

HyAS & Co.

Hyper Asset Solutions

2020年5月～2023年4月

中期経営計画説明レポート

数値目標

1. 主力ビジネスの更なる強化と拡張
2. 新たなコアビジネスの確立
3. 安定した経営基盤の構築
4. その他の取り組み
5. 戦略のまとめ

サマリー

数値目標

- 2023年4月期 営業利益：10億円超
(参考: 2020年4月期 営業利益 1.8億円)
- 2021年4月期から2023年4月期までを拡大期として、これまで提供してきた商品・サービスのさらなる強化を図り、営業利益10億円超の達成を目指す

成長戦略

- 現在の主力事業で売上総利益の約6割を占めるR+house及びその周辺事業を商品力、会員企業支援、マーケティング活動の3つの側面から強化する
- 売上総利益の約2.5割を占める次のコアビジネスとして、リフォーム事業、相続不動産事業、住まいづくりの相談窓口事業を育て成長させる

安定した経営基盤の構築

- コロナウイルスの感染拡大が懸念される状況の中、収益構造の安定化、サービスの多角化、地域分散化といった安定した収益基盤の構築を推進する

その他

- デジタル技術の活用を経営戦略の中核とし、住宅・不動産業界のDX（デジタルトランスフォーメーション）による業界革新を目指す
- ESGを重視した経営をおこない、企業として持続的な成長を遂げ、自身の企業価値を高めていく

中期経営計画 2020年5月～2023年4月



当社では今後3年間の中期経営計画を策定しましたので、ご説明させていただきます。

スライド2：（理念）

現在の立ち位置



当社は「住宅による資産形成を支える会社」ということを理念に置いた住宅・不動産業界の経営コンサルティング会社です。

スライド 3

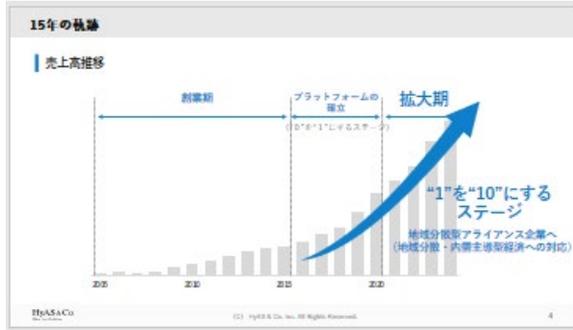
(創立15周年)



この理念を基に当社を設立したのが2005年ですので、今年ちょうど15周年という位置づけになります。

スライド 4

15年の軌跡



こちらのグラフは設立以来の15年間の売上高の推移を示しております。今振り返ると、最初の10年間は創業期であり、売上は現在とは比較にならないレベルでした。

そして16年度から20年度までの5年間は理念達成に必要なサービスを順次リリースした期間でした。

そして、それらのサービスが整い、ビジネスモデルを確立できてまいりましたので、これからの3年間は、今までリリースしてきたサービスを飛躍的に拡大させる「拡大期」という位置づけです。

スライド5

中期経営計画 定量目標

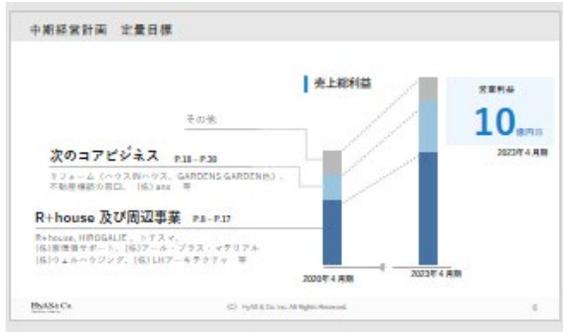


まず定量目標ですが、3年後の23年度では営業利益が10億円を超える予想で考えております。

20年度は営業利益が1.9億円でしたので、3年後にはかなり大きな成長を遂げる計画としています。

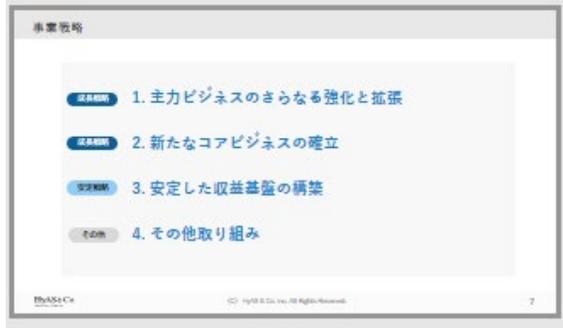
スライド 6

中期経営計画 定量目標



営業利益10億円の達成のためには、現在の主力事業で売上総利益の約6割を占めるR+houseおよびその周辺事業をさらに成長させること、そして売上総利益の約2.5割を占めている次のコアビジネスを育て成長させていくことが重要だと考え、本日はその内容を中心に説明させていただきます。

事業戦略



本日説明いたしますアジェンダとしては4つあります。

1つ目が主力ビジネスのR+house強化の話。
2つ目が、次のコアビジネスを成長させる話。

そして、3つ目としては経営をより安定化させるための戦略の話となります。20年度の前半には50年に一度といわれる台風があり、関東地方を中心に甚大な被害がありました。そして、後半はコロナ感染症の拡大により、全世界の経済が混乱した状況になってしまいました。このような様々なリスクが存在する環境下でも安定した経営がおこなえることを目指し、その体制づくりをしていきたいと考えております。

4つ目は、その他の全体的な方針などになります。

1. 主力ビジネスの更なる強化と拡張

01

**主力ビジネスの
さらなる強化と拡張**

- 1-1. R+house強化に向けての施策
- 1-2. R+house：ターゲット層拡大
- 1-3. R+houseを中心とした関連事業
および関連会社の拡大



では、まずは主力ビジネスのR+houseおよびその周辺事業の強化・拡張についてです。

現在の立ち位置



R+houseは「建築家による注文住宅」であり、また、「高断熱・高気密」な高性能住宅というコンセプトのもと、全国の住宅会社にビジネスモデルを提供しています。

会員企業の数も順調に伸び、現在はR+houseの加盟社数が住宅FCの中でNo.1であるということが、住宅産業研究所の月刊誌TACTに掲載されました。

R+house強化に向けての施策



もう既に全国に約250社も会員企業がありますので、商品そのものをさらに改良していくことと同時に、会員企業一社一社に対しての支援を強化していくことで、さらにR+houseの建築棟数を増やせると考えています。

現在まで、商品力アップの為の施策や会員企業支援、マーケティング活動など、様々な施策をおこなってきていますが、本日は特にその中で重点施策として置いている①～③までの「高断熱・高気密住宅の健康効果研究」「セミナー、面談等のオンライン化」「コンサルティングパッケージ」について説明させていただきます。

1-1.R+house：重点施策① 断熱性・気密性を重視



当社はR+house立ち上げ時から、住宅において、断熱性能・気密性能は大変重要なことだと考え、住宅と健康の関連に関する研究を続けています。

その研究では、高断熱住宅に転居した人は、転居前と比較すると、気管支喘息、肺炎、糖尿病、心疾患、脳血管疾患などの病気の割合が減る、という実証結果が出ています。

冬の朝、寒い家や、家の中で温度差がある家は、実際に健康にもよくないということが数字として出ている、ということです。

1-1.R+house：重点施策① 断熱性・気密性を重視



断熱性能は、UA値というもので設計時に計算できるのですが、R+houseのUA値は0.468とかなり高い数値です。その断熱性能を保証するのが「気密性能：C値」であります。このC値は「外壁のすき間」を示す数値です。

R+houseではこの「気密性能」の全棟実測検査をおこなっており、気密性能：C値も実測平均0.34という非常に高い気密性能となっており、これを加味すると断熱性能はさらに優位にたてるものとなっています。

余談ですが、この気密性能の全棟検査をおこなわずにベストなUA値だけを公開しているハウスメーカーもあるのですが、R+houseは全棟で実施していますので、断熱性能値が実現できている、ということです。

このUA値0.468とC値0.34は、HEAT20という新たな住宅断熱性能指標において最高グレード2をほぼ満たしており、R+houseは「冬期の室内温度環境がおおむね13°Cを下回らない、健康で快適に暮らせる住宅」を実現していると言えます。

1-1.R+house：重点施策③ コンサルティングパッケージ



次にコンサルティングパッケージについてです。R+houseの会員企業の中には、R+houseの受注後の工事のオペレーションに課題を抱えている会社も多くあります。

当社には工事のオペレーションに関するノウハウが多くありますので、それをコンサルティングパッケージという形で、システムとコンサルティングをセットにして、会員企業の経営そのものもサポートしていきます。

1-2. R+house : ターゲット層拡大



次は、R+house全体に関する内容です。

現在R+houseは、マイホームを初めて建てる、という比較的若い年代の20代後半から30代のファミリー層をターゲットにしていますが、これに対して、ハイグレードブランドの開発を進めています。

これにより、R+houseそのもののブランド価値が上がることも期待しています。

スライド17

1-3. R+houseを中心とした関連事業および関連会社の拡大



このようにR+houseに関して様々な施策や商品戦略をもって拡大をしていきますが、それと同時にR+houseの周辺ビジネス、アフターサービスや外構・庭づくりを充実させたり、建築資材の開発を関連会社で取り込むなど、R+house関連事業をさらに拡充させていきます。

これら施策の相乗効果で、単価、数量の両面で、さらにR+houseを拡大させていく計画です。

2.新たなコアビジネスの確立



では、次にR+houseに次ぐビジネス、今後成長させていくビジネスの話に移ります。

2-1.リフォーム事業：①既存ビジネスの強化－1



まずはリフォーム事業に関してです。リフォームは昨今、徐々に注目されつつあったのですが、今回のステイ・ホームによって、一気に注目度が上がった事業ではないかと思っています。テレワークをしたくても、家では集中して仕事をできる場所がない、という話はよく聞きました。

当社では、「ハウスINハウス」というサービスがあります。単なるリフォームではなく、間取り変更などをすると同時に、壁に断熱パネルを張ることで、高断熱、高気密な家にしていくリフォームです。

リフォームというと、住宅会社の中には、新築と比べるとだいぶ単価が安く利益が取れない、という理由でリフォームビジネスを敬遠する住宅会社もあります。しかし、リフォームによって機能的でかつ健康的な生活を送れる家にすることができる、ということで、年々、ハウスINハウスの平均受注単価実績はあがってきています。

このハウスINハウスの加盟店開発を積極的におこなっていきたいと考えています。

2-1.リフォーム事業：①既存ビジネスの強化－2



次に庭を含めた外構リフォーム・ビジネスに関してです。
外構も今回のコロナ禍で注目度があがってきたビジネスではないかと考えています。庭で子供が遊べるようにしたい、庭でバーベキューをしたい、などです。

2019年から加盟店募集を開始したGARDENS GARDENは現在、R+houseなど新築時の外構が中心なのですが、今後はもっと積極的に庭を含めた外構リフォームビジネスとしても取り組んでいきたいと考えています。

2-1.リフォーム事業：②新サービス検討



さらにリフォームに関しては、新たなサービス投入もする予定で、現在開発中です。

まずは、建築家によるフルリノベ、です。こちらは、建築家が内外装のデザイン、監修をおこなうサービスになります。ハウスINハウスは部分的なリフォームですので、こちらは建物全体に対してのリノベーションという位置づけになります。

また、地盤の耐震リフォームも開発中です。地盤が弱い地域の場合、いくら家に耐震補強をしても地盤から崩れてしまうとどうしようもない、というのが現在の状況なのですが、この耐震リフォームでは家が建ったまま、地盤そのものを補強し、液状化にも対応できる、という考えのものです。

2-1.リフォーム事業：③家価値サポートとの連携強化－1



さらにリフォームに関しては当社の別サービス「家価値60年サポート」と連携することで、さらに受注機会を増せるようにする予定です。

「家価値60年サポート」は戸建のアフターサービスサポートで、定期的な点検や何か不具合があった時に問合せをするサポートデスクなどがある、というものです。

こちらのサービスは、「大手ハウスメーカーと比較すると保証が心配」という理由で地元の住宅会社が敬遠されてしまわれたいよう、立ち上げたものです。現在はこの家価値サポートの対象を、新築だけではなくて、既に建てられている家にも広げています。

2-1.リフォーム事業：③家価値サポートとの連携強化－2



というのも、家に対して定期点検をおこなうことで、実はこれがリフォームの受注のチャンスになるからです。

定期点検をすると、色々と家の不具合がわかり、それに対する提案をおこなうことができます。

単に押し付けの訪問とは異なり、定期点検という形でエンドユーザーの方と信頼関係ができたうえでのリフォーム提案ができることが強みとなってきます。

このように、リフォームに関しては、現在すでに展開を開始している事業はさらに強化し、また新たなサービスの投入や、アフターサポートとの連携などにより、リフォームビジネス全体を拡充していこうと考えています。

2-2. 相続不動産の流通・活用： 現在の状況



次は、「相続不動産の流通」ビジネスに関してです。

当社では、2016年より、「不動産相続の相談窓口」を立ち上げており、現在、全国228エリアで展開中です。

2-2. 相続不動産の流通・活用： 次のステージへ



この「不動産相続の相談窓口」に関しては、現在は、この図の「第2ステージ」まできたと考えています。

これからは、会員企業のサポートを充実させて収益をさらに増やしていく「第3ステージ」そして、他のサービスと連携させ、さらに収益を拡大させていく「第4ステージ」と移っていくことを考えています。

2-2. 相続不動産の流通・活用： 不動産相続ビジネスの市場規模



まず、相続不動産の流通ビジネスの規模感をお伝えしたいのですが、世帯主60歳以上の総不動産資産は1,150兆円もあります。そしてその中から、年間、一定の数の相続が発生するので、年間推定50兆円規模の不動産資産が移転することになります。

その中で、当社ネットワークの「不動産相続の相談窓口」では1店舗あたりで数億から100億円ぐらいの不動産資産を預かっており、相続が発生した時に、その土地や建物の売買による仲介手数料や、転売による利益などの収益を得られることになります。

その利益は当社ではなく「不動産相続の相談窓口」の会員企業に入りますが、ビジネスが拡張したところで、当社の利益にもなる仕組みを投入していこうと考えています。

2-2. 相続不動産の流通・活用： 他のビジネスとの連携強化による拡張性



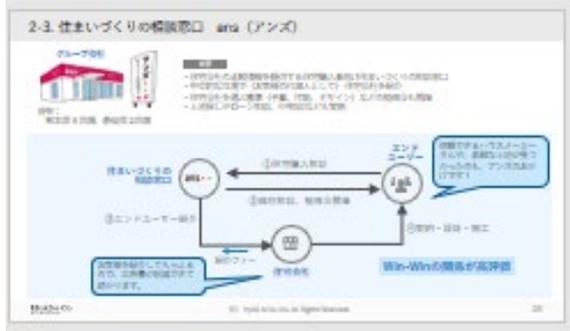
また、「不動産相続の相談窓口」は不動産の仕入れ的位置づけになってきますので、他のサービスとの連携も進めていきたいと考えています。

例えば、相続された方が、相続不動産を売却したいと考えた場合、今までは単に第3者に売却し、その仲介手数料を「不動産相続の相談窓口」が得られるだけだったのですが、その土地を、トチスマを介しR+houseの土地として紹介したり、または売却せずに、土地活用や収益物件投資として戸建賃貸の提案をしたり、さらに投資物件としてフルリノベの提案をする、などの多くの選択肢を提供することができます。

このように、不動産相続の相談窓口は、今後、不動産の仕入機能として中心的な位置づけになるビジネスになると考えています。

スライド28

2-3. 住まいづくりの相談窓口 ans (アンス)



次は、「住まいづくりの相談窓口」ans に関してです。

こちらは、家を建てようと考えているエンドユーザーの方に対して、中立的な立場で住宅会社の比較情報などを提供し、納得のいく家づくりをしてもらえるようにするための相談窓口です。

こちらは当社のグループ会社がおこなっているのですが、このような取り組みは、エンドユーザーの方にも大変好評ですし、また、紹介先の住宅会社も、広告費用なしでお客様を紹介してもらえると、大変好評を得ています。

スライド29: 2-3. 住まいづくりの相談窓口： ans (アンズ)

2-3. 住まいづくりの相談窓口 ans (アンズ)



この「住まいづくりの相談窓口」ans ですが、主な収益源は、紹介先の住宅会社から頂く紹介フィーとなっています。

このようなビジネススタイルで、熊本県で3店舗、静岡県で2店舗と展開してきましたが、店舗運営のノウハウも蓄積してきましたので、さらに収益源を拡大し、店舗の地域を増やすことを検討しています。

2-3. 住まいづくりの相談窓口 ans (アンス) - 拡大拡張構想



収益源をどのように拡大させるかですが、例えば、リフォームとの連携によるサービス拡大があります。

ansは新築を建てたい方が住宅相談をする場ですが、色々と検討していくうちに中古のほうがいいという選択にたどり着く場合もあります。リフォームと連携することで、新築ではなくて、中古を購入してフルリノベする、というスタイルに対してのワンストップサービスを提供できるようになります。

また、店舗展開としては、オンラインによる面談ができる「バーチャル店舗」や、さきほどの「不動産相続の相談窓口」店舗にansブースを併設したり、または、店舗縮小を計画している地方銀行の空スペースにansブースを出して住宅ローンが提携しやすくしたりするなど、現在色々と話をすすめています。

3.安定した経営基盤の構築



さて、ここまで成長戦略について説明してきましたが、次は、安定した経営にするための戦略についてです。

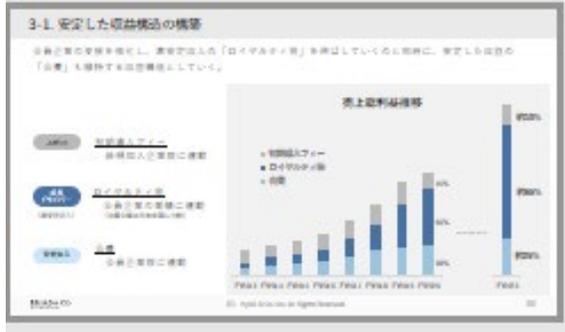
3. 安定した経営基盤の構築



現在、まだコロナ感染拡大が懸念される状況なのですが、こういう状況だからこそ、安定した経営基盤を構築していくことが重要だと考えています。

そのためには、まずは収益構造そのものが安定していること、次に、サービスを多角化すること、そして、地域分散が必要だと考えています。

3-1. 安定した収益構造の構築



当社の収益構造は、主に3つの構成となっています。

1つ目は、住宅会社などが当社サービスに加入した時にいただく初期導入フィー、2つ目は会員企業の業績に連動したロイヤルティ、そして、3つ目は会員企業から毎月いただく会費となっています。

この会費というのは、いわば家賃のように毎月々入ってくる収入ですので、一度会員が増えてしまえば、安定して入ってくる収入となります。そしてロイヤルティは、当社のコンサルタントのサポートの成果でもありますが、会員企業が頑張ってくだされればその分、当社にも利益が入るといふ、準安定収入となります。

創業当初は、まだ会員企業が少なかったため、会費やロイヤルティよりも初期導入フィーに依存した形になっていましたが、現在は、安定した会費とロイヤルティ収入をあわせて約85%となり、このままこの構成を継続またはさらに高め、安定した収益構造を維持していく予定です。

3-2. サービスの多角化ー1



次にサービスの多角化についてです。

当社は住宅・不動産業界など、住宅関連にサービス展開をおこなっていますが、住宅業界と不動産業界、また、土木業界というのはそれぞれ業界があり、また対象としているサービスも異なります。

住宅会社に向けては、新築の建築家住宅R+house、リフォーム、住宅相談など、不動産業界に向けては「不動産相続の相談窓口」、土木業界にむけては、エコ地盤改良、外構事業などです。

現在、当社の中で一番売上総利益が大きいのがR+house、次が不動産相続の相談窓口、その次がエコ地盤改良のHySPEEDとなっていて、それぞれ、対象業界が異なります。

3-2. サービスの多角化－2



今後は、主力のR+houseはもちろんのこと、さきほどお話ししましたように、このブルーのところを、次のコアビジネスとして成長・拡大させるようなことを考えていますので、異なる業界に対してそれぞれ強化をおこなっていくこととなります。

複数の業界を対象にすることで、リスクに強い安定した経営にしていくことができるものと考えています。

3-3. 全国展開



そしてまた、当社は全国にサービス展開をおこなっており、まんべんなく全国に会員企業がいらっしゃいます。

したがって、地震や豪雨などの特定地域での自然災害や、または、今後、都市部での特別警戒地域への指定というような状況がおきた場合でも、全国に会員企業がいらっしゃいますので、リスク分散経営をおこなっていけると考えています。

4. その他の取り組み



さて、大変長くなってきましたので、最後の章は簡単に説明させていただきます。

4-1. デジタルトランスフォーメーション



住宅不動産業界は、DX化が遅れている業界とされています。

ですが、今回のコロナでもわかりましたが、業界におけるDX化はもうまったなしで進める必要があります。

当社では、デジタル技術を積極的に取りこみ、業界全体の経営革新を目指していきます。

4-2. ESGを重視した経営



そして、次にESGに関してですが、当社は設立当初から、環境に配慮した住環境が必要だと考え、CO2削減など、積極的に押し進めてきました。

今後もESGを重視した経営をおこない、環境保護や地域社会の活性化に貢献していきたいと考えております。

参考資料) CO2排気量削減実績



こちらは参考データですが、このように、当社のサービスは、CO2削減にも貢献できております。

5.戦略のまとめ

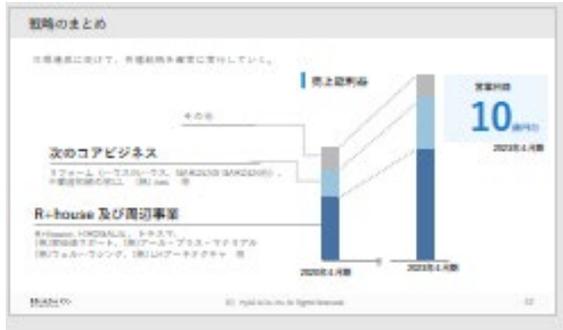
05
戦略のまとめ

- 1. 主力ビジネスのさらなる強化と拡張**
 - 1-1. R+house強化に向けての施策
 - 1-2. R+house : ターゲット層拡大
 - 1-3. R+houseを中心とした関連事業および関連会社の拡大
- 2. 新たなコアビジネスの確立**
 - 2-1. リフォーム事業
 - 2-2. 相続不動産の流通・活用
 - 2-3. 住まいづくりの相談窓口
- 3. 安定した収益基盤の構築**
 - 3-1. 安定した収益構造の構築
 - 3-2. サービスの多角化
 - 3-3. 全国展開
- 4. その他取り組み**
 - 4-1. デジタルトランスフォーメーション
 - 4-2. ESGを重視した経営

以上、大変長くなりましたが、今日は中期経営計画ということで、大きくこちらの4つの戦略について説明させて頂きました。

スライド42： 戦略のまとめ

戦略のまとめ



冒頭に定量目標として出しましたが、これらの戦略を確実に実行し、3年後には、営業利益10億円を達成するべく尽力していきます。

以上となります。

本日は長い時間、ご清聴くださいまして、ありがとうございました。