



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ニッソウ

2024年9月30日

証券コード:1444

INDEX

- 01 会社概要
- 02 ビジネスモデル
- 03 市場環境
- 04 競争力の源泉
- 05 事業計画
- 06 リスク情報

01 会社概要



会社名 株式会社ニッソウ

設立 1988年9月

資本金 349,789千円（2024年7月末時点）

所在地 東京都世田谷区経堂1丁目8番地17号

従業員数 連結 92名(正社員 2024年7月末時点)
(2024年8月5日子会社化した株式会社平成ハウジングは含まれておりません)

役員構成	代表取締役社長	前田 浩
	取締役副社長	高松重之
	常務取締役	木村孝史
	取締役	湯浅一彦
	取締役	北村知之
	取締役	能美文弥
	社外取締役	熊谷征大
	社外取締役(監査等委員)	水島孝生
	社外取締役(監査等委員)	木村康之
	社外取締役(監査等委員)	小林仁子
	社外取締役(監査等委員)	市川圭介

事業内容 不動産物件のリフォーム、不動産事業

拠点

神奈川営業所: 神奈川県高座郡寒川町小谷2-3-5
 横浜営業所: 神奈川県横浜市南区井土ヶ谷下町218-2-2F
 埼玉営業所: 埼玉県さいたま市西区三橋6-78-2
 朝霞営業所: 埼玉県朝霞市溝沼4-4-15
 千葉営業所: 千葉県船橋市大穴北1-31-15
 東北営業所: 宮城県仙台市青葉区八幡2-4-4-2
 首都圏北部施工センター: 埼玉県三郷市駒形105-2
 首都圏南部施工センター: 神奈川県藤沢市南藤沢15-16

株式公開市場 東京証券取引所グロース市場
名古屋証券取引所ネクスト市場
(証券コード 1444)

企業広告(CM)



子会社・関連会社(提出日現在)





- 1988年 ● 9月 株式会社ニッソウを設立
- 2006年 ● 12月 本社を東京都世田谷区経堂へ移転
- 2016年 ● 10月 神奈川県高座郡寒川町に神奈川営業所を開設
- 2017年 ● 3月 埼玉県さいたま市西区に埼玉営業所を開設
- 2018年 ● 2月 東京証券取引所TOKYO PRO Marketに上場
- 2020年 ● 3月 名古屋証券取引所セントレックスに上場
- 10月 千葉県船橋市に千葉営業所を開設
- 2021年 ● 4月 埼玉県朝霞市に朝霞営業所を開設
- 2022年 ● 4月 名古屋証券取引所ネクスト市場に移行
神奈川県横浜市南区に横浜営業所を開設
- 2022年 ● 7月 東京証券取引所グロース市場に上場
- 12月 株主優待制度導入
- 2023年 ● 3月 100%子会社「日本リゾートバンク株式会社」を設立
- 5月 株式会社ヤナ・コーポレーションの株式を取得し子会社化
- 6月 匠屋本舗有限公司へ資本出資
- 12月 マレーシア連絡事務所設置
- 2024年 ● 1月 TOMORROW WTO SDN. BHD.との戦略的パートナーシップ契約締結
- 3月 宮城県仙台市に東北営業所を開設
- 6月 株式会社ささきの株式を取得し子会社化
- 8月 有限会社平成ハウジング(現株式会社平成ハウジング)の株式を取得し子会社化





社名の由来

日本一の業績を誇る改装会社(リフォーム会社)に成長させようとの決意を込めて名付けました。あれから30数年、他社が苦手とする入居中のクレーム対応や、数千円・数万円程度の小工事こそ、親切丁寧に対応することをモットーに精進してまいりました。

これからも、中小規模不動産会社様のお困りごとやお悩みごとに、お気持ちに寄り添った営業活動を心掛けてまいります。さらに私たちニッソウは、社会環境の変化に応じた新たなサービスの創造とオペレーションの提供を実現させ、これまで以上に得意先様のご期待に応えてゆく所存でございます。



経営理念

当社は、「誠実な社員、理解あるお客様、確実な仕入先、堅実な外注先、その他事業に関係ある方に対し、全てをビジネスパートナーと考え相思相愛の強い信頼関係で、名実共に日本一のリフォーム会社を目指します。」という経営理念の下、顧客である不動産会社の良きパートナーとして、市場のニーズに適応した質の高いリフォームサービスの提供に取り組み、当社の持続的な企業価値の向上に努めてまいります。



2023年3月に子会社日本リゾートバンク株式会社を設立。2023年5月に株式会社ヤナ・コーポレーションの株式を100%取得し完全子会社化しグループ企業へ。2023年8月より日本リゾートバンク株式会社の事業を開始。



日本リゾートバンク株式会社

連結取り込み日 2023年7月期第4四半期



代表者 代表取締役社長 石川一樹

設立 2023年3月

資本金 100,000千円

事業内容 リゾート物件の売買、仲介他

特徴

「海のある暮らし」の魅力や可能性をお客様に提案し、リゾート物件を開発・販売することで地域社会の活性化と環境保全に貢献します。

シナジー

リフォーム事業で得たノウハウ及び幅広いネットワーク力を活用し、リゾート物件を取扱う不動産事業への進出。



株式会社ヤナ・コーポレーション

連結取り込み日 2023年7月期第4四半期



代表者 代表取締役社長 木村孝史

設立 1997年6月

資本金 20,000千円

事業内容 建設事業、リフォーム事業他

特徴

地元埼玉県を中心に主に総合リフォーム工事を行っており、また創業時から塗装工事も積極的に行っております。

シナジー

リフォーム事業の更なる拡大、また、首都圏におけるシェア拡大を図り、持続的成長の実現に取り組んでまいります。



2024年6月に株式会社ささきの株式を100%取得、また、2024年8月に株式会社株式会社平成ハウジングの株式を100%取得し完全子会社化しグループ企業へ。



株式会社ささき

連結取り込み日 2024年7月期第4四半期



代表者 取締役社長 佐々木吾郎

設立 1967年6月

資本金 10,000千円

事業内容 建設事業、リフォーム事業他

特徴

「安心の暮らしを、いつまでも」をモットーに、これまでに培ってきた技術力を基盤に、地元にて確固たる地位を築いております。

シナジー

リフォーム事業のさらなる拡大が期待されるとともに、当社グループに迎える事により、当社の企業価値向上に資するものと判断。



株式会社平成ハウジング

連結取り込み日 2025年7月期第1四半期



代表者 代表取締役社長 石槻博之

設立 1991年5月

資本金 10,000千円

事業内容 注文・建売住宅の設計、建築、売買他

特徴

ローコストで品質、コストパフォーマンスの良い注文住宅「安くて良い家」をはじめ、経験を活かしたリフォームなども行っております。

シナジー

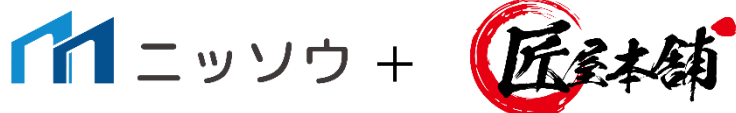
関東・東北地方への事業エリアの展開に期待。当社グループの事業領域の拡大も見込め、当社の企業価値向上に資するものと判断。



海外ビジネスに関する知見を深め、今後もさらなる経済発展が期待できるアジア地域を中心に海外展開を図っていくためのノウハウを向上させていく。

資本出資

匠屋本舗有限公司(香港)に出資
香港におけるビジネスの連携を図る



戦略的パートナーシップ契約を締結

マレーシアのTOMORROW WTOと不動産事業に関する
戦略的パートナーシップ契約を締結

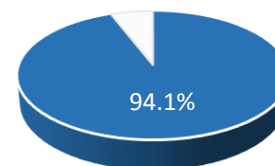


02 ビジネスモデル

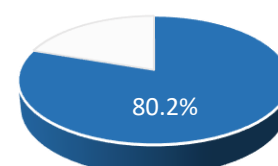


当社グループは「リフォーム事業」と「不動産事業」の2つの報告セグメントに区分しております。

リフォーム事業

原状回復
工事外装・外構
その他工事リノベーション
工事ハウスクリーニング
メンテナンス
工事

売上構成比



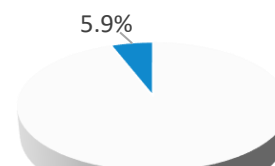
利益構成比

不動産事業

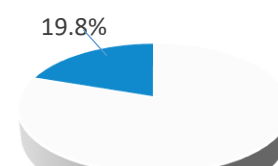


不動産仲介

買取再販



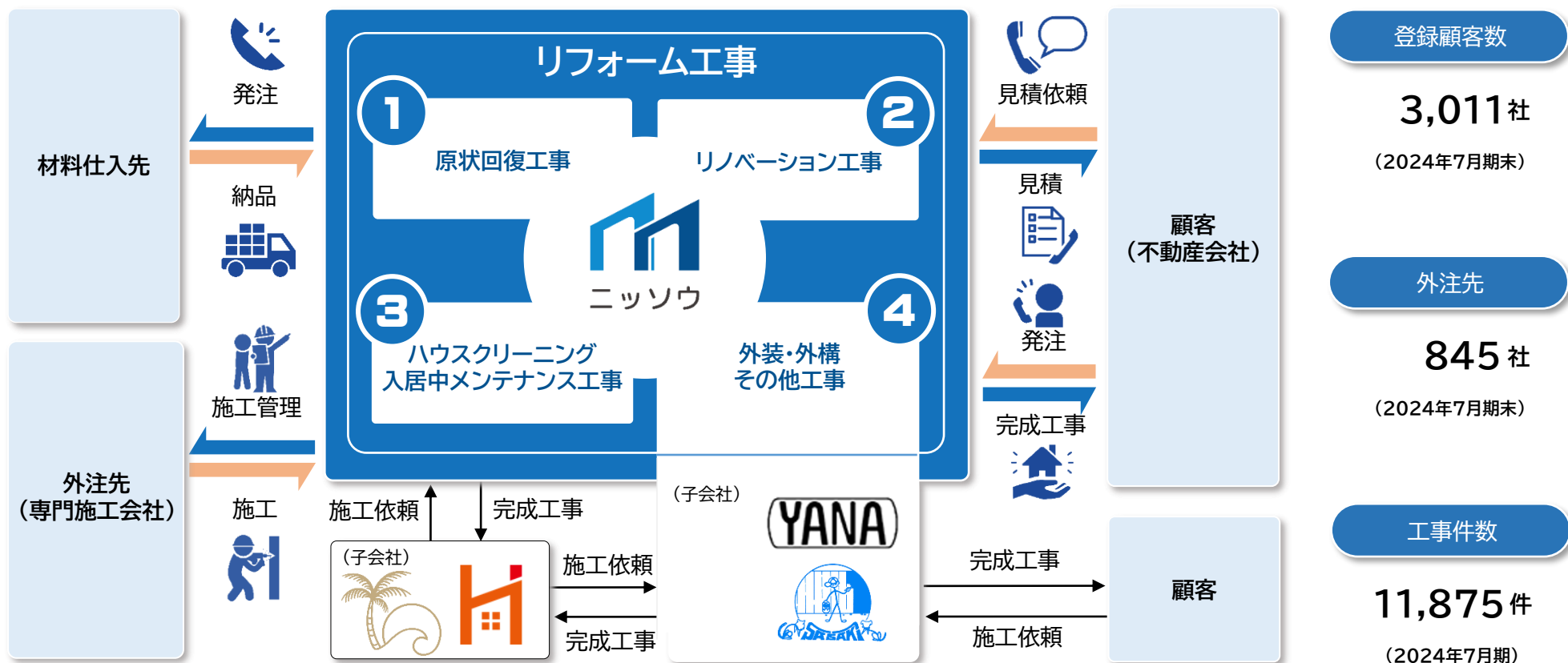
売上構成比



利益構成比

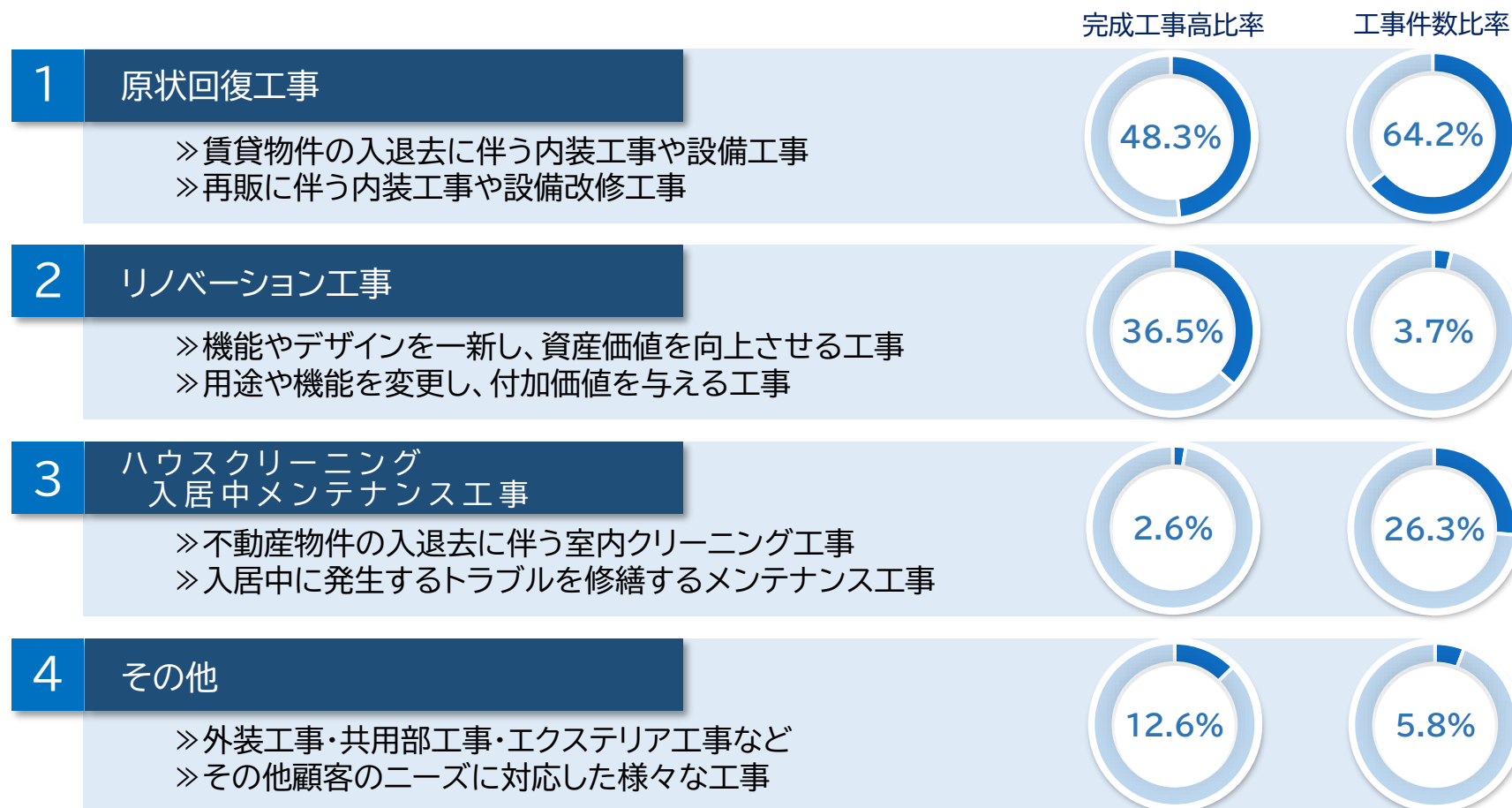


不動産業界に特化し、主にBtoBのビジネスモデルで顧客と業者をつなぐ架け橋となり、不動産会社の管理・所有している物件に係る各種リフォーム工事をマネジメント。顧客のニーズを汲み取り、多種多様のサービスを提供。





不動産会社が管理・所有している物件に係る各種リフォーム工事を中心に受注
主に3種類の工事を施工管理



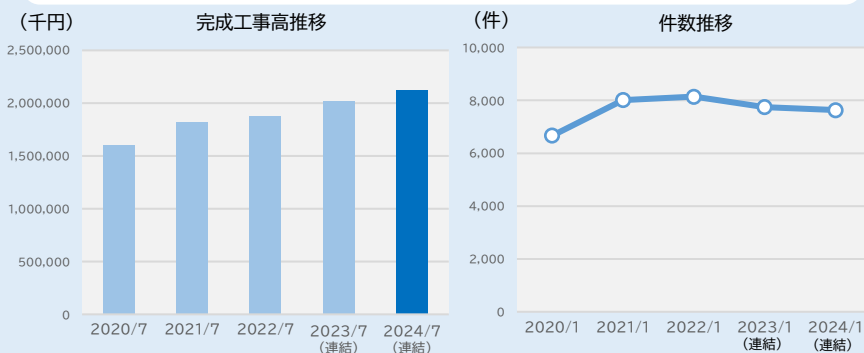
※本完成工事高比率、工事件数比率は2024年7月期の数値となっております。工事件数比率に関しては2024年7月期に完成した工事の件数の比率となっております。



1 原状回復工事



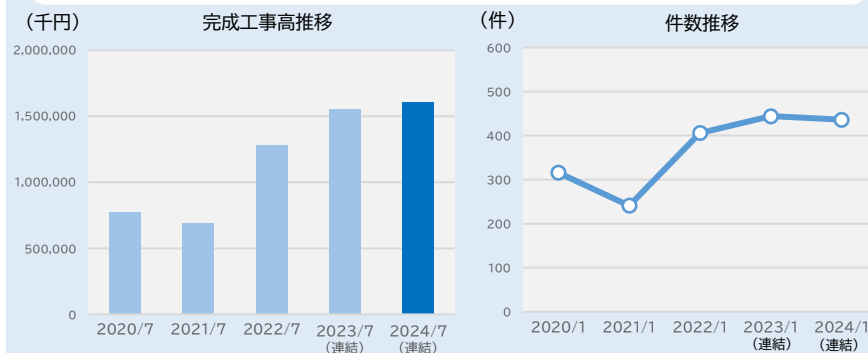
原状回復工事とは経年劣化した建物や部屋を新築に近い状態に戻す工事の事で、主に賃貸物件での入居者入替り時、入居者が退去した後の内装及び水回り等を入居前の状態に戻す改修工事です。当社では主に住居用及び事務所の賃貸物件の室内の原状回復工事を行っております。また、不動産物件の再販に伴う内装工事や設備改修工事も行っております。



2 リノベーション工事



比較的大規模な工事を行うことで、住宅の機能を新築時の状態よりも向上させ、価値を高める工事です。原状回復工事がマイナスのものをゼロに近い状態に戻す工事に対し、リノベーション工事はプラスαで新たな機能や価値を付加させる工事です。よりデザイン性の高いものに改良、住環境を現代的なスタイルに合わせて間取りや内外装等を変更する工事も含まれております。また、全ての内装や設備等を解体して新規に作り直すスケルトンリフォーム工事も行っております。



※完成工事高については、2022年7月期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しており、2021年7月期については当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。また、2019年7月期は工事完成基準を適用しておりますが、2020年7月期末より工事進行基準を適用しております。

なお、工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数となっております。

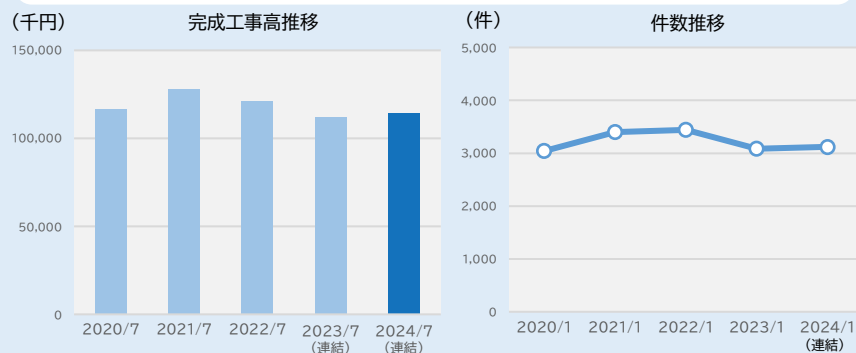
※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。



3 ハウスクリーニング 入居中メンテナンス工事



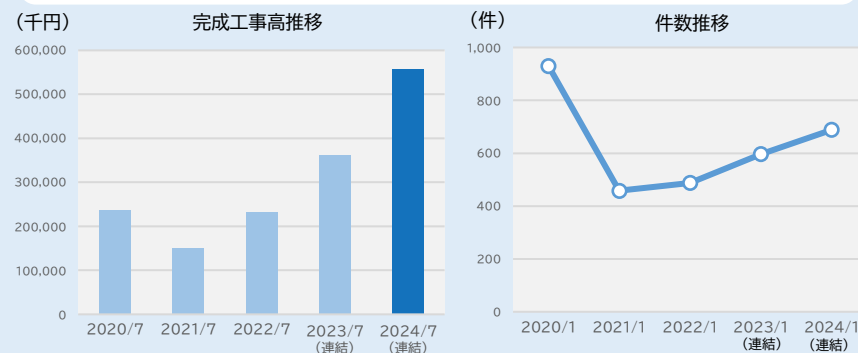
不動産物件において、入居者が退去した後、次の入居に備えるために行う室内及び水回りの清掃であり、エアコンの内部洗浄やレンジフードの分解洗浄なども含まれます。
また、主に賃貸物件の入居中における日常発生する設備等や建具等の不具合を修理する小修繕工事を行っております。



4 その他



不動産物件の外壁塗装工事、外壁重ね張り工事、屋根塗装工事、屋根葺替工事、雨樋交換工事などの外装工事、マンション・アパートなどの共同住宅の共用廊下やエントランス等の共用部工事、門扉やカーポートなどのエクステリア工事などを行っております。
また、マンションなどの大規模修繕工事、屋上防水工事など顧客のニーズに対応した様々な工事を行っております。



※完成工事高については、2022年7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 2020年3月31日)等を適用しており、2021年7月期については当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。また、2019年7月期は工事完成基準を適用しておりますが、2020年7月期末より工事進行基準を適用しております。

なお、工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数となっております。

※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。



顧客は主に不動産業に係る法人(BtoB)

- ・首都圏を中心に地域密着型など地場に強い不動産会社(仲介、売買、買取再販など)や不動産管理会社などの法人が中心
- ・完成工事高における約9割がリピーター顧客
- ・賃貸物件の管理に伴い、原状回復工事やメンテナンス工事など小中規模の工事を数多く抱えている

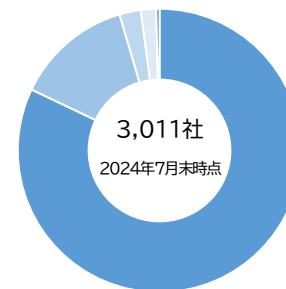


首都圏を中心とした顧客の中でも東京都が多い

所在地別顧客数割合

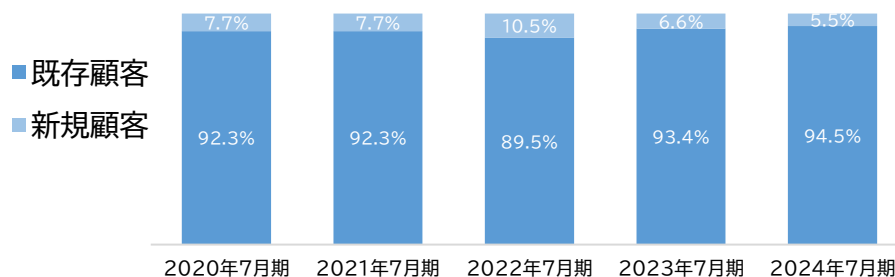
顧客の主な所在地

東京都	82.1%
神奈川県	13.4%
埼玉県	2.4%
千葉県	1.7%
その他	0.4%

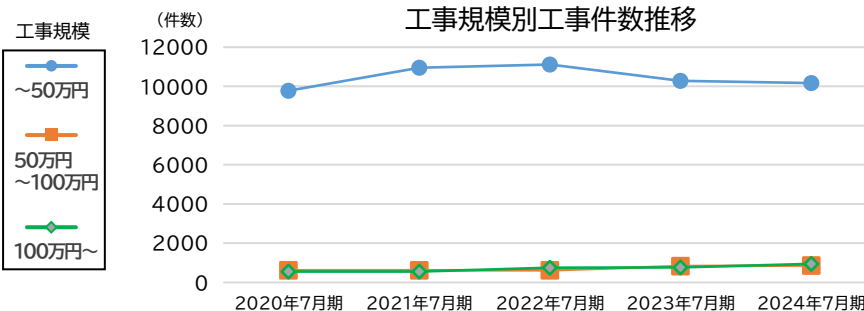


工事件数における顧客割合は既存顧客(リピート)が高い

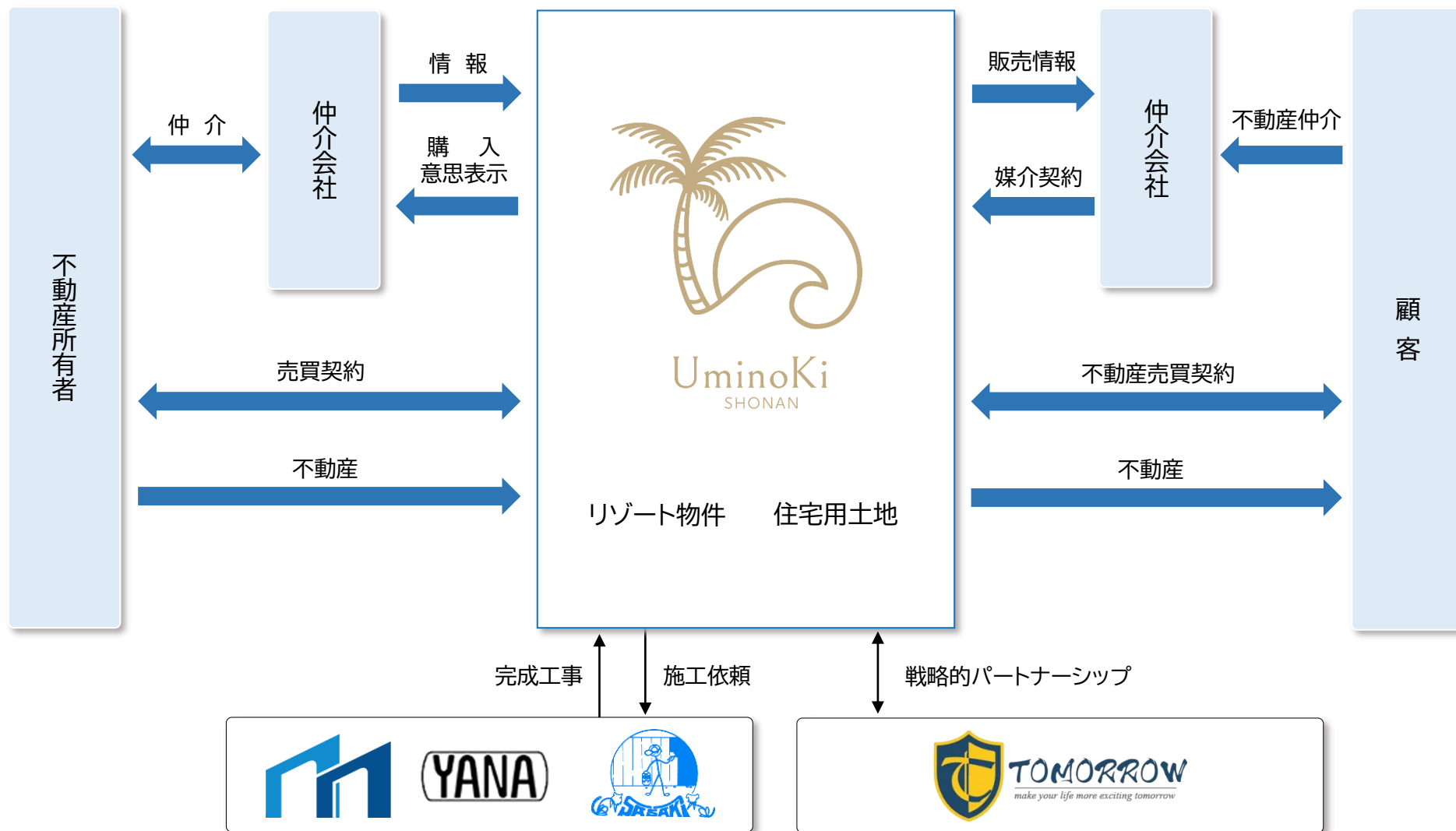
受注工事件数対比



顧客の多くは原状回復工事など小中規模工事を多数抱えている



※2022年7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 2020年3月31日)等を適用しておりますが、本ページにおける工事件数については各事業年度内に完成した工事の件数、工事規模に関しては工事完成基準を適用した場合の工事金額を用いての分類になっております。
※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。





エリアやターゲットを絞り込み資源を集中的に投下していき、地域での認知度向上を図る。
また、地域の不動産会社や地主様等による仕入れ販売体制の確立を図る。



リゾート物件を中心とした不動産の販売・仲介



湘南エリア

ブランド力のある湘南エリア
を中心とした営業活動

海が近く自然環境に恵まれ、利便性も高く、関東でも屈指の人気エリアである湘南エリアを中心に営業を注力しております。また地域でネットワークを構築し、情報収集を行っております。



海を望む物件

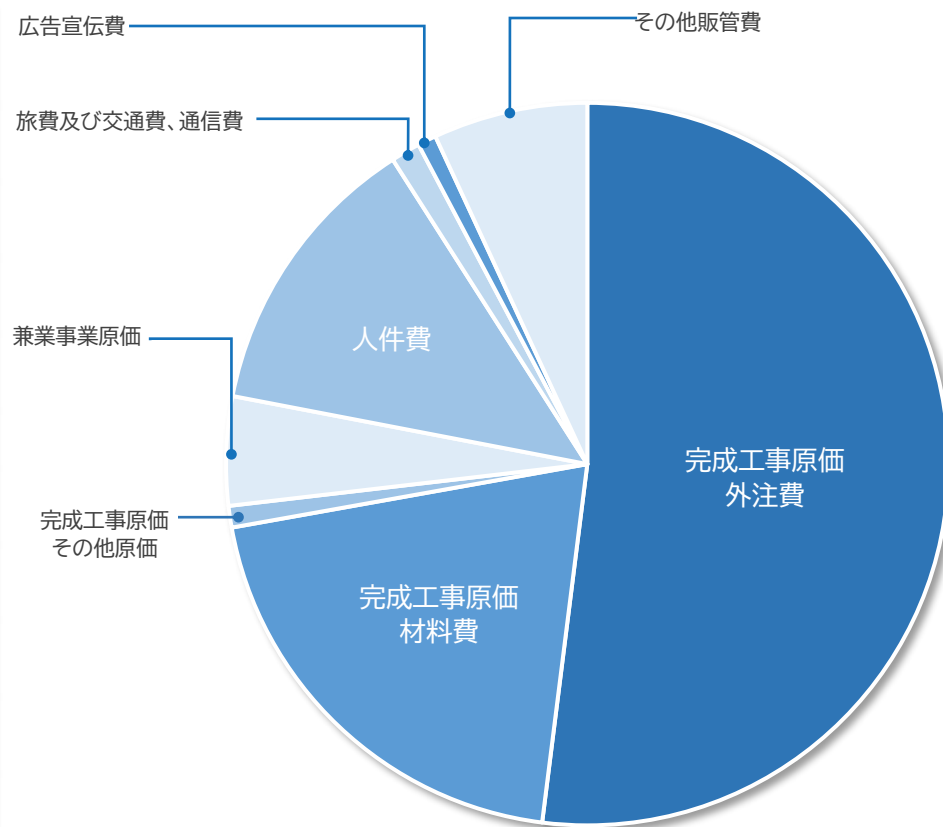
立地や景色など付加価値を
見出す不動産物件の開拓

海を望む、もしくは海まで徒歩圏内など、その場所ならではの新しい価値を見出す不動産(戸建て・土地)にこだわり、都会の喧騒から少しだけ足を伸ばして非日常的な時間を提供しております。



当社グループのコストは、売上原価については主に協力会社への外注費及び材料費である完成工事原価
販売費及び一般管理費については、人件費を中心に構成

		実績 (千円)	構成割合
売上原価	完成工事原価 外注費	2,403,558	52.0%
	材料費	933,331	20.2%
	その他原価	44,629	1.0%
	兼業事業売上原価	224,948	4.8%
売上原価 計		3,606,468	78.0%
人件費		597,863	13.0%
旅費及び交通費、通信費		60,537	1.3%
広告宣伝費		38,347	0.8%
その他販管費		319,352	6.9%
販売費及び一般管理費 計		1,016,100	22.0%



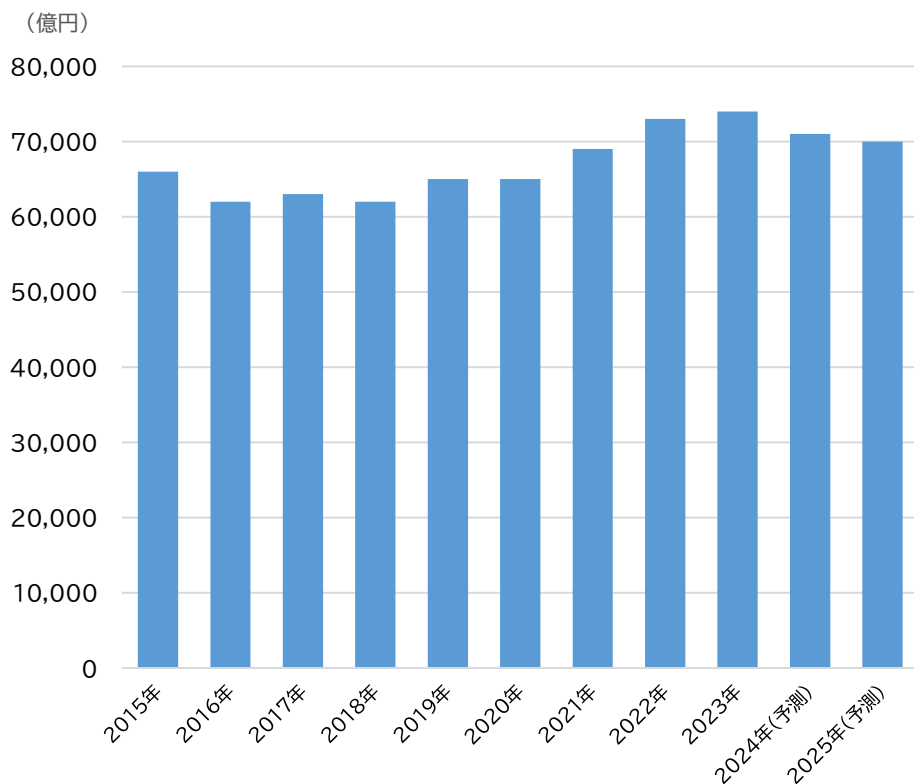
03 市場環境



住宅リフォーム市場は
受注型のビジネスとして毎年7兆円規模

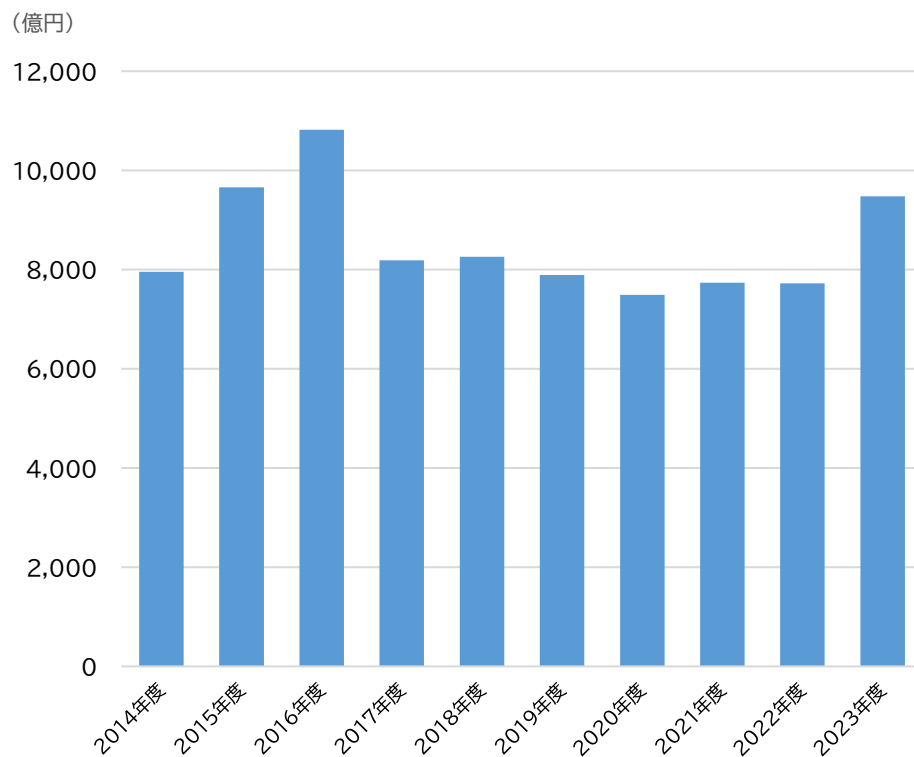
賃貸住宅におけるリフォーム工事は
概ね8,000億円前後で推移

住宅リフォーム市場規模推移と予測



※(出所)株式会社矢野経済研究所「2024年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」

賃貸住宅におけるリフォーム市場規模の推計



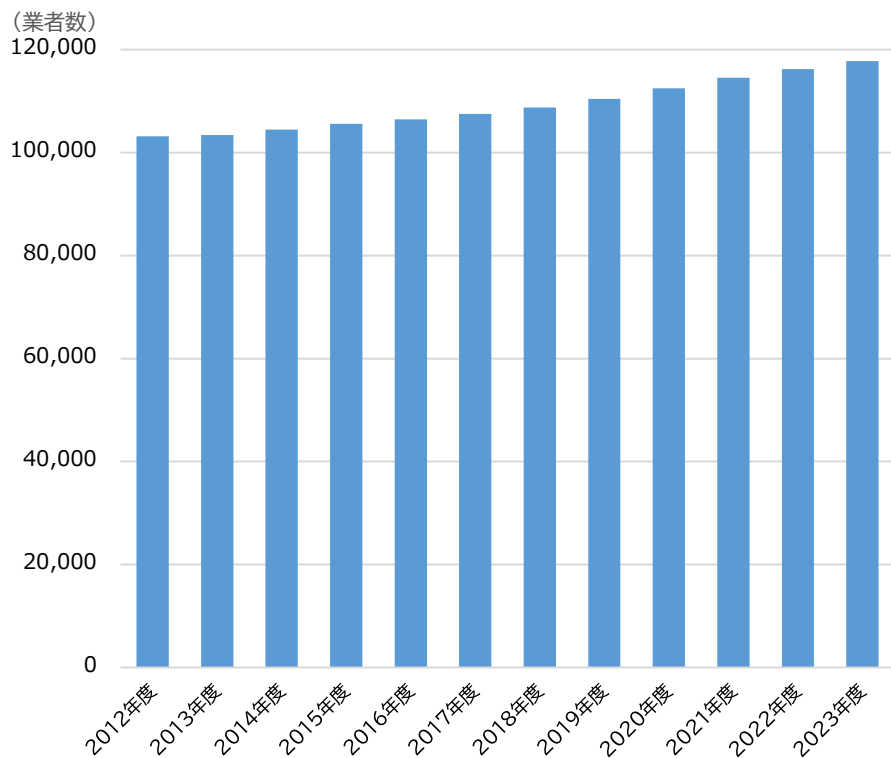
※(出所)国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成



顧客(BtoB)にあたる不動産会社(法人)数は近年増加傾向

既存展開エリアにおけるターゲットとする不動産会社の市場ポテンシャルは4.2万社超

宅地建物取引業者数(法人)の推移



※(出所)国土交通省「令和4年度宅地建物取引業法の施行状況調査について」
一般社団法人不動産適正取引推進機構「令和5年度末宅建業者と宅地建物取引士の統計について」

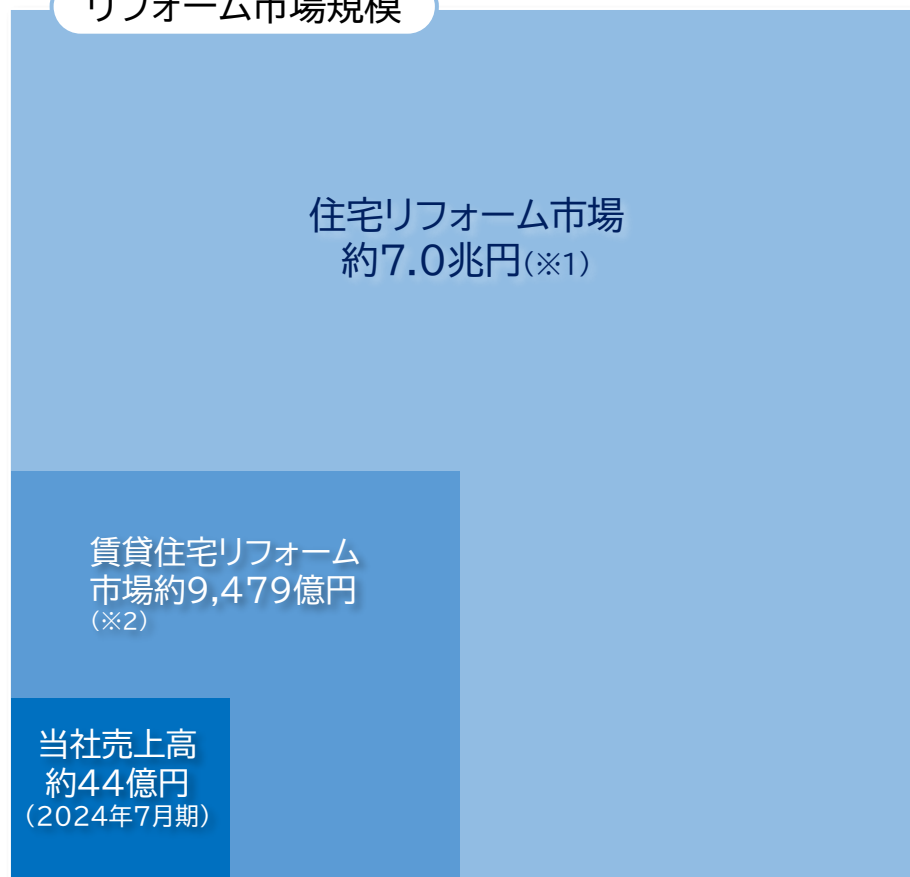
不動産会社数



※登録数は2024年7月期末時点の数になります。
※不動産会社数は一般社団法人不動産適正取引推進機構
「令和5年度末 宅建業者と宅地建物取引士の統計について」より作成



リフォーム市場規模



- ✓ 住宅リフォーム全体では約7.0兆円の市場規模であるが賃貸住宅リフォームだけで拡大余地が十分にある。
- ✓ 営業所・エリアの拡充によって、当社が事業を拡大させる余地は大きい。
- ✓ 賃貸住宅戸数のうち、当社が展開しているエリア、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県で36.6%を占めている。^{※3} 賃貸住宅リフォーム市場約9,479億円の36.6%が当社展開エリアの市場規模と推測される。

既存展開エリアだけで5~10%のシェアを獲得したと仮定した場合

↳ $9,479 \text{ 億円} \times 36.6\% \times 5 \sim 10\%$

↳ **売上高173~346億円の拡大余地**

エリア及びターゲットを拡大することで住宅リフォーム市場の約7.0兆円が市場規模となり、さらなる拡大余地がある。

※1(出所)株式会社矢野経済研究所「2024年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」

※2(出所)国土交通省「2023年度 建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

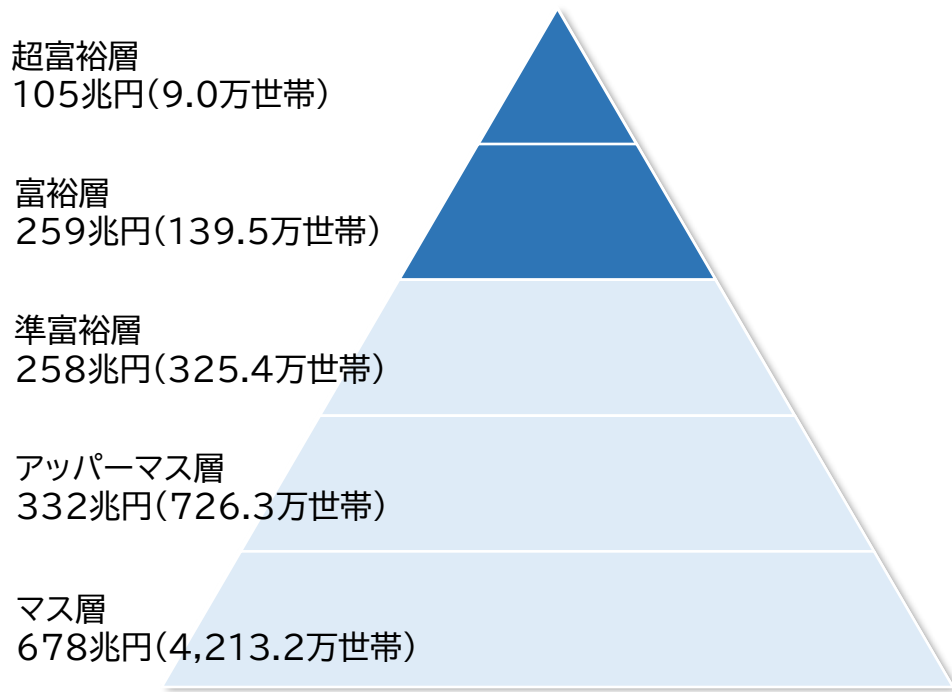
※3賃貸住宅戸数は平成30年住宅・土地統計調査を基に当社が推計したものです。



顧客ターゲットのメインは富裕層の149万世帯
その純金融資産の総額は364兆円と推計

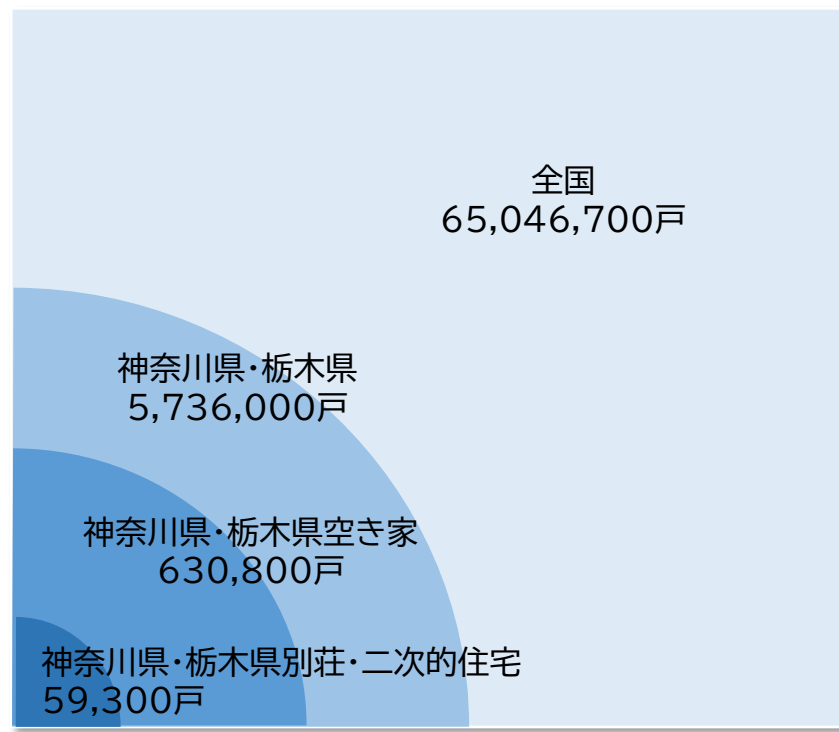
神奈川県・栃木県の別荘・二次的住宅数は全国8位、栃木県は5位。空き家などから付加価値を見出す

世帯の純金融資産保有額



※(出所)株式会社野村総合研究所「純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数」

住宅数



※(出所)住宅・土地統計調査 令和5年住宅・土地統計調査 住宅及び世帯に関する基本集計

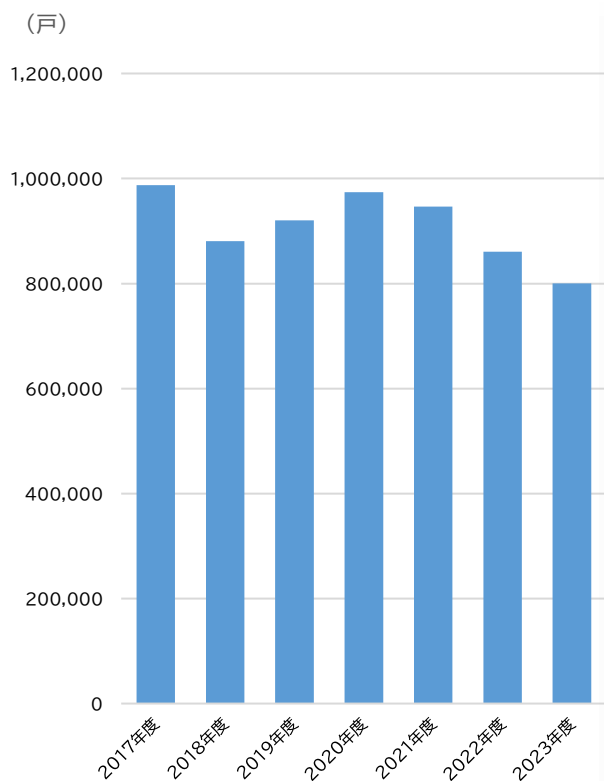


新築住宅の戸数は緩やかに下降
近年は概ね80万戸で推移

人口減少等を背景に長期的な減少傾向
また費用負担増で足元では弱い動き

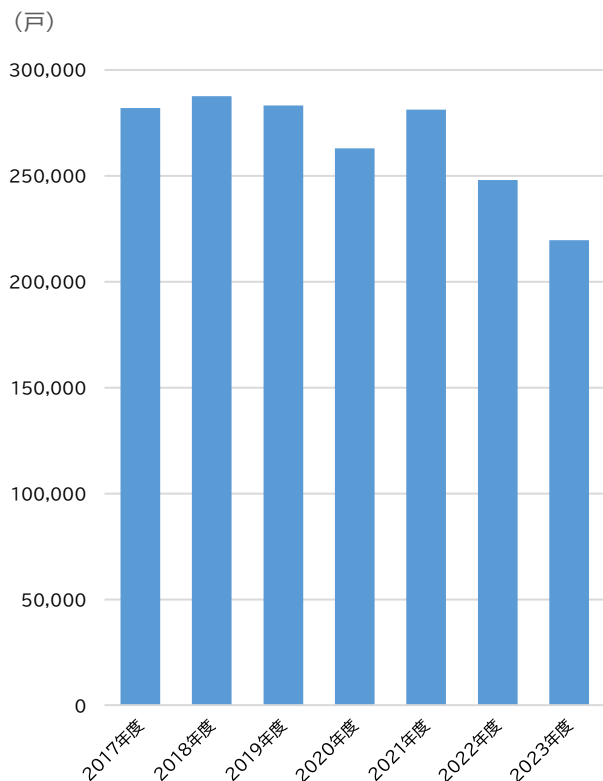
中古住宅買取再販は年々拡大傾向
割安な中古住宅の需要が増加

新築住宅の戸数の推移



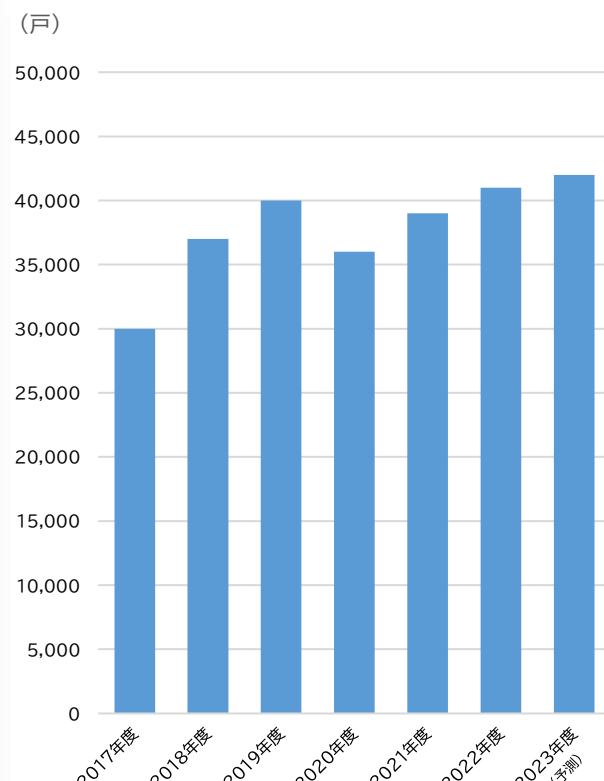
※(出所)国土交通省「建築着工統計調査報告」より作成

注文住宅の新築着工戸数の推計



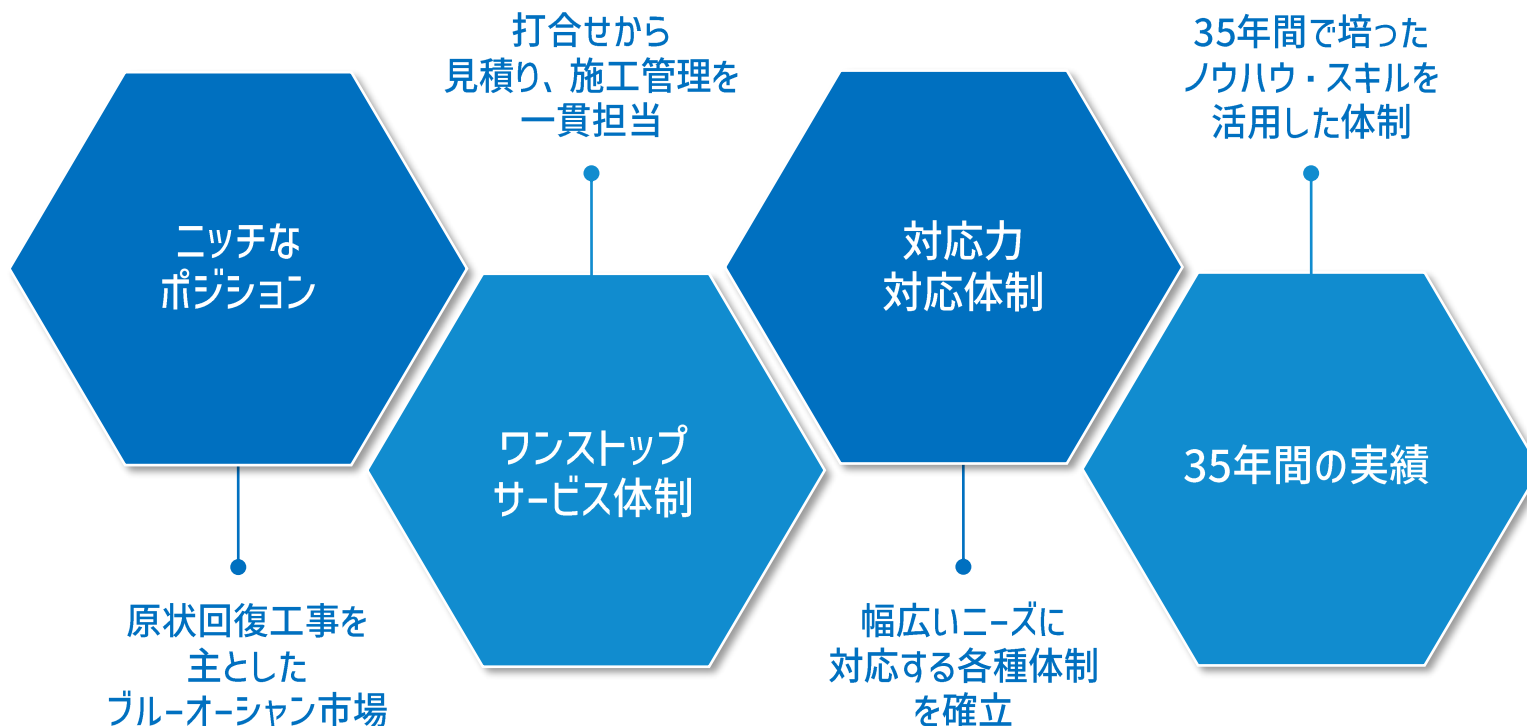
※(出所)国土交通省「住宅着工統計」より作成

中古住宅買取再販戸数の推移



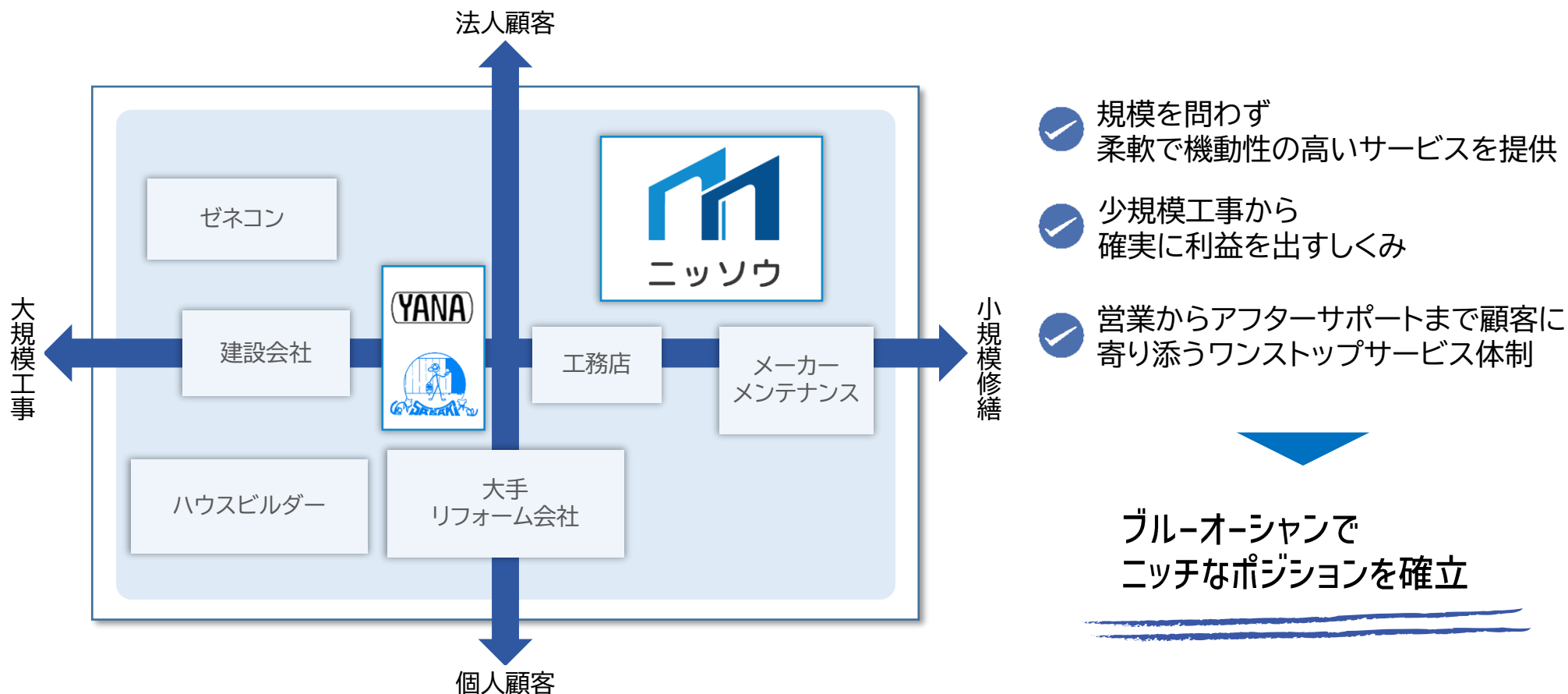
※(出所)矢野経済研究所「中古住宅買取再販市場に関する調査」より作成

04 競争力の源泉





メインターゲットを地域に根付いた不動産会社に絞った戦略を継続し、原状回復工事や小規模修繕工事を対象とした市場は建設会社大手の新築戸建てや大規模工事と異なり競争が少ないポジション。





施工の相談・現場の不具合調査から工事手配・進行管理、お引渡しまでを一貫担当で対応
一貫担当体制のため、施工内容、工程などの問い合わせにもスピード対応可能

顧客ニーズ

スピード感

入居者の退去時精算のための原状回復工事の費用把握のため、見積書を出来る限り早くほしい

賃貸物件なので空室期間を出来るだけ短くしたいので、現場調査や見積り、施工を素早く対応してもらいたい

オーナー様に迅速に回答するための情報を知りたいときのために、見積り内容や施工管理についてなどの問い合わせ窓口を一本化して、迅速に回答や対応をしてもらいたい





40名を超える施工管理担当者、700社を超える外注先を有する事で可能とする幅広い対応力
外注先と信頼関係があるからこそ成立する対応体制

顧客ニーズ

対応力・対応体制


入居中のメンテナンス工事に対応してもらいたい

工事の大小に係わらず、網戸張替1枚など小工事でも同じように対応してもらいたい

1件対応が終わったら次、ではなく、複数案件を同時に進行してもらいたい

小工事からリノベーション工事まで幅広い工事に対応してもらいたい

外構、外壁工事に対応してもらいたい




**40名を超える
施工管理担当者**

多くの施工管理担当者があり、件数をこなす事が可能となる体制を整えています。今後、さらに採用を強化し、対応力を拡大していきます。




**800社を超える
登録外注先**

各専門分野の施工会社との外注体制を有する事で様々な工事のニーズに対応。また、複数現場の同時進行を可能としております。



**取引実績の積重ね
によるスピード化**

賃貸物件の原状回復工事ならではの特徴である、繰り返される退去時現場調査で、蓄積されたデータを基に見積りなどの対応をスピード化する事が可能。




**外注先との
信頼関係の構築**

見積りから完了確認まで一貫して担当する事で、外注先としっかり係り、信頼関係を構築。その上で成り立つ工事の大小によらない施工品質、対応体制を確立。




創業以来積上げた経験・実績の強みを生かし、ニーズに沿った人材育成、また10,000件を超える現場を有するからこそ可能な小規模工事から確実に利益を上げるしくみを構築し、顧客との信頼関係を築く。




**人材育成による
スキルの標準化**

一定レベルの知識やスキルを身に付けさせる育成制度。適切な判断及び、早期対応を可能とする。




**大小様々の
豊富な現場数**

小規模から大規模まで数多くの現場を抱えるからこそ可能となった現場管理方法による、小規模工事からも利益を確保するしくみ。



**顧客との
信頼関係**

顧客からの信頼を得ることで、既存顧客から複数の工事を長期に渡り継続的に受注可能とし、安定的な収益確保の競争力の源泉となる。



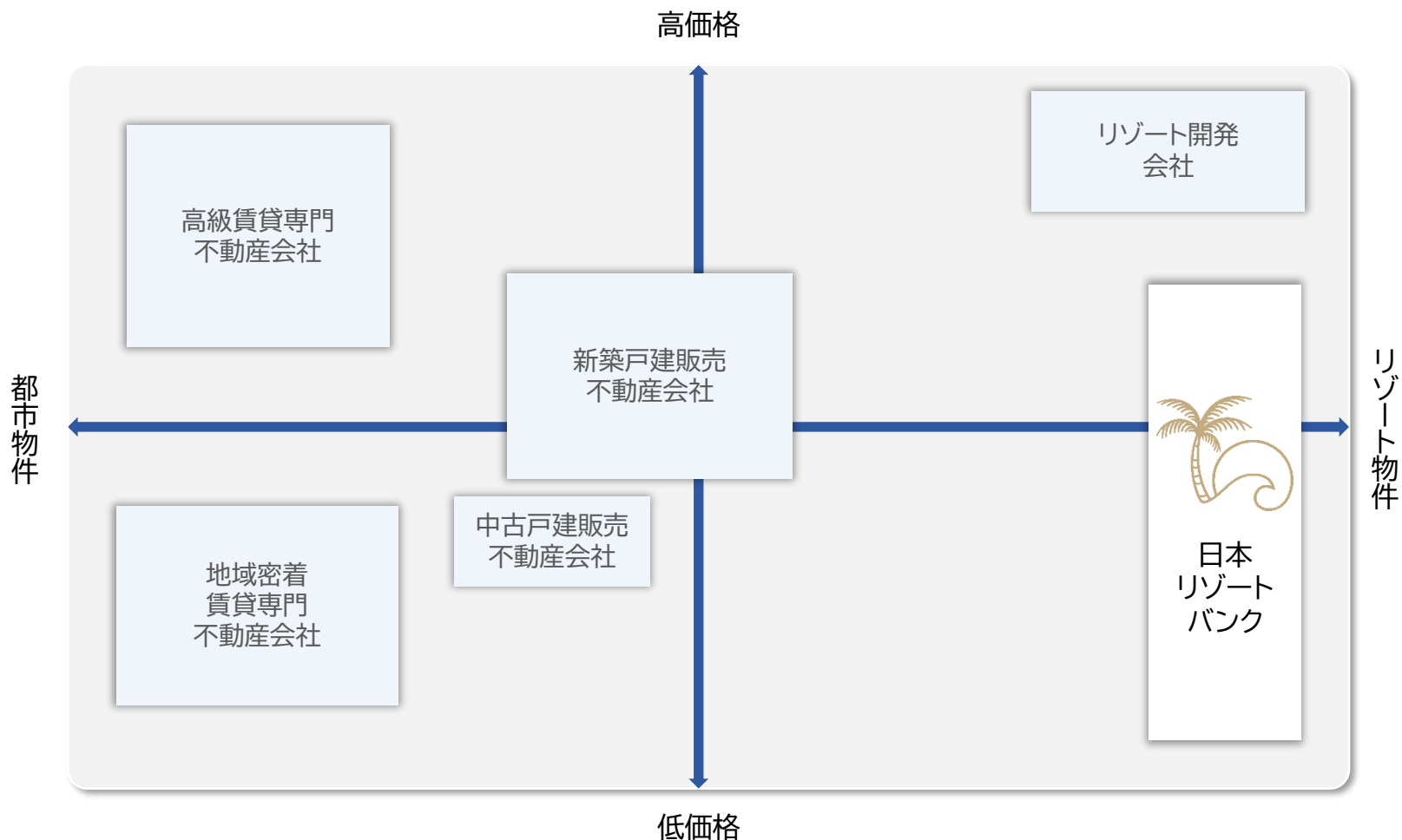
**不動産業界
専門リフォーム**

持続的に成長し永続する企業へ

創業以来35年間の経験をもとにした会社体制を構築し、業務・対応エリアを拡大。2018年に東京証券取引所TOKYO PRO Marketに上場以来、持続的に成長し2022年にはグロース市場へ上場し、知名度向上につなげております。持続的な成長とともに顧客のニーズに応えるための体制をフォローアップし、信頼関係をさらに強固にすることでリピート率を高めます。



日本リゾートバンクではターゲットを富裕層としリゾート物件に絞った戦略を展開し、地域で唯一無二のポジションを確立する。平成ハウジングではローコストでターゲットをマス層に絞った戦略展開。





ニッソウグループ



ニッソウグループのネットワークを活かした経営

3,000社以上の不動産会社ネットワークと、豊富な工事経験による不動産知識、グループ会社による再販リフォーム施工などグループの利点を活用。

マレーシア

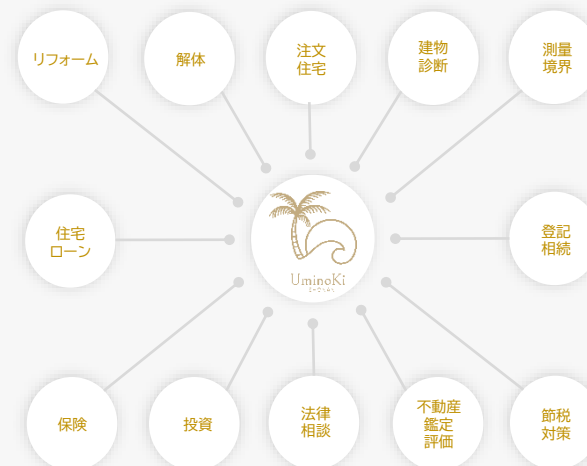


東南アジアでの不動産事業を見据えた事業展開

TOMORROW WTO SDN. BHD. (マレーシアを拠点)と戦略的パートナーシップ契約を締結することで、紹介機会が国内外へと拡大。

パートナー会社との連携による安心

不動産取引における各ジャンルの専門家によるサポート体制を整えることにより、より質の高いサービスの提供を目指します。

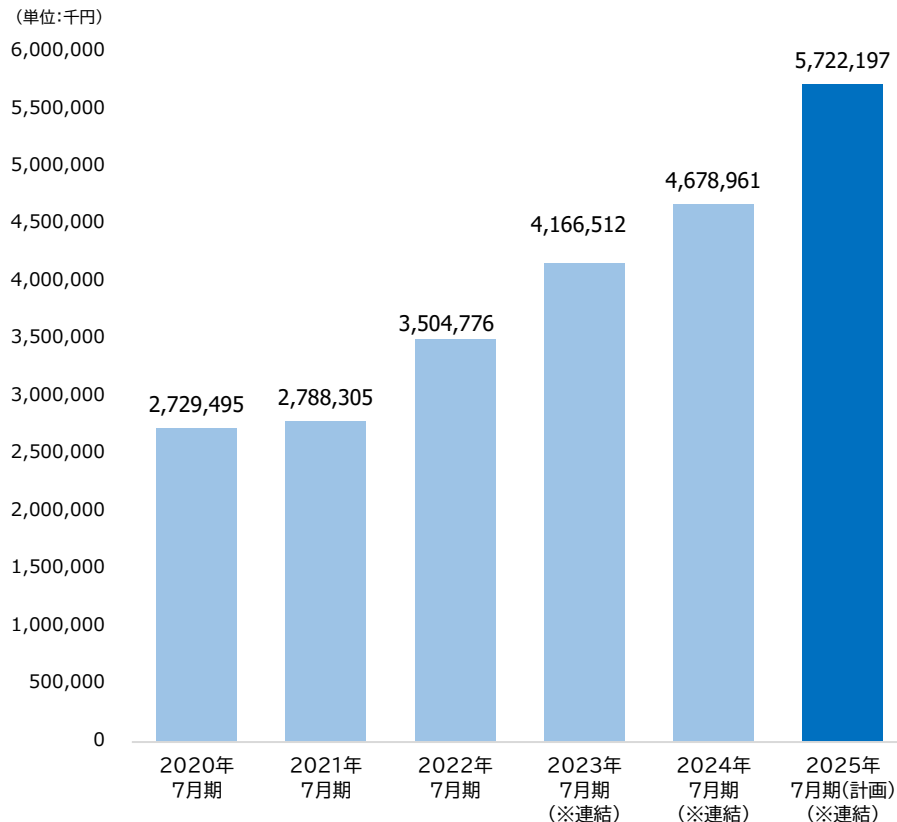


新領域としての事業の柱を創出し、事業基盤強化を図る

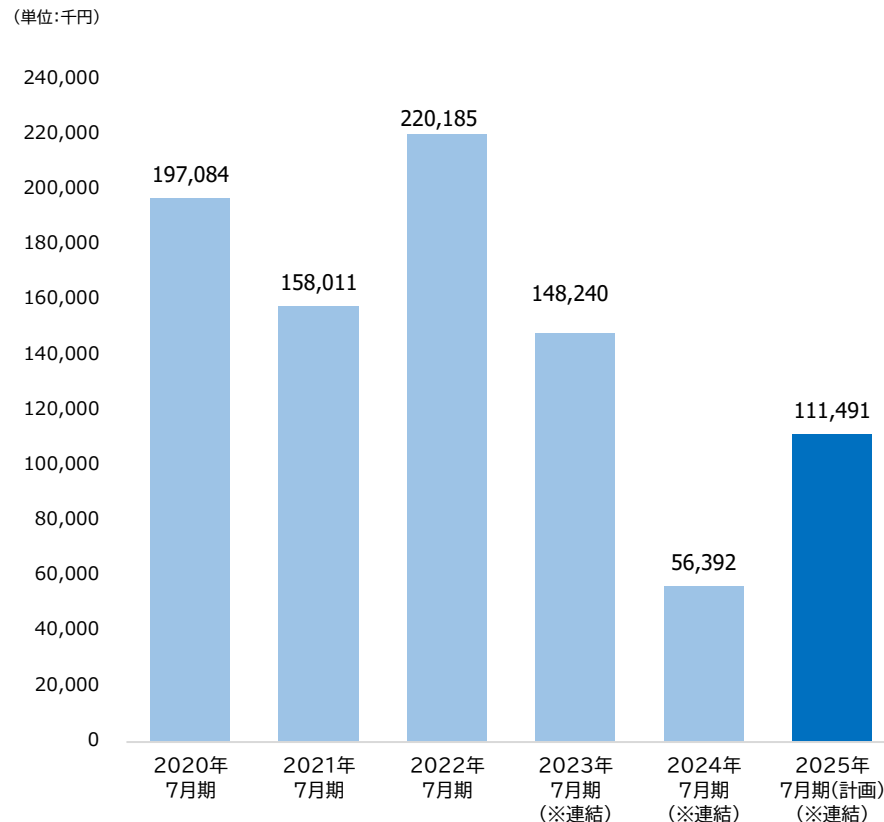
05 事業計画



売上高の推移



営業利益の推移



※売上高については、2022年7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 2020年3月31日)等を適用しております。2021年7月期に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。また、2019年7月期は工事完成基準を適用しておりますが、2020年7月期末より工事進行基準を適用しております。なお、営業利益については本会計基準適用による増減はありません。

※2023年7月期末から連結決算へ移行しております。



2025年7月期より、当連結会計年度に係る連結損益計算書に、子会社化した株式会社ささきの業績を反映。また、2025年8月5日より、株式会社平成ハウジングを子会社化し、業容及び事業の拡大を図る。また、組織体制強化のための人材投資を積極的に行う。

(単位:千円)

連結業績計画	2024年7月期 (実績)	2025年7月期 (計画)	前期比	
			増減額	増減率
売上高	4,678,961	5,722,196	1,043,235	+22.3%
売上原価	3,606,468	4,279,455	672,987	+18.7%
売上総利益	1,072,492	1,442,740	370,248	+34.5%
販売費及び 一般管理費	1,016,100	1,331,250	315,149	+31.0%
営業利益	56,392	111,490	55,098	+97.7%
経常利益	63,465	136,841	73,376	+115.6%
当期純利益	25,154	73,955	48,801	+194.0%

※子会社である株式会社ささきは2024年7月31日をみなし取得日としているため、2024年7月期連結会計年度に係る連結損益計算書に同社の業績は含まれておりません。



ニッチな市場でのシェア拡大のため、顧客数を増やし、その顧客から信頼を得ることで受注のリピートを実現し、また、ニーズに対応する人材を確保することが当社グループの成長へとつながります。

工事件数拡大

工事種目の増加等により、1顧客当たりの工事件数拡大

- ▶ 事業領域の拡大
- ▶ リピート件数増加
- ▶ 外注・仕入先の拡充

×

顧客数増加

新規営業方法の確立、既存営業方法の改善により、新規顧客獲得数のさらなる増加

- ▶ 新規顧客開拓
- ▶ 展開エリア拡大
- ▶ 広告戦略

×

人材増強

従業員獲得、人材育成により、事業規模を拡大し、経営基盤を強化

- ▶ 人員獲得
- ▶ 教育制度の強化
- ▶ 働きやすい環境づくり

経営基盤の強化による
売上高の増加 (=企業KGI)

2025年7月期も引き続き、幅広い求人で人材採用を強化し、事業拡大収益力を強化、中長期的にも持続的成長を目指していく。



工事件数 拡大

対応力とスピード力で差別化をはかる一方で、サービスのバリエーションを増やすことにより、顧客のリピート率を高め、受注件数拡大をめざしてまいります。工事件数を重要視し、安定的なビジネスモデルの実現をめざし、引き続き強化を図ってまいります。

事業領域の拡大



既存3種の工事受注件数増強に加え、外装・共用部工事等、周辺事業内容拡大既存顧客の深耕

リピート件数増加



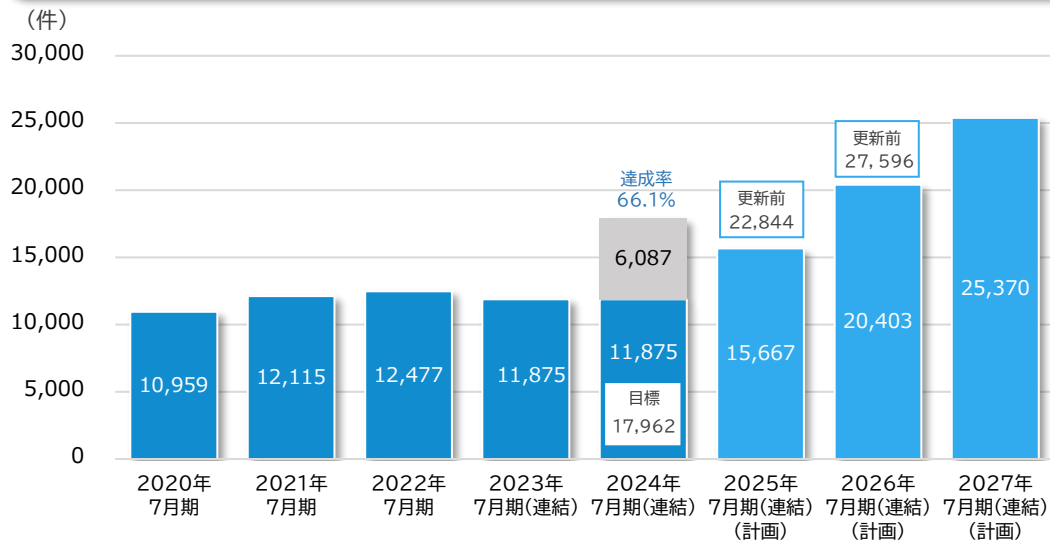
ニーズに対応したサービスの提供
既存サービスの効率化提案力の向上及び推進

外注先・仕入先の拡充



新たな外注先の開拓と確保、及び定着豊富な仕入先との提携により、受け入れ可能件数を拡大

完成工事件数推移と計画



※工事件数については、各事業年度(連結会計年度)内に完成した工事の件数になっております。

2024年7月期

前期比増減なし

期中 **11,875** 件

目標達成率 **66.1** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

注力し始めた施工期間が長期間となる外壁工事が増加した事、人員計画が未達成であったことに起因し、計画未達成となった。新規案件対応体制の改革、未経験者の早期育成など、受入体制を強化するとともに、新たに子会社となった株式会社ささきによる更なる外壁・外構工事の推進によるシナジー効果が期待される。



新たな顧客の獲得

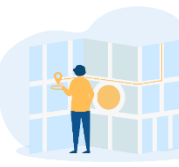
安定した顧客獲得は成長性を測るうえで重要な施策となります。当社グループのブランドの認知度向上を図り、新規顧客との接触機会の増加に繋げ、顧客獲得増加を強化してまいります。企業の成長と今後の活動の可能性の拡大につなげてまいります。

新規顧客開拓



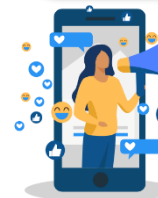
東京都を中心とした関東圏の新規顧客を開拓
原状回復工事を中心としたリフォーム工事の地域シェア拡大

展開エリアの拡大



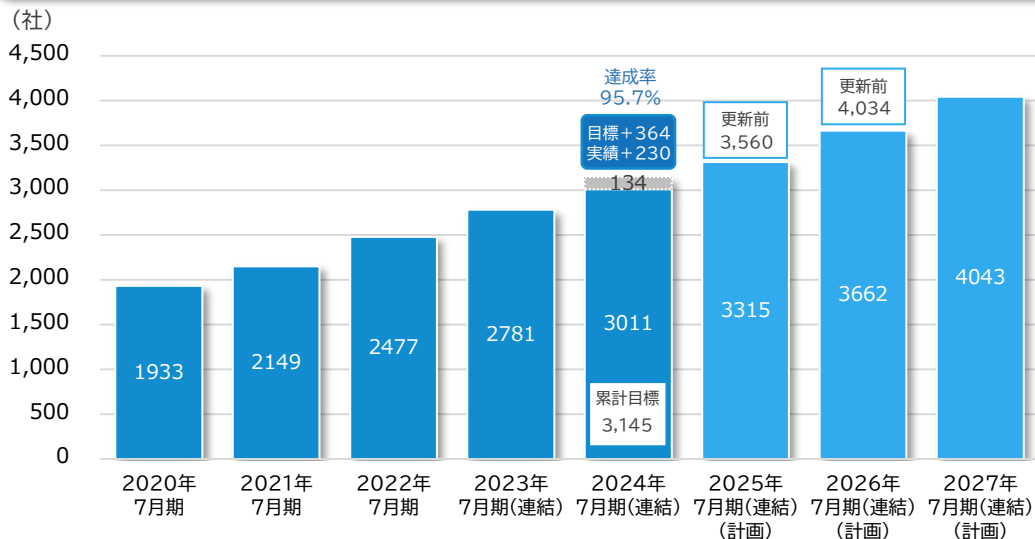
顧客開拓のため未進出エリアへ営業所を開設
対応エリア拡大により顧客満足度向上、リピート顧客へと繋げる

広告戦略



ブランドイメージ、認知度アップを目指したTVCM、ラジオCM
営業所、社用車を利用した地域密着型広告戦略

累計顧客数推移と計画



2024年7月期

期中230社獲得

期末累計 **3,011** 社

目標達成率 **63.2** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

テレビCMやDMなどのメディアミックスを行った結果、230社を獲得。2027年7月期末には累計登録4,034社を目指す。東北営業所開設、株式会社平成ハウジング子会社化などエリア展開を進め、さらなる認知度の向上に注力し、メディアミックスによる営業を継続する。

※弊社との契約後、各事業年度(連結会計年度)末までに弊社販売管理システムへ登録をしている累計顧客数になります。



さらなる 人員獲得 人材育成

従業員の増加は当社グループの成長における重要項目です。成長継続のために未経験者も含めて積極採用を実施し、また中核を担う人材の育成とともに採用や教育など、人への投資により人材の確保につとめます。今後も組織拡大を推進いたします顧客獲得増加を強化してまいります。企業の成長と今後の活動の可能性の拡大につなげてまいります。

人員獲得



積極的な採用活動
ブランドイメージの向上
広報活動の拡充

教育制度の強化



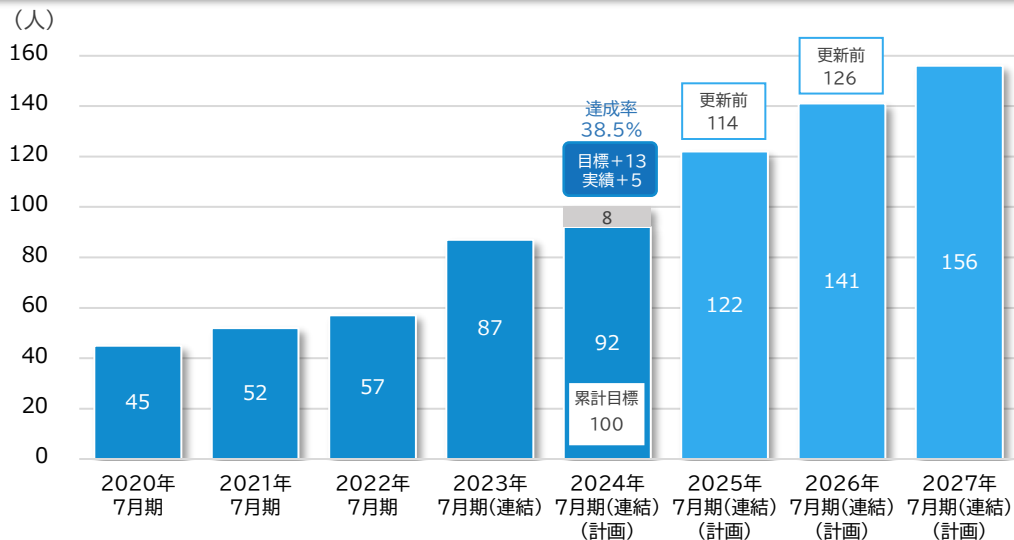
新入社員向けの研修コ
ンテンツの拡充
教育体制の強化
指導カリキュラムの見直
し 管理職育成

働きやすい環境づくり



風通しの良い社風作り
ダイバーシティの推進
社内交流の活性化

従業員数推移と計画



2024年7月期

期中5名増

期末 **92** 名

目標達成率 **38.5** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

グループ強化のための組織再編を行った一方、株式会社ささきが当期より子会社となったことで前期比5名増となった。成長機会を提供し、社員の定着化を目指すとともに、多様性を重視し、各職種での女性の採用を推進し、対応した育成プログラムを整備することで今後の経営基盤の人材採用計画の達成を目指す。



不動産事業の 収益安定化

不動産事業拡大する上で、成約件数は重要な指標となります。物件WEBサイト訪問数、問合せ件数、ご案内件数を注視しながら価格設定を行い、保有期間を短期間とすることで買取再販件数の増加を目指します。また、見込み客の成約率を注視し、仲介件数の増加へつなげてまいります。

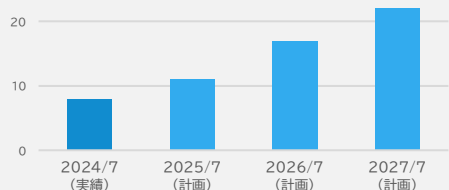


2024年7月期実績

仲介

8 件

通期計画: 5件



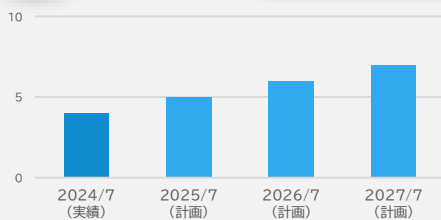
2024年7月期実績

買

4 件

取再販

通期計画: 5件



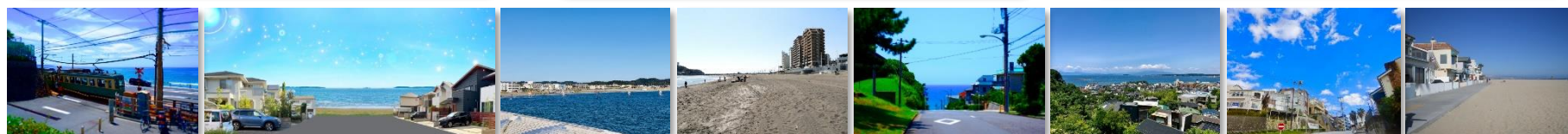
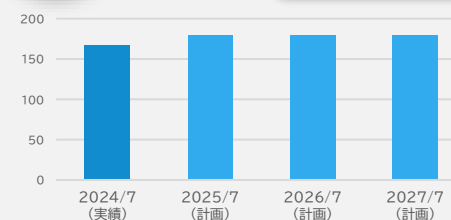
2024年7月期実績

保

有期間
(平均)

167 件

通期計画: 180件





非日常的なリゾート感を + 寄り添った住まい設計を

都会の喧騒から少しだけ足を伸ばして非日常的な時間を提供する、そんなミッションを「湘南」という魅力あふれる場所で実現できるようにお手伝いさせていただきます

リゾート物件からホームプレイスまで予算や用途などご希望にそった設計をご提供。コストパフォーマンスの良い注文住宅や分譲開発・土地などをご提案させていただきます





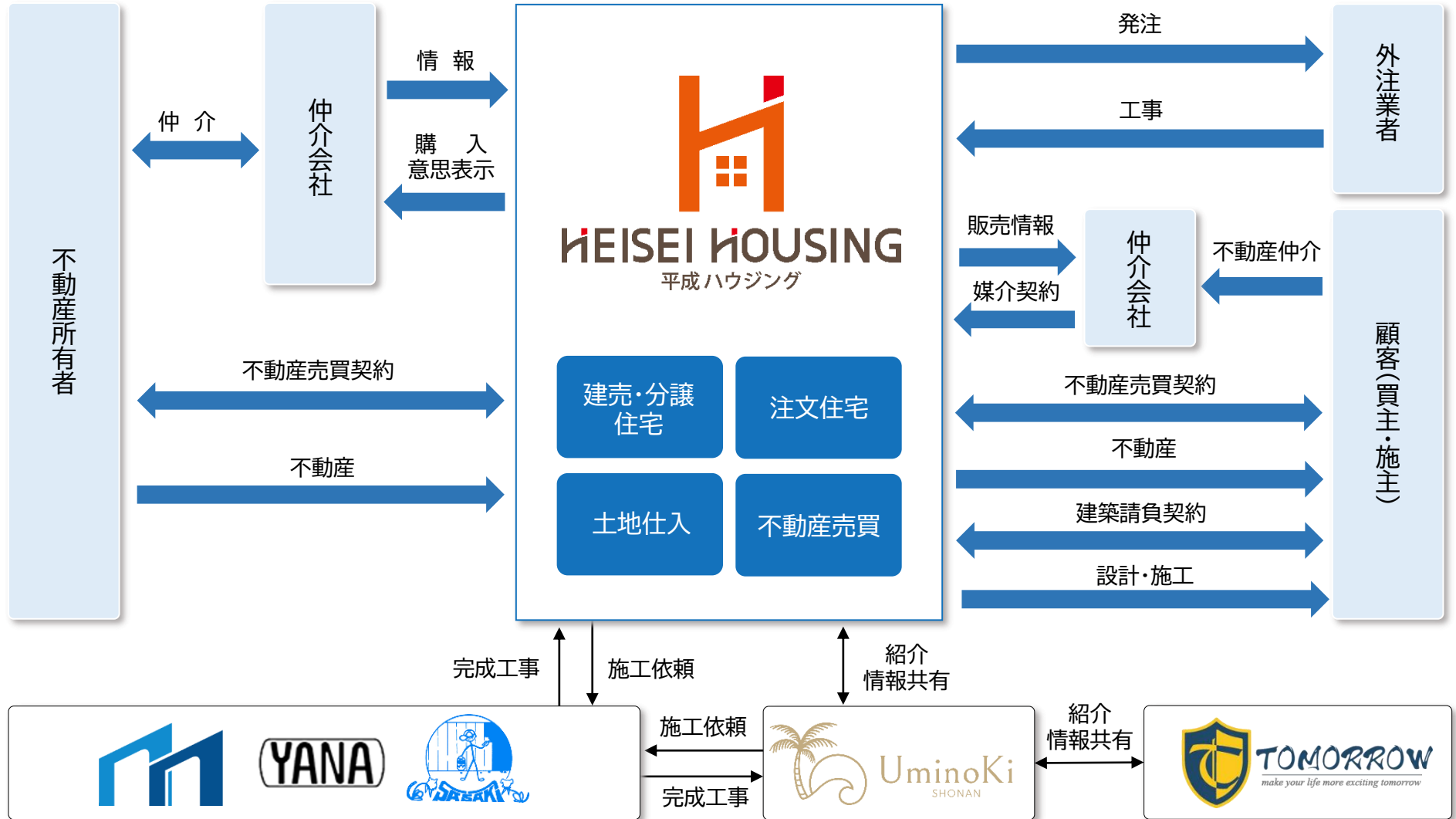
事業展開

エリアやターゲットを絞り込み資源を集中的に投下していき、地域での認知度向上を図る。また、地域の不動産会社や地主様等による仕入れ販売体制の確立を図る。注文住宅から分譲住宅まで予算にあった住宅を提案。

事業基盤を構築

当社グループが培った不動産知識及びネットワークを活かし、売上高の着実な成長、また地域ならではのニーズなどを汲み取り、集客効率の最大化、事業の着実な成長を推進







顧客のニーズに合った住まいの選択肢を増やすため、土地に合わせた分譲・建売住宅にも注力をしていくと共に、「くらし 整う 自分らしく」大切な人の暮らしに寄り添う家づくりのための注文住宅を推進してまいります。

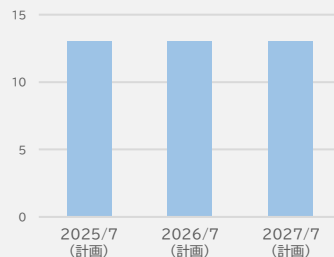


注

文住宅

2025年7月期計画

通期計画: 13件

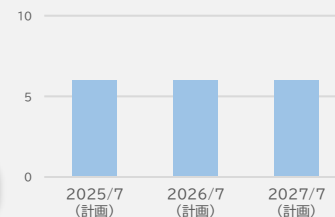


分

譲・建売住宅

2025年7月期計画

通期計画: 6件





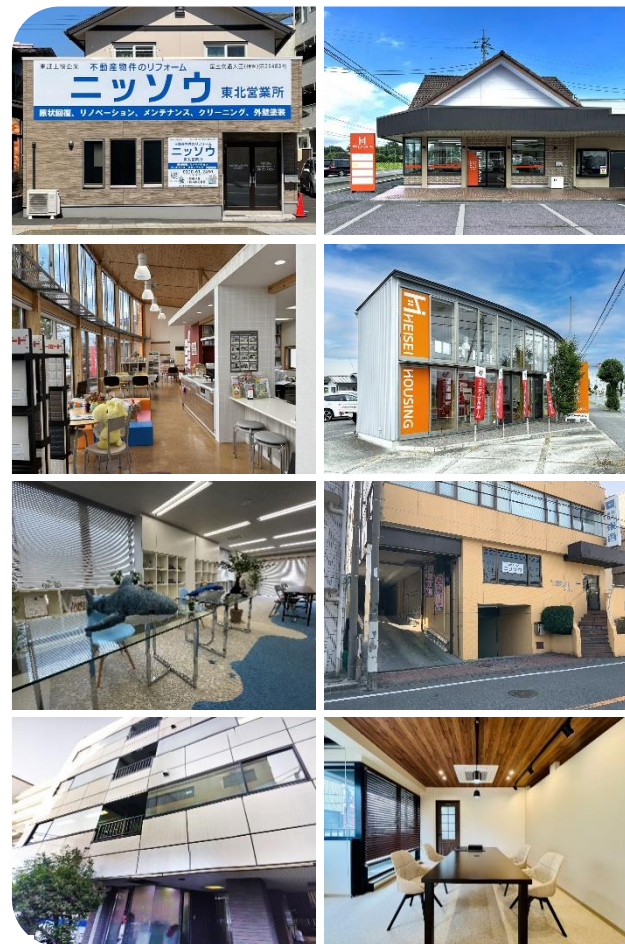
(株)ニッソウ本社と東北営業所結ぶ位置に(株)平成ハウジング、また、(株)ニッソウ本社と横浜営業所の延長線上に日本リゾートバンク(株)があり地域情報、顧客ニーズ等を共有することでシナジー効果を得られる。

(株)ニッソウ東北営業所

(株)平成ハウジング

(株)ニッソウ本社

日本リゾートバンク(株)



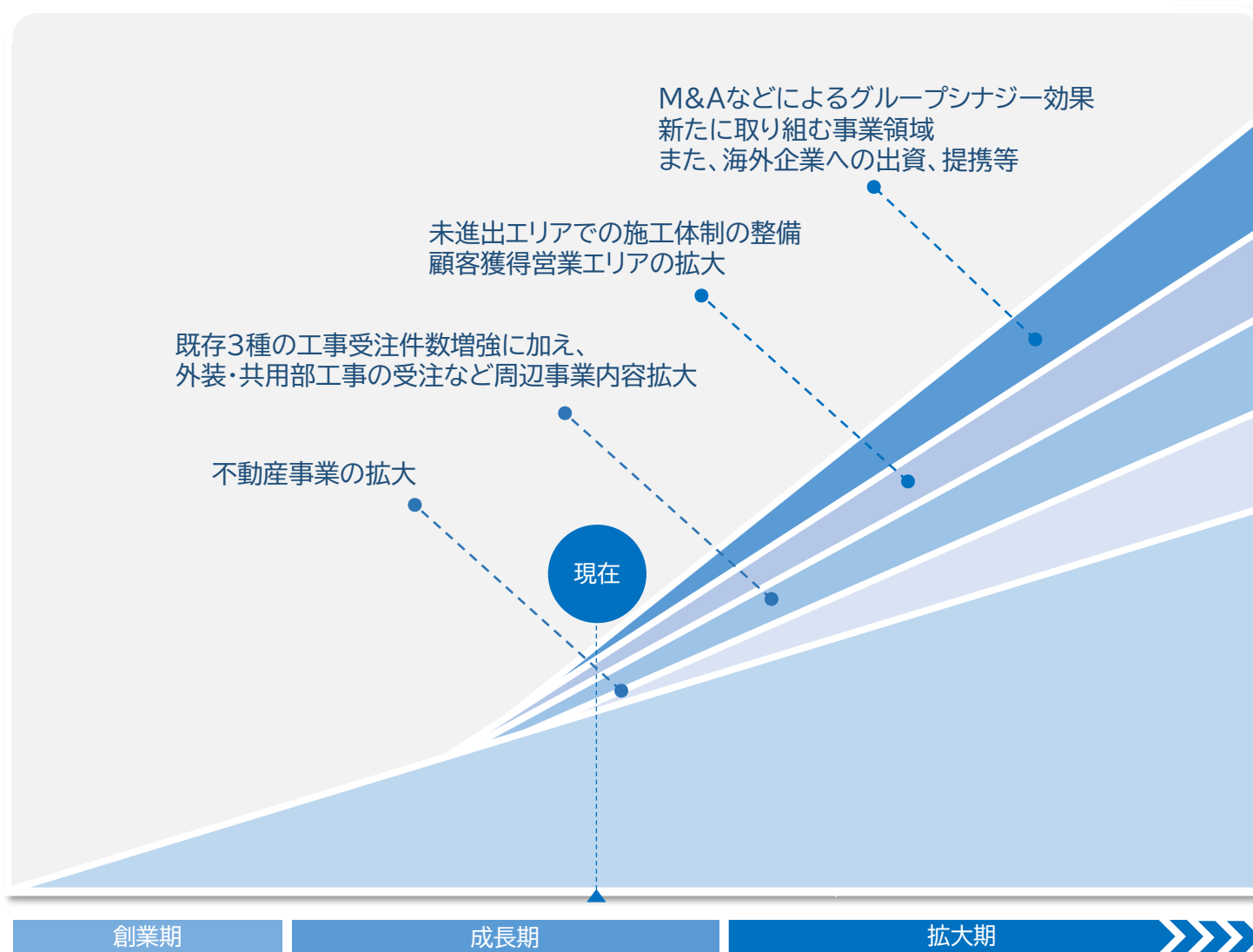


成長戦略の実行・実現に向けた投資として、上場時の調達資金は以下の使途に充当を予定しております。

(単位:千円)

資金使途		2023年 7月期	2024年 7月期	2025年 7月期	想定充当額 (累計)
広告宣伝費	当社の知名度を向上させ、新規顧客の開拓を容易にするためのメディアを利用したテレビCM等	26,208(計画) 25,683(実績)	27,066(計画) 29,980(実績)	27,066(計画)	80,340(計画) 55,663(実績)
新営業所開設及び本社増床に係る費用	首都圏エリアの営業力、及び販売力の強化のため、また、業務エリアの拡充のため	10,800(計画) 8,563(実績)	18,864(計画) 10,353(実績)	12,256(計画)	41,920(計画) 18,916(実績)
人件費及び採用に係る費用等	受注案件の増加に対応するための施工管理人員の増強及び小規模修繕工事の自社施工による原価率低減、入居中物件のメンテナンス工事等の内製化を目的とした新たな人材確保	32,823(計画) 62,041(実績)	38,087(計画) 41,129(実績)	44,851(計画)	115,761(計画) 103,170(実績)

※残額については人件費の一部などの運転資金として2025年7月期までに充当する予定であります。なお、上記調達資金は具体的な充当時期までは当社預金口座にて適切に管理いたします。

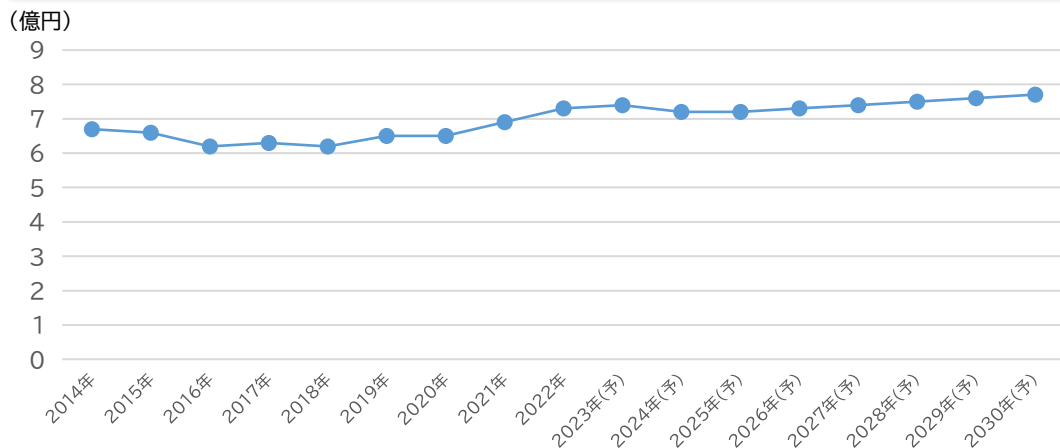


成長の「柱」

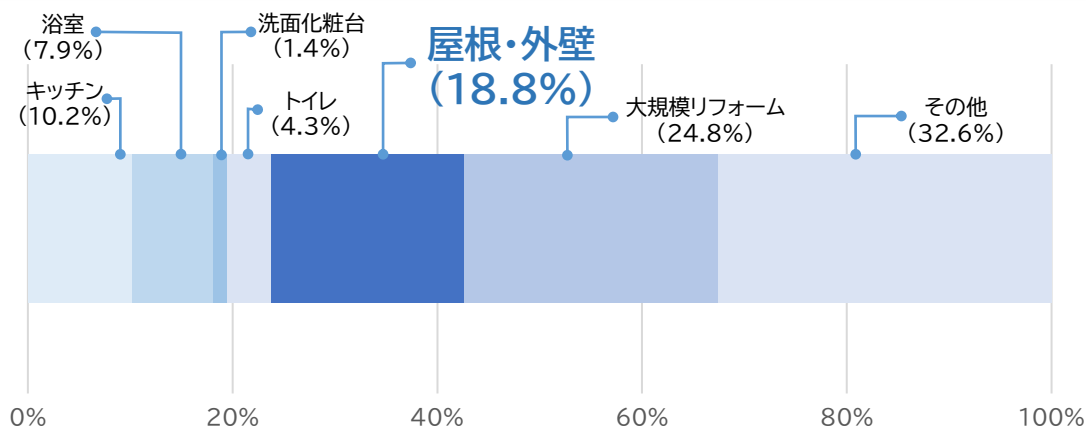
新規領域	領域の近い企業とのM&A、会社設立等
	エリア拡大
	外壁、外構等の受注確立
既存領域の成長	不動産事業
	原状回復工事
	リノベーション工事
	入居中メンテナンス ハウスクリーニング
	その他



住宅リフォーム市場規模の長期予想



住宅リフォーム市場規模 セグメント別構成比(2022年)

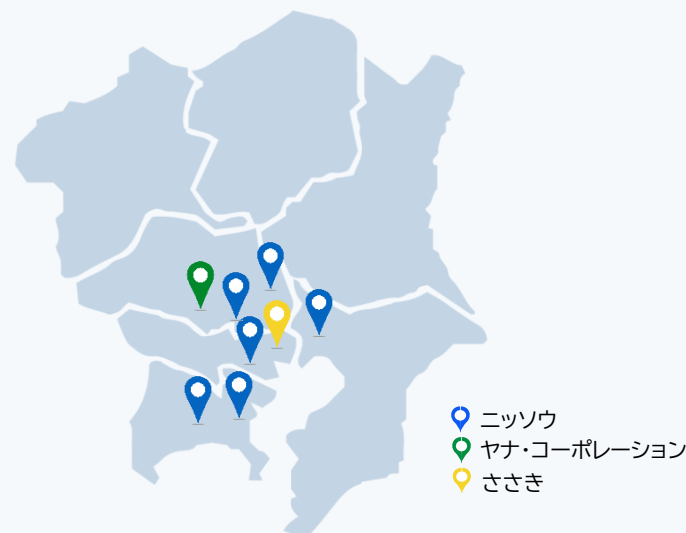


※(出所)株式会社矢野経済研究所「2023年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」

屋根・外壁等のリフォーム工事は、リフォーム市場全体の18.8%を占める1兆2,311億円となっている。

住宅の劣化とともに必要となる工事であるため、比較的景気に左右されにくく安定した受注が見込める分野と考えられる。

株式会社ヤナ・コーポレーションおよび株式会社ささきの得意分野である外壁・塗装工事は、ニッソウグループにおいて更なる屋根・外壁リフォーム工事のシナジー効果を生み、また、城東エリアでの営業強化を見込む。





グループ成長のための新たな柱となるべく、
事業シナジーのある企業を中心に
M&Aを積極的に検討しています。

1

周辺領域の拡大

顧客ターゲットの領域
拡大、工事事業拡充の
ためのM&A

対象企業

リフォーム周辺事業
建設関連事業

2

事業規模拡大

競争力の強化、事業領
域の拡大、企業成長の
ためのM&A

対象企業

不動産業

3

グループの成長

DX、ICT化、人材不足
解消、後継者不在解消
等のためのM&A

対象企業

システム会社、制作会社、
M&A会社

06 リスク情報



以下には、当社グループが事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
外注費・資材価格の高騰について	当社グループは外注先・資材の仕入先を複数確保し、価格の抑制に努めております。しかしながら、外注先からの値上げ要請及び材料の需要増加等により価格が高騰した場合は、当社の業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	大	小	<ul style="list-style-type: none"> ・1社に依存せず、常時複数社による取引価格の見直し ・設備品など定価があり、価格高騰が明確で、価格転嫁が可能な項目については状況に応じて実施を検討
人材確保、育成について	当社グループの事業拡大を行う上で、優秀な人材を適切な時期に確保するとともに、その人材の育成に努める必要があります。当社では求人情報サイト・会社説明会・ホームページ等により採用活動を行っておりますが、雇用情勢や経済環境によっては計画通りの人材確保・育成ができず、当社の事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	<ul style="list-style-type: none"> ・WEB活用などによる積極的な採用活動 ・安定的な採用と人材の定着を高める企業づくり ・教育研修を実施し、人材育成に注力
外注先の確保について	営業地域の拡大や受注件数の増加により、外注先を適時確保できない場合、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。また、高齢化、人口減少により外注先の技能労働者が減少した場合も、当社グループの事業運営、業務等に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	<ul style="list-style-type: none"> ・既存外注先との関係構築強化 ・新たな外注先の開拓を実施
特定人物への依存について	当社の代表取締役社長である前田浩は当社の創業者であり、当社グループの経営方針や営業戦略の立案・遂行等多岐にわたり経営において重要な役割を果たしております。同氏が何らかの理由により経営に携わることが困難になった場合、当社グループの業務の停滞等により、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	<ul style="list-style-type: none"> ・同氏に過度に依存しない経営体制 ・職務権限の委譲 ・合議制の推進等により業務運営の実施
工事施工における重大な瑕疵や不備について	当社グループが施工した物件等に不具合が生じ、その施工内容・管理内容に重大な瑕疵や不備が認められた場合には、損害賠償請求を受ける可能性があり、工事請負賠償責任保険・PL保険等の救済を受けられない可能性があります。また、施工中に予期せぬ重大事故が生じた場合にも、同じくその損害賠償請求を受ける可能性があり、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	小	中	<ul style="list-style-type: none"> ・施工管理担当者の管理体制教育 ・外注先との意識共有のための安全大会開催 ・報告体制、アフターフォローの整備
不動産価値下落のリスクについて	当社グループは販売用不動産を所有しており、国内の不動産市況が悪化した場合には、販売が順調に推移しない、また、販売用不動産の評価減等により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	中	<ul style="list-style-type: none"> ・保有期間を注視する ・環境やニーズなどを把握し先を見越した価格設定



本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期9月頃を目途として開示を行う予定です。次回の本開示は2025年9月頃を予定しております。