



## 2026年1月期 第3四半期決算説明資料

証券コード：2983 | 東京証券取引所グロース市場  
名古屋証券取引所メイン市場

株式会社アールプランナー

2025年12月9日



想いを描く、自由発想の家づくり  
**arr gallery**  
Find Your Only One Style.

# 会社概要

社 名 / 株式会社アールプランナー 英訳名：A r r P l a n n e r C o., L t d.

設 立 / 2003年10月3日

事 業 内 容 / 注文住宅事業、分譲住宅事業、その他不動産事業

代 表 者 / 代表取締役社長 梢 政樹

従 業 員 数 / 422名（連結） ※2025年10月末現在

資 本 金 / 398,295千円 ※2025年10月末現在

所 在 地 / 本 社 愛知県名古屋市東区東桜一丁目13番3号 NHK名古屋放送センタービル10階  
東京本社 東京都新宿区西新宿二丁目4番1号 新宿NSビル7階

子 会 社 / 株式会社アールプランナー不動産

決 算 期 / 1月

PURPOSE

# All Satisfaction

「住。」を通じてすべての人に満足を提供する

MISSION DESIGN × TECHNOLOGYで人々の住生活を豊かにする

VISION 日本一顧客満足度の高い住宅プラットフォーム企業になる

VALUE こだわりのある良質な住まいをよりリーズナブルに

- ① 1. 2026年1月期 第3四半期決算概要
- 2. 当期の取り組み
- 3. 財務方針
- 4. Appendix

## 2026年1月期 第3四半期 連結業績ハイライト・トピックス

売上高	30 過去最高	営業利益	30 過去最高	総販売棟数	30 過去最高	受注高	30 過去最高	総受注棟数	30 過去最高
34,834	百万円	2,576	百万円	826	棟	38,445	百万円	913	棟
前年同期比	+18.7%	前年同期比	+68.1%	前年同期比	+8.3%	前年同期比	+16.3%	前年同期比	+5.2%

### TOPICS 1 第3四半期の過去最高業績を更新、受注も過去最高水準

- ✓ 注文住宅の好調と全体的な販売単価増により過去最高業績を更新。  
売上高は前年同期比+18.7%の348.3億円、営業利益は同+68.1%の25.7億円と大幅増益
- ✓ 当社の高い商品力と独自のデジタルマーケティングにより受注状況も好調で、今後の業績貢献を見込む

### TOPICS 2 12月9日に当期3回目の業績予想上方修正を実施、配当予想も増配修正

- ✓ 足元の受注も好調なことから、通期業績について9月11日に続く当期3回目の業績予想の上方修正を実施
- ✓ 期末配当予想も修正し、年間配当額70円→年間80円に増配予定

### TOPICS 3 事業規模拡大しつつ財務健全性は引続き向上

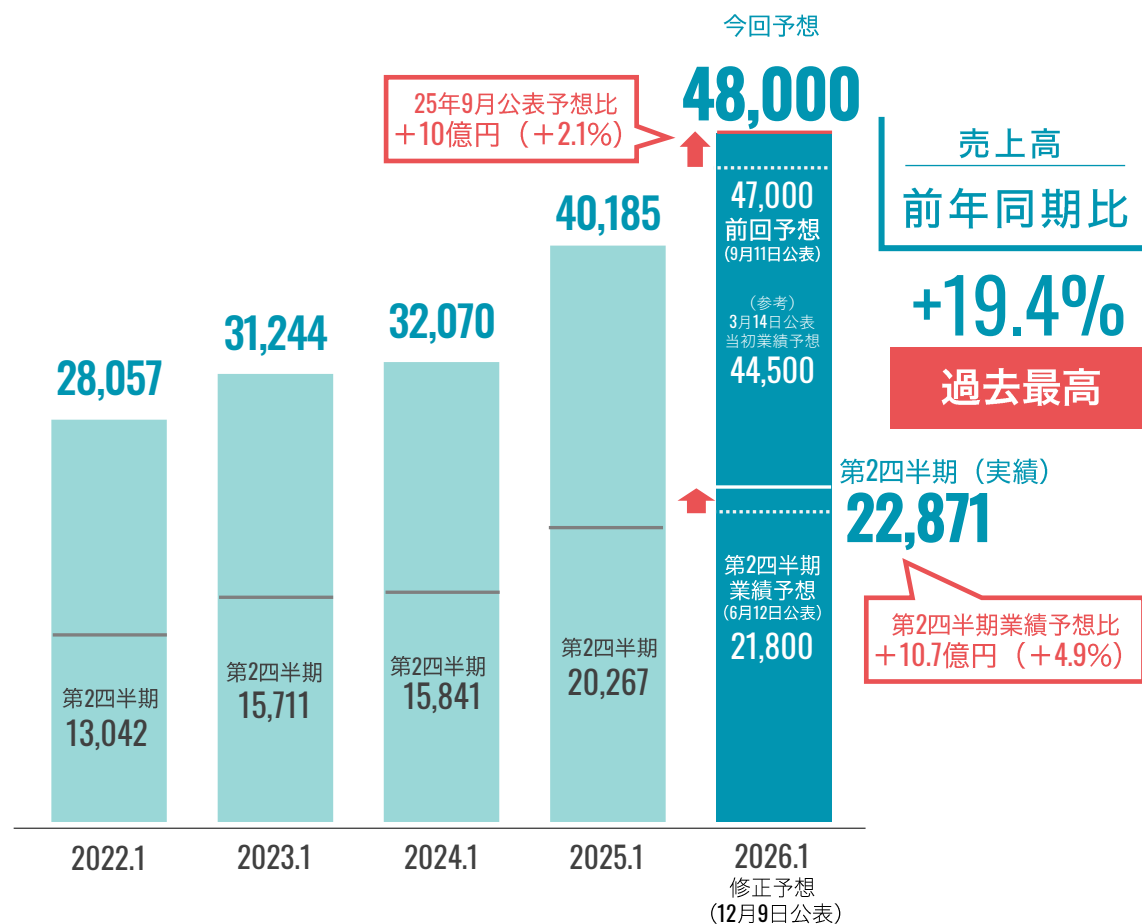
- ✓ 当第3四半期末時点で自己資本比率20%台(20.7%)、ネットD/Eレシオ1.8倍となり、高成長による事業規模拡大と財務健全性を向上を両立

## 通期業績予想修正①

- ・12月9日に、9月11日に続けて当期3回目となる通期業績予想の上方修正を公表。第3四半期も受注・業績が好調に推移し、前回修正時の見通しを上回る結果となった。
- ・予想営業利益率は9月11日時点の7.1%から7.6%と0.5ポイントの改善。売上高だけでなく収益性も着実に改善見込み

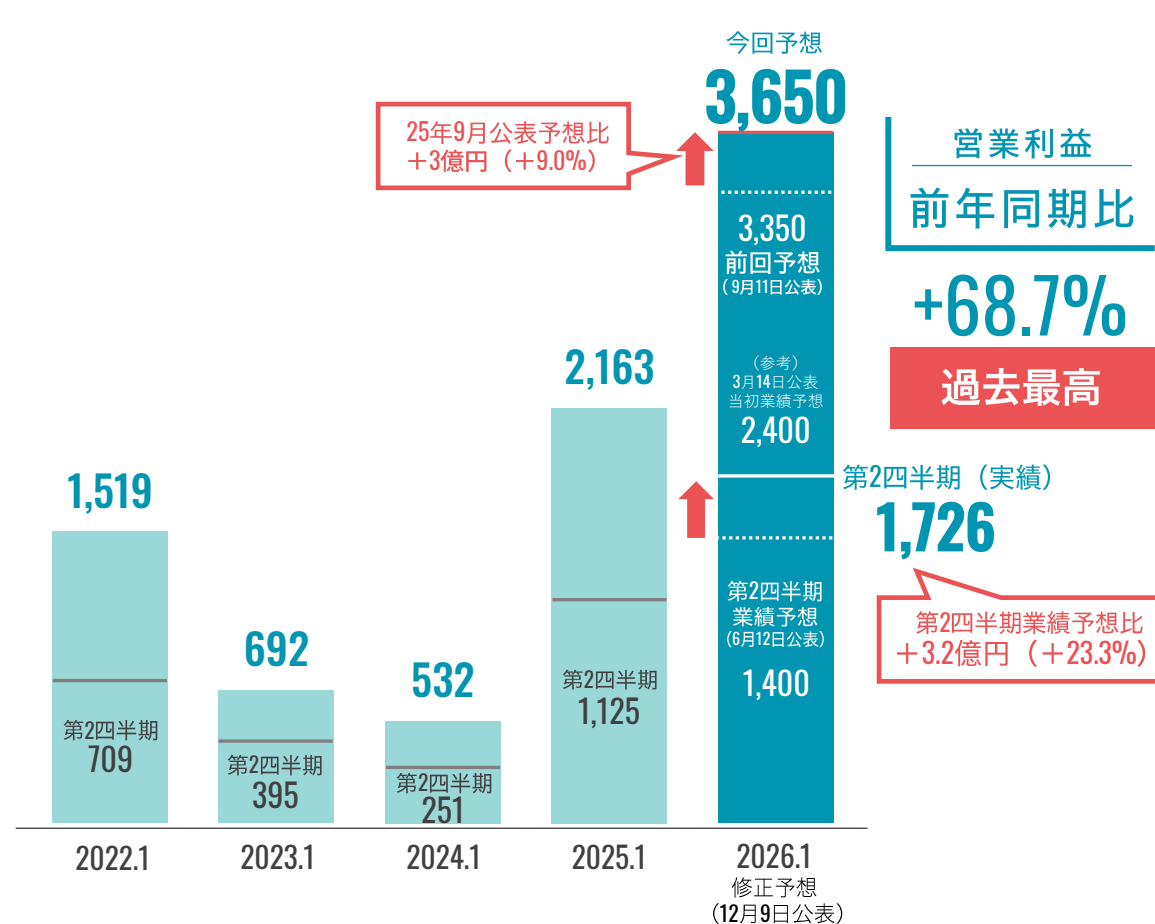
### 売上高

(百万円)



### 営業利益

(百万円)



通期業績予想修正②

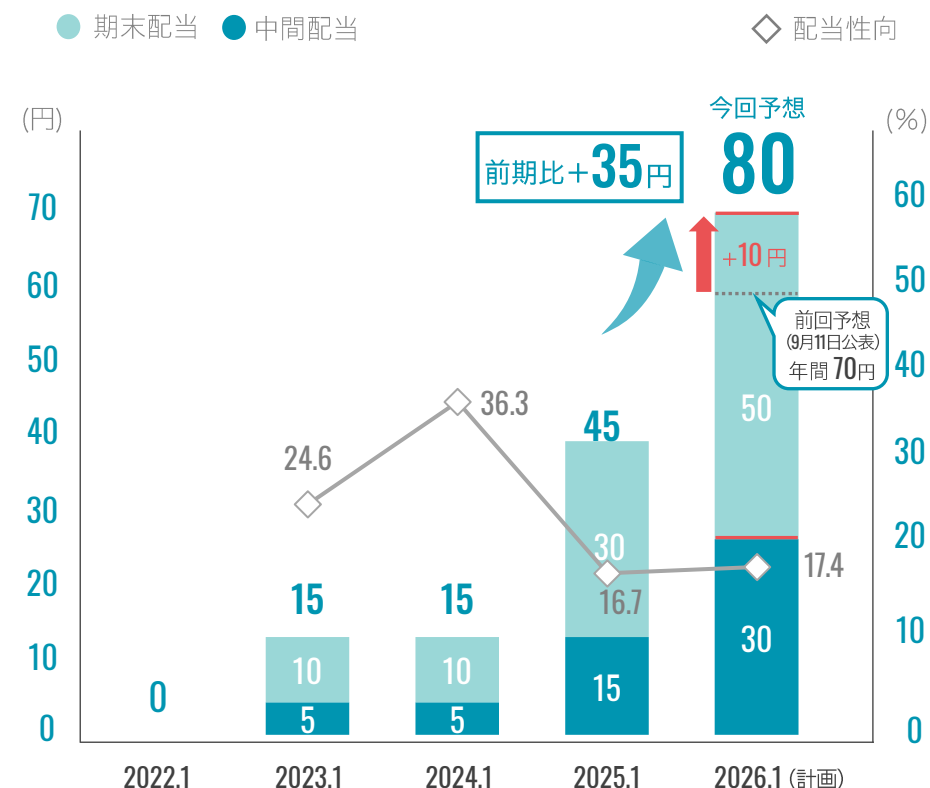
- ・売上総利益以下増益となり、前回業績予想修正時より利益率も全体的に向上
- ・1株当たり当期純利益（EPS）も450.49円と前回修正対比で47.26円増（前年同期比では＋66.8%）

＜前回発表予想＞					＜今回修正予想＞				単位：百万円
項 目	2025年1月期 期末（①）	構成比	2026年1月期 連結業績予想（前回②） ※9月11日時点予想	構成比	2026年1月期 連結業績予想（今回③） ※12月9日時点予想	構成比	対前回予想比（③/②） ※9月11日時点予想との比較	増減率（③ / ①） 前年同期比	
売上高	40,185	100.0%	47,000	100.0%	48,000	100.0%	+ 2.1%	+ 19.4%	
売上総利益	6,735	16.8%	8,390	17.9 %	8,710	18.1%	+ 3.8%	+ 29.3%	
販売費及び一般管理費	4,572	11.4%	5,040	10.7%	5,060	10.5%	+ 0.3%	+ 10.7%	
営業利益	2,163	5.4%	3,350	7.1%	3,650	7.6%	+ 9.0%	+ 68.7%	
経常利益	2,002	5.0%	3,150	6.7%	3,445	7.2%	+ 9.4%	+ 72.1%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,436	3.6%	2,150	4.6%	2,400	5.0%	+ 11.6%	+ 67.0%	
1株当たり 当期純利益	270.13円	—	403.23円	—	450.49円	—	+ 11.7%	+ 66.8%	

## 株主還元について（増配）

- ・12月9日の業績予想上方修正に伴い、期末配当についても増配を決定。期末予想配当金を1株当たり50円（9月11日修正予想時は同40円）とし、その結果、年間配当金額は80円（9月11日時点修正予想+10円）に増額
- ・中長期にわたる企業価値向上の実現を最優先課題とし、株主還元については、安定的な配当実施を基本に成長投資とのバランスを重視することを基本方針

	(参考値) 2025年1月期実績	2026年1月期予想 (9月11日修正)	2026年1月期 (12月9日修正)
1株当たり当期純利益	270.13円	403.23円	450.49円
1株当たり年間配当金	45.00円	70.00円	<b>80.00円</b>
(うち中間配当金)	(15.00円)	(30.00円)	<b>(30.00円)</b>
配当性向	16.7%	17.4%	<b>17.8%</b>



連結損益計算書サマリー（P/L）

- 商品力及びブランド認知度向上により販売単価が上昇している中で総販売棟数が順調に増加した結果、売上高が第3四半期の過去最高を更新。加えて、コストコントロールにより売上総利益率が前年同期比+1.3ポイント改善
- 販管費の増加も適切な水準となった結果、営業利益以下も各段階利益にて前第3四半期に比べて大幅に増益

単位：百万円

項 目	2024年1月期 第3四半期（①）	構成比	2025年1月期 第3四半期（②）	構成比	増減率（② / ①） 前年同期比	2025年1月期 連結業績予想（③） ※12月9日時点予想	構成比	進捗率（② / ③） ※12月9日時点予想との比較
売上高	29,354	100.0%	34,834	100.0%	+ 18.7%	48,000	100.0%	72.6%
売上総利益	4,933	16.8%	6,299	18.1%	+ 27.7%	8,710	18.1%	72.3%
販売費及び一般管理費	3,400	11.6%	3,722	10.7%	+ 9.5%	5,060	10.5%	73.6%
営業利益	1,532	5.2%	2,576	7.4%	+ 68.1%	3,650	7.6%	70.1%
経常利益	1,417	4.8%	2,429	7.0%	+ 71.4%	3,445	7.2%	70.5%
親会社株主に帰属する 四半期（当期）純利益	929	3.2%	1,648	4.7%	+ 77.4%	2,400	5.0%	68.7%
1株当たり 四半期（当期）純利益	174.70円	—	309.59円	—	+ 77.2%	450.49円	—	—

事業セグメント別売上実績の内訳

- ・ 注文住宅が好調に推移し、注文住宅売上高は前年同期比+29.9%と大きく増加
- ・ 分譲住宅も、商品の付加価値を高めて販売単価が上昇したことを受けて、引続き好調に推移
- ・ 土地のみの販売についても前年同期比+18.4%と増加

単位：百万円

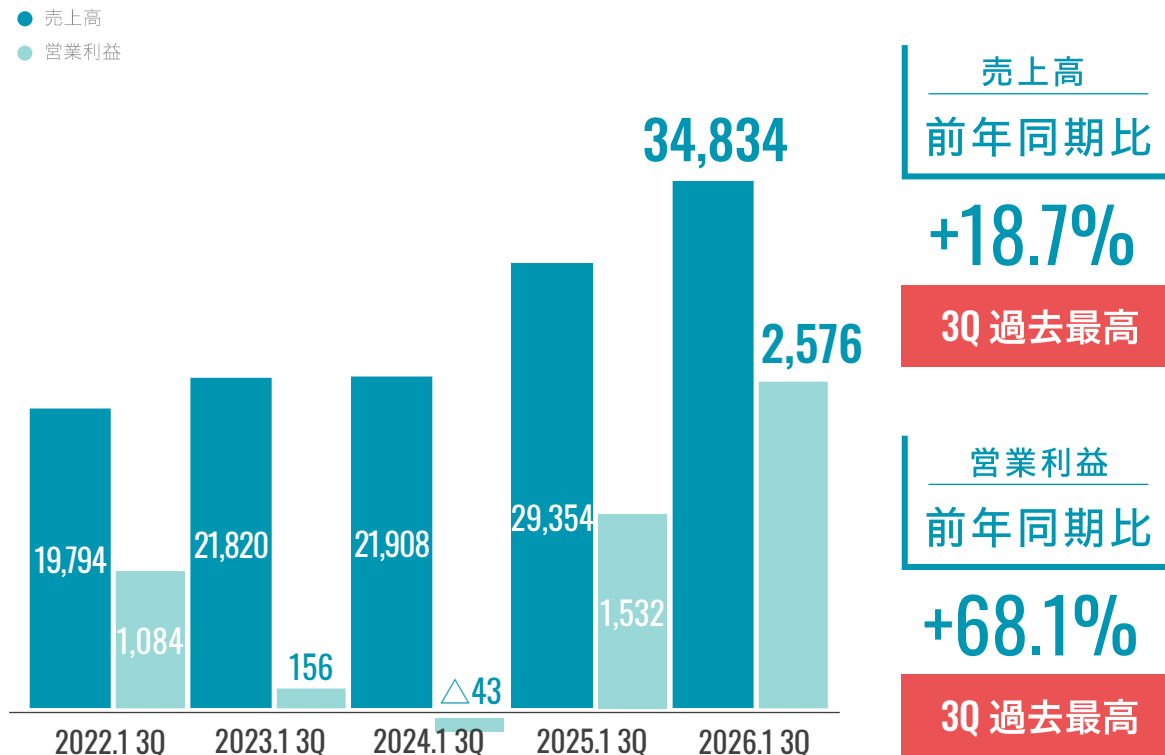
報告セグメント	事業セグメント	2025年1月期 第3四半期 (①)	構成比	2026年1月期 第3四半期 (②)	構成比	増減率(前年同期比) (②/①)
戸建住宅事業	注 文 住 宅	6,261	21.3%	8,135	23.4%	+ 29.9%
	(建物+土地)	18,768	63.9%	21,460	61.5%	+ 14.4%
	分 譲 住 宅	3,059	10.4%	3,628	10.4%	+ 18.4%
	(土地のみ)					
	不 動 産 仲 介	588	2.0%	680	2.0%	+ 15.7%
	エクステリア	283	1.0%	417	1.2%	+ 47.2%
中古再生・収益不動産事業	リフォーム	112	0.4%	245	0.7%	+ 117.4%
	中古再生・収益不動産	246	0.8%	236	0.7%	△4.1%
そ の 他	そ の 他	33	0.1%	30	0.1%	△10.7%
合 計		29,354	100.0%	34,834	100.0%	+ 18.7%

## 第3四半期業績推移

- ・注文住宅・分譲住宅の販売棟数は第2四半期に続き過去最高を更新
- ・土地販売棟数は前年同期比減となったが、分譲住宅（建物＋土地）の販売棟数及び販売単価の上昇により、土地販売を含む分譲住宅全体の売上高は大きく増加

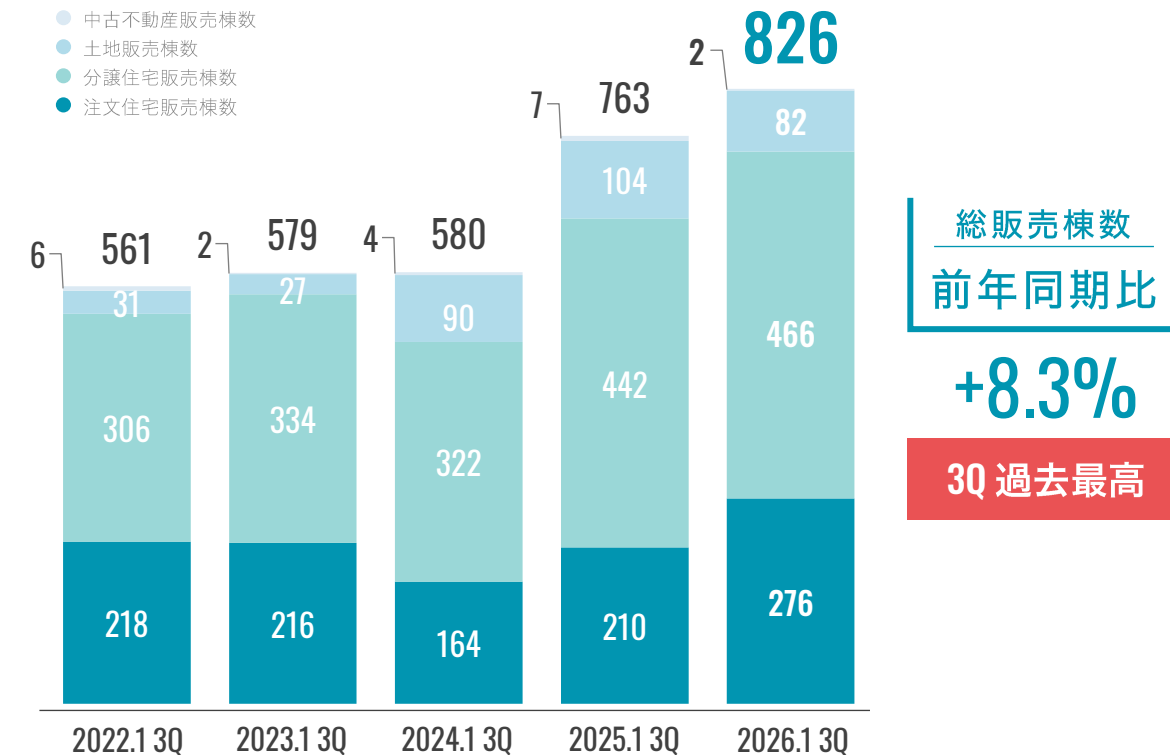
### 売上高・営業利益

(百万円)



### 総販売棟数

(棟)



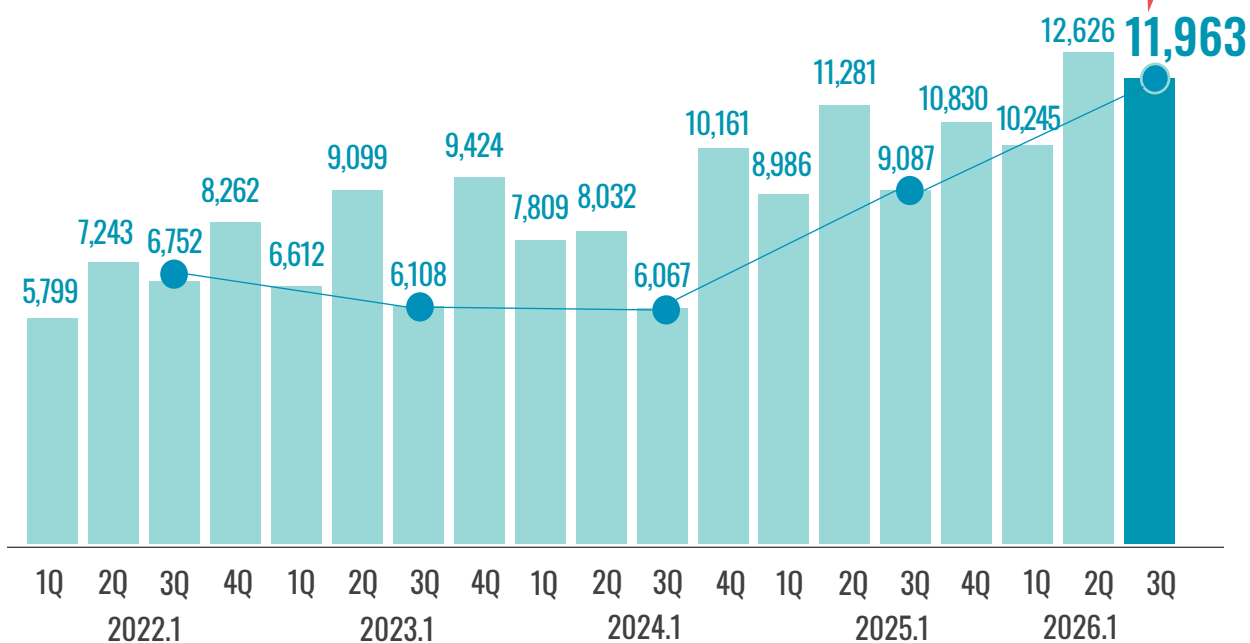
## 四半期業績推移

- ・ 四半期会計期間において、当第3四半期会計期間の売上高としては初めて100億円を突破
- ・ 当第3四半期会計期間の営業利益は前年同期比で倍増

### ④ 四半期売上高の推移

(百万円)

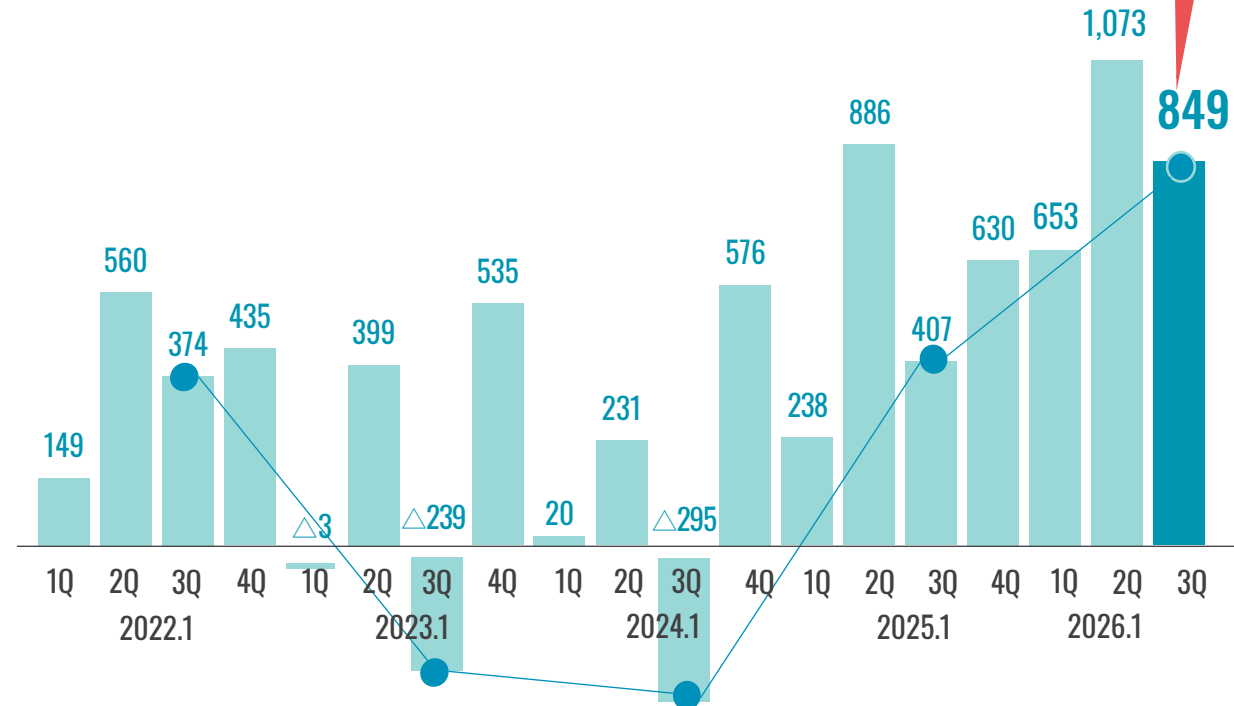
3Q  
過去最高



### ④ 四半期営業損益の推移

(百万円)

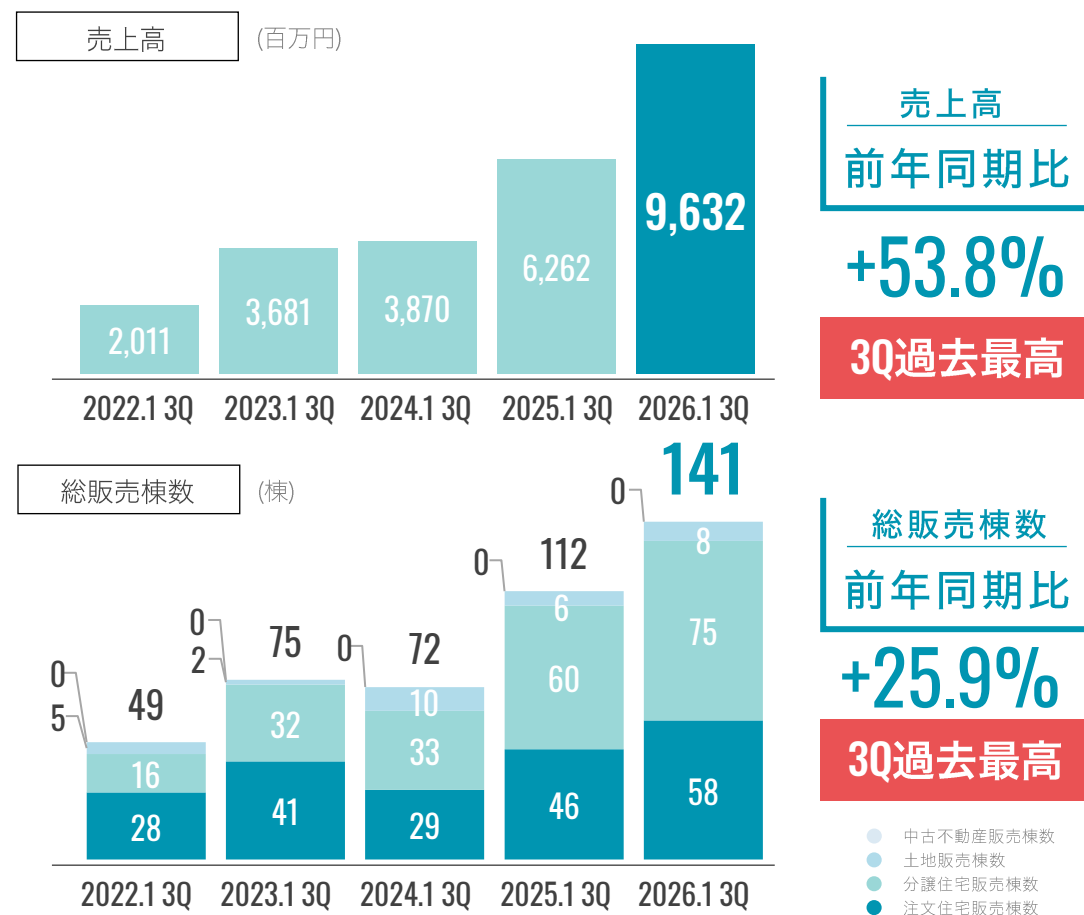
3Q  
過去最高



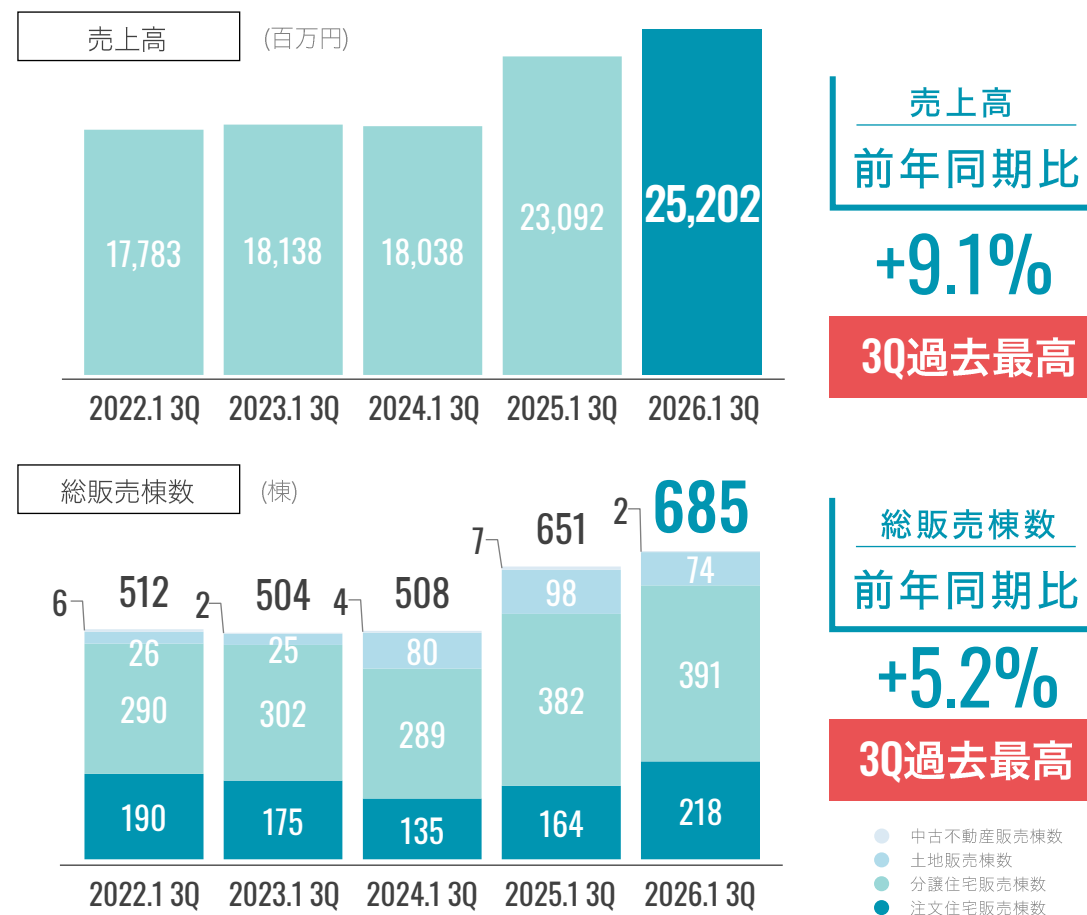
## エリア別売上高及び総販売棟数推移

- ・首都圏エリアは、商品の付加価値を高めて販売単価を上昇する施策が奏功し、総販売棟数の前年同期比+25.9%に対し売上高は同+53.8%と大幅に増加
- ・東海エリアは、注文住宅の販売棟数が前年同期比+32.9% (164棟→218棟) と大きく増加しており、販売単価も増加し着実に成長

### ☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



### ☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数

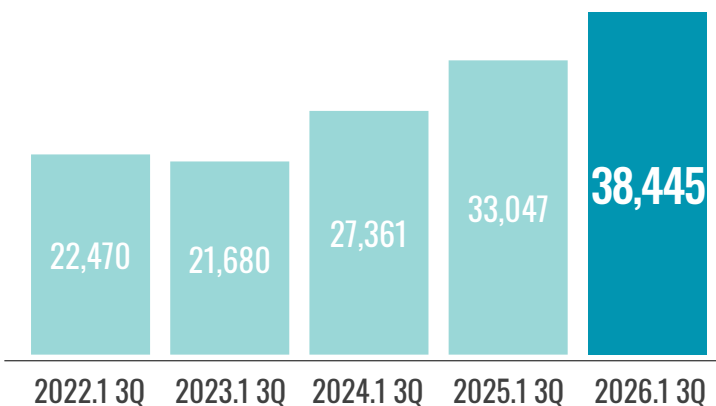


## 受注高・受注棟数・注文住宅の受注残高及び分譲住宅の棚卸資産推移

- ・ 高い商品力や独自のデジタルマーケティングの奏功により、注文住宅の受注棟数が第2四半期から引続き増加
- ・ 当第3四半期も、注文住宅の受注残高と分譲住宅の棚卸資産が引続き順調に増加。設計・施工能力を強化し、今後の業績への貢献を見込む

### 受注高

(百万円)



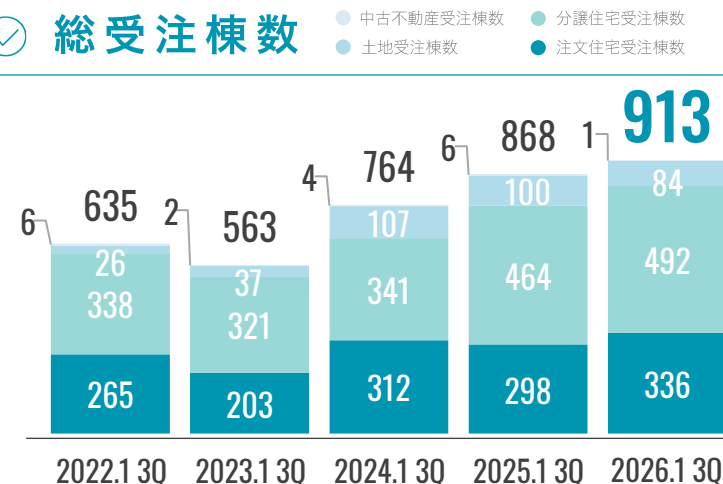
受注高  
前年同期比

**+16.3%**

3Q 過去最高

### 総受注棟数

(棟)



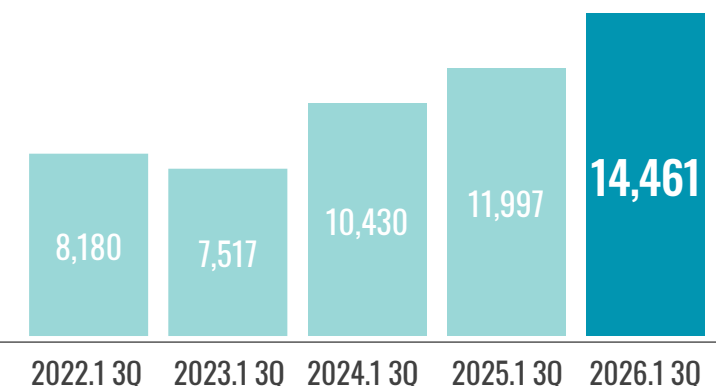
総受注棟数  
前年同期比

**+5.2%**

3Q 過去最高

### 注文住宅の受注残高

(百万円)



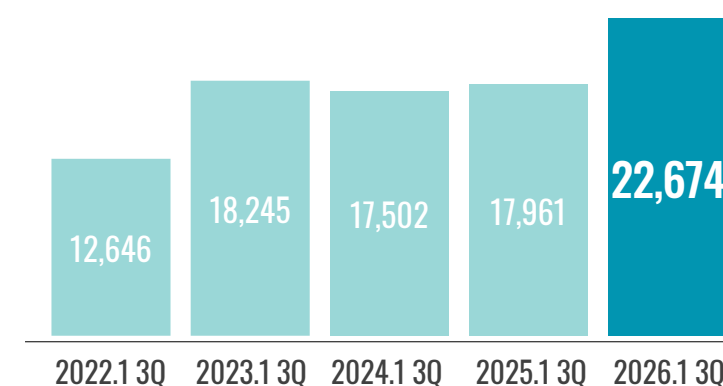
受注残高  
前年同期比

**+20.5%**

3Q 過去最高

### 分譲住宅の棚卸資産

(百万円)



棚卸資産  
前年同期比

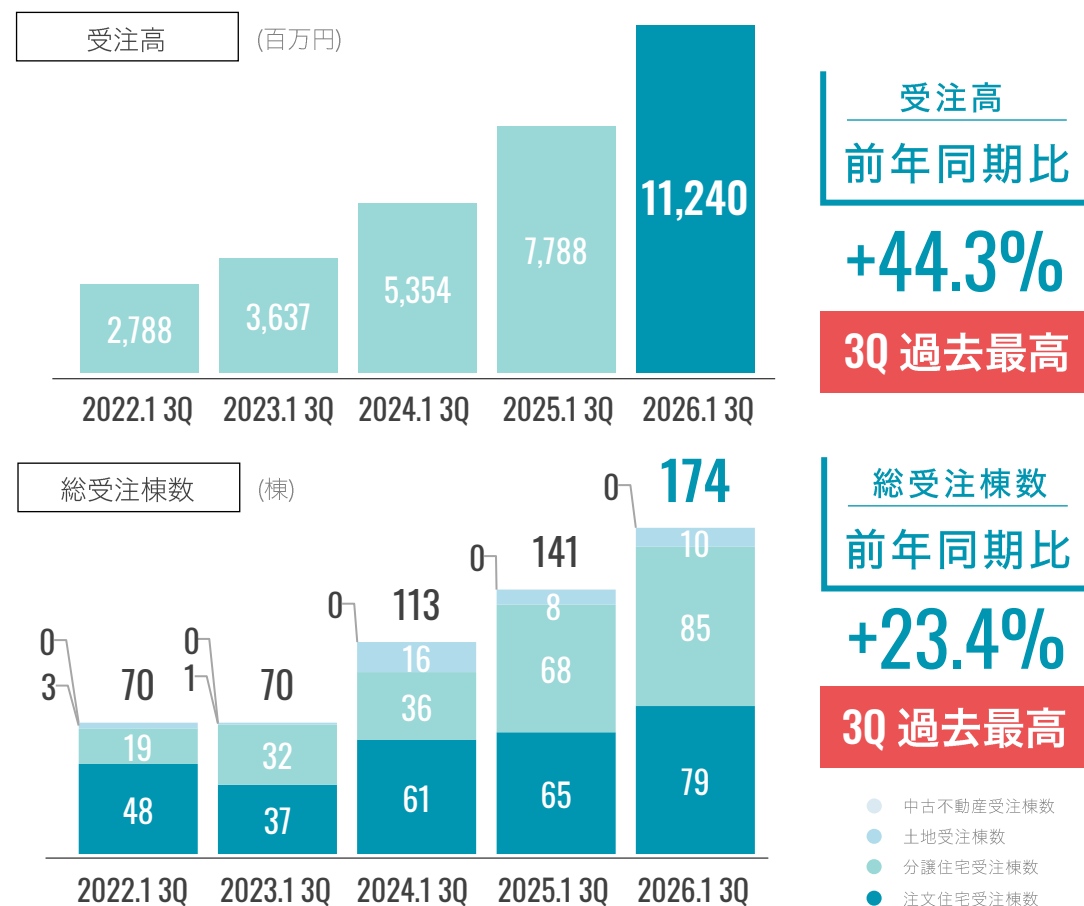
**+26.2%**

3Q 過去最高

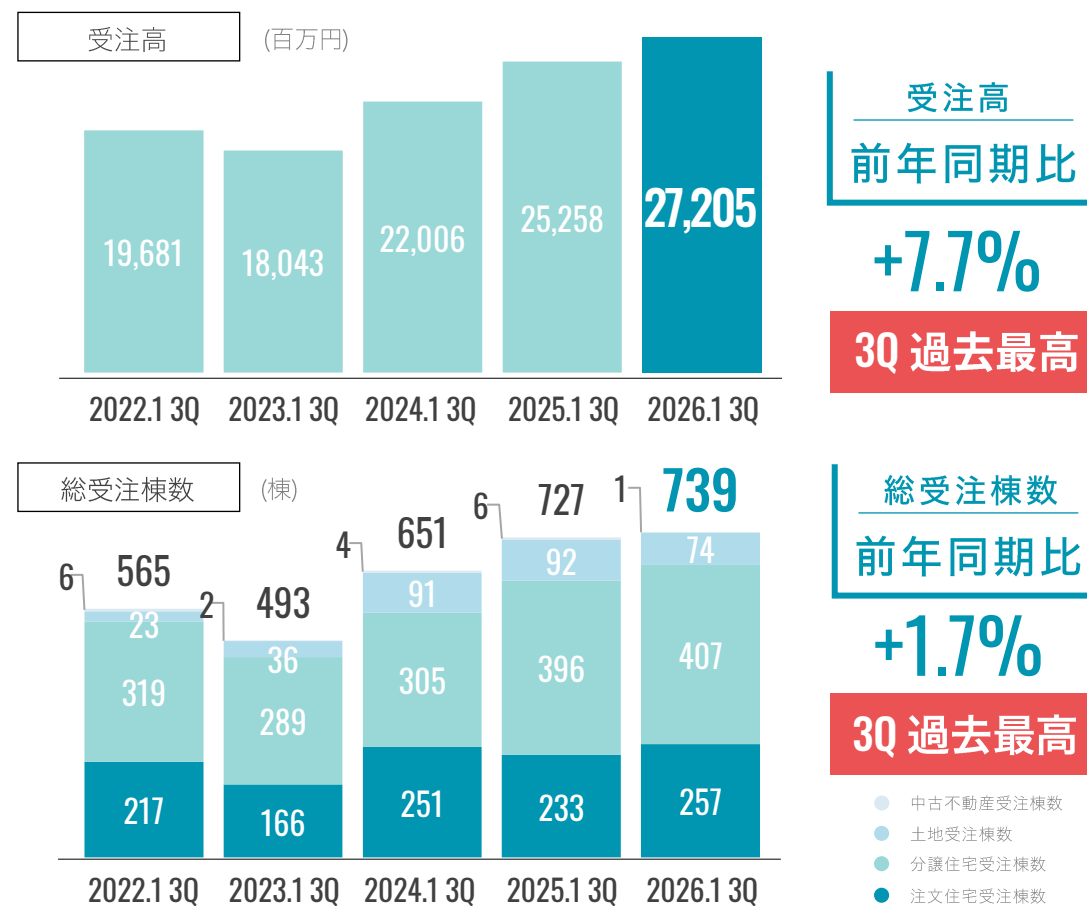
## エリア別受注高及び総受注棟数推移

- ・首都圏エリアは注文住宅・分譲住宅ともに受注が大きく伸びており、受注高は前年同期比+44.3%を超える成長
- ・東海エリアも順調に成長しており、受注高・総受注棟数ともに第3四半期の過去最高を更新

### ☑ 首都圏エリア 受注高・総受注棟数



### ☑ 東海エリア 受注高・総受注棟数



連結貸借対照表サマリー（B/S）

- ・ 事業規模拡大に伴う仕入増により棚卸資産の金額は増加しているものの、総資産に占める比率は前年同水準であり、今後も事業規模拡大に見合った仕入を進めていく方針
- ・ 自己資本比率は20%台、ネットD/Eレシオも1.8倍となり、事業成長と財務健全性のバランスが着実に向上

※勘定科目は連結貸借対照表より抜粋 単位：百万円

項 目		2025年1月期末(①)	2026年1月期 第3四半期(②)	増減額 (②－①)
流動資産		26,829	31,924	+ 5,094
現金及び預金		5,357	5,973	+ 616
棚卸資産		20,658	24,669	+ 4,010
その他流動資産		813	1,281	+ 467
固定資産		2,027	1,887	△139
資産合計		28,856	33,811	+ 4,955

項 目		2025年1月期末(①)	2026年1月期 第3四半期(②)	増減額 (②－①)
流動負債		18,847	22,523	+ 3,675
短期借入金・ 1 年内 返済予定の長期借入金		12,479	14,539	+ 2,060
その他流動負債		6,368	7,983	+ 1,614
固定負債		4,343	4,280	△62
長期借入金		4,048	4,010	△37
その他固定負債		295	270	△24
負債合計		23,191	26,804	+ 3,612
純資産合計		5,664	7,007	+ 1,342
負債・純資産合計		28,856	33,811	+ 4,955

財 務 指 標	自己資本比率	2025年 1月期末(①)	2026年1月期第3四半期(②)	増 減 (②-①)
		19.6%	20.7%	+ 1.1pt
	ネットD/Eレシオ	2025年 1月期末(①)	2026年1月期第3四半期(②)	増 減 (②-①)
		2.0倍	1.8倍	△0.2倍

※ネットD/Eレシオ：（有利子負債－現金及び預金）/ 自己資本

# 1. 2026年1月期 第3四半期決算概要



## 2. 当期の取り組み

## 3. 財務方針

## 4. Appendix

## 埼玉県内初出店

- ・ 埼玉県内初拠点となる「アールギャラリー新所沢展示場」を2025年4月にオープン

### ① アールギャラリー新所沢展示場



新所沢展示場 紹介

➤ [https://www.rrgallery.jp/store/tokyo/shintoshima\\_sr](https://www.rrgallery.jp/store/tokyo/shintoshima_sr)

## マチかど展示場続々オープン

- ・「マチかど展示場」を2025年に首都圏エリアで2棟、東海エリアで1棟を新規開設。今後も積極的に展開
- ・「小平小川の家」「三好丘緑の家」はGX志向型住宅(※1)、「三鷹台の家」は東京ゼロエミ住宅(※2)に適合した仕様

### ☑ 首都圏エリア



2025年3月OPEN

#### ■ 小平小川の家

〒187-0032

東京都小平市小川町1丁目3021-4の一部

紹介 | <https://www.arrgallery.jp/store/tokyo/kodairaogawa>



2025年6月OPEN

#### ■ 三鷹台の家

〒181-0002

東京都三鷹市牟礼6丁目1924番3

紹介 | <https://www.arrgallery.jp/store/tokyo/mitakadai>

### ☑ 東海エリア



2025年3月OPEN

#### ■ 三好丘緑の家

〒470-0206

愛知県みよし市三好丘緑6丁目1番2

紹介 | <https://www.arrgallery.jp/store/aichi/miyoshigaoka>

### マチかど 展示場

実際の住宅地に建設し、住宅展示場だけではイメージが付きにくい街並みとの調和、敷地の使い方、住宅地における光の採り込み方などを体感できるリアルサイズのモデルハウス

※1 GX志向型住宅  
(脱炭素志向型住宅)

ZEH基準の水準を大きく上回る省エネ性能を有する新築住宅。再生可能エネルギーを除いた1次エネルギー消費量の削減率35%以上、再生可能エネルギーを含む1次エネルギー消費量の削減率100%、断熱等性能等級 6以上等の要件がある

※2 東京ゼロエミ住宅

高い断熱性能の断熱材や窓を用いたり、省エネ性能の高い照明やエアコンなどを取り入れたりすることで、人にも地球環境にもやさしい東京都独自の住宅。省エネに加えて、高断熱化によって快適な室温が維持され、部屋間の温度差も小さくなり、ヒートショックの抑制にもつながる

## 新規出店

- ・「アールプランナー不動産 名古屋東営業所」「アールプランナー 名古屋東オフィス」を2025年9月にオープン

### ☑ アールプランナー不動産 名古屋東営業所 アールプランナー 名古屋東オフィス



アールプランナー不動産 名古屋東営業所  
アールプランナー 名古屋東オフィス

〒465-0042  
名古屋市名東区照が丘10-1

紹介

<https://www.arrplanner-fudosan.co.jp/aichi/shop/meito>

## Instagramフォロワー5万人、TikTokフォロワー1万人突破

- ・ 2025年4月に「アールプランナー | アールギャラリー」Instagramのフォロワーが5万人を突破
- ・ 2025年11月に「アールプランナーの注文住宅 | アールギャラリー」TikTokのフォロワーが1万人を突破

### ☑ 当社公式Instagram



当社公式Instagramアカウント  
「アールプランナー | アールギャラリー」  
[https://www.instagram.com/arrgallery\\_official/](https://www.instagram.com/arrgallery_official/)



### ☑ 当社公式TikTok



当社公式TikTokアカウント  
「アールプランナーの注文住宅 | アールギャラリー」  
[https://www.tiktok.com/@arrgallery\\_official](https://www.tiktok.com/@arrgallery_official)



## 積極的な人財採用

- ・人材難の中、第3四半期までに新たに新入社員40名を含む50名以上の社員が入社
- ・短期的には人件費増となるものの、事業規模拡大に備えて引続き積極的な人財投資を行う方針

### ☑ 2025年度新入社員入社式を実施

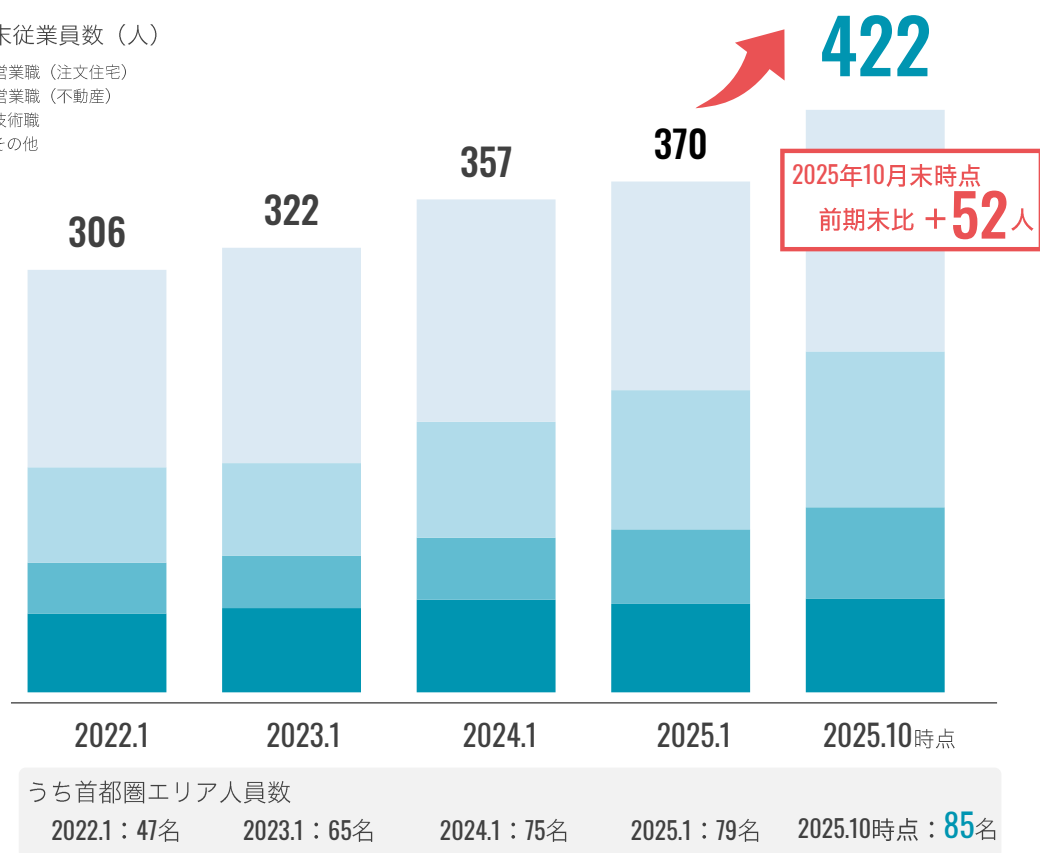
- 2025年4月1日に40名の新入社員を迎え、2025年度入社式を実施
- 今後も成長戦略を担う若手人財を継続的に採用し、事業の拡大を図る



### ☑ 従業員数

期末従業員数（人）

- 営業職（注文住宅）
- 営業職（不動産）
- 技術職
- その他



1. 2026年1月期 第3四半期決算概要

2. 当期の取り組み

③ 3. 財務方針

4. Appendix

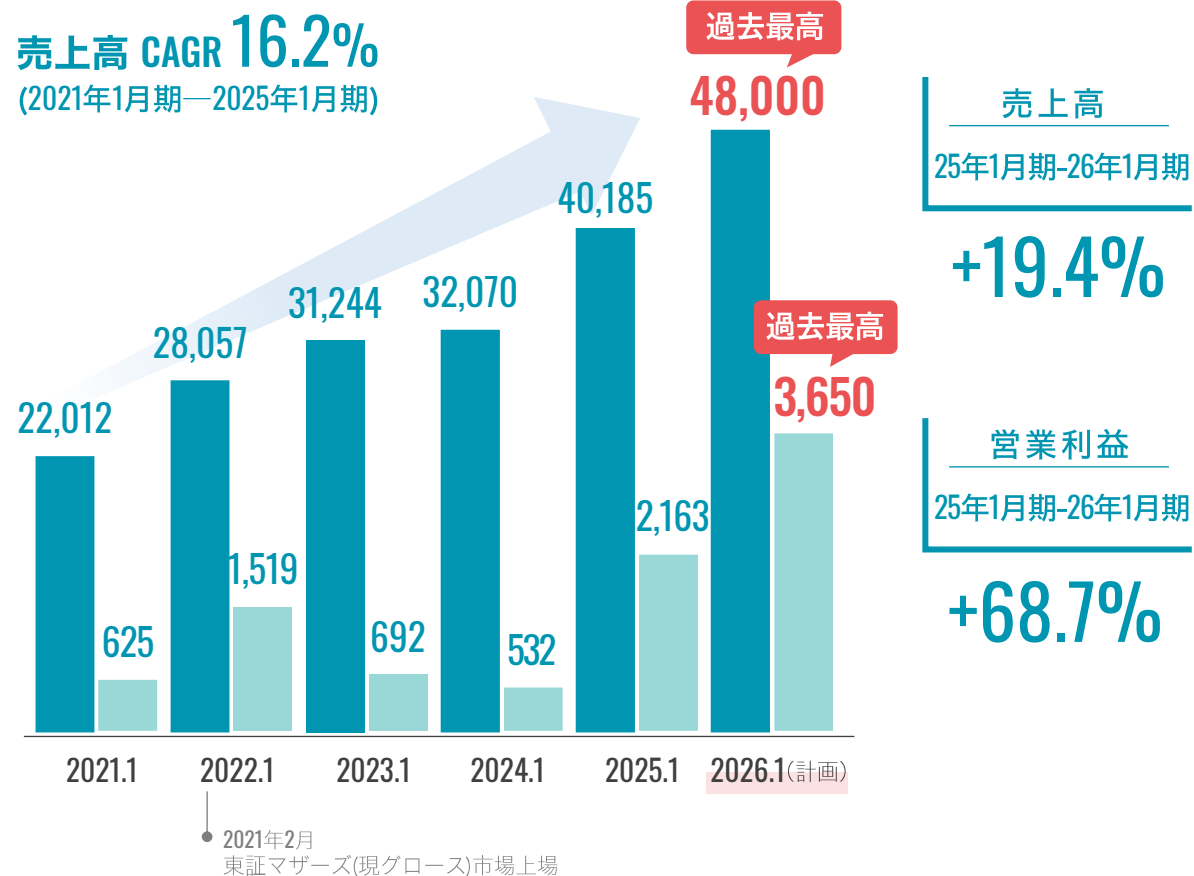
## 財務方針①（成長性）

- ・首都圏エリアでの急成長と東海エリアでの堅調な業績から、売上高の5年平均成長率（CAGR）は16.2%と高い水準で推移
- ・25年1月期以降は利益率も回復傾向にあり、今後は売上高の成長性に加えて利益率も改善していく

### ① 売上高・営業利益の推移

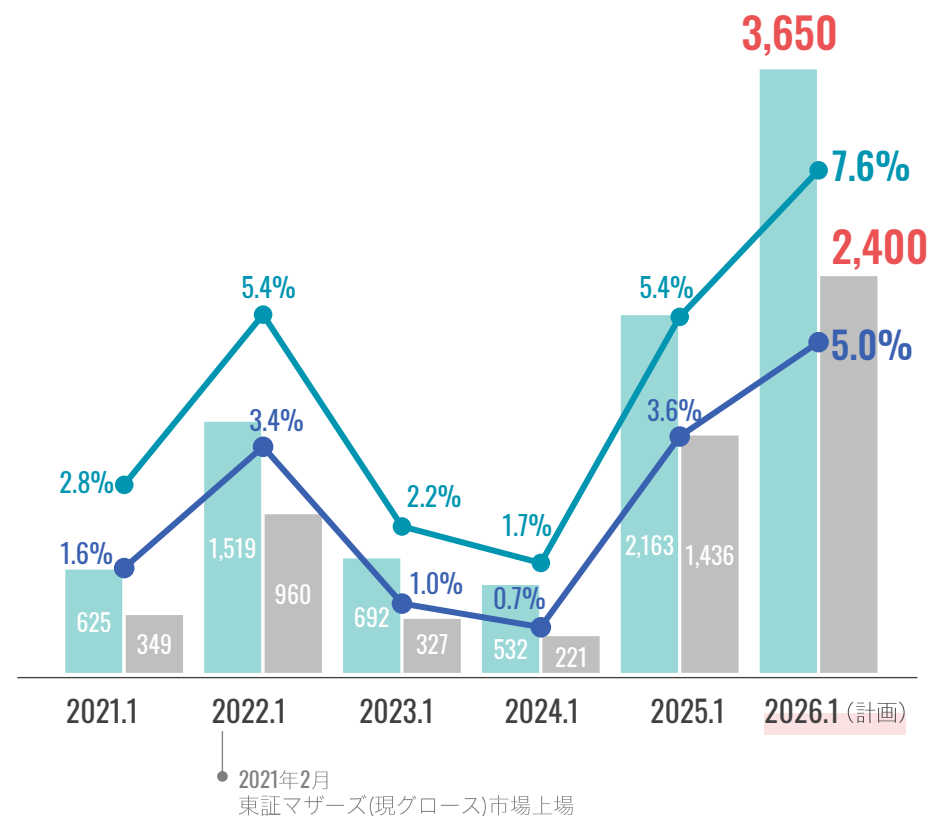
● 売上高  
● 営業利益

(百万円)



### ② 営業利益率・当期純利益率の推移

● 営業利益 (百万円)  
● 親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)  
● 売上高営業利益率 (%)  
● 売上高当期純利益率 (%)



## 財務方針②（株価指標）

※日本取引所グループ「規模別・業種別PER・PBR（連結・単体）一覧」2025年1月データより、東証グロース市場・不動産業の「加重\_PER（倍）」集計値との比較

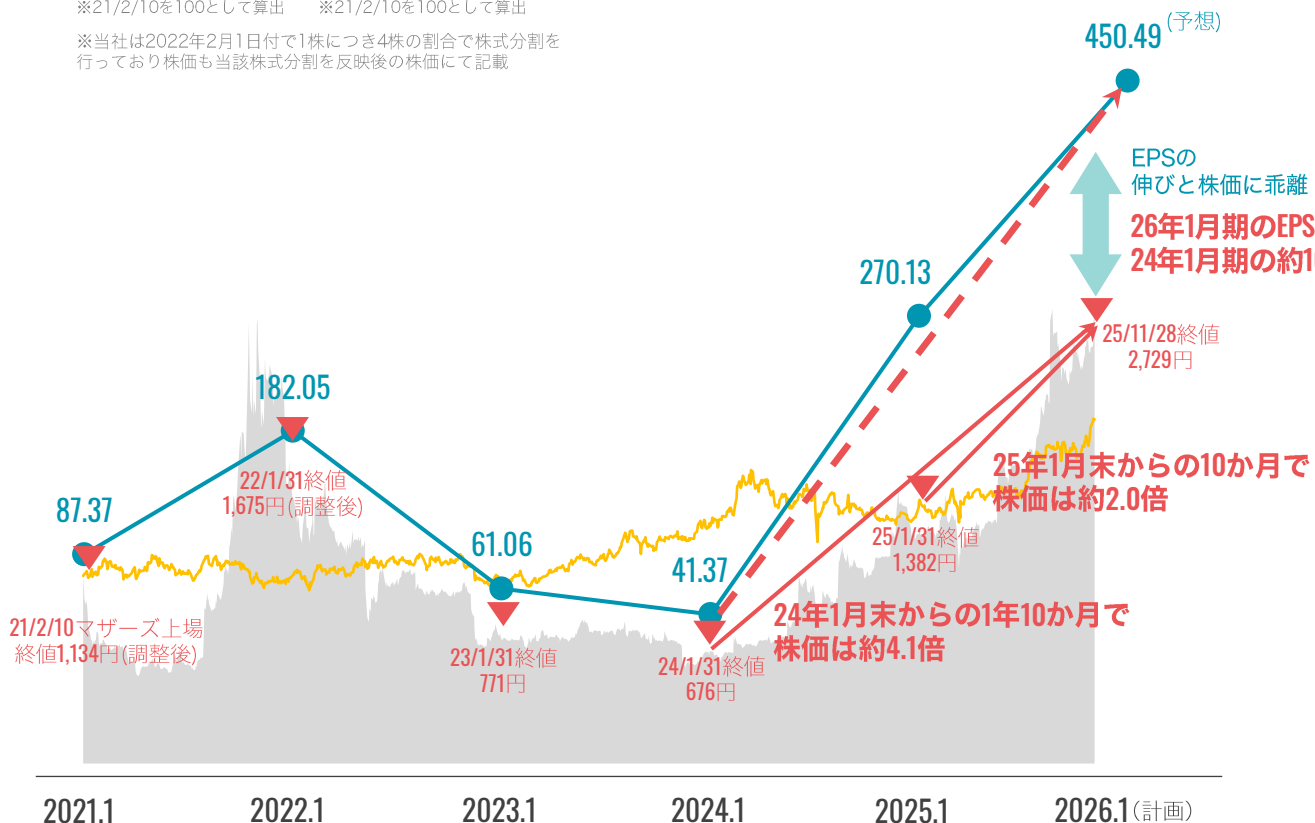
- ・ 24年1月以降株価は上昇傾向にあるが、EPSの増加ペースと乖離
- ・ 25年1月期にROEも大きく改善しているものの、PERは東証グロース市場の不動産業(※)の2025年1月の加重平均値である16.2倍と比較して低位にとどまっており、成長性への理解と株主還元の強化によりPERを上げていく

### ✓ 株価とEPSの推移

■ 当社調整後終値  
(株式分割反映後) ■ TOPIX業種別  
株価指数(不動産業) ● EPS(円)

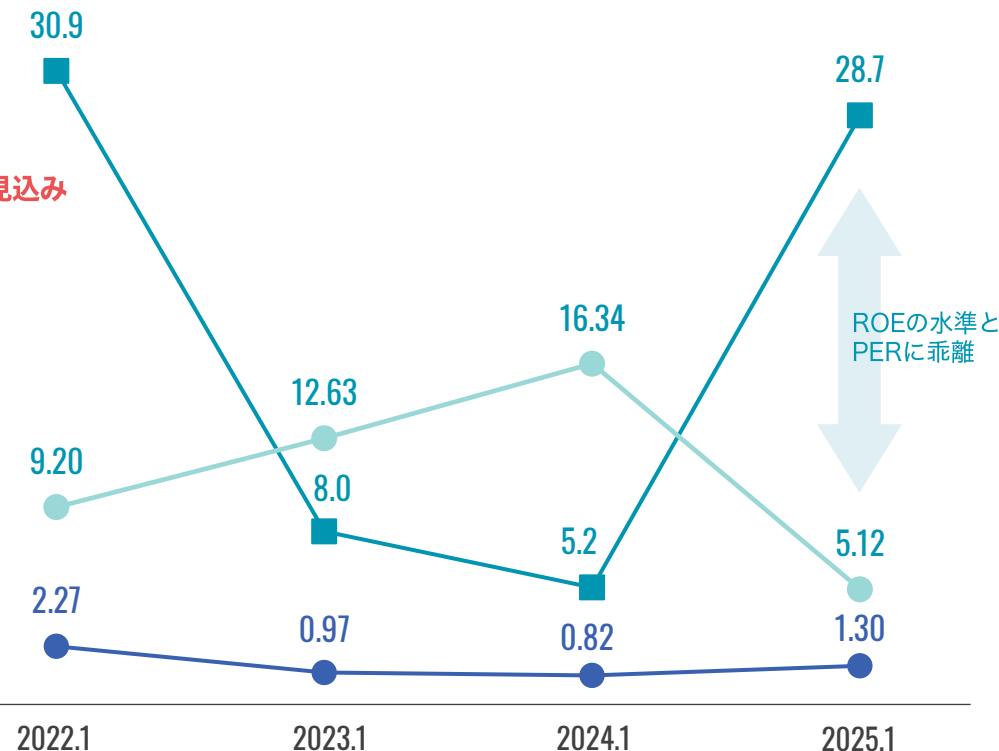
※21/2/10を100として算出 ※21/2/10を100として算出

※当社は2022年2月1日付で1株につき4株の割合で株式分割を行っており株価も当該株式分割を反映後の株価にて記載



### ✓ ROE・PER・PBRの推移

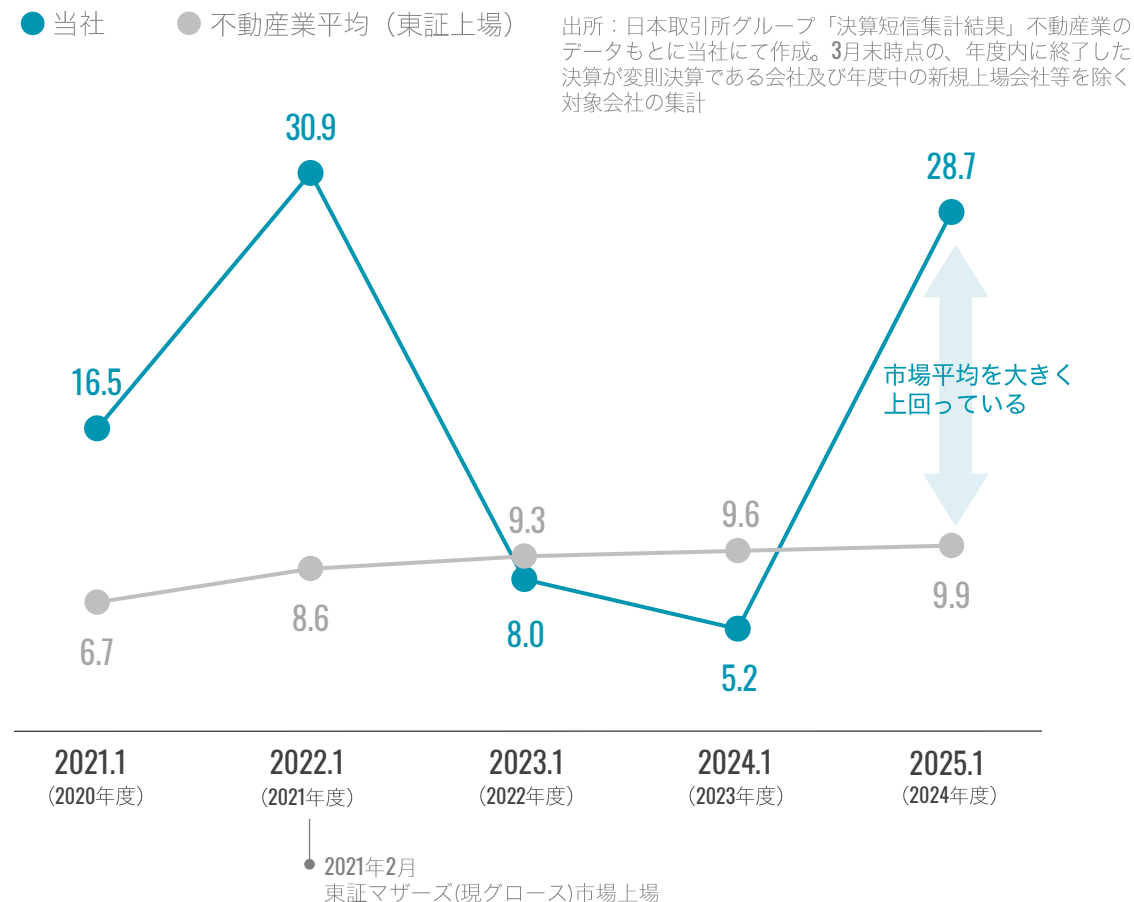
■ ROE(%) ● PER(倍) ● PBR(倍)



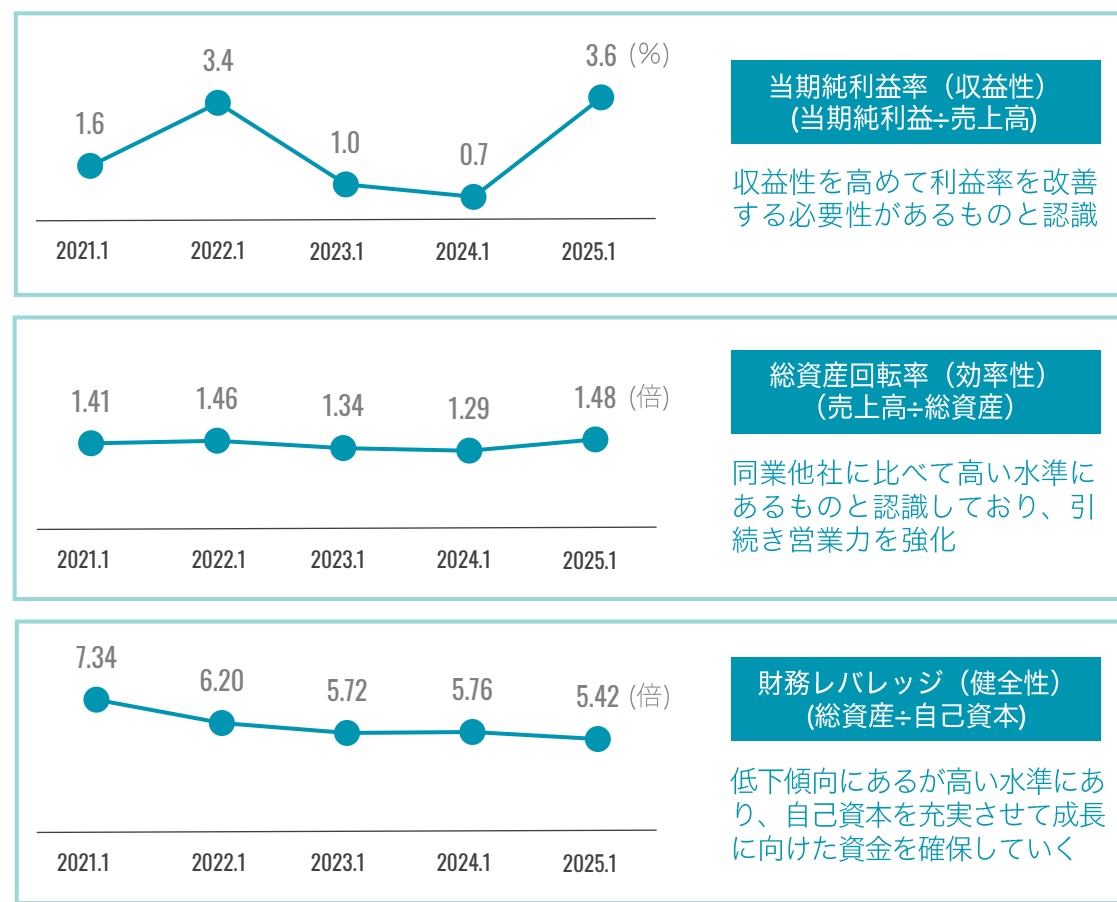
## 財務方針③（資本効率性）

- ・ ROEは、25年1月期の業績回復を受けて、東証上場の不動産業の平均を大きく上回る水準を達成
- ・ 総資産回転率から同業他社に比較して効率的に稼ぐ体質ができているものと認識。当期純利益率の向上と株主還元を強化しながら自己資本の充実を進めていくことでROEの向上を図る

### ✓ 上場後のROE推移



### ✓ ROEの要素分析（デュボンモデルによる分析）

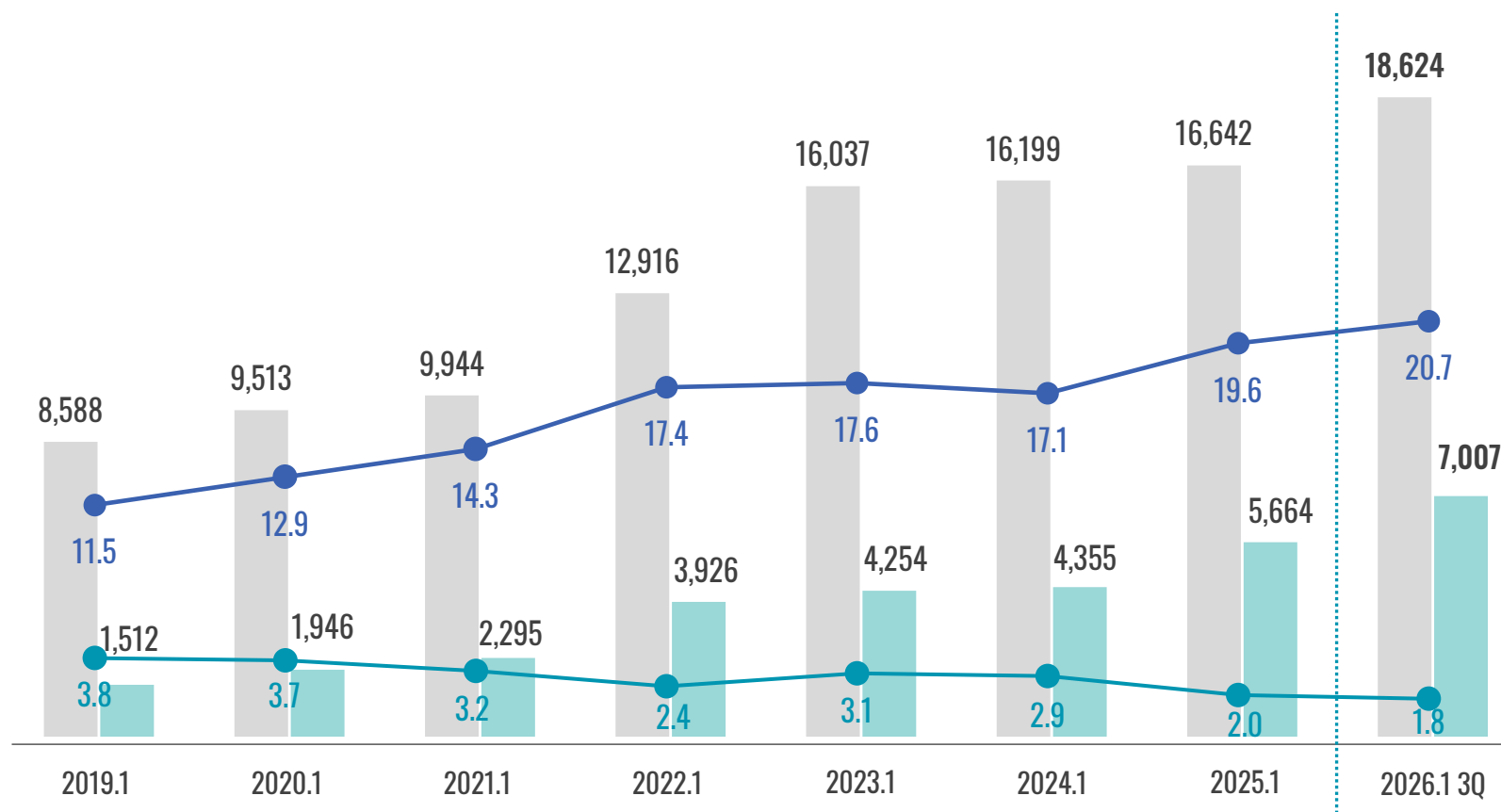


## 財務方針④（財務健全性）

- ・ 事業規模の拡大に伴い有利子負債残高は増加しているものの、自己資本比率及びネットD/Eレシオも年々改善傾向
- ・ 成長に必要な資金を随時調達できるよう、引続き財務健全性の向上に取り組む

### ☑ 財政状態の推移

● 自己資本比率(%) ● ネットD/Eレシオ(倍) ■ 有利子負債残高(百万円) ■ 自己資本(百万円)



1. 2026年1月期 第3四半期決算概要

2. 当期の取り組み

3. 財務方針



4. Appendix

## 4. Appendix

- ① • 事業の特長と強み
- ② • 成長戦略
- ③ • 四半期業績推移データ

## 事業の特長

1.

「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力

2.

デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

3.

「注文住宅」×「分譲住宅」×「土地」のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力

# 1. 「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みを重ね合わせたコストパフォーマンスの高い住宅の商品力！

## 注文住宅の特徴

設計士＝デザイナーという位置付けで、一邸一邸を自社のデザイナーがプランニングし、こだわりの住まいを生み出します



デザイン性が高く使い勝手の良い住宅

## デザイン力・設計自由度

機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチングした設計  
敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン

## 分譲住宅の特徴

分譲住宅にこれまで無かった「注文住宅のクオリティ」を実現し、デザイン・性能に合わせて高い付加価値を適正価格で提供します



想いを描く、自由発想の家づくり  
**arr gallery**  
Find Your Only One Style.



適正な価格で提供

## 適正価格

20代～40代の顧客が手を出しやすい価格帯  
デザイン性・性能に合った適正な価格



高断熱 制振性と  
テクノロジーを装備

## 高性能・高機能

吹付断熱による高気密高断熱住宅を実現、  
高い耐震性能に加え制振ダンパーも標準搭載  
IoT（スマートホーム）仕様で、テクノロジーを  
活用して機能性を高めた住宅を販売

## 当社の建築事例



想いを描く、自由発想の家づくり  
**arr gallery**  
Find Your Only One Style.



## 2. デジタルマーケティングを積極的に活用した集客力

- ・ TVCMやWebサイト、SNSの活用で関心の高い顧客層へ確実にコンテンツを届ける。集客の約8割がWeb経由

### ① デジタルマーケティング・ブランディング

#### TVCM



2024年3月より、当社アンバサダーの山崎育三郎さん出演CM第2弾の放映を開始。新CMの放映により認知拡大とブランディング強化

#### Webサイト



#### SNS



### ② Web反響率



79.6%

Web反響率は引き続き高水準を維持

#### Web反響率

当社グループへの問い合わせ件数の内、Web経由の比率

### 3. 「注文住宅」×「分譲住宅」×「土地」のワンストップ・プラットフォームから生まれる営業力



#### 1 注文住宅の強み

☑ デザイン・設計力

こだわりの設計士によるデザイン・設計力  
(時代に合わせたデザイン・設計・仕様等のノウハウ、自由度の高さ)

#### 2 分譲住宅の強み ☑ 土地活用力・商品力・コストパフォーマンス

- ・土地に合わせた住宅を建てる土地活用力
- ・注文住宅で培った顧客ニーズを反映させた「商品力」
- ・購入や入居の手間、コスト、時間の削減

#### 3 土地情報力の強み

☑ 最適立地の確保

- ・大手不動産会社ルートと多店舗展開による豊富な土地情報と仕入れ力
- ・「物件情報の網羅」「顧客の反響の把握」で顧客ニーズを捉えた仕入れ

## 住宅業界における当社独自のポジショニング

- ・「デザイン」「性能」「価格」の3つの強みからなる当社の優れた商品力と当社のブランドイメージ向上により、従来は大手ハウスメーカーで検討していた高価格帯の顧客もターゲット層に加えていることから、さらなる成長余地あり



※本図は本資料作成時における当社見解に基づくイメージ図です。  
横軸は柔軟性、自由度の表現としています

## 4. Appendix

- 事業の特長と強み
- ④ • 成長戦略
- 四半期業績推移データ

## 成長戦略 ハイライト

1.

首都圏エリアでの成長の加速

2.

東海エリアでの更なるシェアアップ

3.

当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進

4.

M&A・新規事業の推進

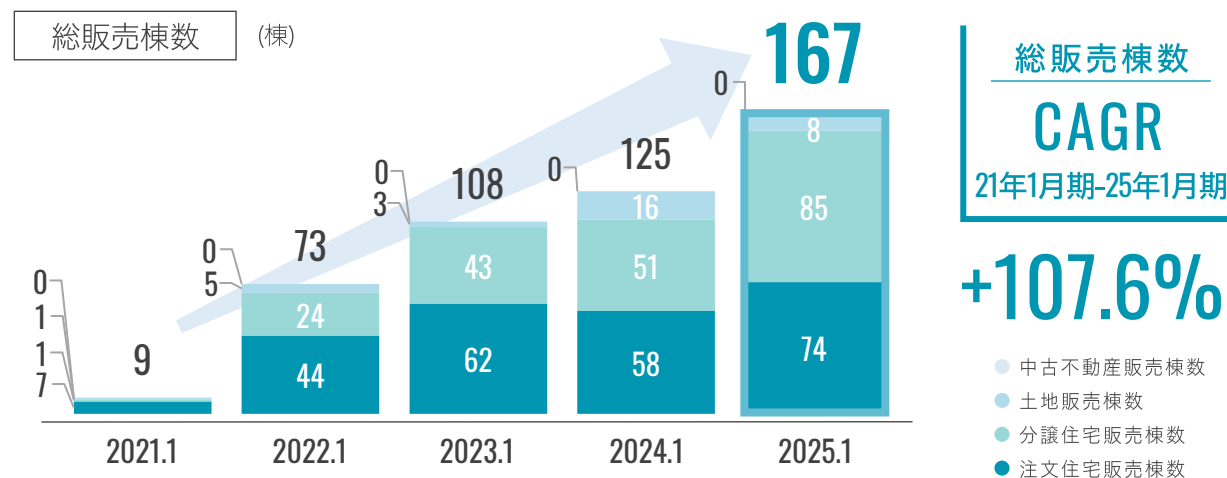
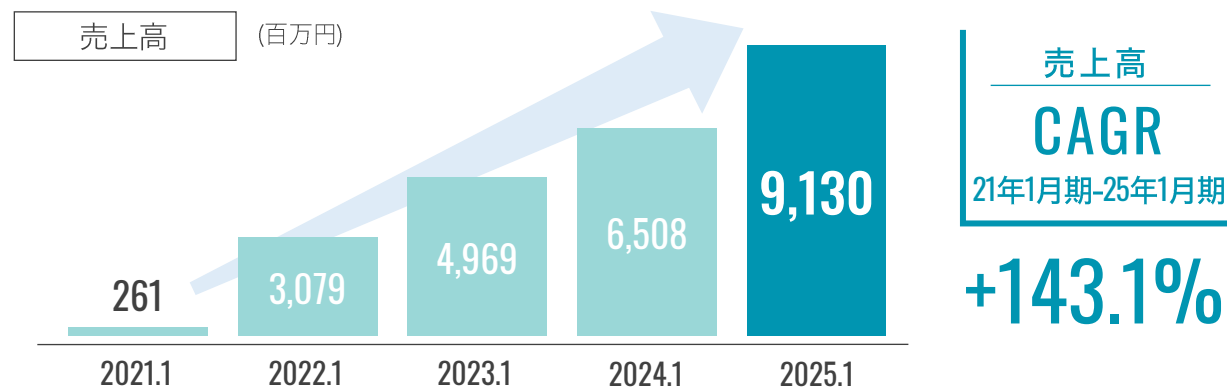
5.

人的資本経営の推進

## 1. 首都圏エリアでの成長の加速

- ・ 首都圏エリアは2019年10月の進出以来高成長で推移、今後も高い成長により当社業績をけん引すべく積極投資
- ・ 東京都、埼玉県をはじめとして、今後も一都三県に積極的に拡大方針

### ☑ 首都圏エリア 売上高・総販売棟数



アールギャラリー  
新所沢展示場



アールギャラリー  
立川展示場



アールギャラリー  
武蔵野展示場

# 首都圏エリア営業拠点

## 注文住宅部門



### 1 立川展示場



### 2 武蔵野展示場



### 3 三鷹展示場



### 4 小金井・府中展示場



### 5 新所沢展示場

2025年4月  
OPEN



### 6 DESIGN GALLERY 立川



### 7 三鷹ショールーム



### 8 新宿ショールーム



合計 **8** 拠点

## 首都圏エリア 11 拠点 2025年7月末現在

アールギャラリー  
新所沢展示場  
(2025年4月OPEN)



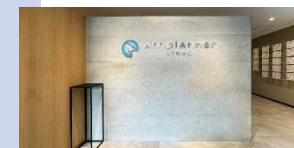
2025年4月  
**埼玉県内  
初拠点出店**

アールギャラリー  
新所沢展示場

## 不動産部門



### 1 三鷹営業所



### 2 立川営業所



### 3 新宿オフィス



合計 **3** 拠点

## 戦略地域への経営資源の集中①

- ・ 当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中

出所：国土交通省『建築着工統計調査報告（令和6年計）』  
令和6年1月～12月分 着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表

※上記『建築着工統計調査報告』の各都道府県の持家新設戸数と分譲（うち一戸建）  
新設戸数を基に、一戸当たりの単価を持家は3,000万円、分譲（うち一戸建）は東海エリア4,000万円、  
首都圏エリア6,000万円と仮定し、各都道府県毎に戸数と単価を積算し、合計したものを市場規模  
として算出  
※東海エリア：愛知、岐阜、静岡、三重、首都圏エリア：東京、埼玉、千葉、神奈川

東海エリアの  
戸建住宅市場規模  
**1.5 兆円※**  
約48,000棟

●注文住宅  
約33,200棟

●分譲住宅  
約14,500棟

首都圏エリアの  
戸建住宅市場規模

**4.5 兆円※**  
約100,000棟

●注文住宅  
約46,200棟

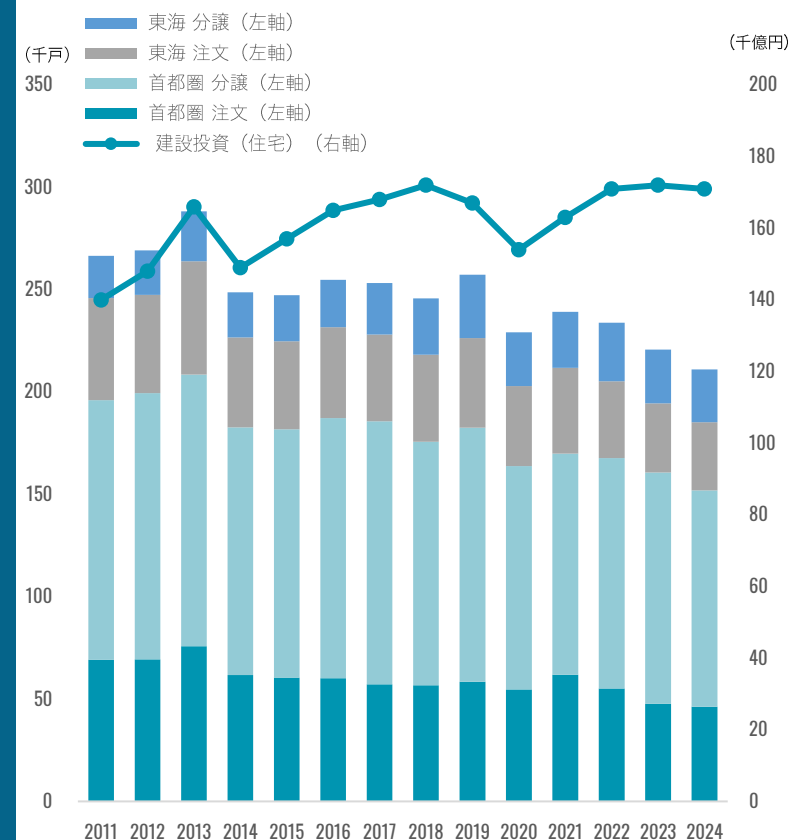
●分譲住宅  
約53,300棟

東海エリア+首都圏エリア  
**6.0 兆円※**  
約147,000棟

●注文住宅  
約79,000棟

●分譲住宅  
約68,000棟

戸建新設着工戸数の推移



出所：①国土交通省『建築着工統計調査報告(令和6年度分)』着工新設住宅戸数：利用関係別・都道府県別表  
②国土交通省『令和6年度（2024年度）建設投資見通し』  
注：新設住宅着工戸数及び（内訳）戸建は出所①より、建設投資（住宅）は出所②より作成

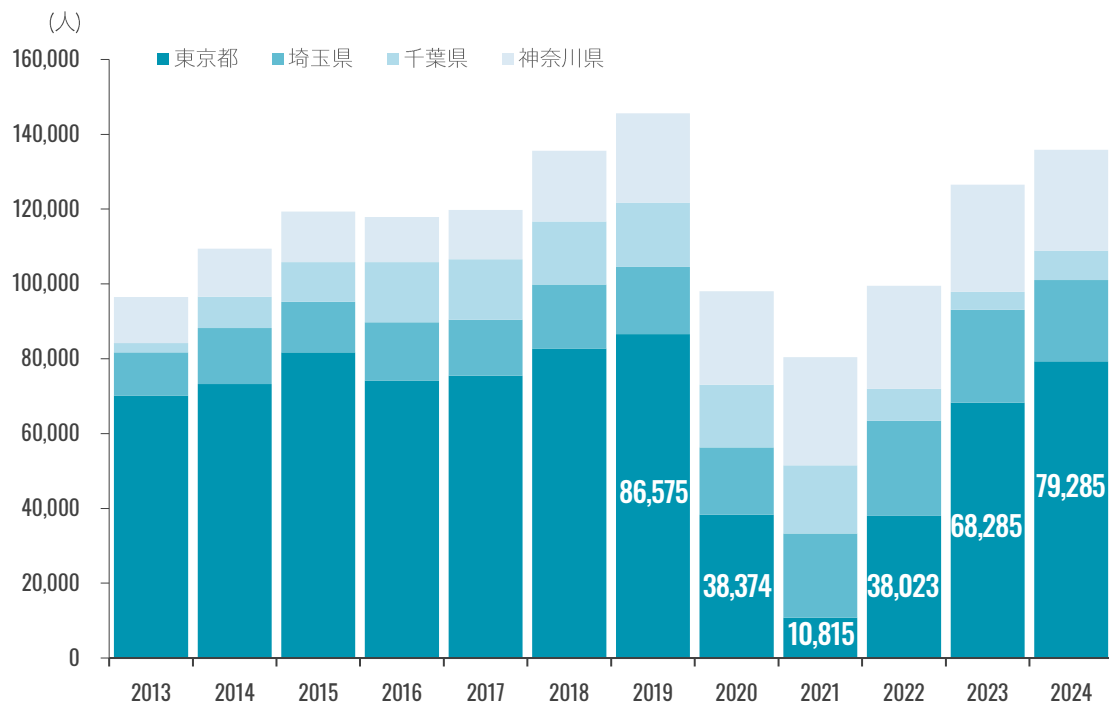
## 戦略地域への経営資源の集中②

- ・当社の地盤である東海エリアと人口流入が続き市場規模も大きな首都圏エリアを戦略地域と定め経営資源を集中
- ・分譲マンションの上昇と比較して、戸建住宅の価格上昇は緩やかに推移

### ✓ 首都圏の転入者数

#### 転入超過数推移

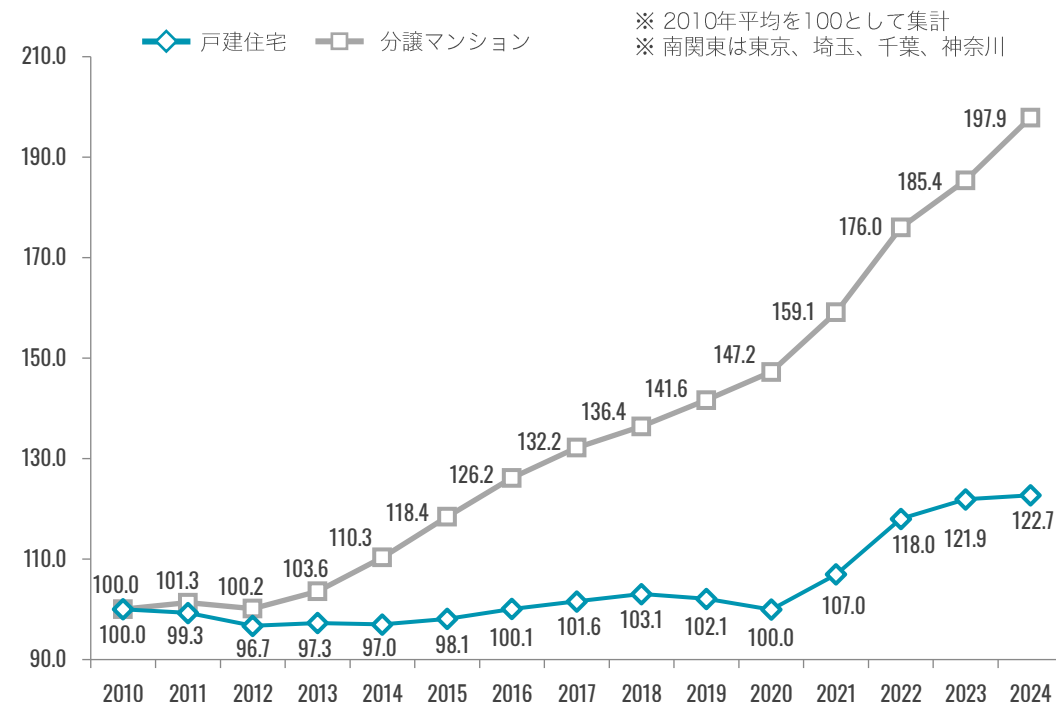
出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」（2024年）  
※ 日本国籍者のみ



### ✓ 戸建価格の推移は堅調志向（首都圏）

#### 戸建住宅・ 分譲マンション 平均価格（南関東※）

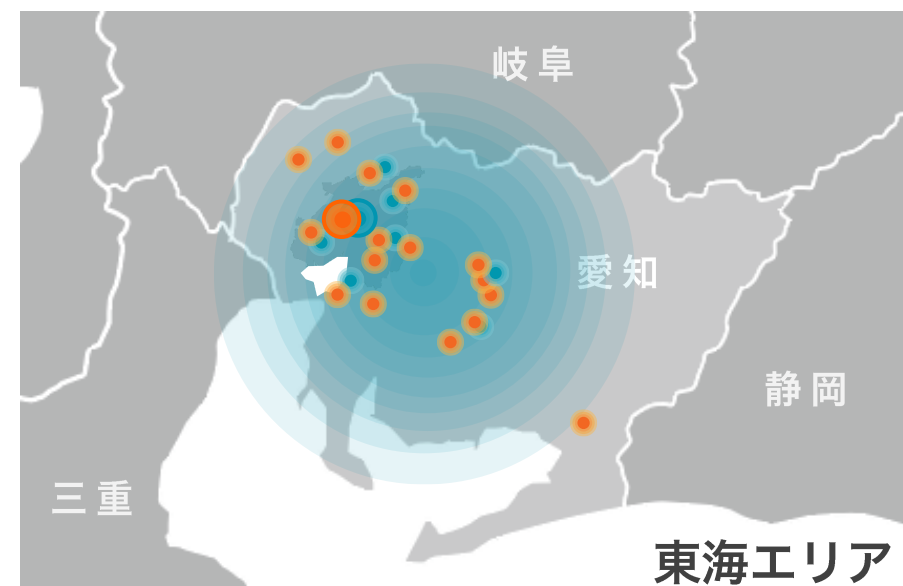
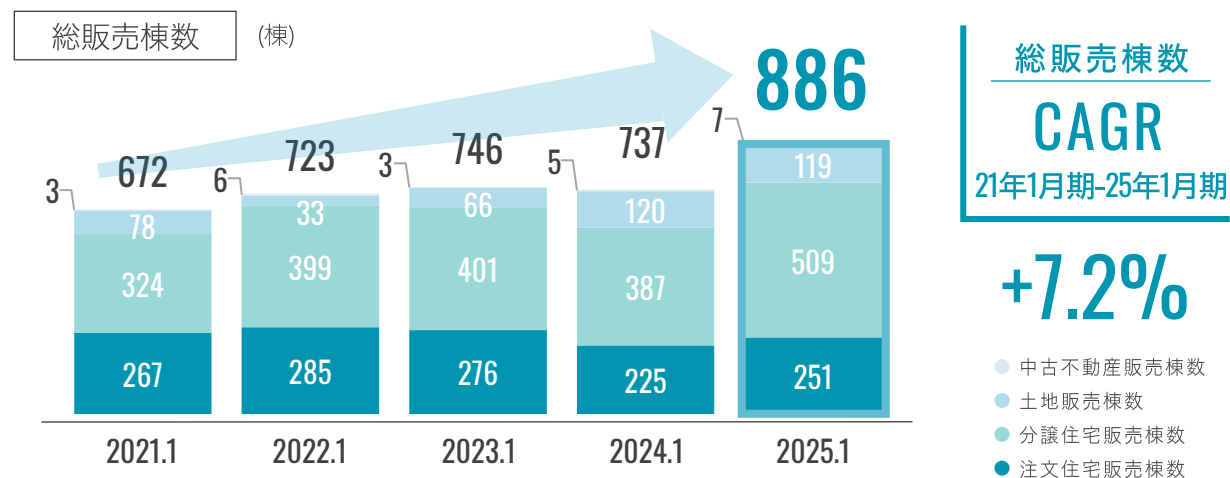
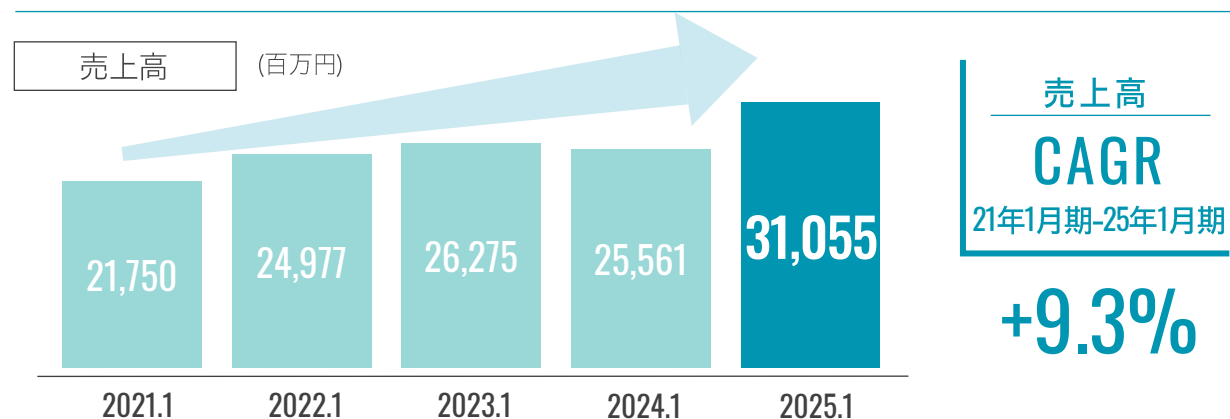
出所：『不動産価格指数（住宅）』（国土交通省）  
([https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo\\_tk5\\_000085.html](https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk5_000085.html))  
を加工して作成（各年の12カ月分の指数の平均値）



## 2. 東海エリアでの更なるシェアアップ

- ・住宅市場が低迷する中でも着実に成長
- ・当社の地盤エリアとして知名度を活かして、安定的な収益を確保しつつさらなるシェアアップを目指す

### ☑ 東海エリア 売上高・総販売棟数



アールギャラリー  
大府展示場



アールギャラリー  
日進梅森展示場



アールギャラリー  
とよた平屋展示場

# 東海エリア営業拠点

## 注文住宅部門



1 緑 滝ノ水展示場



2 中川展示場



3 守山尾張旭展示場



4 大府展示場

2024年9月  
OPEN



5 日進梅森展示場

2024年11月  
OPEN



6 東海展示場



7 春日井展示場



8 小牧展示場



9 稲沢展示場



10 とよた平屋展示場



11 豊田展示場



12 岡崎北展示場



14 豊橋展示場



15 DESIGN GALLERY 栄



16 DESIGN GALLERY 豊田



17 天白ショールーム



合計  
17 拠点

## 東海エリア 25 拠点 2025年7月末現在



## 不動産部門



1 栄営業所



2 天白営業所



3 名古屋東営業所



4 名古屋西営業所



5 名古屋南営業所



6 春日井営業所



7 豊田営業所



8 岡崎営業所



合計 8 拠点

## 3. 当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進①

- ・ 当社成長の原動力である商品力をさらに深化し、幅広いお客様からのニーズを獲得
- ・ デザイン力、機能性、コスト競争力の強化で1棟当たり単価と収益性向上を図り、生産性向上を目指す

### 01 デザイン力・コスト競争力の強化



#### 注文住宅グレードのデザイン性の高さ

- 注文住宅の施工実績から培ったデザイン性の高さ
- 機能性・快適性を重視し施主の要望とマッチした設計
- 敷地のポテンシャルを最大限に発揮した構成と普遍的な輝きを放つデザイン
- コストパフォーマンス＝適正価格＋価値創造  
優れたデザイン・性能から生まれる付加価値により高い競争力の商品を提供

### 02 先進住宅の提供



#### 住宅性能の向上と住宅への先進技術の導入

- ZEH住宅をはじめとした高断熱・高機能の住宅供給推進
- 外部専門家とのアライアンスにより、IoTデバイスの多様化、通信技術向上、AI技術の普及といった住宅設備の新潮流を積極的に取り入れた商品の開発
- ライフスタイルや働き方の変化に伴う住宅ニーズの変化やトレンドを取り入れた快適性の高い住宅の提供

### 03 好立地案件による収益性向上

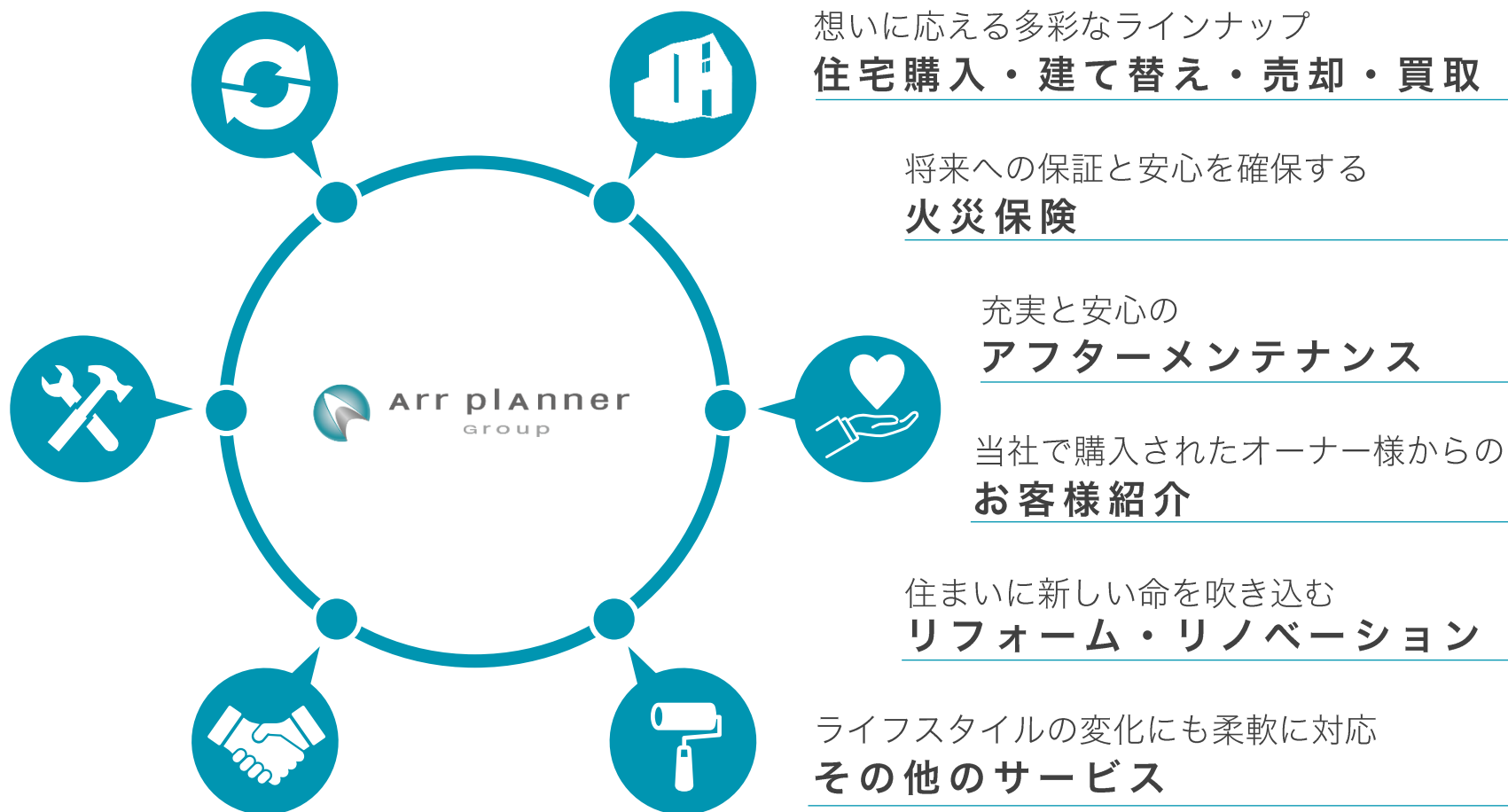


#### 魅力ある住宅×好立地により収益性向上を実現

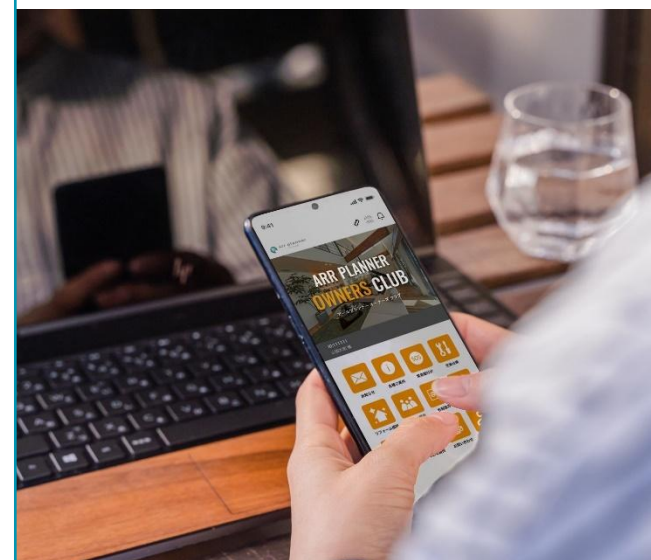
- 土地の仕入販売も行うことによる土地情報で、好立地の注文住宅・分譲住宅を販売することで収益性向上を実現
- デザイン、機能に優れた商品を適正価格で提供
- 収益性向上により生産性を高め、企業価値向上、従業員のエンゲージメント強化を

### 3. 当社の強みを活かした商品力と生涯取引（ライフタイムバリュー）推進②

- ・住宅購入を接点として生まれる「お客様との関係」を当社の重要な財産（ストック）と位置付け、LTV（Life Time Value/ ライフタイムバリュー）向上を図る
- ・当社住宅購入から10年超が経過したお客様が増えており、リフォームニーズも確実に取り込む



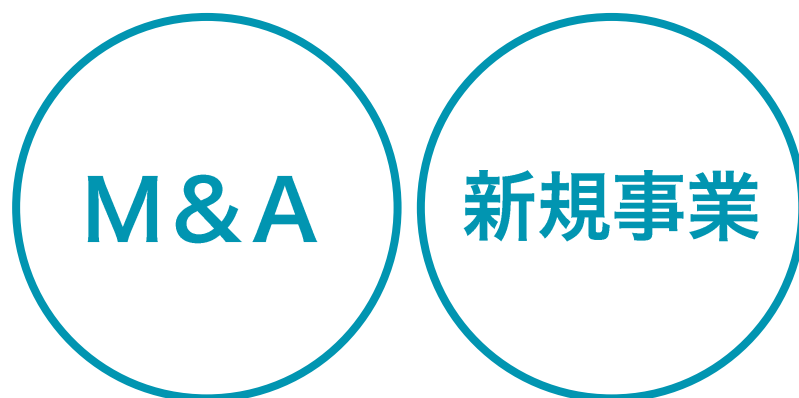
#### 👍 オーナー様向けアプリ



オーナー様の住まいと  
ライフスタイルに寄り添うアプリ  
「ARR PLANNER OWNERS CLUB」  
2022年11月サービス開始

## 4.M&A・新規事業の推進

- ・既存事業の深化によるオーガニックな成長に加え、今後M&Aや新規事業による非連続的な成長についても柔軟かつ積極的に検討



戸建住宅事業をベースに  
周辺領域も含めたM&Aや新規事業を  
柔軟かつ積極的に検討

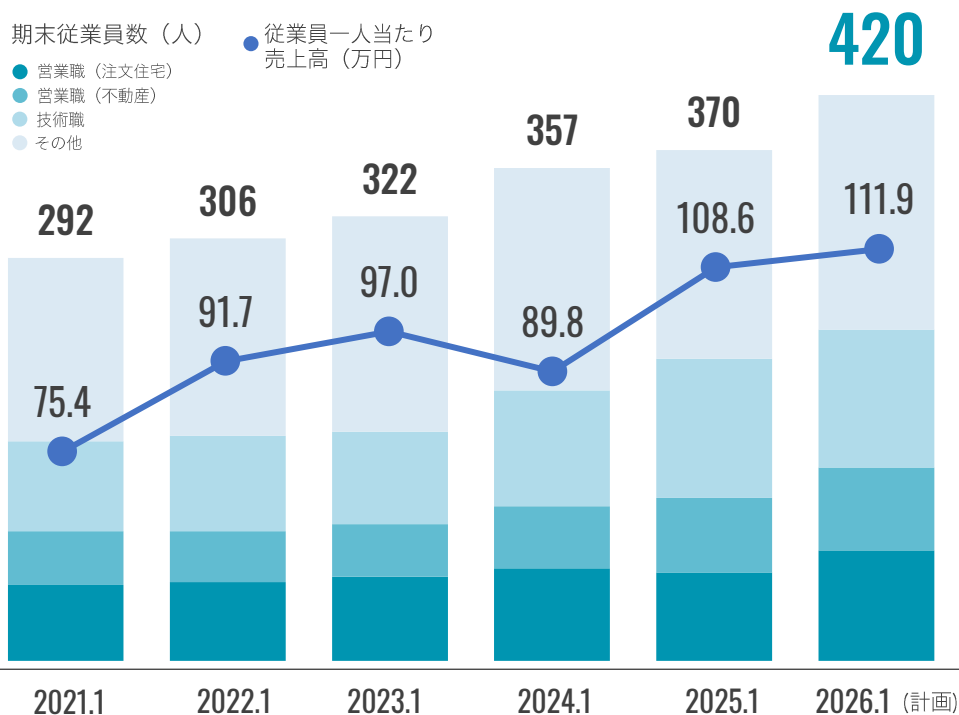
<b>事業</b>	メインの戸建住宅事業を中心にシェア拡大	<b>エリア</b>	首都圏エリア・東海エリアの既存展開エリアの強化	<b>人財</b>	優秀な人財の確保で競争力拡大
戸建住宅の周辺領域も含めて住まいに関する商品・事業について柔軟に検討		既存エリアを中心にその周辺エリアを含めて収益拡大が見込める地域へ		パーパス・ビジョンへの共感、経営理念の浸透に向けた取組み	

## 5. 人的資本経営の推進①

- ・ 当社では従業員を「人財」としてとらえ、競争力の源泉として中長期的な企業価値向上につなげる
- ・ 人財獲得、商品力を高める人員構成と人財育成、生産性・定着率向上に向けた施策を推進

### ☑ 期末従業員数と一人当たり売上高

#### 人財獲得と一人当たり売上高を継続的に改善

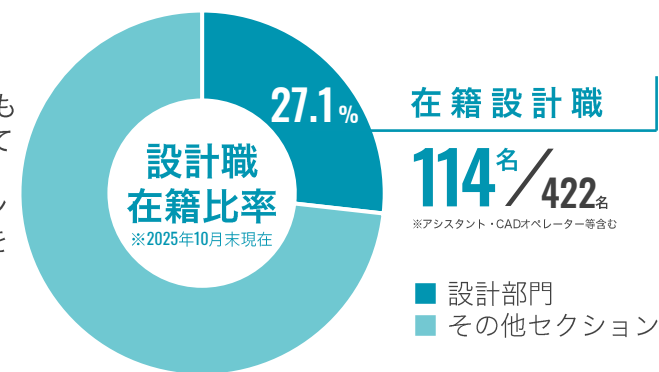


うち首都圏 エリア人員数	2020.1 5名	2021.1 30名	2022.1 47名	2023.1 65名	2024.1 75名	2025.1 79名	2026.1 100名 (計画)
-----------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------------

### ☑ 人財の価値を最大限に高める施策

#### 設計職の在籍比率

「設計士 = デザイナー」という考えのもと設計部門にも積極的に人財投資を行っています。  
経験豊富な設計人材が当社の「デザイン住宅」を造り上げ、強みである商品力を高めることで収益性の向上を図ります。



#### 即戦力 + 新卒採用力

専門性が高く即戦力となる中途採用を基本に当社グループカルチャーフィットと次世代人財育成のための新卒採用も重視。

日経・マイナビ2025連動特集 就活支援  
『2025年卒版就職企業人気ランキング』

総合

住宅不動産

東海エリア

第26位

第2位

## 5. 人的資本経営の推進②

### ① 生産性向上に向けた取組み



#### 能力向上・キャリア形成支援

社内研修の充実、資格取得祝い金制度、半期目標達成表彰制度等により、従業員の能力向上や将来のキャリア形成につながる活動を支援



#### エンゲージメントを強化

企業理念の浸透と実践、魅力的な職場環境整備と適切なインセンティブ付与を通じて、会社と従業員との相互信頼（エンゲージメント）をベースとした活発な企業風土を作る



#### 外部専門家とのアライアンス

社内の専門人財を育成しつつ、外部の高度専門家とのアライアンスを推進することで人的資源の有効活用による生産性向上

### ② 定着率向上に向けた取組み



#### 働きがいのある制度設計

目標管理と360度レビューによる透明性のある人事評価、半期目標達成表彰制度、年次ではなく実績に応じた給与・インセンティブ設計など、従業員の働きがいを意識した人事制度を導入



#### 従業員の多様な働き方への配慮

時差出勤制度や時短勤務制度等のフレキシブルな勤務体系により、従業員のライフステージの変化による多様な働き方へのニーズに配慮



#### 福利厚生の充実

資格取得祝い金制度、社員旅行など福利厚生の充実に向けた取組みを実施

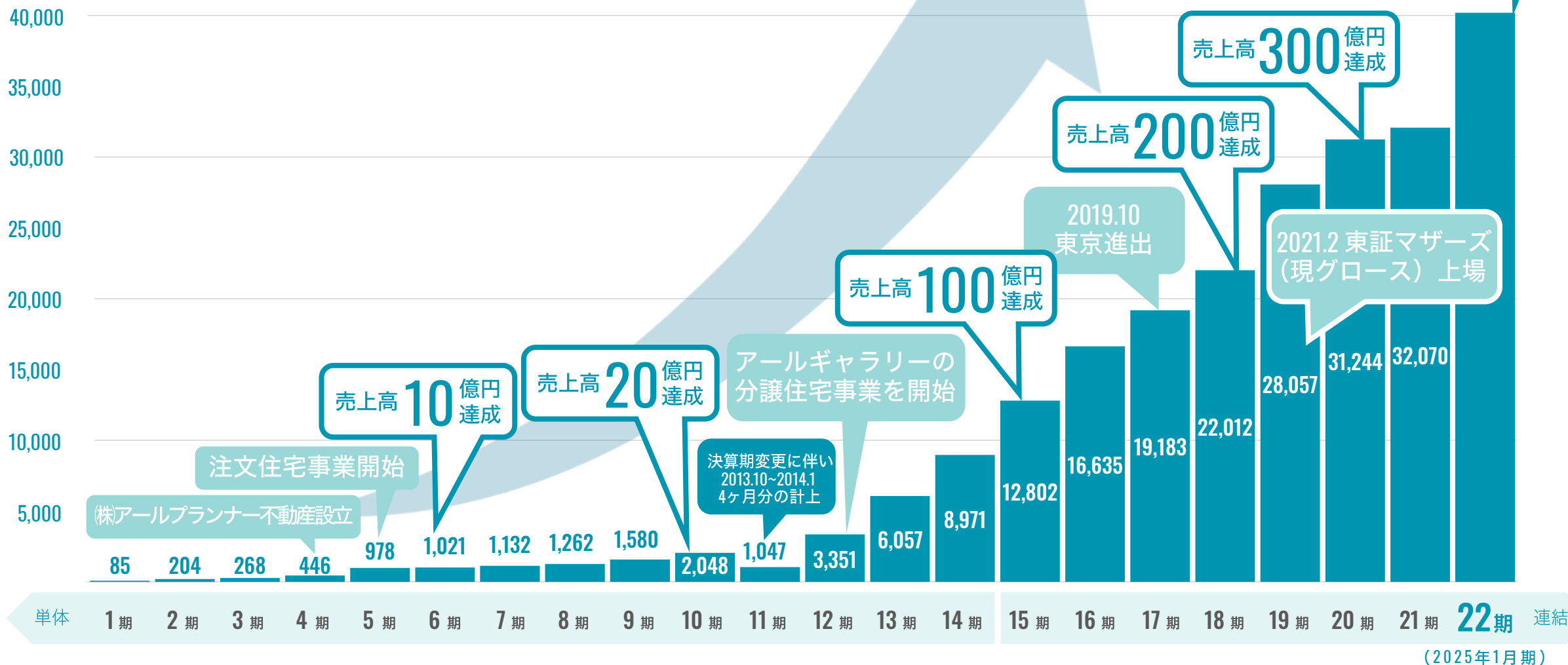
2033年ビジョン

売上高1,000億円

# 2033年ビジョン — 22期までの売上推移

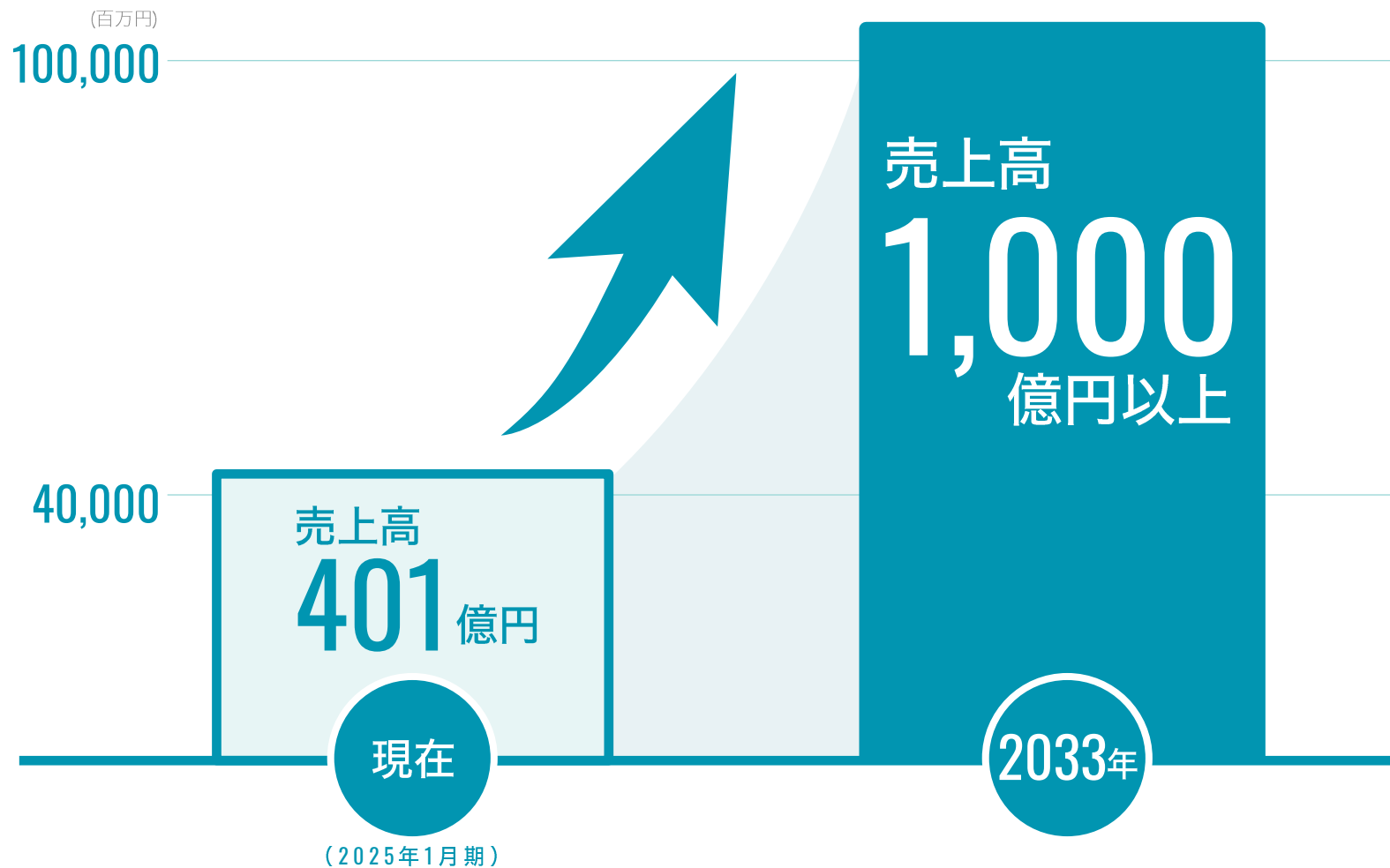
✓ 売上高

(百万円)



## 2033年ビジョン — 売上高1,000億円

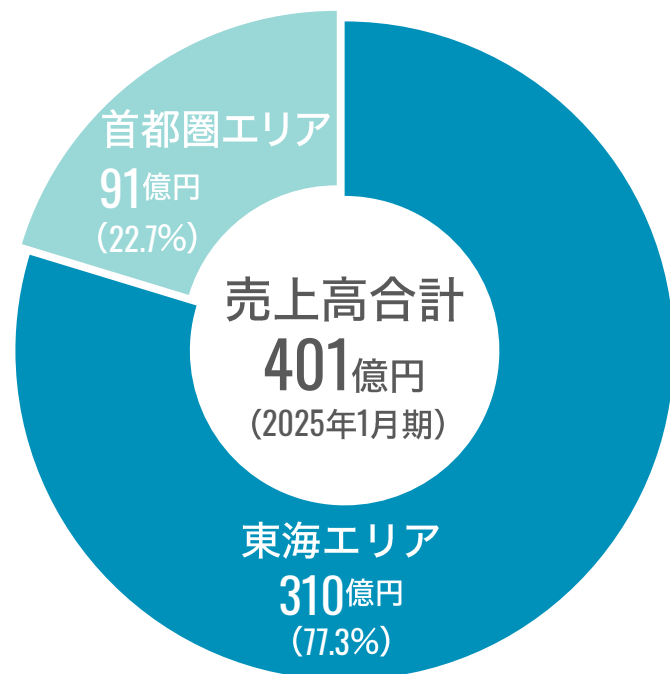
- ・ 創業30周年を迎える2033年までに売上高1,000億円以上を目指す



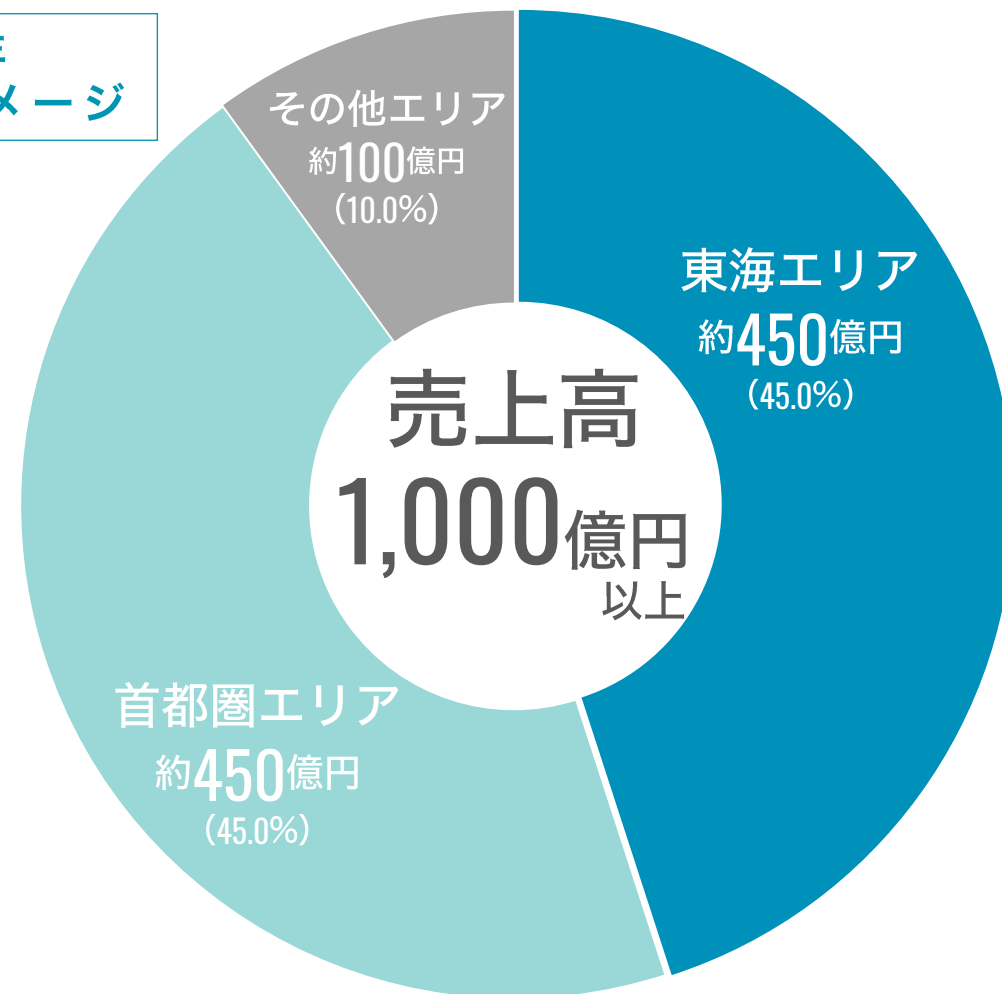
## 2033年ビジョン — 売上構成イメージ

- ・ 1,000億円達成に向けて首都圏エリアへの投資を加速し、東海エリアと同規模水準の売上比率を目指す

現在の  
売上構成比



2033年  
売上構成イメージ



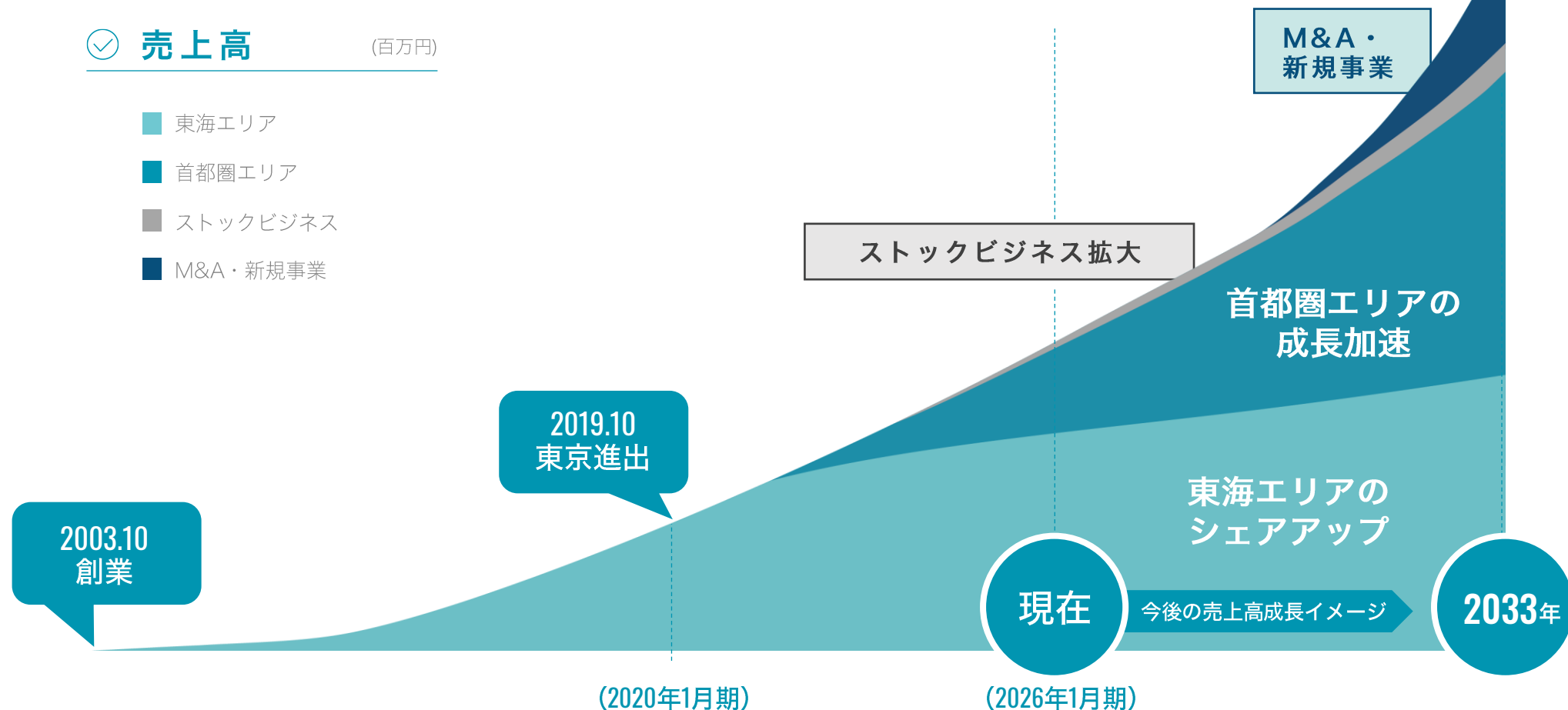
## 成長戦略のまとめ

- ・ 既存事業の東海エリアでの安定成長と首都圏エリアでの成長加速を基本方針としつつ、今後M&Aや新規事業による非連続的成長を検討

2033年  
売上高 1,000 億円以上

### ✓ 売上高 (百万円)

- 東海エリア
- 首都圏エリア
- ストックビジネス
- M&A・新規事業



## 4. Appendix

- 事業の特長と強み
- 成長戦略
- ④ • 四半期業績推移データ

四半期業績推移（累計期間）

累計期間	2023.1				2024.1				2025.1				2026.1			
	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q
売上高	6,612	15,711	21,820	31,244	7,809	15,841	21,908	32,070	8,986	20,267	29,354	40,185	10,245	22,871	34,834	
売上原価	5,607	13,288	18,547	26,409	6,750	13,515	18,782	27,297	7,653	16,894	24,421	33,450	8,389	18,719	28,535	
構成比	84.8%	84.6%	85.0%	84.5%	86.4%	85.3%	85.7%	85.1%	85.2%	83.4%	83.2%	83.2%	81.9%	81.8%	81.9%	
売上総利益	1,005	2,423	3,272	4,835	1,058	2,325	3,126	4,772	1,333	3,373	4,933	6,735	1,855	4,152	6,299	
構成比	15.2%	15.4%	15.0%	15.5%	13.6%	14.7%	14.3%	14.9%	14.8%	16.6%	16.8%	16.8%	18.1%	18.2%	18.1%	
販売費及び一般管理費	1,008	2,027	3,115	4,143	1,038	2,073	3,169	4,240	1,094	2,247	3,400	4,572	1,202	2,425	3,722	
構成比	15.3%	12.9%	14.3%	13.3%	13.3%	13.1%	14.5%	13.2%	12.2%	11.1%	11.6%	11.4%	11.7%	10.6%	10.7%	
営業損益	-3	395	156	692	20	251	-43	532	238	1,125	1,532	2,163	653	1,726	2,576	
構成比	-0.1%	2.5%	0.7%	2.2%	0.3%	1.6%	-0.2%	1.7%	2.7%	5.6%	5.2%	5.4%	6.4%	7.5%	7.4%	
経常損益	-42	311	18	506	-26	157	-168	357	199	1,047	1,417	2,002	604	1,643	2,429	
構成比	-0.6%	2.0%	0.1%	1.6%	-0.3%	1.0%	-0.8%	1.1%	2.2%	5.2%	4.8%	5.0%	5.9%	7.2%	7.0%	
税金等調整前四半期純利益	-49	303	10	474	-27	131	-194	331	199	1,047	1,417	1,991	604	1,643	2,418	
親会社株主に帰属する四半期純損益	-35	203	3	327	-20	80	-134	221	130	686	929	1,436	412	1,120	1,648	
構成比	-0.5%	1.3%	0.0%	1.0%	-0.3%	0.5%	-0.6%	0.7%	1.4%	3.4%	3.2%	3.6%	4.0%	4.9%	4.7%	

四半期業績推移（会計期間）

会計期間	2023.1				2024.1				2025.1				2026.1			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	6,612	9,099	6,108	9,424	7,809	8,032	6,067	10,161	8,986	11,281	9,087	10,830	10,245	12,626	11,963	
売上原価	5,607	7,681	5,259	7,861	6,750	6,765	5,266	8,515	7,653	9,241	7,527	9,028	8,389	10,329	9,816	
構成比	84.8%	84.4%	86.1%	83.4%	86.4%	84.2%	86.8%	83.8%	85.2%	81.9%	82.8%	83.4%	81.9%	81.8%	82.1%	
売上総利益	1,005	1,417	849	1,563	1,058	1,267	800	1,646	1,333	2,039	1,560	1,802	1,855	2,296	2,146	
構成比	15.2%	15.6%	13.9%	16.6%	13.6%	15.8%	13.2%	16.2%	14.8%	18.1%	17.2%	16.6%	18.1%	18.2%	17.9%	
販売費及び一般管理費	1,008	1,018	1,088	1,027	1,038	1,035	1,096	1,070	1,094	1,153	1,152	1,172	1,202	1,222	1,296	
構成比	15.3%	11.2%	17.8%	10.9%	13.3%	12.9%	18.1%	10.5%	12.2%	10.2%	12.7%	10.8%	11.7%	9.7%	10.8%	
営業損益	-3	399	-239	535	20	231	-295	576	238	886	407	630	653	1,073	849	
構成比	-0.1%	4.4%	-3.9%	5.7%	0.3%	2.9%	-4.9%	5.7%	2.7%	7.9%	4.5%	5.8%	6.4%	8.5%	7.1%	
経常損益	-42	353	-292	487	-26	184	-326	526	199	848	369	585	604	1,038	785	
構成比	-0.6%	3.9%	-4.8%	5.2%	-0.3%	2.3%	-5.4%	5.2%	2.2%	7.5%	4.1%	5.4%	5.9%	8.2%	6.6%	
税金等調整前四半期純利益	-49	353	-292	463	-27	159	-326	526	199	848	369	574	604	1,038	774	
親会社株主に帰属する四半期純損益	-35	239	-200	324	-20	101	-215	356	130	556	242	507	412	708	527	
構成比	-0.5%	2.6%	-3.3%	3.4%	-0.3%	1.3%	-3.6%	3.5%	1.4%	4.9%	2.7%	4.7%	4.0%	5.6%	4.4%	

総販売棟数 四半期推移（累計期間）

累計期間		2023.1				2024.1				2025.1				2026.1			
		1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q	1Q	1Q～2Q	1Q～3Q	1Q～4Q
全社	注文住宅販売棟数	81	162	216	338	46	121	164	283	61	144	210	325	85	188	276	
	分譲住宅販売棟数	104	242	334	444	117	231	322	438	137	300	442	594	131	305	466	
	土地販売棟数	7	21	27	69	29	58	90	136	36	74	104	127	32	62	82	
	中古不動産販売棟数	0	1	2	3	1	3	4	5	3	5	7	7	0	2	2	
	総販売棟数	192	426	579	854	193	413	580	862	237	523	763	1,053	248	557	826	
東海 エリア	注文住宅販売棟数	63	131	175	276	38	101	135	225	46	113	164	251	70	152	218	
	分譲住宅販売棟数	98	222	302	401	105	210	289	387	116	253	382	509	108	256	391	
	土地販売棟数	7	19	25	66	19	48	80	120	33	70	98	119	29	56	74	
	中古不動産販売棟数	0	1	2	3	1	3	4	5	3	5	7	7	0	2	2	
	総販売棟数	168	373	504	746	163	362	508	737	198	441	651	886	207	466	685	
首都圏 エリア	注文住宅販売棟数	18	31	41	62	8	20	29	58	15	31	46	74	15	36	58	
	分譲住宅販売棟数	6	20	32	43	12	21	33	51	21	47	60	85	23	49	75	
	土地販売棟数	0	2	2	3	10	10	10	16	3	4	6	8	3	6	8	
	中古不動産販売棟数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	総販売棟数	24	53	75	108	30	51	72	125	39	82	112	167	41	91	141	

総販売棟数 四半期推移（会計期間）

会計期間		2023.1				2024.1				2025.1				2026.1			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
全社	注文住宅販売棟数	81	81	54	122	46	75	43	119	61	83	66	115	85	103	88	
	分譲住宅販売棟数	104	138	92	110	117	114	91	116	137	163	142	152	131	174	161	
	土地販売棟数	7	14	6	42	29	29	32	46	36	38	30	23	32	30	20	
	中古不動産販売棟数	0	1	1	1	1	2	1	1	3	2	2	0	0	2	0	
	総販売棟数	192	234	153	275	193	220	167	282	237	286	240	290	248	309	269	
東海 エリア	注文住宅販売棟数	63	68	44	101	38	63	34	90	46	67	51	87	70	82	66	
	分譲住宅販売棟数	98	124	80	99	105	105	79	98	116	137	129	127	108	148	135	
	土地販売棟数	7	12	6	41	19	29	32	40	33	37	28	21	29	27	18	
	中古不動産販売棟数	0	1	1	1	1	2	1	1	3	2	2	0	0	2	0	
	総販売棟数	168	205	131	242	163	199	146	229	198	243	210	235	207	259	219	
首都圏 エリア	注文住宅販売棟数	18	13	10	21	8	12	9	29	15	16	15	28	15	21	22	
	分譲住宅販売棟数	6	14	12	11	12	9	12	18	21	26	13	25	23	26	26	
	土地販売棟数	0	2	0	1	10	0	0	6	3	1	2	2	3	3	2	
	中古不動産販売棟数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	総販売棟数	24	29	22	33	30	21	21	53	39	43	30	55	41	50	50	

## お問い合わせ先

株式会社アールプランナー

管理本部 IR窓口 : <https://www.arrplanner.co.jp/contact/ir/>

コーポレートサイト : <https://www.arrplanner.co.jp/>

IRサイト : <https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

## ① 本資料の取扱いについて

---

本発表において提供いたしました資料ならびに情報は、  
「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、  
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、  
通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます