



証券コード
3490

株式会社アズ企画設計



2025年2月期 第2四半期
決算補足説明資料

2024.10.9

2025年2月期 第2四半期 決算ハイライト

《ポイント》

- ① 例年、業績は下期(4Q)に集中する傾向(P22参照)
- ② 売上高進捗は通期計画比30%で想定内の実績
利益も確保しており、**前年同期比で増収増益**
- ③ 将来の売上に繋がる**販売用不動産残高※は79億円**で、当期販売分は充足

※仕掛販売用不動産を含む

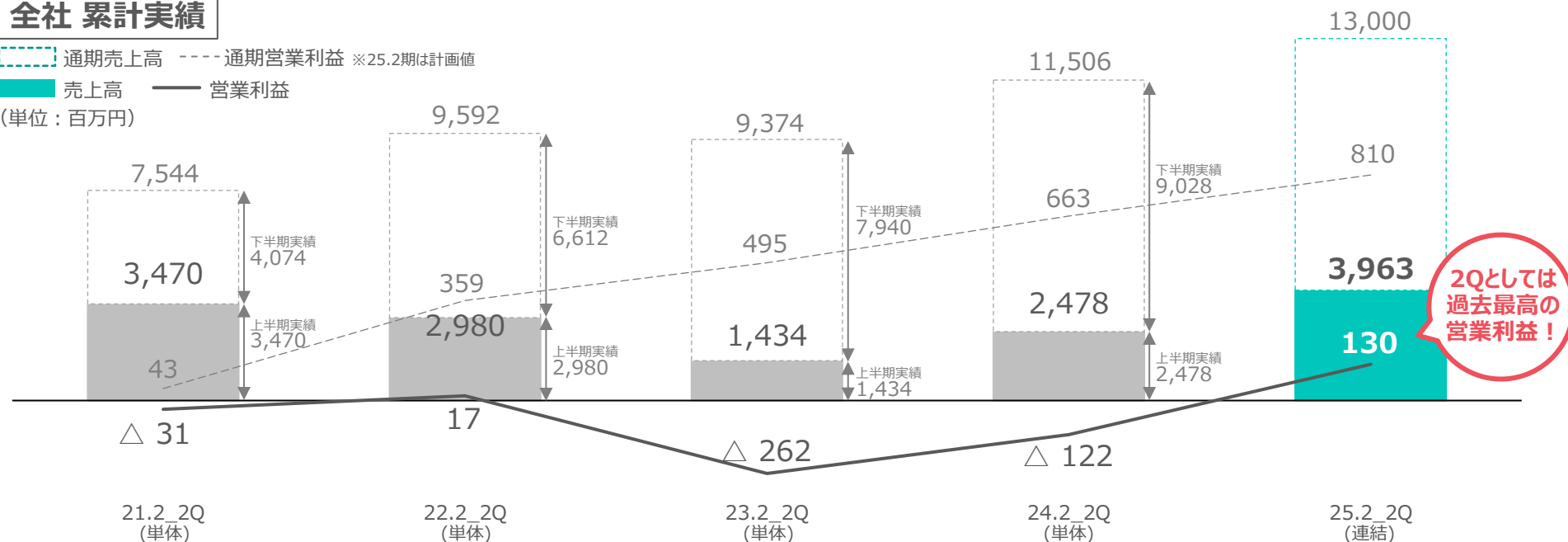
なお、当社は24.2期4Qより連結会計へ移行したため、資料中の「前年同期比」などは、24.2期2Q(単体)と25.2期2Q(連結)の単純比較となります

全社 累計実績

--- 通期売上高 --- 通期営業利益 ※25.2期は計画値

■ 売上高 — 営業利益

(単位：百万円)



重要な指標と主要なトピックス

2Q累計売上高

39.6億円

前年同期比+59.9%

通期計画：130億円
(進捗率30.5%)

2Q累計営業利益

1.3億円

前年同期は△1.2億円

通期計画：8.1億円
(進捗率16.1%)

2Q販売用不動産残高
(仕掛販売用不動産を含む)

79.9億円

前年同期比△1.7%

※重要な指標は「営業利益」と「販売用不動産残高」だが、下期偏重の影響などがあるため進捗は売上高で確認

トピックス①

中期経営計画(25.2期～27.2期)の公表

※詳細はP23以降に記載

7/11に中期経営計画(25.2期～27.2期)を公表

これまで言及していなかった“当社が”重視する指標を今回の発表に伴い、将来の目標値とともに提示

「1人あたり営業利益」と「営業利益」の目標値に向かって営業効率を向上させ、事業拡大と目標達成を目指す

21.2期

旧 中期経営計画
(22.2期～24.2期)

新 中期経営計画
(25.2期～27.2期)

近い将来目指す姿

営業利益
0.4億円
1人あたり営業利益
72.9万円

営業利益
6.6億円
1人あたり営業利益
1,207万円

営業利益
10.8億円
1人あたり営業利益
1,800万円

営業利益
18.0億円
1人あたり営業利益
3,000万円

トピックス②

仕入・販売の両方を進め、販売用不動産残高が増大

24.2期末 在庫残高
52.7億円

25.2期2Q 在庫残高
79.9億円

25.2期2Q 販売売上
35.1億円

期初在庫の販売を進める中でも、複数件の収益不動産を取得

期初から価格帯の大きな物件を保有していたため、**想定販売価格の中央値は7億円**(区分所有物件を除く)程度となる見込み

決算概要以外のページ(P16以降)については
前回発表(25.2期1Q)との差異が表示されています

新規 … 新規ページ / 新しい情報の追加

更新 … 情報が更新されたページ

INDEX

1. 2025年2月期 第2四半期 連結決算概要	……	P05
2. 株主還元・IR活動	……	P16
3. 当社事業の特徴と課題	……	P19
4. 中期経営計画(25.2期～27.2期)について	……	P23
5. Appendix ～会社紹介～	……	P33

1. 2025年2月期 第2四半期 連結決算概要

2025年2月期 第2四半期 連結決算概要（1）

通期計画に対して売上高進捗は30.5%で、おおむね想定どおり

- 期初在庫の販売が進んだことで売上高・営業利益・経常利益は前年同期を上回った
一方で当期純利益は前年では特別利益(452百万円)を計上したため、相対的に前年同期を下回った
- また、仕入についても安定的に進捗し、販売用不動産残高は前年同期同様、高く積上がった

(単位：百万円)	23.2_2Q実績 (単体)	24.2_2Q実績 (単体)	25.2_2Q実績 (連結)	前期比	25.2公表計画 (連結)	進捗率
売上高	1,434	2,478	3,963	+59.9%	13,000	30.5%
営業利益 又は営業損失(△)	△ 262	△ 122	130	—	810	16.1%
経常利益 又は経常損失(△)	△ 318	△ 239	14	—	570	2.5%
当期純利益 又は当期純損失(△)	△ 217	148	2	△98.2%	400	0.7%
営業利益率	—	—	—	—	6.2%	—
販売用不動産※	5,246	8,137	7,999	△1.7%	—	—

※ 仕掛販売用不動産を含む

2025年2月期 第2四半期 連結決算概要（2）

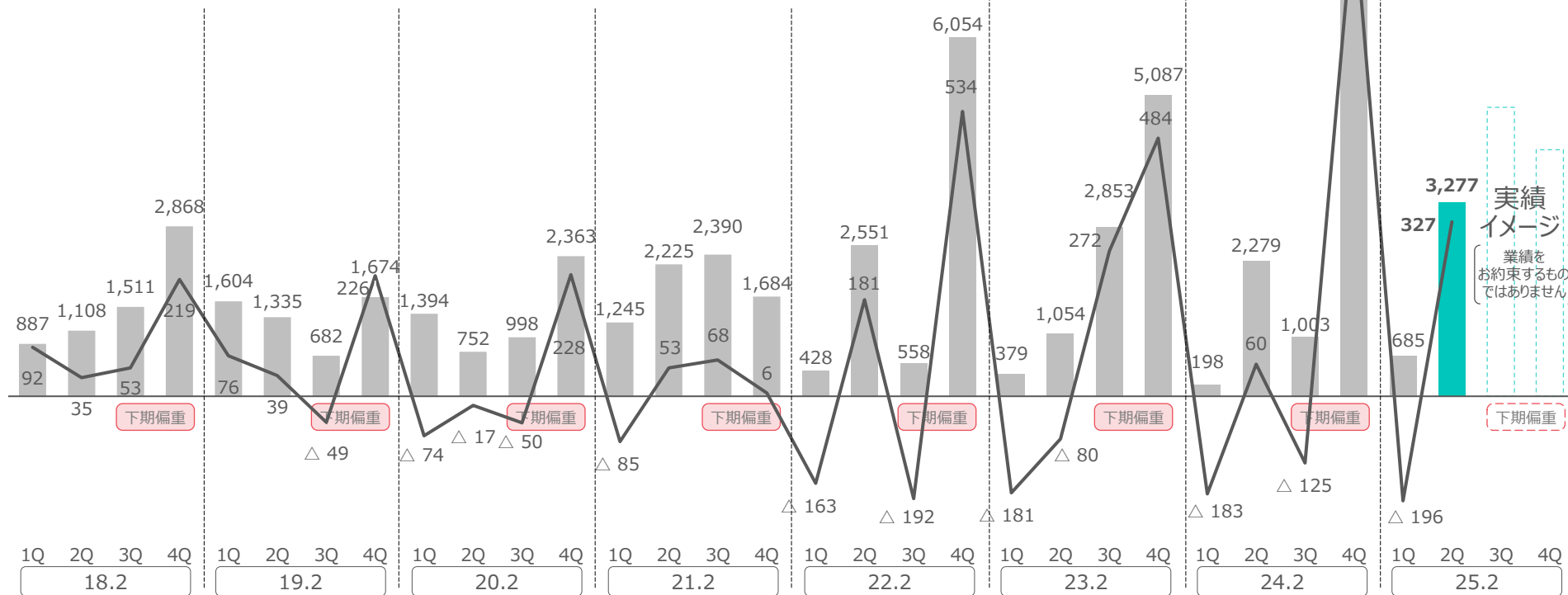
売上高は引き続き下期偏重傾向だが、上半期では前年同期比で増収増益

また、当社が重視している営業利益は、2Q累計では過去最高の実績

- 期初在庫の販売が進んだため、下期偏重傾向は変わらないものの、上半期としては高い実績となった
下期偏重の改善を課題として掲げている(P22参照)ため、徐々に良い傾向が現れている

全社四半期毎 実績推移

■ 売上高 — 営業利益
(単位：百万円)



2025年2月期 第2四半期 連結決算概要（3）

各セグメントで順調に売上が推移しており、それに伴い大幅な増益となった

- 販売事業は、販売件数が10件と前年同期比+5件で売上高は伸長し増収増益
なお、販売が進み一棟居住用不動産の保有残高が減少したため、租税公課負担は減少しており、増益に寄与した
※居住用賃貸建物の取得時は、消費税が仕入税額控除の対象外となり、売却時に控除可能となるため一時的に租税公課が計上される(P22参照)
- 賃貸事業は、引き続き収益不動産賃収の増加と民泊需要の上昇で増収増益
- 管理事業は、管理戸数が安定推移し、コストが減少したことで減収増益

(単位：百万円)	23.2_2Q 実績 (単体)	24.2_2Q 実績 (単体)	25.2_2Q 実績 (連結)	(前期比)
売上高	1,434	2,478	3,963	(+59.9%)
不動産販売事業	1,097	2,067	3,518	(+70.2%)
不動産賃貸事業	227	296	332	(+12.3%)
不動産管理事業	108	114	112	(△2.3%)
営業利益	△262	△122	130	—
不動産販売事業	△173	△28	175	—
不動産賃貸事業	△18	20	43	(+113.4%)
不動産管理事業	21	29	41	(+42.4%)
調整額※	△91	△144	△130	—

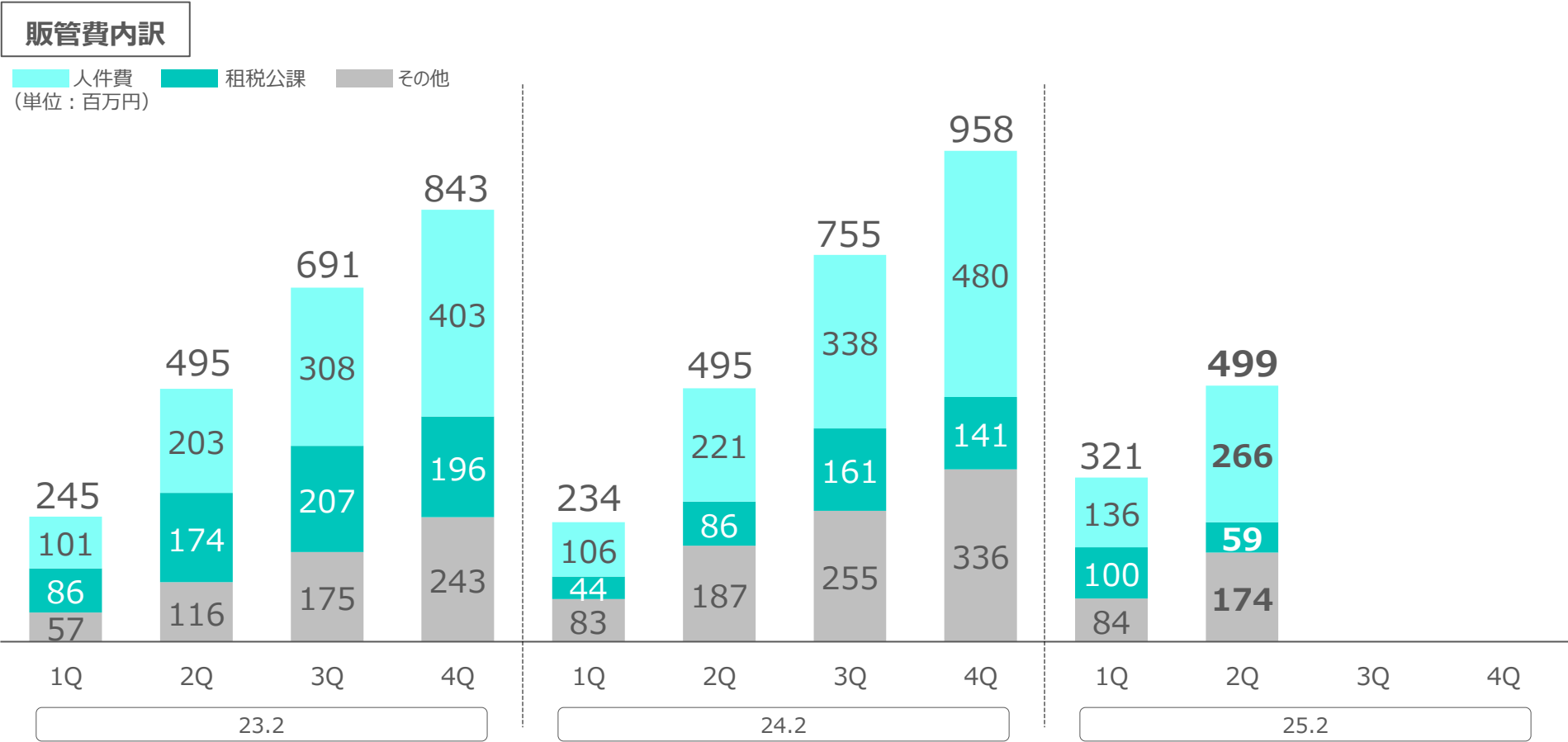
※ 各報告セグメントに配分していない全社費用

2025年2月期 第2四半期 連結決算概要（4）

販管費では、人件費が増加し、租税公課が減少している

- 租税公課は、一棟居住用不動産の在庫が増加すると増え、減少すると減るため、仕入が進んでいる局面では租税公課も増え、販売が進んでいる局面では減る特性がある

2Qでは一棟居住用不動産の販売が進み、保有残高が減少したため、租税公課負担は軽くなっている



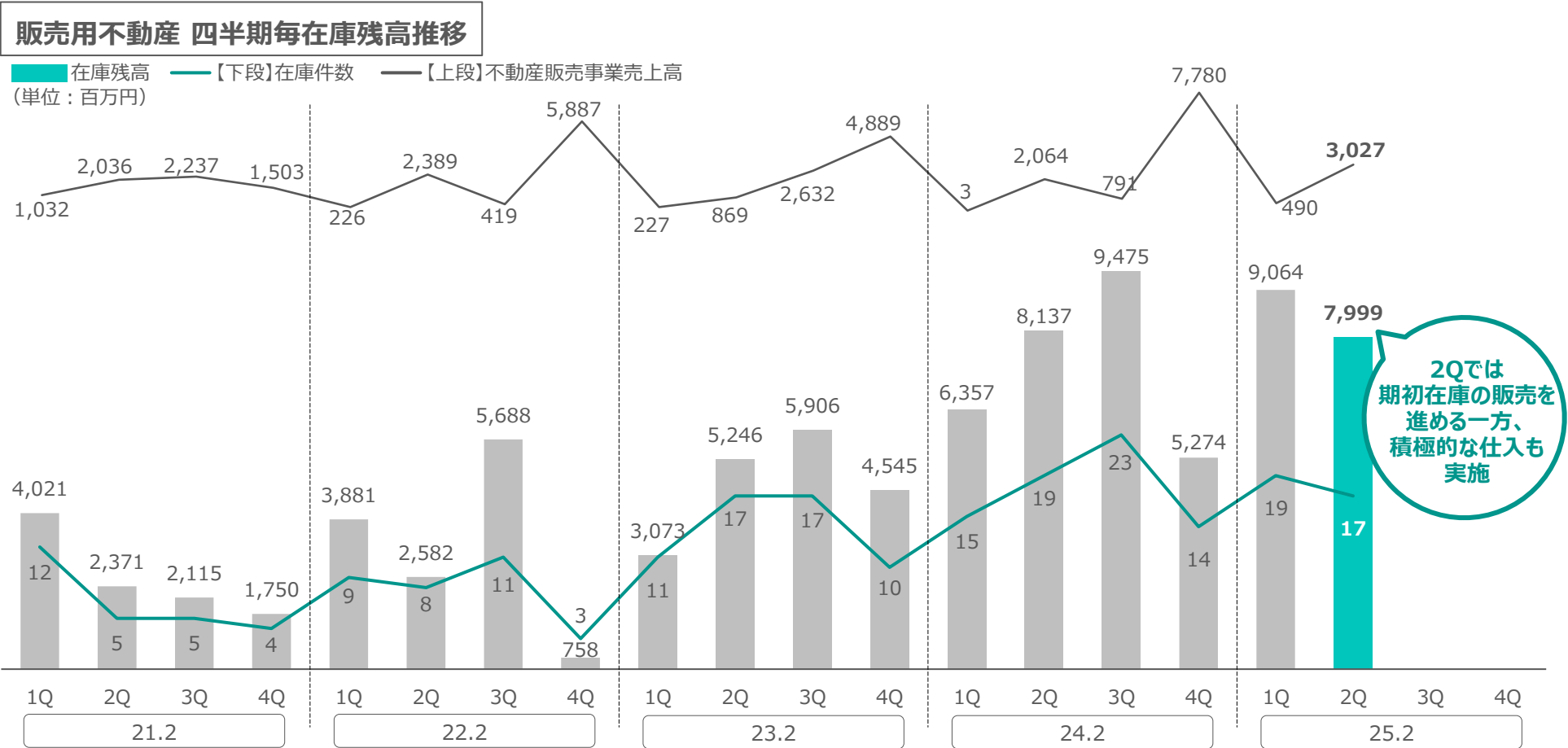
※24.2期4Q以降連結数値

2025年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（1）

販売が大きく進む中、物件の仕入も並行して行い、**在庫残高※は 7,999百万円** となった

※仕掛販売用不動産を含む

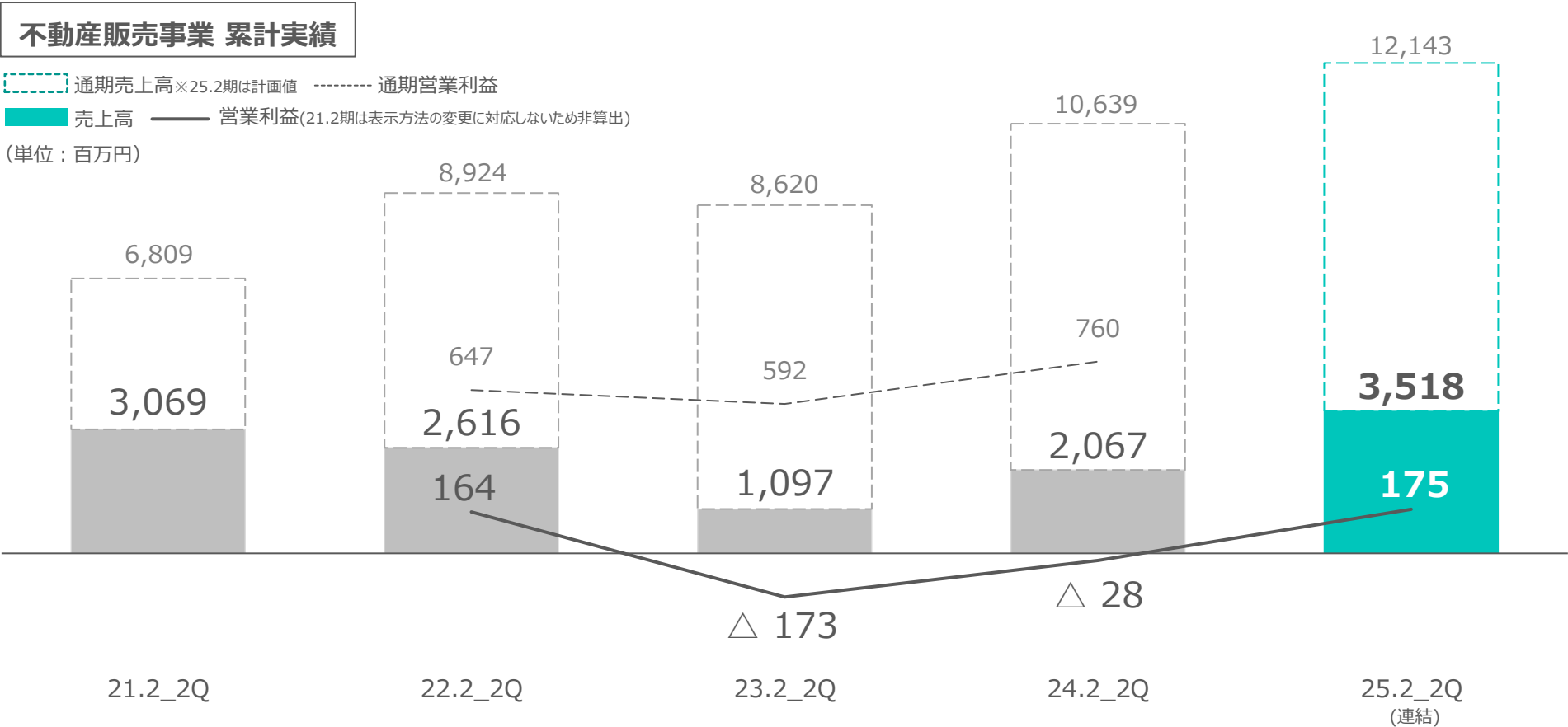
- 様々な価格帯・種別の物件を保有し、前年同期と同水準程度まで在庫が積上がっている
- 商品化できている物件も多く、積極的に販売を進め、下半期での売却を目指す



2025年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（2）

販売が進み売上高が伸びた結果、営業利益も前年同期を上回った

- 全社として利益率の向上を目指すも、個別性が高いこともあり、変動の幅が大きい
- また、毎年1月1日保有物件の固定資産税の支払いもあり、前期の12月末時点での在庫残高が高くなると、コスト負担が大きくなるという背景もある



2025年2月期 第2四半期 不動産販売事業の状況（3）

販売件数は10件(前年同期比+5件)

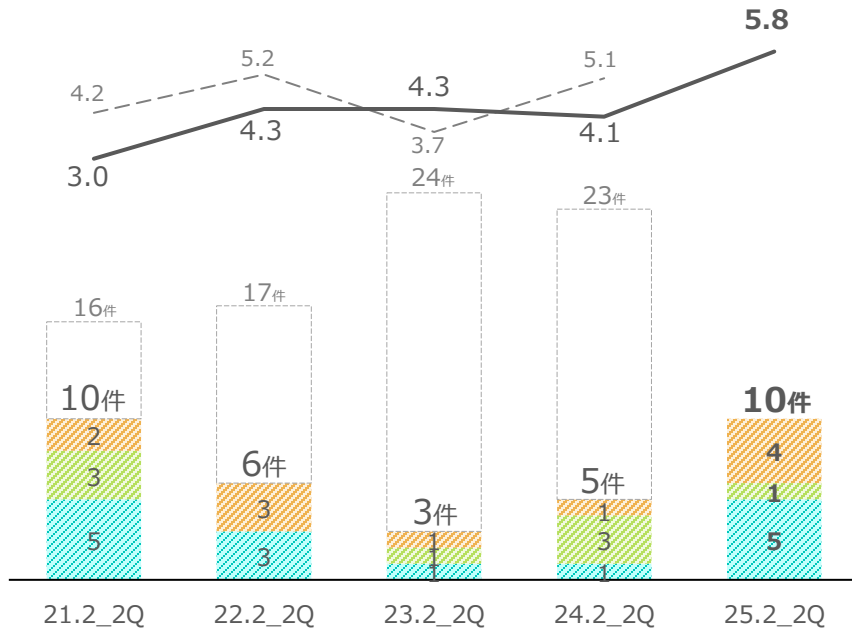
また、一棟不動産の取扱水準について、平均販売金額(区分(居住用・事業用)除く)は5.8億円に上昇

- 個別性が高いものの、取扱物件の価格帯向上や大型物件の取組み強化を進めており、平均販売金額を高める方針(P30参照)
- グラフ記載は無いが、保有している不動産の種別も、元々多かった一棟・居住用(レジデンス)から一棟・事業用(オフィスビルや店舗ビル)などの取扱いを積極的に増やしており、徐々に偏りが解消されている

収益不動産 累計販売実績

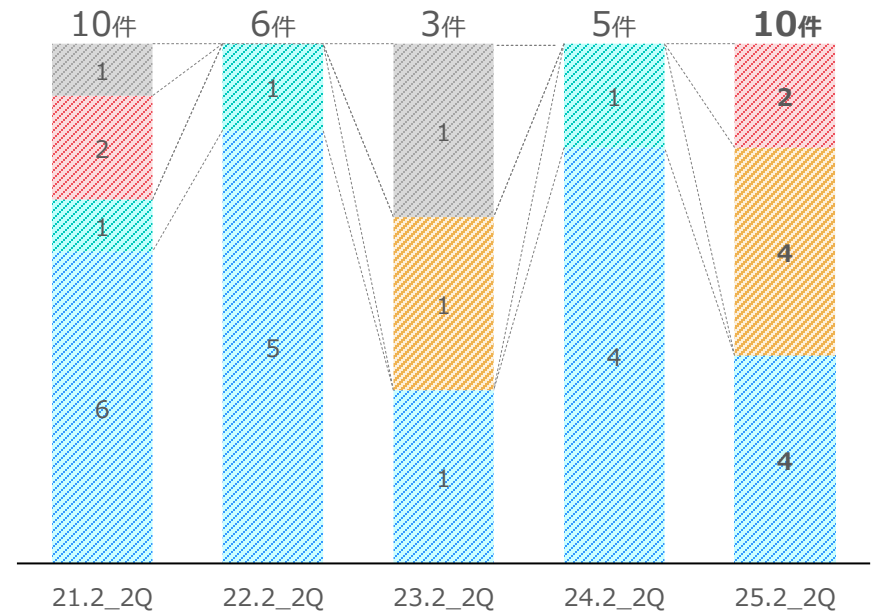
価格帯別

■ 2億円未満 ■ 2～5億円 ■ 5～10億円 ■ 10億円以上
— 平均販売金額(単位: 億円) ※但し23.2期以降は区分(居住用・事業用)除く
□ 通期販売実績 — 通期平均販売金額実績



種別

■ 一棟・居住用※ ■ 一棟・事業用※ ■ 区分・居住用 ■ 区分・事業用
※複合用途の場合は居住用と事業用で全体に占める合計賃料の多い方を採用
■ その他(戸建・保養所等)



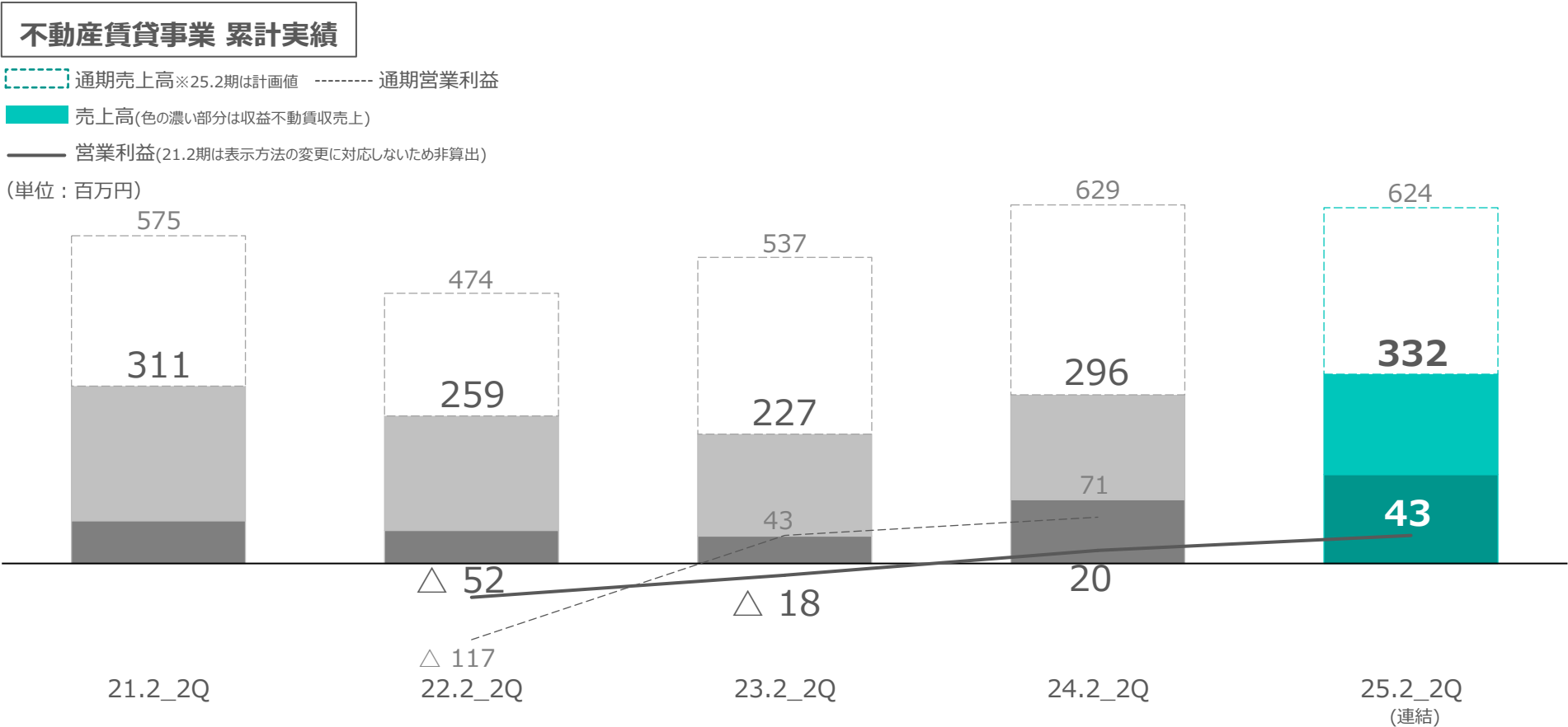
【語彙】

区分: マンションの1室や、
オフィスビル・店舗ビルの1区画

2025年2月期 第2四半期 不動産賃貸事業の状況

収益力が改善し、売上・利益ともに大きく伸ばした

- 収益不動産の保有中に発生する「収益不動産賃収(グラフの色の濃い箇所)」は、ストック収益として拡大を目指しており(P27参照)、上半期では期初から在庫残高が高く積上がっていたことで前年同期を上回った
- 民泊施設も稼働が好調で、引き続き収益へ貢献をしている

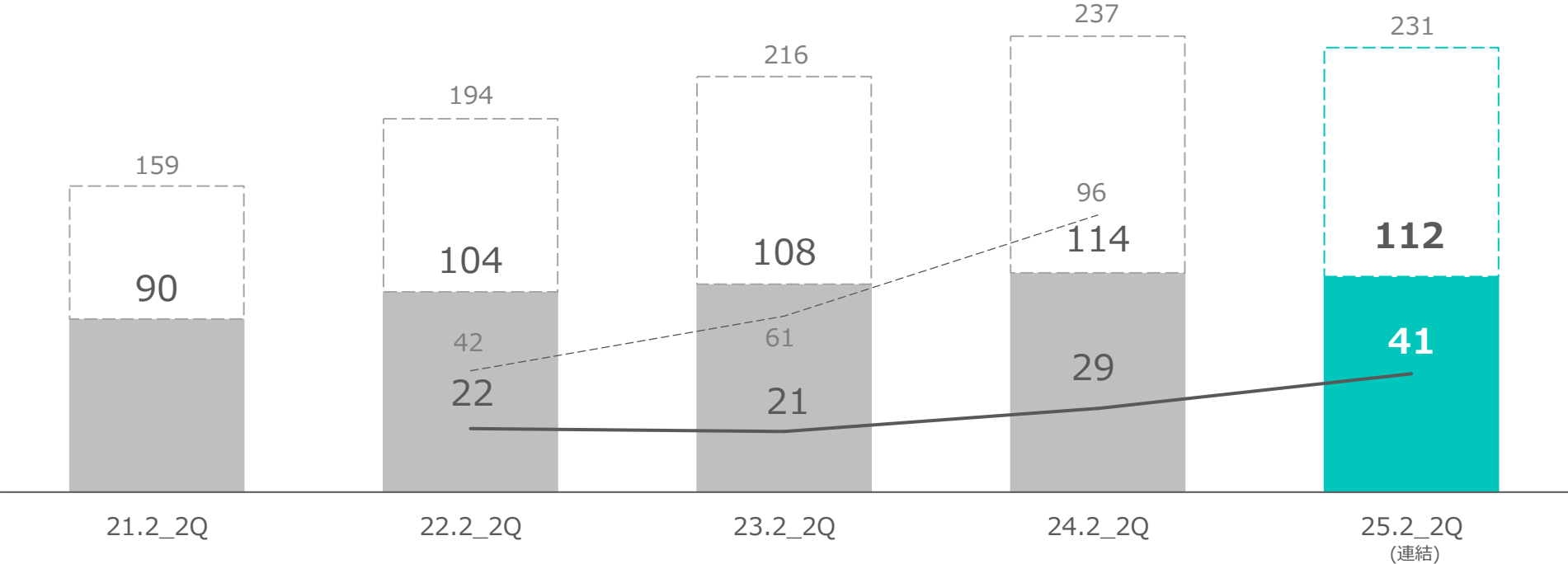


管理戸数の安定推移で利益が伸びた

- 管理受託戸数の増加に伴い、管理手数料だけでなく、周辺業務でも売上・利益を確保できている
- 営業部門側では、販売事業で販売した物件の管理受託増加を目指す一方で、それぞれの案件での管理手数料単価向上も目指しており、量と質の両方を向上させるべくサービスの向上などへも取組みを進めている

不動産管理事業 累計実績

■ 通期売上高※25.2期は計画値 - - - - - 通期営業利益
■ 売上高 — 営業利益(21.2期は表示方法の変更に对应しないため非算出)
(単位：百万円)



2025年2月期 第2四半期 連結B/Sサマリ

販売用不動産在庫を高く積み上げている
一方で高い在庫残高に対して、自己資本比率も期中としては比較的高い水準を維持

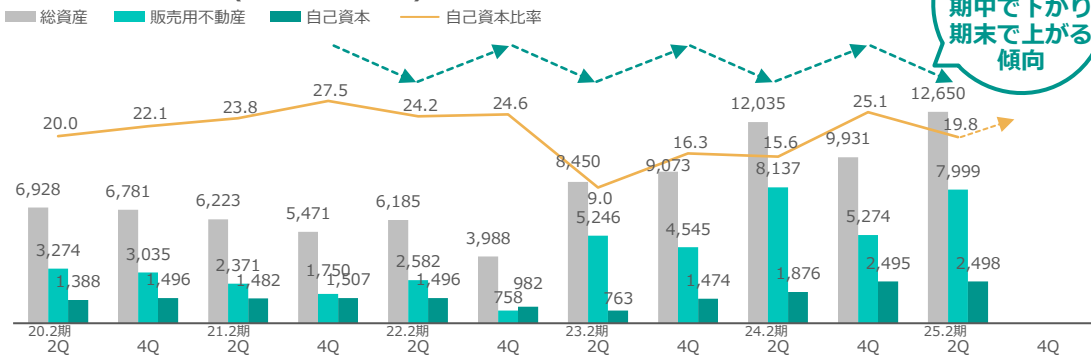
()内は24.2期末差
(百万円) **総資産 : 12,650 (+2,718)**

流動資産	流動負債
11,977 (+2,701)	4,459 (+26)
現金及び預金 3,742 (△164)	短期借入金 2,315 (△560)
販売用不動産※ 7,999 (+2,725)	
固定資産	固定負債
672 (+17)	5,692 (+2,688)
	社債 199 (△59)
	長期借入金 5,308 (+2,697)
※ 仕掛販売用不動産含む	
	純資産
	2,498 (+3)

- 仕入を積極的に行っているため、引き続き販売用不動産は大幅に増加
- 不動産取得時に金融機関から取得資金を借入れるため、販売用不動産残高が高くなると負債が増え、自己資本比率が低下する
但し、現在は前期に純資産の水準が上がり、期中としては比較的高い水準を維持
- 自己資本比率に対して、在庫回転期間は短期間を維持
やや長期化傾向ではあるものの、最低借入期間1年を大幅に下回る

➡ 中期経営計画(P27参照)のとおり、一部長期保有を目指す、従前どおりの取組みについては在庫回転期間を1年未満としている

■ 自己資本比率と在庫残高(販売用不動産残高)の推移



自己資本比率は
期中で下がり
期末で上がる
傾向

(参考)関連指標

自己資本比率	19.8% (△5.4%)
1株あたり純資産(BPS)	2,070.58円 (△14.17)

■ 在庫回転期間：半期の販売物件のうち開発案件や特殊アセットを除いた一棟・区分の平均在庫期間

20.2期	21.2期	22.2期	23.2期	24.2期	25.2期
1-2Q	1-2Q	1-2Q	1-2Q	1-2Q	1-2Q
253	234	136	169	122	228
3-4Q	3-4Q	3-4Q	3-4Q	3-4Q	3-4Q
215	132	179	147	192	

2. 株主還元・IR活動

配当政策・株主優待

配当は24.2期で初配を実施し、25.2期以降は業績に基づいて引き上げを検討する
また、株主優待については投資魅力向上を目指し、23.2期で変更済み

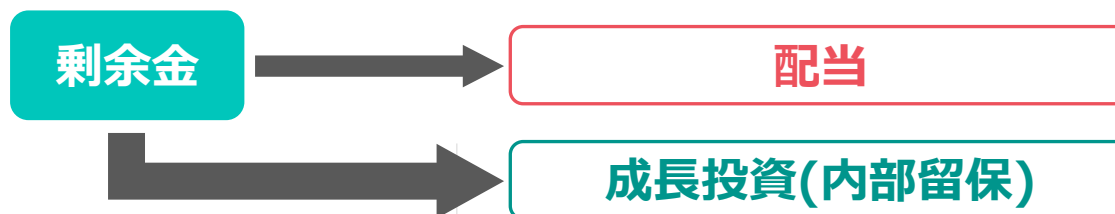
配 当 政 策

【基本方針】 20円を最低ラインとして設定しつつ、業績に基づき、配当の引き上げを狙う

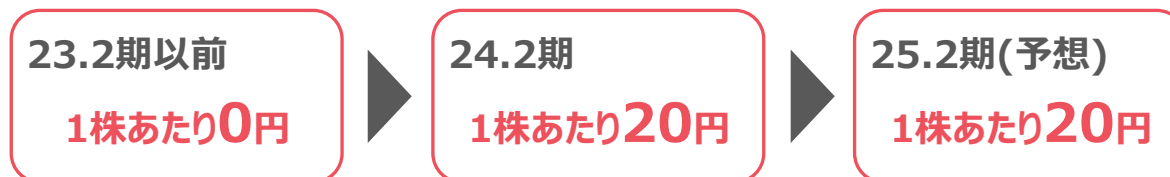
【配当方針】 翌期以降の事業成長を第一としつつも、安定的かつ継続的な利益還元を目指す

当社の主要事業である販売事業の事業モデルおよび当社が成長途上である現状を踏まえると、財務レバレッジを効かせることで事業成長を実現できる側面があり、成長投資としての内部留保を剰余金の主な使途としたい

(剰余金の使途イメージ)



《配当実績と予想》



株 主 優 待

【施 策】 中間(8月末)、期末(2月末)時点で100株以上保有の株主様に一律3,000円分のQUOカードを贈呈(年合計6,000円分)

IR/PRの拡充

適切な情報をタイムリーかつ積極的に公表することが企業価値の向上に資すると考え、株主・投資家の皆様に当社のことをより深くご理解いただけるよう強化

発信ツールの拡充	発信チャネルの拡充 ・決算説明会の書き起こし(ログミーファイナンス) ・開示情報のメール配信サービス導入 ・SNSの活用(X、note)  ◀ 開示メール登録  ◀ noteアカウント 当社のことをより多くの投資家の方に認知していただくための活動
開示の改善	発信量の増加(量) 21.2期：年間43件 ➡ 22.2期：76件 / 23.2期：83件 / 24.2期：114件 内容の拡充(質) ・適時開示に補足資料を添付するなど、訴求内容を大幅に拡充 当社の事業に対する理解を深めていただくための活動
その他	個人投資家向け発信機会の増加 ・決算説明会(中間、期末)の個人投資家への開放 ・個人投資家向けセミナーの実施 6/1 ブリッジサロン登壇 ※アーカイブ動画 (リンク) 7/25 Growth IR Seminar登壇 ※アーカイブ終了 外部レポート ・インベストメントブリッジ社がアナリストレポートを公開 (リンク) 過去Q&Aの公開 ・Q&A特化型プラットフォーム「QA Station」により過去のQ&Aを蓄積・検索できるように (リンク)

3. 当社事業の特徴と課題

当社事業について

当社は東京23区を中心に1都3県で、不動産販売事業を柱とした事業展開をしている

	不動産 販売事業	不動産 賃貸事業	不動産 管理事業
売上構成比 24.2期実績より算出	売上構成比約93%の当社 主要事業 2015年頃から取組みを開始	売上構成比約5%であり、 創業期より取組んでいる事業	売上構成比約2%であり、 創業期より取組んでいる事業
概要	収益不動産を取得し、リノベーションによるバリューアップや、リーシング(賃貸募集)により、稼働や利回りを向上させ、不動産投資家へ販売	リニューアルにより収益改善が見込める不動産を所有者から借受け、賃貸事業(サブリース)を行う	不動産所有者に対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供
今後の展開	成長ドライバーとして見込み 、 新たな取組みも積極的に進める。	安定収入源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい	安定収益源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい
収益特性	フロー収益	ストック収益	ストック収益
主な顧客	不動産投資家、黒字企業	不動産オーナー、地主	不動産オーナー、地主

当社の強みについて

当社の強みはリーシングを中心としたバリューアップと回転の早さ

①リーシングを中心としたバリューアップ

賃貸・管理からスタートした会社の強みを活かし、収益不動産を取得後直ちにリノベーションなどを行うことで、賃貸収入の引き上げを図り、リーシングにより満室稼働にすることでバリューアップを実現する。

②収益不動産の回転の早さ

収益不動産の平均保有期間は右表の通りで、概ね半年で取得から販売まで完結。社内連携の早さやリーシングの早さも回転の早さなども影響するが、営業能力として短期間であっても期日を決めて売り切る販売力がある。

回転が早いことでリスクが少なく、金融機関の借入の面で有利。
また、万が一の急激な金融情勢の悪化にも影響を最小限に抑えることができるため、リスク管理の面でもメリットがある。

	22.2期	23.2期	24.2期	3期平均	(参考) 他社事例
平均保有日数	160日	147日	220日	177日	半年 ～ 2年
販売件数	17件	24件	23件	21件	—

※当社調べ

■スピード感の要因

『仕入 - 商品化 - 販売』を
同一社員が主担当者として行うワンストップの営業スタイル※

- ・販売を念頭に置いた仕入を実施するため、良質な仕入が可能
- ・仕入～販売が1担当者の中で完結しているため、仕入後の動きを前倒して行うことができ、スピード感を持って商品化(リノベーションや大規模修繕、リーシング)を実行可能
- ・チームのフォローがあるものの、新卒社員にも徹底して全行程を任せるため、成長速度が早い

※競合他社では仕入担当や商品化担当、販売担当など、業務が専門化していることが多い

【課題】収益不動産の回転が早いことに対する課題

回転が早いことで上記のようにメリットも多いが、一方で「ストック収益(保有期間中の賃料収入)が相対的に少なくなる」という課題も抱えている。

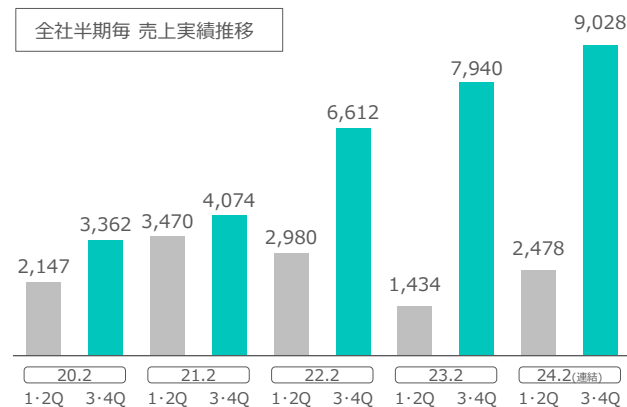
ある程度長期間の保有をすることで、賃料収入を積上げたり、賃料単価の向上を目指したりといったこともできるため、今後、“平均”保有日数は伸び、回転を落とすことも考えられる。

但し、早く回転させる強みを活かせる物件への取組みは引き続き進める方向であり、売り切る販売力は狙ったタイミングでの販売に活かすことができる。

当社の課題と改善に向けた方向性について

下期偏重の売上と、租税公課による期中の販管費増(期中の低営業利益)が課題

(1) 下期偏重の売上

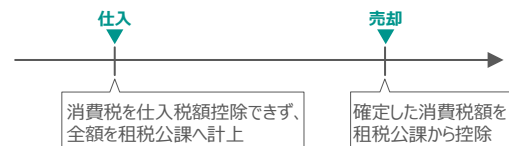
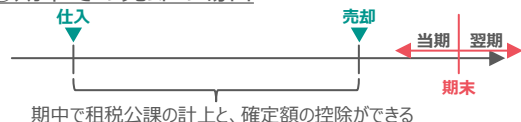


売上のほとんどを占める不動産販売事業では、上半期に仕入れを行い、下半期に販売をする営業スタイルであるため、**全社の売上実績も下期偏重の傾向が強い**

(2) 租税公課による影響

居住用賃貸建物の販売では、売却時に消費税の税額控除ができる(仕入期含め3期以内)

① 期中での売却の場合



《当社P/L上の影響》
期中の在庫が増えると租税公課負担が**“一時的に” 大きくなるが**、増えた租税公課は**期末には解消される**

② 期を跨いだ売却の場合



《当社P/L上の影響》
期を跨いだ売却になる場合、当期末の租税公課負担が増加するが、翌期の租税公課には**マイナス計上される**

但し、①②どちらの場合でも、物件を仕入れた段階で営業利益以下の段階利益が低下する(①の場合も当該物件が販売されるまではマイナス影響)

■ 改善に向けた方向性

期末に翌期の在庫を確保することで、業績の平準化を図る

- ・ 翌期1Qから売上計上できる販売用不動産在庫を確保することで、上半期と下半期の売上実績を平準化
→ **様々なアセットタイプを取扱う中で回転の早いアセットとそうでないアセットを上手く使い分ける**
- ・ 毎期末に一定以上の居住用不動産の在庫を保有する場合、控除されない税額が租税公課として残るが、翌期中の売却によるマイナス計上と相殺できるため、租税公課の平準化も見込める
- ・ また、**事業用不動産の取扱比率を増やすことで相対的に租税公課の影響を抑える**ことも進める

4. 中期経営計画と事業戦略について

詳細は、開示資料もしくは
説明動画(15分)をご確認ください



▲ 開示資料
([リンク](#))

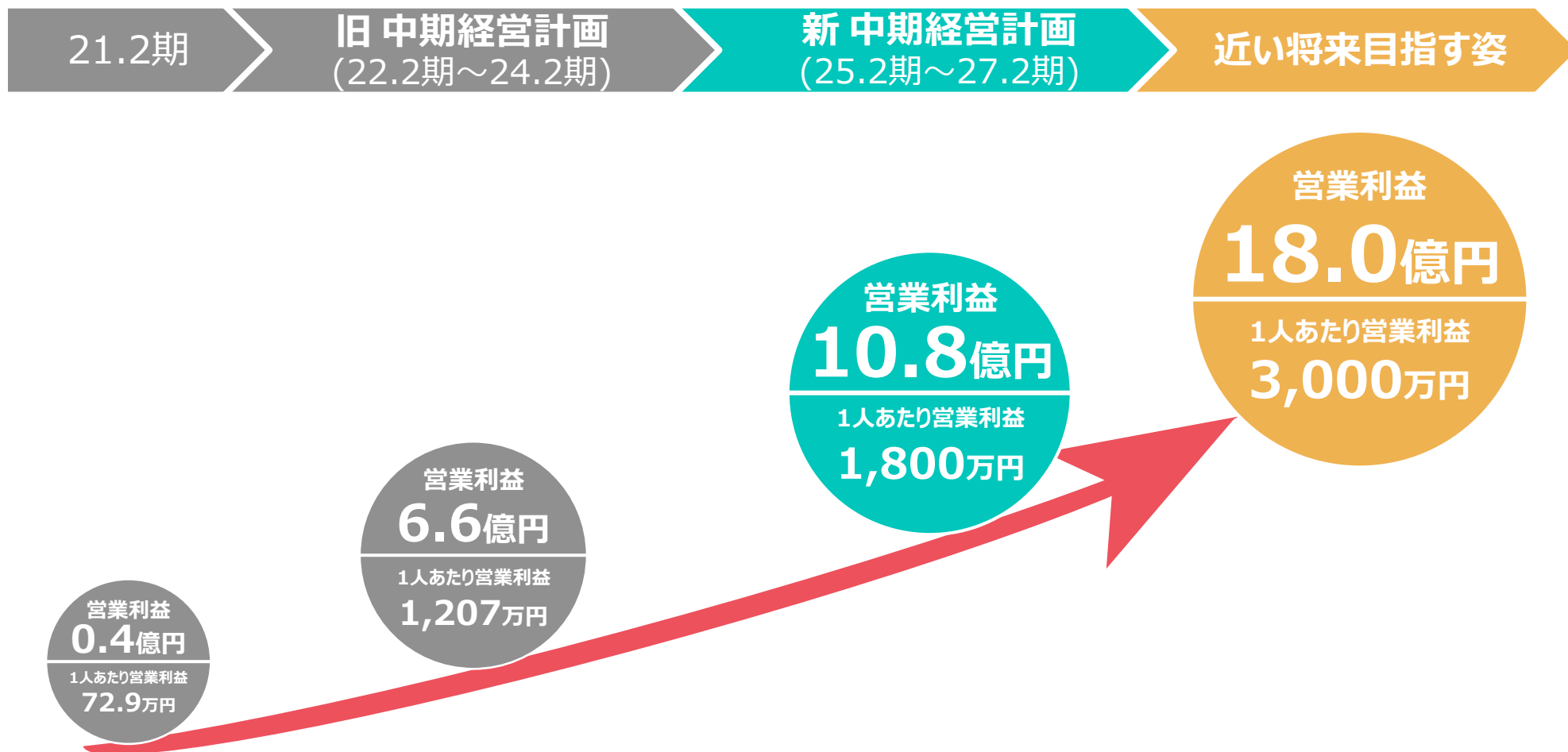


▲ 説明動画(15分)
([リンク](#))

当社が重視する指標

新たな中期経営計画策定の前提として、当社は「1人あたり営業利益」を重視しており、それに伴い重要指標として「営業利益」の目標値を公表

将来的に1人あたり営業利益3,000万円を目指し、新中期経営計画の目標値を設定



中期経営計画(25.2期～27.2期)

25.2期は新中期経営計画(25.2期～27.2期)の初年度

販売事業を中心とした持続的な成長を目指しつつ、**営業利益**と**1人あたり営業利益**にこだわって事業成長を進めていく

- 現時点の目標値として、27.2期の営業利益・当期純利益のみを公表

26.2期と27.2期の計画値については、営業利益率の推移や直近の金融環境を踏まえつつ算定し、それぞれ25年4月(25.2期決算発表時)、26年4月(26.2期決算発表時)を目途に公表

(単位：百万円)	25.2 計画	25.2_2Q 実績	進捗率	26.2 計画	27.2 計画
売上高	13,000	3,963	30.5%	—	—
営業利益	810	130	16.1%	—	1,080
経常利益	570	14	2.5%	—	—
当期純利益	400	2	0.7%	—	510
営業利益率	6.2%	—	—	—	6.4～6.7%
1人あたり営業利益	1,350万円	—	—	—	1,800万円

事業戦略について(全体像)

事業成長に向けて大きく3つの事業戦略に取り組む

- 旧中期経営計画では、事業戦略③に取り組んできた

その結果、売上高の向上や取引件数の増加など、事業規模が拡大(21.2期売上高：75.4億円→24.2期：115.0億円)し、土台ができたものとして、さらに2つの取組みを積上げる

新 中期経営計画(25.2期～27.2期)より取組み

事業戦略① 営業利益向上

内部成長充実

- ・マーケットに合わせた賃料単価への変更交渉
- ・大規模なリニューアル工事
- ・管理経費の徹底削減

ストック拡充

- ・商品化され稼働率の高い物件の賃料収入獲得

事業戦略② 社外との連携

“組み先”の特定

- ・戦略的業務提携やM&A
- ・連携(取引)先の拡充や提供サービスの活用

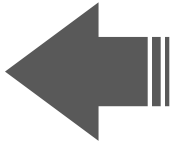
【語彙】

内部成長：保有する不動産の収益性を高めること
保有する不動産はそのまま、賃料単価の引き上げ、テナントの入替え、管理経費の削減などによって不動産の収益力を上げ、資産価値を高める

事業基盤の強化

購入資金の充実

仕入・販売方法の確立



旧 中期経営計画(22.2期～24.2期)より取組み

事業戦略③ 販売事業の規模拡大

価格帯の向上(大型化)

- ・取扱価格帯を5億円以上に
- ・10～20億円規模の不動産の取扱い拡充

商品種別の多様化

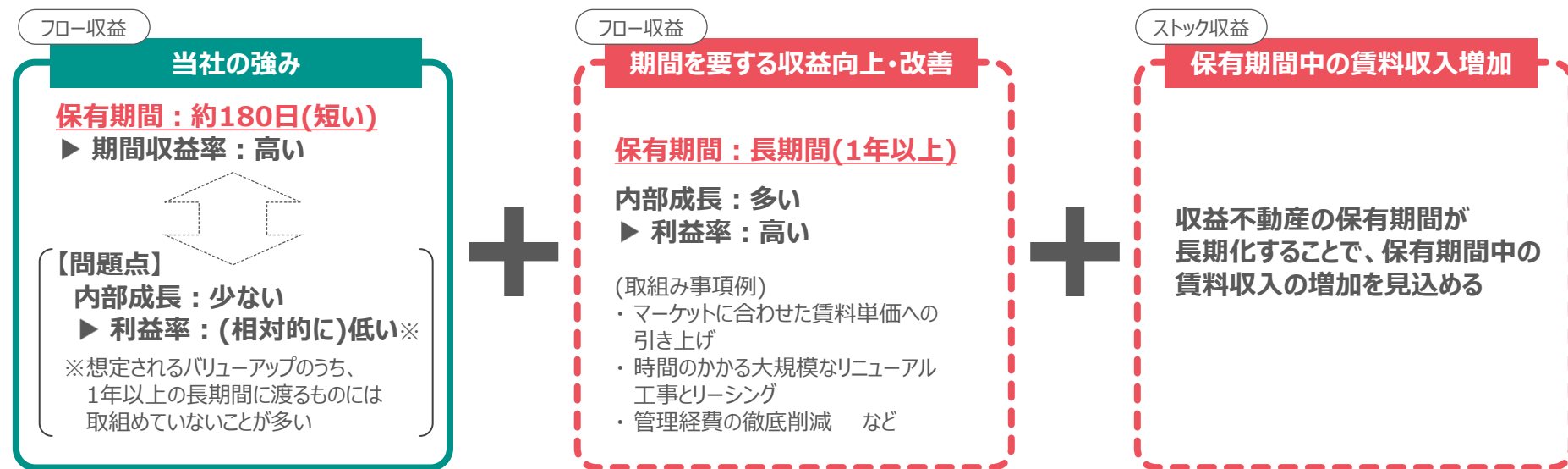
- ・事業用不動産の取扱いを増やし、居住用：事業用＝1：1に
- ・不動産開発事業などの新たな取組みでさらに種別増

事業戦略① 営業利益向上に向けた取組み

営業利益向上を目的に、一部収益不動産の長期保有により、

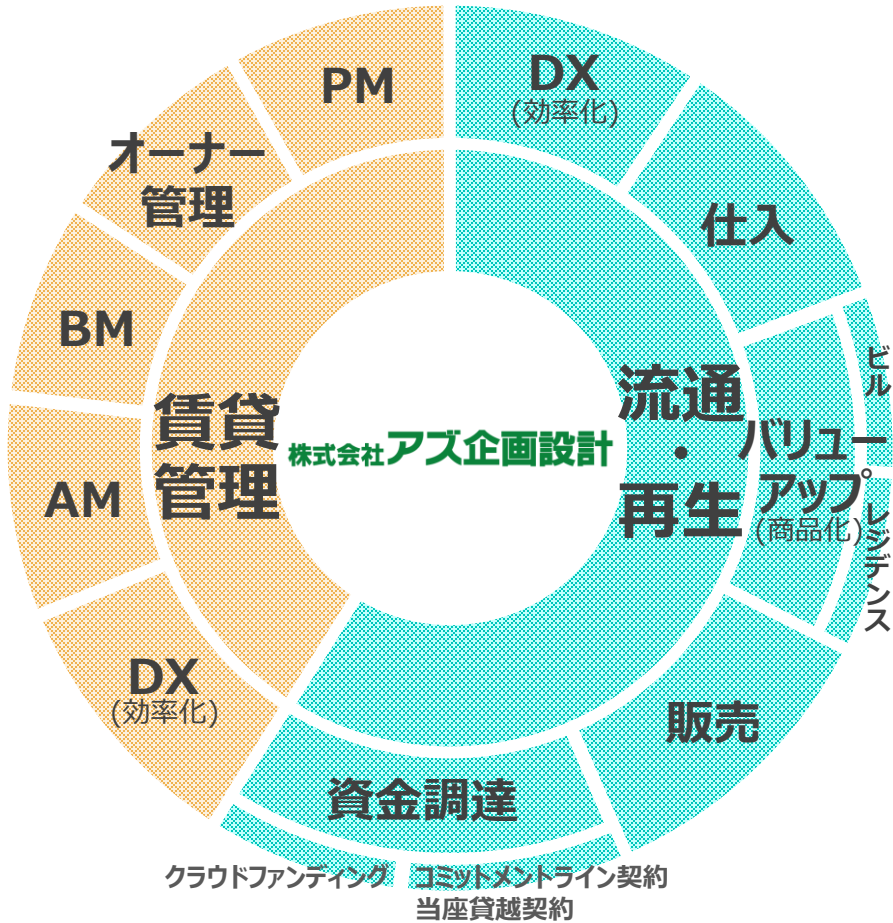
- ① **内部成長**(保有する不動産の収益性向上)の**充実**と、
- ② **ストック収益**(保有期間中の賃料収入)の**拡充** の2つに新たに取組んでいく

- 短い保有期間は当社の強みだが、一方でそのために内部成長をさせる施策のうち取組んでいない項目がいくつもあり、今後は物件を選んで長期間保有による内部成長を充実させ利益を確保することで、全体の利益率を向上させる
- また、保有期間を伸ばすことで、保有期間中の賃料収入増加による営業利益の積上げも期待できる



事業戦略② 社外との連携に向けた取組み

営業強化による持続的成長だけでなく、非連続的な成長に向けて取組むべき対象領域を10分野に分け、①**戦略的業務提携やM&A**、②**連携(取引)先の拡充や提供サービスの活用**など、取組みを進めていく

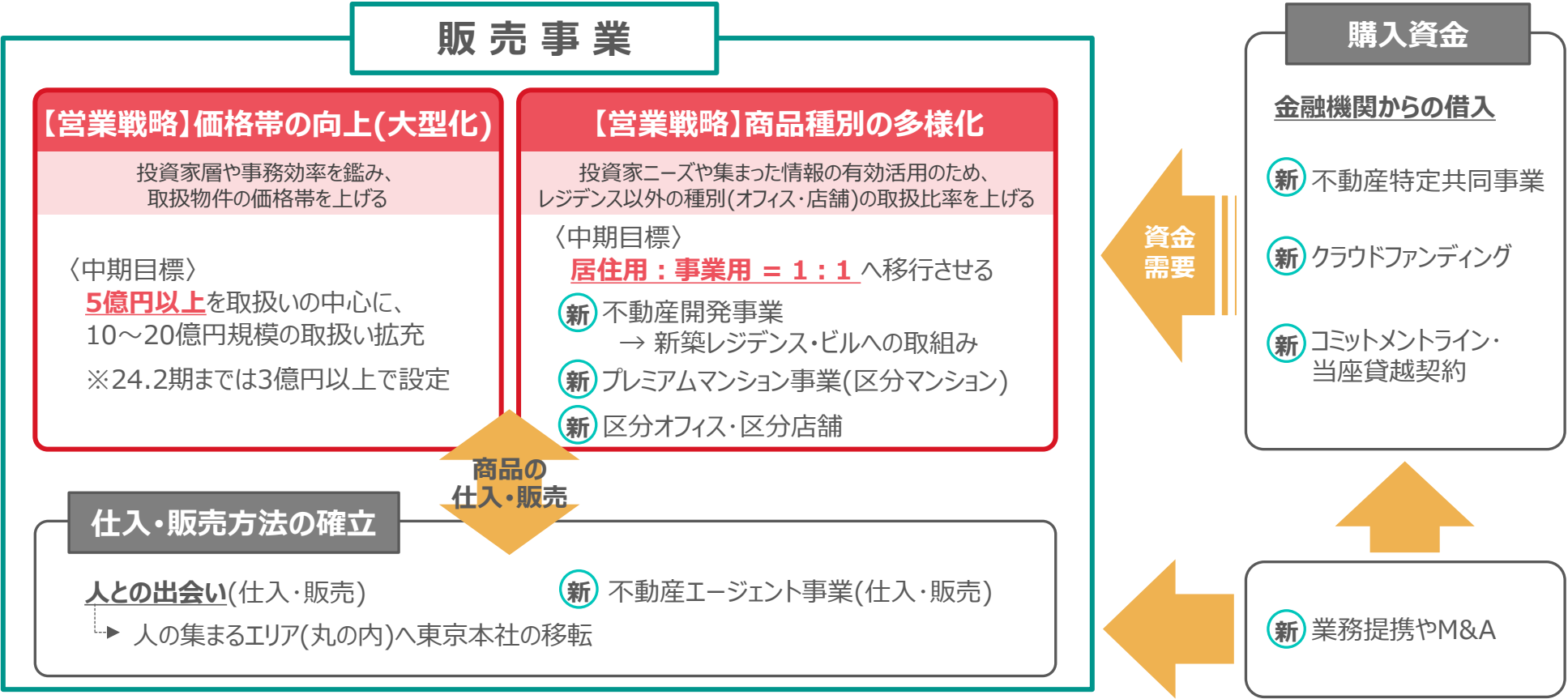


分野	分類	取組み事例(一部抜粋)
バリューアップ (レジデンス)	① 業務提携	matsuri technologies社との業務提携と 資本出資による民泊事業における連携強化
DX (流通・再生)	② サービス活用	「TASUKI TECH LAND」の利用による 業務効率化とデータ活用の開始
DX (賃貸管理)	② サービス活用	「ITANDI BB+」の利用により内見予約、 入居申込、物件確認などの賃貸募集業務を オンライン化

事業戦略③-1 販売事業の規模拡大に向けた取組み

取扱高や取引件数の増加を目指したこれまでの取組みも引き続き進めていく

- 価格帯の向上について旧中期経営計画(22.2期～24.2期)で目標としていた3億円以上の取扱いを中心とすることができたものと評価し、さらに目標値を向上させ「**5億円以上**」へと変更
- 多様な商品種別を取扱うことで、マーケットのニーズに合わせてその時々でニーズの高い商品に寄せることも可能



《表示ルール》 **太字・下線** … (従前からの)重要施策 ● … 直近数年の新たな取組事項

事業戦略③-2 【営業戦略】 価格帯の向上(大型化)

富裕層や黒字企業といった融資の付きやすい属性の不動産投資家への販売を目指し、
取扱いの中心を5億円以上の不動産へ移行

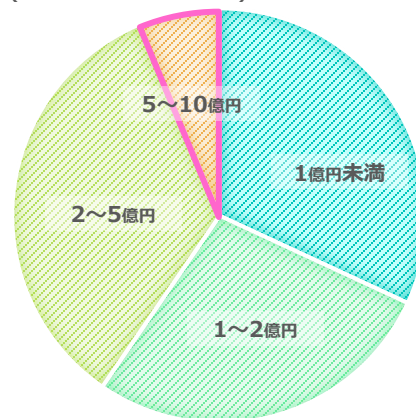
10～20億円規模の不動産の取扱いも拡充

〈24.2期までの実績〉

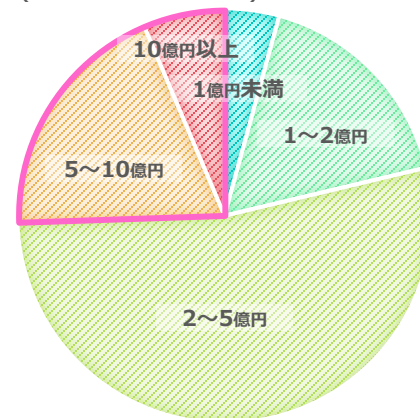
- 24.2期以前は取組みの中心を3億円以上の不動産へ移行することを目指した
- 取組みは順調に進み、23.2～24.2期で販売した収益不動産は、5億円以上のものが3割程度となった
- また、10億円以上の収益不動産の販売も増加している

引き続き取組みを加速させ、取組みの中心を5億円以上の不動産へ移す
また、20億円規模の不動産も検討を進める

価格帯別 構成比 ※2期販売実績
(18.2期～19.2期)



(23.2期～24.2期)



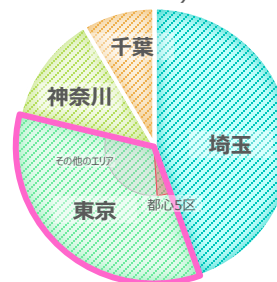
(補足) 事業エリアの推移について

- 価格帯を向上させるうえで、事業エリアの中心が東京都心部に推移している
- 埼玉、神奈川、千葉については特定のエリアを中心に取組んでおり、従前のような郊外の収益不動産の取扱いは減少している

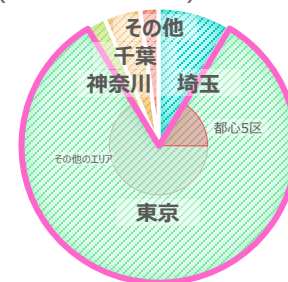
➡ 安定的な取引を行うために、東京都心部、特に都心5区[※]の取組みを増やす

千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区

(18.2期～19.2期)



(23.2期～24.2期)

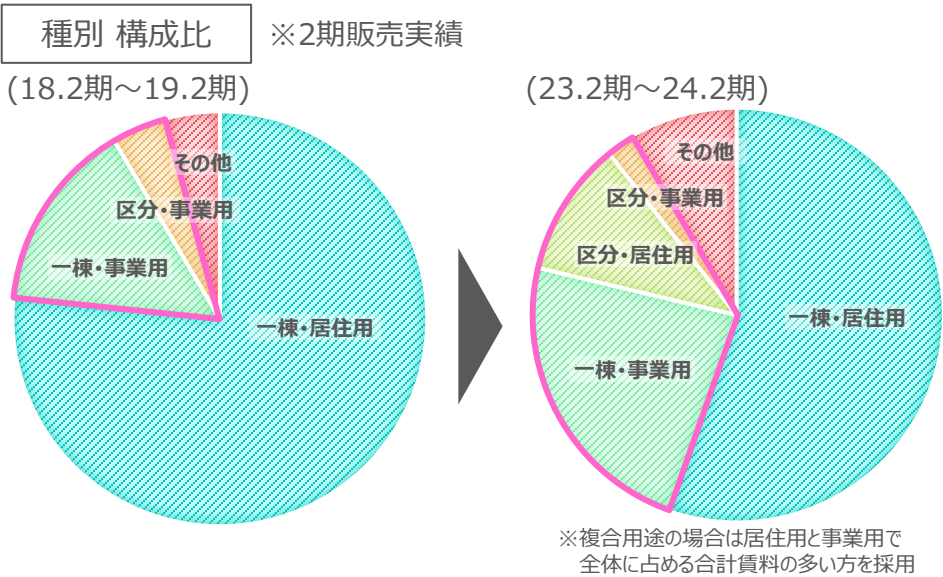


事業戦略③-3 【営業戦略】 商品種別の多様化

投資家からの様々なニーズへ応えるため、取扱いの種類(アセットタイプ)を増やしている

〈24.2期までの実績〉

- 主に、一棟・事業用(オフィス・店舗)と 区分・居住用(プレミアムマンション)の取扱いを増やすように積極的に取組んだ
- 23.2期～24.2期で販売した収益不動産は、一棟・居住用(レジデンス)が多いものの、6割未満へと減少



引き続き取組みを加速させ、
特に、事業用(一棟・区分問わず)不動産の取扱いを増やす

■ 商品種別の多様化に資する具体的な取組み

不動産開発事業

建設する建物を当社で企画するスキーム
リーシング(賃貸募集)に強みのある当社が企画することで、賃貸需要の高い建物をつくり上げることができる

取組むエリアに合わせて居住用・事業用どちらの取組みも可能

右記の防音レジデンスなどの企画も行う

プレミアムマンション事業

ペントハウスなどの高級感あるマンションの1区画を取得し、バリューアップ後販売する事業
実際に住みたい方(実需)向けの商品づくりを行っている

区分事業

プレミアムマンション事業を横展開させ、一般的な価格帯の区分マンションを取扱う事業
直近はオフィスや店舗の取扱いも進めている

その他の取組み

レジデンスはマーケットで最も数が多く、販売には差別化が必要で、その一環として特徴のあるレジデンスの取組みも進めている

取組事例1：防音レジデンス
高い防音(遮音・吸音)性能を持つ防音レジデンスを“AZ Music”の名称で販売。楽器の使用だけでなく、近年職業としても広まる配信にも訴求可能。

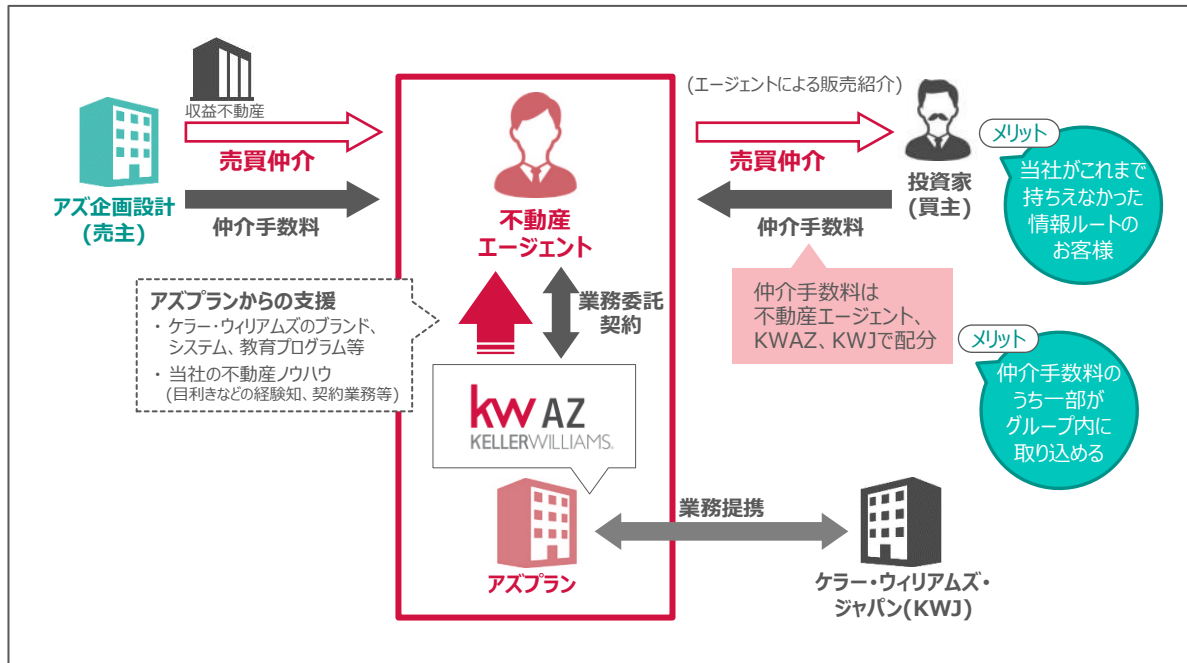
取組事例2：IoTレジデンス
あらゆるモノがインターネットに繋がっており、スマートフォンやAIスピーカーから家電などの電化製品を動かすことができるレジデンスで、“AZ Smart”の名称で販売。

【補足】具体的取組み：不動産エージェント事業(KWAZ)

20年9月より**不動産エージェント事業**(KWAZ/ケラー・ウィリアムズ・アズ)に取り組んでいる
安定的に取引が行われており、当社保有物件を売買仲介するなど当社グループ内でも
戦略的重要性が上がっている

- 「不動産エージェント」とは、業務委託契約を締結したフリーランスの営業職の方で、不動産以外の業界出身の方も募集することで、当社では従来持ちえなかった情報ルートで新たにビジネスを創出している
- アズ企画設計が保有する収益不動産に対する売買仲介を促進するため、子会社アズプランを設立し、KWAZを運営
 - ①当社保有物件の売買仲介、②伴う売上の拡大、③エージェントの採用を目指す

(参考) 当社保有物件に関するビジネスモデルイメージ



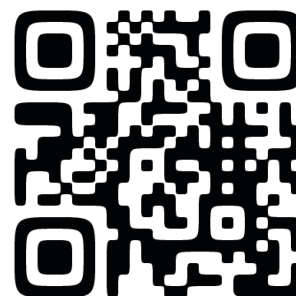
■ エージェント属性

現在、約40名が登録
建築士、社労士、行政書士、IFA
自営業(リフォーム会社、翻訳、エンジニア)
不動産オーナー、主婦 など

当社社員
50~60名に対し
40名の不動産
エージェント

5. Appendix ～会社紹介～

詳細は、当社IRサイトもしくは、
スライド版会社紹介をご確認ください



▲ 当社IRサイト
([リンク](#))



▲ スライド版会社紹介
([リンク](#))

会社概要

社 名 株式会社アズ企画設計

所 在 地 東京本社：東京都千代田区丸の内1-6-2
新丸の内センタービルディング17階

埼玉本店：埼玉県川口市戸塚2-12-20

設 立 1989年4月26日

証券コード 東証スタンダード市場 3490 （2018年3月29日上場）

従業員数 55名（臨時雇用11名除く） 2024年2月末時点

役 員 松本 俊人 恵 実幸 相馬 剛 杉江 康次
北山 一博 大山 亨 松原 有里枝 飯塚 健

サステナビリティへの取り組み

「サステナビリティ基本方針」に則り、持続可能な社会への貢献を目指す

取 組 み 課 題		関連するSDGs
不動産事業を通じた取り組み	住みやすい居住空間づくり	   
	住み続けられるまちづくり	
	不動産の再生活用	
社会への取り組み	多様性の尊重と調和	      
	生涯学習の促進	
	健康と安全	
	地域との共生	
環境への取り組み	環境への負担を軽減	 
事業を支えるガバナンス・コンプライアンス	持続可能な成長を実現するガバナンス体制の維持・強化	 

▼具体的な事例(一部抜粋)

- ・ 物件のリノベーションにより、“住み続けられる”物件づくりという点で本業の不動産事業から持続可能な社会実現へ貢献
- ・ 不動産エージェンツ制度により、様々なバックグラウンドの人材が最大限のポテンシャルを発揮できる環境を整備
- ・ 地元サッカー団体「アヴェントゥーラ川口」へのスポンサー支援
- ・ 宮城県南三陸町との地域活性化に向けた連携協定
- ・ 地域情報誌「ハウスくん通信」の発行・配布
- ・ カーボンニュートラルを目指すべく、秩父新電力の『ちがびRE100』を埼玉本店で導入
- ・ コーポレートガバナンス・コードへの積極対応



◀ 当社web
サステナビリティページ

直近取り組み事例

- | | |
|----------|---|
| 22.2.1 | 宮城県本吉郡南三陸町と地域活性化を目的とした協定を締結
➡(23.2.17)当社が保有していたホテルを分割・移設することで宮城県南三陸高校の学生寮として再活用 |
| 22.2.4 | 「ぐんざんSDGs私募債」発行及び群馬銀行を通じて東京コミュニティー財団への寄付実施 |
| 23.4.13 | 「むさしのSDGs私募債『みらいのちから』」発行及び武蔵野銀行を通じてアヴェントゥーラ川口への寄付実施 |
| 23.8.28 | 本社移転に伴いSDGsに配慮した手段を実施
①既存什器の再利用・寄付 ②FSC®認証家具の導入
③最小限の造作
➡(24.3.15)寄付先の八王子市より感謝状を受領 |
| 23.12.25 | 「だいたいSDGsビジネスサポート」により、大東銀行からの資金調達と同時にSDGs行動宣言の策定し、改めて取り組みを整理 |
| 24.2.26 | 「さいしんSDGs私募債」発行及び埼玉縣信用金庫を通じてこども食堂・未来応援基金への寄付実施 |
| 24.3.11 | 「健康経営優良法人2024(中小規模法人部門)」へ認定 |

本資料は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。実際の投資に際しては、ご自身の判断と責任において行われますようお願いいたします。なお、本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基づき、当社が判断した内容であり、潜在的风险および不確実性が含まれております。これらの目標や予想の達成および将来の業績を証するものではありません。これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。本資料公表時点において、金融商品取引法に基づく財務諸表の監査手続きは完了していません。本資料の掲載情報に基づく利用者の判断又は行動の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。いかなる目的であれ、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

IRメール配信サービス

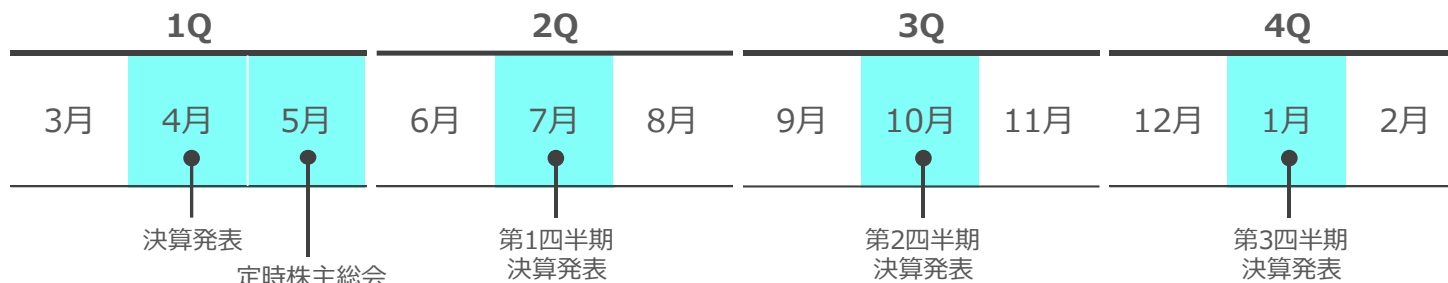
IRやプレスリリースを当社が公表した際、メールにてリアルタイムで内容を受け取ることができます。
下記URLより是非ご登録下さい。

<https://www.azplan.co.jp/irinfo/irmaildelivery/>



IRスケジュール

2Qと本決算発表の際には決算説明会の実施(説明会はオンラインで個人投資家向けにも開放)



株式会社アズ企画設計(東証スタンダード3490)

IRについてのお問い合わせ

サイトから問い合わせ：<https://www.azplan.co.jp/contact/>

もしくは、ir_information@azplan.co.jp ヘメール

※お電話でのお問い合わせは受付けておりません



▲問い合わせサイト



▲メールアドレス