



事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年9月29日

証券コード:1444



株式会社ニッソウ

INDEX

- 01 会社概要
- 02 ビジネスモデル
- 03 市場環境
- 04 競争力の源泉
- 05 事業計画
- 06 リスク情報

01 会社概要



「ずっと居たい/ずっと居られる」をかたちに

住まい手にとっての“心地よさ”と“安心”を長く続けたちで提供していきます。リフォームを通じて、家族の成長や暮らしの変化に寄り添いながら、人生のどのステージにおいても「ここに住み続けたい」と思える住環境を実現。働く仲間にとっても、自らの成長とやりがいを実感できる「ずっと働きたい」と思える職場づくりを大切にし、社員とともに長期的な価値を創出する企業を目指します。物理的な住まいの提供にとどまらず、精神的な満足や地域とのつながりも大切にし、地域社会とともに持続可能な暮らしの価値を創出してまいります。お客様・社員・地域社会のすべてにとって、持続可能な「居場所」を築いていくことが、私たちニッソウの使命です。



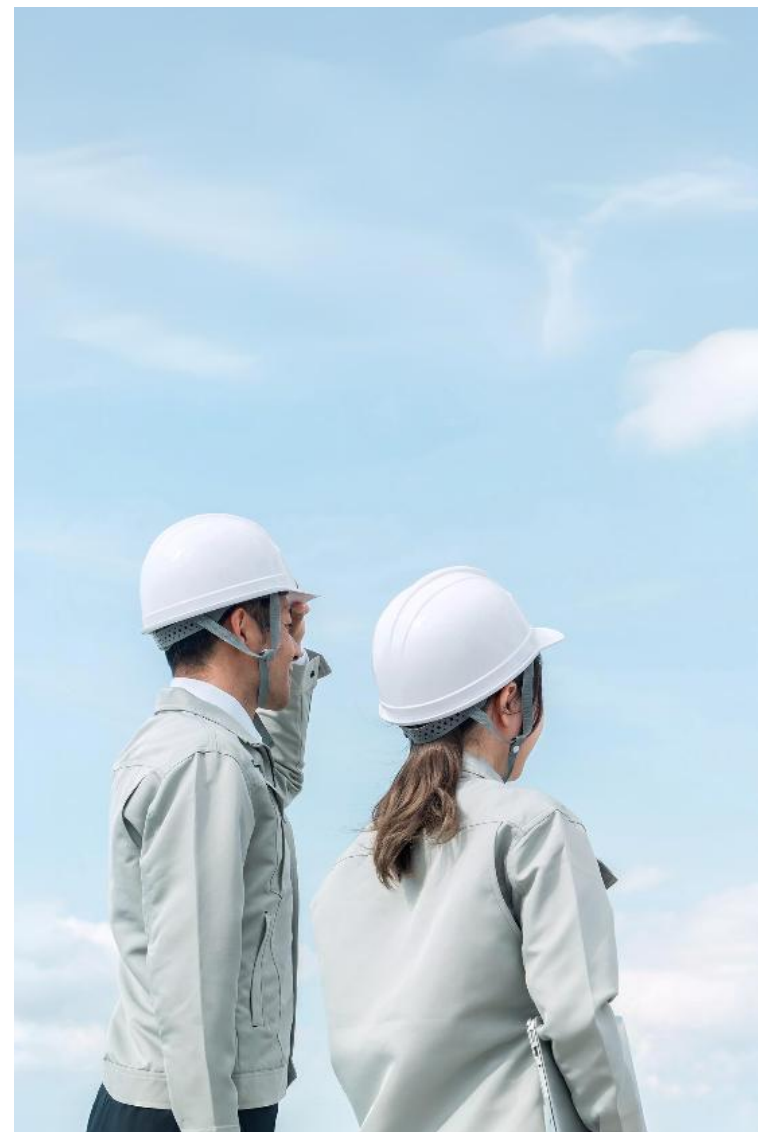
社名の由来

日本一の業績を誇る改装会社(リフォーム会社)に成長させようとの決意を込めて名付けました。あれから30数年、他社が苦手とする入居中のクレーム対応や、数千円・数万円程度の小工事こそ、親切丁寧に対応することをモットーに精進してまいりました。

これからも、中小規模不動産会社様のお困りごとやお悩みごとに、お気持ちに寄り添った営業活動を心掛けてまいります。さらに私たちニッソウは、社会環境の変化に応じた新たなサービスの創造とオペレーションの提供を実現させ、これまで以上に得意先様のご期待に応えてゆく所存でございます。

経営理念

当社は、「誠実な社員、理解あるお客様、確実な仕入先、堅実な外注先、その他事業に関係ある方に対し、全てをビジネスパートナーと考え相思相愛の強い信頼関係で、名実共に日本一のリフォーム会社を目指します。」という経営理念の下、顧客である不動産会社の良きパートナーとして、市場のニーズに適應した質の高いリフォームサービスの提供に取り組み、当社の持続的な企業価値の向上に努めてまいります。



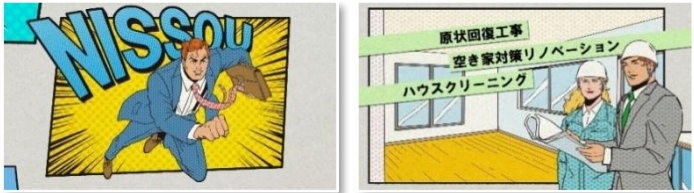
基本情報

会社名	株式会社ニッソウ			
設立	1988年9月			
資本金	349,789千円（2025年7月末時点）			
所在地	東京都世田谷区経堂1丁目8番地17号			
従業員数	連結 104名（正社員 2025年7月末時点）			
役員構成	代表取締役社長 取締役副社長 常務取締役 取締役 取締役 取締役	前田 浩 高松重之 木村孝史 湯浅一彦 北村知之 能美文弥	社外取締役 社外取締役(常勤監査等委員) 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員)	市川圭介 船津丸隆 水島孝生 木村康之 小林仁子
事業内容	不動産物件のリフォーム事業、不動産流通事業			

拠点	神奈川営業所: 神奈川県高座郡寒川町小谷2-3-5 横浜営業所: 神奈川県横浜市南区井土ヶ谷下町218-2-2F 埼玉営業所: 埼玉県さいたま市西区三橋6-78-2 朝霞営業所: 埼玉県朝霞市溝沼4-4-15 千葉営業所: 千葉県船橋市大穴北1-31-15 東北営業所: 宮城県仙台市青葉区八幡2-4-4-2 首都圏北部施工センター: 埼玉県三郷市駒形105-2 首都圏南部施工センター: 神奈川県藤沢市南藤沢15-16
----	---

株式公開市場 東京証券取引所グロース市場
名古屋証券取引所ネクスト市場
(証券コード 1444)

企業広告(CM)



子会社・関連会社(提出日現在)



関連会社(持分法非適用会社) 匠屋本舗有限公司

戦略的パートナーシップ TOMORROW make your life more exciting tomorrow

MOU OSK

沿革

- 1988年 ● 9月 株式会社ニッソウを設立
- 2006年 ● 12月 本社を東京都世田谷区経堂へ移転
- 2016年 ● 10月 神奈川県高座郡寒川町に神奈川営業所を開設
- 2017年 ● 3月 埼玉県さいたま市西区に埼玉営業所を開設
- 2018年 ● 2月 **東京証券取引所TOKYO PRO Marketに上場**
- 2020年 ● 3月 **名古屋証券取引所セントレックスに上場**
- 10月 千葉県船橋市に千葉営業所を開設
- 2021年 ● 4月 埼玉県朝霞市に朝霞営業所を開設
- 2022年 ● 4月 名古屋証券取引所ネクスト市場に移行
- 神奈川県横浜市南区に横浜営業所を開設
- 7月 **東京証券取引所グロース市場に上場**
- 12月 株主優待制度導入
- 2023年 ● 3月 100%子会社「日本リゾートバンク株式会社」を設立
- 5月 株式会社ヤナ・コーポレーションの株式を取得し子会社化
- 6月 匠屋本舗有限公司へ資本出資
- 12月 マレーシア連絡事務所設置
- 2024年 ● 1月 TOMORROW WTO SDN. BHD.との戦略的パートナーシップ契約締結
- 5月 宮城県仙台市に東北営業所を開設
- 6月 株式会社ささきの株式を取得し子会社化
- 8月 有限会社平成ハウジング(現株式会社平成ハウジング)の株式を取得し子会社化
- 11月 OSK Holdings BerhadとMOU締結



不動産物件専門リフォーム
ニッソウ

グループ会社

2023年3月に子会社日本リゾートバンク株式会社を設立。2023年5月に株式会社ヤナ・コーポレーションの株式を100%取得し完全子会社化しグループ企業へ。2023年8月より日本リゾートバンク株式会社の事業を開始。2024年6月に株式会社ささきの株式を100%取得、また、2024年8月に株式会社株式会社平成ハウジングの株式を100%取得し完全子会社化しグループ企業へ。



日本リゾートバンク株式会社

代表者 代表取締役社長 石川一樹

設立 2023年3月

資本金 100,000千円

事業内容 リゾート物件の売買、仲介他

特徴 「海のある暮らし」の魅力や可能性をお客様に提案し、リゾート物件を開発・販売することで地域社会の活性化と環境保全に貢献します。

シナジー リフォーム事業で得たノウハウ及び幅広いネットワークを活用し、リゾート物件を取扱う不動産事業への進出。



株式会社 ヤナ・コーポレーション

代表者 代表取締役社長 木村孝史

設立 1997年6月

資本金 20,000千円

事業内容 建設事業、リフォーム事業他

特徴 地元埼玉県を中心に主に総合リフォーム工事を行っており、また創業時から塗装工事も積極的に行っております。

シナジー リフォーム事業の更なる拡大、また、首都圏におけるシェア拡大を図り、持続的成長の実現に取り組んでいます。



株式会社ささき

代表者 取締役社長 佐々木吾郎

設立 1967年6月

資本金 10,000千円

事業内容 建設事業、リフォーム事業他

特徴 「安心の暮らしを、いつまでも」をモットーに、これまでに培ってきた技術力を基盤に、地元にて確固たる地位を築いております。

シナジー リフォーム事業のさらなる拡大が期待されるとともに、当社グループに迎える事により、当社の企業価値向上に資するものと判断。



株式会社平成ハウジング

代表者 代表取締役社長 石槻博之

設立 1991年5月

資本金 10,000千円

事業内容 注文・建売住宅の設計、建築、売買他

特徴 ローコストで品質、コストパフォーマンスの良い注文住宅「安くて良い家」をはじめ、経験を活かしたリフォームなども行っております。

シナジー 関東・東北地方への事業エリアの展開に期待。当社グループの事業領域の拡大も見込め、当社の企業価値向上に資するものと判断。

出資・提携

海外ビジネスに関する知見を深め、今後もさらなる経済発展が期待できるアジア地域を中心に海外展開を図っていくためのノウハウを向上させてまいります。



匠屋本舗有限公司(香港)への資本出資



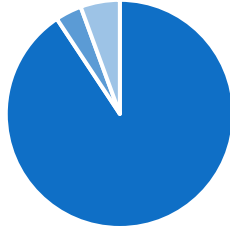
TOMORROW WTO SDN. BHD.
(マレーシア)との戦略的パートナー
シップ契約締結



OSK Holdings Berhad(マレーシア)
とのMOU締結

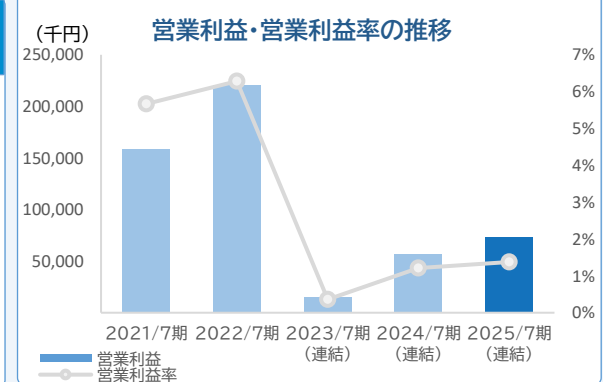
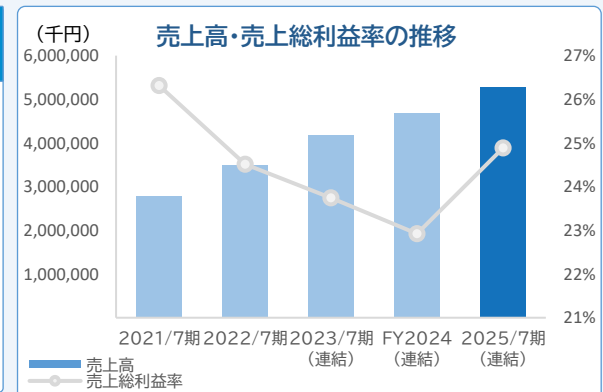
2025年7月期 エグゼクティブサマリー

株式会社平成ハウジングを子会社化し不動産建設事業を開始、また子会社においては既存領域の成長への取り組みを強化し売上高は前期比12.8%増の5,279,959千円、営業利益は前期比28.9%増の72,700千円。関係会社株式を売却したことなどにより親会社株主に帰属する当期純利益は前期比705.8%増の202,686千円。

売上高	営業利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	セグメント売上高比率
前年同期比 +12.8%	前年同期比 +28.9%	前年同期比 +705.8%	
5,279,959 千円	72,700 千円	202,686 千円	

- 株式会社平成ハウジングを完全子会社化
株式会社平成ハウジングをの全株式を取得し、完全子会社化
- 公開買付けへの応募及び特別利益の計上
持分法適用会社であった株式会社安江工務店の株式の売却により、特別利益を計上し、利益に大きく寄与
- MOU契約の締結
マレーシアのOSK Holdings Berhadと不動産事業において包括的に業務提携することを基本合意しMOUを締結
- リフォームプロを開始
小規模かつ少額リフォーム・修繕に特化し、地域密着型の“リフォームプロ” BtoC事業を世田谷区経堂を中心に開始
- 報告セグメント区分の変更
報告セグメントを従来の「リフォーム事業」「不動産事業」から「リフォーム事業」「不動産流通事業」「不動産建設事業」に変更

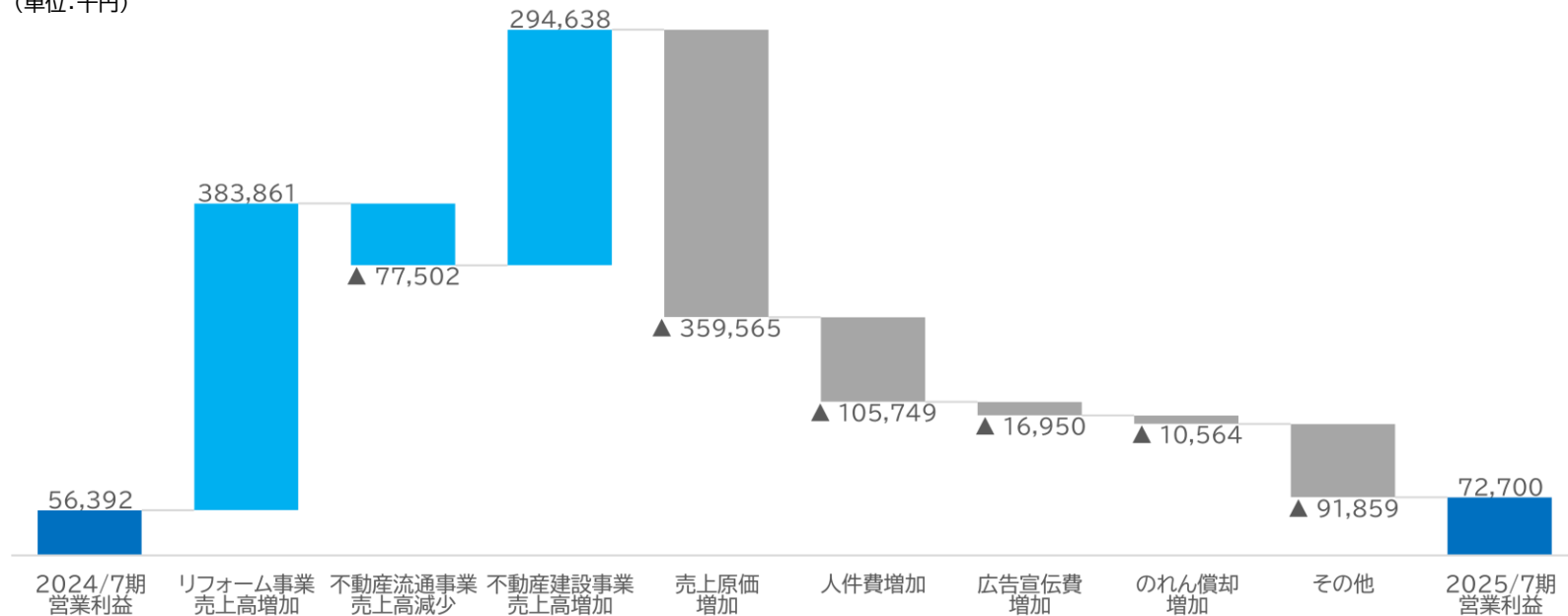
企業ハイライト



通期営業利益の変動要因

積極的にM&A戦略で事業拡大を図り、株式会社平成ハウジングを子会社化したことから売上高及び売上総利益が増加。採用投資、認知度向上等のために行った広告宣伝の強化費用を吸収し、営業利益は72,700千円で着地。

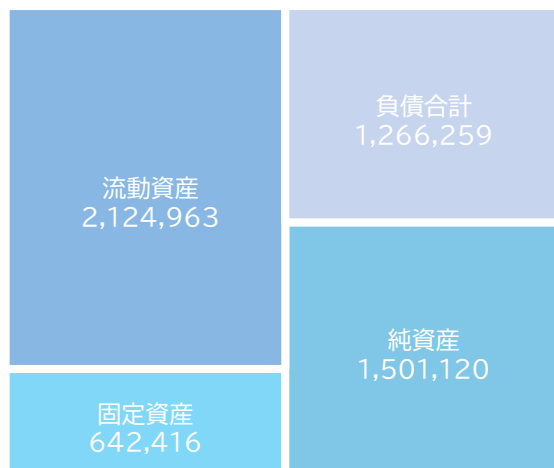
(単位:千円)



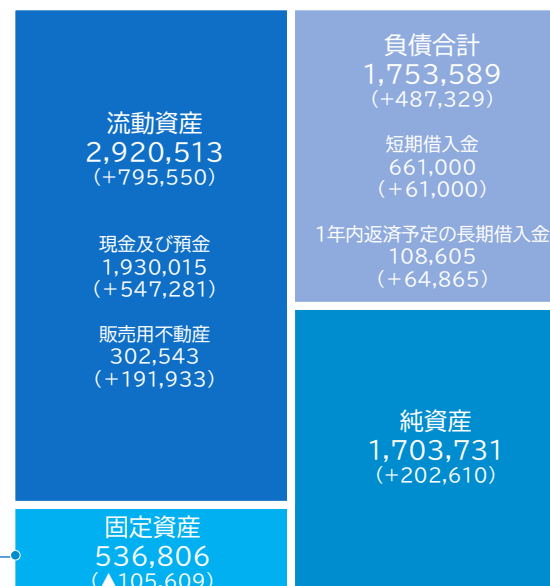
BS状況

現金及び預金19億円と高いキャッシュポジションを維持し、自己資本率43.8%と健全な財務基盤を維持。

2024年7月期末 (単位:千円)



2025年7月期末 (単位:千円)



増減要因
 投資有価証券+109,189
 関係会社株式▲340,499

自己資本比率

43.8%

02 ビジネスモデル



事業の内容 / セグメント情報

リフォーム事業、不動産流通事業、不動産建設事業の3セグメントで事業を展開。

不動産建設事業



注文住宅や分譲・建売住宅の建設を手掛け、顧客のライフスタイルに合わせた住まいを提供

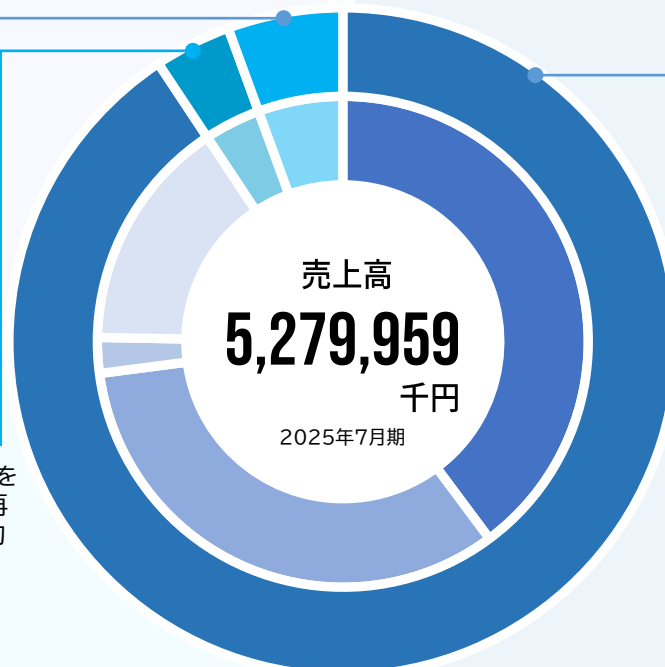
セグメント
売上高 **294,638** 千円
(売上高構成比 5.6%)

不動産流通事業



不動産物件を仕入れ、リフォームを施して付加価値を高めたうえで再販売。また資産整理や活用を目的とした売買仲介。

セグメント
売上高 **197,391** 千円
(売上高構成比 3.7%)



リフォーム事業



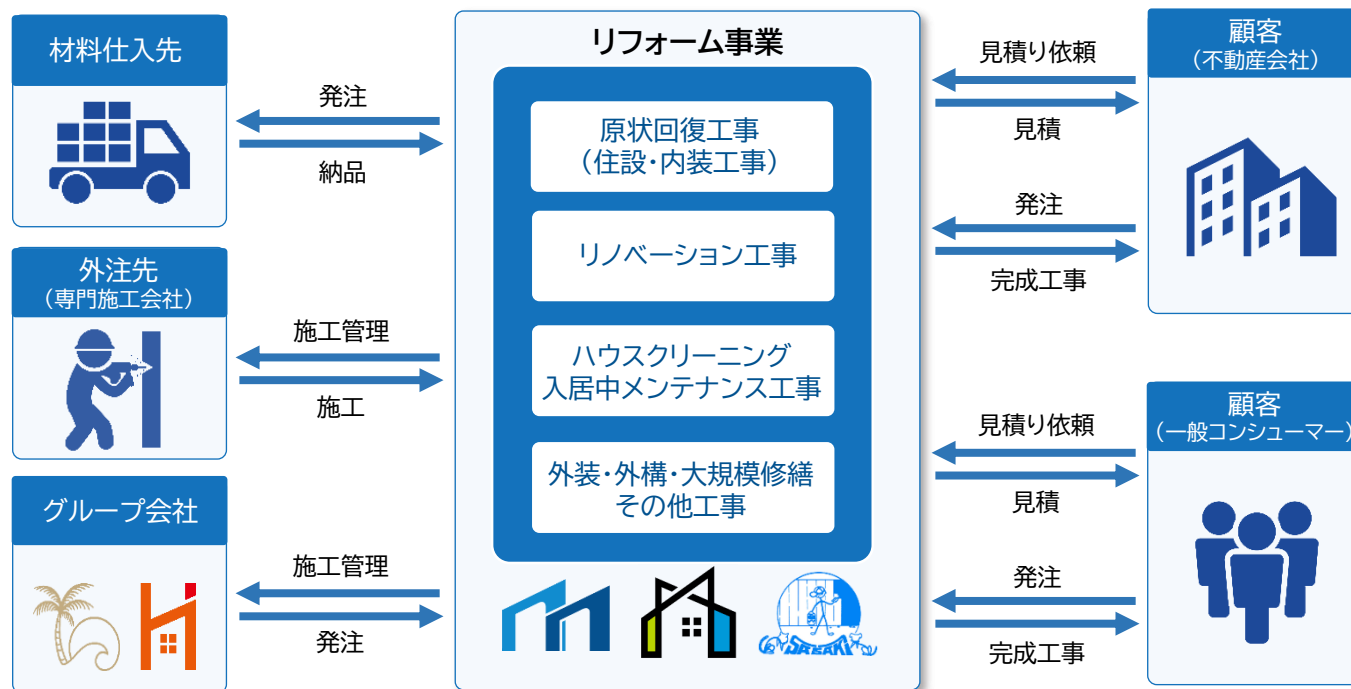
マンションやアパート、戸建住宅の内装リフォーム・原状回復工事など。

セグメント
売上高 **4,787,928** 千円
(売上高構成比 90.7%)

原状回復工事	2,102,322千円 (売上高構成比 39.8%)
リノベーション工事	1,748,573千円 (売上高構成比 33.1%)
ハウスクリーニング 入居中メンテナンス工事	123,990千円 (売上高構成比 2.4%)
その他	813,042千円 (売上高構成比 15.4%)

リフォーム事業 / 事業系統図

不動産業界に特化し、主にBtoBのビジネスモデルで顧客と業者をつなぐ架け橋となり、不動産会社の管理・所有している物件に係る各種リフォーム工事をマネジメント。顧客のニーズを汲み取り、多種多様のサービスを提供。
2024年12月よりBtoCのリフォーム事業「リフォームプロ」を世田谷区経堂を拠点として開始。

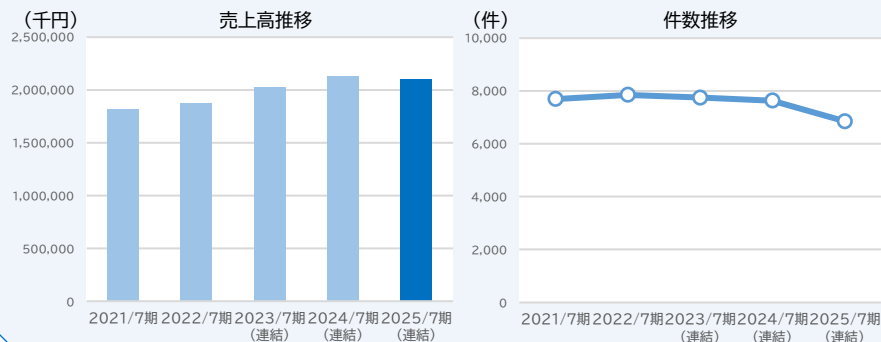


リフォーム事業 / 工事区分

原状回復工事



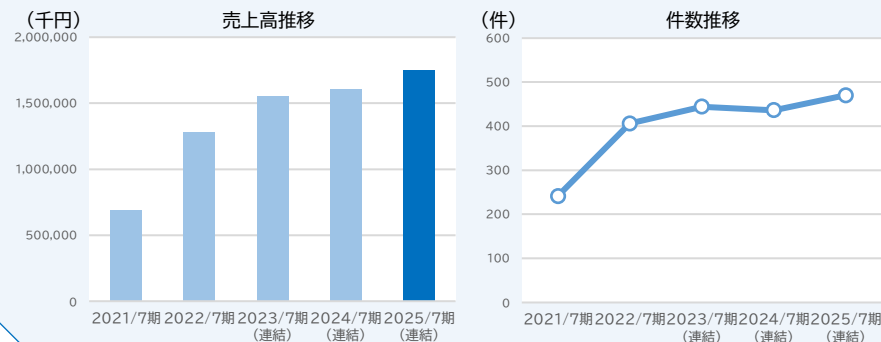
原状回復工事とは経年劣化した建物や部屋を新築に近い状態に戻す工事の事で、主に賃貸物件での入居者入替り時、入居者が退去した後の内装及び水回り等を入居前の状態に戻す改修工事です。当社では主に住居用及び事務所の賃貸物件の室内の原状回復工事を行っております。また、不動産物件の再販に伴う内装工事や設備改修工事も行っております。



リノベーション工事



比較的大規模な工事を行うことで、住宅の機能を新築時の状態よりも向上させ、価値を高める工事です。原状回復工事がマイナスのものをゼロに近い状態に戻す工事に対し、リノベーション工事はプラスαで新たな機能や価値を付加させる工事です。よりデザイン性の高いものに改良、住環境を現代的なスタイルに合わせて間取りや内外装等を変更する工事も含まれております。また、全ての内装や設備等を解体して新規に作り直すスケルトンリフォーム工事も行っております。



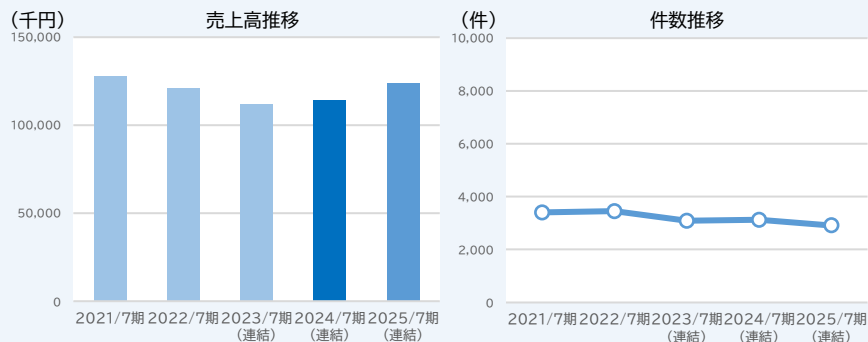
※完成工事高については、2022年7月期期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しており、2021年7月期については当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。なお、工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数となっております。
 ※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。

リフォーム事業 / 工事区分

ハウスクリーニング 入居中メンテナンス工事



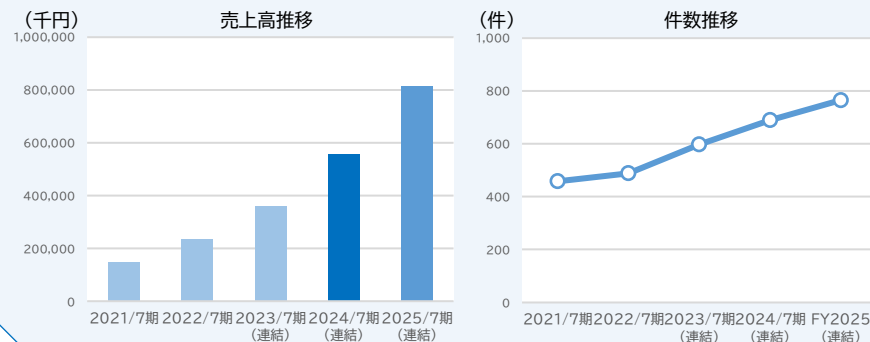
不動産物件において、入居者が退去した後、次の入居に備えるために行う室内及び水回りの清掃であり、エアコンの内部洗浄やレンジフードの分解洗浄なども含まれます。
また、主に賃貸物件の入居中における日常発生する設備等や建具等の不具合を修理する小修繕工事を行っております。



その他



不動産物件の外壁塗装工事、外壁重ね張り工事、屋根塗装工事、屋根葺替工事、雨樋交換工事などの外装工事、マンション・アパートなどの共同住宅の共用廊下やエントランス等の共用部工事、門扉やカーポートなどのエクステリア工事などを行っております。
また、マンションなどの大規模修繕工事、屋上防水工事など顧客のニーズに対応した様々な工事を行っております。



※完成工事高については、2022年7月期期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しており、2021年7月期については当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。なお、工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数となっております。
※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。

リフォーム事業 / 顧客基盤

顧客は主に不動産業に係る法人(BtoB)

- ・首都圏を中心に地域密着型など地場に強い不動産会社(仲介、売買、買取再販など)や不動産管理会社などの法人が中心
- ・完成工事高における約9割がリピーター顧客
- ・賃貸物件の管理に伴い、原状回復工事やメンテナンス工事など小中規模の工事を数多く抱えている

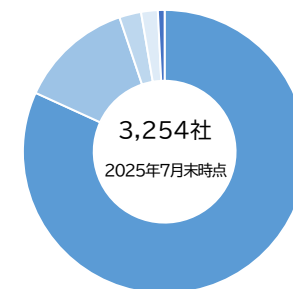


首都圏を中心とした顧客の中でも
東京都が多い

所在地別顧客数割合

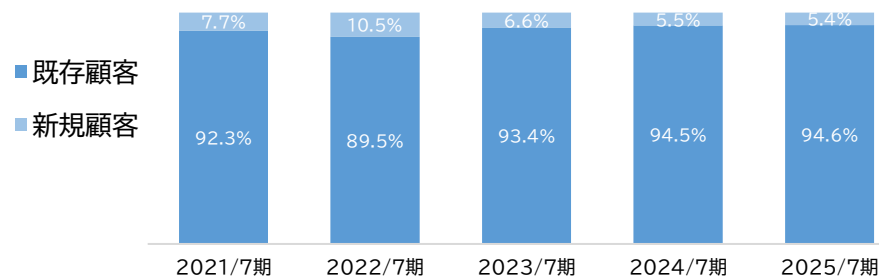
顧客の主な所在地

東京都	81.8%
神奈川県	13.0%
埼玉県	2.5%
千葉県	1.9%
その他	0.8%



工事件数における顧客割合は
既存顧客(リピート)が高い

受注工事件数対比



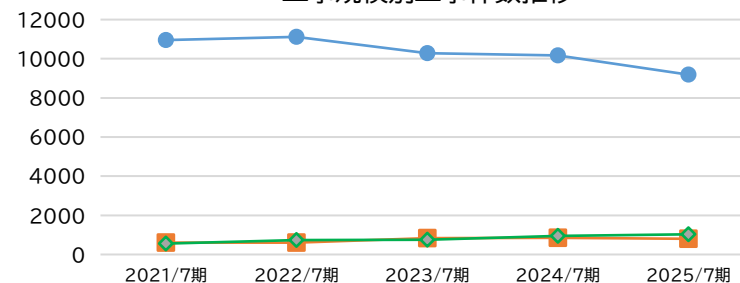
顧客の多くは原状回復工事など
小中規模工事を多数抱えている

工事規模



(件数)

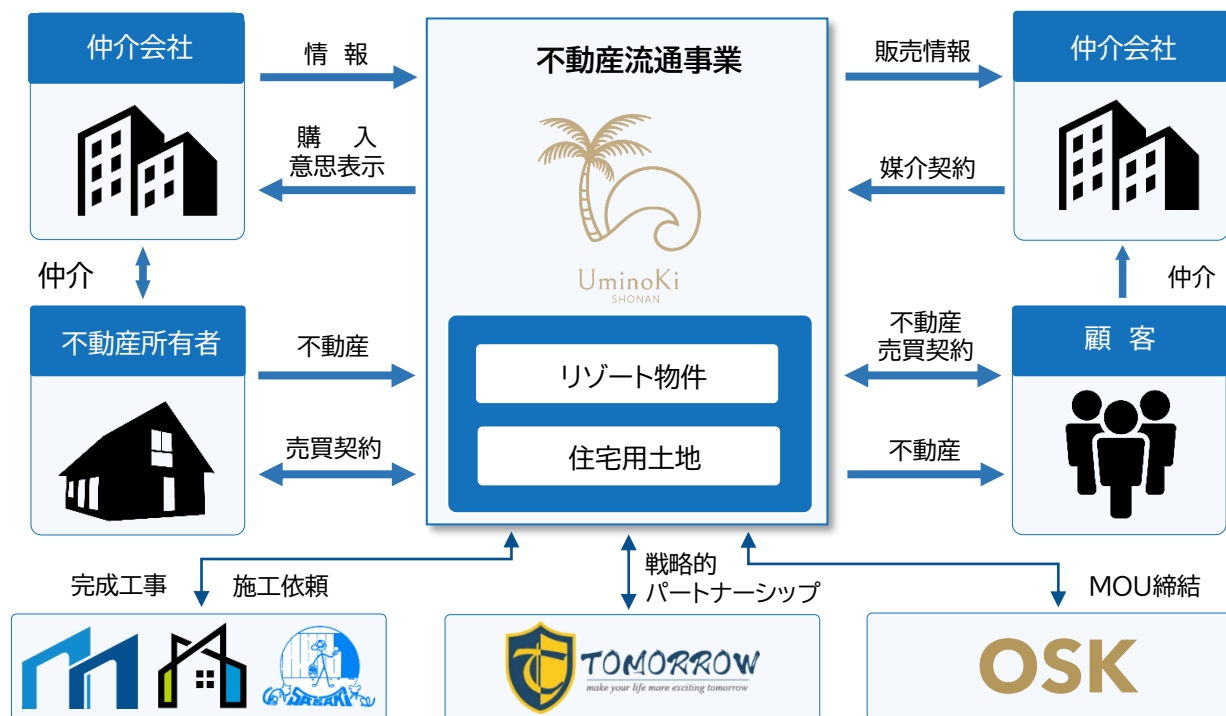
工事規模別工事件数推移



※完成工事高については、2022年7月期期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しており、2021年7月期については当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。なお、工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数となっております。
※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。

不動産流通事業 / 事業系統図

リゾート物件や住宅用土地を中心に、不動産所有者と顧客をつなぐ仲介・買取再販を展開。
仲介会社を通じた情報流通や媒介契約に加え、グループ内外の建設事業者との施工連携、ネットワーク強化を通じ、迅速かつ最適な不動産取引を実現。

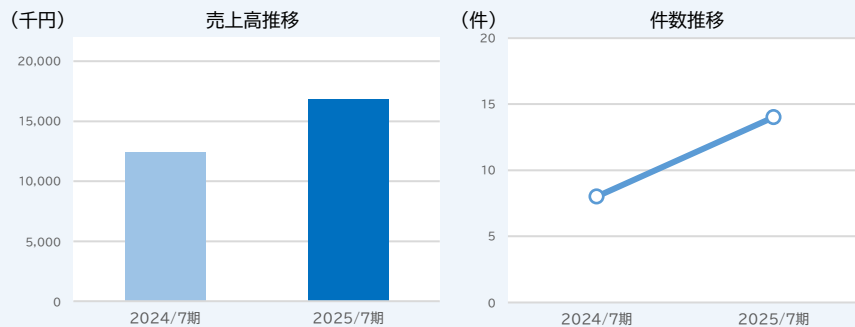


不動産流通事業 / サービス内容

不動産売買仲介



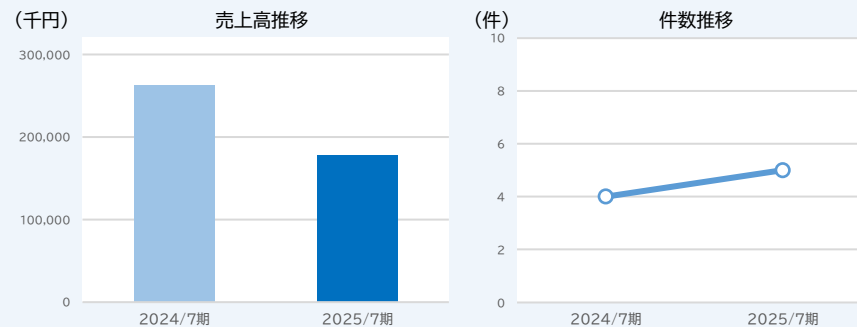
湘南エリア(藤沢・鎌倉・逗子・葉山など)に特化した不動産仲介を展開しています。単なる物件紹介にとどまらず、「海の見える」「自然に囲まれた」などロケーション価値を重視したライフスタイル提案型の仲介が特長です。地元不動産とのネットワークやニッソウグループの施工ノウハウを活かし、物件探しからリフォームまで一貫して対応。居住用からセカンドハウス、投資用まで幅広いニーズに応える体制を整えています。



買取再販

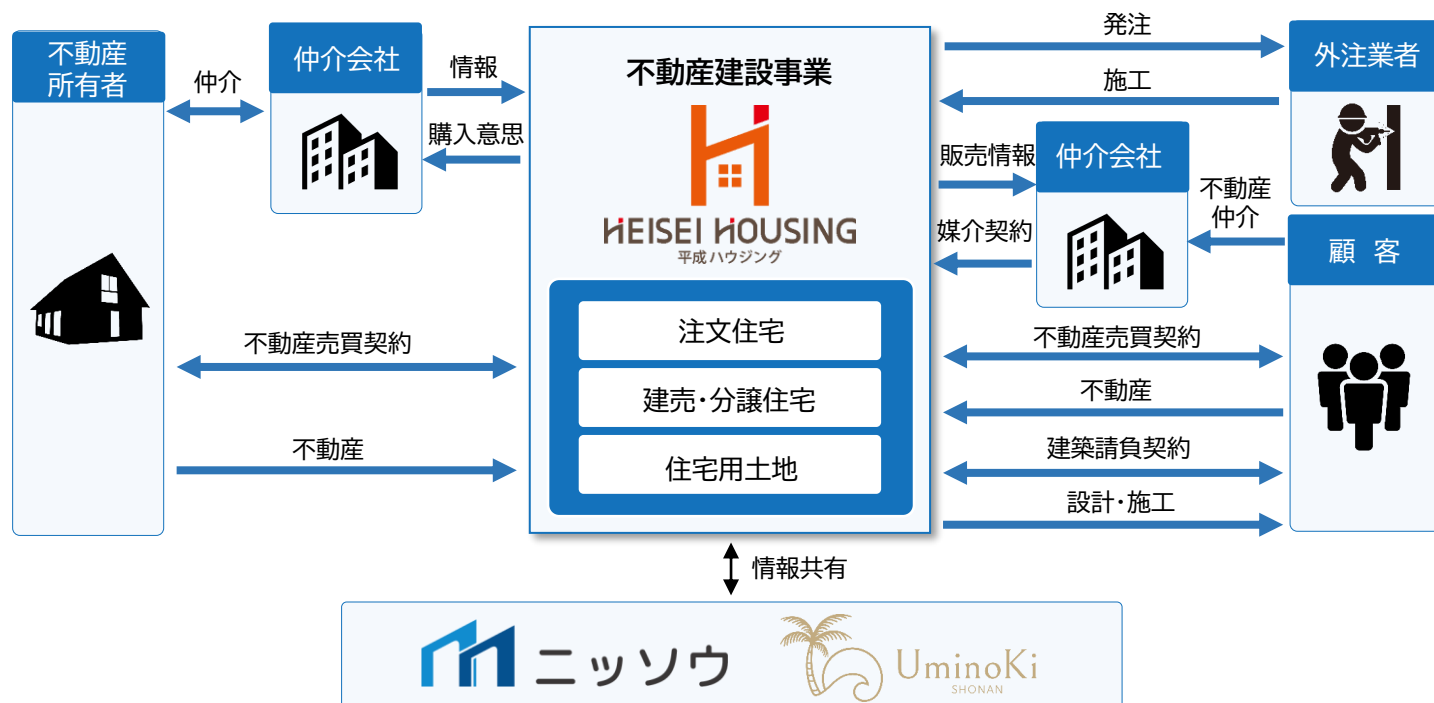


自社による不動産の直接買取と再販事業も積極展開しています。築年数や内装状況にかかわらず、立地や可能性を見極めたうえで再生可能な物件を仕入れ、ニッソウグループのリノベーション技術を活かして再販。物件価値の向上とエリア全体の魅力創出を同時に実現します。仕入れ～販売～アフター対応までをワンストップで提供することで、スピーディーかつ柔軟な対応が可能です。売却希望者に対しても迅速な価格提示と現金化ニーズに応えるソリューションを提供しています。



不動産建設事業 / 事業系統図

地域ネットワークによる仕入力と顧客ニーズに対応した多彩な設計・提案をによる注文住宅・建売住宅・住宅用土地の提供を中心に展開。不動産所有者や顧客との売買契約を基盤に、仲介会社を通じた販売活動や外注業者との施工連携を行い、設計から建築まで一貫したサービス。また、グループ内の不動産流通事業との情報共有により、顧客ニーズに即した住まいの供給体制を構築。

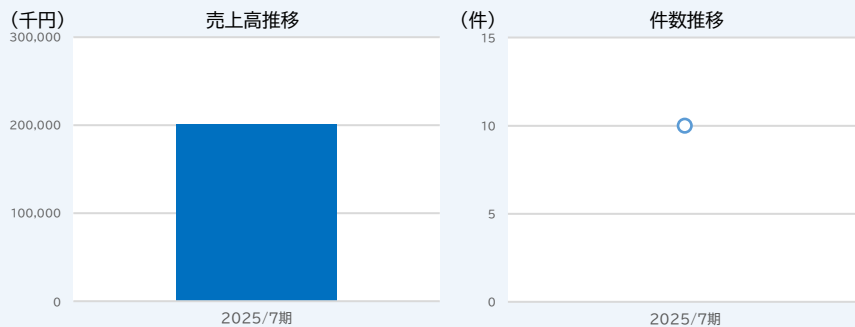


不動産建設事業 / サービス内容

注文住宅



那須塩原エリアの気候や暮らし方に適した自由設計・フルオーダー型の住まいを提供しています。地元に密着した建築ノウハウを活かし、断熱性・耐震性・通気性など住宅性能に優れた設計をベースに、家族構成やライフスタイルに合わせた柔軟なプランニングが可能です。地元に密着した建築ノウハウを活かし、断熱性・耐震性・通気性など住宅性能に優れた設計をベースに、家族構成やライフスタイルに合わせた柔軟なプランニングが可能です。

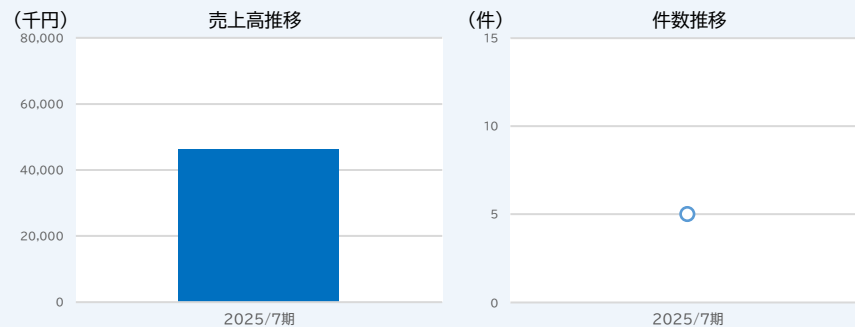


※2025年7月期の不動産建設事業の売上高及び件数はPL連結を開始した2025年7月期2Q以降の数値となります。

分譲・建売住宅



自社分譲地や人気のエリアに厳選された立地で企画されており、即入居可能な高品質住宅として展開されています。建売ながら、注文住宅と同様に断熱性・耐震性などの住宅性能にもこだわり、1棟ずつ丁寧に設計・施工されています。設計段階から自社で一貫管理しているため、仕様の統一や施工品質の安定が保たれており、地域の実情やニーズを熟知している地元企業ならではのプランニングにより、利便性・快適性・コストのバランスが取れた住宅を提供しております。

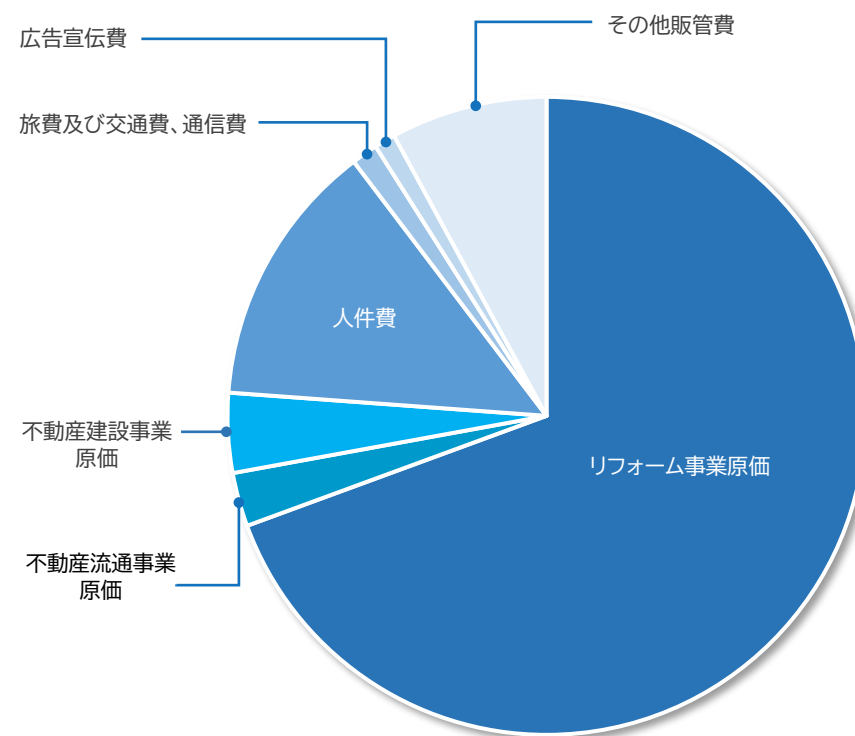


※2025年7月期の不動産建設事業の売上高及び件数はPL連結を開始した2025年7月期2Q以降の数値となります。

2025年7月期 費用構造

当社グループのコストは、売上原価については主に主力事業であるリフォーム事業の協力会社への外注費及び材料費。販売費及び一般管理費については、人件費を中心に構成。

		実績 (千円)	構成割合
売上原価	リフォーム事業	3,613,878	69.4%
	不動産流通事業	141,954	2.7%
	不動産建設事業	210,200	4.0%
売上原価 計		3,966,033	76.2%
人件費		703,612	13.5%
旅費及び交通費、通信費		69,205	1.3%
広告宣伝費		55,297	1.1%
その他販管費		413,108	7.9%
販売費及び一般管理費 計		1,241,224	23.8%



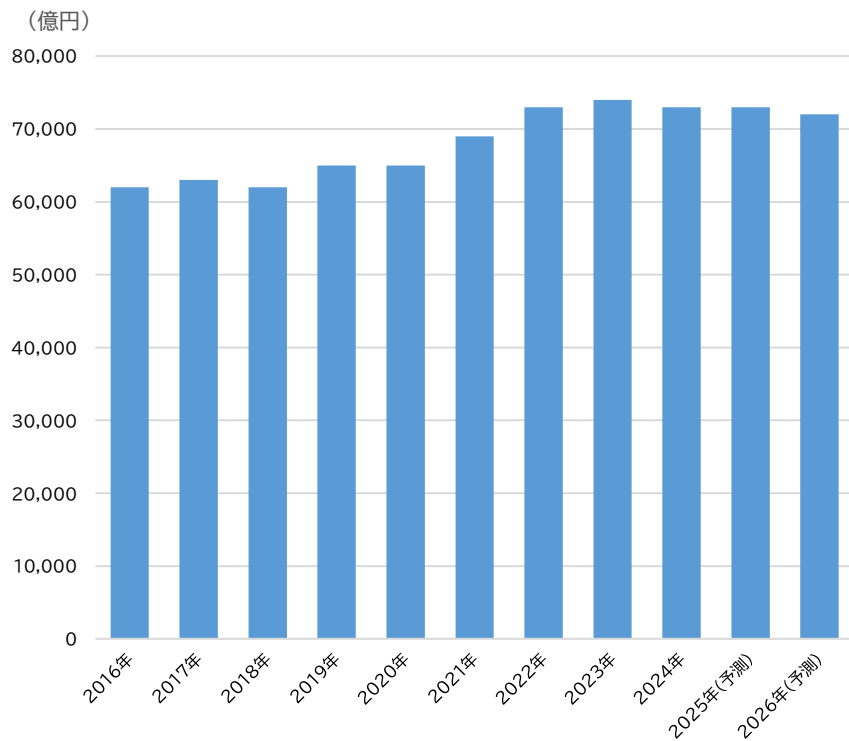
03 市場環境



住宅リフォーム市場規模推移

住宅リフォーム市場規模推移と予測

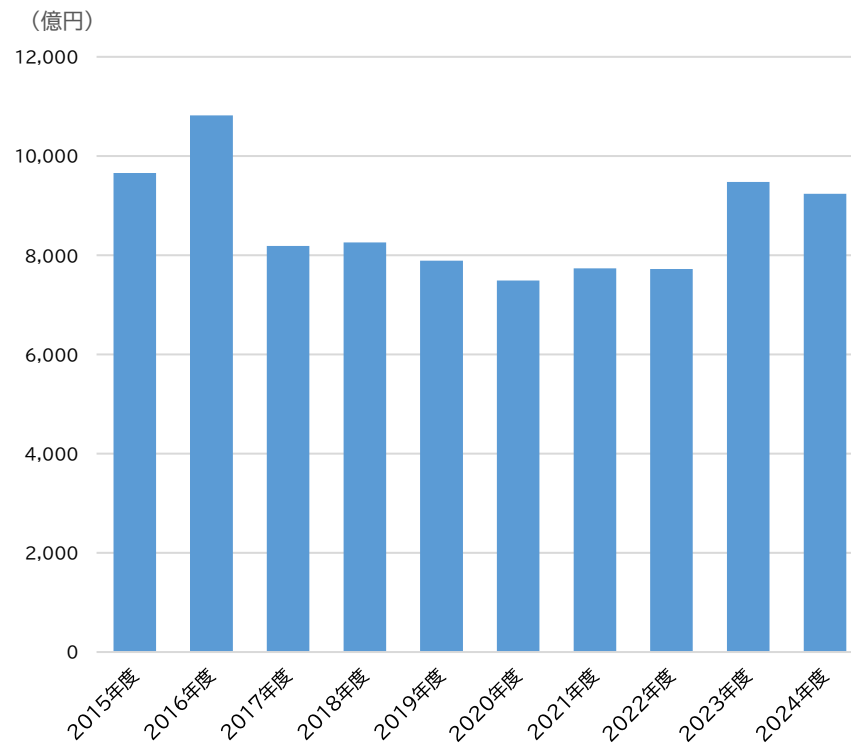
住宅リフォーム市場は受注型のビジネスとして毎年7兆円規模



※(出所)株式会社矢野経済研究所「2025年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」

賃貸住宅におけるリフォーム市場規模の推計

賃貸住宅におけるリフォーム工事は概ね8,000億円前後で推移



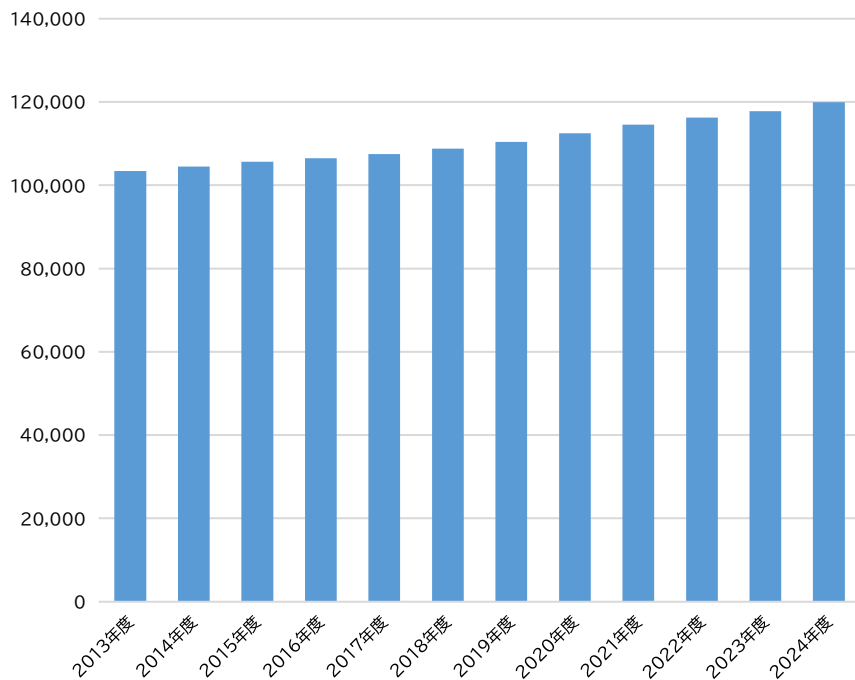
※(出所)国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

リフォーム事業における顧客の市場規模

宅建取引業者数(法人)の推移

顧客(BtoB)にあたる不動産会社(法人)数は近年増加傾向

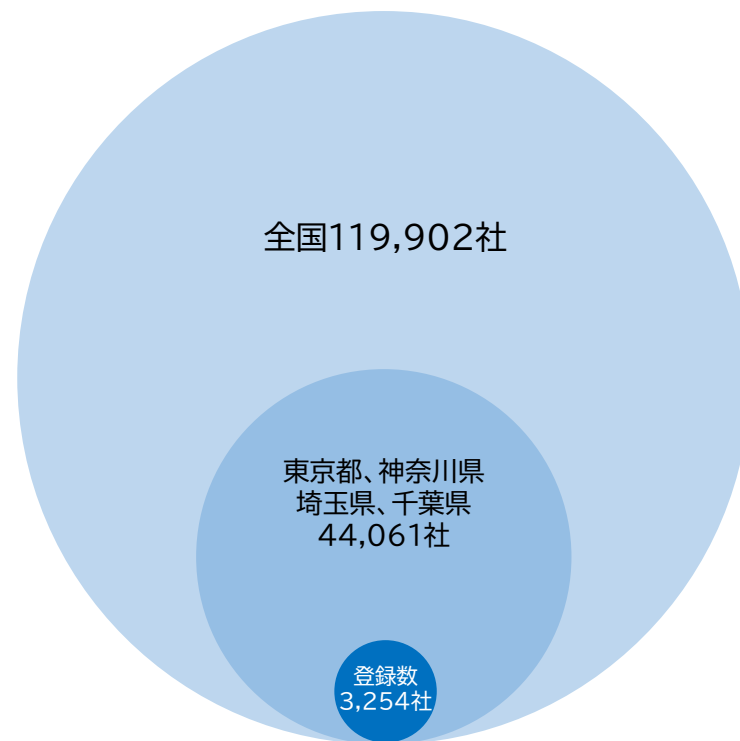
(業者数)



※(出所) 一般社団法人不動産適正取引推進機構「宅建業者と宅地建物取引士の統計について」

不動産会社数

既存展開エリアにおけるターゲットとする不動産会社の市場ポテンシャルは4.4万社超と増加傾向

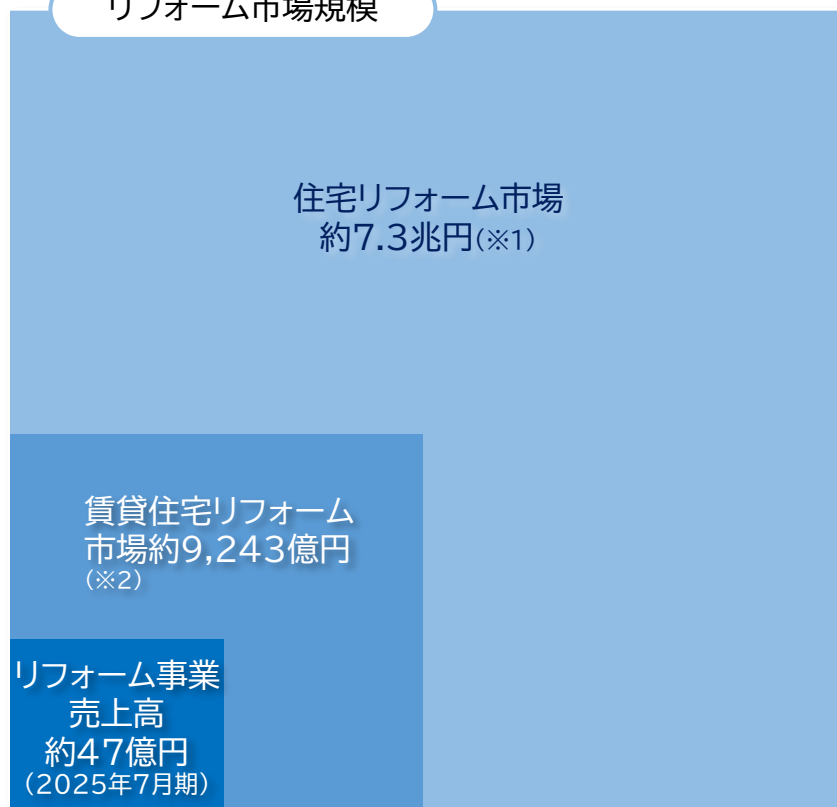


※登録数は2025年7月期末時点の数になります。

※不動産会社数は一般社団法人不動産適正取引推進機構「令和6年度末 宅建業者と宅地建物取引士の統計について」より作成

リフォーム市場における当社グループのシェア

リフォーム市場規模



- ✓ 住宅リフォーム全体では約7.3兆円の市場規模であるが賃貸住宅リフォームだけで拡大余地が十分にある。
- ✓ 営業所・エリアの拡充によって、当社が事業を拡大させる余地は大きい。
- ✓ 賃貸住宅戸数のうち、当社が展開しているエリア、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県で36.6%を占めている。※3
賃貸住宅リフォーム市場約9,243億円の36.6%が当社展開エリアの市場規模と推測される。

既存展開エリアだけで5～10%のシェアを獲得したと仮定した場合

$$\hookrightarrow 9,243\text{億円} \times 36.6\% \times 5 \sim 10\%$$

$$\hookrightarrow \text{売上高} 169 \sim 338\text{億円の拡大余地}$$

エリア及びターゲットを拡大することで住宅リフォーム市場の約7.3兆円が市場規模となり、さらなる拡大余地がある。

※1(出所)株式会社矢野経済研究所「2025年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」

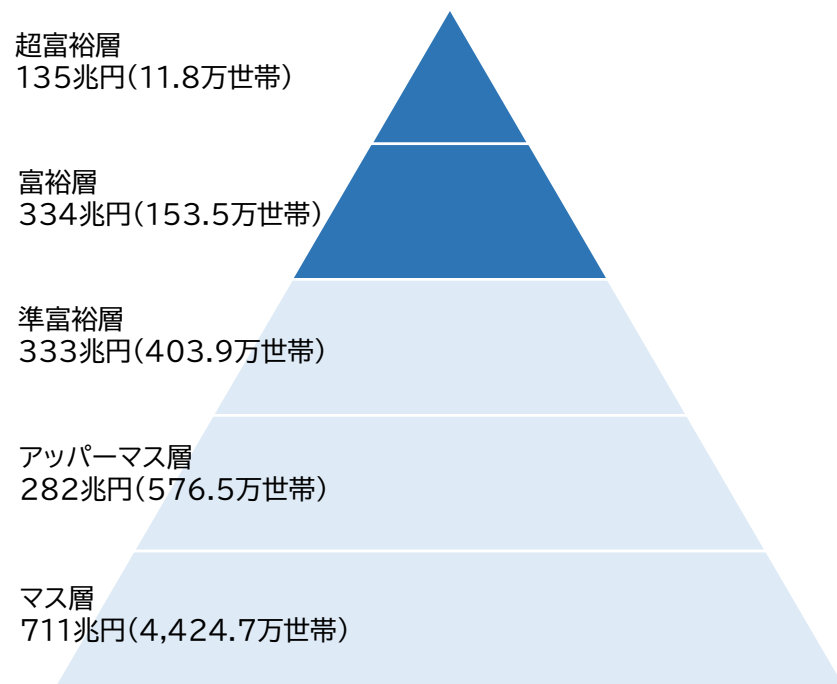
※2(出所)国土交通省「令和6年度 建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

※3賃貸住宅戸数は平成30年住宅・土地統計調査を基に当社が推計したものです。

不動産流通事業における市場規模

世帯の純金融資産保有額

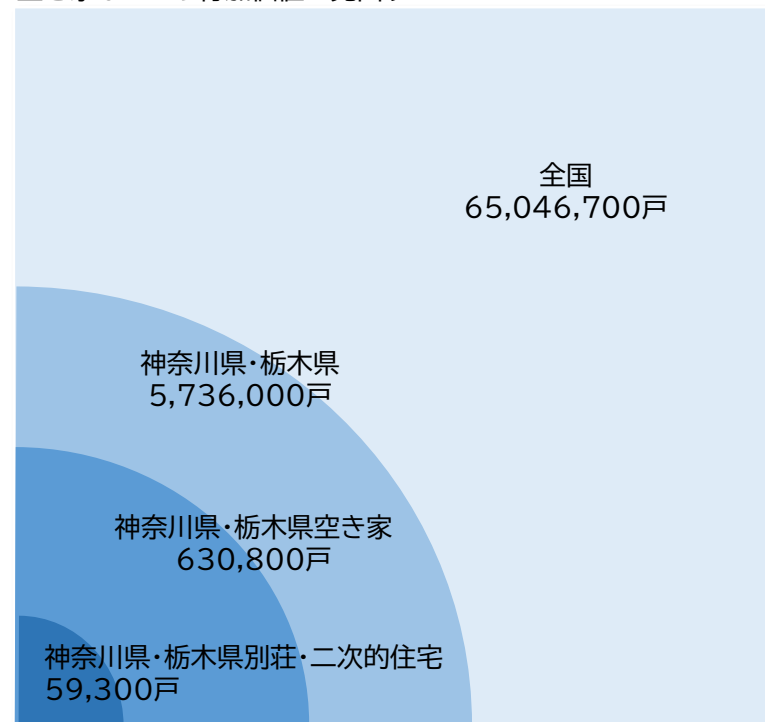
顧客ターゲットのメインは富裕層の149万世帯
その純金融資産の総額は364兆円と推計



※(出所)株式会社野村総合研究所「純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数」

住宅数

神奈川県・別荘・二次的住宅数は全国8位、栃木県は5位
空き家などから付加価値を見出す

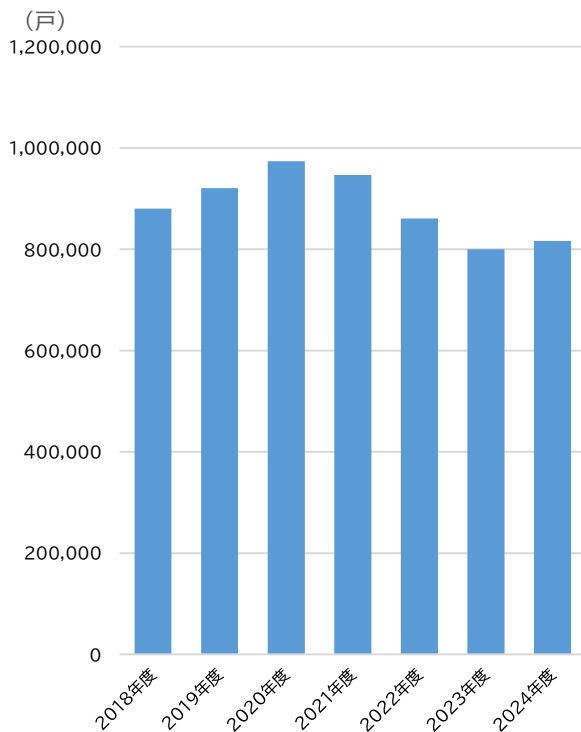


※(出所)住宅・土地統計調査 令和5年住宅・土地統計調査 住宅及び世帯に関する基本集計

住宅の戸数推移

新築住宅の戸数の推移

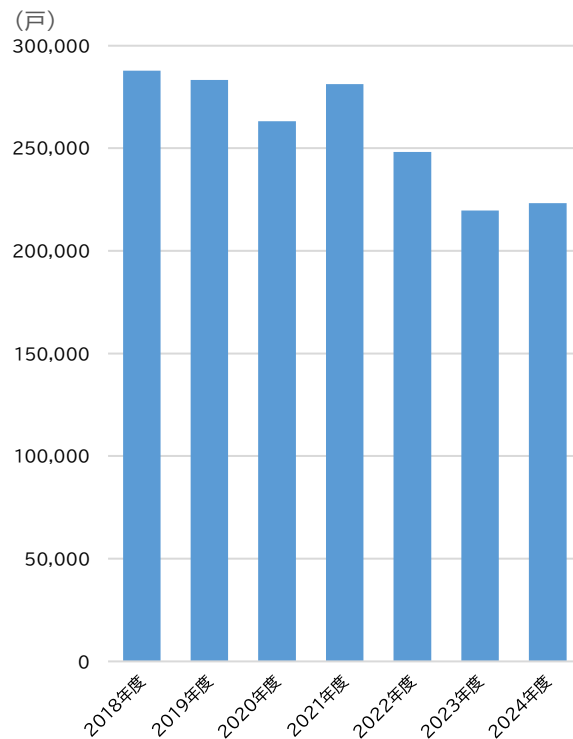
新築住宅の戸数は緩やかに下降
近年は概ね80万戸で推移



※(出所)国土交通省「建築着工統計調査報告」より作成

注文住宅の新築着工戸数の推計

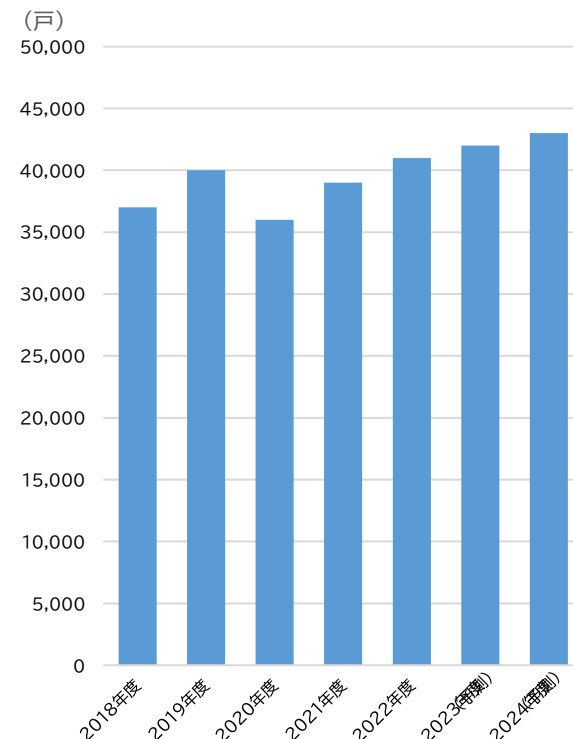
人口減少等を背景に長期的な減少傾向
また費用負担増で足元では弱い動き



※(出所)国土交通省「住宅着工統計」より作成

中古住宅買取再販戸数の推移

中古住宅買取再販は年々拡大傾向
割安な中古住宅の需要が増加

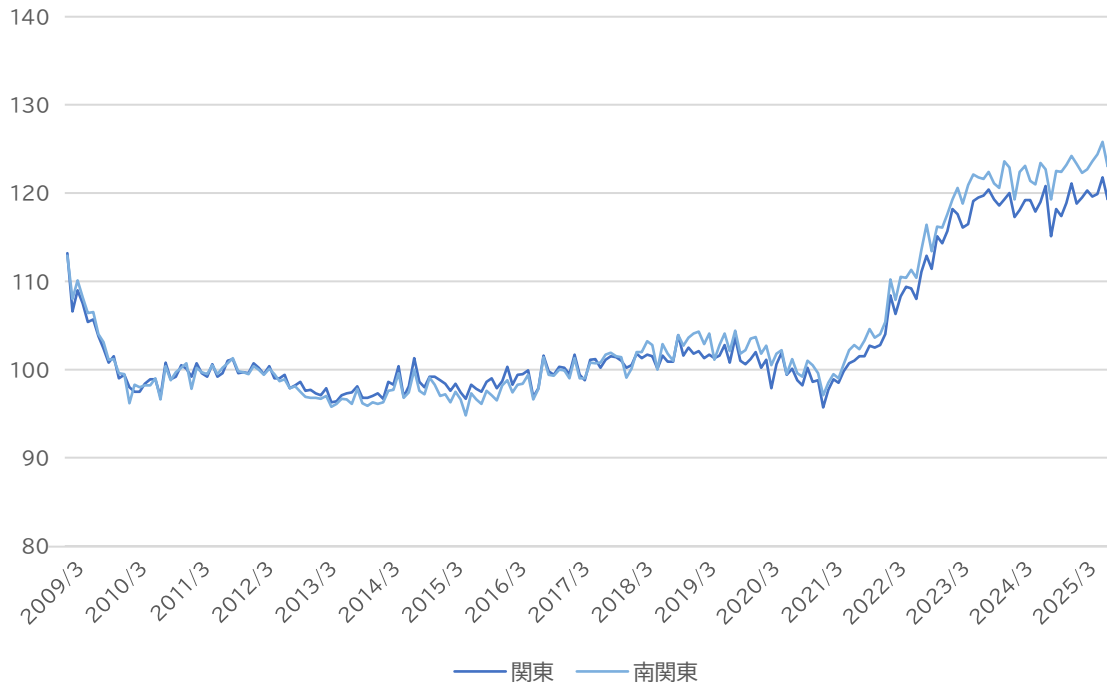


※(出所)矢野経済研究所「中古住宅買取再販市場に関する調査」より作成

不動産価格指数

戸建て住宅における不動産価格指数の推移

関東圏では郊外の新興住宅地・人気エリアを中心に堅調な需要が続いており、戸建て価格指数の押し上げ要因となっている



※(出所)国土交通省「不動産価格指数」より作成(2010年平均=100)

関東における戸建て住宅価格上昇の背景

【住環境の質を重視した郊外志向】

テレワークの定着等により、都市部への通勤利便性よりも住環境や居住面積を重視する傾向が強まり、首都圏郊外における戸建て住宅の需要が増加しています

【建築コストの上昇】

建築資材価格および人件費の上昇に伴い新築戸建て住宅の価格が高騰しており、それが中古戸建市場にも価格上昇圧力として波及しています

【土地価格の回復】

土地需要の回復や都市再開発の進展を背景に、住宅地としての地価が安定的に推移しており、土地付き住宅である戸建て価格の押し上げ要因となっています

【マンション価格の高騰による戸建て回帰】

都心部におけるマンション価格の高騰を受け、同水準の予算でより広い住空間を確保できる郊外型戸建てへの購買意欲が顕在化しています

【制度的な支援】

住宅ローン減税や子育て世帯を対象とした支援策等の政策的後押しにより、若年層およびファミリー層を中心とした戸建て取得需要が底堅く推移しています

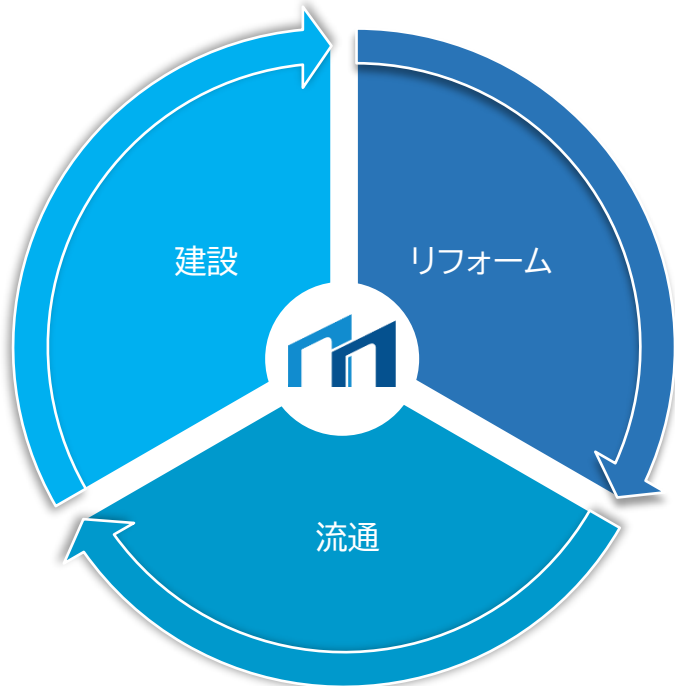
04 競争力の源泉



ニッソウグループ / 競争優位性

不動産は「建設」「リフォーム」「流通」の3つの工程を循環的に繰り返すバリューチェーンで構成されています。このサイクルにより、資産としての不動産の価値が保たれ、次の利用者へと継承されていきます。当グループはこの全工程に対応することで、持続可能な不動産価値の最大化を実現します。

建てて、活かして、次へつなぐ。
不動産価値の循環を支える。



リフォーム事業



既存資産に新たな価値と命を吹き込む再生プロセス

経年劣化やライフスタイルの変化、資産価値の向上を目的として、既存の建物を部分的または全面的に改修・改良します。個人住宅のリフォームから中古物件のリノベーション、原状回復工事まで、多様なニーズに対応し、資産の再活用を図ります。

不動産流通事業



必要とする人へ不動産をつなぐマッチング機能

建物や土地を市場に流通させ、次の所有者や利用者へと橋渡しします。仲介・買取再販・投資用物件の売買などを通じて、需要と供給の最適なマッチングを実現し、不動産の価値を最大限に活かします。

不動産建設事業

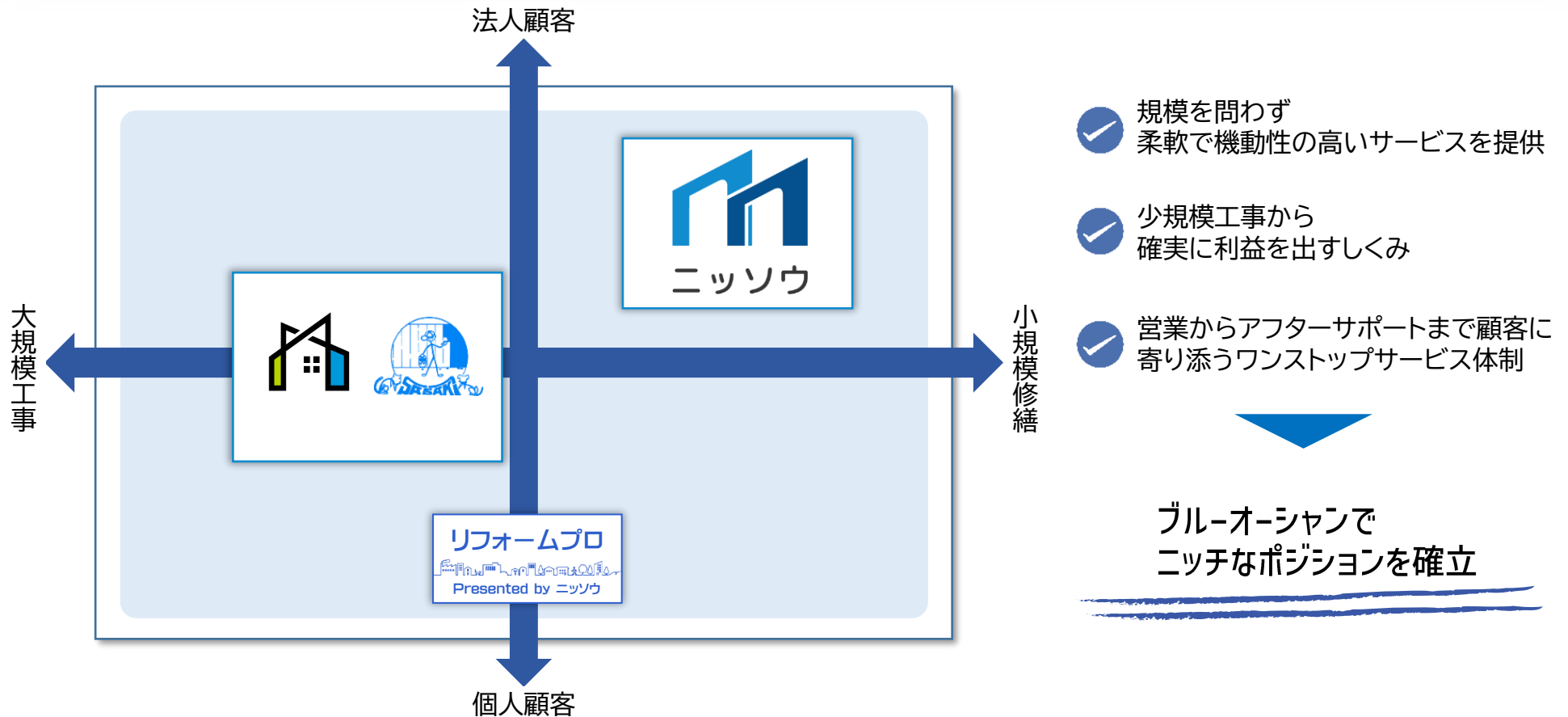


新たな価値を創造し、未来の暮らしを形にする

土地の特性や周辺環境、住まう人のライフスタイルに応じて最適な建物を企画・設計・施工します。注文住宅や建売住宅、集合住宅、収益物件など、ニーズに応じた最適な建築を行い、不動産資産としての価値を創出します。

リフォーム事業 / ポジショニング

メインターゲットを地域に根付いた不動産会社に絞った戦略を継続し、原状回復工事や小規模修繕工事を対象とした市場は建設会社大手の新築戸建てや大規模工事と異なり競争が少ないポジション。また、グループ会社、一般コンシューマー事業との連携により領域を拡大。



リフォーム事業 / 特徴と強み

30年以上の実績と3,000社超の取引基盤、全国対応の施工ネットワーク、プロによる一貫対応、そして迅速な組織体制により、他社が模倣しにくい高付加価値リフォームを実現。



01

不動産業界特化

賃貸物件の原状回復・リフォーム工事に特化し、30年以上の実績を持つことで蓄積された専門的ノウハウと信頼性を有し不動産業界の商慣習・ニーズを熟知しており、業界特化ならではの対応力があります。



02

取引ネットワーク

東京都・神奈川県を中心に、全国で約3,000社の不動産会社と取引実績があり、安定した案件供給と情報網を確保しています。このネットワークは、紹介・リピート受注の土台となっており、他社では築きにくい営業基盤です。



03

一貫通貫体制

営業担当者が現地調査・見積・現場管理・引き渡しまでを一貫して対応する「専任担当制」を採用。現場経験のある担当者が多く、提案の質と現場対応力が高く、手戻りが少ないのが特徴です。



04

協力店ネットワーク

全国の協力工務店ネットワークで対応可能な体制を構築。これにより、全国対応が可能な一方、施工品質の標準化と効率性も実現しています。



05

スピード

ニッソウのカルチャーである「スピード命」に基づき、即日現調・即日見積・短納期施工が徹底されています。80名を超える社内人員と組織的対応で、繁忙期でも安定した対応力が可能です。



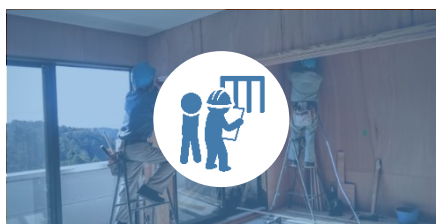
リフォーム事業 / 特徴と強み

創業以来積上げた経験・実績の強みを生かし、ニーズに沿った人材育成、また10,000件を超える現場を有するからこそ可能な小規模工事から確実に利益を上げるしくみを構築し、顧客との信頼関係を築く。



人材育成による スキルの標準化

一定レベルの知識やスキルを身に着けさせる育成制度。適切な判断及び、早期対応を可能とする。



大小様々の 豊富な現場数

小規模から大規模まで数多くの現場を抱えるからこそ可能となった現場管理方法による、小規模工事からも利益を確保するしくみ。



顧客との 信頼関係

顧客からの信頼を得ることで、既存顧客から複数の工事を長期に渡り継続的に受注可能とし、安定的な収益確保の競争力の源泉となる。



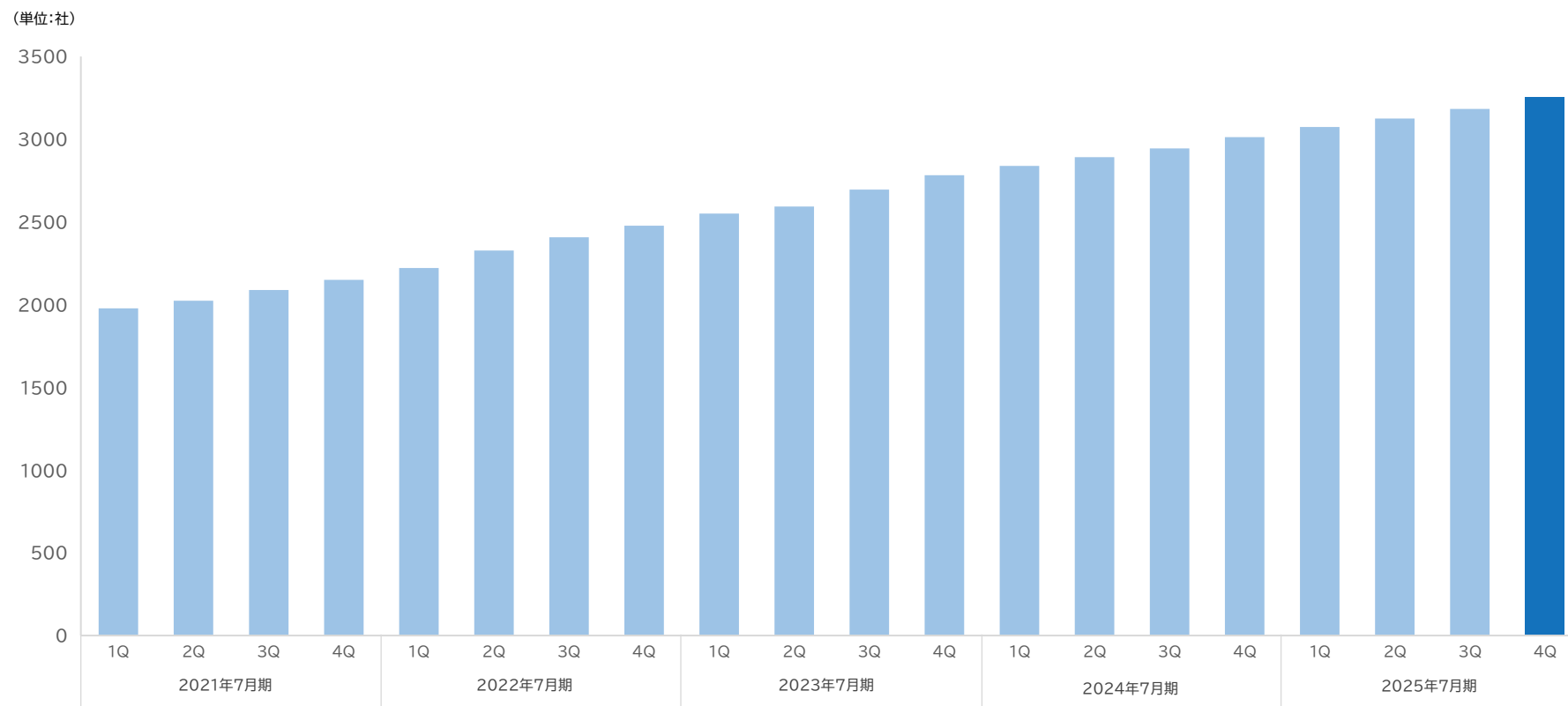
持続的に成長し永続する企業へ

創業以来35年間の経験をもとにした会社体制を構築し、業務・対応エリアを拡大。2018年に東京証券取引所TOKYO PRO Marketに上場以来、持続的に成長し2022年にはグロース市場へ上場し、知名度向上につなげております。持続的な成長とともに顧客のニーズに応えるための体制をフォローアップし、信頼関係をさらに強固にすることでリピート率を高めます。

リフォーム事業 / 特徴と強み

これまでに培った信頼と実績により、顧客基盤は3,000社を超え、安定した受注体制を確立。

累計顧客登録数推移



リフォーム事業 / 特徴と強み

施工の相談・現場の不具合調査から工事手配・進行管理、お引渡しまでを一貫担当で対応。
一貫担当体制のため、施工内容、工程などの問い合わせにもスピード対応可能。

顧客ニーズ

スピード感

入居者の退去時精算のための原状回復工事の費用把握のため、見積書を出来る限り早くほしい

賃貸物件なので空室期間を出来るだけ短くしたいので、現場調査や見積り、施工を素早く対応してもらいたい

オーナー様に迅速に回答するための情報を知りたいときのために、見積り内容や施工管理についてなどの問い合わせ窓口を一本化して、迅速に回答や対応をしてもらいたい

一般

顧客対応
工事内容の
相談

担当A

現場調査
不具合の確認
現場の採寸

担当B

見積り
見積書の作成

担当B

施工管理
工程の管理
施工指示

担当C

引渡し確認
施工完了確認

担当C

当社



担当

顧客対応から施工管理、引渡しまで担当が一貫して対応



顧客

ワンストップサービス体制

リフォーム事業 / 特徴と強み

40名を超える施工管理担当者、800社を超える外注先を有する事で可能とする幅広い対応力。
外注先と信頼関係があるからこそ成立する対応体制。

顧客ニーズ

対応力・対応体制

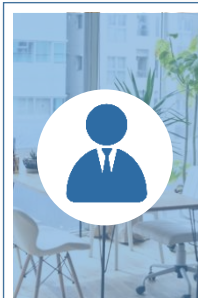
入居中のメンテナンス工事に対応してもらいたい

工事の大小に係わらず、網戸張替1枚など小工事でも同じように対応してもらいたい

1件対応が終わったら次、ではなく、複数案件を同時に進行してもらいたい

小工事からリノベーション工事まで幅広い工事に対応してもらいたい

外構、外壁工事に対応してもらいたい



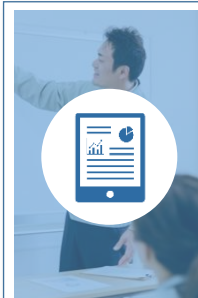
40名を超える 施工管理担当者

多くの施工管理担当者がおり、件数をこなす事が可能となる体制を整えています。今後、さらに採用を強化し、対応力を拡大していきます。



800社を超える 登録外注先

各専門分野の施工会社との外注体制を有する事で様々な工事のニーズに対応。また、複数現場の同時進行を可能としております。



取引実績の積重ね によるスピード化

賃貸物件の原状回復工事ならではの特徴である、繰り返される退去時現場調査で、蓄積されたデータを基に見積りなどの対応をスピード化する事が可能。

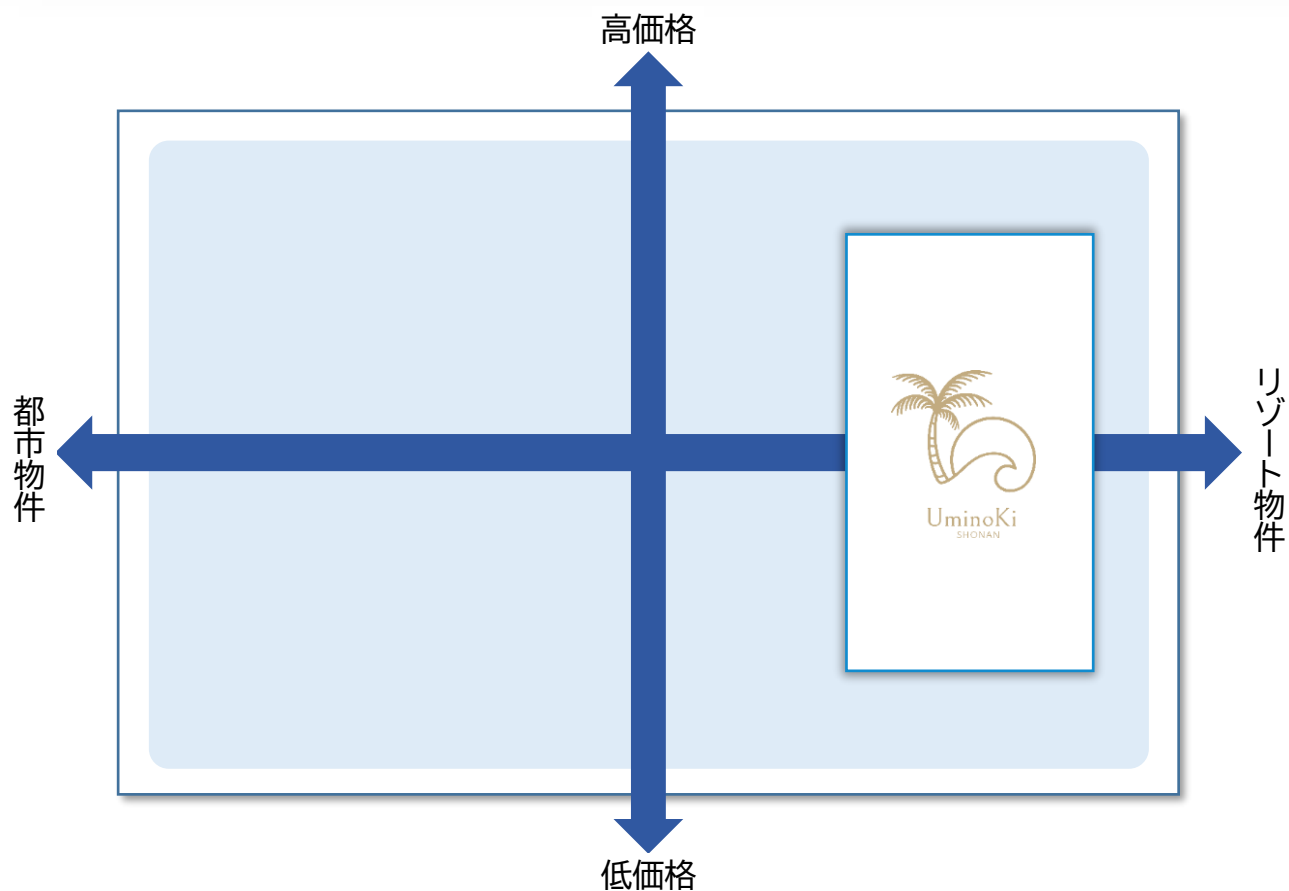


外注先との 信頼関係の構築

見積りから完了確認まで一貫して担当する事で、外注先としっかり係り、信頼関係を構築。その上で成り立つ工事の大小によらない施工品質、対応体制を確立。

不動産流通事業 / ポジショニング

湘南・鎌倉・葉山エリアを中心に、富裕層を主要ターゲットとした“海が見える”リゾート物件に特化した事業戦略を展開。リノベーションから販売までを一貫して手掛けることで高品質な付加価値を創出し、ライフスタイル提案型のマーケティングと地元ネットワークの強みを活かして、地域におけるプレミアムポジション。



- ✓ 明確なターゲティングと独自の物件選定
- ✓ 高付加価値創出型のワンストップ体制
- ✓ 地元ネットワークと体験型マーケティング

リゾートライフの実現を支援する
地域密着型のライフスタイルパートナー
としてのポジションをめざす

不動産流通事業 / 特徴と強み

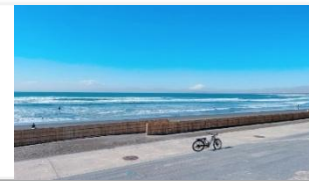
湘南リゾート特化の自社ブランド、グループ連携による再販力、富裕層向け高付加価値物件、移住志向に響く提案力、地域密着型の物件ネットワークが強み。



01

湘南エリア

「UminoKi SHONAN」というブランドを通じ、鎌倉・湘南・葉山などの海沿いリゾートエリアにフォーカス。“海が見える物件”への需要に応える専門性を持たせる



02

グループシナジー

リフォームや再販事業で培ったノウハウとネットワークを活用し、物件の買取・リノベーション・販売をワンストップに提供。これにより、中間コストや在庫期間の短縮が実現されています



03

付加価値

海辺や眺望の良い藤沢物件を対象に、高品質仕様の住宅提供に注力。ターゲットを富裕層や別荘需要に限定し、海が見える立地・高収益見込みのセカンドハウス開発で“一点集中”戦略を進行中



04

マーケティング

富裕層や移住層の価値観に寄り添い、ライフスタイルを意識した情報発信と提案で高い訴求力を発揮



05

ネットワーク

地元不動産業者や地主との関係性を強化し、湘南エリアにおける物件仕入れ・販売ルートを確認。現地ネットワークに基づいた流通チャンネルが強み



不動産流通事業 / 特徴と強み

湘南エリアを中心に、リゾート物件に特化した不動産事業を展開しています。高価格帯の別荘やセカンドハウスから、手頃な価格帯のリゾートマンションまで、多様なニーズに応える物件ラインナップを用意。リゾート地ならではの魅力と資産性を兼ね備えた提案を通じて、住まいや投資対象としての価値を最大化し、顧客に豊かな時間と新たなライフスタイルを提供。

リゾート物件を中心とした不動産の販売・仲介



湘南エリア

ブランド力のある湘南エリア
を中心とした営業活動

海が近く自然環境に恵まれ、利便性も高く、関東でも屈指の人気エリアである湘南エリアを中心に営業を注力しております。また地域でネットワークを構築し、情報収集を行っております。



海を望む物件

立地や景色など付加価値を
見出す不動産物件の開拓

海を望む、もしくは海まで徒歩圏内など、その場所ならではの新しい価値を見出す不動産(戸建て・土地)にこだわり、都会の喧騒から少しだけ足を伸ばして非日常的な時間を提供しております。



不動産流通事業 / 特徴と強み

ニッソウグループの広域ネットワークと工事実績を活かし、国内外での展開と専門家連携による高品質な不動産流通を実現。

ニッソウグループ



ニッソウグループのネットワークを活かした経営

3,000社以上の不動産会社ネットワークと、豊富な工事経験による不動産知識、グループ会社による再販リフォーム施工などグループの利点を活用。

マレーシア・東南アジア

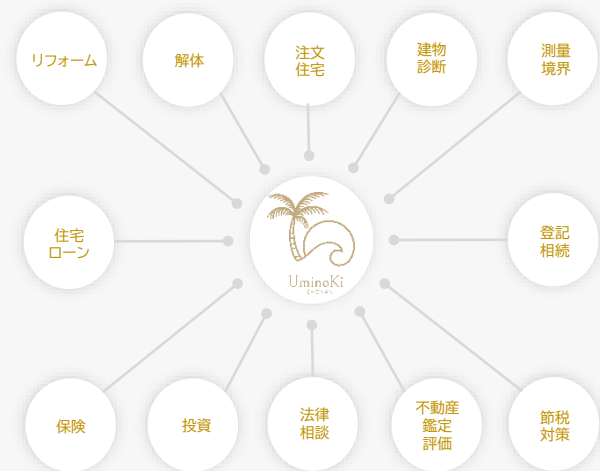


東南アジアでの不動産事業を見据えた事業展開

TOMORROW WTO SDN. BHD. と戦略的パートナーシップ契約を締結、OSK Holdings BerhadとMOU締結することで、紹介機会が国内外へと拡大。

パートナー会社との連携による安心

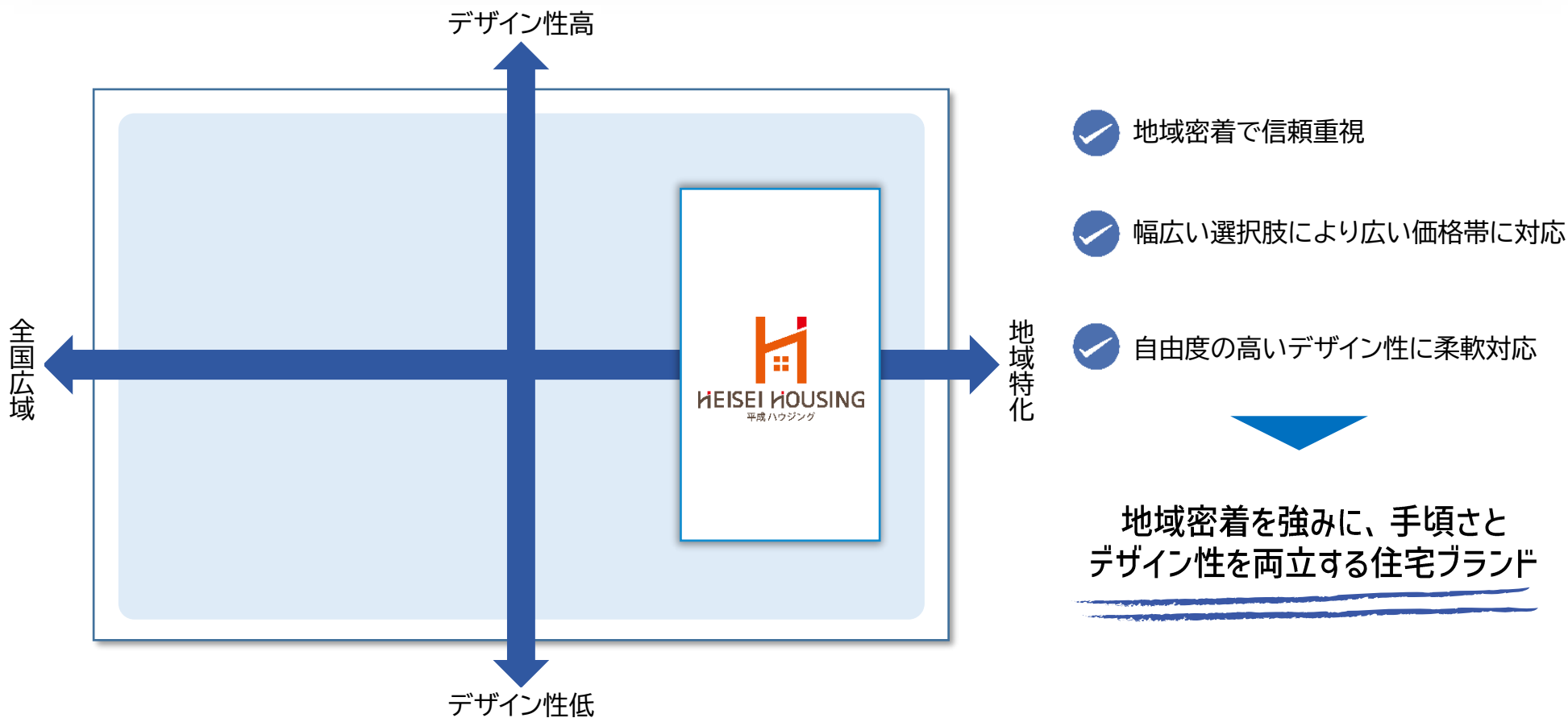
不動産取引における各ジャンルの専門家によるサポート体制を整えることにより、より質の高いサービスの提供を目指します。



新領域としての事業の柱を創出し、事業基盤強化を図る

不動産建設事業 / ポジショニング

那須塩原エリアに特化した地域密着型の住宅事業を展開し、手頃な価格帯の実用的な住まいから、デザイン性の高い注文住宅まで幅広く対応。地域の特性や暮らしに寄り添いながら、多様な顧客ニーズに応える柔軟な提案力を強みとする。



不動産建設事業 / 特徴と強み

地域性に特化していることにより、参入障壁は高く、仕入力、企画・施工力、顧客獲得力を備えた企業は多くない。



01

地域密着

スタッフが地元在住で、営業・プラン・施工・アフターまで“一貫して同じチーム”でフォロー。地域事情を熟知し、担当が変わらないことで信頼を獲得しています。



02

仕入力

地域に根差した豊富なネットワークと市場理解を強みに、優れた仕入力を確保し、地域特有の不動産事情や顧客ニーズに精通していることから、他社には真似できないスピード感と柔軟な仕入体制を実現



03

トータル提案

「土地探し → 建築 → 売買仲介 → リフォーム」まで自社内で対応可能。特にピタットハウスのFCとして不動産仲介も行うことで、注文住宅～中古購入までの選択肢が広く、ワンストップでサポートが可能。



04

顧客獲得

自社モデルハウスの活用により、顧客の具体的な住まいのイメージを喚起しながら、リアルな住宅体験を通じて信頼性を高めることで、高い顧客獲得力を発揮しています



05

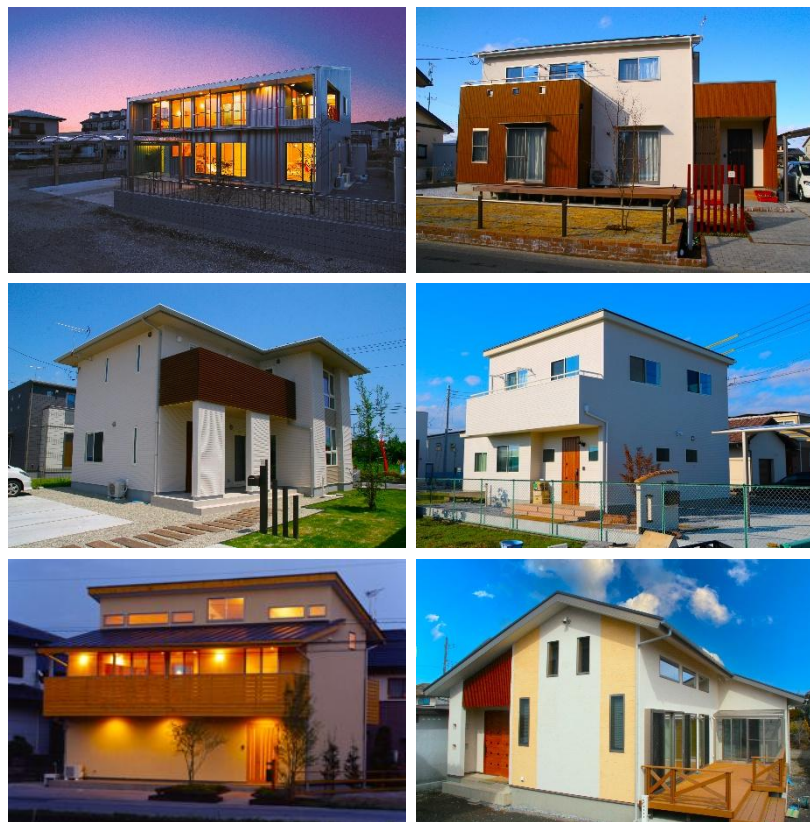
Konomi設計

予めプランと費用が合体した“ベースプラン”を用意し、3回程度の打ち合わせで明確化。選ぶだけで進行し無駄が少なく、追加費用の心配がない手法。



不動産建設事業 / 特徴と強み

20代から30代の若年層をターゲットとし、豊富なラインナップで高品質な住まいを提供。ライフスタイルや将来設計に合わせた最適な住まいを提案することで、コストパフォーマンスとデザイン性の両立を実現し、地域密着ならではの安心感と、柔軟な提案力で理想の暮らしを具体的なカタチにする。



自由設計の注文住宅



空間デザイン、収納アイデア、アレンジメントアイテム、気持ちに寄り添う住まい

建売住宅



土地を最大限に生かし、コストパフォーマンスに優れた住宅を提供

住宅用土地



培った顧客ニーズ情報を基とした需要の高い土地の仕入れ



予算に合わせた住宅の提案・提供
より幅広い顧客へアプローチ

05 事業計画



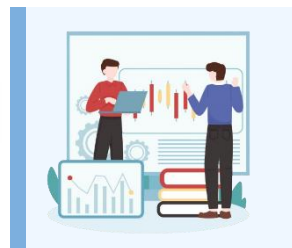
2026年7月期 連結業績計画

既存事業の深化と拡張により、持続的な成長余地を十分に有しています。また既存事業を基盤とした新たな価値創出により、未開拓領域での成長余地を積極的に取りにいけます。



既存事業の深耕

主要KPIの取り組みを強化し、LTV最大化とアップセル機会の創出を図る



新規領域

環境変化を捉え、新たな顧客ニーズに対応した地域・領域での事業創出



M&A

PMIまでを内製化し、非連続的な成長を実現する統合力を強化

2026年7月期 連結業績計画

売上高

6,299,000千円

営業利益

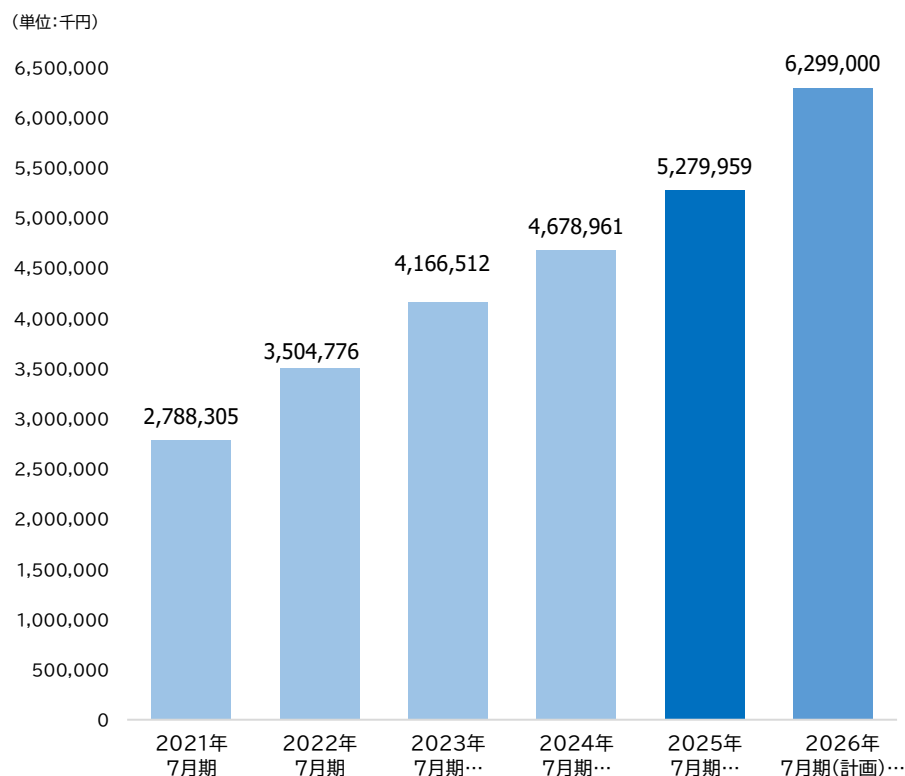
198,746千円

親会社株主に帰属する
純利益

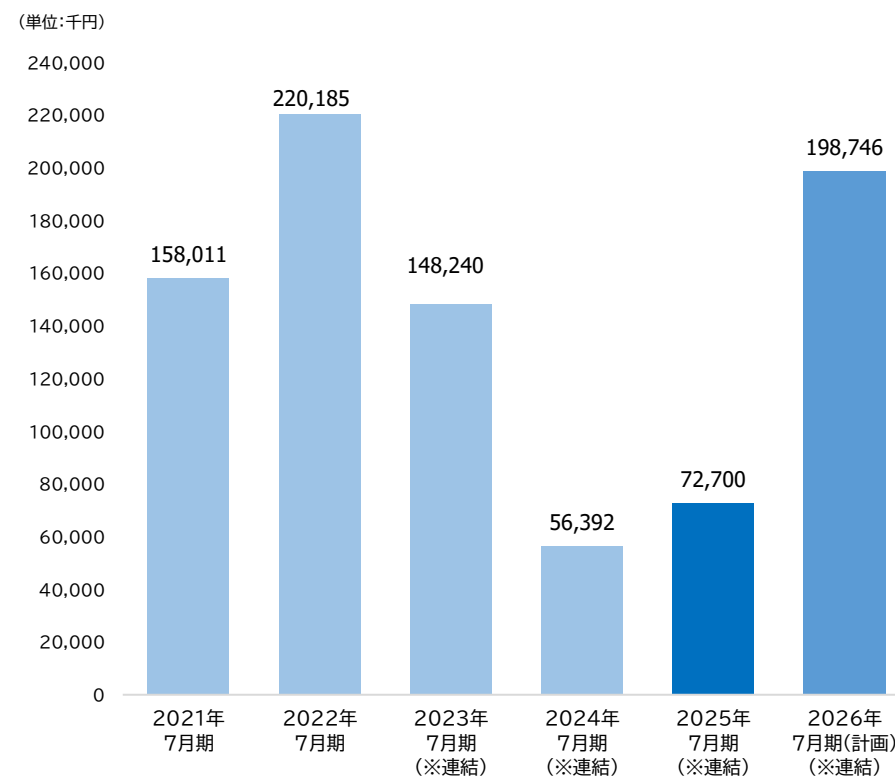
101,257千円

2026年7月期 連結業績計画

売上高の推移



営業利益の推移



※売上高については、2022年7月期期首より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しております。2021年7月期に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

※2023年7月期末から連結決算へ移行しております。

2026年7月期 連結業績計画

当社グループは、リフォーム・不動産関連事業における新規需要の獲得と事業領域の拡大に挑戦、成長機会を積極的に追求し、更なる成長を目指す連結業績計画を策定しております。また、人材採用投資を加速させ、人材の成長によって増収実現を計画しております。

(単位:千円)

連結業績計画	2025年7月期 (実績)	2026年7月期 (計画)	前期比 増減額	増減率
売上高	5,279,959	6,299,000	1,019,041	+19.3%
売上原価	3,966,033	4,723,815	757,782	+19.1%
売上総利益	1,313,925	1,575,184	261,259	+19.9%
販売費及び 一般管理費	1,241,224	1,376,438	135,213	+10.9%
営業利益	72,700	198,746	126,045	+173.4%
経常利益	69,571	185,576	116,005	+166.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	202,686	101,257	▲101,428	▲50.0%

リフォーム事業 / 事業KPI(重要指標)

ニッチな市場でのシェア拡大のため、顧客数を増やし、その顧客から信頼を得ることで受注のリピートを実現し、また、ニーズに対応する人材を確保することが当社グループの成長へとつながります。

工事件数拡大



工事種目の増加等により、
1顧客当たりの工事件数拡大

- ▶ 事業領域の拡大
- ▶ リピート件数増加
- ▶ 外注・仕入先の拡充

顧客数増加



新規営業方法の確立、既存営業方法の改善により、新規顧客獲得数のさらなる増加

- ▶ 新規顧客開拓
- ▶ 展開エリア拡大
- ▶ 広告戦略

人材補強



従業員獲得、人材育成により、事業規模を拡大し、経営基盤を強化

- ▶ 人員獲得
- ▶ 教育制度の強化
- ▶ 働きやすい環境づくり

売上高の増加



経営基盤の強化による
売上高の増加（＝企業KGI）

2026年7月期も引き続き、幅広い求人で人材採用を強化し、事業拡大収益力を強化、中長期的にも持続的成長を目指していく。

リフォーム事業 / 事業KPI(重要指標)

工事件数 拡大

対応力とスピード力で差別化をはかる一方で、サービスのバリエーションを増やすことにより、顧客のリピート率を高め、受注件数拡大をめざしてまいります。工事件数を重要視し、安定的なビジネスモデルの実現をめざし、引き続き強化を図ってまいります。

事業領域の拡大



既存3種の工事受注件数増強に加え、外装・共用部工事等、周辺事業内容拡大既存顧客の深耕

リピート件数増加



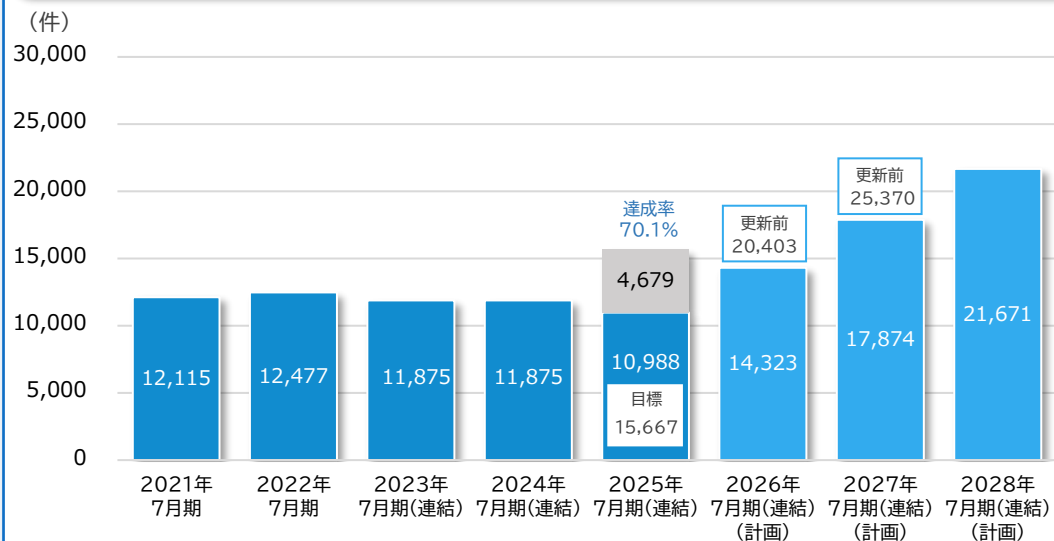
ニーズに対応したサービスの提供
既存サービスの効率化提案力の向上及び推進

外注先・仕入先の拡充



新たな外注先の開拓と確保及び定着を図るとともに豊富な仕入先との提携を強化し、受注可能件数を拡大

完成工事件数推移と計画



※工事件数については、各事業年度(連結会計年度)内に完成した工事の件数になっております。

2025年7月期

前期比887件減

期中 **10,988** 件

目標達成率 **70.1** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

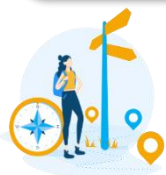
リノベーション工事及び長期間となる外壁工事が増加したこと、人員計画が未達成であったことに起因し、小規模案件を担う人的リソースが不足したことで件数が減少したため計画未達成となった。人材採用への投資、未経験者の早期育成、受入体制を強化し、次世代人材の基盤構築を目指す。

リフォーム事業 / 事業KPI(重要指標)

新たな顧客 の獲得

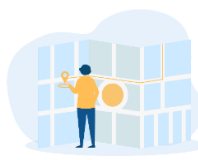
安定した顧客獲得は成長性を測るうえで重要な施策となります。当社グループのブランドの認知度向上を図り、新規顧客との接触機会の増加に繋げ、顧客獲得増加を強化してまいります。企業の成長と今後の活動の可能性の拡大につなげてまいります。

新規顧客開拓



東京都を中心とした関東圏の新規顧客を開拓
原状回復工事を中心としたリフォーム工事の地域シェア拡大

展開エリアの拡大



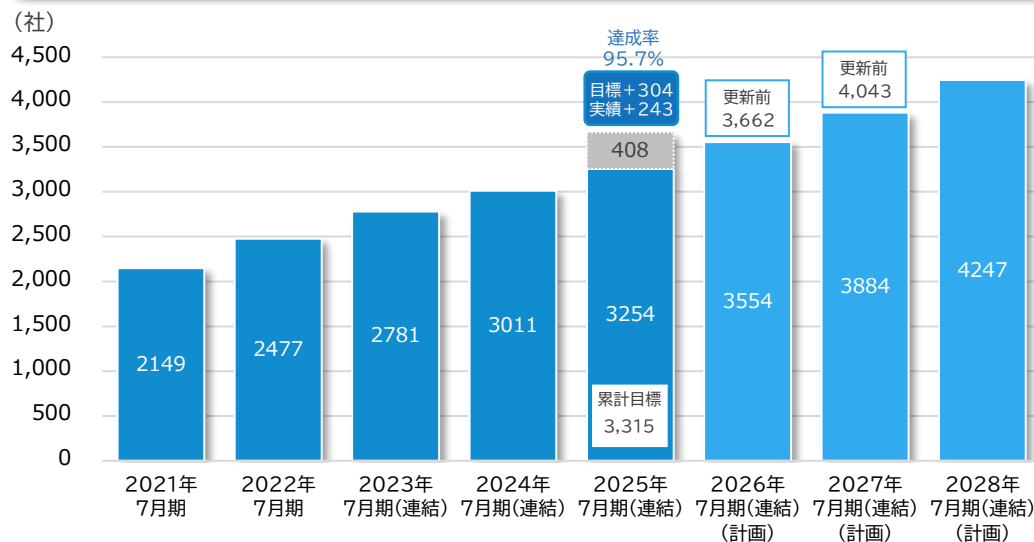
顧客開拓のため未進出エリアへ営業所を開設
対応エリア拡大により顧客満足度向上、リピート顧客へと繋げる

広告戦略



ブランドイメージ、認知度アップを目指したTVCM、ラジオCM
営業所、社用車を利用した地域密着型広告戦略

累計顧客数推移と計画



※弊社との契約後、各事業年度(連結会計年度)末までに弊社販売管理システムへ登録をしている累計顧客数になります。

2025年7月期

期中243社獲得

期末累計 **3,254** 件

目標達成率 **98.2** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

テレビCMやDMなどのメディアミックスを行った結果、243社を獲得。2028年7月期末には累計登録4,247社を目指す。エリア展開を進め、さらなる認知度の向上に注力し、メディアミックスによる営業を継続するとともに、インサイドセールスやフィールドセールスの体制強化し、さらなるシナジーを創り出す。

リフォーム事業 / 事業KPI(重要指標)

さらなる 人員獲得 人材育成

従業員の増加は当社グループの成長における重要項目です。成長継続のために未経験者も含め積極採用を実施し、中核を担う人材の育成とともに採用や教育など、人への投資により人材確保につとめます。今後も組織拡大を推進し、顧客獲得増加を強化してまいります。企業の成長と今後の活動可能性の拡大につなげてまいります。

人員獲得



積極的な採用活動
ブランドイメージの向上
広報活動の拡充

教育制度の強化



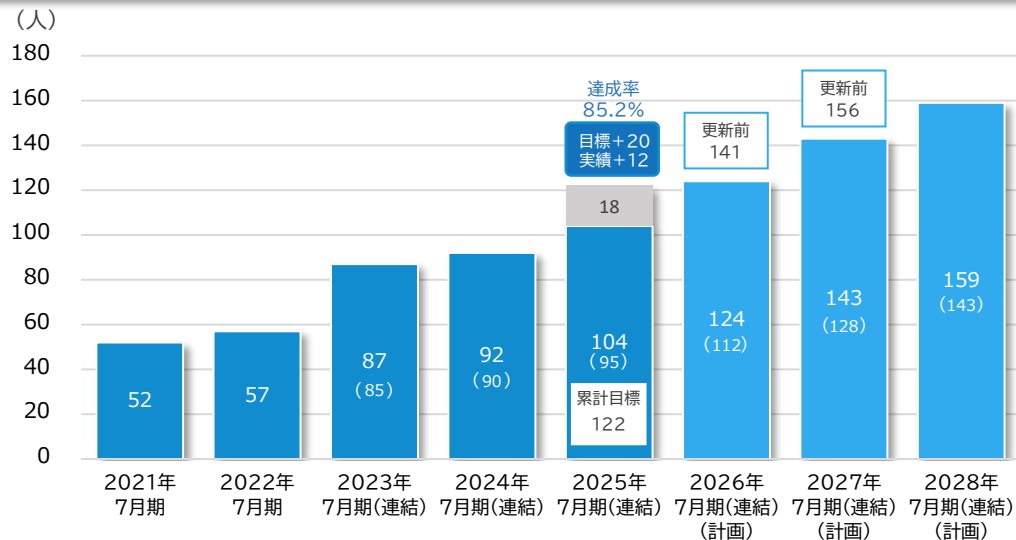
新入社員向けの研修コ
ンテンツの拡充
教育体制の強化
指導カリキュラムの見直
し 管理職育成

働きやすい環境づくり



風通しの良い社風作り
ダイバーシティの推進
社内交流の活性化

従業員数推移と計画



※従業員数の推移はグループ全体の従業員数を表示しております。()内はリフォーム事業人員を表しております。

2025年7月期

期中12名増

期末 **104** 名

目標達成率 **85.2** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

株式会社平成ハウジングが当期より子会社となったことによりグループ全体で12名増となった一方リフォーム事業では5名増に留まった。人材基盤として新卒採用のための準備を開始し、次世代人材基盤の構築、教育体制の進化、成長支援の仕組みづくりを進め、今後の経営基盤の人材採用計画の達成を目指す。



不動産リフォームの

 ニッソウ

ニッソウ

検索

多角的アプローチによる顧客獲得体制の強化

メディアミックスによる顧客接点の最大化と新規層開拓



テレビCMやFAX配信、DMといった複数のチャンネルを組み合わせたメディアミックス戦略を推進しています。各メディアの特性を最大限に活かし、これまで接点の少なかった新たな顧客層とのタッチポイントを創出することで、より幅広いニーズへの対応と市場認知の拡大を図っています。今後も、販促チャンネルの最適化と統合的なマーケティング戦略により、営業活動の質と効率を一層高めてまいります。

フィールドとインサイドの連携で実現する営業力の高度化



訪問営業部門の体制強化と、内勤営業との連携を通じて、より一層の顧客接点の拡充を図っています。現場に根ざした提案力と、社内からの迅速なサポート体制を融合させることで、ニーズの多様化・スピード化に対応しながら、高い成約率と顧客満足の両立を実現しています。今後も、フィールドとインサイドを一体化させた営業戦略により、効率的かつ持続的な顧客獲得モデルを構築してまいります。

リフォーム事業 / 人材採用・育成方針



RECRUIT BOOK

人材投資を軸とした持続的成長基盤の構築

新卒×中途の融合による次世代人材基盤の構築



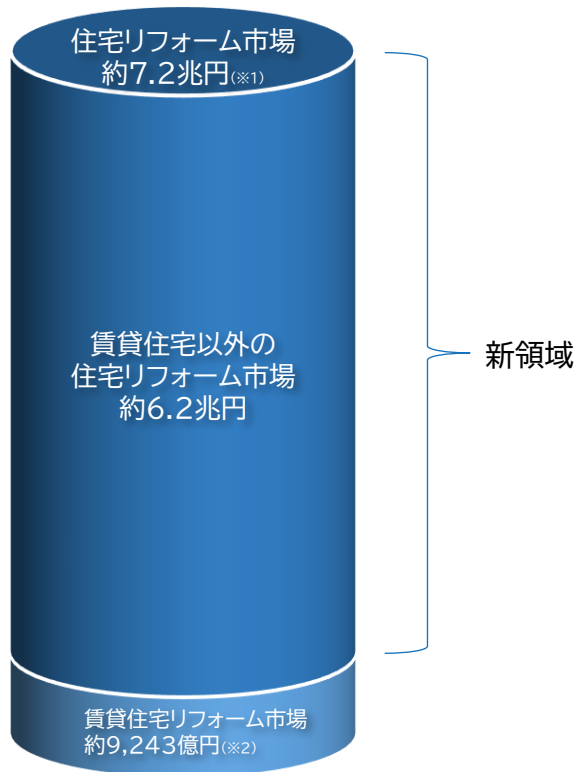
持続的な成長を実現するための最重要資源を“人”と捉え、戦略的な人材投資を強化しています。新たに新卒採用を開始するとともに、即戦力となる中途人材の採用も引き続き推進し、組織の多様性と柔軟性を高めてまいります。資格の有無にかかわらず、意欲とポテンシャルを重視した採用方針を掲げ、挑戦する人材が活躍できる環境を整えることで、企業としての競争力と持続的な成長を支えていきます。

教育体制の進化と成長支援の仕組みづくり



人材の採用のみならず、その後の成長支援にも注力しており、教育体制の一層の強化に取り組んでいます。社員一人ひとりのポテンシャルを最大限に引き出すことを目的として、新たに教育・成長専門部門を設立し、個々のキャリア段階やスキルに応じた研修・支援制度を整備。自律的に学び、実践に活かせる環境を提供することで、組織全体の生産性向上と持続的な企業成長を実現してまいります。

リフォーム事業 / リフォームプロ



※1 (出所)株式会社矢野経済研究所「2025年版 住宅リフォーム市場の展望と戦略(概要版)」
 ※2 (出所)国土交通省「令和6年度 建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

BtoCモデルの確立とエリア拡大による持続的成長戦略

BtoCモデルの確立と深化 ～“選ばれる”ブランドづくり～



長年のBtoBリフォーム事業で培った施工品質・対応力・調達力を活かし、生活者の身近なリフォームニーズ(壁紙、床、水回り等)に迅速かつ高品質に対応することで、「明朗価格」「迅速対応」「安心施工」による顧客満足度の最大化を図ります。また、地域密着型サービスとしてのブランド価値を高め、口コミや紹介を通じた顧客獲得を促進することで、BtoCモデルの確立と事業基盤の安定化を目指します。

世田谷から広域展開へ ～エリア拡大によるスケール成長～



BtoC事業「リフォームプロ」は、現在展開している世田谷区における顧客基盤と運営ノウハウをベースに、今後は周辺エリアへの段階的な展開を進めてまいります。将来的には、多拠点展開や外部パートナーとの提携によるスケール拡大も視野に、地域密着型でありながらも拡張性の高い事業モデルとして、首都圏全域、さらには他都市圏への展開を通じて持続的な成長を実現してまいります。

不動産流通事業 / KPI 成長戦略

不動産流通事業
の収益安定化

不動産事業拡大する上で、成約件数は重要な指標となります。物件WEBサイト訪問数、問合せ件数、ご案内件数を注視しながら価格設定を行い、保有期間を短期間とすることで買取再販件数の増加を目指します。また、見込み客の成約率を注視し、仲介件数の増加へつなげてまいります。

知名度向上



ブランドイメージの向上と広報活動の拡充を目指し物件のラインナップ強化に注力

事業拡大シナジー



リフォーム・リノベーションシナジーを強化し、買取再販ルート強化さらなる収益体への拡張を目指す

ネットワーク強化



地元不動産や金融との連携強化による、仕入れ密度の向上と情報網強化

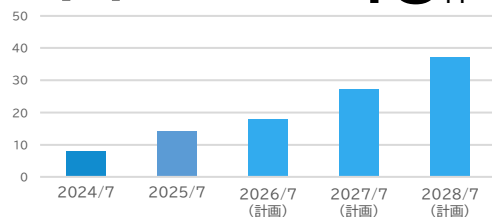
仲

介

2025年7月期実績

2026年7月期計画

14件 ▶▶▶ 18件



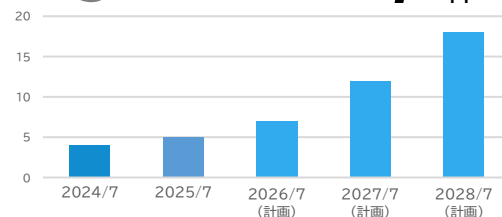
買

取再販

2025年7月期実績

2026年7月期計画

5件 ▶▶▶ 7件



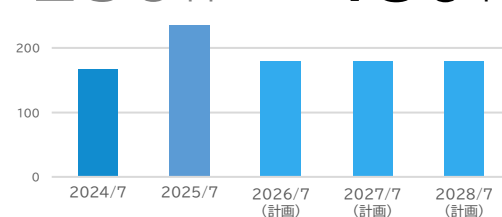
保

有期間(平均)

2025年7月期実績

2026年7月期計画

236日 ▶▶▶ 180日



不動産流通事業 / ブランド構築方針

日本リゾートバンクは、「信頼」「専門性」「共感」を軸に、ブランドファーストの姿勢で価値を高めていきます。感情・実績・姿勢のすべてにおいて一貫性ある発信を重ね、選ばれ続ける企業ブランドを確立します。

【信頼性の強化】

安心して任せられる企業へ

ブランドの土台は「信頼」にあります。日本リゾートバンクでは、お客様に安心してご依頼いただけるよう、誠実な対応、丁寧な情報提供、品質管理の徹底を実践しています。また地域とのつながりや社会的責任を果たす取り組みも通じて、長く選ばれ続けるブランドを築いてまいります。

【専門性・実績の発信】

プロフェッショナルとしての認知

不動産の専門家としての信頼を確立するため、実績と専門性を積極的に発信していきます。施工事例や顧客の声、保有資格や専門スタッフの紹介を通じて、「この会社なら安心」と思われる根拠を可視化します。また単なる実務力ではなく、“ブランドとしての価値”を感じてもらうことをめざします。専門性の訴求は、価格競争に左右されない強いブランドの土台となります。

【ブランドストーリーの発信】

想いに共感される企業へ

ブランド価値を高めるためには、サービスの良し悪しだけでなく、「この会社の考え方や姿勢に共感できる」という感情的なつながりが重要です。創業の想いや理念、地域との関わりなどの発信によりブランドに共感が生まれ、単なる取引相手ではなく、「応援したい」「紹介したい」と思われる関係を築き、長期的なブランドの支持につなげてまいります。



不動産建設事業 / KPI 成長戦略

不動産建設事業
の収益安定化

2026年7月期は現在仕入ている分譲地を販売しつつ、注文住宅へ注力。顧客のニーズに合った住まいの選択肢を増やすため、土地に合わせた分譲・建売住宅にも注力をしていくと共に、「くらし 整う 自分らしく」大切な人の暮らしに寄り添う家づくりのための注文住宅を推進してまいります。

地元密着



地域の特性と顧客ニーズを熟知した密着型営業を強化

提案力の強化



住まい方に寄り添う提案力で高付加価値リフォームを推進

集客力



モデルハウスやSNS活用で来場・問い合わせ数の増加を図る

注

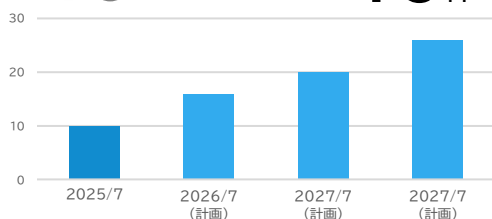
文住宅

2025年7月期実績

2026年7月期計画

10件

16件



分

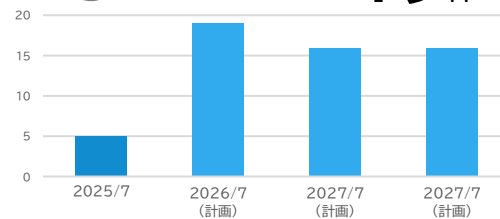
譲・建売住宅

2025年7月期実績

2026年7月期計画

5件

19件



※2025年7月期の実績は2024年11月から2025年7月までの9ヶ月間の実績数値となります。

不動産建設事業 / 独自の集客モデル

モデルハウスの活用、地域イベントの開催、デジタル施策の強化を三位一体で推進し、多様な顧客接点を創出。地域密着と利便性を両立した集客体制を構築します。

【モデルハウス活用】

リアル体験による信頼獲得と
成約促進

モデルハウスを活用し、来場者に実際の住空間を体感いただくことで、リフォーム後の生活イメージを明確に伝える機会を創出しています。質感や動線、仕上りの納得感をリアルに伝えることで、信頼醸成と高い成約率に繋がっています。また、季節に応じた装飾やテーマ展示を実施し、リピーターや紹介来場も促進しています。

【地域イベント強化】

生活者との接点拡大と潜在需要
の掘り起こし

地域住民との接点を増やすため、相談会や暮らしに関するワークショップ、季節イベントなどを定期的で開催しています。イベントを通じて住まいの悩みや関心を可視化し、潜在的なリフォーム需要の掘り起こしを行います。また、地域密着型のキャンペーン(紹介特典、成約特典等)も展開し、地元顧客との関係性を深める施策を強化しています。

【デジタル活用】

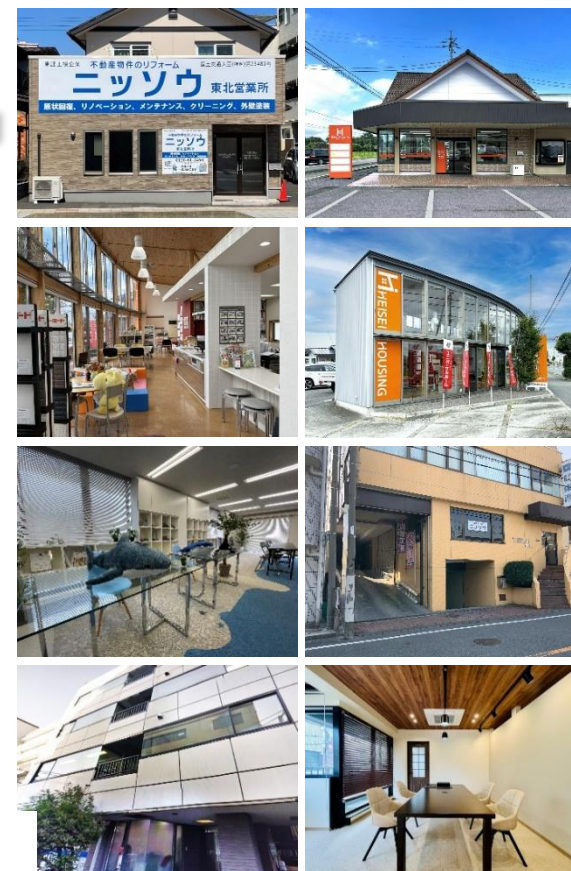
SNS・Web経由の新規顧客獲得
と利便性向上

公式WebサイトやSNSを通じて、施工事例・お客様の声・施工中の様子などを継続的に発信し、ブランド認知の向上と信頼性の構築を図っています。また、スマートフォンからのアクセスを意識したUI改善や、LINE相談・オンライン見積もりなど非対面での導線整備も進めており、共働き世帯や若年層など新たな顧客層の獲得を狙っています。



不動産に係る情報などの連携

(株)ニッソウ本社と東北営業所結ぶ位置に(株)平成ハウジング、また、(株)ニッソウ本社と横浜営業所の延長線上に日本リゾートバンク(株)があり地域情報、顧客ニーズ等を共有することでシナジー効果を得られる。



調達資金使途

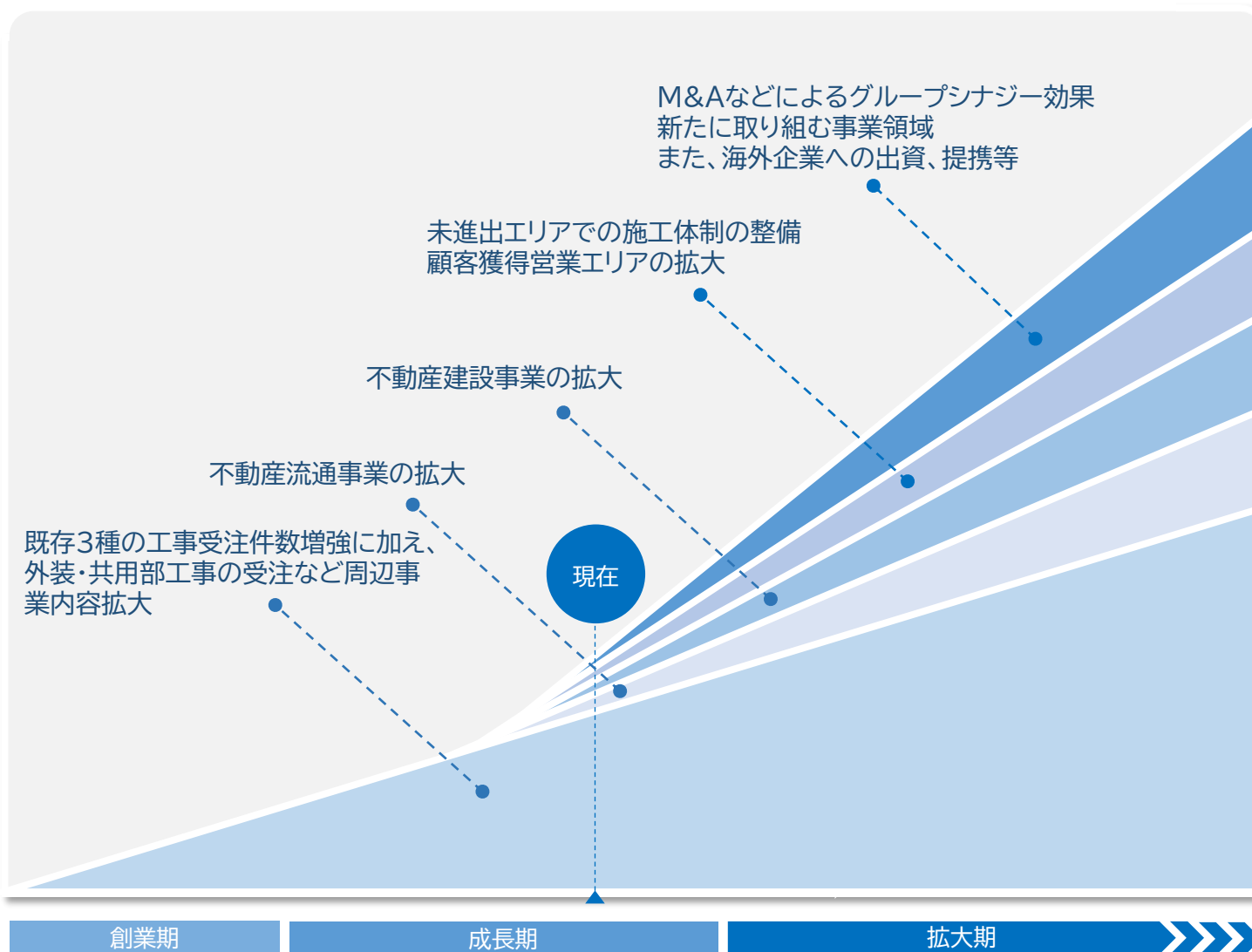
成長戦略の実行・実現に向けた投資として、上場時の調達資金は以下の使途に充当いたしました。

(単位:千円)

資金使途		2023年 7月期	2024年 7月期	2025年 7月期	想定充当額 (累計)
広告宣伝費	当社の知名度を向上させ、新規顧客の開拓を容易にするためのメディアを利用したテレビCM等	26,208(計画) 25,683(実績)	27,066(計画) 29,980(実績)	27,066(計画) 39,205(実績)	80,340(計画) 94,868(実績)
新営業所開設及び 本社増床に係る費用	首都圏エリアの営業力、及び販売力の強化のため、また、業務エリアの拡充のため	10,800(計画) 8,563(実績)	18,864(計画) 10,353(実績)	12,256(計画) 9,496(実績)	41,920(計画) 28,412(実績)
人件費及び採用に 係る費用等	受注案件の増加に対応するための施工管理人員の増強及び小規模修繕工事の自社施工による原価率低減、入居中物件のメンテナンス工事等の内製化を目的とした新たな人材確保	32,823(計画) 62,041(実績)	38,087(計画) 41,129(実績)	44,851(計画) 44,562(実績)	115,761(計画) 147,733(実績)

※新営業所開設及び 本社増床に係る費用に充当する予定であった残額については人件費及び採用に係る費用等として充当いたしました。

中長期展望イメージ

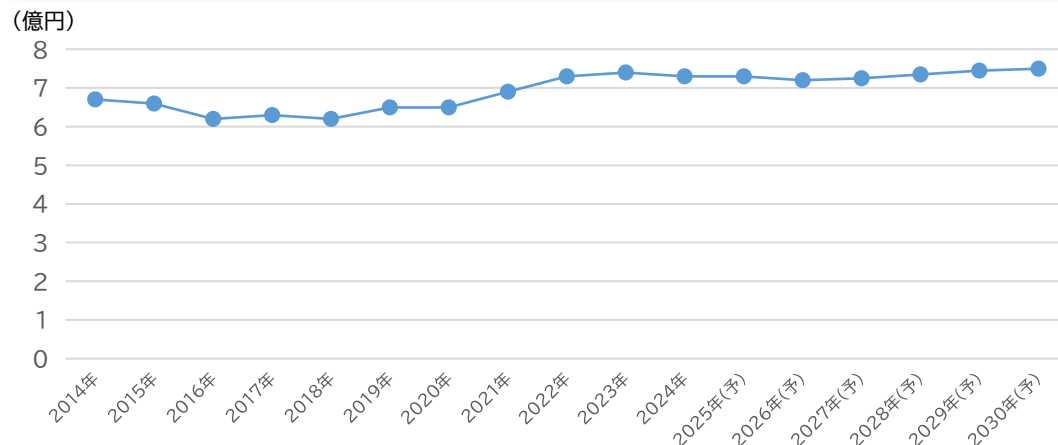


成長の「柱」

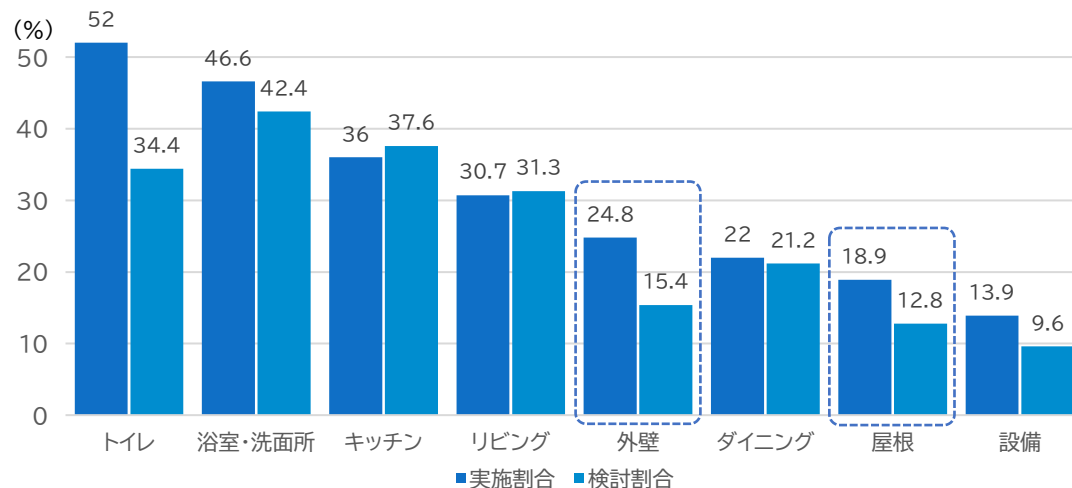
新規領域	M&A、会社設立等
	エリア拡大
	不動産建設事業
	不動産流通事業
既存領域の成長	リフォーム事業
	原状回復工事
	リノベーション工事
	入居中メンテナンス ハウスクリーニング
	その他

新たな「柱」として

住宅リフォーム市場規模の長期予想



住宅リフォーム箇所 実施・検討割合



※(出所)一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「住宅リフォームに関する消費者(検討者・実施者)実態調査報告書」

リフォーム工事の実施者のうち外壁及び屋根の実施割合は、外壁は24.8%、屋根は18.9%となっている。検討者はそれぞれ15.4%、12.8%と実施割合との差がみられ、検討段階よりも実施する際に必要とされる工事である事が窺える。また、住宅の劣化とともに必要となる工事であるため、比較的景気に左右されにくく安定した受注が見込める分野と考えられる。

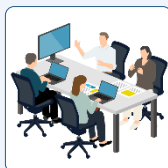
株式会社ヤナ・コーポレーションおよび株式会社ささきの得意分野である外壁・塗装工事の技術は、ニッソウグループにおいて更なる屋根・外壁リフォーム工事のシナジー効果を生み、また、城東エリアでの営業強化を見込む。



グループ成長のためのM&A

事業成長を一層加速させるために、当社はM&A(企業の合併・買収)を経営戦略の重要な柱と位置づけ、継続的に推進しております。中長期的な企業価値の向上と、外部環境の変化に柔軟に対応できる事業体制の構築を目的に、以下の3つの基本方針に基づいた戦略的なM&Aを展開しています。

「基盤強化型M&A」～既存事業の深化と効率化～



現在の主力事業に関連する企業のM&Aにより、業務効率の向上、仕入・販売網の強化、技術力・人材の補完を図ることを目的とします。競争力のある地域密着企業や専門性の高い企業を取り込み、当社の既存資源との相乗効果(シナジー)を創出することで、事業の安定性と収益性を高めます。

「拡張成長型M&A」～事業領域・商圈の拡大～



既存事業と近接する分野にある企業や、未開拓の地域市場における事業者を対象としたM&Aにより、新たな顧客層や商圈の獲得、サービスの幅出しが可能となり、当社の市場ポジションの拡大と売上成長を目指します。特に地方や周縁市場に強みを持つM&Aにより成長速度の加速に期待できます。

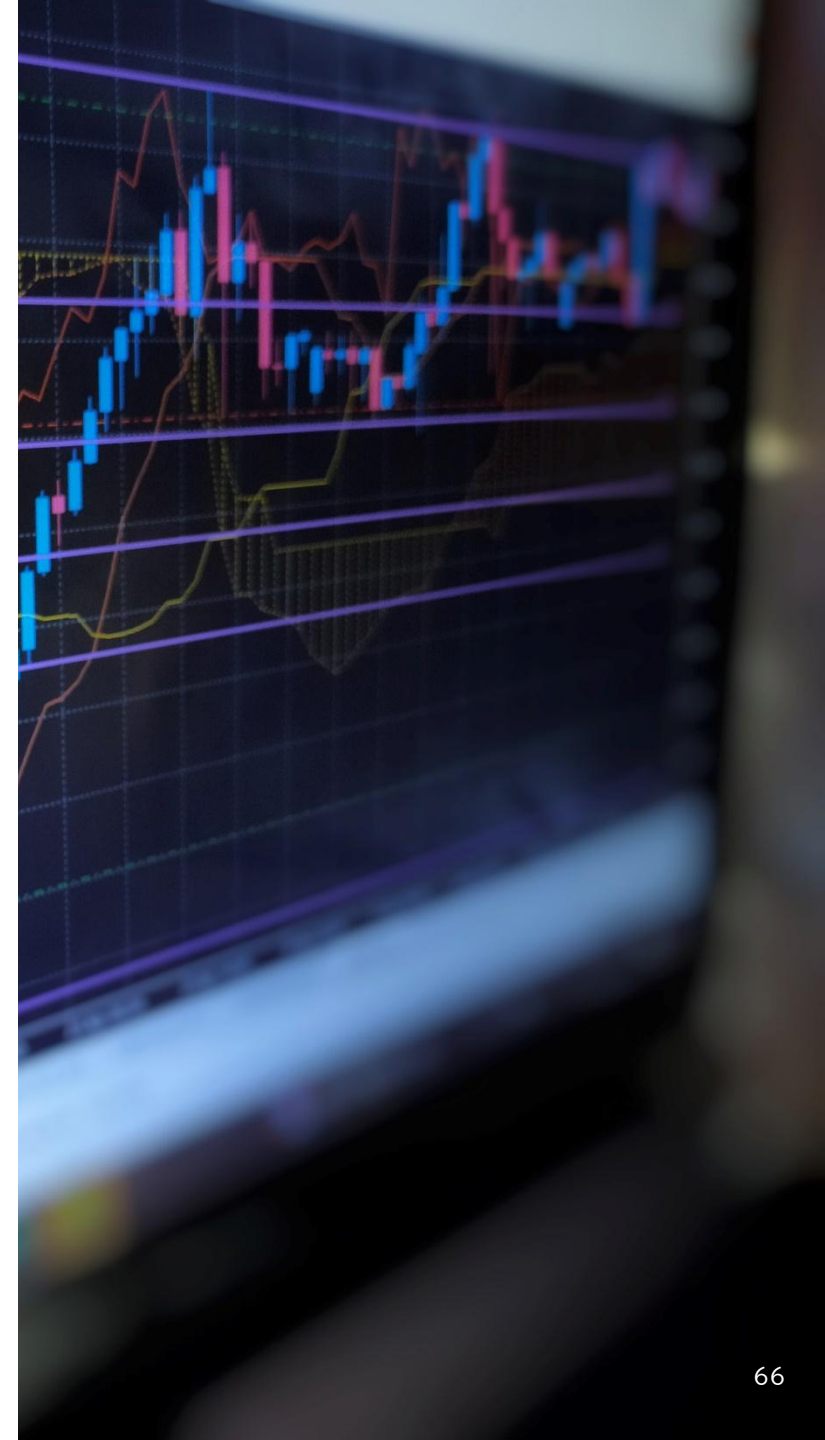
「多角化推進型M&A」～新たな収益源の創出～



成長性の高い異業種や将来性のある分野への参入を目的として、当社の事業ポートフォリオに新たな柱を加えるM&Aにより、既存事業への依存度を下げ、経営リスクの分散と中長期的な企業価値の向上を狙います。特に、デジタル領域、環境関連事業、シニアマーケットなどへの展開が候補となります。



06 リスク情報



事業のリスクと対応方針

以下には、当社グループが事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
外注費・資材価格の高騰について	当社グループは外注先・資材の仕入先を複数確保し、価格の抑制に努めております。しかしながら、外注先からの値上げ要請及び材料の需要増加等により価格が高騰した場合は、当社の業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	大	小	・1社に依存せず、常時複数社による取引価格の見直し ・設備品など定価があり、価格高騰が明確で、価格転嫁が可能な項目については状況に応じて実施を検討
人材確保、育成について	当社グループの事業拡大を行う上で、優秀な人材を適切な時期に確保するとともに、その人材の育成に努める必要があります。当社では求人情報サイト・会社説明会・ホームページ等により採用活動を行っておりますが、雇用情勢や経済環境によっては計画通りの人材確保・育成ができず、当社の事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	・WEB活用などによる積極的な採用活動 ・安定的な採用と人材の定着を高める企業づくり ・教育研修を実施し、人材育成に注力
外注先の確保について	営業地域の拡大や受注件数の増加により、外注先を適時確保できない場合、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。また、高齢化、人口減少により外注先の技能労働者が減少した場合も、当社グループの事業運営、業務等に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	・既存外注先との関係構築強化 ・新たな外注先の開拓を実施
特定人物への依存について	当社の代表取締役社長である前田浩は当社の創業者であり、当社グループの経営方針や営業戦略の立案・遂行等多岐にわたり経営において重要な役割を果たしております。同氏が何らかの理由により経営に携わることが困難になった場合、当社グループの業務の停滞等により、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	・同氏に過度に依存しない経営体制 ・職務権限の委譲 ・合議制の推進等により業務運営の実施
工事施工における重大な瑕疵や不備について	当社グループが施工した物件等に不具合が生じ、その施工内容・管理内容に重大な瑕疵や不備が認められた場合には、損害賠償請求を受ける可能性があり、工事請負賠償責任保険・PL保険等の救済を受けられない可能性があります。また、施工中に予期せぬ重大事故が生じた場合にも、同じくその損害賠償請求を受ける可能性があり、当社グループの事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性があります。	小	中	・施工管理担当者の管理体制教育 ・外注先との意識共有のための安全大会開催 ・報告体制、アフターフォローの整備
不動産価値下落のリスクについて	当社グループは販売用不動産を所有しており、国内の不動産市況が悪化した場合には、販売が順調に推移しない、また、販売用不動産の評価減等により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	中	・保有期間を注視する ・環境やニーズなどを把握し先を見越した価格設定

本資料の取扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期9月頃を目途として開示を行う予定です。次回の本開示は2026年9月頃を予定しております。