

事業概況

(2013年3月1日～2014年2月28日まで)

1. 全般的概況

当事業年度における日本経済は、金融緩和・財政政策などの一定の効果と成長戦略への期待感から株価の上昇、個人消費の持ち直しなどによって景気は緩やかな回復基調で推移しました。しかしながら新興国を中心とした世界景気の下振れリスクや国内の物価動向などによっては、国内景気の腰折れ懸念もあり、依然として先行き不透明な状況にあります。住宅市場においては、消費増税を前提とした駆け込み需要と反動減が顕在化しましたが、堅調な企業業績の推移を背景に、雇用と所得改善への期待感も高まっていることなどから、住宅需要は底堅さが続くところとなりました。

このような経済状況のなか、当社は創業35周年を迎え、全社での改善を積み重ねるとともに品質管理体制を強化してまいりました。また、事業部制による現場主導、地域密着の運営体制を整えることによって、よりお客様のニーズを捉えた豊かな暮らし提案をすべく努めてきました。その結果、前年度からの業績回復を果たし増収増益となりました。

2. 事業別概況

1) 住宅建築事業部門

住宅建築及び不動産を扱う住宅建築事業は、今期全社員、関連企業から広く改善案を募集する「KAIZENプロジェクト」を立ち上げ、約3000件のコストダウン・バリューアップ提案から商品改良を重ねてきました。また、事業部制を強化することにより、試行棟などを通じ地域のニーズに対応する商品開発や、迅速なサービスを行うとともに、「永代家守り活動」(アフターサービス)を徹底してきましたが、消費税駆け込み後の反動減から受注棟数は1,546棟(前期比400棟減20.6%減)と減少。完工棟数は前年度の好調な受注を受けて1,658棟(前期比110棟7.1%増)となり、当該部門の売上高は38,755百万円(前期比8.2%増)となりました。

2) 工務店支援事業部門

工務店へのノウハウ提供及び工務店ネットワーク「ジャープネット」の運営を行う工務店支援事業では、主軸となる3年目を迎えた永代ビルダー塾※1を拡充して、支援サービスを展開しました。また、共同仕入商品の拡充や、会員との連携を深める情報提供などの活動を積極的に行いましたが、工務店経営支援システム「アキュラシステム」の拡販を行わず量から質への転換を推進していることもあり、会員数は減少しました。この結果、当該部門の売上高は減少し、913百万円(前期比7.0%減)となりました。

※1 永代ビルダー塾…永代続く優良ビルダーの育成を目的として、当社やジャープネット優良会員が実践の中から培ってきたノウハウをプログラム化して伝える経営塾

損益計算書

(単位:百万円 百万円未満の端数は切捨て表示、%は対前期増減率)

区 分	2011年度 (2012年2月期)		2012年度 (2013年2月期)		2013年度 (2014年2月期)	
	金額	%	金額	%	金額	%
売上高	36,066	6.7	36,803	2.0	39,668	7.8
営業利益	2,189	5.7	286	△86.9	895	212.0
経常利益	2,300	3.5	437	△81.0	958	119.4
当期純利益	1,313	5.6	8	△99.4	498	5821.6

貸借対照表

(単位:百万円 百万円未満の端数は切捨て表示、%は対前期増減率)

区 分	2011年度 (2012年2月期)		2012年度 (2013年2月期)		2013年度 (2014年2月期)	
	金額	%	金額	%	金額	%
総資産	15,803	△0.9	17,836	12.9	18,616	4.4
総負債	10,030	△12.4	12,426	23.9	12,632	1.7
純資産	5,773	28.3	5,410	△6.3	5,983	10.6

受注・完工棟数

(%は対前期増減率)

区 分	平成23年度 (2012年2月期)		平成24年度 (2013年2月期)		平成25年度 (2014年2月期)	
	棟	%	棟	%	棟	%
受注棟数	1,523	△4.7	1,946	27.8	1,546	△20.6
完工棟数	1,504	3.7	1,548	2.9	1,658	7.1

2014年度方針

2014年度、当社は「オンリーワンの価値創造」を基本方針といたしました。大手ハウスメーカーや地域工務店の優位性をベストミックスした住まいづくりで、当社独自の新たな価値を創造してまいります。その一つとして、今年4月にはこれまでベース商品（注文住宅ブランド）として展開してきた「OPTIS」（オプティス）を一新し、より価格を抑え仕様をグレードアップした「住みごこちのいい家」を発売。多様化するお客様のニーズにお応えしていきます。