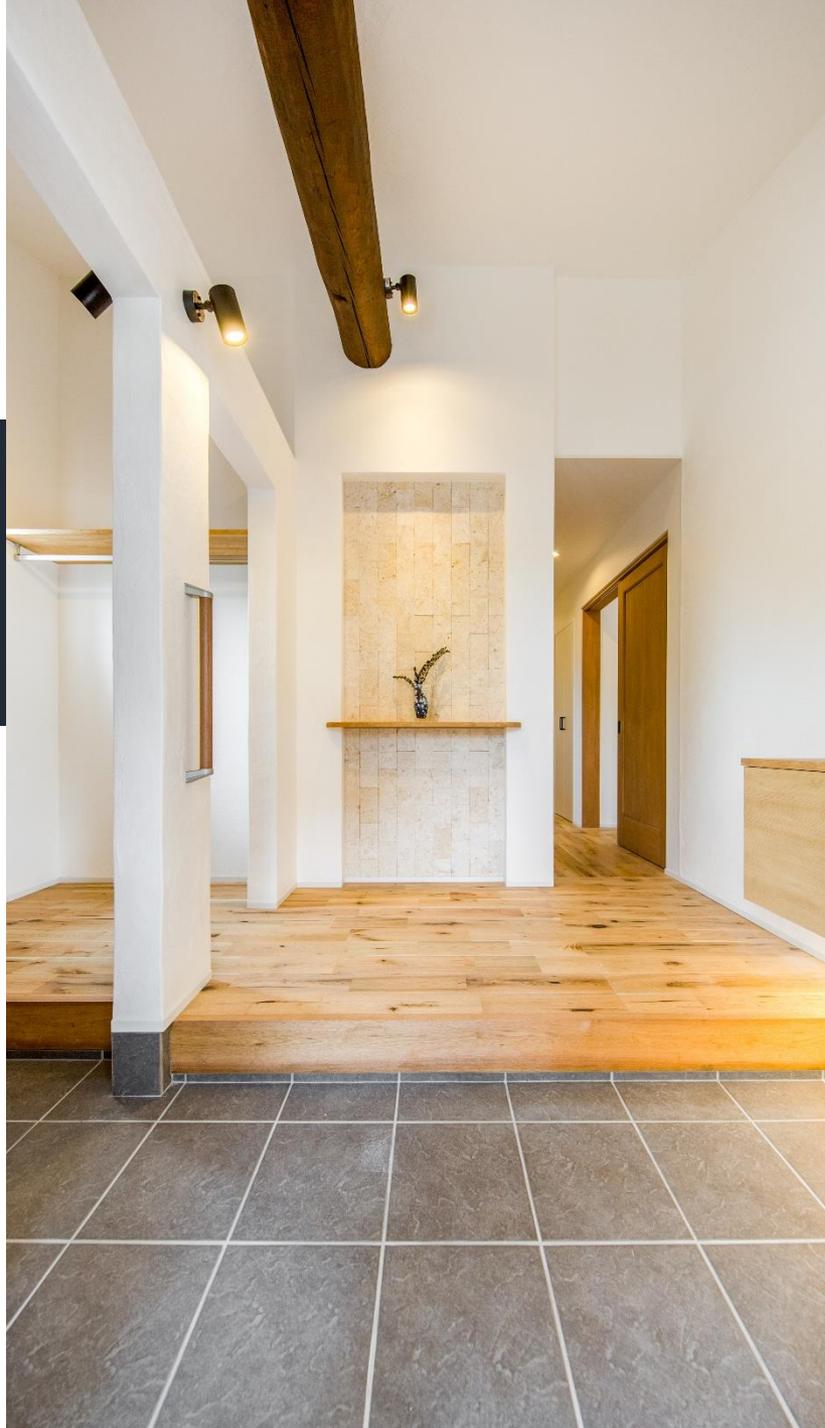


r-cove*
U N I T E D

2022年12月期 第2四半期
決算説明会資料

話しましょ、たくさん
Yasue 安江工務店

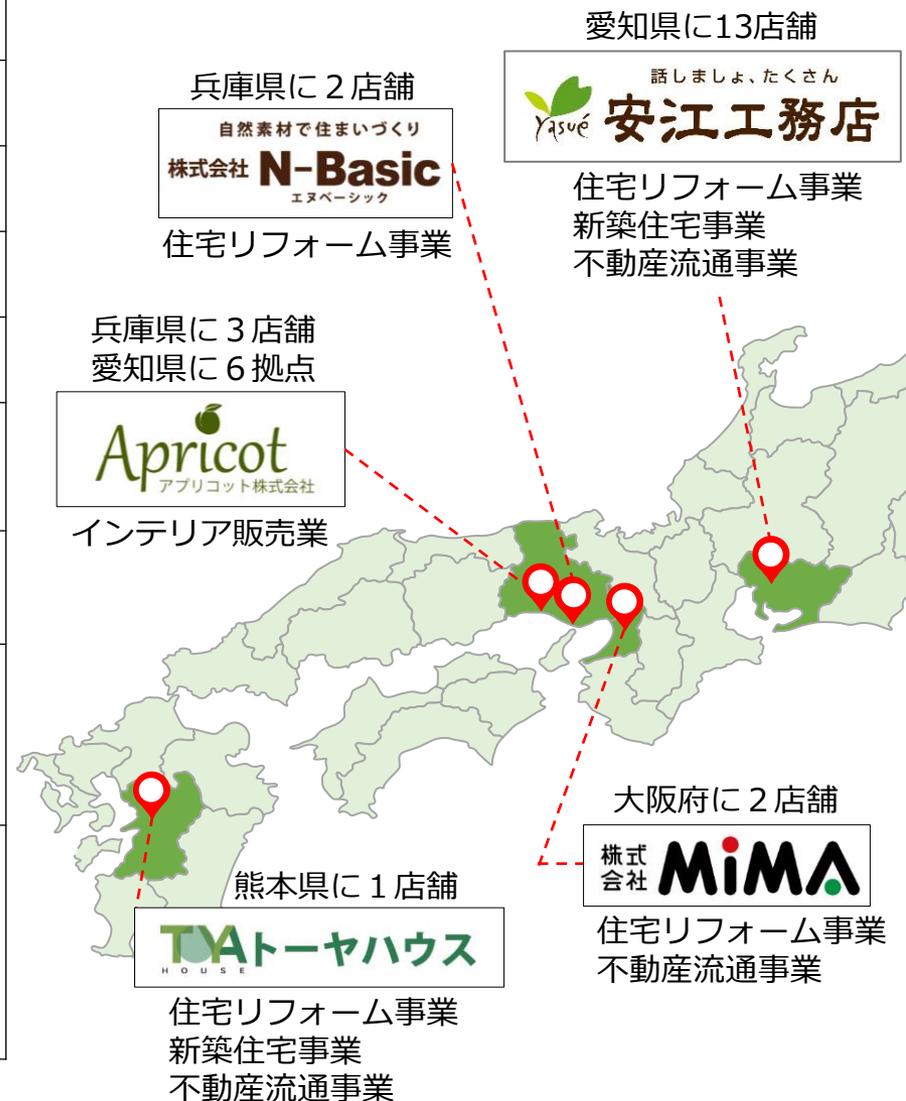
【東証スタンダード/名証メイン:1439】



- 1. 会社概要**
- 2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要**
- 3. 第2四半期までの主な取組み**
- 4. 今後の主な戦略**
- 5. 2022年12月期 連結業績予想の概要**
- 6. 配当政策**

1. 会社概要（2022年8月1日現在）

| | |
|--------|---|
| 社名 | 株式会社 安江工務店 |
| 代表取締役 | 代表取締役社長CEO兼COO 山本 賢治 |
| 設立 | 1975年6月（創業：1970年） |
| 資本金 | 2億5,541万円 |
| 従業員数 | 248名（グループ合計） |
| 上場市場 | 東京証券取引所スタンダード市場 名古屋証券取引所メイン市場 |
| 本社所在地 | 名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング |
| 事業内容 | 住宅リフォーム事業 新築住宅事業 不動産流通事業 |
| グループ会社 | 株式会社 N-Basic（神戸市） 株式会社 トーヤハウス（熊本市） アプリコット 株式会社（兵庫県姫路市） 株式会社 MIMA（大阪府八尾市） |



3つのセグメントで事業を展開

セグメント別売上構成比率

不動産流通事業

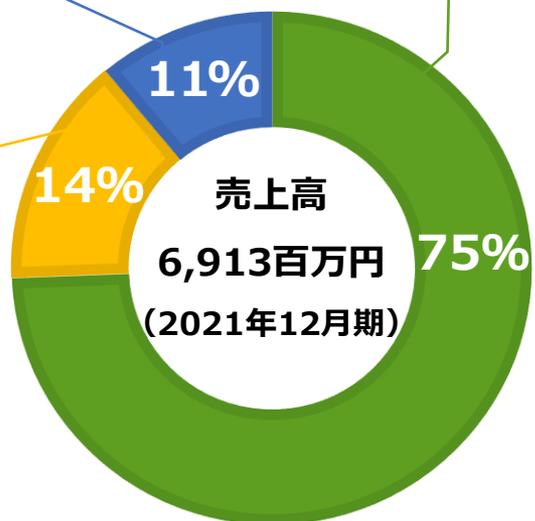
不動産の売買・仲介
建売住宅

住宅リフォーム事業

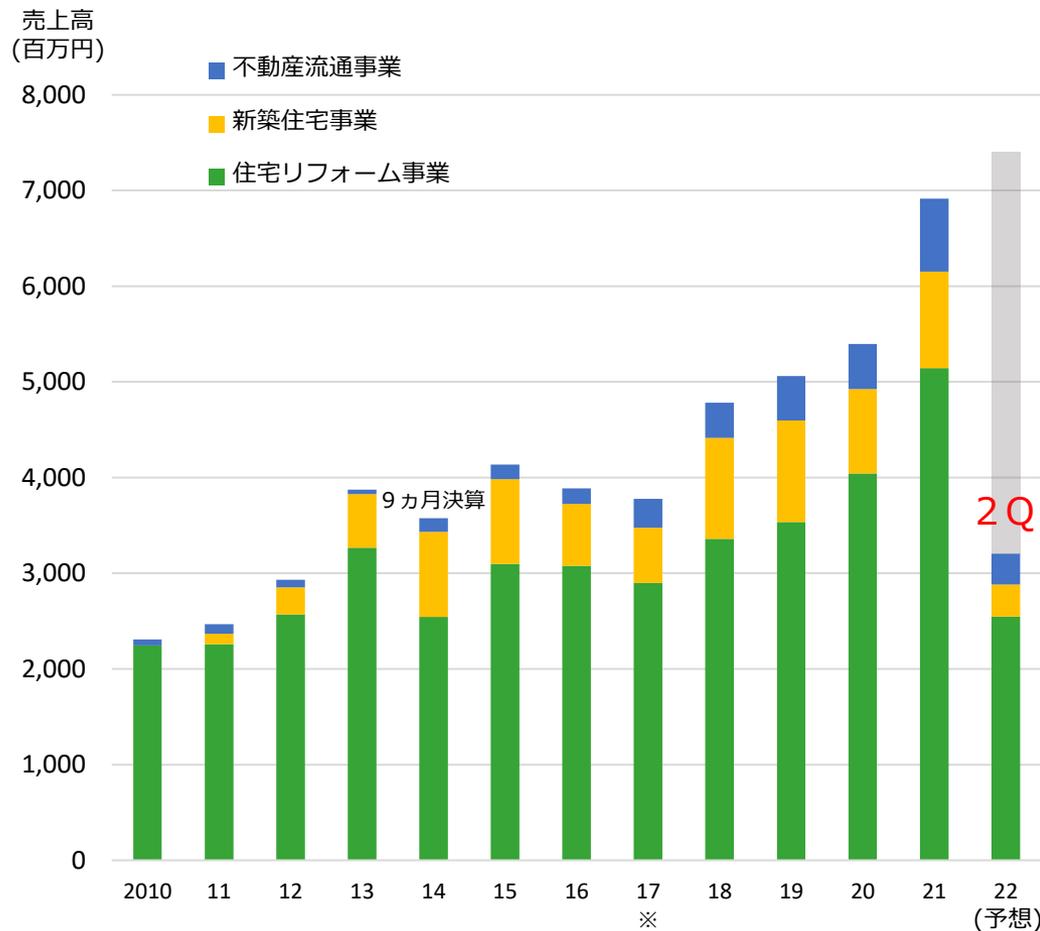
総合リフォーム
デザインリフォーム

新築住宅事業

注文住宅
コンセプト住宅



ワンストップサービス開始からの業績推移



住まいのかかりつけ医

■ ワンストップサービス

3事業で住宅に関するすべてのニーズに対応



■ 品質にこだわりお客様の満足を追求

提案力とスピード対応で安らく住まいを提供
お客様とは一生涯のお付き合いを目指します

お客様満足度

91.5%

2021年 当社住宅リフォーム工事
お客様アンケート 「大変満足」～「満足」
・リフォームアドバイザーの対応
・工事現場管理全体
・工物品質（仕上げ）

■ 安心工事と信頼関係による 生涯顧客づくり

創業半世紀を超え、長い歴史の中で作り上げてきた
お客様との信頼関係がOB顧客（※）として経営の基盤
となっています。 ※過去にご契約いただいたお客様

OB顧客数

38,712件

年間OBリピート率

約9%

当社の2022年7月31日時点

高付加価値サービス提供による差別化戦略

■ 自然素材を活かしたオンリーワンの住まいづくり

オリジナル自然素材

無添加厚塗りしっくい®

- ・ ヒトコロナウイルスに対する
抗ウイルス効果実証!
- ・ 厳選した自然素材を使用
- ・ 高い調湿効果や耐火性
- ・ 自社開発でリーズナブルに提供



「STONE PALETTE (ストーンパレット)」

- ・ 天然石を活かしたデザイン
- ・ 自社施工でリーズナブルに提供



デザイン力

- ・ 打合せには建築士などの資格を有したデザイナーが同席し、使い勝手とデザイン性を両立した提案を行う (デザイナー24名: 2022年7月31日現在)
- ・ リフォームコンテストで**13年連続受賞中**

2021年度

- ★ジェルコリフォームデザインコンテスト 玄関・ホール部門 全国部門別最優秀賞
- ★ジェルコリフォームデザインコンテスト リビングダイニング部門 全国優秀賞
- 他2件

2020年度

- ★LIXIL秋のリフォームコンテスト2020 ストーリー賞 全国優秀賞
- ★ジェルコリフォームデザインコンテスト デザイン部門 最優秀賞
- ★ジェルコリフォームデザインコンテスト ユーザーフォト部門 全国最優秀賞
- 他6件



1. 会社概要
- 2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要**
3. 第2四半期までの主な取組み
4. 今後の主な戦略
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要
6. 配当政策

2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要

【2022年12月期 第2四半期 ハイライト】

- ・ 第2四半期連結決算は前年同期比で増収減益
- ・ 売上高は第2四半期としては過去最高、2期連続増収

| 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 親会社株主に帰属する 四半期純利益 |
|--------------|---------------|---------------|----------------------|
| 3,204百万円 | 5百万円 | 14百万円 | △ 6百万円 |
| 前年同期比+0.4% ↗ | 前年同期比△90.3% ↘ | 前年同期比△76.4% ↘ | 前年同期は27百万円 ↘ |

成長戦略

- 2月 グループ26拠点目！連結子会社のMIMAにて2店舗目となる「東大阪店」オープン
- 3月
6月 インテリアショールームを既存店舗に3拠点新設し、愛知県内6拠点に
- 6月 当社1号店「天白店」を現店舗至近の幹線道路沿いに新築移転
- 6月 オリジナル新商材「STONE PALETTE（ストーンパレット）」販売開始

トピックス

- 東証新市場区分「スタンダード市場」へ移行
- リフォーム事業の拡大に向けて、リフォーム事業全般に精通する新任取締役が加わり、新経営執行体制へ移行
- 専任の子会社担当執行役員を配置して、グループシナジーを強化
- 2022年12月期の配当計画は25円を据え置き

【損益計算書】

(単位：百万円)

| | 2022.12期 第2四半期 | 前年同期比 | | | 業績予想比 | | | 【ご参考】 2020.12期 第2四半期 |
|---------------------|-------------------|-------|-----|--------|-------|------|--------|----------------------------|
| | | 前年同期 | 増減額 | 増減率 | 業績予想 | 増減額 | 増減率 | |
| 売上高 | 3,204 | 3,192 | +11 | +0.4% | 3,441 | △236 | △6.9% | 2,312 |
| 売上総利益 | 1,019 | 1,012 | +6 | +0.7% | 1,138 | △119 | △10.5% | 736 |
| 販売費及び 一般管理費 | 1,013 | 952 | +61 | +6.4% | 1,092 | △78 | △7.2% | 820 |
| 営業利益 | 5 | 60 | △54 | △90.3% | 46 | △40 | △87.5% | △83 |
| 経常利益 | 14 | 60 | △46 | △76.4% | 45 | △31 | △69.1% | △79 |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | △6 | 27 | △34 | - | 15 | △22 | - | △69 |

売上高

- ・リフォーム事業が堅調に推移
- ・新築住宅事業、不動産流通事業で減収となり、グループ全体では微増

営業利益

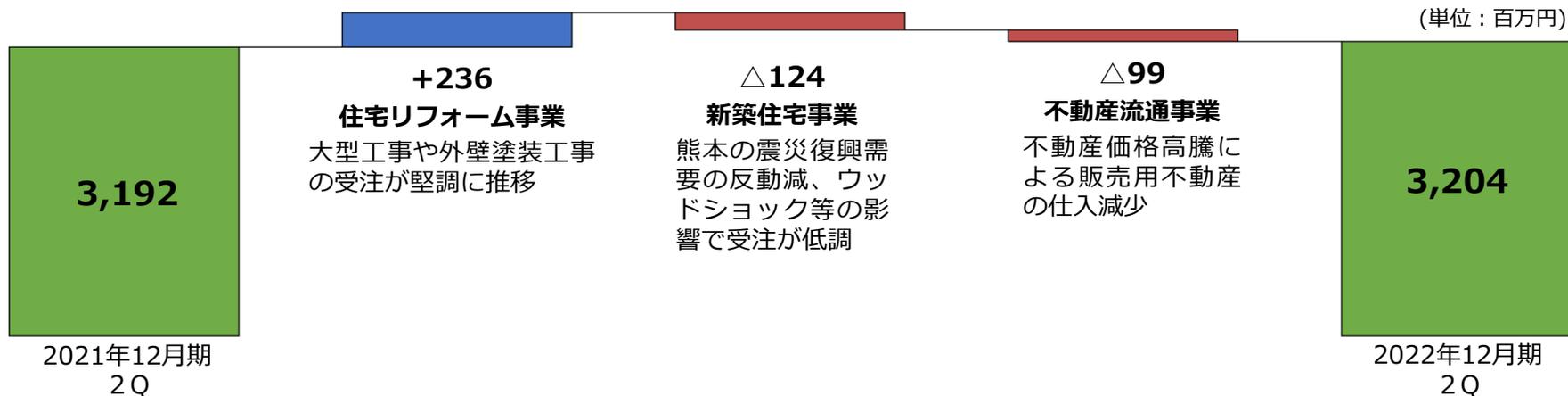
- ・店舗の増加に伴う拠点維持費用や、人員増に伴う人件費・広告宣伝費等の販売費及び一般管理費が増加し、減益となった。

2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要

【前年同期からの増減要因分析】

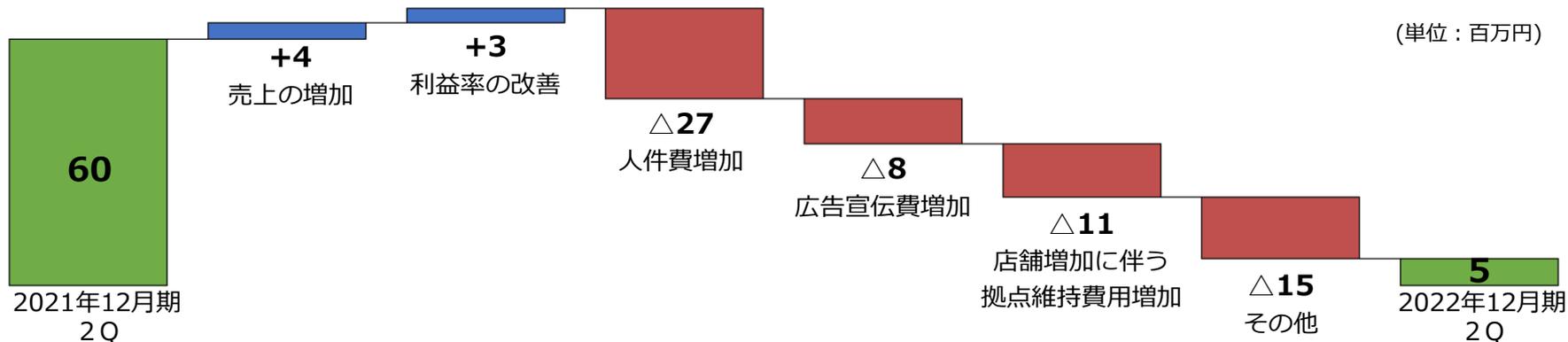
(売上高)

住宅リフォーム事業は堅調に推移、新築住宅事業、不動産流通事業で減収



(営業利益)

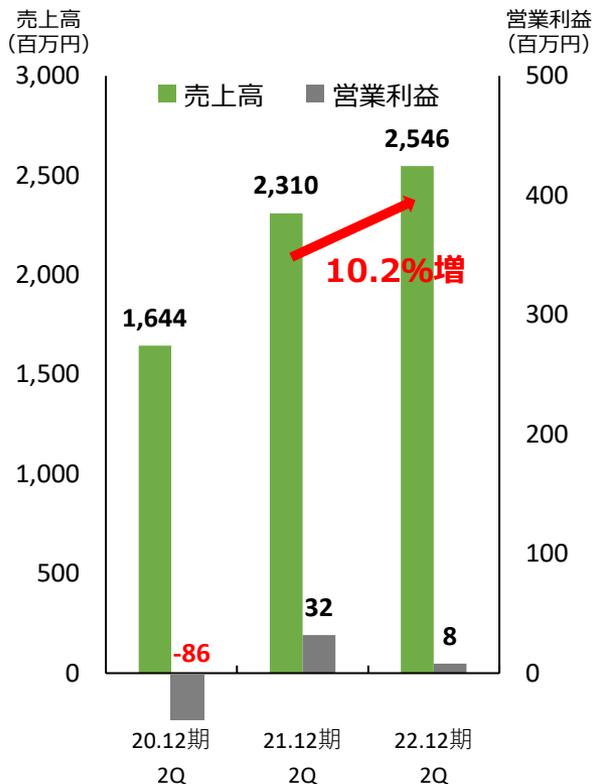
店舗の増加に伴う拠点維持費用や人件費、広告宣伝費等が増加



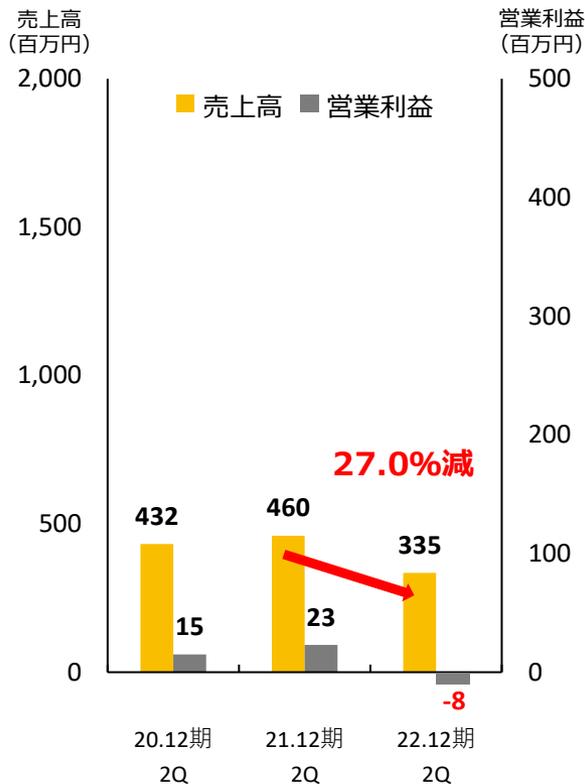
2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要

【セグメント別推移】

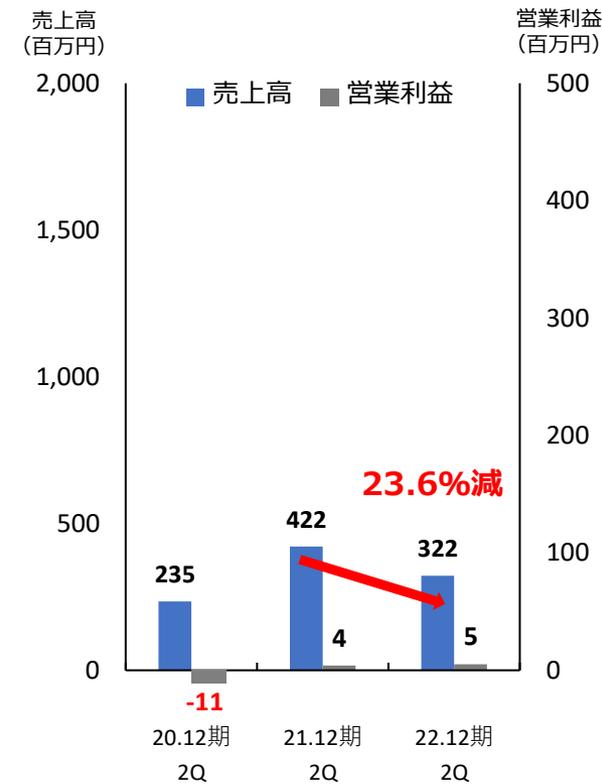
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



不動産流通事業

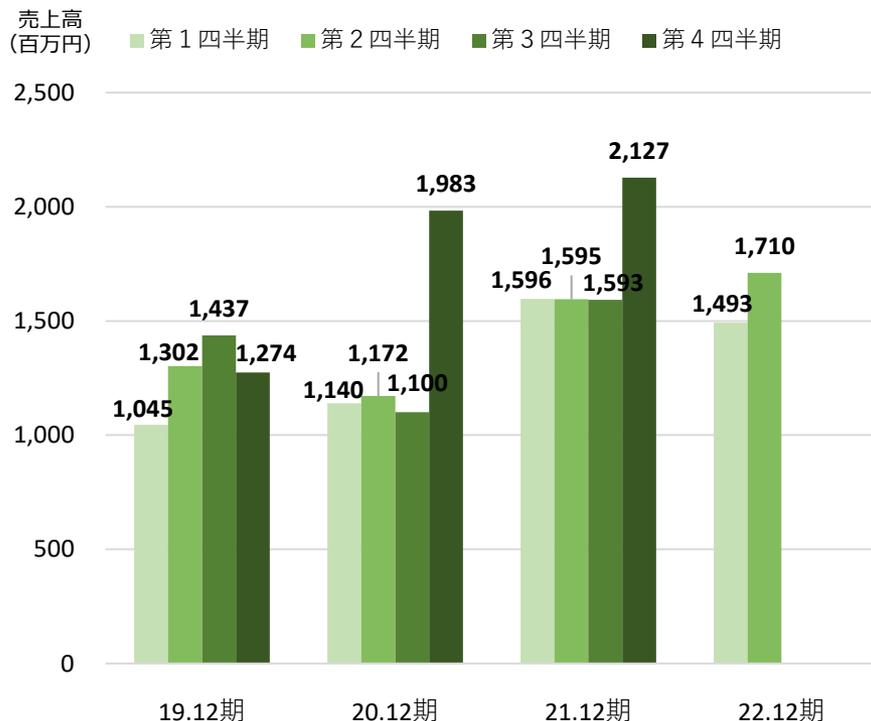


前年同期比

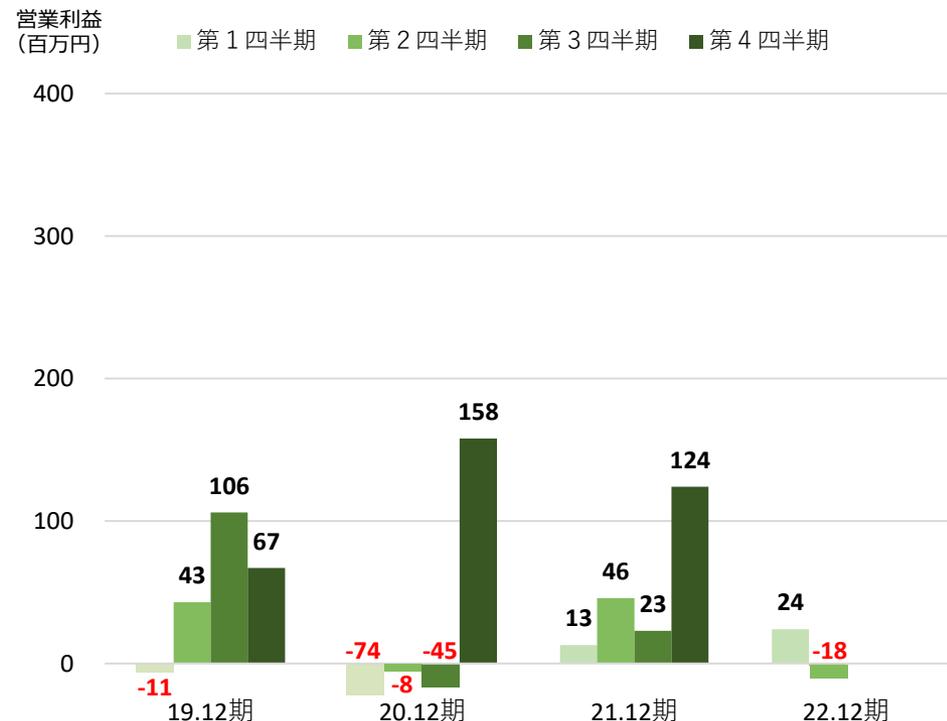
- ・リフォーム事業では大型工事や外装工事等が堅調に推移し増収。新築住宅事業では熊本の震災復興需要の反動減、不動産事業では不動産の仕入減少等により、それぞれ減収
- ・減益の要因は、主に住宅リフォーム事業で拠点維持費用、人件費、広告宣伝費等が増加

【四半期推移】

売上高



営業利益



【売上高】 第1四半期は同四半期比減収、第2四半期は同四半期比で過去最高

【営業利益】 第1四半期は経費支出を抑え黒字確保、第2四半期は積極的な人員の採用による人件費の増加や積極的な広告宣伝の実施に伴い経費が増加し営業赤字

前年同期比

【売上総利益・販管費の状況】

(単位：百万円)

| | 2022.12期 第2四半期 | | 2021.12期 第2四半期 | | 売上対比の利益影響 |
|------------|----------------|--------------|----------------|-------|-----------|
| | 金額 | 売上対比 | 金額 | 売上対比 | |
| 売上総利益 | 1,019 | 31.8% | 1,012 | 31.7% | +0.1pt |
| 販売費及び一般管理費 | 1,013 | 31.6% | 952 | 29.8% | △1.8pt |
| 人件費 | 546 | 17.1% | 519 | 16.3% | △0.8pt |
| 広告宣伝費 | 159 | 5.0% | 151 | 4.7% | △0.3pt |
| のれん償却費 | 26 | 0.8% | 26 | 0.8% | △0.0pt |
| その他 | 282 | 8.7% | 256 | 8.0% | △0.7pt |

前年同期比

- ・売上総利益率
→概ね前年同期並み
- ・売上高人件費率
→人員増に伴い人件費が増加したため0.8pt悪化
- ・売上高広告宣伝費率
→店舗網拡大に伴い、積極的に広告宣伝を行ったため0.3pt悪化
- ・その他
→店舗増加に伴う拠点維持費用の増加等により0.7pt悪化

【貸借対照表】

(単位：百万円)

| | 2022.12期 第2四半期 | 2021.12期 | 増減額 | 主な増減要因 |
|---------|-------------------|----------|--------|---|
| 流動資産 | 2,595 | 2,796 | △200 | ・現金預金の減少△216 ・販売用不動産の増加+32 |
| 固定資産 | 1,420 | 1,379 | +41 | ・建物・構築物の増加+100 ・建設仮勘定の減少△39 ・のれんの償却による減少△26 |
| 資産合計 | 4,016 | 4,175 | △158 | |
| 流動負債 | 1,657 | 1,658 | △0 | ・仕入債務、未払金の減少△85 ・短期借入金の増加+80 ・未払法人税等の減少△74 ・未成工事受入金の増加+102 |
| 固定負債 | 877 | 1,017 | △139 | ・長期借入金の返済により減少△141 |
| 負債合計 | 2,535 | 2,675 | △140 | |
| 純資産 | 1,481 | 1,499 | △18 | ・四半期純損失の計上△6 ・配当金の支払い△25 ・新株予約権の増加+13 |
| 負債純資産合計 | 4,016 | 4,175 | △158 | |
| 自己資本比率 | 35.5% | 34.9% | +0.6pt | ・借入金の返済（負債の圧縮）により指標改善 |

【キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)

| | 2022.12期 第2四半期 | 2021.12期 第2四半期 | 主な内訳 |
|---------------------|-------------------|-------------------|---|
| 営業活動による キャッシュフロー | △35 | +216 | <ul style="list-style-type: none"> ・売上債権の減少+44 ・棚卸資産の増加△44 ・仕入債務の減少△61 ・未成工事受入金の増加+102 ・法人税の支払い△84 |
| 投資活動による キャッシュフロー | △87 | +7 | <ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産の取得による支出△94 |
| 財務活動による キャッシュフロー | △81 | △226 | <ul style="list-style-type: none"> ・長期借入れによる収入+40 ・長期借入金の返済による支出△169 ・短期借入金の増加+80 ・配当金の支払い△32 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | △205 | △3 | |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,321 | 1,358 | |

1. 会社概要
2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要
- 3. 第2四半期までの主な取組み**
4. 今後の主な戦略
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要
6. 配当政策

3. 第2四半期までの主な取組み

人材の確保と育成

人材の確保と定着率向上

- **新卒を中心に積極的な採用**
 - ・ 2022年新卒は過去最高の24名を採用
 - ・ インターンシップの早期開始と内容の充実
- **労働環境の改善**
 - ・ 給与賞与制度の改定
 - ・ 年間休日数の5日増加を決定
 - ・ パソコンの一斉シャットダウン導入
- **福利厚生の実施**
 - ・ 社員で構成する委員会で発案

人材育成体制の充実

- **社内研修の実施**
 - ・ 経営トップが指導する次世代リーダー研修
 - ・ 建築基礎～営業基礎まで、充実した新人教育
- **社外研修の実施**
 - ・ 職人研修等による現場実習
 - ・ 外部講師による営業・リーダー研修
- **メンター制度の導入**
 - ・ 先輩社員によるサポートやアドバイス
 - ・ コミュニケーションの活性化

効率的な早期戦力化を実現

3. 第2四半期までの主な取組み

成長拡大戦略

新商圈への拡大

大阪府第3位の人口を擁する東大阪市へ出店

連結子会社のMIMAにて、従来の八尾市と合わせて大阪府東部の全域を商圈とする拡大戦略

大阪府世帯数上位順

大阪府の全世帯数
4,200,450世帯

| | 市町村 | 世帯数 | 全世帯数に対する割合 |
|---|------|-----------|------------|
| 1 | 大阪市 | 1,501,689 | 35.8% |
| 2 | 堺市 | 368,408 | 8.8% |
| 3 | 東大阪市 | 235,275 | 5.6% |
| ⋮ | | | |
| 9 | 八尾市 | 115,367 | 2.7% |

2022年2月
オープン



既存商圈の深耕

1号店である天白店を新築移転

当社にて、1号店である天白店を幹線道路沿いの目立つ立地へ新築移転

2022年6月 新築移転オープン



アーバンモダンを基調とした開放的なショールーム

リフォーム・新築・不動産が連携して、20代から30代など新たな顧客獲得につなげる

3. 第2四半期までの主な取組み

競争力の強化（専門店化）

需要が高い工事の専任化



単なる単体工事のみを行うのではなく、複合工事もできる「安心感」を武器に住まいをトータルサポート

外装



- ・雨漏りから外壁塗装まで対応
- ・ドローンでの高所点検（国交省の許可取得）
- ・建物の劣化診断と最適な提案



エクステリア

- ・豊富な商品知識
- ・建物や街並みとの調和
- ・美観と機能性の追求



実施したリフォーム工事内容調査

| 部位別ランキング | | 2021年度 全国 (%) |
|----------|--------|------------------|
| 1 | 外壁 | 28.3 |
| 2 | トイレ | 24.2 |
| 3 | 屋根 | 21.8 |
| 4 | 浴室 | 20.4 |
| 5 | 居間 | 19.5 |
| 6 | キッチン | 18.5 |
| 7 | 主寝室 | 11.7 |
| 8 | 子供部屋 | 10.9 |
| 9 | 玄関 | 10.7 |
| 10 | ダイニング | 10.4 |
| 11 | 給湯器 | 8.1 |
| 12 | 門・塀 | 7.3 |
| 13 | 和室 | 7.1 |
| 14 | すべての部屋 | 6.9 |
| 15 | 車庫・物置 | 5.2 |
| 16 | 収納 | 3.8 |
| 17 | 高齢者居室 | 2.6 |

豊富な専門知識・経験により顧客満足と工事品質を追求

3. 第2四半期までの主な取組み

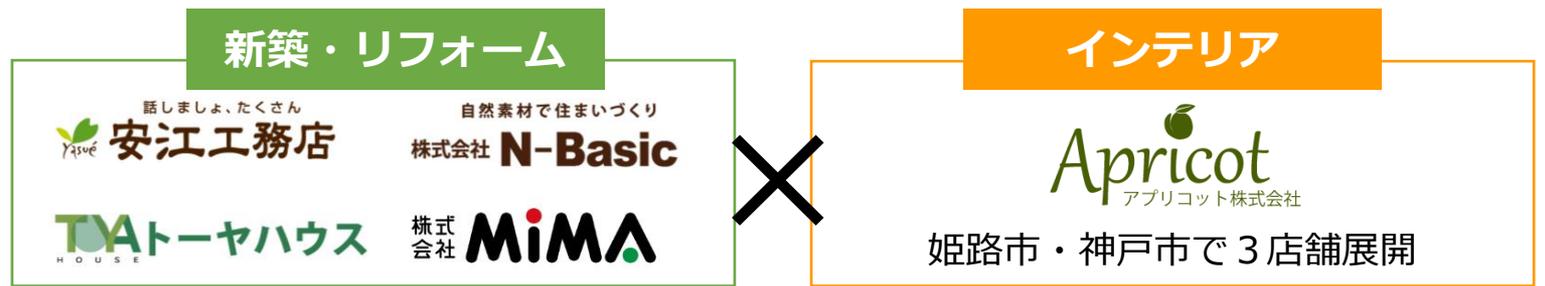
既存事業とのシナジー

既存店舗にグループ会社に取り扱うインテリア製品を併設展示
 新たにインテリアショールームを3拠点増設し、専任スタッフを配置して
 トータルの提案力を強化

住まいに関するすべてのニーズがワンストップで実現する店舗



愛知県の既存店舗13店舗中 **6** 店舗併設



3. 第2四半期までの主な取組み

ESG / SDGsの取組み

| ESG | 当社グループの取組み | SDGs |
|-----------------------------------|--|---|
| <p>環境 Environment</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 漆喰など自然素材を使用した住まいづくりを推進 ・ 中古住宅再生事業の取組み ・ ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）を促進 ・ オフィス照明のLED化 ・ DX推進（ペーパーレス化等） ・ 自社オフィスのZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）化 |  |
| <p>社会 Social</p> | <p>働きやすい職場環境の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性活躍推進 ※全社員に占める女性の割合 約50%（女性社員の積極採用、役員・管理職への登用） ・ モラルサーベイの実施（毎年） <p>地域社会への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 安全で住みよい街づくり「こども110番の店」登録 ・ 地域と暮らしを守る「鎮守の森のプロジェクト」参加 ・ 環境美化活動「藤前干潟清掃活動」参加 |  |
| <p>企業統治 Governance</p> | <p>コーポレートガバナンス強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 取締役7名のうち社外取締役3名 ・ 任意の「指名・報酬委員会」設置 ・ 内部通報窓口の設置 ・ コンプライアンス研修の実施 <p>情報セキュリティの強化</p> |  |

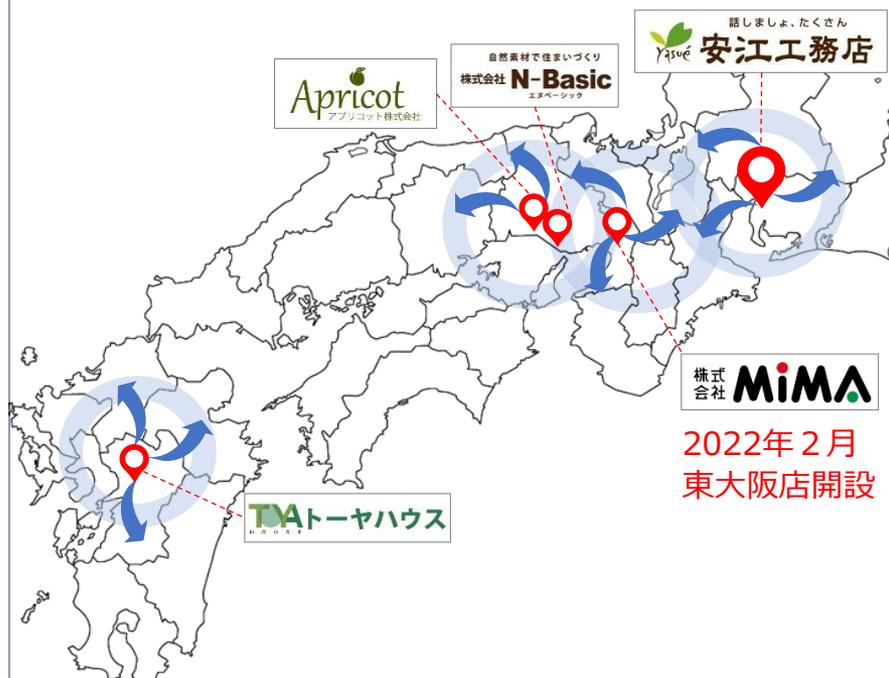
1. 会社概要
2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要
3. 第2四半期までの主な取組み
- 4. 今後の主な戦略**
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要
6. 配当政策

出店戦略

- 「既存商圏の拡大」 × 「既存商圏の深耕」

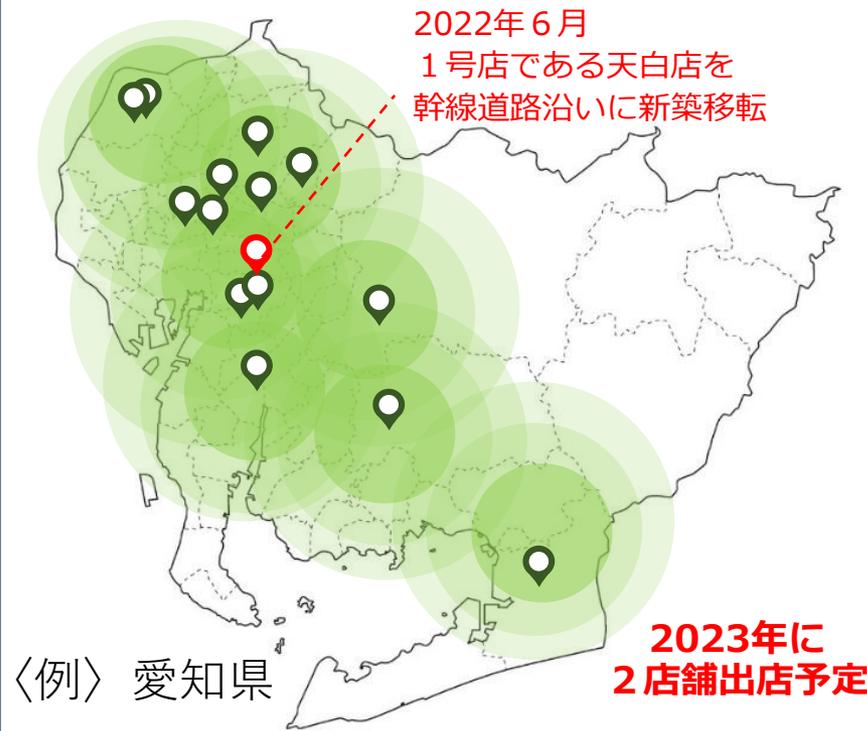
営業エリアの拡大(隣接エリアへの進出)

地域密着型を前提に既存拠点の隣接エリアや近隣主要都市に新店舗を開設し、営業エリアを拡大する



既存営業エリア内での深耕

既存営業エリア内の店舗と店舗の間に新店舗を開設し、ドミナント戦略を深化する



成長拡大戦略

■ リフォーム会社の「連合体」を組成

新規営業エリア獲得

持続的成長のためにM&Aは必要不可欠であり、新規営業エリアの基盤獲得手段として重点戦略とする

主に西日本へ



競争力の強化

住宅リフォーム事業を主業とする企業と連合することで、シナジーを発揮する

当社グループ

r-cove*
UNITED



全国の中堅・
中小工務店

ノウハウの共有

- ・マーケティング戦略
- ・営業戦略
- ・CRM戦略

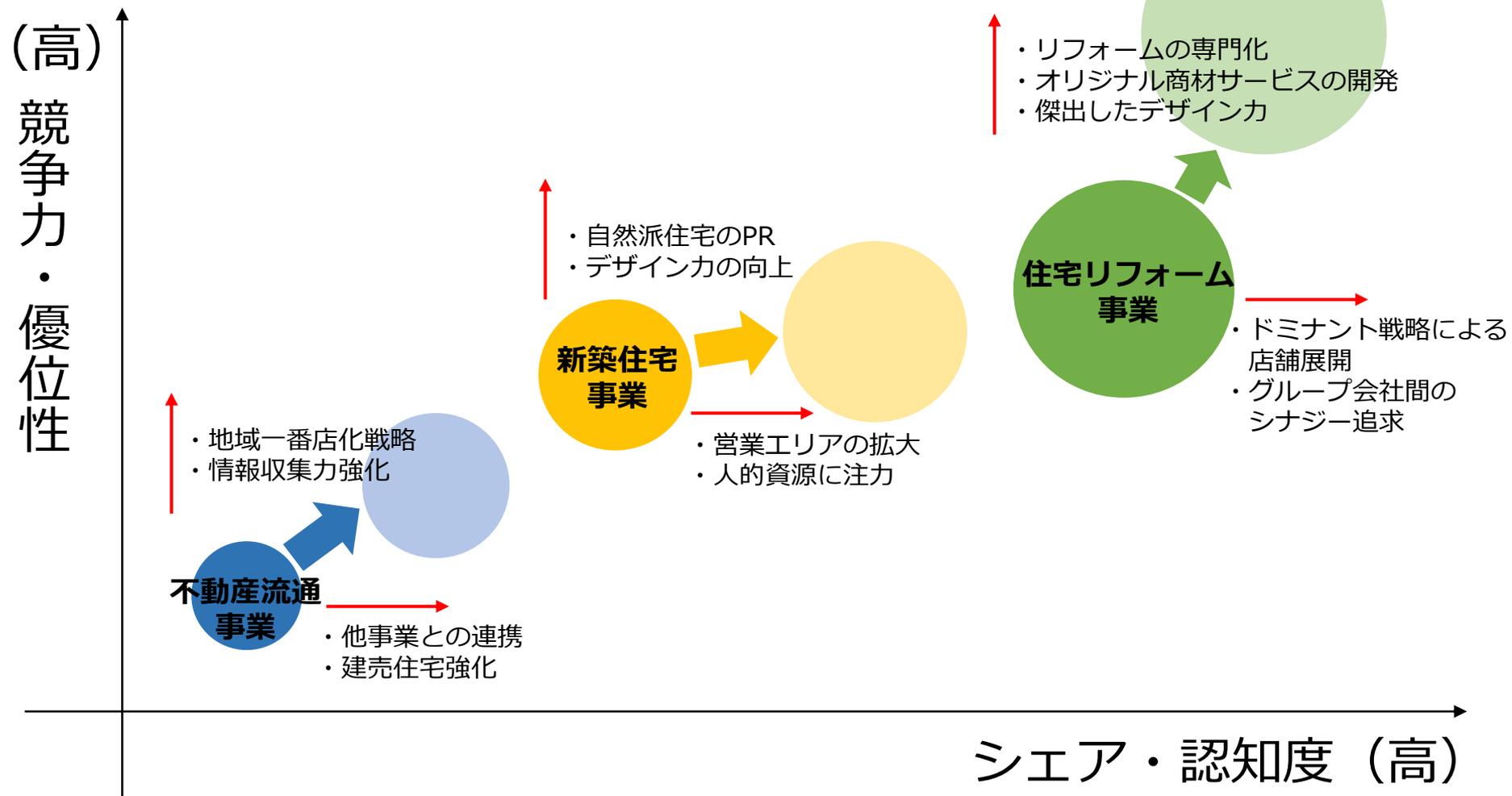
人材の確保

構築された
サプライチェーンの活用

購買力の強化

セグメントごとの成長戦略

■ 収益力向上へ向けて事業経営力を強化し、既存事業を徹底強化



メディアミックス

■ 広告宣伝の集中投下により、知名度向上やシェアNo.1を目指す

ラッピングバス

2021年5月に初出店した
東三河エリアに追加運行開始



テレビCM

2021年7月より配信開始



You Tube

2021年7月より配信開始



折込チラシ・雑誌・DM

マーケットリサーチを精密化し、
集中的に折込み



メディアミックスでの 広告投下で強化

WEB広告

リスティング広告、リターゲティング広告
などを使い分けながら効率的に運用



愛知県内店舗に展開+近隣県への出店

1. 会社概要
2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要
3. 第2四半期までの主な取組み
4. 今後の主な戦略
- 5. 2022年12月期 連結業績予想の概要**
6. 配当政策

【連結業績予想】

■ 通期連結業績予想は期初予想を据え置く。

(単位：百万円)

| | 2022.12期 予想 | 前期比 | | | 【参考】 2020.12期 |
|---------------------|----------------|----------|------|--------|------------------|
| | | 2021.12期 | 増減額 | 増減率 | |
| 売上高 | 7,400 | 6,913 | +487 | +7.1% | 5,396 |
| 営業利益 | 219 | 208 | +11 | +5.5% | 29 |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 110 | 90 | +20 | +22.2% | △13 |

前期比

売上高は7,400百万円（前期比7.1%増）を予想

- ・ 既存エリアの深耕・シェア拡大による住宅リフォーム事業の伸長
- ・ 2021年出店店舗の通年寄与
- ・ 2022年2月開設のMIMA東大阪店の売上寄与

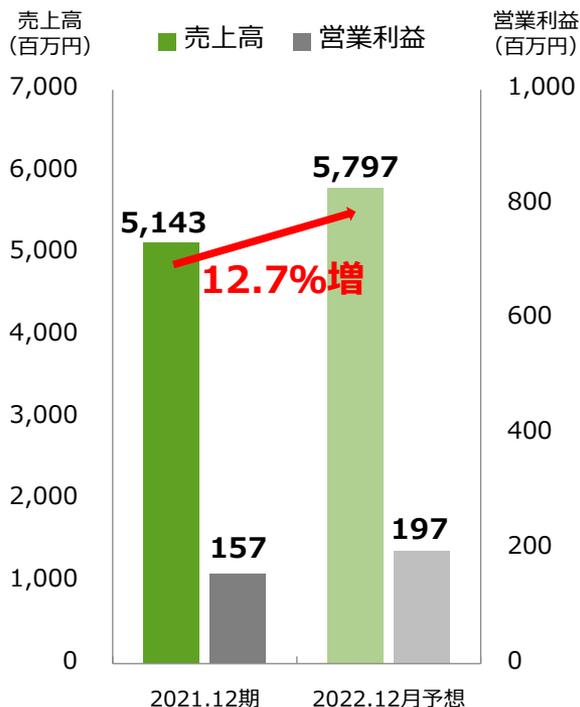
営業利益は219百万円（前期比5.5%増）を予想

- ・ 現場管理体制の見直しを進めて利益率を改善
- ・ 新規M&Aや必要な投資については費用を確保

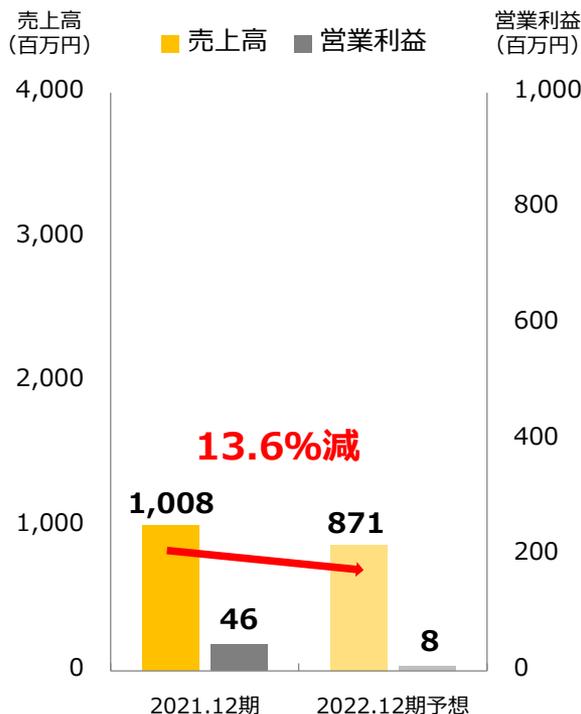
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要

【セグメント別の業績予想】

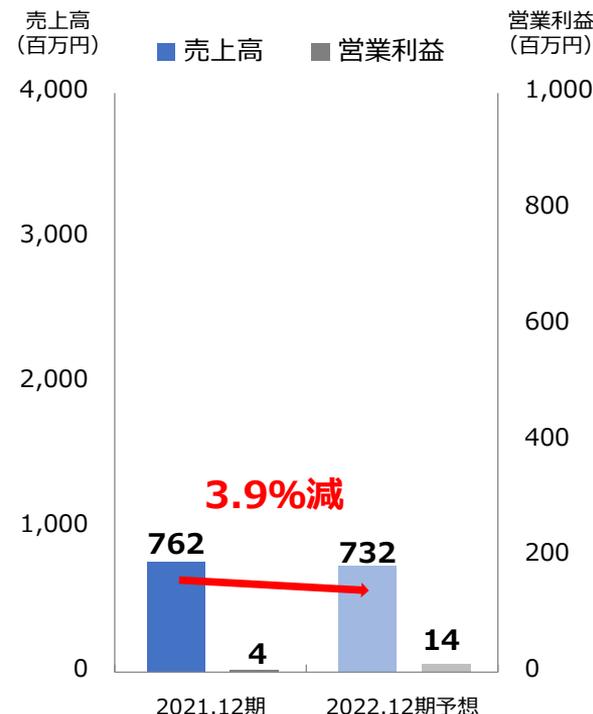
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



不動産流通事業



住宅リフォーム事業

既存エリアの深耕、シェア拡大により増収増益を予想

新築住宅事業

住宅ローン減税の制度変更やウッドショックによる木材価格の高止まりにより減収減益を予想

不動産流通事業

不動産価格高騰による販売用不動産の仕入れ不足により減収
仲介業務に注力することで増益を予想

1. 会社概要
2. 2022年12月期 第2四半期決算の概要
3. 第2四半期までの主な取組み
4. 今後の主な戦略
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要
- 6. 配当政策**

6. 株主還元【配当方針】

配当方針

- 年1回の期末配当並びに業績に応じて中間配当を行うことを基本方針としています。
- 業績の見通しを勘案したうえで、安定的な配当を行うことを目標としており、配当性向については中長期的に25%から30%程度を目途として、利益分配を図ってまいります。

| | 2019.12期 | 2020.12期 | 2021.12期 | 2022.12期 (予想) |
|----------|----------|----------|----------|------------------|
| 1株当たり配当金 | 44.0円 | 20.0円 | 25.0円 | 25.0円 |
| 配当性向 | 46.4% | —% | 35.8% | 29.6% |
| EPS | 94.89円 | △10.39円 | 69.80円 | 84.39円 |

| | | | |
|---------|---------|------|-------|
| 最低投資金額※ | 90,000円 | 利回り※ | 2.78% |
|---------|---------|------|-------|

※2022年8月8日終値ベース（900円）

【株価推移】



【参考指標】

| | | | |
|---------|--------|-------------|------------|
| 単 元 株 数 | 100株 | 発 行 済 株 式 数 | 1,336,340株 |
| P E R | 10.66倍 | P B R | 0.80倍 |

※2022年8月8日終値ベース（900円）

本資料に記載した内容等は、資料作成時における当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。また、業績見通し及び将来予想についても、資料作成時点において入手可能な情報に基づいた内容であり、今後の事業領域を取りまく経済状況、市場の動向により、実際の業績とは異なる場合があります。投資を行う際には、ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

【本資料に関するお問い合わせ先】

株式会社安江工務店 IR担当

〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング

T E L : 052-223-1100 (代)

E-mail : kabushikijimu@yasue.co.jp

U R L : <https://www.yasue.co.jp>

