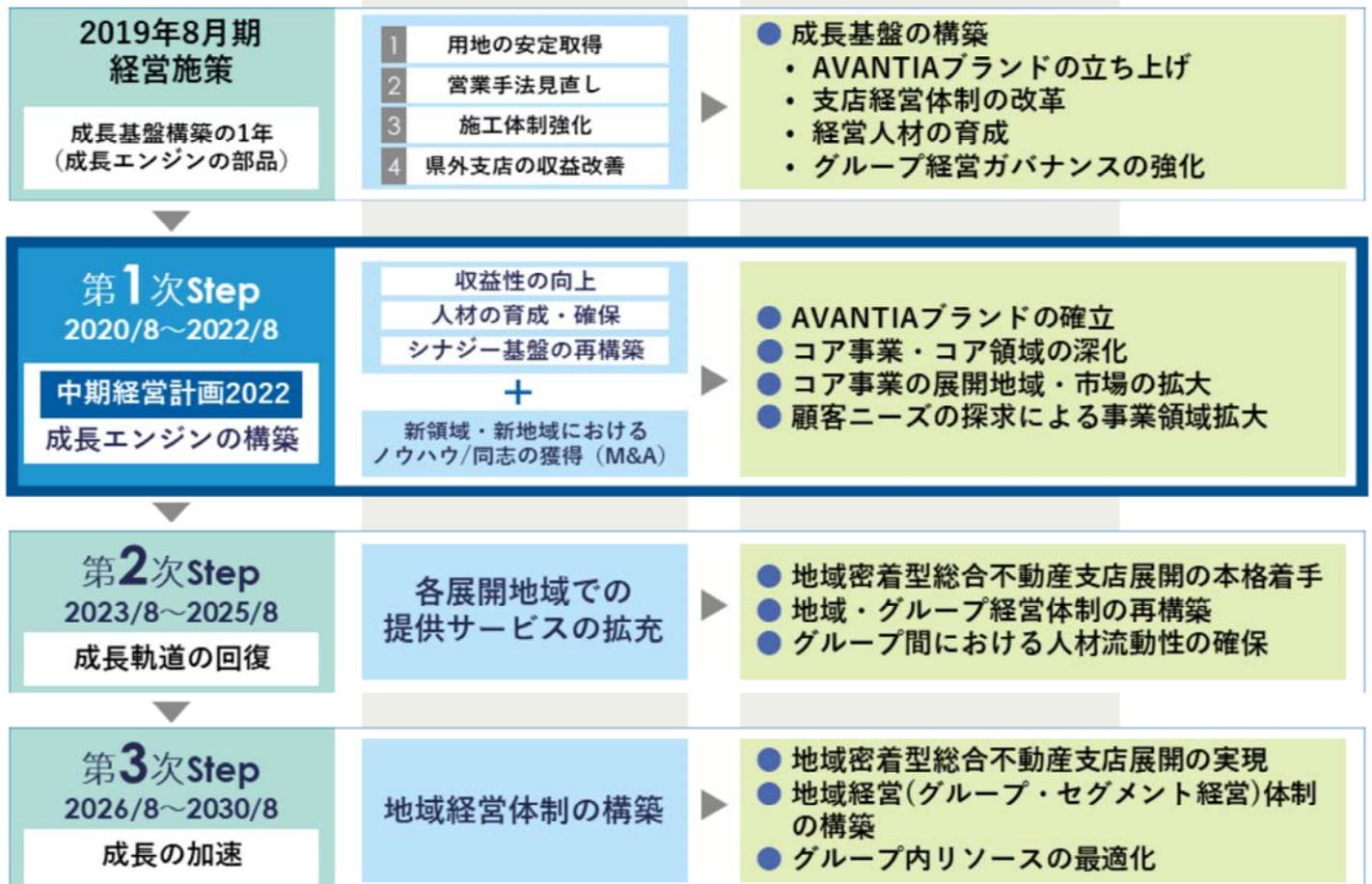
- ビジョン達成に向けたマイルストーンとして『VISION2030』を設定
- 3段階のステップで「ビジョン実現」と「企業価値2倍」を目指す
- 『中期経営計画2022』は、ビジョン実現に向けた“重要な投資期間”と位置づけ



Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

【長期ビジョン実現に向けたステップ】

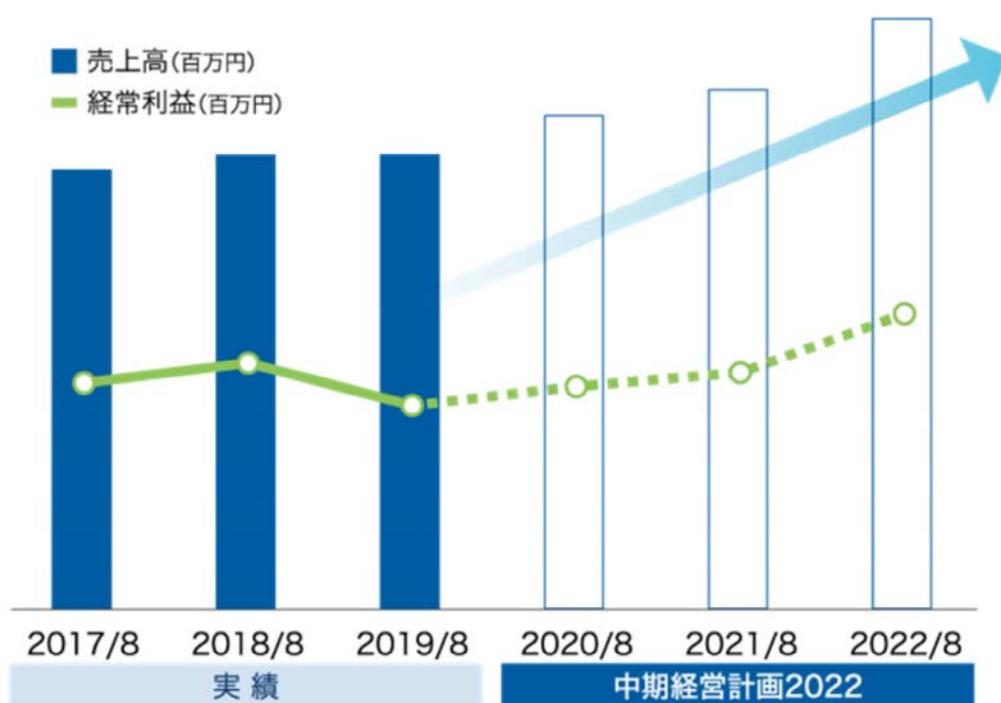
- ・ 長期ビジョン実現のマイルストーンとして「VISION2030」を設定
- ・ VISION2030は、3ステップの中期経営計画での実現をイメージし、売上高1,000億円、経常利益60億円、収益性ROE8.0%以上を目標水準とした
- ・ 今期より「中期経営計画2022」に基づいて各種の施策を展開
➡ビジョン実現に向けた「重要な投資期間」として位置づけ



【成長戦略の概要】

- ・ 各中期経営計画のポイントは上述のとおり
- ・ 中期経営計画2022は、成長基盤構築として下記4点が重要テーマ
 - コア事業、戸建住宅「AVANTIA」ブランドの確立に向けて強化
 - 地盤である愛知県を中心とする東海圏をコアエリアとして深耕を図る
 - コア事業の展開地域を拡大し、新たな販売網・市場を構築する
 - 顧客ニーズに基づく不動産ビジネスの領域を拡大していく
- ・ 第2次ステップ、第3次ステップは、「中期経営計画2022」の成長投資を回収し、さらに拡大していくフェーズと位置付け

目標水準（2022年8月期、2030年8月期）



最終年度目標 (2022/8月期)

売上高
500億円

経常利益
25億円

ROE
6%以上

引渡棟数
1,200棟

VISION2030 (2030年8月期)

売上高 **1,000億円**

経常利益 **60億円**

ROE **8.0%以上**

【2022年8月期・2030年8月期 目標水準】

- ・ 中期経営計画2022最終年度、2022年8月期の目標水準は以下の通り
 売上高 : 500億円
 経常利益 : 25億円
 ROE : 6.0%以上
 引渡棟数 : 1,200棟 (戸建住宅、マンション、請負住宅の合計)
- ・ VISION2030のターゲット年度、2030年8月期の目標水準は以下の通り
 売上高 : 1,000億円
 経常利益 : 60億円
 ROE : 8.0%以上

AVANTIAブランドの継続強化

- ・ブランドプロモーションの展開（会社認知・ブランド認知の向上）
- ・住宅ブランドとしての商品力・魅力の向上

愛知県での戦略

- ・デザインギャラリーを中心とした深耕と総合不動産店舗化の開始

愛知県以外の東海圏、コア外エリアの戦略

- ・建売住宅を中心とした安定供給による地域シェアの増大

重点強化地域

- ① 関西地区 → 3～4店舗体制(宝塚+2～3拠点新設) + 巨勢工務店
- ② 三重地区 → 2店舗(四日市・津) + 宇戸平工務店、プラスワン

周辺事業育成

- ① リフォーム&リノベーション事業確立 → サンヨー不動産の収益化
- ② 土地仲介+請負住宅事業 → サンヨー不動産+AVANTIASシリーズ

新たな展開施策

- ① 首都圏進出開始（自社出店 or M&A）
- ② 総合不動産店舗モデル店スタート

【中期経営計画2022の展開施策】

- ・コア事業である戸建住宅事業のブランド「AVANTIA」を強化し、愛知県を中心とするコアエリア深耕と展開地域拡大が基本方針
- ・地域戦略のポイントとして、関西地区と三重地区を重点地域と設定
- ・総合不動産化の種(タネ)とするリフォームやリノベーション事業、不動産仲介をAVANTIA請負商品(Sシリーズ)を組み合わせた提案を(株)サンヨー不動産で確立していく
- ・同時に、リフォームや不動産仲介事業を得意とする(株)プラスワンとのシナジーを発揮させ、早期の事業確立・収益化を図る
- ・新たな展開としては大きく2点
 - ①国内最大の市場である首都圏に進出する。手法は自社出店もありうるが、M&Aを有効な手段として検討を進める
 - ②総合不動産サービスの提供に向け、リフォーム、不動産仲介を提供するモデル店舗を構築し、提供店舗の拡大を目指す

VISION2030実現に向けた重要期間＝投資期間

■ AVANTIAブランドの強化 【進行中】

住宅商品ブランドとしての認知拡大施策展開と商品力追求

■ プロモーション展開

- 社名・ブランド名の認知・浸透に注力

大衆層：TV-CMやラジオ局公開生放送への協賛(店舗提供)等を活用

コア層：ポータルサイトやSNSを通じたWEB集客強化(特にLINE,Instagram)

■ AVANTIAブランド商品の強化・開発

- AVANTIAコンセプトモデル（新グレード）… [計画中]
- AVANTIAオリジナル住宅設備・インテリア… [計画中]
- 天空の家：都市型ルーフバルコニープラン… [2020年3月販売開始]
- SORAENE：創エネ・環境住宅(太陽光+蓄電池)… [計画中]
- AVANTIAランドスケーププロジェクト… [計画中]

【今期の取り組み(1)】

中期経営計画の方針に基づき現在取り組んでいる施策について

- ・戸建住宅ブランド「AVANTIA」に社名を統一したことを受け、一層の認知拡大に向けたプロモーションを展開
 - 大衆層向けには、TV-CMやラジオCM等のマスメディアを中心に構成し、幅広く認知度・知名度の獲得を目指す
 - 住宅購入層(コア層：20代後半～30代)は、不動産ポータルサイトやLINE、Instagram等のSNSを活用したプロモーションに注力。物件情報だけでなく、住宅商品としての「AVANTIA」の魅力を訴求し、ブランドイメージの浸透を図る
- ・AVANTIAブランドとして住宅商品の強化・開発は継続して行う
 - 計画中のものが多いが、多角的に商品の魅力向上と差別化を図っていく(詳細は次ページ以降)

AVANTIAコンセプトモデルとして新グレードを開発中

- ◆ “美しい家”を目指したAVANTIAを体現するコンセプトモデルとして開発
- ◆ シンプルで無駄のない構造と間取りを追求し、住宅設備や家具を含めトータルでデザイン・コーディネートすることで建物の魅力を最大化
- ◆ キッチンや洗面、リビング家具などはメーカーと共同開発した当社オリジナル品を採用



Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

23

(参考)AVANTIAブランドの強化策の一例

- AVANTIAコンセプトモデルとして新グレードを開発中
近夏発売に向け開発が佳境（第1号物件 知立市山町1期を計画）
- AVANTIAのキーコンセプトである“美しい家”を体現するモデルとして
設計方針、仕様を全面的に刷新
- 基本的にはシンプルな間取り、構造としながら、外溝、住宅設備、各種仕様
をトータルでコーディネート
- 住宅設備メーカー、家具メーカーと協業し、デザイン性と機能性を追求した
AVANTIAオリジナルモデルを開発、採用
- 住環境としての“美しさ”を追求し、住宅の魅力最大化、ブランド付加価値
により、他社との差別化を図る
- AVANTIAのブランドアイコンとなっていくことを目指す
- 完成次第、ホームページ等で公表を予定

AVANTIA “天空の家”

- ◆ 都市型ルーフバルコニープランとして開発
- ◆ ルーフバルコニーの採用で限られた敷地でも充実したガーデンスペースを確保



Copyright © AVANTIA CO., LTD ALL RIGHT RESERVED.

24

(参考)AVANTIAブランドの強化策の一例

- “天空の家”と称して、ルーフバルコニーを持つ商品を開発
 - 主に、土地価格が高く、敷地が小さくなりがちな地域での販売を想定
 - プライバシー性の高いガーデンスペースとして幅広く利用が可能
- 第1号物件 名古屋市港区品川町1期を3月より販売中

■ 販売体制の充実（地域戦略） 【進行中】

コアエリア・重点強化地域を中心に販売体制の見直しを推進

- あま営業所をデザインギャラリー名古屋西支店に統合
 - ➔ 総合不動産モデルのトライアル店舗として4月スタート
- 三重事業部は、四日市支店、津営業所と合わせ順調に受注獲得進む
 - ➔ 宇戸平工務店、プラスワンとのシナジー深化を継続
- 関西事業部は、2月より建売物件が順次完成し、商談が活発化
 - ➔ 拠点増設検討と並行し、着実な販売体制の構築を急ぐ

現在、東海圏を中心に
 ● 5デザインギャラリー
 ● 10支店
 ● 2営業所
 ● 連結子会社 8社
 で事業展開



【今期の取り組み(2)】

- ・ 地域戦略として販売体制の充実に取り組んでいる
 - ① 総合不動産サービスのモデル店舗として、デザインギャラリーを想定
 - あま営業所をデザインギャラリー名古屋西支店に統合(2020.3.31)
 - ② 三重事業部は、四日市支店、津営業所の2店舗体制で戸建住宅を展開
 - 宇戸平工務店(施工)、プラスワン(販売・仲介等)とシナジー深化推進
 - ➔ 連携効果が出始め、上期受注棟数は23棟(前期比8棟増加)
 - ③ 関西事業部は、従前苦戦していた物件確保に目途
 - 建売物件の完成が2月から本格化し、商談も活発化
 - ➔ 立ち上がりが計画より遅れたが下期挽回に向け奮闘中
 - 営業基盤強化に向けた出店計画・候補地選定も進行中

■ 総合不動産サービス店舗化のトライアル着手 【前倒し】

サンヨー不動産・プラスワンとのシナジーによる総合不動産サービスの構築

- リフォーム事業、不動産仲介事業等にグループとして本格着手
- 総合不動産サービス店舗のトライアルを前倒しで着手（2020.4~）
 - サンヨー不動産の営業リソース・ノウハウをDG各店舗に派遣
 - DG名古屋西支店：リフォーム事業・不動産仲介事業を開始
 - その他DG各店舗：リフォーム事業を開始
- 不動産コンサルティングを中心とした対法人営業部隊を創設



【今期の取り組み(3)】

- ・ 総合不動産店舗化に向けたトライアルを、サンヨー不動産、プラスワンとのシナジー（連携、ノウハウ共有）により展開スタート
- ・ 営業リソースの充実したデザインギャラリー各店舗でリフォーム事業を展開
 - デザインギャラリー名古屋西支店は、リフォームに加え、不動産仲介サービスとして提供
 - サンヨー不動産から営業リソースを派遣し、早期のノウハウの落とし込み、収益基盤の確立を図る
- ・ 販売チャネルの拡大、新たなビジネスチャンスの獲得を目指し、法人、地主、資産家等を対象とした不動産コンサルティングを行う「法人部」を新設

■ ESG/SDGs経営の推進 【進行中・順次着手】

企業としての成長と持続的な社会実現の両立可能性を模索

- 「家に住む」「街に暮らす」をテーマにSDGsゴール・ターゲットに誘導
 - 創エネ・環境住宅“SORAENE”開発・販売
 - ➔ お客様の金銭的負担を無く“環境貢献“
 - 住むことに憧れる“美しい街区”
 - ➔ “街”と“コミュニティ”をデザインするプロジェクトを始動
 - なでしこリーグ“NGUラブブリッジ名古屋”のスポンサー参画
 - ➔ チームの地域密着・地域貢献姿勢に賛同
 - “アートのある暮らし”をすべてのお客様に提供
 - ➔ インテリアの一部としての“アート”をお客様が体験
- 健康経営・働き方改革を継続的に推進
 - 経済産業省「健康経営優良法人」の認定に向け準備開始

【今期の取り組み（4）】

- ・ 企業としての責任を一層果たすべく、ESG/SDGsを意識した経営に取り組む
- ・ 着手開始した段階ではあるが、継続して今後も取り組んでいく
- ・ 各詳細は次ページ以降にて説明

創エネ・環境住宅“SORAENE(ソラエネ)”

- ◆ 太陽光と蓄電池のパッケージ住宅を開発
- ◆ “顧客負担実質0円+10年後設備無償譲渡”で、顧客負担なく環境貢献を実現



Copyright © AVANTIA CO., LTD ALL RIGHT RESERVED.

28

【SDGsを意識した取り組み (1)】

- ・住宅で用いる電力を自ら創り、蓄え、使うことに着眼
- ・オプション対応等で提供していたが、太陽光発電装置、蓄電池の初期費用が高額なことで採用が伸び悩んでいた
- ・”SORAENE“は、「お客様の費用負担なく導入」することを前提に開発
 - 発電に適した屋根形状、配置等を物件企画時に担保
 - 余剰電力の売電収入で導入費用を相殺するリース契約をお客様と締結
 - 10年間の固定売電期間終了後は、太陽光発電装置、蓄電池を無償譲渡
 - 機器の保証は15年とし、11年目以降も継続して使用が可能
- ・顧客の費用負担なく、十分なメリットを享受できる商品として普及を推進

AVANTIAランドスケープデザイン

- ◆ “家”だけでなく“街に住む”ことにフォーカス
- ◆ 美しい“街並み”と“コミュニティ”をデザインし、暮らす人々に新たな価値を提供



Copyright © AVANTIA CO., LTD ALL RIGHT RESERVED.

29

【SDGsを意識した取り組み (2)】

- ・ 個別の“家”としてではなく、“街並み”をデザインするという新たな企画
- ・ 単独の“家”だけでは実現できない、大胆な外溝デザインで差別化を図る
 - それぞれの独立性を確保しながら、視覚的に1つの外溝としてデザイン
 - 居住者が空間を共有する意識を醸成し、自然とコミュニティ形成を企図
- ・ AVANTIAランドスケープデザインプロジェクト第一号物件として、名古屋市瑞穂区竹田町1期で開発中（6月販売予定）

NGUラブリーグ名古屋のスポンサーに参画

- ◆ なでしこリーグ一員として地域に密着した活動を行うチーム方針に賛同
→ メンバー・スタッフの雇用やイベントへの協賛等でチーム活動を応援
- ◆ 地域・社会貢献、女性の活躍推進をスポーツを通じて支援



Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

30

【SDGsを意識した取り組み (3)】

- ・ 名古屋市を拠点に地域に密着した活動を行う、なでしこリーグ所属の“NGUラブリーグ名古屋”のスポンサーに参画
- ・ 地域貢献活動や選手育成等を重視したチーム方針に賛同し、メンバー、スタッフの雇用やチームが主催、参加するイベントへの協賛等を計画
- ・ 当社単独だけではなく、様々な組織や団体と共同し、地域貢献・社会貢献を果たしていく

“アートのある暮らし”をAVANTIAが提案

- ◆ アーティストの支援を通じ、住宅のインテリアの一部として“アート”を提案
- ◆ “AVANTIA×Art”として新たな付加価値を創造



Copyright © AVANTIA CO., LTD. ALL RIGHT RESERVED.

31

【SDGsを意識した取り組み (4)】

- ・ インテリアの一部としての“アート”の持つ魅力を提案
- ・ アーティストの支援を通じて、お客様の暮らしの一部に“アート”を付加し、新たな付加価値を提供
 - AVANTIA新築住宅にアート1点をプレゼント
 - 将来的にはアーティストと購入者の橋渡し役も検討中



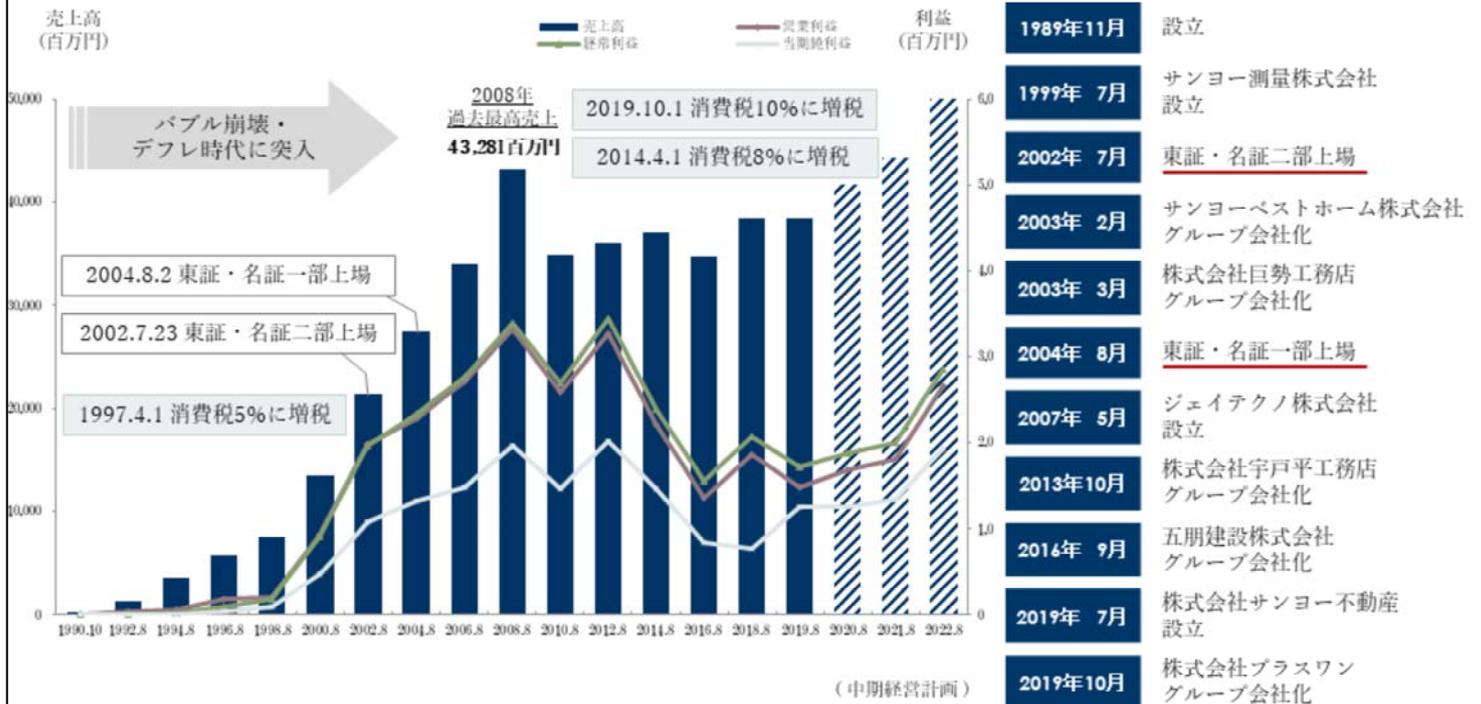
4. 会社概要

商号	株式会社 AVANTIA (旧商号：株式会社サンヨーハウジング名古屋)		
設立日	1989年11月16日		
本社所在地	愛知県名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1		
代表者	代表取締役社長 沢田 康成		
資本金	3,732百万円		
社員数	(単体) 312名	(連結) 496名	(2020年2月29日 現在)
上場(8904)	東証・名証2部：2002年7月23日 東証・名証1部指定：2004年8月2日		
グループ会社 (主な事業内容)	サンヨーベストホーム株式会社	： 名古屋市を中心とした分譲マンションの販売	
	サンヨー測量株式会社	： 土地の測量等	
	株式会社巨勢工務店	： 公共・民間の建築工事、土木工事等の請負	
	ジェイテクノ株式会社	： 公共・民間の建築工事、土木工事、管工事等の請負	
	株式会社宇戸平工務店	： 公共・民間の建築工事等の請負	
	五朋建設株式会社	： 静岡市を中心とした戸建住宅の施工、販売	
	株式会社サンヨー不動産	： リフォーム、不動産仲介、中古再販(リノベーション)	
	株式会社プラスワン	： リフォーム、不動産仲介、不動産売買	

東海圏を中心に5デザインギャラリー、10支店、2営業所
 連結子会社 8社で事業展開



(2020年3月31日現在)



過去一度も赤字決算・減配は無し

事業環境の変化に柔軟に対応し、健全かつ強固な企業体質を構築

戸建住宅事業 81.6%

(AVANTIA・五朋建設)

グループのコア事業として「AVANTIA」ブランドの戸建住宅を販売

	〈受注実績〉	〈引渡実績〉
2018.8期	753棟	808棟
2019.8期	760棟	803棟
2020.8期	922棟	879棟
	(計画)	



マンション事業 3.2%

(サンヨーベストホーム)

「サンクレーア」ブランドとして、交通利便性や住環境に優れた分譲マンションを愛知県内で展開

〈販売中〉

2019.9	サンクレーア上社	(27戸)
2020.2	サンクレーア桜通泉	(28戸)



その他の事業 0.5%

(サンヨー測量・サンヨー不動産・プラスワン)

リフォームや不動産仲介、中古住宅等、「総合不動産サービス」提供に向けた新たな事業を展開

一般請負工事事業 14.7%

(巨勢工務店・ジェイテクノ・宇戸平工務店)

公共施設や土木、管工事等、地域のインフラ整備を事業として展開

自由に 楽しく 美しく

AVANTIA

Architectural Design

誰もが憧れを抱き、住むことが誇りとなる最先端の邸宅。
美しいデザインを目指し、形状と素材に、シンプルにこだわり抜いた住まいを提案

Quality Standard

住宅性能評価の最高等級の性能を基準に設計。
制振ダンパーや省令準耐火構造の機能を標準装備し、住む人の安心安全な暮らしを追求

Total Care Support

住宅設備機器の10年間保証に加え、建物30年延長保証、地盤10年保証、24時間365日対応の修理相談や駆け付けなどの安心のサービス等、住む人に寄り添った安心を提供



株式会社AVANTIA 成長戦略部

〒467-0842 名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1

TEL: 052-859-0034 FAX: 052-859-0935

e-mail: ir@avantia-g.co.jp

【将来見通しに関する注意事項】

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。