



事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年9月28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



経営理念・コーポレートスローガン

コーポレートスローガン

「ずっと居たい／ずっと居られる」をかたちに

私たちニッソウは、住まいを通じて、人々の暮らしに「安心」と「豊かさ」を提供し、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、私たちの使命です。



住まい手にとって

ここに住み続けたいと思える住環境を提供します。



働く仲間にとって

成長とやりがいを実感し、ずっと働きたいと思える職場であり続けます。



地域社会にとって

地域とのつながりを大切にし、持続可能な暮らしと街づくりに貢献します。

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。」

私たちは、顧客である不動産会社の良きパートナーとして、より良い住環境の提供を通じて社会に貢献し、すべてのステークホルダーとともに、持続的な企業価値の向上を図ってまいります。

社名の由来



「ニッソウ」には、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が込められています。創業以来、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にも、親切・丁寧に対応することを大切にし、信頼関係を積み重ねてまいりました。今後も、すべての関係者の皆様とともに、名実共に日本一のリフォーム会社を目指してまいります。

基本情報

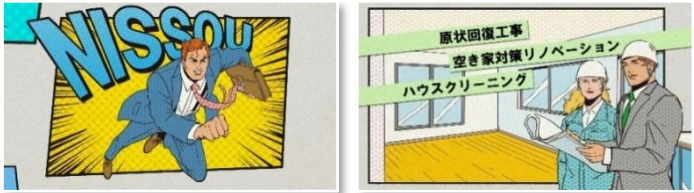
会社名	株式会社ニッソウ			
設立	1988年9月			
資本金	349,789千円（2026年7月末時点）			
所在地	東京都世田谷区経堂1丁目8番地17号			
従業員数	連結 114名（正社員 2026年7月末時点）			
役員構成	代表取締役社長 取締役副社長 専務取締役 取締役 取締役 取締役	前田 浩 高松重之 木村孝史 北村知之 能美文弥 前田 信	社外取締役 社外取締役（常勤監査等委員） 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員）	市川圭介 船津丸隆 水島孝生 木村康之 小林仁子
事業内容	不動産物件のリフォーム事業、不動産流通事業、不動産建設事業			

拠点

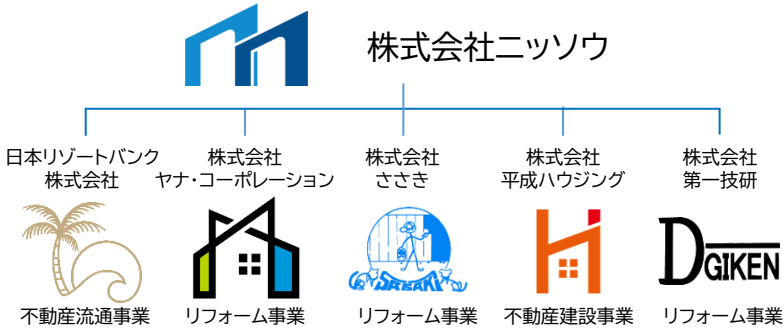
神奈川営業所: 神奈川県高座郡寒川町小谷2-3-5
横浜営業所: 神奈川県横浜市南区井土ヶ谷下町218-2-2F
埼玉営業所: 埼玉県さいたま市西区三橋6-78-2
朝霞営業所: 埼玉県朝霞市溝沼4-4-15
千葉営業所: 千葉県船橋市大穴北1-31-15
東北営業所: 宮城県仙台市青葉区八幡2-4-4-2
首都圏北部施工センター: 埼玉県三郷市駒形105-2
首都圏南部施工センター: 神奈川県藤沢市南藤沢15-16

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)



グループ会社・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
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
- 2026年 ● 5月 株式会社第一技研の株式を取得し子会社化



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%取得し、同年8月に株式会社平成ハウジングの株式を100%取得しました。また、2026年5月に株式会社第一技研の株式を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まいります。



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。



株式会社第一技研

代表者 代表取締役社長 藤岡陽治朗

設立 1996年4月

資本金 20,000千円

事業内容 大規模修繕工事、他

特徴

首都圏を中心に、マンション等の外壁補修や防水などの大規模修繕工事を展開。確かな施工管理実績と高い品質により厚い信頼を獲得。

シナジー

当社の専有部リノベーションと、同社の共用部修繕の相互連携による事業領域の拡大、および双方の顧客基盤の活用による成長を期待。

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



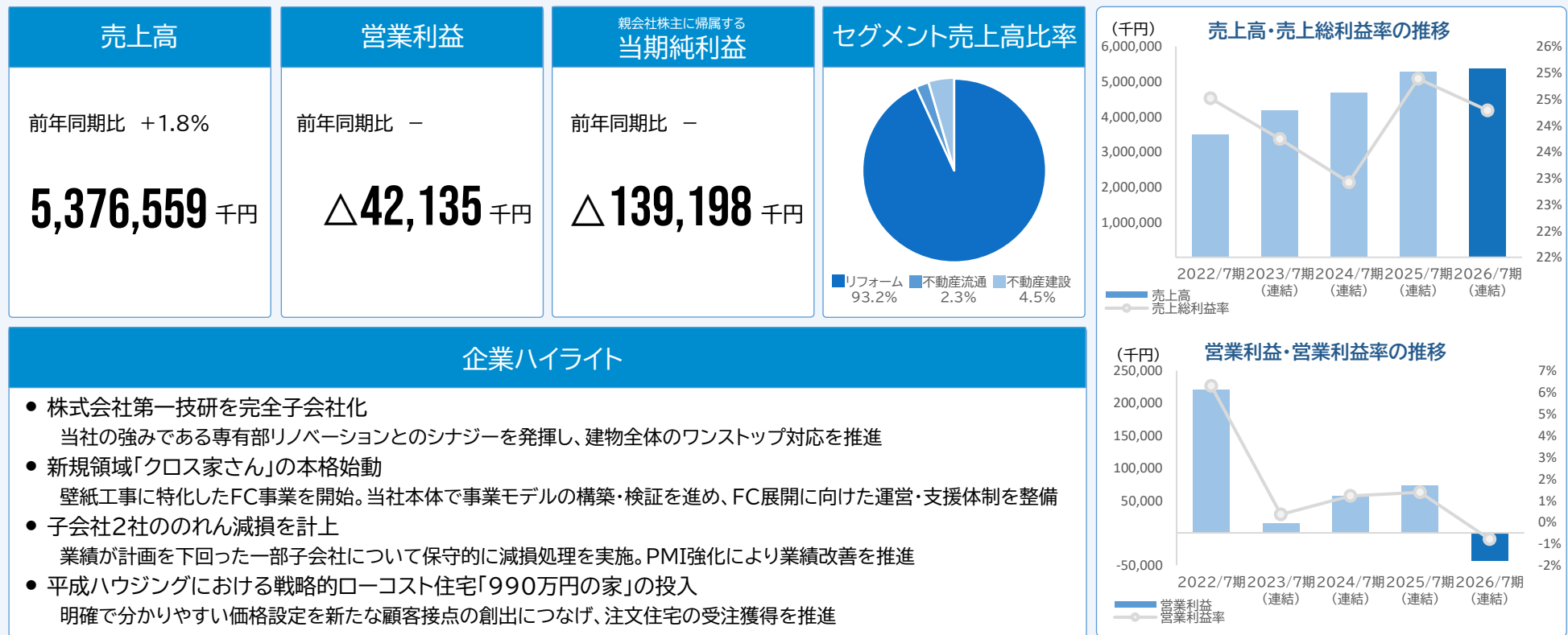
TOMORROW WTO SDN. BHD.
(マレーシア)との戦略的パートナー
シップ契約締結



OSK Holdings Berhad(マレーシア)
とのMOU締結

2026年7月期 エグゼクティブサマリー

2027年7月期以降の業績寄与を見据え、株式会社第一技研の子会社化や、株式会社平成ハウジングにおけるローコスト住宅の広告展開・受注獲得など、今後の成長に向けた施策を推進しました。当期の売上高は前期比1.8%増の5,376,559千円となったものの、人件費や広告宣伝費、株式取得関連費用等の増加により、営業損失42,135千円を計上しました。また、子会社2社に係るのれんの減損損失等により、親会社株主に帰属する当期純損失は139,198千円となりました。



2026年7月期 前回計画と実績の差異

2026年7月期は、前回計画に対して売上高及び各利益段階で未達となり、2026年3月17日に通期連結業績予想を修正しました。修正予想に対しても実績は下回る結果となったことから、その要因を検証し、2027年7月期の重点課題への対応を進めてまいります。

項目	前回計画 (2025年9月公表)	3/17修正予想 (2026年3月17日公表)	実績 (2026年7月期)	前回計画差異 (実績－前回計画)	修正予想差異 (実績－修正予想)
売上高	6,299,000	5,515,381	5,376,559	△922,440	△138,821
営業利益	198,746	△16,040	△42,135	△240,882	△26,095
経常利益	185,576	△23,350	△51,822	△237,399	△28,472
親会社株主に帰属する 当期純利益	101,257	△91,089	△139,198	△240,456	△48,108

※各数値は千円未満を切り捨てて表示しているため、表示金額から算出した差額と一致しない場合があります。

主な差異要因

① 前回計画からの主な未達要因		② 3/17修正予想からの追加的な下振れ要因	
売上高	各セグメントの受注・販売が当初想定を下回り、不動産流通事業・不動産建設事業を中心に計画未達となりました。	売上高	不動産流通事業の買取再販の販売件数の未達成(計画7件→実績4件)に加え、新築工事の着工遅延や建売住宅の販売時期の翌期ずれ等により修正予想を138,821千円下回りました。
営業利益	売上高・売上総利益の減少に加え、人件費・広告宣伝費等の販管費の増加により、計画を下回りました。	営業利益	売上減少及びリフォーム事業の原価率上昇等により売上総利益が32,341千円下振れました。販管費は修正予想を6,245千円下回りましたが補えず、修正予想を26,095千円下回りました。
経常利益	営業利益の計画未達を主因に支払利息等の増加もあり、計画を下回りました。	経常利益	営業利益の26,095千円の下振れに加え、営業外損益の悪化により、修正予想を28,472千円下回りました。
親会社株主に帰属する当期純利益	営業損失への転換に加え、子会社2社に係るのれんの減損損失の計上により、計画を下回りました。	親会社株主に帰属する当期純利益	営業・経常損失の追加的な悪化に加え、一部子会社ののれん及び事業用固定資産の減損損失等を計上し、修正予想を48,108千円下回りました。

差異分析を踏まえた2027年7月期の重点課題

 既存事業
収益力の強化

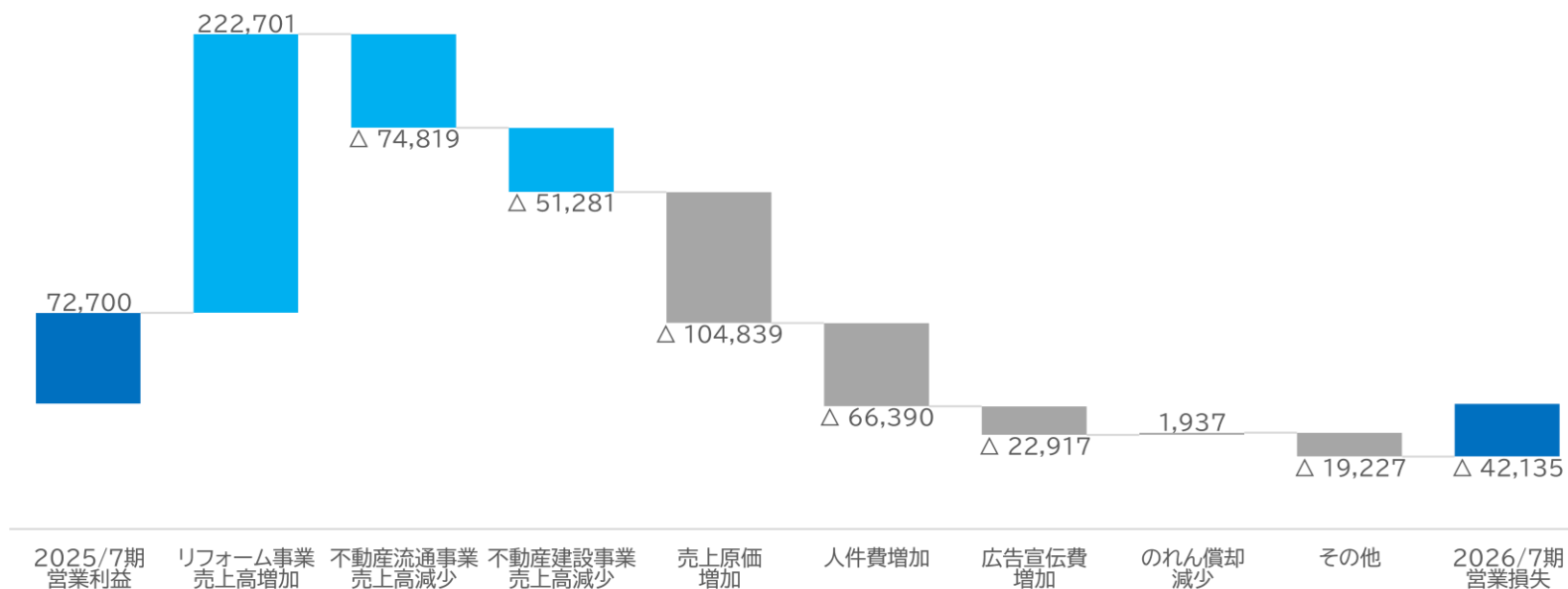
 事業基盤
人材・施工体制の拡充

 グループ経営
子会社の業績改善とPMI強化

2026年7月期 通期営業利益の変動要因

リフォーム事業の伸長により売上高は前期比96,600千円増加した一方、売上原価の上昇により売上総利益は8,238千円減少しました。さらに、人員増加に伴う人件費や広告宣伝費、株式会社第一技研の子会社化に係る株式取得関連費用等により販売費及び一般管理費が106,597千円増加した結果、営業損失42,135千円となりました。

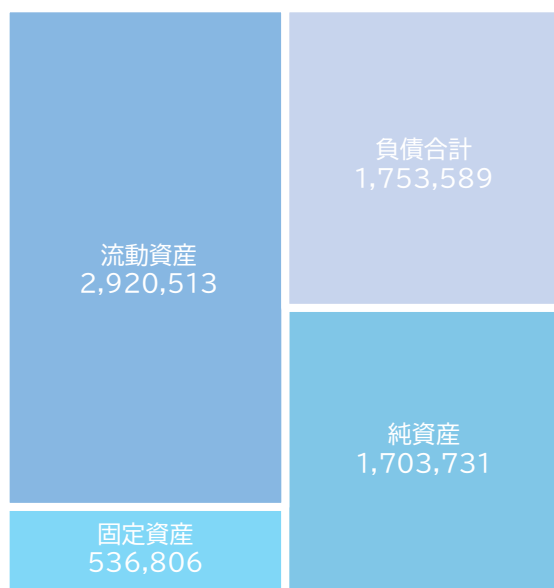
(単位:千円)



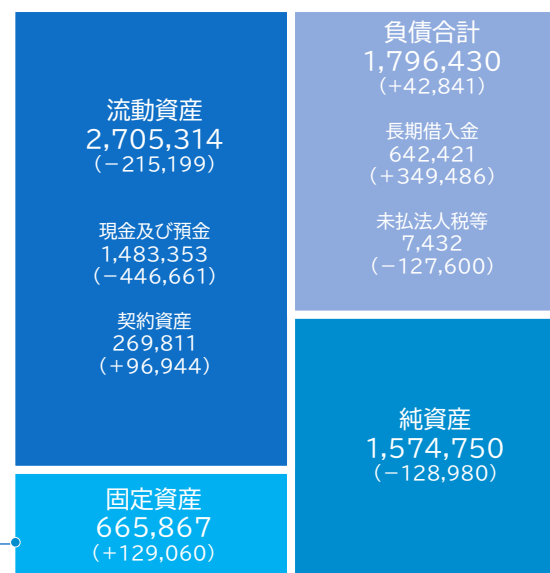
BS状況

前期の利益に係る法人税等の支払いなどにより現金及び預金が減少した一方、株式会社第一技研の子会社化に伴うのれんの増加や、投資有価証券の増加等により、固定資産は増加しました。また、親会社株主に帰属する当期純損失の計上により純資産が減少し、自己資本比率は前期末の49.3%から46.7%となりました。

2025年7月期末 (単位:千円)



2026年7月期末 (単位:千円)



増減要因
投資有価証券 + 74,907
のれん + 51,314

自己資本比率

46.7%

02 ビジネスモデル



事業の内容 / セグメント情報

本格的なストック型社会の到来を見据え、「リフォーム」「流通」「建設」の3セグメントが循環・補完し合うことで、不動産価値を最大化する独自のポートフォリオを構築。

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

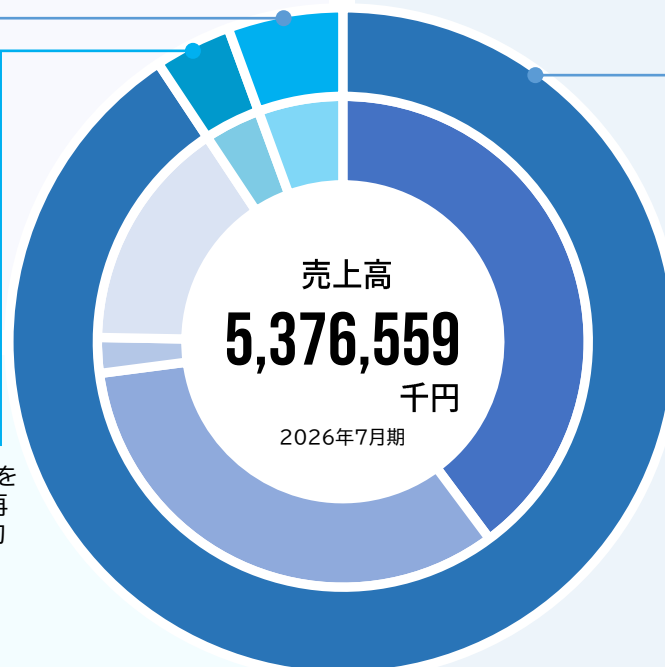
セグメント
売上高 **243,357** 千円
(売上高構成比 4.5%)

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 **122,571** 千円
(売上高構成比 2.3%)



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 **5,010,630** 千円
(売上高構成比 93.2%)

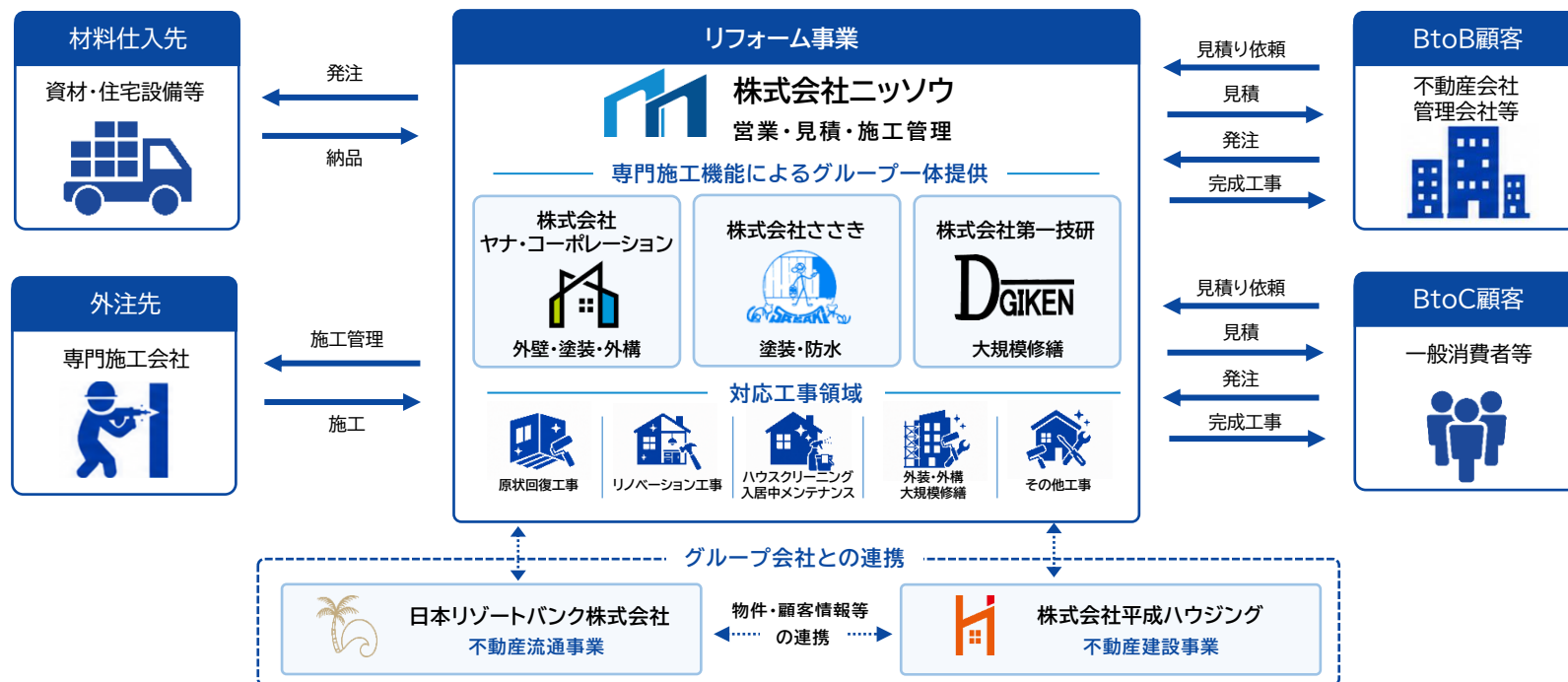
原状回復工事	2,002,665千円 (売上高構成比 37.2%)
リノベーション工事	2,048,472千円 (売上高構成比 38.1%)
ハウスクリーニング 入居中メンテナンス工事	129,800千円 (売上高構成比 2.4%)
その他	829,691千円 (売上高構成比 15.4%)

※外部顧客への売上高ベース。セグメント間取引を含む場合、リフォーム事業5,018,221千円、不動産建設事業269,347千円となります。

※金額は千円未満を切り捨て、売上高構成比は小数点第2位を四捨五入して表示しているため、内訳の合計と合計欄の数値が一致しない場合があります。

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。

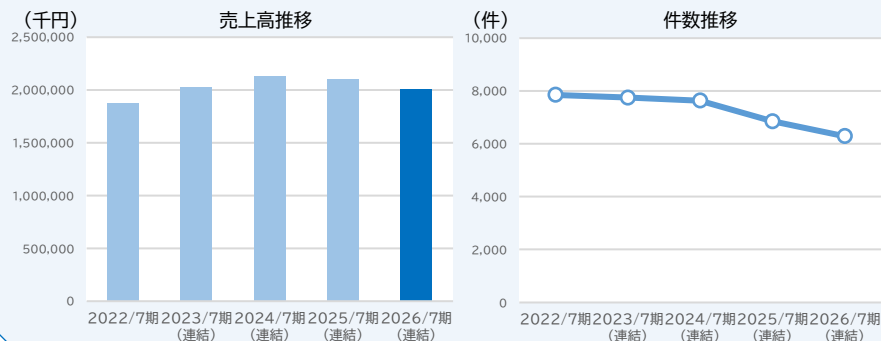


リフォーム事業 / 工事区分

原状回復工事



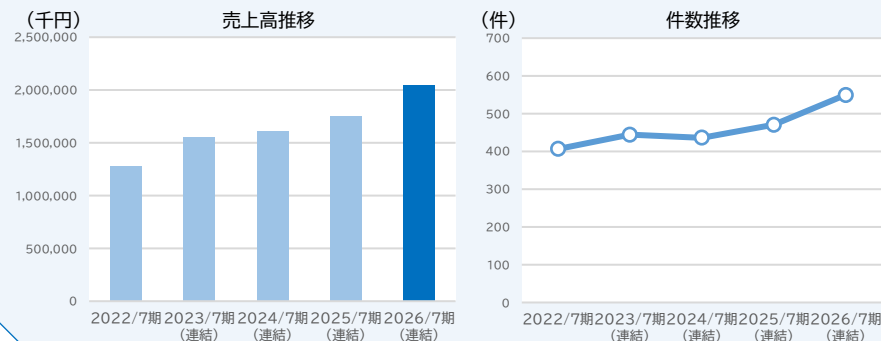
原状回復工事とは経年劣化した建物や部屋を新築に近い状態に戻す工事の事で、主に賃貸物件での入居者入替時、入居者が退去した後の内装及び水回り等を入居前の状態に戻す改修工事です。当社では主に住居用及び事務所の賃貸物件の室内の原状回復工事を行っております。また、不動産物件の再販に伴う内装工事や設備改修工事も行っております。



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。

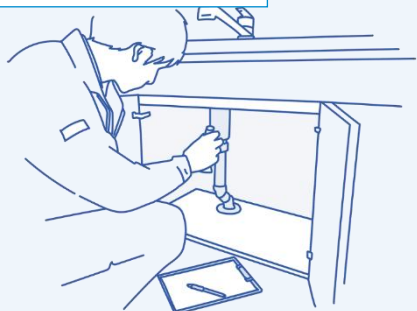


※工事件数については、各事業年度内に完成した工事の件数になっております。

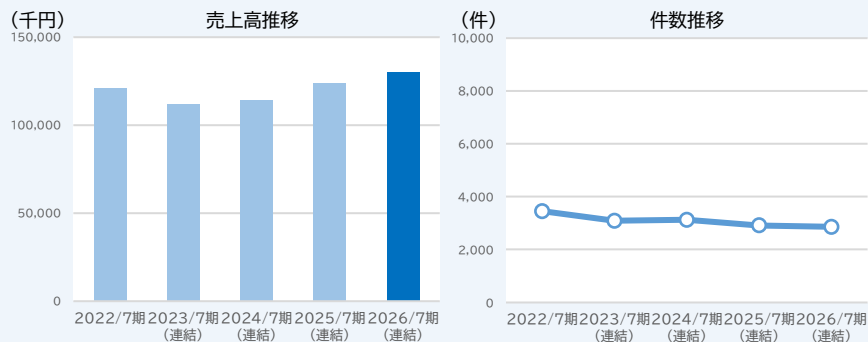
※当社は2023年7月期末より連結決算に移行いたしました。2023年7月期以降の数値は連結数値となっております。

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



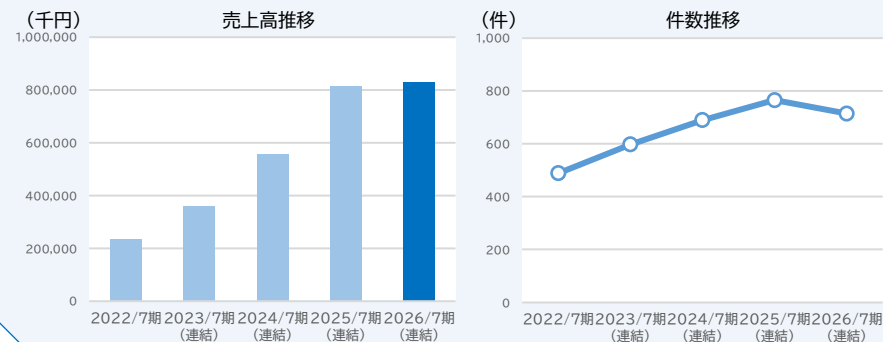
不動産物件において、入居者が退去した後、次の入居に備えるために行う室内及び水回りの清掃であり、エアコンの内部洗浄やレンジフードの分解洗浄なども含まれます。
また、主に賃貸物件の入居中における日常発生する設備等や建具等の不具合を修理する小修繕工事を行っております。



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。



※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になっております。

※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

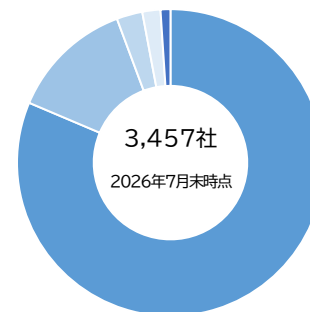


首都圏を中心とした顧客の中でも東京都が多い

顧客の主な所在地

東京都	81.4%
神奈川県	13.0%
埼玉県	2.7%
千葉県	1.9%
その他	1.0%

所在地別顧客数割合

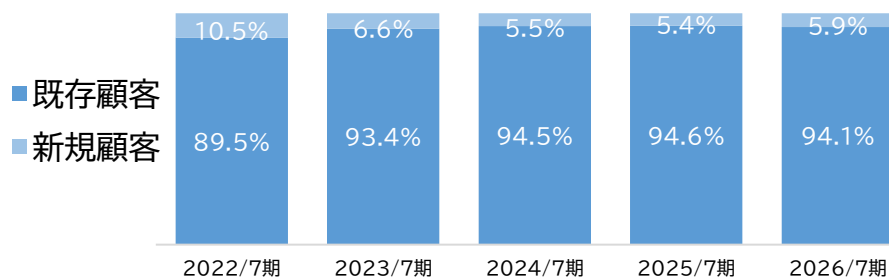


地場に強い顧客とのネットワークを活かした首都圏で安定した顧客基盤を構築



工事件数における顧客割合は既存顧客(リピート)が高い

受注工事件数の顧客内訳

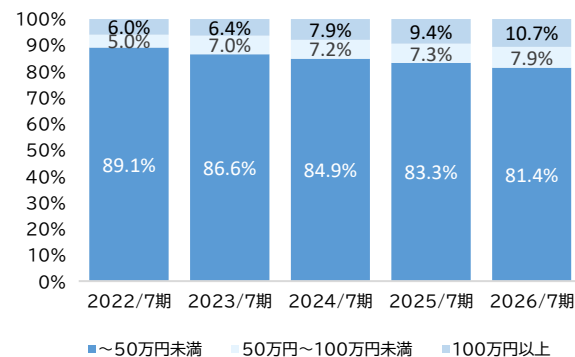


継続的な取引により、安定した受注基盤を確立



小口工事を基盤としながら、中・大工事の取扱いが拡大

工事規模別構成の変化 (工事件数ベース)



50万円以上の工事件数

2022/7期 1,362件 → 2026/7期 1,935件 +42.1%

100万円以上の工事件数

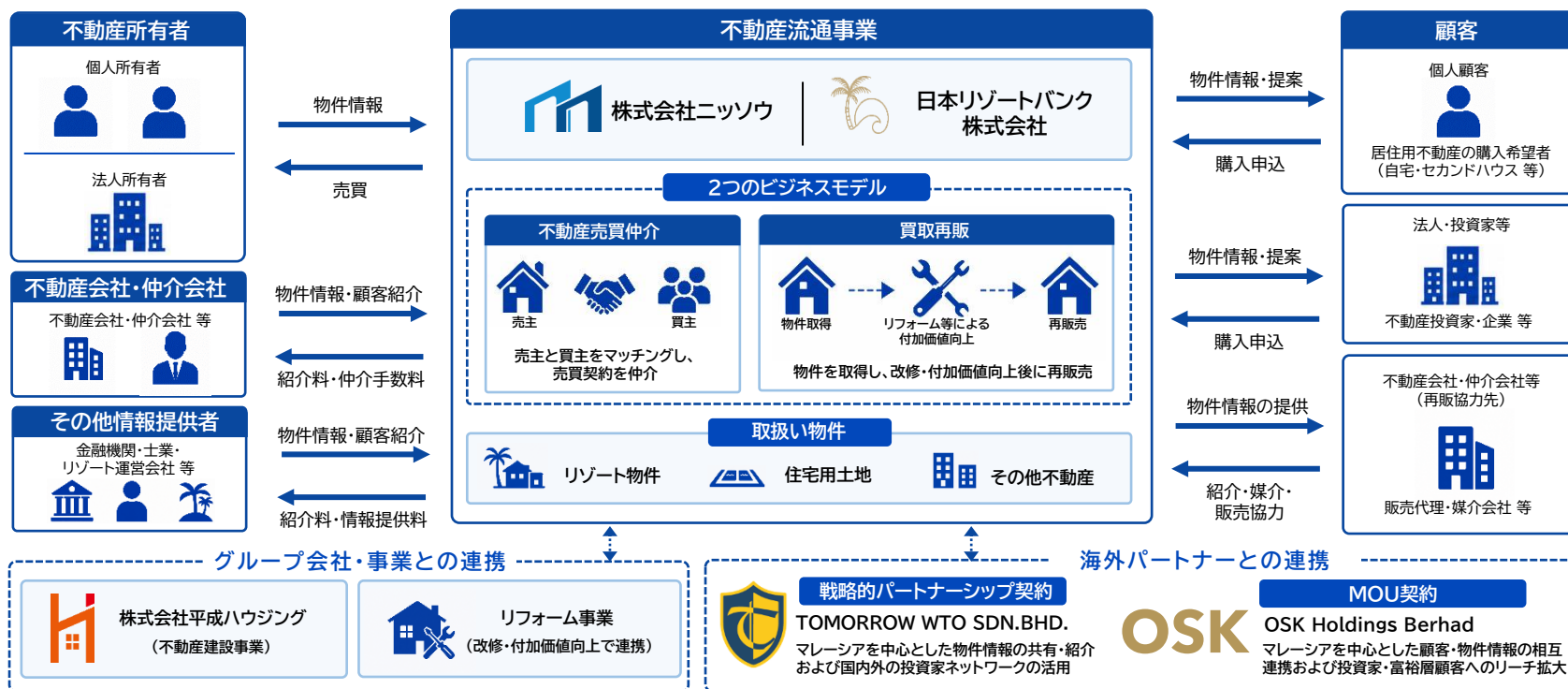
2022/7期 744件 → 2026/7期 1,109件 +49.1%

ポイント

- ✓ 小規模工事を基盤に、中・大型工事の構成比が年々上昇
- ✓ 特に100万円以上の工事は、2022/7期から約1.5倍に増加
- ✓ 今後も既存顧客との関係を深め、より付加価値の高い工事の受注拡大を目指す

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。

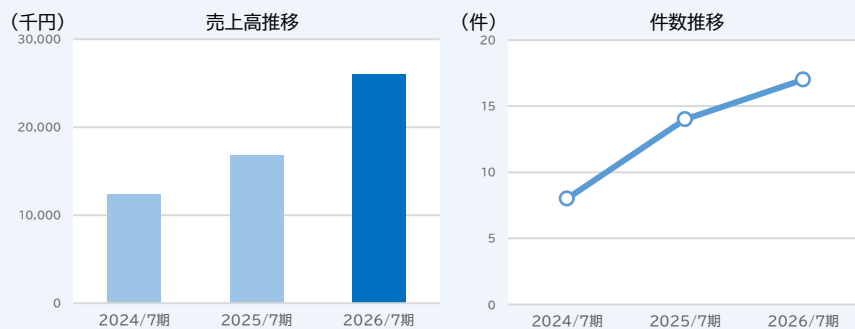


不動産流通事業 / サービス内容

不動産売買仲介



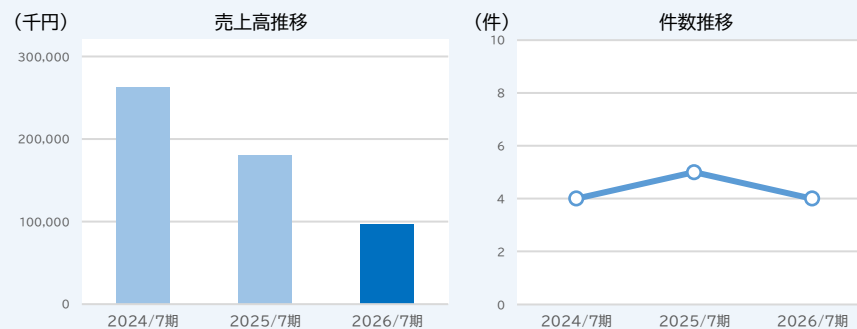
湘南エリア(藤沢・鎌倉・逗子・葉山など)に特化した不動産仲介を展開しています。単なる物件紹介にとどまらず、「海が見える」「自然に囲まれた」などロケーション価値を重視したライフスタイル提案型の仲介が特長です。地元不動産とのネットワークやニッソウグループの施工ノウハウを活かし、物件探しからリフォームまで一貫して対応。居住用からセカンドハウス、投資用まで幅広いニーズに応える体制を整えています。



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。

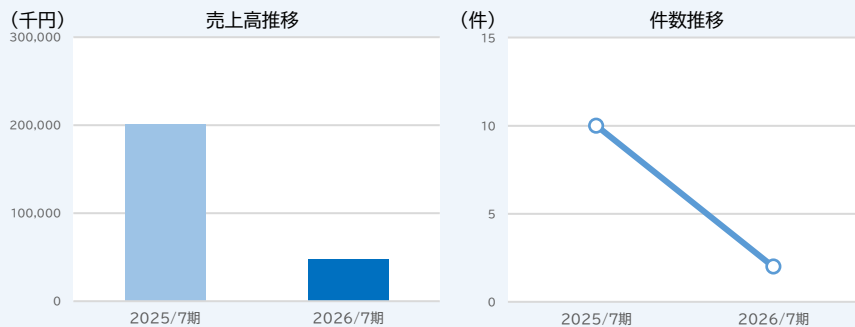


不動産建設事業 / サービス内容

注文住宅



那須塩原エリアの厳しい寒暖差や気候特性に即した、自由設計・フルオーダー型の住まいを提供しています。地域密着で培った建築ノウハウと最新の施工技術を融合し、高気密・高断熱かつ優れた耐震・耐久性能を実現。家族構成やライフスタイルの変化を見据えた柔軟な空間提案により、デザイン性と快適性・安全性を兼ね備えた「長く安心して住み続けられる理想の住まい」を形にします。

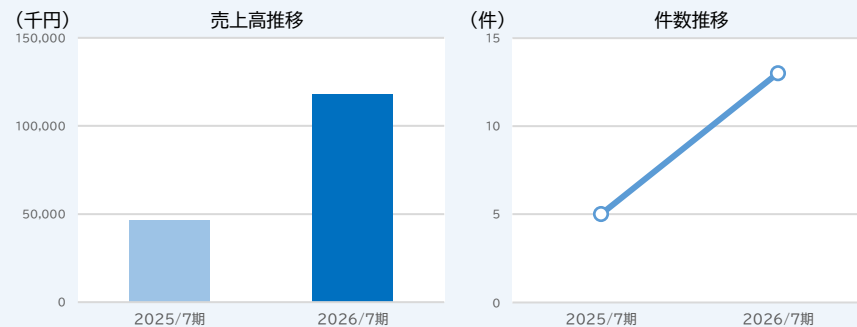


※2025年7月期の不動産建設事業の売上高及び件数はPL連結を開始した2025年7月期2Q以降の数値となります。

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。

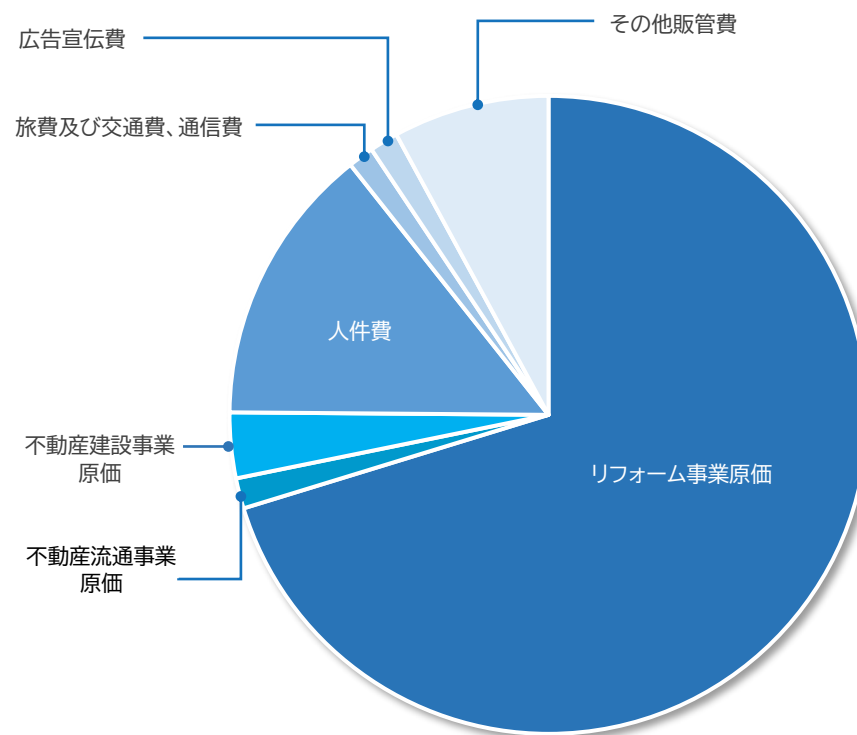


※2025年7月期の不動産建設事業の売上高及び件数はPL連結を開始した2025年7月期2Q以降の数値となります。

2026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	3,807,430	70.3%
	不動産流通事業	83,460	1.5%
	不動産建設事業	179,981	3.3%
売上原価 計		4,070,873	75.1%
人件費		770,003	14.2%
旅費及び交通費、通信費		70,694	1.3%
広告宣伝費		78,215	1.4%
その他販管費		428,909	7.9%
販売費及び一般管理費 計		1,347,822	24.9%



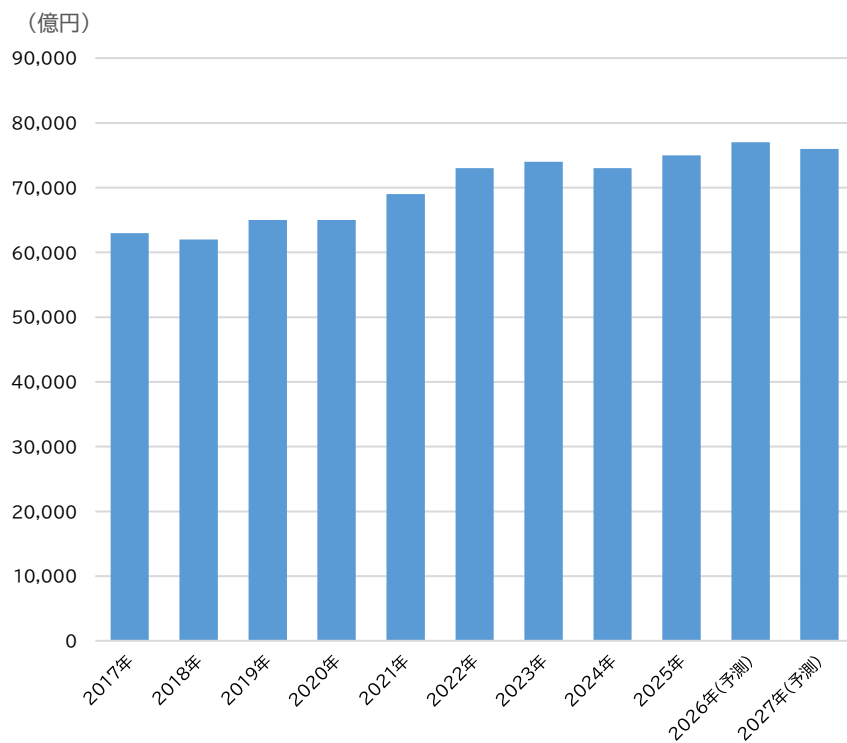
03 市場環境



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

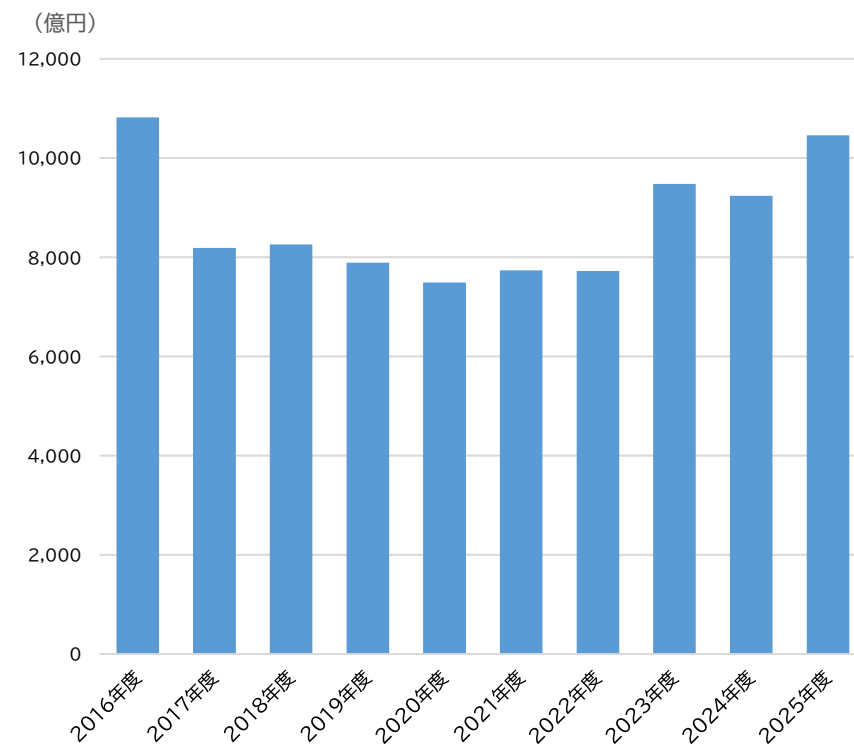
住宅リフォーム市場は受注型のビジネスとして毎年7兆円規模



※(出所)株式会社矢野経済研究所「2026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2025年度は1兆円超え



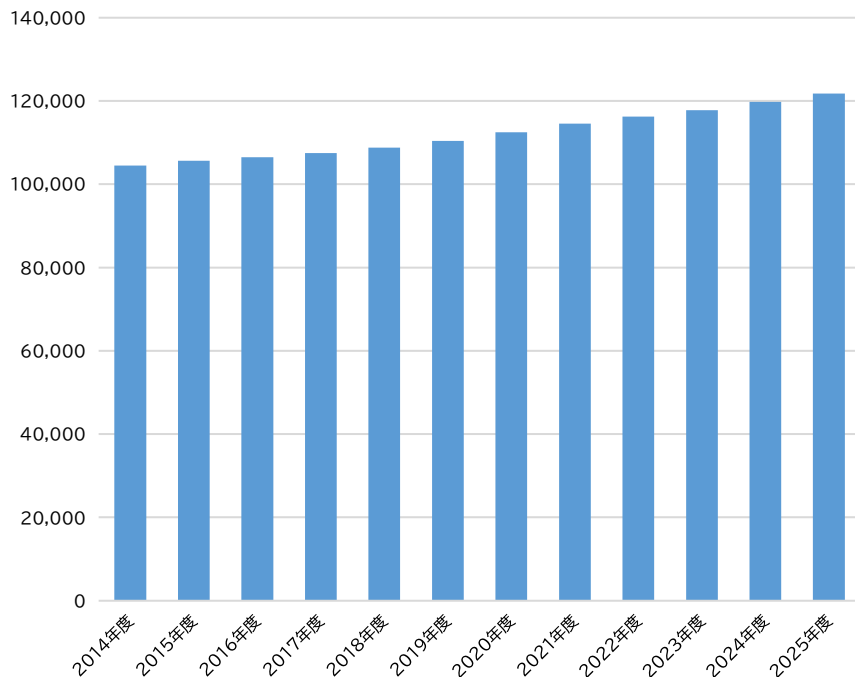
※(出所)国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

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

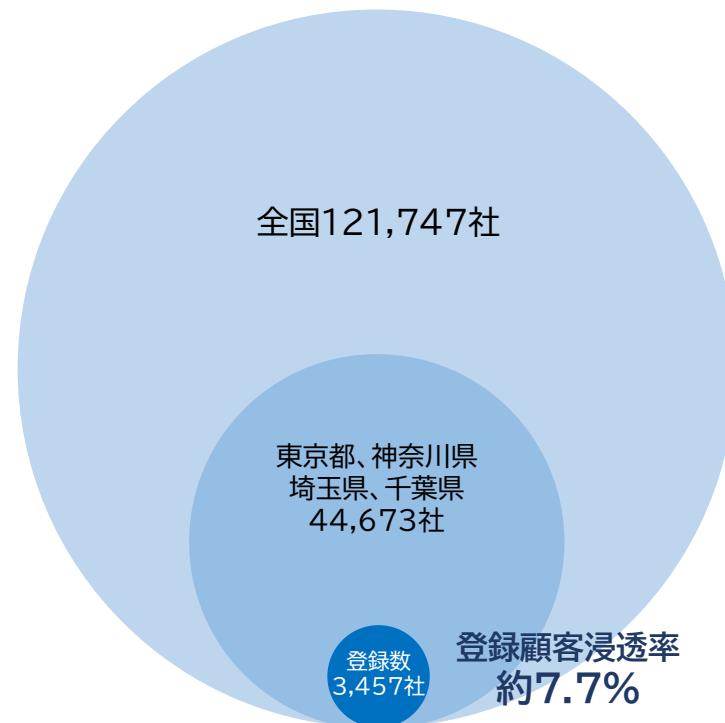
(業者数)



※(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

既存展開エリアのターゲット不動産会社は44,673社。当社の登録顧客は3,457社まで拡大する一方、登録顧客浸透率は約7.7%であり、既存エリア内においても顧客基盤のさらなる拡大余地がある。

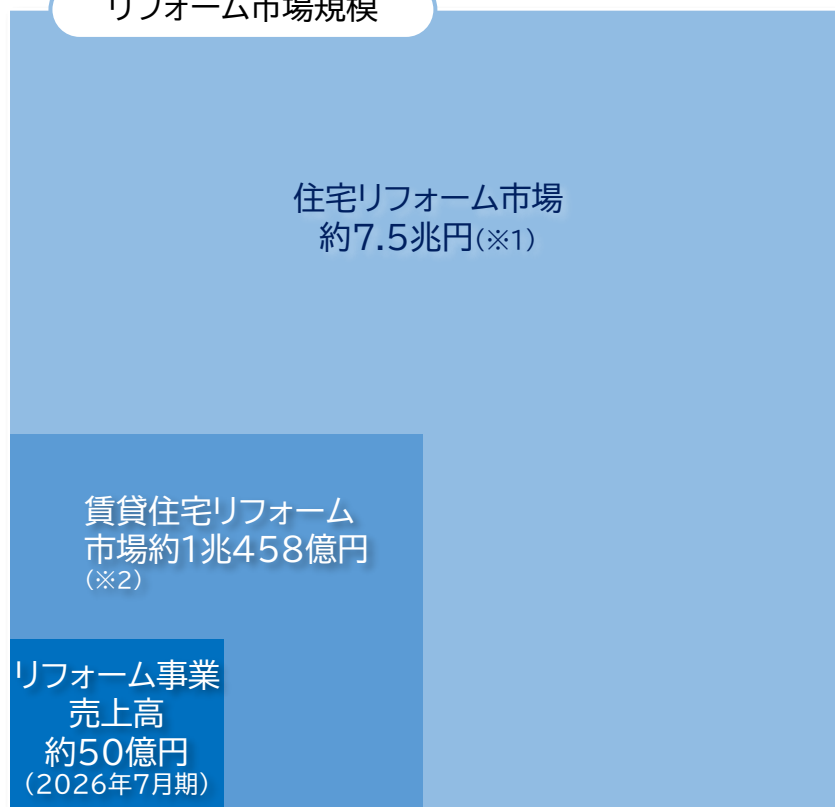


※登録数は2026年7月期末時点の数になります。

※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7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

既存展開エリアにおける市場ポテンシャル

リフォーム市場規模



- ✓ 住宅リフォーム全体では約7.5兆円の市場規模であるが賃貸住宅リフォーム市場においても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36.9%を占めている。※3
賃貸住宅リフォーム市場約1兆458億円の36.9%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

$$\hookrightarrow 1兆458億円 \times 36.9\% \times 5 \sim 10\%$$

$$\hookrightarrow \text{売上高} 192 \sim 385 \text{億円の拡大余地}$$

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7.5兆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「2026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7年度 建築物リフォーム・リニューアル調査」より作成

※3賃貸住宅戸数は令和5年住宅・土地統計調査を基に当社が推計したものです。

※4上記は市場規模を基にした仮定計算であり、当社の業績予想・経営目標を示すものではありません。

リフォーム市場における競争環境

賃貸不動産業界のリフォーム市場には様々な事業者が存在しますが、当社は独立系・BtoB特化の事業モデルにより、中小不動産会社・管理会社を主要顧客とする独自のポジションを構築しています。

主な事業者の特徴と当社のポジショニング

1

大手不動産会社・管理会社の系列施工会社



主な特徴

- ▶ グループ内の管理物件等を中心に原状回復工事・修繕工事を行う事業モデル
- ▶ 資本力・物件数が豊富
- ▶ 自社またはグループ会社で施工体制を構築



当社のポジショニング

- ▶ 特定の不動産グループに属さない独立系
- ▶ 中小不動産会社・管理会社を中心に幅広く対応
- ▶ 入居中のクレーム対応や小規模工事にもきめ細かく対応

2

地域の工務店・内装会社等



主な特徴

- ▶ 特定の地域に根ざした事業展開
- ▶ 内装工事や設備工事など専門工事に強み
- ▶ 価格競争力がある



当社のポジショニング

- ▶ 全国800社超の協力業者ネットワーク
- ▶ 社内の施工管理体制により、複数地域・複数案件に対応
- ▶ 多様な工程をワンストップで提供

3

大手リフォーム会社・チェーン



主な特徴

- ▶ 個人住宅向けリフォームを中心に幅広く展開
- ▶ ブランド力・知名度が高い
- ▶ ショールームや広告を活用した集客力



当社のポジショニング

- ▶ 賃貸不動産業界に特化し、不動産会社・管理会社を主要顧客とするBtoB型
- ▶ 30年以上の実績で培ったノウハウ
- ▶ 原状回復工事・小規模修繕など賃貸物件に適したサービスを提供

当社の強みと市場でのポジション



独立系×BtoB特化により、中小不動産会社・管理会社を中心とする市場で独自のポジションを構築

3,000社超
取引基盤

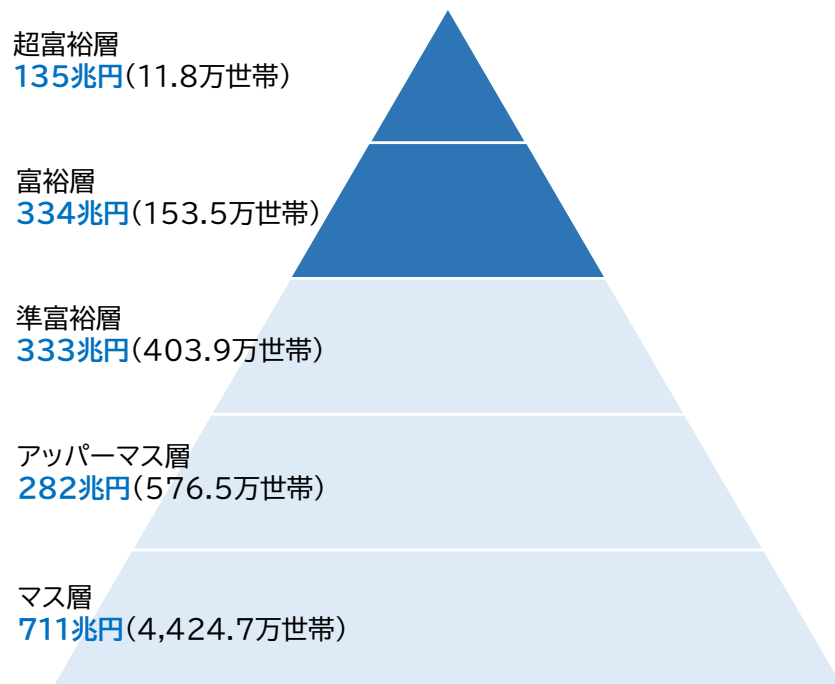
800社超
外注ネットワーク

▶ これまで培ったBtoBリフォーム施工・営業基盤を活かし、2027年7月期からは、不動産会社以外の法人企業への顧客層拡大にも取り組みます。

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

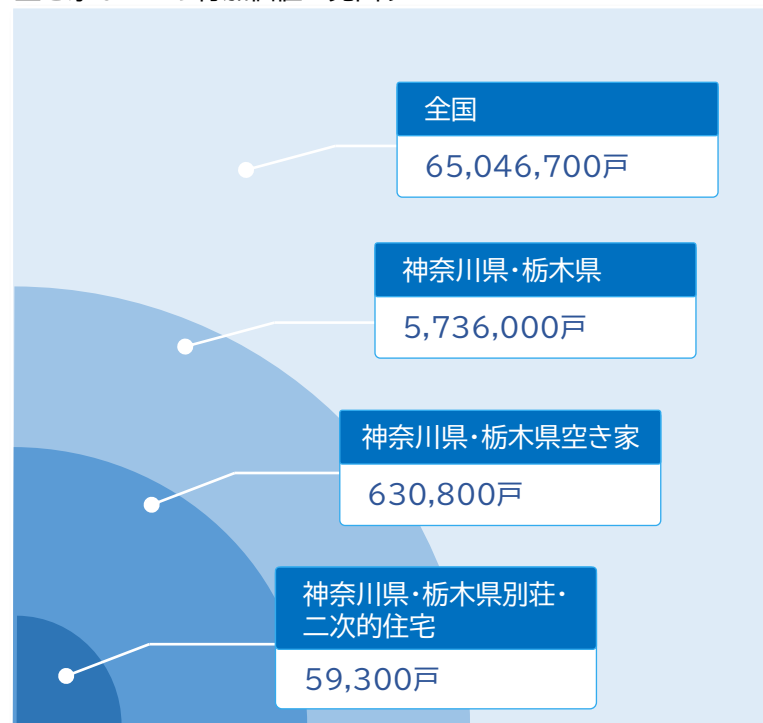
顧客ターゲットのメインは超富裕層・富裕層の165.3万世帯
その純金融資産の総額は469兆円と推計



※(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

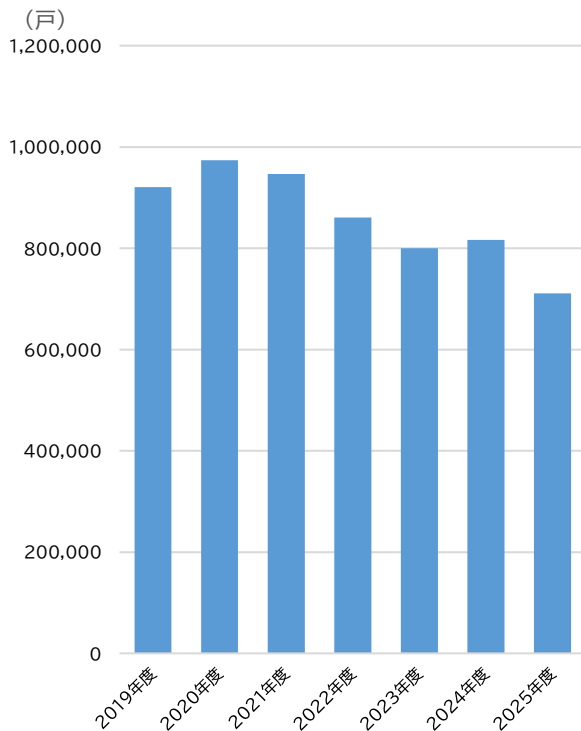


※(出所)住宅・土地統計調査 令和5年住宅・土地統計調査 住宅及び世帯に関する基本集計

住宅の戸数推移

新築住宅の戸数の推移

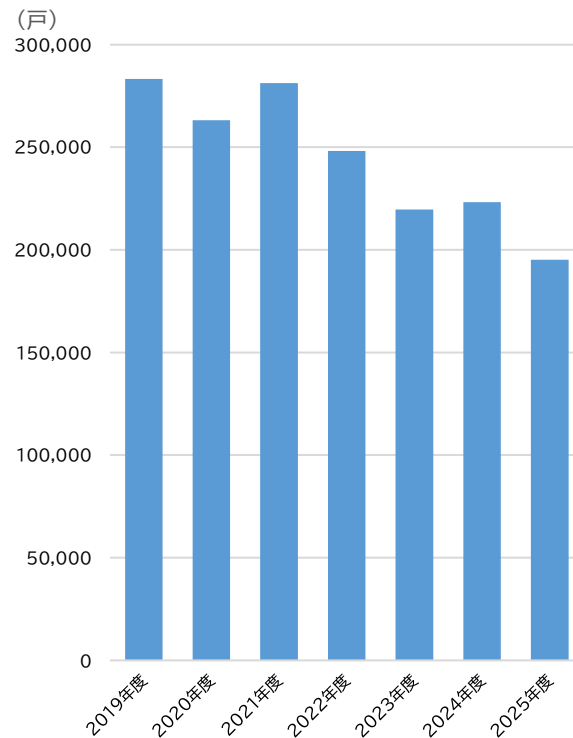
新築住宅の戸数は緩やかに下降
近年は概ね80万戸で推移



※(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

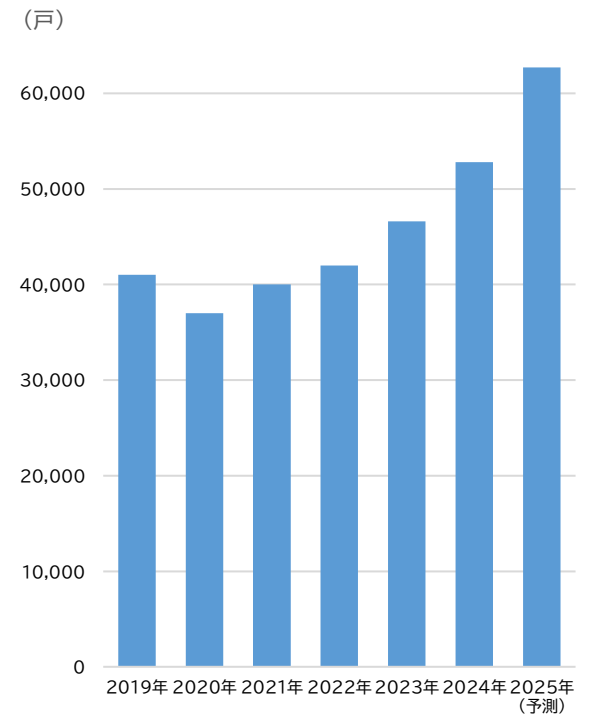
人口減少等を背景に長期的な減少傾向
また費用負担増で足元では弱い動き



※(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

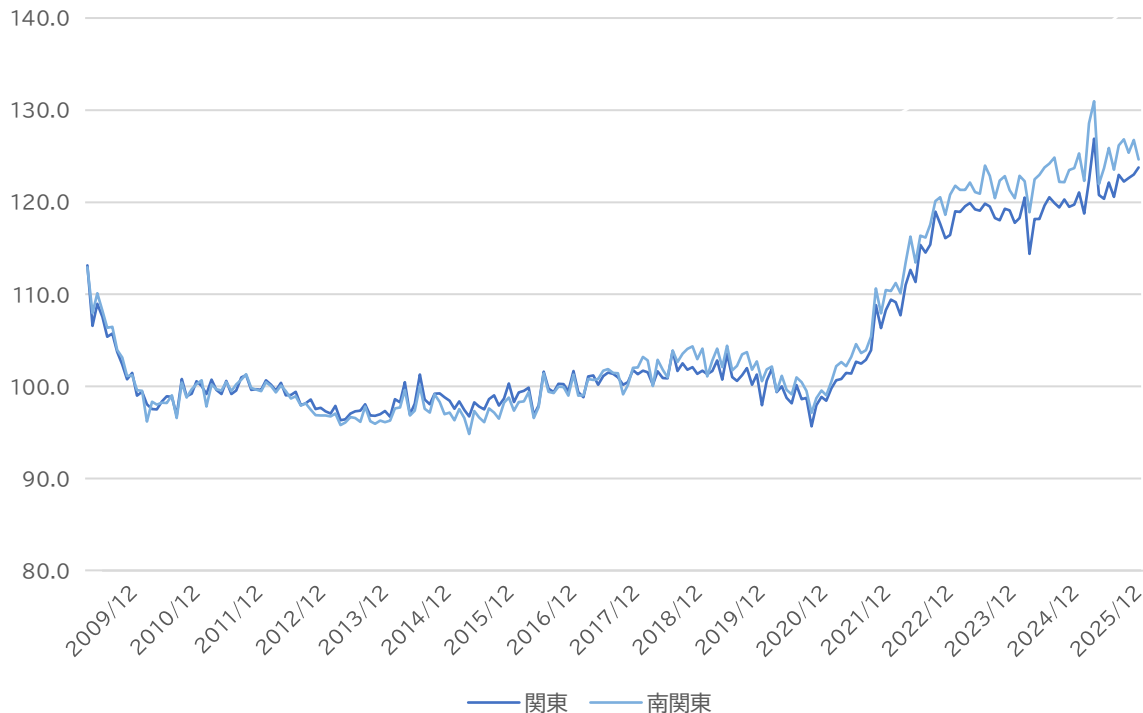


※(出所)矢野経済研究所「中古住宅買取再販市場に関する調査」より作成

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・南関東の戸建住宅価格指数は、2021年頃から上昇基調が鮮明となり、足元でも2010年平均を大きく上回る水準で推移している



※(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

【住宅地の地価上昇】

東京圏では住宅地の地価上昇が継続しています。利便性や住環境に優れた地域を中心とした土地需要を背景に、土地取得費の上昇が戸建住宅価格を押し上げる要因となっています

【建築コストの上昇】

建築資材価格や労務費などの上昇により、住宅の建築コストは高い水準で推移しています。土地価格の上昇とあわせ、新築戸建住宅の販売価格を押し上げる要因となっています

【立地・住環境に対する需要】

住宅取得では価格だけでなく、交通利便性、生活利便性、居住面積、住環境などが重視されています。こうした条件を備えた住宅地では需要が継続し、地価・住宅価格を下支えています

【マンション価格上昇による住宅選択の変化】

首都圏ではマンション価格の上昇が顕著となっています。そのため住宅購入者にとって、マンションと戸建住宅の価格、面積、立地条件を比較して住宅を選択する重要性が高まっています

【住宅取得支援策】

住宅ローン減税をはじめ、子育て世帯・若者夫婦世帯などを対象とした住宅取得支援策が継続されており、住宅取得を下支える要因の一つとなっています

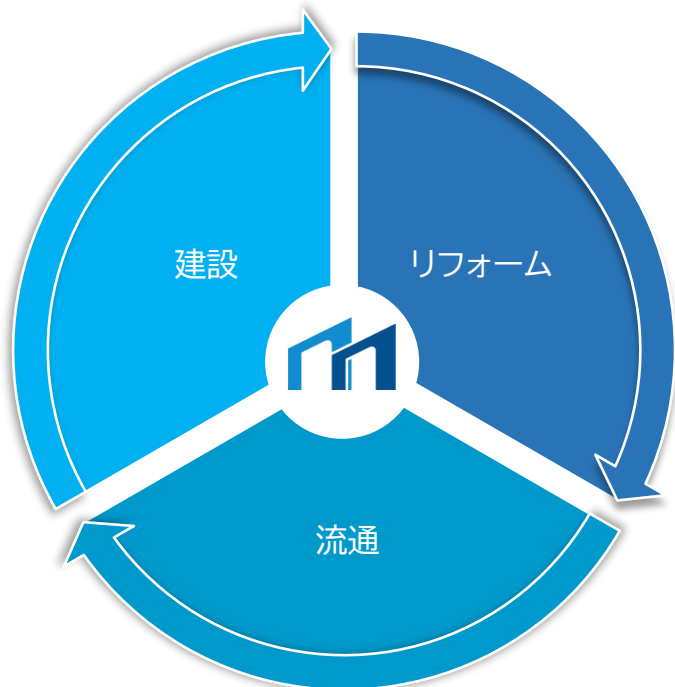
04 競争力の源泉



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

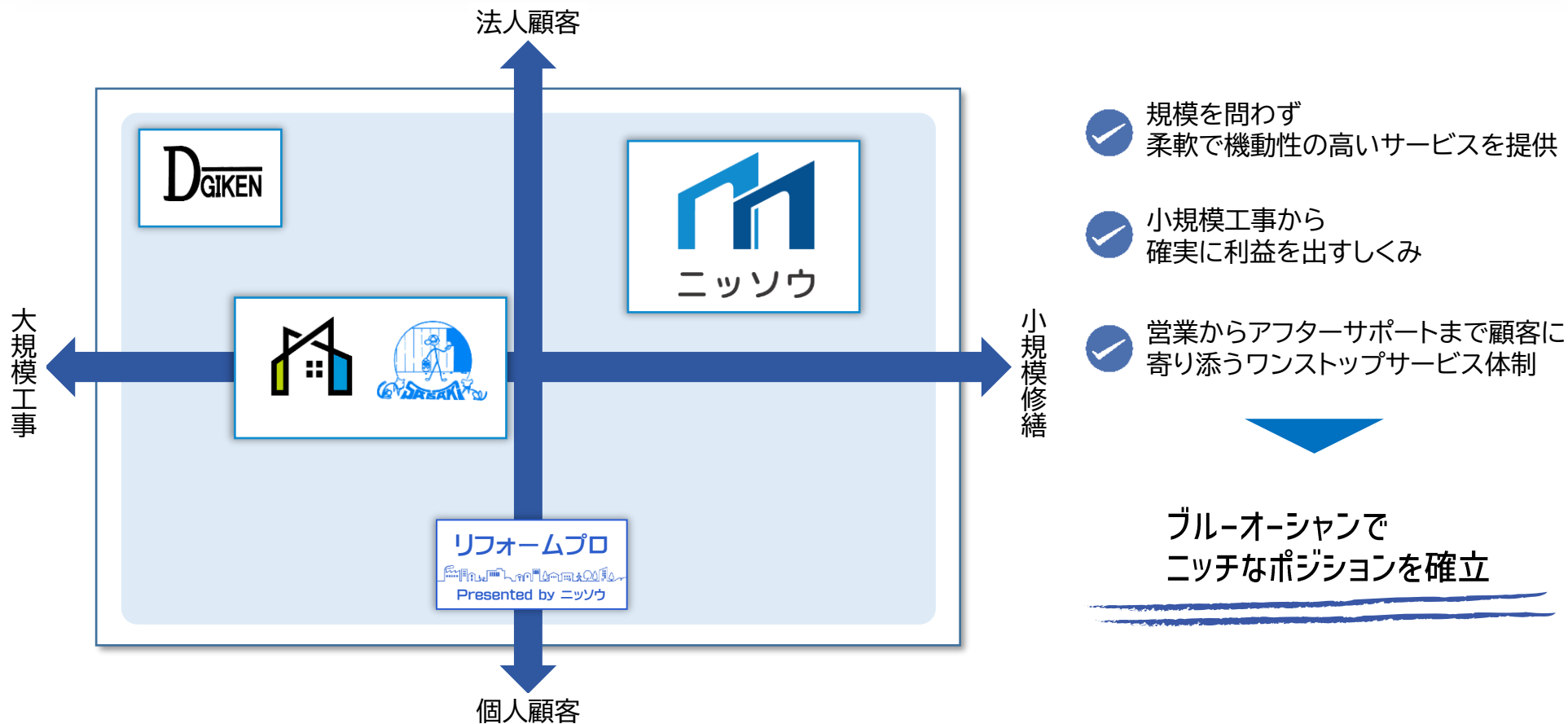


新たな価値を創造し、未来の暮らしを形にする

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

主要顧客である地域に根付いた不動産会社を中心とする事業基盤を維持しながら、原状回復工事や小規模修繕工事を対象とした市場で独自のポジションを構築。また、グループ会社、一般消費者事業との連携に加え、新たな法人顧客の開拓により事業領域の拡大を図ります。



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。



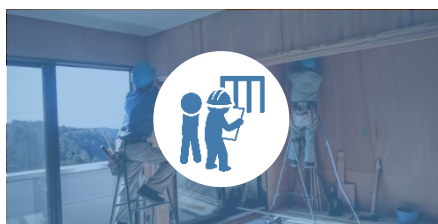
リフォーム事業 / 特徴と強み

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つけさせる育成制度。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わた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。



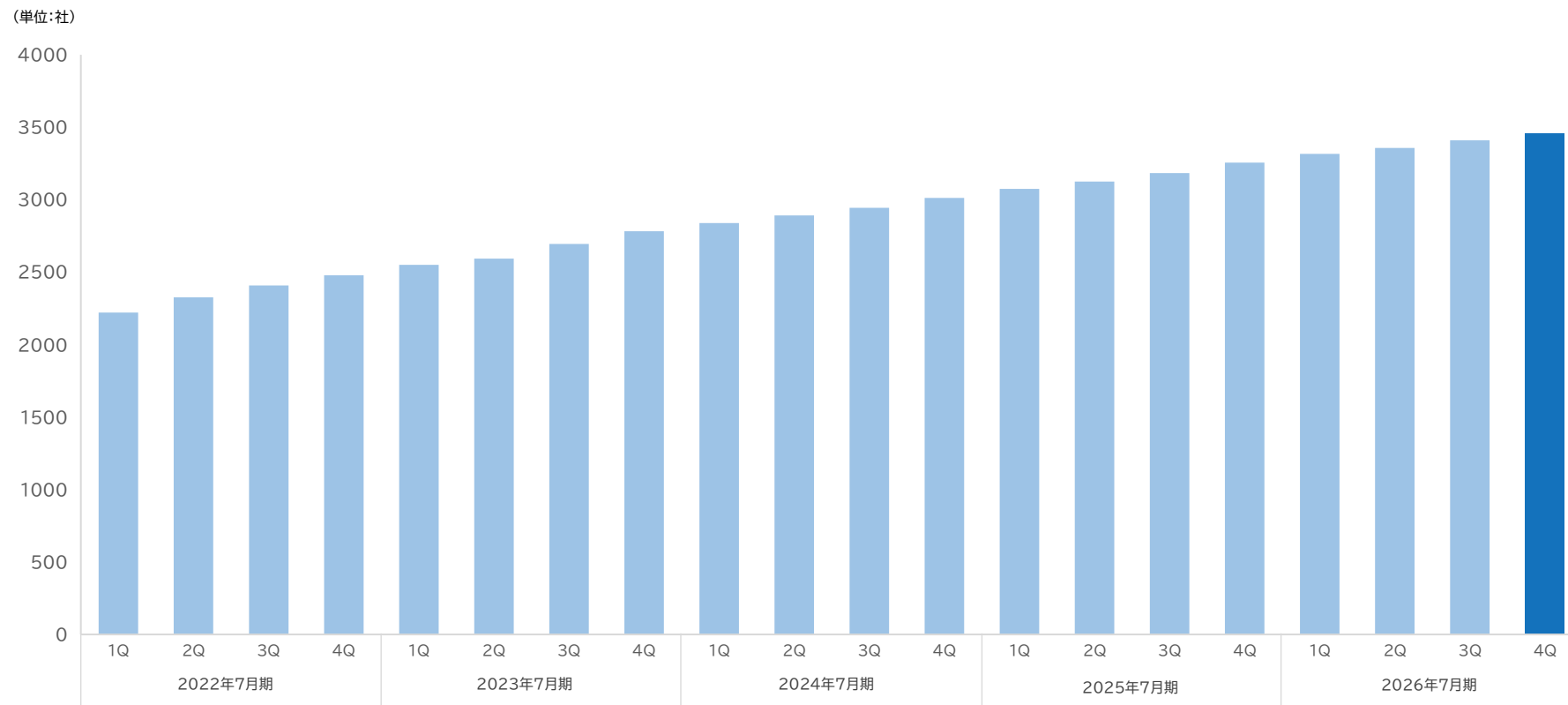
持続的に成長し永続する企業へ

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

工事の大小にかかわらず、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



40名を超える 施工管理担当者

多くの施工管理担当者があり、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こと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。

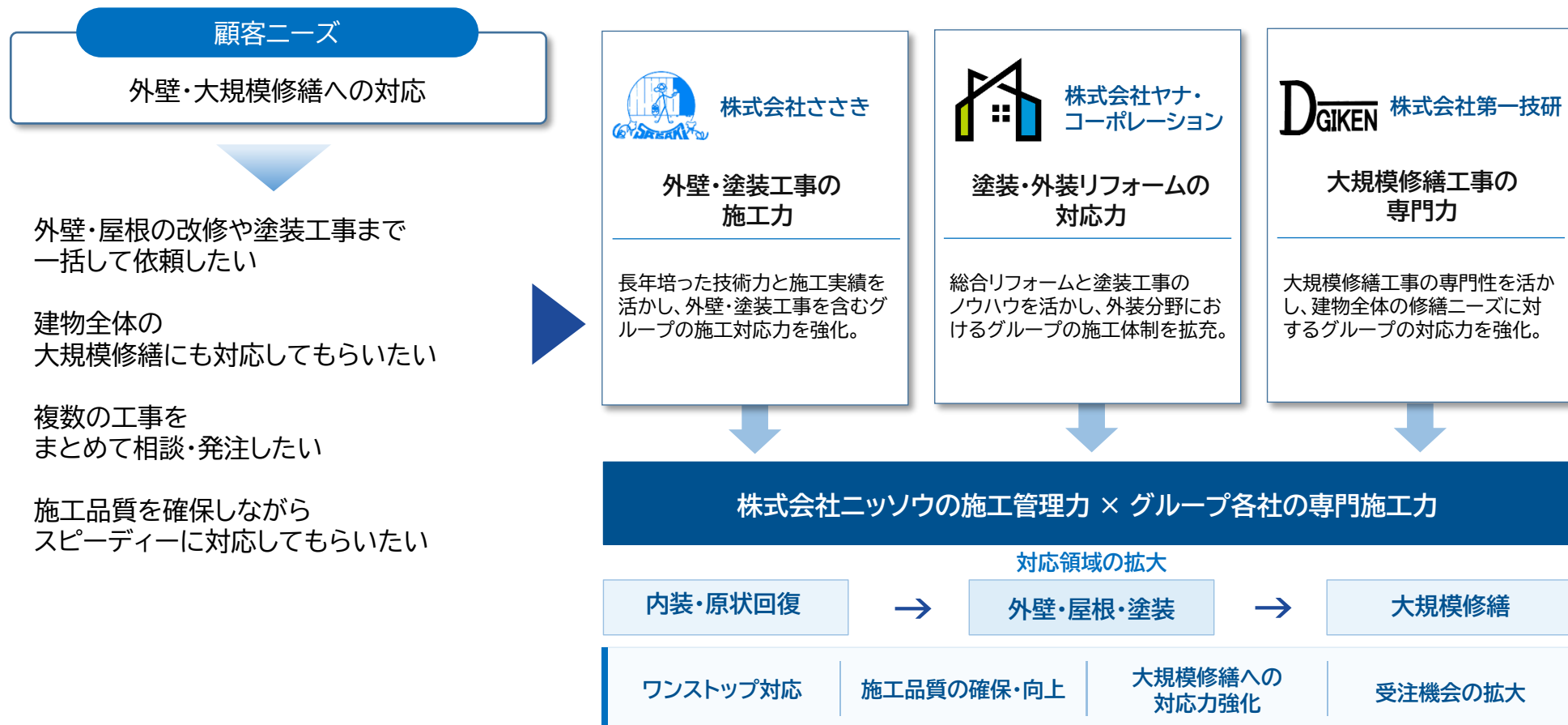


外注先との 信頼関係の構築

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。

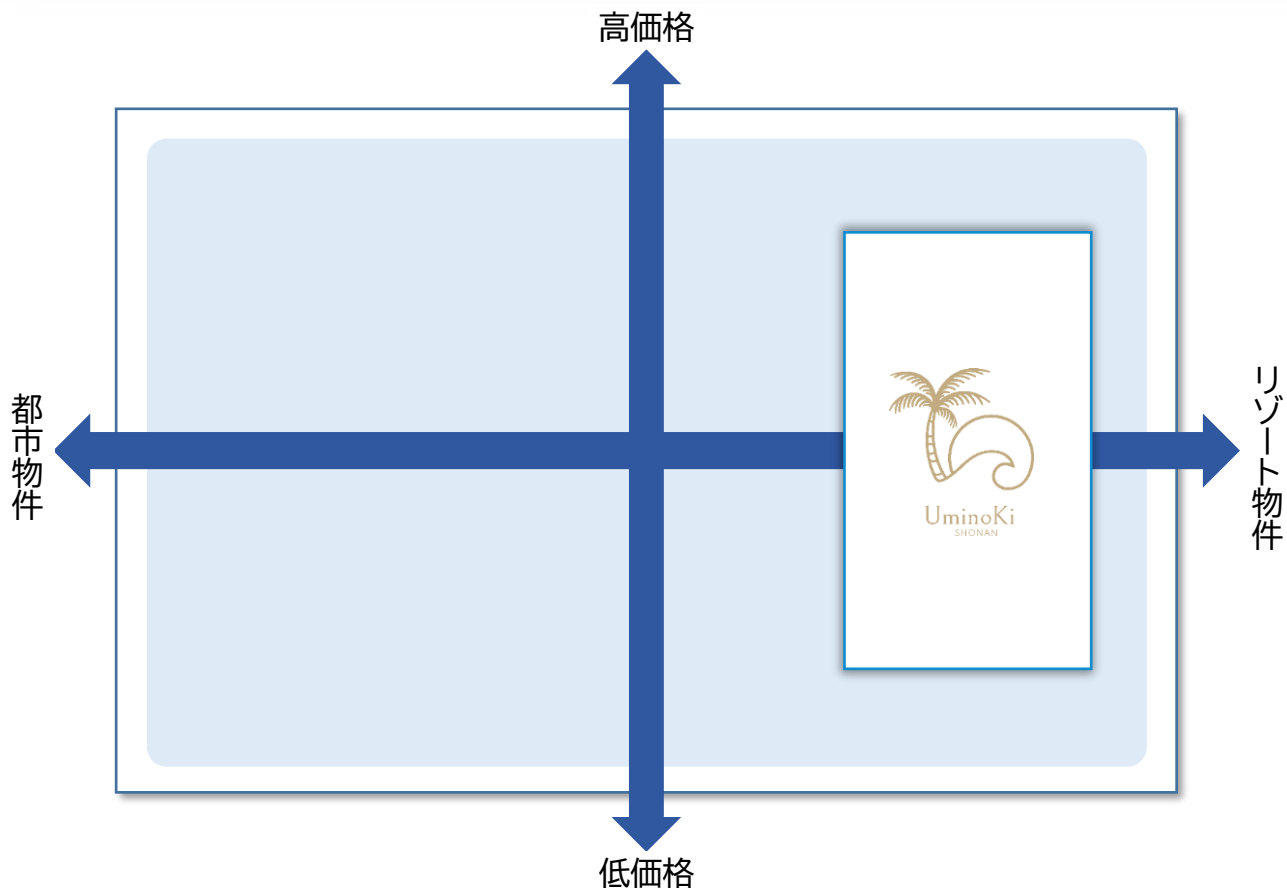
リフォーム事業 / 特徴と強み

グループ各社の専門性を結集し、内装・原状回復から外壁・塗装、大規模修繕まで対応領域を拡大。
ニッソウの顧客基盤・施工管理能力と各社の専門施工力を融合し、幅広い顧客ニーズへの対応力を強化。



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

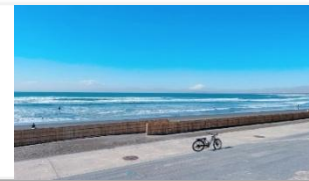
湘南リゾート特化の自社ブランド、グループ連携による再販力、富裕層向け高付加価値物件、移住志向に響く提案力、地域密着型の物件ネットワークが強み。



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。

1 湘南エリアへの特化

海と自然に囲まれた湘南エリアは、セカンドハウス・移住先として高い人気を誇る、当社の主要なターゲットエリアです。



湘南エリアの魅力

-  豊かな自然と温暖な気候
-  都心からの高いアクセス性
-  セカンドハウス・移住ニーズの拡大
-  資産価値の安定性



2 独自の物件選定力

地域に精通したスタッフと地元ネットワークを活かし、一般市場も出る前の優良物件や、付加価値の高い物件の情報をいち早く収集・選定しています。

未公開情報の収集



地元不動産会社。地主との信頼関係により、市場に出る前の物件情報を取得

立地・景観の見極め



「海を望む」「海まで徒歩圏」など、リゾートならではの価値を持つ物件を厳選

付加価値の創出



リフォーム・リノベーションによる価値向上を前提に、将来性の高い物件を選定

選定における主な着眼点



海の眺望



海までの距離
(徒歩圏)



日当たり・解放感



周辺環境・生活利便性



リノベーション可能性



将来的な資産価値

湘南エリアの価値ある不動産を発掘し、お客様に「海のある豊かな暮らし」を提案します。

不動産流通事業 / 特徴と強み

グループ会社との連携に加え、全国の不動産会社ネットワークおよび各分野の専門家、さらには海外パートナーとの連携により、住まいに関する多様なニーズにワンストップで対応できる体制を構築しています。

1 グループ連携

グループ各社の専門性を活かし、リフォームから大規模修繕まで幅広いニーズに対応します

 ニッソウ
内装工事

 ヤナ・コーポレーション
塗装・外装工事

 ささき
塗装・外装工事

 第一技研
大規模修繕工事

グループの総合力で
企画・提案から施工まで一貫対応



2 国内ネットワーク

全国3,000社を超える不動産会社とのネットワークに加え、各分野の専門家と連携し、最適な提案を提供します。

 不動産会社
(3,000社以上)

 司法書士
(登記・相続)

 税理士
(税務相談)

 不動産鑑定士
(不動産評価)

 損害保険会社
(火災・地震保険等)

 住宅ローン金融機関
(資金計画)

各分野の専門家との連携で
安心・安全な取引をサポート

3 海外ネットワーク

アジアにおけるパートナーとの連携により、海外の不動産ニーズにも対応し、新たな事業機会の創出を目指します。

 TOMORROW WTO SDN. BHD.
戦略的パートナーシップ
契約を締結

 OSK Holdings Berhad
MOU締結

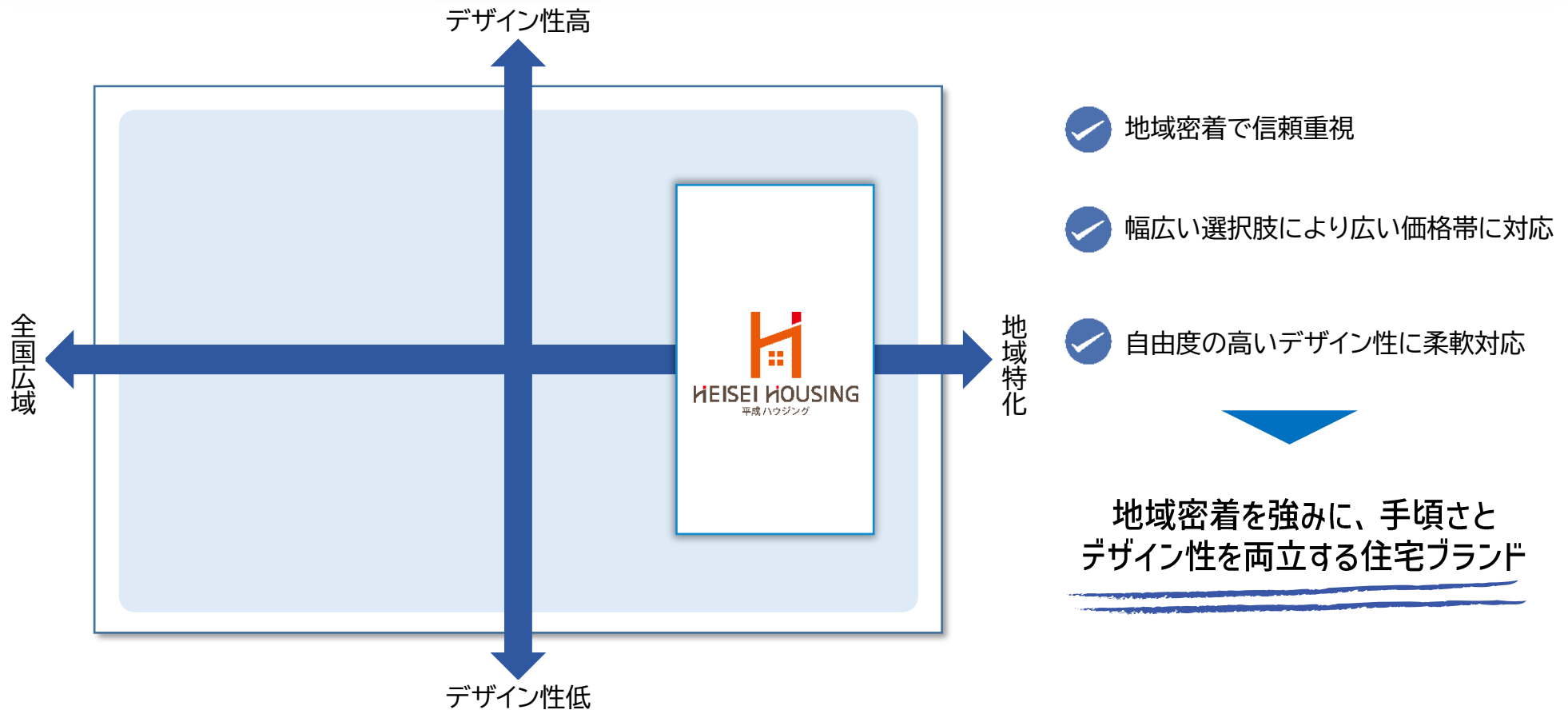


海外パートナーとの連携を活用し
グローバルな不動産ビジネスを展開

グループ・国内外のネットワークを活用し、不動産流通事業における提案領域と事業機会の拡大を図ります。

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、地域ネットワークや施工・営業ノウハウの蓄積が競争力となり、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

地域密着で培った提案力と住まいづくりのノウハウを活かし、顧客の予算やライフスタイル、敷地条件等に応じた注文住宅を提案します。地域特性や一人ひとりの暮らし方を丁寧に捉え、設計・デザインから施工まで、理想の住まいをかたちにします。

施工事例



1



ニーズに応じた提案力

予算・ライフスタイルに合わせた住まいづくり

顧客の予算やライフスタイル、将来設計等を踏まえ、それぞれのニーズに応じた住まいを提案します。



2



設計・デザイン対応力

敷地を活かした自由度の高い設計

敷地条件や暮らし方を踏まえ、空間設計・収納・動線等にも配慮した、自由度の高い住まいづくりに対応します。



3



地域密着の対応力

敷地特性を踏まえた一貫対応

地域の住宅事情や顧客ニーズを踏まえ、相談から設計・施工、アフターサービスまで一貫して対応します。



ニーズに応じた提案力

×

設計・デザインの対応力

×

地域密着の対応力



一人ひとりのニーズに応じた
注文住宅を提供

05 事業計画



2027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。
また既存事業の深化・拡張と、新たな事業領域の開拓を通じ、持続的な成長を目指します。



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を含む統合体制を強化し、M&A後の事業成長につなげます

2027年7月期 連結業績計画

売上高

6,909,930千円

営業利益

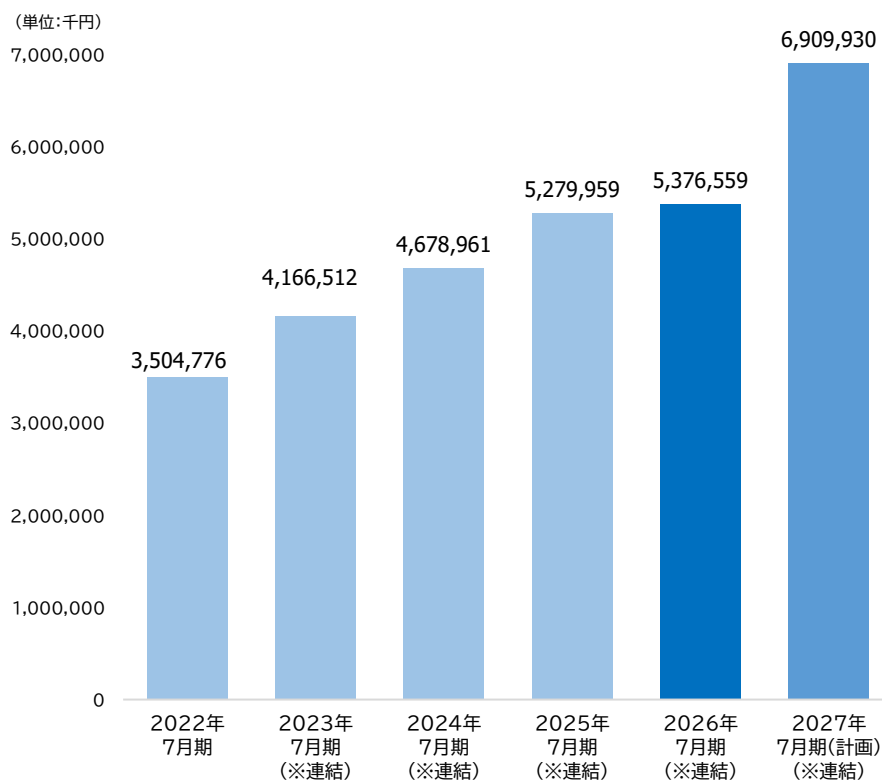
235,129千円

親会社株主に帰属する
純利益

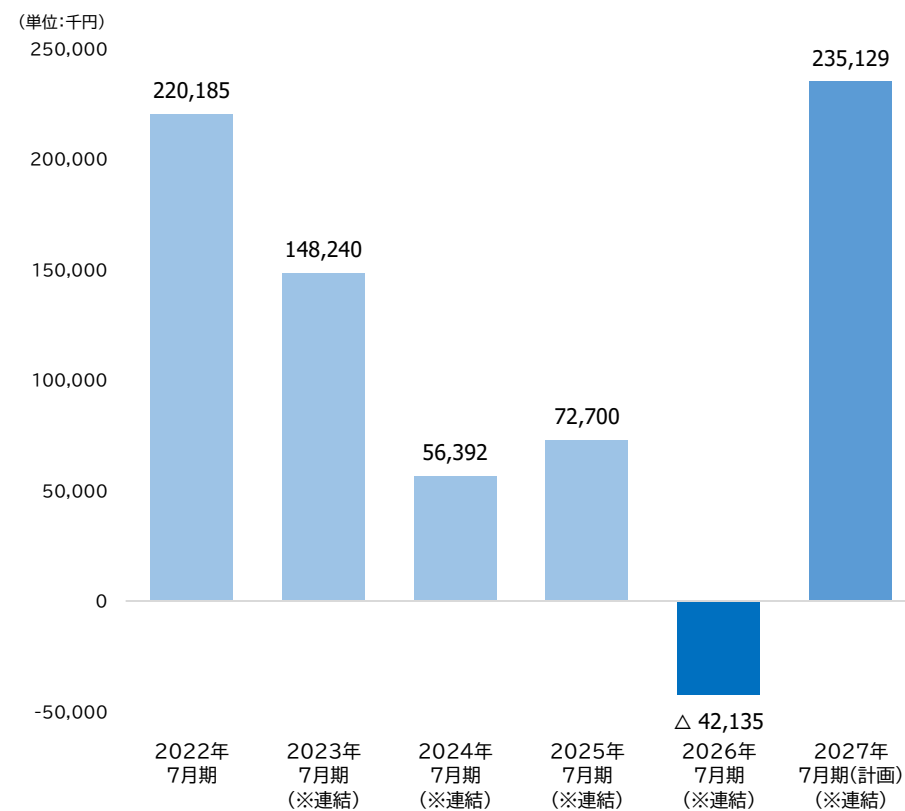
146,013千円

2027年7月期 連結業績計画

売上高の推移



営業利益の推移



2027年7月期 営業利益の黒字転換要因

売上高28.5%増及び売上総利益率の改善により、売上総利益は395,757千円増加する計画です。
人材・営業施策等への成長投資を継続しながら、売上総利益の増加が販管費の増加118,492千円を上回ること、営業利益235,129千円への黒字転換を計画しています。

営業利益の回復構造

(単位:千円)



営業利益の改善額 277,265千円

売上総利益増加の前提

売上高 5,376,559 → 6,909,930 (+28.5%)
売上総利益率 24.3% → 24.6% (+0.3pt)

- ・新規顧客の獲得と既存顧客との取引深耕
- ・施工管理体制の拡充による工事件数の増加
- ・グループ会社及び注文住宅の業績寄与

販管費の考え方

販管費 1,347,822 → 1,466,315 (+8.8%)
売上総利益 +30.3% > 販管費 +8.8%

売上拡大に向けた人材・営業施策への投資を継続しつつ、
売上総利益の伸びを販管費の伸びより高くする計画です。

※営業利益の改善額は、2027年7月期計画と2026年7月期実績との差額です。
※各数値は千円未満を切り捨てて表示しているため、表示金額から算出した差額と一致しない場合があります。

2027年7月期 連結業績計画

2027年7月期は、売上高6,909,930千円、営業利益235,129千円を計画しています。既存事業の拡大とグループ会社の寄与により増収を見込み、人材・営業施策への投資を継続しながら、営業利益の黒字転換を目指します。

(単位:千円)

連結業績計画	2026年7月期 (実績)	2027年7月期 (計画)	前期比	
			増減額	増減率
売上高	5,376,559	6,909,930	1,533,370	+28.5%
売上原価	4,070,873	5,208,485	1,137,612	+27.9%
売上総利益	1,305,686	1,701,444	395,757	+30.3%
販売費及び 一般管理費	1,347,822	1,466,315	118,492	+8.8%
営業利益	△42,135	235,129	277,265	黒字転換
経常利益	△51,822	213,623	265,446	黒字転換
親会社株主に帰属する 当期純利益	△139,198	146,013	285,211	黒字転換

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）

2027年7月期も引き続き、幅広い求人で人材採用を強化し、事業規模の拡大と収益力の強化を図り、中長期的な持続的成長を目指します。

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・共用部工事等への対応領域の拡大及び既存顧客との取引深耕

リピート件数増加



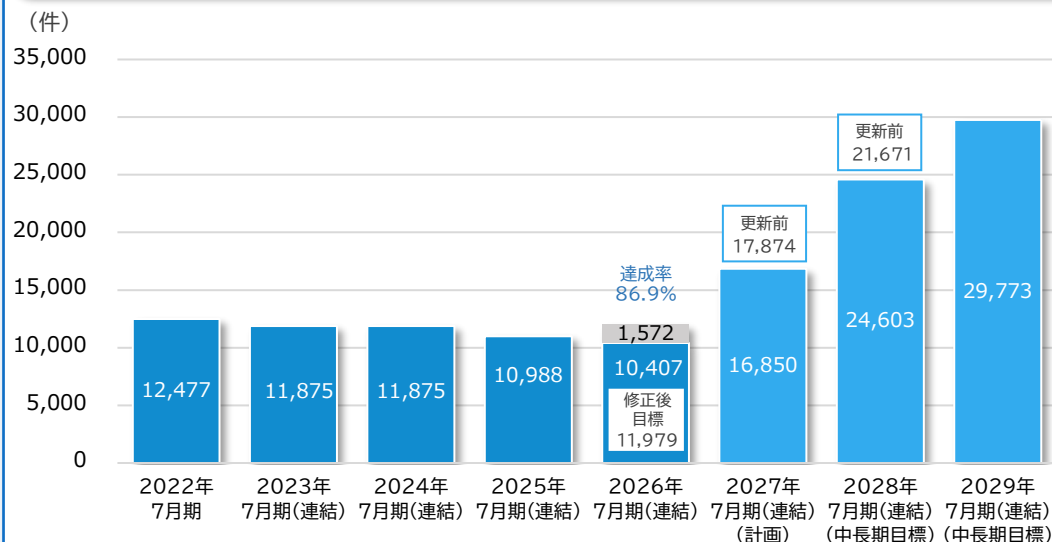
ニーズに対応したサービスの提供
既存サービスの効率化
提案力の向上及び推進

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



2026年7月期

前期比581件減

期中 **10,407** 件

修正後目標達成率 **86.9 %**

【要因の分析と今後の成長戦略】

リノベーション工事や長期間を要する外壁工事等の増加に加え、人員計画の未達により小規模案件への対応力が不足し、工事件数は計画を下回りました。今後は採用・育成による施工管理体制の拡充、業務効率化、外注先との連携強化を進め、対応可能な工事件数の拡大と安定的な受注体制の構築を図ります。

※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。

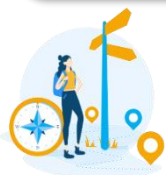
※2026年7月期の目標値は、2026年3月17日公表の通期連結業績予想の修正に伴い見直したKPIを記載しております。

リフォーム事業 / 事業KPI(重要指標)

新たな顧客の獲得

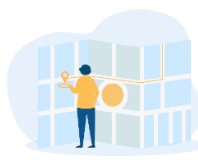
安定した顧客獲得は成長性を測るうえで重要な施策となります。当社グループのブランドの認知度向上を図り、新規顧客との接触機会を増やし、顧客基盤の拡大を図ります。新規顧客の獲得と既存顧客との取引深耕を通じて、工事件数及び売上高の拡大につなげます。

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



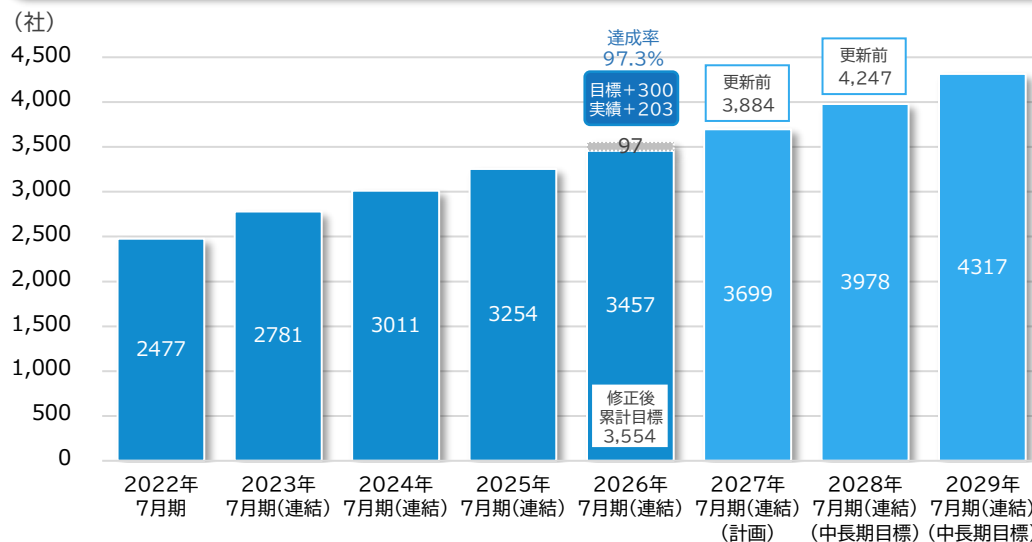
顧客開拓のため未進出エリアへ営業所を開設
対応エリア拡大により顧客満足度向上、リピート顧客へと繋げる

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



2026年7月期

期中203社獲得

期末累計 **3,457** 社

修正後目標達成率 **97.3** %

【要因の分析と今後の成長戦略】

営業・広告施策により新規顧客203社を獲得し、累計登録顧客数は3,457社となりました。既存展開エリアの登録顧客浸透率は約7.7%であり、さらなる拡大余地があります。今後は営業体制を強化し、新規顧客の獲得と既存顧客との取引深耕を進め、工事件数及び売上高の拡大につなげます。

※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。
※2026年7月期の目標値は、2026年3月17日公表の通期連結業績予想の修正に伴い見直したKPIを記載しております。

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

持続的な成長には、事業拡大を支える人材の確保と育成が不可欠です。新卒・中途採用を強化するとともに、教育・研修制度の充実を通じて人材の早期戦力化と定着を図り、施工管理体制の強化につなげます。

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



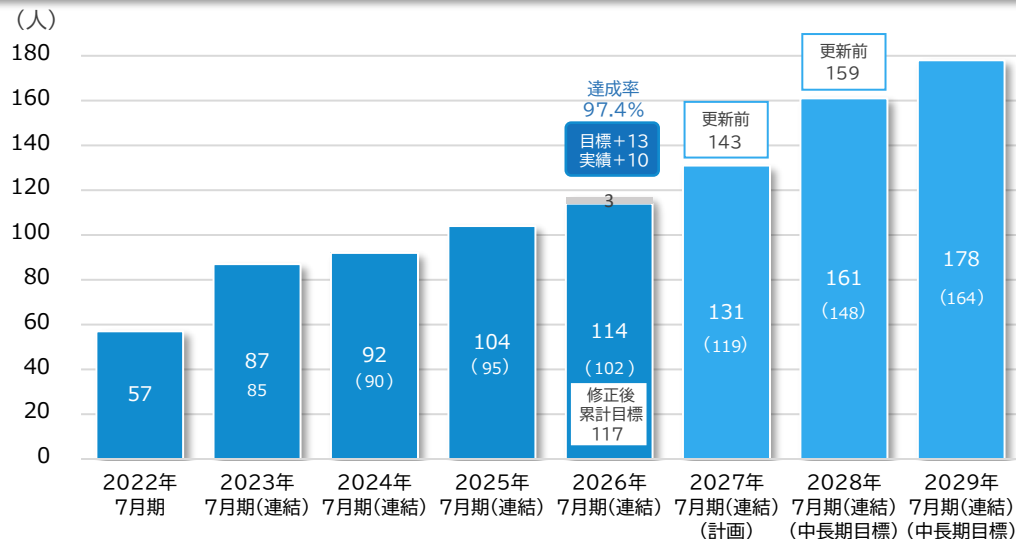
新入社員向けの研修コ
ンテンツの拡充
教育体制の強化
指導カリキュラムの見直
し 管理職育成

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



2026年7月期

期中10名増

期末 **114** 名

修正後目標達成率 **97.4 %**

【要因の分析と今後の成長戦略】

グループ従業員数は114名となりましたが、採用計画に対しては未達となりました。事業拡大に必要な施工管理人材の確保を重要課題と捉え、今後は新卒・中途採用の強化に加え、教育・研修による早期戦力化と定着を進め、対応可能な工事件数の拡大を支える人材基盤と施工管理体制の強化を図ります。

※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。
※2026年7月期の目標値は、2026年3月17日公表の通期連結業績予想の修正に伴い見直したKPIを記載しております。

リフォーム事業 / 顧客層の拡大

既存の主要顧客である不動産会社との取引拡大を継続するとともに、
2027年7月期から不動産会社以外の法人企業への営業活動を強化し、新たなリフォーム需要の獲得を図ります。

既存顧客市場

不動産会社・不動産管理会社



不動産会社

不動産管理会社

これまでの取り組み

- ✓ 新規顧客の獲得
- ✓ 既存顧客との取引拡大
- ✓ 対応エリアの拡大
- ✓ 提案力・施工品質の強化

既存市場でのシェア拡大



新たな顧客層

不動産会社以外の法人企業



一般企業
(オフィス・本社等)



店舗・商業施設



工場・物流施設



医療・福祉・
教育施設 等

今後の取り組み(第39期から強化)

- ✓ 法人企業への営業活動の強化
- ✓ 業種・業態に応じたニーズの開拓
- ✓ 提案体制の整備・営業ノウハウの蓄積
- ✓ 将来的な受注拡大に向けた基盤づくり

新たなリフォーム需要の獲得



既存市場の深耕 × 顧客ターゲットの拡張
リフォーム事業の受注機会・事業基盤の拡大



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

メディアミックスとSNS強化による顧客接点の拡大



テレビCMやFAX配信、DMIに加え、SNS等のデジタルチャネルを活用し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活かして顧客接点を拡大するとともに、SNSを通じた継続的な情報発信を強化することで、認知度の向上と新たな顧客層へのアプローチを図ります。今後も、各チャネルの効果を検証しながら最適な組み合わせを追求し、新規顧客の獲得につなげてまいります。

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、成約率と顧客満足度の向上を図っています。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

ニッソウ

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



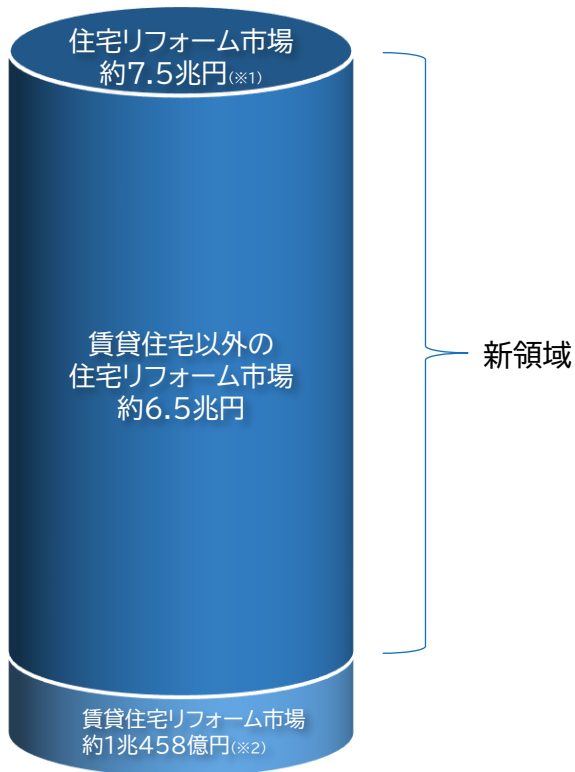
持続的な成長を実現するための最重要資源を“人”と捉え、戦略的な人材投資を強化しています。新たに新卒採用を開始するとともに、即戦力となる中途人材の採用も引き続き推進し、組織の多様性と柔軟性を高めてまいります。資格の有無にかかわらず、意欲とポテンシャルを重視した採用方針を掲げ、挑戦する人材が活躍できる環境を整えることで、企業としての競争力と持続的な成長を支えていきます。

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「2026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7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向上を図ります。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。

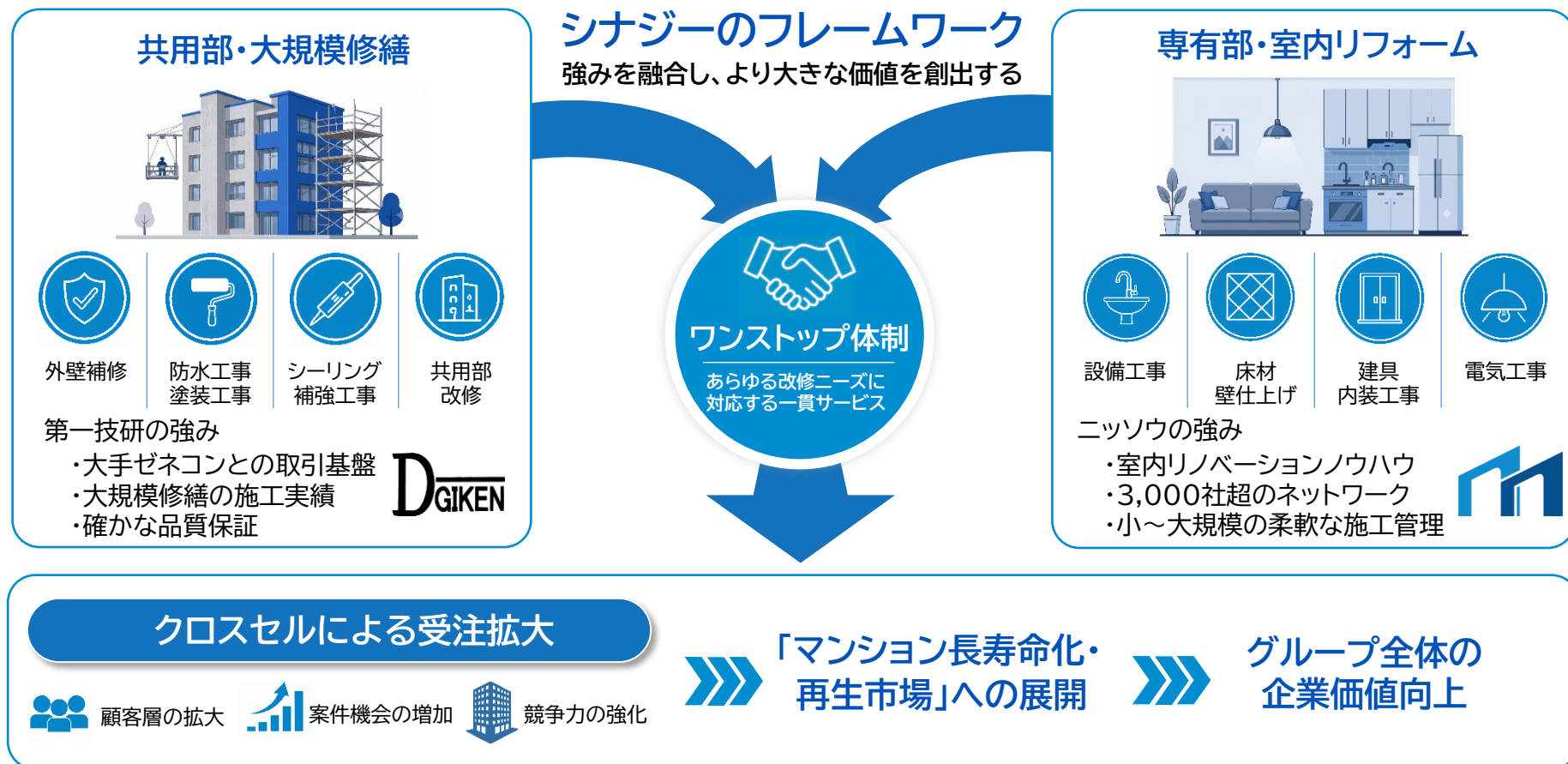
世田谷から広域展開へ ～エリア拡大によるスケール成長～



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。

リフォーム事業 / M&Aシナジー戦略

相互の顧客基盤を活用したクロスセルにより、成長が見込まれる「マンション長寿命化・再生市場」における受注機会の拡大を図ります。また、グループ各社の施工力・専門性を結集し、一体的な現場管理と施工体制を構築することで、対応力の強化と収益性の向上を目指します。



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

不動産事業を拡大する上で、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、保有期間の短縮を図ることによって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
収益基盤の拡大を目指
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

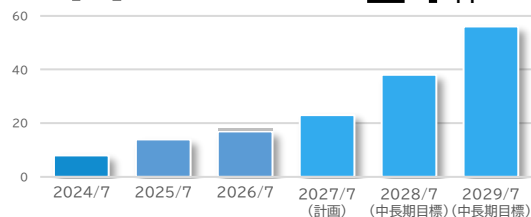
介

2026年7月期実績

2027年7月期計画

17件

21件



買

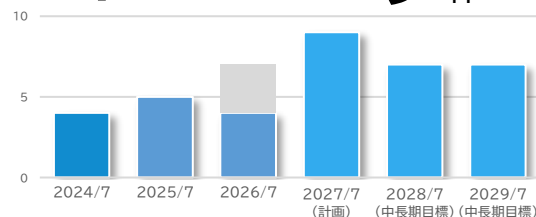
取再販

2026年7月期実績

2027年7月期計画

4件

9件



保

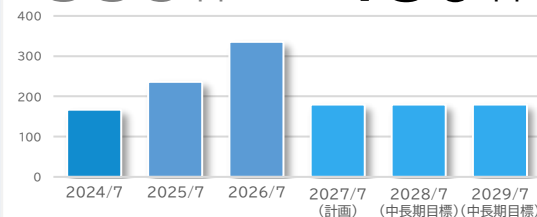
有期間(平均)

2026年7月期実績

2027年7月期計画

335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、一貫したブランド構築を推進します。
地域特性を活かした価値発信を通じて、選ばれ続ける企業ブランドの確立を目指します。

【信頼性の強化】 安心して任せられる企業へ



お客様に安心してお任せいただけるよう、誠実な対応、丁寧な情報提供、品質管理の徹底に取り組み、地域とのつながりや社会的責任を果たす事で長く選ばれるブランドを築いています。

【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、取引事例や取扱物件、お客様の声、専門スタッフの紹介等を継続的に発信し、専門性と実績を可視化。安心して相談できるプロフェッショナルとしての認知向上を図ります。

【ブランドストーリーの発信】 想いに共感される企業へ



湘南の豊かな自然や地域との関わり、創業の想い、「UminokiSHONAN」に込めたストーリーを発信し、サービスの価値だけでなく、この会社に関わりたいと思われる共感を生むブランドを形成します。

ブランド構築による事業効果



ブランド認知・
信頼の向上



顧客・取引先
との接点拡大



継続的な取引
機会の創出

地域とともに
持続的な成長へ



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

2027年7月期は「990万円の家」を戦略商品として、経営資源を注文住宅の受注拡大に重点配分してまいります。分譲・建売住宅については、用地仕入れを厳選し件数を抑制することで、収益性を重視した運営へ転換いたします。明確な価格設定を新たな顧客接点の創出につなげ、顧客の予算やライフスタイル、将来設計に応じた住宅・オプション・付帯工事等を提案することで、受注の拡大と適正利益の確保を図ります。

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を強化し、顧客ニーズに応じた注文住宅を提案

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

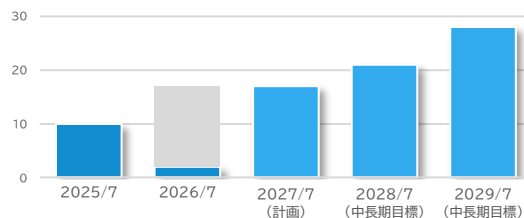
文住宅

2026年7月期実績

2 件

2027年7月期計画

17 件



分

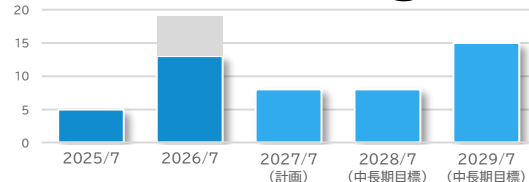
譲・建売住宅

2026年7月期実績

13 件

2027年7月期計画

8 件



※2027年7月期における分譲・建売住宅の計画件数は、注文住宅への経営資源シフトに伴い用地仕入れを厳選し、件数を抑制する方針としております。

※注文住宅の件数は、各事業年度における引渡件数を表示しています。

※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・地域イベント・デジタルを連動させ、認知から来場・商談まで多様な顧客接点を創出。
地域密着型のリアル接点とデジタル導線を組み合わせ、継続的な受注機会の創出を図ります。

【デジタル活用】
SNS・Web経由の
新規顧客獲得と利便性の向上



公式WebサイトやSNSで
施工事例・お客様の声を発信。
スマートフォンからの
問い合わせ、オンライン相談
など非対面でも相談で
きる導線を整備しています。

【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
すために、相談会や季節イ
ベントなどを不定期に開催。
住まいの悩みや関心を可
視化し、潜在的な需要の掘
り起こしにつなげています。

【モデルハウス活用】
リアル体験による
信頼獲得と商談・受注促進



モデルハウスでの実際の
住空間や動線・仕上がり
を体感していただくことで、
具体的な暮らしのイメージ
を明確にお伝えし、商談・
受注につなげています。



認知・興味
Web/SNS
イベントで接点



問い合わせ
来場
相談・体験



商談
プラン提案・
見積り



受注
注文住宅・
新築住宅



戦略商品として「990万円の家」を入り口として新たな顧客接点を創出し、ニーズに応じた提案を通じて受注・適正利益につなげることで、中長期の収益基盤拡大を目指します。



足元の進捗状況



① 戦略的広告投資の実行

認知拡大に向けたメディアミックスを展開し、戦略的な広告投資を継続しています。



② 受注残の着実な積み上がり

認知拡大により、問い合わせ・来場が増加し、受注残が着実に積み上がっています。



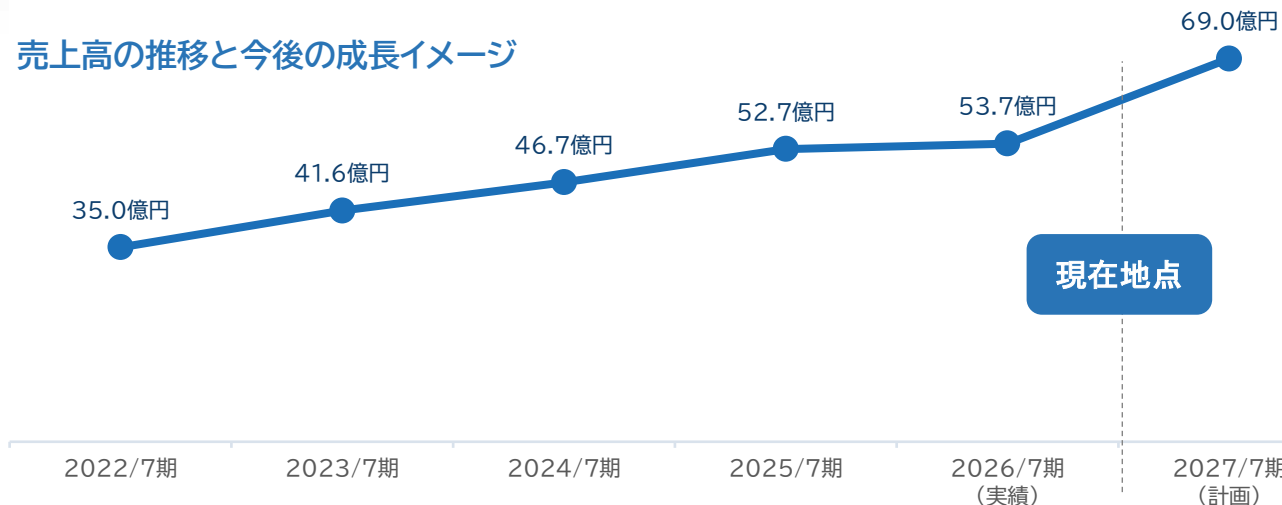
③ 次期業績への寄与を見込む

注文住宅は売上計上までに期間を要しますが、受注残は2027年7月期の売上・利益への寄与を見込み、中長期的な収益基盤の強化を図ります。

中長期展望イメージ

既存3事業の深耕と新規領域・M&Aを組み合わせ、2027年7月期の売上高69.0億円を経て、中長期的にさらなる成長を目指します。

売上高の推移と今後の成長イメージ



2028年7月期以降

中長期的な
成長イメージ

既存事業の深化、新規領域への展開及びM&A等を通じ、中長期的な成長を目指します。

※将来の成長イメージを示したものであり、具体的な業績予想、数値目標を示すものではありません。

新たな上場維持基準への適合を意識した成長戦略

東京証券取引所グロース市場では、2030年3月1日以後最初に到来する事業年度末から、上場後5年を経過した上場会社について、事業年度末の時価総額100億円以上を求める新たな上場維持基準が適用されます。当社は、既存事業の深化、新規事業・サービスの展開、グループシナジー・M&A等の成長戦略を着実に推進し、持続的な企業価値の向上を通じて、新たな上場維持基準への適合を目指します。

※出所：東京証券取引所「グロース市場の上場維持基準の見直し」

成長ステージと重点施策

1 既存事業の深化



- リフォーム事業の収益力強化
- 不動産流通事業の拡大
- 不動産建設事業の拡大

2 新規事業・サービス



- クロス家さん(FC事業)の展開
- 新たなリフォーム需要の獲得(法人企業等)

3 グループシナジー・M&A



- グループ会社との連携強化
- PMIの推進
- 成長戦略に沿ったM&Aの実行

4 事業エリアの拡大



- 未進出エリアへの展開
- 施工体制の整備
- 地域ニーズに応じた体制構築

新規領域 / 壁紙特化型フランチャイズ「クロス家さん」展開

既存リフォーム事業で培った施工・営業・顧客対応のノウハウを活用し、壁紙工事に特化したFC事業を開始。当社本体で事業モデルの構築・検証を進め、加盟店への展開を通じた事業領域の拡大を目指します。



01 継続的な需要が見込まれる 壁紙工事に特化

国内住宅リフォーム市場における継続的な修繕・原状回復需要を背景に、壁紙工事に特化した事業を展開します。対象工種を絞ることで、技術習得や資材調達、施工管理の効率化を図り、事業運営の標準化につなげます。



02 ニッソウ本体で 事業モデルを構築・検証

当社がリフォーム事業で培ってきた施工手順、品質管理、顧客対応及び営業ノウハウを壁紙工事に特化した事業モデルとして体系化します。当社本体での運営を通じてノウハウを蓄積・検証し、加盟店への展開に向けた運営・支援体制の整備を進めます。



03 標準化した事業モデルを 加盟店へ展開

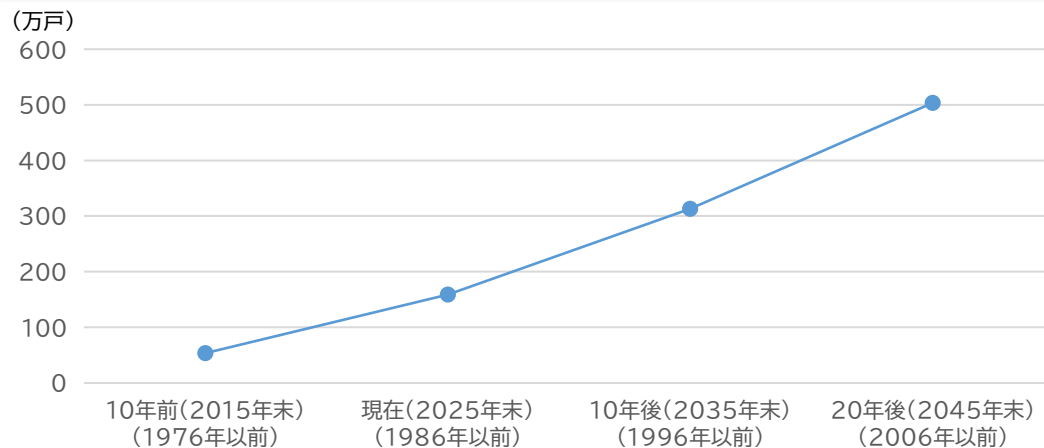
店舗や多額の在庫を原則として必要としない事業設計により、加盟希望者の開業時の負担軽減を図ります。当社本体で蓄積・検証した施工・営業・顧客対応等のノウハウを標準化し、加盟店へ展開することで、地域に根差した事業運営を支援するFC体制の構築を目指します。



※本資料作成日現在、加盟店の稼働実績はありません。本事業モデルは、当社本体におけるリフォーム事業の実績及びノウハウを基に構築・検証を進めているものです。

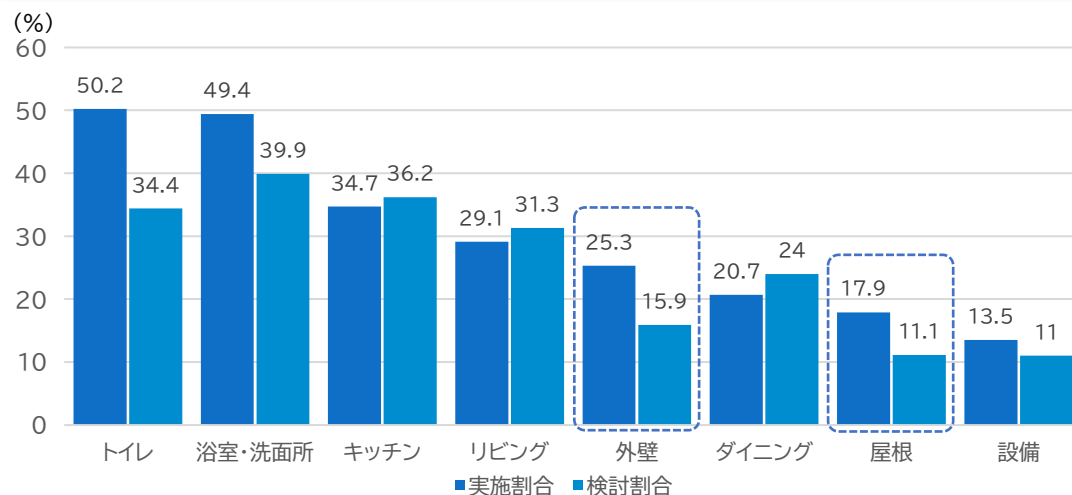
大規模修繕領域への展開

築40年以上のマンションストック数の推移



※(出所)国土交通省「築40年以上の分譲マンション数の推移(2025(令和7)年末現在)」

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」

築40年以上のマンションストックは今後も増加が見込まれ、建物の高経年化に伴う維持・修繕需要の拡大が想定されます。外壁・屋根等の外装工事に加え、防水・共用部等を含む大規模修繕工事への対応力を強化し、リフォーム事業における新たな成長領域として受注機会の拡大を図ります。

株式会社ヤナ・コーポレーション、株式会社ささき、および株式会社第一技研が強みとする外壁・塗装工事の技術・施工力を活かし、屋根・外壁工事に加え、防水・共用部等を含む大規模修繕工事への対応力を強化。グループシナジーを活かした受注領域の拡大と、城東エリアにおける営業基盤の強化を図ります。



グループ成長のためのM&A

当社グループは、事業基盤の強化と中長期的な企業価値向上に向け、M&Aを成長戦略の重要な選択肢と位置づけています。対象企業の事業内容、財務状況、投資採算性、既存事業との親和性及び買収後の統合可能性を十分に検討し、以下の3つの基本方針に基づいて慎重に実行します。

「基盤強化型M&A」～既存事業の深化と収益力強化～



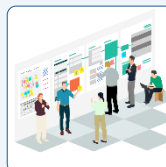
リフォーム事業をはじめとする既存事業との親和性が高い企業を対象とし、施工体制、技術、人材及び顧客基盤の補完を図ります。グループ各社の専門性や経営資源を相互に活用し、対応工種の拡大、業務効率の向上及び収益力の強化を目指します。

「拡張成長型M&A」～事業領域・商圏の拡大～



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、新たな顧客層や商圏の獲得、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。特に地方圏や当社グループの未進出地域に事業基盤を有する企業とのM&Aを通じて、事業展開地域の拡大を図ります。

「多角化推進型M&A」～将来の収益基盤の構築～



中長期的な市場成長が期待され、当社グループの経営資源を活用できる事業領域への展開を検討します。対象分野の成長性、収益性、事業リスク及び投資回収可能性を慎重に検証し、既存事業との相乗効果が期待できる案件を選定することで、将来の収益基盤の構築を目指します。

M&A実行後は、事業計画及び業績の定期的なモニタリング、グループ間連携の強化並びにPMIの推進により、投資効果の早期実現と経営管理体制の強化を図ります。

M&A実行後の価値創出プロセス



1 M&A実行

事業基盤・機能の獲得

事業基盤の拡大に資する企業を取得し、グループに迎え入れます。



2 PMI(統合)

グループ間連携・経営管理体制の強化

人材・組織・業務・システムの統合を進め、グループシナジーを発揮できる体制を構築します。



3 モニタリング

事業計画・業績の定期的な検証

進捗状況を定期的にモニタリングし、課題の早期把握と対応を行います。

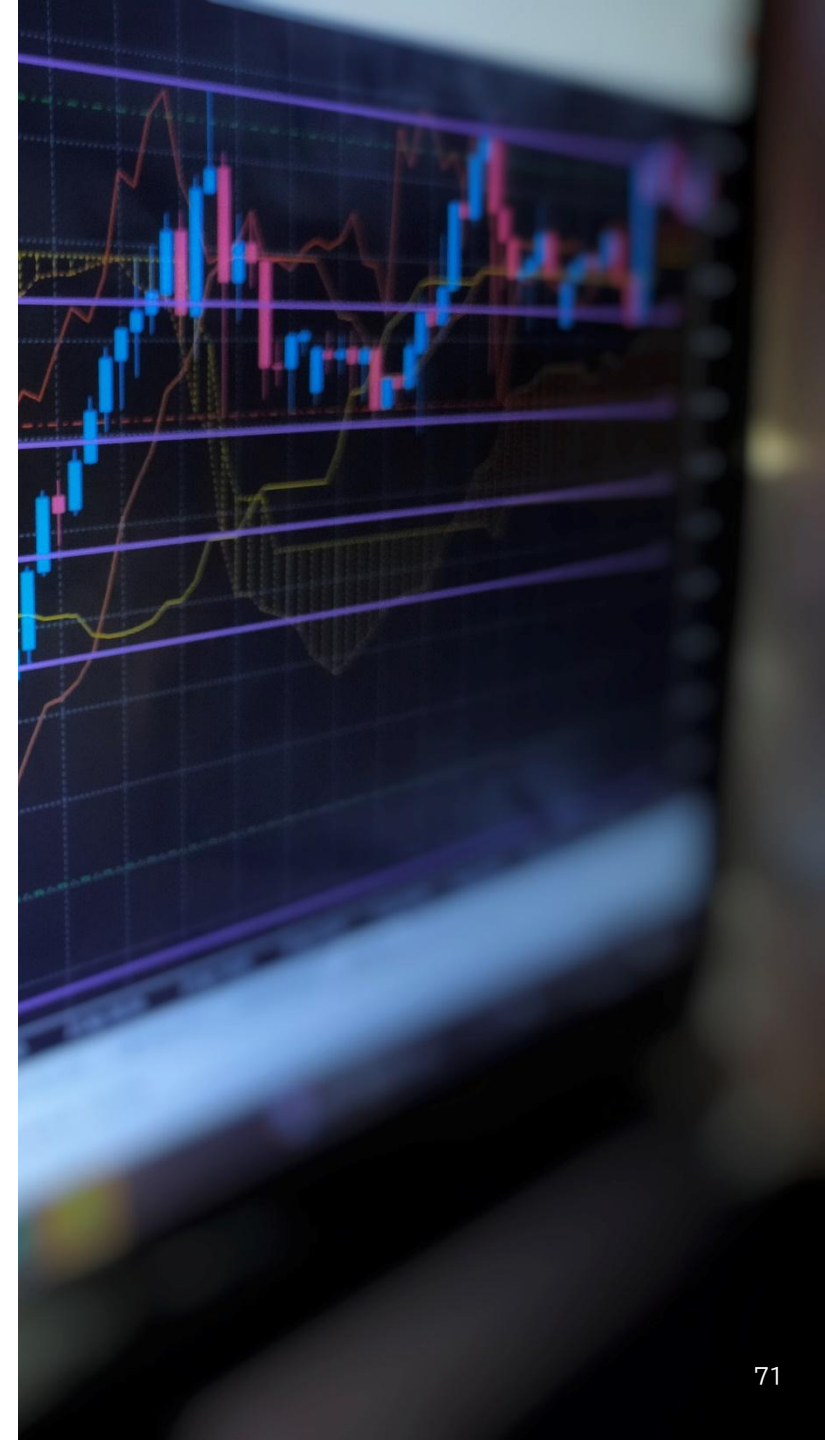


4 グループの持続的な成長

投資効果の実現・収益基盤の強化

M&Aによるシナジーの創出を図り、事業基盤の拡大と中長期的な企業価値の向上を目指します。

06 リスク情報



事業のリスクと対応方針（1/2）

以下は、当社グループの成長戦略及び事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応方針です。まず、事業運営・施工体制に直結するリスクを示します。

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・資材価格等の上昇について	外注先及び資材の仕入先を複数確保しているが、人件費・資材価格等の上昇や需給環境の変化により調達価格が上昇し、十分な価格転嫁ができない場合、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	大	中	・複数の外注先・仕入先の確保及び取引条件の継続的な見直し ・原価管理の徹底及び適正な受注価格の設定 ・市場動向を踏まえた適切な価格転嫁の実施
人材の確保、育成について	事業拡大には営業・施工管理等を担う人材の継続的な確保及び育成が必要。採用環境の変化等により計画どおり確保・育成できない場合、事業拡大や業績に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	・WEB・SNS等を活用した採用活動の強化 ・福利厚生や人事制度等の充実による人材定着の促進 ・教育・研修による人材育成及び施工管理体制の強化
協力会社・施工体制の確保について	営業エリアや対応工種の拡大、受注件数の増加に対して必要な協力会社を適時確保できない場合、工期の遅延や受注機会の逸失等により事業運営及び業績に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	・既存協力会社との関係強化 ・新規協力会社の継続的な開拓 ・グループ各社との連携による施工対応力の強化
施工品質・工期・安全管理について	施工する工事に重大な瑕疵、不備、工期遅延又は事故等が発生した場合、補修費用や損害賠償等の発生に加え、信用低下により受注活動や業績に影響を及ぼす可能性がある。	小	大	・施工管理担当者への教育及び管理体制の強化 ・協力会社との品質・安全管理基準の共有 ・報告体制及びアフターフォロー体制の整備

事業のリスクと対応方針（2/2）

続いて、市場環境、成長戦略及び経営体制等に関するリスクを示します。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
不動産市況・販売用不動産について	不動産流通事業において販売用不動産を保有。不動産市況の悪化、金利上昇、需要の変化等により販売価格の下落や販売期間の長期化が生じた場合、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	・取得時における物件の収益性・市場性等の精査 ・保有期間及び販売状況の継続的なモニタリング ・市場環境や需要を踏まえた機動的な販売戦略の見直し
競争環境・特定業界への依存について	主力であるリフォーム事業は不動産会社を主要顧客としており、不動産業界の動向や競争環境の影響を受ける。景気動向等による入退去の減少や競合激化等により受注件数が減少した場合、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	中	中	・既存顧客との取引深耕、対応品質・スピードの向上 ・協力的会社ネットワーク及びグループ各社との連携強化による競争力の維持・向上 ・不動産会社以外の法人企業への営業活動強化等による顧客基盤の拡大・分散
M&A・子会社の事業運営及び減損について	事業領域の拡大等を目的としてM&Aを実施。買収後の事業が計画どおり進捗しない場合や期待したシナジーが得られない場合、また、子会社の管理・支援が適切に行われない場合には、業績悪化や不祥事、のれん・関係会社株式等の減損損失等が発生し、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	中	大	・M&A実施前の財務・税務・法務等のデューデリジェンス ・買収後の事業計画及び業績の定期的なモニタリング ・グループ間連携の強化及びPMIの推進
法令・許認可及び情報管理について	建設・不動産関連の各種法令・許認可等の適用を受けるほか、顧客・取引先等の情報を取り扱っている。重大な法令違反、許認可上の問題又は情報漏洩等が発生した場合、業績に影響を及ぼす可能性がある。	小	大	・法令・社内規程等の周知及び遵守体制の強化 ・許認可等の適切な維持・管理 ・情報管理体制及びセキュリティ対策の継続的な強化
特定人物への依存について	代表取締役社長である前田浩は当社の創業者であり、経営方針や営業戦略の立案・遂行等において重要な役割を果たしている。同氏が何らかの理由により経営に携わることが困難となった場合、事業運営、業績等に影響を及ぼす可能性がある。	中	大	・同氏に過度に依存しない経営体制の構築 ・職務権限の委譲 ・合議制の推進等による業務運営の実施

※上記は、当社グループが認識するリスクのうち、成長の実現及び事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性がある主要なリスクを記載したものです。その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

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、通期決算発表後の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2027年9月頃を予定しております。