



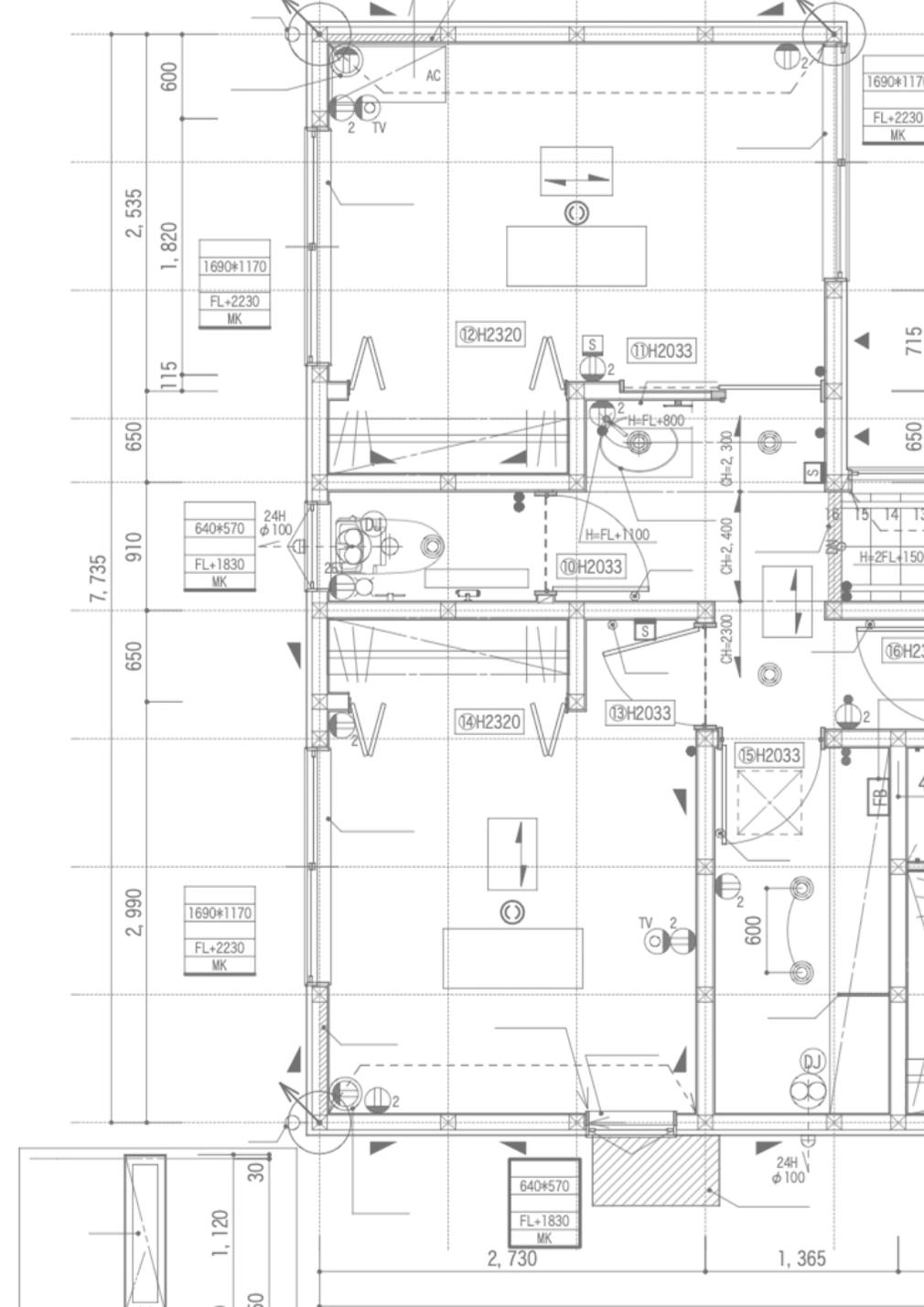
いちから「住。」まで  
**Arr planner**  
group

2025年1月期  
第2四半期決算説明資料

証券コード：2983

株式会社アールプランナー

2024年9月12日



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

## 2025年1月期 第2四半期 連結業績ハイライト

売上高	2Q 過去最高	総販売棟数	2Q 過去最高	営業利益	2Q 過去最高	受注高	2Q 過去最高	総受注棟数	2Q 過去最高
20,267	百万円	523	棟	1,125	百万円	22,781	百万円	594	棟
前年同期比	+27.9%	前年同期比	+26.6%	前年同期比	+346.7%	前年同期比	+23.2%	前年同期比	+14.9%

### TOPICS 1

## 売上高、総販売棟数、営業利益の過去最高を更新

- ✓ 第2四半期としては当社初となる売上高200億円、総販売棟数500棟、営業利益10億円を突破
- ✓ 首都圏エリアの売上高45億円（前期比+67.2%）、総販売棟数82棟（同+60.8%）  
東海エリアの売上高156億円（前期比+19.7%）、総販売棟数441棟（同+21.8%）

### TOPICS 2

## 受注高、総受注棟数も第2四半期の過去最高を更新

- ✓ 前年度より引続き多くの注文をいただいております、第3四半期以降の業績に貢献

### TOPICS 3

## 業績予想上方修正

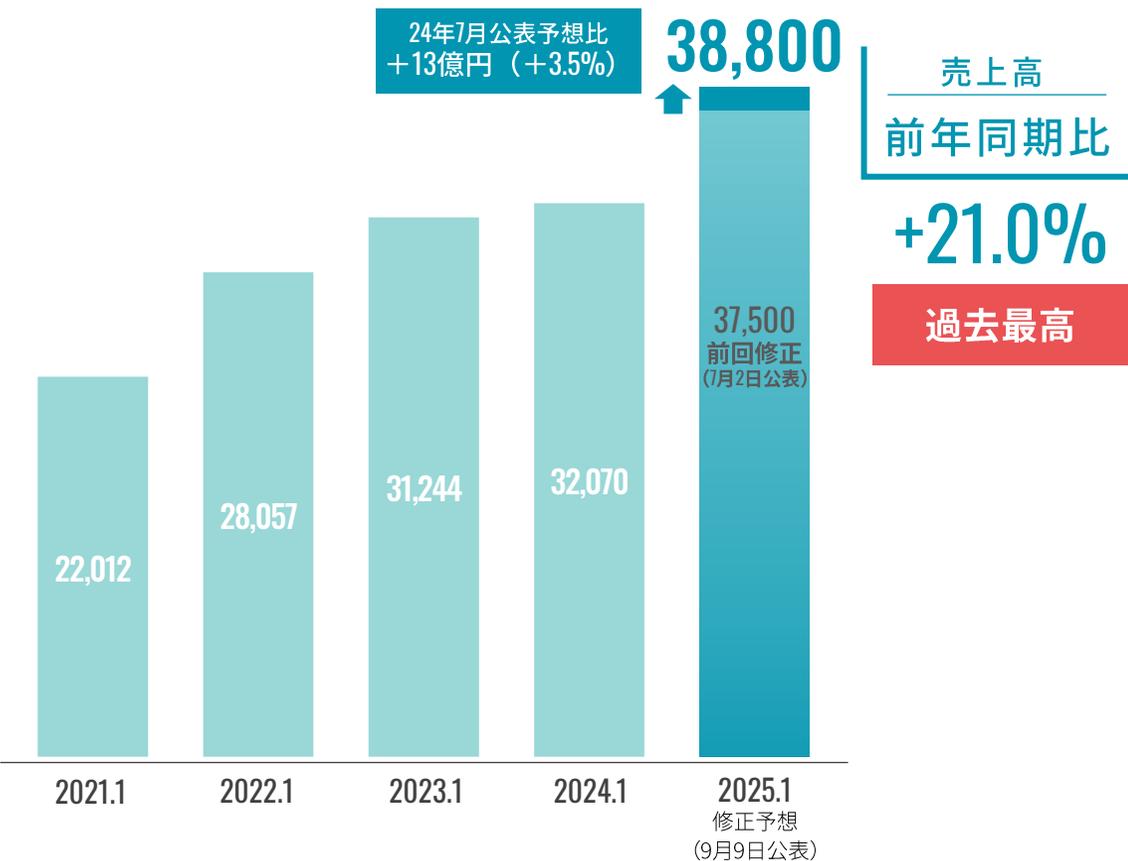
- ✓ 第2四半期までの業績好調と受注増を受けて2025年1月期通期業績予想について、7月2日に続き9月9日に再度上方修正を実施

## 業績予想修正（通期）①

- ・ 2025年1月期通期業績予想について、2024年7月2日に続き2024年9月9日に再度上方修正を実施
- ・ 好調な受注により売上高は前回予想を上回る見通し。また、過去2期はウッドショックや資源高の影響、戸建住宅市場の落ち込みから営業利益が伸び悩んでいたが、当社独自のデジタルマーケティングにより反響及び受注が増加したことに加え、販売価格の見直しと一部原材料価格の値下がり等から、売上総利益以下の各利益も改善の見通し

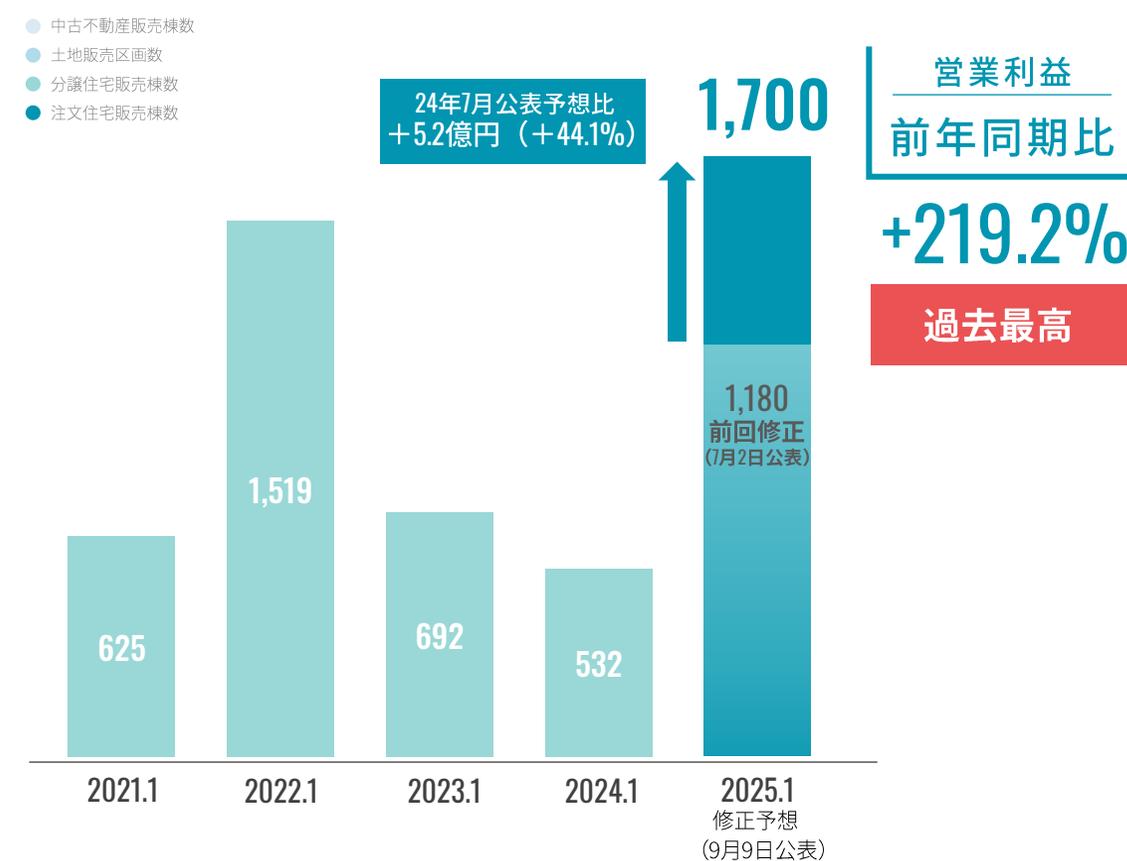
### ① 売上高

(百万円)



### ② 営業利益

(百万円)



## 業績予想修正（通期）②

- ・ 2025年1月期通期業績予想について、2024年7月2日に続き2024年9月9日に再度上方修正を実施
- ・ 好調な受注により売上高は前回予想を上回る見通し。また、販売価格の見直しと一部原材料価格の値下がり等から、売上総利益以下の各利益も改善の見通し

項目	2024年1月期 期末 (①)	構成比	<前回発表予想>		<今回修正予想>			対前回予想比 ※7月2日時点予想との比較
			2025年1月期 連結業績予想 (前回) ※7月2日時点予想	構成比	2025年1月期 連結業績予想 (今回) ※9月9日時点予想	構成比	対前回予想比	
売上高	32,070	100.0%	37,500	100.0%	38,800	100.0%	+ 3.5%	
売上総利益	4,772	14.9%	5,720	15.3%	6,270	16.2%	+ 9.6%	
販売費及び一般管理費	4,240	13.2%	4,540	12.1%	4,570	11.8%	+ 0.7%	
営業利益	532	1.7%	1,180	3.1%	1,700	4.4%	+ 44.1%	
経常利益	357	1.1%	970	2.6%	1,500	3.9%	+ 54.6%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	221	0.7%	650	1.7%	1,000	2.6%	+ 53.8%	
1株当たり 当期純利益	41.37円	—	122.22円	—	187.99円	—	—	

単位：百万円

# 連結損益計算書サマリー (P/L)

- ・ 販売価格の適正化、一部原材料価格の引下げ等により、前年同期比で売上総利益率は+1.9ポイントの改善、売上総利益は1,047百万円の増加
- ・ 前年同期より人員数、拠点数が増加しているものの、コストコントロールにより販管費率は△2.0ポイント改善。その結果、営業利益以下は大幅な増収を達成

単位：百万円

項目	2024年1月期 第2四半期 (①)	構成比	2025年1月期 第2四半期 (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2四半期 (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) ※9月9日時点予想	達成率 (②/③) ※9月9日時点予想との比較	2025年1月期 連結業績予想 (④) ※9月9日時点予想	進捗率 (②/④) ※9月9日時点予想との比較
売上高	15,841	100.0%	<b>20,267</b>	<b>100.0%</b>	<b>+ 27.9%</b>	<b>19,000</b>	<b>106.7%</b>	<b>38,800</b>	<b>52.2%</b>
売上総利益	2,325	14.7%	<b>3,373</b>	<b>16.6%</b>	<b>+ 45.0%</b>	<b>2,850</b>	<b>118.4%</b>	<b>6,270</b>	<b>53.8%</b>
販売費及び一般管理費	2,073	13.1%	<b>2,247</b>	<b>11.1%</b>	<b>+ 8.4%</b>	<b>2,220</b>	<b>101.3%</b>	<b>4,570</b>	<b>49.2%</b>
営業利益	251	1.6%	<b>1,125</b>	<b>5.6%</b>	<b>+ 346.7%</b>	<b>630</b>	<b>178.6%</b>	<b>1,700</b>	<b>66.2%</b>
経常利益	157	1.0%	<b>1,047</b>	<b>5.2%</b>	<b>+ 563.1%</b>	<b>530</b>	<b>197.6%</b>	<b>1,500</b>	<b>69.8%</b>
親会社株主に帰属する 中間純利益	80	0.5%	<b>686</b>	<b>3.4%</b>	<b>+ 751.6%</b>	<b>350</b>	<b>196.2%</b>	<b>1,000</b>	<b>68.7%</b>
1株当たり 中間純利益	15.01円	—	<b>129.16円</b>	—	—	<b>65.84円</b>	—	<b>187.99円</b>	—

## 事業セグメント別売上実績の内訳

- ・事業セグメント別の売上構成比率は前年同期と大きく変わらないものの、販売単価の大きな「分譲住宅（建物＋土地）」の販売棟数が増加したことで、全体の売上高の押し上げに貢献

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2四半期 (①)	構成比	2025年1月期 第2四半期 (②)	構成比	増減率(前年同期比) (②/①)
	注文住宅	3,302	20.9%	4,218	20.8%	+ 27.7%
	(建物＋土地)	9,669	61.0%	12,894	63.6%	+ 33.4%
戸建住宅事業	分譲住宅	1,949	12.3%	2,305	11.4%	+ 18.2%
	(土地のみ)	339	2.2%	407	2.0%	+ 20.0%
	不動産仲介	212	1.3%	264	1.3%	+ 24.5%
中古再生・収益不動産事業	中古再生・収益不動産	351	2.2%	152	0.8%	△56.5%
その他	その他	16	0.1%	23	0.1%	+ 44.5%
	合計	15,841	100.0%	20,267	100.0%	+ 27.9%

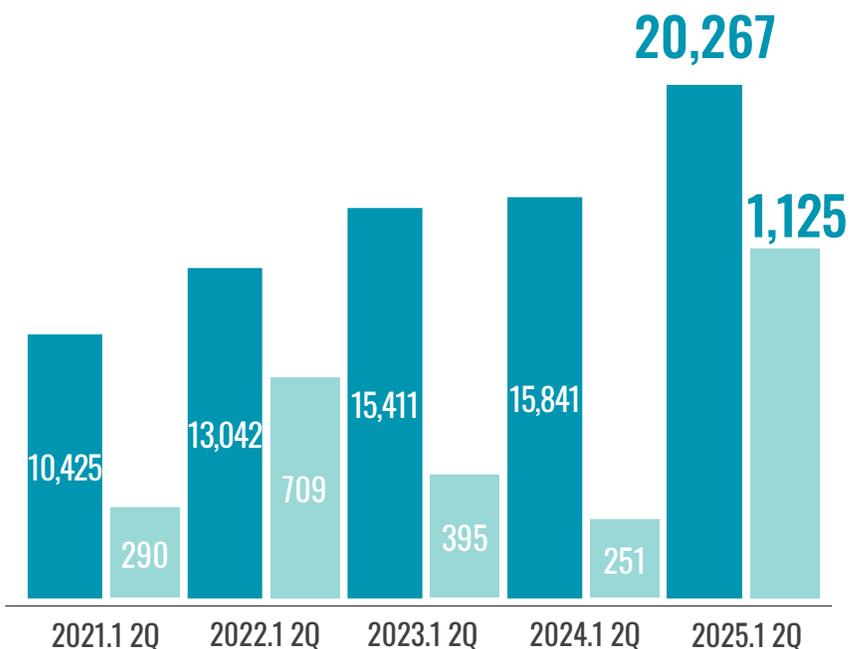
## 第2四半期業績推移

- 前期及び今期の受注が好調なことから、第2四半期としては当社初となる連結売上高200億円、総販売棟数500棟を突破
- 注文住宅の販売棟数は2022年1月期水準に回復。分譲住宅の販売棟数が前年同期比+69棟と大きく増加したことで、総販売棟数では過去最高を更新

### 売上高・営業利益

(百万円)

- 売上高
- 営業利益



売上高  
前年同期比

+27.9%

2Q 過去最高

営業利益  
前年同期比

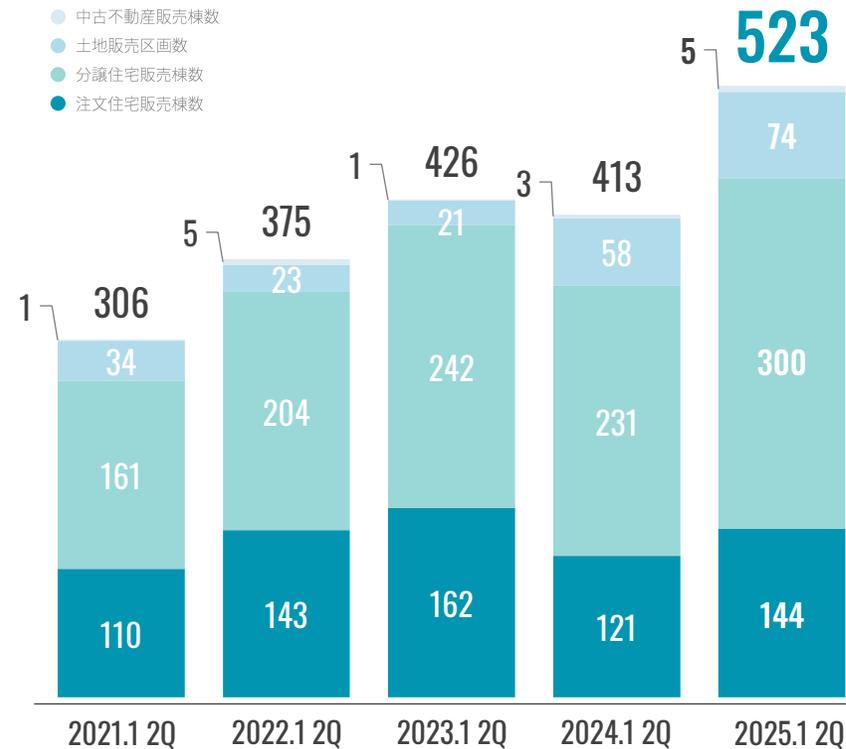
+346.7%

2Q 過去最高

### 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



総販売棟数  
前年同期比

+26.6%

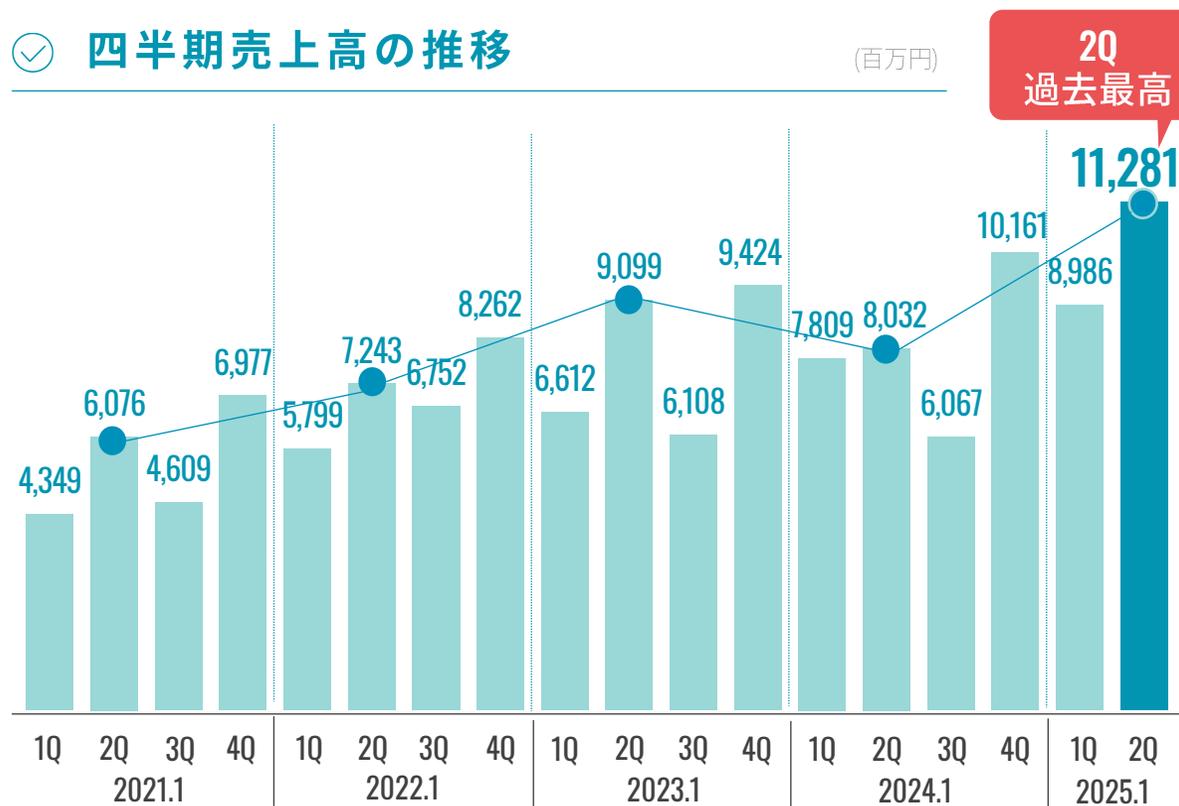
2Q 過去最高

## 四半期業績推移

- ・新TVCMリリースを含むブランディング施策とSNSや動画コンテンツ活用等によるデジタルマーケティング強化に積極的に取り組んだ結果、集客力、反響数と成約率が大きく改善。
- ・原価率上昇の影響により前期まで四半期営業損益が一時的に低迷したものの、投資効果による売上高増と売上総利益改善により四半期営業損益は回復

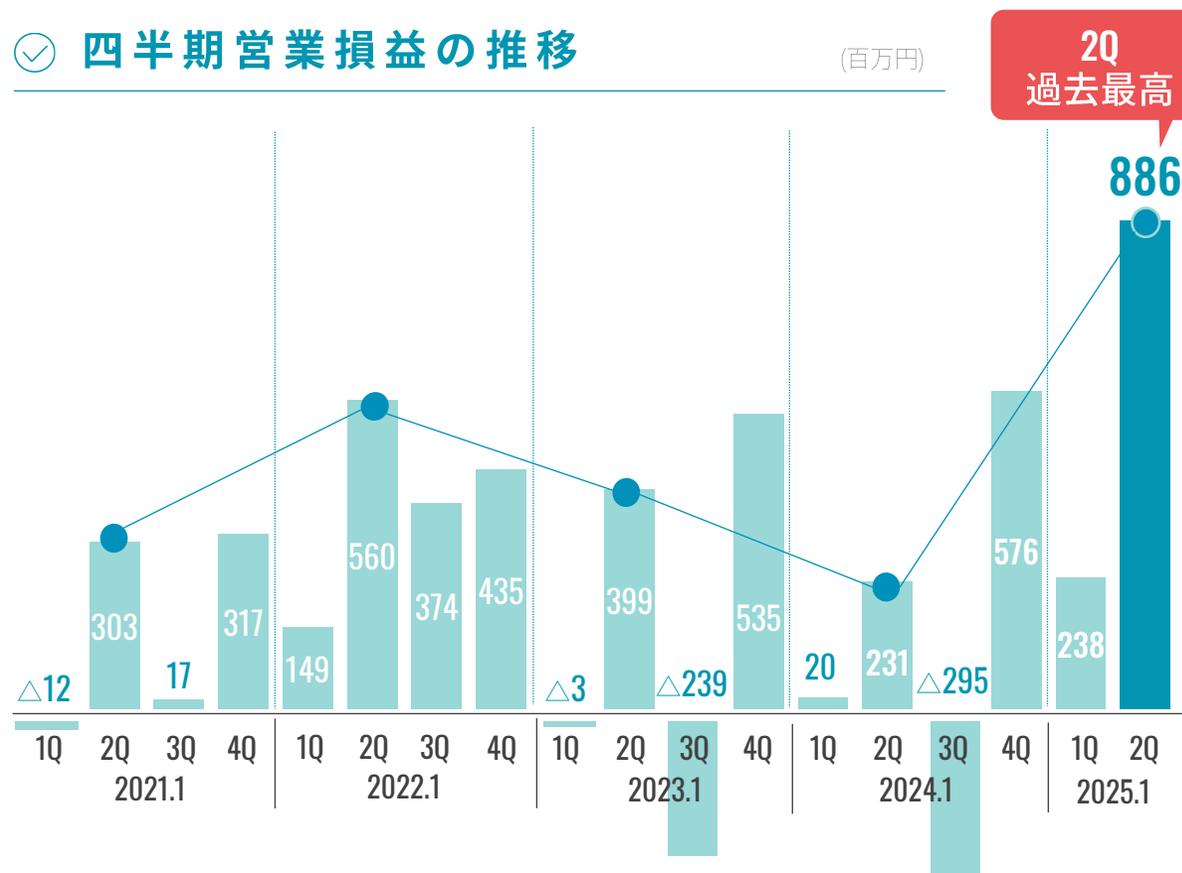
### 四半期売上高の推移

(百万円)



### 四半期営業損益の推移

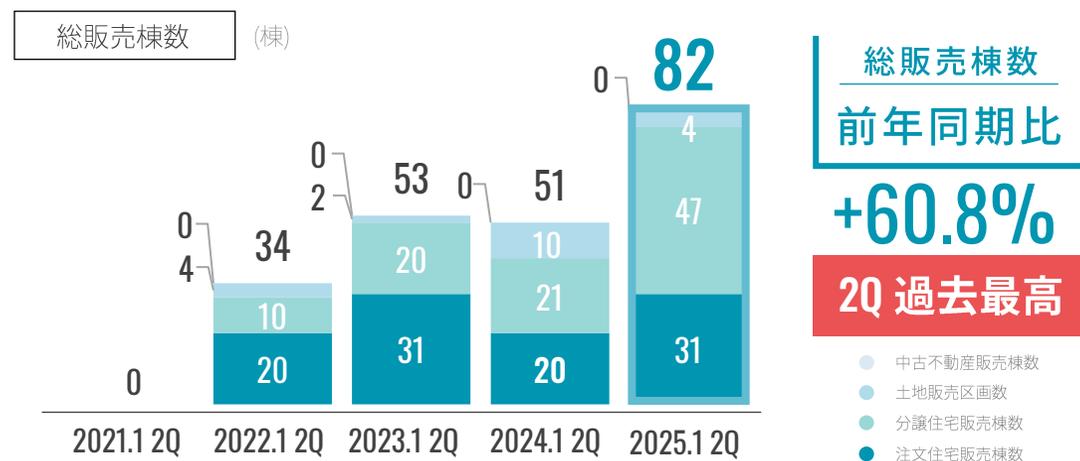
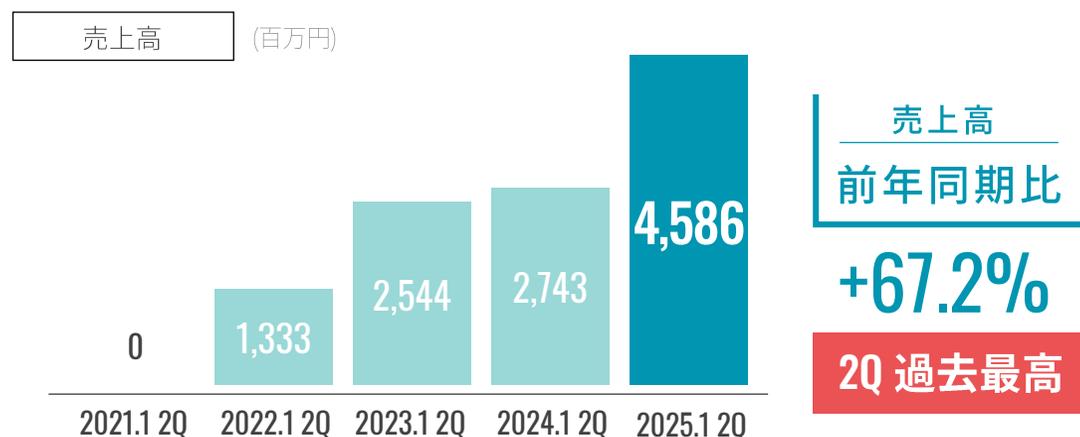
(百万円)



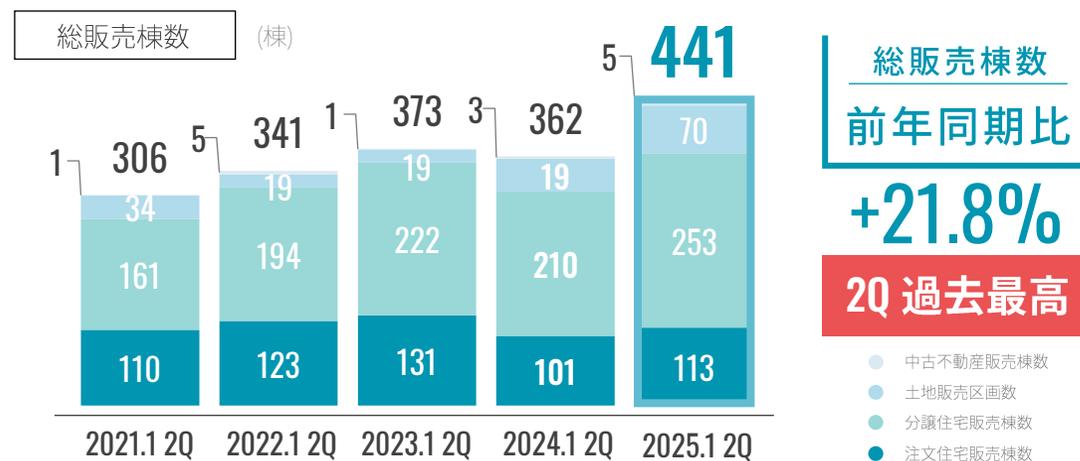
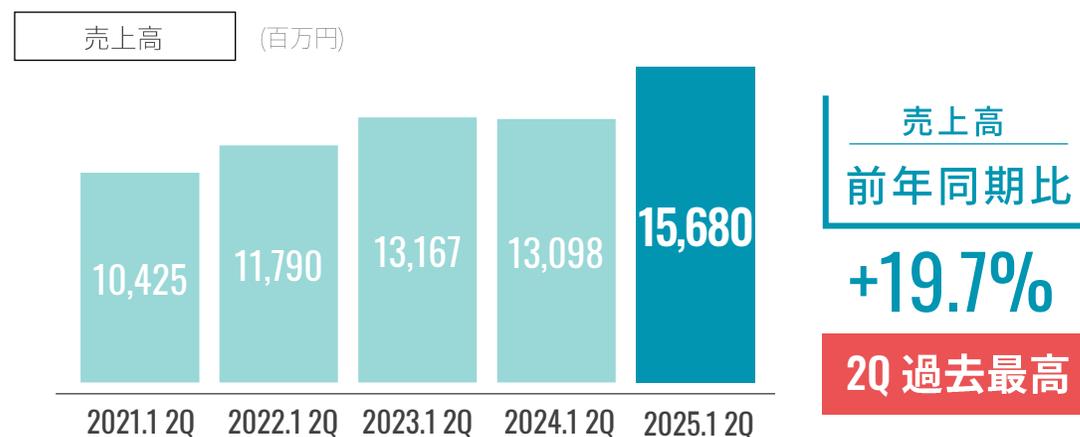
# エリア別売上高及び総販売棟数推移

- ・首都圏エリアは分譲住宅の販売が大きく伸びて売上高が前第2四半期対比+67.2%と大きく増加
- ・東海エリアも売上高が150億円、総販売棟数が400棟を突破

## ☑ 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

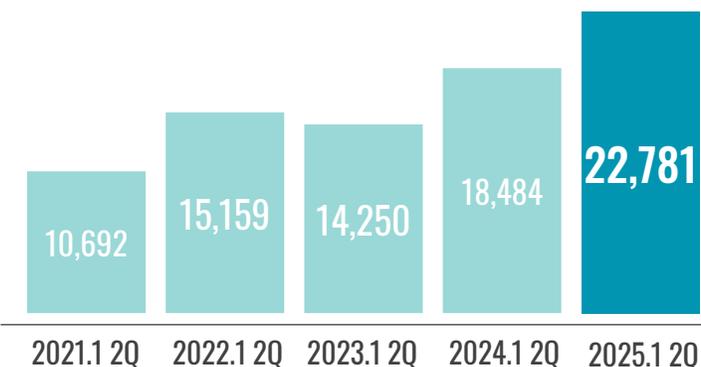


## 受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

- ・ 第1四半期に続き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と棚卸資産も順調に増加しており、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

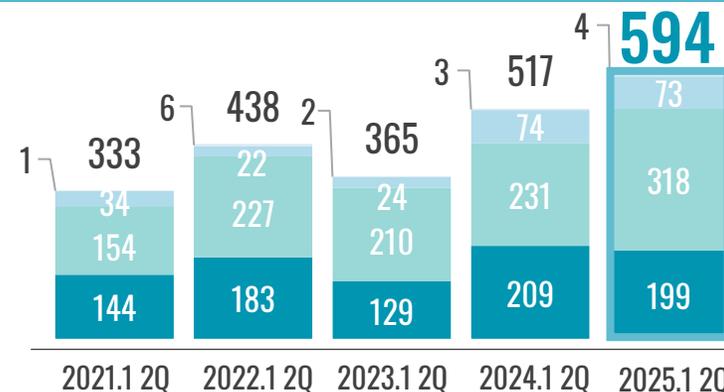
**+23.2%**

**2Q 過去最高**

### 総受注棟数

● 中古不動産受注棟数 ● 分譲住宅受注棟数  
● 土地受注棟数 ● 注文住宅受注棟数

(棟)



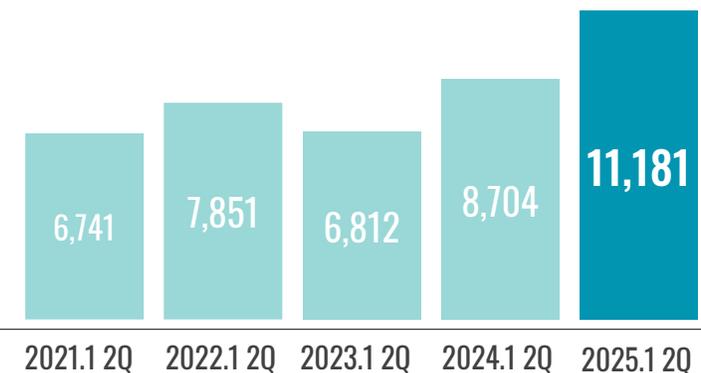
総受注棟数  
前年同期比

**+14.9%**

**2Q 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

**+28.5%**

**2Q 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

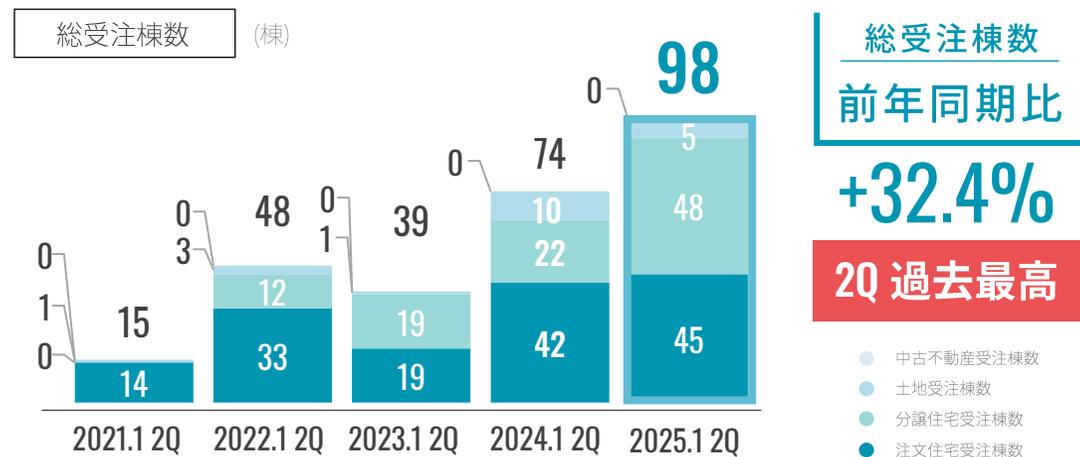
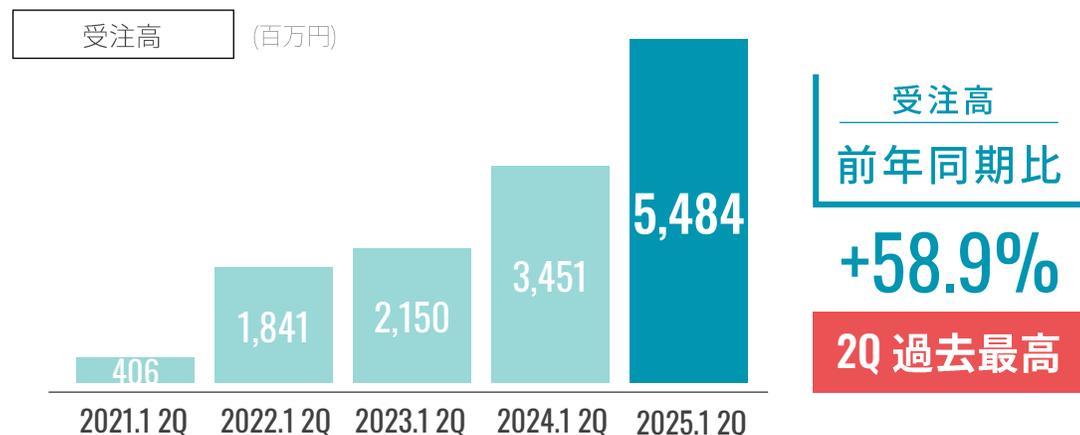
**+8.4%**

**2Q 過去最高**

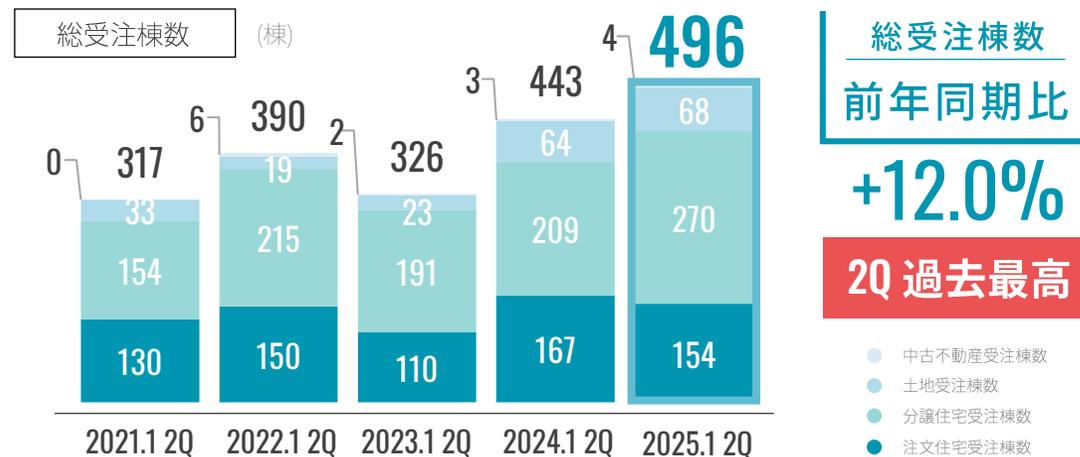
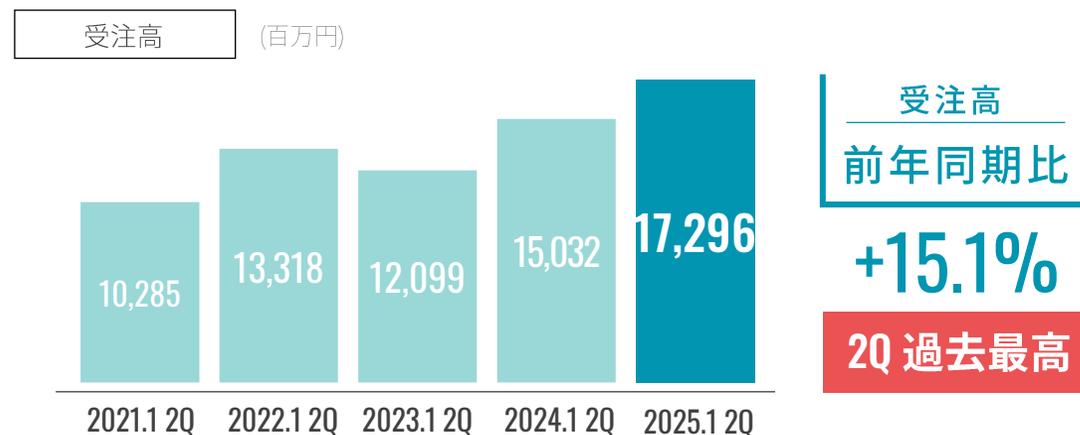
# エリア別受注高及び総受注棟数推移

- ・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+58.9%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2四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)

- ・分譲住宅の販売・引渡しが進み、「棚卸資産」と「短期借入金」及び「長期借入金」が減少
- ・注文住宅の受注増により「その他流動負債」のうち前受金が増加
- ・第2四半期までの業績により、自己資本比率が過去最高に

※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2四半期(②)	増減額 (②－①)	項目	2024年1月期末(①)	2025年1月期 第2四半期(②)	増減額 (②－①)
流動資産	23,513	<b>24,075</b>	<b>+ 562</b>	流動負債	15,860	<b>16,541</b>	<b>+ 681</b>
現金及び預金	3,389	<b>4,195</b>	<b>+ 805</b>	短期借入金・1年内 返済予定の長期借入金	11,145	<b>10,884</b>	<b>△ 260</b>
棚卸資産	19,472	<b>19,087</b>	<b>△ 385</b>	その他流動負債	4,715	<b>5,656</b>	<b>+ 941</b>
その他流動資産	650	<b>792</b>	<b>+ 141</b>	固定負債	5,188	<b>4,422</b>	<b>△ 766</b>
固定資産	1,891	<b>1,882</b>	<b>△ 8</b>	長期借入金	4,854	<b>4,118</b>	<b>△ 736</b>
資産合計	25,404	<b>25,957</b>	<b>+ 553</b>	その他固定負債	333	<b>303</b>	<b>△ 29</b>
				負債合計	21,048	<b>20,963</b>	<b>△ 85</b>
				純資産合計	4,355	<b>4,994</b>	<b>+ 638</b>
				負債・純資産合計	25,404	<b>25,957</b>	<b>+ 553</b>

財務指標	2024年1月期末(①)		2025年1月期第2四半期(②)		増減(②-①)
	自己資本比率	17.1%	19.2%	+ 2.1pt	
	ネットD/Eレシオ	2.9倍	2.2倍	△ 0.7倍	

※ネットD/Eレシオ：(有利子負債－現金及び預金)/自己資本

## 連結キャッシュ・フロー計算書サマリー (C/F)

- 受注・販売増を反映して、税金等調整前中間純利益の計上、棚卸資産の減少、前受金の増加により営業活動によるキャッシュ・フローはプラス

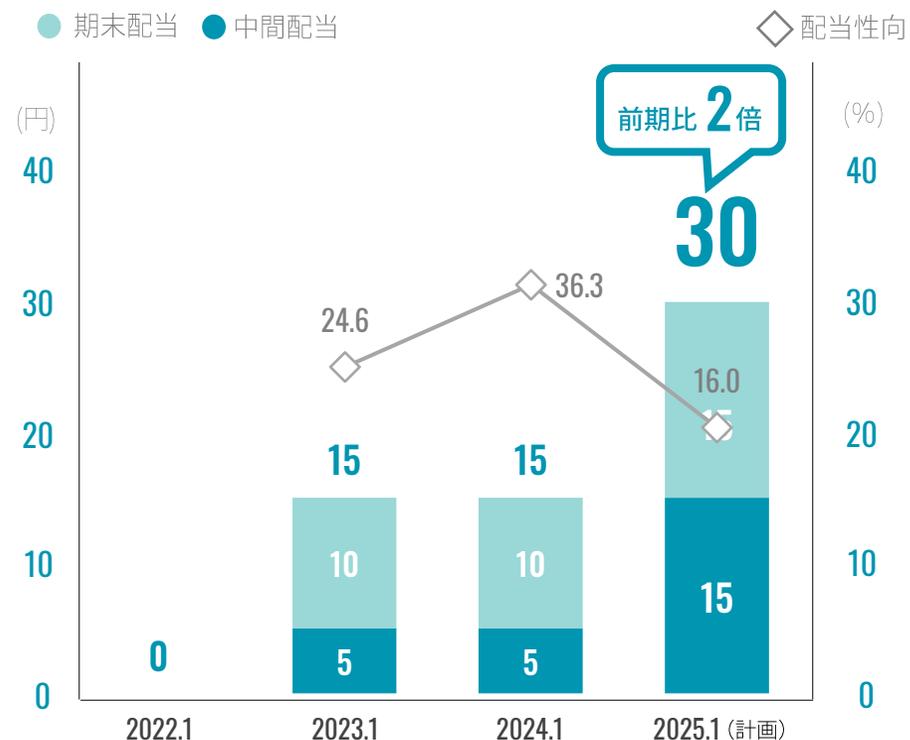
単位：百万円

項目	2024年1月期 第2四半期(①)	2025年1月期 第2四半期(②)	主な要因等
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,440	<b>1,924</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>税金等調整前当期純利益の計上</li> <li>棚卸資産の減少</li> <li>前受金の増加</li> </ul>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△75	△16	<ul style="list-style-type: none"> <li>有形固定資産の取得による支出</li> </ul>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△864	△1,102	<ul style="list-style-type: none"> <li>借入金の返済による支出</li> </ul>
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	500	<b>805</b>	
現金及び現金同等物の期首残高	2,793	<b>3,206</b>	
現金及び現金同等物の期末残高	3,294	<b>4,011</b>	

## 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
- ・ 2024年7月2日に年間配当予想額を前期の2倍となる1株当たり30円に増配。9月9日業績予想では配当予想は据え置き

	(参考値) 2024年1月期実績	2025年1月期予想 (3月15日時点)	2025年1月期予想 (7月2日修正)
1株当たり当期純利益	41.37円	80.91円	<b>187.99円</b>
1株当たり年間配当金	15.00円	15.00円	<b>30.00円</b>
うち中間配当金	5.00円	5.00円	<b>15.00円</b>
配当性向	36.3%	18.5%	<b>16.0%</b>



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)



## 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
- ・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

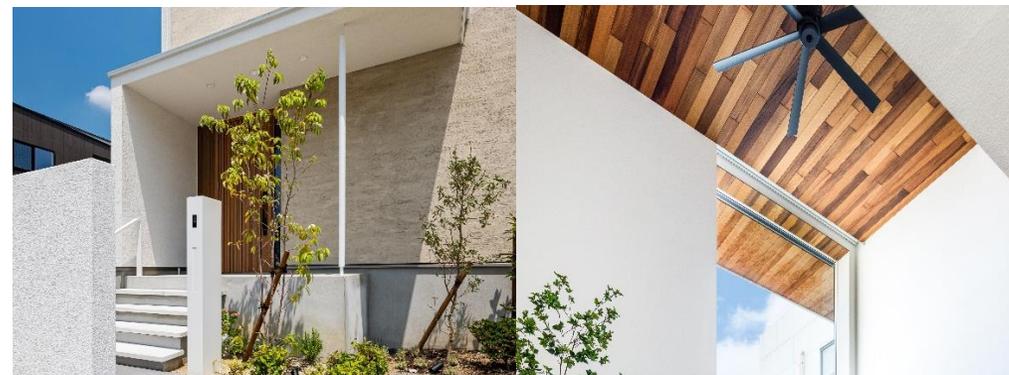
「緑区上旭の家」（名古屋市緑区）  
「国分寺恋ヶ窪の家」（東京都国分寺市）

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

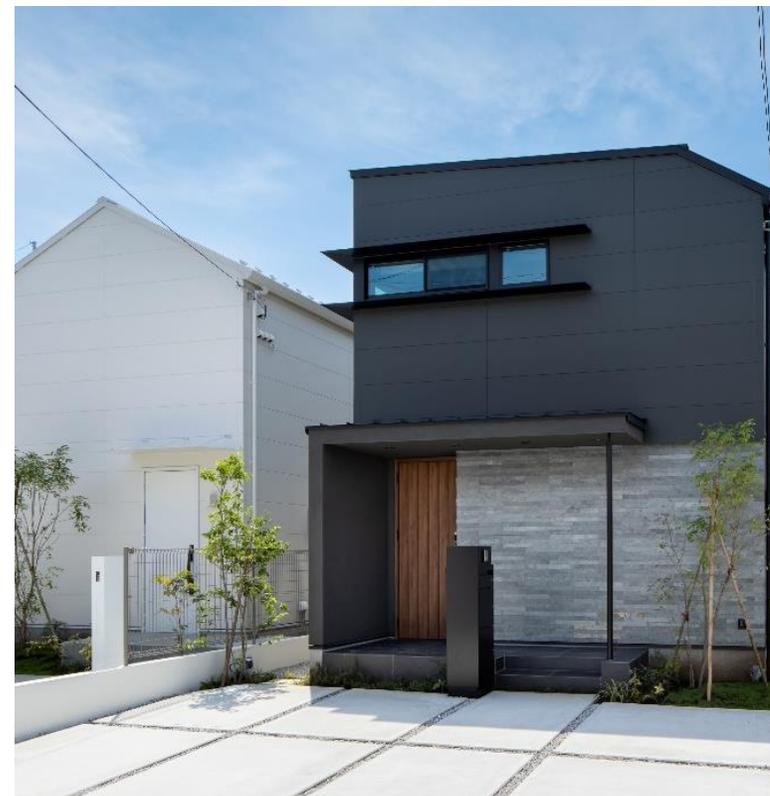
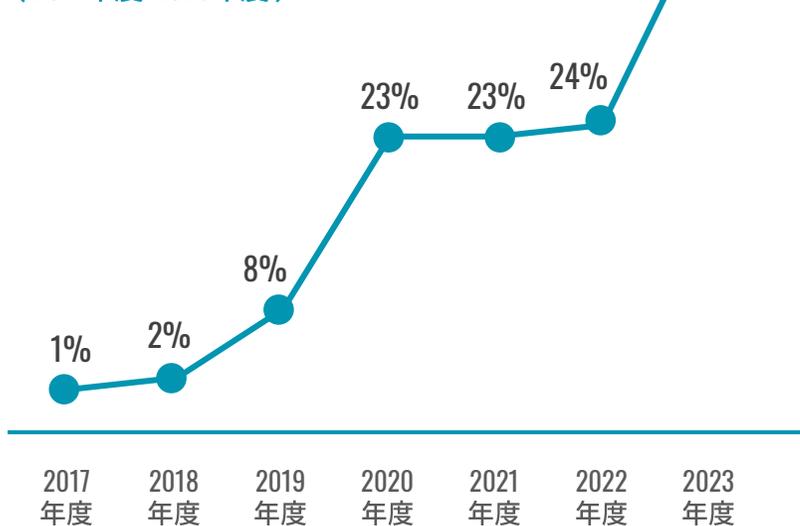
## 脱炭素社会の実現に向けて戸建住宅の省エネ対策を強化

- 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)



## 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/>

## 山崎育三郎さん出演の会社紹介動画を公開

- TVCM第2弾に続き、当社アンバサダーの山崎育三郎さんによるアールプランナー会社紹介動画を公開
- アールプランナーグループ紹介、アールギャラリー紹介、アールギャラリー展示場紹介の3部構成でアールプランナー公式YouTubeチャンネルにて公開



当社グループの活動を広く伝えるものとなっており、  
認知度向上とブランディング強化に活用してまいります。

- ☑ アールプランナーグループ紹介動画  
<https://youtu.be/lb74yXBIJg>
- ☑ アールギャラリー紹介動画  
<https://youtu.be/1hLQiZgLw1l>
- ☑ アールギャラリー展示場紹介動画  
<https://youtu.be/bqUQCAtKW-w>

※当社ホームページのTOPページからもアクセスできます（<https://www.arrplanner.co.jp/>）

## 採用情報サイトをリニューアル

- ・ 事業拡大に伴う採用強化に向けて、採用情報サイトを大幅にリニューアル

当社にご興味をお持ちいただいた方々に対し、  
より分かりやすく情報を提供するために、  
採用情報サイトのデザインおよびコンテンツを一新



④ アールプランナー採用情報サイト  
<https://www.arrplanner.co.jp/recruit/>

### <社員インタビューの掲載強化>

職種・部門ごとに社員インタビューを掲載し、働く魅力や実際の業務内容、キャリアパスなどを詳しく紹介しております。（随時コンテンツ追加予定）

### <新卒向け採用イベント情報の掲載>

当社の業務内容や魅力をより一層感じていただくための、インターンシップや仕事体験の情報を掲載いたしました。



## 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

1. 2025年1月期 第2四半期 決算概要

2. 当期の取り組み

 3. Appendix

## 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 / 368名（連結） ※2024年7月末現在

資 本 金 / 397,395千円 ※2024年7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

### 3. Appendix

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

## 事業の特長と強み

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



デザイン性が高く使い勝手の良い住宅

## デザイン・設計力

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

## 分譲住宅の特徴

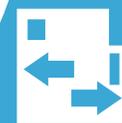
分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します



適正な価格で提供

## 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



高断熱、制振の高い性能を装備

## 高性能・高品質

吹付断熱による高気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

# 1. 商品力の3つの強み① デザイン・設計力

## デザイン性が高く使い勝手の良い住宅

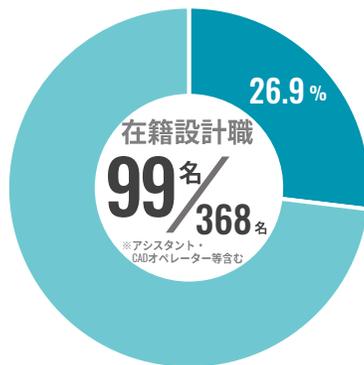
専属設計士が一邸一邸を担当し、より満足度の高い工夫やアイデアをご提案。住まいづくりのプロが一丸となり、美しいデザインと豊かな暮らしを実現します

### 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7月31日現在



## 1. 商品力の3つの強み② 高性能・高品質

### 高断熱、制振の高い性能を装備

設計、施工、アフターサービスのスペシャリストが連携し、期待を超える品質を実現。木材の魅力と先進技術を融合し、断熱性に優れ、地震にも強い快適で安心な長持ちする家を作り上げます

耐震  
制振

構造  
計算

断熱

アフター  
サポート

CO2  
削減



## 1. 商品力の3つの強み③ 適正価格

### 適正な価格で提供

設計から施行管理まで社内一貫体制で、土地探しから資金計画・設計・施工・エクステリアに至るまでトータルプロデュース。工夫を重ね、現実的なコスト設定で、上質な家づくりを可能にします



## 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

### ① デジタルマーケティング・ブランディング

#### 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

注文住宅



<https://www.arrgallery.jp/>

分譲住宅・土地



<https://www.arrplanner-fudosan.co.jp/>

#### SNS



### ② Web反響率



82.3%

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

- 事業の特長と強み
- ① • 成長戦略
- 2033年ビジョン
- 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

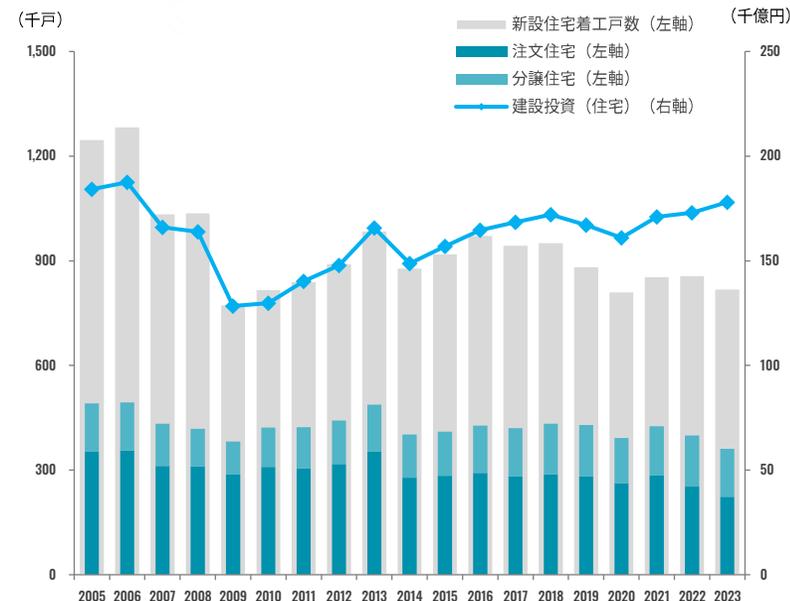
**12兆円**※

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

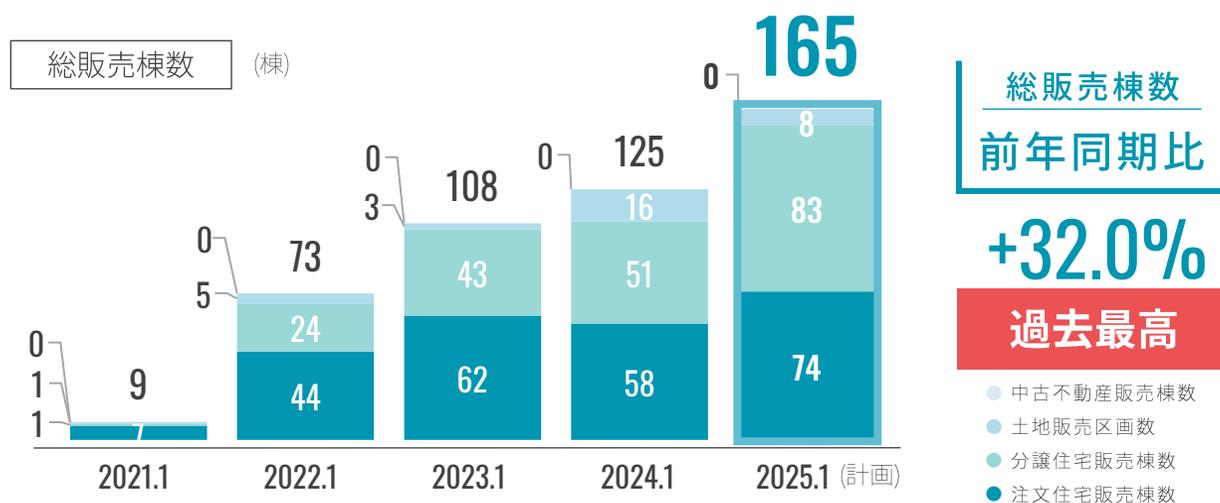
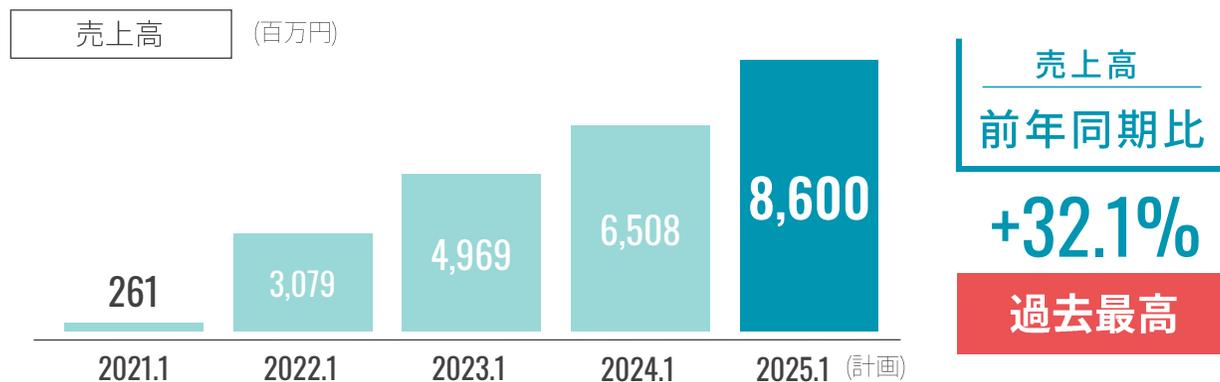


出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和5年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表  
②国土交通省『令和5年度（2023年度）建設投資見通し』  
注：新設住宅着工戸数及び（内訳）戸建は出所①より、建築投資（住宅）は出所②より作成

# 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)



アールギャラリー立川展示場



アールギャラリー武蔵野展示場

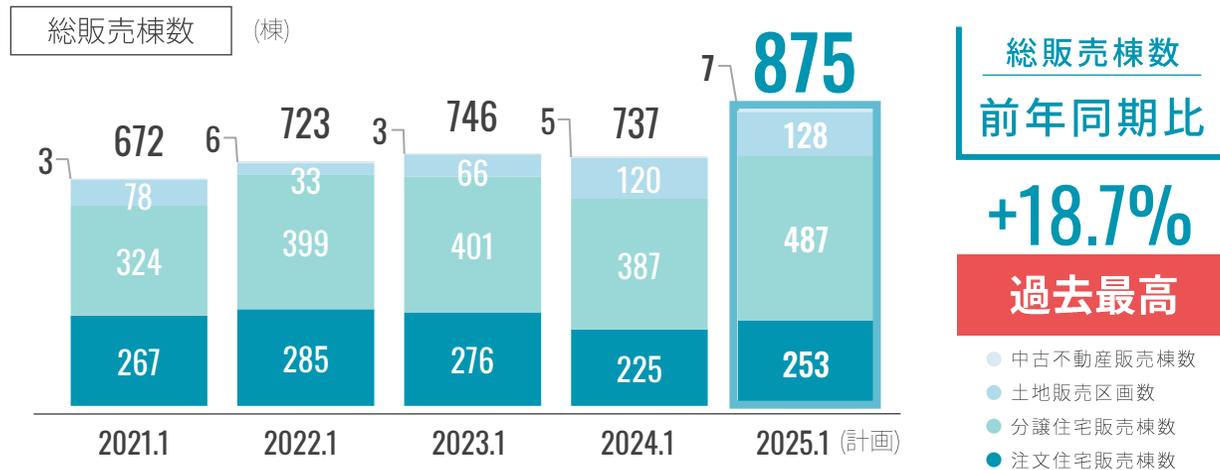
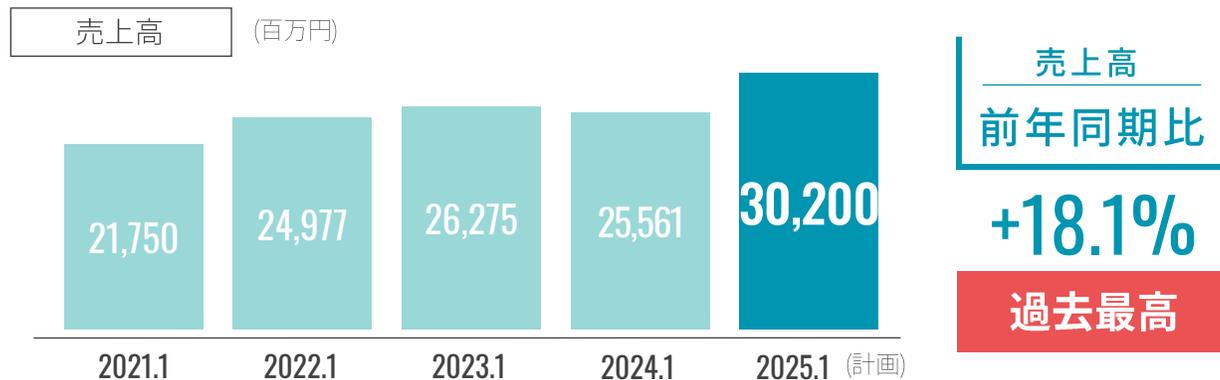


アールギャラリー小金井・府中展示場

## 2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

・ 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)



アールギャラリー  
とよた平屋展示場



アールギャラリー  
岡崎西展示場



アールギャラリー  
小牧展示場

## 3. デジタルマーケティング・ブランディングの強化

- TVCMの活用と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りつつ、関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける

### 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・建て替え・売却・買取**

将来への保証と安心を確保する  
**火災保険**

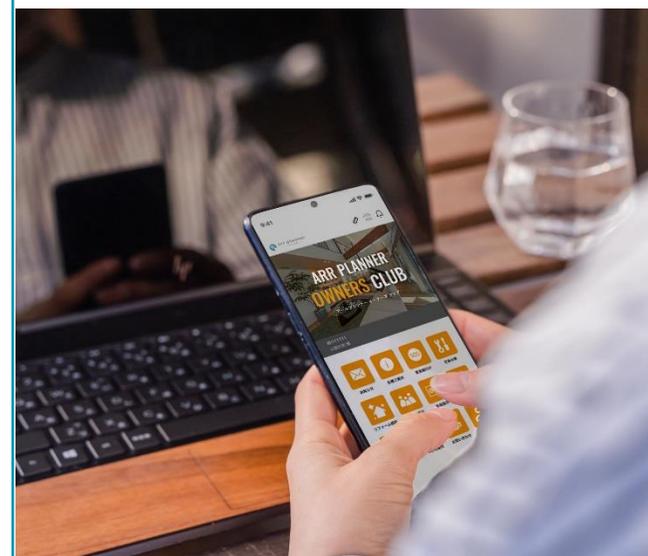
充実と安心の  
**アフターメンテナンス**

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  
**その他のサービス**

### ☑ 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

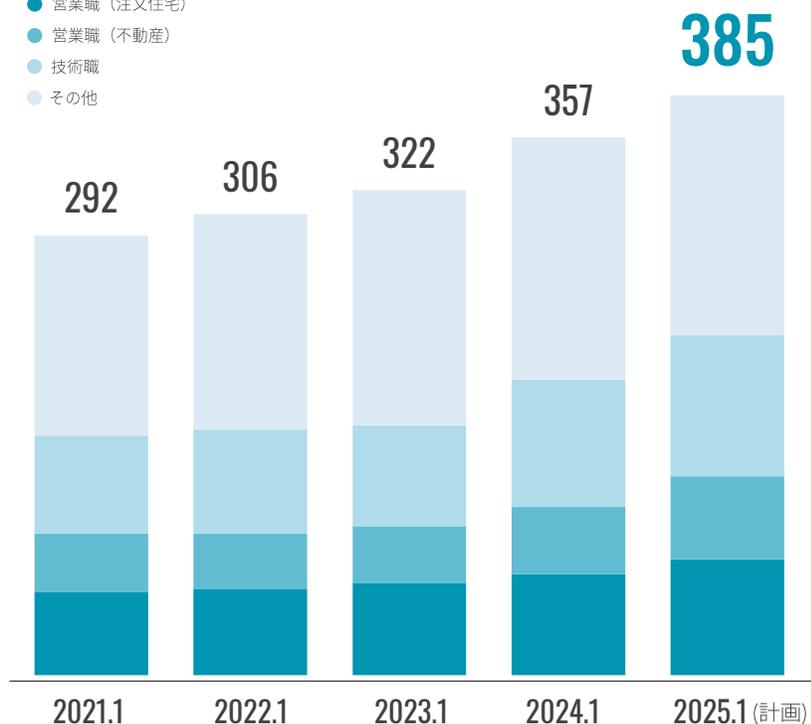
## 5.人財採用・育成の強化

・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	トーテックアメニティ
	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

### 3. Appendix

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

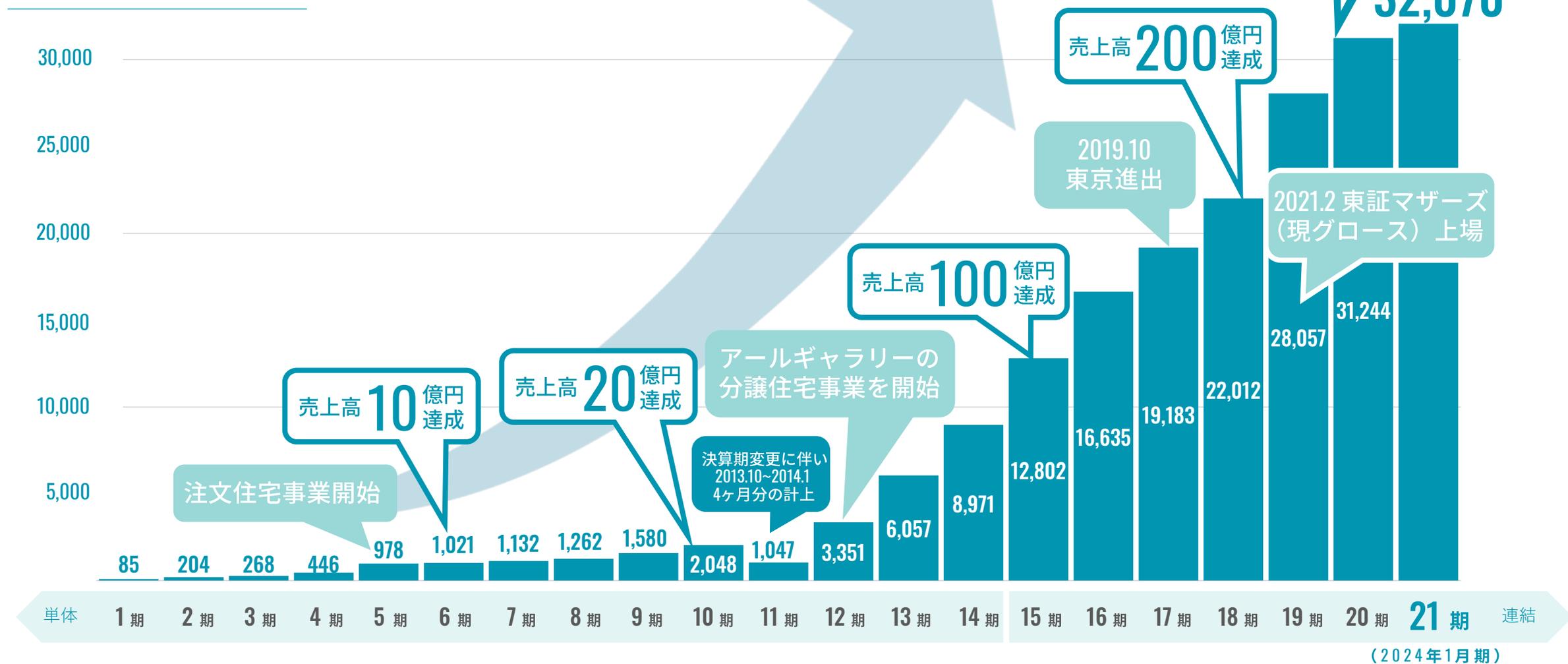
2033年ビジョン

売上高1,000億円

## 21期までの売上推移

### 売上高

(百万円)



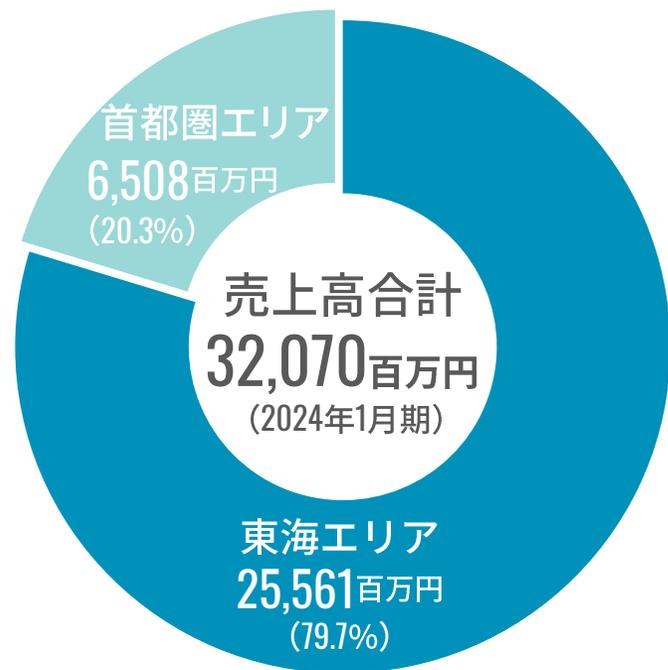
## 2033年ビジョン

- ・ 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

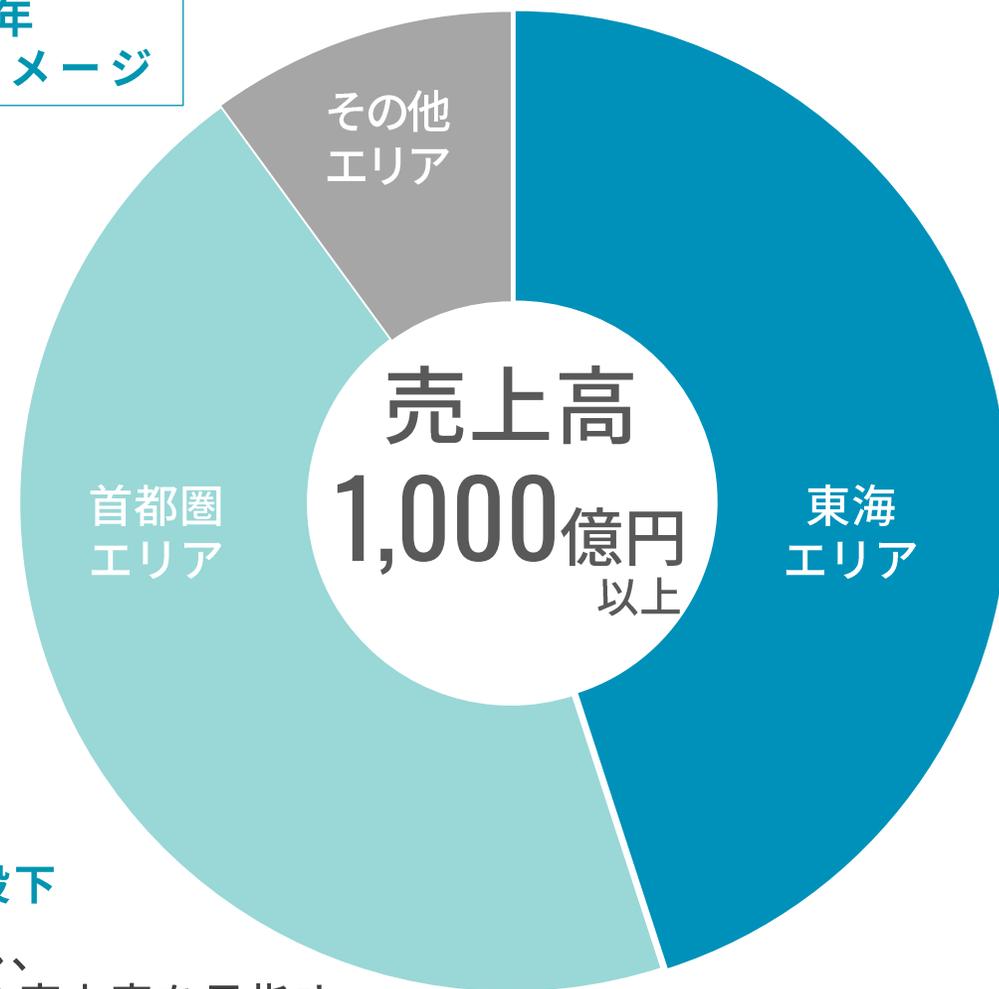


## 売上高1,000億円に向けた売上構成イメージ

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

デザイン力・コスト競争力の強化

2

最新技術とトレンドを取り入れた先進住宅の提供

3

好立地案件の提供による収益性向上

4

人的投資による経営力強化

5

ESG経営の推進

### 3. Appendix

- 事業の特長と強み
- 成長戦略
- 2033年ビジョン
- 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	20,267		
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	16,894		
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%	83.4%		
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	3,373		
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%	16.6%		
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	2,247		
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%	11.1%		
営業損益	149	709	1,084	1,519	-3	395	156	692	20	251	-43	532	238	1,125		
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%	5.6%		
経常損益	119	646	989	1,383	-42	311	18	506	-26	157	-168	357	199	1,047		
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%	5.2%		
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	1,047		
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	686		
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%	3.4%		

## 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	11,281		
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	9,241		
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%	81.9%		
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	2,039		
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%	18.1%		
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	1,153		
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%	10.2%		
営業損益	149	560	374	435	-3	399	-239	535	20	231	-295	576	238	886		
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%	7.9%		
経常損益	119	527	342	393	-42	353	-292	487	-26	184	-326	526	199	848		
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%	7.5%		
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	848		
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	556		
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%	4.9%		

# 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	144		
	分譲住宅販売棟数	90	204	306	423	104	242	334	444	117	231	322	438	137	300		
	土地販売区画数	15	23	31	38	7	21	27	69	29	58	90	136	36	74		
	中古不動産販売棟数	4	5	6	6	0	1	2	3	1	3	4	5	3	5		
	総販売棟数	165	375	561	796	192	426	579	854	193	413	580	862	237	523		
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	113		
	分譲住宅販売棟数	84	194	290	399	98	222	302	401	105	210	289	387	116	253		
	土地販売区画数	13	19	26	33	7	19	25	66	19	48	80	120	33	70		
	中古不動産販売棟数	4	5	6	6	0	1	2	3	1	3	4	5	3	5		
	総販売棟数	150	341	512	723	168	373	504	746	163	362	508	737	198	441		
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	31		
	分譲住宅販売棟数	6	10	16	24	6	20	32	43	12	21	33	51	21	47		
	土地販売区画数	2	4	5	5	0	2	2	3	10	10	10	16	3	4		
	中古不動産販売棟数	0	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	82		

## 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	83		
	分譲住宅販売棟数	90	114	102	117	104	138	92	110	117	114	91	116	137	163		
	土地販売区画数	15	8	8	7	7	14	6	42	29	29	32	46	36	38		
	中古不動産販売棟数	4	1	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	3	2		
	総販売棟数	165	210	186	235	192	234	153	275	193	220	167	282	237	286		
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	52		
	分譲住宅販売棟数	84	110	96	109	98	124	80	99	105	105	79	98	116	116		
	土地販売区画数	13	6	7	7	7	12	6	41	19	29	32	40	33	34		
	中古不動産販売棟数	4	1	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	3	2		
	総販売棟数	150	191	171	211	168	205	131	242	163	199	146	229	198	204		
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	16		
	分譲住宅販売棟数	6	4	6	8	6	14	12	11	12	9	12	18	21	26		
	土地販売区画数	2	2	1	0	0	2	0	1	10	0	0	6	3	1		
	中古不動産販売棟数	0	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	43		

## 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