

いい家を住み継ごう



株式会社ロゴスホールディングス

事業計画及び成長可能性に関する事項

東京証券取引所グロース市場 | 証券コード：205A



2026 8/31



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41



➤ 01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41

● 注文住宅事業を中心に、北海道・東北・北関東・東海エリアにおいて住宅販売事業を展開

会社名	株式会社ロゴスホールディングス
英訳名	LOGOS HOLDINGS INC.
代表者	代表取締役社長 池田 雄一
本店所在地	北海道帯広市東三条南十三丁目2番地1
設立	2020年7月9日
事業内容	デジタルマーケティング集客およびDXによる効率的なオペレーションを活用した注文住宅事業
従業員数	102名 ※グループ全体725名（2026年5月末）
資本金	107百万円（2026年5月末）



日本の家づくりをつくる。

全国各地に、新しいつながりと価値観を。



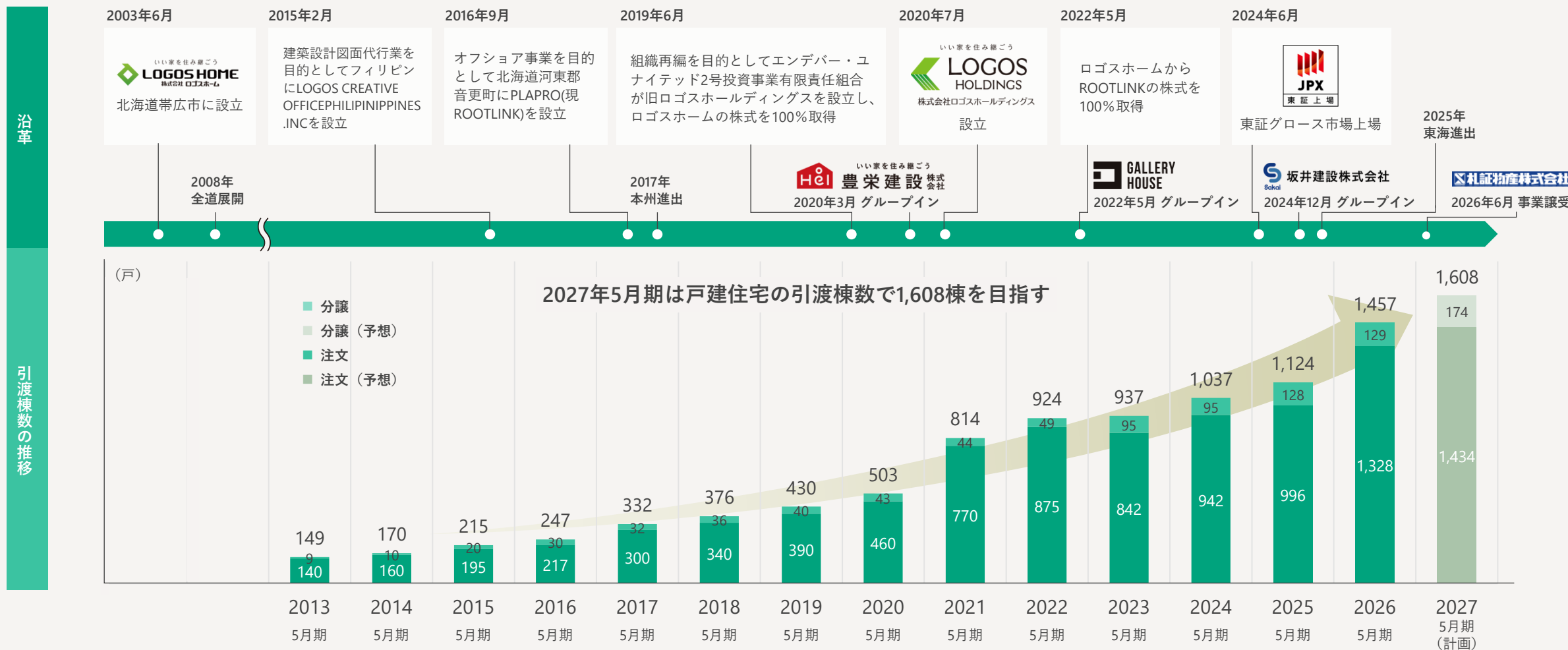
2003年の株式会社ロゴスホーム創業以来、わたしたちが追求してきたのは、厳しい自然にも負けない高品質な家を、手の届く適正価格でお届けすること。北海道の地で、幸せな家族を増やしてきたという自負があります。

そして、全国的に、暮らしや働き方、家に対する考え方も変わっていく中で、家づくりには、新しい価値観で、ビジョンを描くことが必要です。地域に根付いたブランドや、優れた技術の継承についても、考えなくてはなりません。

住む人はもちろん、造る人も、幸せになる家づくりを。そのために重要なのは、思いを共有できる、全国各地のビルダーとのつながり。私たちが手を取り合えば、日本の家づくりの新常識が生まれるはずです。いつの時代も、家には幸せがある。私たちは、そう信じています。



- 2003年6月に帯広にて創業
- 様々な強みに支えられた高性能・適正価格の住宅供給に加え、地場工務店のM&Aを通じて引渡棟数を継続的に拡大



- 住宅・不動産に関連する事業を北海道・東北・北関東・東海エリアにて展開
- 2024年12月より新潟に拠点を持つ坂井建設を当社グループに迎えることで北陸エリアへの拡大を図る

→ サービスの流れ
→ お金の流れ



● 各事業会社がそれぞれ特徴的な商品を持ち、各地で事業を展開



いい家に住み継ごう
LOGOS HOME
株式会社 ロゴスホーム



本社所在地	北海道帯広市
主な販売地域	北海道・東北・北関東・東海
単独店舗数	ロゴスホーム：25店舗 ハウジングカフェ：2店舗
主な商品	FORTAGE、GUUUS、e-Hikaria、YETY
事業の特徴	北海道・東北・北関東・東海に出店している「ロゴスホーム」と北海道内でのみ出店している「ハウジングカフェ」の2ブランドを展開。高い省エネ性能・適正価格にこだわり、北海道品質※1で、どの地域でも快適に過ごせる家を提供。



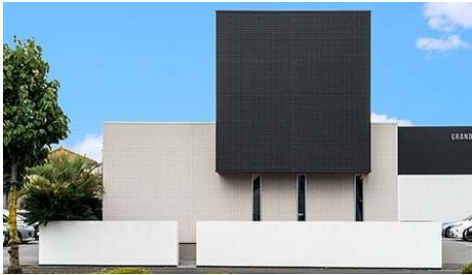
いい家に住み継ごう
Hoi 豊栄建設株式会社



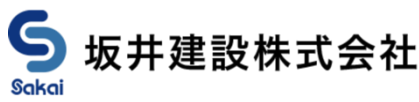
本社所在地	北海道札幌市
主な販売地域	北海道（札幌・苫小牧）
単独店舗数	2店舗
主な商品	チャレンジ999
事業の特徴	札幌市に本社を構え、注文住宅を主軸に建売住宅と宅地販売等の事業を札幌市と苫小牧市に展開している。価格・品質・サポートにこだわった家を提供。



GALLERY HOUSE



本社所在地	栃木県宇都宮市
主な販売地域	栃木県
単独店舗数	2店舗
主な商品	栃木建築社、VINJOY、ノマリス
事業の特徴	栃木県を商圏として、注文住宅及び建売住宅の販売する「栃木建築社」、中古住宅のリノベーション事業を行う「VINJOY」、障がい者グループホームの建設を請負う「ノマリス」のブランドで展開。



坂井建設株式会社



本社所在地	新潟県長岡市
主な販売地域	新潟県
単独店舗数	8店舗＋事務所
主な商品	Detail HOME、Detail Base、他
事業の特徴	「新潟のくらしをデザインする」をコンセプトとした注文住宅である「カトレア」を中核商品として事業展開。デザインに特化した注文住宅販売に併せ、企画、リノベも展開。

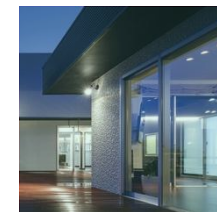
※：単独店舗数：単独店舗の外に、㈱ロゴスホームと豊栄建設㈱で運営する「北海道クラシウム」が1店舗あります。



提案力と技術力による完全自由設計。標準モデルのDUO、性能とコスパのTRES、快適性とエコ性能をグレードアップしたTESSERAの3プランを展開



価格・品質・サポートを重視し、建物価格+付帯工事+オプションで構成する分かりやすい料金設定の注文住宅



デザイン性を重視した完全自由設計の注文住宅。栃木県に適した住宅性能に加えて、建物と「愉しむ暮らし」をデザイン



太陽光パネル×デザイン住宅がコンセプト。予算や家族の人数に合わせて坪数や間取りなど、300プラン以上から選べる



GUUUS

コストとスタイルを両方叶えるZEH住宅。太陽光パネル標準搭載で、予算に合わせてデザイン性を高めることも可能



YETY

北海道で培った「強い家づくり」の技術を活かした、日本のどこでも年中快適に暮らせるロゴスホームの住宅商品



『新潟の暮らしをデザインする』住宅ブランド。流行のデザインにとらわれず、普遍的なデザインで100年先を見据えた住宅を建築



DETAILBASE

1000万円台から建てられる自由設計のコンパクトハウス



障がい者グループホーム建設

障がい者向けの共同生活援助（グループホーム）とは、障害のある人が一軒家やアパートなどに定員10人以下で共同生活をする形態。「世話人」や「支援員」と呼ばれる職員が利用者の食事の用意やお風呂、トイレなど介助といった日常生活上の援助を提供する。



リノベーション



工務店支援（DXコンサル等）



CADオペレーション（フィリピン）

- 家づくりに関する気候や住文化、所得水準などの地域性という課題に対し、地方工務店の集合体として展開
- 効率的なデジタルマーケティングやDXオペレーションを通じて、グループ会社の経営・事業をサポート

ハウスメーカーとしての 家づくりに関する課題



地域によって異なる気候



地域によって異なる住文化



地域によって異なる所得水準

大手ハウスメーカー

性能や価格が全国一律の基準で決められることが多く、統一した家づくりが意識される。結果的に、地方では性能と価格の両面で満足出来る家を提供することが難しい



✓ 地域密着型の家づくり

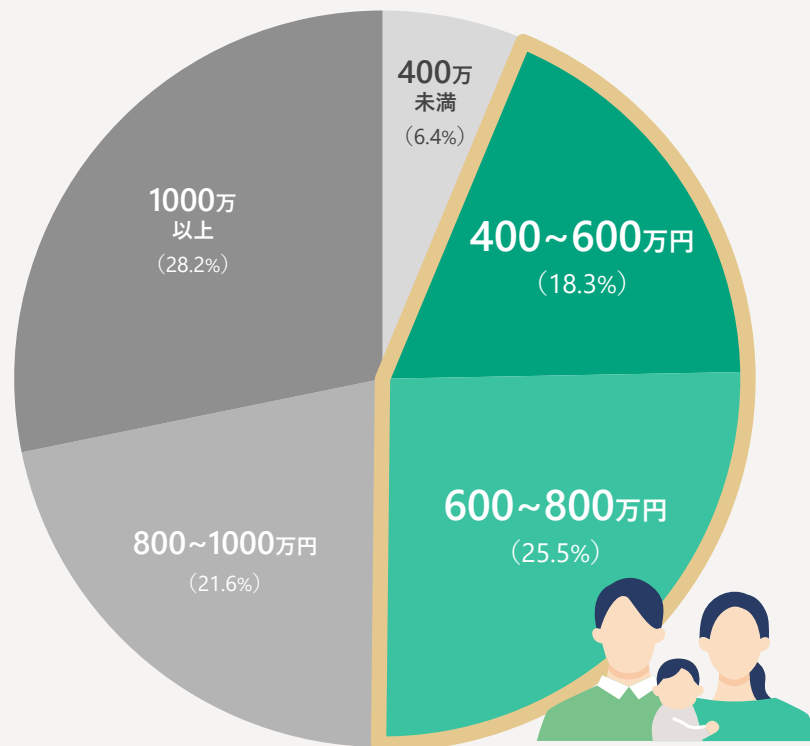
地域の気候や住文化を知り尽くした地方工務店の集合体により
快適な暮らしを実現出来る家を提供

✓ ホールディングスの経営支援によるコスト優位性の実現

- ・コストがかかり、かつ競争にもなりやすい総合住宅展示場を避け効率的なデジタルマーケティングや自社展示場・モデルハウスを軸とした集客
- ・DXによる効率的なオペレーション

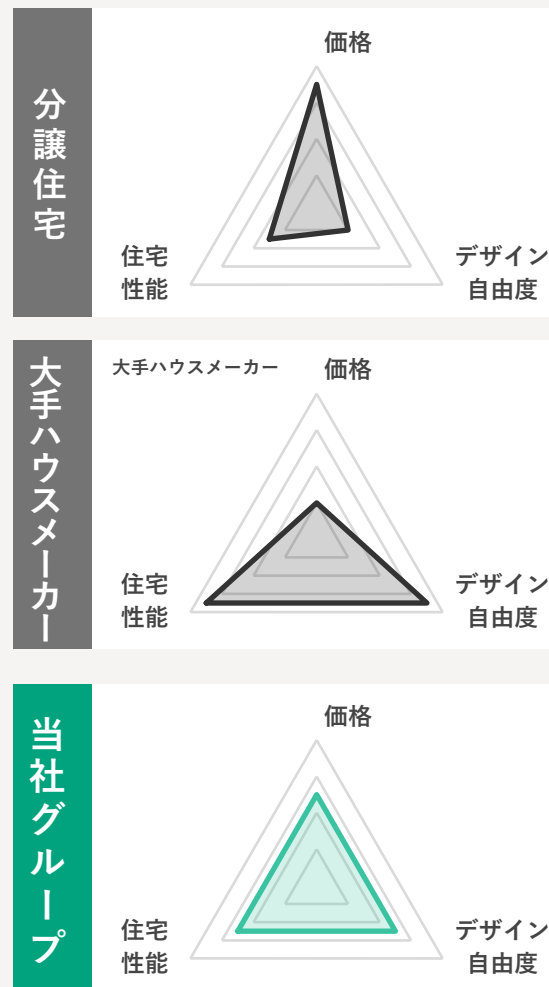
- ターゲット層に合わせて、北海道の厳しい環境に耐えうる高性能な住宅を手が届きやすい価格帯で全国に提供

注文住宅購入者の世帯年収割合



ボリュームゾーン＝当社のターゲット層

出所：国土交通省「住宅市場動向調査報告書（2025年度）」一次取得者の世帯年収別の割合



分譲住宅

- ✓ 注文住宅と比較して安価
- ✓ 住宅は既に完成されている状態のため、間取りやデザインの自由度が低い

大手ハウスメーカー（注文住宅）

- ✓ 性能、デザインともに良く、自由度も高いが、価格も高額

当社グループ（注文住宅）

- ✓ 住宅性能、デザインの自由度と価格を両立する 高性能・適正価格の注文住宅

※上図にレーダーチャートにおいて「価格」は低価格の場合に、「住宅性能」は断熱性・耐震性等が高い場合、「デザインの自由度」については設計により変更可能な度合いが高い場合に高い評価となる



25 拠点

北海道から東北、北関東、東海へと店舗を展開中

■ 北海道

ロゴスホーム帯広
ロゴスホーム札幌北
ロゴスホーム札幌南
ロゴスホーム札幌西
ロゴスホーム函館
ロゴスホーム旭川
ロゴスホーム釧路
ロゴスホーム苫小牧
ロゴスホーム北見
ロゴスホーム登別・室蘭
ロゴスホーム中標津
ロゴスホーム千歳

■ 青森県

ロゴスホーム八戸

■ 岩手県

ロゴスホーム盛岡北
ロゴスホーム奥州

■ 宮城県

ロゴスホーム仙台泉
ロゴスホーム大崎
ロゴスホーム名取

■ 福島県

ロゴスホーム郡山
ロゴスホーム福島
ロゴスホームいわき

■ 栃木県

ロゴスホーム宇都宮

■ 愛知県

ロゴスホーム名古屋

■ 岐阜県

ロゴスホーム大垣

■ 三重県

ロゴスホーム四日市



1 拠点

■ 北海道

北海道クラシウム



坂井建設株式会社

8 拠点

新潟県内を拠点に展開

■ 新潟県

ディテールホーム新潟女池
ディテールホーム新潟南長湯
ディテールホーム県央
ディテールホーム長岡
ディテールホーム柏崎
ディテールホーム上越
ディテールホーム新発田
ディテール・ベース新潟店



2 拠点

栃木県内の2拠点で地盤を固める方針

■ 栃木県

栃木建築社宇都宮店
栃木建築社真岡店



いい家に住み継ごう

HOUSING CAFE

ハウジングカフェ

2 拠点

北海道内に限定して太陽光発電付住宅を展開

■ 北海道

ハウジングカフェ札幌
ハウジングカフェ函館



いい家に住み継ごう

豊栄建設株式会社

2 拠点

札幌を主軸に1拠点単位の売上を最大化

■ 北海道

ハウジングラボサッポロ
苫小牧営業所



グループ全体

40 拠点

2026年7月15日現在
株式会社ロゴスホールディングス、株式会社
ROOTLINK、Logos Creative Office
Philippines, Inc.には営業拠点はございません

- 売上原価には設計・インテリアコーディネーター・施工管理部門の人件費等の固定費が含まれ、売上高により粗利率は変動
- 販売費及び一般管理費には主に広告宣伝費や販促費、営業・コーポレート部門の人件費、経費等を計上





01 会社概要 P3

➤ 02 市場環境 P14

03 競争力の源泉 P18

04 成長戦略 P26

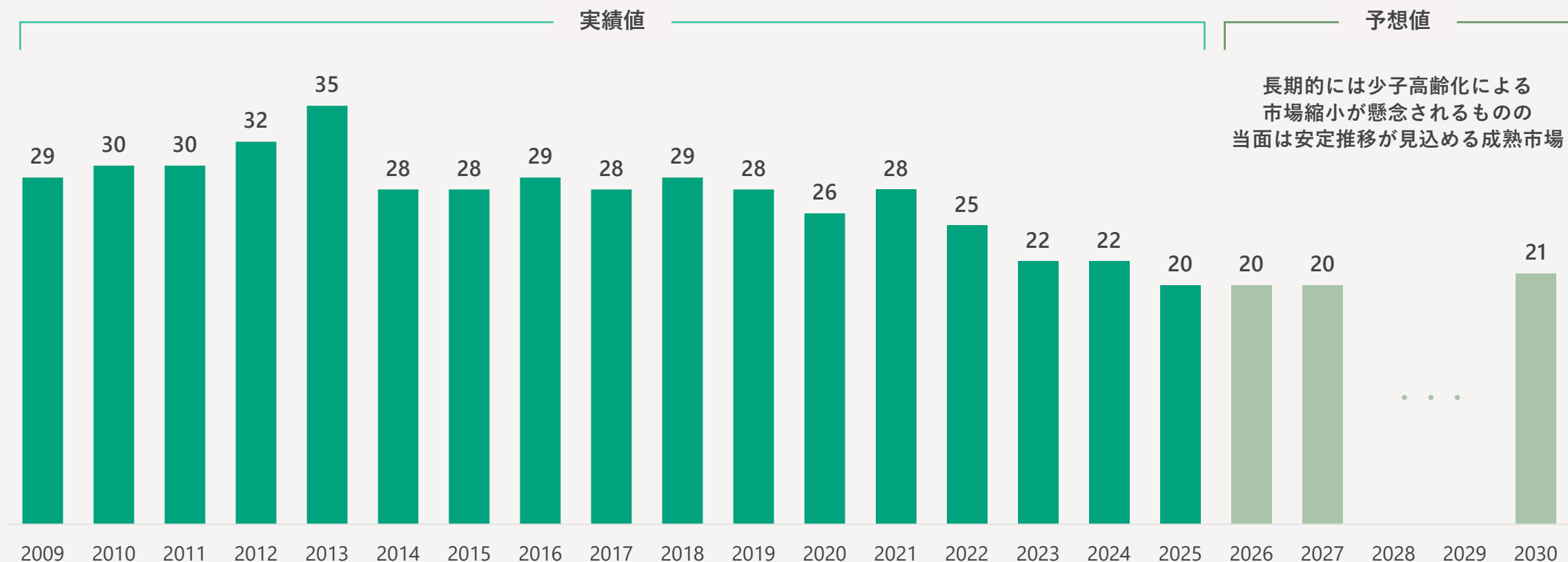
05 その他のトピック P35

06 株主還元 P38

07 Appendix P41

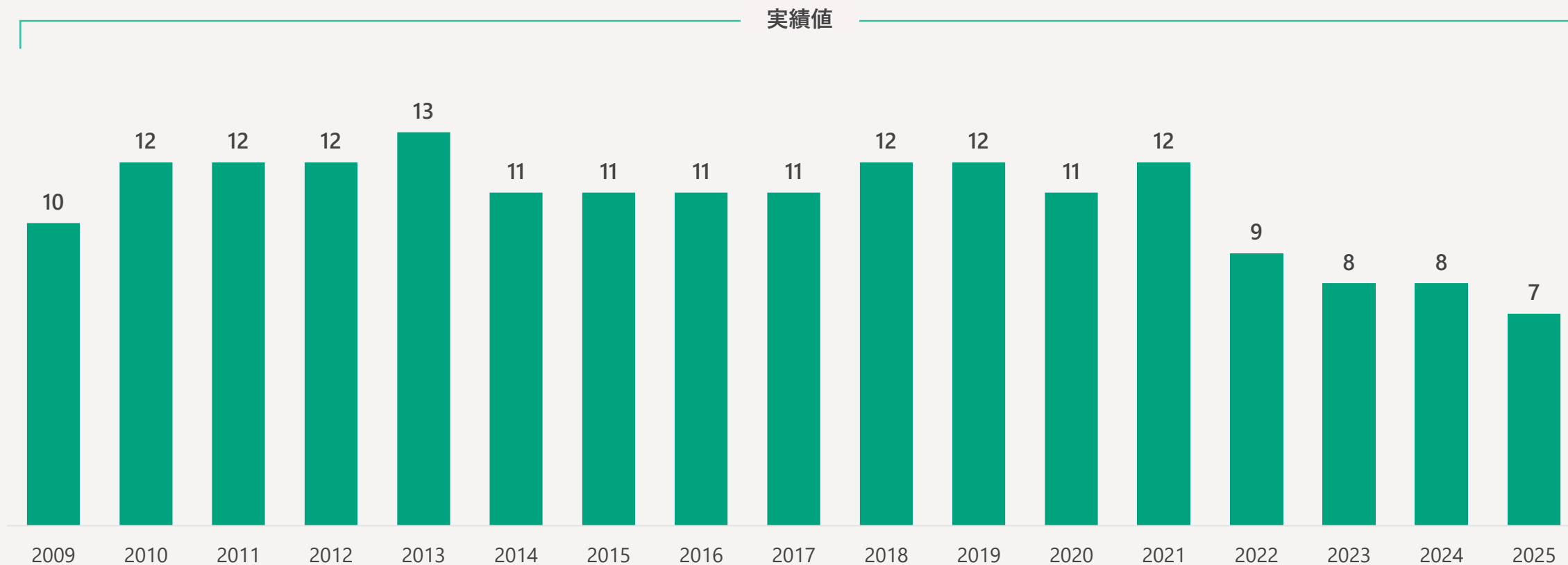
- 新設住宅着工戸数 (持家) は20万戸強/年の市場規模で安定的に推移
- 少子高齢化に伴い長期的には市場縮小が懸念

【全国】新設住宅着工戸数の実績と予測（単位：万戸） | 利用関係別：持家、供給制約なしの場合

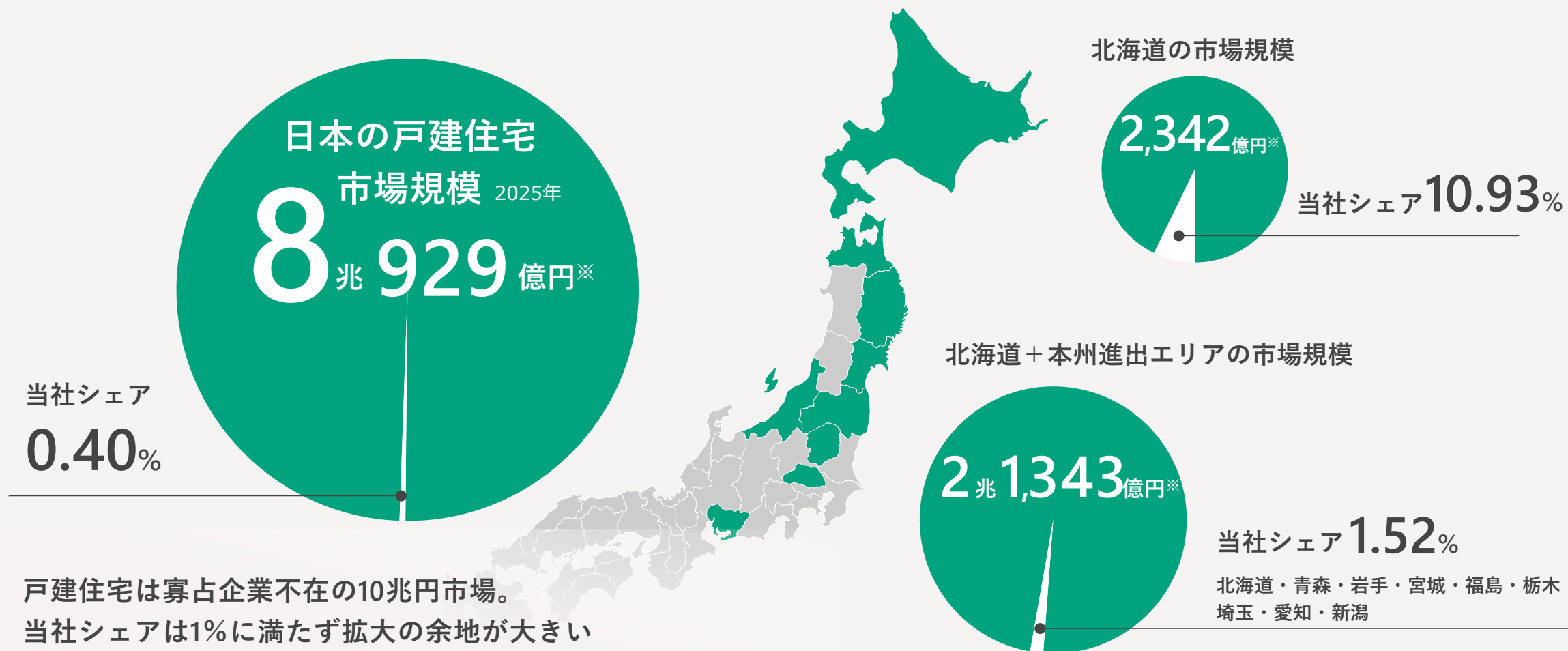


- 全国の市場動向と概ね同様の推移
- 成熟した市場の中でもロゴスホームと豊栄建設は受注戸数を伸長

【北海道】新設住宅着工戸数の実績（単位：千戸） | 利用関係別：持家



- 創業の地である北海道における当社市場シェアは10.93%
- 進出エリア及び未進出エリアを含む日本全国における当社市場シェアは小さく、拡大余地は大きい



※「建築着工統計調査」における工事費予定額（全国平均：持家3,100万円、分譲2,130万円）に戸建住宅の戸数をかけた数値を市場規模とし、市場全体に占める当社の売上高（2026年5月期）をシェアとした



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
➤ 03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41



01

高性能・適正価格を 実現する商品開発力

高性能で地域の多様なニーズに
合わせた住宅を開発



02

時代やターゲットに合わせた デジタルマーケティング

主要顧客層に適したデジタルマーケティングや
SNSを活用した集客

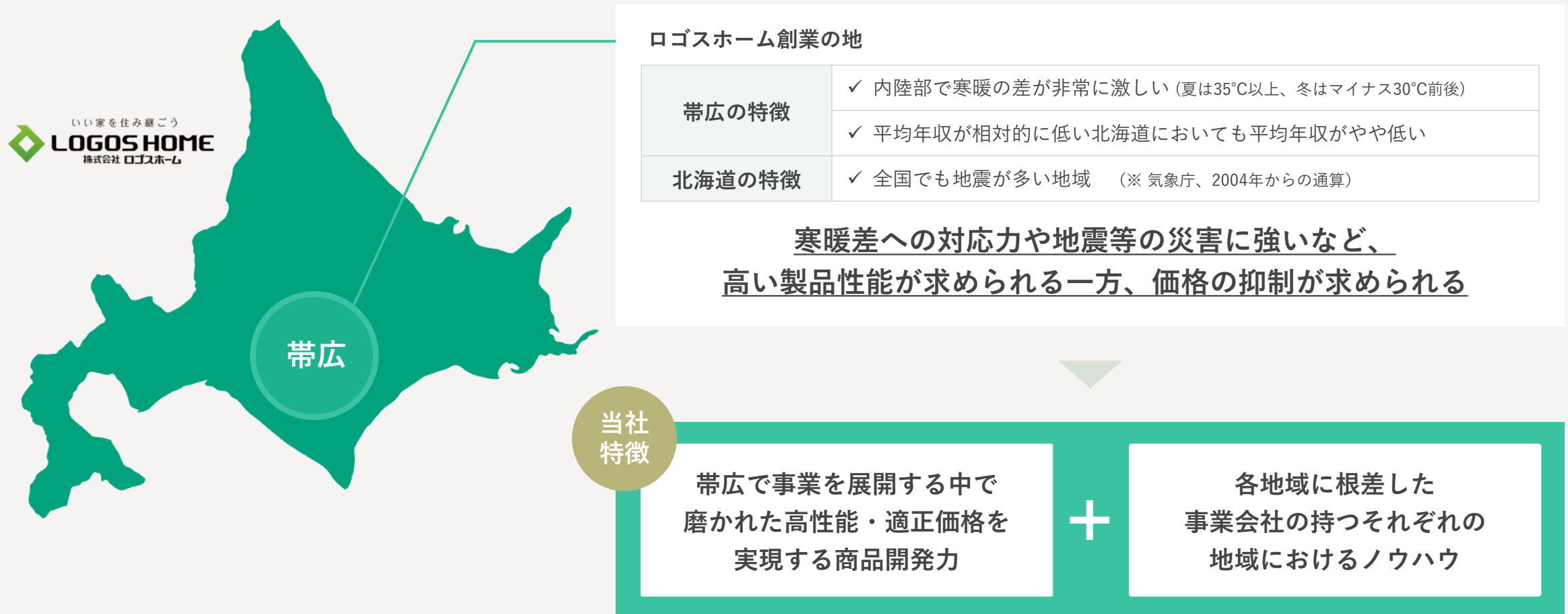


03

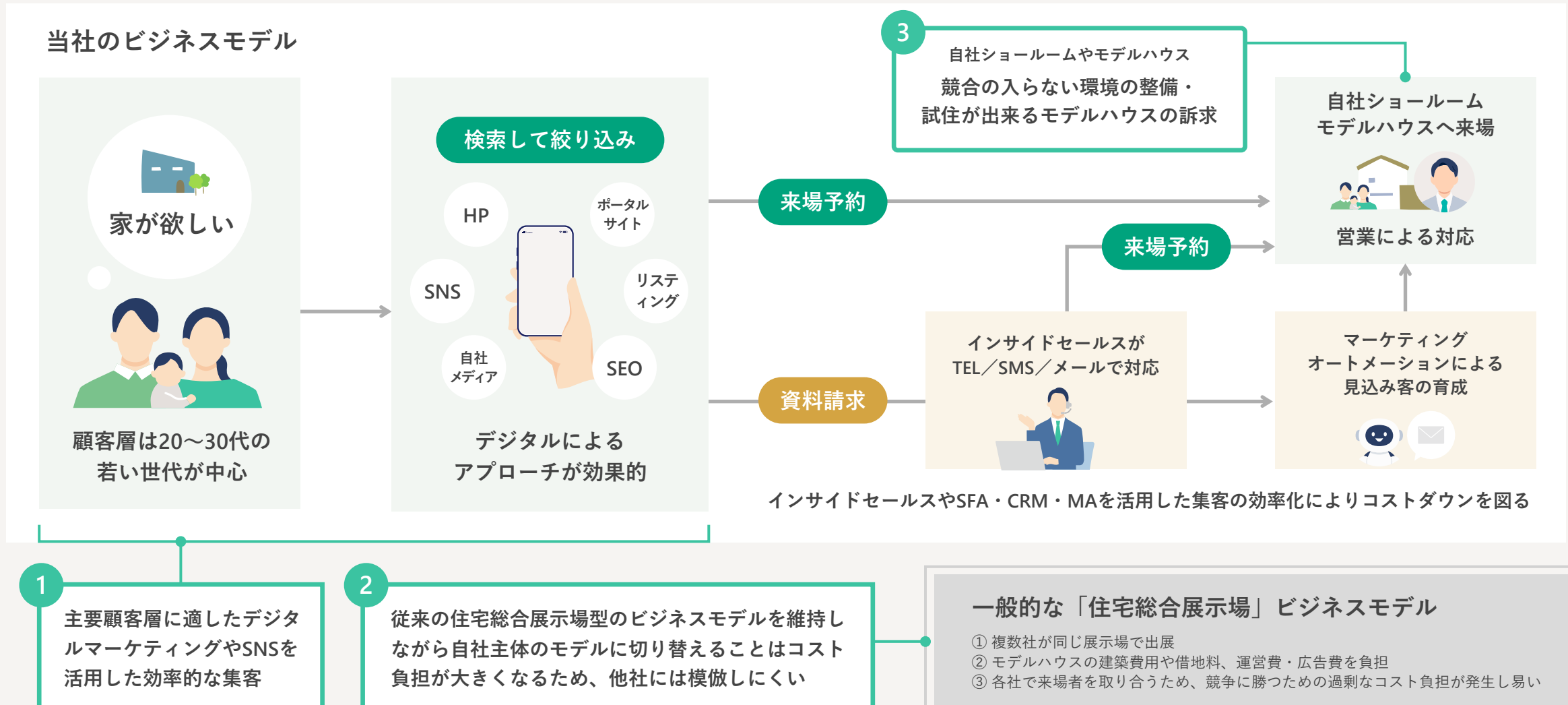
DXによる効率的な オペレーション

移動時間をゼロにする家づくりを
テーマに効率的なオペレーション

- ログスホーム創業の地である帯広は気候・所得水準がともに厳しい環境
- 帯広圏で圧倒的なトップシェアを誇るログスホームの商品開発力をベースに、各地域に根差した事業会社の持つそれぞれの地域におけるノウハウを組み合わせ、省エネかつ高性能・適正価格を実現

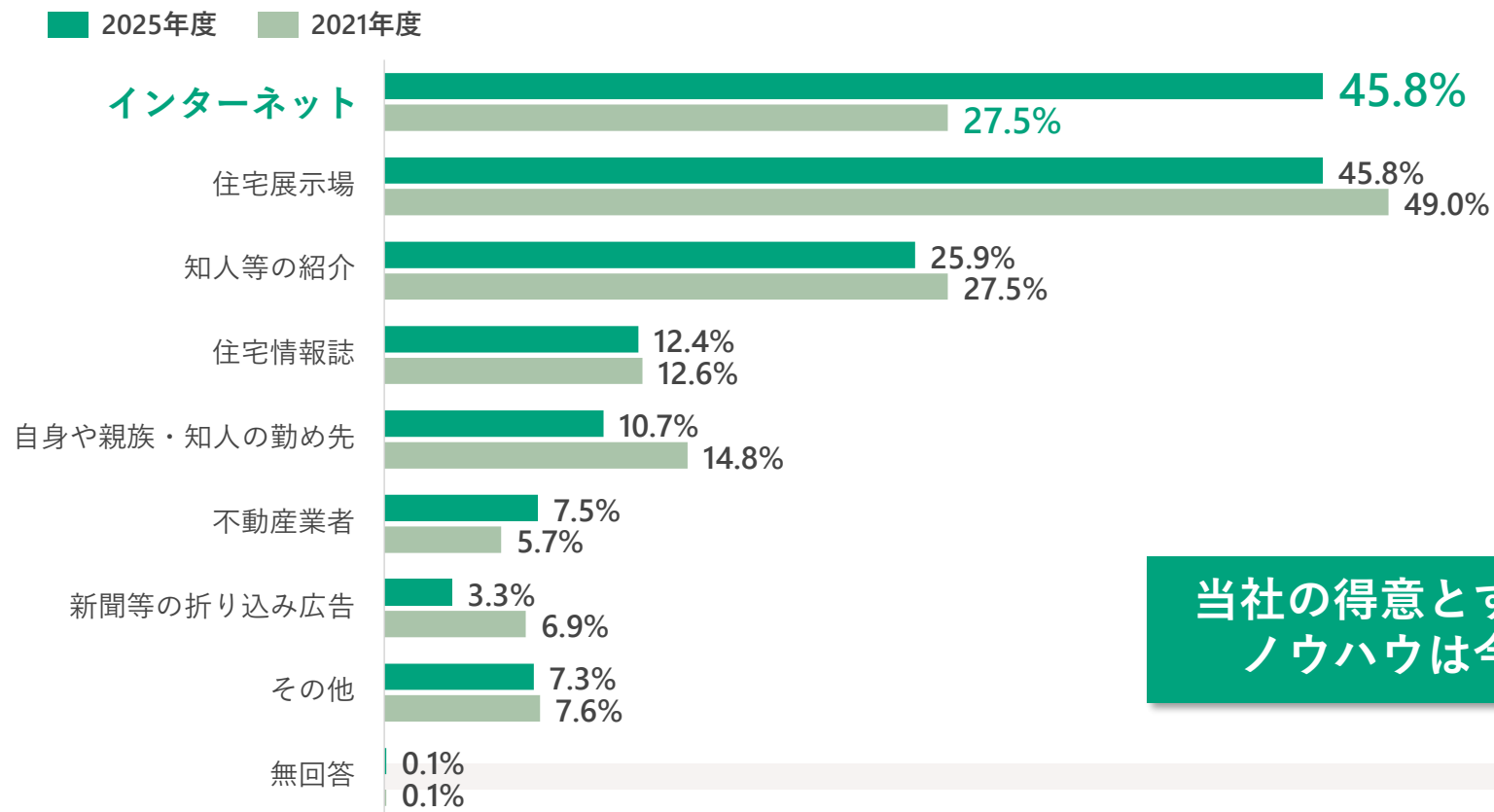


- 若い世代に訴求しやすいデジタルマーケティングを強化し、効率的に集客コストを削減



- 2021年度と比較し、施工者をインターネットで探したという層は大きく増加し、住宅展示場と同程度の割合に
- 当社の得意とするデジタルマーケティングのノウハウはより重要になる想定

注文住宅購入者の施工者を探した方法（複数回答可能）



施工者の情報を
インターネットで
探すと答えた人が急増
従来主流だった
住宅展示場で
探すと答えた人は減少

当社の得意とするデジタルマーケティングの
ノウハウは今後の注文住宅市場に不可欠

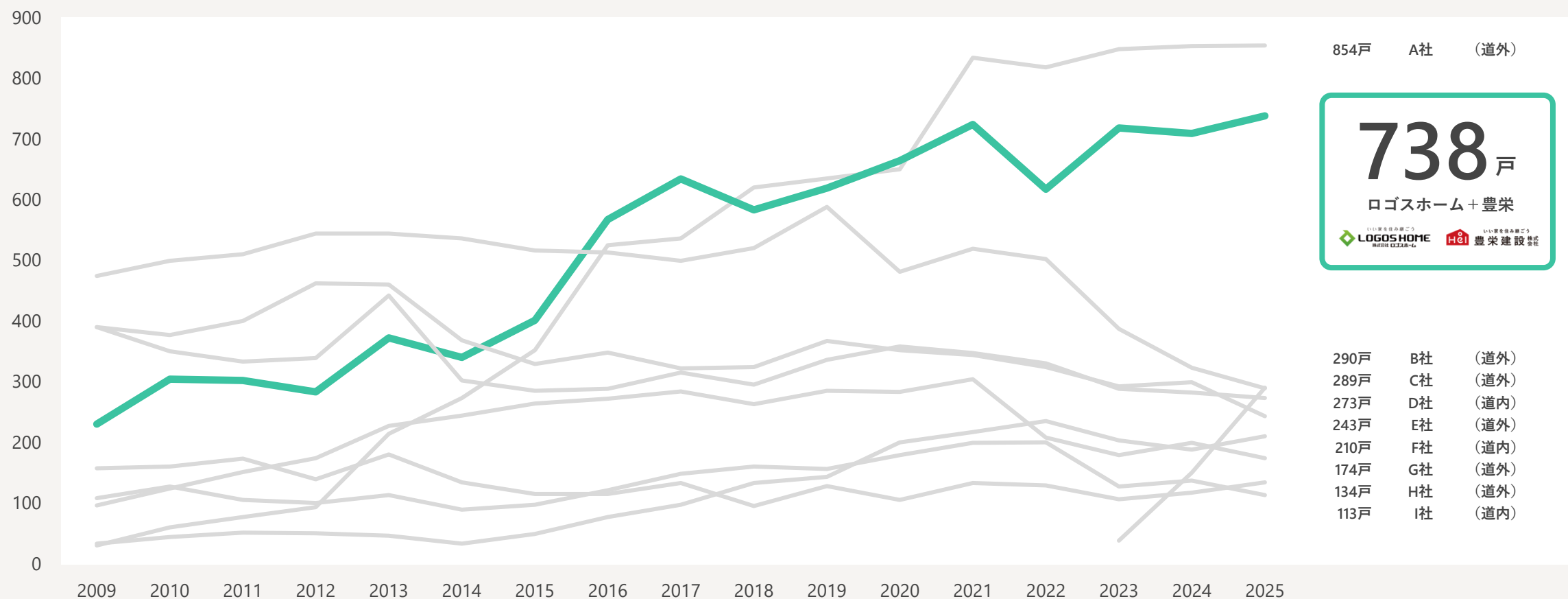
出所：国土交通省「住宅市場動向調査報告書（2025年度）」施工者を探した方法

- 広大な北海道に本社がある当社は移動コストの削減が重要な経営課題である。従前より「移動時間を0（ゼロ）にする家づくり」をテーマに、DX（デジタルトランスフォーメーション）・オンライン化を推進し、コストダウンと生産性向上を実現



- コロナ禍による一時的な落ち込みはあったが、出店拡大、豊栄建設株式会社のM&A、DXによる業務効率化等により北海道内企業の中で一番※の成長を継続

【北海道】戸建注文住宅新設着工 上位企業の推移（単位：戸） | 2025年上位10社



● 北海道内をエリア別にみると帯広圏以外にはシェア拡大の余地

札幌圏

札幌市・江別市・千歳市・恵庭市・
北広島市・石狩市・小樽市シェア
11.5%

NO	施工者	戸数
1	A社	423
2	豊栄建設(株)	233
3	(株)ログスホーム	193
3	B社	193
5	C社	168

全戸数 3,702

帯広圏

帯広市・音更町・芽室町
幕別町シェア
18.6%

NO	施工者	戸数
1	(株)ログスホーム	85
2	A社	39
3	D社	28
4	E社	26
5	F社	24

全戸数 457

釧路圏

釧路市
釧路町シェア
13.0%

NO	施工者	戸数
1	A社	31
2	(株)ログスホーム	23
2	G社	23
4	H社	13
5	I社	10

全戸数 177

室蘭圏

苫小牧市・室蘭市
登別市・伊達市シェア
5.1%

NO	施工者	戸数
1	A社	77
2	J社	31
3	(株)ログスホーム	26
4	K社	22
5	L社 / M社	21

全戸数 513

旭川圏

旭川市・鷹栖町・東神楽町
東川町シェア
6.7%

NO	施工者	戸数
1	N社	73
2	O社	51
3	P社	47
4	A社	44
5	(株)ログスホーム	37

全戸数 551

函館圏

函館市・北斗市
七飯町シェア
7.1%

NO	施工者	戸数
1	A社	57
2	Q社	38
3	R社	37
4	S社	34
5	(株)ログスホーム	33

全戸数 462

北網圏

北見市・網走市
美幌町・大空町シェア
8.8%

NO	施工者	戸数
1	(株)ログスホーム	22
2	T社	17
2	A社	15
4	U社 / V社 / W社	14

全戸数 250

施工会社別の注文住宅
建築確認ランキング
(北海道内、主要7圏域)
2025年1～12月*各圏域の建築確認戸数に占める
当社の割合をシェアとして算出



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41

- ログスホームにおける出店拡大・店舗リニューアルは順調に進捗 特に東海エリアは好調な立ち上がり
- 新たな会社のグループインは無かったものの、フェザーホーム、札証物産の請負契約承継・在庫不動産譲受等を実施

ログスホームの出店・店舗リニューアルによる成長



- ✓ 2026年5月期は北海道エリアでの強化（ログスホーム旭川、ログスホーム中標津及びログスホーム千歳のリニューアル、ログスホーム札幌西の新規出店）に加え、東海エリアへの出店を引き続き実施（ログスホーム四日市）
- ✓ 2027年5月期は岐阜県大垣市及び愛知県岡崎市への出店による東海エリアの更なる強化に加え、開示済みの神奈川県平塚市を含め新規エリアへ展開予定

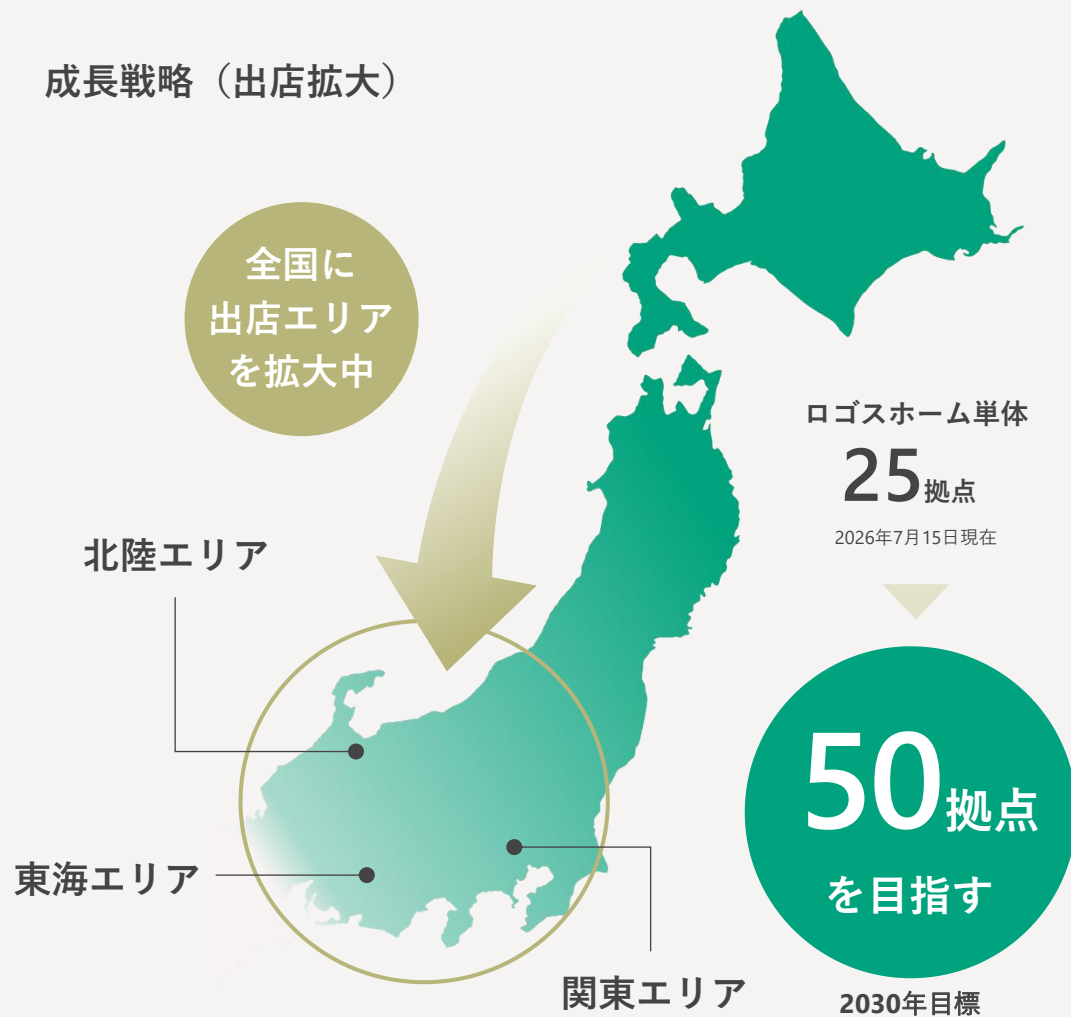
積極的なM&Aによる成長



- ✓ 2026年5月期においては新たな会社のグループインは無かったが、フェザーホームや札証物産など経営難に陥ったハウスメーカーの請負契約の承継や在庫不動産の譲受といった案件を実施
- ✓ 環境変化により苦境に立つ地方工務店を、強固な事業基盤を通じて救済可能な受け手として認知度を拡大
- ✓ 2027年5月期においては既にアエラホームの救済を発表済。株主構成の変化もあり、今期以降はよりM&A等の取り組みを強化する方針

- ロゴスホームにおいては2030年において50拠点を目標とし、エリア拡大を含めた出店継続を通じて成長

成長戦略（出店拡大）



営業エリアの拡大



2026年5月期

- 三重県 四日市市出店

2027年5月期

- 岐阜県 大垣市出店
- 神奈川県 平塚市出店
- 愛知県 岡崎市出店
- その他2店舗を予定

2028年5月期以降

- 関東地方 年間4~5件のペースで新規出店を予定
- 東海地方
- 北陸地方
- 九州地方

全国への出店で
エリア拡大を図り

50 拠点 を目指す

- 2025年より新規出店や店舗リニューアルを通じて、自社展示場 (ショールーム+常設型モデルハウス) 型の拠点を拡大
- 総合展示場と比較した集客や受注獲得における優位性は変わらず、商談数のキャパシティ増を通じた生産性改善へ

今後拡大予定の営業戦略

商談増加
認知獲得

自社展示場

(ショールーム+常設型モデルハウス)

従来と比べてコストは先行するが、
店舗規模を拡大し、商談数のキャパシティが増加
モデルハウスに加え、耐震や遮熱といった性能を
体感可能なブースを設置

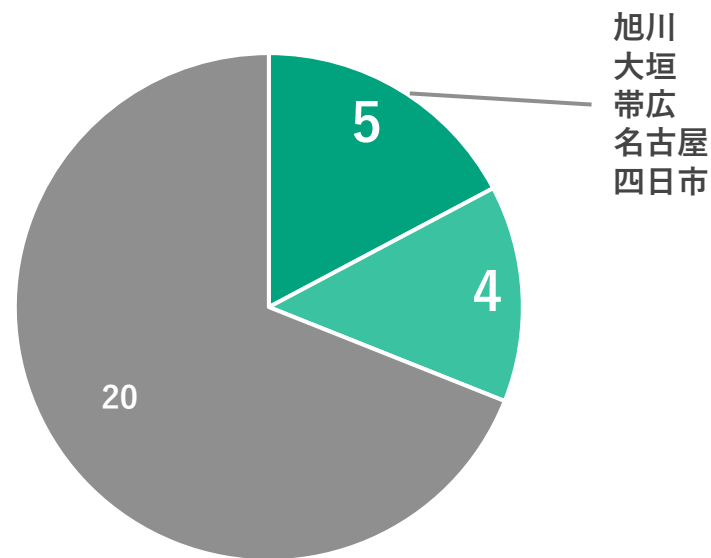


ロゴスホーム旭川



ロゴスホーム名古屋

拠点構成比 (27/5期の出店を考慮)



■ 出店済の自社展示場型拠点

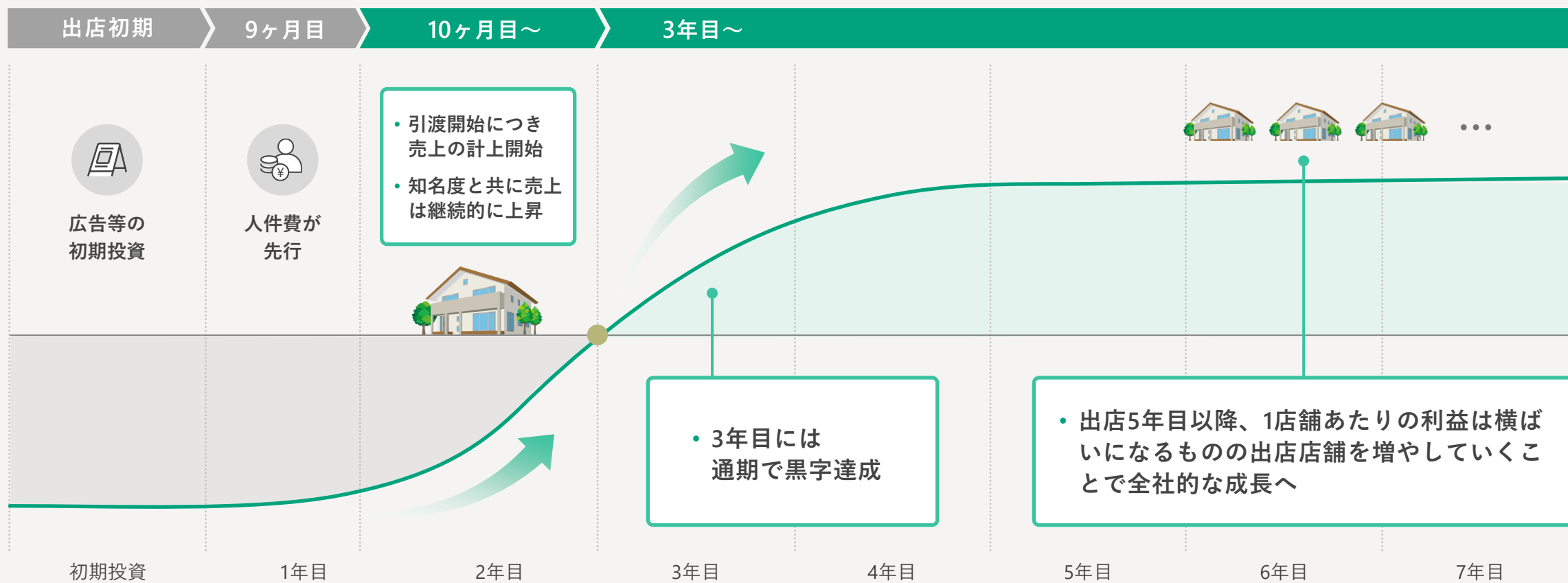
■ 出店予定の自社展示場型拠点

■ 従来型店舗

2026年7月15日現在

- 注文住宅事業は事業特性上受注から計上までが長くなるため、新規出店の黒字化には知名度の向上を踏まえ3年を要する計画
- 来期以降も新規出店をラップしていくため、新店舗が軌道に乗るまで利益成長は鈍化する見込み

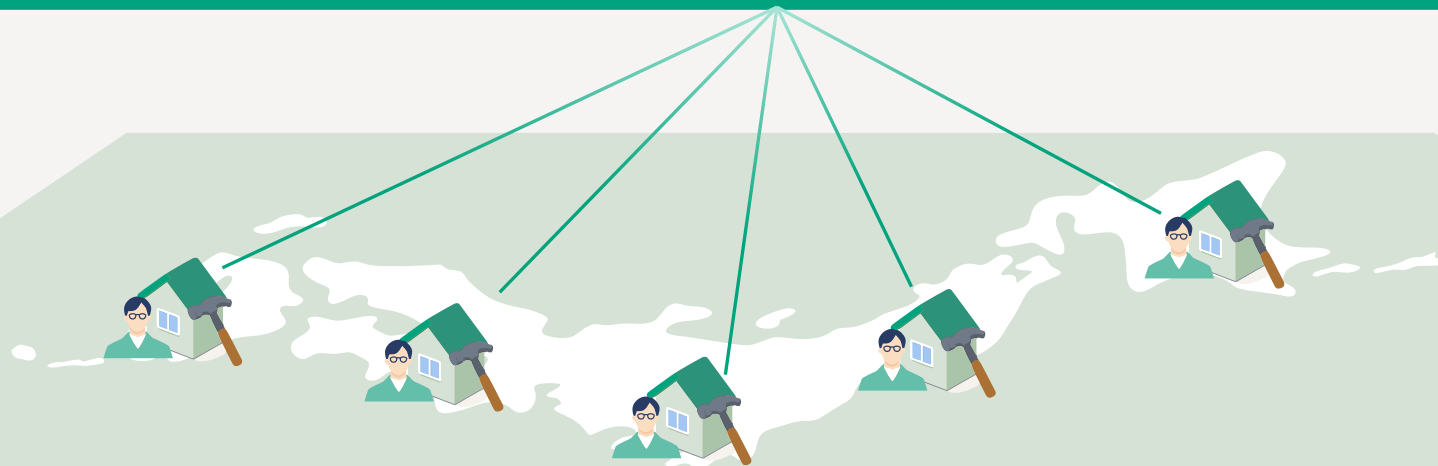
新規出店の営業利益の推移（イメージ）



- 全国の地方工務店は高齢化や、高齢化に伴う後継者問題、デジタル化や断熱等の新基準への対応負担等の課題が存在
- 一方で地域性の強い家づくりのノウハウと顧客基盤を持った地方工務店の存続は不可欠
- 当社グループの運営ノウハウとM&Aによる地方工務店の組織化により「地域ナンバーワン工務店の集合体」を目指す



M&Aを通じて地域に根差した地方工務店の技術力や顧客基盤、
当社グループのノウハウを活かした高い生産性両方を備えた集合体の形成を目指す



全国の地方工務店が抱える課題

高齢化

後継者問題

デジタル化への対応

ZEH等の新基準対応

- 札幌物産については札幌地方裁判所の許可を得て6月5日に事業譲受を完了。譲り受けた在庫不動産の売却に取り組み中
- 市場環境の悪化から一部の中小ハウスメーカーが経営難に直面する中、当社は強固な事業基盤を背景に、自社独自の成長のみならず、M&Aや民事再生案件の獲得を通じた事業拡大への好機を追求

札幌物産の事業譲受 (在庫不動産の譲受) について

札幌物産が民事再生を申請も、
引渡を終えていない物件や仕掛中の物件、
建設前の土地を保有しており、売却先を模索

豊栄建設がスポンサー契約を締結し
当該販売用不動産を譲受。
豊栄建設は仕掛中のプロジェクトを完成させ、
譲り受けた在庫不動産を販売することで回収

- ✓ 譲受価格は16億円であり、全額借入にて調達
- ✓ 自己資本比率は一時的に低下するものの、早期売却・早期回収により、エクイティファイナンスは不要

16億円の在庫不動産を取得



完成物件
22戸



未完成工事物件
50戸



土地
53戸



注文住宅
1戸

譲り受けた在庫不動産の売却により、
2027年5月期通期で約3～4億円の
営業利益貢献を見込む

1: 請負契約の承継や資産の譲受であり、2社の株式を取得した訳ではない

- 2026年7月16日にアエラホームへの民事再生支援に関するスポンサー契約締結のお知らせを開示
- 2027年5月期第2四半期より連結を開始予定 業績に与える影響については現在精査中

今回の吸収分割による承継に関して



名称	アエラホーム株式会社
設立年月日	1984年12月22日
所在地	東京都千代田区九段南2-3-1 青葉第一ビル2階
従業員数	207人(2026年6月末)

- ✓ 1963年の創業以来、東北エリアから九州エリアにかけて、外張りW断熱住宅に代表される高性能・高品質な住宅を提供
- ✓ 高いブランド認知度や商品力・営業ネットワークを有するが、市場環境変化に伴う業績不振から民事再生へ



- ✓ ブランド認知度・商品力・営業ネットワークの強みを継続活用
- ✓ 当社グループのデジタルマーケティング及びDXオペレーションのノウハウを投入し、コスト改善の徹底と生産性向上を図る

アエラホームのブランド



CLARGE

クラージュ

外張りW断熱のパイオニアが手掛ける高性能住宅
断熱基準「最高等級7」の高気密・高断熱性能



PRESTO

思い描いた理想の暮らしを実現する
フルオーダー住宅
毎日が「特別」になる快適空間



ERABERU

家族みんなの理想をかなえる
セミオーダー住宅

- 出店拡大とM&Aを通じて2030年までに引渡棟数5,000棟を目指す

2030年までに

ログス
ホーム 50 拠点

引渡
棟数 5,000 棟

当社の成長戦略

出店拡大



積極的なM&Aによる成長



新規事業・モジュール拡販

M&A

出店拡大

2023年5月

2024年5月

2025年5月

2026年5月

2027年5月



2030年



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
➤ 05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41

- 優待拡充に合わせ、当社筆頭株主であったエンデバー・ユナイテッドの売出を発表し、無事完了
- 流動性の向上、オーバーハング懸念の解消とともに、潜在的な売出の可能性が無くなったことにより、M&Aなどの重要な経営判断をより積極的に検討可能に

2026年5月末時点株主構成

株主名	保有株数	保有比率
1 エンデバー・ユナイテッド2号投資限責任組合	1,608,752株	41.0%
2 (株)チキンシープ	418,153株	10.7%
3 ノースパシフィック(株)	195,300株	5.0%
4 池田 雄一	85,421株	2.2%
5 坂井 義栄	62,936株	1.6%
6 当社従業員持株会	56,500株	1.4%
7 サツベニホールディングス(株)	53,300株	1.4%
8 NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN (CASHPB)	42,399株	1.1%
9 岩永 武也	40,006株	1.0%
10 (株)BOSS	35,300株	0.9%
11位以下	1,325,818株	33.8%
合計	3,923,885株	100.0%



今回売出後の株主構成

株主名	保有株数	保有比率
1 (株)チキンシープ	418,153株	10.7%
2 ノースパシフィック(株)	195,300株	5.0%
3 池田 雄一	85,421株	2.2%
4 坂井 義栄	62,936株	1.6%
5 当社従業員持株会	59,500株	1.5%
6 サツベニホールディングス(株)	56,200株	1.4%
7 大和証券(株)	43,400株	1.1%
8 当社取引先持株会	41,600株	1.1%
9 岩永 武也	40,006株	1.0%
10 (株)BOSS	35,300株	0.9%
11位以下	2,886,069株	73.6%
合計	3,923,885株	100.0%

オーバーハング懸念を解消するとともに、潜在的な売出が無くなったことにより、M&Aをより積極的に模索可能な状態に

- 40%超の大規模な売出ではあったものの、投資家からの需要は売出規模に対して2.8倍と旺盛な需要を獲得
- 機関投資家・個人投資家ともに幅広い新規の株主層開拓に成功

2026年7月来の株価推移



今回の売出に関する結果

本件における機関投資家及び
リテール投資家からの需要は2.8倍

今回購入した個人投資家の99.2%が新規販売先
新たな投資家層を開拓

海外のヘッジファンドを中心に
20件の機関投資家に配分

株主数及び浮動株の増加を通じて
取引流動性が大きく拡大



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41

- 株主還元においてはDOE (純資産配当率) 5%を下限とし、配当性向30% を目標とする
- 2027年5月期における1株あたり配当額は88.75円となり、8月28日終値ベースでの配当利回りは5.28%に

(単位：円)

1株あたり配当額

2027年5月期
(予想)

88.75円

配当利回り
(8月28日終値ベース)

5.28%

配当方針

配当下限

DOE 5%

配当目標

配当性向 30%

- 前回公表の内容（優待原資10百万円）から優待原資を30百万円とする多階建てシェア型株主優待制度へ大幅強化
- 1階部分（優待原資20百万円）は200株以上・2階部分（優待原資10百万円）は300株以上の継続保有者が対象
- 2026年8月12日（売出完了時点）で200株以上保有する株主数は2,816人、300株以上保有する株主数は2,007人

1階部分のみ獲得（200株以上保有）の場合

	2026年8月12日時点
2026年8月12日(売出完了時点)の 200株以上保有者数	2,816人
1人当たり優待額	7,103円
想定総還元利回り※1	7.40%

1階部分・2階部分を獲得（300株以上保有）の場合

	2026年8月12日時点
2026年8月12日(売出完了時点)の 300株以上保有者数	2,007人
1人当たり優待額	12,086円
想定総還元利回り※2	7.68%

当社の多階建てシェア型株主優待制度について

優待原資

30百万円

1階部分：20百万円

2階部分：10百万円

対象となる株主様※3

- 1階部分：2026年8月12日～2027年5月末日時点の株主名簿に継続して200株以上が記載
- 2階部分：2026年11月30日～2027年5月末日時点の株主名簿に継続して300株以上が記載
- 基準日から3ヵ月以内を目途に電子ギフトとして贈呈

当社のシェア型株主優待制度の導入背景

- エンデバー・ユナイテッド2号投資事業有限責任組合による当社普通株式の売出に際して、前回公表の株主優待制度を強化
- 継続保有してくださる株主への還元強化・中長期的な株主価値向上が目的
- 予算枠が確定しているため、株主数が大きく増えた場合でも財務的な負担が予測可能

※1：8月28日終値及び2027年5月期配当予定額をベースに、200株保有の場合で計算

※2：8月28日終値及び2027年5月期配当予定額をベースに、300株保有の場合で計算

※3：2028年5月期以降の基準日では、1階部分（200株以上保有者が対象）・2階部分（300株以上保有者が対象）ともに、5月末日（基準日）時点の株主名簿に、前年5月末日から株主名簿に継続して記載のある株主様を対象とする



01	会社概要	P3
02	市場環境	P14
03	競争力の源泉	P18
04	成長戦略	P26
05	その他のトピック	P35
06	株主還元	P38
07	Appendix	P41

- 2026年5月期通期においては受注・売上は計画を上回って推移、利益は概ね計画通りで着地
- 2027年5月期については過剰な季節性の是正を図りつつ、取得した札証物産の販売用不動産の売却を上乗せし最高益を目指す

2026年5月期 通期累計実績

売上高

49,502百万円

前年比

計画比

+13,233百万円¹
(+36.5%)

+2,687百万円
(+5.7%)

営業利益

1,449百万円

前年比

計画比

+962百万円¹
(+197.5%)

△51百万円
(△3.4%)

2027年5月期 通期業績予想

売上高

54,273百万円

調整後数値に対する前年比

+5,846百万円²
(+12.1%)

営業利益

2,113百万円

調整後数値に対する前年比

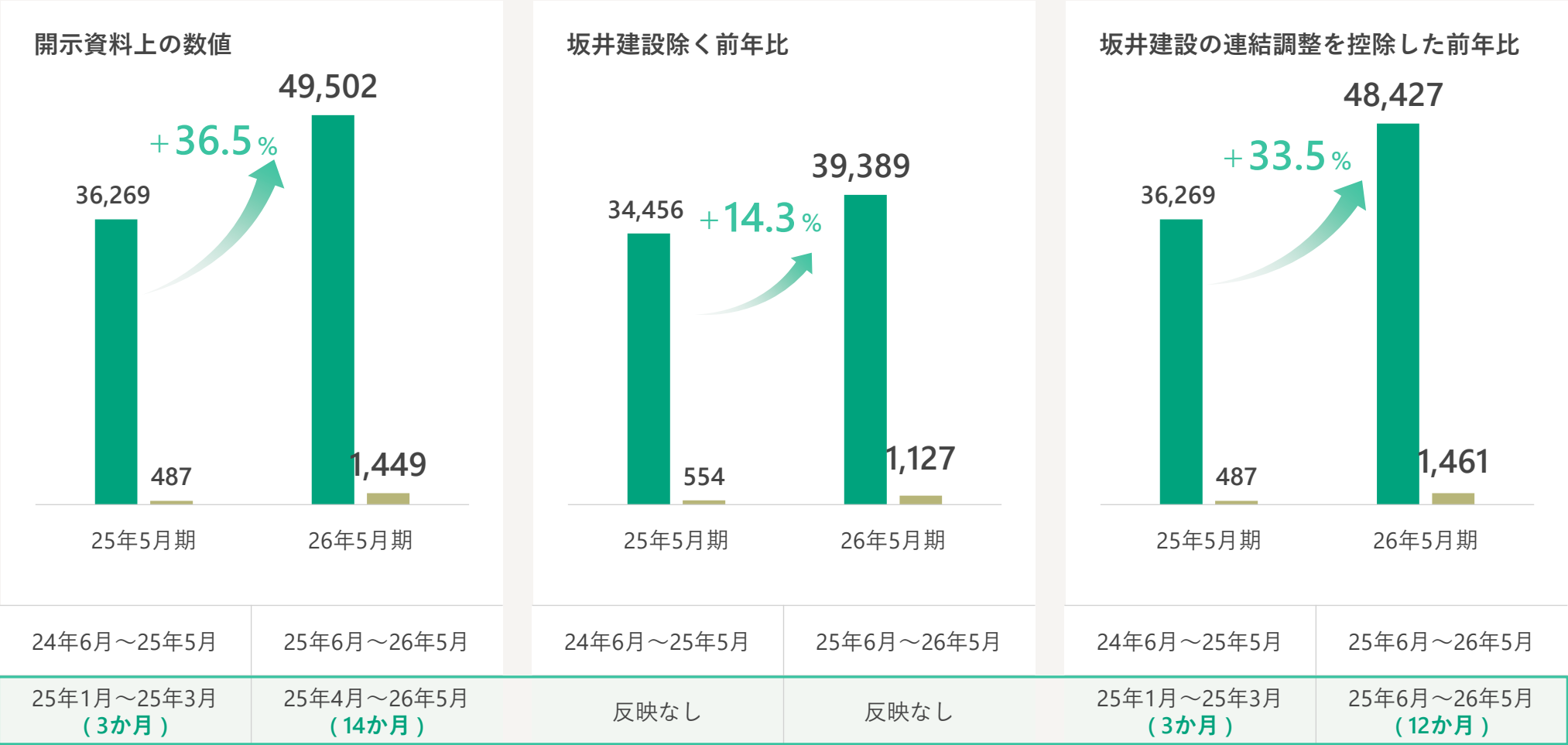
+652百万円²
(+44.7%)

- ▶ 2026年5月期通期累計実績は売上高49,502百万円と計画に対して上振れるも、期末への偏重が想定以上であったことから費用も計画対比で上振れた結果、営業利益は1,449百万円と概ね計画通りで着地
- ▶ 2026年5月期においては2件の既存店舗リニューアルと2件の新規出店を実施。予定していた大垣店は2027年5月期に移行も6月13日にオープン済み
- ▶ 東海エリアにおける新店であるロゴスホーム名古屋及びロゴスホーム四日市は計画を大きく超えて推移し順調
- ▶ 過剰な季節性が収益性を損なう結果となっている点を踏まえ、2027年5月期については季節性の是正に取り組む方針
一方、2026年5月期に取得した札証物産の販売用不動産の売却により売上高54,273百万円、営業利益2,113百万円と過去最高となる見込

- 坂井建設の決算日を12月31日から5月31日に変更し、連結決算日に統一
- 決算期変更に伴い通期累計期間は坂井建設の業績が14か月分 (2025年4月～2026年5月) 連結

(単位：百万円)

■ 売上高
■ 営業利益



- 2026年5月期に過剰な季節性から収益性を毀損したことを踏まえ、2027年5月期は季節性の是正に取り組む方針
- 結果として、期末引渡に向けた着工の集中を解消することにより、期中完工の着工数にマイナス影響があるものの、2026年5月期に取得した札証物産の販売用不動産の売却により売上利益ともに過去最高水準を達成する見通し

2027年5月期の取り組み

□ 当該期の売上に計上される着工タイミング

■ 今回の施工期間延長に伴い消失が見込まれるタイミング



27/5期は着工月を2月までに制限することにより
翌期以降の季節性の抑制に取り組む

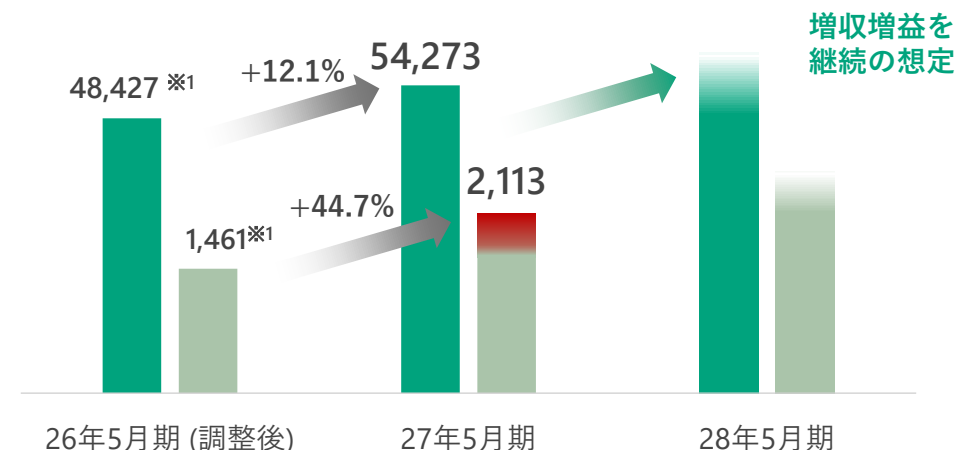
その結果、約1~1.5ヵ月分程度の売上が26/5期と比較して減少する見込

なお28/5期は着工月数減少の影響がなくなること
引渡可能な着工月数が12ヵ月に戻り、売上に対してプラスの影響となる

2027年5月期計画

売上高・営業利益 (単位: 百万円)

■ 売上高 ■ 既存事業における営業利益
■ 札証物産の販売用不動産売却に伴う営業利益



施工期間想定の見直しに伴いグループの既存事業の成長は限定的も
26/5期末に譲受した札証物産の販売用不動産売却により **前年比で大きな増益**

なお28/5期は販売用不動産売却に伴う一過性の影響が無くなくても
27/5期比で増収増益を目指す想定

項目	主要なリスク	顕在化の可能性	影響度	リスク対応策
競合等の影響	同業他社においては、当社グループと比較して、資本力、ブランド力等に優れる企業が多くあり、更に競合が激化した場合には、販売期間の長期化や値引販売による採算悪化等が生じ、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。	中	大	営業エリアの拡大による事業規模の拡大を図り、特定の営業エリアに過度に集中することのないようリスク分散する方針
原価	原材料、資材の価格や人件費等が高騰し、それを販売価格に転嫁できない場合は、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。	中	大	常に情報収集を行い、仕様の見直し、調達先の複数化・分散化、代替品の検討を行うことで資材等の調達リスクの低減を図っており、今後もリスク低減に努めます。
法令違反	当社グループは、「建設業法」「建築基準法」「建築士法」「宅地建物取引業法」等各種法令のほか、各自治体の条例等による規制を受けています。将来において法令に違反する事実が発生し、免許・登録等の取消しや行政処分が発せられた場合には、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。	中	大	事業活動を行ううえで法令遵守を徹底しております。今後これらの規制の改廃や新たな法的規制が設けられた場合にも当社グループの経営業績や財政状態に影響を及ぼすことがないような体制の構築に努めます。
人材確保	さらなる企業成長を推し進めるうえで、優秀な人財の確保・育成は必要不可欠であると考えております。そうした人財が十分に確保できない場合、または現在在籍している人財が流出する場合には、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。	中	大	新卒・中途採用と幅広く採用活動を行い、プロフェッショナルな人財育成を強化することにより、従業員の能力・やりがい向上をさせることで、事業規模拡大を支えられる人財の確保及び維持に努めます。
業績の季節変動	当社グループの住宅事業における売上高は第4四半期に集中する傾向にあります。そのため、販売計画の変更、販売動向の変化及び建設工事等の遅延による引渡時期の変更が生じることにより、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。	中	大	注文住宅の着工時期及び分譲住宅の引渡時期の平準化を図ることにより、季節的変動を抑制しております。

	重要課題	目標（一部抜粋）
環境	環境にやさしい社会の実現	環境管理体制の構築、強化
		CO2排出量
		再生可能エネルギー利用量
		MCB工法による建築の推進
		次世代環境配慮型住宅の開発と普及促進
		ZEH販売率
社会	多様な人材が安心して活躍できる環境の整備	女性管理職比率
		新卒採用女性比率
		従業員のキャリア選択支援の充実
		スキル制度の構築
	地域社会への貢献	地域貢献活動に対する従業員の参画人数
	安全・安心な住環境の提供	品質検査の業者評価システムの構築
ガバナンス	ガバナンスの強化とコンプライアンスの推進	ESGの取り組みに関する理解度調査
		ESG活動の企業理念の体現活動の社内表彰
		内部通報制度に関する理解度調査
		コンプライアンス研修の受講率
		協力会社向けコンプライアンス理解浸透活動
		ガバナンス体制の強化

本資料の取扱いについて

本資料に記載されている情報は、現時点で入手可能な情報を前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在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いており、当社がその達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、法規制の変更等、今後のさまざまな要因により大きな差異が発生する可能性があります。

今後の開示について

本資料の更新は、本決算の発表後（2027年8月）を目途に開示を行う予定です。