

株式会社 サンヨーハウジング名古屋
平成27年8月期 決算説明会

平成27年10月19日

目次

はじめに

1. 平成27年8月期 決算の概況 P. 4
 2. 平成28年8月期 業績予想 P.20
 3. 中期経営計画(平成27年9月1日～平成30年8月31日) P.28
- (ご参考)会社概要 P.33

家を、土地からオーダーメイドする。

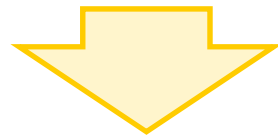


はじめに

「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」「分譲マンション」の全盛期
各企業は、販売シェアを競い、販売戸数を追求し、
次々に造り、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”
お客様が家族と幸せを育み、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…

お客様にとっての理想に叶う“土地”を提供し、
家族構成やライフスタイルに合わせた“自由設計の建物”を建てる

1. 平成27年8月期 決算の概況



平成27年8月期の概況

事業環境

- 平成26年4月の消費増税の影響が色濃く残りつつも、アベノミクス効果により、個人消費や設備投資等が下支えし、経済環境は底堅く推移した
- 一方、住宅市場は消費増税の影響からの回復が遅れ、住宅着工も低水準で推移する等、特に上半期を中心に低迷が続くこととなった

当社の概況

- 想定以上に長引いた住宅市場の低迷と混乱により、上半期は受注確保に苦戦
- 地価の上昇や円安による資材価格上昇、労務費上昇等が続く中、販売価格の設定や競合商品との競争力等、全般的な状況を勘案し、価格競争を避けた慎重な土地仕入を展開
- 下期以降の受注環境は改善し、ほぼ当初の計画水準の受注確保が進んだものの、当社ビジネスモデルの特徴から期中の引渡しができず、当初計画は未達となった

施策

慎重な土地仕入を実行しつつ、将来に向けた投資は着実に実行

① 商品力強化による競争力の向上

→ 平成27年9月の価格改定に合わせ、制震ダンパー標準装備、標準仕様の多様化による商品力を向上

② 新設子会社「サンヨー住宅販売」による「提案型戸建住宅」の提供開始

→ 平成26年12月より、大阪市内中心に販売開始

③ 「金沢支店」の開設

→ 平成27年7月30日「土地付オーダーメイド住宅」の展開エリアとして北陸1号店を開設

④ ブランドイメージの構築と浸透

→ 自由設計の魅力を伝える「ミニ番組」を放映し、さらなるプロモーション強化策を検討

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26年8月期		平成27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	37,195	100.0%	34,739	100.0%	△2,455	△6.6%	40,817	△6,077	△14.9%
売上総利益	6,735	18.1%	5,968	17.2%	△766	△11.4%	7,467	△1,499	△20.1%
販売管理費	4,510	12.1%	4,438	12.8%	△71	△1.6%	5,016	△577	△11.5%
営業利益	2,224	6.0%	1,529	4.4%	△695	△31.2%	2,451	△921	△37.6%
経常利益	2,404	6.5%	1,743	5.0%	△660	△27.5%	2,628	△884	△33.7%
当期純利益	1,462	3.9%	1,082	3.1%	△379	△25.9%	1,686	△603	△35.8%

【売上高】前期比、計画比で減収

- 下期に受注環境は改善したものの、上期苦戦の影響が大きく引渡棟数が未達となったことが主要因
引渡棟数:758棟(前期比 88棟減、計画比 153棟減)
(内訳) 戸建:707棟(前期比:55棟減 計画比:143棟減)
マンション:51戸(前期比:33戸減 計画比:10戸減)
- 平成28年8月期に向け349棟(前期末比13棟増)の受注残を確保し、来期の増収増益に向かう
(受注残内訳) 戸建:327棟(前期末比15棟増) マンション:22戸(前期末比2戸減)

【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、売上総利益率が前期比0.9ポイント低下
- 必要投資は実行しつつ、経費削減に全社で取り組み、販売管理費は減少

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26年8月期		平成27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	29,063	78.1%	27,354	78.7%	△1,709	△5.9%	31,959	△4,605	△14.4%
マンション事業	2,540	6.8%	1,740	5.0%	△800	△31.5%	2,001	△261	△13.1%
一般請負工事業	5,408	14.5%	5,456	15.7%	47	0.9%	6,668	△1,212	△18.2%
その他の事業	182	0.5%	189	0.5%	7	4.0%	187	1	1.0%
合計	37,195	100.0%	34,739	100.0%	△2,455	△6.6	40,817	△6,077	△14.9%

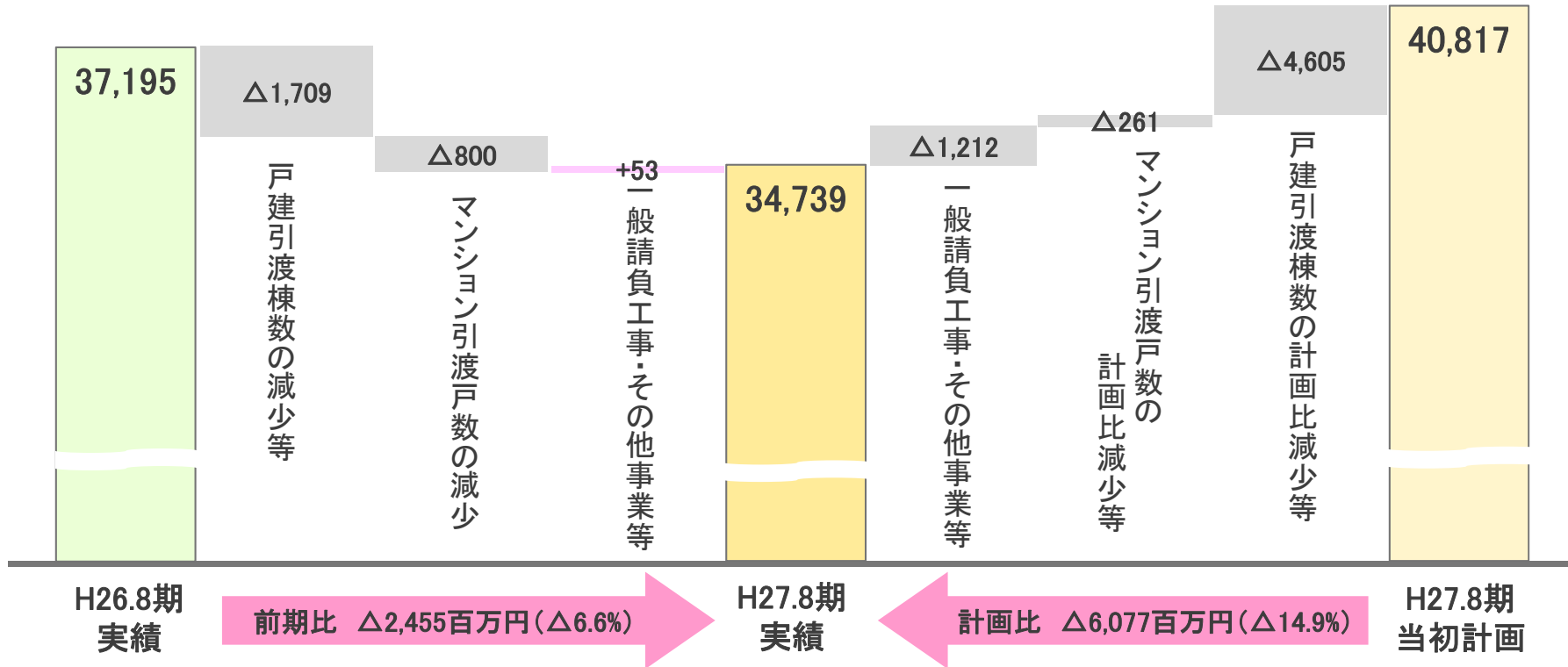
【前期比】

- 戸建住宅は、引渡棟数が前期比55棟減少したことで減収となる
- マンションは、計画販売戸数が減少したことにより、引渡戸数が前期比33戸減少
- 一般請負工事は、前期比増収を確保

【計画比】

- 戸建住宅は、引渡棟数が計画から143棟不足
- マンションは、平成28年8月期に引渡が一部ずれ込んだことにより、計画比10戸不足
- 一般請負工事は、受注が計画通り進まず売上未達となった

連結 売上高



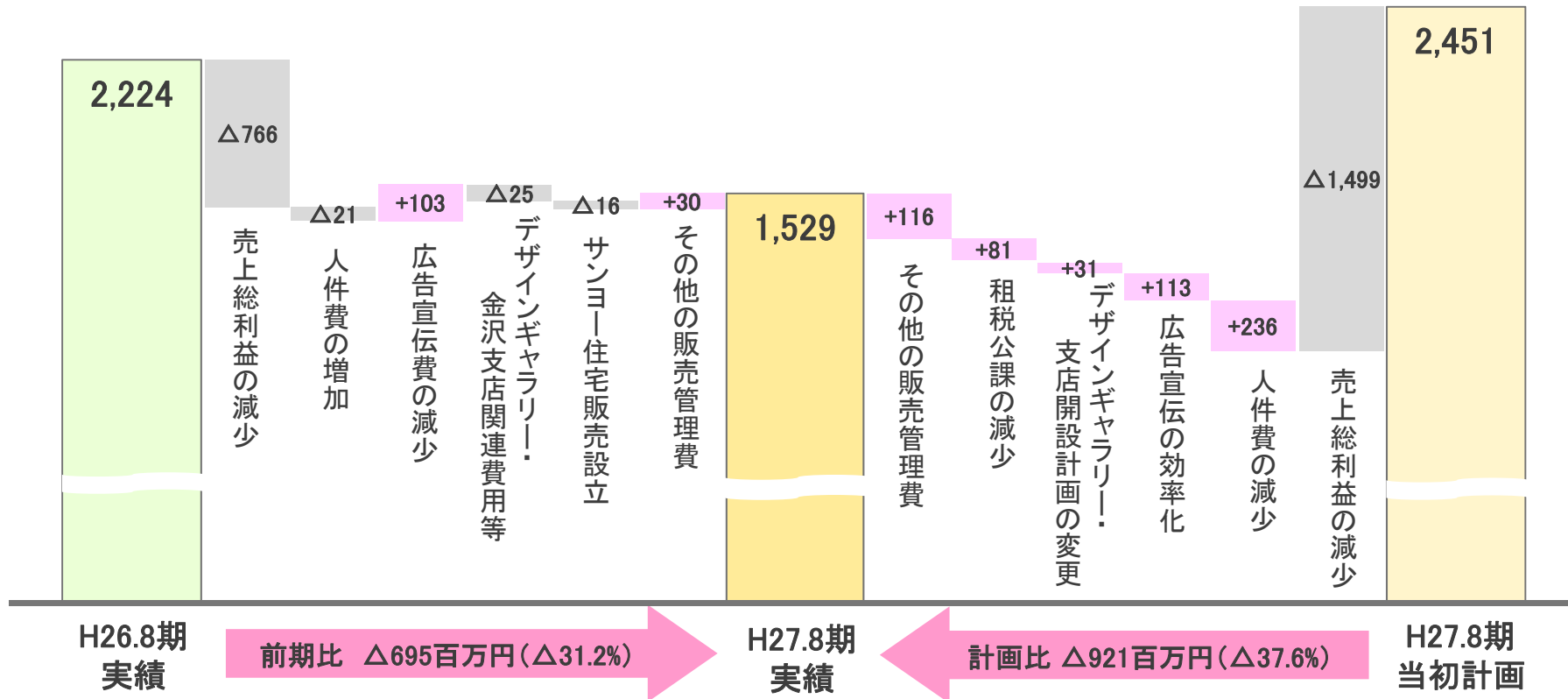
【前期比】 戸建住宅の引渡棟数減少により減収

- 戸建引渡棟数は、前期比55棟減少したことが主要因
- マンション引渡戸数は、販売戸数減少に伴い、前期比33戸減少

【計画比】 引渡棟数は計画を下回るものの、受注残349棟(前期末比13棟増)を確保

- 戸建引渡棟数は、計画比143棟減となる
- マンションは、受注は堅調だったものの平成28年8月期に一部ずれ込み、計画比10戸減少

連結 営業利益



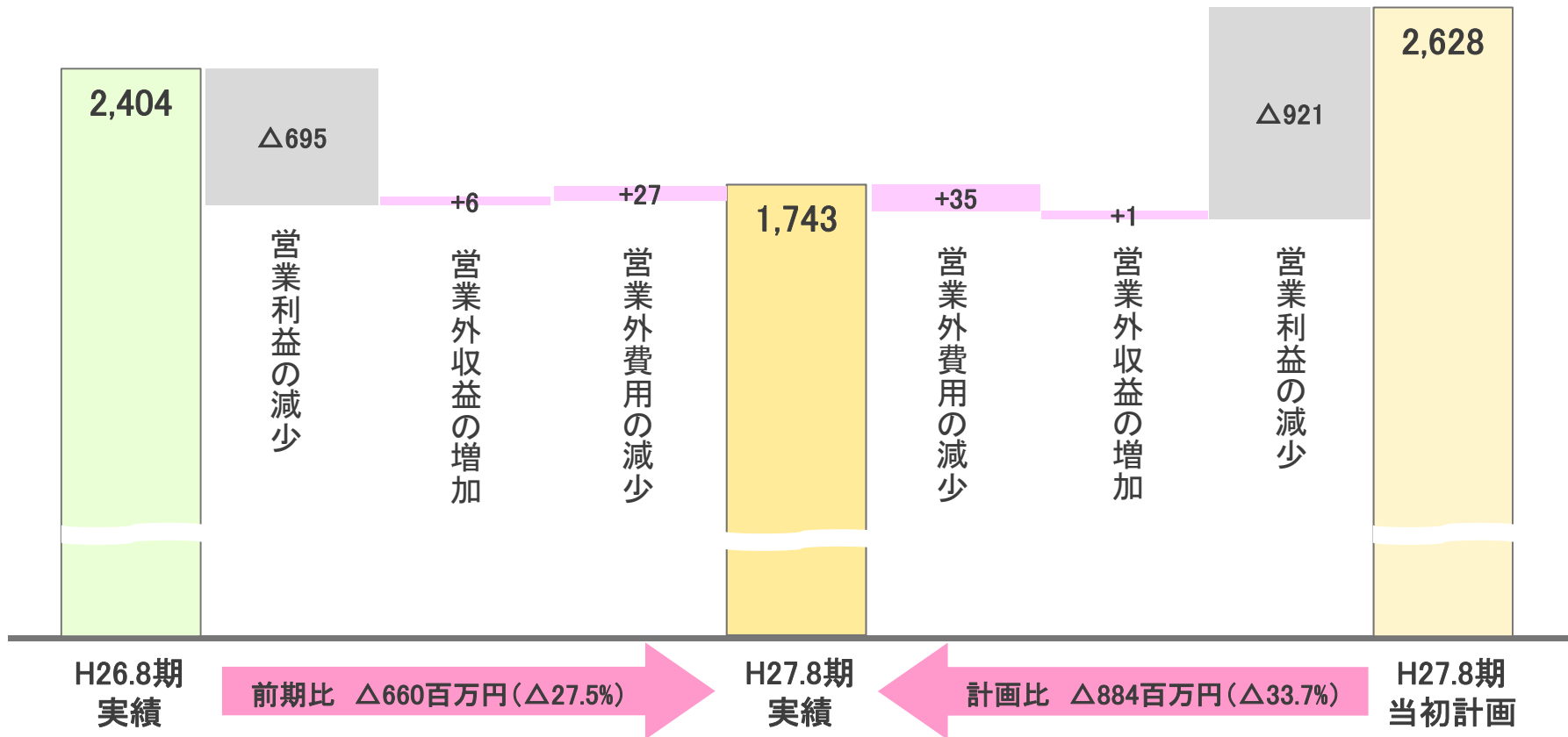
【前期比】

- 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
- 広告宣伝費の効率化や経費削減に努め、販売管理費は前期比71百万円減少

【計画比】

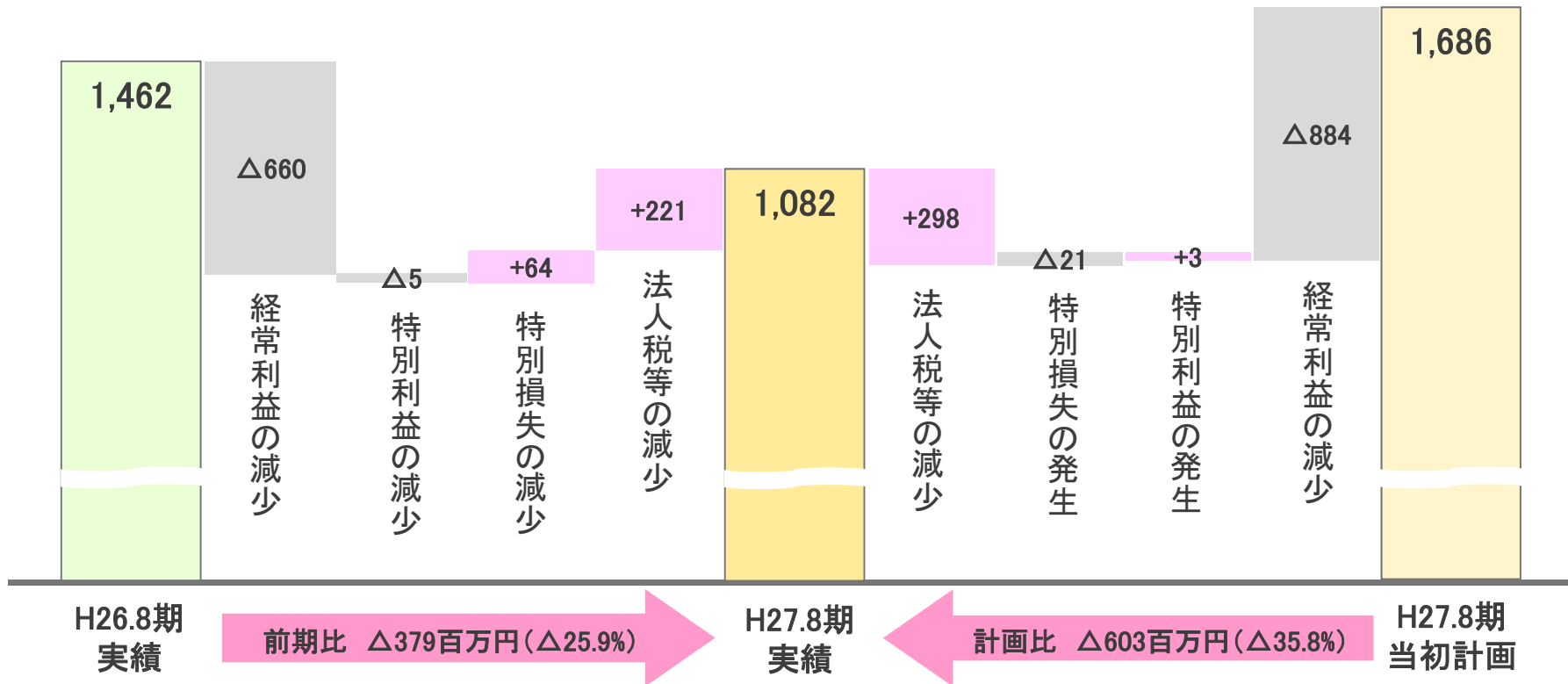
- 引渡棟数の減少に伴う売上総利益の不足が減益の主要因
- 慎重な土地仕入に伴う租税公課の減少や経費削減に努めた結果、販売管理費は計画比577百万円減少

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も、17億円台を確保
- 【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

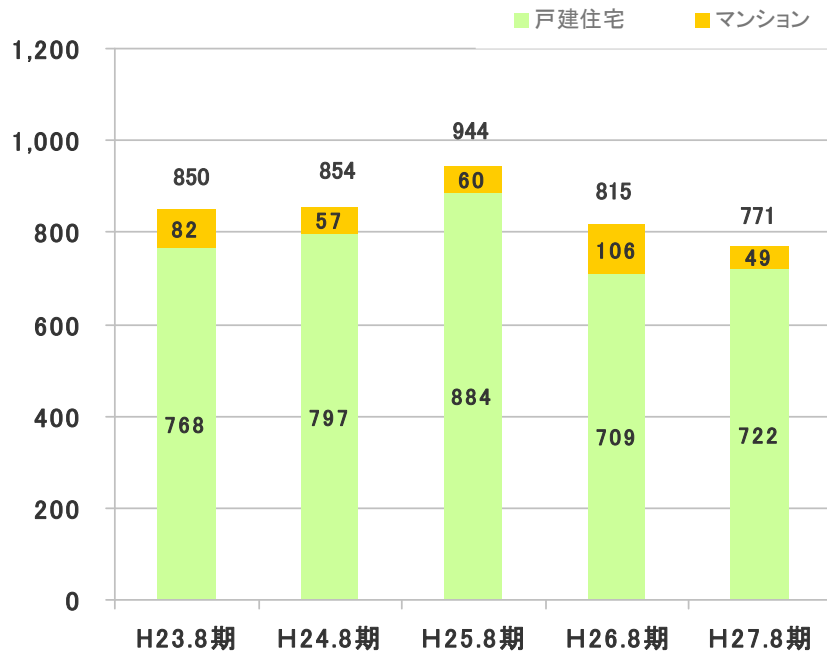


- 【前期比】 経常利益の減少により、当期純利益も前期を下回るも、10億円台を確保
- 【計画比】 経常利益が計画を下回ったことによる

連結 受注・引渡棟数

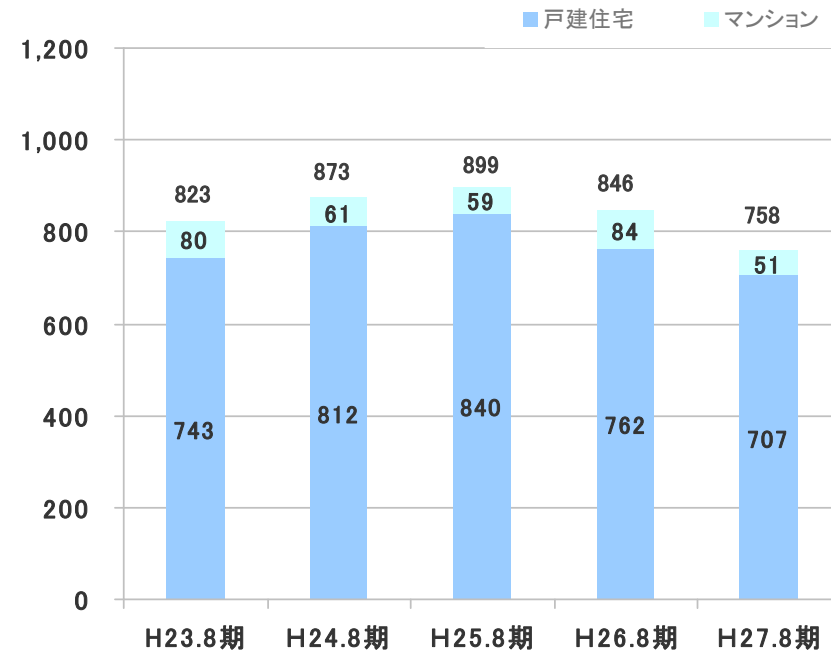
受注棟数

771棟(前期比 44棟減、計画比170棟減)



引渡棟数

758棟(前期比 88棟減、計画比153棟減)



【受注】

戸建 : 上半期の受注苦戦が響き、前期比13棟増、計画比179棟減

マンション : 受注は堅調に推移したが、完成戸数減少のため、前期比57戸減、計画比9戸増

【引渡】

戸建 : 受注苦戦の影響により、前期比55棟減、計画比143棟減

マンション : 平成28年8月期に引渡が一部ずれ込んだことにより、前期比33戸減、計画比10戸減

連結 貸借対照表

(単位:百万円 単位未満切捨て)

科目	H26.8期	H27.8期	増減
流動資産	32,087	31,943	△144
現金預金	15,085	13,944	△1,141
たな卸資産	15,138	15,785	646
その他の流動資産	1,863	2,213	350
固定資産	3,884	3,843	△40
資産合計	35,971	35,786	△185
流動負債	11,940	11,209	△730
支払手形・工事未払金等	3,191	3,137	△54
短期借入金等(※)	5,887	5,347	△540
未成工事受入金	1,456	1,370	△86
その他の流動負債	1,404	1,355	△49
固定負債	1,554	1,517	△37
長期借入金	702	628	△74
その他の固定負債	852	889	36
負債合計	13,494	12,727	△767
純資産合計	22,477	23,059	582
負債純資産合計	35,971	35,786	△185

※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
 - H27.8期仕入実績:769区画(前期比89区画増)
 - たな卸資産:15,785百万円(前期末比646百万円増)
- (ご参考)
 - 戸建住宅事業在庫
 - 受注済在庫:6,624百万円(前期末比391百万円増)
 - 未受注在庫:7,564百万円(前期末比221百万円増)
 - マンション事業在庫
 - 受注済在庫:621百万円(前期末比 2百万円増)
 - 未受注在庫:733百万円(前期末比82百万円減)

【有利子負債】

- 借入金の返済により有利子負債は減少
 - H27.8期末:5,975百万円(前期末比614百万円減)
 - ※有利子負債依存度:16.7%(前期末比1.6ポイント減少)

【自己資本】

- 自己資本は587百万円増加
 - ※自己資本比率:64.4%(前期末比1.9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26年8月期		平成27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	28,929	100.0%	27,338	100.0%	△1,591	△5.5%	32,043	△4,705	△14.7%
売上総利益	5,499	19.0%	4,828	17.7%	△670	△12.2%	6,243	△1,414	△22.7%
販売管理費	3,800	13.1%	3,751	13.7%	△48	△1.3%	4,278	△527	△12.3%
営業利益	1,699	5.9%	1,077	3.9%	△622	△36.6%	1,964	△886	△45.2%
経常利益	2,023	7.0%	1,323	4.8%	△699	△34.6%	2,147	△823	△38.4%
当期純利益	1,184	4.1%	774	2.8%	△410	△34.6%	1,359	△585	△43.1%

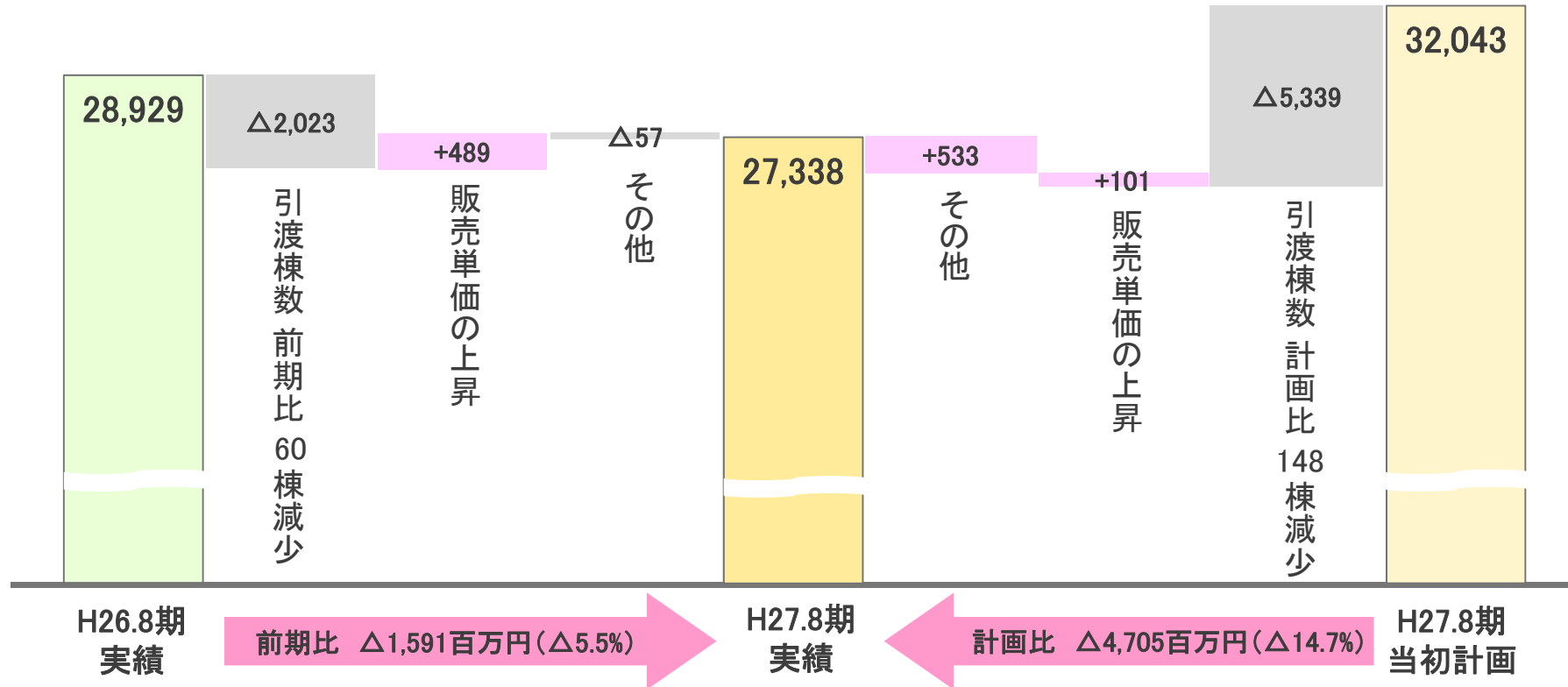
【売上高】 前期比、計画比ともに減収

- 下期の受注は計画水準に戻すも、上期の受注苦戦の影響を受け、引渡棟数が減少
 - H27.8期引渡棟数 : 702棟(前期比: 60棟減 計画比: 148棟減)
 - H27.8期末受注残 : 327棟(前期末比: 15棟増)

【各利益】 前期比、計画比ともに減益

- 売上高減少に加え、土地価格、建築コストの上昇等により、売上総利益率が1.3ポイント低下
- 支店開設等の必要投資を実行しつつ、経費削減に取り組み販売管理費を圧縮

単体 売上高



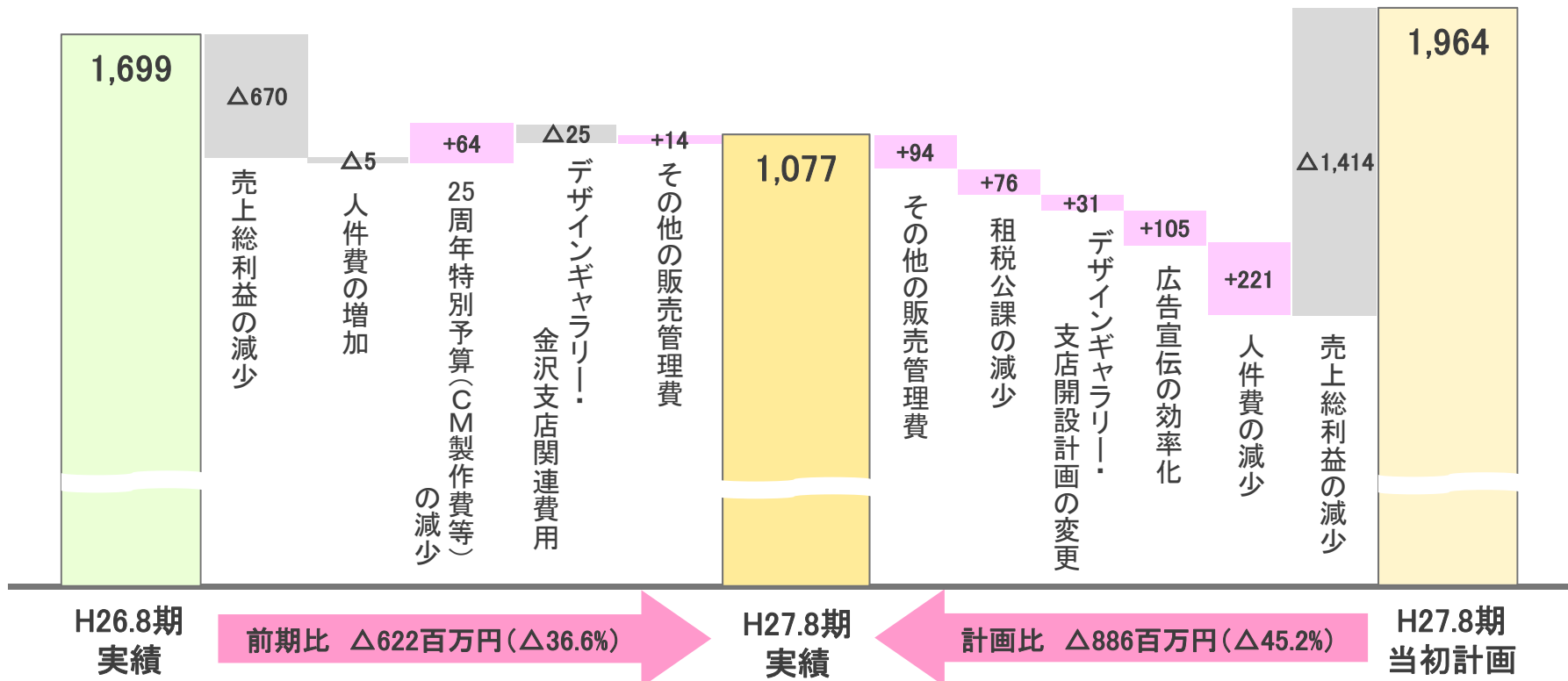
【前期比】

- 消費増税の影響で上期の受注に苦戦し、引渡棟数は702棟(前期比60棟減)に留まる
- 1棟当たりの販売単価は、前期比692千円上昇し、37,484千円

【計画比】

- 引渡棟数が計画比148棟不足したことによる

単体 営業利益



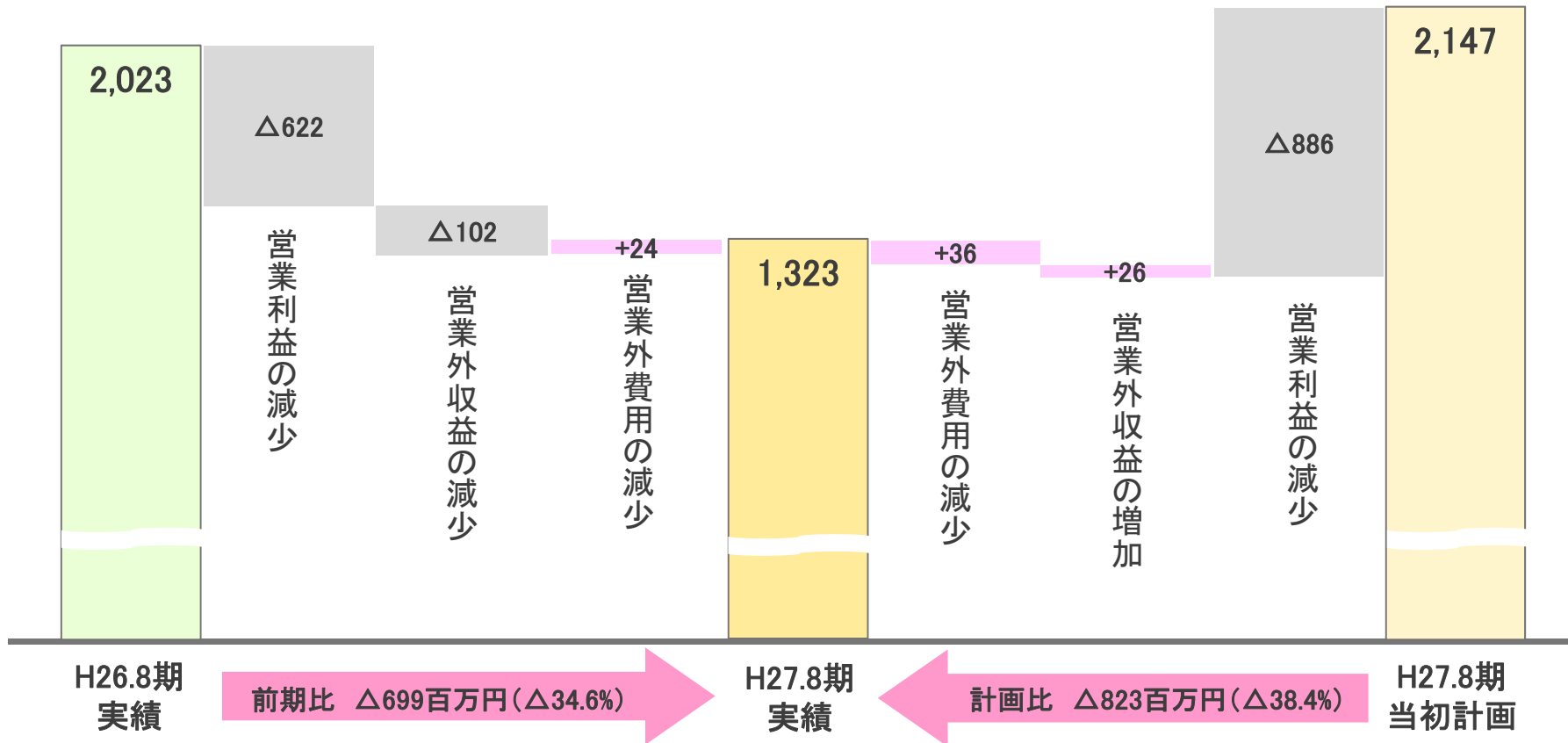
【前期比】

- 売上総利益率が17.7%と前期比1.3ポイント低下したことが主要因

【計画比】

- 引渡棟数の未達により、売上総利益が減少したことが主要因
- 広告宣伝活動の効率化に加え、慎重な土地仕入れを展開したことで、租税公課が76百万円減少

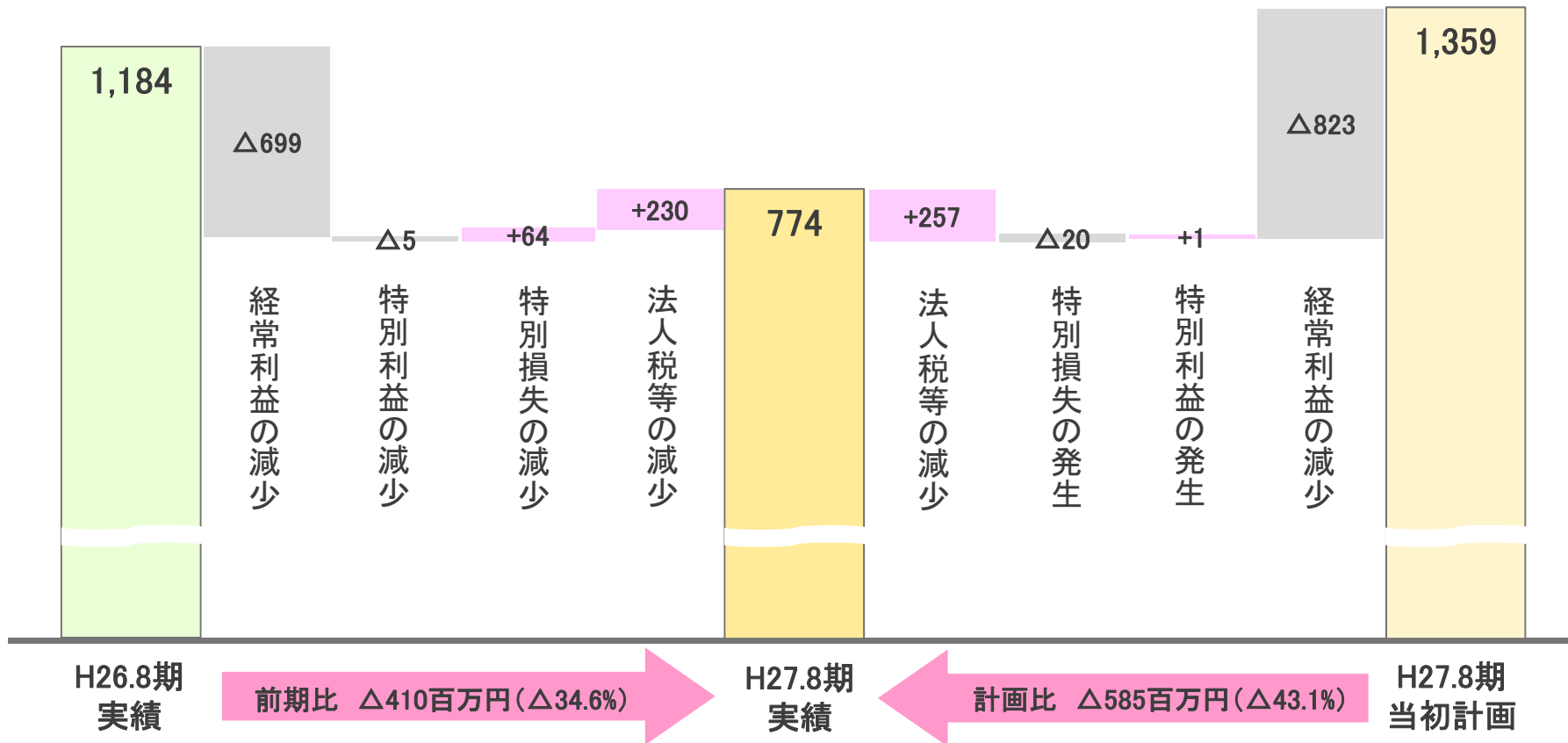
単体 経常利益



【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



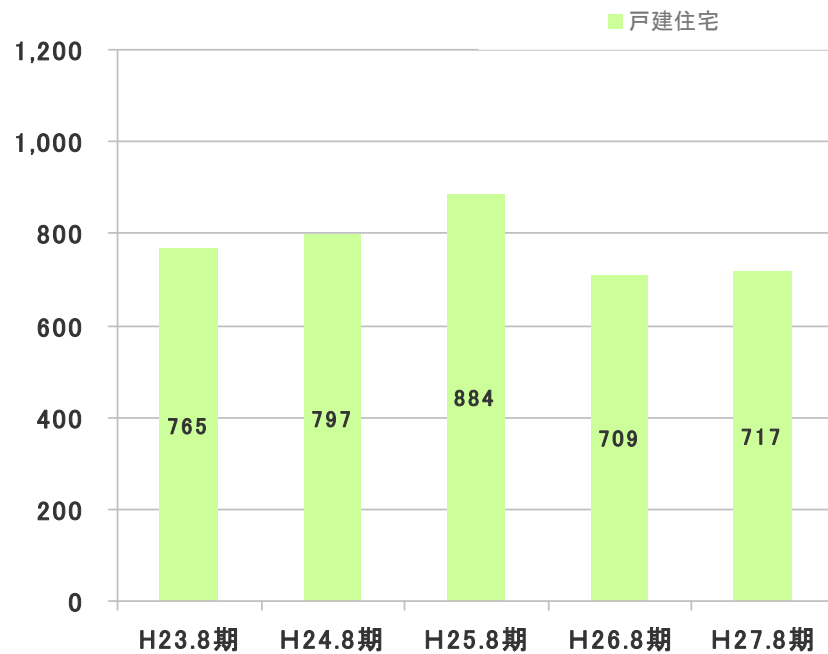
【前期比】 経常利益の減少により、前期を下回る

【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

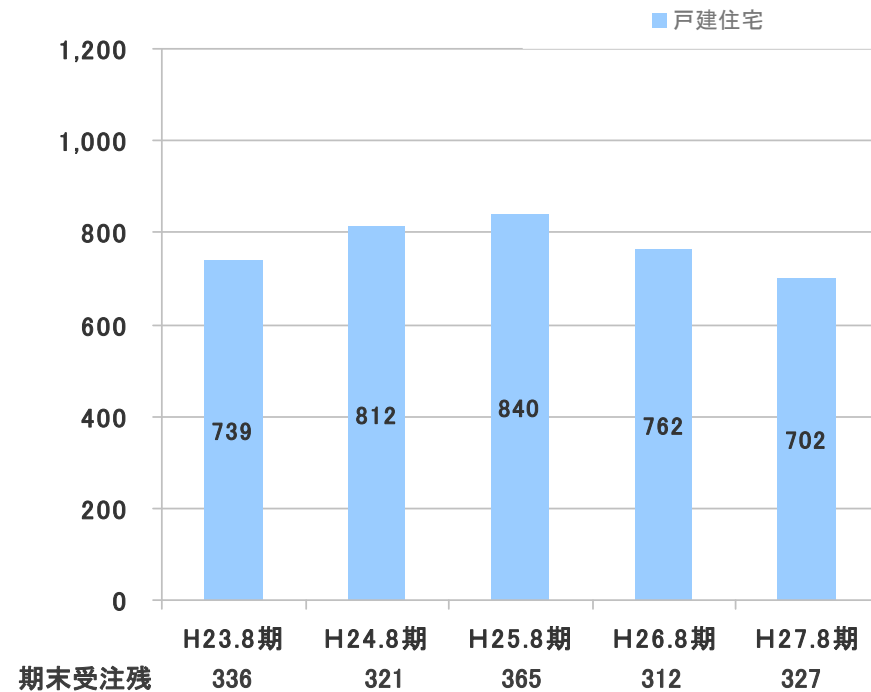
受注棟数

717棟(前期比 8棟増、計画比184棟減)



引渡棟数

702棟(前期比 60棟減、計画比148棟減)



【受注】

下期受注は堅調に推移したものの、上期苦戦の影響で、717棟(前期比8棟増)に留まる

【引渡】

上期の受注苦戦の影響で、下期の引渡棟数が伸びず、702棟(前期比60棟減)となった

2. 平成28年8月期 業績予想

平成28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)

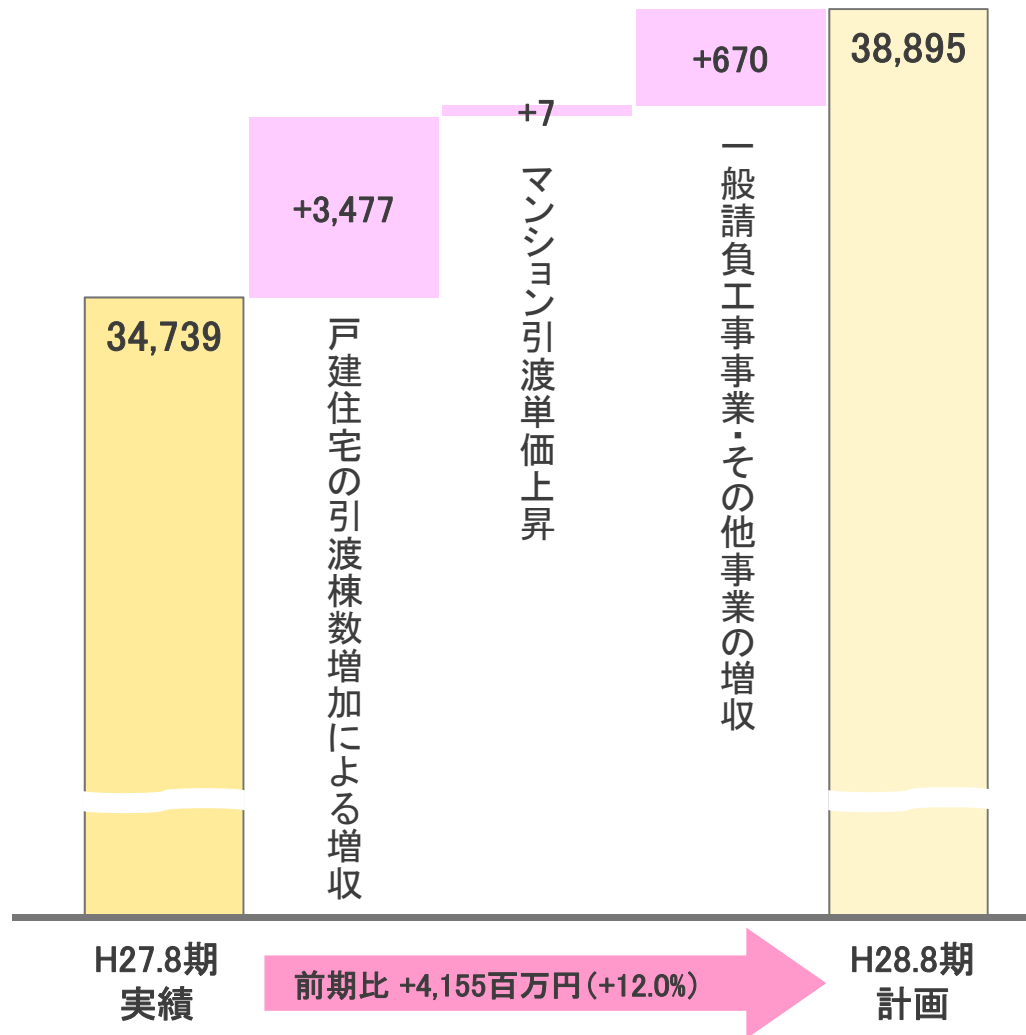
	平成27年8月期(実績)		平成28年8月期(計画)			
	金額	構成比	金額	構成比	増加額	前期比
売上高	34,739	100.0%	38,895	100.0%	4,155	12.0%
売上総利益	5,968	17.2%	6,689	17.2%	720	12.1%
販売管理費	4,438	12.8%	4,748	12.2%	309	7.0%
営業利益	1,529	4.4%	1,940	5.0%	411	26.9%
経常利益	1,743	5.0%	2,151	5.5%	407	23.4%
当期純利益	1,082	3.1%	1,425	3.7%	342	31.6%

【単体ベース】

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成27年8月期(実績)		平成28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	27,338	100.0%	30,377	100.0%	3,039	11.1%
売上総利益	4,828	17.7%	5,575	18.4%	746	15.5%
販売管理費	3,751	13.7%	4,024	13.2%	272	7.3%
営業利益	1,077	3.9%	1,550	5.1%	473	43.9%
経常利益	1,323	4.8%	1,760	5.8%	436	32.9%
当期純利益	774	2.8%	1,154	3.8%	380	49.1%

平成28年8月期 連結 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、連結業績を牽引
- マンションは、名古屋市内に2棟 78戸を新規販売開始予定
- 一般請負工事業も増収を計画

[戸建]

引渡棟数計画: 815棟 (前期比 108棟増)

- H27.8期末受注残: 327棟 (前期末比 15棟増)

- H28.8期受注分: 488棟

受注棟数計画: 883棟 (前期比 161棟増)

- H27.9~H28.2: 436棟 (前期比 111棟増)

- H28.3~H28.8: 447棟 (前期比 50棟増)

[マンション]

引渡戸数計画: 49戸 (前期比 2戸減)

- H27.8期販売開始分: 25戸 (うち受注残 22戸)

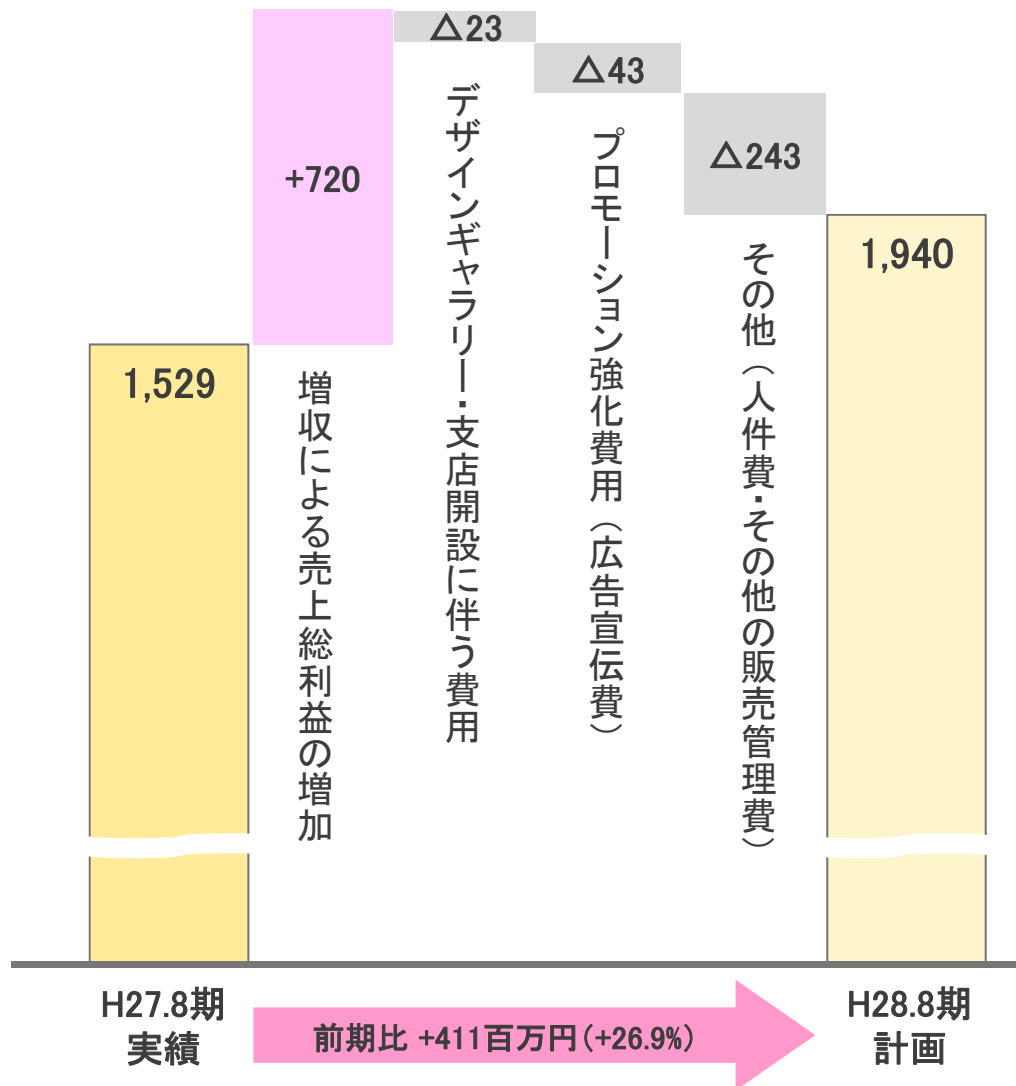
- H28.8期新規販売開始分: 24戸

受注戸数計画: 48戸 (前期比 1戸減)

- H27.8期販売開始分: 3戸 (全戸完売計画)

- H28.8期新規販売開始分: 45戸 (全2棟78戸)

平成28年8月期 連結 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26.9%増
- ▶ 当社の強みをさらに成長させる営業基盤構築と当社の強みを活かしたブランドイメージの浸透を図る

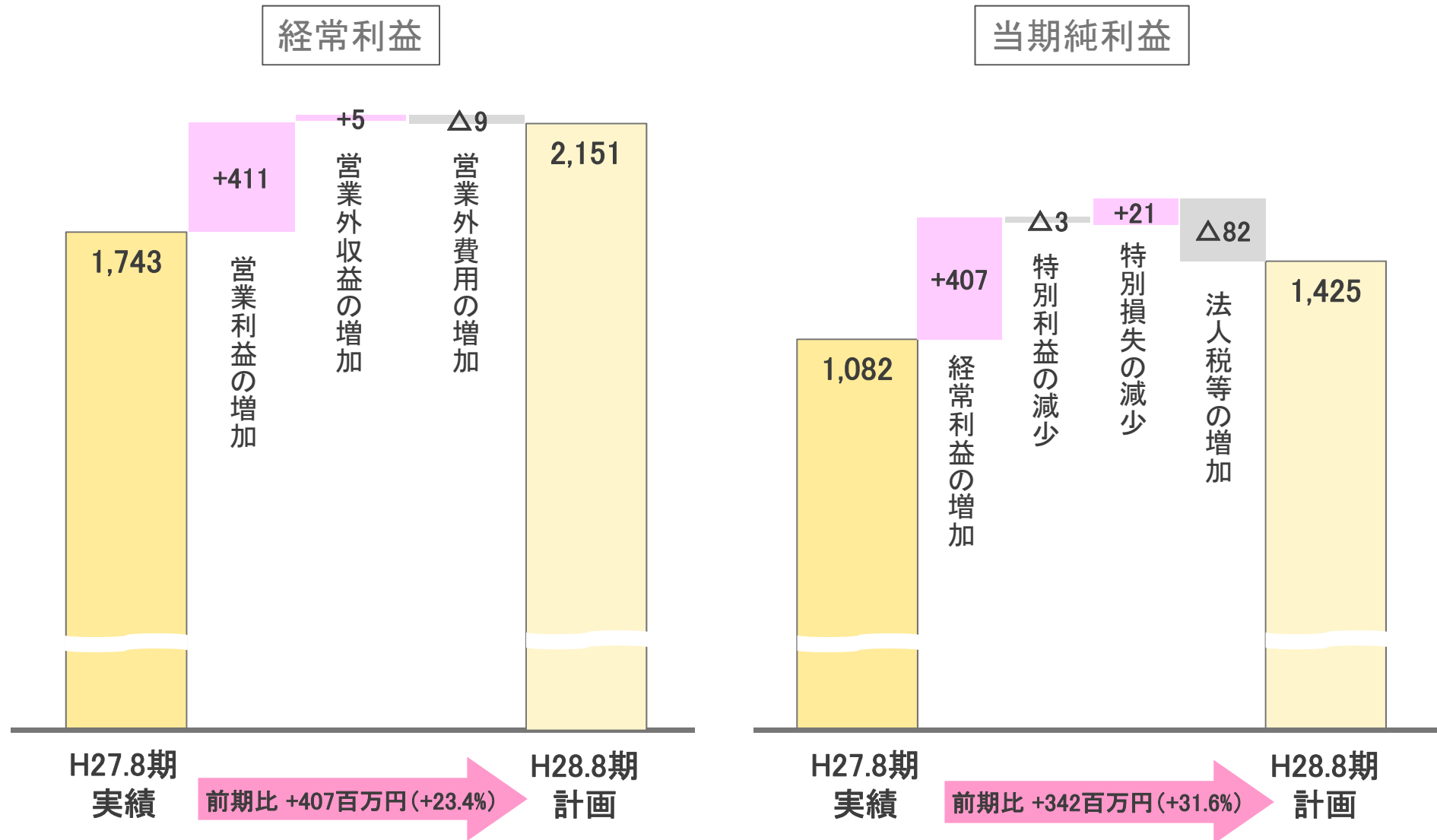
- ① 建売住宅との差別化戦略を推進・強化
 - ・サンヨーデザインギャラリー4号店の開設を計画
 - ⇒ 愛知県深耕に向け、三河地域での出店候補用地の選定を加速

〔 出店費用概算 : 約250百万円
販売管理費計上額 : 23百万円 〕

- ② ブランド強化に向けたプロモーション展開
 - ・「家を楽しむ。」をキーワードとして、建売住宅にはない「自由設計」の魅力、強みをプロモーション展開

〔 販売管理費計上額 : 43百万円 〕

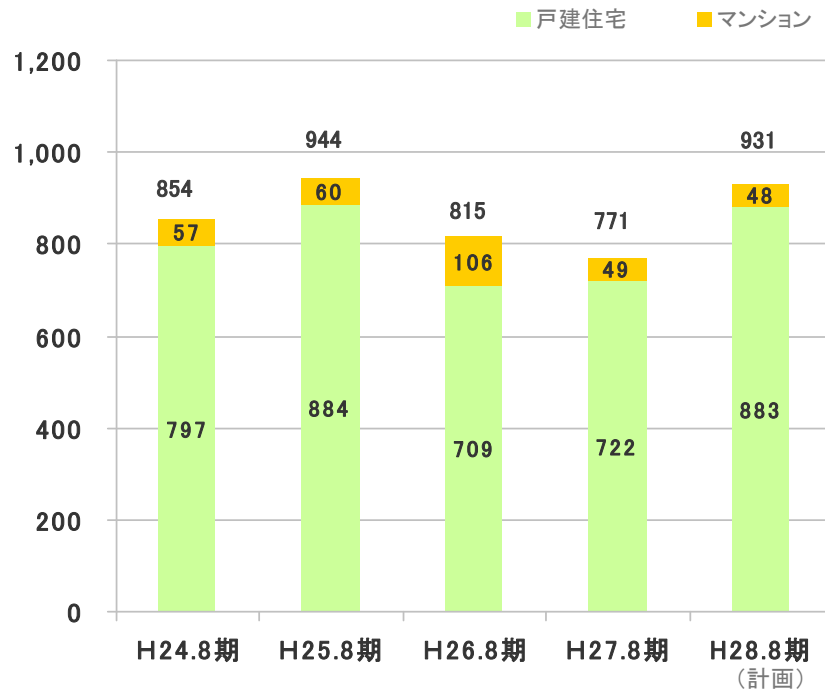
平成28年8月期 連結 経常利益・当期純利益計画



平成28年8月期 連結 受注・引渡棟数計画

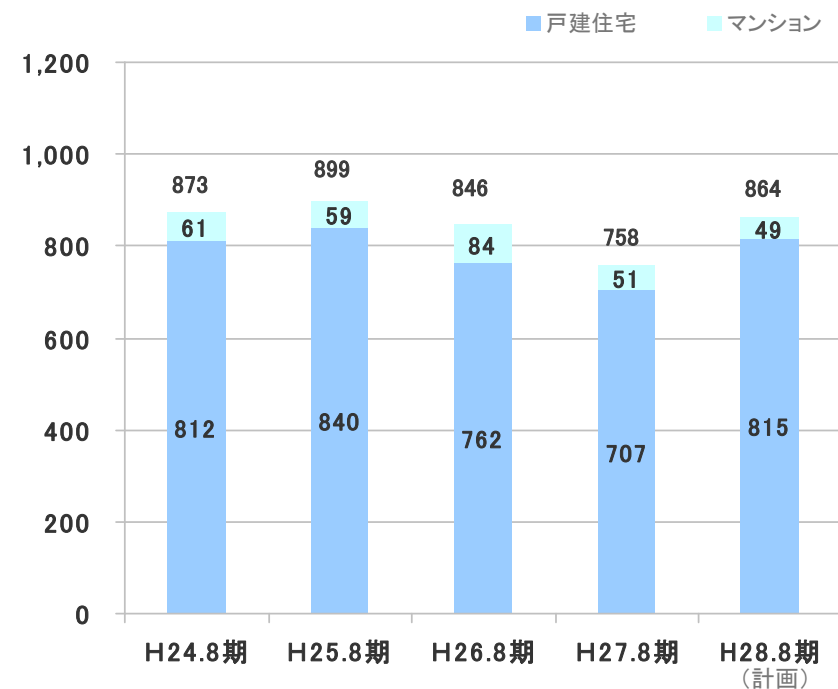
受注棟数

931棟(前期比 160棟増)



引渡棟数

864棟(前期比 106棟増)



【受注】

戸建 : 受注環境は、堅調さを維持する見通しで、883棟(前期比161棟増)の計画

マンション : 新規販売開始マンションを中心に、48戸(前期比1戸減)の計画

【引渡】

戸建 : 堅調な受注を背景に、815棟(前期比108棟増)の引渡を計画

マンション : 期首受注残に加え、新規販売開始マンションの引渡で49戸(前期比2戸減)の計画

各グループ会社の計画

(単位:百万円 単位未満切捨て)

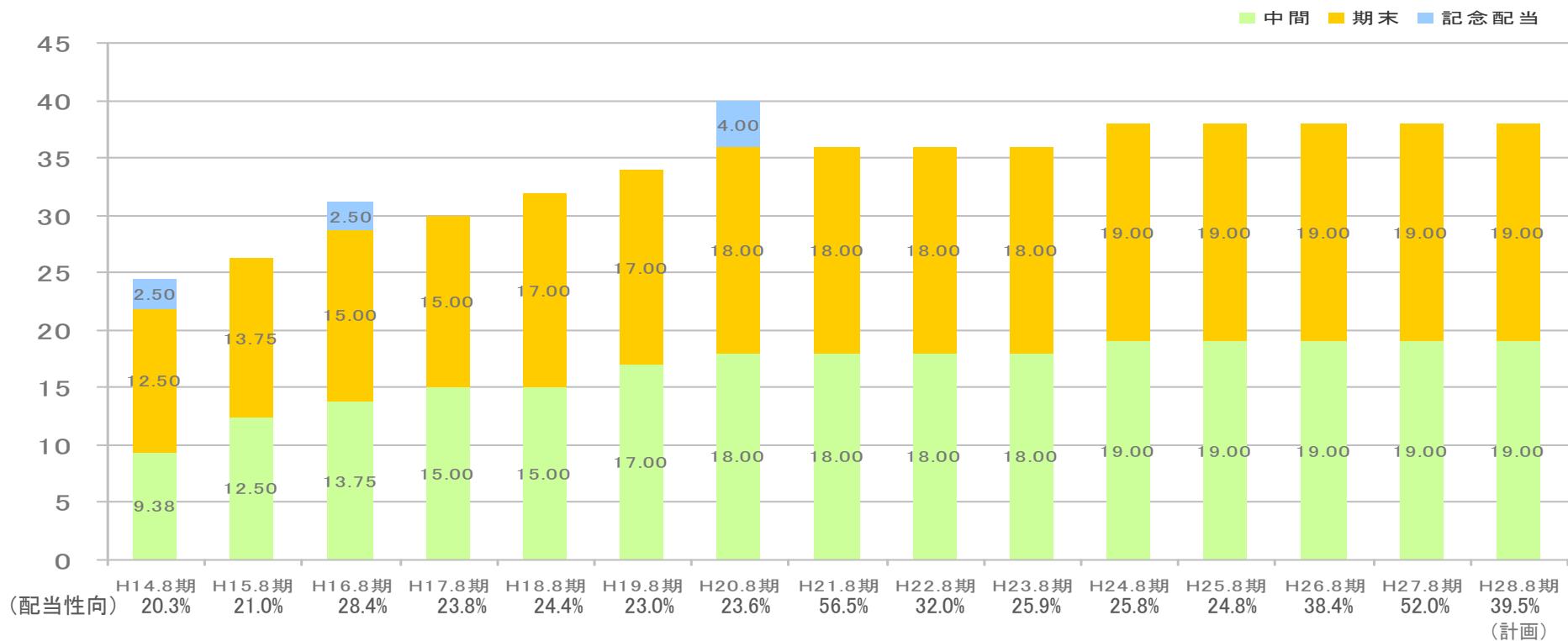
売上高	H27.8(実績)	H28.8(計画)	増加率	計画
サンヨーベストホーム	1,769	1,761	△0.4%	東海圏マンション事業 ・名古屋市の人気エリアで、2棟78戸の販売開始予定 - H28.8期引渡予定物件:高畑(H27.10販売開始) - H29.8期引渡予定物件:上前津(H28.6販売開始)
巨勢工務店	2,396	2,400	0.1%	民間工事・公共工事の受注拡大 関西圏戸建住宅事業の内製化
ジェイテクノ	4,480	4,600	2.7%	東海圏戸建住宅事業の内製化 - 土木・造成工事以外の施工力強化にも注力 東邦ガス請負工事拡大、民間工事・公共工事拡大
サンヨー測量	112	114	2.5%	測量業務の内製化
宇戸平工務店	1,129	1,675	48.2%	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
サンヨー住宅販売	303	627	107.0%	関西地区での「提案型戸建住宅」の販売
単純合計	10,191	11,178	9.7%	

株主還元

業績と連動した安定配当を長期継続させることが基本方針

平成28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

3. 中期経営計画(平成27年9月1日～平成30年8月31日)

3ヶ年業績目標

【連結ベース】

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成27年8月期 (実績)	平成28年8月期 (計画)		平成29年8月期 (計画)		平成30年8月期 (計画)		H30/8期計画 対 H27/8期 3年間増加率
	金額	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	
売上高	34,739	38,895	12.0%	43,181	11.0%	47,781	10.7%	37.5%
営業利益	1,529	1,940	26.9%	2,382	22.7%	2,857	19.9%	86.8%
経常利益	1,743	2,151	23.4%	2,591	20.5%	3,064	18.3%	75.8%
当期純利益	1,082	1,425	31.6%	1,743	22.3%	2,044	17.3%	88.8%
引渡棟数(棟)	758	864	106	988	124	1,091	103	333

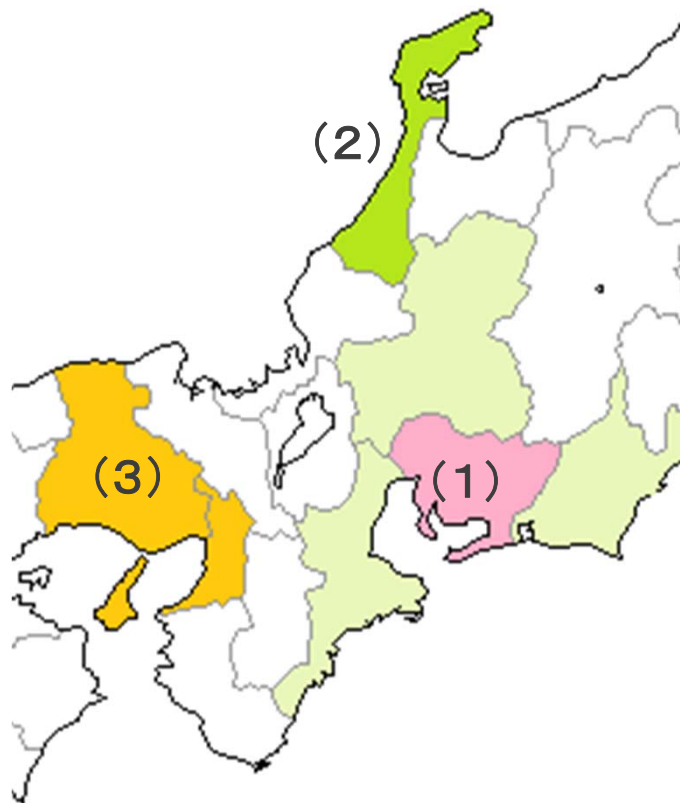
【単体ベース】

(単位:百万円 単位未満切捨て)

	平成27年8月期 (実績)	平成28年8月期 (計画)		平成29年8月期 (計画)		平成30年8月期 (計画)		H30/8期実績 対 H27/8期 3年間増加率
	金額	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	
売上高	27,338	30,377	11.1%	33,086	8.9%	36,086	9.1%	32.0%
営業利益	1,077	1,550	43.9%	1,880	21.3%	2,254	19.9%	109.3%
経常利益	1,323	1,760	32.9%	2,097	19.1%	2,479	18.2%	87.3%
当期純利益	774	1,154	49.1%	1,394	20.8%	1,651	18.4%	113.3%
引渡棟数(棟)	702	800	98	880	80	960	80	258

営業戦略

地盤である「愛知県」の深耕を最優先に、営業基盤の強化・拡充を図る



(1) 愛知県深耕：県内シェア20%台目標

- 全体の約8割の受注を占める愛知県の充実と地位確立が安定的・持続的な成長に必要不可欠な課題と認識
- 「サンヨーデザインギャラリー」を活用・増設していくことで、愛知県販売エリアにおける絶対的シェア確立を目指す
⇒ 三河地区への4号店出店を計画中

(2) 店舗展開・地域戦略

- 愛知県外の地域では、安定した受注棟数の確保を重視
- 平成27年7月30日に北陸1号店となる「金沢支店」を開設。販売地域拡大による受注棟数の上積みを図る
⇒ 早期の年間40棟受注・引渡体制の構築を目指す
- 愛知県の深耕を進めつつ、販売地域の拡大も模索

(3) 「提案型戸建住宅」ビジネスモデルの育成

- 大阪市内等の地価の高いエリアや狭小地等を中心に、サンヨー住宅販売(平成26年9月設立)で販売開始
- 大都市圏型ビジネスモデルとして、長期視点で育成

商品戦略

各支店に常時1棟「自由設計訴求型」のモデルハウスを設置

- 自由設計の魅力が伝えづらかった地域に、モデルハウスを集客拠点として設置
 - 地域のニーズ等を勘案し、コンセプトを明確にしたモデルハウスを設置し、自由設計で広がる「住まいづくり」の可能性、魅力をアピールしていく
 - サンヨーデザインギャラリーと同様に、モデルハウスを集客拠点として活用し、「土地付オーダーメイド住宅」の販売や近隣物件の商談に誘導

商品バリエーションを拡充し、積極的なシェア獲得を狙う

- 「土地付オーダーメイド住宅」に主軸を置きつつ、地域特性や競合環境等に対応した商品を適材適所に投入
 - ① コスト競争地域向け「ローコスト(LC)仕様」
 - コスト競争の激しい地域において、デザインや機能性で差別化を図りつつ、販売価格差を抑えることで、競争力と集客力を確保
 - ② 狭小地向け「狭小3F仕様」
 - 市街地中心部などの高地価・狭小地地域において、デザインや設備、内外装の自由度で競争力と差別化を確保
 - ③ こだわり層向け「ハイグレード(HI)仕様」
 - 高級住宅地など、資金力のある顧客層向けに、広めの敷地とこだわり設備を持った仕様の商品を提供

ブランド戦略

「土地付オーダーメイド住宅」が持つ、自由設計の魅力や当社の強みを継続して強く訴求する

- 建売住宅との差別化を強く意識したプロモーション活動を展開
 - 建売住宅にはない、「家づくりを楽しむ」という優位性の訴求を強める
 - 販売物件だけでなく、サンヨーデザインギャラリーやモデルハウスへの集客・誘導を強化
- プロモーションキーワード:『家を楽しむ。』



- 自由設計の良さである「家を創っていく楽しさ」を改めて訴求
- 建売住宅が持たない「魅力」を伝え、差別化を強化



(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】</p> <p>名古屋南支店 春日井支店 名古屋東支店</p> <p>【支店】</p> <p>(愛知県) 栄支店 名古屋西支店 (三重県) 四日市支店</p> <p>刈谷支店 東海支店 (静岡県) 浜松支店 静岡支店</p> <p>豊田支店 岡崎支店 (大阪府) 豊中支店</p> <p>豊橋支店 (兵庫県) 姫路支店</p> <p>(岐阜県) 岐阜支店 (石川県) 金沢支店(平成27年7月30日開設)</p> <p>【営業所/展示場】</p> <p>名古屋東営業所 稲沢営業所 【連結子会社】</p> <p>春日井営業所 名古屋総合展示場 サンヨーベストホーム(株) サンヨー測量(株)</p> <p> (株)巨勢工務店 ジェイテクノ(株)</p> <p> (株)宇戸平工務店 サンヨー住宅販売(株)</p>
資 本 金	3,732百万円 (平成27年8月31日 現在)
社 員 数	381名(役員、臨時雇用者を除く) (グループ全体:507名) (平成27年8月31日 現在)
上 場 (証券コード8904)	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

経営理念・経営方針

【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します。

【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

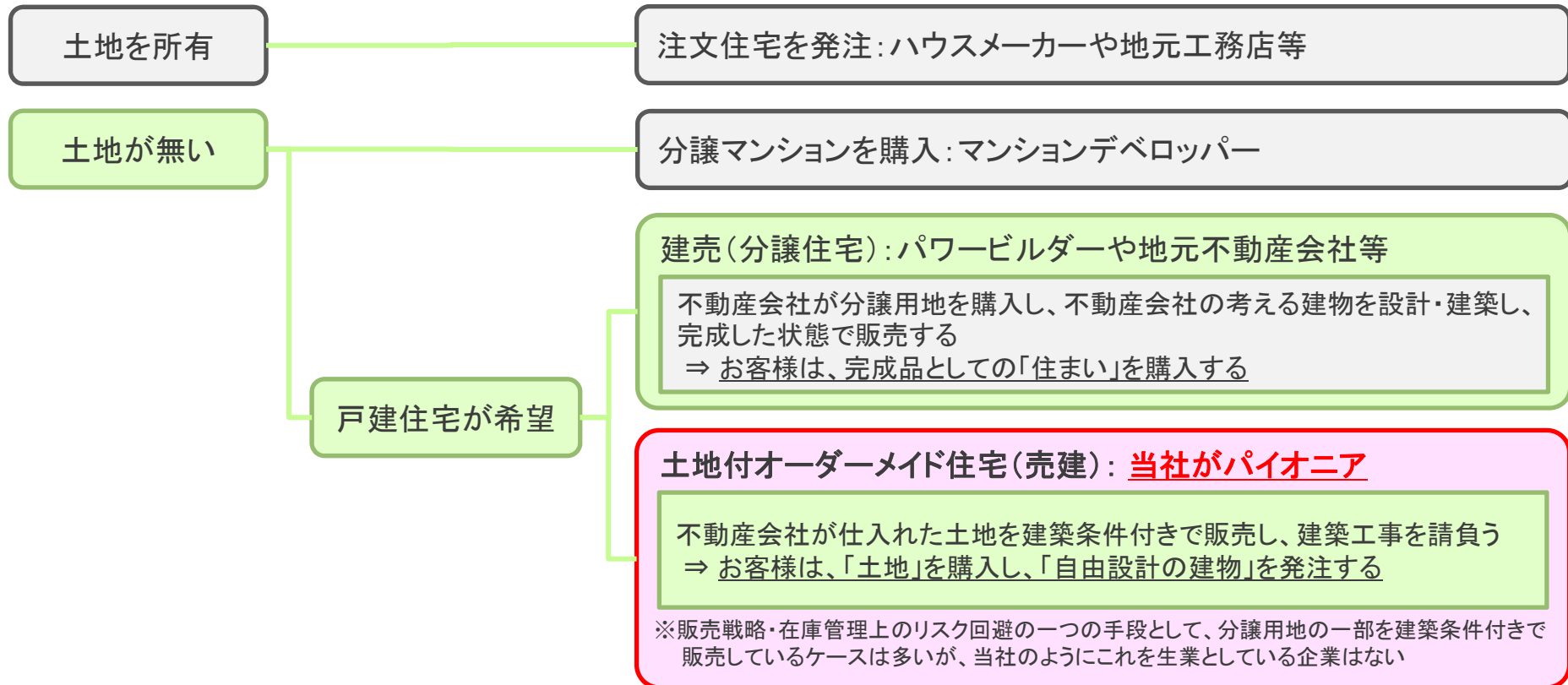
土地から探し、自由設計で家を建てる

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

ポジショニング

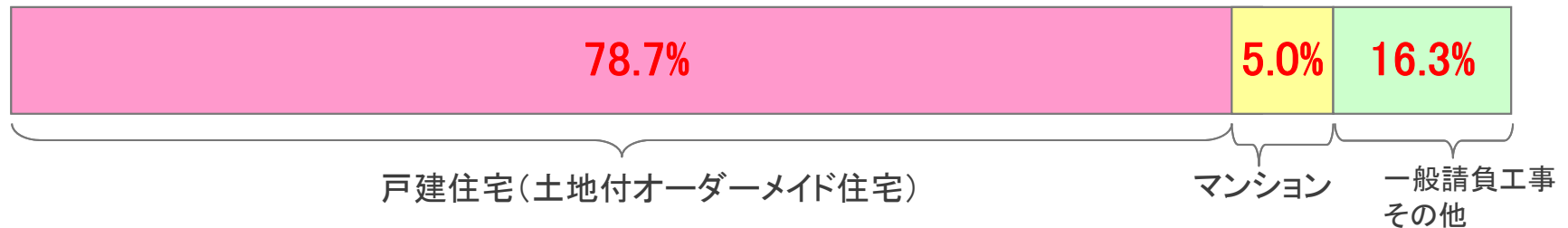
【“住まい”の取得方法から見た位置づけ】



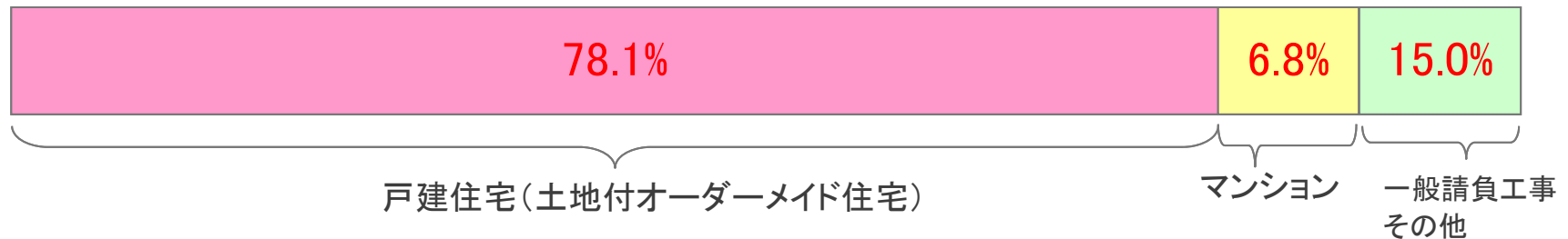
主流である「注文住宅」と「建売」という限られたお客様の住宅取得方法に
「家を、土地からオーダーメイドする。」という選択肢を提案

(参考)事業展開

当社グループ事業の売上構成比(H27.8期)



(ご参考)当社グループ事業の売上構成比(H26.8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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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>【留意点】</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	28.1%
31～35歳	28.5%
36～40歳	19.4%
41～45歳	12.6%
46歳以上	11.4%
平均年齢	35.9歳

契約者年収

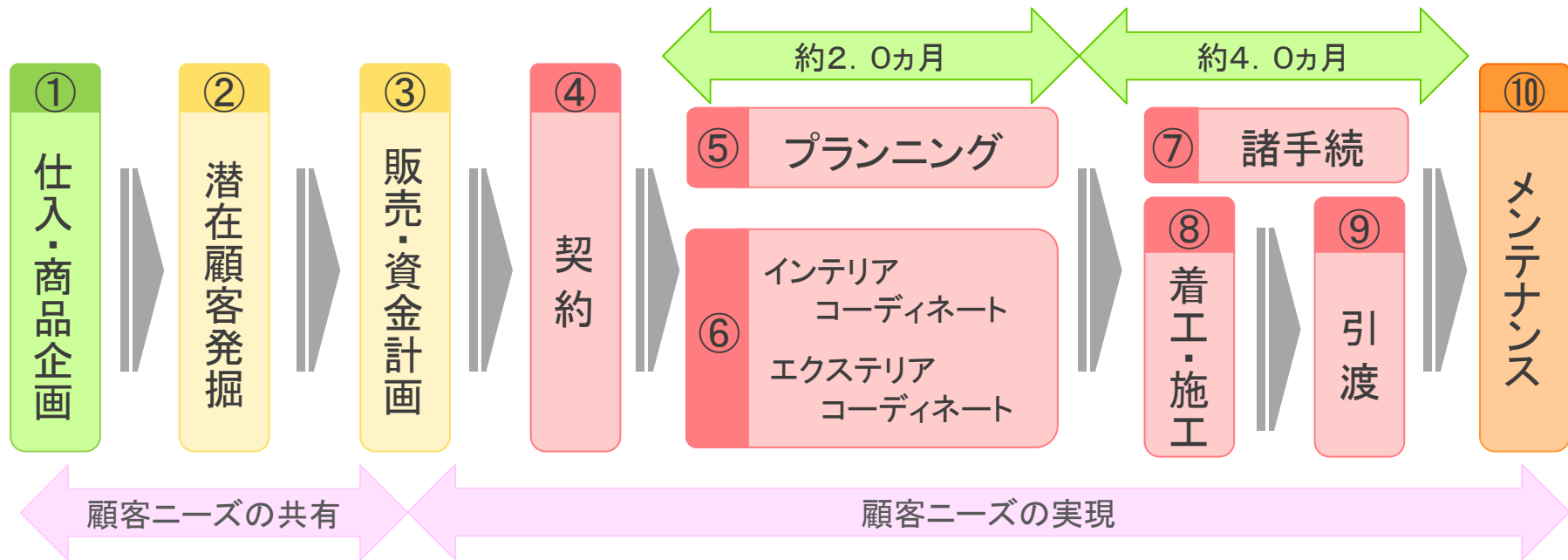
400万円以下	15.0%
401～500万円	23.5%
501～600万円	25.4%
601～700万円	16.2%
701万円以上	19.9%
平均年収	587百万円

(ご参考) 平均販売価格(平成27年8月期)

平均販売価格	37,484千円
---------------	-----------------

※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4,300件
検討物件数	約1,000件
(平成27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	218件
購入区画数	769区画
(平成27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 15万件/月
アンケート取得枚数	1,701枚/月 (平成27年8月期実績)

潜在顧客保有件数	約7.0万件 (平成27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士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標準搭載（一部の仕様を除く）
- ・「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 29名

（内訳）社内設計士：9名 社外設計士：20名

（平成27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:31名

(平成27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22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	11名
一級土木施工管理技士	4名
二級土木施工管理技士	3名

（平成27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135社の規模となっております。その他23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”



家を 楽しむ。

BUILD THE HOUSE WITH FUN

家族のこだわりと、家族を地震から守る。

自由設計 × MIR[△]AIE

◆ 住友ゴム工業株式会社
提携・制震ダンパー「ミライエ」標準搭載



SANYO HOUSING NAGOYA

カラーを楽しむ。 自分好みを探す色が豊富



家のカラーはこだわりのポイント。多様な色・質感のカラーに合わせ、ほいからたくさんカラーパリエーションを準備しています。

キッチンを楽しむ。 料理しながら会話が弾む



機能が凝縮されるのがキッチン。使いやすさ、色、素材等、あなたのこだわりを実現するためにとことんこだわってください。

リビングを楽しむ。 光と空間を楽しむ開放空間



家族みんなが集まる寛ぎの空間だからこその楽しさ。広くて明るい。家族の数が1階リビングで楽しく過ごせます。

ガーデンを楽しむ。 安らぎの上質空間



ガーデンがあると季節の移り変わりが身近に感じられる。年ごとに変えて行けば毎年違う楽しみが広がります。

和室を楽しむ。 家にアクセントを与える和の空間



和の空間はほっとする癒やし。家にアクセントをプラスする場所でもあります。畳や色紙を変えれば、趣きも変わりやすい空間に。

趣味を楽しむ。 童心に帰るひととき 十人十色



趣味は童心に帰れるもの。趣味を楽しむ場所があれば、家に帰ることがもっと楽しくなる。1日の疲れを癒す休活空間に。

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。