



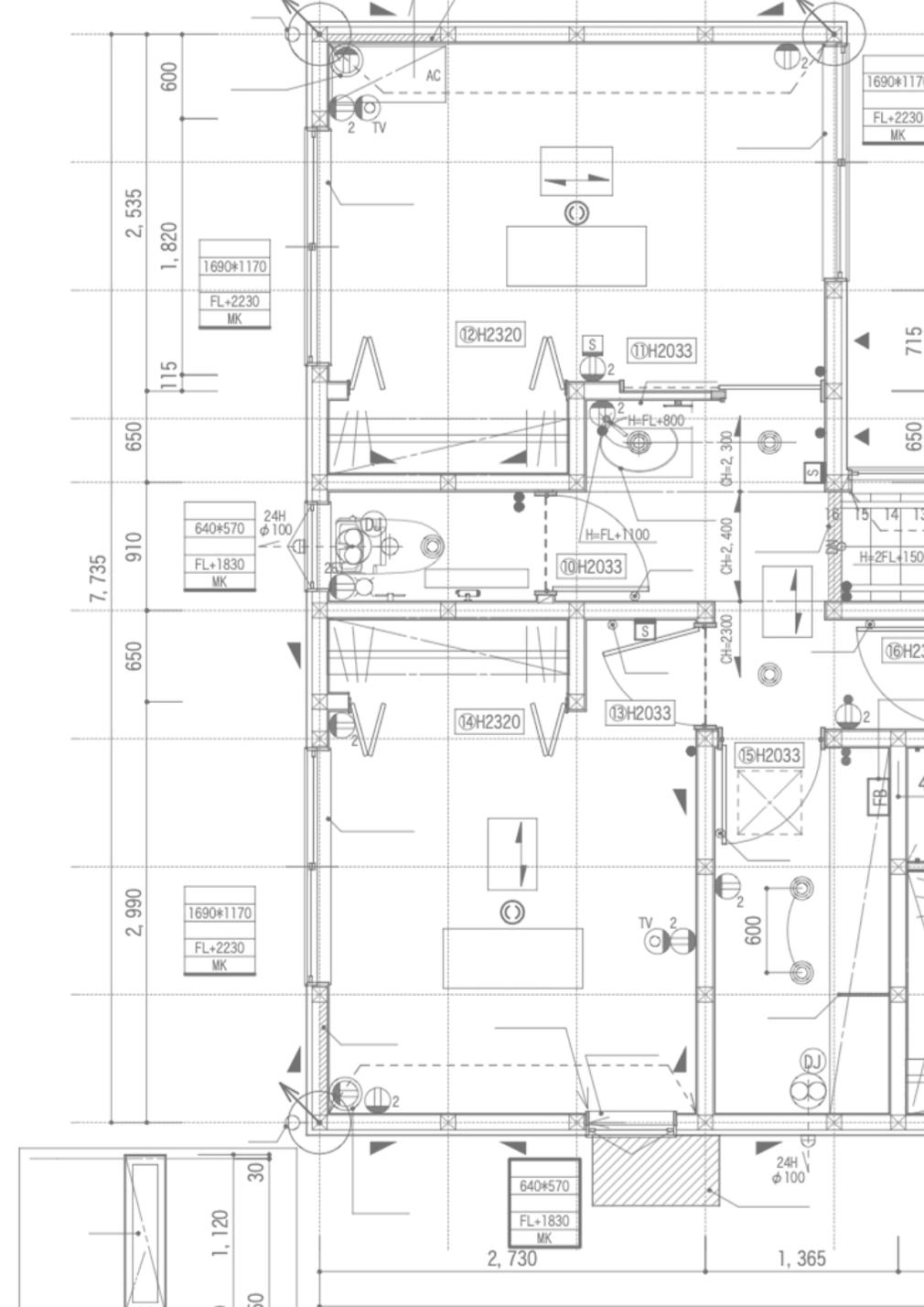
いちから「住。」まで  
**Arr planner**  
group

## 事業計画及び 成長可能性に関する事項

証券コード：2983

株式会社アールプランナー

2024年4月30日



PURPOSE

# All Satisfaction

「住。」を通じてすべての人に満足を提供する



**MISSION** DESIGN × TECHNOLOGYで人々の住生活を豊かにする

**VISION** 日本一顧客満足度の高い住宅プラットフォーム企業になる

**VALUE** こだわりのある良質な住まいをよりリーズナブルに

- ① 1. 事業内容及び業績計画
- 2. 成長戦略
- 3. 2033年ビジョン
- 4. Appendix

# 事業内容

- 独自のデジタルマーケティングを活用し、注文住宅×分譲住宅×不動産仲介のビジネス展開で「住。」に関する課題をワンストップで解決



## 注文住宅事業



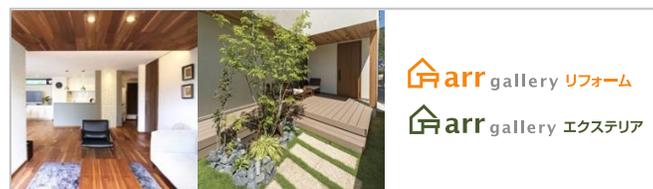
## 分譲住宅事業



## 不動産仲介事業



## リフォーム エクステリア事業



## 中古再生・収益不動産事業



## 事業の特長

1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

3. 「注文住宅」×「分譲住宅」×「不動産仲介」のワンストップ・プラットフォーム

# 1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力！

## 注文住宅の特徴

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します

## 分譲住宅の特徴

分譲住宅にこれまでなかった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します

## ✓ 適正価格

- 20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯
- デザイン性・性能に合った適正な価格

適正な価格で提供

デザイン性が高く  
使い勝手の良い住宅

## ✓ デザイン性・機能性

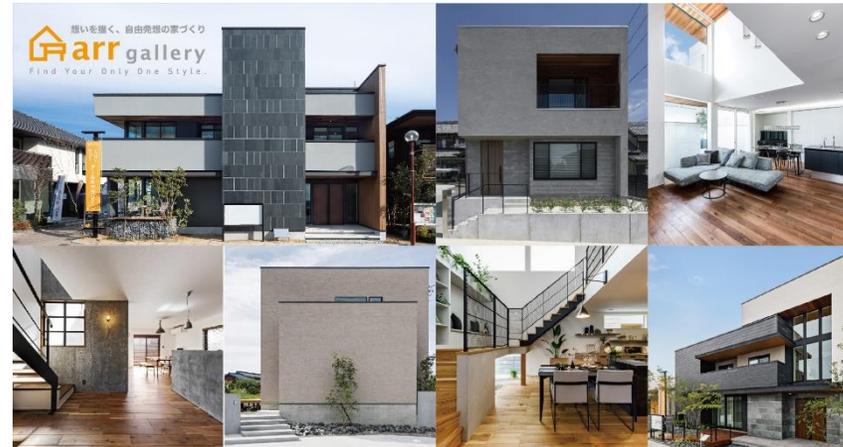
- 機能性・快適性を重視し  
施主の要望とマッチングした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した  
構成と普遍的な輝きを放つデザイン

## ✓ 高性能

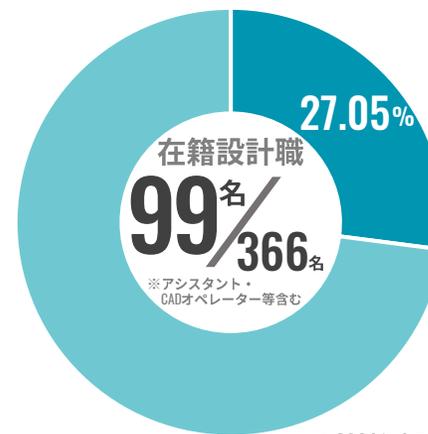
- 吹付断熱による高气密  
高断熱住宅を実現
- 高い耐震性能に加え  
制振ダンパーも標準搭載

高断熱、制振の  
高い性能を装備

 arr gallery  
Find Your Only One Style.



## ✓ 設計職の在籍比率



■ 設計部門  
■ その他セクション

「設計士＝デザイナー」という考えのもと設計部門にも積極的に人財投資を行っています。

経験豊富な設計人材が当社の「デザイン住宅」を造り上げています。

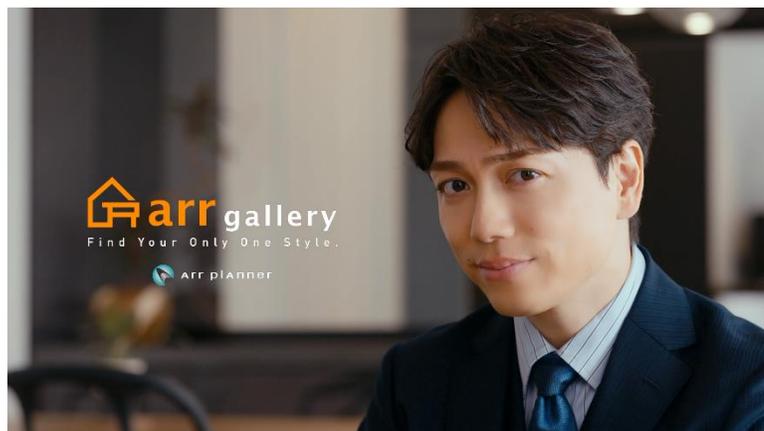
※2024年4月30日現在

## 2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

・ TVCMやWebサイト、SNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける。集客の約8割がWeb経由

### Webサイト・SNSコンテンツ

#### TVCM



2024年3月より、当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演CM第2弾の放映を開始。新CMの放映により認知拡大とブランディング強化

#### Webサイト



#### SNS



### Web反響率



78.5%

Web反響率は引き続き高水準を維持

#### Web反響率

当社グループへの問い合わせ件数の内、Web経由の比率

### 3. 「注文住宅」 × 「分譲住宅」 × 「不動産仲介」 のワンストップ・プラットフォーム



#### 1 注文住宅の強み

☑ デザイン・設計力

こだわりの設計士によるデザイン・設計力  
(時代に合わせたデザイン・設計・仕様等のノウハウ、自由度の高さ)

#### 2 分譲住宅の強み ☑ 土地活用力・商品力・コストパフォーマンス

- 土地に合わせた住宅を建てる土地活用力
- 注文住宅で培った顧客ニーズを反映させた「商品力」
- 購入や入居の手間、コスト、時間の削減

#### 3 不動産仲介による土地情報力の強み ☑ 最適立地の確保

- 大手不動産会社ルートと多店舗展開による豊富な土地情報と仕入れ力
- 「物件情報の網羅」「顧客の反響の把握」で顧客ニーズを捉えた仕入れ

# 住宅業界における当社独自のポジショニング



※本図は本資料作成時における当社見解に基づくイメージ図です。  
横軸は柔軟性、自由度の表現としています

# 東海エリア営業拠点

・2023年10月に、とよた平屋展示場、DESIGN GALLERY、アールプランナー不動産の機能を合わせた複合店「SUMAI GALLERYとよた」（愛知県豊田市）オープン

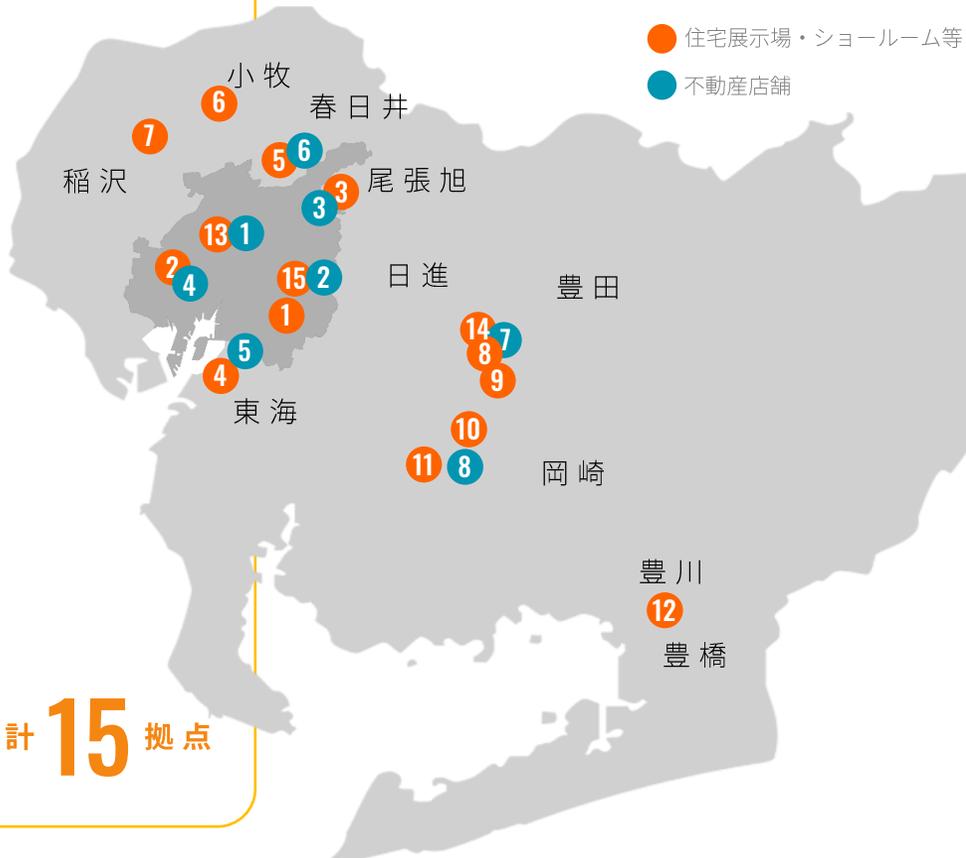
## 注文住宅部門



1 緑 滝ノ水展示場	2 中川展示場	3 守山尾張旭展示場
4 東海展示場	5 春日井展示場	6 小牧展示場
7 稲沢展示場	8 とよた平屋展示場 2023年10月OPEN	9 豊田展示場
10 岡崎北展示場	11 岡崎西展示場	12 豊橋展示場
13 DESIGN GALLERY 栄	14 DESIGN GALLERY 豊田 2023年10月OPEN	15 天白ショールーム

2023年1月末  
22拠点 +1

東海エリア  
2024年1月末現在 23拠点



合計 15 拠点

## 不動産部門



1 栄営業所	2 天白営業所
3 名東・守山営業所	4 中川営業所
5 東海営業所	6 春日井営業所
7 豊田営業所 2023年10月OPEN	8 岡崎営業所

合計 8 拠点

# 首都圏エリア営業拠点

- ・ 2023年8月にアールプランナー不動産 立川営業所を開設。2023年11月にはアールプランナー不動産三鷹営業所（吉祥寺営業所より移転）と併設でアールギャラリー三鷹ショールームをオープン

## 注文住宅部門



### 1 立川展示場



### 2 武蔵野展示場



### 3 三鷹展示場



### 4 小金井・府中展示場



### 5 三鷹ショールーム



2023年11月 OPEN

### 6 DESIGN GALLERY 立川



### 7 新宿ショールーム



合計 7 拠点

2023年1月末  
8 拠点 +2

首都圏エリア  
2024年1月末現在 10 拠点



- 住宅展示場・ショールーム等
- 不動産店舗

## 不動産部門



### 1 三鷹営業所



2023年11月 OPEN

### 2 立川営業所



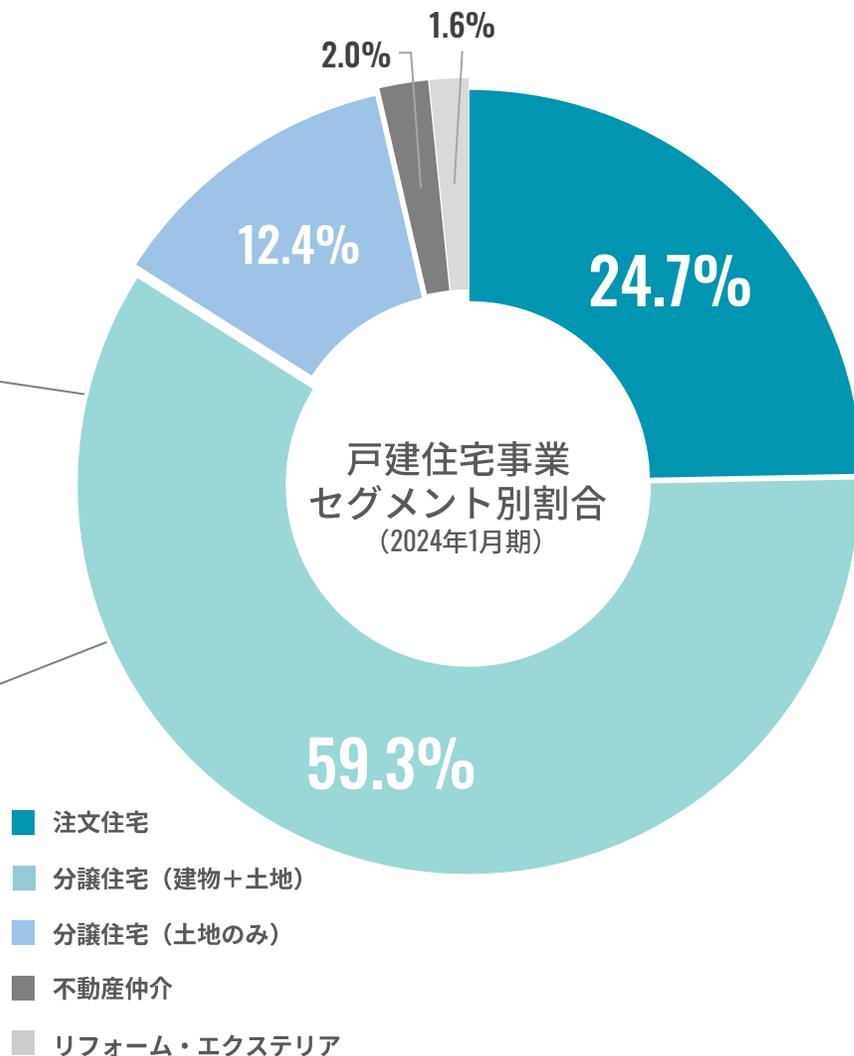
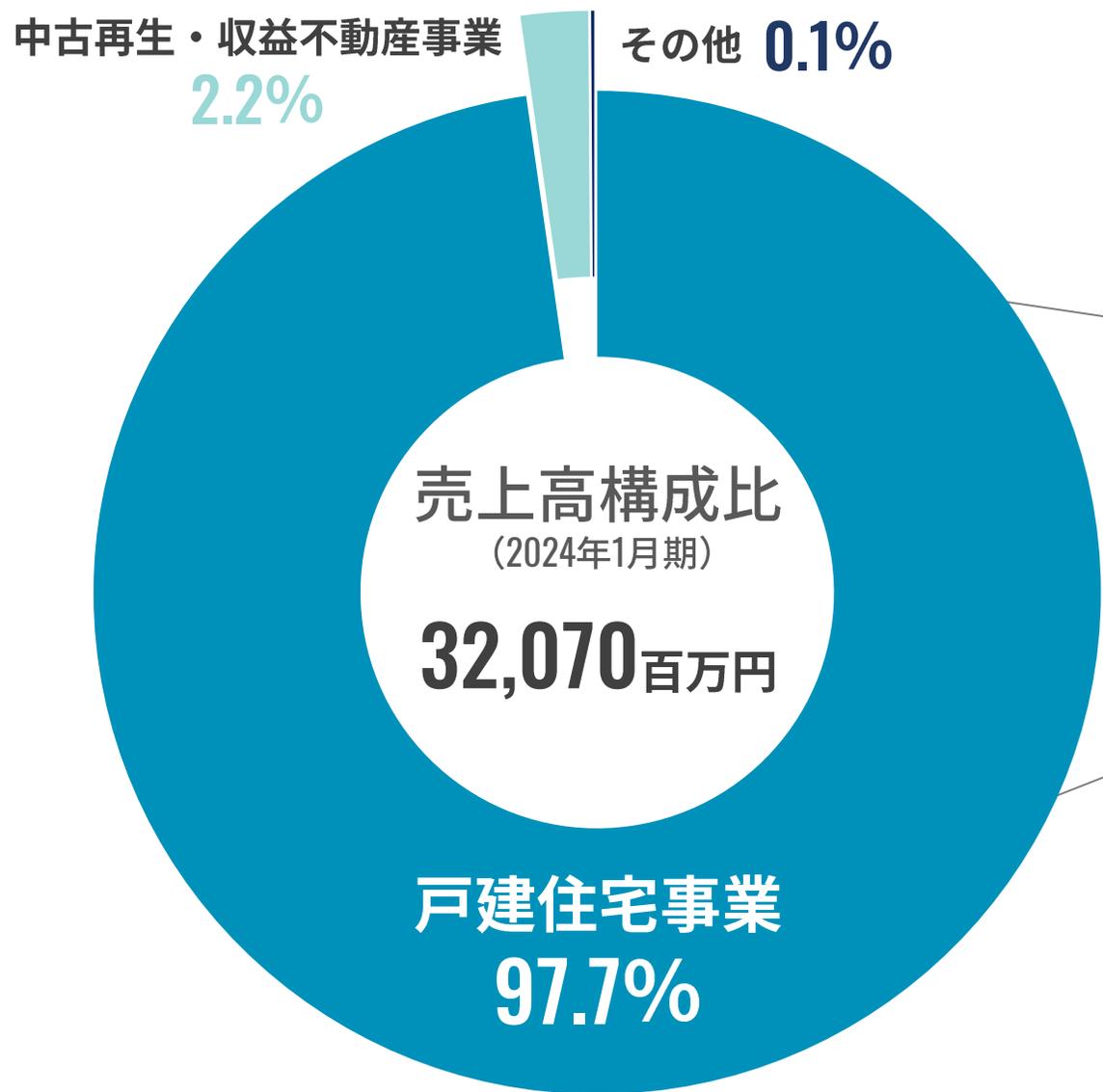
2023年8月 OPEN

### 3 新宿オフィス



合計 3 拠点

# 事業別売上高構成比

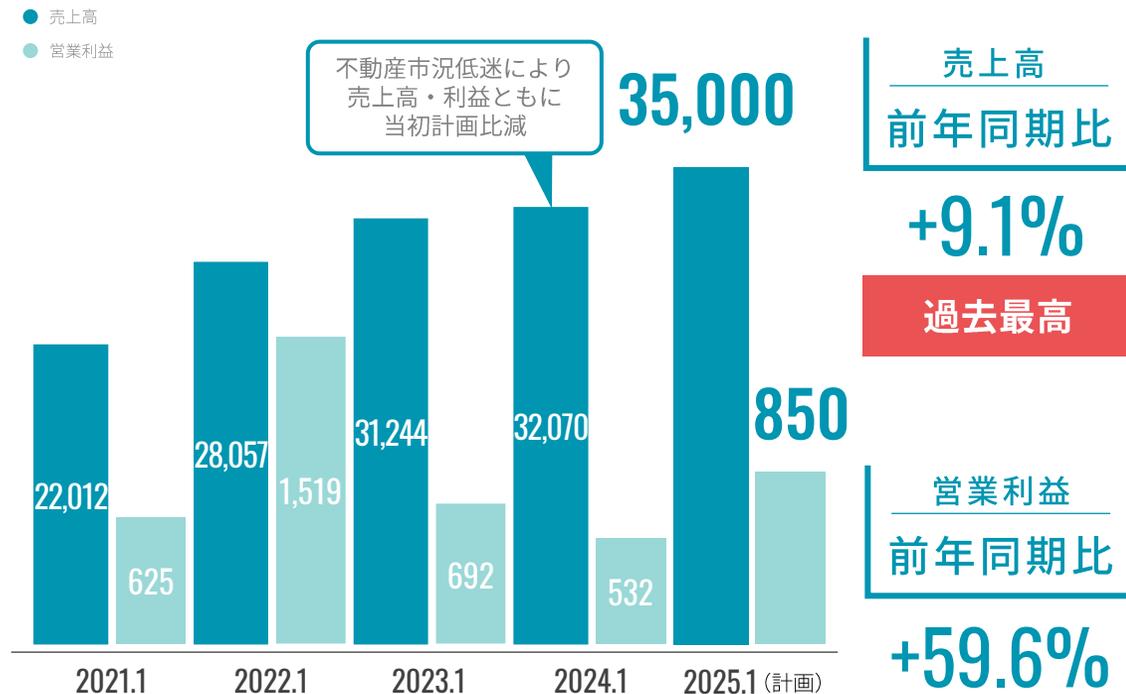


## 業績予想と実績推移（売上高・営業利益・総販売棟数）

- ・売上高は今期も過去最高を更新の見込み
- ・2024年1月期の注文住宅の受注が好調であり、足元では分譲住宅への反響も回復傾向にあることから、注文、分譲、土地ともに総販売棟数が増加し、業績に貢献する見込み

### ④ 売上高・営業利益

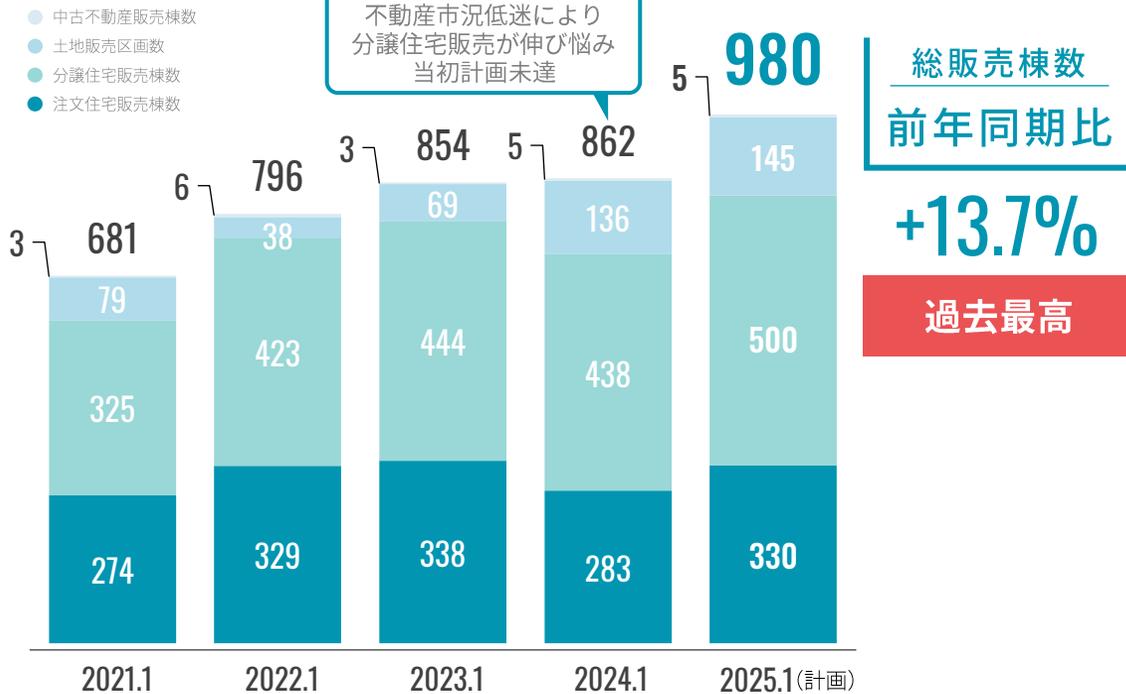
(百万円)



● 2023年4月 開示時点計画  
売上高：34,000百万円  
営業利益：830百万円

### ④ 総販売棟数

(棟)



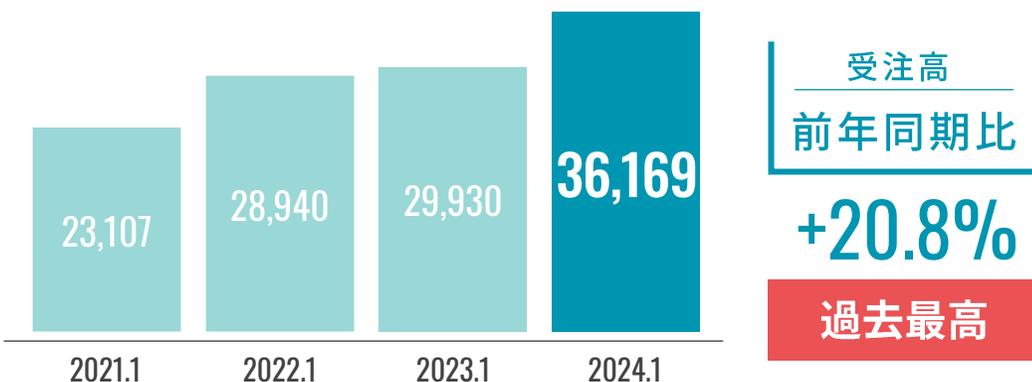
● 2023年4月 開示時点計画  
920棟

## 前期までの受注高・受注棟数及び注文住宅の受注残高・棚卸資産の実績推移

- ・住宅市場全体が低迷する中、積極的な新規出店と新TVCM・ウェブ/SNSを活用したマーケティング戦略が奏功し、金額ベース（受注高）、件数ベース（総受注棟数）ともに前期より大きく増加
- ・当期は注文住宅の受注がV字回復し、2024年1月期末時点の受注残高は前年同期比+51.1%と大幅に増加。2025年1月期の業績への貢献を見込む

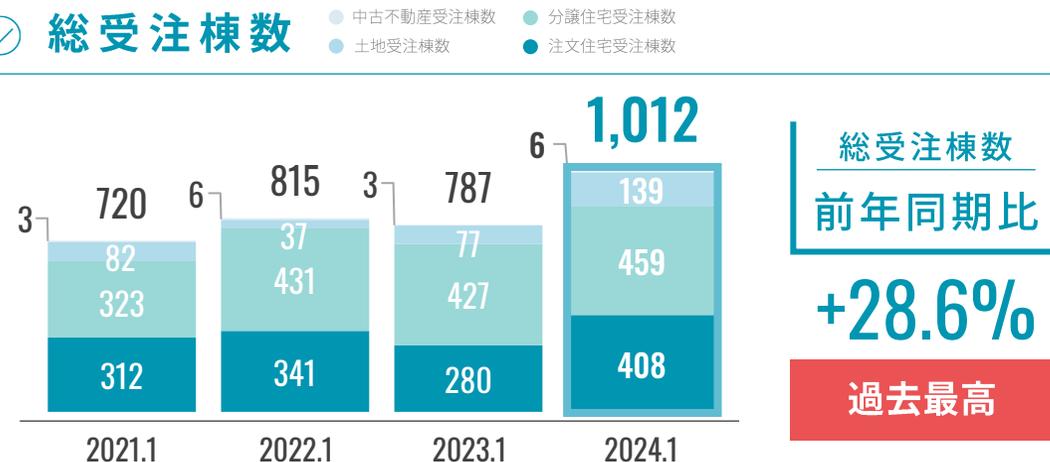
### 受注高

(百万円)



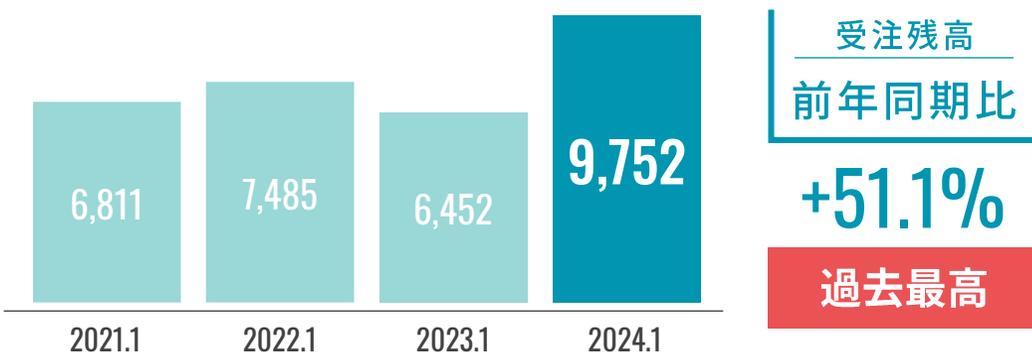
### 総受注棟数

(棟)



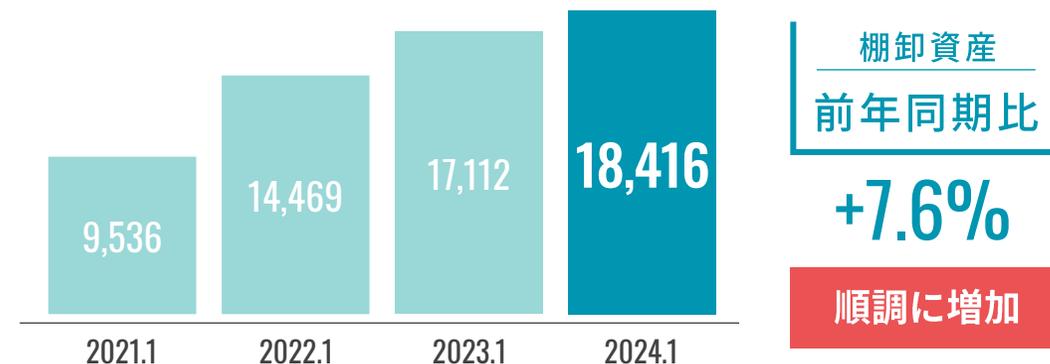
### 注文住宅の受注残高

(百万円)



### 分譲住宅の棚卸資産

(百万円)



## 株主還元について

- ・ 中長期にわたる企業価値向上の実現を最優先課題とし、株主還元については、安定的な配当実施を基本に成長投資とのバランスを重視することを基本方針
- ・ 2025年1月期については、収益基盤拡大のための成長投資をさらに推進すべく、1株当たりの年間配当金額は15円と据え置き

	2025年1月期予想	(参考値) 2024年1月期実績
1株当たり当期純利益	80.91円	41.37円
1株当たり配当金	15.00円	15.00円
うち中間配当金	5.00円	5.00円
配当性向	18.5%	36.3%

1. 事業内容及び業績計画



2. 成長戦略

3. 2033年ビジョン

4. Appendix

## 成長戦略 ハイライト

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

デジタルマーケティング・ブランディングの強化

4.

ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

5.

人財採用・育成の強化

## 戦略地域への経営資源の集中

- 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和5年計）』  
令和5年1月～12月分着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は4,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模として算出  
※東海エリア：愛知、岐阜、静岡、三重、首都圏エリア：東京、埼玉、千葉、神奈川

東海エリアの  
戸建住宅市場規模

**1.7兆円**※  
約50,000棟

●注文住宅 約34,000棟  
●分譲住宅 約17,000棟

首都圏エリアの  
戸建住宅市場規模

**3.8兆円**※  
約107,000棟

●注文住宅 約48,000棟  
●分譲住宅 約59,000棟

東海エリア  
+首都圏エリア

**5.5兆円**※  
約157,000棟

●注文住宅 約81,000棟  
●分譲住宅 約76,000棟

## 日本全国の戸建住宅市場規模

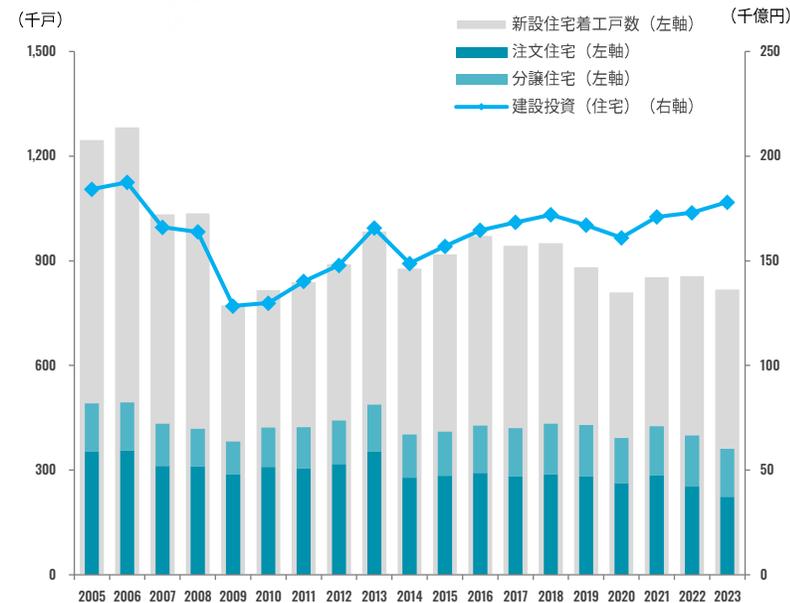
**12兆円**※

約362,000棟

●注文住宅 約224,000棟

●分譲住宅 約137,000棟

### 戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和5年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表  
②国土交通省『令和5年度（2023年度）建設投資見通し』  
注：新設住宅着工戸数及び（内訳）戸建は出所①より、建築投資（住宅）は出所②より作成

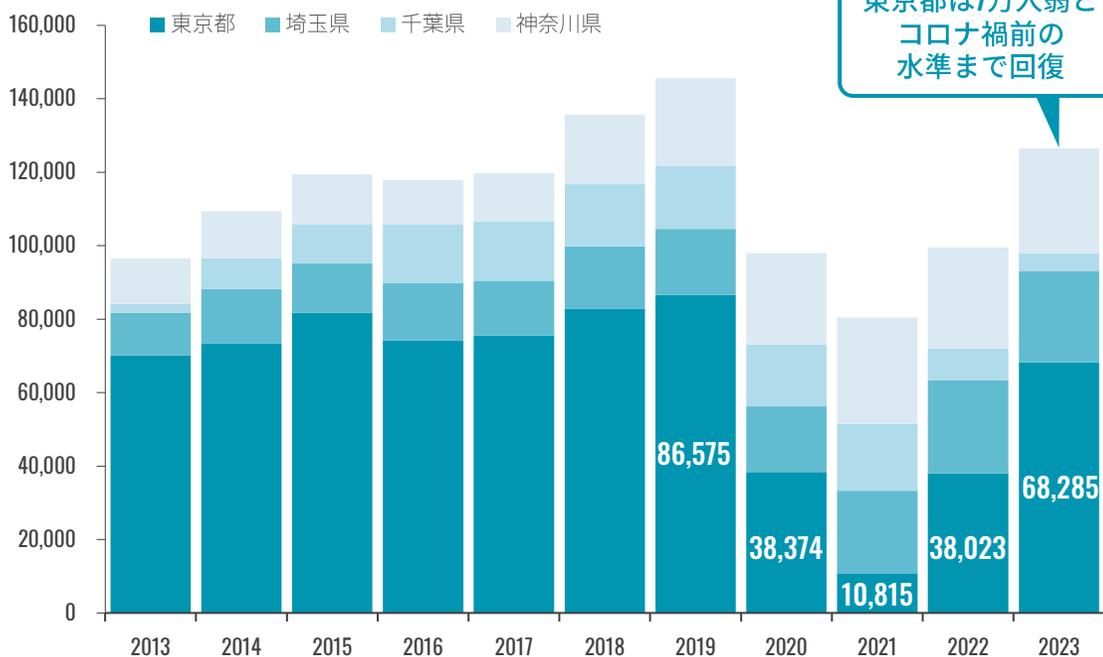
## 戦略地域への経営資源の集中

- ・ 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続く市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中

### ☑ 首都圏の転入者数は回復

#### 転入超過数推移

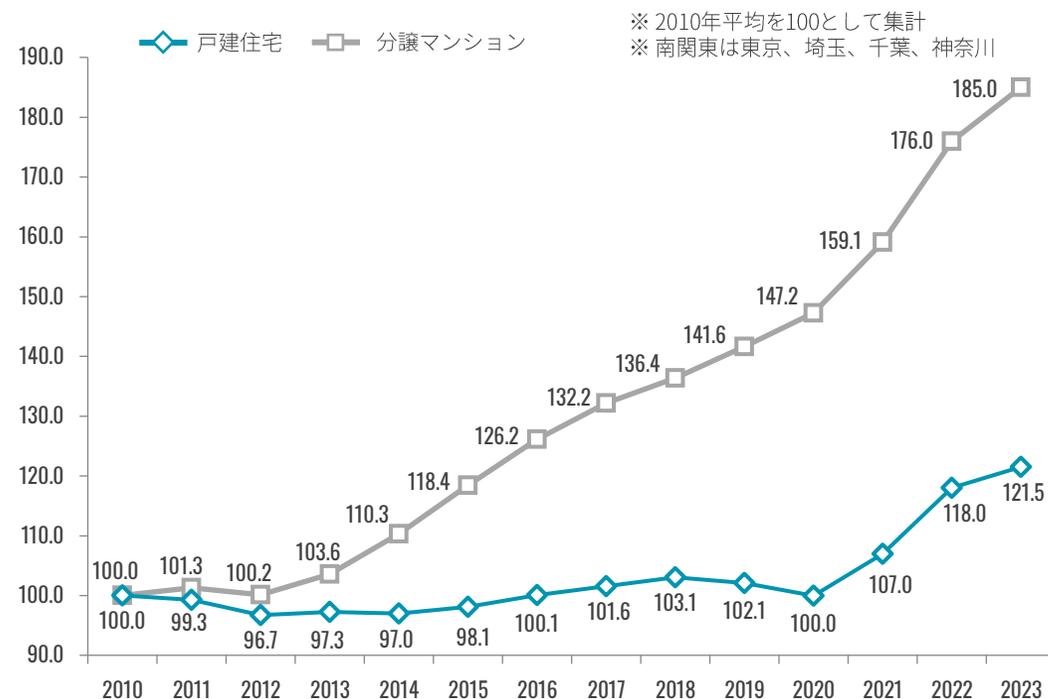
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（2023年）  
※ 日本国籍者のみ



### ☑ 戸建価格の推移は堅調志向（首都圏）

#### 戸建住宅・分譲マンション平均価格（南関東※）

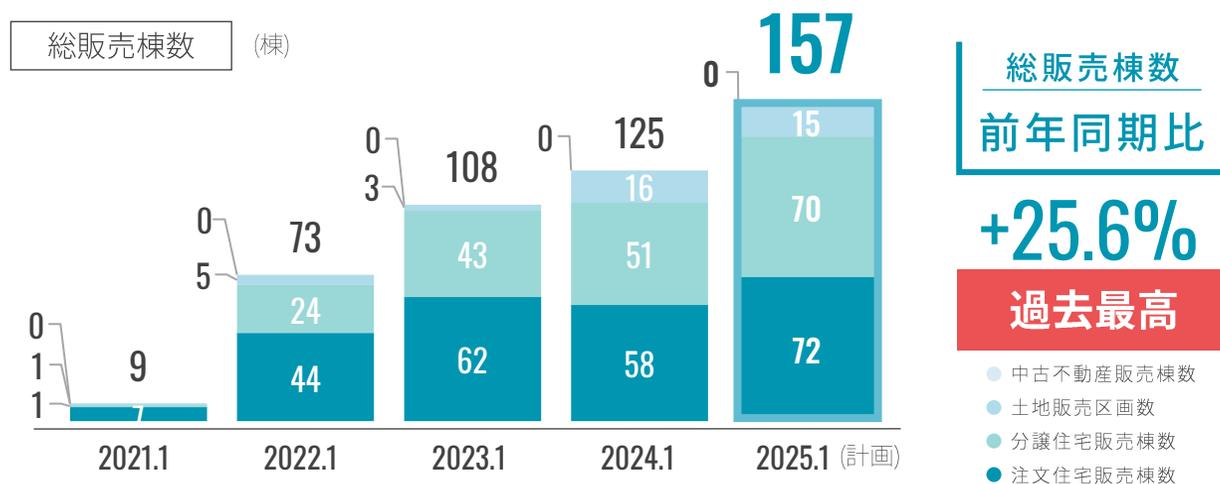
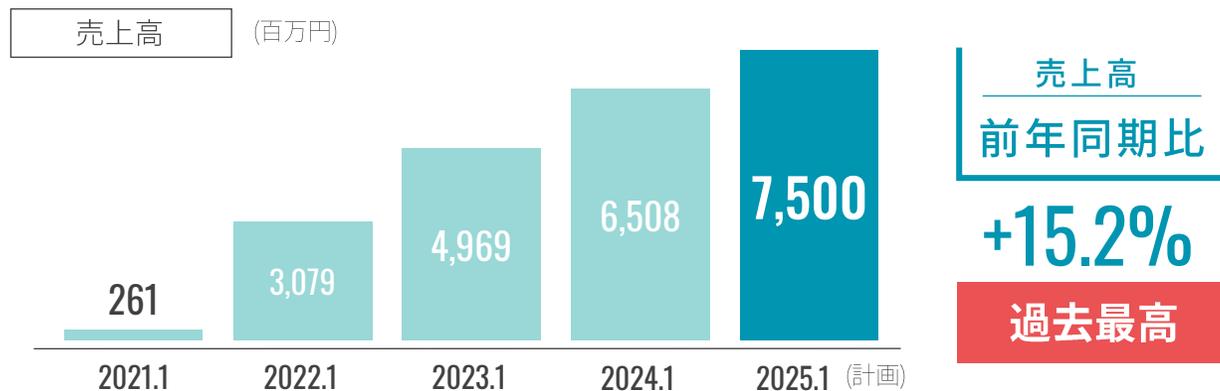
出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）  
([https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo\\_tk5\\_000085.html](https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html))  
を加工して作成（各年の12カ月分の指数の平均値）



# 1. 首都圏エリアでの成長の加速

・ 首都圏エリアは2019年10月の進出以来高成長で推移しており、今後も全社業績の成長をけん引する存在と位置づけ

## ☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



2025年2月予定

## 埼玉県 初進出

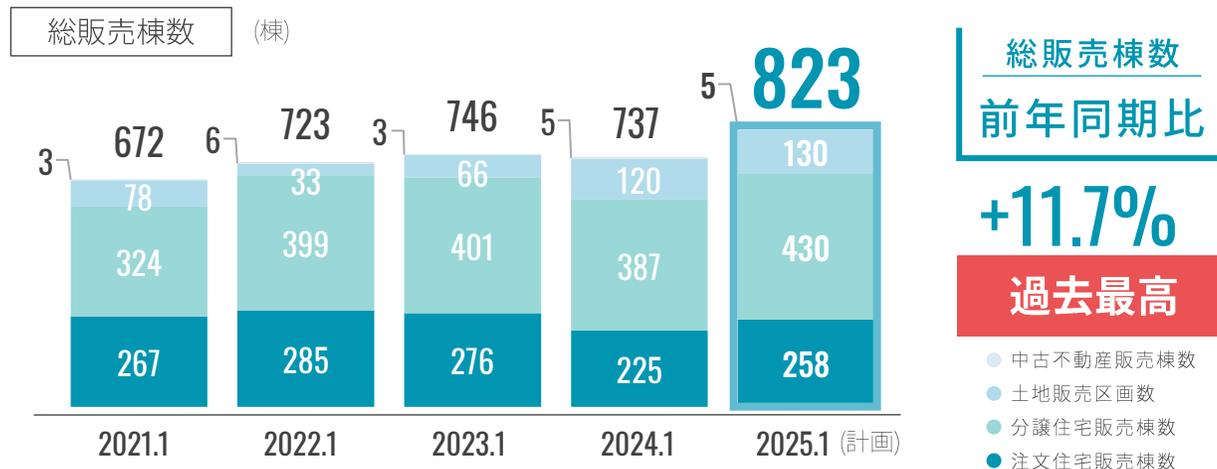
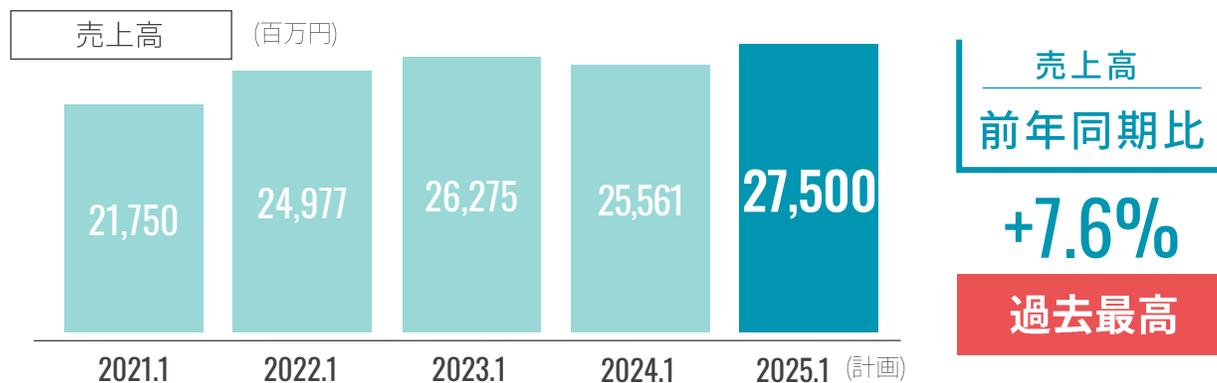
📍アールギャラリー所沢展示場(仮称)



## 2.東海エリアでの更なるシェアアップ

- ・2024年1月期は減収減益となったものの、当社の地盤エリアとして知名度を活かして、積極的な出店等で更なるシェアアップを目指す

### ☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数



### 2025年1月期 新規出店予定

- 2拠点**
- アールギャラリー大府展示場(仮称)
  - アールギャラリー日進梅森展示場(仮称)



## 3. デジタルマーケティング・ブランディングの強化

- ・ SNS、動画コンテンツ等の発信強化によって認知度向上とブランディング強化を図る

### Webサイト



### SNSコンテンツ

#### Instagram

間取りや外観など実際の住宅を撮影した投稿

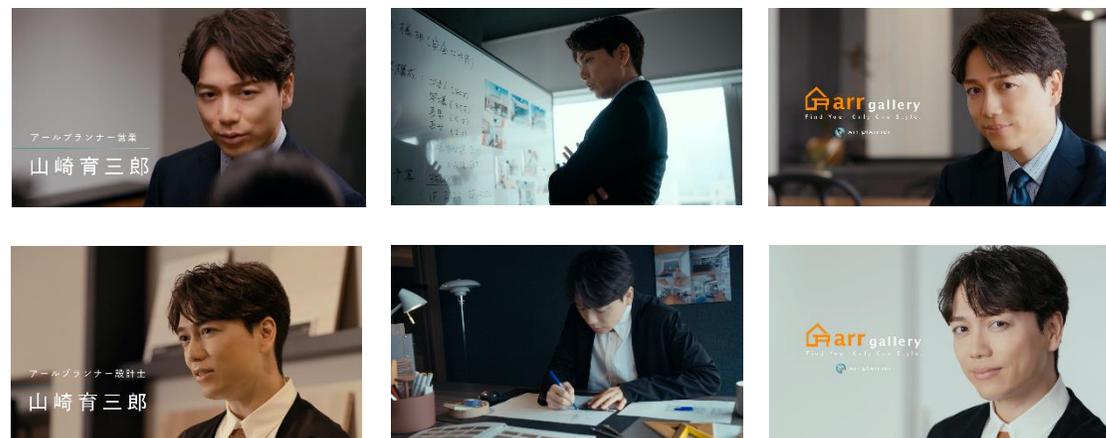


#### Tik Tok

ルームツアーなど物件をイメージしやすい動画コンテンツを投稿



### TVCM



#### アールプランナー「営業篇」「設計士篇」

2024年3月より、当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演CM第2弾の放映を開始。  
新CMの放映により認知拡大とブランディング強化

## 4. スtockビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化 ↓

- ・ 住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産（ストック）と位置付け、LTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上を図る
- ・ 当社住宅購入から10年超が経過したお客様が増えており、リフォームニーズも確実に取り込む



想いに応える多彩なラインナップ  
**住宅購入**

将来への保証と安心を確保する  
**火災保険**

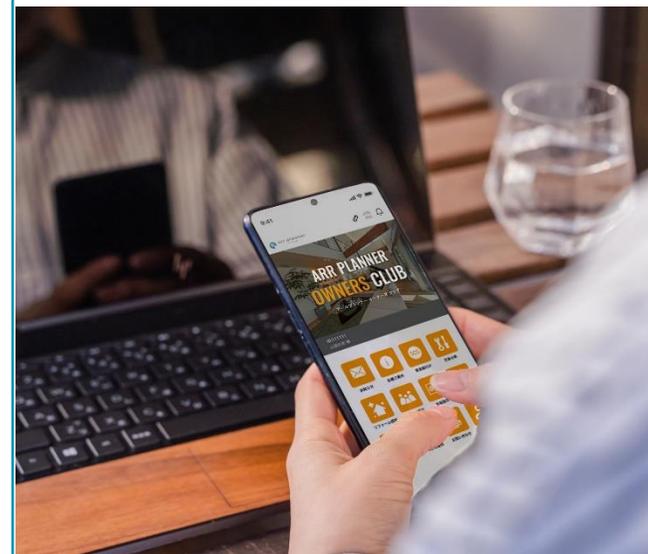
充実と安心の  
**アフターメンテナンス**

当社で購入されたオーナー様からの  
**お客様紹介**

住まいに新しい命を吹き込む  
**リフォーム・リノベーション**

ライフスタイルの変化にも柔軟に対応  
**建て替え・売却・買取**

### ☑ オーナー様向けアプリ



オーナー様の住まいと  
ライフスタイルに寄り添うアプリ  
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」  
2022年11月サービス開始

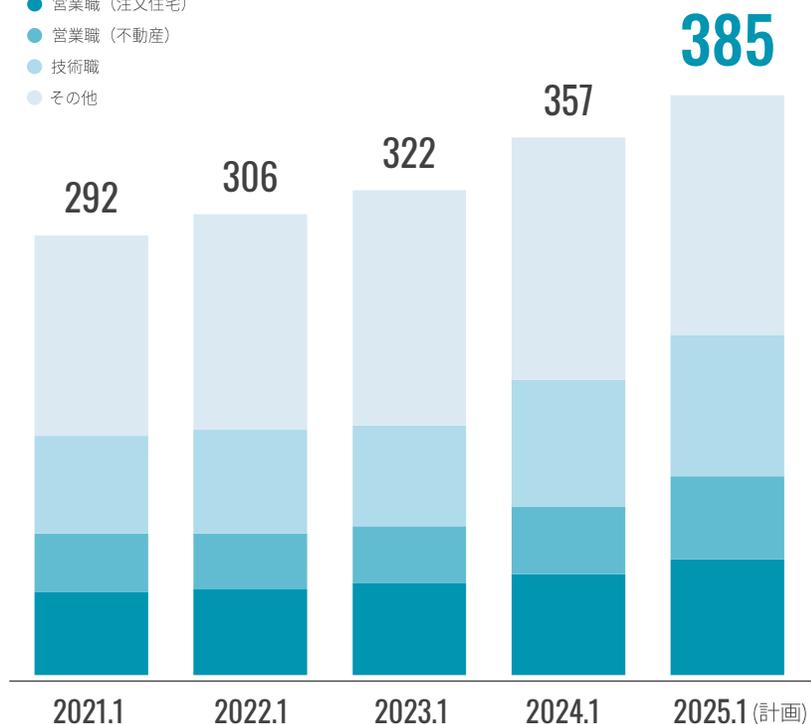
## 5. 人財採用・育成の強化

・ 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得し、東海エリア・首都圏エリアでの優秀な人財採用を実現

### ☑ 期末従業員数

(人)

- 営業職（注文住宅）
- 営業職（不動産）
- 技術職
- その他



### ☑ うち首都圏エリア人員数

年度	2020.1	2021.1	2022.1	2023.1	2024.1	2025.1 (計画)
人員数	5名	30名	47名	65名	75名	85名

### ☑ 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得

## 日経・マイナビ2025連動特集 就活支援 『2025年卒版 就職企業人気ランキング』

日経・マイナビ2025連動特集 就活支援  
『2025年卒版 就職企業人気ランキング』

**東海エリア 第26位獲得**

地域別 ランキング TOP30 東海エリア	第1位	トヨタ自動車	第11位	あいちフィナンシャルグループ	第20位	中部電力
	第2位	一条工務店	第12位	ジェイアール東海ホテルズ	第22位	静岡銀行
	第3位	リゾートトラスト	第13位	ネクステージ	第23位	名港海運
	第4位	中部国際空港	第13位	ミツカングループ	第24位	赤福
	第5位	スズキ	第15位	名古屋銀行	第25位	トーテックアムニティ
	第6位	デンソー	第15位	名鉄観光サービス	<b>第26位</b>	<b>オールプランナー</b>
	第7位	フジパングループ本社	第17位	ANA中部空港	第27位	ヤマハ発動機
	第8位	名古屋鉄道	第17位	鈴与	第28位	豊島
	第8位	豊田自動織機	第19位	敷島製パン (Pasco)	第28位	トヨタホーム
	第10位	スギ薬局 (スギ薬局グループ)	第20位	アイシン	第30位	大垣共立銀行

出所：日本経済新聞・マイナビ2025連動特集 就活支援 2025年卒版 就職企業人気ランキング  
注：①選択ランキング：地域別人気企業ランキングTOP30 ②選択地域：東海

# 成長戦略（まとめ）

## 1. 首都圏エリアでの成長の加速

当社の強みとの親和性が高い首都圏エリアにおいて、東海エリアでの成功モデルを横展開し成長の加速を目指す

## 2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

地盤である東海エリアにおいては、知名度を活かして更なるシェアアップ

## 4. ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

LTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上施策を通じて、お客様と生涯にわたりお付き合いしていく「生涯取引」を目指す

## 3. デジタルマーケティング・ブランディングの強化

当社独自のデジタルマーケティングを活用して、収益獲得機会増加・生産性向上を目指す

## 5. 人財採用・育成の強化

経験豊富な人財を起点としてプロフェッショナリズムを継承する育成体制

1. 事業内容及び業績計画

2. 成長戦略

 3. 2033年ビジョン

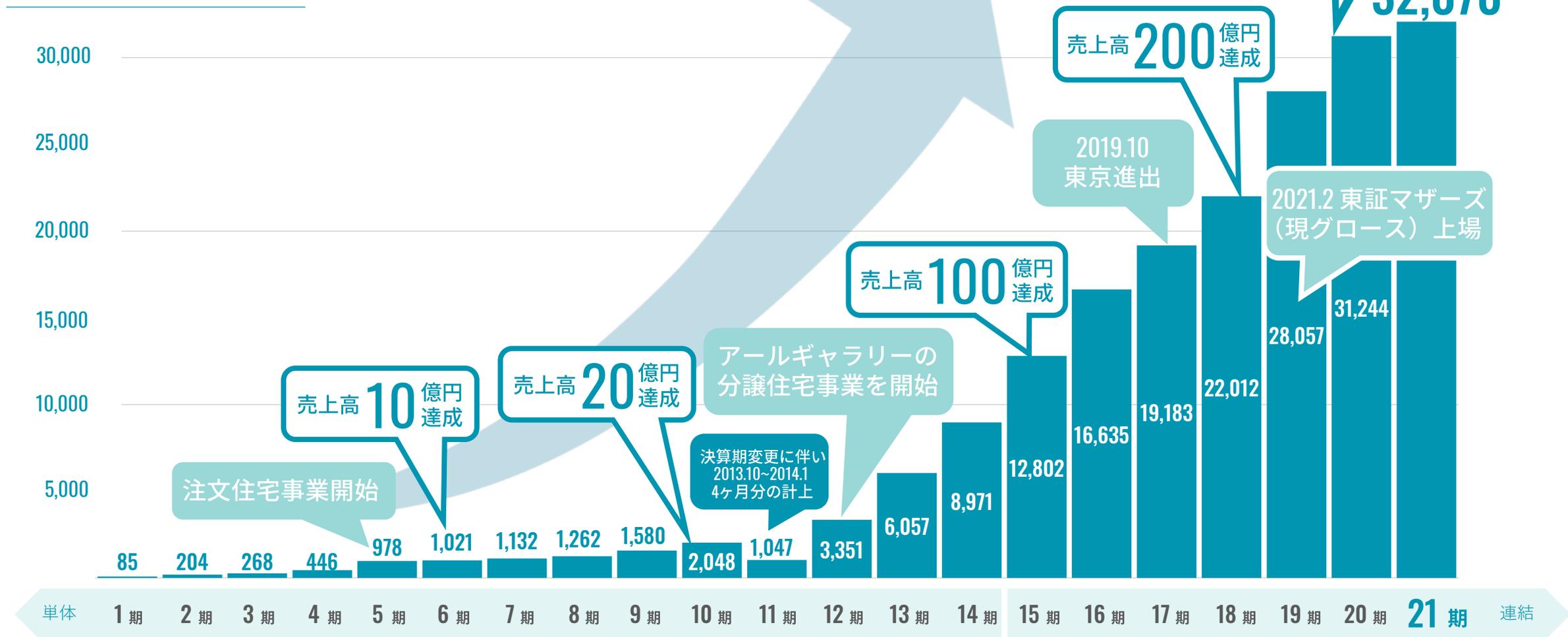
4. Appendix

2033年ビジョン

売上高1,000億円

# 21期までの売上推移

☑ 売上高 (百万円)



## 2033年ビジョン

- ・ 創業30周年を迎える2033年までに売上高1,000億円以上を目指す



## 2033年の未来予測

- ・ 社会、市場の変化に対応して自社の経営・商品を変革

### 社会構造の変化

少子高齢化による人口減少

6Gを超える通信環境整備、社会全体のデジタル化推進

脱炭素政策の実現やSDGsに見られる環境意識の変化

### 住宅市場の変化

住宅市場全体の縮小、都市圏と地方圏との地域格差の拡大

働き方やライフスタイルの変化による住環境の変化、デジタルデバイスや通信環境を活用した住宅設備の高機能化

環境負荷の低い住宅、建築部材の信頼性確保、デザインや品質とコストのバランスなど住宅に求めるニーズの変化

### 当社に課せられた課題

注力マーケットの厳選、厳しい競争環境でも持続的成長を続ける強靱な経営力

外部の高度専門家との協働推進

住宅を通じた社会・環境・次世代への貢献、変化する住宅ニーズにこたえる商品力

※いずれも当社見解

## 2033年の未来予測

- ・ 社会、市場の変化に対応して自社の経営・商品を変革

### ④ 当社の課題をいかに解決していくか

注力マーケットの厳選、厳しい競争環境でも持続的成長を続ける強靱な経営力

- 1
  - ・ 首都圏エリアを最重要戦略地域として集中的に経営リソース投下
  - ・ デザイン性・機能性で付加価値を高め収益性を強化
  - ・ 人財、商品、財務改善により“強い組織”へ

外部の高度専門家との協働推進

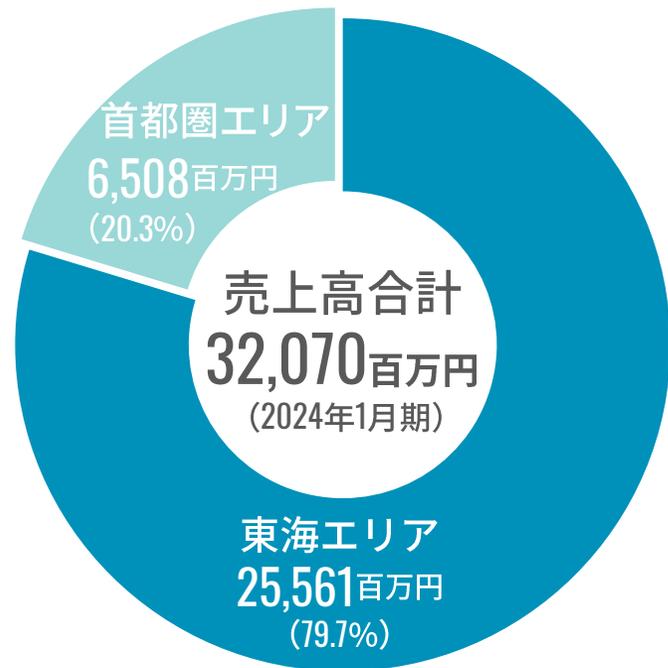
- 2
  - ・ テクノロジー高度化や新技術の開発に対応できるよう外部高度専門家とのアライアンス推進

住宅を通じた社会・環境・次世代への貢献、変化する住宅ニーズにこたえる商品力

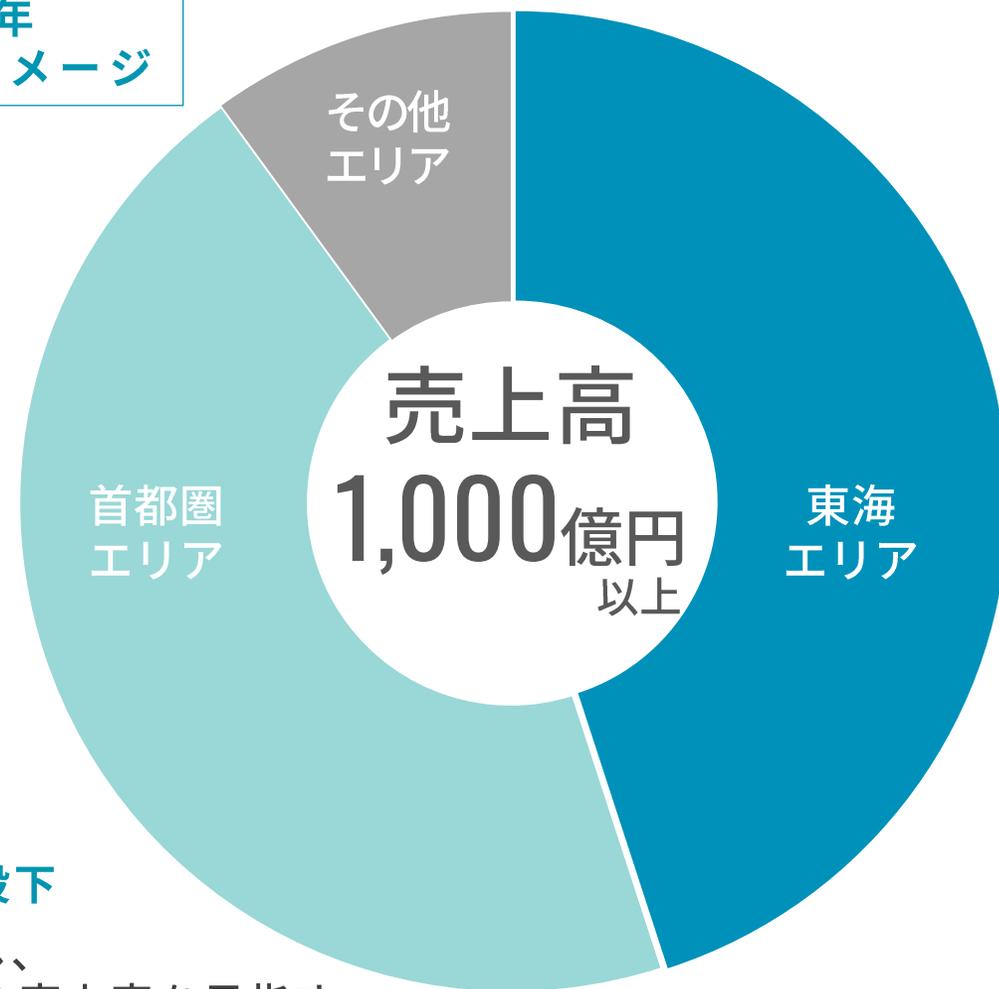
- 3
  - ・ 省エネ性能、高機能性で住宅から脱炭素に貢献

# 売上高1,000億円に向けた売上構成イメージ

現在の  
売上構成比



2033年  
売上構成イメージ



## 戦略地域の設定とリソースの集中投下

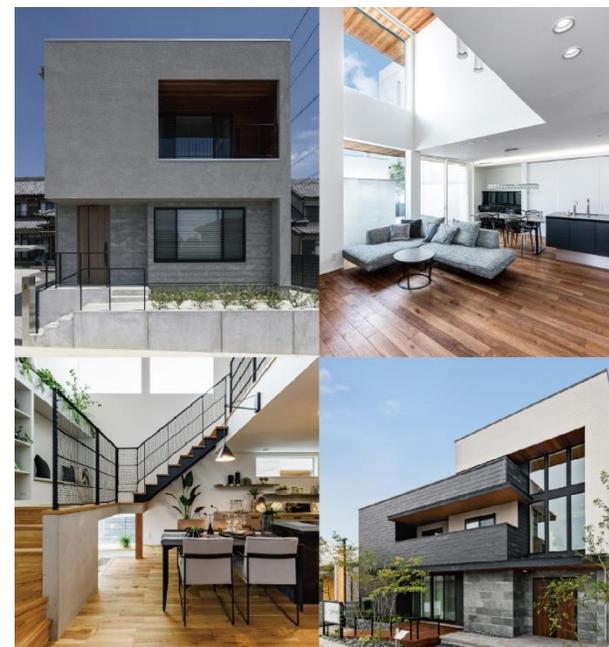
首都圏エリアでの事業拡大を推進し、  
2033年までに東海エリアと同規模の売上高を目指す

## 1. デザインカ・コスト競争力の強化

当社の強みを伸ばすことでコストパフォーマンスのよいデザイン住宅を世の中のスタンダードに

### 注文住宅グレードのデザイン性の高さ

- 注文住宅の施工実績から培ったデザイン性の高さ
- 機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン
- コストパフォーマンス＝適正価格＋価値創造  
優れたデザイン・性能から生まれる付加価値により  
高い競争力の商品を提供



# 売上高1,000億円に向けた全社経営方針

## 2. 最新技術とトレンドを取り入れた先進住宅の提供

新素材の活用、IoT、AI等のテクノロジーの活用によりさらに快適性・機能性を高めた住宅を提供

### 住宅性能の向上と住宅への先進技術の導入

- ZEH住宅をはじめとした高断熱・高機能の住宅供給推進
- 外部専門家とのアライアンスにより、IoTデバイスの多様化、通信技術向上、AI技術の普及といった住宅設備の新潮流を積極的に取り入れた商品の開発
- ライフスタイルや働き方の変化にともなう住宅ニーズの変化やトレンドを取り入れた快適性の高い住宅の提供

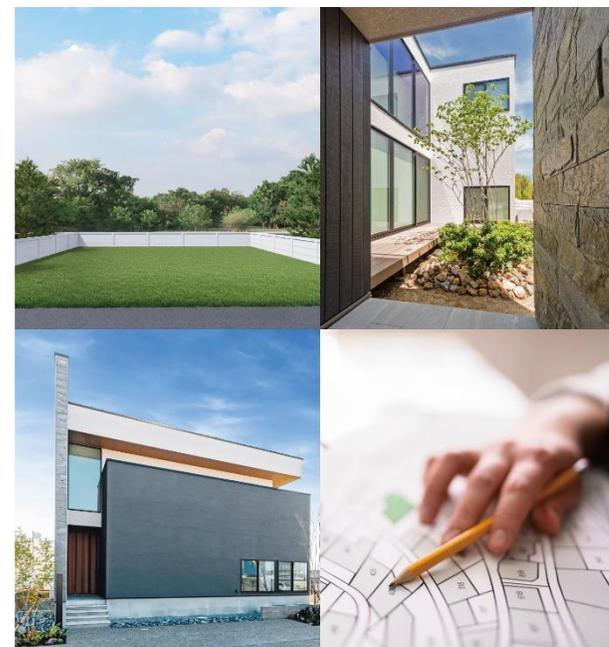


## 3. 好立地案件の提供による収益性向上

土地情報力を強みに好立地の案件を提供することで、収益性の高い物件を供給

### 魅力ある住宅×好立地により収益性向上を実現

- 土地の仕入販売も行うことで土地情報力を強化し、好立地の注文住宅・分譲住宅を販売することで収益性向上を実現
- デザイン、機能に優れた商品を適正価格で提供
- 収益性向上により生産性を高め、企業価値向上・従業員のエンゲージメントを強化



# 売上高1,000億円に向けた全社経営方針

## 4. 人的投資による経営力強化

### 生産性向上に向けた取組み



商品の収益性向上と従業員のスキル・技術力の向上を通じて、従業員一人当たりの生産性を高めて会社全体の稼ぐ力を強化

### エンゲージメントを強化



企業理念の浸透と実践、魅力的な職場環境整備と適切なインセンティブ付与を通じて、会社と従業員との相互信頼（エンゲージメント）をベースとした活発な企業風土を作る

### 外部専門家とのアライアンス



得意とするマーケティング分野は専門人財を育成しつつ、住宅をとりまくテクノロジー進化に対応するため外部の高度専門家とのアライアンスを推進

# 売上高1,000億円に向けた全社経営方針

## 5. ESG経営の推進

### 環境 (E)



ZEH住宅や高気密・高断熱の住宅の提供を推進することで、暮らしの快適さと省エネルギーを両立し、住宅から脱炭素に貢献

### 社会 (S)



従業員と会社との相互信頼（エンゲージメント）のもと生き生きと意欲的に働く企業風土を構築

### ガバナンス (G)



取締役会の実効性確保のため、取締役・監査役の役割・職責支援、各種委員会の活性化、情報開示・透明性確保といった取組みを推進

1. 事業内容及び業績計画

2. 成長戦略

3. 2033年ビジョン

 4. Appendix

## 事業遂行上の重要なリスクへの対応策 ①

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

なお、文中における将来に関する事項は、本資料提出日現在において当社グループが判断したものであります。

### 重要なリスク等の内容

#### 資材調達・価格変動について

当社グループが扱う新築住宅は、木材・建材・住宅用設備機器やその他の原材料を使用しております。このため、需給変動や為替変動、またサプライチェーンのグローバル化が進む中で起こる地政学的リスクの顕在化によって、資材等の調達コストの上昇、納期遅延又は調達困難といった事態が生じるリスクがあります。これらのリスクの発生により、コストダウンや販売価格の見直し等が難しい場合又は建物の完成・引渡しの遅延が発生した場合は、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

#### 分譲用地の調達について

当社グループの戸建住宅事業における分譲用地の仕入に際しては、周辺の販売状況を調査・検討し、その調査結果に基づいて土地仕入を行っております。しかし、周到な調査にもかかわらず周辺の市場価格の変動等により相場よりも高価格な土地仕入となった場合には、当社グループの採算が悪化する可能性があります。また、立地条件に恵まれた用地の仕入が困難になる場合、当社の事業展開する各地域から特定の地域に偏ることなくバランスよく用地が確保できなかった場合、及び土地の仕入価格高騰等により計画どおりの用地調達が行えない場合等には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

### 顕在化可能性等及びリスク等に対する対応策

顕在化可能性：中、顕在化時期：中期、影響：大

当社グループでは、常に情報収集を行い、調達先の複数化・分散化、代替品の検討等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てまいります。また、資材調達遅延・工期遅延のリスクに対して、適切な顧客対応を可能とする工事請負契約約款を設ける対応を講じております。

顕在化可能性：中、顕在化時期：中期、影響：大

当社グループでは、分譲用地の調達に必要な物件情報の収集を常時行う体制を構築しており、また東海エリアのみならず首都圏やその他の地域でも事業展開を進めることで地域分散によるリスク低減を図るとともに、住宅と不動産の両方を扱うことによるワンストップ対応と同時に価格上昇等のリスクを分散できる対応を講じております。

## 事業遂行上の重要なリスクへの対応策 ②

### 重要なリスク等の内容

#### 有利子負債への依存について

当社グループは、事業規模拡大に伴い必要となる運転資金、事業用地・物件の取得資金及び住宅展示場・不動産営業所等の開設を行うための設備投資資金を、自己資金及び金融機関から調達した有利子負債等によって賅っております。当社グループの連結有利子負債残高は、2024年1月期末において16,199百万円となっており、総資産に占める有利子負債の比率は、2024年1月期末において63.8%となっております。現在の金利水準が変動する場合には、業績に影響を及ぼす可能性があります。また、今後金融情勢の急速な変化等何らかの理由により十分な資金が調達できない場合には、当社グループの業績、財政状態及び事業の展開に影響を及ぼす可能性があります。

#### 『人財』の確保について

当社グループは、従業員を『人財』として位置付けており、重要な経営資源として認識をしております。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、又は現在在籍している『人財』が流出する場合には、当社グループの業績及び事業の展開に影響を及ぼす可能性があります。

#### 品質管理・安全管理について

当社グループは、品質管理・現場の安全管理に万全を期しておりますが、建築・工事等の外注先や業務委託先、あるいは建築素材メーカーの製造過程等に起因する建築素材等に関わる重大な品質問題、労災事故及び想定されない瑕疵担保責任等が発生した場合には、当社グループの信用失墜や多額の損害賠償請求等により、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

### 顕在化可能性等及びリスク等に対する対応策

顕在化可能性：中、顕在化時期：中期、影響：中

当社グループでは、金融機関との関係性を継続的に維持・強化し事業拡大に必要な融資の獲得と金利変動リスクを低減するとともに、現状では財務安全性を最優先に考え、資金使途を詳しく吟味したうえで、当社グループ全体の資金使途に応じて事業資金の調達・運用を実施しております。

顕在化可能性：低、顕在化時期：中長期、影響：中

当社グループでは、住宅業界内での当社グループの知名度・成長性に惹かれ応募する『人財』を積極的に採用し、経験豊富な『人財』を起点としてプロフェッショナルリズムを継承する『人財』育成を強化することにより、従業員の能力・やりがいを向上させることで、事業規模拡大を支えられる『人財』の確保に努めてまいります。

顕在化可能性：低、顕在化時期：中長期、影響：大

当社グループでは、施工管理を行う部署を中心に徹底した品質管理を行うことで品質の維持に努めており、販売後のクレーム等に関しましてもトラブルクレーム対応管理マニュアルを整備し、迅速かつ適切な対応ができる体制を構築しております。また、保証責任を十分履行するために補償引当金の計上や各種損害保険の付保を行っております。

# 経営陣・主要メンバー紹介



代表取締役会長 **古賀 祐介**

略歴

- 1997年 積水ハウス(株)入社
- 2001年 愛知ダイワ(株)入社
- 2003年 当社設立 代表取締役社長 就任
- 2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 設立 代表取締役就任
- 2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 取締役 就任
- 2013年 当社 代表取締役会長 就任(現任)



代表取締役社長 **梢 政樹**

略歴

- 1998年 中部積和不動産(株)入社 (現 積水ハウス不動産中部(株))
- 2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 入社 取締役 就任
- 2009年 当社 取締役 就任
- 2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ (現(株)アールプランナー不動産) 代表取締役社長 就任(現任)
- 2013年 当社 代表取締役社長 就任(現任)



取締役 CFO 常務執行役員 管理本部長 **舟橋 和**

略歴

- 2008年 新日本有限責任監査法人 (現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
- 2013年 公認会計士登録
- 2017年 当社 入社 管理部長 就任
- 2019年 当社 取締役 管理本部長 就任
- 2022年 当社 取締役 CFO 常務執行役員 管理本部長 就任(現任)

社外役員

取締役 **安藤 弘志**

監査役 **松井 知行**

常勤監査役 **古田 博**

監査役 **澤井 重徳**

執行役員

常務執行役員 東京不動産営業本部 本部長 **山崎 寛征**

執行役員 経営戦略本部 本部長 **森川 祐次**

常務執行役員 名古屋不動産営業本部 本部長 **楯 純二**

執行役員 名古屋不動産営業本部 副本部長 **伊藤 元康**

執行役員 名古屋注文営業本部 本部長 **富永 潤一郎**

執行役員 名古屋注文営業本部 副本部長 **竹内 淳二**

執行役員 東京注文営業本部 本部長 **水野 貴之**

執行役員CDO 注文デザイン設計部 部長 **栞原 辰哉**

執行役員 営業推進・技術本部 本部長 **安藤 彰敏**

執行役員 東京注文営業本部 副本部長 **鬼澤 将**

## 会社概要

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：A r r P l a n n e r C o., L t d.

---

設 立 / 2003年10月

---

事業内容 / 注文住宅事業、分譲住宅事業、その他不動産事業

---

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

---

従業員数 / 366名（連結） ※2024年4月30日現在

---

資 本 金 / 397,135千円 ※2024年4月30日現在

---

所 在 地 / 本 社 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号 NHK名古屋放送センタービル10階  
東京本社 東京都新宿区西新宿二丁目4番1号 新宿NSビル7階

---

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

---

決 算 期 / 1月

---

## お問い合わせ先

### 株式会社アールプランナー

管理本部 IR窓口 : <https://www.arrplanner.co.jp/contact/ir/>

コーポレートサイト : <https://www.arrplanner.co.jp/>

IRサイト : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

## ① 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、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、  
「見通し情報」 (forward-looking statements) を含みます

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、  
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、  
通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます

なお、本資料は今後、本決算後の毎年4月に最新の内容に更新のうえで開示を行う  
予定です