



平成 28 年 5 月 6 日

各 位

会 社 名 アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社
代表者名 代表取締役社長 丸 山 雄 平
(コード番号：6085 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取締役 管理本部所管 長 尾 康 三
(TEL. 06-6363-5701)

業績予想の修正及び繰延税金資産の取崩しに関するお知らせ

当社は、平成 27 年 11 月 6 日に公表いたしました平成 28 年 3 月期通期業績予想を下記のとおり修正いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 業績予想の修正について

(1) 平成 28 年 3 月期通期業績予想数値の修正（平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	百万円 1,450	百万円 15	百万円 15	百万円 Δ5	円 銭 Δ3.17
今回修正予想 (B)	1,279	Δ90	Δ90	Δ121	Δ76.56
増 減 額 (B-A)	Δ171	Δ105	Δ105	Δ116	—
増 減 率 (%)	Δ11.7	—	—	—	—
(ご参考) 前期通期実績 (平成27年3月期)	1,451	74	90	28	18.49

(2) 修正の理由

当社業績の先行指標の一つであるアカデミー会員の獲得数は、2013 年度 4,356 件（前年同期比 92.6%）、2014 年度 6,301 件（前年同期比 144.6%）、2015 年度 7,266 件（前年同期比 115.3%）と順調に増加してまいりました。一方、当社 ASJ 建築家ネットワーク事業において、対象となる建設会社は、一般的に土木工事・住宅建設を事業内容とする総合建設業者と住宅建設を専業とする建設業者とに大別されます。当該建設会社の事業環境が当社事業に与える影響として、前者においては公共工事やハウスメーカー等の建設受注が比較的好調であったため、建築家との家づくりを自社の事業として取り込む差し迫った理由が乏しく、当社事業への参画見送りや経営資源の配分を低下させる傾向にありました。後者においては、当社事業を自社の差別化戦略と捉えつつも、価格帯ボリュームゾーンにおいて、建設資材や人件費の高騰などにより価格調整が難航し、会員の期待に応えられないケースも生じておりました。

このような事業環境のもと、当社は新規会員獲得から工事請負契約に至るビジネスプロセスをステージごとに見直し、会員獲得数の増加、各ステージの歩留まりの改善・リードタイムの短縮に向けた以下の取り組みを定着させることで、設計契約・工事請負契約の成約率を高め、平成 27 年 11 月 6 日に公表いたしました平成 28 年 3 月期通期業績予想の達成に向け注力してまいりました。

会員獲得・プランニングコース利用促進及び新規営業体制について

WEB 媒体による新規会員獲得チャンネルにおいて、建築家との家づくりの訴求に、より一層努めるとともに、本部のコールセンターから会員へ直接アプローチすることで、イベント会場への来場・プランニングコースの利用促進を図ってまいりました。また、プランニングコース利用中の会員へのサポートにあたっては、従来加盟スタジオの当社事業担当マネージャーを介しての間接的なサポートにとどまっておりましたが、より手厚い会員サポートにより顧客満足を高めることで成約率の改善を行うために、直営業部門を新設しサービスの向上に努めました。

下期計画立案にあたって、当初 WEB 媒体で獲得した会員のプランニングコースへの移行率及びリードタイムは、イベントで対面獲得した会員に比べ下回ることを想定しており、また、工事請負契約の成約は見込んでおりませんでした。利用実績、移行率とも下期予想を上回り、最終的に 8 件の工事請負契約を成約したことで一定の成果を創出しましたが、新規会員獲得数が予想を下回ったことでプランニングコース全体の利用増には至りませんでした。

設計契約・工事請負契約締結促進について

プランニングコースにおける差別化戦略として、従来型の登録建築家 1 名の提案から 2 名による同時提案「プランニングコース DUAL」の定着を推し進め、会員の選択肢を増やす一方で、提案採択のスピードと質を向上させることで、設計契約に至る成約率改善・リードタイム短縮に取り組みました。また、本部による建設資材の集中購買やパッケージ化による加盟スタジオの仕入コスト削減施策により、加盟スタジオから会員へ価格競争力のある見積もりの提示促進に努めました。

これらにより、「プランニングコース DUAL」は 79 件のプランニングコースで利用され、従来型のプランニングコースが長期化傾向にあるなか、リードタイムの短縮に寄与し、サービス開始から 1 年で 21 件の設計契約締結にいたりしました。しかし、サービス立ち上げにかかるオペレーションの整備が遅れたことや競合を回避したい一部の建築家の意向など、サービス定着への課題を短期間で解決できなかったことなどで、利用率は見込みを割り込みました。また、建設資材の集中購買やパッケージ化による加盟スタジオの仕入コスト削減施策では、およそ 100 件のパッケージ提案をおこない、35 件の設計契約及び 26 件の工事請負契約につなげることができましたが、集中購買を促進するには、規模等の面で課題が残りました。

総じて、上記の諸施策により事業環境における下振れ要因を短期間で相殺することはできず、項目別売上において、加盟金売上は、新規スタジオ加盟件数が下期予想 15 件に対し、実績が 7 件にとどまり 24 百万円、請負契約ロイヤリティ売上は、工事請負金額が下期予想に比べ 38 百万円増となりましたが、高料率対象案件数が予想を下回ったことや低料率の受注案件数の増加により、下期予想比で 76 百万円、マーケティング売上は、イベント回数が下期 351 回を見込んでいたものの 302 回にとどまり 50 百万円と、それぞれ未達見込みとなり、売上高は予想を大幅に下回る見込みであります。

損益面につきましては、販売管理費の一層の見直しによる削減に努めるとともに、貸倒引当金計上済みの売掛金からの回収による戻入益を計上したことにより、販売管理費は下期予想以上に削減いたしました。売上高が予想を大幅に下回る見込みのため、各損益項目につきましても予想から大幅な損失の見込みであります。

2. 繰延税金資産の取崩しについて

当期の業績見通しを踏まえ、繰延税金資産の回収可能性について慎重に検討した結果、繰延税金資産の取崩しを行い、35 百万円を法人税等調整額に計上する見込みであります。

以 上

(注) 本資料に掲載されている将来の見通しに関する事項については、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、将来の業績を保証するものではなく、実際は今後の様々な要因によって変動する可能性があります。