



証券コード
3490

株式会社アズ企画設計



2024年2月期 第2四半期
決算補足説明資料

2023.10.10

エグゼクティブサマリ（1）

■ 2024年2月期 第2四半期 決算サマリ ※前提となる課題についてはP20に記載

上半期では販売と並行して仕入を積極的に進め、将来の売上の源泉である **販売用不動産在庫は過去最高となった1Qを大きく上回る81億円まで積上げた**

また、販売も順調に進め、売上高2,478百万円、営業利益△122百万円と **前年同期比で増収増益**となった

- 1Qで東北ホテル3棟の譲渡が順調に進み、特別利益が発生している

※特別利益の発生は通期計画に織込み済み



・ 上半期で大きく拡充した在庫を下半期で販売し、計画達成を見込む

■ 表記項目の変更について

本発表資料より、『EBITDA』から『営業利益』の表記に切り替えしております。

EBITDA導入時の背景：特に不動産賃貸事業では、東北ホテルや民泊などの初期投資の大きな事業を行っており、営業利益表記では減価償却により本質的な「稼ぐ力」が示せないと考えたため

今回の変更の背景：上記当初の要因であった東北ホテルの譲渡完了や、コロナ禍で一部民泊施設の撤退により、
①営業利益であっても「稼ぐ力」を表現できること、②営業利益率などの指標も活用できることから

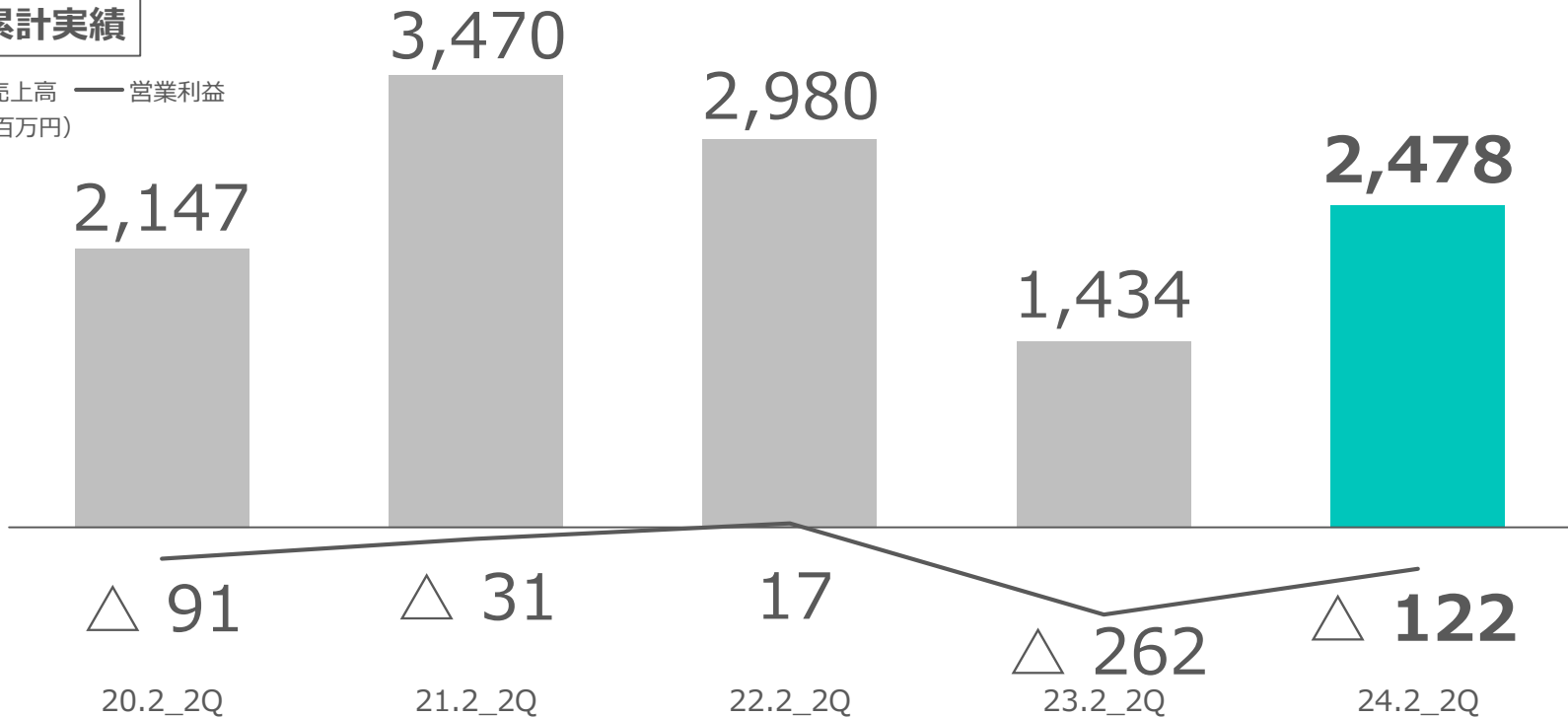
エグゼクティブサマリ (2)

売上高 **2,478百万円** (前年同期比+72.8%)、
営業利益 **△122百万円** (前年同期は△262百万円)の**増収増益**となった

- 主力の販売事業では、販売件数5件と想定内の着地
一方で、在庫の拡充も着実に進んでおり、8月末時点では81億円以上の積上げができており、9～10月でも仕入が行えている
- また、保有している不動産が多いことで、想定以上の賃貸収益が確保できている

全社 累計実績

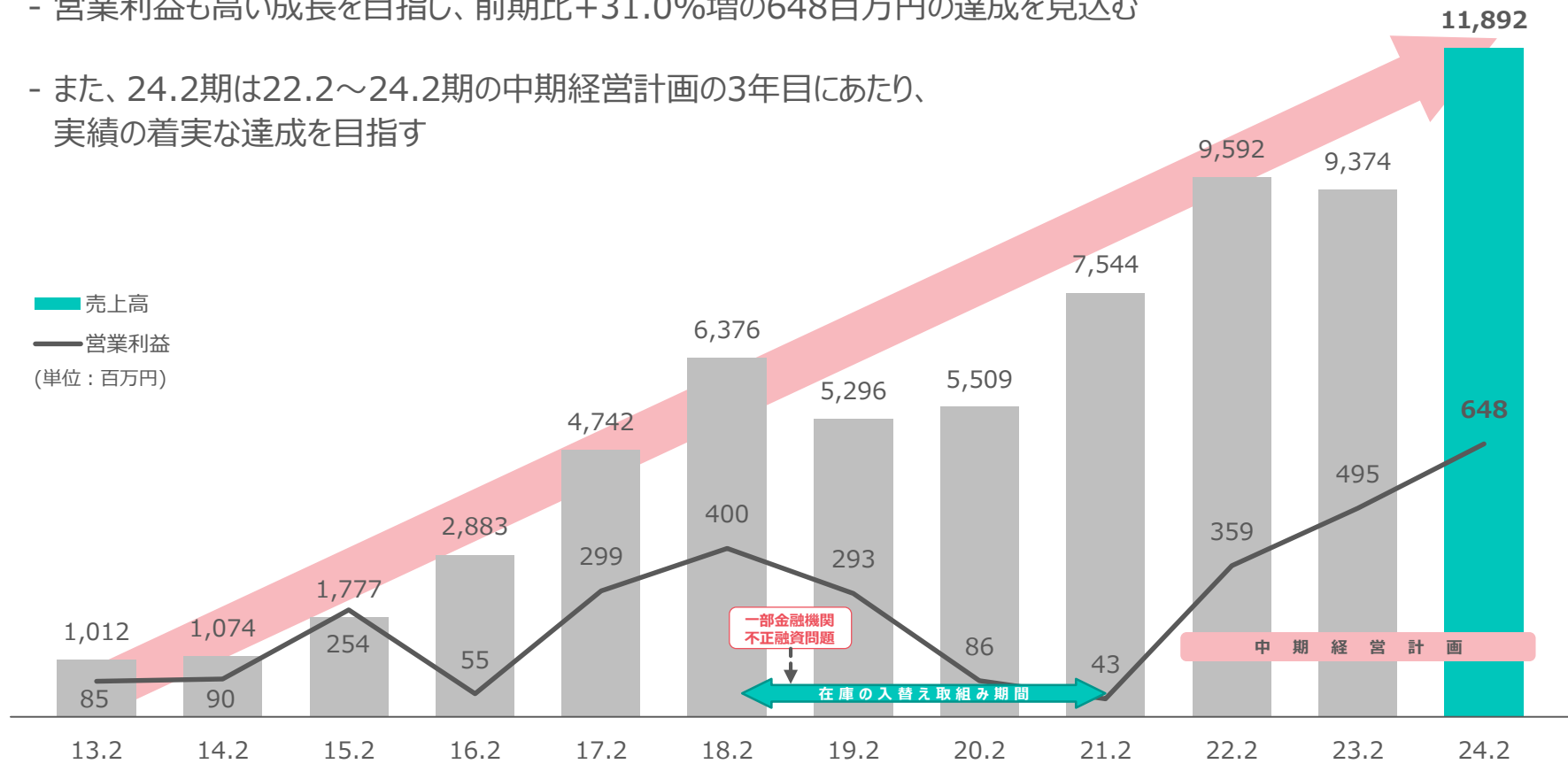
■ 売上高 — 営業利益
(単位：百万円)



エグゼクティブサマリ (3)

24.2期 会社計画の売上高は、前期比+26.9%増の11,892百万円と引き続き高い成長を見込む

- 営業利益も高い成長を目指し、前期比+31.0%増の648百万円の達成を見込む
- また、24.2期は22.2～24.2期の中期経営計画の3年目にあたり、実績の着実な達成を目指す



2018年の一部金融機関の不正融資問題発覚後、金融機関の融資姿勢は厳格なものとなり、特に当社が販売先としてターゲットにしていたサラリーマン投資家には大きな影響がありました。そこで当社は取扱物件の価格帯向上やアセットタイプの多様化に取組むことで、主な販売先を比較的融資の付きやすい資産家へと移すべく約3年をかけて在庫の入替えを実施いたしました。

決算概要以外のページ(P16以降)については
前回発表(24.2期1Q)との差異が表示されています

新規 … 新規ページ / 新しい情報の追加

更新 … 情報が更新されたページ

INDEX

1. 2024年2月期 第2四半期 決算概要 … P06
2. 当社事業の特徴と課題 … P16
3. 中期経営計画と成長戦略について … P21
4. 株主還元 … P37
5. Appendix … P40

1. 2024年2月期 第2四半期 決算概要

2024年2月期 第2四半期 決算概要（1）

通期計画に対して、売上高進捗は20.8%であるが**想定どおりの実績**

- 下期偏重の特性から、販売事業で実績が5件であるが、下半期で残りの約80%の実績を見込む
- 営業利益・経常利益については、損失を計上しているが、特別利益の計上があり当期純利益を計上
また、コミットメントライン契約や当座貸越契約などの組成フィーが先出しとなっており、営業外費用は前年より増加
- 仕入が進み、将来の売上に繋がる販売用不動産の残高も大幅に増加

(単位：百万円)	22.2_2Q実績	23.2_2Q実績	24.2_2Q実績	(前期比)	24.2計画	(進捗率)
売上高	2,980	1,434	2,478	(+72.8%)	11,892	(20.8%)
営業利益 又は営業損失(△)	17	△262	△122	—	648	—
経常利益 又は経常損失(△)	△9	△318	△239	—	503	—
当期純利益 又は当期純損失(△)	△11	△217	148	—	666	(22.2%)
営業利益率	0.6%	△18.3%	△4.9%	(+13.4pt)	5.5%	—
販売用不動産※	2,582	5,246	8,137	(+55.1%)	—	—

※仕掛販売用不動産を含む

2024年2月期 第2四半期 決算概要（2）

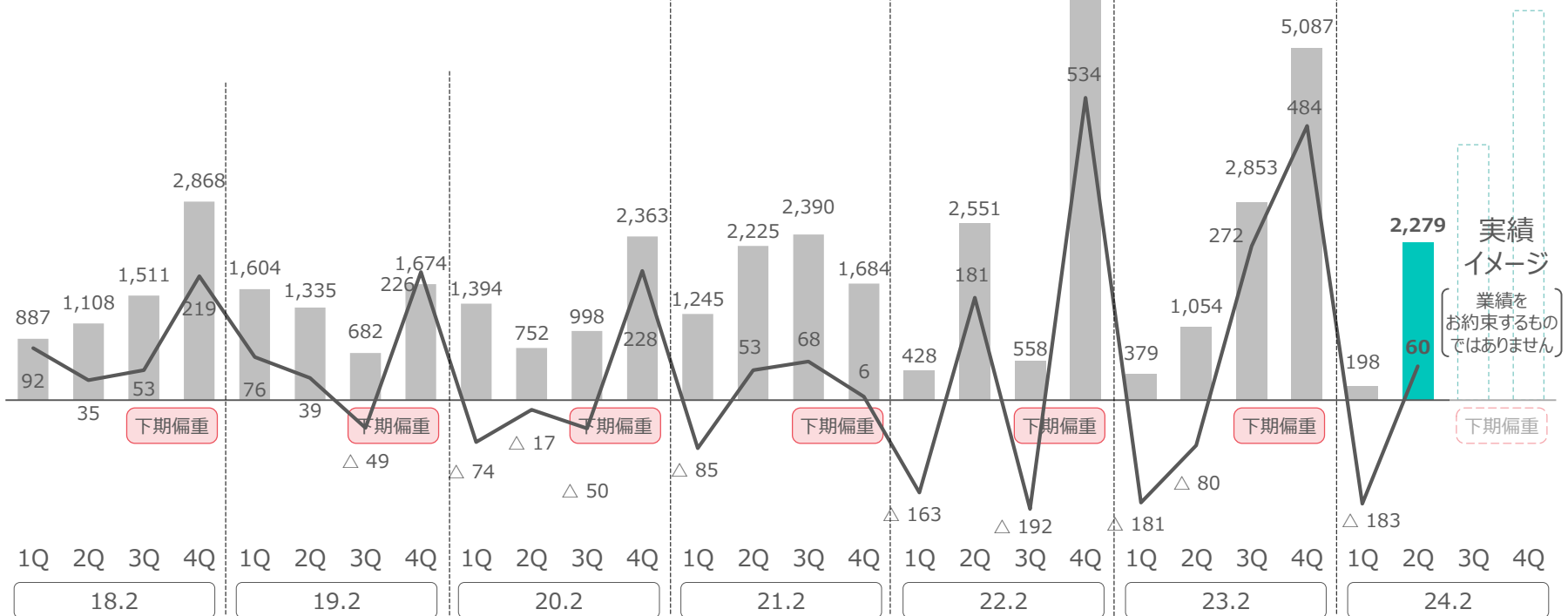
主力の販売事業で販売・仕入の双方を進め、前年同期を上回る売上・利益となった

- 売上の大部分を占める販売事業は、上半期で仕入を行い、下半期で販売することが多く、下期偏重の傾向が強い
24.2期も、上半期では期初在庫の商品化・販売を進めると同時に、下半期の在庫を積上げた

全社四半期毎 実績推移

■ 売上高 — 営業利益

(単位：百万円)



2024年2月期 第2四半期 決算概要（3）

前年同期比で売上・利益共向上しており、特に賃貸事業では収益力の改善により営業利益が大幅に向上した

- 販売事業は、販売件数が5件となり、今期は事業用不動産やプレミアムマンション(高級区分マンション)の仕入が多く、一時的な租税公課負担も前年同期比で軽減(※1)し、**増収増益**
※1 居住用賃貸建物の取得時は、消費税が仕入税額控除の対象外となり、売却時に控除可能となるため一時的に租税公課が計上される(詳細はP20)
- 賃貸事業は、引き続き収益不動産賃収の増加と民泊需要の上昇で、**増収増益**
- 管理事業は、管理受託戸数の増加に伴い管理手数料収入が増えており、**増収増益**
- 移転に伴う旧東京本社の減価償却費の早期計上により調整額は増加

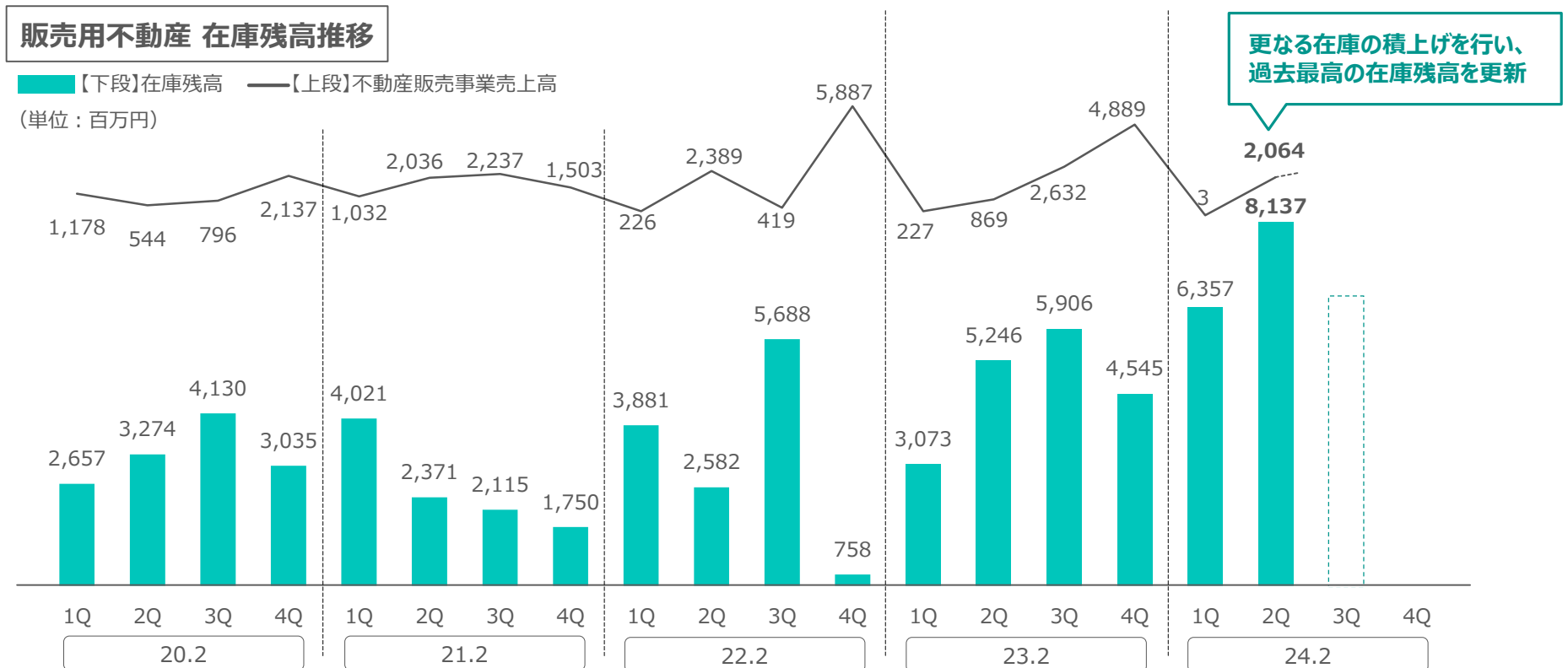
(単位：百万円)	22.2_2Q 実績	23.2_2Q 実績	24.2_2Q 実績	(前期比)
売上高	2,980	1,434	2,478	(+72.8%)
不動産販売事業	2,616	1,097	2,067	(+88.4%)
不動産賃貸事業	259	227	296	(+30.0%)
不動産管理事業	104	108	114	(+5.3%)
営業利益	17	△262	△122	—
不動産販売事業	164	△173	△28	—
不動産賃貸事業	△52	△18	20	—
不動産管理事業	22	21	29	(+36.3%)
調整額 ※2	△116	△91	△144	—

※2 各報告セグメントに配分していない全社費用

2024年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（1）

販売と並行して引き続き仕入も進めたため**在庫残高**は、
過去最高であった1Qを上回る **8,137百万円** を積上げた

- 販売同様、仕入にも積極的に取組んだため在庫残高が積上がり、さらに今後の購入見込みも多数
- 一方で、商品化も順調に進めたため販売の準備ができている物件も多く、3Q以降で売却が進む見込み



2024年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（2）

販売件数の増加から、売上・利益ともに向上した

また、売上総利益率は、前年同期末実績 12.8% → 11.6% と低下

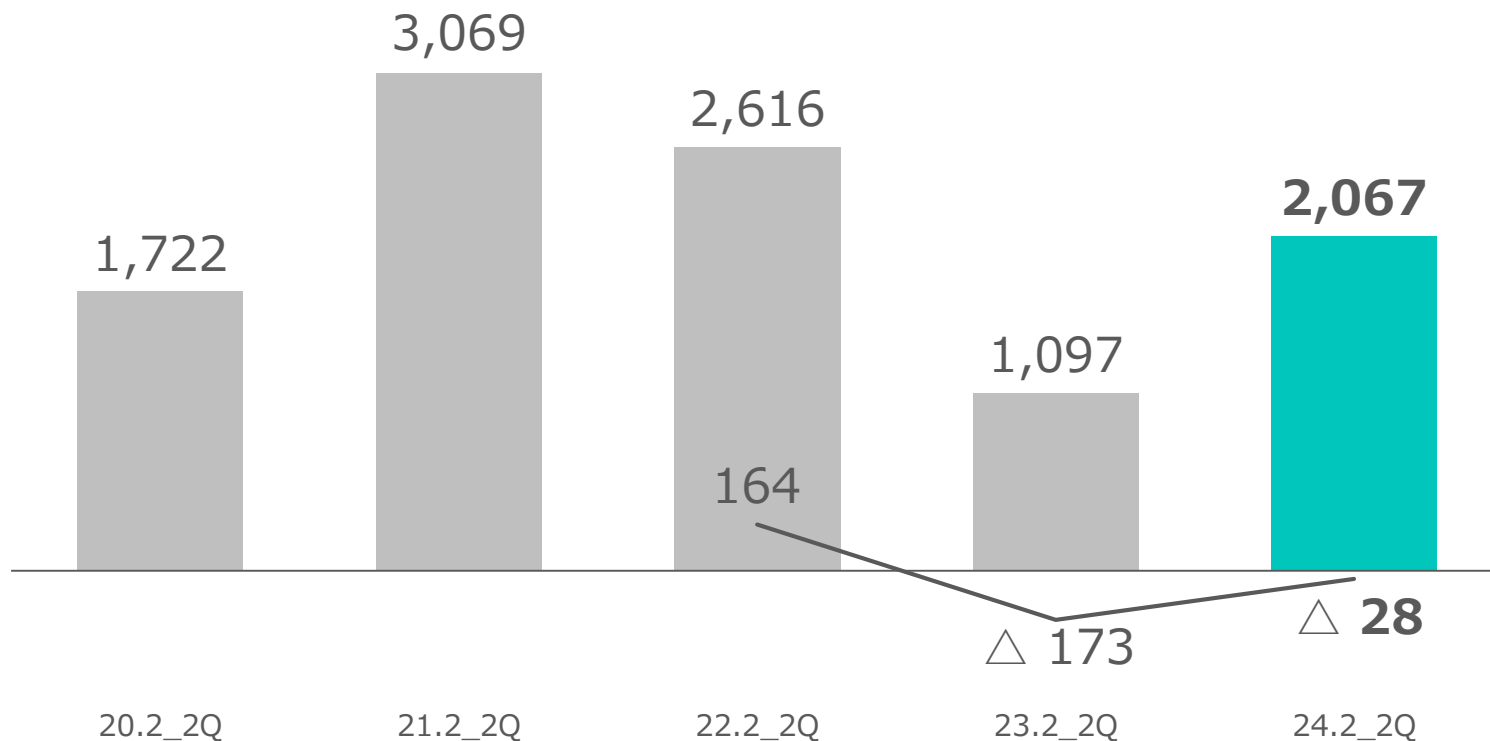
- 全社として利益率の向上を目指すも、個別性が高いこともあり今後変動の可能性は高い

※今年の1月1日保有物件の固定資産税の支払いもあり、1～2Qでは利益率は低下傾向にある

不動産販売事業 累計実績

■ 売上高 — 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)

(単位：百万円)



2024年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（3）

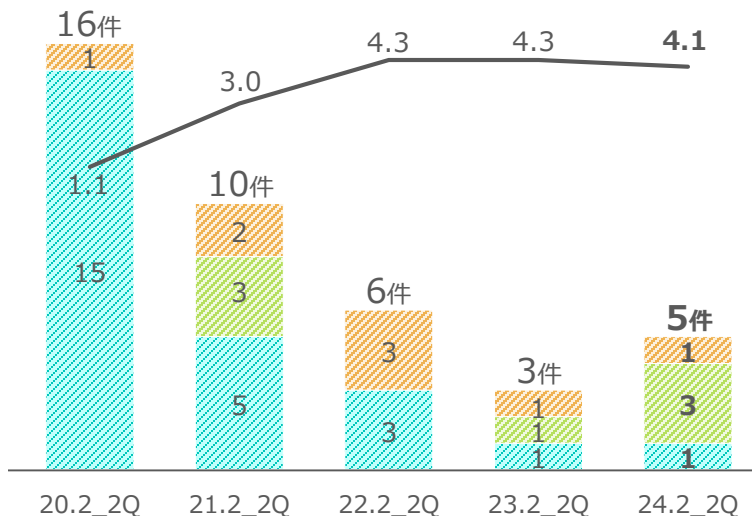
上半期は、**5件**（前年同期比+2件）の**販売件数**となり、一方で**平均販売金額も4.1億円**と比較的高い水準を維持

- 個別性が高いものの、大型物件の取組み強化を進めており、平均販売金額は高める方針
なお、現在の保有物件を順調に販売すると23.2期の平均販売金額は上回る見込み
- 現在保有している収益不動産の多くは、コロナ禍でも安定的な取引ができていた一棟・居住用(レジデンス)に種別が偏っており、種別の多様化は引き続き課題として取組む方針で、一棟・事業用(オフィスビルや店舗ビル)などへ積極的に取組んでいる

収益不動産 累計販売実績

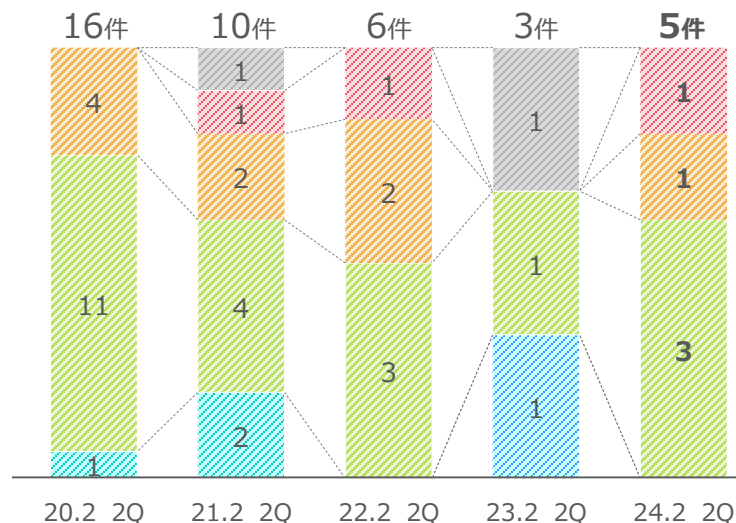
価格帯別

■ 2億円未満
 ■ 2～5億円
 ■ 5～10億円
 ■ 10億円以上
 — 平均販売金額(単位: 億円)
 ※但し23.2期以降はプレミアムマンションを除く



種別

■ 区分・居住用
 ■ 区分・事業用
 ■ 一棟・居住用
■ 一棟・複合※
 ■ 一棟・事業用
 ■ その他(戸建・保養所等)



※店舗付きレジデンスなどの居住用と事業用の複合

2024年2月期 第2四半期 不動産賃貸事業の状況

収益力が改善し、売上・利益ともに大きく伸ばした

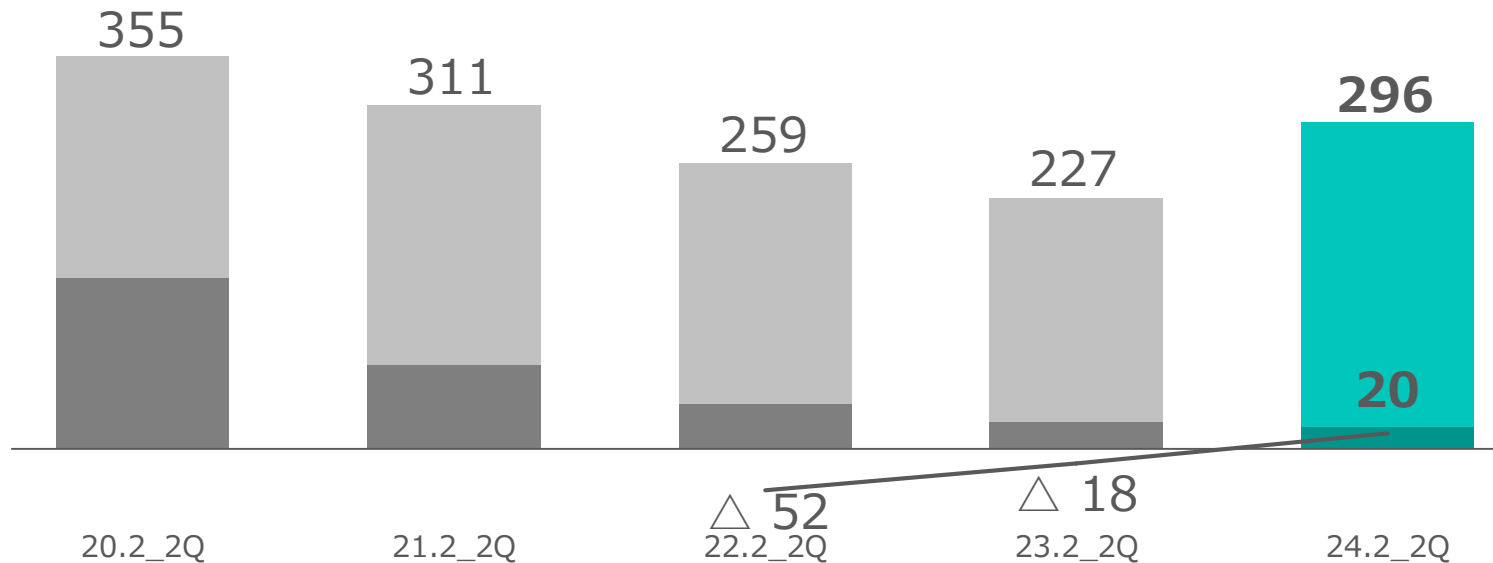
- 収益不動産の保有中に発生する「収益不動産賃収」は、前年同期よりも保有物件が多く確保でき、計画から上振れた
但し、収益不動産賃収は販売事業の内容に影響されるため、フロー収益のような性質がある
- 民泊は昨年10月の新型コロナウイルスの水際対策の緩和以降、ADR(客室平均単価)が大幅に向上し、収益貢献している

不動産賃貸事業 累計実績

■ 売上高 (色の濃い部分は東北ホテル関係売上高 / 23.2期以降は元々ホテルとして利用していた建物の賃貸売上)

— 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)

(単位：百万円)



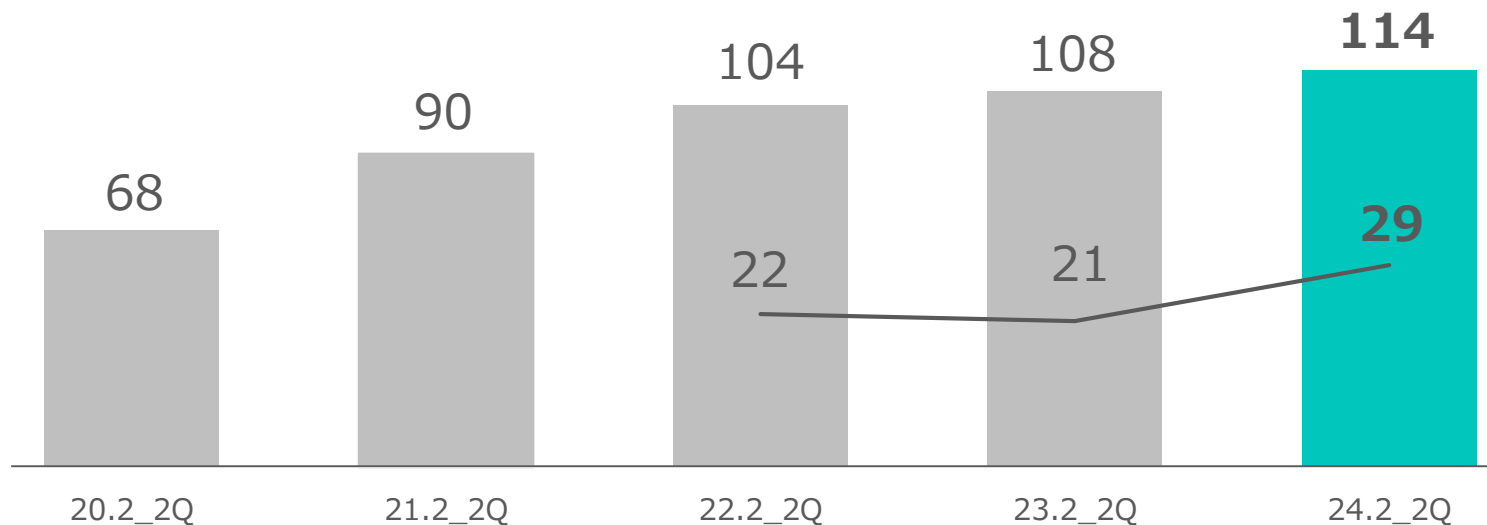
2024年2月期 第2四半期 不動産管理事業の状況

管理受託戸数の増加により、管理手数料が安定的に増加し売上・利益は向上した

- 管理受託戸数の増加に伴い、管理手数料だけでなく、周辺業務でも売上を確保できている
- 営業部門側では、販売事業で販売した物件の管理受託増加と、それぞれの案件での管理手数料単価の向上という量と質の両方を向上させるべく取組みを進めている

不動産管理事業 累計実績

■ 売上高 — 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)
(単位：百万円)



※ 営業利益+減価償却費+売上原価内の減価償却費

2024年2月期 第2四半期 B/Sサマリ

販売用不動産在庫が大幅に増加し、加えて純資産も4億円ほど増加している

- ① 上半期で仕入れを積極的に行ったため、販売用不動産が大幅に増加
- ② 今期は特別利益の発生による当期純利益の計上と新株予約権行使の進捗により純資産が向上

なお、当社のビジネスモデルでは、販売用不動産取得の際に金融機関から取得資金を借入れるため、販売用不動産残高が大きくなると負債が増え、自己資本比率が低下するという構造もある

(単位: 百万円)	23.2	24.2_2Q	(増減)		23.2	24.2_2Q	(増減)
流動資産	8,294	11,232	(+2,937)	流動負債	2,566	5,615	(+3,048)
現金及び預金	3,559	2,917	(△ 642)	短期借入金	887	3,071	(+2,184)
① 販売用不動産※	4,545	8,137	(+3,591)	固定負債	5,032	4,543	(△ 489)
固定資産	778	802	(+ 23)	社債	251	182	(△ 69)
				長期借入金	4,662	4,182	(△ 479)
				【負債合計】	7,599	10,158	(+2,559)
				② 【純資産合計】	1,474	1,876	(+ 401)
【資産合計】	9,073	12,035	(+2,961)	【負債・純資産合計】	9,073	12,035	(+2,961)
② 自己資本比率	16.3%	15.6%	(△0.7%)	1株当たり純資産(円)	1,540.18	1,690.80	(+150.62)

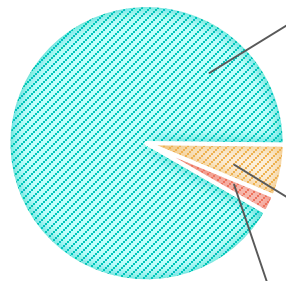
※仕掛販売用不動産含む

2. 当社事業の特徴と課題

当社の事業について

当社は1都3県を中心に、不動産販売事業を柱とした事業展開をしている

23.2期売上構成比



不動産販売事業

収益不動産を取得し、リノベーションによるバリューアップやリーシング(賃貸募集)を施し、不動産投資家へ再販する。

不動産賃貸事業

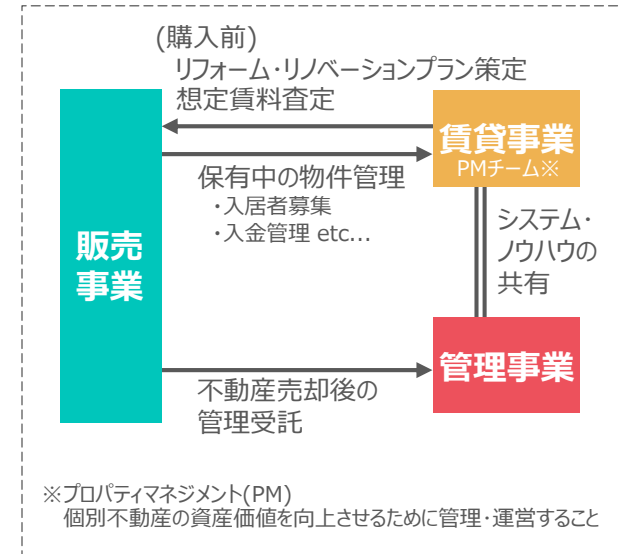
リニューアルにより収益改善が見込める不動産を所有者から借り受け、賃貸事業(サブリース)を行う。

不動産管理事業

不動産所有者に対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供。

※事業内容の詳細はP46-49に記載

■ 販売事業を中心とした際の事業ごとの関わり



《成長イメージ》



販売事業においては取扱い物件により変動はあるものの、引き続き高い成長を見込む。
また、新たな取組み (P27より記載) も成長加速に寄与する。

一方、安定収入が見込める賃貸・管理事業については、その源泉となる管理受託戸数を増やし成長を目指す。特性上増収の成長ペースは相対的に低いと想定される。

当社の強みはリーシングを中心としたバリューアップと回転の早さ

①リーシングを中心としたバリューアップ

賃貸・管理からスタートした会社の強みを活かし、収益不動産を取得後直ちにリノベーションなどを行うことで、賃貸収入の引き上げを図り、リーシングにより満室稼働にすることでバリューアップを実現する。

②収益不動産の回転の早さ

収益不動産の平均保有期間は右表の通りで、概ね半年で取得から販売まで完結。社内連携の早さやリーシングの早さが起因している。回転が早いことでリスクが少なく、金融機関の借入の面で有利。

また、万が一の急激な金融情勢の悪化にも影響を最小限に抑えることができるため、当社にとってもメリットがある。

	21.2期	22.2期	23.2期	3期平均
平均保有日数	192日	160日	148日	164日
販売件数	16件	17件	24件	19件

■スピード感の要因

『仕入 - 商品化 - 販売』を同一社員が主担当者として行うワンストップの営業スタイル※

- ・ 販売を念頭に置いた仕入を実施するため、良質な仕入が可能
- ・ 仕入～販売が1担当者の中で完結しているため、仕入後の動きを前倒しで行うことができ、スピード感を持って商品化(リノベーションや大規模修繕、リーシング)を実行可能
- ・ チームのフォローがあるものの、新卒社員にも徹底して全行程を任せるため、成長速度が早い

※競合他社では仕入担当や商品化担当、賃貸担当、販売担当など、業務が専門化していることが多い

当社の強みについて(事例紹介)

(1)リーシングの事例(千代田区神田岩本町)

14フロアすべてが空室の新築オフィスビルを取得。
コロナ禍で需要の低下していた都心のオフィス賃貸であるにもかかわらず、約3ヶ月程のリーシングで満室稼働となった。

コロナ禍(20年6月)での
リーシング期間
約 3 ヶ月



(2)リーシングと賃収向上の事例(世田谷区深沢)

12室すべてが空室の物件を取得後、全室リノベーション工事を実施。賃貸募集から約1.5ヶ月程で12室すべての入居者が決まり、満室稼働に。なお、月額賃貸収入は工事前の1.67倍と、大幅なバリューアップとなった。

〈居室のリノベーション事例〉

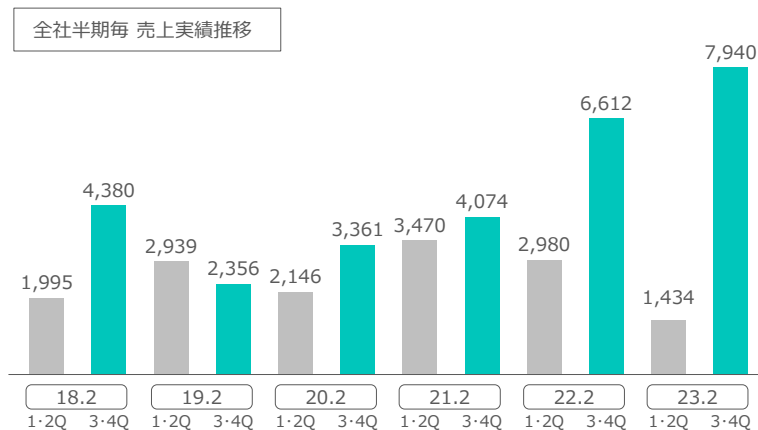
リーシング期間
約 1.5 ヶ月
賃料収入
1.67倍



当社の課題と改善に向けた方向性について

下期偏重の売上と、租税公課による期中の販管費増が課題

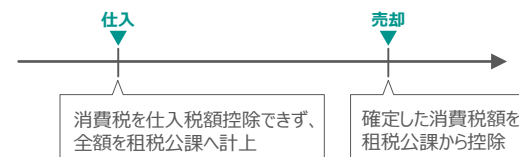
(1) 下期偏重の売上



売上のほとんどを占める不動産販売事業では上半期に仕入れを行い、下半期に販売をする営業スタイルであるため、**全社の売上実績も下期偏重の傾向が強い**

(2) 租税公課による影響

居住用賃貸建物の販売では、売却時に消費税の税額控除ができる(仕入期含め3期以内)



① 期中での売却の場合



期中で租税公課の計上と、確定額の控除ができる

《当社P/L上の影響》
期中の在庫が増えると租税公課負担が「一時的に」大きくなるが、増えた租税公課は期末には解消される

② 期を跨いだ売却の場合



《当社P/L上の影響》
期を跨いだ売却になる場合、当期末の租税公課負担が増加するが、来期の租税公課にはマイナス計上される

但し、①②どちらの場合でも、物件を仕入れた段階で営業利益以下の段階利益が低下する(①の場合も当該物件が販売されるまではマイナス影響)

■ 改善に向けた方向性

期末に翌期の在庫を確保することで、業績の平準化を図る

- ・ 翌期1Qから売上計上できる販売用不動産在庫を確保することで、上半期と下半期の売上実績を平準化
- ・ 毎期末に一定以上の居住用不動産の在庫を保有する場合、控除されない税額が租税公課として残るが、翌期中の売却によるマイナス計上と相殺できるため、租税公課の平準化も見込める

3. 中期経営計画と成長戦略について

中期経営計画(2022年2月期～2024年2月期)

24.2期は中期経営計画(22.2期～24.2期)の最終年にあたり、
この中期経営計画では、売上高は毎年約10億円、当期純利益は毎年約1億円の
成長を見込んでいる

- 22.2期は当期純利益こそ減損により届かなかったものの、売上高・営業利益・経常利益は会社計画から上振れ
- 23.2期は利益率向上に伴い、売上高は未達だが、営業利益・経常利益・当期純利益は会社計画から上振れ
- 基本的には主力の販売事業の拡充と新たな取組みの拡大による成長を見込む
また、管理受託の獲得を引き続き進め、周辺業務の売上・利益を確保することで、管理事業のストック収入も
拡充させている(規模の関係上、相対的に利益貢献は少ない)

(単位：百万円)	22.2 期初計画※1	22.2 実績	23.2 期初計画※2	23.2 実績	24.2 計画	24.2_2Q 実績 (達成率)
売上高	9,491	9,592	10,728	9,374	11,892	2,478 (20.8%)
営業利益 又は営業損失(△)	231	359	469	495	648	△122 —
経常利益 又は経常損失(△)	162	303	339	349	503	△239 —
当期純利益 又は当期純損失(△)	112	△526	236	493	666	148 (22.2%)

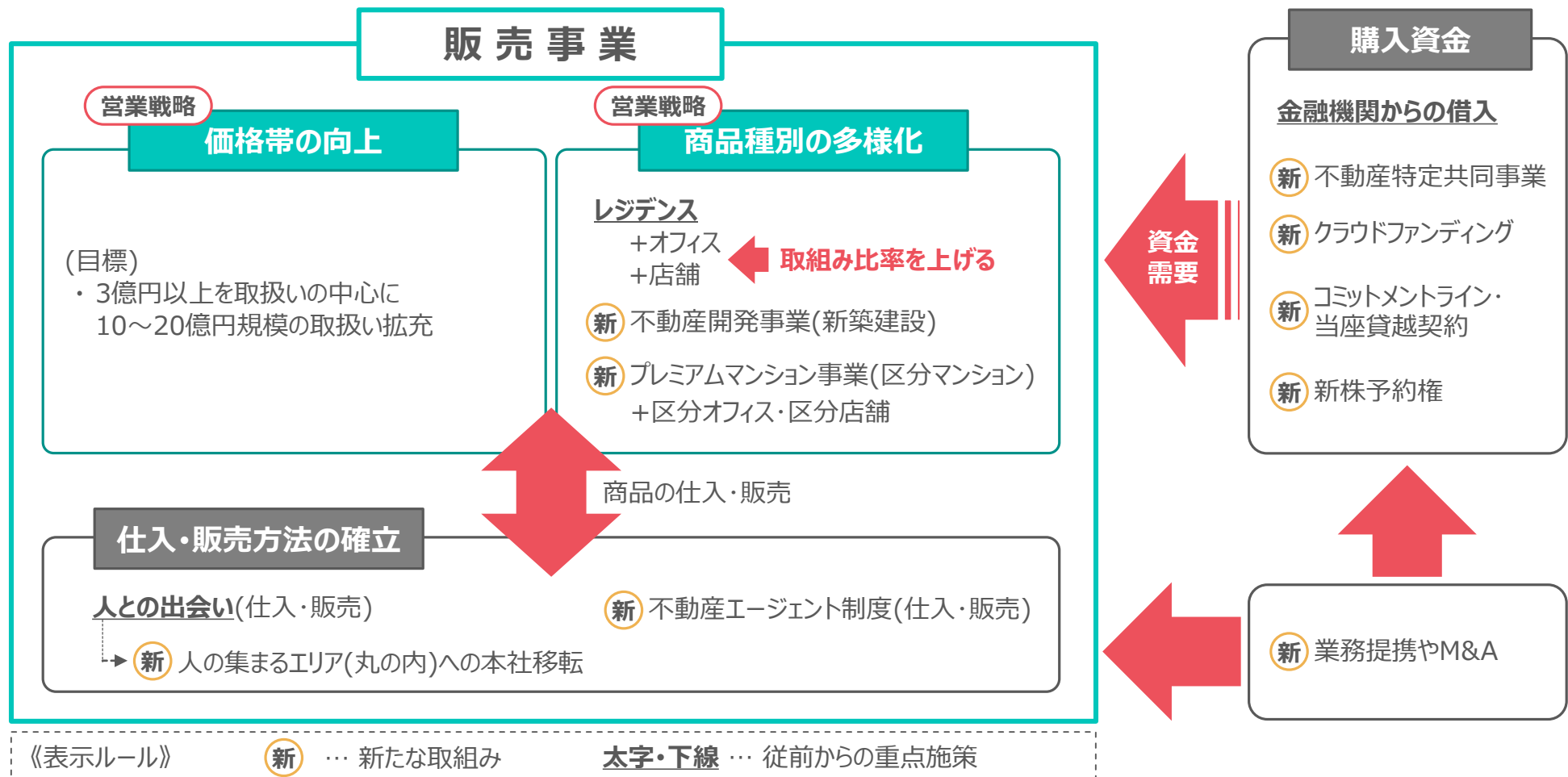
※1 21.4.13「2021年2月期 決算短信[日本基準](非連結)」で公表した通期業績予想の数値
(22.4.8「特別損失(減損損失)の計上及び通期業績予想の修正に関するお知らせ」を公表し修正している)

※2 22.7.13「業績予想の修正に関するお知らせ」で公表した通期業績予想の数値
(23.2.27「2023年2月期通期業績予想の修正、特別利益及び繰延税金資産の計上見込みに関するお知らせ」を公表し修正している)

中期経営計画達成に向けた成長戦略

中期経営計画達成に向けた成長戦略(営業戦略と新たな取組み)の概要は下記のとおりで、主要事業である販売事業に関連した部分のみ記載

※その他の分野での取組みについては取組内容のみを後述



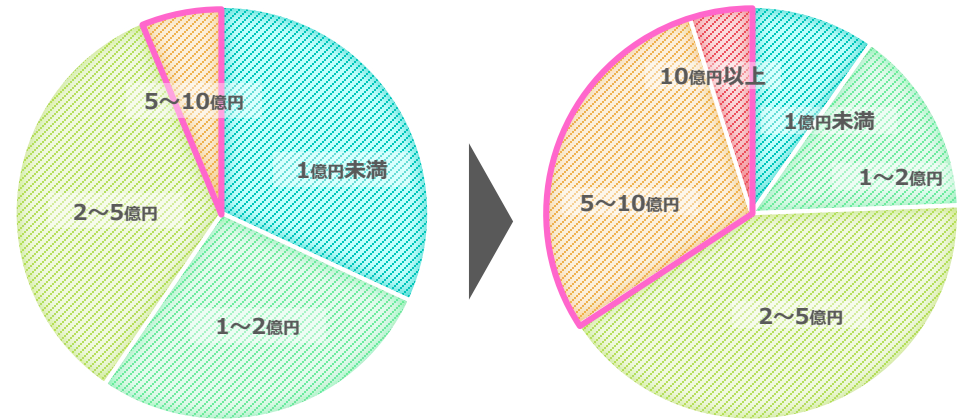
成長戦略 – 営業戦略① 価格帯の向上

営業戦略として、①価格帯の向上と、②商品種別の多様化に取り組んでいる

①価格帯の向上

- 富裕層や黒字企業といった融資の付きやすい属性の不動産投資家への販売を目指すため、取扱いの中心を3億円以上のレジデンスにすると同時に、**10～20億円規模の収益不動産**(オフィスビルや店舗ビル)の取扱いも拡充している
- 22.2～23.2期で販売した収益不動産は、**5億円以上のものが4割程度に増加**しており、10億円以上の収益不動産の販売も増加している

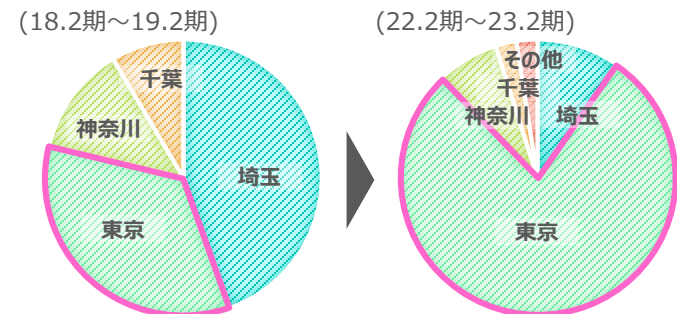
価格帯別 構成比 ※2期販売実績
(18.2期～19.2期) (22.2期～23.2期)



但し、商品種類を増やすこと、販売時期の偏りを避けることを目的として、従来取扱ってきた価格帯が小さく回転の早い収益不動産も引き続き取扱いを進める
 ➔ 区分マンションや区分オフィス・店舗の取扱いも並行して進めている

(補足) 事業エリアの推移について

- 価格帯を向上させるうえで、事業エリアの中心が東京都心部に推移している
- 埼玉、神奈川、千葉については特定のエリアを中心に取組んでおり、従前のような郊外の収益不動産の取扱いは減少している
- ➔ 安定的な取引を行うために、東京都心部、特に都心5区の取組みを増やす



成長戦略 – 営業戦略② 商品種別の多様化(1)

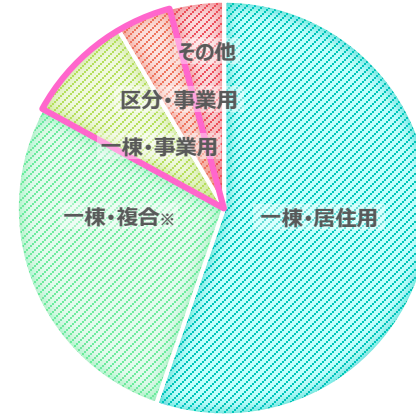
更新

営業戦略として、①価格帯の向上と、②商品種別の多様化に取り組んでいる

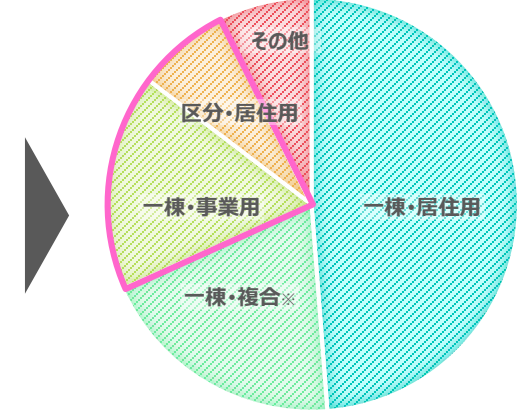
②商品種別の多様化

- 投資家からの様々なニーズへ応えるため、取扱うアセットタイプを増やしている
- 22.2期～23.2期で販売した収益不動産は、従来通り一棟・居住用(レジデンス)が多いものの、一棟・事業用(オフィス・店舗)や区分の取扱い割合も増加している
- また、レジデンスの取組みについても直近数年で、特徴のある物件の取扱いも増やしており、レジデンスの中でも取扱いの幅が広がっている

種別 構成比 ※2期販売実績
(18.2期～19.2期)



(22.2期～23.2期)



※一棟・複合：店舗付きレジデンスなどの居住用と事業用の複合

(参考)レジデンスの取組事例

取組事例1：防音レジデンス

高い防音(遮音・吸音)性能を持つ防音レジデンスを“AZ Music”の名称で販売。楽器だけでなく、近年職業としても広まる配信にも有効で人気。

- ・新宿区大京町
- ・板橋区大和町 ※当社開発案件
※詳細は23.7.31付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

(高遮音性能の木造アパート)

- ・大田区池上
※詳細は23.9.19付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

取組事例2：IoTレジデンス

あらゆるモノがインターネットに繋がっており、スマートフォンやAIスピーカーなどから家電などの電化製品などを動かすことができるレジデンスで、“AZ Smart”の名称で販売予定。

- ・世田谷区世田谷
※詳細は23.10.3付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

取組事例3：デザイナーズ

有名デザイナーによるデザイナーズ物件で、付加価値が期待できる。

取組事例4：家具家電付き物件

家具家電が備え付けとなっており、単身者などに人気。

成長戦略 – 営業戦略② 商品種別の多様化(2)

営業戦略として、①価格帯の向上と、②商品種別の多様化に取り組んでいる

②商品種別の多様化

- 新たな取組みの多くは取扱商品の多様化に資するもので、特に「不動産開発事業」は居住用・事業用問わず1棟新築不動産という商品の増加※に、「プレミアムマンション事業」は区分かつ居住用という商品の増加にそれぞれ資するため、当社の重点取組分野への取組みとして**成長の柱**と位置付けている

※従前の取組みでも建設中や竣工直後の新築不動産の取得・販売は実施

	1棟(中古・新築)		区分		戸建	
	現状	取組み詳細	現状	取組み詳細	現状	取組み詳細
居住用 (レジデンス)	<p>一部店舗付レジデンスを含む (過半数)</p> <p>新 不動産開発事業(新築建設)</p>	<p>取組みの比率を変更</p> <p>↓</p> <p>新 不動産開発事業(新築建設)</p> <p>事務所(オフィス)ビルや店舗ビルの収益不動産</p> <p>新 不動産開発事業(新築建設)</p> <p>重点的に取組み ○ → ◎ にする</p>	<p>新 プレミアムマンション事業 新 区分マンション事業 (賃貸中区分マンションの取扱い検討)</p> <p>重点的に取組み ○ → ◎ にする</p>	<p>取組み拡大</p> <p>↓</p> <p>区分オフィスや区分店舗への取組みも増やしたい</p>	<p>一部取組みあり ※積極的に取組むことは無い</p>	
事業用 (オフィス・店舗)						

《表示ルール》◎ … 取組み多数 ○ … 取組み中 △ … 一部取組みあり **新** … 新たな取組み

成長戦略 – 新たな取組み① 不動産開発事業

更新

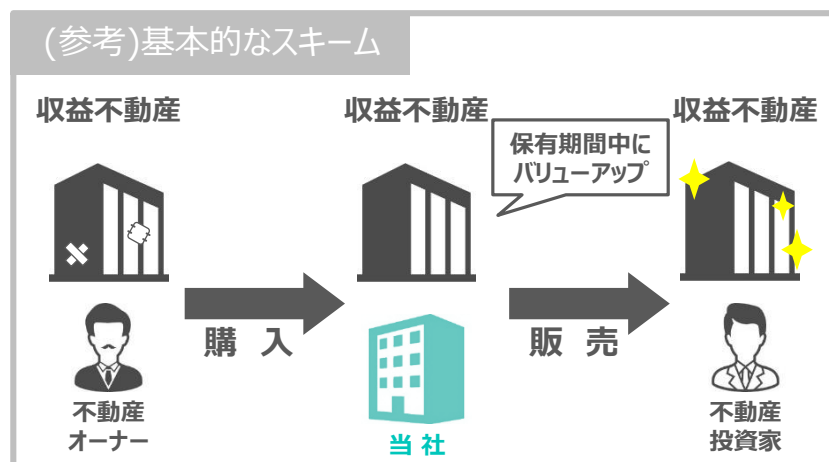
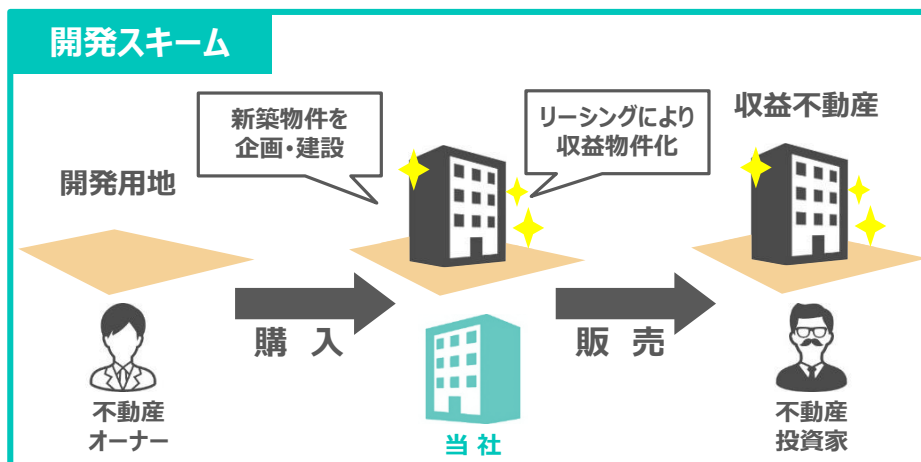
商品構成充実のため、**不動産開発事業**に取組み中

- 建設する建物の企画から当社で行う新しいスキーム(下図左)
 [これまでは、新築・中古問わず収益不動産を購入し、リーシング(賃貸募集)やリノベーションなどによるバリューアップを施し商品化して、販売するスキーム(下図右)]
- ある程度時間を要するスキームであるものの、一方で将来の在庫を用意できるため、**翌期以降の販売事業の売上の一部に目途が立つメリット**がある
- 現在は、4案件が進行しており、一部案件は24.2期後半に販売の見込み
- 23.7.31「板橋区大和町PJ」が防音マンションとして竣工
 ※詳細は23.7.31付け公表資料をご確認ください ([リンク](#))



▲ 今後完成予定の用賀PJ

	プロジェクト	時期
1	世田谷区用賀PJ	21.10 ~
2	板橋区大和町PJ	22. 5 ~
3	台東区東上野PJ	22.11 ~
4	板橋区本町PJ	23. 6 ~



成長戦略 – 新たな取組み② プレミアムマンション事業

更新

商品構成充実のため、**プレミアムマンション販売事業**に取組み中

- 需要が高いpenthouseなどの高級感あるマンションの1区画を取得、バリューアップ後に販売するスキーム

当社がこれまで培ってきた強みを活かせる事業と想定して着手

- ・リーシングの技術やリノベーションの企画力などのバリューアップ面での強み
- ・これらを短期間で実行できるスピード面での強み

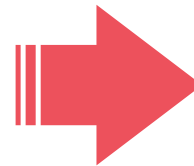
- マンションの1室をバリューアップし、住みたい方(実需)向けに販売する点で、これまでとは異なるビジネスモデル

⇔ 従前：①一棟収益不動産 ②不動産投資家向け

- 24.2期は「荒川区西日暮里」、「新宿区南榎町」、「千代田区九段北(2室)」を取得しており、3案件の販売を進めつつ、並行して別案件の取得を目指す

- 下記のようなフルリノベーションも実施

	所在地	状況
1	新宿区二十騎町	販売済み
2	豊島区駒込	販売済み
3	荒川区西日暮里	販売開始
4	新宿区南榎町	販売開始
5	千代田区九段北(2室)	販売開始



プレミアムマンション事業から横展開させ、 一般的な価格帯の区分マンション事業の取組みを開始

- 既に港区白金台の1号案件を取得しており、事業が順調に立ち上がり始めている状況
※詳細は23.9.29付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

《プレミアムマンション事業との違い》

	想定価格帯	エリア	階層	広さ	キーワード
プレミアム マンション事業	高額 (1億円～)	都心5区を 中心としたエリア	上層階	100㎡～	高級、penthouse、タワーマンション、 最上階、富裕層、パワーカップル
区分 マンション事業	一般的な価格 (4,000万円～1億円)	23区と その隣接エリア	不問	40㎡～	都心、マンション、フルリノベーション

■プレミアムマンション・区分マンション以外の取組み

- 区分マンション、1棟オフィスビル・店舗ビルなどの経験を横展開し、区分オフィスや区分店舗などの取組みも進めている

■プレミアムマンション・区分マンションにおける取組み検討

- 賃貸中区分マンションの取扱いについて検討

空室物件を購入し、保有期間中にバリューアップし販売するスキームだと、管理費や修繕積立金などのコストが増加し利益を圧迫するため、在庫リスクが抑えられる賃貸中物件を保有し、賃貸人が抜けた段階でバリューアップを行う事業を研究・検討

成長戦略 – 新たな取組み④ 不動産特定共同事業(不特法)

更新

不特法に基づく匿名組合をし、第2号案件を運用中

- グローベルス社がサービス展開している「大家どっとこむ」と協業という形で、23.8.17～22投資家の募集を実施

※詳細はこちら [\(リンク\)](#)



募集3,000万円に対し、6,888万円(達成率:229%)の応募

不動産クラウドファンディングに対する需要は引き続き高い



〈ポイント〉

- ・ 投資家の募集を「大家どっとこむ」上で実施
- ・ 当社保有の優良物件が対象不動産

〈不動産小口化商品のメリット〉

(投資家)

- ・ 優良物件への投資が可能
- ・ 少額から出資が可能
- ・ オンラインで申込～契約が可能※

(当社)

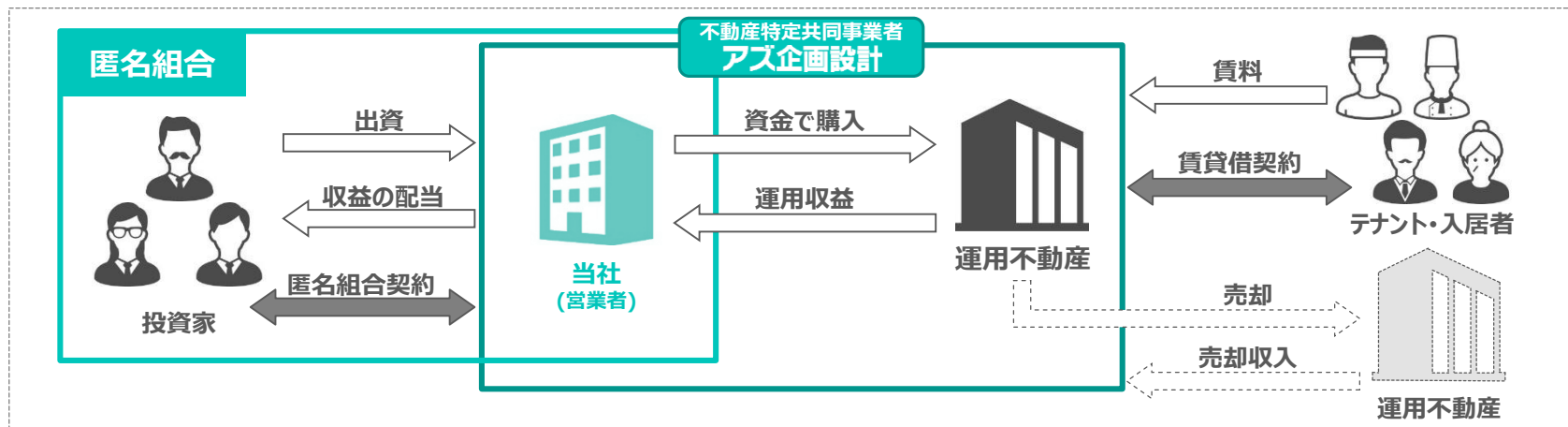
- ・ 一般投資家との関係創出
- ・ 資金調達方法の多様化

※本件の場合であり、一般的には対面契約が必要な商品もあります

- なお、第1号案件は運用を完了させ、4月末に償還を完了

- 現状は、資金調達手段の1つとしての取組みとしている

(参考) 不動産の小口化イメージ



成長戦略 – 新たな取組み⑤ 不動産エージェント制度

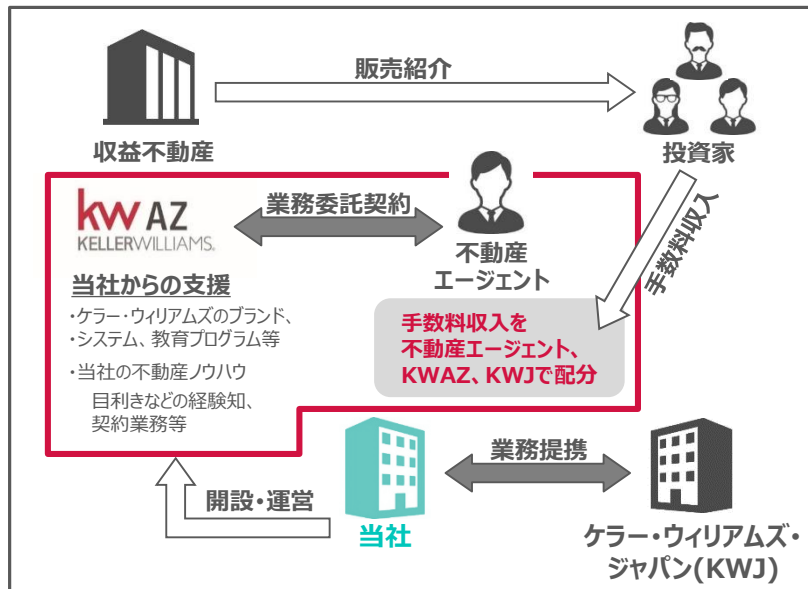
更新

20年9月より取組んできた**不動産エージェント**※制度 (KWAZ/ケラー・ウィリアムズ・アズ)も徐々に取引件数が増加してきている

※ 当社と業務委託契約を締結したフリーランスの営業職

- 不動産以外の業界出身の方も募集することで、当社では従来持ちえなかった情報ルートで新たにビジネスを創出
- 事業が軌道に乗り出したこともあり、子会社アズプランを設立し、売上の拡充・エージェントの採用を目指す
なお、エージェントの採用には東京本社の移転が十分に寄与するものと考えている
- 今後は当社の収益不動産の取得・販売の仲介等も進める

(参考) ビジネスモデルイメージ ※売買仲介の場合



■不動産エージェント

約40名(23.8時点)

建築士、社労士、行政書士、IFA
自営業(リフォーム会社、マッサージ店)
不動産オーナー、主婦 など

■実績件数

	22.2期	23.2期	24.2期(8月末時点)
賃貸仲介件数	18件	24件	11件
売買仲介件数	3件	22件	3件

成長戦略 – 新たな取組み⑥ 資金調達手段の検討

資金需要が旺盛な不動産販売事業を主要な事業とする中で、

- ・新たな資金調達的手段：**クラウドファンディング**
 - ・機動的かつ安定的な資金調達手段：**コミットメントライン・当座貸越契約**
- をそれぞれ企画・実行

■クラウドファンディング

- ・資金調達を進めるとともにPRの一環として、一般の方に広く当社を認知していただくよう取組んでいく

プラットフォーム	回数	運営会社	時期	備考
Funvest	5回	Fintertech(株)	22.1～	国内企業 第1号案件として開始
Bankers	5回	(株)バンカーズ	22.6～	上場企業はじめての取組みとして開始

※クラウドファンディングプラットフォーム運営会社が投資家を募集し、当社はその運営会社から貸付けを受ける形で調達するという点で、不特法による資金調達(P30)とは異なる

■コミットメントライン・当座貸越契約

契約時期	金融機関	金額	契約形態	備考
20.4	埼玉縣信用金庫	3億円	当座貸越契約	
21.12 23.6	千葉銀行	合計10億円	コミットメントライン契約	これまでの取引(5億円)を拡充する形で、23.6に追加で5億円の枠を設定
23.3	武蔵野銀行	9億円	当座貸越契約	
23.6	川口信用金庫	2.5億円	当座貸越契約	

- ・上記以外の金融機関ともコミットメントライン契約・当座貸越契約のような、機動的かつ安定的な資金調達を行うべく取組みを進める

成長戦略 – 新たな取組み⑦ IT投資

更新

不動産賃貸・管理事業では、オーナーや入居者・使用者の利便性向上の観点から、**オンラインに移行するニーズが高く、当社側も業務における作業量の削減が見込めるため、積極導入を進めている**

- 22年5月からは、賃貸借契約をオンラインで可能とする法整備も行われ、業界としても強い潮流
- 当社側は、作業量削減により人員配置の効率化や、営業活動増加による管理受託戸数の増加などが見込める
- 引き続き、業務効率の向上、ユーザー満足度の向上を目指してIT投資を進める

21年3月



管理システムを自社開発→パッケージソフトへ入替え

会計ソフト等との連携が可能となり、清算等の管理業務の効率がUP

21年12月



駐車場関連業務をオンライン化(申込～契約～更新)

オンラインで完結するため、利用者の利便性が向上し、さらに当該業務に関わる電話が無くなり当社側の業務効率もUP

22年2月



※ITANDI BB+シリーズの一部を選択して導入

居住・事業用管理物件を対象に、内見予約、入居申し込み、物件確認などの賃貸募集業務をオンライン化

上記同様、全てではないものの、電話でのやりとりが減少し、業務効率がUP

23年2月



新規契約および更新時の契約書類の締結をオンライン化

来店や郵送の手間を省くことができ、利用者の利便性向上と、管理業務の効率がUP

23年10月



賃貸管理事業における電話の自動振り分け・自動音声受付システム

当社への電話振り分けだけでなく、入力フォームをSMSで返送、外部のコールセンターへ接続、自動音声受付などによりたらいまわし防止、当社にとっては電話業務が整理され業務効率UP

その他の取組み① 新株予約権の発行

更新

目標設定型のスキームを利用した新株予約権を発行しており、既に第3回新株予約権については行使が完了している

※詳細は23.3.8付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

《目的》

- 十分な資金の確保により、新しい取組み(開発事業・プレミアムマンション事業)とM&Aや戦略的提携を推進し、業績向上及び株価の向上
- 本ファイナンスによる流動性の向上



上場維持基準「**流通株式時価総額10億円以上**」の達成を目指す

《概要》

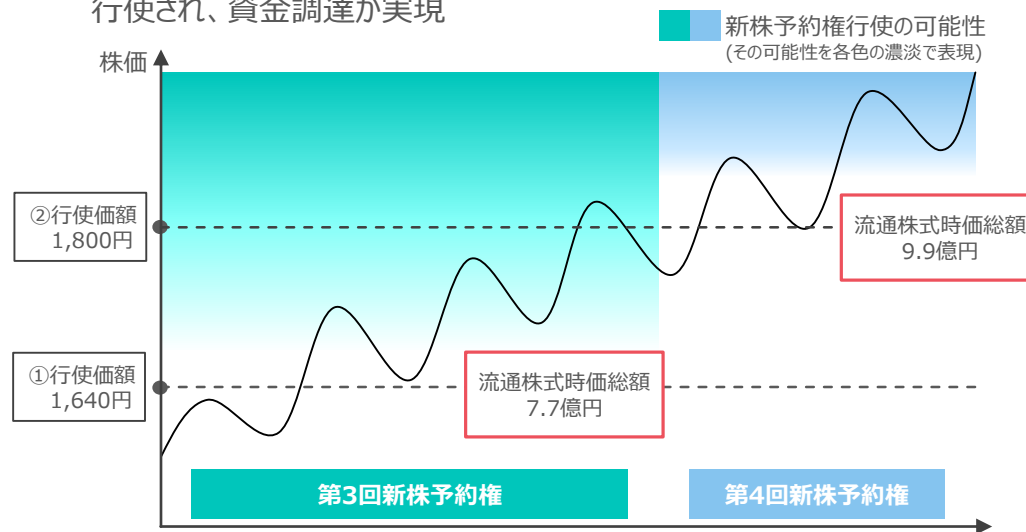
それぞれ、発行日時点株価と同等、発行日時点株価よりも高い水準で行使価額を設定

第4回新株予約権については、23.10.5時点で30,000株(38.71%)の行使が完了

	第3回新株予約権	第4回新株予約権
調達金額	約2.6億円	約1.4億円
行使価額	23.9.4付で行使完了 1,640円	1,800円
株式数	157,500株	77,500株
行使期間	23年3月27日～26年3月27日	

《行使イメージ》

当社株価が①1,640円、②1,800円を上回った場合に各新株予約権が行使され、資金調達が実現



※株価推移のグラフはイメージであり、当社株価が上記の通りに推移することをお約束するものではありません
※流通株式時価総額は各新株予約権が全て行使され、株価が行使価額であると仮定した場合の数値です

その他の取組み② IR/PRの拡充

適切な情報をタイムリーかつ積極的に公表することが企業価値の向上に資すると考えており、株主・投資家の皆様に当社のことをより深くご理解いただけるよう強化

開示の改善

発信量の増加(量)

21.2期：年間43件
→ 22.2期：76件 23.2期：83件

内容の拡充(質)

- ・適時開示に補足資料を添付するなど、訴求内容を大幅に拡充
- ・決算補足説明資料でAppendixを大幅に拡充

当社の事業に対する
理解度を上げていただくための活動

発信ツールの拡充

発信チャネルの拡充

- ・決算説明会の書き起こし(ログミーファイナンス)
- ・開示情報のメール配信サービス導入
- ・SNSの活用(X、note)



◀ 開示メール登録



◀ noteアカウント

当社のことをより多くの投資家の方に
知っていただくための活動

その他

個人投資家向け発信機会の増加

- ・決算説明会(中間、期末)の個人投資家への開放
- ・個人投資家向け説明会の実施 ※23.6.17(土)登壇、23.8.19(土)登壇

外部レポート

- ・インベストメントブリッジ社がアナリストレポートを公開 ([リンク](#))

その他24.2期での取組み(完了)① 東京本社の移転

更新

東京本社の移転で交流強化による業績拡大を目指す

《目的と施策》

① 多くの方に来ていただけるオフィスづくりで、社外の方(お客様やお取引先)とのコミュニケーションを活性化させ、業績拡大を目指す



- ・ JR『東京駅』丸の内北口地下通路直結、東京メトロ『大手町駅』直結と視認性・アクセスの良い建物
- ・ 気軽にご来社いただけるよう来客スペースを拡充・充実

② 社員同士のコミュニケーションを活性化させ、相互理解を深めることで会社が一体となり、事業成長を目指せるようになる



- ・ 2フロアに分かれていた東京本社を1フロアに集約
- ・ 新たにフリーアドレスのデスク配置を導入

※移転に伴いSDGsに配慮した移転方法を企画しました

①既存什器の再利用・寄付 ②FSC®認証家具の導入 ③最小限の造作

※詳細は23.9.1付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

〈来客スペース(カフェラウンジ)〉



▲ アズサロンの様子



〈会議室〉



〈エントランス〉



【新東京本社】

新丸の内センタービルディング 17階
(東京都千代田区丸の内1-6-2)

〈アクセス〉

- ・ JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分
(地下通路より直結)
- ・ 東京メトロ「大手町駅」直結(B2b出口)

その他24.2期での取組み(完了)② 東北ビジネスホテル

ビジネスホテルとしての役割を終えたホテルを新たな方法で再活用

- 震災から10年が経過し、各施設が当初の役割を遂行した一方で、当社は各施設を再活用することで、地域活性化への貢献が可能と考え、再活用の方法を検討・実行

1 旧：アイルーム南三陸 1階部分

→ コールセンターとして転用し、地元雇用創出へ貢献

2 旧：アイルーム南三陸 2・3階部分

→ 南三陸町の地域活性化への取組みに協力し、宮城県南三陸高校の全国募集開始を後押しする形で、学生寮として移転させる工事を実施(23.2竣工)

- ・地域の役に立てる方法で建物を転用
- ・同時に、その需要により収益の発生する物件に変更

3 旧：アイルーム高田竹駒・釜石鶴住居・大槌

- ・自社で活用できる企業へ譲渡
- ・23年5月時点で解体・移設・引渡しも完了している

▼ 旧：アイルーム南三陸



分割



移設



2・3階部分を
2階建ての
建物として移設



4. 株主還元

配当政策

より多くの投資家の方に当社への投資魅力を訴求することを目的に、 配当について、より機動的に検討する

【従来】自己資本比率30%以上で配当検討



方針を変更し、業績に基づき、配当をより機動的に検討する

〈背景〉

- ①業績の安定化・発展を目指す上で、在庫確保を優先させる必要があり、自己資本が潤沢になるまでは期末の自己資本比率が低下する
- ②株主還元が重要な経営課題であるという認識のもと、上場から5年が経過したことなども鑑み、配当を本格的に検討するべきだという認識から

〈期末在庫と自己資本比率の関係〉

	今後の当社の方向性		(参考)直近5年間の実績 (単位:百万円)				
			19.2期	20.2期	21.2期	22.2期	23.2期
期末在庫	多	少	2,993	3,035	1,750	758	4,545
借入金 総資産	大	小	—	—	—	—	—
自己資本比率	低	高	23.1%	22.1%	27.5%	24.6%	16.3%
翌期の 事業発展性	◎	△	○	○	△	△	◎
備考	自己資本比率は低い が、翌期在庫が潤沢で 翌期売上高に期待ができる	自己資本比率は高い が、翌期在庫が少なく、 翌期売上高を伸ばしづらい					

株主優待

より多くの投資家の方に当社への投資魅力を訴求することを目的に、
前期(23.2期)より、**株主優待制度の内容を変更**

中間(8月末)、期末(2月末)時点で100株以上保有の株主様向けにそれぞれ3,000円分のQUOカードを贈呈

① 商品の変更



② 回数の変更



③ ポイント付与→贈呈額面の変更

保有株式数	付与ポイント	
	初年度	2年目以降※
100~199株	2,000ポイント	2,200ポイント
200~299株	3,000ポイント	3,300ポイント
300~499株	5,000ポイント	5,500ポイント
500~699株	10,000ポイント	11,000ポイント
700~799株	12,000ポイント	13,200ポイント
800~999株	15,000ポイント	16,500ポイント
1,000株以上	20,000ポイント	22,000ポイント



保有株数	額面	
	中間(8月末)	期末(2月末)
100株以上	3,000円	3,000円
	〔 年合計 6,000円 〕	

《参考》

23.8.31時点の当社株価：2,274円
年間贈呈QUOカード：合計6,000円分
想定優待利回り：約2.64%(通期)

※100株保有の場合

※2年以上保有(2月末日現在の株主名簿に同一株主番号で連続2回以上記載されること)

5. Appendix

会社概要

社名 株式会社アズ企画設計

所在地 東京本社：東京都千代田区丸の内1-6-2
新丸の内センタービルディング17階

埼玉本店：埼玉県川口市戸塚2-12-20

設立 1989年4月26日

証券コード 東証スタンダード市場 3490 (2018年3月29日上場)

従業員数 55名 (うち臨時雇用12名) 2023年2月末時点

役員 松本 俊人 小尾 誠 河合 洋将 惠 実幸 相馬 剛
鳥羽 徹三 中村 勝典 大山 亨 裕田 由貴

空室のない元気な街を創る

“AからZまで
幅広いニーズに応えられる企業でありたい”

そんな松本の想いで始まった会社がアズ企画設計です。

東川口という土地から、地域密着の不動産会社として、スタートしました。
人をハッピーにするのが好きな松本は、地域のオーナー様から受けたお困りごとをなんでも引き受けてきて、地域密着不動産会社の土台を築きました。

営業エリアが広がった現在でも、「AからZまで幅広いニーズに応え、人をハッピーにしたい」という根底は変わりません。

「空室が多い物件＝価値の下がった物件」を蘇らせること。
一つ一つの物件にストーリーを持たせること。
物件に関わる人たちの人生を豊かにすること。
それが、私たちアズ企画設計の仕事です。

代表者紹介



代表取締役 松本 俊人

東京都渋谷区生まれ

仕事のモットーは「出会いが人をつくる」

実家は渋谷区神宮前でうなぎ屋を経営。学生時代に、父親が所有する不動産の管理を手伝い、「トラブル物件」の対応に関わったことが、不動産業に興味を抱ききっかけとなる。

中央大学を卒業後は、大手外食チェーンの和食レストランにて飲食経営を学ぶ。弟が実家を継ぐこととなってからは、大学時代に学んだ会計知識を活かそうと考え、経理職の募集のあった不動産会社へ転職。

幼い頃から“人を巻き込んで楽しいことをし、周囲をハッピーにすることが得意”であったこともあり、一から自分の道を進もうと起業を決意。バブル崩壊から2年ほど経った頃で、経済は不況の真っ只中であったが、そんな街を「元気」にしたいという強い想いのもと、不動産業として「アズ企画設計」をつくり上げた。

当初は自宅を本社として売買仲介をメインに行っていたが、その後賃貸管理を視野に入れて東川口に店舗を構え、賃貸や売買のみならず、貸しコンテナ事業やビジネスホテル事業など多岐に渡る事業展開で規模を拡大させてきた。また、当時は不動産会社としては珍しかったオリジナルキャラクター「ハウスクン」をはじめいくつかのキャラクターを商標登録。地域情報誌「ハウスクン通信」を発行するなど、ユニークな経営戦略で地域密着型ビジネスを展開。

東京本社(千代田区)を中心とした不動産販売事業の急成長で、2018年3月にJASDAQに上場。現在は、東京本社・本店(東川口)で事業を展開し、「空室のない元気な街を創る」という企業理念のもと、さらなる成長を目指す。

アズ企画設計の歴史

1989.4

東京都渋谷区にて
会社設立

1993.5

- ・アズ企画設計に社名変更
- ・不動産関連事業の開始
- ・埼玉県川口市へ移転

松本の妻が川口市の
教員であったため、
会社もこの地でスタート

都心の案件が
増加し、業容拡大

事業拡大に伴い、
広いオフィスへ移転

2016.12
東京支社を移転

2015.3
東京支社を開設
(販売事業の本格開始)

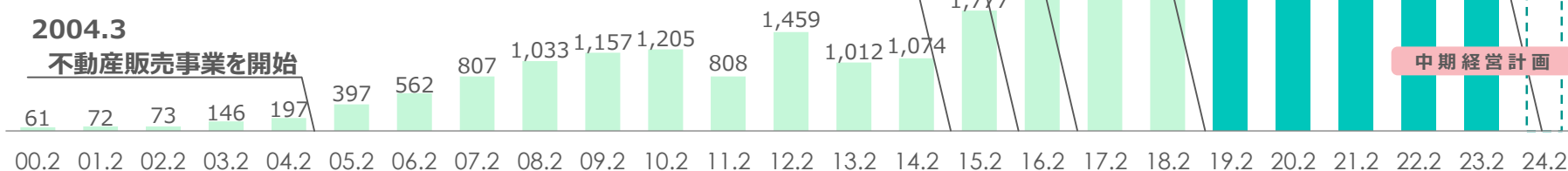
新社屋完成
(現在の埼玉本店)

2015.1
本店を移転

2014.11
東北復興作業員向け
ビジネスホテル運営開始

作業員向け宿泊施設の不足が復興の
ボトルネックとなっているとの考えからスタート

2004.3
不動産販売事業を開始



2018.3
JASDAQ上場



更なる事業拡大を狙う

2023.8
東京本社を移転

中期経営計画

事業内容(1) 3つのコア事業

新規

『アズ(AZ)』という社名の由来である“AからZまで、幅広いニーズに応えられる企業でありたい”という想いのもと、不動産に関する様々な悩みごとや困りごとを解決できるよう大きく3つの不動産ビジネスを展開

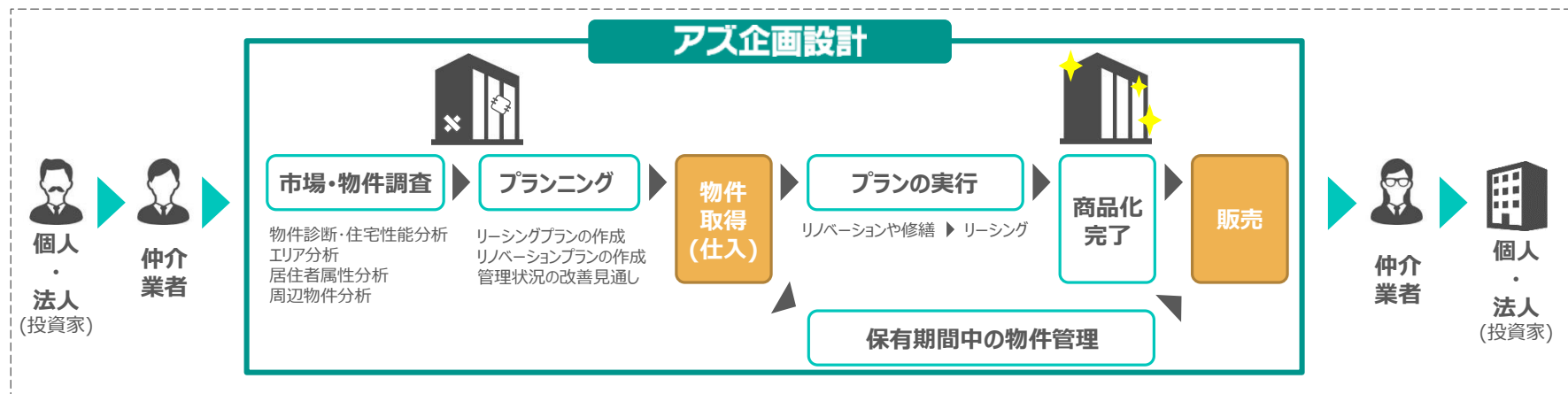
	不動産 販売事業	不動産 賃貸事業	不動産 管理事業
売上構成比 23.2期 売上実績より	売上構成比93%以上の当社の主要事業。 2015年頃から取組みを開始。	売上構成比5%弱であり、創業期より取組んでいる事業。	売上構成比2%程度であり、創業期より取組んでいる事業。
概要	収益不動産を取得し、リノベーションによるバリューアップやリーシング(賃貸募集)により、稼働や利回りを向上させ、不動産投資家へ販売。	リニューアルにより収益改善が見込める不動産を所有者から借受け、賃貸事業(サブリース)を行う。	不動産所有者に対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供。
今後の展開	成長ドライバーとして見込み、新たな取組みも積極的に進める。	安定収入源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい	安定収益源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい
収益特性	フロー収益	ストック収益	ストック収益
主な顧客	不動産投資家、黒字企業	不動産オーナー、地主	不動産オーナー、地主

事業内容(2) 不動産販売事業

不動産販売事業 ～不動産の収益性を追求し、資産価値を高める～

- 収益不動産を取得し、リノベーションや大規模修繕によるバリューアップやリーシング(入居者募集)を施し、稼働状況を向上させ、投資家の求める資産性・利回りを実現し、不動産投資家へ販売する。

〈販売事業のビジネスフロー〉



〈ポイント〉

エリアや価格帯を加味した資産性の目利きと、販売時に投資家が「どのような目線であればその物件に投資したくなるか」というストーリーづくりに基づき、取得(仕入)判断している



〈営業戦略〉

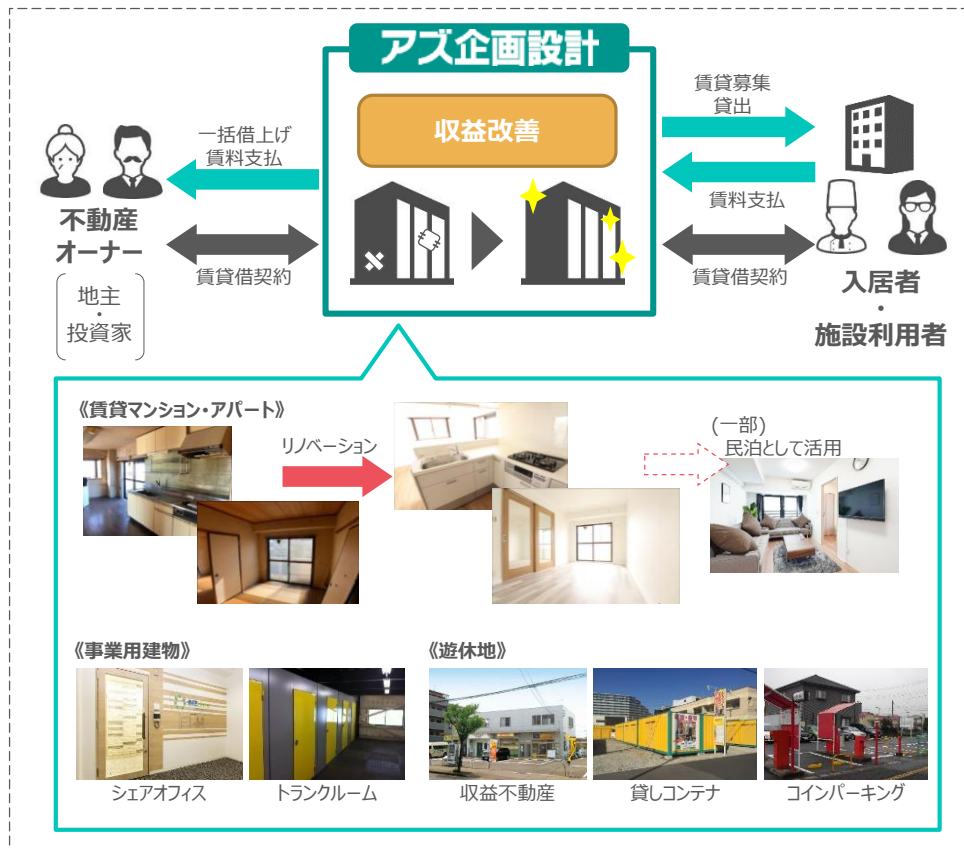
- ①価格帯の向上
- ②商品種別の多様化

事業内容(3) 不動産賃貸事業

不動産賃貸事業 ～空室・低収益・遊休地を再生し、地域社会を活性化する～

- リニューアルにより収益改善が見込める不動産をオーナーから借受け、賃貸事業(サブリース)を行う。
- 不動産販売事業で取得した収益不動産について、保有期間中の管理は当社で行い、賃料収入を得ている。

〈賃貸事業のビジネスフロー〉



〈ポイント〉

- ・オーナーにとっては、当社が一括借上げすることで賃料収入が安定する
- ・当社としては、「収益改善」により賃料収入UPや稼働率UPによる収入増が見込める
- ・また、良質な不動産を増やすことで地域社会への貢献を図ることができる

事業内容(4) 不動産管理事業

不動産管理事業 ～資産価値と建物品質の継続的維持を目指す～

- 不動産オーナーに対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供している。
- また、建物管理の一環として、原状回復工事やリフォーム工事等のサービス、その他24時間緊急サービスや賃貸用不動産向け火災保険などの付帯サービスも提供している。
- 不動産販売事業で収益不動産を購入いただいた方の意向によっては、そのまま当社で管理サービスを提供している。現状3～4割程度の割合で管理受託をいただいております、ストック収入の源泉である管理受託戸数の増加に貢献している。

〈管理事業の提供サービス〉

ハード面の管理

- ・修繕、原状回復工事
- ・美観維持、清掃管理
- ・法定点検
- ・設備保守
- ・修理計画 提案・実施

ソフト面の管理

- ・賃料回収
- ・入居者募集業務
- ・解約業務、更新業務
- ・契約業務、付帯商品販売
- ・滞納督促、クレーム対応

〈ポイント〉

- ・入居者には「快適な暮らし」を提供する
- ・オーナーには不動産賃貸経営の「安心経営」を提供する



〈営業戦略〉

管理受託戸数の獲得(増加)による
収益の確保

当社の特色(1)

更新

ハウスくん・ハウスくん通信

- 『ハウスくん』は、アズ企画設計のオリジナルキャラクター。企業理念に基づき、「皆様のお役に立ち、皆様が元気になれるように」という想いから松本が考案。(イラスト：いまいずみひろみ氏)
- 広報誌「ハウスくん通信」は、漫画「かいけつハウスくん」や不動産関連の記事、社員インタビュー、時には不動産以外の記事も交え、周辺地域の方だけでなく多くの方に、20年以上にわたり親しまれている。
- 23年3月よりnoteで投稿開始。



▲noteアカウント



22年11月には
100号を発行！

負けず嫌いの頑張り屋さん。
どんなことでも挑戦します！
年中夢求、お客様を笑顔に
することがモットー！



アズサロン

- 松本の「出会いが人をつくる」というモットーが形となったイベント。不動産業界関係者(不動産業者や金融機関、土業の方)にお集まりいただき、情報交換会を開催。

(～20年2月)

毎月1回、100名以上、旧東京支社2階会議室



(20年4月～)
毎月1回、Zoomにて
オンライン開催

(22年5月～)月3回店舗にて開催



(23年9月～)

月4回、40名程度、新東京本社カフェラウンジにて開催



当社の特色(2)

「アヴェントゥーラ川口」への支援

- 当社は地元サッカー団体「アヴェントゥーラ川口」のメインスポンサーです

アヴェントゥーラ川口は、『目指せ！！川口市からJリーグへ！』をスローガンに、
現在関東リーグ2部に所属しているチームです **(2023年シーズン：4位)**

当社は、Jリーグ昇格を目指すチームのメインスポンサーとして、川口市のスポーツを通じて
街の活性化を全社員でサポートしています















また、アヴェントゥーラ川口に所属する選手のうち数名は当社の社員でもあり、
サッカー選手と会社員の2足のわらじで活躍しています



Aventura
KAWAGUCHI

サステナビリティへの取り組み

21年11月に公表した「サステナビリティ基本方針」に則り、持続可能な社会への貢献を目指す

取組み課題	関連するSDGs	▼具体的な事例(一部抜粋)	直近取組み事例	
不動産事業を通じた取組み	住みやすい居住空間づくり 住み続けられるまちづくり 不動産の再生活用	  	<ul style="list-style-type: none"> 物件のリノベーションにより、“住み続けられる”物件づくりという点で本業の不動産事業から持続可能な社会実現へ貢献 	宮城県本吉郡南三陸町と地域活性化を目的とした協定の締結 22.2.1 →(23.2.17)当社が保有していたホテルを分割・移設することで宮城県南三陸高校の学生寮として再活用
社会への取組み	多様性の尊重と調和 生涯学習の促進 健康と安全 地域との共生	      	<ul style="list-style-type: none"> 不動産エージェン制度により、様々なバックグラウンドの人材が最大限のポテンシャルを発揮できる環境を整備 地元サッカー団体「アヴェントゥーラ川口」へのスポンサー支援 宮城県南三陸町との地域活性化に向けた連携協定 地域情報誌「ハウスくん通信」の発行・配布 	「ぐんぎんSDGs私募債」発行及び群馬銀行を通じて東京コミュニティ財団への寄付実施 22.2.4 「むさしのSDGs私募債『みらいのちから』」発行及び武蔵野銀行を通じてアヴェントゥーラ川口への寄付実施 23.4.13 本社移転に伴いSDGsに配慮した手段を実施 23.8.28 <ol style="list-style-type: none"> 既存什器の再利用・寄付 FSC®認証家具の導入 最小限の造作
環境への取組み	環境への負担を軽減	 	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラルを目指すべく、秩父新電力の『ちちぶRE100』を埼玉本店で導入 	
事業を支えるガバナンス・コンプライアンス	持続可能な成長を実現するガバナンス体制の維持・強化	 	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス・コードへの積極対応 	



▲当社web
サステナビリティページ

本資料は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。実際の投資に際しては、ご自身の判断と責任において行われますようお願いいたします。なお、本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基づき、当社が判断した内容であり、潜在的リスクおよび不確実性が含まれております。これらの目標や予想の達成および将来の業績を証するものではありません。これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。本資料公表時点において、金融商品取引法に基づく財務諸表の監査手続きは完了しておりません。本資料の掲載情報に基づく利用者の判断又は行動の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。いかなる目的であれ、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

IRメール配信サービス

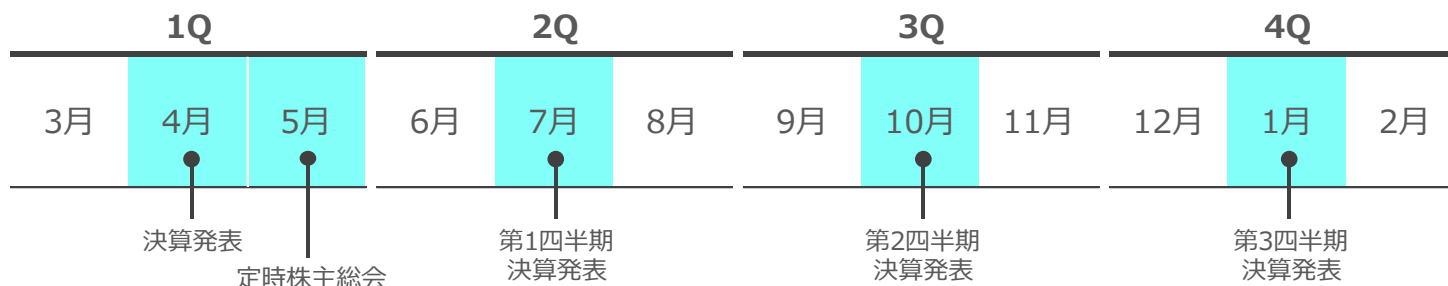
IRやプレスリリースを当社が公表した際、メールにてリアルタイムで内容を受け取ることができます。下記URLより是非ご登録下さい。

<https://www.azplan.co.jp/irinfo/irmailedelivery/>



IRスケジュール

2Qと本決算発表の際には決算説明会の実施(説明会はオンラインで個人投資家向けにも開放)



株式会社アズ企画設計(東証スタンダード3490)

IRについてのお問い合わせ

サイトから問い合わせ：<https://www.azplan.co.jp/contact/>

もしくは、ir_information@azplan.co.jp メール

※お電話でのお問い合わせは受付けておりません



▲問い合わせサイト



▲メールアドレス