



証券コード
3490

株式会社アズ企画設計



2024年2月期 決算補足説明資料

2024.4.12

2024年2月期 決算ハイライト

子会社の重要性が増し、連結決算へ移行

4Qでは順調に物件の販売を進めたものの、大型案件のキャンセルがあり売上・利益が計画を下回った

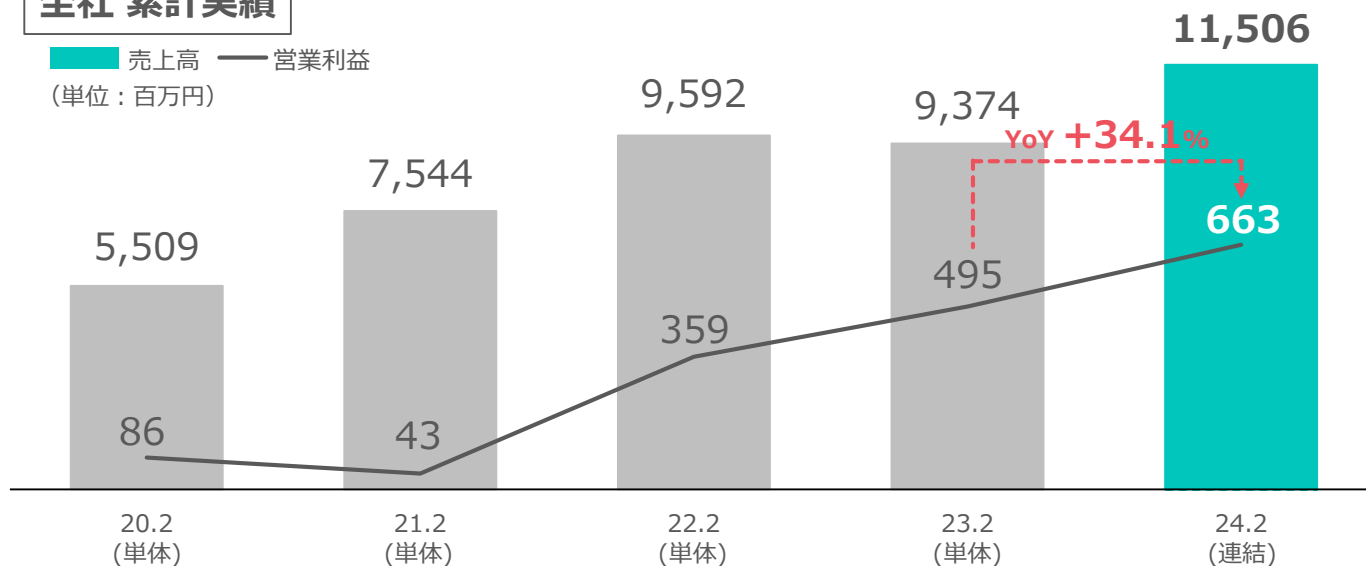
但し、前期比では売上高+22.7%、営業利益+34.1%と大幅に増収増益

また、販売用不動産在庫についても52億円と前期比+16.0%の積み増しとなった

- 1Qで東北ホテル3棟の譲渡が順調に進み、特別利益を計上 ※特別利益の発生は通期計画に織込み済み

全社 累計実績

■ 売上高 — 営業利益
(単位：百万円)



中期経営計画(2022年2月期～2024年2月期)の振り返り

【概要】

売上高は**毎年約10億円**、
当期純利益は**毎年約1億円**の成長を想定

基本的には主力の販売事業の拡充と新たな取組みの
拡大による成長を見込む

また、管理受託の獲得を引き続き進め、周辺業務の
売上・利益を確保することで、管理事業のストック収入も
拡充させている(規模の関係上、相対的に利益貢献は少ない)



【実績】

営業利益については**3期とも達成**しており、売上の増大と
利益率が徐々に改善していることが要因

一方で、コミットメントラインの新規設定や**当初想定した
期末在庫額より多くの物件仕入を実現**でき、積極的な
レバレッジをかけたことにより**金融コストが増加**

これらを踏まえ次期中期経営計画を策定(公表は後日)

(単位：百万円)	22.2 期初計画※1	22.2 個別実績	23.2 期初計画※2	23.2 個別実績	24.2 期初個別計画※3	24.2 連結実績
売上高	9,491	9,592	10,728	9,374	11,892	11,506
営業利益	231	359	469	495	648	663
経常利益	162	303	339	349	503	454
当期純利益 又は当期純損失(△)	112	△526	236	493	666	620

※1 21.4.13「2021年2月期 決算短信[日本基準](非連結)」で公表した通期業績予想の数値
(22.4.8「特別損失(減損損失)の計上及び通期業績予想の修正に関するお知らせ」を公表し修正している)

※2 22.7.13「業績予想の修正に関するお知らせ」で公表した通期業績予想の数値
(23.2.27「2023年2月期通期業績予想の修正、特別利益及び繰延税金資産の計上見込みに関するお知らせ」を公表し修正している)

※3 23.4.13「2023年2月期 決算短信[日本標準](非連結)」で公表した通期個別業績予想の数値
(24.2.26「子会社等の異動、連結決算への移行に伴う連結業績予想の公表及び2024年2月期通期個別業績予想修正に関するお知らせ」を公表し修正している)

2024年2月期の主要なトピックス

① 上場維持基準への適合

詳細はP37に記載

22年4月の市場再編に伴い、抵触していた「流通株式時価総額」が上場維持基準(10億円以上)へ適合

なお、当初計画より1年早い適合となった

② 1株当たり20円の初配を実施

詳細はP19に記載

成長のための投資余力の確保と株主還元の両立を意識した経営を実現するため、当社株式を保有いただいている株主の皆様への利益還元として、剰余金の配当を実施する

③ 新株予約権の発行

詳細はP37に記載

23.12.11をもって
すべての新株予約権の行使が完了

- ・およそ4億円の資金調達が完了し、
 - 1) 本業の取組みへの活用
(不動産開発事業やプレミアムマンション事業)
 - 2) M&Aや戦略的提携の推進へ活用予定
※matsuri technologiesへの出資にも活用
- ・235,000株の新株発行による流動性の向上で、上記「流通株式時価総額」の向上へも貢献

④ 東京本社を移転

詳細はP38に記載

23.8.28に東京本社を神田駅近くから
東京駅直結(丸の内)へ移転

- ・多くの方に来ていただけるオフィスづくりで、お客様やお取引先とのコミュニケーションを活性化させ、業績拡大を目指す
- ・移転後に多くの方に足を運んでいただき、会議室の利用頻度が大幅に伸長
- ・アズサロンも月4回、当社カフェテリアで開催しており、毎回30~40名の方と交流

⑤ 不動産開発事業でプロジェクトが続々竣工

詳細はP30に記載

合計4案件のプロジェクトが竣工

うち3件は、24年2月期で竣工し、
期中で早期での売却を実施

- ・当社の強みであるリーシング(賃貸募集)のノウハウを活かし、将来的に高い賃貸需要の見込める収益不動産を企画し、建てることで事業規模の拡大を目指す

連結決算への移行について

22.12に設立した「アズプラン」の戦略的 중요性が高まり、連結子会社とすることとした

〈アズプランの役割〉

①ケラー・ウィリアムズ・アズ(KWAZ)の運営

不動産エージェント事業(P31参照)を行うKWAZの運営
具体的には、エージェントが実績を出せるように直接・間接問わず支援を行う
また、エージェントの採用活動もKWAZ内で実施

②アズ企画設計保有物件の売買仲介

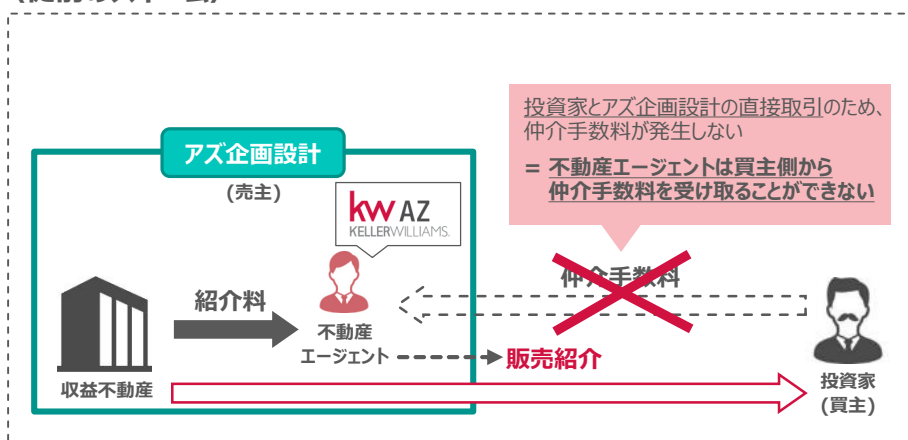
下図のように、従前のスキームではエージェントの収入面のメリットが半減しており、
解決策としてアズプランを設立
→ 当社保有物件の販売促進

名称	合同会社アズプラン
所在地	東京都千代田区丸の内一丁目6番2号 新丸の内センタービルディング17階
代表者	業務執行社員 株式会社アズ企画設計 職務執行者 松本俊人
事業内容	不動産の売買、賃貸、仲介及び管理業
資本金	1,000万円
設立年月日	2022年12月2日

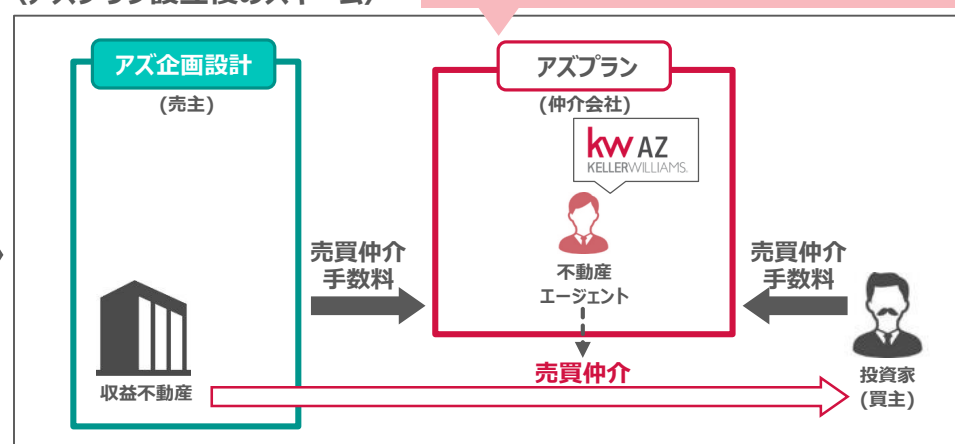


24.2期で②が実行されたため、
戦略的 重要 性が高まったものと判断

〈従前のスキーム〉



〈アズプラン設立後のスキーム〉



決算概要以外のページ(P20以降)については
前回発表(24.2期3Q)との差異が表示されています

新規 … 新規ページ / 新しい情報の追加

更新 … 情報が更新されたページ

INDEX

1. 2024年2月期 連結決算概要	……	P07
2. 株主還元	……	P18
3. 当社事業の特徴と課題	……	P20
4. 事業成長について	……	P25
5. その他のトピックス(成長に向けた取組み)	……	P29
6. 会社紹介	……	P40

1. 2024年2月期 連結決算概要

2024年2月期 連結決算概要（1）

公表計画とほぼ同一の実績となり、前期比で売上・利益は大幅に増収増益

- 連結子会社が当社保有物件の売却仲介実施で内部取引の相殺消去で原価が低減されており、また、戦略的に連結子会社で取得した区分マンションの売却益を取込み、営業利益は当初計画を上回った
- 一方で、コミットメントライン契約や当座貸越契約の先出コストの発生、その他支払利息や支払手数料が想定より大きくなり、営業外費用の増加で経常利益は当初計画との乖離が大きくなった
- 将来売上に繋がる販売用不動産残高については、在庫数・平均価格の上昇で期末としては過去最高を更新

(単位：百万円)	22.2実績 (単体)	23.2実績 (単体)	24.2実績 (連結)	前期比	24.2公表計画 (連結)	達成率	24.2当初計画※1 (単体)
売上高	9,592	9,374	11,506	+22.7%	11,495	100.1%	11,892
営業利益	359	495	663	+34.1%	655	101.3%	648
経常利益	303	349	454	+30.2%	445	102.1%	503
当期純利益 又は当期純損失(△)	△ 526	493	620	+25.7%	624	99.3%	666
営業利益率	3.7%	5.3%	5.8%	+0.5pt	5.7%	+0.1pt	5.5%
販売用不動産※2	758	4,545	5,274	+16.0%	—	—	—

※1 23.4.13「2023年2月期 決算短信[日本標準](非連結)」で公表した通期個別業績予想の数値
(24.2.26「子会社等の異動、連結決算への移行に伴う連結業績予想の公表及び2024年2月期通期個別業績予想修正に関するお知らせ」を公表し修正している)

※2 仕掛販売用不動産を含む

2024年2月期 連結決算概要（2）

四半期単体の実績としては過去最高だが、課題である売上の平準化はできていない

- 主力の販売事業は3Qの売却遅れで、4Qに3Qで販売予定だった物件の販売と、当初から4Qでの売上を見込んでいた物件の両方の販売を進めており、順調に進めていたものの、1案件が契約直前にキャンセルとなり計画を下回る実績となった

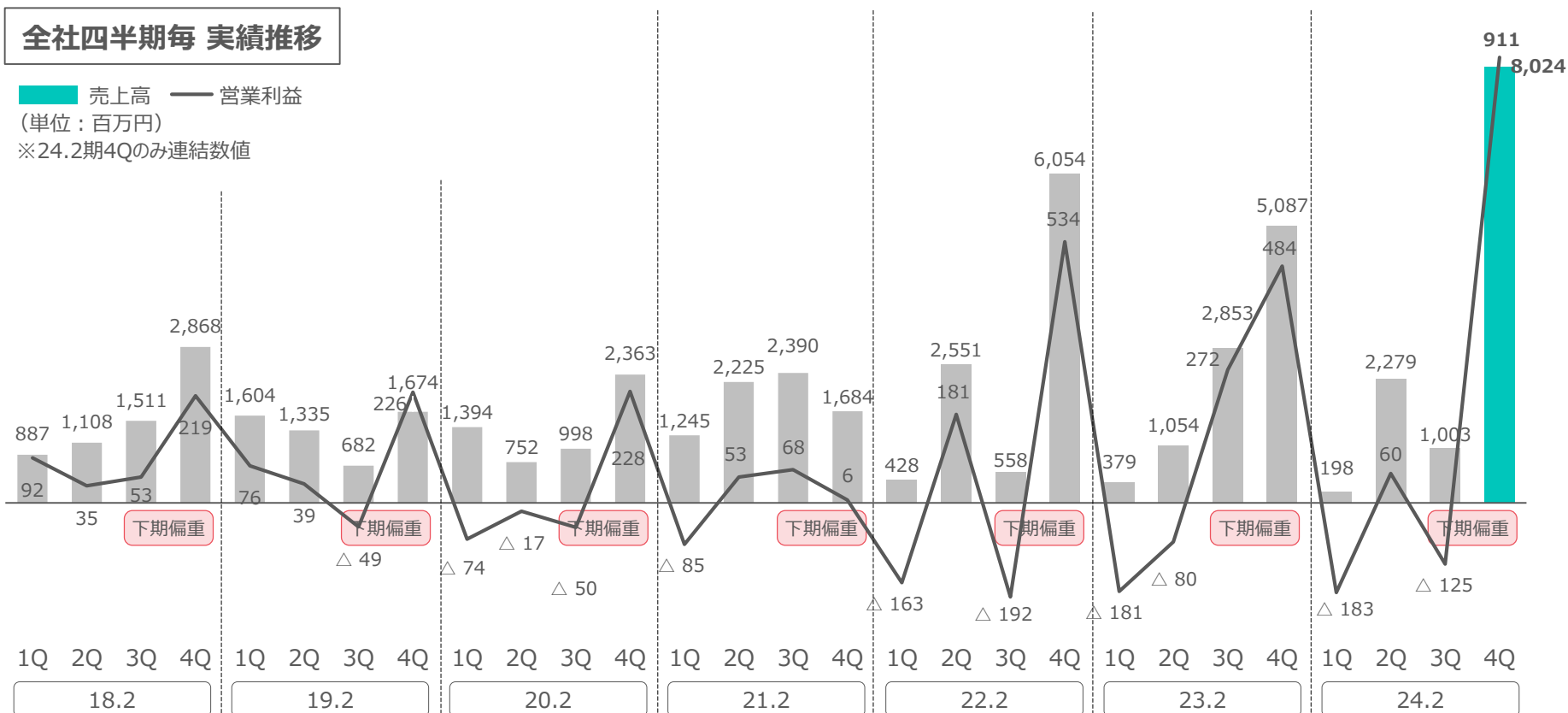
〔 売上の大部分を占める販売事業は、上半期で仕入を行い、下半期で販売することが多く、下期偏重の傾向が強い
24.2期も、上半期では期初在庫の商品化・販売を進めると同時に、下半期の在庫を積上げていたが、3Qに想定していた売却が遅れ、4Qで売却となった 〕

全社四半期毎 実績推移

■ 売上高 — 営業利益

(単位：百万円)

※24.2期4Qのみ連結数値



2024年2月期 連結決算概要（3）

すべてのセグメントで増収増益となっており、 特に賃貸事業と管理事業では前年比+50%以上の増益となった

- 販売事業は、販売件数が23件(うち子会社1件)と前年比△1件ではあったが、販売単価が向上したことで増収増益
前期と比較すると、期初在庫の販売を進めたこと、事業用不動産の取扱いが増えたことなどから租税公課負担は軽くなった
※1 居住用賃貸建物の取得時は、消費税が仕入税額控除の対象外となり、売却時に控除可能となるため一時的に租税公課が計上される(詳細はP24)
- 賃貸事業は、引き続き収益不動産賃収の増加と民泊需要の上昇で増収増益
- 管理事業は、管理受託戸数の増加に伴う管理手数料収入の増加や、大型の工事紹介の発生により、増収増益
- 東京本社移転に伴い、新旧オフィスでコスト(造作や原状回復工事)が発生したため調整額は増加

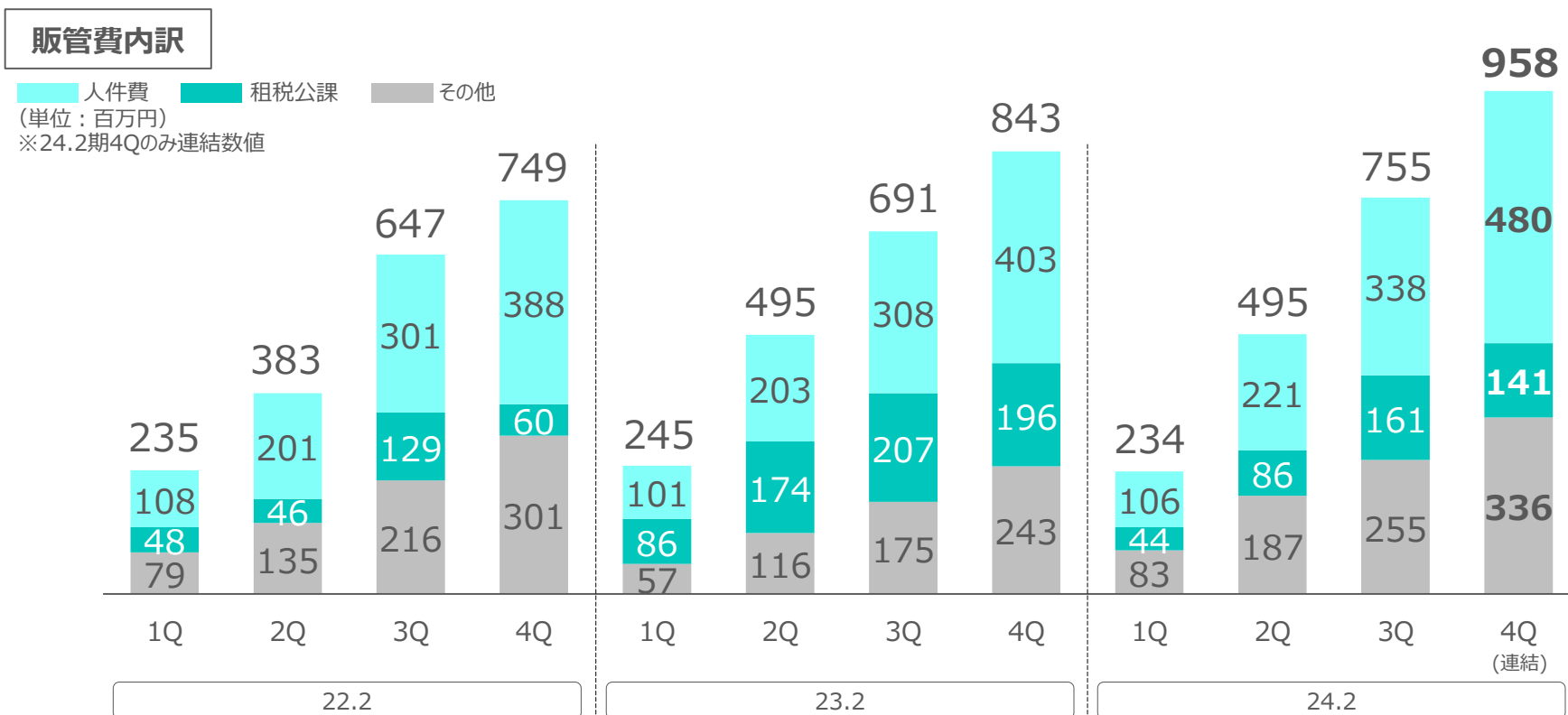
(単位：百万円)	22.2 実績(単体)	23.2 実績(単体)	24.2 実績(連結)	(前期比)
売上高	9,592	9,374	11,506	(+22.7%)
不動産販売事業	8,924	8,620	10,639	(+23.4%)
不動産賃貸事業	474	537	629	(+17.1%)
不動産管理事業	194	216	237	(+9.3%)
営業利益	359	495	663	(+34.1%)
不動産販売事業	647	592	760	(+28.3%)
不動産賃貸事業	△117	43	71	(+63.0%)
不動産管理事業	42	61	96	(+56.9%)
調整額 ※2	△212	△202	△264	—

※2 各報告セグメントに配分していない全社費用

2024年2月期 連結決算概要（4）

販管費では、人件費とその他のコストが増加している **一方で、租税公課については居住用不動産の在庫水準の影響を受け減少**

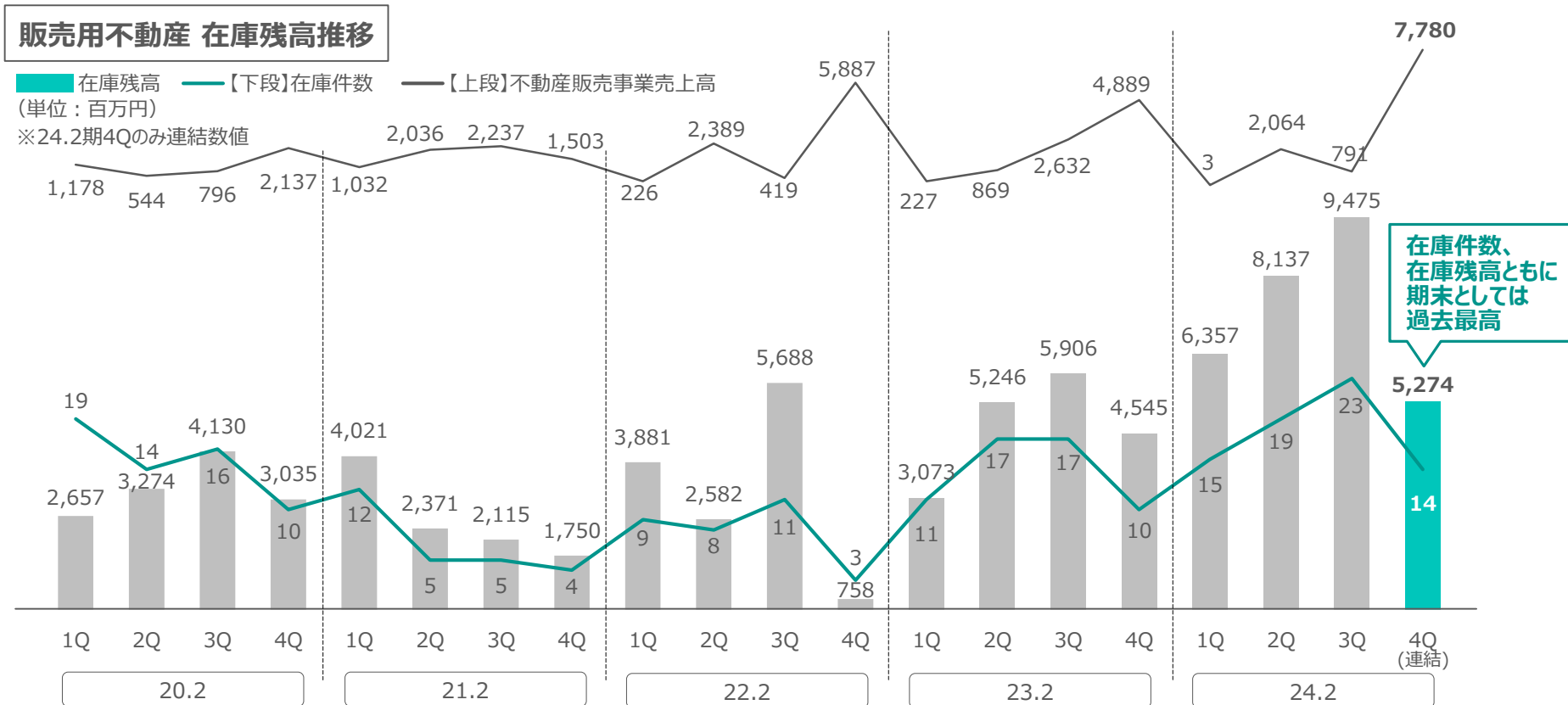
- 販管費については、東京本社移転コストや、社外との関係強化のための費用などで増加している側面がある
- 租税公課は、居住用不動産の在庫が多いと増え、少ないと減るため、仕入が進んでいる局面では租税公課も増え、販売が進んでいる局面では減る特性がある



2024年2月期 不動産販売事業の状況（1）

4Qでほぼ見込みどおりの販売が進んだことで、在庫残高は **5,274**百万円 となった

- 開発案件やサイズの小さい区分も含むが、期末としては過去最高だった前期を上回っている
また、3月・4月でも仕入が進み、在庫残高はさらに積み上がっている
- 一部の商品化ができている物件については積極的に売却を進め、25.2期上半期での売上げづくりを目指す



2024年2月期 不動産販売事業の状況（2）

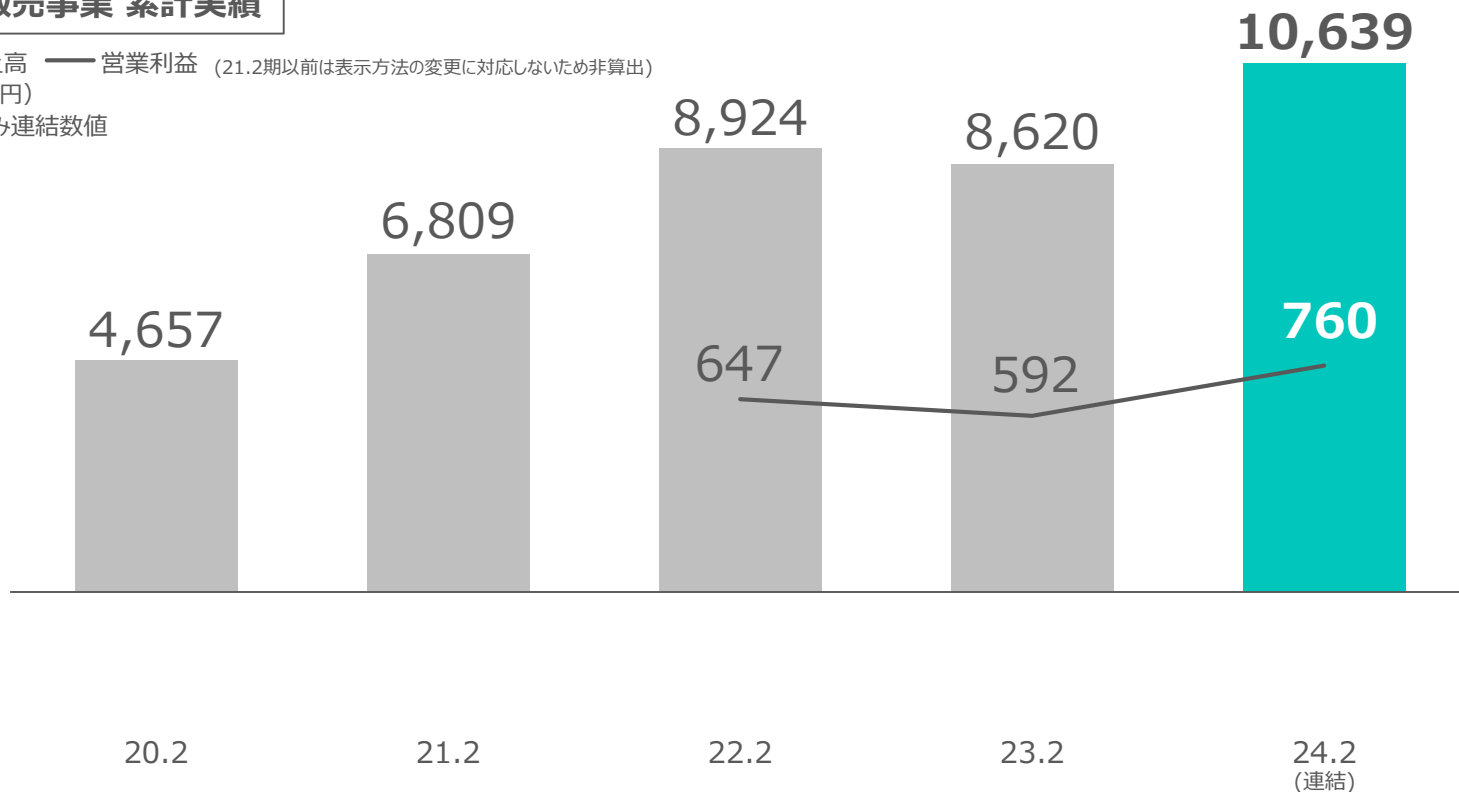
販売件数は減少(前期比△1件)したが、**販売単価の伸長**で、**売上・利益ともに向上**
但し、一部物件の在庫処分も実行し、**売上総利益率は(前期実績)12.8%→12.4%と低下**

- 全社として利益率の向上を目指すも、個別性が高いこともあり、変動の幅が大きい

また、毎年1月1日保有物件の固定資産税の支払いもあり、前期の12月末時点での在庫残高が高くなると、当期のコスト負担が大きくなるという背景もある

不動産販売事業 累計実績

■ 売上高 — 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)
(単位：百万円)
※24.2期のみ連結数値



2024年2月期 不動産販売事業の状況（3）

販売件数は23件(前期比△1件)となっている

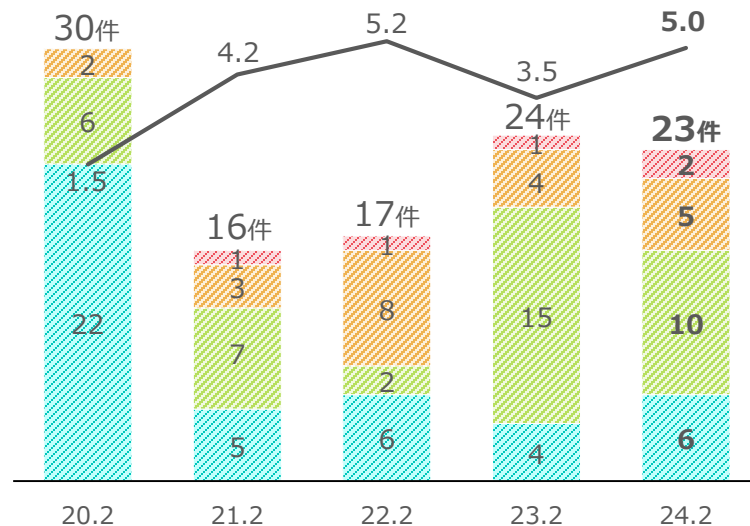
一方で、平均販売金額については5.0億円と高い水準を維持

- 個別性が高いものの、取扱物件の価格帯向上や大型物件の取組み強化を進めており、平均販売金額を高める方針で、24.2期は前期を大きく上回った
- 現在保有している収益不動産の種別についても、元々多かった一棟・居住用(レジデンス)から、一棟・事業用(オフィスビルや店舗ビル)などの取扱いを積極的に増やしており、徐々に偏りが解消されている
 なお、24.2期では一棟・居住用の販売割合が初めて5割未満となった

収益不動産 累計販売実績

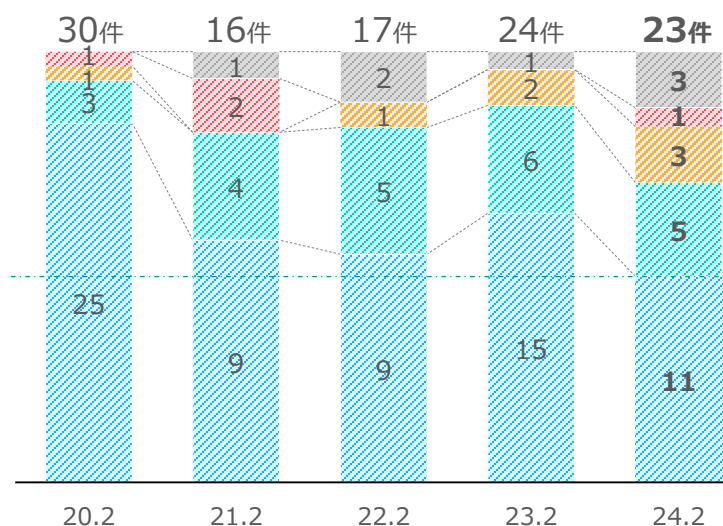
価格帯別

■ 2億円未満
 ■ 2~5億円
 ■ 5~10億円
 ■ 10億円以上
 — 平均販売金額(単位: 億円)
 ※但し23.2期以降はプレミアムマンションを除く



種別

■ 一棟・居住用※
 ■ 一棟・事業用※
 ※複合用途の場合は居住用と事業用で全体に占める合計資料の多い方を採用
■ 区分・居住用
 ■ 区分・事業用
 ※その他(戸建・保養所等)



【語彙】
 区分：マンションの1室や、
 オフィスビル・店舗ビルの1区画

直近5年で
 一棟・居住用の
 占める割合は
 1番低い

2024年2月期 不動産賃貸事業の状況

収益力が改善し、売上・利益ともに大きく伸ばした

- 収益不動産の保有中に発生する「収益不動産賃収」は、前期より保有期間が長かったこともあり、計画から上振れた
但し、収益不動産賃収は販売事業の内容に影響されるため、フロー収益のような性質がある
- 民泊は22年10月の新型コロナの水際対策の緩和以降、ADR(客室平均単価)が大幅に向上し、収益貢献している
東北ホテルについても岩手3棟の譲渡が順調に完了し、維持コストなどが無くなった

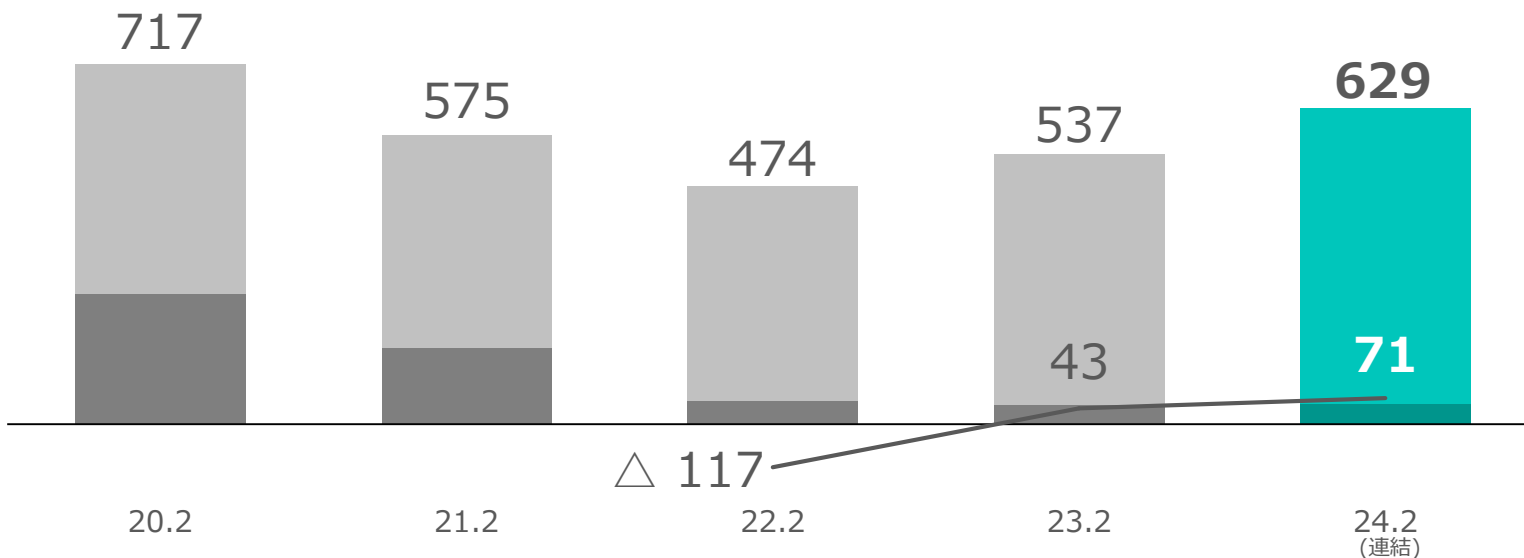
不動産賃貸事業 累計実績

■ 売上高 (色の濃い部分は東北ホテル関係売上高 / 23.2期以降は元々ホテルとして利用していた建物の賃貸売上)

— 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)

(単位：百万円)

※24.2期のみ連結数値



2024年2月期 不動産管理事業の状況

管理受託戸数の増加により、管理手数料が安定的に増加しており、**24.2期は大型の工事紹介による収入の増加などもあり、特に利益が大きく伸びた**

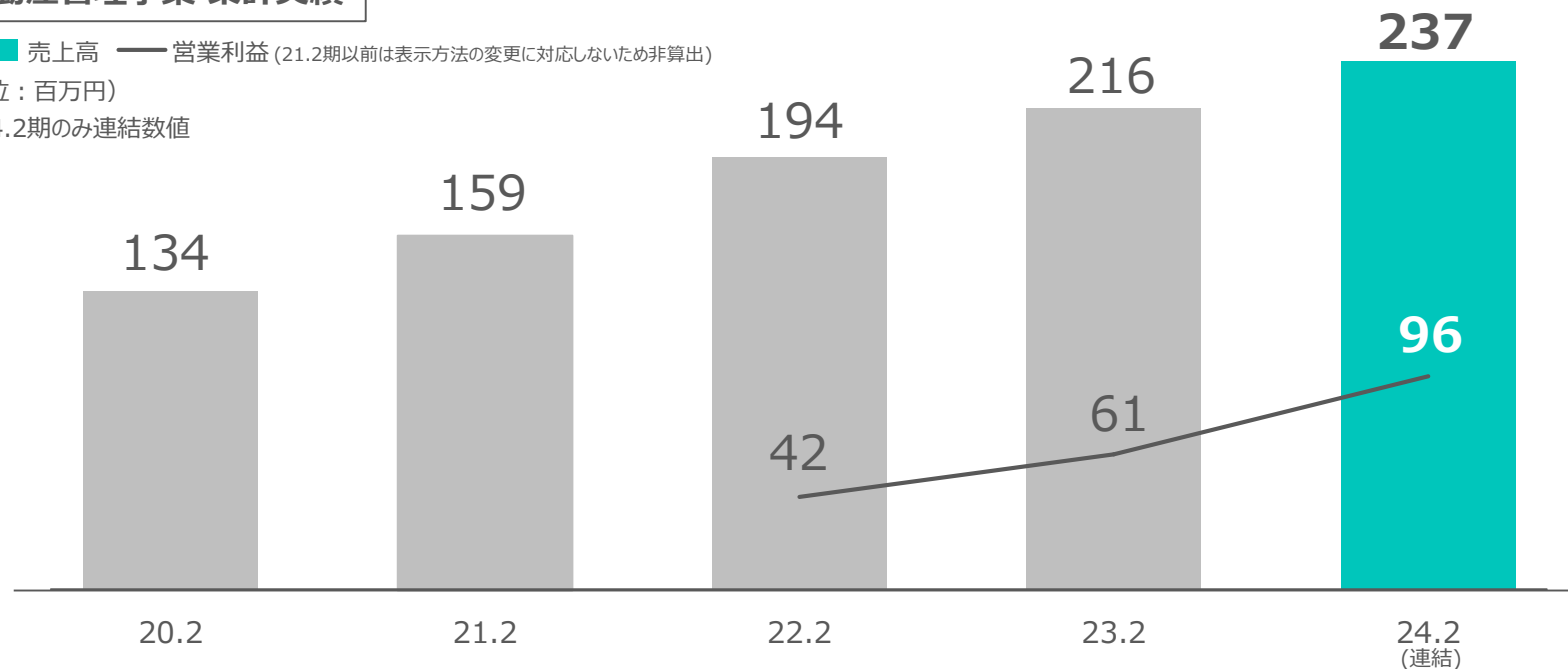
- 管理受託戸数の増加に伴い、管理手数料だけでなく、周辺業務でも売上・利益を確保できている
- 営業部門側では、販売事業で販売した物件の管理受託増加を目指す一方で、それぞれの案件での管理手数料単価向上も目指しており、量と質の両方を向上させるべくサービスの向上などへも取組みを進めている

不動産管理事業 累計実績

■ 売上高 — 営業利益 (21.2期以前は表示方法の変更に対応しないため非算出)

(単位：百万円)

※24.2期のみ連結数値



2024年2月期 連結B/Sサマリ

販売用不動産在庫は期末としては過去最高まで積上がり、 加えて純資産も10億円ほど増加している

- ① 下期偏重の売上解消に向けて4Qにも積極的に仕入を進めたため、前期比で販売用不動産が増加
- ② 今期は特別利益の発生による当期純利益の計上(約6億円)と新株予約権行使による資金調達(約4億円)により大幅に純資産が向上
それに伴い、自己資本比率も大幅に改善

(単位:百万円)	23.2	24.2実績	(増減)		23.2	24.2実績	(増減)
流動資産	8,294	9,276	(+ 981)	流動負債	2,566	4,432	(+1,866)
現金及び預金	3,559	3,906	(+ 346)	短期借入金	887	2,875	(+1,988)
① 販売用不動産※	4,545	5,274	(+ 728)	固定負債	5,032	3,003	(△2,028)
固定資産	778	655	(△ 123)	社債	251	258	(+ 7)
				長期借入金	4,662	2,611	(△2,051)
				【負債合計】	7,599	7,436	(△ 162)
				② 【純資産合計】	1,474	2,495	(+1,020)
【資産合計】	9,073	9,931	(+ 858)	【負債・純資産合計】	9,073	9,931	(+ 858)
② 自己資本比率	16.3%	25.1%	(+8.9%)	1株当たり純資産(円)	1,540.18	2,084.75	(+544.57)

※仕掛販売用不動産含む

2. 株主還元

配当政策・株主優待

配当についてこれまでより機動的に検討し、**24.2期で初配を実施**
また、株主優待については投資魅力向上を目指し、23.2期で変更済み

【基本方針】

業績に基づき、従来よりも機動的に配当を検討する

【配当方針】

翌期以降の事業成長を第一としつつも、安定的かつ継続的な利益還元を目指す

（ 当社の主要事業である販売事業の事業モデルおよび当社が成長途上である現状を踏まえると、財務レバレッジを効かせることで事業成長を実現できる側面があり、成長投資としての内部留保を剰余金の主な使途としたい ）

(剰余金の使途イメージ)

剰余金

配当

成長投資(内部留保)

24.2期の配当を20円とする

【株主優待】

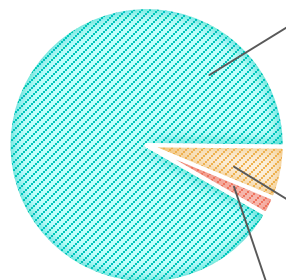
中間(8月末)、期末(2月末)時点で100株以上保有の株主様に一律3,000円分のQUOカードを贈呈(年合計6,000円分)

3. 当社事業の特徴と課題

当社の事業について

当社は23区を中心に1都3県で、不動産販売事業を柱とした事業展開をしている

24.2期売上構成比



不動産販売事業

収益不動産を取得し、リノベーションによるバリューアップやリーシング(賃貸募集)を施し、不動産投資家へ再販する。

不動産賃貸事業

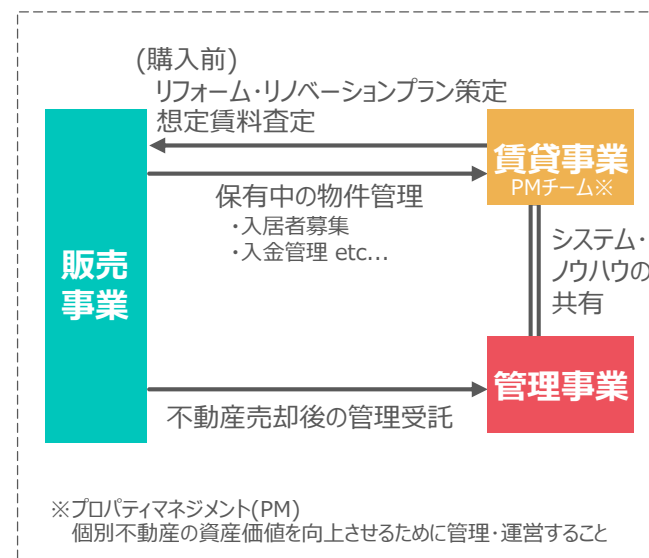
リニューアルにより収益改善が見込める不動産を所有者から借り受け、賃貸事業(サブリース)を行う。

不動産管理事業

不動産所有者に対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供。

※事業内容の詳細はP45-48に記載

■ 販売事業を中心とした際の事業ごとの関わり



《成長イメージ》



販売事業においては取扱物件により変動はあるものの、引き続き高い成長を見込む。
また、新たな取組み (P29より記載) も成長加速に寄与する。

一方、安定収入が見込める賃貸・管理事業については、その源泉となる管理受託戸数を増やし成長を目指す、特性上増収の成長ペースは相対的に低いと想定される。

当社の強みについて

当社の強みはリーシングを中心としたバリューアップと回転の早さ

①リーシングを中心としたバリューアップ

賃貸・管理からスタートした会社の強みを活かし、収益不動産を取得後直ちにリノベーションなどを行うことで、賃貸収入の引き上げを図り、リーシングにより満室稼働にすることでバリューアップを実現する。

②収益不動産の回転の早さ

収益不動産の平均保有期間は右表の通りで、概ね半年で取得から販売まで完結。社内連携の早さやリーシングの早さが起因している。回転が早いことでリスクが少なく、金融機関の借入の面で有利。

また、万が一の急激な金融情勢の悪化にも影響を最小限に抑えることができるため、当社にとってもメリットがある。

	22.2期	23.2期	24.2期	3期平均	(参考) 他社事例
平均保有日数	160日	148日	220日	177日	半年 ～2年
販売件数	17件	24件	23件	21件	—

※当社調べ

■スピード感の要因

『仕入 - 商品化 - 販売』を同一社員が主担当者として行うワンストップの営業スタイル※

- ・ 販売を念頭に置いた仕入を実施するため、良質な仕入が可能
- ・ 仕入～販売が1担当者の中で完結しているため、仕入後の動きを前倒しで行うことができ、スピード感を持って商品化(リノベーションや大規模修繕、リーシング)を実行可能
- ・ チームのフォローがあるものの、新卒社員にも徹底して全行程を任せるため、成長速度が早い

※競合他社では仕入担当や商品化担当、賃貸担当、販売担当など、業務が専門化していることが多い

当社の強みについて(事例紹介)

(1)リーシングの事例(千代田区)

14フロアすべてが空室の新築オフィスビルを取得。
コロナ禍で需要の低下していた都心のオフィス賃貸であるにも関わらず、約3ヶ月程のリーシングで満室稼働となった。

コロナ禍(20年6月)での
リーシング期間
約 **3** ヶ月



(2)リーシングと賃収向上の事例(世田谷区)

12室すべてが空室の物件を取得後、全室リノベーション工事を実施。賃貸募集から約1.5ヶ月程で12室すべての入居者が決まり、満室稼働に。なお、月額賃貸収入は工事前の1.67倍と、大幅なバリューアップとなった。

〈居室のリノベーション事例〉

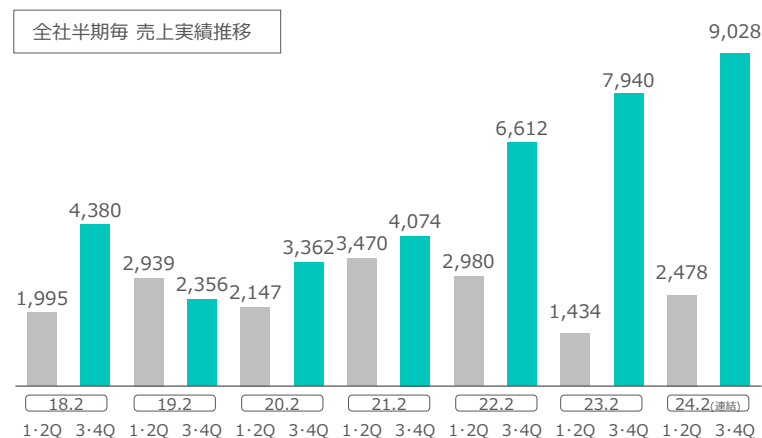
リーシング期間
約 **1.5** ヶ月
賃料収入
1.67倍



当社の課題と改善に向けた方向性について

下期偏重の売上と、租税公課による期中の販管費増が課題

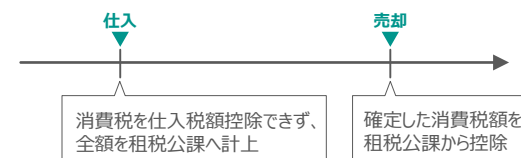
(1) 下期偏重の売上



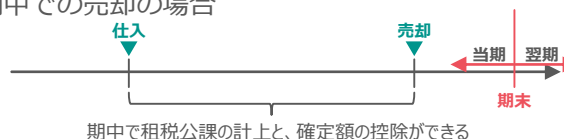
売上のほとんどを占める不動産販売事業では上半期に仕入れを行い、下半期に販売をする営業スタイルであるため、**全社の売上実績も下期偏重の傾向が強い**

(2) 租税公課による影響

居住用賃貸建物の販売では、売却時に消費税の税額控除ができる(仕入期含め3期以内)



① 期中での売却の場合



《当社P/L上の影響》
期中の在庫が増えると租税公課負担が**“一時的に”**大きくなるが、増えた租税公課は**期末には解消される**

② 期を跨いだ売却の場合



《当社P/L上の影響》
期を跨いだ売却になる場合、当期末の租税公課負担が増加するが、来期の租税公課にはマイナス計上される

但し、①②どちらの場合でも、物件を仕入れた段階で営業利益以下の段階利益が低下する(①の場合も当該物件が販売されるまではマイナス影響)

■ 改善に向けた方向性

期末に翌期の在庫を確保することで、業績の平準化を図る

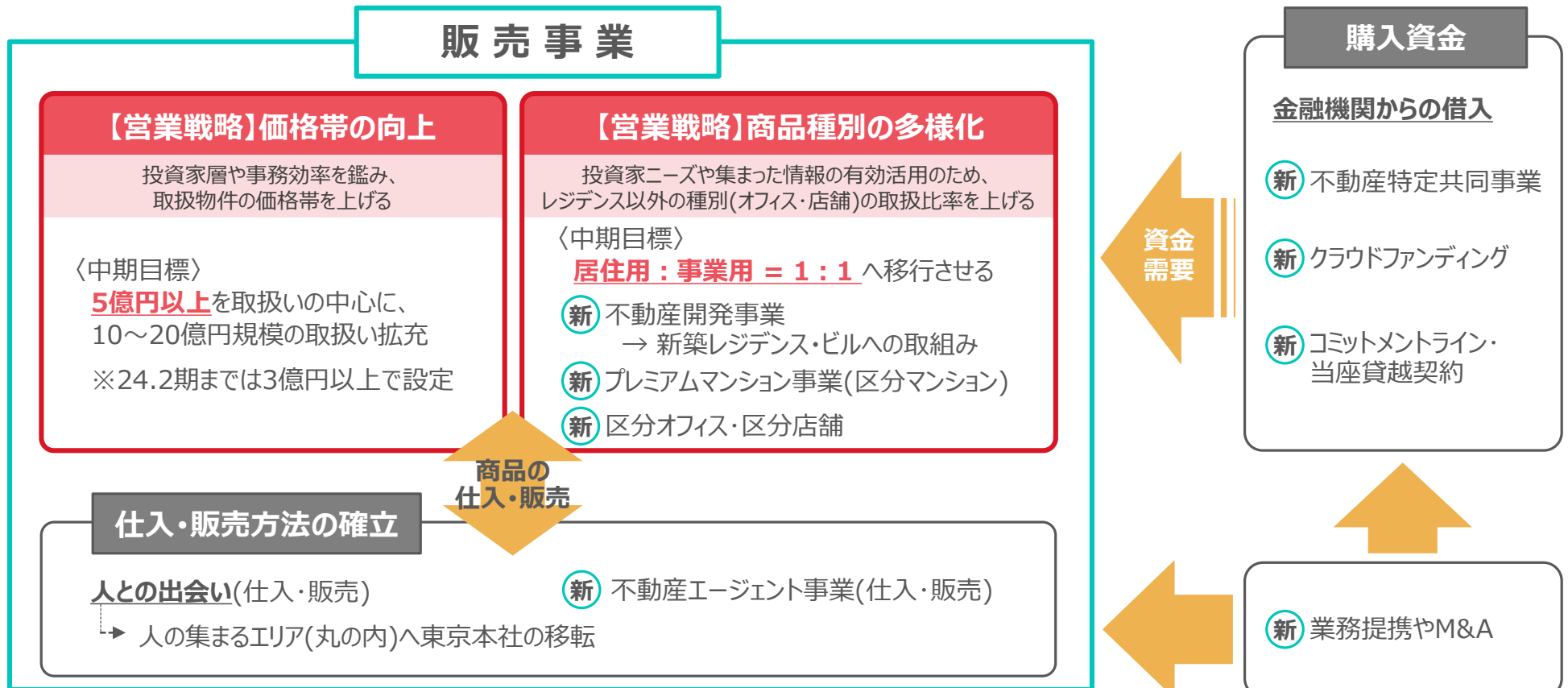
- ・ 翌期1Qから売上計上できる販売用不動産在庫を確保することで、上半期と下半期の売上実績を平準化
- ・ 毎期末に一定以上の居住用不動産の在庫を保有する場合、控除されない税額が租税公課として残るが、翌期中の売却によるマイナス計上と相殺できるため、租税公課の平準化も見込める

4. 事業成長について

事業成長に向けた戦略(成長戦略)

事業成長に向けた戦略(営業戦略と取組事項)の概要は下図のとおり

- 主力事業である**販売事業の成長が、事業成長を牽引する**形になるため、下図は販売事業を中心として記載
- 「価格帯の向上」について22.2期～24.2期で目標としていた3億円以上の取扱いを中心とすることができたと評価しさらに目標値を向上させ「**5億円以上**」へと変更する



《表示ルール》 **太字・下線** … (従前からの)重要施策 ● … 直近数年の新たな取組事項

営業戦略① 価格帯の向上

富裕層や黒字企業といった融資の付きやすい属性の不動産投資家への販売を目指し、**取扱いの中心を5億円以上の不動産へ移行**

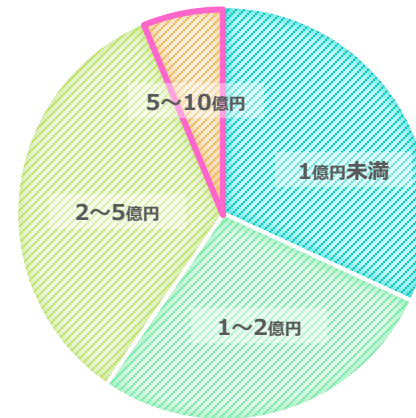
10～20億円規模の不動産の取扱いも拡充

〈24.2期までの実績〉

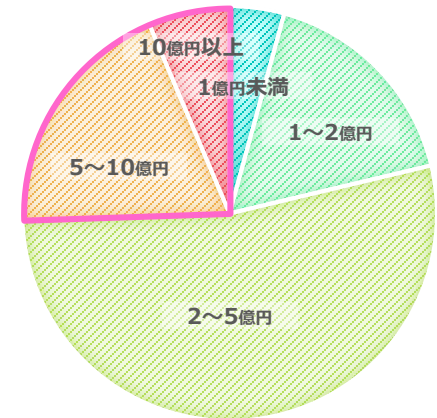
- 24.2期以前は取組みの中心を3億円以上の不動産へ移行することを目指した
- 取組みは順調に進み、23.2～24.2期で販売した収益不動産は、5億円以上のものが3割程度となった
- また、10億円以上の収益不動産の販売も増加している

**引き続き取組みを加速させ、
取組みの中心を5億円以上の不動産へ移す
また、20億円規模の不動産も検討を進める**

価格帯別 構成比 ※2期販売実績
(18.2期～19.2期)



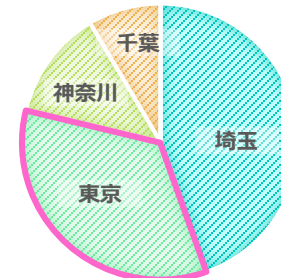
(23.2期～24.2期)



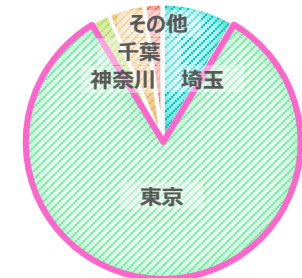
(補足) 事業エリアの推移について

- 価格帯を向上させるうえで、事業エリアの中心が東京都心部に推移している
 - 埼玉、神奈川、千葉については特定のエリアを中心に取組んでおり、従前のような郊外の収益不動産の取扱いは減少している
- ➡ 安定的な取引を行うために、東京都心部、特に都心5区の取組みを増やす

(18.2期～19.2期)



(23.2期～24.2期)



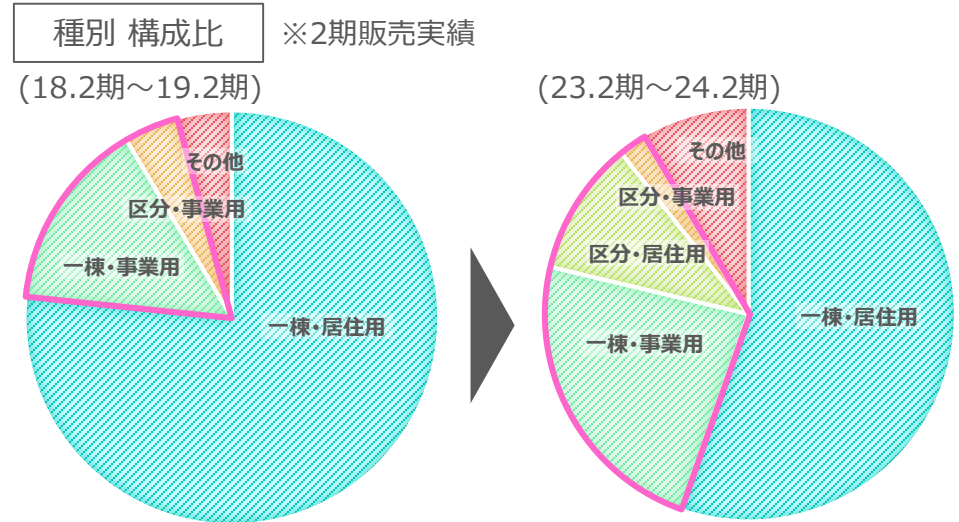
営業戦略② 商品種別の多様化

投資家からの様々なニーズへ応えるため、**取扱いの種類(アセットタイプ)**を増やしている

〈24.2期までの実績〉

- 主に、一棟・事業用(オフィス・店舗)と区分・居住用(プレミアムマンション)の取扱いを増やすように積極的に取組んだ
- 23.2期～24.2期で販売した収益不動産は、一棟・居住用(レジデンス)が多いものの、6割未満へと減少

引き続き取組みを加速させ、特に、**事業用(一棟・区分問わず)不動産の取扱いを増やす**



※複合用途の場合は居住用と事業用で全体に占める合計賃料の多い方を採用

■ 商品種別の多様化に資する具体的な取組み

一棟・居住用
一棟・事業用

不動産開発事業

建設する建物を当社で企画するスキームリーシング(賃貸募集)に強みのある当社が企画することで、賃貸需要の高い建物をつくり上げることができる

取組むエリアに合わせて居住用・事業用どちらの取組みも可能

右記の防音レジデンスなどの企画も行う

区分・居住用

プレミアムマンション事業

ペントハウスなど的高级感あるマンションの1区画を取得し、バリューアップ後販売する事業

実際に住みたい方(実需)向けの商品づくりを行っている

区分・居住用
区分・事業用

区分事業

プレミアムマンション事業を横展開させ、一般的な価格帯の区分マンションを取扱う事業
直近はオフィスや店舗の取扱いも進めている

一棟・居住用

その他の取組み

特徴のあるレジデンスの取組みも進めている

取組事例1：防音レジデンス

高い防音(遮音・吸音)性能を持つ防音レジデンスを“AZ Music”の名称で販売。楽器の使用だけでなく、近年職業としても広まる配信にも訴求可能。

※直近取組み事例(24.3.29公表) [\(リンク\)](#)

取組事例2：IoTレジデンス

あらゆるモノがインターネットに繋がっており、スマートフォンやAIスピーカーから家電などの電化製品を動かすことができるレジデンスで、“AZ Smart”の名称で販売。

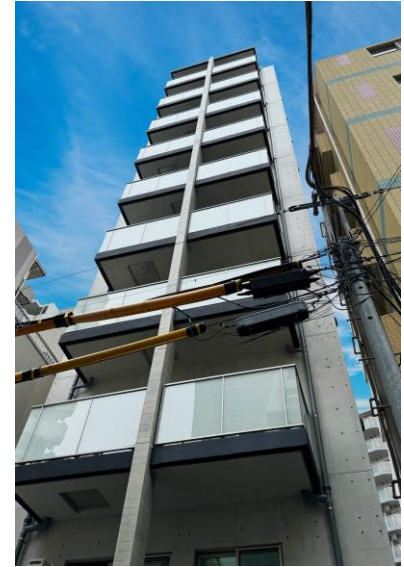
※直近取組み事例(24.2.28公表) [\(リンク\)](#)

6. その他のトピックス(成長に向けた取組み)

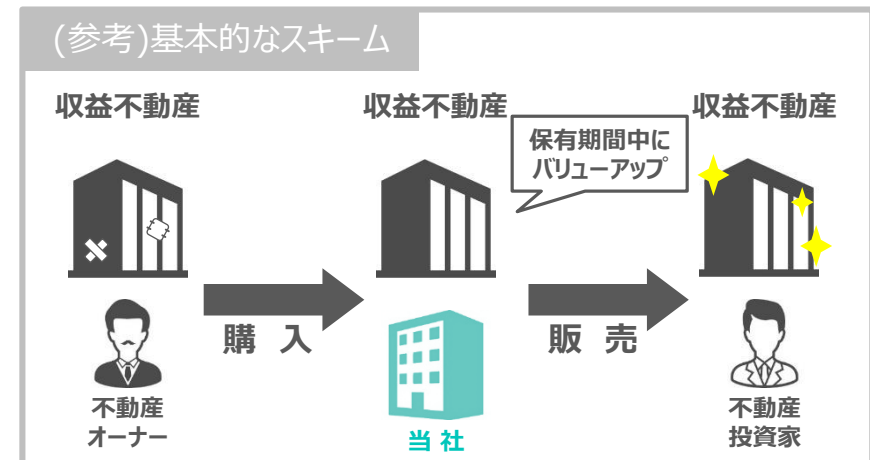
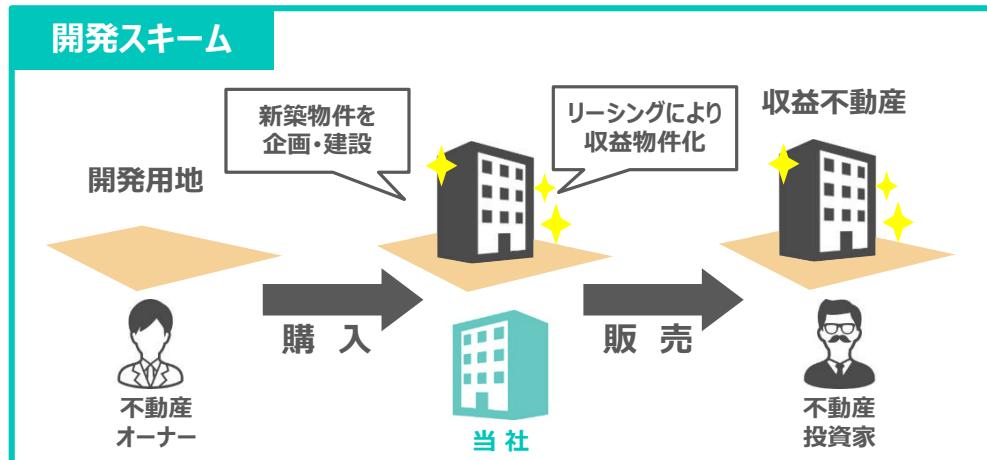
不動産開発事業

当社企画物件が続々と竣工し、販売が進んだ

- 不動産開発事業は、建設する建物の企画から当社で行う新しいスキーム(下図左)
 (これまでは、新築・中古問わず収益不動産を購入し、リーシング(賃貸募集)やリノベーションなどによるバリューアップを施し商品化して、販売するスキーム(下図右))
- リーシング(賃貸募集)に強みのある当社が物件を企画することで、賃貸需要の高い建物をつくり上げることが可能
- ある程度時間を要するスキームであるものの、将来の在庫を用意できるため、当社としても翌期以降の販売事業の売上の一部に目途が立つメリットがある
- 24.2期中には「世田谷区用賀PJ」、「板橋区大和町PJ」、「板橋区本町PJ」の3案件が竣工し、販売も完了
- 24.3.29「台東区東上野PJ」が防音マンションとして竣工
 ※詳細は24.3.29付け公表資料をご確認ください ([リンク](#))



▲ 東上野PJの防音マンション



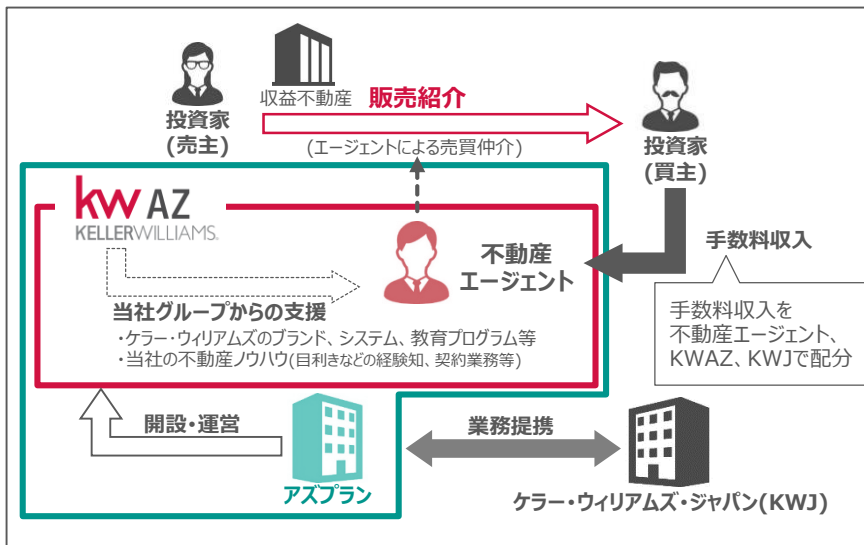
不動産エージェント事業(KWAZ)

20年9月より取り組んできた**不動産エージェント事業(KWAZ/ケラー・ウィリアムズ・アズ)**も取引が安定的に発生

また、当社保有物件を売買仲介するなど当社グループ内で**戦略的**重要性が上がっている

- 「不動産エージェント」とは、業務委託契約を締結したフリーランスの営業職の方で、不動産以外の業界出身の方も募集することで、当社では従来持ちえなかった情報ルートで新たにビジネスを創出している
- アズ企画設計が保有する収益不動産に対する売買仲介を促進するため、子会社アズプランを設立し、KWAZを運営
 - ①当社保有物件の売買仲介、②伴う売上の拡大、③エージェントの採用を目指す

(参考) 基本的なビジネスモデルイメージ ※売買仲介の場合



■エージェント属性

現在、約40名が登録
建築士、社労士、行政書士、IFA、自営業(リフォーム会社、翻訳、エンジニア)
不動産オーナー、主婦 など

■取引実績

	22.2期	23.2期	24.2期
賃貸仲介件数	18件	24件	14件
売買仲介件数	3件	22件	9件
うち、アズ企画設計 保有物件	0件	0件	2件

24.2期で初めて取引が発生し、アズプランの重要性が高まった

不動産特定共同事業(不特法)

不特法に基づく匿名組合を組成しており、第2号案件が運用・償還完了

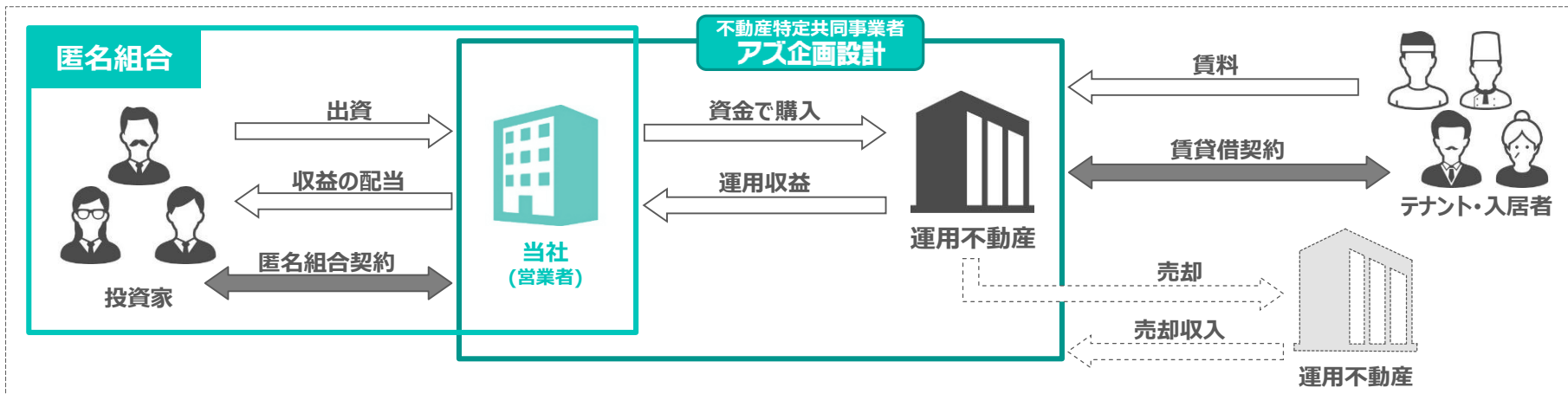
- グローベルス社がサービス展開している「大家どっとこむ」と協業という形で、23.8.17～22投資家の募集を実施

➡ 募集3,000万円に対し、6,888万円(達成率:229%)の応募
不動産クラウドファンディングに対する需要は引き続き高い

- 次の案件についても引き続き検討中

- 現状は、資金調達手段の1つとしての取組みとしている

(参考) 不動産の小口化イメージ



〈ポイント〉

- ・ 投資家の募集を「大家どっとこむ」上で実施
- ・ 当社保有の優良物件が対象不動産

〈不動産小口化商品のメリット〉

(投資家)

- ・ 優良物件への投資が可能
- ・ 少額から出資が可能
- ・ オンラインで申込～契約が可能※

(当社)

- ・ 一般投資家との関係創出
- ・ 資金調達方法の多様化

※本件の場合であり、一般的には対面契約が必要な商品もあります



資金調達手段の拡大

資金需要が旺盛な不動産販売事業を主要な事業とする中で、

- ・ **新たな資金調達的手段** : **クラウドファンディング**
- ・ **機動的かつ安定的な資金調達手段** : **コミットメントライン・当座貸越契約**

をそれぞれ企画・実行

■クラウドファンディング

- ・ 資金調達を進めるとともにPRの一環として、一般の方に広く当社を認知していただくよう取組んでいく

プラットフォーム	回数	運営会社	時期	備考
Funvest	6回	Fintertech(株)	22.1～	国内企業 第1号案件として開始
Bankers	5回	(株)バンカーズ	22.6～	上場企業はじめての取組みとして開始

※クラウドファンディングプラットフォーム運営会社が投資家を募集し、当社はその運営会社から貸付けを受ける形で調達するという点で、不特法による資金調達(P32)とは異なる

■コミットメントライン・当座貸越契約

契約時期	金融機関	金額	契約形態	備考
20.4	埼玉縣信用金庫	3億円	当座貸越契約	
21.12 23.6	千葉銀行	合計10億円	コミットメントライン契約	これまでの取引(5億円)を拡充する形で、23.6に追加で5億円の枠を設定
23.3	武蔵野銀行	9億円	当座貸越契約	
23.6	川口信用金庫	2.5億円	当座貸越契約	

- ・ 上記以外の金融機関ともコミットメントライン契約・当座貸越契約のような、機動的かつ安定的な資金調達を行うべく取組みを進める

不動産販売事業では、**業務効率化とデータ活用を目的**として、23年12月より物件仕入管理システム「TASUKI TECH LAND」を導入

- 従来どおり多く集まった仕入物件情報を蓄積、管理するだけでなく、過去データを活用することで、より効率的に収益不動産の仕入ができる環境を目指す
- 特に今回導入に至った主な要因
 - ・ 営業担当者単位での入力の容易さ、さらに「生成AI-OCR読取」機能による入力自動化
 - ・ 自動取得情報の多さによる1案件データに対する情報量の増加
 - ・ 過去実績や周辺事例など詳細データが一目で確認可能

TASUKI TECH LANDは、これまで不動産業界内において、紙ベースによる管理が一般的だった土地所有者や仲介事業者から提供される土地・物件情報を、PCやスマートフォンからクラウド上で一元管理・運用できるSaaS型サービス。

最新の都市情報を自動学習するAIの学習データと独自の地理情報システムによって、用地情報を入力するだけで、建ぺい率、容積率、日影規制などの都市情報が自動で地図上に表示されるため、スピーディーに事業用地の事業性の評価を行うことも可能。

※ TASUKI TECH LAND は株式会社タスキホールディングス(東証グロース：166A)のグループ会社である株式会社ZISEDAIが提供する物件仕入管理サービスです

TASUKI
TECH LAND



※イメージ図

IT投資（賃貸・管理事業）

不動産賃貸・管理事業では、オーナーや入居者・使用者の利便性向上の観点から、**オンラインに移行するニーズが高く、当社側も業務における作業量の削減が見込めるため、積極導入を進めている**

- 22年5月からは、賃貸借契約をオンラインで可能とする法整備も行われ、業界としても強い潮流
- 当社側は、作業量削減により人員配置の効率化や、営業活動増加による管理受託戸数の増加などが見込める
- 引き続き、業務効率の向上、ユーザー満足度の向上を目指してIT投資を進める

21年3月



管理システムを自社開発→パッケージソフトへ
入替え

会計ソフトとの連携が可能となり、清算等の管理業務の効率がUP

21年12月



駐車場関連業務をオンライン化
(申込～契約～更新)

オンラインで完結するため、利用者の利便性が向上し、
さらに当該業務に関わる電話が無くなり当社側の業務効率もUP

22年2月



※ITANDI BB+シリーズの一部を選択して導入

居住・事業用管理物件を対象に、内見予約、
入居申込、物件確認などの賃貸募集業務を
オンライン化

上記同様、全てではないものの、電話でのやりとりが減少し、
業務効率がUP

23年2月



新規契約および更新時の契約書類の締結を
オンライン化

来店や郵送の手間を省くことができ、利用者の利便性向上と、
管理業務の効率がUP

23年10月





賃貸管理事業における電話の自動振り分け・
自動音声受付システム

当社への電話振り分けだけでなく、入力フォームをSMSで返送、
外部のコールセンターへ接続、自動音声受付などによりたらいまわし
防止、当社にとっては電話業務が整理され業務効率UP

IR/PRの拡充

適切な情報をタイムリーかつ積極的に公表することが企業価値の向上に資すると考えており、株主・投資家の皆様に当社のことをより深くご理解いただけるよう強化

開示の改善	<p>発信量の増加(量) 21.2期：年間43件 → 22.2期：76件 / 23.2期：83件 / 24.2期：114件</p> <p>内容の拡充(質)</p> <ul style="list-style-type: none">・適時開示に補足資料を添付するなど、訴求内容を大幅に拡充・決算補足説明資料でAppendixを大幅に拡充 <p>当社の事業に対する理解度を上げていただくための活動</p>
発信ツールの拡充	<p>発信チャネルの拡充</p> <ul style="list-style-type: none">・決算説明会の書き起こし(ログミーファイナンス)・開示情報のメール配信サービス導入・SNSの活用(X、note) <p> ◀ 開示メール登録</p> <p> ◀ noteアカウント</p> <p>当社のことをより多くの投資家の方に知っていただくための活動</p>
その他	<p>個人投資家向け発信機会の増加</p> <ul style="list-style-type: none">・決算説明会(中間、期末)の個人投資家への開放・個人投資家向け説明会の実施 <p>外部レポート</p> <ul style="list-style-type: none">・インベストメントブリッジ社がアナリストレポートを公開 (リンク) <p>過去Q&Aの公開</p> <ul style="list-style-type: none">・Q&A特化型プラットフォーム「QA Station」により過去のQ&Aを蓄積・検索できるように (リンク)

24.2期完了の取組み① 新株予約権の発行・行使完了

目標設定型のスキームを活用した新株予約権を発行し、
およそ8ヶ月で全ての新株予約権の行使が完了、資金調達が完了した

《目的》

- 十分な資金の確保により、新しい取組み(開発事業・プレミアムマンション事業)とM&Aや戦略的提携を推進し、業績向上及び株価の向上
- 本ファイナンスによる流動性の向上



上場維持基準「流通株式時価総額10億円以上」の達成を目指す

《実施後の状況》

- 実施前後の状況は下表のとおり
 新株発行により流動性も向上し、**最大の目的であった上場維持基準(流通株式時価総額10億円以上)へ適合**した
※詳細は24.3.21公表「スタンダード市場の上場維持基準への適合のお知らせ」をご確認ください [\(リンク\)](#)

	発行済み株式数	3ヶ月平均株価	時価総額	流通株式時価総額
従来 (23.2.28時点)	957,500株	1,545円 (22.12~23.2)	14.8億円 (1,480,237,550円)	4.9億円 (490,579,136円)
現在 (24.2.29時点)	1,197,000株	2,472円 (23.12~24.2)	29.5億円 (2,959,426,890円)	13.6億円 (1,368,265,876円)

※239,500株にはストックオプションの行使による増加が含まれます

- また、**調達した資金の一部を活用して、matsuri technologiesへの出資及び業務提携**を実施



※詳細は24.2.16公表「matsuri technologiesへの出資及び業務提携のお知らせ」をご確認ください [\(リンク\)](#)

※また、具体的な取組みについては24.4.1公表「matsuri technologiesと民泊事業を当社保有物件で開始のお知らせ」を開示しています [\(リンク\)](#)

24.2期完了の取組み② 東京本社の移転

東京本社の移転で交流強化による業績拡大を目指す

《目的と施策》

① 多くの方に来ていただけるオフィスづくりで、社外の方(お客様やお取引先)とのコミュニケーションを活性化させ、業績拡大を目指す



- ・ JR『東京駅』丸の内北口地下通路直結、東京メトロ『大手町駅』直結と視認性・アクセスの良い建物
- ・ 気軽にご来社いただけるよう来客スペースを拡充・充実

② 社員同士のコミュニケーションを活性化させ、相互理解を深めることで会社が一体となり、事業成長を目指せるようになる



- ・ 2フロアに分かれていた東京本社を1フロアに集約
- ・ 新たにフリーアドレスのデスク配置を導入

※移転に伴いSDGsに配慮した移転方法を企画しました

①既存什器の再利用・寄付 ②FSC®認証家具の導入 ③最小限の造作

※詳細は23.9.1付け公表資料をご確認ください [\(リンク\)](#)

〈来客スペース(カフェラウンジ)〉



▲ アズサロンの様子



〈会議室〉



〈エントランス〉



【新東京本社】

新丸の内センタービルディング 17階
(東京都千代田区丸の内1-6-2)

〈アクセス〉

- ・ JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分
(地下通路より直結)
- ・ 東京メトロ「大手町駅」直結(B2b出口)

24.2期完了の取組み③ 東北ビジネスホテルの再活用

ビジネスホテルとしての役割を終えたホテルを新たな方法で再活用

- 復興作業員向けのビジネスホテルとして保有していたホテル群は、震災から10年が経過し、各施設が当初の役割を遂行一方で、各施設を再活用することで、地域活性化への貢献が可能と考え、再活用の方法を検討・実行

1 旧：アイルーム南三陸 1階部分

→ コールセンターとして転用し、地元雇用創出へ貢献

2 旧：アイルーム南三陸 2・3階部分

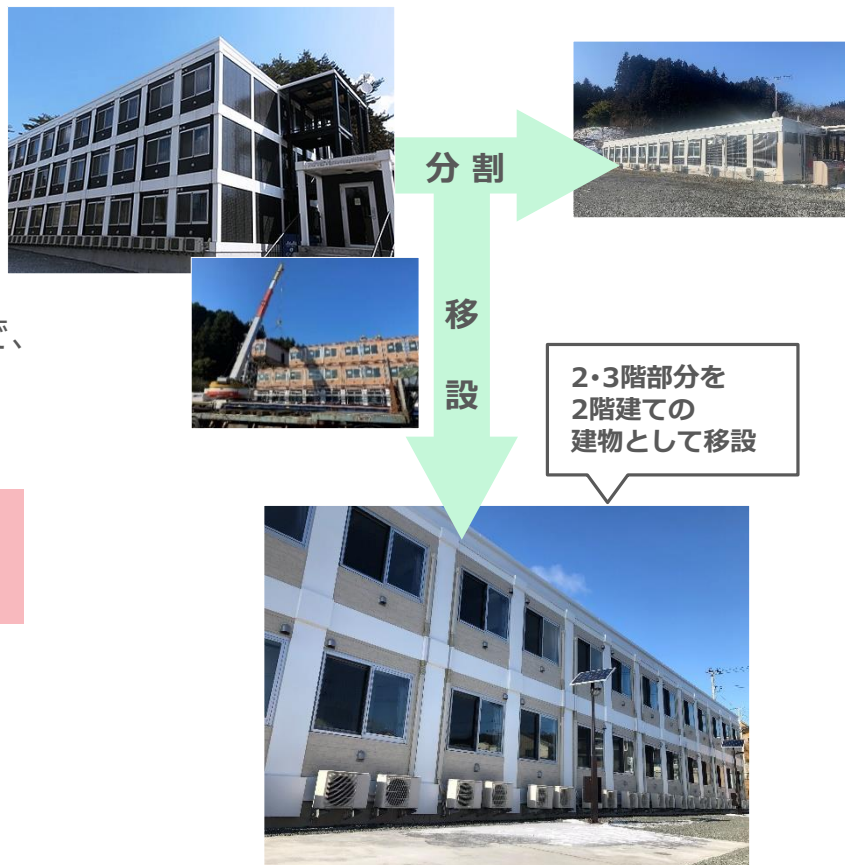
→ 南三陸町の地域活性化への取組みに協力し、宮城県南三陸高校の全国募集開始を後押しする形で、学生寮として移転させる工事を実施(23.2竣工)

- ・地域の役に立てる方法で建物を転用
- ・同時に、その需要により収益の発生する物件に変更

3 旧：アイルーム高田竹駒・釜石鵜住居・大槌

- ・自社で活用できる企業へ譲渡
- ・23年5月には解体・移設・引渡しも完了

▼ 旧：アイルーム南三陸



7. 会社紹介

会社概要

社名 株式会社アズ企画設計

所在地 東京本社：東京都千代田区丸の内1-6-2
新丸の内センタービルディング17階

埼玉本店：埼玉県川口市戸塚2-12-20

設立 1989年4月26日

証券コード 東証スタンダード市場 3490 (2018年3月29日上場)

従業員数 55名 (うち臨時雇用12名) 2024年2月末時点

役員 松本 俊人 小尾 誠 河合 洋将 惠 実幸 相馬 剛
鳥羽 徹三 中村 勝典 大山 亨 裕田 由貴

空室のない元気な街を創る

“AからZまで
幅広いニーズに応えられる企業でありたい”

そんな松本の想いで始まった会社がアズ企画設計です。

東川口という土地から、地域密着の不動産会社として、スタートしました。
人をハッピーにするのが好きな松本は、地域のオーナー様から受けたお困りごとをなんでも引き受けてきて、地域密着不動産会社の土台を築きました。

営業エリアが広がった現在でも、「AからZまで幅広いニーズに応え、人をハッピーにしたい」という根底は変わりません。

「空室が多い物件＝価値の下がった物件」を蘇らせること。
一つ一つの物件にストーリーを持たせること。
物件に関わる人たちの人生を豊かにすること。
それが、私たちアズ企画設計の仕事です。

代表者紹介



代表取締役 松本 俊人

東京都渋谷区生まれ

仕事のモットーは「出会いが人をつくる」

実家は渋谷区神宮前でうなぎ屋を経営。学生時代に、父親が所有する不動産の管理を手伝い、「トラブル物件」の対応に関わったことが、不動産業に興味を抱ききっかけとなる。

中央大学を卒業後は、大手外食チェーンの和食レストランにて飲食経営を学ぶ。弟が実家を継ぐこととなってからは、大学時代に学んだ会計知識を活かそうと考え、経理職の募集のあった不動産会社へ転職。

幼い頃から“人を巻き込んで楽しいことをし、周囲をハッピーにすることが得意”であったこともあり、一から自分の道を進もうと起業を決意。バブル崩壊から2年ほど経った頃で、経済は不況の真っ只中であったが、そんな街を「元気」にしたいという強い想いのもと、不動産業として「アズ企画設計」をつくり上げた。

当初は自宅を本社として売買仲介をメインに行っていたが、その後賃貸管理を視野に入れて東川口に店舗を構え、賃貸や売買のみならず、貸しコンテナ事業やビジネスホテル事業など多岐に渡る事業展開で規模を拡大させてきた。また、当時は不動産会社としては珍しかったオリジナルキャラクター「ハウスクン」をはじめいくつかのキャラクターを商標登録。地域情報誌「ハウスクン通信」を発行するなど、ユニークな経営戦略で地域密着型ビジネスを展開。

東京本社(千代田区)を中心とした不動産販売事業の急成長で、2018年3月にJASDAQに上場。現在は、東京本社・本店(東川口)で事業を展開し、「空室のない元気な街を創る」という企業理念のもと、さらなる成長を目指す。

アズ企画設計の歴史

1989.4

東京都渋谷区にて
会社設立

1993.5

- ・アズ企画設計に社名変更
- ・不動産関連事業の開始
- ・埼玉県川口市へ移転

松本の妻が川口市の
教員であったため、
会社もこの地でスタート

都心の案件が
増加し、業容拡大

事業拡大に伴い、
広いオフィスへ移転

2016.12
東京支社を移転

2015.3
東京支社を開設
(販売事業の本格開始)

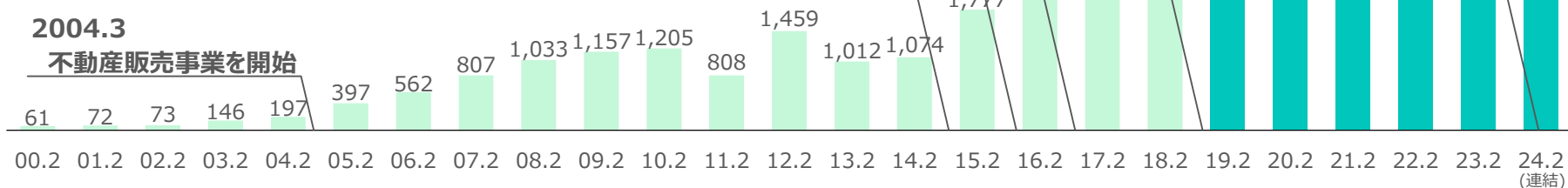
新社屋完成
(現在の埼玉本店)

2015.1
本店を移転

2014.11
東北復興作業員向け
ビジネスホテル運営開始

作業員向け宿泊施設の不足が復興の
ボトルネックとなっているとの考えからスタート

2004.3
不動産販売事業を開始



2018.3
JASDAQ上場



更なる事業拡大を狙う

2023.8
東京本社を移転

事業内容(1) 3つのコア事業

『アズ(AZ)』という社名の由来である“**AからZまで、幅広いニーズに応えられる企業でありたい**”という想いのもと、不動産に関する様々な悩みごとや困りごとを解決できるよう大きく3つの不動産ビジネスを展開

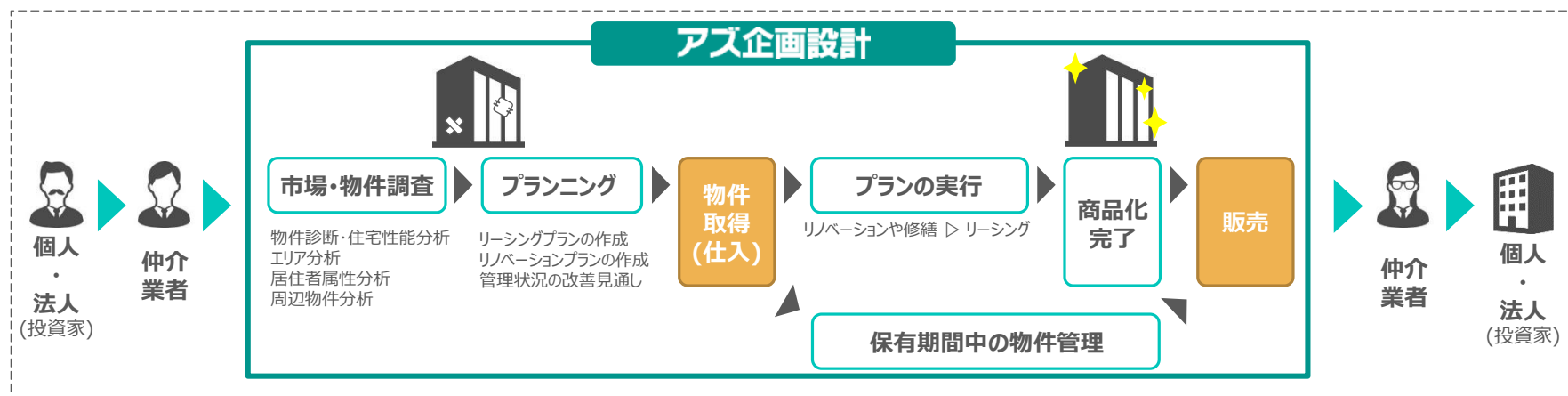
	不動産 販売事業	不動産 賃貸事業	不動産 管理事業
売上構成比 24.2期実績より算出	売上構成比93%程度の当社の主要事業。 2015年頃から取組みを開始。	売上構成比5%程度であり、創業期より取組んでいる事業。	売上構成比2%程度であり、創業期より取組んでいる事業。
概要	収益不動産を取得し、リノベーションによるバリューアップやリーシング(賃貸募集)により、稼働や利回りを向上させ、不動産投資家へ販売。	リニューアルにより収益改善が見込める不動産を所有者から借受け、賃貸事業(サブリース)を行う。	不動産所有者に対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供。
今後の展開	成長ドライバーとして見込み、新たな取組みも積極的に進める。	安定収入源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい	安定収益源として成長を目指す。 ※相対的に全体への影響は小さい
収益特性	フロー収益	ストック収益	ストック収益
主な顧客	不動産投資家、黒字企業	不動産オーナー、地主	不動産オーナー、地主

事業内容(2) 不動産販売事業

不動産販売事業 ～不動産の収益性を追求し、資産価値を高める～

- 収益不動産を取得し、リノベーションや大規模修繕によるバリューアップやリーシング(入居者募集)を施し、稼働状況を向上させ、投資家の求める資産性・利回りを実現し、不動産投資家へ販売する。

〈販売事業のビジネスフロー〉



〈ポイント〉

エリアや価格帯を加味した資産性の目利きと、販売時に投資家が「どのような目線であればその物件に投資したくなるか」というストーリーづくりに基づき、取得(仕入)判断している

〈営業戦略〉

- ① 価格帯の向上
- ② 商品種別の多様化

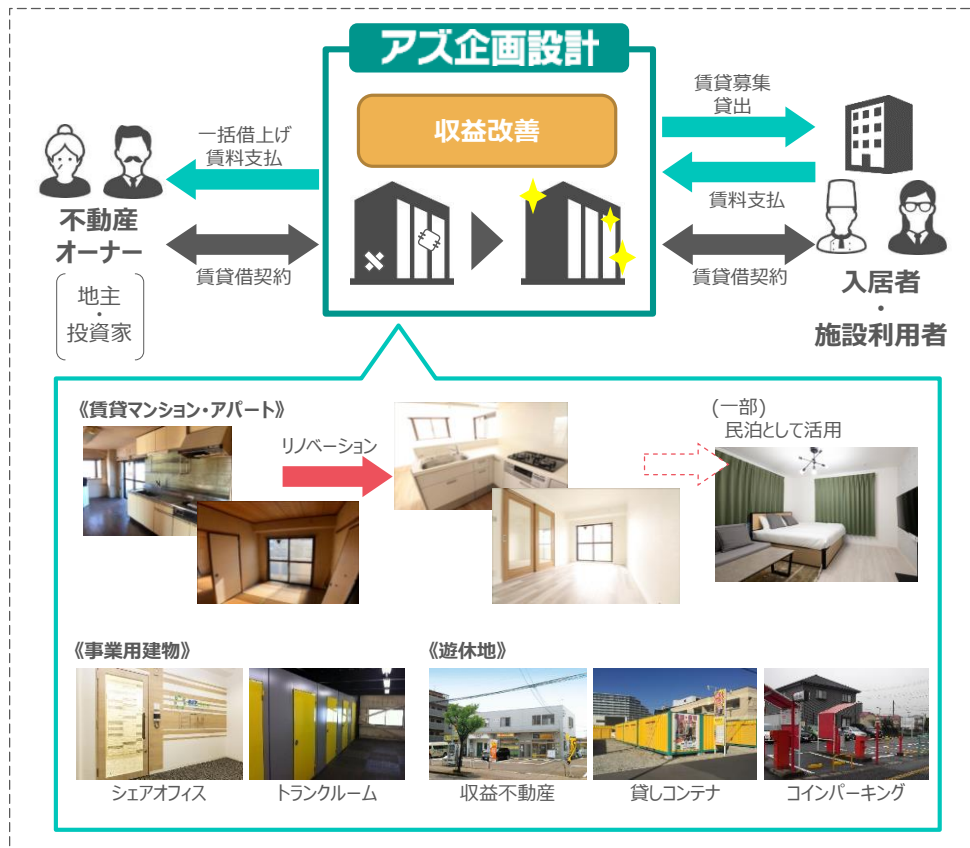


事業内容(3) 不動産賃貸事業

不動産賃貸事業 ～空室・低収益・遊休地を再生し、地域社会を活性化する～

- リニューアルにより収益改善が見込める不動産をオーナーから借受け、賃貸事業(サブリース)を行う。
- 不動産販売事業で取得した収益不動産について、保有期間中の管理は当社で行い、賃料収入を得ている。

〈賃貸事業のビジネスフロー〉



〈ポイント〉

- ・オーナーにとっては、当社が一括借上げすることで賃料収入が安定する
- ・当社としては、「収益改善」により賃料収入UPや稼働率UPによる収入増が見込める
- ・また、良質な不動産を増やすことで地域社会への貢献を図ることができる

事業内容(4) 不動産管理事業

不動産管理事業 ～資産価値と建物品質の継続的維持を目指す～

- 不動産オーナーに対して、建物管理や入居者管理、賃貸借契約の管理、賃貸仲介などのサービスを提供している。
- また、建物管理の一環として、原状回復工事やリフォーム工事等のサービス、その他24時間緊急サービスや賃貸用不動産向け火災保険などの付帯サービスも提供している。
- 不動産販売事業で収益不動産を購入いただいた方の意向によっては、そのまま当社で管理サービスを提供している。現状3～4割程度の割合で管理受託をいただいております、ストック収入の源泉である管理受託戸数の増加に貢献している。

〈管理事業の提供サービス〉



〈ポイント〉

- ・ 入居者には「快適な暮らし」を提供する
- ・ オーナーには不動産賃貸経営の「安心経営」を提供する



〈営業戦略〉

管理受託戸数の獲得(増加)による
収益の確保

当社の特色(1)

ハウスくん・ハウスくん通信

- 『ハウスくん』は、アズ企画設計のオリジナルキャラクター。企業理念に基づき、「皆様のお役に立ち、皆様が元気になれるように」という想いから松本が考案。
(イラスト：いまいずみひろみ氏)
- 広報誌「ハウスくん通信」は、漫画「かいけつハウスくん」や不動産関連の記事、社員インタビュー、時には不動産以外の記事も交え、周辺地域の方だけでなく多くの方に、20年以上にわたり親しまれている。
- 23年3月よりnoteで投稿開始。



▲noteアカウント



22年11月には
100号を突破！

負けず嫌いの頑張り屋さん。
どんなことでも挑戦します！
年中夢求、お客様を笑顔に
することがモットー！



アズサロン

- 松本の「出会いが人をつくる」というモットーが形となったイベント。
不動産業界関係者(不動産業者や金融機関、土業の方)にお集まりいただき、情報交換会を開催。

(～20年2月)

毎月1回、100名以上、旧東京支社2階会議室



(20年4月～)
毎月1回、Zoomにて
オンライン開催

(22年5月～)月3回店舗にて開催



(23年9月～)

月4回、40名程度、新東京本社カフェラウンジにて開催



当社の特色(2)

「アヴェントゥーラ川口」への支援

- 当社は地元サッカー団体「アヴェントゥーラ川口」のメインスポンサーです

アヴェントゥーラ川口は、『目指せ！！川口市からJリーグへ！』をスローガンに、
現在関東リーグ2部に所属しているチームです

当社は、Jリーグ昇格を目指すチームのメインスポンサーとして、川口市のスポーツを通じて
街の活性化を全社員でサポートしています

また、アヴェントゥーラ川口に所属する選手のうち数名は当社の社員でもあり、
サッカー選手と会社員の2足のわらじで活躍しています



Aventura
KAWAGUCHI



サステナビリティへの取り組み

21年11月に公表した「サステナビリティ基本方針」に則り、持続可能な社会への貢献を目指す

取組み課題	関連するSDGs
不動産事業を通じた取組み 住みやすい居住空間づくり 住み続けられるまちづくり 不動産の再生活用	  
社会への取組み 多様性の尊重と調和 生涯学習の促進 健康と安全 地域との共生	      
環境への取組み 環境への負担を軽減	 
事業を支えるガバナンス・コンプライアンス 持続可能な成長を実現するガバナンス体制の維持・強化	 

▼具体的な事例(一部抜粋)

・物件のリノベーションにより、“住み続けられる”物件づくりという点で本業の不動産事業から持続可能な社会実現へ貢献

・不動産エージェンツ制度により、様々なバックグラウンドの人材が最大限のポテンシャルを発揮できる環境を整備

・地元サッカー団体「アヴェントゥーラ川口」へのスポンサー支援

・宮城県南三陸町との地域活性化に向けた連携協定

・地域情報誌「ハウスくん通信」の発行・配布

・カーボンニュートラルを目指すべく、秩父新電力の『ちちぶRE100』を埼玉本店で導入

・コーポレートガバナンス・コードへの積極対応



◀当社web
サステナビリティページ

直近取組み事例

22.2.1	宮城県本吉郡南三陸町と地域活性化を目的とした協定を締結 →(23.2.17)当社が保有していたホテルを分割・移設することで宮城県南三陸高校の学生寮として再活用
22.2.4	「ぐんぎんSDGs私募債」発行及び群馬銀行を通じて東京コミュニティ財団への寄付実施
23.4.13	「むさしのSDGs私募債『みらいのちから』」発行及び武蔵野銀行を通じてアヴェントゥーラ川口への寄付実施
23.8.28	本社移転に伴いSDGsに配慮した手段を実施 ①既存什器の再利用・寄付 ②FSC®認証家具の導入 ③最小限の造作 →(24.3.15)寄付先の八王子市より感謝状を受領
23.12.25	「だいたうSDGsビジネスサポート」により、大東銀行からの資金調達と同時にSDGs行動宣言の策定し、改めて取組みを整理
24.2.26	「さいしんSDGs私募債」発行及び埼玉縣信用金庫を通じてこども食堂・未来応援基金への寄付実施
24.3.11	「健康経営優良法人2024(中小規模法人部門)」へ認定

本資料は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資の勧誘を目的としたものではありません。実際の投資に際しては、ご自身の判断と責任において行われますようお願いいたします。なお、本資料にて開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基づき、当社が判断した内容であり、潜在的风险および不確実性が含まれております。これらの目標や予想の達成および将来の業績を証するものではありません。これらの情報は、今後予告なしに変更されることがあります。本資料公表時点において、金融商品取引法に基づく財務諸表の監査手続きは完了していません。本資料の掲載情報に基づく利用者の判断又は行動の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。いかなる目的であれ、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

IRメール配信サービス

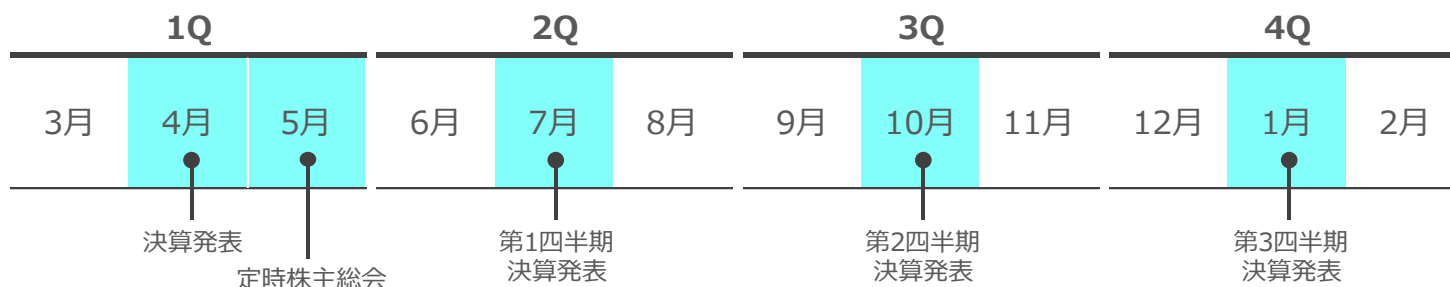
IRやプレスリリースを当社が公表した際、メールにてリアルタイムで内容を受け取ることができます。下記URLより是非ご登録下さい。

<https://www.azplan.co.jp/irinfo/irmailedelivery/>



IRスケジュール

2Qと本決算発表の際には決算説明会の実施(説明会はオンラインで個人投資家向けにも開放)



株式会社アズ企画設計(東証スタンダード3490)

IRについてのお問い合わせ

サイトから問い合わせ：<https://www.azplan.co.jp/contact/>

もしくは、ir_information@azplan.co.jp メール

※お電話でのお問い合わせは受付けておりません



▲問い合わせサイト



▲メールアドレス