

株式会社 サンヨーハウジング名古屋
平成25年8月期 決算説明会

平成25年10月16日
代表取締役社長
宮崎 宗市

目次

はじめに

1. 平成25年8月期 決算の概況 P. 4
 2. 平成26年8月期 業績予想及び事業展開 P.21
- (ご参考)会社概要 P.34

家を、土地からオーダーメイドする。



はじめに

弊社は本年11月、皆様のご支援のおかげで、創立25年を迎えます。

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？

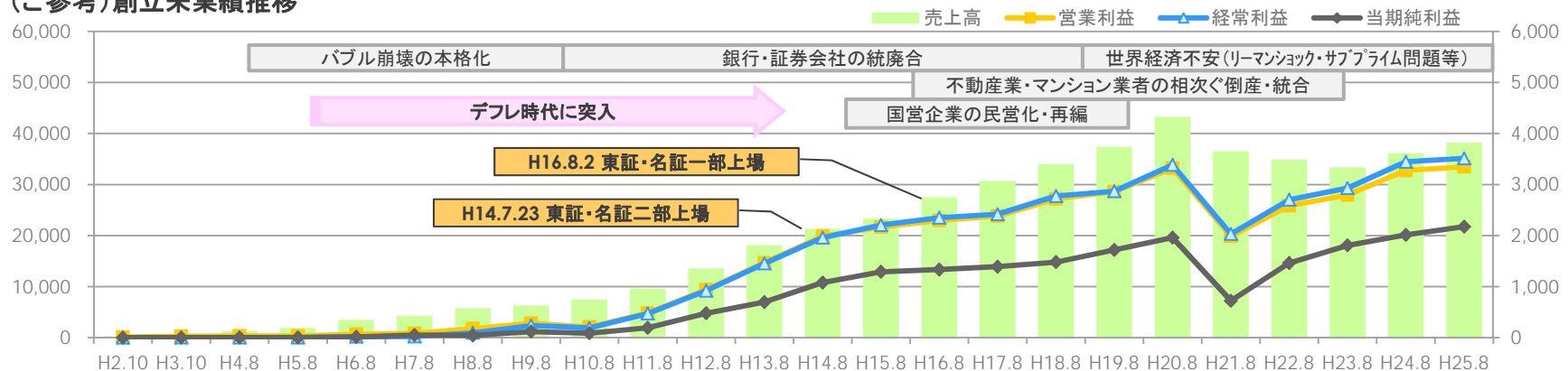


そんな“小さな疑問”からサンヨーハウジング名古屋は誕生...

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

その“想い”を忘れず、50周年に向けた第一歩を踏み出します。
さらなるご支援のほど、よろしく申し上げます。

(ご参考) 創始来業績推移



1. 平成25年8月期 決算の概況



平成25年8月期の概況

事業環境

- 円安・株高の進行や復興需要の継続、緊急経済対策による公共投資の増加等を下支えに、個人消費の増加や企業業績の回復、さらには雇用環境の改善や設備投資に持ち直しの動きが見られるなど、自律的回復に向けた動きが見られた
- 当不動産業界では、消費税増税の駆込需要や金利の先高観などから、住宅着工戸数や地価の回復がみられ、市場環境が改善に向かい始めたと考えられる一方で、円安等による資材価格高騰や消費税増税の反動リスクなど神経質な状況が控えていた

基本方針

- 「土地付オーダーメイド住宅」を軸に
- ✓ 中長期的な成長を支えていく営業基盤の強化
 - ✓ 外部環境に左右されない強固な経営基盤の構築

施策

パワービルダー等の建売ビジネスとの差別化戦略を推進
→ 『サンヨーデザインギャラリー』を活用した営業力強化

2期連続増収・4期連続増益、各利益は最高益更新
戸建住宅の受注棟数は堅調に推移

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24年8月期 | | 平成25年8月期 | | | | (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 | 36,121 | 100.0% | 37,945 | 100.0% | 1,824 | 5.1% | 40,486 | △2,541 | △6.3% |
| 売上総利益 | 7,430 | 20.6% | 7,759 | 20.4% | 328 | 4.4% | 8,360 | △601 | △7.2% |
| 販売管理費 | 4,154 | 11.5% | 4,310 | 11.4% | 156 | 3.8% | 4,645 | △334 | △7.2% |
| 営業利益 | 3,276 | 9.1% | 3,448 | 9.1% | 172 | 5.3% | 3,715 | △266 | △7.2% |
| 経常利益 | 3,446 | 9.5% | 3,612 | 9.5% | 166 | 4.8% | 3,847 | △234 | △6.1% |
| 当期純利益 | 2,013 | 5.6% | 2,235 | 5.9% | 222 | 11.0% | 2,394 | △159 | △6.6% |

【前期比】 増収・増益を達成、各利益は創立来最高益を更新

- 引渡棟数は、戸建が前期比28棟増加の840棟、マンションが前期比2戸減の59戸
- 引渡棟数の増加に加え、1棟(1戸)当たりの平均単価の上昇もあり、増収・増益となる

【計画比】 引渡棟数の上積みにも苦戦しつつも受注残は確保

- 受注は堅調であったが、引渡の期ずれもあり、引渡棟数は期初計画を下回る結果となった
⇒ 一方で、期末受注残は367棟(戸建365棟、マンション2戸)となり、前期末比45棟増加した

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24年8月期 | | 平成25年8月期 | | | | (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 | 30,025 | 83.1% | 31,589 | 83.2% | 1,564 | 5.2% | 33,112 | △1,522 | △4.6% |
| マンション事業 | 1,883 | 5.2% | 2,025 | 5.3% | 141 | 7.5% | 2,475 | △450 | △18.2% |
| 一般請負工事事業 | 4,013 | 11.1% | 4,137 | 10.9% | 124 | 3.1% | 4,704 | △566 | △12.0% |
| その他の事業 | 198 | 0.6% | 192 | 0.5% | △5 | △3.0% | 194 | △1 | △0.8% |
| 合計 | 36,121 | 100.0% | 37,945 | 100.0% | 1,824 | 5.1% | 40,486 | △2,541 | △6.3% |

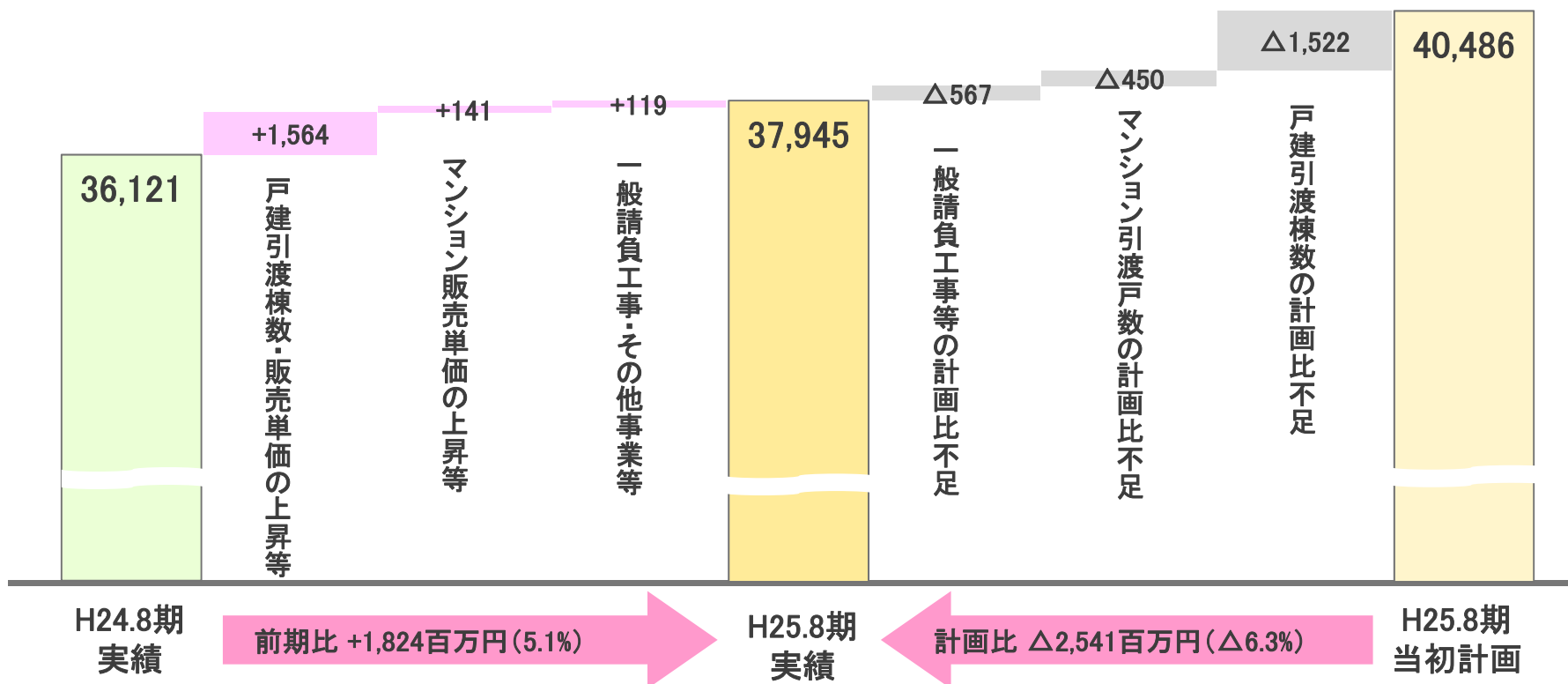
【前期比】

- 戸建住宅は、引渡棟数の増加、販売単価の上昇により増収
- マンションは、引渡棟数が微減となるも、好立地物件の販売により単価が上昇し増収
- 一般請負工事は、東邦ガス下請け工事等の安定収益基盤もあり増収

【計画比】

- 戸建住宅は、引渡棟数計画を84棟下回るも、販売単価上昇もあり計画比4.6%減
- マンションは、受注・引渡が伸び悩んだものの、H25.8期末達分はH26.8期前半に完売予定
- 一般請負工事は、民間・公共部門での受注が苦戦し、計画を12.0%下回った

連結 売上高



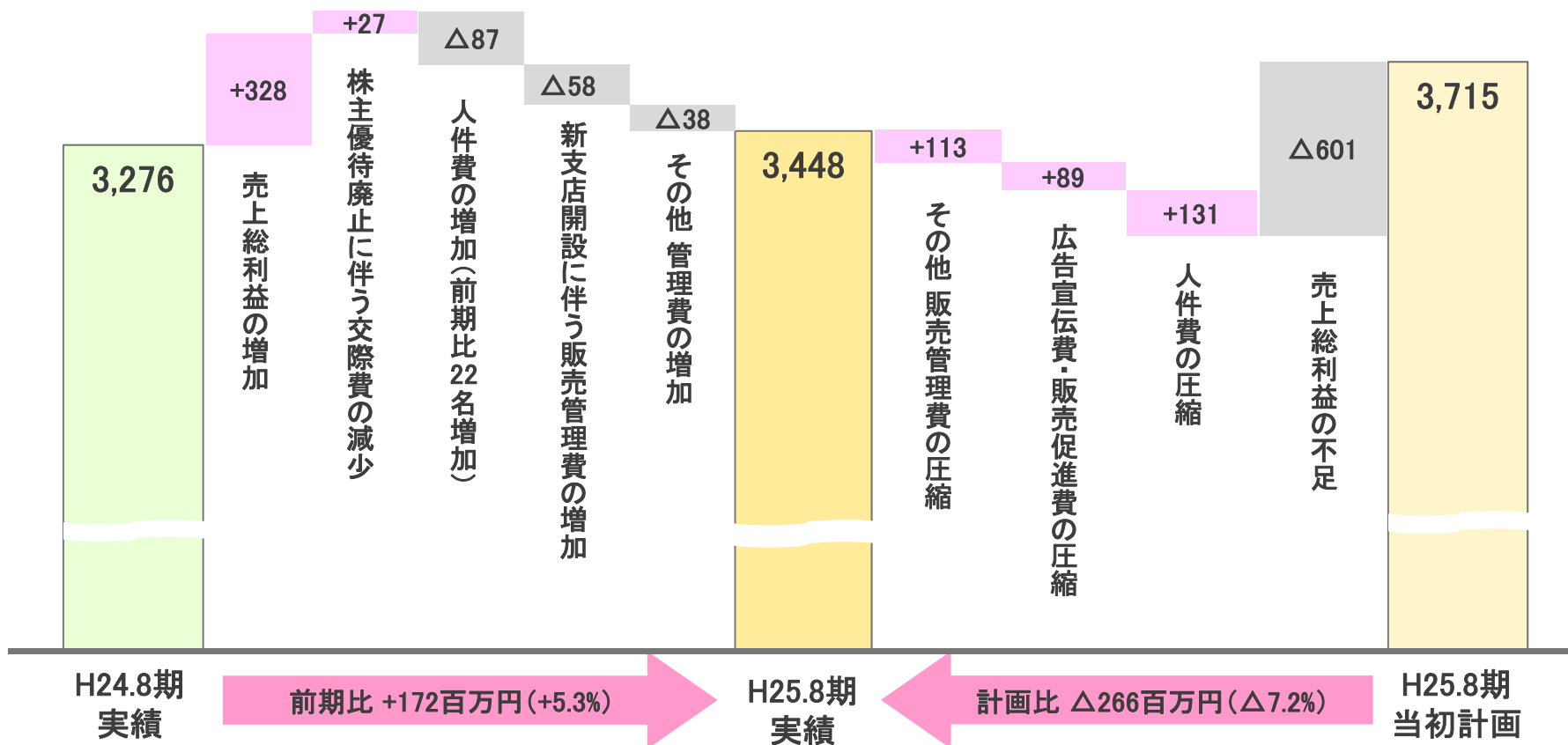
【前期比】 引渡棟数の増加、販売単価の上昇に伴い増収

- 引渡棟数は、戸建が前期比28棟増加、マンションが前期比2戸減
- 戸建、マンションともに、1棟(1戸)当たりの販売単価は上昇
 [H25.8期 平均販売単価] 戸建: 36,889千円(前期比1,137千円増) マンション: 34,326千円(前期比3,444千円増)

【計画比】 引渡棟数の上積みに苦戦しつつも受注残は増加

- 受注は堅調であったが、一部戸建住宅の引渡が期ずれ
 ⇒ 一方で、期末受注残は前期末比45棟増加し、367棟(戸建365棟、マンション2戸)となる

連結 営業利益



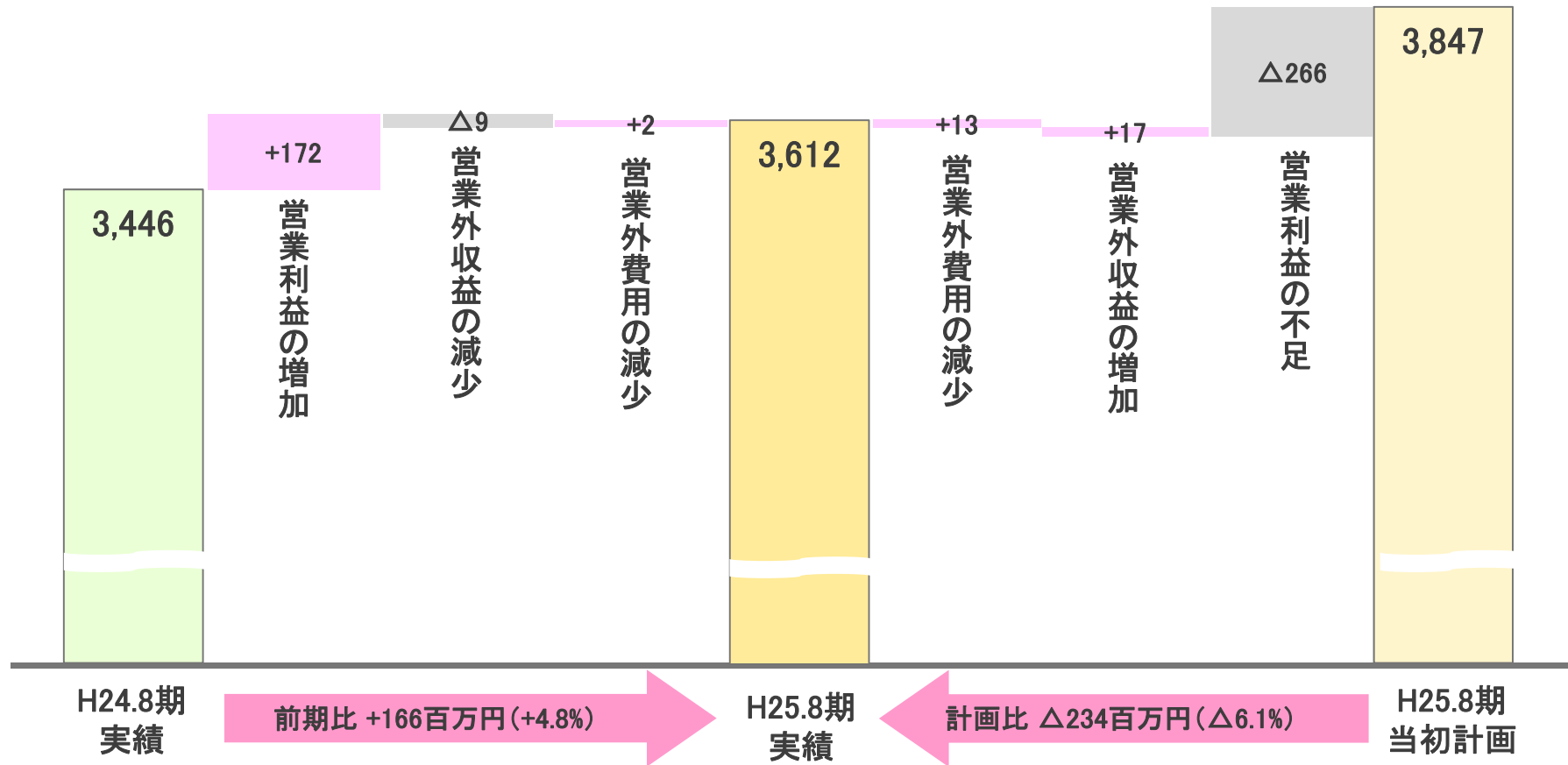
【前期比】 売上総利益の増加が下支えし、営業利益は 創立来過去最高益を更新

- 売上総利益の増加により、人員増加に伴う人件費の増加や新店開設に伴う費用の増加などの販売管理費の増加を吸収

【計画比】 売上総利益が計画を下回ったことが響き、計画を下回った

- 売上総利益が下回ったものの、販売管理費の圧縮(計画比 334百万減少)が貢献

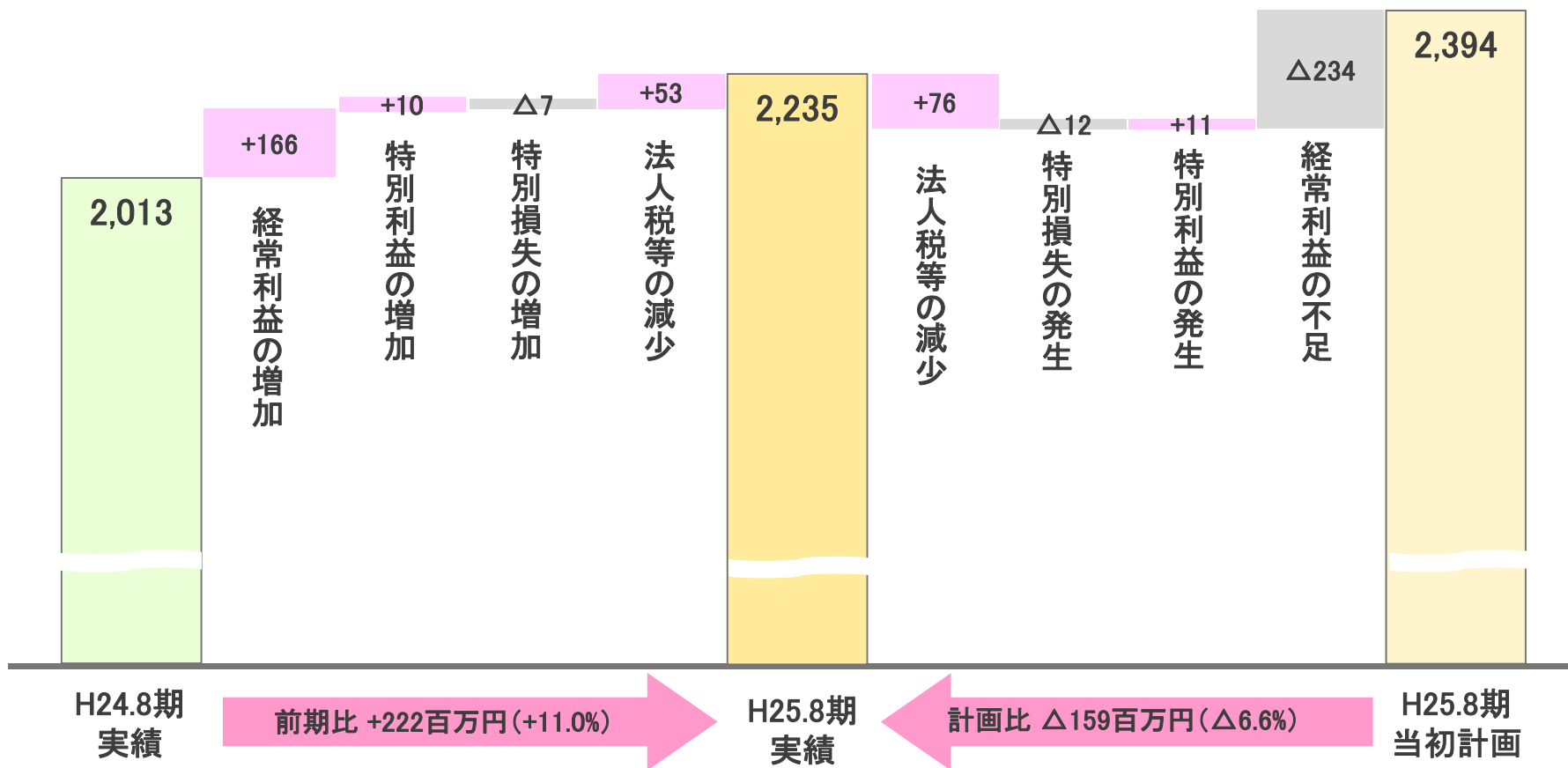
連結 経常利益



【前期比】 営業利益の増加により、経常も増益・創立来最高益を更新

【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



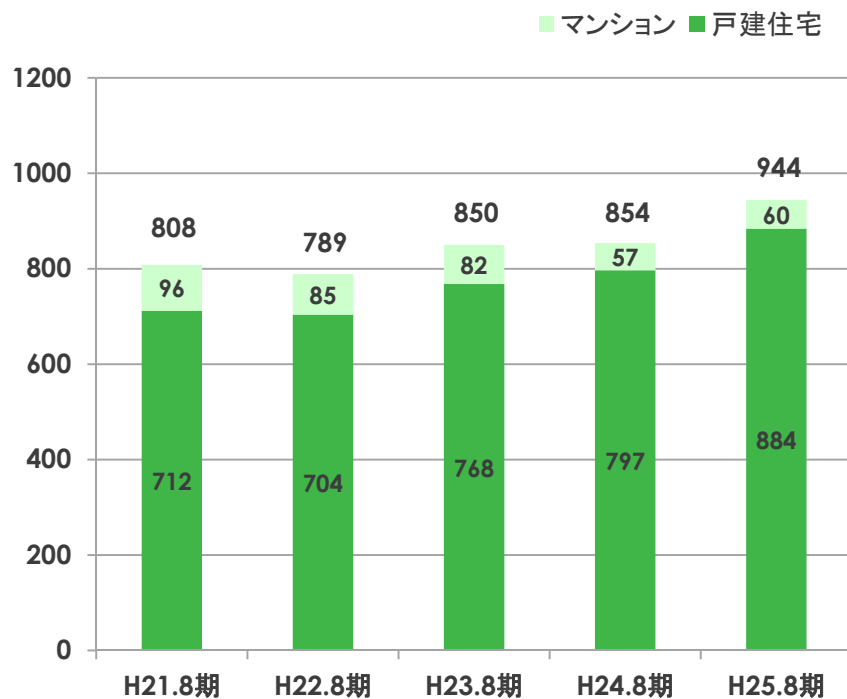
【前期比】 経常利益の増加により、純利益も創立来最高益を更新

【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

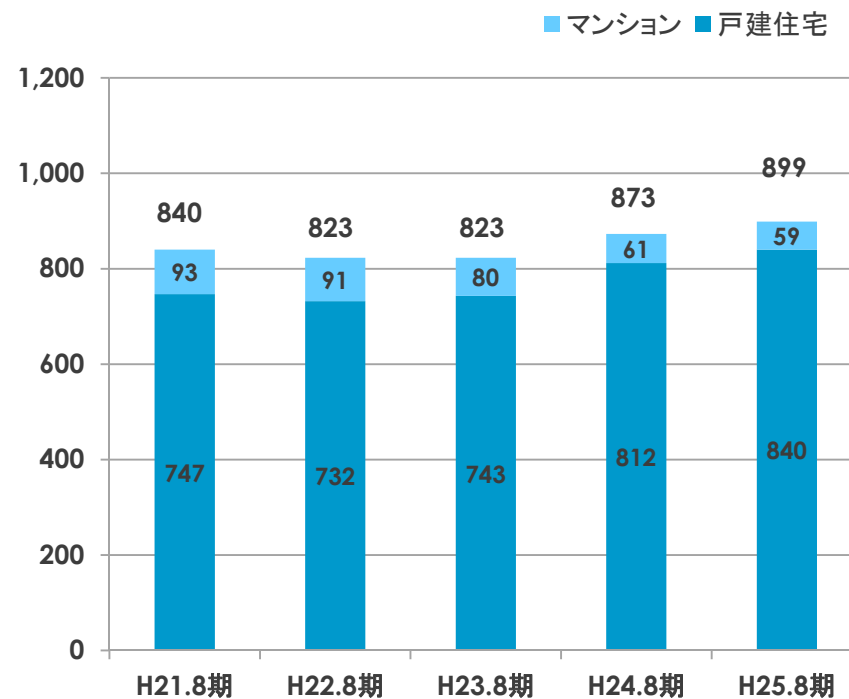
受注棟数

944棟(前期比 90棟増)



引渡棟数

899棟(前期比 26棟増)



- 戸建・マンションともに受注棟数は前期比増加
 - ・ 特に、戸建住宅の受注は堅調に推移し、前期比87棟と大幅に増加し884棟
- 引渡は、伸び悩んだが期末受注残は367棟(前期末比45棟増)を確保
 - ・ 期ずれによる期末引渡棟数の減少分が受注残となり、H26.8期の収益となる

連結貸借対照表

(単位:百万円 単位未満切捨て)

| 科目 | H24.8期 | H25.8期 | 増減 |
|----------------|---------------|---------------|--------------|
| 流動資産 | 31,006 | 34,109 | 3,102 |
| 現金預金 | 15,367 | 14,851 | △515 |
| たな卸資産 | 13,922 | 17,059 | 3,136 |
| その他の流動資産 | 1,716 | 2,198 | 482 |
| 固定資産 | 3,055 | 3,116 | 60 |
| 資産合計 | 34,062 | 37,226 | 3,163 |
| 流動負債 | 13,261 | 13,210 | △50 |
| 支払手形・工事未払金等 | 3,843 | 3,465 | △378 |
| 短期借入金等(※) | 6,352 | 6,758 | 405 |
| 未成工事受入金 | 1,048 | 1,132 | 84 |
| その他の流動負債 | 2,017 | 1,854 | △162 |
| 固定負債 | 1,191 | 2,471 | 1,280 |
| 長期借入金 | 455 | 1,713 | 1,258 |
| その他の固定負債 | 736 | 758 | 22 |
| 負債合計 | 14,453 | 15,682 | 1,229 |
| 純資産合計 | 19,609 | 21,543 | 1,933 |
| 負債純資産合計 | 34,062 | 37,226 | 3,163 |

※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】

- 適正水準を維持しつつ、積極的に仕入活動を展開
 - H25.8期仕入実績:1,046区画(前期比292区画増)
 - たな卸資産:17,059百万円(前期比3,136百万円増)
- (ご参考)
 - 戸建住宅事業在庫
 - 受注済在庫:6,600百万円(前期比766百万円増)
 - 未受注在庫:8,354百万円(前期比2,242百万円増)
 - マンション事業在庫
 - 受注済在庫:45百万円(前期比8百万円増)
 - 未受注在庫:1,684百万円(前期比117百万円減)

【有利子負債】

- 長期借入金の増加により有利子負債は増加
 - H25.8期:8,471百万円(前期比1,663百万円増)
 - ※有利子負債依存度:22.8%(前期比2.8ポイント上昇)

【自己資本】

- 自己資本は1,967百万円増加
 - ※自己資本比率:57.9%(前期比0.5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24年8月期 | | 平成25年8月期 | | | | (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 | 30,010 | 100.0% | 31,668 | 100.0% | 1,658 | 5.5% | 33,202 | △1,534 | △4.6% |
| 売上総利益 | 6,392 | 21.3% | 6,706 | 21.2% | 313 | 4.9% | 7,100 | △394 | △5.6% |
| 販売管理費 | 3,503 | 11.7% | 3,710 | 11.7% | 207 | 5.9% | 3,853 | △142 | △3.7% |
| 営業利益 | 2,889 | 9.6% | 2,995 | 9.5% | 106 | 3.7% | 3,246 | △251 | △7.7% |
| 経常利益 | 3,085 | 10.3% | 3,230 | 10.2% | 145 | 4.7% | 3,414 | △184 | △5.4% |
| 当期純利益 | 1,746 | 5.8% | 1,984 | 6.3% | 237 | 13.6% | 2,102 | △117 | △5.6% |

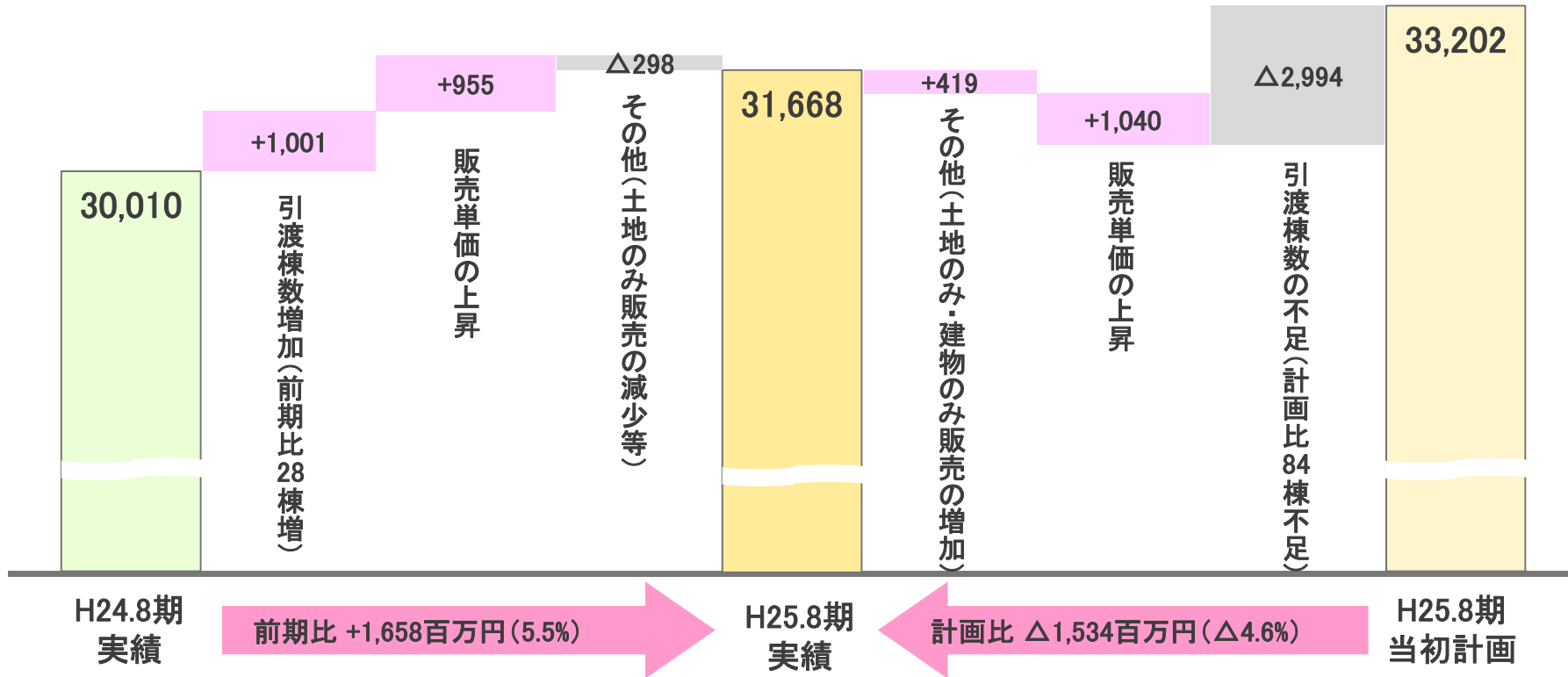
【前期比】 引渡棟数の増加により、増収・増益を達成

- 受注棟数も堅調に推移し、前期比で87棟と大きく増加し884棟
- 連結同様に、単体でも各利益は創立来最高益を更新

【計画比】 引渡棟数は計画を下回ったものの、戸建受注残は増加

- 8月引渡し予定物件の期ずれが発生
→ 戸建の期末受注残は 365棟(前期比44棟増加)

単体 売上高



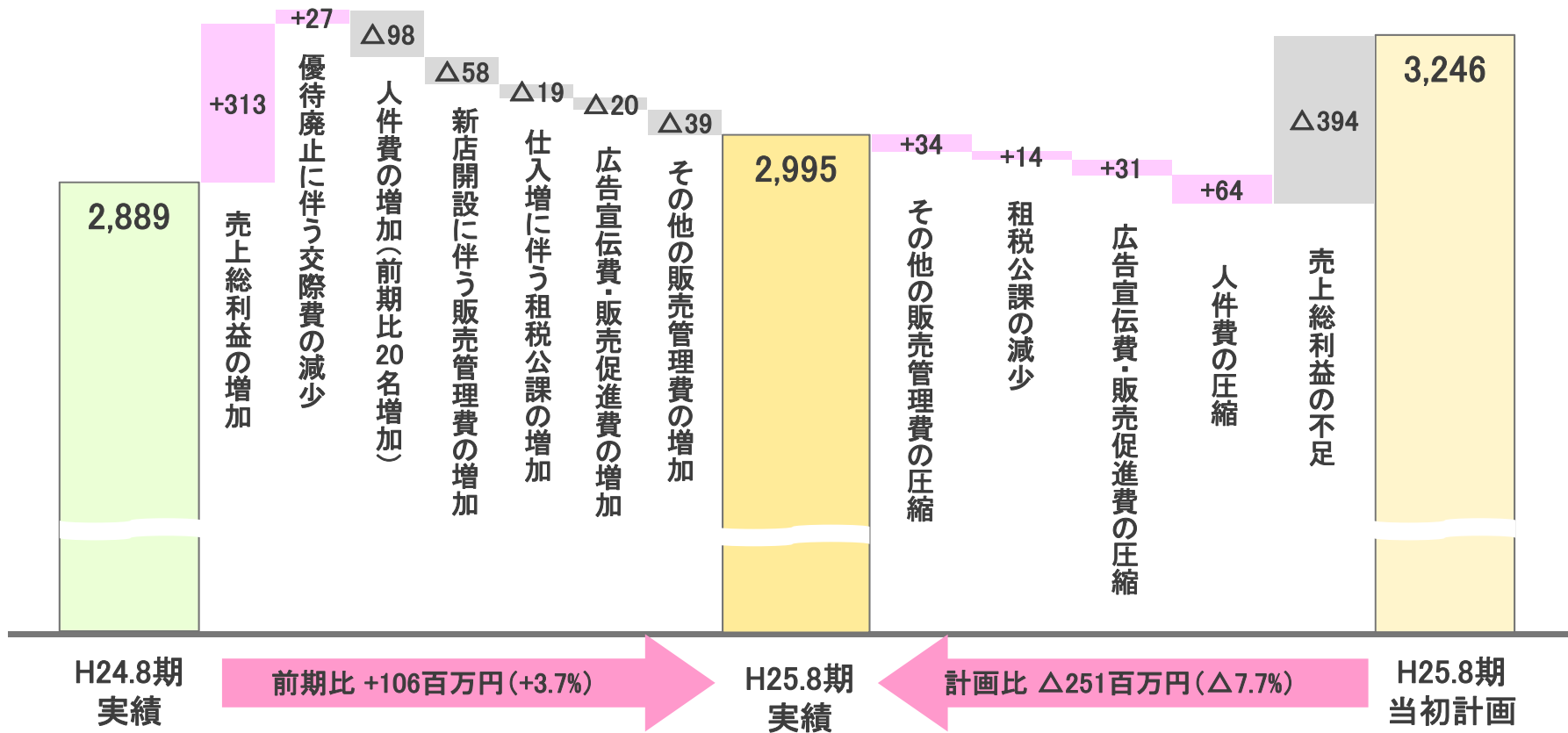
【前期比】 引渡棟数の増加 および 1棟当たりの販売単価が上昇し増収を達成

- 平均販売単価: H24.8期 35,751千円 → H25.8期 36,889千円(1,137千円増加)
→ 土地の仕入価格上昇を販売価格に適正に転嫁(土地:1,059千円上昇、建物:78千円上昇)

【計画比】 引渡棟数が計画を下回ったものの、受注残は増加

- 戸建の期末受注残は、前期末比44棟増加し 365棟となり、H26.8期上期に引渡し予定

単体 営業利益



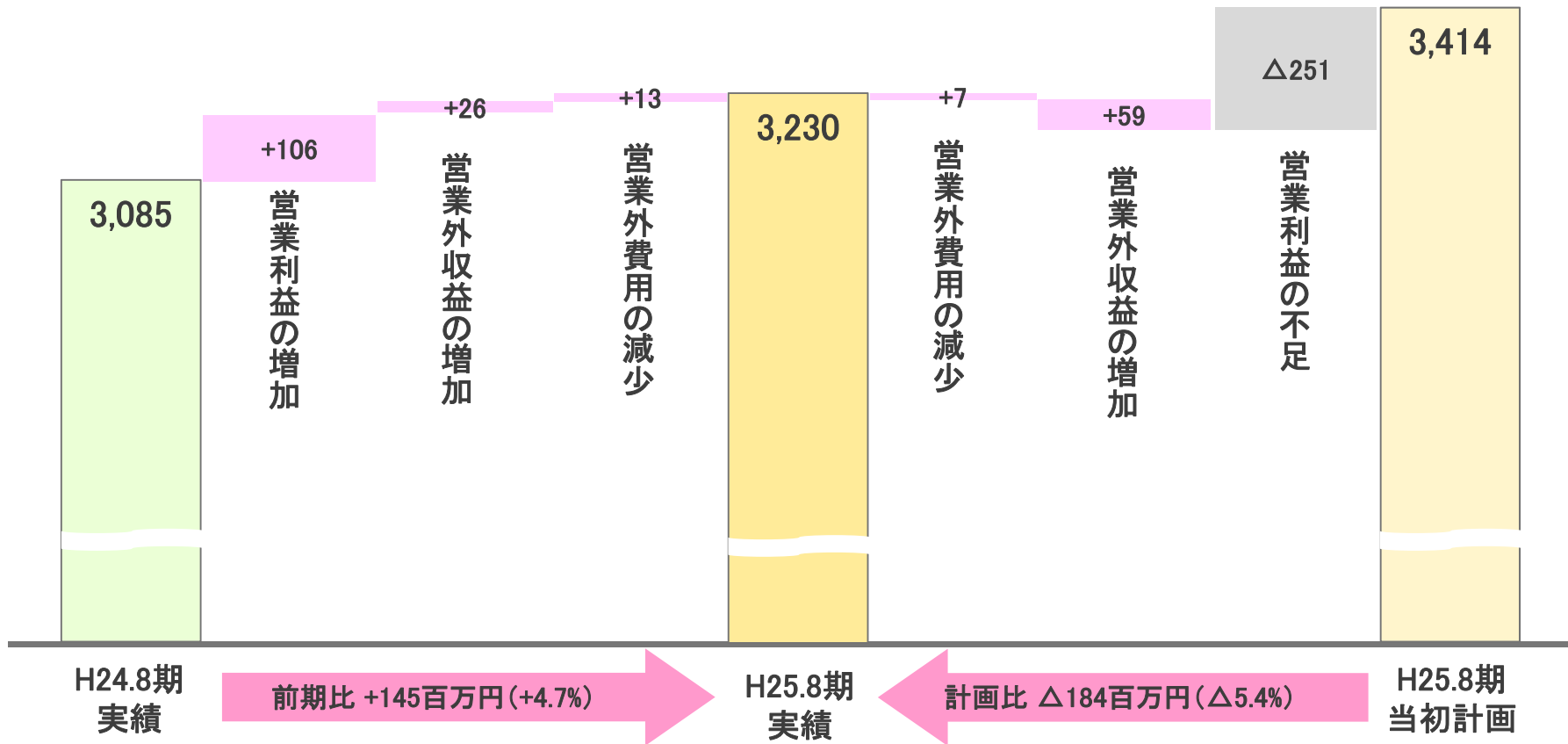
【前期比】 単体の営業利益は、創以来最高益を更新

- 売上総利益の増加が、人員増による人件費の増加やサンヨーデザインギャラリー・豊中支店開設に伴う費用増加、順調な仕入活動に伴う租税公課の増加などの販売管理費の増加を吸収

【計画比】 売上総利益が計画を下回ったことが響き、計画を下回った

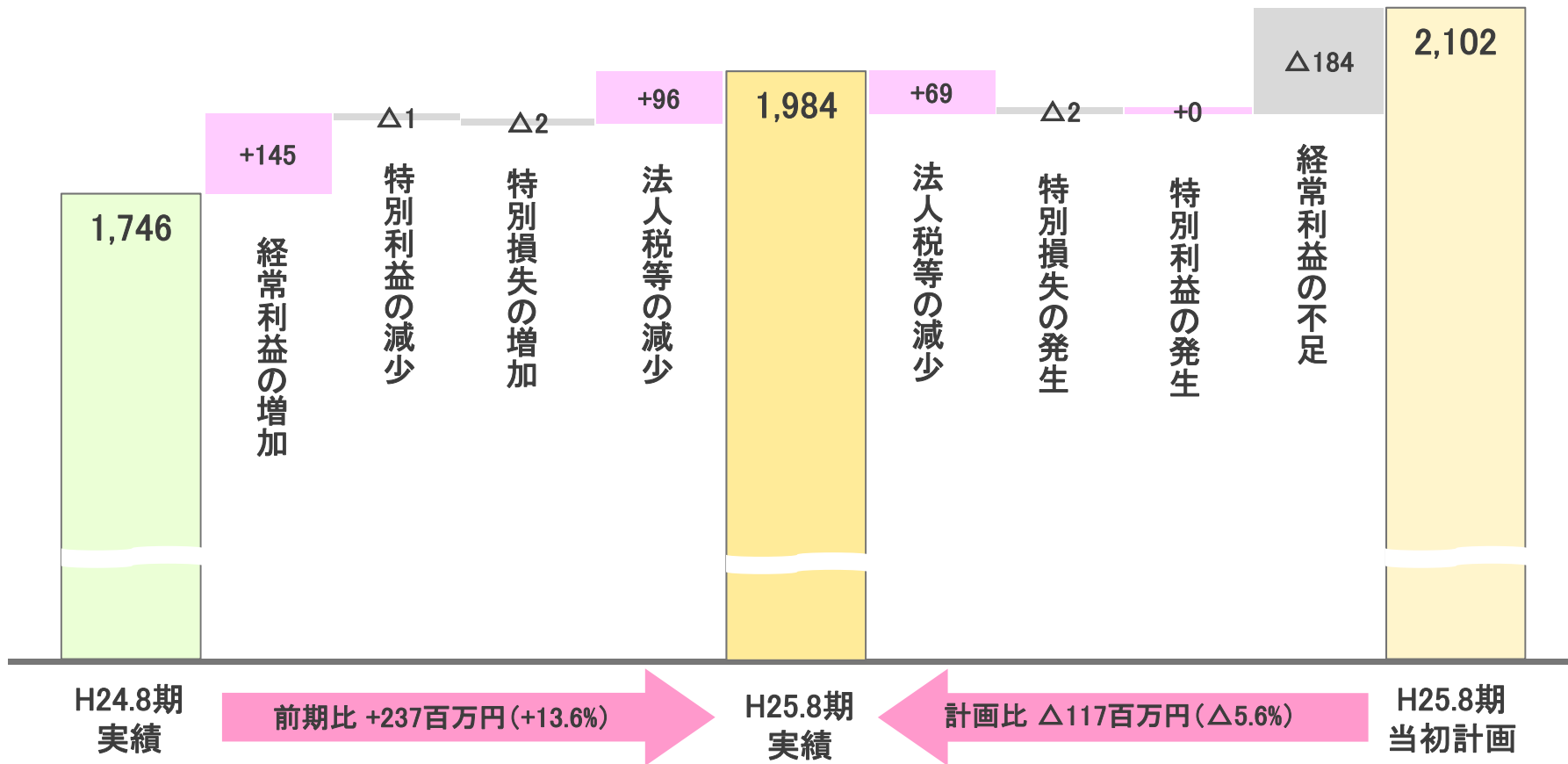
- その中で、効率的な販売活動を展開し、広告宣伝費・販売促進費の圧縮などは貢献

単体 経常利益



【前期比】 営業利益の増加に伴い、経常利益も創立来最高益を更新
 【計画比】 営業利益が当初計画を下回ったことによる

単体 当期純利益

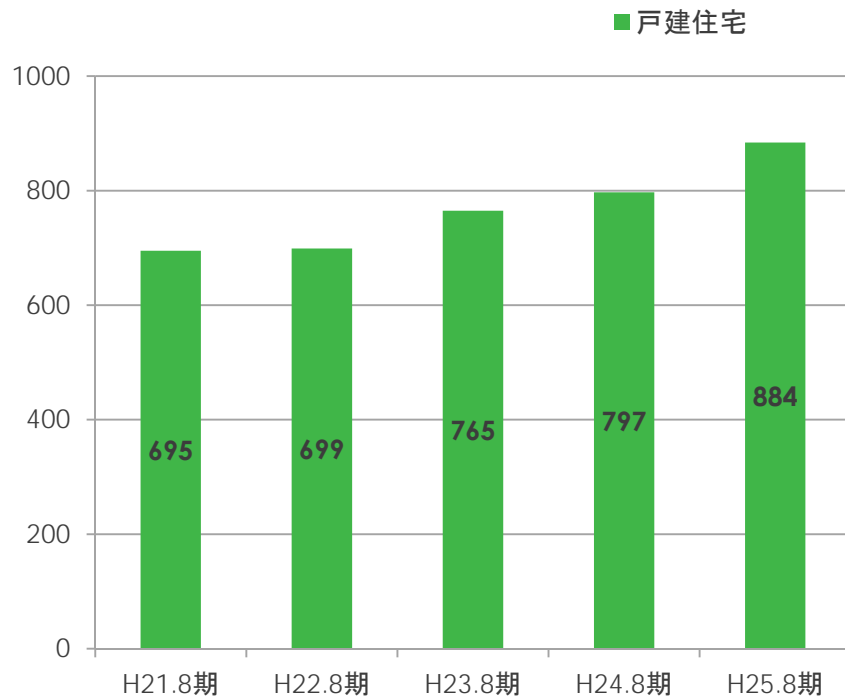


【前期比】 経常利益の増加、法人税の減少に伴い、創立来最高益を更新
【計画比】 経常利益が計画を下回ったことによる

単体 受注・引渡棟数

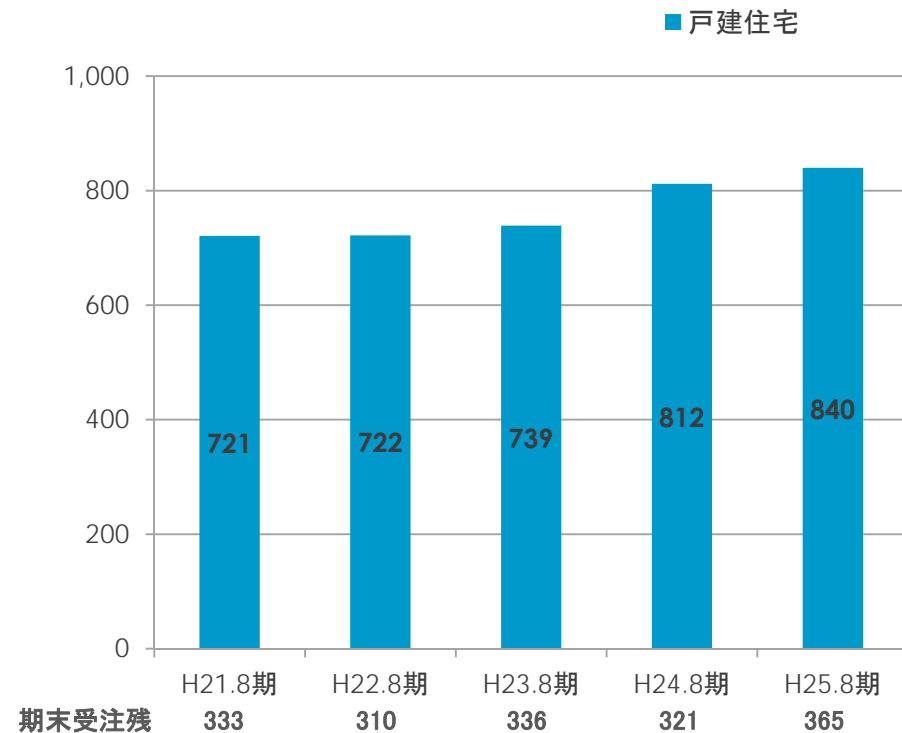
受注棟数

884棟(前期比 87棟増)



引渡棟数

840棟(前期比 28棟増)



- 受注は、堅調に推移し、前期比87棟増と大幅に増加
- 引渡は、計画に未達であったが、期末受注残は365棟(前期末比44棟増)確保

総括

- 受注・引渡は、計画を下回ったものの、「適正価格による販売」、「適正利益を確保する販売」に注力
 - ⇒ 一定水準の収益を確保し、増収増益を達成
 - 連結・単体ともに全ての利益は、創立来最高益を更新
- 下期引渡計画の一部期ずれにより、引渡棟数が計画を下回ったが、期末受注残は増加
 - ⇒ 計画に対し不足が発生したが、H26.8期の増収・増益の計画につながる事となった



『サンヨーデザインギャラリー』による差別化戦略や
ブランドイメージ構築・浸透に向けた準備に注力

H26.8期および50周年に向けたスタートの準備を実施

2. 平成26年8月期 業績予想 及び 今期の事業展開



平成26年8月期の事業展開

概況

- 短期的には、消費税増税に伴う反動減のリスクや建築資材・労務費の高騰など不透明要因あり
- 将来的な少子高齢化に伴う住宅需要の減退などのリスクも存在
⇒ 長期的に、コスト重視の住宅供給から満足度重視へ回帰すると予測

基本方針

- 平成25年11月に創立25年。50周年に向けたスタートの年と位置付け
- 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モデルとの差別化を強化
⇒ 中核事業である「土地付オーダーメイド住宅事業」の基盤強化に注力

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”との差別化戦略を推進
- ② ブランドイメージの構築と浸透
→ CMや新聞広告等による企業知名度向上と「強み」の認知獲得
- ③ M&A戦略による事業基盤の拡大
→ 効率的・戦略的な事業基盤・営業基盤の増強

平成26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)

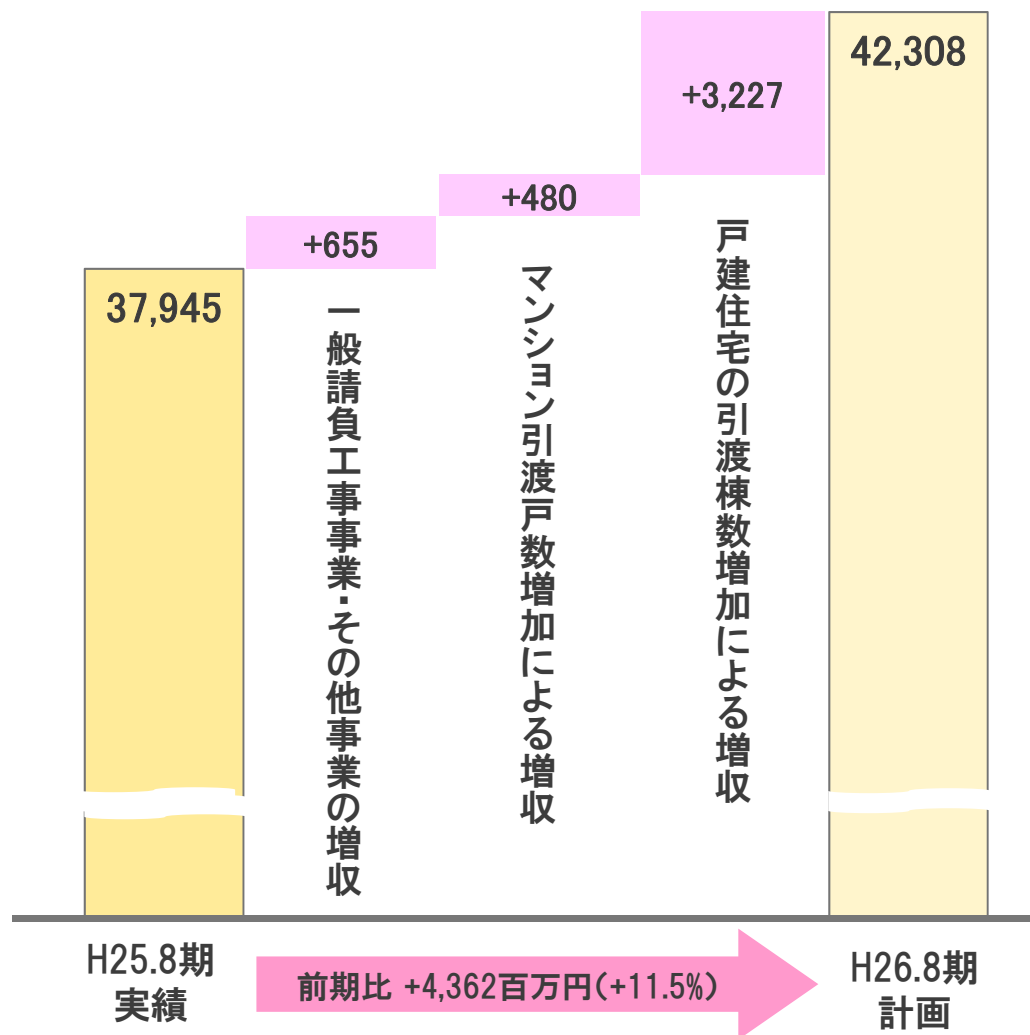
| | 平成25年8月期 | | 平成26年8月期 | | | |
|-------|----------|--------|----------|--------|-------|-------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 増加額 | 前年同期比 |
| 売上高 | 37,945 | 100.0% | 42,308 | 100.0% | 4,362 | 11.5% |
| 売上総利益 | 7,759 | 20.4% | 8,469 | 20.0% | 709 | 9.1% |
| 販売管理費 | 4,310 | 11.4% | 4,963 | 11.7% | 652 | 15.1% |
| 営業利益 | 3,448 | 9.1% | 3,506 | 8.3% | 57 | 1.7% |
| 経常利益 | 3,612 | 9.5% | 3,684 | 8.7% | 71 | 2.0% |
| 当期純利益 | 2,235 | 5.9% | 2,281 | 5.4% | 45 | 2.1% |

【単体ベース】

(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 | | | |
|-------|----------|--------|----------|--------|-------|-------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | 増加額 | 前年同期比 |
| 売上高 | 31,668 | 100.0% | 34,891 | 100.0% | 3,222 | 10.2% |
| 売上総利益 | 6,706 | 21.2% | 7,286 | 20.9% | 580 | 8.7% |
| 販売管理費 | 3,710 | 11.7% | 4,214 | 12.1% | 503 | 13.6% |
| 営業利益 | 2,995 | 9.5% | 3,072 | 8.8% | 76 | 2.6% |
| 経常利益 | 3,230 | 10.2% | 3,269 | 9.4% | 38 | 1.2% |
| 当期純利益 | 1,984 | 6.3% | 2,014 | 5.8% | 29 | 1.5% |

平成26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・マンションともに、受注・引渡棟数は増加し、売上に大きく貢献する計画
- 戸建住宅は、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、H26.8期に名古屋地区で人気エリア 4棟 111戸の新規物件を販売開始

[戸建]

引渡棟数計画: 935棟 (前期比 +95棟)

- H25.8期受注残: 365棟 (前期比+44棟)

- H26.8期受注分: 570棟 (前期比+51棟)

受注棟数計画: 980棟 (前期比 +96棟)

- H25.9~H26.2: 482棟 (前期比 +45棟)

- H26.3~H26.8: 498棟 (前期比 +51棟)

[マンション]

引渡戸数計画: 81戸 (前期比+22戸)

- H25.8期販売開始分 : 29戸 (うち受注残: 2戸)

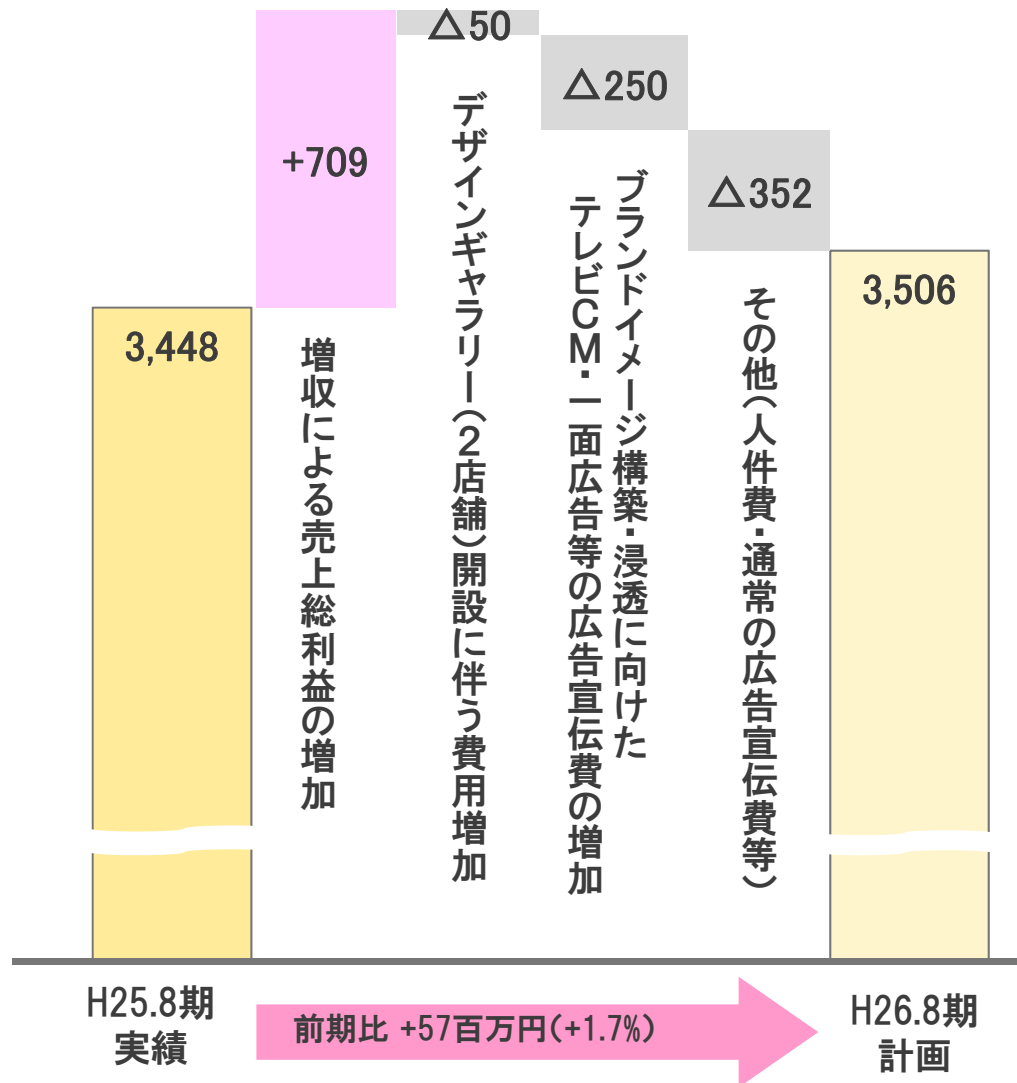
- H26.8期新規販売開始分: 52戸

受注戸数計画: 98戸 (前期比+38戸)

- H25.8期販売開始分 : 27戸 (全戸完売計画)

- H26.8期新規販売開始分: 71戸 (全4棟111戸)

平成26年8月期 営業利益計画



50周年に向けた戦略的投資を計画

- 売上増加率11.5%増に対し、営業利益は1.7%増にとどまる見込み
- 戦略的投資の実行に伴い、販売管理費はH25.8期比652百万円増(前期比15.1%増)

① 差別化戦略の推進強化

- ・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」の展開を拡大させ、東海圏での基盤強化を図る
- ・H26.8期は主力の名古屋圏に2店舗を開設する計画

H26.5 2号店(春日井)

H26.7 3号店(長久手)

〔 出店費用概算 : 約600百万円
販売管理費計上額: 50百万円 〕

② 企業認知度向上による営業力強化

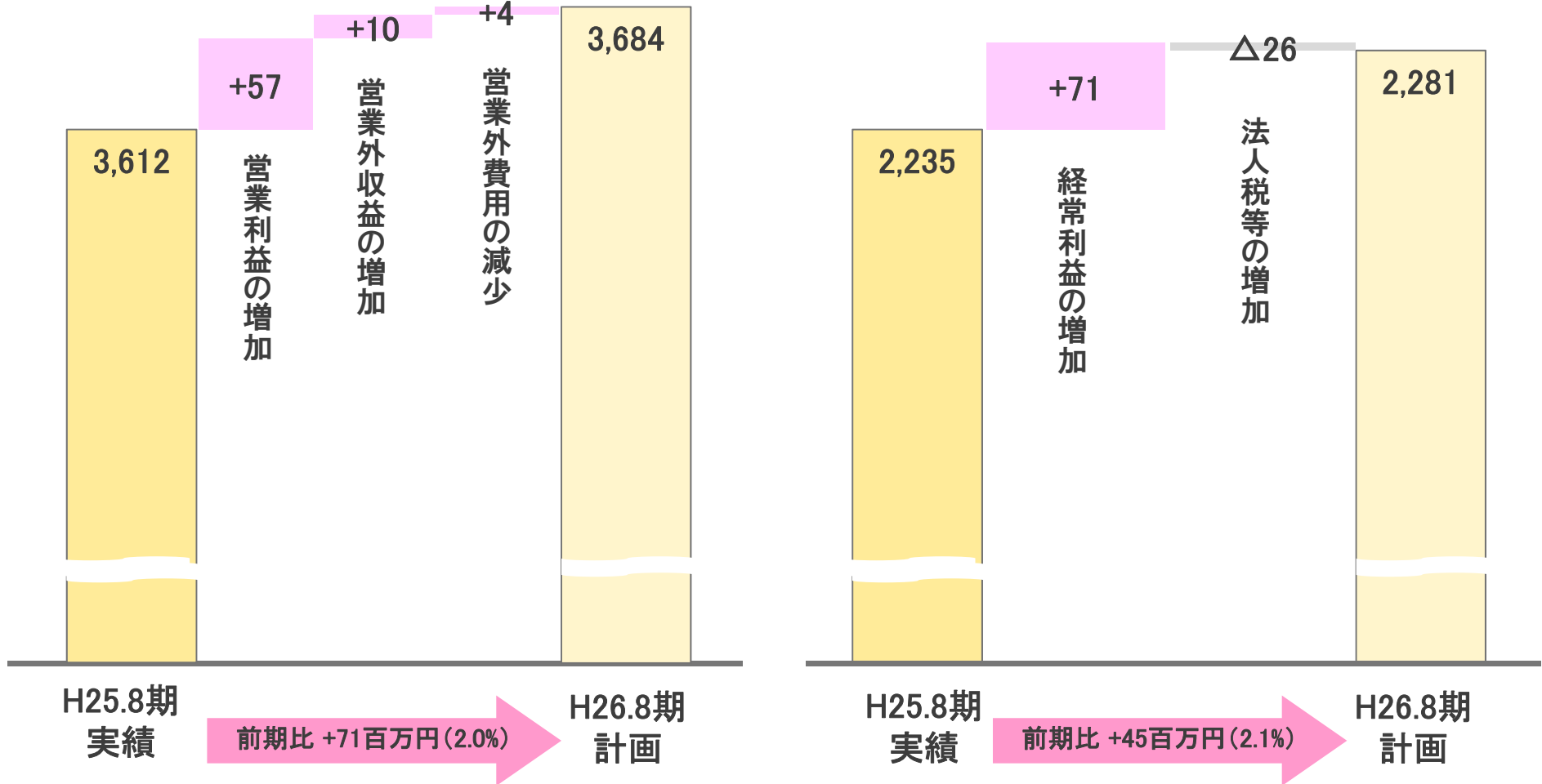
- ・ブランドイメージの構築・浸透を狙いとし、当社の「想い」「強み」をメッセージにしてCMや新聞等の媒体を活用

〔 販売管理費計上額 : 250百万円 〕

平成26年8月期 経常利益・当期純利益計画

経常利益

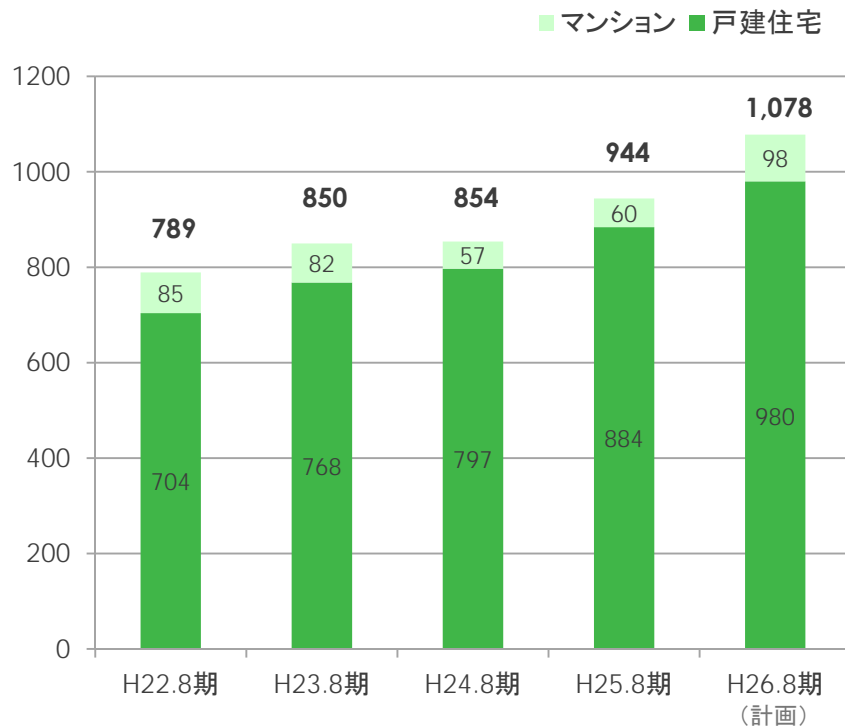
当期純利益



平成26年8月期 受注・引渡棟数計画

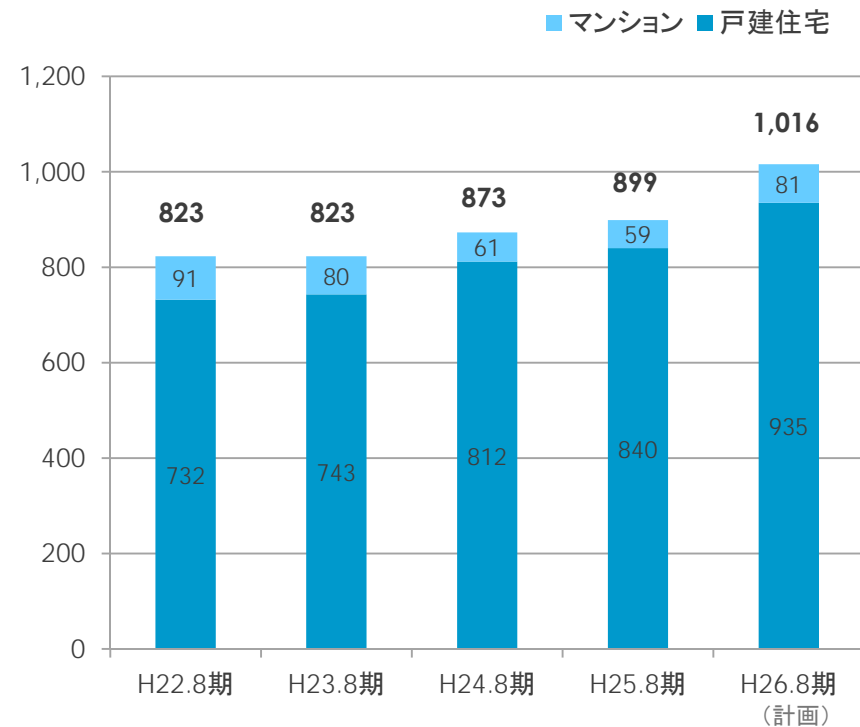
受注棟数

1,078棟(前期比 134棟増)



引渡棟数

1,016棟(前期比 117棟増)



- 戸建住宅は、受注・引渡棟数ともに創立来最高棟数を更新する計画
- マンションは、新規4棟111戸の販売開始が受注・引渡を伸ばす計画

各グループ会社の計画

| 売上高 | H25.8(実績) | H26.8(計画) | 増加率 | 計画 |
|------------|-----------|-----------|-------|--|
| サンヨーベストホーム | 2,041 | 2,519 | 23.5% | 東海圏マンション事業 ・名古屋市の人気エリアで、4棟111戸の販売開始 - H26.8期引渡予定物件:吹上公園、星ヶ丘、矢場町 - H27.8期引渡予定物件:川名 |
| 巨勢工務店 | 1,850 | 2,108 | 13.9% | 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 | 4,903 | 5,452 | 11.2% | 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・公共事業拡大 |
| サンヨー土木測量 | 138 | 141 | 2.1% | 測量業務の内製化 |
| 宇戸平工務店 | — | 精査中 | — | 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 | 8,932 | 10,220 | 14.4% | |

- サンヨーベストホームは、新規マンションの販売開始により、大幅増収益を狙う
- 巨勢工務店、ジェイテクノは、建築工事の内製化を推進しつつ、民間・公共工事の受注拡大を継続して目指す
- 新たに子会社化した「宇戸平工務店」は、長年の実績・地盤を活かし、民間・公共向けの一般請負工事を中心に、当社戸建住宅の施工の内製化も担当していく
※H26.8期の当社業績に与える影響は軽微と考えています。

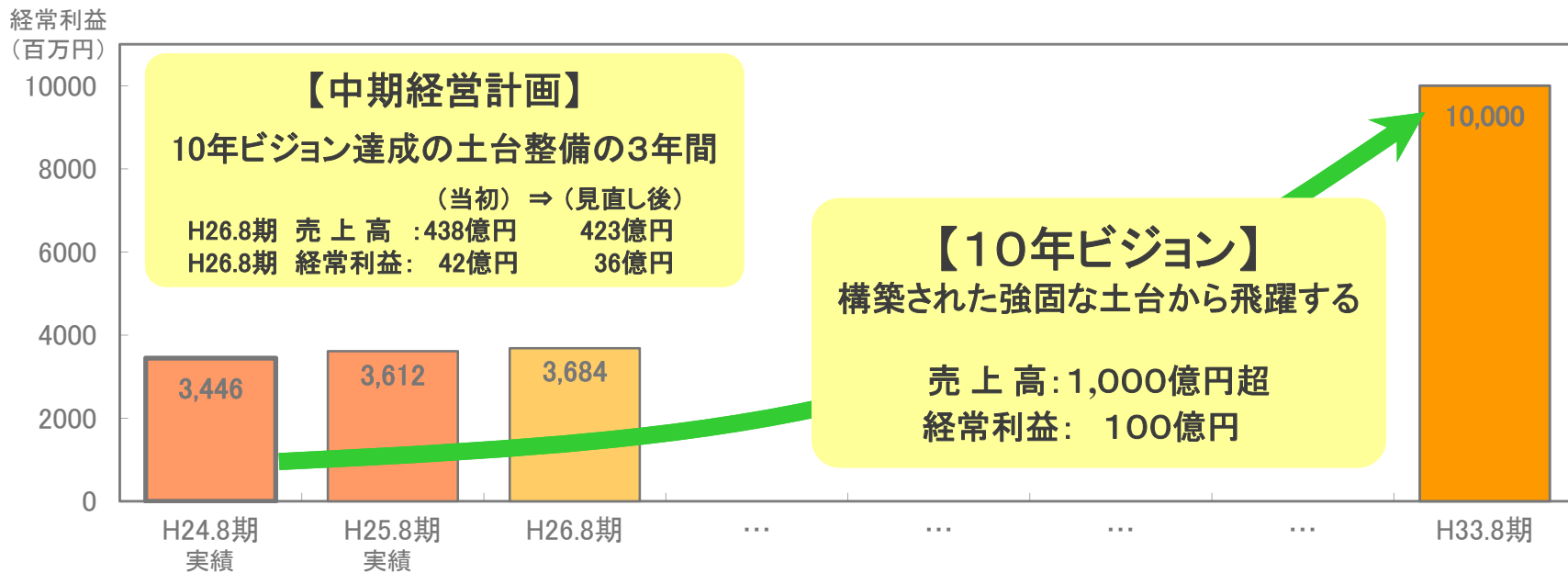
(参考) 中長期成長ビジョン

(平成23年9月策定) 当社グループが目指す姿 = 10年ビジョン

「最適・最良」の家と技術を提供し「社会に愛され必要となる会社」を目指す

「全国展開」を達成し、「売上高1,000億円超、経常利益100億円」を目指す

目標達成に向け「世界一のガムシャラ集団」を目指す



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」形で他社との差別化を表現



サンヨーデザインギャラリー1号店(名古屋南支店)

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)開設

(目的)

- ・ 当社の「土地付オーダーメイド住宅」と一般的な分譲住宅との違いを豊富な住宅設備の展示で表現
- ・ 当社自由設計の自由度や品質・グレードの高さをアピール

(成果)

- ・ 受注件数拡大に寄与(南支店(旧 本店):H24.8期 103棟→H25.8期 150棟)
- ・ 見学や案内、商談での来場:約500組(他支店の顧客を含む)

サンヨーデザインギャラリーを活用した営業モデルを拡大

1号店の計画以上の成果により、出店計画を前倒し

(計画)

H26.5 2号店: 春日井支店 (名古屋北支店と春日井支店を統合予定)

H26.7 3号店: (仮)長久手支店 (名古屋東支店を移転予定)

概算費用:約6億円強 受注目標: 既存店の1.5倍程度を見込む

(狙い)

- ・ 当社施工住宅の強みと他社との違いをアピールし、受注拡大を図る
- ・ 周辺支店の営業力を補完し、主力の名古屋エリアを徹底深耕
※名古屋周辺の各支店から30分程度の場所に配置



ブランドイメージの構築と浸透

当社の「想い」と「強み」を広く浸透させる

家を、土地からオーダーメイドする。



SANYO HOUSING NAGOYA

家を、土地からオーダーメイドする。

「家」というものは
 住む人の、家族の「暮らし」があってこそ
 成り立つものである
 だからこそ
 家だけでなく
 土地からしっかり将来をみつめ
 つくり上げていくべきだ

50年、100年継続するための基盤を構築

- 25年の節目に、当社の住宅提供への“想い“を「タグライン」として表現
- テレビCMや新聞一面広告など、物件チラシ以外で企業名・タグラインの露出を増やし、企業認知度向上とブランドイメージ構築・浸透を図る

【具体的施策(予定)】

主力の東海地域(愛知・岐阜・三重・静岡)を中心に露出

- テレビスポットCM : H25.11、H26.1~H26.2、H26.6~H26.7
- 番組提供CM : 報道ステーション(毎週木曜) H26.1~H26.8
- 新聞一面広告 : 中日新聞(総発行部数: 402万部) H25.11
 ⇒ 反響や効果を見て期間・エリアなど柔軟に計画を見直していく



しあわせの
 棲み家。

「家を、土地からオーダーメイドする。」
 25周年を記念して、当社の住宅提供への想いを「タグライン」として表現し、テレビCMや新聞一面広告など、物件チラシ以外で企業名・タグラインの露出を増やし、企業認知度向上とブランドイメージ構築・浸透を図る。

家を、土地からオーダーメイドする。
 SANYO HOUSING NAGOYA
 サニーハウジング名古屋

M & Aによる営業基盤の強化

戦略的・効率的な事業基盤の拡充策として継続して案件を模索



宇戸平工務店を100%子会社化(H25.10.25)

- ・ 三重県中部への基盤拡大に向けた足がかり
- ・ 三重県での施工力強化・建築工事の内製化

| | | |
|------------------|--------------------|-----------|
| 商号 | (株)宇戸平工務店 | |
| 本社所在 | 三重県津市 | |
| 設立 | 1986年5月13日 | |
| 事業内容 | 建築工事業/建築物の設計・施工監理等 | |
| 従業員数 | 10名 | |
| 直近業績 (H25.3期) | 売上高 | 902,466千円 |
| | 営業利益 | 52,632千円 |
| | 経常利益 | 56,137千円 |
| | 当期純利益 | 4,763千円 |

- 「全国展開」を目指した事業基盤強化策として「M&A」を今後も活用
戸建住宅、その周辺事業を強化し、グループとして企業理念の達成を目指す

【検討方針】

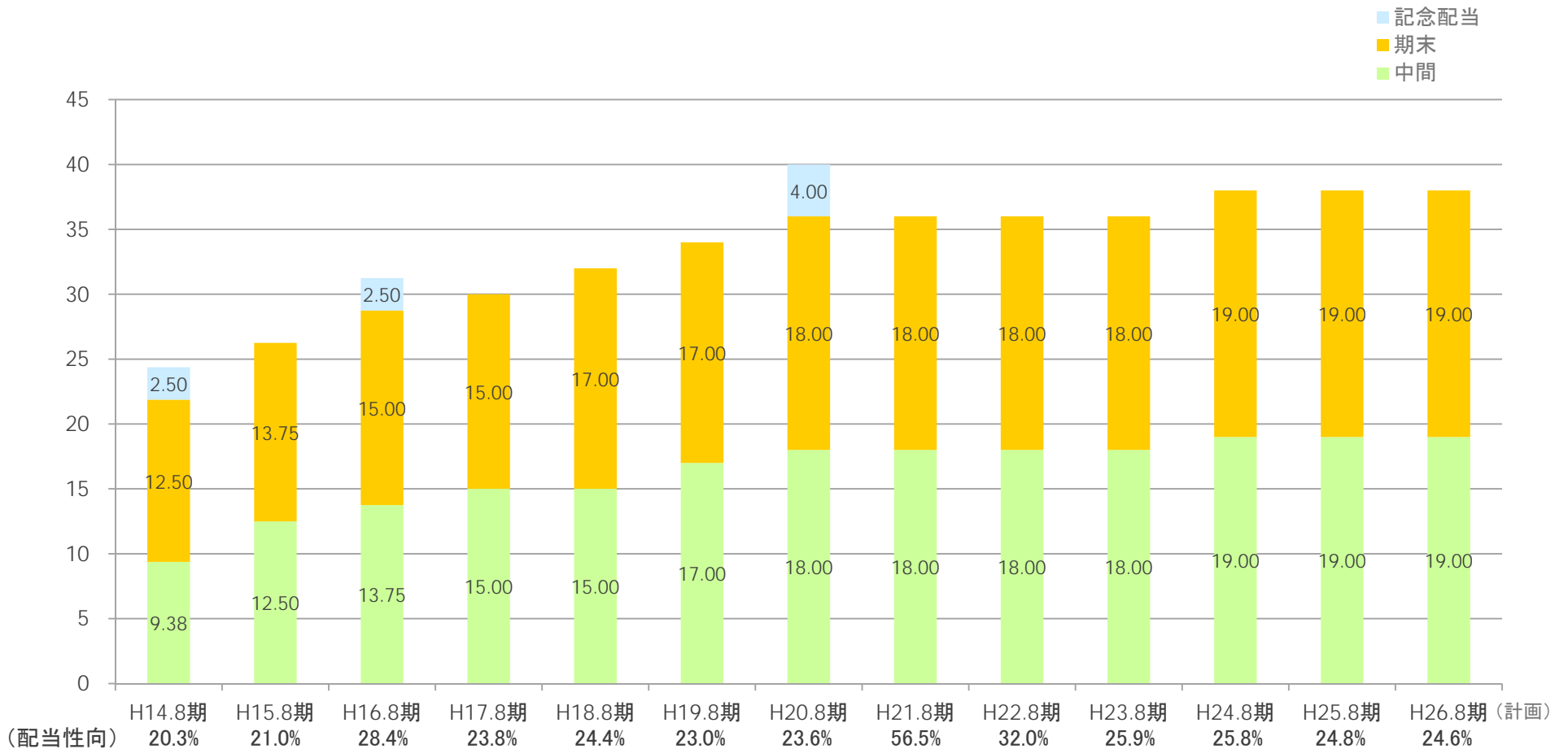
- ① エリア拡大 : 仕入・販売・施工の各チャネルを保有し、垂直的なエリア拡大できる企業
- ② 既存事業 : 既存チャネル(仕入・販売・施工)、グループ機能の補完可能な企業

より多くのお客様に「快適な住まいを提供する」ための事業拡大を目指す

配当金

平成26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 日 平成元年11月16日

本 社 所 在 地 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を中心とした住宅事業

18支店、4営業所、1展示場、連結子会社5社

| | | | |
|---------|---------|-----------|-------------------|
| 営 業 拠 点 | (愛知県) | (岐阜県) | 【連結子会社】 |
| | 名古屋南支店 | 栄支店 | サンヨーベストホーム株式会社 |
| | 名古屋北支店 | 名古屋東支店 | 株式会社巨勢工務店 |
| | 名古屋西支店 | 春日井支店 | ジェイテクノ株式会社 |
| | 刈谷支店 | 東海支店 | サンヨー土木測量株式会社 |
| | 豊田支店 | 岡崎支店 | 宇戸平工務店(H25.10.25) |
| | 豊橋支店 | 名古屋港営業所 | |
| | 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 | |
| | | (三重県) | 四日市支店 |
| | (静岡県) | 浜松支店・静岡支店 | |
| | (大阪府) | 豊中支店 | |
| | (兵庫県) | 神戸支店・姫路支店 | |

資 本 金 3,732百万円 (平成25年10月15日 現在)

社 員 数 単体:386名(役員、臨時雇用者を除く)
 連結:507名 (平成25年8月31日 現在)

上 場 東証・名証2部 平成14年7月23日
 (証券コード 8904) 東証・名証1部指定 平成16年8月 2日

経営方針

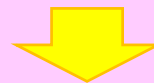
『住む人本位』の自由設計による快適な住まいを提供する

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

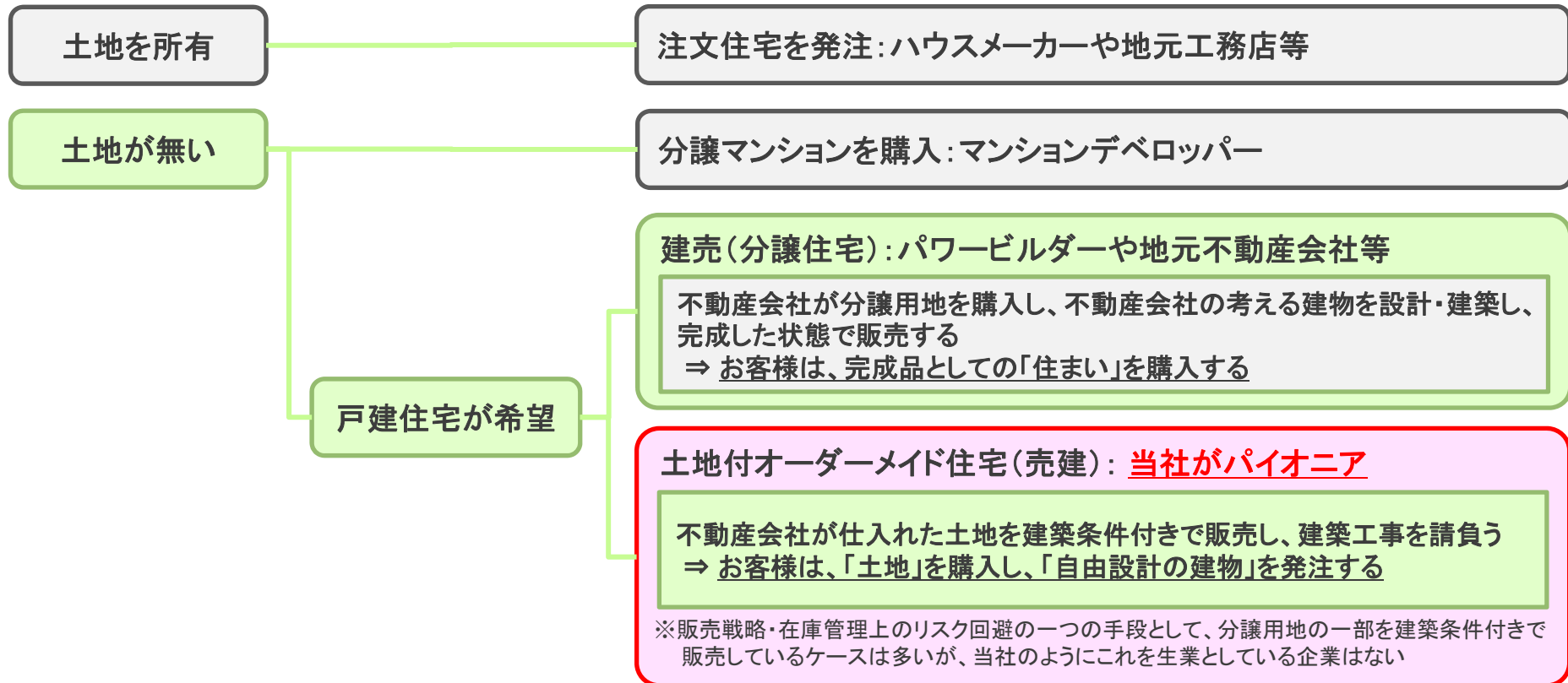
“住まいを土地から探す” お客様に最高のサービスを提供する



土地付オーダーメイド住宅

ポジショニング

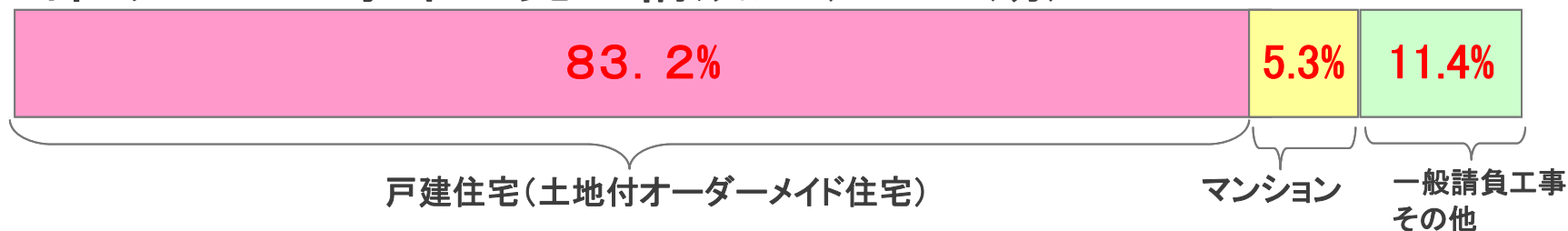
【住宅の取得方法から見た位置づけ】



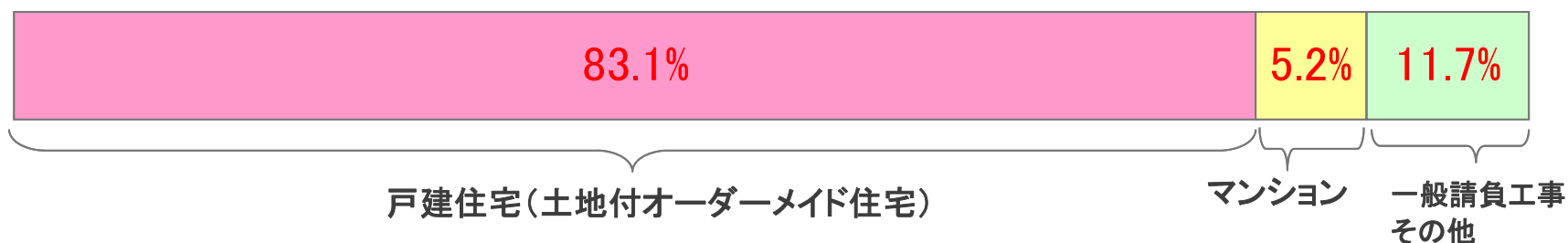
主流である「注文住宅」と「建売」という限られたお客様の住宅取得方法に
「家を、土地からオーダーメイドする。」という選択肢を提案

(参考)事業展開

当社グループ事業の売上構成比(H25.8期)



(ご参考)当社グループ事業の売上構成比(H24.8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全体の8割以上
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カ月後となる | <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(お客様の予算による) 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「攻めの営業」</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「待ちの営業」</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。

- 第一次取得者層をメインターゲット
 - ・ 契約顧客の約80%が20～30代の比較的若い世帯
 - ・ 契約世帯年収は600万円以下が6割超

契約者年齢

| | |
|-------------|--------------|
| 20～30歳 | 24.3% |
| 31～35歳 | 29.0% |
| 36～40歳 | 22.8% |
| 41～45歳 | 12.7% |
| 46歳以上 | 11.2% |
| 平均年齢 | 36.4歳 |

契約者年収

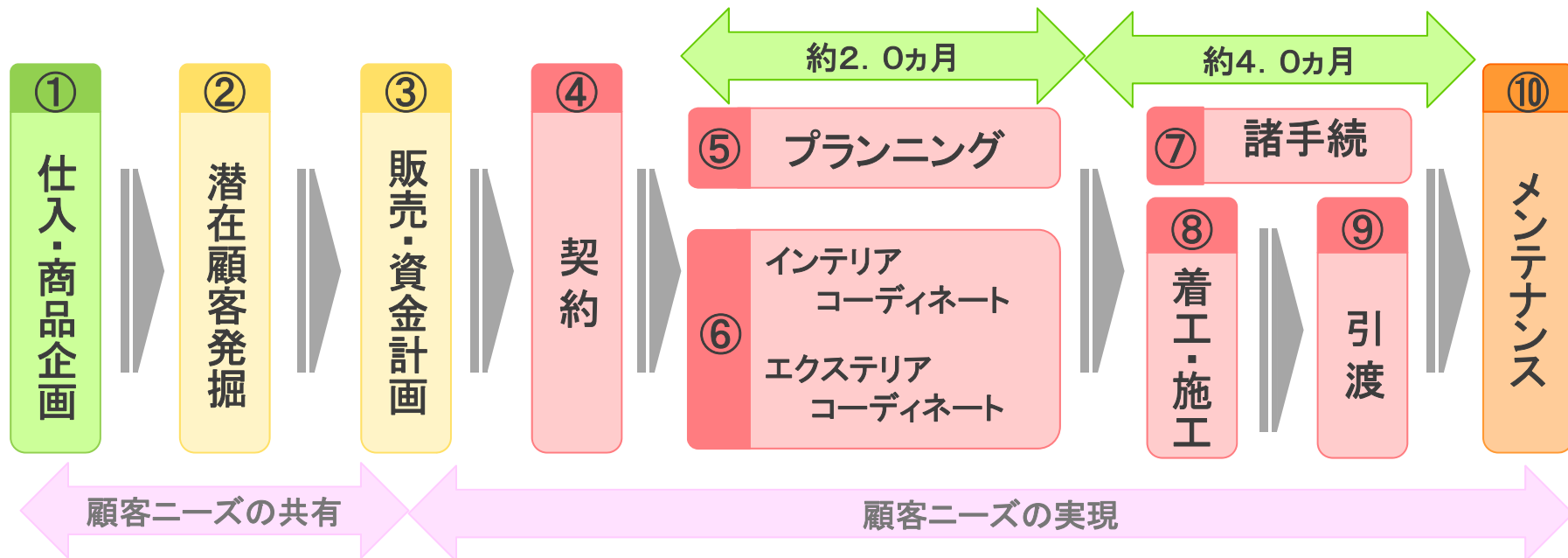
| | |
|-------------|--------------|
| 400万円以下 | 13.6% |
| 401～500万円 | 26.9% |
| 501～600万円 | 24.9% |
| 601～700万円 | 12.9% |
| 701万円以上 | 21.7% |
| 平均年収 | 593万円 |

(ご参考)平均販売価格(平成25年8月期)

| | |
|---------------|-----------------|
| 平均販売価格 | 36,889千円 |
|---------------|-----------------|

※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



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。

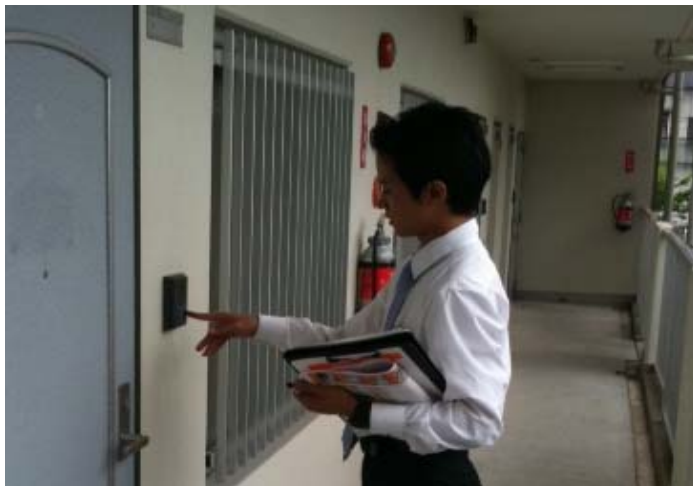
| | |
|--------------|---------|
| 物件情報収集件数 | 約4,800件 |
| 検討物件数 | 約1,500件 |
| (平成25年8月期実績) | |

物件購入へのプロセス(企画開発部)

検討物件はすべて現地調査を行い、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など、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 | 312件 |
| 購入区画数 | 1,046区画 |
| (平成25年8月期実績) | |

② 潜在顧客発掘【営業本部】



飛込み営業の風景



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。

| | |
|-----------|---------------------------|
| 飛込み訪問件数 | 約 21万件/月 |
| アンケート取得枚数 | 約1,960枚/月 (平成25年8月期実績) |

| | |
|----------|--------------------------|
| 潜在顧客保有件数 | 約8.9万件 (平成25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 プラニング（設計）【建設部】



設計士とのプランニングの風景

【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 26名

(内訳)社内設計士:11名 社外設計士:15名

(平成25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:28名

(平成25年8月31日現在)

⑦ 融資・諸手続き【支店統括部】



サポート担当者と融資についてのご相談

住宅総合保険のご提案

大切な我が家の万が一に備えるための、火災保険・地震保険のご提案からお申込みまでを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、住民票の移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。

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、総勢28名のサポート担当者が、住宅ローンのお申込みに必要な全ての手続きを最初から最後までお手伝いしています。

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。すべ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 | 9名 |
| 二級建築施工管理技士 | 17名 |
| 一級土木施工管理技士 | 4名 |
| 二級土木施工管理技士 | 5名 |

（平成25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143社の規模となっております。この他14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

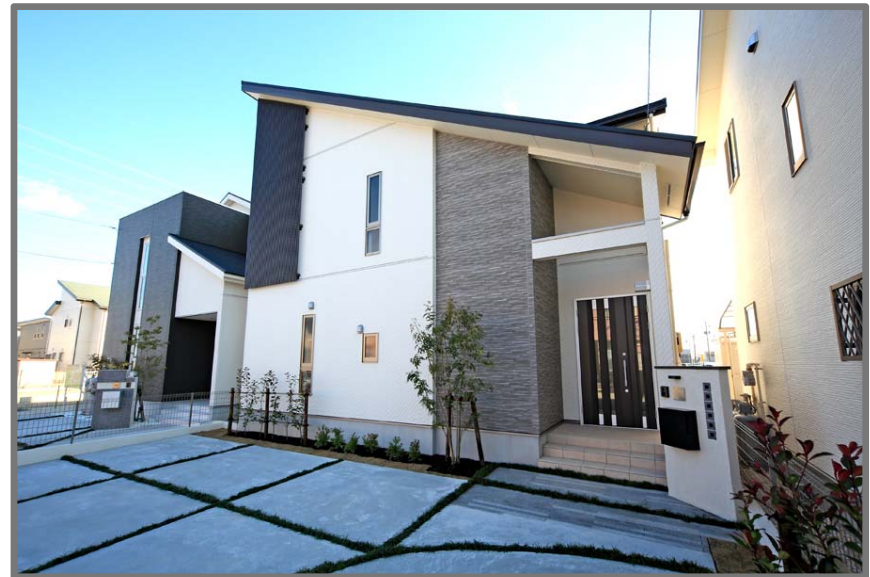
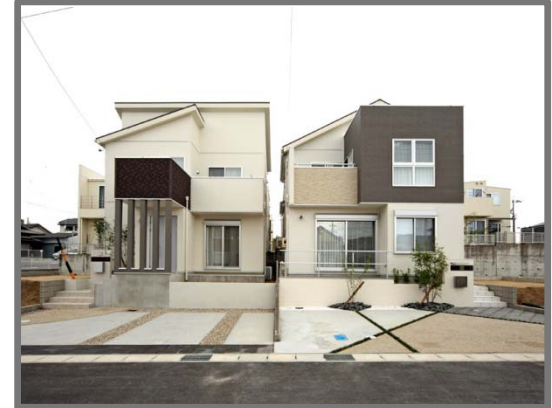
引渡日に合わせて、残代金の入金（ローンを実行）が終わると引渡となります。
鍵、保証書、検査済証等をお渡しし、契約から約6カ月後には、お客様のオーダーメイドによる住まいが完成します。

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、信頼できるとさ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を負いません。