



ARCHITECTS STUDIO JAPAN

東証グロース

[証券コード：6085]

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

It's a beautiful technology

「建築家との家づくり」を通じて、美しい日本を創造するために

2022年5月31日

写真：富田英次

# Contents

【会社概要、関係会社概要】	—————	P.2
1. ASJについて	—————	P.3
2. ASJ建築家ネットワーク事業	—————	P.4-11
3. 市場環境	—————	P.12-14
4. 事業計画	—————	P.15-30
5. 成長戦略	—————	P.30-31
6. 事業遂行上の重要なリスクと対応方針	—————	P.32-33
7. APPENDIX	—————	P.34-41
各種業績指標・用語集		

## 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 丸山雄平
設立	2007年11月9日
事業内容	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て、登録建築家と加盟建設会社及びパートナー建設会社とを結びつけ、両者の協力のもとで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
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	7億4,075万円（2022年3月末現在）
決算期	3月末
従業員数	49名（2022年3月末現在）

## 関係会社概要

会社名	TEMPO NETWORK株式会社
代表者	代表取締役 丸山雄平
設立	2021年12月1日
事業内容	フランチャイズチェーンシステムによる不動産店の経営及び経営指導
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	1,000万円（2022年3月末現在）
株主	当社 100%
決算期	3月末

会社名	CONSTRUCTION NETWORK株式会社
代表者	代表取締役 森田耕吉
設立	2022年4月27日
事業内容	フランチャイズチェーンシステムによる不動産業及び土木建築工事請負業の加盟店への募集、指導育成並びに販売促進ツールの販売
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	1,000万円（2022年5月末現在）
株主	当社 100%
決算期	3月末

## 日本最大級の建築家ネットワーク

「建築家の活動量に比例して都市は豊かになる」

アーキテクト・スタジオ・ジャパン（以下、ASJ）は、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て、建築家と建設会社を結びつけ、両者の協力のもとでプラットフォーム（ビジネスの基盤となる環境）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を2003年から事業展開、「建築家の活動量に比例して都市は豊かになる」をテーマに建築家の活動を応援しています。

### 全国の建築家とスタジオ（建設会社）を結ぶASJ建築家ネットワーク

#### 全国の登録建築家



- 建築家 A
- 建築家 B
- 建築家 C
- 建築家 D
- 建築家 E
- 建築家 F



#### 全国FC加盟建設会社



全国のスタジオ（FC工務店）が開催する建築家展、住宅展等のイベント開催によりアカデミー会員を獲得

アーキテクト・スタジオ・ジャパンは建築家の専門店です。  
<https://www.asj-net.com/>

建築家との家づくりにチャレンジしてみませんか。



建築家との住宅相談会

相談会は多分野の建築ニーズに対応

- ①戸建新築住宅
- ②増改築リフォーム
- ③マンション収益物件
- ④店舗商業施設
- ⑤セカンドハウス・別荘
- ⑥病院・医院

はじまりは建築家との出逢い。  
**未来をのぞく住宅展**  
 建築家との無料相談会同時開催

6/14 11:00~18:00 6/15 10:00~17:00  
 豊岡市民プラザ 市民活動室AB  
 イベントに関するお問い合わせはASJ事務局 0120-3159-81

新型コロナウイルス感染予防対策の取り組みについて

～お客様へご協力をお願い～

- 建築家及びご来店スタッフはマスクを着用し、手洗い・アルコール消毒ついでを徹底します。
- 開催中は、異音検知を行います。
- 小・中学生などは特に検知を行います。

～お客様へご協力をお願い～

談や検察等の保持が可能な場合は、実感を控えさせていただきます。

状況により、入場制限をさせていただく場合があります。ご了承ください。

新型コロナウイルス感染症対策

手洗いの指導 マスク着用 距離を保つ 同乗数に制限を設けます。

第15回  
**建築家展**  
 GARAGE HOUSE & 女性建築家特集

2.24 Sat - 25 Sun  
 10:00-18:00

会場  
 はにほんプラザ  
 兵庫県民活動センター2階  
 豊岡市一ル 0120-3159-81

憧れの素晴らしい自由な家づくりはASJで。  
 「渡辺篤史の建もの探訪」でおなじみの渡辺篤史さんに応援いただいています。

### ACADEMY ASJアカデミー会員募集中

#### ASJアカデミー会員のメリット

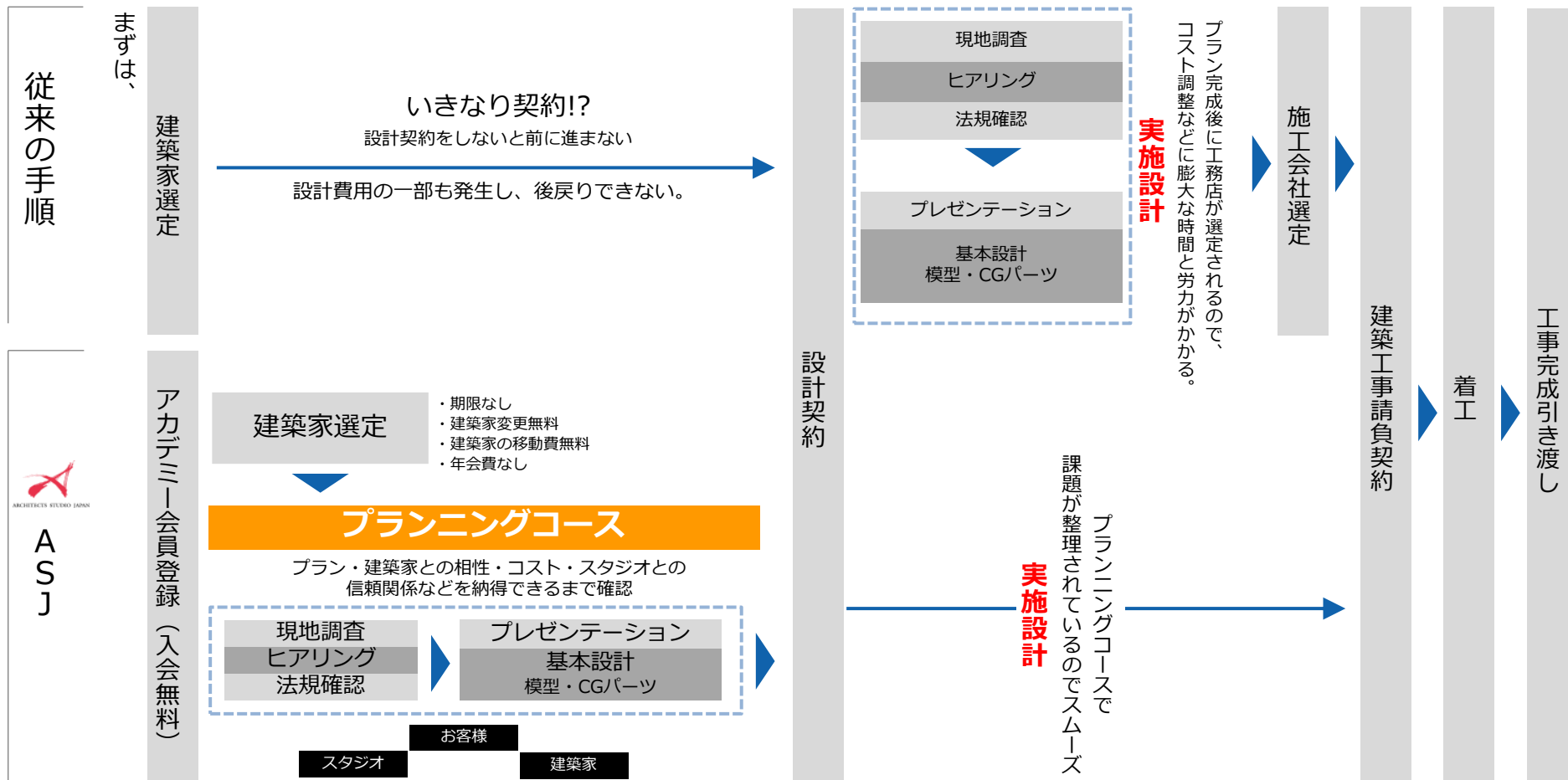
- 建築家からのプラン提案
- 土地からお探しのお客様への充実したサービス
- ASJ情報誌のお届け
- 専門誌の貸し出し
- 会員様専用サイトの利用
- スタジオ施設の利用
- 各種セミナー・見学会への参加

ASJアカデミーご入会の方にプレゼント!  
 「A-Collection」, 「A-Style Monthly」をセットで、当日ご入会いただいた皆さまにプレゼントいたします。



## 2. ASJ建築家ネットワーク事業 (1) スタジオネットワークビジネス (2/2)

従来の建築家との家づくりのプロセスとASJ建築家ネットワーク事業でのプロセスの違い



## 2. ASJ建築家ネットワーク事業 (2) プロデュースビジネス

### プロデュースモデルへの展開

2016年度より顧客に直接プロデュースを行うビジネス（プロデュースビジネス）を建築家情報空間「ASJ TOKYO CELL」やASJリゾートをコンセプトに開設した「ASJ Yokohama Satellite」（横浜市）を営業拠点として特に富裕層向けにコンシェルジュサービスを展開。

イベント・セミナーやWEBで入会された会員にきめ細かな一貫したサービス（建築家相談、建設会社選定、引渡しまで）を行う営業部隊を配置、一般の住宅から別荘、収益物件、リゾートホテル建設など多岐にわたっています。

#### ASJコンシェルジュサイト



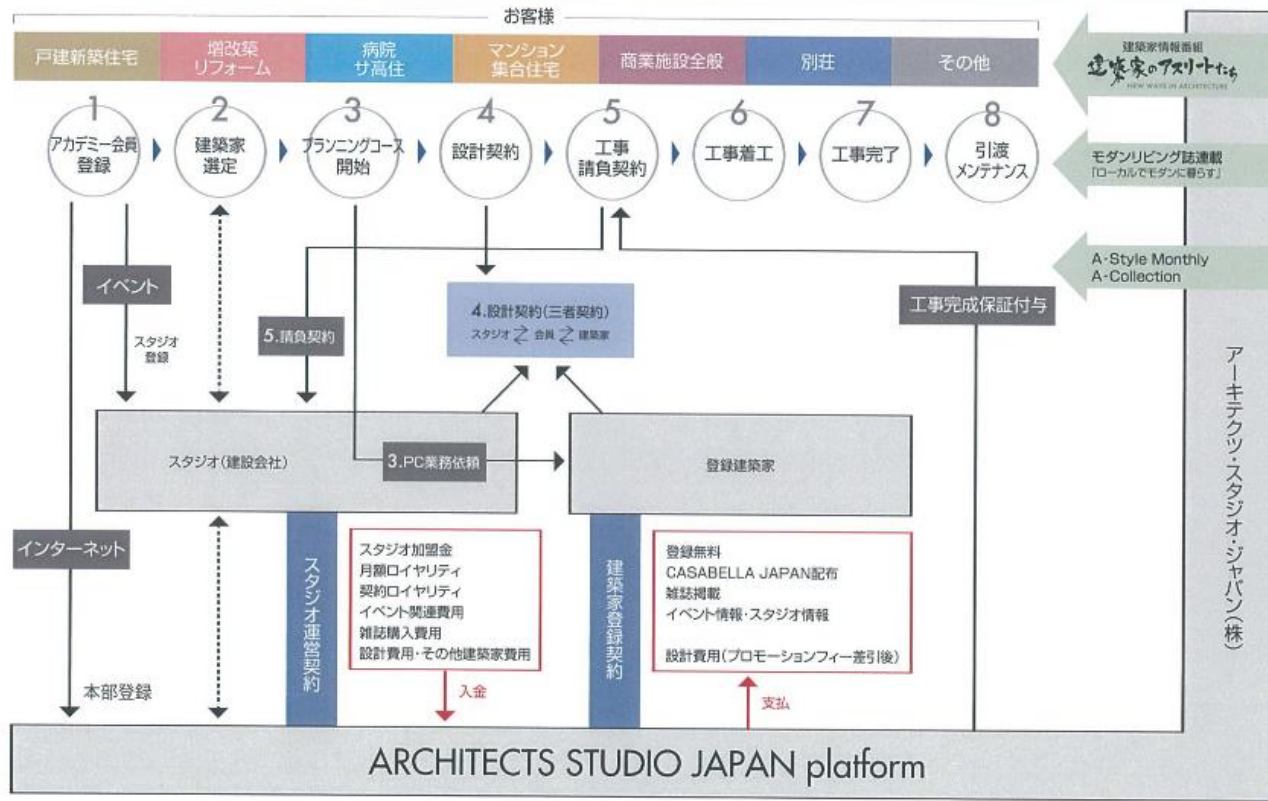
#### ASJ CELL イベント・セミナー



## 2. ASJ建築家ネットワーク事業 — 建築家との家づくりのフロー —

WEB・イベント等で入会したアカデミー会員は以下の流れで建築家選定、プランニング、設計契約、工事請負契約、工事着工、工事完了、引渡しへと進みます。

### ASJ建築家ネットワーク事業の仕組み







#### ★スタジオネットワークビジネスとプロデュースビジネスの課題点

ASJでは創業以来、建築家からの提案を「PLANNING COURSE」というサービス形態で全国の工務店をF C展開する「スタジオ」モデルと、建築家情報空間CELLをベースに首都圏を中心とした富裕層向けに提供している「プロデュース」モデルによって提供してまいりました。

しかしながら建築家による提案システム「PLANNING COURSE」には以下の課題があり、工務店にとって技術者の不足や建設単価の上昇もある中、収益獲得までに相当な時間がかかることからスタジオ運営会社の撤退が相次ぎました。

- ①時間がかかる ②価格が大幅に乖離 ③設計料が重荷となる ④工務店との見積回数が多い
- ⑤施工の難しさ ⑥利益を残しづらい ⑦メンテナンス費用の問題等

一方、2016年度よりサービス開始したプロデュースビジネスにおいては以下の課題があります。

- ①首都圏中心で一定の成長は見込めるものの力戦型ビジネスであること ②収益、別荘など多く、入会から設計契約、請負契約までの時間が長いこと
- ③工務店の負担が大きいこと ④引き渡すまで営業がかかわることから数多くの案件をこなしていく

以上の課題を背景にここ数年事業後退を生じさせていました。

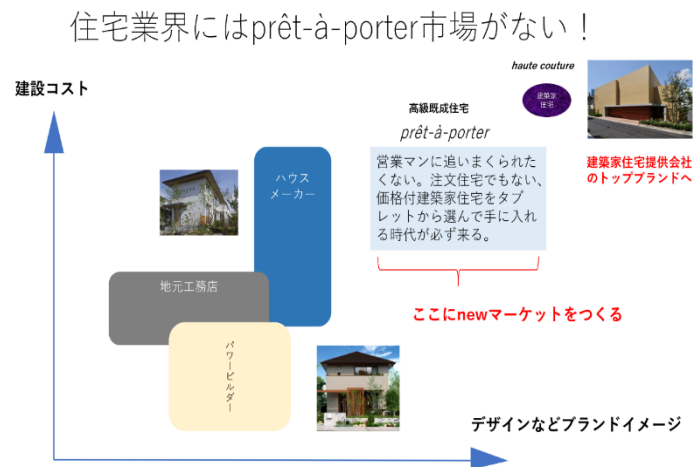
#### 工務店軸足の受注依存型からWEBサービスの会社へ

2021年度、本格的に建築家住宅を「軽快に」「最速」で提供する新サービス「PROTO BANK」を市場投入。PROTO BANKは過去の建築家が設計した図面を再活用するサービスで、

『住宅業界初のprêt-à-porter市場を』を旗印に「スマホから最高に気に入った家が届いた」をイメージするデジタルネイティブ世代を対象とした新しいサービスです。

上記の課題にあるような長期間にわたる建築家との打ち合わせや工務店との価格調整はありません。

住宅建設予定の顧客はあたかも宝石をテーブルに並べて選ぶように建築家住宅の過去の作品を「写真」「CG」「建築家情報」「4段階の価格」など必要情報をタブレットでチェックして、ASJのカスタマーデスクなどとも相談しながら1作品に絞って建設して頂きます。文字通り住宅の「Prêt-à-Porter」です。



## 2. ASJ建築家ネットワーク事業 (3) PROTO BANKビジネス

PROTO BANKビジネスは、スタジオネットワークビジネスとプロデュースビジネスにおける建築家住宅造りの課題を改善し、利用者増と早期契約化を図ることができる新たなシステムです。

- ① 時間がかかる ⇒ 申し込みから1～2ヶ月で着工できる
- ② 価格がわからない ⇒ 定価の明示、建築材料のグレードにより4段階で価格表示され、その中から選択も可
- ③ 設計料が重荷 ⇒ 設計図面利用料金が安い（一般的には請負金額の10%が設計料）
- ④ 見積もり回数が多すぎる ⇒ WEB上で確認できる
- ⑤ 施工が難しい ⇒ 工務店は施工に際し、竣工写真や工事写真を活用できる
- ⑥ 利益が残らない ⇒ 過去の図面を活用しても最新の単価に随時更新できる積算機能があり利益は確実にキープ可能
- ⑦ メンテナンスが大変 ⇒ メンテナンス費用のかかる案件についてはあらかじめ採用しない

### プロトバンクでの家づくりのフロー

## PROTO BANKの機能



### サービスご利用のイメージ

### Service combination

#### オリジナル設計にとことんこだわる

建築家と直接会って、設計契約前に無料で何度でもプラン提案をお受けいただけるコースです。建築家の交通費・建築家の変更も無料なので安心です。提案を受ける建築家の人数を選べる3つのコースがあります。  
(STANDARD:1名、DUAL:2名、PROPOSAL:3名)



#### PLANNING COURSE

- standard
- DUAL
- プロポーザル



設計: 坪研一 撮影: 小川重雄



設計: 畑友洋 撮影: 矢野紀行



設計: 河口佳介 撮影: Nacasa & Partners Inc.

#### サービスを組み合わせる

PLANNING COURSEでのプラン提案で「予算が大幅に合わない」、「イメージが違う」という場合に、PROTO BANKをリザーブしておくとう無理なくゴールを目指せます。



#### PLANNING COURSE + PROTO BANK



設計: 河口佳介 撮影: Nacasa & Partners Inc.



設計: 森清祐 撮影: フォワードストローク



設計: 佐藤正彦 撮影: 石井紀久

#### 名作住宅をセレクトして建てる

お施主様承諾済みの「完成竣工図面」を再利用できるサービスです。PROTO BANK検索から自分にあった作品を「お気に入り30」にプール。3作品に絞ったらカスタマーデスクにも相談して1作品を選択します。設計費用・設計時間もなく、建築家住宅が軽快に最速でお手元に届きます。



#### PROTO BANK



設計: 久成文人 撮影: 畑田英次



設計: 丸岡一郎 撮影: 畑田英次



設計: 吉沢研二 撮影: 石井紀久

※リフォーム・リノベーションの方は、PLANNING COURSEをご利用ください。

### 3.市場環境 (1) 住宅建設市場全般の動向

#### ■ 2021年度新設住宅着工数

国土交通省から2022年4月に公表された2021年度の新設住宅着工戸数は、前年度比6.6%増となる86万5909戸。

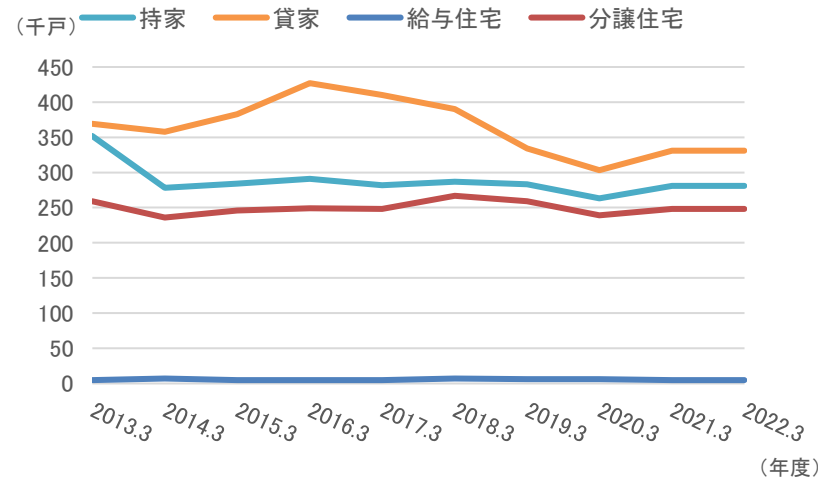
前年度から戸数は6.6%プラスとなったものの、90万戸を下回るのは3年連続、各利用関係別では給与住宅（社宅・寮）以外はプラスとなった。消費増税の影響と新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により2019年度、2020年度は連続下回ったが、2021年度は景気回復や、在宅ニーズの高まりによる住環境の見直し等といった需要に支えられ、戸建て住宅を中心に持ち直しの動きが続いたことが要因と考えられる。着工戸数総計では2021年度は86万5909戸で、持家106.9%、貸家109.2%、給与住宅79.5%、分譲住宅103.9%となった。

#### 直近10年新設住宅着工統計(利用関係別戸数)

(単位:戸,%)

年度	着工戸数総計	前年比	内訳							
			持家(建築主が自分で居住する目的)		貸家(賃貸目的)		給与住宅(社宅、寮)		分譲住宅(建売、分譲目的)	
			戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比
2012年度 2012.4-2013.3	<b>893,002</b>	106.2%	316,532	103.8%	320,891	110.7%	5,919	78.1%	249,660	104.4%
2013年度 2013.4-2014.3	<b>987,254</b>	110.6%	352,841	111.5%	369,993	115.3%	5,272	89.1%	259,148	103.8%
2014年度 2014.4-2015.3	<b>880,470</b>	89.2%	278,221	78.9%	358,340	96.9%	7,867	149.2%	236,042	91.1%
2015年度 2015.4-2016.3	<b>920,537</b>	104.6%	284,441	102.2%	383,678	107.1%	5,832	74.1%	246,586	104.5%
2016年度 2016.4-2017.3	<b>974,137</b>	105.8%	291,783	102.6%	427,275	111.4%	5,793	99.3%	249,286	101.1%
2017年度 2017.4-2018.3	<b>946,396</b>	97.2%	282,111	96.7%	410,355	96.0%	5,435	93.8%	248,495	99.7%
2018年度 2018.4-2019.3	<b>952,936</b>	100.7%	287,710	102.0%	390,093	95.1%	7,958	146.4%	267,175	107.5%
2019年度 2019.4-2020.3	<b>883,687</b>	92.7%	283,338	98.5%	334,509	85.8%	6,108	76.8%	259,732	97.2%
2020年度 2020.4-2021.3	<b>812,164</b>	85.2%	263,097	91.4%	303,018	77.7%	6,908	86.8%	239,141	89.5%
<b>2021年度 2021.4-2022.3</b>	<b>865,909</b>	<b>106.6%</b>	<b>281,279</b>	<b>106.9%</b>	<b>330,752</b>	<b>109.2%</b>	<b>5,494</b>	<b>79.5%</b>	<b>248,384</b>	<b>103.9%</b>

出典: 国土交通省総合政策局 建設経済統計調査室(令和4年4月28日公表)



#### 新設住宅着工戸数の予測 (2020年6月9日(株)野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」より)

2040年度までの新設住宅着工戸数に関して人口・世帯数、住宅ストック、経済成長などから予測

予測のための条件 人口・世帯数の減少・・・2019年度421万世帯→2030年度387万世帯→2040年度344万世帯へ

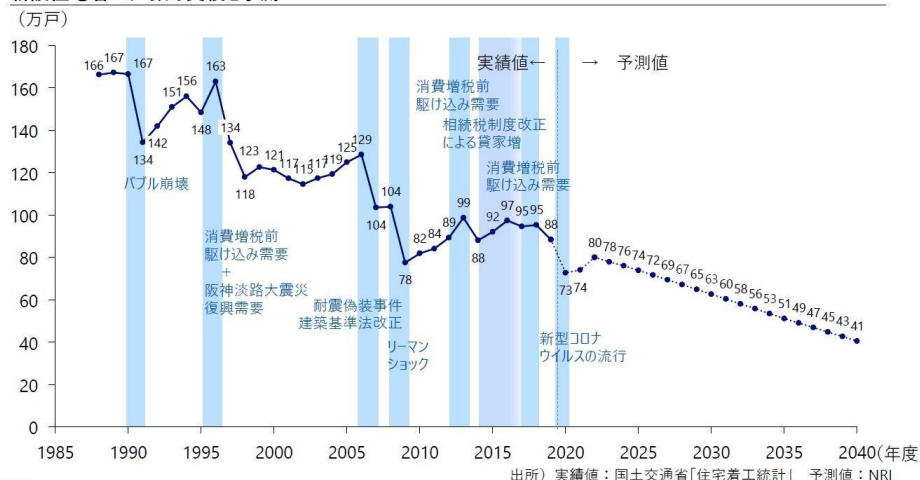
住宅ストックの伸長・・・平均築年数2013年22年→2030年29年→2040年33年

経済成長鈍化・・・名目GDP鈍化(新型コロナウイルスによる短期的影響と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結果

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

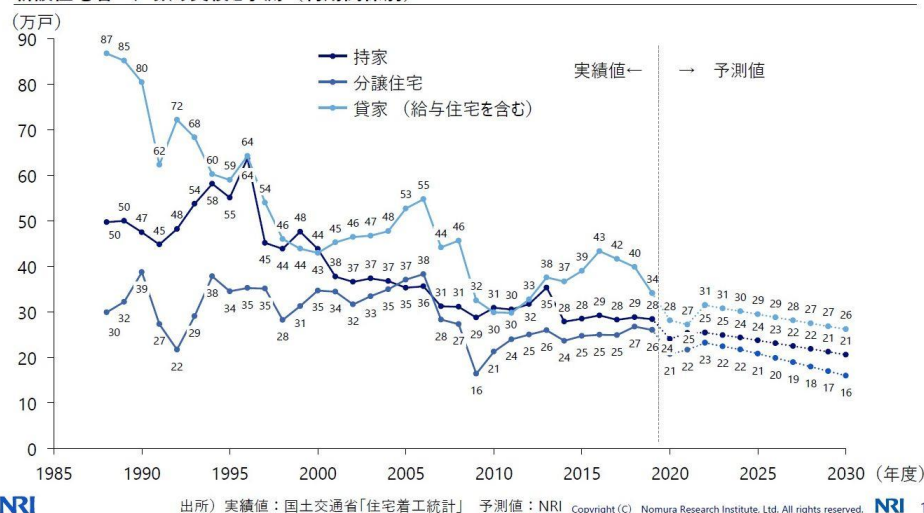
#### 新設住宅着工戸数の実績と予測



#### 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・貸家(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)



### 3.市場環境 (3) 建築家住宅市場の現状と今後の展望

#### ■ 建築家住宅戸数の推移、比率

国交省公表の統計数値によると住宅着工戸数は徐々に減少しているものの、ASJの建築家住宅市場におきましては矢野経済研究所調べで2019年度の建築家住宅新設着工戸数は11,200戸で、建築家住宅は2016年度からほぼ11,000戸前後の一定水準を維持しています。この背景にはローコストで画一的な注文住宅ではなく、デザイン性や機能性を求める施主（顧客）層が、建築家を活用した住宅に注目するようになってきていることがあります。

建築家住宅※は持家一戸建（注文住宅）の着工数に占める割合は4%と推計されます。



注1. 国土交通省「住宅着工統計」を基に矢野経済研究所推計

矢野経済研究所調べ

#### ※建築家住宅とは・・・

建築士の資格を有し、独立した建築家によって、基本設計された住宅をさす。なお、ハウスメーカーや工務店の社員建築家もしくは専属的に建築家として契約しているケースは同市場に含まない。

#### ■ 建築家住宅の将来展望

同じく矢野経済研究所の調査報告によると今後、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し、こだわりのあるデザインや機能を求める施主（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されていくものとする。

#### 事業戦略

- プロトバンクビジネスを今後の中核事業へ経営資源を集中
- プロトバンクステーション加盟数を増やす一方、これまでのゼロからの受注依存型からWEBサービス会社への転換
- 業務提携等によりプロトバンク取扱いチャネルを開拓
- 対面イベントからWEBマーケティングでの集客へシフト、建築家のプラン提案の質向上により設計契約率向上
- プロデュースビジネスでは地元不動産業者とのコラボ、リモート化による地方への移住支援 地域密着型へ展開
- 富裕層の取り込み、雑誌+WEB 高額層に特化した新LPでコンシェルジュDESK対応強化
- イベントからセミナーやテーマに合わせた比較的長い個展などを通してアカデミー会員獲得を図る
- 地球環境への負荷軽減が可能な有機物の高度利用システムの設計提案による新市場への展開

#### 市場、競争の優位性

- 国内市場は人口・世帯数減、住宅ストック増加、GDP成長鈍化で減少傾向にあるものの、建築家住宅市場は一定数を維持している
- なんでもスマホで手に入れるデジタルネイティブ世代をターゲットにニューマーケットを掘起す
- 国内で最大級のASJ登録3000名の建築家の作品実績を保有
- 独自に開発した建築家住宅専用積算ソフト「COSNAVI」により最新の建築単価による見積提供が可能
- 工務店にとっての工務・積算業務等省力化



## 4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展① 既存ビジネスの深化の概要

<p>基本的な 経営の方向性</p>	<p>経営テーマ</p>		<p>基本経営方針</p>
	<p>建築家の活動量に比例して都市は豊かになる</p>		<p>3,000名の建築家と全国工務店を結ぶネットワークによる建築家・施主・工務店のマッチング・プラットフォームの運営</p>
<p>ビジネスモデル の名称</p>	<p>既存ビジネスモデル</p>		<p>既存ビジネスモデルの深化 WEBサービス化</p>
<p>ターゲット施主</p>	<p><b>スタジオネットワーク ビジネス</b> (ネットワーク事業本部)</p>	<p><b>プロデュースビジネス</b> (プロデュース事業本部)</p>	<p><b>PROTO BANKビジネス</b> (事業開発本部プロトバンク事業部)</p>
<p>ターゲット 施主への 提供する価値</p>	<p>全国3,000名の建築家と施主との最適マッチング</p> <p>設計プラン・建築家との相性・コスト・工務店との信頼関係などを納得できるまで確認し、リスクを最小化して契約</p> <p>納得いかなければ建築家を変更可能</p>		<p>建築家住宅をWEBカタログ化し提供</p> <p>設計プロセスに要する時間がほぼゼロ</p> <p>一般的に数百万円する設計料が格安な利用料のみ</p> <p>最新の建材価格・人件費等を把握した松竹梅の明瞭な価格体系により価格リスクゼロ</p>

## 4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展① 既存ビジネスの深化の概要 (続き)

ビジネスモデルの名称	既存ビジネスモデル		既存ビジネスモデルの深化 WEBサービス化
		スタジオネットワーク ビジネス (ネットワーク事業本部)	プロデュースビジネス (プロデュース事業本部)
競争力の源泉 優位性 (知的財産)	3,000名の建築家との信頼関係  ASJ主催の国際的な一流建築家向けイベント等による 建築家に対するブランド力  ネットワーク運営ノウハウ		ASJ独自開発の建築家向け積算ソフト「COSNAVI」による過去の 図面からのリアルタイム価格表示力  ASJ独自開発の完全クラウドベースの 顧客管理システム「A-POS」に連動
集客	リアルイベント集客		WEB集客が主 & リアルイベント集客併用
地域	地方	首都圏	全国
成約プロセス	工務店主導 対面	ASJ主導 対面	ASJ主導 WEBによるAIベースのナーチャリング
課題	新型コロナウイルス感染拡大によりリアルイベントである建築家 展等の開催が困難になり集客力が低下  建材・資材高騰による建築家住宅の高騰による 成約率の低下  工務店にとって施工の手間がかかりすぎる		革新的なモデルであるため知名度がない
課題克服の 施策	PROTO BANKにおけるシナジーによる WEBを通じた集客力・成約率を回復		魅力あるWEBサイトの構築 WEBマーケティングの強化

## 4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展② 既存ビジネスの長期的ターゲットシェア目標

ビジネスモデル の名称	既存ビジネスモデル		既存ビジネスモデルの深化
		スタジオネットワーク ビジネス (ネットワーク事業本部)	プロデュースビジネス (プロデュース事業本部)
ターゲット 市場	3事業全体で以下の市場をターゲット 建築家注文住宅+大手ハウスメーカー注文住宅の合計約7.2万戸※1		
ターゲットシェア 達成時期	5年後 (2027年3月期)、上記ターゲット市場の5%シェア = 4,000戸※2 (PROTO BANK「価格付建築家住宅：Prêt-à-Porter住宅」市場創出により)		

※1 建築家注文住宅については、矢野経済研究所の調べ、2019年度ベース、11,200戸。 [https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2502](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2502)

2021年発表された大手ハウスメーカーの2020年度の販売実績は、積水ハウス、積水化学工業、旭化成ホームズ、大和ハウス工業、住友林業、PLT (ミサワホーム、パナソニックホームズ、トヨタホーム)、三井ホーム、ヤマダホームズの合計で60,269戸、住宅産業新聞社調べ、及び、一条工務店ホームページから、<https://www.ichijo.co.jp/corporate/> 12,000戸 の合計約72,269戸 (参考：2019年度実績82,200戸)

※2 スタジオ、プロトバンクステーション合わせたFC加盟数は2022年3月期末計画では203社だったが実績は146社、FC加盟進捗遅れにより2023年3月期末予定は154社を予定、2024年3月期末233社、2025年3月期末310社、2026年3月期末395社、2027年3月期末500社へ。建築家住宅戸数は2022年3月期においては顧客が選択できるプロトバンクはその商品数から受注に至らず、既存ビジネスで127戸の実績、2023年3月期は196戸予定しているが、2024年3月期末はプロトバンク商品数の増加並びにFC加盟数の増加による受注、販売提携先での取扱数の増加により1,000戸を計画。2025年3月期1,400戸、2026年3月期2,100戸、5年後の2027年3月期には4,000戸をターゲットシェアとする。これにはFC加盟店によるイベント・セミナー、WEBその他 (事業提携先含む) から受取るマーケティング費用から毎月広告代を投下することに加え、事業提携先での顧客を取り込むことで新規アカデミー会員登録数を40,000人まで伸ばす。過去、アカデミー会員の入会者がPLANNING COURSEへ移行する率は平均で30%であることからPROTO BANKサービスなどへの利用率も同じく30%と仮定、そのサービス利用者の成約率をこれまでの実績から30%で計算すると約4,000戸を算出。

## 4. 事業計画 (1) 経営方針・成長戦略の骨子～ビジネスモデルの発展③ 新規ビジネスの展望 (アップサイド)

	新規ビジネス	既存ビジネスモデルの深化
ビジネスモデル	<p><b>既存事業の付帯ビジネス強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 建材仲介・リフォーム</li> <li>② ローン・保険関連事業</li> </ul>	<p><b>建築家主導の都市開発モデル</b></p> <p>環境問題テーマ</p>
特徴	<p>建材のオプションの拡充                      リフォームの提案に伴う手数料                      ローン・保険関連手数料                      で長期的な収入を確保</p>	<p>建築家3,000名のネットワークにより                      建築家主導の都市開発デザイン</p> <p>住宅をPROTO BANK で提供</p> <p>総合的な完全循環社会を推進する                      資源回収・再生エネルギー技術をセット</p>
収入イメージ	<p>建材、ローン・保険取次ぎ等                      手数料収入として各売上の2～3%</p>	<p>数百億円規模の都市開発費用の5～10%                      及び                      回収した資源・再生エネルギーの販売                      長期的な建替・リフォーム需要</p>

## 4. 事業計画 (1) -2 経営方針・成長戦略と今後の株主価値への貢献イメージ①

スタジオ  
ネットワーク

プロデュース



ASJ ConciergeDESK

スタジオネットワーク事業、プロデュース事業で構築した約3,000名の建築家ネットワークのプラットフォームを4つの新規事業へ展開  
新規事業で広がるネットワークで既存事業の核となるプランニングコースの無料利用券を配布、既存事業の拡大も推進

01  
新規事業

PROTO BANK



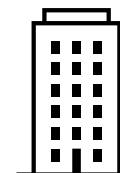
- 名作住宅の高級既成注文住宅化
- WEB販売

03  
新規事業

CONSTRUCTION  
NETWORK

C

network



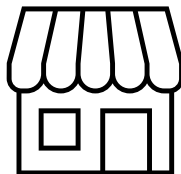
- 建設会社と不動産会社の双方をネットワーク、それぞれの案件情報を持ち寄ること  
で互いの商機獲得へ

02  
新規事業

TEMPO  
NETWORK



network



- 店舗斡旋と同時に建築家による  
商業店舗のプラン提案サービス

04  
新規事業

循環社会事業

ALIN

ALIN INTERNATIONAL

- 亜臨界水ごみ処理技術とバイオガス発電の製造・  
販売のALIN International(株)と連携
- 建築家とともに循環社会をデザイン

## 4. 事業計画 (1) -2 経営方針・成長戦略と今後の株主価値への貢献イメージ②

### ■ 未来ストーリーと財務・株主価値目標の展望

Growth	Connection	Confidence
<b>価値観・世界観による成長</b>	<b>戦略とビジネスモデルのつながりの向上</b>	<b>信頼・持続可能性の向上</b>
<b>プラットフォーム構築</b>	<b>事業基盤</b>	<b>信頼構築</b>
建築家の活動量に比例して、都市は豊かになる	日本最大級の建築家・建設会社・顧客を結ぶネットワーク	建築家・建設会社・顧客の信頼関係を納得できるまで構築
建築ニーズを満たす建築家との最適な出会い	Studio Network事業*3 プロデュース事業*4	無駄を省いたプロセス・建築家とのWin-Winの関係
<b>プラットフォームの最大活用</b>	<b>新規事業の立ち上げ</b>	<b>持続的な人間中心の社会</b>
過去の名作住宅の図面を再利用 住宅業界初のプレタポルテ	①Protobank事業	施工実績のある図面の再利用でプロセスの効率化・省資源を実現
店舗・土地情報と最適な建築家の開発プランをセットで提供	②Tempo Network事業 ③Construction Network事業	顧客満足度の高い店舗開発、土地開発を実現
亜臨界水ごみ処理技術でバイオガス発電・有機農業に貢献	④循環社会事業	有機物の高度循環利用による環境の持続可能性へ貢献
<b>売上成長</b>	<b>投下資本利益率</b>	<b>資本コスト</b>
建築家住宅WEBサービスプラットフォーム企業として大手ハウスメーカーの一角並みの建築棟数の実現	優良WEB・テック系の資本収益性を目指す	規模拡大でリスク現象へ

## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (1/8)

### (a) 住宅業界での注文住宅の位置づけ

# PROTO BANK 『住宅業界にはprêt-à-porter市場がない！』

デジタルネイティブ世代に住宅業界初の『prêt-à-porter住宅』をスマホから自由に選び、最高に気に入った家が届いた」を！！！！

日本の住宅の新設着工戸数は国交省からの発表数字をもとに野村総研より減少化傾向が続くと予測されており、一方、住宅に対する考え方にも多様化がより鮮明となり、複雑な市場になると予測します。これまで戸建住宅提供会社のほとんどが「注文住宅」というカテゴリでしたが、PROTO BANKは「注文住宅」ではなく「価格付建築家住宅：Prêt-à-Porter住宅」という全く新しいカテゴリになります。住宅購入者はどこを選んだらいいのかわからない「彷徨える羊」であり、その羊を強力な営業力でプッシュするのがこれまで住宅業界のスタイルでした。PROTO BANKはそのスタイルを一変するものです。ASJの専用WEBサイトでは自由に検索して気に入った過去の建築家住宅をテーブルに並べて様々な情報をチェックして専門窓口とも相談しながら1作品に絞り込んで「名作住宅をもう一度建てる」というサービスです。



名作住宅の図面を再利用して、建築家との家づくりを最速で進められるサービス。



現在、ハウスメーカー上位10社+一条工務店で約7万戸の注文住宅を供給、マーケットを構成しています。

PROTO BANKは、従来のハウス展示場を主戦場とした営業主体の「注文住宅」市場に、「Prêt-à-Porter住宅」市場がとって変わる時代での主役を演じてまいります。

## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (2/8)

### (b-1) 競争力の源泉・優位性について

PROTO BANKは、日本最大級の建築家ネットワークに登録された3,000名もの建築家による名作住宅といわれる過去の図面を活用するサービス。

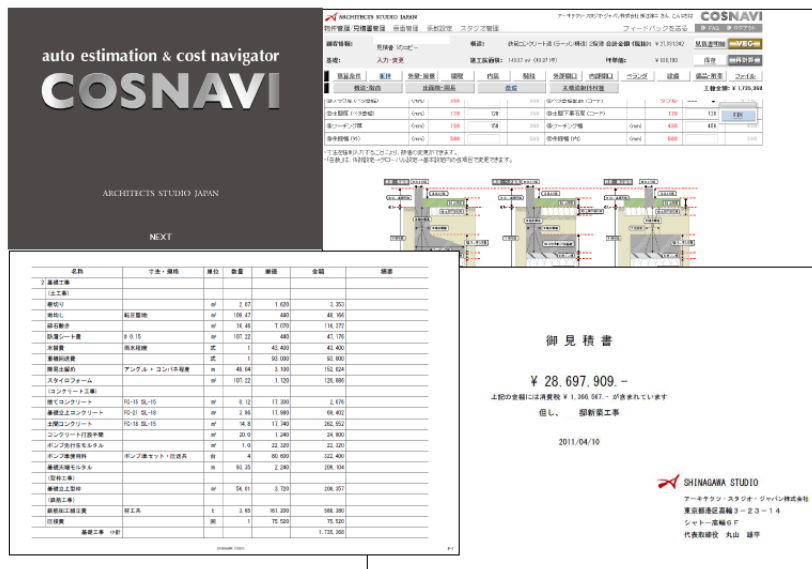
ASJで建設された作品だけでなく建築家のプロパー案件も対象となり豊富なラインナップを提供できます。

PROTO BANKでの表示価格はASJが独自開発した建築家向け自動積算ソフト「COSNAVI」にて3ヶ月に1回再計算することができるため、最新の単価に修正された見積提案ができ、また、見積書はそのまま契約活用が可能となります。

PROTO BANKはアカデミー会員が自由に検索することができ、そのプールされた「お気に入り30」の作品データはAIで認知、顧客が気に入った作品を優先表示することで顧客のASJサービスでの着地率を高めます。顧客管理システム「A-POS」にて会員の進捗動向などリアルタイムで把握できます。

最新のAI技術・DXを駆使したWEBサービスによりPROTO BANKはデジタルネイティブ時代の顧客を虜にするだけでなく、施工側となる工務店のファン化にも力を注ぎ、将来的に全国で約500社のプロトバンクステーションを目指して配置してまいります。

#### 建築家向け積算ソフト「COAVNAVI」

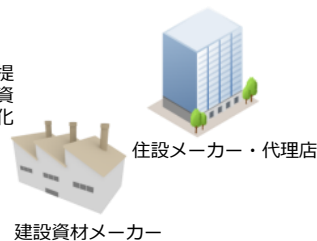


The screenshot displays the COSNAVI software interface, which includes a detailed cost estimation table and a floor plan. The table lists various construction items with their respective units, quantities, and prices.

作業内容	単価	数量	単価	金額	備考
基礎工事					
基礎コンクリート	㎡	2.47	1,620	2,350	
基礎土留	㎡	108.47	480	48,000	
基礎断熱	㎡	18.48	2,070	138,120	
基礎シート工	㎡	107.22	480	43,176	
基礎埋戻	㎡	1	42,400	42,400	
基礎埋戻	㎡	1	93,900	93,900	
基礎土留	㎡	48.34	3,100	150,224	
基礎コンクリート	㎡	107.22	1,120	120,088	
基礎コンクリート	㎡	8.12	11,000	1,178	
基礎コンクリート	㎡	3.86	11,000	48,400	
基礎コンクリート	㎡	8.41	11,000	265,500	
コンクリート打設工事	㎡	20.01	1,200	24,000	
コンクリート打設工事	㎡	1.91	22,200	22,200	
コンクリート打設工事	㎡	41	82,000	3,362,000	
コンクリート打設工事	㎡	82.20	2,000	388,000	
基礎土留	㎡	58.41	2,720	198,472	
基礎土留	㎡	1	3,400	3,400	
基礎土留	㎡	1	78,200	78,200	
基礎土留	㎡	1	1,720,300	1,720,300	

The interface also shows a floor plan with various construction items highlighted in red. A summary section displays the total estimated cost: **御見積書 ¥28,697,909-**.

メーカーとの業務提携により建材資材のプレート化



#### 顧客管理システム「A-POS」



The screenshot shows the A-POS customer management system interface. It features a dashboard with various data points, including customer information, project status, and financial data. The interface is designed for real-time monitoring and management of customer interactions and project progress.



## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (3/8)

### (b-2) 競争力の源泉、優位性についてのまとめ

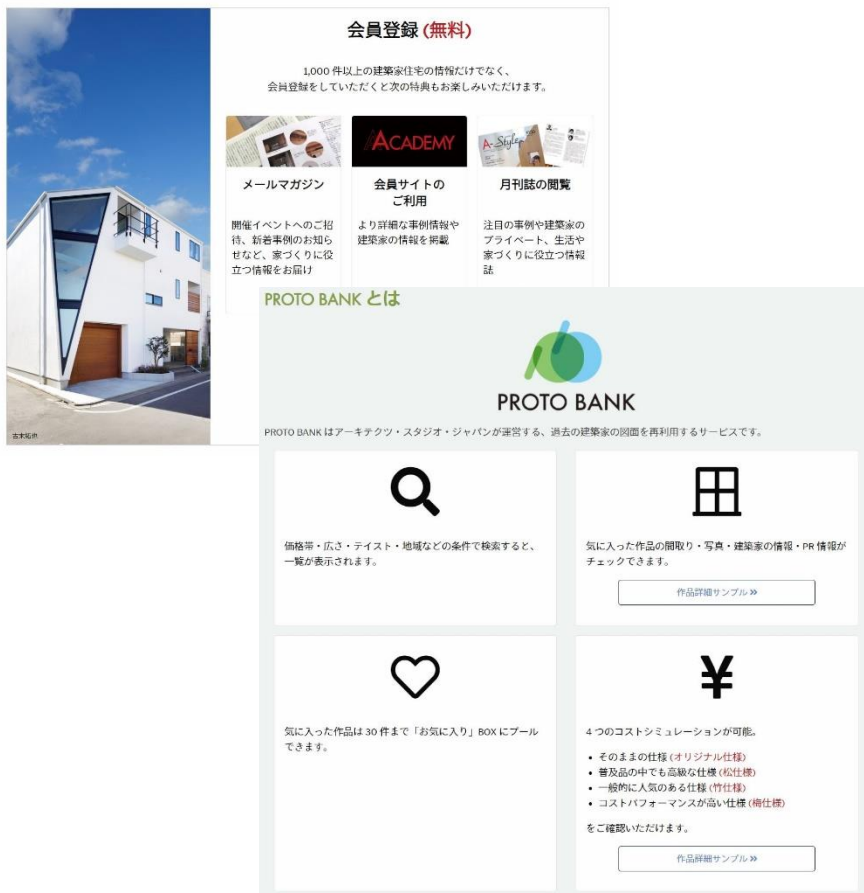
競争優位性の源泉		内容
仕組み	データベース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 唯一無二の建築家住宅のデータベース</li> <li>・ 正確な仕様やコンセプトが明確な建築家住宅の個性豊かなデータベースがあるため、施主の属性、個性、感性を分析するAIを導入することで、施主の個性に合致した最適な図面を施主ごとにマッチングすることが可能</li> </ul>
	AI	
	ローン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 提携銀行と連携し円滑なローン契約が可能</li> </ul>
ベネフィット	施主	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1000件のデータベースが個性にあった好きな住宅をチョイス</li> <li>・ 実際に施工される住宅をあらかじめ実際に見ることが可能</li> <li>・ 申し込みから1~2ヶ月で着工できる</li> <li>・ 完成後のイメージが明確にわかる</li> <li>・ 価格が最初から固定的で見積もり乖離リスクがほとんどない</li> <li>・ 設計料がほとんどからない</li> <li>・ WEBで見積もりなど手続きのほとんどが完結</li> </ul>
	工務店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当社が独自開発した建築家向け自動積算ソフト「CO SNAVI」により3カ月ごとに最新の資材価格等により正確な見積もりが自動的に算出可能</li> <li>・ すでに一度施工された正確な設計データ図面が利活用できるため施工が容易</li> <li>・ 工務店は施工に際し、竣工写真や工事写真を活用できる</li> <li>・ 過去の図面を活用しても最新の単価に随時更新できる積算機能があり利益の確保が容易</li> </ul>
	建築家	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用されると手数料収入が得られる</li> </ul>
	銀行	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 見積もりが初期段階から正確に入手可能であるため、ローン審査が非常に容易</li> </ul>

## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (4/8)

### (c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 1

#### 成長戦略8つのポイント

- ① 高度なデジタルマーケティングによるアカデミー会員の増加
- ② 住宅建設に関わる人なら誰でもチェックしたくなる魅力的なWEBサイトの構築



**会員登録 (無料)**

1,000 件以上の建築家住宅の情報だけでなく、会員登録をしていただく特典もお楽しみいただけます。

- メールマガジン: 開催イベントへのご招待、新着事例のお知らせなど、家づくりに役立つ情報をお届け
- 会員サイトのご利用: より詳細な事例情報や建築家の情報を掲載
- 月刊誌の閲覧: 注目の事例や建築家のプライベート、生活や家づくりに役立つ情報誌

**PROTO BANK とは**

PROTO BANK はアーキテクト・スタジオ・ジャパンが運営する、過去の建築家の図面を再利用するサービスです。

**検索機能:** 価格帯・広さ・テイスト・地域などの条件で検索すると、一覧が表示されます。

**作品検索:** 気に入った作品の閲覧・写真・建築家の情報・PR 情報がチェックできます。

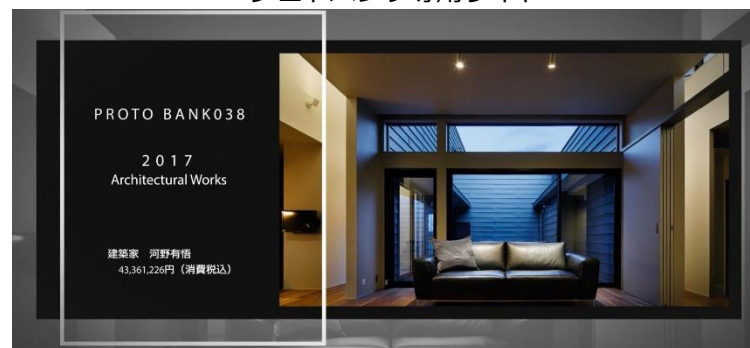
**お気に入り:** 気に入った作品は 30 件まで「お気に入り」BOX にプールできます。

**コストシミュレーション:** 4つのコストシミュレーションが可能。

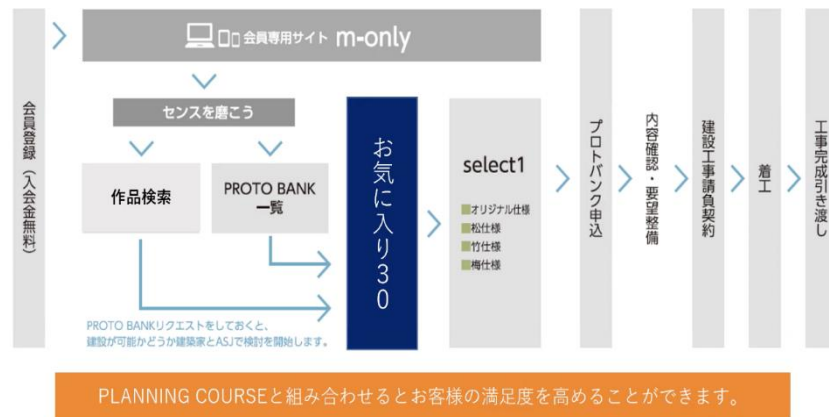
- そのままの仕様 (オリジナル仕様)
- 普及品の中でも高級な仕様 (松仕様)
- 一般的に人気のある仕様 (竹仕様)
- コストパフォーマンスが高い仕様 (梅仕様)

をご確認いただけます。

#### プロトバンク専用サイト



#### 会員登録から工事完成引き渡しまでの流れ

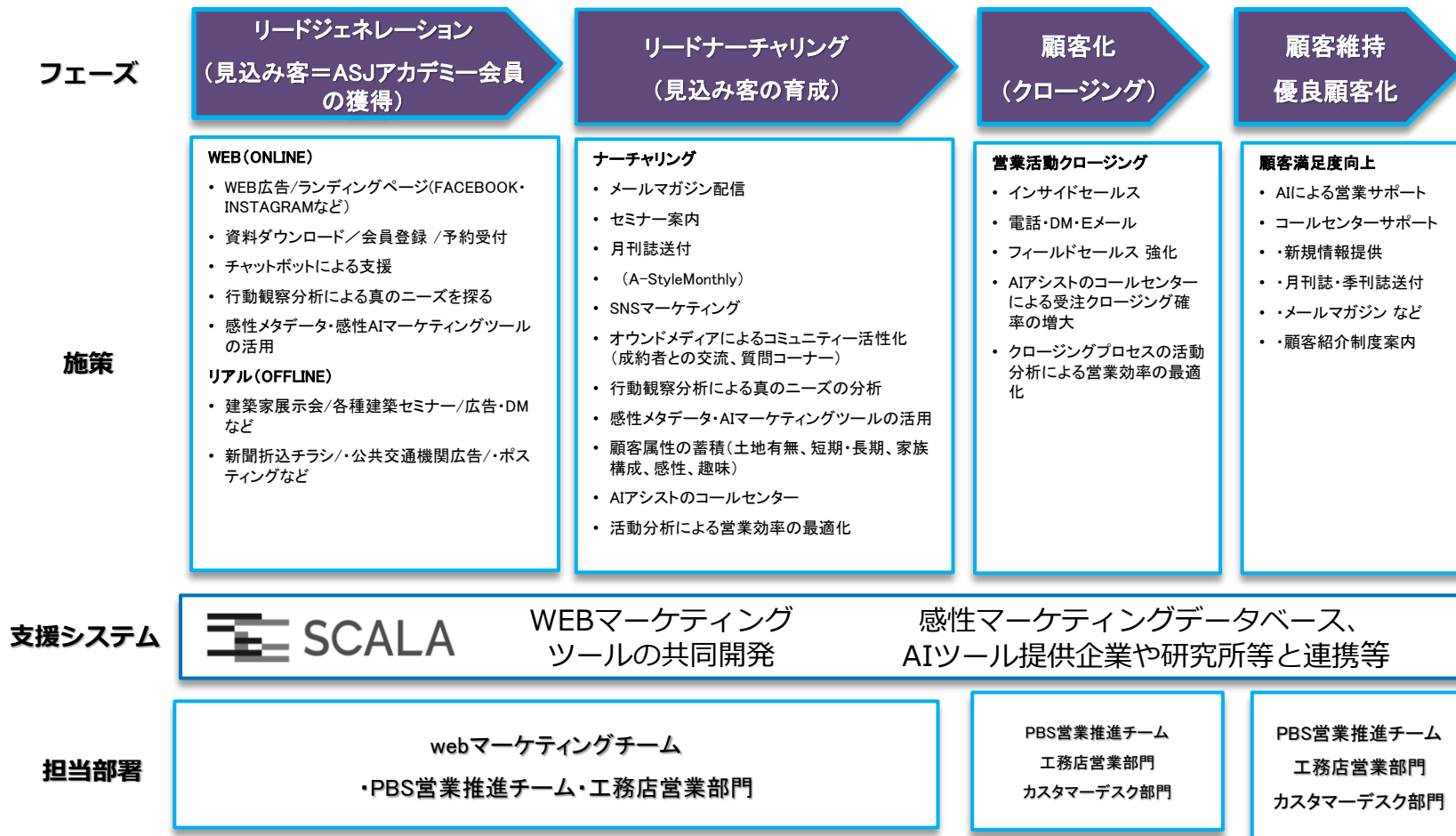


## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (5/8)

### (c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 2

#### ③ AIを活用したナーチャリングシステム

#### マーケティング・顧客化の流れ



### (c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 3

#### ④膨大な建築家作品情報の

データ化と魅力的な表現

ASJの過去作品並びに  
アトリエ (建築家事務所) の  
作品リスト化、  
建築家によるコメント



#### ⑤ヒット商品を発掘

人気ランキングの表示による  
誘導

#### ⑥「WEBで住宅建設を」を選択肢

とする消費者群の拡大

通販カタログから選ぶ感覚で  
住宅を購入

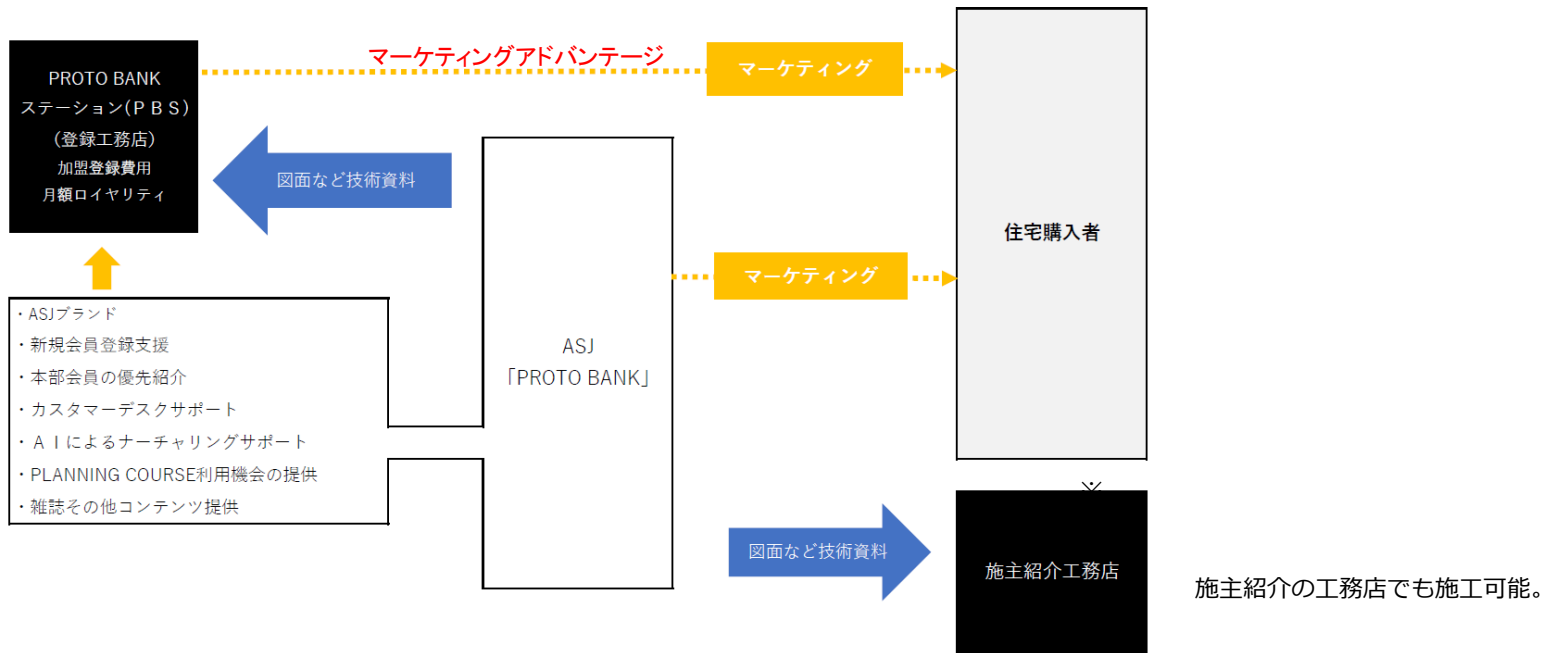


## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (7/8)

### (c) PROTO BANKを軸とした成長戦略のポイント 4

#### ⑦建築家住宅のプラモデル化のための技術情報整備と工務店参加

PROTO BANK ステーション加盟工務店へ、マーケティングアドバンテージを提供するとともに、施工情報提供による工事利益確保



今後の展開として、PROTO BANKのプラットフォームを取扱う事業会社と業務提携、その事業会社のネットワークにより自社の顧客へASJプロトバンクも選択のメニューとして提供。

#### ⑧FPサービスと金融の連携を検討

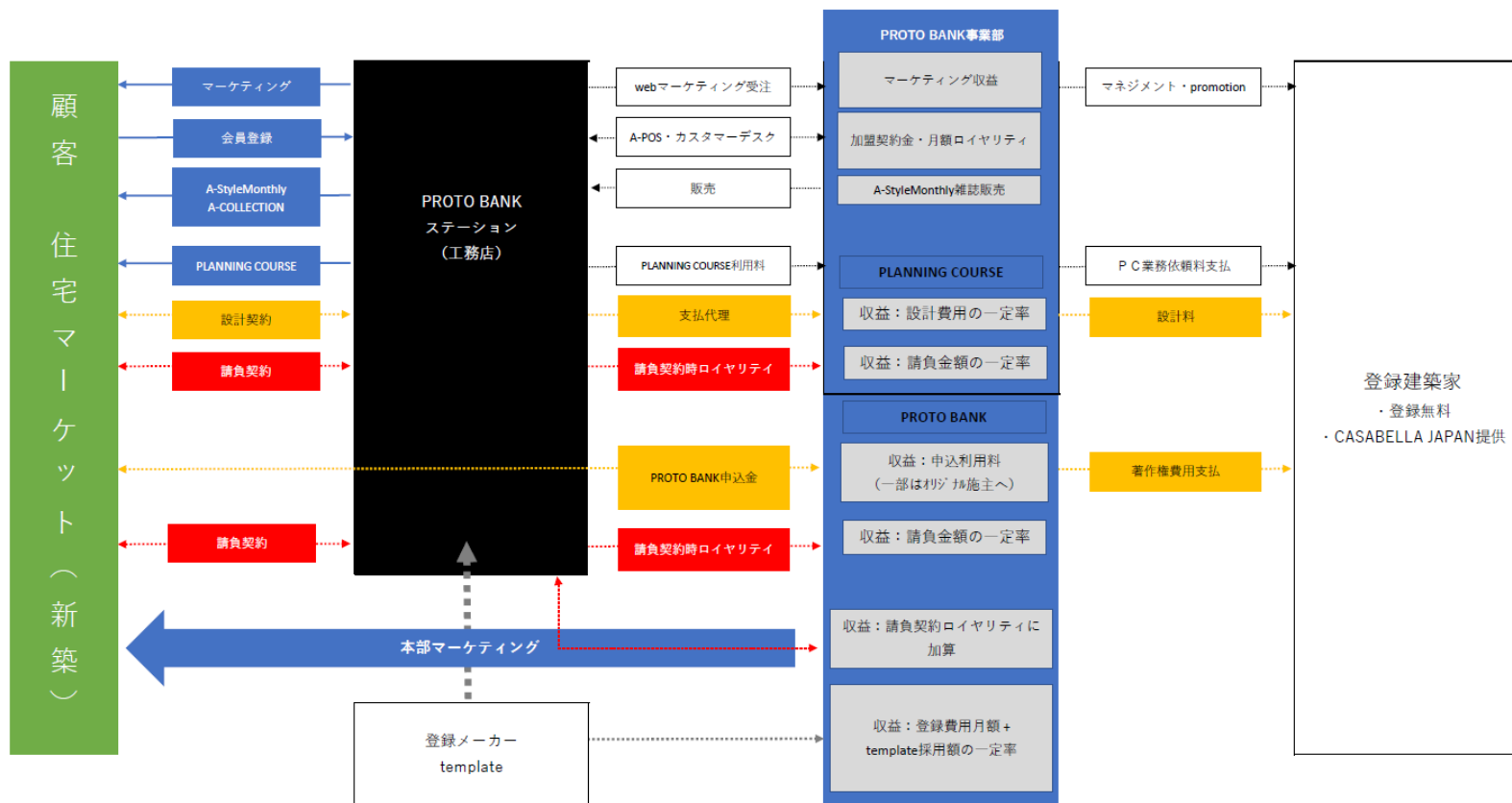
ネット銀行との提携による住宅ローンシュミレーション～斡旋、火災保険等金融紹介メニューを提供

## 4. 事業計画 (2) 今後の中核事業として注力するPROTO BANK ビジネス (8/8)

### (d) 収益構造について

PROTO BANKはFC登録店のPROTO BANKステーションと既存スタジオによって運営され、主としてロイヤリティ収入となります。またローンや保険、登録メーカーから建材等の取扱い開始により手数料収入も発生予定。

### PROTO BANKの収益フロー



## 5. 成長戦略 — 子会社、他社との事業提携含む多チャンネル化により成長加速 (1/2)

ASJ建築家ネットワークビジネスは全国のFC工務店と建築家をつなぐネットワーク事業、営業が直接顧客にフルサポートを行うプロデュース事業、過去に建設された建築家住宅の図面を再活用して提供するプロトバンク事業を展開。建築家の活動により収益を上げております。

2021年10月、ApamanNetwork社から吸収合併したテンポネットワーク社の事業（主に商業店舗の斡旋紹介）を引き継ぎ、2021年12月1日、100%子会社として新たに「TEMPO NETWORK株式会社」を設立、商業店舗設計など建築家の活躍の窓口として活用。また、2022年4月、不動産会社と工務店に情報提供サービスを行う新たな子会社「CONSTRUCTION NETEORK株式会社」を設立。

### 他社との事業提携による多チャンネル化

自社独自のFC展開から、様々なネットワークを有する企業との業務提携等によってチャネルを増やし、建築家がより活動できる機会を提供することで設計契約、請負契約を増加させ、収益拡大を目論む。

ネットワーク事業本部・・・スタジオ退会エリアでの加盟促進、子会社コンストラクションネットワーク加盟工務店からスタジオへの加盟移行促進

プロデュース事業本部・・・首都圏、沖縄を拠点に富裕層向け住宅、別荘やリゾートホテル建設、また収益物件を中心に展開

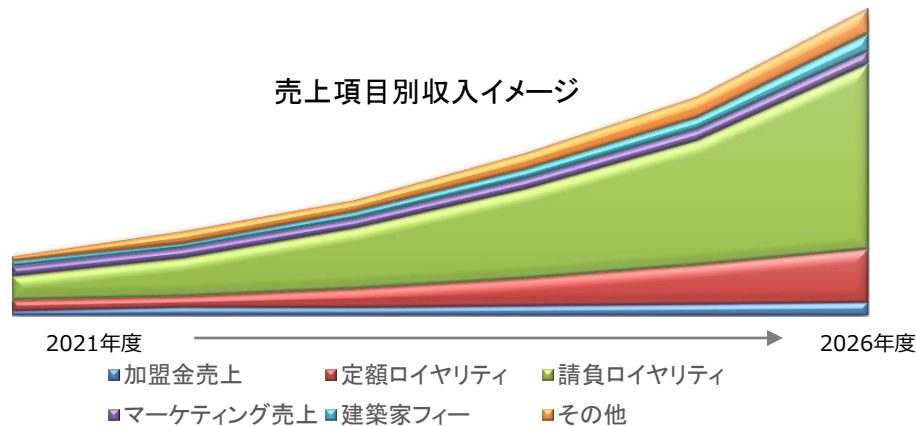
プロトバンク事業部・・・独自のFC展開だけではなく、業務提携先へのシステム提供によりプロトバンク並びに提携先物件の成約数増を図

りシステム利用料並びにロイヤリティ増を図る

テンポネットワーク事業（子会社）・・・商業施設等の入居斡旋店舗のFC本部として商業施設等への入居斡旋等の事業。店舗建築設計の窓口、工事請負は加盟スタジオ（プロトバンクステーション含む）またはプロデュース事業本部の登録工務店となる

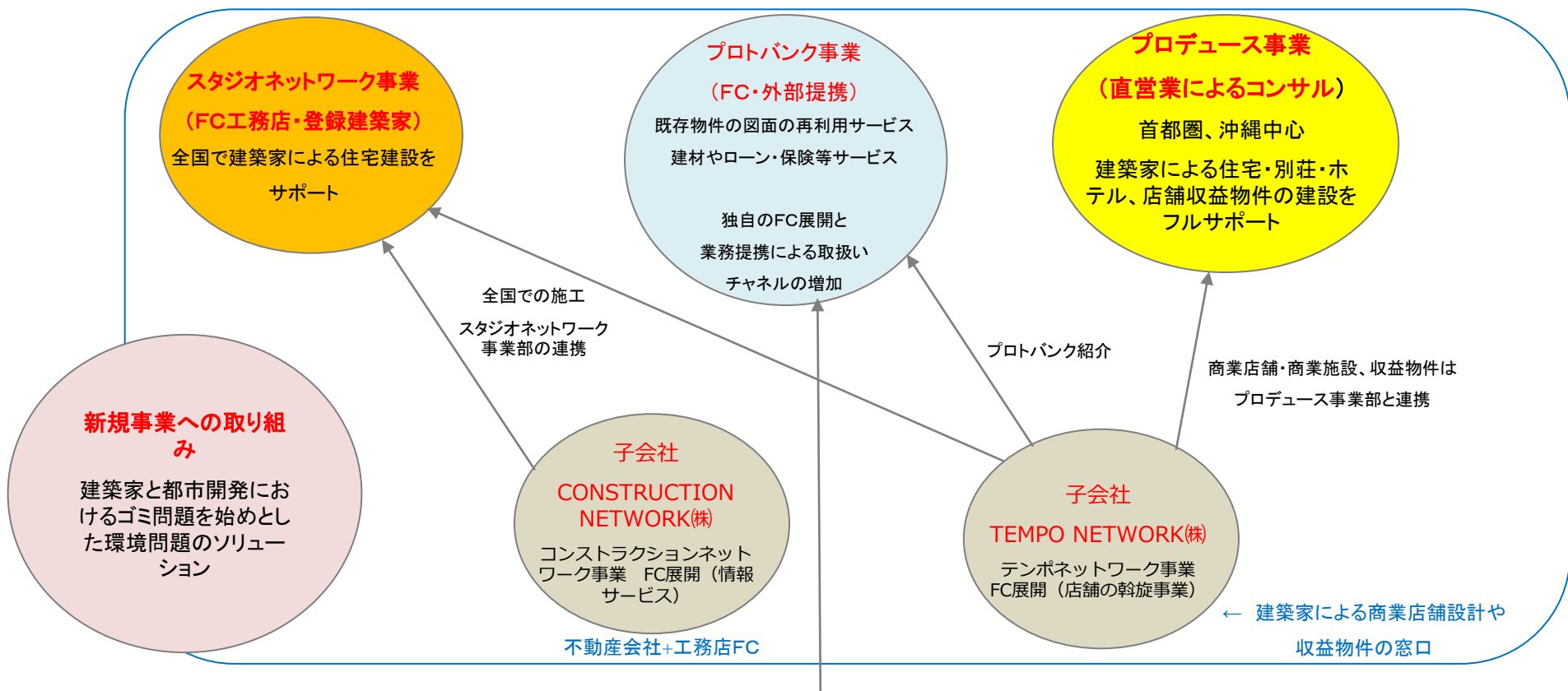
コンストラクションネットワーク事業(子会社)・・・不動産会社と建設会社をつなぎ情報提供サービスを行うフランチャイズチェーン。プランニングコースの活用。

新規事業・・・環境問題への取り組み。建築家主導で完全循環社会を推進する資源回収、再生エネルギー技術をセットとした都市開発のサポート



売上は案件成約時の請負ロイヤリティ収入が主体  
定額ロイヤリティは加盟店全国配置により5年目以降は横ばいで安定化

## ASJ建築家ネットワーク



外部企業との事業提携等によるプロトバンク取扱いチャンネル拡大

各種団体との提携による会員数増、プランニングコースの利用による成約数増加。スタジオ・PROTO BANK STATIONへの移行促進



## 6.事業遂行上の重要なリスクと対応方針（1/2）

### 重要なリスク

### 顕在化の可能性/ 時期

### 顕在化し た割合の 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。そのため、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

加盟建設会社はわが国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。そのため、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 半期に売上計上集中する傾向があります。しかしながら、諸事情により想定どお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おそれがあり、当社の業績に影響を与える可能性があります。

低 / 中長期

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。

## 6.事業遂行上の重要なリスクと対応方針（2/2）

### 重要なリスク

### 顕在化の可能性/ 時期

### 顕在化し た割合の 影響度

### リスク対応策

#### (2) 小規模組織及び人材の確保について

当社は、2022年3月末日現在、取締役4名（うち非常勤取締役2名）、監査役3名（うち非常勤監査役2名）、従業員49名の人員数で事業を展開しており、会社の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。このため、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、売上の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

中

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必要の対応を図ってまいります。

#### (3) 情報システムについて

経営の効率化、受注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。しかしながら、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) 新型コロナウイルス感染症の流行による影響について

新型コロナウイルス感染症の世界的大流行等により、国内外経済に深刻な影響が生じており、感染の影響が長期化する場合には、建築家展等のイベントの中止、顧客の住宅建築意欲の減退、工事請負契約や建築設計・監理業務委託契約の成約までの長期化並びに住宅着工時期の遅れ、さらには加盟建設会社等の取引先の経営の悪化等が生じた場合、当社の売上の減少や貸倒引当金の計上等の損失の発生により、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

大

Webから参加できる新しいスタイルの建築家展等、イベント開催の企画・運営の提案や、顧客・建築家等との面談がWeb上で可能な体制の構築等を行い、業績等への影響の軽減を図る方針であります。

（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。

# 7.APPENDIX



使用写真(左から) 設計:河内真菜 撮影:Nacasa & Partners Inc./設計:原浩二 撮影:野津研一/設計:山澤宣勝 撮影:針金洋介/設計:藤田征樹 撮影:鳥村鋼一

## ※2022年3月予想値と実績の乖離について

2022年3月期予想数値と実績に乖離が発生した理由については下記の通りであります。

区分		内訳	2022年3月期予算	2022年3月期実績	差額	2022年3月期予想数値との差異、発生理由
(1)	登録建築家	期末数(名)	3008	2981	▲ 27	イベント開催数減の影響
(2)-1	スタジオ	新規加盟	8	3	▲ 5	計画8スタジオに対して3スタジオ。 コロナ禍で新規会社訪問ができない時期があったこと、また、訪問回数や絶対的な面談時間も不足したため。
		退会・休眠	▲ 14	▲ 18	▲ 4	
		実質期末稼働数	94	85	▲ 9	
(2)-2	プロトバンクステーション	新規加盟	62	17	▲ 45	プロトバンクステーションの工務店契約目標は62件、実績17社。未達原因は建築家既存住宅という新しいビジネスの仕組みを販促活動含め当社からの発信力、訴求力が足りなかったこと、また、プロトバンク化(顧客が自由にデザイン、予算から選ぶことができる)されたコンテンツが2022年3月末で152件、顧客の土地や予算にそのまま選択できるプロトバンクが少なかったことため。
		スタジオ申込	0	0	0	
		退会・休眠	0	▲ 2	▲ 2	
		実質期末稼働数	108	61	▲ 47	
(3)	イベント	開催回数(回)	139	126	▲ 13	事前に会場予約など準備されていたイベントも2022年初頭からのオミクロン株の急拡大により中止、延期となったことが原因
(4)	ASJアカデミー会員	新規入会数(名)	5000	3055	▲ 1,945	新規入会者: イベント入会減はイベント開催数が未達だったため、また、WEB入会は新規加盟ステーションからのマーケティング費用投下による入会増を見込んでいたが、FC契約数未達により計画していたマーケティング予算が使えなかったこと。
		内 イベント入会	1758	1133	▲ 625	
		内 WEB入会	3000	1699	▲ 1,301	
		その他入会	242	223	▲ 19	
(5)	プランニングコース	新規件数(件)	467	341	▲ 126	アカデミー会員数との連動、会員数が計画未達となったため。
(6)	建築設計・監理業務委託契約	件数(件)	170	90	▲ 80	計画未達はスタジオ77件、PD部13件、設計契約はイベント開催数減少で優良顧客の囲い込みが出来なかったこと、また資材高騰など社会情勢の不透明な部分があり高額層の住宅、別荘建築など慎重姿勢の施工が多かったこと。
		建設工事請負契約	件数(件)	194	127	
	金額(百万円)	11,265	6,302	▲ 4,963	スタジオではウッドショック、資材高騰の影響で計画に対し、大幅な見積もり金額との乖離調整が難しく、設計やり直し、計画の中断等発生したため、50件、2022年3月末までに請負契約が至らなかった。また、当社直営業のプロデュース事業本部では同様の理由により翌期以降に延期(事業計画の見直しによる再開時期未定案件含め)になった案件が13件、24億7,000万円、別途失注案件は5件、1億8,000万円となった。	
	平均単価(万円)	5,806	4,925	▲ 881		
	平均約定料率	3.90%	3.87%	0.0%		

## ※2021年8月27日決議 第三者割当増資により調達した資金使途の使用状況について

2021年10月1日付で開示いたしましたように第三者割当による新株式発行払込金額¥499,999,149円がApamanNetwork株式会社から払込みされました。  
調達資金の使途につきましては2021年8月27日の開示しましたように①～⑥で、2022年3月期の支出額は下記の通りであります。

(単位：百万円)

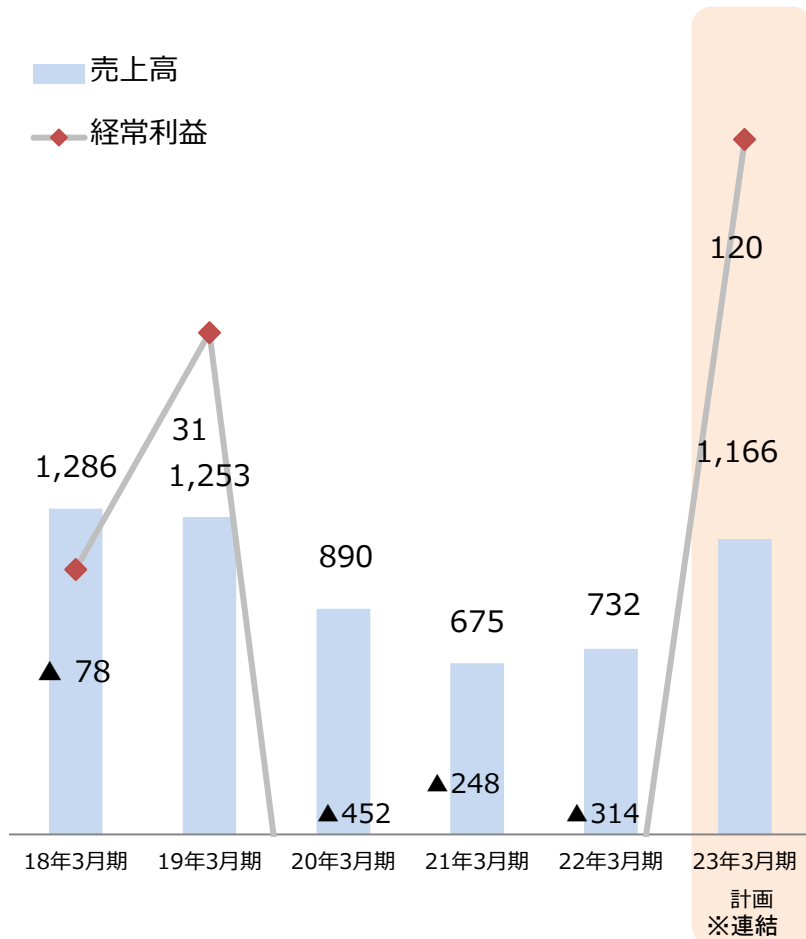
具体的な使途	支出予定時期	手取金額	2022年3月 支出額	2022年3月期の使途内容
① ソフトウェア開発費用	2021年10月～ 2023年3月	56	24	PROTO BANK拡張機能開発、WEBサービスとして運用する上で必要な積算ソフト(自動更新機能)との連携並びに追加されるコンテンツの連携、HP拡張機能の開発に使用いたしました。
② 営業・販促・広告等マーケティング費用	2021年10月～ 2023年3月	90	31	スタジオ、プロトバンクステーション向け販促物制作並びにWEB広告費用に使用いたしました。
③ 物件図面入力・積算作業	2021年10月～ 2023年3月	41	19	PROTO BANK登録に必要な写真やCGコンテンツまわりの整備費用並びに販売価格決定のための積算費用にかかる人件費、外注費として使用いたしました。
④ サポートセンター要員人件費	2021年10月～ 2023年3月	41	17	カスタマーデスク新創設で5名計画でしたが2021年度は4名体制で運営いたしました。2022年度は当初計画の5名体制と外部会社との連携費用の支出を予定しております。
⑤ 全国新規FC専任部署	2021年10月～ 2023年3月	114	13	プロトバンク事業の新規FC開拓人員増強と部署の設置費用、2021年度は2名新規採用で活動いたしました。2022年度は専任者を他の部署からの異動含め増員計画。また加盟後のスーパーバイジング費用も支出予定しております。
⑥ TEMPO NETWORK事業	2021年10月～ 2023年3月	131	66	テンポネットワーク社で使用する営業用ソフトウェアの開発作成等に使用いたしました。
合計		473	170	

# 業績指標推移

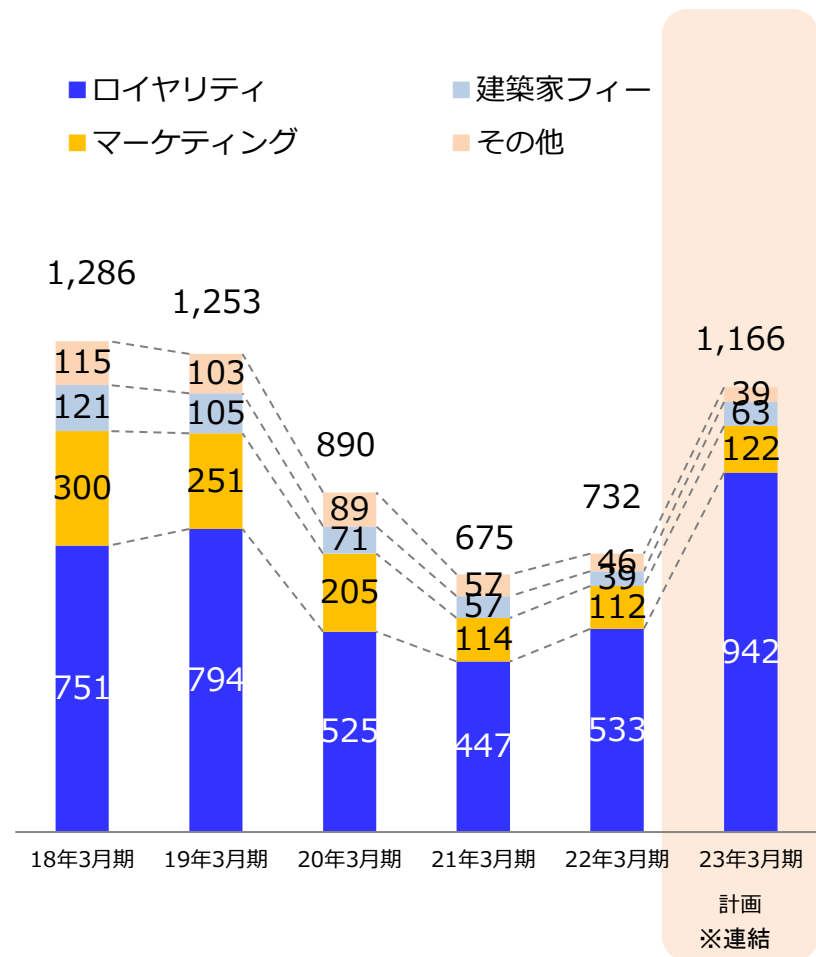
区分		期別	2010年 3月期	2011年 3月期	2012年 3月期	2013年 3月期	2014年 3月期	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期
(1)	登録建築家	期末数(名)	1,545	1,741	2,015	2,251	2,465	2,643	2,713	2,818	2,854	2,912	2,952	2,976	2,981
(2)-1	スタジオ	新規加盟	30	25	30	23	27	25	11	8	5	6	3	1	3
		退会・休眠	-10	-9	-13	-17	-17	-25	-14	-24	-26	-22	-19	-24	-18
		実質期末稼働数	149	165	182	188	198	198	195	176	155	139	123	100	85
(2)-2	プロトバンクステーション	新規加盟	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	9	17
		スタジオ申込	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	34	0
		退会・休眠	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-2
		実質期末稼働数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	46	61
(3)	イベント	開催回数(回)	309	381	413	476	549	610	561	507	345	328	245	123	126
(4)	ASJアカデミー会員	新規入会数(名)	3,315	3,805	4,929	4,696	4,353	6,286	7,257	7,667	5,771	4,616	3,378	2,553	3,055
		内 イベント入会	2,814	3,335	3,511	4,024	3,934	5,165	5,609	4,539	3,638	3,001	2,202	1,290	1,133
		内 WEB入会	0	244	990	295	145	382	1,319	2,614	1,650	1,239	745	1,032	1,699
		その他入会	501	226	428	377	274	739	329	514	483	376	431	231	223
(5)	プランニングコース	新規件数(件)	1,091	1,308	1,329	1,617	1,421	1,358	1,197	1,123	912	795	559	337	341
(6)	建築設計・監理業務委託契約	件数(件)	432	484	493	585	512	400	398	352	283	261	171	105	90
		建設工事請負契約	件数(件)	396	470	545	514	605	473	426	413	344	357	171	149
		金額(百万円)	11,528	12,539	15,002	15,417	20,386	16,517	15,135	15,221	15,325	16,794	8,543	7,836	6,302
		平均単価(万円)	2,911	2,668	2,753	2,999	3,369	3,492	3,553	3,685	4,455	4,704	4,995	5,259	4,925
		平均約定料率	3.00%	3.30%	3.30%	3.20%	3.10%	2.90%	2.60%	3.20%	3.60%	3.60%	4.27%	3.45%	3.87%

# 業績指標（グラフ1）

売上高と経常利益（損失）  
（単位：百万円）

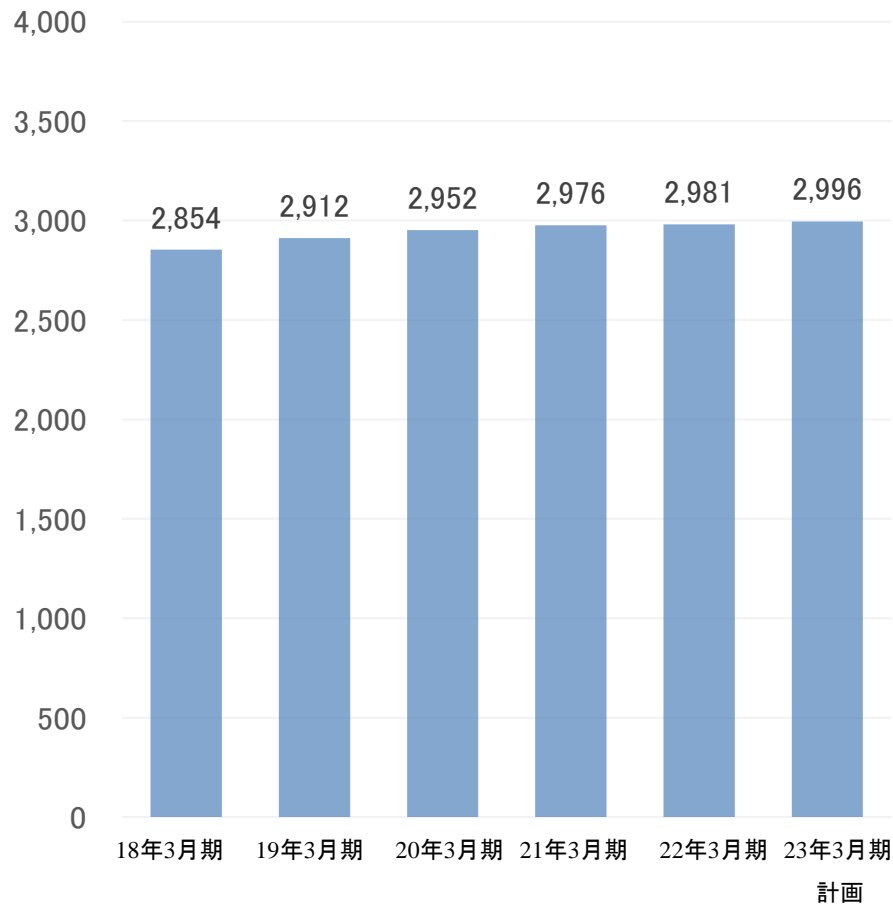


売上高内訳  
（単位：百万円）

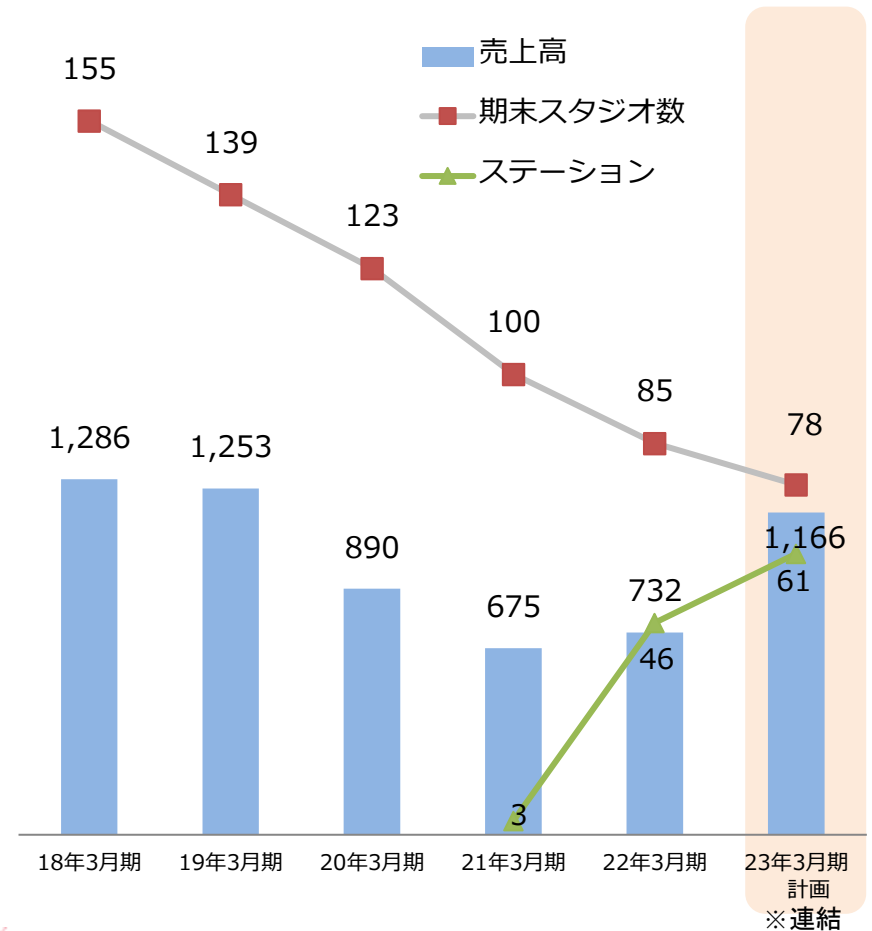


## 業績指標（グラフ2）

登録建築家数  
(単位：名)



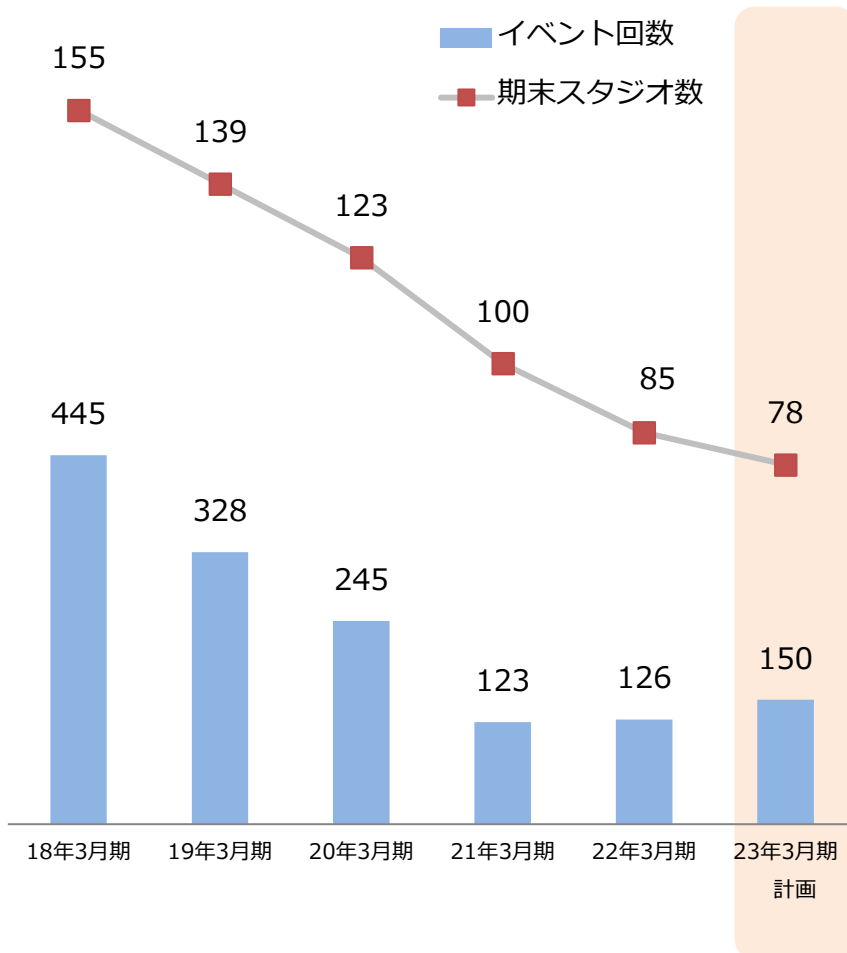
売上高と実質期末稼働スタジオ・PBステーション数  
(単位：百万円、スタジオ、PBステーション)



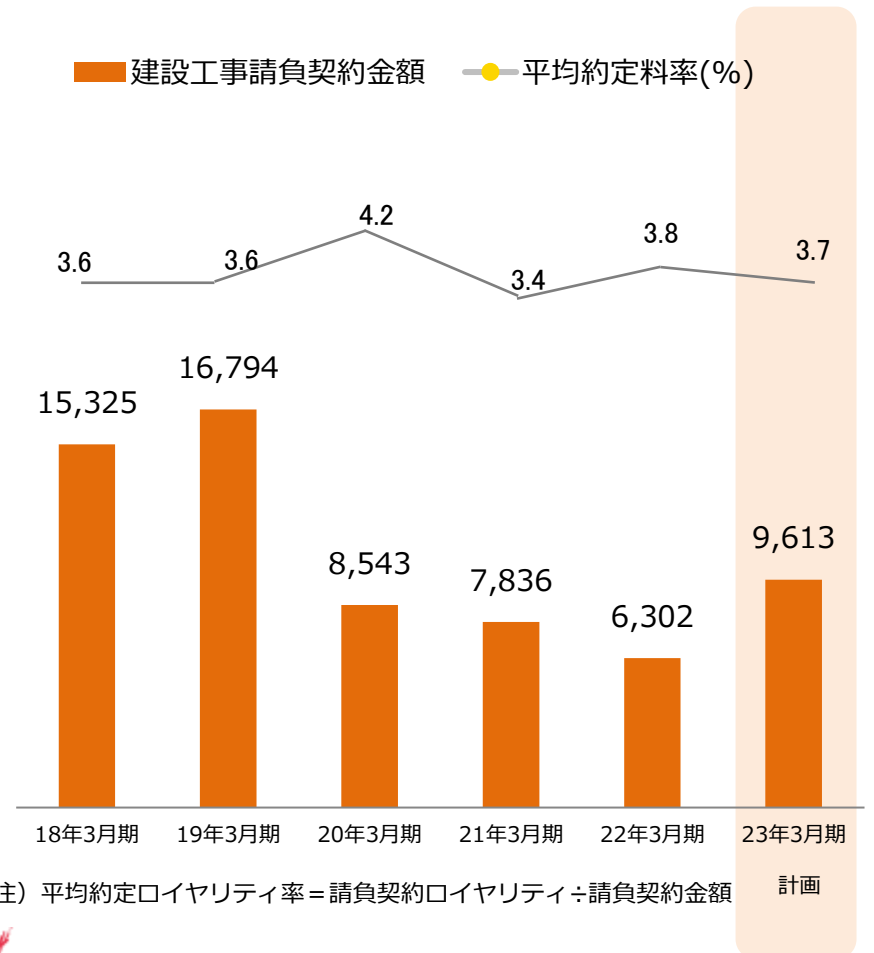


## 業績指標（グラフ3）

イベント回数と期末スタジオ数  
(単位：回、スタジオ)



建設工事請負契約金額と平均約定ロイヤリティ率(注)  
(単位：百万円、%)



(注) 平均約定ロイヤリティ率 = 請負契約ロイヤリティ ÷ 請負契約金額

## 用語集

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

## 本資料の取り扱いについて

---

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、2023年3月期本決算発表後（2023年6月頃）に開示を行う予定です。



「大地の家」設計：畑友洋 撮影：矢野紀行

[社名]

アーキテクト・スタジオ・ジャパン株式会社

[所在地]

東京都千代田区丸の内3-4-2新日石ビル1階

[代表者名]

代表取締役 丸山雄平