

1919 エス・バイ・エル

荒川 俊治 (アラカワ トシハル)

エス・バイ・エル株式会社社長

ヤマダ電機と業務提携し、スマートハウジングを展開

◆注文建築の工事が順調に進捗

平成 23 年度第 2 四半期累計期間は、東日本大震災の影響や住宅エコポイントの終了など、住宅取得意欲に対する心理的な影響が懸念された。しかし当社グループは、注文建築の工事進捗度および着工件数が順調に推移したこと、特別復興支援住宅の発売や応急仮設住宅など、復興への取り組みを強化したことにより、連結売上高が 215 億 32 百万円(前年同期比 33 億 45 百万円増)となった。売上総利益については、コスト削減努力により 9 半期連続の利益率改善を達成し、59 億 2 百万円(同 10 億 70 百万円増)となっている。

販管費及び一般管理費については、人件費削減効果や効率的な展示場施策、支店事務所の移転などで前年同期比 3 億 51 百万円の削減を実現しており、この結果、営業利益は 12 億 3 百万円となった。経常利益は、財務体質改善効果などにより 10 億 87 百万円となり、純利益は、賃貸用不動産の減損損失計上などにより 7 億 92 百万円となった。単体についても、連結同様、増収増益となっている。

連結貸借対照表については、資産合計が 247 億 96 百万円(前期末比 17 億 9 百万円減)となった。負債合計は、シンジケートローンの一部返済・借り換えが奏功し、151 億 36 百万円(同 25 億 59 百万円減)となった。純資産は 96 億 59 百万円(同 8 億 50 百万円増)となった。

営業キャッシュフローは、税金等調整前四半期純利益(8 億 65 百万円)の計上や、販売用不動産の仕入れスピードを上回る在庫販売などにより、16 億 51 百万円のプラスとなった。投資キャッシュフローは、住宅展示場の建設などにより 90 百万円のマイナスとなっている。財務キャッシュフローは、シンジケートローンの一部返済・借り換えの実施などにより 23 億 79 百万円のマイナスとなった。以上により、現金および現金同等物の上期末残高は 46 億 88 百万円(前年同期比 8 億 50 百万円増)となった。

◆有利子負債が着実に減少

事業別の概要としては、主力事業の新築住宅事業をはじめ、リフォーム事業、部材販売事業、分譲事業が増収増益となった。単体においては、売上高が 19.2%の増収、売上総利益が 24.1%の増益となり、連結子会社についても、コングロエンジニアリングと清算手続き中のエス・バイ・エル沖縄を除く 3 社が増収となった。

主要連結財務指標の推移を見ると、事業再編を進め、不採算事業・グループ会社を整理したことから、売上高は縮小を余儀なくされているが、平成 18 年度から本格的に取り組んできた経営構造改革により、有利子負債は着実に減少している。また、売上総利益率も増加傾向を維持しており、財務体質は継続して改善傾向にある。なお、平成 23 年 10 月 12 日付でヤマダ電機を引受先とする第三者割当増資を実施し、自己資本の増強を図ったことから、強固な利益創出体制の確立が顕在化してきた。今期は、決算期変更に伴って計画数値の一部が来期にずれ込むため、前期比で減収となる見通したが、親会社であるヤマダ電機とのスマートハウジングを通じた収益拡大への準備期間ととらえ、技術開発および設備投資による営業・生産体制の強化に注力し、来期以降の大幅な躍進を目指していく。

◆業務提携による相乗効果

震災復興支援プロジェクトとしては、仙台に「住まいの復興支援センター」を開設した。また、「街なかオープンハウス」を展開するとともに、総合住宅展示場を着工している。

ヤマダ電機との業務提携による相乗効果として、販促面では、新年早々に共同の TVCM をスタートさせ、ブランドイメージの向上を図る。11月26日からは、共同のチラシ配布を開始した。営業面では、家電から家まで一軒丸ごとの空間提案が可能となり、顧客満足度や住宅完成度の向上につながると見ている。また、メーカーにとらわれない柔軟な商品提案も今後の強みになる。コスト面では、信用力向上と借入金利等の負担軽減が進んでいる。

今後のビジネス成長イメージとして、今期は、売上棟数 1,540 棟、連結売上高 410 億円を見込んでおり、平成 24 年度には売上棟数 2,400 棟、連結売上高 660 億円、平成 25 年度には売上棟数 3,600 棟、連結売上高 1,200 億円、平成 26 年度には売上棟数 4,900 棟、連結売上高 1,760 億円を達成したいと考えている。

当社とヤマダ電機では、スマートハウジングの展開にあたって、新たなロゴを作成した。スマートハウジングは、両社の力を結集した新しい住まいの作り方であり、住まいの高い品質と基本性能、「創エネ・省エネ・蓄エネ」のトリプルエコを実現するスマートアイテムを提案していく。スマートアイテムについては、圧倒的な品揃えの中から目標光熱費の設定に合わせてパッケージングし、「光熱費 30%削減」から「光熱費ゼロ」まで 5 つのグレードの「スマートパッケージ」として提案する。

具体的な施策としては、現在、当社がスマートハウス化補助金として 110 万円を負担し、太陽光発電システムとリチウムイオン蓄電池の導入コストを 10 年で回収するキャンペーンを 300 棟限定で実施している。平成 24 年 1 月には、千葉北展示場にモデル棟をオープンさせる予定である。また、街全体でエネルギーを自給自足するスマートタウンの分譲についても、取り組みを開始した。

生産については、現在つくば工場と山口工場で行っているが、生産能力が年間約 2,400 棟であり、事業規模の拡大に伴い、平成 25 年度には不足が生じる可能性があるため、平成 25 年 4 月より、滋賀工場の操業を再開させたいと考えている。

「CO₂ゼロ宣言」に向けた取り組みとしては、6月16日に「光熱費の見える化エコダイエツシステム」、「独立系直流(蓄電)LED照明システム」、「光ダクトシステム」、「太陽の光&熱のXソーラーシステム」をリリースした。また、山口工場では、当社独自の「壁体内換気システム」による地熱を利用した空調システムの開発を行っている。

新たな住宅需要・事業領域拡大に向けた取り組みとしては、「木質パネル一体構法」の名称を「S×L 構法」に変更した。また、寒冷地向け高気密高断熱構法により、Q 値 1、C 値 1 レベルの仕様を東北エリアに導入する予定である。狭小地住宅向けの販売強化としては、都市型 3 階建住宅大手の三栄建築設計と業務提携し、開発をスタートさせた。木質パネルでの郊外型店舗も供給を開始しており、名古屋市に「コメダ珈琲店」をオープンしている。

新築住宅事業の状況としては、創立 60 周年を機に、「中高級住宅メーカー」という原点に立ち戻って開発した「集い」および「なごみ」をリリースした。10月23日には、これまでの北名古屋支店を移転し、名古屋北支店に名称を変更すると同時に、ショールームをグランドオープンした。また、「女性活躍推進チーム」の意見を生かした第 3 弾収納「シューズクローク“おでかけクローゼット”」を開発している。

リフォーム事業では、7月に「リフォームすっきり君」の販売を開始し、当社が建てた建物以外のリフォームも対象に、営業活動を行っている。スムストックについては、5月にプロジェクトチームを発足し、活動を活発化させている。

代販事業については、今後 3 年で代理店数を現在の 41 社から 100 社まで増加させ、代理店契約棟数を 508 棟から 1,500 棟まで増加させたいと考えている。また、大型代理店の開発・育成にも取り組んでいく。特建事業では、土地(資産)活用事業を推進している。

財務体質改善の取り組みとしては、有利子負債の圧縮を進め、9 月末時点で現預金が有利子負債残高を上回り、実質無借金を実現した。自己資本比率も 38.7%まで改善しており、今期末には 40%を超える見込みである。

(平成 23 年 11 月 29 日・東京)