



## 株式会社 AVANTIA

愛知県名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1  
TEL: 052-859-0034 FAX: 052-859-0035  
<https://avantia-g.co.jp>

## AVANTIA GROUP CORPORATE REPORT 2020

## CONTENTS

<p>■ 第1章 価値創造に向けて…</p>	<p>P02 社長ごあいさつ P03 理念体系</p>
<p>■ 第2章 AVANTIAグループとは…</p>	<p>P05 あゆみ 1 これまで P07 あゆみ 2 これから P09 価値創造プロセス P11 ビジネスモデル P13 AVANTIAブランド</p>
<p>■ 第3章 成長戦略</p>	<p>P15 社長インタビュー P19 中期経営計画の概要 P23 業界・市場動向 P25 グループ事業運営体制 P27 事業戦略     戸建住宅事業     その他 P31 事業戦略 座談会</p>
<p>■ 第4章 コーポレート・ガバナンス</p>	<p>P35 コーポレート・ガバナンス P38 社外取締役メッセージ P39 役員紹介</p>
<p>■ 第5章 基礎情報</p>	<p>P41 11か年業績・財務ハイライト P43 会社情報/株式情報</p>

### 編集方針

AVANTIA グループは、社会課題を明確に認識し、中長期的なビジョンと戦略を策定・推進することで、事業を通じた価値創造に取り組んでおります。すべてのステークホルダーの皆様に対して、この取り組みについてご理解を深めていただくために、この度、統合報告書を編集・発行いたしました。なお、本レポートは、国際統合報告評議会（IIRC）の「国際統合報告フレームワーク」や経済産業省の「価値協創ガイドライン」を参考に編集しています。

### 「CORPORATE REPORT 2020」の発行主旨

当社グループは、新たな歩みを開始するために、グループの理念体系から見直すとともに、最も重要なグループ経営資源である従業員と共に目指すべき中長期的なビジョンや目標を策定しました。本レポートは、それらをステークホルダーの皆様と共有することを目的に作成・発行しました。

### 将来見通しに関する注意事項

本レポートには、当社または当社グループの計画・戦略、業績に関する見通しや目標など、将来に関する記述が含まれていません。実際の業績は、さまざまな要因により見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

## 価値創造に向けて…



代表取締役社長  
沢田康成

平成元年（1989年）の設立から30年、当社は常に「暮らしにとって一番大切なものは何か」を自問し、お客様が求める“理想の住まい”づくりを追求してまいりました。

そして、令和元年（2019年）、当社グループは、前年から推し進めてきた「成長基盤構築」の取り組みを更に前進させ、新たな成長に向けた挑戦を本格化させるべく、当社が将来目指す姿を明確にした「長期ビジョン」と、私たち全役職員の使命を「ミッション」として加えた新理念体系を策定いたしました。その上で、これらを実現・追求していくための戦略として、中期経営計画を立案いたしました。

こうした大きな節目となる令和元年を「第二の創業」、今後2030年までの期間を「第二創業期」と位置づけ、3段階のステップ「成長エンジンの構築」、「成長軌道の回復」、そして「成長の加速」へと導いてまいります。

さらに、当社戸建住宅ブランド「AVANTIA」と共に持続的な成長を追求するべく、2020年1月1日より社名を「株式会社 AVANTIA」に改め、新生 AVANTIAグループを始動してまいります。

新生 AVANTIAグループは、長期ビジョン実現に向けた成長戦略によって、今後、お客様、株主様、取引先様、そして最も重要な経営資源である従業員など、すべてのステークホルダーに対する共通価値の創造（CSV）を目指してまいります。

### PROFILE

#### ■ 社長略歴

- 1990年 2月 当社入社
- 2003年 10月 当社執行役員営業部長
- 2004年 8月 当社執行役員営業本部長
- 2006年 11月 当社取締役執行役員営業本部長
- 2011年 11月 当社常務取締役営業本部長
- 2017年 11月 当社代表取締役副社長営業本部長
- 2018年 9月 当社代表取締役社長（現任）

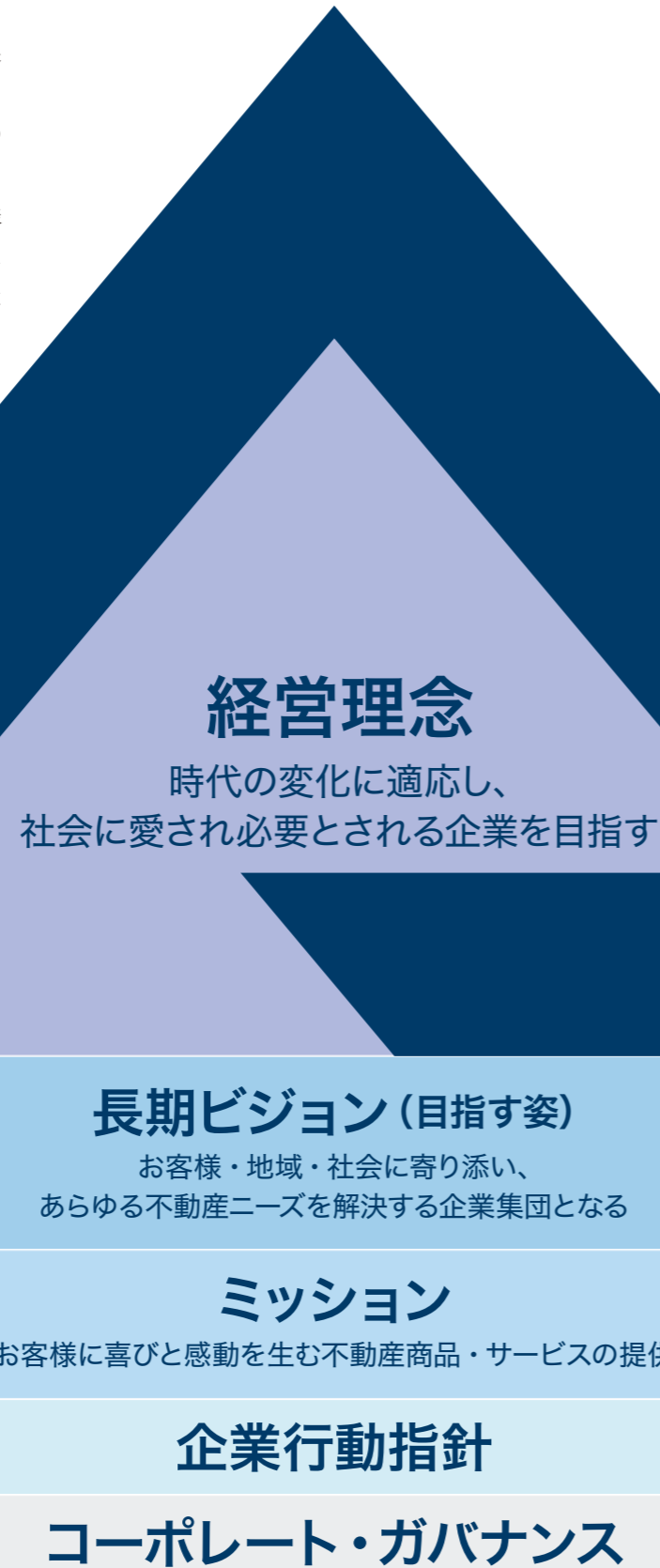
#### ■ 他の法人の代表状況

- ・サンヨー測量株式会社代表取締役社長
- ・株式会社サンヨー不動産代表取締役社長

## AVANTIAグループの新理念体系

AVANTIAグループは、企業として永続的に存続し、発展していくための普遍的な考え方である「経営理念」を頂点とし、「長期ビジョン」「ミッション」を加えた、新たな理念体系の構築を行いました。

長期ビジョンには、不動産業を生業とする我々が、お客様や地域・社会に提供したい価値創造の姿を掲げ、ミッションには、我々自身の喜びと成長の源泉となる、グループ全社員が果たすべき使命を掲げています。



### ミッションに込めた思い

お客様に喜びと感動を生む不動産商品・サービスの提供とは…

#### “想いの根本”にあるもの

私たちの“想いの根本”にあるのは、

- 本当にいい家、いい住宅を提供したい
- お客様に心から喜んでもらいたい

そして、お客様から…

- 当社で家を買って良かった
- 当社のつくる家に住みたい

…そう思っていただけ存在になること。

#### 「お客様目線」の大切さ

私たちには、いろいろなお客様がいらっしゃる、考え方もニーズも千差万別である。だから、画一的なマニュアルは存在しない。あるのは「お客様目線」という、お客様と常に向き合うことから導き出される、一つとして同じがない答え。

#### 「喜びと感動」のスパイラル

お客様と真剣に向き合い、お客様のために考え、行動することで、お客様に喜びや感動を与えることができる。それによって、社員もまた、お客様の喜びと感動を受け取り、自分の仕事に対して誇りを感じ、更なる成長を目指していく。この「喜びと感動」のスパイラルこそが、我々AVANTIAグループの成長エンジンとなり得ると確信する。

#### 社員一人一人のミッション

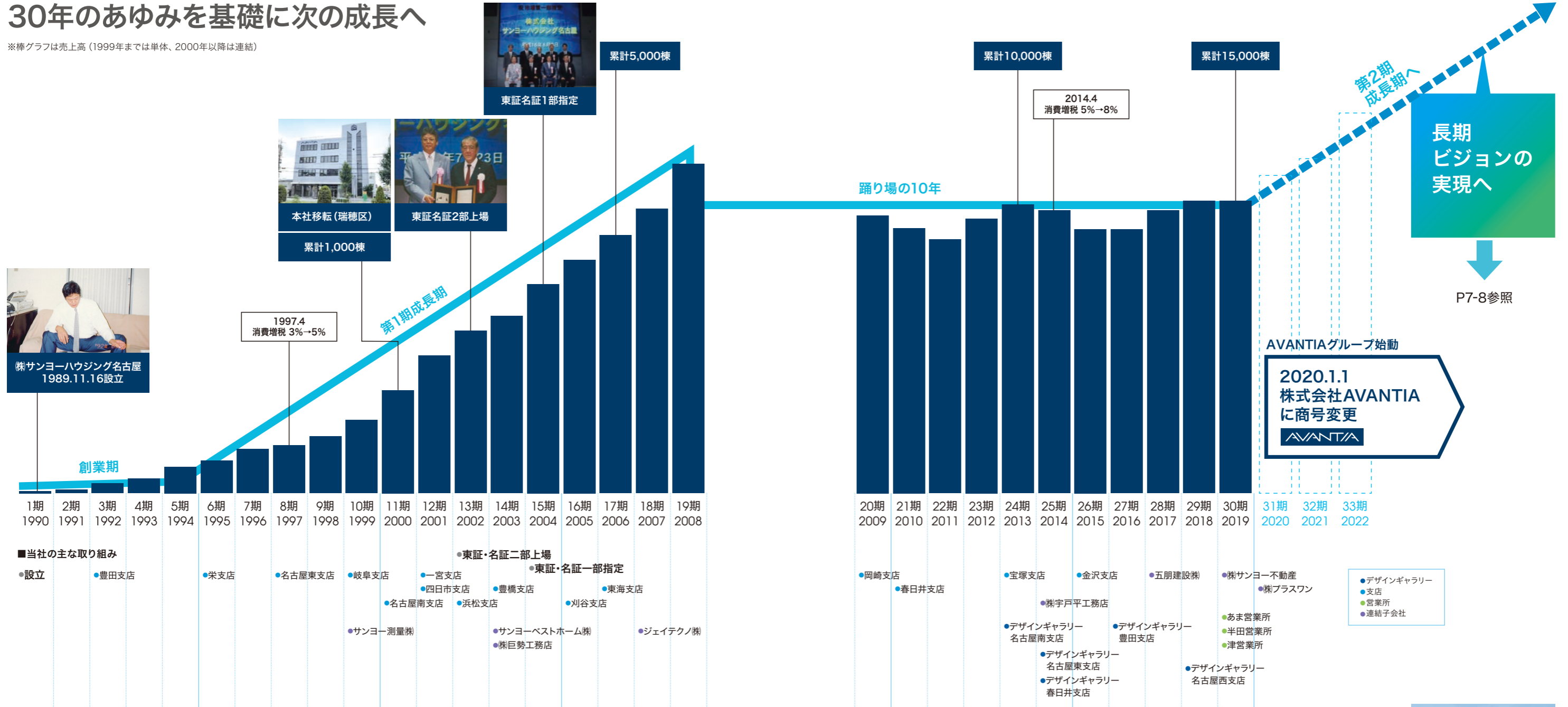
「お客様に喜びと感動を生む不動産商品・サービスの提供」は、企業グループとして追求し続けるミッションであるが、同時に社員一人一人のミッションとしても追求し続けるものでありたい。

#### 愛され、必要とされる存在となる

社員一人一人がお客様に「喜びと感動を生む」ことができれば、社員は「お客様から必要とされ、愛される」存在となる。そのような社員の集団であるAVANTIAグループもまた、「社会に愛され、必要とされる」存在となるはずである。

# 30年のあゆみを基礎に次の成長へ

※棒グラフは売上高（1999年までは単体、2000年以降は連結）



戸建住宅事業：地域密着型の支店展開で販売エリアを拡大（愛知～岐阜・三重・静岡～関西（大阪・兵庫）～金沢）

マンション事業・一般請負工事事業：株巨勢工務店の買収を機に

事業領域を拡大（サンヨーベストホーム株・株巨勢工務店・株ジェイテクノなど）

デザインギャラリー展開

■社会動向など	1995 阪神・淡路大震災	2000 住宅の品質確保の促進等に関する法律(品確法)施行 2002 「新・生物多様性国家戦略」策定 建設リサイクル法全面施行 2004 新潟県中越地震	2005 京都議定書発効 2006 住生活基本法施行 2007 新潟県中越沖地震 2008 リーマンショック 北海道サミット開催 2009 長期優良住宅認定制度開始	2010 生物多様性条約 第10回締約国会議(COP10)開催 2011 東日本大震災	2015 第3回国連防災世界会議開催 パリ協定採択 国連で持続可能な開発目標(SDGs)策定 2016 熊本地震 気候変動枠組条約 第22回締約国会議(COP22)開催 2017 GPIFが3つのESG指数を選定
1992 ブラジルで地球サミット開催 1993 環境基本法公布・施行					



デザインギャラリー  
名古屋南支店



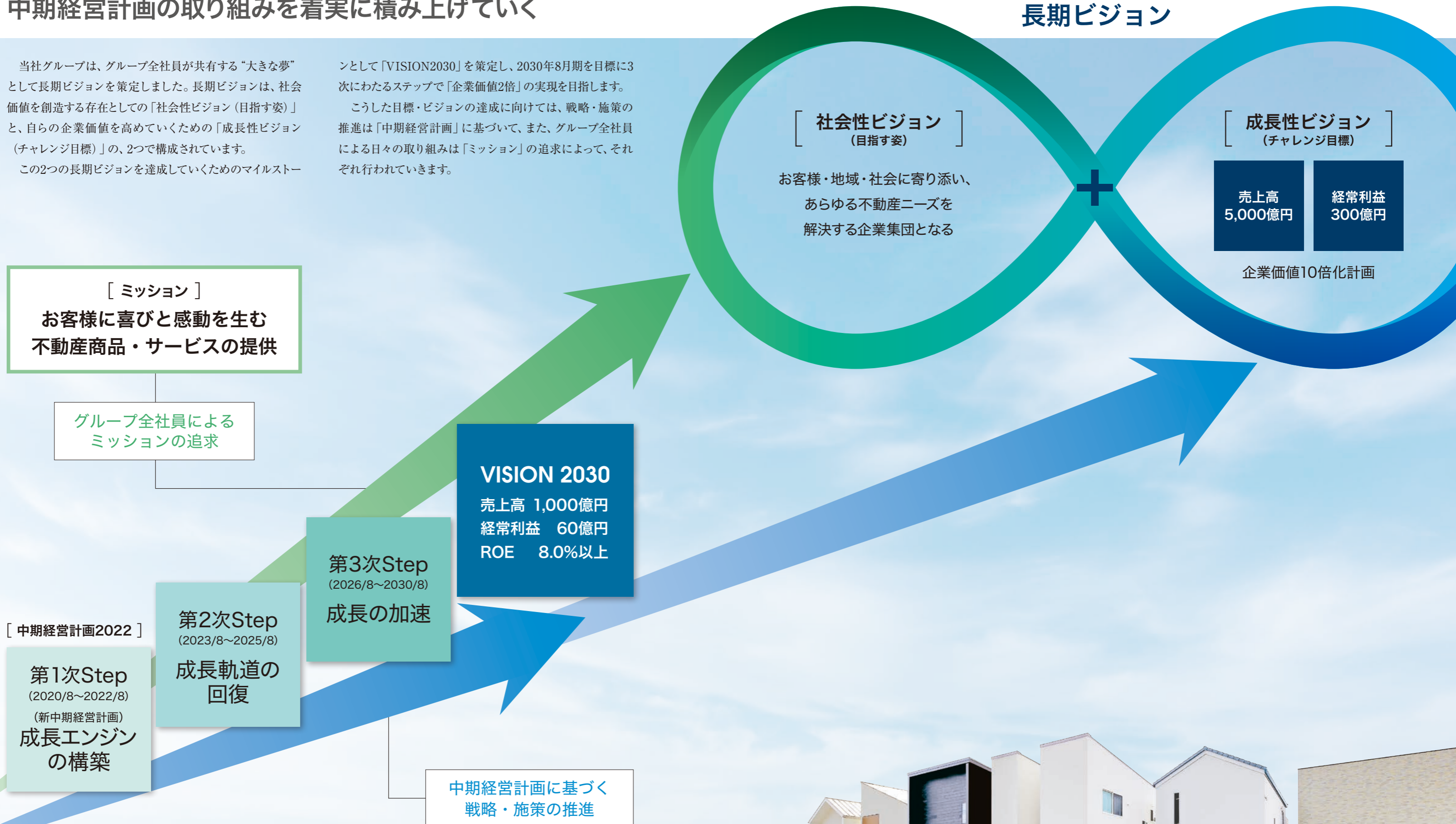
(株)サンヨー不動産

## 10年後のビジョン、さらにその先の夢の実現に向け、 中期経営計画の取り組みを着実に積み上げていく

当社グループは、グループ全社員が共有する“大きな夢”として長期ビジョンを策定しました。長期ビジョンは、社会価値を創造する存在としての「社会性ビジョン（目指す姿）」と、自らの企業価値を高めていくための「成長性ビジョン（チャレンジ目標）」の、2つで構成されています。この2つの長期ビジョンを達成していくためのマイルストーン

ンとして「VISION2030」を策定し、2030年8月期を目標に3次にわたるステップで「企業価値2倍」の実現を目指します。こうした目標・ビジョンの達成に向けては、戦略・施策の推進は「中期経営計画」に基づいて、また、グループ全社員による日々の取り組みは「ミッション」の追求によって、それぞれ行われていきます。

### 長期ビジョン



# 社会課題を解決する成長戦略を推し進め、 すべてのステークホルダーに価値を提供する AVANTIAグループへの進化を図る



## 地域密着型の総合不動産店舗集団の形成を目指す

私たちAVANTIAグループは、今、新たなビジネスモデル創出への挑戦を開始しています。これまで私たちは、新築の戸建住宅専門の支店経営を推し進めてきたため、支店の役割は、分譲に適した用地取得と戸建住宅の販売・施工に限られていました。しかし、地域の皆様の目線から支店を見ると、あまりにも限定的かつ画一的なサービスしか提供しておらず、多

様なニーズを持つお客様に全く対応できていないことに気づかれます。“地域ニーズに寄り添ってこそ当社グループの発展は実現される”という信念のもと、私たちは、グループの総合力を活かして、不動産に関わるあらゆるニーズや悩みを相談でき解決できる「総合不動産サービス」、いわば「AVANTIAモデル」の実現を目指します。

### 将来実現を目指す

#### 「AVANTIAモデル」の概要

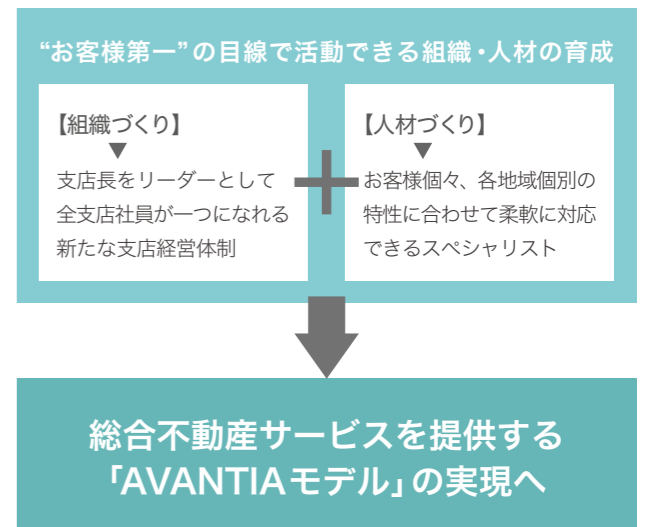


### 「AVANTIAモデル」を支える取り組み

#### 1 組織・人材づくり

総合不動産サービスを提供する「AVANTIAモデル」を実現させるためには、地域ニーズに寄り添うことができる組織と人材が不可欠です。そこで、地域の核となる「支店」の組織は、従来の機能分化型から、支店長をリーダーとして全支店社員が一つになることができる新たな支店経営体制へと変更しました。そして、要となる人材は、画一的なマニュアル型ではなく、お客様個々、各地域個別の特性に合わせて柔軟に対応することができる真のスペシャリスト集団の育成を図っていきます。

各支店の一人ひとりの社員が地域ニーズを一つひとつ丁寧に吸い上げ、対応していくことで、AVANTIAグループ独自の総合不動産サービスが構築され、「AVANTIAモデル」の魅力は持続的に高まっていく…いわば、自ら成長を続けるビジネスモデルの創出が私たちの目標です。

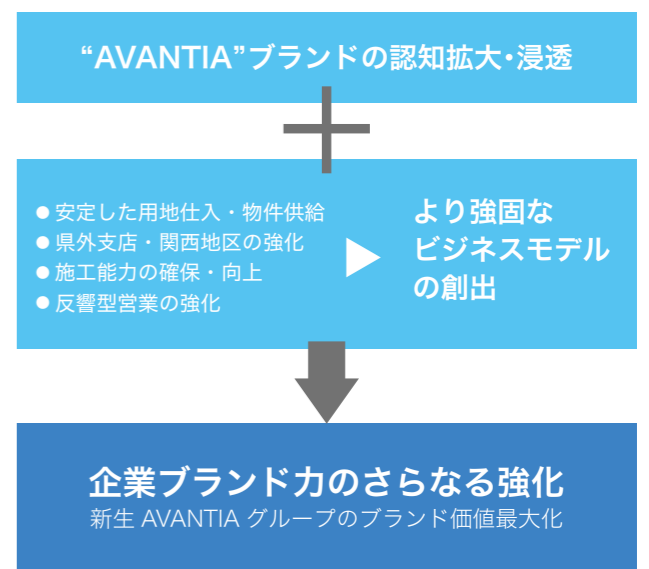


### 「AVANTIAモデル」を支える取り組み

#### 2 ブランドづくり

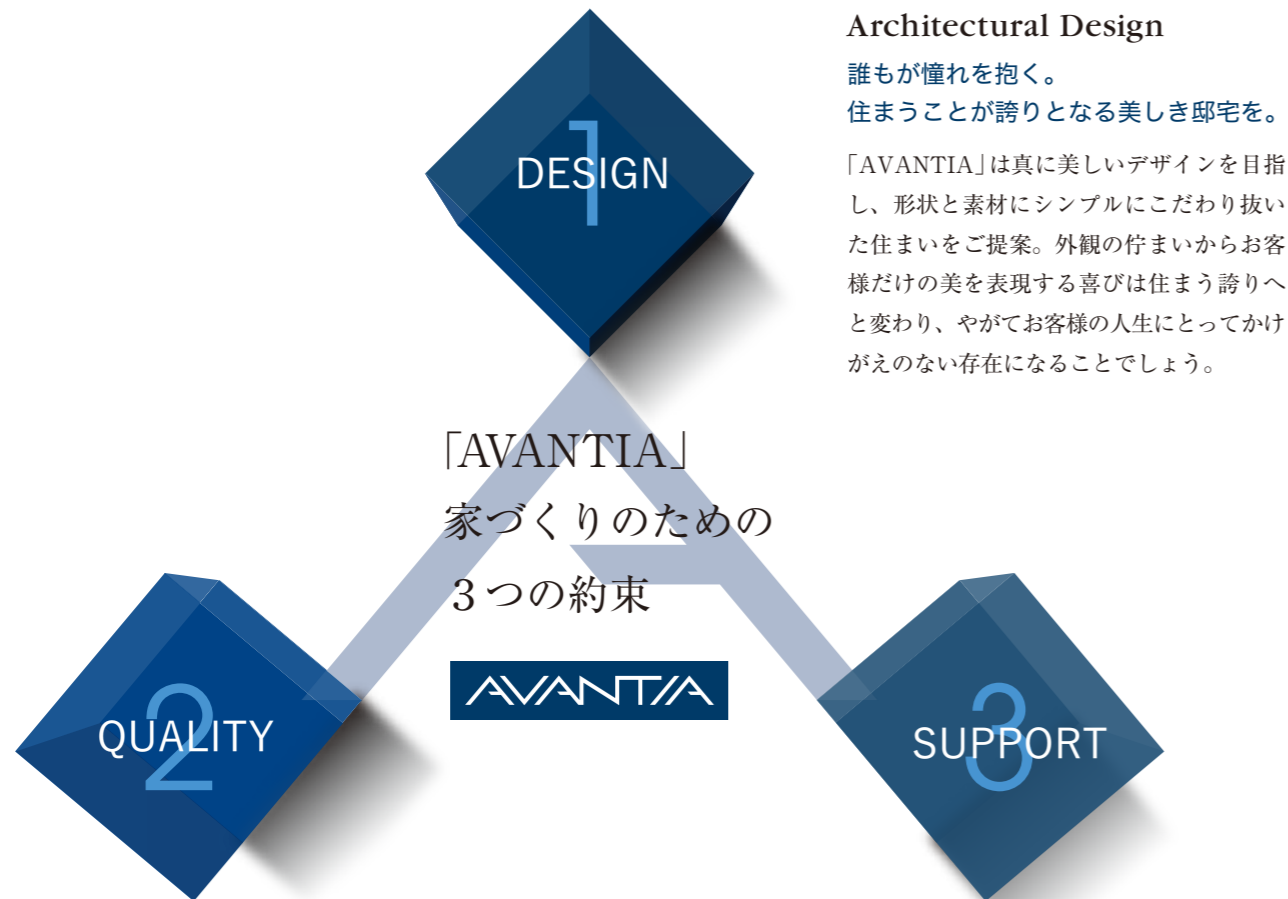
戸建住宅ブランドとして立ち上げ、3つの約束(デザイン、品質、アフターケア)で高付加価値の家づくりを提供する“AVANTIA”ブランド。過去10年に及ぶ停滞の要因となっていた4つの課題を解決するための“大胆な経営改革”(安定した用地仕入・物件供給、県外支店・関西地区の強化、施工能力の向上、反響型営業の強化)。2018年に実行に移したこの2つの大きな決断は、“AVANTIA”を核としたブランド戦略として推し進められ、大きな成果を獲得しました。“AVANTIA”ブランドは今、地域の皆様の間で認知度と信頼度を急速に高めています。

次の戦略として私たちは、戸建住宅だけでなく、仲介やリフォーム、リノベーションなど、あらゆる不動産サービスを“AVANTIA”ブランドの名の下に集結させ、新たな“AVANTIA”ブランドの創出を目指していきます。そして、最終的には、「AVANTIAグループ」という企業ブランド力の強化へと繋げていきます。



## AVANTIAブランドが提供するお客様への価値

「AVANTIA」は、「美しい家」をコンセプトに誕生しました。  
 「美しい家」とは、「外見」のデザインによって生まれる視覚的な美しさではありません。  
 住む人にとっての「美しさ」はもちろん、安心・安全を提供する品質や  
 もしもの時に迅速に対応するアフターケアなど、住んでからも安心して暮らしていける家。  
 それこそが誰からも羨望の眼差しを受ける家だと考えます。



### Architectural Design

誰もが憧れを抱く。  
 住まうことが誇りとなる美しき邸宅を。  
 「AVANTIA」は真に美しいデザインを目指し、形状と素材にシンプルにこだわり抜いた住まいをご提案。外観の佇まいからお客様だけの美を表現する喜びは住まう誇りへと変わり、やがてお客様の人生にとってかけがえのない存在になることでしょう。

### Quality Standard

常に「最高品質」を求めて。  
 それが家づくりを担う者としての使命。  
 耐震等級、断熱等性能等級、劣化対策等級など、全てにおいて国の定める最高等級の水準を越えることを目指しています。その上で、さらに厳しい独自の基準を設定。家づくりを担う者としての使命を徹底し、細部に至るまで最高の品質を追求することで、いつまでも信頼に守られた住まいをお届けします。

### Total Care Support

お客さまに常に寄り添い、  
 美しい暮らしをいつまでも守り続ける。  
 お引渡後の1年点検・2年点検などの定期メンテナンスはもちろん、地盤及び住宅設備の10年保証、建物最長20年保証、また24時間365日対応の修理相談や緊急駆け付けなどの安心をご提供。各種保証やアフターケアでお客様にいつまでも寄り添い、美しい日々を守り続けます。

## 誰もが知り、 誰もが憧れるブランドへ

創業より、多くのお客様に自由設計の家を提供することで培ってきた多様なニーズに応えるノウハウとそれを実現する技術力。これらを結集し、「美しさ」の追求から始まった「AVANTIA」は、「外見の美しさ」だけでなく、機能性や品質、アフターケアといった「内なる美しさ」も兼ね備えています。  
 AVANTIA が約束する3つの価値「美しいデザイン」「妥協を許さない品質」「万全のアフターケア」は、時代や技術の進展、お客様のニーズにより日々変化していきます。お客様のあらゆる想いを叶えるため、AVANTIA は、理想の住まいを追求し、立ち止まることなく進化を続けています。

### AVANTIAのシリーズラインナップ

H  
SERIES

外観の意匠美からこだわりぬく。  
 自由発想が通じ着いた誇らしき答え。

R  
SERIES

思いのままに感性を注いでつくる。  
 オンリーワンの独創的な邸宅美。

U  
SERIES

シンプルに自由に、理想を描く。  
 喜びで満たす家づくり。

S  
SERIES

良質な家をリーズナブルに。

(2020年1月時点)







代表取締役社長  
沢田康成

## 30年の礎を引き継ぎ、 新たな企業価値創出に向け 変革を本格化！

### Q1 | 設立から30年を振り返って、どのような歩みでしたか？

上場に向けて邁進し、その後は目標を見失い停滞期となりました。

私は創業間もない時期に当社に入社しました。社長を含め僅か3人で日々奔走したことを、昨日のことに覚えています。お客様や取引先様に、どうしたら喜ばれ満足していただけるのか、試行錯誤を繰り返し、自ら変化していきました。営業活動は少しずつ軌道に乗り、支店も社員も売上も着実に増え、それに伴って、会社本来の目的である“お客様に喜んでいただくため”という思いを明確にして活動できるようになりました。いい住宅を供給し、お客様に喜んでいただくことが自分たちのエネルギーとなりました。当社の経営理念「時代の変化に適応し、社会に愛され必要とされる企業を目指す」には、こうした創業当時の思いが込められています。

その後も成長を続ける中、いつの頃からか「上場」を意識す

るようになりました。“いい住宅を供給できる企業”であることの証しとして上場を捉え、全社員共通目標となりました。まさに一丸となって取り組み、設立から13年目の2002年に「東証・名証 第二部」に株式同時上場を果たし、2004年には「東証・名証 第一部」指定となりました。

しかし当社はその後、2008年のリーマンショックをきっかけに業績低迷が続き、誠に遺憾ながら“踊り場の10年間”を過ごすこととなりました。上場という非常に大きな目標を達成した当社は、同時に目標喪失状態に陥ったのだと思います。振り返れば、社員に対して新しい目標を示すことができなかった経営陣の責任は非常に大きかったと反省しております。

### Q2 | 2018年に社長に就任してからの1年間に取り組んだことは何ですか？

当社グループを再び成長軌道への戻すための基盤づくりに注力しました。

2018年9月に創業者からバトンを受け取り社長となった私は、再び成長軌道を回復し、全社員が誇りを持ち、地域の皆様から信頼を寄せいただける会社にしていきたいと考えました。そこで、2019年8月期を「成長基盤構築の1年」と位置づけました。いわば、当社停滞の原因となっている課題を見定め、それを解決し、新たな成長基盤を築き上げる取り組みを行いました。

用地の安定的な取得ができていない、営業手法は人海戦術に頼った旧態依然としたものである、施工体制が脆弱なため需要の取りこぼしが生じかねない、愛知県（コアエリア）外では地域特性に対応した取り組みができていない、等の基本的な問題が浮かび上がってきました。そして、これらの問題の根源は“組織的な停滞”にあるものと判断し、組織の抜本的

な改革に着手しました。

その代表的な取り組みの一つが、“現場重視の経営と組織づくり”です。これまではTOPの直感を重視した企業運営が行われ、ある時期までは確かに成長の原動力にもなっていました。しかし、この経営手法は、業容拡大と共に組織的な停滞と社員モチベーションの低下を招くようになりました。そこで、現場社員の情報や判断を重視した経営を推し進めることで、“自律・自発する組織・人”づくりを行う方向へと舵を切りました。これに加えて今後は、“現場への権限移譲”を徐々に拡大し、さらなる組織活性化を図っていきたくと考えております。

「成長基盤構築」に向けた様々な取り組みは、この1年間で一定の成果を上げることができたと評価しております。

**Q3** 2020年8月期より新たな中期経営計画がスタートしています。主なポイントを教えてください。

まず、長期ビジョンとミッションの策定を行いました。

中期経営計画の立案に先立って、当社は持続的な成長に不可欠な“長期”目線からの経営を推し進めるための基礎として、「長期ビジョン」と「ミッション」を策定しました（→詳細はP3-4参照）。これは、業績や数値目標ありきではなく、「将来ありたい会社の姿」を中核テーマとして、次代の担い手である多くの若手社員と共に議論を重ね、描き出してきました。

こうして、私たちの企業としての使命と将来目指す姿が明

確になった今、目標喪失に伴う業績低迷を招いた過去10年から脱却し、グループ全社員が新たな目標に向けて再び一丸となって取り組む企業グループの創出を目指してまいります。

「お客様に喜んでほしい、感動してほしい」という住宅供給企業として一番大事にしたい思いをグループ全社員で追求することにより、結果として、社員の人としての成長とグループ全体の発展を果たしていきたいと考えます。

成長戦略においては、展開エリアと事業領域の拡大を推し進めます。

長期ビジョン実現に向けたマイルストーンとして2030年8月期の達成目標「VISION2030」を設けました。この目標を実現させるための成長戦略として、当社グループは今後、3段階のステップで展開エリアと事業ドメインの拡大を図ってまいります（→詳細はP19参照）。

当社グループの現在のコアは、「愛知県を中心とする東海圏」をコアエリア、「戸建住宅事業」をコア事業としています。

一つ目の成長戦略は「コアの深化・拡大」です。エリア施策として「東海圏の深耕」を、ドメイン施策として「戸建住宅事業の成長・拡大」を推し進めます。そのための基礎として、2018年に立ち上げた「AVANTIA」の継続的なブランド力・商品力の強化、地域密着型店舗網の拡充を図ります。

二つ目の成長戦略は「新たな収益基盤の獲得」です。当社グループは現在、コア（愛知県を中心とする東海圏、戸建住宅事業）への依存度が極めて高い状況にあります。この状況を

打開するためには、展開エリア・事業ドメインの両面で新たな収益基盤を生み出していくことが不可欠です。そこで、エリア施策として「コア外エリアの強化・拡大」を、ドメイン施策として「周辺事業の強化・拡大」を推し進めていきます。

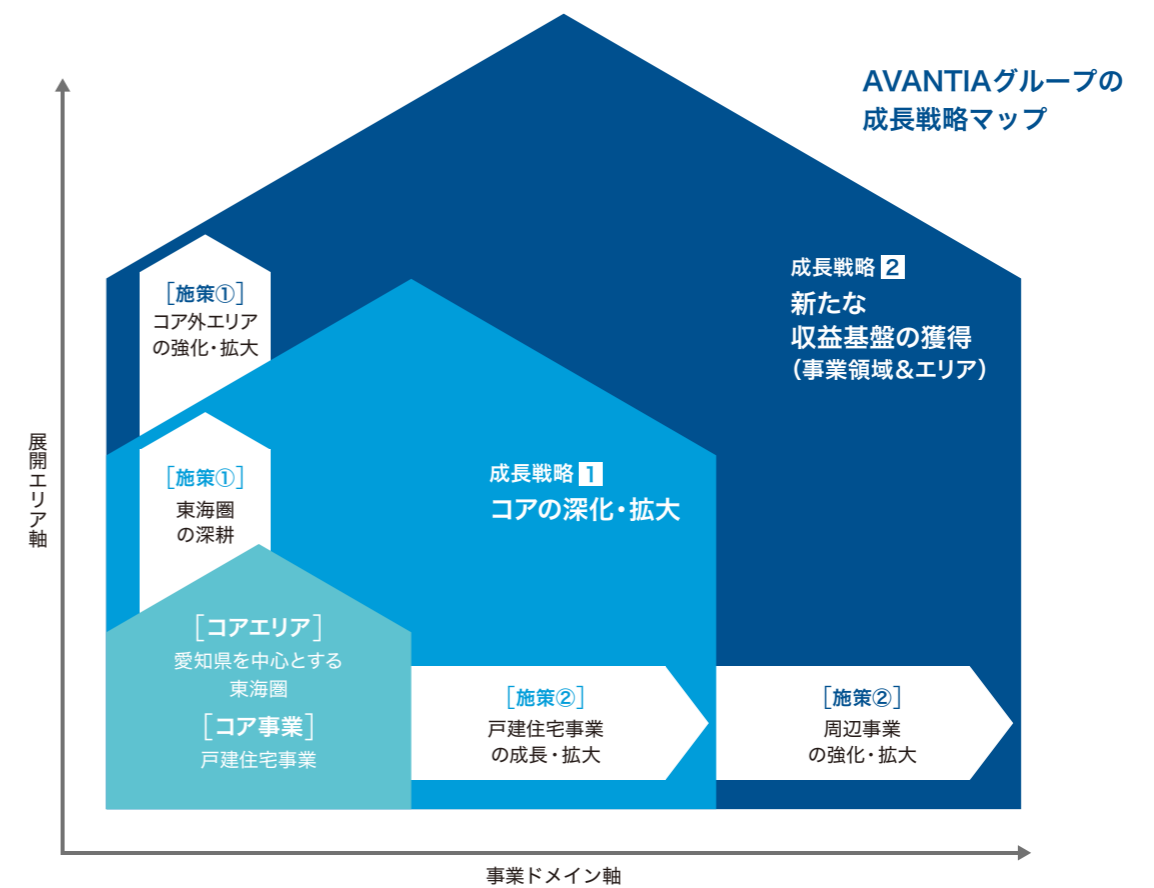
コア外エリアについては、愛知県周辺の東海圏に加え、今後、関西圏における底上げ、首都圏進出の検討など、段階的な営業拡大を目指します。また、周辺事業については、子会社「株式会社サンヨー不動産」の設立（2019年7月）、「株式会社プラスワン」のグループ化（2019年10月）などにより、リフォーム、不動産仲介、中古再販（リノベーション）など新たな事業領域における基盤構築が進みました。こうしたグループ事業基盤の強化により、今後、単に周辺事業を増やすのではなく、「総合不動産サービス」という明確な将来像を掲げ、この実現に向けた基盤づくりを着実に進めたいと考えております。

第1次ステップである「中期経営計画2022」では、「成長エンジンの構築」を推し進めます。

前述のような成長戦略を推し進めるべく、3か年の「中期経営計画2022」を、2020年8月期よりスタートさせております（→詳細はP20-22参照）。

「中期経営計画2022」では、2019年8月期における「成長基盤構築」の取り組みが一定の成果を上げたことを受けて、「成長エンジンの構築」へと歩を進めます。“成長エンジン”として最も重要な役割を担うもの、それは、“人材”であ

り“グループ会社”です。人材については、既存の人材のパワーを上げるための教育・研修を充実させるとともに、新たな人材確保を精力的に推し進めます。グループ会社については、グループシナジーの最大化に向けた基盤の再構築に加え、新たなエリアやドメインへの進出に当たっては、必要に応じて業務提携やM&Aを積極的かつ戦略的に実施する方針です。



**Q4** 最後に、ステークホルダーの皆様へメッセージをお願いします。

新生AVANTIAグループの“変革と挑戦のDNA”にご期待ください。

当社グループは、10年という長きにわたる停滞期を経験しました。しかし、この期間は、当社グループに何があり、何が足りないかを見極めるための重要な熟成期間であったと思っております。

当社グループに足りないものは、2019年8月期に行った変革を基礎に、今後の中期的な取り組みによって充足へと導いてまいります。

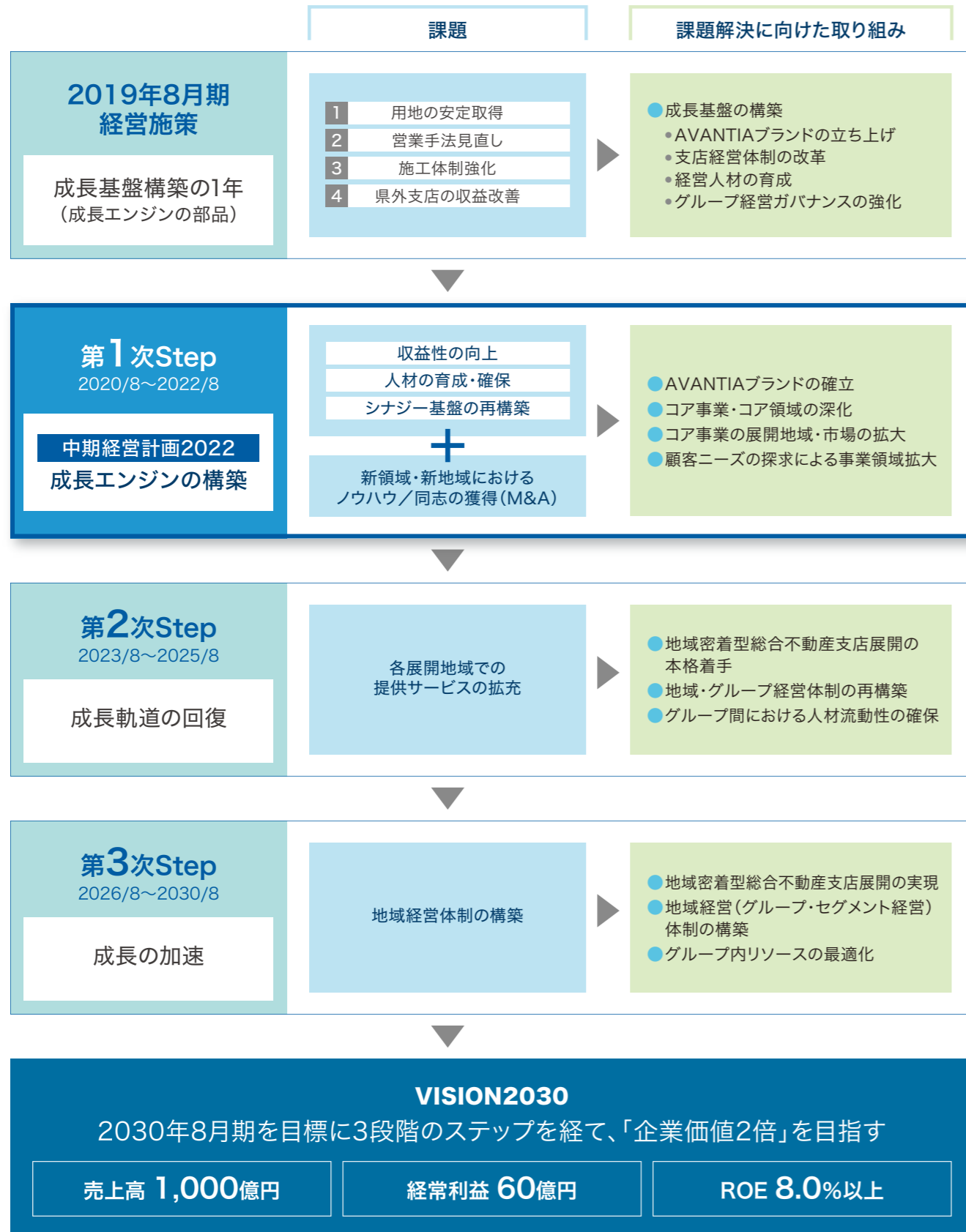
一方、当社グループにあるもの、それは、変化を恐れず自ら変わり新たな取り組みにも果敢に挑戦することができる“変革と挑戦のDNA”です。これはまさに、創業者である前社長を中心に創り上げてきた、当社グループの誇れる文化であると自負しております。私が社長就任直後から取り組んだ大胆な変革と挑戦に対して、グループ全社員がしっかりと反応し、組織全体が急速に生まれ変わることができたのは、その証左です。

そして、2020年1月より当社は「株式会社AVANTIA」として新たなスタートを切りました。新生AVANTIAグループは、これまでと同様に“変革と挑戦のDNA”を強みとしながら、新たな成長路線を歩み、企業価値の最大化を図ってまいります。そしてこれによって、株主価値、顧客価値、従業員価値など、すべてのステークホルダーにとっての価値の最大化へとつなげてまいります。

今後のAVANTIAグループにご期待いただきますようお願い申し上げます。



## VISION2030推進イメージ

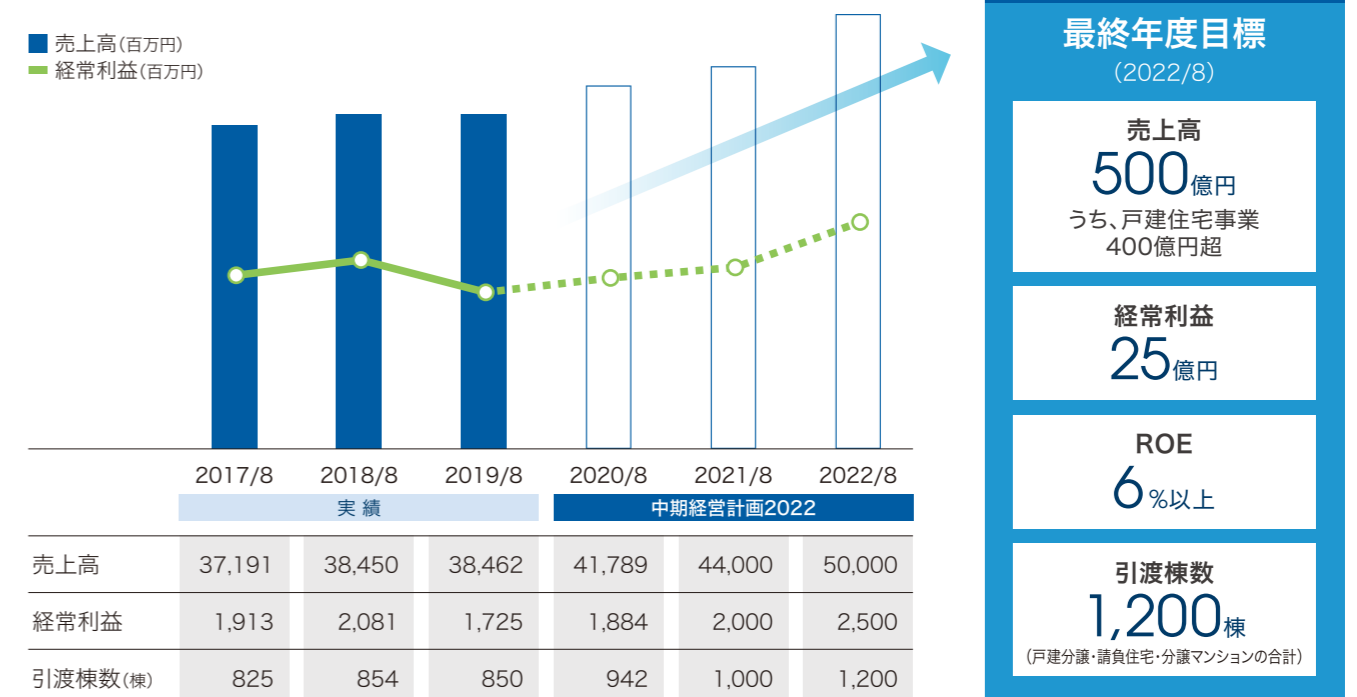


## 中期経営計画2022 基本方針と目標水準

### 基本方針

<b>“AVANTIA”ブランド戦略</b>	<b>プロダクトブランドとしての確立</b> ● 「美しい家」をキーワードとした商品力・サービス力の強化	<b>総合的なブランディング展開</b> ● 「総合不動産サービス」ブランドとしての進化・浸透 ● コーポレート・ブランドとしての信頼づくり
<b>エリア戦略</b>	<b>愛知県での戦略</b> ● デザインギャラリーを中心とした深耕と総合不動産店舗化の開始	<b>その他エリアでの戦略</b> (愛知県以外の東海圏、コア外エリア) ● 建売住宅を中心とした安定供給による地域シェアの増大
<b>重点強化地域</b>	<b>1 関西地区</b> ● 3~4店舗体制の確立(現・宝塚支店+2~3拠点の新設) ● 連結子会社(株)巨勢工務店との連携強化	<b>2 三重地区</b> ● 2店舗体制の強化(四日市支店+津営業所) ● 連結子会社2社との連携強化(株)宇平工務店、(株)プラスワン)
<b>周辺事業育成</b>	<b>1 リフォーム&amp;不動産仲介事業など</b> ● 連結子会社(株)サンヨー不動産の収益化 ● (株)プラスワンとの連携	<b>2 土地仲介+請負住宅事業</b> ● 連結子会社(株)サンヨー不動産による周辺事業の拡大 ● AVANTIA「Sシリーズ」による拡販
<b>新たな展開施策</b>	<b>1 首都圏進出開始</b> ● 自社出店、M&Aによる進出などを柔軟に検討	<b>2 「総合不動産店舗」モデル店スタート</b> (中長期的に支店単位での総合不動産店舗化の実現を目指す)

### 目標水準



## 中期経営計画2022 具体的な戦略

### 〔 エリア展開戦略 〕

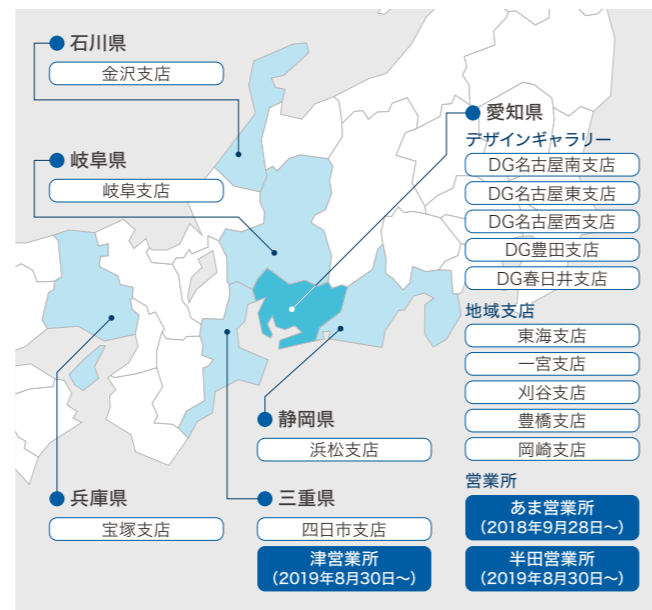
#### 愛知県の深耕と周辺エリアへの拡大を目指して、段階的に営業拠点を拡充

##### 2019年8月期は3営業所を新設

「総合不動産店舗集団」形成に向けた中長期的な取り組みの一つとして、当社グループは、業界でも独自の強みである充実した拠点展開をさらに大きな強みとするべく、エリア展開戦略として営業拠点の段階的拡充を行っています。2019年8月期は、愛知県2拠点、三重県1拠点の計3拠点の営業所を新設しました(右図参照)。

##### 今後、関西圏における底上げに加え、首都圏への出店を検討

今後、関西圏底上げに向け、関西地区と三重地区を重点強化地域として攻勢を強めていきます。特に関西地区では、現状、宝塚支店1拠点と手薄なことから、新たに2~3拠点を新設する計画です。また、国内最大の市場である首都圏への出店も視野に、エリア展開戦略の推進を図っていきます。



### 〔 コア事業の戦略 〕 戸建住宅事業の深化

#### 販売実績の拡大に向け、既進出エリアの活性化と首都圏への進出を目指す

##### 三重県

新設の津営業所を加えた2拠点体制と、子会社(㈱宇戸平工務店、㈱プラスワン)との連携強化により、北勢から中勢地域の深耕を図り、年間60棟規模の供給を目指します。

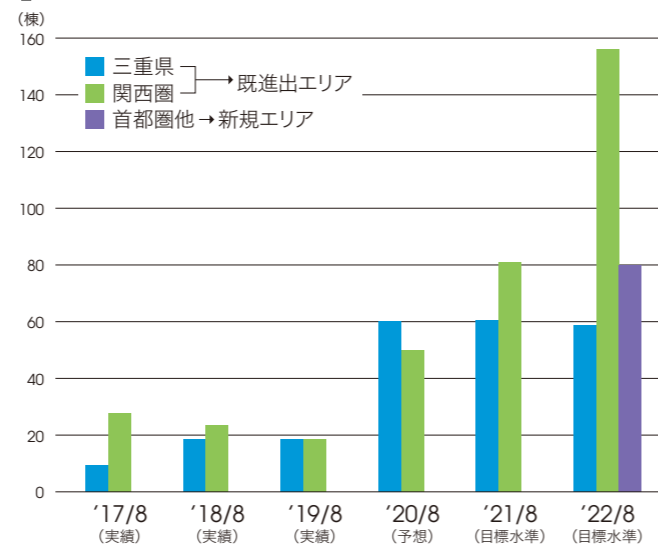
##### 関西圏

中期経営計画期間中(2022年度まで)に3~4拠点体制を構築すると共に、子会社(㈱巨勢工務店)との連携も強化していくことで、年間150棟規模の供給を目指します。

##### 新規エリア

首都圏のお客様に対して「AVANTIA」ブランドの魅力提案を実現するべく、M&Aも視野に入れながら首都圏への足場を早期に築き、年間80棟規模の供給と施工体制の構築を目指します。

■ 愛知県を除く地域別販売計画



### 〔 コア事業周辺領域の強化戦略 〕

#### 1 総合不動産店舗実現に向けた経営基盤の構築

▶ P29-30参照

##### (株)サンヨー不動産の設立 (2019年7月)

コア事業(新築分譲)以外の事業領域開拓に向けた独立会社として、2019年7月に㈱サンヨー不動産を設立しました。リフォーム、不動産仲介、中古再販(リノベーション)などのサービスを開始し、「総合不動産化」に向けた第一歩を印しました(2019年11月1日に営業開始)。

##### (株)プラスワンのM&A (2019年10月に子会社化)

中期経営計画における重点強化地域の一つである三重県における事業基盤の強化として、(株)プラスワンを当社グループに迎え入れました。同社はリフォームや不動産仲介等を強みとしており、総合不動産店舗実現に向け、今後、当社グループとの連携を強化し、事業の拡大・深耕を図っていきます。

#### 「総合不動産店舗」実現の視点から見たその他の主なグループ各社の役割

##### 五朋建設(株)

地域に根差した高い知名度を生かし、当社との様々なシナジー(用地取得、資材調達等)を発揮し、静岡県のお客様に良質な戸建住宅とリフォーム等の周辺サービスを提供。

##### サンヨーベストホーム(株)

愛知県都心部で高まる分譲マンション需要に対し「サンクレーア」ブランドを供給。今後も、マンションを中心とする集合住宅ニーズ(ファミリー層中心+単身層)に対応する役割を担う。

##### 工務店関連子会社3社

戸建住宅やマンション等、様々な建築工事や付帯する土木・造成工事を行う(株)巨勢工務店、ジェイテクノ(株)、(株)宇戸平工務店の3社。今後、当社グループの高品質の建築工事を担う実働部隊としての役割が拡大。

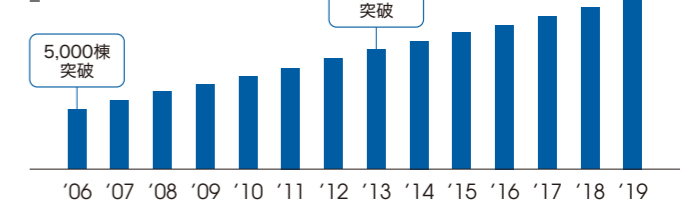
#### 2 顧客基盤を活かしたリフォーム事業への取り組み

▶ P29参照

#### 累計1.5万件超に及ぶ引渡顧客の潜在ニーズに対応

設立から30年、当社グループが地域のお客様へ供給してきた新築戸建分譲は、2019年に累計15,000棟を超える規模まで実績を積み重ねてきました。この大きな顧客基盤を活かして、今後、潜在的なリフォーム需要の獲得に向け、リフォーム事業への進出と早期事業拡大を図っていきます。

■ 累計引渡棟数の推移



#### 3 土地仲介事業への進出を睨んだ商品力の強化

▶ P28参照

#### AVANTIAに、価格訴求力のある規格型住宅「Sシリーズ」を導入

「AVANTIA」ブランドの浸透力と拡販力を高めるべく、より多くのお客様に「AVANTIA」の魅力をご体感いただくための規格型住宅「Sシリーズ」を新たに開発・導入しました。同シリーズを起爆剤の一つとしながら、土地仲介実績の拡大を図っていきます。



人口動態変化

● 三大都市圏・地方中核都市への人口集中

三大都市圏や地方中核都市への人口集中が続いています。特に、三大都市圏では、総人口に占める割合が一貫して増加傾向にあります。そして、その多くが東京圏のシェア上昇分であることが見てとれます(右グラフの通り)。

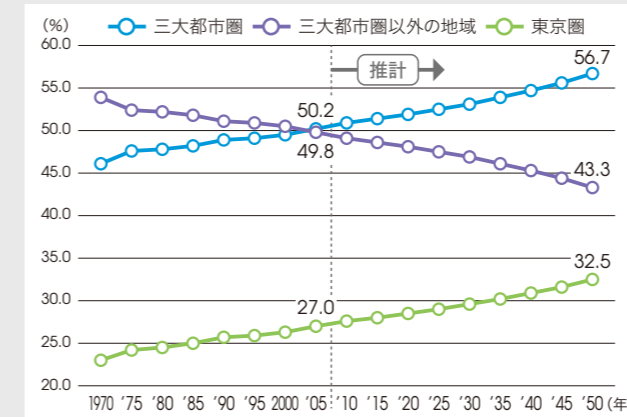
● 地方の人口・世帯数の減少

一方で、地方の人口・世帯数は今後、減少の一途を辿っています。日本の人口動態は今後、少子高齢化・人口減少社会へと突き進むことが予想されていますが、その中で、過疎化が進む地域の人口減少は顕著であり、全国平均の人口減少率(約25.5%)に対して約61.0%と大幅に上回ることが予想されています(右グラフの通り)。

● 都市部における若年層の持家志向の低下

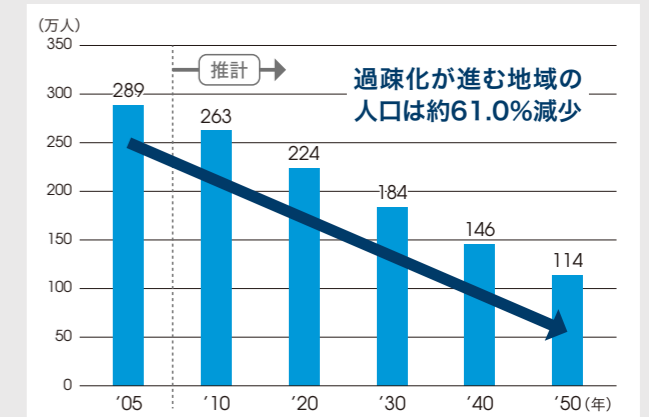
住まいに対する価値観・暮らし方の多様化が進む中、持家率の低下傾向が続いています。年代別では特に、住宅一次取得者の主力となる若年層(30~40歳代)の低下が顕著であり、地域別では、東京都が最も低いことに代表されるように、賃貸住宅供給量の豊富な都市部での低下が目立つ状況にあります。

■ 三大都市圏・東京圏人口の総人口に占める割合(推計)



出所:国土交通省国土審議会政策部会長期展望委員会「国土の長期展望」中間とりまとめ

■ 過疎化が進む地域の人口推移(推計)



出所:国土交通省国土審議会政策部会長期展望委員会「国土の長期展望」中間とりまとめ

事業環境変化

● セキュリティ、環境性能、BCP、防災に対する意識の高まり

社会の多様化に伴うセキュリティ(防犯)意識の高まり、地球温暖化に伴う気候変動や災害の激甚化などを背景とした環境性能やBCP、防災に対するニーズの高まりなどを受けて、住宅業界でもこれらをテーマとした住宅関連商品の開発が必要不可欠な取り組みとなっています。

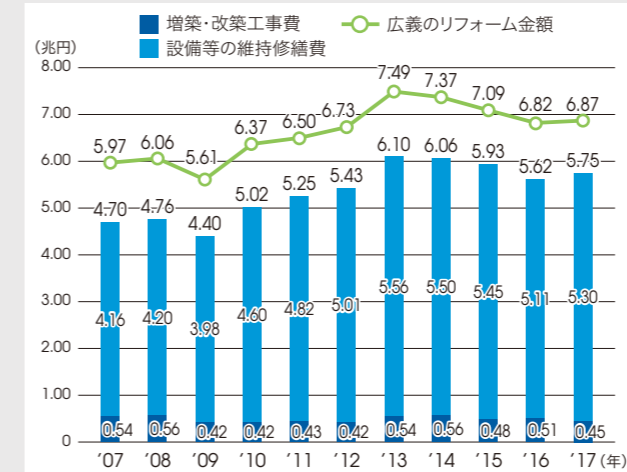
● バリアフリー社会へのニーズの高まり

高齢社会対策が喫緊の課題となる中、障がい者や高齢者、妊婦、けが人などを含むあらゆる人々の利便性や安全性を向上するバリアフリー化が、公共交通機関や公共施設、建築物などで推し進められています。2018年12月には「バリアフリー新法」(高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律)が施行され、今後の更なる進展が期待されます。住まいづくりにおいても、バリアフリー志向の設計や設備の開発が進んでおり、今後、新築・リフォームともに市場拡大が期待されます。

● IT技術の進歩(IoTやAI技術の発展)

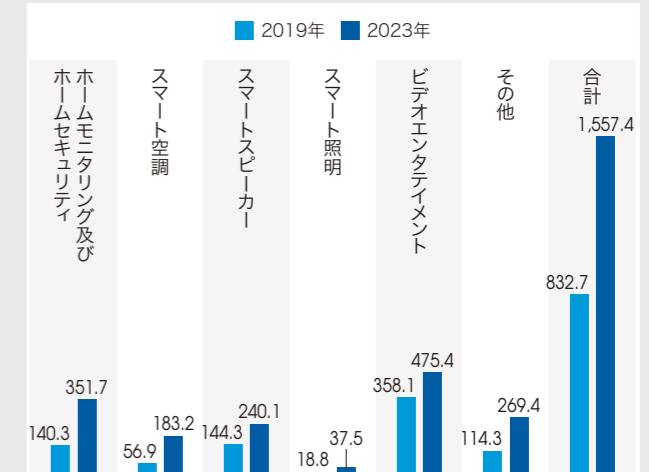
住まいに対する価値観・暮らし方の多様化が進む中、IT技術を活用した住まいづくりが、住宅メーカーだけでなく、IT業界や家電・電機業界などからも注目を集めています。今後、「スマートホーム」や「IoT住宅」と呼ばれる戸建住宅やマンションが急速に増加していくことが予想されます。

■ 住宅リフォーム市場規模の推移



出所:「住宅相談統計年報2019」(公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター)  
\*「広義のリフォーム市場規模」とは、住宅業統計上「新設住宅」に計上される増築・改築工事と、エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額

■ 世界スマートホームデバイス出荷台数予測



出所:IDC Japan

社会環境変化

● 労働力不足の深刻化

少子高齢化・人口減少社会の進展に伴って日本の生産年齢人口の減少はますます加速していくことが予想されます(右グラフの通り)。地方企業にとっては、東京一極集中もまた、労働力不足の一因となっています。建設業界では、東北復興需要やオリンピック関連のインフラ整備需要、さらには技能労働者の高齢化などを背景に、労働力不足がより顕著になっています。

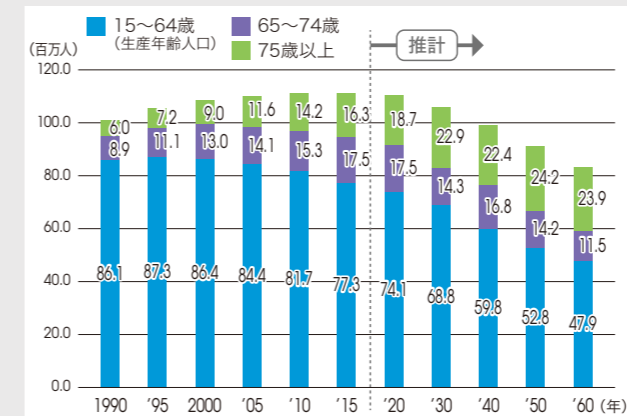
● 外国人労働者の増加

2014年以降、円安や景気回復傾向が続く中、高齢化等による深刻な労働力不足を背景に、企業は外国人労働者を積極的に受け入れるようになりました。そのため、近年、外国人労働者数は急速に増加しています(右グラフの通り)。

● インバウンド需要の増加

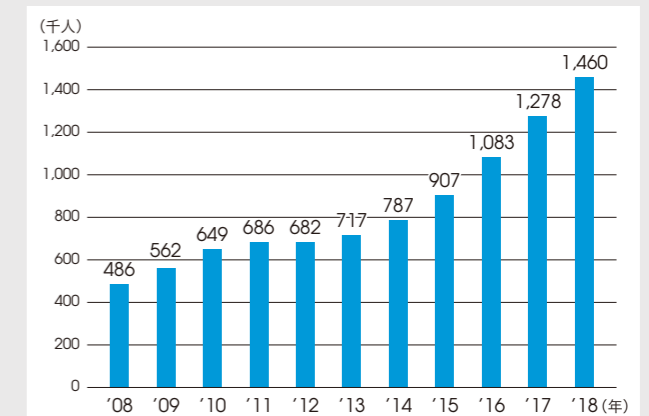
国際的な観光市場が拡大の一途にある中、訪日外国人も年々増加し、2018年は3,119万人(5年前の2013年の約3倍)となりました。日本政府が示す観光ビジョンでは、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人の目標を掲げており、政府の各種施策効果もあり、今後のインバウンド需要はさらに拡大していくことが予想されます。

■ 生産年齢の推移(推計)



出所:総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成29年推計)

■ 外国人労働者数の推移



出所:厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況まとめ(平成30年10月末現在)

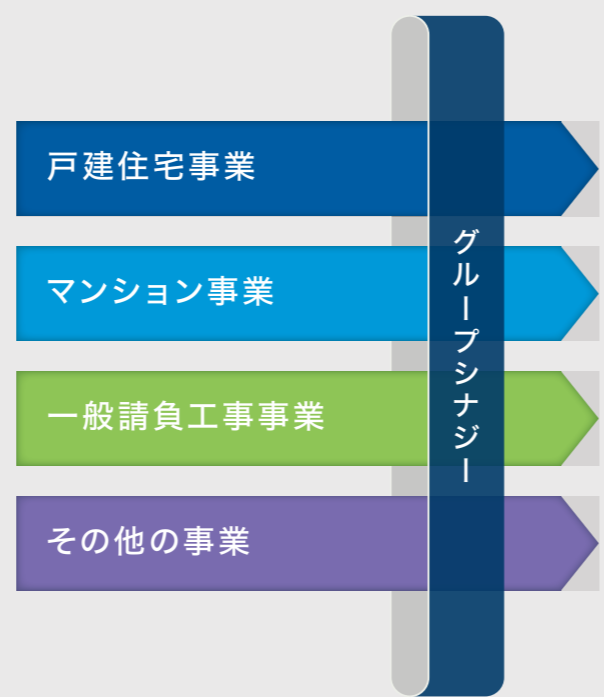
## 地域密着型の総合不動産店舗集団の形成に向け、 当社グループの事業運営体制は現在、機能強化の過渡期

当社は、設立以来、地域に密着した営業活動によって、信頼と実績を積み重ねてきました。業容拡大に伴って、組織としての団結力や、人材としての専門性、更には強固な財務基盤など、経営基盤の強化が着実に進んできました。

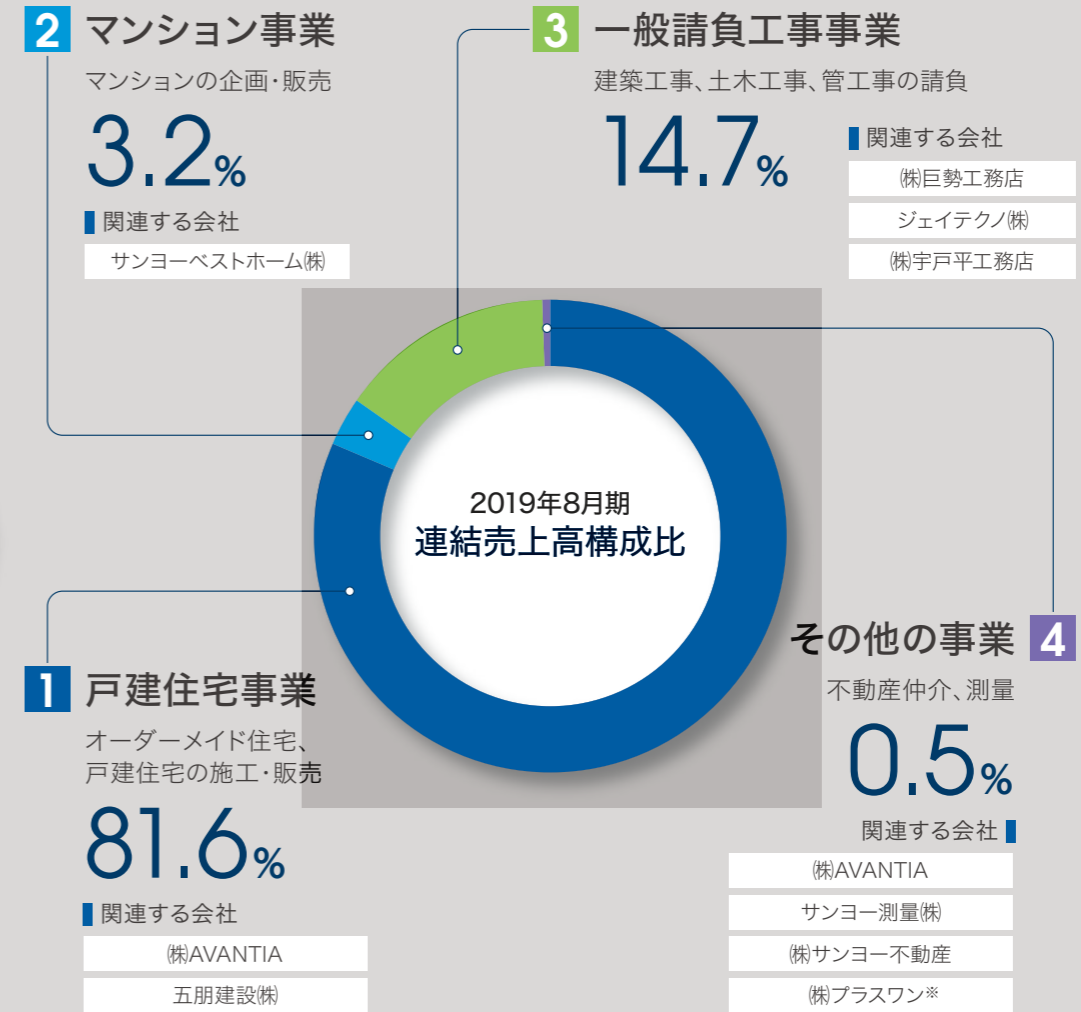
こうした強みを基礎に、当社グループは現在、当社と連結子会社8社(2020年1月現在)からなる計9社編成により、「戸建住宅事業」、「マンション事業」、「一般請負工事業」、「その他の事業」の4つの事業を展開しています。

今中期経営計画において、当社グループは、地域密着型の総合不動産店舗集団の構築に向けた取り組みを開始しました。2019年8月期における当社の3営業所新設、2019年7月の(株)サンヨー不動産の設立、2019年10月の(株)プラスワンのグループ化などは、こうした取り組みに向けた体制整備の一環です。今後もグループ事業運営体制の強化とシナジーの拡大を推し進め、「総合不動産サービス」に対応した事業グループへの進化を目指します。

### 強みと事業構成



### 事業セグメント



※ (株)プラスワンは、2020年8月期より連結子会社となっております。

事業セグメント 1

# 戸建住宅事業

主な事業内容

■供給実績

お陰様で地域の皆様からのご愛顧・ご支援のもと、設立以来積み重ねてきた供給実績が累計15,000棟を超える規模となっています(当社単体)。

■住宅商品ブランド

2018年9月より、当社が供給する戸建住宅をすべて「AVANTIA」ブランドに統一し、デザイン性・品質・アフターケアを追求した住宅商品の供給に取り組んでいます。

■子会社の展開状況

静岡市を中心に展開する連結子会社「五朋建設(株)」が、地域に根差した信頼と知名度を生かし、戸建住宅の供給を行っています(現時点では独自ブランド)。

ビジョンと戦略

## コア事業として、市場の深耕と拡大を推し進め、成長戦略を牽引

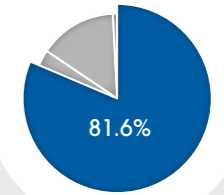
戸建住宅事業における今後の成長戦略として、当社グループは「エリア戦略」と「ブランド戦略」を積極的に推し進めていきます。

エリア戦略として、第一に、愛知県における深耕を継続して追求していきます。戸建住宅事業における販売実績の約85%を、設立以来の本拠地である愛知県が占めています。このコアエリアにおいて当社は、大手製造業を中核に将来的にも世帯の流入が一定程度見込まれることなどを背景に、緩やかな深耕とシェア拡大を図っていきます。

第二に、愛知県への相対的な依存度低下に向けて、愛知県以外のエリアでの事業拡大を推し進めていきます。具体的には、建売住宅の供給に絞った展開により、販売棟数の増加と店舗収益の改善を図ります。

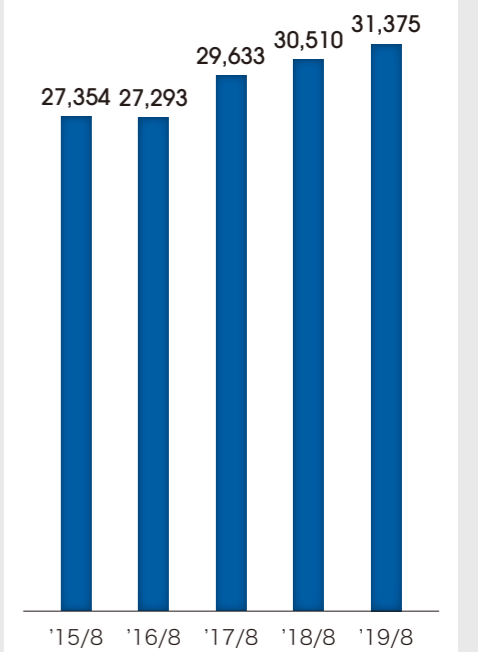
そのための体制として、今中期経営計画期間中に、関西圏では現状の1店舗から3~4店舗体制への増強を行い、販売エリアと販売棟数の拡大へとつなげていきます。また、三重県においては、既存の四日市支店と連結子会社「(株)宇戸平工務店」に加え、2019年8月に開設した津営業所、2019年10月にグループ化した「(株)プラスワン」が新たな戦力となりました。これらのリソースを最大限に活かして、シェアの拡大を図ります。さらに、未進出エリアについては、今中期経営計画期間中に、首都圏への進出を果たし、日本最大市場への「AVANTIA」供給の実現を目指していきます。

ブランド戦略では、「AVANTIA」の進化が最重要課題であると考えています。ブランド立ち上げから僅か1年余りで、認知度は着実に高まってきたものの、住宅商品としては同業他社と比較して絶対的な強みを持つまでには至っていません。「AVANTIA」にしかできない、「デザイン」「品質」「アフターケア」を兼ね備えた圧倒的な強さを持つ住宅商品を目指し、持続的な進化を図っていきます。



売上高の推移

(百万円)



TOPICS

## 進化するAVANTIA “IoT仕様” を発売

「AVANTIA」は、3つの約束(デザイン、品質、アフターケア)と共に、“家”の主役であるお客様、すなわち“暮らす人々”の目線で進化を続けています。

2019年5月には、様々なIoT住宅設備をパッケージングした“IoT仕様”の住宅商品を発売。新しい時代の“住まいのカタチ”、“暮らし方”を提案しています。

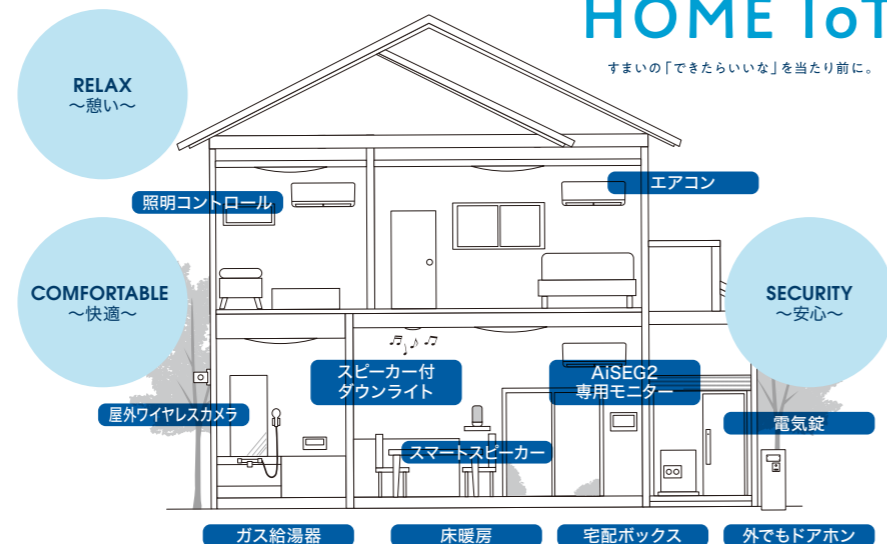
今までは、自分で照明のスイッチを入れたり、外出先で家の鍵のかけ忘れを心配したり、帰宅直後の寒い部屋で暖房が効くまで我慢したり...そんな状態が普通でした。しかし、私たちが提供するIoT住宅では、スマートスピーカーへの指示やスマートフォンの操作だけですべて解決、“IoTのある暮らし”を提供しています。

HOME IoTで、もっと快適なくらし。  
すまいの「できたらいいな」を当たり前。



HOME IoT

すまいの「できたらいいな」を当たり前。



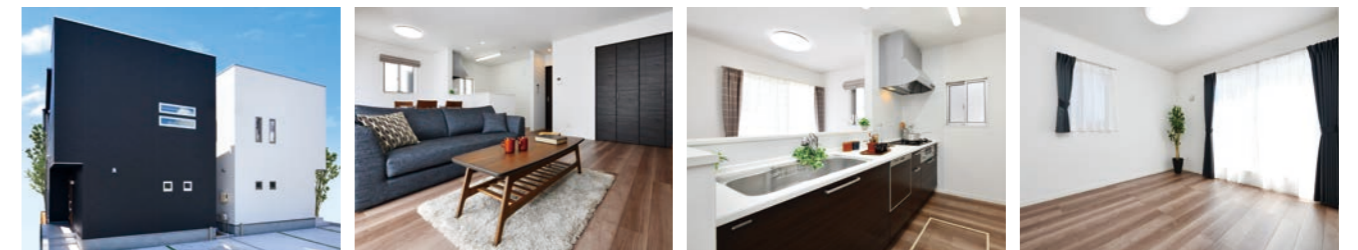
## 土地仲介をにらみ、AVANTIAに「Sシリーズ」を導入

当社の戸建住宅事業は、土地と建物をセットで提供する分譲住宅が中心でした。しかしながら、お客様の中には、既に土地をお持ちの方、他社で土地を購入された方、今の住まいを建て替えたいという方など、様々なニーズをお持ちです。このようなニーズにお応えするため、規格型請負住宅シリーズとして「AVANTIA Sシリーズ」が生まれました。「シンプルに美しい家を実現する」という思想のもと、AVANTIAのコンセプトでもある、デザイン・品質・アフターケアを兼ね備えながら、本体価格980万円からの低コストを実現しています。新たな事業として開始した不動産仲介事業とともに、請負住宅事業も積極的に展開していきます。

コンセプト「シンプルに美しい家を実現する」  
徹底した効率化と家づくり30年のノウハウから誕生

良質な家をリーズナブルに...6つの理由

- 1 プラン限定の企画型商品
- 2 無駄の少ない構造
- 3 過剰な仕様の見直し
- 4 商談の簡素化
- 5 広告費の削減
- 6 グループ購買力



事業セグメント 2 3 4

# その他 (マンション事業・一般請負工事業・その他の事業)

## 主な事業内容

### ■マンション事業

連結子会社「サンヨーベストホーム(株)」が「サンクレーア」ブランドとして展開しています。

### ■一般請負工事業

連結子会社「ジェイテクノ(株)」、「(株)宇戸平工務店」、「(株)巨勢工務店」が、建築工事・土木工事・管工事などそれぞれ得意な事業を主体としながら、当社戸建住宅の造成・施工・外構などを行っています。

### ■その他の事業

(株)サンヨー不動産、(株)プラスワン、サンヨー測量(株)などが、リフォーム工事や不動産の仲介を中心に、不動産にまつわる様々な事業を展開し、お客様の住まいや暮らしに関わっていきます。

## ビジョンと戦略

### 「総合不動産サービス」の構築を目指し、周辺事業の強化・拡大を推進

#### ■マンション事業

マンション事業では、ファミリー層をメインターゲットに、生活利便性の高い立地に厳選した新築分譲マンションを企画、販売しています。

マンション用地の高騰や不足、そうした環境下での競争は激化する一方、都心部を中心とした好立地、高利便性のマンション需要は底堅いものがあります。地域に根差した情報ネットワークを更に充実させ、仕入力の強化に務めると同時に、厳格な投資基準に基づく用地取得を継続していきます。さらには、企画立案から販売までの一貫体制を更に強化し、収益確保に不可欠な基盤強化に取り組みながら、徐々に供給ボリュームを拡大させていきます。

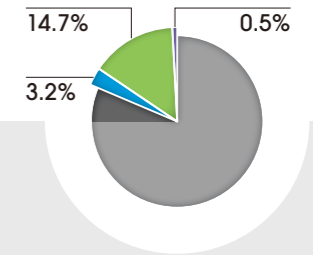
#### ■一般請負工事業

一般請負工事業を展開する3社の連結子会社は、それぞれ地域の老舗工務店を母体として、公共工事や民間工事での実績や高い技術力を活かし、当社グループの戸建住宅やマンションの施工等、様々なシナジーを発揮しながら業容を拡大してきました。

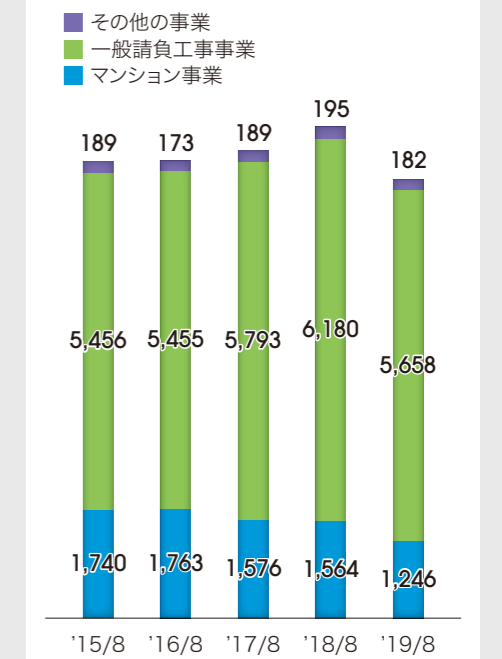
「総合不動産サービス」を展開するうえでは、施工能力の安定確保、高い技術力に裏打ちされたサービスの提供が必要不可欠であり、この観点で一般請負工事業が果たす役割は極めて大きいものがあります。そのため、施工担当者や現場監督といった有資格者を中心とする人材育成、M&Aによるグループの拡充や業務提携などによって、施工能力、技術力の強化を引き続き行っていきます。

#### ■その他の事業

その他の事業では、リフォーム工事や不動産の仲介、中古不動産の流通・再販(リノベーション)など、総合不動産として提供すべき様々な事業を提供しています。これらは、(株)サンヨー不動産、(株)プラスワンといった新たな事業体を中心に事業の創出、育成を行い、新たな収益基盤として成長させていきます。



## 売上高の推移 (百万円)

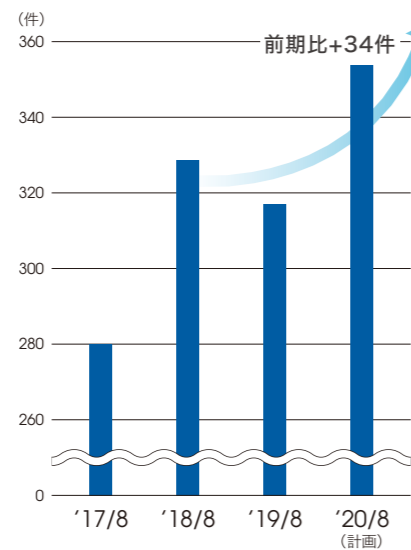


## TOPICS

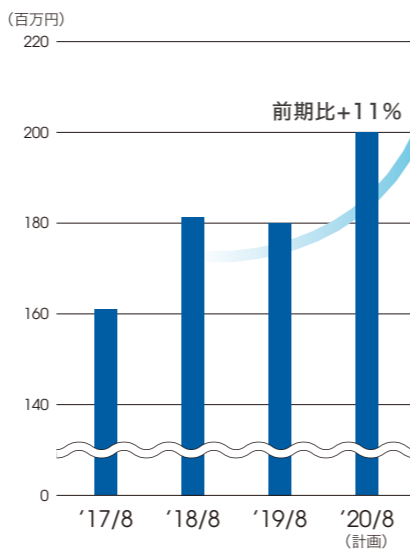
### 子会社「(株)サンヨー不動産」を中心に、リフォーム事業の開始と基盤強化へ

総合不動産化に向けた第一歩として営業開始(2019年11月1日)した「(株)サンヨー不動産」。同社は、リフォームや不動産仲介を中心に、中古住宅の再販(リノベーション)などの事業領域の開拓を推し進めています。中でも、累計15,000棟を超える当社引渡顧客のリフォーム需要は潜在的に非常に大きく、旺盛であると認識しています。2020年8月期には、売上高ベースで前期比11%の伸びを計画しており、今後は更にこれを加速させるべく、体制強化を図っていきます。

#### ■リフォーム売上計画(件数ベース)



#### ■リフォーム売上計画(金額ベース)



### 「(株)プラスワン」をグループ化し、総合不動産店舗実現に向けた基盤を強化

当社グループの一員となった「(株)プラスワン」。同社は三重県津市に地盤を置いており、今後、当社の三重事業部ならびに連結子会社の(株)宇戸平工務店と連携し、三重県における事業深耕を加速していきます。加えて、同社はリフォーム事業を強みとしていることから、当社グループが目指す「総合不動産店舗」の実現に向けた新たな事業基盤としても、重要な役割を担っていくこととなります。当社グループ全体でシナジーの最大化に努め、収益力向上につなげていきます。

#### ■(株)プラスワンの直近業績

売上高 1,004 百万円	営業利益 25 百万円	経常利益 25 百万円	当期純利益 17 百万円
---------------------	-------------------	-------------------	--------------------



#### ■(株)プラスワンの主な特徴・強み

- 三重県津市を地盤に、設立20年(創業40年)
- リフォーム事業を強みとし、不動産の仲介・売買も展開
- 三重県中勢地域を中心に、顧客基盤と取引先網、施工体制を確立
- 2018年4月に四日市店を開設し、北勢地域にも進出



# 地域密着型の総合不動産店舗集団 「AVANTIAモデル」 構築に向けて…



取締役執行役員  
用地仕入部、設計部管掌 兼  
企画開発部長  
岡本 亮

取締役執行役員  
中部事業部、三重事業部管掌  
久田 英伸

代表取締役社長  
沢田 康成

## 長期ビジョンに込めた 思いと新たな未来像

**沢田** 当社は名古屋の地で生まれ、愛知県を中心に支店を展開し、新築戸建分譲事業のみで成長してきました。しかし、人口動態をはじめ時代が大きく変わってきたことで、不動産ニーズが多様化してきました。「お客様・地域・社会に寄り添い、あらゆる不動産ニーズを解決する企業集団となる」という長期ビジョン(目指す姿)には、地域に根差した支店ネットワークを、今後の多様なニーズを捉える拠点へと変貌させることで、問題解決型の企業集団となることを目指していきたい…そんな

な思いが込められています。

**岡本** 当社は、地域に根差した支店を数多く出店してきたにもかかわらず、新築戸建以外のニーズには見向きもしないで歩んできました。しかし、今、お客様や地域にしっかりと寄り添って向き合くと、お客様の多様なニーズが見えてきます。今後こうしたニーズに応えずして「支店経営」と言えるのか、といった自問自答も、長期ビジョン策定の背景にあったと思います。

**沢田** 多くの戸建分譲業者では、概して、建売住宅を中心とした事業を展開することで地域ごとの支店や営業所の展開は行っていません。一方、当社は、建売ではなく“自由設計の家”(建築条件付土地分譲と自由設計の建物)を武器に多くのお客様を掴んできました。その

ため当社には、お客様が当社の建築士やコーディネーターと綿密な打合せを行うことができる場所、すなわち“地域の拠点=支店”が必要不可欠でした。かつてはこうした背景から増やしてきた支店ネットワークですが、今後は、新たな未来づくりに向けた拠点として、生まれ変わらせていきます。

**久田** インターネット社会が深化する中、あらゆる不動産情報をウェブ上で入手することが可能です。今や、強力な営業部隊を作って地域のお客様を獲得していくような人海戦術では、お客様の心をつかむことができない時代になっています。足しげく通うだけの営業ではなく、お客様に“寄り添う”営業の在り方を追求していかなければならないと思っています。

**沢田** だからこそ、同業他社にはない“充実した支店ネットワーク”を、当社の絶対的な強みに変えていきたい。その具体的な方向性が、地域に住む人たちのあらゆる不動産ニーズに応えることができる支店を作っていく、ということです。

## 実現を目指す “地域密着型の 総合不動産店舗”とは

**久田** お客様の不動産ニーズは、時代や社会の変化に伴って多様化していますし、住まいに対する考え方や価値観も変わってきています。新築戸建を求めるお客様が多かった時代から、マンションの住みやすさ、リノベーション住宅や中古物件の値ごろ感などを選択するお客様も増えています。こうしたニーズの傾向は、地域によっても様々です。だからこそ、“総合”不動産サービスを提供すること“地域密着型”であることは、外せない両輪の戦略です。

**岡本** 当社で新築戸建住宅をご購入いただいたお客様(累計引渡棟数)は既に1.5万棟を超えています。これらのお客様の不動産ニーズはライフステージの進展に伴って変化してきているはずですが、たとえば、新築購入から10年以上を経過し、そろそろリフォームを検討したい、転勤等のために戸建を売りたい、老後を考え都心のマ



ンションに転居したい等、様々です。せっかくご縁をいただいたお客様の多様なニーズに応じていくためにも、支店を地域密着型の総合不動産店舗に仕上げていかなければなりません。当然ながら、当社と新築購入の際にご縁をいただけなかったお客様も同じような悩みをお持ちのはずです。

**沢田** 市場調査も兼ねて、私は時間を見つけては10年以上経過したお客様の住宅の様子を覗きに市街地を訪れます。すると、外壁の塗装が変わっていたり、建替えられていたり、オーナー様が変わっていたりと、色々なことが起こっています。しかし、リフォームも建替えも売買仲介も、当社はすべてに係われてはいません。これまでの当社のビジネスモデルでは、お引渡後のお客様(以下、OB顧客)の移り行くニーズに十分応えることができていませんでした。当社が創出を目指している“地域密着型の総合不動産店舗”では、OB顧客の多様なニーズに応え、LTV(顧客生涯価値)の向上にチャレンジしていきたいと考えています。

**久田** 営業の最前線に立つ立場からお客様を見ていると、不動産に関する様々な悩みを持っている方が非常に多いように思います。不動産は購入するにも売却す



るにも大きなお金が動きますし、“住”は家族全員に係る基本的な問題でもありますので、悩むのも当然でしょう。ネット検索だけではとても解決できません。そんなとき、身近なところに気軽に相談できる場所があって、そこにお金の話から、新築・リフォーム・売買仲介などまであらゆる不動産の相談ができる専門家が居れば、こんな心強いことはないはずです。そんな会社、支店づくりを目指したいと思っています。

## “AVANTIA”の ブランド戦略が目指す先

**岡本** “AVANTIA”は、当社の戸建住宅ブランドとして2018年9月に誕生しました。「美しい家」をキーワードに、これを実現する商品開発を推し進め、他社との圧倒的な差別化を図っていくことを目標に設定しました。“3つの約束”として掲げたデザイン・品質・アフターケアは、この1年間で着実に高まってきました。

**沢田** しかし、お客様が十分に満足する水準に到達できたか

といえば、私は、現状のところ“道半ば”だと思っています。“AVANTIA”のブランド戦略として、第一に、全社員が一丸となって、お客様から指名買いされるようなブランドに仕立て上げていかなければなりません。

**久田** “AVANTIA”の認知度は、まだまだ十分ではありません。まずは商品力をしっかり付けて足元を固めるなど、乗り越えていかなければならない部分がたくさんあるように思います。

**岡本** そうですね。指名買いされるようなブランド力の基礎として、中期経営計画の初年度は、まずキーワードである「美しい家」を追求・実現する商品開発に注力したいと思います。設計・資材・建設などあらゆる視点から検討を重ねていきます。

**沢田** その一方で「コストパフォーマンス」も重要です。どんなに素晴らしい「美しい家」を作っても、一部の人にしか買えないものでは意味がありません。この価格でこんな素晴らしい我が家が手に入るんだ！といった“感動”をお届けできるような商品・サービスの開発を目指さなければなりません。

**岡本** 沢田社長が先ほど言われたLTV（顧客生涯価値）の向上には、AVANTIAに対するお客様の愛着、いわば“顧客ロイヤリティ”を高めていくことが必要不可欠だと思っています。そのためには、やはりAVANTIAの商品力を高めていかなければなりません。お客様に“感動”をお届けできるよう、力を尽くしてまいります。

**沢田** “AVANTIA”のブランド戦略として、第二に、総合不動産サービスのブランドとしての浸透と、信頼の証しへの飛躍を目指していきます。当社がこれから提供するすべての商品・サービスを、今後、“AVANTIA”ブランドの名のもとに展開することを見据え、順次、名称統一を進めていきます。

**久田** 商品にしろ、サービスにしろ、お客様から“AVANTIA”というブランドを選んでいただくためには、その大前提として、まず、当社グループの全役職員が“AVANTIA”の魅力をしっかり理解することが必要不可欠です。理解浸透に向け、役職や部門を越えた活動を、社員相互で展開していきたいと考えます。

**沢田** “AVANTIA”のブランドに更なる推進力を付けるべく、当社は、2020年1月1日より社名を「株式会社AVANTIA」と改めました。「総合不動産サービス」構

築の先には、長期ビジョンの実現を見据えています。これは“AVANTIA”を商品・サービスのブランドだけではなく、コーポレート・ブランディングにまで高めよう、という考えから下した決断です。

## “総合不動産サービス”の 実現に向けて

**沢田** 「総合不動産サービス」構築に向けた取り組みを、私たちは今まさに着手したばかりです。そして、このチャレンジは、2019年7月に設立した当社子会社「株式会社サンヨー不動産」の本社・ショールームから既に始まっています。2019年11月1日より営業を開始した同社は、OB顧客への積極的なアプローチを始め、僅か2か月足らずの活動ではありますが、リフォーム需要の獲得など、既に一定の成果を上げています。また、当社グループの一員となった株式会社プラスワンとのシナジーにも大きな期待が持たれます。リフォーム事業や不動産仲介に強みを持つ彼らとの連携により、ノウハウの蓄積と実績の積上げの両面で、成果獲得を加速させていければと思っています。

**久田** 今はまだリフォームを中心とした事業展開となっていますが、既に不動産仲介でも実績が上がり始め、さらに今後のチャレンジ領域としてリノベーション事業も手掛けていきます。お客様の幅広いニーズに応えていける経験とノウハウを蓄積していきたいと思っています。既に優良な中古マンションの買取など準備は着々と進行中です。今後の展開に、スタッフは皆、非常にワクワクしています。

**沢田** 計画としては、この3か年の中期経営計画期間中に、総合不動産サービスに不可欠な事業の経験とノウハウを積み重ね、スタッフにも“やれる！”という自信を付けさせていきたい。その上で、次の中期経営計画（第2次ステップ）で全支店・営業所にノウハウの移植を行っていきたくと思っています。

**岡本** 商品企画の立場としてはやはり、不動産総合サービス全体を“AVANTIA”ブランドとして位置づけ、ブランドづくりの観点を意識しながら商品・サービスの創出を

図っていきたくと思っています。リフォームも仲介もリノベーションも、すべて“AVANTIA”というブランドの傘の中で高いクオリティをお客様に提供し、その積み重ねによって“AVANTIA”の信頼感や付加価値を高めていくことができたいと思っています。

**沢田** 当社独自の不動産総合サービス、いわば“AVANTIAモデル”の確立に向け、これからの3か年は「社員教育」が最重要課題の一つであると考えます。会社としては充実した教育支援策を企画・提供していく方針です。また、商品開発については、社会的評価の高い建築家や建築事務所など外部の力も借りながら、他社には真似できない高付加価値化を図ります。そして、“AVANTIAモデル”確立の先には、お客様の喜びと感動、さらに社員の誇りと自信がなければならないと、強く確信しています。売上・利益のみを追うのではなく、お客様に喜びと感動を与えるような仕事をし続けることで、社員には自然と誇りと自信が生まれ、やがて“AVANTIA”への信頼は揺るぎないものとなっていく…そんな未来を志向していきたいと思っています。



## コーポレート・ガバナンス体制

### コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスが、お客様、従業員、株主、地域社会等のあらゆるステークホルダーに対して、透明・公正かつ迅速で適切な意思決定を行う仕組みとして、また事業の継続および持続的な企業価値向上の観点からも、より一層の強化と充実が重要な経営課題との認識を持っており、適宜見直しを行い、コーポレート・ガバナンス向上に向けた改善に努めてまいります。

### コーポレートガバナンス・コードへの対応状況

当社は、「コーポレートガバナンス・コード」の各原則について、すべての実施を目指して取り組んでおります。現状、「議決権の電子行使」については、機関投資家や海外投資家のご意見・ご要望を踏まえ、各種手続き・費用等を勘案し、今後の検討事項としております。その他についてはすべて、対応済みです。

### ガバナンスの仕組み（経営体制）

#### ■取締役会

取締役会は、2019年11月28日現在8名（うち社外取締役2名）で構成されており、定例の月1回開催のほか、随時発生する課題に対処するため、臨時取締役会を適時開催し、会社法で定められた事項および業務執行に係る重要事項の決定を行うとともに、取締役および執行役員の業務執行状況の監督を行っております。

#### ■指名報酬委員会

当社は、取締役会の諮問機関として指名報酬委員会を設置しております。指名報酬委員会は取締役会の決議により選任された3名以上の委員により構成され、委員の過半数は社外役員としており、取締役の指名、報酬に関する重要事項等の決定に際し、独立社外取締役の関与・助言の機会を適切に確保し、プロセスおよび取締役会機能の透明性・客観性を高めコーポレート・ガバナンスの強化を図ることを目的としております。

#### ■執行役員制度

当社は、迅速で効率的な組織体制を志向し、戦略経営の強化および取締役会の経営監督機能を確立するため、業務執行の分離を可能とする執行役員制度を導入しております。執行役員の業務執行を取締役および取締役会が監督することにより、責任がより明確になると考えております。

#### ■監査役会

当社は、監査役制度を採用しております。監査役会は監査役4名（うち社外監査役3名）で構成され、毎月の定例監査役会と、随時開催する臨時監査役会にて幅広い協議を重ね、経営に対しても積極的に助言や提言を行っております。監査役は、取締役会に出席するとともに、重要な社内会議にも出席し、必要に応じて意見を述べる等、取締役の職務執行について厳正な監査をしております。

#### ■内部監査室

内部監査室は、社長の直属の機関として、提出日現在2名配置されており、監査計画等に基づき当社グループの各業務の監査を行っております。監査の結果は、社長および取締役会ならびに監査役会に報告し、必要な改善フォローを行うことにより、内部統制の要として機能を果たしております。

#### ■コンプライアンス・リスク管理室

コンプライアンスや財務報告に係る内部統制や先を見越したリスク管理体制の整備のため、コンプライアンス・リスク管理室を設置しております。コンプライアンス・リスク管理室は、財務報告に係る内部統制、業務の適正を確保する体制等を主眼に状況調査を行い、その内容を適宜取締役会に報告を行っております。

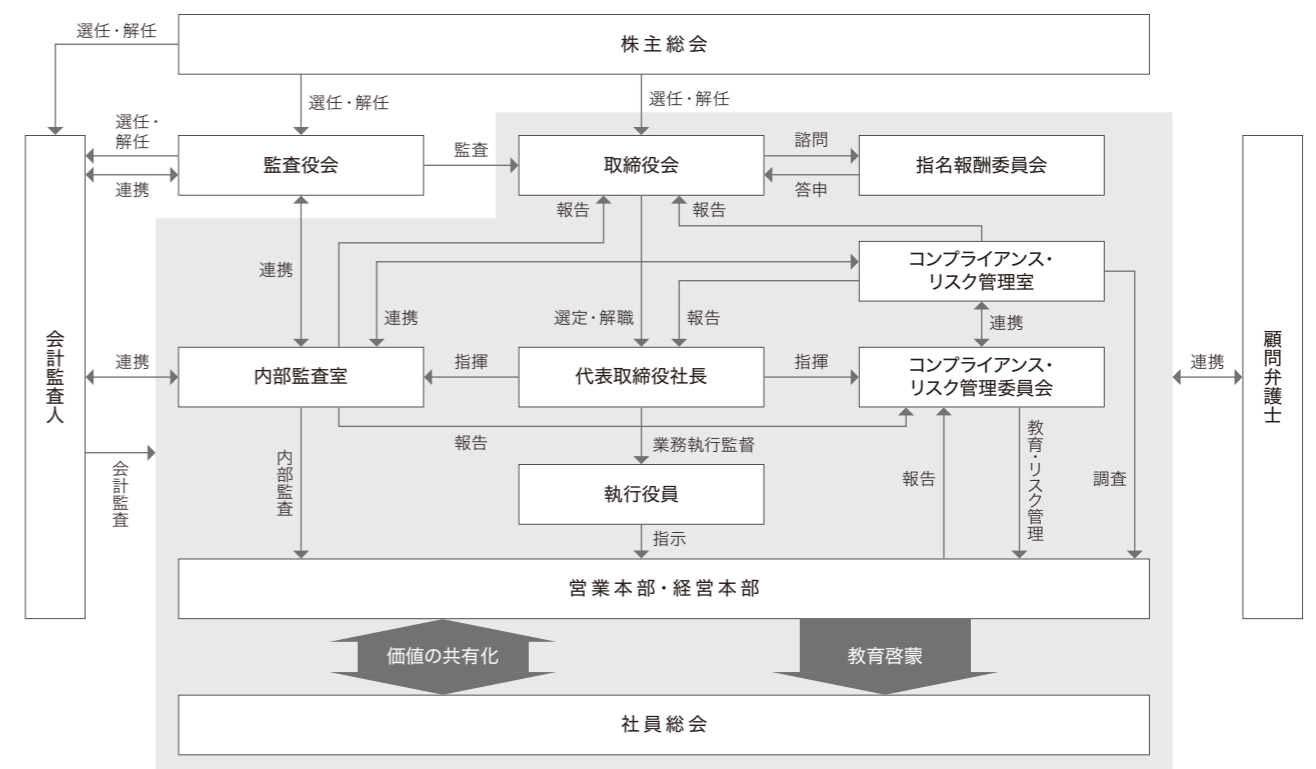
#### ■コンプライアンス・リスク管理委員会

法令遵守の徹底およびリスク管理体制の強化を図るため、コンプライアンス・リスク管理委員会を定期開催しております。コンプライアンス・リスク管理委員会は代表取締役社長を委員長とし、取締役および各部門の責任者で構成し、業務上のコンプライアンス・リスク管理に関する課題の調査、分析、対応を実行、管理しております。

### 取締役会の実効性評価

重要な経営判断と業務執行の監督を担う取締役会と、取締役から独立した監査役および監査役会によって、経営の監督・牽制機能の実効性が適切に構築、維持されていると考えております。取締役会では、取締役会規程等に定める決議事項ならびに報告事項が適切に実施され、またそれらに対する社外取締役、社外監査役をはじめ、取締役、監査役による議論や意見を通じて、その実効性が確保されているものと判断しております。なお、取締役会の実効性評価については、取締役及び監査役全員を対象としたアンケートを行い、その結果の評価・分析に基づいて実施しております。

### コーポレート・ガバナンス体制／リスク管理体制図（2019年11月28日現在）



## 社外役員の選任理由

当社の社外役員は、社外取締役2名、社外監査役3名となっております。当社と社外取締役および社外監査役との間に、人的関係、資本的関係または重要な取引関係その他の利害関係はないものと判断しております。

### 社外取締役の選任理由

社外取締役 独立役員 <b>遠藤 彰一氏</b>	社外取締役遠藤彰一氏は、上場会社の経営に直接関与された経験はありませんが、公認会計士としての専門的な知識と幅広い経験を有しており、社外取締役としての職務を遂行していただけるものと判断しております。同氏は、公認会計士・遠藤会計事務所の所長であり、株式会社ワンプレイン・パートナーズの代表取締役社長及び中島醸造株式会社の社外取締役を兼務しておりますが、当社グループと同事務所及び同法人等との間に人的関係、資本的関係又は重要な取引関係その他の利害関係はないものと判断しております。同氏は、2019年8月末時点において、当社の株式2,500株を保有しておりますが、重要性はないものと判断しております。
社外取締役 独立役員 <b>広中 和雄氏</b>	社外取締役広中和雄氏は、株式会社デンソーの元専務取締役であり、会社経営としての豊富な経験と幅広い見識を有しており、社外取締役としての職務を遂行していただけるものと判断しております。同氏は、碧海信用金庫の顧問であります。同氏は、2019年8月末時点において、当社の株式2,000株を保有しておりますが、重要性はないものと判断しております。

### 社外監査役の選任理由

社外監査役 独立役員 <b>川崎 修一氏</b>	社外監査役川崎修一氏は、直接会社経営に関与された経験はありませんが、弁護士としてのコンプライアンスにおける専門的な知識と幅広い経験を有しており、社外監査役の監査業務に活かしていただけるものと判断しております。同氏は、久屋総合法律事務所の代表パートナー弁護士であり、株式会社クリップコーポレーションの社外監査役及び株式会社ジー・スリーホールディングスの社外取締役を兼務しておりますが、当社グループと同事務所及び同法人等との間に人的関係、資本的関係又は重要な取引関係その他の利害関係はないものと判断しております。同氏は、2019年8月末時点において、当社の株式900株を保有しておりますが、重要性はないものと判断しております。
社外監査役 独立役員 <b>中村 昌弘氏</b>	社外監査役中村昌弘氏は、金融機関の経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しており、社外監査役の監査業務に活かしていただけるものと判断しております。同氏は、当社の主要な借入先であります株式会社名古屋銀行の元頭取ですが、同行は複数ある主要な借入先の一つであり、当社の意思決定に著しい影響を及ぼすものではないと判断しております。同氏は、錦成ビル株式会社取締役会長、株式会社メイトン監査役を兼務しておりますが、当社グループと同法人等との間に人的関係、資本的関係又は重要な取引関係その他の利害関係はないものと判断しております。同氏は、2019年8月末時点において、当社の株式3,000株を保有しておりますが、重要性はないものと判断しております。
社外監査役 独立役員 <b>天野 景春氏</b>	社外監査役天野景春氏は、直接会社経営に関与された経験はありませんが、長年にわたる警察官としての豊富な経験と幅広い見識を有しており、社外監査役の監査業務に活かしていただけるものと判断しております。同氏は、2019年8月末時点において、当社の株式300株を保有しておりますが、重要性はないものと判断しております。

## 成長戦略を支える基礎となり得る ガバナンス体制の構築を目指したい。

当社を取り巻く経営環境は、極めて激しい変化の只中にあります。その中で会社の存続と繁栄を勝ち取っていくためには、コンプライアンス遵守を大前提としながら、意思決定における効果とリスクのバランスのとれたコーポレートガバナンスを構築していく必要があります。あまりにも慎重になり過ぎてすべてのリスクを回避し意思決定が委縮してしまつては意味がありません。リスクに対する的確な情報収集・認識を行った上で、時にはリスクを負った意思決定を行い、同時に最悪を想定しリスクを最小限にとどめるための出口戦略も見据えておく、といった成長戦略を支える基礎としてのガバナンス体制が求められます。私は、長年の経験と社外の客観的な立場から、プレーキ役とアクセル役の両方の役割を的確に果たしていきたいと思っています。

当社は今、成長に向けて全社一丸となって突き進もうとしています。多くの新たな挑戦が始まっています。やり遂げるためには、失敗を受け入れ、再挑戦する風土、さらには新しい事柄に対応できるだけの柔軟性とそれを支える人材の多様性を認める風土づくりが必要不可欠になってくると考えます。私は、当社の突き進む力が新たな価値を社会にお届けできるよう、社外の立場から精一杯サポートしてまいります。



社外取締役  
独立役員

**遠藤 彰一**

## 経営者と社員の信頼関係を基礎に ビジョン実現を目指す、その一助を果たしたい。

当社の強みは、会社全体に溢れるばかりの若さとエネルギー、そして大きな可能性であると、私は強く感じています。沢田社長は極めて行動力に優れています。その源泉が何かを探してみると、社員に対する絶大な信頼と期待に行き当たります。そして、それが社員にも伝播し、すべての社員が旺盛なチャレンジ精神を発揮しています。この循環は、成長期を迎えた会社特有のものであり、まさに当社の今の勢いそのものです。

長期ビジョンやミッションを含む新理念体系が策定され、非常に明確かつ共感できる方向性が示されました。そして、当社には今、過去の成功体験に捉われず、危機感を共有し、スピード感をもって新たな行動を起こす気概が、組織に人にみなぎっています。しかし、ビジョンの実現には様々な困難も想定しなければなりません。そうした時は、勇気をもって立ち止まり、検証し、必要に応じて変化・適応しながら一歩一歩着実に進んでいくことが必要です。また、会社としてのビジョンだけでなく、社員一人一人が自らのビジョンを持てるよう、役職員間のコミュニケーションを活性化させていくことも大切です。私はこれからも、中立・公平な立場から、会社が取り組むべき経営課題に対して意見・具申を行い、ビジョン実現の一助を果たしたいと思います。



社外取締役  
独立役員

**広中 和雄**



6 5 4 3 2 1 7 8 9 10 11 12

**1 代表取締役社長**  
**沢田 康成**

1990年 2月 当社入社  
2003年10月 当社執行役員営業部長  
2004年 8月 当社執行役員営業本部長  
2006年11月 当社取締役執行役員営業本部長  
2011年11月 当社常務取締役営業本部長  
2017年11月 当社代表取締役副社長営業本部長  
2018年 9月 当社代表取締役社長(現任)

**2 専務取締役**  
**宮崎 卓也**

1979年 4月 中央信託銀行株式会社  
(現 三井住友信託銀行株式会社) 入行  
2008年 7月 同行執行役員本店営業第四部長  
2010年 7月 同行常務執行役員名古屋支店長  
2012年 4月 三井住友信託銀行株式会社  
常務執行役員  
2015年 4月 同行専務執行役員  
2016年 4月 同行顧問  
三井住友トラスト不動産株式会社  
取締役副会長  
三井住友トラスト・ウェルスパートナース株式会社  
取締役副会長  
2017年 4月 当社入社 常勤顧問  
2017年11月 当社専務取締役業務本部長  
2018年 4月 当社専務取締役業務本部長兼管理本部長  
2018年 9月 当社専務取締役  
2018年11月 当社専務取締役総務部、財務部、支店統括部管掌  
2019年 4月 当社専務取締役総務部、財務部、業務統括部、  
資材部管掌  
2019年11月 当社専務取締役総務部、財務部、資材部管掌(現任)

**3 常務取締役**  
**水戸 直樹**

1980年 4月 ナショナル住宅建材株式会社  
(現 パナソニックホームズ株式会社) 入社  
2006年 4月 サンヨーベストホーム株式会社入社  
2006年10月 当社入社  
2007年 4月 当社建設部長  
2007年11月 当社執行役員建設部長  
2009年11月 当社取締役執行役員建設部長  
2011年11月 当社取締役執行役員建設本部長  
2015年 3月 当社取締役執行役員建設本部長兼設計部長  
2018年 9月 当社常務取締役  
2018年11月 当社常務取締役建設部、設計部、資材部管掌  
2019年 4月 当社常務取締役建設部、設計部管掌  
2019年11月 当社常務取締役建設部、関西事業部管掌(現任)

**4 取締役**  
**大森 隆治**

1985年 4月 株式会社中央相互銀行  
(現 株式会社愛知銀行) 入行  
2011年 6月 株式会社愛知銀行新道支店長  
2013年 7月 当社出向 総務部部長  
2013年11月 当社執行役員人事部長  
2014年 9月 当社入社 執行役員人事部長  
2014年11月 当社取締役執行役員人事部長  
2015年11月 当社取締役執行役員管理本部長兼人事部長  
2018年 4月 当社取締役執行役員人事部長  
2018年11月 当社取締役人事部、企画開発部、  
成長戦略部管掌  
2019年11月 当社取締役人事部、成長戦略部管掌(現任)

**5 取締役 執行役員**  
**久田 英伸**

1997年 4月 株式会社兵善組入社  
2001年 3月 当社入社  
2011年 9月 当社営業部長  
2018年 9月 当社執行役員第一営業部、第二営業部、  
関西事業部管掌  
2018年11月 当社執行役員用地仕入部、第一営業部、  
第二営業部管掌  
2019年 4月 当社執行役員用地仕入部、  
営業統括部管掌  
2019年11月 当社取締役執行役員中部事業部、  
三重事業部管掌(現任)

**6 取締役 執行役員**  
**岡本 亮**

1998年 4月 当社入社  
2010年 9月 当社企画開発部長  
2018年 9月 当社執行役員企画開発部長  
2019年11月 当社取締役執行役員用地仕入部、  
設計部管掌兼企画開発部長(現任)

**7 社外取締役 独立役員**  
**遠藤 彰一**

1998年10月 監査法人トーマツ名古屋事務所  
(現 有限責任監査法人トーマツ名古屋事務所)  
入所  
2002年 4月 公認会計士登録  
2003年 7月 トーマツコンサルティング株式会社  
(現 デロイトトーマツコンサルティング合同会社)  
入社  
2005年11月 公認会計士・遠藤会計事務所設立同所長(現任)  
2014年11月 当社社外取締役(現任)  
2015年 1月 株式会社ワンスブレイン・パートナーズ  
代表取締役社長(現任)  
2016年 8月 中島醸造株式会社社外取締役(現任)

**8 社外取締役 独立役員**  
**広中 和雄**

1973年 4月 日本電装株式会社  
(現 株式会社デンソー) 入社  
1996年11月 デンソー・タイランド株式会社取締役社長  
2002年 6月 株式会社デンソー取締役  
2007年 6月 同社専務取締役  
2013年11月 刈谷商工会議所顧問(現任)  
2014年 6月 株式会社デンソー顧問  
2016年 6月 碧海信用金庫理事(現任)  
2017年 7月 株式会社デンソー嘱託顧問  
2018年11月 当社社外取締役(現任)

**9 常勤監査役**  
**千住 憲夫**

1971年 4月 株式会社中央相互銀行  
(現 株式会社愛知銀行) 入行  
2001年 6月 株式会社愛知銀行東郊通支店長  
2003年 6月 同行常勤監査役  
2011年 4月 株式会社サガミチェーン  
(現 サガミレストランズ株式会社)  
社外取締役(現任)  
2011年 9月 当社入社 監査役会付 参与  
2011年11月 当社常勤監査役(現任)

**10 社外監査役 独立役員**  
**川崎 修一**

2004年10月 名古屋弁護士会(現 愛知県弁護士会)  
弁護士登録  
富岡法律特許事務所入所  
2008年 1月 オーバル法律特許事務所入所  
2009年 4月 愛知大学大学院准教授(現任)  
2010年 6月 株式会社クリップコーポレーション  
社外監査役(現任)  
2011年10月 川崎修一法律事務所設立  
(現 弁護士法人久屋総合法律事務所)  
代表パートナー弁護士(現任)  
2014年11月 当社監査役(現任)  
2018年11月 株式会社ジー・スリーホールディングス  
社外取締役(現任)

**11 社外監査役 独立役員**  
**中村 昌弘**

1974年 4月 株式会社名古屋相互銀行  
(現 株式会社名古屋銀行) 入行  
2001年 6月 株式会社名古屋銀行システム部長  
2003年 6月 同行執行役員事務システム部長  
2005年 6月 同行取締役事務システム部長  
2007年 6月 同行常務取締役  
2009年 6月 同行専務取締役  
2011年 4月 同行取締役副頭取  
2013年 6月 同行取締役頭取  
2017年 6月 株式会社名古屋銀行相談役  
錦成ビル株式会社取締役会長(現任)  
株式会社メイン監査役(現任)  
2017年11月 当社監査役(現任)

**12 社外監査役 独立役員**  
**天野 景春**

1974年 4月 愛知県警察官 採用  
2004年 9月 愛知県警察愛知警察署長  
2006年 4月 同県警生活安全全部参事官  
2008年 3月 同県警一宮警察署長  
2009年10月 同県警地域部長  
2011年 4月 自動車安全運転センター 愛知県事務所長  
2017年11月 当社監査役(現任)

(単位:百万円)

会計年度		2009/8	2010/8	2011/8	2012/8	2013/8	2014/8	2015/8	2016/8	2017/8	2018/8	2019/8	
経 営 成 績	受注高	34,818	32,304	34,589	35,491	39,390	36,922	35,383	32,795	38,970	36,258	37,601	
	売上高	36,536	34,863	33,384	36,121	37,945	37,195	34,739	34,685	37,191	38,450	38,462	
	事業別売上高	戸建住宅事業	29,189	27,680	27,314	30,025	31,589	29,063	27,354	27,293	29,633	30,510	31,375
		マンション事業	2,705	2,708	2,292	1,883	2,025	2,540	1,740	1,763	1,576	1,564	1,246
		一般請負工事業	4,425	4,300	3,606	4,013	4,137	5,408	5,456	5,455	5,793	6,180	5,658
		その他の事業	216	174	171	198	192	182	189	173	189	195	182
	営業利益	1,985	2,585	2,795	3,276	3,448	2,224	1,529	1,367	1,707	1,862	1,493	
	経常利益	2,032	2,703	2,931	3,446	3,612	2,404	1,743	1,566	1,913	2,081	1,725	
	経常利益率(%)	5.6	7.8	8.8	9.5	9.5	6.5	5.0	4.5	5.1	5.4	4.5	
	親会社株主に帰属する当期純利益	722	1,461	1,808	2,013	2,235	1,462	1,082	851	1,283	773	1,250	
財 務 状 態	総資産	30,526	30,237	31,336	34,062	37,226	35,971	35,786	34,960	37,536	39,526	41,746	
	たな卸資産	17,667	13,762	13,598	13,922	17,059	15,138	15,785	16,813	16,946	17,627	24,297	
	純資産	14,676	15,682	17,041	19,609	21,543	22,477	23,059	23,118	23,827	24,038	24,694	
キャッシュ・フロー	営業活動によるキャッシュ・フロー	2,729	5,411	2,518	2,150	△ 1,630	3,546	189	△ 156	1,479	539	△ 5,956	
	投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 135	△ 378	△ 678	△ 276	△ 236	△ 894	△ 202	△ 279	△ 136	655	548	
	財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,728	△ 2,164	△ 1,107	151	1,347	△ 2,433	△ 1,149	△ 1,080	369	552	2,133	
	現金及び現金同等物の期末残高	8,124	10,992	11,726	13,752	13,232	13,450	12,287	10,770	12,482	14,230	10,956	
1 株 当 たり 情 報	EPS(1株当たり純利益)(円)	63.72	112.56	139.21	147.45	153.25	98.97	73.11	58.30	88.05	53.04	85.78	
	BPS(1株当たり純資産)(円)	1,130.00	1,206.03	1,308.95	1,351.10	1,458.77	1,519.82	1,556.16	1,585.55	1,634.15	1,648.67	1,693.62	
	配当金(円)	36.00	36.00	36.00	38.00	38.00	38.00	38.00	38.00	38.00	38.00	38.00	
	発行済株式数	13,389,300	13,389,300	13,389,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	14,884,300	
	株価収益率(倍)	12.3	6.7	5.3	5.2	6.6	10.7	14.7	15.3	12.5	21.0	10.2	
	配当性向(%)	56.5	32.0	25.9	25.8	24.8	38.4	52.0	65.2	43.2	71.6	44.3	
財 務 指 標	自己資本比率(%)	48.1	51.8	54.3	57.4	57.9	62.5	64.4	66.1	63.5	60.8	59.2	
	自己資本利益率(ROE)(%)	5.2	9.6	11.1	11.0	10.9	6.6	4.8	3.7	5.5	3.2	5.1	
	総資産当期純利益率(ROA)(%)	2.2	4.8	5.9	6.2	6.3	4.0	3.0	2.4	3.5	2.0	3.1	
	D/Eレシオ(倍)	0.6	0.5	0.4	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.4	
	有利子負債残高	9,533	7,836	7,197	6,807	8,471	6,589	5,975	5,753	7,208	8,315	11,003	
非 財 務 デ ー タ	期末従業員数(人)	497	462	458	485	507	504	507	492	514	489	479	
	グループ会社数(社)	6	5	4	4	4	5	6	6	7	6	7	
	売上高連単倍率(倍)	1.29	1.28	1.23	1.20	1.20	1.29	1.27	1.28	1.32	1.30	1.28	
	当期純利益連単倍率(倍)	0.74	1.36	1.20	1.15	1.13	1.23	1.40	1.74	1.25	1.31	0.75	

※ 2013年3月1日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っております。2012/8以前の1株当たり情報につきましては、当該株式分割が2009/8の期首に行われたと仮定し遡及修正しております。

会社概要

社名	株式会社 AVANTIA (英文:AVANTIA CO.,LTD.)
本社	〒467-0842 名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1
設立	1989年11月16日
資本金	3,732百万円
代表取締役社長	沢田 康成
従業員数	(単体)341名 (連結)479名
上場	東証・名証2部:2002年7月23日/東証・名証1部指定:2004年8月2日
事業内容	注文住宅事業(プランニング設計・施工、インテリアコーディネート、エクステリア設計・施工)、戸建分譲事業、宅地分譲事業、リフォーム事業、開発事業、宅地造成事業、マンション事業、仲介事業
許可等	宅地建物取引業免許国土交通大臣免許(5)第5803号 建設業許可国土交通大臣許可(般-30)第18121号 一級・二級建築士事務所登録 愛知県・静岡県・兵庫県・石川県知事登録
所属団体	(公社)全日本不動産協会/(公社)不動産保証協会/(一社)日本ツーバイフォー建築協会 (公社)愛知県建築士事務所協会/東海不動産公正取引協議会加盟

グループ会社

戸建住宅事業	五朋建設株式会社	〒422-8006 静岡県静岡市駿河区曲金二丁目8番39号 ●静岡市を中心とした戸建住宅の施工、販売
マンション事業	サンヨーベストホーム株式会社	〒456-0035 愛知県名古屋市中区熱田区白鳥二丁目10番1号 ●名古屋市内を中心とした分譲マンションの販売
一般請負工事事業	株式会社巨勢工務店	〒669-1102 兵庫県西宮市生瀬町一丁目22番12号 ●公共・民間の建築工事、土木工事等の請負
	ジェイテクノ株式会社	〒468-0047 愛知県名古屋市中区天白区井の森町163番地 ●公共・民間の建築工事、土木工事、管工事等の請負
	株式会社宇戸平工務店	〒514-1106 三重県津市久居寺町1232番地の26 ●公共・民間の建築工事等の請負
その他の事業	サンヨー測量株式会社	〒464-0851 愛知県名古屋市中区千種区今池南11番13号 ●土地の測量等
	株式会社サンヨー不動産	〒461-0001 愛知県名古屋市中区泉一丁目13番31号 ●リフォーム、不動産仲介、中古再販(リノベーション)
	株式会社プラスワン	〒514-0063 三重県津市浜見町410番地9 ●リフォーム、不動産仲介、不動産売買

販売拠点

東海圏を中心に5デザインギャラリー、10支店、3営業所、連結子会社8社で事業展開



株式の概要

発行可能株式総数	25,000,000 株
発行済株式総数	14,884,300 株 (自己株式303,555株含む)
株主総数	20,323 名

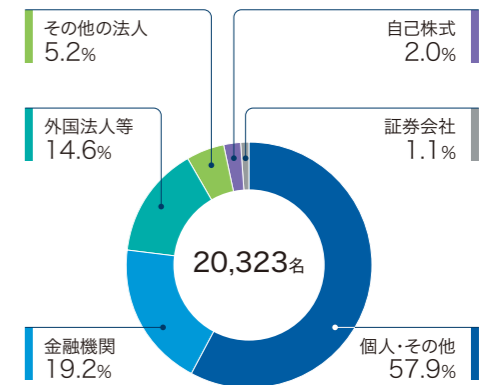
大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
宮崎佳代	4,090,700	28.05
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	967,200	6.63
ビービーエイチ フィデリティ ビューリタン フィデリティ シリーズ インタリシツク オポチュニティズ ファンド	656,900	4.50
ビーエヌワイエムエスエーエヌブイ ノントリーテー アカウント	540,900	3.70
ビービーエイチ ポストン フォー ノムラ ジャパン スモラーキャピタライゼーション ファンド 620065	331,100	2.27
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	236,000	1.61
STATE STREET LONDON CARE OF STATE STREET BANK AND TRUST, BOSTON SSBTC A/C UK LONDON BRANCH CLIENTS-UNITED KINGDOM	225,500	1.54
資産管理サービス信託銀行株式会社	212,600	1.45
株式会社三菱UFJ銀行	192,000	1.31
サンヨーハウジング名古屋従業員持株会	185,300	1.27

※1 持株比率は、自己株式303,555株を控除して計算しております。  
※2 サンヨーハウジング名古屋従業員持株会は、2020年1月1日に、AVANTIA従業員持株会に名称を変更しております。

株主分布状況

所有者別分布状況



地域別分布状況

