

**GrandyHouse**

グランディハウス株式会社

東 証 1 部  
証券コード 8999



**30<sup>th</sup>**

Anniversary

30年の感謝を、未来へ。

# 決算説明資料

令和4年3月期第2四半期



令和3年11月30日

# 目 次

1. 令和4年3月期第2四半期決算概要
2. 令和4年3月期決算業績予想と取り組み
3. 第三次中期経営計画 令和4年3月期－令和6年3月期

\* 表紙の写真 | よつばの杜つくば松代



# 1. 令和4年3月期第2四半期決算概要

令和3年4月－9月

# 当期業績

	R2.9期	R3.9期	前年同期比 増減率	(百万円)	
				R4.3期 計画	R3.9時点 進捗率
売上高	21,881	27,037	+23.6%	52,400	51.6%
不動産販売	20,424	25,302	+23.9%		
建築材料販売	1,325	1,598	+20.6%		
不動産賃貸	131	136	+3.9%		
営業利益	624	2,063	+230.4%	3,200	64.5%
経常利益	530	1,964	+270.0%	3,000	65.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	319	1,335	+318.1%	2,000	66.8%
1株当たり 四半期純利益	10.99円	45.56円	+34.57円	68.37円	
ROE (自己資本利益率)	2.9%	11.4%	+8.5pt		

R4.3期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。  
R3.3期実績についても、当該会計基準等を遡って適用した後の金額となっております。

## エリア拡大戦略を展開

### 大幅増収・増益

#### <売上高>

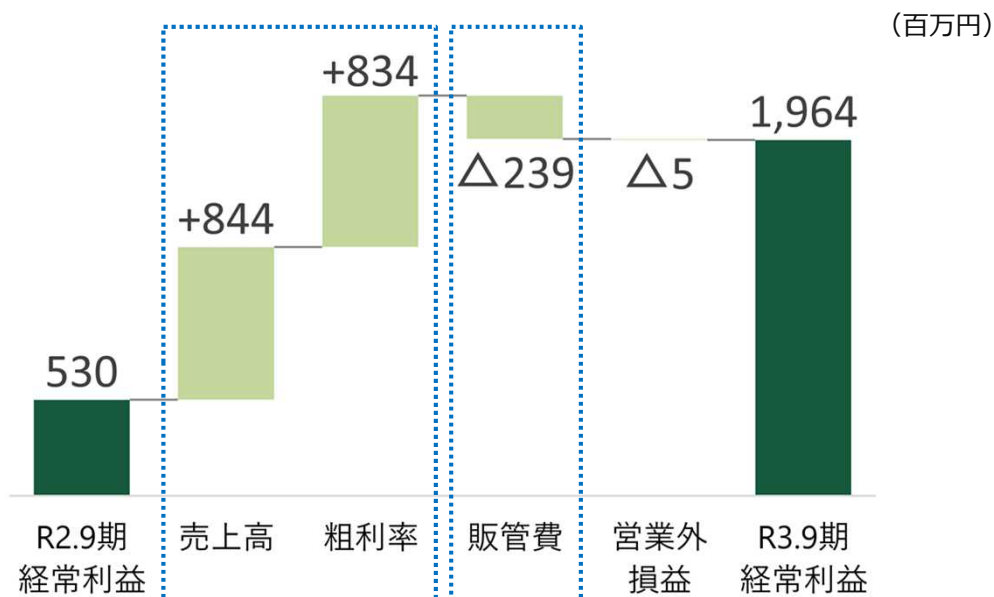
- 第2四半期における売上高は、新築住宅販売が拡大、過去最高に
- コロナ禍における生活様式の変化と需要拡大の中、首都圏(※)での販売が好調

#### <営業利益、経常利益>

- 首都圏(※)を中心に完成前の受注が増加するなど、販売効率が向上
- 旺盛な需要が、木材価格の高騰(ウッドショック)などのコスト上昇を吸収

※首都圏 (埼玉、千葉、神奈川の各県)

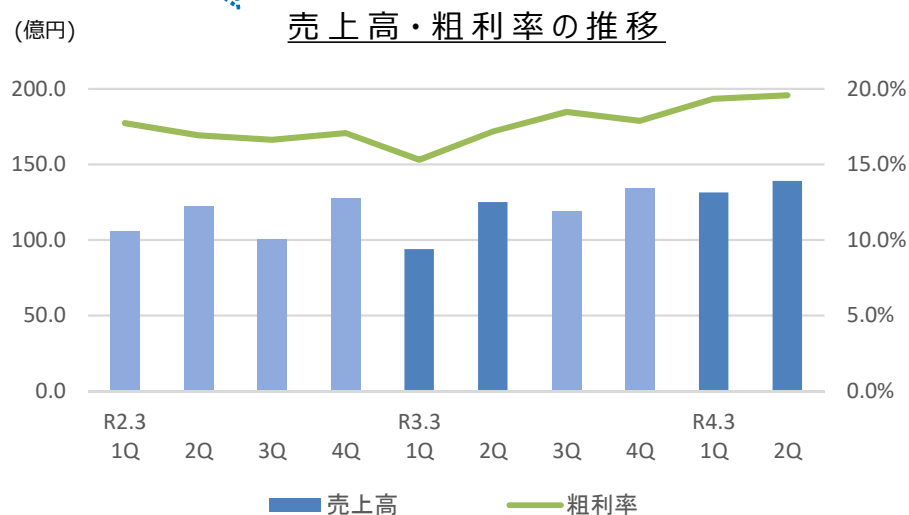
# 経常利益の増減要因



## 売上高・経常利益とも過去最高

### <売上高、粗利率>

- 首都圏の販売強化策により、売上高は感染症による影響が大きかった前年と比べ大幅増、半期で過去最高に
- 住宅取得支援策の継続とコロナ禍でニーズに変化。首都圏を中心に住宅取得意欲が高まり利益率が向上、経常利益も半期で過去最高に



### <販管費>

- 主な増加要因

	前年同期比
事業拡大に伴う人員増強	+183
WEB広告の強化	+32

# 各セグメントの状況（不動産販売）

## 不動産販売

(百万円)

	R2.9期	R3.9期	前年同期比 増減率
売上高	20,452	25,327	+23.9%
新築住宅販売	18,705	23,386	+25.0%
中古住宅販売	1,156	1,208	+4.5%
リフォーム	562	706	+25.7%
グループ内部	27	25	-10.1%
経常利益	379	1,700	+347.5%

## (1) 不動産販売

### ①新築住宅販売

- 販売棟数は756棟

(前年同期比 +114棟)

- 受注は前期後半から好調に転じ、  
第2四半期の累計販売棟数は過去最高

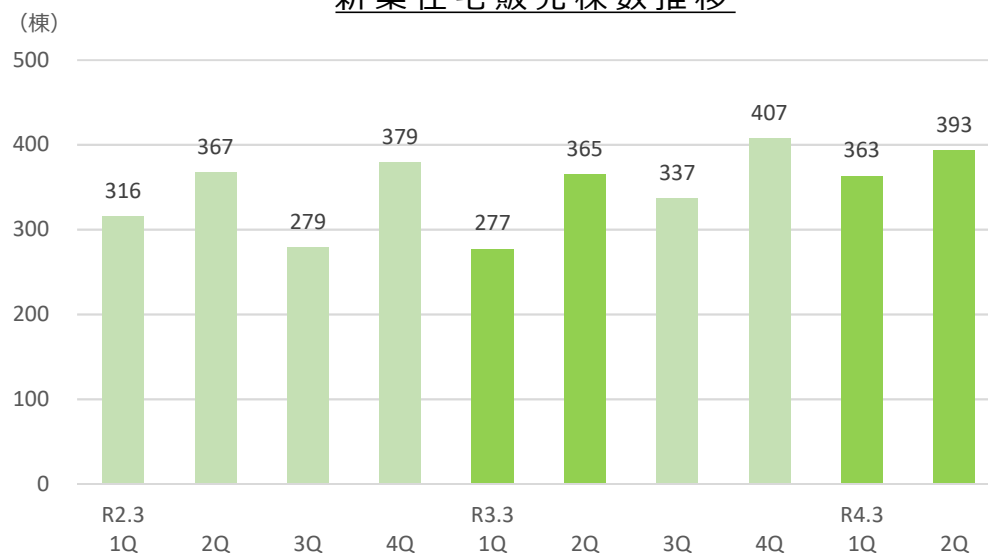
### ②中古住宅販売

- 販売棟数は75棟 (前年同期比 +8棟)
- 仕入環境は依然厳しいものの、仕入強化により在庫数は徐々に好転

### ③リフォーム

- 受注は感染症拡大前の水準にまで回復
- 感染症拡大の中、接触回避で先送りの需要が戻る

新築住宅販売棟数推移



# 各セグメントの状況（建築材料販売・不動産賃貸）

## 建築材料販売

（百万円）

	R2.9期	R3.9期	前年同期比 増減率
売上高	2,580	3,330	+29.1%
外部顧客	1,325	1,598	+20.6%
グループ内部	1,255	1,732	+38.0%
経常利益	61	174	+184.7%

## 不動産賃貸

（百万円）

	R2.9期	R3.9期	前年同期比 増減率
売上高	172	177	+3.1%
外部顧客	131	136	+3.7%
グループ内部	40	40	+0.9%
経常利益	79	63	-20.1%
（運用数量の推移）			
賃貸オフィス等（坪数）	3,003	3,628	
駐車場（車室数）	538	554	

## （2）建築材料販売

- 木材価格の高騰（ウッドショック）は、価格転嫁が進み、増収・増益に
- 輸入材は従来実績をベースに量的確保の見通し。国産材シフト（70%以上）も進む

## （3）不動産賃貸

- 賃貸資産の増加と前期の賃料減免の影響が無くなり増収、一方で計画修繕の実施で減益に
- 既存資産の稼働率向上と管理コスト低減に努める

# 貸借対照表の概要

	R3.3期	R3.9期	(百万円) 前期比 増減額
流動資産	45,377	44,881	-495
現金及び預金	13,363	11,601	-1,761
販売用不動産	30,043	30,829	+785
その他	1,969	2,450	+480
固定資産・繰延資産	12,693	12,743	+49
有形固定資産	9,632	9,794	+161
のれん	1,165	1,097	-68
その他	1,895	1,851	-43
<b>総資産</b>	<b>58,070</b>	<b>57,625</b>	<b>-445</b>
負債	34,910	33,760	-1,149
仕入債務	3,255	3,722	+467
有利子負債	29,020	27,422	-1,597
その他	2,634	2,615	-18
純資産	23,160	23,864	+703
<b>負債・純資産</b>	<b>58,070</b>	<b>57,625</b>	<b>-445</b>

## コロナ対策資金の返済を進め、 資産・負債とも減少

### <現金及び預金>

- 借入金の返済により減少（後記※）

### <販売用不動産>

- エリア拡大に伴う分譲用地の取得により増加

### <有利子負債>

- 前期に確保したコロナ対策資金を、状況の変化に合わせて返済を進め、短期借入金が増加（※）



# キャッシュ・フローの概要

(百万円)

	R2.9期	R3.9期	前年同期比 増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	612	791	+179
税引前利益	525	1,976	+1,450
棚卸資産の増減	△514	△964	-449
法人税等の支払	△492	△530	-38
その他	1,093	310	-782
投資活動による キャッシュ・フロー	△229	△247	-17
有形固定資産の取得	△196	△331	-134
その他	△33	83	+117
財務活動による キャッシュ・フロー	2,418	△2,306	-4,724
借入金・社債の増減	3,105	△1,664	-4,770
配当金の支払	△667	△700	-32
その他	△19	59	+78
現金及び現金同等物の 期末残高	13,138	11,587	-1,550

## 財務C/Fが大きくマイナス

### 感染症の状況が変化

#### <営業C/F>

- 分譲用地取得による棚卸資産の増加があったものの、四半期純利益の獲得によりプラス

#### <投資C/F>

- 事業拠点（埼玉支社）の建設、賃貸事業用資産の取得によりマイナス

#### <財務C/F>

- コロナ対策資金（前期借入）の返済及び配当金の支払いによりマイナス



## 2. 令和4年3月期決算業績予想と取り組み

令和3年4月－令和4年3月

# 業績見通し

	R3.3期 実績	R4.3期 期初計画 <small>令和3年5月10日公表</small>	R4.3期 修正計画 <small>令和3年8月4日公表</small>	前期比 増減率	(百万円)	
					R3.9時点 実績	進捗率
売上高	47,154	52,400	52,400	+11.1%	27,037	51.6%
不動産販売	44,245	49,520	49,520			
建築材料販売	2,642	2,600	2,600			
不動産賃貸	266	280	280			
営業利益	2,299	2,600	3,200	+39.2%	2,063	64.5%
経常利益	2,095	2,400	3,000	+43.1%	1,964	65.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,724	1,600	2,000	+15.9%	1,335	66.8%
1株当たり 当期純利益	59.30円	54.70円	68.37円	+9.07円		
ROE (自己資本利益率)	7.7%	6.8%	8.5%	+0.77pt		
1株当たり 年間配当金	24.00円	20.00円	24.00円			

R4.3期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。  
R3.3期実績についても、当該会計基準等を遡って適用した後の金額となっております。

## 売上高524億円、 経常利益30億円

### <販売目標棟数>

- 新築住宅 1,520棟  
(前期比 +134棟)
- 中古住宅 140棟  
(前期比 +3棟)

### <売上高・販売棟数>

- 売上高及び販売棟数は、感染症拡大前を上回る水準で推移し、半期として過去最高を更新
- 感染症再拡大や住宅取得支援策の終了等による影響が懸念されるが、引き続き増収を目指す

### <利益>

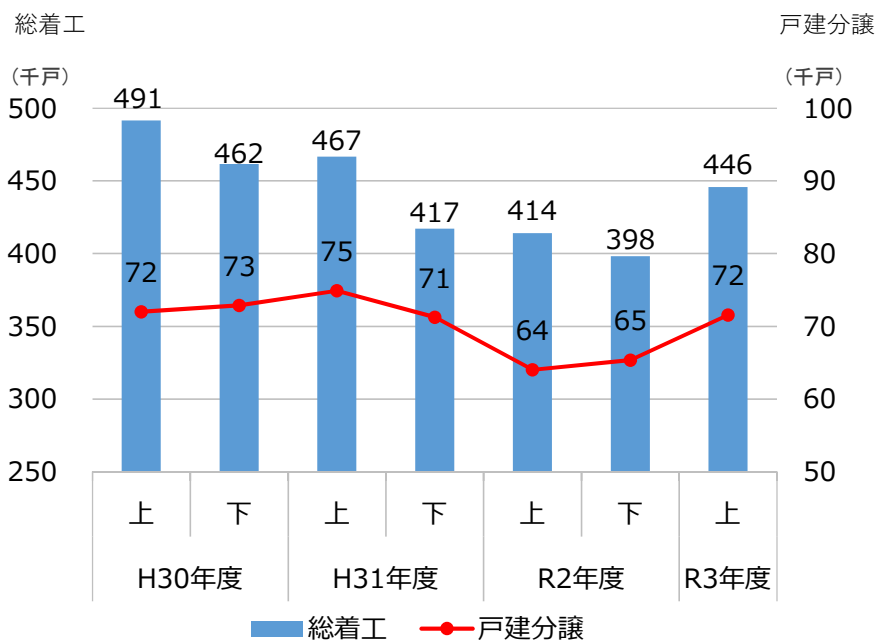
- 需要に対応した仕入・販売体制強化と利益率改善に取り組む
- 首都圏エリアの事業拡大に向けた投資は引き続き行いながら、増益を目指す

# 不動産販売 | 新築住宅販売 [環境] 1/2

## 住宅着工状況

上期：住宅着工戸数 446千戸  
前年同期比7.6%増

住宅着工数と戸建分譲戸数の推移



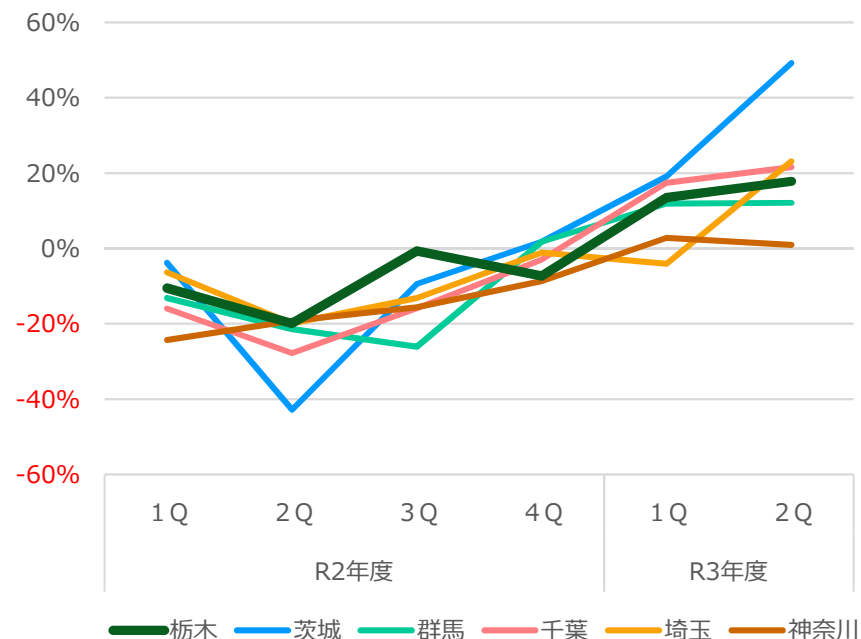
令和3年度の新設住宅着工戸数の予測は  
**828千戸**

(住宅生産団体連合会 11月発表)

## 当社エリアの分譲戸建着工状況

1Qから緩やかな回復の動きがみられ、  
感染症拡大前の水準に向けて持ち直し基調

県別戸建分譲着工数 (前年同期比)

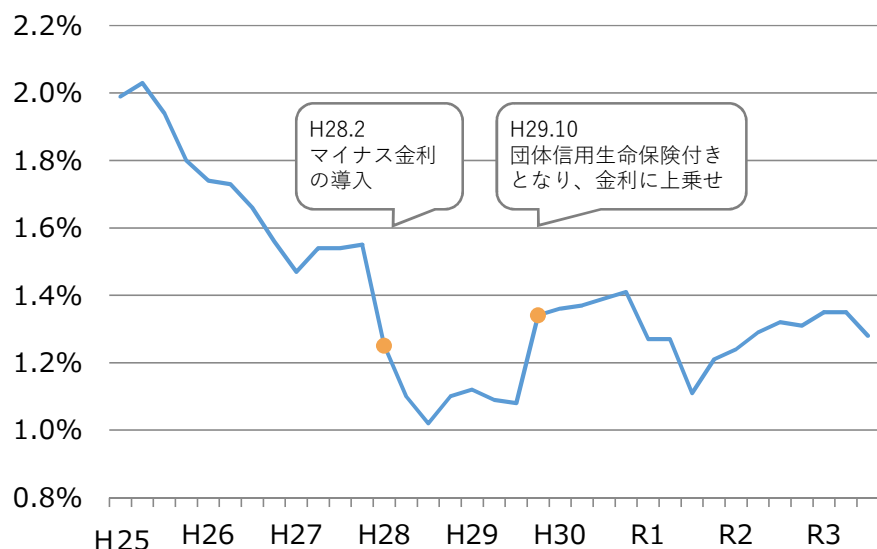


# 不動産販売 | 新築住宅販売 [環境] 2/2

## ローン金利 — 過去最低圏内 —

### 「フラット35」の金利水準は、過去最低圏内で推移

※借入期間21年以上35年以下、融資率90%以下の金利



### <返済シミュレーション>

(金利はR3.9時点)

条件	金利	月々返済
借入額 2,500万円 頭金・賞与返済なし 返済期間 35年	フラット35 1.280%	73,880円

## 住宅税制等 — 取得支援策の継続・延長検討 —

### (1) 住宅ローン減税

要件を満たし、R3.12までに入居した方が対象 (特例あり※)

住宅ローン残高限度額	4,000万円	
控除期間	1～10年目	11～13年目
住宅ローン控除額	住宅ローン残高×1%	「住宅ローン残高×1%」または「建物価格×2%÷3」の低い方

### (2) すまい給付金制度

要件を満たし、R3.12までに入居した方が対象 (特例あり※)

年収	給付基礎額
450万円以下	50万円
450万円超～525万円以下	40万円
525万円超～600万円以下	30万円
600万円超～675万円以下	20万円
675万円超～775万円以下	10万円

※ 特例：契約期限 (注文住宅：～R3.9、分譲住宅：～R3.11) を満たす場合 R4.12までに入居した方が対象

### (3) 贈与税の非課税枠

贈与年	省エネ性又は耐震性を満たす住宅	左記以外の住宅
R3.4～R3.12	1,500万円	1,000万円

### (4) グリーン住宅ポイント制度

R3.10までに契約を締結した方が対象  
高い省エネ性能を有する住宅の取得が対象となり、さまざまな商品や追加工事と交換可能なポイントが付与される  
(新築住宅の場合、要件により30～100万ポイント)

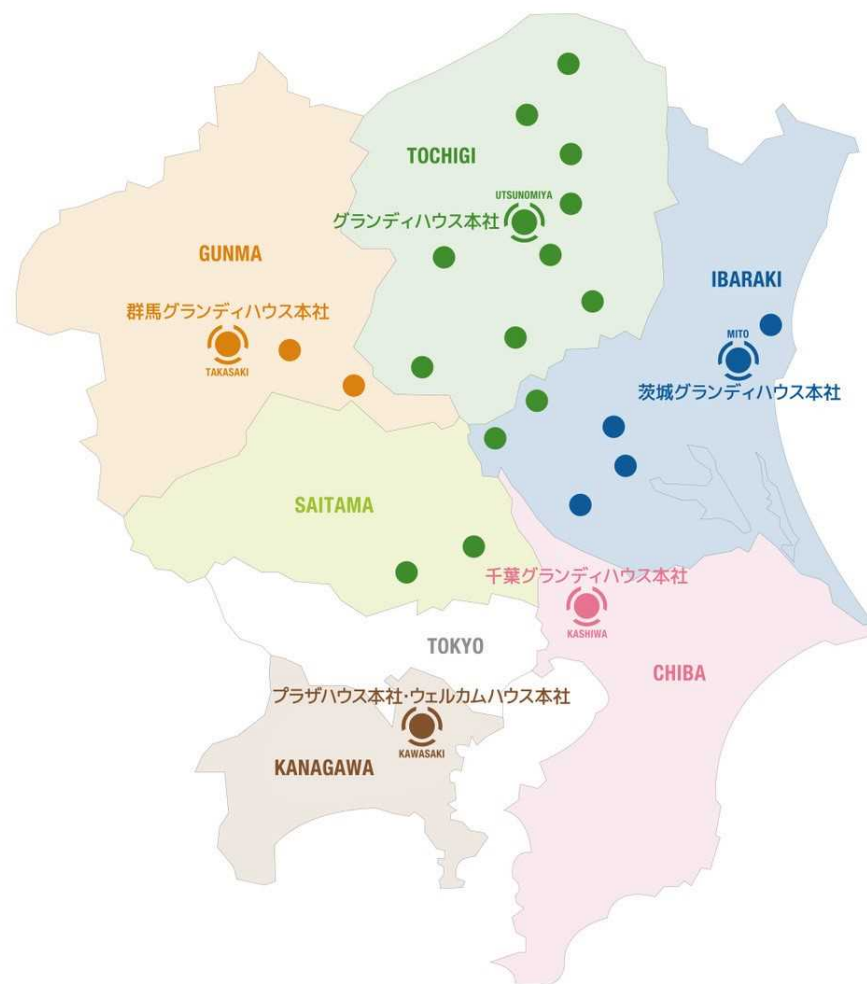
# 不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 1/5

## ◆ 重点方針 ◆

- (1) 営業エリアの拡大
- (2) 既存エリアのシェア向上
- (3) サステナビリティの取り組み

## < 新築住宅の販売計画 >

● 販売棟数	1,520棟 (前期比+134棟)
● 売上高	455億円



○印は営業拠点を示しています

# 不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 2/5

## (1) 営業エリアの拡大

### 埼玉県



埼玉支社  
新社屋

グランディハウス(株) 埼玉支社

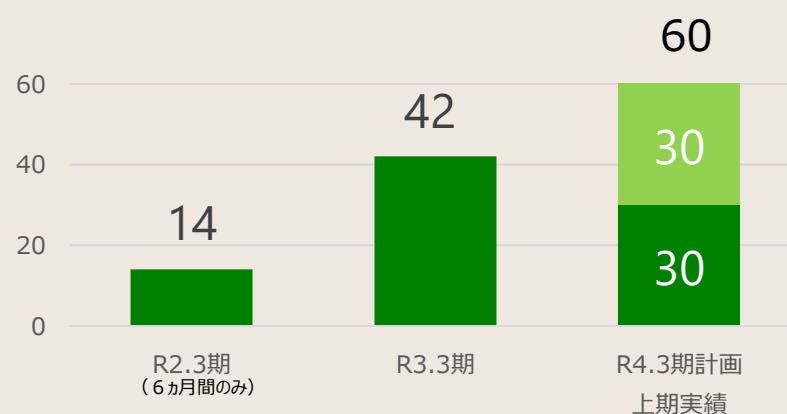
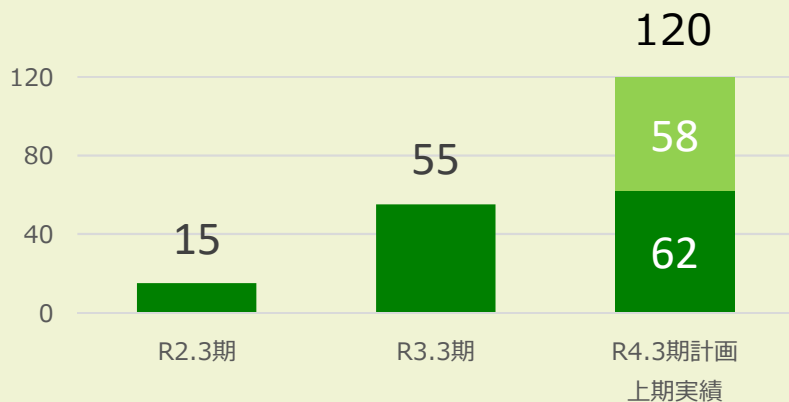
- ・平成30年11月 さいたま支店開設
- ・平成31年 4月 埼玉支社として営業活動開始
- ・令和3年 4月 ふじみ野支店開設
- ・令和3年10月 埼玉支社新社屋完成

### 神奈川県

(株)プラザハウス及び(株)ウェルカムハウス

- ・東急田園都市線沿線を中心に戸建分譲・仲介事業展開
- ・令和元年7月 M & Aにより子会社化

## 販売棟数推移



## 主な取り組み

- 販売体制を強化し、営業エリアを拡大
- 当社ブランドの認知度向上に向け広告強化
- 営業人員の増員、スキル強化

- 仕入対象エリア拡大、直接仕入強化
- グループ一貫体制に向けた自社施工化
- 開発・設計・現場管理の人材確保

# 不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 3/5

## (2) 既存エリアのシェア向上



2021年 オリコン 顧客満足度®調査

建売住宅ビルダー 北関東

2年連続、  
全評価項目

顧客満足度**第1位**

引き続きお客様満足度を高め、

一層のシェア向上を目指す

- 創立30周年キャンペーン実施
- 新CM放送
- 30周年記念スペシャルサイト開設 | 令和3年4月

▶URL : <https://www.grandy.co.jp/anniv>

## (3) サステナビリティへの取り組み

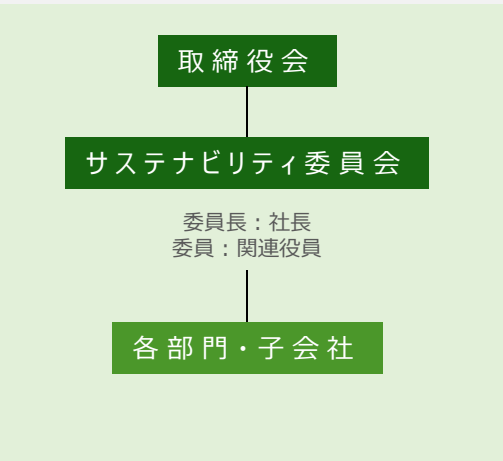
- 顧客ニーズ×社会課題  
へ対応した商品開発

- 創エネ・省エネ住宅やZEH\*など **環境志向** への対応  
\* NET ZERO ENERGY HOUSEの略称



▶ グランディハウスグループは、住まいと街づくりを通して、サステナブルな社会の実現に向けた課題に取り組んでいくことが使命と考えます

- サステナビリティ委員会設置 | 令和3年8月
- ESG/サステナビリティページ開設 | 令和3年10月





# 不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 4/5

	環境	主な取り組み																							
宅地開発	<p>土地在庫の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 住宅需要の増加を背景に積極的仕入により在庫を確保</li> <li>● 販売計画に対して来期上期分をほぼ仕入済</li> </ul> <p>(区画) 分譲用地在庫推移 (年)</p> <table border="1"> <caption>分譲用地在庫推移 (推定値)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>総区画数</th> <th>在庫年数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29.3</td> <td>2,300</td> <td>1.7</td> </tr> <tr> <td>H30.3</td> <td>2,100</td> <td>1.6</td> </tr> <tr> <td>H31.3</td> <td>2,500</td> <td>1.7</td> </tr> <tr> <td>R2.3</td> <td>3,000</td> <td>2.0</td> </tr> <tr> <td>R3.3</td> <td>2,500</td> <td>1.7</td> </tr> <tr> <td>R3.9</td> <td>2,800</td> <td>1.8</td> </tr> </tbody> </table>	年度	総区画数	在庫年数	H29.3	2,300	1.7	H30.3	2,100	1.6	H31.3	2,500	1.7	R2.3	3,000	2.0	R3.3	2,500	1.7	R3.9	2,800	1.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 首都圏でのエリア拡大と仕入の強化</li> <li>● 各エリア専任仕入担当者による地域情報の収集とスピーディーな対応を徹底し、収益力の高い分譲用地の確保</li> <li>● 仕入担当者の増強と育成</li> </ul>		
	年度	総区画数	在庫年数																						
H29.3	2,300	1.7																							
H30.3	2,100	1.6																							
H31.3	2,500	1.7																							
R2.3	3,000	2.0																							
R3.3	2,500	1.7																							
R3.9	2,800	1.8																							
住宅建築	<p>建築の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 販売好調に対応し、埼玉を中心に完成計画を前倒調整</li> <li>● ウッドショックによる木材価格高止まりは継続すると予測 → 当社における木材不足はない見込み</li> <li>● 半導体不足と東南アジア諸国の感染症拡大により住宅設備調達に納期遅延発生 → 当社では早期発注と商品構成の限定で回復傾向だが、今後の懸念材料</li> </ul>	埼玉エリア	神奈川エリア	商品企画																					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知度、商品ブランド力の向上</li> <li>● ふじみ野エリアの生産体制構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● GHグループとしての認知度、商品ブランド力の向上</li> <li>● 自社施工管理への移行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ対応の「新生活様式」を重点テーマに加え、顧客満足度の高い商品を企画</li> <li>● 環境など社会課題へ対応した商品開発、自然災害対策も継続</li> </ul>																					

# 不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 5/5

<商品面の取組例>

ソラタウンつくば松代プロジェクト (茨城県つくば市 96区画)

空とともにサステナブルな暮らしを

**WITH SKY**

96邸全てが太陽光発電システムを搭載したZEH  
(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)仕様の  
サステナビリティタウン



グランソムリエール駒生町8期プロジェクト (栃木県宇都宮市 9区画)

デザインと住み心地の両立を追求する  
グランディハウス女性アーキテクト集団  
「ハウス・ソムリエール」が  
手掛ける、五感に響く家



Landscape Design



ファミリーキャッスル今泉新町(栃木県宇都宮市)



彩りの杜新座畑中(埼玉県新座市)



Be-Trad本八幡(千葉県市川市)



藤が丘1丁目(神奈川県横浜市)

# 不動産販売 | 中古住宅販売・リフォーム [環境・取り組み]

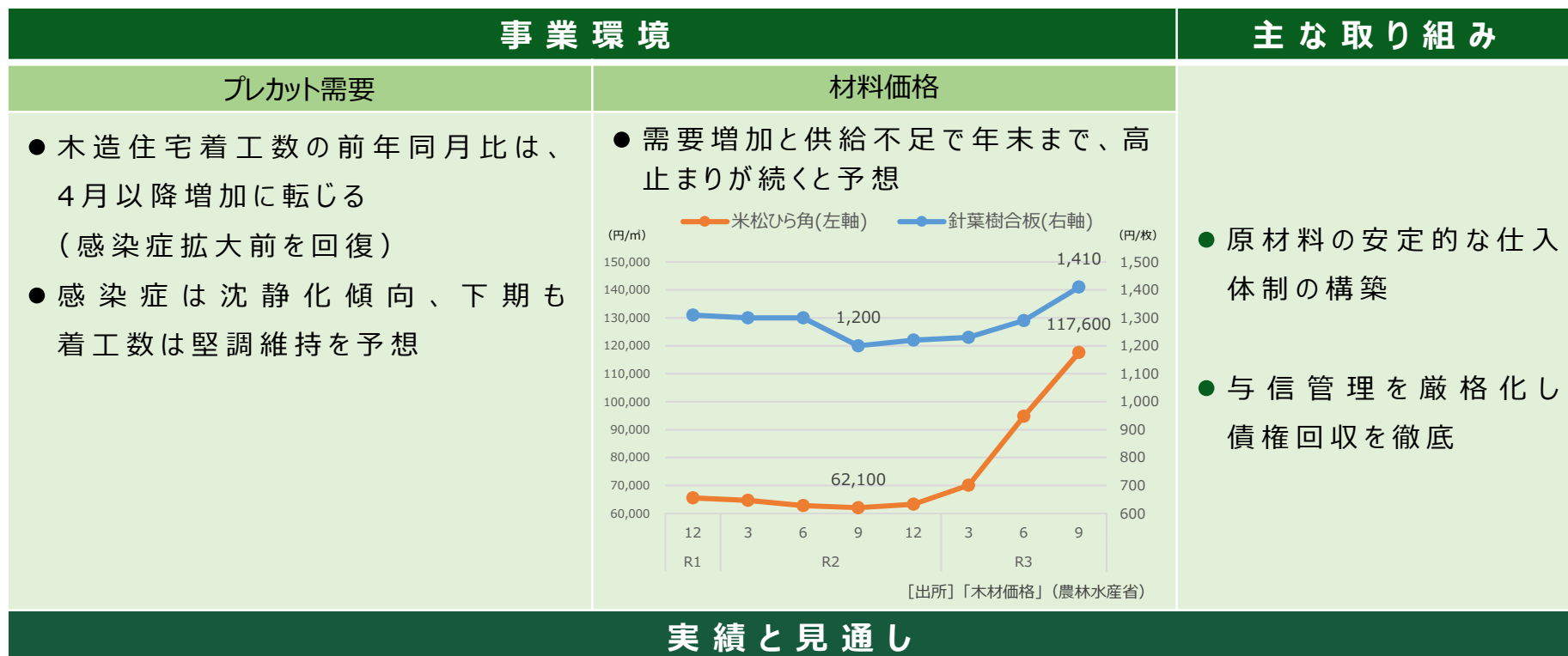
	事業環境	主な取り組み	
中古住宅事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存住宅流通及びリフォームの市場規模 (兆円)</li> </ul> <p>12      14      20</p> <p>H30      R12      長期目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 史上最低水準の金利が継続</li> <li>● 新型コロナウイルス感染症の影響は落ち着くも、他社競合の激化が継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 今期目標 販売140棟、仕入180棟</li> <li>● WEB広告の拡充により、反響中心の少人数営業スタイルの確立</li> <li>● 仲介業者との連携強化による顧客獲得</li> <li>● 販売拡大に向け、中期的に完成在庫水準90棟、年間仕入棟数200棟を目指す</li> </ul>
リフォーム事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 史上最低水準の金利のほか、リフォーム減税制度も充実</li> </ul> <p>[出所]「住生活基本計画」 (国土交通省、計画期間：令和3年度～令和12年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オーナー様向けWEBサイト「グランデスマイルクラブ」の運営強化によるアフターサービスと受注機会の拡充</li> <li>● 営業増員、新設営業拠点（茨城エリア）の強化、千葉・群馬等の新規エリアへの営業拠点展開</li> <li>● アフターサービス等の拡充のための人員増員、体制強化</li> </ul>	

## 実績と見通し（売上高）

(百万円)

	上期			通期見通し		
	R2.9期 実績	R3.9期 実績	前年同期比 増減率	R3.3期 実績	R4.3期 計画	前期比 増減率
中古住宅事業	1,156	1,208	+4.5%	2,444	2,520	+3.1%
リフォーム事業	562	706	+25.7%	1,221	1,500	+22.9%
計	1,718	1,915	+11.5%	3,665	4,020	+9.7%

# 建築材料販売 [環境・取り組み]



	上期			通期見通し		
	R2.9期実績	R3.9期実績	前年同期比増減率	R3.3期実績	R4.3期計画	前期比増減率
売上高	2,581	3,330	+29.1%	5,562	5,600	+0.7%
グループ消去	△1,255	△1,732	+38.0%	△2,613	△3,000	+14.8%
連結売上高	1,325	1,598	+20.6%	2,948	2,600	-11.8%
セグメント利益	61	174	+184.7%	225	300	+33.5%

# 不動産賃貸 [環境・取り組み]

事業環境		主な取り組み
賃貸オフィス等	駐車場	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中心部への新規出店や移転の動きにより、空室率は回復傾向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛の影響は回復傾向も、近隣との競合など厳しい状況が続く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 空室対策として、近隣テナントへのアプローチ、仲介業者への営業強化</li> <li>● 退店防止として、困窮テナントへの賃料減免支援、運営コストの見直し、サービス向上・設備更新</li> <li>● 駐車場の稼働率向上のため、提携先の開拓、最適料金の調査・設定</li> </ul>
実績と見通し		

新規取得資産等により増収も、修繕費等の費用増加により、減益の見込み (百万円)

	上期			通期見通し		
	R2.9期実績	R3.9期実績	前年同期比増減率	R3.3期実績	R4.3期計画	増減率
売上高	172	177	+3.1%	347	360	+3.7%
グループ消去	△40	△40	+0.9%	△80	△80	+0.0%
連結売上高	131	136	+3.7%	266	280	+5.3%
セグメント利益	79	63	-20.1%	153	145	-5.2%
(運用数量の推移)						
賃貸オフィス等(坪数)	3,003	3,628				
駐車場(車室数)	538	554				

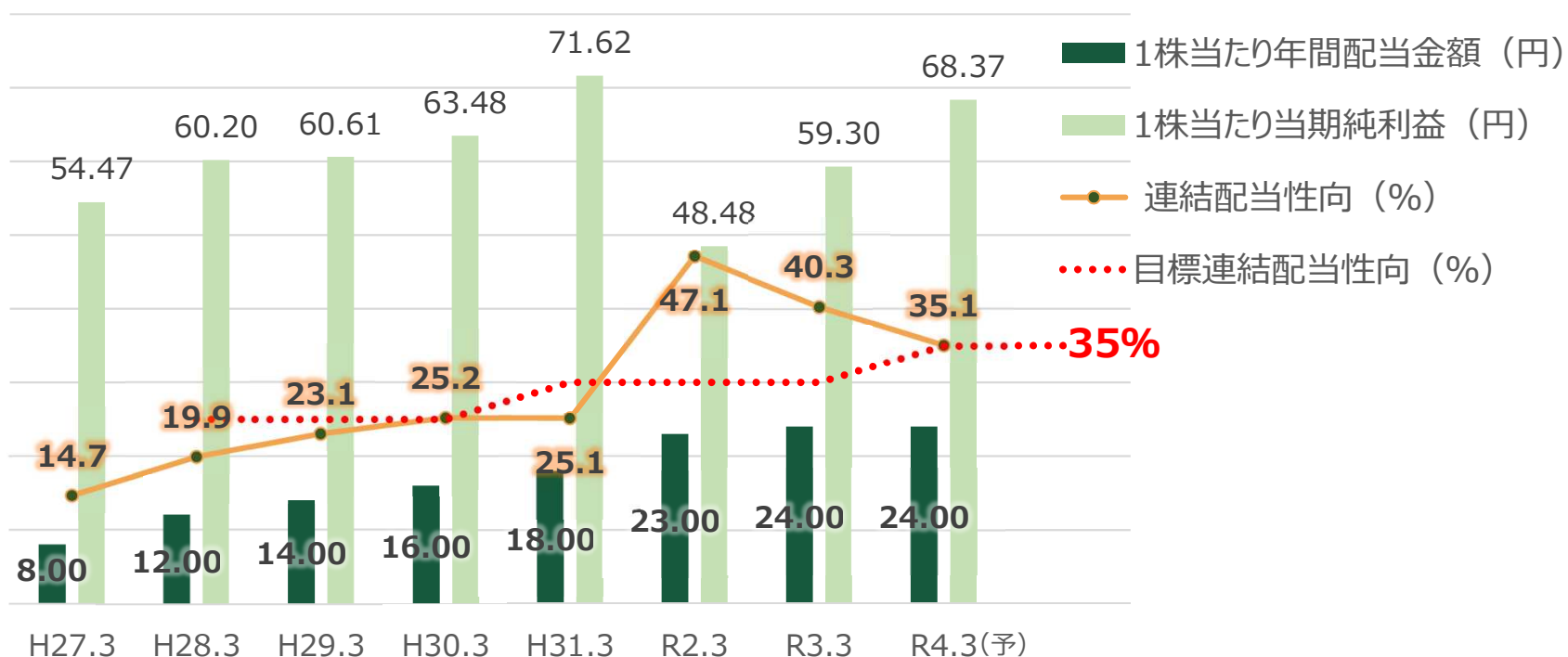
# 株主還元策

## 配当方針

業績に応じた配当を基本とし

**連結配当性向 35%（5pt.引き上げ）** を目標とする

- 令和4年3月期の配当金額は、1株当たり24円を予定
- 第三次中期経営計画期間（期間令和4年3月期－令和6年3月期）の連結配当性向は、35%を目標とする



## 自己株式の取得

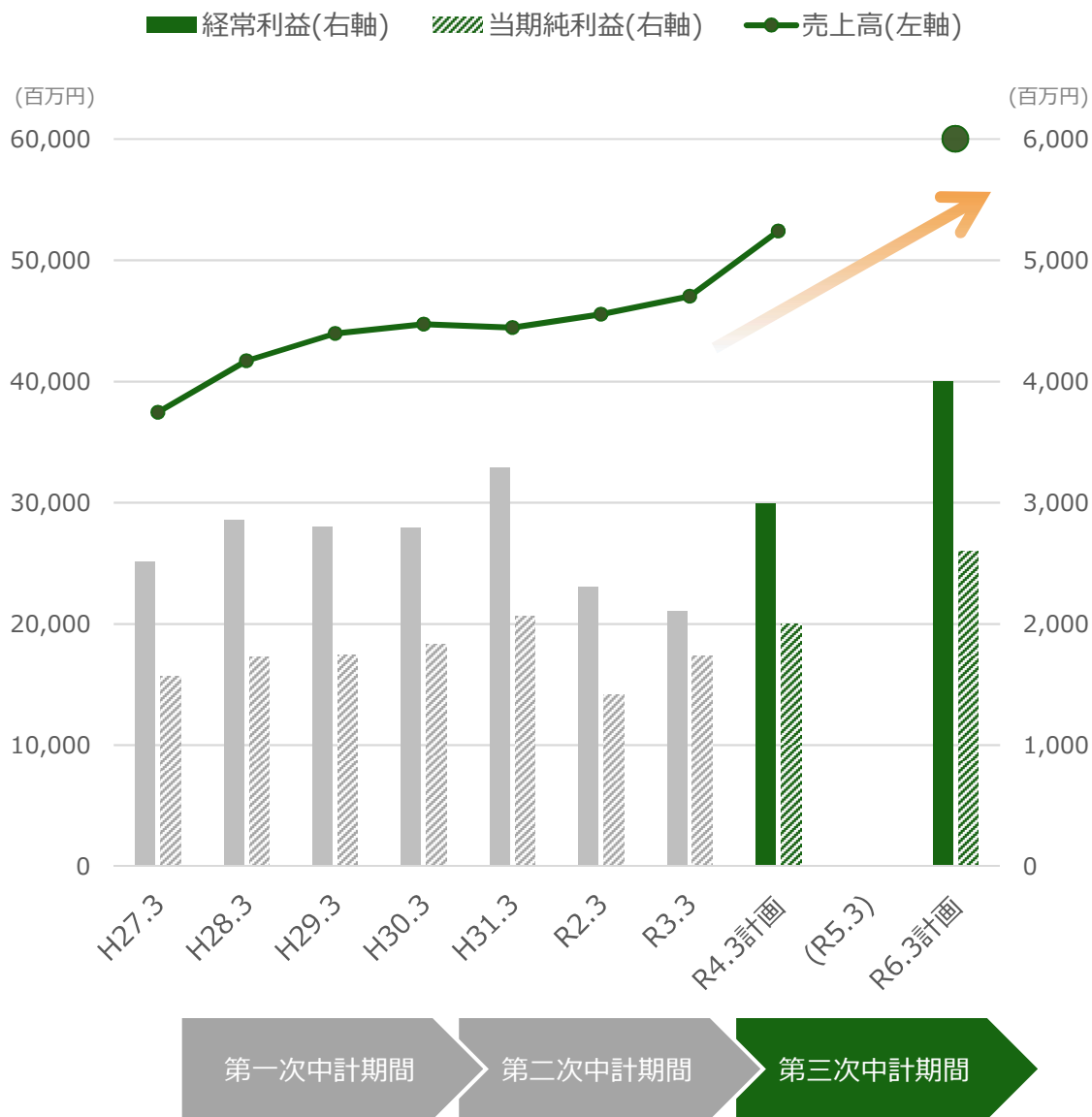
時機及び財政状態に応じて実施

- 保有自己株式は、ストックオプション（平成26年7月14日発行）の権利行使に充当



### 3. 第三次中期経営計画 令和4年3月期－令和6年3月期

# 第三次中期経営計画の位置づけ・第二次中計の総括



第二次中期経営計画 平成31年3月期-令和3年3月期の総括				
基本方針		結果		
[1]	コア事業（新築住宅販売）を強化して持続的な成長を目指す	<ul style="list-style-type: none"> <li>コア事業である不動産販売事業の成長を加速させるとともに、持続的な成長を支える経営基盤の強化に取り組む</li> </ul>		
[2]	ストックビジネス（中古住宅流通・リフォーム事業）の強化による事業拡大を目指す	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存エリアのシェアを維持・向上し、埼玉県および神奈川県へ新たに営業エリアを拡大したことで、売上高および新築住宅の販売棟数はいずれも過去最高</li> </ul>		
[3]	事業拡大を支える強い組織・体制づくりに取り組み、安定した経営基盤を構築する	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和元年東日本台風による広域浸水被害に伴う需要冷え込みと、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う経済活動の停滞が影響し、経営目標は未達成</li> </ul>		
[4]	コーポレートガバナンスの強化に努め、企業価値の増大を目指す			
経営目標 (百万円)				
	H30.3期実績	R3.3期計画	令和3年3月期実績	計画比
売上高	44,726	55,000	<b>47,024</b>	85.5%
営業利益	2,695	3,350	<b>1,958</b>	58.4%
経常利益	2,796	3,500	<b>2,106</b>	60.2%
当期純利益	1,827	2,290	<b>1,732</b>	75.6%
ROE	9.8%	8.0%以上	<b>7.7%</b>	▲0.3pt



# 第三次中期経営計画 令和4年3月期-令和6年3月期

令和3年8月4日公表

大きく変化している経営環境を当社グループが大きく成長するための機会ととらえ、引き続き持続的な成長のための事業基盤強化に取り組むとともに、持続可能な社会の発展に向けた取り組みを強化し、さらなる企業価値の向上に努める

経営目標	経営指標	令和3年3月期 実績	令和4年3月期 修正計画	令和6年3月期 計画	令和3年3月期比
	売上高	471億円	524億円	600億円	127.4%
経常利益	20億円	30億円	40億円	200.0%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	17億円	20億円	26億円	152.9%	
ROE	7.7%	8.5%	9.5%	+1.8pt	



## 経営戦略

[ 1 ]

### 新築住宅販売事業の 持続的な成長に向けた 事業基盤の強化と 事業エリアの拡大

- 成長性の高い東京・埼玉・千葉・神奈川エリアの事業拡大に向けた経営資源の重点的配分
- グループ一貫体制を含むサプライチェーン強化による、調達の安定性、生産性の向上
- 新たな生活様式や環境課題に対応した、より付加価値の高い住環境の開発
- グループの成長を加速させるための、M & Aを含む戦略的投資の実行

[ 2 ]

### 住宅ストック事業の 規模拡大、 新築住宅販売事業との 相乗効果の最大化

- 中古住宅販売事業における新規エリアへの事業拡大
- 築年数を重ねたOB顧客の増加や住宅ストック市場の活性化に対応する、エネルギー性能の向上や災害へのレジリエンス強化等、住宅価値向上型リフォームの強化

[ 3 ]

### 中長期的な 企業価値向上のための サステナビリティ（ESG）課題 への対応強化

- 環境負荷軽減に向けたサプライチェーンのトレーサビリティ向上
- 循環型社会の実現に向けた、住宅ストック事業の規模拡大とサービスの強化
- 持続的な事業拡大のための人的資本への投資拡大と多様性の強化
- プライム市場において求められる高い水準でのガバナンス体制の構築

# 経営戦略 [ 1 ]

## 新築住宅販売事業の持続的な成長に向けた事業基盤の強化と事業エリアの拡大

### 重点戦略

成長性の高い東京・埼玉・千葉・神奈川エリアの事業拡大に向けた経営資源の重点的配分

#### 1. 首都圏エリア（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）での事業拡大を目指す

- 東京都を除く首都圏3県への進出済、東京都を含む首都圏エリアでの事業拡大を成長戦略として取り組む

順次出店を進め、営業エリアの拡大を目指す

#### 2. 北関東エリア（栃木県・茨城県・群馬県）での持続的なシェア向上に取り組む

- 各県の主要エリアに展開済み、認知度・信頼度とも一定程度の評価

引き続きお客様満足度を高め、一層のシェア向上を目指す

### 重点戦略

グループ一貫体制を含むサプライチェーン強化による、調達の安定性、生産性の向上

新たな営業エリアにおいて、グループ一貫体制に裏付けられた「安心・安全」と高付加価値商品（街並み・住まい）の提供体制を早期に構築、確立を目指す

- 用地仕入れ、建築（大工職等外注先確保）など生産体制の整備

サプライチェーン	事業用地	企画開発	販売	お客様	アフター	
販売(後)までの流れ	 土地の取得	 企画	 宅地造成 建物施工	 営業活動	 お引渡し	 定期点検等
調達先等	・地域の地権者等	・自社および設計会社等	・造成業者(当社管理) ・建材等製造会社 ・下請施工業者(当社管理)	・自社および仲介会社		・自社

### 重点戦略

新たな生活様式や環境課題に対応した、より付加価値の高い住環境の開発

#### 顧客ニーズと社会課題に対応した商品開発に取り組む

- ① 暴風や豪雨からの被害を減災する取り組みや、レジリエンスのある家づくり、街づくりに取り組む
- ② 防犯に強い家づくり、街づくりを進める
- ③ 創エネ・省エネ住宅やZEH（ゼロエネルギー住宅）などの環境志向に応える商品開発・販売

### 重点戦略

グループの成長を加速させるための、M & Aを含む戦略的投資の実行

#### 第三次中期経営計画・経営戦略（新築住宅販売・ストック事業）を強化・加速するためのM & A

- 当社営業エリアおよびその周辺の住宅関連をターゲット、投資枠等の設定なし

事業基盤をさらに強化し、新規エリアの拡大を加速させ、更なる成長を目指す

## 経営戦略 [2]

### 住宅ストック事業の規模拡大、新築住宅販売事業との相乗効果の最大化

重点  
戦略

中古住宅販売事業における新規エリアへの  
事業拡大

#### 中古住宅販売事業

中古住宅流通市場はコロナ禍で首都圏を中心に旺盛な需要継続

- ① 「買取－再生－販売の事業モデル」の優位性を活かした競争力ある商品（デザインリフォーム住宅）の提供
- ② 仲介業者との連携強化やインターネットの活用など、仕入・販売体制を強化し業容の拡大を目指す
- ③ 新築住宅の営業エリアを主体に、競売等の利用でより広範囲（中部圏等）での物件取得

重点  
戦略

築年数を重ねたOB顧客の増加や住宅ストック市場の活性化に対応する、エネルギー性能の向上や災害へのレジリエンス強化等、住宅価値向上型リフォームの強化

#### リフォーム事業

1万9千棟(累計販売棟数)超のOB客を確実に取り込める体制構築に向け

- ① 地域密着の営業拠点網づくりを進め、メンテナンス・リフォーム営業を強化
- ② 「太陽光発電＋蓄電池」を主力に環境関連の商材の受注増加を目指す

エコ、エシカルなど需要層の意識の変化と住宅ストックの増加を背景に、  
拡大するストック需要の取り込みを図る

## 経営戦略 [ 3 ]

### 中長期的な企業価値向上のためのサステナビリティ（ESG）課題への対応強化

#### 重点戦略

#### 環境負荷軽減に向けた サプライチェーンのトレーサビリティ向上

「サステナブル調達方針」を定め、サプライヤーと協働して責任ある調達活動を実施

- 建材等の調達は、本社で一括購買し、一元的にマネジメント
- 森林破壊や森林環境に配慮した調達（全量を合法木材、国産や地産地消による木材使用促進）
- 宅地造成、建築施工等は、当社社員が直接現場で管理する責任施工体制
- 販売後のアフターメンテナンスまでの一貫体制によりマネジメント

#### 重点戦略

#### 循環型社会の実現に向けた、 住宅ストック事業の規模拡大とサービスの強化

「グランディハウスグループ環境方針」において「循環型社会への寄与」を定め、住宅事業の各段階で資源の有効活用を推進

- 住宅建替サイクルの長期化、建築廃棄物の抑制 | 「耐久性」「耐震性」「維持管理・更新への配慮」などの項目を最高等級とし、引渡し後の保証制度充実
- 永く住み続ける家・サポート体制 | 30年サポートシステムおよび20年保証システムによる安心に加え、リフォームのご要望にも対応
- 住宅ストック活用型社会への転換 | 中古住宅の流通事業と住宅のメンテナンス・リフォーム事業を行い、環境負荷低減に貢献

#### 重点戦略

#### 持続的な事業拡大のための 人的資本への投資拡大と多様性の強化

##### 1. ダイバーシティの推進

- 女性の活躍推進、障がい者雇用の推進、シニア人材の活躍推進

##### 2. 働き方改革

- 仕事と育児の両立支援、健康経営

##### 3. 人材育成

- 研修（OJT、OFF-JTと自己啓発、ジョブローテーション）、資格取得の支援

#### 重点戦略

#### プライム市場において求められる 高い水準でのガバナンス体制の構築

『新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書』基本方針と取組・プライム市場に求められるCGコードCの適用に向けた取組を着実に実施

持続的な成長に向けて経営基盤を強化するとともに、  
当社グループの活動基盤をなすステークホルダーとの協働や地球環境問題の改善に努めるべく、  
企業価値を向上させるサステナビリティ（ESG）課題への取り組みを強化

# 資本政策及び利益配分の基本方針

事業拡大のために必要な資金が効率的かつ安定的に確保されるよう、適切な水準に維持

金融情勢の悪化など資金調達上のリスクを勘案するとともに、資本の効率性も十分に考慮して決定

株主資本と負債のバランス

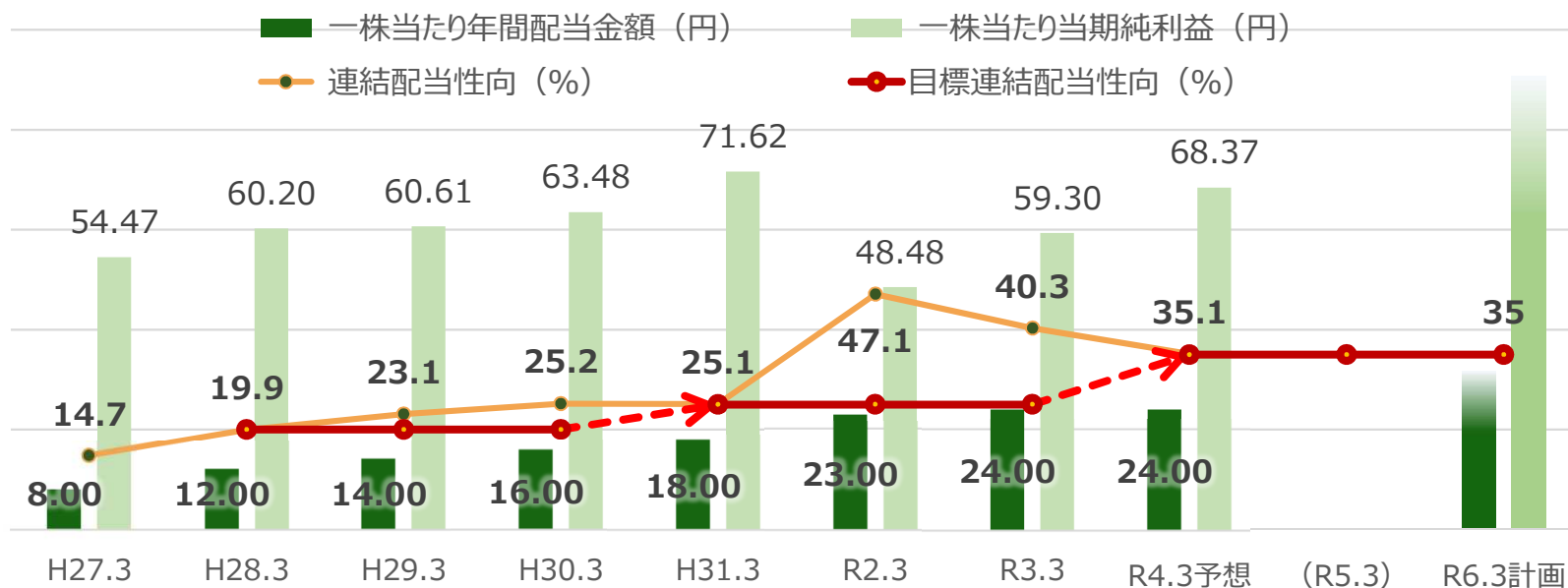
企業価値の継続的な向上を目指す

株主資本や手元流動性の水準

配当政策

利益還元を積極的に行うことを経営上の重要課題の一つとして位置付け

**連結配当性向35%** を目標として業績に応じた配当政策を実施するとともに、その向上に努める



# お問い合わせ先

グランディハウス株式会社 管理部 I R担当

T E L 028-650-7768 F A X 028-650-7782



## 【 注 意 事 項 】

本資料は、当社が信頼できると判断した情報に基づいて作成しておりますが、当社がその正確性を保証するものではありません。また、本資料中には、将来の予測に関する内容が含まれていますが、これらは現在入手可能な情報を基に、当社の判断および仮定を加えたものであり、その不確定性及び今後の事業環境の変化等、様々な要因によって実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があります。当社は、将来予測に関するいかなる内容についても、改訂する義務を負うものではありません。