



Arr planner
group

FINANCIAL UPDATE FY2023 2Q

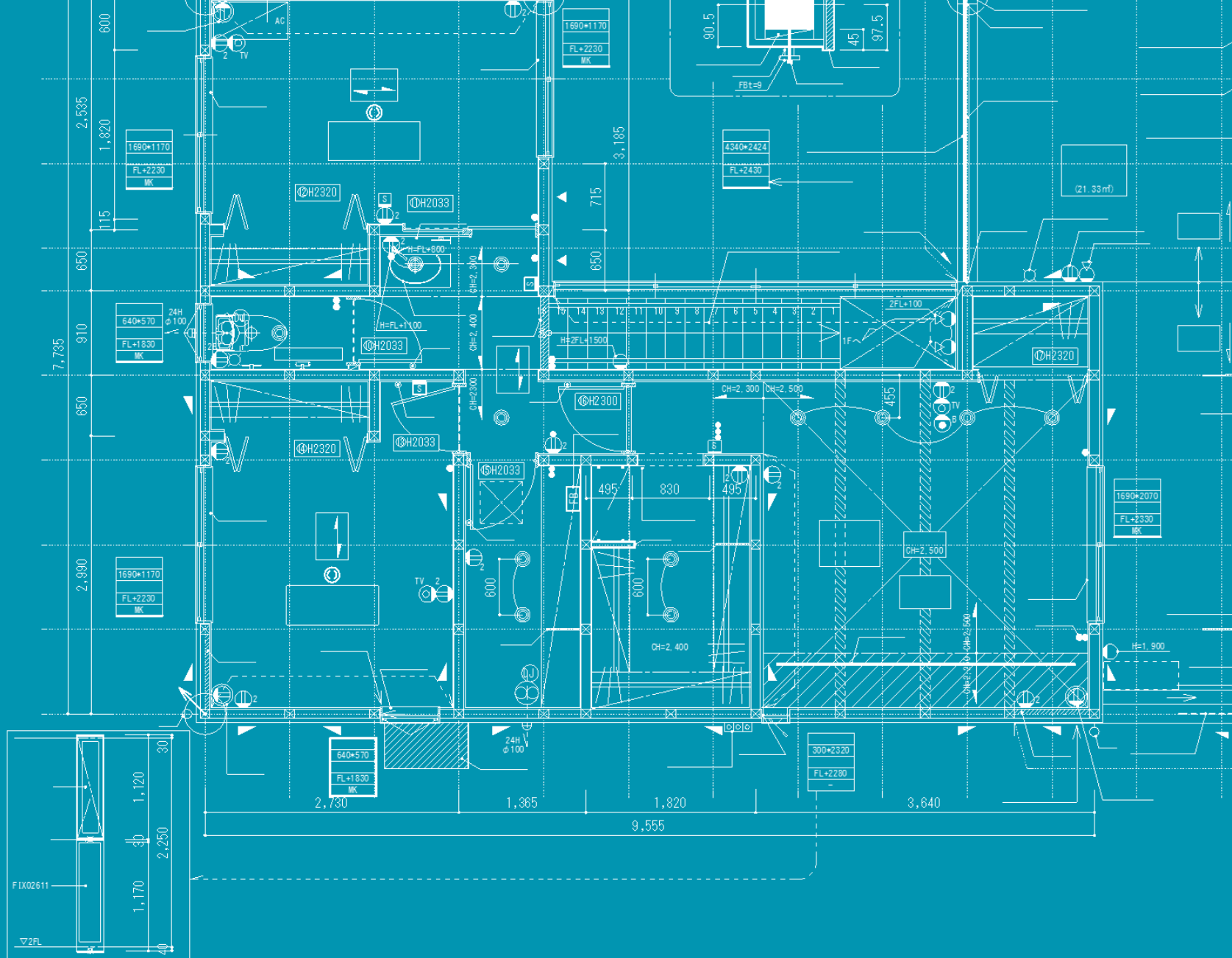
2983

2023年 1月期
第 2 四半期決算説明資料

証券コード：2983

株式会社アールプランナー

2022年9月8日



COMPANY OVERVIEW

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：Arr Planner Co.,Ltd.

設 立 / 2003年10月

事業内容 / ・デジタルマーケティングを活用した戸建住宅事業 ・不動産事業

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

従業員数 / 339名（連結） ※2022年7月末現在

資 本 金 / 393,693千円 ※2022年7月末現在

本社所在地 / 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

決 算 期 / 1月

PHILOSOPHY

All Satisfaction — すべての人に満足を —

MISSION

DESIGN × TECHNOLOGYで
人々の住生活を豊かにする

- ① 1. 2023年1月期 第2四半期 決算概要
2. 当期の取り組み
3. Appendix

売上高

15,711百万円

2Q
過去最高
↑

FY2022 2Q
前年同期比 +20.5%

販売棟数

404棟

2Q
過去最高
↑

FY2022 2Q
前年同期比 +16.4%

営業利益

395百万円

FY2022 2Q
前年同期比 △44.2%

TOPICS 1

第2四半期として過去最高の販売棟数により、売上高も過去最高を更新

- ・ 売上高 : 15,711百万円
(前年同期比 +20.5%)
- ・ 販売棟数 : 404棟
(前年同期比 +16.4%)

当社独自のデジタルマーケティングにより戸建住宅需要を取り込んだことで、第2四半期として過去最高の販売棟数を記録し、売上高も過去最高を更新。引き続き首都圏エリア・東海エリアでの規模拡大を図る

TOPICS 2

将来の成長のための新規出店、人財獲得、マーケティングへの投資を引続き強化

- 首都圏エリア 2拠点オープン
 - ・ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 立川
 - ・ アールギャラリー三鷹展示場
- 東海エリア 2拠点オープン
 - ・ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 名古屋栄
 - ・ アールギャラリー豊田展示場
- 新卒43名を新たに採用

成長スピードのある現在を将来のための投資機会ととらえ積極的な投資を実施。今後も新CMの放映開始等、積極的なマーケティング施策を実施予定

TOPICS 3

一時的に利益率は低下しているものの下期に向けて改善の見込み

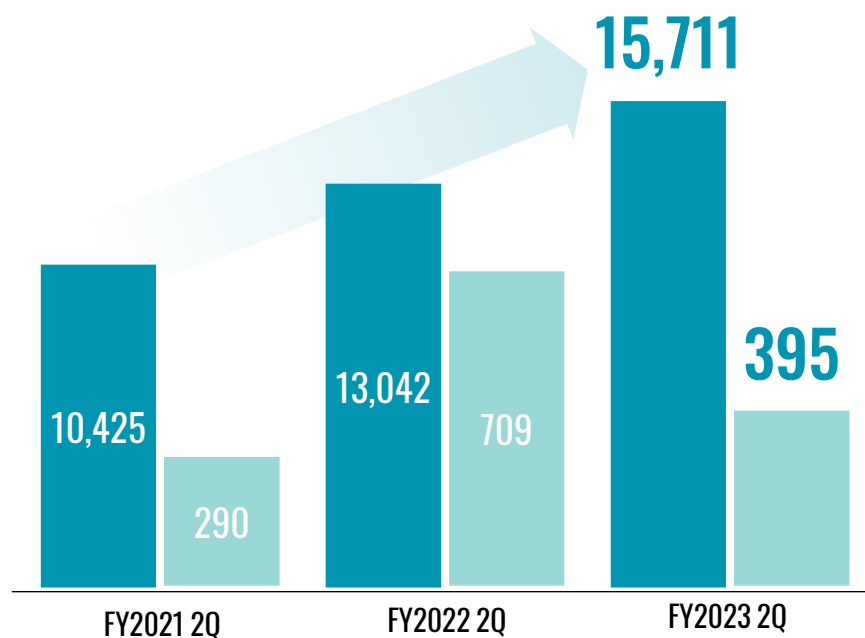
- ・ 第1四半期に引続き、資材価格高騰の影響で第2四半期の売上総利益率は15.4%と低下(前年同期比△3.3ポイント)
- ・ 積極的な成長投資により販管費も増加していることから、営業利益は395百万円と前年同期比△44.2%の減益で着地
- ・ 販売価格の改定を進めていることにより、利益率は下期に向けて改善する見込み

売上高・営業利益及び販売棟数推移

※ 2021年1月期 第2四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

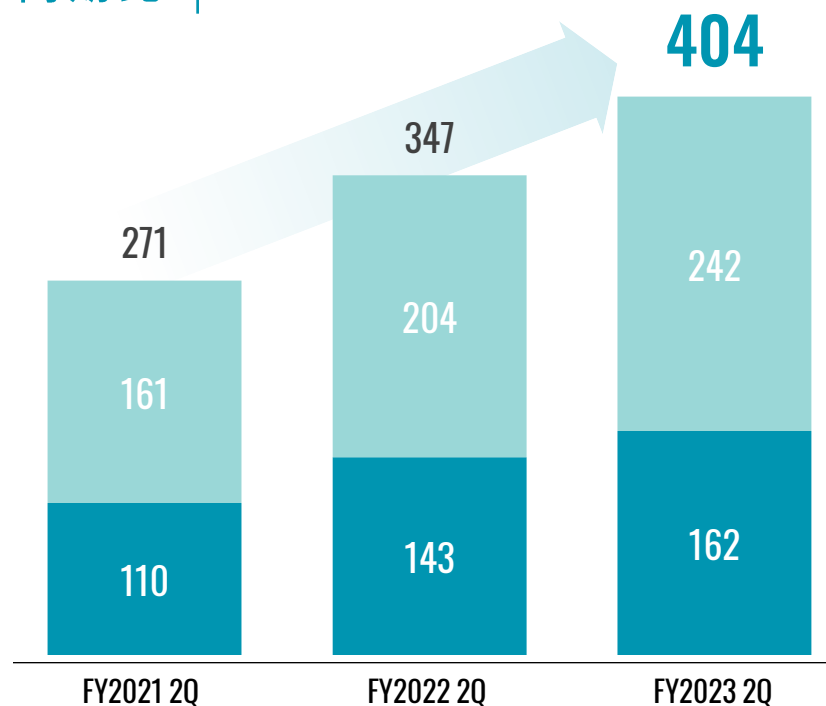
④ 売上高・営業利益

(百万円)



④ 販売棟数

(棟)

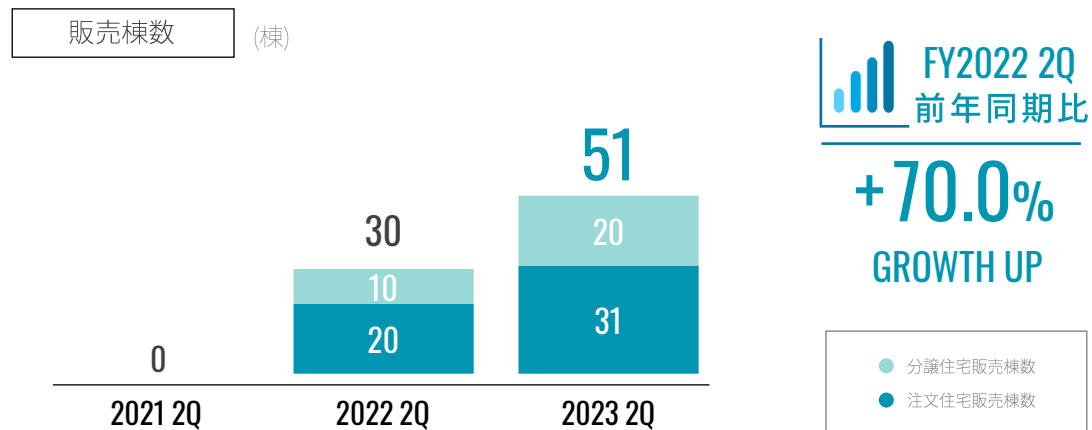
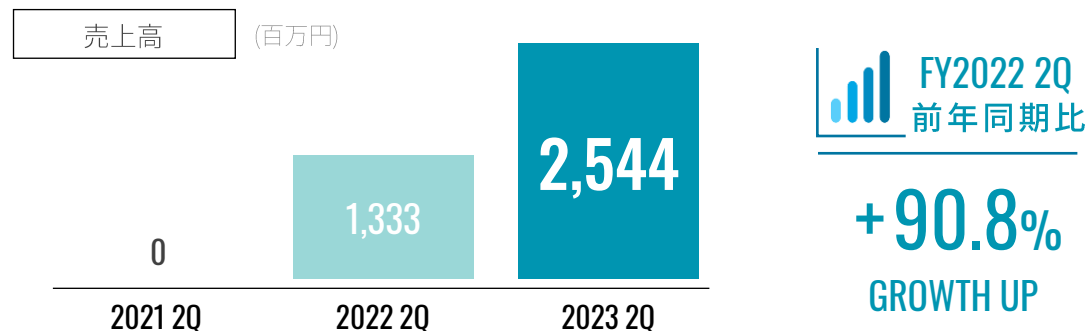


- 注文住宅が前年同期比+13.3%の162棟、分譲住宅が同+18.6%の242棟といずれも前年同期を大きく上回り、第1四半期に引き続き第2四半期においても販売棟数が過去最高を記録し、売上高も過去最高を更新
- 営業利益は、資材価格の高騰と将来の成長に向けた積極投資の影響で前年同期比減益で着地

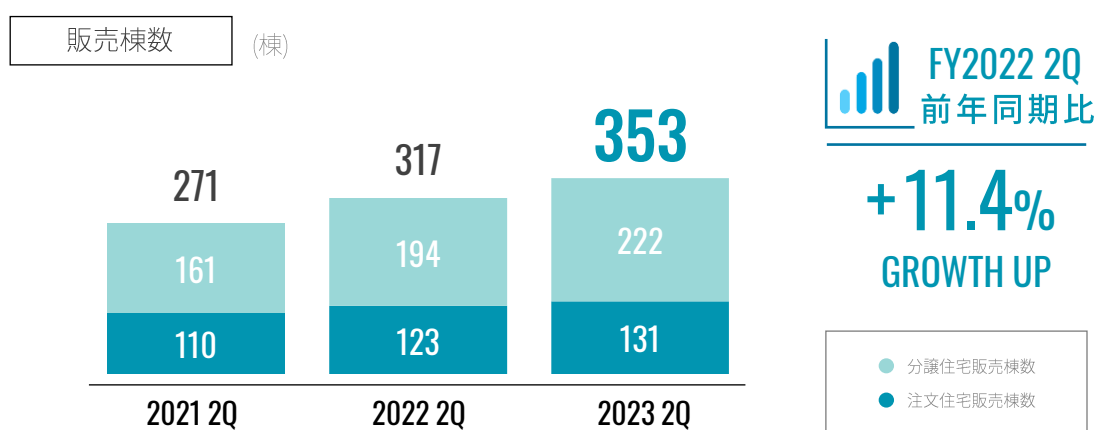
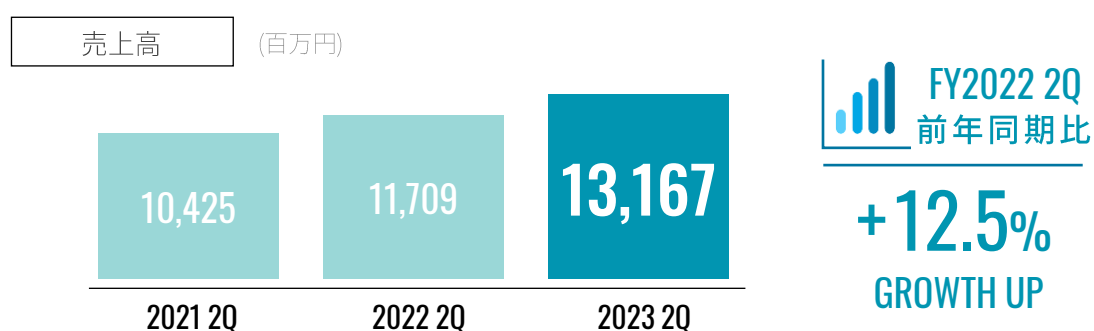
売上高及び販売棟数推移（エリア別）

※ 2021年1月期第2四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

④ 首都圏エリア売上高・販売棟数



④ 東海エリア売上高・販売棟数



- 首都圏エリア、東海エリアともに販売が好調。特に首都圏エリアについては、2019年10月に進出して以来、高成長で推移

連結損益計算書サマリー

※勘定科目は連結損益計算書より抜粋
単位：百万円

項目	2022年1月期 第2四半期 (①)	構成比	2023年1月期 第2四半期 (②)	構成比	増減率 (②/①) 前年同期比
売上高	13,042	100.0%	15,711	100.0%	+ 20.5%
売上総利益	2,440	18.7%	2,423	15.4%	△ 0.7%
販売費及び一般管理費	1,730	13.3%	2,027	12.9%	+ 17.2%
営業利益	709	5.4%	395	2.5%	△ 44.2%
経常利益	646	5.0%	311	2.0%	△ 51.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	439	3.4%	203	1.3%	△ 53.7%
1株当たり 四半期純利益	84.19円	—	38.12円	—	—

※2022年2月1日付で普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っており、2022年1月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり四半期純利益を算定

※2023年1月期期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）を適用。同会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いにしたがって、2022年1月期は同会計基準の遡及適用による組替えを行う前の数値を記載

※会計方針変更前の基準に基づく当第2四半期売上高は15,770百万円（前年同期比+20.9%）。詳細は次ページ参照

- **売上高は第1四半期に引続き第2四半期も過去最高を更新し大幅増収。特に、戦略地域である首都圏エリアは、積極投資が実を結び始めており、2,544百万円（前年同期比+90.8%）と大きく成長**

収益認識に関する会計基準の影響

※勘定科目は連結損益計算書より抜粋
単位：百万円

項目	2022年1月期 第2四半期	2023年1月期第2四半期		
		2023年1月期 第2四半期	新会計基準適用前	新会計基準適用の影響
売上高	13,042	15,711	15,770	△58
売上総利益	2,440	2,423	2,432	△9
販売費及び一般管理費	1,730	2,027	2,027	—
営業利益	709	395	405	△9
経常利益	646	311	320	△9
親会社株主に帰属する 四半期純利益	439	203	210	△6

- ・ 「収益認識に関する会計基準」（以下「新会計基準」）による影響は上記のとおり
- ・ 新会計基準適用前の会計基準換算では、当第2四半期は405百万円の営業利益

報告セグメント別の内訳

単位：百万円

報告セグメント	役 割	項 目	2022年1月期 第2四半期 (①)	2023年1月期 第2四半期 (②)	増減率(前年同期比) (②/①)
戸建住宅事業	注文住宅の請負事業 リフォーム・エクステリアの請負事業 分譲住宅の販売事業 不動産の仕入・販売事業 不動産仲介事業	売上高	12,676	15,290	+ 20.6%
		セグメント利益	1,119	870	△22.2%
		利益率	8.8%	5.7%	△3.1pt
		売上高	356	406	+ 13.8%
中古再生・収益不動産事業	中古不動産・収益不動産の 取得・再生・販売事業	セグメント利益	53	27	△49.7%
		利益率	15.1%	6.7%	△ 8.4pt
		売上高	9	26	+ 180.4%
その他	顧客紹介手数料 火災保険の代理店手数料等	セグメント利益	9	26	+ 179.5%
		利益率	100.0%	99.7%	△0.3pt
		調整額	△472	△527	—
		売上高	13,042	15,711	+ 20.5%
		営業利益	709	395	△44.2%

- 当第2四半期も、資材価格高騰と積極的な成長投資により利益率は対前年度比低下したものの、販売価格の改定を進めていることにより、下期にかけて利益率は改善する見込み

事業セグメント別売上実績の内訳

単位：百万円

報告セグメント	事業セグメント	2022年1月期 第2四半期 (①)	構成比	2023年1月期 第2四半期 (②)	構成比	増減率(前年同期比) (②/①)	
戸建住宅事業	注文住宅	3,433	26.3%	4,020	25.6%	+17.1%	
	分譲住宅	(建物+土地)	7,847	60.2%	9,991	63.5%	+27.3%
		(土地のみ)	859	6.6%	697	4.4%	△18.9%
		不動産仲介	285	2.2%	340	2.2%	+19.3%
		リフォーム・エクステリア	251	1.9%	230	1.5%	△8.5%
中古再生・収益不動産事業	中古再生・収益不動産	356	2.7%	405	2.6%	+13.9%	
その他	その他	9	0.1%	26	0.2%	+180.4%	
	合計	13,042	100.0%	15,711	100.0%	+20.5%	

- 主力の「戸建住宅事業」は注文住宅、分譲住宅（建物+土地）、不動産仲介が引き続き好調であり、前年同期に比べて大幅な伸びを記録

連結貸借対照表サマリー

※勘定科目は連結貸借対照表より抜粋
単位：百万円

項目	2022年1月期末(①)	2023年1月期 第2四半期(②)	増減額 (②－①)	項目	2022年1月期末(①)	2023年1月期 第2四半期(②)	増減額 (②－①)
流動資産	20,830	22,699	+1,868	流動負債	13,766	16,060	+2,293
現金及び預金	3,381	3,190	△191	短期借入金・1年内 返済予定の長期借入金	8,147	11,269	+3,122
棚卸資産	16,774	18,810	+2,035	その他流動負債	5,619	4,790	△828
その他流動資産	674	698	+24	固定負債	4,862	4,405	△456
固定資産	1,725	1,925	+199	長期借入金	4,404	3,967	△437
資産合計	22,555	24,624	+2,068	その他固定負債	457	438	△19
				負債合計	18,629	20,466	+1,837
				純資産合計	3,926	4,157	+231
				負債・純資産合計	22,555	24,624	+2,068

財務指標	2022年1月期末(①)		2023年1月期第2四半期(②)		増減(②-①)
	自己資本比率	17.4%	16.9%	△0.5pt	
	ネットD/Eレシオ	2.4倍	3.0倍	+0.6倍	

※ネットD/Eレシオ：(有利子負債－現金及び預金) / 自己資本

・ 今後の販売機会確保のため積極的な仕入れを行っており、棚卸資産が増え流動資産が増加

連結キャッシュ・フロー計算書サマリー

※勘定科目は連結キャッシュ・フロー計算書より抜粋
単位：百万円

項目	2022年1月期 第2四半期(①)	2023年1月期 第2四半期(②)	主な要因等
営業活動によるキャッシュ・フロー	△343	△2,541	<ul style="list-style-type: none"> 税金等調整前当期純利益の計上 棚卸資産の増加 前受金の減少
投資活動によるキャッシュ・フロー	△95	△301	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産の取得による支出
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,678	2,651	<ul style="list-style-type: none"> 借入金の増加
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	2,240	△191	
現金及び現金同等物の期首残高	2,443	3,226	
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,684	3,035	

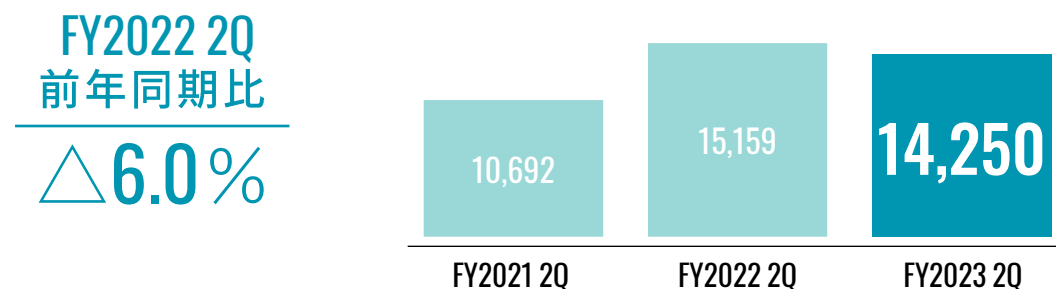
- ・ 高水準の受注・販売を見込んだ棚卸資産の増加により、営業キャッシュ・フローはマイナス
- ・ 新規出店に伴う有形固定資産の取得等により、投資活動によるキャッシュ・フローはマイナス
- ・ 営業活動の拡大、仕入れ増加に向けて銀行借入を増やした結果、財務活動によるキャッシュ・フローはプラス

受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

※ 2021年1月期第2四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

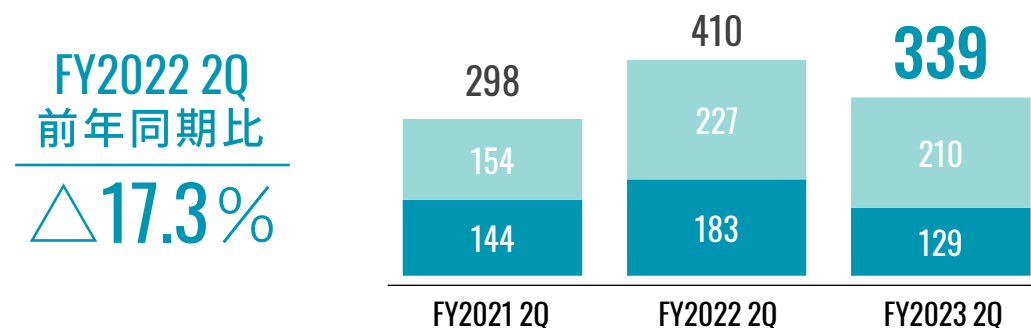
受注高

(百万円)



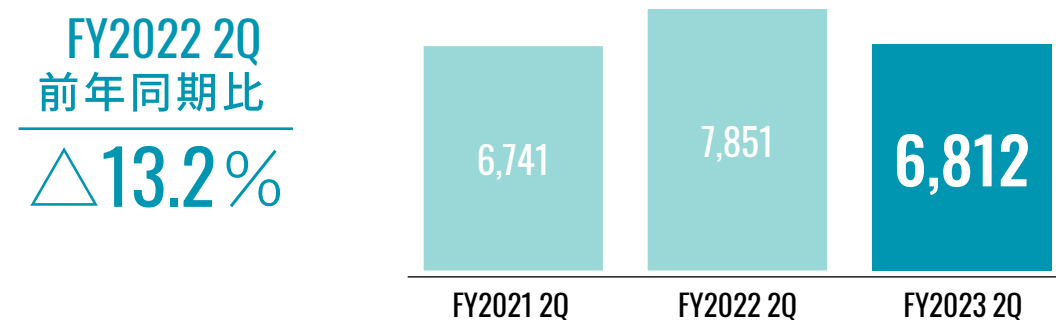
受注棟数

(棟)



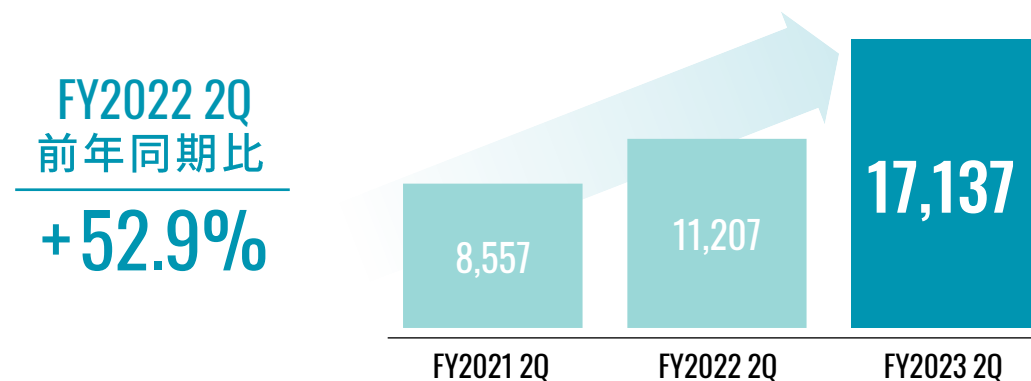
注文住宅の受注残高

(百万円)



分譲住宅の棚卸資産

(百万円)



- ・ 販売価格改定により一時的に受注棟数は前年同期比マイナスとなっているが、改善に向けてマーケティング施策を強化
- ・ 今後の分譲住宅事業強化のため、「分譲住宅の棚卸資産」は積極的な仕入によって増加

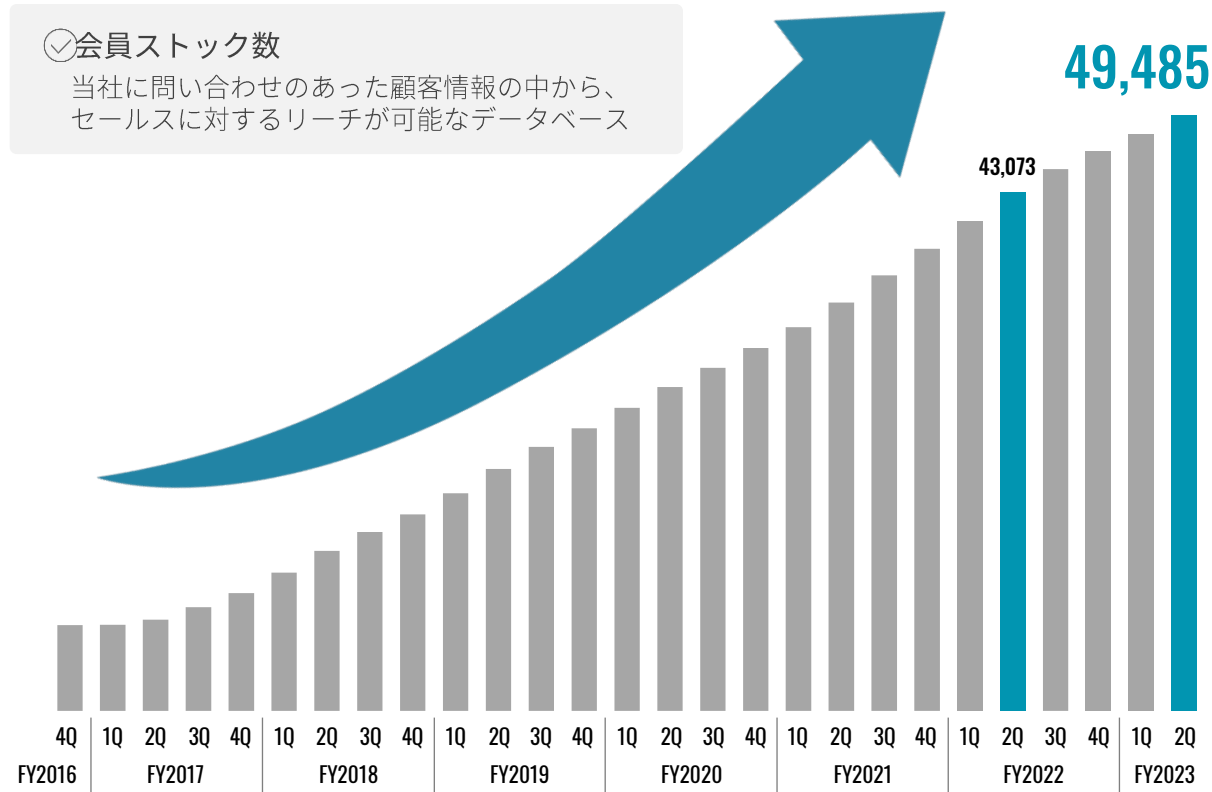
アールプランナー会員数とデジタルマーケティングに関する各種指標

④ 会員ストック数

(人)

④ 会員ストック数

当社に問い合わせのあった顧客情報の中から、セールスに対するリーチが可能なデータベース



FY2022 2Q
前年同期比
+14.9%



計測開始時
からの比較

+597.3%

④ Web反響率

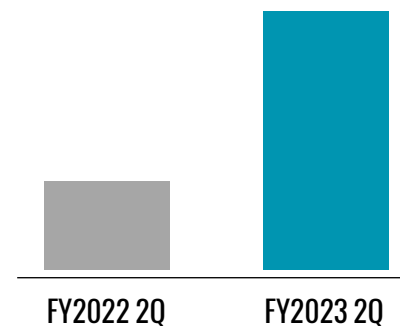
78.6%

④ Web反響率

当社グループへの
問い合わせ件数の内、
Web経由の比率

• Web反響率は引き続き
高水準を維持

④ Instagramフォロワー伸び率



FY2022 2Q
前年同期比

+192.2%

- 当社独自のデジタルマーケティングにより会員数は堅調に増加
- Instagramフォロワー数は2022年8月に1万人を突破、フォロワー伸び率も192.2%と1年で大きく増加

業績予想修正

※勘定科目は連結損益計算書より抜粋
単位：百万円

項目	2022年1月期 期末 (①)	構成比	2023年1月期 連結業績予想 (前回)	構成比	2023年1月期 連結業績予想 (今回) <small>※9月8日時点予想</small>	構成比	対前回予想比 <small>※3月15日時点予想との比較</small>
売上高	28,057	100.0%	33,500	100.0%	33,500	100.0%	—
売上総利益	5,111	18.2%	5,955	17.8%	5,373	16.0%	△ 9.8%
販売費及び一般管理費	3,592	12.8%	4,305	12.9%	4,273	12.8%	△ 0.7%
営業利益	1,519	5.4%	1,650	4.9%	1,100	3.3%	△ 33.3%
経常利益	1,383	4.9%	1,488	4.4%	913	2.7%	△ 38.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	960	3.4%	1,000	3.0%	608	1.8%	△ 39.2%
1株当たり 当期純利益	182.05円	—	187.86円	—	113.45円	—	—

※2022年2月1日付で普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っており、2022年1月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり当期純利益を算定

※2023年1月期期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）を適用。同会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いにしたがって、2022年1月期は同会計基準の遡及適用による組替えを行う前の数値を記載

- 売上高については引き続き順調に推移すると考え、通期業績予想を据え置き
- ウクライナ情勢長期化の影響、世界的なインフレ圧力の強まりや急速な円安が原材料価格の上昇につながり、売上総利益を引き下げる要因になる可能性があるかと判断し、前回発表予想を修正

株主還元について

④ 2023年1月期より株式配当を実施予定

	2022年1月期実績	2023年1月期予想
1株当たり当期純利益	182.05円	113.45円
1株当たり配当金	—円	15.00円
うち中間配当金	—円	5.00円
配当性向	—%	13.3%

- 配当金額については修正なし
- 株主還元は重要な経営課題であり今後も安定配当を目指す、まずは積極投資による企業規模の拡大と企業価値向上を目指す

2



AGENDA

1. 2023年1月期 第2四半期 決算概要



2. 当期の取り組み

3. Appendix

山崎育三郎さんが当社アンバサダーに就任

山崎 育三郎（やまざき いくさぶろう）

生年月日：1986年1月18日

出身地：東京都

身長：177cm

2007年、ミュージカル「レ・ミゼラブル」で本格デビュー。その甘く気品のある歌声、確かな演技力で、多くの観客を魅了。現在、ミュージカルを柱に、数多くのドラマ、映画に出演するほか、ラジオパーソナリティ、バラエティ番組MC、そして歌手としても活躍中。



- 2022年8月27日より山崎育三郎さんが当社アンバサダーに就任
- 山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新CMを首都圏および東海エリアで放映開始

新TVCMをオンエア開始



アールギャラリー「先輩篇」「いいね篇」



CMストーリー

山崎育三郎さんが刑事役で登場。後輩刑事とともに、目撃情報を探しにある家に聞き込みに来てみると、「この家、なんておしゃれなんだ?!」と聞き込み中にもかかわらず、家の様子が気になる山崎刑事。家中を見てまわり、ますます家の良さに魅了された山崎刑事は「いいね～」とくつろぎながら家を満喫してしまいます。

- 2022年8月27日より、山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新TVCMを首都圏エリアと東海エリアにて放映開始（8月26日より一部の映画館で先行公開）
- 当社「CM特設ページ」でもCM動画や撮影の裏側をまとめた「メイキング篇」を掲載。
CM特設ページ：<https://www.arrplanner.co.jp/cm/>

2023年1月期の新規出店実績

☑ 首都圏エリア

アールギャラリー「三鷹展示場」



ARR PLANNER
DESIGN GALLERY 立川



マチかど展示場「国分寺の家」



☑ 東海エリア

ARR PLANNER
DESIGN GALLERY 名古屋栄



アールギャラリー「豊田展示場」



マチかど展示場「岡崎の家」



マチかど展示場「清須の家」



- 2023年1月期は大型ショールームを2拠点、常設展示場を2拠点、マチかど展示場を3カ所開設済み

2023年1月期末までの新規出店予定

① 首都圏エリア

- ✓ アールギャラリー
小金井・府中展示場（2022年9月OPEN予定）



アールギャラリー小金井・府中展示場

② 東海エリア

- ✓ アールギャラリー
岡崎西展示場（2022年冬OPEN予定）
- ✓ マチかど展示場
中村区横井の家（2022年9月OPEN予定）



アールギャラリー岡崎西展示場

- 常設展示場を2拠点（首都圏1拠点、東海1拠点）、マチかど展示場も1カ所（東海エリア）出店予定

施工管理から原価管理のさらなるDX化に向けた新機能の開発協力



- DXの推進への取り組みの一環として、株式会社アンドパッドが提供する「ANDPAD引合粗利管理」の新機能「土地原価管理」への開発協力を実施
- 土地原価および建物原価の一元管理によるプロジェクト収支のリアルタイムでの可視化が可能となり、業務効率化と原価管理精度向上を実現

中古住宅流通事業「renotech（リノテック）」を開始

① AI査定を活用した中古流通事業「renotech（リノテック）」を開始



Before



After



優良中古物件をリノベーションし
付加価値を高めて販売

- AI査定を活用した中古住宅流通事業「renotech（リノテック）」を開始し、テクノロジーの活用も推進

3



AGENDA

1. 2023年1月期 第2四半期 決算概要

2. 当期の取り組み

③ **3. Appendix**

1.

デジタルマーケティングを強みとした集客力

2.

「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

3.

「注文住宅」×「分譲住宅」×「不動産仲介」のワンストップ・プラットフォーム

1. デジタルマーケティングを強みとした集客力

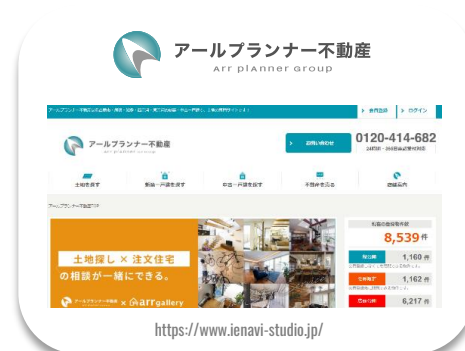
Webサイト



<https://www.arrgallery.jp/>



<https://www.arrgallery.com/>



<https://www.ienvi-studio.jp/>



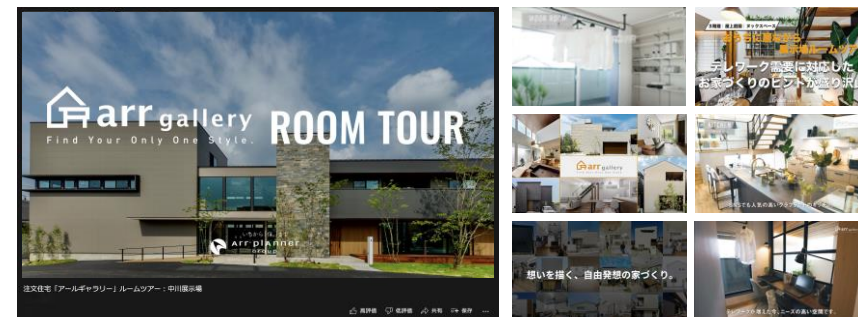
<https://renotech.nagoya/>

SNSコンテンツ (Instagram)



・ その他コンテンツ：Twitter、Facebookなど

SNSコンテンツ (YouTube)



- ・ テーマ性を持ったWebサイトやSNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける
- ・ デジタルマーケティングを活用し幅広い潜在層にリーチ（到達）する効率的な集客体制を強化

2. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

注文住宅の特徴

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します

分譲住宅の特徴

分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します

✓ 適正価格

- 20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯
- デザイン性・性能に合った適正な価格

1,800～2,500万円の
適正な価格で提供

arr gallery
Find Your Only One Style.

デザイン性が高く
使い勝手の良い住宅

✓ デザイン性・機能性

- 機能性・快適性を重視し
施主の要望とマッチングした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した
構成と普遍的な輝きを放つデザイン

✓ 高性能

- 吹付断熱による高気密
高断熱住宅を実現
- 高い耐震性能に加え
制振ダンパーも標準搭載

高断熱、制振の
高い性能を装備



3. 「注文住宅」 × 「分譲住宅」 × 「不動産仲介」 のワンストップ・プラットフォーム

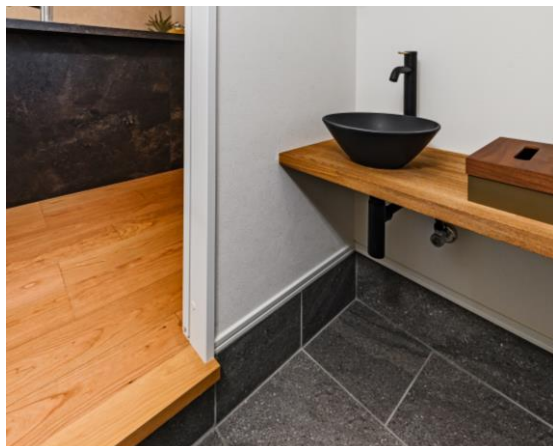


ニューノーマル時代に生まれた住宅ニーズの変化

☑ ニューノーマル時代に対応したデザイン住宅



テレワークの普及などで
ワークスペースはマストに



帰宅後すぐ手が洗えるよう
玄関先に手洗い場を配置



洗面室と分けた広い脱衣室には
充実のランドリースペースも



吹抜のある明るく開放的な空間
構成で快適な居住環境に

☑ カーボンニュートラル実現に向けた取り組み

太陽光発電設備・ZEH仕様



EV向け屋外コンセント



tesla 家庭用蓄電池Powerwall

高い安全性 露出配線や排熱口がないため、 お子様やペットがいても安全です。	全天候対応 防水防塵構造のPowerwallは 屋内外を問わず設置可能です。
静か ジェネレーターと比べ 圧倒的に静かです。	オールインワン コストと複雑さを低減するために、 DCからACの変換に必要な インバーターは内蔵されています。
SPEC	
■ 蓄電容量：13.5 kWh	
■ 最高出力：7 kW (ピーク) / 5 kW (連続運転)	
■ 設置方式：床置き (壁掛け) ※日本は床置き推奨	
■ 動作温度：-20℃～50℃	
■ サイズ：高さ1150 x 幅753 x 奥行147 mm	
■ 重さ：114kg	



※当社にて販売のtesla家庭用蓄電池Powerwallの設置は、
tesla Powerwall認定販売施工会社のゴウダ株式会社が行います。

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

デジタルマーケティングの強化とDXの推進

4.

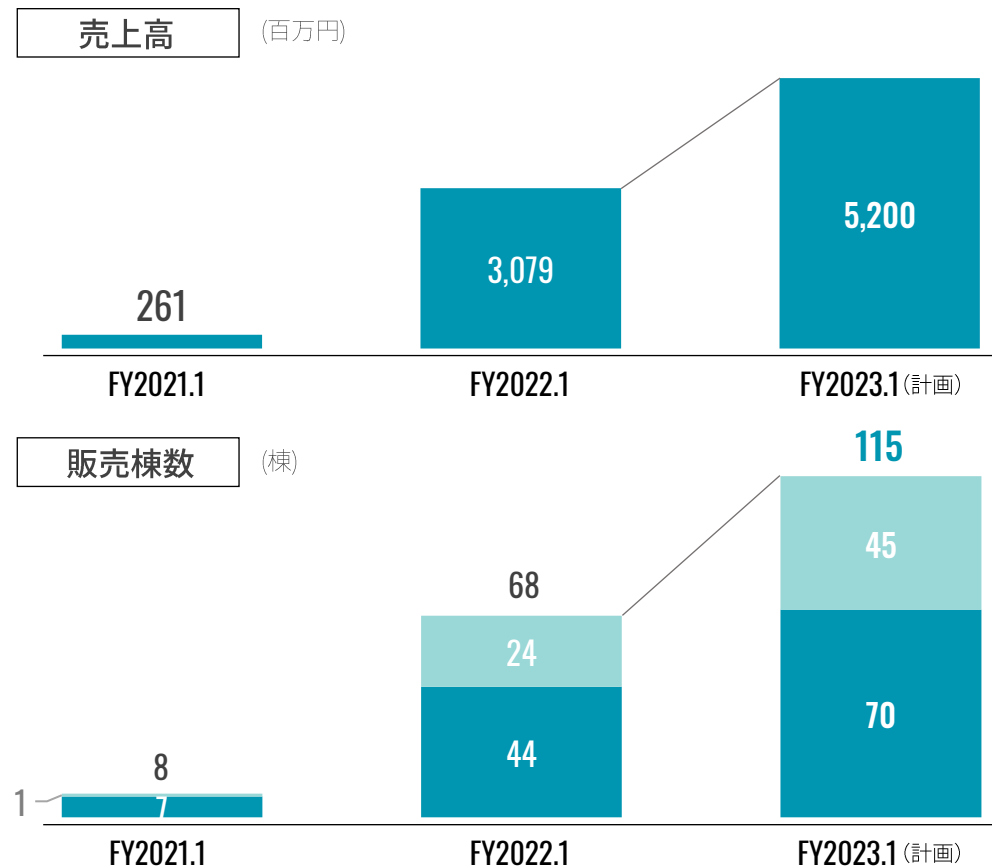
ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

5.

人財採用・育成の強化

1. 首都圏エリアでの成長の加速

☑ 首都圏エリア売上高・販売棟数



FY2022.1
前年同期比
+68.8%

FY2022.1
前年同期比
+69.1%

● 分譲住宅販売棟数
● 注文住宅販売棟数

NEW OPEN

アールギャラリー
小金井・府中展示場
(2022年9月OPEN予定)



- ・ 2019年10月に進出した首都圏エリアは高成長で推移しており、売上高が3期で19.9倍となる計画
- ・ 今後も新たな拠点を開設し更なる成長を目指す

新規出店（首都圏エリア）

☑ 2023年1月期出店実績

アールギャラリー「三鷹展示場」



ARR PLANNER
DESIGN GALLERY 立川



マチかど展示場「国分寺の家」



☑ 2023年1月期出店計画

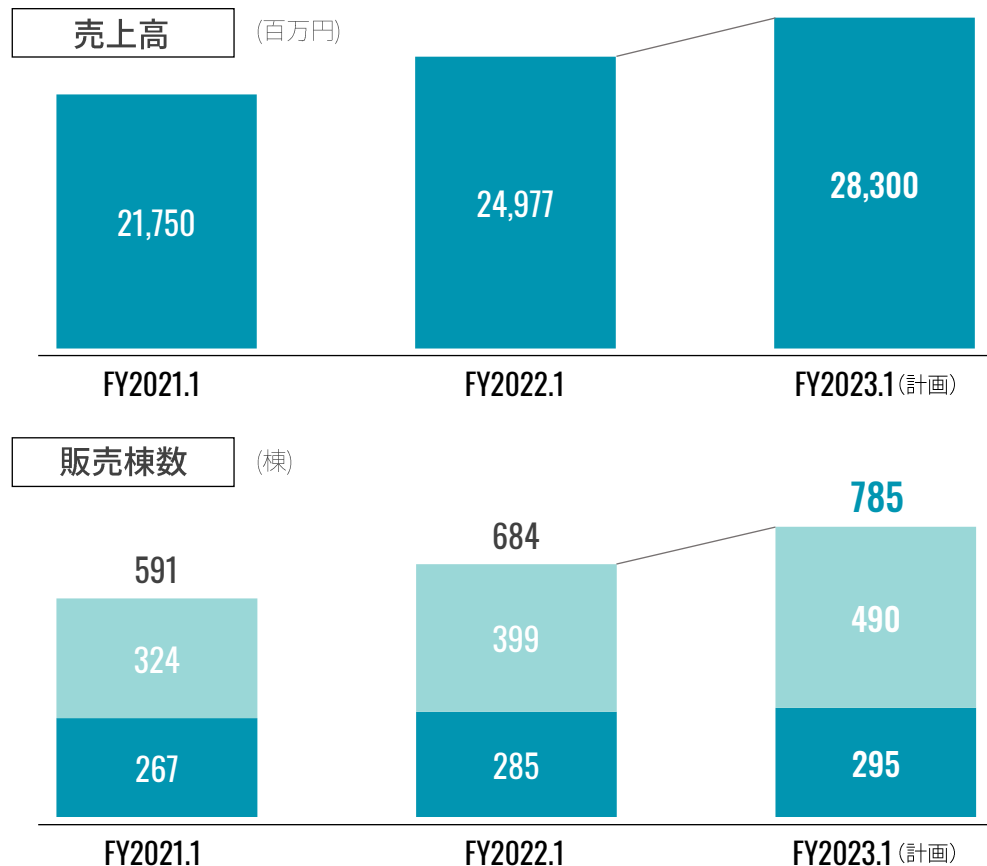
✓ アールギャラリー
小金井・府中展示場（2022年9月OPEN予定）



- 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を1拠点、マチかど展示場を1カ所開設済み
- 2023年1月期末までにさらに常設展示場を1拠点開設予定

2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

☑ 東海エリア売上高・販売棟数



FY2022.1
前年同期比
+13.3%

FY2022.1
前年同期比
+14.8%

● 分譲住宅販売棟数
● 注文住宅販売棟数

NEW OPEN
アールギャラリー
岡崎西展示場
(2022年冬OPEN予定)



注文住宅部門	不動産部門
<p>arr gallery 新しいを極く、自由発想の家づくり Find Your Only One Style.</p>	<p>アールプランナー不動産 arr planner group</p>
<ul style="list-style-type: none"> ① 緑 滝ノ水展示場 ② 中川展示場 ③ 守山尾張旭展示場 ④ 日進赤池展示場 ⑤ 東海展示場 ⑥ 春日井展示場 ⑦ 小牧展示場 ⑧ 稲沢展示場 ⑨ 岡崎展示場 ⑩ 豊田展示場 ⑪ 豊橋展示場 ⑫ ARR PLANNER DESIGN GALLERY名古屋栄 ⑬ 天白ショールーム 	<ul style="list-style-type: none"> ① 栄営業所 ② 天白営業所 ③ 名東・守山営業所 ④ 中川営業所 ⑤ 東海営業所 ⑥ 春日井営業所 ⑦ 岡崎営業所 ⑧ 豊橋・豊川営業所
合計: 13 拠点	合計: 8 拠点

・ 当社の地盤である東海エリアでは、これまでも新規出店などにより順調に販売棟数を伸ばせており、今後空白エリアにも出店することで更なるシェアアップを目指す

新規出店（東海エリア）

☑ 2023年1月期出店実績

ARR PLANNER
DESIGN GALLERY 名古屋栄



マチかど展示場「岡崎の家」



アールギャラリー「豊田展示場」



マチかど展示場「清須の家」



☑ 2023年1月期出店計画

- ✓ アールギャラリー
岡崎西展示場（2022年冬OPEN予定）
- ✓ マチかど展示場
中村区横井の家（2022年秋OPEN予定）



アールギャラリー岡崎西展示場

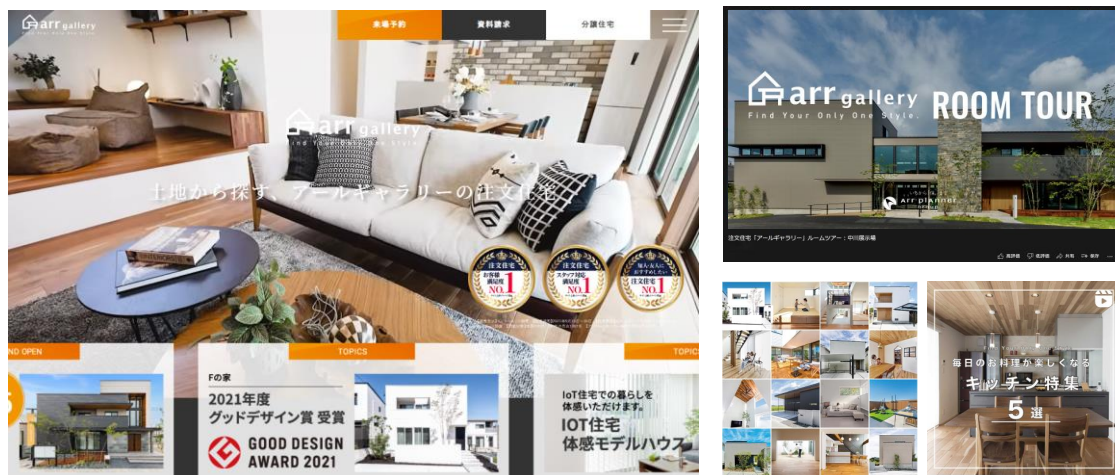
- 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を1拠点、マチかど展示場を2カ所開設済み
- 2023年1月期末までにさらに常設展示場を1拠点、マチかど展示場を1カ所開設予定

3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進①

MARKETING

マーケティング

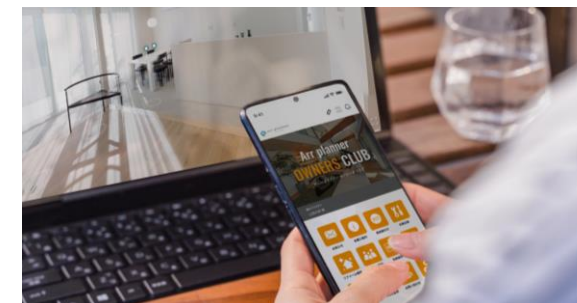
テーマ性を持ったWebサイトやSNSを活用
幅広くアプローチする仕組みを構築



SERVICE

サービス

アプリ開発によるオーナー向けサポートを提供
(近日サービス開始予定)



PRODUCT

商品

家の様々なモノをスマートフォンなどで操作・管理可能にする「IoT住宅」など生活を豊かにするご提案



- 当社独自のデジタルマーケティングや最新鋭テクノロジーの活用を通じて、コミュニケーションの変革・業務効率化を実現し収益獲得機会増加・生産性の向上を目指す

3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進②

① Instagramのコンテンツ強化



- Instagramへの積極的な広告投資とコンテンツ強化に伴いフォロワー数の伸び率も増加
- フォロワー数は2022年8月に1万人を突破し、ファン層を着実に獲得

② 新TVCMをオンエア



- 山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新TVCMを首都圏および東海エリアで放映開始。YouTube、InstagramでもCM配信

4. ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化



想いに応える多彩なラインナップ
住宅購入

将来への保証と安心を確保する
住宅保険

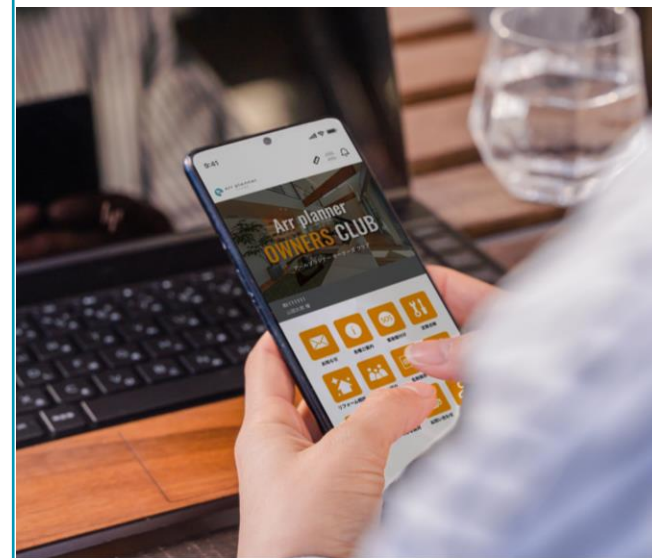
充実と安心の
アフターメンテナンス

当社で購入されたオーナー様からの
お客様紹介

住まいに新しい命を吹き込む
リフォーム・リノベーション

ライフスタイルの変化にも柔軟に対応
建て替え・売却・買取

☑ オーナー向けアプリ



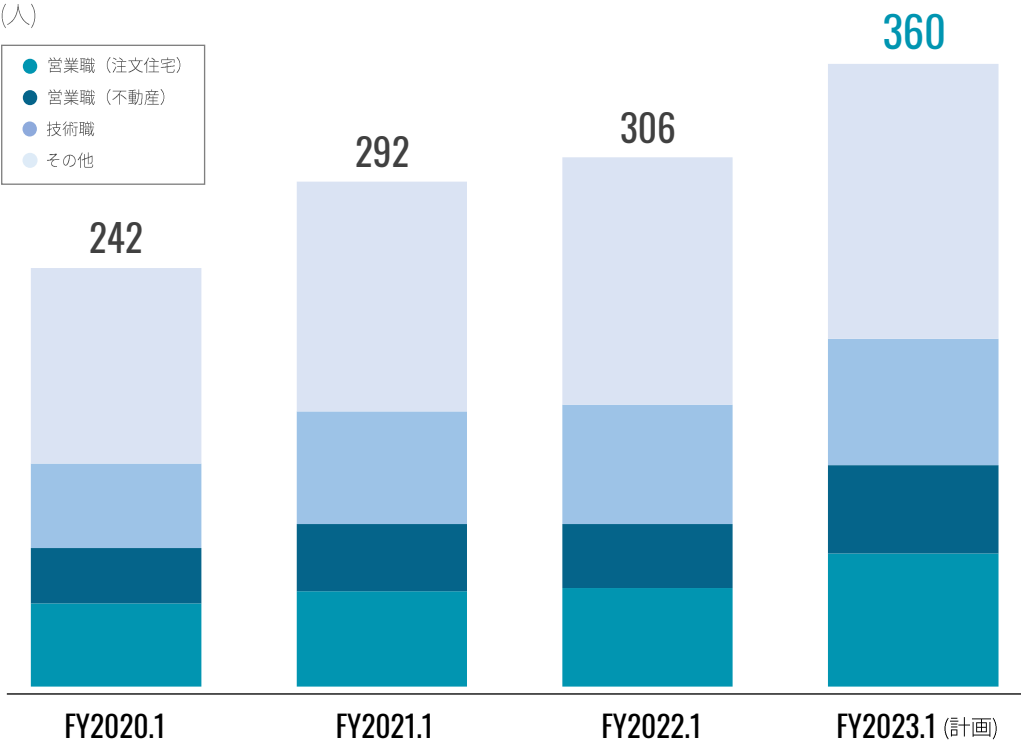
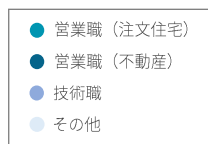
オーナー様の住まいと
ライフスタイルに寄り添うアプリ
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」
を近日サービス開始予定

- ・住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産、すなわち“ストック”と位置付け、お客様との関係から生まれる「様々な取引機会」を活かしてLTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上を図る

5. 人財採用・育成の強化

① 期末従業員数

(人)



① 内 首都圏エリア人員数

○ 2020.1 : 5名

○ 2021.1 : 30名

○ 2022.1 : 47名

○ 2023.1 : 75名 (計画)

② 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得

日経・マイナビ2023連動特集 就活支援
『2023年卒版 就職企業人気ランキング』

東海エリア 第15位獲得

地域別 ランキング TOP30 東海エリア	第1位	トヨタ自動車	第10位	デンソー	第20位	豊島
	第2位	一条工務店	第12位	リゾートトラスト	第20位	名古屋鉄道
	第3位	中部国際空港	第13位	ミツカングループ	第23位	ジェイアール東海ホテルズ
	第4位	スズキ	第14位	トヨタホーム	第24位	JAPAN HOME WAND
	第5位	愛知銀行	💡 第15位 アールプランナー		第24位	名港海運
	第6位	フジパングループ本社	第16位	アイシン	第26位	パローホールディングス
	第7位	スギ薬局(スギ薬局グループ)	第17位	大垣共立銀行	第27位	トヨタシステムズ
	第8位	ネクステージ	第18位	静岡銀行	第28位	ELJソーラーコーポレーション
	第9位	名古屋銀行	第19位	中部電力	第29位	住居時間(スマイルタイム)
	第10位	敷島製パン(Pasco)	第20位	アビ	第30位	豊田自動織機

出所：日本経済新聞・マイナビ2023連動特集 就活支援 2023年卒版 就職企業人気ランキング
注：①選択ランキング：地域別人気企業ランキングTOP30 ②選択地域：東海

・ 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得し、東海エリア・首都圏エリアでの優秀な人財採用を実現

成長戦略（まとめ）

売上高

1. 首都圏エリアでの成長の加速

当社の強みとの親和性が高い首都圏エリアにおいて、東海エリアでの成功モデルを横展開し成長の加速を目指す

2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

地盤である東海エリアにおいては、空白エリアへの出店による顧客基盤を拡大

4. ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

LTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上施策を通じて、お客様と生涯にわたりお付き合いしていく「生涯取引」を目指す

3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進

当社独自のデジタルマーケティングを活用して、収益獲得機会増加・生産性向上を目指す

5. 人財採用・育成の強化

経験豊富な人財を起点としてプロフェッショナリズムを継承する育成体制

戸建住宅(新築)の市場規模

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和3年計）』

令和3年1月～12月分着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）

新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は

4,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模として算出

日本全国の戸建住宅市場規模

14兆円※

約426,000棟

●注文住宅
約285,000棟

●分譲住宅
約141,000棟

首都圏エリアの 戸建住宅市場規模

4.1兆円※

約118,000棟

●注文住宅
約61,000棟

●分譲住宅
約57,000棟

東海エリアの 戸建住宅市場規模

2.0兆円※

約60,000棟

●注文住宅
約42,000棟

●分譲住宅
約18,000棟

東海エリア +首都圏エリア

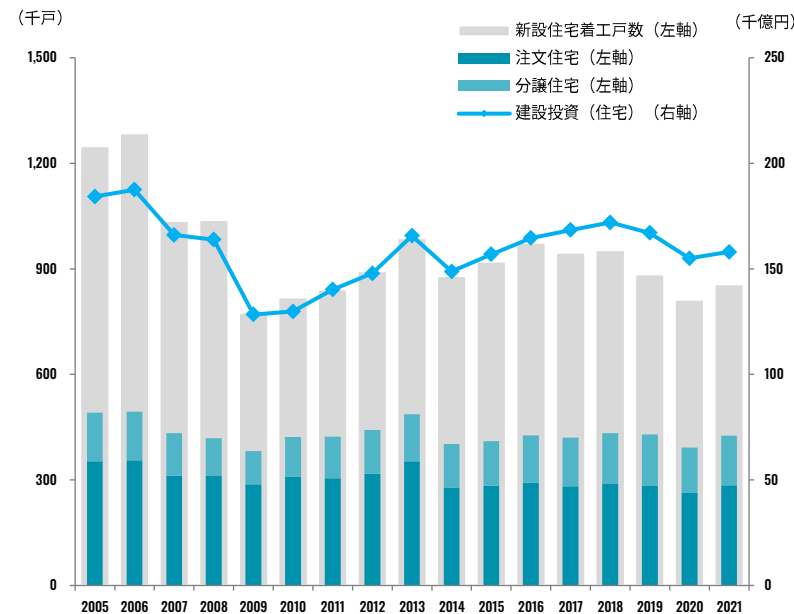
6.1兆円※

約179,000棟

●注文住宅
約103,000棟

●分譲住宅
約75,000棟

戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和3年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

②国土交通省『令和3年度(2021年度)建設投資見通し』

注：新設住宅着工戸数及び(内訳)戸建は出所①より、建築投資(住宅)は出所②より作成

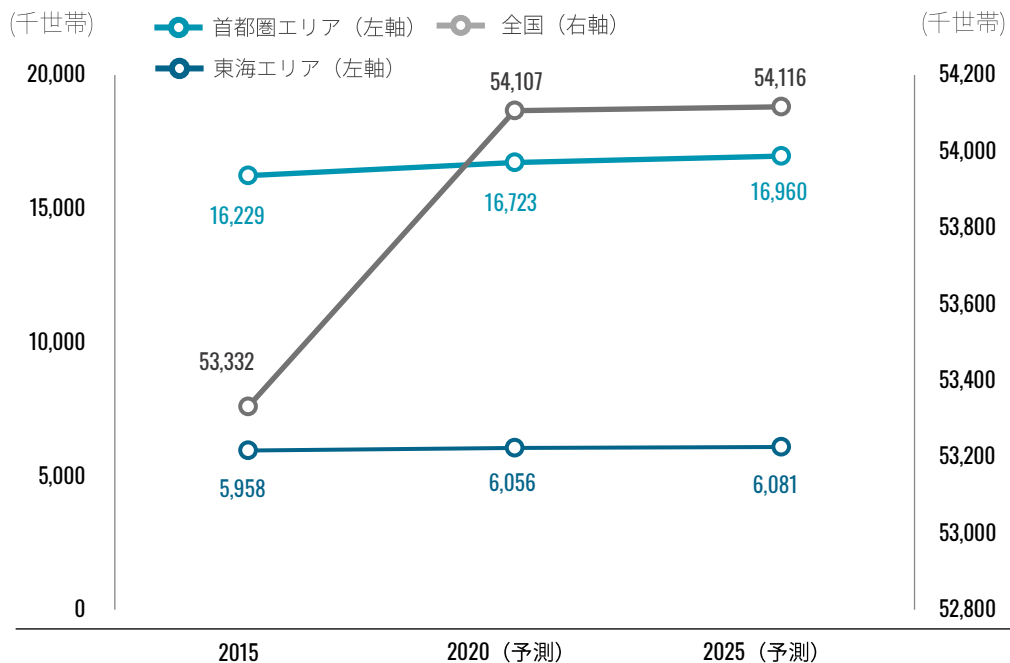
・戸建住宅は14兆円の安定した巨大市場であり、注文住宅・分譲住宅、両市場でのシェアアップを目指す

世帯数の見通し及び戸建住宅・分譲マンション平均価格推移

① 世帯数の見通しは堅調な推移を見込む

世帯数の見通し

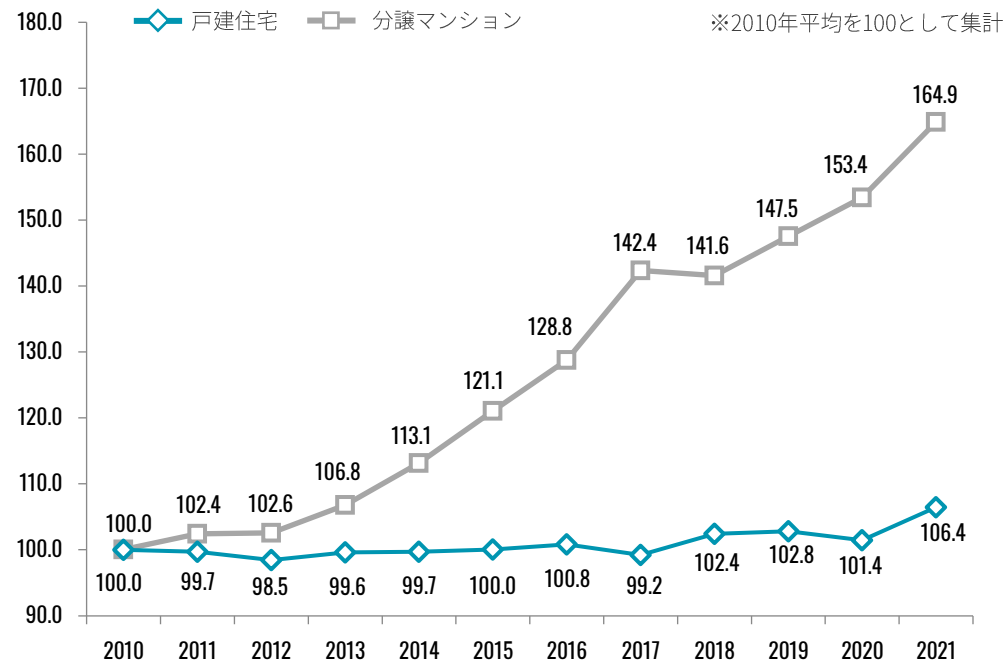
出所：国立社会保障・人口問題研究所
『日本の世帯数将来推計（都道府県別推計）』（2019年推計）



② 戸建価格の推移は堅調志向

戸建住宅・分譲マンション平均価格 (全国)

出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）
(https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html)
を加工して作成



- ・ 今後も世帯数は堅調に推移する見込み
- ・ 分譲マンションの平均価格は高騰を続けているものの、戸建住宅は堅調に推移

住宅業界における当社独自のポジショニング

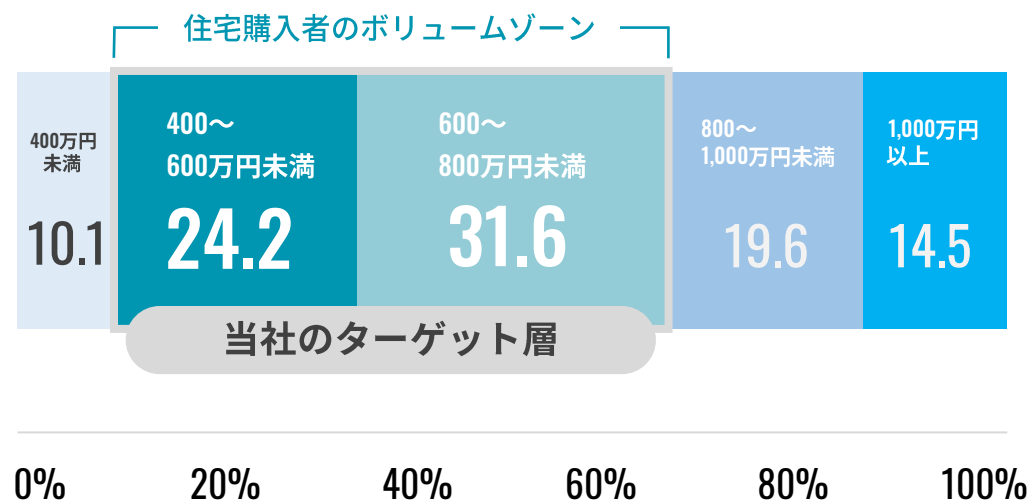


- ・住宅購入者の最大のボリュームゾーンをターゲットとする戦略が奏功し、業界内でのユニークなポジショニングとお客様からの継続的な支持を獲得

当社のターゲット層が業界最大のボリュームゾーン

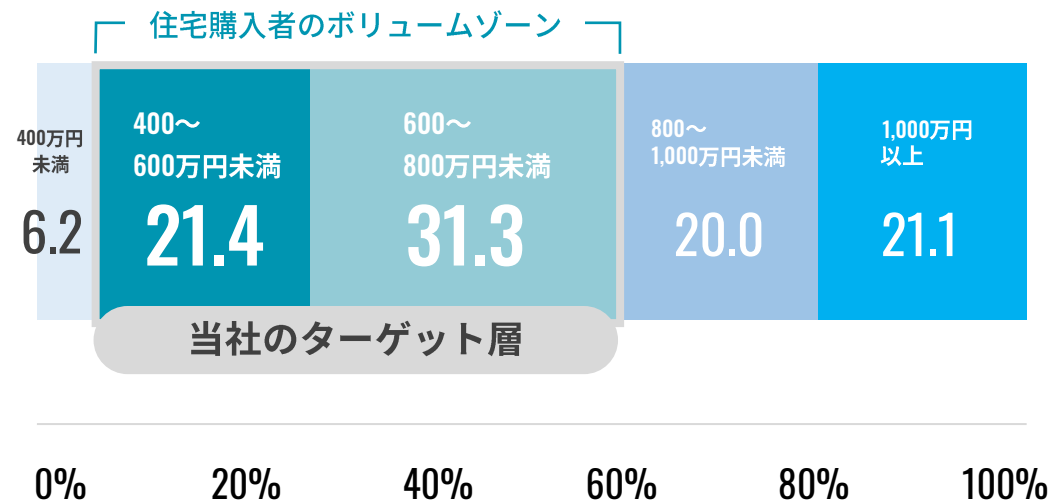
注文住宅一次取得者※の世帯年収割合

※初めて住宅を取得した世帯の事を指す



分譲住宅一次取得者※の世帯年収割合

※初めて住宅を取得した世帯の事を指す



出所：国土交通省 『住宅市場動向調査 注文住宅経年変化比較表（2021年度）』 国土交通省 『住宅市場動向調査 分譲住宅経年変化比較表（2021年度）』

- ・住宅購入者のボリュームゾーン（20～40代、年収400～800万円の一次取得者層）をメインターゲットとしている

お問い合わせ先

株式会社アールプランナー

管理本部 IR窓口 : <https://www.arrplanner.co.jp/contact/ir/>

コーポレートサイト : <https://www.arrplanner.co.jp/>

IRサイト : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

① 将来見通しに関する注意事項

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、
「見通し情報」 (forward-looking statements) を含みます

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、
通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます