



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

東証マザーズ

[証券コード：6085]

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

It's a beautiful technology

「建築家との家づくり」を通じて、美しい日本を創造するために

2021年12月14日

写真：富田英次



Contents

1. ASJについて	—————	P.2
2. ASJ建築家ネットワーク事業	—————	P.3~10
3. 市場環境	—————	P11~13
4. 事業計画	—————	P14~27
5. 成長戦略	—————	P28~29
6. 事業遂行上の重要なリスクと対応方針	—————	P30~31
7. APPENDIX 各種業績指標・用語集	—————	P32~39

日本最大級の建築家ネットワーク

「建築家の活動量に比例して都市は豊かになる」

アーキテクト・スタジオ・ジャパン（以下、ASJ）は、全国の建築家を登録・ネットワーク化するとともに、建設会社をフランチャイズ化して、建築家と建設会社を結びつけ、両者の協力のもとでプラットフォーム（ビジネスの基盤となる環境）を構築し、顧客が望む住宅・商業施設等を供給するビジネスを2003年から事業展開、「建築家の活動量に比例して都市は豊かになる」をテーマに建築家の活動を応援しています。

全国の建築家とスタジオ（建設会社）を結ぶASJ建築家ネットワーク

全国の登録建築家



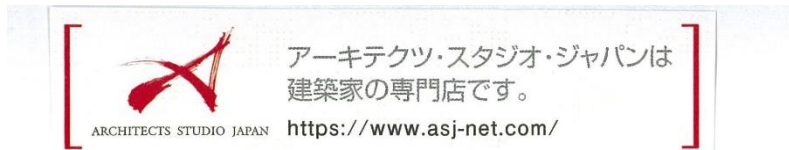
- 建築家 A
- 建築家 B
- 建築家 C
- 建築家 D
- 建築家 E
- 建築家 F



全国FC加盟建設会社



全国のスタジオ（FC工務店）が開催する建築家展、住宅展等のイベント開催によりアカデミー会員を獲得



建築家との家づくりにチャレンジしてみませんか。



建築家との住宅相談会

相談会は多分野の建築ニーズに対応

- ①戸建新築住宅
- ②増改築リフォーム
- ③マンション収益物件
- ④店舗商業施設
- ⑤セカンドハウス・別荘
- ⑥病院・医院



はじまりは建築家との出逢い。

未来をのぞく住宅展

建築家との無料相談会同時開催

6/14 11:00~18:00 6/15 10:00~17:00

豊岡市民プラザ 市民活動室AB

0120-3159-81

新型コロナウイルス感染予防対策の取り組みについて

～お客様へご協力をお願い～

- 建築家及びご来店スタッフはマスクを着用し、手洗い・アルコール消毒つがいを徹底します。
- 開催中は、異人混雑を行います。
- 小・中学生などは特に制限を行います。

～お客様へご協力をお願い～

談や検察等の保持が可能な場合は、実感を控えさせていただきます。


状況により、入場制限をさせていただく場合があります。ご了承ください。

新型コロナウイルス感染症対策



手洗いの励み マスク着用 距離を保つ 同乗数にふるまひの制限

会場が混雑した場合は、入場制限を実施する場合がございます。



第15回 建築家展

GARAGE HOUSE & 女性建築家特集


2.24 Sat - 25 Sun

会場は にはんプラザ

www.asj-net.com

憧れの素晴らしい自由な家づくりはASJで。

「渡辺篤史の建もの探訪」でおなじみの渡辺篤史さんに応援いただいています。



ACADEMY ASJアカデミー会員募集中

ASJアカデミー会員のメリット

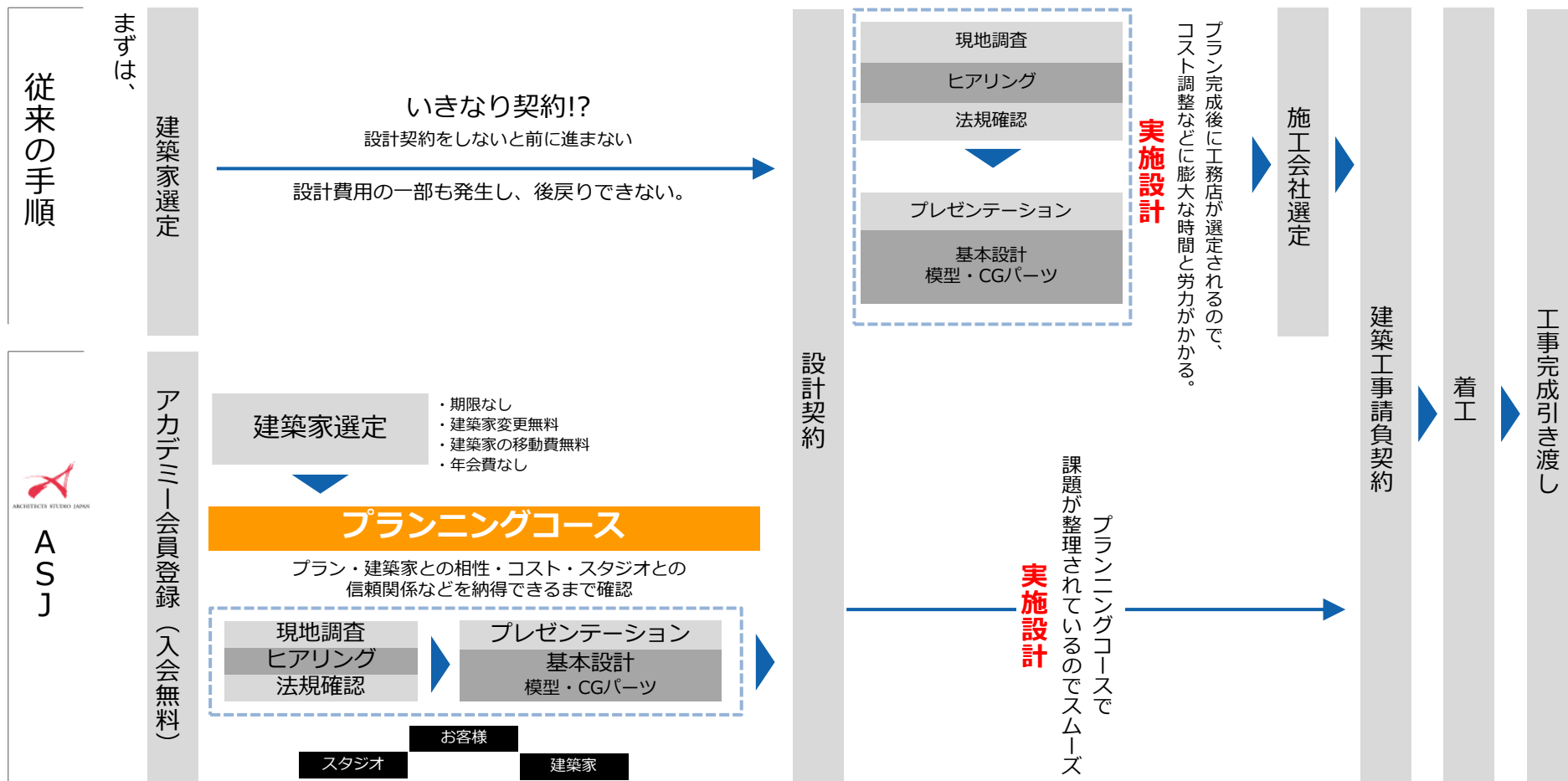
- 建築家からのプラン提案
- 土地からお探しのお客様への充実したサービス
- ASJ情報誌のお届け
- 専門誌の貸し出し
- スタジオ施設の利用
- 各種セミナー・見学会への参加

ASJアカデミーご入会の方にプレゼント!
[A-Collection]、[A-Style Monthly]をセットで、当日ご入会いただいた皆さまにプレゼントいたします。



2. ASJ建築家ネットワーク事業 (1) スタジオネットワークビジネス (2/2)

従来の建築家との家づくりのプロセスとASJ建築家ネットワーク事業でのプロセスの違い



2. ASJ建築家ネットワーク事業 (2) プロデュースビジネス

プロデュースモデルへの展開

2016年度より顧客に直接プロデュースを行うビジネス（プロデュースビジネス）を建築家情報空間「ASJ TOKYO CELL」やASJリゾートをコンセプトに開設した「ASJ Yokohama Satellite」（横浜市）を営業拠点として特に富裕層向けにコンシェルジュサービスを展開。

イベント・セミナーやWEBで入会された会員にきめ細かな一貫したサービス（建築家相談、建設会社選定、引渡しまで）を行う営業部隊を配置、一般の住宅から別荘、収益物件、リゾートホテル建設など多岐にわたっています。

ASJコンシェルジュサイト



“さあ、建築家との夢づくりが始まります”

DESK

ASJ Concierge@ASJでは、あなたの希望や夢を制約なく実現するために、あなたの思いと条件にベストマッチする建築家、そして施工会社を、経験豊富なハウジングプロデューサーがトータルコーディネートいたします。

建築家って選べるんです。

ASJ Academyへのご登録から建築家との家づくり～ ASJ独自のハウジングフロー

- ASJにご登録
- ご相談・ヒアリング
- 建築家によるヒアリング
- プラン制作・見積り
- 設計契約
- 実地設計
- 工事契約
- 施工
- 竣工

START

ASJ Academyにご登録（無料）いただけます。あなたが「理想の家づくり」を実現しようとするまでのお手助けは専門的な知識と経験が不可欠。ASJメンバーが専用サイトやツールによる迅速なサポートを行います。また、建築家や施工会社によるセミナー、各種イベントへのご案内も随時ご案内させていただきます。

ASJ Academyについて詳しく▼

ASJ CELL イベント・セミナー



渡辺篤史氏推奨！
建築作品展

好評につき建築展延長決定!!

会場／建築家情報空間 ASJ Yokohama Satellite
ランドマークプラザ 4F

△平日午前10時～午後5時（予約無く休日で休館5分）
△土曜・日曜・祝日・年末年始は休館
△駐車場代（有料） ●キッズコーナーあり

建築家という
選択肢

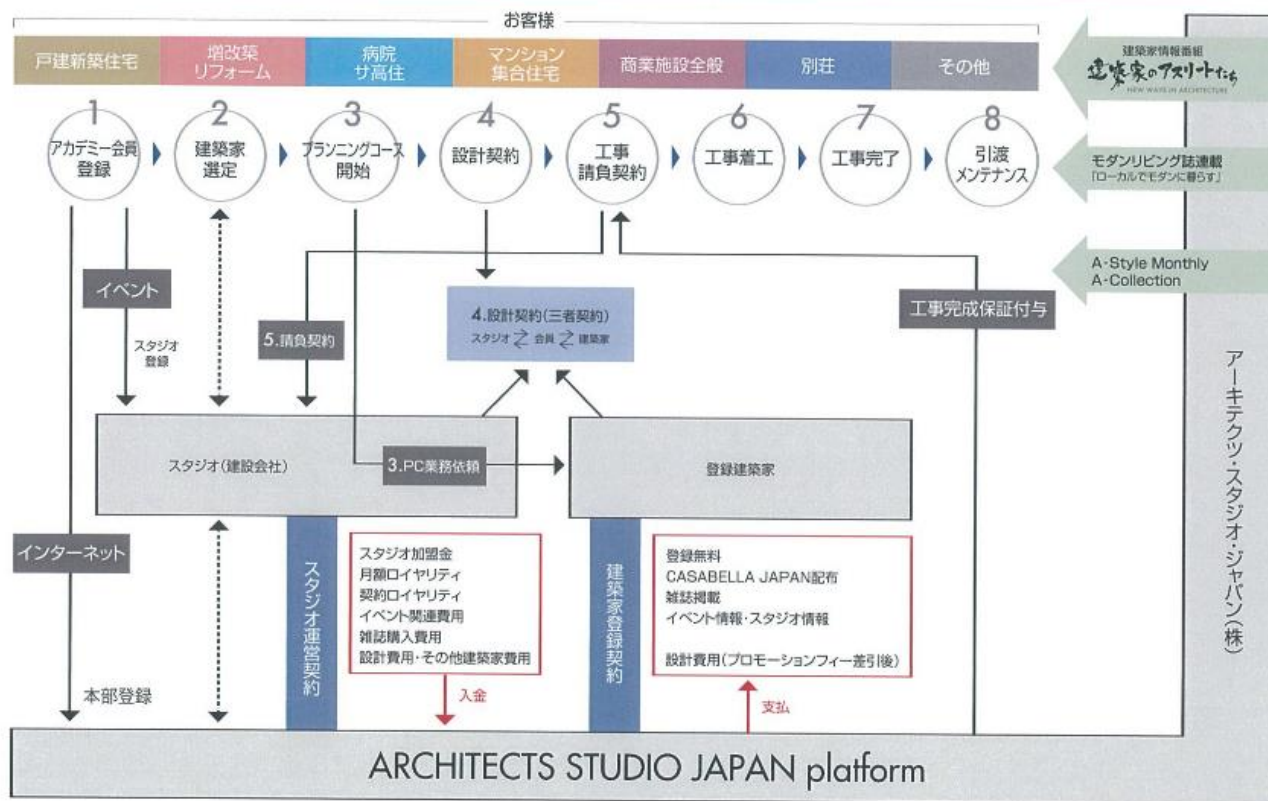
お問い合わせは、アーキテクトスタジオジャパン株式会社 ASJ Yokohama Satellite
横浜青島みなとみらいビル 4F ☎0120-16-3159 Tel. 045-323-9057 ASJコンシェルジュ

日本最大級の建築家ネットワーク ARCHITECTS STUDIO JAPAN 建築家2,940名

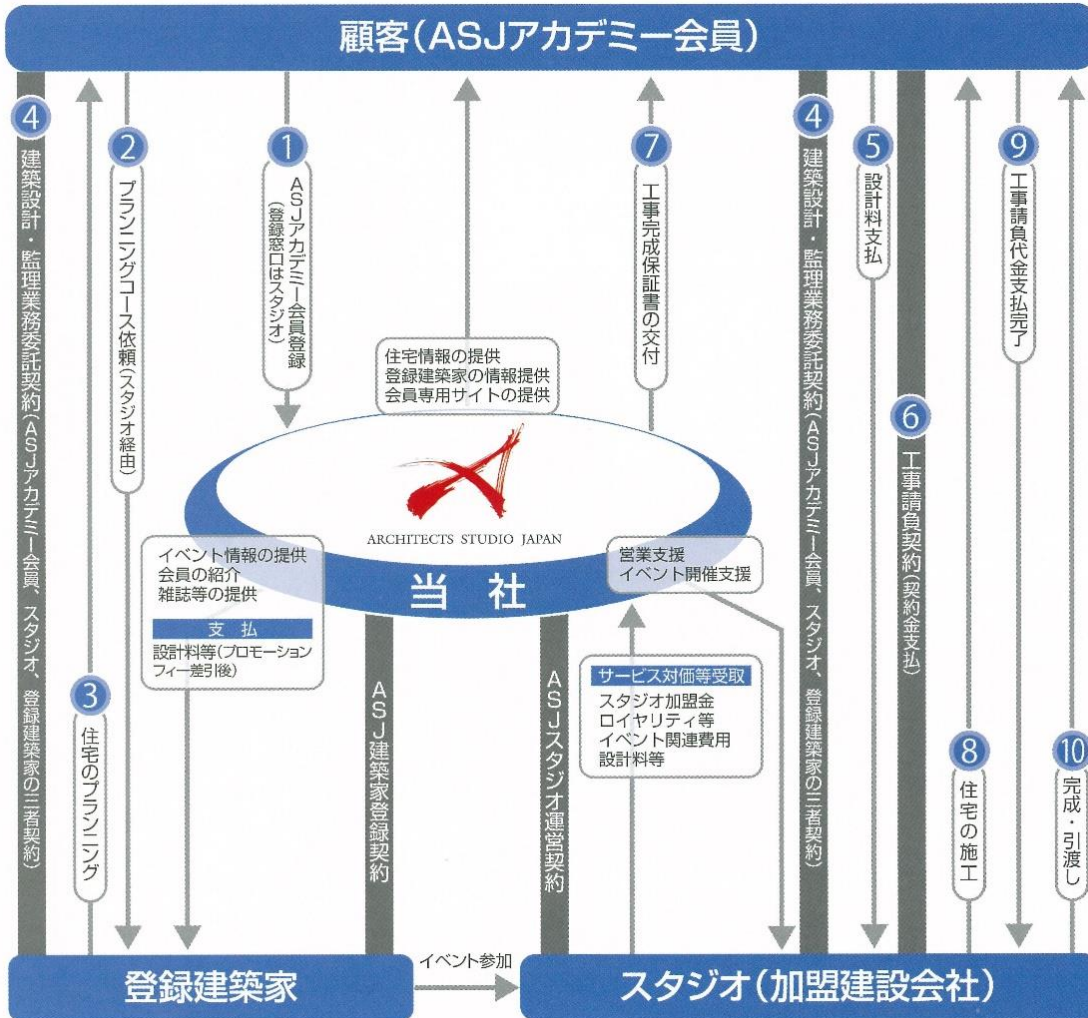
2. ASJ建築家ネットワーク事業 — 建築家との家づくりのフロー —

WEB・イベント等で入会したアカデミー会員は以下の流れで建築家選定、プランニング、設計契約、工事請負契約、工事着工、工事完了、引渡しへと進みます。

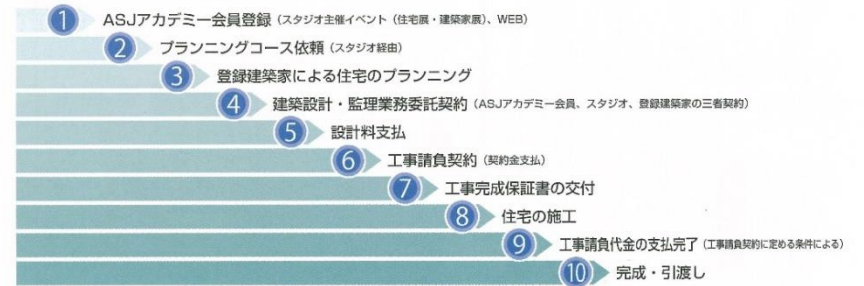
ASJ建築家ネットワーク事業の仕組み



2. ASJ建築家ネットワーク事業 — 事業フローと収益構造 —



▶ 建築家との家づくりの流れ (入会から完成・引渡しまで)



建設工事請負会社が加盟建設会社 (登録工務店) またはパートナー建設会社の場合は、上記「建築家との家づくりの流れ (入会から完成・引渡まで)」④「建築設計・監理業務委託契約」については顧客 (ASJアカデミー会員) と登録建築家間の二者契約、⑤「設計料支払」については顧客 (ASJアカデミー会員) から当社を経由し登録建築家への流れとなります。

⑦につきましては2020年3月末をもって工事完成保証書の交付を終了。

PROTO BANK Stationとして契約した建設会社は加盟建設会社 (登録工務店) またはパートナー建設会社と同じく④「建築設計・監理業務委託契約」の締結はありませんが、図面使用に関して顧客 (ASJアカデミー会員) と登録建築家間の二者契約となります。

★スタジオネットワークビジネスとプロデュースビジネスの課題点

ASJでは創業以来、建築家からの提案を「PLANNING COURSE」というサービス形態で全国の工務店をF C展開する「スタジオ」モデルと、建築家情報空間CELLをベースに首都圏を中心とした富裕層向けに提供している「プロデュース」モデルによって提供してまいりました。

しかしながら建築家による提案システム「PLANNING COURSE」には以下の課題があり、工務店にとって技術者の不足や建設単価の上昇もある中、収益獲得までに相当な時間がかかることからスタジオ運営会社の撤退が相次ぎました。

- ①時間がかかる ②価格が大幅に乖離 ③設計料が重荷となる ④工務店との見積回数が多い
- ⑤施工の難しさ ⑥利益を残しづらい ⑦メンテナンス費用の問題等

一方、2016年度よりサービス開始したプロデュースビジネスにおいては以下の課題があります。

- ①首都圏中心で一定の成長は見込めるものの力戦型ビジネスであること ②収益、別荘など多く、入会から設計契約、請負契約までの時間が長いこと
- ③工務店の負担が大きいこと ④引き渡すまで営業がかかわることから数多くの案件をこなしていく

以上の課題を背景にここ数年事業後退を生じさせていました。

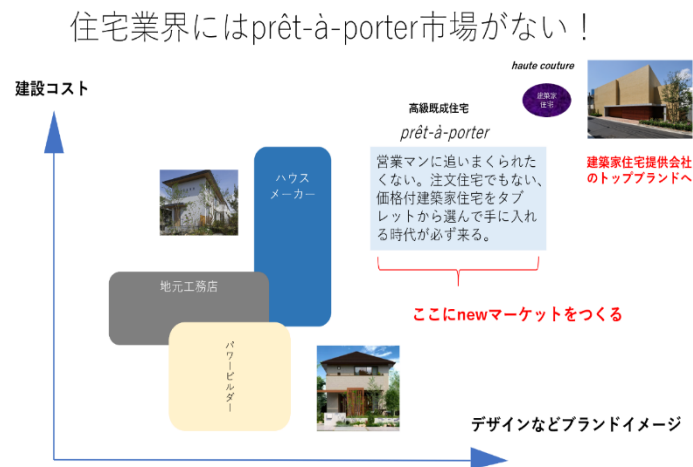
工務店軸足の受注依存型からWEBサービスの会社へ

2021年度、本格的に建築家住宅を「軽快に」「最速」で提供する新サービス「PROTO BANK」を市場投入。PROTO BANKは過去の建築家が設計した図面を再活用するサービスで、

『住宅業界初のprêt-à-porter市場を』を旗印に「スマホから最高に気に入った家が届いた」をイメージするデジタルネイティブ世代を対象とした新しいサービスです。

上記の課題にあるような長期間にわたる建築家との打ち合わせや工務店との価格調整はありません。

住宅建設予定の顧客はあたかも宝石をテーブルに並べて選ぶように建築家住宅の過去の作品を「写真」「CG」「建築家情報」「4段階の価格」など必要情報をタブレットでチェックして、ASJのカスタマーデスクなどとも相談しながら1作品に絞って建設して頂きます。文字通り住宅の「Prêt-à-Porter」です。



2. ASJ建築家ネットワーク事業 (3) PROTO BANKビジネス

PROTO BANKビジネスは、スタジオネットワークビジネスとプロデュースビジネスにおける建築家住宅造りの課題を改善し、利用者増と早期契約化を図ることができる新たなシステムです。

- ① 時間がかかる ⇒ 申し込みから1～2ヶ月で着工できる
- ② 価格がわからない ⇒ 定価の明示、建築材料のグレードにより4段階で価格表示され、その中から選択も可
- ③ 設計料が重荷 ⇒ 設計図面利用料金が安い（一般的には請負金額の10%が設計料）
- ④ 見積もり回数が多すぎる ⇒ WEB上で確認できる
- ⑤ 施工が難しい ⇒ 工務店は施工に際し、竣工写真や工事写真を活用できる
- ⑥ 利益が残らない ⇒ 過去の図面を活用しても最新の単価に随時更新できる積算機能があり利益は確実にキープ可能
- ⑦ メンテナンスが大変 ⇒ メンテナンス費用のかかる案件についてはあらかじめ採用しない

プロトバンクでの家づくりのフロー

PROTO BANKの機能



サービスご利用のイメージ

Service combination

オリジナル設計にとことんこだわる

建築家と直接会って、設計契約前に無料で何度でもプラン提案をお受けいただけるコースです。建築家の交通費・建築家の変更も無料なので安心です。提案を受ける建築家の人数を選べる3つのコースがあります。
(STANDARD:1名、DUAL:2名、PROPOSAL:3名)



PLANNING COURSE

- standard
- DUAL
- プロポーザル



設計: 坪研一 撮影: 小川重雄



設計: 畑友洋 撮影: 矢野紀行



設計: 河川佳介 撮影: Nacasa & Partners Inc.

サービスを組み合わせる

PLANNING COURSEでのプラン提案で「予算が大幅に合わない」、「イメージが違う」という場合に、PROTO BANKをリザーブしておくとう無理なくゴールを目指せます。



PLANNING COURSE + PROTO BANK



設計: 河川佳介 撮影: Nacasa & Partners Inc.



設計: 森清純 撮影: フォワードストローク



設計: 佐藤正彦 撮影: 石井紀久

名作住宅をセレクトして建てる

お施主様承諾済みの「完成竣工図面」を再利用できるサービスです。PROTO BANK検索から自分にあった作品を「お気に入り30」にプール。3作品に絞ったらカスタマーデスクにも相談して1作品を選択します。設計費用・設計時間もなく、建築家住宅が軽快に最速でお手元に届きます。



PROTO BANK



設計: 久成文人 撮影: 畑田英次



設計: 丸岡一郎 撮影: 畑田英次



設計: 吉沢研二 撮影: 石井紀久

※リフォーム・リノベーションの方は、PLANNING COURSEをご利用ください。

3.市場環境 (1) 住宅建設市場全般の動向

■ 2020年度並びに2021年度上半期新設住宅着工数

国土交通省から2021年4月に公表された2020年度の新設住宅着工戸数は、前年度比8・1%減となる81万2164戸。

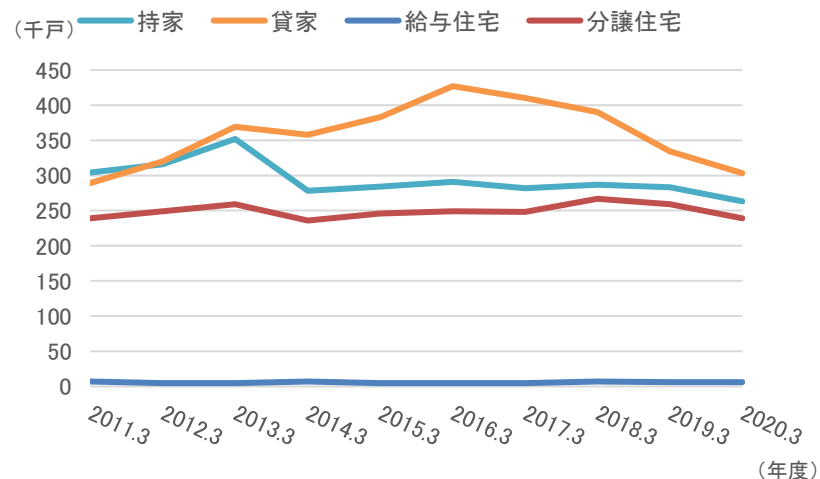
前年度からのマイナスも、90万戸を下回るのも2年連続、直近10年では最少戸数となった。各利用関係別とも全圏域マイナスで、同省によると「大きな地域差はなく、全体的に落ち込んだ」。もともと消費増税の影響で低迷していたところに、新型コロナウイルス感染症拡大が打撃となった。特に税率変更が尾を引いていたことや緊急事態宣言があったため、2020年上半期は2ヶ欠減の月も多かった。下半期にはやや減少幅が縮小し、持ち直しの兆しも見えたものの2018年度の95万2千戸台を大きく下回った。2021年4～9月はコロナ禍の影響が大きかった2020年4～9月（前年同期比11.3%減）と比較すると全体としては445,674戸で107.6%、持家113.2%、貸家108.6%、給与住宅90.8%、分譲住宅100.9%となった。

直近10年新設住宅着工統計(利用関係別戸数)

(単位: 戸,%)

年度	着工戸数総計	前年比	内訳							
			持家(建築主が自分で居住する目的)		貸家(賃貸目的)		給与住宅(社宅、寮)		分譲住宅(建売、分譲目的)	
			戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比
2011年度 2011.4-2012.3	841,246	102.7%	304,822	98.8%	289,762	99.3%	7,576	115.1%	239,086	112.7%
2012年度 2012.4-2013.3	893,002	106.2%	316,532	103.8%	320,891	110.7%	5,919	78.1%	249,660	104.4%
2013年度 2013.4-2014.3	987,254	110.6%	352,841	111.5%	369,993	115.3%	5,272	89.1%	259,148	103.8%
2014年度 2014.4-2015.3	880,470	89.2%	278,221	78.9%	358,340	96.9%	7,867	149.2%	236,042	91.1%
2015年度 2015.4-2016.3	920,537	104.6%	284,441	102.2%	383,678	107.1%	5,832	74.1%	246,586	104.5%
2016年度 2016.4-2017.3	974,137	105.8%	291,783	102.6%	427,275	111.4%	5,793	99.3%	249,286	101.1%
2017年度 2017.4-2018.3	946,396	97.2%	282,111	96.7%	410,355	96.0%	5,435	93.8%	248,495	99.7%
2018年度 2018.4-2019.3	952,936	100.7%	287,710	102.0%	390,093	95.1%	7,958	146.4%	267,175	107.5%
2019年度 2019.4-2020.3	883,687	92.7%	283,338	98.5%	334,509	85.8%	6,108	76.8%	259,732	97.2%
2020年度 2020.4-2021.3	812,164	85.2%	263,097	91.4%	303,018	77.7%	6,908	86.8%	239,141	89.5%
2021年度 2021.4-2021.9	445,674	107.6%	148,745	113.2%	169,918	108.6%	2,954	90.8%	124,057	100.9%

出典: 国土交通省総合政策局 建設経済統計調査室(令和3年10月29日公表)



新設住宅着工戸数の予測 (2020年6月9日(株)野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」より)

2040年度までの新設住宅着工戸数に関して人口・世帯数、住宅ストック、経済成長などから予測

予測のための条件 人口・世帯数の減少・・・2019年度421万世帯→2030年度387万世帯→2040年度344万世帯へ

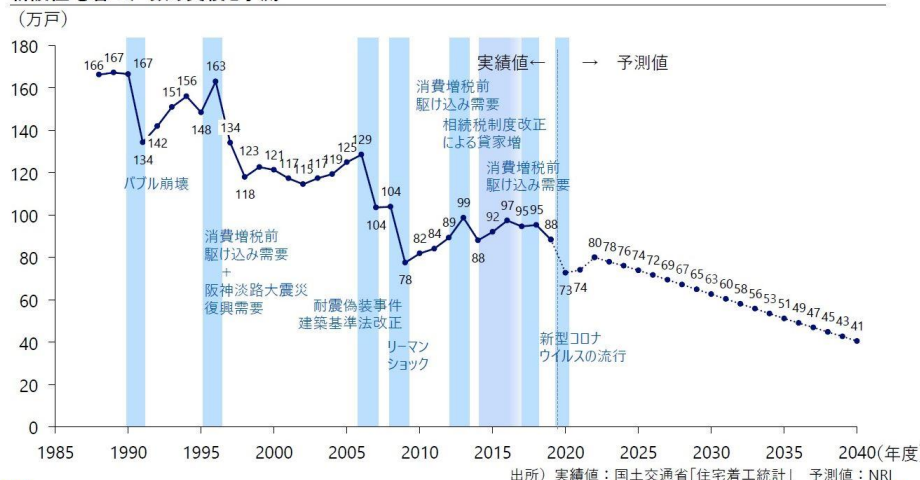
住宅ストックの伸長・・・平均築年数2013年22年→2030年29年→2040年33年

経済成長鈍化・・・名目GDP鈍化(新型コロナウイルスによる短期的影響と中長期トレンドに基づいた予測)

新設住宅着工戸数の予測結果

①移動世帯数の減少、②平均築年数の伸長、③名目GDPの成長減速等により、
新設住宅着工戸数は2030年度には63万戸、2040年度には41万戸に減少する見通し

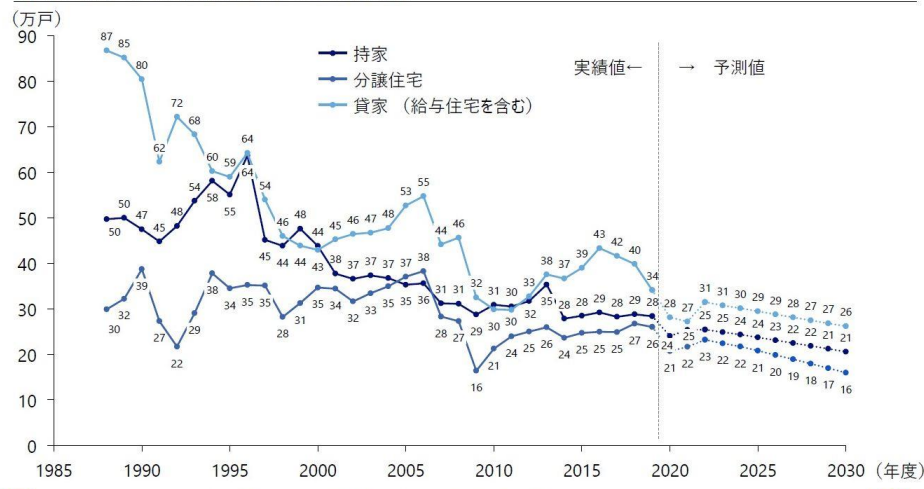
新設住宅着工戸数の実績と予測



利用関係別に見た新設住宅着工戸数の予測結果

持家・分譲住宅・貸家(給与住宅を含む)のいずれも漸減し、
2030年度時点でそれぞれ21万戸、16万戸、26万戸になる見通し

新設住宅着工戸数の実績と予測(利用関係別)



3.市場環境 (3) 建築家住宅市場の現状と今後の展望

■ 建築家住宅戸数の推移、比率

国交省公表の統計数値によると住宅着工戸数は徐々に減少しているものの、ASJの建築家住宅市場におきましては矢野経済研究所調べで2019年度の建築家住宅新設着工戸数は11,200戸で、建築家住宅は2016年度からほぼ11,000戸前後の一定水準を維持しています。この背景にはローコストで画一的な注文住宅ではなく、デザイン性や機能性を求める施主（顧客）層が、建築家を活用した住宅に注目するようになってきていることがあります。

建築家住宅※は持家一戸建（注文住宅）の着工数に占める割合は4%と推計されます。



注1. 国土交通省「住宅着工統計」を基に矢野経済研究所推計

矢野経済研究所調べ

※建築家住宅とは・・・

建築士の資格を有し、独立した建築家によって、基本設計された住宅をさす。なお、ハウスメーカーや工務店の社員建築家もしくは専属的に建築家として契約しているケースは同市場に含まない。

■ 建築家住宅の将来展望

同じく矢野経済研究所の調査報告によると今後、建築家マッチングサービスや建築家を活用するプラットフォームの利用拡大等により、“建築家住宅”の認知度が向上し、建築家がより身近な存在になることで、ライフスタイルを重視し、こだわりのあるデザインや機能を求める施主（顧客）層にとっては、建築家住宅が一つの選択肢として徐々に確立されていくものとする。

事業戦略

- プロトバンクビジネスを今後の中核事業へ経営資源を集中
- プロトバンクステーション加盟数を増やす一方、これまでのゼロからの受注依存型からWEBサービス会社への転換
- 業務提携等によりプロトバンク取扱いチャネルを開拓
- 対面イベントからWEBマーケティングでの集客へシフト、建築家のプラン提案の質向上により設計契約率向上
- プロデュースビジネスでは地元不動産業者とのコラボ、リモート化による地方への移住支援 地域密着型へ展開
- 富裕層の取り込み、雑誌+WEB 高額層に特化した新LPでコンシェルジュDESK対応強化
- イベントからセミナーやテーマに合わせた比較的長い個展などを通してアカデミー会員獲得を図る
- 地球環境への負荷軽減が可能な有機物の高度利用システム的设计提案による新市場への展開

市場、競争の優位性

- 国内市場は人口・世帯数減、住宅ストック増加、GDP成長鈍化で減少傾向にあるものの、建築家住宅市場は一定数を維持している
- なんでもスマホで手に入れるデジタルネイティブ世代をターゲットにニューマーケットを掘起す
- 国内で最大級のASJ登録3000名の建築家の作品実績を保有
- 独自に開発した建築家住宅専用積算ソフト「COSNAVI」により最新の建築単価による見積提供が可能
- 工務店にとっての工務・積算業務等省力化

4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展 ①既存ビジネスの深化の概要

基本的な 経営の方向性	経営テーマ		基本経営方針
	建築家の活動量に比例して都市は豊かになる		3,000名の建築家と全国工務店を結ぶネットワークによる建築家・施主・工務店のマッチング・プラットフォームの運営
ビジネスモデル の名称	既存ビジネスモデル		既存ビジネスモデルの深化 WEBサービス化
	スタジオネットワーク ビジネス (ネットワーク事業本部)	プロデュースビジネス (プロデュース事業本部)	PROTO BANKビジネス (事業開発本部プロトバンク事業部)
ターゲット施主	じっくり建築家と話して唯一無二の住宅を建てたい施主		建築家住宅には興味があるが手間はかけたくない施主 (スマホネイティブ世代)
ターゲット施主への提供価値	<p>全国3,000名の建築家と施主との最適マッチング</p> <p>設計プラン・建築家との相性・コスト・工務店との信頼関係などを納得できるまで確認し、リスクを最小化して契約</p> <p>納得いかなければ建築家を変更可能</p>		<p>建築家住宅をWEBカタログ化し提供</p> <p>設計プロセスに要する時間がほぼゼロ</p> <p>一般的に数百万円する設計料が格安な利用料のみ</p> <p>最新の建材価格・人件費等を把握した松竹梅の明瞭な価格体系により価格リスクゼロ</p>

4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展 ①既存ビジネスの深化の概要 (続き)

ビジネスモデルの名称	既存ビジネスモデル		既存ビジネスモデルの深化 WEBサービス化
		スタジオネットワーク ビジネス (ネットワーク事業本部)	プロデュースビジネス (プロデュース事業本部)
競争力の源泉 優位性 (知的財産)	3,000名の建築家との信頼関係 ASJ主催の国際的な一流建築家向けイベント等による 建築家に対するブランド力 ネットワーク運営ノウハウ		ASJ独自開発の建築家向け積算ソフト「COSNAVI」による過去の 図面からのリアルタイム価格表示力 ASJ独自開発の完全クラウドベースの 顧客管理システム「A-POS」に連動
集客	リアルイベント集客		WEB集客が主 & リアルイベント集客併用
地域	地方	首都圏	全国
成約プロセス	工務店主導 対面	ASJ主導 対面	ASJ主導 WEBによるAIベースのナーチャリング
課題	新型コロナウイルス感染拡大によりリアルイベントである建築家 展等の開催が困難になり集客力が低下 建材・資材高騰による建築家住宅の高騰による 成約率の低下 工務店にとって施工の手間がかかりすぎる		革新的なモデルであるため知名度がない
課題克服の 施策	PROTO BANKにおけるシナジーによる WEBを通じた集客力・成約率を回復		魅力あるWEBサイトの構築 WEBマーケティングの強化

4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展 ②既存ビジネスの長期的ターゲットシェア目標

ビジネスモデル の名称	既存ビジネスモデル		既存ビジネスモデルの深化
ターゲット 市場	スタジオネットワーク ビジネス (ネットワーク事業本部)	プロデュースビジネス (プロデュース事業本部)	PROTO BANKビジネス (事業開発本部プロトバンク事業部)
ターゲットシェア 達成時期	<p>3事業全体で以下の市場をターゲット</p> <p>建築家注文住宅+大手ハウスメーカー注文住宅の合計約8.2万戸※1</p> <p>5年後に上記ターゲット市場の約5%シェア = 4,000戸※2 (PROTO BANK「価格付建築家住宅：Prêt-à-Porter住宅」市場創出により)</p>		

※1 建築家注文住宅については、矢野経済研究所調べ、2019年度ベース、11,200戸。https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2502

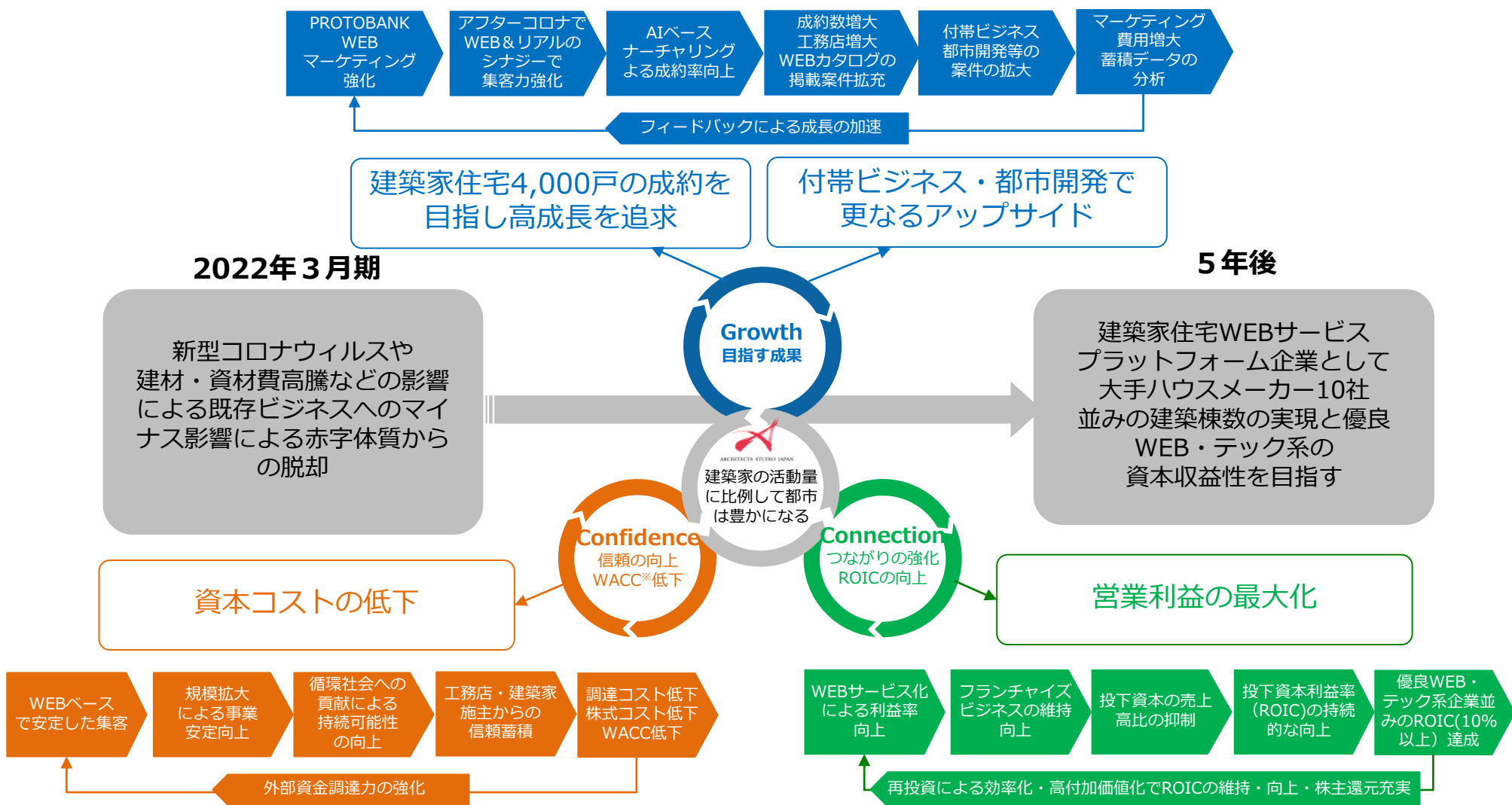
大手ハウスメーカーの2020年度はコロナの影響もあり、積水ハウス、積水化学工業、旭化成ホームズ、大和ハウス工業、住友林業、PLT（ミサワホーム、パナソニックホームズ、トヨタホーム）、三井ホーム、ヤマダホームズの合計で58,781戸、2021年6月17日住宅産業新聞社調べ、<https://www.housenews.jp/house/19230> 及び、一条工務店ホームページ、<https://www.ichijio.co.jp/corporate/> 12,000戸 の合計約82,000戸（参考：2019年度実績93,900戸）

※2 スタジオ、プロトバンクステーション合わせたFC加盟数は2022年3月期末 203社（2021年11月末時点151社）、3年後（2024年3月期末）345社、5年後（2026年3月期末）は500社を目標。建築家住宅戸数は2022年3月期においては顧客が選択できるプロトバンク商品数が100件程度のため既存ビジネス中心で194戸（2021年11月末時点81戸）を予定、2024年3月期にはプロトバンク商品数の増加並びにFC加盟数の増加から既存ビジネス合わせ1,000戸を計画）。上記5年後をターゲットシェアとする4,000戸はFC加盟店によるイベント・セミナー、WEBその他（事業提携先含む）から受取るマーケティング費用から毎月広告代を投下することなどで新規アカデミー会員登録を40,000人まで伸ばす目標。過去、新規アカデミー会員の入会者がPLANNING COURSEへ移行する率は過去平均で30%であることからPROTO BANKサービスへの利用率も同じく30%と仮定、そのサービス利用者の成約率をこれまでの実績から1/3で計算、4,000戸を算出。

4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展 ③新規ビジネスの展望 (アップサイド)

	新規ビジネス	既存ビジネスモデルの深化
ビジネスモデル	<p>既存事業の付帯ビジネス強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 建材仲介・リフォーム ② ローン・保険関連事業 	<p>建築家主導の都市開発モデル</p> <p>環境問題テーマ</p>
特徴	<p>建材のオプションの拡充 リフォームの提案に伴う手数料 ローン・保険関連手数料 で長期的な収入を確保</p>	<p>建築家3,000名のネットワークにより 建築家主導の都市開発デザイン</p> <p>住宅をPROTO BANK で提供</p> <p>総合的な完全循環社会を推進する 資源回収・再生エネルギー技術をセット</p>
収入イメージ	<p>建材、ローン・保険取次ぎ等 手数料収入として各売上の2～3%</p>	<p>数百億円規模の都市開発費用の5～10% 及び 回収した資源・再生エネルギーの販売 長期的な建替・リフォーム需要</p>

4. 事業計画 (1) -2 経営方針・成長戦略と5年後の株主価値への貢献イメージ



上記は、ジェイ・フェニックス・リサーチ(株)の提唱する株主価値経営の体系、GCC経営™システムのフレームワークに基づく。

※：WACC：Weighted Average Cost of Capital、有利子負債のコストと株主資本のコストを加重平均した資本のコスト

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (1/8)

(a) 住宅業界での注文住宅の位置づけ

PROTO BANK 『住宅業界にはprêt-à-porter市場がない！』

デジタルネイティブ世代に住宅業界初の『prêt-à-porter住宅』をスマホから自由に選び、最高に気に入った家が届いた」を！！！！

日本の住宅の新設着工戸数は国交省からの発表数字をもとに野村総研より減少化傾向が続くと予測されており、一方、住宅に対する考え方も多様化がより鮮明となり、複雑な市場になると予測します。これまで戸建住宅提供会社のほとんどが「注文住宅」というカテゴリーでしたが、PROTO BANKは「注文住宅」ではなく「価格付建築家住宅：Prêt-à-Porter住宅」という全く新しいカテゴリーになります。住宅購入者はどこを選んだらいいのかわからない「彷徨える羊」であり、その羊を強力な営業力でプッシュするのがこれまで住宅業界のスタイルでした。PROTO BANKはそのスタイルを一変するものです。ASJの専用WEBサイトでは自由に検索して気に入った過去の建築家住宅をテーブルに並べて様々な情報をチェックして専門窓口とも相談しながら1作品に絞り込んで「名作住宅をもう一度建てる」というサービスです。



名作住宅の図面を再利用して、建築家との家づくりを最速で進められるサービス。



現在、ハウスメーカー上位10社+一条工務店で約7万戸の注文住宅を供給、マーケットを構成しています。

PROTO BANKは、従来のハウス展示場を主戦場とした営業主体の「注文住宅」市場に、「Prêt-à-Porter住宅」市場がとって変わる時代での主役を演じてまいります。

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (2/8)

(b-1) 競争力の源泉・優位性について

PROTO BANKは、日本最大級の建築家ネットワークに登録された3,000名もの建築家による名作住宅といわれる過去の図面を活用するサービス。

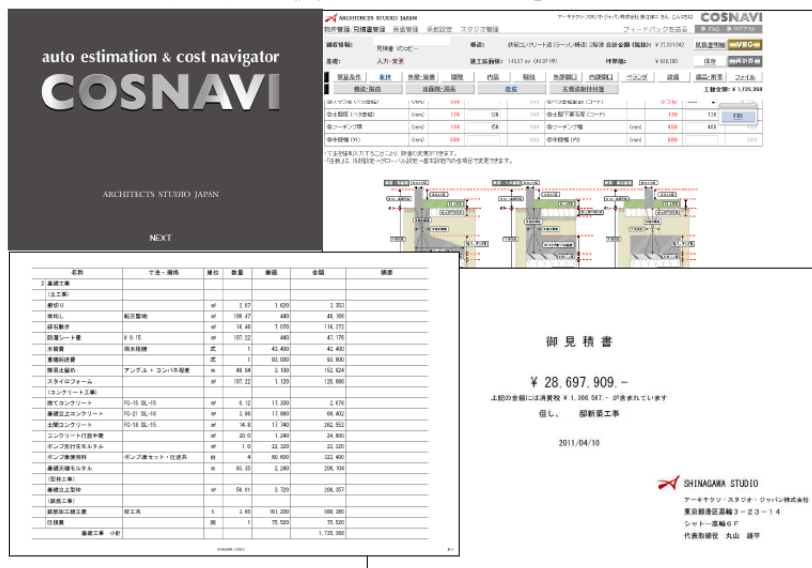
ASJで建設された作品だけでなく建築家のプロパー案件も対象となり豊富なラインナップを提供できます。

PROTO BANKでの表示価格はASJが独自開発した建築家向け自動積算ソフト「COSNAVI」にて3ヶ月に1回再計算することができるため、最新の単価に修正された見積提案ができ、また、見積書はそのまま契約活用が可能となります。

PROTO BANKはアカデミー会員が自由に検索することができ、そのプールされた「お気に入り30」の作品データはAIで認知、顧客が気に入った作品を優先表示することで顧客のASJサービスでの着地率を高めます。顧客管理システム「A-POS」にて会員の進捗動向などリアルタイムで把握できます。

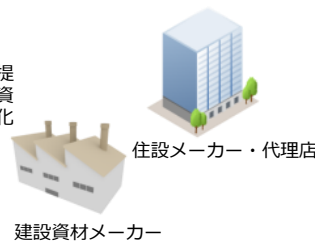
最新のAI技術・DXを駆使したWEBサービスによりPROTO BANKはデジタルネイティブ時代の顧客を虜にするだけでなく、施工側となる工務店のファン化にも力を注ぎ、将来的に全国で約500社のプロトバンクステーションを目指して配置してまいります。

建築家向け積算ソフト「COAVNAVI」



The screenshot displays the COSNAVI software interface. On the left, there's a sidebar with the text "auto estimation & cost navigator COSNAVI" and "ARCHITECTS STUDIO JAPAN". The main area shows a detailed cost estimation table with columns for item name, unit, quantity, and price. Below the table, there's a section titled "御見積書" (Bill of Materials) with a total amount of ¥28,697,909.-. The interface also includes a 3D architectural rendering of a building.

メーカーとの業務提携により建材資材のプレート化



顧客管理システム「A-POS」



The screenshot shows the A-POS customer management system interface. It features a dashboard with various data points, including customer names, contact information, and project status. The interface is designed for efficient management of customer relationships and project progress.

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (3/8)

(b-2) 競争力の源泉、優位性についてのまとめ

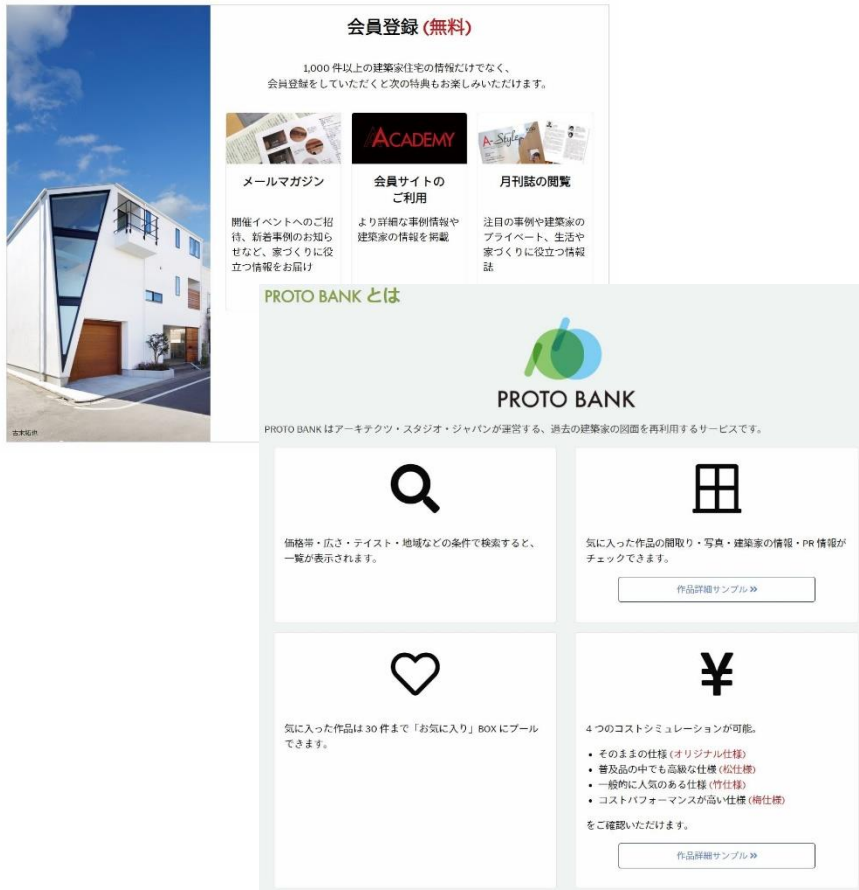
競争優位性の源泉		内容
仕組み	データベース	<ul style="list-style-type: none"> ・ 唯一無二の建築家住宅のデータベース ・ 正確な仕様やコンセプトが明確な建築家住宅の個性豊かなデータベースがあるため、施主の属性、個性、感性を分析するAIを導入することで、施主の個性に合致した最適な図面を施主ごとにマッチングすることが可能
	AI	
	ローン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 提携銀行と連携し円滑なローン契約が可能
ベネフィット	施主	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1000件のデータベースが個性にあった好きな住宅をチョイス ・ 実際に施工される住宅をあらかじめ実際に見ることが可能 ・ 申し込みから1~2ヶ月で着工できる ・ 完成後のイメージが明確にわかる ・ 価格が最初から固定的で見積もり乖離リスクがほとんどない ・ 設計料がほとんどからない ・ WEBで見積もりなど手続きのほとんどが完結
	工務店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社が独自開発した建築家向け自動積算ソフト「CO SNAVI」により3カ月ごとに最新の資材価格等により正確な見積もりが自動的に算出可能 ・ すでに一度施工された正確な設計データ図面が利活用できるため施工が容易 ・ 工務店は施工に際し、竣工写真や工事写真を活用できる ・ 過去の図面を活用しても最新の単価に随時更新できる積算機能があり利益の確保が容易
	建築家	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用されると手数料収入が得られる
	銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・ 見積もりが初期段階から正確に入手可能であるため、ローン審査が非常に容易

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (4/8)

(c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 1

成長戦略8つのポイント

- ① 高度なデジタルマーケティングによるアカデミー会員の増加
- ② 住宅建設に関わる人なら誰でもチェックしたくなる魅力的なWEBサイトの構築



会員登録 (無料)

1,000 件以上の建築家住宅の情報だけでなく、会員登録をしていただく特典もお楽しみいただけます。

- メールマガジン: 開催イベントへの招待、新着事例のお知らせなど、家づくりに役立つ情報をお届け
- 会員サイトのご利用: より詳細な事例情報や建築家の情報を掲載
- 月刊誌の閲覧: 注目の事例や建築家のプライベート、生活や家づくりに役立つ情報誌

PROTO BANK とは

PROTO BANK はアーキテクト・スタジオ・ジャパンが運営する、過去の建築家の図面を再利用するサービスです。

検索機能: 価格帯・広さ・テイスト・地域などの条件で検索すると、一覧が表示されます。

作品検索: 気に入った作品の閲覧・写真・建築家の情報・PR 情報がチェックできます。

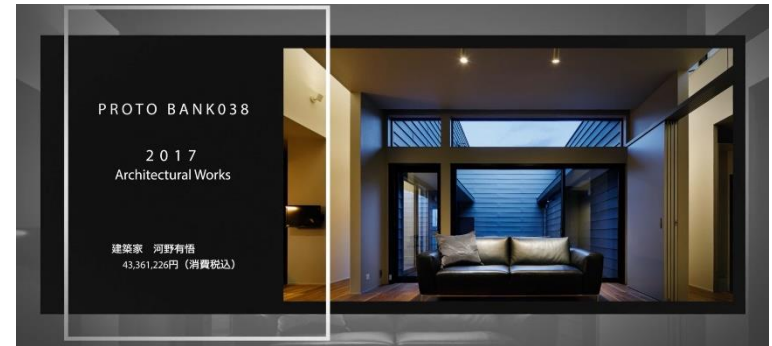
お気に入り: 気に入った作品は 30 件まで「お気に入り」BOX にプールできます。

コストシミュレーション: 4つのコストシミュレーションが可能。

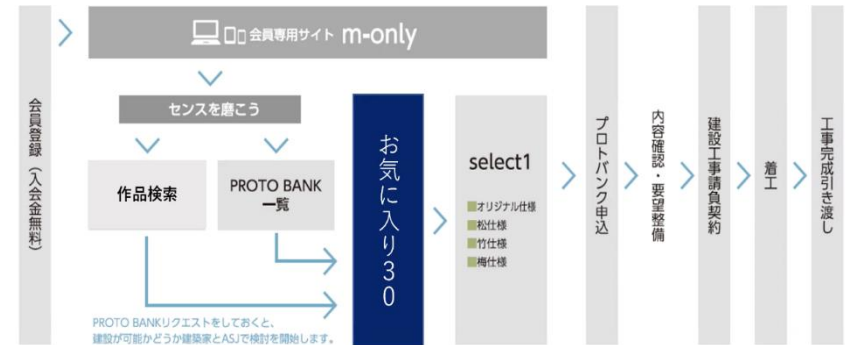
- そのままの仕様 (オリジナル仕様)
- 普及品の中でも高級な仕様 (松仕様)
- 一般的に人気のある仕様 (竹仕様)
- コストパフォーマンスが高い仕様 (梅仕様)

をご確認いただけます。

プロトバンク専用サイト



会員登録から工事完成引き渡しまでの流れ



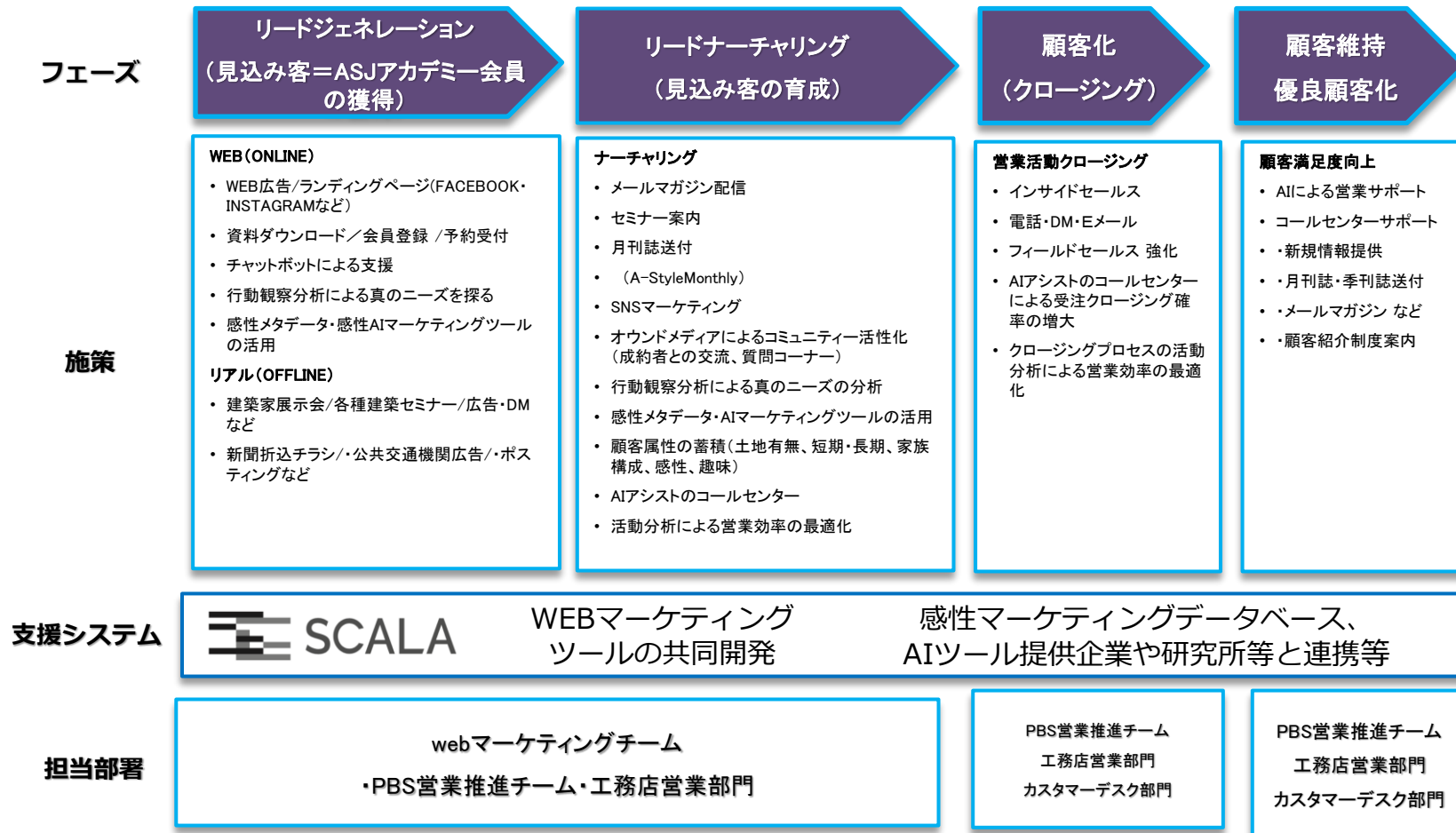
PLANNING COURSEと組み合わせるとお客様の満足度を高めることができます。

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (5/8)

(c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 2

③ AIを活用したナーチャリングシステム

マーケティング・顧客化の流れ

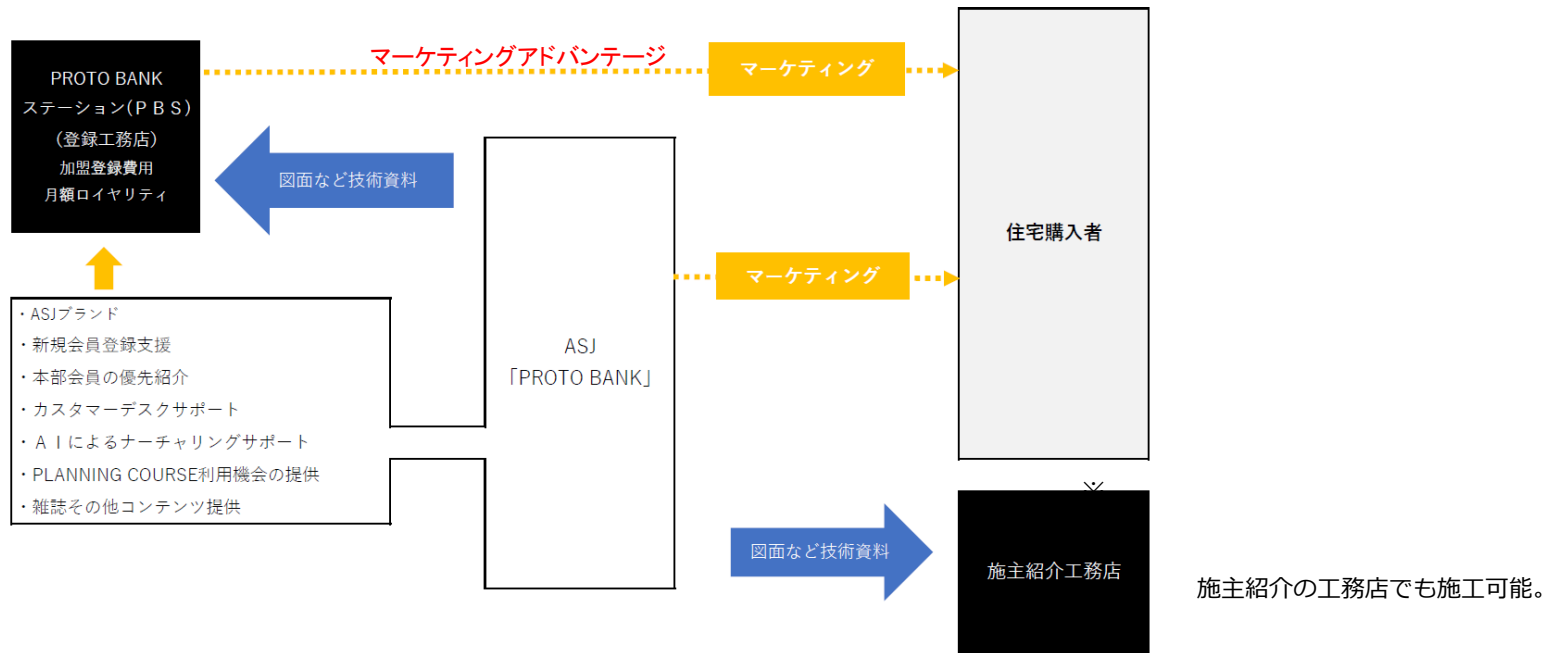


4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (7/8)

(c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 4

⑦建築家住宅のプラモデル化のための技術情報整備と工務店参加

PROTO BANK ステーション加盟工務店へ、マーケティングアドバンテージを提供するとともに、施工情報提供による工事利益確保



今後の展開として、PROTO BANKのプラットフォームを取扱う事業会社と業務提携、その事業会社のネットワークにより自社の顧客へASJプロトバンクも選択のメニューとして提供。

⑧FPサービスと金融の連携を検討

ネット銀行との提携による住宅ローンシュミレーション～斡旋、火災保険等金融紹介メニューを提供

4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (8/8)

(d) 収益構造について

PROTO BANKはFC登録店のPROTO BANKステーションと既存スタジオによって運営され、主としてロイヤリティ収入となります。またローンや保険、登録メーカーから建材等の取扱い開始により手数料収入も発生予定。

PROTO BANKの収益フロー



5. 成長戦略 — 他社との事業提携含む多チャンネル化による成長加速 (1/2)

ASJ建築家ネットワークビジネスは全国のFC工務店をチャンネルとしたネットワーク事業、営業が直接顧客にフルサポートを行うプロデュース事業、ネットワークビジネスで過去建設された建築家住宅の図面を再活用して提供するプロトバンク事業を展開しておりそれぞれ建築家の活動により収益を上げております。2021年10月1日付でApamanNetwork社から吸収合併したテンポネットワーク社の事業（主に商業店舗の斡旋紹介）を引き継ぎ、12月1日より子会社として新たに建築家の活躍の窓口として活用。

他社との事業提携による多チャンネル化

FCを中心とした自社ネットワークのみでの展開ではなく、様々なネットワークを有する企業との業務提携等によってチャンネルを増やし、建築家がより活動できる機会を提供することで設計契約、請負契約を増加させ、収益拡大を目論む。

ネットワーク事業本部・・・スタジオ退会エリアでの加盟促進

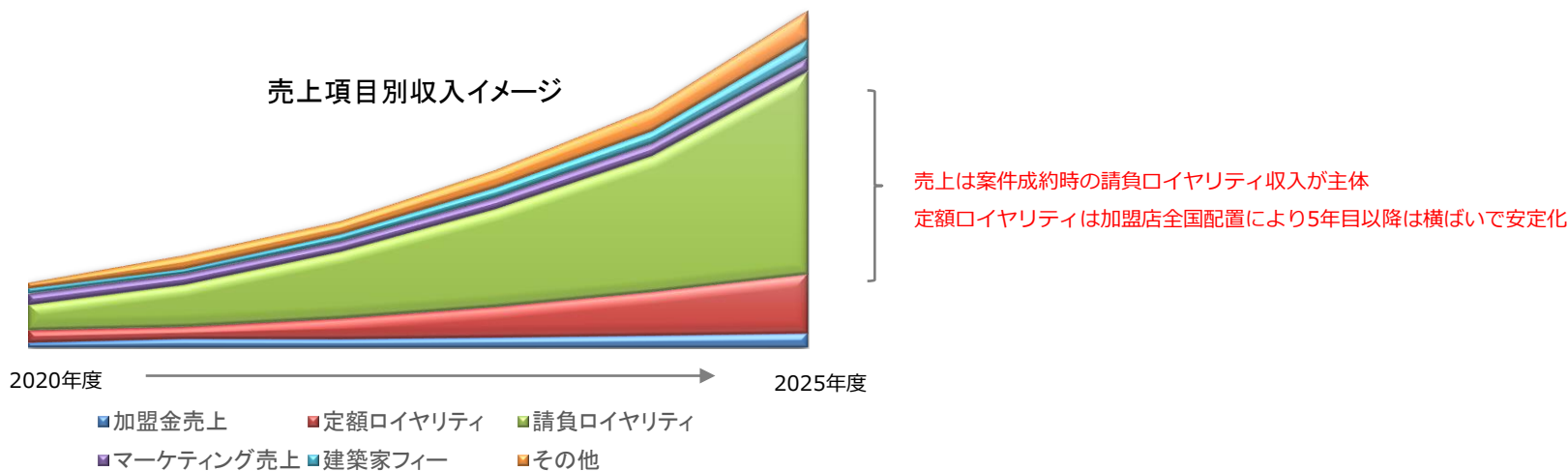
プロデュース事業本部・・・首都圏、沖縄を拠点に富裕層向け住宅、別荘やリゾートホテル建設、また収益物件を中心に展開

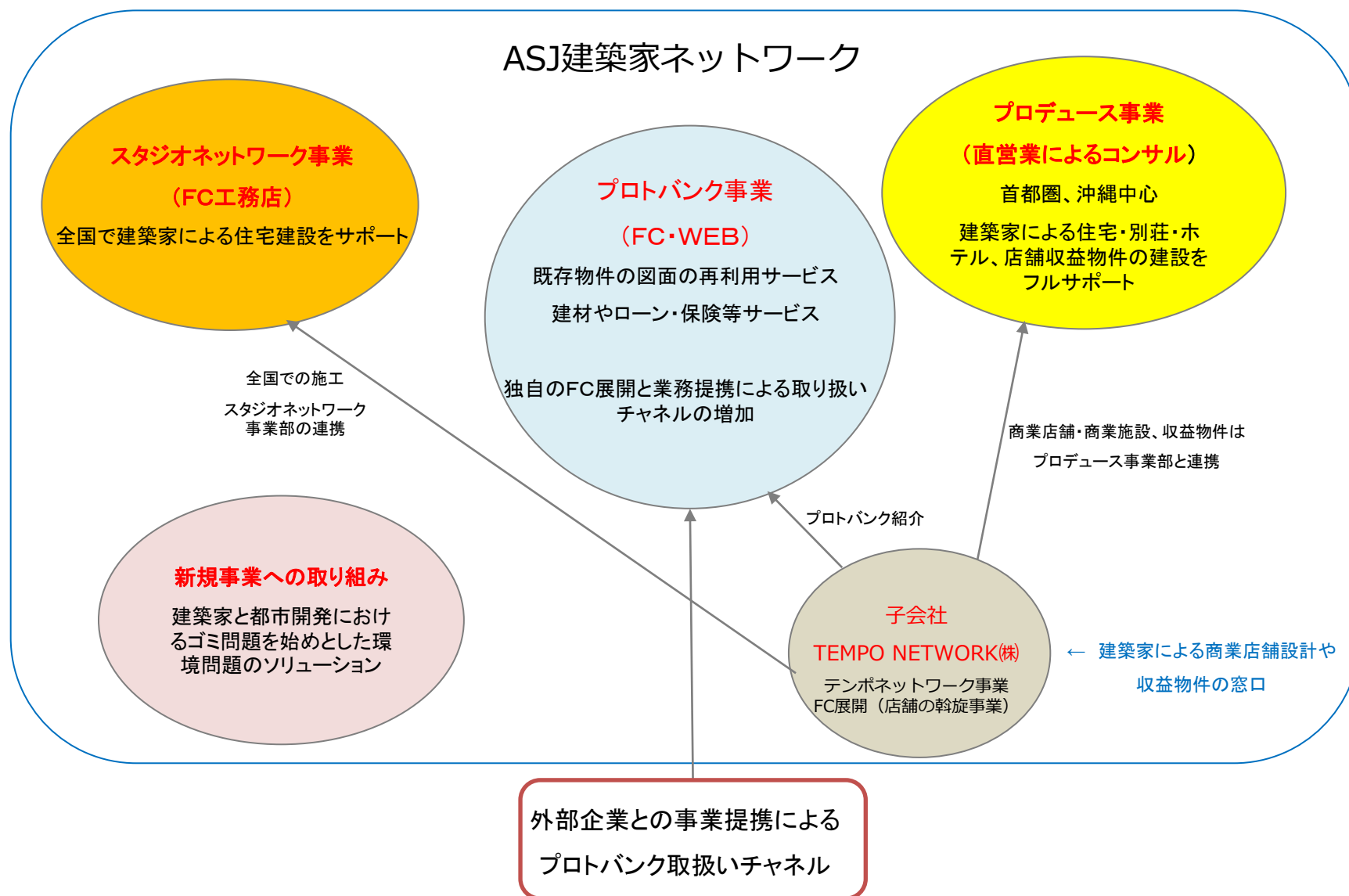
プロトバンク事業部・・・独自のFC展開だけではなく、業務提携先へのシステム提供によりプロトバンク並びに提携先物件の成約数増を図りシステム利用料並びにロイヤリティ増を図る

テンポネットワーク事業（子会社）・・・商業施設等の入居斡旋店舗のFC本部として商業施設等への入居斡旋等の事業。

店舗建築や収益物件の窓口、施主の希望により建築家がプランや設計作業を進め、工事請負は加盟スタジオ（プロトバンクステーション含む）またはプロデュース事業本部の登録工務店となる

新規事業・・・環境問題への取り組み。建築家主導で完全循環社会を推進する資源回収、再生エネルギー技術をセットとした都市開発のサポート





6.事業遂行上の重要なリスクと対応方針（1/2）

重要なリスク

顕在化の可能性/ 時期

顕在化し た割合の 影響度

リスク対応策

(1)収益構造について

① スタジオの展開について

A S J 建築家ネットワーク事業におきましては、加盟建設会社が運営するスタジオが重要な役割をになっております。そのため、新たな建設会社との新規加盟店契約が締結できない場合には、スタジオの新規展開に支障が生じることにより売上げの増加が見込めず、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 不明

大

新規の建設会社に対して新規加盟に向けたリクルート活動を継続して実施することにより、新規加盟店の加入促進を図ってまいります。

② 加盟建設会社の経営について

加盟建設会社はわが国の経済環境や各々が展開する地域経済の状況に大きく影響を受ける傾向があります。そのため、加盟建設会社が、経営状況の悪化、経営方針の変更や予期せぬ理由により A S J 建築家ネットワーク事業を継続することが困難になった場合は、稼働スタジオ件数の減少による売上の減少や債権回収期間の長期化、貸倒引当金計上の増加等、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

中 / 不明

大

営業担当である S V を通して加盟建設会社のスタジオ経営に関する企画や運営のサポート等に一層努めてまいります。

③ 第 4 四半期への売上集中について

例年 3 月に顧客と加盟建設会社との工事請負契約が増加し、第 4 半期に売上計上が集中する傾向があります。しかしながら、諸事情により想定どおりに工事請負契約等が締結されなかった場合は、第 4 四半期の売上高が計画未達となるおそれがあり、当社の業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

大

工事請負契約や建築設計・監理業務委託契約の締結時期の分散化及び物件進捗管理を図ることにより、第 4 四半期の売上計上の平準化に努めてまいります。

6.事業遂行上の重要なリスクと対応方針（2/2）

重要なリスク

顕在化の可能性/ 時期

顕在化し た割合の 影響度

リスク対応策

(2) 小規模組織及び人材の確保について

当社は、2021年11月末日現在、取締役4名（うち非常勤取締役2名）、監査役3名（うち非常勤監査役2名）、従業員49名の人員数で事業を展開しており、会社の規模に応じた内部管理体制や業務執行体制となっております。営業担当のS Vは、加盟建設会社に対する各種コンサルティングや新規の建築家・建設会社のリクルート等A S J建築家ネットワーク事業のけん引役となって活動しております。このため、役職員が予期せず退社した場合には、内部管理体制や業務執行体制が有効に機能せず、売上の減少等により当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

中

営業担当をはじめ全従業員の質的向上、処遇面や労務面での必要の対応を図ってまいります。

(3) 情報システムについて

経営の効率化、受注確立や生産性の向上等を目的として、独自開発したA-POS（情報管理システム）、COSNAVI（建築家対応積算ソフト）の基幹情報システムを構築しております。しかしながら、これらの情報システムに何らかの予期せぬ不具合やコンピューターウイルス等でシステムダウンやシステム障害が発生した場合は、A S J建築家ネットワークの事業運営に支障が生じ、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

大

当該基幹情報システムのハードウェアの開発プロセス等において、システムダウンやシステム障害等の発生を防止する諸施策を講じております。

(4) 新型コロナウイルス感染症の流行による影響について

新型コロナウイルス感染症の世界的大流行等により、国内外経済に深刻な影響が生じており、感染の影響が長期化する場合には、建築家展等のイベントの中止、顧客の住宅建築意欲の減退、工事請負契約や建築設計・監理業務委託契約の成約までの長期化並びに住宅着工時期の遅れ、さらには加盟建設会社等の取引先の経営の悪化等が生じた場合、当社の売上の減少や貸倒引当金の計上等の損失の発生により、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 不明

大

Webから参加できる新しいスタイルの建築家展等、イベント開催の企画・運営の提案や、顧客・建築家等との面談がWeb上で可能な体制の構築等を行い、業績等への影響の軽減を図る方針であります。

(注) その他の重要なリスクとその対応策については、当社第14期有価証券報告書「2. 事業等のリスク」を参照してください。

7.APPENDIX



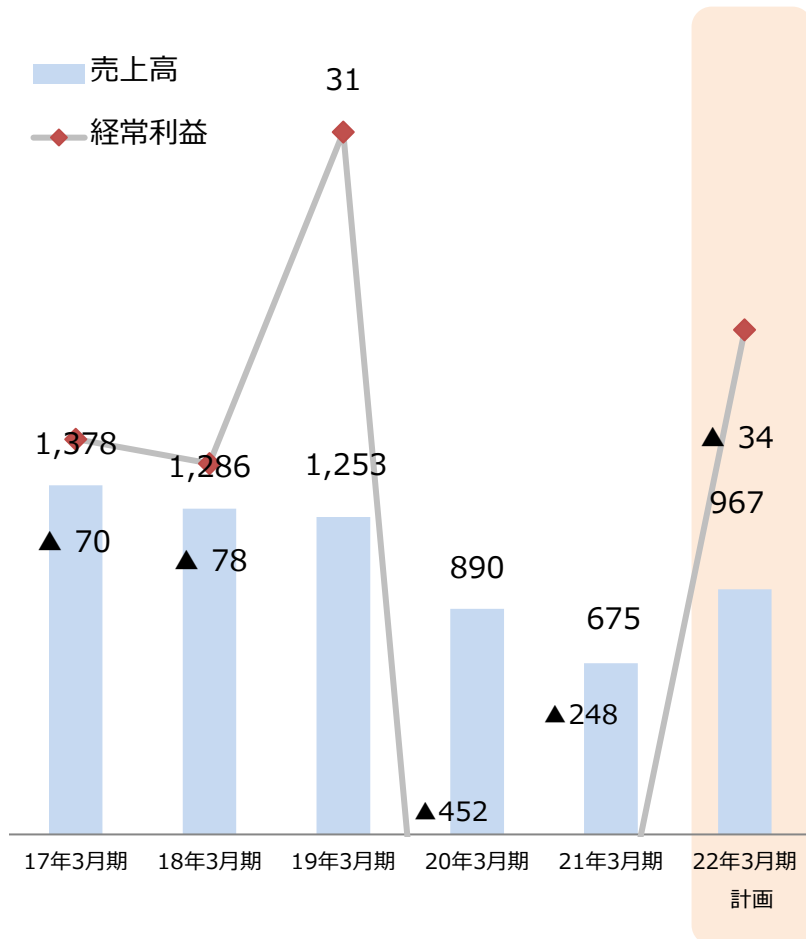
使用写真(左から) 設計:河内真菜 撮影:Nacasa & Partners Inc./設計:原浩二 撮影:野津研一/設計:山澤宣勝 撮影:針金洋介/設計:藤田征樹 撮影:鳥村鋼一

業績指標推移

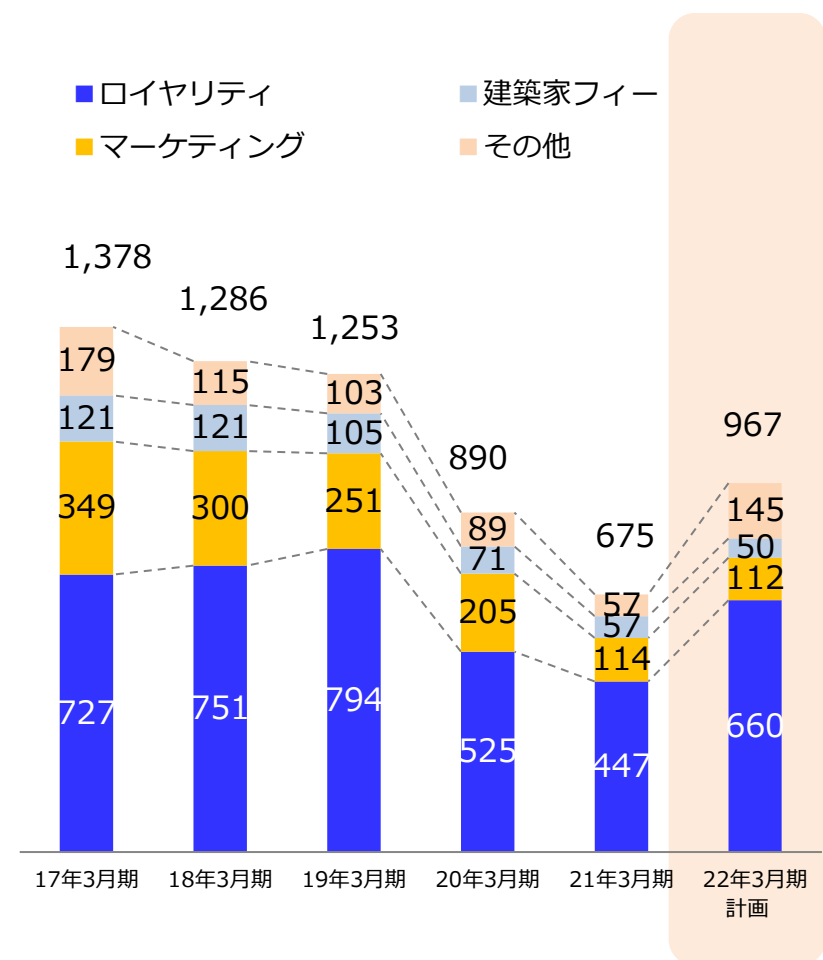
区分		期別	2010年 3月期	2011年 3月期	2012年 3月期	2013年 3月期	2014年 3月期	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期
(1)	登録建築家	期末数(名)	1,545	1,741	2,015	2,251	2,465	2,643	2,713	2,818	2,854	2,912	2,952	2,976
(2)-1	スタジオ	新規加盟	30	25	30	23	27	25	11	8	5	6	3	1
		退会・休眠	-10	-9	-13	-17	-17	-25	-14	-24	-26	-22	-19	-24
		実質期末稼働数	149	165	182	188	198	198	195	176	155	139	123	100
(2)-2	プロトバンクステーション	新規加盟	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	9
		スタジオ申込	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	34
		退会・休眠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
		実質期末稼働数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	46
(3)	イベント	開催回数(回)	309	381	413	476	549	610	561	507	345	328	245	123
(4)	ASJアカデミー会員	新規入会数(名)	3,315	3,805	4,929	4,696	4,353	6,286	7,257	7,667	5,771	4,616	3,378	2,553
		内 イベント入会	2,814	3,335	3,511	4,024	3,934	5,165	5,609	4,539	3,638	3,001	2,202	1,290
		内 WEB入会	0	244	990	295	145	382	1,319	2,614	1,650	1,239	745	1,032
		その他入会	501	226	428	377	274	739	329	514	483	376	431	231
(5)	プランニングコース	新規件数(件)	1,091	1,308	1,329	1,617	1,421	1,358	1,197	1,123	912	795	559	337
(6)	建築設計・監理業務委託契約	件数(件)	432	484	493	585	512	400	398	352	283	261	171	105
	建設工事請負契約	件数(件)	396	470	545	514	605	473	426	413	344	357	171	149
		金額(百万円)	11,528	12,539	15,002	15,417	20,386	16,517	15,135	15,221	15,325	16,794	8,543	7,836
		平均単価(万円)	2,911	2,668	2,753	2,999	3,369	3,492	3,553	3,685	4,455	4,704	4,995	5,259
		平均約定料率	3.00%	3.30%	3.30%	3.20%	3.10%	2.90%	2.60%	3.20%	3.60%	3.60%	4.27%	3.45%

業績指標（グラフ1）

売上高と経常利益（損失）
（単位：百万円）

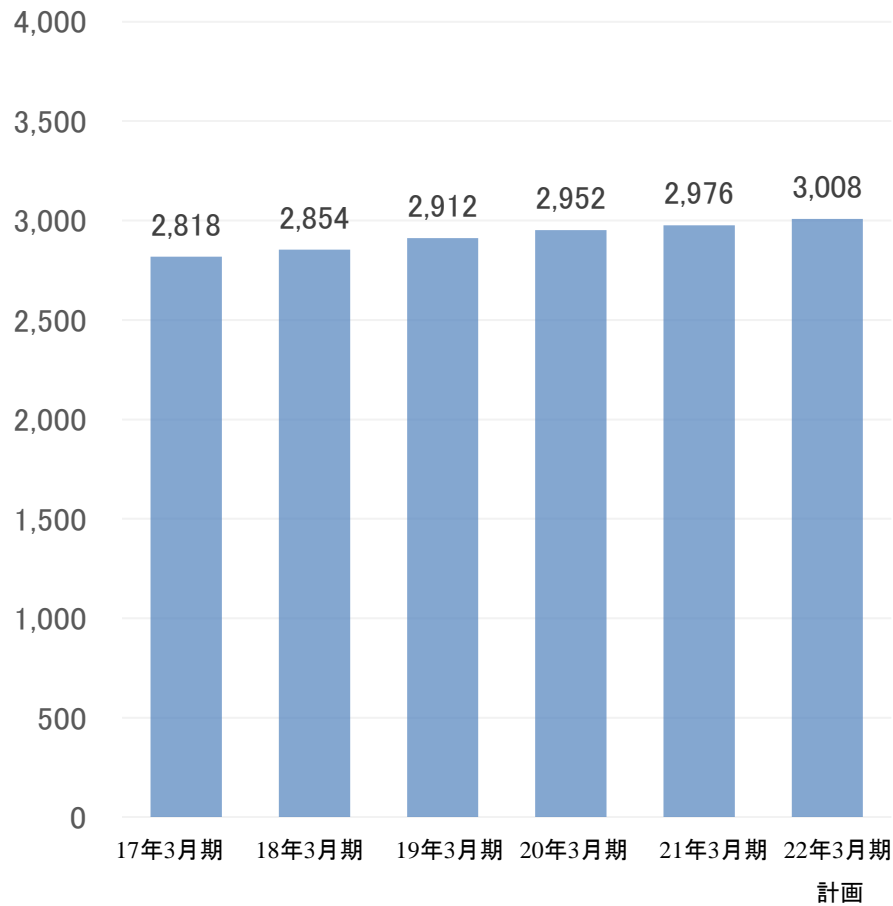


売上高内訳
（単位：百万円）

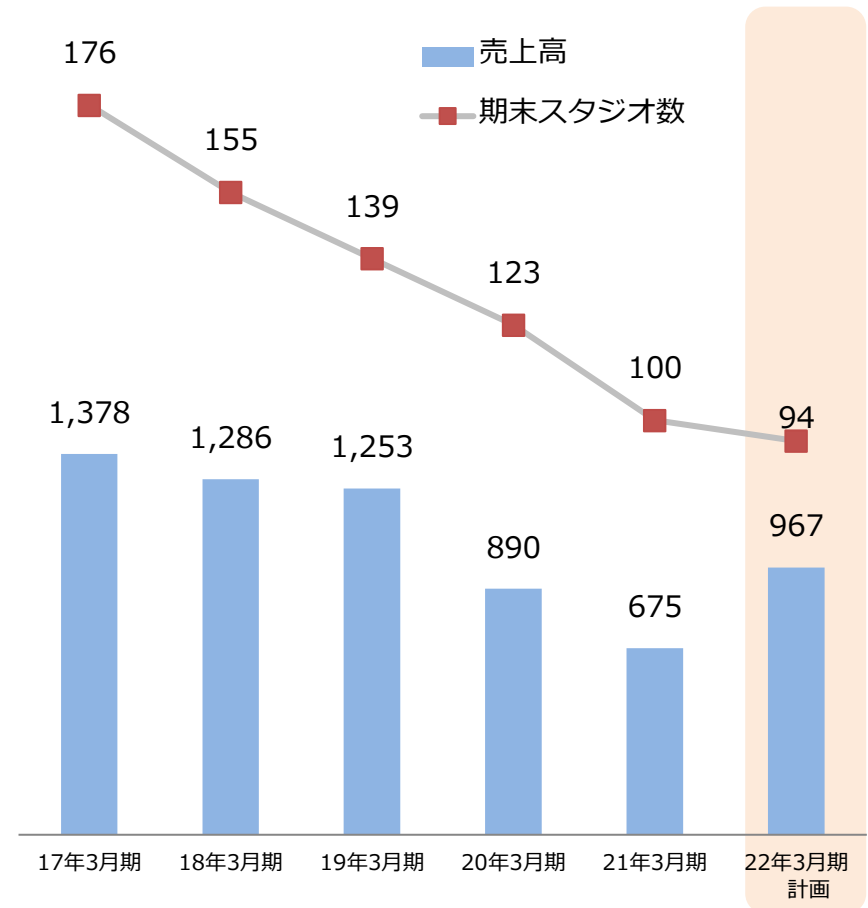


業績指標（グラフ2）

登録建築家数
(単位：名)

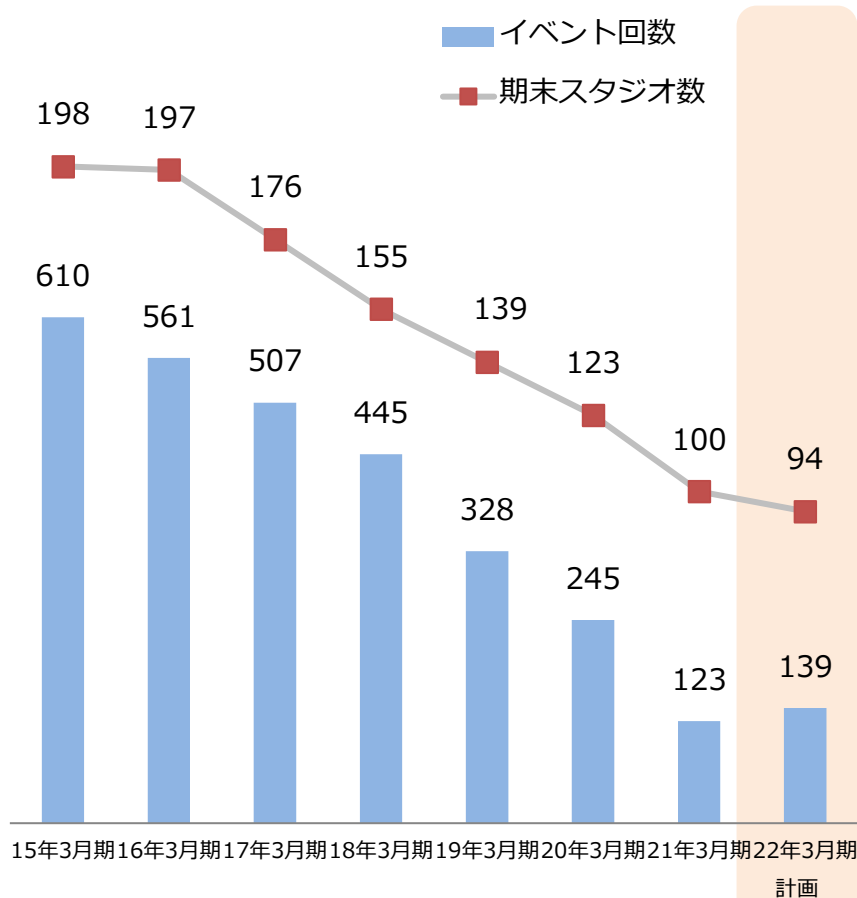


売上高と実質期末稼働スタジオ数
(単位：百万円、スタジオ)

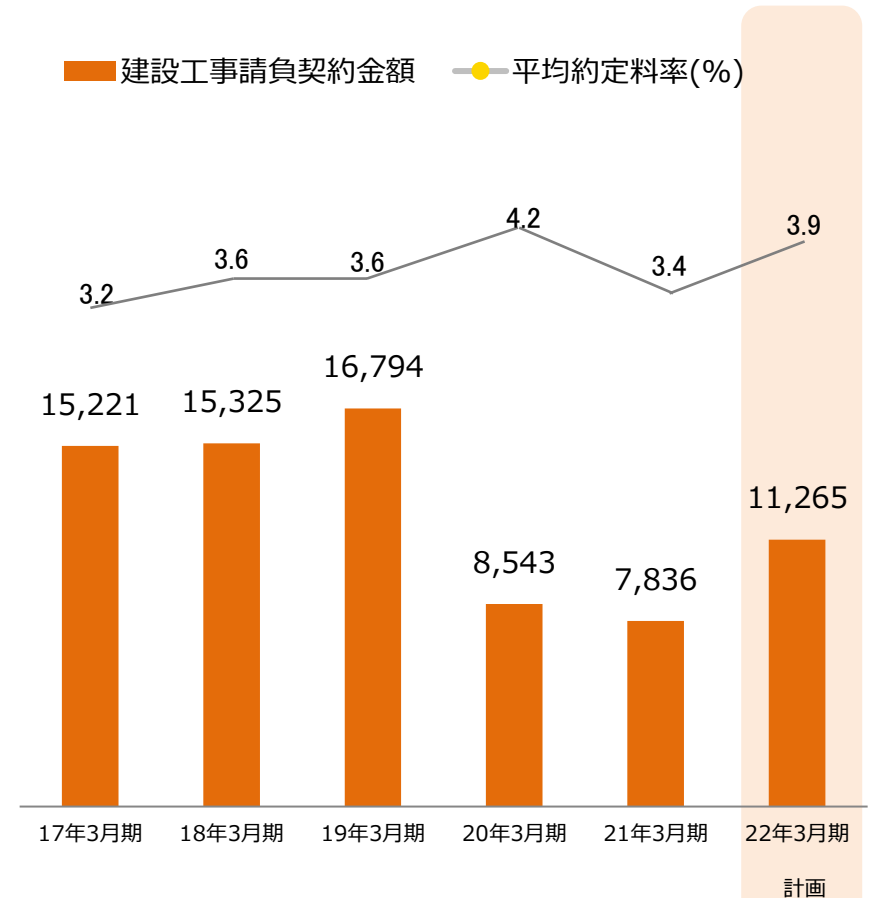


業績指標 (グラフ3)

イベント回数と期末スタジオ数
(単位：回、スタジオ)



建設工事請負契約金額と平均約定ロイヤリティ率(注)
(単位：百万円、%)



(注) 平均約定ロイヤリティ率 = 請負契約ロイヤリティ ÷ 請負契約金額

用語集

用語	内容
ロイヤリティ売上	主にスタジオ（加盟建設会社）の新規加盟契約に係るスタジオ加盟金及び既存スタジオ・登録工務店に係る月額ロイヤリティ、請負契約ロイヤリティ
マーケティング売上	主にスタジオ単位で開催されるイベントに係る企画費及び販促物等のイベント関連売上
建築家フィー売上	主に登録建築家の建築設計・監理業務委託契約に基づく設計料等に係るプロモーションフィー
その他売上	主にスタジオに対する各種書籍・情報誌及び建設資材・住宅設備等の売上、土地建物紹介・仲介手数料
ASJアカデミー会員	当社のHPをはじめ、スタジオ等を利用した各種セミナー、現場見学会、竣工物件見学会等を通じて会員が建築家の設計した家づくりを進めるうえで必要と思われる情報や知識を提供する会員組織
スタジオ	加盟建設会社の名称、登録建築家及び加盟建設会社と住宅等の建築を希望する顧客であるASJアカデミー会員との打合せスペースであり、登録建築家との個別相談、各種セミナー等の開催にも利用されるサロン。プロトバンクを扱う加盟建設会社はプロトバンクステーション
イベント	ASJアカデミー会員加入促進を図る目的で、建築家とスタジオの協力のもとで開催される。会場では、参加建築家ごとにブースが設営されており、建築家が来場者と対面で建築模型や写真パネル等を使いながら、自らの設計コンセプトや実績を直接プレゼンテーションを行う
プランニングコース	顧客が『自らが選んだ建築家との相性』『プランニング』『建設コスト』『建築を請負うスタジオを運営する加盟建設会社とのコミュニケーション』といったポイントを具体的にチェックし、建築設計・監理業務委託契約、更には工事請負契約を締結するか否かを判断することを目的とする

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の投資を勧誘するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大きく異なる場合があります。

なお、本資料「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」の進捗状況を含む最新の状況につきましては、今後、本決算発表後に開示を行う予定です。次回は2022年3月期の決算発表後（2022年5月頃）を予定しております。



「大地の家」設計：畑友洋 撮影：矢野紀行

[社名]

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

[所在地]

東京都千代田区丸の内3-4-2新日石ビル1階

[設立]

2007年11月

[東京証券取引所マザーズ市場上場]

2013年12月

[代表者名]

代表取締役 丸山雄平