



株式会社アールプランナー
2025年10月3日

証券コード：2983
東京証券取引所グロース市場
名古屋証券取引所メイン市場



想いを描く、自由発想の家づくり
arr gallery
Find Your Only One Style.





1. 会社概要

2. 当期の計画及び進捗（第2四半期）

3. 事業の特長と強み

4. 成長戦略

5. 財務方針

会社概要

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：A r r P l a n n e r C o., L t d.

設 立 / 2003年10月

事 業 内 容 / 注文住宅事業、分譲住宅事業、その他不動産事業

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

従 業 員 数 / 420名（連結） ※2025年7月末現在

資 本 金 / 398,295千円 ※2025年7月末現在

所 在 地 / 本 社 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号 NHK名古屋放送センタービル10階
東京本社 東京都新宿区西新宿二丁目4番1号 新宿NSビル7階

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

決 算 期 / 1月

PURPOSE

All Satisfaction

「住。」を通じてすべての人に満足を提供する

MISSION

**DESIGN × TECHNOLOGYで
人々の住生活を豊かにする**

経営陣紹介

「建築」のArchitectureと「不動産」のReal Estateの頭文字をとった社名のArr Planner
「注文住宅（建築）×不動産」の両側面から豊富な経験・スキルを持つ人財が集う



代表取締役会長 **古賀 祐介**

略歴

1997年 積水ハウス(株)入社
2001年 愛知ダイワ(株)入社
2003年 当社設立 代表取締役社長 就任
2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ
(現 (株)アールプランナー不動産) 設立 代表取締役就任
2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ
(現 (株)アールプランナー不動産) 取締役 就任
2013年 当社 代表取締役会長 就任(現任)



代表取締役社長 **梢 政樹**

略歴

1998年 中部積和不動産(株)入社 (現 積水ハウス不動産(株))
2007年 (株)アールプランナー・ソリューションズ
(現 (株)アールプランナー不動産) 入社 取締役 就任
2009年 当社 取締役 就任
2010年 (株)アールプランナー・ソリューションズ
(現 (株)アールプランナー不動産) 代表取締役社長就任(現任)
2013年 当社 代表取締役社長 就任(現任)



取締役 CFO 常務執行役員
管理本部長 **舟橋 和**

略歴

2008年 新日本有限責任監査法人 (現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
2013年 公認会計士登録
2017年 当社 入社 管理部長就任
2019年 当社 取締役 管理本部長 就任
2022年 当社 取締役 CFO 常務執行役員 管理本部長 就任(現任)

社外役員

取締役
安藤 弘志

監査役
松井 知行

常勤監査役
古田 博

監査役
澤井 重徳

常務執行役員
東京不動産営業本部 本部長
山崎 寛征

執行役員
名古屋不動産営業本部 本部長
伊藤 元康

執行役員
名古屋注文営業本部 本部長
富永 潤一郎

執行役員
東京注文営業本部 本部長
水野 貴之

執行役員
経営戦略本部 本部長
森川 祐次

執行役員
営業推進・技術本部 本部長
安藤 彰敏

執行役員
名古屋不動産営業本部 副本部長
元川 一樹

執行役員
名古屋注文営業本部 副本部長
竹内 淳二

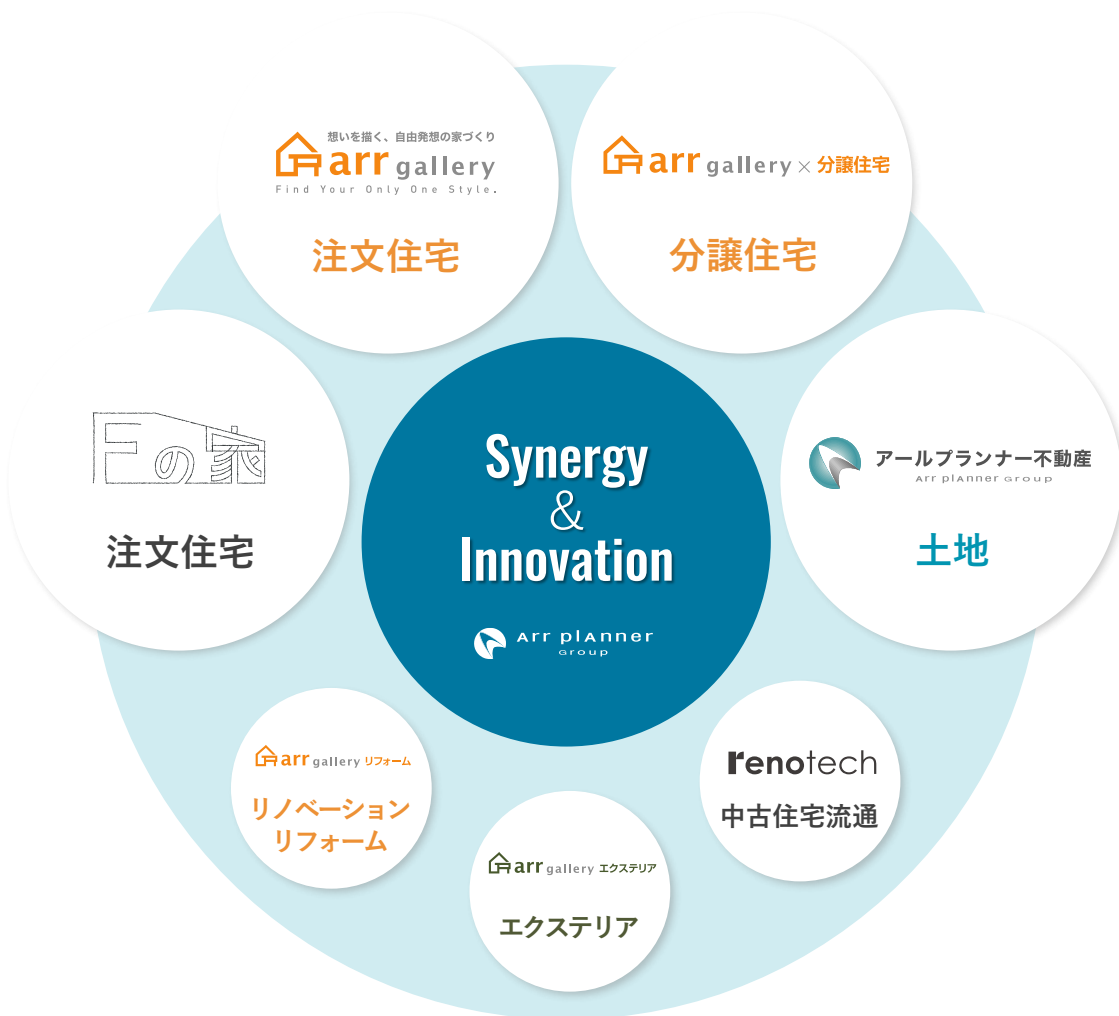
執行役員
東京注文営業本部 副本部長
鬼澤 将

執行役員CDO
注文デザイン設計部 部長
桑原 辰哉

執行役員

事業内容

- ・独自のデジタルマーケティングを活用し、注文住宅×分譲住宅×土地のビジネス展開で「住。」に関する課題をワンストップで解決



注文住宅事業



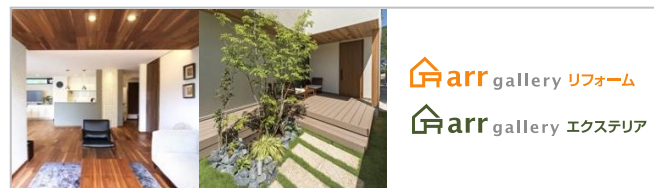
分譲住宅事業



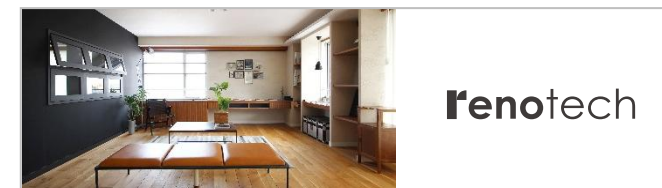
不動産仲介事業



リフォーム エクステリア事業



中古再生・収益不動産事業

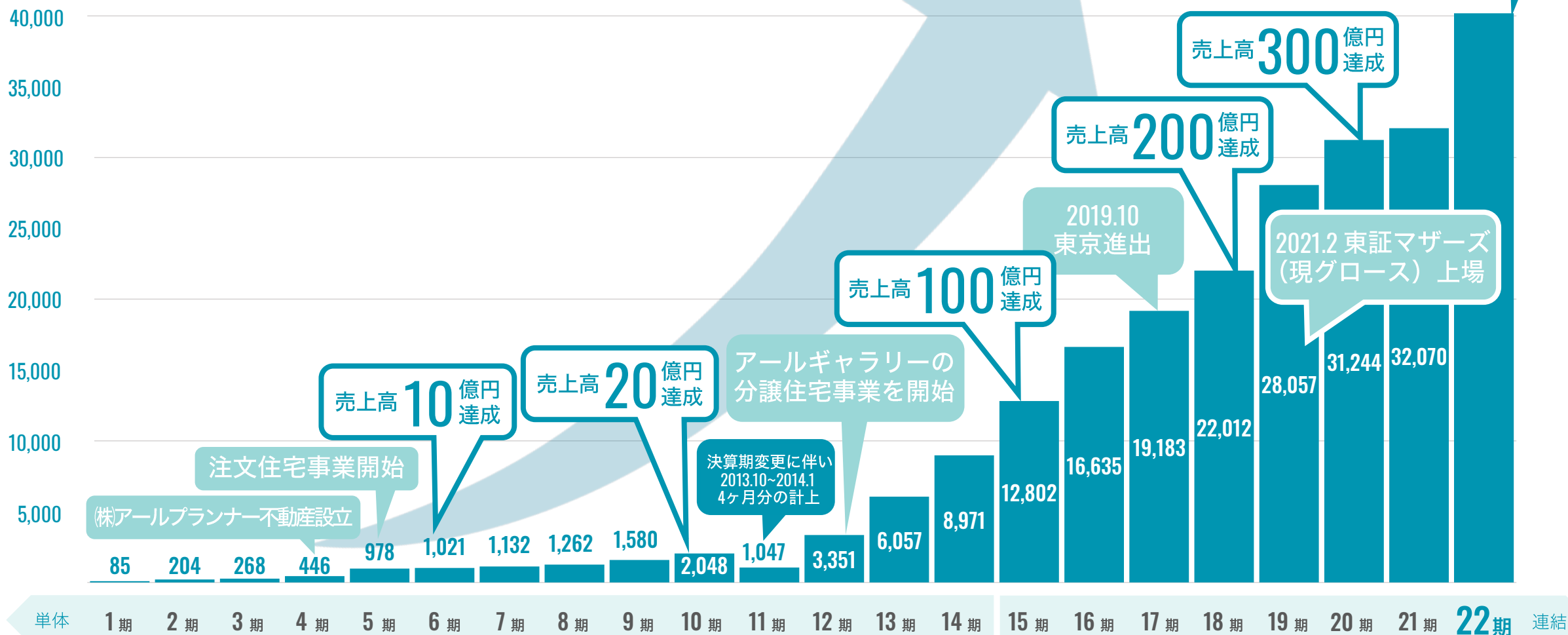


売上推移

21年1月期に売上高200億円達成し、21年2月に東証グロース市場に上場後も
23年1月期に売上高300億円、25年1月期に売上高400億円と高い成長を達成中

売上高

(百万円)



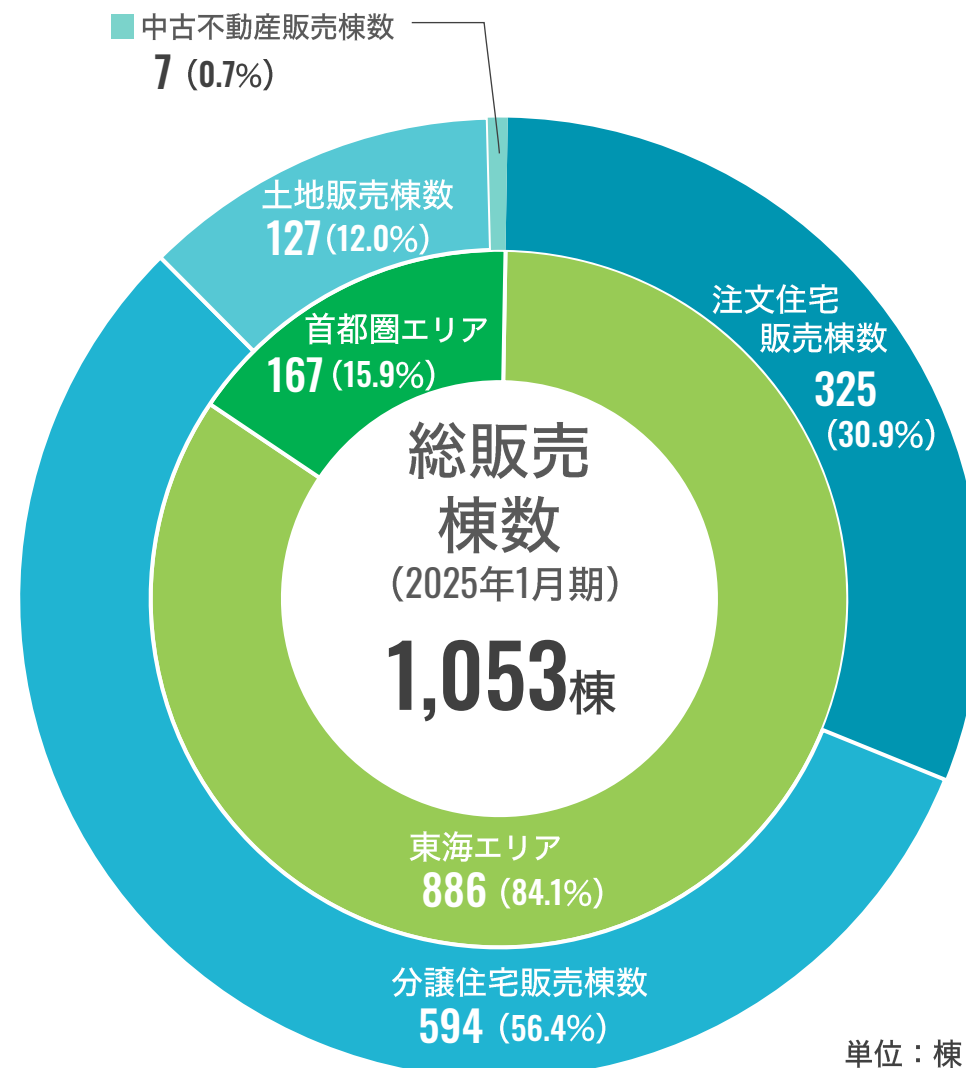
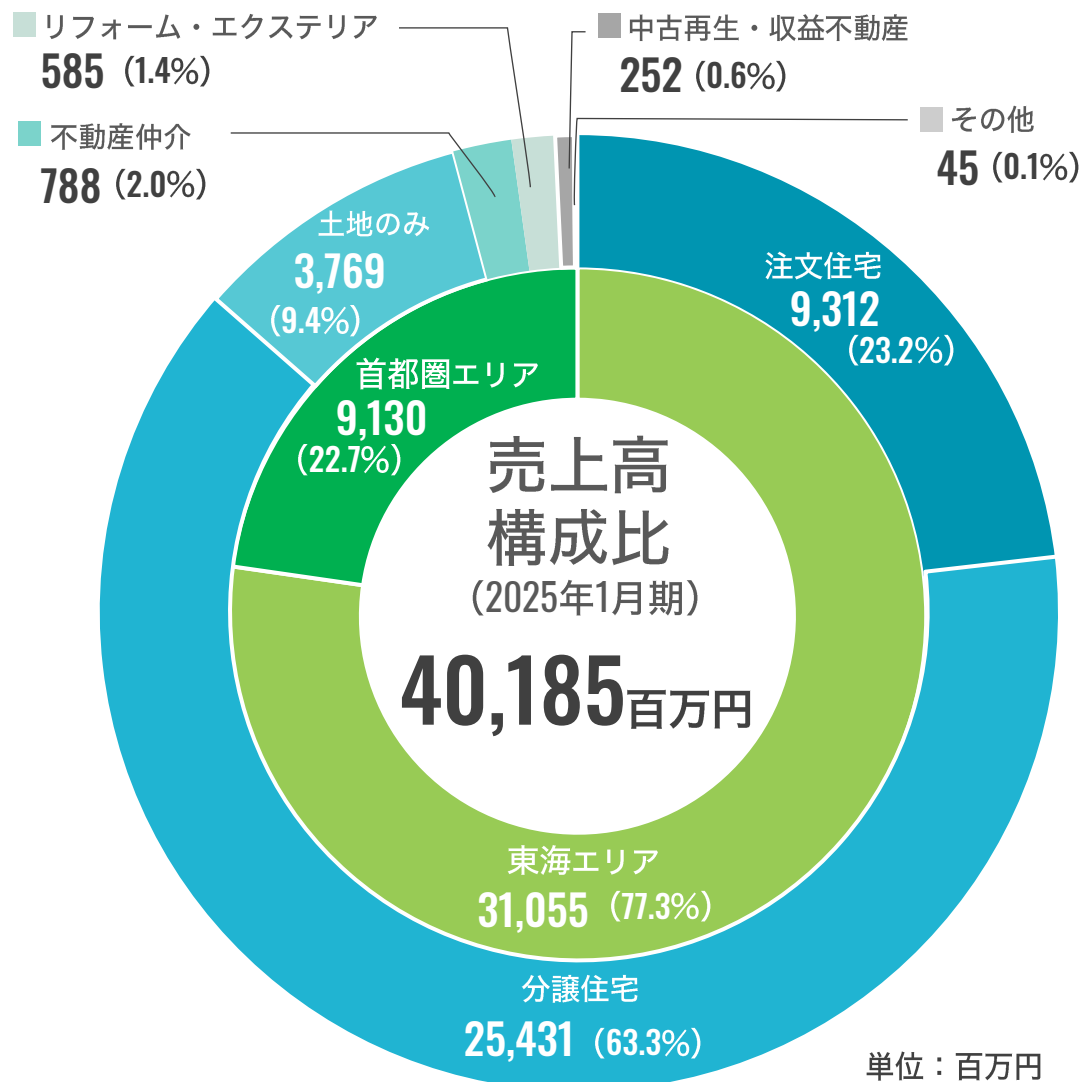
単体

1期 2期 3期 4期 5期 6期 7期 8期 9期 10期 11期 12期 13期 14期 15期 16期 17期 18期 19期 20期 21期 22期 連結

(2025年1月期)

事業別売上高・総販売棟数構成比

- ・報告セグメントの中で、戸建住宅事業が90%以上を占めている



東海エリア営業拠点

注文住宅部門

想いを描く、自由発想の家づくり
arr gallery
Find Your Only One Style.

1 緑 滝ノ水展示場



2 中川展示場



3 守山尾張旭展示場



4 大府展示場

2024年9月
OPEN



5 日進梅森展示場

2024年11月
OPEN



6 東海展示場



7 春日井展示場



8 小牧展示場



9 稲沢展示場



10 とよた平屋展示場



11 豊田展示場



12 岡崎北展示場



14 豊橋展示場



15 DESIGN GALLERY 栄



16 DESIGN GALLERY 豊田



合計
17 拠点

13 岡崎西展示場



17 天白ショールーム



東海エリア 25 拠点 2025年9月現在



不動産部門

アールプランナー不動産
AFF PLANNER GROUP

1 栄営業所



2 天白営業所



3 名古屋東営業所



4 名古屋西営業所



5 名古屋南営業所



6 春日井営業所



7 豊田営業所



8 岡崎営業所



合計 **8** 拠点

首都圏エリア営業拠点

注文住宅部門



1 立川展示場



2 武蔵野展示場



3 三鷹展示場



4 小金井・府中展示場



5 新所沢展示場

2025年4月
OPEN



6 DESIGN GALLERY 立川



7 三鷹ショールーム



8 新宿ショールーム



合計 **8** 拠点

首都圏エリア 11 拠点 2025年9月現在

アールギャラリー
新所沢展示場
(2025年4月OPEN)



2025年4月
**埼玉県内
初拠点出店**

アールギャラリー
新所沢展示場

不動産部門



1 三鷹営業所



2 立川営業所



3 新宿オフィス



合計 **3** 拠点

埼玉県内初出店

- ・ 埼玉県内初拠点となる「アールギャラリー新所沢展示場」を2025年4月にオープン

① アールギャラリー新所沢展示場



2025年4月
**埼玉県内
初拠点**出店

📍 新所沢展示場
〒359-0046
埼玉県所沢市北所沢町2011-1
新所沢住宅公園内

埼玉
東京
千葉
神奈川
首都圏エリア

新所沢展示場
紹介

https://www.arrgallery.jp/store/tokyo/shintoshokorozawa_sr

マチかど展示場続々オープン

- ・「マチかど展示場」を2025年に首都圏エリアで2棟、東海エリアで1棟を新規開設。今後も積極的に展開
- ・「小平小川の家」「三好丘緑の家」はGX志向型住宅(※1)、「三鷹台の家」は東京ゼロエミ住宅(※2)に適合した仕様

☑ 首都圏エリア



■ 小平小川の家

〒187-0032
東京都小平市小川町1丁目3021-4の一部

紹介

<https://www.arrgallery.jp/store/tokyo/kodairaogawa>



■ 三鷹台の家

〒181-0002
東京都三鷹市牟礼6丁目1924番3

紹介

<https://www.arrgallery.jp/store/tokyo/mitakadai>



☑ 東海エリア



■ 三好丘緑の家

〒470-0206
愛知県みよし市三好丘緑6丁目1番2

紹介

<https://www.arrgallery.jp/store/aichi/miyoshigaoka>



マチかど 展示場

実際の住宅地に建設し、住宅展示場だけではイメージが付きにくい街並みとの調和、敷地の使い方、住宅地における光の採り込み方などを体感できるリアルサイズのモデルハウス

※1 GX志向型住宅
(脱炭素志向型住宅)

※2 東京ゼロエミ住宅

ZEH基準の水準を大きく上回る省エネ性能を有する新築住宅。再生可能エネルギーを除いた1次エネルギー消費量の削減率35%以上、再生可能エネルギーを含む1次エネルギー消費量の削減率100%、断熱等性能等級6以上等の要件がある

高い断熱性能の断熱材や窓を用いたり、省エネ性能の高い照明やエアコンなどを取り入れたりすることで、人にも地球環境にもやさしい東京都独自の住宅。省エネに加えて、高断熱化によって快適な室温が維持され、部屋間の温度差も小さくなり、ヒートショックの抑制にもつながる

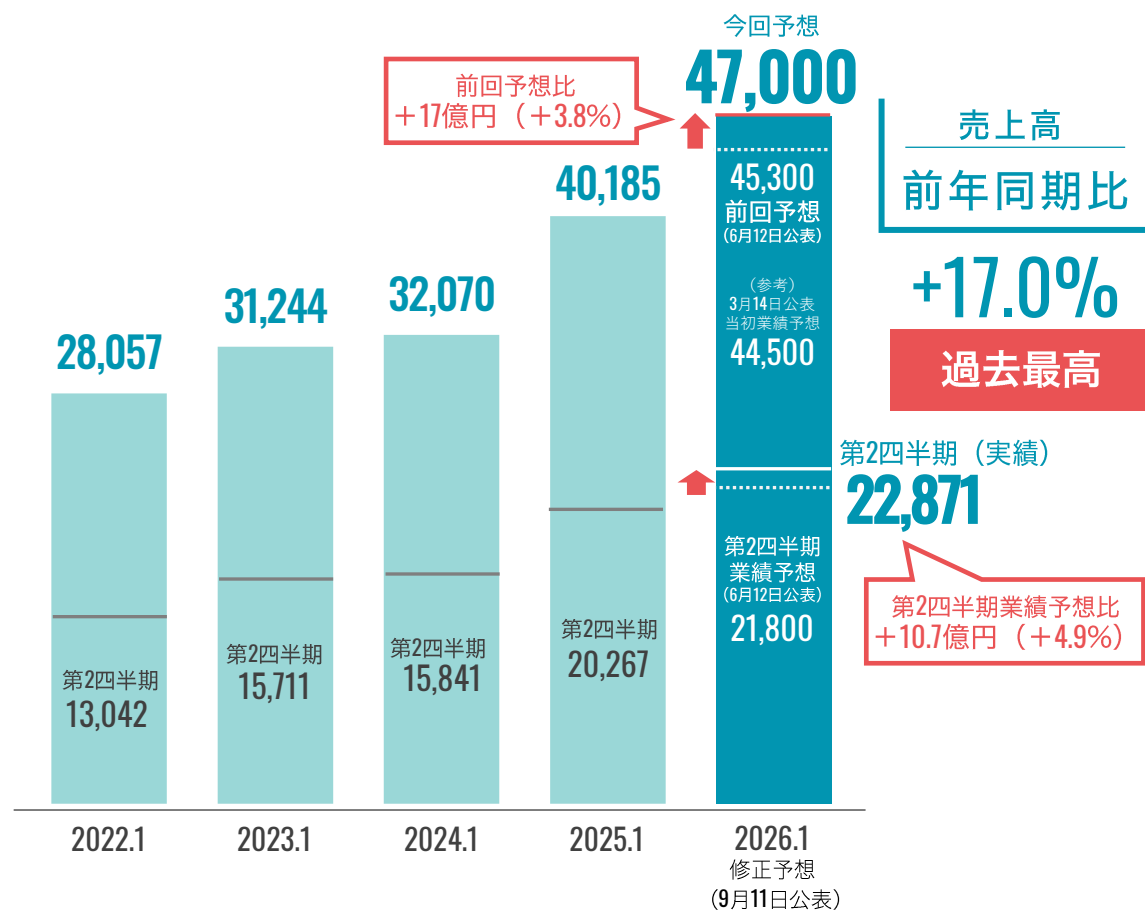
1. 会社概要
- ② 2. 当期の計画及び進捗（第2四半期）
3. 事業の特長と強み
4. 成長戦略
5. 財務方針

業績予想と実績推移（売上高・営業利益）

- ・ 第2四半期までの業績・受注が非常に好調であることから、9月11日に当期2回目となる上方修正を公表
- ・ 営業利益率は6.4%から7.1%と0.7ポイント増となり、前回の業績予想修正時から利益率も向上

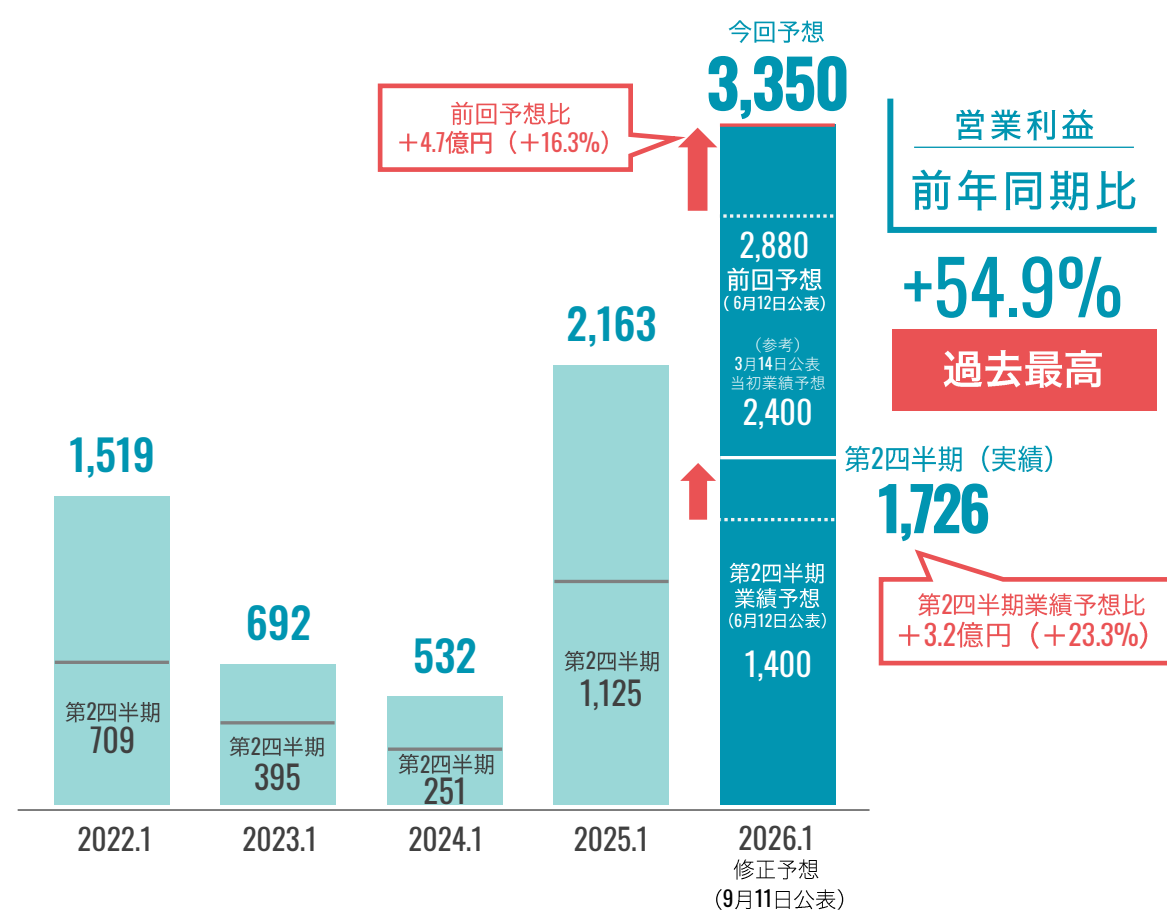
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



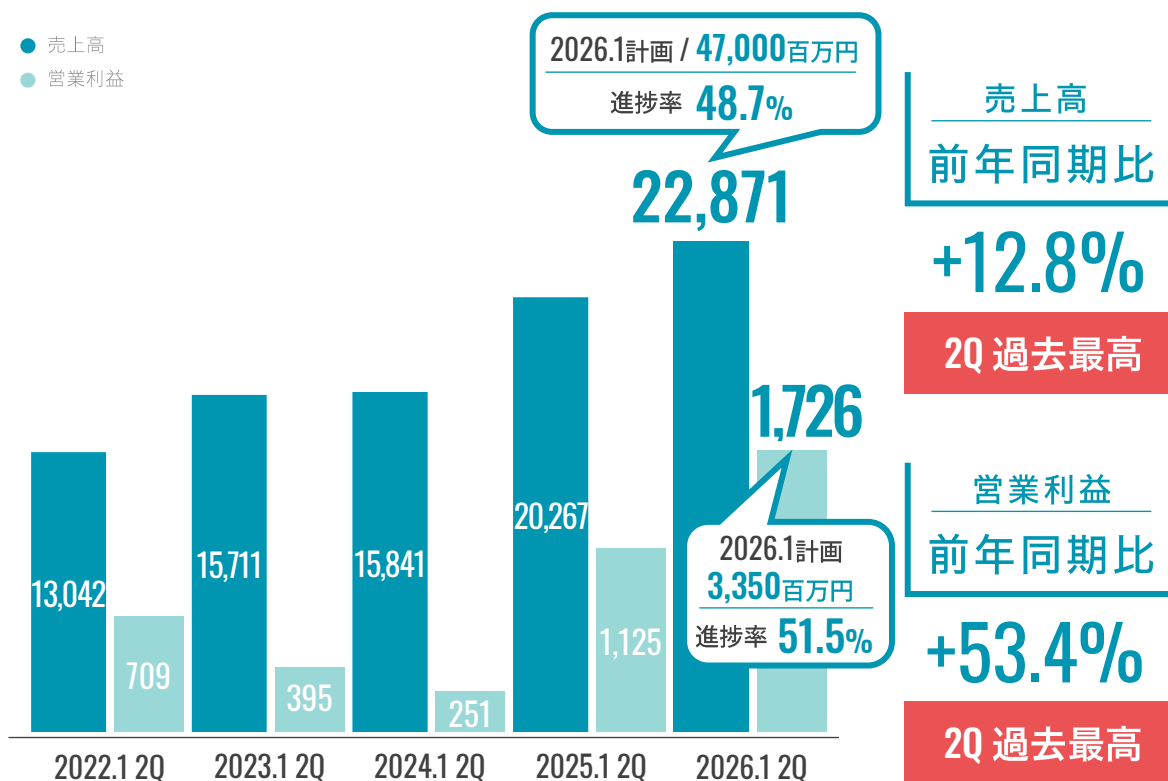
第2四半期業績推移

- ・ 注文住宅の販売棟数は第1四半期に続き過去最高を更新
- ・ 土地販売棟数は前年同期比減となったが、分譲住宅（建物＋土地）の販売棟数及び販売単価の上昇により、土地販売を含む分譲住宅全体の売上高は大きく増加

売上高・営業利益

(百万円)

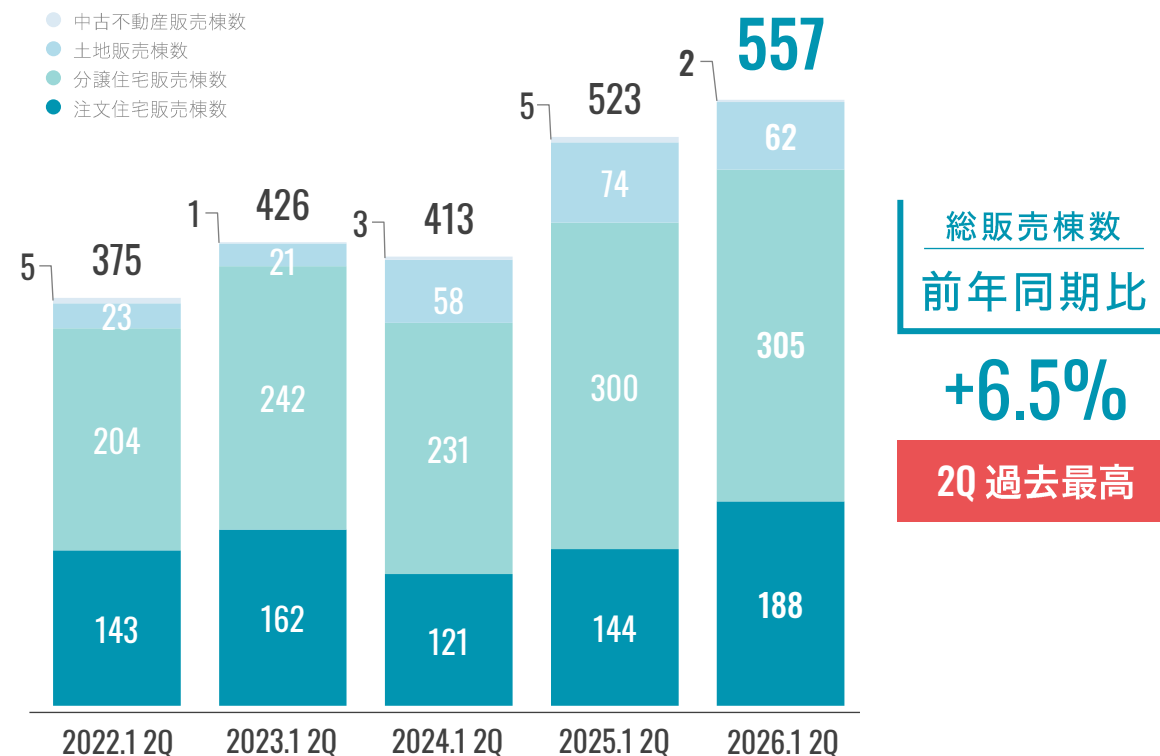
- 売上高
- 営業利益



総販売棟数

(棟)

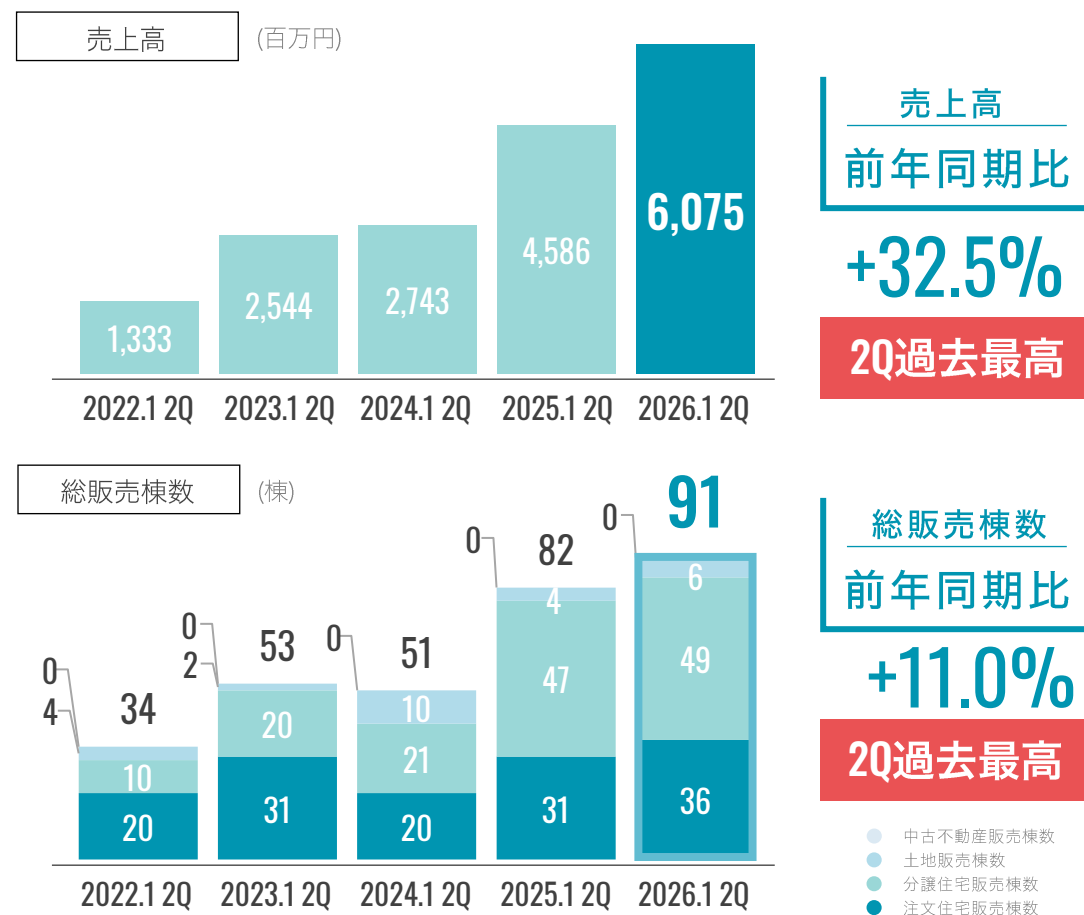
- 中古不動産販売棟数
- 土地販売棟数
- 分譲住宅販売棟数
- 注文住宅販売棟数



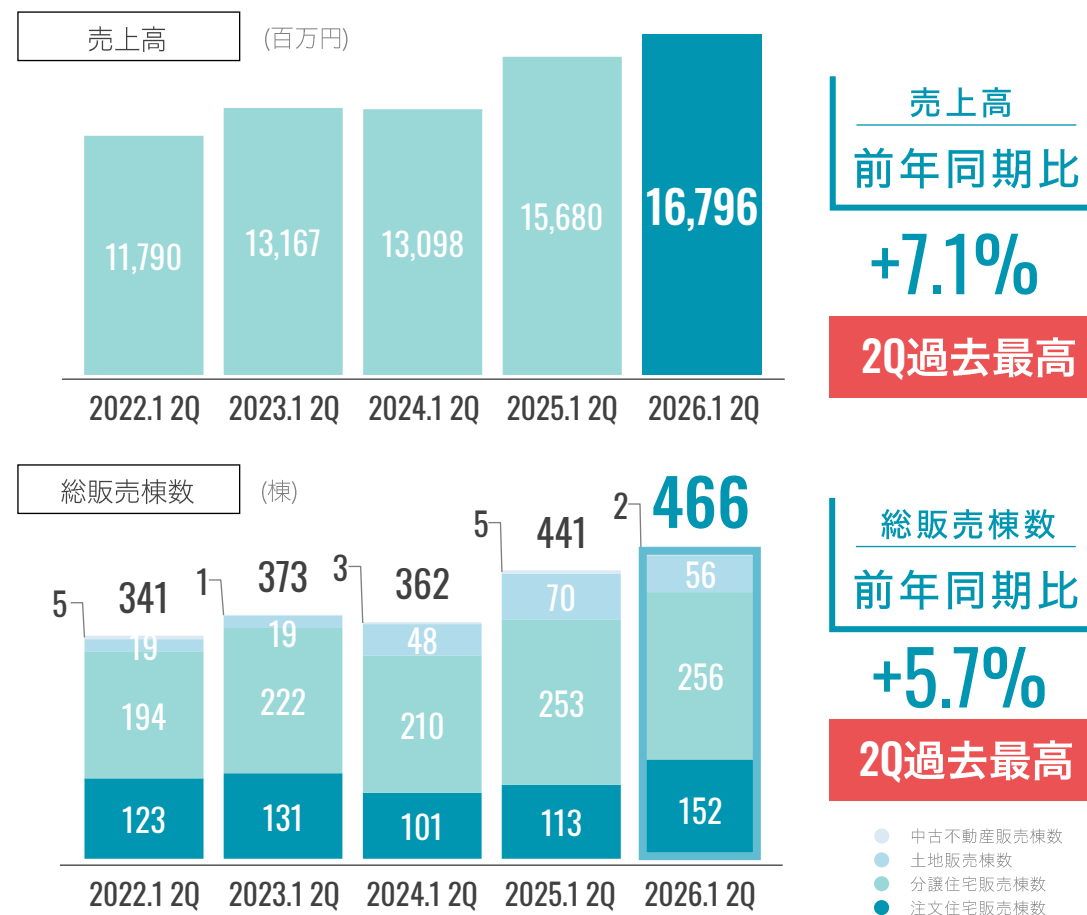
エリア別売上高及び総販売棟数推移

- ・首都圏エリアは、商品の付加価値を高めて販売単価を上昇する施策が奏功し、総販売棟数の前年同期比+11.0%に対し売上高は同+32.5%と大幅に増加
- ・東海エリアは、第1四半期に続き注文住宅の販売棟数が前年同期比+34.5%と大きく増加

✓ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



✓ 東海エリア 売上高・総販売棟数

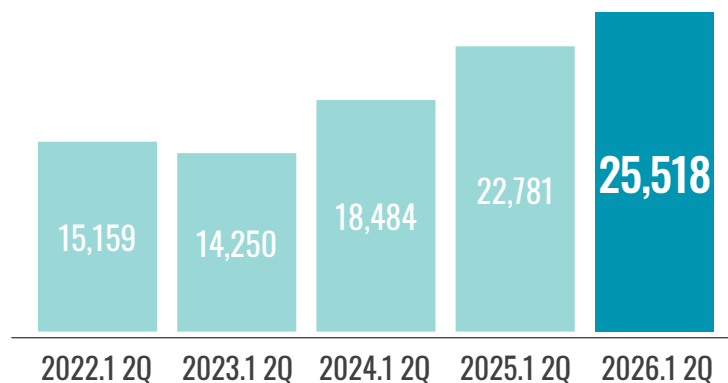


受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

- ・ 高い商品力や独自のデジタルマーケティングの奏功により、注文住宅の受注棟数が第1四半期から引続き増加
- ・ 注文住宅の受注残高と分譲住宅の棚卸資産も順調に増加。設計・施工能力を強化し、今後の業績への貢献を見込む

受注高

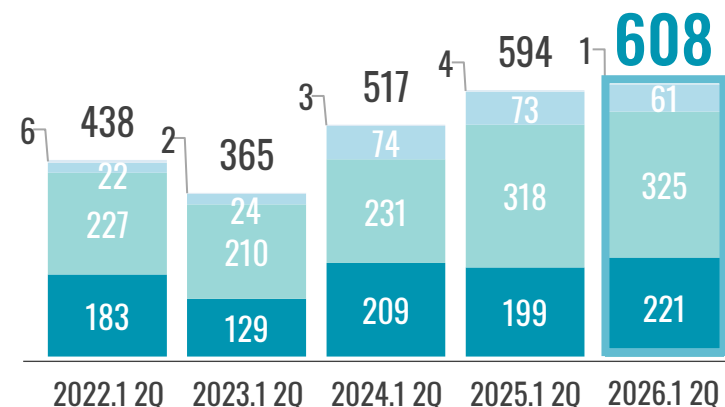
(百万円)



受注高
前年同期比
+12.0%
2Q 過去最高

総受注棟数

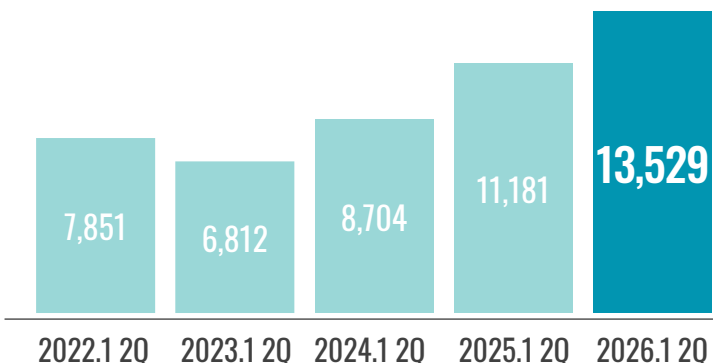
(棟)



総受注棟数
前年同期比
+2.4%
2Q 過去最高

注文住宅の受注残高

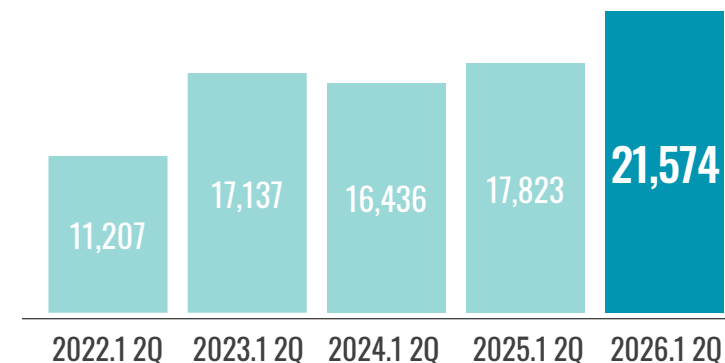
(百万円)



受注残高
前年同期比
+21.0%
2Q 過去最高

分譲住宅の棚卸資産

(百万円)



棚卸資産
前年同期比
+21.0%
2Q 過去最高



1. 会社概要
2. 当期の計画及び進捗（第2四半期）
- 3. 事業の特長と強み**
4. 成長戦略
5. 財務方針

事業の特長と強み

1.

「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

2.

デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

3.

「注文住宅」×「分譲住宅」×「土地」のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力

1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力！

注文住宅の特長

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します



デザイン性が高く使い勝手の良い住宅

デザイン・設計力

機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチングした設計
敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン

分譲住宅の特長

分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します



適正な価格で提供

適正価格

20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯
デザイン性・性能に合った適正な価格



高断熱、制振性と
テクノロジーを装備

高性能・高機能

吹付断熱による高気密高断熱住宅を実現、高い耐震性能に加え制振ダンパーも標準搭載
IoT（スマートホーム）仕様で、テクノロジーを活用して機能性を高めた住宅を販売

2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

- ・ TVCMやWebサイト、SNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける。集客の約8割がWeb経由

① デジタルマーケティング・ブランディング

TVCM



2024年3月より、当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演CM第2弾の放映を開始。CMの放映により認知拡大とブランディング強化

Webサイト



SNS



② Web反響率



80.1%

Web反響率は引き続き高水準を維持

Web反響率

当社グループへの問い合わせ件数の内、Web経由の比率

3. 「注文住宅」×「分譲住宅」×「土地」のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力



1 注文住宅の強み

☑ デザイン・設計力

こだわりの設計士によるデザイン・設計力
(時代に合わせたデザイン・設計・仕様等のノウハウ、自由度の高さ)

2 分譲住宅の強み ☑ 土地活用力・商品力・コストパフォーマンス

- ・土地に合わせた住宅を建てる土地活用力
- ・注文住宅で培った顧客ニーズを反映させた「商品力」
- ・購入や入居の手間、コスト、時間の削減

3 土地情報力の強み

☑ 最適立地の確保

- ・大手不動産会社ルートと多店舗展開による豊富な土地情報と仕入れ力
- ・「物件情報の網羅」「顧客の反響の把握」で顧客ニーズを捉えた仕入れ

住宅業界における当社独自のポジショニング

- ・東海エリア、首都圏エリアともに中小規模の事業者が多く、当社の優れた商品力によりさらなる成長余地あり



※本図は本資料作成時における当社見解に基づくイメージ図です。
横軸は柔軟性、自由度の表現としています



1. 会社概要
2. 当期の計画及び進捗（第2四半期）
3. 事業の特長と強み
4. 成長戦略
5. 財務方針

成長戦略 ハイライト

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進

4.

M&A・新規事業の推進

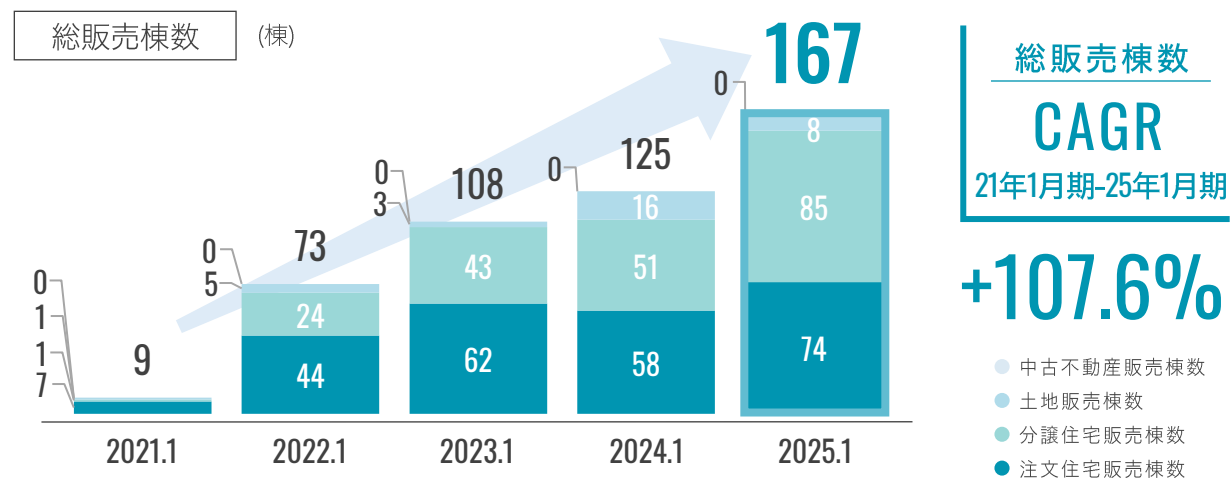
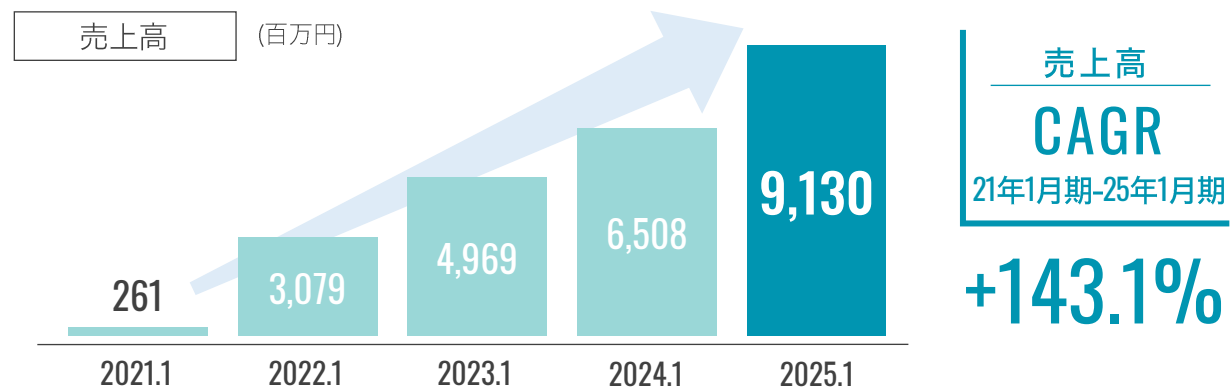
5.

人的資本経営の推進

1. 首都圏エリアでの成長の加速

- ・ 首都圏エリアは2019年10月の進出以来高成長で推移、今後も高い成長により当社業績をけん引すべく積極投資
- ・ 東京都、埼玉県をはじめとして、今後も一都三県に積極的に拡大方針

☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



アールギャラリー
新所沢展示場



アールギャラリー
立川展示場



アールギャラリー
武蔵野展示場

戦略地域への経営資源の集中①

- ・ 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和6年計）』
令和6年1月～12月分 着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）
新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は東海エリア4,000万円、
首都圏エリア6,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模
として算出

※東海エリア：愛知、岐阜、静岡、三重、首都圏エリア：東京、埼玉、千葉、神奈川

東海エリア+首都圏エリア

6.0兆円※
約147,000棟

●注文住宅
約79,000棟

●分譲住宅
約68,000棟

首都圏エリアの
戸建住宅市場規模

4.5兆円※
約100,000棟

●注文住宅
約46,200棟

●分譲住宅
約53,300棟

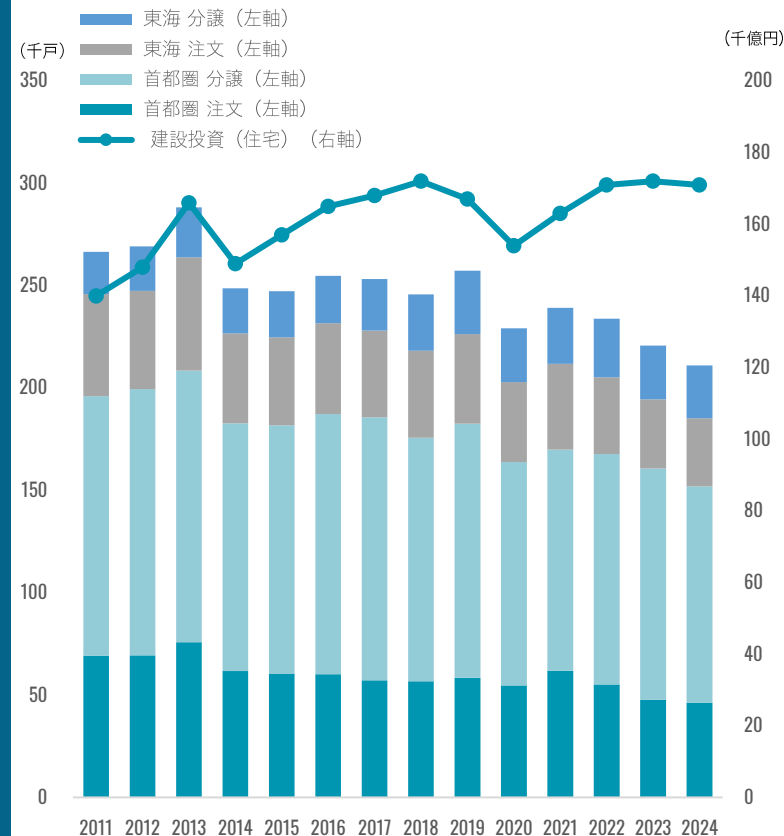
東海エリアの
戸建住宅市場規模

1.5兆円※
約48,000棟

●注文住宅
約33,200棟

●分譲住宅
約14,500棟

戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和6年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表
②国土交通省『令和6年度（2024年度）建設投資見通し』
注：新設住宅着工戸数及び（内訳）戸建は出所①より、建設投資（住宅）は出所②より作成

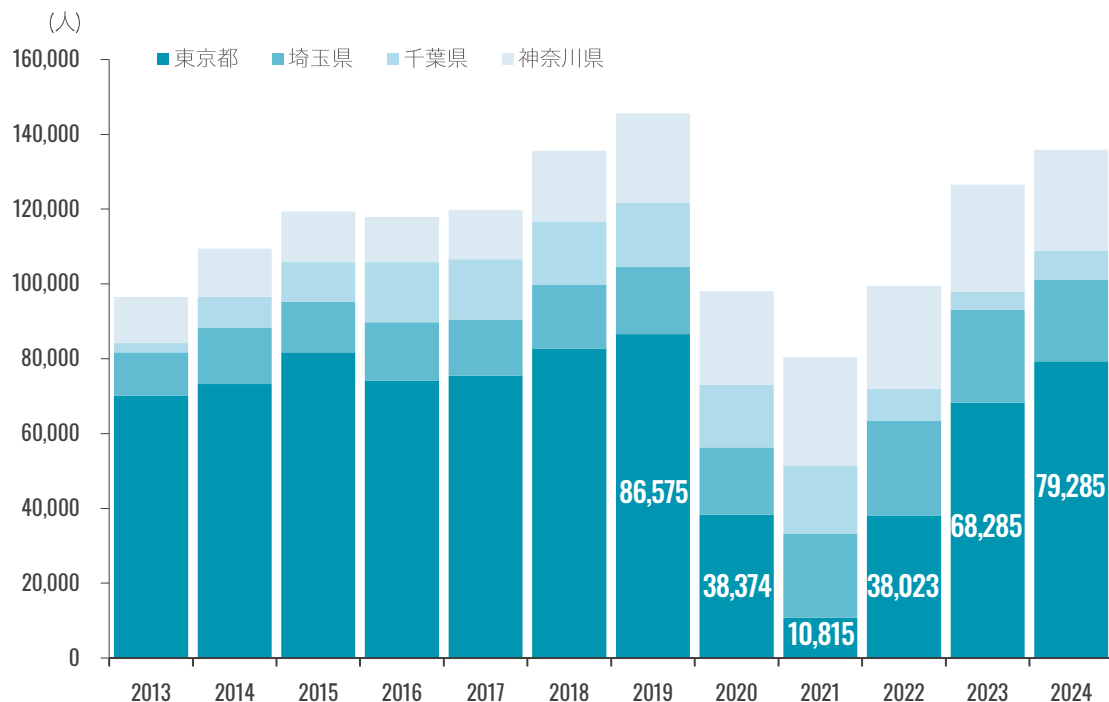
戦略地域への経営資源の集中②

- ・ 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中
- ・ 分譲マンションの上昇と比較して、戸建住宅の価格上昇は緩やかに推移

✓ 首都圏の転入者数

転入超過数推移

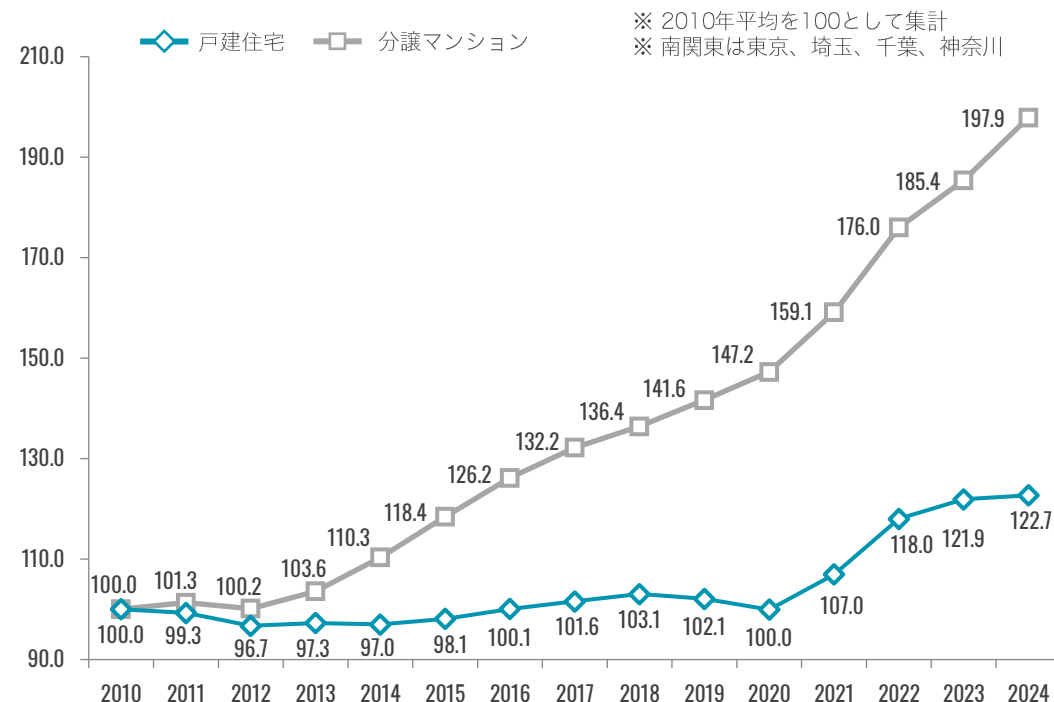
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（2024年）
※ 日本国籍者のみ



✓ 戸建価格の推移は堅調志向（首都圏）

戸建住宅・ 分譲マンション 平均価格（南関東※）

出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）
(https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html)
を加工して作成（各年の12カ月分の指数の平均値）

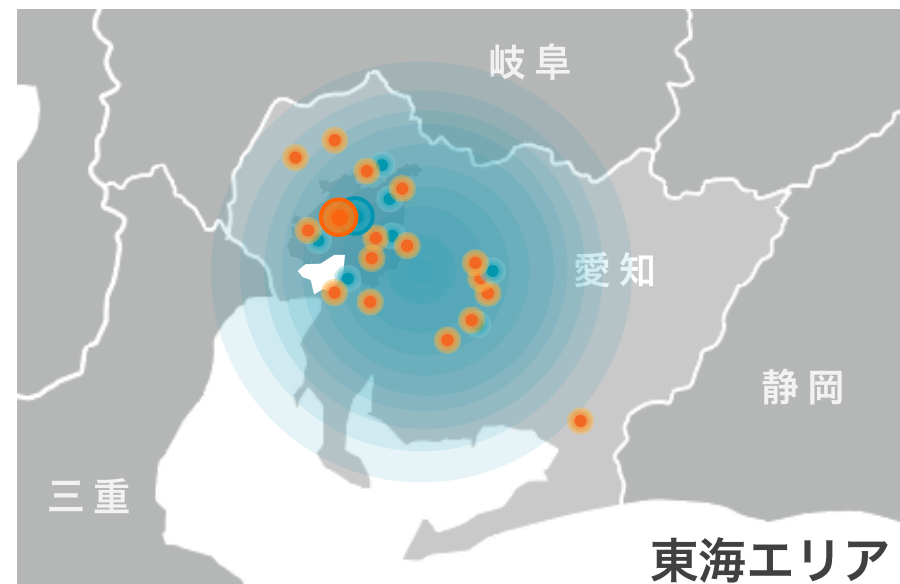
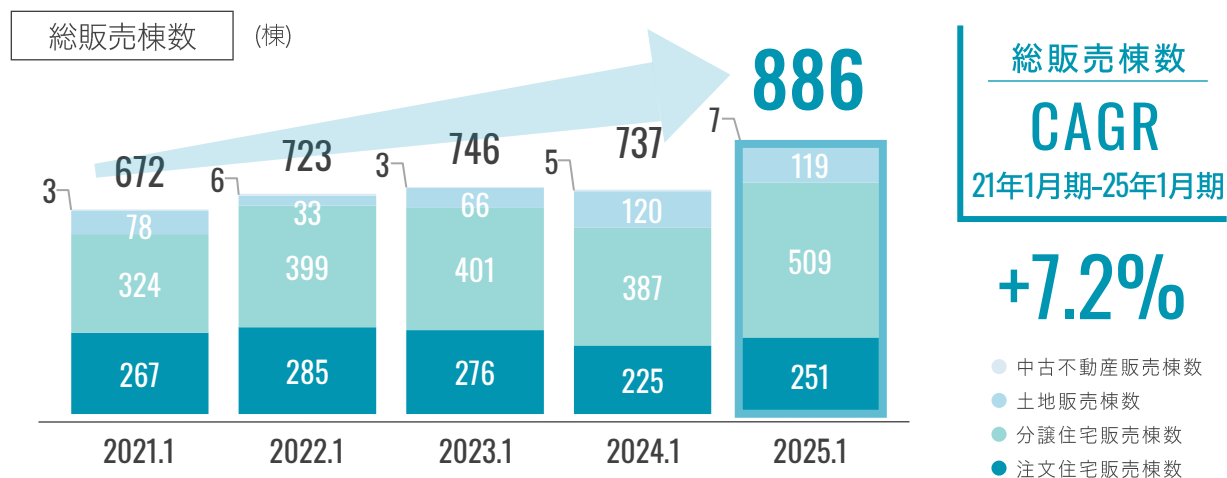
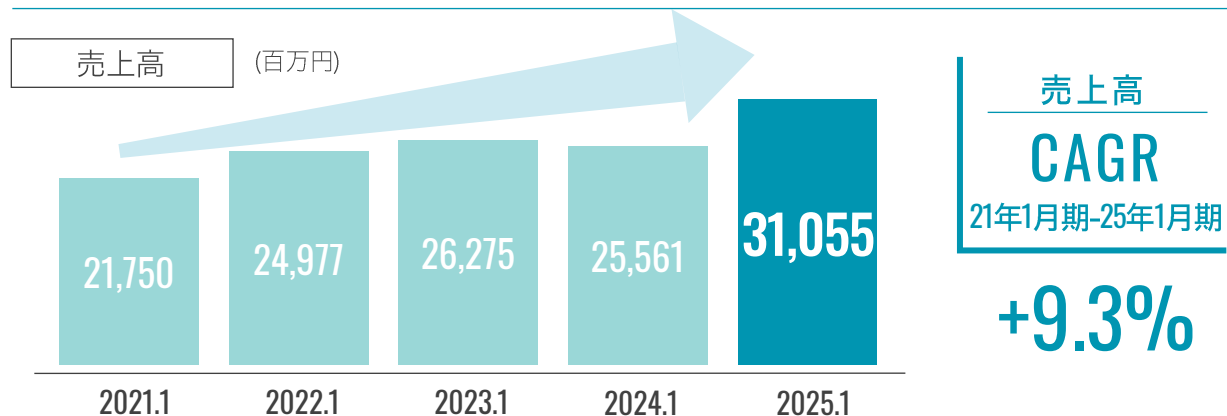


※ 2010年平均を100として集計
※ 南関東は東京、埼玉、千葉、神奈川

2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

- ・住宅市場が低迷する中でも着実に成長
- ・当社の地盤エリアとして知名度を活かして、安定的な収益を確保しつつさらなるシェアアップを目指す

☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数



アールギャラリー
大府展示場



アールギャラリー
日進梅森展示場



アールギャラリー
とよた平屋展示場

3. 当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進①

- ・ 当社成長の原動力である商品力をさらに深化し、幅広いお客様からのニーズを獲得
- ・ デザイン力、機能性、コスト競争力の強化で1棟当たり単価と収益性向上を図り、生産性向上を目指す

01 デザイン力・コスト競争力の強化



注文住宅グレードのデザイン性の高さ

- 注文住宅の施工実績から培ったデザイン性の高さ
- 機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン
- コストパフォーマンス＝適正価格＋価値創造
優れたデザイン・性能から生まれる付加価値により高い競争力の商品を提供

02 先進住宅の提供



住宅性能の向上と住宅への先進技術の導入

- ZEH住宅をはじめとした高断熱・高機能の住宅供給推進
- 外部専門家とのアライアンスにより、IoTデバイスの多様化、通信技術向上、AI技術の普及といった住宅設備の新潮流を積極的に取り入れた商品の開発
- ライフスタイルや働き方の変化に伴う住宅ニーズの変化やトレンドを取り入れた快適性の高い住宅の提供

03 好立地案件による収益性向上

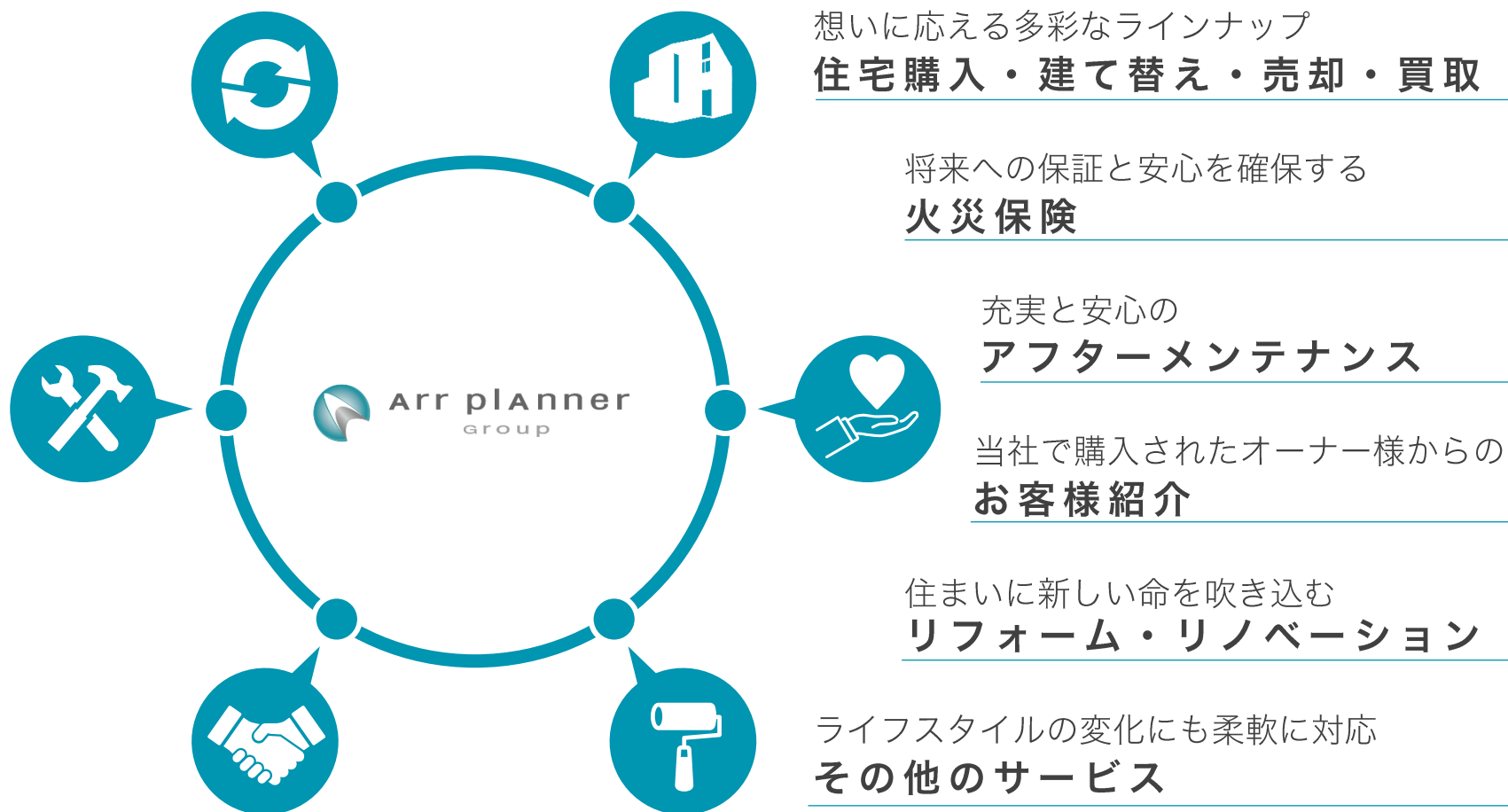


魅力ある住宅×好立地により収益性向上を実現

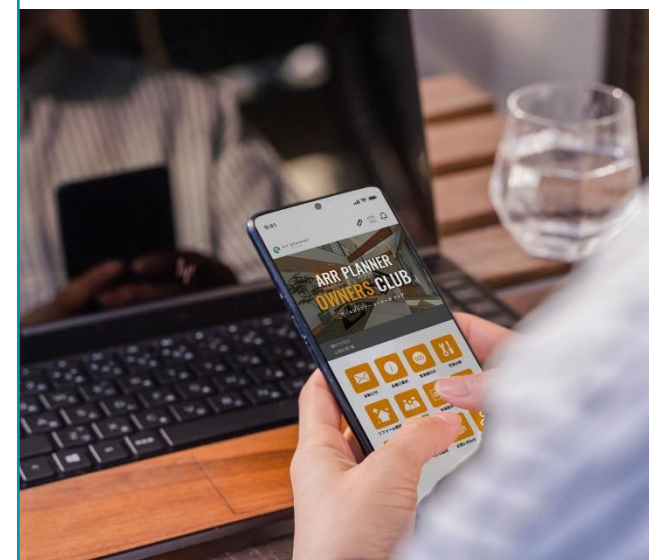
- 土地の仕入販売も行うことによる土地情報で、好立地の注文住宅・分譲住宅を販売することで収益性向上を実現
- デザイン、機能に優れた商品を適正価格で提供
- 収益性向上により生産性を高め、企業価値向上、従業員のエンゲージメント強化を

3.当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進②

- ・住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産（ストック）と位置付け、LTV（Life Time Value/ ライフタイムバリュー）向上を図る
- ・当社住宅購入から10年超が経過したお客様が増えており、リフォームニーズも確実に取り込む



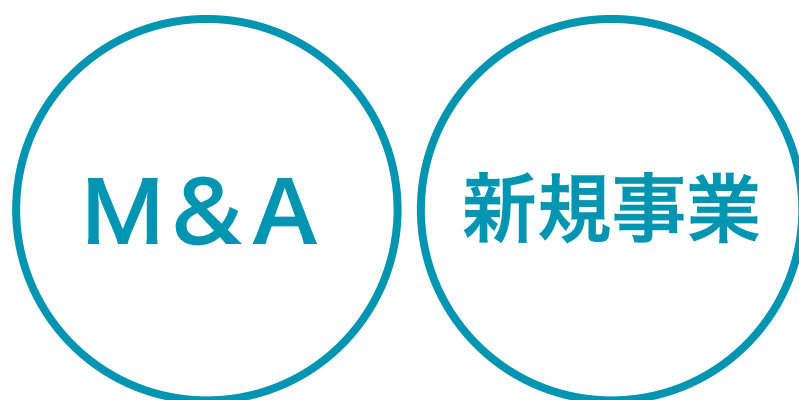
📌 オーナー様向けアプリ



オーナー様の住まいと
ライフスタイルに寄り添うアプリ
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」
2022年11月サービス開始

4.M&A・新規事業の推進

- ・既存事業の深化によるオーガニックな成長に加え、今後M&Aや新規事業による非連続的な成長についても柔軟かつ積極的に検討



戸建住宅事業をベースに
周辺領域も含めたM&Aや新規事業を
柔軟かつ積極的に検討

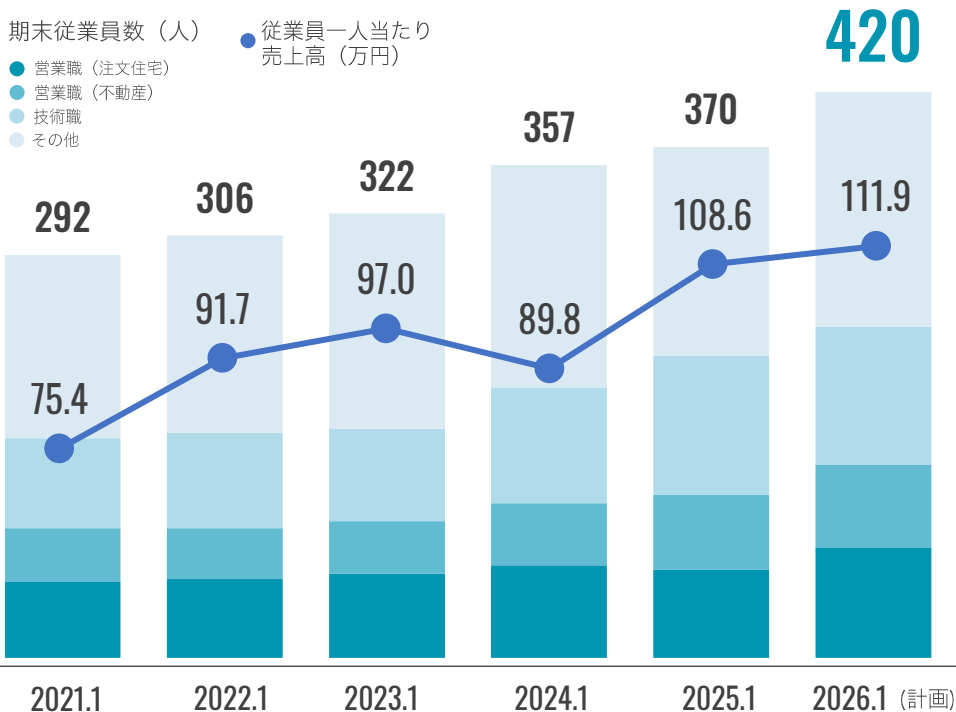
事業	メインの戸建住宅事業を中心にシェア拡大	エリア	首都圏エリア・東海エリアの既存展開エリアの強化	人財	優秀な人財の確保で競争力拡大
戸建住宅の周辺領域も含めて住まいに関する商品・事業について柔軟に検討		既存エリアを中心にその周辺エリアを含めて収益拡大が見込める地域へ		パーパス・ビジョンへの共感、経営理念の浸透に向けた取組み	

5. 人的資本経営の推進①

- ・ 当社では従業員を「人財」としてとらえ、競争力の源泉として中長期的な企業価値向上につなげる
- ・ 人財獲得、商品力を高める人員構成と人財育成、生産性・定着率向上に向けた施策を推進

☑ 期末従業員数と一人当たり売上高

人財獲得と一人当たり売上高を継続的に改善

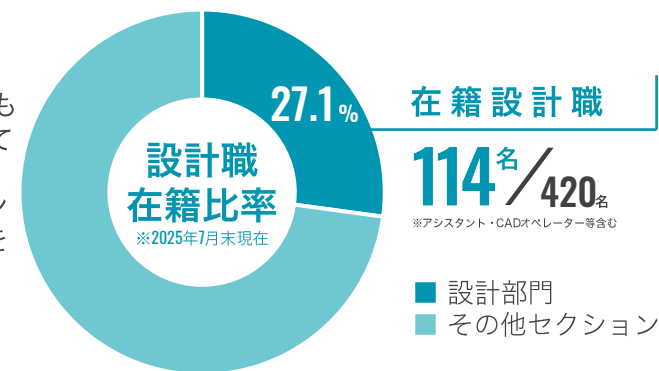


うち首都圏 エリア人員数	2020.1	2021.1	2022.1	2023.1	2024.1	2025.1	2026.1
	5名	30名	47名	65名	75名	79名	100名（計画）

☑ 人財の価値を最大限に高める施策

設計職の在籍比率

「設計士 = デザイナー」という考えのもと設計部門にも積極的に人財投資を行っています。
経験豊富な設計人材が当社の「デザイン住宅」を造り上げ、強みである商品力を高めることで収益性の向上を図ります。



即戦力 + 新卒採用力

専門性が高く即戦力となる中途採用を基本に当社グループカルチャーフィットと次世代人財育成のための新卒採用も重視。

日経・マイナビ2025連動特集 就活支援
『2025年卒版就職企業人気ランキング』

総合

住宅不動産

東海エリア

第26位

第2位

5. 人的資本経営の推進②

① 生産性向上に向けた取組み



能力向上・キャリア形成支援

社内研修の充実、資格取得祝い金制度、半期目標達成表彰制度等により、従業員の能力向上や将来のキャリア形成につながる活動を支援



エンゲージメントを強化

企業理念の浸透と実践、魅力的な職場環境整備と適切なインセンティブ付与を通じて、会社と従業員との相互信頼（エンゲージメント）をベースとした活発な企業風土を作る



外部専門家とのアライアンス

社内の専門人財を育成しつつ、外部の高度専門家とのアライアンスを推進することで人的資源の有効活用による生産性向上

② 定着率向上に向けた取組み



働きがいのある制度設計

目標管理と360度サーベイによる透明性のある人事評価、半期目標達成表彰制度、年次ではなく実績に応じた給与・インセンティブ設計など、従業員の働きがいを意識した人事制度を導入



従業員の多様な働き方への配慮

時差出勤制度や時短勤務制度等のフレキシブルな勤務体系により、従業員のライフステージの変化による多様な働き方へのニーズに配慮



福利厚生の充実

資格取得祝い金制度、社員旅行など福利厚生の充実に向けた取組みを実施

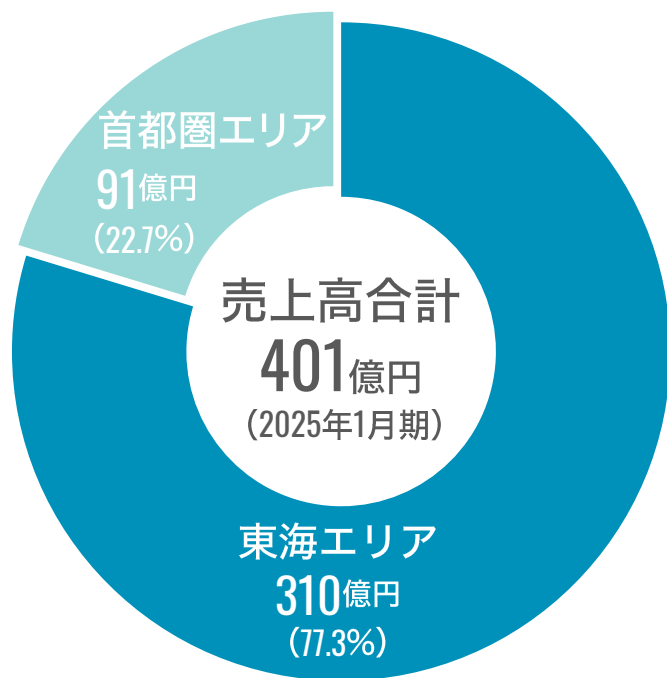
2033年ビジョン

売上高1,000億円

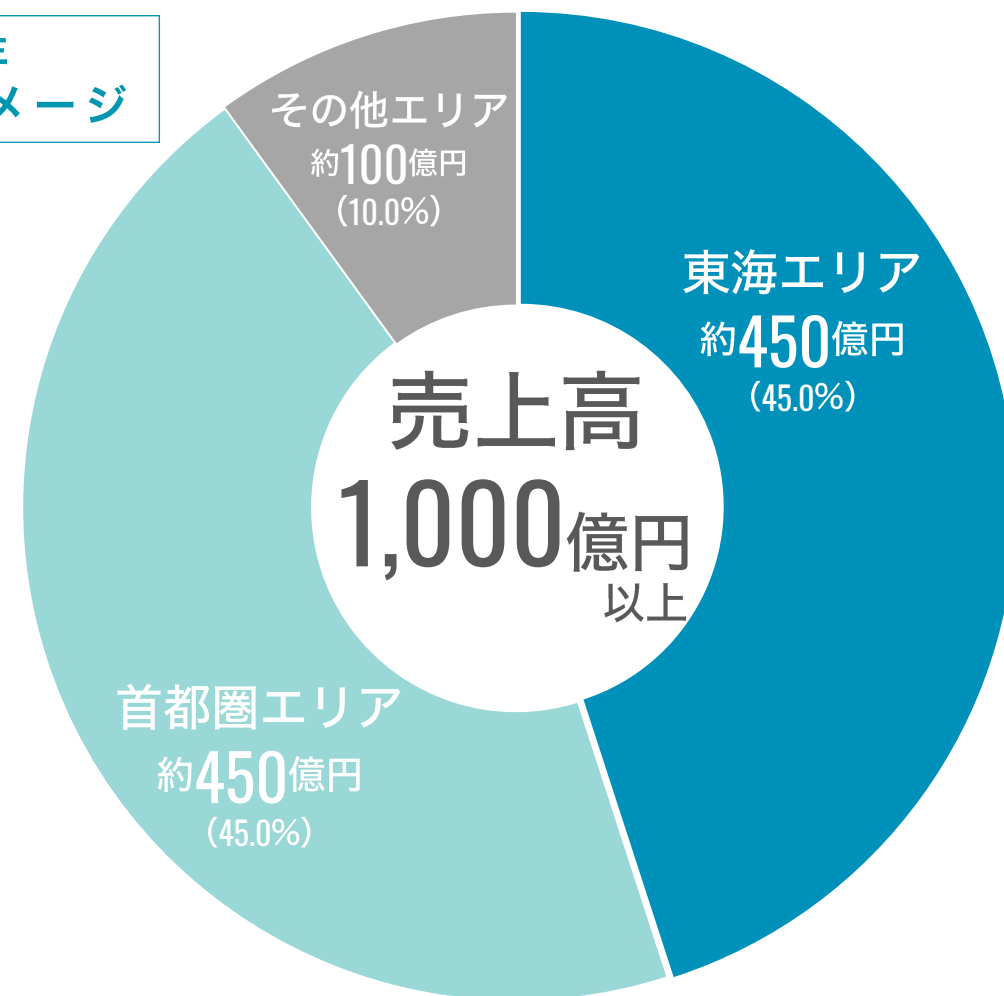
2033年ビジョン — 売上構成イメージ

- ・ **1,000億円達成に向けて首都圏エリアへの投資を加速し、東海エリアと同規模水準の売上比率を目指す**

現在の
売上構成比



2033年
売上構成イメージ



成長戦略のまとめ

- ・ 既存事業の東海エリアでの安定成長と首都圏エリアでの成長加速を基本方針としつつ、今後M&Aや新規事業による非連続的成長を検討

2033年
売上高 1,000 億円以上

✓ 売上高

(百万円)

- 東海エリア
- 首都圏エリア
- ストックビジネス
- M&A・新規事業

ストックビジネス拡大

M&A・
新規事業

首都圏エリアの
成長加速

東海エリアの
シェアアップ

2003.10
創業

2019.10
東京進出

現在

今後の売上高成長イメージ

2033年

(2020年1月期)

(2026年1月期)

1. 会社概要
2. 当期の計画及び進捗（第2四半期）
3. 事業の特長と強み
4. 成長戦略
- ⑤ 5. 財務方針

財務方針①（成長性）

- ・首都圏エリアでの急成長と東海エリアでの堅調な業績から、売上高の5年平均成長率（CAGR）は16.2%と高い水準で推移
- ・25年1月期以降は利益率も回復傾向にあり、今後は売上高の成長性に加えて利益率も改善していく

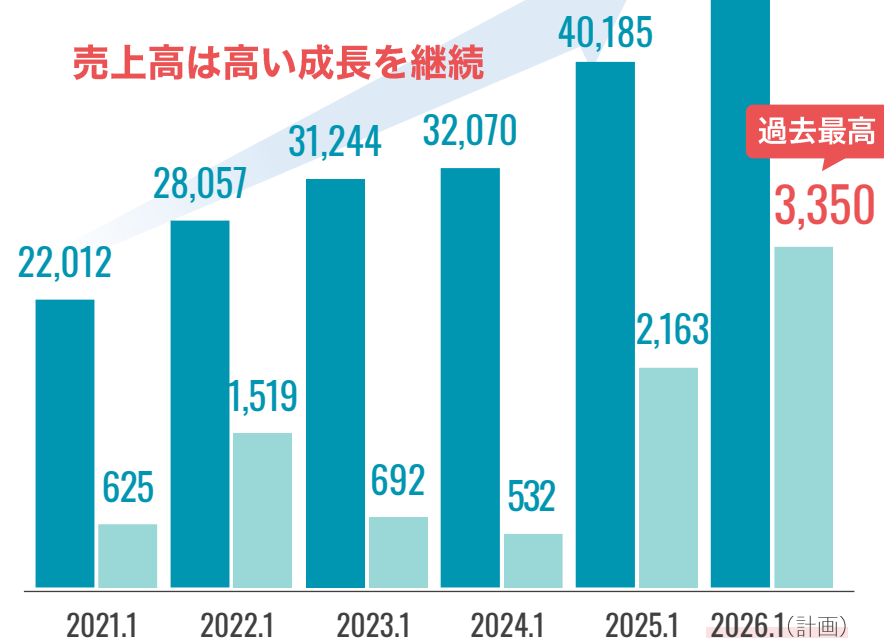
① 売上高・営業利益の推移

● 売上高
● 営業利益

(百万円)

売上高5年 CAGR **16.2%**
(2021年1月期—2025年1月期)

売上高は高い成長を継続



売上高
25年1月期-26年1月期
+17.0%

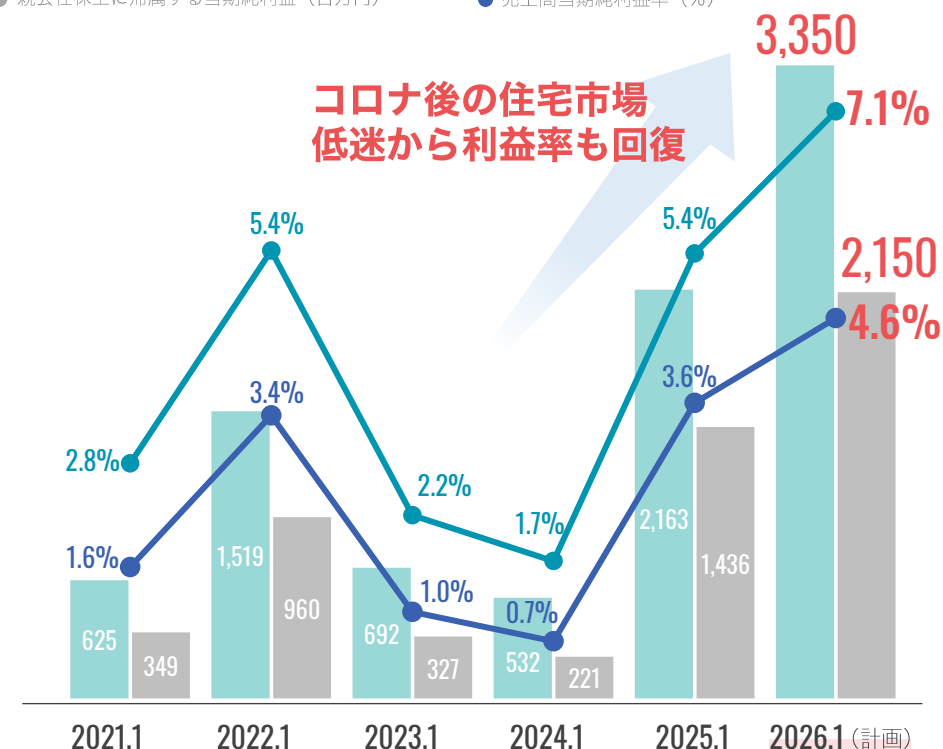
営業利益
25年1月期-26年1月期
+54.9%

● 2021年2月
東証マザーズ(現グロース)市場上場

② 営業利益率・当期純利益率の推移

● 営業利益 (百万円)
● 親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)

● 売上高営業利益率 (%)
● 売上高当期純利益率 (%)



コロナ後の住宅市場
低迷から利益率も回復

● 2021年2月
東証マザーズ(現グロース)市場上場

財務方針②-1（株価指標）

※日本取引所グループ「規模別・業種別PER・PBR（連結・単体）一覧」2025年1月データより、東証グロース市場・不動産業の「加重_PER（倍）」集計値との比較

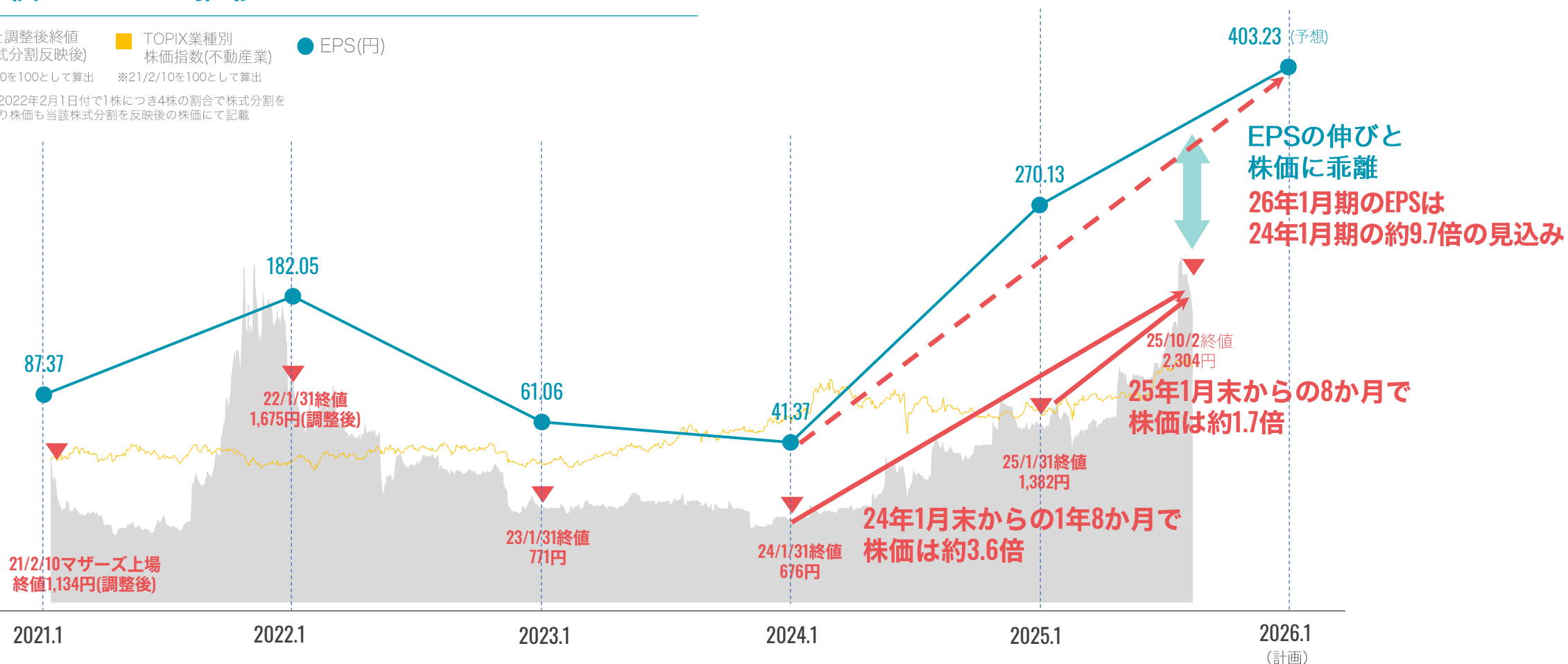
- ・ 24年1月以降、株価は上昇傾向にあるが、EPSの増加ペースと乖離
- ・ 25年9月11日の上方修正を受けて短期的には株価が当期業績予想を織り込んだ水準に修正されつつあるが、24年1月期から26年1月期（予想）のEPS倍率9.7倍とは乖離がある状態

株価とEPSの推移

■ 当社調整後終値
(株式分割反映後) ■ TOPIX業種別
株価指数(不動産業) ● EPS(円)

※21/2/10を100として算出 ※21/2/10を100として算出

※当社は2022年2月1日付で1株につき4株の割合で株式分割を行っており株価も当該株式分割を反映後の株価にて記載

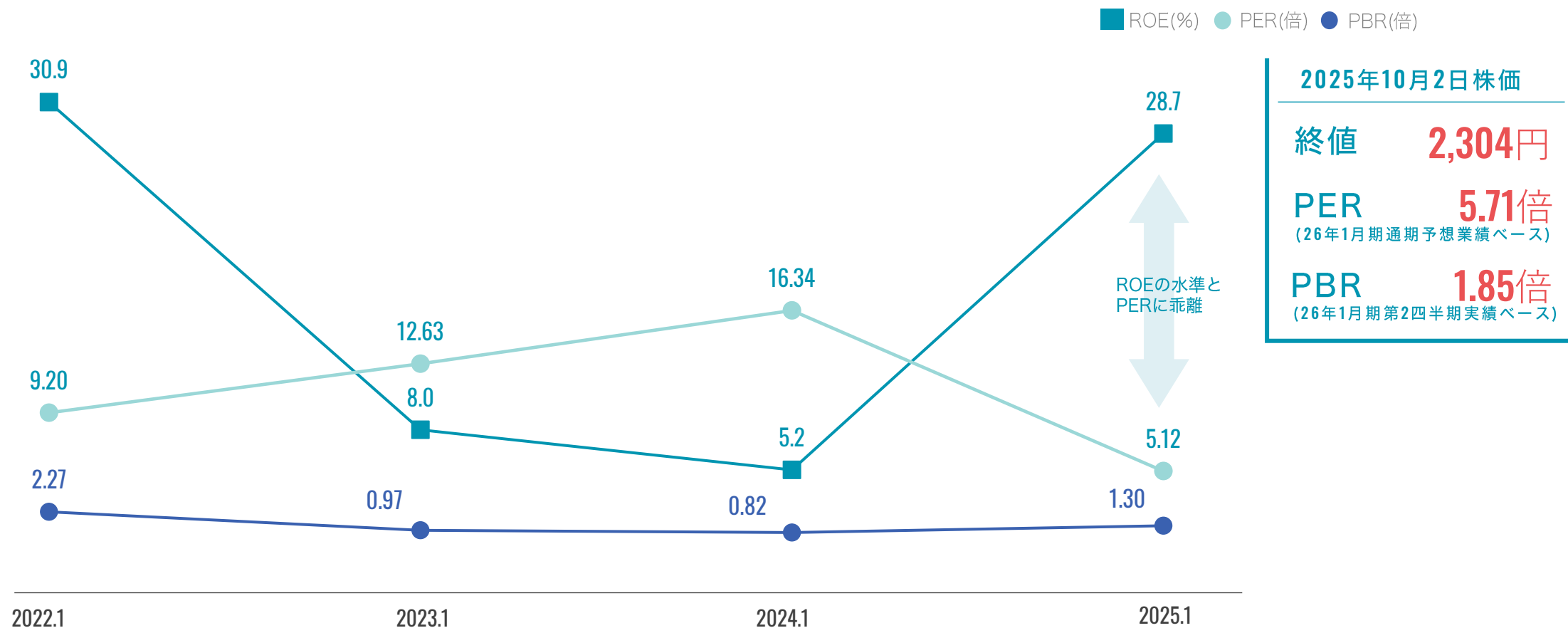


財務方針②-2（株価指標）

※日本取引所グループ「規模別・業種別PER・PBR（連結・単体）一覧」2025年1月データより、東証グロース市場・不動産業の「加重_PER（倍）」集計値との比較

- ・25年1月期にROEも大きく改善しているものの、PERは東証グロース市場の不動産業(※)の2025年1月の加重平均値である16.2倍と比較して低位にとどまっており、成長性への理解と株主還元の強化によりPERを上げていく

☑ ROE・PER・PBRの推移



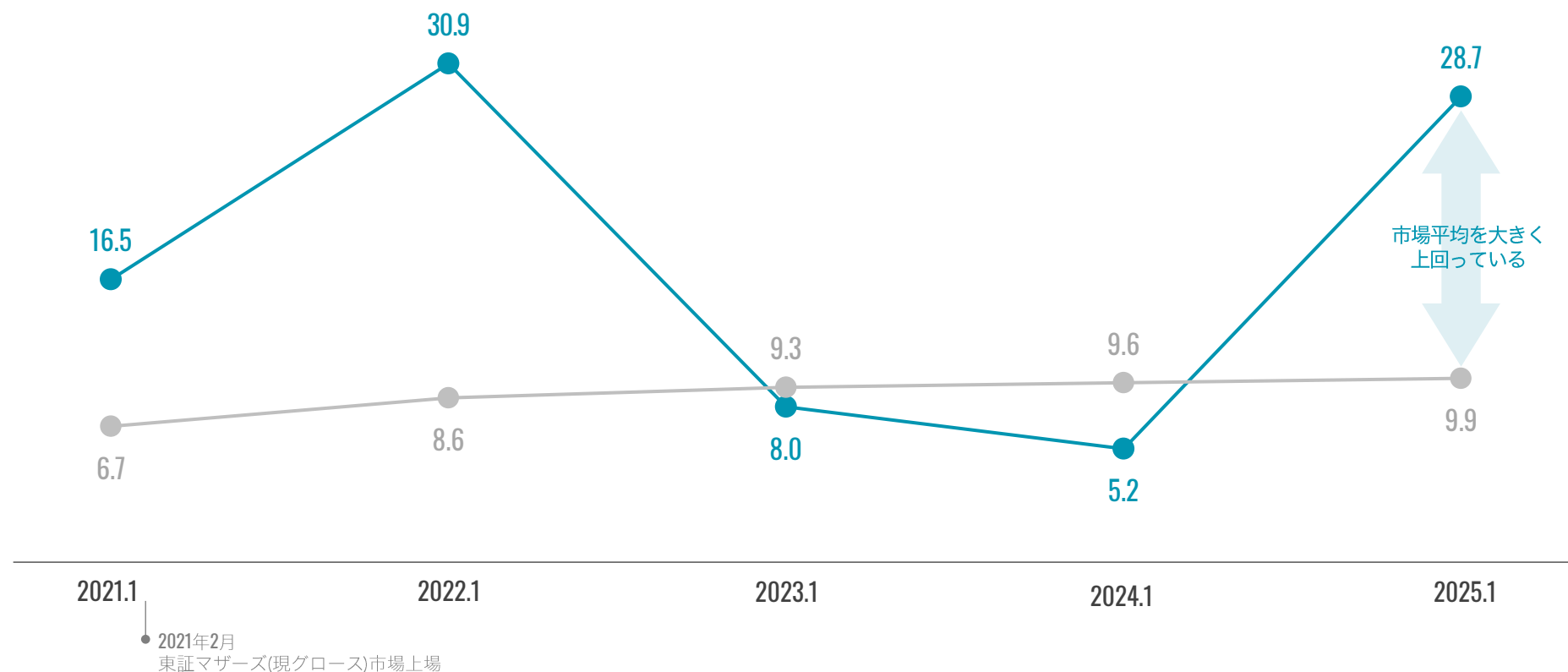
財務方針③（資本効率性）

- ・ ROEは、25年1月期の業績回復を受けて、東証上場の不動産業の平均を大きく上回る水準を達成
- ・ 総資産回転率から同業他社に比較して効率的に稼ぐ体質ができているものと認識。当期純利益率の向上と株主還元を強化しながら自己資本の充実を進めていくことでROEの向上を図る

☑ 上場後のROE推移

● 当社 ● 不動産業平均（東証上場）

出所：日本取引所グループ「決算短信集計結果」不動産業のデータもとに当社にて作成。3月末時点の、年度内に終了した決算が変則決算である会社及び年度中の新規上場会社等を除く対象会社の集計

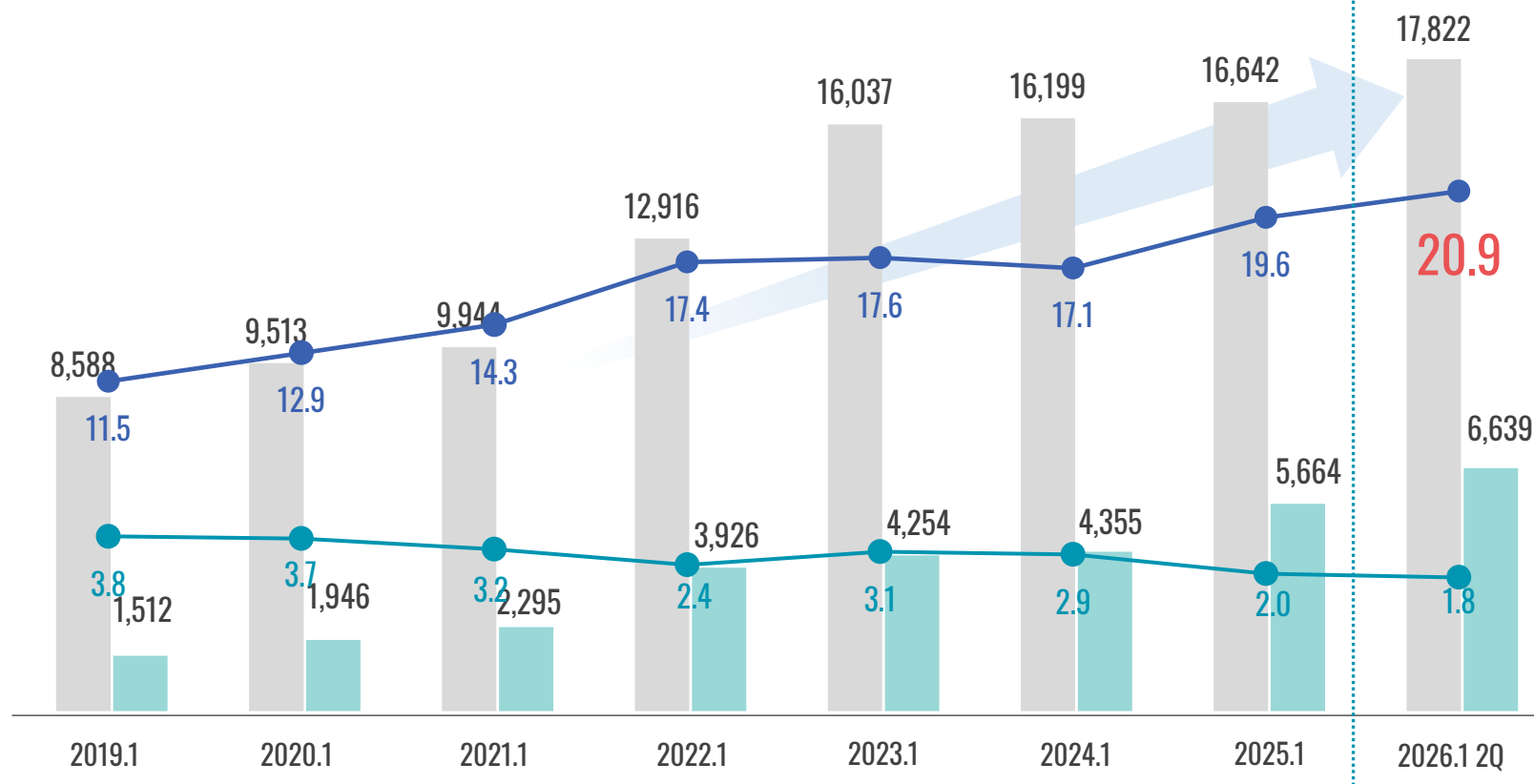


財務方針④（財務健全性）

- ・ 事業規模の拡大に伴い有利子負債残高は増加しているものの、自己資本比率及びネットD/Eレシオも年々改善傾向
- ・ 成長に必要な資金を随時調達できるよう、引続き財務健全性の向上に取り組む

④ 財政状態の推移

● 自己資本比率(%) ● ネットD/Eレシオ(倍) ■ 有利子負債残高(百万円) ■ 自己資本(百万円)

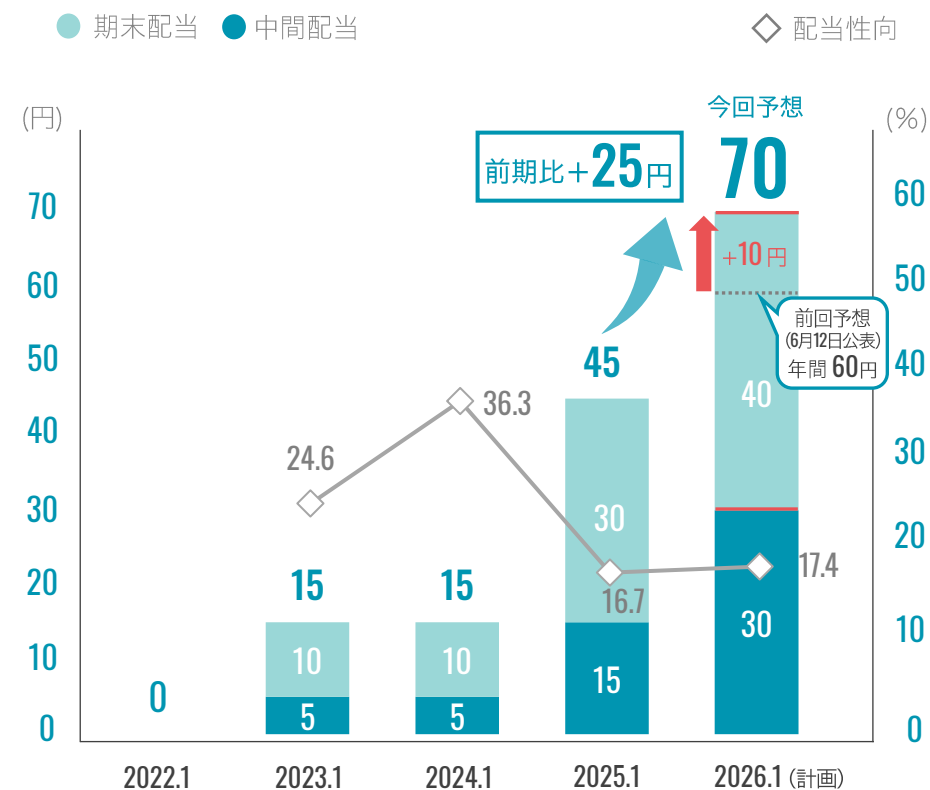


有利子負債残高は増えているが
自己資本比率は20%を超える水準
まで着実に増加

財務方針⑤（株主還元について（増配））

- 業績の上方修正にあわせて、9月11日に期末配当金予想を1株当たり40円へ増配を発表。その結果、1株当たりの年間配当金額は60円（6月12日時点修正予想）から70円（9月11日時点予想）に増額
- 中長期にわたる企業価値向上の実現を最優先課題とし、株主還元については、安定的な配当実施を基本に成長投資とのバランスを重視することを基本方針

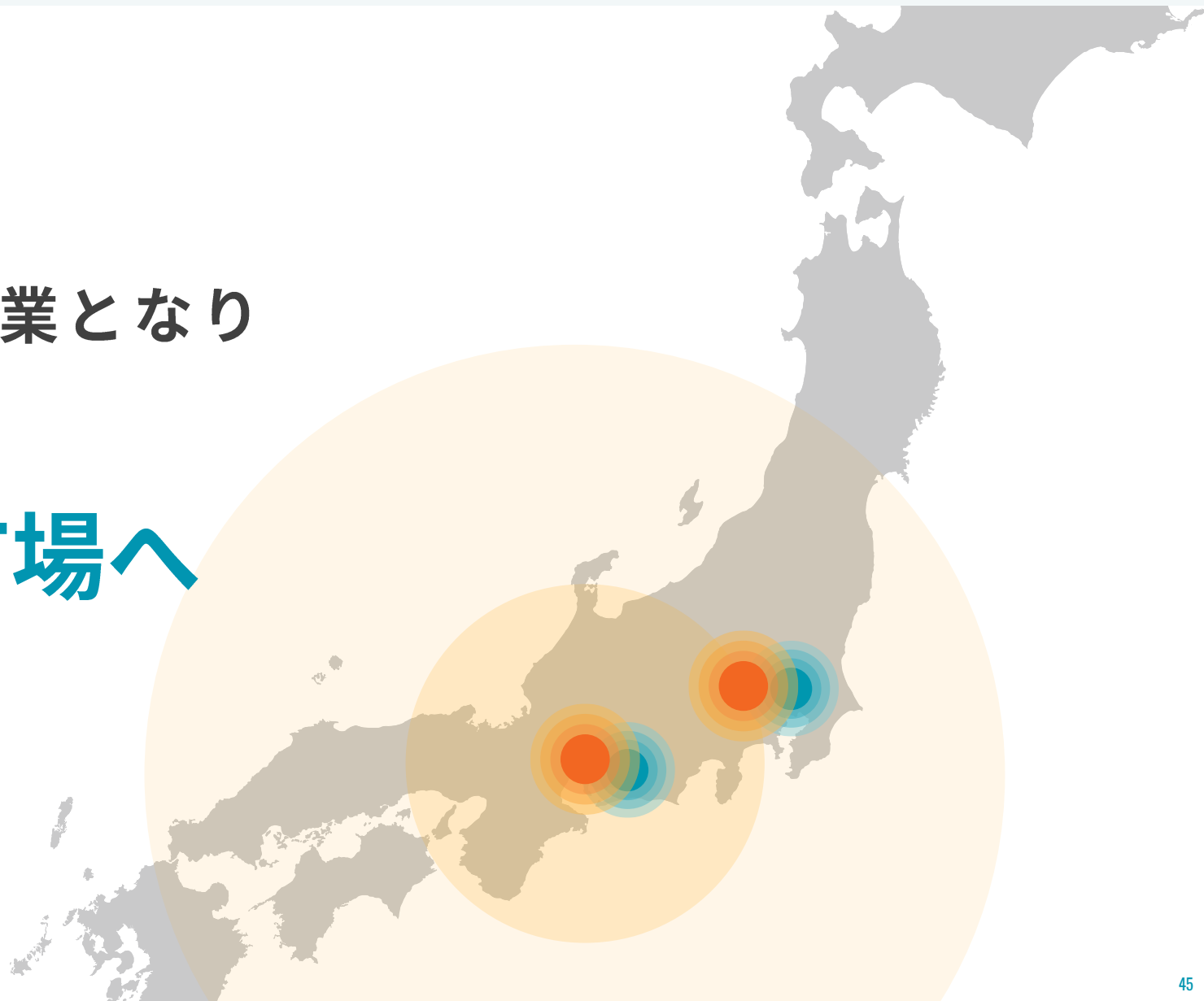
	(参考値) 2025年1月期実績	2026年1月期予想 (6月12日修正)	2026年1月期予想 (9月11日修正)
1株当たり当期純利益	270.13円	338.28円	403.23円
1株当たり年間配当金	45.00円	60.00円	70.00円
(うち中間配当金)	(15.00円)	(30.00円)	(30.00円)
配当性向	16.7%	17.7%	17.4%





日本一顧客満足度の高い
住宅プラットフォーム企業となり
全国展開を目指す

そしてプライム市場へ





いちから「位。」まで
Arr planner
Group

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

株式会社アールプランナー
IRサイト



URL : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>