

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年3月27日  
株式会社トライアイズ

# INDEX

- 1.トライアイズグループの事業について
- 2.建設コンサルタント事業について①
- 3.建設コンサルタント事業について②
- 4.建設コンサルタント事業について③
- 5.建設コンサルタント事業について④
- 6.建設コンサルタント事業について⑤
- 7.ファッションブランド事業について①
- 8.ファッションブランド事業について②
- 9.ファッションブランド事業について③
- 10.ファッションブランド事業について④
- 11.ファッションブランド事業について⑤
- 12.ファッションブランド事業について⑥
- 13.ファッションブランド事業について⑦
- 14.投資事業について①
- 15.投資事業について②
- 16.投資事業について③
- 17.投資事業について④
- 18.投資事業について⑤
- 19.投資事業について⑥
20. 2023年12月期の計画と実績値の比較①
21. 2023年12月期の計画と実績値の比較②
- 22.当期を含む事業利益計画について
- 23.事業利益計画の補足①
- 24.事業利益計画の補足②
- 25.事業利益計画の補足③
- 26.計画の進捗状況等について
- 27.本資料の取扱いについて

# 1. トライアイズグループの事業について

## 当社及び当社グループの事業の内容

株式会社トライアイズ(以下「トライアイズ」)は、2007年に純粋持株会社へ移行しましたが、2011年より、ライセンスングビジネス、2021年に国内不動産投資を手掛けております。現在子会社において①**建設コンサルタント事業**、②**ファッションブランド事業**を営んでおり、③**投資事業**を加えた3本の柱を軸に業務運営を行っております。各事業の概要及び主要子会社の当該位置づけは以下のとおりであります。

### ① 建設コンサルタント事業

社会資本整備、特にダム・河川・海岸などの水関連分野における事業者である国・地方自治体・公団などに対する企画・調査・計画・設計・解析・施工計画・試験・管理等の事業執行を支援することです。株式会社クレアリア(以下「クレアリア」)が本事業にあたっています。

### ② ファッションブランド事業

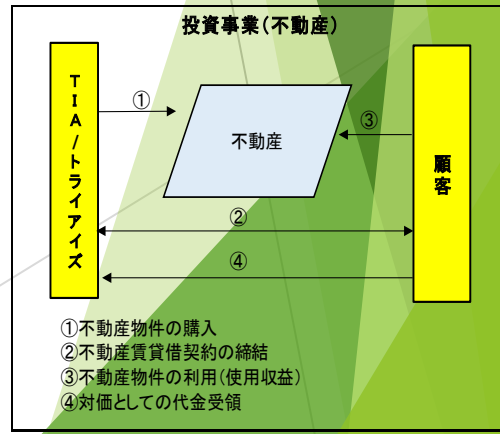
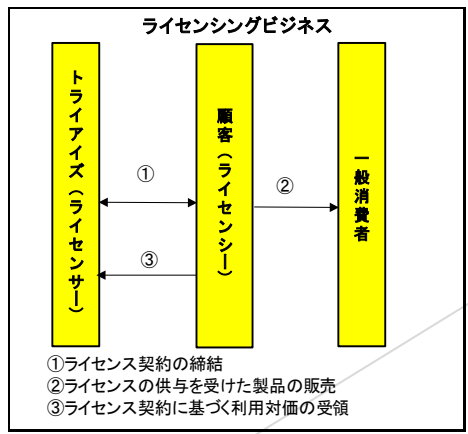
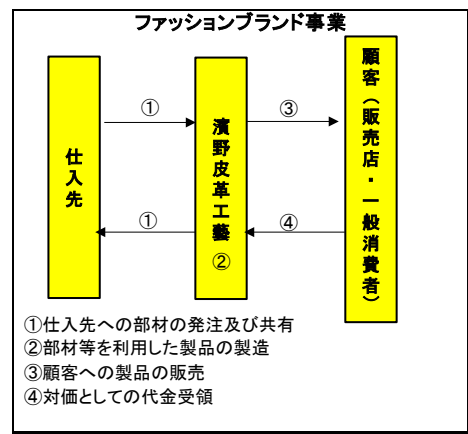
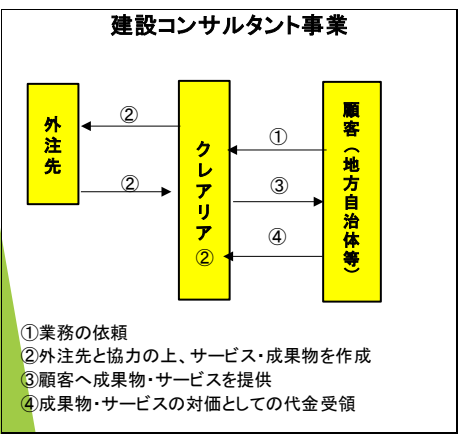
婦人服、ハンドバッグを始めとする革製品などの企画・製造・卸売・販売(インターネット販売を含む)です。子会社である濱野皮革工芸株式会社(以下、「濱野皮革工芸」)が本事業にあたっています。また、同事業における主要な**ライセンスングビジネス**については、トライアイズ、及び海外拠点である拓莉子国際有限公司があたっています。

### ③ 投資事業

米国内での不動産・証券投資を子会社のTRIIS INTERNATIONAL AMERICA INC.が行っています。特に不動産投資はハワイを中心に行っており、ハワイの観光業は新型コロナウイルス感染症の終息以降、急速に回復し、当社の投資成績は順調に推移しております。しかしながら、今後の為替動向の変動率が上昇する可能性が予見されることや、海外投資特有のリスクを考慮し、今後、観光客数及び観光資源活用でハワイを超えるとも言われる沖縄を中心に、国策としてのインバウンド政策や地方創生政策の推進に寄り添い、沖縄を中心としたリゾート関連事業に経営資源を振り向けることを決定いたしました。

## 各事業の概略

各事業のビジネスの構造及び取引の流れにつきましては、以下のとおりであります。

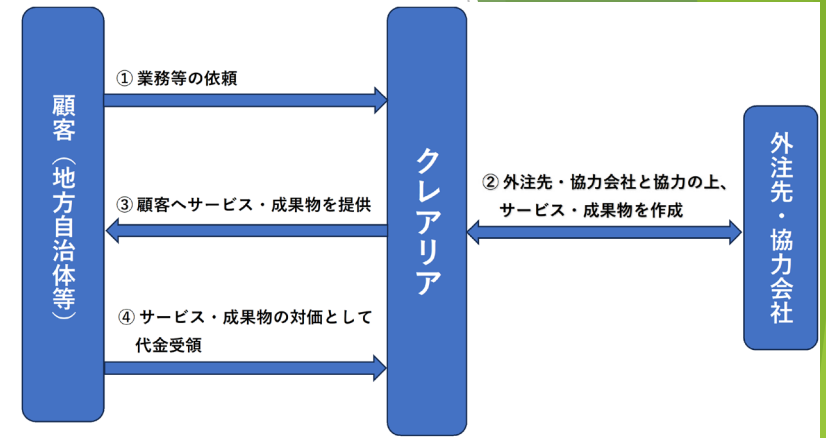


## 2.建設コンサルタント事業について①（事業の内容及び収益構造）

### 1. 事業の内容及び収益構造

#### (1) 事業の内容及び収益構造

- ▶ クレアリアは、創業以来、ダムを中心とする河川の上流から河口・海岸までの水関連に特化した建設コンサルタント事業に従事してまいりました。これまで、日本全国の治水・利水・防災関連事業にかかわっており、当社が国内において関連したダムの数は300箇所を超えております。
- ▶ 事業の内容としては、社会資本整備、特にダム・河川・砂防などの水関連分野において、事業者である国・地方自治体などに対する企画・調査・計画・設計・解析・施工計画・試験・管理等の事業執行を支援することです。



#### (2) 主要製品の紹介（環境：Environment）

- ▶ クレアリアでは、ダム・河川等の環境（動植物・生態系、水質など）の保全・対策に係る業務にたずさわっています。今回は、沖縄県国頭郡恩納村に建設された安富祖ダム（クレアリア設計）で実施した環境保全対策の一部を紹介します。
- ▶ 安富祖ダムの建設地周辺は、天然記念物やレッドリスト掲載種などの貴重な動植物を含め、多くの動植物が生息・生育する環境です。ダムの建設にあたり、これらの環境保全を図るための対策を行いました。

完成した安富祖ダム湖



魚道には石を配置し、魚のぼりやすいようにしてあります。



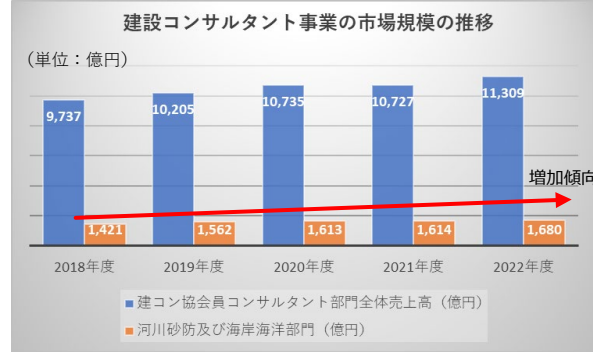
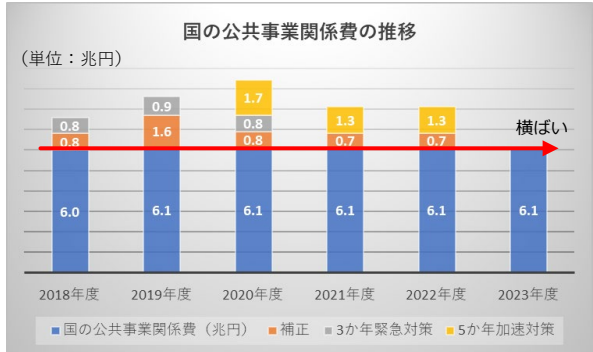
魚道を利用する魚が確認できました。

# 3.建設コンサルタント事業について②（市場規模及び競争力の源泉）

## 2. 市場環境及び競争力の源泉

### (1) 市場規模

▶ 国の公共事業関係費各年度6兆円規模で推移しているほか、2018年からは、防災・減災国土強靱化のための3か年緊急対策費、2020年からは5か年加速化対策費が計上されています。また、行政投資実績は2018年からは25兆円～27兆円と増加傾向となっており、市場規模は安定しています。この推移を受け、建設コンサルタント事業の市場も安定的に成長し、1兆円を超える市場規模となっています。クリアアの主力部門である河川砂防及び海岸・海洋部門はこの中で約15%を占めています。

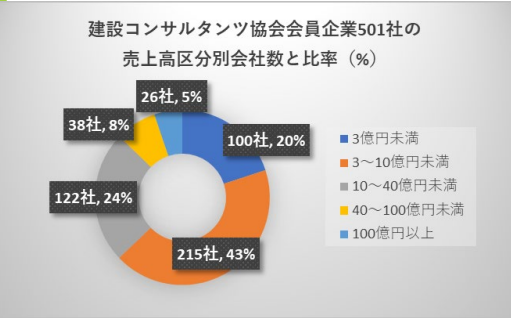


出典：「令和5年度建設コンサルタント白書」及び財務省ホームページ掲載データを当社にてグラフ化

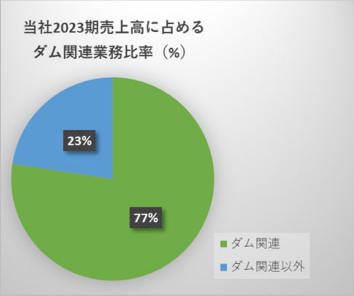
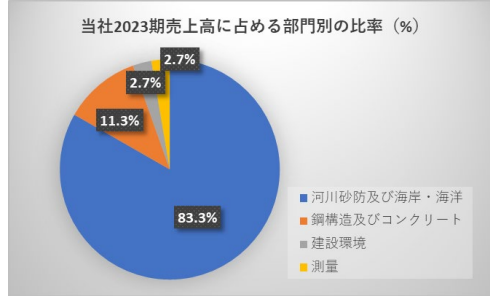
出典：「令和5年度建設コンサルタント白書」掲載データを当社にてグラフ化

### (2) クリアアの強み

- ▶ (一社)建設コンサルタンツ協会会員企業501社の大半は売上高10億円未満の中小企業で全体の63%を占めています。クリアアの売上高もこの範囲に収まり、売上高10億円未満の事業者に含まれます。また、同規模の業者と比較した場合、水事業の全売上における割合が非常に高くなっています。この傾向は同規模業者のみとの比較にとどまらず、全事業者平均(14.9%)と比較しても、水事業の占める割合は81.07%と非常に高くなっています。さらに、次年度にあたる2023期においても、当社売上高に占める河川砂防及び海岸・海洋部門の比率は83%、さらにダム関連事業の割合は77%を占めており、クリアアの主力である「水」に関する事業を長年にわたって積み上げてきた実績が売上分野に反映されています。
- ▶ クリアアは、1965年の創業以来、ダムを中心とする河川の上流から河口・海岸までの水関連に特化した建設コンサルタント事業に従事しており、これまで、日本全国の治水・利水・防災関連事業にかかわっており、これら数多くの実績と積み上げられたノウハウを有していることが、継続的に収益を確保する源泉・強みです。



売上分野	クリアア	A社	B社	C社	全社平均
水事業 (河川、砂防及び海岸、海洋)	283,544	93,829	106,712	29,430	14.90%
上下水道及び工業用水道	0	0	0	125,080	
農業土木	0	0	39,728	7,350	
鉄道	0	66,220	0	0	
鋼構造及びコンクリート	30,580	214,340	99,175	14,720	
建設環境	35,640	0	0	0	
道路	0	99,012	63,618	51,510	
土質及び基礎	0	15,816	0	0	
下水道	0	21,405	15,248	139,830	
合計	349,764	510,622	324,481	367,920	14.90%
水事業売上上の全売上に占める割合	81.07%	18.38%	32.89%	8.00%	14.90%



出典：「令和5年度建設コンサルタント白書」掲載データを当社にてグラフ化

出典：「令和5年度建設コンサルタント会員名簿」に記載の会員企業データより、売上が同規模の会員企業の情報を任意に抽出して抜粋

## 4.建設コンサルタント事業について③（過去3カ年の実績と今後3年間の事業計画）

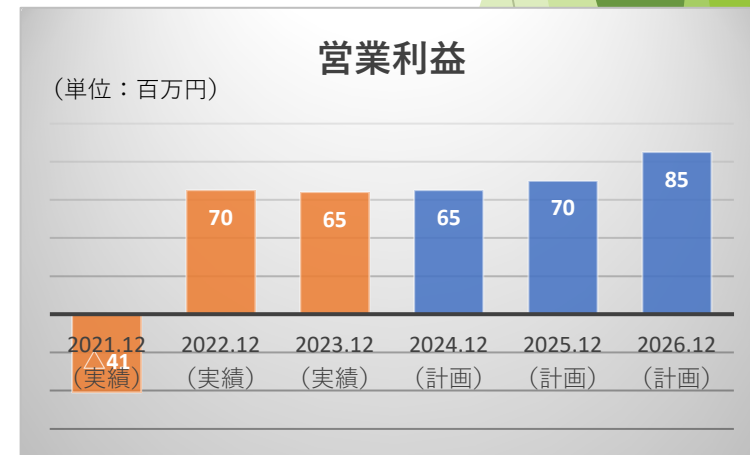
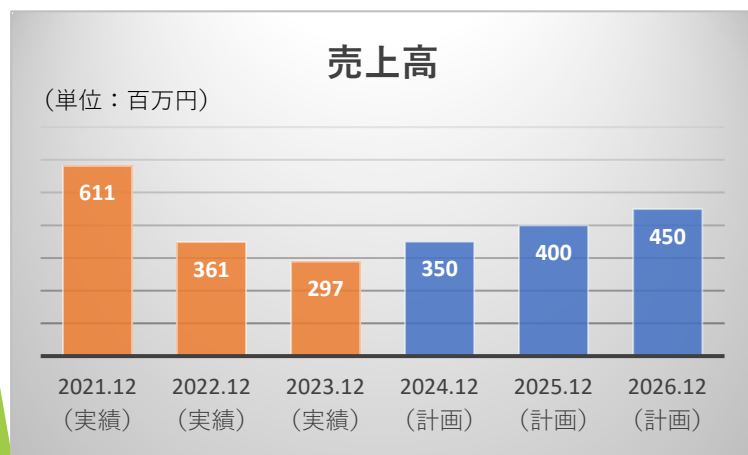
### 3. 過去3カ年の実績と今後3年間の事業計画

#### (1) 2021年12月期から2023年12月期の推移

- ▶ 2021年12月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響や砂防基礎調査業務等大型案件の工期長期化の影響もあり採算性が悪化し、売上高582百万円に対して営業損失47百万円となりました。
- ▶ 2022年12月期から2023年12月期の売上高は大幅に減少したものの、防災・減災国土強靱化5カ年加速化対策費が計上された影響も加わり、ダム関連業務の売上高が倍増し、案件の採算性が改善するとともに、固定費の削減により営業利益となりました。

#### (2) 2024年12月期から2026年12月期計画

- ▶ 進行期である2024年12月期の売上高は350百万円を見込んでおります。これは、主軸となる「水」に関する事業のうち、特にダム関連業務の受注が引き続き高水準を維持していること、さらに災害対応を含めて防災・減災関連業務の受注が見込まれることから2025年12月期、2026年12月期と売上高増加で推移するものと想定されます。営業利益についても、採算性の良いダム関連業務の売上高に占める割合の増加による案件の採算性改善及び固定費削減の継続により、安定的な収益の確保が見込まれます。
- ▶ 今後は、以下の方針に基づき、収益性の回復と安定的な収益の確保・向上を目標とします。
  - ①自然災害への対応や社会資本の老朽化対策など防災・減災・国土強靱化のための喫緊の課題に対処する公共事業に特化
  - ②人員の増強による継続性の確保と受注機会の拡大
  - ③業務連携等により得意分野の業務協力や人材交流による生産性の向上等を図ること



# 5.建設コンサルタント事業について④（今後の成長戦略）

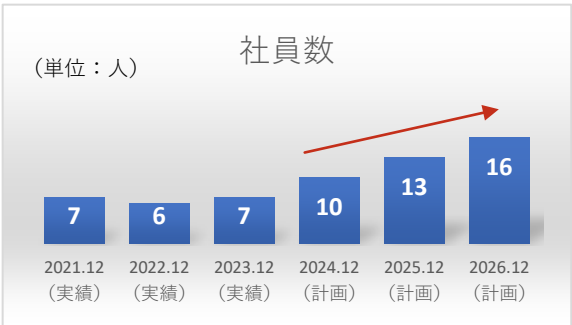
## 4. 成長戦略

**（成長戦略の取組について：2023年12月期）**  
 今後の成長戦略の実現に当たり、人員補強については2023年12月期より取り組み、経験豊富な技術士資格者1名を増員できました。また、業務連携についても2023年12月期から取り組み、クリアアの強みを生かし、同業他社との業務連携によりダム再開発設計業務を受注いたしました。今後の成長戦略の実現につながる第一歩といえます。

<成長戦略の柱>

- ① ダムを中心とする河川・砂防関連については人員補強により強みを強化する
- ② 人工のかかる業務などを得意とする企業との業務協力により人材不足を補う
- ③ 測量分野に強い企業との業務提携により新たな価値を生み出す

### 今後3年間の人員補強計画



対象人材を経験豊富な有資格技術者のほか、若い世代や働きたくとも働きにくい環境に置かれた技術者など、幅広い人材を対象に人員補強を進めることで、2024年12月期3名、2025年12月期3名、2026年12月期3名の人員増強を計画。

- \* 補強目標 9名
- \* 対象人材（技術士・RCCM資格者尚可）
  - ・若い世代、シニア世代や介護、子育て中の技術者など
  - ・勤務地や勤務時間を限定せずに働きやすい労働環境を提供する
- \* 採用方法
  - ・求人サイト、人材スカウト、技術士紹介、紹介予定派遣など



## 6.建設コンサルタント事業について⑤（認識するリスク及び対応策）

建設コンサルタント事業において現在認識しているリスク及びリスクへの対応策は下記のとおりです。

影響分野	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
事業全体	ダム・河川・海岸など水関連の公共事業が主たるビジネスであるため、政府・国土交通省・地方自治体などの機関が公共事業の大幅な削減や停止を決定した場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性があります。	低/中長期	中	民間事業の割合を増やして公共事業への依存を引き下げることで対応いたします。
事業全体	建設コンサルタント業界における技術者不足及び高齢化の中で、技術者を補強することは容易ではないことから、技術者の退職や高齢化により、生産体制が弱体化、技術者の補充ができなかった場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性があります。	中期/短～長期	中	外注先・協力会社及び他社との業務提携等により生産体制を確保することにより対応いたします。

(注) その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載しております。

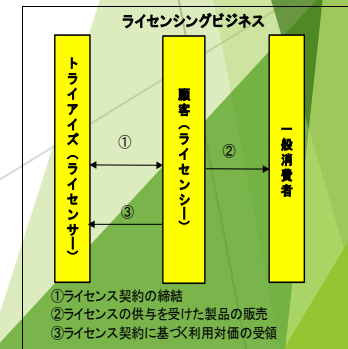
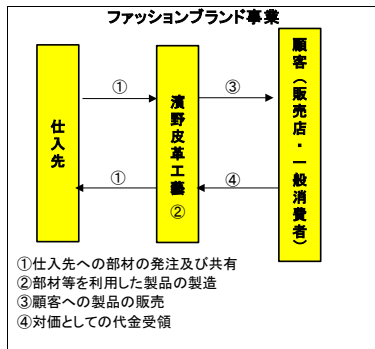
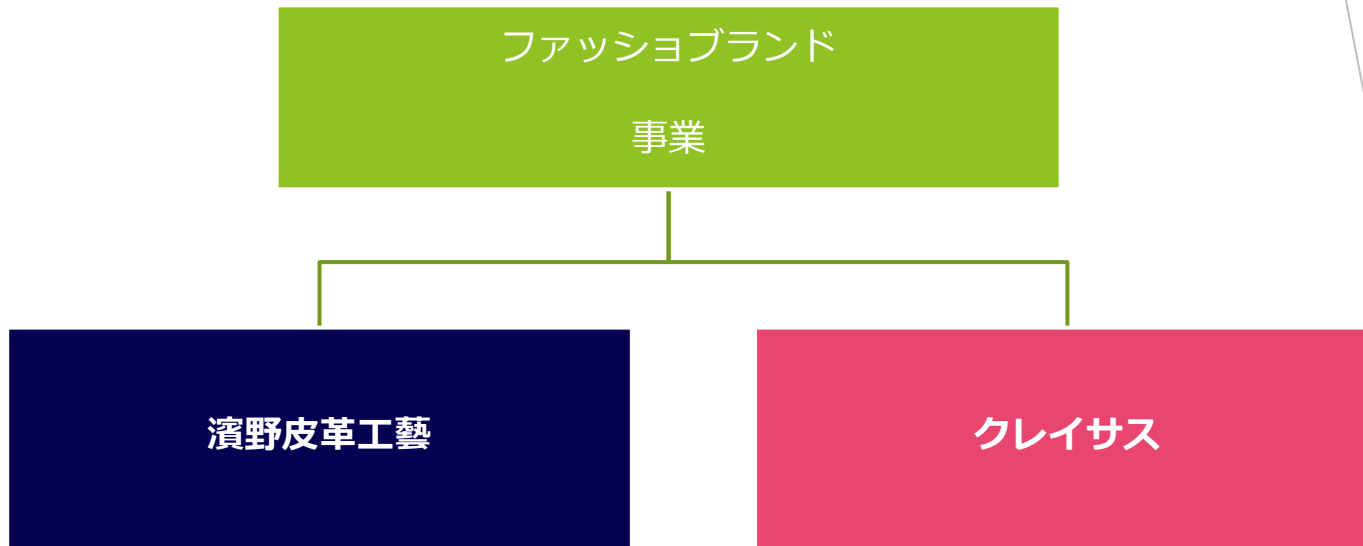


# 7. ファッションブランド事業について①（事業内容及び収益構造）

## 1. 事業の内容及び収益構造

濱野皮革工芸は創業より伝統的なフォーマルバッグを中心にその製造と販売を行ってまいりました。近年は時代の変化を感じ取り、デイリーユースのバッグとお財布ポシェットなどの革小物の品揃えを強化し、新たな収益増の源としています。

クレイサスは、ブランドマークである「カメラマーク」によるライセンスングビジネスを軸に、今後はマーケティング戦略の見直しをすすめ、新規ライセンシーの開拓を強化します。



## 8.ファッションブランド事業について②（主要商品の紹介）

### 2. 主要製品の紹介

濱野皮革工芸は伝統的なフォーマルバッグと消費者目線にあったディリーユースの軽量バッグと、環境に配慮した（SDG's）お財布ショルダーなどの革小物の以上3点を紹介します。

クレイサスは「カメリアマーク」をあしらった ハンドバッグ、ハンカチ、傘を紹介します。

 **HAMANO**  
ESTABLISHED 1880

 **CLĀTHAS**



# 9. ファッションブランド事業について③ (市場規模及び競争力の源泉)

## 3. 市場規模及び競争力の源泉

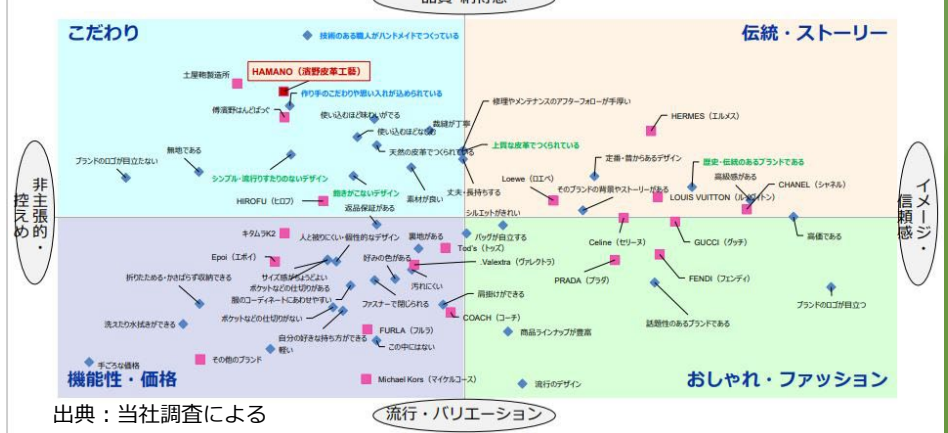
### (1) 市場規模

濱野皮革工藝の主要商品である国内靴・袋物について、2023年の市場規模は1兆1,921億円で、旅行靴の需要増によりコロナ前の2019年の数値に対し95.3%の水準まで戻しています。今後も国内需要が回復傾向にあることに加え、インバウンドの流入と円安傾向が続くこと等から外国人の需要も見込まれ、コロナ前の水準を上回ることが予想されます。



出典：矢野経済研究所「2022～2023年版 靴・袋物産業年鑑」掲載データを当社にてグラフ化

### 市場ポジショニングマップ



出典：当社調査による

### (2) 市場ポジショニングマップ企業との比較及び濱野の強みについて

#### 【同業種との比較】

当社調べの市場ポジショニングマップにおいてHAMANOと同じジャンルに属するブランド2社との比較を行いました。百貨店販路においてH社はインショップ（常設店舗）展開をしており、展開している店舗は38店舗になり、Hが属するグループ会社の年商は約2,000億円となっています。

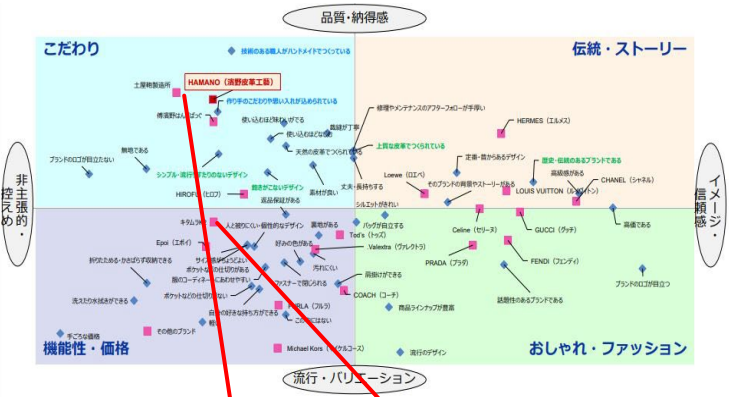
当社と同様の長野県に自社工場を持つT社は、ショッピングセンターを中心に販路を拡張し180億の年商となっています。当社においては、実店舗を持たずネット販売に特化しているため、売上差は、販路ボリュームの差もあると認識しています。商品については、フォーマルバッグ以外の価格の競合優位性は低いと認識しており、当期上半期中に品揃の再構築を実施計画中です。

#### 【濱野の強みについて】

軽井沢の自社工場で作られる濱野のハンドバッグは、皇室や世界の王室で愛用されており、創業144年の歴史から伝承された技巧が施された日本の婦人バッグの先駆的老舗ブランドとして認知されています。顧客層は、都心部と都心郊外に居住する比較的富裕層に属しており、母(叔母)世代と娘(姪)世代とで価値を共有できる国内では数少ないハンドバッグブランドといえます。

また、自然環境に配慮するサステナブルへの取り組みとして、濱野のハンドバッグは創業当時から現在に至るまで食品加工の副産物となる皮革を使用しています。さらに2023年より茶葉で鞣した革や、天災により出荷できなくなったりんごから生まれたリンゴレザー®などSDG'sの取り組みを強化しています。

クレイサスについては、クレイサスブランドをあらわす「カメラマーク」は、国内の幅広い地域において、また幅広い年齢層に対して高い認知を得ています。この広い認知性により、前年より、既存ライセンス3社に加え、あらたに2社の新規ライセンスと取引を開始しています。

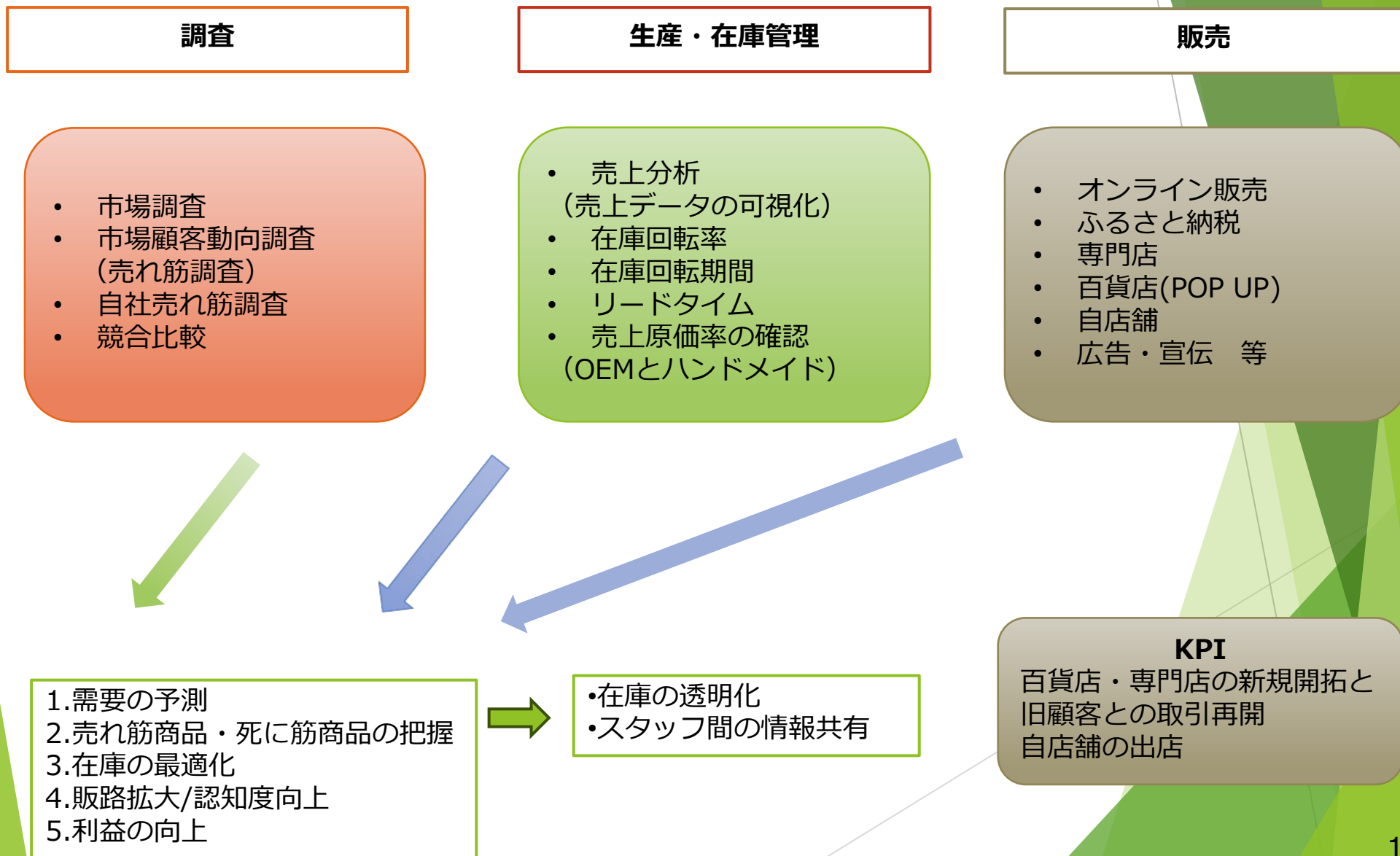


T社

H社

# 10.ファッションブランド事業について④（販売戦略）

前述したファッションブランド事業の販売戦略を図で示すと以下のとおりです。HAMANOの販路拡大政策として、百貨店との再取り組み実施。都心部の百貨店については、ハンドバッグ編集売場ほぼ無く、郊外型店舗も売場縮小傾向にあり、単独ブランドのインショップ展開が中心となっているため、当社も百貨店の動向に準じ、POPUP出店および常設展開の取り組みを強化してまいります。POPUP出店については、2023年12月期の実績は6店舗であり、来期は10店舗を予定しております。



# 1 1.ファッションブランド事業について⑤（過去3か年の実績と今後3か年の事業計画）

## (1) 2021年12月期から2023年12月期の推移

2021年コロナ禍において、濱野軽井沢工場は売上減による減産により売上原価が増大し、営業損益マイナスとなりました。2022～2023年においては、売上は横ばいだったものの、販管費の見直しにより営業損益がプラスとなりました。

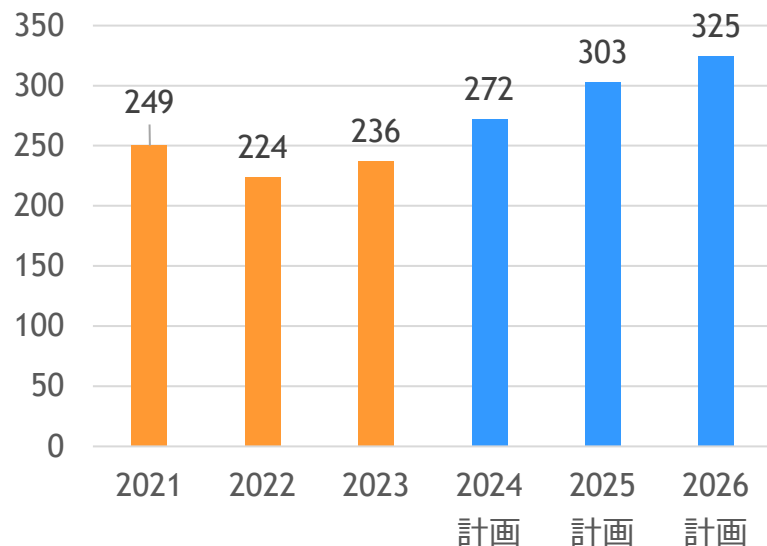
## (2) 2024年12月期から2026年12月期計画

休眠得意先との再取り組みや新たなチャネルを探して販路拡大を推し進めるとともに、時代にあった新商品の開発と販売、ブランド認知度の向上を柱として収益を高めていきます。

2024年12月期は2020年と同水準である売上高272百万円、営業利益74百万円、2025年12月期は売上高303百万円、営業利益95百万円、2026年12月期には売上高325百万円、営業利益115百万円ををを目指します。

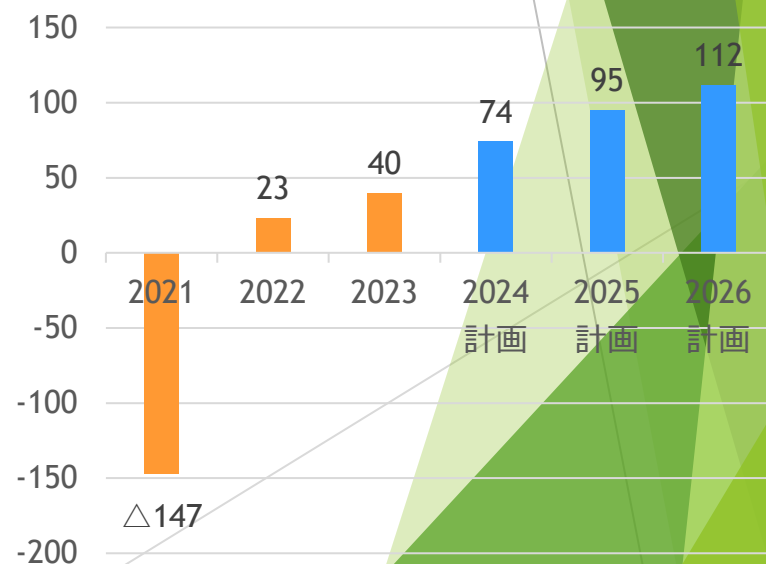
### 売上高

単位：百万



### 営業利益

単位：百万



# 1 2. ファッションブランド事業について⑥（内部構造改革及び持続的な成長の実現）

ファッションブランド事業の今後の政策は 以下の三大事項を最重要事項とし実践運用します。

## ▷ 消費者目線にたった新商品の開発・販売

2024年上期中に従来の品揃えの40～50%をリニューアルし、時代にあった濱野らしさのある新規商品の開発を行います。

## ▷ 販路拡大

- (1) 濱野の百貨店販路について、POPUP（期間限定出店）の取り組みを加速させ、その中で2026年度末までに常設店を1店舗を出店します。
- (2) 濱野の専門店販路について、2026年度末までに合計5店の新規得意先を開拓する。
- (3) 濱野に適した都心店舗と郊外型のショッピングセンターを見極め、2026年末までに1店舗出店(直営)します。
- (4) クレイサスはマーケティング戦略の見直し、新規ライセンスの開拓と既存ライセンスとの連動を強化します。

## ▷ 認知度の向上

濱野、クレイサスとも、広告（SNSやターゲティング広告）やメディアに商品の貸出による露出などを実施し、現在約35,000件のセッション数（Web訪問数）を2026年までに2019年の水準（約70,000件）に戻す。

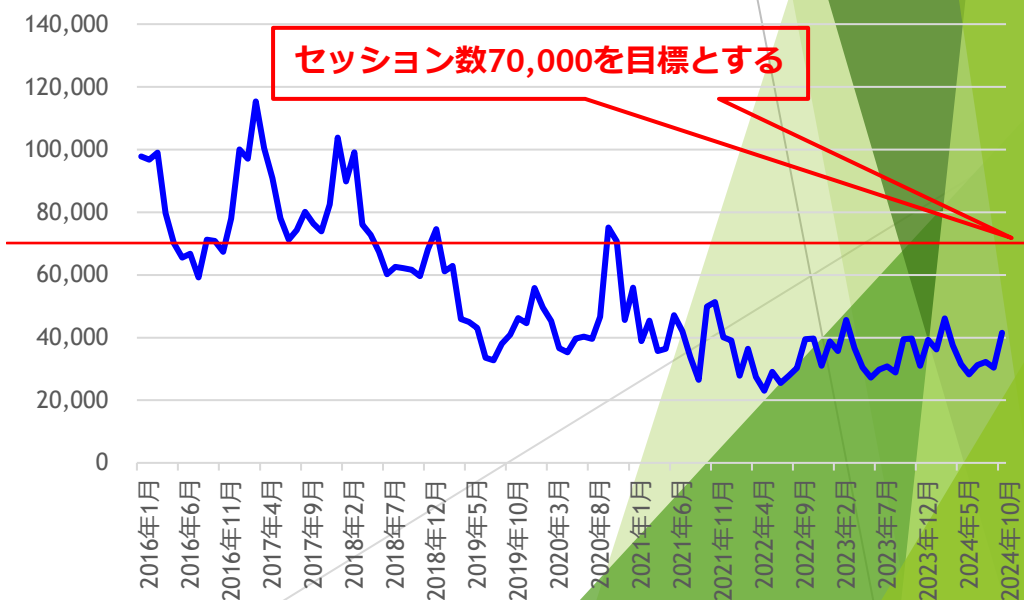
（注）上記の施策のうち、2023年12月期における実施・進捗状況としては、以下のとおりです。

- ①POPUP出店の取組により6店舗進出
- ②クレイサスについて新規ライセンス獲得
- ③新規商品開発のための工場生産体制の見直し及び人員の増強

### POP UPの実例



### HAMANO ONLINEセッション数の推移について



### 13. ファッションブランド事業について⑦（認識するリスク及び対応策）

ファッションブランド事業において現在認識しているリスク及びリスクへの対応策は下記のとおりです。

影響分野	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
軽井沢工場（製造）	工場の機械の老朽化や故障により、製品の生産の遅延が生じる他、当初想定している品質で製品が製造できなくなる可能性があります。	中/中長期	中	工場設備について定期的にメンテナンスを行い、安定的な生産状況の確保に努めます。
人材育成	現在製品を製造している職人の高齢化により、生産体制が弱体化、職人の補充ができなかった場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性があります	中期	中	熟年職人（技術者）の技術をデータ等で可視化して保管すると共に、経常的に技術継承及びOJTを行い生産技術水準の確保に努めます。
消費者動向	現在製造している商品が市場で競合できる価格となっていないことにより、当初想定した販売量を下回る可能性があります。	短期	高	技術力の強化及び生産の効率性を高めることにより製品原価を低減することにより、安定的な利益確保を図ります。
在庫	マーケティング戦略の失敗により、当初想定した販売量を下回る可能性があります。同時に過剰在庫が増加する可能性があります。	中期	高	オンライン以外の対面販売時でのディスカウントセール等の実施により、過剰在庫の削減に努めるほか、経常的にマーケティング政策の見直しを行い過剰在庫の発生を最小限にします。
製品原価の上昇	製品の製造に係る資材・人件費高騰により製品原価が上昇し、収益を圧迫する可能性があります。	中/中長期	中	新規商品については既存の部材を採用するほか、部材の共通化を進め、部材の仕入れ量を抑制するほか、仕入先の集約を行い仕入原価の削減に努めます。

（注）その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載しております。

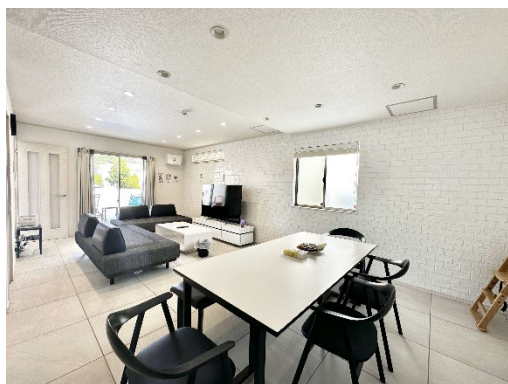
## 14.投資事業について①（事業内容及び収益構造）

### 投資事業G

既存事業「賃貸事業」「開発事業」に加え、本年度より宅建業免許を取得し「買取再販事業」に参入する予定です。また、SDG's(住み続けられるまちづくりを)を視野にいれ、「地方創生事業」にも参画していく方針であります。

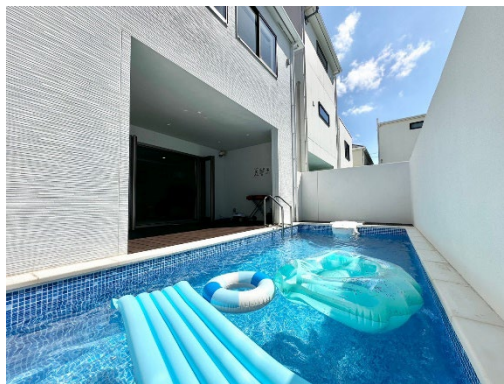
#### 買取再販事業

区分所有建物を買取、リフォーム・リノベーションを行い付加価値を高め販売を行います。



#### 賃貸事業

現在稼働中の物件の賃料収入及び物件購入・売却など収益物件の管理・運用を行います。



#### 開発事業

沖縄をはじめとした資産性の高いリゾート地の土地・建物を購入し、造成・開発し付加価値を高め富裕層に販売を行います。



#### 地方創生事業

SDG'sの観点から、空き物件等を利用し、社会課題を解決していきます。  
候補地：  
沖縄県・高知県・新潟県等

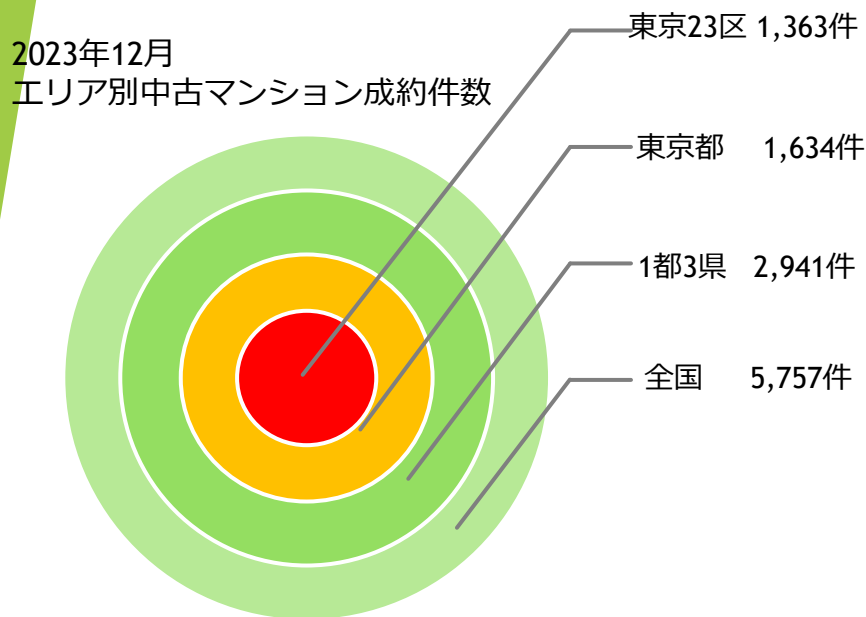


# 1 5.投資事業について②（市場環境及び競争力の源泉：買取再販市場の状況）

## 東京23区中古マンション上昇傾向継続

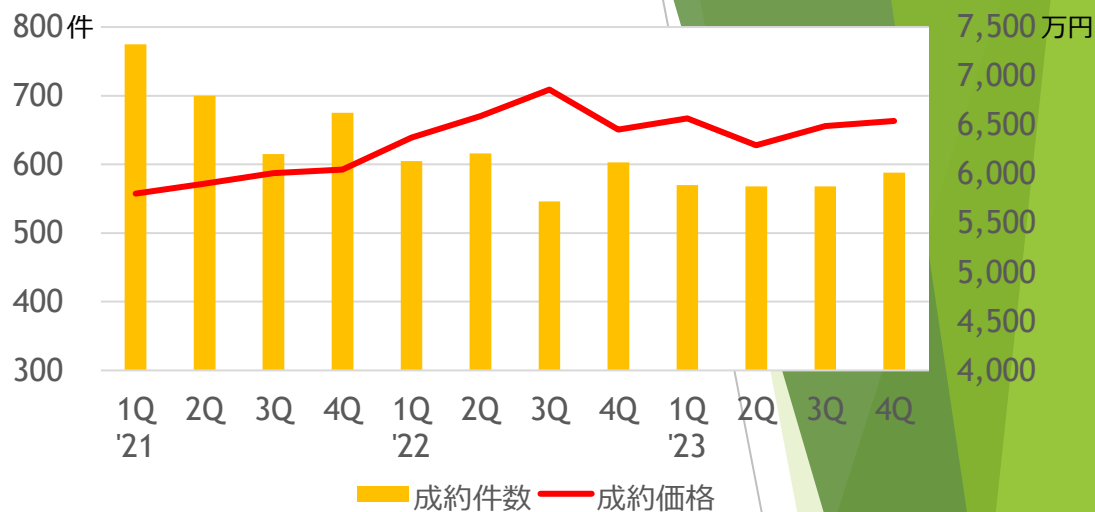
2023年東京23区中古マンション成約件数は前年比4.6%、成約㎡単価は前年比5.3%の上昇、中古戸建に関しては契約件数前年比3.3%、成約価格前年比1.4%の下落となっています。中古戸建の取引に陰りがみられるものの、顧客の購入意欲が高く不動産市場全体としては良好です。

エリア別の中古マンション成約件数をみると、一都三県で全体の約51%を占めており、その内約46%を東京23区の物件で構成されています。



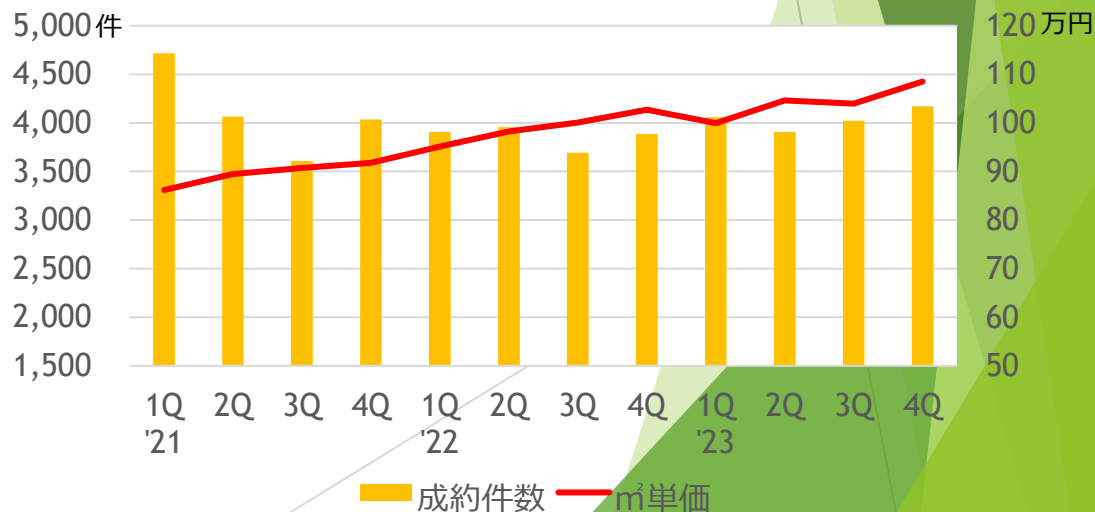
※月例速報MarketWatch(公財)東日本不動産流通機構データを基に当社作成

東京23区中古戸建成約件数・成約価格



※月例速報MarketWatch(公財)東日本不動産流通機構データを基に当社作成

東京23区中古マンション成約件数・成約㎡単価



※月例速報MarketWatch(公財)東日本不動産流通機構データを基に当社作成

## 東京圏共同住宅賃料の変動率は上昇継続

2023年9月現在の共同住宅賃料の変動率は東京圏1.2%、東京都区部1.1%と上昇しています。共同住宅における上昇等の地点数の推移をみると、下落地点は158地点中6地点のみになっており、多くの地点で横ばいから緩やかな上昇傾向です。

## 沖縄経済は上昇傾向。今後も需要増が見込まれる。

沖縄リゾート開発2案件に関しては、2024年2月に造成工事が完了し、建物建築に向け準備中です。本年度中に本事業の一部売上を計上予定しております。沖縄経済・観光業とも回復が続いていることや2025年には大型テーマパークの開業も控えており、今後も需要が見込まれます。

## 潤沢な資金の活用、社内システムの迅速化

上記のように現在市場環境は良好であり、進行中の案件や物件管理等の経験を有しており、それらを活かし事業・収益拡大に取り組みます。

投資事業グループすべての事業において、役員や外部顧問、パートナー企業等のノウハウ、物件査定等のマニュアル化やAIシステムの導入を行い、潤沢な資金を活用し物件購入を迅速に行えることが強みです。

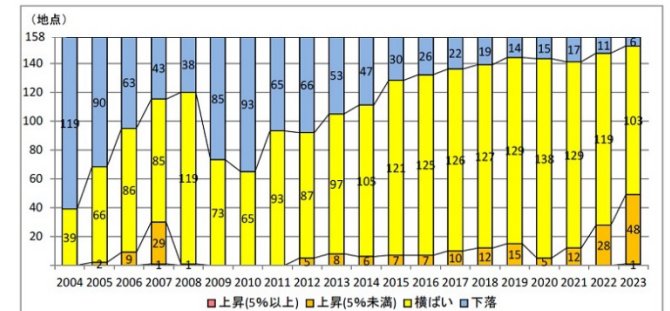
新規事業「買取再販」に関しては、市場分析・物件選定を行い、市場規模・価格上昇の見込まれる東京圏の中古マンションを中心に全国の優良物件をターゲットに取得していく方針です。

共同住宅賃料の変動率

全国	0.8% ( 0.5% )		
都市圏別		地方別	
東京圏	1.2% ( 0.6% )	北海道地方	0.9% ( 0.9% )
東京都区部	1.1% ( 0.8% )	東北地方	0.0% ( 0.0% )
大阪圏	0.8% ( 0.5% )	関東地方	1.2% ( 0.6% )
名古屋圏	0.0% ( 0.1% )	北陸地方	-0.2% ( 0.0% )
三大都市圏以外	-0.6% ( 0.5% )	中部・東海地方	-0.1% (-0.1% )
都市規模別		近畿地方	0.7% ( 0.4% )
政令指定都市	1.1% ( 0.8% )	中国地方	0.7% ( 0.8% )
政令指定都市以外	0.5% ( 0.0% )	四国地方	0.0% ( -0.1% )
		九州地方	1.6% ( 1.2% )
		沖縄地方	0.0% ( 0.0% )

( ) は前年変動率

共同住宅における上昇等の地点数の推移



※(一財)日本不動産研究所 第28回全国賃料統計より転載



完成予想図

## 17.投資事業について④（過去3カ年の実績と今後3カ年の事業計画）

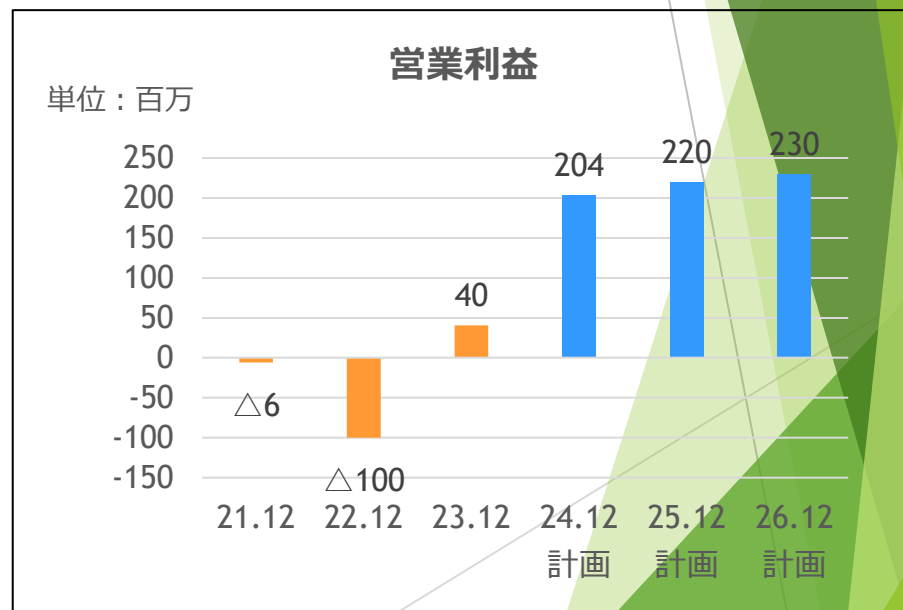
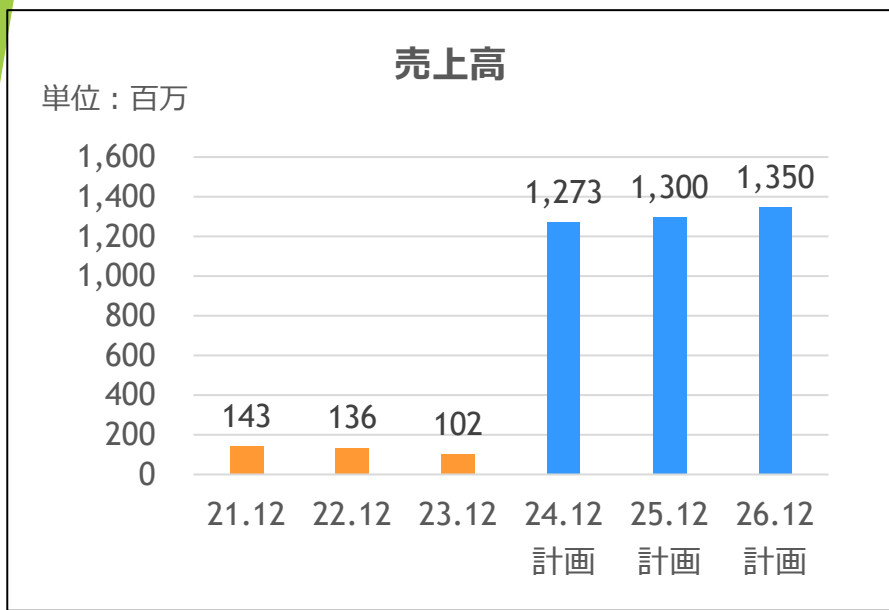
### 持続的な成長のため、収益基盤の強化、組織力の向上、DXの推進

投資事業においては、2016年より、米国ハワイの不動産投資を中心に進めて参りましたが、円安の影響、および資本コストを再認識し、それ以上の投資利回りが期待できる国内投資に方向転換いたしました。

2023年の取組内容として、所有物件の売却(ハワイ)及び賃貸管理、また沖縄リゾート開発会社と業務提携を行い、恩納村(沖縄県)において2案件の共同事業に着手しています。

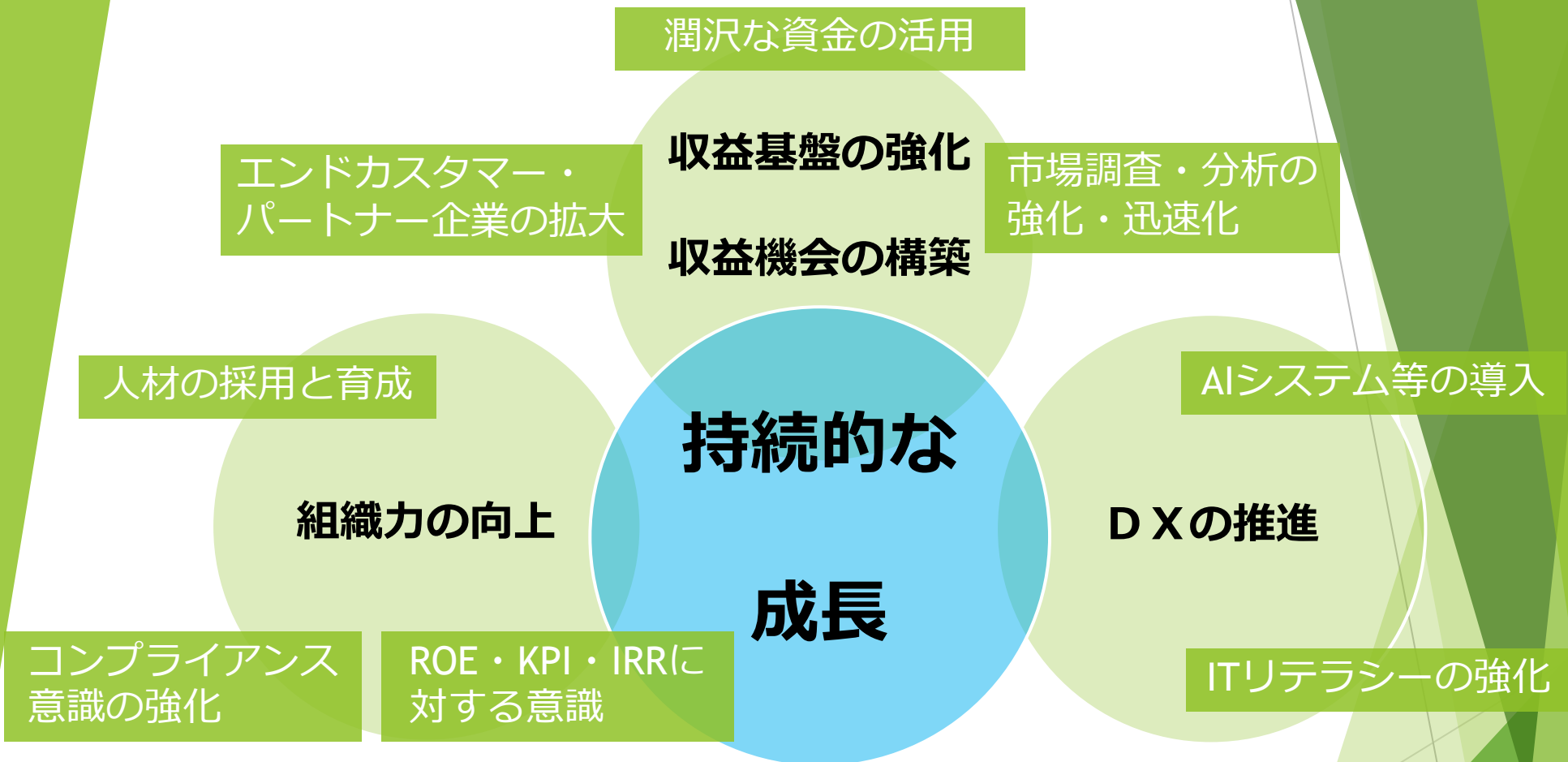
今後、宅建業免許を取得し、本格的に不動産事業を実施すべく人員を確保・育成等、現在準備を進めています。既存事業に関しても収益性の向上、売却も視野に資本効率性を追求していきます。さらにSDG'sを視野に入れ、地方創生事業も行っていく予定です。DXの推進も行い、作業効率や判断スピード等の迅速化のためAIシステム等の導入も検討しております。

本事業計画では投資事業グループ全体でIRR 8%を目標とします。今後、持続的な成長を実現させるため積極的な投資を行っていきます。



2023年6月26日に公表した「沖縄リアルター株式会社との戦略的業務提携に関するお知らせ」のとおり沖縄共同事業の売上が寄与することに加え、宅建業免許を取得し不動産事業に参入することにより、2024年から2026年までの3年間を対象とする新たな中期経営計画を策定。

## 18.投資事業について⑤（内部構造改革及び持続的な成長の実現）



積極的な人材の採用と育成や収益に対する意識強化【組織力の向上】を図り、AIシステム等の導入により作業効率・業務スピードの迅速化【DXの推進】を行うことにより、既存事業「リゾート開発」による高IRRの達成、「賃貸事業」のテコ入れを行い安定的な収益の確保、新規事業「買取再販」により資金の有効活用及び収益の底上げに繋げ、持続的な成長を実現させます。2023年12月期の取組としては、①「リゾート開発」に着手したほか、組織力向上の基礎となる②人材の採用を行いました。今後、これらの取り組みを加速させ、持続的な成長の実現に向けてまいります。

# 19.投資事業について⑥（認識するリスク及び対応策）

投資事業において現在認識しているリスク及びリスクへの対応策は下記のとおりです。

影響分野	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
買取再販事業 開発事業 賃貸事業	競合 既存競合他社が多数存在しており、競争激化による影響を受け、物件取得の難化、価格競争の発生可能性があります。	中/中長期	低	AI査定システムの導入やキャッシュによるスピード買取、当社の特色と強みを持った付加価値の高い物件を提供いたします。
全事業セグメント	欠陥・瑕疵 取得した物件等に予期せぬ欠陥・瑕疵が存在し、処置・対策・負担等が必要となる可能性があります。	中/中長期	中	物件及び事業用地を仕入れる際のインスペクション・アスベスト・土壌汚染・地中埋設物等の事前調査を行います。
全事業セグメント	人材の確保及び育成 新規事業の成功や持続的な成長には、優秀な人材の確保・育成が不可欠であり、十分にできない場合には、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中/中長期	高	優秀な人材の採用活動を推進する。また、人事制度の充実・研修等により積極的に人材育成に取り組む方針です。
買取再販事業 開発事業 賃貸事業	不動産市場の動向 景気動向・金利動向・地価動向・住宅税制等の影響を受け、不動産価格の変動・顧客の購入意欲に影響を及ぼす可能性があります。	中/中長期	中	資産価値の高いエリアを中心とした仕入れ活動、物件の保有期間を短くする意識した販売活動を行う。経済動向については注視し経営していきます。
賃貸事業	海外事業 米国における不動産市況、経済動向、政治的・社会的要因による賃料等の変動、長期的には外国為替市況の影響を受ける可能性があります。	中/中長期	中	現地の弁護士事務所・監査法人等の専門家と連携し、リスク低減を図ります。
全事業セグメント	災害等による損失 水害・火災・地震等の災害により所有物件が毀損、天候不順等による工期の遅れが発生する可能性があります。	低/長期	高	適切な現場管理に努め、仕入れ時にリスク検出する。また、災害発生時の体制・対応等を迅速に行います。

(注) その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載しております。

## 20.2023年12月期の計画と実績値の比較①

2023年12月期の当社グループ全体の計画と実績値の差異は以下のとおりです。

### グループ全体

単位：百万円

項目	通期計画	通期実績	差異	(参考) 2022年12月期実績
売上高	676	636	①～④ △ 39	721
営業利益	1	△8	⑤ △9	△ 104
経常利益	157	227	⑥ 69	△ 209
親会社株主に帰属する当期純利益	110	102	⑦ △8	△ 468

通期実績の右に付した①～⑤の番号は、下記「2023年12月期決算の概要」①～⑤の番号と対応しています。

### 2023年12月期決算の概要

- ① 建設コンサルタント事業は売上高が計画を下回ったものの、収益性が大幅に改善しました。
- ② ファッションブランド事業の売上高は当初の計画を下回りました。
- ③ 投資事業は未稼働物件の固定費負担がなくなり収益性が改善しました。
- ④ ①～③の詳細は次頁「21.2023年12月期の計画の進捗状況②」を参照下さい。
- ⑤ 建設コンサルタント事業及び投資事業において収益性が改善し、売上総利益が計画を上回ったものの、人員補強等でグループ全体の販売費及び一般管理費が増加しました。売上総利益の増加により当該販売費及び一般管理費の増加を賄いきれず、グループ全体では営業損失計上となりました。
- ⑥ 海外連結子会社の預金利息が通年を通じて高金利であった為、受取利息を含む営業外収益が当初の予測を上回った一方営業外費用は計画の範囲内に収まった為、経常利益は計画を上回る結果となりました。
- ⑦ 固定資産売却益等を計上し、特別利益が21百万円発生したものの、海外子会社が保有する投資有価証券について減損処理を行い、特別損失74百万円を計上した結果、親会社株主に帰属する当期純利益は102百万円と計画純利益110百万円を下回る結果となりました。

## 2.1.2023年12月期の計画と実績値の比較②

2023年12月期の各事業セグメントの計画と実績値の差異は以下のとおりです。

### 事業セグメント別比較

単位：百万円

事業セグメント	項目	通期計画	通期実績	差異	(参考) 2022年12月期
建設コンサルタント事業	売上高	318	297	① △20	361
	営業利益	9	65	① 55	70
ファッションブランド事業	売上高	262	224	② △37	224
	営業利益	85	40	② △45	23
投資事業	売上高	95	102	③ 6	136
	営業利益	50	40	③ △10	△100

通期実績の右に付した①～③の番号は、下記「各事業セグメントの概要」①～③の番号と対応しています。

### 各事業セグメントの概要

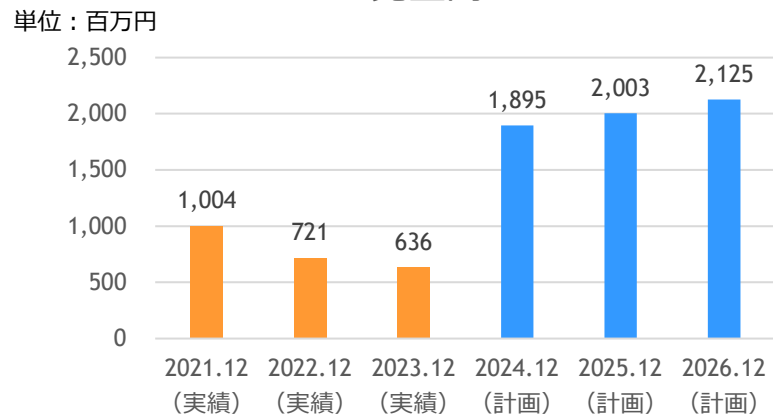
- ① 建設コンサルタント事業は受注高が堅調に推移したものの、工期延長の影響もあり売上高は計画を下回る結果となりました。しかし、採算性の低い大型案件がなかったほか、固定費の削減を進めた結果、営業利益は65百万円を計画を上回る利益となりました。
- ② ファッションブランド事業の売上高は、当初の見込みほど売上高が回復せず、当初の計画を下回る結果となりました。また、原価率についても想定を上回る結果となり、営業利益は40百万円と計画を下回る利益となりました。
- ③ 投資事業の売上高は概ね計画通り推移しました。未稼働物件の固定費負担がなかったことから収益性が改善し、40百万円の営業利益と前事業年度より収益性は改善しましたが、販管費が当初の計画を上回り、計画値を下回る結果となりました。

## 2.2. 当期を含む事業利益計画について

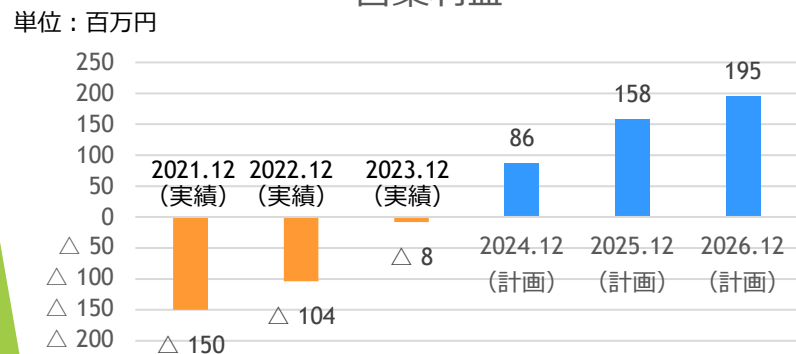
### 1. 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画（売上高、営業利益及び経常利益）

過去の実績及び中期経営計画は以下のとおりです。

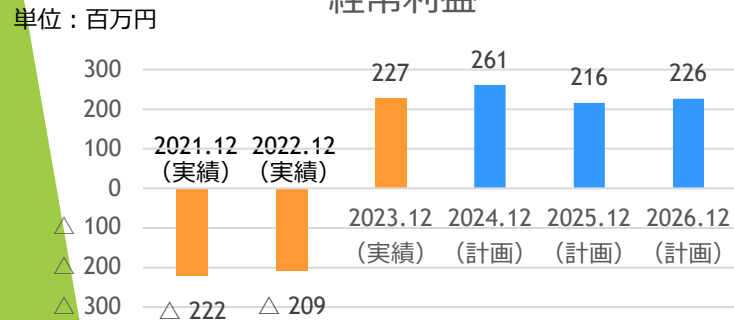
#### 売上高



#### 営業利益



#### 経常利益



#### （売上高について）

2021年12月期から2023年12月期にかけて、売上高は1,004百万円から636百万円まで減少しました。当社グループの現状に鑑み、進行期である2024年12月期は投資事業からの売上が見込まれることから1,895百万円、2025年12月期には2,003百万円、2026年12月期は2,125百万円の売上高を目標とします。具体的な達成方法については、各事業セグメント別事業計画に記載しております。

#### （営業利益について）

2021年12月期から2023年12月期の営業損益については、いずれも営業損失という結果となっていました。当社グループの現状に鑑み、進行期である2024年12月期は86百万円、2025年12月期は158百万円、2026年12月期は195百万円の営業利益を目標としております。

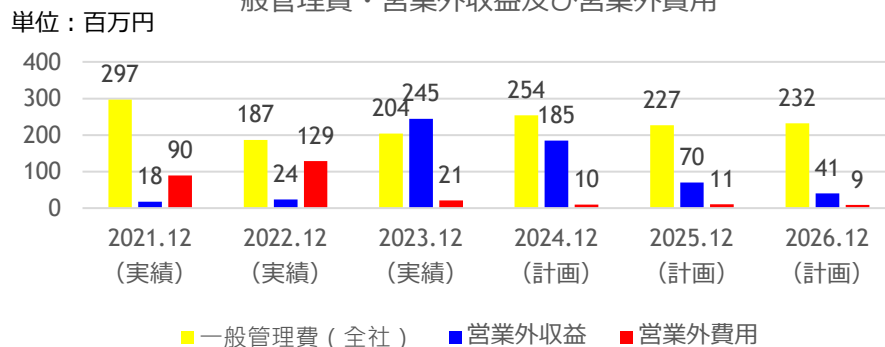
#### （管理部門の一般管理費について）

2023年12月期において管理部門の一般管理費は人員増強やIT投資の影響により204百万円と前事業年度より増加いたしました。本年度以降は投資すべき項目については積極的に投資する一方縮減できる項目については継続して縮減に努めるというメリハリを利かせ、2024年12月期は254百万円、2024年12月期は227百万円、2025年12月期は232百万円を予定しております。

#### （営業外損益及び経常利益について）

2023年12月期については預金利息及び海外子会社有償減資に伴う為替差益の発生により245百万円となっております。進行期である2024年12月期についても、同様の前提を置いて計画しております。2025年から2026年については有償減資に伴う海外資金の減少を見越し、受取利息を減額した数値としております。営業外費用については、長期借入金の返済により利息費用が大幅に減少したことを受け、借入金利息は2024年12月期以降もほぼ同額の発生と見込んでおります。これらを前提に、進行期である2024年12月期は261百万円、2025年12月期に216百万円、2026年12月期は226百万円の経常利益を目標としております。

#### 一般管理費・営業外収益及び営業外費用





## 2 3.事業利益計画の補足①（経営計画の策定において重視すべき経営指標について）

### 中期計画（単位：百万円）

期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2021年12月期 (実績)	1,004	△150	△222	△224
2022年12月期 (実績)	721	△104	△209	468
2023年12月期 (実績)	636	△8	227	102
2024年12月期 (計画)	1,895	86	261	184
2025年12月期 (計画)	2,003	158	217	150
2026年12月期 (計画)	2,125	195	227	157

### 経営計画の策定において重視すべき経営指標 (グループ全体として目標とすべき指標)

当社グループにおける目標は営業利益を確保することです。従前までは、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、「当期純利益」）を確保することを至上命題としておりましたが、2023年12月期から開始した事業再構築により、収益の柱となる事業を創出し、営業利益の獲得を第一の目標とすることに変更いたしました。

このため、当社グループの重視すべき経営指標としては①売上高営業利益率となり、続いて②当期純利益に基づく指標（自己資本利益率）となります。

当期純利益は企業における最終的な経営成績であり、ステークスホルダーへの配当や設備投資の原資となるものでもあります。企業の持続的な発展には不可欠なものであると考えています。なお、ROEに関しては、過去の利益水準より、概ね2%ないしは3%を目標水準としています。

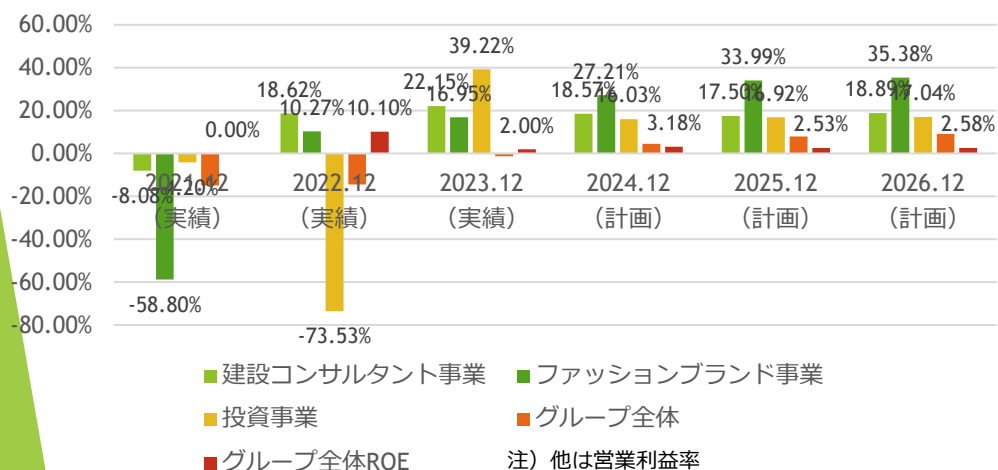
### (各事業セグメントにおいて目標とすべき指標)

各事業セグメントでは上記の当期純利益創出のため、事業そのものからの収益の確保及び事業そのものの収益性が課題となります。そのため、各事業セグメントにおいては、セグメント利益（営業利益）の確保が至上命題となります。そのため、営業利益の確保を最優先課題としています。そして、関連する指標としては売上高営業利益率により事業の収益性を判断しております。計画における各事業セグメントの営業利益率目標は左記のとおりです。

事業の創出による営業利益の確保が第一

持続的な成長のため不可欠

### 事業別営業利益率及びグループROEの推移



## 24.事業利益計画の補足②（中期経営計画の修正について①）

2023年に公表した中期経営計画と今回公表した中期経営計画のうち、2024年12月期及び2025年12月期の変更については以下のとおりです（単位：百万円）

### 建設コンサルタント事業

#### 2023年公表中期計画

	2024.12	2025.12
売上高	318	330
営業利益	9	29

#### 2024年公表中期計画

	2024.12	2025.12	2026.12
売上高	350	400	450
営業利益	65	70	85

### ファッションブランド事業

#### 2022年公表中期計画

	2024.12	2025.12
売上高	262	285
営業利益	85	106

#### 2024年公表中期計画

	2024.12	2025.12	2026.12
売上高	272	303	325
営業利益	74	95	112

### 投資事業

#### 2022年公表中期計画

	2024.12	2025.12
売上高	95	98
営業利益	50	54

#### 2024年公表中期計画

	2024.12	2025.12	2026.12
売上高	1,273	1,300	1,350
営業利益	204	220	230

### <セグメント別利益計画の変更について>

2023年に公表している中期経営計画と今回（2024年）公表した中期経営計画のうち、2024年12月期及び2025年12月期の計画値の変更について、事業セグメント別に説明します。（売上高及び営業利益）

#### <建設コンサルタント事業>

前回計画時点と比較して、現在の受注状況及び主軸となる「水」に関する事業のうち、特にダム関連業務の受注が引き続き高水準を維持していること、さらに災害対応を含めて防災・減災関連業務の受注が見込まれることから2024年12月期、2025年12月期と売上高増加で推移するものと想定されることから。売上高については計画値を引き上げております。営業利益についても、採算性の良いダム関連業務の売上高に占める割合の増加による案件の採算性改善及び固定費削減の継続により、安定的な収益の確保が見込まれることから、前回計画より営業利益の計画値を引き上げております。

#### <ファッションブランド事業>

2023年12月期の実績を踏まえ、休眠得意先との再取り組みや新たなチャネル（POPUP等）を探して販路拡大を推し進めるとともに、時代にあった新商品の開発と販売、ブランド認知度の向上を柱として収益を高めてく方策により、2024年12月期及び2025年12月期については売上高が増加する結果となっております。しかし、計画実現のための投資費用の増加（人件費、IT投資等）により前回計画策定時より販売費及び一般管理費が増加することが想定されることから、営業利益については前科期計画よりも微減する結果となっております。

#### <投資事業>

前回計画策定時では既存の収益物件のみを前提とした利益計画としていたものの、沖縄共同事業の売上が寄与することに加え、宅建業免許を取得し不動産事業に参入することを前提に計画を策定しております。このため、売上高及び営業利益については大幅に増加する計画としております。

## 2.5.事業利益計画の補足③（中期経営計画の修正について②及び経営指標の追加について）

2023年に公表した中期経営計画と今回（2024年）公表した中期経営計画のうち、2024年12月期及び2025年12月期の変更について説明します。

### 2023年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (計画)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)
売上高	676	714	742
営業利益	1	49	74
経常利益	157	51	77
当期純利益	110	15	38

### 2024年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
売上高	636	1,895	2,003	2,125
営業利益	△ 8	86	158	195
経常利益	227	261	217	227
当期純利益	102	184	150	157

### 管理部門の一般管理費及び営業外収益費用の計画

#### 2023年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (計画)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)
一般管理費（全社）	199	195	193
営業外収益	166	6	6
営業外費用	10	4	4

#### 2024年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
一般管理費（全社）	204	254	227	232
営業外収益	245	185	70	41
営業外費用	21	10	11	9

#### （売上高及び営業利益について）

売上高については、前述の各セグメント計画の変更に置いて説明しております。2023年公表計画と比較し、売上高は増加し、管理部門の一般仮費は増加するものの営業利益は増加する結果となりました。

#### （管理部門の一般管理費について）

2023年12月期は人員増強及びIT投資の影響により前事業年度より増加する結果となりました。本年度以降は投資すべき項目については積極的に投資する一方、縮減できる項目については継続して縮減に努めるという運用を前提とし、前回計画よりも増加する計画としております。

#### （経常利益）

営業利益の増加を受けて経常利益も増加します。また、海外子会社の学科だてよっ金の高金利及び海外子会社の減資に伴う為替差益等の発生を織り込み、営業外収益は前回発表計画よりも増加しております。営業外費用については、本年度の実績を踏まえ、経常的に発生すると見込まれる項目を元に発生予測額を計画した結果、前回発表計画よりも若干増加する結果となりました。

#### 経営指標について（P23 経営計画の策定において重視すべき経営指標についての補足）

従前当社グループにおける目標は親会社株主に帰属する当期純利益（以下、「当期純利益」とします。）を確保することにあり、重要な指標としては、親会社株主に帰属する当期純利益及びROE（自己資本利益率）としておりました。今般の経営計画の策定にあたり、当社の実績の推移を見直すと、営業損失を計上しても当期純利益を計上している年度が多く、経常的に営業利益を創出していない業績が不安定な状況となっております。

係る状況において、持続的な成長には当期純利益のみを重要な指標とすることは好ましくなく、営業利益を安定的に創出し、その結果を受け当期純利益を計上することが不可欠であります。そこで、今回発表計画よりグループ全体として目標とすべき指標として営業利益の創出を第1目標とし、その尺度として売上高営業利益率を重視すべき指標として採用するに至りました。

一方で、ROEについても重要な指標であることには変わりはないことから、売上高営業利益率を最も重視すべき指標とし、その次に自己資本利益率を重視すべき指標といたしました。過年度の実績を踏まえた全社ベースでの売上高営業利益率及び自己資本利益率の実績及び計画の推移は以下のとおりであります。

	2021.12 (実績)	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
グループ全体売上高営業利益率	-14.94%	-14.42%	-1.26%	4.54%	7.89%	9.18%
グループ全体ROE	0.00%	10.10%	2.00%	3.18%	2.53%	2.58%

## 26.計画の進捗状況等について

### 経営計画の進捗状況について

経営計画の進捗については、適宜公表する予定であります。  
公表すべき事象が生じましたら計画を修正し、速やかに適時開示いたします。

### 計画の進捗状況の公表について

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の公表は、2025年3月を予定しています。

## 27.本資料の取扱いについて

- ▶ 本資料は情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買い付け又は売り付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- ▶ 本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。