



2022年10月12日

各 位

会社名 株式会社 A V A N T I A
代表者名 代表取締役社長 沢田 康成
(コード番号 8904 東証プライム・名証プレミア)
問合せ先 取締役管理本部長 樋口 昭二
(電話番号 052-859-0034)

上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について

当社は、2021年10月11日に、プライム市場の上場維持基準への適合に向けた計画（以下、「適合計画」という）を提出し、その内容について開示しております。2022年8月末時点における計画の進捗状況等について、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 当社の上場維持基準への適合状況の推移

当社の2022年8月末時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、その推移を含め以下の通りとなっており、「流通株式時価総額」については、2022年8月末時点において上場維持基準を充たしておりません。引き続き基準を充たすための各種取り組みを進めてまいります。

		株主数	流通株式数	流通株式 時価総額	流通株式比率
当社の適合状況 及びその推移 ※1	2021年6月末 時点	15,646人	82,373単位	73.7億円	55.3%
	2022年8月末 時点	25,311人	78,649単位	65.3億円※2	52.8%
プライム市場上場維持基準		800人	20,000単位	100億円	35.0%
当初の計画に記載した計画期間		—	—	2025年8月期末	—

※1 当社の適合状況は、東京証券取引所が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等を基に算出を行ったものです。

※2 当該流通株式時価総額は、流通株式数に日々の株価最終価格の平均値を乗じて算出しており、当事業年度の末日以前3か月間の日々の最終価格の平均値は830.71円であります。

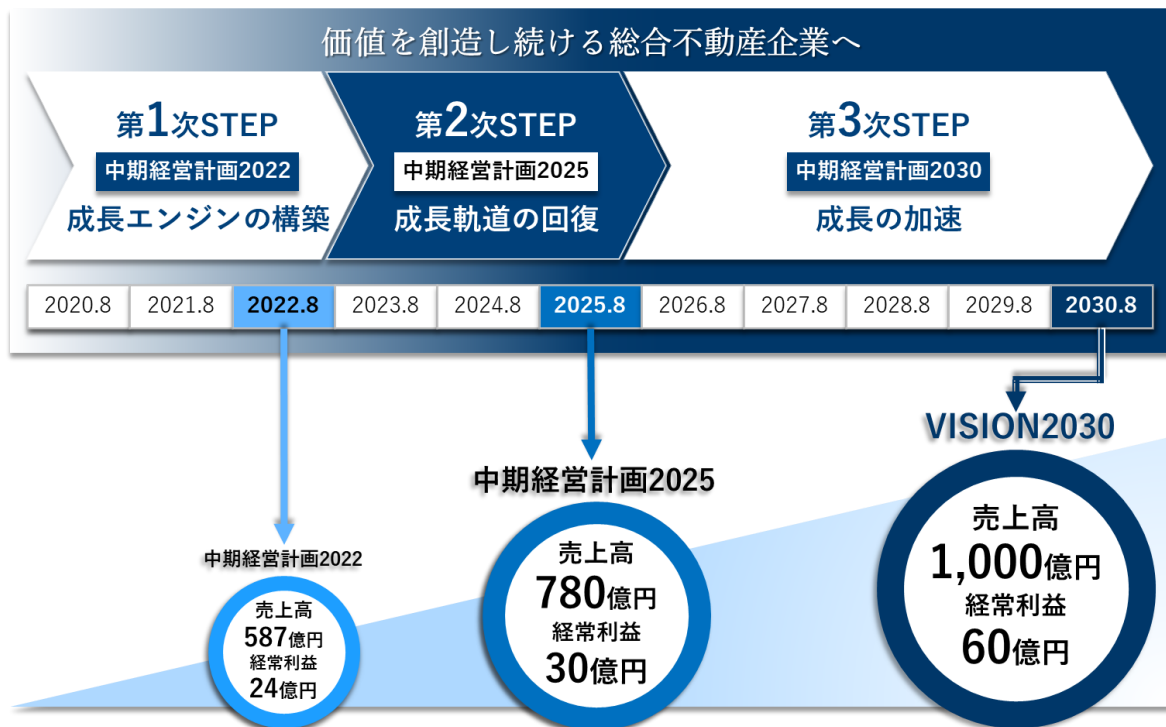
2. 上場維持基準の適合に向けた取組の実施状況及び評価

当社は「流通株式時価総額」がプライム市場の求める基準を充たしていないという結果を踏まえ、同基準を達成するための主要素である株価を上昇させるべく、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する取り組みを実施してまいりました。2025年8月期末に向けた計画においての課題及び取り組み内容に関する進捗状況は、次のとおりです。

(1) 適合計画及び中期経営計画に沿った業績向上

当社は、2019年10月に長期ビジョンを策定・公表し、その実現に向け3段階のステップで構成した中期経営計画により事業展開を推進しているところであります。

【VISION2030 全体像】



① 中期経営計画 2022（2020年8月期～2022年8月期）の振り返り

当該計画期間においては、新型コロナウイルス感染症の拡大、ウッドショック、半導体不足に伴う住宅設備機器の欠品や納期遅延等、非常に不安定な事業環境でありましたが、当社の掲げた地域戦略や事業戦略を着実に実行し、目標である売上高 500 億円、経常利益 25 億円、ROE 6.0%に対して、売上高は 587 億円と過去最高を更新し、経常利益は 24 億円と若干届かなかったものの、ROE は 7.1%と当初の目標水準を上回ることができました。

② 中期経営計画 2025（2023年8月期～2025年8月期）の推進

適合計画における目標達成期日である 2025 年 8 月期（以下、「計画期限」という）を最終年度とした、中期経営計画 2025 を 2022 年 10 月 11 日に発表いたしました。

「成長軌道の回復」とした第 2 次ステップである中期経営計画 2025 を「持続的成長基盤確立期」と位置づけ、VISION2030 の実現と持続的な成長を確かなものにするため、販売地域や提供サービ

スの充実を図り、売上機会を増大させることで、売上トップラインの拡大を目指します。また、将来的な利益の最大化に向け、持続的な事業活動や成長の基礎となる経営基盤の拡充を図ります。

なお、詳細につきましては、添付の「中期経営計画 2025」をご参照ください。

3. 上場維持基準に適合していない項目についての課題と取り組み内容

当社は、一定数の株式数や流通株式数等を維持しておりますが、流通株式時価総額の基準を充たしていない理由は、主要な要素である株価が低迷しているためであると考えており、企業価値の向上と株式市場で適正な評価を得ることが課題であると認識しております。

今後も引き続き計画に基づく各種取り組みを推進し、当該計画期限までに流通株式時価総額のプライム市場上場維持基準への適合を目指してまいります。

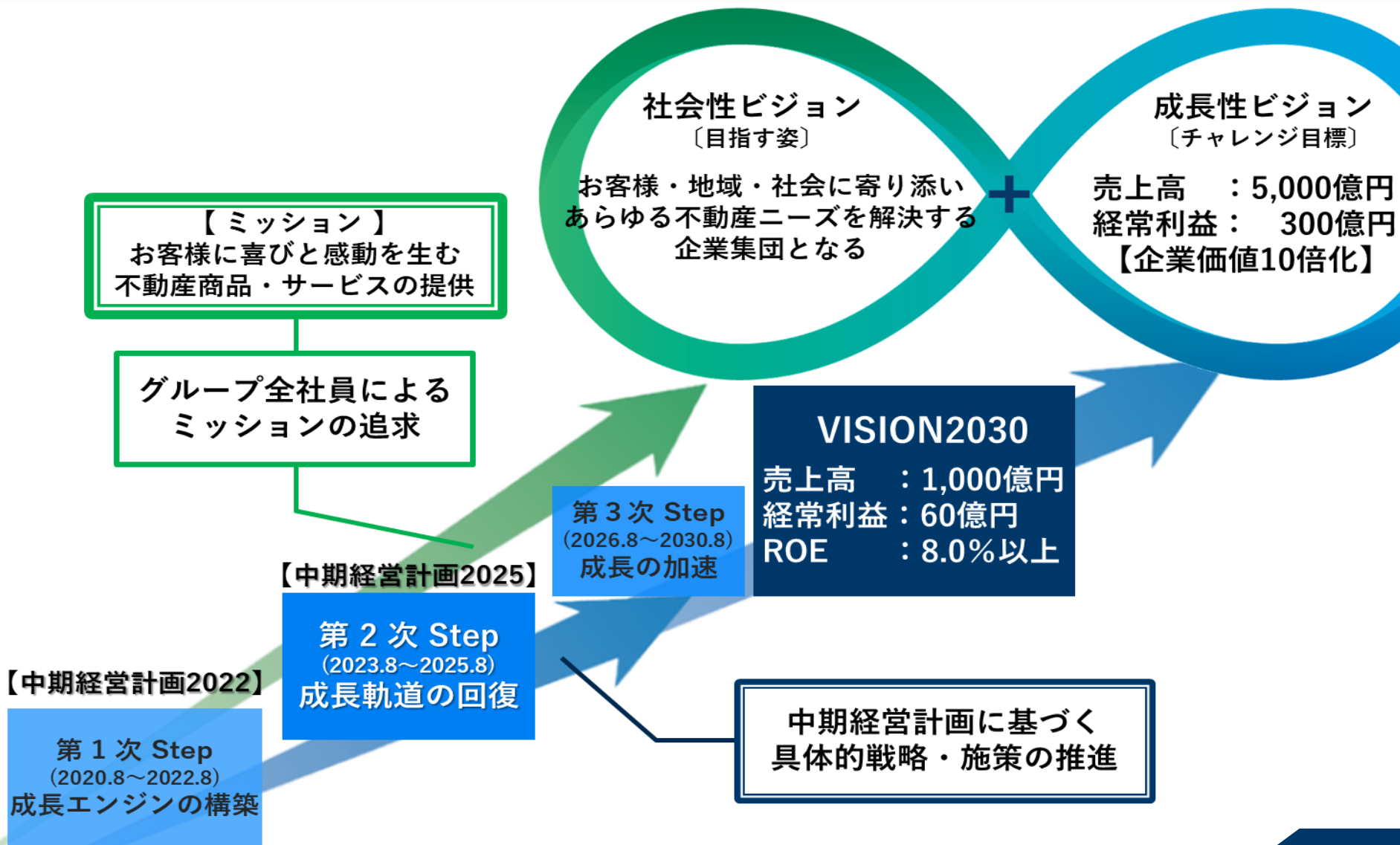
以 上

※上記の業績予想ならびに目標水準は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後の様々な要因によって予測数値と異なる結果となる可能性があります。

中期経営計画2025

2023.8期～2025.8期

中期経営計画の推進により長期ビジョン実現を目指す



■定量目標	当初目標水準
売上高	50,000百万円
経常利益	2,500百万円
ROE	6.0%以上

■定性目標

成長エンジンの構築 = 将来への投資

- | | |
|------|---|
| 地域戦略 | <ul style="list-style-type: none"> ・愛知県の深耕 ・重点強化地域の深耕 ・新地域への進出 |
| 事業戦略 | <ul style="list-style-type: none"> ・“AVANTIA”ブランド戦略 ・周辺事業の育成 |

- 売上高は過去最高（2008年8月期）を更新。ROEも目標水準を達成
- 地域拡大やM&A等の投資積極化したことで自己資本比率は低下

	2019.8実績	2020.8実績	2021.8実績	2022.8実績	3か年成長率
売上高	38,462百万円	40,626百万円	45,327百万円	<u>58,753百万円</u>	52.8%
経常利益	1,725百万円	1,330百万円	1,937百万円	2,420百万円	40.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,250百万円	862百万円	1,352百万円	1,870百万円	49.5%
1株当たり当期純利益（EPS）	85.78円	59.42円	95.09円	131.21円	53.0%
自己資本利益率（ROE）	5.1%	3.5%	5.4%	<u>7.1%</u>	2.0ポイント
自己資本	24,694百万円	24,726百万円	25,585百万円	26,887百万円	2,192百万円
自己資本比率	59.2%	55.4%	47.9%	44.3%	△14.9ポイント

展開地域の深耕と拡大を推進。関西圏、首都圏中心に投資拡大

愛知県（中部圏）の深耕

支店＋営業所体制に転換し、戦略的かつ機動的な営業体制に移行
建売住宅の販売を加速

重点強化地域の成長

【三重県】

戸建住宅の安定供給基盤をグループ3社で構築
(AVANTIA、プラスワン、宇戸平工務店)

【関西圏】

ドリームホームグループのグループ化により京都市の市場を獲得
→ 関西圏戸建住宅供給戸数は年間300件規模に拡大

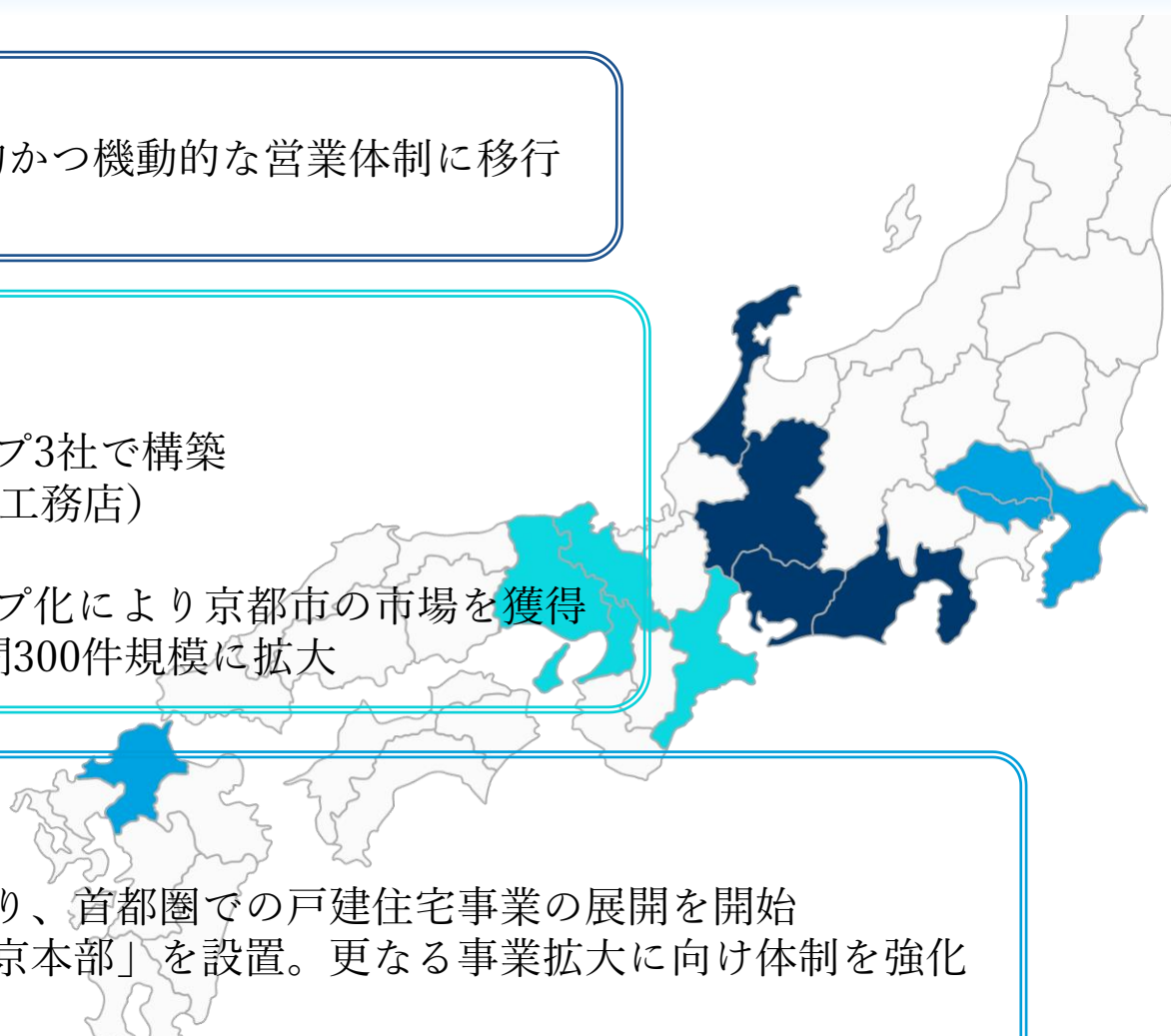
新地域への進出

【首都圏】

市川支店、千葉営業所の開設により、首都圏での戸建住宅事業の展開を開始
首都圏展開の中核機能として「東京本部」を設置。更なる事業拡大に向け体制を強化

【九州（福岡県）】

福岡支店を開設し、福岡市内を中心に戸建住宅市場に参入



総合不動産化に向け戸建周辺事業を開拓・育成

■“AVANTIA”ブランド戦略

- ・2020年1月の社名変更後、「AVANTIA」としての知名度は中部圏中心に浸透
- ・Webマーケティング、SNS広告等を駆使しつつ、AVANTIA-SQUAREや住宅展示場出展等により幅広く認知度向上施策を展開

■戸建住宅 周辺事業の新規育成

総合不動産化への第一歩として育成を開始した各周辺事業は着実に成長



メガトレンド・事業環境

メガトレンド

- ◆ 人口・世帯数(労働人口)の減少
- ◆ コンパクトシティ化・スマートシティの進展
- ◆ 働き方や暮らし方などの価値観変容・多様化
- ◆ 脱炭素社会実現への社会・顧客意識の高まり 等

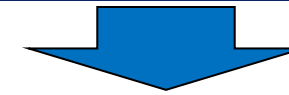
事業環境

- ◆ 不安定な金融・社会情勢
- ◆ 上昇が続く住宅取得価格や金利上昇懸念の高まり



中期経営計画 2022からの継続課題

- ◆ 同業他社に対する競争優位性不足
 - ・ エリアを越えた競争激化の進展
- ◆ 変化する事業環境、事業領域に適応した組織構造や収益構造への変革の遅れ
 - ・ 展開地域・事業領域拡大に対して人財育成に遅れ
 - ・ 組織・グループ間のシナジー不足
- ◆ 収益と資本の成長バランスのズレ
 - ・ 一時的な棚卸資産(在庫)の増加等の投資に対する健全な財務基盤への回復



中期経営計画2025 重要課題

- ◆ 競争環境を前提としたブランド戦略（差別化戦略）の加速
- ◆ 中部圏集中型の収益構造見直しと収益地域、機会の拡大
- ◆ 持続性のある人財獲得・人財育成基盤の構築
- ◆ 収益力増大に向けた事業効率・構造の見直しと強靱な経営基盤構築

価値を創造し続ける総合不動産企業へ

第1次STEP

中期経営計画2022

成長エンジンの構築

第2次STEP

中期経営計画2025

成長軌道の回復

第3次STEP

中期経営計画2030

成長の加速

2020.8 2021.8 **2022.8** 2023.8 2024.8 **2025.8** 2026.8 2027.8 2028.8 2029.8 **2030.8**

中期経営計画2022

売上高
587億円
経常利益
24億円

中期経営計画2025

売上高
780億円
経常利益
30億円

VISION2030

売上高
1,000億円
経常利益
60億円

「成長軌道の回復」基本方針

中期経営計画2025の3か年を「**持続的成長基盤確立期**」と位置づけ
VISION2030の実現と持続的な成長を確かなものにしていく

基本戦略

1 トップラインの拡大

販売地域の拡大と提供サービスの充実により、売上機会の増大を図り
売上トップラインを拡大させる

2 経営基盤の強化

将来的な利益の最大化に向け、持続的な事業活動・成長の基礎となる
経営基盤の拡充を図る

「地域戦略」と「事業戦略」の両輪でトップラインの拡大を推進

1
地域戦略

既存の地域/事業

第1の柱である
中部圏の深耕

差別化の推進
(商品力 & 顧客向けDX)

コア地域 / コア事業の
深化

新規の地域/事業

展開エリア拡大による
第2・第3の柱の育成

既存事業の周辺領域
での収益機会の拡大

展開エリア/事業領域の
拡大

1 地域戦略

中部圏依存型の収益構造からの脱却を目指す

- ・ 愛知県を中心とする中部圏は、地域内のシェア増大に向けた深耕を加速
- ・ 首都圏、関西圏ではより大きな成長を目指し、展開エリアの拡大により販売件数の増大を図る

中部圏

安定した営業基盤を維持しつつ、柔軟な営業体制構築によって、地域内の深耕をさらに加速させる

首都圏

東京本部を中心とした広域営業網を構築し、首都圏全域での展開を見据え、収益機会の最大化を図る

関西圏

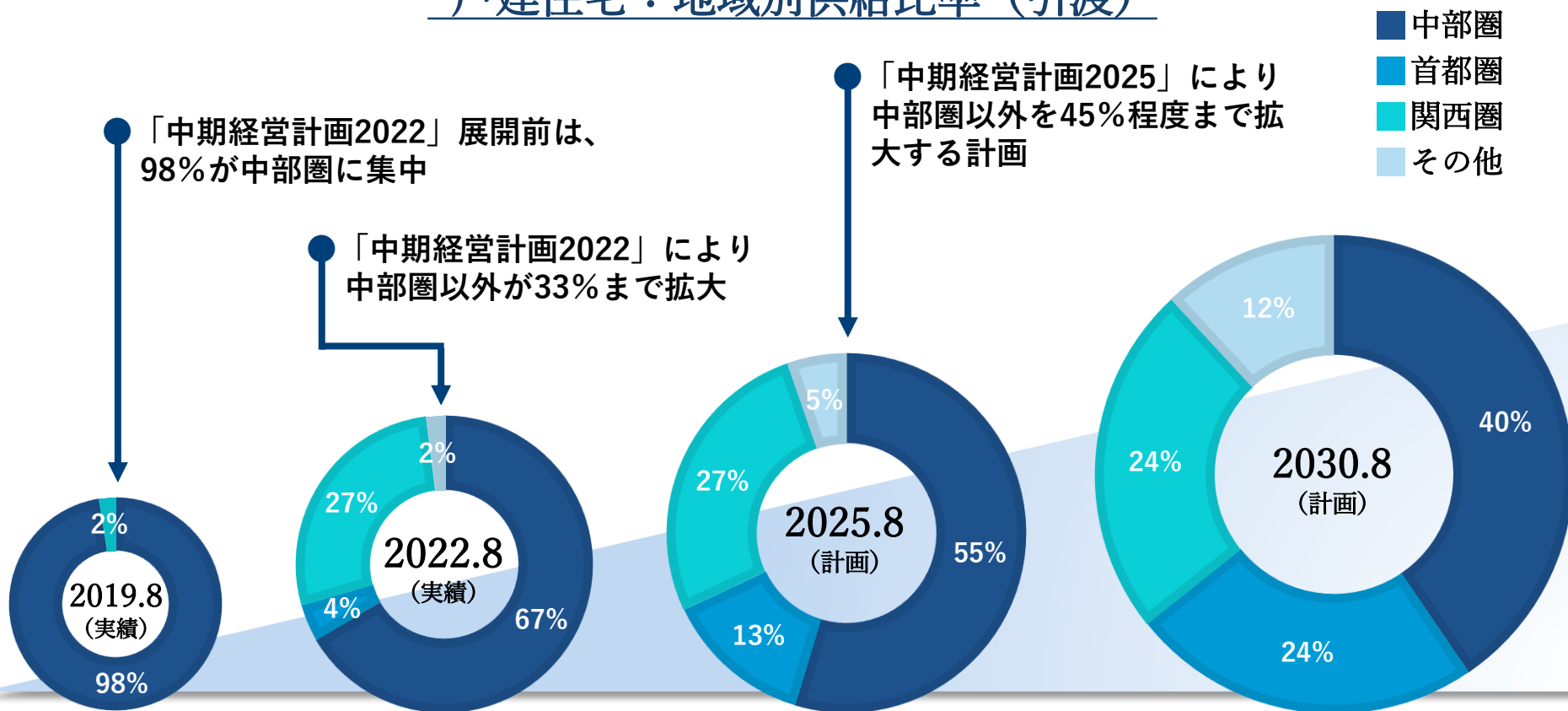
大阪市内や阪神エリア、京阪エリアなどの隣接地域へ進出により更なる収益力の増強を図る



1 地域戦略

中部圏の供給戸数について漸増トレンドを確保する計画の中で、2030.8期には中部圏以外が6割程度を占めるまで、展開エリアの拡大を推進

戸建住宅：地域別供給比率（引渡）



2 事業戦略 差別化の推進

商品力強化 による差別化推進

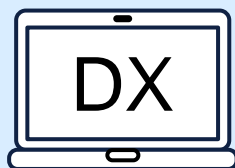


「AVANTIA 01」による住宅ブランド力の向上

同業他社に先駆け「ZEH基準」を分譲住宅で標準化

- ・ ZEH基準の断熱性能、省エネ性能を全棟標準化
 - ➔住宅性能表示制度7項目最高等級、建築物省エネルギー性能表示制度（BELS）★★★★★を取得
- ・ 太陽光発電のメリットが享受できる物件は太陽光パネル標準搭載
 - ➔オール電化との併用による「ZEH住宅」として分譲

顧客向けDX強化 による差別化推進



契約から引渡後までの顧客接点・収益機会の拡大

ホームページ・SNS等を中心としたデジタルマーケティングの強化

契約者向けサービスの充実

- ・ オーナー様向けポータルサイトやスマートフォンアプリによる継続的な顧客接点を創出

インテリア商材の展開（家具、家電、ファブリック等）

- ・ AVANTIA-SQUARE/デザインギャラリーへの顧客誘導強化
- ・ 不動産仲介グループ会社による販売チャネル・流入経路の拡大

2 事業戦略 周辺領域での収益機会拡大

周辺領域への事業拡大を推し進め、「総合不動産グループ」化を目指す

前中計で事業化した周辺領域の事業

今後の挑戦領域

戸建住宅

コア事業

今後も継続して育成

リフォーム

- ▶既存顧客へのリフォーム・メンテナンス提案力の向上
- ▶AVANTIA SQUAREへの誘導

不動産仲介

- ▶不動産仲介グループ会社との更なる連携
- ▶各地域で不動産仲介事業を拡大

注文住宅

- ▶住宅展示場「Harmo」と外部設計事務所との提携による注文住宅事業の強化

土地分譲

- ▶転売可能性の高い物件、開発用地への積極的な参入

中期経営計画2025で事業化を目指す

事業用不動産 ・収益不動産

- ▶事業用土地販売や収益不動産による収益化を中部/首都圏で模索

中古流通 (リノベーション)

- ▶中古需要の旺盛な首都圏中心に事業化を模索

※M&Aによる事業ノウハウ・経営リソースの取得、事業の垂直立ち上げも視野

「ZEH基準」の断熱性能・省エネ性能を全棟標準化 太陽光パネル搭載物件は「ZEH住宅」として分譲



建築物省エネルギー性能表示制度



<p>エネルギーを創る 創エネ・蓄エネ</p> <p>環境に配慮した太陽光発電。 使う電気は自家発電でまかない、余った電力を売電や蓄電することもできます。</p>	<p>太陽光発電システム蓄電池[※]</p> <p><small>※オプションで蓄電池をつけた場合</small></p>
<p>エネルギーの無駄を省く 省エネ</p> <p>省エネ性能が高い機器・照明を取り入れることによって、エネルギーを省力化し、使用量そのものを減らします。</p>	<p>エコキュート IHクッキングヒーター LED照明 など</p>
<p>エネルギーロスを防ぐ 断熱</p> <p>エネルギーロスを最小限にするために、住宅の断熱性能を高め、「夏は涼しく、冬は暖かい」を実現します。</p>	<p>断熱構造 高断熱サッシ など</p>



AVANTIA 01

消費エネルギー

イニシャルコスト&ランニングコスト削減でお客様の負担を軽減

住宅ローン減税

控除期間

入居年	2022年	2023年	2024年	2025年
長期優良・低炭素住宅	13年			
ZEH水準省エネ住宅				
省エネ基準適合住宅				
その他の住宅	13年	なし*		

※2023年までに建築確認または2024年6月30日までの建築登記:10年

借入限度額

入居年	2022年	2023年	2024年	2025年
長期優良・低炭素住宅	5,000万円	4,500万円		
ZEH水準省エネ住宅	4,500万円	3,500万円		
省エネ基準適合住宅	4,000万円	3,000万円		
その他の住宅	3,000万円	なし*		

※2023年までに建築確認または2024年6月30日までの建築登記:10年

こどもみらい住宅支援事業 補助金対象

ZEH住宅

強化外皮基準に適合し、再生可能エネルギー等を除き、基準一次エネルギー消費量から20%以上の一次エネルギー消費量が削減される性能を有する住宅。

※BELS評価書に記載される「ZEH」「ZEH-M」「ZEH Oriented」「ZEH-M Oriented」「ZEH Ready」「ZEH-M Ready」「Nearly ZEH」「Nearly ZEH-M」も対象になります。(「ゼロエネ相当」は強化外皮基準に適合しないため対象外)

令和5年
3月末日
まで

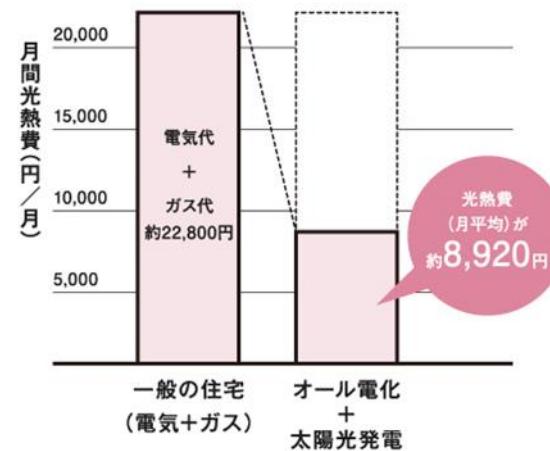
補助金対象額

100万円/戸



▼(例)太陽光発電にした場合の光熱量

1年間で約166,560円お得!



※名古屋市の一般家庭の電力・ガスの消費量をモデルに当社試算

AVANTIA
01
ZERO
ONE



持続的な事業活動と成長の基礎となる経営基盤の強化を推進

1
人財戦略

持続的成長を支える人財・組織基盤の構築

2
DX戦略

DX推進による顧客サービスの向上と
業務効率の最大化

3
財務・資本戦略

成長投資と株主還元の両立

1 人財戦略

持続的な成長を支える人的リソースの充実に向け
「人財・組織プラットフォーム」の開発に着手

1. 人財基盤：人財の獲得と育成のための基盤整備

- ◆ 持続的な成長を支える優秀で多様な人財の確保
 - 本社と東京本部の2拠点採用を開始
- ◆ 改革と挑戦を奨励する職場風土・環境の整備
 - 人財育成・キャリアプランの体系化
 - 自律的なキャリア形成を支える研修体系の整備
 - 専門的な資格取得支援制度の充実

2. 組織基盤：人財の定着と自律的な成長を促す基盤整備

- ◆ 多様な人財の活躍を推進する職場づくり
 - 人事評価制度の見直し
 - 労働環境、関連諸制度の再構築
- ◆ 部署間・グループ間での人財流動性の確保
 - 多角的視点による新たなシナジーの創出



2 DX戦略

顧客サービス追求と事業・経営効率の最大化をDXにより加速

◆ 顧客サービスの追求

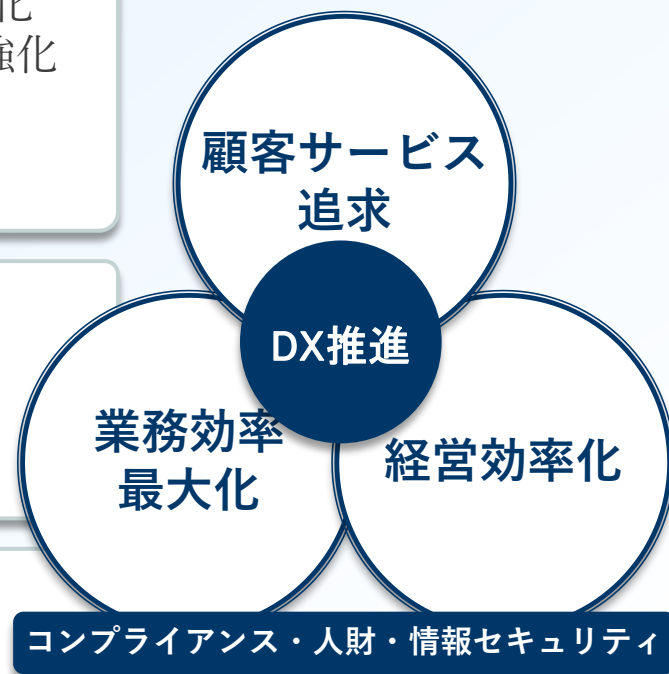
- Web/SNS等を活用したデジタルマーケティングの強化
- 契約者向けスマートフォンアプリによる顧客接点の強化と提供サービスの充実
- 電子契約・重説による顧客利便性向上

◆ 業務効率の最大化

- 施工管理/工程管理業務のDX活用
- 基幹業務システム、グループ会社共通基盤の構築

◆ 情報共有基盤の充実による経営効率化

- 経営ダッシュボード（KPIモニタリング環境）構築
- グループウェア（コミュニケーションツール）の活用



3 財務・資本戦略 1/2

財務基盤の強化を基礎に、成長投資と株主還元の両立を追求

- ◆ 財務基盤強化と財務規律維持の観点から、一定割合を内部留保金として資本の充実を図り、更なる成長、企業価値向上に対する投資原資とする
- ◆ 企業価値向上のリターンを株主と共有するため、業績連動型の配当方針へ移行

【利益還元に関する基本方針】 **（見直しを実施）**

当社は、中長期的な企業価値最大化によって株主に帰属する利益を増大させ、持続的な株主価値向上を実現することを利益還元に関する基本方針とし、事業活動により獲得した利益は、当社の成長ステージに応じたバランスで適切に分配してまいります。

内部留保については、事業規模、業容拡大に必要な事業資金として、また、M&Aや人材育成、商品開発等の先行投資資金として活用していくことで、更なる収益力の向上を図り、持続的な企業価値向上に努めてまいります。

また、利益還元につきましては、業績や事業環境、中期的な経営戦略等を総合的に勘案しながら、連結配当性向25%程度かつ1株当たり年間配当金の下限を38円として、業績に連動した利益還元を行い、長期的かつ安定的な配当の維持に努めてまいります。

3 財務・資本戦略 2/2

当社のサステナビリティに関する取組みを資金調達に活用

◆ ポジティブインパクトファイナンス契約の締結と実行

株式会社十六銀行をアレンジャーとしたシンジケートローンの組成により、進出地域における新規取引銀行を開拓

中期経営計画 2025に基づくSDGsに対する取組みをKPIに設定
企業価値向上に対するコミットメントを強化

- 「AVANTIA 01」の普及による脱炭素・温暖化対策の推進
- コーポレートレポートガバナンスの強化やダイバーシティ推進 等

◆ KPI 設定に基づくSDGs優先目標



	2022.8実績	2023.8 業績予想	2024.8 目標水準	2025.8 目標水準	3か年成長率 (2022.8期比)
売上高	58,753	62,000	68,000	78,000	32.8%
経常利益	2,420	1,900	2,400	3,000	24.0%
引渡件数	1,337	1,450	1,620	1,850	513件
自己資本利益率(ROE)	7.1%				7.2%前後
自己資本比率	44.3%				46%程度

※引渡件数：戸建分譲、土地分譲、注文住宅、分譲マンションの合計

2023.8期－2024.8期

- ・ 足元の事業環境等から戸建住宅含む住宅需要の動向を保守的に想定
- ・ 首都圏における事業拡大や人財育成、DX推進等の先行投資を積極化
→ トップラインを拡大させながら、利益増大に向けた経営基盤強化に注力

2025.8期

- ・ 中期経営計画の投資成果として、2024年8月期後半から段階的に利益を計上
- ・ 経営基盤強化の取り組み効果を顕在化させVISION2030に向けた成長軌道へ移行

【将来見通しに関する注意事項】

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。