



事業計画及び 成長可能性に関する事項 フォーライフ株式会社

証券コード：3477

I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



会社概要	
会社名	フォーライフ株式会社 (FORLIFE Co., Ltd.)
本社	神奈川県横浜市港北区大倉山1-14-11 FORLIFE大倉山拾番館
代表者	代表取締役社長 奥本 健二
上場市場	東京証券取引所マザーズ 証券コード 3477
設立	1996年7月
社員数	77名 (2021.3.31現在)
決算期	3月末
資本金	154百万円 (2021.3.31現在)
事業内容	分譲住宅事業、注文住宅事業、再生住宅事業
許認可等	宅地建物取引業者 国土交通大臣 (1) 第9048号 特定建設業 国土交通大臣許可 (特-28) 第26379号 一級建築士事務所 神奈川県知事登録第15352号・第17059号 東京都知事登録第61105号

沿革	
1996年7月	フォーライフアンドカンパニー(有)を横浜市港北区に設立
2000年1月	フォーライフアンドカンパニー(株)に改組
2004年3月	宅地建物取引業免許取得、分譲住宅事業開始
2007年3月	横浜市西区に横浜店開設
2008年4月	一般建設業許可取得、注文住宅事業開始
2009年5月	横浜市港北区に本社社屋竣工・移転
2013年5月	横浜店拡張・ショールーム開設、フォーライフ(株)に商号変更
2015年9月	横浜市港北区に大倉山店開設
2016年9月	東京都渋谷区に渋谷店開設
2016年12月	東証マザーズに上場
2017年6月	京都市下京区に京都オフィス開設
2017年11月	武蔵小杉住宅展示場内にモデルハウス開設

I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



神奈川・東京・関西の人気エリアで3つの事業を展開
「居住性・利便性・資産性」を兼ね備えた“都市型コンパクト住宅”を提供



分譲住宅
事業

新築戸建住宅の企画・開発・販売を手掛ける フォーライフの主力事業

自社設計・自社施工の強みと、地域密着型で築き上げた
仕入・生産・販売ネットワークで、立地・価格・品質のすべて
を叶えるハイコストパフォーマンスの分譲住宅を提供



注文住宅
事業

第二の柱に位置付ける成長事業

分譲住宅事業で培ったノウハウ・実績を生かした新築戸建
住宅の建築請負事業。コストを抑えながらも高品質・スタイ
リッシュな完全自由設計の住宅を提供。1,700万円/100
㎡をベースに完全自由設計の住まいを提案



再生住宅
事業

事業ドメインの拡大

希少性の高い京都エリアでのマンションリノベーション事
業。分譲住宅や注文住宅で培った経験とノウハウで関西
圏への事業展開の足掛かりに位置付け

人気のエリアと安定した需要

エリア展開



顧客



一次取得者層
(初めて住宅を取得する世帯)

ビジネスモデルの優位性、経営の効率性が成長の源泉

市場セグメンテーション

- ・ターゲット市場を絞り込み、集中的に経営資源を投下
＜エリア展開＞ ＜土地・建物＞ ＜顧客＞ ＜価格帯＞
横浜・川崎・東京23区 狭小3層住宅 一次取得者 ローコスト住宅

仕入・調達力

- ・地域の不動産仲介会社との紐帯関係による仕入販売体制を確立
- ・売れる企画と価格で完成前販売を実現

企画・施工力(生産力)

- ・自社一貫体制により迅速・柔軟な市場環境変化に対応
- ・セグメント事業間におけるリソースの有効活用とシナジーの発揮
(分譲住宅事業で培った供給力×注文住宅事業で培った企画力)

コスト抑制力

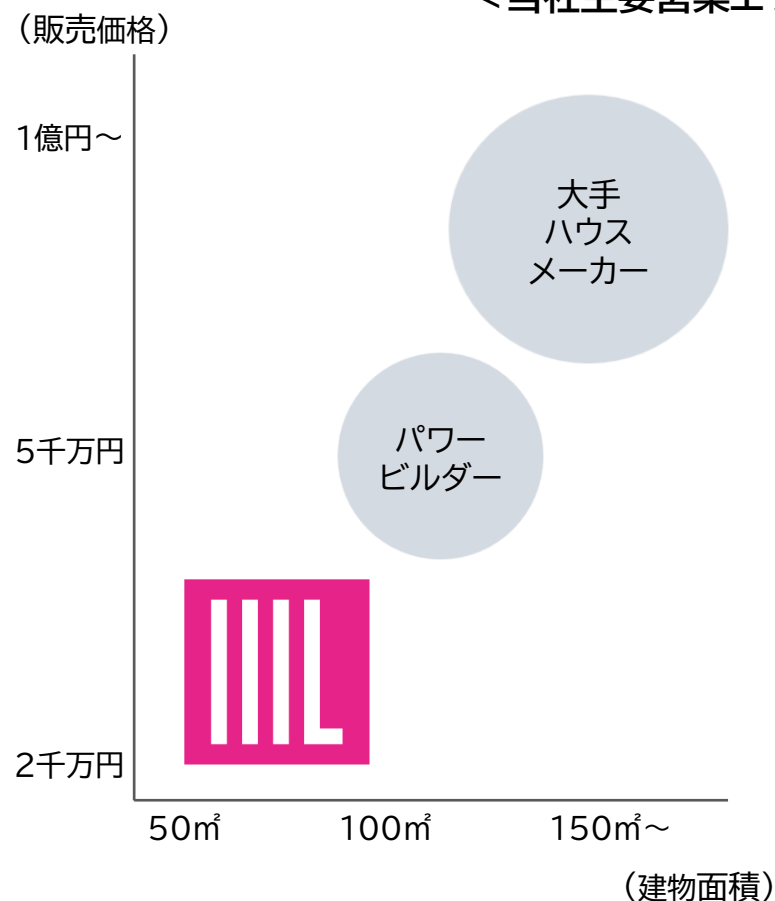
- ・年間300棟超のスケールメリットを活かした資材一括調達によるコスト抑制
- ・不動産仲介会社を通じた仕入、販売による間接コストの抑制

財務健全性・効率性

- ・競争優位性と成長を支える高水準の財務健全性と効率性を確保
＜棚卸回転率＞ ＜資産回転率＞ ＜ROA＞ ＜自己資本比率＞
2.89回 1.83回 9.8% 42.9% (2021年3月期実績)

大手ハウスメーカーやパワービルダーが手掛けない
「都市型×3階建×低価格」住宅を「通勤圏内・駅徒歩圏内」で提供

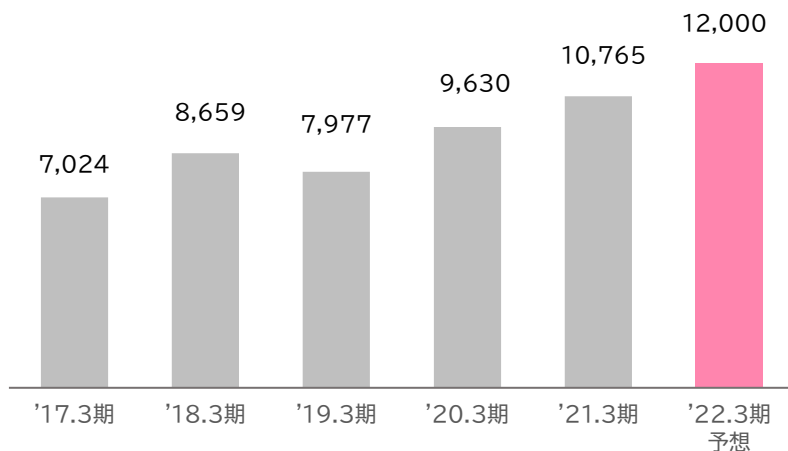
<当社主要営業エリアにおけるポジションイメージ>



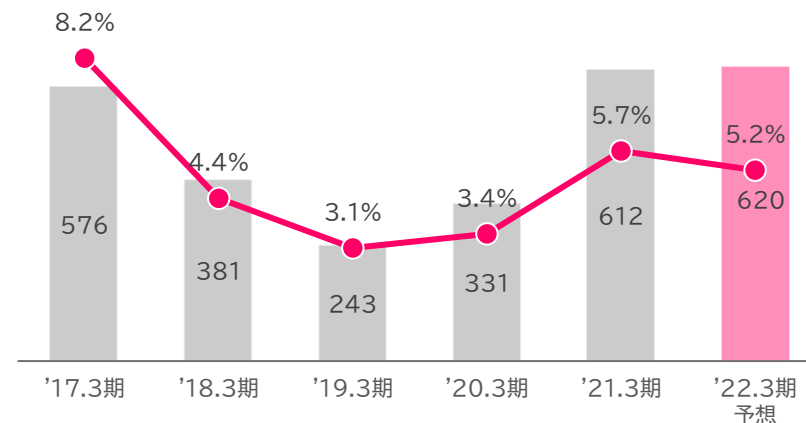
	フォーライフ の分譲住宅	パワービルダー	大手ハウス メーカー
価格帯 （土地込）	2,500万円～ 4,500万円	4,500万円～ 6,000万円	6,000万円 ～1億円以上
ターゲット層	ミドル層	アッパーミドル層	アッパー層
土地面積	40～60㎡	60～80㎡	100㎡～
建物面積	約60～110㎡	約100㎡	約110㎡
開発規模	1区画以上	1区画以上	10区画以上
供給エリア	駅徒歩圏内	駅徒歩～ バス利用圏	高地価地域
商品特性	価格・品質・ 性能のバランス	建築効率・ 価格重視	デザイン性 機能性

エグゼクティブサマリー<業績推移>

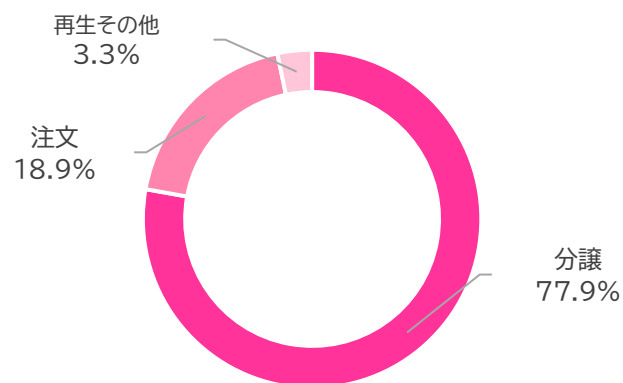
売上高(百万円)



営業利益(百万円)

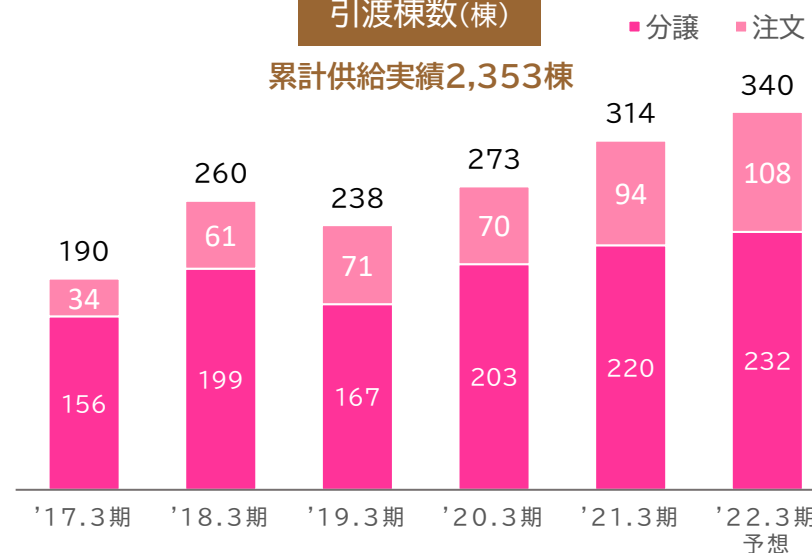


売上構成



引渡棟数(棟)

累計供給実績2,353棟



「市場の拡大」「商品・業域の拡充」により地域No.1の住まい創造カンパニーを目指します

市場の拡大

▶ エリアの拡大

都内23区の販路拡大と
京都を起点とした関西展開

▶ 顧客層の拡大

建て替え、二次取得、
相続地活用ニーズ等の取り込み

▶ 住宅事業の多角化

セグメント機能を横断し、新たな価値を創
出：オーダーメイド分譲住宅、土地付き注文
住宅、リノベーション住宅など多様化する住
まいのニーズに対応する住宅を提案

▶ 分譲住宅事業の深耕

基幹事業である分譲住宅事業の強靱化：
強固な収益基盤の確保と
地域における自社ブランドのシェア拡大

▶ 注文住宅事業の成長加速

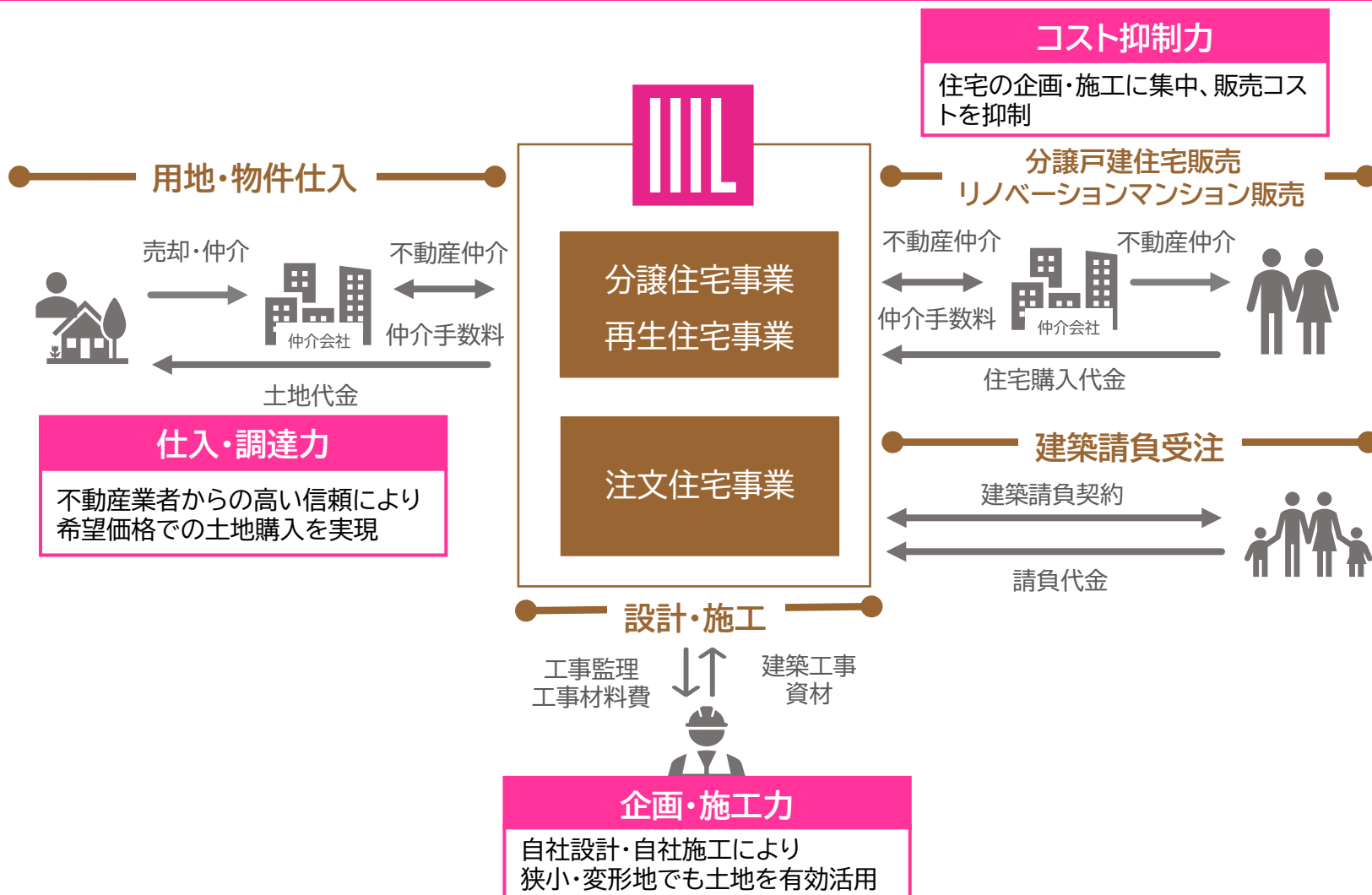
- 顧客接点、集客力(紹介・オンライン活用・
展示場)の強化による受注拡大
- パターンオーダー・フルオーダー展開で効
率性・収益性を強化

商品・業域の拡充

I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX

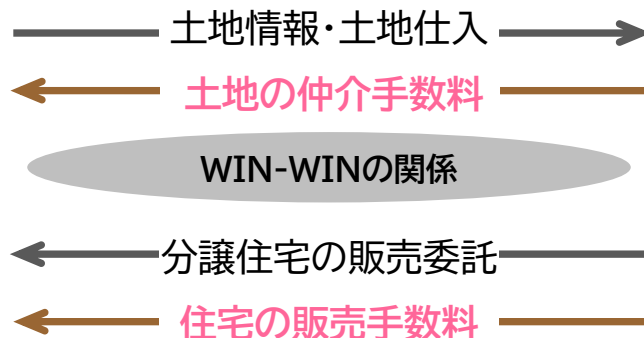


「調達力」×「企画・施工力」×「コスト抑制力」で高品質な住宅を手頃価格で提供



地元不動産会社とWIN-WINの関係を構築
土地の仕入コストと販売コスト削減を両立し、安定した土地を調達

土地を仕入れた不動産会社に販売を委託



✓ 不動産会社との継続的取引

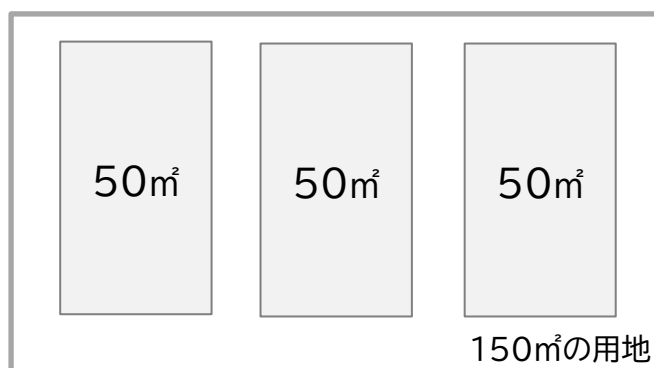
土地情報の充実(調達力)
土地仕入コストの削減

✓ 自社に販売部門を置かず販売を委託 ...

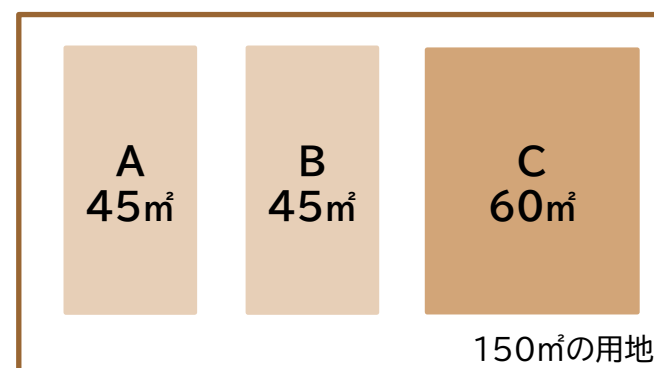
販売コストの削減

訴求力の高い間取りと価格設定により完成前販売を実現
狭小・変形地における自社設計・施工管理ノウハウを有効活用

他社企画例



当社企画例



	土地	延床面積	リビング	居室	価格
他社	50㎡	90㎡	13畳	6畳×2	3,280万円
A・B	45㎡	81㎡	12畳	5畳×2	2,990万円
C	60㎡	108㎡	20畳	7畳×2	3,860万円

ほぼ同じ広さで
低価格

当初予算+αで
プラス7畳の物件

コンパクト住宅でも
広々としたリビングを確保

自社一括マネジメントにより高品質・低価格住宅を提供



<スピーディーな経営>
土地仕入から引渡まで6~7ヶ月

<生産性を追求した経営>
狭小住宅での付加価値の創出

高品質・低価格住宅の提供

分譲住宅事業で培った「都市型コンパクト住宅」のノウハウを活かした
満足度の高い商品ラインアップと価格設定

透明性のある価格設定

ベース金額 ベース面積 お客様の面積 1㎡あたりの金額
1,700万円+tax - (100㎡-〇〇〇㎡) × 10万円

完全自由設計

プランの打ち合わせには一級建築士が同席、
お客様と一緒に理想の空間を創り上げます

予算・デザイン・性能の組み合わせで選べる『3つの型』をラインアップ

ベーシックスタイル

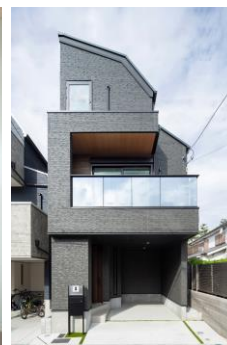
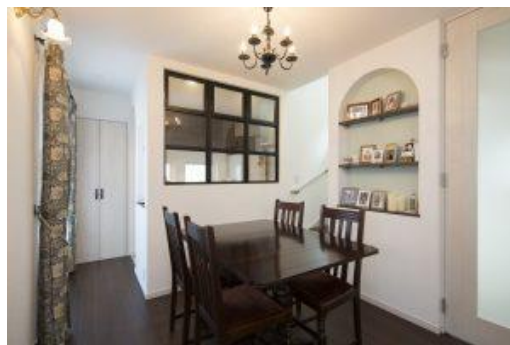
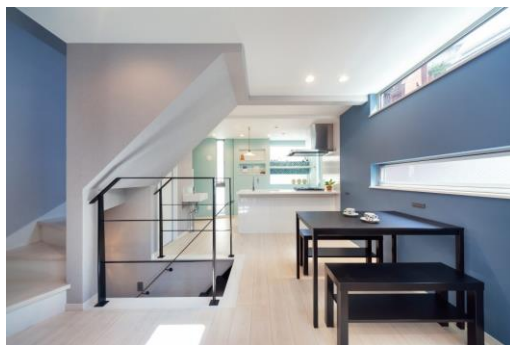
安心、安全と低価格を兼ね備えた必要十分な住まい型Style

シンプルモダン

ベーシックスタイルにデザイン性を加えた住まい型Style

プレシャススタイル

贅沢ではないけれど、上質な暮らしを考えた住まい型Style



分譲住宅事業で培った「調達力」×「企画・施工力」×「コスト抑制力」で
ローコスト注文住宅を供給

ローコスト注文住宅を実現できる理由

✓ スケールメリットでコスト削減	分譲住宅を合わせて年間300棟超の施工実績を有し、住宅設備などの大量一括仕入れで大幅コストカット
✓ 直接手配・自社施工でコスト削減	自社で職人を手配し、自社で施工管理を行うことで、下請け業者等への中間マージンをカット
✓ 狭域営業でコスト削減	横浜・川崎・東京(23区)を施工エリアとすることにより資材、人員の移動コストを大幅カット
✓ 広告宣伝費をかけずにコスト削減	テレビCMや大規模広告は行わず、インターネット媒体を有効活用し、広告宣伝費を大幅カット

東急東横線沿線にショールーム・展示場を展開、
ドミナント戦略でエリアNo.1プレイヤーを目指します



横浜エリア

川崎エリア

都内23区エリア

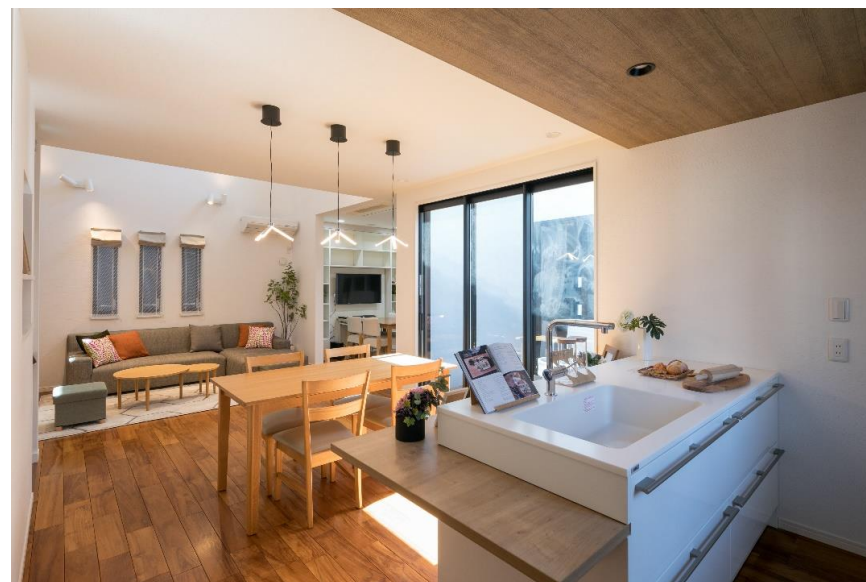
【横浜】
ショールーム

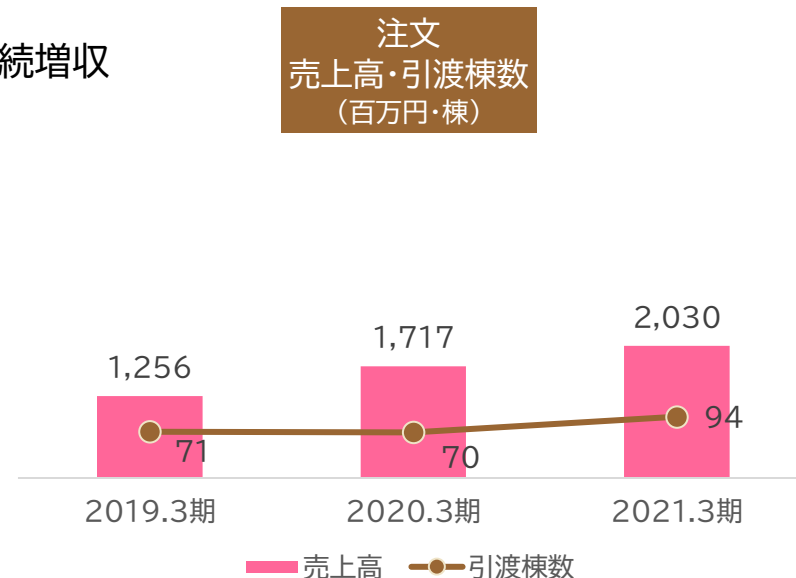
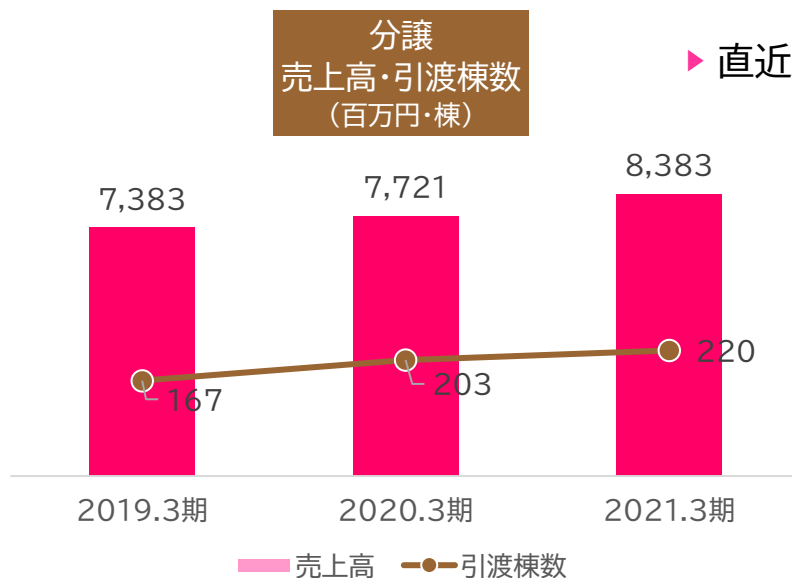
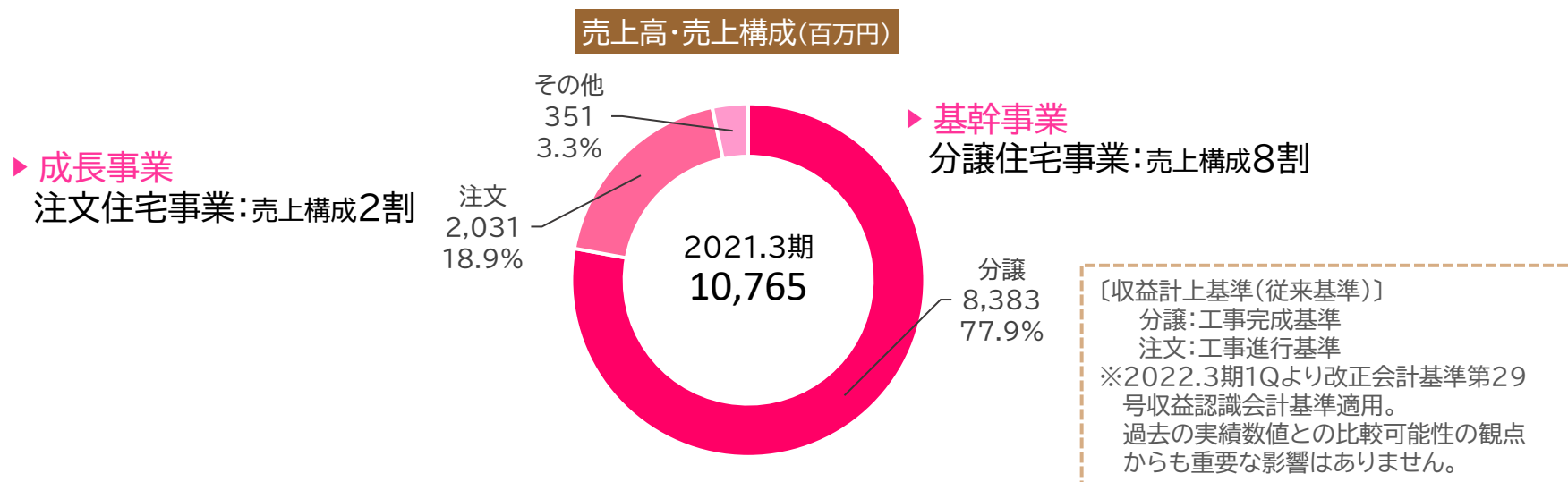
【大倉山】
ショールーム

【武蔵小杉】
展示場

【渋谷】
ショールーム

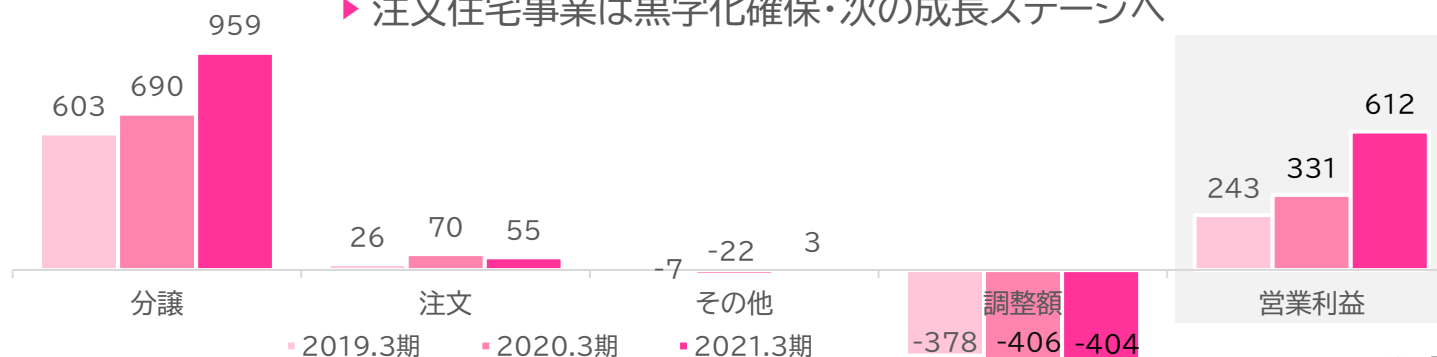
I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX





セグメント別利益(百万円)

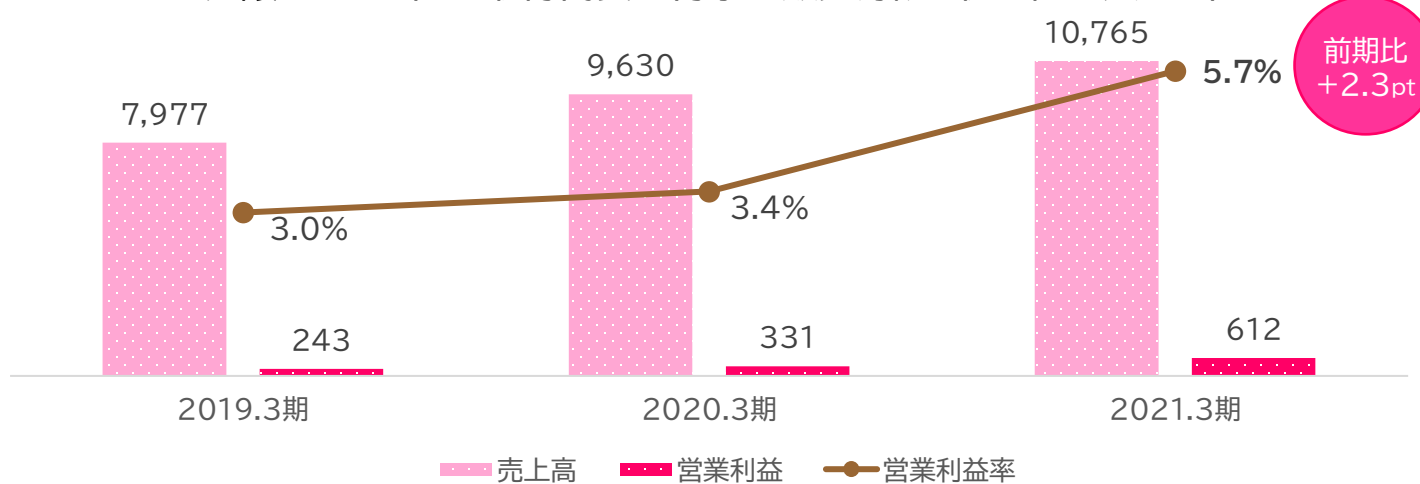
- ▶ 分譲住宅事業は住宅引渡数に比例して増加
- ▶ 注文住宅事業は黒字化確保・次の成長ステージへ



※ 調整額: 全社費用

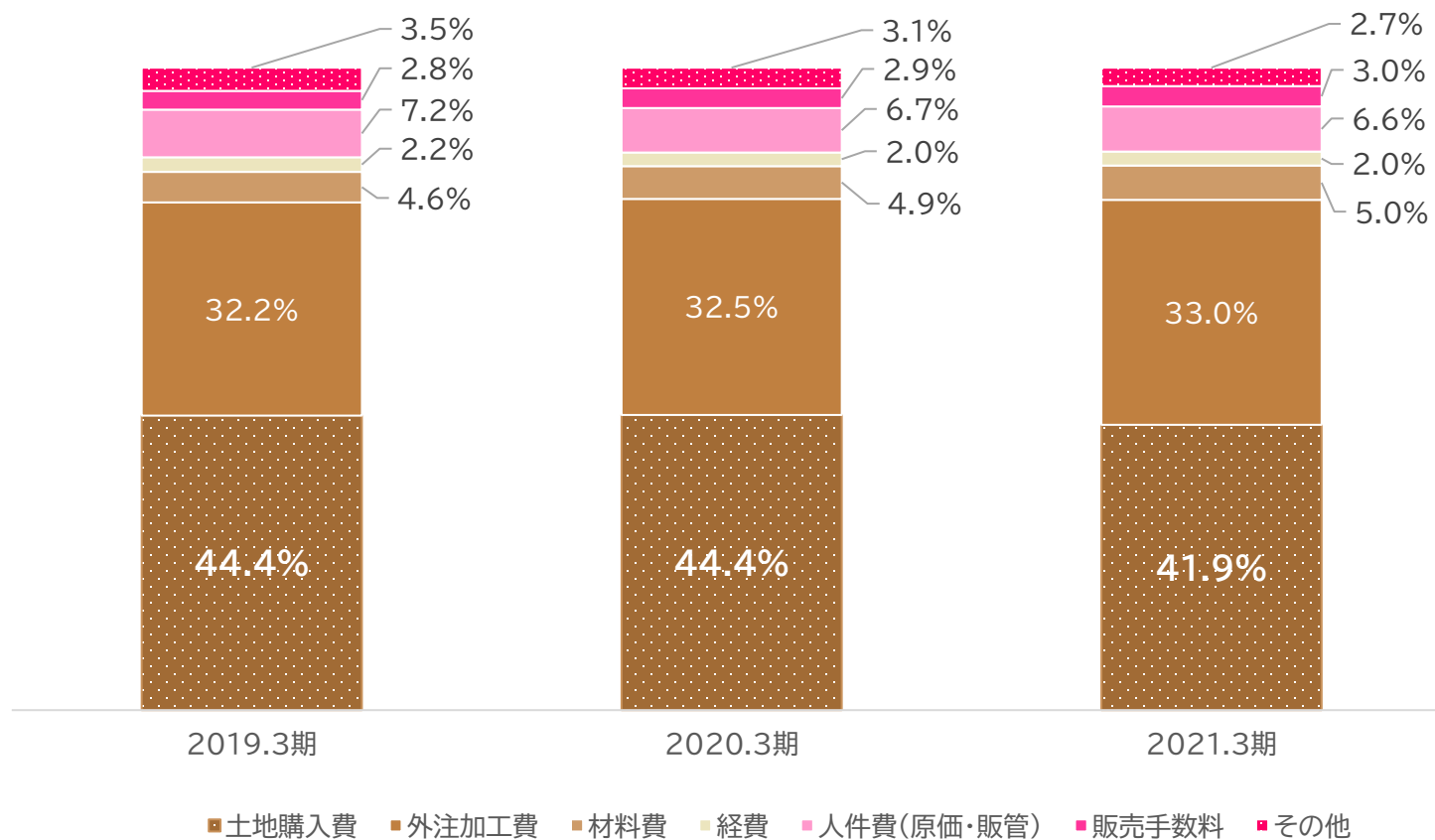
売上高・営業利益・営業利益率推移(百万円)

- ▶ 分譲・旺盛な住宅取得需要を背景に販売好調、収益性は大きく向上



売上高に対する費用の比率

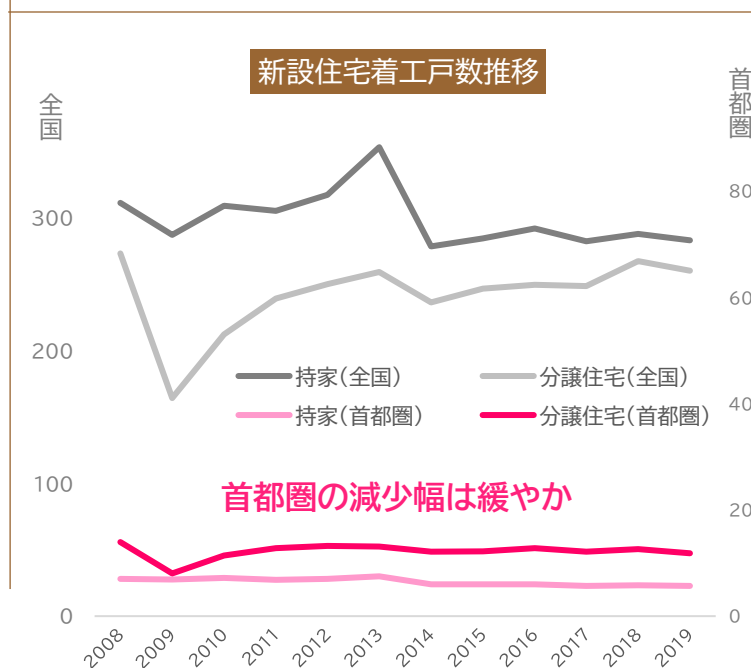
▶ 土地購入費が原価の半分を占めており、用地仕入れの動向は利益創出のキーファクター



I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



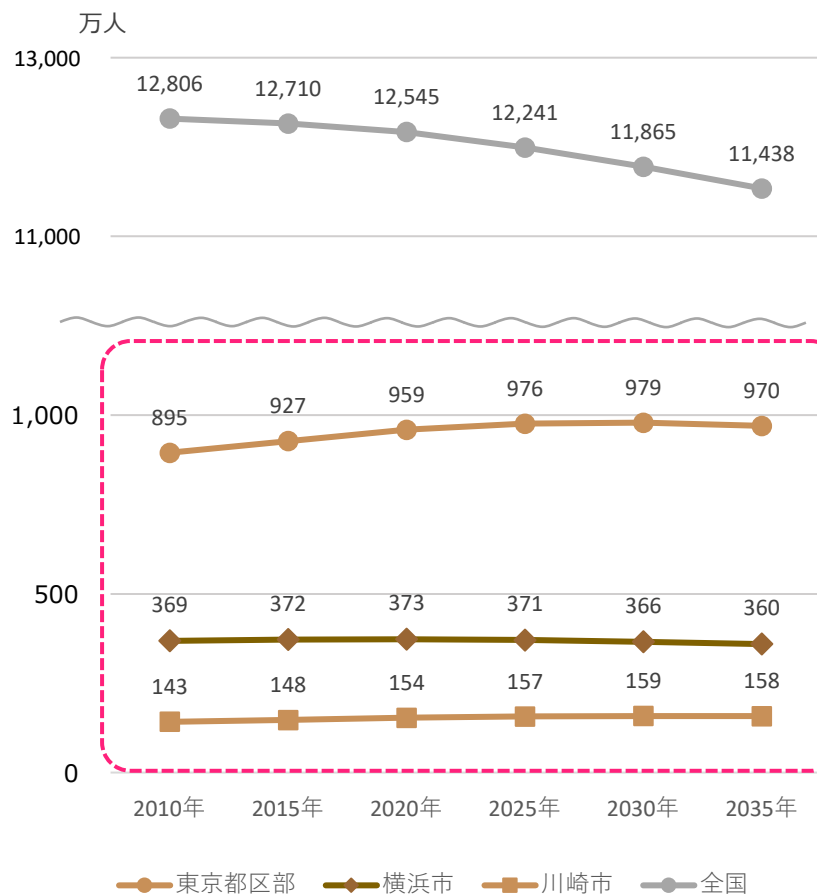
- ▶ 新設住宅着工戸数は減少傾向にあるものの、シェア拡大による成長余地は大きい



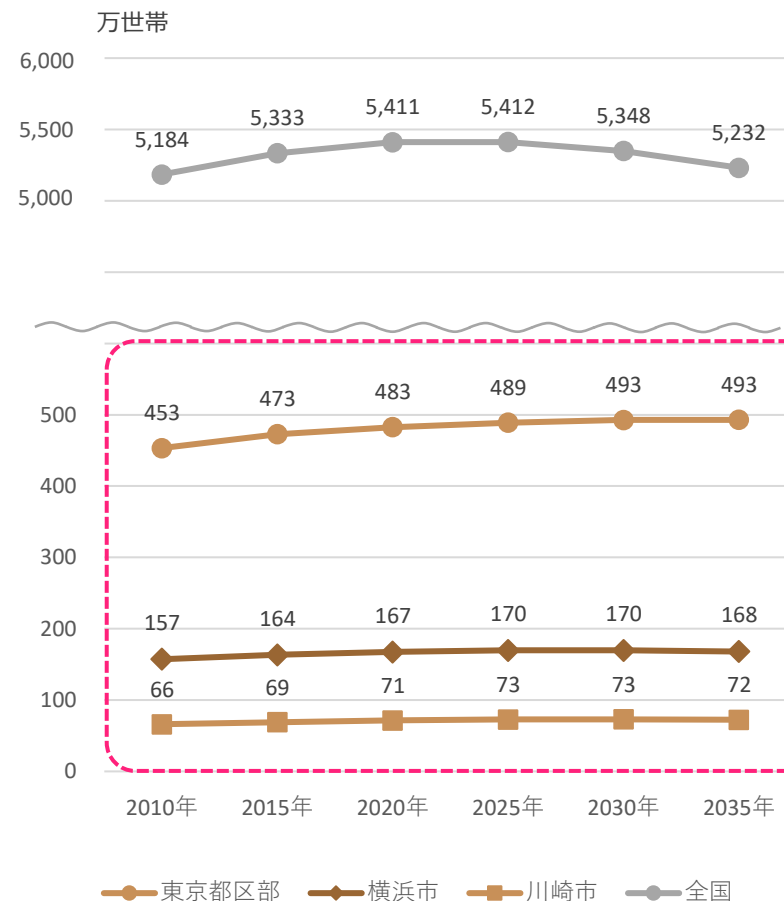
出所:
①国土交通省 建築着工統計調査2019/2020年計 着工新設住宅戸数:利用関係別・都道府県別
②国土交通省住宅局令和元年度住宅市場動向調査報告書
市場規模(金額)は①着工戸数に②住宅タイプ毎の住宅購入平均金額を乗じて算出

▶ 東京23区、横浜、川崎の人口・世帯数は変動は全国の減少幅に比して緩やか

将来人口推計



世帯数予測



出所:

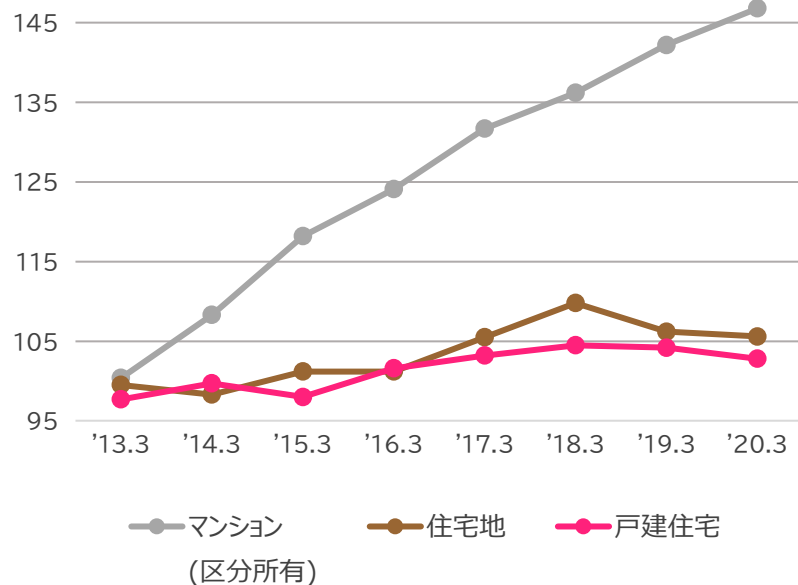
東京都総務局「東京都区市町村別人口の予測 平成29年3月」、横浜市政策局「横浜市将来人口推計」平成29年12月

川崎市総務企画局「川崎市総合計画 第2期実施計画の策定に向けた将来人口推計について」平成29年5月 より

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口報告書」平成29年推「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」平成30年より

- ▶ マンション価格高騰、新型コロナウイルス感染症の拡大による生活様式の変化は戸建住宅への需要を後押し

不動産価格指数 推移



出所:
国土交通省・土地総合情報ライブラリー
「不動産市場動向マンスリーレポート」不動産価格指数(住宅) 南関東圏
※2010年1～12月の算術平均値を100とする

《ニーズ》 通勤圏内・駅徒歩圏内の住居

分譲マンション

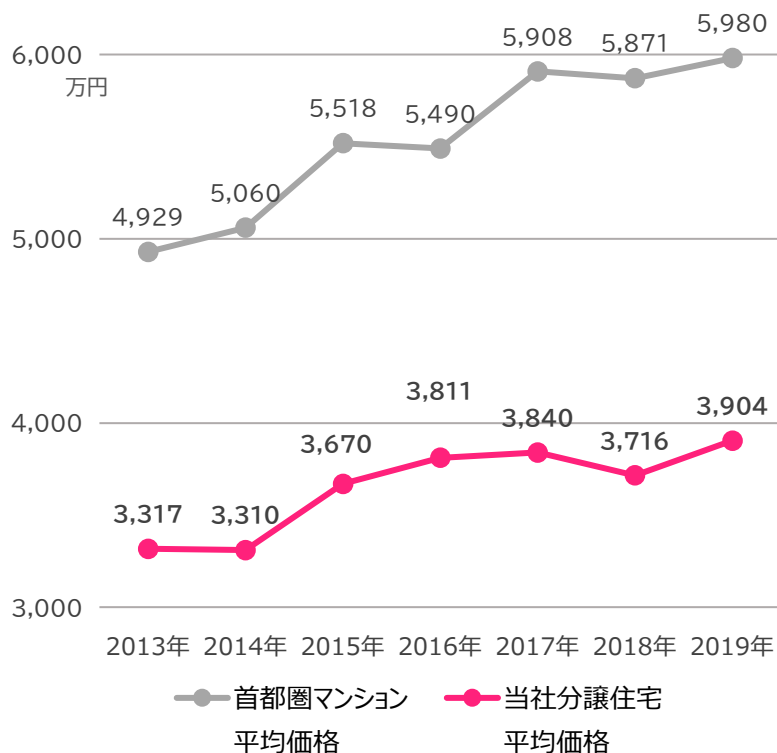
- 立地の良い場所にまとまった広い土地が必要
 - オフィスビルやホテルと競合、土地価格高騰
 - 建設需要増加もあり、分譲価格高騰
- ⇒ 一部の高収入世帯のみ購入可能

戸建て住宅

- 駅徒歩圏内でも広大な土地は不要
 - 戸建てに適した狭小・変形地は競合少
 - 戸建て住宅建築コストは安定
- ⇒ 通勤圏内においても低価格で購入可能

- ▶ 新築マンションと比べ戸建て住宅は価格優位性あり
新設住宅着工戸数に対する当社シェアは極小⇒拡大余地あり

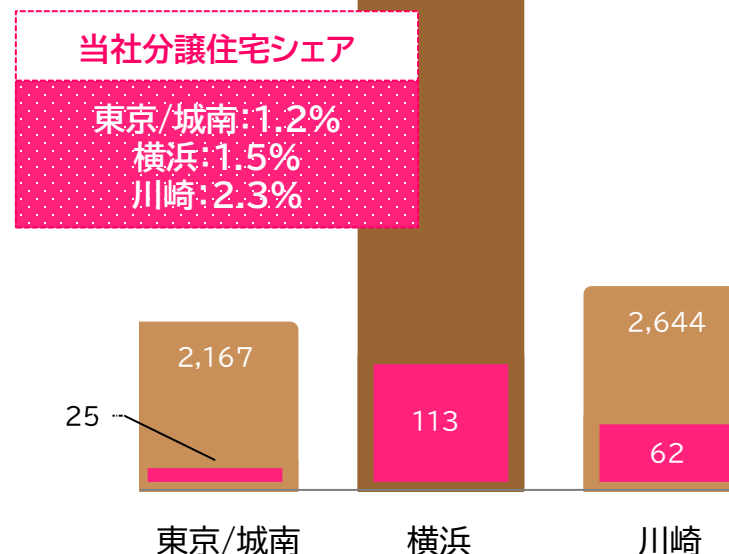
首都圏新築マンションと
当社分譲住宅の平均価格推移



出所：
国土交通省・土地総合情報ライブラリー
「不動産市場動向マンスリーレポート」、
不動産経済研究所 首都圏マンション市場動向2019年(年間のまとめ)
※首都圏マンションは暦年、当社分譲住宅は年度

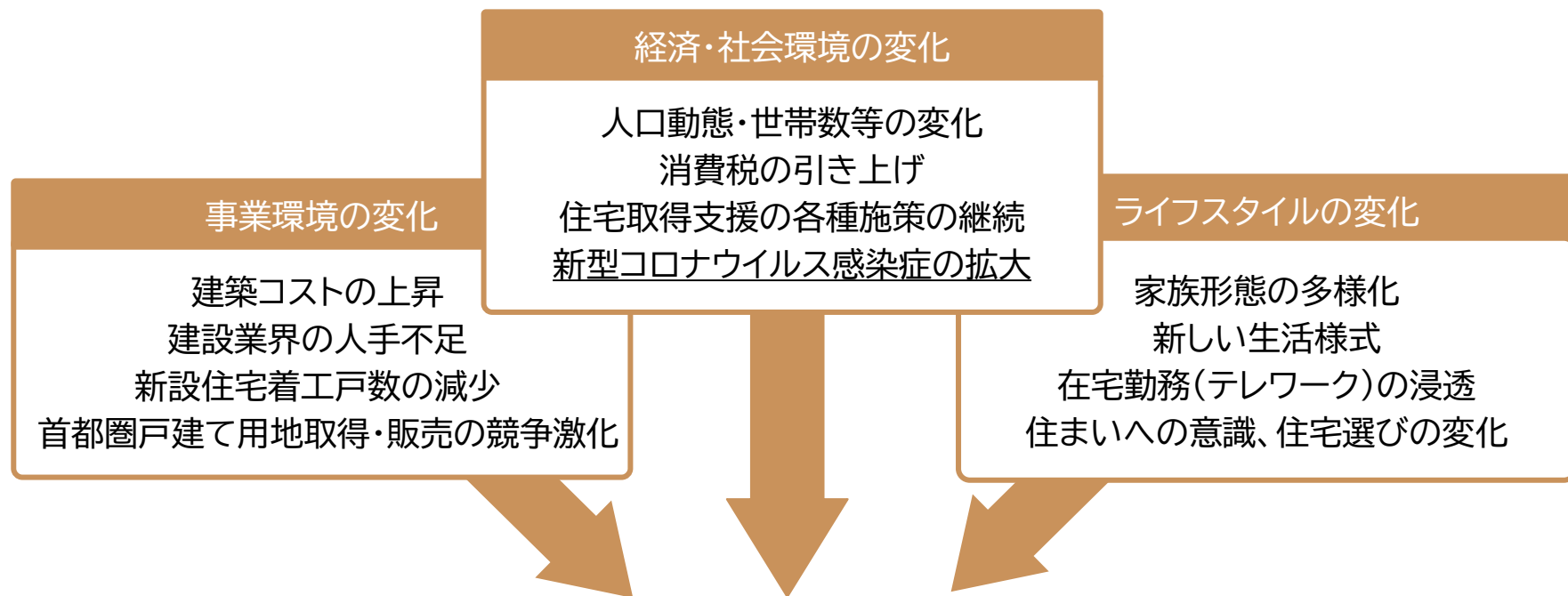
新設住宅着工戸数
(木造一戸建 分譲)

単位:戸



出所：
国土交通省「建築着工統計調査」より 2019年度数値
※東京/城南:世田谷区、渋谷区、大田区、目黒区、品川区
※横浜市のうち、鶴見区・港北区・神奈川区が当社分譲住宅の主要エリア
※川崎市のうち、高津区、中原区、幸区、川崎区が当社分譲住宅の主要エリア

- ▶ これまでの建設・不動産業界における動向・課題に加え、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、住宅事業を取り巻く環境や住まいに対する意識も変化



一次取得者向けローコスト住宅の需要は底堅く推移
実需層ニーズに即した魅力的な住宅づくりと事業拡大に向けた人財確保と育成を強化

当社の取り組み

人財確保と育成

積極的な人財の採用(中長期のバリューアップに向けた新卒採用と即戦力強化のための中途採用)を推進、営業・設計・施工力の底上げを図る

生産体制の強化

施工部門における継続的な協力業者の新規開拓、工程管理強化
工事監督職の人員配置の適正化による効率性・最適化

商品企画力・収益性の強化

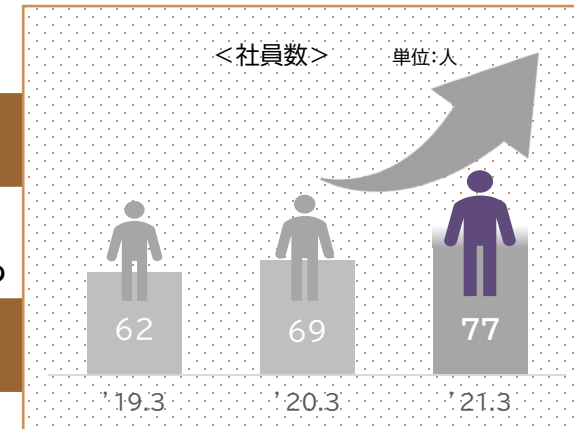
営業・設計・施工の自社一貫体制の強みを発揮した商品企画と継続的な仕様・設備の見直しによる高収益化

分譲用地仕入の強化(分譲住宅事業)

実需層の住宅需要にマッチした良質な用地をスピード感、適正な価格をもって取得

集客活動の強化(注文住宅事業)

「新しい生活様式」に対応した、オンライン見学会・相談会などの新たな集客活動
「新たな日常生活」でのニーズの発掘、武蔵小杉住宅展示場での自社集客推進



I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



「エリアの深耕・拡大」「注文住宅受注拡大」による成長戦略で
地域No.1の住まい創造カンパニーを目指します

▶ 分譲住宅の供給力×注文住宅の企画力 シナジー効果の創出

ローコスト・スタンダード分譲住宅から、
こだわり分譲住宅、土地付き注文住宅、
リノベーション住宅など、
多様化する住まいのニーズに対応



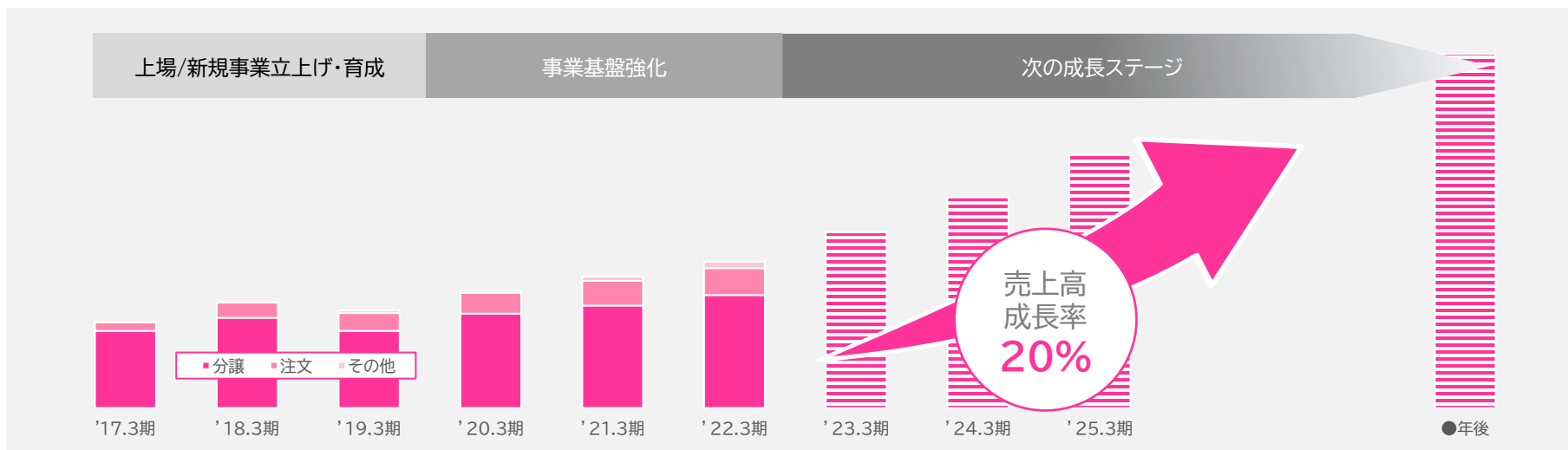
▶ 事業エリアの深耕・拡大



▶ 顧客層の拡大

一次取得者から二次取得者層、建て替え需要
にも対応





KPI	'21.3期 (実績)	'22.3期 (予想)	中期目標	成長戦略	取り組み
売上高	107億円	120億円	CAGR 20%	▶ 分譲住宅事業の持続的成長 基幹事業の実績を着実に積み上げ、エリアでのブランド認知度向上と成長投資に向けた収益性を確保	▶ 専門性人財の確保と育成 要である仕入・企画・生産力を強化に向けた専門性の高い人財の採用と、中長期企業価値向上への寄与を主眼に新卒採用を両輪で積極推進
営業利益率	5.7%	5.1%	5.5%以上	▶ 注文住宅事業の成長加速 顧客接点、集客力(紹介・オンライン活用・展示場)の強化による受注の拡大とパターンオーダー・フルオーダー展開で効率性・収益性を強化	▶ 分譲/注文住宅仕様共通化 資材調達におけるスケールメリット強化と生産効率を向上
ROE	14.2%	13.4%	15%以上	▶ エリア拡大・顧客拡大 既存事業エリアの深耕と周辺地域、関西圏での新規開拓、二次取得者、建て替え需要の取り込み	▶ 営業推進体制の強化 組織再編でチーム型の営業体制を推進。個の営業から組織営業により営業力を底上げ
住宅供給数	322棟	351棟	YoY 120%以上	▶ 住宅事業の多角化と事業ポートフォリオの最適化 オーダーメイド分譲住宅、土地付き注文住宅、リノベーション住宅など多様化する住まいのニーズへの対応と経営資源の最適配分の両立	▶ 成長戦略と財務健全性の両立 自己資本水準/ROEの維持・向上、成長に向けた人財育成、及び安定かつ配当性向20%を目安とした継続的な配当実施

当社は2020年3月期からの3年間を対象とする中期経営計画を公表しておりましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により計画時の前提条件の変化を受け、同計画を一旦取り下げております。なお、合理的な見通しの算定が可能となり次第、中期経営計画を策定・公表する予定です。

<参考> 中期経営計画進捗

KPI	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期	
	計画	実績	計画	実績	当初計画	予想※
売上高 (百万円)	9,200	9,630	10,300	10,765	11,300	12,000
分譲売上高	7,200	7,721	8,000	8,383	8,700	9,260
分譲棟数	195	203	216	220	235	232
注文売上高	1,700	1,717	2,000	2,030	2,300	2,200
注文棟数	83	70	98	94	112	108
営業利益率 (%)	3.8	3.4	4.9	5.7	5.5	5.2
ROE (%)	9.1	8.6	13.2	14.2	16.0	13.4

※2021年6月公表の2022年3月期通期業績予想より

- 売上高:全セグメントで伸長
- 各利益:原価上昇、販管費増加により利益は横ばい

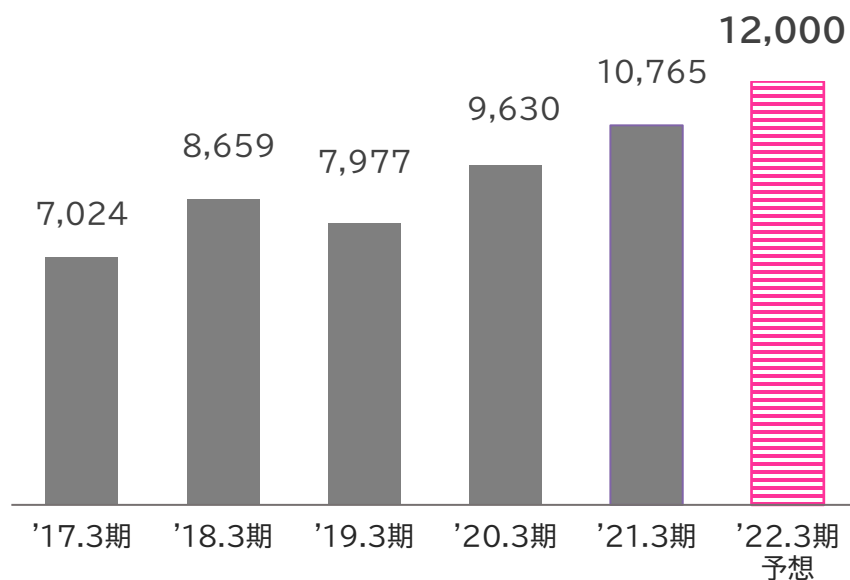
単位：百万円

	‘21.3期	’22.3期	
	実績	予想	前期比
売上高	10,765	12,000	+11.5%
分譲住宅	8,383	9,260	+10.5%
注文住宅	2,030	2,200	+8.3%
その他	351	540	+53.8%
売上総利益	1,540	1,652	+7.2%
営業利益	612	620	+1.2%
経常利益	577	580	+0.4%
当期純利益	379	380	+0.1%

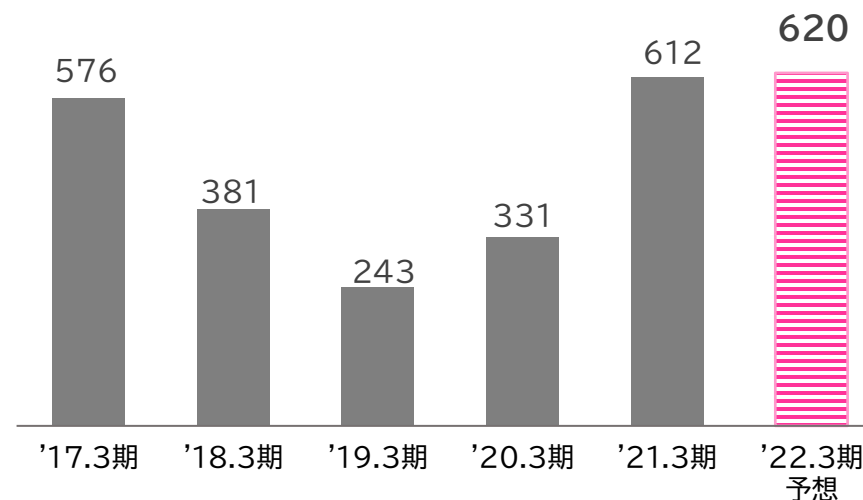
2022年3月期 通期業績予想<業績推移>

- 売上高: ライフスタイル変化による戸建て住宅需要の伸びを見込む(前期比+11.5%)
- 営業利益: コロナウイルス、ウッドショック等の外的要因を保守的に評価。
オフィス環境改善等の販管費増加で前期微増(前期比+1.2%)

売上高(百万円)



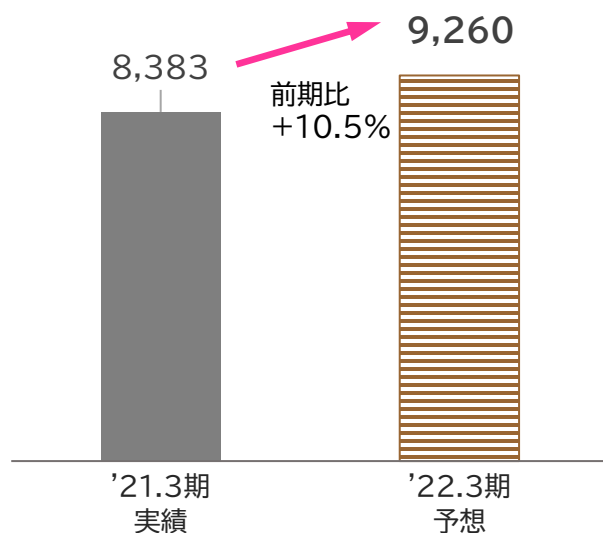
営業利益(百万円)



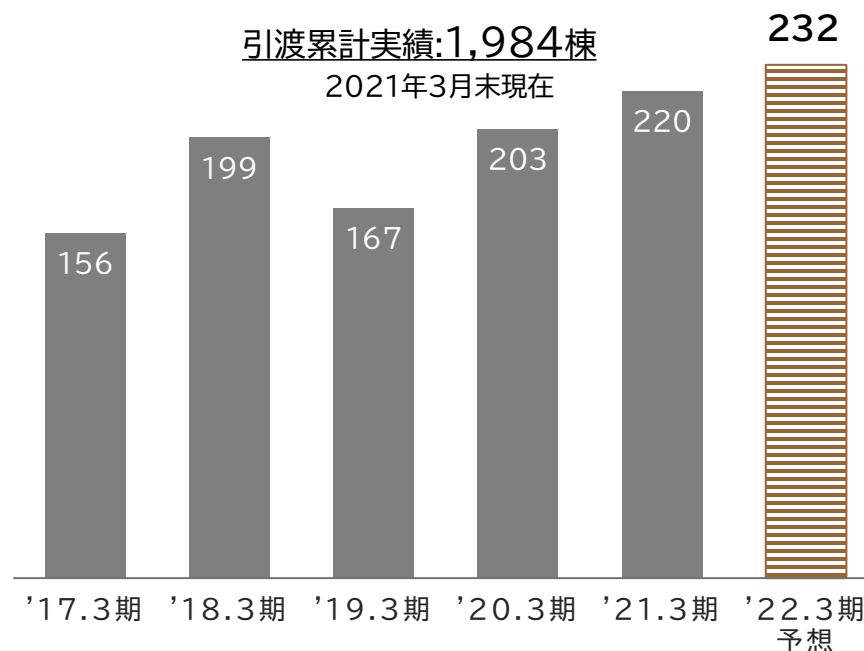
営業組織体制を刷新、前期に続き高利益率物件の販売と質の高い仕入に注力

- 売上高 9,260百万円(前期比+10.5%)
- 引渡棟数 232棟を計画

売上高(百万円)



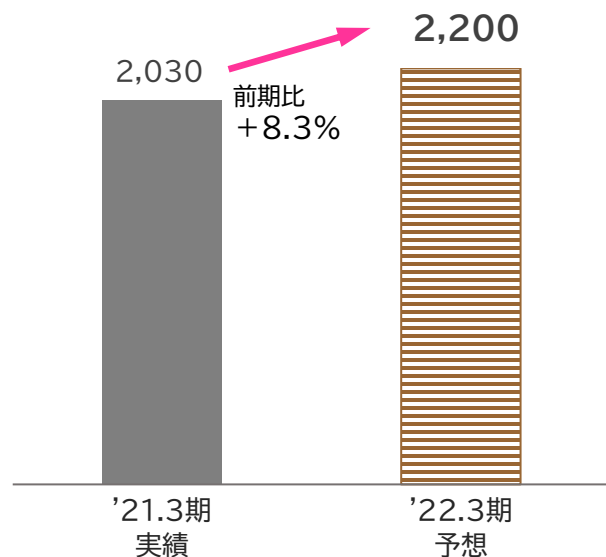
引渡棟数(棟)



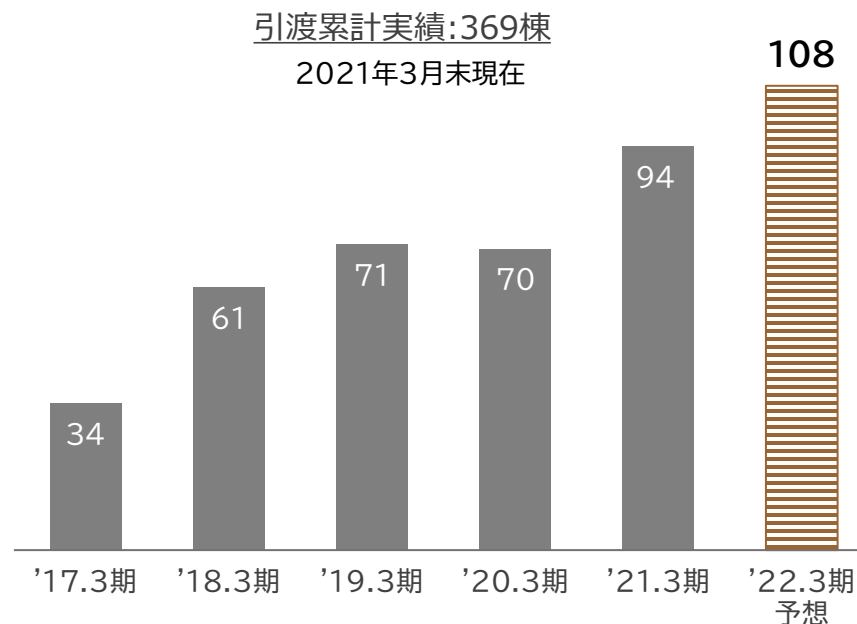
利益率の向上と自社集客を含む顧客接点の多角化を推進

- 売上高 2,200百万円(前期比+8.3%)※受注残2,500百万円超('21.4現在)
- 引渡棟数 108棟を計画

売上高(百万円)



引渡棟数(棟)



I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



自然環境・エネルギー・資源等の課題に対する当社の取り組み

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



自然環境を損なう開発行為・宅地造成は行いません。

フォーライフは、神奈川県横浜市・川崎市、東京都城南エリアを中心として、「通勤に便利な街」「住みたい街」「駅徒歩圏内」といった、環境・アクセスともに良好なロケーションにおいて分譲住宅を供給しています。

これまで多くの都市型住宅を手掛けてきた当社。蓄積された企画力・設計力・施工力を生かし、都市部のコンパクトな土地でも、宅地の形状を有効活用し、広さを感じていただける間取りを実現。駐車スペースも確保するなど、住みやすさを追求した様々な工夫を詰め込んでいます。住み続けたい家づくりは、人びとが住み続けられるまちづくりにも繋がっています。

省エネルギー性や耐久性・耐震性をはじめとする検査項目で高い水準を実現。

気密性・断熱性では国が定める「温熱環境・エネルギー消費量に関すること」における「断熱等性能等級」では、最高ランクの「等級4」をクリア。

高気密・屋外の暑さ・寒さをシャットアウトすることにより、年間を通じて住居内全体を快適な環境を保つことができるだけでなく、急激な温度変化を解消にもつながるので、健康面でも大きなメリットがあります。省エネルギー性も高く、光熱費の縮小はもちろん、CO2排出量の低減にもつながる、地球環境にも優しい住宅です。

住宅の長寿命化を促す「長期優良住宅」を提供しています。

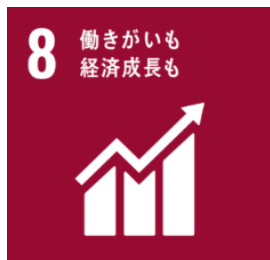
- 当社では全棟構造計算を実施。お客様に安全で、安心できる生活をお届けする必要不可欠な行動です。
- 地震や災害への強度とデザインへの自由度を併せ持つ木造軸組パネル工法を採用
- 地震に最も強いとされる耐震剛床を採用、地震や台風の際に発生する水平力に対して強度・耐性を発揮、建物の安定性をよりいっそう高めています。
- 建物を地盤全体で支える 頑強な基礎といわれるベタ基礎工法を採用しており、耐力を維持しながら基礎内の換気を促し、カビやシロアリから大切な住まいを守ります。
- 着工前の地盤調査実施により、適切な地盤改良工事を行い地盤を強化。完工後に不同沈下などによる傾斜が起ころぬよう、大切な住まいのトラブルを未然に防ぎます。

その他の取り組み：

プレカット材の使用増による廃棄物削減、施工現場での分別徹底による資源再利用、廃棄物削減低排出ガス・低燃費車両の導入、エコドライブの推進

人材・組織・社会経済等の課題に対する当社の取り組み

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



選ばれる会社に。

フォーライフでは、持続的な成長の実現に向けて人材・組織体制を適宜適切に図ることが、当社の強みである地域に密着した事業活動を支え、経営基盤の強靱化に繋がるものと考えます。事業拡大に伴う人材の採用強化、人材育成を推進するとともに、創業来実践してきた働き方改革、働きがいと生産性向上の両立を追求、選ばれる会社を目指します。

●人材分野の取り組み

- ・メリハリのある働き方(年間休日125日以上、年3回の長期連続休暇)の実現
- ・業績表彰、永年勤続表彰、資格取得支援
- ・持株会・確定拠出年金制度による資産形成支援
- ・研修等を通じたリテンションマネジメント
- ・働きやすいオフィス環境づくり推進等

●ガバナンス体制強化への取り組み

- ・独立社外役員5名選任によるガバナンス機能強化
- ・コンプライアンス委員会を中心に推進プログラムの実施、社員への遵法意識の浸透
- ・継続的な内部統制システムの改善及び強化
- ・株主、投資家との建設的な対話(適時、公平、公正な情報開示、IR活動の充実)



地域社会への貢献

- 地元女子サッカーチーム「ニッパツ横浜FCシーガルズ」(プレナスなでしこリーグ1部所属)のオフィシャルスポンサー契約を締結、スポーツ支援を通じて地域社会へ貢献
- 横浜市消防局・郵便局合同実施の火災予防・熱中症予防当の地域貢献施策への協賛



ニッパツ
YOKOHAMA FC
seagulls



協力業者とのパートナーシップ

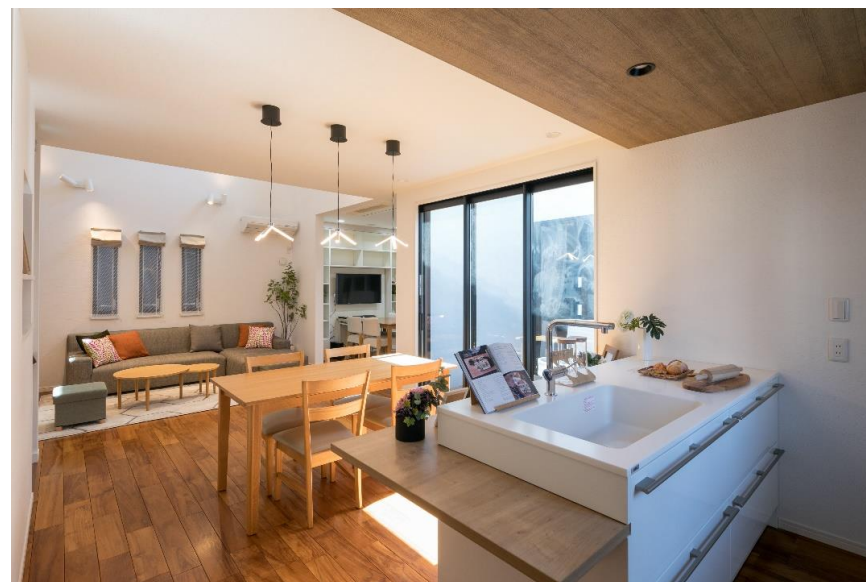
- 施工関連の協力業者との安全大会を年1回実施。、施工現場における安全意識の向上や事故予防を推進
- 施工現場の定期的な安全パトロール実施

顧客とのパートナーシップ

顧客アンケートを毎年実施、お客様満足度を高めてゆくことで、いつまでもお客様に選ばれる企業であり続けます。



I	会社概要
II	エグゼクティブサマリー
III	ビジネスモデル
IV	収益構造
V	市場環境
VI	事業計画
VII	サステナビリティ
VIII	リスク情報
	APPENDIX



主要なリスクと対応策(1)

リスク等の内容	顕在化の 可能性	顕在化の 時期	顕在化し た場合の 影響度	リスク等への対応策
【不動産市況等による業績の変動リスク】 分譲住宅事業における各プロジェクトの原価は事業用不動産の仕入価格や建築費に大きく依存します。当社は、中期経営計画及び年度予算に基づいて、事業用不動産の仕入及び施工並びに販売を行っておりますが、経済情勢や不動産市況等による事業用不動産の仕入価格や建築費等の変動及び在庫過多等により、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	高	中長期	大	原価管理の強化を行っております。具体的には、原材料費や外注費の上昇について、設計・施工・技術基準の見直しやスケール・メリットを活かしたコスト低減及び標準工期の遵守並びに完成在庫期間の短縮化を図ることにより、品質を維持しながら収益の確保向上に努めております。
【消費税率の引き上げによる影響】 不動産・住宅業界は、消費税率の動向によって需要が大きく左右される性格を有しており、消費税率が引き上げられた場合、家計の実質所得の目減りから個人消費を抑制する要因となります。駆け込み需要の反動が個人消費の振幅を大きくした場合、消費税率引き上げ直後は個人消費が大幅に落ち込む懸念があり、当社の経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	中長期	小	当社は神奈川県横浜市及び川崎市並びに東京城南地区を中心に主軸である新築戸建住宅の分譲住宅事業と注文住宅事業を展開しており、当該リスクに対し、需要が高い地域に注力していることで、需要変動リスクの低減図っております。 また、一次取得者層の実需をターゲットとしているため、需要は安定的に見込まれております。
【物件の売却時期による業績の変動】 不動産・住宅事業の売上高及び利益は、各プロジェクトの規模や利益率に大きく影響を受けると共に、当該事業の売上は顧客への引渡時に計上されることから、各プロジェクトの進捗状況、販売計画の変更、販売動向の変化及び建築工事等の遅延による引渡時期の変更により、当社の経営成績が変動する可能性があります。	高	中長期	小	市場調査等による適正な価格設定や定期的な価格の見直しにより、完成在庫期間の短縮化を図ることでリスクを低減しております。

主要なリスクと対応策(2)

リスク等の内容	顕在化の 可能性	顕在化の 時期	顕在化し た場合の 影響度	リスク等への対応策
【競合リスク】 当社の主力事業である分譲住宅事業は、東京神奈川圏の限定された地域に展開しており、参入障壁も低いため、競合各社との競争は大変厳しいものがあります。また、規制緩和や異業種参入等のビジネス環境の変化によっては、当社の競争力を維持できなくなる可能性があります。今後においても当該競合状況による事業用不動産仕入の計画変更、当該用地仕入価格及び係る販売価格の大幅な変動等により、当社の経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	高	中期	中	20年以上の業歴で培った狭小物件に対する設計、施工のノウハウが蓄積による差別化のほか、以下のリスク低減を図っております。 ・ 既存店舗の規模拡充による営業基盤の強化と周辺地域へ延伸 ・ 大手不動産仲介会社や地場の不動産会社を通じた仕入における一層の関係強化と仕入ルートの多元化 ・ 更なる収益基盤拡充のため、京都地区において既存マンションのリノベーション分野での事業領域の拡大
【建築工事に関するリスク】 当社は、分譲戸建住宅及び注文住宅の建築工事については、一定の技術水準を満たす建築工事業者を選定して発注しており、コスト、品質及び工期の管理を行っております。しかしながら、取扱い物件の増加や営業地域を拡大した場合又は建築工事業者の減少又は従事者の不足等によっては当社の要求水準を満たす建築工事業者を確保できなかった場合や、適切なコントロールができず建築工事についてトラブル等が生じた場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	中長期	中	当品質の維持は住宅ハウスメーカーとしては最優先事項であり、その維持ができない場合には、取扱物件数を抑制的にすると同時に、営業地域も拡大しない方針であります。
【サプライチェーンについて】 当社は、住宅に関わる建築資材を多くの国内取引先から仕入れており、これら企業が商品を完成させる過程においては一部の部品は中国等海外からの輸入に依拠している場合もあります。従って、中国等海外からの輸入が困難になった場合は、建築資材の供給を受けることが出来なくなることもあります。また世界的なパンデミック等の危機が生じた場合は、国内企業との間においても経済活動の停滞により円滑な商品の供給を受けられなくなる可能性もあり、当社の経営成績及び今後の事業推進に影響を及ぼす可能性があります。	高	短期	小	当該リスクに対しては、下記の取り組みを行っております。 ・ 安定確保のため代替品での対応を含め、必要に応じて建築資材の仕入ルートの多元化 ・ 2020年4月に変事抵抗性を高め手許資金を厚くするため7.5億円の長期資金を調達を実施 ・ 分譲住宅事業は仕入から引渡まで最大8ヶ月、注文事業は受注から引渡まで9～10ヶ月の期間を要します。そのため、経済情勢の変化等の影響は8～10ヶ月後の売上に現れますが、この期間に工事の進行状況・販売計画を調整

主要なリスクと対応策(3)

リスク等の内容	顕在化の 可能性	顕在化の 時期	顕在化し た場合の 影響度	リスク等への対応策
【法的規制等について】 当社は、「宅地建物取引業法」、「建築士法」、「建築基準法」、「建設業法」、「国土利計画法」、「都市計画法」、「不当景品類及び不当表示防止法」、「不動産の表示に関する公正競争規約」等各種法令の他、各自治体が制定した条例等による規制を受けると共に、事業を営むうえで各種関連法令等に定める免許・登録等を取得しており、これら法令に違反する事実が発生し、免許・登録等の取消しや行政処分が発せられた場合には、当社の事業活動や経営成績に重大な影響を及ぼす可能性があります。また、関連法令の改正や制定に伴い当社の事業活動が制約を受ける場合や当社が十分に対応できない場合には、当社の事業活動や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中長期	大	当社は企業として公正で明朗な事業運営に努め、良き企業市民となることを目指しております。 そのためにコンプライアンスの徹底を経営の重要課題として位置づけ、社員一人ひとりが法令や社会的規範を遵守し、顧客および株主だけでなく社会からの高い信頼を確立するよう行動規範を定め、その周知徹底を図っております。 コンプライアンス推進体制として、代表取締役社長を委員長としたコンプライアンス委員会を設置し、委員会を中心にコンプライアンスを推進しています。委員会は四半期ごとに開催され、コンプライアンスに関する方針、施策、年次計画を策定し、コンプライアンス事項の状況確認及び新たな対策の検討・見直しを行い、コンプライアンスに関する指導監督と助言を行っております。 また、内部通報制度において、コンプライアンスに関係する様々な問題を取り扱う「リスク相談ホットライン」(社内・社外相談窓口)を設けており、問題の早期発見と是正を図り、公正・公平・健全で明るい職場環境作りに努めています。加えて全社員に対し、コンプライアンス教育ツールを利用した教育研修、コンプライアンスに関する理解と浸透を図ることを目的とした情報提供等を実施しています。これらの活動を通じて、業務遂行にかかわる各種法令の理解やコンプライアンス意識の向上に取り組んでおります。 なお、現在を含め過去においても、免許・登録の取消しや更新拒否の事由となる事実は発生しておりません。

主要なリスクと対応策(4)

リスク等の内容	顕在化の 可能性	顕在化の 時期	顕在化し た場合の 影響度	リスク等への対応策
【特定人物への依存について】 当社の創業者であり代表取締役である奥本健二は、当社の設立以来、経営方針、経営戦略、事業戦略、投資判断等、事業活動の推進に当たり重要な役割を担ってまいりました。同代表取締役が当社の業務執行から離れることを現時点において想定しておりませんが、しかしながら、特定人物に依存しない体制の構築途上にあり、同代表取締役の業務執行が困難となるような不測の事態が生じた場合、当社の経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	長期	中	代表取締役に過度に依存しないよう取締役や幹部社員への権限移譲を進めると共に代表取締役の経営哲学を共有し、人材の育成に努めております。
【人材の確保について】 当社の将来の成長は優秀な人材をはじめとする人的資源に大きく依存するため、不動産・住宅事業における高い専門性と豊富な知識と経験を有する人材の確保が不可欠な条件であります。しかしながら、計画どおりに当社の求める人材が確保できない場合には、当社の経営成績及び今後の事業推進に影響を及ぼす可能性があります。	低	中長期	中	業容拡大を図るうえで人的リソースによる寄与度が高いことから、不動産・住宅事業に関する知見が豊かな人材の採用及び人材育成を重要な施策として取り組んでおります。
【販売用不動産(棚卸資産)の評価について】 当社が保有する販売用不動産については、2015年3月期より「棚卸資産の評価に関する会計基準」(企業会計基準第9号 平成20年9月26日)を適用しております。期末に保有している販売用不動産(分譲戸建)は、取得価額と正味売却価額を比較し、正味売却価額が簿価又は取得価額を下回っている場合には販売用不動産評価損を計上することとしております。今後、経済情勢や不動産市況の悪化等により、当初計画どおりに販売が進まない場合、販売用不動産が在庫として滞留する可能性があり、滞留期間が長期化した場合等は、期末における正味売却価額が簿価又は取得価額を下回り、販売用不動産評価損を計上することも予測され、当社の経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中長期	中	当該リスクに対しては、下記の対策を取っております。 ・ 神奈川県横浜市及び川崎市並びに東京城南地区を中心に事業を展開しております。この地域は住宅取得希望者の人気が高い地域であり、値崩れを起こしにくいエリアになっております。 ・ 社内の設計、施工のサプライチェーンの強化により、品質維持による収益性の確保、向上を図っております。

※その他のリスクについては、有価証券報告書の事業等のリスクに記載しておりますので、その内容もご参照ください。

- I 会社概要
- II エグゼクティブサマリー
- III ビジネスモデル
- IV 収益構造
- V 市場環境
- VI 事業計画
- VII サステナビリティ
- VIII リスク情報

APPENDIX



- 配当性向20%を目途とし、安定的な配当の継続を基本方針としております
- 内部留保金は、成長力の維持や競争力の強化等、企業価値向上に活用し、将来の株主還元につなげてまいります

	中 間	期 末	年間配当金	配当性向
2022.3期 予想	15円	22円	37円	19.5%
2021.3期	10円	25円	35円	18.4%
2020.3期	—	30円	30円	28.6%
2019.3期	—	30円	30円	43.8%
2018.3期	10円*	30円	40円	31.1%

※2018年3月期中間配当金は、2018年1月1日の株式分割(1:2)後換算としております。

フォーライフ・プレミアム優待倶楽部

①保有株式数に応じた**株主優待ポイント**を進呈



1,000種類以上の優待商品から希望商品をお選びいただき、ポイントと交換！

保有株式数	進呈ポイント数
100株～299株	1,000ポイント
300株～499株	3,000ポイント
500株以上	5,000ポイント

②分譲住宅または注文住宅購入時の
キャッシュバック！

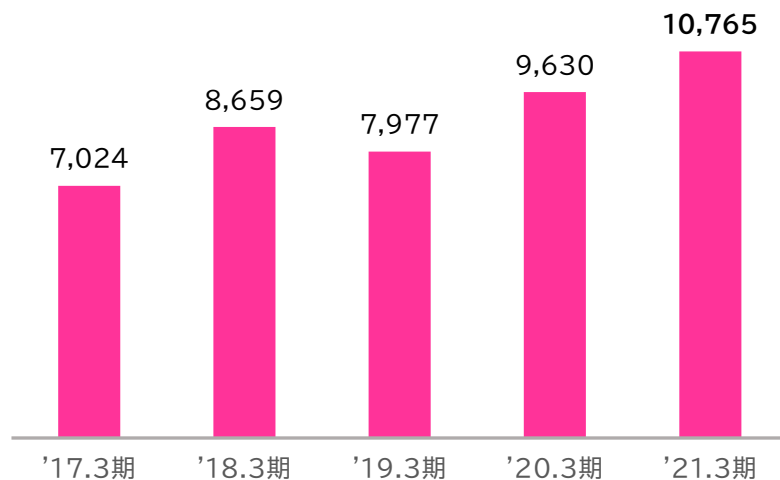


保有株式数	キャッシュバック金額
100株以上	分譲住宅 200,000円
	注文住宅 100,000円

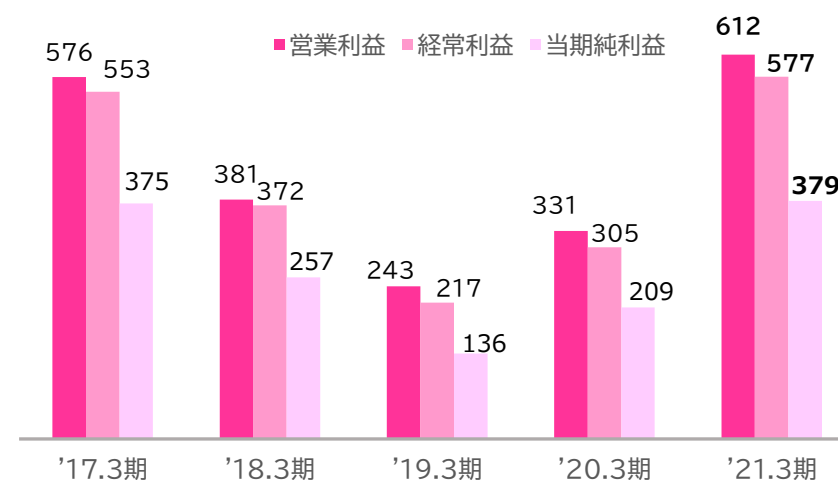
詳細はこちらをご確認ください。
<https://forlifeand.premium-yutaiclub.jp>

財務ハイライト<売上高・利益>

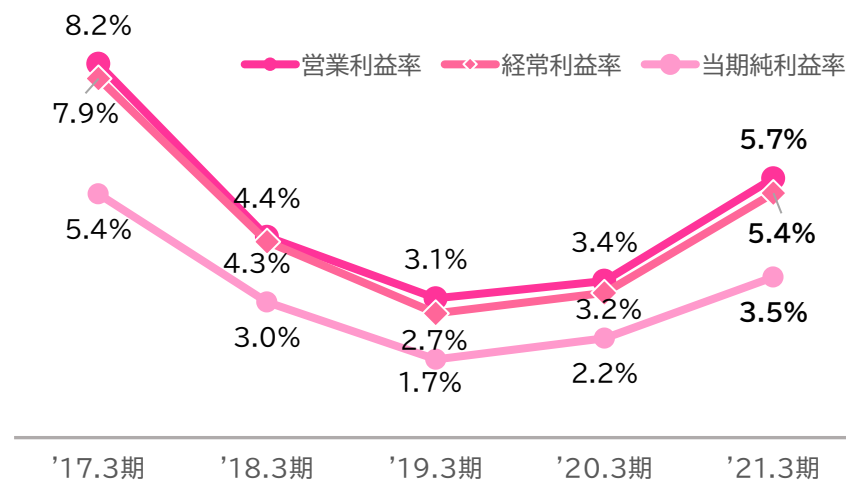
売上高推移(百万円)



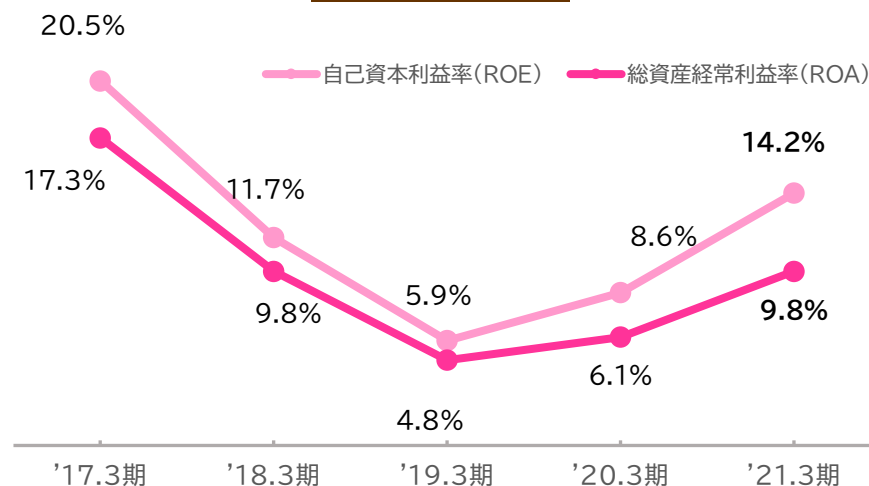
利益推移(百万円)



利益率推移

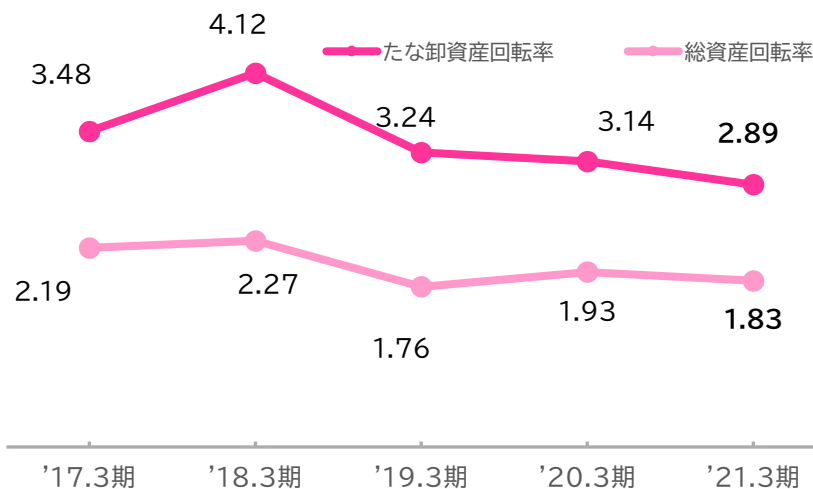


ROE・ROA推移

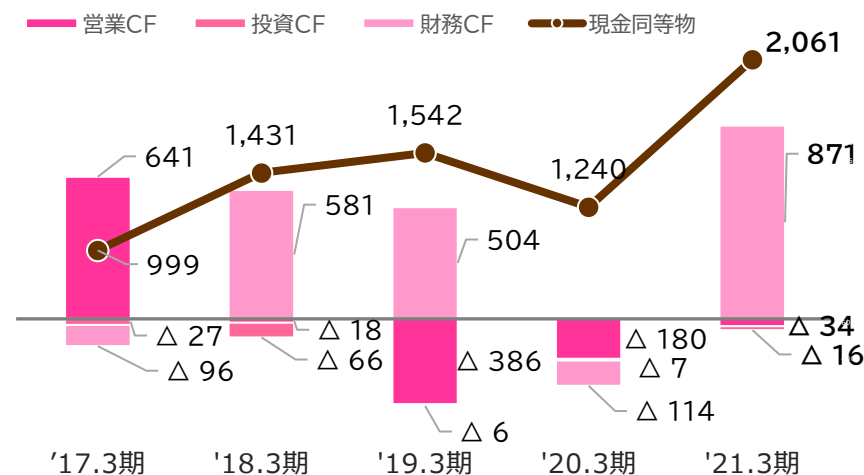


資産回転率 推移(回)

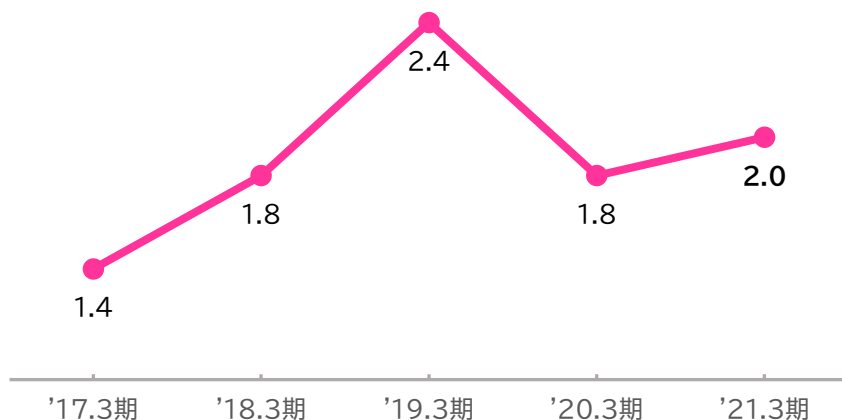
単位:回



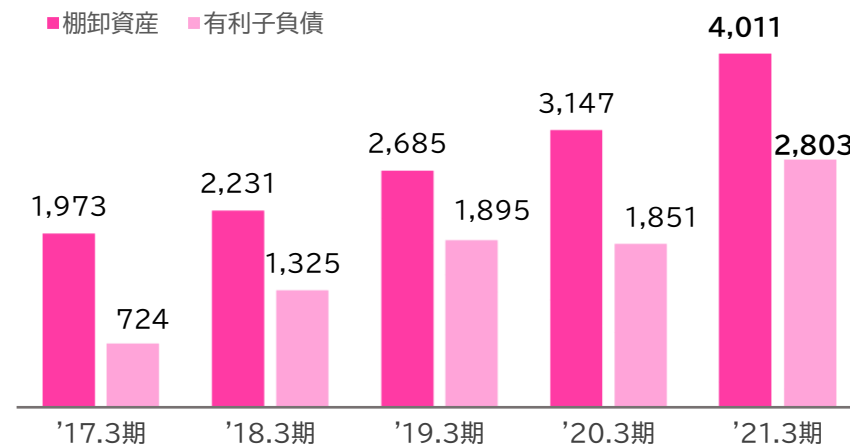
キャッシュ・フロー 推移(百万円)



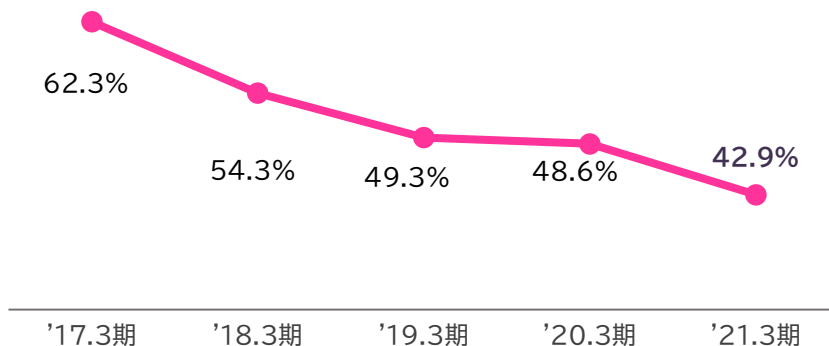
手元流動性比率 推移(ヵ月)



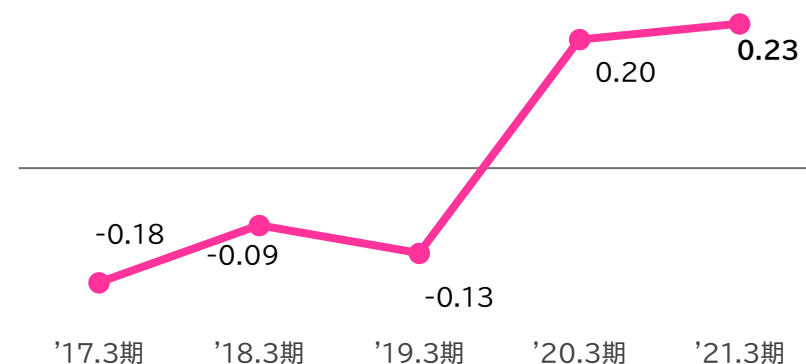
棚卸資産・有利子負債(百万円)



自己資本比率



ネットD/Eレシオ(倍)



免責事項

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、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、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズの変化、他社との競争、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

今後の開示

当資料は、本決算発表の時期を目途として更新し、開示を行う予定です。

