



平成 24 年 2 月 23 日

各 位

会 社 名 **株式会社アールシーコア**

代 表 者 名 代表取締役社長 二木 浩三
(コード番号 7837)

問 合 せ 先 経営管理部責任者 酒井 歩
電 話 番 号 03-3463-3331

「異端でメジャー」ステージアップ5ヵ年計画 中期経営計画（2012年4月～2017年3月）について

当社は、本年4月から、中期経営計画『「異端でメジャー」ステージアップ5ヵ年計画』をスタートさせることといたしましたので、お知らせします。

この計画では、昨今の自然志向、個性志向の高まりを追い風に、25年にわたり築いてきたログハウス等の個性住宅ブランド「BESS」が提案する“BESS流スローライフ”を、地区販社等の営業拠点を拡充して全国へ広げていきます。更に、次代を支える新ビジネスとして、リフォーム・リノベーションの「NEWIT(ニューイット)」や北米を中心とした海外事業を育成しながら、当社の強靱な収益構造を活かして高い資本効率を実現します。これらの戦略を、BESSブランドの個性深化（“異端”）とともに推進することにより、2017年3月期には売上高180億円、営業利益率8%、ROE18%の連結目標の達成を目指します。

1. 中期経営計画策定の目的、背景

当社は、2005年2月のJASDAQ証券取引所（現 大阪証券取引所）上場以降、2007年3月期から2009年3月期までの中期経営計画「 $r \geq 130$ 」を策定し、売上高や経常利益を1.3倍に伸ばす目標を掲げました。しかし、2007年問題（団塊世代の退職ラッシュ）を想定しての別荘市場戦略が定年延長等で目論見から外れたことなどに加え、最終年度のリーマンショックに伴う景気後退もあり、目標未達に終わりました。

直ちに原因分析に着手し、商品の見直しや集客力向上等の施策を講じた結果、今期（2012年3月期）までに再び成長軌道に乗せることができました。一方、この間に発生した東日本大震災や原発事故を受け、従来の暮らしのあり方が根本から見直される中で、「自然体で地に足の着いた暮らし」というBESS事業を通じて提案し続けてきたライフスタイルへの共感が徐々に広がりつつあります。

このような時代の変化を捉え、これまで培ってきたBESSブランドを更に強化し、独自性を深めながらより多くのユーザーにBESSの暮らしを楽しんでいただくとともに、次代の成長を担う新たな収益源を育成するため、3年振りに中期経営計画を策定しました。

2. 「異端でメジャー」ステージアップ5ヵ年計画 について

当社は、BESS事業をスタートさせて以来、ユーザー視点に立脚した経営に取り組み、住宅業界の常識に挑戦してきました。このような業界の「異端」ともいえる姿勢は、本計画においても一切変わることはありません。近い将来に想定される需要減を住宅市場健全化のプロセスと捉え、時代の変化を追い風に、当社グループを一段高い水準へ引き上げるべく、敢えて5ヵ年計画としました。

1) 2017年3月期 連結計数目標

・売上高	180億円	(2012年3月期予想[98億円]の1.8倍)
・営業利益率	8%	(" [6%] の2ptアップ)
・ROE	18%	(" [11%] の7ptアップ)

2) 成長戦略

①感性マーケティングの推進

- ・当社は、生活が豊かになるにつれて「衣・食」が良し悪しよりも好き嫌いで選ばれるようになったように、「住」も自分らしい暮らしが楽しめるかどうかで選択する時代が到来すると確信し、自然材の心地よさを活かした個性的な木の家を一貫して手掛けてきました。そして昨今、住宅がブランドで選ばれる時代がようやく来たという手応えを感じています。
- ・住宅市場は、高機能型住宅（スマートハウス）とローコスト住宅という、いずれも“ハード”を売りにした中で二極化されつつあります。しかし、当社はそのどちらにも与せず、BESS 商品を通じて“ハード”の充実を前提とした上で“ソフト(暮らし)”を提供する「第三極」を確立し、感性の時代にふさわしい BESS ブランドの信頼度向上と商品力の強化に取り組みます。

②BESS 営業拠点の拡大

- ・当社は、BESS 事業において 23 社の地区販社との間で独自のパートナーシップ（マーケティングのフランチャイズシステム）を築き、直営を含めて全国 37 拠点を擁しています。今後、単独展示場展開とファンづくりという独自のビジネスモデルの強みを背景に、新規販社の開拓や既存販社の拠点増設に最大注力し、早期に 50 拠点を稼働させ、営業担当者も大幅に拡充します。
- ・BESS 独自の安心総合保証制度（完成保証・瑕疵保証）に加えて、住宅業界ではほぼ初の試みとなるエスクロー制度（取引の安全確保のため中立の第三者を介在させる仕組み）を本年 4 月から導入し、お客様の安心感を高め、地区販社の経営体質を強化します。
- ・当社においては、総合展示場 BESS スクエア（東京都目黒区）に加え、二つ目の直営拠点として、2013 年 3 月期中に神奈川県へ新規出店する計画です。

③次代を担うビジネスの育成

- ・国内住宅ストック有効活用の観点から注目を集めるリフォーム・リノベーション市場に対して、“もう一つの BESS の暮らし”が実現できる「NEWIT(ニュイト)」を本年 4 月から本格稼働させ、中古住宅を「個性的な生活が楽しめる家」に変えるビジネスを順次全国へ展開します。
- ・カナダ連結子会社 BIG FOOT MANUFACTURING INC. が有する日本基準の高い品質とコスト競争力を活かし、経営陣を強化のうえ、北米でのログハウス等販売事業を促進します。

3) 財務戦略

①資本効率の向上

- ・当社は、地区販社とのパートナーシップ（フランチャイズシステム）により、本部（当社）の陣容拡大を抑えながら売上増を可能にする高効率の収益構造を有し、成長時でも最小限の設備投資・在庫でフリーキャッシュフローを増大させるビジネスモデルを確立しています。
- ・営業拠点の拡大等によりこのメリットを最大限享受し、更なる資本効率の向上を図るとともに、株主資本比率 50%程度の健全性を兼ね備えた財務体質を目指します。

②配当政策

- ・当社は、これまでも配当重視の経営に努めてまいりましたが、今後株主の皆様への還元をより一層充実させるため、DOE（株主資本配当率）を重視した配当政策を実行します。

以 上

<業績予想・見通しに関する注意事項>

当リリース文書に記載されている業績予想・見通しは、現時点で入手できる情報に基づき当社が判断したものであり、実際の業績は様々な要因によって異なる可能性があります。予めご了承ください。