

2021年1月18日

各位
会社名 タマホーム株式会社
住所 東京都港区高輪三丁目22番9号
代表者名 代表取締役社長 玉木 伸弥
(コード番号:1419)
問合わせ先 取締役副社長管理本部長 玉木 克弥
TEL. 03-6408-1200

2021年5月期 第2四半期決算説明会（テレフォンカンファレンス）に関する 質疑応答概要の公開について

当社は本日、2021年5月期 第2四半期決算説明会をテレフォンカンファレンス形式により実施いたしました。

ご出席いただきました皆さまから同決算に関するご質問を賜り、以下ご回答を行っておりますのでお知らせいたします。

【質疑応答要旨】

Q1.

新型コロナが継続するなか、受注の今後の動向の見方と対策について教えてください。

A1.

受注の今後の動向につきまして、現状の来場者数に関しましては、当社は完全予約制度を導入しており、来場者数は安定的かつ順調に推移しており、今後も同様の集客が見込めるものと考えております。また、商品につきましても、地域毎、月毎にどのような商品が売れるのか時期ごとに見極めながら、販売を進めており、今後の見通しも継続的に好調に推移していくものと考えております。

Q2.

地域別、エリア別の動きに関してコメントをいただけますでしょうか。

A2.

全国的に各エリアとも好調に推移しております。各々の地域で受注活動への積極的な取り組みを進めており、今後も地域毎のバランスの取れた受注が見込めるものと考えております。以前までは、北関東が弱かったのですが、組織変更、投入商品の開発・改良を進めた結果、北関東の業績も改善されましたので、現在では弱い地域はございません。

Q3.

戸建分譲が好調、また注文住宅も土地をお持ちでないお客様へ貴社が土地のご紹介をされると思いますが、このあたりの土地手当ての環境、競合状況につきまして、競合他社も建売専門としているところであったり、これから戸建を強化していこうという動きがあると思うのですが、貴社の方で問題なく土地の仕入れができていますのかどうか教えてください。

A3.

土地の仕入れに関しましては、当社では土地買取センターという、土地買取を行う専門のお店を随時

オープンしております。競合他社も土地の仕入れには力を入れておりますが、当社も同様に力を入れておりまして、現状では順調に優良な土地の仕入れができております。

Q4.

土地買取センターにおける土地の買取は、戸建分譲用地以外の、注文住宅の請負のお客様にご紹介する土地も含まれているものと考えてよろしいでしょうか。

A4.

土地買取センターは、基本的には建売用の土地の仕入れを主としておりますが、地元の不動産会社から、注文請負用の土地の情報が入る場合もありますので、その際は注文請負用としてお客様にご紹介することもあります。

Q5.

現状のオフィス区分所有権販売事業の取り組みおよび事業規模、プロジェクトについて教えてください。

A5.

オフィス区分所有権販売事業については、引き続き伸ばしていこうと考えておりますが、現状新型コロナウイルスの影響で東京のオフィス空室率が上昇しておりますので、いまは成長スピードを減速させて、他の事業に投資リソースを振り分けていこうと考えております。

Q6.

受注の見通しに関して、今後影響を与える要因として、来年度の、貴社のお客様の所得層の動向につきどう見ているかということと、住宅ローン減税の期間延長が1年ほど延長になり、また、グリーン住宅ポイント制度等いくつか住宅取得支援策が出ておりますが、これらの受注に与える影響や、今後駆け込み需要を生むとみられているのかどうか教えてください。

A6.

当社のお客様の所得層の動向につきましては、これまで年収400万円～500万円の所得層のお客様が多かったのですが、今後新型コロナウイルスの影響による景気の先行き不安から700万円～1,000万円の所得層のお客様がより増えてくるものと考えております。また、来年度における受注の駆け込みがあるかというご質問ですが、住宅ローン減税の期間延長による駆け込みの影響は多少あるものと思われれます。また、グリーン住宅ポイント制度は多くの方が家を建てるきっかけとなりますので、受注増に寄与するものと考えております。

Q7.

注文住宅の平均単価が上がっていますがこの背景と、地域限定商品や期間限定商品に関して具体的にはどういう商品をイメージすれば良いのか教えてください。

A7.

平均単価の上昇は単純に価格改定の効果と、また、当社の提供する商品はお客様が安いと感じていた分だけ広い大きな家を建てようと思われれますので、これらが平均単価の上昇の背景と考えております。地域限定商品の戦略につきましては、今後とも、各地域における強い住宅会社、各地域の特徴・志向を研究開発に取り込み、各地域に特化した商品の投入を行い、検証しながら、更に改良を加えていくという取り組みを継続していくことにより、受注を確保してまいりたいと考えております。

Q8.

貴社で一番多いと思われる年収 400 万円～500 万円の所得層のお客様ですが、例えば新型コロナの影響により失業したりと、お客様の所得面の不安については特段気にしなくてよいのかどうかということと、金融機関の、貴社のお客様に対する住宅ローンの融資姿勢についても従来通り変化がないかどうか教えていただけますでしょうか。

A8.

新型コロナの影響により、確かに年収が下がった方もいらっしゃるかもしれませんが、当社で家を建てることのできる収入のある方々が、当社展示場にお越しいただいているので、実際来場への影響もございませんし、来場者数に対する契約率も上がっております。また、金融機関のお客様に対する住宅ローンの融資姿勢に関しましても従来どおり問題なく推移しております。

Q9.

地域限定商品について、各地域の投入商品の差別化と競合他社のその後の反応、対抗策を打ってくる動きがあるのかどうか、そのあたりについて教えていただけますでしょうか。

A9.

まず、各都道府県において、1 番売れている住宅会社の商品を研究して商品投入を行います。お客様から見て、その地域で 1 番売れている商品と同等の商品が当社からさらに安く買えるという点が、差別化、当社の強みとなっております。一度地域限定商品を投入すると、概ね 10 ヶ月から 1 年後には競合他社が類似の商品を投入してきますので、それに対して当社は商品開発をさらに重ね、競合他社の商品を超えるものを投入していく、そのように対応を進めております。

以 上