

コロナ禍で集客・受注激減、景気の先行不透明感のなか 夏季賞与は対前年 11%アップの支給を決定 取締役・役員の手当は一部を返上

木造注文住宅を手がける株式会社アキュラホーム(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:宮沢俊哉)は6月10日支給の夏季賞与を、対前年11%アップで支給することを決定しました。

■アキュラホームグループ35期は過去3番目となる好調な営業利益、一方受注は低迷

アキュラホームの35期下期業績は、営業利益は前年同期を上回る結果となり、通期でも売上高、営業利益とも増収増益の結果となり、過去と比較しても3番目に好調な業績で終了しました。

一方で、昨年10月からの消費税率10%への引き上げに伴う来場の落ち込みを受け、営業利益は好調なもの、受注状況は対前年で86%と前年割れの結果となりました。

■今期に入り来場は最大92%減と激減、展示場の休業もあり今期業績に大きな影響

2020年度に入り本格化したコロナウィルスの感染拡大による緊急事態宣言の発出を受け、住宅建築業界全体はさらに大きな打撃を被っています。

当社でもコロナの影響が拡大し始めた2020年3月からクリーンモデルハウス宣言を掲げて安全・安心を確保し、さらに4月の緊急事態宣言前には全国130か所以上のモデルハウスを含む拠点を休業し、従業員のリモートワークを徹底するなど、お客様と従業員の安全・安心を第一に事業を進めてきましたが、コロナ影響により、総合展示場への来場が減少。結果、3月は対前年30%減、4月85%減、5月は92%減と激減しています。

■受注激減を回復させる多くの施策を展開

注文住宅は、お客様の来場から始まり、着工を経て完工まで約7カ月という長い時間がかかる業界です。3月~5月期の来場減は、2020年度の下半期に大きな影響となって現れます。そのため、今期通期の売上は半減となる可能性も考慮に入れ、あらゆる施策を検討し、実施してきました。

・主な取り組み(その他取り組みは【別紙】を参照)

① クリーンモデルハウス宣言によりいち早く安全・安心を確保

モデルハウス内の換気・消毒の徹底。打ち合わせ時の社員のマスク着用義務化、手指の消毒の徹底。打ち合わせスペース等の除菌徹底。ご商談のお客様へのマスク、除菌ウェットティッシュ提供等を全国モデルハウスのポリシーとして掲げ、お客様から多くの安心のお声を頂戴しました。

② 無駄を徹底的に見直し、固定費13億円、直接原価10億円を削減。展示場の一部撤退も

人員の削減、給与カットなどに動く企業も出ていますが、社員の雇用安定が一番と考える当社では、在宅勤務の中、全社員が釘1本、ビス1本の仕入れから無駄を徹底的に見直し、今期10億円の直接原価のコストダウンに取り組んでいます。また固定費の削減にも取り組み、全国の展示場のうち5拠点の戦略的撤退を決定。これらの見直しにより、お客様に従来より20%低い価格で住まいが提供できる見込みです。

- ③ コロナによって変化する住まいニーズを反映した商品開発
ゴールデン・ウィークに発売した「大空間の家」は、新世代木造工法を採用し、従来の木造ではあり得なかった大きな窓により開放感を実現する住まいです。性能を向上させつつ、徹底したコストダウンにより価格を 20% 低く設定できました。さらにアキュラホームグループが推進している太陽光発電の搭載で、全館空調による空気環境の良い住まいを、設備負担額実質ゼロで提供することが可能になりました。
- ④ トータルリモートシステムによる非接触の無人展示場を全国 17 か所に設置
3 月末に、見守りカメラやロボットにより、非対面・非接触で自由に見学できる無人展示場の第一号となるモデルハウスをさいたま市にオープンし、ゴールデン・ウィーク前には全国に配置しました。同時に、全国のモデルルームが、自宅からでも非接触・非対面で見学できる「百家百様」もスタート。これは日本で初となる無人展示場を実現するトータルシステムです。
- ⑤ 総合展示場依存からオンライン集客に転換、全国一斉セミナーには 5700 組超が参加
コロナウィルス感染が拡大し、総合展示場への来場が激減する中、当社ではオンライン相談会やセミナーによる集客、お客様との商談など、初期より積極的にオンラインを活用してきました。3 月 21 日には元・厚生労働大臣の舛添要一氏をゲストに、「感染症対策セミナー」をオンライン会議システムにより開催。全国で 300 組超のお客様に視聴いただきました。その後も 5 月 17 日には全国から 1300 組以上のお客様を集めた Web セミナー「お得なマイホームセミナー」、5 月 30 日の Web による「新世代木造公開実験」の生中継イベントでは業界初(当社調べ)となる 5706 組の方が視聴されるなど、アフターコロナの新しい集客の方法として定着しています。こうしたオンラインの積極的活用、オーナー様、取引業者様からの紹介等により、集客も大きく改善してきています。

**■施策効果により業績は 急速に回復傾向、今期事業計画も下方修正なく
営業利益は計画を上回る見込み**

こうした迅速な施策の効果、4 月に事業計画に対し 60%と落ち込んだ受注は、5 月には計画比 80%近くまで回復しました。今期の事業計画も下方修正することなく、営業利益は計画を上回る見込みです。

これらの回復状況を踏まえ、社員への夏季賞与は昨年夏の賞与月数を 11%上回る水準で支給することに決定しました。ここには従業員の地道な努力に報いたいという経営陣の思いも込められています。一方でアフターコロナを乗り切ることを役員一同申し合せ、取締役は年俸の 30%を、執行役員は夏季賞与の 20%を自主返上することを決定しました。

当社はこれまで様々な社会問題や課題に真正面から取り組み、解決してきた企業風土があります。今後も様々な新しい戦略に取り組むことで社会的使命を果たしてまいります。

<本件について報道関係からのお問い合わせ先>

株式会社アキュラホーム 広報課 堀越・西口

TEL :03-6302-5010 (堀越携帯:090-7843-6574) FAX :03-5909-5570

Email: aqura_pr@aqura.co.jp アキュラホーム HP <http://www.aqura.co.jp>

【別紙】 その他、アキュラホームグループの取り組み

① 「頑張ろう 2020！アキュラサポート」の実施

4月に全社員に対し、一律3万円の一時金を支給したほか、経営陣から従業員へのビデオメッセージを社内配信。また、在宅勤務によるコミュニケーションの減少を改善するため、社内コミュニケーションの活性化を目的としたWeb飲み会への補助金支給も実施(1人2000円、月1回)。

② リモートワーク推進による新たな働き方を検討

「うつらない・うつさない」を第一義に住宅業界では難しいとされていたリモートワークを推進。従業員のモバイル環境の整備など時間を要しましたが、最大90%の在宅率で業務を行いました。現在はWithコロナの時代に合った働き方を考え、モデルハウスの事務所内の在席人数の削減、Web商談や紹介などによりビジネスモデルを変更することを視野に入れ、展示場の戦略的撤退などを検討しています。

③ 入社式をリモート、ソーシャルディスタンス確保で実施

当社では2020年度の新卒社員115名を予定通り採用し、4月1日にリモートによる入社式を開催しました。マスク着用、アルコール消毒、検温、ソーシャルディスタンスの確保など衛生を徹底配慮。全国の支店17か所と本社をオンラインで結び、「3密」を回避。また新入社員の代表者には、当社のロボット「Go！カナナ君」が辞令を渡し、非接触も徹底しながらの入社式となりました。