

株式会社 サンヨーハウジング名古屋
平成26年8月期 決算説明会

平成26年10月15日
代表取締役社長
宮崎 宗市

目次

はじめに

1. 平成26年8月期 決算の概況 P. 4
 2. 平成27年8月期 業績予想及び事業展開 P.20
- (ご参考)会社概要 P.36

家を、土地からオーダーメイドする。



はじめに

「家を、土地からオーダーメイドする。」

昭和から平成にかけ、日本はバブル経済に踊り、住宅産業は「建売戸建住宅」「マンション」の全盛期各企業は、販売シェアを競い、販売戸数を追求し、次々に作り、販売することに傾注していました

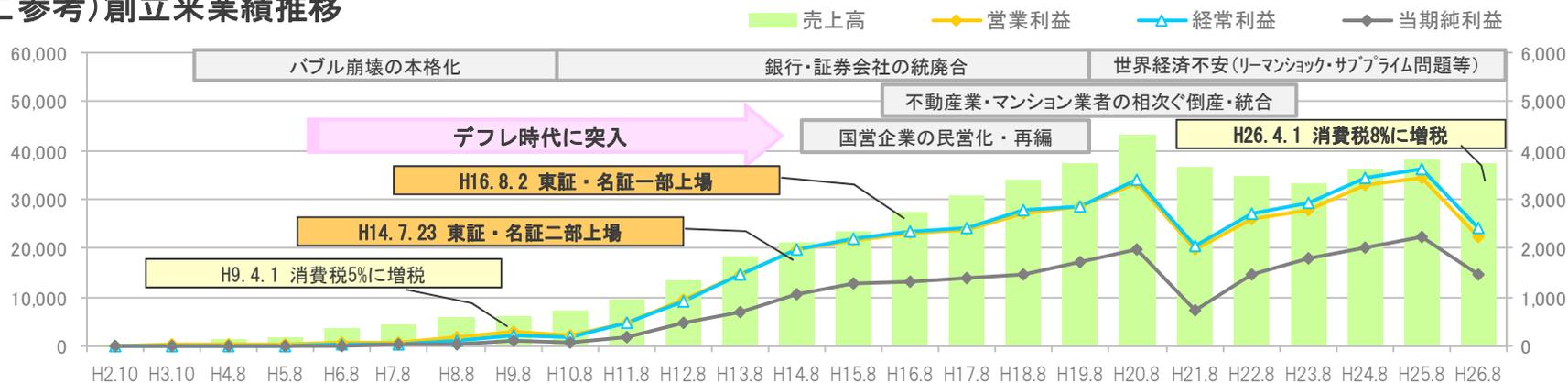
お客様にとって、一生に一度の高額な買い物である“家”...
家族と幸せを育み、暮らす“住まい”が、供給側の都合で作られた“既製品”でいいのか？



そんな“小さな疑問”から平成元年11月16日
サンヨーハウジング名古屋は誕生...

それぞれのお客様に適した“土地”を提供し、お客様の家族構成やライフスタイルに合わせた“自由設計の建物”を提供することにこだわり、事業展開してまいります

(ご参考)創立来業績推移



1. 平成26年8月期 決算の概況



平成26年8月期の概況

事業環境

- アベノミクスによる景気の底堅さは感じたものの、消費増税後は反動減の影響が表面化し、景気回復に鈍化が見られた
- 当不動産業界では、消費増税を控え建築工事が集中し、職人不足が発生
また、増税後は反動減による需要の落ち込みが各分野で顕著に表れた

当社の概況

- 駆け込み需要に伴う職人不足に加え、一部住宅設備の納期遅延等で工期が遅れ、上期に計画通りに引渡ができない状況が発生
- 経過措置終了後10月~1月まで受注が苦戦。2月以降の受注は回復傾向となったが、下期の引渡も当初の計画を下回る事となった
⇒消費増税の影響を大きく受けたことを反省すべき平成26年8月期となった
一方、将来に向け克服すべき課題が発見できた平成26年8月期であった

施策

- 2月以降の受注回復傾向から、平成27年8月期は増収増益が必達目標であり、中長期の成長に向けた営業基盤の強化に注力
 - ✓ 『サンヨーデザインギャラリー』による建売ビジネスとの差別化
 - ✓ CM等の宣伝強化による企業認知向上、ブランドイメージの浸透
 - ✓ 関西本部新設による、関西地区での販売強化

連結業績サマリー 損益計算書

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成25年8月期		平成26年8月期				当初計画		
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比	金額	増加額	計画比
売上高	37,945	100.0%	37,195	100.0%	△750	△2.0%	42,308	△5,113	△12.1%
売上総利益	7,759	20.4%	6,735	18.1%	△1,024	△13.2%	8,469	△1,733	△20.5%
販売管理費	4,310	11.4%	4,510	12.1%	199	4.6%	4,963	△452	△9.1%
営業利益	3,448	9.1%	2,224	6.0%	△1,223	△35.5%	3,506	△1,281	△36.5%
経常利益	3,612	9.5%	2,404	6.5%	△1,207	△33.4%	3,684	△1,279	△34.7%
当期純利益	2,235	5.9%	1,462	3.9%	△773	△34.6%	2,281	△819	△35.9%

【売上高】前期比、計画比で減収

- 職人不足の発生、受注苦戦等、消費増税に伴う影響を受け、引渡棟数が前期比、計画比で下回り、846棟(前期比53棟減、計画比170棟減)となったことが減収の主要因
(引渡棟数内訳) 戸建: 762棟(前期比: 78棟減 計画比: 173棟減)
マンション: 84戸(前期比: 25戸増 計画比: 3戸増)
- 受注は伸び悩んだものの、平成27年8月期の増収に向け 336棟(前期末比31棟減)の受注残を確保
(受注残内訳) 戸建: 312棟(前期末比 53棟減) マンション: 24戸(前期末比 22戸増)

【各利益】前期比、計画比で減益

- 引渡棟数の減少に加え、資材価格・労務費の上昇等により売上総利益率が2.3ポイント低下
- 戦略的な投資の実行(デザインギャラリー増設、テレビCMなど広告宣伝強化等)により販売管理費は増加

連結業績サマリー セグメント売上高

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成25年8月期		平成26年8月期				当初計画		
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比	金額	増加額	計画比
戸建住宅事業	31,589	83.2%	29,063	78.1%	△2,526	△8.0%	34,816	△5,753	△16.5%
マンション事業	2,025	5.3%	2,540	6.8%	515	25.5%	2,505	35	1.4%
一般請負工事業	4,137	10.9%	5,408	14.5%	1,270	30.7%	4,802	606	12.6%
その他の事業	192	0.5%	182	0.5%	△10	△5.6%	184	△1	△1.1%
合計	37,945	100.0%	37,195	100.0%	△750	△2.0%	42,308	△5,113	△12.1%

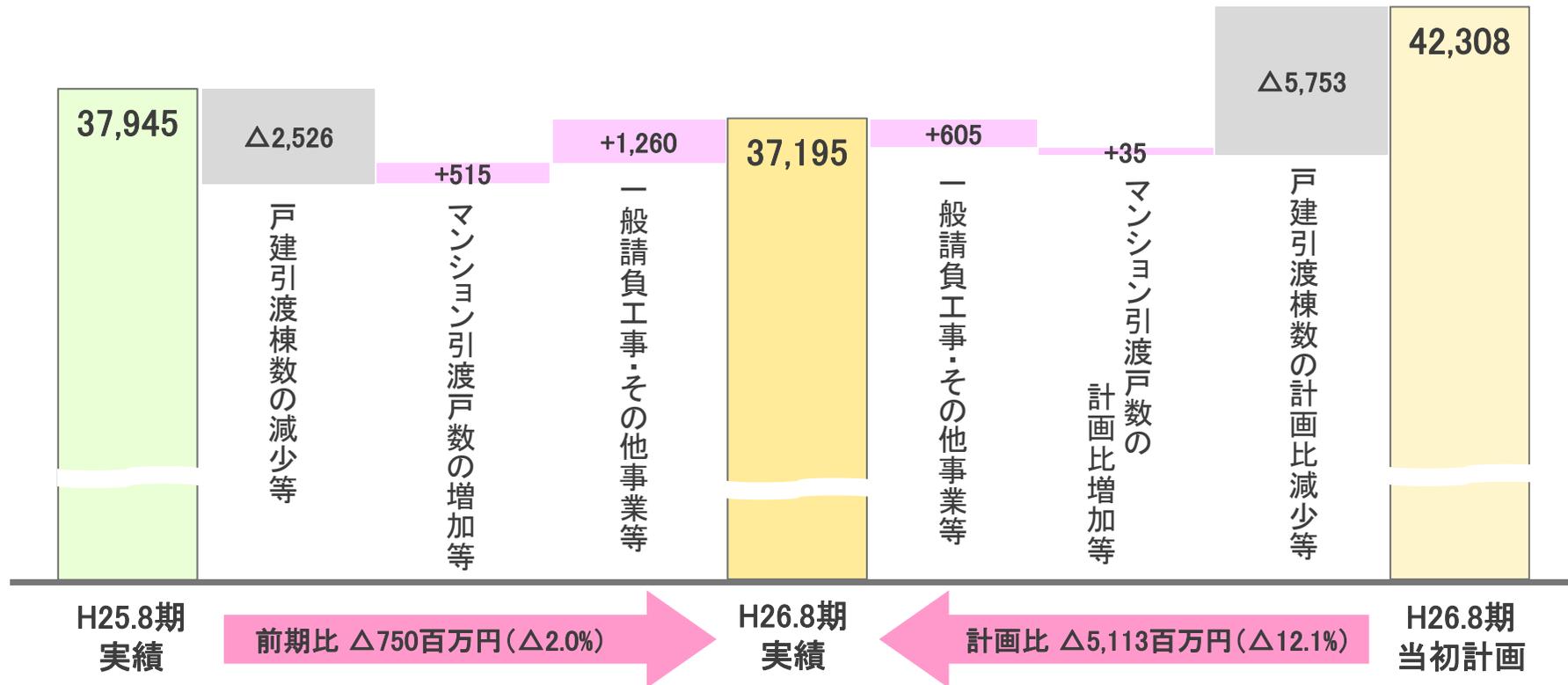
【前期比】

- 戸建住宅は、引渡棟数が前期比78棟減少したことで減収となる
- マンションは、引渡戸数が25戸増加し前期比で大幅増を達成
- 一般請負工事は、平成25年10月に連結子会社となった宇戸平工務店の売上計上もあり前期比1,270百万円増収

【計画比】

- 戸建住宅は、10月から1月の受注苦戦が影響し、引渡棟数が計画から173棟不足
- マンションは、順調に受注・引渡が進み、計画を上回る84戸の引渡となった
- 一般請負工事は、計画比も増収を確保

連結 売上高



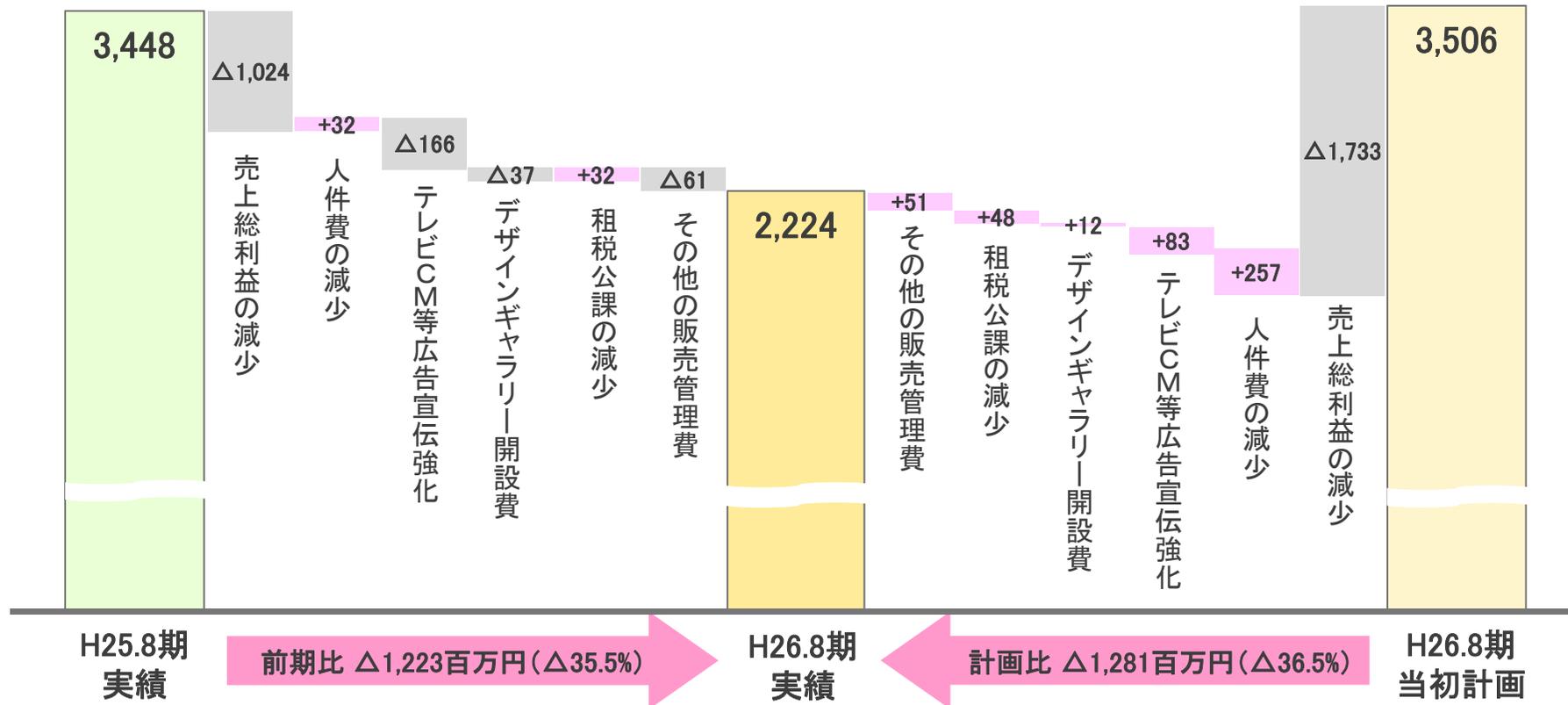
【前期比】 戸建住宅の引渡棟数減少により減収

- 上期の職人不足、経過措置終了後の受注苦戦等により、戸建引渡棟数が前期比78棟減少したことが主要因
- マンションは、受注・引渡とも堅調に推移し増収
- 一般請負工事は、宇戸平工務店の加入もあり増収となる

【計画比】 引渡棟数が計画を下回るものの、最低限の受注残336棟(前期末比31棟減)を確保

- 経過措置終了後の受注苦戦の影響等により、戸建引渡棟数は計画比173棟減となる
- マンションは、引渡が堅調に推移し、計画比でも増収

連結 営業利益



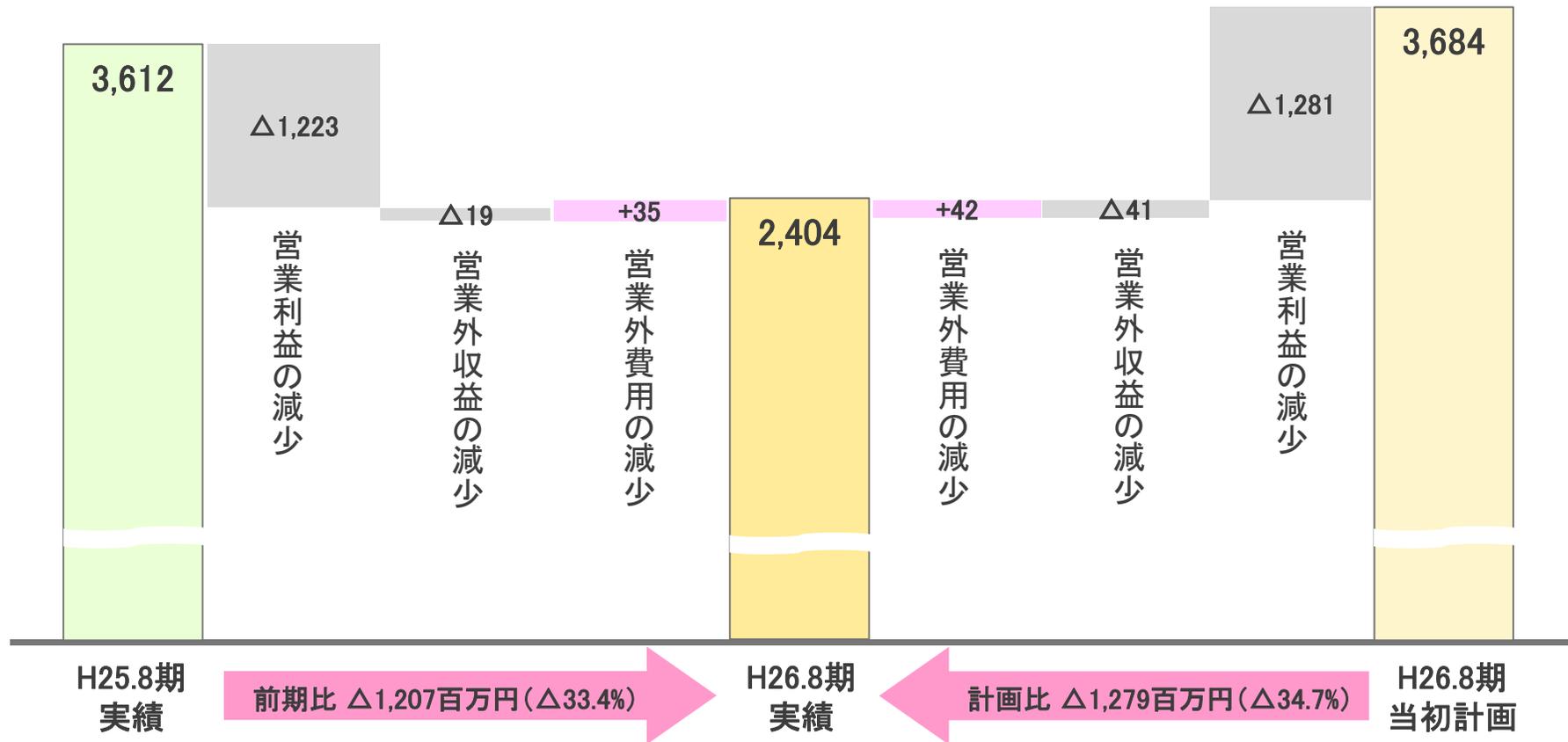
【前期比】

- 単体の売上高減少に加え、資材価格・労務費の上昇等により売上総利益が減少
- サンヨーデザインギャラリーの増設、テレビCM等の広告宣伝強化など、将来の成長に向けた投資により販売管理費は増加

【計画比】

- 引渡棟数の減少に伴う売上総利益の不足が減益の主要因

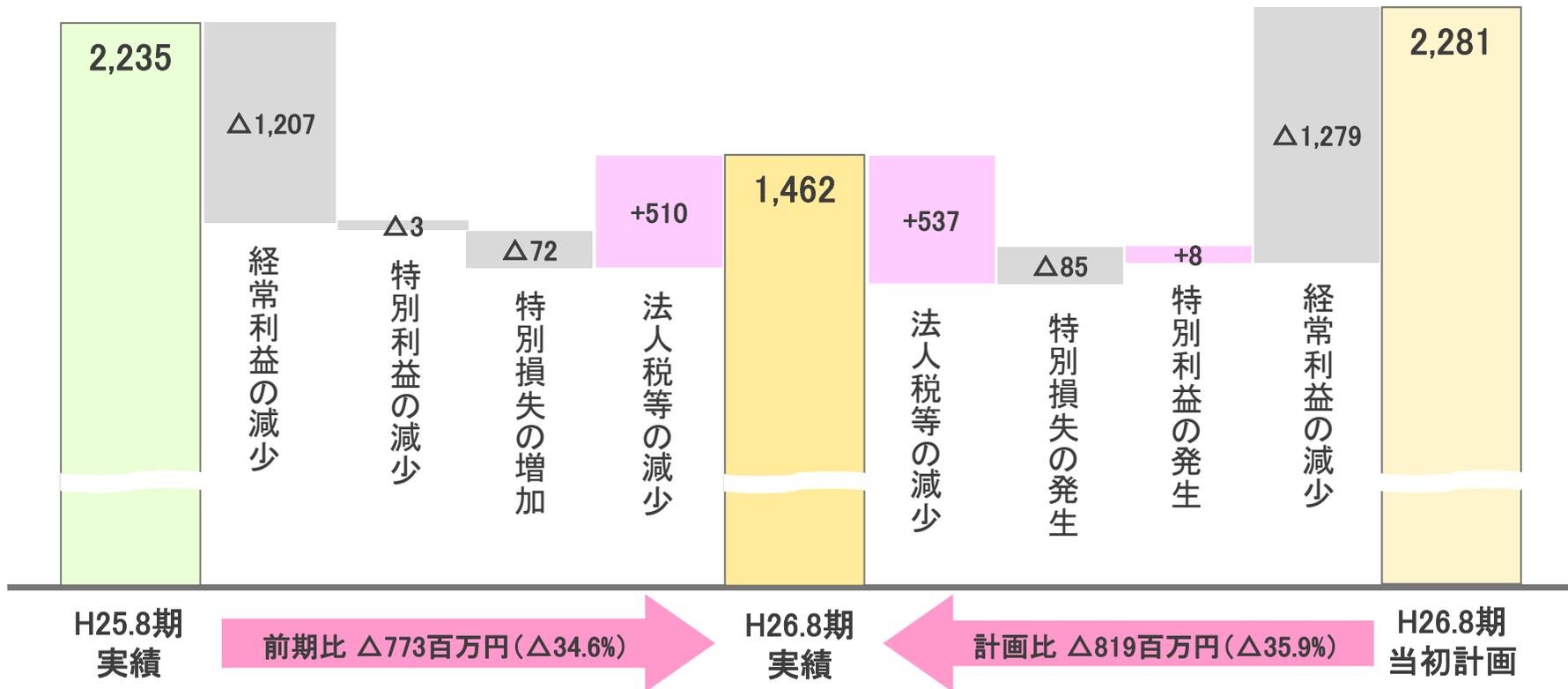
連結 経常利益



【前期比】 営業利益の減少により、経常利益も前期を下回る

【計画比】 営業利益が計画を下回ったことによる

連結 当期純利益



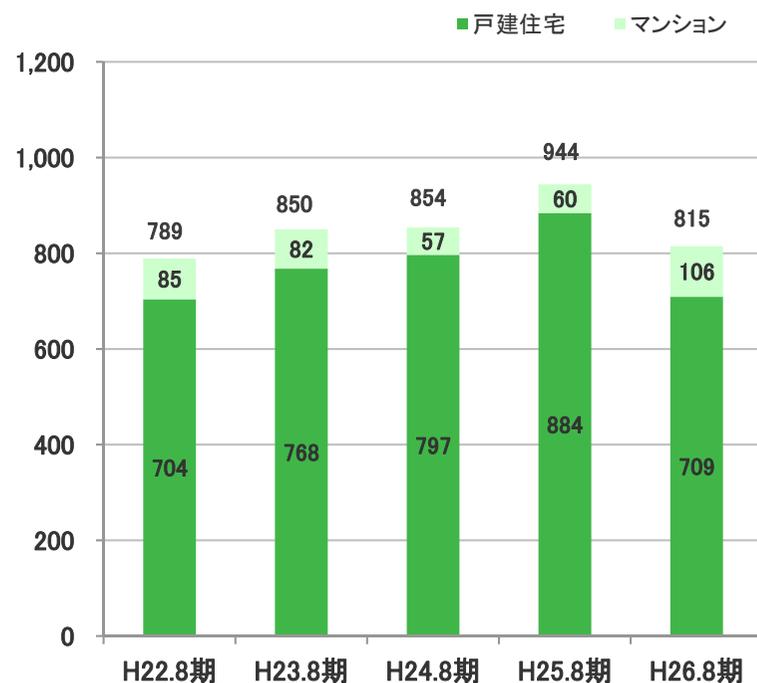
【前期比】 経常利益の減少により、当期純利益も前期を下回る

【計画比】 経常利益が計画を下回ったことによる

連結 受注・引渡棟数

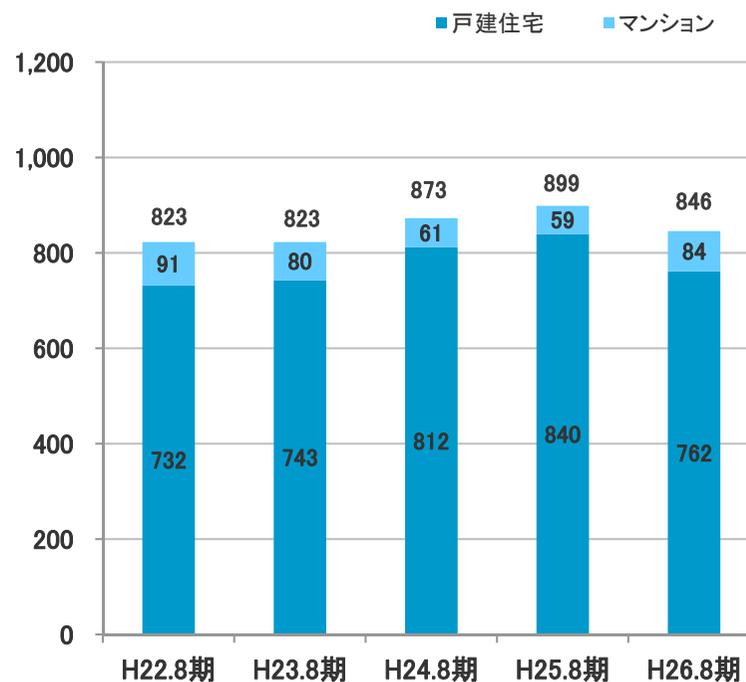
受注棟数

815棟(前期比 129棟減)



引渡棟数

846棟(前期比 53棟減)



【受注】

戸建 : 経過措置終了後の10月から1月の受注苦戦が響き、前期比175棟減、計画比271棟減

マンション : 受注が堅調に推移し、前期比46戸増、計画比8戸増

【引渡】

戸建 : 職人不足、受注苦戦等、上期の影響を取り戻せず、前期比78棟減、計画比173棟減

マンション : 順調に引渡が進み、前期比25戸増、計画比3戸増

連結 貸借対照表

(単位:百万円 単位未満切捨て)

科目	H25.8期	H26.8期	増減
流動資産	34,109	32,087	△2,022
現金預金	14,851	15,085	233
たな卸資産	17,059	15,138	△1,920
その他の流動資産	2,198	1,863	△335
固定資産	3,116	3,884	767
資産合計	37,226	35,971	△1,254
流動負債	13,210	11,940	△1,270
支払手形・工事未払金等	3,465	3,191	△274
短期借入金等(※)	6,758	5,887	△870
未成工事受入金	1,132	1,456	324
その他の流動負債	1,854	1,404	△450
固定負債	2,471	1,554	△916
長期借入金	1,713	702	△1,011
その他の固定負債	758	852	94
負債合計	15,682	13,494	△2,187
純資産合計	21,543	22,477	933
負債純資産合計	37,226	35,971	△1,254

※短期借入金等には、短期借入金のほか1年内返済予定の長期借入金を含んでおります。

【たな卸資産】

- ・ 受注状況を勘案し、慎重な仕入活動を展開
 - H26.8期仕入実績:680区画(前期比366区画減)
 - たな卸資産:15,138百万円(前期末比1,920百万円減)
- (ご参考)
 - 戸建住宅事業在庫
 - 受注済在庫:6,232百万円(前期末比367百万円減)
 - 未受注在庫:7,342百万円(前期末比1,011百万円減)
 - マンション事業在庫
 - 受注済在庫:619百万円(前期末比573百万円増)
 - 未受注在庫:815百万円(前期末比869百万円減)

【有利子負債】

- ・ 借入金の返済により有利子負債は減少
 - H26.8期末:6,589百万円(前期末比1,881百万円減)
 - ※有利子負債依存度:18.3%(前期末比4.5ポイント減少)

【自己資本】

- ・ 自己資本は936百万円増加
 - ※ 自己資本比率:62.5%(前期末比4.6ポイント上昇)

単体業績サマリー 損益計算書

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成25年8月期		平成26年8月期				当初計画		
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比	金額	増加額	計画比
売上高	31,668	100.0%	28,929	100.0%	△2,738	△8.6%	34,891	△5,961	△17.1%
売上総利益	6,706	21.2%	5,499	19.0%	△1,206	△18.0%	7,286	△1,787	△24.5%
販売管理費	3,710	11.7%	3,800	13.1%	89	2.4%	4,214	△414	△9.8%
営業利益	2,995	9.5%	1,699	5.9%	△1,295	△43.3%	3,072	△1,372	△44.7%
経常利益	3,230	10.2%	2,023	7.0%	△1,207	△37.4%	3,269	△1,245	△38.1%
当期純利益	1,984	6.3%	1,184	4.1%	△800	△40.3%	2,014	△829	△41.2%

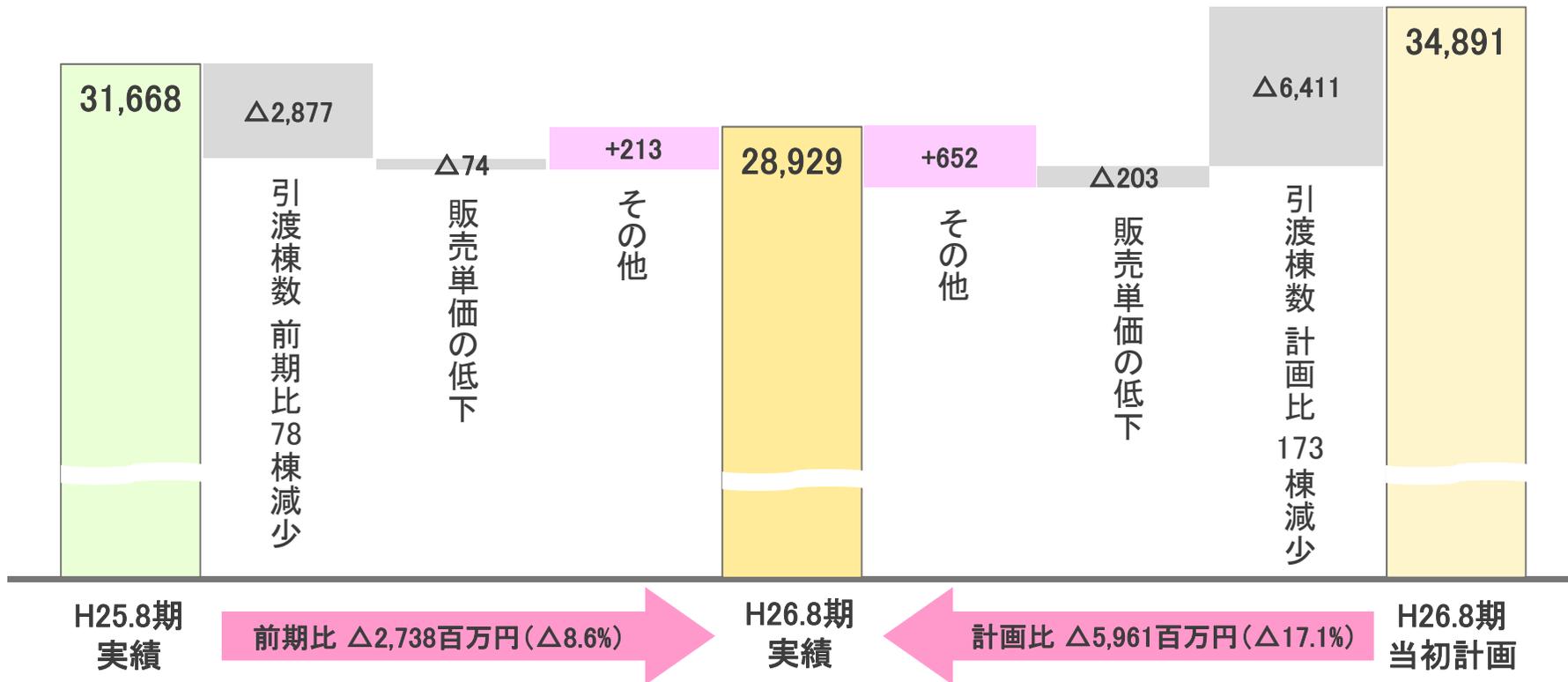
【売上高】 前期比、計画比ともに減収

- 消費増税を睨んだ建築工事の集中に伴う職人不足や経過措置終了後の受注苦戦の影響で引渡棟数が減少
 - H26.8期引渡棟数 : 762棟(前期比: 78棟減 計画比: 173棟減)
 - H26.8期末受注残 : 312棟(前期末比: 53棟減)

【各利益】 前期比、計画比ともに減益

- 売上高の減少に加え、資材価格、労務費の上昇等により、売上総利益率が2.2ポイント低下
- 将来の成長に向けた投資(デザインギャラリー増設、広告宣伝強化など)を計画通り実行

単体 売上高



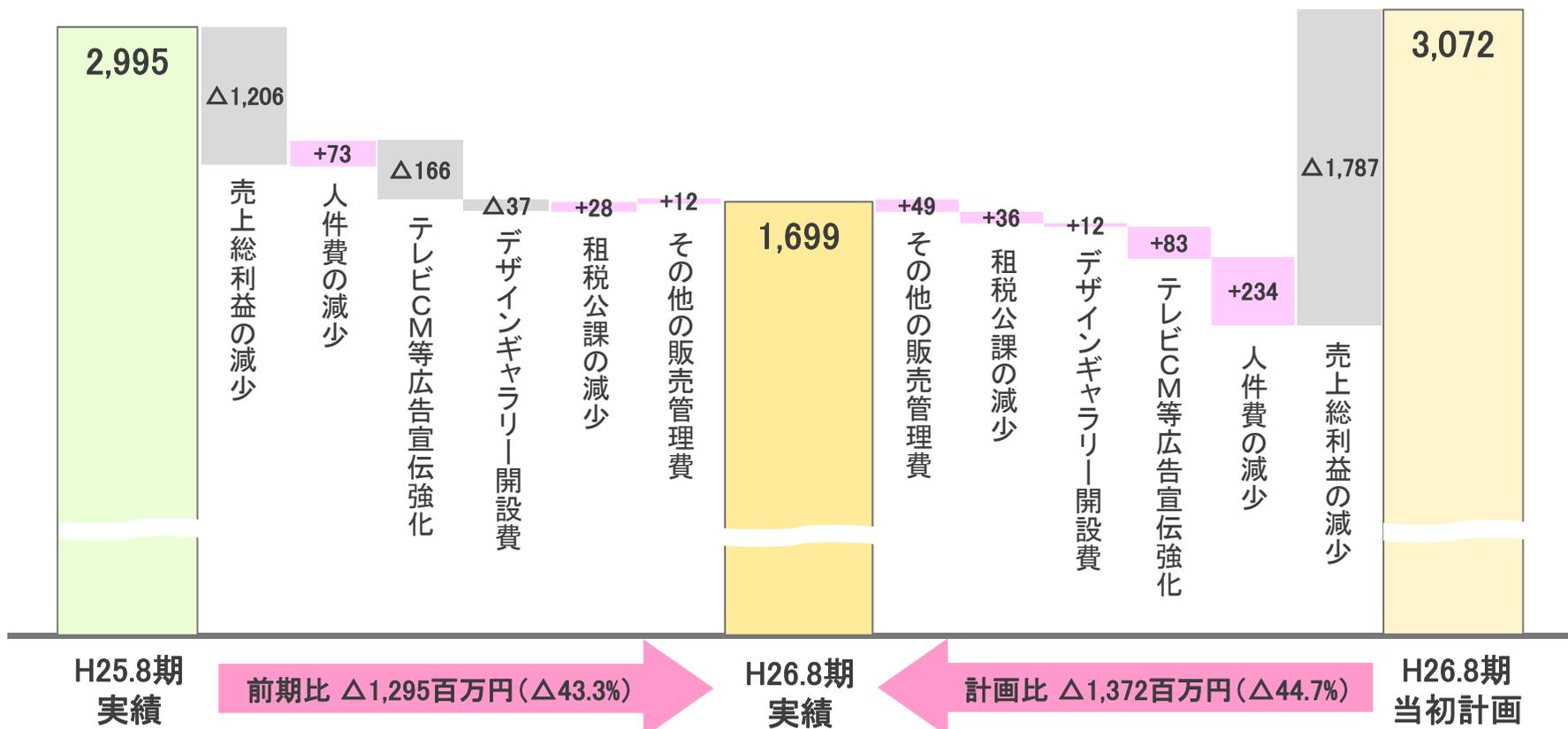
【前期比】

- 消費増税の影響を受け、引渡棟数は762棟(前期比78棟減)に留まる
- 1棟当たりの販売単価は、前年同期比97千円低下し、36,791千円

【計画比】

- 上期の職人不足の影響に加え、経過措置終了後の受注苦戦等が響き、引渡棟数が計画比173棟減となる

単体 営業利益



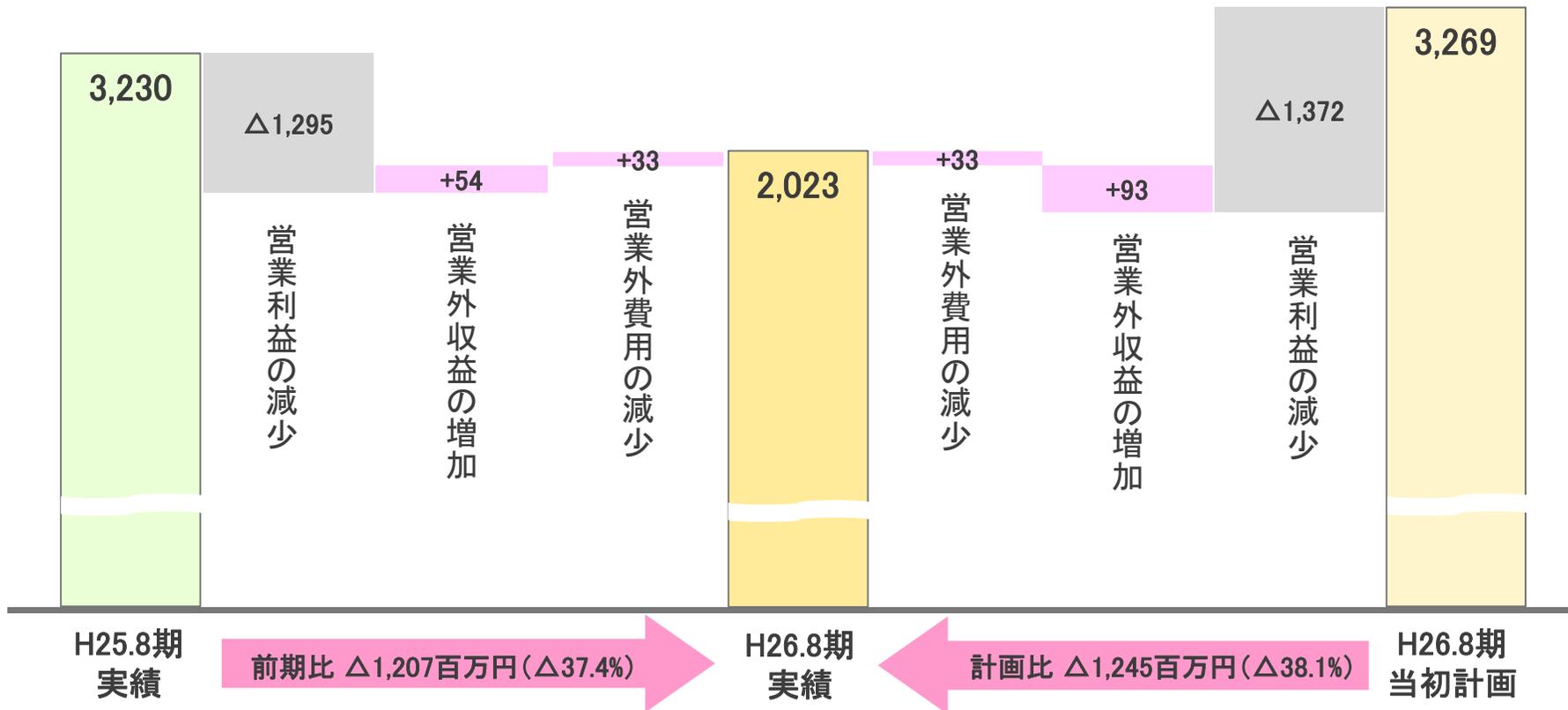
【前期比】

- 資材価格、労務費の上昇等により、売上総利益率は19.0%と前期比2.2ポイント低下
- サンヨーデザインギャラリー増設、テレビCM等広告宣伝強化などにより、販売管理費は89百万円増加

【計画比】

- 引渡棟数が計画を下回ったことに加え、売上総利益率の低下による売上総利益の不足が主要因
- サンヨーデザインギャラリー増設、テレビCM等広告宣伝強化など、成長基盤への投資は計画通り実行

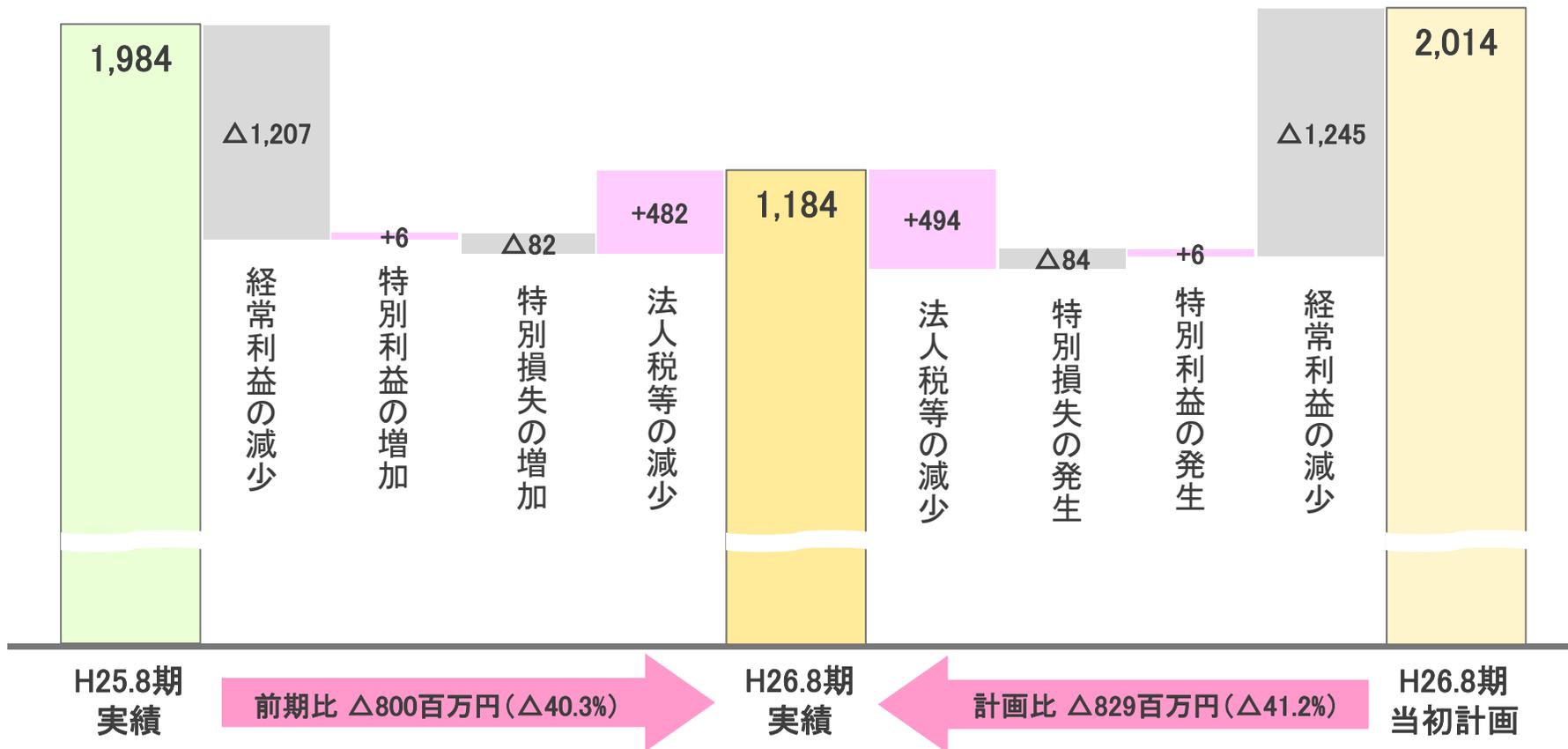
単体 経常利益



【前期比】 営業利益の減少に伴い、経常利益も前期を下回る

【計画比】 営業利益が計画を下回ったことによる

単体 当期純利益



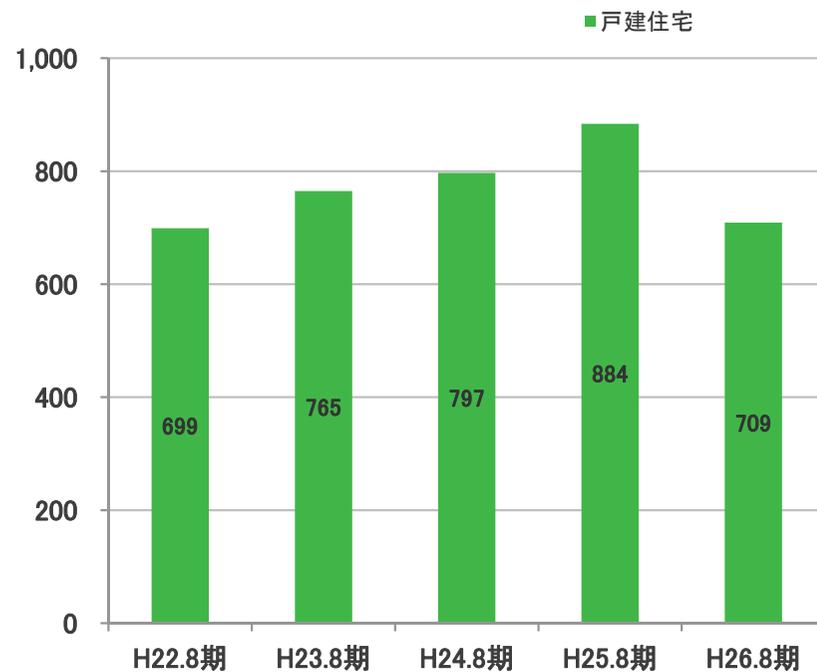
【前期比】 経常利益の減少により、前期を下回る

【計画比】 経常利益が計画を下回ったことによる

単体 受注・引渡棟数

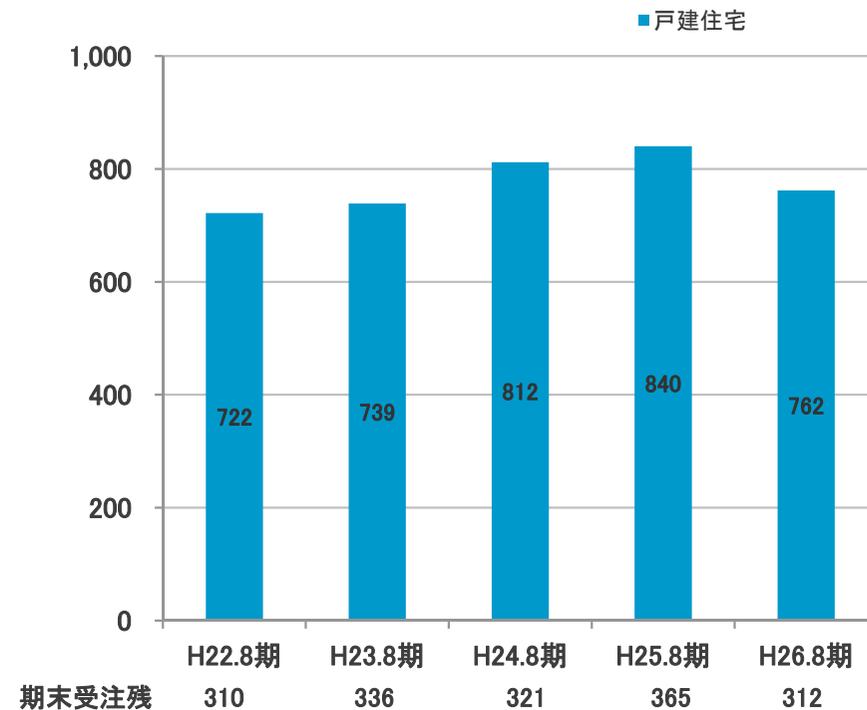
受注棟数

709棟(前期比 175棟減)



引渡棟数

762棟(前期比 78棟減)



【受注】経過措置終了後の10月~1月は受注が低迷。2月以降は回復し堅調に推移
 【引渡】上期の職人不足と経過措置終了後の受注苦戦等の影響で引渡棟数が減少

2. 平成27年8月期 業績予想 及び 今期の事業展開



平成27年8月期の事業展開

概況

- 景気の回復基調は緩やかに持続すると予想するが、消費税10%への増税を控え、神経質な状況が続くと予想
- 不動産業界では、建設コストは一部で高止まりつつも上昇傾向は続き、慢性的な職人不足など、先行きには不透明感が残る

基本方針

- 中核事業である「土地付オーダーメイド住宅事業」の基盤強化
 - 当社の強み「家を、土地からオーダーメイドする。」による顧客満足度の獲得
 - パワービルダー等の建売ビジネスとの差別化を強化
- 関西新設子会社による「提案型戸建住宅」事業の立ち上げ
 - 地価が高く狭小地で供給となる等、自由設計に不向きな物件への取組みを強化
 - 自由設計で得たお客様のニーズを反映した物件を供給

施策

- ① 「サンヨーデザインギャラリー」の展開拡大
 - お客様に「見える」形での“建売住宅”との差別化戦略を推進
- ② 商品力強化による訴求力・競争力の向上
 - 制震ダンパーを標準搭載した自由設計の建物を提供開始
- ③ 関西営業基盤の強化
 - 関西本部3支店の「土地付オーダーメイド住宅」に加え、新設子会社の「提案型戸建住宅」による関西地区でのシェア拡大
- ④ ブランドイメージの構築と浸透
 - テレビCMやミニ番組等による企業認知向上とブランドイメージの浸透

平成27年8月期 業績予想

【連結ベース】

(単位:百万円 単位未満切捨て)

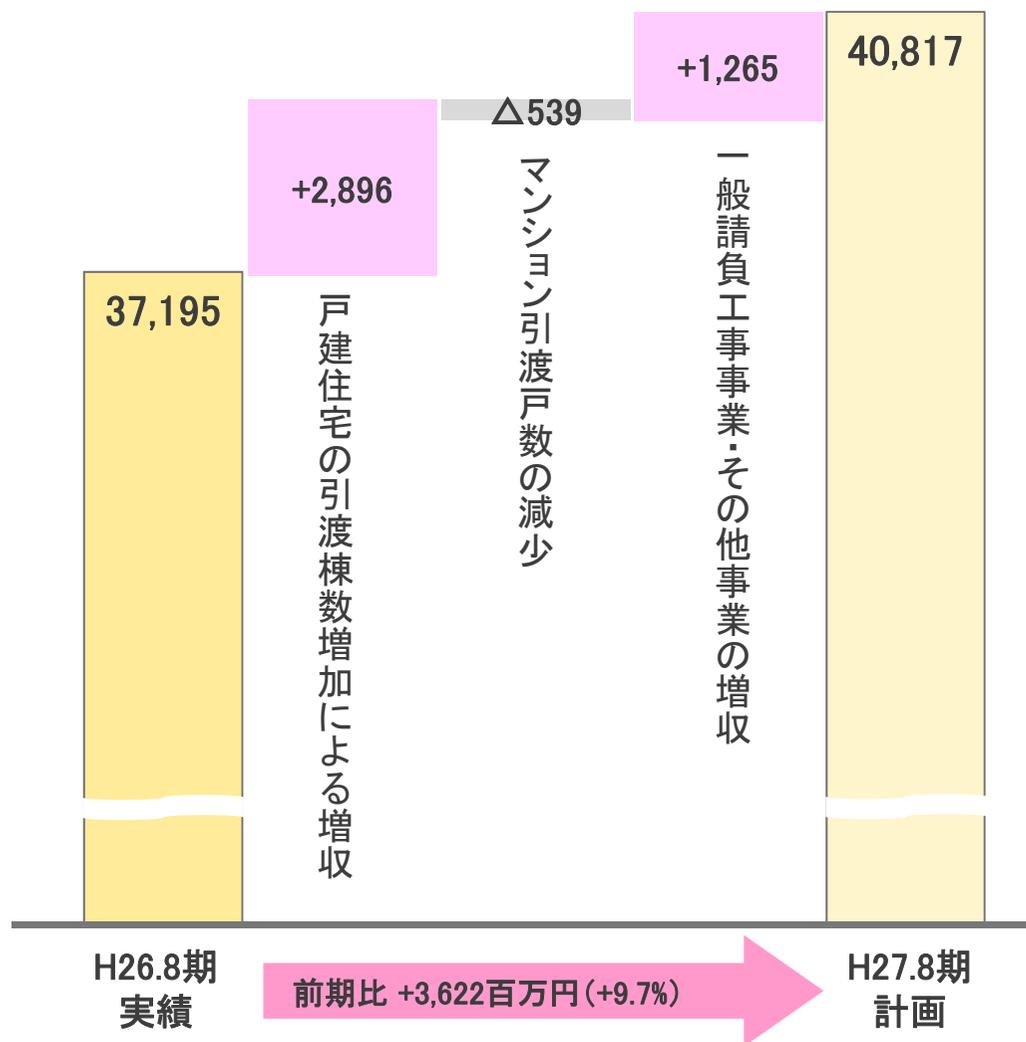
	平成26年8月期		平成27年8月期(計画)			
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比
売上高	37,195	100.0%	40,817	100.0%	3,622	9.7%
売上総利益	6,735	18.1%	7,467	18.3%	732	10.9%
販売管理費	4,510	12.1%	5,016	12.3%	505	11.2%
営業利益	2,224	6.0%	2,451	6.0%	226	10.2%
経常利益	2,404	6.5%	2,628	6.4%	224	9.3%
当期純利益	1,462	3.9%	1,686	4.1%	224	15.3%

【単体ベース】

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成26年8月期		平成27年8月期(計画)			
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比
売上高	28,929	100.0%	32,043	100.0%	3,113	10.8%
売上総利益	5,499	19.0%	6,243	19.5%	743	13.5%
販売管理費	3,800	13.1%	4,278	13.4%	478	12.6%
営業利益	1,699	5.9%	1,964	6.1%	264	15.6%
経常利益	2,023	7.0%	2,147	6.7%	124	6.1%
当期純利益	1,184	4.1%	1,359	4.2%	175	14.8%

平成27年8月期 売上計画



戸建住宅事業を軸に増収を計画

- 戸建住宅の、受注・引渡棟数の増加が、連結業績に大きく貢献する計画
- 戸建住宅は、3つのデザインギャラリーを展開する名古屋周辺での受注増を見込む
- マンションは、前期比減少するも、名古屋市内に、2棟 44戸を新規販売開始

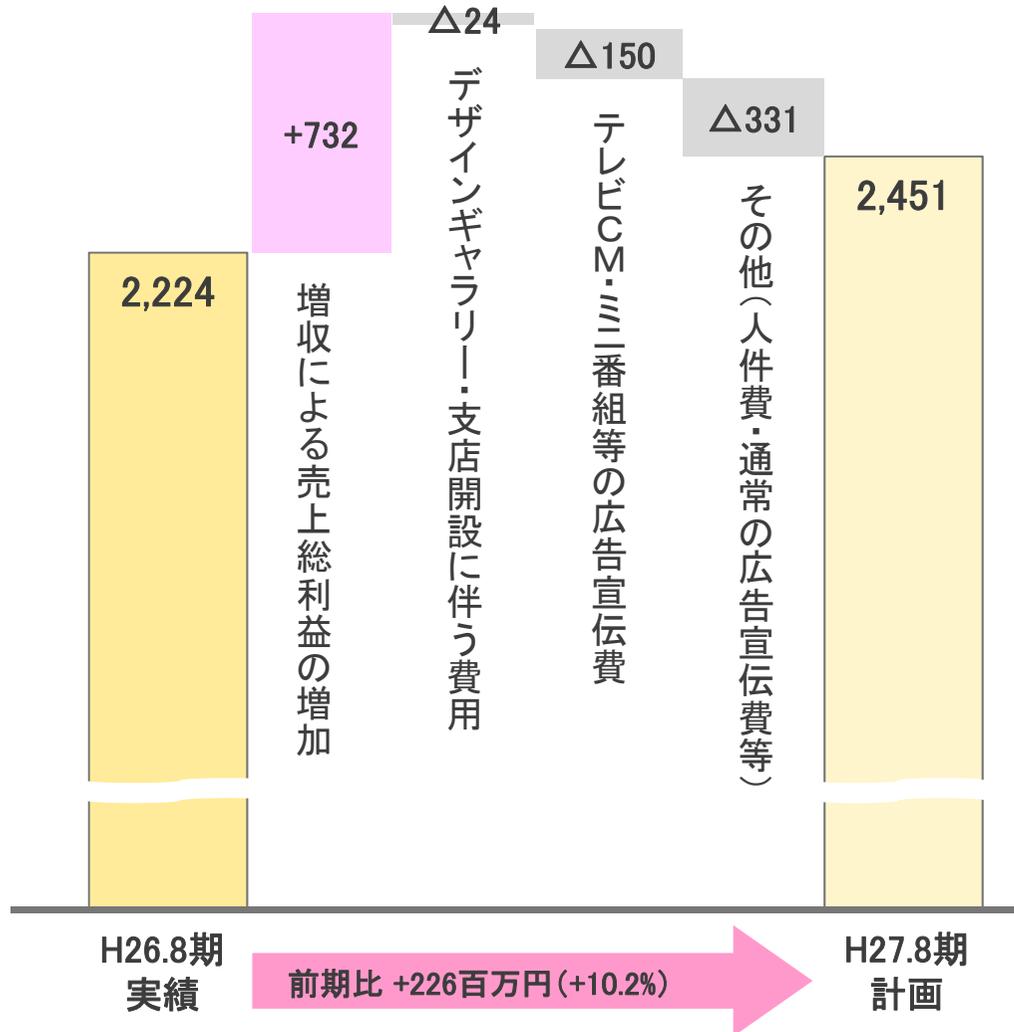
[戸建]

- 引渡棟数計画: 850棟 (前期比 88棟増)
 - H26.8期末受注残: 312棟 (前期末比 53棟減)
 - H27.8期受注分: 538棟
- 受注棟数計画: 901棟 (前期比 192棟増)
 - H26.9~H27.2: 442棟 (前期比 93棟増)
 - H27.3~H27.8: 459棟 (前期比 99棟増)

[マンション]

- 引渡戸数計画: 61戸 (前期比 23戸減)
 - H26.8期販売開始分: 32戸 (うち受注残 24戸)
 - H27.8期新規販売開始分: 29戸
- 受注戸数計画: 40戸 (前期比 66戸減)
 - H26.8期販売開始分: 8戸 (全戸完売計画)
 - H27.8期新規販売開始分: 32戸 (全2棟44戸)

平成27年8月期 営業利益計画



建売との差別化強化費用を見込む

- 営業利益は引渡棟数の増加を受け10.2%増
- 当社の強みをさらに成長させる営業基盤の構築を図る

- ① 建売住宅との差別化戦略を推進・強化
 - ・パワービルダーとの違いを明確に伝える
「サンヨーデザインギャラリー」の展開拡大
→ H27.8期中の4号店開設を計画
 - ・新支店もエリア選定を開始し、早期出店を目指す

〔 出店費用概算 : 約330百万円 〕
〔 販売管理費計上額 : 24百万円 〕

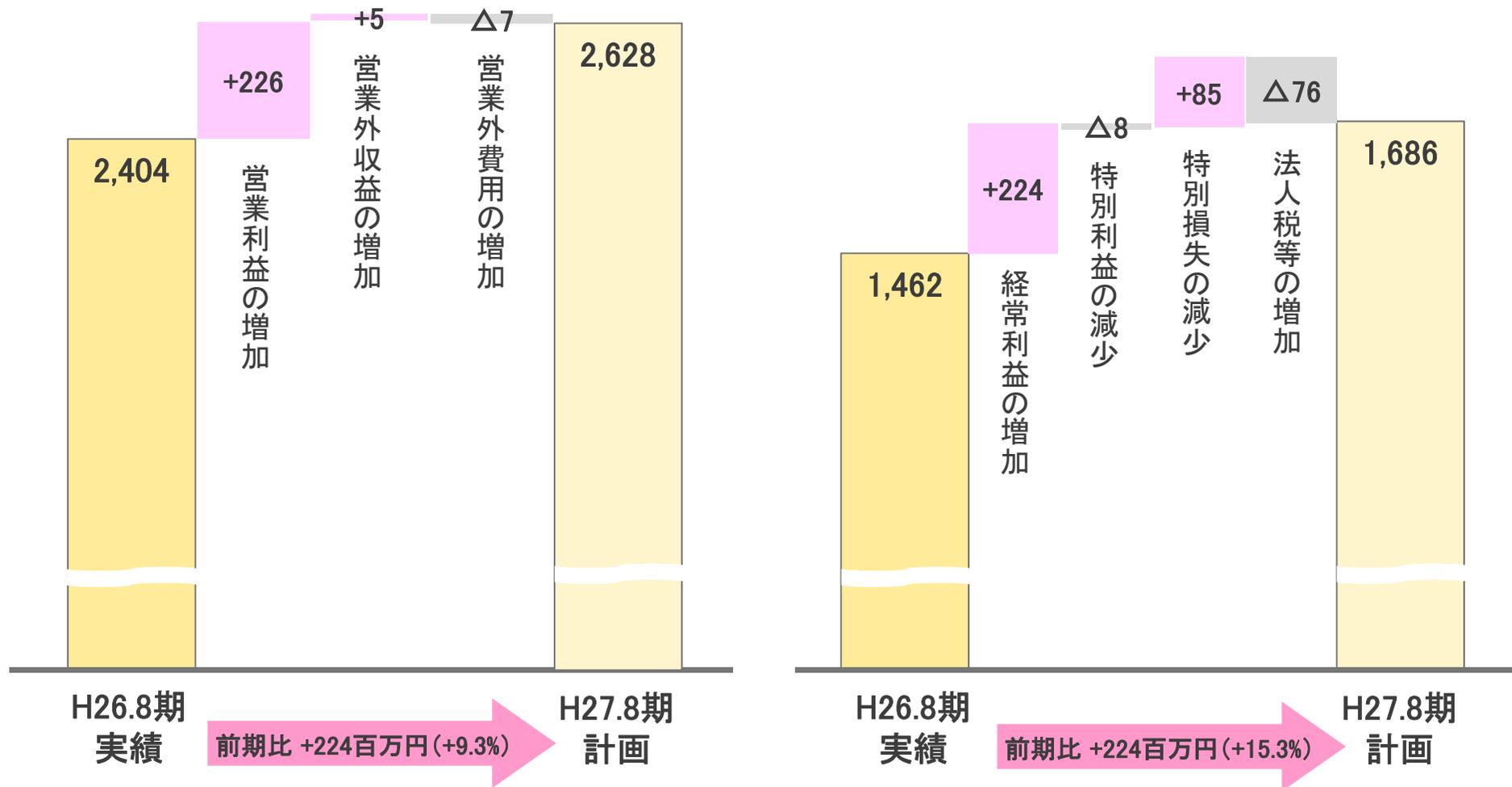
- ② 企業認知度向上による営業力強化
 - ・東海地区を中心とした、CM、ミニ番組の放送等により、当社の強みの認知向上、ブランドイメージの浸透を推進する

〔 販売管理費計上額 : 150百万円 〕

平成27年8月期 経常利益・当期純利益計画

経常利益

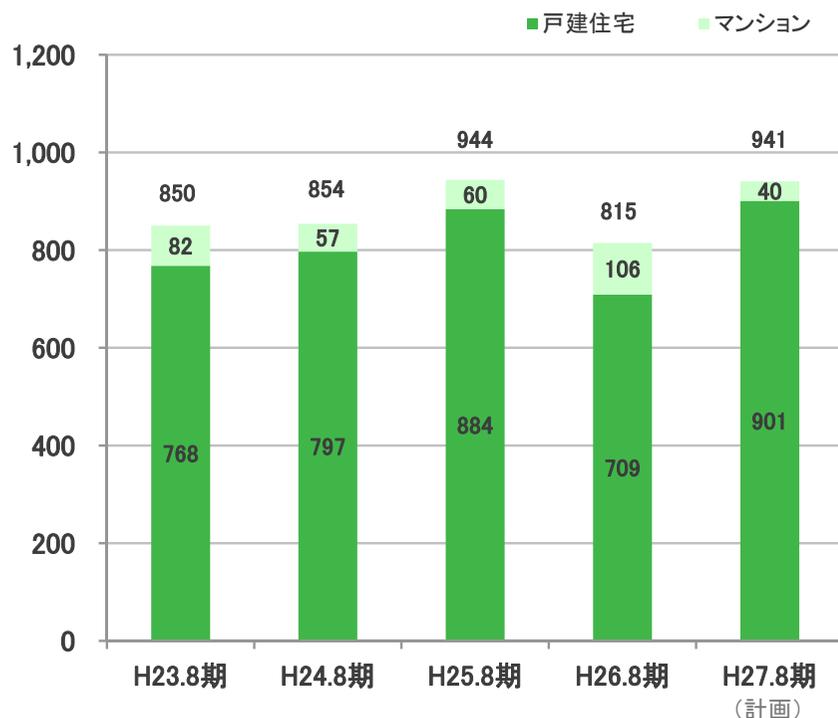
当期純利益



平成27年8月期 受注・引渡棟数計画

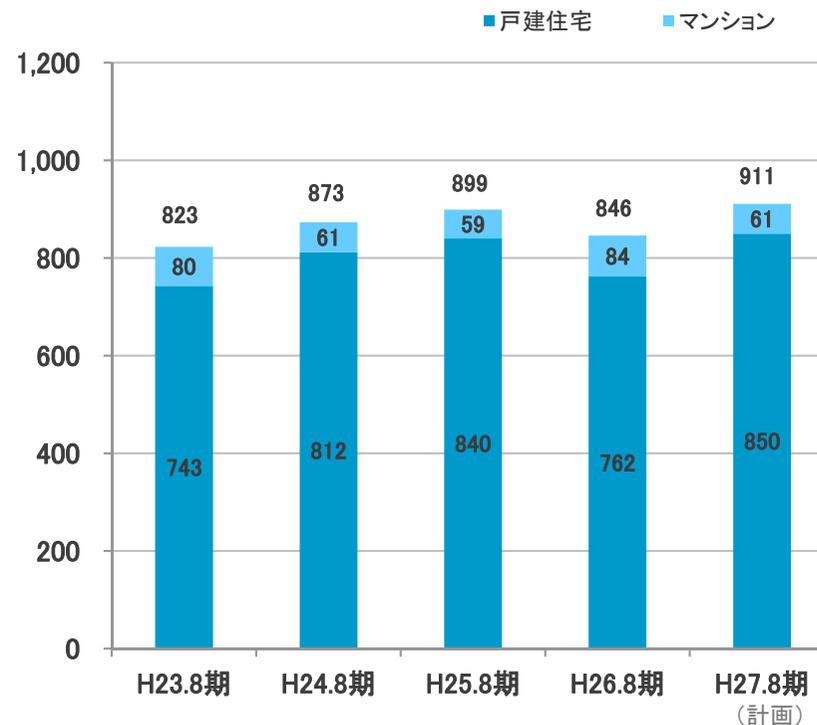
受注棟数

941棟(前期比 126棟増)



引渡棟数

911棟(前期比 65棟増)



【受注】

戸建 : サンヨーデザインギャラリー増設の効果で、堅調に受注確保が進む見通し
 マンション : 新規販売物件を中心に、40戸(前期比66戸減)を計画

【引渡】

戸建 : 堅調さを取り戻した受注が下支えとなり、850棟(前期比88棟増)の引渡を計画
 マンション : 受注残に加え、新規分譲となる物件の引渡で61戸(前期比23戸減)の計画

平成27年8月期 事業展開

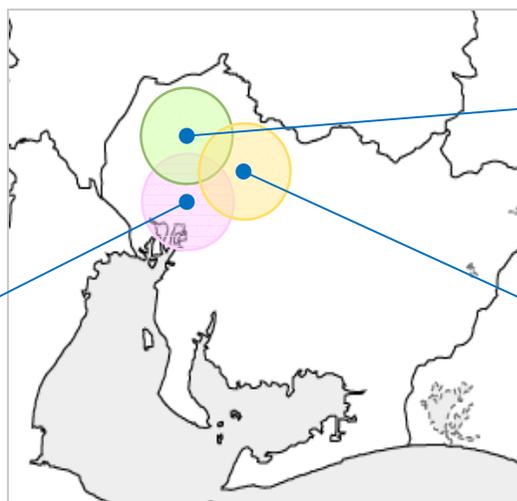
①サンヨーデザインギャラリーの展開拡大

建売住宅との差別化をより明確化する店舗展開を推進

- 3店舗のサンヨーデザインギャラリーを核としたエリア制で東海圏の深耕を進める
 - 1号店:平成24年9月21日 サンヨーデザインギャラリー名古屋南支店(名古屋市緑区)
 - 2号店:平成26年7月 4日 サンヨーデザインギャラリー春日井支店(春日井市)
 - 3号店:平成26年8月22日 サンヨーデザインギャラリー名古屋東支店(長久手市)
- 一般来場客をターゲットとした営業モデルの確立に注力
 - ・幹線道路沿いの好立地、CMやテレビ取材などの宣伝効果等により一般来場客が増加
 - ⇒ さらに多くの一般来場顧客の創出とその取り込みを目指す



1号店:サンヨーデザインギャラリー名古屋南支店(外観)



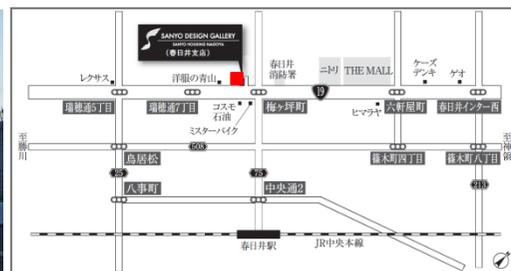
2号店:サンヨーデザインギャラリー春日井支店(外観)



3号店:サンヨーデザインギャラリー名古屋東支店(外観)

サンヨーデザインギャラリー4号店、新支店開設に向け検討開始

(ご参考) サンヨーデザインギャラリー春日井支店



開設：平成26年 7月4日

所在地：愛知県春日井市瑞穂通八丁目22番地1

概要：地上3階、地下1階(延床面積1,247.75㎡)

➤ 1号店の経験から、自由設計の魅力がより伝わる「体験型ショールーム」にブラッシュアップ

－生活導線や周辺設備、収納を意識した展示。床材、外壁材なども施設内装として利用することで、実際のイメージにより近い形で住宅設備選びやインテリアコーディネートが可能



－3つのモデルルームでは、トータルコーディネートイメージだけでなく、玄関・シューズクローク、パントリー、寝室など、モデルハウス並みの空間を実現し、実際の広さを体感しながら間取りの検討が可能



サンヨーデザインギャラリー春日井支店が地元テレビ局に取り上げられました

・平成26年7月3日 テレビ愛知「NEWSアンサー」 ・平成26年7月4日 CBCテレビ「イッポウ」 ・平成26年7月20日 東海テレビ「ターゲっちゅ」

(ご参考) サンヨーデザインギャラリー名古屋東支店



開設：平成26年 8月22日

所在地：愛知県長久手市井堀113番地

概要：地上5階(延床面積1,136.85㎡)

- 従来のコンセプトを踏襲しつつ、自由設計の幅広さ、可能性を伝えるショールームに進化
 - 標準仕様の住宅設備だけでなく、人気のオプションも豊富に展示することでお客様のこだわりの住宅設備選び、インテリア・エクステリアコーディネートを実現



- モデルルームでは、オプション品の展示やデザイン性を重視したコーディネートにより、自由設計の幅広さを表現



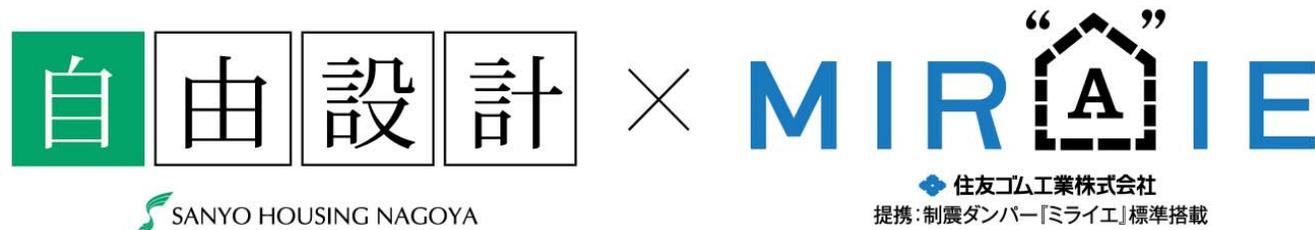
サンヨーデザインギャラリー名古屋東支店が地元テレビ局に取り上げられました

・平成26年8月30日 東海テレビ「ターゲっちゅ」 ・平成26年9月1日 CBCテレビ「ゴゴスマ」

・平成26年9月12日 メ〜テレ「ジョシばな」・平成26年9月14日 中京テレビ「PUSH！」・平成26年9月14日 テレビ愛知「日曜なもんで」

② 商品力強化による訴求力・競争力の向上

「守りたい未来」と「こだわりの住まい」をカタチにする



➤ 自由設計の魅力に、制震ダンパーによる大きな安心を追加

- 今後当社が供給する全ての建物(3階建を除く)に制震ダンパーを基本機能として標準搭載
- 高い耐震性を実現する当社独自の「T3工法(標準装備)」に加え、地震の揺れを大幅に低減する制震ダンパーに「MIRAIE(住友ゴム社製)」を採用

〈MIRAIEの特徴〉



- 1.揺れを最大70%吸収(※1)
 - 優れたエネルギー吸収性能を持つ「高減衰ゴム」は、高層ビルや斜張橋などの制震装置にも採用され、安全を支えています。
- 2.繰り返す地震に効果を発揮
 - 本震だけでなく、何度も発生する余震から住まいを守り続けます。地震によるダメージを軽減するので、補修を最小限に留めます。
- 3.高い制震性能が長期間続く
 - MIRAIEの「高減衰ゴム」は、90年間(※2)経過しても性能がほとんど変わらないことが実験で確認されています。メンテナンスの必要もありません。

※1 住友ゴム工業(株)が2011年12月に実施した実大振動台実験の結果による。

※2 住友ゴム工業(株)が実施した促進劣化試験の結果による。

③ 関西営業基盤の強化

関西新設子会社による「提案型戸建住宅」事業の開始

- サンヨーハウジング名古屋は従来の「土地付オーダーメイド住宅」を継続
- 「土地付オーダーメイド住宅」で積み上げた“自由設計”のノウハウを集約
 - 自由設計で要求されてきた様々な“こだわり”や建物に対する“理想”を集約し、提供する土地に合わせた“最適な建物”を形にして提案・提供

【新設子会社の概要】

商号：サンヨー住宅販売株式会社
 所在地：大阪府豊中市岡上の町二丁目1番8号
 設立：平成26年9月22日
 営業開始：平成26年12月上旬予定（宅地建物取引業 免許取得後）
 事業内容：関西地区における「提案型戸建住宅」の設計・施工・販売
 初年度計画：販売戸数 10棟 売上規模 430百万円
 （平成27年8月期） ※ 初年度は、仕入・施工が業務の中心。早期に年間50棟の供給体制を構築する

- 「土地付オーダーメイド住宅」と「提案型戸建住宅」でシェア拡大を狙う
 - 住宅一次取得者層の求める価格帯を目安に提供するエリアを棲み分け

《土地付オーダーメイド住宅》

サンヨーハウジング名古屋 関西本部

一定の予算内で、十分な広さの土地が提案可能なエリア（主に北摂地域等）
 ⇒ お客様自身による“自由設計”で理想の住まいを実現

《提案型戸建住宅》

サンヨー住宅販売株式会社

地価が高く、一次取得者をターゲットとした場合に、狭小地での提供となり、自由設計に不向きなエリア（主に大阪市内、下町エリア等）
 ⇒ 「提案型戸建住宅」として、土地に合わせた“理想の住まい”を提供

④ ブランドイメージの構築と浸透

当社の強みと想いを広く認知させるブランド戦略の強化

- 商談などの様々なコミュニケーションの場で認知度の向上を実感
→ テレビCMを継続放送し、企業認知をさらに拡大させる
- 当社提供のミニ番組を平成26年11月より放送予定
→ 当社の「土地付オーダーメイド住宅」で自由設計を行い、お引渡ししたお客様にご出演いただき、自由設計の魅力を実例で紹介



「家を、土地からオーダーメイドする。」

当社の強み、建売住宅に対する優位性を更に認知・浸透させる

ミニ番組 『オーダーメイド！住宅図鑑』



(番組MC)
春香クリスティーン

放送局：テレビ愛知

放送枠：毎週土曜 20:54～（2分間）

初回放送 平成26年11月1日（土）予定

内 容：当社“土地付オーダーメイド住宅”で自由設計を行った施主が、自由設計だからこそ実現できたそれぞれの“こだわり”を紹介していく番組

各グループ会社の計画

(単位:百万円 単位未満切捨て)

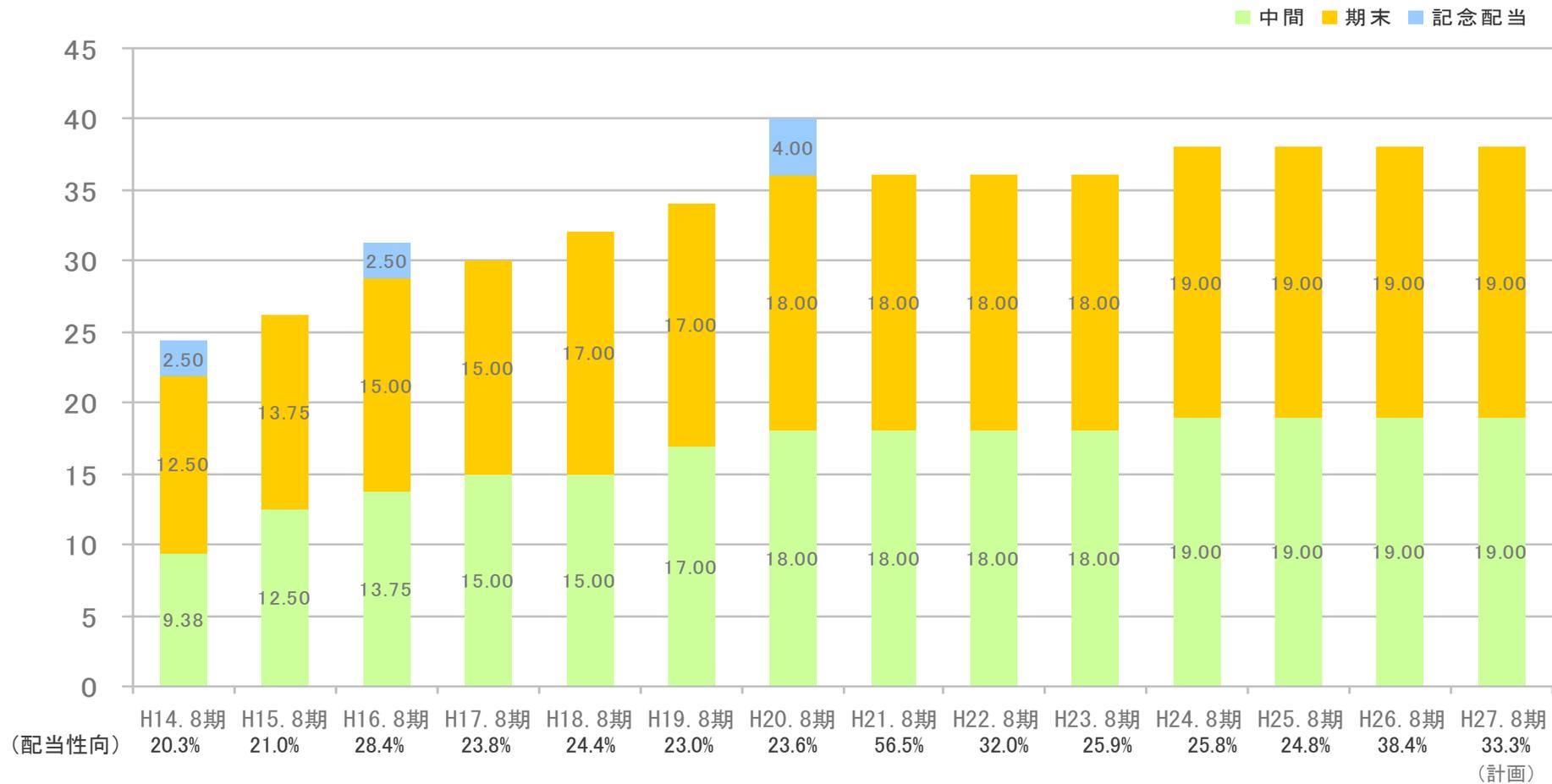
売上高	H26.8(実績)	H27.8(計画)	増加率	計画
サンヨーベストホーム	2,556	2,016	△21.1%	東海圏マンション事業 ・名古屋市の人気エリアで、2棟44戸の販売開始 - H27.8期引渡予定物件:川名、新瑞
巨勢工務店	2,489	2,314	△7.0%	民間工事・公共工事の受注拡大 関西圏戸建住宅事業の内製化
ジェイテクノ	5,395	5,810	7.7%	東海圏戸建住宅事業の内製化 - 土木・造成工事以外の施工力強化にも注力 東邦ガス請負工事拡大、民間工事・公共工事拡大
サンヨー土木測量	115	125	8.3%	測量業務の内製化
宇戸平工務店	1,232	1,500	21.7%	三重中部の一般請負工事の継続受注拡大 三重県戸建住宅施工の内製化
単純合計	11,789	11,765	△0.2%	

- 連結消去前段階の単純合計で、売上高100億円超の規模に成長
- サンヨーベストホームは、H27.8期引渡物件が前期比減少することに伴い減収計画
- 巨勢工務店、ジェイテクノ、宇戸平工務店は、グループ内建築工事の内製化を推進しつつ、外部(民間・公共)からの受注拡大を継続して目指す

配当金

平成27年8月期 配当計画

中間19円 + 期末19円 = 年間38円



* 株式分割を遡及修正しております

(ご参考)会社概要



会社概要

設 立	平成元年11月16日
住 所	名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1
事 業 内 容	「土地付オーダーメイド住宅」の販売・施工を中心とした住宅事業
営 業 拠 点	<p>3サンヨーデザインギャラリー、14支店、3営業所、1展示場、連結子会社6社</p> <p>【サンヨーデザインギャラリー】 名古屋南支店 春日井支店 名古屋東支店</p> <p>【支店】 (愛知県) 栄支店 名古屋西支店 (岐阜県) 岐阜支店 刈谷支店 東海支店 (三重県) 四日市支店 豊田支店 岡崎支店 (静岡) 浜松支店 静岡支店 豊橋支店 (大阪府) 豊中支店 (兵庫県) 神戸支店 姫路支店</p> <p>【営業所/展示場】 名古屋東営業所 稲沢営業所 春日井営業所 名古屋総合展示場</p> <p>【連結子会社】 サンヨーベストホーム(株) サンヨー土木測量(株) (株)巨勢工務店 ジェイテクノ(株) (株)宇戸平工務店 サンヨー住宅販売(株)</p> <p style="text-align: right;">(平成26年10月15日 現在)</p>
資 本 金	3,732百万円 <p style="text-align: right;">(平成26年8月31日 現在)</p>
社 員 数	379名(役員、臨時雇用者を除く) (グループ全体:504名) <p style="text-align: right;">(平成26年8月31日 現在)</p>
上 場	東証・名証2部 平成14年7月23日 東証・名証1部 平成16年8月2日 ※ 愛知県で東証・名証一部上場の不動産会社は当社のみ

経営方針

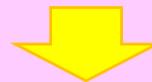
『住む人本位』の自由設計による快適な住まいを提供する

土地から探し、自由設計で家を建てる

家を、土地からオーダーメイドする。

お客様にとっての理想的な「暮らし」と「未来」を創造する

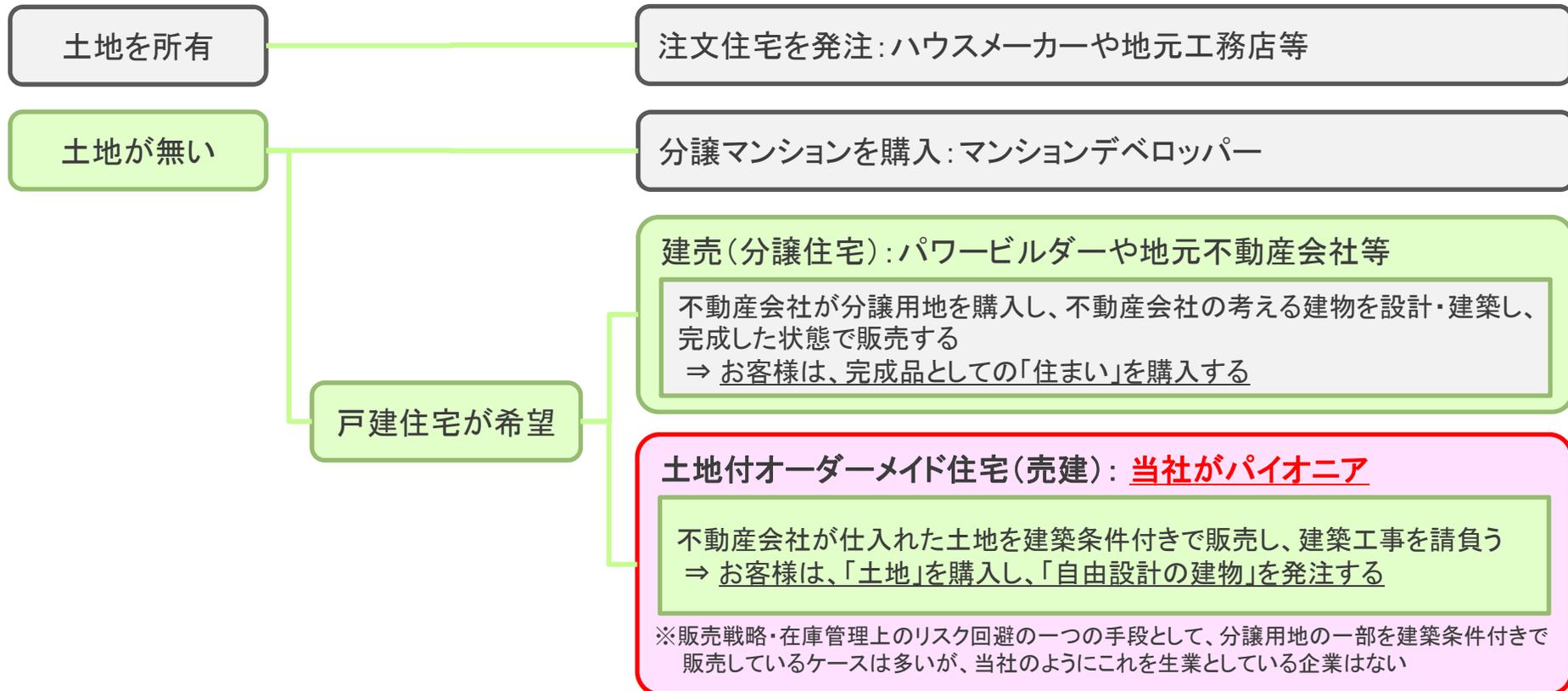
“住まいを土地から探す” お客様に最高のサービスを提供する



土地付オーダーメイド住宅

ポジショニング

【住宅の取得方法から見た位置づけ】



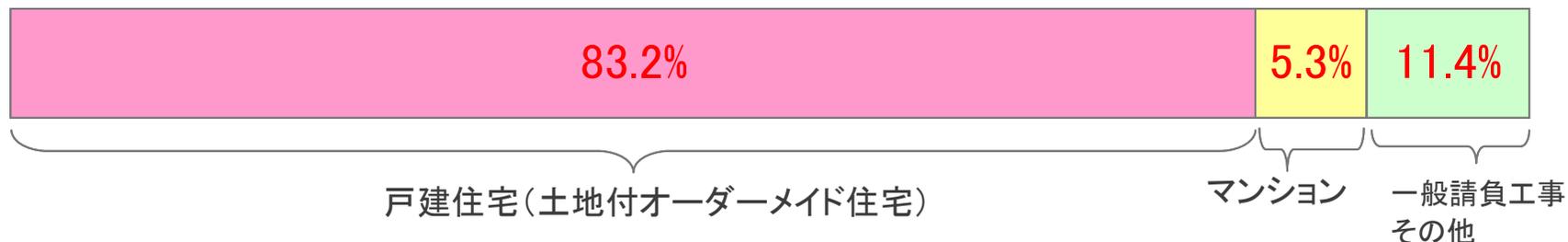
主流である「注文住宅」と「建売」という限られたお客様の住宅取得方法に
「家を、土地からオーダーメイドする。」という選択肢を提案

(参考)事業展開

当社グループ事業の売上構成比(H26.8期)



(ご参考)当社グループ事業の売上構成比(H25.8期)



「土地付オーダーメイド住宅」を核とした戸建住宅事業を中心に事業展開

- ・「土地付オーダーメイド住宅」を主力とする戸建住宅事業が約8割を占める
建築用土地をお持ちのお客様には、自社専門部隊で注文住宅(建築請負)として対応
 - ・マンションニーズに対しては、グループ会社(サンヨーベストホーム)が補完
 - ・住宅の販売・設計・施工・メンテナンスまで、一貫して対応できる体制を構築
- ⇒ お客様の「住まい」に関するニーズをグループ全体で対応

お客様から見た特徴

	当社ビジネスモデル	建売(分譲戸建住宅)
購入物件 (提供商品)	<p>土地+建物(注文住宅) 複数の土地の価格・立地等の条件を確認し、建築条件付きで契約。そこに自由設計の建物を建築する。</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> “土地”から検討することにより、エリアや広さ、予算などを満たす希望にあった物件を探しやすい 家族構成やライフスタイル、予算に合わせて、間取りや仕様、内観・外観、外構など、希望に合わせて建物全体を自由設計できる <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 購入検討時は更地(建物が無い)状態のため、完成時のイメージがしづらい ⇒ サンヨーデザインギャラリーの活用で払拭 契約後、設計・建築の期間が必要となるため、入居は約6ヵ月後となる 	<p>分譲住宅(土地・建物完成品) 分譲地に既に完成している建物を現物確認(間取り、仕様)し、完成した建物を選ぶ。</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 完成済みであるため、入居イメージがしやすく、立地や建物が気に入れば(希望に対する乖離を妥協できる範囲であれば)、契約後短期間で入居可能 分譲会社によっては、比較的安価で購入できるため、住宅取得予算全体を抑えやすい <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 間取りや仕様変更はできないため、建物に対してライフスタイルや生活を合わせていく必要がある 土地が気に入っても、完成している建物が気に入らなければ購入を諦めるか妥協するかしか選択肢がない
購入予算 (価格)	<p>標準価格±α(お客様の予算に合わせ設計) 標準的な間取り・仕様をベースにした基本価格に設計、外構工事、造成(地盤改良)工事などを含む総額で予算を把握</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 標準仕様と大きな変更(主に延床面積)がなければ、ほぼ標準価格で間取りや外観・内観の変更が可能 <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 個別の希望(オプション)が多い場合は、予算が膨らみやすい(優先度をつけて仕様等を変更することで予算の調整が可能) 	<p>分譲価格(定価)のみ 完成品の価格が予算として認識可能</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 必要予算が分かりやすいため、情報が少ない中でも検討を開始しやすい <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 価格が予算と合わない場合(値引きができない場合)は、購入を諦めざるを得ない

事業の特徴

	当社ビジネスモデル	建売(分譲戸建住宅)
販売方法	<p>潜在顧客 具体的な検討や行動を起こしていない顧客(チラシなどに反応しない)を、営業自ら賃貸住宅等に訪問し、将来顕在化する需要として発掘する「<u>攻めの営業</u>」</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 競合が無い状態からコンタクト(商談)ができ、かつ、チラシへの反応など、顧客の行動に依存することなく営業が可能 <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 潜在顧客発掘のための自前の営業体制(人員)を必要とする(一方で仲介手数料等は発生しない) 	<p>顕在顧客 チラシやインターネットなどの広告・販促活動を展開し、「家を買おう」と行動を始めている顧客を、販売拠点(売出現場や営業店等)での来場を待つ「<u>待ちの営業</u>」</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 販売代理などを活用することによって、営業人員を持たなくとも営業が可能 <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客の意志や行動(市場環境や天候等で左右)に依存。 販売不振の物件は大幅な値引きや仲介手数料の引き上げなど利益を削ってでも販売につなげる必要がある
経営的特徴	<p>安定収益 お客様の要望や予算に合わせて提案ができるため、「値引き」という概念が必要なく、安定した利益を生む</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 仕入時に計画した利益計画に沿った利益が受注時にほぼ確定する。 先行資金が土地のみで負担(借入)が少なくて済むほか、建設工事代金は顧客との契約後の発生となるため実質的な負担はない <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ビジネスモデル実現のための人員を自前で育成するコストが必要となる。(仲介手数料などは不要) 1棟の受注でほぼ利益が確定するため、確実性・安定性が高い反面、大量の受注・販売増は見込めないため、売上・利益の飛躍的な拡大は難しい 	<p>レバレッジ 短期間での生産・販売でコストを圧縮し、販売することにより、大きな利益を生み出す</p> <p>【メリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 銀行借入等の資金を活用して、短期間で大量に生産し、短期間で販売することにより(完売させれば)、大きな売上・利益を生み出せる 販売や建築など外部委託することで内部人員を必要とすることなく事業規模を拡大できる <p>【デメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客動向や外部環境(雇用情勢や市場環境など)に販売が依存しやすい 売上が未確定な状態で、土地の仕入、建設代金の債務が発生するため、常に在庫リスクを抱えなければならない

顧客層(販売ターゲット)

「土地」から住まいを探しているお客様に、最高のサービスを提供する。

➤ 住宅の第一次取得者層がメインターゲット

契約者年齢

20～30歳	25.2%
31～35歳	28.5%
36～40歳	22.8%
41～45歳	12.9%
46歳以上	10.6%
平均年齢	36.3歳

契約者年収

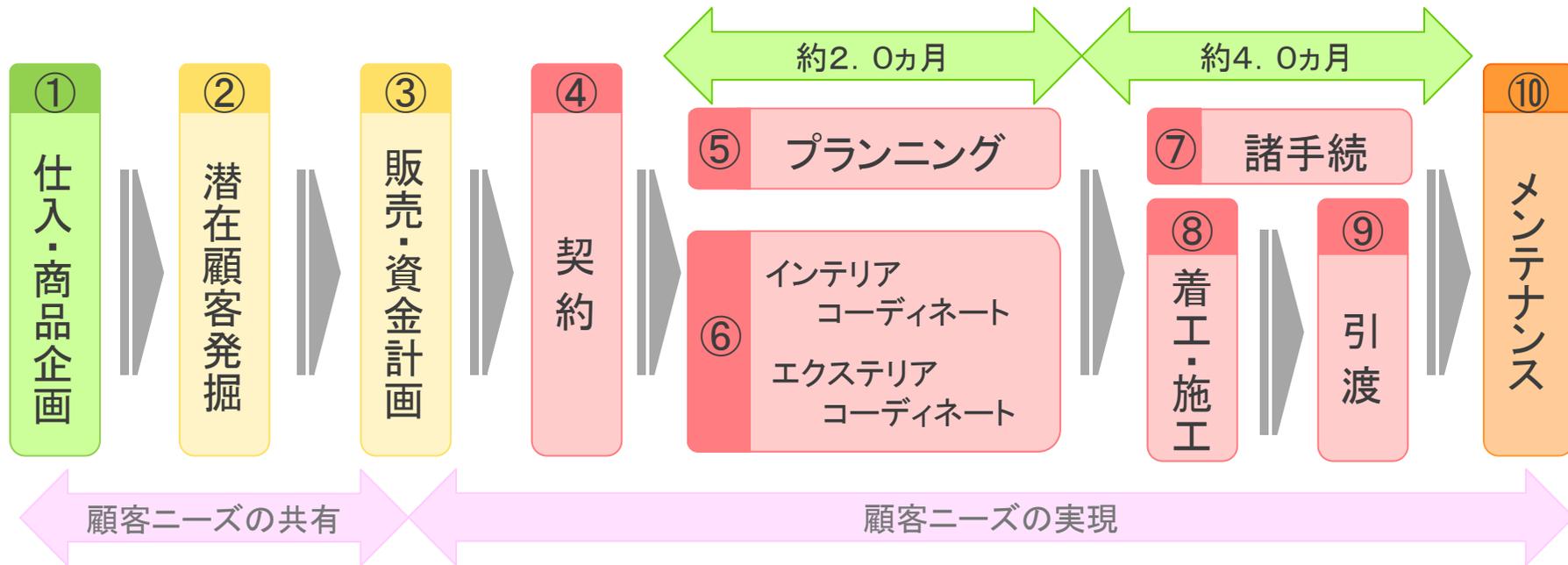
400万円以下	12.8%
401～500万円	25.9%
501～600万円	26.5%
601～700万円	15.7%
701万円以上	19.1%
平均年収	580万円

(ご参考) 平均販売価格(平成26年8月期)

平均販売価格	36,791千円
---------------	-----------------

※土地のみ、建物のみ販売を除く

当社のビジネスフロー・体制



潜在顧客の土地需要を元に効率的な仕入・販売を展開

- 潜在顧客の需要を共有し、「売れる」土地を効率よく購入
- 信頼関係を構築した見込顧客に仕入物件を提案し、契約を獲得

お客様の理想の住まいをつくる専門チームをお客様と形成

- お客様ごとに異なる要望にきめ細かな対応が可能な専門特化の分業体制
- 設計・コーディネート・建築・諸手続き、自由設計に必要な人員を自社育成
- お客様1組に各工程毎の専門担当者を配置し、メンテナンスまで完全サポート

① 仕入・商品企画【用地仕入部・企画開発部】



実際に現地を確認して調査している様子



一次造成後の区画

物件情報の収集・検討(用地仕入部)

東海圏、関西圏の仲介業者1,500社以上に対して、直接訪問し、情報収集を行ないます。収集した物件情報をもとに、立地や地歴、周辺物件の状況や価格など様々な情報を収集し、検討を行います。

物件情報収集件数	約4,500件
検討物件数	約1,000件
(平成26年8月期実績)	

物件購入へのプロセス(企画開発部)

検討物件は全て現地調査を行い、立地や周辺環境、価格妥当性などを調査し、商品化の観点から検討を行います。

その土地でお客様が快適な生活ができるかどうか、そのエリアを希望するお客様の予算や希望にあうか等、当社独自の潜在顧客のデータが重要な判断基準となっています。

購入物件数	200件
購入区画数	680区画
(平成26年8月期実績)	

② 潜在顧客発掘【営業本部】



飛び込み営業の風景



お客様への情報提供

潜在顧客の発掘

担当地域の賃貸住宅へ、2～3名のグループ単位で飛び込み営業を行い、簡単なアンケートを利用し潜在顧客の情報を取得します。このようなお客様の多くは、まだ戸建住宅の検討を始めておらず、他社が知り得ていない当社独自の顧客情報となります。

飛び込み訪問件数	約 19万件/月
アンケート取得枚数	2,121枚/月 (平成26年8月期実績)

潜在顧客保有件数	約7.6万件 (平成26年8月31日現在)
----------	--------------------------

潜在顧客へのアプローチ

アンケート取得後も、再訪問や電話連絡等で継続的に住宅に関する情報提供を行い、信頼関係の構築と維持に努めながら、お客様の「住まい」に関するご要望をヒアリングします。

お客様のご要望やご予算に合わせた「土地」を探し、条件に合う形で「自由設計の建物」と合わせて提案を行うことで、効率よく受注につなげていきます。

③ 物件紹介・資金計画【営業本部】



物件のご案内風景

物件のご案内・ご紹介

ご希望に合致する物件をご紹介し、実際の土地や周辺環境のご説明、ご案内をします。

自由設計の建物は、長年蓄積してきた実績やノウハウを活かし、お客様のご要望とご予算に合わせた標準プランを事前に作成し、ご説明していきます。

当社の提示する標準プランは、造成や地盤改良工事の他、外構工事、設計費用なども全て含んだ総額で提示し、シンプルで分かりやすい価格表示を行っています。

資金計画のご提案

土地や建物だけでなく、お客様のご予算(年収や貯蓄など)に応じた資金計画も提案します。

当社の提携ローン(金融機関)を利用した場合の、返済シミュレーションを行い、具体的な月々の返済額や返済年数など、お客様の希望する住まいが無理なく取得できることに気づいていただきます。

④ 契約【支店統括部】



重要事項説明書及び契約書のご説明風景

土地付きオーダーメイド住宅の契約

建築条件付土地売買契約および工事請負契約を締結します。契約書の内容と重要事項の説明を宅地建物取引主任者と建築士が丁寧にご説明し、お客様に契約内容をご理解いただきます。

資金計画とスケジュールのご確認

契約に際しては、銀行へ提出した住宅ローンの事前相談の結果と返済計画の再確認をしていただきます。また、契約後のスケジュールをご説明し、実際のお客様独自の「家づくり」に入っていきます。

契約者の特徴

契約者は、主にアンケートを頂き良好な関係を構築した方々に加え、チラシ、インターネット、ホームページ等を見て来場された方々となっています。

⑤ プランニング（設計）【建設部】



設計士とのプランニングの風景

【制震ダンパーを基本機能として標準搭載】

- ・地震に強い耐震工法に加え、揺れを低減させる制震ダンパーを3階建を除く全ての建物に標準搭載
- ・「耐震+制震」による、新しい地震対策でお客様の大切な住まいと家族の未来を守ります

【太陽光発電設備を標準オプションとして提供】

- ・オプションとして人気の“太陽光発電”を、強力な購買力を活かし、低価格でお客様に提供（標準化）
- ・お客様のご予算に合わせて設計段階からプランニングするため、屋根形状や施工までを考慮した効率の良い設置が可能となっています

ご要望の確認

営業活動時にヒアリング・ご提案させていただいた「標準プラン」をベースに、お客様のご要望を細部まで確認していきます。

ご要望は、お客様の家族構成やライフスタイル、趣味などにより、一組一組ごとに異なり、多岐にわたります。

プランニング

ご要望の確認後、お客様の希望にそった間取り、外観の設計図を作成し、形にしていきます。設計士とお客様との綿密な打合せのもと、お客様にとっての理想の間取りが完成します。

プラン打合せは、平均週1回のペースで行い、概ね約1ヶ月でお客様の自由設計の間取りを完成させます。

各支店に設計士を配置

設計士を各支店に配属しており、お客様のご要望に対して迅速に対応しています。

設計士の人数 31名

(内訳) 社内設計士:10名 社外設計士:21名

(平成26年8月31日現在)

⑥ インテリアコーディネーター(内部仕様)
エクステリアコーディネーター(外部仕様)

【建設部】



住宅設備の検討風景

サンヨーデザインギャラリーや各支店に展示する住宅設備のサンプルなどを活用し、お客様ごとにご希望の住宅設備を決定していきます。
より細かなオプション等をご希望するお客様には、メーカーショールームへのご案内もしています。

打ち合せ

プランニング(間取り、外観)の決定後、内部仕様、外部仕様の打ち合わせに入ります。平均週1回のペースで行い、約1ヶ月でお客様毎の自由設計による仕様を決定させます。

仕様(設備)

キッチン、ユニットバス、壁紙等の内部仕様、機能門柱、外構等の外部仕様のそれぞれを主要メーカーの商品から自由に選択できるのが、当社の特徴です。

各支店にコーディネーターを配置

インテリアコーディネーターを各支店に配置しており、お客様のご要望に迅速に対応しています。

インテリアコーディネーターの人数:30名

(平成26年8月31日現在)

⑦ 融資・諸手続き【支店統括部】



サポート担当者による諸手続きのご案内

融資や諸手続きのご案内・代行

多くのお客様にとって初めてとなる住宅の購入。住宅ローンの申込みや申請手続きはもちろん、住宅総合保険のご案内や登記申請といった自治体への手続きなど、お客様が安心して住宅を購入し、気持ちよく新生活が始められるよう、総勢28名のサポート担当者が様々な諸手続きをお手伝いしています。

住宅ローン申込み

当社支店あるいは金融機関店舗にて住宅ローン申込みの手続きをご案内いたします。必要書類のご説明から金融機関との日程調整まで、複雑な手続きをスムーズに行えるようサポートしています。

諸手続きの代行・ご案内

住宅の購入にあたり、登記申請等、必要となる様々な手続きをお客様に代わって申請いたします。また、住民票の異動などお客様に実施いただく手続きも随時ご案内いたします。

⑧ 着工・施工【建設部】



基礎の完成



工事の風景

着工

プラン、仕様を決定し、お客様の了承を頂いた後、建築確認申請を提出、確認済証の交付を受け、すみやかに着工します。

施工

着工から引渡しまで約4ヶ月です。全ての施工現場に現場監督を配置し、総勢24名の現場監督が責任をもって施工管理しています。

（施工管理有資格者）

一級建築施工管理技士	10名
二級建築施工管理技士	11名
一級土木施工管理技士	5名
二級土木施工管理技士	3名

（平成26年8月31日現在）

自社施工体制

自社施工協力会社を組織化し、現在137社の規模となっております。この他16社の施工業者を活用しております。いずれも当社創立以来、長年の取引関係にあり信頼関係を築いています。

⑨ 引渡【支店統括部】 ⑩ メンテナンス【建設部】



引 渡

竣工（建物完成）

社内の品質管理グループの厳しい社内検査完了後、お客様自らの立会いによる検査を実施いただき、建物の仕上がりを最終確認して頂きます。

引渡

引渡日に合わせて、残代金の入金（ローンを実行）が終わると引渡となります。
鍵、保証書、検査済証等をお渡しし、契約から約6ヶ月後には、お客様のオーダーメイドによる住まいが完成します。

メンテナンス

入居後も安心して住み続けられるよう、定期訪問によるチェックやメンテナンスを自社専任のスタッフで対応しています。

当社施工例

“土地”から“建物”の細部にいたるまで
お客様のオーダーメイドで実現した“理想の住まい”



お問い合わせ先

株式会社サンヨーハウジング名古屋

取締役執行役員 経営本部長兼経営企画室長 小原 昇

〒467-0842 名古屋市瑞穂区妙音通三丁目31番地の1

TEL: 052-859-0134 FAX: 052-859-0935

e-mail: ir@sanyo-hn.co.jp

【将来見通しに関する注意事項】

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。