



# 2021年9月期 第1四半期 決算説明資料

**株式会社キャンディル**

東証一部:1446

2021/2/10

四半期エグゼクティブサマリー

2021年9月期 第1四半期 連結業績サマリー

2021年9月期 業績予想

今後のビジネス展開と  
2021年9月期 第1四半期の取り組み

<p>キャンディルグループとは</p>	<p>建物のライフサイクルの各局面(修繕・改修・維持・管理)に関連するサービスを提供しているグループ</p> <p>ビジネスモデル:BtoBtoC型</p>
<p>業績ハイライト</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・<b>連結業績は、コロナ禍の影響を想定以上に受け、減収減益。</b> 売上高:2,890百万 (YoY 92.0%) / 営業利益: 27百万 (YoY 48.2%)</li><li>・<b>住環境向け建築サービスは、売上高 YoY110.0%で好調継続。</b> リフィットサービスの案件増、コロナ禍の影響により延期となっていた定期点検対応増がけん引。</li></ul>
<p>取り組み</p>	<p><b>収益構造の変革を視野に入れた新規事業の推進とサービス提供体制の強化。</b></p> <p>「株式会社キャンディルパートナーズ」を設立し、抗ウイルス抗菌サービスの拡販体制強化を推進。 販売代理店、フランチャイズ加盟店募集を本格開始。</p>

# 2021年9月期 第1四半期 連結業績サマリー

## 2021年9月期 第1四半期 連結業績サマリー

コロナ禍の影響を想定以上に受け、売上高、営業利益は減少したものの、経常利益はほぼ前年同期並。

(百万円)	FY2020.Q1 実績		FY2021.Q1 実績		前年同期比	
		利益率		利益率		
売上高	3,143		<b>2,890</b>		▲252	92.0%
売上総利益	1,122	35.7%	<b>1,081</b>	37.4%	▲40	96.4%
販売管理費	1,065	—	<b>1,054</b>	—	▲10	99.0%
営業利益	56	1.8%	<b>27</b>	1.0%	▲29	48.2%
経常利益	27	0.9%	<b>24</b>	0.9%	▲2	89.6%
四半期純損失	▲8	—	<b>▲8</b>	—	+0	—
のれん償却前 四半期純利益	39	1.2%	<b>39</b>	1.4%	+0	100.9%

## 2021年9月期 第1四半期 連結業績サマリー

(百万円)	前年同期比	状況及び主な要因
売上高	▲252 92.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍の影響継続により、市場環境は引き続き低調。リペアサービス、商環境向け建築サービスの受注件数が減少。</li> <li>・住環境向け建築サービスは、主に戸建て向けサービスが順調に推移。</li> </ul>
営業利益	▲29 48.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上減少による売上総利益減少(YoY 96.4%)</li> <li>・リモートワークの実施による、交通費、残業抑制や拠点の統廃合、経費の見直しなどにより販管費減少。 (アフターコロナにおいても、販管コストの抑制を継続的に実施)</li> <li>・一方で、先行投資的なコストとして、抗ウイルス抗菌事業の体制構築費、広告宣伝関連費用などが増加。</li> </ul>

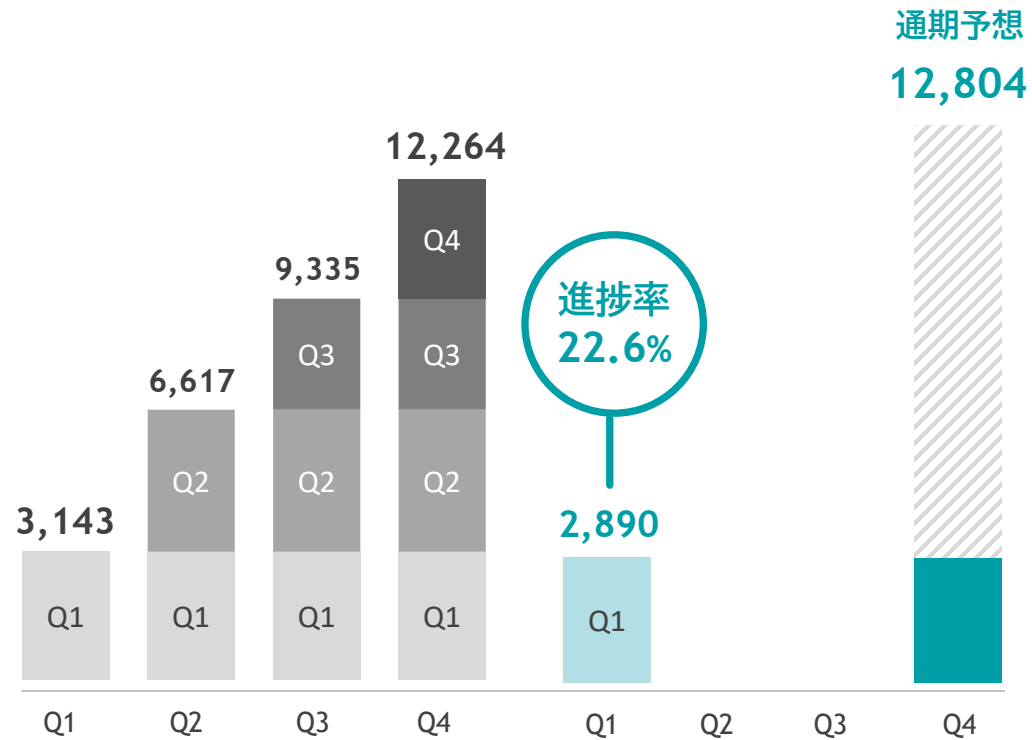
# 四半期業績の売上高・営業利益の推移と進捗率

営業利益は、進捗が遅れ気味。

抗ウイルス抗菌事業の体制構築費用、広告宣伝関連費用(採用費、人件費など)や研究費などの先行投資が利益を圧迫。

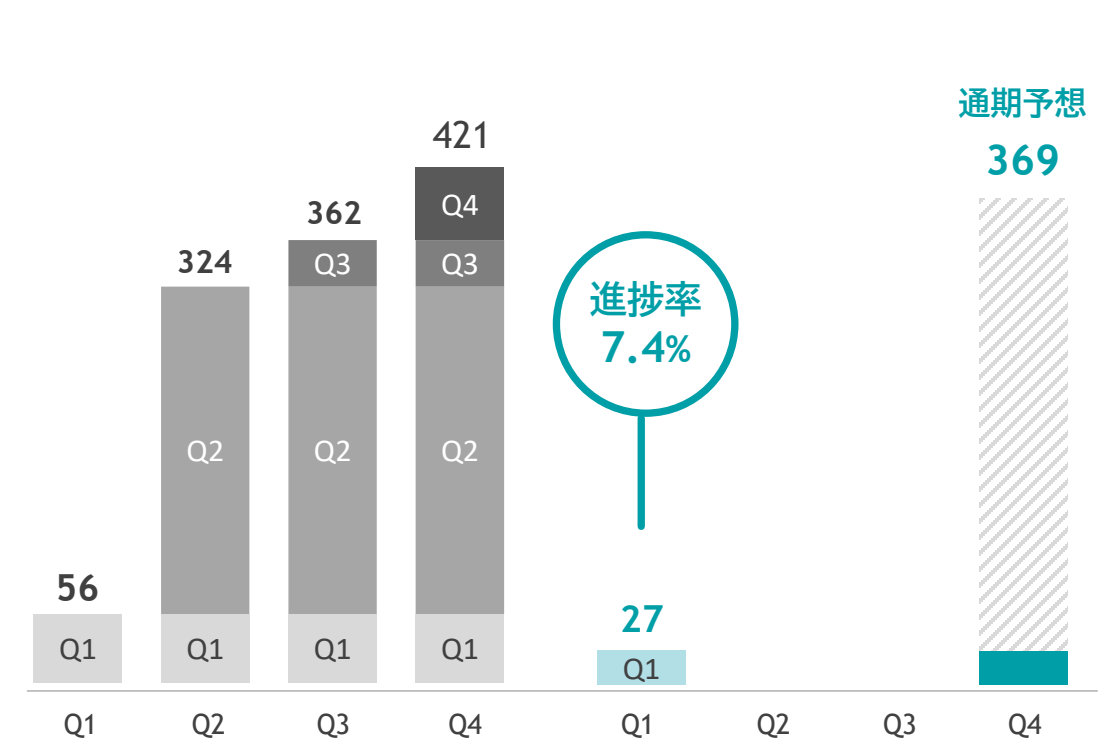
売上高 (百万円)

FY2020 実績 FY2021



営業利益 (百万円)

FY2020 実績 FY2021



## サービス別売上高

各サービスとも引き続きコロナ禍の影響を受けているが、特にリペアサービスと商環境向け建築サービスが大きく影響を受けた。  
住環境向け建築サービスは、リフィットサービスの案件増加、コロナ禍の影響により延期となっていた定期点検の対応により、前年同期を上回った。

(百万円)	FY2020.Q1 実績		FY2021.Q1 実績		前年同期比	
		構成比		構成比		
リペアサービス	1,294	41.2%	<b>1,079</b>	37.3%	<b>▲215</b>	83.4%
住環境向け建築 サービス	771	24.5%	<b>848</b>	29.3%	<b>+77</b>	110.0%
商環境向け建築 サービス	894	28.5%	<b>759</b>	26.3%	<b>▲134</b>	85.0%
商材販売	183	5.8%	<b>167</b>	5.8%	<b>▲16</b>	91.1%
抗ウイルス抗菌 サービス	—	—	<b>35</b>	1.2%	—	—
合計	3,143		<b>2,890</b>		<b>▲252</b>	92.0%



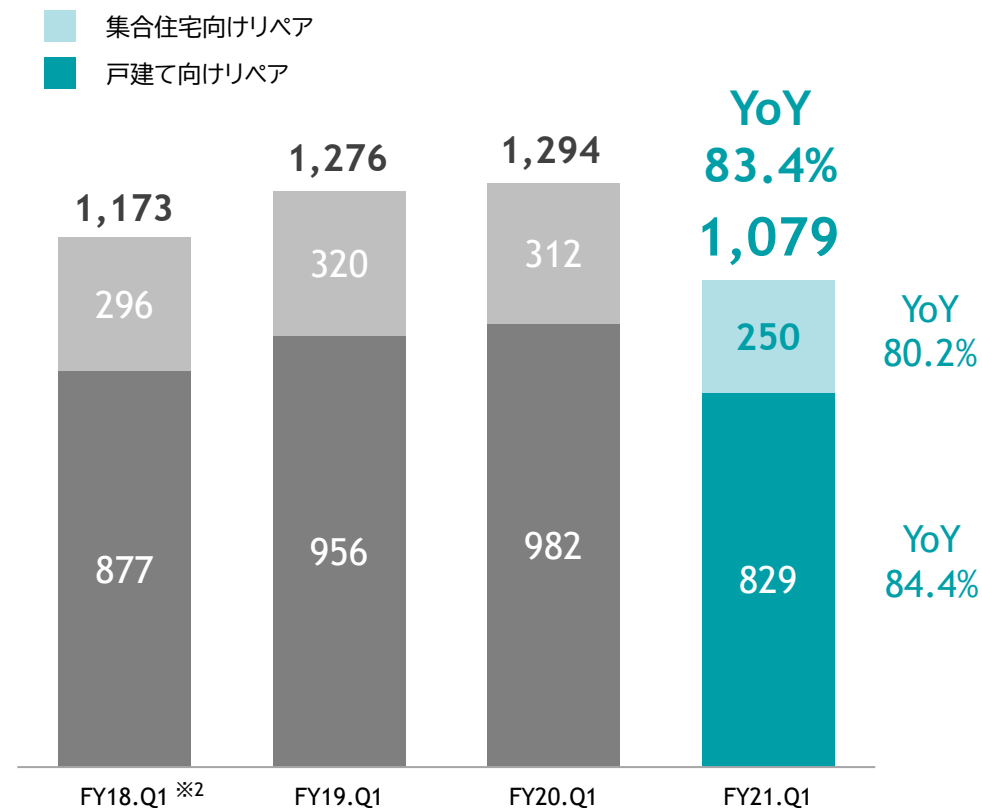
# リペアサービスの状況

コロナ禍の影響継続を受け、当社グループを取り巻く建築・建設業界自体の停滞、前期の営業自粛により、受注件数が減少。リペアサービス全体の売上高はYoY83.4%となった。

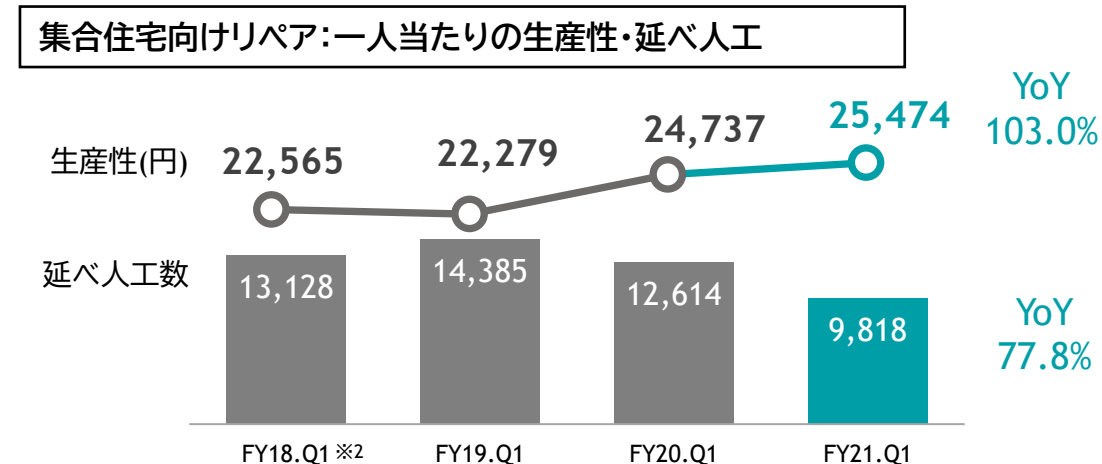
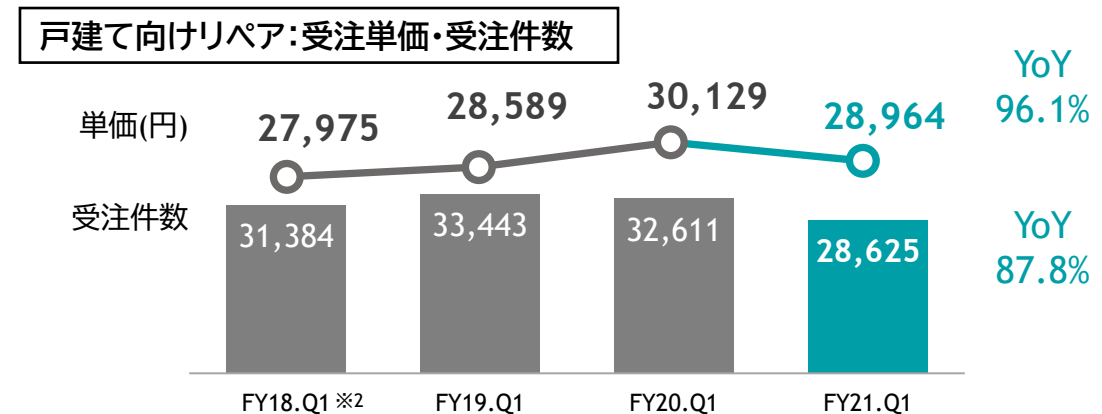
**戸建て向け** 戸建ての新築着工戸数の減少※1、コロナ禍の影響により受注件数(YoY87.8%)、単価(YoY96.1%)ともに前年同期を下回った。Q2以降は、受注件数を回復させるために、ウェビナーなどを積極的に活用し、面談機会を増やしていく。

**集合住宅向け** マンションの新築着工戸数の減少※1に加え、前期Q4の仙台エリアにおける集合住宅向けリペア提供拠点の閉鎖、及び施工管理者の離職による施工力不足で、延べ人工数が減少した。(YoY77.8%) 一方、利益改善として高単価案件の獲得に注力した結果、生産性は増加した。(YoY103.0%) 協力業者の活用により、Q2以降の回復を目指す。

## 売上高の推移 (百万円)



## 主要KPI

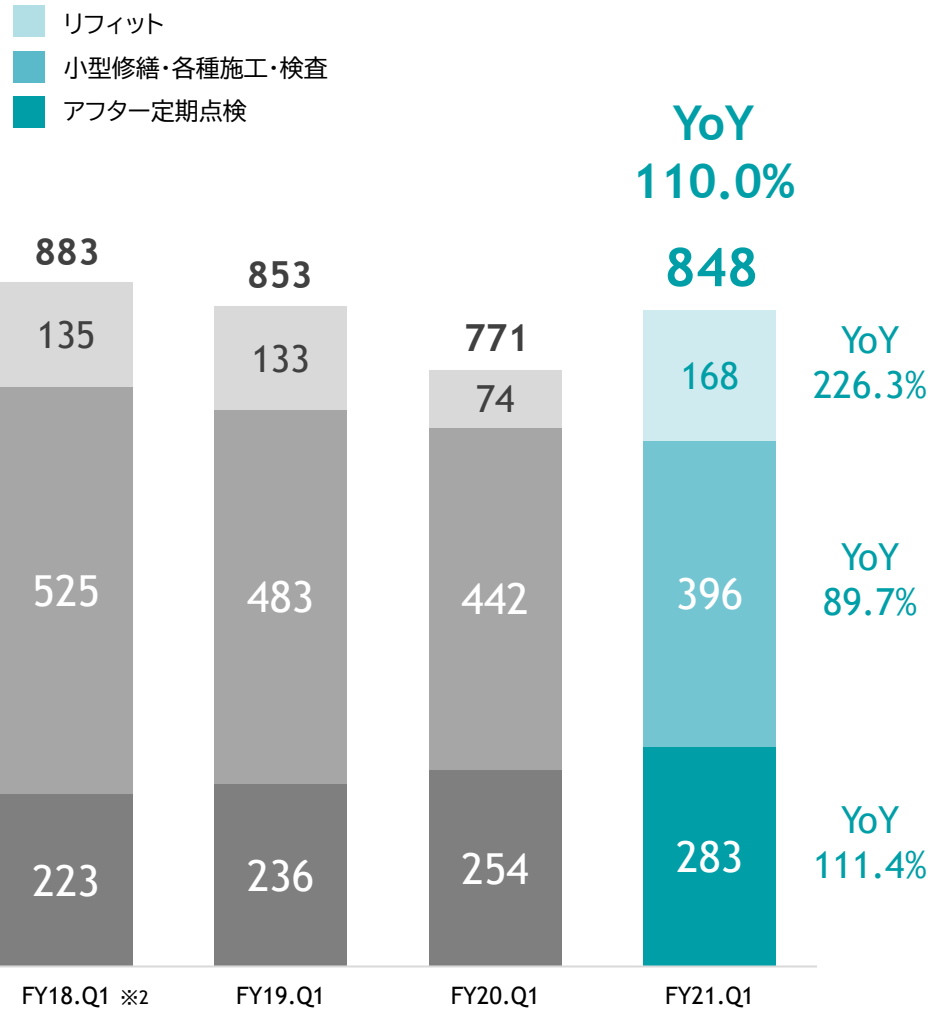


※1 建築期間を考慮した前年同期比 戸建て: YoY84.3% / マンション: YoY94.2% (出典: 国土交通省)

※2 FY18.Q1の実績は、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。

# 住環境向け建築サービスの状況

## 売上高の推移 (百万円)

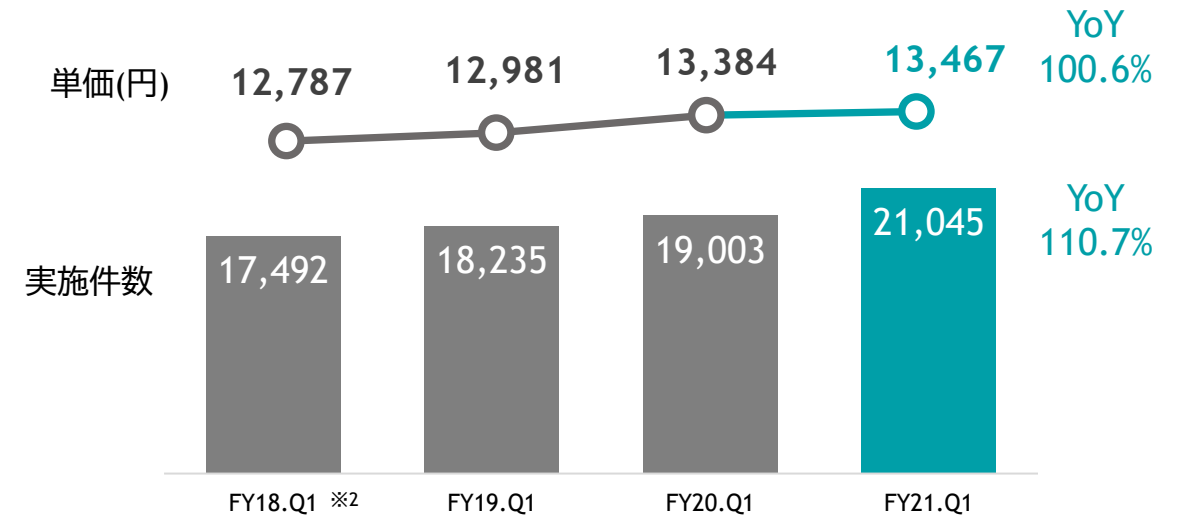


住環境向け建築サービスもコロナ禍の影響は受けつつも、売上高は前年同期を上回った。(YoY110.0%)

マンションの新築着工戸数の減少※1により、特に集合住宅向けの検査や小型修繕の案件が減少したものの、リフィット案件の増加、また、コロナ禍の影響で延期となっていた定期点検対応の増加が住環境向け建築サービス全体の売上増に寄与した。

## 主要KPI

アフター定期点検 : 受注単価・実施件数



※1 建築期間を考慮した竣工戸数の前年同期比 マンション:YoY89.4% (出典:国土交通省)

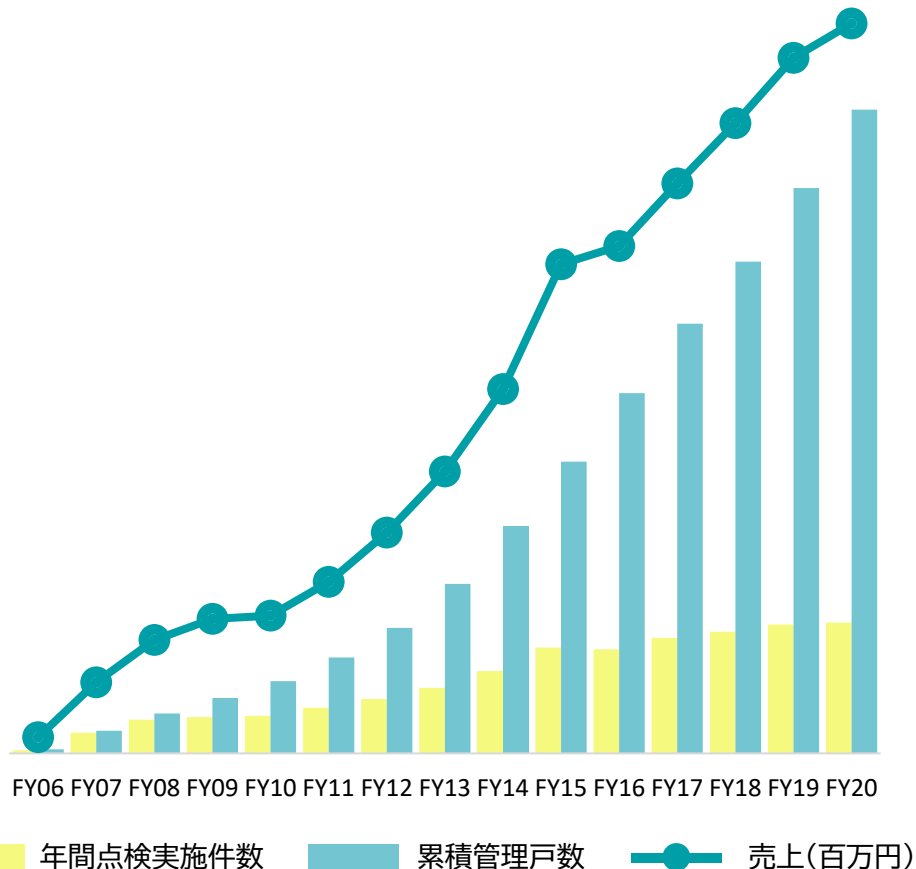
※2 FY18.Q1の実績は、上場前であり、監査法人の四半期レビューを受けていないため参考データです。

# アフター定期点検の実績推移と累積管理戸数

## 業界大手

直近14年間  
CAGR 31.3%

FY2020 売上高 **1,076** 百万円



累積管理戸数  
FY21.Q1 **405,817** 戸 前期末比 102.8%

累積管理戸数は  
前期末比102.8%で順調に推移。

### 今後の施策

新築着工戸数減少の状況下で  
住宅業界の課題である、ストック領域での収益化を  
支援できるサービス提供に注力していく。

①住宅事業者とオーナーの関係性を維持するための  
サービスを構築・展開 (オーナーズクラブ※1など)

※1:住生活品質向上のための情報、住宅メンテナンスサービス、生活便利サービスを提供する  
住宅オーナー向けのプラットフォーム

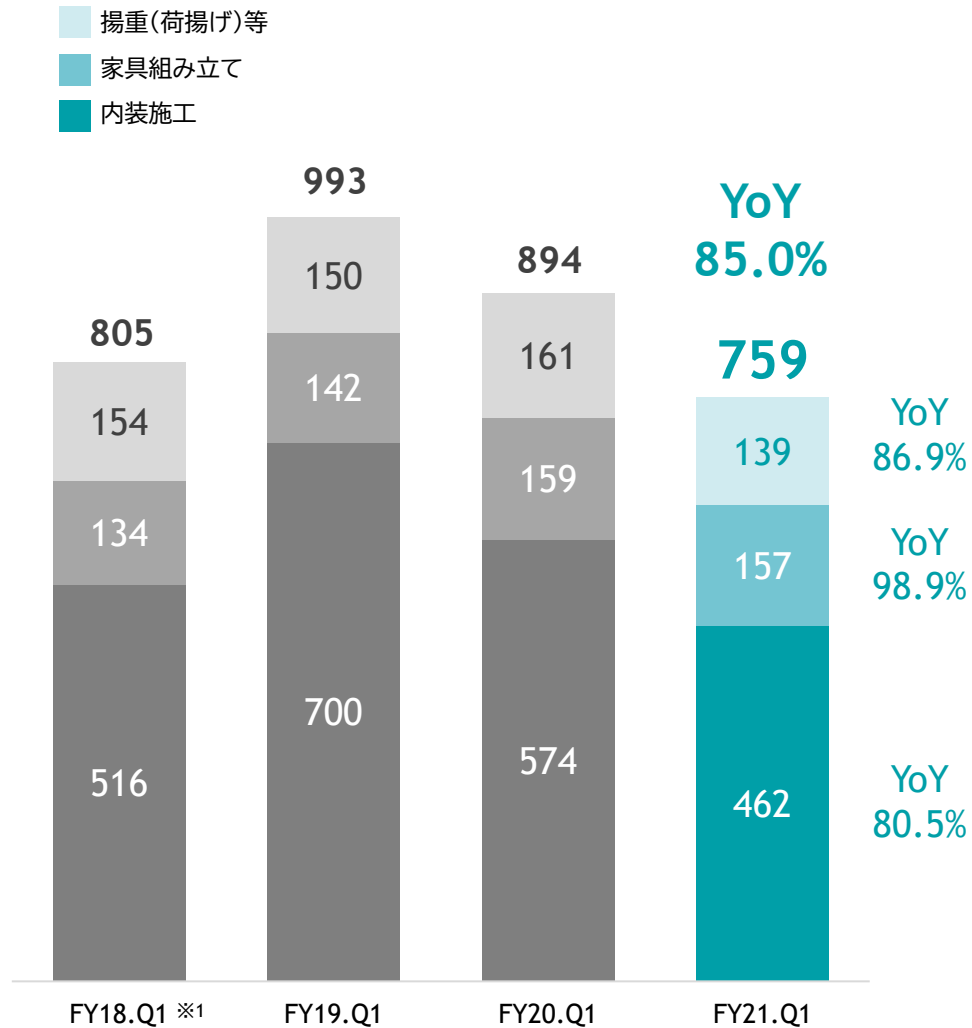
②新規管理戸数増による点検実施件数や  
点検後のメンテナンス需要の獲得

③5年、10年目など、長期点検の獲得強化

現状は、短期点検(瑕疵担保期間中)の受託が主だが、  
5年目以降の定期点検獲得活動を強化していく。

# 商環境向け建築サービスの状況

## 売上高の推移 (百万円)



コロナ禍の影響を想定以上に受け、ホテル、オフィスの内装施工案件が大幅減少。当期のQ1時点では、商業施設、店舗撤退工事、オフィスの移転工事、原状回復工事などの需要が顕在化してきてはいるものの、施工案件の減少を補うまでには至っていない。

当期Q2以降、新規顧客開拓に注力。また、オフィス内装工事や店舗撤退工事、業態転換による出店工事などの獲得に向けた営業活動を強化する。

## 案件規模別の売上高(前年同期比)

(百万円)

	FY20.Q1 実績	FY21.Q1 実績	前年同期比	
大型 1,000万円以上	66	77	+11	117.2%
中型 500～1,000万円未満	73	30	▲43	41.0%
小型 500万円未満	434	354	▲79	81.6%
合計	574	462	▲111	80.5%

※1 FY18.Q1の実績は、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。

# 抗ウイルス抗菌サービスの状況

当期Q1の売上高は、35百万円。

主な取り組みとして、抗ウイルス抗菌事業の本格展開に向けて、体制構築などの基盤づくりを実施。

既存の取引先である住宅事業者を  
メインターゲットとし、  
営業活動を積極的に展開中。

住宅展示場のトライアル採用

新築住宅へのスペックイン提案

住宅販売時のオプションサービスとして導入

住宅事業者との抗ウイルス抗菌系商材の共同企画

など

**導入事例** 住宅事業者だけでなく、その他業種への導入も推進。

住宅



飲食店



医療系



鉄道系



# 2021年9月期 取引先上位20社

	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	抗ウイルス 抗菌 サービス	主な取引内容	前期末 の 順位
1	●	●		●		検査/リペア 定期点検/点検後のメンテナンス お手入れキットの販売	1
2			●			家具組み立て(全店舗)	2
3		●				内装工事	★
4			●			店舗内装工事	3
5	●	●				リペア/内装工事	★
6				●		リペア商材の販売	5
7	●	●		●		リペア/内装工事 お手入れキット、リペア商材の販売	4
8	●	●			●	リペア/定期点検/抗ウイルス抗菌	★
9			●			店舗内装工事	★
10	●	●				リペア/定期点検/内装工事	★

## 上位11~20位

タクトホーム株式会社 / 株式会社長谷工コーポレーション / 三井デザインテック株式会社 / YKK AP株式会社 / 株式会社LIXIL / 住友不動産株式会社  
 株式会社長谷工ナビエ / パナソニックホームズ株式会社 / アイリスチトセ株式会社 / 住宅情報館株式会社

★ FY21.Q1で新たに上位10社にランクインした取引先

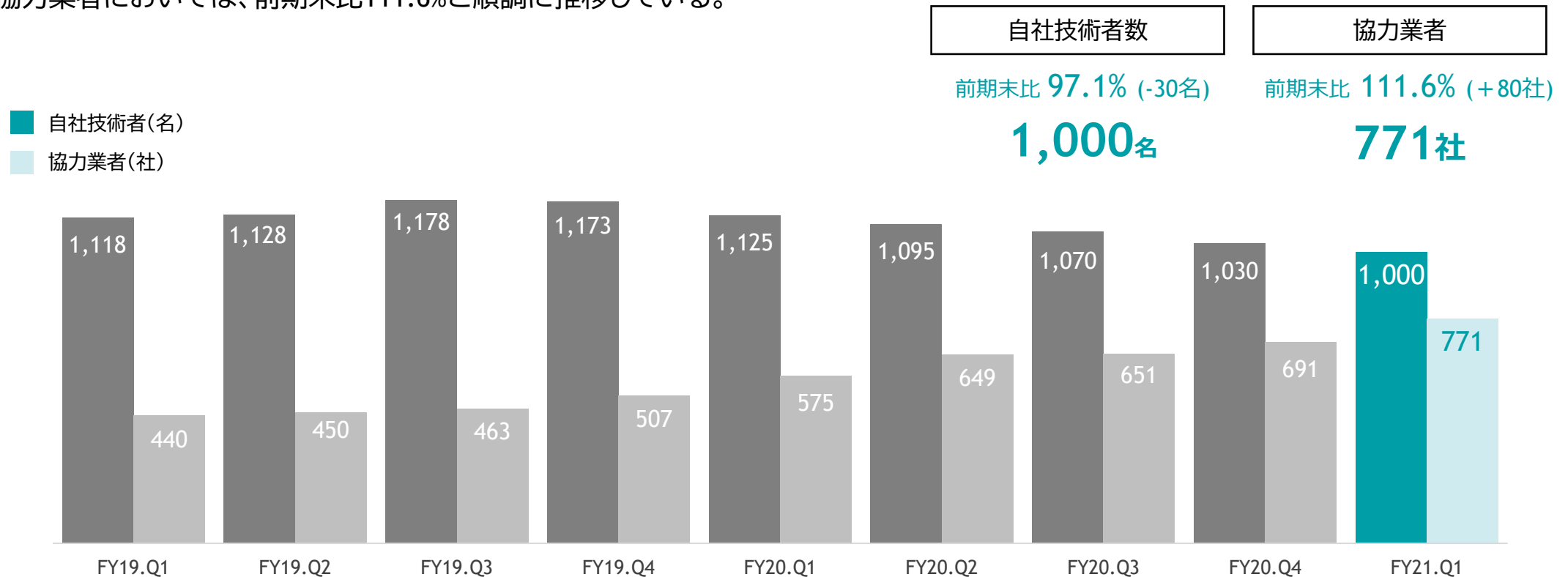
# 施工体制の方針と自社技術者数・協力業者数の推移

## 方針

- ・自社技術者の独立支援、協力業者体制を強化し原価人件費の変動費化を図る
- ・自社技術者を現場管理者として育成

## 自社技術者数・協力業者数の推移

方針に沿った動き、また採用の一時停止もあり、FY21.Q1の自社技術者数は前期末比97.1%。  
協力業者においては、前期末比111.6%と順調に推移している。



# 2021年9月期 業績予想



## 2021年9月期 業績予想

景気の不透明感から、当面の間は厳しい環境が継続する見込み。

また、抗ウイルス抗菌事業の施工・営業体制強化・拡大に伴う先行投資(広告宣伝費、研究開発費)が営業利益に影響。

(百万円)	FY2020 実績	FY2021 予想	前期比
売上高	12,264	12,804	104.4%
営業利益	421	369	87.6%
経常利益	429	366	85.3%
当期純利益	191	151	79.0%
のれん償却前 当期純利益	383	343	89.5%

(百万円)	FY2020 実績	FY2021 予想	前期比	ポイント
リペアサービス	4,662	4,416	94.7%	コロナ禍の影響で、営業活動自粛による受注件数減少
住環境向け建築サービス	3,072	2,772	90.2%	マンションの着工戸数減少が影響
商環境向け建築サービス	3,771	3,514	93.2%	コロナ禍の影響によるホテル案件の延期や中止
商材販売	758	679	89.6%	インテリア販売事業の撤退
抗ウイルス抗菌サービス	—	1,422	—	
合計	12,264	12,804	104.4%	

# 株主還元策(2021年9月期)

配当予想及び株主優待は、現時点では変更ございません。

## 配当予想



## 株主優待制度

対象株主様お一人につき、保有株式に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
200株以上、2,000株未満	QUOカード 3,000円分
2,000株以上、6,000株未満	QUOカード 4,000円分
6,000株以上	QUOカード 5,000円分

※現時点で株主優待制度の変更予定はありませんが、今後の経営成績により変更する可能性があります。

# 今後のビジネス展開と 2021年9月期 第1四半期の取り組み

## 収益構造の変革を視野に入れた新規事業の推進とサービス提供体制の強化

1. 「抗ウイルス抗菌」事業の推進

2. 各サービスのフランチャイズ化を促進

3. 技術層の多様化

## 1. 「抗ウイルス抗菌」事業の推進

人々が安心・安全に建物を利用できるように「衛生的な環境づくり」の支援  
業容に打撃を受けている企業様の早期回復の支援を行う

商品ラインナップを拡充し、建物の施工と合わせて付加価値を高めるサービスや商品の販売を推進していく

抗ウイルス抗菌コーティング  
econa® エアリフレッシュ



ハイブリッド空気清浄機  
Kiralair Air



抗ウイルス抗菌材  
econa® CAシリーズ



# 光触媒により SARS-CoV-2 が不活化！

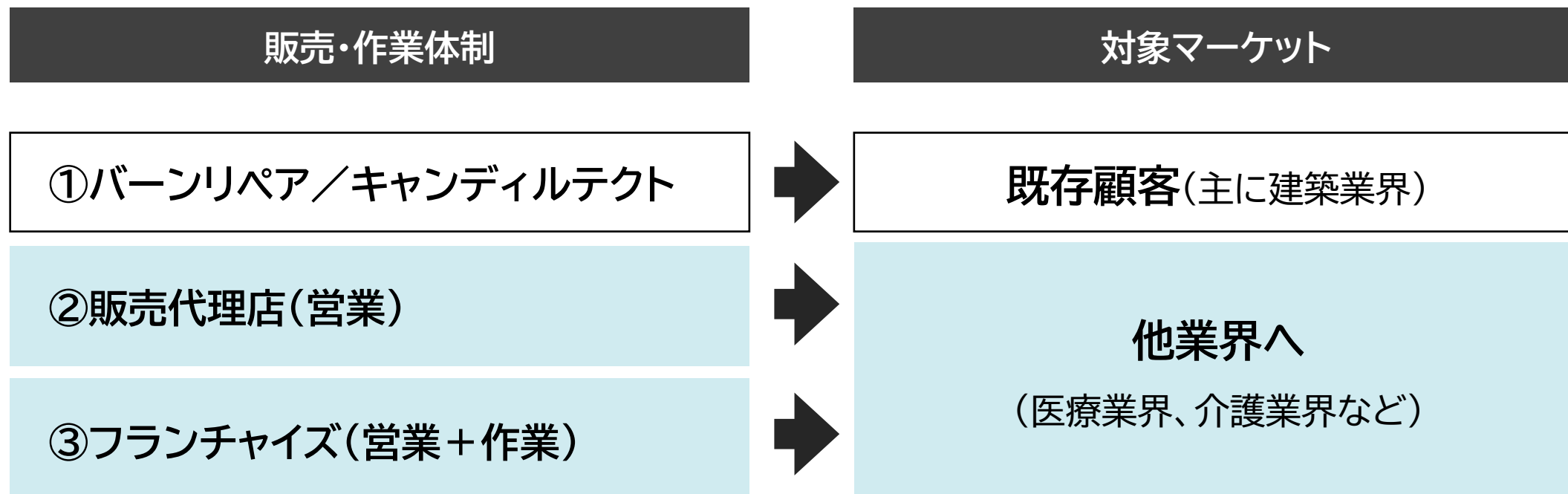
- 暗所でも効果を確認 -

キャンディルは、大和ハウス工業、奈良県立医科大学、MBTコンソーシアムとの  
4社共同研究の結果、光触媒（アパタイト被覆二酸化チタン）による  
SARS-CoV-2に対する不活化※1効果が確認できました。

※1:不活化とは、ウイルスの細胞感染力を失わせることをいいます。

## 抗ウイルス抗菌サービスの拡販体制強化

既存顧客(住宅事業者)へのアプローチを積極的に展開。  
合わせて、販売代理店やフランチャイズ制度を導入し、当社グループがいままでリーチしていなかった業界へもアプローチしていくことで対象マーケットを広げ拡販を狙う。





## 2. 各サービスの「フランチャイズ化」を促進

コーティングサービスでフランチャイズの体制を構築した後、既存サービスを順次投下。  
グループのノウハウを新しい仕組みで利益化していく。

抗ウイルス抗菌  
コーティング

エアリフレッシュ



床・水回り  
コーティング

アクアリフレッシュ  
フロアリフレッシュ



リペア  
サービス



定期点検  
サービス



# 抗ウイルス抗菌サービスの拡販体制強化、フランチャイズ体制の早期構築に向けて

## 専任組織

### 「株式会社キャンディルパートナーズ」設立

- ・抗ウイルス抗菌事業の商品企画、サービス/技術改善
- ・販売代理店、フランチャイズ加盟店の募集活動、管理

## フランチャイズ展開に関して 知見のある人材の参画

### 販売代理店、 フランチャイズ 加盟店募集 2020年12月～ 本格稼働

- ・専用サイトリリース
- ・フランチャイズ向け  
専門サイト「アントレ」に  
掲載開始



### 株式会社キャンディル 取締役 肥後宏治

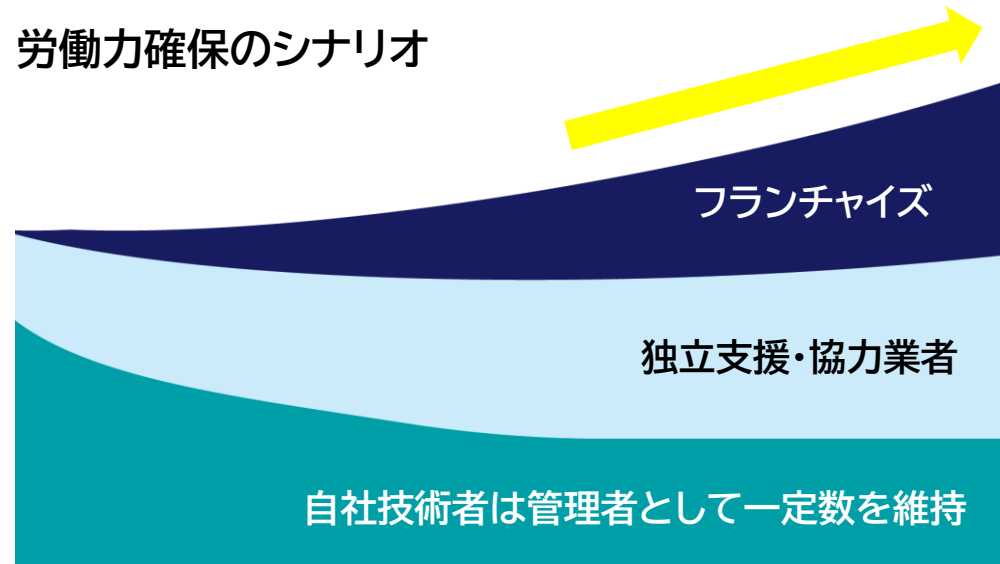
前職の長谷川興産株式会社  
(現HITOWAライフパートナー株式会  
社)ではハウスクリーニングのフラ  
ンチャイズチェーン「おそうじ本舗」  
を立ち上げ、2011年には同社代表  
取締役社長に就任。  
ハウスクリーニング業界では最大  
規模1,000店舗体制を築きあげた  
実績を有す。



### 3. 技術層の多様化

これからの市場環境を考慮し、労働力の確保、労務費の変動費化を進めていくために、独立支援や協力業者の囲い込みや、フランチャイズ体制の強化を図る。

労働力確保のシナリオ



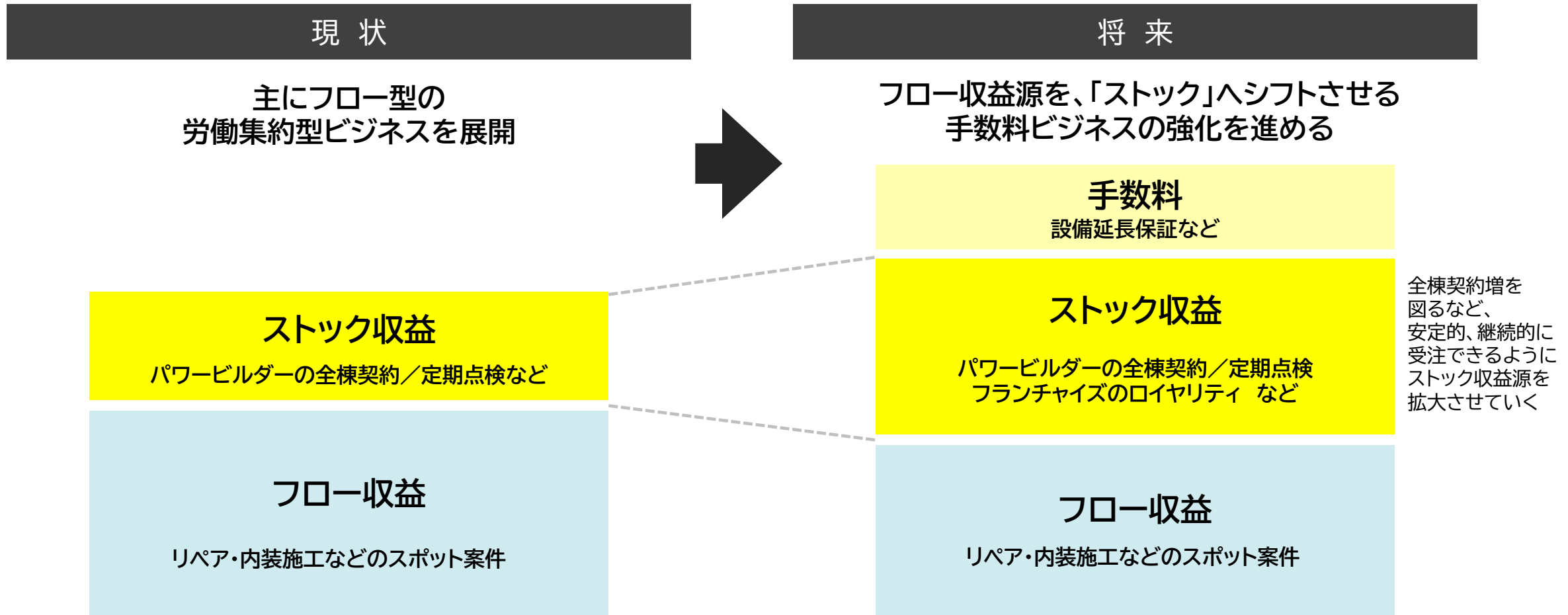
#### ①労働力を確保、稼働率の向上を図る

自社技術者の独立支援、協力業者体制の強化  
フランチャイズ体制を構築する

#### ②原価人件費の変動費化を図り 利益率の向上につなげる

#### ③サービス品質維持のため 自社技術者を現場管理者として育成

社会情勢や環境に左右されにくい  
 「ストック型収益」「手数料ビジネス」の強固な収益基盤構築の実現に向け、  
 2021年9月期は「事業ポートフォリオの見直し／組織改編」を進める。



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

# 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。

