



事業計画及び成長可能性 に関する事項

2022年3月22日

株式会社トライアイズ

事業の概要①(トライアイズグループの事業及び事業の概略)

当社及び当社グループの事業の内容

株式会社トライアイズは、2007年に純粋持株会社へ移行し、現在子会社において①建設コンサルタント事業、②ファッションブランド事業、③投資事業を営んでおります。各事業の概要及び主要子会社の当該位置づけは以下のとおりです。

①建設コンサルタント事業

社会資本整備、特にダム・河川・海岸などの水関連分野における事業者である国・地方自治体・公団などに対する企画・調査・分析・試験・計画・施工管理等事業執行を支援することであり、株式会社クリアア(以下「クリアア」)が本事業にあたっています。

②ファッションブランド事業

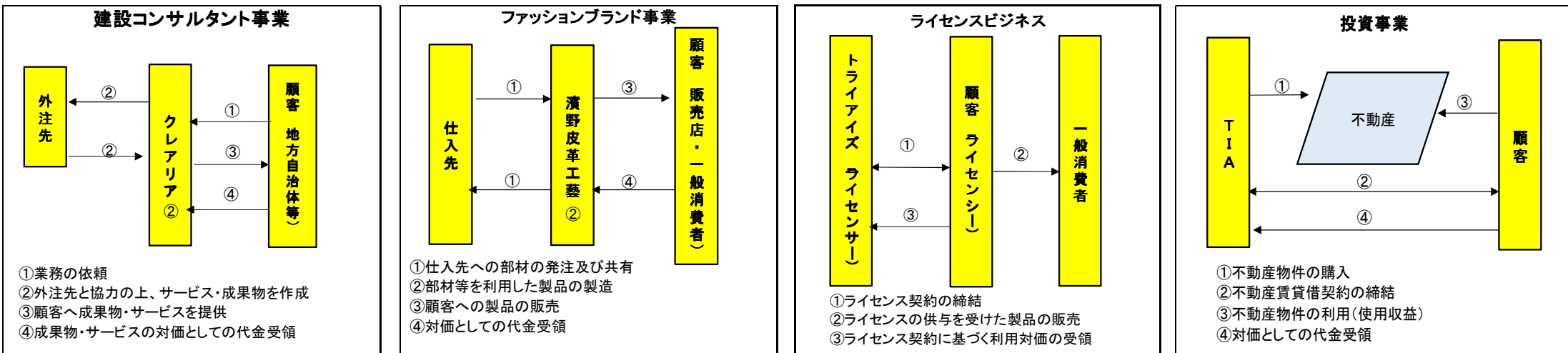
婦人服、ハンドバッグを始めとする革製品などの企画・製造・卸売・インターネット販売です。子会社である濱野皮革工芸株式会社が本事業にあたっています。また、同事業における主要なライセンスビジネスについては、株式会社トライアイズ、そして、戦略的海外拠点である拓莉子国際有限公司が実施しています。

③投資事業

主要な事業は、米国内での不動産・証券投資です。子会社であるTRIIS INTERNATIONAL AMERICA INC.が行っています。レント・インカムを中心とするインカムゲインを獲得し、長期的には外国為替利益を含むキャピタルゲインを目指し運用しています。

各事業の概略

各事業のビジネスの構造及び取引の流れは以下のとおりです。



主要製品の紹介

自然災害が頻発する日本では、高度経済成長期に集中的に建設された社会資本の老朽化が進み、設備更新や長寿命化、既存ストックの有効活用が喫緊の課題です。一方で地球温暖化等の環境問題が顕在化し、地球環境の保全、循環型社会の形成も重要な課題であります。クリアリアは、起業以来一貫して河川に関わる社会資本整備設計に携わってきました。蓄積したノウハウを駆使し、「水」に特化した特殊な技術力を常に向上させ、刻々と変わる社会的要望に応じていきます。また、既存分野の周辺領域・上流領域に目を向け、積極的に環境の保全と再生に取り組む企業への進化を図ります。建設コンサルタント業界にあって規模は小さくとも高い技術力と顧客対応力で、独特な存在感を示す企業を目指します。クリアリアが手掛けた案件の一部を紹介いたします。



安富祖ダム建設工事

所在地 沖縄県恩納村字安富祖

事業所名 恩納村ダム建設事務所

期間 2005年度～2021年度

概要

沿川の洪水被害の軽減、農業用水や下流河川への流量の補給を目的としたダムです。

クリアリアは調査・設計・施工管理を行っています。



境沢川調節池

所在地 静岡県御殿場市

事業所名 静岡県東部農林事務所御殿場支所

期間 2017年度～2022年度

概要

陸上自衛隊東富士演習場の境沢川流域の洪水・土砂を貯留し、下流域への洪水被害を防止するために設置するフィルダム型式の調節池です。

クリアリアは設計・解析業務を行っています。



南北上運河浮棧橋

所在地 宮城県東松島市大曲字下台地

事業所名 宮城県東部土木事務所

期間 2020年度

概要

浮棧橋とは船舶への乗降り、物資の積み下ろしや船舶の係留を主たる目的とした、浮力体(フロート)、構造体(フレーム)、デッキの組合わせで構成された箱状の浮体構造物です。水位差(潮位差)などの水位変化に追随して上下するため、常に水面から一定の高さを保持することができることにより、利便性及び安全性が確保されています。クリアリアは、設計業務を行っています。

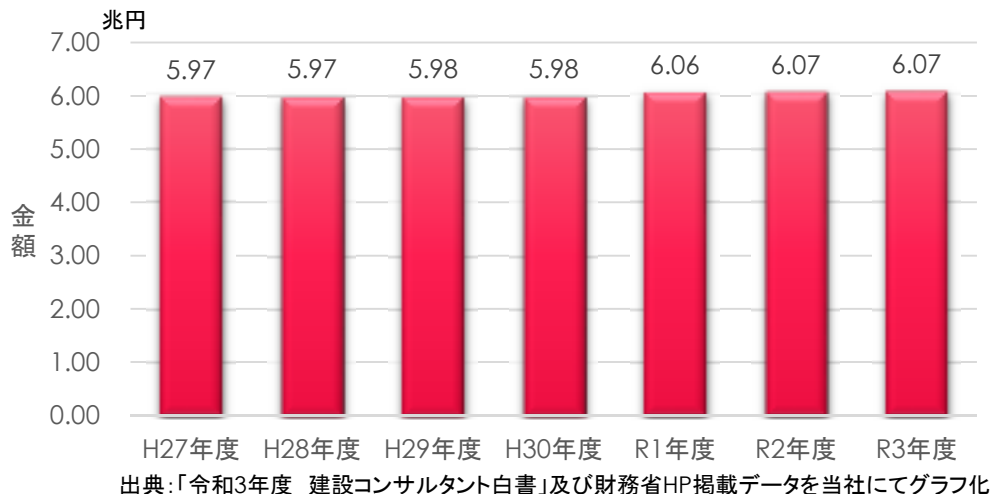
上記の案件は実績の一部であり、クリアリアは、これまで多数の案件を手掛け、技術賞、グッドデザイン賞をはじめとする各種表彰・顕彰も数多く受賞しています。

建設コンサルタント事業②(市場規模及び当社の強み)

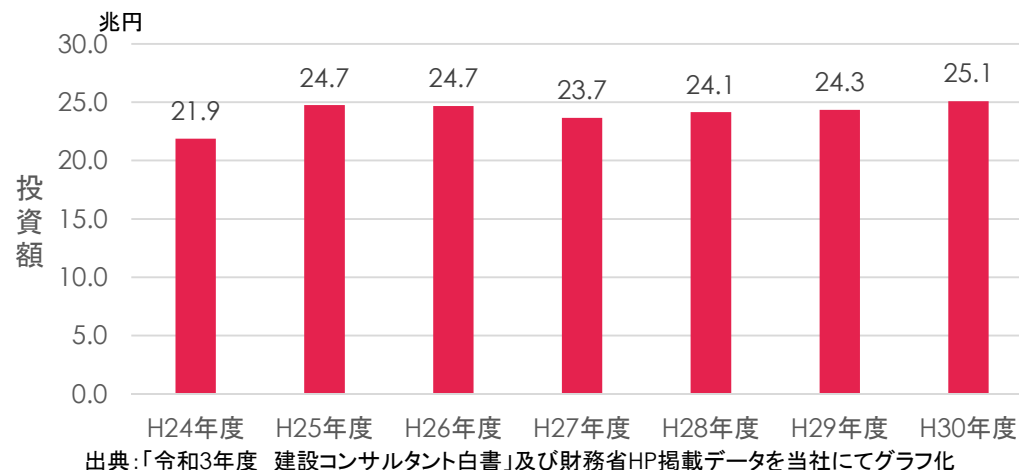
公共事業関係費の推移

主要な収入源である公共事業及び行政投資の近年の推移は以下のとおりです。

公共投資事業の推移



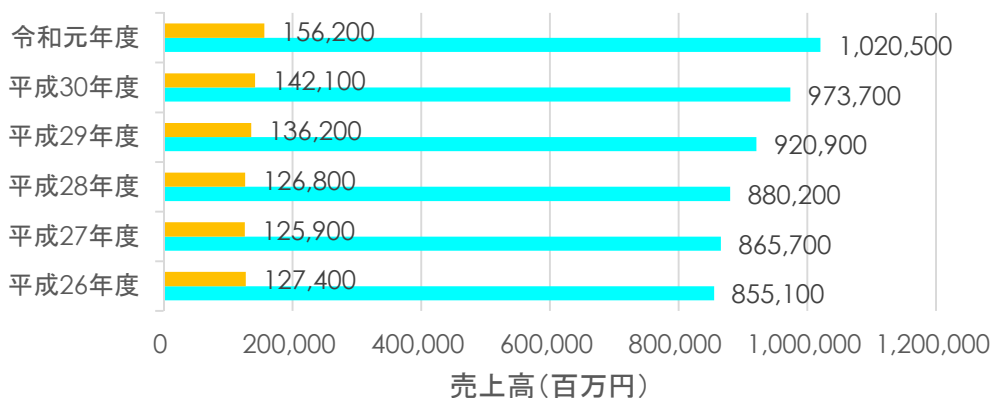
行政投資実績の推移



建設コンサルタント事業の市場規模の推移

建設コンサルタント事業の市場規模の推移は以下のとおりです。

建設コンサルタントの事業規模の推移



出典:「令和3年度 建設コンサルタント白書」に掲載のデータを当社にてグラフ化

■ 水事業売上高 ■ 建コン業界全体売上高

(市場についての考察)

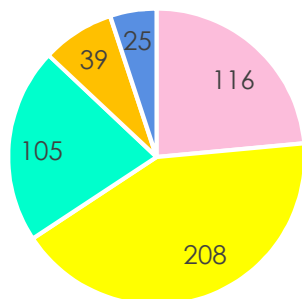
建設コンサルタント事業の主軸となる公共事業及び行政投資は安定的・堅調に推移しています。公共事業投資は過去5年間6兆円規模で推移しているほか、行政投資実績も24兆円から25兆円前後で推移しています。市場規模は安定しています。この推移を受け、建設コンサルタント事業の市場も安定的に成長し、直近では1兆円規模の市場となっております。建設コンサルタント事業においても当社の主力事業である水事業、所謂「河川・砂防及び海岸・海洋」の分野は、「鋼構造及びコンクリート」、「道路」に次いで需要が多く、建設コンサルタント事業の市場の一割強を占めています。

建設コンサルタント事業③(市場規模及び当社の強み)

競合者情報について①

建設コンサルタント事業を営んでいる企業の売上分布

建設コンサルタント事業を営んでいる企業の売上分布



単位:社

- 売上高3億円未満
- 売上高10億円未満
- 売上高40億円未満
- 売上高100億円未満
- 売上高100億円以上

出典:「令和3年度 建設コンサルタント白書」に記載の会員企業分布データを当社にてグラフ化

競合者情報について②

単位:千円

売上分野	クリアリア	A社	B社	C社	
水事業(河川、砂防及び海岸海洋)	417,142	197,486	43,120	35,343	
上下水道及び工業用水道	0	0	0	123,265	
地質	0	565	0	0	
農業土木	0	0	10,362	0	
鋼構造及びコンクリート	10,497	265,579	42,895	67,078	
建設環境	41,530	141	0	0	
施行計画、施工設備、積算	0	16,693	60,233	0	
道路	0	60,501	70,700	177,413	
土質及び基礎	0	2,261	21,154	0	
トンネル	0	14,227	0	0	
下水道	0	0	0	471,620	
合計	469,169	557,453	248,464	874,719	全社平均
水事業売上の全売上に占める割合	88.91%	35.43%	17.35%	4.04%	16.00%

出典:「建設コンサルタント会員名簿」に記載の会員企業データより、売上が同規模の会員企業の情報を任意に抽出して抜粋

(競争環境に関する考察)

建設コンサルタント事業の参入業者は数百社と比較的多い業種です。右表では合計493社おり、その大半は売上高10億円未満の業者です。売上高10億円未満の比較的中小の業者が全体の60%を占めています。クリアリアの売上高も概ねこの範囲に収まり、売上高10億円未満の事業者に含まれます。また、売上高が同規模の業者と比較した場合、水事業の全売上に占める割合が非常に高くなっており、この傾向は同規模業者のみとの比較にとどまらず、全事業者平均(16%)と比較しても、水事業の占める割合は89%と非常に高くなっています。これは、クリアリアの長年にわたって積み上げてきた施工実績により、受注が他の業者と比較して取れやすくなっていることに基づくものと認識しています。

クリアリアは創業以来河川・ダムをはじめとする「水回り」に関わる社会資本整備設計に関わってきたため、ダム関連業務、河川防災・減災対策業務及び海岸保全業務についてのノウハウ・実績を多く有しています。クリアリアの「水」に関する知見・ノウハウ・実績が継続的に収益を確保する源泉・強みです。

ファッションブランド事業について①(主要製品の紹介)

濱野皮革工芸株式会社は、2018年7月、トライアイズグループのファッションブランド事業である、株式会社セレクトィブ及び東京ブラウス株式会社を吸収合併し、新生「濱野皮革工芸」に生まれ変わりました。公式オンラインショップを主軸に未来永劫続くブランドを目指して「HAMANO」及び「CLATHAS」を展開しています。濱野皮革工芸株式会社の製品は、軽井沢工場の所在地である長野県御代田町における「ふるさと納税」の返礼品として認定され高い評価を受けているほか、雑誌・TV等数々のメディアにおいて紹介されています。

HAMANO

皇室の方々をはじめ、世界の王室でも愛用される「ロイヤルモデル」をはじめ、高品質のハンドバッグを1880年に創業して以来、現在も伝統的な製法に基づき、熟練した技術を持つ職人が一つ一つ製作しています。主要な製品は以下のとおりです。



ロイヤルモデル

濱野の代表作です。きめの細かいカーフを贅沢に使ってお仕立てしているため、美しい天然の艶めきが随所に現れています。優美なフォルムの「ロイヤルモデル」が濱野のシンボルとなり、現代でも、「日本女性を美しく引き立てるバッグ」をテーマに世界に通用する日本の美を追究しています。



グレースディライトトート

人気の秘密は、エレガントさとアクティブさを美しいバランスでまとめ上げたデザインと、オールレザーにもかかわらず、わずか700gという軽さにあります。デザイン、収納力、軽さ、できる限り全てに対応できるトートバッグです。歴史あるグレースシリーズの中でも1番人気のモデルです。



クラッシートート

天然の風合いを生かした高級素材とシンプルな形のトートバッグが融合しました。あえて金具をおさえたシンプルな極みとも言えるフォルムは、美しく艶めく革を一層引き立てるデザインです。HAMANOの刻印がワンポイントの洗練されたデザインは、ワンランク上のスタイリングをお楽しみいただけます。毎日使うお仕事バッグとしてはもちろん、プライベートのお出かけ用にも活躍してくれます。透明感のあるアニリン染めと、深みを出す焦がし仕上げによって、品と上質感が生まれました。

CLATHAS

バッグ、小物、アクセサリ等幅広い製品を取り揃えており、あらゆる世代に広く受け入れられています。



カメラプリントエコバッグセット

丸みを帯びたフォルムが愛らしいビッグサイズのエコバッグは、開口部が大きく深さもマチもあるのでかさばるものもたっぷり入り機能性抜群の人気のバッグです。また、ミニサイズのエコバッグはコンビニなどちょっとしたお買い物にも最適なサイズ感でサブバッグとしても活躍間違いなしです。季節を問わずお使いいただけるのでプレゼントにも話題の一品です。



プラネットラウンド長財布

カメラを大胆に散りばめた総柄の型押し革を贅沢にエナメル加工で仕上げたロングウォレットです。開口部には、口が大きく開くラウンドファスナーを使用しており、お札やカードをたくさん入れられるので、収納力に優れた長財布を持ち歩きたい女性におすすめです。下地からうっすらとした金属的な輝きが出るデザインが美しく、輝度の高いラメの輝きの2種類のコントラストが楽しめます。

ご紹介した品はほんの一部であり、数多くの商品を取り揃えています。詳細はそれぞれのオンラインサイトをご参照願います。

HAMANO ONLINE
shop.hamanobag.com/

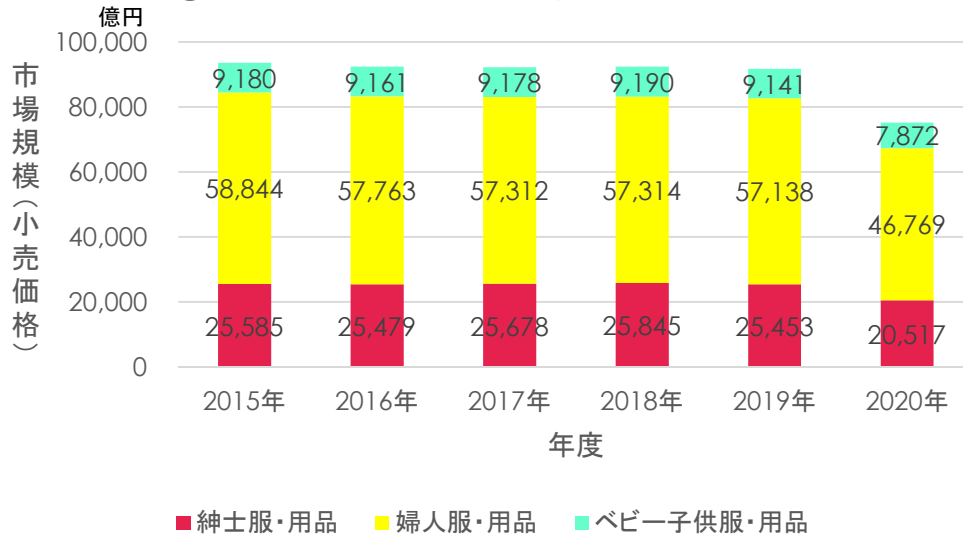
CLATHAS ONLINE
www.clathas-online.jp/

ファッションブランド事業②(市場規模及び当社の強み)

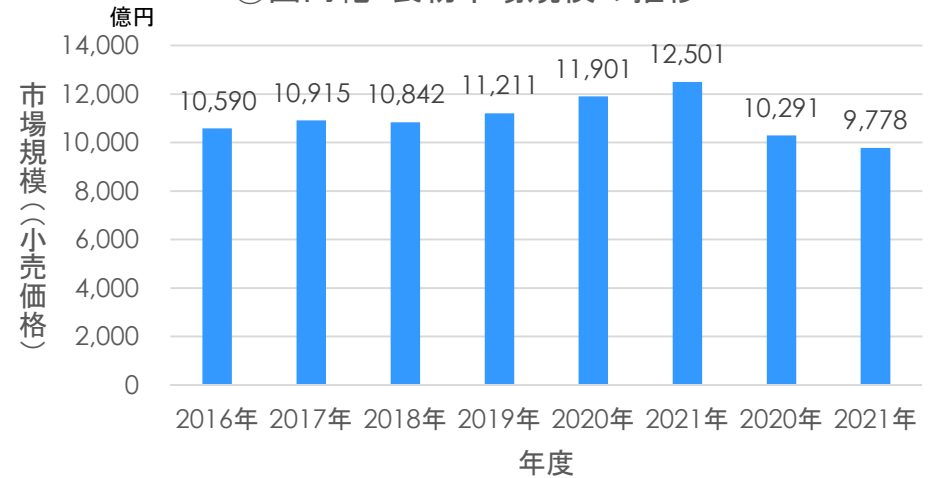
ファッションブランド事業の市場規模について

①アパレル小売り全般及び②当社の主要製品であるカバンに着目した鞆・袋物(財布等)の市場規模の市場推移は以下のとおりです。

①国内アパレル総小売市場規模推移(品目別)



②国内鞆・袋物市場規模の推移



2020年度は見込み数値であり、2021年度は予測値である。

出典: 矢野経済研究所「2020~2021年版鞆・袋物産業年鑑」(概要版)に掲載データを当社にてグラフ化

出典: 矢野経済研究所「アパレル産業白書2021」(概要版)に掲載のデータを当社にてグラフ化

(考察)

2020年のアパレル市場規模は7兆5千億円と、前年比81.9%と大幅な減少となりました。百貨店や量販店・専門店の売上が苦しい一方で、通販サイト及びECモールの売上が伸びている状況です。新型コロナウイルス感染症の収束は不透明なものの、時短営業等の解除などを要因に一時的には回復するものと見込まれます。一方、中長期的に見ると人口減少(少子高齢化)、インバウンド回復見込みが立っていないことを背景に、減少するものと見込まれます。

国内鞆・袋物市場規模については、2013年度から2020年度まで僅かながらではあるものの堅調に推移し、2016年度以降3年連続のプラス成長を確保し、2019年度は1兆2千億円となりました。主に、高級インポートブランドの鞆・袋物が市場をけん引したほか、国内ブランドについても、コラボ商品や機能性の高い商品などバラエティに富んだ商品の開発により2018年から拡大を続けたことによる影響であります。しかし2020年より新型コロナウイルス感染症の影響による①インバウンド需要の消失②販売店舗の営業時間短縮、③イベントの自粛等により、販売機会が激減するものと見込まれています。2020年度及び2021年度は約1兆円ほどと見込まれています。

ファッションブランド事業③(当社の強み)

ファッションブランド事業の競合状況について

①国内ブランドで職人が革バッグを製作しており、②商品価格帯が当社製品と同程度又はそれ以上でかつ③売上が好調である企業との比較を行った結果は以下のとおりである。

同業他社との売上比較(単位:百万円)

濱野皮革工藝	A社	B社	C社	D社
187	2,758	4,000	3,000	3,000
2021年(実績)	2021年	2021年	2021年(推定)	2021年(推定)

出典:当社調べの同業他社データをグラフ化

(考察)

同業他社と比較した場合、売上規模は小さいものとなっております。

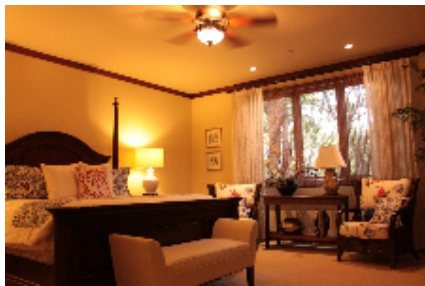
しかし、濱野皮革工藝は、レディースのハンドバッグが中心となっているほか、リアル店舗を持たず、主としてネット販売に特化しております。そのため、売上高の差は、販売形態や取り扱っている製品の範囲が異なることによるものであると認識しています。濱野皮革工藝は、レディースのハンドバッグの製造販売をメインとして、広い世代に受け入れられ約140年存続しています。業界における濱野の競争力の源泉があります。100余年にわたって受け継がれている高度なモノづくり技術は現在に受け継がれ、国内外問わず高い評価を得ております。

濱野皮革工藝の強みをまとめると、①長きにわたり培われた高い技術力、②内外問わず高い評価を得ている魅力ある定番製品及び製品開発力、③ネット店舗販売による低コスト販売があげられます。

投資事業(主要製品の紹介及び市場の考察)

投資事業

TRIIS INTERNATIONAL AMERICA INC.において、米国ハワイ州で住居用物件と工業・商業物件の賃貸を行っています。
 当社物件の一つであるWailea Beach Villasを紹介いたします。



(考察)

左の販売価格、販売件数のグラフのとおり、戸建て及び集合住宅（COND）いずれも取引件数は安定しており、堅調に推移しています（平均3,000件/年）。販売価格も継続して上昇しています。

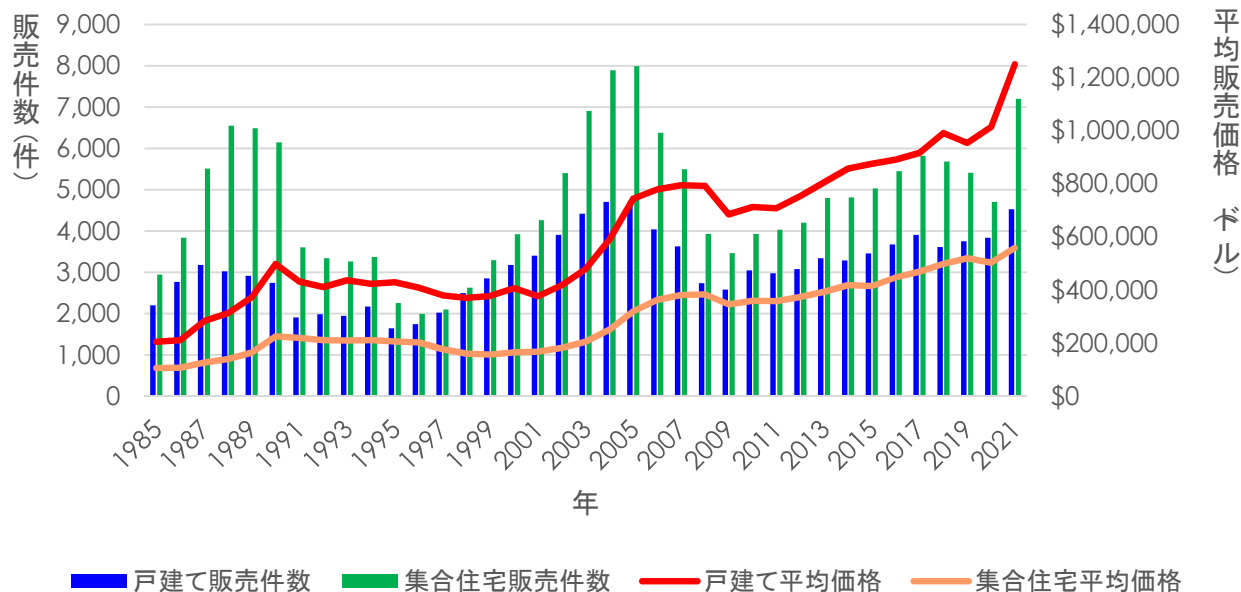
2020年から2021年にあっても急激に取引が減少しているわけでもなく、取引量も堅調に推移しているほか、不動産の平均価格も下降していない状況であります。ホノルル不動産協会の直近の報告によると、2021年3月単月の戸建て販売件数は361件、集合住宅は626件と、前年同期と比較してそれぞれ19.1%、52.7%増加しています。販売価格についても上昇しています。新型コロナウイルス感染症の影響に左右されず、底堅い需要に支えられているものと推測します。

また、ハワイで投資事業のために進出している企業は極めて少なく（JETRO資料などより当社調べ）、競合他社といえる存在は現状認識していません。

このようにニッチで底堅い市場にて投資事業を行っていることが投資事業の強みと考えています。

投資事業における市場考察

ハワイにおける戸建て及び集合住宅の販売件数と平均販売価格の推移

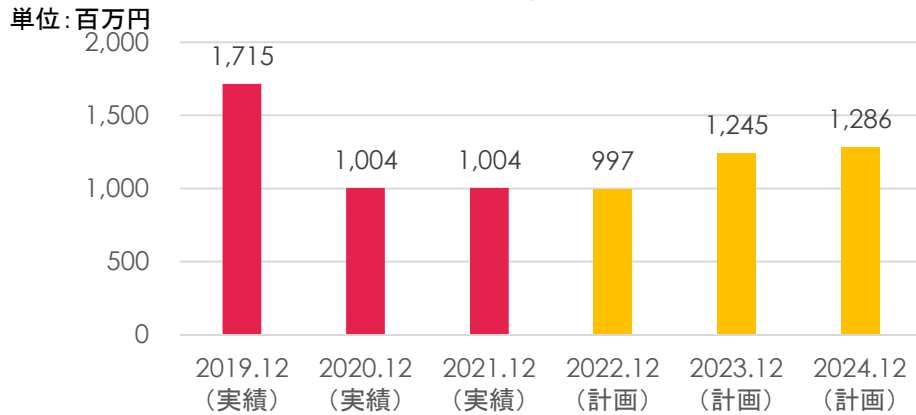


出典：ホノルル不動産協会サイト掲載のデータを当社にてグラフ化

1. 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画(売上高、営業利益及び経常利益)

過去の実績(当年度予測を含む)及び中期経営計画は以下のとおりです。

売上高



(売上高について)

2019年売上高は1,715百万円となりましたが、2020年12月期には新型コロナウイルス感染症の影響で1,004百万円まで減少し、2021年12月期も新型コロナウイルスの影響が当初の予測を上回ったことにより、1,004百万円となりました。

進行期である2022年12月期は997百万円、2023年12月期には1,245百万円、2024年12月期は1,286百万円の売上高を目標とします。具体的な達成方法については、各事業セグメント別事業計画に記載しています。

(営業利益について)

2019年12月期の営業利益は250百万円となりましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で2020年12月期には98百万円まで減少しました。2021年12月期は新型コロナウイルス感染症の影響が当初の予測を上回ったことにより、150百万円の営業損失となりました。

進行期である2022年12月期は106百万円、2023年12月期には305百万円、2024年12月期は325百万円の営業利益を目標とします。

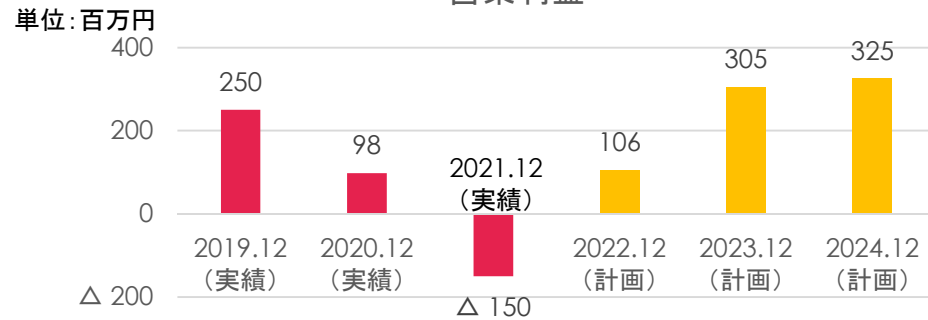
(管理部門の一般管理費について)

2020年12月期において管理部門の一般管理費は大幅に減少しました(主として事業拠点の減少によるもの)。2021年12月はほぼ前年並みの水準となりました。本年度以降も縮減に努め、2022年12月期は267百万円、2023年12月期は199百万円、2024年12月期は194百万円と、さらなる削減を目標とします。

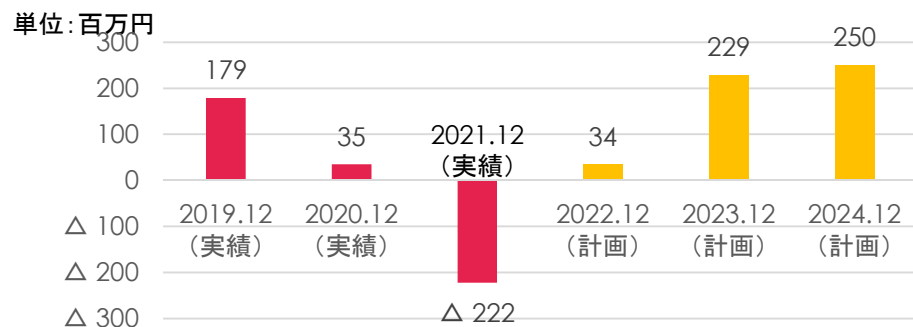
(営業外損益及び経常利益について)

営業外損益は過年度も概ね計画通りに推移しています。2022年12月期から2024年12月期の営業外損益は通常発生すると見込まれるもののみを計画しています。営業外費用の大半は借入金利息であり、2022年12月期以降、借入金の返済による自然減を見込んでいます。以上より、進行期である2022年12月期は34百万円、2023年12月期には229百万円、2024年12月期は250百万円の経常利益を目標とします。

営業利益



経常利益



管理部門の一般管理費及び営業外収益費用の実績及び計画(単位:百万円)

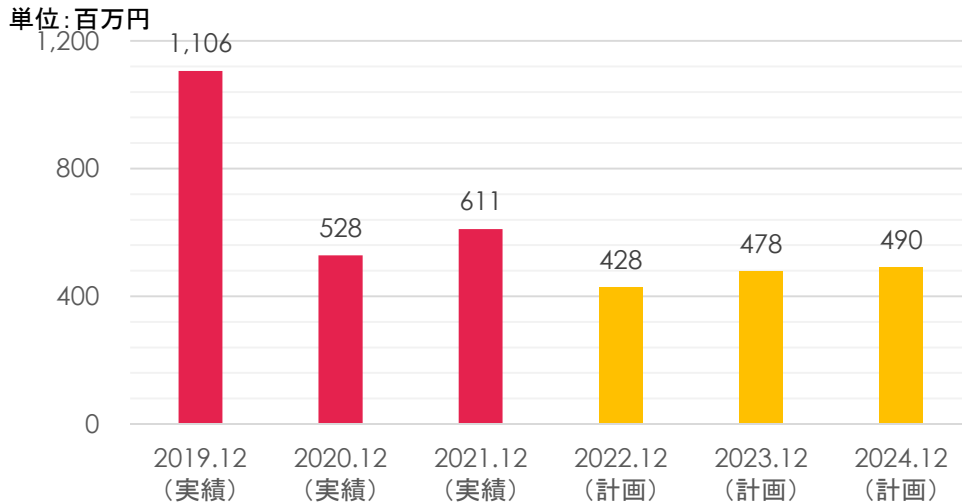
	2019.12 (実績)	2020.12 (実績)	2021.12 (実績)	2022.12 (計画)	2023.12 (計画)	2024.12 (計画)
一般管理費(全社)	376	301	297	267	199	194
営業外収益	20	26	18	13	7	7
営業外費用	91	89	90	85	82	81

事業別利益計画①(建設コンサルタント事業)

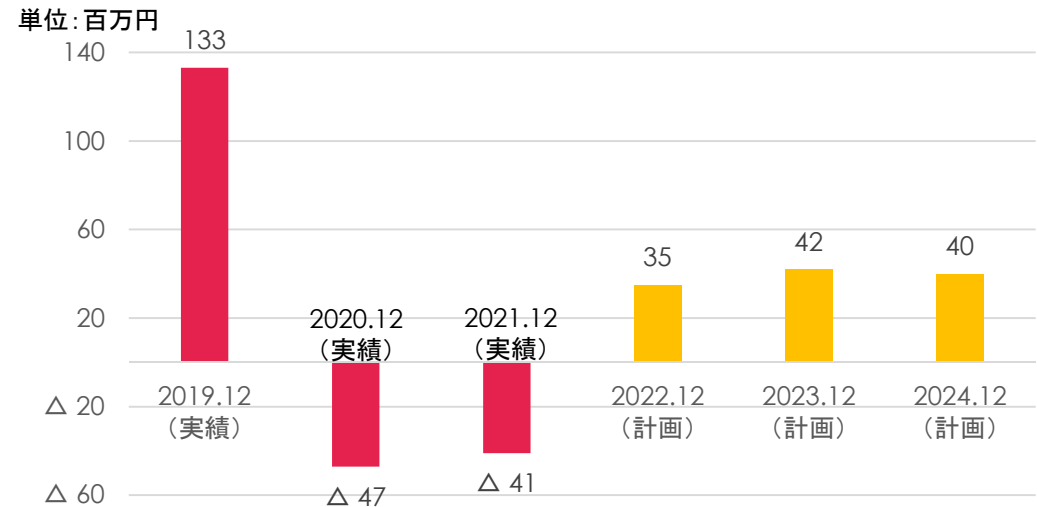
1. 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画(建設コンサルタント事業)

当年度を含む中期経営計画は以下のとおりです。(単位:百万円)

売上高



セグメント利益(営業利益)



(2019年12月期から2021年12月期の推移について)

2019年12月期は1,106百万円と受注高が堅調に推移し、大型案件も遅延なく売上計上できましたが、2020年12月期は新型コロナウイルスの影響により工期が長期化して長期案件の取り込みがずれ込んだため、売上高が528百万円と大幅に減少しました。2021年12月期は大型案件を取り込み売上高は611百万円と増加したものの、工期長期化に伴い案件の採算性が悪化したため、セグメント利益は前期に引続き損失となりました。

(2022年12月期～2024年12月期：計画)

進行期である2022年12月期の売上高は428百万円を見込んでいます。これは、公表時点(2022年3月)の人員数及び受注高の状況より見込んだものであります。従前は①民間事業並びに②地方コンサル及び調査会社に対する情報提供を拡大して、売上規模の拡大を計画していましたが、現状の人的資源の状況からは、民間事業等の拡大を図るよりも現在好況である既存の公共事業へと特化して着実に収益を確保する方針の方が得策であると判断しました。

この方針に基づき、2023年12月期及び2024年12月期も着実に収益を確保していく方針であります。一方で、公共事業売上拡大のため、人員の確保にも継続的に努める予定です。具体的には、人材採用を強化して2023年12月期及び2024年12月期いずれも5人以上の採用を進め、売上高の拡大を図ります。

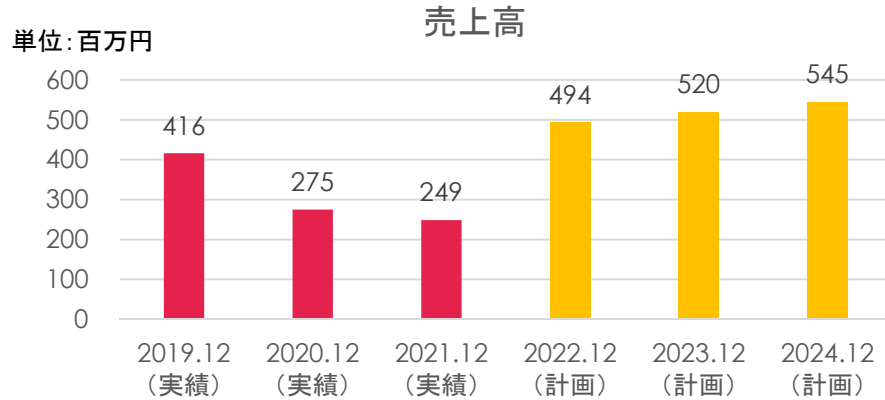
2023年12月期及び2024年12月期にかけての売上高の増加は、この人員増加によるものであります。人員増強により受注機会を拡大し、着実に収益を確保することに努めることといたしました。一方で人員増加に伴う人件費の増加により、原価率は若干上昇する予定であります。(2022年12月期：65%、2023年12月期及び2024年12月期：70%を予定) また、事業拠点の再整理等の管理費の縮減にも努め、固定費の圧縮を果たしてまいります(年間12百万円の縮減を予定)。2022年12月期から2024年12月期は収益性の回復と安定的な収益の確保に努めてまいります。

①好況の公共事業への特化、②人員の増加による受注機会の拡大、③事業拠点再整理による固定費の圧縮により、収益性の回復と安定的な収益の確保を最重要の目標とする。

事業別利益計画②(ファッションブランド事業)

1. 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画(ファッションブランド事業)

当年度を含む中期経営計画は以下のとおりです。(単位:百万円)



(2019年12月期から2021年12月期の推移について)

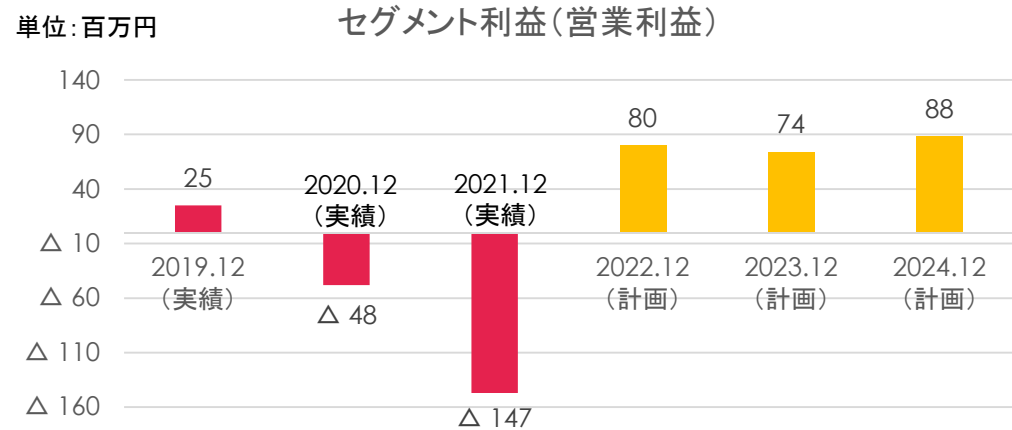
2019年12月期の売上高は416百万円と堅調に推移し、25百万円セグメント利益(営業利益)となりました。しかし、2020年12月期は新型コロナウイルス感染症の影響により売上高が減少し、売上高の減少に伴いセグメント利益(営業利益)も損失に転じました。2021年12月期も新型コロナウイルス感染症の影響が継続し、売上高が当初の想定を下回ったほか、工場の生産調整の影響により原価率が上昇しました。また、ターゲットを絞り込んだ最適Web広告の活用を積極的に行ったことにより販売費は増加しました。この結果、売上高は249百万円、147百万円の営業損失となりました。

(2022年12月期～2024年12月期:計画)

新型コロナウイルス感染症の影響の収束に伴う需要の増加及びそれによる売上の回復を見込んでいます。この売上の自然回復は当事業年度比で約80%を見込んでいます。また、売上の自然回復だけに頼らず、①購買意欲を促進するECサイトの構築、②より効果的な広告の掲載によりECサイトにおける購買転換率を増加させ売上高の増加を図ります。ECサイト及びWEB広告については、2021年12月期と同水準以上のコストを投下します(年間10百万円以上)。これらの施策により2022年12月期の売上高として494百万円を見込んでいます。

また、製造効率を上げ原価率を低下させます。具体的には、現状65~50%前後で推移している原価率を45~50%前後まで低減することを計画しています。製造効率改善のため①単能工から多能工へシフトするための技術承継の実施、②効率的な生産要員配置及び③タイムリーかつ緻密な工程管理により、1日当たりの生産量を50%増加させ、製品の原価低減を図ります。販売費及び一般管理費については、Web出稿を今後より推進することから、2021年度と同水準の発生を見込んでいます。これらの施策により、2022年12月期は80百万円のセグメント利益(営業利益)を計画しています。

2023年12月期及び2024年12月期については、2022年12月期の売り上げ水準を基礎として、ECサイトの構築及びWeb広告の最適利用を推進し、売上高の5%以上の増加を計画しています。具体的には2023年12月期は約26百万円、2024年12月期は25百万円売上高を積み増すことを計画しています。原価率については2022年と同様の水準を見込んでいるほか、ECサイト及びWeb広告の費用も同水準以上の投入を計画しています。これらの施策により、セグメント利益(営業利益)は2023年12月期は74百万円、2024年12月期は88百万円と見込んでいます。建設コンサルタント事業と同様に収益性を回し、安定的な収益の確保に努めます。

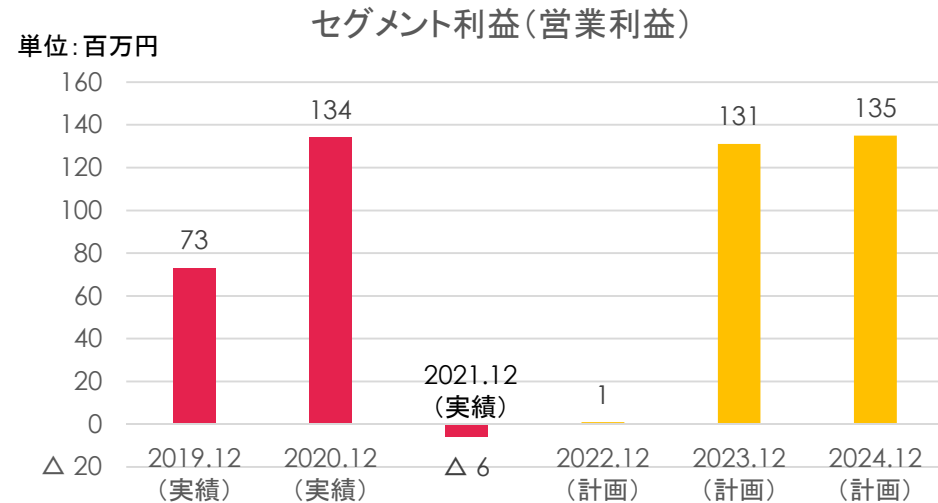
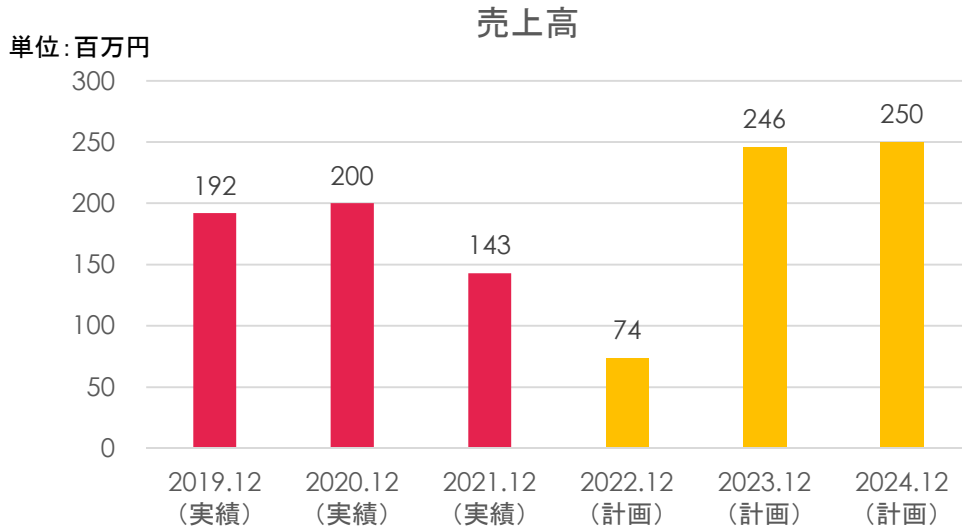


①新型コロナウイルスの収束、②生産の効率化による原価低減、③ECサイト及び広告の活用により収益性の回復を図り、安定的な収益の確保を最重要の目標とする。

事業別利益計画③(投資事業)

1. 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画(投資事業)

当年度を含む中期経営計画は以下のとおりです。(単位:百万円)



(2019年12月期から2021年12月期の推移について)

2019年12月期は収益物件が通年稼働したものの、テナント獲得費用の発生があったため、売上高は192百万円、セグメント利益(営業利益)は73百万円となりました。2020年12月期の売上高は、物件の安定稼働により200百万円となったほか、テナント獲得費用の未発生によりセグメント利益は134百万円と増加しました。2021年12月期は主要テナントの賃料延滞及び修繕費の発生により、売上高は143百万円と減少し、セグメント利益はわずかではあるものの、6百万円の損失となりました。

(2022年12月期～2024年12月期:計画)

他の事業と同様、収益性の回復と安定的な収益の確保が最優先すべき課題と認識しています。2022年12月期中に、主要物件の入替を計画しています。具体的には、既存の主要物件を売却と新規物件の取得を計画しています。資産の入替により、165百万円前後の固定資産売却益を計画しています(固定資産売却益は特別利益に計上予定)。そのため、2022年12月期の売上高は主要物件を除く既存物件の売上高のみの74百万円を計画しています。売上原価及び販管費については、合わせて72百万円の発生を見込んでいます。そのため、2022年12月期は1百万円の営業利益を計画しています。2023年12月期及び2024年12月期については、既存の物件に加え、2022年12月期で取得する収益物件が通年稼働することを見込んでいるため、売上高はそれぞれ246百万円、250百万円を計画しています。新規物件の売上高については、従前の主要物件の売上高と同水準を見込んでいます。2023年12月期及び2024年12月期の売上原価及び管理費は、新規物件に係る減価償却費等の経費を加味し、それぞれの年度で約105百万円を計画しています。この結果、2023年12月期及び2024年12月期のセグメント利益はそれぞれ131百万円、135百万円を計画しています。

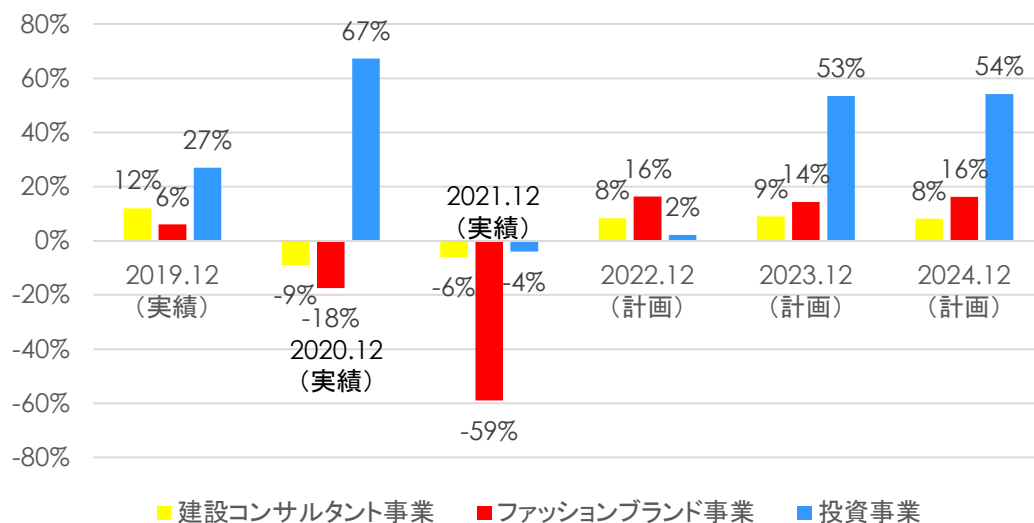
主要物件の入替により収益性の回復を図り、安定的な収益を確保することを最重要の目標とする。

中期計画(単位:百万円)

期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2019年12月期 (実績)	1,715	200	130	110
2020年12月期 (実績)	1,004	98	35	2
2021年12月期 (実績)	1,004	△ 150	△ 222	△ 224
2022年12月期 (計画)	997	106	34	125
2023年12月期 (計画)	1,245	305	229	141
2024年12月期 (計画)	1,286	325	250	158

事業セグメントで重視
セグメント別利益率

グループ全体で重視



経営計画の策定において重視すべき経営指標 (グループ全体として目標とすべき指標)

当社グループにおける目標は、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、「当期純利益」）を確保することです。

また、当期純利益に基づく指標であるROE（自己資本利益率）を重視しています。当期純利益は企業における最終的な経営成績であり、ステークスホルダーへの配当や設備投資の原資となるものでもあります。企業の持続的な発展には不可欠なものであり、当社グループにおいては当期純利益を創出することが至上命題と考えています。なお、ROEに関しては、過去の利益水準より、概ね2%ないしは3%を目標水準としています。

(各事業セグメントにおいて目標とすべき指標)

各事業セグメントでは上記の当期純利益創出のため、事業そのものからの収益の確保及び事業そのものの収益性が課題となります。そのため、各事業セグメントにおいては、セグメント利益（営業利益）の確保が至上命題となります。そのため、営業利益の確保を最優先課題としています。そして、関連する指標としては売上高営業利益率により事業の収益性を判断しております。計画における各事業セグメントの営業利益率目標は左記のとおりです。

各事業では営業利益の確保が至上命題であり、売上高営業利益率を重視
グループ全体では最終的な純利益の確保及びそれに伴うROEを重視

経営計画の進捗状況について

経営計画の進捗については、適宜公表する予定であります。
公表すべき事象が生じましたら計画を修正し、速やかに適時開示いたします。

年度目標及び計画修正の要否について

公表時点では年度目標及び計画の修正は予定しておりません。
年度目標及び中期経営計画を修正すべき事象が生じましたら計画を修正し、速やかに適時開示いたします。

計画の進捗状況の公表について

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の公表は、2022年7月末を予定しています。

当社グループのリスク情報について

当社グループを取り巻くリスクへの対応は以下のとおりです。

リスクの種類	リスクの内容	発生可能性	発生した場合の影響	リスクが顕在したときの対応
建設コンサルタント事業	当社グループの㈱クレアリアが営む建設コンサルタント事業においては、特に、ダム・河川・海岸など水関連の公共事業が主たるビジネスであるため、政府・国土交通省・地方自治体などの機関が公共事業の大幅な削減や停止を決定した場合、当社グループの業績が大きな影響を受ける可能性があります。	低い	中程度	民間事業の割合を増やして公共事業への依存を引き下げ、安定的な収益を確保できるように努めます。
ファッションブランド事業	当社グループの拓莉司国際有限公司、濱野皮革工藝株が営むファッションブランド事業においては、商品企画、原材料市況、国内外の生産体制、為替市況、物流体制、販売拠点、消費者動向、天候、景気変動などにまつわるさまざまなリスク要因が考えられ、想定する範囲での対応は予め準備をしておりますが、想定範囲を大きく超える事象が発生した場合、当社グループの業績に大きな影響を受ける可能性があります。また、上記事業会社が扱うライセンスブランドの商品につきましても、上記リスク要因に加えて、ブランドそのものの人気・価値が大きく下落した場合、同じく当社グループの業績に影響を受ける可能性があります。	低い	中程度	ターゲット顧客のニーズに適合した新製品を市場に投入して機会損失を回避します。また、製品についてはコスト優位と高品質を実現し、収益の確保に努めます。また、魅力的な製品を消費者に届けるライセンスを開拓し、ブランド価値の引き上げを図ります。
投資事業	当社グループのTRIIS INTERNATIONAL AMERICA INC.、CLATHAS LLC及びKIP LLCが営む不動産投資事業においては、米国における不動産市況、世界経済動向、賃料等の変動リスクがあり、それによって、当社グループの業績が大きな影響を受ける可能性があります。さらに長期的には外国為替市況の影響も受ける可能性があります。	低い	中程度	賃貸物件について定期的な入替を行い、安定的な収益の確保に努めます。

(注)事業等のリスクについて、有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しています。その他の事業等のリスクについては、有価証券報告書(「第一部企業情報第2事業の状況2事業等のリスク」)に記載しています。

- 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、当社の有価証券の買い付け又は売り付け申し込みの勧誘を構成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には、当社の事業計画、市場規模、競合状況等が含まれます。そのため、これらの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幅に異なる場合があります。