



グランディハウス株式会社

東 証 プ ラ イ ム
証券コード 8999

決算説明資料

令和4年3月期



令和4年6月1日

目 次

1. 令和4年3月期決算概要
2. 令和5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の進捗
令和4年3月期－令和6年3月期

* 表紙の写真 | ソラタウンつくば松代



1. 令和4年3月期決算概要

令和3年4月－令和4年3月

当期業績

単位 百万円	R3.3期	R4.3期	前期比 増減率	業績予想 2/7修正	業績予想比 増減率
売上高	47,154	54,884	+16.4%	54,000	+1.6%
不動産販売	44,244	51,024	+15.3%		
建築材料販売	2,642	3,577	+35.4%		
不動産賃貸	266	282	+6.0%		
営業利益	2,299	4,022	+74.9%	4,000	+0.6%
経常利益	2,095	3,810	+81.8%	3,800	+0.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,724	2,583	+49.8%	2,500	+3.3%
1株当たり 当期純利益	59.30円	88.06円	+28.76円	84.70円	+3.36円
ROE (自己資本利益率)	7.7%	10.9%	+3.3pt		
1株当たり 配当額	24円	30円	+6円		
連結配当性向	40.5%	34.1%	△6.4pt		

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、利益とも過去最高を更新 累計販売棟数は、2万棟超に

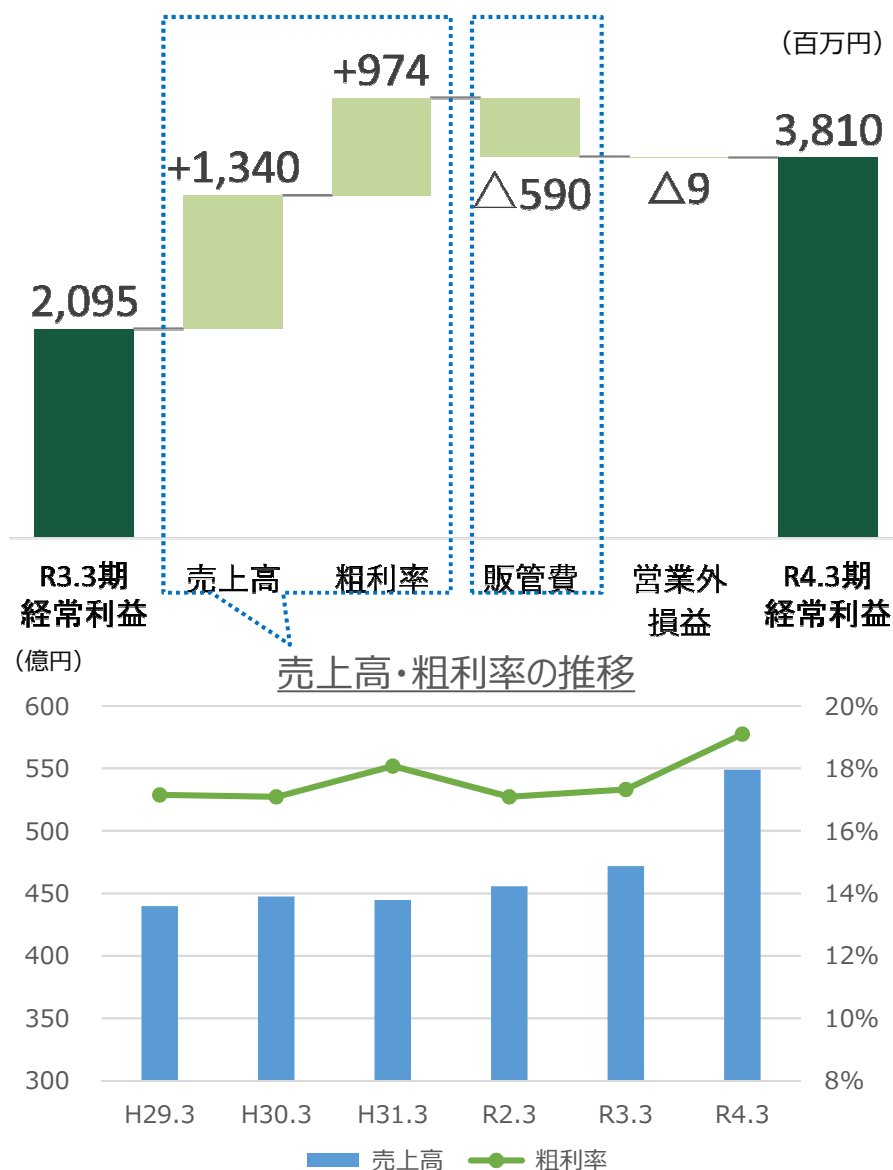
<売上高>

- コロナ禍での生活様式の変化を背景に
住宅需要は好調に推移し、不動産販売、
建築材料販売とも過去最高

<営業利益、経常利益>

- 好調な需要の中、完成前の受注増加や商
談の早期化など、販売効率が向上
- 旺盛な需要とコストダウンの取り組みで、
原材料等の上昇分を吸収

経常利益の増減要因



増収と利益率の改善で経常利益は過去最高に

<売上高、粗利率>

- 新築住宅販売は、首都圏エリアの営業体制を強化し過去最高
- 建築材料販売は、住宅需要の高まりの中、プレカット材が好調に推移
木材価格の上昇は販売価格の調整が進む
- コロナ禍でのニーズの変化を背景に戸建住宅需要が好調に推移

<販管費>

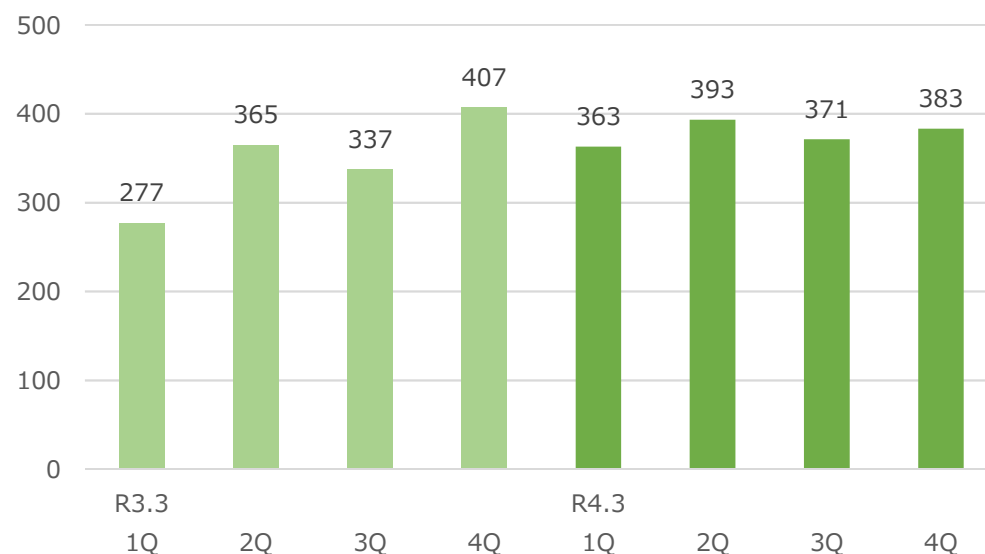
- | | |
|----------|----------------------|
| ● 主な増加要因 | 前期比(百万円) |
| 人件費 | ・事業拡大に伴う人員増強 +182 |
| | ・昇給、インセンティブ等の増加 +213 |
| 広告費 | ・WEB広告の強化 +77 |

各セグメントの状況（不動産販売）

不動産販売

単位 百万円	R3.3期	R4.3期	前期比増減率
売上高	44,300	51,074	+15.3%
新築住宅販売	40,578	47,037	+15.9%
中古住宅販売	2,444	2,465	+0.9%
リフォーム	1,221	1,521	+24.6%
グループ内部	55	50	△10.1%
経常利益	1,734	3,272	+88.7%

新築住宅販売棟数推移



（１）不動産販売

①新築住宅販売

- 販売棟数は1,510棟（前期比 + 124棟）と過去最高を記録
- 関東全都県での販売がスタートし、順調にエリア拡大。特に首都圏エリアにおける販売が好調

②中古住宅販売

- 販売棟数は148棟（前期比 + 11棟）
- コロナ禍において中古住宅への需要は高く、販売価格は上昇傾向
- 競合激化により仕入環境は依然厳しいものの、仲介業者との連携強化等でカバー

③リフォーム

- 感染症拡大の中、接触回避のため先送りされていた需要が戻る
- 受注は感染症拡大前の水準にまで回復

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

単位 百万円	R 3.3期	R 4.3期	前期比増減率
売上高	5,561	7,675	+38.0%
外部顧客	2,642	3,577	+35.4%
グループ内部	2,919	4,097	+40.4%
経常利益	224	405	+80.7%

不動産賃貸

単位 百万円	R 3.3期	R 4.3期	前期比増減率
売上高	347	363	+4.6%
外部顧客	266	282	+6.0%
グループ内部	80	81	+1.3%
経常利益	153	118	△23.1%

（運用数量の推移）

賃貸オフィス等（坪数）	3,102	3,433
駐車場（車室数）	578	574

（2）建築材料販売

- 新設木造住宅の着工戸数は好調に推移
- 木材価格の高騰や流通不足（ウッドショック）については、サプライチェーンの強化による量的確保と、受注価格の適正化で対応し、大幅に増収増益

（3）不動産賃貸

- 賃貸資産の増加や既存資産の稼働率向上に取り組み増収
- 定期修繕の前倒しなどで管理費用が増加したことにより減益

貸借対照表の概要

単位 百万円	R3.3期末	R4.3期末	前期末比増減額
流 動 資 産	45,377	47,754	+2,377
現金及び預金	13,363	11,098	△2,265
販売用不動産	30,043	34,227	+4,183
その他	1,969	2,429	+459
固定資産・繰延資産	12,693	13,147	+454
有形固定資産	9,632	10,041	+408
のれん	1,165	1,028	△137
その他	1,895	2,077	+182
資 産 合 計	58,070	60,901	+2,831
負 債	34,910	36,241	+1,331
仕入債務	3,255	3,870	+614
有利子負債	29,020	28,909	△111
その他	2,634	3,462	+827
純 資 産	23,160	24,660	+1,499
負債純資産合計	58,070	60,901	+2,831

エリア拡大に伴う分譲用地の取得等により資産・負債が増加

<資産>

現金及び預金

- 前期に借入れた新型コロナウイルス対策資金の返済を進めたこと等により減少

販売用不動産

- 事業エリア拡大に伴い、首都圏エリアなど高価格帯の分譲用地取得等により増加

<負債>

- 事業拡大に伴う販売用不動産の増加で、工事費等の仕入債務が増加

キャッシュ・フローの概要

単位 百万円	R3.3期	R4.3期	前期比増減額
営業活動による キャッシュフロー	3,481	△444	△3,925
税引前利益	2,657	3,811	+1,154
棚卸資産の増減	564	△4,461	△5,026
法人税等の支払	△945	△819	+125
その他	1,204	1,025	△179
投資活動による キャッシュフロー	△410	△481	△71
有形固定資産の取得	△365	△710	△344
その他	△44	228	+272
財務活動による キャッシュフロー	△58	△1,339	△1,280
借入金・社債の増減	581	△222	△803
配当金の支払	△668	△701	△32
自己株式の取得	－	△700	△700
その他	28	285	+257
現金及び現金同等物期末残高	13,349	11,083	△2,265

事業拡大に伴う支出が増加

<営業C/F>

- 税金等調整前当期純利益の獲得の一方で
エリア拡大に伴う棚卸資産の取得による
支出増によりマイナス

<投資C/F>

- 事業拠点（埼玉支社）の建設及び賃貸
事業資産の取得によりマイナス

<財務C/F>

- 配当金の支払い及び「E-Ship」(※)導入
による自己株式の取得等によりマイナス

※E-Ship 信託型従業員持株インセンティブ・プラン



2. 令和5年3月期決算業績予想と取り組み

令和4年4月－令和5年3月

業績見通し

単位 百万円	R3.3期 実績	R4.3期 実績	R5.3期 計画	前期比 増減率
売上高	47,154	54,884	58,000	+5.7%
不動産販売	44,244	51,024	54,110	+6.0%
建築材料販売	2,642	3,577	3,600	+0.6%
不動産賃貸	266	282	290	+2.8%
営業利益	2,299	4,022	4,070	+1.2%
経常利益	2,095	3,810	3,820	+0.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,724	2,583	2,600	+0.6%
1株当たり 当期純利益	59.30円	88.06円	89.95円	+1.89円
ROE (自己資本利益率)	7.7%	10.9%	11.0%	+0.1pt
1株当たり 配当額	24円	30円	32円	+2円
連結配当性向	40.5%	34.1%	35.6%	+1.5pt

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。

**売上高 580 億円、
経常利益 38 億円**

<販売目標棟数>

- 新築住宅 1,610 棟
(前期比 +100 棟)
- 中古住宅 158 棟
(前期比 +10 棟)

<売上高・販売棟数>

- 感染症の収束や景気の先行など不確定要素が多いものの、首都圏を中心とした戸建住宅の需要は底堅い見通し、増収を目指す

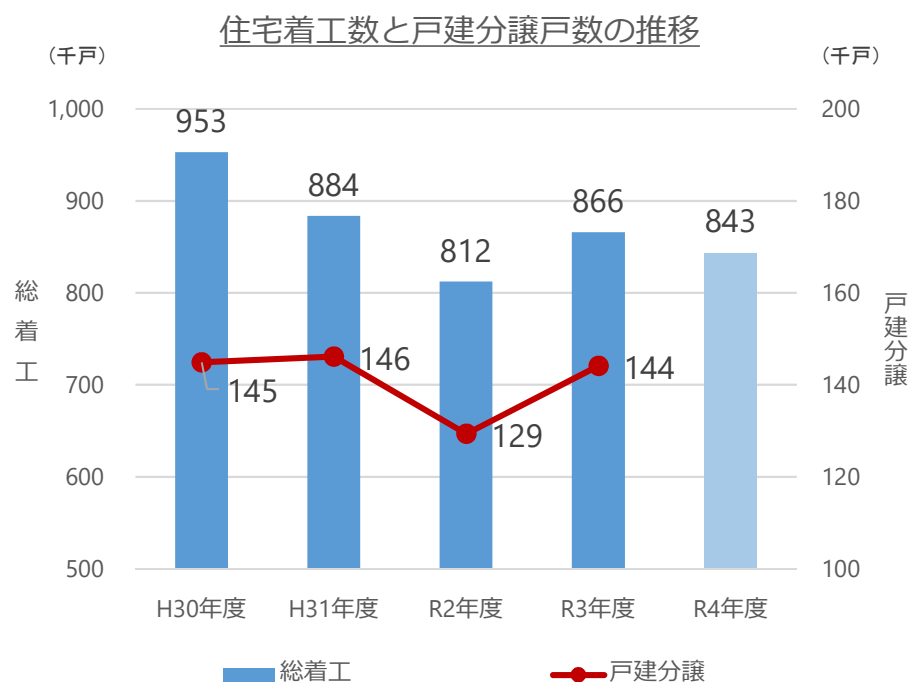
<利益>

- 首都圏エリアの土地価格高騰や原材料費の値上がりの影響等により、営業利益・経常利益は微増となる見込み

不動産販売 | 新築住宅販売 [環境] 1/2

住宅着工状況

通期：住宅着工戸数 866千戸
前期比6.6%増

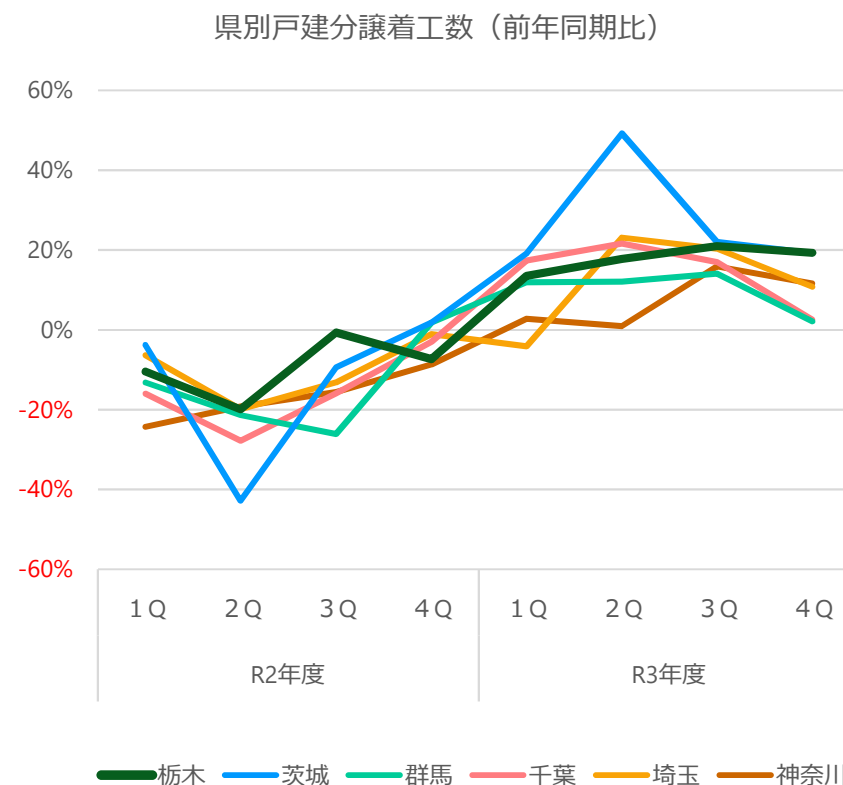


令和4年度の新設住宅着工戸数の予測は
843千戸

(住宅生産団体連合会 5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

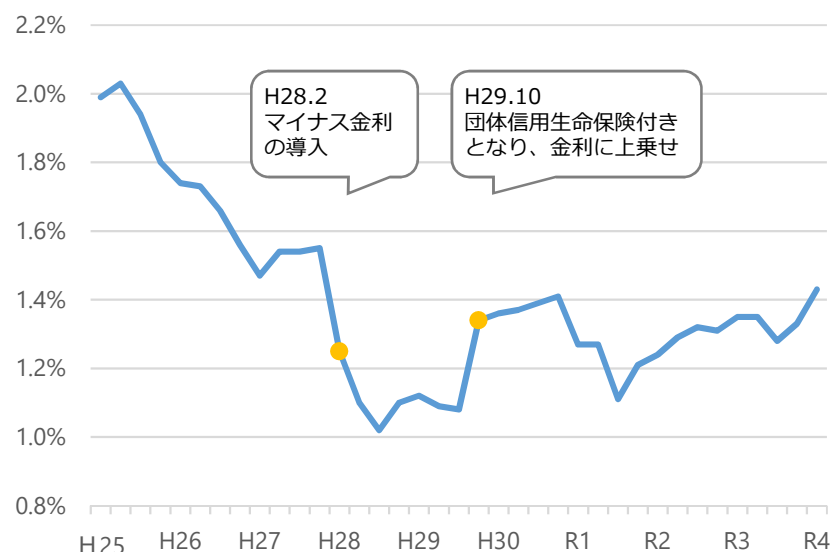


不動産販売 | 新築住宅販売 [環境] 2/2

ローン金利

「フラット35」の金利は上昇の兆しも依然低水準で推移

※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R4.3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 1.430%	75,690円

住宅税制等 — 令和4年度税制改正 —

住宅ローン減税

居住年	R4.1～R5.12	R6.1～R7.12
住宅ローン残高限度額	3,000万円	2,000万円
控除期間	13年間	10年間
住宅ローン控除額	住宅ローン残高×0.7%	
所得上限	2,000万円	

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
R4.1～R5.12	1,000万円	500万円

こどもみらい住宅支援事業

子育て世帯や若者夫婦世帯による高い省エネ性能を有する新築住宅の取得や住宅の省エネ改修等をする場合、住宅の省エネ性能やリフォーム箇所に応じた金額を補助します。

子育て世帯：H15.4.2日以降に出生した子を有する世帯
若者夫婦世帯：夫婦いずれかがS56.4.2以降に生まれた世帯

新築住宅の場合

対象住宅	補助額
①ZEH、NearlyZEH、ZEHReady、ZEHOriented	100万円/戸
②高い省エネ性能等を有する住宅	80万円/戸
③省エネ基準に適合する住宅	60万円/戸

契約期限：①②R5.3.31③R4.6.30
交付申請期限：R5.3.31

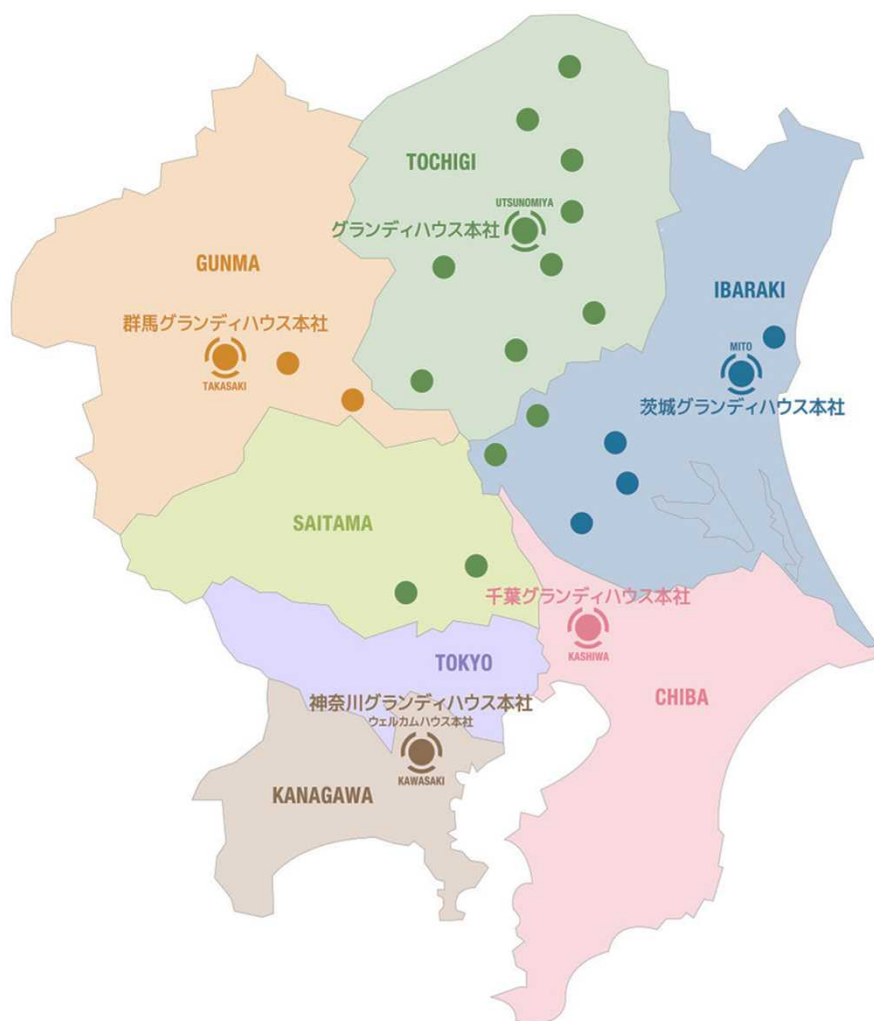
不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 1/5

◆ 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) サステナビリティへの取り組み

< 新築住宅の販売計画 >

● 販売棟数	1,610棟 (前期比+100棟)
● 売上高	541億円



〇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・東京都

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



埼玉支社
新社屋

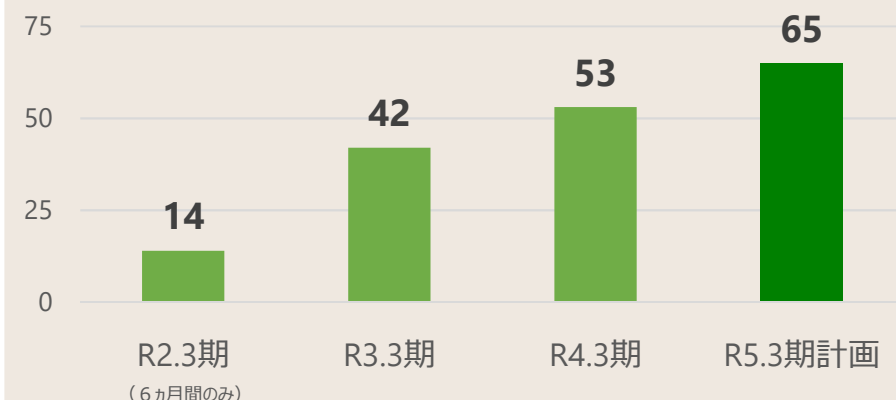
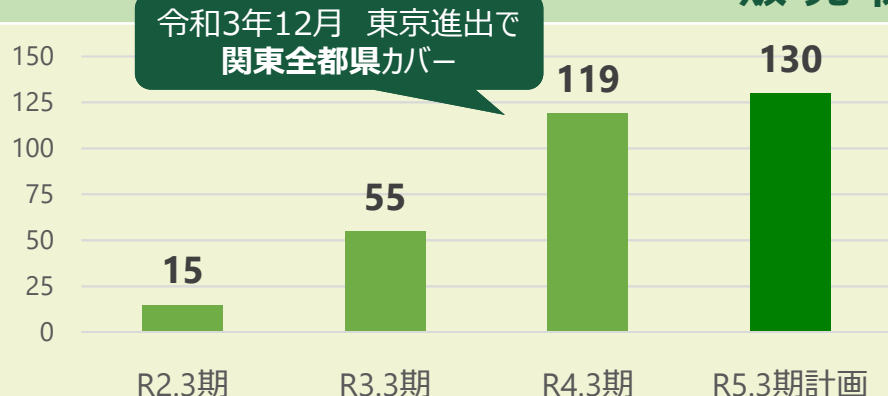
神奈川県

(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
- ・令和4年 3月 商号変更

(株)プラザハウスから神奈川グランディハウス(株)へ

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
- WEB広告の充実（取り扱い物件を常時確保）
- 仕入・営業担当人員の増員、スキルアップ教育

- 土地価格高騰の中、相場を見極めた仕入・販売
- 商品開発（間取り・外観等）に注力し他社との差別化
- 知名度向上のための広告強化
- 事業拡大に向けた人材確保

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



2022年 オリコン 顧客満足度®調査

建売住宅ビルダー 北関東

3年連続、

全評価項目

顧客満足度第1位

評価項目	ポイント	順位
・ 立地	69.5	1位
・ 情報提供	67.3	1位
・ 周辺環境	71.8	1位
・ 引渡し時の住宅確認	68.3	1位
・ デザイン	68.9	1位

評価項目	ポイント	順位
・ 住宅構造・設計	70.3	1位
・ 住宅設備	66.9	1位
・ 金額の納得感	65.1	1位
・ 長期保証	62.7	1位
・ アフターフォロー	61.1	1位

(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

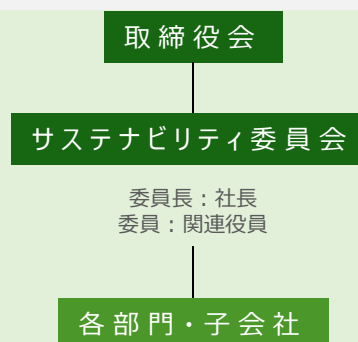
- ・ 創エネ・省エネ住宅やZEH*など **環境志向** への対応



* 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	土地在庫の状況 ● 住宅需要増加に対応し用地を積極的に仕入 ● 販売計画に対して十分な用地を確保済 (区画) 分譲用地在庫推移 (年) <table border="1"><thead><tr><th>期</th><th>総区画数 (区画)</th><th>在庫年数 (年)</th></tr></thead><tbody><tr><td>H29.3</td><td>2,300</td><td>1.65</td></tr><tr><td>H30.3</td><td>2,250</td><td>1.60</td></tr><tr><td>H31.3</td><td>2,600</td><td>1.75</td></tr><tr><td>R2.3</td><td>2,900</td><td>2.05</td></tr><tr><td>R3.3</td><td>2,550</td><td>1.75</td></tr><tr><td>R4.3</td><td>3,000</td><td>2.05</td></tr></tbody></table>	期	総区画数 (区画)	在庫年数 (年)	H29.3	2,300	1.65	H30.3	2,250	1.60	H31.3	2,600	1.75	R2.3	2,900	2.05	R3.3	2,550	1.75	R4.3	3,000	2.05	● 首都圏でのエリア拡大と仕入の強化 → 競争激化により、仕入価格が高騰しており、利益確保が課題 ● 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 ● 仕入担当者の増強と育成			
	期	総区画数 (区画)	在庫年数 (年)																							
H29.3	2,300	1.65																								
H30.3	2,250	1.60																								
H31.3	2,600	1.75																								
R2.3	2,900	2.05																								
R3.3	2,550	1.75																								
R4.3	3,000	2.05																								
住宅建築	建築の状況 ● 販売好調に対応し、埼玉を中心に完成計画を前倒調整 ● 木材不足は価格高値のなか落ち着きつつあるが、対ロシア経済制裁による集成材等の不足を懸念 ● 半導体不足と上海ロックダウンにより住宅設備調達に納期遅延発生 → 当社では複数メーカー購買による早期発注で在庫確保。納品管理徹底により混乱回避 ● 資材高騰により建物原価は上昇する見通し	埼 玉 エ リ ア	神 奈 川 エ リ ア	商 品 企 画																						
	● 認知度、商品ブランド力の向上 ● 生産体制強化のため施工管理職の人員増強	● GHグループとしての認知度、商品ブランド力の向上 ● エリア特性を生かした商品開発 ● 自社施工物件の生産体制強化	● 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 ● サステナビリティなど社会課題の解決を考慮した商品開発、ZEH基準での断熱性能を採用																							

不動産販売 | 新築住宅販売 [取り組み] 5/5

<商品面の取組例>

TSUMIKI no MACHI トイタウン浦和 (埼玉県さいたま市 13区画)

学生とのコラボレーションから生まれる“あそび”を備えた全13邸の街

GrandyHouse × **共立女子大**
家政学部建築・デザイン学科

共立女子大 家政学部 建築・デザイン学科 建築コース
堀建築設計研究室の学生との共同プロジェクト。
現代のニーズを取り込むとともに学生たちの自由な
発想を生かし、それをグランディハウスが、長年の
実績に基づく技術力とノウハウでカタチにしました。



Landscape Design



グランドステージ江曾島20期 (栃木県宇都宮市)



陽だまりの杜 万博記念公園 (茨城県つくば市)



～桜～大泉学園 (東京都練馬区)



グランデEP箭弓町 (埼玉県東松山市)

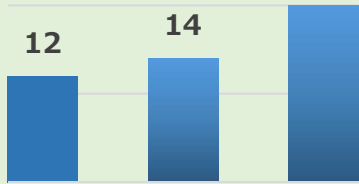


この景観が魅せる住まい市川 (千葉県市川市)



ROSAGE高根木戸 (千葉県船橋市)

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	● 既存住宅流通及び リフォームの市場規模 (兆円) 20  12 14 20 H30 R12 長期目標	● 史上最低水準の金利 ● 流通促進制度
リフォーム事業	● 史上最低水準の金利 ● リフォーム減税制度や各種補助金制度	● 今期目標 販売158棟(前期比+10棟)、仕入180棟(前期比+30棟)、完成在庫は常時80棟、長期的には100棟を目標とし、事業拡大を目指す ● 競売の落札率向上、自力買いの強化 ● インターネットでの広告強化
	● オーナー様向けWEBサイト「グランディスマイルクラブ」の運営強化によるアフターサービスと受注機会の拡充 ● 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 ● アフターサービス等の拡充のための人員増員、体制強化	

実績と見通し（売上高）

単位 百万円	R 3.3期 実績	R 4.3期 実績	R 5.3期 計画	増減率
中古住宅事業	2,444	2,465	2,680	+8.7%
リフォーム事業	1,221	1,521	1,940	+27.5%
計	3,665	3,986	4,620	+15.9%

建築材料販売 [環境・取り組み]

事業環境		主な取り組み
プレカット需要	材料価格	● サプライチェーン強化による原材料の安定的な仕入体制の構築 ● 受注価格への柔軟な対応
● 当期における新設木造住宅着工戸数は、令和4年2月を除く各月において、前年同月比で増加になるなど好調に推移 ● 物価上昇等の懸念材料はあるものの首都圏を中心とした高い住宅取得意欲の継続により、着工数は持ち直し基調の継続を予想	● 国産材の不足による価格上昇や各国の経済制裁にロシア材が加わったことで引き続き先行き不透明な状況 [出所]「木材価格」(農林水産省)	

実績と見通し

単位 百万円	R 3.3期 実績	R 4.3期 実績	R 5.3期 計画	増減率
売上高	5,561	7,675	8,904	+16.0%
グループ（消去）	△2,919	△4,097	△5,304	+29.5%
連結売上高	2,642	3,577	3,600	+0.6%
セグメント利益	224	405	420	+3.7%

不動産賃貸 [環境・取り組み]

事業環境		主な取り組み
主たる営業エリア（宇都宮市）の状況		
賃貸オフィス等	駐車場	
● 新規需要や立地改善等の動きで空室率は回復傾向も、設備の老朽化物件等の空室が長期化するなど2極化が進む	● 新型コロナウイルスの影響は薄らぐも、飲食店関連需要の高いエリアなどは依然厳しい状況が続く	● 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 ● 退店防止として、運営コストの見直し、サービス向上・設備更新 ● 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
実績と見通し		

単位 百万円	R3.3期 実績	R4.3期 実績	R5.3期 計画	増減率
売上高	347	363	370	+1.9%
グループ（消去）	△80	△81	△80	-1.2%
連結売上高	266	282	290	+2.8%
セグメント利益	153	118	155	+31.4%

（運用数量の推移）

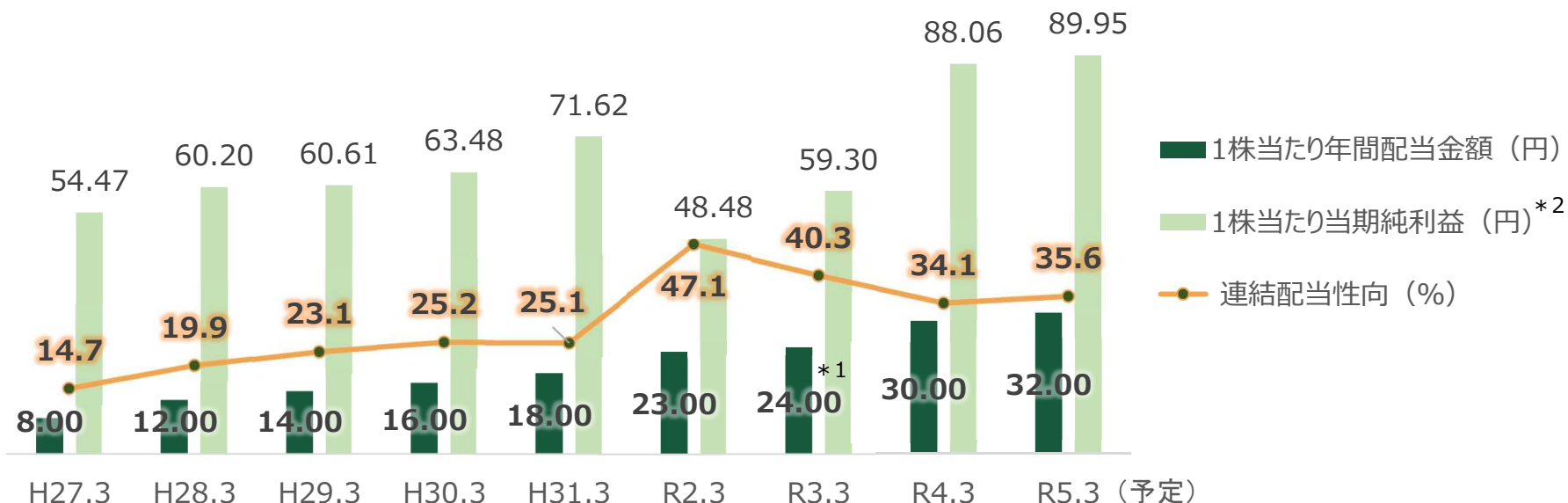
賃貸オフィス等（坪数）	3,102	3,433
駐車場（車室数）	578	574

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%** を目標とする

- 令和4年3月期の配当金額は、1株当たり30円（予想通り）
- 令和5年3月期の配当金額は、1株当たり32円を予定



* 1 令和2年3月期1株当たり年間配当金額24円 | 普通配当14円、記念配当10円

* 2 1株当たり当期純利益の算定上、普通株式の期中平均株式数については、グランディハウス社員持株会専用信託口が保有する当社株式を控除対象の自己株式に含めて算定しております。

自己株式の取得

時機及び財政状態に応じて実施

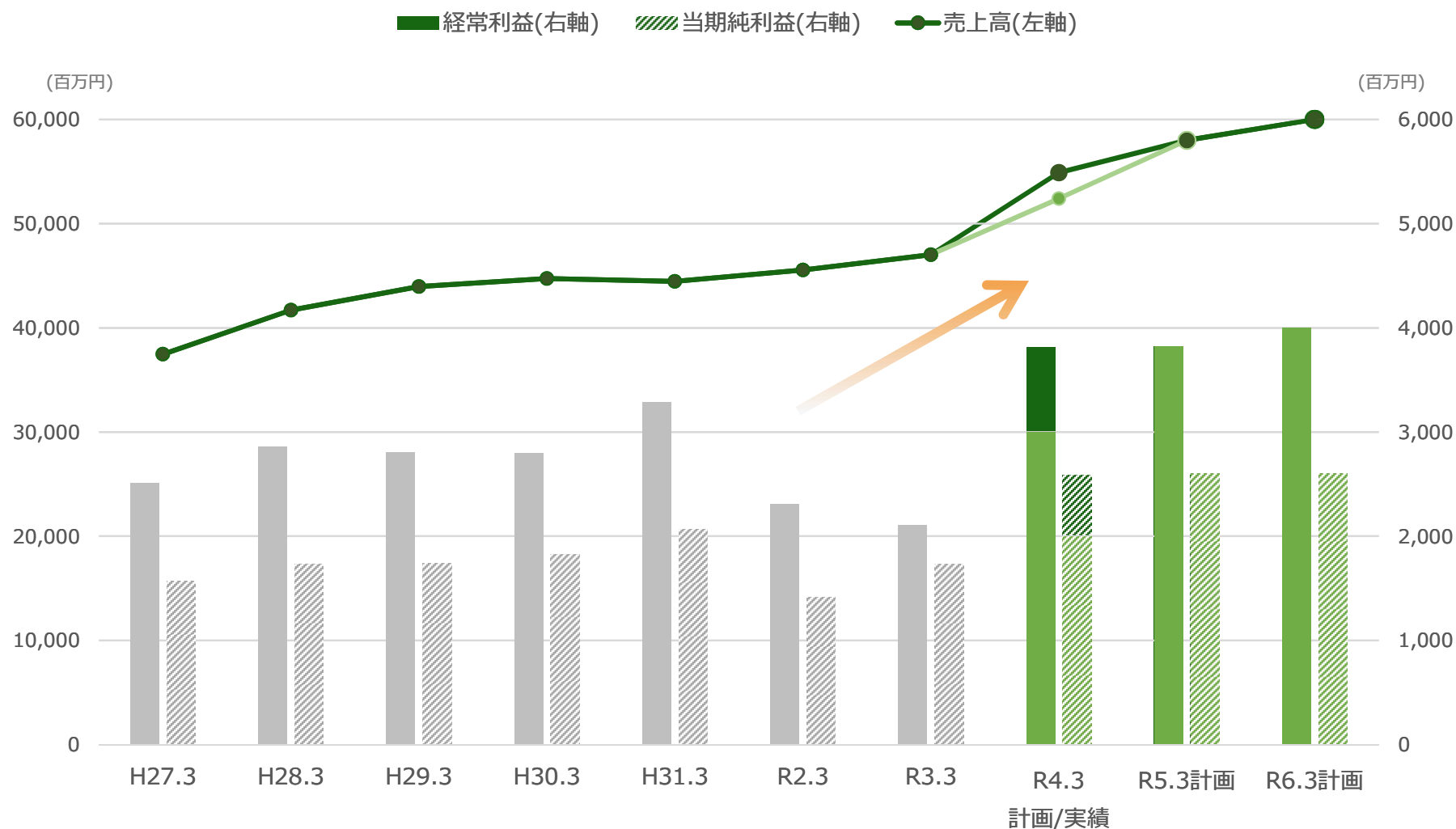
- 保有自己株式には、「信託型従業員持株インセンティブ・プラン」の導入（令和4年2月）により信託が取得した当社株式（1,194,000株）が含まれており、当該株式は社員持株会に継続的に売却されます。
- その他の自己株式は、ストックオプション（平成26年7月14日発行）の権利行使に充当されます。



3. 第三次中期経営計画の進捗

令和4年3月期－令和6年3月期

第三次中期経営計画の進捗



第一次中計期間

第二次中計期間

第三次中計期間

各戦略の進捗

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（E S G）課題への対応強化

気候関連問題を経営上の重大なリスクとして位置付け

グループ全体のGHG（温室効果ガス）排出量（Scope 1 + Scope 2）の削減について
「2030年までに2020年3月比で25%削減」を目標とする

GHG排出量の推移（t-CO₂）と環境効率の推移（百万円）



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

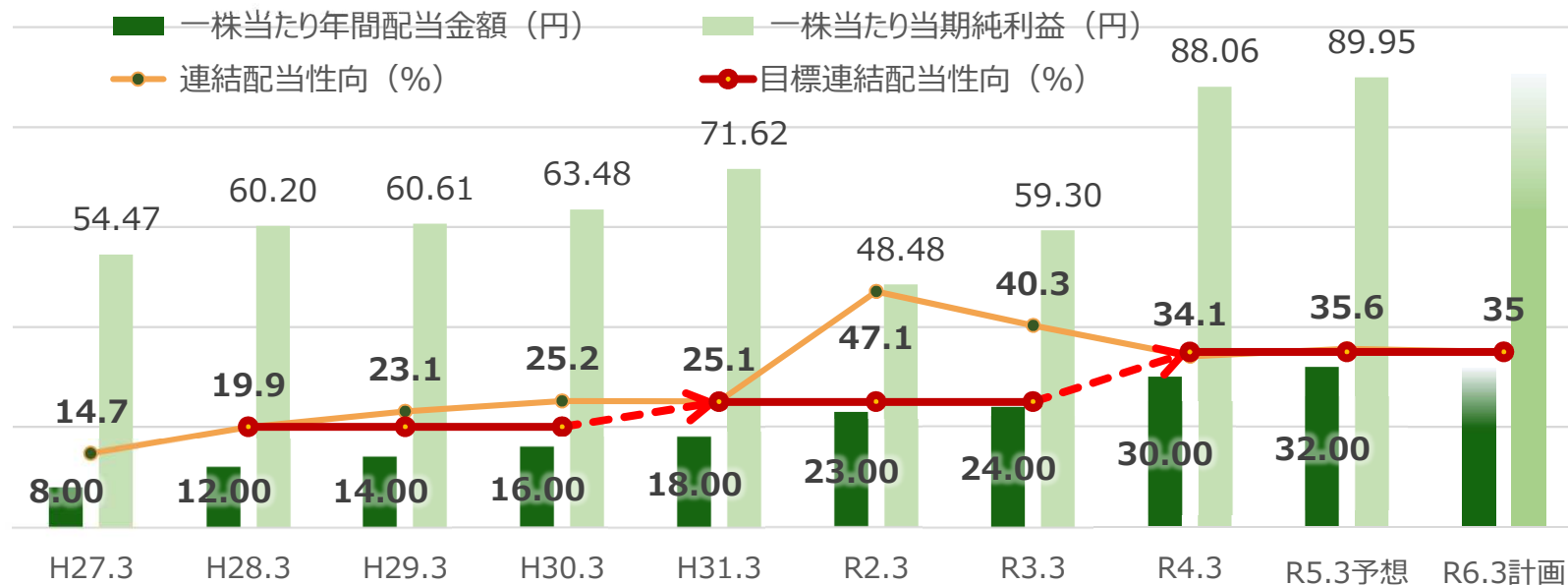
企業価値の継続的な向上を
目指す

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



プライム市場基準充足への取り組みの進捗1/2

(1) 適合状況

移行基準日（令和3年6月30日）におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、「流通株式時価総額」については基準を充たしていません。

	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率	1日平均売買代金
当社の状況* 移行基準日時点	163,904単位	72億円	53.1%	0.25億円
上場維持基準	20,000単位	100億円	35%	0.2億円
上場維持基準未充足の項目		✓		

※「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」（東証より、令和3年7月9日付受領）

※ 当社の適合状況は、東証が移行基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出



【R4.3期末時点】	163,904単位*1	96億円	58.1%	0.36億円*2
------------	-------------	------	-------	----------

* 1 詳細計算前のため、移行基準日時点の数値を記載しております。

* 2 R3.1～R3.12の平均の数値を記載しております。



(2) 計画期間

第三次中期経営計画、その後の成長を想定し

令和8年3月期までにプライム市場の全基準の充足を目指し、
流通株式時価総額向上に向けた施策を推進

プライム市場基準充足への取り組みの進捗2/2

(3) 財務見通しと適合計画

PER、PBRアプローチによる「流通株式時価総額」の試算

項目	R3.3期	R4.3期	R4.3期	R5.3期	R6.3期	R7.3期	R8.3期
	前期	※ 第3次中期経営計画をもとに作成				※ 当社想定の成長イメージをもとに作成	
		申請	実績	1	2	3	4
売上高 (百万円)	47,024	52,400	54,884	56,000	60,000	63,500	67,000
経常利益 (百万円)	2,106	3,000	3,810	3,500	4,000	4,300	4,600
当期純利益 (百万円) …①	1,732	2,000	2,583	2,250	2,600	2,800	3,000
純資産 (百万円) …②	23,140	24,577	24,660	26,351	28,325	30,364	32,379
流通株式割合 (%) …③	50.8	54.0	58.0	60.0	61.0	62.0	63.0

▼ PERアプローチによる「流通株式時価総額」の試算

時価総額 (億円) (①×PER)	PER 6.00 ~8.00	149	120~ 160	154~ 206	135~ 180	156~ 208	168~ 224	180~ 240
流通株式時価総額 (億円) (①×③×PER)	PER 6.00 ~8.00	76	65~ 86	89~ 119	81~ 108	95~ 127	104~ 139	113~ 151

▼ PBRアプローチによる「流通株式時価総額」の試算

時価総額 (億円) (②×PBR)	PBR 0.50 ~0.70	149	123~ 172	123~ 172	132~ 184	142~ 198	152~ 213	162~ 227
流通株式時価総額 (億円) (②×③×PER)	PBR 0.50 ~0.70	76	66~ 93	71~ 100	79~ 111	86~ 121	94~ 132	102~ 143

※ R4.3期~R6.3期の財務見通しは「第三次中期経営計画」をもとに作成、R7.3期~R8.3期は「第三次中期経営計画」期間以降の成長を想定し作成

※ PER、PBRの想定値は直近数値と過去数値の変動状況を勘案しレンジ表示 | PER 6.00~8.00、PBR 0.50~0.70



appendix

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
経営目標	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
	・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

2万棟(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（E S G）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、グランディハウスで一括購買管理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（E S G）課題への取り組みを強化

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。