

事業計画及び成長可能性に関する事項

新たな企業価値を創造するために
「生活そのものを Design する」をテーマに
暮らし提案企業へ



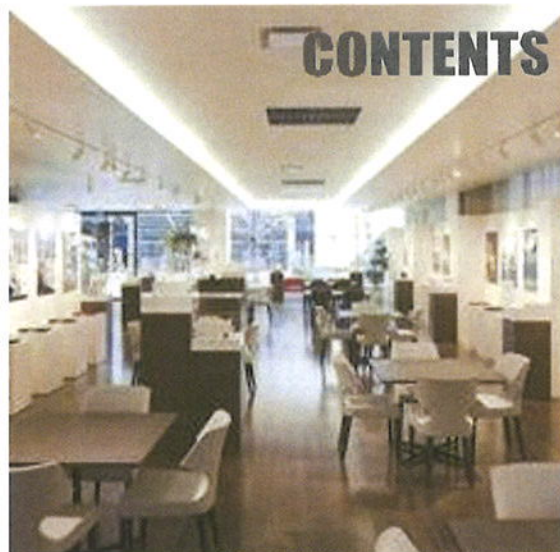
「新城の住宅」設計：伊原洋光・伊原みどり 撮影：小川重雄



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

アーキテツ・スタジオ・ジャパン株式会社

2025年7月4日

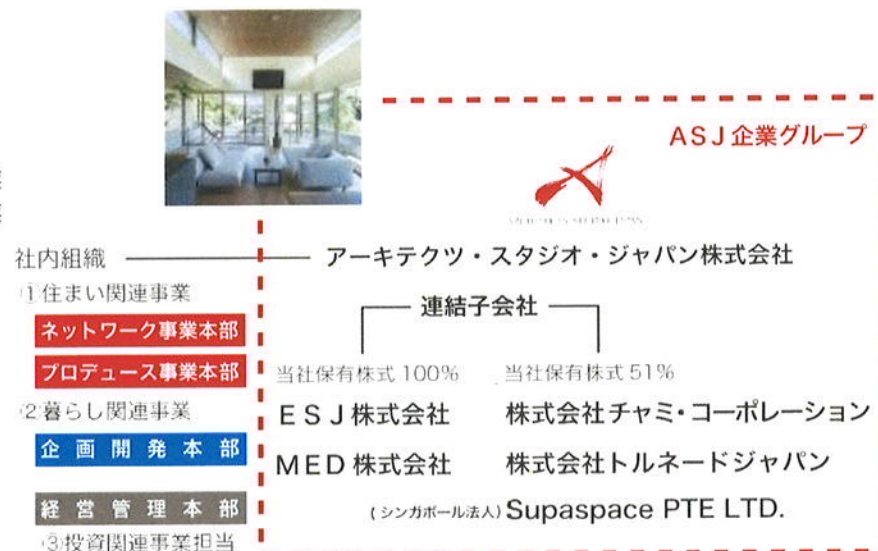


1 会社概要	P2
関係会社概要	P3
2 ARCHITECTS STUDIO JAPAN について	P4~8
事業概要	
住まい関連事業 / 暮らし関連事業・投資関連事業	
事業体制	
3 成長戦略	P9~10
テーマとデザインコンセプト	
経営方針～課題 / 指針～成長戦略」	
4 ビジネスモデル	P11~18
中期経営計画において	
2025 年度以降	
住まい関連事業・暮らし関連事業・投資関連事業	
収益構造	
5 経営指標	P19~20
6 事業遂行上の重要なリスクと対応方針	P21~23
7 APPENDIX	P24~27



会社概要

会社名	アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社
証券コード	6085（東京証券取引所グロース市場）
代表者	代表取締役 庵下 伸一郎
設立	2007/11/9
事業内容	住まい関連事業： ① 建築家ネットワーク事業 スタジオネットワーク事業・プロデュース事業 ② 当社加盟の建築会社へのビジネスサポート事業 ③ PROTO BANK 事業 ④ CASABELA 出版事業 暮らし関連事業 ① 物販 /EC 事業 ② マーチャンダイジング事業 ③ コンシェルジュサービス事業 投資関連事業 ① 事業への投融資事業 ② その他
本社所在地	東京都千代田区丸の内三丁目4番2号
資本金	8億2927万円（2025年3月末現在）
決算期	2月末
従業員数	39名



使用画像（左から）設計：澤村昌彦 撮影：杉野圭／設計：河内真菜 撮影：Nacása & Partners Inc.／設計：岸研一 撮影：小川重雄／設計：山本学 撮影：上田宏

関係会社概要 (2025 年 5 月末現在)

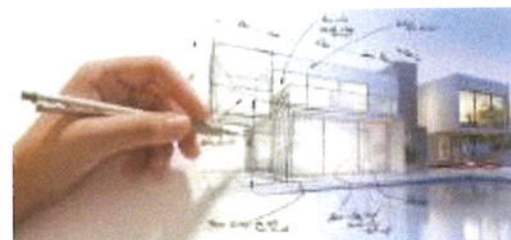
会社名 E S J 株式会社
代表者 代表取締役 庵下 伸一郎
設立 2022/4/27
事業内容 太陽光発電建設事業・蓄電池設備事業
電気通信設備事業及びそれらに関連する事業
本社所在地 東京都千代田区丸の内三丁目4番2号
資本金 5000 万円 (2024 年 9 月末現在)
資本構成 当社 100%
決算期 3 月末

会社名 Supaspace PTE LTD.
代表者 代表取締役 Kevin Sim Kwang Yang
設立 2022/2/29
事業内容 戸建・集合住宅・商業施設等インテリアデザイン
及び内装設備工事&監理業務、その他付帯事業
本社所在地 201, Henderson Rd #09-18 APEX@HENDERSON, Singapore 159545
資本金 400,000 シンガポールドル (2024 年 9 月末現在)
資本構成 当社 51%
決算期 12 月末

会社名 MED 株式会社
代表者 代表取締役 水本 達也
設立 2013/7/3
事業内容 IT 関連事業・WEB マーケティング事業
不動産管理事業・投資業
本社所在地 東京都品川区南品川四丁目4番17号
資本金 100 万円 (2024 年 9 月末現在)
資本構成 当社 100%
決算期 3 月末

会社名 株式会社チャミ・コーポレーション
代表者 代表取締役 瀧尾 享治
設立 2010/7/23
事業内容 家具 / インテリア製品の企画販売事業
リフォーム / 内装設備工事 等
本社所在地 東京都大田区平和島一丁目2番30号
資本金 9,665,000 円 (2024 年 9 月末現在)
資本構成 当社 100%
決算期 7 月末

会社名 株式会社トルネードジャパン
代表者 代表取締役 暮沼 伸太郎
設立 2008/9/22
事業内容 不動産賃貸業・不動産買取 / 売買 / 仲介事業
不動産コンサルティング / 企画 / 開発事業
本社所在地 大阪府大阪市西区北堀江一丁目14番24号
資本金 1000 万円 (2024 年 9 月末現在)
資本構成 当社 51%
決算期 9 月末



2. ARCHITECTS STUDIO JAPAN について

アーキテツ・スタジオ・ジャパン株式会社は世界的にも評価されている、非常にクオリティの高い日本の建築家と一般消費者の接点となるべく、2007年に創設され、3,000名近い建築家と一般消費者を加盟建設会社（スタジオ）やCELLを介して結びつけ、ワンストップで対応するプラットフォームを構築して家づくりのサポートを行い、創業わずか6年で東京証券取引所マザーズ市場に株式の上場を果たしました。事業基盤として東京・大阪・横浜に常設展示場を開設し、業容拡大に取り組んできました。株式上場以後も売上高は10～15億円で推移していましたが、収益的には高額な固定経費と販管費の増加、減収から赤字が続き、コロナ禍も重なり、2023年3月期には6億円を割り込む結果となりました。そこで2024年3月に次代に向けた抜本的な改革を行うべく、中期経営計画2025～2026を策定し「生活そのものをDesignする」をテーマとして、住ビジネスから暮らし提案企業への転換を目指し、社内組織改革及び資本業務提携による新たな企業グループ体の構築、組織改編を図ってきております。事業資金調達と財務基盤強化のための大規模第三者割当増資によって資金調達も行い、新たな企業価値の向上を目指しております。



中期経営計画2025～2026における基本的経営方針

「生活そのものをDesignする暮らし提案企業へ」

→住ビジネスを基点とした事業多様化戦略による企業グループ化を図り、企業価値向上を目指しております。

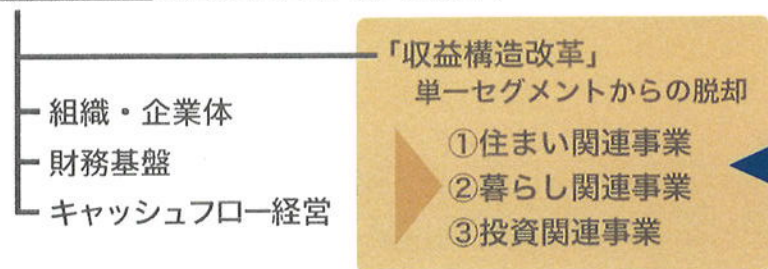
中期経営計画2025～2026における成長戦略

「事業多様化によるセカンドステージへ」

→第二創業として新たなセグメントによる企業グループ体を構築し、次代における新たな企業価値を創造します。

中期経営計画2025～2026において当社が目指すこと

…次代に向けた当社のセカンドステージへのステップアップ「構造改革」を着実に進めていきます。



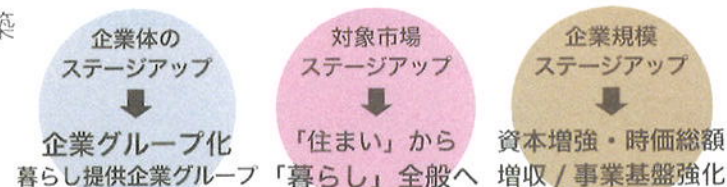
暮らし提案企業：トータル・ライフサポートが可能な企業グループへそれが当社の目指す企業としてのセカンドステージ

成長戦略「事業多様化によるセカンドステージへ」

日本のコンテンツへの高い評価
海外戦略
ステージアップ

「日本から世界へ」
「世界から日本へ」

企業価値
向上



新たなセグメントに基づく企業グループ

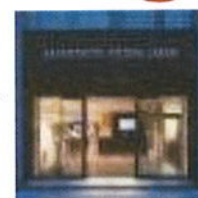
- ①「住まい」関連事業
- ②「暮らし」関連事業
- ③投資関連事業

営業資産活用

業務提携

外部リソースの活用

- 住宅設備機器メーカー
- 海外企業
- 通販&EC企業
- ファイナンス系企業



事業多様化による「暮らし」提案企業【トータル・ライフサポート企業】への転換

事業概要

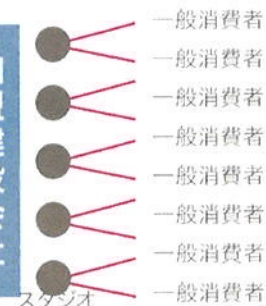
住まい関連事業

当社独自の「建築家ネットワーク事業」を軸とした住まい関連事業

- 1 日本最大級建築家ネットワーク**（登録建築家約 3,000 名）
全国の建築家を登録・ネットワーク化するとともに、建設会社をフランチャイズ化し、登録建築家と加盟建設会社を結びつける事で両者の協力のもとでワンストップで家づくりが可能なプラットフォームを構築し、顧客が望む住宅・商業施設等を供給するビジネスであり、ASJは「**建築家との家づくり**」を訴求ポイントとして「**生活の質はデザイン次第**」をコンセプトに事業展開してきました
+世界的に著名な建築家とのネットワーク



加盟建設会社



- 2 既存顧客+潜在的な顧客である ASJ アカデミー会員**
既存顧客は約 6,100 世帯、ASJ アカデミー会員約 68,800 名



- 3 全国各地の ASJ スタジオ&取引先建築会社+企業**
ASJ スタジオは 64 社、取引建築会社 152 社、取引企業 82 社



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

独自の3つのアセット

（上記記載の数値は 2025 年 3 月時点のものです）

+ リフォーム事業

：子会社であるチャミ・コーポレーション株式会社との協業、増収要因として企業規模・企業力向上に貢献します。

+ コルゲート工法事業

：当社が日本国内での販売権利を有するコルゲート工法を当社加盟のスタジオとの協業も含めて販売します。

+ スタジオサポート事業

：建築資材共同購買・DX 化サポート・デジタルマーケティング提供で増収と事業ネットワーク強化を図ります。

+ 海外子会社による事業展開

：子会社である Supaspace PTE Ltd. によるリフォーム&インテリア工事・日本製建材の販売、当社の事業国際化に貢献します。



事業概要

暮らし関連事業（2026年2月期における主な取り組みとして）

事業多様化戦略の一環で、住ビジネスから派生させた「暮らし関連事業」は当社のセカンドステージにおける重点事業というポジションであり、成長因子事業として展開していきます。「衣+食+住+遊+健康」をテーマとしたジャンルで「ASJだから提供できる上質な製品とサービスの提供」を行うことが暮らし関連事業であります。対象顧客は当社顧客及びASJアカデミー会員としてサービスを開始し、新たなデジタルマーケティングで「より高い生活感を求める方々」をASJ会員とするOne to Oneマーケティングでより対象拡張し、事業展開します。

1. 生活をDesignするアイテム（モノからコトまで）の販売

「ASJ」だから提案・提供できる商品とサービス「ASJセレクト」

暮らしに関わる様々な商品とサービスを「生活をDesignする」というテーマで独自のマーケティングで品揃えした、デジタルとリアル両面アプローチの体験型商品とサービスを展開します。

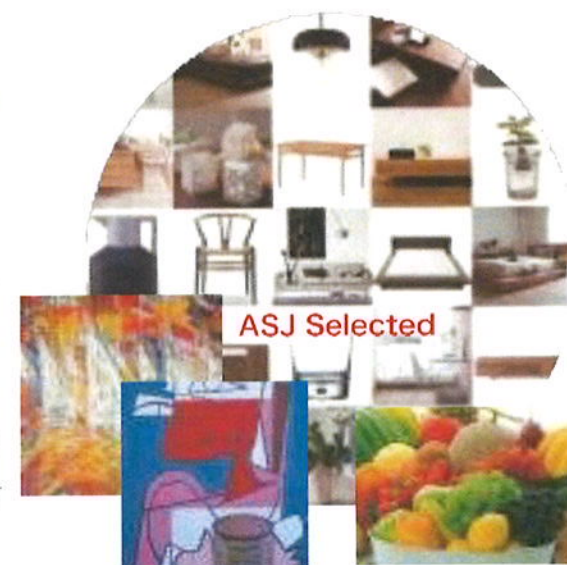
→3つのASJセレクト」ECサイト・ショールーム・+催事イベントでの展開を行います。

対象取扱商品：家具・アート・インテリア関連商品・グルメ・ヘルスケア・ホビー等

品揃えは「Design」と「Story」を重視してASJセレクト自体をメディア化した独自のマーケティングで「ASJだから出来る」をコンセプトにします。

対象客層は当社顧客とアカデミー会員、より良い暮らしに関心のある方々を新たなメンバーとするASJ会員とし、次に登録建築家及び加盟企業・提携企業と協業して小売を行います。

ASJ会員の獲得のために子会社であるMEDと連携し、情報発信型のデジタルマーケティングを展開し、今後は高い顧客満足度を目指して顧客に対するOne to OneマーケティングをECサイト&リアル販売という販売体制を構築して展開し、当社の顧客層を確実に拡充していきます。



2. 生活をサポートするサービスの提供



「住まい」に関わるコトをサポートするサービス「ASJハウスサポート・プロ」

ハウス修理メンテナンスから・リフォーム・害虫駆除・片付けまで「住まい」に関する総合ワンストップ対応のサービスです。

当社顧客はもちろん、当社取引先の建築会社・デベロッパーの方々に対して建物引渡し後の建物メンテナンスを一括して提供していきます。これはコンシューマーの事業ですが、当社にとっては住まい関連事業の取引先に対するサポートメニューの1つとして当社事業ネットワーク強化という側面もあります。

3. 暮らし・住まい・投資関連事業と連携した事業の展開

当社が展開する3つの事業に関連・連携する物販ビジネスを行います。

主にビジネスサポート事業及びマーケティング関連商品・サービスの取扱いが中心的内容となり、他業や他社との連携に貢献します。

事業概要

投資関連事業（2026年2月期における主な取り組みとして）

収益構造改革のための事業多様化戦略の一環として、2025年3月期より投資関連事業を展開しております。

基本的な事業方針としては

1) 「住まい関連事業」及び「暮らし関連事業」の事業推進・サポートの一環として当社の業容拡大を目的とした取り組み

住まい関連事業においては、受注に寄与するようなプロジェクトへの投融資、リフォームローン、リフォーム条件付不動産案件への取り組み共同購買システムに係る支払サイト対応などが主な案件として計画しており、暮らし関連事業においては高額輸入家具に係るレンタル・ローンへの対応、アート系プロジェクトとして画家・作家などアーティストの作品への投資など、デジタル&リアルマーケティングに係る費用の負担などを計画しております。いずれも当社の収益構造改革に寄与することを目的としております。

既存取り組み案件として

JR九州別府駅前開発プロジェクトへの投資【住まい関連事業 / 什器家具・店舗設備工事との協業】

2) 当社の組織改編による企業グループ体構築のための取り組み

事業多様化戦略による企業体のステージアップは成長戦略においても重要な要素であり、当社単体での事業展開では不十分な部分の補完、総額売上計上による増収増益を目指すという収益構造改革のために、投資関連事業において資本業務提携、M&A等の施策を行う計画です。2025年3月期においては、

- 1) Supaspace PTE LTD. 第三者割当増資引受けにより、発行済株式の51%を取得し、子会社化
- 2) ESJ 株式会社 取締役及び商号変更・当社による増資により資本金 50,000 千円
- 3) MED 株式会社 発行済株式全株式取得による子会社化
- 4) 株式会社チャミ・コーポレーション 発行済株式の51%を取得し、子会社化
- 5) 株式会社トルネードジャパン 発行済株式の51%を取得し、子会社化

3) 当社グループ資金計画に寄与する取り組み

当社グループ企業・当社関連のプロジェクトに対する投融資への取り組みにより、当社グループの資金計画に寄与することを目的としております。対象とする案件・プロジェクトは事業性・収益性から判断して決定していきます。



PROJECT

「ALIN プロジェクト」



当社は監修・プロデュース・マーケティングディレクションに専念することになり、事業監修等に対する報酬を売上計上していきます。※2025年3月期はテストプラントの販売を売上計上しておりました。

2) 事業体制（組織図）

新たなセグメントによる事業展開に対応する機動的な組織へ改編・転換しております。

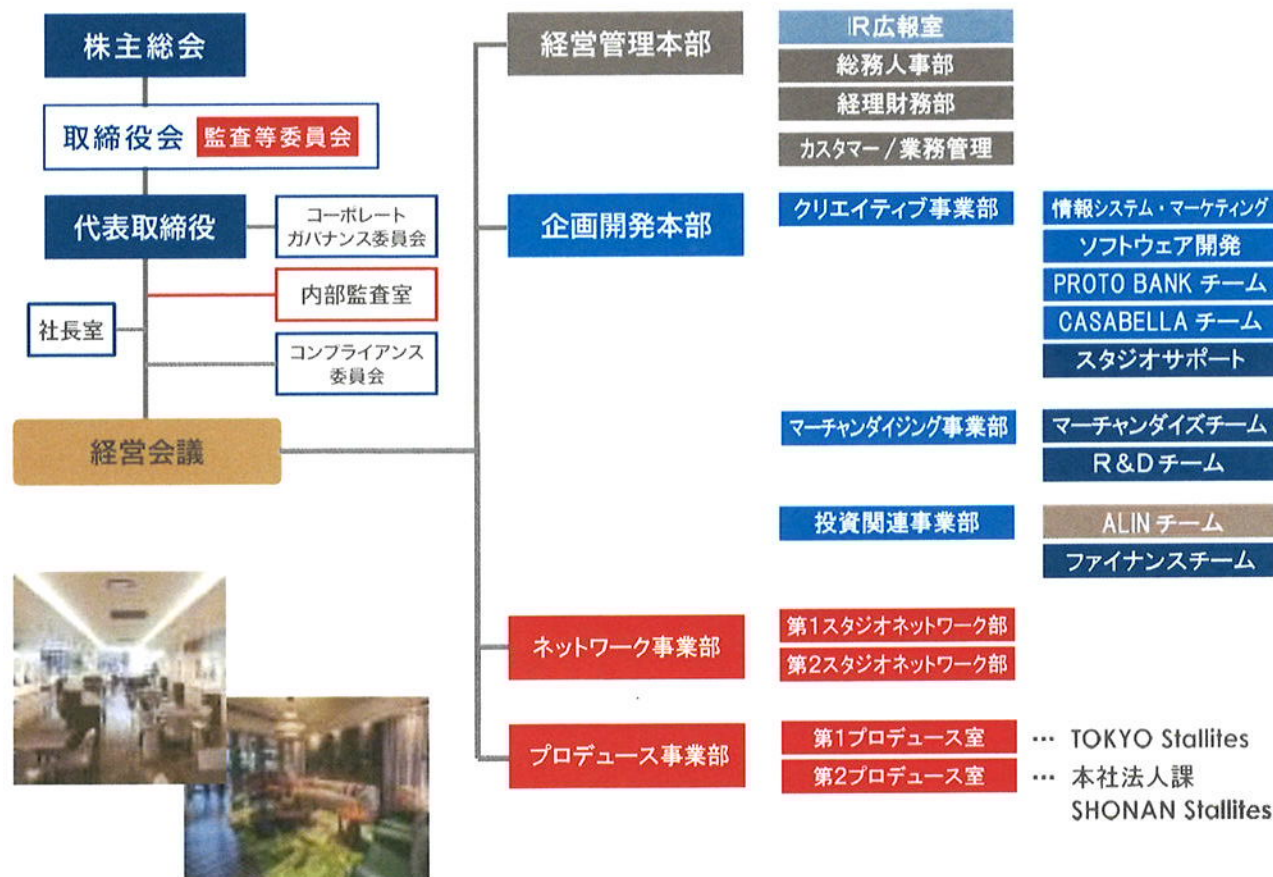
組織改編： 1) 資本・業務提携を含む外部とのビジネスネットワーク構築による機動的な事業体制を構築します。

2) 企業グループ化…2025年3月期に業務上のシナジーが見込める4社を子会社化し、全6社の企業グループとなりました。

今後も事業多様化戦略に沿ってM&A/新規法人設立/資本業務提携により企業グループの構築を図ります。

将来的には持株会社への移行も見据えてコーポレートガバナンス強化と企業基盤の安定化を図ります。

■社内組織



※組織 2025 年 3 月末日時点のもので、今後も事業の進捗に応じ、また企業グループ構築の為に随時見直しを行う方針です。

成長戦略



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

3. 成長戦略（テーマとデザインコンセプト）

…成長戦略としての事業多様化と海外展開 ～主たる事業から派生する事業の展開+海外展開 → 企業価値向上達成へ



ポイントは **事業多様化・組織改編・コーポレートガバナンス強化・海外展開** → **収益力強化**

創業来のテーマである「生活の質はデザイン次第」から派生させ「生活そのものを Design する」へ昇華させ **ライフスタイルをテーマ**とした事業多様化戦略を成長戦略に設定し、従来からの事業より派生する要素として「住まい関連事業」「暮らし関連事業」「投資関連事業」を展開する企業グループへの転換を図ります。加えて海外からも高い評価を得ている日本の優良コンテンツ、アーキテクト&デザインを海外へ提供する=海外展開により建築家との新たな関係の構築と新たな収益を確保を目指します。

それには**組織改編と財務基盤の強化**は不可欠であり、また**コーポレートガバナンスの強化**の徹底も求められます。

「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものを Design する“暮らし提案企業”へ」

これを次代に向けた新たな成長の為に **ビジネスデザインとしての中期経営計画のテーマ**とします！



▼中期経営計画の為に成長戦略策定のためのビジネスデザイン・・・・・・・・・・・・・・・・

✓ テーマ→経営理念

「生活そのものを Design する”暮らし提案企業”」

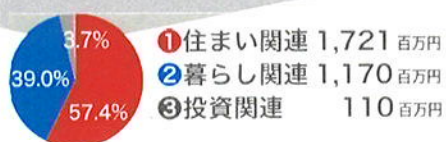
✓ 収益構造改革

1) 3つのセグメントによる事業展開



2) 増収増益体制・売上構成比

2026年3月期
売上高 3,001百万円



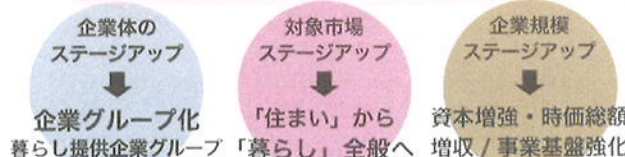
✓ 課題：事業・財務基盤の構築

✓ キーワード 「事業体制改革と監査等委員会設置会社へ
経営活性化・組織改編・国際化・ESG経営」

住まいとライフスタイルをテーマとした
事業多様化戦略 → **新たな企業グループ体へ**
暮らし関連事業による BtoC マーケティングへ参入

業務提携による
ビジネスネットワーク～海外展開

セカンドステージへのステップアップ



✓ 目標

キャッシュフロー経営
配当実現へ → 企業価値向上



新たな時代における、新たな企業価値の創造
アーキテクト・スタジオ・ジャパン

3. 成長戦略（経営方針～課題 / 指針～成長戦略）

1) 基本的経営方針



「生活の質はデザイン次第」から「生活そのものをDesignする“暮らし提案企業”へ」

これまでの「住まい」を提供する事業展開から **衣+食+住+遊+健康=「暮らし」** それも心まで豊かにするような「暮らし方」を提案・提供できる企業へと転換を図ることで、より多くの方の、より多くのニーズに応えられる **住ビジネスを基点とした事業多様化による企業グループ化**を図り、企業価値向上を目指していきます。加えて建築家ネットワーク事業の対象市場を海外に求めて **海外展開を図り、事業の国際化**による新たな収益の確保を目指していきます。

2) 現在の重点課題と施策指針

当社の課題は「**収益構造の改革**」と「**財務基盤の強化**」でありましたので、単一セグメントから住ビジネスを基点とした3つのセグメントでの事業展開により、「住まい」から「暮らし」まで事業領域を拡大した収益構造への転換を目指します。コロナ禍により建築業界を取り巻く事業環境は大きく変化し、建築資材や人件費の高騰や労働環境の変化も加わり、この環境の変化は益々加速しています。こうした事業環境の変化に対応し、かつ成長戦略の基に安定事業基盤を再構築する為には住まいに加え生活をDesignする発想で“暮らしを提案する企業”への転換が必須であり、暮らし関連事業の充実を図っております。事業多様化戦略を成長因子として事業再編による**収益構造改革=収益力強化+海外進出 / 国際化展開**と**組織改編=企業グループ化による新たな事業体制への移行**によって**事業基盤強化**を達成し、**企業価値向上**を目指す事を施策指針とします。



3) 成長戦略：「事業多様化によるセカンドステージへ」→新たなセグメントに基づく企業グループ構築 →企業価値向上

企業としてのセカンドステージへのステップアップとは ...

① 企業体のステージアップ

組織改編=事業展開に応じた組織へ+企業グループ化→企業力UP

② 企業規模のステージアップ

資本増強+資金調達 →収益基盤・財務基盤の強化

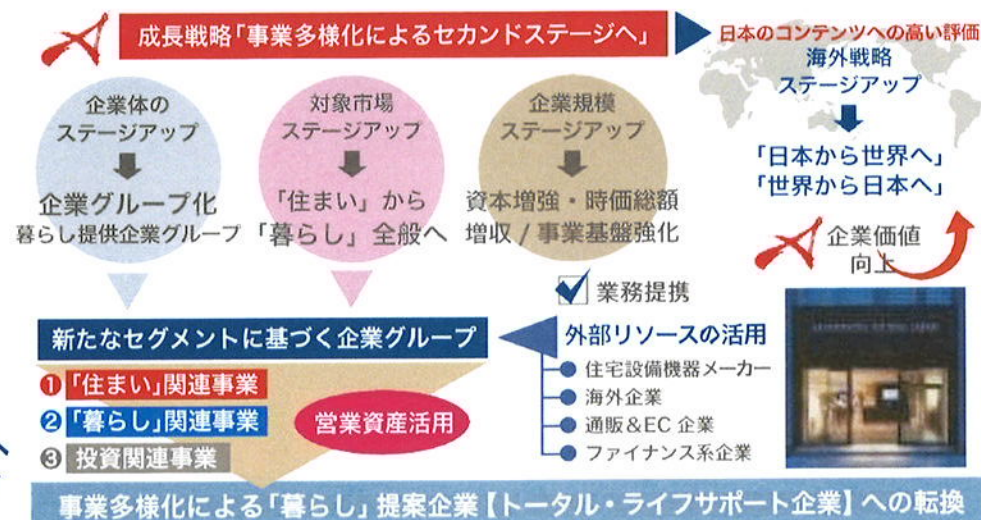
③ 対象市場のステージアップ BtoC マーケティングへ

住空間から生活全般へ+海外展開 →事業再構築・営業基盤の拡充

④ 事業展開のステージアップ

「日本から世界へ」&「世界から日本へ」→対象市場を海外まで拡充
Japan "Design" Export 世界の良品を日本市場へ

「暮らし」提案企業：トータル・ライフサポートが可能な企業グループへ
それがアーキテツ・スタジオ・ジャパンの目指すセカンドステージ



ビジネスモデル



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

4. ビジネスモデル（中期経営計画において）

これからのビジネスモデルとして



セグメント ①：住まい関連事業



新たに展開する事業とのシナジー効果によるマーケティングから、質・量共に拡充を目指す

▼ポイントとして

高い収益率と「住まいと暮らしに高い関心」を持つアッパーミドル以上の顧客層

ビジネスサポート事業は総額売上計上により、増収に寄与するビジネス展開

従来からの「住」ビジネスより派生するビジネスを事業多様化戦略により展開する事業として

セグメント ②：暮らし関連事業

「生活そのものを Design する」をテーマに
衣+食+住+遊+健康=「暮らし」
それも心まで豊かにするような「暮らし方」を提案・提供するビジネスを開始します。
総額売上計上により増収へ寄与します。

セグメント ③：投資関連事業

住まい関連事業・暮らし関連事業の成長に寄与するように事業多様化戦略に貢献する事業や企業への投融資を行います。中期経営計画のサポート役の機能を果たしていきます。

従来の「住」ビジネス営業資産の活用
キャッシュフロー重視の経営へ

収益構造

「住まい関連事業」：純額売上計上

→ 高収益性事業モデル ↓ 新たなチャレンジ
+ ビジネスサポート事業：総額売上計上 ↓ 新たなチャレンジ

「暮らし関連事業」：総額売上計上

→ キャッシュポジション=売上高増加

「投資関連事業」

→ 2つの事業を補完する為に機能

キャッシュフロー経営実現の為に売上高増収のために新規展開事業で総額売上計上を導入し、収益構造の転換を図ります。

※当該会計基準の変更ではありません。

これからのビジネスモデルの収益構造

課題の解決：収益力の改善＝安定した収益基盤の構築

単一セグメントからの脱却 → 新たなビジネスモデル構築

営業キャッシュフローの改善 → キャッシュフロー経営へ

指針として：増収によるキャッシュフローの増加

営業資産の活用による事業多様化

収支バランスのための事業ポートフォリオ

- ① 事業多様化戦略に基づく **増収**
暮らし関連事業＋ビジネスサポート事業による増収
※共に**総額売上計上**により、**大幅な増収**を目指します
- ② 営業資産活用によるマーケティングコストの軽減
※暮らし関連事業は従来からの顧客と潜在顧客を対象に
※ビジネスサポート事業は既存取引先建築会社を対象に
→共に高い事業効率性を目指した事業展開とします
- ③ 受注形態の多様化による増収増益
※建築家ネットワーク事業へのプロジェクト受注の導入
※当社でプロジェクト受注、建築家と協業するビジネスモデル
→大型案件・テーマ性の高い案件等を攻めの営業で受注

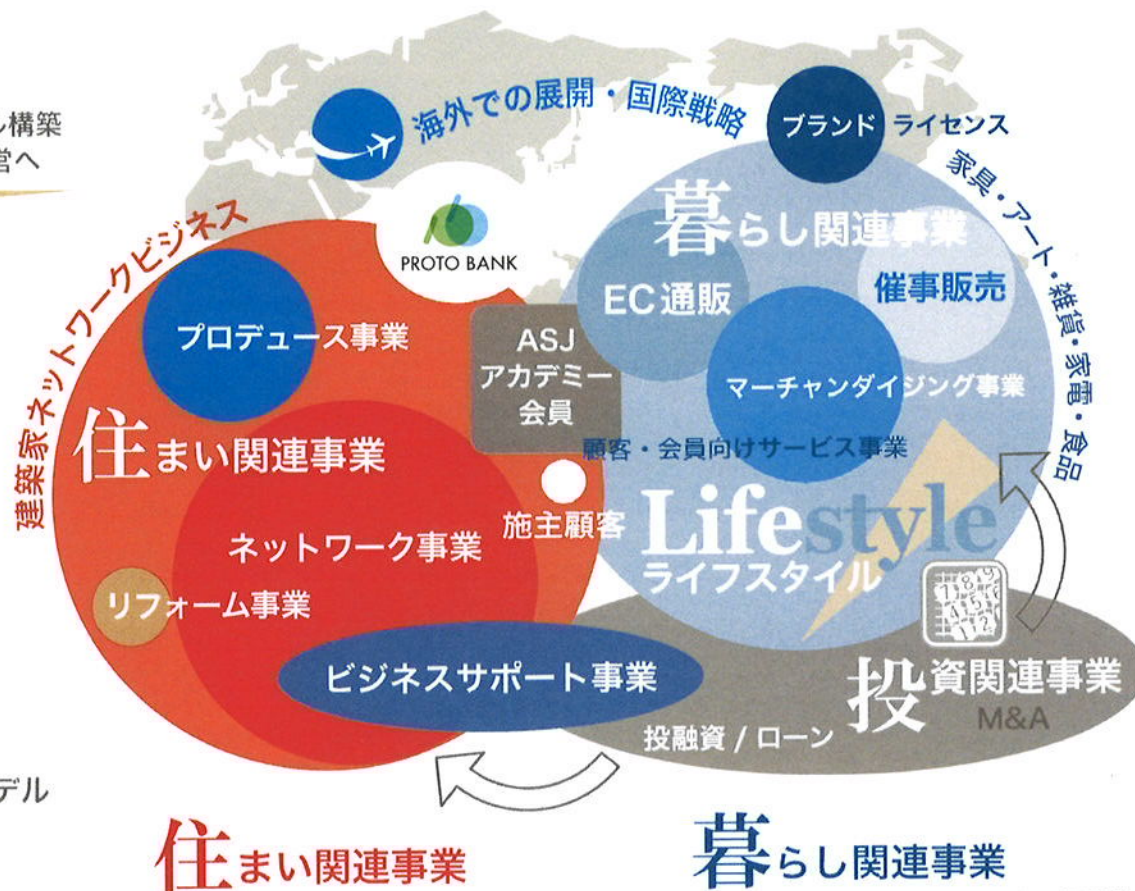
収益構造

営業経費（販管費）

粗利益高

粗利益高

ビジネスサポート / 暮らし関連 / リフォーム事業 建築家ネットワーク事業
当面の目標は販管費を総額売上計上する売上高の粗利益高で
バランスさせること。想定損益分岐点＝売上高で1,450百万円
従来の単一セグメントでかつ、営業を外部に委ねるビジネス
モデルでは達成は非常に難しく、今回の構造改革としました
※想定損益分岐点は固定営業経費を目標収益構造での売上総利益率で除して
算出しています。



	売上高	粗利益
建築家ネットワーク事業	小	大 (85%)
ビジネスサポート事業※	大	小 (15%)
リフォーム事業※	大	小 (15%)
その他の事業	小	中 (35%)
※総額売上計上		

	売上高	粗利益
顧客会員向けビジネス	中	小 (15%)
EC 通販・催事販売	中	小 (15%)
マーチャンダイジング	中	中 (35%)
すべて総額売上計上		

投資関連事業
2つの事業をサポートする事業展開

※本頁に記載の総額売上計上とは当社の会計基準の変更ではありません

4. ビジネスモデル / 事業概要「住まい関連事業」

既存事業を「住まい」関連事業に昇華させ、建築家ネットワーク事業の質的向上と量的拡大を目指しています。

新規営業形態としてプロジェクト受注を導入し、取扱高の増加＝増収と建築家との関係向上を図ります。その為に提携建築家のデータベースを再構築します。今後の重点案件として「リフォーム事業」を積極的に展開します。



新規の取り組みとプロジェクトについて

① 国内建築案件【プロジェクト受注】

当社が案件・プロジェクトの設計監修プロデュース業務を一括請負、案件に興味のある建築家が社内コンペに参加する形式と当社にて建築工事の受注営業を行ない、加盟スタジオ・提携建築会社へ案件紹介する形式をプロジェクト受注案件と定義しました。

② リフォーム案件の総額売上計上：子会社との協業及び家具・アート・インテリア製品の販売事業との協業



市場拡大を続けるリフォーム市場への本格的な進出を子会社による工事請負でこれまで以上に積極的に取り組みます。リフォーム案件に積極的な建築家と連携で「匠による1つ上のリフォーム」をコンセプトとして他社との差別化を図ります。加盟スタジオ及び一般顧客向けに「定額リフォームパッケージ」を企画開発、取引先との協業プロジェクトにて展開します。また、家具入替やアートやインテリア製品の展示 / ディスプレイもリフォームと捉えて、提案・販売していきます。

③ 独自工法・特殊建材プロジェクト

当社が日本国内での権利を保有する工法による施工指導・案件受注と特殊建材の販売を積極的に展開します。

→ **CORRUGATED ARCHITECTURE** 「波形鋼板による低コスト・短工期無柱で大空間を可能とした建築工法」



④ ビジネスサポート事業【ASJ ビジネスネットワーク強化】



当社加盟建設会社＝スタジオに対するビジネスサポート事業を展開、関係強化と加盟企業の獲得を目指します。

→ 提携企業の建材・住宅関連設備等の廉価販売及び共同購買・案件紹介斡旋・営業情報提供・共同販促活動等
加盟スタジオ数の増加はネットワーク事業売上に直結し、また建材等の販売により増収増益に貢献します。

■ 目標協力建築会社獲得数：2025 年度 22 社 (157 社) / 2026 年度 58 社 (215 社) ※ (当社システムへの加盟合算数)

⑤ 海外展開：事業国際化と対象市場の拡張を目指して



アジア市場のハブとしてシンガポールでの事業展開を推進 / 子会社によるリフォーム・インテリアビジネス展開
また「プロジェクト受注」として、商業系プロジェクトからコンドミニウム、住宅、店舗等の受注を目指します。

収益構造改革として

既に新規展開の事業につき総額売上計上を開始しており、増収及びキャッシュフロー改善に貢献しています

2024 年 3 月期

純額売上計上

加盟金
ロイヤリティ
フィ

その他

≒ 85%
売上総利益率

2025 年 3 月期～

総額売上計上

物販関連
施工請負
その他

リフォーム事業

▶ チャミ・コーポレーションとの協業により施工請負

スタジオサポート事業

▶ 共同購買システムにつき、総額売上計上

▶ その他の物販の取扱いを関連

市場環境について

新設住宅着工数の状況は、この数年の減少傾向は継続しており、その要因は建築費の高騰、地価上昇が大きく影響していると判断され、景気回復とインバウンド需要拡大の影響を受けていない状況にあります。コロナ禍以後の反動の影響も限定的で、低迷し続けている状況は変わっておりません。

…2040年度までの新設住宅着工戸数の予測

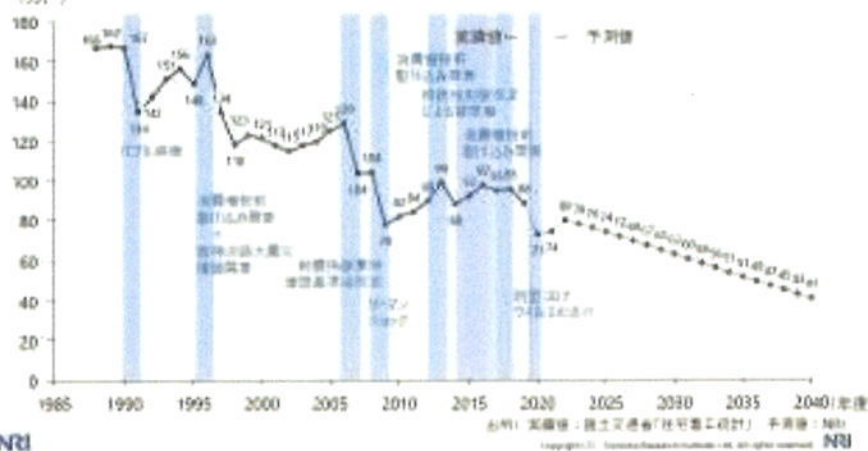
予測のための条件

人口・世帯数の減少：2030年度 387万世帯 → 2040年度 344万世帯へ
住宅ストックの伸長：平均築年数 **22年** → 2030年 **29年** → 2040年 **33年**
経済成長鈍化：名目GDP鈍化（中長期トレンドに基づいた予測）

新設住宅着工戸数の予測概要

①移動世帯数の減少、②平均築年数の伸長、③名目GDPの成長減速等により、
新設住宅着工戸数は2030年度には63万戸、2040年度には41万戸に減少する見通し

新設住宅着工戸数の実績と予測
(万戸)



新築戸建住宅の苦戦傾向は継続中

マンション等の集合住宅・賃貸住宅等は高いニーズに支えられ
販売は好調ながら、用地不足のために着工件数は伸び悩み
住宅市場は当社にとって追い風とは言えない環境は継続

利用関係別に見た新設住宅着工戸数の予測結果

持家・分譲住宅・賃貸（給与住宅を含む）のいずれも漸減し、
2030年度時点でそれぞれ21万戸、16万戸、26万戸になる見通し

新設住宅着工戸数の実績と予測（利用関係別）



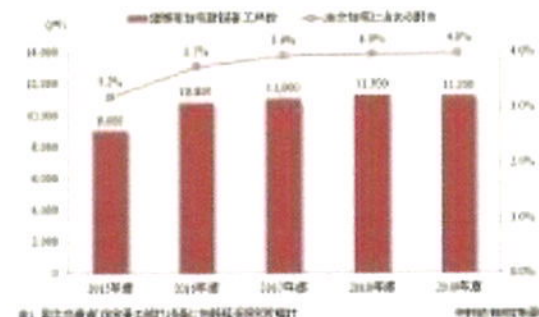
建築家住宅市場の現状と今後の予測

建築家住宅市場において住宅新設着工戸数では直近10年間ほぼ11,000戸前後の一定水準を維持。それは低価格で画一的な住宅ではなく、デザイン性や機能性を求める施主層の建築家設計住宅への安定したニーズであり、そのシェアは一戸建（注文住宅）着工数の4%前後と推計。

■建築家住宅の将来展望（矢野経済研究所調べ）

今後、建築家マッチングサービスや建築家を活用するプラットフォームの利用拡大等により「建築家住宅」の認知度が向上し、建築家がより身近な存在になることで、ライフスタイルを重視する顧客層にとっては、建築家住宅が一つの選択肢として徐々に確立・定着するものと予想されています。

よって当社の市場競争力は一定の水準を満たしており、今後も一定の受注は可能と判断されます。



4. ビジネスモデル「暮らし関連事業」

「暮らし」関連事業マーケティング

当社顧客及びアカデミー会員の方々は「より快適で、自分らしく暮らしたい」という志向を持っている方に分類されます。

※建築家住宅は住宅市場において4～5%のシェアですが、全体の住宅数が減少する中でもその数は変わらないためにシェアは逆に増えています。

「より良い生活に関心のある方々」をデジタルマーケティングにより新たな ASJ 会員として組織化します。

…その後に一般顧客（アッパーミドルクラス）まで対象を広げるマーケティングプランで展開します。

「生活そのものを Design する」をテーマとした商品政策

取扱商品として

- ① 家具・インテリア関連商品
- ② 絵画・オブジェ・アート
- ③ 食器・調理家電・おしゃれ家電・トラベル関連商品・スーパーブランド・輸入品
- ④ 食品：生鮮食料品（野菜 / 果物 / 精肉等）・お取り寄せ品・オリーブオイル・ワイン等
- ⑤ ヘルスケア関連商品

取扱サービス：「コト」ビジネス

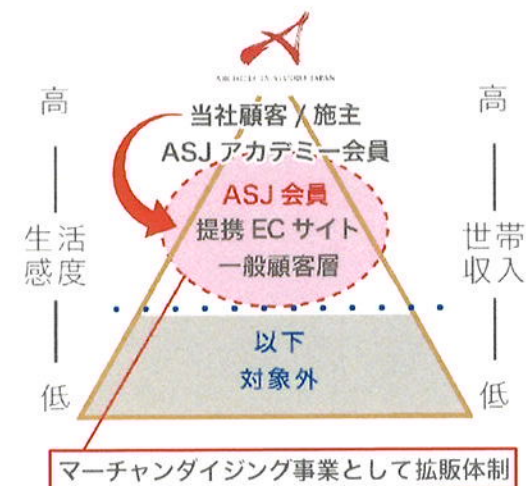
- ⑥ グルメコンシェルジュプロジェクト

：特選食材の EC サイトでの販売・サブスク・お取り寄せ・フードデリバリー・バトラーサービス
提携特選レストラン・飲食店アレンジメント等「食」に関連するサービスを提供するものです。

- ⑦ トラベルサポート・カルチャー・ヘルスケア / アンチエイジング

旅行全般のコンシェルジュサービス、カルチャースクール等、アンチエイジングトリートメント

＜マーケティングチャート＞



市場競争力



暮らし関連事業の商品コンセプトは「心まで豊かにするような暮らし方の為に」「ASJ だから提供出来る上質な製品とサービス」

取扱ジャンルに関わりなく、クオリティにこだわったマーチャンダイジングを提供する事で徹底した差別化を図っております。

つまり「**オンリーワン戦略**」であり、**市場競争力重視の商品政策**を取っています。事例としては家具・インテリア製品は量販タイプの取扱わず、輸入品・工房作品を中心とした品揃えであり、アートでは複製品の取扱わず、画廊・作家との直接取引によるものとしします。また食品等は生産者からの直販を基本にして、一般に流通しない、特選モノのみの取扱いとします。

こうした**圧倒的な商品力**により、顧客の囲い込みを行うことも可能となり、市場競争力は高いものとなります。

これは対象顧客を 5,800 名を超える当社顧客と登録者数 65,000 名を超える ASJ アカデミー会員、そして新たなデジタルマーケティングによって顧客層として取り込みを図る「より良い生活に関心のある方々」というテーマでセグメントされたクローズドマーケットを対象とした事業展開が可能である点は当社の営業資産に依るものであり、これにより高効率な事業展開が実現できる点が競争力の源泉であると判断しています。

4. ビジネスモデル「暮らし関連事業」

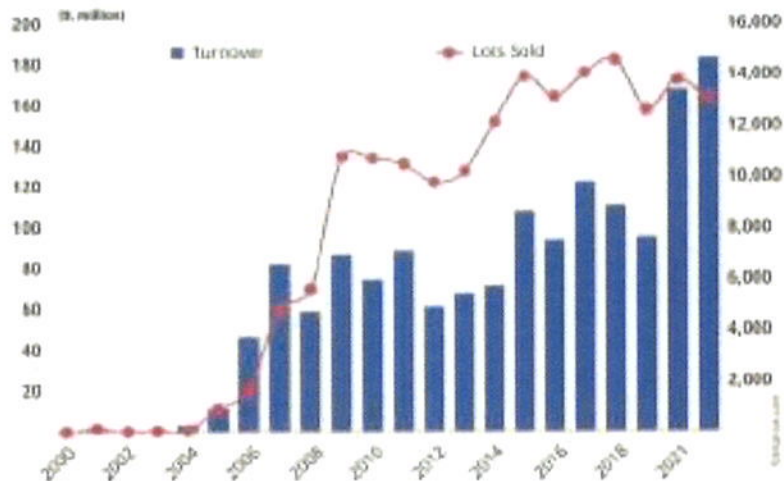
暮らし関連事業で取扱予定の商品の市場データとして 市場環境「インテリア関連」

インテリア業界の取扱商品は1家具2生活雑貨3住宅設備の3種類です。当社は1家具2生活雑貨を暮らし関連業で取り扱い、3住宅設備は住まい関連事業のビジネスサポート事業で取扱います。

1家具はインテリア業界の中心的存在の商品で家庭用とオフィス用に分類され、2生活雑貨とは部屋の飾り付けやキッチン雑貨など生活を豊かにする商品となります。3住宅設備とは内装の一部で、風呂や洗面台、キッチン設備などです。近年のインテリア業界での成功事例は、商品企画から製造から販売まで一貫して行なうトータルセールスで自社工場を持たないファブレス型で、またビジネスモデルも多様化しています。業界全体としては「大衆向けの廉価な家具の販売」と「一部富裕層向けの高級家具販売」という2つの流れが並存しており、それぞれに一定の購買層が定着しており、一過性ではなく、実需に支えられた市場動向です。インテリア業界の市場規模は2020年度には1.5兆円を記録し、過去10年間は堅調な伸びを示しています。市場の志向としては自宅の快適性を重視したり、住まいへのこだわりが高まり、寝具やインテリア雑貨などの購入意欲も高まっています。加えてリフォーム需要の増大等の明るい材料が多く見受けられます。また、インテリア業界は住宅業界との関係性が深いので、国内のマンション需要の増加もプラス要因です。

当社は家づくりと暮らし方の提案を行う企業への転換を目指して中期経営計画に取り組んでいきますので、こうしたインテリア業界に呼応するものであると判断しています。

市場環境「アート関連」



世界のファインアートオークション売上高は約2兆1780億円に達し、日本は年間オークション売上高で世界第7位11%増の約244億円の新記録を達成しています。

日本のコレクター間で強い競争心があり、需要の高さに関心の高さが伸びてきている証です。日本のアート市場が脆弱なのは二次流通（セカンダリー）市場が小さく、二次流通市場が成熟している欧米・中国と比較すると日本のコレクターは購入＝保有という感覚とオークションに不慣れな点、そもそもアートコレクターが少ない等の課題があり、それが日本アーティストのキャリア成長を妨げている要因とも考えられます。

これからは業界として新しい顧客層の開拓が急務となることは必至です。ここに当社のビジネスチャンスがあると判断されます。

新規顧客開拓にはネット中心の市場から始まり、「日本のアート産業に関する市場調査」では3,590億円ですが、これには日本画・近代絵画・工芸品が含まれ、現代アートの売買は実際には400億円程度しかなく、世界の潮流から遅れています。

日本の富裕層は新たな顧客として注目されており、今後に期待が寄せられています。

当社は家づくりとリンクした「アートのある暮らし」を提案するという姿勢での事業展開であれば、新しい市場であるアートマーケットでも一定の売上高を見込めるものと判断しています。

投資関連事業：

当社の企業価値向上を図る「中期経営計画」のスピードアップに貢献・サポートを目的とした事業展開

投資方針：事業投資を基本とし、当社事業と親和性のある事業・企業・プロジェクトへの投融資を行うことを目的とします。

想定する投資収益：キャピタルゲイン・インカムゲイン・展開事業とのシナジー効果（増収増益目的）

投資方法：新規事業投資

リフォーム条件付不動産案件…中古マンション・住宅の仕入→購入者の希望に応じたリフォーム後の引渡し

→不動産からのキャピタルゲイン+住まい関連事業「リフォーム」との協業による収益=W インカム型投資

キャッシュフロー重視の資金運用案件

→スポット投資案件として短期間のローリスク・ローリターン案件へキャッシュフロー獲得目的の投融資

既存事業投資

住まい関連事業…サテライト・セルの新規開設

暮らし関連事業…ASJ セレクトショールーム開設

グループ企業 …事業所開設、車両・設備機器購入・リースレンタル

→収益目的よりも事業上のシナジー効果と既存事業からの収益を目的とした投融資

M&A投資

→企業グループ体構築と事業上シナジー効果を目的とした投資

現金投資以外に株式交付・株式交換を含めた投資手法での取り組みを優先していきます。

投資手続き：投資効果測定のための投資計画、目論見書の作成

投資案件に対する超産・事前評価+投資撤退基準の策定

投資決定においては経営会議での審議・取締役会承認の手続きを経ることとします。

投資後のモニタリングの徹底



従来からの取り組みとして

「ALIN プロジェクト」

これまでもお知らせしておりますが、当社はプラント等機器の販売などの商流には関与せずに、監修・プロデュース・マーケティングディレクションに専念しており、収益としては事業監修等に関する費用等を売上計上していきます。

4. ビジネスモデル「収益構造」

市場環境・市場競争力

①住まい関連事業

開業当時は当社独自のビジネスモデルであった建築家ネットワーク事業も右表のように競合する同様のサービスを提供するサイトも増えており、別記のように新築住宅着工件数の減少が続いており、競合他社との競争という市場環境の中で当社も厳しい状況であります。ただし、当該業態のバイオニアとして、また登録建築家数もトップクラスである事で市場競争力という点では優位性があり、受注の伸びは無いものの一定数の受注は確保し、横ばいの状況が続いております。よって中期経営計画において事業多様化戦略として「住ビジネス」から派生させた暮らし関連事業との協業・連携により、住まい関連事業について市場競争力を持った新たなビジネスモデルへの転換を図る計画としています。

②暮らし関連事業

生活そのものを Design する暮らし提案企業というテーマに沿って、住まい事業の事業多様化の一環として展開する暮らし関連事業は当社独自のマーケティング「ASJ だから出来る」とリアル & デジタルで展開する物販事業「ASJ セレクト」と「生活に関わるコトをフルサポートする AS ハウスサポート・プロ」が大きな柱となる事業であり、業態・マーケティング共に同様の業種や競合企業は存在するものの、当社の独自性が際立っており、市場競争力は十分に有していると判断しています。これは当社の営業資産たる施主・アカデミー会員の存在が大きく、セグメントされた固定顧客層を持つ、当社の優位性であります。

③投資関連事業

中期経営計画をスピーディかつ円滑に遂行する為に「住まい・暮らし」事業と連携、協業する投資関連事業は当社ならではの事業内容となる為に直接金融によために直接金融にて調達した事業資金の運用には投資収益+事業収益を当社にもたらすものであります。上場維持基準の時価総額対策も含め、今後も資本増強に努め、財務基盤強化に取り組んでいきます。

市場環境「住まい関連事業の競合状況：同様のサイトに関して」

サイト名	収益モデル	登録建築家数	マッチング方法
huzz	マッチングによる紹介手数料	1,402	事例写真・ランキング・利用者が自ら探す形式
SUVACQ	成約時に建築家がサイトへ手数料支払い	997	建築家紹介サービス/要望に合わせて勧誘する形式
harity	建築家登録料	49,374	要望を投稿し、登録建築家からの提案が送付される事例から利用者が自らリサーチする形式
建築知恵研究所	建築家の情報共有が主目的のサイト「無料」	非公開	利用者は要望を投稿し、建築家を公募する形式
SuMiKa	成約時手数料、公募応募手数料等建築家支払い	1,775	事例から利用者が自らリサーチする形式
KLASIC	建築家がサイト登録料/月額使用料支払い	191	事例から利用者が自らリサーチする形式
建築家 WEB	広告収入	80	事例から利用者が自らリサーチする形式
建築家紹介センター	建築家が提案手数料を支払う	2,561	要望を投稿し、登録建築家からの提案が送付される事例から利用者が自らリサーチする形式
建築家 Onozone	非公開	非公開	事例から利用者が自らリサーチする形式
当社	成立時に登録工務店・建築家手数料支払い	2,979	徹底的・WEB/面談でニーズに適合する建築家を選択 +様々な家づくりの情報提供までトータルサポート

(上記の数値は当社以外は2023年3月期のもので当社の数値は2024年3月期のもので示す)

収益構造について

当社単体では従来の単一セグメントから3つのセグメントによる売上構成へ

住まい関連事業：①建築家ネットワーク事業 ②プロジェクト受注 ③リフォーム事業 ④スタジオサポート事業

暮らし関連事業：⑤ASJ セレクト ⑥ASJ ハウスサポート・プロ ⑦マーチャндаイジング事業 ⑧住まい・投資事業との連動事業

投資関連事業：基本的には純額売上計上

営業経費（販管費）

粗利益高	粗利益高
ビジネスサポート/リフォーム事業	建築家ネットワーク事業
暮らし関連/投資関連事業	

2026年2月期は販管費を総額売上計上売上の粗利益高でバランスさせる事。想定損益分岐点=売上高で2,118百万円
企業グループ体への転換での事業体制の改革にて増収増益
組織+収益構造改革=ビジネスモデル改革→企業価値向上
※想定損益分岐点は固定営業経費を目標収益構造での売上総利益率で除して算出

2024年3月期

純額売上計上

加盟金
ロイヤリティ
フィ

その他

売上総利益率

住まい
暮らし
投資

2026年2月期～

純額売上計上

①⑥
投資関連事業
その他

売上構成

住まい
暮らし
投資

総額売上計上

②③④
⑤⑦⑧⑥
物販関連 施工請負

その他

目標売上構成

業績データと計画値について

(連結ベース)	計画値 2025/3月期	実績値 2025/3月期	計画値 2026/3月期	計画値 2026/2月期
住まい関連事業	1,260,000	565,121	1,721,100	1,176,993
ネットワーク事業	613,300	350,048	945,500	343,360
プロデュース事業	210,200	202,973	310,200	165,300
スタジオサポート事業	141,800	12,100	379,900	140,000
その他の事業	60,700		85,500	528,333
暮らし関連事業	440,000	28,294	1,170,000	1,035,000
物販/EC事業	150,000	28,294	620,000	165,000
マーチャндаイジング事業	280,000	0	520,000	350,000
その他の事業	10,000	0	30,000	520,000
投資関連事業	68,000	304,080	110,000	321,120
売上高合計	1,768,000	897,496	3,001,100	2,533,113
売上原価	615,600	290,782	1,523,400	1,364,713
売上総利益	1,152,400	606,714	1,477,700	1,168,401
同利益率	65.2%	67.6%	49.2%	46.1%
販管費	837,000	703,328	1,091,600	976,975
営業利益高	315,400	▲ 96,614	386,100	191,426
同利益率	17.8%	-10.8%	12.9%	7.6%
経常利益高	76,800	▲ 92,982	382,200	187,320
同利益率	4.3%	-10.4%	12.7%	7.4%

※2026年3月期の計画値は2026年5月15日付「2025年3月期決算短信」でお知らせした数値であります。 単位千円

…2025年2月期の連結収益の計画値との差異について

売上高：1,534,000千円 → 897,496千円 = 637,504千円
 営業利益高：81,400千円 → ▲96,615千円 = 178,015千円
 経常利益高：76,800千円 → ▲92,982千円 = 169,782千円
 この差異は当該期の計画値にグループ会社化した3社の収益を連結対象とせず、また暮らし関連事業の立ち上げの遅れ、投資関連事業の売上の一部が純額売上計上となった事が要因であり、営業及び経常利益に関しては訴訟損失引当金、ソフトウェア・店舗設備等の期中減損損失処理、減収分計画値の収益未計上が計画値との差異の主な要因でありました。

…2026年2月期の取り組み方として

中期経営計画への取り組みにおいて2025年3月期で収益計上に至らなかった部分は当期中、2026年2月期に順次計上されますが、当期は決算期変更による実働11ヶ月の変則決算となる為に当期の計画値は修正、セグメント別の事業は以下のようになります。

住まい関連事業

祖業であるネットワーク・プロデュース事業については、ほぼ横ばいで推移と計画しておりますが、両事業と子会社であるトルネードジャパン株式会社にて新たに手掛ける新受注形態「プロジェクト受注」とリフォーム事業の総額売上計上、暮らし関連及び投資関連事業との協業プロジェクトの収益、子会社であるSupaspace PTE LTD.及びMED株式会社を連結計上し、またスタジオサポート事業として共同購買・DX関連が取引先の増加に伴い、住まい事業の新たな事業基盤構築とも相俟って増収に貢献しています。

暮らし関連事業

2025年3月期から開業準備を進めてきた物販/EC事業「ASJセレクト」が家具・アート・インテリア製品・グルメ関連商品の販売が当期より本格的な稼働となり、取扱商品とサービス＝事業内容の充実と比例して収益に貢献することになります。また、生活をサポートするサービスとして展開する「ASJハウスサポート・プロ」も当期より事業開始となり、顧客満足度の向上を含め、暮らし関連事業の顧客基盤構築も図ります。子会社であるESJ株式会社も蓄電池・太陽光関連工事受注のための事業体制を当期中に整え、本格的な稼働となります。基本的に暮らし関連事業は総額売上計上であり、よって当社の増収増益の主要素、当該事業の成否が当社の企業価値向上に直結します。

投資関連事業

中期経営計画の着実な遂行に寄与する収益に直結するような住まい・暮らし関連事業に関係する投融資を着実に進めていく事とします。特にリフォーム条件付不動産販売案件への投資を「住まい・暮らし・投資」連携案件として展開していきます。ALINプロジェクトは小規模案件が中心のために業務報酬も限定的と計画しています。当社の企業力向上を図る企業グループ体構築のために事業シナジーの高い案件を対象にM&A投資も積極的に取り組んでいきます。[2025年3月期は実績4社]

目指すべき経営目標：企業基盤再構築・財務基盤強化 企業力・企業価値・時価総額向上
一部の売上を総額計上とする事で増収を図り、財務基盤改革とキャッシュフロー経営実現へ
企業価値向上に不可欠な収益構造改革を3つのセグメントによるポートフォリオ経営実現へ

第三者割当増資における主な資金使途の状況について

- 住まい関連事業：既存東京セル縮小費用59,400千円支出済 / 海外連絡事務所開設費用125千円支出済 / 新規サテライト開設資金38,000千円支出済 / その他に資金使途分については未支出
- 暮らし関連事業：WEBサイト構築関連28,600千円の内5,000千円支出済 / 企画開発開拓関連25,300千円の内3,800千円支出済 / その他に資金使途分については未支出
- 投資関連事業：従来からのALINプロジェクト関連12,000千円支出済 / 別府駅前開発への事業投資30,000千円の内15,000千円支出済 / その他に資金使途分については未支出
- 経営管理関連：借入金返済40,000千円支出済 / 経営管理機部東京移管費用等1,170千円支出済 / 外注関連費用12,900千円支出済 / その他に資金使途分については未支出

経営指標

セグメント別、業績の推移

	計画値 2025/3月期	実績値 2025/3月期	計画値 2026/3月期	計画値 2026/2月期
住まい関連事業	1,260,000	565,121	1,721,100	1,176,993
ネットワーク事業	613,300	350,048	945,500	343,360
プロデュース事業	210,200	202,973	310,200	165,300
スタジオサポート事業	141,800	12,100	379,900	140,000
その他の事業	60,700		85,500	528,333

トルネードジャパン(株)3社の収益(3社の直前期の売上は602,000千円)をM&A時期等の問題から連結対象せずに未計上となった事も計画値との差異の大きな要因です。

2026年2月期は実働11ヶ月の変則決算ですが、各子会社を通期ベースで連結計上となり、トルネードジャパン等との協業による国内での「プロジェクト受注」も予定されており、リフォーム事業もチャミ・コーポレーションとの協業で総売上計上となる事も計画値の根拠となっています。

暮らし関連事業	440,000	28,294	1,170,000	1,035,000
物販/EC事業	150,000	28,294	620,000	165,000
マーチャндаイジグ事業	280,000	0	520,000	350,000
その他の事業	10,000	0	30,000	520,000

関連して当期よりアート系商品、古物商許可も得てアンティーク・ヴィンテージ商品の催事販売を開始しており、定期的な収入の目途も立っております。加えて生活をサポートサービス「ASJハウスサポート・プロ」も当期中の事業開始に向けて準備中であり、当期より収益計上していきます。暮らし関連事業の中心的存在の2つのプロジェクトは収益のみならず、その新たなデジタルマーケティングとマーチャндаイジグにより、顧客満足度の向上を含め、当社の顧客基盤構築にも大きく貢献します。

また、ESJ株式会社は当期より許認可の取得、本格稼働となるため、連結計上する計画であります。

投資関連事業	68,000	304,080	110,000	321,120
	2025/3月期 計画値	2025/3月期 実績値	2026/3月期 計画値	2026/2月期 計画値

に限定しました。2025年3月期では株価の低迷から新株予約権の行使が進まず、事業資金調達が遅れ、計画していた事業投資等は行えませんでした。その後、新株予約権者の理解を得て行使価額を下回る時期での行使もされ、現時点では全新株予約権の行使が完了しており、当期から住まい・暮らし・投資の連携案件であるリフォーム条件付不動産案件への投資(キャピタルゲイン+事業収益)やその他同様に事業シナジーのある事業投資やM&A投資を展開していきます。また、キャッシュフローに貢献するスポット投資も行います。

住まい関連事業：2026年決算期変更によって3月計上分を除き修正しました。

2025年3月期の計画値と実績値の差異は、ネットワーク事業において受注新形態「プロジェクト受注」特に海外案件が子会社Supaspace PTE LTD.(シンガポール法人)の事業開始の遅れから同社の収益につき連結未計上も合わせて大きな差異となりました。加えてイベント開催数及び受注案件減少も減収の要因であります。プロデュース事業は東京サテライト新設もあり、業績はほぼ横ばいで計画通りで推移しており、今後は暮らし関連「ASJセレクト」との連携により当社全体の収益へ貢献が期待されています。特に家具・アート・インテリア製品の取扱いを予定しています。また、当該期中に国内で子会社化したMED(株)、(株)チャミ・コーポレーション、

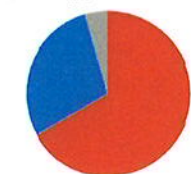
暮らし関連事業：2026年決算期変更によって3月計上分を除き修正しました。

2025年3月期の計画値と実績値の差異は、暮らし関連事業の立ち上げに予想以上に時間を要して事業開始の遅れたことが最大の要因です。中期経営計画の成長戦略である事業多様化の象徴的プロジェクトである物販/EC事業「ASJセレクト」は開業が当期第二四半期に決定、ショールームの開業によるデジタル&リアル独自のマーケティングでの本格的稼働となります。

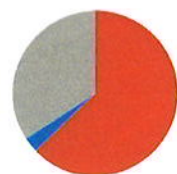
投資関連事業：2026年2月期は保有不動産売却案件分を計上して修正しました。

2025年3月期の計画値と実績値の差異は、ALINプロジェクトにおけるテストプラント販売分が計上された事がその要因です。ALINプロジェクトは今後、事業監修費＝フィーベースのビジネス

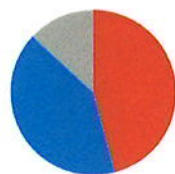
売上構成



計画
2025年3月期
住まい 66.9%
暮らし 28.7%
投資 4.4%
原価率 40.1%



実績
2025年3月期
住まい 63.0%
暮らし 3.2%
投資 33.8%
原価率 32.4%



計画
2026年2月期
住まい 46.0%
暮らし 41.0%
投資 13.0%
原価率 53.9%



目標売上構成比
住まい 51.0%
暮らし 46.5%
投資 2.5%
原価率 55.0%

中期経営計画で当社が目指す「住まいから暮らしまでを対象にして事業多様化戦略」によって「生活そのものをDesignする”暮らし提案企業”へ」を達成させる為にはポートフォリオ経営への転換は不可欠であり、収益構造改革・組織改編＝企業グループ体構築にも売上構成の改革がキーとなります。従来の単一セグメント・純額売上計上では営業キャッシュフローの黒字化は難しく、ビジネスモデル的には限界でありましたので、次代に向けた売上構成では総額売上計上による増収増益を基本方針として当期以降は増収に応じて粗利益率は段階的に下がり、目指す売上構成でも45%となりますが、一定の利益率とキャッシュフローは確保していく計画です。これにより、営業キャッシュフローのプラス化、単年度の営業黒字キャッシュフロー経営への転換を計画しております。

業務遂行上の重要なリスクと対応方針



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

6. 事業遂行上の重要なリスクと対応方針 1/3

重要なリスク

顕在化の
可能性 / 時期

顕在化した場合
の影響度

リスク対応策

(1) 収益構造について

① スタジオの展開について

A S J 建築家ネットワーク事業におきましては加盟建設会社が運営するスタジオが重要な役割をになっております。その為に新たな建設会社との新規加盟店契約が締結できない場合には、スタジオの新規展開に支障が生じることにより売り上げの増加が見込めず、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 不明

大

新規の建設会社に対して新規加盟に向けたリクルート活動を継続して実施することにより、新規加盟店の加入促進を図ってまいります。

② 加盟建設会社の経営について

加盟建設会社は日本国内の経済環境や各々が展開する地域経済の状況に大きく影響を受ける傾向があります。その為に加盟建設会社が、経営状況の悪化、経営方針の変更や予期せぬ理由により A S J 建築家ネットワーク事業を継続することが困難になった場合は、稼働スタジオ件数の減少による売上の減少や債権回収期間の長期化、貸倒引当金計上の増加等当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

中 / 不明

大

営業担当である S V を通して加盟建設会社のスタジオ経営に関する企画や運営のサポート等に一層努めてまいります。

③ 第4四半期への売上集中について

例年3月に顧客と加盟建設会社との工事請負契約が増加し、第4半期に売上計上が集中する傾向があります。しかし、諸事情により想定通りに工事請負契約等が締結されなかった場合は、第4四半期の売上高が計画未達となる恐れがあり、当社の業績に影響を与える可能性があります。

高 / 中長期

大

工事請負契約や建築設計・監理業務委託契約の締結時期の分散化及び物件進捗管理の徹底を図ることにより、第4四半期の売上計上の平準化に努めてまいります。

④ 新規事業展開する物販事業の在庫について

住まい関連事業におけるビジネスサポート事業及び暮らし関連事業において展開する EC を含む物販事業においてその売上高が総売上計上となるために取扱商品につき、一定の在庫を保有することとなります。その在庫が不良在庫となる恐れがあり、当社の業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

小

先行発注量について、その数を前月の販売データに基づいて品切れにならない程度の最低線の在庫とし、また在庫回転率重視の仕入政策を採用することで不良在庫化を回避する手立てを講じて参ります。

(2) 小規模組織及び人材の確保について

当社は 2025 年 3 月末日現在、取締役 7 名（内、非常勤取締役 1 名、監査等委員取締役 3 名、従業員 40 名の人員体制で事業展開しております。会社規模に応じた内部管理体制や業務執行体制となっております。営業担当の S V は、加盟建設会社に対する各種コンサルティングや新規の建築家建設会社のリクルート等 A S J 建築家ネットワーク事業のけん引役となって活動しております。この為に役職員が予期せず、退社した場合には、内部管理体制や業務執行体制が有効に機能せず、売上減少等により当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

大

営業担当をはじめ全従業員の質的向上、処遇面や労務面での所要の対応を図ってまいりの方針であります。

6. 事業遂行上の重要なリスクと対応方針 2/3

重要なリスク

顕在化の
可能性 / 時期

顕在化した場合
の影響度

リスク対応策

(3) 情報システムについて

経営の効率化、受注の確立や生産性の向上等を目的として、独自開発したA-POS（情報管理システム）、COSNAVI（建築家対応積算ソフト）の基幹情報システムを構築しております。しかし、これらの情報システムに何らかの予期せぬ不具合やコンピューターウイルス等でシステムダウンやシステム障害が発生した場合は、A S J 建築家ネットワークの事業運営に支障が生じ、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

大

当該基幹情報システムのハードウェアの開発プロセス等において、システムダウンやシステム障害等の発生を防止する諸施策を講じております。

(4) 継続企業の前提に関する重要事象等について

前期連結会計年度において売上高は 897,496 千円、営業損失 96,614 千円、経常損失 92,982 千円及び親会社株主に帰属する当期純損失 79,904 千円となり、営業活動によるキャッシュ・フローは 84,249 千円のマイナスとなっており、これらの状況から継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような事象又は状況が存在しているものと認識しております。当該事象又は状況を解消又は改善するための対応を講じて参りますが、現時点においては継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められます。

低 / 中長期

大

当該リスクへの対応策として、前期有価証券報告書「第5 経理の状況」連結財務諸表等（1）連結財務諸表注記事項（継続企業の前提に関する事項）」に記載していた当該対応策として、今回、第三者割当増資を行ないました。

(5) 資金調達について

財務体質の改善と安定的な財務基盤の確立を図るため、新株式の発行と新株予約権による資金調達を行ないます。しかしながら、経済情勢の悪化や当社の業績動向等により新株予約権の行使につき、順調に推移しなかった場合など資金調達の実現に不確実性が生じた場合は、手元や運転資金の減少により、当社の事業及びキャッシュ・フローの状況に影響を与える可能性があります。また、新株式及び新株予約権の発行は、株式の希薄化を生じさせます。債務超過解消、財務体質の改善と安定的な財務基盤の確立を図るため、新株式の発行等による資金調達を行う可能性があります。

高 / 中長期

大

当該リスクへの対応策として、経営計画の着実な達成に努めると共に、新株予約権の行使については行使指示条項、取得条項を設定し、発行時点で対応出来る限りの行使促進策を割当先との協議で合意しており、必要とする資金調達の実現に努める所存であります。また、希薄化につきましても、中期経営計画の円滑な進捗に努め、財務体質の改善も進めることで企業価値及び株主価値の向上に寄与すると見込まれ、既存株主の利益にも資するものとなるように致します。

(6) 投資関連事業について

当社が展開する住まい関連事業と暮らし関連事業の業容拡大に寄与するような案件・プロジェクト・企業を対象とした投融資に取り組んでいく計画に基づき、投資関連事業を行って参りますが、この事業投融資に関連して投資資金の回収不能といったリスク及び当初の計画以下の収益となる事が発生するリスクがあります。こうした事態の発生は当社の経営成績及び財政状態に重要な影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

小

当該リスクへの対応策として、案件の実行に際しては投融資先に対する属性・財務・事業・経営状況等の査を徹底し、投融資に係る経済効果、必要収益率等の定量基準や定性評価に基づいて決定を行う事及びアドバイザリーボード等の外部有識者に対して諮問を行ない、その客観的な意見も判断基準に採用致します。また投融資先への継続的なモニタリングも実施し、投資リスクの軽減に努めて参ります。

（注）その他の重要なリスクとその対応策については、有価証券報告書に記載の事業等のリスクをご参照ください。

6. 事業遂行上の重要なリスクと対応方針^{3/3}

重要なリスク

顕在化の
可能性 / 時期

顕在化した場合
の影響度

リスク対応策

(7) 商品在庫に関して

1 高額商品の取扱いについて

暮らし関連事業の物品売買におきましては取扱商品において、特に家具関連商品において、非常に高額な商品を取扱う場合があります。EC サイトでの販売、当社関連施設での販売が中心となっていますが、基本的に受注発注による商品調達としておりますが、一部の商品について在庫を保有する場合があります。そうした商品について販売に至らずに不良在庫化する可能性があります。

中 / 不明

中

仕入先からの情報、マーケティング情報を商品バイヤーに集中させ、出来る限り、売れ残りのリスクのない商品の選択や業販ルートの確保による商品販売ルートの確保、当社社員及びアカデミー会員へのオークション販売などの対策販売手法の構築を図ります。

2 広告宣伝及び販売促進関連の物品について

住まい関連事業や暮らし関連事業において、取引先に対して有償、無償にて提供する広告宣伝及び販売促進に関する政策物等の物品につき、基本的には受注発注による商品調達としておりますが、使用時期、使用方法によっては当社が先行発注し、一定数の在庫を保有する場合があります。その為に加盟建設会社が、経営状況の悪化、経営方針の変更や予期せぬ理由により当社との取引を継続することが困難になった場合は、これらの在庫につき、その消化の長期化や販売不能による廃棄等により、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

低 / 不明

中

営業担当であるS Vを通して加盟建設会社のスタジオに対して適正な数量の販売を徹底し、また、新たな加盟スタジオの獲得にも努力し、販促品の不良在庫対策を講じていきます。また、加盟スタジオの経営に関する企画や運営のサポート等にも常日頃から一層努めてまいります。

(8) 投資関連事業について

1 事業投資について

投資関連事業において取り組む事業投資に関して、事業投資対象企業、投資案件・プロジェクトにおいて、当初の事業計画が予定通りに進捗せずに収益が得られない状況となる可能性があり、その場合に当社の事業及び業績、キャッシュフローに影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

中

投資時点での事業計画の検証と客観性のある投資に関するオピニオンを収集、諮問を徹底します。また、投資後の事業上のフォロー、情報収集を定時に行ない計画値未達の場合には随時その対策につき、担当者対策を講じることで事業上のリスクを軽減させます。

2 M&A投資

M&A投資により、当社子会社化した企業及び出資先企業が経営不振に陥り、事業停止、民事再生、倒産といった状況となるリスクは常に存在します。子会社もしくは出資先企業がこうした状況となった場合には当社の事業及び業績、キャッシュフローに影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

中

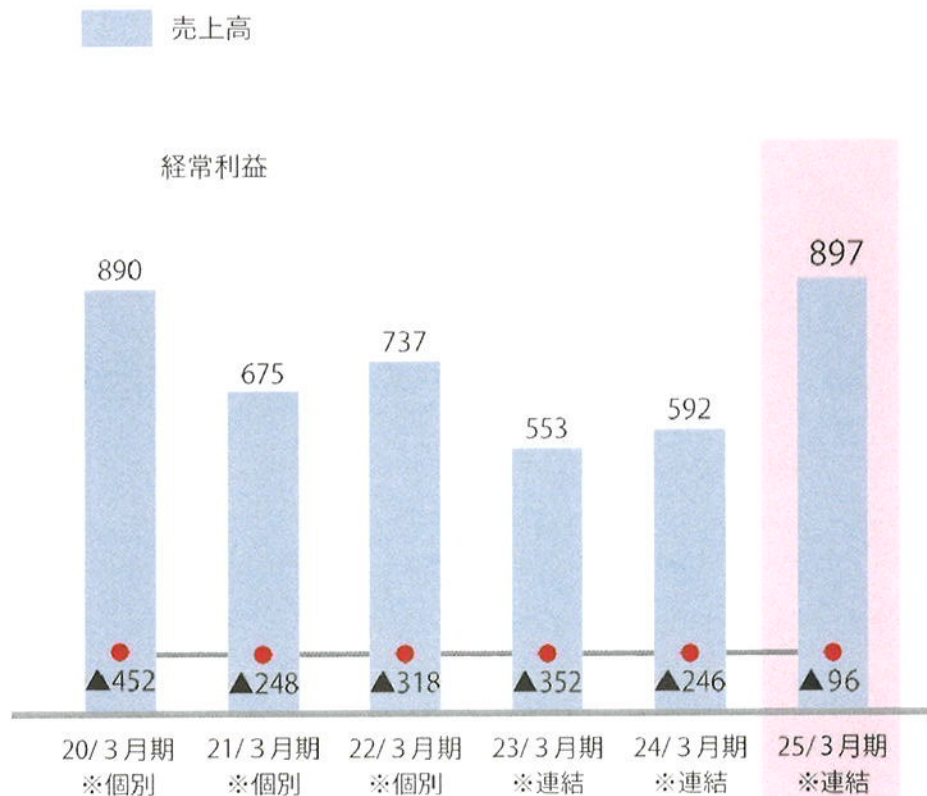
投資時点での投資先企業の事業計画の検証と客観性のあるデューデリジェンス、企業調査を的確に実施し、合わせて情報収集と諮問も徹底します。また、投資後の事業上のフォロー、情報収集を定時に行ない計画値未達の場合には随時その対策につき、担当者対策を講じることで投資上のリスクを軽減させます。

APPENDIX

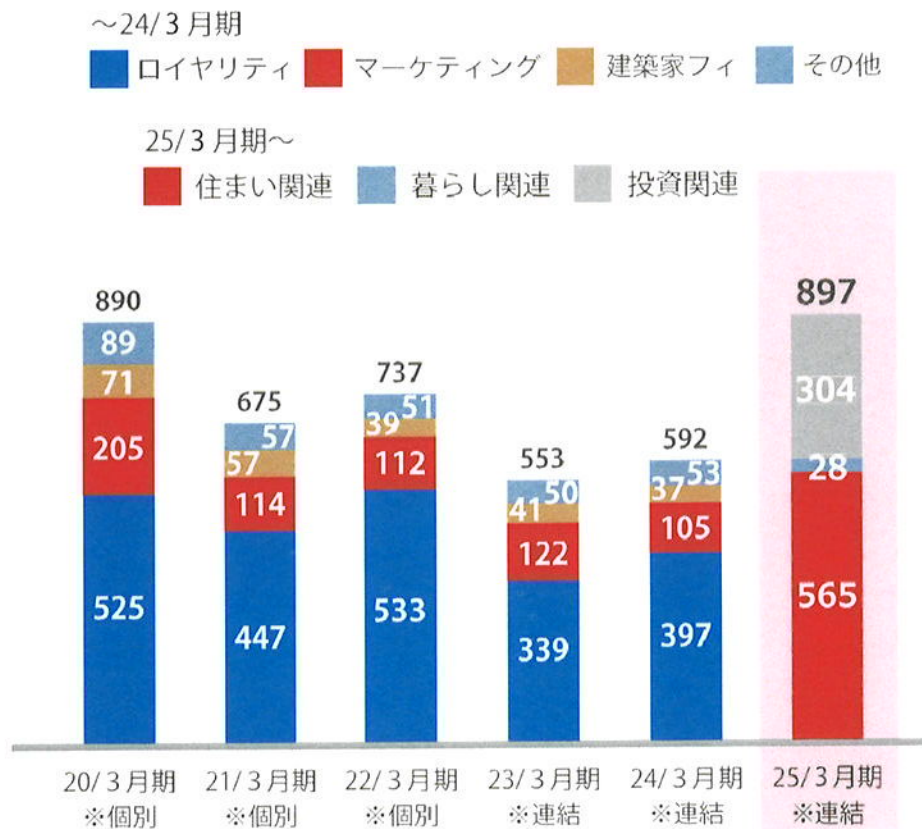


ARCHITECTS STUDIO JAPAN

売上高 / 経常損益 (単位：百万円)



売上高内訳 (単位：百万円)



7. APPENDEX 「業績指標実績推移」

区分	期別	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
(1) 登録建築家	期末数 (名)	2,952	2,976	2,981	2,983	2,972	2,979
(2)-1 スタジオ	新規加盟	3	1	3	0	15	2
コルゲート含む	退会・休眠	-19	-24	-18	-10	-10	0
	実質期末稼働数	123	100	85	75	80	82
(2)-2 プロトバンクステーション	新規加盟	3	9	17	1	7	0
	スタジオ申込	0	34	0	0	0	0
	退会・休眠	0	0	-2	-15	-7	-1
	実質期末稼働数	3	46	61	47	47	46
(3) イベント	開催回数 (回)	245	123	126	145	110	90
(4) ASJアカデミー会員	新規入会数 (名)	3,378	2,553	3,055	2,596	2,407	1,498
	内 イベント入会	2,202	1,290	1,133	1,222	922	773
	内 WEB入会	745	1,032	1,699	1,149	440	278
	その他入会	431	231	223	225	1045	447
(5) プランニングコース	新規件数 (件)	559	337	341	344	279	247
(6) 建築設計/監理業務委託契約	件数 (件)	171	105	90	78	75	48
建設工事請負契約	件数 (件)	171	149	127	131	125	134
	金額 (百万円)	8,543	7,836	6,302	6,069	6,743	6,548
	平均単価 (万円)	4,995	5,259	4,925	4,632	5,395	4,887
	平均約定料率	3.60%	3.45%	3.87%	3.01%	4.11%	3.85%

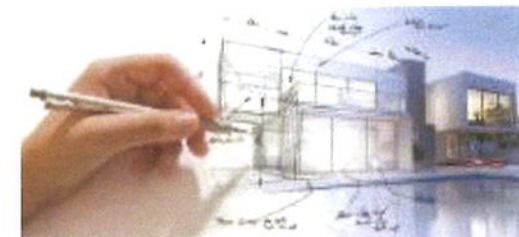
	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期
登録建築家数	2,912	2,952	2,976	2,981	2,983	2,972	2,979
加盟スタジオ数	139	123	100	85	75	78	82
PROTO BANK Station 登録数		3	46	61	47	45	46
イベント回数	328	245	123	126	145	120	90
期末スタジオ数	139	123	100	85	75	78	82
建設工事請負契約金額	16,794	8,543	7,836	6,302	6,069	6,800	6,548
平均特定ロイヤリティー率	3.6	4.2	3.4		3	4.1	3.9

7. APPENDIX 「第三者割当増資における主な資金使途の状況」

2025年3月期末時点での資金使途の状況

	単位千円	
新株発行による調達資金	予定金額	支出金額
① ビジネスサポート事業向け仕入資金	34,400	34,100
② ASJサテライト開設費用	97,600	92,558
③ 暮らし関連事業向け資金	28,340	16,361
④ 海外関連事業向け資金	27,000	22,725
⑤ 投資関連事業向け資金	4,200	4,200
⑥ 経営高度化資金	33,000	32,641
⑦ 借入金返済	25,000	25,000
計	249,540	227,585

新株予約権行使による調達資金	予定金額	支出金額
① ビジネスサポート事業向け仕入資金	82,800	未支出
② ASJサテライト開設費用	42,100	未支出
③ 暮らし関連事業向け資金	102,560	未支出
④ 海外関連事業向け資金	13,000	未支出
⑤ 投資関連事業向け資金	101,252	22,800
⑥ 経営高度化資金	28,800	9,600
⑦ 借入金返済	15,000	15,000
計	385,512	47,400



新株発行にて調達した資金はほぼ予定の支出計画の通りとなりましたが、暮らし関連事業については開業準備に予想以上の時間を要したために予定金額の消化率は57.7%に止まりました。

また、当社株価が行使価額に達しない時期が続いたために新株予約権による調達は予定を大幅に超えてしまいました。2025年3月期内の行使による調達金額は49,507千円で総発行価額に対しては12.8%となっております。よってほとんどが未支出でありました。ただし、新株予約権者の方々のご理解により、2025年5月20日までに発行済新株予約権はすべて行使が完了しております。

用語	内容
ロイヤリティ売上	主にスタジオ（加盟建設会社）の新規加盟契約に係るスタジオ加盟金及び既存スタジオ・登録工務店、プロトバンクステーション等に係る月額ロイヤリティ、請負契約ロイヤリティ、土地建物仲介、業務委託・顧客紹介等手数料
マーケティング売上	主にスタジオ単位で開催されるイベントに係る企画費及び販促物等のイベント関連売上
建築家フィー売上	主に登録建築家の建築設計・監理業務委託契約に基づく設計料等に係るプロモーションフィー
その他売上	主にスタジオに対する各種書籍・情報誌及び建設資材・住宅設備等の売上
ASJアカデミー会員	当社のHPをはじめ、スタジオ等を利用した各種セミナー、現場見学会、竣工物件見学会等を通じて会員が建築家の設計した家づくりを進めるうえで必要と思われる情報や知識を提供する会員組織
スタジオ	加盟建設会社の名称、登録建築家及び加盟建設会社と住宅等の建築を希望する顧客であるASJアカデミー会員との打合せスペースであり、登録建築家との個別相談、各種セミナー等の開催にも利用されるサロン。プロトバンクを扱う加盟建設会社はプロトバンクステーション
イベント	ASJアカデミー会員加入促進を図る目的で、建築家とスタジオの協力のもとで開催される。会場では、参加建築家ごとにブースが設営されており、建築家が来場者と対面で建築模型や写真パネル等を使いながら、自らの設計コンセプトや実績を直接プレゼンテーションを行う
プランニングコース	顧客が『自らが選んだ建築家との相性』『プランニング』『建設コスト』『建築を請負うスタジオを運営する加盟建設会社とのコミュニケーション』といったポイントを具体的にチェックし、建築設計・監理業務委託契約、更には工事請負契約を締結するか否かを判断することを目的とする



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

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、当社の有価証券の投資を勧誘するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大きく異なる場合があります。次回の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」につきましては2026年2月期本決算(2026年5月頃)に開示を行う予定です。