

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

株式会社トライアイズ

2025年3月27日

# INDEX

- 1.トライアイズグループの事業について
- 2.投資事業について①
- 3.投資事業について②
- 4.投資事業について③
- 5.投資事業について④
- 6.投資事業について⑤
- 7.投資事業について⑥
- 8.投資事業について⑦
- 9.建設コンサルタント事業について①
- 10.建設コンサルタント事業について②
- 11.建設コンサルタント事業について③
- 12.建設コンサルタント事業について④
- 13.建設コンサルタント事業について⑤
- 14.ファッションブランド事業について①
- 15.ファッションブランド事業について②
- 16.ファッションブランド事業について③
- 17.ファッションブランド事業について④
- 18.ファッションブランド事業について⑤
- 19.ファッションブランド事業について⑥
- 20.ファッションブランド事業について⑥
- 21.2024年12月期計画の修正について
- 22.2024年12月期の計画と実績値の比較①
- 23.2024年12月期の計画と実績値の比較②
- 24.当期を含む事業利益計画について
- 25.事業利益計画の補足①
- 26.事業利益計画の補足②
- 27.事業利益計画の補足③
- 28.計画の進捗状況等について
- 29.本資料の取扱について

# 1. トライアイズグループの事業について

## 当社及び当社グループの事業の内容

株式会社トライアイズ(以下「トライアイズ」)は、2007年に純粋持株会社へ移行しましたが、2011年より、ライセンスングビジネス、2021年に国内不動産投資を手掛けております。現在子会社において①**投資事業**、②**建設コンサルタント事業**を営んでおり、③**ファッションブランド事業**を加えた3本の柱を軸に業務運営を行っております。各事業の概要及び主要子会社の当該位置づけは以下のとおりであります。

### ① 投資事業

米国内での不動産・証券投資を子会社のTRIIS INTERNATIONAL AMERICA INC.が行っています。特に不動産投資はハワイを中心に行っており、ハワイの観光業は新型コロナウイルス感染症の終息以降、急速に回復し、当社の投資成績は順調に推移しております。しかしながら、今後の為替動向の変動率が上昇する可能性が予見されることや、海外投資特有のリスクを考慮し、今後、観光客数及び観光資源活用でハワイを超えるとも言われる沖縄を中心に、国策としてのインバウンド政策や地方創生政策の推進に寄り添い、沖縄を中心としたリゾート関連事業に経営資源を振り向けることを決定いたしました。

### ② 建設コンサルタント事業

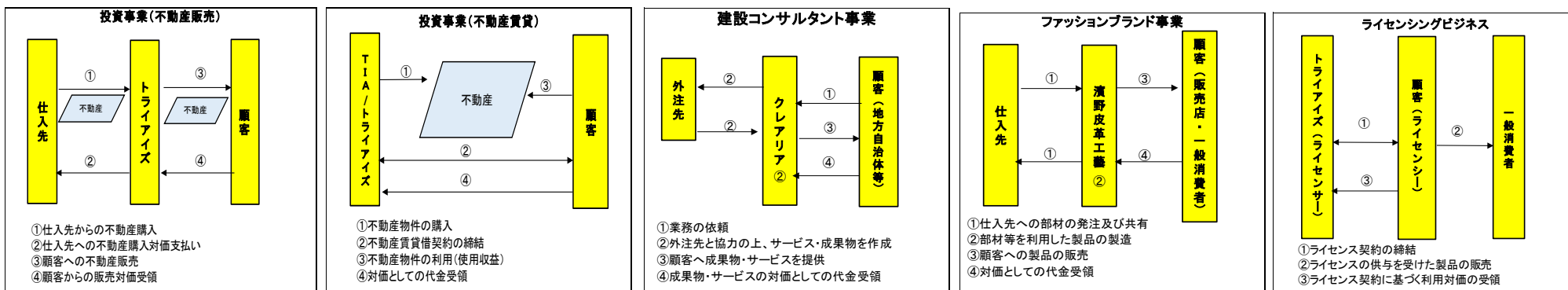
社会資本整備、特にダム・河川・海岸などの水関連分野における事業者である国・地方自治体・公団などに対する企画・調査・計画・設計・解析・施工計画・試験・管理等の事業執行を支援することです。株式会社クリアリア(以下「クリアリア」)が本事業にあたっています。

### ③ ファッションブランド事業

婦人服、ハンドバッグを始めとする革製品などの企画・製造・卸売・販売(インターネット販売を含む)です。子会社である濱野皮革工藝株式会社(以下、「濱野皮革工藝」)が本事業にあたっています。また、同事業における主要な**ライセンスングビジネス**については、トライアイズ、及び海外拠点である拓莉子国際有限公司があたっています。

## 各事業の概略

各事業のビジネスの構造及び取引の流れにつきましては、以下のとおりであります。



## 2.投資事業について①（事業内容及び収益構造）

### 投資事業G

2024年6月に宅建業免許を取得し「買取再販事業」に参入  
SDG's(住み続けられるまちづくりを)を視野にいれ、「地方創生事業」にも参画する方針

#### 買取再販事業

区分所有建物を買取、リフォーム・リノベーションを行い付加価値を高め販売



#### 賃貸事業

現在稼働中の物件の賃料収入及び物件購入・売却など収益物件の管理・運用



#### 開発事業

沖縄をはじめとした資産性の高いリゾート地の土地・建物を購入し、造成・開発し付加価値を高め富裕層に販売



#### 地方創生事業

SDG'sの観点から、空き物件等を利用し、社会課題を解決  
候補地：  
沖縄県・高知県・新潟県等

# 3.投資事業について②（市場環境及び競争力の源泉①）

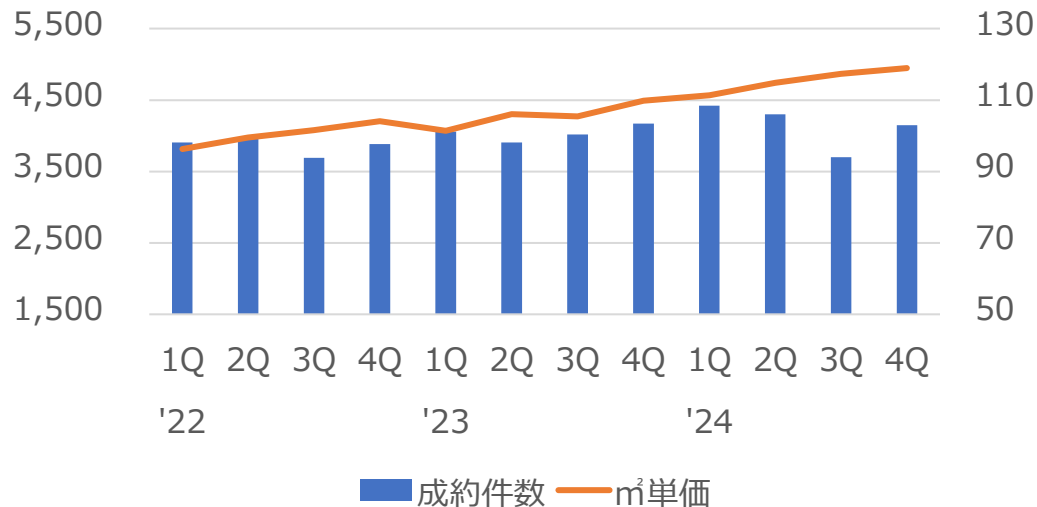
## 東京23区中古マンションの市場環境

- 2024年東京23区中古マンション成約件数は前年比2.5%、成約㎡単価は前年比9.4%の上昇と好調を維持
- 新規登録数・在庫数がともに減少していることが影響
- 新築マンション販売価格の上昇から割安感のある中古マンションが注目される
- 新築マンションの販売価格は建設コスト上昇・用地取得費の高騰と受け今後も上昇傾向は続くと思われる
- 住宅ローン金利がわずかに上昇傾向であることは注視が必要

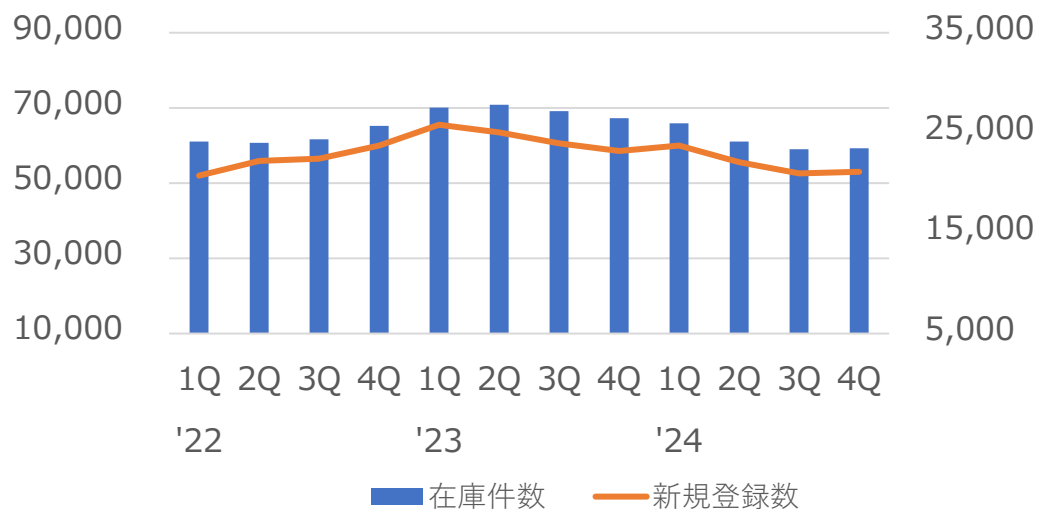
## 独自の価格査定システム構築

- 中古マンション市場環境は良好であり、積極的に販売用物件の購入する
- 不動産ポートフォリオにファミリータイプのオーナーチェンジ物件を多く組み込み、退去後に販売を目指す
- 現在開発中の独自の価格査定システムの構築やAIシステムの導入し、業務効率化を図る
- 役員や外部顧問、パートナー企業等のノウハウ、潤沢な資金を活用し物件購入を迅速な意思決定環境を整備

東京23区中古マンション成約件数・成約㎡単価



東京23区中古マンション在庫件数・新規登録数



※月例速報MarketWatch(公財)東日本不動産流通機構データを基に当社作成

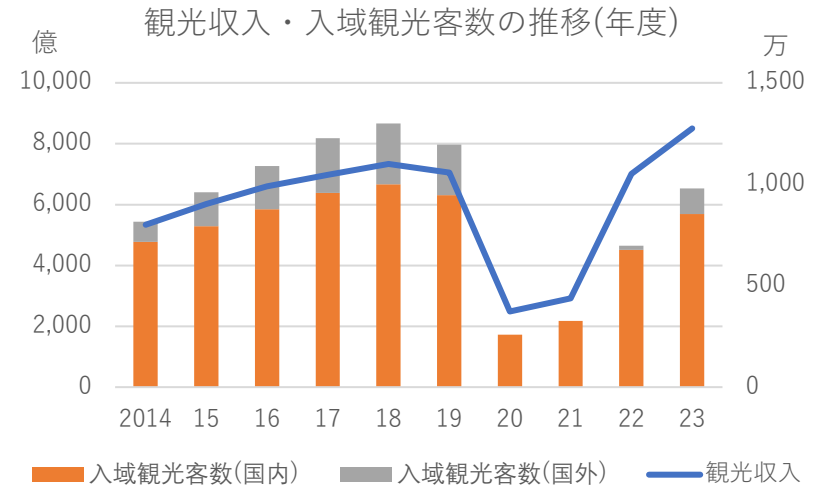
## 4.投資事業について③（市場環境及び競争力の源泉②）

### 沖縄 国際的なリゾート地へと成長期待

- 2024年9月発表の全国基準地価では、住宅地における全国地価上昇率トップ10に沖縄県のリゾート地が7か所、第1位は沖縄県恩納村
- 2023年度の入域観光客数は、国内観光客数が過去最多
- 外国人観光客数は国際航空路線やクルーズ船の再開が続いており回復基調
- 観光収入は前年度比で21.3%の増加となり過去最高額
- 2025年7月には大自然没入型の大型テーマパークが開業が予定されている

### 沖縄のリゾート開発プロジェクト

- 第一号案件は2025年6月完成・引渡し予定
- 第二号案件第一期（20室）は2025年秋ごろの完成を予定
- 本施設は恩納村が沖縄観光の中心地としての地位を強化し沖縄経済の発展に寄与することを目指す
- 本プロジェクトは価格帯や特別感のある設備などで他との差別化を図り、高い競争力を有している



※「令和5年観光収入について」沖縄県観光政策課データを基に当社作成



※第二号案件完成イメージ図

## 5.投資事業について④（過去3カ年の実績と今後3カ年の事業計画①）

### 過去の取組み振り返り

- 米国ハワイでの不動産投資は為替動向の大きな変動やその他海外投資特有のリスクを考慮した結果、2023年度以降、経営資源を国内投資へ振り向ける
- 2023年6月に沖縄リゾート開発会社と戦略的な業務提携を行い、観光客数及び観光資源の活用でハワイを超えるとも言われる沖縄において2案件の開発に着手する。これにより、ハワイにおける投資事業経験を活かして日本の文化、自然環境、ホスピタリティを世界に向けて発信するとともに、沖縄を訪れる旅行者に最高の体験を、また、国内外の投資家には魅力的な資産を提供を目指す
- 2024年6月に宅建業免許を取得する
- 以前から保有している都内の物件についてはフル稼働の状態を維持する
- 2024年度においては越後湯沢のリゾートホテルや都内のファミリータイプの物件にも投資する



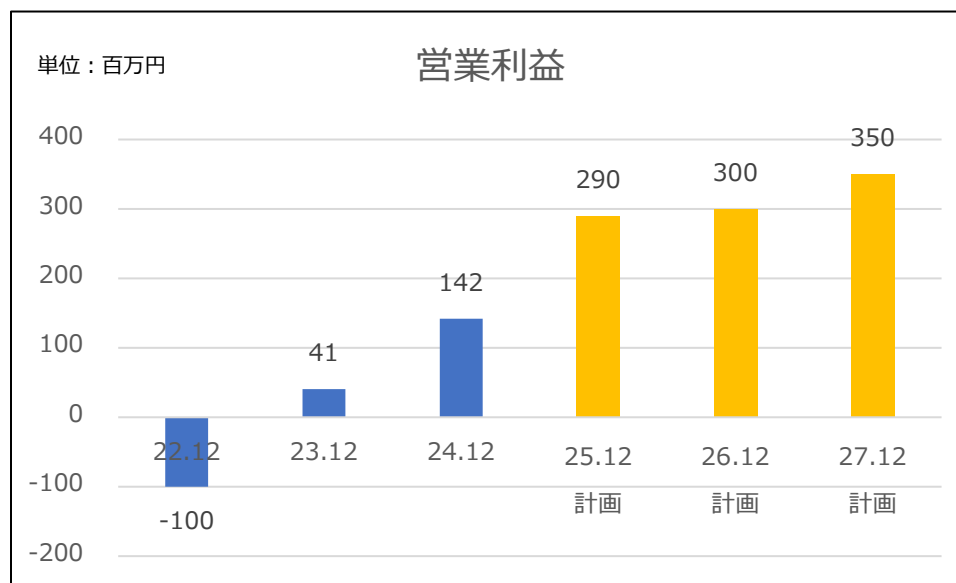
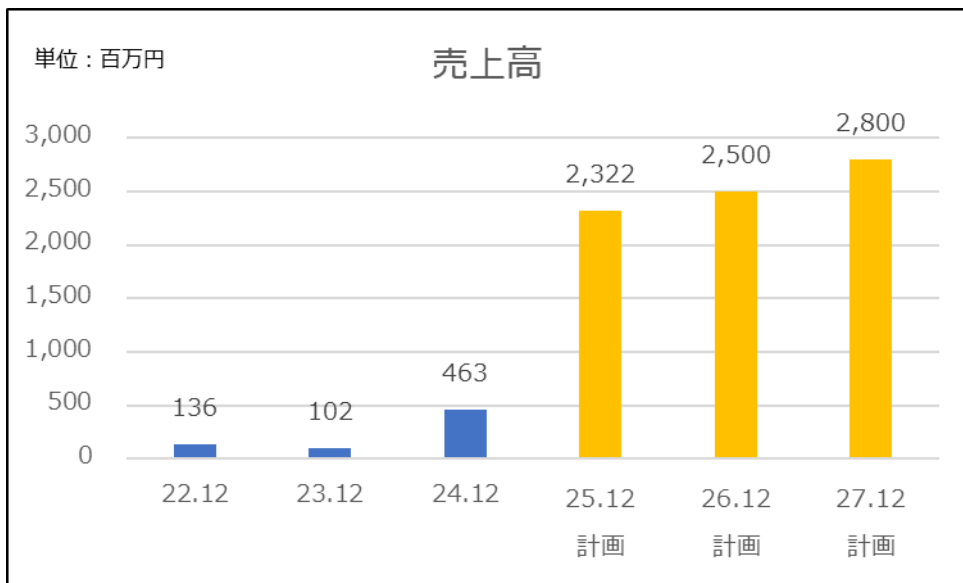
## 6.投資事業について⑤（過去3カ年の実績と今後3カ年の事業計画②）

### 潤沢な資金に加え、金融機関からの融資を活用した積極的な投資

- オーナーチェンジファミリー物件を中心とした販売用不動産の購入
- 進行中の沖縄リゾート開発及び沖縄を含むリゾート地の新規開発案件開拓
- 物件管理・査定システムの独自開発し業務効率向上
- 人材確保・育成
- 仲介会社やリゾート開発会社などのパートナー企業開拓

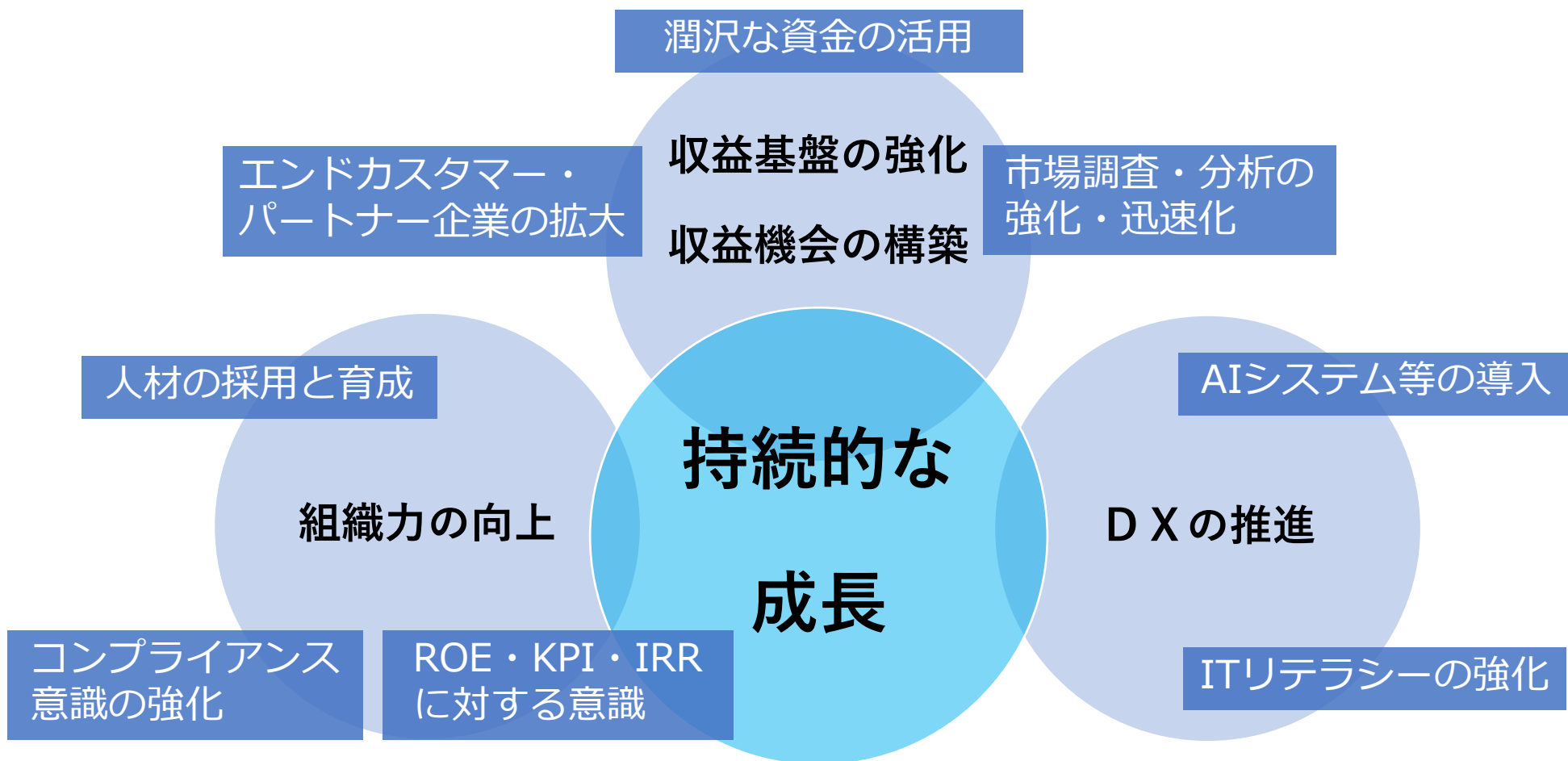
### 業績目標

- 営業利益の増加を事業の重要指標とし、毎期営業利益の増加を目指す
- 積極的な投資・業務効率化によって営業利益350百万円に拡大させていく





## 7.投資事業について⑥（成長戦略 内部構造改革及び持続的な成長の実現）



積極的な人材の採用と育成や収益に対する意識強化【組織力の向上】を図り、AIシステム等の導入により作業効率・業務スピードの迅速化【DXの推進】を行うことにより、「リゾート開発」による高IRRの達成、「賃貸事業」のテコ入れを行い安定的な収益の確保、「買取再販」により資金の有効活用及び収益の底上げに繋げ、持続的な成長を実現させる。

## 8.投資事業について⑦（認識するリスク及び対応策）

項目	影響するセグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
競合	買取再販事業 開発事業 賃貸事業	既存競合他社が多数存在しており、競争激化による影響を受け、物件取得の難化、価格競争の発生の可能性	中/中長期	低	AI査定システムの導入やキャッシュによるスピード買取、当社の特色と強みを持った付加価値の高い物件を提供する。
欠陥・瑕疵	全事業セグメント	取得した物件等に予期せぬ欠陥・瑕疵が存在し、処置・対策・負担等が必要となる可能性	中/中長期	中	物件及び事業用地を仕入れる際のインスペクション・アスベスト・土壌汚染・地中埋設物等の事前調査を行う。
人材の確保及び育成	全事業セグメント	新規事業の成功や持続的な成長には、優秀な人材の確保・育成が不可欠であり、十分にできない場合には、業績等に影響を及ぼす可能性	中/中長期	高	優秀な人材の採用活動を推進する。また、人事制度の充実・研修等により積極的に人材育成に取り組む方針。
不動産市場の動向	買取再販事業 開発事業 賃貸事業	景気動向・金利動向・地価動向・住宅税制等の影響を受け、不動産価格の変動・顧客の購入意欲に影響を及ぼす可能性	中/中長期	中	資産価値の高いエリアを中心とした仕入れ活動、物件の保有期間を短くする意識した販売活動を行う。経済動向については注視し経営していく。
災害等による損失	全事業セグメント	水害・火災・地震等の災害により所有物件が毀損、天候不順等による工期の遅れが発生する可能性	低/長期	高	適切な現場管理に努め、仕入れ時にリスク検出する。また、災害発生時の体制・対応等を迅速に行う。

(注) その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載  
海外保有物件は全て売却したことに伴い、前回公表の計画に記載していた海外事業に係るリスクについては記載を削除。

# 9.建設コンサルタント事業について①（事業の内容及び収益構造）

## (1) 事業の内容及び収益構造

- 創業以来、ダムを中心とする河川の上流から河口・海岸までの水関連に特化した建設コンサルタント事業に従事
- 日本全国の治水・利水・防災関連事業にかかわっており、当社が国内において関連したダムの数は300箇所超
- 社会資本整備、特にダム・河川・砂防などの水関連分野において、事業者である国・地方自治体などに対する企画・調査・計画・設計・解析・施工計画・試験・管理等の事業執行を支援

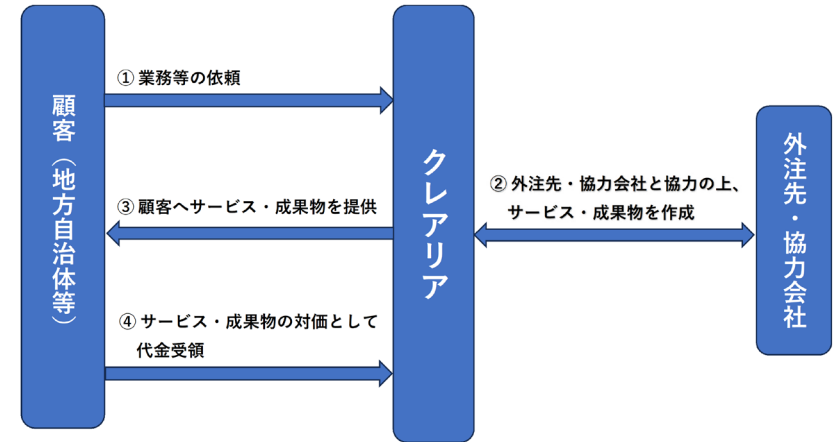
## (2) 主要製品の紹介（災害復旧設計業務）

- ▶ 2024年元旦に発生した能登半島地震の復興支援（道路・河川・海岸などの災害復旧設計業務）に積極的に参画



能登半島地震被災箇所復旧詳細設計対応箇所（石川県珠洲市三崎町）

## < 収益構造 >

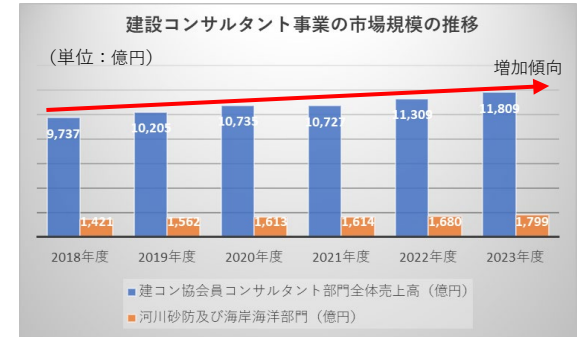
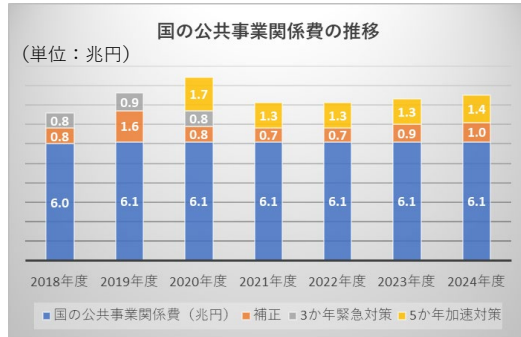


# 10.建設コンサルタント事業について②（市場規模及び競争力の源泉）

## (1) 市場規模（引続き安定的に成長）

< 収益構造 >

- ▶ 国の公共事業関係費は各年度6兆円規模で推移、2020年からは防災・減災国土強靱化のための5カ年加速化対策費計上
- ▶ 行政投資実績は、2018年からは25兆円～27兆円で推移し、市場規模は安定
- ▶ 建設コンサルタント事業の市場規模は安定的に成長し1兆円超の市場規模、クリアリア主力部門の河川砂防及び海岸・海洋部門はこの中で約15%で増加傾向



出典：「令和6年度建設コンサルタント白書」及び財務省ホームページ掲載データを当社にてグラフ化

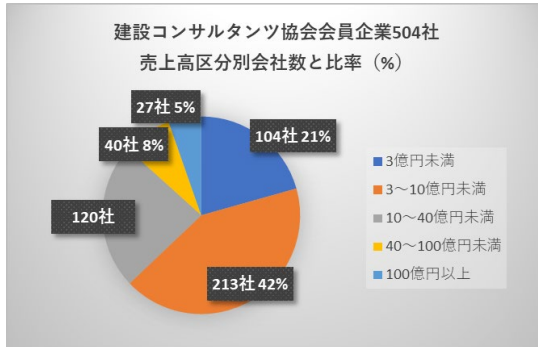
## (2) クリアリアの強み

- ▶ 1965年の創業以来、ダムを中心とする河川の上流から河口・海岸までの水関連に特化した建設コンサルタント事業に従事
- ▶ これまで日本全国の治水・利水・防災関連事業にかかわっており、これら数多くの実績と積み上げられたノウハウを有していることが継続的収益確保の源泉・強み

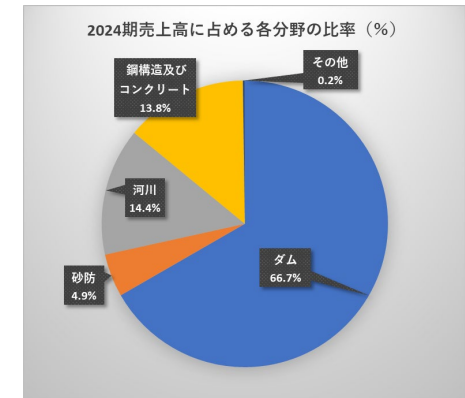
協会会員企業504社の大半は売上高10億円未満の中小企業で全体の63%（クリアリア含む）

クリアリアは水事業の全売上に占める割合が非常に高く85.57%、全事業者平均の15.20%と比較しても、水事業の占める割合は非常に高い

2024期においても、当社売上高に占める河川砂防及び海岸・海洋部門の比率は86%、さらにダムの割合は66.7%を占め、主力である「水」に関する事業を長年にわたって積み上げてきた実績が売上分野に反映



売上分野	クリアリア	A社	B社	C社	全社平均
水事業（河川、砂防及び海岸、海洋）	241,024	84,166	173,181	68,229	15.20%
上水道及び工業用水道	0	0	0	122,889	
農業土木	0	0	17,814	4,488	
鉄道	0	70,982	0	0	
鋼構造及びコンクリート	32,708	289,081	164,607	34,776	
建設環境	7,924	0	0	0	
道路	0	69,053	42,591	23,152	
土質及び基礎	0	5,257	0	0	
下水道	0	7,528	7758	145,118	
合計	281,656	524,067	405,951	398,652	85.57%
水事業売上の全売上に占める割合	85.57%	16.00%	42.66%	17.11%	15.20%



出典：「令和6年度建設コンサルタント白書」掲載データを当社にてグラフ化

出典：「令和6年度建設コンサルタント会員名簿」に記載の会員企業データより、売上が同規模の会員企業の情報を任意に抽出して抜粋

# 11.建設コンサルタント事業について③ (過去3カ年の実績と今後3年間の事業計画)

## (1) 2022年12月期から2024年12月期の実績推移

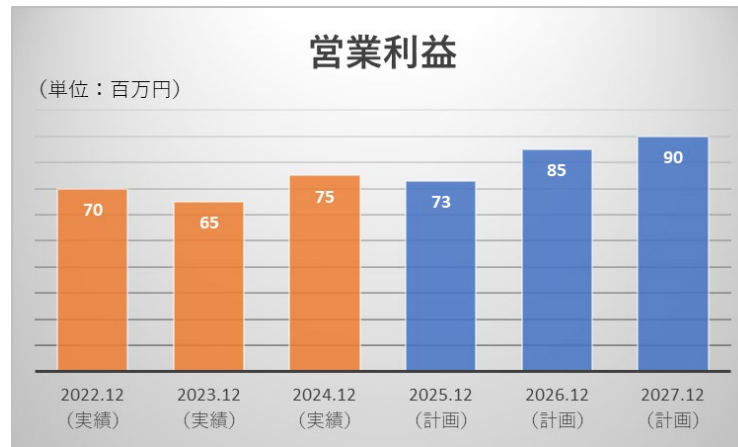
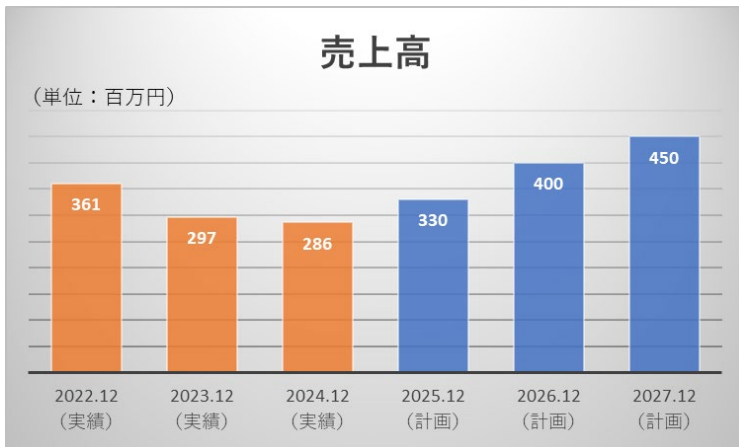
- 過去3カ年の売上高の減少も、防災・減災国土強靱化5カ年加速化対策費が計上された効果によりダム関連業務の売上高比率が高まり案件の採算性が改善、固定費削減効果も加わり3カ年とも営業利益を計上
- 2024年12月期は売上高(計画)350百万円に対して売上高(実績)286百万円と計画未達成、営業利益(計画)65百万円に対して営業利益(実績)75百万円と計画達成

## (2) 2025年12月期から2027年12月期計画

- ▶ 主軸となる「水」に関する事業のうち、特にダム関連業務の受注が引き続き高水準を維持
- ▶ 2024年元旦に発生した能登半島地震被災箇所の復旧設計業務を受注するなど、防災・減災関連業務の受注に期待
- ▶ 2025年12月期～2027年12月期は売上高増での推移を想定
- ▶ 採算性の良いダム関連業務による案件の採算性改善及び固定費削減の継続により安定的な収益確保

<今後の方針①～③：収益性の回復と安定的な収益の確保・向上を継続>

- ①自然災害への対応や社会資本の老朽化対策など防災・減災・国土強靱化に対処する公共事業に特化
- ②人員の増強による継続性の確保と受注機会の拡大
- ③業務連携等により得意分野の業務協力や人材交流による生産性の向上等



# 12.建設コンサルタント事業について④（今後の成長戦略）

## <戦略の柱>

### ダムを中心とする河川・砂防分野の補強により強みを強化

- ① 人材募集による技術者の補強（求人サイト、技術者紹介など）
- ② 中小コンサルタントの吸収合併による技術者及び会社実績等の補強  
地域コンサルタントの吸収合併または子会社化による地方エリアの強化
- ③ 個別業務連携・協力等による人材協力（人工のかかる調査・点検業務）  
業務提携等による新たな価値の創出（ダム堆砂シミュレーションなど）

### （成長戦略の取組について：2024年12月期）

- ・ 人員採用：経験豊富な技術者を増員できたものの、人材採用計画3人、社員数計画10人に対して実績1名増の社員数8人と計画未達成
- ・ 業務連携：①業務連携により発注者へのダム堆砂シミュレーションの提案に向けて協議が本格化、②ダム再開発設計業務は3か年業務の2年目としてダム水理模型実験を実施、③河川構造物設計ではクリアリアの強みである設計協力でJVによる個別業務の受注を目指して協議中

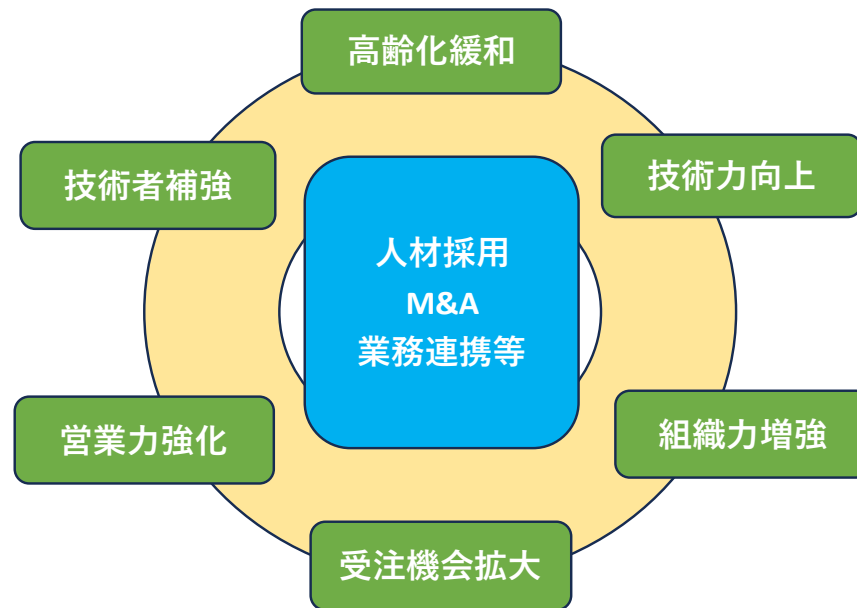
## 人材採用

### <対象人材>

経験豊富な有資格技術者、若い世代や働きたくとも働きにくい環境に置かれた技術者など、幅広い人材を対象に人員補強を進めることで、2025年12月期～2027年12月期まで各年毎年3人の人員増強を計画。



(注I) 2024年11月期の採用実績に合わせて人員数を変更  
前回公表時の計画と比較して、2025.12期：13⇒11人、2026.12期：16⇒14人に変更



## 業務連携等

### 双方メリットの創出

- ・ 業務協力により人材不足を補う
- ・ 業務提携により新たな価値を生み出す

### <2024年12月期進行形>

- A社：ダム堆砂シミュレーションの提案
- B社：ダム改造設計業務
- C社：河川構造物設計の提案 など

## M&A

吸収合併、子会社化により資格技術者、会社実績を增強し、事業拡大、市場拡大を図る

## 13.建設コンサルタント事業について⑤（認識するリスク及び対応策）

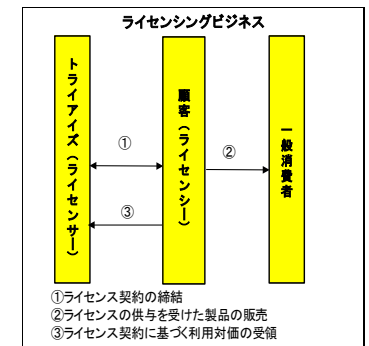
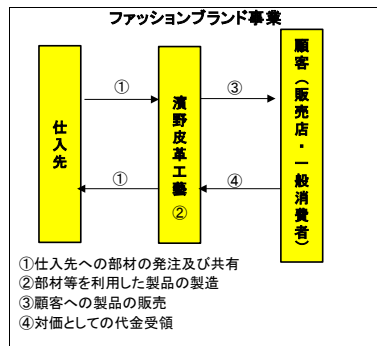
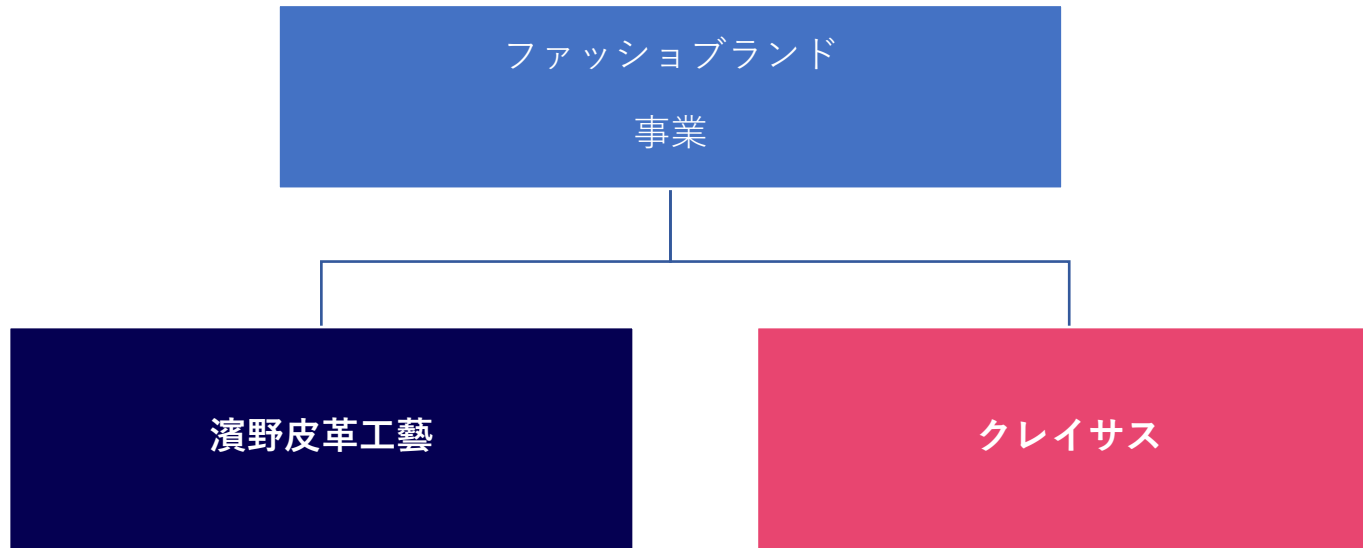
影響分野	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
事業全体	ダム・河川・海岸など水関連の公共事業が主たるビジネスであるため、政府・国土交通省・地方自治体などの機関が公共事業の大幅な削減や停止を決定した場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性大	低/中長期	中	民間事業の割合を増やして公共事業への依存を引き下げることで対応
事業全体	建設コンサルタント業界における技術者不足及び高齢化の中で、技術者を補強することは容易ではないことから、技術者の退職や高齢化により、生産体制が弱体化、技術者の補充ができなかった場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性大	中期/短～長期	中	外注先・協力会社及び他社との業務提携等により生産体制を確保することにより対応

(注) その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載

# 14.ファッションブランド事業について①（事業内容及び収益構造）

◎濱野皮革工芸：創業（1880年）より伝統的なフォーマルバッグを中心にその製造・販売を行う。  
近年は時代の変化を感じ取り、デイリーユースのバッグとお財布ポシェットなどの革小物の品揃えを強化

◎クレイサス：ブランドマークである「カメラマーク」によるライセンスビジネスを軸に、新規ライセンスの開拓を強化する





## 15.ファッションブランド事業について②（主要商品の紹介）

### 主要製品（イメージ写真）

◎濱野皮革工芸：伝統的なフォーマルバッグ、消費者目線にあったディリーユースの軽量バッグ、環境に配慮した（SDG's）お財布ショルダーなど

◎クレイサス：「カメラマーク」をあしらった ハンドバッグ、ハンカチ、傘など



# 16. ファッションブランド事業について③ (市場規模及び競争力の源泉)

## (1) 市場規模

- ・濱野皮革工藝の主要商品である国内鞆・袋物のマーケット規模について、2024年度見込みは前年2.1%増の1兆5,057億円。
- ・観光庁の市場調査によると、2025年度以降は国内旅行者の回復傾向であることに加え、円安の継続やインバウンドのさらなる流入が考えられ増加傾向が続く。
- ・一方、国内の物価上昇による買い控えの懸念、フェーズフリーや環境に配慮した付加価値を高めた商品の製造・販売が必要になると予測される。

国内鞆袋物市場の市場規模推移

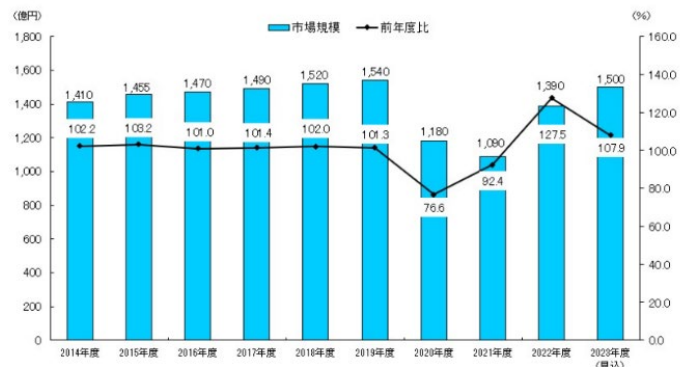


	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (見込)	2024年度 (予測)
市場規模	10,842	11,211	11,901	12,501	9,480	10,634	13,255	14,741	15,057
前年度比	99.3%	103.4%	106.2%	105.0%	75.8%	112.2%	124.6%	111.2%	102.1%

注1.小売金額ベース  
 注2.2023年度は見込値、2024年度は予測値  
 注3.「ビジネス鞆」や「旅行鞆」「ハンドバッグ」などに加え、参入企業が展開している「財布・革小物類」「ベルト」も含む。

出典：矢野経済研究所「2023～2024年版 鞆・袋物産業年鑑」掲載データを当社にてグラフ化

旅行鞆小売市場規模推移



	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (見込)	2024年度 (予測)
市場規模	1,410	1,455	1,470	1,490	1,520	1,540	1,189	1,090	1,390	1,500	1,500
前年度比	102.2%	103.2%	101.0%	101.4%	102.0%	101.3%	76.6%	92.4%	127.5%	107.9%	102.1%

注4.小売金額ベース  
 注5.2023年度は見込値  
 注6.市場規模は、国内メーカー・卸、海外ブランドの「旅行鞆」の推定売上割合から算出した。

出典：矢野経済研究所「2023～2024年版 鞆・袋物産業年鑑」掲載データを当社にてグラフ化

## (2) 濱野皮革工藝の強みについて

### 【同業種との比較】

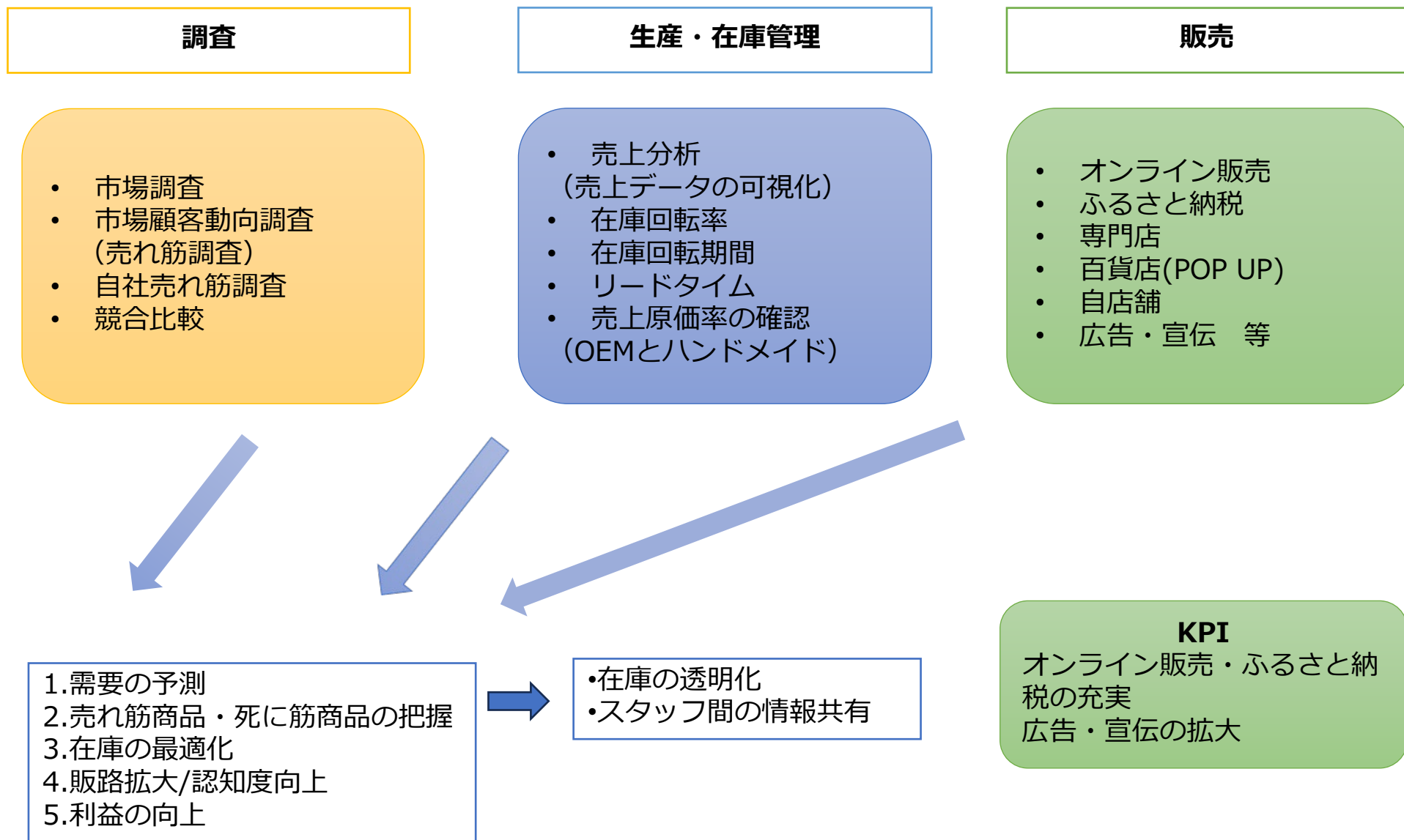
- ①H社は百貨店販路において38店舗にわたるインショップ（常設店舗）展開をしておりグループ会社の年商は約2,000億円。
  - ②当社と同様の長野県に自社工場を持つT社は、ショッピングセンターを中心に販路を拡張し1年商は80億円。
- ⇒当社は、T社同様「こだわり」の領域に属するが、実店舗を持たずネット販売に特化しているため、売上の差は歴然である。ただし商品については、2024年度よりショルダー（両手が開く）商品、SLGの投入や『防水素材』の商品を開発、さらに2025年よりナイロンやジャガードなどさらに軽量素材との組み合わせを展開。

### 【当社ファッションブランド事業の強みについて】

- ◎濱野皮革工藝：軽井沢の自社工場で職人の手によって作られるハンドバッグは、皇室や世界の王室で愛用されており、創業145年の歴史から伝承された技巧が施された日本の婦人バッグの先駆的老舗ブランドとして認知されている。
  - ・顧客層は、都心部と都心郊外に居住する比較的富裕層に属しており、母(叔母)世代と娘(姪)世代とで価値を共有できる国内では数少ないハンドバッグブランドといえる。
  - ・自然環境に配慮するサステナブルへの取り組みとして、濱野のハンドバッグは創業当時から現在に至るまで食品加工の副産物となる皮革を使用している。
- ◎クレイサス：「カメラアマーク」をあしらったクレイサスについては、国内の幅広い年齢層に対して高い認知を得ている。この広い認知性により、既存ライセンス5社に加え、あらたに数社の新規ライセンスと取引を開始し、帽子やアパレルなどのトータルファッション展開を行っていく。

# 17.ファッションブランド事業について④ (販売戦略)

- ・ 前述した市場規模及び競争力の源泉を念頭に入れた販売戦略は以下の図のとおり。
- ・ 当社はオンライン販売とふるさと納税により注力して利益を追求する
- ・ 一部POPUP等は広告宣伝効果を狙い、地域を絞ってより有効的な出店を目指す。



## 18.ファッションブランド事業について⑤（過去3カ年の実績と今後3カ年の事業計画）

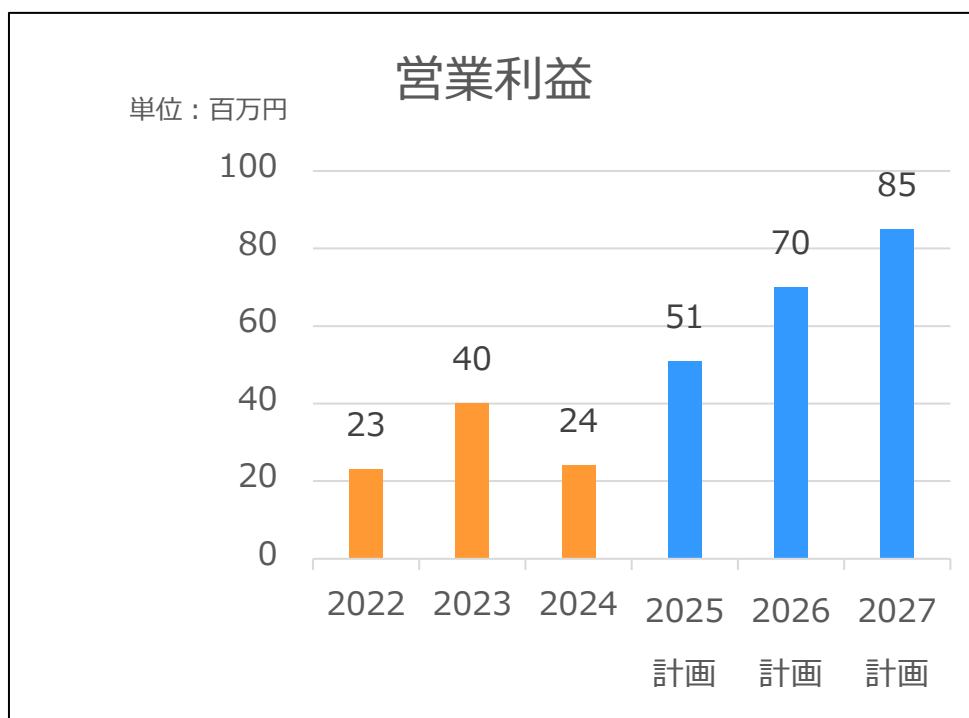
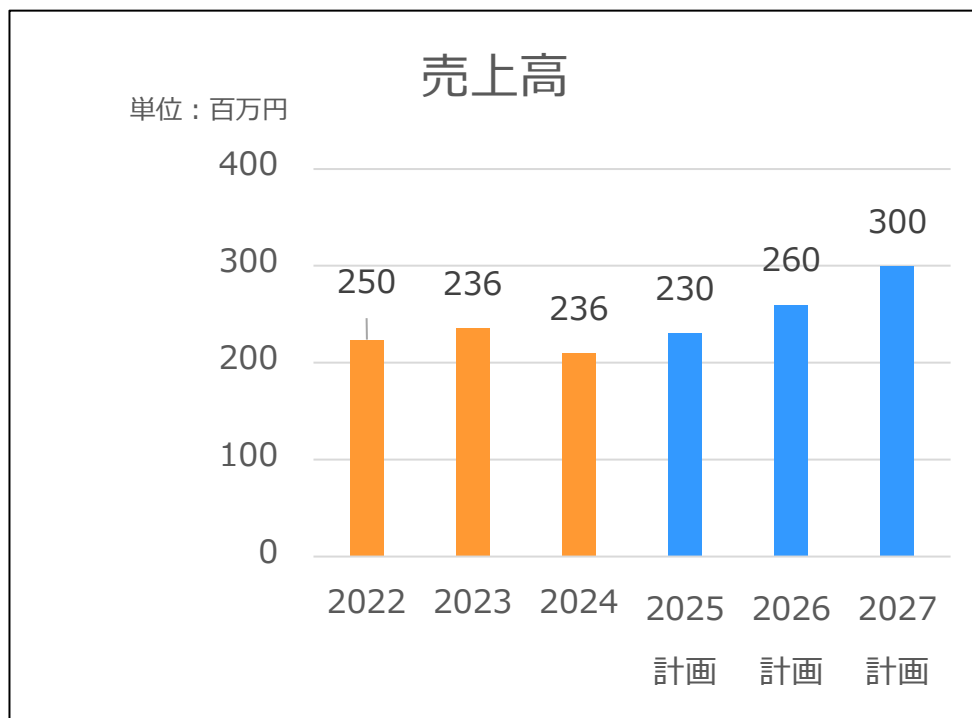
### （1）2022年12月期から2024年12月期の推移

2020年以降のコロナ禍において、濱野皮革工芸軽井沢工場は減産により売上原価が増大し、2021年は赤字に転落したものの、2022年以降は、クリアアの貢献により営業利益に転じた。

### （2）2025年12月期から2027年12月期計画

オンライン販売とふるさと納税返礼商品を軸に、時代にあった新商品の開発と販売、ブランド認知度の向上を柱として収益を高めていく。

2025年度以降はより細かな商品政策等から売上・利益の向上を目指す。



# 19 .ファッションブランド事業について⑥ (内部構造改革及び持続的な成長の実現)

ファッションブランド事業の今後の政策は 以下の三大事項を最重要事項とし実践運用します。

## ▷ 消費者目線にたった商品の開発・販売

- ・マーケットに合わせた軽量商品、財布を中心としたSLGのさらなる開発を行う

## ▷ 販路拡大

- (1) 濱野皮革工藝はオンライン販売とふるさと納税へより注力。
- (2) クレイサスは新規ライセンシーの開拓と新規取り扱いアイテムの開拓、既存ライセンシーとの連動を強化

## ▷ 認知度の向上 (広告・宣伝)

- ・濱野皮革工藝、クレイサスとも、広告・宣伝を適切に行うことによって認知度を高める
- ・広告 (SNSやターゲティング広告) やメディアに商品の貸出による露出などを実施し、現在約35,000件のユーザー数 (Web訪問数) を2026年までに2017年の水準 (約8万件) 安定的に維持する。

HAMANO ONLINE ユーザー数の推移について



月	ユーザー数		転換率	
	実績	前比	実績	前比
2024年6月	81,892	300.6%	0.18%	-0.36pt
2024年7月	60,505	203.4%	0.28%	-0.29pt
2024年8月	51,799	168.2%	0.13%	-0.09pt
2024年9月	61,924	214.3%	0.11%	-0.08pt
2024年10月	59,101	160.7%	0.18%	-0.29pt
2024年11月	59,207	163.2%	0.13%	-0.43pt
2024年12月	89,918	248.2%	0.10%	-0.16pt
2025年1月	104,354	120.5%	0.13%	-0.13pt
2025年2月	71,571	110.9%	0.20%	-0.03pt
日割り計算用	74,222	115.0%	0.20%	-0.03pt

出典：当社調査による

## 20.ファッションブランド事業について⑦（認識するリスク及び対応策）

影響分野	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
軽井沢工場 成長性	生産性が低い（工場）ため、売り上げ成長ができない（原価率）	中/中長期	中	生産性の低いカジュアルを外注化・防水性などの特殊な素材へ変更
人材育成 技術継承と引継ぎ	現在製品を製造している職人の高齢化により、生産体制が弱体化、職人の補充ができなかった場合、本事業の業績へ大きな影響を及ぼす可能性があります	中期	中	熟年職人（技術者）の技術をデータ等で可視化して保管すると共に、経常的に技術継承及びOJTを行い生産技術水準の確保に努める
市場 消費者動向	現在製造している商品が市場で競合できる価格となっていないI, また、フォーマル需要の縮小	短期	高	カジュアルにシフト（ナイロンやジャガードなど軽い素材）
在庫	マーケティング戦略の失敗により、当初想定した販売量を下回る可能性があります。同時に過剰在庫が増加する可能性がある	中期	高	オンライン以外の対面販売時でのディスカウントセール等の実施により、過剰在庫の削減に努めるほか、経常的にマーケティング政策の見直しを行い過剰在庫の発生を最小限
製品原価の上昇	製品の製造に係る資材・人件費高騰により製品原価が上昇し、収益を圧迫する可能性がある	中/中長期	中	新規商品については既存の部材を採用するほか、部材の共通化や部材の仕入れ量を抑制、仕入先の集約を行い仕入原価の削減

（注）その他のリスクは、有価証券報告書（「第一部【企業情報】第2【事業の状況】2【事業等のリスク】」）に記載

# 21.2024年12月期計画の修正について

## 2024年12月期通期計画の修正の推移（事業セグメント別）

単位：百万円

事業セグメント	項目	当初計画 (注1)	修正後通期計画 (注2)	差異	(参考) 2023年12月期
投資事業	売上高	1,273	463	① △810	102
	営業利益	312	142	① △170	40
建設コンサルタント事業	売上高	350	286	② △64	297
	営業利益	39	75	② 36	65
ファッションブランド事業	売上高	271	211	③ △60	236
	営業利益	71	16	③ △55	40

(注1) 2024年2月14日に公表した2024年12月期通期業績予想

(注2) 2025年1月20日の「通期業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表した2024年12月期通期業績予想

### 2024年12月期計画修正の要因

①投資事業において、沖縄リゾート開発プロジェクト案件の進捗が当初の予定より遅延していることに伴い、当初2024年12月期第4四半期に売上高の計上を見込んでいた同プロジェクトの売上高の一部が2025年12月期（具体的には2025年12月期第2四半期以降）に計上する見込みとなった。これにより、投資事業売上高の予想を大幅に修正したことに伴い、売上高及び営業利益が大幅に減少

②建設コンサルタント事業について、完成工期の延長により売り上げ見込みは当初計画を下回ったが、採算性の高い業務を履行したことにより採算性が改善した。売上高が減少した一方で営業利益は増加

③ファッションブランド事業において売上高が伸び悩んだほか、工場稼働率の低下により採算性も悪化したことによりファッションブランド事業の売上高及び営業利益の予想を修正したことに伴い、売上高及び営業利益が減少

## 2024年12月期通期計画の修正の推移（全体）

単位：百万円

項目	当初計画 (注1)	修正後通期計画 (注2)	差異	(参考) 2023年12月期実績
売上高	1,895	961	△934	636
営業利益	86	0	△86	△8
経常利益	261	248	△13	227
親会社株主に帰属する当期純利益	184	186	2	102

## 22.2024年12月期の計画と実績値の比較①

2024年12月期の当社グループ全体の計画と実績値の差異

単位：百万円

項目	通期計画（注1）	通期実績	差異	（参考） 2023年12月期実績
売上高	961	961	①～④	636
営業利益	0	2	⑤	△8
経常利益	248	250	⑥	227
親会社株主に帰属する当期純利益	186	194	⑦	102

（注1） 2025年1月20日の「通期業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表した2024年12月期通期業績予想

（注2） 通期実績の右に付した①～⑤の番号は、下記「2023年12月期決算の概要」①～⑤の番号と対応

### 2024年12月期決算の概要

- ① 建設コンサルタント事業は売上高は概ね計画通りとなり、収益性が大幅に改善した。
- ② ファッションブランド事業の売上高は当初の計画を下回る結果となった。収益性も低下した。
- ③ 投資事業は収益物件の販売により、売上高が大幅に増加した。
- ④ ①～③の詳細は次頁「23.2024年12月期の計画と実績値の比較②」を参照。
- ⑤ 建設コンサルタント事業及び投資事業において収益性が改善し、売上総利益が計画を上回ったものの、人材、ITなどのインフラ強化のための投資を行ったため、グループ全体の販売費及び一般管理費が増加した。このため、営業利益は2百万円となった。
- ⑥ 営業外収益及び営業外費用は概ね計画通りに推移した為、経常利益は通期計画に概ね近似した。
- ⑦ 法人税等が計画を若干下回ったことにより、親会社株主に帰属する当期純利益は計画を若干上回る結果となった。



## 23.2024年12月期の計画と実績値の比較②

### 事業セグメント別比較

単位：百万円

事業セグメント	項目	通期計画 (注1)	通期実績	差異	(参考) 2023年12月期
投資事業	売上高	463	463	① ー	102
	営業利益	142	142	① ー	40
建設コンサルタント事業	売上高	286	286	② ー	297
	営業利益	75	75	② ー	65
ファッションブランド事業	売上高	211	211	③ ー	236
	営業利益	16	16	③ ー	40

(注1) 2025年1月20日の「通期業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表した2024年12月期通期業績予想

(注2) 通期実績の右に付した①～③の番号は、下記「各事業セグメントの概要」①～③の番号と対応

### 各事業セグメントの概要

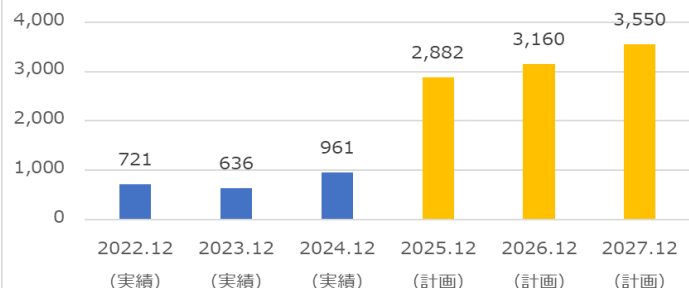
- ① 投資事業の売上高は沖縄リゾート案件の遅延はあったものの、収益物件の売上により一定の売上高及び営業利益を確保するに至った。
- ② 建設コンサルタント事業は受注高が堅調に推移したものの、工期延長の影響もあり売上高は前期を下回る結果となったが、採算性の高い業務に着手したことで収益性が改善し、セグメント利益は75百万円となった。
- ③ ファッションブランド事業の売上高は伸び悩み減少する結果となった。また、工場稼働率の低下により採算性も悪化し、セグメント利益は16百万円と低調な結果となった。

# 24.当期を含む事業利益計画について

## 過去の実績及び当年度を含む中期経営計画（売上高、営業利益及び経常利益）の概要

単位：百万円

売上高



### (売上高について)

2022年12月期から2024年12月期にかけて、売上高は6億から9億で推移。2025年12月期は2,882百万円、2026年12月期には3,160百万円、2027年12月期は3,550百万円を目標とする。**具体的な達成方法については、各事業セグメント別事業計画に記載**

### (営業利益について)

2022年12月期から2024年12月期にかけて営業損益は回復基調にある。2025年12月期は166百万円、2026年12月期は203百万円、2027年12月期は258百万円を目標とする。**具体的な達成方法については、各事業セグメント別事業計画に記載**

### (管理部門の一般管理費について)

人員増強やIT投資などインフラ強化の投資により、2024年12月期は231百万円と前事業年度より大幅に増加。

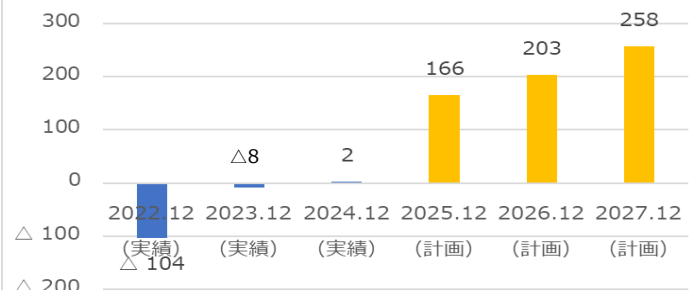
投資のメリハリを利かせ、2025年12月期は249百万円、2026年12月期は252百万円、2027年12月期は267百万円と予測。

### (営業外損益及び経常利益について)

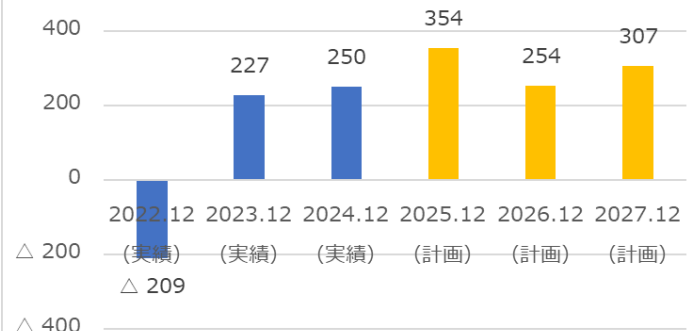
海外子会社の減資に伴う為替差益及び受取利息が大幅に減少するという前提で営業外収益は減少傾向にあると予測。営業外費用については通常発生が見込まれるものを見積っている。

これらの営業外損益の推移を受け、2025年12月期の経常利益は354百万円、2026年12月期は254百万円、2027年12月期は307百万円と予測。

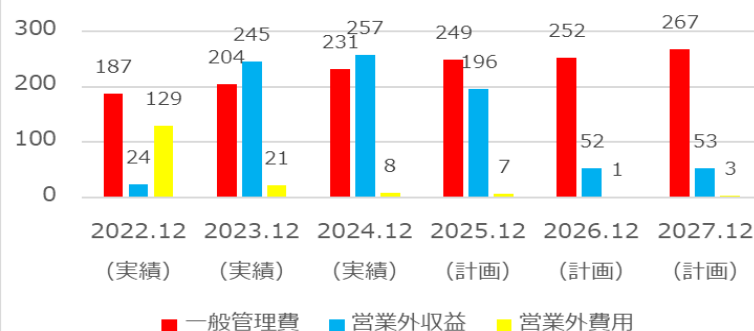
営業利益



経常利益



一般管理費、営業外収益及び営業外費用



# 25.事業利益計画の補足①（中期経営計画の修正について：全社数値の修正）

## 中期経営計画の修正について（2025年12月期及び2026年12月期）

### 2024年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
売上高	636	1,895	2,003	2,125
営業利益	△ 8	86	158	195
経常利益	227	261	217	227
当期純利益	102	184	150	157

### 2025年公表中期計画（百万円）

	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2027.12 (計画)
売上高	961	2,882	3,160	3,550
営業利益	2	166	203	258
経常利益	250	354	254	307
当期純利益	194	358	166	200

### 2024年公表中期計画（百万円）

	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
一般管理費（全社）	204	254	227	232
営業外収益	245	185	70	41
営業外費用	21	10	11	9

### 2025年公表中期計画（百万円）

	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2027.12 (計画)
一般管理費（全社）	231	249	252	267
営業外収益	257	196	52	53
営業外費用	8	7	1	3

### 中期経営計画の修正要因

#### （売上高及び営業利益について）

売上高の変更要因については次項のセグメント別計画の修正を参照

2023年公表次計画と比較して、売上高は増加する一方、原価率が実勢を踏まえ上昇し、管理部門の一般管理費が増加するため、営業利益は微増。2025年12月期は166百万円、2026年12月期は203百万円へ変更

#### （管理部門の一般管理費について）

2024年12月期実績は人員増強及びIT投資の影響により当初の予測よりも増加した。2024年12月期の実勢及び今後の投資額を勘案した結果、管理部門の一般管理費は増加。2025年12月期は249百万円、2026年は252百万円へと変更

#### （経常利益）

海外子会社の減資に伴う為替差益及び受取利息が大幅に減少するという前提で営業外収益は減少傾向にあると予測。営業外費用については通常発生が見込まれるものを見積もった。これらの営業外損益の推移を受け、2025年12月期の経常利益は354百万円、2026年12月期は254百万円へ変更した。

### 経営指標の変更について

中期経営計画の変更を受け、売上高営業利益率及び自己資本利益率を以下のとおり変更

#### 2024年公表数値

	2021.12 (実績)	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
グループ全体売上高営業利益率	-14.94%	-14.42%	-1.26%	4.54%	7.89%	9.18%
グループ全体ROE	0.00%	10.10%	2.00%	3.18%	2.53%	2.58%

#### 2025年公表数値

	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2026.12 (計画)
グループ全体売上高営業利益率	-14.42%	-1.26%	0.21%	5.76%	6.42%	7.27%
グループ全体ROE	10.10%	2.00%	3.80%	6.50%	2.93%	3.41%

# 26.事業利益計画の補足②（中期経営計画の修正について：セグメント別計画）

## 中期経営計画の修正について（2025年12月期及び2026年12月期：セグメント別計画）

### 投資事業

#### 2024年公表中期計画（百万円）

	2021.12 (実績)	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
売上高	143	136	102	1,273	1,300	1,350
営業利益	-6	-100	40	204	220	230

#### 2025年公表中期計画（百万円）

	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2027.12 (計画)
売上高	136	102	463	2,322	2,500	2,800
営業利益	-100	40	142	290	300	350

### 建設コンサルタント事業

#### 2024年公表中期計画（百万円）

	2021.12 (実績)	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
売上高	582	349	289	350	400	450
営業利益	-47	65	64	65	70	85

#### 2025年公表中期計画（百万円）

	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2027.12 (計画)
売上高	349	289	286	330	400	450
営業利益	65	64	75	73	85	90

### ファッションブランド事業

#### 2024年公表中期計画（百万円）

	2021.12 (実績)	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (計画)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)
売上高	250	224	236	272	303	325
営業利益	-147	23	40	74	103	115

#### 2025年公表中期計画（百万円）

	2022.12 (実績)	2023.12 (実績)	2024.12 (実績)	2025.12 (計画)	2026.12 (計画)	2027.12 (計画)
売上高	224	236	211	230	260	300
営業利益	23	40	15	51	70	85

#### <セグメント別利益計画の変更について>

2024年に公表している中期経営計画と今回（2025年）公表した中期経営計画のうち、2025年12月期及び2026年12月期の計画値の変更要因は以下のとおり。

#### <投資事業>

2025年12月期と2026年12月期については、沖縄リゾート事業の売上及び不動産買取再販の強化による売り上げ増加を見込み、売上高を上方修正。

#### <建設コンサルタント事業>

前回計画時点と比較して、現在の受注状況及び主軸となる「水」に関する事業のうち、特にダム関連業務の受注が引き続き高水準を維持していること、さらに災害対応を含めて防災・減災関連業務の受注が見込まれること及び現在の人員体制を勘案し、2025年12月期は実勢に応じた売上高に修正、2026年12月期は売上高は増加するものの、原価率の上昇が見込まれることから営業利益については変更なし。

#### <ファッションブランド事業>

時代にあった新商品の開発と販売、ブランド認知度の向上を柱として収益を高めてく方針に変更はないが、2024年12月期の実績を踏まえ、2025年12月期及び2026年12月期については売上高及び営業利益について下方修正を実施

# 27.事業利益計画の補足③（経営計画の策定において重視すべき経営指標について）

## 中期計画（単位：百万円）

期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2022年12月期 (実績)	721	△ 104	△ 209	468
2023年12月期 (実績)	636	△ 8	227	102
2024年12月期 (実績)	961	2	250	194
2025年12月期 (計画)	2,882	166	354	358
2026年12月期 (計画)	3,160	203	254	166
2027年12月期 (計画)	3,550	258	307	200

### 経営計画の策定において重視すべき経営指標 (グループ全体として目標とすべき指標)

従前までは、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、「当期純利益」）の確保が最優先事項

2023年12月期から開始した事業再構築により、収益の柱となる事業を創出し、営業利益の獲得を第一の目標とすることに変更

当社グループの重視すべき経営指標としては①売上高営業利益率及び②当期純利益に基づく指標（自己資本利益率）

当期純利益は企業における最終的な経営成績であり、ステークスホルダーへの配当や設備投資の原資となるもので、企業の持続的な発展には不可欠と認識。

ROEに関しては、過去の利益水準より、概ね2%～3%が目標水準。ROEの実績及び目標の推移は左記グラフのとおり。

### (各事業セグメントにおいて目標とすべき指標)

各事業セグメントにおいては、セグメント利益（営業利益）の確保が最優先の課題となる。

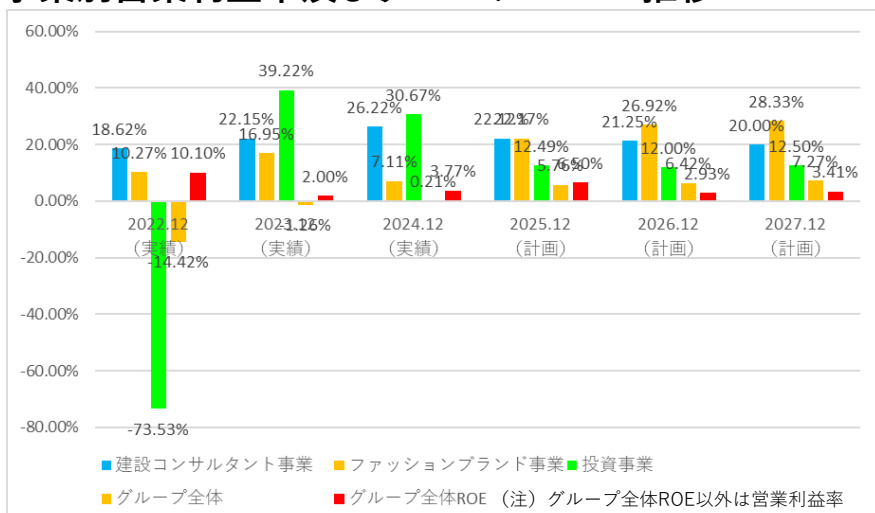
売上高営業利益率により事業の収益性を判断。

中期経営計画における各事業セグメントの営業利益率の実績及び目標の推移は左記グラフのとおり。

事業の創出による営業利益の確保が第一

持続的な成長のため不可欠

## 事業別営業利益率及びグループROEの推移



## 28.利益計画の進捗状況について

### 経営計画の進捗状況について

経営計画の進捗については、適宜公表・開示する予定  
公表すべき事象が生じましたら計画を修正し、速やかに適時開示を実施。

### 計画の進捗状況の公表について

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の公表は、2026年3月を予定。

- 本資料は情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買い付け又は売り付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- 本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。