



## 2023年9月期 決算説明資料

**株式会社キャンディル**

証券コード：1446

2023.11.14

- 01 ハイライト
- 02 FY2023.9 決算概要 / TOPICS
- 03 FY2024.9 業績予想
- 04 今後の方針
- 05 Appendix

FY2023.9  
業績ハイライト

売上高 **12,309** 百万円  
YoY **109.2%**

営業利益 **452** 百万円  
YoY **134.1%**

通期の連結業績は、**増収増益**

売上高

全サービスで増収  
特に、住環境向け建築サービス、商環境向け建築サービスの好調継続が全体の売上高を牽引

営業利益

住環境向け建築サービスと商環境向け建築サービスの案件増加と  
ITインフラ整備などの投資による、業務効率の改善効果が営業利益の押し上げ要因となり大幅増益

FY2024.9  
予想

業績予想

全サービス堅調予測で、過去最高 売上高、営業利益を計画

配当予想

増配予定 中間・期末とも前期(FY2023.9)から1円増配し、1株当たり4円の配当を予定(年間配当8円)

| 02 FY2023.9 決算概要 / TOPICS

## FY2023.9 連結業績

売上高、各段階利益いずれも前期に比べ伸長、2023年8月に修正した業績予想よりも上振れて着地

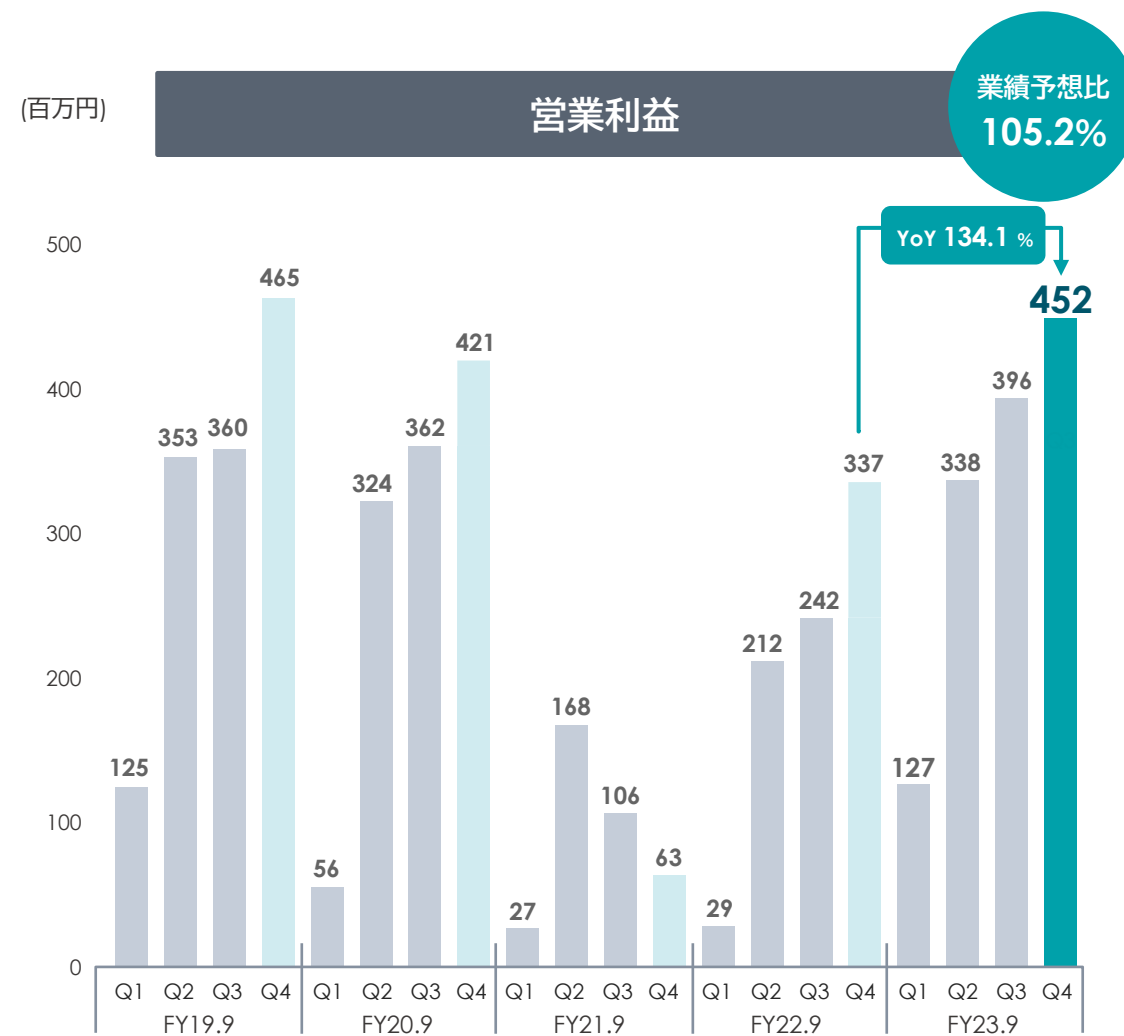
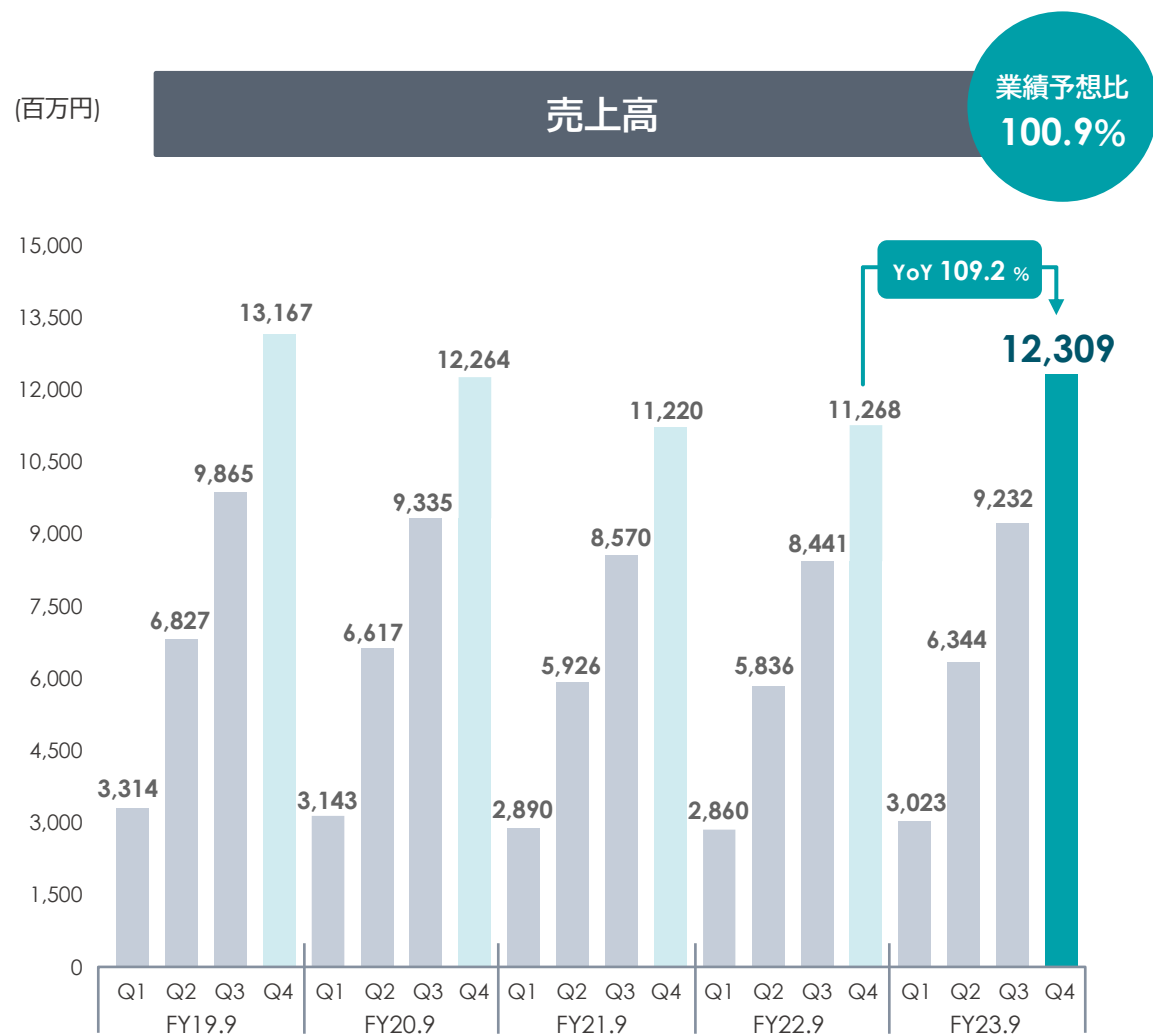
(百万円)	FY2022.9	FY2023.9	増減額	YoY	通期業績予想 (修正後)	業績予想比
売上高	<b>11,268</b>	<b>12,309</b>	<b>+1,040</b>	<b>109.2%</b>	<b>12,200</b>	<b>100.9%</b>
リペアサービス	4,185	4,338	+153	103.7%	4,363	99.4%
住環境向け建築サービス ※1	3,028	3,468	+439	114.5%	3,389	102.3%
商環境向け建築サービス	3,452	3,862	+409	111.9%	3,816	101.2%
商材販売	601	639	+38	106.4%	630	101.6%
売上総利益	<b>4,095</b>	<b>4,441</b>	<b>+345</b>	<b>108.4%</b>	—	—
売上総利益率	36.3%	36.1%	—	▲0.2pt	—	—
販売管理費	<b>3,757</b>	<b>3,988</b>	<b>+230</b>	<b>106.1%</b>	—	—
営業利益	<b>337</b>	<b>452</b>	<b>+115</b>	<b>134.1%</b>	<b>430</b>	<b>105.2%</b>
営業利益率	3.0%	3.7%	—	+0.7pt	—	—
経常利益	<b>303</b> ※2	<b>441</b>	<b>+137</b>	<b>145.4%</b>	<b>425</b>	<b>103.9%</b>
当期純利益	<b>105</b>	<b>224</b>	<b>+119</b>	<b>212.8%</b>	<b>210</b>	<b>106.9%</b>
のれん償却前当期純利益	<b>297</b>	<b>416</b>	<b>+119</b>	<b>140.0%</b>	<b>402</b>	<b>103.6%</b>
ROE	<b>3.7%</b>	<b>8.6%</b>	—	<b>+4.9pt</b>	<b>8.1%</b>	<b>+0.5pt</b>

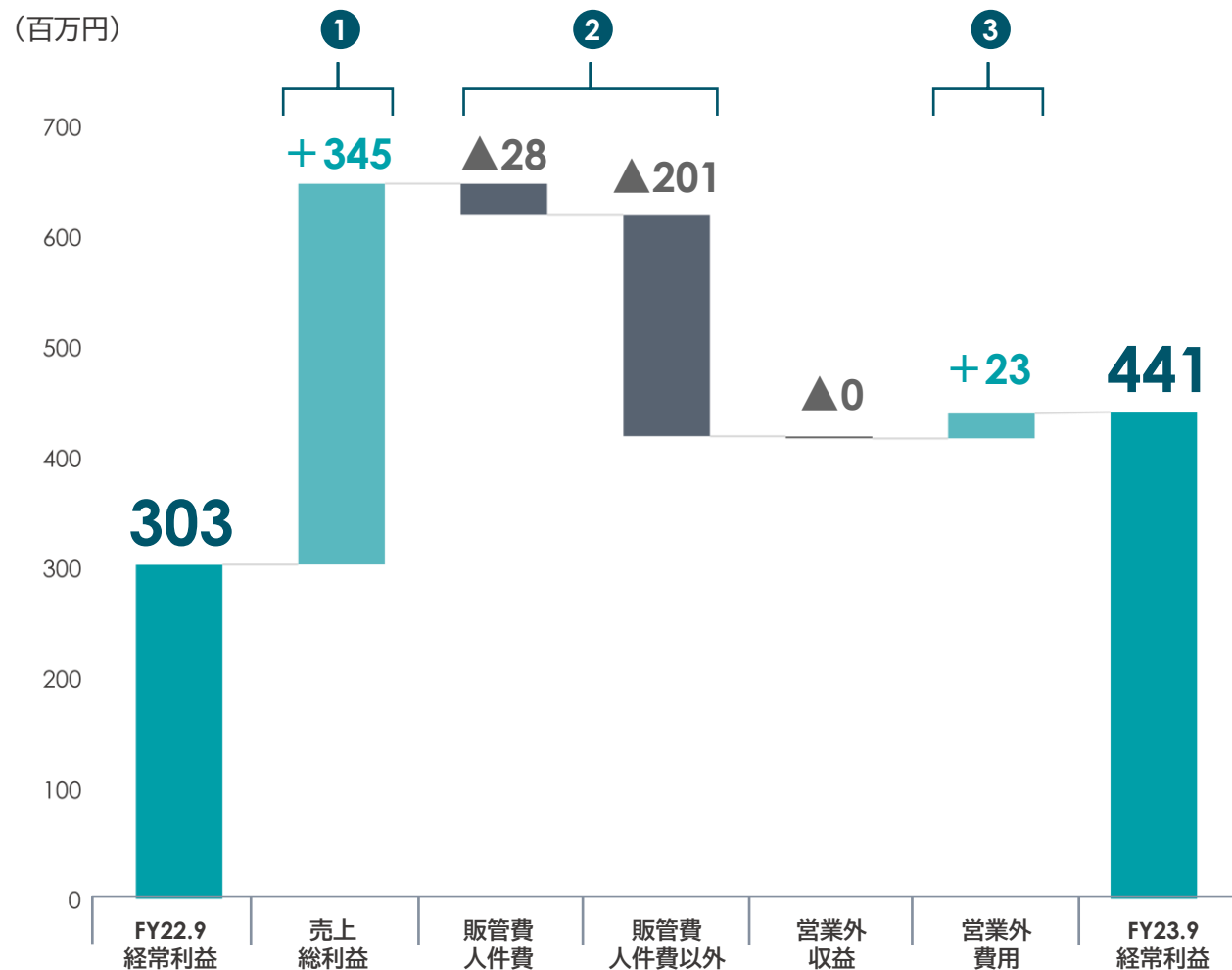
※1：2023年9月期より「抗ウイルス抗菌サービス」は「住環境向け建築サービス」に区分変更しています（抗ウイルス抗菌は住環境に含みます）なお、前期数値も当該変更後の数値とし、前期比を算出しています

※2：子会社の株式会社キャンディルデザインが運営する、オンラインショップへの不正アクセスによる個人情報漏洩（2021年7月20日開示）における損害賠償金を営業外費用として計上しています

# 売上高・営業利益の推移と進捗率

売上高、営業利益ともに回復傾向





## 主な増減要因

### ① 売上総利益

住環境向け建築サービス、商環境向け建築サービスの好調継続により増加

### ② 販管費

[人件費] +28百万円  
人員増、待遇改善による給与の増加や、業績連動による賞与の増加など

[人件費以外] +201百万円  
コロナ禍明けの実営業活動量が増加、採用費やITインフラの整備などへの投資

### ③ 営業外費用

子会社の個人情報漏における損害賠償金を前期に計上していたが今期は計上なし ※1

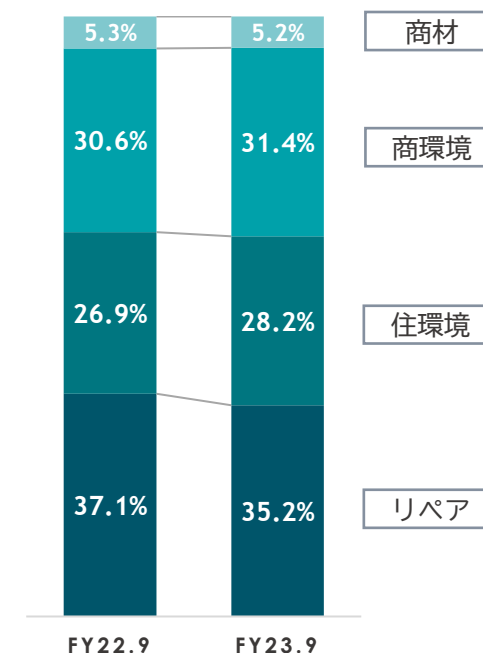
※1：前期（2022年9月期）では、子会社の株式会社キャンディルデザインが運営する、オンラインショップへの不正アクセスによる個人情報漏洩(2021年7月20日開示)における損害賠償金を営業外費用に計上しています

## サービス区分別 売上高

- ・住環境向け建築サービスは、定期点検の着実な積み上げ、水まわりコーティング案件の好調継続により、過去最高を更新
- ・商環境向け建築サービスは、商環境市場の内装工事需要を着実に取り込み、増収
- ・リペアサービスは、「戸建向け」「集合住宅向け」ともに堅調に推移し、増収

(百万円)	FY2022.9	FY2023.9	増減額	YoY	通期 業績予想 (修正後)	業績 予想比
売上高	11,268	12,309	+1,040	109.2%	12,200	100.9%
リペアサービス	4,185	4,338	+153	103.7%	4,363	99.4%
住環境向け 建築サービス ※1	3,028	<span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">過去 最高</span> 3,468	+439	114.5%	3,389	102.3%
商環境向け 建築サービス	3,452	3,862	+409	111.9%	3,816	101.2%
商材販売	601	639	+38	106.4%	630	101.6%

サービス区分別売上高の構成比



※1：2023年9月期より「抗ウイルス抗菌サービス」は「住環境向け建築サービス」に区分変更しています（抗ウイルス抗菌は住環境に含まれます）なお、前年同期も当該変更後の数値とし、前期比を算出しています



# サービス別状況：リペアサービス

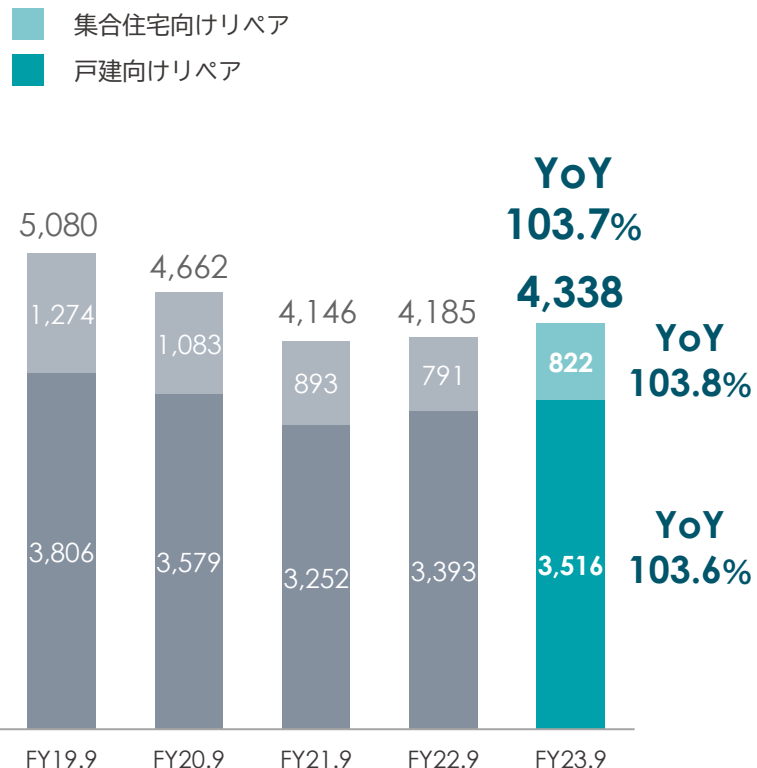
## 戸建向け

新設住宅着工戸数は前年同期で減少傾向(※1)にあり影響を受けつつも、受注件数、単価ともに前期並みで推移

## 集合住宅向け

高単価案件の獲得に注力、価格施策が奏功し、生産性は改善したが延べ人工数は前期を下回った

### 売上高の推移 (百万円)

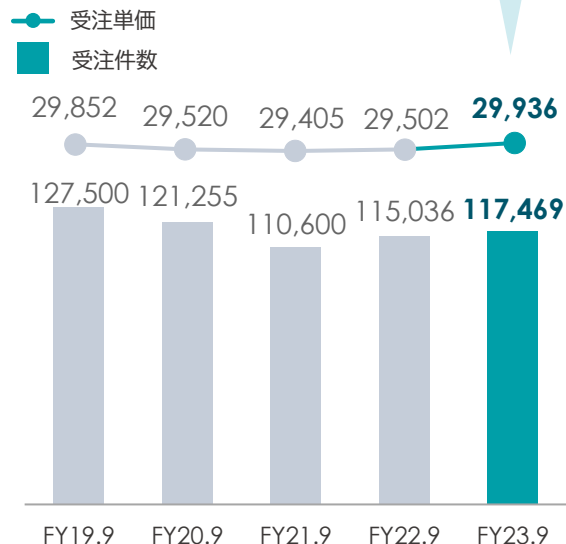


### 主要KPI

#### 戸建向けリペア

受注単価 YoY 101.5%

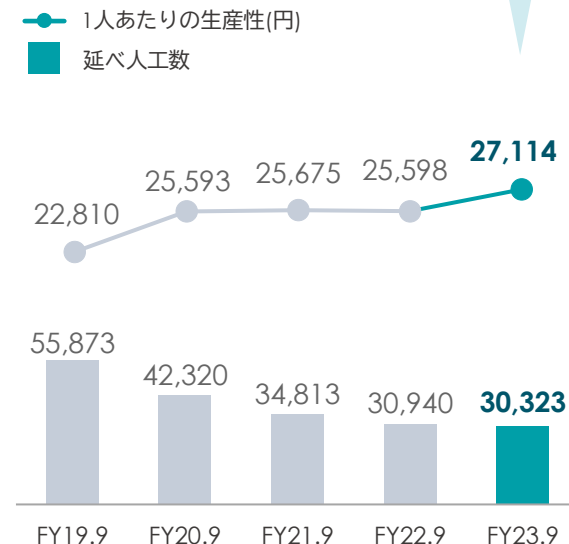
受注件数 YoY 102.1%



#### 集合住宅向けリペア

1人当たりの生産性 YoY 105.9%

延べ人工数 YoY 98.0%



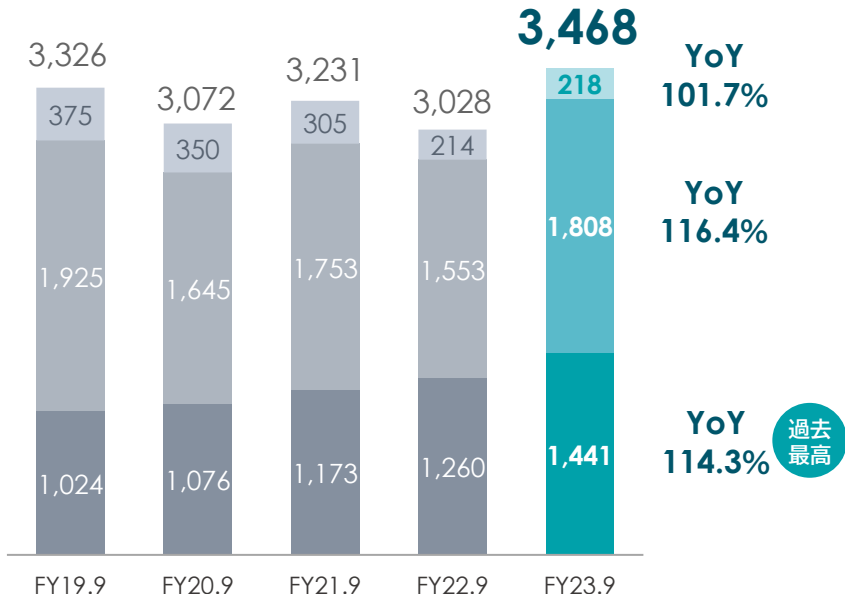
※1：新設住宅着工戸数 戸建住宅建築期間（着工から竣工までの平均6カ月前）を考慮した前年同期比（2022年4月～2023年3月）92.3%（出典：国土交通省） / マンション建築期間（着工から竣工までの平均12カ月前）を考慮した前年同期比（2021年10月～2022年9月）104.7%（出典：国土交通省）

# サービス別状況：住環境向け建築サービス

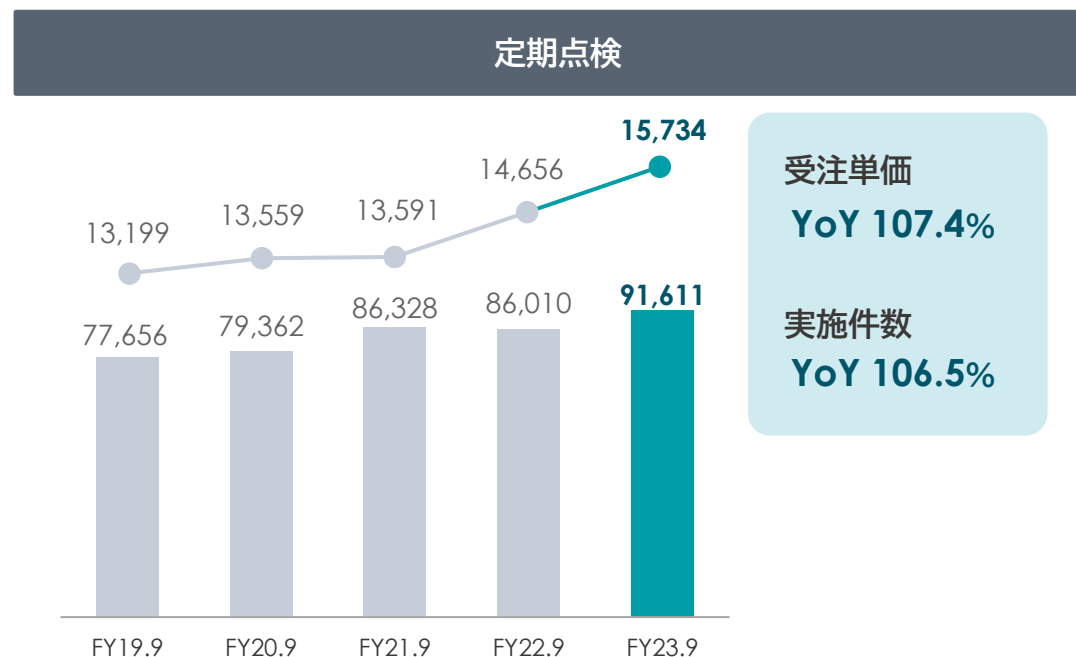
- ・定期点検の契約社数の遡増や、契約単価が依然として上昇傾向で推移
- ・サカイ引越センターとの資本業務提携効果などにより増加傾向にある「水まわりコーティング案件」を着実に積み上げ、住環境向け建築サービス全体の売上高は、過去最高を更新し、成長回帰へ

## 売上高の推移 (百万円)

- リフィット(リコール対応)
- ※1 小型修繕・各種施工・検査・コーティング
- 定期点検



## 主要KPI



受注単価  
YoY 107.4%

実施件数  
YoY 106.5%

累積管理戸数  
FY2023.9

**552,483**戸

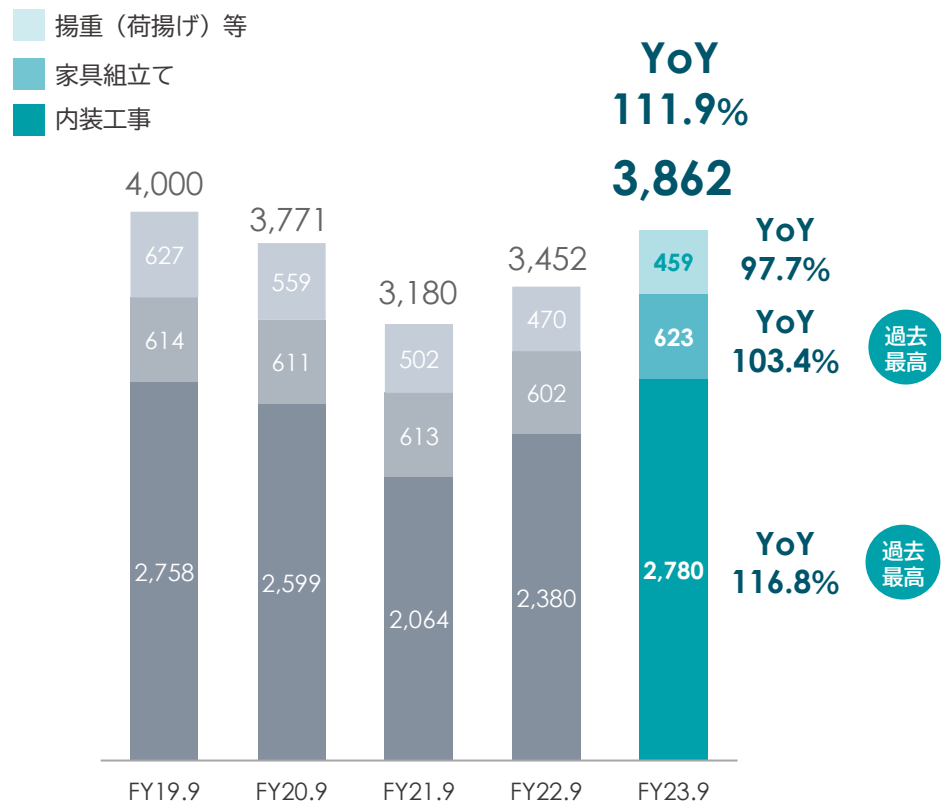
前期比111.6%で  
順調に推移

※1：2023年9月期より「抗ウイルス抗菌サービス」は「住環境向け建築サービス」に区分変更しています（抗ウイルス抗菌は住環境に含まれます）なお、FY2021.9、FY2022.9も当該変更後の数値とし、前期比を算出しています

# サービス別状況：商環境向け建築サービス

- ・回復を強めている商環境市場の内装工事需要の着実な取り込みや、店舗などの小型工事、メンテナンス案件が増加し、商環境向け建築サービス全体の売上高が伸長
- ・商環境向け建築サービス全体の売上高はFY2021.9を底に回復傾向を強めており、内装工事と家具組立ての売上高は、過去最高を更新

## 売上高の推移 (百万円)



## 内装工事の案件規模別売上高

(百万円)	FY2022.9	FY2023.9	増減額	YoY
売上高	2,380	<b>2,780</b>	+400	116.8%
大型 1,000万円以上	602	<b>752</b>	+149	124.8%
中型 500~1,000万円未満	333	<b>295</b>	▲38	88.6%
小型 500万円未満	1,444	<b>1,732</b>	+288	120.0%

# 取引先上位 20 社

	リペア サービス	住環境向け 建築サービス	商環境向け 建築サービス	商材販売	主な取引内容	Q3 時点での 順位
1 一建設株式会社	●	●		●	検査／リペア 定期点検／点検後のメンテナンス お手入れキットの販売	1
2 イケア・ジャパン株式会社			●		家具組立て（全店舗）	2
3 株式会社エムクリエイツ			●	●	店舗・商業施設内装工事／メンテナンス	3
4 株式会社総合デザイン			●		ホテル・オフィス・商業施設内装工事	4
5 株式会社サカイ引越センター	●	●	●		コーティング／リペア／内装工事	5
6 株式会社一条工務店	●	●		●	検査／リペア 定期点検／リペア商材の販売	6
7 株式会社アイ工務店	●	●			リペア／定期点検 点検後のメンテナンス／抗ウイルス抗菌	7
8 株式会社丹青社	●		●		店舗内装工事／リペア	8
9 株式会社ハンディ・クラウン				●	リペア商材の販売	9
10 アイリスチトセ株式会社			●		オフィス内装工事	10

## 上位11～20位

タクトホーム株式会社 / 株式会社乃村工藝社 / YKK AP株式会社 / 清水建設株式会社 / パナソニックホームズ株式会社 / 前田建設工業株式会社  
株式会社竹中工務店 / 住友不動産株式会社 / 大東建託株式会社 / 株式会社オカムラ

# 施工体制の方針 と 自社技術者数・協力業者数の推移

## 方針

### 採用強化と多様な労働力の確保

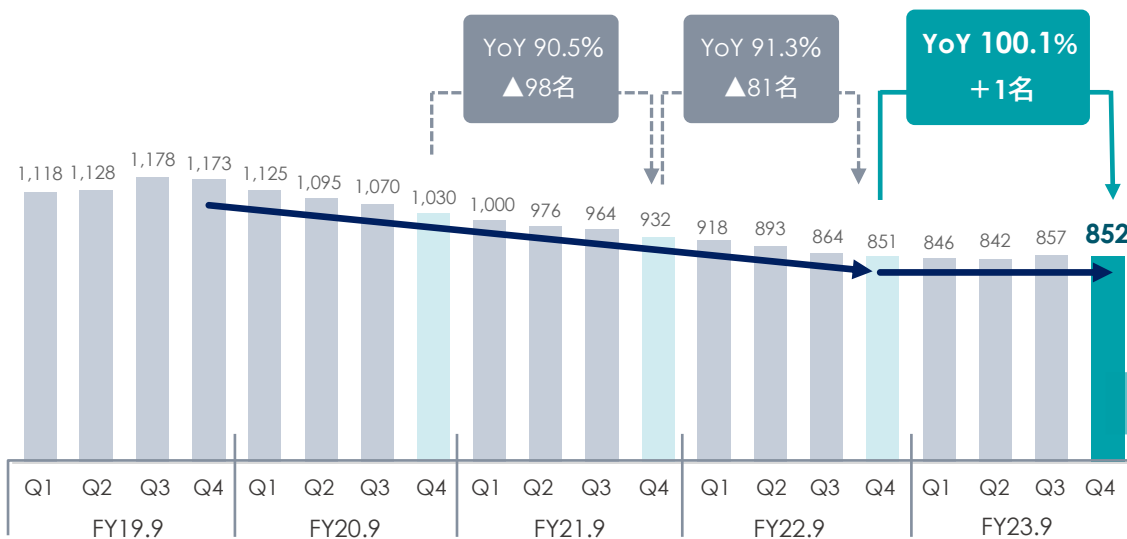
- ・ 自社技術者と外部戦力(協力業者・FC加盟店・アライアンス先)の全方向で拡大
- ・ 自社技術者を現場管理者へと育成し、品質管理レベルを維持
- ・ リテンション施策の推進

退職と独立支援による協力業者への移行などで、自社技術者は前期と比べ純増1名となったが、協力業者は順調に増加しており、労働力全体としては増加傾向

#### 自社技術者数の推移

##### ■ 自社技術者 (名)

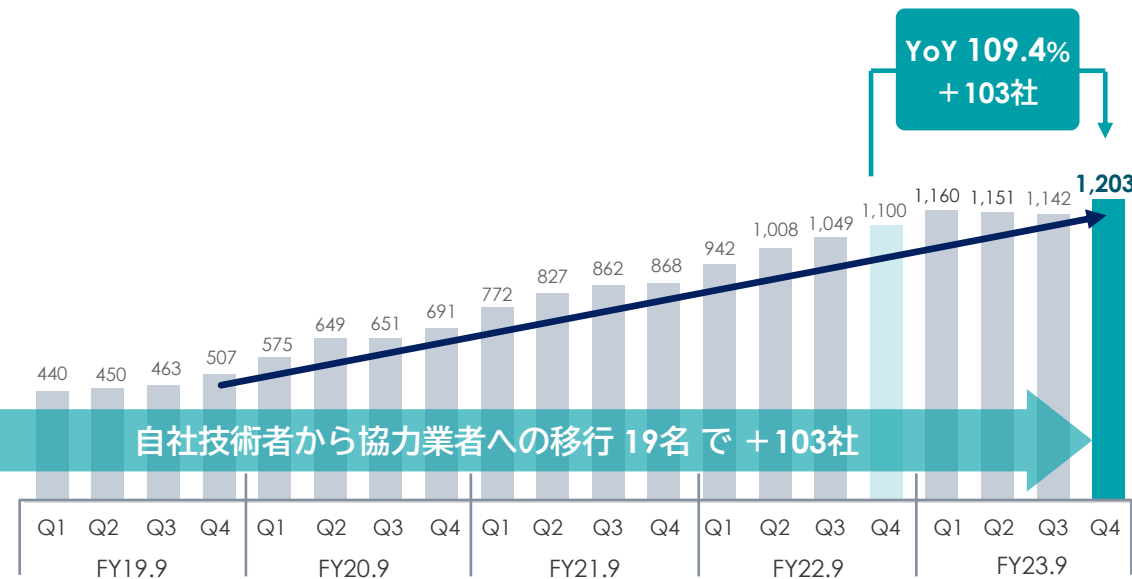
- ・ コロナ禍で抑制していた採用活動の再開・強化により、自社技術者の減少幅は改善傾向
- ・ 課題である採用と定着への投資を継続



#### 協力業者数の推移<sup>※1</sup>

##### ■ 協力業者 (社)

- ・ 業者網(外部戦力)拡大は順調に推移



※1: 協力業者数にFC加盟店数を含めています (FC募集を開始したFY2021.9 Q1から、FC加盟店数を含む数値に変更)

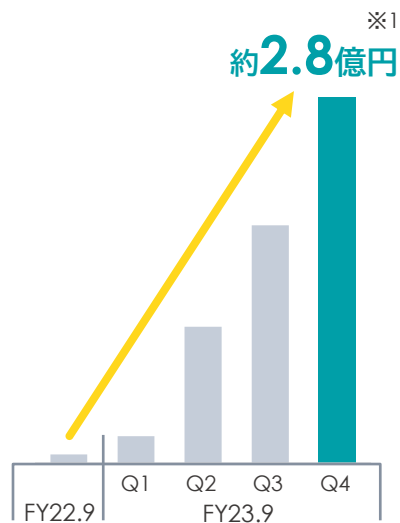
資本業務提携から1年が経過

2025年9月期 目標売上高10億円 の事業シナジー創出に向け、協力体制を構築中

足元の取り組み

売上高 (FY2023.9)

資本業務提携効果によるコーティングの好調継続に加え、商材販売もスタートし、想定を上回るスピードで進捗



※1 サカイ引越センター社単体の売上高ではなく、シナジー効果による売上高

引越付帯サービスとして取り扱うサービスメニューや商材を順次拡大中  
(引越顧客(個人)に対するプラスワン営業商材)

「水まわりコーティング」が好調

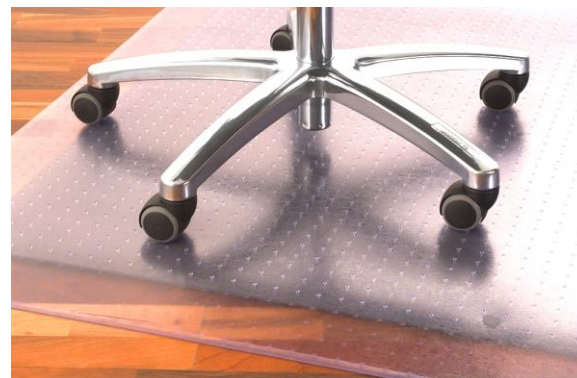
サービス開始後、2,000件を超えるご依頼をいただき両社の業績向上に



キッチン、風呂場、洗面やトイレ など

「商材販売」が順調にスタート

- ・引越事業と親和性の高い商材の販売を推進中
- ・商材(※1)の改良で、設置時の作業効率向上にも貢献



※1：冷蔵庫や椅子の下に敷くポリカーボネートマット など

今後想定している取り組み

引越付帯サービス

フロアコーティングの展開  
家具の解体・組立

オフィス内装工事

オフィス移転に伴う内装工事  
サカイ引越センターグループの  
物件改修などで連携

人材交流の促進

事業ノウハウを共有し  
外部戦力として労働力確保を推進

顧客基盤活用の促進

水まわりコーティングだけでなく  
他サービスの相互送客

人的資本向上に向けた基盤強化を推進中

就業環境の改善

人事制度の改定をはじめ、ワーク・ライフ・バランスの推進や、福利厚生の充実などを実施

人事制度  
改定

給与支払い方法  
の多様化

年間休日の増加  
118 ▶ 120日

有給取得率  
61.4%<sup>※1</sup>

男性育休取得  
推進

福利厚生の  
充実

奨学金返済  
支援制度 導入

副業制度  
導入

など

※1 FY2023.9実績

社員教育・研修のリアル開催を復活

コロナ禍で控えていた、社員教育、研修のリアル開催を復活

経営幹部向け  
経営講座

グループ合同  
中途社員研修

次世代幹部育成  
コミュニケーション強化  
研修

基礎知識・専門知識  
向上研修



## 03 FY2024.9 業績予想



## 全サービス堅調予測による売上高の伸長で、過去最高売上高、営業利益を目指す

### 売上

- ・住宅市場は、新設住宅着工予測により横ばい想定、商環境市場は市況と取引先の動向から当社グループの受注環境は良好想定
- ・2024年問題による工期長期化などの影響が懸念されるが、労働力の確保（自社技術者の採用強化、協力業者・FC戦力化）営業強化による受注増加を想定

### 費用面

- ・業務改善、賃上げなど人への投資などによる費用の増加を見込む

(百万円)	FY2023.9	FY2024.9 予想	増減額	YoY
売上高	12,309	13,540	+1,230	110.0%
リペアサービス	4,338	4,550	+211	104.9%
住環境向け建築サービス ※1	3,468	4,010	+541	115.6%
商環境向け建築サービス	3,862	4,220	+357	109.3%
商材販売	639	760	+120	118.8%
営業利益	452	493	+40	109.0%
経常利益	441	486	+44	110.0%
当期純利益	224	230	+5	102.4%
のれん償却前当期純利益	416	422	+5	101.3%
ROE ※2	8.6%	8.2%	—	▲0.4pt

※1：2023年9月期より「抗ウイルス抗菌サービス」は「住環境向け建築サービス」に区分変更しています（抗ウイルス抗菌は住環境に含まれます）

※2：2024年9月期のROEは、上記の当期業績予想による予想純資産額に基づき算定しています

配当金		FY2023.9	FY2024.9予想
FY2023.9	当初計画から変更なし	中間 3円	4円
FY2024.9 予想	前期(FY2023.9)から 1株当たり 中間、期末とも 1円増配し、年間配当8円を予定	期末 3円	4円
		年間配当 6円	8円

株主優待制度	保有株式数	株主優待
対象株主様お一人につき、保有株式に応じて 右記の金額のQUOカードを贈呈	200株以上、2,000株未満	QUOカード 3,000円分
	2,000株以上、6,000株未満	QUOカード 4,000円分
	6,000株以上	QUOカード 5,000円分

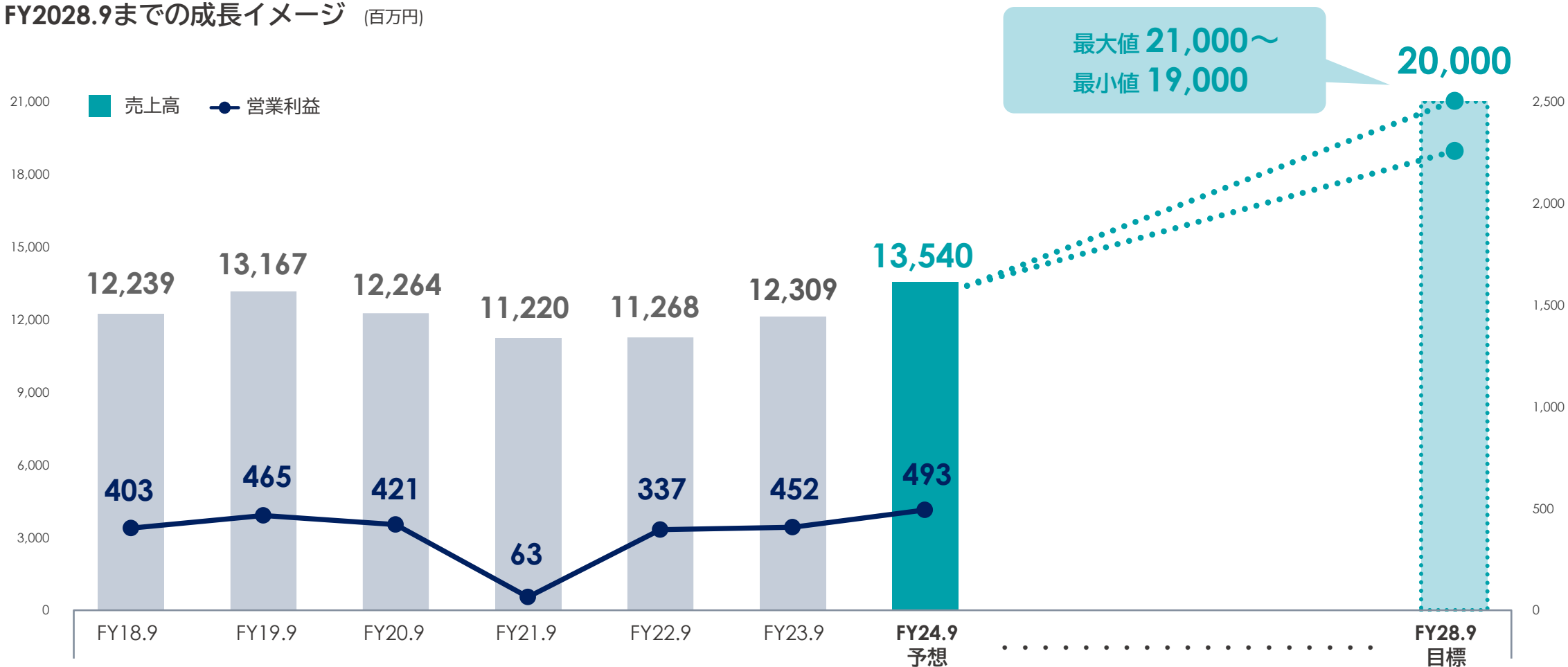
※現時点で株主優待制度の変更予定はありませんが、今後の経営成績により変更する可能性があります

## | 04 今後の方針

## 中期の成長イメージ

コロナ禍前の成長路線に回帰させ、FY2028.9の売上高200億円を目標とし、事業成長を目指す

FY2028.9までの成長イメージ (百万円)



## 需要動向 (2028年まで) ※1

## 当社グループの課題

### 住宅市場



- ・新築市場での競争加速
- ・ストック市場での収益化に向けた動きが徐々に強まる想定

新築市場は  
下降トレンド



新設住宅着工戸数 2030年には74万戸まで減少

メンテナンス  
リフォーム市場は  
堅調推移



リフォーム市場規模 2030年には7兆円

### 商環境市場



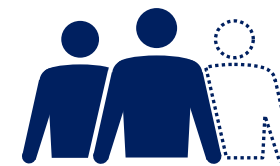
商業関連の内装施工需要は  
堅調・拡大見込み

(商業施設・ホテル・オフィスなど)

国内旅行需要  
インバウンド需要  
回復の見込み



再開発や建物の老朽化による  
建て替え  
メンテナンス需要



労働人口減少  
による  
建築技術者不足

賃金上昇

## 世界情勢

インフレ継続／中東・ウクライナ紛争など不安定な世界情勢

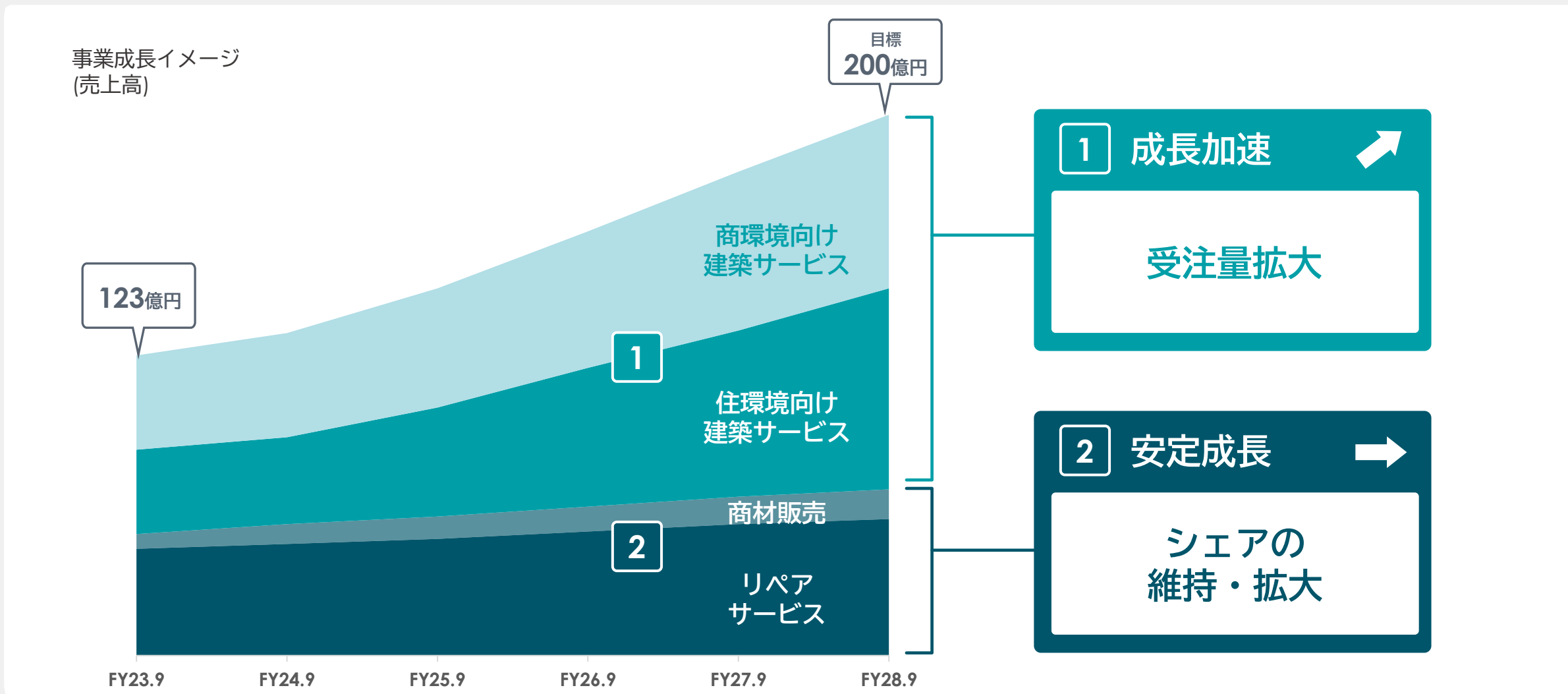
## 国内

2024年問題／デジタル化加速／働き方・生活スタイルの多様化

※1 出典：新設住宅着工戸数、リフォーム市場規模(狭義)...株式会社野村総合研究所による予測値 / 現時点での当社見立ての、今後の市場環境予測です。取引先の需要動向、取引先・業界企業の決算開示情報などを参考としています。

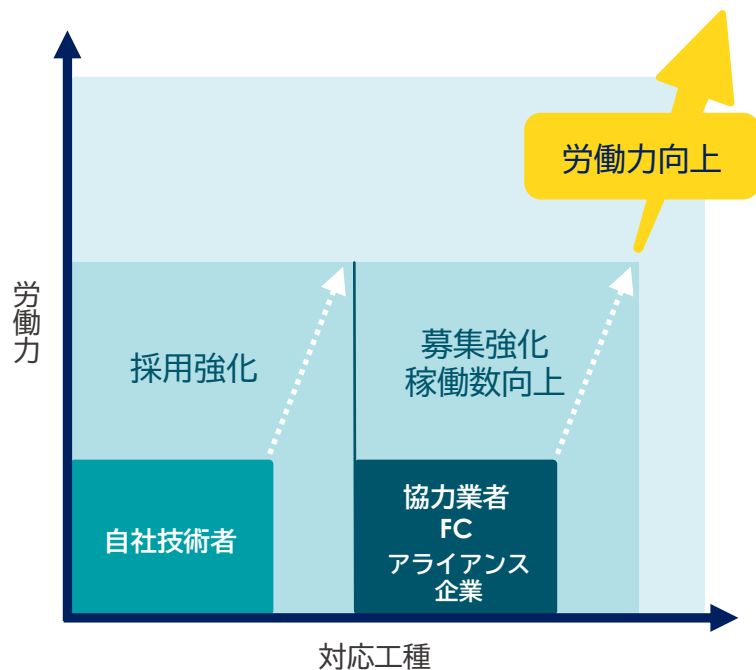
# 今後の方針

主力サービスの安定成長と、成長を期待するサービスの販売強化で収益拡大



## 1 労働力・施工力の拡大

- ・ 自社技術者、協力業者、FCの全方向で労働力を拡大
- ・ 労働力の効果的・効率的活用
- ・ 施工管理者の採用、育成強化



## 2 アライアンス 業務提携の推進

住生活を軸とした事業展開をしている企業、全国での施工体制を確保しようとしている企業などとのアライアンスや業務提携の推進



## 3 人的資本経営への 取り組み強化

人的資本への投資を進め、グループ自体が持続的に成長していけるよう、人的基盤の強化を推進

待遇改善

教育・研修の充実

ワーク・ライフ・バランスの  
推進

多様性の確保

など

## | 05 Appendix



グループビジョン

# 全ての建物に“キャンディル”

事業の軸

人々が抱える建物に対するストレスを解消し、安心・快適な環境づくりに貢献する

会社概要

会社名	株式会社キャンディル
本社所在地	東京都新宿区北山伏町1-11 牛込食糧ビル3階
代表者	代表取締役社長 林 晃生
設立	2014年8月7日
決算期	9月
資本金	561百万円 (2023年9月現在)
従業員数	1,186名 (連結：臨時従業員を含む)
拠点数	50拠点 (連結)

事業概要

戸建て・集合住宅・商業施設などあらゆるフィールドで「建築サービス関連事業」を展開

- ・リペアサービス
- ・住環境向け建築サービス
- ・商環境向け建築サービス
- ・商材販売

グループ会社  
(100%子会社)

- 株式会社バーンリペア
- 株式会社キャンディルテクト
- 株式会社キャンディルデザイン
- 株式会社キャンディルパートナーズ

戸建て・集合住宅・商業施設などあらゆるフィールドで「建築サービス関連事業」を展開

建築サービス関連事業の単一セグメントからなり、建物の「修繕・改修・維持・管理」に資するサービスを提供

	リペアサービス	住環境向け建築サービス	商環境向け建築サービス	商材販売
	建材のキズ補修	既存住宅の定期点検メンテナンス	商業施設・オフィスなどの内装工事	メンテナンス材の販売
メイン市場	住宅市場 (新築)	住宅市場 (アフター・ストック)	商環境市場	住宅市場
提供タイミング	住宅竣工時/引渡し前 (建築の最終工程)	住宅引渡し後 アフター・ストック期間	新・改装/移転など 建物の内装が替わる時	EC/ホームセンター 量販店で販売
売上構成比	35%	28%	31%	5%



自社技術者  
**852** 名



協力業者・FC加盟店  
**1,203** 社



拠点数  
全国 **50** 拠点

「建築関連事業者」と「住宅・商業施設・オフィス等のオーナー」の双方に向けてサービスを提供

B to B to C のビジネスモデル

**CANDEAL** グループ

建築サービス関連事業

リペアサービス

住環境向け建築サービス

商環境向け建築サービス

商材販売

クライアント (建築関連事業者)

住宅関連事業者

ハウスメーカー / パワービルダー  
建材メーカー / デベロッパー  
リフォーム業者 / 一般エンドユーザー

商環境関連業者

店舗内装業者 / チェーン店舗  
商業ゼネコン / 家具メーカー  
ホテル事業者

エンドユーザー



個人住宅  
(新築/既存)



商業施設、店舗  
ホテル・オフィス  
その他施設



サービス提供

## 免責事項

本資料は、株式会社キャンディル（以下「当社」といいます。）が当社及び当社グループ会社（以下総称して「当社グループ」といいます。）の企業情報等の提供のために作成したものであり、国内外を問わず、当社が発行する株式その他の有価証券の売買等の勧誘をするものではありません。

本資料に、当社又は当社グループに関連する見通し、計画、目標等の将来に関する記述がなされていますが、これらの記述は、一定の前提（仮定）をもとに、本資料の作成時点において当社が入手している情報に基づき、その時点における予想等を基礎としてなされたものです。これらの記述又は前提（仮定）は、客観的に不正確であったり、又は将来実現しない可能性があり、そのため将来の見通しと実際の結果は大きく異なる可能性があります。

CANDEAL