



2021年12月期 第2四半期 決算説明資料

1. 会社概要
2. 2021年12月期 第2四半期決算の概要
3. 第2四半期までの主な取組み
4. 今後の主な取組み
5. 2021年12月期 連結業績予想の概要
6. 配当政策



1. 会社概要



2021年5月オープン 豊橋店

1. 会社概要 (2021年7月31日現在)

会 社 名	株式会社 安江工務店 (証券コード: 1439)	
代 表 取 締 役	代表取締役社長 CEO兼COO 山本 賢治	
設 立	1975年6月 (創業: 1970年)	
資 本 金	2億4,972万円	
従 業 員 数	256名 (グループ合計) ※臨時従業員42名含む	
上 場 市 場	東京証券取引所JASDAQスタンダード市場、名古屋証券取引所市場第二部	
所 在 地	本社 : 名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング 本店 (登記上) : 名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング 店舗 : 天白店 (本店)、千種店、中村店、緑店、北店、他全13店	
事 業 内 容	住宅リフォーム事業、新築住宅事業、不動産流通事業	
関 係 会 社	株式会社N-Basic (神戸市)	2017年9月グループ化 事業内容: 住宅リフォーム事業
	株式会社トーヤハウス (熊本市)	2018年5月グループ化 事業内容: 新築、住宅リフォーム事業など
	アプリコット株式会社 (兵庫県姫路市)	2020年1月グループ化 事業内容: インテリア販売業など
	株式会社MIMA (大阪府八尾市)	2020年10月グループ化 事業内容: 住宅リフォーム事業、不動産流通事業など

3つのセグメントで事業を展開

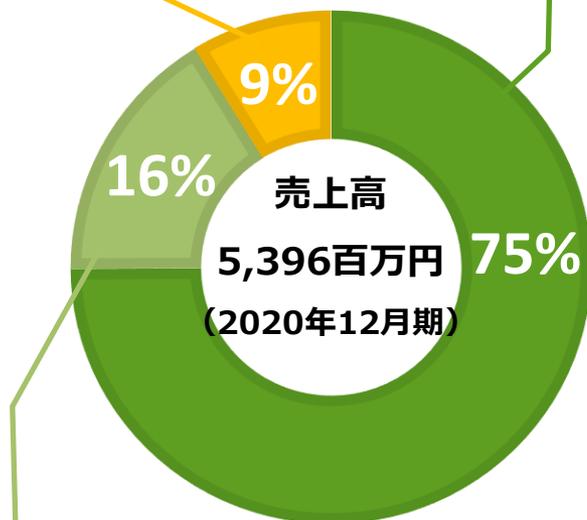
セグメント別売上構成比率

不動産流通事業

不動産の売買・仲介
建売住宅

住宅リフォーム事業

総合リフォーム
デザインリフォーム



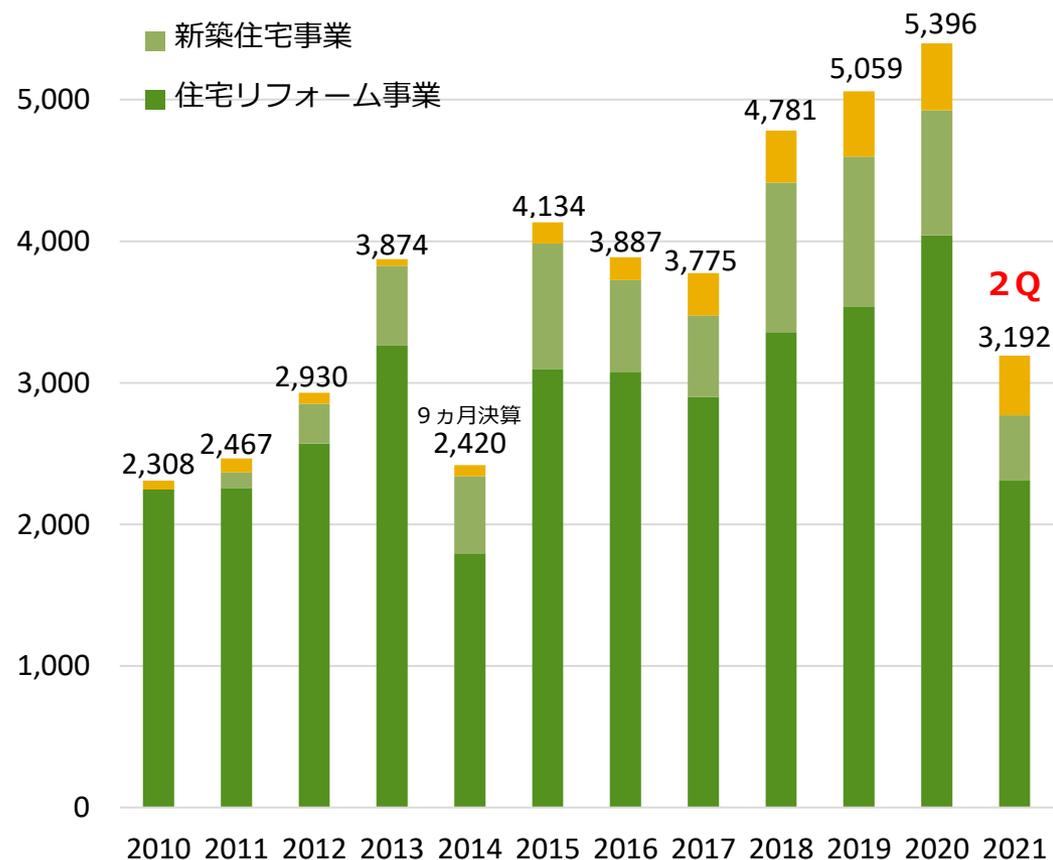
新築住宅事業

注文住宅

売上高
(百万円)
6,000

ワンストップサービス開始からの業績推移

- 不動産流通事業
- 新築住宅事業
- 住宅リフォーム事業



※2017年12月期より連結決算に移行しております。

【安心工事と信頼関係】

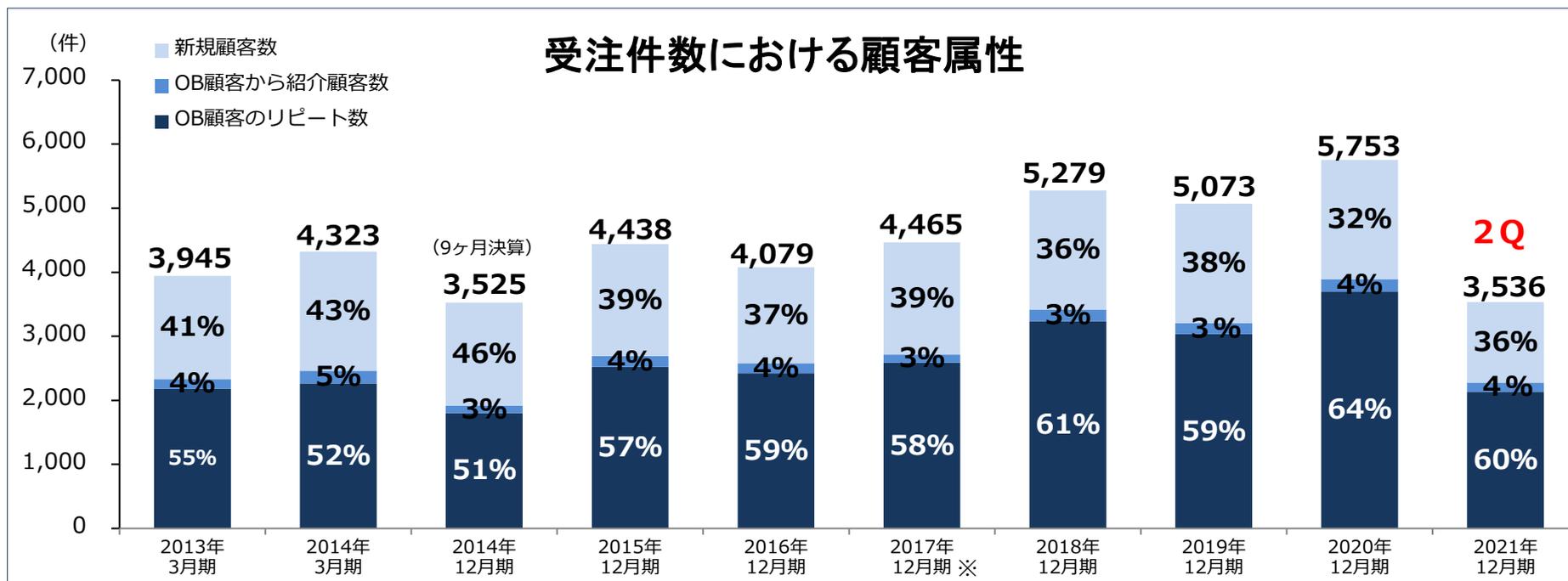


創業半世紀を超え、長い歴史の中で作り上げてきたお客様との信頼関係が
OB顧客（※）として経営の基盤となっています。 ※過去にご契約いただいたお客様

【高いリピート率と紹介率】



受注件数の**約50%**がOB顧客のリピートオーダーもしくは、OB顧客からのご紹介いただいた新規顧客によるものです。





2. 2021年12月期 第2四半期決算の概要



2021年6月オープン 御器所店

【2021年12月期 第2四半期ハイライト】

連結業績

- ・ 2021年12月期第2四半期連結決算は前年同期比で増収増益
- ・ 売上高、利益ともに第2四半期としては上場来過去最高

1 月

- ・ 月次連結受注高の公表開始（翌月中旬頃までに公表）

2 月

- ・ 更なる業容拡大と安定的な経営基盤構築を目指す長期ビジョン「Vision 2030 forward 300」に向けて、従来と異なる環境下においても成長発展できるよう基本方針や計画数値等を見直した「新中期経営計画」を策定

4 月

- ・ 名古屋市緑区に、木の温かみを感じられる「北欧シンプルモダン」をコンセプトとしたモデルハウスをオープン

5 月

- ・ 愛知県内12店舗目として、東三河エリア初出店となる「豊橋店」を開設

6 月

- ・ 愛知県内13店舗目として、名古屋市都心近くの駅近路面店「御器所店^{ごきそ}」を開設
- ・ 任意の「指名・報酬委員会」を設置

2. 2021年12月期 第2四半期決算の概要

【連結損益計算書概要】

(単位：百万円)

	2021.12期 第2四半期	前年同期比			業績予想比			【ご参考】 2019.12期 第2四半期
		前年同期	増減額	増減率	業績予想	増減額	増減率	
売上高	3,192	2,312	+879	+38.1%	3,200	△7	△0.2%	2,347
売上総利益	1,012	736	+275	+37.4%	1,068	△56	△5.2%	775
販売費及び 一般管理費	952	820	+132	+16.1%	1,021	△69	△6.8%	743
営業利益	60	△83	+143	—	46	+13	+28.4%	32
経常利益	60	△79	+140	—	42	+18	+43.3%	31
親会社株主に帰属 する当期純利益	27	△69	+97	—	28	△0	△2.1%	12

前年同期比

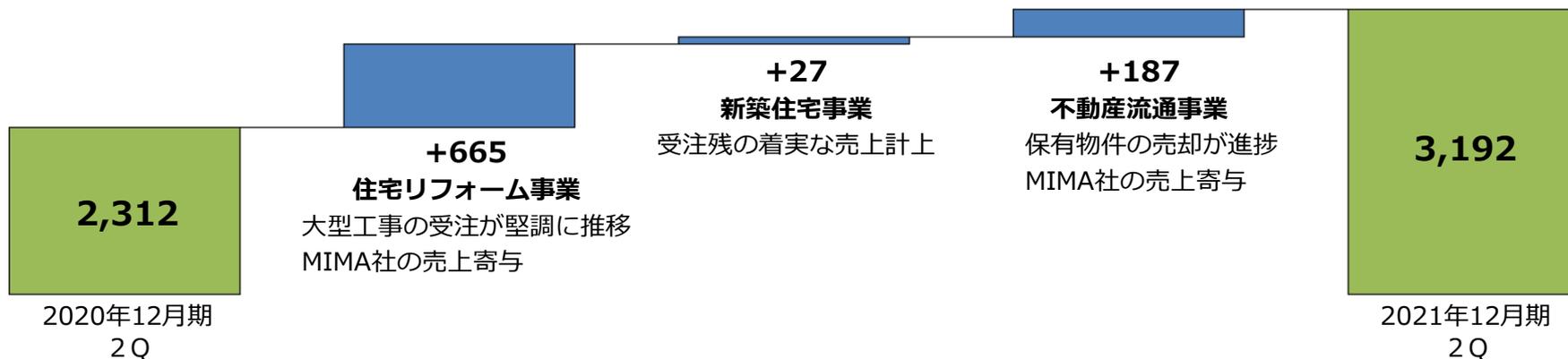
- ・売上高は新型コロナウイルス感染症拡大の影響が薄れて各セグメントとも需要が回復したことに加え、2020年10月にグループ化したMIMA社の売上寄与があったことから、前年同期比で大幅に増加し、概ね予想通りとなった。
- ・利益は売上高の増加により、グループ会社の増加や人員増に伴う人件費・広告宣伝費等の販売費及び一般管理費の増加をカバーし、全ての利益項目で増益となった。

【前年同期からの増減要因分析】

(売上高)

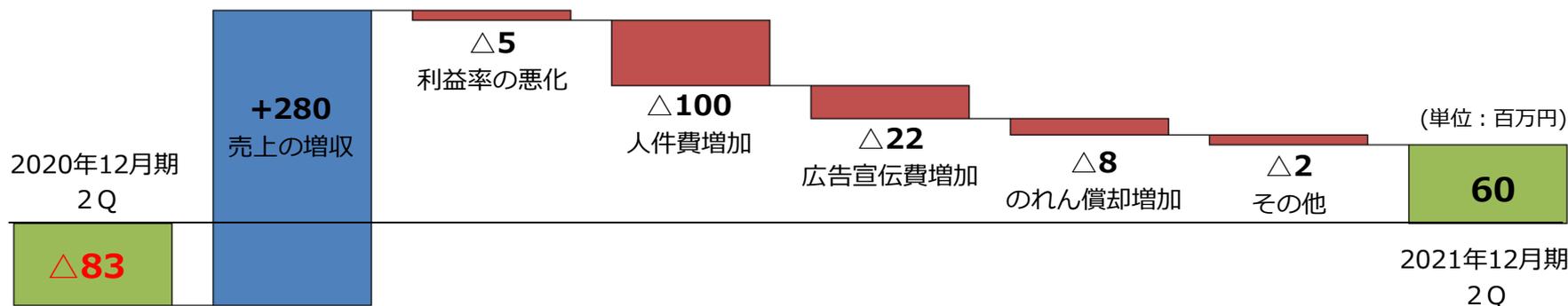
住宅リフォーム等の需要回復とともに、グループ会社の寄与により全てのセグメントで増収

(単位：百万円)



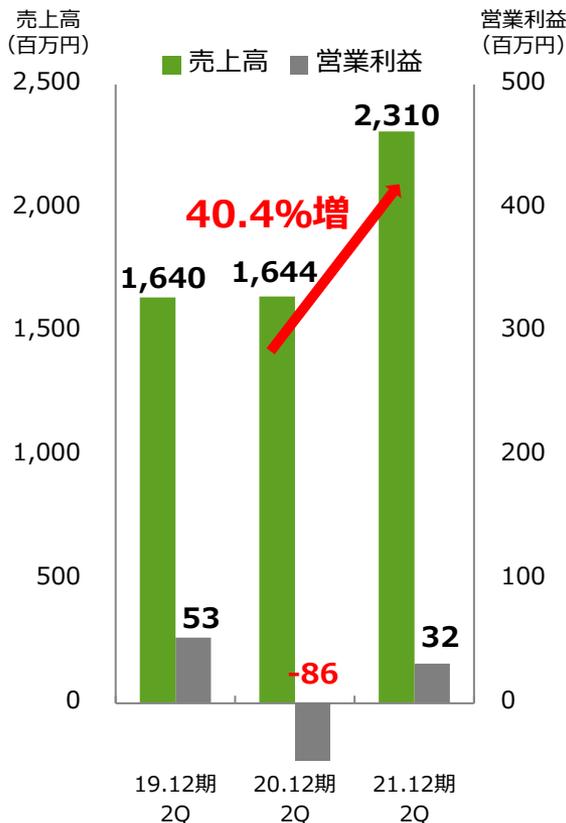
(営業利益)

昨年のグループ化に伴い人件費・広告宣伝費等が増加したものの、増収効果で黒字転換

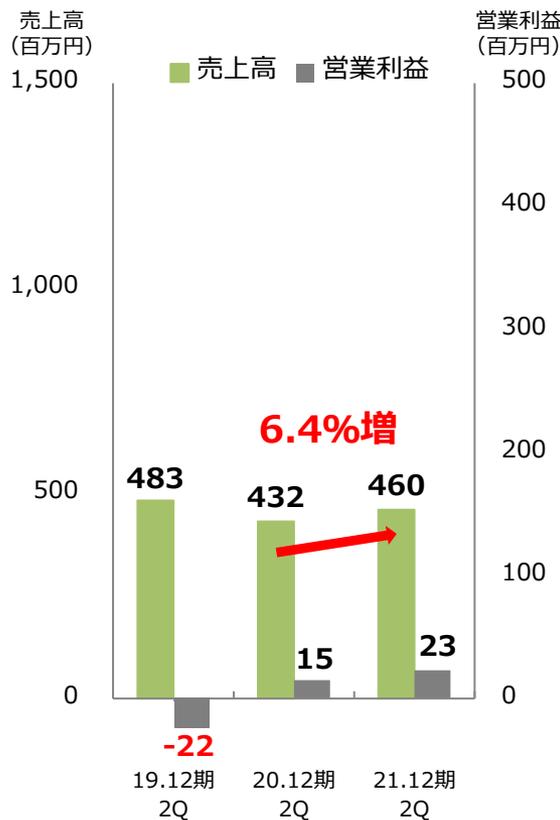


【連結セグメント別の前年同期比】

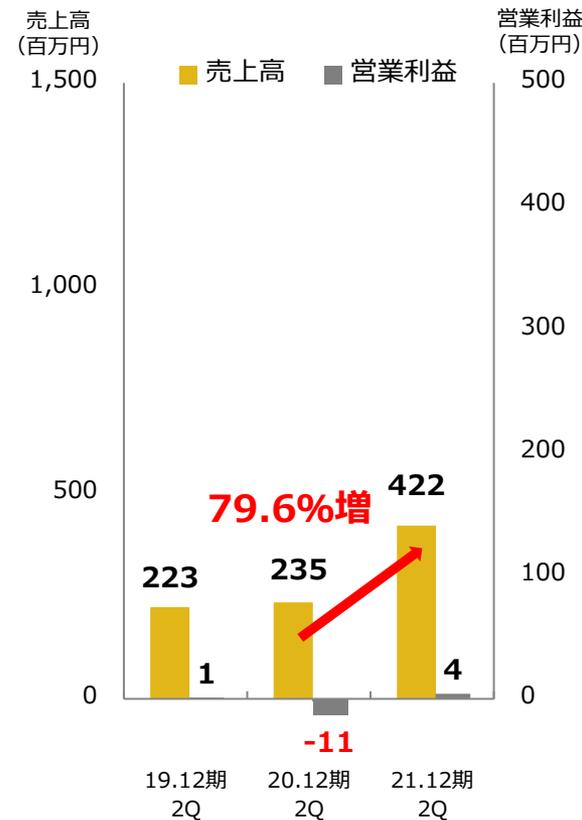
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



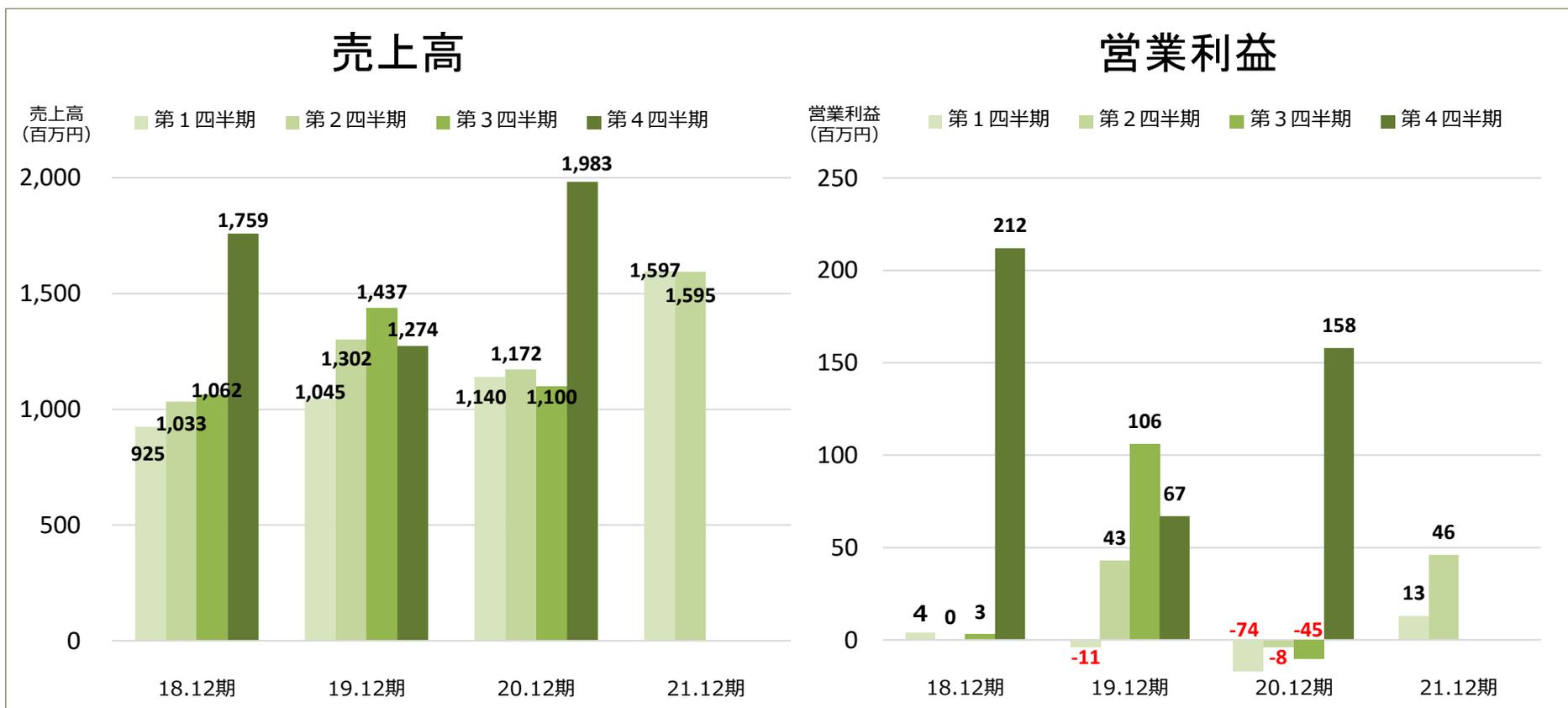
不動産流通事業



前年同期比

- ・ 全てのセグメントで需要が回復し、前年同期比で増収増益
- ・ 住宅リフォーム、不動産流通事業が黒字化し、全てのセグメントで営業黒字を確保

【2021年12月期 四半期推移】



前期比

【売上高】 売上高は第1四半期、第2四半期ともに同四半期比で過去最高

【営業利益】 増収効果でグループ会社増加による販管費の増加をカバーし、2019年12月期（消費税増税前の駆け込み需要があった年）の2Qを超える営業利益を確保

2. 2021年12月期 第2四半期決算の概要

【売上総利益・販管費の状況】

(単位：百万円)

	2021.12期 第2四半期		2020.12期 第2四半期		売上対比の 利益影響
	金額	売上対比	金額	売上対比	
売上総利益	1,012	31.7%	736	31.9%	△0.2pt
販売費及び一般管理費	952	29.8%	820	35.5%	+5.7pt
人件費	519	16.2%	419	18.1%	+1.9pt
広告宣伝費	151	4.7%	129	5.6%	+0.9pt
のれん償却費	26	0.8%	17	0.8%	△0.0pt
その他	256	8.0%	255	11.0%	+3.0pt

前年同期比

・売上総利益率

→概ね前年同期並み

・売上高人件費率、売上高広告宣伝費率

→グループ会社の増加や人員増に伴う人件費・広告宣伝費等は増加したものの、増収により売上対比の割合は減少し、それぞれ1.9pt、0.9ptの改善

・その他

→前期に計上したグループ化に伴う子会社取得関連費用23百万円がなくなったことに加え、その他各種コスト削減により3.0ptの改善

【貸借対照表】

(単位：百万円)

	2021.12期 第2四半期	2020.12期	増減額	主な増減要因
流動資産	2,737	2,841	△104	<ul style="list-style-type: none"> ・売上債権の減少△45 ・未成工事支出金等の増加+135 ・販売用不動産の減少△160
固定資産	1,378	1,428	△50	<ul style="list-style-type: none"> ・土地の減少△20 ・のれん償却により減少△26
資産合計	4,115	4,270	△154	
流動負債	1,533	1,580	△47	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入債務の減少△70 ・短期借入金の減少△75 ・一年内返済予定の長期借入金の減少△14 ・未成工事受入金の増加+128
固定負債	1,163	1,274	△111	<ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金の返済により減少△111
負債合計	2,697	2,855	△157	
純資産	1,418	1,415	+2	<ul style="list-style-type: none"> ・四半期純利益の計上+27 ・配当金の支払△25
負債純資産 合計	4,115	4,270	△154	
自己資本比率	33.8%	32.5%	+1.3pt	・借入金の返済（負債の圧縮）により指標改善

【キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)

	2021.12期 第2四半期	2020.12期 第2四半期	主な内訳
営業活動による キャッシュフロー	+216	+6	<ul style="list-style-type: none"> ・税金等調整前四半期純利益+51 ・仕入債務の減少△70 ・売上債権の減少+45 ・未成工事受入金の増加+128
投資活動による キャッシュフロー	+7	△44	<ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産の取得による支出△39 ・有形固定資産の売却による収入+41
財務活動による キャッシュフロー	△226	+913	<ul style="list-style-type: none"> ・短期借入金の減少△75 ・長期借入れによる収入+100 ・長期借入金の返済による支出△225 ・配当金の支払い△25
現金及び現金同等物の増減額	△3	+875	
現金及び現金同等物の期末残高	1,358	1,426	



3. 第2四半期までの主な取組み



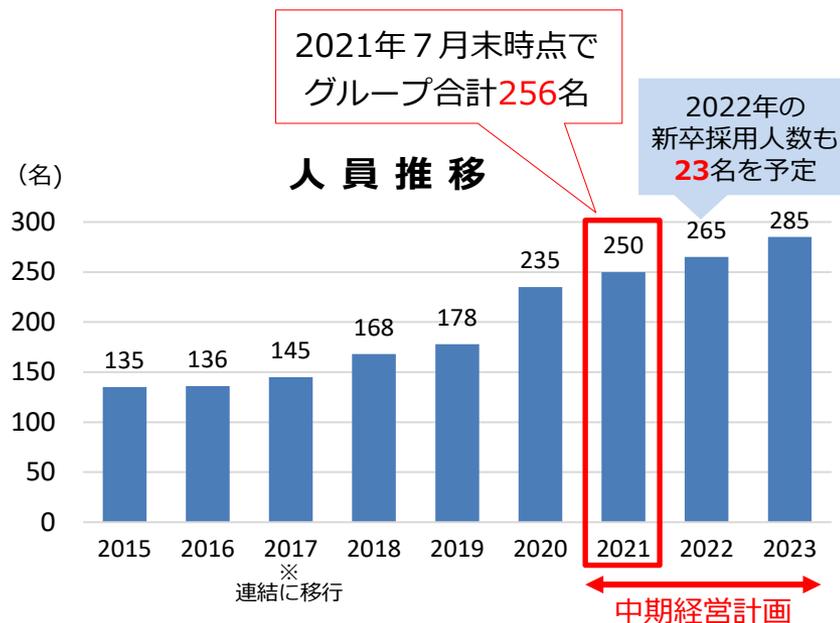
2021年4月オープン モデルハウス

3. 第2四半期までの主な取組み

① 競争力強化（人材力の強化）

新卒を中心に積極的な人材の確保

2021年新卒採用人数は**過去最高**の**23名**



人材育成体制の充実

■ 社内研修の実施

- ・ 経営トップが指導する次世代リーダー研修
- ・ 建築基礎～営業基礎まで、充実した新人教育

■ 社外研修の実施

- ・ 職方研修等による現場実習
- ・ 外部講師による営業・リーダー研修

■ メンター制度の導入

- ・ 先輩社員によるサポートやアドバイス
- ・ コミュニケーションの活性化

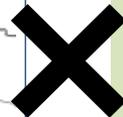
効率的な早期戦力化を図る

3. 第2四半期までの主な取組み

①競争力強化（既存事業とのシナジー）

- 愛知県の既存店舗にグループ会社が取扱うインテリア製品を展示し、専任スタッフを配置して拠点化することで、既存事業とのシナジーをより一層高める

リフォーム



インテリア

インテリア業を展開するグループ会社



【愛知県の既存店舗に併設】

【姫路市・神戸市で3店舗展開】



「住宅関連総合企業」へ

住まいに関するすべてのニーズにワンストップで応える利便性の高い体制を構築

3. 第2四半期までの主な取組み

② 成長拡大戦略

既存商圏の深耕

既存営業エリア内のシェア拡大



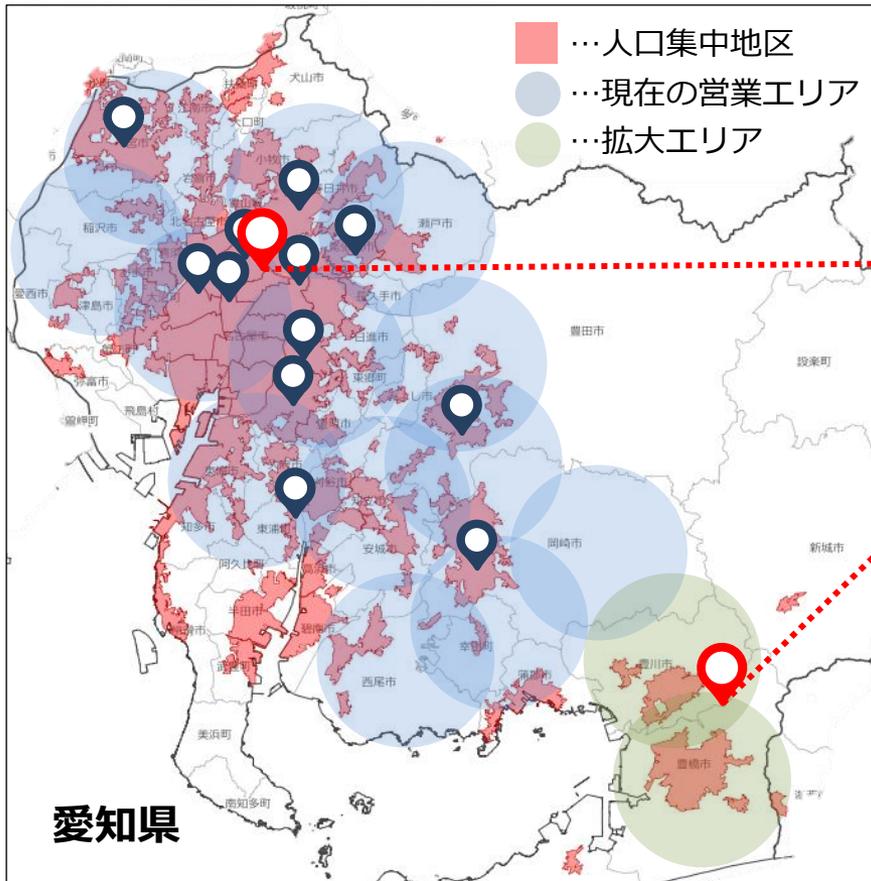
新商圏への拡大

愛知県の主要都市を中心に出店



超ドミナント戦略

愛知県の主要な都市を網羅



愛知県世帯数上位6都市

(愛知県の全世帯数 3,248,401世帯)

	市町村	世帯数	全世帯数に対する割合	出店
1位	名古屋市	1,125,378	34.6%	6店舗 2021年6月開設
2位	豊田市	177,444	5.5%	1店舗
3位	岡崎市	157,535	4.8%	1店舗
4位	一宮市	152,781	4.7%	1店舗
5位	豊橋市	151,497	4.7%	2021年5月開設
6位	春日井市	131,581	4.1%	1店舗
⋮				
合計		2,990,281	92.1%	13店舗

愛知県の世帯カバー率9割超

出典：愛知県人口動向調査結果 月報 あいちの人口（推計）2021年7月1日現在
国土交通省 国土地理院地図 人口集中地区（総務省統計局）

3. 第2四半期までの主な取組み

③環境変化への対応力強化

コロナ禍の施策

新常態に対応したモデルハウス開設

分譲地の一角に、「新生活様式」に対応した実際に「住まいを体感」できるモデルハウスを建設



玄関手洗い

ワークスペース

抗菌効果のある漆喰仕上げ

リモート対応可能店舗の開設

オンライン相談

LINEやZOOMなどを活用して、ご相談や見積り依頼を簡便にオンラインでできるサービスを継続

リモート接客

ウィズコロナを見据え、簡単な受付業務等はスタッフが不在でも遠隔で行うことができる店舗を開設

変化を見据えたシステム投資

DXの推進

- ・基幹システム改修による効率化
- ・電子契約の開始
- ・電子決裁によるペーパーレス化
- ・支払請求書の電子化
- ・間接業務の自動化

効率的な事業運営

本社とカスタマーセンターの統合



スピード対応、顧客サービス向上



4. 今後の主な取組み



- 地域一番店戦略
- 専門化による差別化戦略
- 中古住宅再生事業
- ESG/SDGsの取組み

グループ会社 株式会社N-Basic HDC神戸店

4. 今後の主な取組み

【地域一番店戦略①】

- 広告宣伝の集中投下により、知名度向上やシェアNo.1を目指す

ラッピングバス

2021年5月に初出店した
東三河エリアに追加運行開始



テレビCM

2021年7月より配信開始



You Tube

2021年7月より配信開始



折込チラシ・雑誌・DM

マーケットリサーチを精密化し、
集中的に折込み



メディアミックスでの 広告投下で強化

WEB広告

リスティング広告、リターゲティング広告
などを使い分けながら効率的に運用

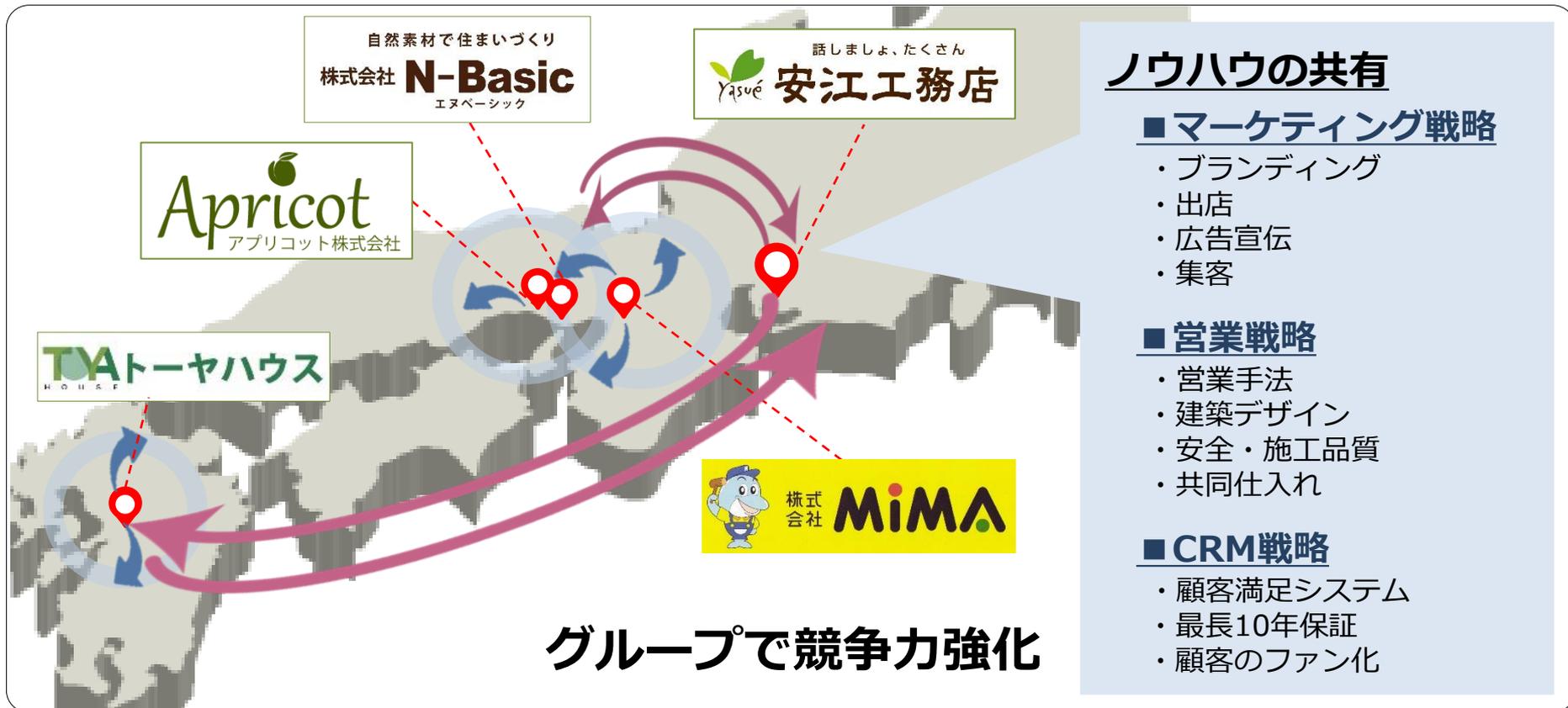


愛知県内店舗に展開+近隣県への出店

4. 今後の主な取組み

【地域一番店戦略②】

- 愛知県での成功モデルをグループ会社（関西・九州）で共有



リフォーム会社の「連合体」を組成

4. 今後の主な取組み

【専門化による差別化戦略】

単体工事の需要が高い工事部位別の専門部門

外装

- ・ 雨漏りから外壁塗装まで対応
- ・ ドローンでの高所点検
(国交省の許可取得)
- ・ 建物の劣化診断と最適な提案



エクステリア

- ・ 豊富な商品知識
- ・ 建物や街並みとの調和
- ・ 美観と機能性の追求



**豊富な専門知識・経験により、
顧客満足と工事品質を追求する**

実施したリフォーム工事内容調査

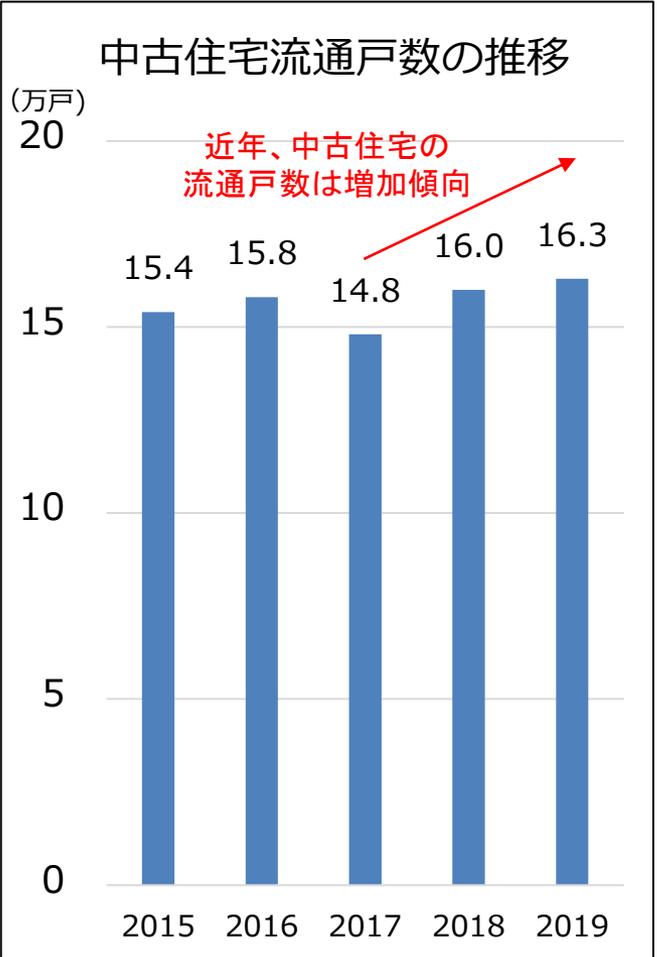
部位別ランキング		2020年度 全国 (%)
1	外壁	27.0
2	居間	23.0
3	キッチン	21.3
4	トイレ	21.2
5	屋根	20.8
6	浴室	18.2
7	ダイニング	11.7
8	子供部屋	11.2
9	主寝室	9.8
10	玄関	9.2
11	給湯器	9.2
12	和室	9.0
13	すべての部屋	5.3
14	門・塀	4.7
15	収納	4.3
16	車庫・物置	3.7
17	高齢者居室	1.8

出典：令和2年度住宅市場動向調査報告書

4. 今後の主な取組み

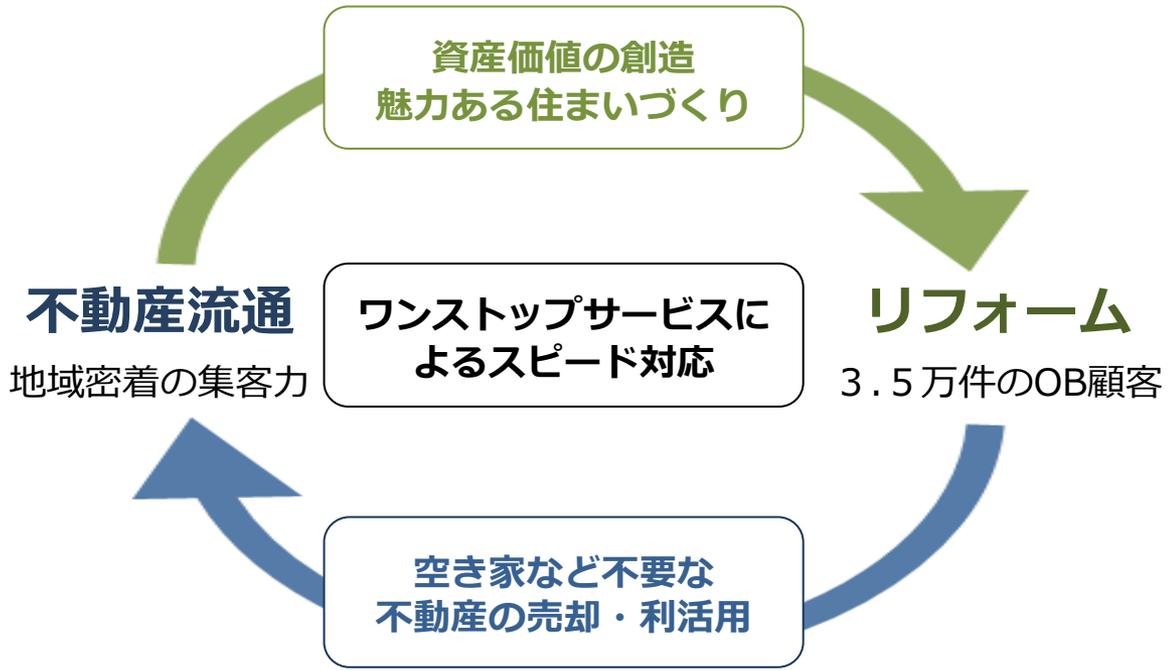
【中古住宅再生事業】

■ ライフスタイルの変化に合わせた循環型社会の実現



出典：リフォーム産業新聞社「中古住宅リノベ市場データブック」

良質な中古物件 × リフォーム
リノベーション



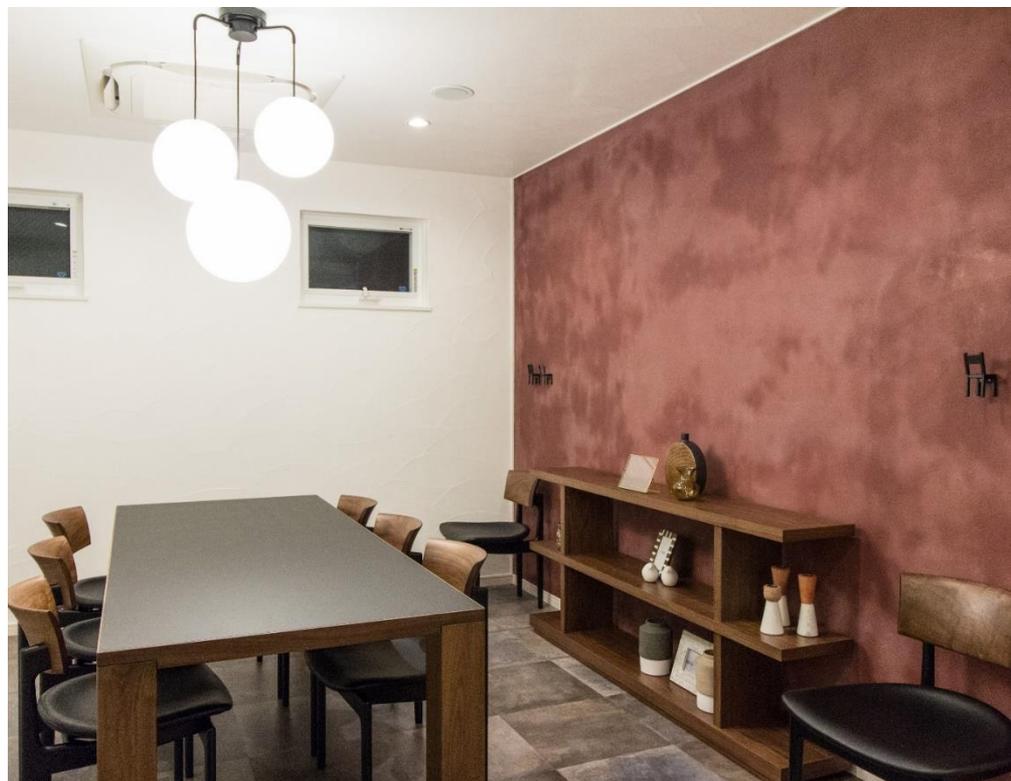
4. 今後の主な取組み

【ESG/SDGsの取組み】

ESG	当社グループの取組み	SDGs
環境 Environment	<ul style="list-style-type: none"> ・漆喰など自然素材を使用した住まいづくりを推進 ・中古住宅再生事業の取組み ・ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）を促進 ・オフィス照明のLED化 ・DX推進（ペーパーレス化等） ・自社オフィスのZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）化 	   
社会 Social	<p>働きやすい職場環境の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・女性活躍推進 ※全社員に占める女性の割合 約50%（女性社員の積極採用、役員・管理職への登用） ・モラルサーベイの実施（毎年） <p>地域社会への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安全で住みよい街づくり「こども110番の店」登録 ・地域と暮らしを守る「鎮守の森のプロジェクト」参加 ・環境美化活動「藤前干潟清掃活動」参加 	     
企業統治 Governance	<p>コーポレートガバナンス強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取締役6名のうち社外取締役3名 ・任意の「指名・報酬委員会」設置 ・内部通報窓口の設置 ・コンプライアンス研修の実施 <p>情報セキュリティの強化</p>	 



5. 2021年12月期 連結業績予想の概要



瀬戸尾張旭店 内観

5. 2021年12月期 連結業績予想の概要

【連結業績予想】

- 上半期の実績は概ね計画通り。通期連結業績予想は期初予想を据え置く。

(単位：百万円)

	2021.12期 予想	前期比			【参考】 2019.12期
		2020.12期	増減額	増減率	
売上高	6,885	5,396	+1,489	+27.6%	5,059
営業利益	158	29	+129	+444.2%	206
経常利益	149	38	+111	+286.7%	205
親会社株主に帰属 する当期純利益	72	△13	+85	－%	123

前期比

売上高は6,885百万円（前期比27.6%増）を予想

- ・ 営業エリア拡大に伴う住宅リフォーム事業の拡大
- ・ 既存エリアのシェア向上

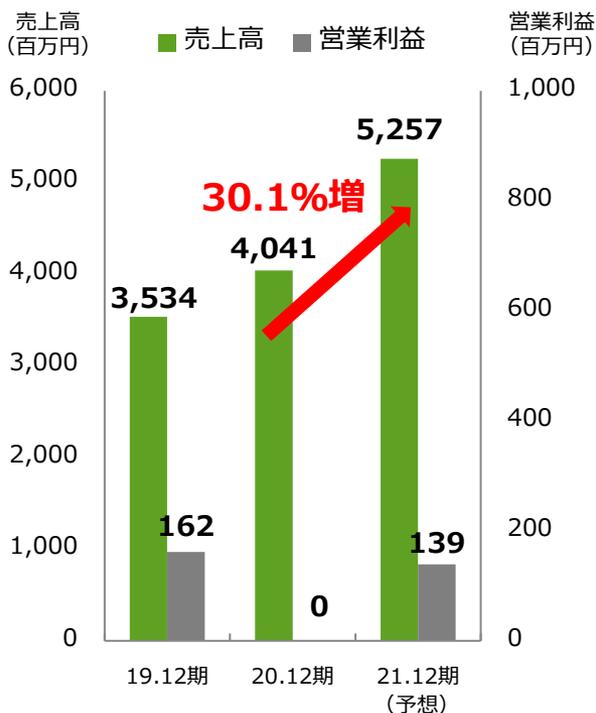
営業利益は158百万円（前期比444.2%増）を予想

- ・ 業容拡大を支える人材確保に伴う人件費の増加等
- ・ 原価の低減等、業務改善を進め、売上総利益率を回復

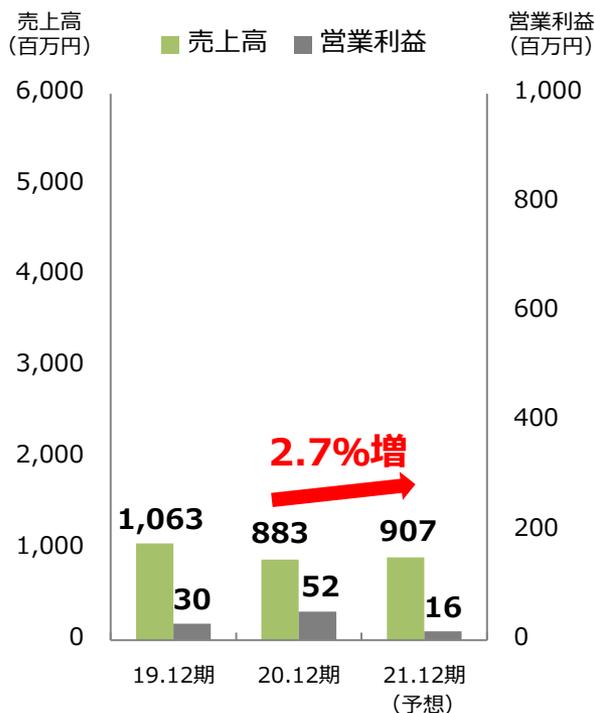
5. 2021年12月期 連結業績予想の概要

【セグメント別の業績予想】

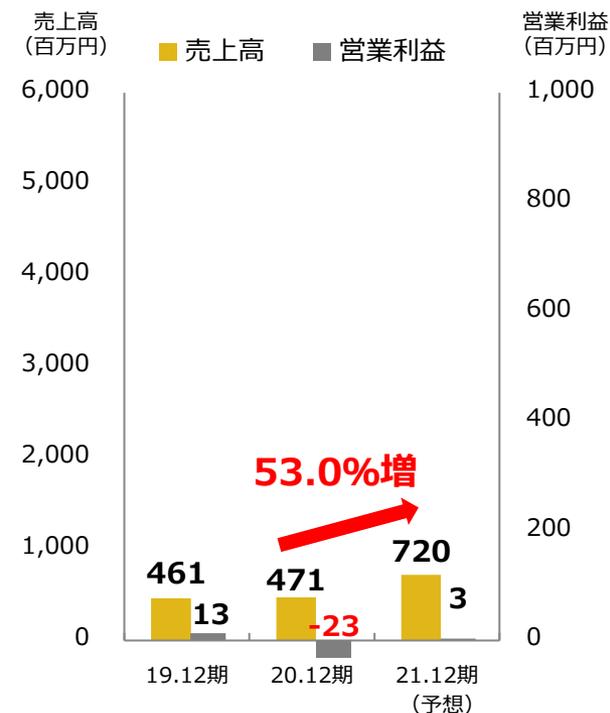
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



不動産流通事業



前期比

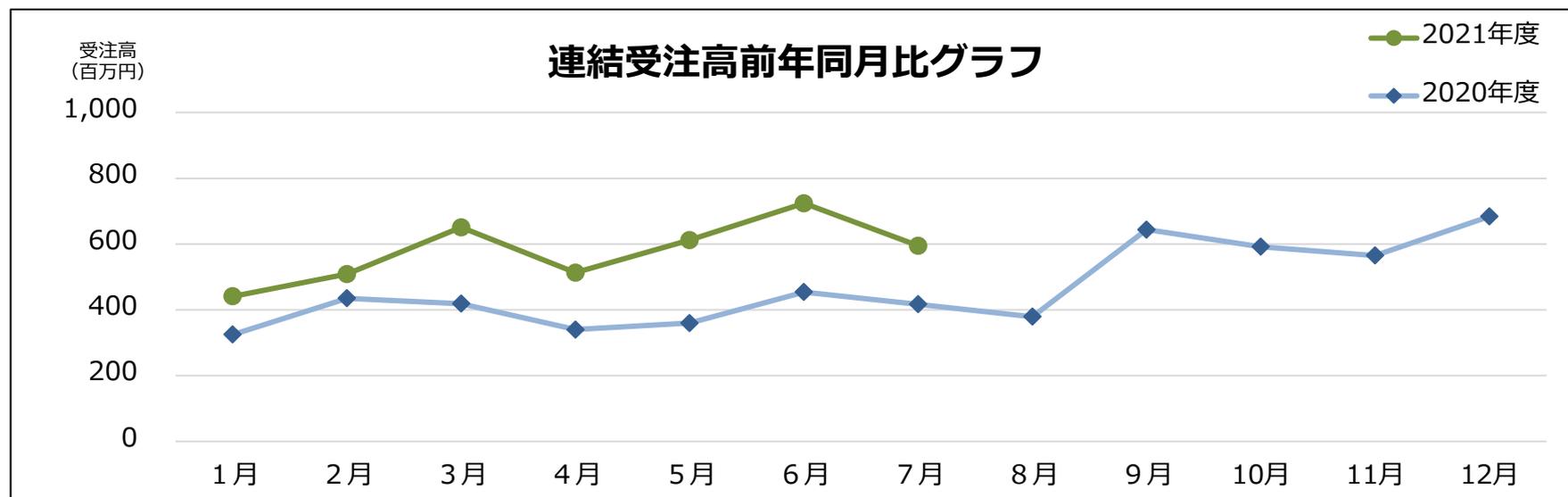
- ・ 需要の回復、子会社の通年寄与により、全てのセグメントで増収を予想
- ・ 住宅リフォーム事業は価格戦略の見直しにより増益を予想
- ・ 新築住宅事業は輸入木材等の原材料費高騰により減益を予想
- ・ 不動産流通事業も利益率改善により黒字転換を予想

【月次連結受注高の状況】

投資家をはじめとするステークホルダーの皆様へ、投資判断に必要な情報をいち早く提供することが重要であると判断し、月次連結受注高の月次状況を公表しております。

(単位：百万円)

2021年度	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
月次受注高	441	509	651	513	612	725	595					
前年同月比	135.7%	116.9%	155.4%	150.9%	169.9%	159.8%	142.6%					
累計受注高	441	950	1,602	2,115	2,728	3,454	4,049					
前年同期比	135.7%	124.9%	135.8%	139.1%	145.0%	147.9%	147.1%					





6. 配当政策



岡崎店 内観

6. 配当政策【配当方針】

【配当方針】

- ◆年1回の期末配当並びに業績に応じて中間配当を行うことを基本方針としています。
- ◆業績の見通しを勘案したうえで、安定的な配当を行うことを目標としており、配当性向については中長期的に25%から30%程度を目途として、利益分配を図ってまいります。

	2018.12期	2019.12期	2020.12期	2021.12期 (予想)
1株当たり配当金	44.0円	44.0円	20.0円	25.0円
配当性向	40.7%	46.4%	—%	45.0%
E P S	108.09円	94.89円	△10.39円	55.52円

P E R ※	18.22倍	P B R ※	0.94倍
最低投資金額 ※	101,700円	利回り ※	2.46%

※2021年8月19日終値ベース（1,017円）

6. 配当政策【株主還元方針】

【株主還元方針】

普通配当

業績の見通しを勘案したうえで、安定的な配当を行うことを目標としています。

自己株式の取得

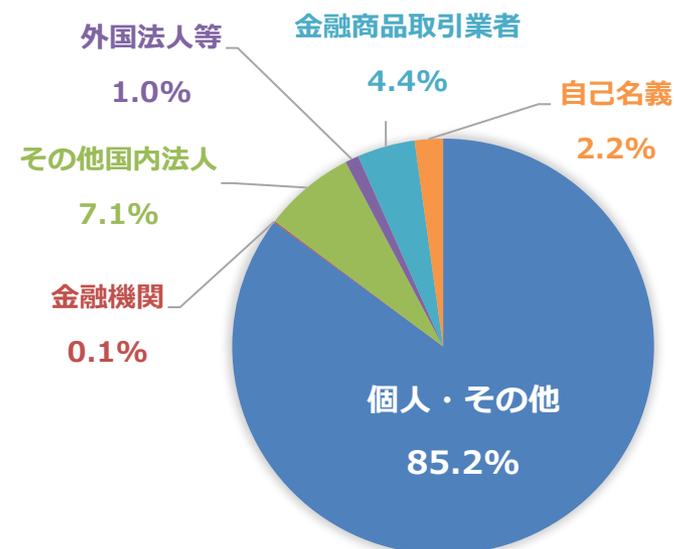
機動的な資本政策を遂行するため、市場の動向や業績見通しなどを勘案のうえ、自己株式の取得を実施します。

【ご参考】

上 場 市 場	東京証券取引所JASDAQ市場 名古屋証券取引所市場第二部		
証 券 コ ー ド	1439		
基 準 日	定時株主総会	12月31日	
	期末配当	12月31日	
	中間配当	6月30日	
株 主 数 ※	958名		
発行済株式数※	1,318,620株		

※2021年6月30日時点

株式数構成比



【株価推移】



【参考指標】

単元株数	100株	発行済株式数	1,318,620株
年初来高値 (2021/4/26)	1,373円	年初来安値 (2021/1/7)	945円

本資料に記載した内容等は、資料作成時における当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。また、業績見通し及び将来予想についても、資料作成時点において入手可能な情報に基づいた内容であり、今後の事業領域を取りまく経済状況、市場の動向により、実際の業績とは異なる場合があります。投資を行う際には、ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

【本資料に関するお問い合わせ先】

株式会社安江工務店 IR担当

〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング

T E L : 052-223-1100 (代)

E-mail : kabushikijimu@yasue.co.jp

U R L : <https://www.yasue.co.jp>

