



決算説明会資料 (2021年12月期)

1. 会社概要
2. 2021年12月期 連結決算の概要
3. 事業環境
4. 今後の戦略
5. 2022年12月期 連結業績予想の概要
6. 配当政策



1. 会社概要



2021年5月オープン 豊橋店

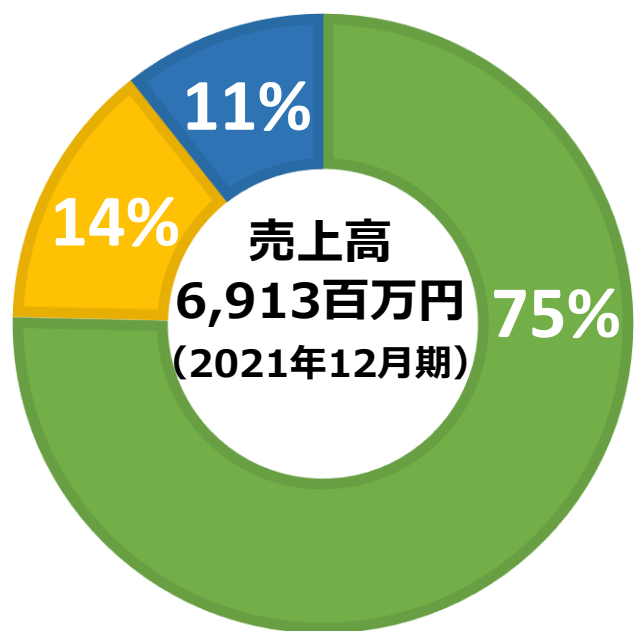
1. 会社概要（2021年12月31日現在）

会 社 名	株式会社 安江工務店 （証券コード：1439）	
代 表 取 締 役	代表取締役社長 CEO兼COO 山本 賢治	
設 立	1975年6月（創業：1970年）	
資 本 金	2億5,190万円	
従 業 員 数	231名（グループ合計）※臨時従業員42名含む	
上 場 市 場	東京証券取引所JASDAQスタンダード市場、名古屋証券取引所市場第二部	
所 在 地	本社 : 名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング 本店（登記上） : 名古屋市中区島田1-1413 店舗 : 天白店（本店）、千種店、中村店、緑店、北店、他全13店舗	
事 業 内 容	住宅リフォーム事業、新築住宅事業、不動産流通事業	
関 係 会 社	株式会社N－B a s i c（神戸市）	2017年9月グループ化 事業内容：住宅リフォーム事業など
	株式会社トーヤハウス（熊本市）	2018年5月グループ化 事業内容：新築、住宅リフォーム事業など
	アプリコット株式会社（兵庫県姫路市）	2020年1月グループ化 事業内容：インテリア販売業など
	株式会社M I M A（大阪府八尾市）	2020年10月グループ化 事業内容：住宅リフォーム事業、不動産流通事業など

3つのセグメントで事業を展開

セグメント別売上構成比率

- 住宅リフォーム事業
- 新築住宅事業
- 不動産流通事業



住宅リフォーム事業

- 総合リフォーム
メンテナンスから増改築まで
- デザインリフォーム
完全自由設計



新築住宅事業

- 注文住宅
完全自由設計
- コンセプト住宅
4つのラインナップ

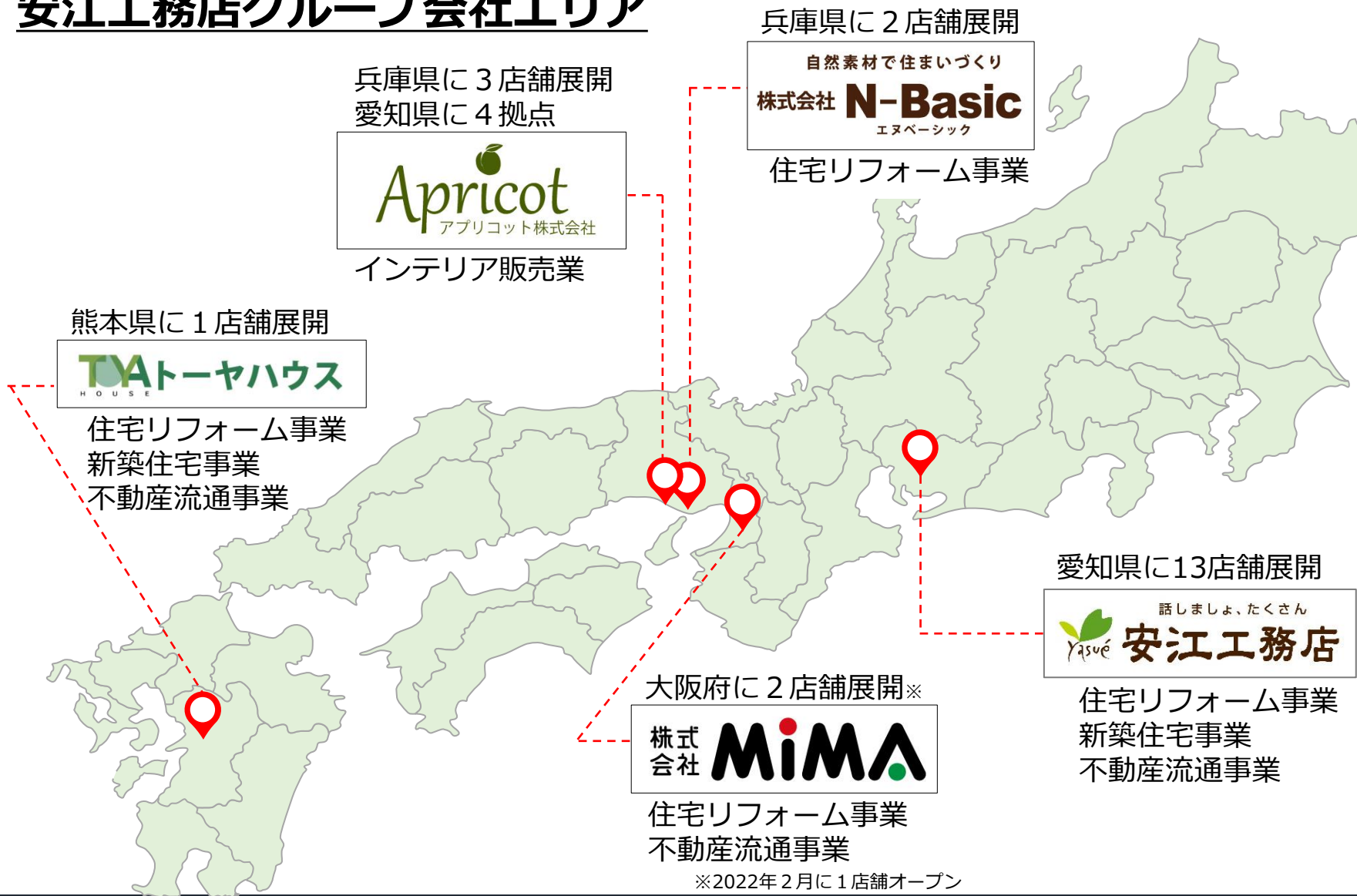


不動産流通事業

- 不動産の売買・仲介
- 再生販売
中古×リノベーション
- 分譲住宅

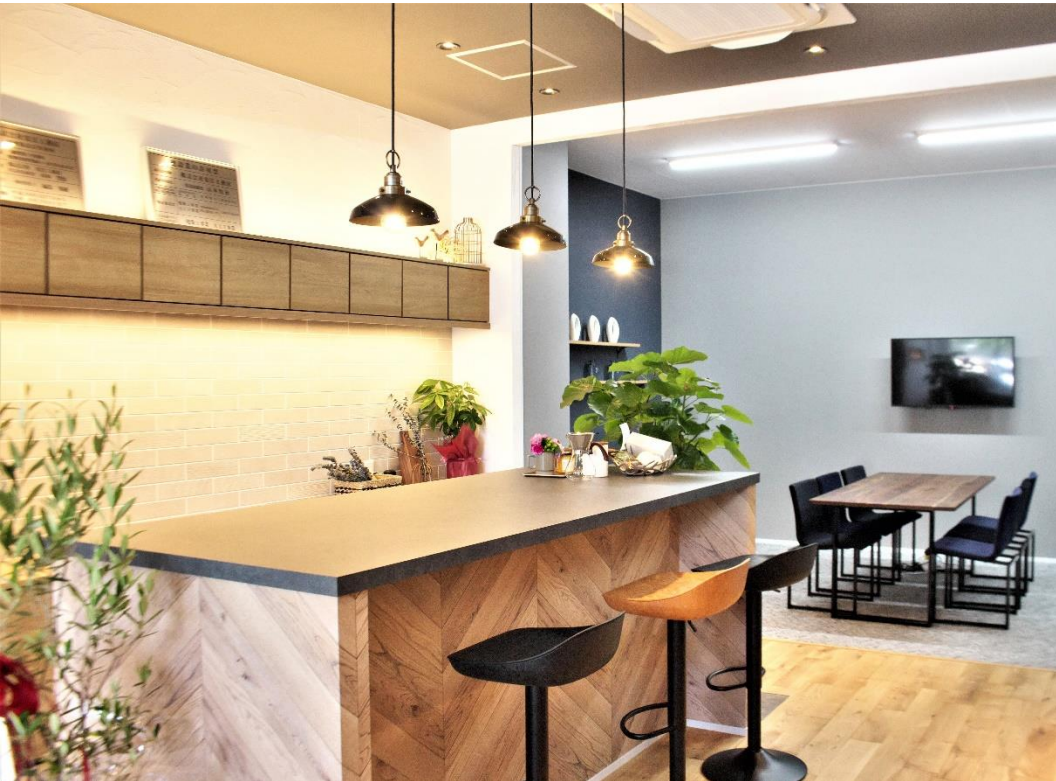


安江工務店グループ会社エリア





2. 2021年12月期 連結決算の概要



2021年6月オープン 御器所店

【2021年12月期 ハイライト】

- ・ 売上高は4期連続過去最高を更新
- ・ 営業利益は2期ぶりの増益、最終損益は黒字転換

売上高

6,913百万円

前年比+28.1% 

営業利益

208百万円

前年比+613.0% 

経常利益

207百万円

前年比+437.6% 

期末配当金

25.0円

配当性向35.8%

成長戦略

- 4月 名古屋市緑区に、木の温かみを感じられる「北欧シンプルモダン」をコンセプトとしたモデルハウスをオープン
- 5月 愛知県内12店舗目として、東三河エリア初出店となる「豊橋店」を開設
- 6月 愛知県内13店舗目として、名古屋市都心近くの駅近路面店「御器所店」を開設
- 7月 名古屋市中区内に本社を移転

トピックス

- 月次連結受注高の公表開始
(翌月中旬頃までに公表)
- 更なる業容拡大と安定的な経営基盤構築を目指す長期ビジョン「Vision 2030 forward 300」に向けて、従来と異なる環境下においても成長発展できるよう基本方針や計画数値等を見直した「新中期経営計画」を策定
- 東証新市場区分「スタンダード市場」選択

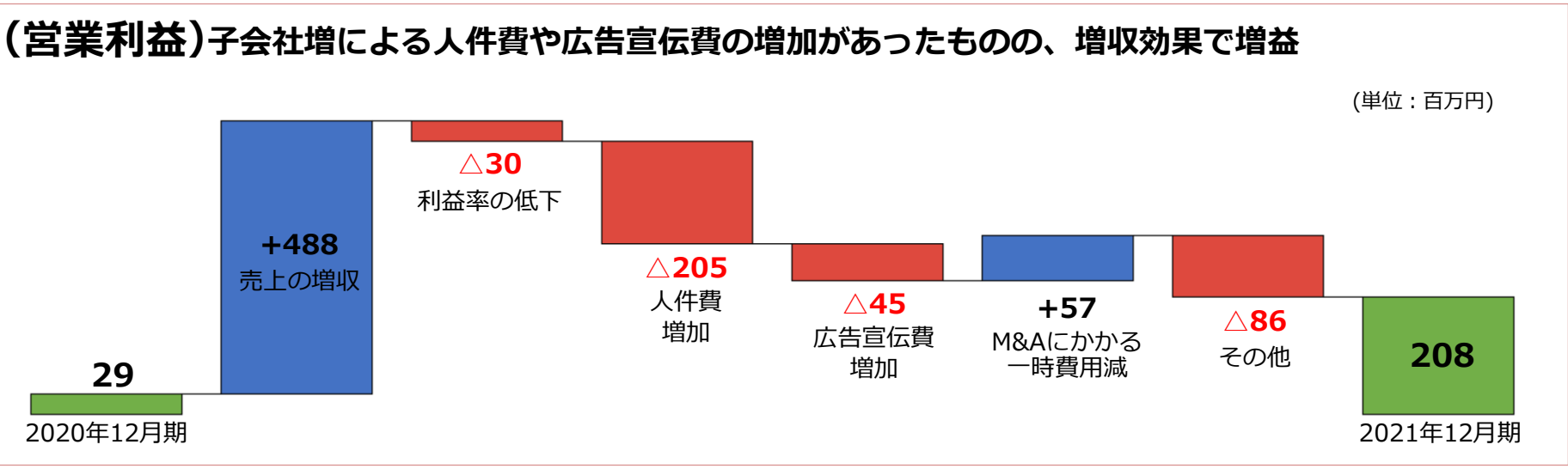
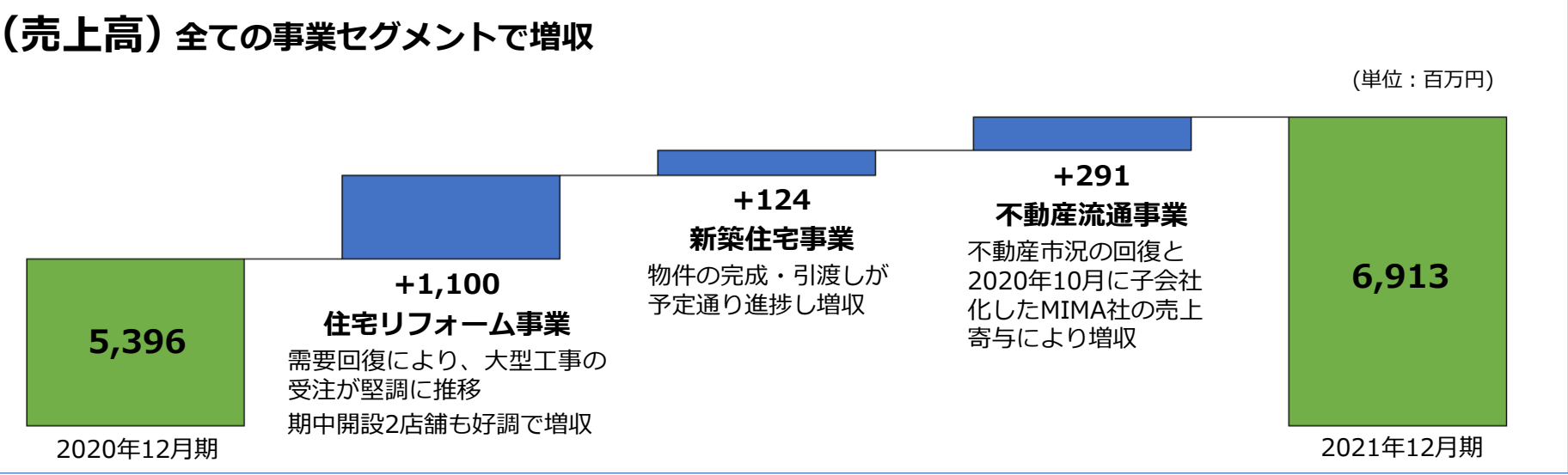
【連結損益計算書概要】

(単位：百万円)

	2021.12期	前期比			業績予想比		
		前期	増減額	増減率	業績予想	増減額	増減率
売上高	6,913	5,396	+1,516	+28.1%	6,885	+27	+0.4%
売上総利益	2,197	1,738	+458	+26.4%	2,283	△86	△3.8%
販売費及び一般管理費	1,989	1,709	+279	+16.4%	2,072	△82	△4.0%
営業利益	208	29	+178	+613.0%	158	+49	+31.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	90	△13	+103	—	72	+17	+23.8%

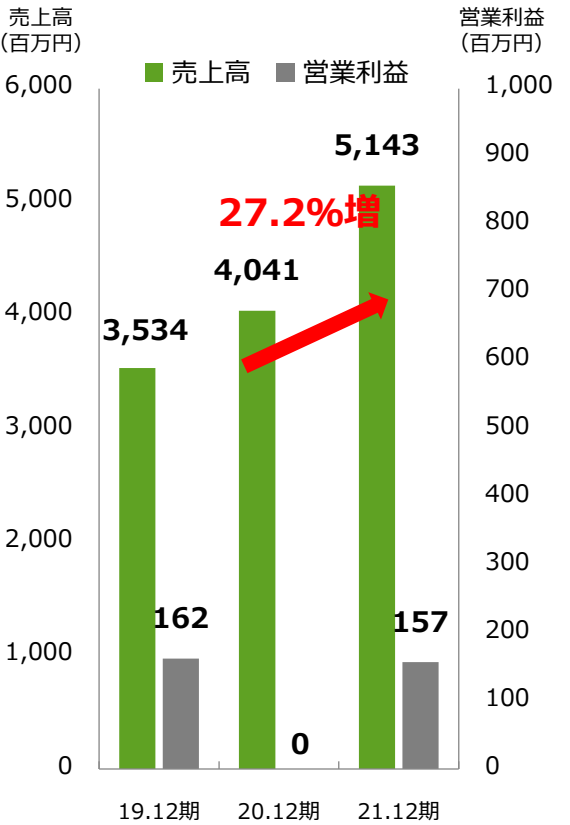
売上高	・ コロナ禍で住まいへの関心が高まり、住宅リフォームの需要が堅調に推移 ・ 2020年10月にグループ化したMIMA社の通年寄与もあり、前期比で大幅に増加
営業利益	・ 子会社増により前期比で販管費は増加したが、不採算事業の見直しや新規出店費用の抑制により販管費が圧縮された結果、大幅な増益となり業績予想も上回った。

【前期からの増減要因分析】

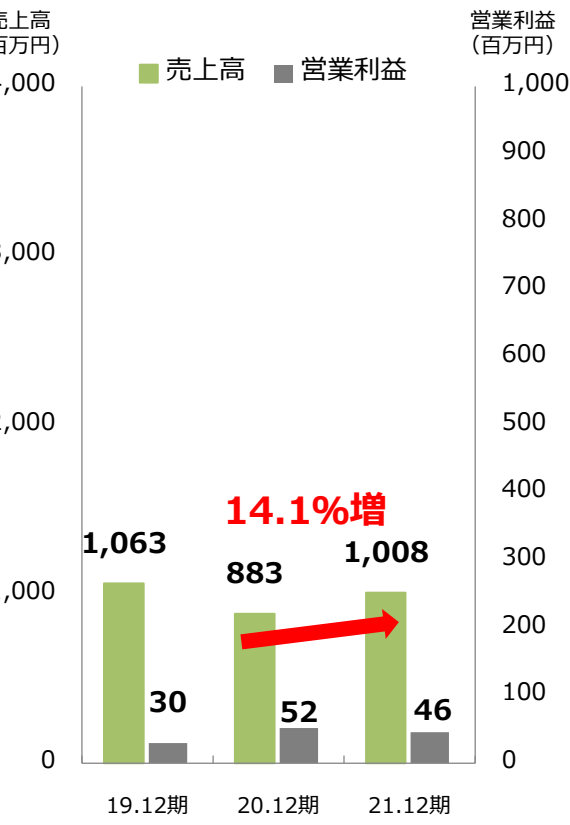


【連結セグメント別の前期比】

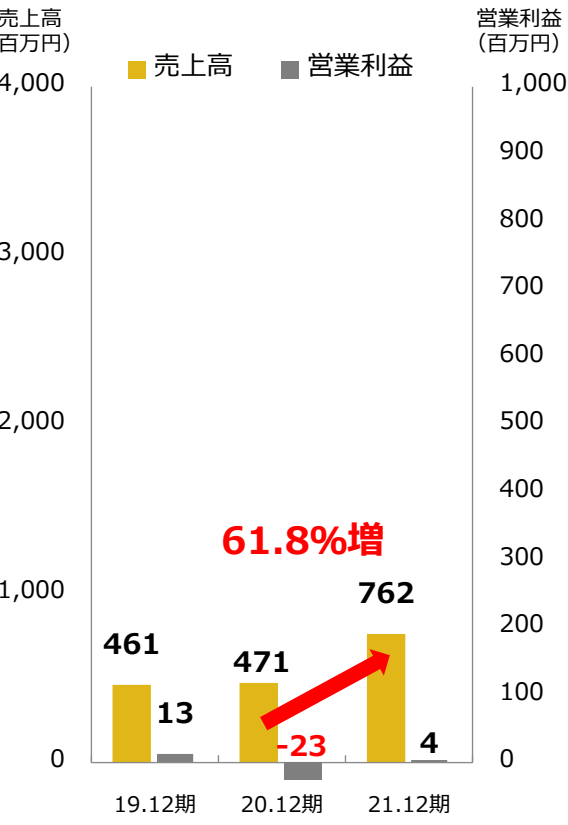
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



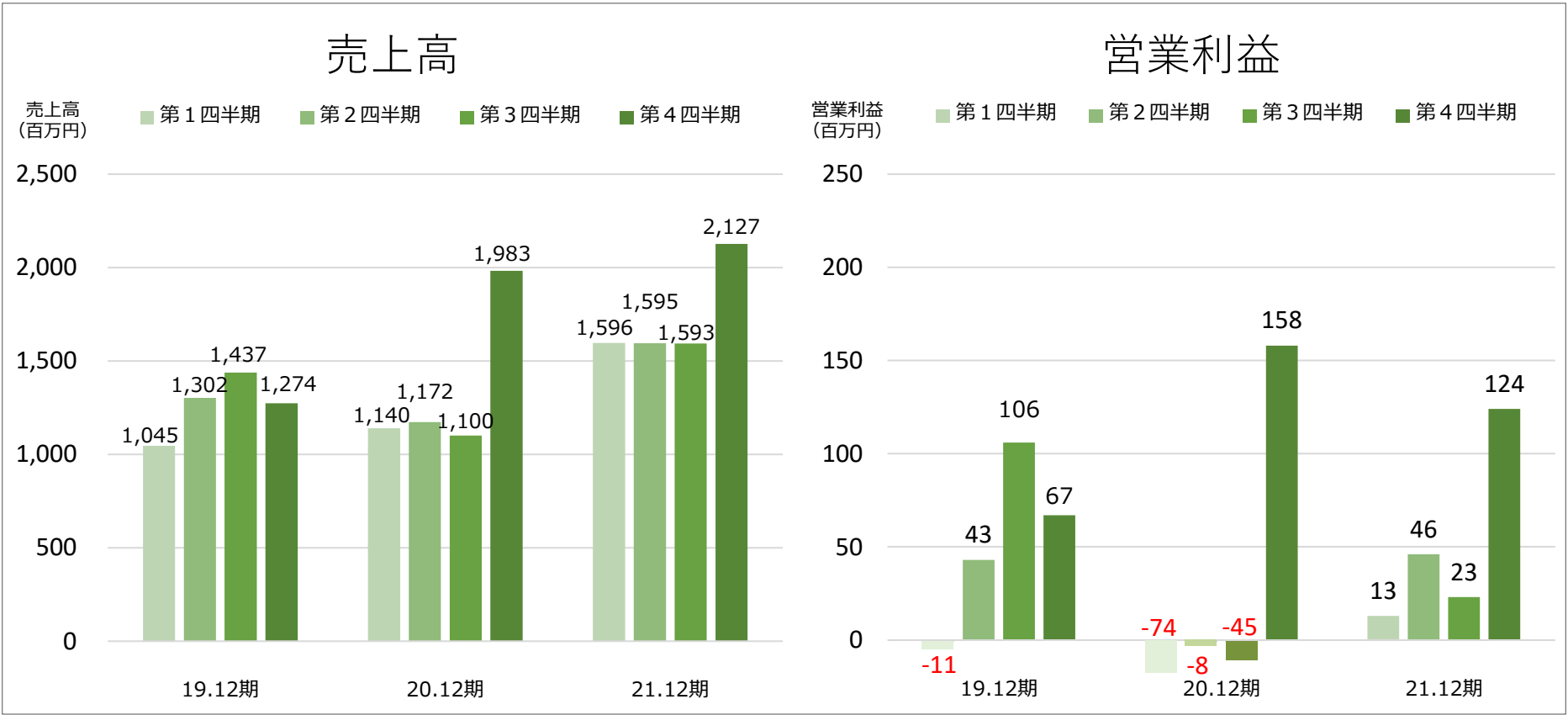
不動産流通事業



前期比

- ・すべてのセグメントで増収
- ・住宅リフォーム事業、不動産流通事業では売上の増加に伴い増益
- ・新築住宅事業は売上増加の一方で、材料等の仕入価格高騰などにより減益

【2021年12月期 四半期推移】



前期比

【売上高】

新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、リフォーム需要等の回復に加え、2020年10月に取得した子会社の通期売上寄与もあり全ての四半期で前年を上回った

【営業利益】

ウッドショックによる木材価格の高騰など原価上昇要因があったものの、売上の増加に加え、不採算事業の見直しや新規出店費用の抑制による販管費の削減により増益

【売上総利益・販管費の状況】

(単位：百万円)

	2021.12期		2020.12期		売上対比の 利益影響
	金額	売上対比	金額	売上対比	
売上総利益	2,197	31.8%	1,738	32.2%	△0.4pt
販売費及び一般管理費	1,989	28.8%	1,709	31.7%	+2.9pt
人件費	1,080	15.6%	874	16.2%	+0.6pt
広告宣伝費	324	4.7%	278	5.2%	+0.5pt
のれん償却費	53	0.8%	40	0.7%	△0.1pt
その他	532	7.7%	517	9.6%	+1.9pt

前期比

- ・ **売上総利益率**
→材料等資材価格の高騰により0.4pt悪化
- ・ **売上高人件費率**
→子会社増加により人件費は増加したものの、生産性の向上により0.6pt改善
- ・ **売上高広告宣伝費率**
→TVCMやYoutube広告を開始するなど反響効率を上げ0.5pt改善
- ・ **その他**
→不採算事業の見直しや新規出店費用の抑制による販管費の削減の他、
前期の一時的な費用である子会社取得関連費用57百万円がなくなったこと等により1.9pt改善

【貸借対照表】

(単位：百万円)

	2021.12期	2020.12期	増減額	主な増減要因
流動資産	2,796	2,841	△45	・ 現金預金+141、売上債権の増加+50、 未成工事支出金等+44 ・ 販売用不動産が売却進捗により減少△284
固定資産	1,379	1,428	△49	・ のれんが償却により減少△53
資産合計	4,175	4,270	△95	
流動負債	1,658	1,580	+77	・ 短期借入金減少△75 ・ 未成工事受入金の増加+66 未払法人税等+63
固定負債	1,017	1,274	△256	・ M&A等により調達した資金の返済が進捗し、 長期借入金が減少△257
負債合計	2,675	2,855	△179	
純資産	1,499	1,415	+83	・ 配当金の支払い△25 ・ 親会社に帰属する当期純利益の計上+90
負債純資産合計	4,175	4,270	△95	
自己資本比率	34.9%	32.5%	+2.4pt	・ 借入金返済により外部資本が減少したことにより改善

2. 2021年12月期 連結決算の概要

【キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)

	2021.12期	2020.12期	主な内訳
営業活動による キャッシュフロー	+586	+248	・税金等調整前当期純利益+161 ・たな卸資産の減少+241 ・未成工事受入金の増加+66 ・非資金費用+103 (減価償却費、のれん償却額)
投資活動による キャッシュフロー	△50	+7	・有形固定資産の取得による支出△95 ・有形固定資産の売却による収入+41
財務活動による キャッシュフロー	△370	+555	・短期借入金の減少△75 ・長期借入れによる収入+100 ・長期借入金の返済による支出△373 ・配当金の支払い△25
現金及び現金同等物の増減額	+165	+810	
現金及び現金同等物の期末残高	1,526	1,361	



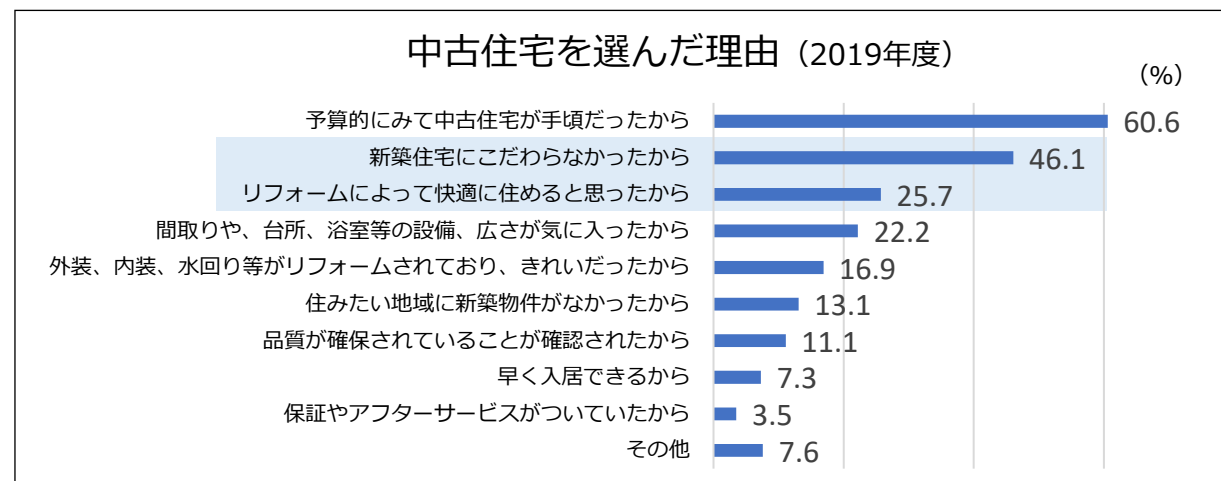
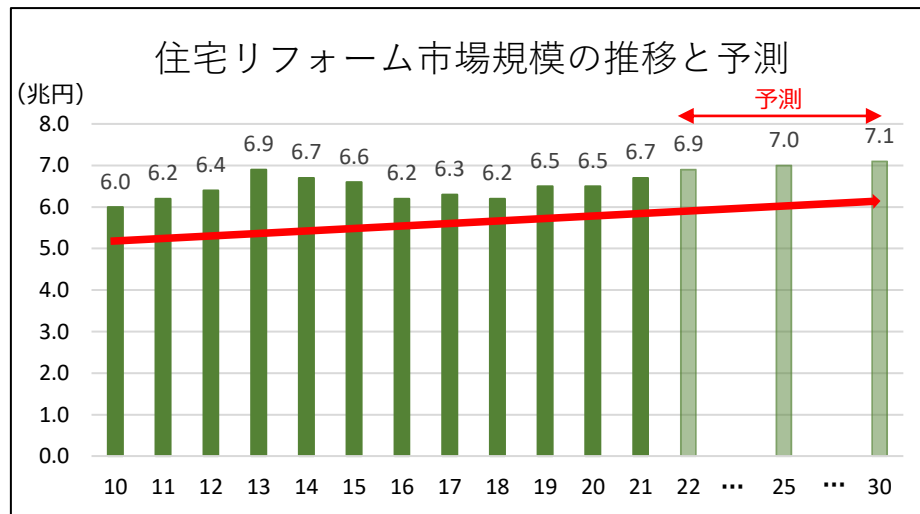
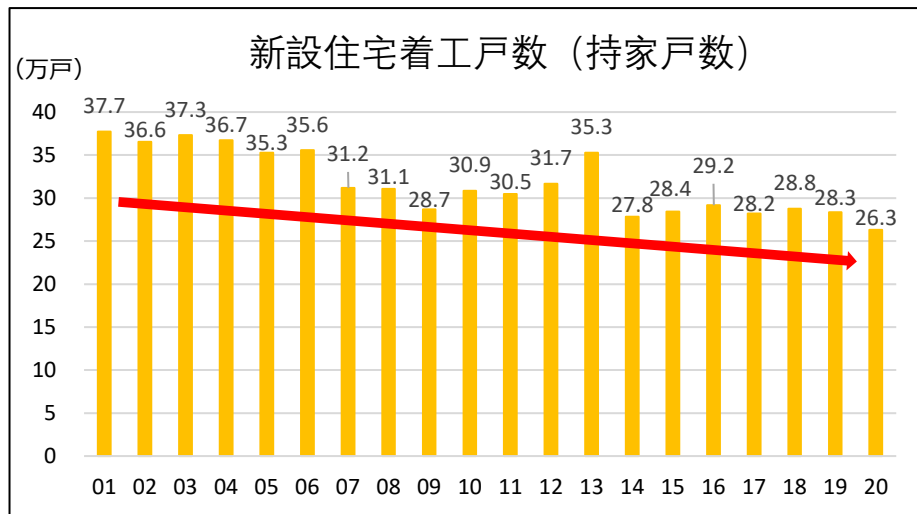
3. 事業環境



2021年4月オープン モデルハウス

住宅市場全体

■ 縮小する新築住宅市場と堅調な住宅リフォーム市場



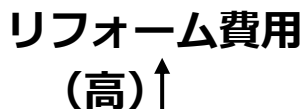
新築から中古へシフト

中古住宅市場が活況



「中古住宅+リフォーム」が増加

3つのグループにカテゴライズ



- ・スピード対応
- ・顧客対応力

【ハウスメーカー・建設会社等】

- ・ 自社で手掛けた建物のメンテナンス
やアフターサービスを請負う
- ・ ブランドがある分、料金が割高

デザイン性

(低)

【リフォーム専門店】

- ・小さなリフォームから増改築まで幅広い対応力
- ・デザインで付加価値をつけられる
- ・スピード対応できる

話しましょ、たくさん

 **安江工務店**

当社の強みである

- ・自然素材
- ・デザインリフォーム
- ・地域密着（信頼性）

差別化・競争力の強化

(高)

【ホームセンター・家電量販店等】

- ・低価格、短工期でできる小規模リフォーム
- ・知名度が高い
- ・複合工事やデザインリフォームは不得意

- ・ 複合工事の提案
- ・ 安心感

リプレイスメインの事業

異業種・大手資本系の
参入がしやすく、競争が多い

(低)

高付加価値サービス提供による差別化戦略

■ 自然素材を活かしたオンリーワンの住まいづくり

オリジナル自然素材

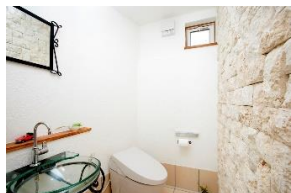
無添加厚塗りしっくい®

- ・ ヒトコロナウイルスに対する
抗ウイルス効果実証！
- ・ 厳選した自然素材を使用
- ・ 高い調湿効果や耐火性
- ・ 自社開発でリーズナブルに提供



コーラルストーン

- ・ 自然素材を活かしたデザイン
- ・ 高い調湿効果や耐火性
- ・ 自社直輸入でリーズナブルに提供



デザイン性

- ・ 打合せには建築士などの資格を有したデザイナーが同席し、使い勝手とデザイン性を両立した提案を行う（デザイナー25名：2022年2月28日現在）

- ・ リフォームコンテストで**13年連続受賞中**

2021年度

★ジェルコリフォームデザインコンテスト
玄関・ホール部門 全国部門別最優秀賞

★ジェルコリフォームデザインコンテスト
リビングダイニング部門 全国優秀賞

他2件

2020年度

★LIXIL秋のリフォームコンテスト2020
ストーリー賞 全国優秀賞

★ジェルコリフォームデザインコンテスト
デザイン部門 最優秀賞

★ジェルコリフォームデザインコンテスト
ユーザーフォト部門 全国最優秀賞

他6件



地域密着型の営業体制

■ ワンストップサービス

3事業で住宅に関するすべてのニーズに対応



■ 品質にこだわりお客様の満足を追求

提案力とスピード対応で安らぐ住まいを提供
お客様とは一生のお付き合いを目指します

お客様満足度

91.5%

2021年 当社住宅リフォーム工事
お客様アンケート 「大変満足」～「満足」
・リフォームアドバイザーの対応
・工事現場管理全体
・工事品質（仕上げ）

■ 安心工事と信頼関係による 高いリピート率

創業半世紀を超え、長い歴史の中で作り上げてきた
お客様との信頼関係がOB顧客（※）として経営の基盤
となっています。 ※過去にご契約いただいたお客様

OB・紹介比率

63.1%

2021年に契約いただいた当社住宅リフォーム
工事のうち、OB顧客と紹介顧客の割合

コロナ禍における当社の強み

必要性



住宅リフォームは住まいを維持するために必要であり、景気の影響を受けにくい

- (例)
- ・故障などによる住宅設備の取替
 - ・水漏れなどの緊急性の高い修繕工事
 - ・外壁塗装などのメンテナンス工事

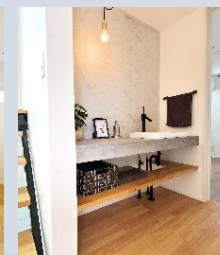


市場性



コロナ禍で市場（マーケット）が変化

在宅勤務や外出自粛など在宅時間の増加により、快適性を追求するためのリフォーム需要が増加



機能性

コロナ感染対策リフォーム

- ・個室ワーキングスペースの設置、タッチレス商品の導入
- ・抗菌効果のある「無添加厚塗りしっくい®」や「ナノ抗菌R*コート」の需要増

R* ナノ抗菌
コート

抗ウイルス効果を
実証



⇒ 安定した市場において総合力を発揮し、「住まいのかかりつけ医」として顧客の利便性のさらなる向上を図る



4. 今後の戦略

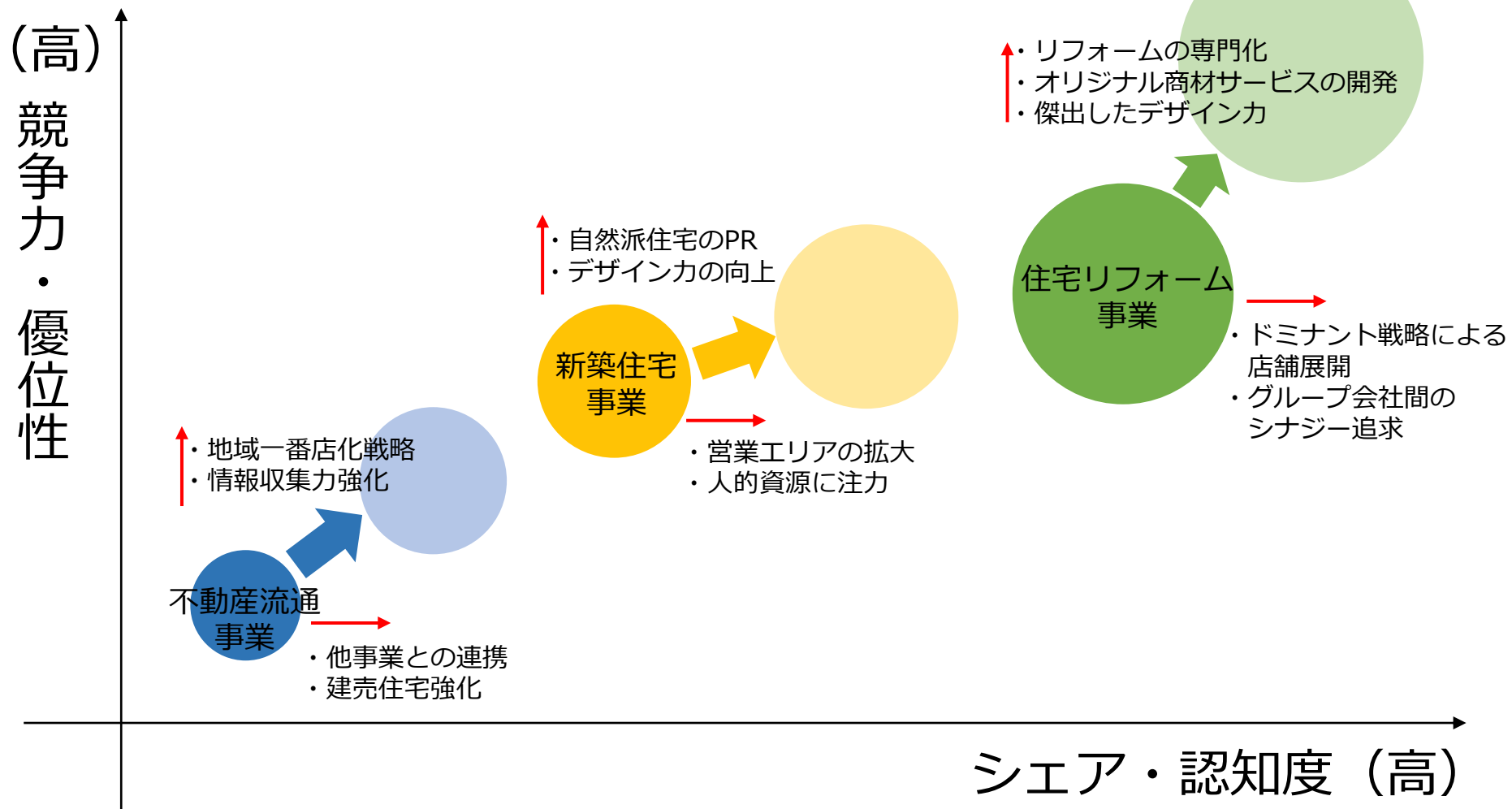


- ・ 事業ポートフォリオと成長戦略
- ・ 営業エリアの拡大と深耕
- ・ 差別化戦略
- ・ 既存事業とのシナジー

グループ会社 株式会社N-Basic HDC神戸店

セグメントごとの成長戦略

■ 収益力向上へ向けて事業経営力を強化し、既存事業を徹底強化

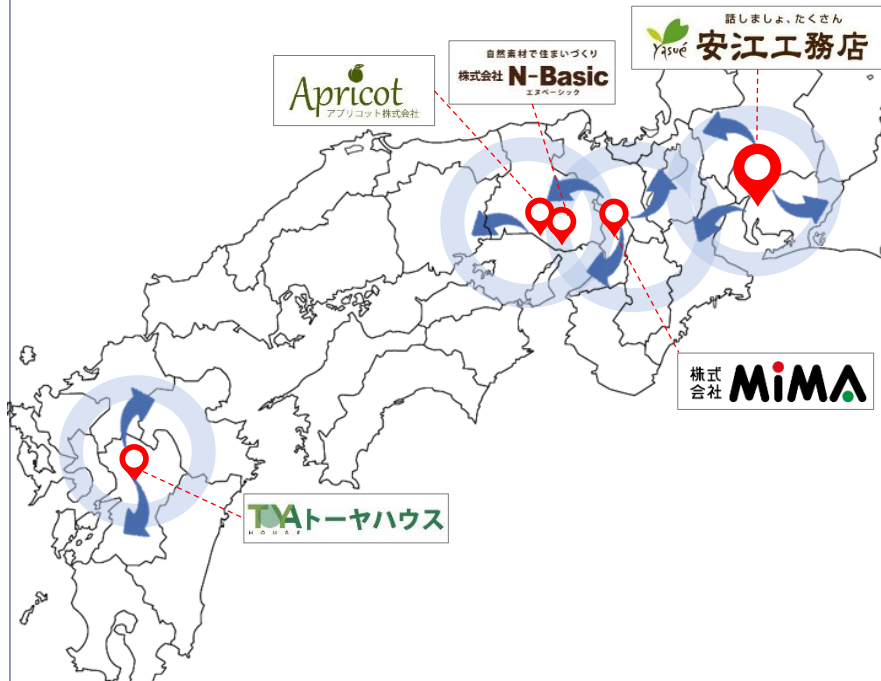


出店戦略

■ 「既存商圏の拡大」 × 「既存商圏の深耕」

営業エリアの拡大(隣接エリアへの進出)

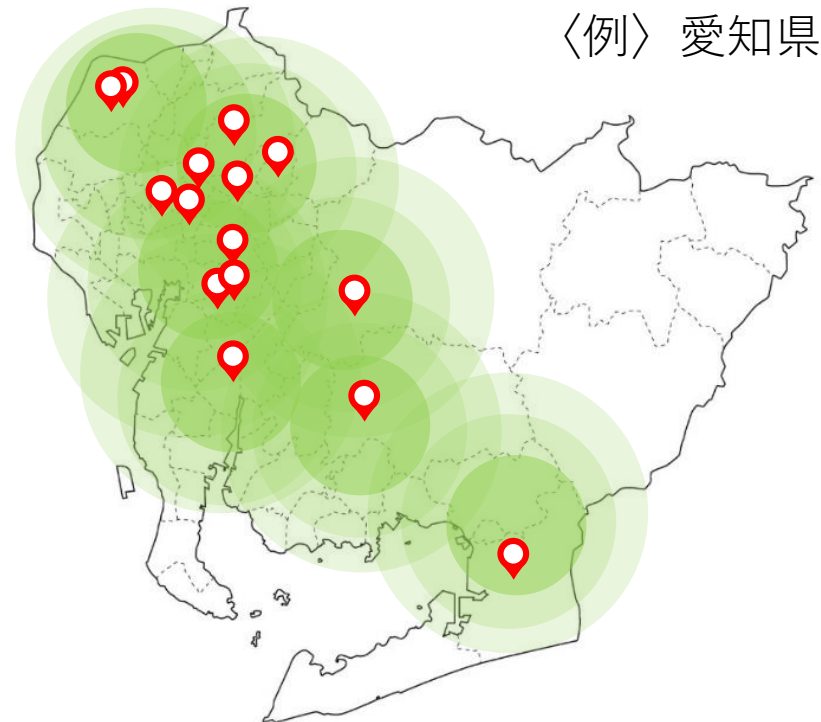
地域密着型を前提に既存拠点の隣接エリアや近隣主要都市に新店舗を開設し、営業エリアを拡大する



営業エリア内での深耕

既存営業エリア内の店舗と店舗の間に新店舗を開設し、ドミナント戦略を深化する

〈例〉 愛知県



総合リフォーム+専門店化

- 豊富な専門知識・経験により顧客満足と工事品質を追求する

単体工事の需要が高い工事部位別の専門部門

外装

- ・ 雨漏りから外壁塗装まで対応
- ・ ドローンでの高所点検
(国交省の許可取得)
- ・ 建物の劣化診断と最適な提案



エクステリア

- ・ 豊富な商品知識
- ・ 建物や街並みとの調和
- ・ 美観と機能性の追求



実施したリフォーム工事内容調査

部位別ランキング		2020年度 全国 (%)
1	外壁	27.0
2	居間	23.0
3	キッチン	21.3
4	トイレ	21.2
5	屋根	20.8
6	浴室	18.2
7	ダイニング	11.7
8	子供部屋	11.2
9	主寝室	9.8
10	玄関	9.2
11	給湯器	9.2
12	和室	9.0
13	すべての部屋	5.3
14	門・塀	4.7
15	収納	4.3
16	車庫・物置	3.7
17	高齢者居室	1.8

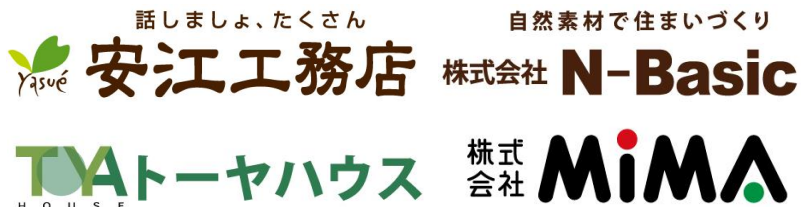
出典：令和2年度住宅市場動向調査報告書

4. 今後の戦略【既存事業とのシナジー】

既存事業とのシナジー

- 住まいに関するすべてのニーズにワンストップで応える利便性の高い体制を構築

新築・リフォーム



インテリア



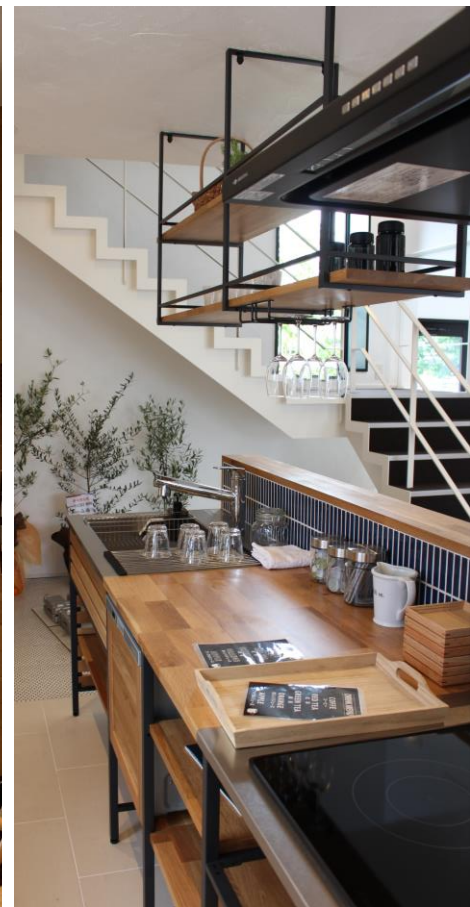
「住宅関連総合企業」へ



既存店舗に兵庫のグループ会社が取扱うインテリア製品を展示し、専任スタッフを配置して提案力を強化することで、既存事業とのシナジーをより一層高める

愛知県の既存店舗13店舗中4店舗併設
2022年度は2店舗併設予定

5. 2022年12月期 連結業績予想の概要



2021年11月 岡崎店インテリアブース完成

【連結業績予想】

(単位：百万円)

	2022.12期 予想	前期比			【参考】 2020.12期
		2021.12期	増減額	増減率	
売上高	7,400	6,913	+487	+7.1%	5,396
営業利益	219	208	+11	+5.5%	29
親会社株主に帰属 する当期純利益	110	90	+20	+22.2%	△13

前期比

売上高は7,400百万円（前期比7.1%増）を予想

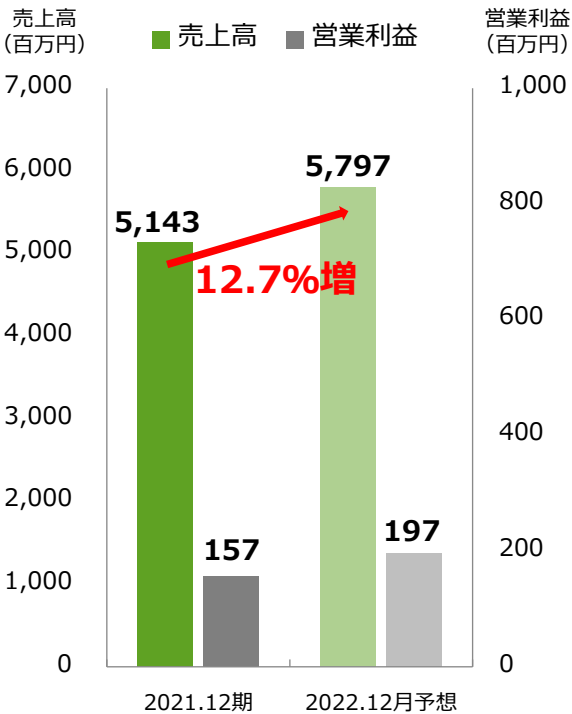
- ・ 既存エリアの深耕・シェア拡大による住宅リフォーム事業の伸長
- ・ 2021年出店店舗の通年寄与
- ・ 2022年2月開設のMIMA東大阪店の売上寄与

営業利益は219百万円（前期比5.5%増）を予想

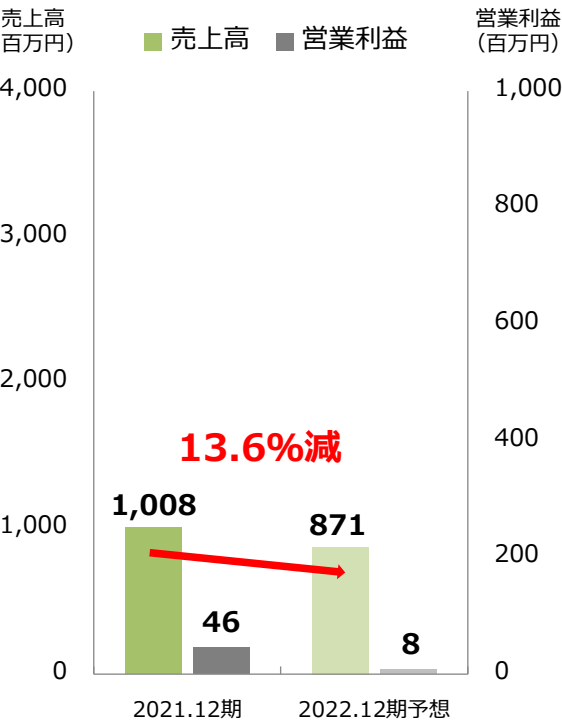
- ・ 現場管理体制の見直しを進めて利益率を改善
- ・ 新規M&Aや必要な投資については費用を確保

【セグメント別の業績予想】

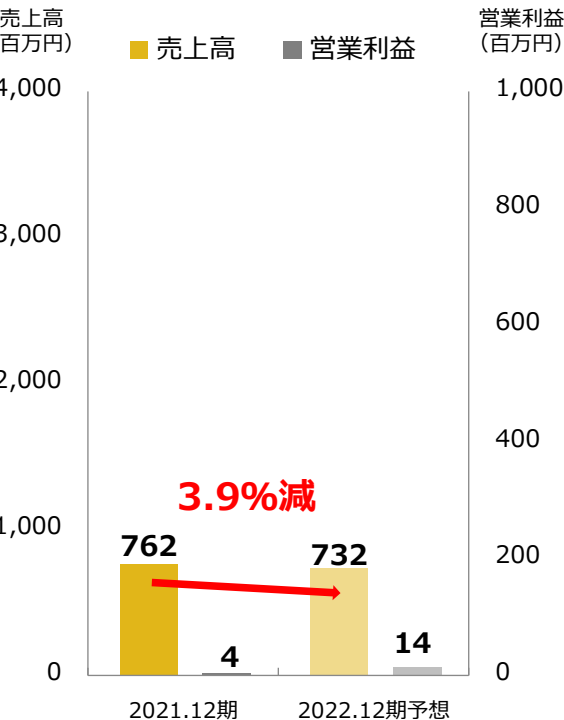
住宅リフォーム事業



新築住宅事業



不動産流通事業



住宅リフォーム事業	既存エリアの深耕、シェア拡大により増収増益を予想
新築住宅事業	住宅ローン減税の制度変更やウッドショックによる木材価格の高止まりにより減収減益を予想
不動産流通事業	不動産価格高騰による販売用不動産の仕入れ不足により減収 仲介業務に注力することで増益を予想

5. 新中期経営計画（2021年度～ 2023年度）の進捗

【中期経営計画に対する進捗】

（単位：百万円）

	2020.12期	2021.12期		2022.12期		2023.12期
	実績	中期経営計画 初年度	実績	中期経営計画 2年目	業績予想	中期経営計画 3年目
売上高合計	5,396	6,885	6,913	8,287	7,400	9,954
リフォーム	4,041	5,232	5,143	5,857	5,797	6,540
新築	883	907	1,008	1,093	871	1,233
不動産	471	746	762	839	732	1,059
新規M & A		—	—	498	—	1,122
営業利益	29	158	208	209	219	324

初年度（2021.12期）の 実績振り返り

- ・売上高は住宅リフォーム事業が計画を下回ったものの、新築住宅事業、不動産流通事業が計画を上回り、グループ全体で、売上高、営業利益ともに中期経営計画を達成した

2年目（2022.12期） について

- ・売上高は新規M&Aによる寄与は不確実な事象であるため、業績予想には含めず
- ・既存事業は引き続き業務改善を行い、利益額・率を重視していく
- ・営業利益は新規M&Aによる売上寄与分を含まず予想



6. 配当政策



瀬戸尾張旭店

配当方針

- 年1回の期末配当並びに業績に応じて中間配当を行うことを基本方針としています。
- 業績の見通しを勘案したうえで、安定的な配当を行うことを目標としており、配当性向については中長期的に25%から30%程度を目途として、利益分配を図ってまいります。

	2019.12期	2020.12期	2021.12期	2022.12期 (予想)
1株当たり配当金	44.0円	20.0円	25.0円	25.0円
配当性向	46.4%	—%	35.8%	29.6%
EPS	94.89円	△10.39円	69.80円	84.39円

最低投資金額※	89,100円	利回り※	2.81%
---------	---------	------	-------

※2022年2月28日終値ベース（891円）

【株価推移】

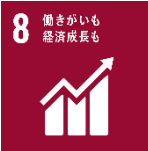
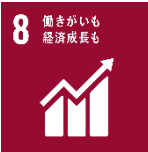


【参考指標】

単 元 株 数	100株	発 行 済 株 式 数	1,324,100株
P E R	10.56倍	P B R	0.79倍

※2022年2月28日終値ベース (891円)

【ESG/SDGsの取組み】

ESG	当社グループの取組み	SDGs
環境 Environment	・漆喰など自然素材を使用した住まいづくりを推進 ・中古住宅再生事業の取組み ・ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）を促進 ・オフィス照明のLED化 ・DX推進（ペーパーレス化等） ・自社オフィスのZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）化	   
社会 Social	働きやすい職場環境の構築 ・女性活躍推進 ※全社員に占める女性の割合 約50%（女性社員の積極採用、役員・管理職への登用） ・モラルサーベイの実施（毎年） 地域社会への貢献 ・安全で住みよい街づくり「こども110番の店」登録 ・地域と暮らしを守る「鎮守の森のプロジェクト」参加 ・環境美化活動「藤前干潟清掃活動」参加	     
企業統治 Governance	コーポレートガバナンス強化 ・取締役6名のうち社外取締役3名 ・任意の「指名・報酬委員会」設置 ・内部通報窓口の設置 ・コンプライアンス研修の実施 情報セキュリティの強化	 

本資料に記載した内容等は、資料作成時における当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。また、業績見通し及び将来予想についても、資料作成時点において入手可能な情報に基づいた内容であり、今後の事業領域を取りまく経済状況、市場の動向により、実際の業績とは異なる場合があります。投資を行う際には、ご自身の判断において行っていただきますよう、お願いいたします。

【本資料に関するお問い合わせ先】

株式会社安江工務店 IR担当

〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-2-23 アーク白川公園ビルディング

T E L : 052-223-1100 (代)

E-mail : kabushikijimu@yasue.co.jp

U R L : <https://www.yasue.co.jp>

