



2024年3月12日

各 位

会社名 アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社  
代表者名 代表取締役社長 庵下 伸一郎  
(コード番号:6085 東証グロース)  
問合せ先 執行役員 管理本部長 山口 裕司  
(TEL. 06-6363-5701)

### 中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2024年3月12日開催の取締役会において、2025年3月期から2026年3月期までの2期を対象として、中期経営計画（以下、「中期経営計画」といいます。）として策定したものにつき承認、決議いたしましたので、以下のとおりお知らせいたします。尚、当該中期経営計画の策定に伴って「事業計画及び成長可能性に関する事項」の更新も合わせて行いましたので、お知らせ致します。

#### 記

#### 1. 中期経営計画の概要

##### 1) 対象期間 2025年3月期から2026年3月期までの2期

2027年3月期以降については上記対象期間が終了する以前のしかるべき時期に、事業の進捗もふまえて改めて策定致します。

##### 2) 基本的経営方針

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Design する“暮らし提案企業”へ」

これまでの「住まい」を提供する事業展開から 衣+食+住+遊+健康＝「暮らし」それも心まで豊かにするような「暮らし方」を提案・提供できる企業へと転換を図ることで、より多くの方の、より多くのニーズに応えられる「住」ビジネスを基点とした事業多様化による企業グループ化を図り、企業価値向上を目指していきます。

加えて建築家ネットワーク事業の対象市場を海外に求めて海外展開を図り、事業の国際化による新たな収益の確保を目指していきます。

##### 3) 現状分析からの重点課題と施策指針

直近3期の業績の低迷は、株式上場以来の低水準で推移しており、これは販管費削減といった小手先の対策では対応出来るものではなく、組織改編、事業改編を伴う「収益構造の改革」と「財務基盤の強化」が当社にとっての重点課題であります。

よって建築家ネットワーク事業の単一セグメントから脱却して「住まい」から「暮らし」まで事業領域を拡大した収益構造への転換を目指します。

コロナ禍により建築業界を取り巻く事業環境は大きく変化し、従来とは様変わりしています。この事業環境の変化に対応し、かつ成長戦略の基に安定した事業基盤を再構築する為には建築関連ビジネスのみの展開だけでは事足りない事は明らかであり、上記の経営方針の通り“暮らし提案企業”への転換が必須であると判断し、今回の中期経営計画の策定となりました。

事業多様化戦略を成長因子として事業再編による収益構造改革＝収益力強化＋海外進出による国際化展開と組織改編＝企業グループ化による新たな事業体制への移行によって事業基盤強化を達成し、企業価値向上を目指す事を施策指針とします。

##### 4) 成長戦略

「事業多様化によるセカンドステージへ」

将来的には新たなセグメントに基づく企業グループを構築し、企業価値の向上を図ります。企業としてのセカンドステージへのステップアップとは、

- ① 企業体のステージアップ  
組織改編＝事業展開に応じた組織へ＋企業グループ化により企業力の向上を図ります。
- ② 企業規模のステージアップ  
資本増強＋資金調達により、課題である収益基盤・財務基盤の強化を図ります。
- ③ 対象市場のステージアップ  
住空間から生活全般へ、そして海外展開を。事業再構築・営業基盤の拡充を図ります。
- ④ 事業展開のステージアップ  
「日本から世界へ」&「世界から日本へ」対象市場を海外まで拡充させます。  
そして目指すのは「暮らし」提案企業：トータル・ライフサポートが可能な企業グループへ  
それがアーキテクト・スタジオ・ジャパンの目指すセカンドステージ。

## 5) 事業概要

従来の「住まい」関連の事業に加えて「衣＋食＋住＋遊＋健康」＝「暮らし」に関連する事業の展開を行って参ります。

従来のフィバース純額計上を主たる売上高としてきた収益構造から、いくつかの事業においては売上高を計上する総額計上を導入し、新たな収益構造へと変えていきます。

また、従来の単一セグメントから下記3つのセグメントから下記3つのセグメントへ変更し、それぞれの事業がお互いを補完しあえる事業基盤の構築を図ります。

### ① 「住まい」関連事業

既存事業を「住まい」関連事業に昇華させ、建築家ネットワーク事業の質的向上と量的拡大を目指します。

- 1-1 ネットワーク事業：スタジオ加盟数の増加を重要課題として取り組んでいきます
- 1-2 プロデュース事業：新規サテライト開設とプロデュース案件数の増加を目指します。
- 1-3 リノベーション事業：中長期的に市場拡大が予想される市場へ本格的な参入を目指します
- 1-4 ビジネスサポート事業：スタジオとの関係強化と増収増益のために機能させていきます
- 1-5 クリエイティブ事業：CASABELLA プロジェクト/PROTOBANK プロジェクト
- 1-6 海外事業：プロジェクト受注と空間プロデュースを中心に日本の建築家を輸出します。

### 新たな取り組みとして

特にネットワーク事業の新規営業形態としてプロジェクト受注を導入し、取扱高の増加と建築家との関係向上を図り、また新たな商品開発としてテーマに基づくコンストラクションプランを企画販売していく予定です。事例「災害に強い家」「女性が入居したくなる家」等

新規事業として当社に加盟のスタジオ（施工会社）に対して高騰する建築資材の共同購買や当社独自のネットワークによる資材調達及び特許工法の提供や工事案件の紹介等を行うビジネスサポート事業を新たに展開します。これは当社に加盟するメリットを建築家ネットワーク以外のサービスを提供し、取引関係強化と加盟店の新規獲得につなげていきます。

### 海外展開として「まずはアジア市場へ」

日本が世界に誇るコンテンツとしての建築家に海外での活躍の場を提供する海外事業も専門部署を設けて積極的に展開していきます。その受注形態には新たな形態として「プロジェクト受注」を導入します。商業分野での案件・プロジェクトの設計監修プロデュース業務を当社が一括請負、案件に興味のある建築家が社内コンペに参加する形式です。当社の営業資産である建築家ネットワークの価値とその可能性は大きなものに出ると考えております。

### ② 「暮らし」関連事業

「住まい」から派生する「暮らし」に関連する事業を事業多様化戦略の下に展開するのが「暮らし」関連事業です。取扱いジャンルは「衣＋食＋住＋遊＋健康」をテーマにしたものとし、中期経営計画における成長因子となる重点事業として展開していきます。特に当社顧客及び潜在的な顧客である ASJ アカデミー会員を対象として事業を開始し、その後、一般顧客まで対象を拡げた展開を計画しています。

2-1 当社を介して住宅建設した顧客及び ASJ アカデミー会員を対象としたサービス

- ① 家具・インテリア関連商品の販売
- ② 絵画・オブジェ・アートの販売
- ③ グルメコンシェルジュプロジェクト
- ④ 「生活そのものを Design する」をテーマとした催事+販売イベント  
今後、事業展開を検討していく事業候補として
- ⑤ ヘルスケア関連事業：人が一番気に掛けるのはやはり「健康であり、いつまでも若く、美しく、元気でいたいと考える＝アンチエイジング」です。

2-2 マーチャンダイジング事業

コンセプトを「ASJ だから提供できる上質な製品とサービスの提供」として商品・サービスの提供を行います。主な取扱い商品は家具・食器・時計・貴金属・特選食材・高級ブランド品などとして、EC 販売（専用顧客サイト仮称「コンシェルジュデスク」を開設予定）及び当社催事における販売を中心に展開します。将来的には一般顧客まで対象とし、それは提携する通販サイトとカタログ販売の顧客リストをベースに順次販売展開します。

### ③ 投資関連事業

既存 ASJ 建築家ネットワーク事業等「住まい関連事業」及び「暮らし関連事業」のサポートの一環として、今回の中期経営計画のスピードアップに貢献する投融資を積極的に展開していきます。

3-1 ASJ パートナー企業への投融資

今後、事業展開を検討していく事業候補として

3-2 ASJ 建築家ネットワーク事業の顧客への各種ローン

3-3 住まい関連事業リフォーム顧客への各種ローン

3-4 事業投資（事業多様化戦略に貢献するような事業・企業への投融資）

事例として「ALIN プロジェクト」

当社は研究開発からその実用化に向けてアライアンス面を中心に参画しており、実用化段階時点では総合監修的な立場で当社子会社を介して関与していく予定です。

尚、中期経営計画概要は添付の中期経営計画資料をご参照下さい。また、各事業の詳細及び進捗状況は今後、適時ご案内させていただきます。

## 6) 事業体制（組織改編）

従来の建築家ネットワーク事業のみの組織から新たなセグメントによる事業展開に対応する機動的な組織へ転換します。

組織改編におけるポイントとして

- 1) 資本・業務提携を含む外部とのビジネスネットワーク構築による機動的な事業体制の構築
- 2) 将来的には持株会社化による企業グループ化を視野に入れ、コーポレートガバナンス強化と企業基盤の安定化を目指します。
- 3) 次代のニーズに応える ESG 経営実践の為に「攻め」と「守り」のバランスを考慮した経営体制を構築するために監査等委員会設置会社への移行を検討します。

※定款変更が伴うため株主総会での定款変更の決議を前提とします。

組織図は添付の中期経営計画資料 12 ページを参照下さい。

## 6) 経営活性化のための施策について

当社が次代においても企業として新たな企業価値を創造し、成長する ASJ セカンドステージに向けて進んでいく為に当該中期経営計画を遂行していくためには経営活性化は必須であり、それにより新たな事業体制の下に新たなセグメントによる事業を展開するために、中期経営計画初年度において抜本的な施策を実施して参ります。

まず、資本政策については中期経営計画所要資金の調達及び資本充実と財務基盤の強化、企業価値創造資金として調達を目的とした第三者割当による増資を実施いたします。当社は 2024 年 3 月期第 3 四

半期において 80,630 千円の債務超過であり、かつ流通株式時価総額については上場維持基準に適合していません。加えてキャッシュポジションも厳しい状況にあり、タイムリーかつ機動的な事業資金調達、上場維持基準のクリア・継続企業の疑義解消、事業再構築資金/運転資金の調達は必須であります。よって、本日お知らせいたしました「第三者割当による新株式及び第 4 回新株予約権の発行並びに引受契約締結及び主要株主の異動に関するお知らせ」に記載のように第三者割当による増資を実施いたします。詳細につきましては同開示にてご確認下さい。

次に事業体制についてですが、事業再構築とコーポレートガバナンス重視の経営体制の構築のための体制づくりに取り組みます。新たなセグメントによる事業再構築と事業国際化の為に「攻め」と「守り」のバランスを考慮した経営体制の構築を目指し、攻めの事業体制の為に適材適所重視の役員構成と守りの経営管理体制の為に監査等委員会設置会社への移行を随時行っていきます。

※但し、監査等委員会設置会社への移行は定款変更となるために株主総会の決議が必要となりますので、株主総会の議案とする取締役会の決議を行った際に適時開示させていただきます。

収益だけではない企業価値の構築する経営は次代のニーズに応える ESG 経営実践を含め、社会的な要請であり、こうした点を重視した体制構築を目指します。また、外部リソース活用の為に資本・業務提携を含め、自社ビジネスネットワークの構築も図って参ります。

経営の活性化のために最も重要な自社分析として、改めて自社検証作業を徹底させました。特に自社営業資産の検証は事業多様化による成長戦略立案において重要視したものです。当社の営業資産となる登録建築家、ASJ 加盟スタジオ、ASJ アカデミー会員、協力企業等取引先等を再検証し、新たなビジネスの可能性を検証することが今回の中期経営計画の源の 1 つとなっております。

## 2. 中期経営計画の数値目標（連結）

別紙添付の経営指標につきましては添付の中期経営計画 14 ページをご参照下さい。

尚、当該中期経営計画の進捗に応じてお知らせさせていただくべき事項については適時情報を開示させていただきます。

## 中期経営計画 2025～2026

新たな時代における、新たな企業価値を創造するために ...  
ARCHITECTS STUDIO JAPAN Secound Stage PLAN  
「住」ビジネスから「暮らし」提案企業へ  
目指すのは【トータル・ライフサポート企業】  
そして、もう1つの成長戦略として ... 海外へ



テーマ：「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Designする」へ



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

2024年3月



アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社は高い感性とスキルを持つ日本の建築家と一般消費者の接点となるべく、約3,000人の建築家と一般消費者を加盟建設会社を介して結びつけ、ワンストップで家づくりのサポートを行う企業であります。

「生活の質はデザイン次第」をコンセプトに消費者をリードする、上質な住空間の提供は高い評価を得ており、また建築家側からも作品提供の場を創造してくれるプラットフォームの1つとして認知され、こちらからも評価と支持を得てきました。

加盟建設会社・パートナー建設会社・登録建築家からのロイヤリティ収入が収益の中心であるビジネスモデルのために一定の成約率を達成すれば機能しますが、一定の基準数を下回った場合には固定費＝販管費をカバーするに至らずに営業利益段階で赤字となる収益モデルでもあります。

## 業績の低迷

2020年3月に売上高10億円を割り込み、かつ4億円を越の過去最大の赤字計上以降、当社の収益モデルの脆弱さから、5期連続で赤字決算が続いています。これはコロナ禍での個人需要の落ち込みもその要因ですが、景気動向に左右されるというビジネスモデルの弱点も大きく影響しています。直近の2023年3月期では売上高553百万円、経常損失352百万円となっており、業績面では上場以来の低水準が続いています。新たな営業プラットフォームとして「携帯電話でも家が買える」という発想でスタートとしたPROTO BANK事業は伸び悩み、売上計画値を大きく下回る結果であり、新たな試みとして2021年には店舗内装を手掛けるTEMPO NETWORK株式会社を、2022年4月には全国の建設・不動産会社に不動産運用情報提供サービスを行なうCONSTRUCTION NETWORK株式会社をスタートさせましたが、いずれも業績を改善には至っておりません。加えて建築資材の価格急騰も大きなネックとなり、当社ビジネスに対する事業環境は極めて厳しいものとなっております。

## 収益構造面での限界

今回の中期経営計画策定にあたっては、**現行のビジネスモデルの限界**、つまり売上計上まで2年近い期間を要するロイヤリティ中心の収益構造では自社努力での収益改善は難しく、またASJ建築家ネットワーク事業という**単一セグメントだけでの事業展開ではすでに限界**であるとの判断と**成長戦略として、新たな市場である海外での事業展開**を前提と致しました、

現状は**販管費削減**といった小手先の対策では対応出来ない次元に来ているとの認識であり、よってコーポレートストラクチャーの改編＝組織改編といった根本的な改革と事業再編、そして財務基盤の強化が必要であると判断しており、まさに**第二創業・セカンドステージ**としての事業展開を計画し、企業価値向上を目指していくことと致しました。

業績の推移		単位千円				
	第12期	第13期	第14期	第15期	第16期	
	2019/3月期	2020/3月期	2021/3月期	2022/3月期	2023/3月期	
売上高	1,253,252	890,190	675,232	737,219	553,857	
前年比	97.40%	71.03%	75.85%	109.18%	75.13%	
営業損益	34,422	△445,093	△260,175	△260,867	△349,019	
経常損益	31,573	△452,364	△248,762	△318,614	△352,782	
当期純損益	30,109	△524,253	△272,956	△348,701	△427,767	
純資産額	857,858	360,505	186,517	586,864	159,097	
総資産額	1,209,039	631,692	584,382	1,242,079	720,036	

今回の中期経営計画策定において、従前に「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」にてお知らせしている内容につき、修正を行っており、その主な修正点は下記の通りであります。

## 建築家ネットワーク事業の収益性改善のために

### ①PROTO BANK ビジネスのビジネスポジション及び方向性の修正



PROTO BANK

→建築家ネットワーク事業の課題解決/増収増益の為に企画されたPROTO BANKビジネスでしたが、WEB上での住宅購入というハードルは高く、対象コンテンツの少なさ等運営上の問題から、収益事業化は時期尚早との判断から、システムの有効な活用として登録建築家の紹介にウエイトを置いた運用に切り替えます。これにより運営コストの軽減と新規に展開するプロジェクト受注の為の営業ツールとしての活用に貢献させていきます。また、PROTO BANKにより紹介した住宅を戸建住宅化して販売を開始したスタジオもあり、これは継続して推奨して参ります。PROTO BANKビジネスの展開修正による直近の収益面への影響は軽微であります。PROTO BANKビジネスを建築家ネットワーク事業の成長因子とする方針は一旦ペンディングとしました。



### ②住宅市場のみをターゲットした従前の事業展開からの脱却

これまで個人住宅市場をターゲットとし、常にその市場データを基に経営方針・成長戦略を設定し続けてきましたが、本中期経営計画策定においては、当社の第二創業/セカンドステージを目指すにおいて、マーケティングポジションの見直しを図る事とした結果、従来からのターゲットの個人住宅市場での獲得シェアという発想ではなく、建築家ネットワークという当社独自の優良なコンテンツを有効活用するビジネスモデルへの転換し、当社独自の「住まい」ビジネスを構築することと致しました。

その為にプロジェクト受注では集合住宅・商業施設・ホテル等コマーシャル案件・介護関連施設・店舗まで対象を拡げた展開としています。

## 単一セグメントからの脱却と収益構造改革のために

### ③成長因子としての新規ビジネスとした「環境事業」に関する社内での取扱いの変更に伴うセグメント変更

従来は建築家ネットワークを利用して普及を目指すとしてきた亜臨界水処理装置事業を環境事業として設定してきましたが、当社が担当する業務として当該装置の商流に関与することが無いこと、しかしながら、当該装置の事業化に貢献したことで一定の権益を確保している事業態から、環境事業という枠組みではなく、今回策定の中期経営計画で設定した新たなセグメント「投資関連事業」に組み入れました。

## セカンドステージを目指す組織改編に伴って

### ④事業所・子会社の整理・廃統合及び新規子会社・事業所の開設

従前において成長戦略の一環としてお知らせした子会社「TEMPO NETWORK 株式会社」及び「CONSTRUCTION NETWORK 株式会社」による事業展開については、新たな中期経営計画の事業ビジョンに基づき、事業内容の改定、組織改編の対象としました。また、既にお知らせしました東京セルの規模縮小や新規サテライトや海外事業所の開設といった「住まい」関連事業の新たな事業展開に基づく、組織変更も行っていく計画となりました。また、新たなセグメントによる事業展開への対応として既存子会社の改編と新規子会社の設立、外部との事業提携の推進により、従前に開示していた当社全体の事業ネットワーク・組織は改編することとなりました。

## 2. 中期経営計画のテーマとデザインコンセプト

…成長戦略としての事業多様化と海外展開 ~主たる事業から派生する事業の展開+海外展開 → 企業価値向上達成へ



**ポイントは 事業多様化・組織改編・コーポレートガバナンス強化・海外展開 ▶ 収益力強化**

創業来のテーマである「生活の質はデザイン次第」から派生させ「生活そのものを Design する」へ昇華させ **ライフスタイルをテーマとした事業多様化戦略**を成長戦略に設定し、従来からの事業より派生する要素として「**住まい関連事業**」「**暮らし関連事業**」「**投資関連事業**」を展開する企業グループへの転換を図ります。加えて海外からも高い評価を得ている日本の優良コンテンツ、**アーキテクト&デザインを海外へ提供する=海外展開**により建築家との新たな関係の構築と新たな収益を確保を目指します。

それには**組織改編**と**財務基盤の強化**は不可欠であり、また**コーポレートガバナンスの強化**の徹底も求められます。



「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Design する“暮らし提案企業”へ」

これを次代に向けた新たな成長の為に **ビジネスデザインとしての中期経営計画のテーマ** とします！

▼中期経営計画の為にビジネスデザイン .....

✓ **テーマ→経営理念**

「生活そのものを Design する”暮らし提案企業”」

✓ **課題：事業・財務基盤の構築**

✓ **キーワード** 「事業体制改革と監査等委員会設置会社へ  
経営活性化・組織改編・国際化・ESG経営

✓ **目標**  
キャッシュフロー経営  
配当実現へ ▶ 企業価値向上

✓ **収益構造改革**

1) 単一セグメントからの脱却

■ **建築家ネットワーク事業**

**ACADEMY** 会員数 約 65,000名

🏠 施工実績 5,800件超 ✂️ **加盟スタジオ** 営業資産活用

3つのセグメントへ

- ① 住まい関連事業
- ② 暮らし関連事業
- ③ 投資関連事業

すまいとライフスタイルをテーマとした  
事業多様化戦略 ▶ **新たな企業グループ体へ**

🤝 業務提携による  
ビジネスネットワークへ海外展開

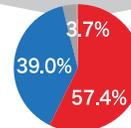


2) 増収増益体制・売上構成比

当期 ■ **建築家ネットワーク事業** 100.0% 628百万円

2026年3月期

売上高 3,001百万円



① 住まい関連 1,721百万円

② 暮らし関連 1,170百万円

③ 投資関連 110百万円

**セカンドステージへのステップアップ**



✂️ **新たな時代における、新たな企業価値の創造**  
アーキテクト・スタジオ・ジャパン

#### 1) 基本的経営方針



#### 「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Designする“暮らし提案企業”へ」

これまでの「住まい」を提供する事業展開から **衣+食+住+遊+健康=「暮らし」** それも心まで豊かにするような「暮らし方」を提案・提供できる企業へと転換を図ることで、より多くの方の、より多くのニーズに応えられる **住ビジネスを基点とした事業多様化による企業グループ化**を図り、企業価値向上を目指していきます。

加えて建築家ネットワーク事業の対象市場を海外に求めて **海外展開を図り、事業の国際化**による新たな収益の確保を目指していきます。

#### 2) 現在の重点課題と施策指針

当社の課題は「**収益構造の改革**」と「**財務基盤の強化**」であります。建築家ネットワーク事業の単一セグメントから脱却して「住まい」から「暮らし」まで事業領域を拡大した収益構造への転換を目指します。

コロナ禍により建築業界を取り巻く事業環境は大きく変化し、建築資材や人件費の高騰や労働環境の変化も加わり、従来とは様変わりしています。この事業環境の変化に対応し、かつ成長戦略の基に安定事業基盤を再構築する為には建築関連ビジネスのみの展開だけでは事足りない事は明らかであり、上記の経営方針の通り“暮らし提案企業”への転換が必須であると判断しました。

**事業多様化戦略を成長因子として事業再編による収益構造改革=収益力強化+海外進出による国際化展開と組織改編=企業グループ化による新たな事業体制への移行によって事業基盤強化を達成し、企業価値向上**を目指す事を施策指針とします。



#### 3) 成長戦略: 「事業多様化によるセカンドステージへ」→新たなセグメントに基づく企業グループ構築 →企業価値向上

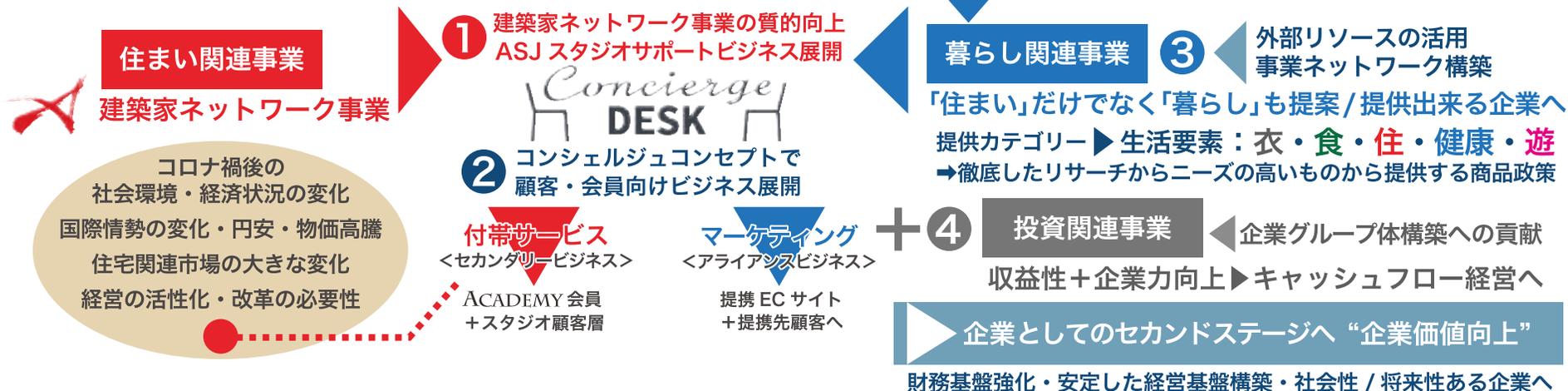
企業としてのセカンドステージへのステップアップとは...

- ① 企業体のステージアップ  
組織改編=事業展開に応じた組織へ+企業グループ化→企業力UP
- ② 企業規模のステージアップ  
資本増強+資金調達 →収益基盤・財務基盤の強化
- ③ 対象市場のステージアップ  
住空間から生活全般へ+海外展開 →事業再構築・営業基盤の拡充
- ④ 事業展開のステージアップ  
「日本から世界へ」&「世界から日本へ」→対象市場を海外まで拡充  
Japan "Design" Export 世界の良品を日本市場へ

「暮らし」提案企業：トータル・ライフサポートが可能な企業グループへそれがアーキテクト・スタジオ・ジャパンの目指すセカンドステージ



#### 4) ビジネスモデルとして



#### セグメント ①：住まい関連事業



新たに展開する事業とのシナジー効果によるマーケティングから、質・量共に拡充を目指す

#### ▼ポイントとして

高い収益率と「住まいと暮らしに高い関心」を持つアッパーミドル以上の顧客層

**ビジネスサポート事業は総額売上計上により、増収に寄与するビジネス展開**

従来からの「住」ビジネスより派生するビジネスを事業多様化戦略により展開する事業として

#### セグメント ②：暮らし関連事業

「生活そのものを Design する」をテーマに衣+食+住+遊+健康=「暮らし」

それも心まで豊かにするような「暮らし方」を提案・提供するビジネスを開始します。

**総額売上計上により増収へ寄与**します。

#### セグメント ③：投資関連事業

住まい関連事業・暮らし関連事業の成長に寄与するように事業多様化戦略に貢献する事業や企業への投融資を行います。中期経営計画のサポート役の機能を果たしていきます。

#### 従来の「住」ビジネス営業資産の活用 キャッシュフロー重視の経営へ

#### 収益構造

「住まい関連事業」：純額売上計上

→高収益性事業モデル ↓ 新たなチャレンジ

+ビジネスサポート事業：総額売上計上

↓ 新たなチャレンジ

「暮らし関連事業」：総額売上計上

→キャッシュポジション=売上高増加

「投資関連事業」

→2つの事業を補完する為に機能

キャッシュフロー経営実現の為に売上高増収のために新規展開事業で総額売上計上を導入し、収益構造の転換を図ります。

※当該会計基準の変更ではありません。

#### これからのビジネスモデルの収益構造

課題の解決：収益力の改善＝安定した収益基盤の構築  
 単一セグメントからの脱却 → 新たなビジネスモデル構築  
 営業キャッシュフローの改善 → キャッシュフロー経営へ

指針として：増収によるキャッシュフローの増加  
 営業資産の活用による事業多様化  
 収支バランスのための事業ポートフォリオ

- ① 事業多様化戦略に基づく  
 暮らし関連事業 + <sup>リフォーム事業</sup>ビジネスサポート事業による増収  
 ※共に**総額売上計上**により、**大幅な増収**を目指します
- ② 営業資産活用によるマーケティングコストの軽減  
 ※暮らし関連事業は従来からの顧客と潜在顧客を対象に  
 ※ビジネスサポート事業は既存取引先建築会社を対象に  
 →共に高い事業効率性を目指した事業展開とします
- ③ 受注形態の多様化による増収増益  
 ※建築家ネットワーク事業へのプロジェクト受注の導入  
 ※当社でプロジェクト受注、建築家と協業するビジネスモデル  
 →大型案件・テーマ性の高い案件等を攻めの営業で受注

#### 収益構造

営業経費（販管費）

粗利益高

粗利益高

ビジネスサポート / 暮らし関連 / リフォーム事業 建築家ネットワーク事業

当面の目標は販管費を総額売上計上する売上高の粗利益高でバランスさせること。想定損益分岐点＝売上高で1,450百万円  
 従来の単一セグメントでかつ、営業を外部に委ねるビジネスモデルでは達成は非常に難しく、今回の構造改革としました  
 ※想定損益分岐点は固定営業経費を目標収益構造での売上総利益率で除して算出しています。



#### 住まい関連事業

	売上高	粗利益
建築家ネットワーク事業	小	大 (85%)
ビジネスサポート事業※	大	小 (15%)
リフォーム事業※	大	小 (15%)
その他の事業	小	中 (35%)
※総額売上計上		

#### 暮らし関連事業

	売上高	粗利益
顧客会員向けビジネス	中	小 (15%)
EC 通販・催事販売	中	小 (15%)
マーチャンダイジング	中	中 (35%)
すべて総額売上計上		

#### 投資関連事業

2つの事業をサポートする事業展開

※本頁に記載の総額売上計上とは当社の会計基準の変更ではありません

#### 5) 事業概要

従来の「住まい」を提供する企業から **衣+食+住+遊+健康=「暮らし」**、それも心まで豊かにする「暮らし」を提案・提供できる企業へ転換しより多くの方の、より多くのニーズに応える**住ビジネスを基点とした事業多様化による新たな事業展開**を図り、企業価値向上を目指します。

##### ① 「住まい」関連事業



- 既存 1-1 ネットワーク事業：スタジオ加盟数の増加を重要課題として取り組んでいきます
- 既存 1-2 プロデュース事業：新規サテライト開設とプロデュース案件数の増加を目指します。
- 既存 1-3 リノベーション事業：中長期的に市場拡大が予想される市場へ本格的な参入を目指します
- 新規** 1-4 スタジオサポート事業：スタジオとの関係強化と増収増益のために機能させていきます
- 既存 1-5 クリエイティブ事業：CASABELLA プロジェクト /PROTOBANK プロジェクト
- 新規** 1-6 海外事業：プロジェクト受注と空間プロデュースを中心に日本の建築家を輸出します。

**既存事業を「住まい」関連事業に昇華させ、建築家ネットワーク事業の質的向上と量的拡大を目指します。**

特にネットワーク事業の新規営業形態として**プロジェクト受注**を導入し、取扱高の増加と建築家との関係向上を図ります。その為に当社と提携関係にある建築家の方々を改めて専門領域・志向・経験値等の項目でセグメントしてインデックスを作成いたします。

**新たな商品開発：テーマに基づくコンストラクションプランを企画販売** 事例「災害に強い家」「女性が入居したくなる家」等  
また、今後の重点案件として「リノベーション事業」を積極的に展開していきます。

##### スタジオサポート事業の新規展開

新規事業として当社に加盟のスタジオ（施工会社）に対して高騰する建築資材の共同購買や当社独自のネットワークによる資材調達及び特許工法の提供や工事案件の紹介等を行うスタジオサポート事業を新たに展開します。これは当社に加盟するメリットを建築家ネットワーク以外のサービスを提供し取引関係強化と加盟店の新規獲得につなげていきます。

従来からのCASABELLAプロジェクトは**広告モデル**を導入し、単体の黒字化を目指しつつイタリアサイドとの協業も企画し、**当社事業の質的向上**を図ります。

PROTO BANKプロジェクトもCASABELLAプロジェクトとの連動や建築家ネットワークにおけるデータベースとして活用し **やはり当社事業の質的向上**に貢献させていきます。

##### 海外展開 「まずはアジア市場へ」

日本が世界に誇るコンテンツとしての建築家に海外での活躍の場を提供する海外事業も専門部署を設けて積極的に展開していきます。受注形態は上記プロジェクト受注を中心とし、また現地法規との兼ね合いからプロデュース・監修業務中心と想定しております。

**当社の営業資産である建築家ネットワークをブラッシュアップし、営業ツールとしての精度を向上させていきます。今後は対象市場を海外に拡げていく中で当社の建築家ネットワークの価値とその可能性は大きなものと考えております。**



##### プロジェクト受注とは

商業分野での案件・プロジェクトの設計監修プロデュース業務を当社が一括請負、案件に興味のある建築家が社内コンペに参加する形式です。

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものをDesignする“暮らし提案企業”へ」

#### 新規の取り組みとプロジェクトについて

##### ① 海外案件への取り組み【プロジェクト受注】

アジア圏を中心に大型開発プロジェクトからコンドミニウム、個人住宅、店舗等の案件を現地提携の建築事務所デベロッパー等との協業により受注を目指します。海外案件は新規導入する「プロジェクト受注」案件です。従来の業務フローではなく、まずは当社が海外案件に興味がある建築家をリストアップ、建築家側が希望する対象建物・プロジェクトの情報をとりまとめ、現地提携企業からの案件（住宅・商業施設・リゾート・ホテル・オフィス）もリスト化してマッチングしていくフローとします。

アジア市場のハブとしてシンガポールに連絡事務所を設置し、商圏内提携業務・協業業務を行う体制とします。



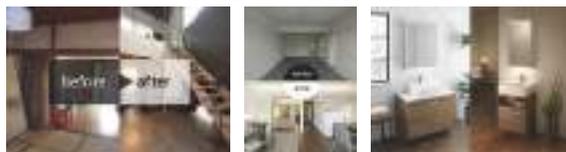
##### ② 国内建築案件【プロジェクト受注】

新業態開発系の案件として「人が自分らしく暮らせるターミナルケアの新しいカタチ」としてのナーシングホームプロジェクト等の新規業態に参画、コンセプトに沿った設計・デザインを担当します。

当該案件は建築的な美や機能だけでなく、業態に適合した設計・デザインが求められ、チームの一員として新業態の開発という発想と姿勢で取り組む事で当社の建築家ネットワークの質的向上に寄与すると考えます。



##### ③ リフォーム市場への積極的な参入



住宅設備機器・建材メーカーとのタイアップ企画にて、市場拡大を続けるリフォーム市場にこれまでよりも積極的に取り組みます。リフォーム案件に積極的な建築家達との連携により「匠による1つ上のリフォーム」をコンセプトとして競合他社との差別化を図ります。

また、賃貸事業用不動産（住宅・オフィス）に特化した独自のリフォームも展開します。

##### ④ 独自工法・特殊建材プロジェクト

当社が日本国内での権利を保有する工法による施工指導・案件受注と特殊建材の販売を積極的に展開します。

→ **CORRUGATED ARCHITECTURE** 等 / 特殊建材・住宅関連設備等については製品開拓を積極的に行っていきます。

→ 波形鋼板による低コスト・短工期無柱で大空間を可能とした建築工法



##### ⑤ スタジオサポート事業【ASJ ビジネスネットワーク強化】



当社加盟建設会社＝スタジオに対するビジネスサポート事業を展開、関係強化と加盟企業の獲得を目指します。

→ 提携企業の建材・住宅関連設備等の廉価販売及び共同購買・案件紹介斡旋・営業情報提供・共同販促活動等  
加盟スタジオ数の増加はネットワーク事業売上と直結し、また建材等の販売により増収増益に貢献します。

■ 目標協力建築会社獲得数：2025年度 38社 (173社) / 2026年度 58社 (246社)

※ 協力建築会社とは FC 加盟等は伴わず

※ スタジオ + プロトバンク + コルゲート AS との加盟合算数

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Design する「暮らし提案企業」へ」

## ② 「暮らし」関連事業



今回の中期経営計画における基本方針に基づき展開を計画した「暮らし」関連事業は当社のセカンドステージにおける重点事業というポジションであります。「住まい」から派生する「暮らし」に関連する事業を事業多様化戦略の下に中期経営計画における成長因子事業として展開していきます。

特に当社顧客及び潜在的な顧客である ASJ アカデミー会員を対象として事業を開始し、その後一般顧客まで対象を拡げた展開を計画しています。

### 2-1 当社を介して住宅建設した顧客及び ASJ アカデミー会員を対象としたサービス

① 家具・インテリア関連商品の販売

② 絵画・オブジェ・アートの販売

③ グルメコンシェルジュプロジェクト

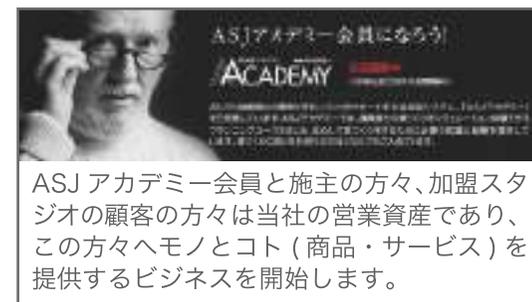
特選食材の EC サイトでの販売・サブスク・お取り寄せ・フードデリバリー・バトラーサービス 提携特選レストラン・飲食店アレンジメント等「食」に関連するサービスを提供するものです。

④ 「生活そのものを Design する」をテーマとした催事+販売イベント

今後、事業展開を検討していく事業候補として

⑤ **ヘルスケア関連事業**：人が一番気に欠けるのはやはり「健康であり、いつまでも若く、美しく、元気でいたいと考える＝アンチエイジング」です。健康志向が高まる市場環境の中で「Quality of Life」をテーマにしたヘルスケア・アンチエイジング分野のサービスは高いニーズがあります。家「住まい」とより良い生活「暮らし」を手に入れた人が次に向かうのは「健康・アンチエイジング」です。よって今後は当社顧客に対して、提携するドクター・クリニック・メーカー等との協業により、メディカルダイエットやアンチエイジングトリートメント・Onlineドクタープロデュース等といったサービスの提供は顧客から支持される事業であり、それは検討する価値が十分にあると考えています。

※当該事業展開の可能性に関する調査を第三者割当増資により調達した資金にて行ないませんが事業開始の場合には新たな資金が必要となります。事業開始時に新たな事業開始のお知らせにて詳細をお知らせさせていただきます。



ASJ アカデミー会員と施主の方々、加盟スタジオの顧客の方々は当社の営業資産であり、この方々へモノとコト（商品・サービス）を提供するビジネスを開始します。

### 2-2 マーチャンダイジング事業

コンセプトを「ASJ だから提供できる上質な製品とサービスの提供」として商品・サービスの提供を行います。

…家具・食器・時計・貴金属・特選食材・高級ブランド品の EC 販売 + 催事販売等

特に EC 販売は専用顧客サイト 仮称「コンシェルジュデスク」を開設し、一般顧客とは差別化した販売を行います。一般顧客については提携する通販サイトとカタログ販売の顧客リストをベースに販売展開します。

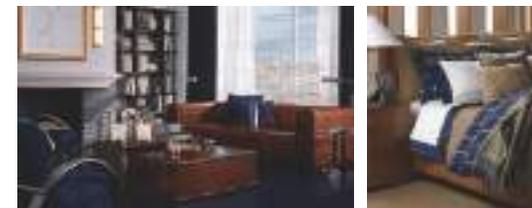
今後、事業展開を検討していく事業候補として

### 2-3 ブランドライセンス事業

日本で正規販売を行っていない海外ブランドを対象に日本、アジアをテリトリーとしたライセンス取得を行い、販売代理及びサブライセンス事業の展開を企画検討しています。

コンセプトは「やはり ASJ だから提供できる上質な製品」と設定し、日本市場で可能性のあるブランドの開拓を行います。加えて新工法や建築資材・住宅設備等も開拓し、日本市場への導入を計画しています。

※当該事業展開の可能性に関する調査を第三者割当増資により調達した資金にて行ないませんが事業開始の場合には新たな資金が必要となります。事業開始時に新たな事業開始のお知らせにて詳細をお知らせさせていただきます。



#### 暮らし関連事業のマーケティングとして

当社顧客及び潜在的な顧客の方々は「より快適で、自分らしく暮らしたい」という志向を持っている方に分類されます。

※建築家住宅は住宅市場において4～5%のシェアですが、全体の住宅数が減少する中でもその数は変わらないためにシェアは逆に増えています。

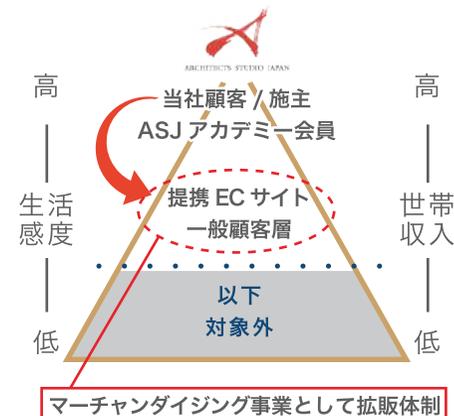
よって特に当社顧客及び潜在的な顧客である ASJ アカデミー会員を対象として事業を開始

その後一般顧客（アッパーミドルクラス）まで対象を広げるプランでの展開としています。

これはオピニオンリーダー的マーケティングポジションである当社顧客・潜在的顧客を対象に販売開始

その結果＝テストマーケティングとしての結果を商品政策・プライスパリシー・営業政策に反映させる事で高い事業効率での事業展開を目指すことが可能です。

<マーケティングチャート>



#### 「生活そのものを Design する」をテーマとした商品政策

##### 取扱商品として

- ① 家具・インテリア関連商品
- ② 絵画・オブジェ・アート
- ③ 食器・調理家電・おしゃれ家電・トラベル関連商品・スーパーブランド・輸入品
- ④ 食品：生鮮食料品（野菜 / 果物 / 精肉等）・お取り寄せ品・オリーブオイル・ワイン等
- ⑤ ヘルスケア関連商品

##### 取扱サービス：「コト」ビジネス

- ⑥ グルメコンシェルジュプロジェクト：特選食材の EC サイトでの販売・サブスク・お取り寄せ・フードデリバリー・バトラーサービス 提携特選レストラン・飲食店アレンジメント等「食」に関連するサービスを提供するものです。
- ⑦ トラベルサポート・カルチャー・ヘルスケア / アンチエイジング  
旅行全般のコンシェルジュサービス、カルチャースクール等、アンチエイジングトリートメント

#### 市場競争力

当社が手掛ける暮らし関連事業の商品コンセプトは「心まで豊かにするような暮らし方のために」と「ASJ だから提供出来る上質な製品とサービス」です。取扱ジャンルに関わりなく、クオリティにこだわったマーチャンダイジングを提供することで徹底した差別化を図っております。

つまり「**オンリーワン戦略**」であり、**市場競争力重視の商品政策**を取っています。事例としては、家具・インテリア製品は量販タイプの取扱いは行わず輸入品・工房作品を中心とした品揃えであり、アートでは複製品の取扱いは行わず、画廊・作家との直接取引によるものとします。

また食品等は生産者からの直販を基本にして、一般に流通しない、特選モノのみの取扱いとします。こうした**圧倒的な商品力**により、顧客の囲い込みを行うことも可能となり、市場競争力は高いものとなります。

これは対象顧客を 5,800 名を超える当社顧客と登録者数 65,000 名を超える ASJ アカデミー会員というセグメントされたクローズドマーケットを対象とした事業展開が可能という当社の営業資産に依るもので、これにより高効率な事業展開が実現できる点も競争力の源泉と判断しています。

#### ③ 投資関連事業：



#### 既存 ASJ 建築家ネットワーク事業へのサポートの一環として

##### 3-1 ASJ パートナー企業への投融資

今後、事業展開を検討していく事業候補として

##### 3-2 ASJ 建築家ネットワーク事業の顧客への各種ローン

##### 3-3 リフォーム顧客への各種ローン

今回の中期事業計画のスピードアップのために機能する投融資を積極的に展開する計画として

##### 3-4 事業投資

→事業多様化戦略に貢献するような事業・企業への投融資

特に住まい関連事業・暮らし関連事業の業容拡大に寄与するような案件・プロジェクト・企業を対象とした投融資に取り組んでいく計画です。

#### 「ALIN プロジェクト」

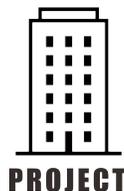
2023年3月期においては環境事業として事業計画においてもお知らせしておりましたが、当社はプラント等機器の販売などの商流には関与せず、監修・プロデュース・マーケティングディレクションに専念することになりましたので、今後は投資関連事業にて事業監修等に関する費用等を売上計上していくことと致しました。※第三者割当増資にて調達した資金使途として当該業務に関する費用を計上しております、



#### 「ALIN プロジェクト」

ALIN とは有機物の高度利用をテーマに開発された有機物循環プラントホームの総称であり、具体的には高いイオン積を持つ亜臨界水を利用した廃棄物（ゴミ）処理プラントにより、一般的にはゴミとされる有機物を有効活用させるプロジェクトです。ALIN プロジェクトの特徴は①ゴミの資源化②カーボンニュートラル等環境問題への解決策の1つ③処理後の二次残渣有効利用＝有機物循環技術（派生効果として有機農業推進・土壌改良等）④ゴミ問題解決策⑤焼却型ゴミ処理施設よりも省コスト等であり、非常に社会性の高い事業であります。

当社は研究開発からその実用化に向けてアライアンス面を中心に参画しており、実用化段階時点では総合監修的な立場で当社子会社を介して関与していく予定です。



第三者割当増資にて調達した資金の使途として、当社が設計デザイン及び事業企画に参画する別府駅前開発プロジェクトへの事業投資を計画しております。

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Designする“暮らし提案企業”へ」

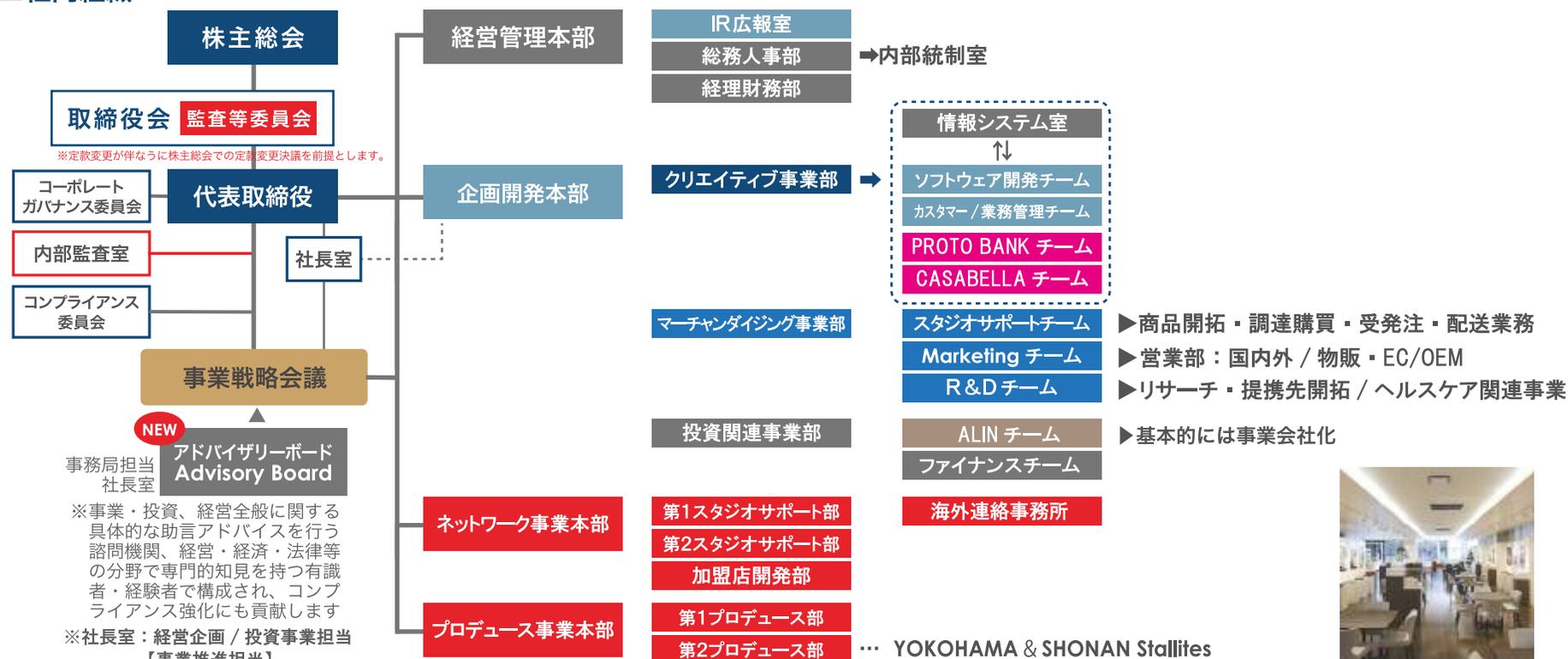
#### 6) 事業体制（組織改編）

従来の建築家ネットワーク事業のみの組織から新たなセグメントによる事業展開に対応する機動的な組織へ転換します。

- 組織改編：**
- 1) 資本・業務提携を含む外部とのビジネスネットワーク構築による機動的な事業体制の構築
  - 2) 企業グループ化 …将来的には持株会社への移行：コーポレートガバナンス強化と企業基盤の安定化
  - 3) **監査等委員会設置会社へ**：次代のニーズに応える ESG 経営実践の為に「攻め」と「守り」のバランスを考慮した経営体制を構築  
 →攻めの事業体制の為に適材適所重視の役員構成+守りの経営管理体制の為に**監査等委員会設置へ**

※定款変更が伴うように株主総会での定款変更の決議を前提とします。

#### ■社内組織



※組織は各年度毎に事業の進捗に応じ、また企業グループ構築の為に随時見直しを行ってまいります

#### 7) 経営活性化のための施策について

当社が次代においても企業として新たな企業価値を創造し、成長する ASJ セカンドステージに向けて進んでいく為に当該中期経営計画を遂行していくためには経営活性化は必須であり、それにより新たな事業体制の下に新たなセグメントによる事業を展開するために、中期経営計画初年度において抜本的な施策を実施して参ります。



#### 資本政策

- ① 中期経営計画所要資金の調達及び資本充実と財務基盤の強化を目的とした第三者割当による増資とストックオプション
  - 従来からの課題である財務基盤強化（債務超過回避）・キャッシュフロー経営の実現、所要事業資金の調達の為の資本強化策タイムリーかつ機動的な事業資金調達を目的とした第三者割当による新株及び新株予約権の発行を計画  
**上場維持基準のクリア・継続企業の疑義解消・事業再構築資金 / 運転資金の調達 → 企業価値創造資金として調達**
  - 取締役及び社員並びに当社のパートナーであるスタジオ・協力企業を対象としたストックオプション付与を計画  
 ストックオプションを通して**企業としての「輪(和)」**を構築、共に企業価値向上を目指す人材育成・事業 / 企業体制を構築します。

#### 事業体制

- ② 事業再構築とコーポレートガバナンス重視の経営体制の構築と企業グループ化戦略
  - 新たなセグメントによる事業再構築と事業国際化の為に「攻め」と「守り」のバランスを考慮した経営体制を構築  
 攻めの事業体制の為に適材適所重視の役員構成+守りの経営管理体制の為に**監査等委員会設置会社へ**
  - 収益だけではない企業価値**の構築する経営体制を構築＝次代のニーズに応える**ESG 経営実践**の為に体制構築へ
  - 外部リソース活用の為に資本・業務提携を含め、自社ビジネスネットワークを構築目指します。  
**将来的には持株会社への移行し、新たなグループ企業体「生活そのものを Design する暮らし提案企業グループ」構築へ**

#### 検証作業

- ③ 自社営業資産の検証：無形資産の活用による事業多様化による成長戦略のために
  - 登録建築家のセグメント・ASJ 加盟スタジオ企業とのコミュニケーションによる取引関係見直しと再構築・アカデミー会員のデータ再検証と特典見直し・協力企業等取引先との協業検証（資本・業務提携）
  - 収益性向上の為に既存事業の見直し検証 対象：PROTO BANK プロジェクト / CASABELLA 事業 / ALIN プロジェクト

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものをDesignする“暮らし提案企業”へ」

#### 8) 経営目標 (数値目標として)

	←実績値 2023/3月期	予測値 2024/3月期	計画値→ 2025/3月期	単位千円 2026/3月期
<b>住まい関連事業</b>	<b>553,857</b>	<b>592,917</b>	<b>1,026,000</b>	<b>1,721,100</b>
ネットワーク事業	373,298	365,483	613,300	945,500
プロデュース事業	98,955	200,164	210,200	310,200
ビジネスサポート事業	15,739	8,815	141,800	379,900
その他の事業	65,868	18,455	60,700	85,500
<b>暮らし関連事業</b>	<b>000,000</b>	<b>000,000</b>	<b>440,000</b>	<b>1,170,000</b>
物販/E C事業	—	—	150,000	620,000
マーチャンダイジング事業	—	—	280,000	520,000
その他の事業	—	—	10,000	30,000
<b>投資関連事業</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>68,000</b>	<b>110,000</b>
<b>売上高合計</b>	<b>553,857</b>	<b>592,917</b>	<b>1,534,000</b>	<b>3,001,100</b>
<b>売上原価</b>	<b>86,296</b>	<b>86,501</b>	<b>615,600</b>	<b>1,523,400</b>
<b>売上総利益</b>	<b>467,561</b>	<b>506,416</b>	<b>918,400</b>	<b>1,477,700</b>
同利益率	84.4%	85.4%	59.9%	49.2%
<b>販管費</b>	<b>816,581</b>	<b>735,518</b>	<b>837,000</b>	<b>1,091,600</b>
<b>営業利益高</b>	<b>▲ 349,020</b>	<b>▲ 229,102</b>	<b>81,400</b>	<b>386,100</b>
同利益率	—%	—%	5.3%	12.9%
<b>経常利益高</b>	<b>▲ 352,782</b>	<b>▲ 233,179</b>	<b>76,800</b>	<b>382,200</b>
同利益率	—%	—%	5.0%	12.7%

基本的には一部の売上を総額計上とする事で増収を図り、キャッシュフロー経営実現へ

※上記売上高には M&A による売上高は含まれておりません。

#### 第三者割当増資における主な資金使途として

- **住まい関連事業** (単位千円)  
既存東京セル縮小費用 59,400・新規サテライト開設資金 68,200・ビジネスサポート事業のためのシステム構築 24,200・商品仕入 33,000・PB 商品開発及び仕入 48,400・海外連絡事務所開設及び海外マーケティング関連費用等 40,000
- **暮らし関連事業**  
WEB サイト構築関連 28,600・マーケティング関連 11,000・商品仕入 44,000・催事販売関連 19,800  
企画開発開拓関連 25,300・物流関連 1,100
- **投資関連事業**  
従来からの ALIN プロジェクト関連 12,000・別府駅前開発への事業投資 30,000・住まい&暮らし両事業を補完する事業/プロジェクトへの投資資金 60,000
- **経営管理関連**  
借入金返済 40,000・経営管理機能の東京本社への移管費用等 10,600・コーポレートサイト再構築 12,100  
求人/外注関連費用 12,900

#### 目指すべき経営目標 . . . . .

- ★ **企業基盤の再構築**  
(企業グループとしての総合力)  
→ ASJ 事業の対象市場拡大  
→ 事業アライアンス構築 = 企業力 UP  
(資本・業務提携 + M&A)
- ★ **財務基盤強化**  
(資本増強による負債の圧縮)
- ★ **自己資本比率 35%** (当面の目標値)  
**自己資本利益率 10%** (当面の目標値)
- ★ **配当可能な企業へ**

### 会社概要

会社名	アーキテツ・スタジオ・ジャパン株式会社
証券コード	6085 (東京証券取引所グロース市場)
代表者	代表取締役 庵下 伸一郎
設立	2007/11/9
事業内容	住まい関連事業： ① 建築家ネットワーク事業 スタジオネットワーク事業・プロデュース事業 ② 当社加盟の建築会社に対するビジネスサポート事業 ③ PROTO BANK 事業 ④ CASABELLA 出版事業
	暮らし関連事業 ① 物販/EC 事業 ② マーチャンダイジング事業 ③ コンシェルジュサービス事業
	投資関連事業 ① 事業への投融資事業 ② その他
本社所在地	東京都千代田区丸の内三丁目4番2号
資本金	7億4,075万円 (2023年3月末現在)
決算期	3月末
従業員数	47名



### 関係会社概要 (2023年12月現在) . . . . .

会社名	TEMPO NETWORK 株式会社
代表者	代表取締役 丸山 雄平
設立	2021/12/1
事業内容	フランチャイズチェーンシステムによる不動産店の経営及び経営指導
本社所在地	東京都千代田区丸の内三丁目4番2号
資本金	1000万円 (2023年3月末現在)
資本構成	当社 100%
決算期	3月末

会社名	CONSTRUCTION NETWORK 株式会社
代表者	代表取締役 丸山 雄平
設立	2022/4/27
事業内容	建築会社・不動産店への情報提供サービス
本社所在地	東京都千代田区丸の内三丁目4番2号
資本金	1000万円 (2023年3月末現在)
資本構成	当社 100%
決算期	3月末

#### <本資料の取扱いについて>

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の投資を勧誘するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大きく異なる場合があります。