



2021年4月12日

各 位

会社名 株式会社東武住販
代表者名 代表取締役社長 荻野利浩
(コード番号：3297 東証JASDAQ・福証Q-Board)
問合せ先 取締役管理部長 河村和彦
(電話番号：083-222-1111)

第2次中期経営計画に関するお知らせ

当社は、2021年5月期を初年度とする第2次中期経営計画（2021年5月期～2023年5月期）を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

2017年9月に発表いたしました第1次中期経営計画は、2019年以降の採用計画が予想を大幅に下回り、営業力強化に結び付けることが出来ず、出店計画も凍結する状況となり、当初掲げた売上目標や利益目標の未達に終わりました。

そこで、当社は、『2025年5月期に売上高100億円、経常利益率10%達成』を目指して、この長期ビジョン実現のために前段階として、3つの力（商品提供力・人材力・資金調達力）を差別化戦略のベースとする第2次中期経営計画を策定いたしました。

当社は、従来より“エコモデルの創造を通して人と環境に優しい暮らしづくりに貢献します”という経営理念のもと、中古住宅のリフォームによる住宅再生および流通促進に地道に取り組んでまいりました。

その経営理念に基づき、引き続き堅実な歩みに努め、中国地方と九州地方の中古住宅再生No.1企業を目指してまいります。

2019年年末から世界的な感染拡大を引き起こした新型コロナウイルス感染症は、各国でワクチン開発に取り組み、わが国においても医療従事者からワクチン接種が進む一方で変異株のさらなる拡大が懸念される状況にあります。

満員の通勤電車で揺られて出勤する、遠距離の出張をする、あるいは本社で一同に会して重要会議を開くといった従来の働き方が、コロナ禍で一変しました。政府の推奨する働き方改革も相まって、感染症拡大防止のために、3密の回避、マスク着用、ソーシャルディスタンスの確保を前提にリモートワークの推奨、非接触型の営業スタイルの確立等につながり、生活様式そのものを見直すこととなりました。

在宅時間の長時間化は、リモートワークに伴うワークスペースの確保、Wi-Fi等の通信環境整備、通気環境などの新たな住宅ニーズが発生しております。

当社は、深刻さを増しつつある空き家問題に取り組むとともに、第2次中期経営計画に沿って安全で安心できる、人に優しい住宅サービス等の提供により、株主様、地域社会の皆様はじめステークホルダーの方々に貢献してまいりたいと考えております。

※ 本資料に掲載されております業績見通しや中期計画、その他今後の見通し・戦略等に関する情報は、現時点で入手可能な情報と一定の前提条件に基づき、弊社が合理的であると判断し、予測したものです。したがって、実際の業績は、様々な要因により、本資料の見通しと大きく異なる可能性がございます。

以上

第2次中期経営計画

2021年5月期～2023年5月期

2021年4月

2021-2023

広島県、山口県、九州地区で、中古住宅再生の
No.1企業として実績を積み上げます。

 株式会社 **東武住販**
証券コード 3297

「第1次中期経営計画」の振り返り

	第34期 2017年5月期 実績	当初中計目標	第37期 2020年5月期 実績	達成率 (%)
売上高 (百万円)	6,108	7,800	6,850	87.8%
経常利益 (百万円)	538	740	407	55.0%
当期純利益 (百万円)	379	500	276	55.2%
営業社員数 (人)	74	100	78	78.0%
店舗数 (店舗)	16	25	20	80.0%
社有販売件数 (件)	369	500	420	84.0%

第34期～第36期

- 売上げ、経常利益ともに過去最高を更新

第37期

- 期初の在庫不足が主な要因となり、売上げ、経常利益ともに前期を下回る
- 第4四半期には、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、住宅購入者に自粛ムードが広がる
- 営業職の増員が計画どおり進まず、体制が整わないため、出店計画が見送りとなる



第1次中期経営計画は、主力事業のエリア拡大による成長戦略を作成したものの、十分な人材強化ができず未達

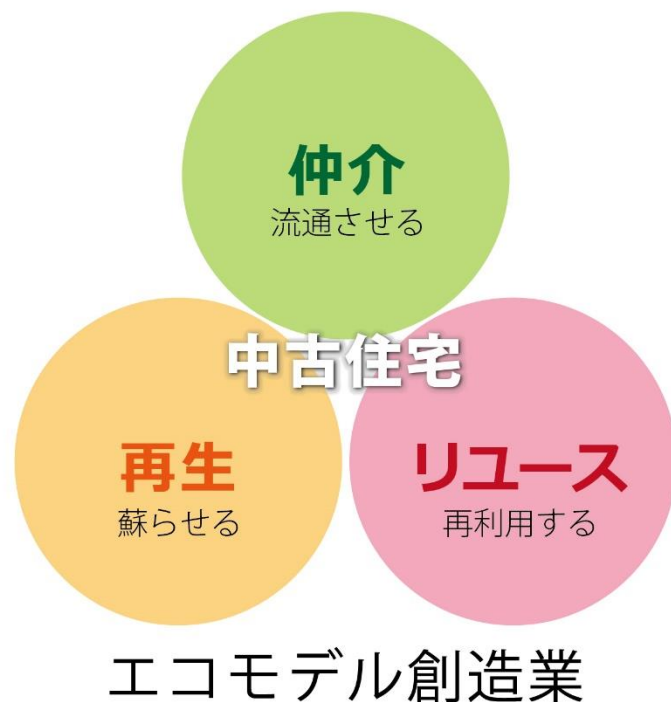
私たちは、“エコモデル創造業”です

経営理念

東武住販は、エコモデルの創造を通して人と環境に優しい暮らしづくりに貢献します。

企業コンセプト

物を作る(消費する)時代から、
物を活かす(活用する)時代へ
私たちは、“エコモデル創造業”(Eco Model Creator)



当社を取り巻く事業環境



新型コロナを契機とした後戻りのない急速な変化

今後は、「安心・安全への希求」、「業務のリモート化・デジタル化」、「働き方・生き方の変革」等が、スタンダードになると考えます。

ビジョン（目指す将来像）

5年後（2025年5月期）に
売上高100億円
経常利益率10%
を目指します。

ビジョン実現のための差別化戦略

1

商品提供力

新たなニーズに対応した
販売不動産の付加価値向上

2

人材力

優秀な人材確保と育成

3

資金調達力

財務基盤の強化と
金融機関との良好な関係構築

新たな顧客ニーズに対する付加価値の提供 & 社会課題の解決

- 新しい生活様式に対応した設備の導入
- 在宅時間の増加に起因するニーズ対応
- 有事に備えた備蓄や自給自足機能への対応
- 感染症対策が容易な戸建て（戸建比率 85%）
2020年5月期
- 空き家増加の抑制
- 中古住宅流通を通じた循環型社会の実現

経営理念

東武住販は、エコモデルの創造を通して人と環境にやさしい暮らしづくりに貢献します。

第40期以降、積極出店を再開するために
第38・39期の2年間は
2点を最優先課題とし、
営業体制を強化

中古住宅再生販売

人材育成の強化

- ▶ 営業エリアを拡大し、仕入を強化
- ▶ 不動産情報ルートを拡充し、仕入を強化
- ▶ 営業職員の採用及び教育研修により営業力強化
- ▶ 新たなニーズに対応した住宅及び情報の提供

更なる業容拡大を見据えた
物件仕入力の強化
営業力の強化

経営基盤の強化

- ▶ 社会環境の変化に耐え得る体制構築
- ▶ 全社的なCS向上とCSR活動の継続
- ▶ コーポレートガバナンス体制の強化
- ▶ 株主価値向上に向けた資本政策の実施

持続的な発展の為の体制強化
企業価値の向上

両輪並行推進

当社は上記両輪のバランスに留意し、
堅実・健全な企業成長路線を描いて具体的な実践計画を推進してまいります。

2023年5月期に向けた成長基盤

1 人材育成

主力の不動産売買事業において、既存営業職のスキルアップ教育を実施し生産性及び定着率の上昇を実現し、2023年期末までに、営業社員は90名まで増員。

2 出店戦略

営業力強化を主要課題とし、2023年5月期から積極的に新規出店。

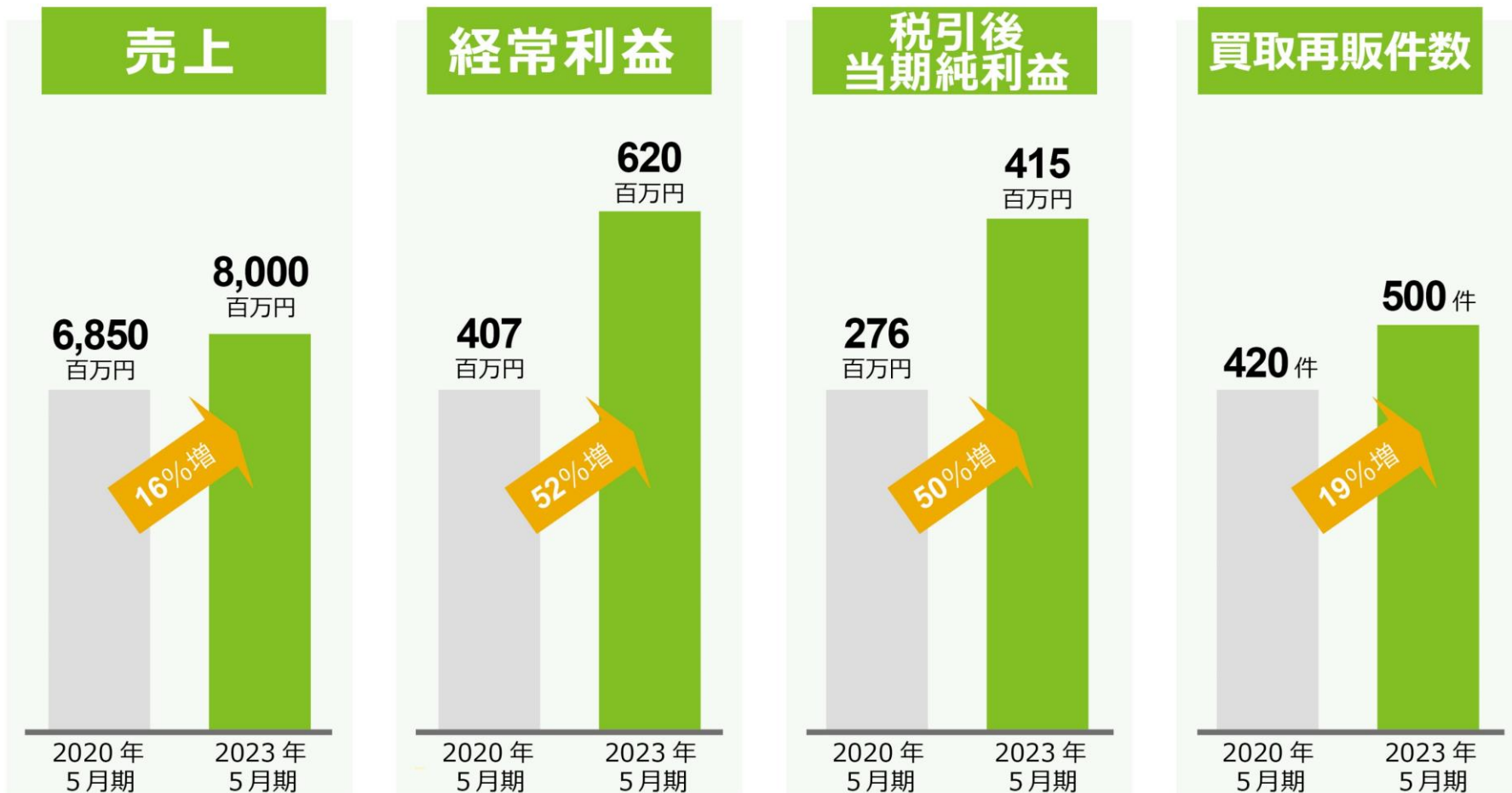
3 研修体制

内部統制の強化並びに人材育成に向けたWEBによる社内研修の充実及び社外セミナーの積極的な受講等を推進。
内部体制強化のため、管理部門における積極的な人材登用。

4 ガバナンス体制

2021年5月期から、2021年3月の改正会社法施行、2022年4月の新市場区分への移行を視野に入れ、組織体制の見直しを行い、ガバナンス体制を強化。

3年後の数値目標（2023年5月期）



株主様への還元方針

基本方針

- 1 不動産市況の変化に備え、内部留保の積み上げ
- 2 期間利益を積み上げ、継続的かつ安定した配当を実施
- 3 「株主様ご優待制度」の継続

項目	目標値
DOE (株主資本配当率)	2.5%を維持

資本イベント

2022年4月の新市場区分への移行に向け、市場変更基準等への対応手続きを行います。

免責事項：この資料に記載されている予想・見通しは、現時点で入手可能な情報及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る現時点における仮定を前提としております。本資料に記載されたデータには、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。この資料は、投資の勧誘を目的とするものではありません。投資に際しては、投資家ご自身の判断において行われますようお願いいたします。なお、いかなる目的であれ、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

私たちはエコモデル創造業
株式会社 東武任販

IRに関するお問い合わせ先
管理部総務課
TEL:083-222-1000
ir@toubu.co.jp
<https://www.toubu.co.jp/>