

2024年3月期(第46期) 第2四半期 決算説明資料

株式会社カチタス

(証券コード：8919)

2023年11月6日

Before



After



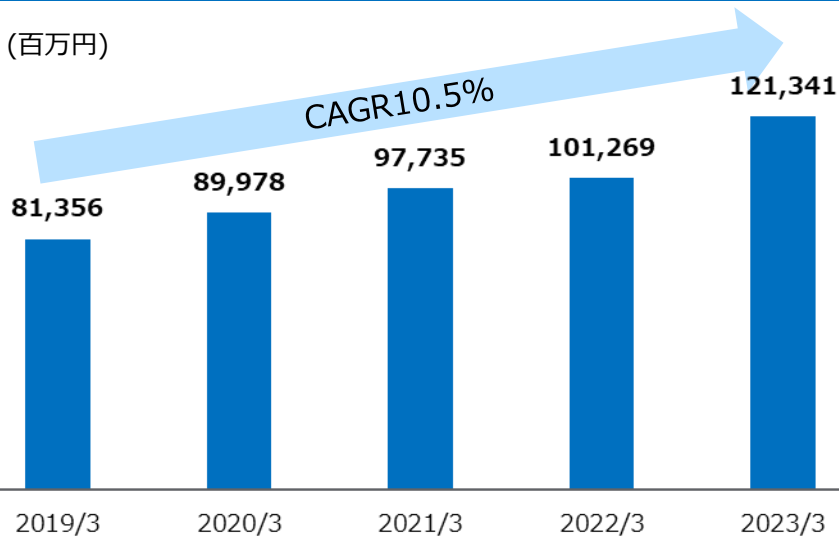
アジェンダ

1.	2024年3月期第2四半期 決算概要	P3-P14
2.	2024年3月期計画	P16-P25
3.	ビジネスモデルについて	P27-P47
4.	参考情報	P49-P61

1. 売上高及び営業利益の推移

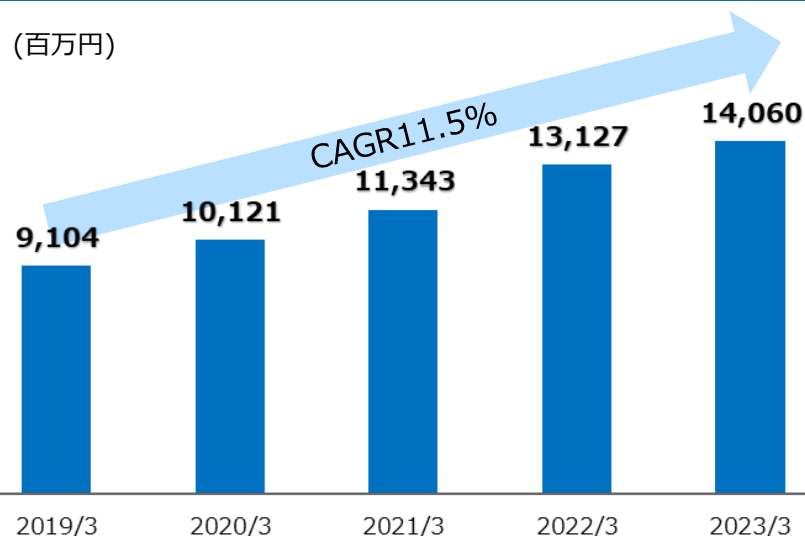
売上高の推移(本決算期)

(百万円)



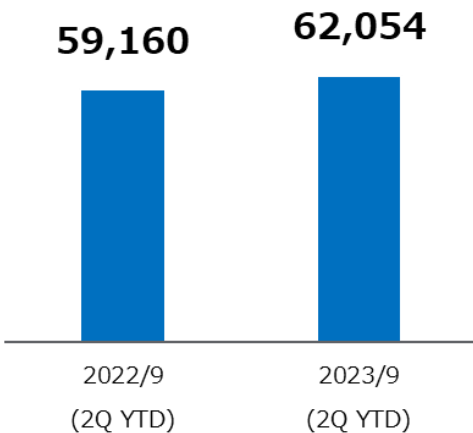
営業利益の推移(本決算期)

(百万円)



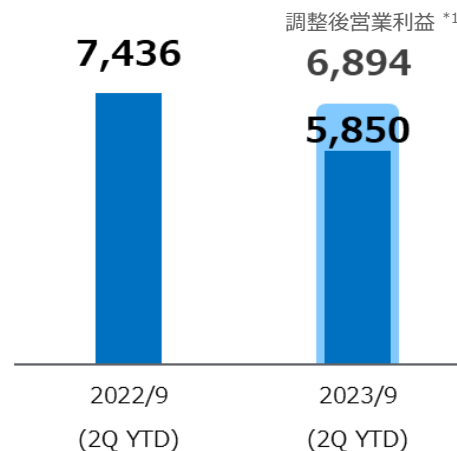
売上高の推移(2024年3月期_2Q累計)

(百万円)



営業利益の推移(2024年3月期_2Q累計)

(百万円)



*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照。

1. 2024年3月期 第2四半期 決算のポイント(2023年 7月-9月)

単位：百万円		FY2022 2Q	FY2023 2Q	YoY	
販売	売上高	30,809	30,441	△1.2%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 反響数は8月前半まで低調。8月後半から好転し、9月は過去最多 <ul style="list-style-type: none"> 夏休み期間はレジャー需要が強く、住宅市場は低調。そのため、7月の契約は当初想定以上に鈍化。8月後半から回復見られるも、引渡しには間に合わず販売件数は前年比減少 夏休み後半から販売は回復傾向にあり、9月単月の反響件数は前年9月比+20%で過去最多。10月も反響数は堅調に推移 ■ 6月末値上げ物件の一部が売上計上され売上総利益率は向上 <ul style="list-style-type: none"> 当1Qの売上総利益率21.2%からは+0.7pt改善し、直近1年で最高値 カチタスは値上げが奏功し、売上総利益率は上昇 リプライスも売上総利益率はやや改善
	販売件数(件)	1,774	1,696	△4.4%	
	売上総利益率(%)	22.6%	21.8%	△0.8pt	
利益	販管費	3,025	3,655	+20.8%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 営業利益は計画対比で遅延するも通期計画に変更なし <ul style="list-style-type: none"> 2Q業績は当初の見立てを下回るも、足元の反響回復と在庫の状況を踏まえると、下期業績は事業計画を上回る見込みであり通期計画は据え置き 前2Q比の調整後販管費増加は、人材への投資とマーケティングオートメーション等のデジタル化に向けた投資によるもの ■ 消費税等に関する訴訟について <ul style="list-style-type: none"> 消費税訴訟は当6月に東京高裁への控訴を提起。東京高裁で審理中。高裁判決は半年程度、最高裁判決まではさらに1年程度を要する見通し 当期以降の会計処理方法は、国税当局の主張に準じた方法で販管費に消費税相当額を計上済。仮に最高裁で敗訴しても、特別損失の計上等による利益への悪影響は生じない
	営業利益	3,950	2,989	△24.3%	
	営業利益率(%)	12.8%	9.8%	△3.0pt	
	調整後販管費*1	3,025	3,154	+4.3%	
	調整後営業利益*1	3,950	3,490	△11.6%	
調整後営業利益率(%)*1	12.8%	11.5%	△1.4pt		
重要指標	販売用不動産合計	49,851	55,527	+11.4%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在庫水準は適正水準。今後の成長に向けて十分な在庫を確保 <ul style="list-style-type: none"> 2Q仕入件数：1,831件(YoY△3.7%) 値上げによる販売件数減少を見越して、仕入件数をコントロールして抑制。中古物件の流通在庫数は増加しており、仕入環境は良好 仕入価格：カチタスで横ばい。リプライスでは前4Qをピークに低下傾向
	調整後ROA (LTM)*1,2	22.5%	20.4%	△2.0pt	

*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照

*2 ROA(LTM) = 直近12か月の営業利益合計 / 資産合計の前年同期末残高と当期末残高の平均

*3 完成在庫の割合 = 販売用不動産 / (販売用不動産 + 仕掛販売用不動産)

1. 2024年3月期 連結事業計画に対する進捗率

- 6月末の値上げの反動と、夏休み期間中の消費行動が外食や旅行などのサービス消費に向かったことにより、上半期業績は計画対比で弱含み
- 各種施策の実施により在庫の含み粗利は増加。値上げ・レジャー影響が一巡し、反響数も9月以降は好調な状況が継続しており通期計画は据え置き
- 販売環境は堅調に推移し、反響数は増加しているため、3Q以降は仕入を徐々に増加させる予定

粗利向上施策	効果発現	進捗
6月下旬から総額約16億円の値上げ	2Q~3Q	反響数減少も粗利率の改善に寄与。2Qの粗利率は当1Qの21.2%から+0.7pt改善
営業社員のインセンティブ制度の見直し	2Q以降	一定の利益金額を超過した物件の利益インセンティブを増額。1件あたり粗利の改善に寄与し始めている
管理会計の見直し	3Q以降	7月以降、1件あたり利益の目線を引き上げ。仕入物件の当初含み粗利は増額
低価格ニーズに合わせた物件投入	3Q以降	反響は良好で在庫契約率はフルリフォーム物件を上回る。粗利率改善・在庫回転率向上に寄与する見込み

単位：百万円	2024年3月期 第2四半期		2024年3月期 計画					
	実績	対売上高	上半期			年間		
			計画	進捗率(%)	対売上高(%)	計画	進捗率(%)	対売上高(%)
売上高	62,054	100.0%	65,788	94.3%	100.0%	132,464	46.8%	100.0%
販売件数(件)	3,485	-	3,752	92.9%	-	7,529	46.3%	-
売上総利益	13,335	21.5%	14,344	93.0%	21.8%	28,864	46.2%	21.8%
営業利益	5,850	9.4%	6,581	88.9%	10.0%	13,216	44.3%	10.0%
(参考)調整後営業利益	6,894	11.1%	7,706	89.5%	11.7%	15,466	44.6%	11.7%
経常利益	5,729	9.2%	6,477	88.5%	9.8%	12,954	44.2%	9.8%
(参考)調整後経常利益	6,773	10.9%	7,602	89.1%	11.6%	15,204	44.5%	11.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,991	6.4%	4,441	89.9%	6.8%	8,866	45.0%	6.7%
(参考)調整後親会社株主に 帰属する当期純利益	4,646	7.5%	5,215	89.1%	7.9%	10,416	44.6%	7.9%

*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照。

※ 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクレーマーをご参照ください。

1. 決算ハイライト

百万円	2023年3月期						2024年3月期							
	1Q	2Q	3Q	4Q	2Q累計	年度	1Q	2Q	2Q累計	vs Q	vs Q (%)	vs 累計	累計(%)	
売上高	28,351	30,809	29,549	32,631	59,160	121,341	31,613	30,441	62,054	-367	-1.2%	+2,894	+4.9%	
販売件数(件)	1,663	1,774	1,643	1,847	3,437	6,927	1,789	1,696	3,485	-78	-4.4%	+48	+1.4%	
仕入件数(件)	1,780	1,901	2,033	1,597	3,681	7,311	1,699	1,831	3,530	-70	-3.7%	-151	-4.1%	
売上総利益	6,513	6,975	6,419	6,945	13,489	26,855	6,690	6,645	13,335	-330	-4.7%	-154	-1.1%	
売上総利益率(%)	23.0%	22.6%	21.7%	21.3%	22.8%	22.1%	21.2%	21.8%	21.5%	-0.8pt		-1.3pt		
販売費及び一般管理費	3,027	3,025	3,052	3,689	6,053	12,795	3,829	3,655	7,484	+629	+20.8%	+1,431	+23.6%	
営業利益	3,486	3,950	3,367	3,256	7,436	14,060	2,860	2,989	5,850	-960	-24.3%	-1,585	-21.3%	
営業利益率(%)	12.3%	12.8%	11.4%	10.0%	12.6%	11.6%	9.0%	9.8%	9.4%	-3.0pt		-3.1pt		
経常利益	3,445	3,909	3,326	3,151	7,355	13,833	2,798	2,931	5,729	-978	-25.0%	-1,625	-22.1%	
経常利益率(%)	12.2%	12.7%	11.3%	9.7%	12.4%	11.4%	8.9%	9.6%	9.2%	-3.1pt		-3.2pt		
当期純利益	2,328	2,643	2,240	-1,120	4,971	6,091	2,120	1,870	3,991	-772	-29.2%	-980	-19.7%	
当期純利益率(%)	8.2%	8.6%	7.6%	-3.4%	8.4%	5.0%	6.7%	6.1%	6.4%	-2.4pt		-2.0pt		
EPS(円)	30.13	34.19	28.91	-14.57	64.32	78.66	27.29	24.06	51.34	-10.13	-29.6%	-12.98	-20.2%	
										vs 22/9	vs 22/9(%)	vs 23/3	vs 23/3(%)	
現金及び預金	9,632	10,194	6,290	8,728			9,680	9,857		-336	-3.3%	+1,129	+12.9%	
販売用不動産	28,298	28,968	32,678	34,064			36,203	37,225		+8,257	+28.5%	+3,161	+9.3%	
仕掛販売用不動産	19,535	20,882	22,382	20,079			17,948	18,301		-2,580	-12.4%	-1,777	-8.9%	
販売用不動産合計	47,834	49,851	55,061	54,143			54,151	55,527		+5,676	+11.4%	+1,383	+2.6%	
在庫回転率(LTM) (%)	1.94	1.95	1.83	1.91			1.91	1.85		-0.10				
資産合計	62,138	63,806	65,440	66,304			66,950	68,599		+4,793	+7.5%	+2,295	+3.5%	
ROA(LTM) (%)	23.0%	22.5%	21.3%	21.8%			20.8%	18.8%		-3.6pt				
有利子負債	18,500	18,500	20,500	18,500			23,000	21,000		+2,500	+13.5%	+2,500	+13.5%	
株主資本	33,541	36,241	36,752	35,655			35,833	37,789		+1,547	+4.3%	+2,133	+6.0%	
自己資本比率(%)	54.0%	56.8%	56.2%	53.8%			53.5%	55.1%		-1.7pt		+1.3%		
ROE(LTM) (%)	22.6%	21.4%	20.0%	17.9%			17.0%	13.8%		-7.6pt				
		1H		2H		年度		1H		vs 1H	vs 2H	vs FY		
棚卸資産の増減(-は増加)		-4,998		-4,296		-9,294		-1,388		+3,610				
営業CF		-1,825		+358		-1,467		+630		+2,456				
投資CF		-50		-35		-85		-58		-8				
財務CF		-1,339		-1,789		-3,128		+557		+1,897				
現金及び現金同等物の増減額		-3,214		-1,466		-4,681		+1,129		+4,344				

*1 ROA(LTM) = 直近12か月の営業利益合計 / 資産合計の前年同期末残高と当期末残高の平均 *2 ROE(LTM) = 直近12か月の当期純利益合計 / 株主資本の前年同期末残高と当期末残高の平均

1. (参考)調整後利益ベースの決算ハイライト

百万円	2023年3月期						2024年3月期						
	1Q	2Q	3Q	4Q	2Q累計	年度	1Q	2Q	累計	vs Q	vs Q (%)	vs 累計	累計(%)
売上高	28,351	30,809	29,549	32,631	59,160	121,341	31,613	30,441	62,054	-367	-1.2%	+2,894	+4.9%
販売件数(件)	1,663	1,774	1,643	1,847	3,437	6,927	1,789	1,696	3,485	-78	-4.4%	+48	+1.4%
仕入件数(件)	1,780	1,901	2,033	1,597	3,681	7,311	1,699	1,831	3,530	-70	-3.7%	-151	-4.1%
売上総利益	6,513	6,975	6,419	6,945	13,489	26,855	6,690	6,645	13,335	-330	-4.7%	-154	-1.1%
売上総利益率(%)	23.0%	22.6%	21.7%	21.3%	22.8%	22.1%	21.2%	21.8%	21.5%	-0.8pt		-1.3pt	
調整後販売費及び一般管理費	3,027	3,025	3,052	3,689	6,053	12,795	3,286	3,154	6,441	+128	+4.3%	+387	+6.4%
調整後営業利益	3,486	3,950	3,367	3,256	7,436	14,060	3,403	3,490	6,894	-459	-11.6%	-542	-7.3%
調整後営業利益率(%)	12.3%	12.8%	11.4%	10.0%	12.6%	11.6%	10.8%	11.5%	11.1%	-1.4pt		-1.5pt	
調整後経常利益	3,445	3,909	3,326	3,151	7,355	13,833	3,340	3,432	6,773	-477	-12.2%	-582	-7.9%
調整後経常利益率(%)	12.2%	12.7%	11.3%	9.7%	12.4%	11.4%	10.6%	11.3%	10.9%	-1.4pt		-1.5pt	
調整後当期純利益	2,325	2,643	2,240	2,231	4,969	9,441	2,315	2,331	4,646	-312	-11.8%	-322	-6.5%
調整後当期純利益率(%)	8.2%	8.6%	7.6%	6.8%	8.4%	7.8%	7.3%	7.7%	7.5%	-0.9pt		-0.9pt	
調整後EPS(円)	30.10	34.19	28.91	28.71	64.30	121.91	29.79	29.99	59.77	-4.20	-12.3%	-4.53	-7.0%
調整後ROA(LTM)(%)	23.0%	22.5%	21.3%	21.8%			21.7%	20.4%		-2.0pt			
調整後ROE(LTM)(%)	28.1%	26.5%	25.0%	27.7%			27.2%	24.6%		-1.9pt			

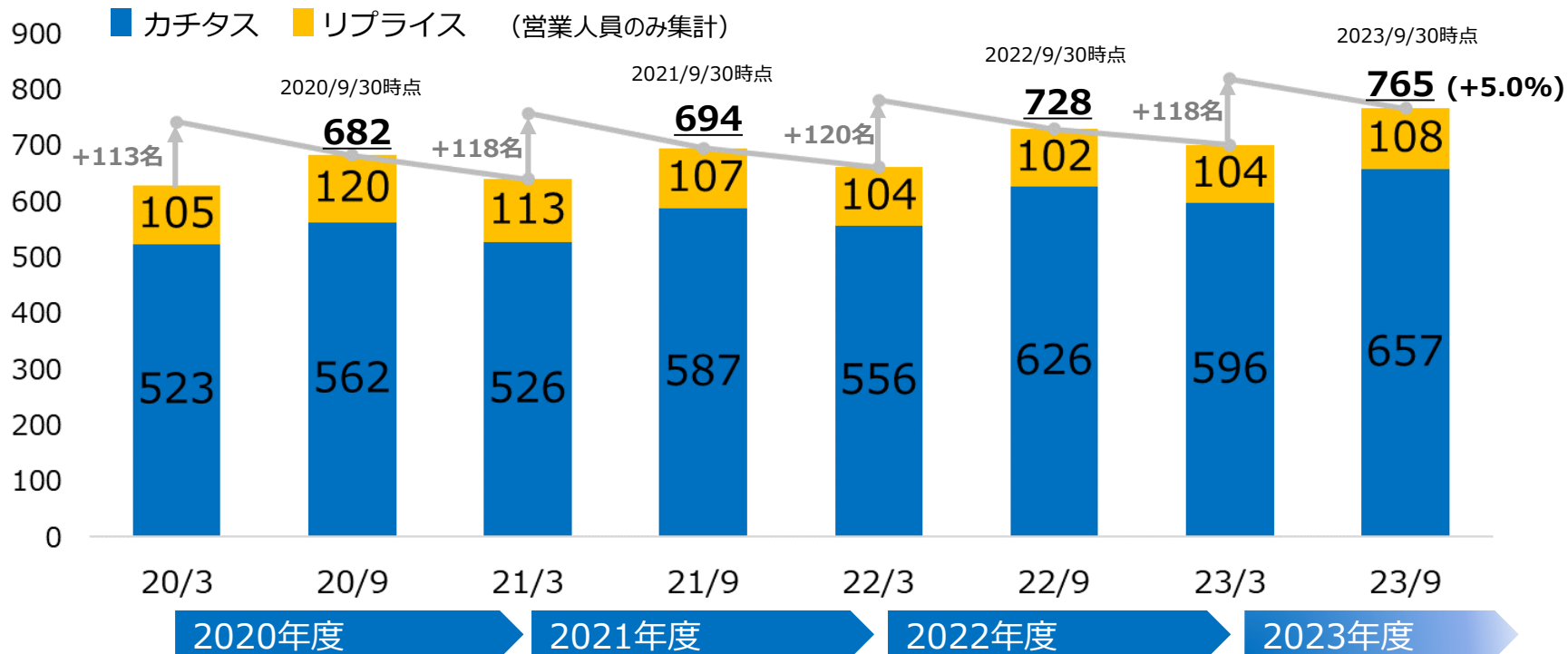
*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照。

1. 調整項目表

		2023年3月期						2024年3月期			2024年3月期 事業計画			
		1Q	2Q	3Q	4Q	2Q累計	年間	1Q	2Q	累計	上半期	下半期	年間	
販売費及び一般管理費		3,027	3,025	3,052	3,689	6,053	12,795	3,829	3,655	7,484	7,763	7,884	15,647	
調整	消費税等差額 (販管費)	①	-	-	-	-	-	-542	-500	-1,043	-1,125	-1,125	-2,250	
	調整後販売費及び一般管理費		3,027	3,025	3,052	3,689	6,053	12,795	3,286	3,154	6,441	6,638	6,759	13,397
営業利益		3,486	3,950	3,367	3,256	7,436	14,060	2,860	2,989	5,850	6,581	6,634	13,216	
調整	消費税等差額 (販管費)	①	-	-	-	-	-	+542	+500	+1,043	+1,125	+1,125	+2,250	
	調整後営業利益		3,486	3,950	3,367	3,256	7,436	14,060	3,403	3,490	6,894	7,706	7,759	15,466
経常利益		3,445	3,909	3,326	3,151	7,355	13,833	2,798	2,931	5,729	6,477	6,477	12,954	
調整	消費税等差額 (販管費)	①	-	-	-	-	-	+542	+500	+1,043	+1,125	+1,125	+2,250	
	調整後経常利益		3,445	3,909	3,326	3,151	7,355	13,833	3,340	3,432	6,773	7,602	7,602	15,204
税金等調整前当期純利益		3,447	3,905	3,326	-1,627	7,352	9,051	2,973	2,768	5,742	6,477	6,477	12,954	
調整	消費税等差額 (販管費)	①	-	-	-	-	-	+542	+500	+1,043	+1,125	+1,125	+2,250	
	消費税等差額 (特別損益)	②	-3	+0	-	+4,736	-2	+4,733	-180	+160	-19	-	-	
	その他 (特別損益)	③	-	-	-	+41	-	+41	-	-	-	-	-	
	税金等調整前当期純利益調整金額 小計	①+②+③	-3	+0	-	+4,777	-2	+4,774	+362	+661	+1,024	+1,125	+1,125	+2,250
	調整後税金等調整前当期純利益		3,443	3,905	3,326	3,150	7,349	13,826	3,335	3,430	6,766	7,602	7,602	15,204
法人税等合計		1,118	1,262	1,086	-507	2,380	2,959	852	897	1,750	2,035	2,052	4,087	
調整	法人税、住民税及び事業税	④	-	-	-	+700	-	+700	-	-	-	-	-	
	法人税等還付税額	⑤	-0	-	-	+797	-0	+796	-	+52	+52	-	-	
	調整項目の税金調整額	⑥	-	-	-	-72	-	-72	+167	+148	+316	+351	+349	+700
	法人税等合計 調整金額 小計	④+⑤+⑥	-0	-	-	+1,426	-0	+1,425	+167	+201	+368	+351	+349	+700
	調整後法人税等合計		1,117	1,262	1,086	919	2,379	4,385	1,020	1,098	2,119	2,386	2,401	4,787
親会社等に帰属する当期純利益		2,328	2,643	2,240	-1,120	4,971	6,091	2,120	1,870	3,991	4,441	4,424	8,866	
調整	消費税等差額 (販管費)	①	-	-	-	-	-	+542	+500	+1,043	+1,125	+1,125	+2,250	
	消費税等差額 (特別損益)	②	-3	+0	-	+4,736	-2	+4,733	-180	+160	-19	-	-	
	その他 (特別損益)	③	-	-	-	+41	-	+41	-	-	-	-	-	
	法人税等合計 調整金額	④+⑤+⑥	+0	-	-	-1,426	+0	-1,425	-167	-201	-368	-351	-349	-700
	親会社等に帰属する当期純利益調整金額 小計	①~⑥合計	-2	+0	-	+3,351	-1	+3,349	+194	+460	+655	+774	+776	+1,550
	調整後親会社等に帰属する当期純利益		2,325	2,643	2,240	2,231	4,969	9,441	2,315	2,331	4,646	5,215	5,200	10,416

1. 営業人員数の推移

- 2023年9月時点の営業人員はYoY + 5.0%と計画通りの増加
- 2024年4月入社の新卒社員はカチタスで100名、リプライスで20名程度を予定
- リプライスでは営業の一部業務を本部へ移管し、営業から本部への人員異動で営業人員が減少したものの全社生産性は向上



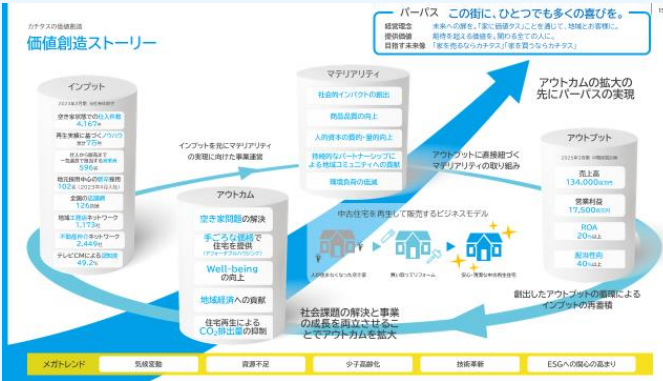
	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	
新卒入社社員数	カチタス	+88名	+104名	+107名(内、間接1名)	+102名
	リプライス	+27名(内、間接2名)	+14名	+15名(内、間接1名)	+21名
期中月末平均 *1	カチタス	558名	584名	623名	-
	リプライス	120名	108名	108名	-

*1 期中月末平均 = 期中の月末営業人員数の合計 ÷ 12

1. トピックス

- 投資家とのエンゲージメントに基づき、統合報告書を初めて発行。
マテリアリティと各マテリアリティに紐づくKPIを設定し、また重要な成長戦略である人的資本にかかる開示を拡充
- 2023年度もJPX日経400インデックスの構成銘柄として選定（3年連続3回目）
- Salesforce導入企業の取組みを発表する「SFUG CUP2023」の中小企業部門でリプライスが優勝しました

▼価値創造ストーリー：インプット～アウトカム～アウトカムの関係性を明確化



▼人的資本開示：現在まで取組みの背景や今後の方針などを開示

人的資本の質的・量的向上

人事管理役員インタビュー

横田 和仁
取締役常務役員（人事管理）
2023年10月15日（水）15:00～16:00
2023年度 環境・社会・情報（ESGI）情報開示 第10号

Q1 本日のインタビューで、人事管理の取り組みについてお話を伺いたいのですが、まず、2023年度の方針についてお話を伺いたいのですが、どのような方針ですか？

A 2023年度の人事管理の取り組みは、人材の質的・量的向上に重点を置き、以下の3つの観点から進めてまいります。1. 人材の質的向上：スキルアップ支援、キャリア開発の推進、ダイバーシティ＆インクルージョンの推進、健康経営の実施などを通じて、人材の質を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。2. 人材の量的向上：採用活動の強化、人材確保の推進、人材の流動性の向上などを通じて、人材の量を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。3. 人材の質的・量的向上の両立：人材の質的向上と量的向上の両立を図り、人材の質的・量的向上の両立を実現してまいります。

Q2 2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、どのような変化がありますか？

A 2022年度の方針は、人材の質的・量的向上に重点を置き、以下の3つの観点から進めてまいりました。2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、以下のような変化があります。1. 人材の質的向上：スキルアップ支援、キャリア開発の推進、ダイバーシティ＆インクルージョンの推進、健康経営の実施などを通じて、人材の質を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。2. 人材の量的向上：採用活動の強化、人材確保の推進、人材の流動性の向上などを通じて、人材の量を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。3. 人材の質的・量的向上の両立：人材の質的向上と量的向上の両立を図り、人材の質的・量的向上の両立を実現してまいります。

Q3 2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、どのような変化がありますか？

A 2022年度の方針は、人材の質的・量的向上に重点を置き、以下の3つの観点から進めてまいりました。2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、以下のような変化があります。1. 人材の質的向上：スキルアップ支援、キャリア開発の推進、ダイバーシティ＆インクルージョンの推進、健康経営の実施などを通じて、人材の質を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。2. 人材の量的向上：採用活動の強化、人材確保の推進、人材の流動性の向上などを通じて、人材の量を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。3. 人材の質的・量的向上の両立：人材の質的向上と量的向上の両立を図り、人材の質的・量的向上の両立を実現してまいります。

Q4 2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、どのような変化がありますか？

A 2022年度の方針は、人材の質的・量的向上に重点を置き、以下の3つの観点から進めてまいりました。2023年度の方針は、2022年度の方針と比べて、以下のような変化があります。1. 人材の質的向上：スキルアップ支援、キャリア開発の推進、ダイバーシティ＆インクルージョンの推進、健康経営の実施などを通じて、人材の質を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。2. 人材の量的向上：採用活動の強化、人材確保の推進、人材の流動性の向上などを通じて、人材の量を向上させ、業績の向上に貢献してまいります。3. 人材の質的・量的向上の両立：人材の質的向上と量的向上の両立を図り、人材の質的・量的向上の両立を実現してまいります。

▼マテリアリティ：社会的インパクト等のマテリアリティとKPIを設定

マテリアリティとKPI

(1) 社会的影響

環境負荷低減に向けた取組みの推進

(2) 社会的インパクトの創出

空き家問題の解決、手ごさの確保で住宅を供給、Well-beingの向上、地域経済への貢献

(3) 経営・人財の質的・量的向上

人材の質的・量的向上の推進

マテリアリティ	戦略的取り組み	KPI	目標
社会的インパクトの創出	空き家問題の解決	再生した中古住宅の供給数	2025年度末に1,000
	手ごさの確保	手ごさの確保数	2025年度末に1,000
商品品質の向上	品質向上取組み	品質向上取組みの実施回数	2025年度末に1,000
	顧客満足度の向上	顧客満足度の向上率	2025年度末に95%
人的資本の質的・量的向上	人材の質的向上	人材の質的向上率	2025年度末に95%
	人材の量的向上	人材の量的向上率	2025年度末に95%
環境負荷の削減	CO ₂ 排出量の削減	CO ₂ 排出量の削減率	2025年度末に50%
	資源の有効活用	資源の有効活用率	2025年度末に90%
デジタルトランスフォーメーションの推進	デジタル化の推進	デジタル化の推進率	2025年度末に90%
	デジタル戦略の実施	デジタル戦略の実施率	2025年度末に90%

マテリアリティの見える化

マテリアリティ（重要課題）

経営への影響

▼Salesforceを活用したリプライスの取組みが高い評価を受ける

SFUG CUP 2023

生放送！活用事例のチャンピオンが決まる！

優勝 加藤 慎也

SFUG CUP 2023 中小企業部門

株式会社リプライス

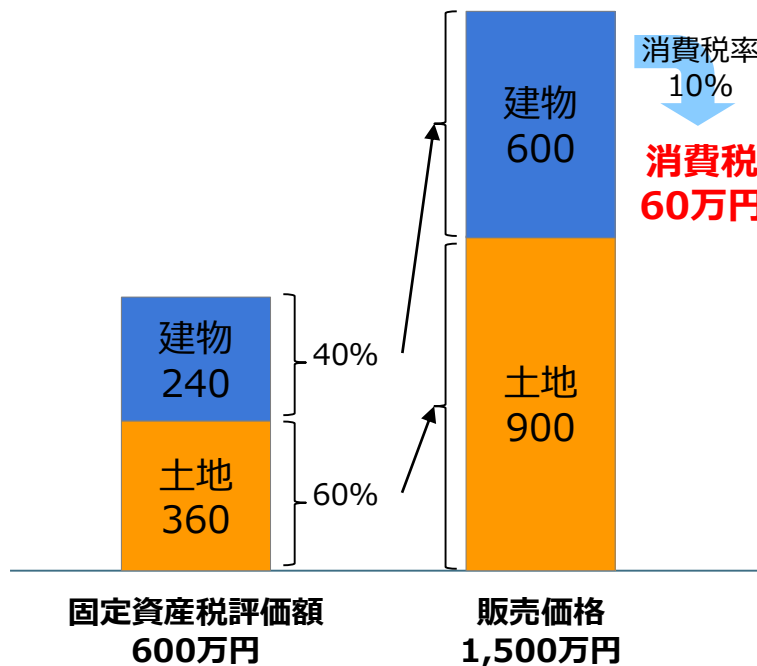
1. 当社と国税当局の見解の相違点 (金額は実際の金額でなくイメージ)

(2024年3月期1Q決算説明資料 再掲)

- 消費税は、「土地は非課税取引」、「建物は課税取引」。中古住宅は、「土地と建物を一体の取引」として取引される。そのため、非課税取引と課税取引を合理的に按分することが必要
- 当社は、国税庁HPのタックスアンサーに記載のある「固定資産税評価額を基にした按分」に準じた計算方法を採用。^{*1} なお、「固定資産税評価額を基にした按分」は、中古住宅の買取再販を行う事業者では一般的に使用されている方法
- 国税当局の主張する方法を採用した場合、当社はリフォーム工事原価の確定まで消費税額が計算できず、販売価格の設定とリフォーム工事中の販売活動が実質的に不可能になる。一方、現在当社の販売契約の約4割はリフォーム中に成約している。このように、国税当局の主張する方法の採用は、当社の既存のビジネスフローを阻害するため非現実的

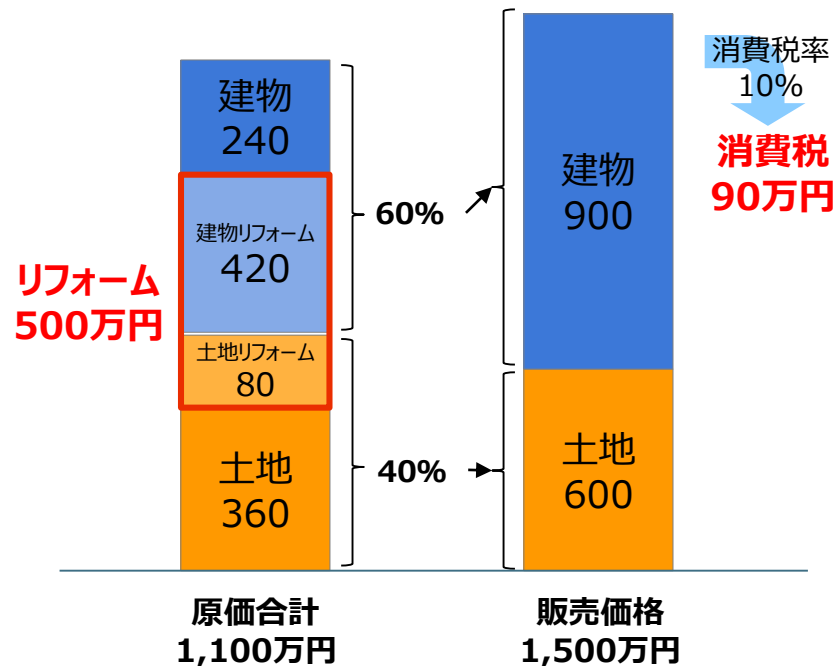
カチタスの計算方法

固定資産税評価額で土地・建物の金額を按分 ^{*2}



国税当局の主張する計算方法

(仕入時の固定資産税評価額 + リフォーム原価の合計額)で土地・建物の金額を按分



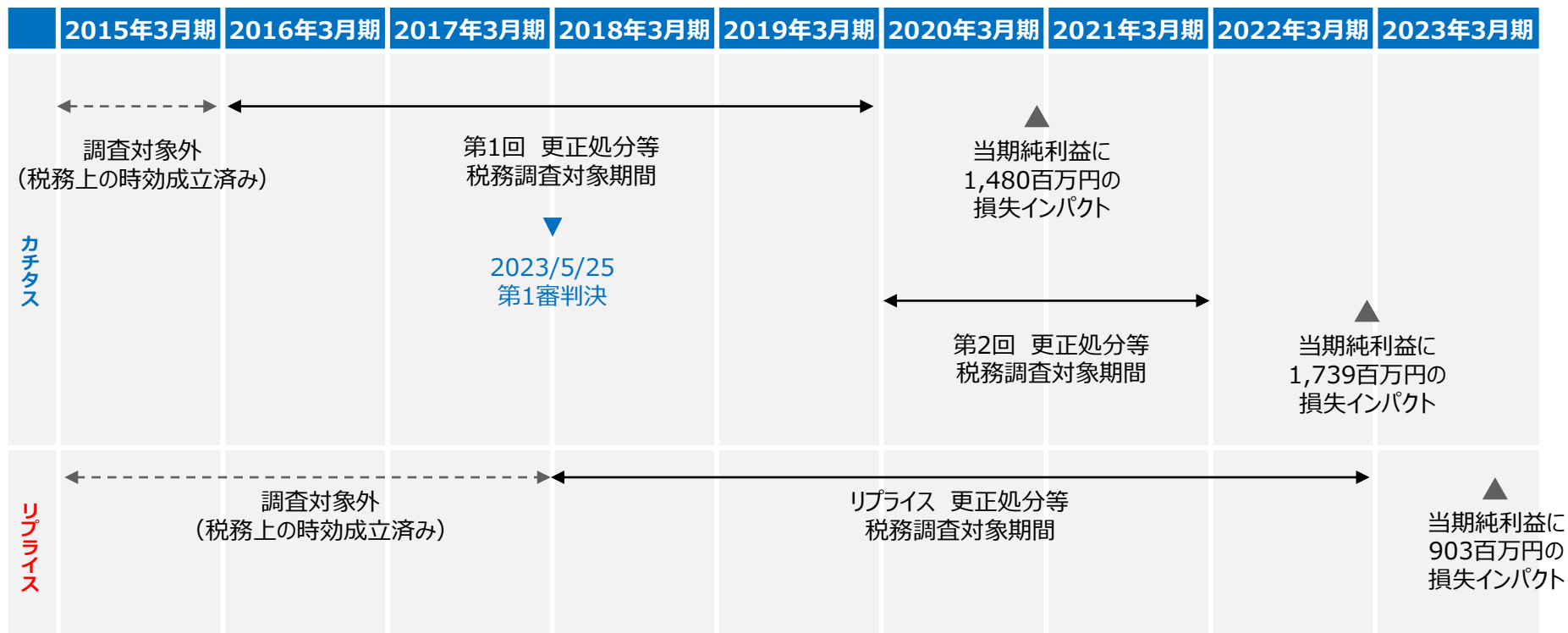
^{*1} 国税庁 タックスアンサー「No.6301 課税標準」 (https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/shohi/6301_qa.htm)

^{*2} 当社は計算実務上、過去に販売した物件の固定資産税評価額の実績率を使用している。なお、実績率は半期ごとに洗い替えを実施

1. 国税当局からの更正処分等について

(2024年3月期1Q決算説明資料 再掲)

- 2023年4月開示の特別損失の計上は、子会社のリプライスに対する更正処分等によるもの
- 国税当局は、2018年3月期から2022年3月期の5か年を税務調査対象期間として調査を実施。消費税等差額として1,332百万円の特別損失、法人税等還付税額(法人税等の減額)として429百万円を計上。当期純利益に903百万円の損失インパクト
- リプライスで直近に実施された2012年5月期から2014年5月期を対象とした税務調査においても消費税等の計算処理について議論が行われたものの、結果として特段の指摘を受けなかったため、継続して採用している会計・税務処理方法
- 今般国税当局より指摘を受けた会計・税務処理は、カチタスで採用している会計・税務処理と同様のもので、リプライスでは2016年3月のカチタスとの経営統合前から適用されていた処理方法



1. 消費税に関する裁判結果について

(2024年3月期1Q決算説明資料 再掲)

- 当社が提起していた国税当局に対する裁判は2023年5月25日に第1審判決。当社の本件更正処分等の取消しの求めを棄却する旨の判決。当判決に伴い、2023年3月期に当期純利益に2,447百万円の損失インパクトを計上。
- 当判決に伴い、2024年3月期以降は、当社グループの計算方法と国税当局の主張する計算方法との差額を事後的に計算し、販売費及び一般管理費として計上する。そのため、営業利益以下の段階損益に損失のインパクトが生じる
- 2023年6月8日に東京高裁に控訴。東京高裁判決までは1年程度。最高裁判決までにさらに1年程度を要する見通し。
なお、当期以降の会計処理方法は、国税の主張に準じた方法。
仮に最高裁で敗訴しても、特別損失の計上等の利益への悪影響は生じない

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期以降
カチタス		← 当期純利益に2,145百万円の損失インパクト (2023年3月期に計上) →	← 営業利益に1,750百万円の損失インパクト 当期純利益に1,220百万円の損失インパクト →
リプライス	税務調査対象期間のため 特別損失計上済み (前頁参照)	← 当期純利益に302百万円の損失インパクト (2023年3月期に計上) →	← 営業利益に500百万円の損失インパクト 当期純利益に330百万円の損失インパクト →

1. (参考)過去の連結財務諸表の推移について

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 今回の業績への影響は、国税当局との見解の相違による会計・税務処理上の取り扱いによるもの
- 当社グループが、過去5カ年において、当社グループが採用する計算方法と国税当局が主張する計算方法の乖離する金額を、当初より販売費及び一般管理費として会計処理していたと仮定した場合の連結財務諸表の金額は、以下のとおり
- 当社グループを取り巻く事業環境は、日本全国に約850万戸と言われる空き家が主な仕入れ対象であり、この空き家は年々増加傾向にあり膨大な仕入れ対象となる物件
- また、当社グループがリフォームにより再生した中古住宅を求める購入層は、世帯年収200万円から500万円の所得層となっており、日本の世帯で最も多く分布する所得層であり、実需として根強い購入ニーズがある
- この様に当社グループを取り巻く事業環境は何ら変化しておらず、大きな社会課題とマーケットの中で、安定的に成長するという成長戦略には何ら影響を及ぼすものではないと判断

	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	CAGR
売上高	81,356	89,978	97,735	101,269	121,341	10.5%
営業利益	8,538	9,033	9,850	11,632	12,016	8.9%
経常利益	8,174	8,807	9,633	11,201	11,786	9.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,448	5,725	6,229	7,323	7,985	10.0%
1株当たり当期純利益	72.46	74.98	81.09	94.91	103.11	9.2%

*1 当該金額は、当社グループが概算で計上した参考数字であり、会計監査人による監査対象外の数字

*2 当該金額は、当社グループが採用する計算方法と国税当局の主張する計算方法の乖離する金額を販売費及び一般管理費として計上したと仮定した金額。
また、本件更正処分等に係る過少申告加算税及び延滞税については、対象となる年度の特別損失として計上したと仮定して算定

*3 当該金額は、仮定の金額であり、「会計上の変更及び誤謬の訂正に関する会計基準」及び「会計上の変更及び誤謬の訂正に関する会計基準の適用指針」(「過年度遡及修正会計基準」)の適用はしない

アジェンダ

1.	2024年3月期第2四半期 決算概要	P3-P14
2.	2024年3月期計画	P16-P25
3.	ビジネスモデルについて	P27-P47
4.	参考情報	P49-P61

2. 2024年3月期 連結事業計画

(2024年3月期 第1四半期 決算説明資料 再掲)

- 当社グループを取り巻く外部環境に大きな変化はなく、売上高及び営業利益共に10%程度の安定的な成長を目指す
- 都市郊外を中心とした新築住宅の在庫増加傾向は上半期で調整されると見込む。
一方で2023年4月から住宅設備の仕入価格が上昇するため、下半期以降の原価上昇の影響が発生すると見込む
- コスト上昇の影響を打ち返すため、1件当たりの粗利単価を向上させるべく、各種の営業施策を予定
- 買主が選ぶ住宅ローンは変動金利中心であり、長期金利上昇による大きな業績影響はないと見込む。
また短期金利が上昇した場合も、より大きな影響を受ける新築住宅からの顧客流入が見込まれるため、その影響は中立と想定
- 当社が提起していた国税当局に対する裁判は2023年5月25日に第1審判決。当社の本件更正処分等の取消しの求めを棄却する旨の判決。
当判決に伴い、2024年3月期以降は、当社グループの計算方法と国税当局の主張する計算方法との差額を事後的に計算し、販売費及び一般管理費として計上する。更正処分等の影響を除いた調整後親株主に帰属する当期純利益は安定的な成長を見込む

単位：百万円	2023年3月期						2024年3月期								
	上半期		下半期		年間		上半期			下半期			年間		
	実績	対売上 (%)	実績	対売上 (%)	実績	対売上 (%)	計画	YoY (%)	対売上 (%)	計画	YoY (%)	対売上 (%)	計画	YoY (%)	対売上 (%)
売上高	59,160	100.0%	62,180	100.0%	121,341	100.0%	65,788	+11.2%	100.0%	66,676	+7.2%	100.0%	132,464	+9.2%	100.0%
販売件数(件)	3,437	-	3,490	-	6,927	-	3,752	+9.2%	-	3,777	+8.2%	-	7,529	+8.7%	-
売上総利益	13,489	22.8%	13,365	21.5%	26,855	22.1%	14,344	+6.3%	21.8%	14,519	+8.6%	21.8%	28,864	+7.5%	21.8%
営業利益	7,436	12.6%	6,623	10.7%	14,060	11.6%	6,581	△11.5%	10.0%	6,634	+0.2%	10.0%	13,216	△6.0%	10.0%
調整後営業利益	7,436	12.6%	6,623	10.7%	14,060	11.6%	7,706	+3.6%	11.7%	7,759	+17.2%	11.6%	15,466	+10.0%	11.7%
経常利益	7,355	12.4%	6,478	10.4%	13,833	11.4%	6,477	△11.9%	9.8%	6,477	△0.0%	9.7%	12,954	△6.4%	9.8%
調整後経常利益	7,355	12.4%	6,478	10.4%	13,833	11.4%	7,602	+3.4%	11.6%	7,602	+17.3%	11.4%	15,204	+9.9%	11.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,971	8.4%	1,119	1.8%	6,091	5.0%	4,441	△10.7%	6.8%	4,424	+295.1%	6.6%	8,866	+45.6%	6.7%
調整後親会社株主に帰属する当期純利益	4,969	8.4%	4,471	7.2%	9,441	7.8%	5,215	+5.0%	7.9%	5,200	+16.3%	7.8%	10,416	+10.3%	7.9%

*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照。

※ 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクリーマーをご参照ください。

2. 配当計画

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 2023年3月期の期末配当は、当初予定の1株当たり24.5円から25.0円へ増配(2023年4月27日適時開示)
- 2024年3月期は、1株当たり中間配当27.0円 + 期末配当27.0円 = 合計54.0円の配当を実施する計画
- 新中計期間は、調整後当期純利益ベースで配当性向40%以上を計画
- 特別な事情がない限り年間の配当金合計は前年度以上とすることを方針とする
- 国税当局からの税務調査に基づく特別損失等を計上した業績は、当社業績を適正に表示していないものと判断
- 特別損失等の金額の影響を排除した利益額と配当性向を基に配当額を決定。
同様に、将来勝訴した際には特別利益を調整した利益額と配当性向を基に配当金額を決定する予定
- 2024年3月期の配当は、2023年5月9日に発表した配当予想から変更せずに株主還元を予定

	2023年3月期		2024年3月期(予想)	
	中間配当	期末配当	中間配当	期末配当
1株あたり配当金額 (当初予定)	24.0円	25.0円 (24.5円)	27.0円	27.0円
配当性向	62.3%		47.3%	
配当性向 (調整後当期純利益ベース)	40.2% ^{*1}		40.3% ^{*1}	

*1 各調整項目の詳細についてはP8を参照。

※ 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクレーマーをご参照ください。

2. 第3次中期経営計画(2022年度-2024年度) 中古住宅再生事業に関する取組み

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 急速な成長を志向せず、提供する住まいの質と価値を維持・向上しつつ将来的には年間1万件超の住宅供給を目指す
- 第3次中期経営期間の売上高及び営業利益の年平均成長率は10%
- 在庫回転率と営業利益率を高い水準で維持向上させるべく、資産効率性の指標であるROAを重要な経営指標とする

(単位：百万円)	FY2021		FY2024	
	実績	...	計画	年平均成長率 (CAGR)
売上高	101,269	...	134,000	10%
営業利益	13,127	...	17,500	10%
ROA	22%	...	20%	-
配当性向 (調整後当期純利益ベース)	37.8% (30.1%)	...	40%	-

重点取組項目

- ① 新卒中心の採用・各種制度拡充を通じた従業員のリテンション強化・店長以上の人材の育成・輩出の継続
- ② BPRを通じた業務全体の最適化やシステム導入の検討による生産性の向上
- ③ 住宅供給の重要なパートナーである工務店と大工の取り扱い能力の拡充
- ④ 既存事業の成長加速に向けたM&Aの検討強化

*1 ROA=営業利益 / 資産合計の期首期末残高平均

*2 調整後親会社株主に帰属する当期純利益にかかわる調整項目の詳細はP8調整項目表を参照

* 新体制以降で外部公表した中期経営計画を起算点とする

第1次：2016年度～2018年度、第2次：2019年度～2021年度、第3次：2022年度～2024年度

* 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクリーマーをご参照ください。

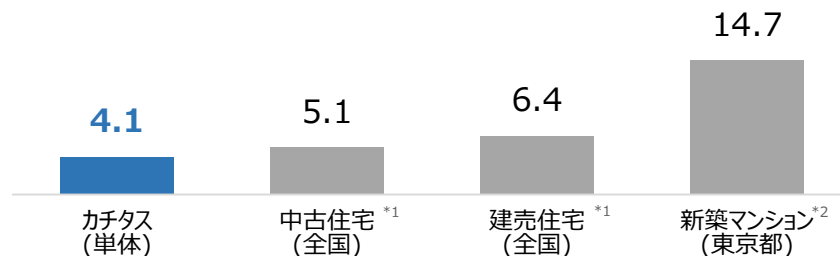
2. 第3次中期経営計画(2022年度-2024年度) サステナビリティに関する取組み

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 中古住宅再生事業の拡大は、手ごろな価格の住宅不足・空き家問題といった社会課題の解決に寄与
事業の拡大を通じてサステナブルな社会の実現に貢献する
- 中古住宅再生は、新築と比べて資源消費・CO2排出の少ない事業
第3次中期経営計画期間では、断熱性能向上・CO2排出量削減といった環境面の取組みをさらに強化する

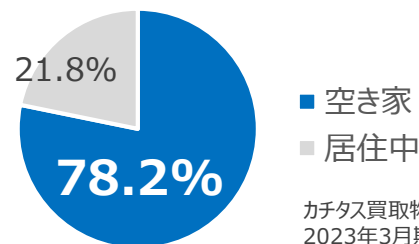
住宅価格 年収倍率

- ✓ 住宅価格の「手ごろさ」指標
- ✓ 5倍以下を維持する
- ✓ 当社物件の価格は同地域の新築の半額程度。
今後も低価格帯の物件を取り扱う



販売件数

- ✓ 空き家問題の解決数指標
- ✓ 売上高と同等程度の増加を目指し、
より多くの空き家問題を解決する
- ✓ 当社の買取物件は空き家が中心であり、
1件の販売により1件の空き家問題が解決する



環境面の 取組み

- ✓ 断熱性能向上とコスト抑制を両立した
リフォーム手法を検討する
- ✓ CO2排出量の削減(TCFD提言に
基づく開示で削減量目標を開示予定)



内窓の設置事例



断熱材の設置事例

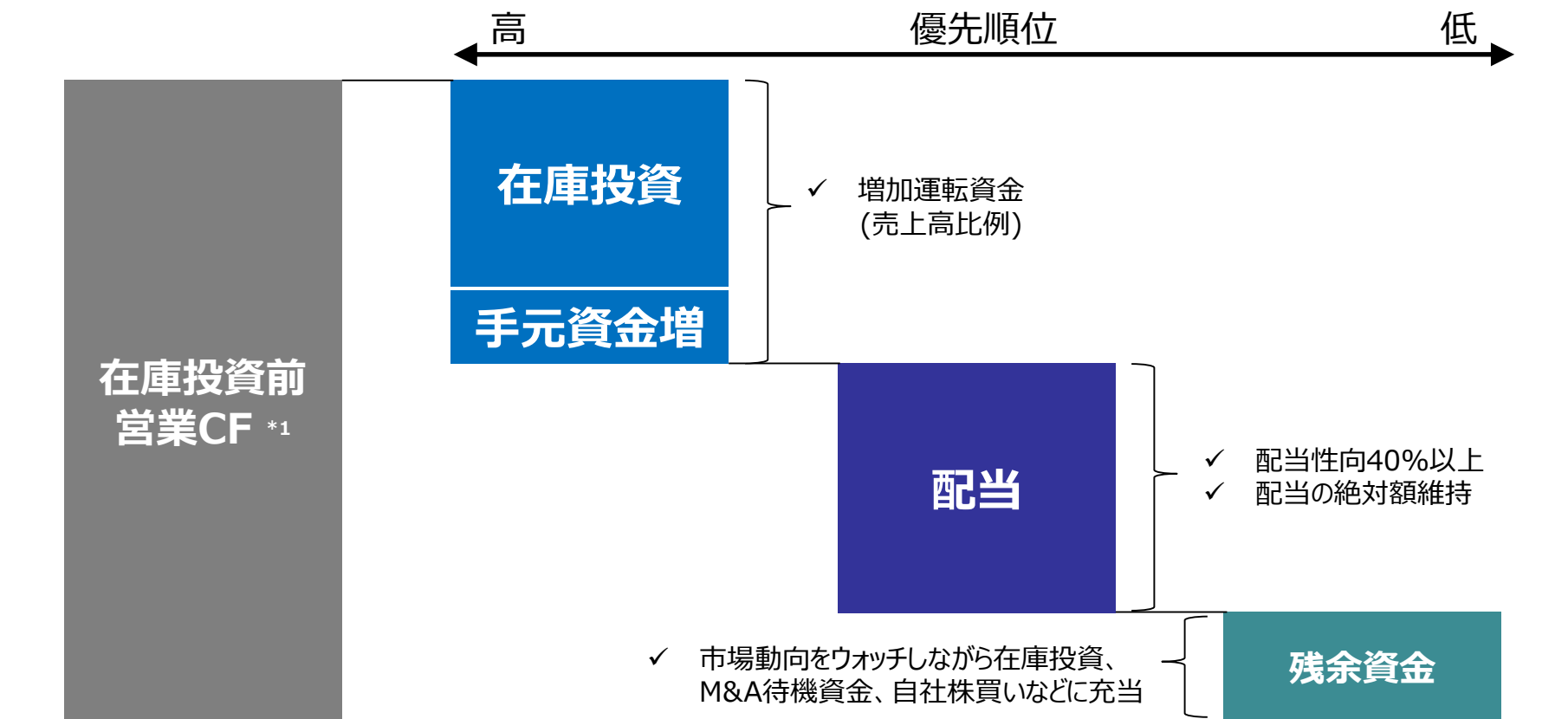
*1 出典：住宅金融支援機構(2021年度集計表)所要資金額を世帯の年収で除した数値
*2 出典：株式会社東京カンテイプレスリリース「新築マンション年収倍率」(2022年10月31日)

* 新体制以降で外部公表した中期経営計画を起算点とする
第1次：2016年度～2018年度、第2次：2019年度～2021年度、第3次：2022年度～2024年度
* 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクリーマーをご参照ください。

2. 第3次中期経営計画(2022年度-2024年度) 財務戦略・株主還元

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 創出したキャッシュ・フローの用途は、既存事業の成長のための在庫投資を最優先とする
- ROEの高い水準を維持すべく第3次中期経営計画期間中の配当性向は40%以上に引き上げ
(特別な事情がない限り年間の配当金合計は前年度以上とすることを方針とする)
- M&A等大型投資の際に資本コストの低い負債を活用するため、2022年3月に銀行借入の無担保化を実施



*1 在庫投資前営業CF = 営業CFに棚卸資産の増減額を足し戻した金額

* 新体制以降で外部公表した中期経営計画を起算点とする

第1次：2016年度～2018年度、第2次：2019年度～2021年度、第3次：2022年度～2024年度

* 上記には将来に関する情報が含まれます。本プレゼンテーション資料の最終ページに記載されたディスクレーマーをご参照ください。

2. カチタスの成長戦略①：営業員の増強 (2023年3月期実績) (2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 空き家物件は国内に大量に存在。また、安価な住宅へのニーズも十分に存在しており、仕入・販売ともに潜在マーケットは大きい
- 営業員増強と生産性の維持向上による当社の住宅の供給能力の拡大が成長戦略
- 営業員増加に向けた課題は離職率の抑制。引き続き人事制度の改善等を通じた改善を目指す

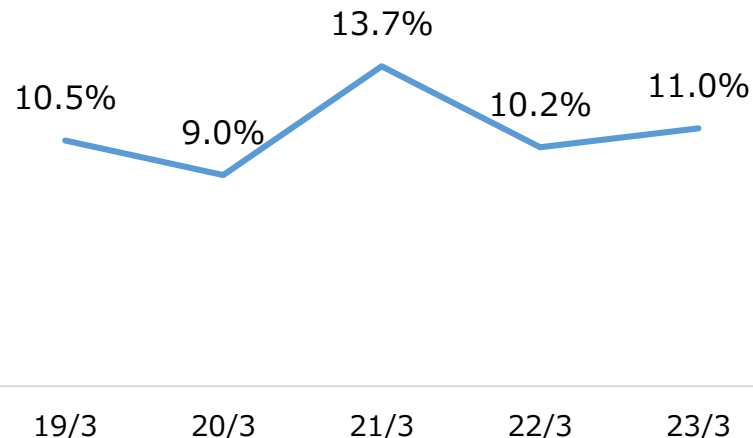
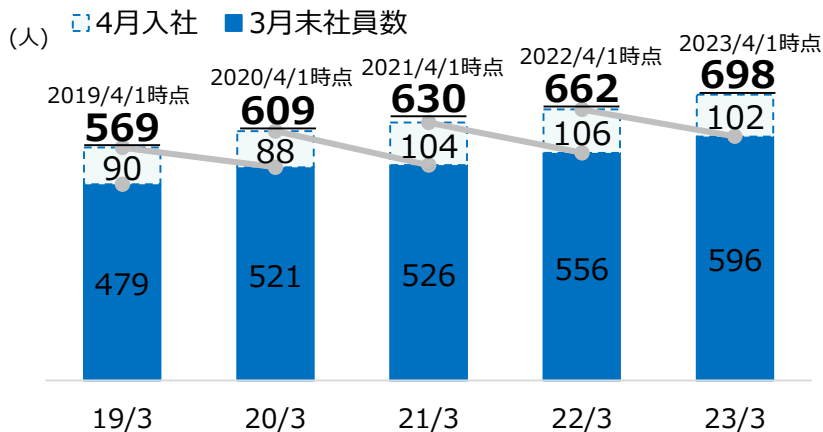
営業員		生産性		取扱い能力(2023/3期実績)
営業員数*1(期中平均) 576.0人	×	仕入 9.5件/人	=	仕入件数 5,487件 *2
	×	販売 9.0件/人	=	販売件数 5,209件

営業員数*1の推移

- ✓ 23年4月1日時点の営業員は前年比 +5.4%
- ✓ 採用は新卒中心を継続。23年4月の新入社員は102名

離職率*3の推移

- ✓ 離職率抑制を目的に、人事制度改善を継続し社員のエンゲージメントサーベイ結果は継続して良好
- ✓ 23/3期の上昇の要因は定年退職者等の増加 (23/3期：10名 ⇔ 22/3期：1名)



*1 営業員数=店舗人員数(契約社員・パート社員含む)+営業副部長・営業課長数
 *2 2021年3月期決算説明資料より、過年度も遡り競売物件数を含めて仕入件数を算出
 *3 離職率 = 期中退職者数(定年退職含む) / 期初人員数(契約社員・パート社員含む)

* 数値はいずれもカチタス単体

2. カチタスの成長戦略②：生産性の向上 (2023年3月期実績)

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- コロナ禍で空き家流通が減少し、仕入が減少した2021年3月期を除き生産性は上昇トレンド
- 2023年3月期は下半期にかけて在庫不足が解消。販売の制約がなくなり、生産性は過去最高を更新
- 2023年4月より従来の2営業部体制から10営業部・室体制に移行。各種営業施策の浸透強化を企図

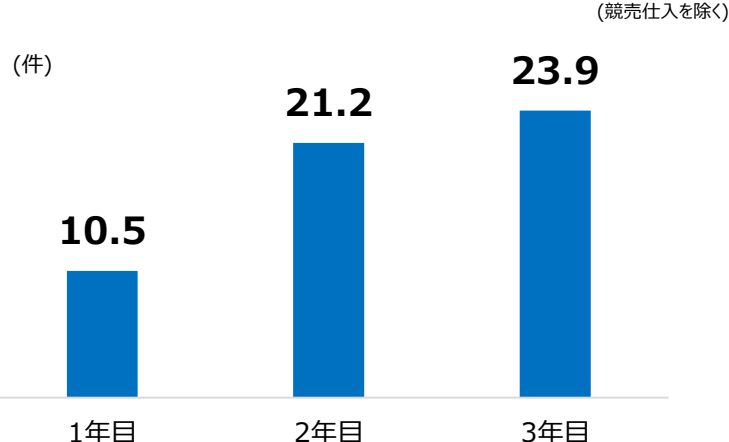
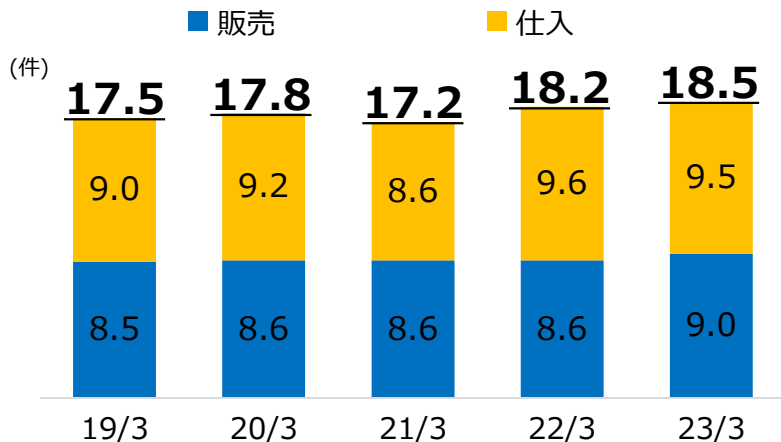
営業員	生産性	取扱い能力(2023/3期実績)
営業員数*1(期中平均) 576.0人	仕入 9.5件/人	仕入件数 5,487件 *2
	販売 9.0件/人	販売件数 5,209件

営業員の生産性*2*3推移

- ✓ リフォーム中契約の増加と各種業務改善により向上
- ✓ 現場の声から業務フローやIT環境の改善等を実施
- ✓ BPR*4プロジェクトを推進し一層の業務効率化を図る

新卒採用社員の生産性*5推移

- ✓ 本部研修とOJTを組み合わせた育成プログラムで生産性は毎年向上
- ✓ 店長級人材の増加により、育成キャパシティ増加と新入社員立ち上がり早期化を実現



*1 営業員数：店舗人員数(契約社員・パート社員含む)+営業副部長・営業課長数

*2 2021年3月期決算説明資料より、過年度も遡り競売物件数を含めて仕入件数を算出

*3 生産性：1人あたりの販売件数+仕入件数=(年間販売件数+年間仕入件数)/期首期末営業員数平均

*4 BPR(Business Process Re-engineering):業務フロー・業務体制の抜本的な改革

*5 各年次とも直近3年の平均

*6 数値はいずれもカチタス単体

2. リプライスの成長戦略 (2023年3月期実績)

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- カチタス同様に営業員増加と生産性の維持向上による成長を企図
- 21/3期・22/3期は受け入れキャパシティの課題感から採用人数を抑制。また営業支援部署への異動により営業員数成長は一時鈍化
- 23/3期は在庫不足の解消と、仕入時の仮査定等の営業支援機能を強化した体制の浸透により、営業生産性は向上

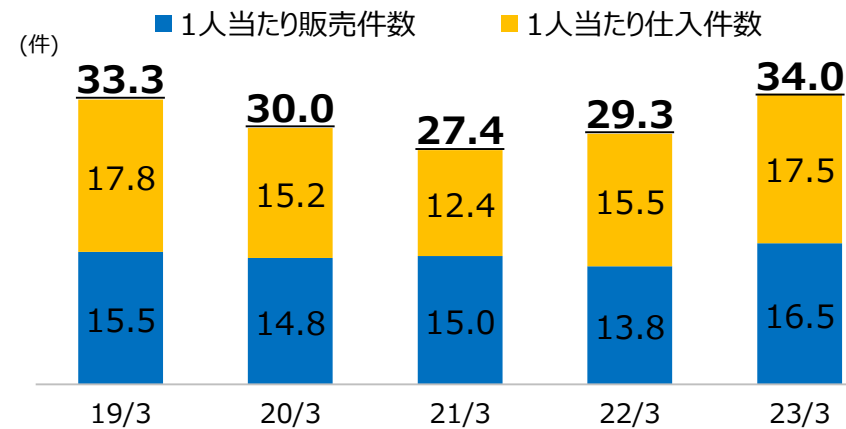
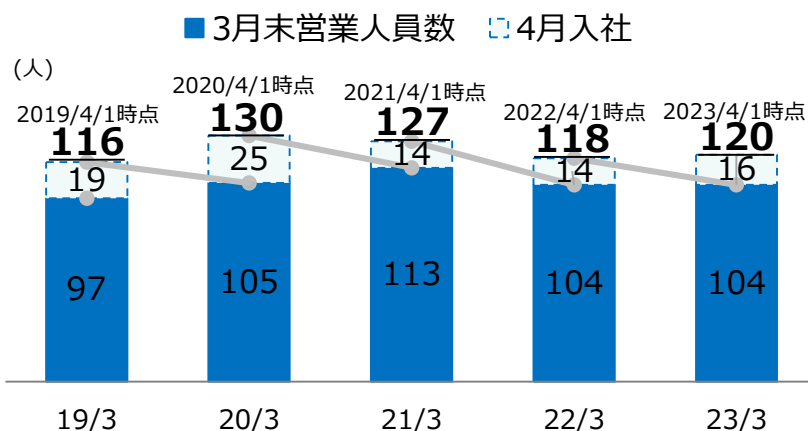
営業員	生産性	取扱い能力(2023/3期実績)
営業員数*1(期中平均) 104.0人	仕入 17.5件/人	仕入件数 1,824件
	販売 16.5件/人	販売件数 1,718件

営業員数*1の推移

- ✓ 2023年4月の新卒社員は16名
- ✓ 22/3期より、生産性と商品力の向上のため一部人員を営業から営業支援部署に異動
- ✓ 取扱い件数の増加により、エリア数も26→30エリアに増加

生産性*2の推移

- ✓ 工数がかかる戸建ての増加に伴い低下したものの収益性は改善
- ✓ 2019年3月期以降の2年間は、新卒採用増加により経験の浅い営業員が増加し生産性が低下
- ✓ 本部支援の増強、システム投資の効果等により継続上昇を見込む



*1 営業員数 = 営業担当者数 + 営業ブロック長・営業エリア長数

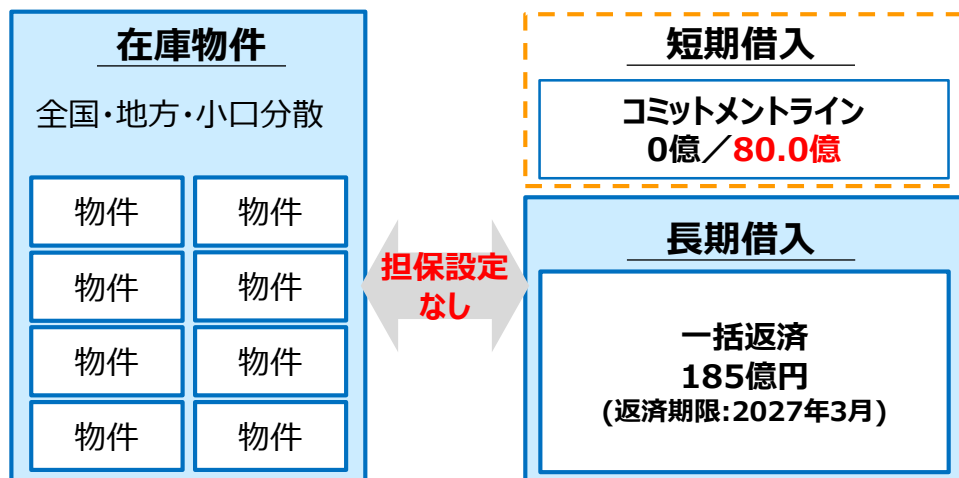
*2 生産性 : 1人あたりの販売件数 + 仕入件数 = (年間販売件数 + 年間仕入件数) / 期首期末営業員数平均

2. 信用力の向上により、無担保で機動的な調達体制を構築

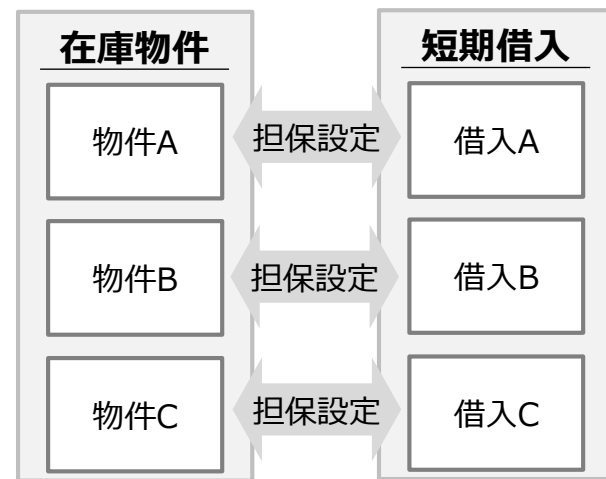
(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 金融機関からの信用力が向上し2022年3月に無担保化を実現。担保差入に掛かる信託報酬や事務負担等の各種コストを削減
- 将来のM&A等の投資を実施する際にも機動的な負債調達ができる体制を整備
- 2023年3月、成長に伴う運転資金の増加に対応するためにコミットメントラインの増額を実施。短期借入であり在庫の期中変動額に充当

カチタス 長期借入金による安定した調達



他社 1物件1借入に対応する借入方式



資金調達構造の強み

- 自己資本比率53.8%、当座比率*1 86.7%、固定長期適合率*2 3.3%と高い安全性・収益性と金融機関との良好な関係性を背景に不動産業界では数少ない無担保での長期運転資金の借入を実現
- 仕入れ毎に借入事務が発生せず、機動的な仕入れが可能。信託報酬や抵当権設定に関わる費用等のコスト面でも優位な調達を実現
- 在庫回転率は1.91回転/年と在庫のキャッシュ化速度は速い。長期借入で調達を行っており、また意思決定から1か月程度で不動産仕入等のキャッシュアウトを止めることが可能であるため、販売減速時の手元資金の確保は容易

*1 当座比率 = (流動資産 - 販売用不動産 - 仕掛販売用不動産) / 流動負債

*2 固定長期適合率 = 固定資産 / (固定負債 + 純資産)

(参照)2023年3月31日 [シンジケートローン変更契約\(コミットメントラインの増額\)締結に関するお知らせ](#)

2. 外部環境の変化に影響を受けづらい当社事業の安定性

(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 買主は、投資用ではなく、自ら居住する実需向けが大半であるため、当社の中古再生住宅には安定的な需要が存在。住宅を供給する事業者の中で最も安価な価格帯に位置しており、また人口が最も多い世帯年収の層をターゲットにして事業運営を実施
- 外部環境の変化にも柔軟に対応し、対応施策を現場社員まで浸透させるマネジメント能力と実行に移す現場のオペレーション対応力が強み
- 新型コロナウイルス感染症拡大のもとでも安定的な財務的な成長を実現

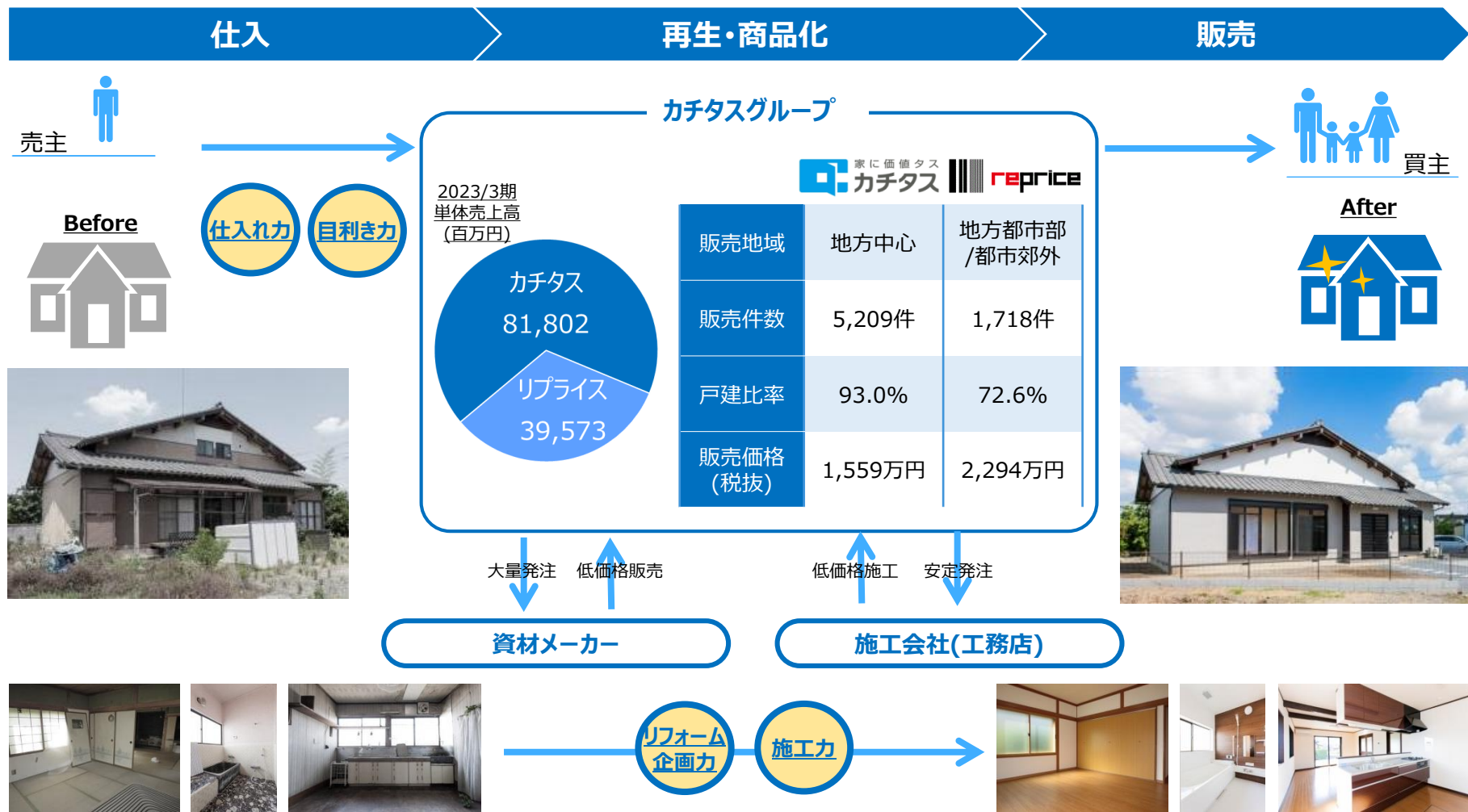
		新型コロナウイルス感染症による影響期間				
		FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> 消費増税(8%→10%) 大型の台風等の気候変動 	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症拡大 ウッドショック サプライチェーンの混乱 	<ul style="list-style-type: none"> 東京オリンピック 戸建て住宅の受給バランスの変化 米国金利上昇に伴う円安 	<ul style="list-style-type: none"> 資材価格の高騰 インフレによる可処分所得への影響 新型コロナウイルス感染症終息 		
打ち手	<ul style="list-style-type: none"> 住宅ローン減税や住まい給付金等の制度を遡及した提案 瑕疵保険付き住宅の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ニトリ家具のVHSの導入 完全予約制見学会の実施 仕入のためのPR強化 顧客リストの蓄積 RF中契約の強化 値下げ・値引きの抑制 	<ul style="list-style-type: none"> リテンション施策の拡充 トイレ、給湯器等の引渡後設置 市況に合わせた値付けの実施 在庫不足のため仕入れを強化 一部リフォームの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 販売中物件の値上げ リテンション施策の一層の拡充 受給バランスに合わせた仕入と販売の調整 		
外部環境の影響を受けづらく安定的な成長を実現						CAGR
売上高 (百万円)	89,978	97,735	101,269	121,341	10.5%	
営業利益 (百万円)	10,121	11,343	13,127	14,060	11.6%	
販売件数(件)	5,801	6,155	6,120	6,927	6.1%	
仕入件数(件)	6,117	5,857	6,855	7,311	6.1%	

アジェンダ

1.	2024年3月期第2四半期 決算概要	P3-P14
2.	2024年3月期計画	P16-P25
3.	ビジネスモデルについて	P27-P47
4.	参考情報	P49-P61

3. カチタスのビジネスモデル

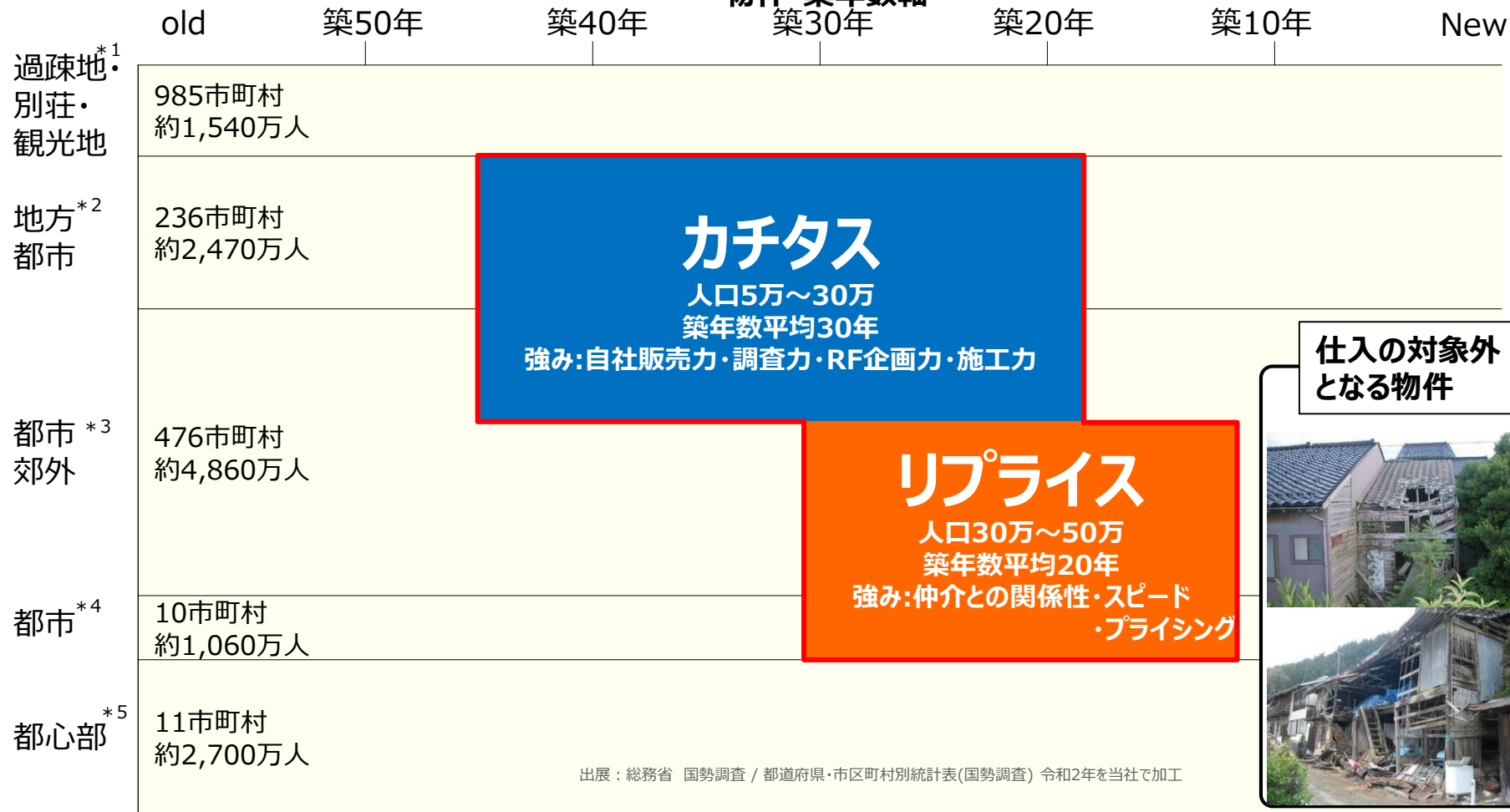
- 地方・築古・戸建の物件を買取仕入。現代の生活に合わせたリフォームで住宅を再生し、新築の半額程度で販売
- 買い取る住宅の8割程度は空き家。「空き家問題の解決」と「手ごろな価格の住宅の提供」などの社会的価値を創出



3. 当社グループがビジネス展開するエリア・築年数

- カチタスは地方都市(人口5万人~30万)、築年数(平均30年)、強みは「自社販売力・調査力・RF企画力・施工力」
- リプライスは都市・都市郊外(人口30万~50万)、築年数(平均20年)、強みは「仲介ネットワーク・スピード・プライシング精度」

物件・築年数軸



出展：総務省 国勢調査 / 都道府県・市区町村別統計表(国勢調査) 令和2年を当社で加工

*1 過疎地・別荘・観光地は、三大都市圏以外の人口5万人未満の都市 *2 地方都市は、三大都市圏以外の人口5万人~30万人の市町村

*3 都市郊外は、三大都市圏のうち東京23区及び政令指定都市(同上)以外の市町村、及び、人口30万人~50万人の市町村

*4 都市は、東京23区及び三大都市圏以外の政令指定都市(札幌市、福岡市、広島市、仙台市、北九州市、新潟市、浜松市、熊本市、岡山市、静岡市)

*5 都心部は、東京23区及び三大都市圏の政令指定都市(大阪市、名古屋市、京都市、横浜市、神戸市、川崎市、千葉市、さいたま市、堺市、相模原市)

3. パーパス 「この街に、ひとつでも多くの喜びを。」

買い手がみつからない空き家をリフォームして再生：家に「価値をタス」

- そのままでは価値がつかずに流通しない空き家・築古一軒家を、リフォームして再生することで再流通
- 当社以外にとっては価値のない空き家に「価値をタス」付加価値型の再販ビジネス
- 新築・中古・賃貸に代わる第四の選択肢の提供を通じてお客様の「より良い暮らし」を実現



事業を通じて社会課題の解決を目指す：社会にも「価値をタス」

手ごろな価格の住宅供給	所得が上がりにくい経済環境下で、不足している低価格・良質な住宅を供給
空き家問題の解決	人口減少局面に転じた日本社会における既存の不動産ストックの活用
地域活性化	空き家の活用・地元工務店への発注等を通じて地域の活性化に寄与
循環型経済	「使えるものは再利用する」リフォームで、消費する資源を節約しCO2排出も抑制

3. 付加価値の事例①(外観・外構)

- 外観工事は耐久性の確保と見栄えの向上を両立させることを意図
- 駐車スペース拡大は地方では必須。仕入時から拡大の可否を判断軸として、隣地買収や建物減築なども検討する



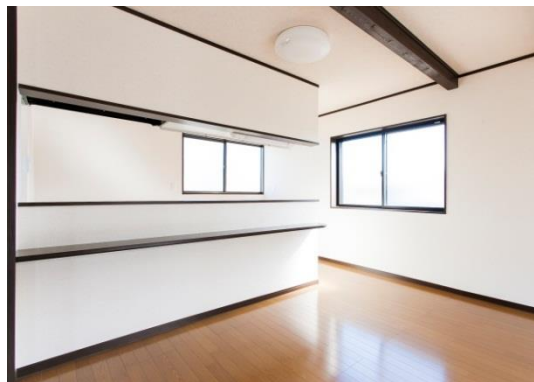
屋根の軒も曲がり、外構も荒れていた平屋の住宅だが、外壁も屋根もこの通りに再生(青森県)

ポーチのタイルを貼りかえ、玄関ドアも新品に交換し、外壁にアクセントタイルを貼付(高知県)

門と前庭の撤去で来客にも楽々対応できる並列4台の駐車スペースを創出(福島県)

3. 付加価値の事例②(室内)

- 床、壁の貼り替えはもちろん、間取り変更も積極的に行い「快適な空間づくり」を志向する
- コスト(=販売価格)上昇を抑えるために残す部分を選定しつつ、前所有者の生活感は徹底的になくすように配慮



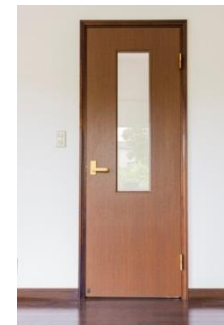
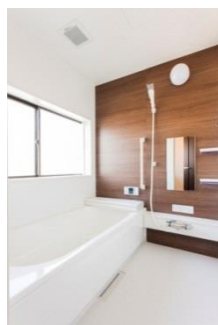
ダイニングとリビングが分離していた間取りを、キッチン位置を変更してLDKに一体化し、床や壁紙も一新して新築と見紛う空間に(埼玉県)

和室の続き間に壁を設け、畳をフローリングに貼り換えることで現代風の生活がしやすい洋間に変更。元のサッシを活かすことでコストは抑制(青森県)

カーペット敷きの床をフローリングに換え、玄関ポーチのタイルはテラコッタ調とし、新品のシューズボックスを設置して生まれ変わった玄関(高知県)

3. 付加価値の事例③(設備類)

- 水回り設備は基本的に新品に交換し、使い勝手の向上と清潔感の向上に努めている
- 設備の大量購入による廉価な仕入れを実現。個人が行う場合に比べて半額程度で大規模リフォームを実現している



築30年以上のキッチンはとても使い物にならないが、吊戸棚の付いた新品のシステムキッチンに変更することで利便性も見た目も劇的に改善(埼玉県)

約9割の物件で新品のユニットバスに交換する(埼玉県)

トイレも約9割の物件で新品の多機能タイプに交換(埼玉県)

洗面台も約9割で新品に交換。位置変更も多い(埼玉県)

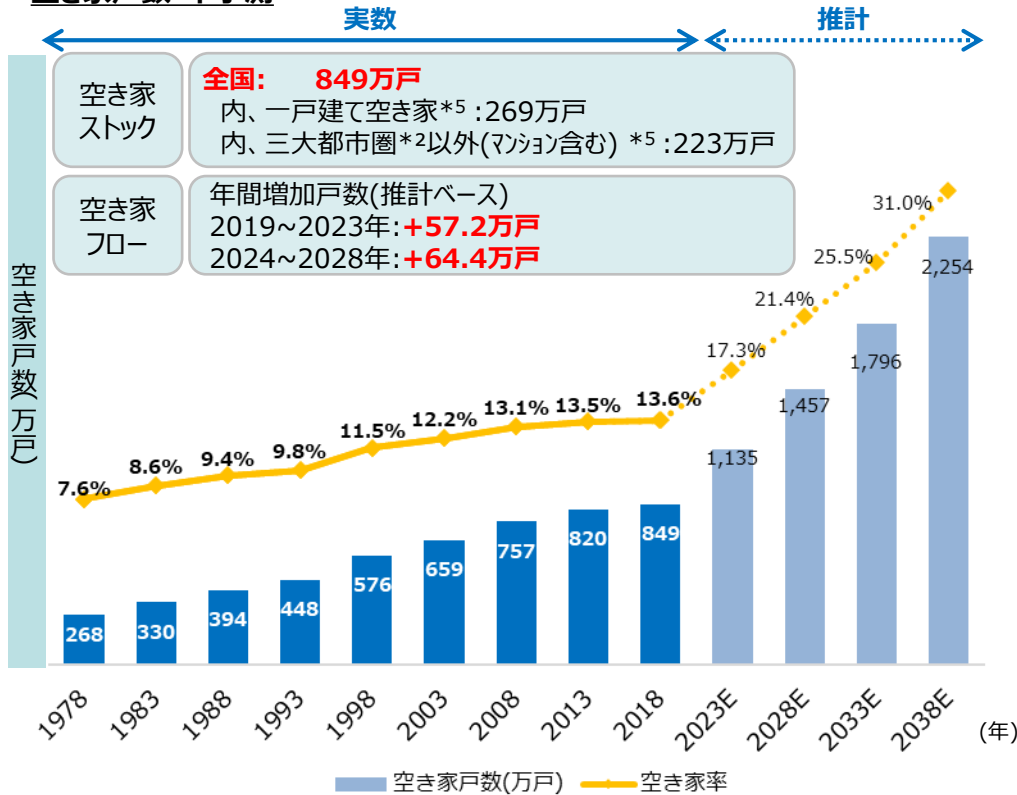
室内ドアなどの建具は状況に応じて交換・補修で対応(栃木県)

3. 空き家増加により仕入れ機会は中長期的に拡大

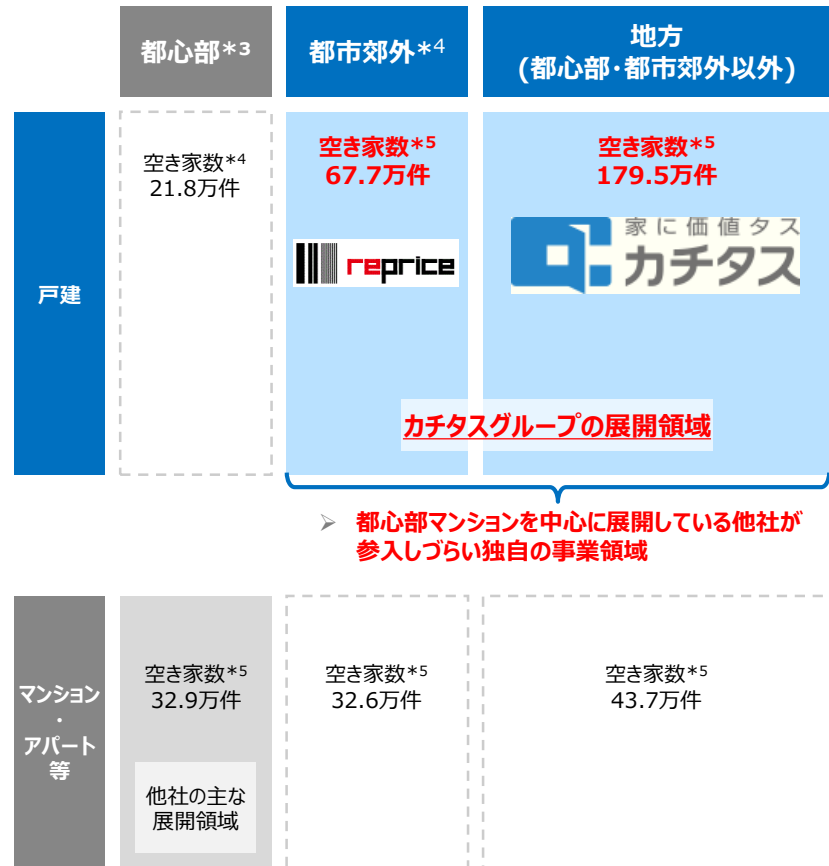
- カチタスの仕入れ対象となる空き家は豊富に存在し、今後も増加が想定される
- その大半がそのままでは住宅市場で流通しにくいいため、買取時における競合が少なく有利な条件で買取可能

ストック・フローともに豊富な空き家件数 *1

空き家戸数・率予測



独自の展開領域



出所: 実数値については総務省資料「平成30年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計」、推計値については株式会社野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題～2030年政策目標に向けZEH倍増のための抜本的改革を～」〈シナリオ①: 除却率が2008年-12年度の水準に戻る〉に基づき当社作成

出所: 総務省資料「平成30年住宅・土地統計調査 確報集計」

*1 空き家は2次の住宅、賃貸用の住宅を含む
 *2 三大都市圏(総務省定義): 東京圏は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、名古屋圏は岐阜県、愛知県、三重県、大阪圏は京都府、大阪府、兵庫県、奈良県を言う

*3 東京23区及び三大都市圏の政令指定都市(大阪市、名古屋市、京都市、横浜市、神戸市、川崎市、千葉市、さいたま市、堺市、相模原市)

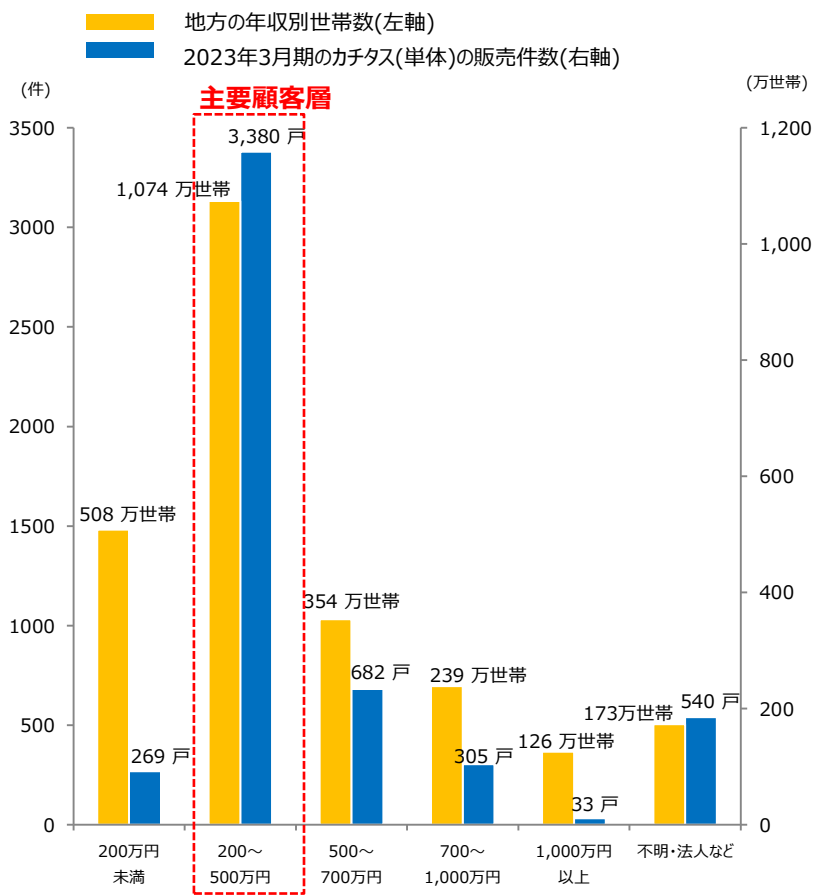
*4 都市郊外は、三大都市圏のうち東京23区及び政令指定都市(同上)以外

*5 空き家数は、2次の住宅及び賃貸用の住宅を除く

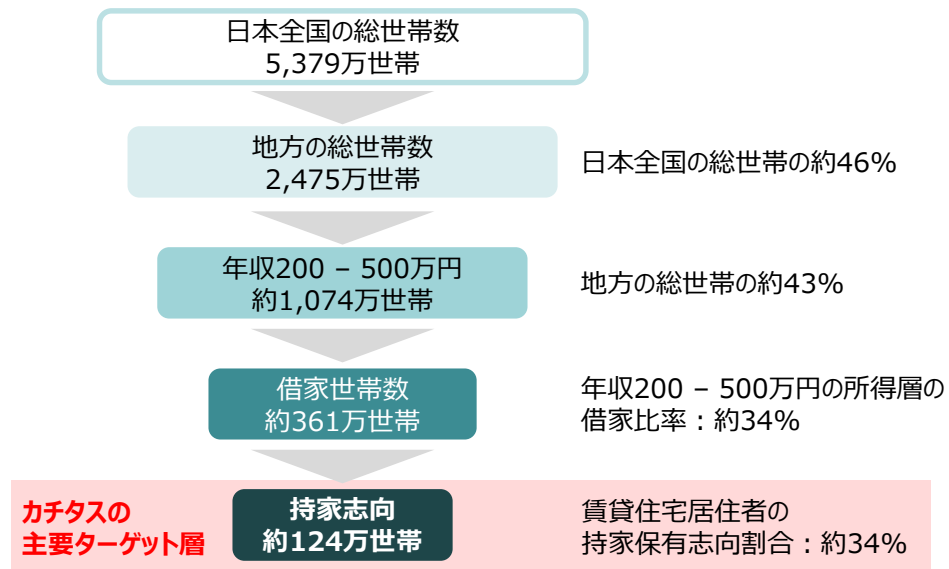
3. 潜在的な買い手は多数存在

- カチタスの主要顧客は地方在住の年収200～500万円、かつ持家志向のある借家世帯で、約124万世帯存在
- 上記世帯の住宅購入検討期間を約10年と仮定すると、年間で12.4万件の需要があると推定
- カチタスの2023年3月期の販売件数は5,209件と想定市場規模の4.2%程度であり、成長余地は大きい

顧客の年収層とマクロ環境



カチタスの潜在顧客層は大きい



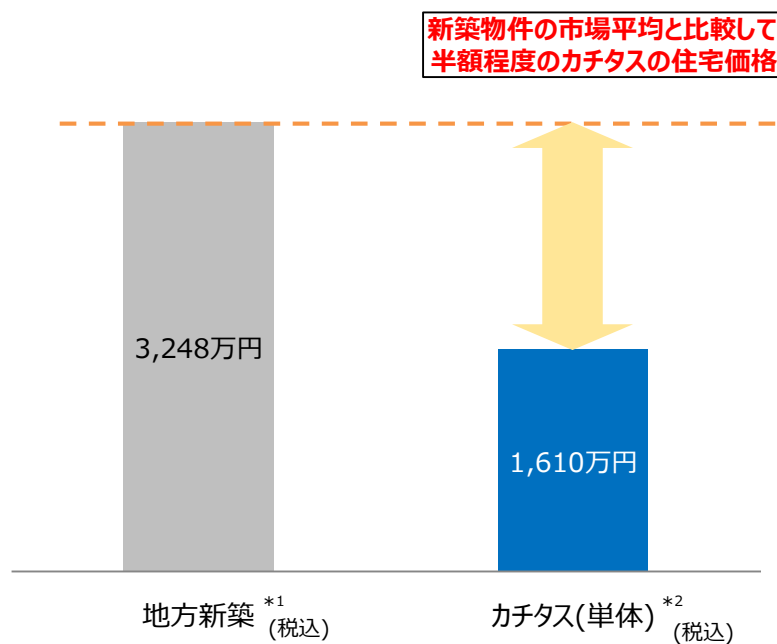
住宅の購入を検討する期間を約10年間と仮定
⇒潜在需要を含めた市場規模は約12.4万件/年と推定

カチタス単体の年間販売件数： 5,209件(ターゲットの4.2%程度)
⇒潜在顧客は未だ多く存在

3. 安価で高品質なリフォーム済み中古住宅を提供

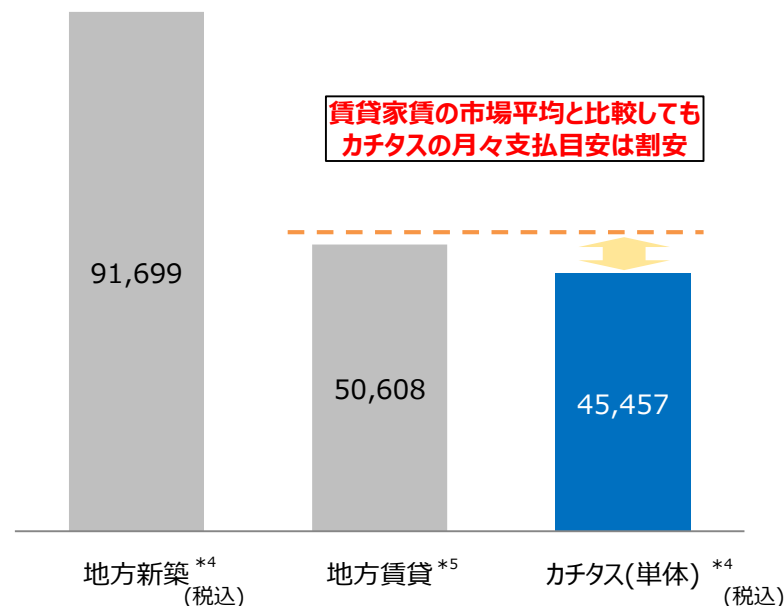
- 新築の半額程度、賃貸家賃よりも月々のローン支払いが安い価格設定が基本
- お客様はお子様の成長などのライフステージに合わせて、無理な支払なく住宅の購入が可能
- 金利が上昇した際の住宅ローン返済額の増加額は、新築と比較して少ない

新築戸建住宅の取引平均価格との比較



取引時期	2022年1月～2022年12月
建築時期	2022年1月以降
種類	宅地(土地と建物)
延床面積	50㎡以上200㎡以下
建物の用途	住宅

賃貸住宅家賃との比較^{*3}



住宅ローン金利上昇時の毎月返済額

金利	返済額	
	地方新築	カチタス
1.0%	91,699円	45,457円
1.5%	99,463円	49,305円
2.0%	107,609円	53,343円

*1 国土交通省「土地総合情報システム」より、記載スクリーニング方法で物件を抽出。上記は抽出物件の平均価格

*2 カチタスは2022年4月～2023年3月の平均販売価格(税込のみ)

*3 家賃は月額。単身世帯は除く

*4 地方新築とカチタス単体の金額は取引平均価格を全額借入・自己資金0円・35年返済・固定金利1.0%・ボーナス払い無しで計算した金額

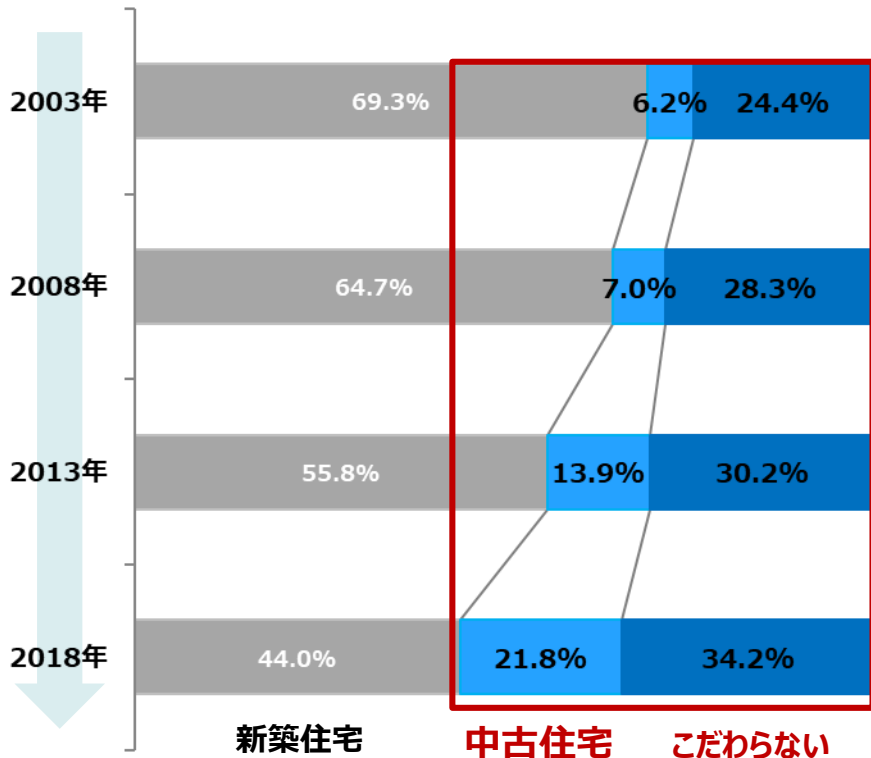
*5 出所:総務省「平成30年住宅・土地統計調査 確報集計」

3. 消費者の志向は中古住宅を許容する方向へ変化

- 従来、新築志向の強かった日本の住宅マーケットだが、新築にこだわらない世帯は増加傾向
- 「きれいで安い」物件が十分に供給されれば、中古住宅流通量が増大するポテンシャルは大きい
- 近年の中古住宅市場は拡大トレンドであり、今後も継続的な成長が予測される

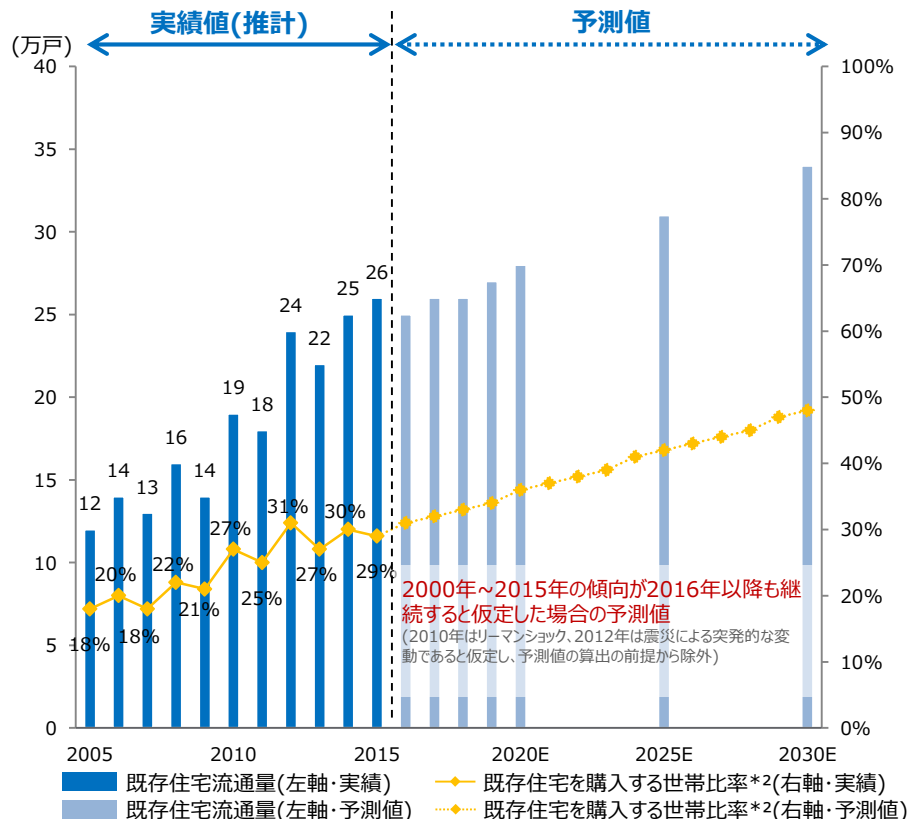
中古住宅に対する考え方の変化

今後の持家への住み替え方法(新築・中古)に関する意向(現在借家の世帯)



既存住宅流通量の継続的拡大

既存住宅流通量、既存住宅を購入した世帯比率の実績と予測結果



出所:国土交通省住宅局「平成30年 住生活総合調査結果」

出所:NRI<2016年6月7日ニュースリリース>「2030年の既存住宅流通量は34万戸に増加〜空き家は2033年に2,000万戸超へと倍増〜」のデータをもとに当社作成

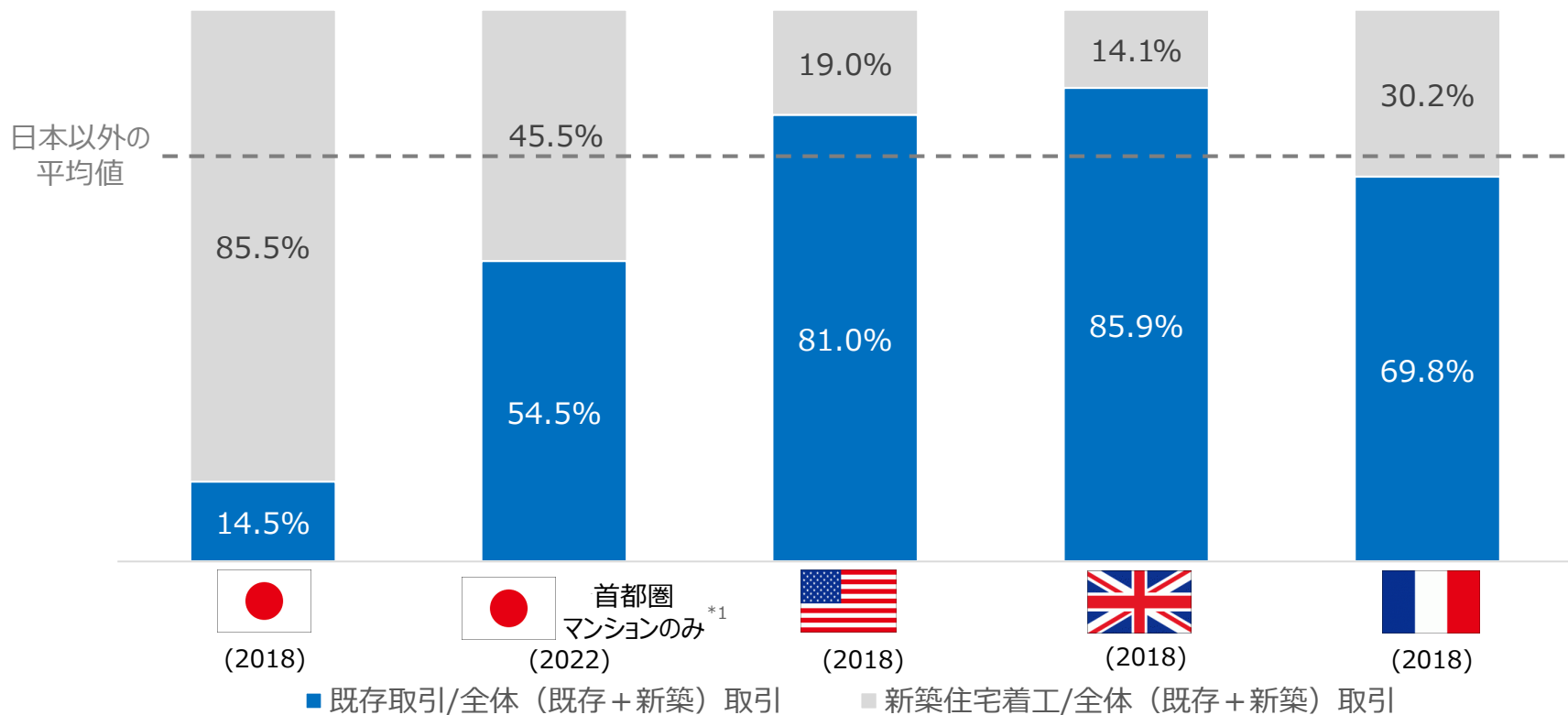
*1 国勢調査、総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数将来推計」、総務省「住宅・土地統計調査」、NRI住宅購入者アンケート調査をもとに、NRIが推計・予測

*2 NRIアンケート:住宅購入者のうち、既存住宅(新築以外)を購入する世帯の比率

3. 地方の中古戸建て流通シェアは伸びしろあり

- 欧米対比で日本全体の中古住宅の流通シェアは低い
- 中古マンションは、首都圏では「きれいで安い」物件の供給が多いため、流通量ですでに新築マンションを上回る
- 当社は地方で「きれいで安い」戸建物件を供給することで、地方の中古戸建ての潜在市場の獲得を目指す

各国の中古住宅流通シェア



3. 当社の顧客プロフィールについて

	顧客プロフィール
ビジネスエリア	地方 (人口5万人～30万人の地域をターゲット)
取り扱う物件	主に相続等により 空き家 となった中古の 戸建住宅
平均販売価格	1,610万円 (税込)
買主のニーズ	実需 (買主が自ら居住用として住むことを目的に購入)
買主の年齢層	30歳代～50歳代 (当社販売実績の71.2%)
買主の年収層	200万円～500万円 (当社販売実績の64.9%) (住宅ローン年収倍率4.1倍) ※世帯年収200万円～500万円の層は、三大都市を除く地方で最も多いボリュームゾーン
買主のローン	住宅ローン
ローン付け取引金融機関	全国 の地方銀行や信用金庫、信用組合、労働金庫等
ローンの支払いの源泉	買主の フロー収入

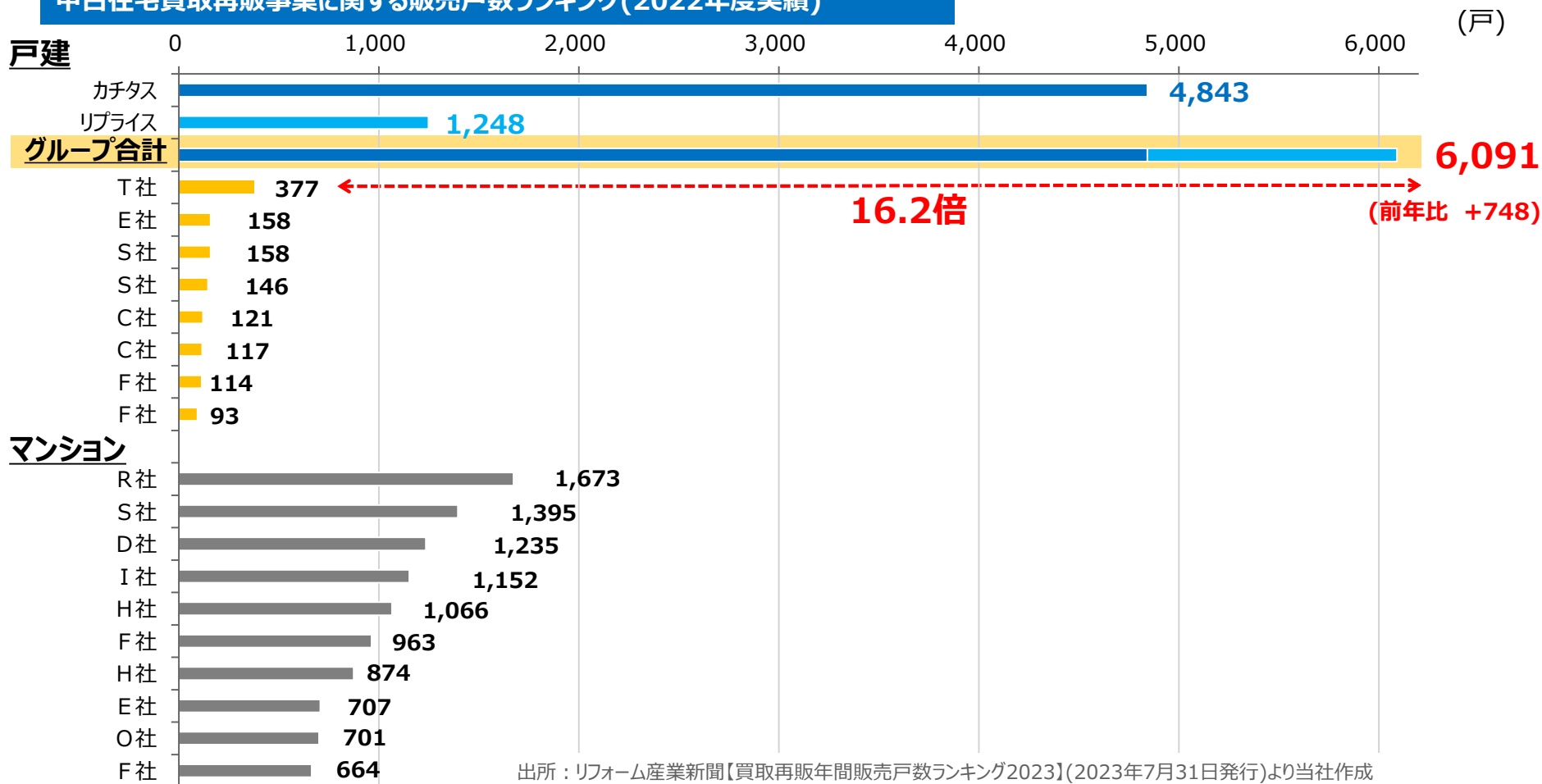
*1 平均販売価格、買主の年齢層、買主の年収層については、2023年3月期の実績

*2 住宅ローン年収倍率=販売価格(税込)÷年収 年収は7アリングベース。現金一括客、年収不明又は法人は除き算定。

3. ユニークなポジショニングにより実現する 当社グループ合計で2位以下に10倍超の差を付ける業界No.1の販売件数

- 中古住宅買取再販*1事業において、販売件数は圧倒的な業界No.1を達成
- 商品化困難な地方都市部・郊外の戸建の築古物件へ集中し独自のポジションを確立

中古住宅買取再販事業に関する販売戸数ランキング(2022年度実績)



出所：リフォーム産業新聞【買取再販年間販売戸数ランキング2023】(2023年7月31日発行)より当社作成

*1 買取再販は、ノウハウを有する宅地建物取引業者が効率的・効果的にリフォームを行って住宅ストックの質の向上を図る事業形態(平成28年度税制改正(租税特別措置)要望事項)

3. 最大の強みは累計7万戸超の実績で蓄積したノウハウ 面倒なことを丁寧にやり続け、失敗を最小化するためのリスクマネジメントを実施

- 累計7万戸超の買取・販売実績から、仕入れ時の確認ミスに起因することが多い「失敗事例」を蓄積。発生した失敗事例は、毎週開催のTV朝会を通じて全国の店舗に共有することでタイムリーなリスクマネジメントを実施
- 仕入前には、隣地との境界を明確にすることに加えて、当社、リフォーム協力会社と防蟻業者による「三者立会い」を実施し、建物の躯体劣化状況や雨漏り履歴の有無、リフォームの可否等を床下から屋根裏まで入念に確認
- 引き渡し後の失敗・トラブル発生を最小化するため、リフォーム途中・完了時には徹底した検査を実施

仕入前調査の一例：築古戸建て特有の3大リスクを調査

シロアリのリスク



防蟻業者による床下調査の様子。シロアリ被害の有無を入念に調査することで、想定外のリフォーム費用発生を防ぎ、修復困難な物件を仕入れてしまう可能性を抑止している

雨漏りのリスク



リフォーム協力会社には屋根裏まで含めた躯体調査を依頼。雨漏りの状況や害虫の有無を確認することでリフォーム費用の見積もり精度を高めている

権利関係のリスク



中古マンションでは必要ない、中古戸建住宅に固有の「隣地との境界明確化」も全物件で実施。販売後に購入者に気持ちよく住んでいただくことを意図している

仕入後、または販売後に不具合が見つかり、大規模な修繕工事が発生した事例



仕入後に改めて不安定な基礎が発見された事例。補修してからの販売となりコスト増となった



仕入後に床下沈下が発見された事例。大規模に基礎を作りなおす必要が生じた



販売後に発生した雨漏りの事例。瑕疵担保責任(当時)により全面補修した



販売後に発覚した屋根材の劣化事例。一部補修が来ず全面的に葺き替えた

- これら失敗事例を「会社の財産」ととらえ、週次で全社共有し再発を防ぐ(=リスクを最小化する)仕組みを構築している
- それでも想定外の不具合が発生し、修復不能と判断して販売対象外とせざるを得ない場合もある

3. 当社ビジネスモデルの参入障壁と競争優位性： リフォームは一戸一戸異なるので規模の経済が利かない

参入障壁	物件の個別性		地域性	
	<p>物件の状況は千差万別 同じハウスメーカーが建築したとしても、立地やメンテナンスによって物件の劣化状況が異なる</p>	<p>規模の経済が利かない 住宅そのものの個性に加え、劣化度合いが千差万別のため標準化したリフォームが困難であり、規模の経済が利きづらい</p>	<p>地域毎のライフスタイル 豪雪地帯、高温多湿の地域等日本全国でライフスタイルが異なり、顧客ニーズに応えるには地域への精通が必要</p>	<p>異なる事業環境 競合の有無、工務店や土業等のパートナー会社の量やレベルが地域ごとに異なる</p>

「標準化」と「個別対応」をバランスよくマネジメントすることで
独自のポジションングを構築

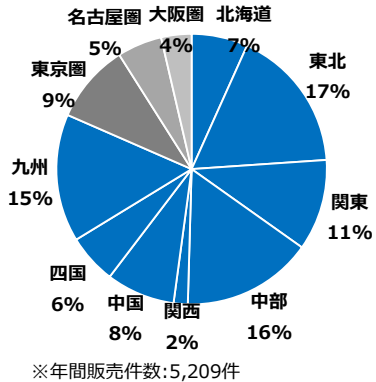
競争優位性	標準化のための施策	個別対応のための施策
	<ul style="list-style-type: none"> ● マニュアルの整備と週次レベルでの更新 ～仕入・リフォーム・販売のそれぞれの業務プロセスで細かく整備。対リフォーム協力会社向けにもマニュアルを作成。 ● ナレッジの型化 ～毎週の商況報告により、良いナレッジも悪いナレッジも情報収集。毎週の全社TV朝会で解決手法を標準化して営業現場に伝達。 ● 本部でのチェック体制 ～契約内容、リフォーム内容を本部で第三者目線によるチェック。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業人員は一気通貫でビジネスフローを担当 ～物件の買取、リフォーム企画、販売まで一気通貫で担当することで、物件の品質とお客サポートまで責任をもって担当。 ● 全国の各地域に根差した人員の採用 ～地方の大学等で「地域のために働きたい優秀な学生」を採用し、地域のために働ける企業としてのポジションングを確立。 ● 成果依存ではない報酬体系 ～長く働き、経験効果を蓄積するために固定給中心の報酬体系。
	<ul style="list-style-type: none"> ● 累計7万戸超の実績に基づく「成功と失敗の経験」の蓄積 ● 地方都市、年取のボリュームゾーンをターゲットにすることで、都心部やハイエンド向けの市場とは異なる、市況に左右されない基盤を構築 ● 多様なバックグラウンドを持つ経営層から細やかなマネジメント 	

3. 全国をカバーするグループ店舗網(全て直営)と高い認知度

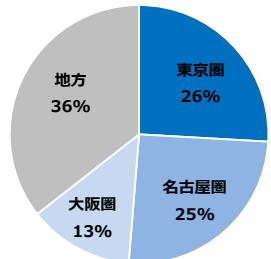
- 人口5万人程度の中小規模都市も含め、他社があまり展開していない地域を全国で細かくカバーし、仕入・販売機会を最大化
- 特に、地方におけるカチタスの認知度はNo.1

全国に広がる店舗網

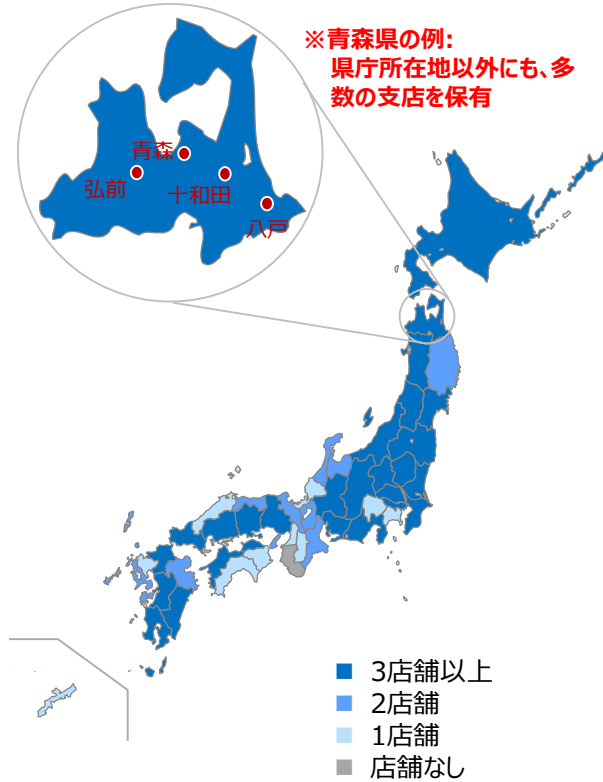
カチタスの地域別販売状況*1
(2023/3期実績 件数ベース)



リプライスの地域別販売状況
(2023/3期実績 件数ベース)



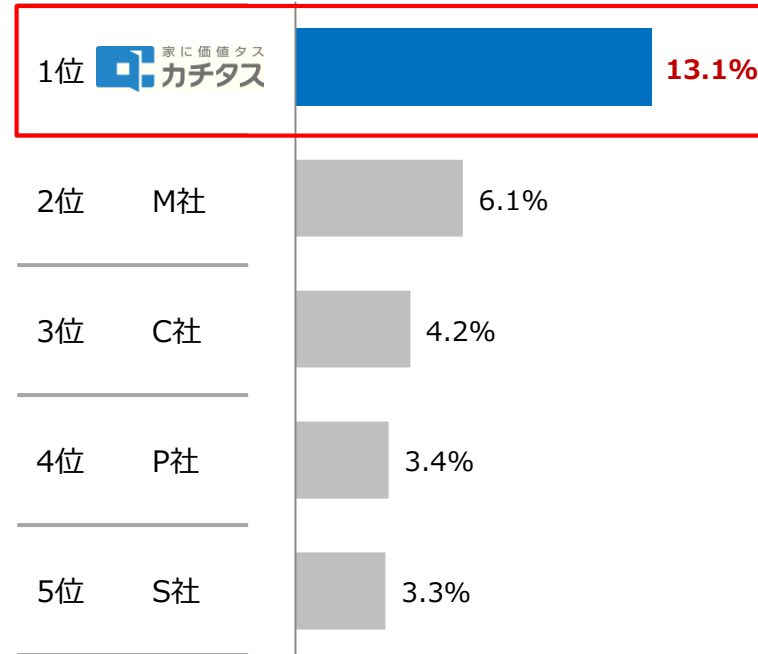
カチタスグループ店舗網の分布*3(2023年3月31日時点)



地方における高い認知度調査結果

認知度調査結果*4

Q.「家を売る先の会社」と言われてどこが思い浮かびますか?」



出所:当社が株式会社サーチャイトへ委託したWebアンケート結果。2023年8月実施。
(母数は毎回1,100件。対象エリアは10都道府県をローテーションで実施しており、上記グラフはTVCM実施エリアのみの数値の集計。選択肢を提示しない純粹想起による回答)

*1東北は青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、関東は茨城県、栃木県、群馬県、中部は新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、静岡県、近畿は滋賀県、和歌山県、中国は鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、四国は徳島県、香川県、愛媛県、高知県、九州は福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県をいう

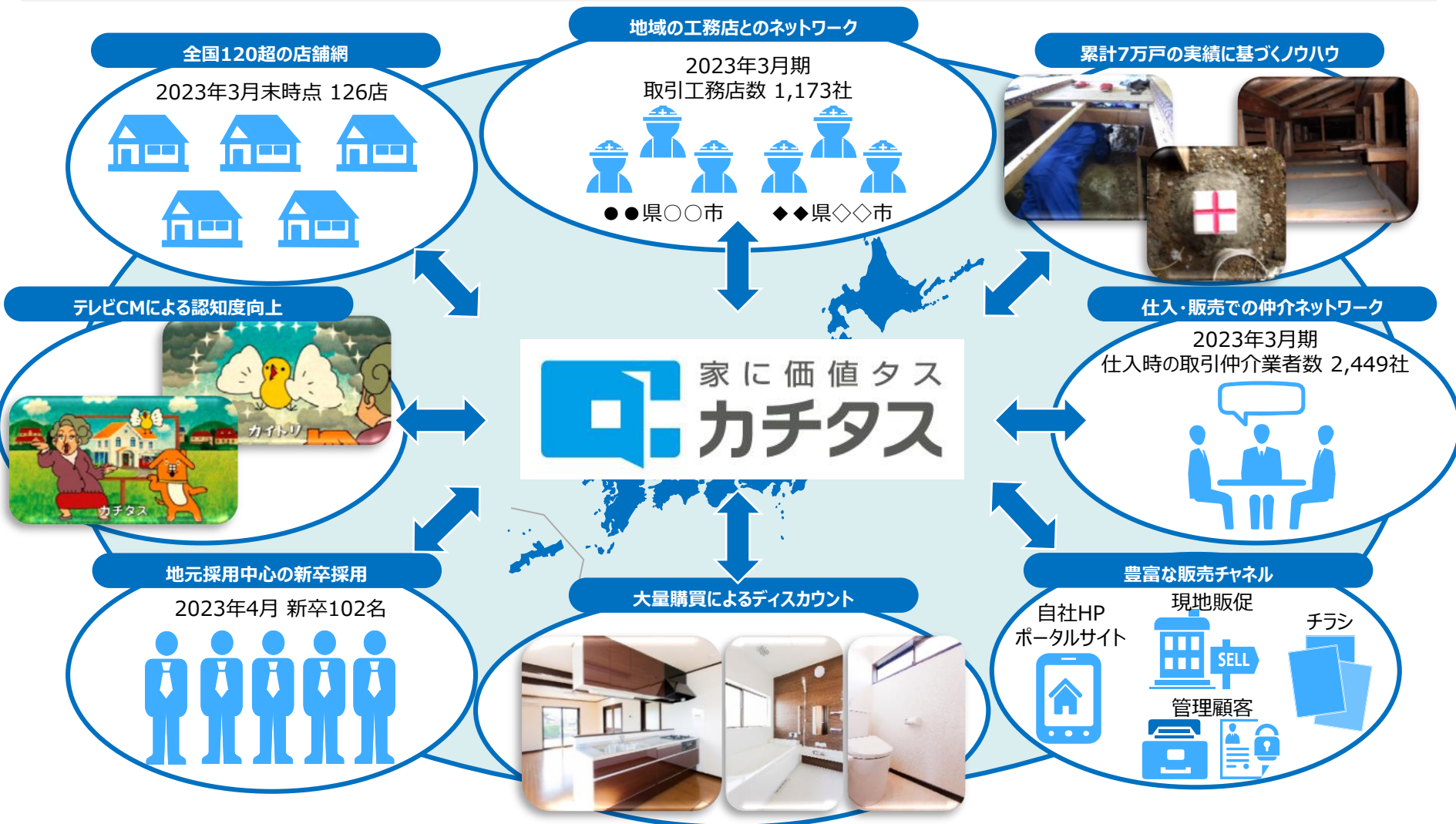
*2三大都市圏(総務省定義):東京圏は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、名古屋圏は岐阜県、愛知県、三重県、大阪圏は京都府、大阪府、兵庫県、奈良県をいう

*3店舗一覧についてはP49に詳述

*42023年8月の調査エリアは、青森県、福島県、石川県、長野県、鳥取県、島根県、香川県、長崎県、鹿児島県(以上TVCM実施)茨城県、滋賀県(TVCMナシ)

3. 他社に対する競争優位は有機的に結合したエコシステム

- カチタスのビジネスモデルの強みは、特定の突出した強みによるものではなく、有機的に結合した強みの集合体。
- 他社が容易に類似することができない独自性の高いビジネスモデルを構築。



* 当スライドの各数値はカチタス単体の実績

3. 安価で高品質なリフォーム済み中古住宅を供給する仕組み

- 創業以来7万戸を超える中古戸建て住宅の取り扱いを通じて蓄積した独自のノウハウを活用可能(失敗のマネジメント)
- 工務店、仲介業者等の外部リソースを組織化して活用することで、効率的な仕入れ・施工を実施
- 他社が買取できない物件を「目利き力+仕入れ力」によって買取、「リフォーム企画力+施工力」により再生

実績の積み上げに基づく独自のノウハウ

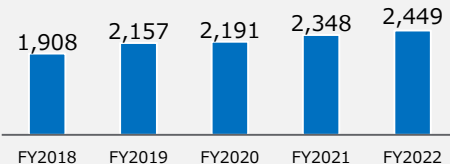
組織化された外部リソース

物件仕入の 目利き力

- ✓ 入念な調査により、物件のリスクを見極め、他社にとっては単なるリスクであり仕入れることのできないものを仕入れ
- ✓ 「販売価格」「リフォーム費用」を見極めて、逆算して仕入れ

仲介業者との 関係強化による 仕入れ力

- ✓ 全国の地場仲介業者を地域ドミナント的に開拓
 - ✓ 安定的な仕入れ体制を実現
- 取引仲介業者数推移*1(件)



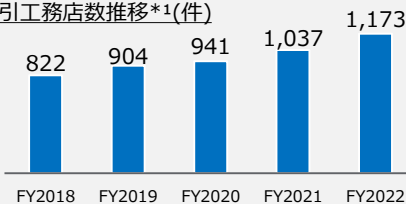
※年間1件以上の仕入取引を行った仲介業者を計上

廉価に 商品力を増す リフォーム 企画力

- ✓ 販売価格を押さえつつ、顧客のニーズを捉えたリフォームを施すノウハウ
- ✓ 地域ごとのニーズを捉え、「売れる」ためのリフォームを企画
- ✓ 平成27年度 先進的なリフォーム事業者表彰経済産業大臣賞受賞 *2

優良な提携 工務店による 施工力

- ✓ カチタスクオリティを知り尽くしたパートナー工務店による施工
 - ✓ リフォームの効率性・品質を担保
- 取引工務店数推移*1(件)



*1 取引工務店数推移と取引仲介業者数推移はカチタス単体の数値

*2 2014年度より開始された、消費者の住まいに関する多様なニーズなどに対応し、独自のビジネスモデルで差別化された強みを有する事業者を経済産業省が表彰するもの

3. カチタスのESG／SDGs：空き家問題の解決と地域活性化に本業で貢献

全国の空き家は849万戸と
大きな社会問題

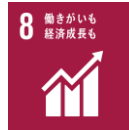


空き家による景観の悪化
治安への不安

高齢化や若者離れや
経済の空洞化、等の
様々な地方の社会問題

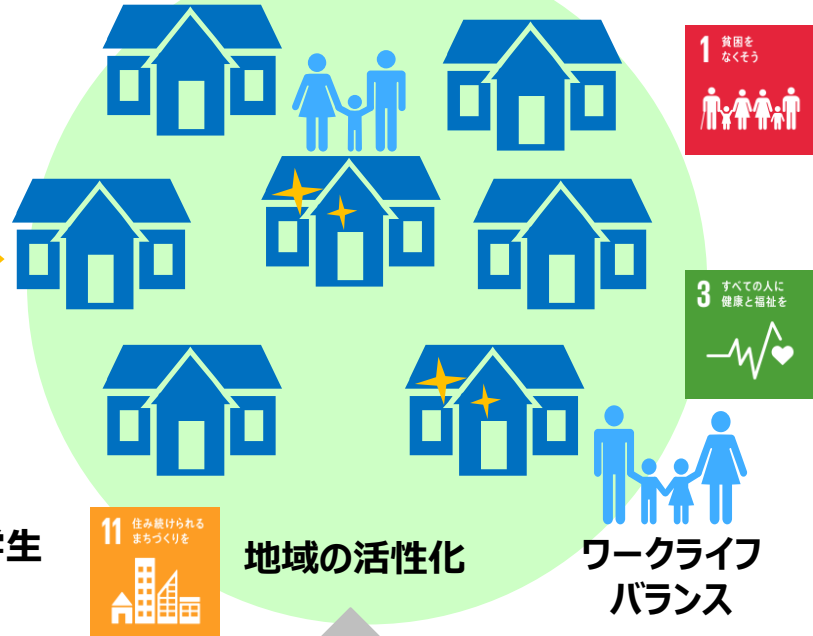


雇用の創出



空き家を再生して流通させる
ことで空き家問題を解決

年収200万円～500万円を持ち家をもてる



都心部への人口集中

3. カチタスのESG／SDGs：全般的な取組状況

カチタスの中古住宅の再生ビジネス



スクラップ&ビルドの新築



CO2排出量 *1



木材使用量



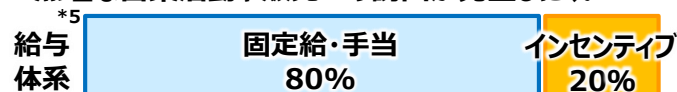
独立社外取締役の比率は 1/3

- ✓ 取締役7名の内、3名が独立社外取締役
- ✓ 取締役会への社外取締役の出席率 100% *4
- ✓ 自由に発言ができるフラットな取締役会の運営



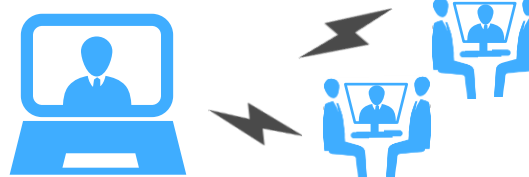
営業社員の給与は固定給が中心

- ✓ インセンティブが給与に占める割合は小さく、無理な営業活動や販売への誘因が発生しにくい



毎週1回の全国の店舗を繋いだTV会議

- ✓ 失敗事例やコンプライアンスのことも含めて連絡



報告の3原則

- ✓ コンプライアンス意識の社内通知の徹底

- 1.トラブルは**すぐ**報告
 - 2.悪いことから報告
 - 3.ウソは**つかない**
- ・任意の報酬諮問委員会
 - ・毎月リフォーム協力会社とのパートナー会(KRP会)開催
 - ・毎月1回の人権教育

*1 出典：木本・伊香賀・花木・新谷・野口(2009)「住宅の建設・改修・解体に起因するCO2排出量の2050年までの予測」

*2 出典：林野庁「森林・林業・木材産業の現状と課題」(2021年3月)

*3 2018年12月に施工した当社の標準的なリフォーム物件の実績

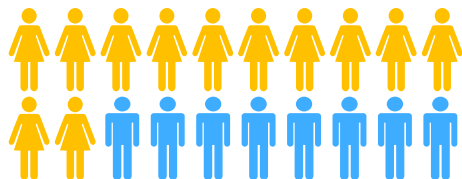
*4 2023年3月期実績

*5 2020年3月期実績(対象：営業部長～担当者)

3. カチタスのESG／SDGs：女性社員が活躍できる会社

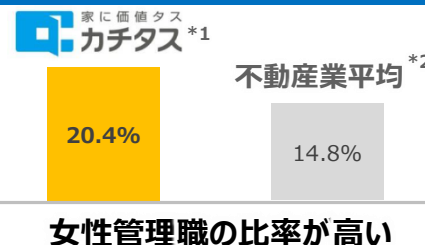
- 住宅の買取時やリフォームを企画する業務は、女性が活躍できる業務であるため、女性の採用・登用を積極的に実施
- 当社が事業を行う地方・郊外の課題である女性の就業機会創出を通じて、地域の活性化に貢献
- 2020年6月、カチタスはMSCI日本株女性活躍指数の構成銘柄に新規選定

営業社員売買年間ランキング (2023年3月期実績)



当社営業トップ20人のうち
60%(12人)が女性

女性管理職比率 (2023年4月1日時点)

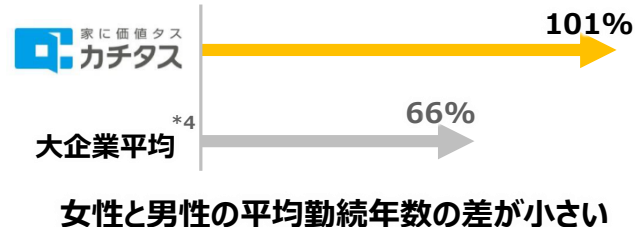


女性社員比率 (2023年4月1日時点)

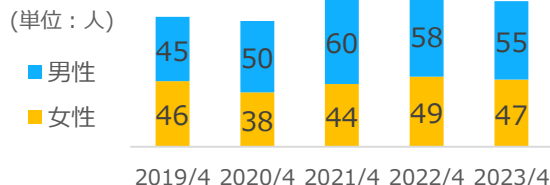


リフォーム・住宅に興味のある
女性社員が在籍(40.3%)

平均勤続年数の男女比率 (2023年3月31日時点) *3



新卒社員の男女比率



新卒採用者の女性比率が高い

MSCI日本株女性活躍指数の構成銘柄に選定

2023 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN)

MSCI指数への組入れ、および本資料におけるMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたは指数。名称の使用は、MSCIまたはその関連会社による当社へのスポンサーシップ、保証、広告宣伝には該当しません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCI指数の名称およびロゴはMSCIまたはその関係会社の商標またはサービスマークです。

*1 カチタスの営業及び管理部門を含む管理監督者を集計

*2 出典：帝国データバンク「女性登用に対する企業の意識調査(2022年)」

*3 女性社員の平均勤続年数(6.6年) ÷ 男性社員の平均勤続年数(6.5年)

*4 女性社員の平均勤続年数(10.5年) ÷ 男性社員の平均勤続年数(15.8年)

出典：厚生労働省「令和4年賃金構造基本統計調査」

アジェンダ

1.	2024年3月期第2四半期 決算概要	P3-P14
2.	2024年3月期計画	P16-P25
3.	ビジネスモデルについて	P27-P47
4.	参考情報	P49-P61

4. 会社概要

カチタス

商号	株式会社カチタス (英文 KATITAS Co., Ltd.)
設立	1978年9月1日
代表	代表取締役社長 新井 健資
決算期	3月31日
資本金	37億7,887万1,000円(2023年3月31日現在)
発行済み株式数	78,650,640株(2023年3月31日現在)
市場	東証プライム市場(証券コード 8919)
本社	群馬県桐生市美原町4番2号
東京本部	東京都中央区新川1-18-3 新川中埜THビル4階
MSI737の中心センター	群馬県桐生市琴平町3番12号
主要子会社	株式会社リプライス

リプライス

商号	株式会社リプライス (英文 REPRICE Co., Ltd.)
設立	1996年6月19日
代表	代表取締役会長 新井 健資 代表取締役社長 牛嶋 孝之
決算期	3月31日
資本金	7,500万円(2023年3月31日現在)
本社	愛知県名古屋市中区栄1丁目9番16号 NFビルディング3階
親会社	株式会社カチタス

4. 沿革

年月	概要
1978年9月	群馬県桐生市に資本金1,000万円で石材業を目的に株式会社やすらぎを設立
1988年12月	宅地建物取引業の免許を取得し、不動産の売買、代理業を開始
1998年8月	民事執行法改正に伴い、不動産競売物件を落札し、リフォーム後に販売する事業形態(中古住宅再生事業)を確立
1999年3月	高崎支店を開設(その後、各地に展開し2022年3月31日現在117店)
2004年2月	株式会社名古屋証券取引所セントレックス市場に上場
2012年3月	プライベートエクイティファンドである株式会社アドバンテッジパートナーズによる当社株式に対する公開買付の実施
2012年7月	株式会社名古屋証券取引所セントレックス市場上場廃止
2013年7月	社名を株式会社カチタスへ商号変更
2016年2月	経済産業省により「先進的なリフォーム事業者表彰経済産業大臣賞」を受賞
2016年3月	株式会社リプライス(現・連結子会社)の株式を全部取得
2017年4月	株式会社ニトリホールディングスと資本・業務提携契約を締結
2017年10月	第17回「ポーター賞(一橋大学大学院国際企業戦略研究科主催)」を受賞
2017年12月	東京証券取引所市場第一部に上場
2020年3月	上場後も安定的に成長し、連結営業利益100億円を達成
2021年5月	リプライスの累計販売戸数が1万戸を突破
2022年4月	東京証券取引所プライム市場に上場
2023年5月	カチタスの累計販売戸数が7万戸を突破

4. カチタスグループの店舗一覧(全て直営)

全国店舗一覧(2023年9月30日時点)

家に価値タス カチタス ⇒ 中小規模都市も含め、全国を細かくカバー

reprice ⇒ 地方都市、大都市郊外を中心に展開

北海道 札幌店 小樽店 旭川店 岩見沢店 北見店 函館店 釧路店 帯広店 室蘭店	関東 水戸店 つくば店 下妻店 日立店 栃木店 宇都宮店 小山店 那須店 太田店 みどり店 沼田店 高崎店 前橋店 熊谷店 越谷店 川越店 入間店 東松山店 本庄店 茂原店 木更津店 佐倉店 八王子店 本厚木店	甲信越・北陸 長岡店 新潟店 上越店 新発田店 燕三条店 富山店 高岡店 金沢店 七尾店 福井店 甲府店 上田店 長野店 松本店 伊那店 諏訪店	関西 彦根店 草津店 伏見店 福知山店 神戸店 姫路店 宝塚店 奈良店	中国 鳥取店 米子店 出雲店 岡山店 津山店 東広島店 広島店 福山店 三次店 山口店 下関店 岩国店	四国 徳島店 高松店 丸亀店 松山店 西条店 宇和島店 高知店	九州 福岡店 福岡東店 北九州店 久留米店 飯塚店 大牟田店 佐賀店 佐世保店 諫早店 熊本店 八代店 宇城店 大分店 中津店 宮崎店 都城店 延岡店 霧島店 鹿児島中央店 薩摩川内店 沖縄店
--	--	---	--	--	---	--

計 129店舗

+

リプライス東海	リプライス岐阜
リプライス東京 芝離宮	リプライス関西
リプライス東京 大門	リプライス中国
リプライス北海道	リプライス岡山
リプライス東北	リプライス四国
リプライス北関東	リプライス九州
リプライス信州	
リプライス静岡	

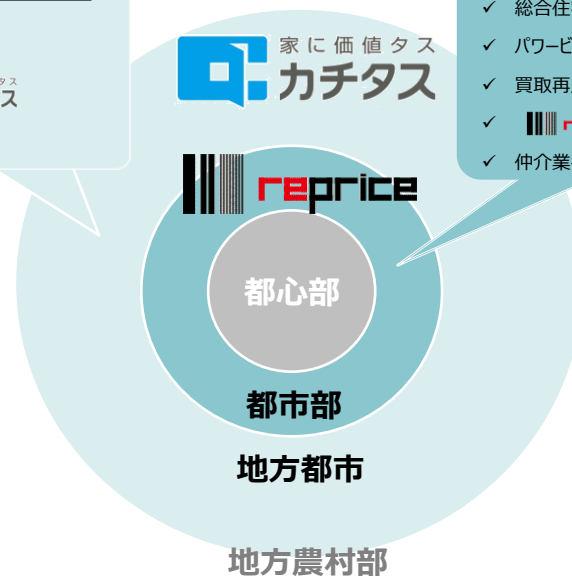
計 14店舗

主な住宅販売会社

- ✓ 地場工務店
- ✓ 家に価値タス カチタス
- ✓ 仲介業者

主な住宅販売会社

- ✓ 総合住宅メーカー
- ✓ パワービルダー
- ✓ 買取再販(マンション中心)
- ✓ reprice
- ✓ 仲介業者



4. (参考)仕入れにおける競売から買取への移行 (2017年3月期実績)

- 競売物件から買取物件へのシフトにより、仕入れの難易度・価格競争・在庫期間・品質リスクなど多くの問題が解決

	競売物件	買取物件
対象	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 住宅ローンなどの借入金を返済できなくなった住宅所有者の物件 ✓ 裁判所を通じて売却される 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 住宅所有者から直接・若しくは仲介業者を通して仕入れる物件
仕入の難易度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 誰でも入札に参加可能 ✓ 住宅所有者との交渉は必要ない(営業力不要) <p>→ 参入障壁:低</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 仕入にあたっては、仲介業者とのネットワークやブランド力が必要 ✓ 住宅の所有者と売却に関する提案・交渉を実施する必要あり(営業力必要) <p>→ 参入障壁:高</p>
価格競争	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 物件の供給量が景気に左右されやすく不安定 ✓ 参加者が多く、価格競争になりやすい <p>→ 粗利率*2:低(20.1%*1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 相続・住替えなどで安定した供給量あり ✓ 相対取引であり、価格競争にはなりにくい <p>→ 粗利率*2 :高(25.7%*1)</p>
在庫期間	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 落札後、物件の引き渡しまでに時間がかかる <p>→ 在庫期間*3:長(340日*1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 買取後直ぐに引き渡され、リフォームに取り掛かることができる <p>→ 在庫期間*3 :短(177日*1)</p>
品質リスク	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 落札前に物件の調査(内覧)ができない <p>→ 住宅の品質リスク:高</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 買取前に入念な物件の調査が可能 <p>→ 住宅の品質リスク:低</p>

*1()内はカチタス単体の数値(2017年3月期)

*2 粗利率(管理会計ベース):粗利額 / 売上高

*3 売上物件のそれぞれの在庫日数を各期で単純平均したもの

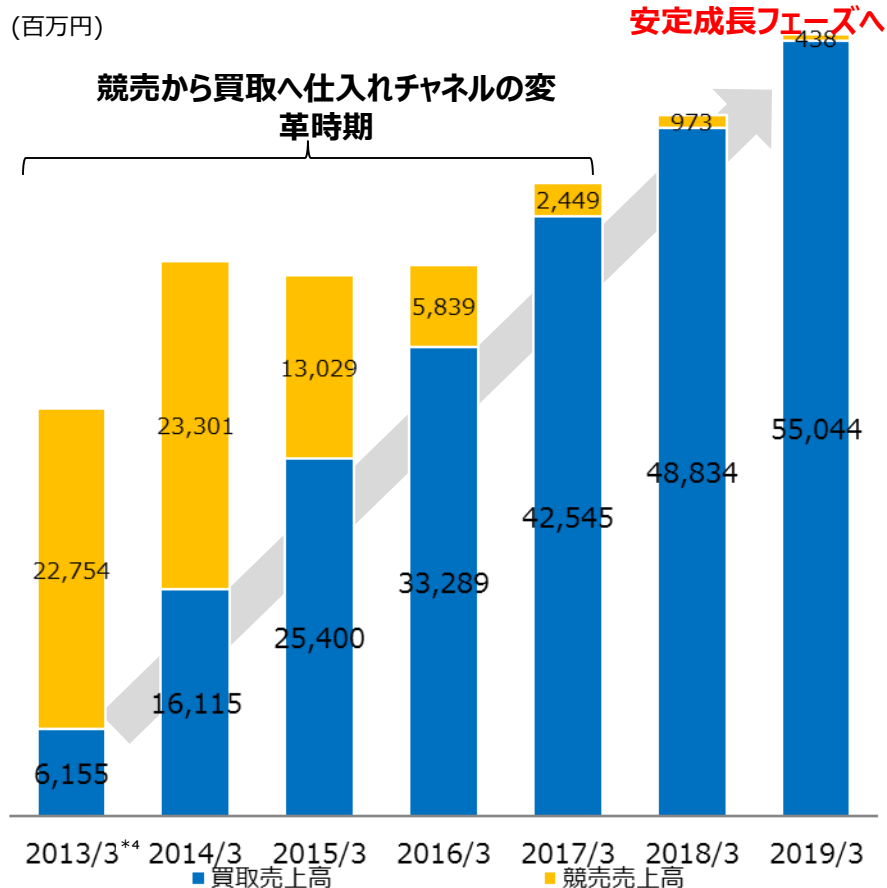
4.

仕入れにおける買取比率の上昇によって売上・粗利益双方の拡大を実現

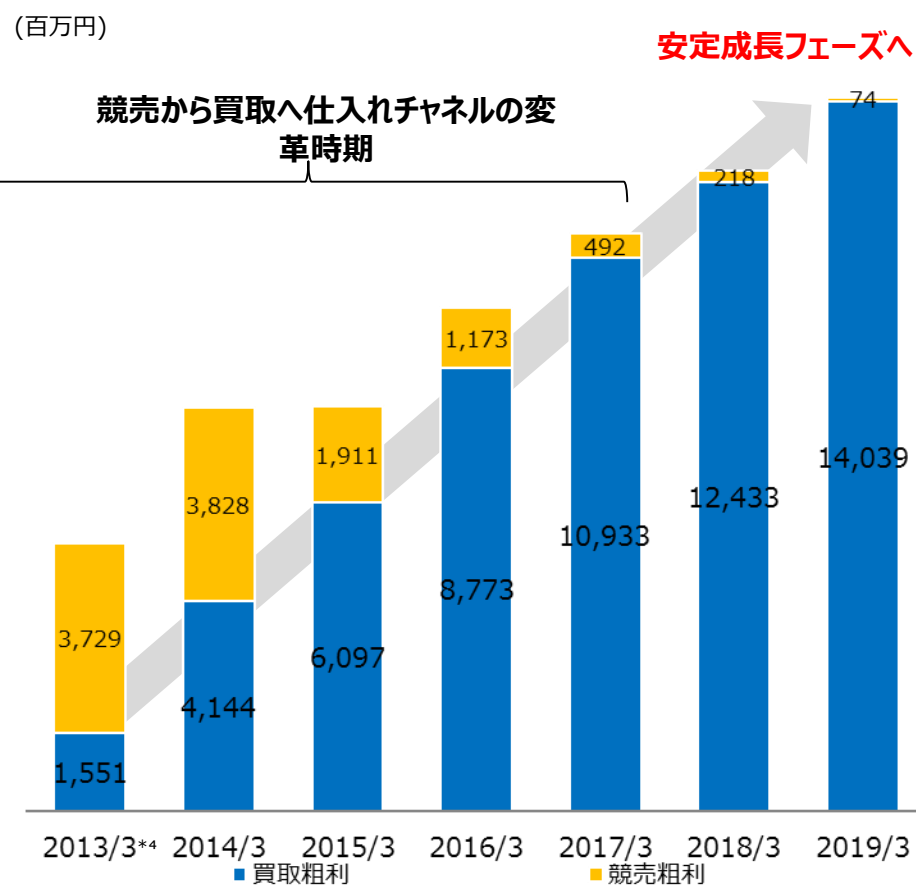
(2019年3月期 決算説明資料 再掲)

- 物件供給量が不安定な競売中心から価格が安定している買取中心に移行*1。仕入方法を抜本的に改革する中で、利益水準は上昇
- 2018/3期からは、年10%程度で安定成長するフェーズへ

仕入物件別販売高*2の推移(カチタス単体)



仕入物件別粗利*2*3の推移(カチタス単体)



*1 競売、買取の比較についてはP50参照

*2 販売高、粗利は管理会計ベース

*3 評価損・低評価・減損等発生前の仕入・リフォーム原価をベースに粗利を算出

*4 2013/3期は決算期変更により、2012年1月21日から2013年3月31日までの14ヶ月と11日の変則決算。

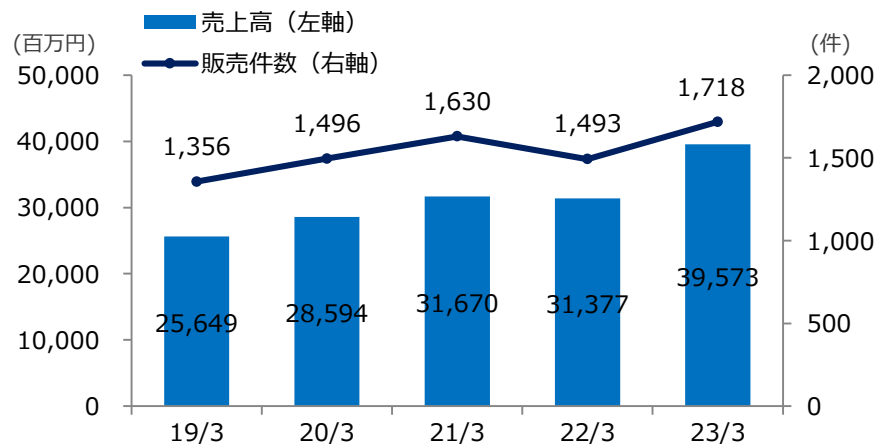
他の年度と期間を合わせるため、2012年4月～2013年3月までに決済した物件のみ集計

4. リプライスとの経営統合とシナジー発現

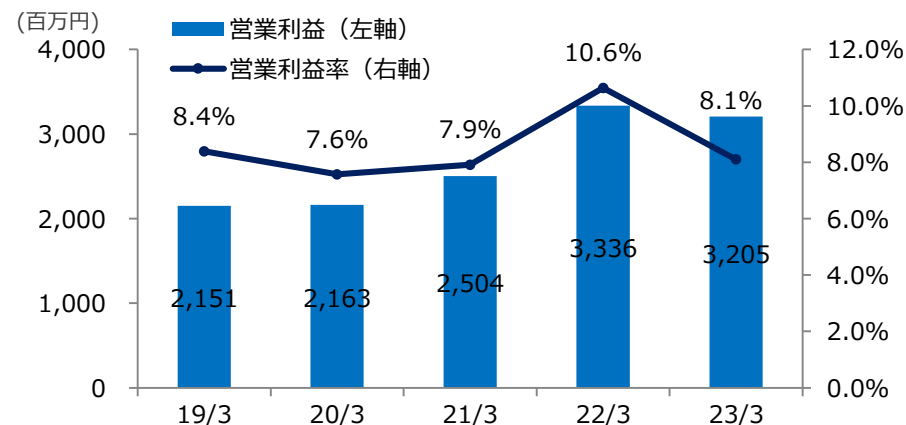
(2023年3月期 決算説明資料 再掲)

- 2016年3月に100%株式を取得して経営統合を実施。成長に向けた最大の課題である資金制約を解消
- カチタスのノウハウを注入し、仕入方法は競売から買取へ、物件種別はマンションから戸建てにシフト
- 経営統合後、売上高、営業利益共に増加。カチタスが展開する地方とは異なり競合が存在する3大都市圏の郊外で規模を拡大

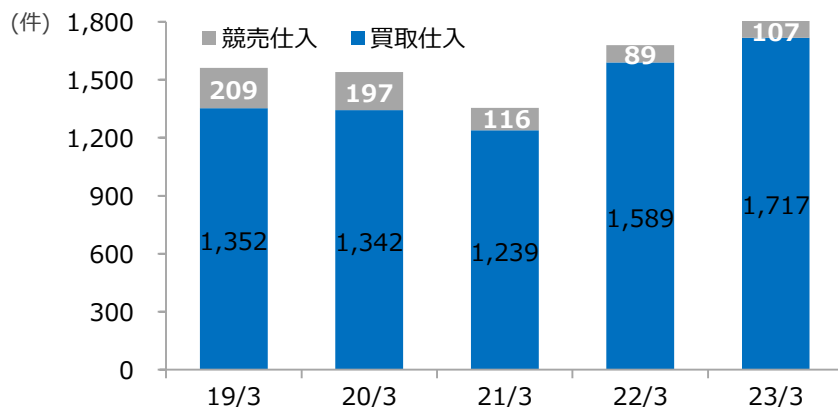
売上高及び販売件数の推移



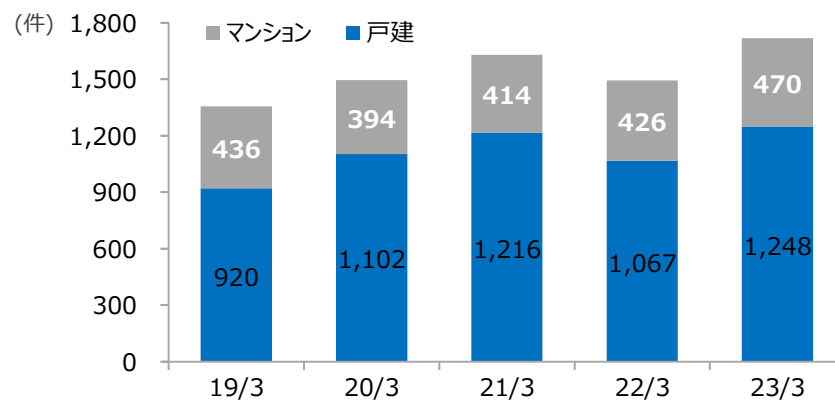
営業利益及び営業利益率の推移



買取・競売仕入件数の推移



戸建／マンション別の販売件数の推移

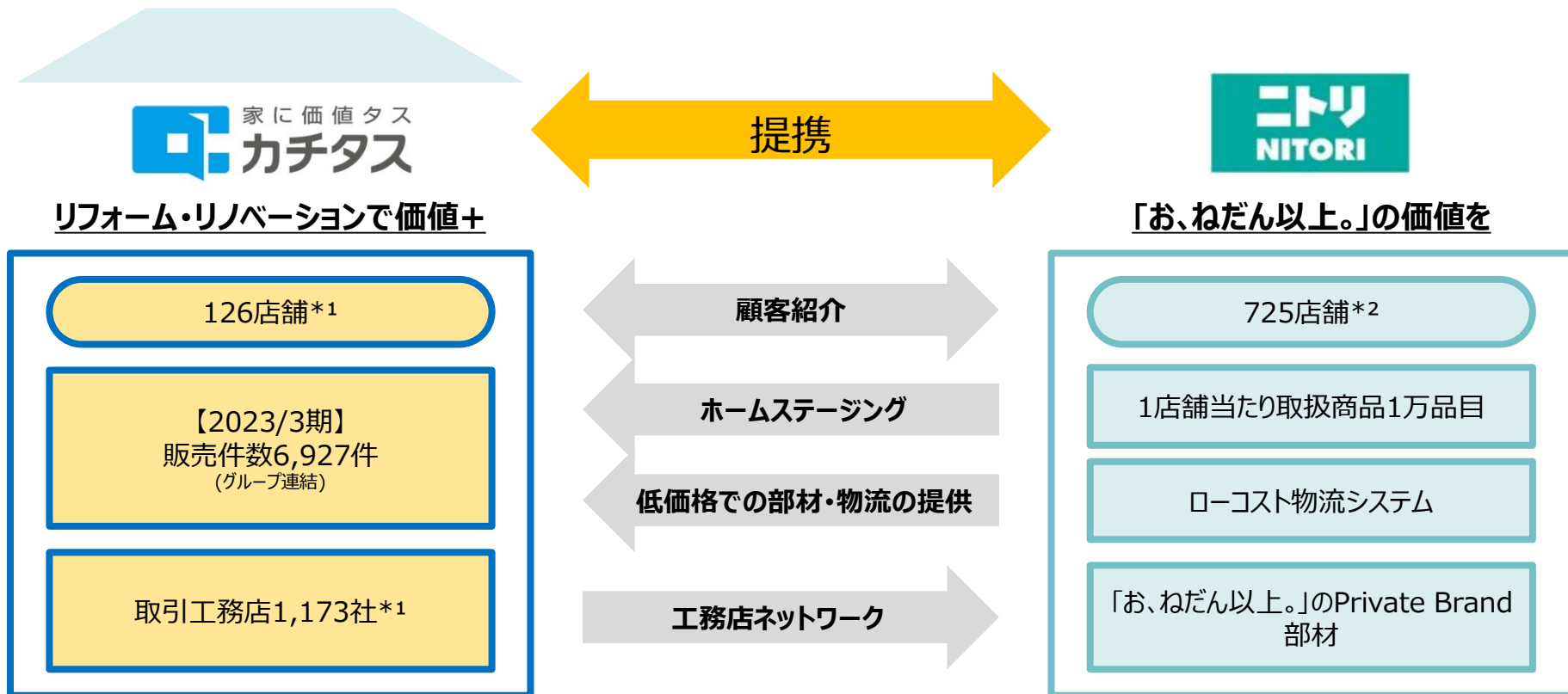


4. ニトリホールディングスとの資本・業務提携(2017年4月28日公表)

- アドバンテッジパートナーズが当社株式を233億円(持分比率34%)で(株)ニトリホールディングスへ譲渡
- カチタス・ニトリ相互の強みを活かし、顧客にとってより充実した住環境を提供する体制を目指す

資本・業務提携により想定されるシナジー(イメージ)

「家」を売る会社から「暮らし」を売る会社へ



*1 2023年3月末時点

*2 2022年11月末時点の国内における「ニトリ」、「デコホーム」、「ニトリ EXPRESS」及び「島忠」の各店舗数を合算

4. ニトリとの業務提携の進捗状況(1/2)

- ニトリ製の家具・インテリア付き中古住宅は、入居後の生活や居住空間をより具体的に購入検討者様にイメージいただくとともに、費用を住宅ローンに組み込めるため買主の新生活に負担が掛からないというメリットもある取り組み。
- カチタスグループの物件を購入された方に、ニトリでの商品購入時に使えるポイント5倍クーポンをプレゼント。

販売サービス

ニトリ製の家具・インテリア付き中古住宅の提供・販売



販売サービス

ニトリでの商品購入時に利用できるクーポンの発行

カチタス・リプライスご成約者様 ニトリ特別クーポン

ニトリ
メンバーズ
ポイント

5倍
プレゼント!

見本

〈クーポンご利用上のご注意〉

●お一人様1回までのご利用とさせていただきます。●ニトリメンバーズ会員様対象です。(当日入金可)●ニトリネット・電話でのご注文、ニトリ法人事業部・リフォーム事業部ではご利用いただけません。●送料・組立料・設置料などのサービス料金は除きます。●クーポンのコピーはご利用いただけません。●付与されたポイントはお買い物の翌日からご利用いただけます。●クーポンはお会計時に回収させていただきます。●他のクーポンや割引、キャンペーンとの併用はできません。●有償・無償問わず、クーポンの第三者への譲渡は禁止します。●購入金額が100円(税別)未満の場合はポイント加算いたしません。 ※お会計の前に店員へお渡しください。

物件引渡し時に購入者に差し上げているクーポン

ニトリ
NITORI

【ニトリ×カチタス 業務提携特別サービス】

※詳細は物件内覧時に弊社担当にお尋ねください

カチタスの住宅をご成約いただいた方に、ニトリでの商品購入時に利用できる
ニトリポイント5倍クーポンを差し上げます

ニトリ
NITORI

× **reprice**

業務提携特別サービス実施中

リプライスの住宅をご購入頂くと、ニトリ店舗・テコホーム店舗で使える

ニトリメンバーズポイント**5倍**クーポン
プレゼント!

※詳細は物件内覧時に弊社担当にお尋ねください

クーポンを差し上げることを告知するホームページ上のバナー

4. ニトリとの業務提携の進捗状況(2/2)

- ニトリの家具をカチタスの物件にヴァーチャルで設置する「VHS(ヴァーチャルホームステージング)」を実施。
- 「家具付き住宅」よりもコスト的にも家具搬入のロジスティク的にも手軽に実施できる取り組み。
- VHS実施物件は成約率が向上するため、価格の見直し前にVHSを設置することで値引きを抑制する運用を実施

中古戸建 秋田市横森1丁目 戸建て 予約制見学会受付中 4月24日(土)

【リフォーム済】4月24日(土)予約制見学会開催(前日18時まで要電話予約) 5LDK。駐車場並列3台駐車可能。大家族におすすめの住宅です。





1579万円 新価格

消費税、リフォーム費用を含む

月々の支払い目安額

44,573円

現地見学会 パノラマ写真有り

土地 325.98m² 建物 125.85m² 間取 5LDK



360°パノラマと連動しているため、動かしながら疑似内覧することが可能



ワンクリックで切替可能



現在はリビングを中心にVHSを導入

4. 空き家に価値(カチ)を足す(タス)ユニークなビジネスモデル

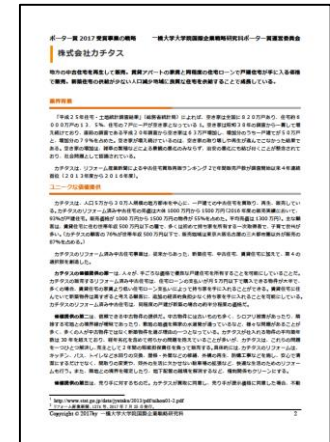
- カチタスは、市場価値の低い空き家(遊休不動産)に対して、リフォームにより付加価値を付けて流通させている
- 経済産業大臣からの表彰や、ポーター賞の受賞など、カチタスのビジネスの独自性や、地方の空き家問題解決に向けた取り組みは、外部のメディア・機関からも高く評価

先進的なリフォーム事業者表彰経済産業大臣賞受賞*1(2015年度)



- 中古住宅の**リフォームコストを最小化**するなど**顧客満足度を高める仕組みを構築**し、地方の戸建物件を中心に買取再販事業を展開
- 空き家問題に対応するとともに、トップランナーとして**独自の施工・品質基準**を設け中古住宅流通市場の健全性向上に貢献

ポーター賞受賞(2017年度)



受賞理由は、下記のURL又は上記のアイコンをダブルクリックすることでご覧いただけます。

http://katitas.jp/information/ir/file/2017porter_prize_Jpn.pdf

- 「ポーター賞」は、「**優れた競争戦略の実践**」に焦点を当てた賞
- 製品、プロセス、経営手法にイノベーションを起こし、**独自性がある戦略**を実行した結果、**高い収益性を達成・維持**している企業を表彰
- 地方の中古住宅を再生して、賃貸アパートの家賃と同程度の住宅ローンで手に入る価格で販売している点及び**新築住宅の供給が少ない人口減少地域に良質な住宅を供給**することで成長している点が評価された。

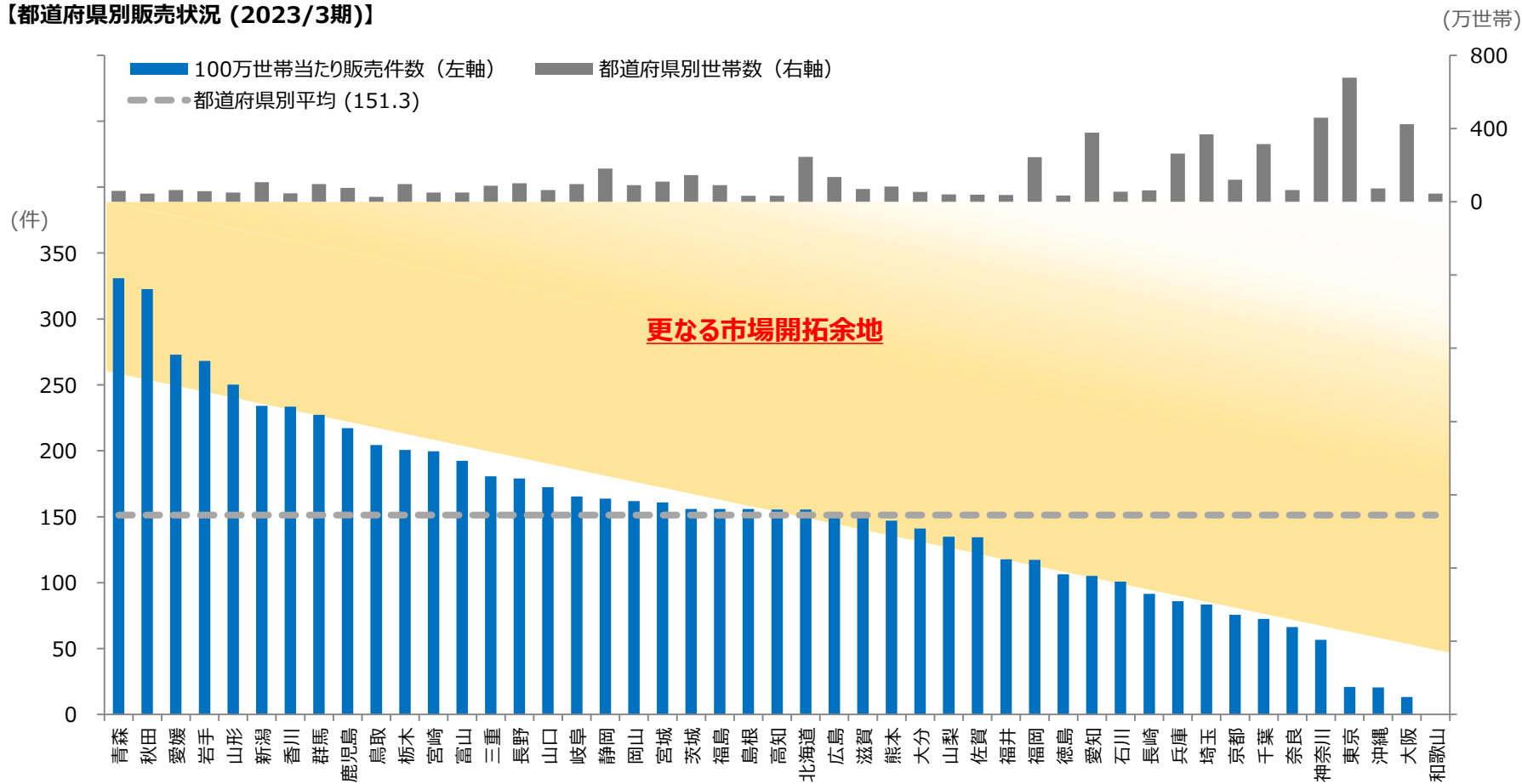
*1 2014年度より開始された、消費者の住まいに関する多様なニーズなどに対応し、独自のビジネスモデルで差別化された強みを有する事業者を経済産業省が表彰するもの

4. 更なる市場開拓余地

- 人口減少にある地方ほどパワービルダーや新築住宅メーカーが撤退する傾向にあるため、地方ほど当社の住宅が注目されている
- 地方の住宅購入希望者は、三大都市圏に比べて所得が相対的に低いことから高額な新築住宅を購入することは難しい傾向がある

地域ごとにバラつく市場の占有状況

【都道府県別販売状況 (2023/3期)】

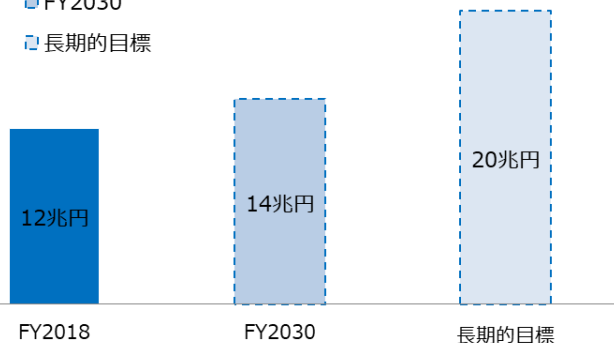


4. 政府の施策による後押し

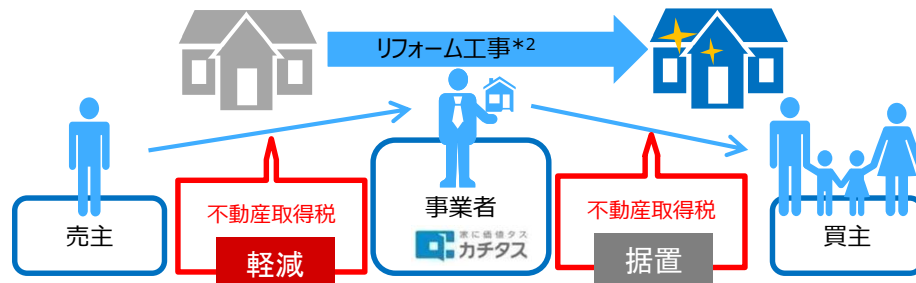
- 増え続ける空き家問題の解消のため、政府は中古住宅・リフォーム市場を拡大させ、不動産ストック活用型の社会を目指す
- 具体的には、建物部分に係る不動産取得税の軽減措置により、**仕入れ時の取得費用が軽減**(築年数に応じた軽減)

政府計画：中古住宅・リフォーム市場の拡大*1

- FY2018
- FY2030
- 長期的目標



具体的施策：買取再販住宅の不動産取得税の軽減



政府計画

既存住宅の流通と空き家の利活用を促進し、住宅ストック活用型市場への転換を加速

中古住宅流通促進のためにより効果的な施策として買取再販業者のサポートが重要

2018年度
税制改正

土地部分
・1棟当たり45,000円
又は
・住宅床面積の2倍分(上限200㎡)の課税額

建物部分

築年数*3に応じた課税標準からの控除
→ 適用税率3%相当が軽減される

築年月日	控除額	軽減額
～約25年 (1997/4/1～)	1,200万円	36.0万円
約26～33年 (1989/4/1～1997/3/31)	1,000万円	30.0万円
約34～37年 (1985/7/1～1989/3/31)	450万円	13.5万円
約37～42年 (1981/7/1～1985/6/30)	420万円	12.6万円
約42～47年 (1976/1/1～1981/6/30)	350万円	10.5万円
約47～50年 (1973/1/1～1975/12/31)	230万円	6.9万円



のいずれが多い方が軽減されるよう国土交通省が要望し、2018年4月から施行

*1 出所：国土交通省住宅局 住宅政策課「住生活基本計画(全国計画)(全文)」(2021年3月19日) <https://www.mlit.go.jp/common/001392030.pdf>

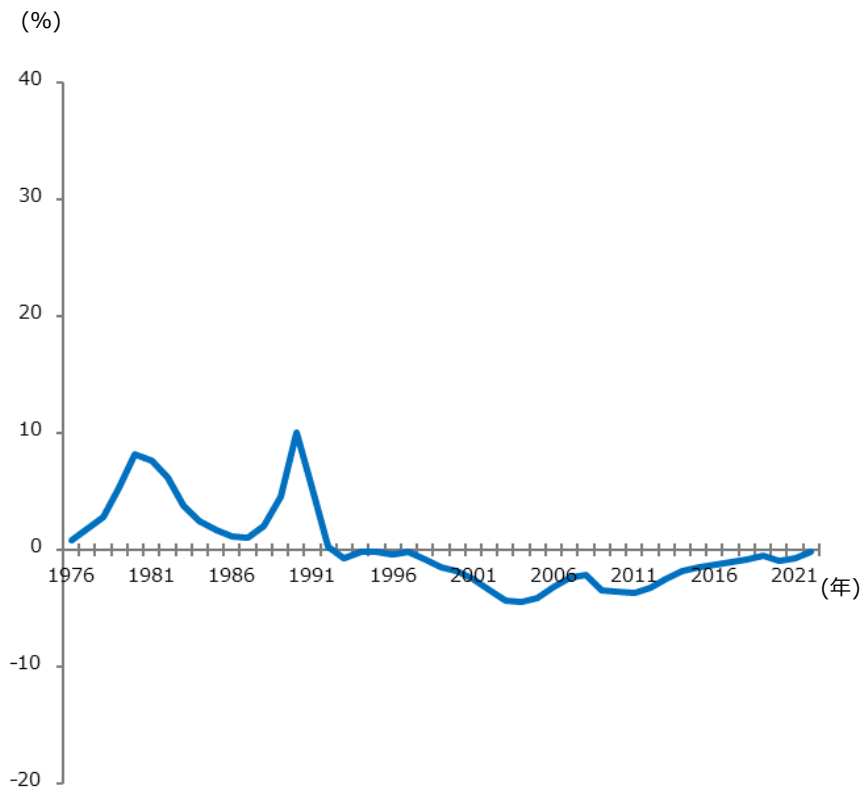
*2 耐震、省エネ、バリアフリー、水廻り等のリフォーム

*3 2023年3月31日時点の築年数

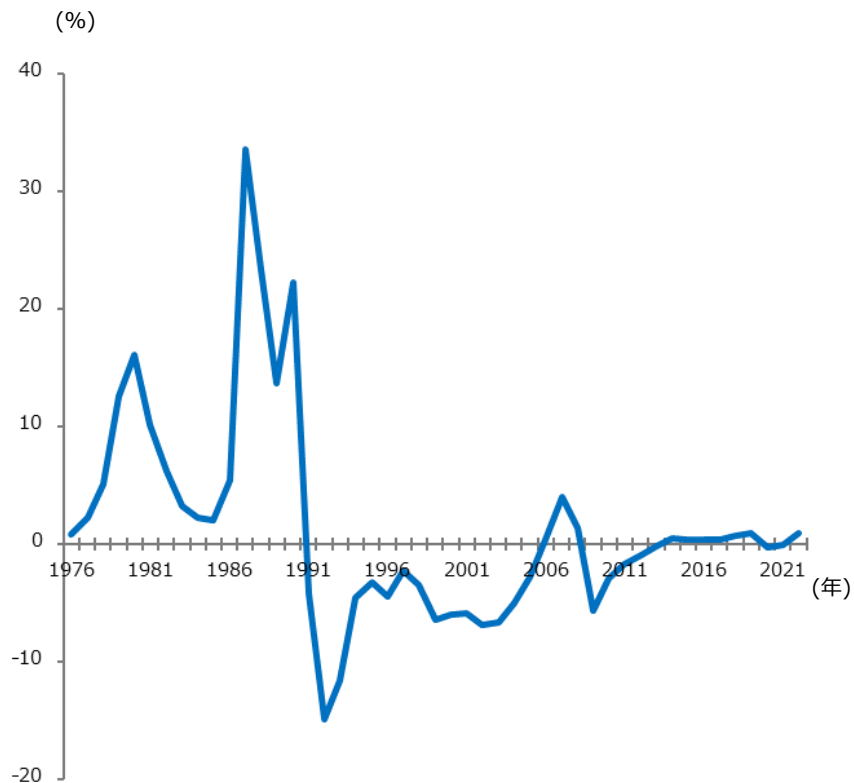
4. 地方・三大都市別住宅地地価前年比推移

- 地方の土地価格は実需に基づくため、都市部に比べてボラティリティのレベルは小さい
- また、土地価格は低水準で安定的に推移しており、土地の変動が住宅価格に与える影響は限定的
- そのため買取再販ビジネスにおいては地方の方が業績が安定しやすい

地方における住宅地地価前年比推移



三大都市における住宅地地価前年比推移



免責事項

- 本プレゼンテーション資料は、株式会社カチタス(以下「当社」又は「カチタス」といいます。)の関連情報等のご案内のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国又はそれ以外の一切の法域における有価証券の取得勧誘又は売付け勧誘等を構成するものではありません。
- 本プレゼンテーションに記載されている情報又は意見は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としていますが、その真実性、正確性又は完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 本プレゼンテーション資料の使用又は内容等に関して生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いません。
- 本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。
- 本プレゼンテーション資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、何人も、その他の目的で公開又は利用することはできません。
- 本プレゼンテーション資料には当社の現在の見通し予想、目標、計画等を含む将来に関する記述が含まれています。
- 将来予想に関する記述には、将来に関する記述であることを示すためにすべてではありませんが、「信じる」、「予期する」、「計画する」、「戦略をもつ」、「期待する」、「予想する」、「予測する」又は「可能性がある」というような表現及び将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を用いています。
- 将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの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、実際の業績は将来予想に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。
- 新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更又は訂正する一切の義務を当社は負いません。
- 本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報及び第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

【お問い合わせ先】

株式会社カチタス 経営企画室

E-Mail: ir@katitas.jp

Webサイト: <https://katitas.jp/>