

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

新規受注経路の開拓及び拡大

◆「スマートハウジング構想」を推進

平成 24 年度第 2 四半期は、ヤマダ電機との業務提携に基づく、暮らしとエネルギーと環境の未来を考えた新しい住まいづくりの構想「スマートハウジング」を積極的に推進した。

連結業績については、リフォーム事業において、ヤマダ電機との連携による拡販効果はあったものの、新築住宅事業における完成工事売上の鈍化、前年度の震災復興における応急仮設住宅への対応が影響し、売上高は 174 億 86 百万円(前年同期比 40 億 46 百万円減)、売上総利益が 43 億 49 百万円(同 15 億 52 百万円減)となった。

販管費については、営業力強化を目的とした人員増強に伴って人件費が増加したほか、「スマートハウジング構想」の推進に伴う積極的な広告活動など、営業戦略面での経費が増加したことから 52 億 97 百万円(前年同期比 5 億 97 百万円増)となり、この結果、9 億 47 百万円の営業損失を計上した。経常損益については、シンジケートローンの終了に伴って財務関連コストの圧縮が図られ、営業外収支はプラスに転じたものの、売上高の鈍化、販管費の増加により、9 億 35 百万円の経常損失を計上している。最終損益は、9 億 81 百万円の四半期純損失となった。

貸借対照表の概要として、資産合計は 306 億 35 百万円(前期末比 59 億 50 百万円増)となっており、分譲用地の積極仕入れに伴う棚卸資産の増加に加え、「スマートハウジング構想」の普及に向けて住宅展示場の出展などの設備投資を活発化した結果、固定資産残高が増加した。負債合計は 200 億 31 百万円(同 69 億 12 百万円増)となっており、分譲事業推進に係る事業用資金の借入実行などが増加要因である。純資産については、四半期純損失を計上したことに伴う利益剰余金の減少などにより 106 億 3 百万円(同 9 億 61 百万円減)となった。

営業キャッシュフローについては、税金等調整前四半期純損失の計上、分譲用地の積極仕入を実施したことによる棚卸資産の増加などにより、62 億 63 百万円のマイナスとなった。投資キャッシュフローは、住宅展示場の開設など有形固定資産の取得による支出が影響し、5 億 3 百万円のマイナスとなった。財務キャッシュフローは、分譲事業推進に係る事業用短期資金などの借入実行により 68 億 26 百万円のプラスとなった。以上の結果、現金および現金同等物の上期末残高は 44 億円(前年同期比 2 億 88 百万円減)となっている。

事業別の状況として、主力の新築住宅事業については、「スマートハウジング」の普及を促進する広告宣伝活動を活発化した結果、受注高は増加したものの、売上高は前年同期比で減少しており、早期での収益寄与には少し時間を要する。リフォーム事業については、ヤマダ電機との連携に伴う拡販効果が寄与し、増収となった。グループ全体では、前年同期の応急仮設住宅への対応が影響し、減少傾向となっている。

当上期は、前期に実現した自己資本の増強による強固な財務基盤を土台として資金借入枠を増枠し、業績拡大の基礎となる分譲用地の積極仕入れを実施したため、有利子負債残高は前期末比で 68 億 30 百万円増加し、自己資本比率は 12.2 ポイント減少の 34.4%となった。これは営業戦略面の初期段階であり、今後は事業拡大を継続しつつ、財務面でのバランスの適正化に注力していきたいと考えている。

当上期は、スマートハウジング構想を基盤とした分譲用地の積極仕入を実施し、並行して、人員増強による営業力強化、広告宣伝活動を活発に実施することによる次世代商品の普及活動に努め、将来的な需要拡大、そして収益基盤の拡張を目指した取り組みに注力した。また、ヤマダ電機との連携による拡販活動にも全力で取り組んでおり、現時点においては、これらの取組みを実現させる経過局面であり、今後は、適正水準に配慮しながら事業拡大を実現していく。

◆ヤマダ電機とのシナジー

今後のビジネス成長イメージとしては、平成 24 年度の売上高 530 億円、平成 25 年度の売上高 650 億円、平成 26 年度の売上高 850 億円を目指す。

ヤマダ電機とのシナジーについては、ヤマダ電機店舗内に住まい専用ブース「トータルスマニティライフコーナー」を設置し、ヤマダ電機店舗の集客力を活かした、顧客情報の収集及び見込み顧客の発掘と、当社周辺展示場との連携を図る。また、ヤマダ電機の環境配慮型「スマートタウン」開発事業として、群馬県板倉町「スマニティタウン板倉東洋大前」がスタートしており、平成 27 年度には 502 戸（うち平成 24 年度約 60 戸）の販売を予定している。ヤマダ電機の「サービス付き高齢者向け住宅」開発事業については、群馬県前橋市内の物件が平成 24 年 8 月下旬に着工した。いずれも当社が設計・施工・メンテナンスを担う。今年 6 月にヤマダ電機グループ入りしたハウステックホールディングスとの協働については、オリジナル商品の開発などを進めている。

更に、住宅業界初となる、タブレット端末を使用した新たなビジネススタイルの確立にも取り組んでいる。現在、アプローチツールの充実を図っており、10 月中には全営業社員に対するタブレット端末の配布が完了する。

「スマートハウジング」については、太陽光発電システム、HEMS、家庭用蓄電システム、オール電化仕様、LED 基本照明、電気自動車用コンセント（合計価格 430 万円）を標準搭載した普及版モデル「G-SMART」を開発した。また、その派生商品として、矩形、L型の外郭形状内での間取りなどの自由設計が可能な「A-SMART」を追加で発売している。

総合住宅展示場については、平成 24 年上期に 60 周年記念モデルとして「やすらぎ」、「希（のぞみ）」、「四季」、「彩り（いろどり）」、「はぐくみ」をオープンした。下期には、10 月までに五条展示場「こもれび」、半田展示場「悠」をすでにオープンし、一宮展示場、新百合ヶ丘展示場も続けてオープンする予定である。

◆新規事業への本格参入 ～賃貸事業・分譲事業～

新規事業としては、賃貸事業（ブランド名「セントロイエル」）をスタートさせた。一括借上システムを含め、賃貸住宅経営をトータルにサポートする事業となっており、第 1 弾として、2 階建賃貸住宅の新商品「エルシス」を発売開始した。

分譲事業については、平成 24 年度の売上高 60 億円、平成 25 年度の売上高 140 億円、平成 26 年度の売上高 230 億円を計画しており、すでに平成 25 年度分譲予定のうち、半分近くの土地の仕入れを完了している。分譲事業の形態は、①本社分譲部主導型、②支店主導型、③工務店市場向けに分類しており、このうち①本社分譲部主導型については、平成 24 年 10 月に稲毛（千葉県千葉市）、舞多間（兵庫県神戸市）の販売をスタートさせた。②支店主導型では、平成 24 年 7 月に虹ヶ丘（岐阜県可児市）の販売を開始した。③工務店市場向けのミニ分譲については、愛知県名古屋ほか 4 カ所で展開中である。

分譲の名称は、当社の登録商標である「スマートハウジング」とその地に由来する植物の名前、分譲地の名前を組み合わせ命名している。例えば「スマートハウジング・なのはな in 稲毛」などである。今後、①本社分譲部主導型では、兵庫県宝塚市、大阪府和泉市、東京都八王子市、神奈川県川崎市の分譲を予定している。

◆収益事業の柱の1つに ～リフォーム事業・代販事業・特建事業～

リフォーム事業については、平成 24 年 10 月にリフォーム営業本部を新設した。平成 24 年度は 80 億円、平成 25 年度は 100 億円、平成 26 年度は 140 億円の売上高を計画しており、これまでは営業社員が現場監督を兼ねていたが、今後は、新たに設置した施行本部が現場監督をし、営業社員には営業に 100%集中させていく。また、女性営業社員の採用を強化し、急激な増収増益を狙っていききたい。

代販事業では、代理店拠点数の拡大を図っている。平成 24 年度は 64 拠点、平成 25 年度は 73 拠点を計画しており、平成 26 年度の 100 拠点体制を目指す。新規地域としては、北海道(4 店:札幌、帯広、釧路、函館)、沖縄(1 店)に進出しており、北海道では、平成 24 年 9 月より、寒冷地、積雪地域仕様の発売を開始した。

特建事業では、医療・介護との連携施設、賃貸住宅、商業施設の受注拡大を目指し、人員の強化、ネットワークの強化を図っている。

◆事業領域・規模拡大にともなう取り組み・対応

事業領域拡大に向けた取り組みとしては、一次取得層向け工業化住宅の開発を行っており、住宅市場の約 8 割を占める工務店シェア市場に向けた分譲事業を本格的に開始する。一般のビルダーは、在来木造のみを行っているが、当社は「型式適合認定」を取得した工場出荷材を構造躯体としており、設計力、デザイン力を付加した新しいミニ分譲のスタイルで展開していく。

また、賃貸住宅については、現在、低層アパートの 3 分の 1 が築 30 年を迎えて空室が目立っているため、当社がオーナー様から建物を借上げてリフォーム・リノベーションを行う「一括借上システム」を構築し、賃貸住宅経営をサポートしていきたい。

事業規模、受注拡大にともなう対応としては、組織改編を実施した。平成 24 年 8 月には設計本部を新設し、9 月には、施工管理品質の向上および CS の向上を図るため、施行本部を新設している。10 月にはリフォーム営業本部を新設した。また、支店の増強も図っており、6 月には京滋支店を滋賀支店と京都支店に分割した。7 月には仙台支店、10 月には広島支店を開設し、全国直販エリアの拡充を着実に進めている。

営業力の強化については、平成 24 年 4 月に 132 名の新卒を採用したが、平成 25 年度も社会人採用を含めて 150 名程度の増強を図る。また、研修制度の充実、表彰制度の充実、資格取得の促進サポート(資格取得奨励金アップなど)にも取り組んでいる。

地産地消に向けた取り組みとしては、山口県で産官学合同会議を通じて山口市産材の活用を検討している。また、東京都の水源地である多摩地区の「多摩産材」を都市型住宅モデルに導入予定で、平成 25 年 4 月オープン予定の展示場の構造躯体に多摩産ヒノキ材を活用する。節電対策およびエコ活動の取り組みとしては、つくば工場、山口工場にメガソーラーを設置する。また、つくば工場の天井照明に LED を導入した。

(平成 24 年 10 月 18 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

http://www.sxl.co.jp/ir/event/pdf/setsu_62c.pdf