



Arr planner  
group

# FINANCIAL UPDATE FY2023 3Q

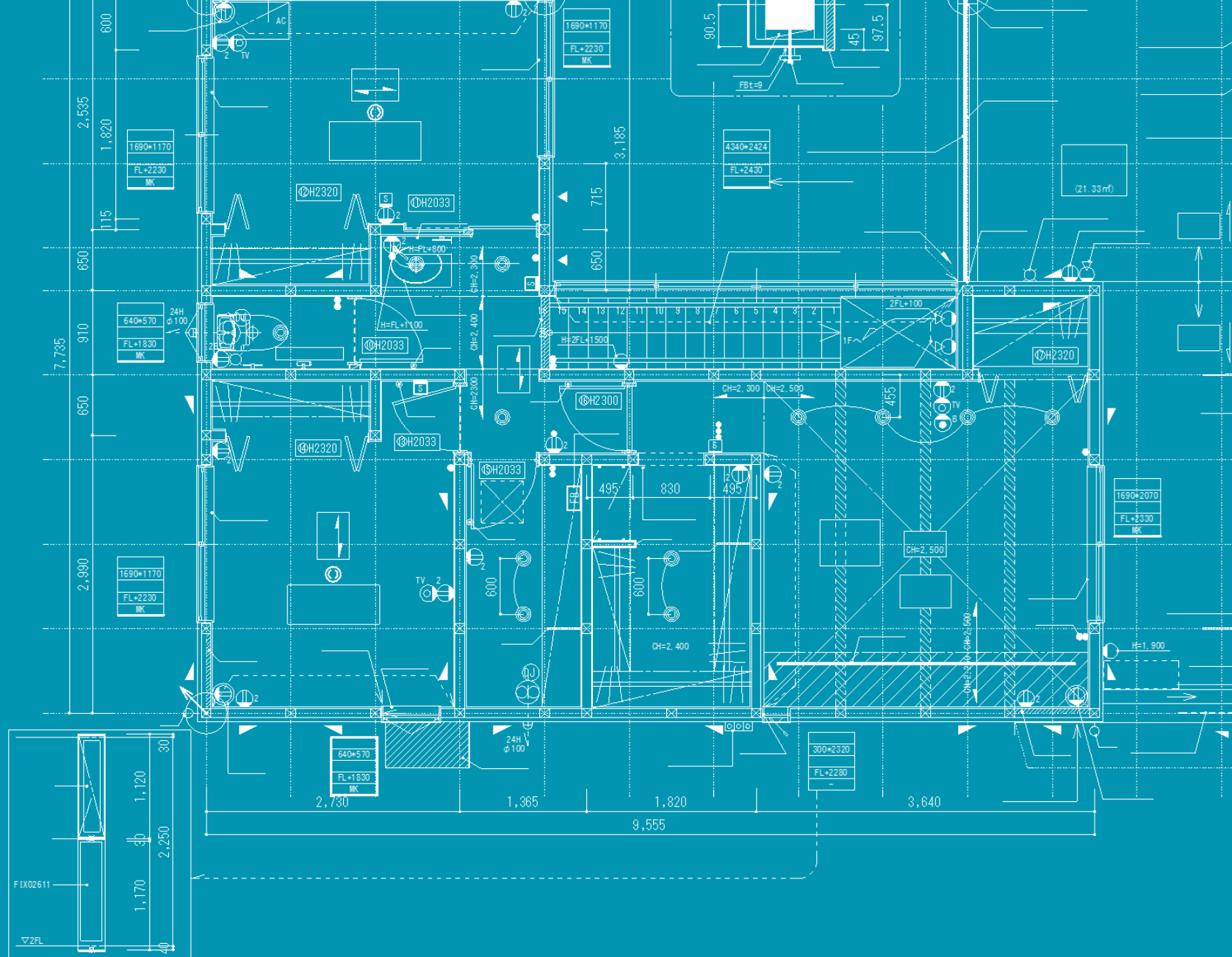
2983

2023年 1月期  
第 3 四半期決算説明資料

証券コード：2983

株式会社アールプランナー

2022年12月13日



## COMPANY OVERVIEW

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：Arr Planner Co.,Ltd.

設 立 / 2003年10月

事業内容 / ・デジタルマーケティングを活用した戸建住宅事業 ・不動産事業

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

従 業 員 数 / 331名（連結） ※2022年10月末現在

資 本 金 / 393,693千円 ※2022年10月末現在

本社所在地 / 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

決 算 期 / 1月

## PHILOSOPHY

**All Satisfaction** — すべての人に満足を —

## MISSION

**DESIGN × TECHNOLOGY**で  
人々の住生活を豊かにする

- ① 1. 2023年1月期 第3四半期 決算概要
- 2. 当期の取り組み
- 3. Appendix

売上高

21,820百万円

3Q  
過去最高



 FY2022 3Q  
前年同期比 +10.2%

販売棟数

550棟

3Q  
過去最高



 FY2022 3Q  
前年同期比 +5.0%

営業利益

156百万円

 FY2022 3Q  
前年同期比  $\triangle$  85.6%

### TOPICS 1

第3四半期として過去最高の販売棟数により、売上高も過去最高を更新

- ・売上高 : 21,820百万円  
(前年同期比 +10.2%)
- ・販売棟数 : 550棟  
(前年同期比 +5.0%)

首都圏エリアでの成長が寄与し、第3四半期についても引き続き販売棟数、売上高が過去最高を更新。通期の販売棟数、売上高についても過去最高更新の見込み

### TOPICS 2

将来の成長のための新規出店、人財獲得、マーケティングへの投資を引き続き強化

- 首都圏エリア 3拠点オープン
  - ・ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 立川
  - ・ アールギャラリー三鷹展示場
  - ・ アールギャラリー小金井・府中展示場
- 東海エリア 2拠点オープン
  - ・ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 名古屋栄
  - ・ アールギャラリー豊田展示場
- 新卒43名を新たに採用

認知度・ブランドイメージ向上のため新TVCMを首都圏・東海エリアで放映開始。あわせて新規拠点開設を進めることで、将来の成長のため積極投資を実施

### TOPICS 3

販売価格改定が進むも、資源価格高騰の影響は継続。コロナ禍での需要が一服したことで利益率は前年対比で低下

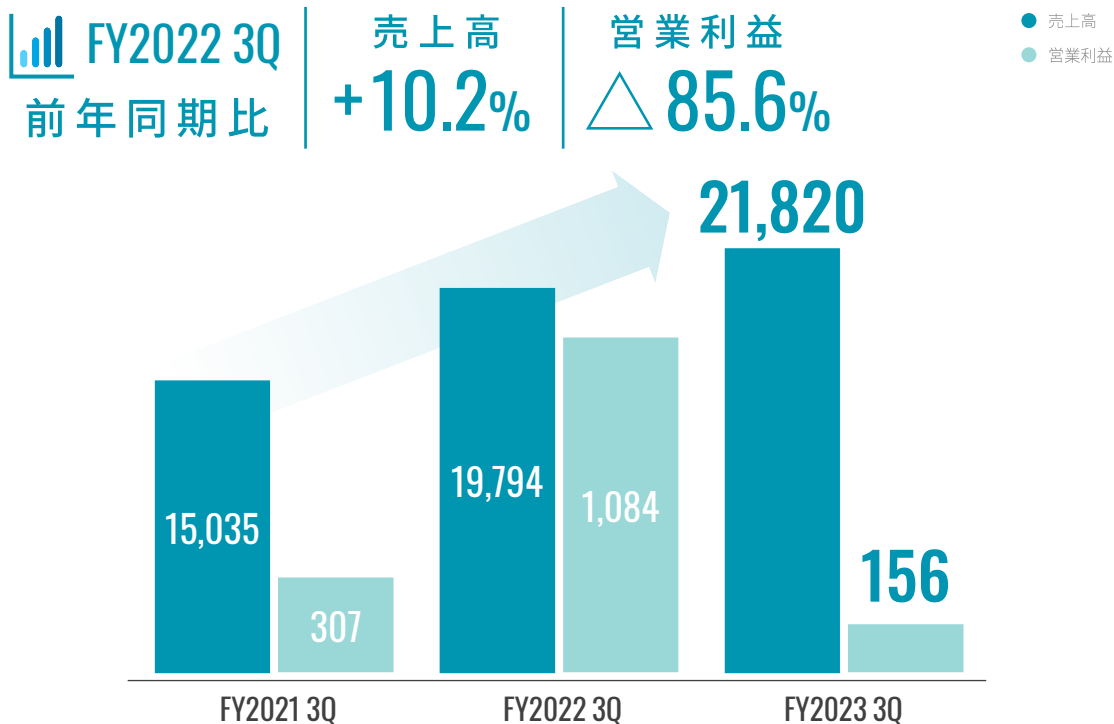
- ・ 販売価格改定が進んでいるが、円安等による資源価格高騰の影響も続いている。また、コロナ禍での需要が一服したこともあり、第3四半期の売上総利益率は15.0%と低下（前年同期比 $\triangle$  3.8ポイント）
- ・ 人気俳優を起用した新TVCMを首都圏エリアで集中的に放映するなど、積極的な成長投資により、広告宣伝費、拠点費用をはじめとした販管費が前年同期比+18.0%と増加しており、営業利益は156百万円と前年同期比 $\triangle$ 85.6%の減益で着地

## 売上高・営業利益及び販売棟数推移

※ 2021年1月期第3四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

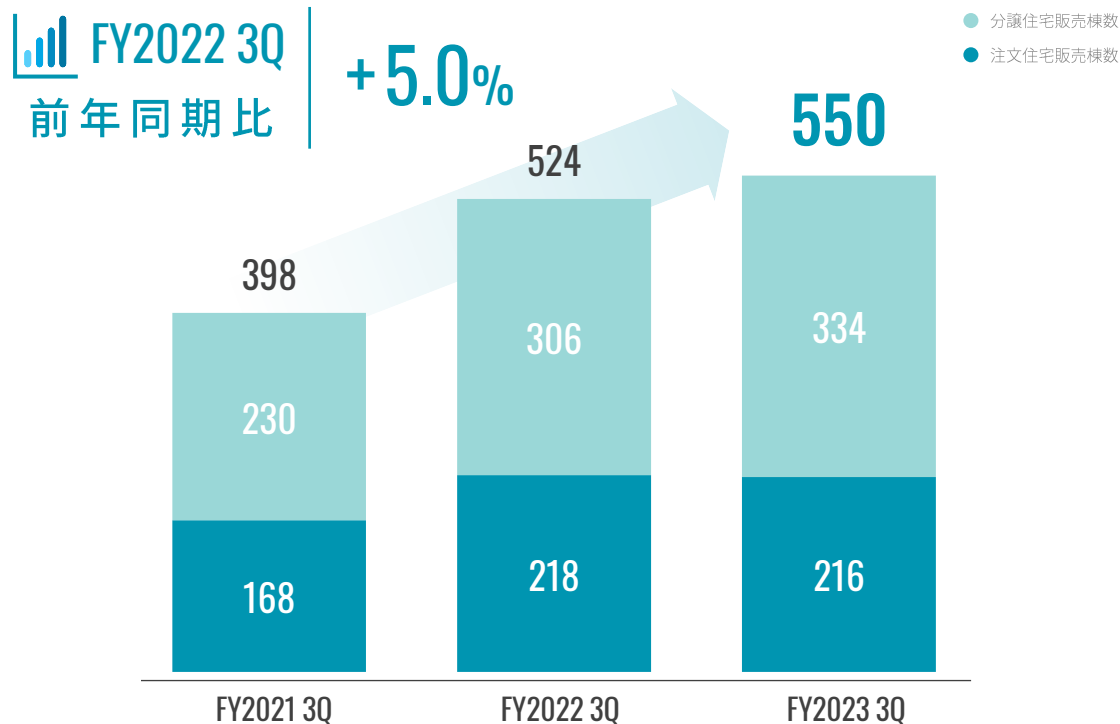
### ④ 売上高・営業利益

(百万円)



### ④ 販売棟数

(棟)

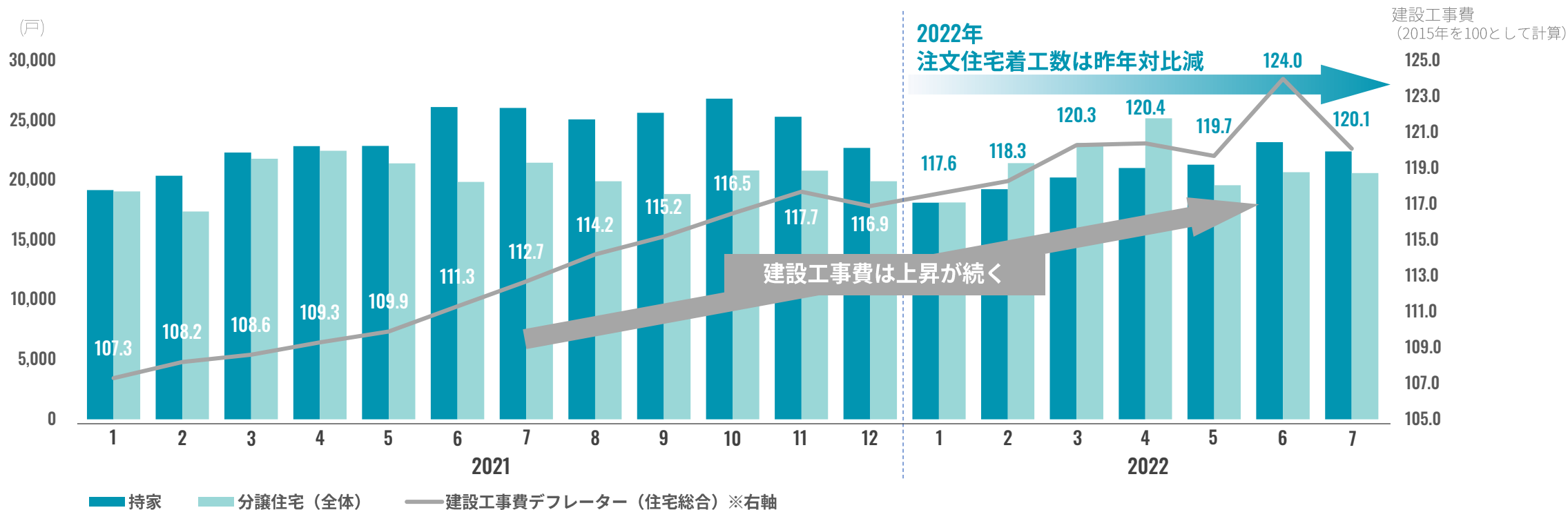


- 分譲住宅の販売棟数は前年同期比+9.2%の334棟と底堅く推移。注文住宅については、コロナ禍での需要一服と販売価格改定による価格上昇の影響から販売棟数は前年同期比△0.9%の216棟にて着地。全体では第3四半期として過去最高の販売棟数を記録し、売上高も過去最高を更新
- 営業利益は、資材価格高騰の影響と、人気俳優起用の新TVCMを首都圏エリアで集中的に放映するなど積極投資による販管費の増加で、前年同期比減益で着地

## マクロ環境

### ④ 全国の着工数・建設工事費の推移

出典 国土交通省「建設着工統計調査報告」及び「建設工事費デフレーター（2015年基準）  
 ※着工数の「持家」「分譲住宅（全体）」には一戸建て、マンションの双方を含む。  
 ※「建設工事費デフレーター・住宅総合」は、2015年の値を100として比較。すべての構造を含む住宅全体の数値を示す。

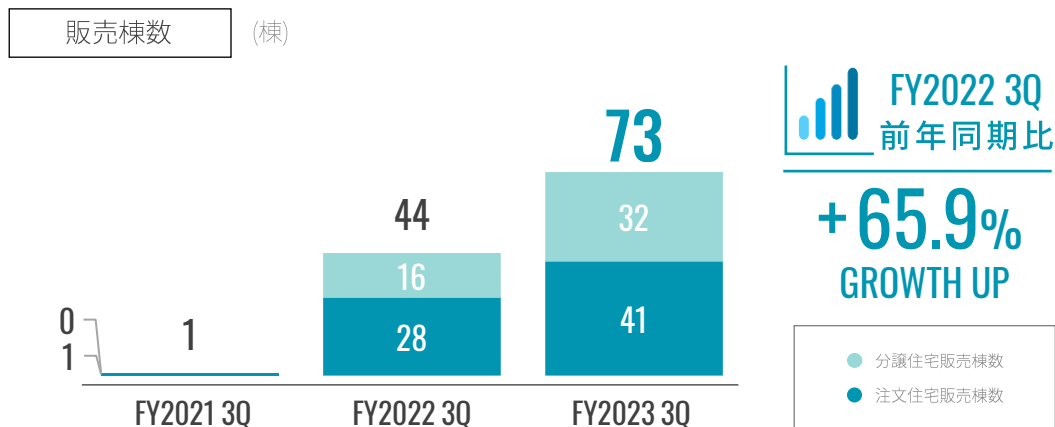
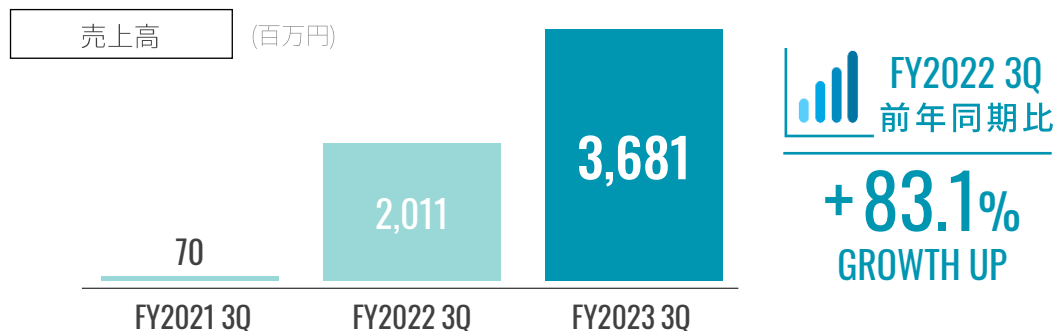


- ・ コロナ禍での需要が一服したことなどから、注文住宅を示す「持家」の着工数は、2022年1月以降、前年に比べて大きく減少。一方で「分譲住宅」については着工数は2022年も底堅く推移
- ・ ウッドショック、円安、資源価格高騰による建設工事費も上昇したことで、全体として注文住宅から分譲住宅に需要が移る傾向

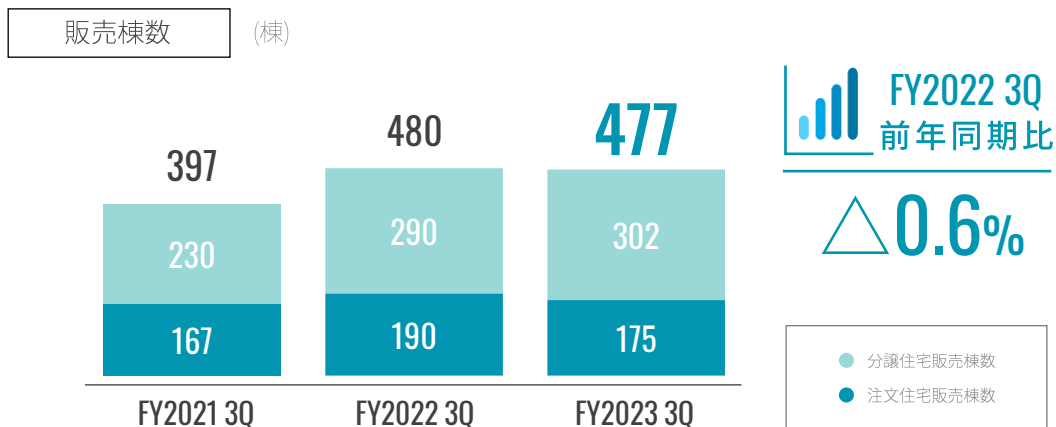
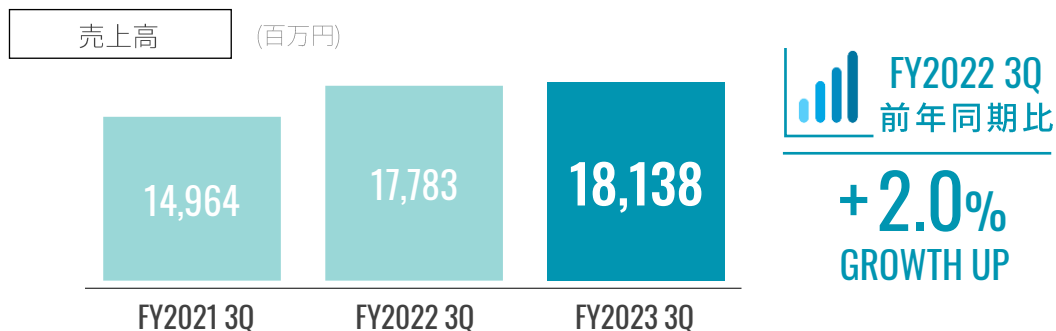
## 売上高及び販売棟数推移（エリア別）

※ 2021年1月期第3四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

### ④ 首都圏エリア売上高・販売棟数



### ④ 東海エリア売上高・販売棟数



- 首都圏エリアについては、販売棟数、売上高ともに2019年10月に進出して以来、高成長で推移
- 東海エリアの販売棟数については、分譲住宅は前年同期比4.1%増の302棟で底堅く推移。一方で注文住宅は、主に外部環境の影響から前年同期比△7.9%で着地。販売価格改定により売上高は前年同期比2.0%増



## 連結損益計算書サマリー

※勘定科目は連結損益計算書より抜粋  
単位：百万円

項目	2022年1月期 第3四半期 (①)	構成比	2023年1月期 第3四半期 (②)	構成比	増減率 (②/①) 前年同期比
売上高	19,794	100.0%	21,820	100.0%	+ 10.2%
売上総利益	3,726	18.8%	3,272	15.0%	△12.2%
販売費及び一般管理費	2,641	13.3%	3,115	14.3%	+ 18.0%
営業利益	1,084	5.5%	156	0.7%	△85.6%
経常利益	989	5.0%	18	0.1%	△98.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	672	3.4%	3	0.0%	△99.5%
1株当たり 四半期純利益	127.90円	—	0.60円	—	—

※2022年2月1日付で普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っており、2022年1月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり四半期純利益を算定

※2023年1月期期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）を適用。同会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いにしたがって、2022年1月期は同会計基準の遡及適用による組替えを行う前の数値を記載

※会計方針変更前の基準に基づく当第3四半期売上高は21,925百万円（前年同期比+10.8%）。詳細は次ページ参照

- 売上高は第2四半期に引続き第3四半期も過去最高を更新し大幅増収。販管費については、新TVCM放映等のマーケティング施策や新規出店により大きく投資した結果、前年同期比+18.0%と増加

## 収益認識に関する会計基準の影響

※勘定科目は連結損益計算書より抜粋  
単位：百万円

項目	2022年1月期 第3四半期	2023年1月期第3四半期		
		2023年1月期 第3四半期	新会計基準適用前	新会計基準適用の影響
売上高	19,794	<b>21,820</b>	<b>21,925</b>	<b>△105</b>
売上総利益	3,726	<b>3,272</b>	<b>3,289</b>	<b>△17</b>
販売費及び一般管理費	2,641	<b>3,115</b>	<b>3,115</b>	—
営業利益	1,084	<b>156</b>	<b>173</b>	<b>△17</b>
経常利益	989	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>△17</b>
親会社株主に帰属する 四半期純利益	672	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>△11</b>

- ・ 「収益認識に関する会計基準」（以下「新会計基準」）による影響は上記のとおり
- ・ 新会計基準適用前の会計基準換算では、当第3四半期は173百万円の営業利益

## 報告セグメント別の内訳

単位：百万円

報告セグメント	役 割	項 目	2022年1月期 第3四半期 (①)	2023年1月期 第3四半期 (②)	増減率(前年同期比) (②/①)
戸建住宅事業	注文住宅の請負事業 リフォーム・エクステリアの請負事業 分譲住宅の販売事業 不動産の仕入・販売事業 不動産仲介事業	売上高	19,150	<b>21,098</b>	+ 10.2%
		セグメント利益	1,695	<b>866</b>	△48.9%
		利益率	8.9%	<b>4.1%</b>	△4.8pt
		売上高	623	<b>686</b>	+ 10.1%
中古再生・収益不動産事業	中古不動産・収益不動産の 取得・再生・販売事業	セグメント利益	63	<b>48</b>	△24.1%
		利益率	10.2%	<b>7.0%</b>	△ 3.2pt
その他	顧客紹介手数料 火災保険の代理店手数料等	売上高	21	<b>34</b>	+ 64.3%
		セグメント利益	19	<b>34</b>	+ 77.4%
		利益率	92.4%	<b>99.7%</b>	+ 7.3pt
	調 整 額		△694	<b>△793</b>	—
	売 上 高		19,794	<b>21,820</b>	+ 10.2%
	営 業 利 益		1,084	<b>156</b>	△85.6%

- ・「戸建住宅事業」は、販売価格改定を進めたものの円安等による資源価格高騰の影響は継続。積極投資の影響もあり当第3四半期の利益率は前年を下回る水準で着地

## 事業セグメント別売上実績の内訳

単位：百万円

報告セグメント	事業セグメント	2022年1月期 第3四半期 (①)	構成比	2023年1月期 第3四半期 (②)	構成比	増減率(前年同期比) (②/①)	
戸建住宅事業	注文住宅	5,211	26.3%	<b>5,309</b>	<b>24.3%</b>	<b>+1.9%</b>	
	分譲住宅	(建物+土地)	11,927	60.3%	<b>13,999</b>	<b>64.2%</b>	<b>+17.4%</b>
		(土地のみ)	1,201	6.1%	<b>966</b>	<b>4.4%</b>	<b>△19.5%</b>
	不動産仲介	432	2.2%	<b>476</b>	<b>2.2%</b>	<b>+10.2%</b>	
	リフォーム・エクステリア	378	1.9%	<b>346</b>	<b>1.6%</b>	<b>△8.5%</b>	
中古再生・収益不動産事業	中古再生・収益不動産	623	3.1%	<b>686</b>	<b>3.1%</b>	<b>+10.1%</b>	
その他	その他	21	0.1%	<b>34</b>	<b>0.2%</b>	<b>+64.3%</b>	
	合計	19,794	100.0%	<b>21,820</b>	<b>100.0%</b>	<b>+10.2%</b>	

- 主力の「戸建住宅事業」は分譲住宅（建物+土地）、不動産仲介が引き続き好調であり、前年同期に比べて大幅な伸びを記録

## 連結貸借対照表サマリー

※勘定科目は連結貸借対照表より抜粋  
単位：百万円

項目	2022年1月期末(①)	2023年1月期 第3四半期(②)	増減額 (②－①)	項目	2022年1月期末(①)	2023年1月期 第3四半期(②)	増減額 (②－①)
流動資産	20,830	24,281	+ 3,451	流動負債	13,766	17,286	+ 3,519
現金及び預金	3,381	2,796	△585	短期借入金・1年内 返済予定の長期借入金	8,147	11,469	+ 3,322
棚卸資産	16,774	20,432	+ 3,657	その他流動負債	5,619	5,816	+ 197
その他流動資産	674	1,053	+ 379	固定負債	4,862	5,013	+ 151
固定資産	1,725	1,948	+ 222	長期借入金	4,404	4,586	+ 181
資産合計	22,555	26,230	+ 3,674	その他固定負債	457	426	△30
				負債合計	18,629	22,299	+ 3,670
				純資産合計	3,926	3,930	+ 3
				負債・純資産合計	22,555	26,230	+ 3,674

財務指標	2022年1月期末(①)		2023年1月第3四半期(②)		増減(②-①)
	自己資本比率	17.4%	15.0%	△2.4pt	
	ネットD/Eレシオ	2.4倍	3.5倍	+1.1倍	

※ネットD/Eレシオ：（有利子負債－現金及び預金）／自己資本

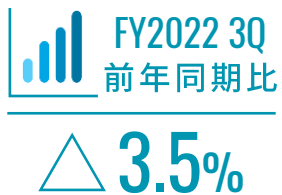
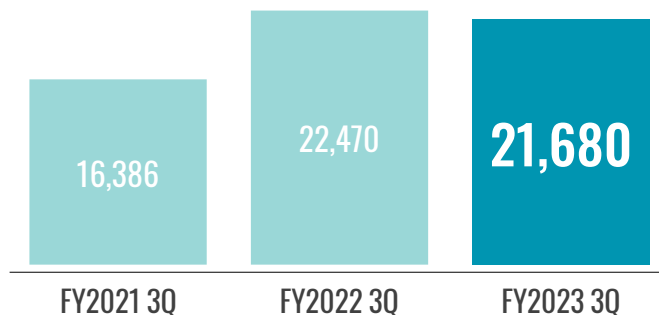
・ 今後の販売機会確保のため積極的な仕入れを行っており、棚卸資産が増え流動資産が増加

## 受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

※ 2021年1月期第3四半期は、監査法人の四半期レビューの対象外となっております。

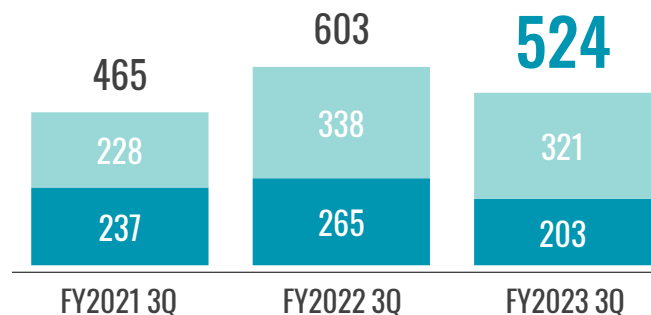
### 受注高

(百万円)



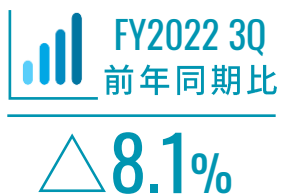
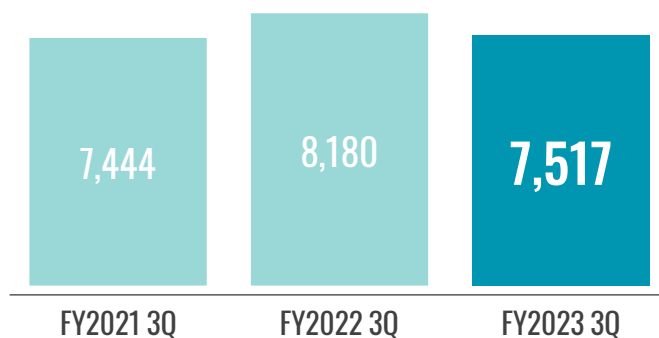
### 受注棟数

(棟)



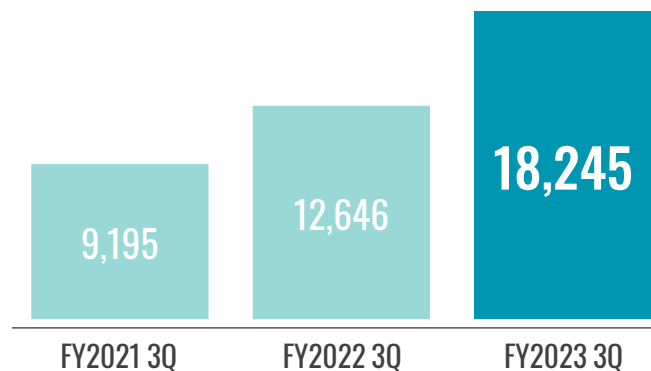
### 注文住宅の受注残高

(百万円)



### 分譲住宅の棚卸資産

(百万円)

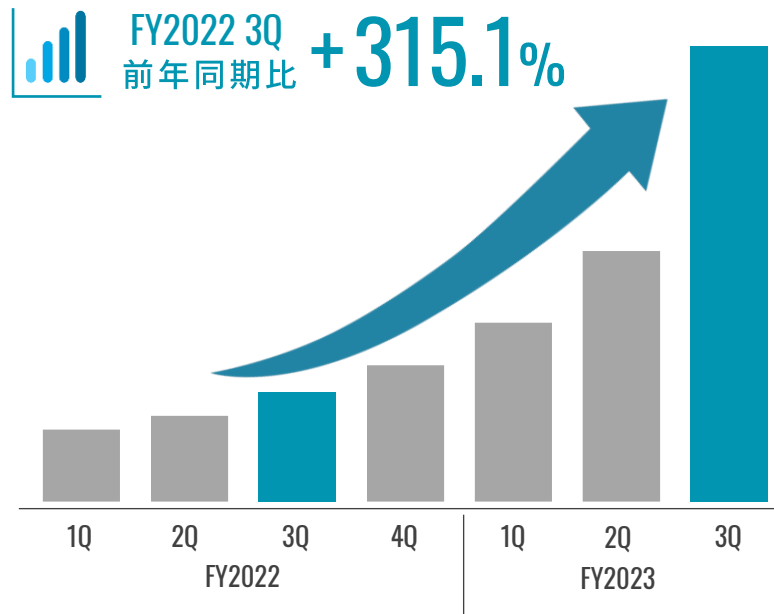


- ・ 販売価格の改定とコロナ禍での需要一服により一時的に受注棟数は前年同期比マイナスとなっているが、改善に向けて引続きマーケティングに注力
- ・ 今後の分譲住宅事業強化のため、「分譲住宅の棚卸資産」は積極的な仕入によって増加

## アールプランナー会員数とデジタルマーケティングに関する各種指標

### Instagramフォロワー伸び率

 Instagramフォロワー数  
2万人突破（2022年12月）



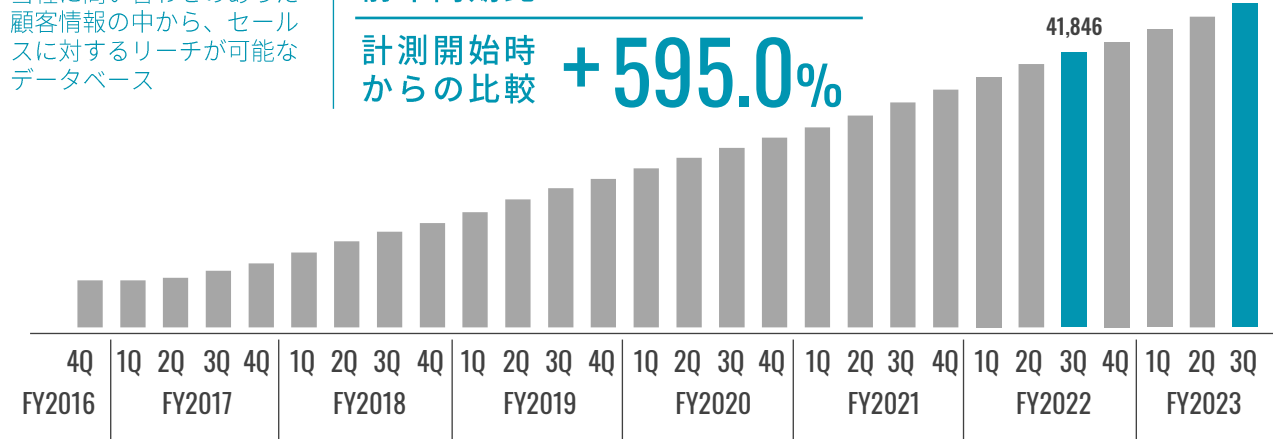
### 会員ストック数

(人)

会員ストック数  
当社に問い合わせのあった顧客情報の中から、セールスに対するリーチが可能なデータベース

FY2022 3Q  
前年同期比 **+17.9%**

計測開始時  
からの比較 **+595.0%**



### Web反響率

Web反響率

当社グループへの問い合わせ件数の内、Web経由の比率

FY2023 3Q **79.3%**

Web反響率は引き続き  
高水準を維持

- 山崎育三郎さん出演の新CMをInstagramでも配信。Instagramフォロワー数は2022年12月に2万人を突破、フォロワー伸び率も315.1%と1年で大きく増加
- 当社独自のデジタルマーケティングにより会員数は堅調に増加

## 株主還元について

## ④ 2023年1月期より株主配当を実施予定

	2022年1月期実績	2023年1月期予想
1株当たり当期純利益	182.05円	113.45円
1株当たり配当金	—円	15.00円
うち中間配当金	—円	5.00円
配当性向	—%	13.3%

- 2022年10月に中間配当を実施
- 株主還元は重要な経営課題であり今後も安定配当を目指す、まずは積極投資による企業規模の拡大と企業価値向上を目指す



# 2

1. 2023年1月期 第3四半期 決算概要



2. 当期の取り組み

3. Appendix

## 山崎育三郎さんが当社アンバサダーに就任、新TVCMをオンエア開始



 arr gallery アールギャラリー 「先輩篇」 「いいね篇」  
Find Your Only One Style.



CM特設ページ：<https://www.arrplanner.co.jp/cm/>

- 2022年8月27日より山崎育三郎さんが当社アンバサダーに就任
- 山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新CMを首都圏および東海エリアで放映開始

## アールプランナー新CM発表会を実施



- ・ 2022年8月25日に新CM発表会を実施し、8月27日より、山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新TVCMを首都圏エリアと東海エリアにて放映開始（8月26日より一部の映画館で先行公開）

## 2023年1月期の新規出店実績①（首都圏エリア）

ARR PLANNER DESIGN GALLERY 立川



マチかど展示場「国分寺東恋ヶ窪の家」



アールギャラリー「三鷹展示場」



アールギャラリー「小金井・府中展示場」



- ・ 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を2拠点、マチかど展示場を1カ所開設済み

## 2023年1月期の新規出店実績②（東海エリア）

ARR PLANNER DESIGN GALLERY 名古屋栄



アールギャラリー「豊田展示場」



マチかど展示場「岡崎橋目の家」



マチかど展示場「清須西市場の家」



マチかど展示場「中村区横井の家」



- ・ 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を1拠点、マチかど展示場を3カ所開設済み

## 出店戦略（途中経過）

### ① 拠点一覧（2022年10月末現在）

#### 首都圏エリア

2022年1月末  
5拠点

8  
2023年1月末  
拠点(予定)



#### 東海エリア

2022年1月末  
21拠点

22  
2023年1月末  
拠点(予定)



### ② 今期の追加新規出店予定

✓ アールギャラリー岡崎西展示場  
(2023年1月OPEN予定)



- 2022年冬に岡崎西展示場を開設予定。これにより、2023年1月期末までに首都圏エリア8拠点、東海エリア22拠点、合計で全国30拠点体制へ
- 今後も首都圏・東海エリアを中心に出店を加速し拠点網の充実を目指す

## 「めいぎんポジティブインパクトファイナンス」の契約を締結



- SDGs推進に向け、名古屋銀行が取り扱う「めいぎんポジティブインパクトファイナンス」の契約を締結
- ZEH住宅のモデルハウス設置や中古住宅の再生など環境面でのポジティブインパクトがあると評価。資格取得などによる従業員の働きがい創出にも取り組む
- サステナブルな住まいづくりを通じたお客様の豊かな暮らしと地域の幸せの実現、地球環境への配慮への貢献を目指す

## オーナー様向けスマートフォンアプリ「ARR PLANNER OWNERS CLUB」をリリース



### メニューのご紹介（一部）



#### お知らせ

アールプランナーからのお知らせや各種ご案内をアプリで受け取ることができます。



#### チャット

お住まいに関するお困り事など、チャットでのお問い合わせができます。



#### 各種書類

お住まいの書類・図面など、いつでもアプリで登録・確認可能です。



#### 緊急駆付け

緊急時の連絡先がアプリから確認できます。



#### 定期点検

定期点検の予約がアプリから確認でき、電話や予約フォームから予約可能です。



#### よくある質問

お住まいのお困り事を解決する、アールプランナーのお住まいのQ&Aです。

- 住宅購入後のサポート体制充実に向けて、オーナー様向けスマートフォンアプリ「ARR PLANNER OWNERS CLUB」をリリース
- 住宅購入後も長期にわたるパートナーとして、生涯にわたりお付き合いしていく「生涯取引」を目指す



## 中古住宅流通事業「renotech（リノテック）」を開始

### ① AI査定を活用した中古流通事業「renotech（リノテック）」を開始



Before



After



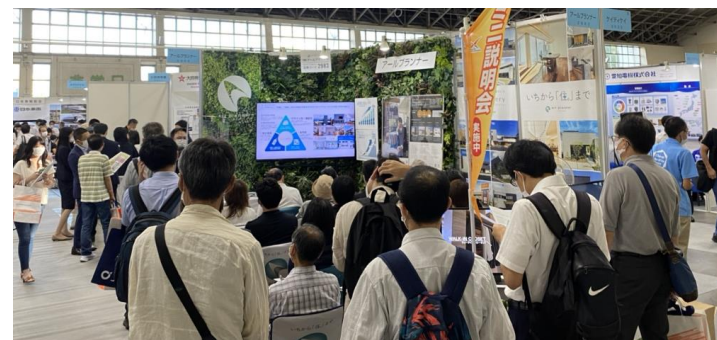
優良中古物件をリノベーションし  
付加価値を高めて販売

- AI査定を活用した中古住宅流通事業「renotech（リノテック）」を開始し、テクノロジーの活用も推進

## IR・PRに関する取組み①（IR活動）

### ☑ 2023年1月期に実施・参加した投資家説明会・IRイベント

3月 17日	機関投資家・アナリスト向け2022年1月期通期決算説明会
6月 17日	機関投資家・アナリスト向け第1四半期決算説明会
6月 21日	名証IRセミナー（オンライン）
7月 11日	日本投資環境研究所個人IRセミナー（オンライン）
8月 27日	日経IR・個人投資家フェア2022（会社説明会登壇）
9月 9~10日	名証IRエキスポ2022（ブース出展、会社説明会登壇）
9月 12日	機関投資家・アナリスト向け第2四半期決算説明会



- ・ 各四半期決算のアナリスト・機関投資家向けの決算説明会の実施に加えて、個人投資家向け説明会や各地のIRイベントにも出展し積極的に情報発信を実施

## IR・PRに関する取り組み②（PR活動）

### ① 2023年1月期に発信した主なプレスリリース

- 2月 21日 AI査定を活用した中古流通事業「renotech（リノテック）」を開始
- 4月 18日 戸建住宅建築現場のDXを強化！全工程で360度カメラの導入を推進
- 8月 25日 新CMキャラクター山崎育三郎さんが登壇「アールプランナー新CM発表会」
- 9月 1日 【アールプランナー×アンドパッド】施工管理から原価管理のさらなるDX化に向けた新機能の開発協力
- 10月 4日 貸付投資の「Funds（ファンズ）」を活用したクラウドファンディングによる資金調達第2弾のお知らせ
- 10月 6日 SDGs推進に向けた「めいぎんポジティブインパクトファイナンス」の契約を締結
- 11月 21日 オーナー様向けスマートフォンアプリ「ARR PLANNER OWNERS CLUB」リリースのお知らせ



「アールプランナー新CM発表会」は2022年8月末までに地上波キー局・新聞などで18件報道され、Webメディアにも多数掲載（当社にて確認済みのものに限る）

- 会社の事業内容や活動実績をプレスリリースによりメディアや一般に積極的に発信することで、企業ブランディングの向上と認知度向上への取り組みを実施

# 3



## AGENDA

1. 2023年1月期 第3四半期 決算概要

2. 当期の取り組み

✓ 3. Appendix

1.

デジタルマーケティングを強みとした集客力

2.

「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

3.

「注文住宅」×「分譲住宅」×「不動産仲介」のワンストップ・プラットフォーム

# 1. デジタルマーケティングを強みとした集客力

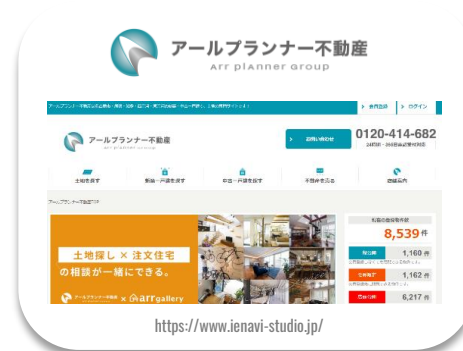
## Webサイト



<https://www.arrgallery.jp/>



<https://www.arrgallery.com/>



<https://www.ienvi-studio.jp/>



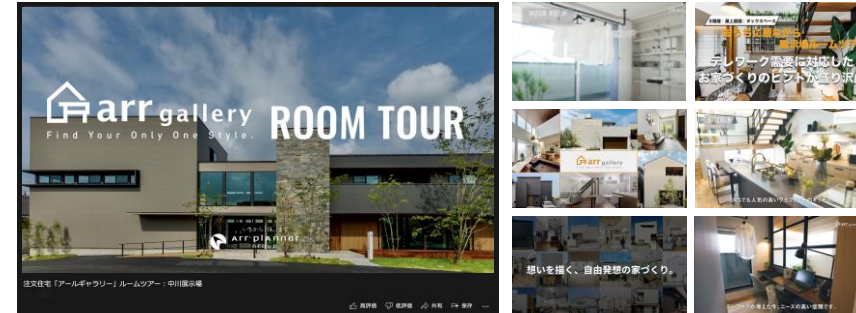
<https://renotech.nagoya/>

## SNSコンテンツ (Instagram)



・ その他コンテンツ：Twitter、Facebookなど

## SNSコンテンツ (YouTube)



- ・ テーマ性を持ったWebサイトやSNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける
- ・ デジタルマーケティングを活用し幅広い潜在層にリーチ（到達）する効率的な集客体制を強化

## 2. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

### 注文住宅の特徴

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します

### 分譲住宅の特徴

分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します

### ✓ 適正価格

- 20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯
- デザイン性・性能に合った適正な価格

1,800～2,500万円の  
適正な価格で提供

 **arr gallery**  
Find Your Only One Style.

デザイン性が高く  
使い勝手の良い住宅

### ✓ デザイン性・機能性

- 機能性・快適性を重視し  
施主の要望とマッチングした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した  
構成と普遍的な輝きを放つデザイン

### ✓ 高性能

- 吹付断熱による高気密  
高断熱住宅を実現
- 高い耐震性能に加え  
制振ダンパーも標準搭載

高断熱、制振の  
高い性能を装備



### 3. 「注文住宅」 × 「分譲住宅」 × 「不動産仲介」 のワンストップ・プラットフォーム



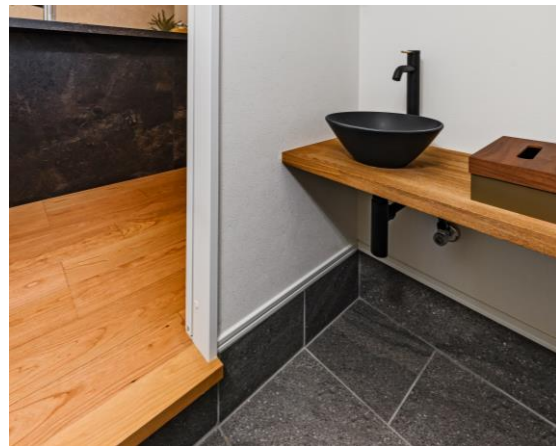


## ニューノーマル時代に生まれた住宅ニーズの変化

### ☑ ニューノーマル時代に対応したデザイン住宅



テレワークの普及などで  
ワークスペースはマストに



帰宅後すぐ手が洗えるよう  
玄関先に手洗い場を配置



洗面室と分けた広い脱衣室には  
充実のランドリースペースも



吹抜のある明るく開放的な空間  
構成で快適な居住環境に

### ☑ カーボンニュートラル実現に向けた取り組み

#### 太陽光発電設備・ZEH仕様



#### EV向け屋外コンセント



#### tesla 家庭用蓄電池Powerwall



##### 高い安全性

露出配線や排熱口がないため、  
お子様やペットがいても安全です。

##### 全天候対応

防水防塵構造のPowerwallは  
屋内外を問わず設置可能です。

##### 静か

ジェネレーターと比べ  
圧倒的に静かです。

##### オールインワン

コストと複雑さを低減するために、  
DCからACの変換に必要な  
インバーターは内蔵されています。

##### SPEC

- 蓄電容量：13.5 kWh
- 最高出力：7 kW(ピーク) / 5 kW(連続運転)
- 設置方式：床置き(壁掛け)
- 動作温度：-20℃～50℃
- サイズ：高さ1150 x 幅753 x 奥行147 mm
- 重さ：114 kg

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS  
Arr Planner  
For SDGs

※当社にて販売のtesla家庭用蓄電池Powerwallの設置は、  
tesla Powerwall認定販売施工会社のゴウダ株式会社が実施

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

デジタルマーケティングの強化とDXの推進

4.

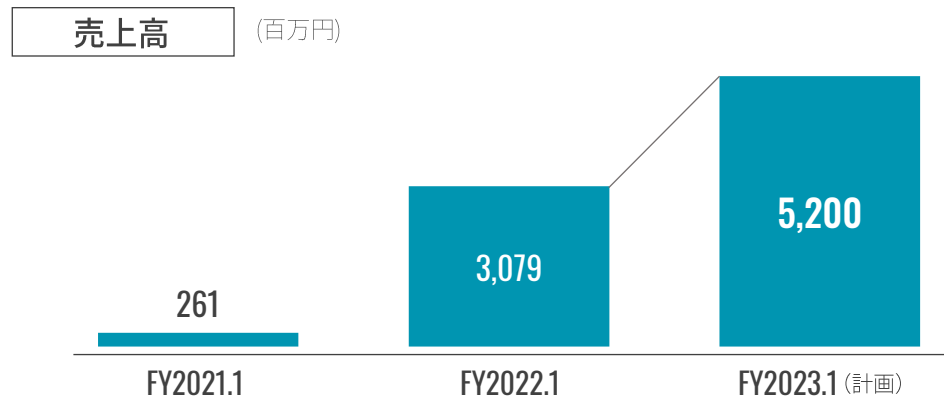
ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

5.

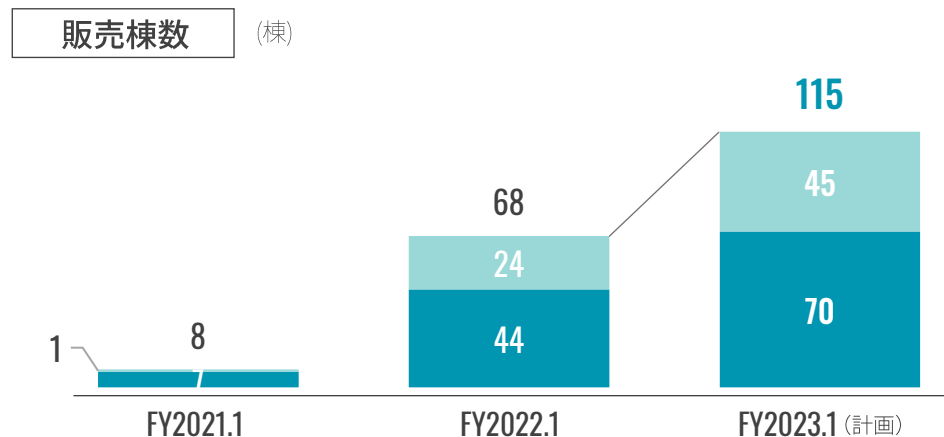
人財採用・育成の強化

# 1. 首都圏エリアでの成長の加速

## ☑ 首都圏エリア売上高・販売棟数



FY2022.1  
前年同期比  
**+68.8%**



FY2022.1  
前年同期比  
**+69.1%**

● 分譲住宅販売棟数  
● 注文住宅販売棟数

### NEW OPEN

アールギャラリー  
小金井・府中展示場  
(2022年9月OPEN)



注文住宅部門	不動産部門
<p>思いを描く、自由発想の家づくり Find Your Only One Style.</p>	<p>アールプランナー不動産 arr planner group</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 立川展示場</li> <li>② 武蔵野展示場</li> <li>③ 三鷹展示場</li> <li>④ 小金井・府中展示場</li> <li>⑤ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 立川</li> <li>⑥ 新宿ショールーム</li> </ul> <p>合計：<b>6 拠点</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 新宿オフィス</li> <li>② 吉祥寺営業所</li> </ul> <p>合計：<b>2 拠点</b></p>

- ・ 2019年10月に進出した首都圏エリアは高成長で推移しており、売上高が3期で19.9倍となる計画
- ・ 今後も新たな拠点を開設し更なる成長を目指す

## 新規出店（首都圏エリア）

### ☑ 2023年1月期出店実績

ARR PLANNER DESIGN GALLERY 立川



マチかど展示場「国分寺東恋ヶ窪の家」



アールギャラリー「三鷹展示場」



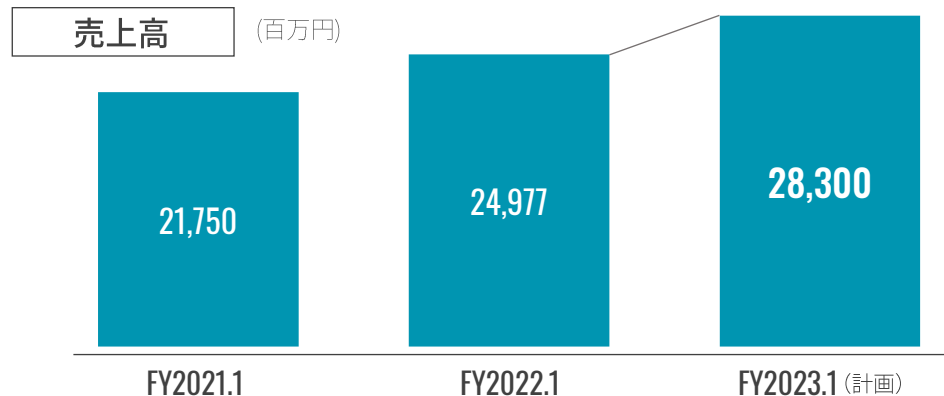
アールギャラリー「小金井・府中展示場」



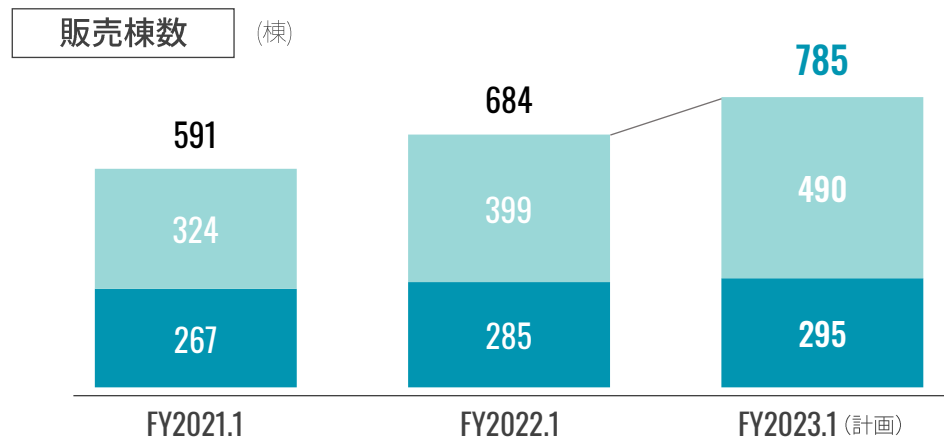
- ・ 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を2拠点、マチかど展示場を1カ所開設済み

## 2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

### ☑ 東海エリア売上高・販売棟数



FY2022.1  
前年同期比  
**+13.3%**



FY2022.1  
前年同期比  
**+14.8%**

● 分譲住宅販売棟数  
● 注文住宅販売棟数

NEW OPEN  
アールギャラリー  
岡崎西展示場  
(2023年1月OPEN予定)



注文住宅部門 | 不動産部門

arr gallery  
思いを極く、自由発想の家づくり  
Find Your Only One Style.

アールプランナー不動産  
arr planner group

- |                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| ① 緑 滝ノ水展示場                        | ① 栄営業所     |
| ② 中川展示場                           | ② 天白営業所    |
| ③ 守山尾張旭展示場                        | ③ 名東・守山営業所 |
| ④ 日進赤池展示場                         | ④ 中川営業所    |
| ⑤ 東海展示場                           | ⑤ 東海営業所    |
| ⑥ 春日井展示場                          | ⑥ 春日井営業所   |
| ⑦ 小牧展示場                           | ⑦ 岡崎営業所    |
| ⑧ 稲沢展示場                           | ⑧ 豊橋・豊川営業所 |
| ⑨ 岡崎北展示場                          |            |
| ⑩ 豊田展示場                           |            |
| ⑪ 豊橋展示場                           |            |
| ⑫ ARR PLANNER DESIGN GALLERY 名古屋栄 |            |
| ⑬ 天白ショールーム                        |            |

合計: 13 拠点 | 合計: 8 拠点

- 当社の地盤である東海エリアでは、これまでも新規出店などにより順調に販売棟数を伸ばせており、今後空白エリアにも出店することで更なるシェアアップを目指す

## 新規出店（東海エリア）

### ☑ 2023年1月期出店実績

ARR PLANNER  
DESIGN GALLERY 名古屋栄



アールギャラリー「豊田展示場」



マチかど展示場  
「岡崎橋目の家」



マチかど展示場  
「清須西市場の家」



マチかど展示場  
「中村区横井の家」



### ☑ 2023年1月期出店計画

✓ アールギャラリー岡崎西展示場  
(2023年1月OPEN予定)



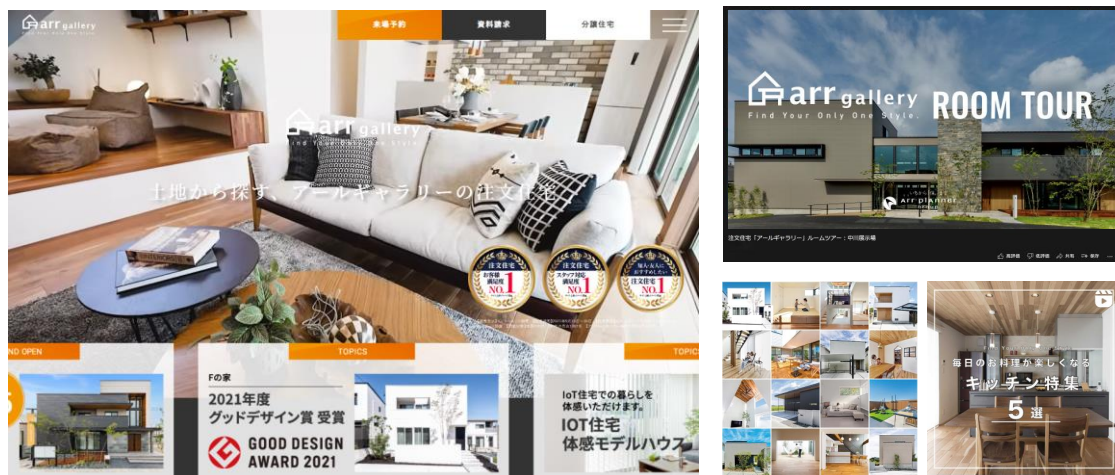
- 2023年1月期は大型ショールームを1拠点、常設展示場を1拠点、マチかど展示場を3カ所開設済み
- 2023年1月期末までにさらに常設展示場を1拠点開設予定

## 3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進①

### MARKETING

#### マーケティング

テーマ性を持ったWebサイトやSNSを活用  
幅広くアプローチする仕組みを構築



### SERVICE

#### サービス

アプリ開発によるオーナー向けサポートを提供  
(2022年11月サービス開始)



### PRODUCT

#### 商品

家の様々なモノをスマートフォンなどで操作・管理可能にする「IoT住宅」など生活を豊かにするご提案



- 当社独自のデジタルマーケティングや最新鋭テクノロジーの活用を通じて、コミュニケーションの変革・業務効率化を実現し収益獲得機会増加・生産性の向上を目指す

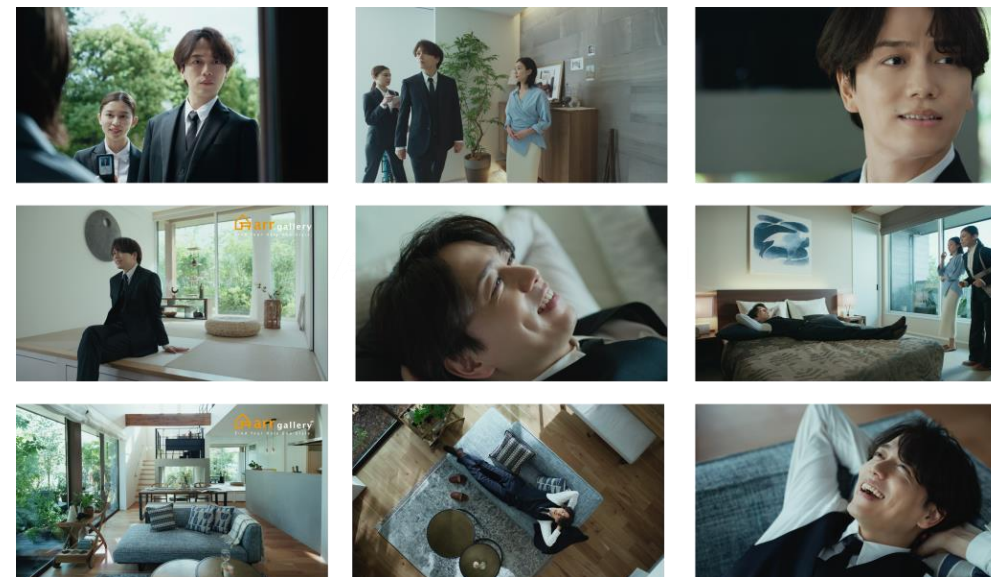
## 3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進②

### ① Instagramのコンテンツ強化



- Instagramへの積極的な広告投資とコンテンツ強化に伴いフォロワー数の伸び率も増加
- フォロワー数は2022年12月に2万人を突破し、ファン層を着実に獲得

### ② 新TVCMをオンエア



- 山崎育三郎さんをイメージキャラクターに起用した新TVCMを首都圏および東海エリアで放映開始。YouTube、InstagramでもCM配信



## 4. ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化



想いに応える多彩なラインナップ  
**住宅購入**

将来への保証と安心を確保する  
**住宅保険**

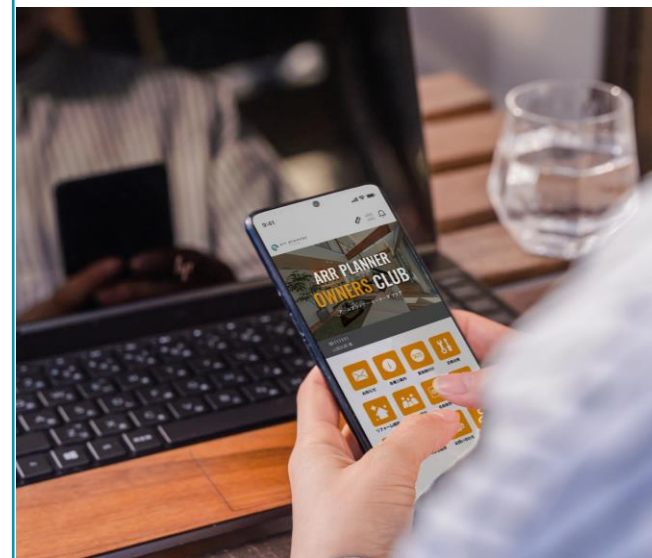
充実と安心の  
**アフターメンテナンス**

当社で購入されたオーナー様からの  
**お客様紹介**

住まいに新しい命を吹き込む  
**リフォーム・リノベーション**

ライフスタイルの変化にも柔軟に対応  
**建て替え・売却・買取**

### ☑ オーナー向けアプリ



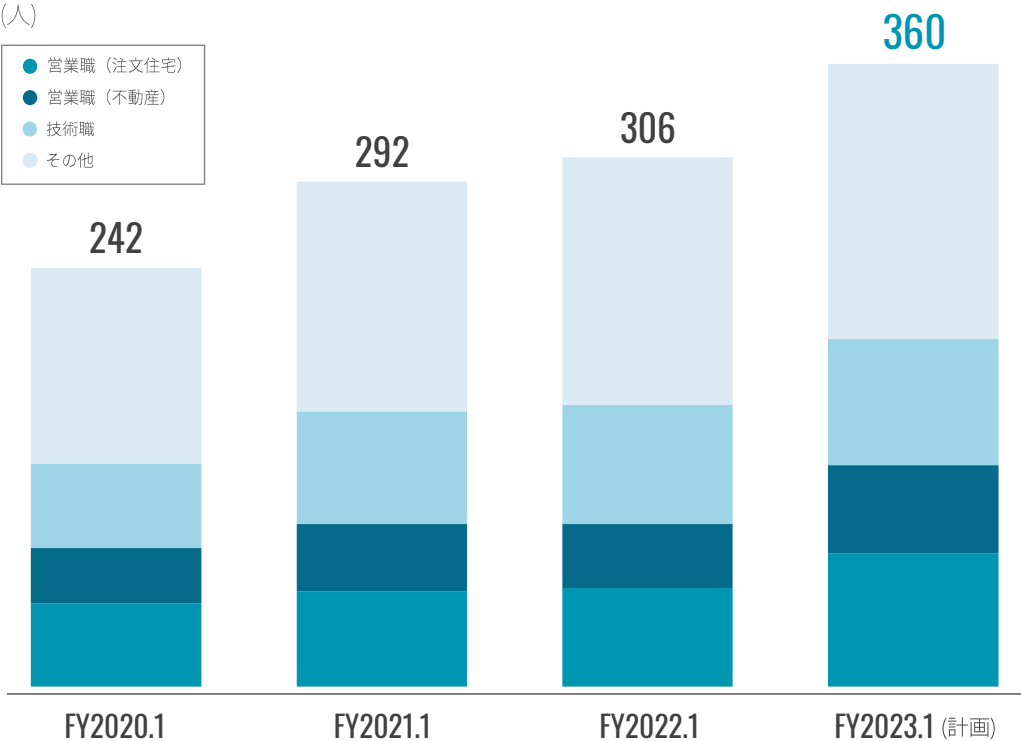
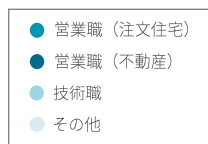
オーナー様の住まいと  
ライフスタイルに寄り添うアプリ  
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」  
2022年11月サービス開始

- 住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産、すなわち“ストック”と位置付け、お客様との関係から生まれる「様々な取引機会」を活かしてLTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上を図る

## 5. 人財採用・育成の強化

### ☑ 期末従業員数

(人)



☑ 内 首都圏エリア人員数

○ 2020.1 : 5名

○ 2021.1 : 30名

○ 2022.1 : 47名

○ 2023.1 : 75名 (計画)

### ☑ 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得

日経・マイナビ2023連動特集 就活支援  
『2023年卒版 就職企業人気ランキング』

東海エリア 第15位獲得

地域別 ランキング TOP30 東海エリア	第1位	トヨタ自動車	第10位	デンソー	第20位	豊島
	第2位	一条工務店	第12位	リゾートトラスト	第20位	名古屋鉄道
	第3位	中部国際空港	第13位	ミツカングループ	第23位	ジェイアール東海ホテルズ
	第4位	スズキ	第14位	トヨタホーム	第24位	JAPAN HOME WAND
	第5位	愛知銀行	💡 第15位 アールプランナー		第24位	名港海運
	第6位	フジパングループ本社	第16位	アイシン	第26位	パローホールディングス
	第7位	スギ薬局(スギ薬局グループ)	第17位	大垣共立銀行	第27位	トヨタシステムズ
	第8位	ネクステージ	第18位	静岡銀行	第28位	ELJソーラーコーポレーション
	第9位	名古屋銀行	第19位	中部電力	第29位	住居時間(スマイルタイム)
	第10位	敷島製パン(Pasco)	第20位	アビ	第30位	豊田自動織機

出所：日本経済新聞・マイナビ2023連動特集 就活支援 2023年卒版 就職企業人気ランキング  
注：①選択ランキング：地域別人気企業ランキングTOP30 ②選択地域：東海

・ 新卒採用市場での認知・人気を着実に獲得し、東海エリア・首都圏エリアでの優秀な人財採用を実現

## 成長戦略（まとめ）

売上高

### 1. 首都圏エリアでの成長の加速

当社の強みとの親和性が高い首都圏エリアにおいて、東海エリアでの成功モデルを横展開し成長の加速を目指す

### 2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

地盤である東海エリアにおいては、空白エリアへの出店による顧客基盤を拡大

### 4. ストックビジネス・生涯取引（ライフタイムバリュー）の強化

LTV（Life Time Value/ライフタイムバリュー）向上施策を通じて、お客様と生涯にわたりお付き合いしていく「生涯取引」を目指す

### 3. デジタルマーケティングの強化とDXの推進

当社独自のデジタルマーケティングを活用して、収益獲得機会増加・生産性向上を目指す

### 5. 人財採用・育成の強化

経験豊富な人財を起点としてプロフェッショナリズムを継承する育成体制

## 戸建住宅(新築)の市場規模

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和3年計）』

令和3年1月～12月分着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）

新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は

4,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模として算出

## 日本全国の戸建住宅市場規模

# 14兆円※

## 約426,000棟

●注文住宅  
約285,000棟

●分譲住宅  
約141,000棟

### 首都圏エリアの 戸建住宅市場規模

# 4.1兆円※

約118,000棟

●注文住宅  
約61,000棟

●分譲住宅  
約57,000棟

### 東海エリアの 戸建住宅市場規模

# 2.0兆円※

約60,000棟

●注文住宅  
約42,000棟

●分譲住宅  
約18,000棟

### 東海エリア +首都圏エリア

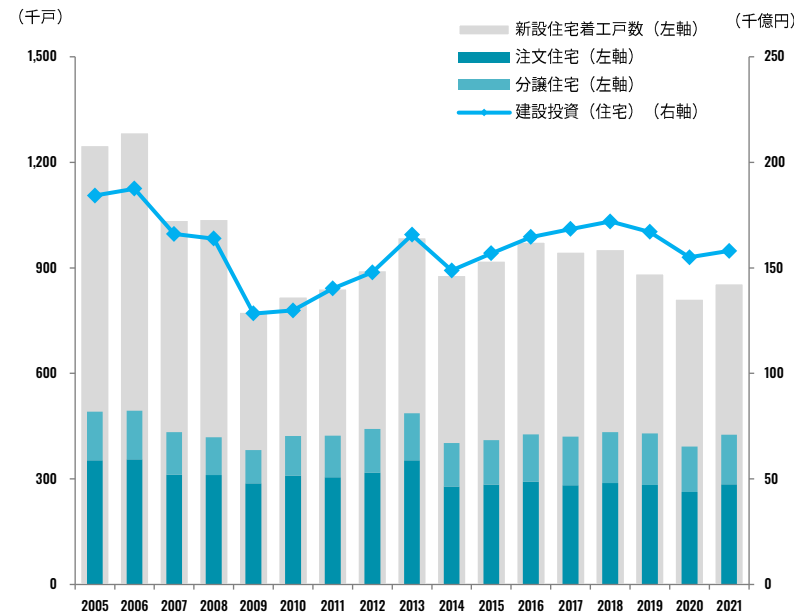
# 6.1兆円※

約179,000棟

●注文住宅  
約103,000棟

●分譲住宅  
約75,000棟

### 戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和3年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

②国土交通省『令和3年度(2021年度)建設投資見通し』

注：新設住宅着工戸数及び(内訳)戸建は出所①より、建築投資(住宅)は出所②より作成

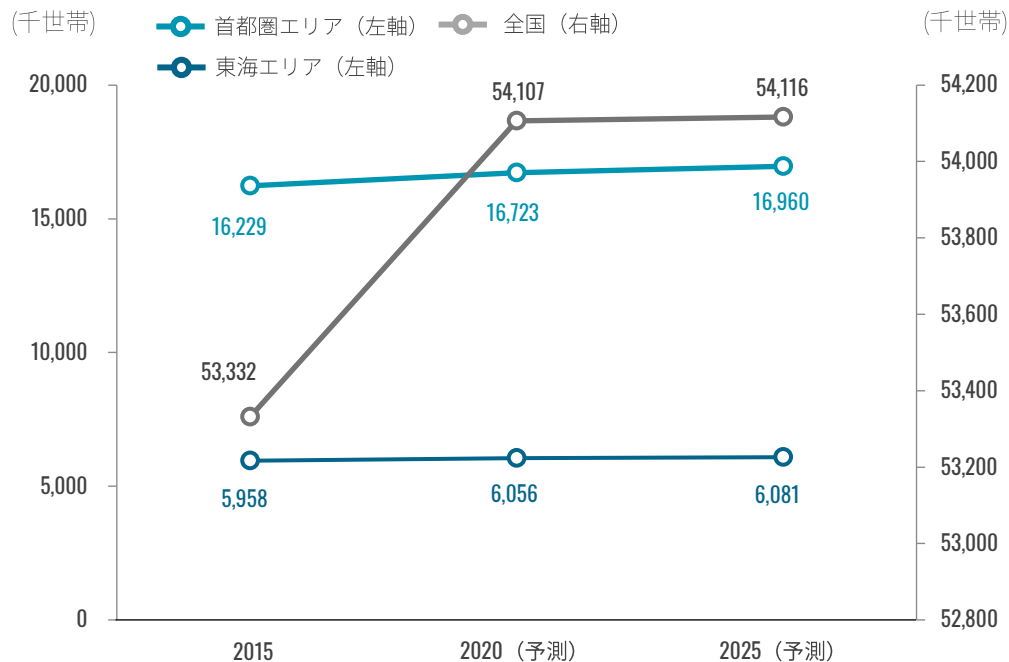
・戸建住宅は14兆円の安定した巨大市場であり、注文住宅・分譲住宅、両市場でのシェアアップを目指す

## 世帯数の見通し及び戸建住宅・分譲マンション平均価格推移

### ① 世帯数の見通しは堅調な推移を見込む

#### 世帯数の見通し

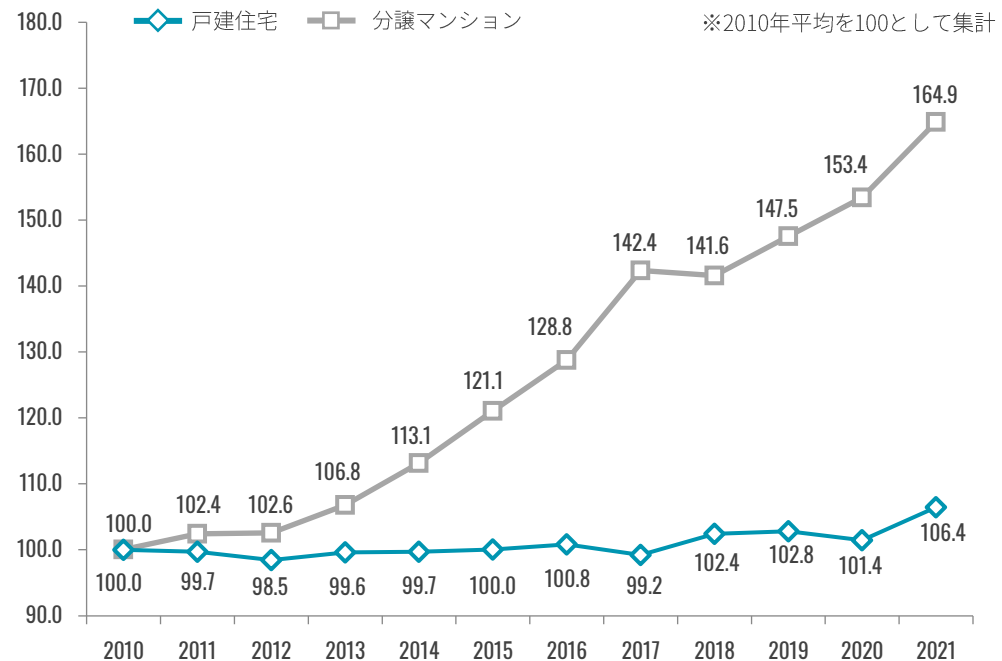
出所：国立社会保障・人口問題研究所  
『日本の世帯数将来推計（都道府県別推計）』（2019年推計）



### ② 戸建価格の推移は堅調志向

#### 戸建住宅・分譲マンション平均価格 (全国)

出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）  
([https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo\\_tk5\\_000085.html](https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html))  
を加工して作成



- ・ 今後も世帯数は堅調に推移する見込み
- ・ 分譲マンションの平均価格は高騰を続けているものの、戸建住宅は堅調に推移

## 住宅業界における当社独自のポジショニング

※本図は本資料作成時における当社見解に基づくイメージ図です。  
横軸は柔軟性、自由度の表現としています

PRICE

### 大手ハウスメーカー

建物価格  
3,000~4,000万円

販売棟数が年々減少していく  
中でも高価格帯に注力

### 地場工務店

建物価格  
2,000~3,000万円

後継者不足による廃業が多く  
DXへの対応も難しい  
ことが想定される



建物価格  
1,800~2,500万円

時代の変化を追い風に独自の強みを活かして  
巨大な潜在需要を取り込む  
競合からの顧客獲得も目指せる巨大な潜在需要を  
秘めた独自性の高いポジショニング

注文、分譲両方を  
展開することで  
デザイン性・機能性  
に柔軟性がある

デザイン性と  
機能性を兼ね備えた  
住宅を適正な  
価格で提供

DESIGN

PERFORMANCE

### ローコストビルダー

建物価格  
1,200~1,700万円

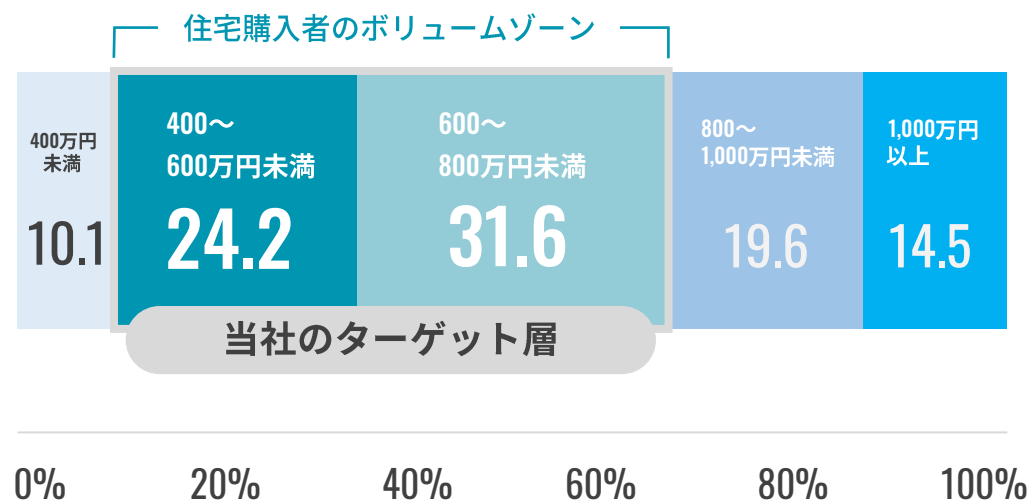
平均建物面積当たり単価が上昇  
の中、低価格帯が魅力の成長領域

- ・住宅購入者の最大のボリュームゾーンをターゲットとする戦略が奏功し、業界内でのユニークなポジショニングとお客様からの継続的な支持を獲得

## 当社のターゲット層が業界最大のボリュームゾーン

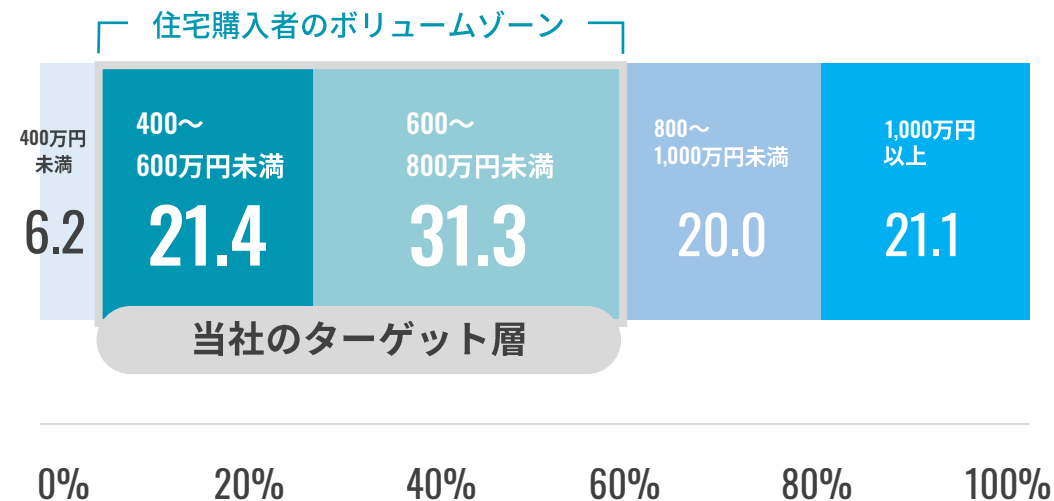
注文住宅一次取得者※の世帯年収割合

※初めて住宅を取得した世帯の事を指す



分譲住宅一次取得者※の世帯年収割合

※初めて住宅を取得した世帯の事を指す



出所：国土交通省 『住宅市場動向調査 注文住宅経年変化比較表（2021年度）』 国土交通省 『住宅市場動向調査 分譲住宅経年変化比較表（2021年度）』

- ・住宅購入者のボリュームゾーン（20～40代、年収400～800万円の一次取得者層）をメインターゲットとしている

## お問い合わせ先

### 株式会社アールプランナー

管理本部 IR窓口 : <https://www.arrplanner.co.jp/contact/ir/>

コーポレートサイト : <https://www.arrplanner.co.jp/>

IRサイト : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>



## ① 将来見通しに関する注意事項

---

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、  
「見通し情報」 (forward-looking statements) を含みます

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、  
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、  
通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます