

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月末現在

資 本 金 / 397,135千円 ※2024年4月末現在

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

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. 2025年1月期 第1四半期 決算概要
- 2. 当期の取り組み
- 3. Appendix

2025年1月期 第1四半期 業績サマリー・トピックス

売上高

1Q
過去最高

8,986百万円

前年同期比 +15.1%

総販売棟数

1Q
過去最高

237棟

前年同期比 +22.8%

営業利益

1Q
過去最高

238百万円

前年同期比 +1,089.1%

受注高

1Q
過去最高

11,232百万円

前年同期比 +23.0%

総受注棟数

1Q
過去最高

287棟

前年同期比 +12.5%

TOPICS 1

売上高、総販売棟数は過去最高更新

- ・売上高：7,809百万円 ▶ 8,986百万円
(前年同期比+15.1%)
- ・総販売棟数：193棟 ▶ 237棟
(前年同期比+22.8%)
- ・営業利益：20百万円 ▶ 238百万円
(前年同期比+1,089.1%)

売上高、総販売棟数ともに過去最高を更新。売上総利益率が改善したことで、営業利益についても、人員増及び新規出店の先行投資による販管費の増加を吸収し、第1四半期としては過去最高で着地

TOPICS 2

首都圏の成長継続 東海も復調

首都圏エリア

- ・売上高：前年同期比 +20.4%
- ・総販売棟数：前年同期比 +30.0%

東海エリア

- ・売上高 前年同期比 +13.5%
- ・総販売棟数：前年同期比 +21.5%

前期から引続き、首都圏エリアの販売が好調。東海エリアも2期ぶりに成長軌道を回復。両地域ともに売上高・総販売棟数の第1四半期の過去最高を更新

TOPICS 3

受注高、総受注棟数が大幅増。過去最高更新

- ・受注高：9,131百万円 ▶ 11,232百万円
(前年同期比+23.0%)
- ・総受注棟数：255棟 ▶ 287棟
(前年同期比+12.5%)

将来の売上高の先行指標である受注高が四半期として初めて100億円を突破し、過去最高を更新。特に分譲住宅の受注増により、総受注棟数は前年同期比+12.5%の増加

連結損益計算書サマリー（P/L）

- ・販売価格の適正化により注文住宅、分譲住宅、土地販売のすべてで粗利率が改善したことで、売上総利益率は14.8%に回復。引続き利益率の改善を図る
- ・人員増・拠点数増により販管費は前年同期より増加したものの、利益率改善と経費抑制により営業利益以下増益

単位：百万円

項目	2024年1月期 第1四半期 (①)	構成比	2025年1月期 第1四半期 (②)			第2四半期業績予想の進捗状況		通期業績予想の進捗状況	
			2025年1月期 第1四半期 (②)	構成比	増減率 (②/①) 前年同期比	2025年1月期第2四半期 連結業績予想 (③) ※3月15日時点予想	達成率 (②/③) ※3月15日時点予想との比較	2025年1月期 連結業績予想 (④) ※3月15日時点予想	進捗率 (②/④) ※3月15日時点予想との比較
売上高	7,809	100.0%	8,986	100.0%	+ 15.1%	16,500	54.5%	35,000	25.7%
売上総利益	1,058	13.6%	1,333	14.8%	+ 26.0%	2,520	52.9%	5,390	24.7%
販売費及び一般管理費	1,038	13.3%	1,094	12.2%	+ 5.4%	2,220	49.3%	4,540	24.1%
営業利益	20	0.3%	238	2.7%	+ 1,089.1%	300	79.6%	850	28.1%
経常利益	△26	△0.3%	199	2.2%	—	200	99.6%	640	31.1%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	△20	△0.3%	130	1.4%	—	134	97.0%	430	30.2%
1株当たり 四半期（当期）純利益	△3.86円	—	24.47円	—	—	25.21円	—	80.91円	—

事業セグメント別売上実績の内訳

- 「注文住宅」は前期の受注が大幅に改善した結果、前年同期比+42.7%と大きく増加
- 「分譲住宅（建物+土地）」の販売棟数増加により、全体の売上高・総販売棟数の押し上げに貢献

単位：百万円

報告セグメント	事業セグメント	2024年1月期 第1四半期 (①)	構成比	2025年1月期 第1四半期 (②)	構成比	増減率(前年同期比) (②/①)
	注文住宅	1,254	16.1%	1,789	19.9%	+ 42.7%
	(建物+土地)	4,899	62.7%	5,715	63.6%	+ 16.7%
戸建住宅事業	分譲住宅 (土地のみ)	1,139	14.6%	1,117	12.4%	△1.9%
	不動産仲介	154	2.0%	166	1.9%	+ 7.6%
	リフォーム・エクステリア	122	1.6%	123	1.4%	+ 0.4%
中古再生・収益不動産事業	中古再生・収益不動産	231	2.9%	63	0.7%	△72.6%
その他	その他	7	0.1%	10	0.1%	+ 43.4%
	合計	7,809	100.0%	8,986	100.0%	+ 15.1%

業績推移

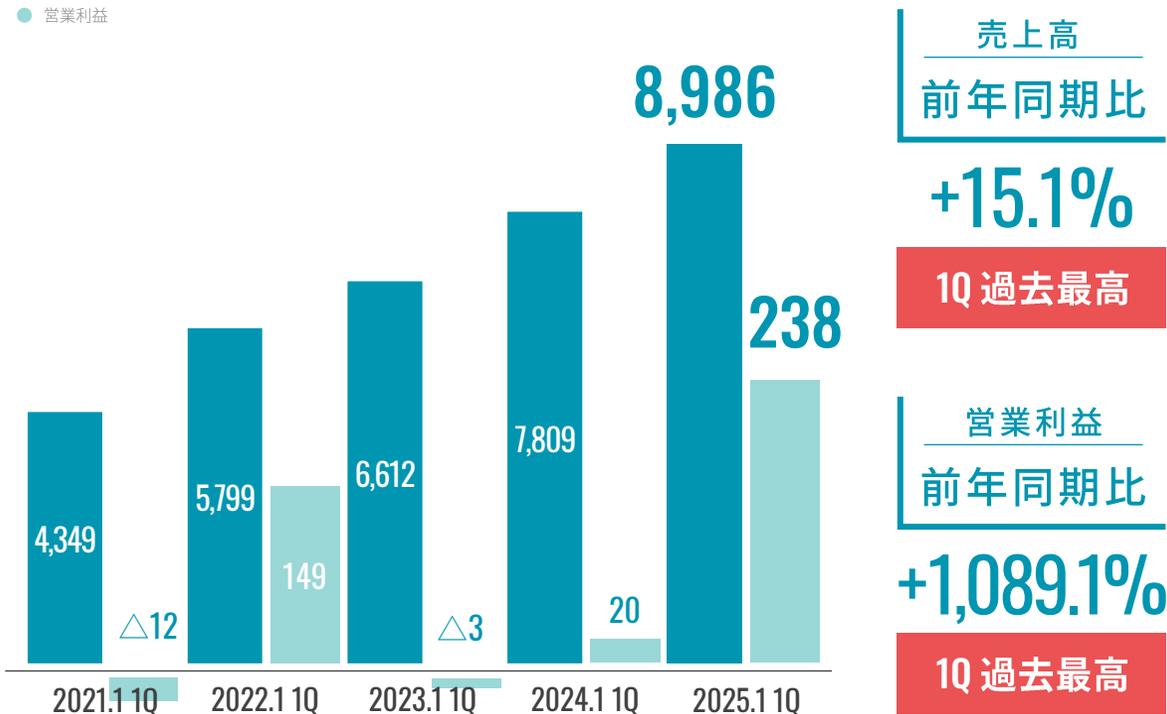
※2024年1月～3月累計値。
出典：国土交通省建築着工統計調査2024年3月月次データ

- 前期（2024年1月期）の受注が好調だったことを受けて、総販売棟数は前年同期比22.8%と大きく成長。特に分譲住宅の販売棟数は第1四半期過去最高となる137棟を達成。注文住宅の販売棟数も回復傾向
- 住宅業界全体では全国の新設住宅着工戸数が前期比90.4%（※）と依然厳しい状況だが、当社は商品力（デザイン性とコストパフォーマンス）と当社独自のデジタルマーケティングにより高い成長性を実現

売上高・営業利益

(百万円)

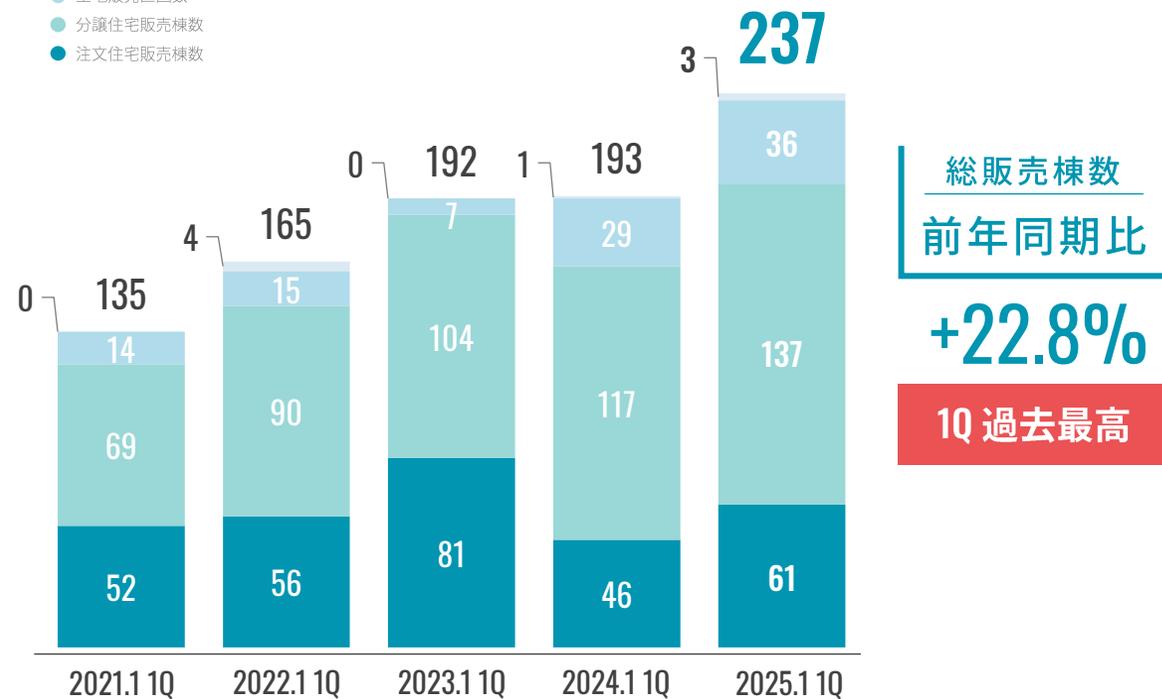
- 売上高
- 営業利益



総販売棟数

(棟)

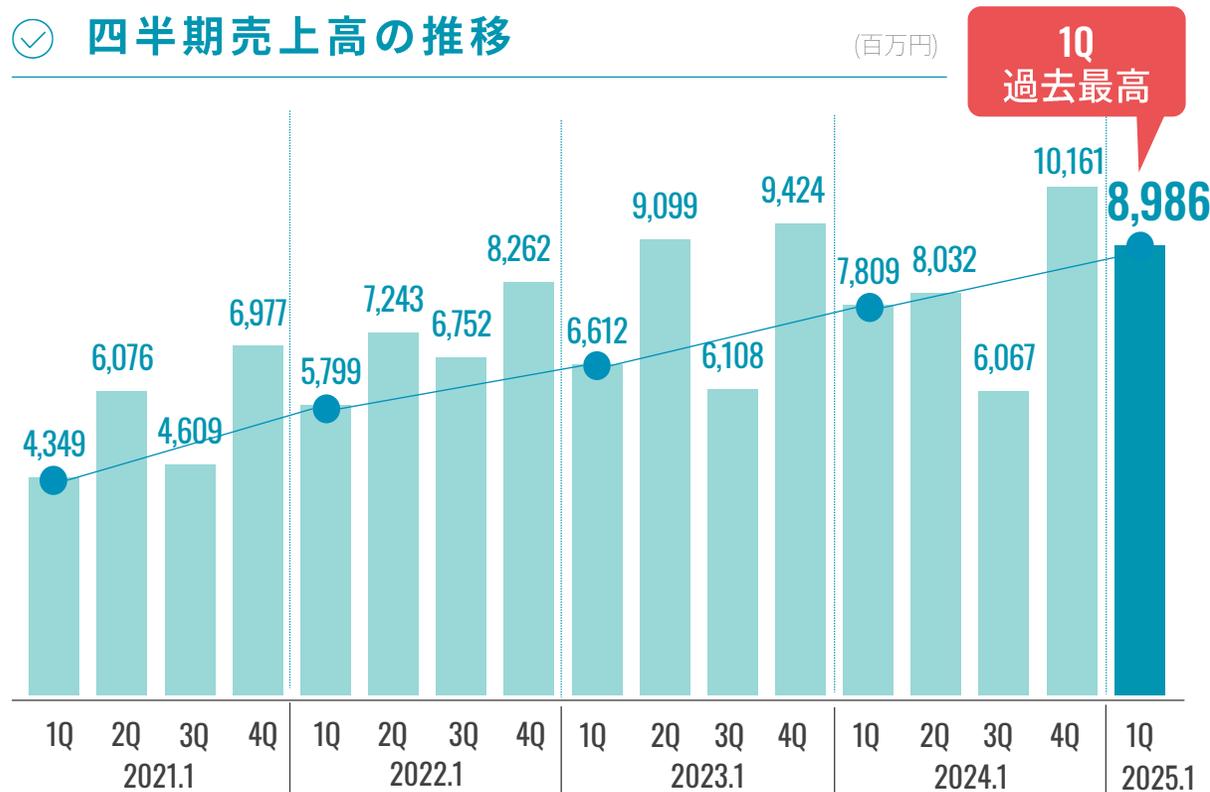
- 中古不動産販売棟数
- 土地販売区画数
- 分譲住宅販売棟数
- 注文住宅販売棟数



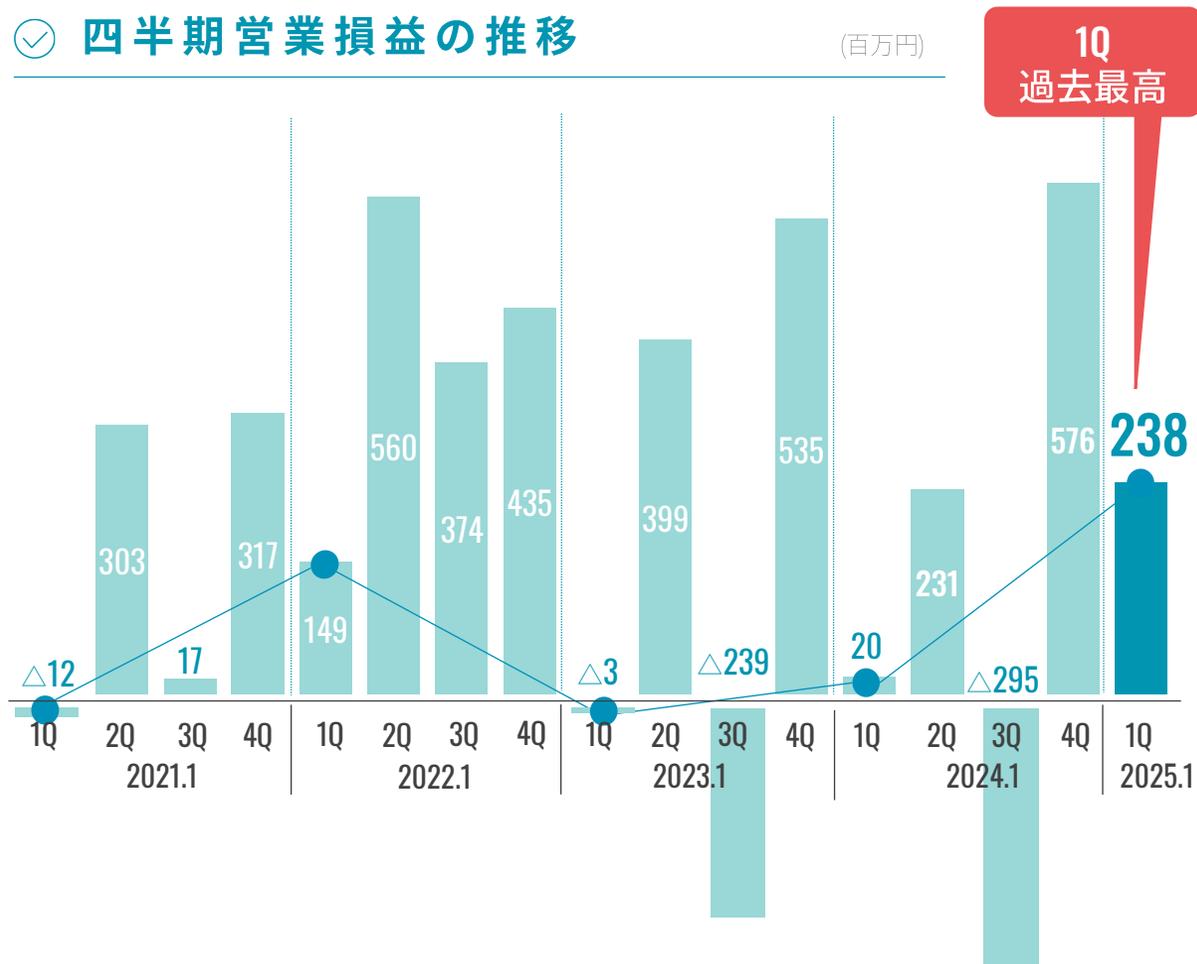
四半期業績推移

- 第1四半期の売上高は5期連続で過去最高を更新
- 前期の営業利益は原材料価格高騰の影響により厳しい水準にあったが、当第1四半期は販売価格の適正化が進んだことで販管費の増加を吸収し第1四半期として過去最高の営業利益を確保

四半期売上高の推移



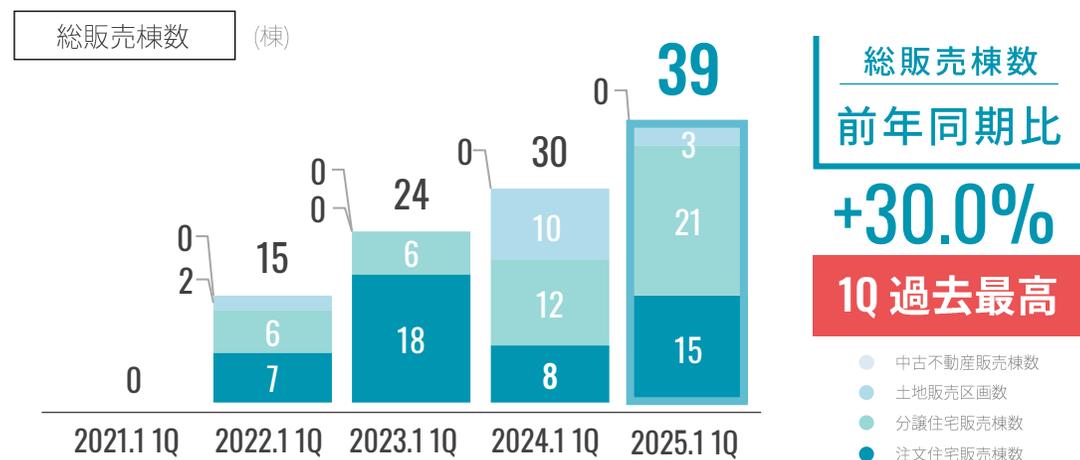
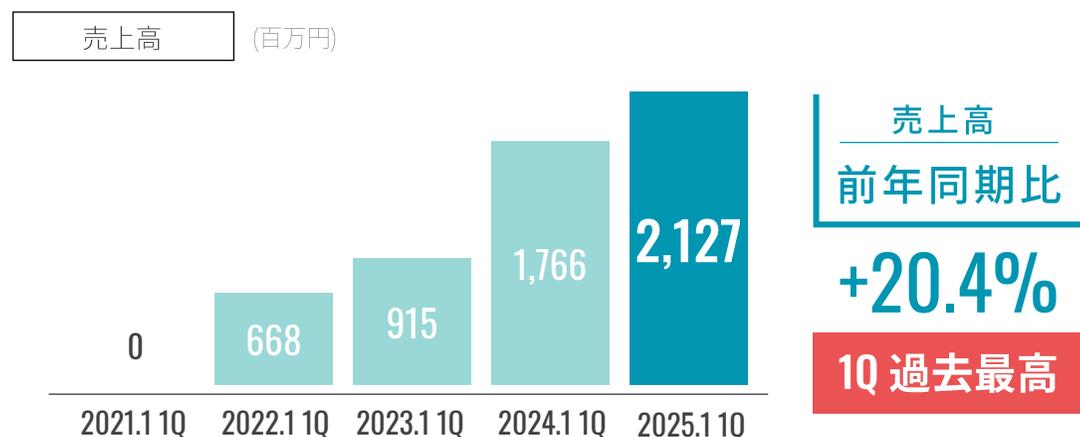
四半期営業損益の推移



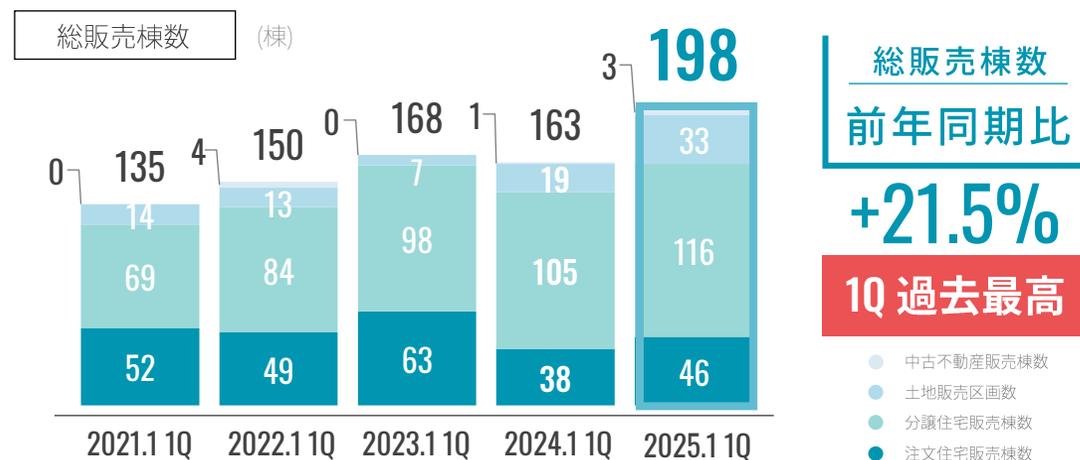
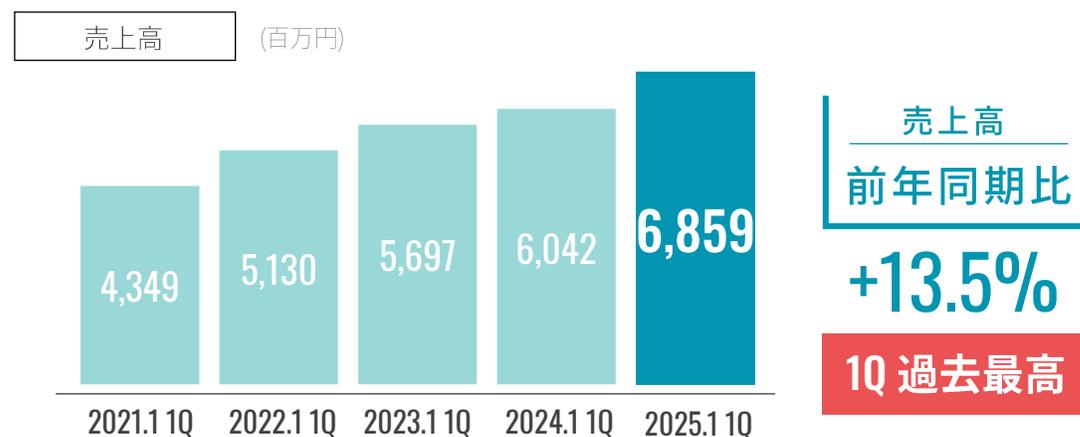
エリア別売上高及び総販売棟数推移

- 首都圏エリアは引続き高い成長を維持
- 東海エリアも前期の好調な受注を受けて売上高、総販売棟数ともに第1四半期の過去最高を更新し、成長軌道を回復

☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数

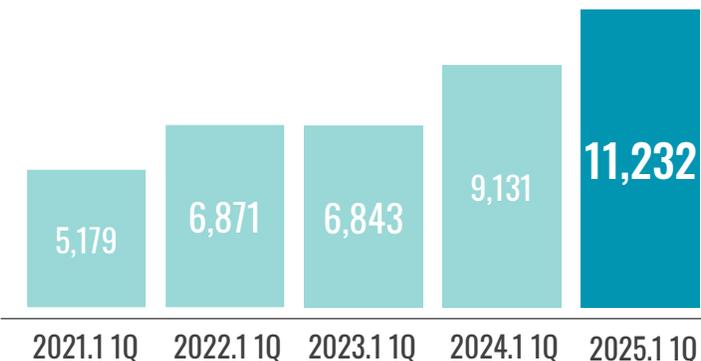


受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

- ・住宅市場全体が低迷する中、継続的な新規出店とTVCM・Web・SNSを活用した当社独自のマーケティング戦略が奏功し、金額ベース（受注高）、棟数ベース（総受注棟数）ともに前期より大きく増加
- ・注文住宅の受注残高は前年同期比+40.8%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)



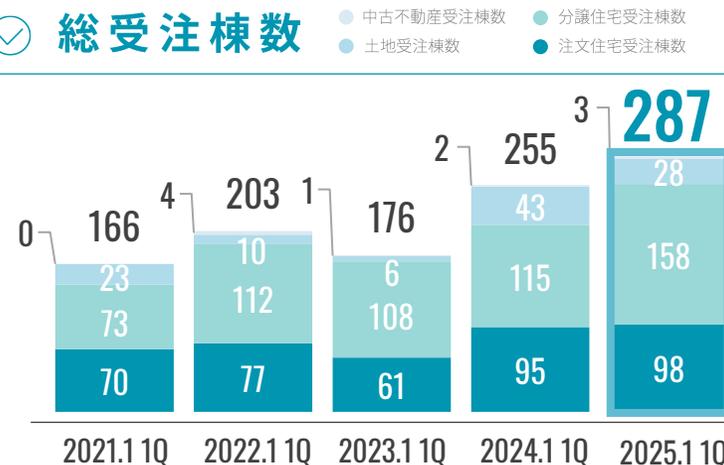
受注高
前年同期比

+23.0%

1Q 過去最高

総受注棟数

(棟)



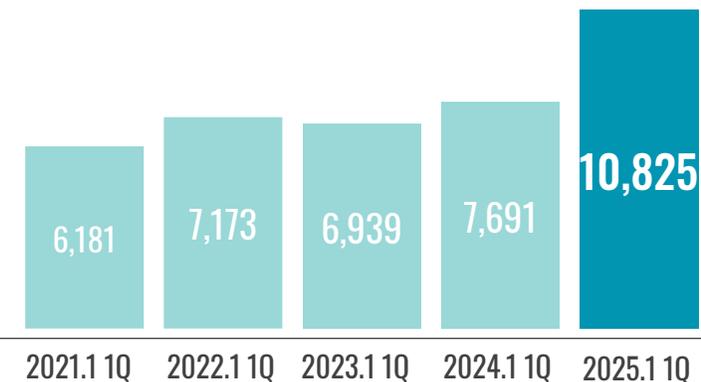
総受注棟数
前年同期比

+12.5%

1Q 過去最高

注文住宅の受注残高

(百万円)



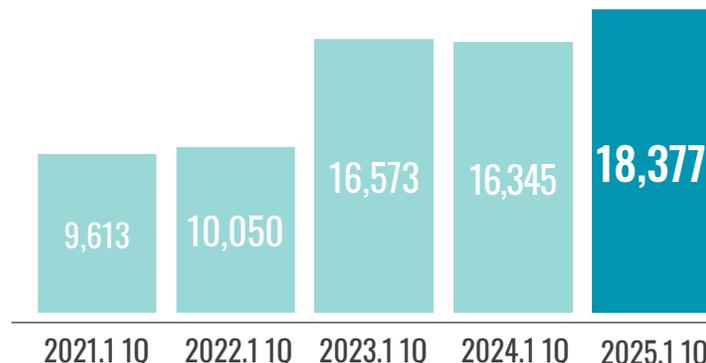
受注残高
前年同期比

+40.8%

1Q 過去最高

分譲住宅の棚卸資産

(百万円)



棚卸資産
前年同期比

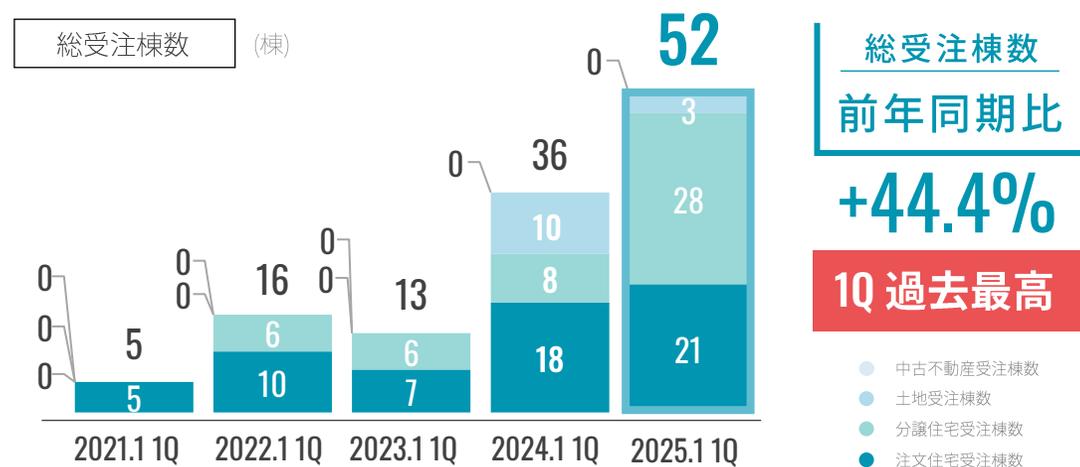
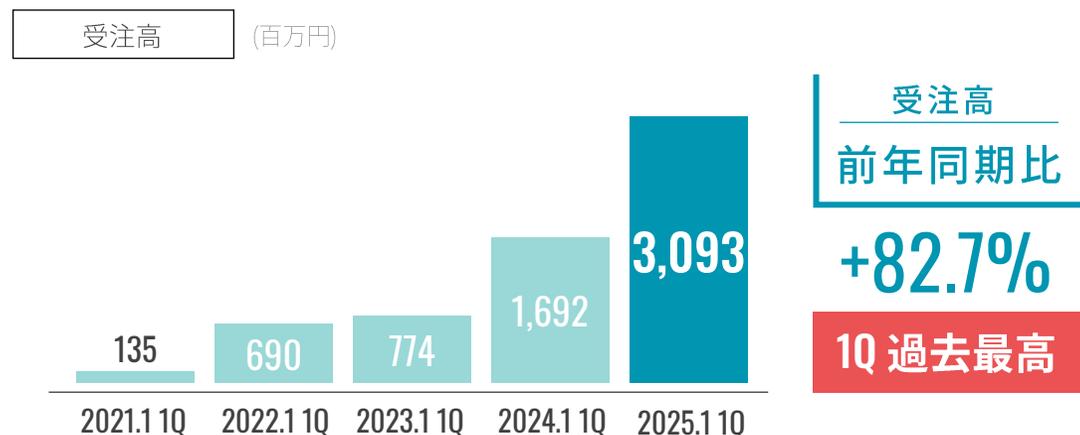
+12.4%

1Q 過去最高

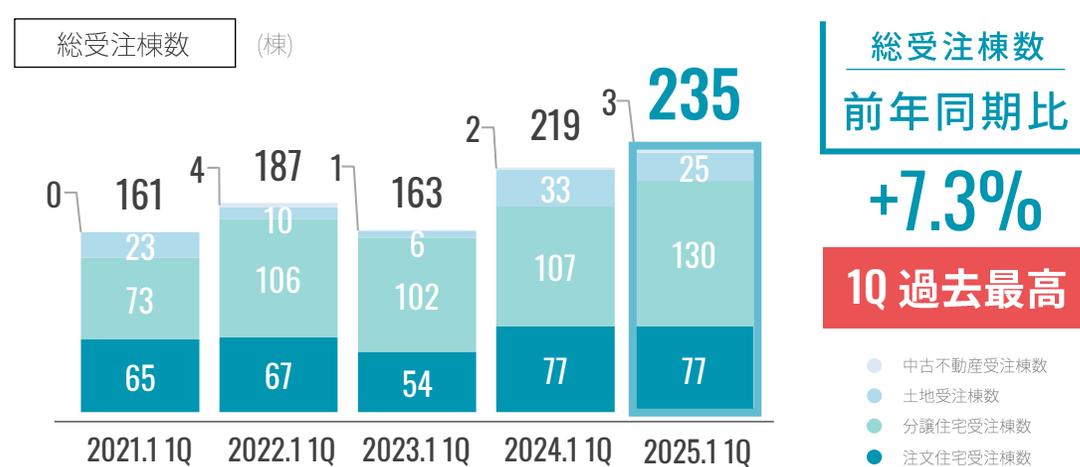
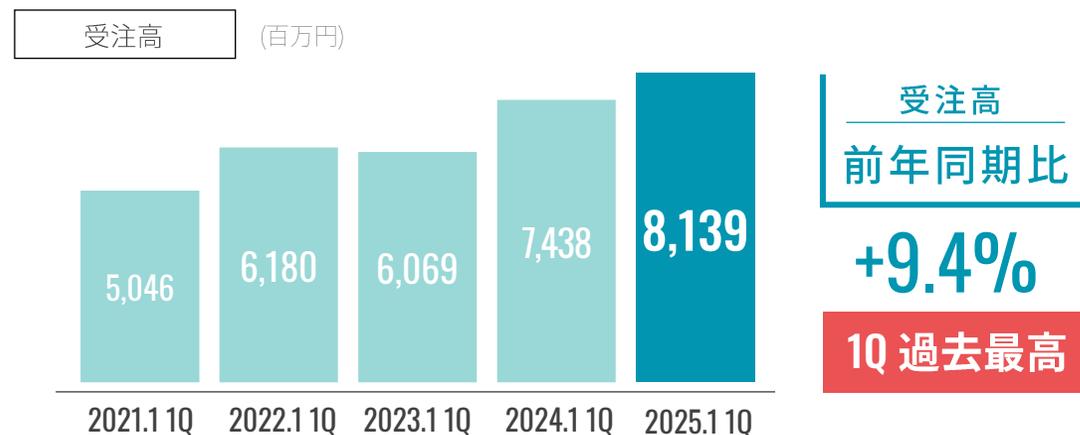
エリア別受注高及び総受注棟数推移

- ・首都圏エリアは分譲住宅の受注が大きく伸びており、受注高は前年同期比+80%を超える成長
- ・東海エリアも順調に成長しており、受注高・総受注棟数ともに第1四半期の過去最高を更新

首都圏エリア 受注高・総受注棟数



東海エリア 受注高・総受注棟数



連結貸借対照表サマリー (B/S)

- ・ 当期も好調な受注が見込めることから引続き積極的な仕入れを行っており、棚卸資産が増え流動資産が増加

※勘定科目は連結貸借対照表より抜粋

単位：百万円

項目	2024年1月期末(①)	2025年1月期 第1四半期(②)	増減額 (②－①)	項目	2024年1月期末(①)	2025年1月期 第1四半期(②)	増減額 (②－①)
流動資産	23,513	24,276	+ 763	流動負債	15,860	17,470	+ 1,610
現金及び預金	3,389	3,609	+ 219	短期借入金・1年内 返済予定の長期借入金	11,145	12,341	+ 1,195
棚卸資産	19,472	19,863	+ 391	その他流動負債	4,715	5,129	+ 414
その他流動資産	650	803	+ 152	固定負債	5,188	4,225	△ 963
固定資産	1,891	1,851	△ 39	長期借入金	4,854	3,902	△ 952
資産合計	25,404	26,128	+ 724	その他固定負債	333	322	△ 10
				負債合計	21,048	21,695	+ 647
				純資産合計	4,355	4,432	+ 76
				負債・純資産合計	25,404	26,128	+ 724

財務指標	2024年1月期末(①)	2025年1月期第1四半期(②)	増減(②-①)
	自己資本比率	17.1%	17.0%
ネットD/Eレシオ	2.9倍	2.9倍	—

※ネットD/Eレシオ：(有利子負債－現金及び預金)/自己資本

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. 2025年1月期 第1四半期 決算概要



2. 当期の取り組み

3. Appendix

今後の新規出店計画

- ・ 東海エリアは住宅展示場2拠点を2024年秋頃に出店予定
- ・ 首都圏エリアは初めての埼玉県内の拠点となる所沢展示場（仮称）を2025年2月に出店予定

☑ 東海エリア

2025年1月期
2拠点
出店予定

- 📍 アールギャラリー大府展示場
- 📍 アールギャラリー日進梅森展示場



☑ 首都圏エリア

2025年2月(予定)
埼玉県内
初拠点 出店予定

- 📍 アールギャラリー所沢展示場(仮称)



山崎育三郎さん出演第2弾 新TVCMの放映開始

- ・ 2024年3月より当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演第2弾TVCMの放映を開始
- ・ 山崎育三郎さんが当社の営業担当と設計士の2役を演じ、お客様の理想を形にするため日々奮闘する社員の姿を描いたアールプランナー「営業篇」「設計士篇」の2本を放映

アールプランナー「営業篇」



山崎育三郎さんが営業担当役で登場。お客様の理想にとことんこだわり、工夫とアイデアでお客様の期待を超えた納得のプランを提案するべく日々奮闘する山崎育三郎さんに注目です

当社新CMの公開を記念して「CM特設ページ」をオープンしました。
「CM特設ページ」では新CMの紹介だけでなく「メイキング動画」も公開しています。

アールプランナー「設計士篇」



山崎育三郎さんが設計士役で登場。暮らしの豊かさまで考えた感動の住まいを形にするため、お客様の理想にNoを言わず、あらゆる可能性を模索し続ける山崎育三郎さんに注目です

CM特設ページ
<https://www.arrplanner.co.jp/cm/>

就職企業人気ランキングにランクイン

- ・日経・マイナビ2025連動特集 就職支援「2025年卒版 就職企業人気ランキング」において、「地域別ランキング」で東海エリア26位にランクイン

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』

地域別ランキング
TOP30

東海エリア

第26位

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24位	トーテックアメニティ
第5位	デンソー	第15位	名鉄観光サービス	💡 第26位 アールプランナー	
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9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

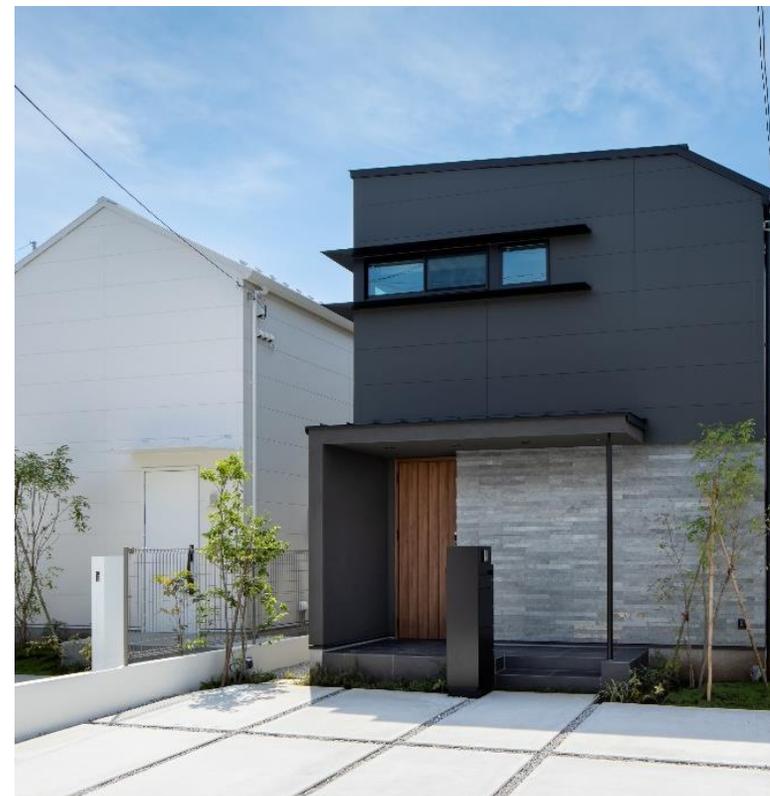
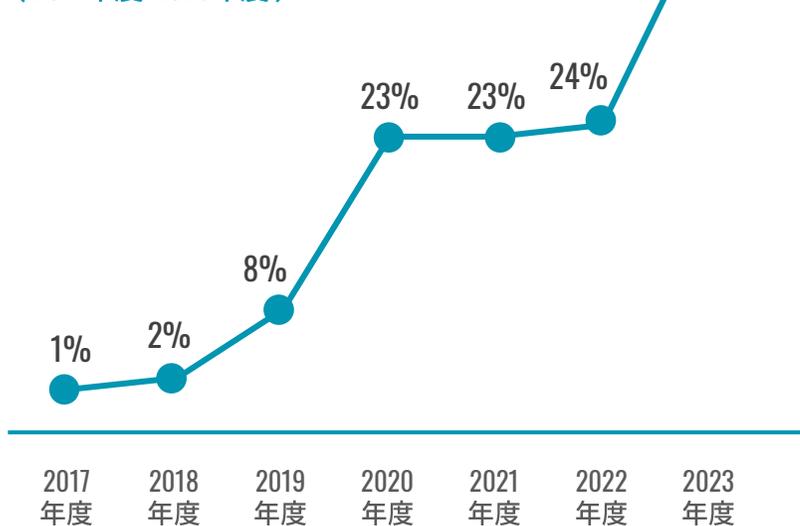
脱炭素社会の実現に向けて戸建住宅の省エネ対策を強化

- 2023年度（2023年4月－2024年3月）の当社注文住宅におけるZEH普及率は43%となり、引続きZEH住宅の販売を通じて脱炭素社会の実現に貢献

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS
Arr Planner
For SDGs



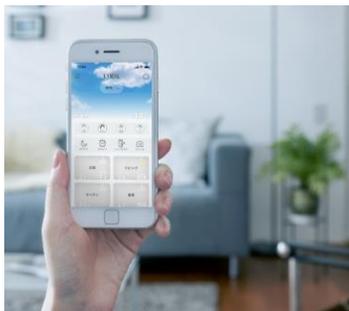
当社注文住宅におけるZEH普及率の推移
(2017年度-2023年度)



住宅性能の向上・先進技術の導入、省エネ対策を強化

- ・当社分譲住宅について、IoT住宅（スマートホーム）仕様の取扱いを開始
- ・また、分譲住宅では「建築物省エネルギー性能表示（BELS）」にも対応し、省エネ対策を強化

① IoT住宅（スマートホーム）仕様の取扱い開始



IoT（スマートホーム※1）仕様の分譲住宅の取扱いを開始。
インターネットと接続して様々な住宅設備・家電等をつなぐ機器を設置。テクノロジーの活用で快適性・機能性を高めた住宅を販売していく。



■ マチかど展示場

「緑区上旭の家」（名古屋市緑区）
「国分寺恋ヶ窪の家」（東京都国分寺市）

IoT（スマートホーム）仕様取扱い開始に伴い、当社分譲住宅で導入しているシステムを実際に体験いただけるモデルハウスとしてリニューアル

※1 スマートホーム：IoTに対応した住宅設備・家電がスマートフォン等と連携し、生活に利便性を与える住宅

② 「建築物省エネルギー性能表示（BELS）」対応

脱炭素社会の実現に向けて分譲住宅の省エネ対策を強化し、当社分譲住宅において「建築物省エネルギー性能表示制度（BELS）※2」対応物件の販売を開始。
当社では2022年10月に改正された長期優良住宅認定基準を全棟標準仕様としており、今後販売する分譲住宅についてはBELSにも対応していく。



※2 BELS：Building-Housing Energy-efficiency Labeling Systemの略称で、新築・既存の建築物において、省エネ性能を第三者評価機関が評価し認定する制度のこと

1. 2025年1月期 第1四半期 決算概要

2. 当期の取り組み

 3. Appendix

3. Appendix

- ① • 2033年ビジョン
- 成長戦略
- 事業の特長
- 四半期業績推移データ

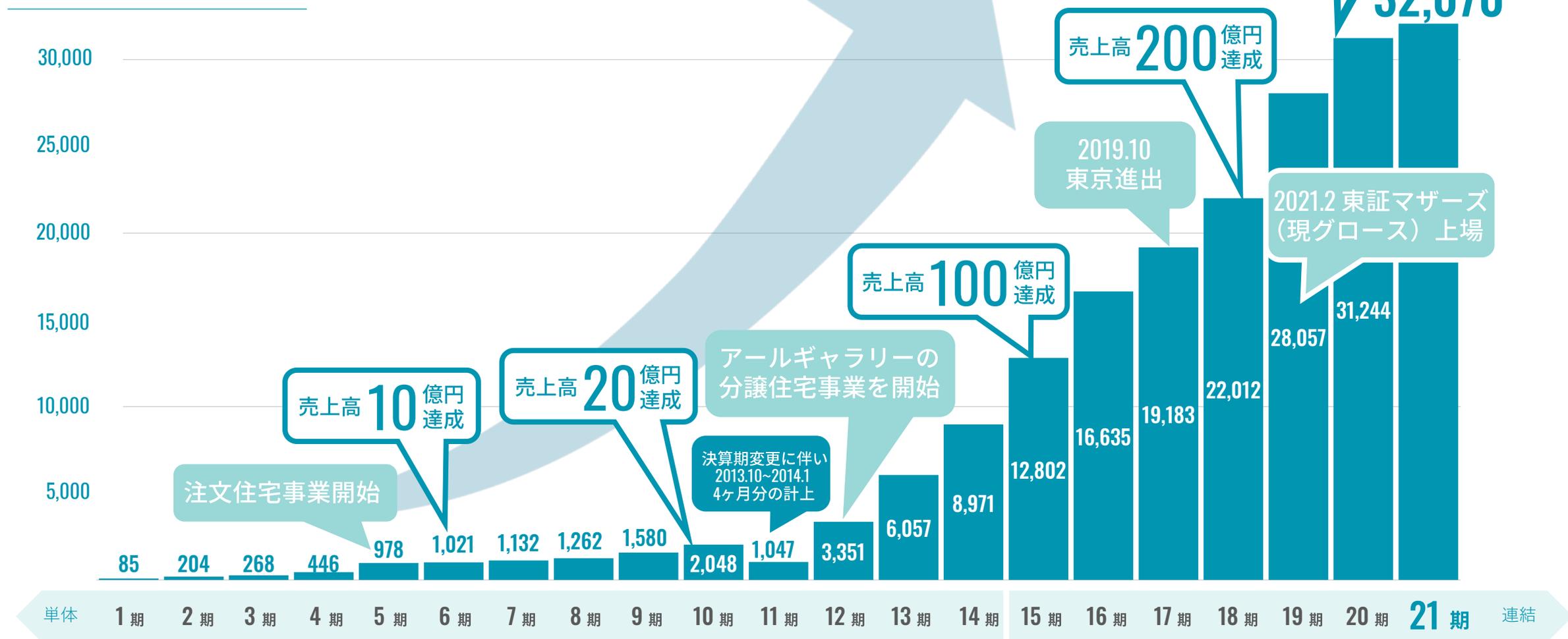
2033年ビジョン

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

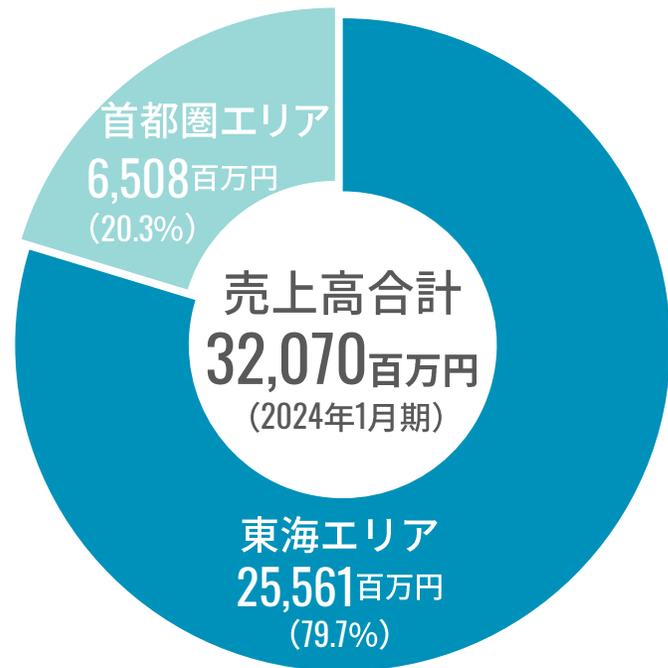
- 2
 - ・ テクノロジー高度化や新技術の開発に対応できるよう外部高度専門家とのアライアンス推進

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

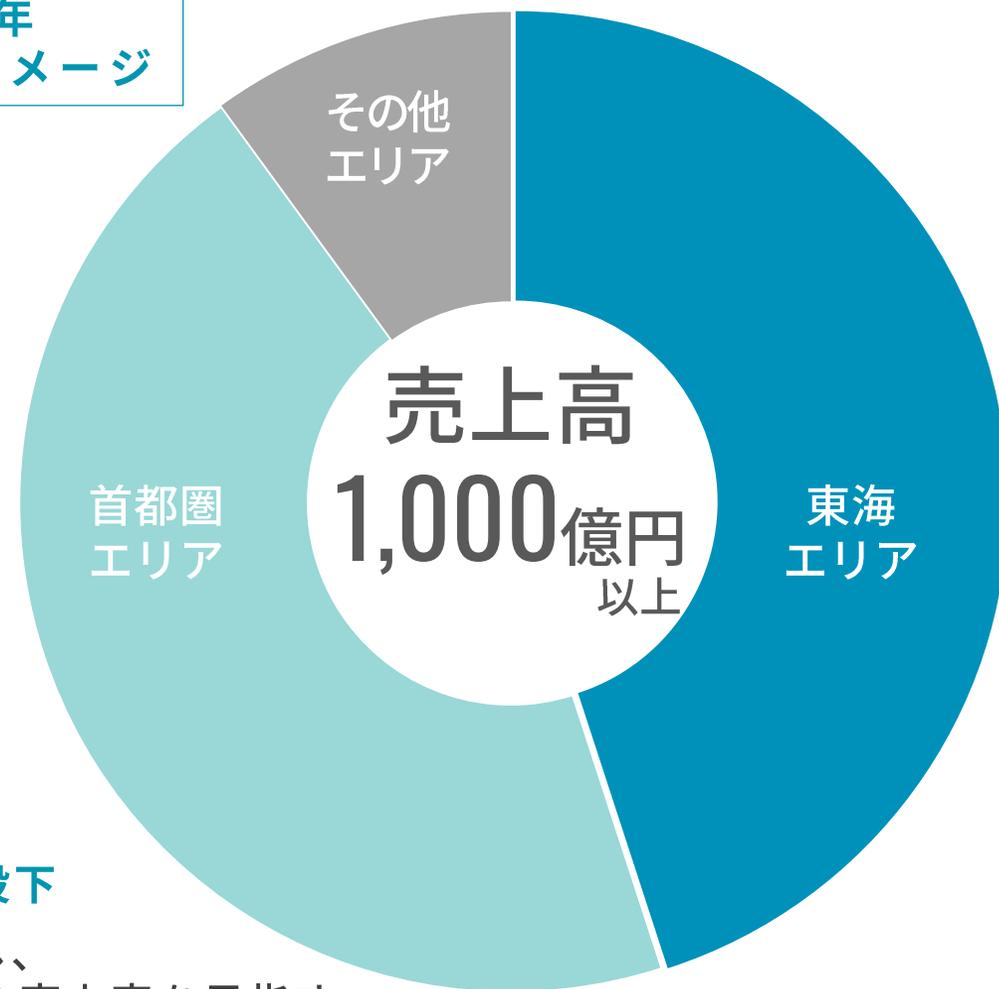
- 3
 - ・ 省エネ性能、高機能性で住宅から脱炭素に貢献

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

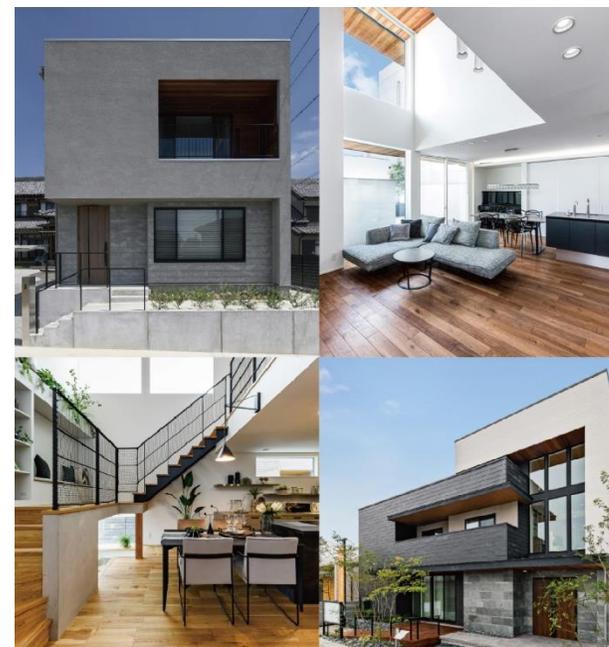
売上高1,000億円に向けた全社経営方針

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



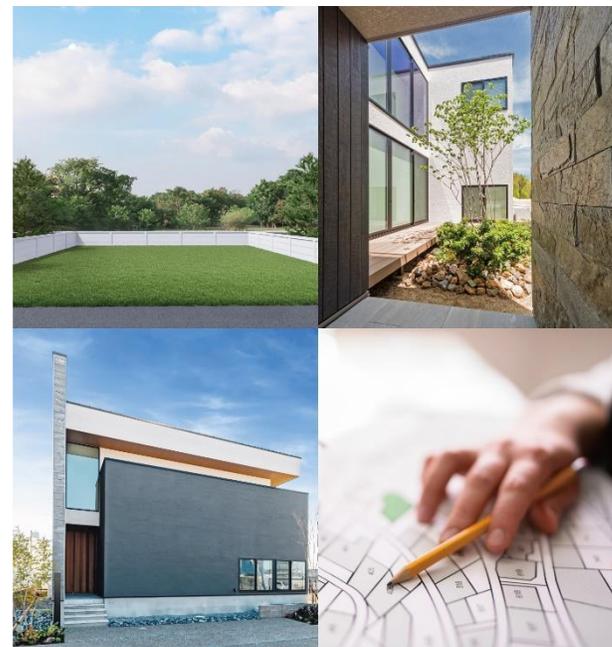
売上高1,000億円に向けた全社経営方針

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

3. Appendix

- 2033年ビジョン



- 成長戦略

- 事業の特長

- 四半期業績推移データ

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

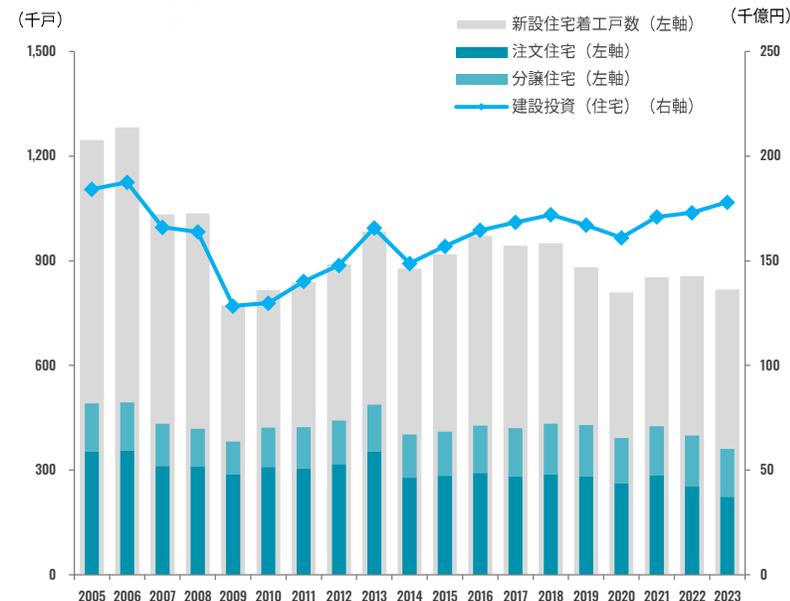
12兆円※

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

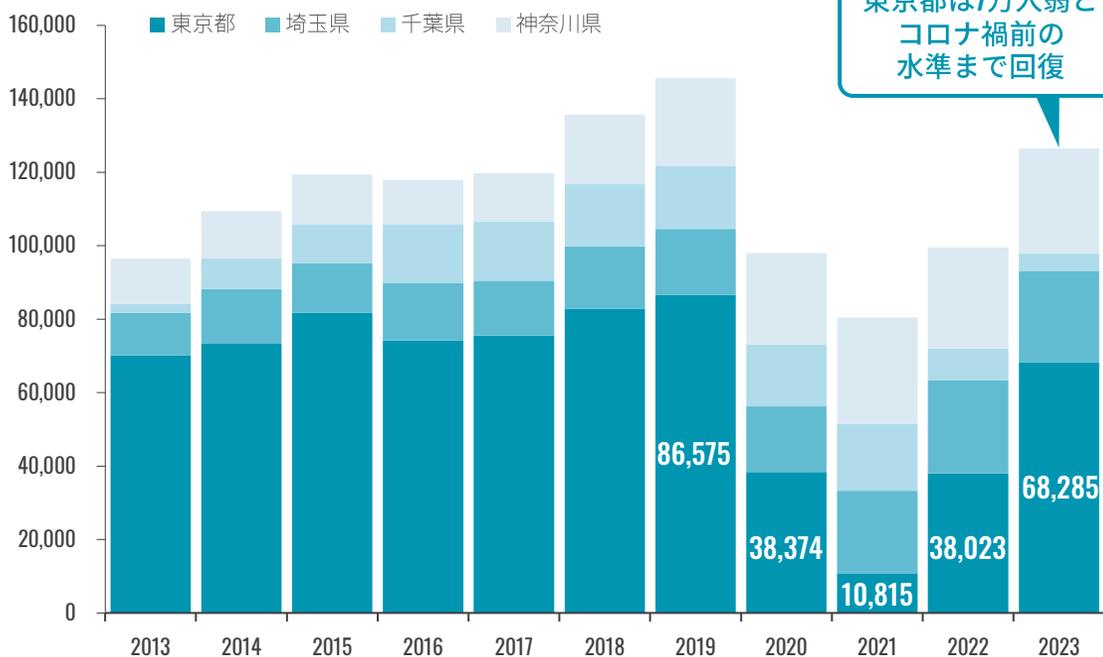
戦略地域への経営資源の集中

- ・ 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

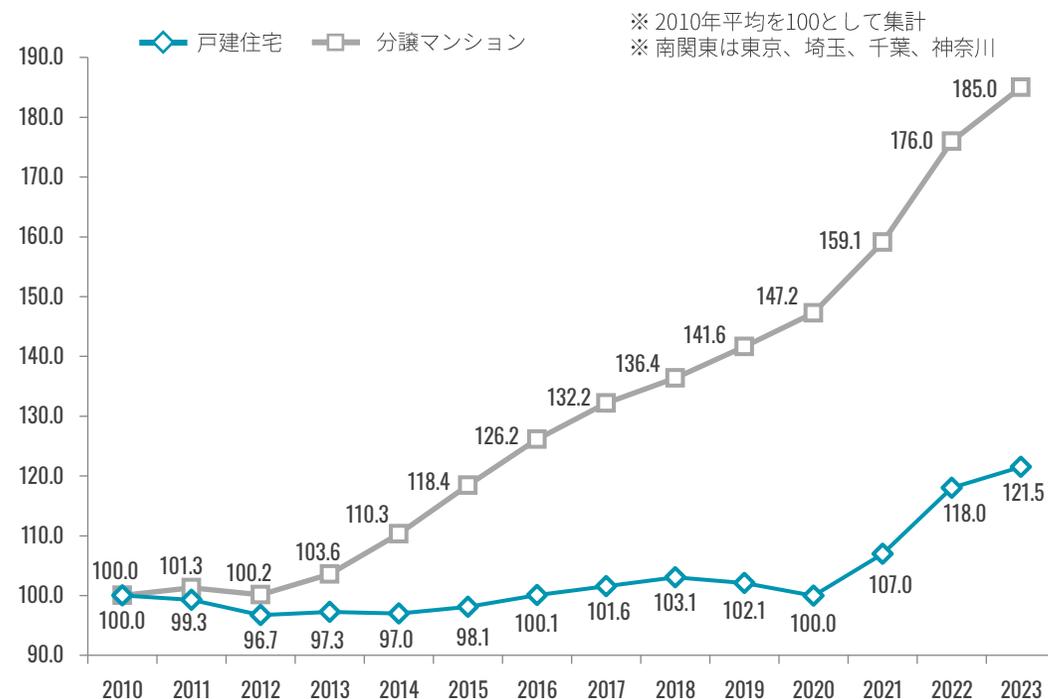
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（2023年）
※ 日本国籍者のみ



☑ 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※）

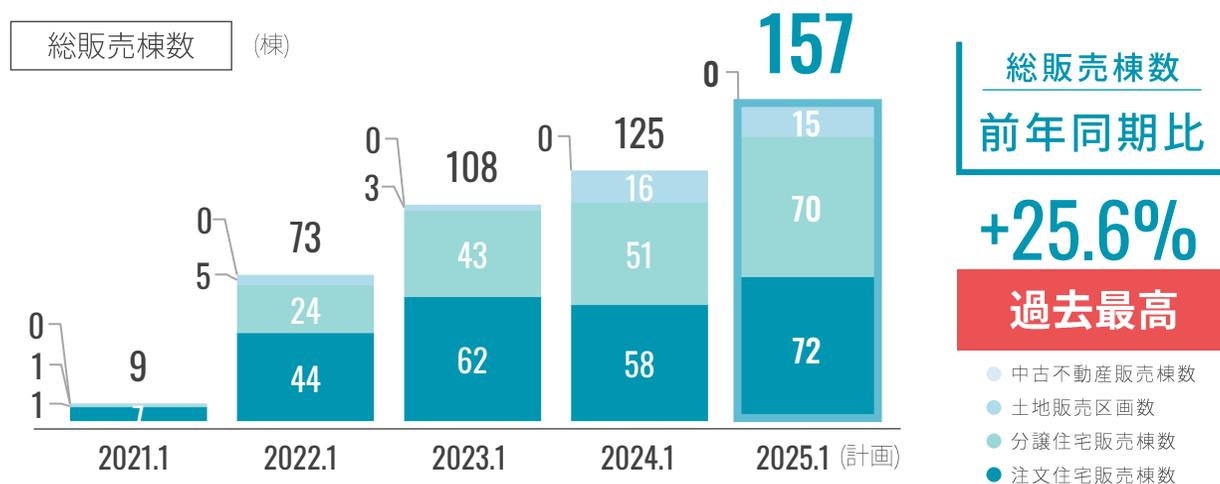
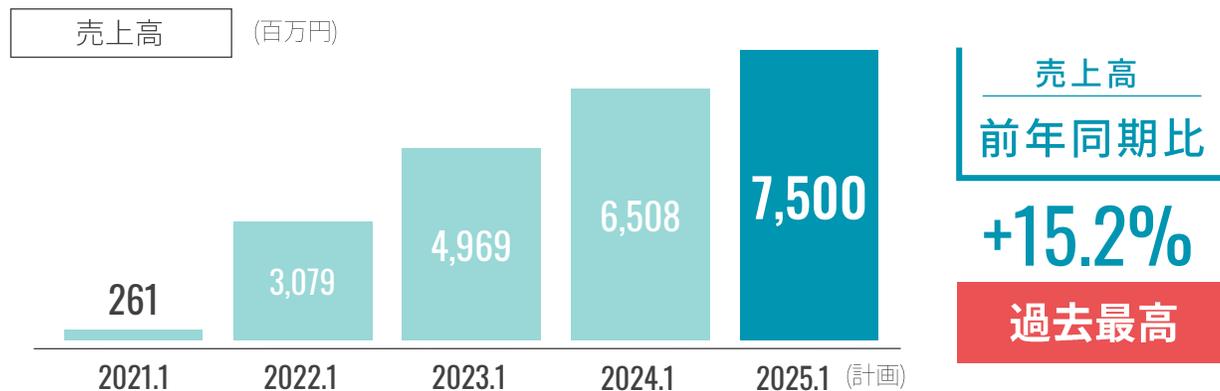
出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）
(https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html)
を加工して作成（各年の12カ月分の指数の平均値）



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

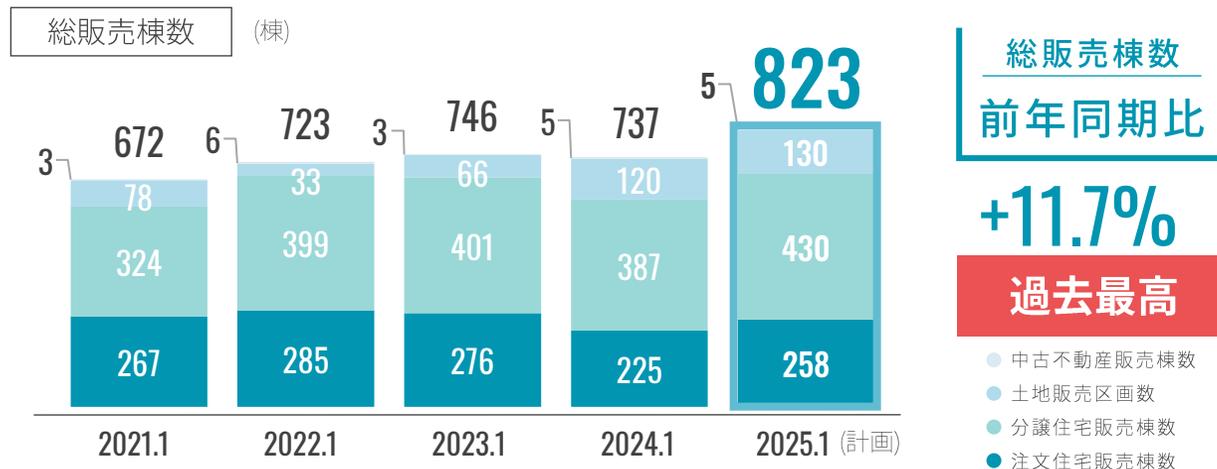
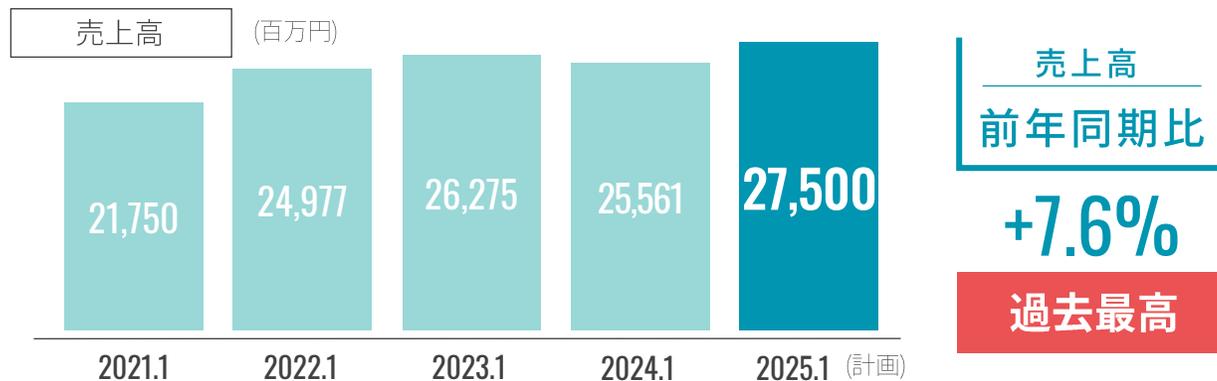
📍アールギャラリー所沢展示場(仮称)



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

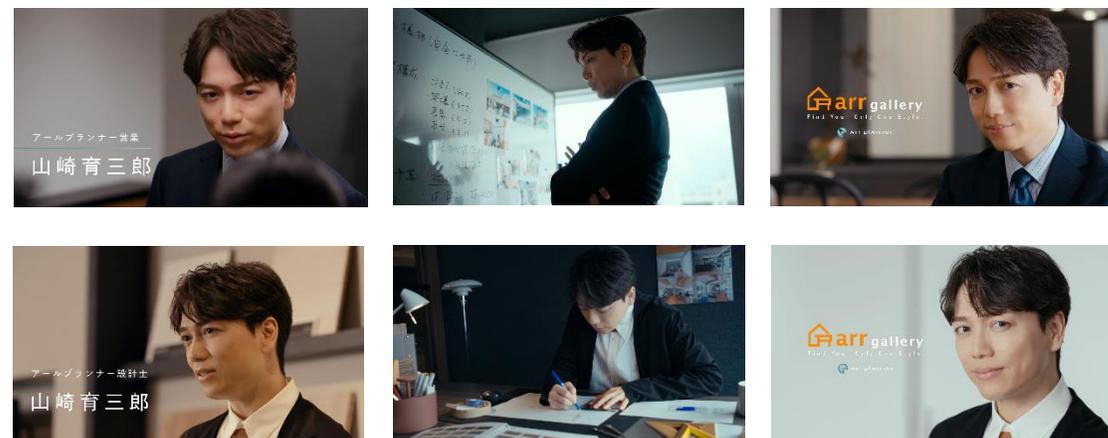


Tik Tok

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



arr planner 「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. ストックビジネス・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

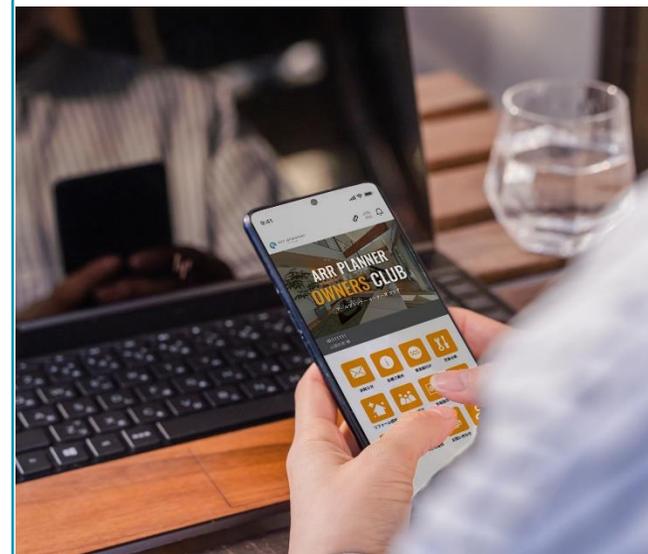
充実と安心の
アフターメンテナンス

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

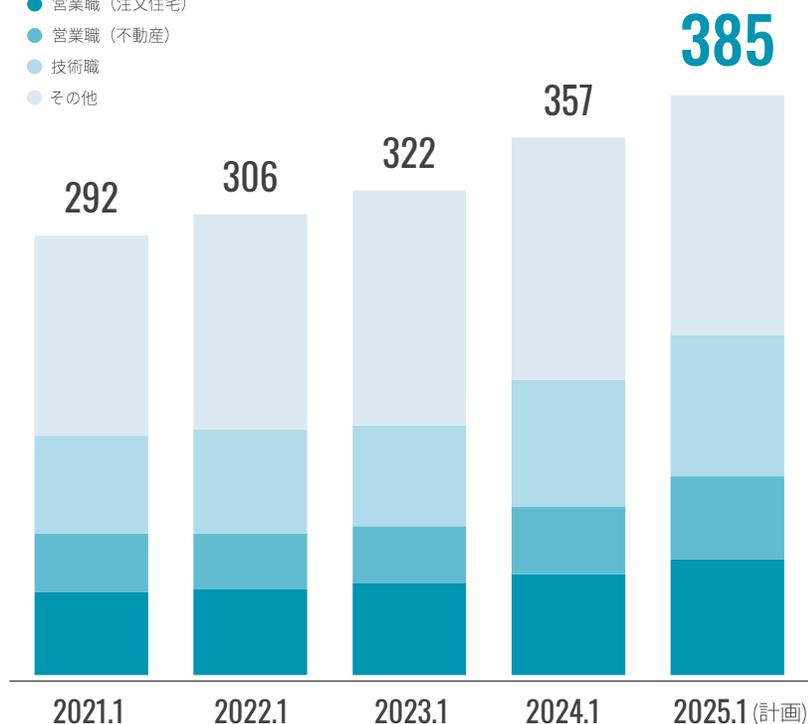
5.人財採用・育成の強化

・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

④ 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



④ 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
人員数	5名	30名	47名	65名	75名	85名(計画)

④ 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	トーテックアメニティ
	第6位	デンソー	第15位	名鉄観光サービス	第26位 アールプランナー	
	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tock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

3. Appendix

- 2033年ビジョン
- 成長戦略
- ④ • 事業の特長
- 四半期業績推移データ

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

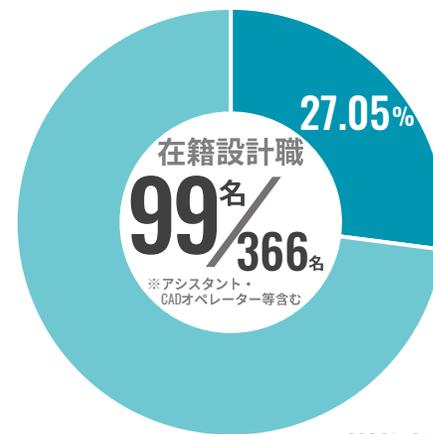
✓ 高性能

- 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



✓ 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。

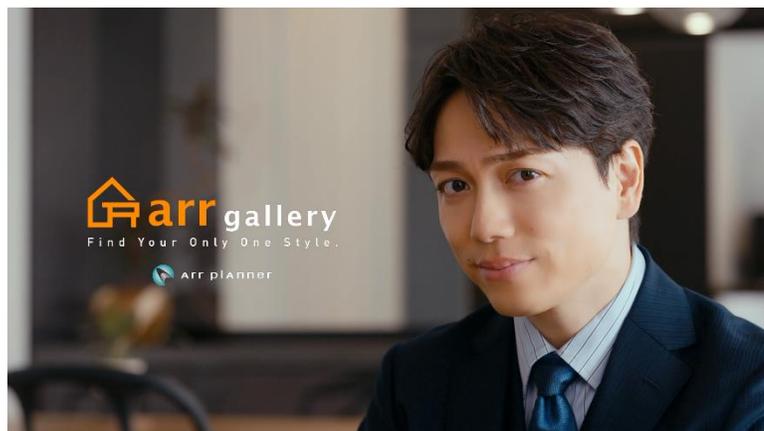
※2024年4月末現在

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



81.3%

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

3. Appendix

- 2033年ビジョン
- 成長戦略
- 事業の特長
- ① • 四半期業績推移データ

四半期業績推移（累計期間）

累計期間	2022.1				2023.1				2024.1				2025.1			
	1Q	1Q~2Q	1Q~3Q	1Q~4Q	1Q	1Q~2Q	1Q~3Q	1Q~4Q	1Q	1Q~2Q	1Q~3Q	1Q~4Q	1Q	1Q~2Q	1Q~3Q	1Q~4Q
売上高	5,799	13,042	19,794	28,057	6,612	15,711	21,820	31,244	7,809	15,841	21,908	32,070	8,986			
売上原価	4,795	10,602	16,068	22,945	5,607	13,288	18,547	26,409	6,750	13,515	18,782	27,297	7,653			
構成比	82.7%	81.3%	81.2%	81.8%	84.8%	84.6%	85.0%	84.5%	86.4%	85.5%	85.7%	85.1%	85.2%			
売上総利益	1,004	2,440	3,726	5,111	1,005	2,423	3,272	4,835	1,058	2,325	3,126	4,772	1,333			
構成比	17.3%	18.7%	18.8%	18.2%	15.2%	15.4%	15.0%	15.5%	13.5%	14.7%	14.3%	14.9%	14.8%			
販売費及び一般管理費	854	1,730	2,641	3,592	1,008	2,027	3,115	4,143	1,038	2,073	3,169	4,240	1,094			
構成比	14.7%	13.3%	13.3%	12.8%	15.2%	12.9%	14.3%	13.3%	13.3%	13.1%	14.5%	13.2%	12.2%			
営業損益	149	709	1,084	1,519	-3	395	156	692	20	251	-43	532	238			
構成比	2.6%	5.4%	5.5%	5.4%	0.0%	2.5%	0.7%	2.2%	0.3%	1.6%	-0.2%	1.7%	2.7%			
経常損益	119	646	989	1,383	-42	311	18	506	-26	157	-168	357	199			
構成比	2.1%	5.0%	5.0%	4.9%	-0.6%	2.0%	0.1%	1.6%	-0.3%	1.0%	-0.8%	1.1%	2.2%			
税金等調整前四半期純利益	122	649	992	1,368	-49	303	10	474	-27	131	-194	331	199			
親会社株主に帰属する四半期純損益	82	439	672	960	-35	203	3	327	-20	80	-134	221	130			
構成比	1.4%	3.4%	3.4%	3.4%	-0.5%	1.3%	0.0%	1.0%	-0.3%	0.5%	-0.6%	0.7%	1.4%			

四半期業績推移（会計期間）

会計期間	2022.1				2023.1				2024.1				2025.1			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	5,799	7,243	6,752	8,262	6,612	9,099	6,108	9,424	7,809	8,032	6,067	10,161	8,986			
売上原価	4,795	5,807	5,465	6,876	5,607	7,681	5,259	7,861	6,750	6,765	5,266	8,515	7,653			
構成比	82.7%	80.2%	80.9%	83.2%	84.8%	84.4%	86.1%	83.4%	86.4%	84.2%	86.8%	83.8%	85.2%			
売上総利益	1,004	1,435	1,286	1,385	1,005	1,417	849	1,563	1,058	1,267	800	1,646	1,333			
構成比	17.3%	19.8%	19.0%	16.8%	15.2%	15.6%	13.9%	16.6%	13.5%	15.8%	13.2%	16.2%	14.8%			
販売費及び一般管理費	854	875	911	950	1,008	1,018	1,088	1,027	1,038	1,035	1,096	1,070	1,094			
構成比	14.7%	12.1%	13.5%	11.5%	15.2%	11.2%	17.8%	10.9%	13.3%	12.9%	18.1%	10.5%	12.2%			
営業損益	149	560	374	435	-3	399	-239	535	20	231	-295	576	238			
構成比	2.6%	7.7%	5.5%	5.3%	0.0%	4.4%	-3.9%	5.7%	0.3%	2.9%	-4.9%	5.7%	2.7%			
経常損益	119	527	342	393	-42	353	-292	487	-26	184	-326	526	199			
構成比	2.1%	7.3%	5.1%	4.8%	-0.6%	3.9%	-4.8%	5.2%	-0.3%	2.3%	-5.4%	5.2%	2.2%			
税金等調整前四半期純利益	122	527	342	376	-49	353	-292	463	-27	159	-326	526	199			
親会社株主に帰属する四半期純損益	82	357	232	287	-35	239	-200	324	-20	101	-215	356	130			
構成比	1.4%	4.9%	3.4%	3.5%	-0.5%	2.6%	-3.3%	3.4%	-0.3%	1.3%	-3.6%	3.5%	1.4%			

総販売棟数 四半期推移（累計期間）

累計期間		2022.1				2023.1				2024.1				2025.1				
		1Q	1Q~2Q	1Q~3Q	1Q~4Q													
全社	注文住宅販売棟数	56	143	218	329	81	162	216	338	46	121	164	283	61				
	分譲住宅販売棟数	90	204	306	423	104	242	334	444	117	231	322	438	137				
	土地販売区画数	15	23	31	38	7	21	27	69	29	58	90	136	36				
	中古不動産販売棟数	4	5	6	6	0	1	2	3	1	3	4	5	3				
	総販売棟数	165	375	561	796	192	426	579	854	193	413	580	862	237				
東海 エリア	注文住宅販売棟数	49	123	190	285	63	131	175	276	38	101	135	225	46				
	分譲住宅販売棟数	84	194	290	399	98	222	302	401	105	210	289	387	116				
	土地販売区画数	13	19	26	33	7	19	25	66	19	48	80	120	33				
	中古不動産販売棟数	4	5	6	6	0	1	2	3	1	3	4	5	3				
	総販売棟数	150	341	512	723	168	373	504	746	163	362	508	737	198				
首都圏 エリア	注文住宅販売棟数	7	20	28	44	18	31	41	62	8	20	29	58	15				
	分譲住宅販売棟数	6	10	16	24	6	20	32	43	12	21	33	51	21				
	土地販売区画数	2	4	5	5	0	2	2	3	10	10	10	16	3				
	中古不動産販売棟数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	総販売棟数	15	34	49	73	24	53	75	108	30	51	72	125	39				

総販売棟数 四半期推移（会計期間）

会計期間		2022.1				2023.1				2024.1				2025.1				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
全社	注文住宅販売棟数	56	87	75	111	81	81	54	122	46	75	43	119	61				
	分譲住宅販売棟数	90	114	102	117	104	138	92	110	117	114	91	116	137				
	土地販売区画数	15	8	8	7	7	14	6	42	29	29	32	46	36				
	中古不動産販売棟数	4	1	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	3				
	総販売棟数	165	210	186	235	192	234	153	275	193	220	167	282	237				
東海 エリア	注文住宅販売棟数	49	74	67	95	63	68	44	101	38	63	34	90	46				
	分譲住宅販売棟数	84	110	96	109	98	124	80	99	105	105	79	98	116				
	土地販売区画数	13	6	7	7	7	12	6	41	19	29	32	40	33				
	中古不動産販売棟数	4	1	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	3				
	総販売棟数	150	191	171	211	168	205	131	242	163	199	146	229	198				
首都圏 エリア	注文住宅販売棟数	7	13	8	16	18	13	10	21	8	12	9	29	15				
	分譲住宅販売棟数	6	4	6	8	6	14	12	11	12	9	12	18	21				
	土地販売区画数	2	2	1	0	0	2	0	1	10	0	0	6	3				
	中古不動産販売棟数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	総販売棟数	15	19	15	24	24	29	22	33	30	21	21	53	39				

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