

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)
問い合わせ先 常務取締役管理本部長 竹下 俊一
TEL. 03-6408-1200

2022年5月期 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

日頃より、ご支援賜りまして誠にありがとうございます。
当社は本日、2022年5月期 決算説明会をテレフォンカンファレンス形式により開催致しました。
ご出席頂きました皆様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致します。

【質疑応答要旨】

Q1.

単価の推移が上がってきておりますが、コストアップしても若い世代の購入者層に影響はないでしょうか。

A1.

ウッドショック等の影響で資材が高騰している為、やむなく販売価格を見直しております。当社は計画通りの着工～お引渡しが出来ており、お客様から選んで頂いております。

Q2.

今期（2023年5月期）の業績予想について、売上が2%の増収に対して、営業利益が9%の増益となっておりますが、価格転嫁以外に利益率が良くなる要因はありますでしょうか。先にコストがアップされ、遅れて価格転嫁するというタイムラグがある為、遅れて改善されるという理解でよろしいでしょうか。

A2.

ご指摘の通りのご理解で問題ございません。

Q3.

2022年5月期の営業利益増減部分で、注文住宅の資材高騰の影響により、グロスでどの程度、利益に影響がありますでしょうか。また、価格転嫁へも織り込んでいると思っておりますが、2023年5月期の計画への織り込みに関してはどのようになっておりますでしょうか。

A3.

木材価格に関しては、毎月精査しております。また、随時交渉を行っております。それに対して販売価格に反映しております為、問題はございません。2023年5月期には織り込み済みでございます。

Q4.

6月度受注速報で、注文住宅の前年同月比で91%になっているが、前年のハードルが高い事も要因かと思えます。価格上昇等による消費者のマインド低下はございますか。

A4.

前期6月度の受注が非常に高く、前期比では91%となっておりますが、前々期比では118%と大幅な伸びになっております。価格上昇等による消費者のマインド低下はございません。

Q5.

今期の業績見通しについての質問になりますが、住宅事業のコストアップは引き続き利益が圧縮される一方、不動産事業の利益については増益でよろしいでしょうか。

A5.

今期、不動産事業の利益は横ばいの見通しではありますが、住宅事業の利益に関しては増益を見込んでおりません。

Q6.

利益が仮に下振れした場合、不動産事業を伸長させる等の他の計画はございますか。

A6.

現時点では、利益の下振れの計画は想定しておりません。

Q7.

2022年5月10日に『最上位等級「断熱等性能等級5」に対応』のリリースをされていますが、その後の取り組み状況はいかがでしょうか。併せて、太陽光発電、ZEH住宅等の比率はどのくらいでしょうか。

A7.

断熱等級の改定を経て、新しい商品と致しまして「断熱等性能等級5」に対応している住宅を販売しております。

また、太陽光発電、ZEH住宅の比率については全体の2割程度でございます。

Q8.

値上げを行ってから実際に販売するまでに、9ヶ月くらいはタイムラグがあるとの事だが、利益率が下がるという事はないのでしょうか。

A8.

資材の値上げ要請は毎月行われております為、販売価格につきましては毎月調整しております。

タイムラグによる影響につきましては年間でコントロールしております為、利益率は確保出来ております。

Q9.

御社は受注棟数計画の開示はされていないが、注文住宅の受注棟数、利益率がともに伸びていくという理解でいいか。

A9.

棟数、利益率の両方で見えております。当社では安定的な資材供給、売上の平準化が出来ている為、利益率の低下により棟数を増やさなければならない等の問題は発生しておりません。

Q10.

消費者マインドは、住宅業界では昨年7月～9月がピークで、その後緩やかに鈍化の傾向が見られているが、御社はいつ頃がピークで、現在はどのような状況なのか教えて頂きたい。

A10.

去年の11月頃から鈍化していると認識しており、今年の4月～6月頃も鈍化傾向にございましたが、当社は資材供給が滞る事なく、早期お引渡しが出来ている為、大きな悪影響はございません。

Q11.

木材価格の値上げがあり、その後に合板材等の値上げがありましたが、今現在ではどのような資材の上昇が懸念されているのか、またはピークは過ぎて落ち着いてきているのでしょうか。

A11.

木材に関しては、昨年と比べると落ち着いてきております。ウクライナの情勢等も鑑み、まだ下がっている状況にはなっておりません。合板材等についても国産材への移行が済んでおりますので問題はございません。

Q12.

タマホームの工期が短い要因はどこにありますでしょうか。

A12.

当社は資材について、国産にこだわっており安定的に供給できている為、すぐに契約から着工出来ている事が要因となります。

Q13.

集客方法は、以前は CM をメインに行っていましたが、現在はどのような集客戦略をしておりますでしょうか。

A13.

集客方法は、以前と大きく変わっておりません。集客の 3 本柱は、テレビ CM、チラシ、Web となっており、特に Web はここ 10 年間で注力するようになりましたが、テレビ CM とチラシは今まで通りとなっております。

以 上