

成長可能性に関する説明資料



2018年7月 株式会社キャンディル (証券コード：1446)



1	会社概要	…P. 2
2	事業内容	…P. 9
	1.リペアサービス	…P.10
	2.住環境向け建築サービス	…P.15
	3.商環境向け建築サービス	…P.19
	4.商材販売	…P.20
3	成長戦略	…P.21

1 会社概要

● 社是 (Motto)

革新創造

● グループ理念 (Group Philosophy)

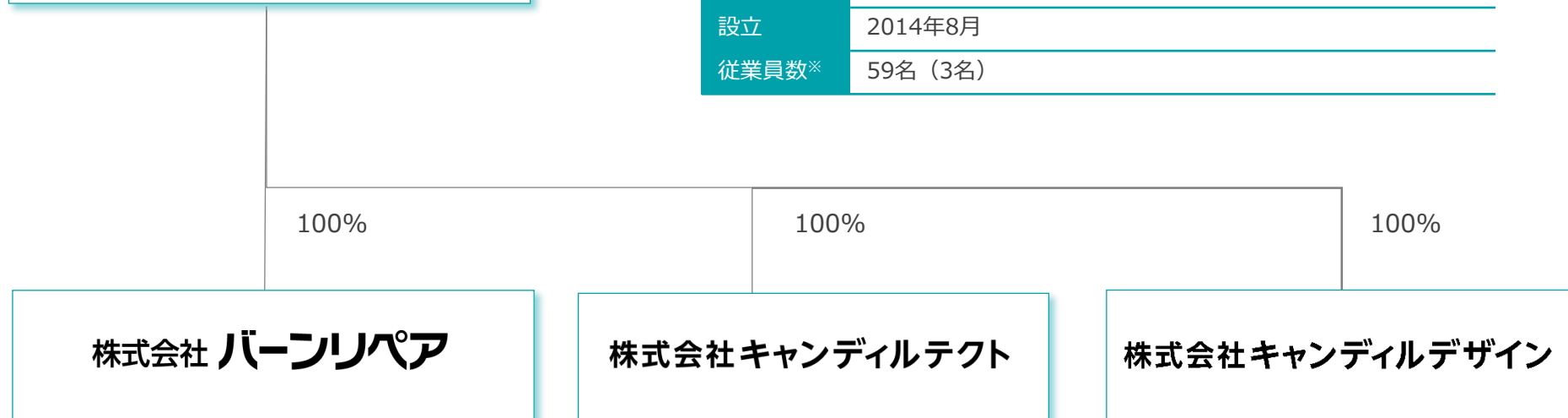
世界に誇れる独創的建物サービスで
社会と感動を分かち合う

● グループビジョン (Group Vision)

全ての建物に"キャンディル"



代表者	代表取締役社長 林 晃生
事業内容	企業グループの統括・管理・運営など（純粋持株会社）
資本金	4億4,856万円（2018年7月5日時点）
設立	2014年8月
従業員数※	59名（3名）



代表者	藤本 剛徳	阿部 利成	佐藤 一雄
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 木質・アルミ建材等に発生した傷・不具合のリペア 住宅アフターサービス及び施工サービス 緊急対応が必要な建材等の不具合のメンテナンス 	<ul style="list-style-type: none"> 木質・アルミ建材等に発生した傷・不具合のリペア オフィス等の内装工事 商業施設や店舗の内装工事 建材揚重サービス 	<ul style="list-style-type: none"> 内装工事の企画／設計／施工 インテリアコーディネート インテリア商材販売 各種リペア及びメンテナンス商材の輸入・販売
従業員数※	314名（399名）	227名（413名）	30名（18名）

※2018年4月末時点での正社員数、（ ）内は年間平均臨時雇用者数

グループ沿革・事業ポートフォリオの関係

■ 戦略的なM&A等により、事業ポートフォリオ（建物のライフサイクルに合わせたサービスと市場）を拡大

■ 創業 ■ サービス開始 ■ M&A

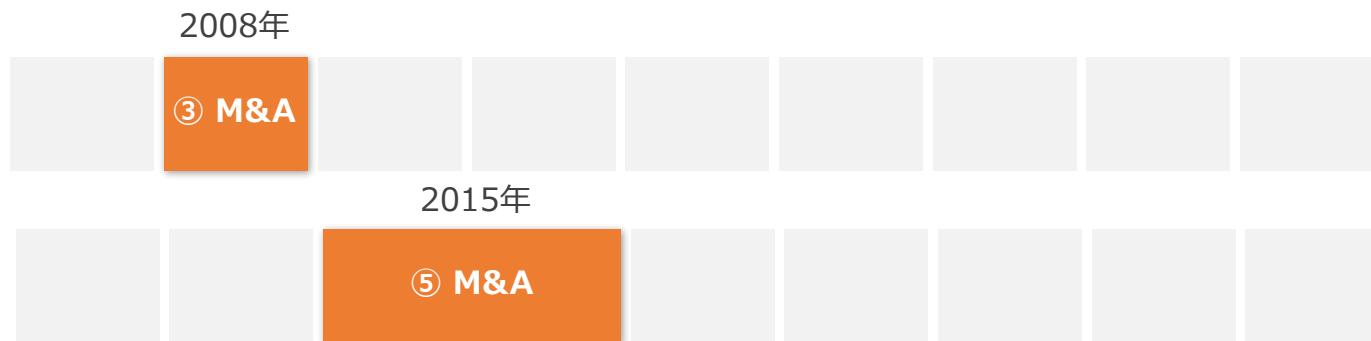


戸建 株式会社 パーンリペア



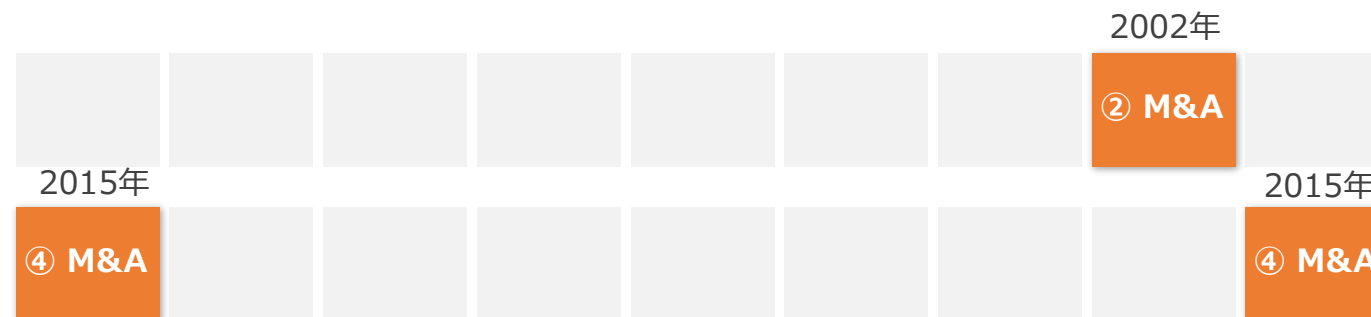
株式会社 キャンディルテクト

商業 (株)スペック (商業施設向け)
 集合 レイオンコンサルティング(株)



株式会社 キャンディルデザイン

材料 (株)東陽トレーディング
 インテリア (株)ア・フィック



- 建築サービス関連事業としてリペアサービス、住環境向け建築サービス、商環境向け建築サービス、商材販売の4つのサービスを住宅市場と商業施設市場へ提供

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



住宅市場

施工対象



新築住宅



既存住宅

対象顧客

ハウスメーカー

ハウビルダー

建材メーカー

デベロッパー

不動産業者

商業施設市場

施工対象



商業施設・ホテル

対象顧客

店舗内装業者

チェーン店舗

商業ゼネコン

グループサービスの概要

サービス	2017年9月期 実績	事業会社			主なサービス内容
		BR	TE	DS	
リペアサービス	4,653百万円	●	●		<ul style="list-style-type: none"> リペアサービス（戸建中心） リペアサービス（集合住宅・商業施設）
住環境向け 建築サービス	3,562百万円	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 内装施工サービス クリニックサービス（アフター点検） リフィットサービス（リコール対応等）
商環境向け 建築サービス	2,875百万円		●		<ul style="list-style-type: none"> オフィス施工 商業施設工事 家具の組み立てサービス
商材販売	867百万円			●	<ul style="list-style-type: none"> グループ購買部門としての機能 プロ向け補修材料の輸入・販売 DIY向けメンテナンス商材の販売

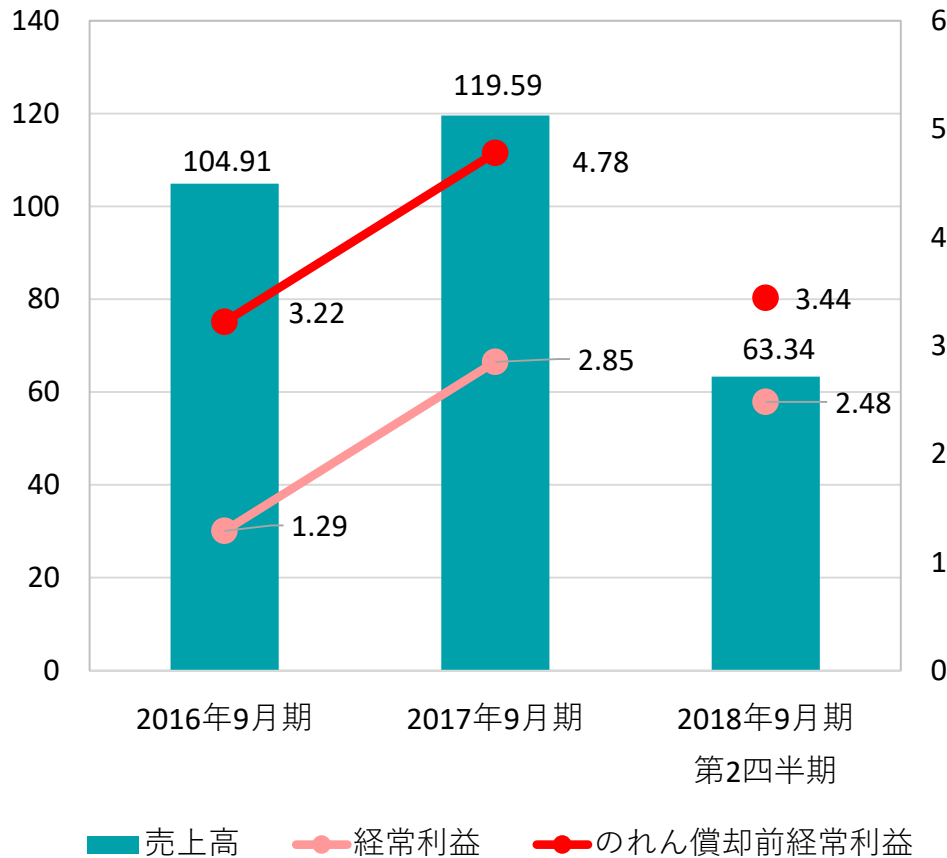
グループ業績・サービス別売上高

連結売上高 : 119億59百万円 (前期比 : 114.0%)

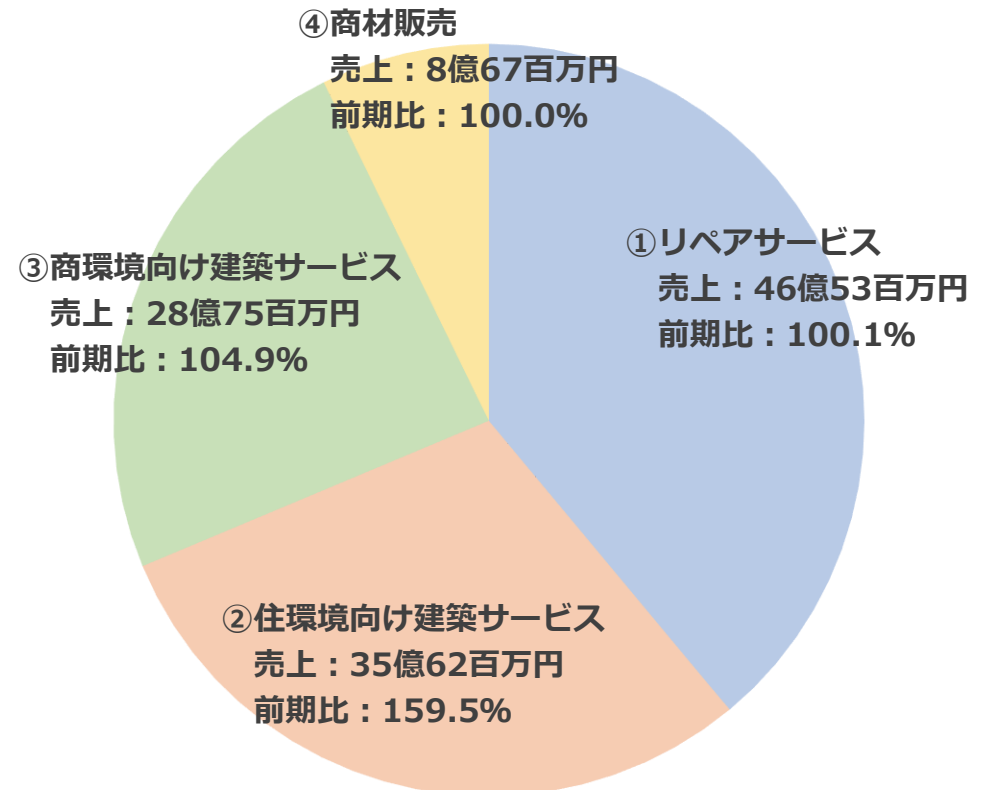
連結経常利益 : 2億85百万円 (前期比 : 220.7%)

連結のれん償却前経常利益 : 4億78百万円 (前期比 : 148.4%)

(売上高:億円) (経常利益・のれん償却前経常利益:億円)

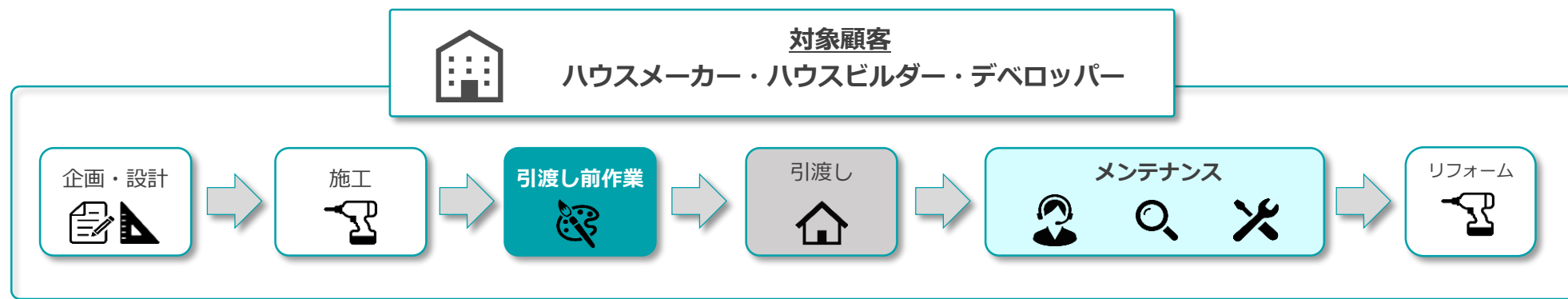


サービス別売上構成 (2017年9月期実績)



2 事業内容

- 最終工程である引渡し前と、既存住宅のメンテナンスのタイミングでサービスを提供
- 傷の発生に伴う「フロー型」のビジネスモデル



【新築住宅】

施工中に発生する傷



【既存住宅】

生活傷



【商業施設・文化遺産】

虎ノ門ヒルズ

京都迎賓館



- 新築住宅では、建築途中で床などに傷が発生することが珍しくないが、リペアサービスでは部材を交換せずに、修復することで美観を回復
- 部材の交換に比べ、コスト削減、時間短縮、交換による他の不具合の防止が可能

傷箇所の発生イメージ



Before



After



Before



After



標準化された技術



- ✓ 案件別や基本作業、特殊作業等、約4,000以上のマニュアルを整備



- ✓ 豊富な動画教材



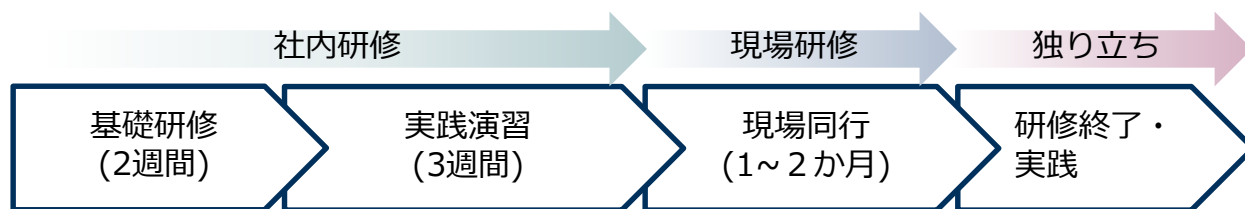
均一な品質を可能にする独自の開発材料

- ✓ 高品質な仕上がりと、安全・安心、作業員の健康に配慮したオリジナル材料を開発
- ✓ 技術開発により、耐久性と作業性に優れた品質を実現



独自プログラムで高水準の人材を育成（技術力、身だしなみ、言葉づかい、マナー他）

技術者育成プログラム



✓ 充実した研修施設

✓ 年間500回を超える育成研修

✓ OJTや現場指導を重視

✓ 現場巡回によって品質管理

✓ 定期的に安全大会を開催

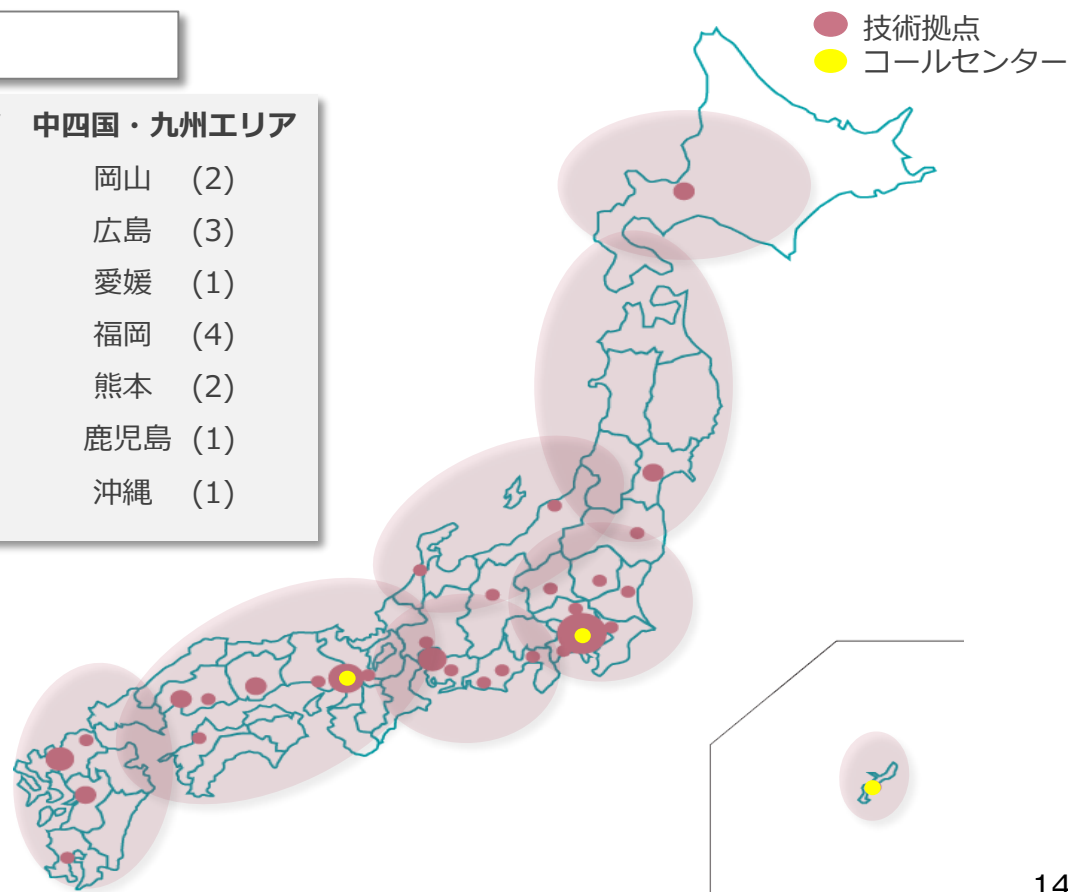


全国35都市、58拠点に広がるサービス体制**全国をカバーする自社技術者 約1,000名※****技術者ネットワークを支えるコールセンター 3拠点・約150名※体制**

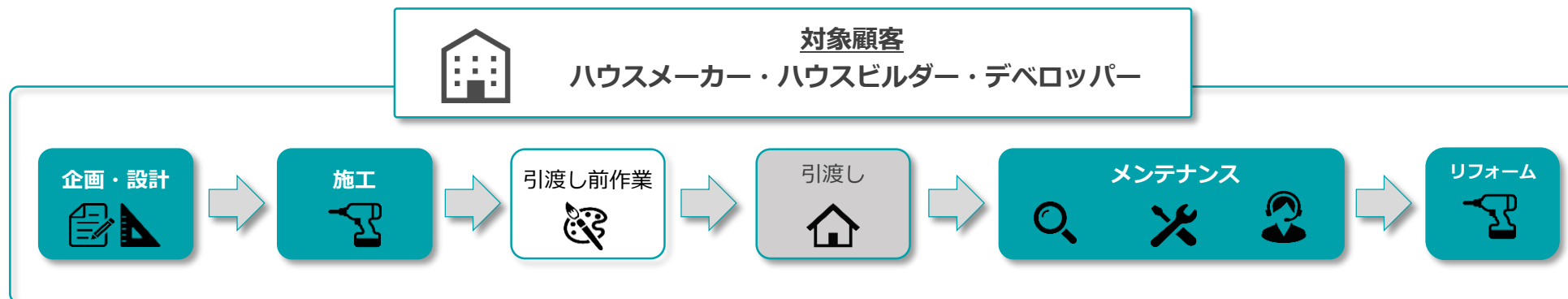
全国58拠点のサービス体制

東日本エリア	北関東エリア	首都圏エリア	中部エリア	関西エリア	中四国・九州エリア
北海道 (3)	栃木 (1)	東京 (12)	静岡 (3)	京都 (1)	岡山 (2)
宮城 (2)	群馬 (1)	神奈川 (4)	長野 (1)	大阪 (3)	広島 (3)
福島 (1)	千葉 (2)		愛知 (3)	兵庫 (1)	愛媛 (1)
茨城 (1)	埼玉 (2)		石川 (1)		福岡 (4)
新潟 (1)			岐阜 (1)		熊本 (2)
					鹿児島 (1)
					沖縄 (1)

※ () 内の数字は拠点数



- 主に引渡し後のメンテナンスのタイミングで提供するサービスで、主軸は「アフター定期点検」
- 既存住宅向けの「ストック型」のビジネスモデル
- 当社グループでもっとも成長率の高いサービス



【アフター定期点検】

引渡し後、半年・1年・2年・5年などのタイミングで点検を実施



【メンテナンス】

快適な住環境を保つためのメンテナンスサービス



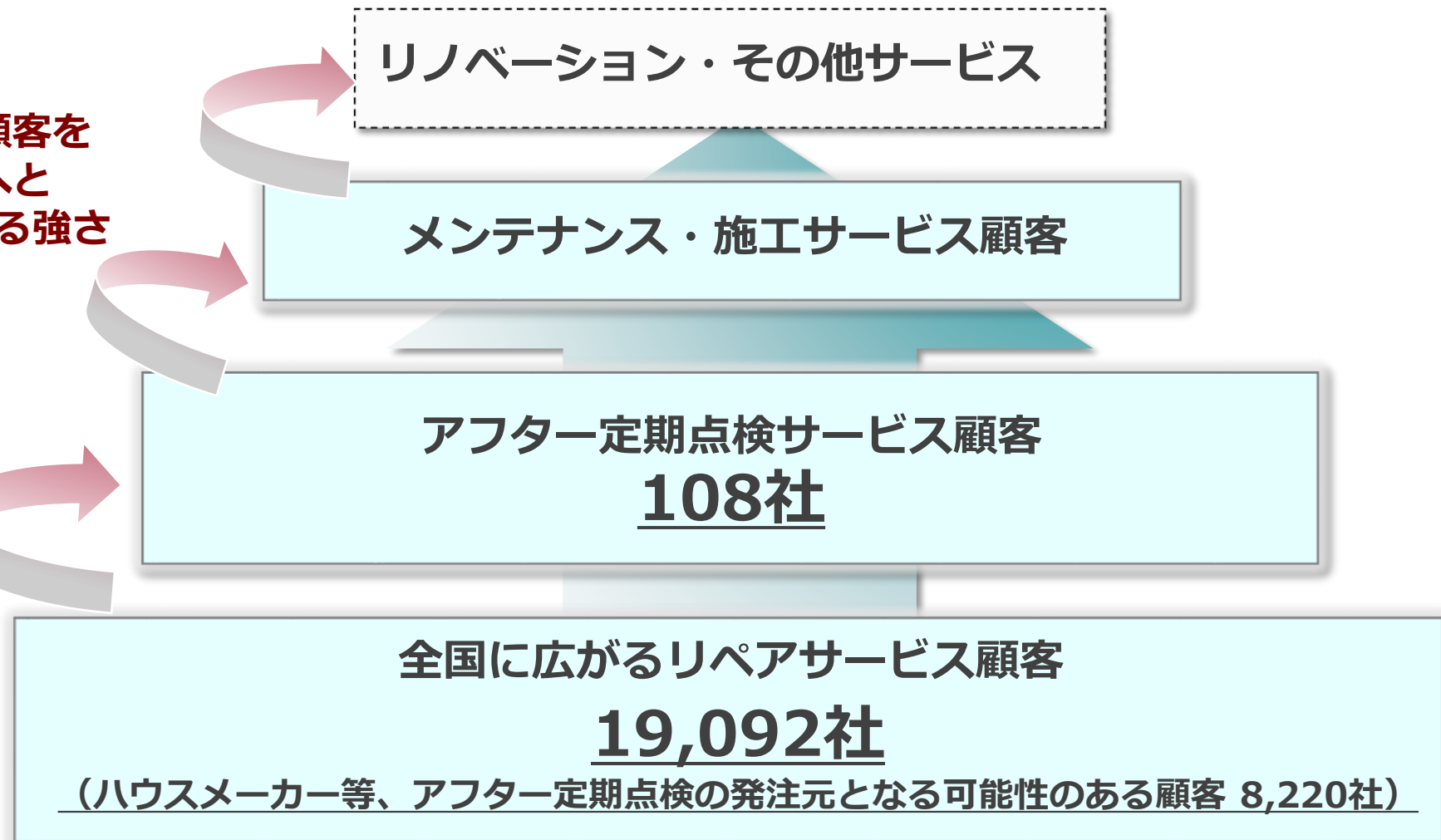
【コールセンター】

アフターサービスの窓口として、建築に特化したコールセンター



豊富な顧客開拓リストをすでに保有

基盤顧客を
次へと
つなげる強さ



- 2016年に閣議決定された国土交通省「住生活基本計画」において、既存住宅流通型ビジネスモデルへの転換の遅れが課題として明示

新築大量供給型ビジネスモデル

新築住宅で「ワンタイムで大きな収益」を獲得



既存住宅流通型ビジネスモデル

(リフォーム・リノベーションの推進)

様々なタイミングで収益に繋げ、収益を獲得

新規取得時



再販買替え時



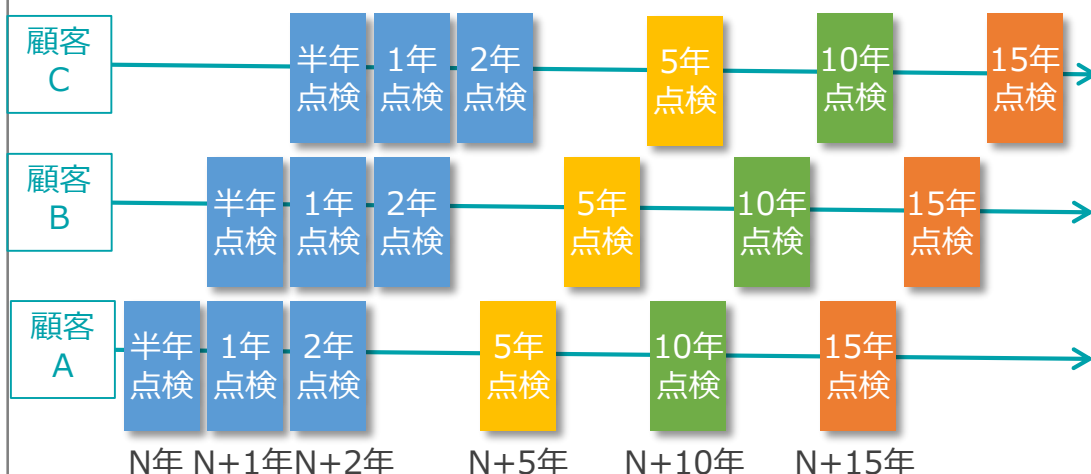
リフォーム時



モデル転換が必要

- アフター定期点検は毎年積み上がる「ストック型」のビジネスモデル
- 引渡しから2年の瑕疵担保保証期間に3回実施するものを基本とし、5年点検・10年点検・15年点検も増加
- リフォームを300万円以下の小型リフォームとそれ以外とで棲み分けし、ハウスメーカー等との共存関係を構築

アフター定期点検の積み上げイメージ



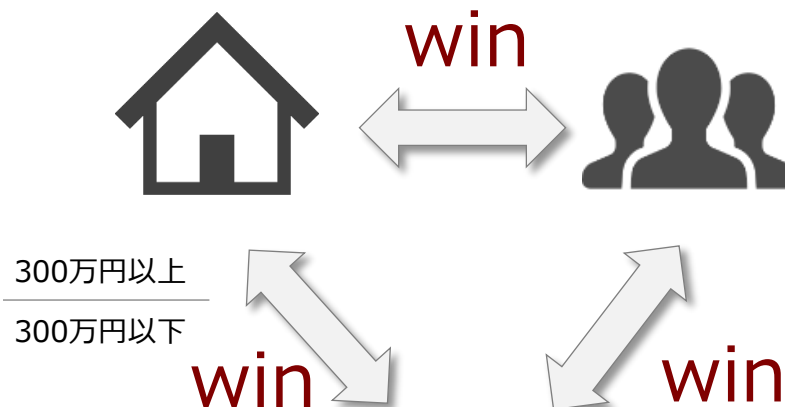
瑕疵担保
保証期間

所有者の自己責任
による管理期間

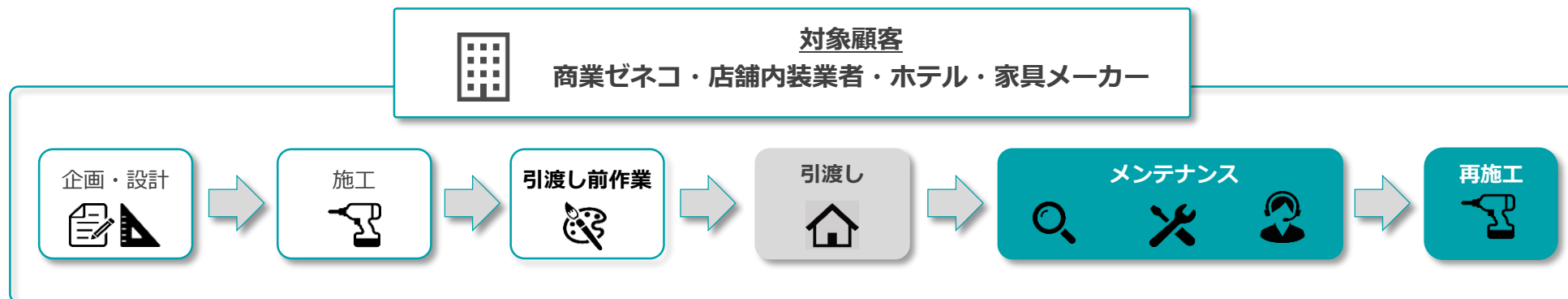
リフォームビジネスにおける共存関係

ハウスメーカー等

一般エンドユーザー



- 全国チェーンなどの多店舗一斉工事に強み
- 北欧系で世界中に展開している大手家具メーカーの組み立てサービスを国内全店舗で引き受け
- 今後は住宅のアフター向けのストック型モデルを導入・展開



【商業施設】

チェーン店などの多店舗一斉工事、
デパートなどの内装工事



【オフィス・ホテル】

什器の設置・家具の設置などの
内装工事



【家具組み立て】

北欧系で世界大手家具メーカーの
日本国内の組み立てサービスを
全店舗引き受け



- リペア材料の販売では、プロ向けから一般向けまで幅広いレベルの補修やメンテナンス材料を全国のホームセンターや量販店、ECサイトなどで販売
- インテリア商材は、内装設計やインテリアデザインの提案と合わせて照明機器やカーテン等を販売

■ 対象顧客

内装補修業者・一般エンドユーザー・マンションディベロッパー

問屋・流通



ECサイト



ホームセンター
店舗



【リペア材料販売】

一般ユーザー向けに簡易キットも販売



【インテリア商材販売】

アフターサービス向けにインテリア商材を販売



3 成長戦略

「既存顧客の深耕」 × 「新規販売先の開拓」 × 「施工ネットワーク網の拡大」 による売上拡大

既存顧客の深耕 ⇐ 既存顧客に対する情報提供

新規販売先の開拓

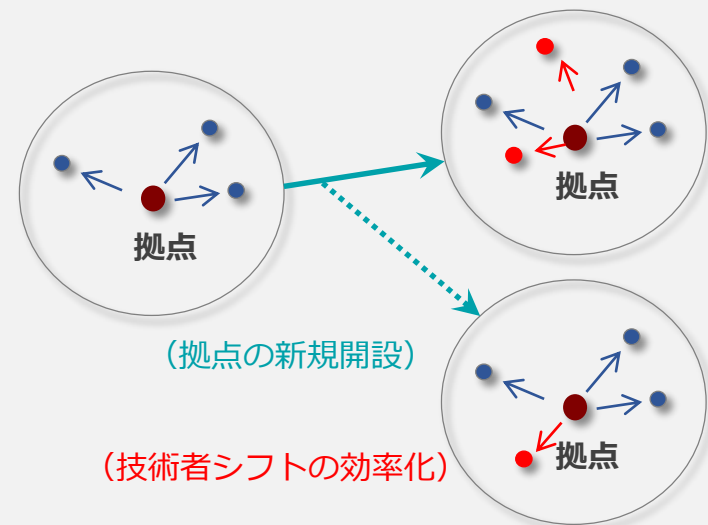
民泊施設（インバウンド需要）の管理会社

中古・賃貸住宅の不動産仲介会社

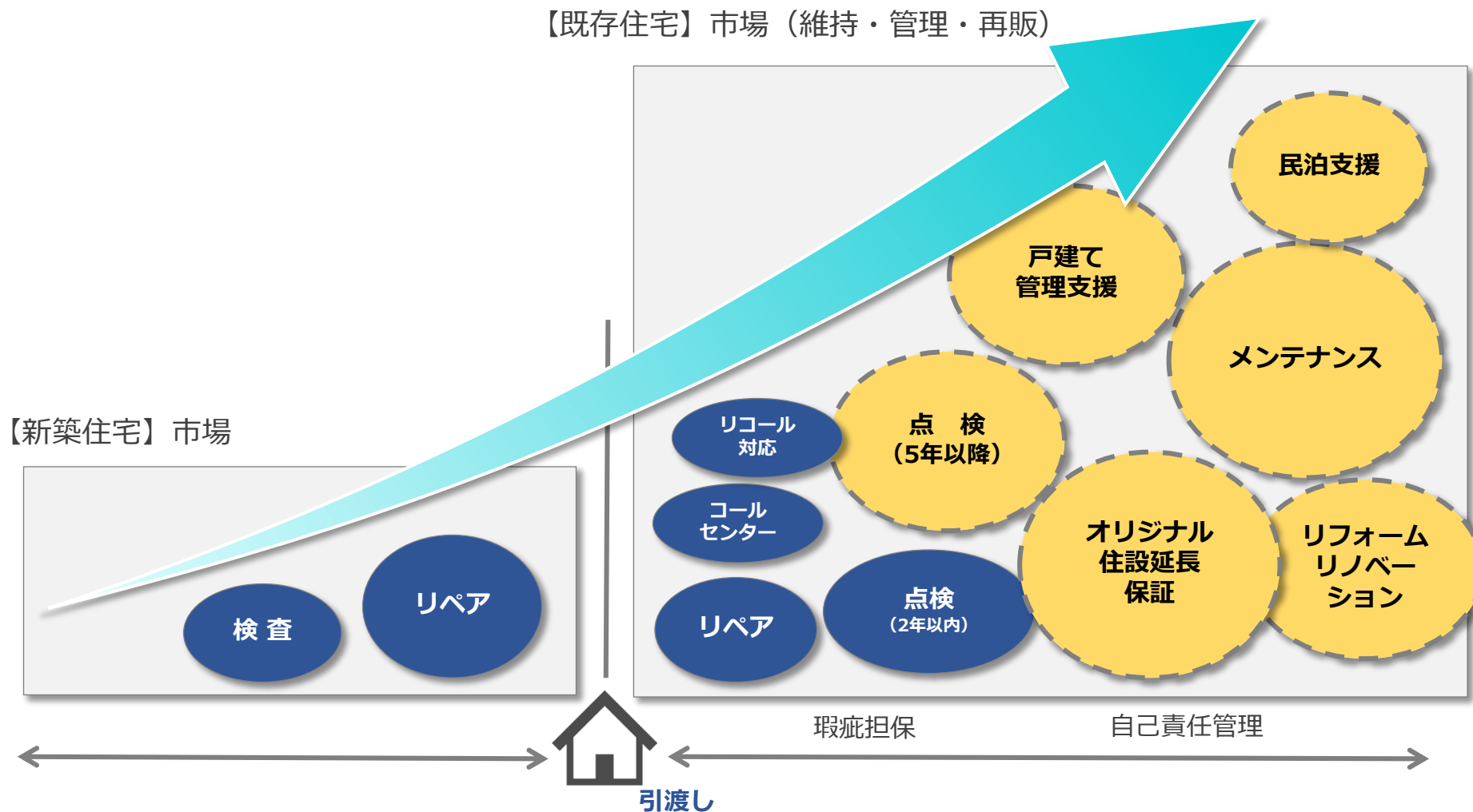
リノベ後の再販不動産会社

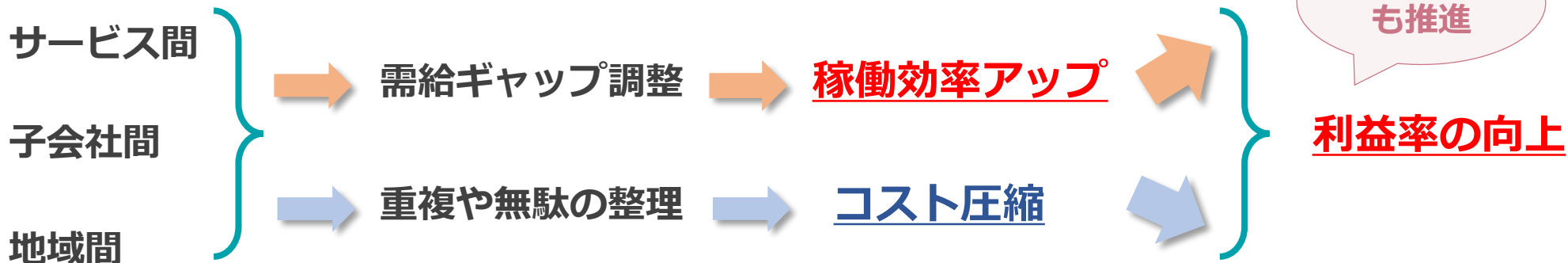
商環境関連サービスの対象先

ネットワーク網の拡大



「ストック」物件の「維持・管理・再販」を支援する建築サービスの展開





従来（イメージ）

	BR	TE	DS
リペアサービス	技術者不足	技術者余剰	/
住環境向け建築サービス	技術者余剰	技術者不足	技術者余剰
商環境向け建築サービス	/	適正配置	/

将来（イメージ）

	BR	TE	DS
リペアサービス	適正配置	適正配置	/
住環境向け建築サービス	適正配置	適正配置	適正配置
商環境向け建築サービス	/	適正配置	/



本資料の取り扱いについて

本資料には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関する情報が含まれています。これらの情報は、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき記載しており、リスクや不確実性を含みます。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は当社に関する情報の提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

本資料のいかなる部分も一切の権利は当社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。