



2022年10月期 決算説明資料

株式会社土屋ホールディングス

2022年12月

証券コード
1840

1. 2022年10月期決算概要
2. 2023年10月期見通し
3. 成長戦略・中期経営計画進捗状況
4. 補足説明資料

2022年10月期決算概要

2022年10月期の総括

- 売上高は不動産事業の好調、住宅事業での販売価格上昇が寄与し、期初計画上回る二桁増収を達成
- 営業利益は価格転嫁の遅れ等による住宅事業の赤字転落で通期減益も、第4四半期には増益に転換

2023年10月期の方針

- 価格適正化のフル寄与による住宅事業の黒字が貢献
- リフォーム事業は環境型リフォームを強化、不動産事業は札幌圏のドミナント戦略を推進

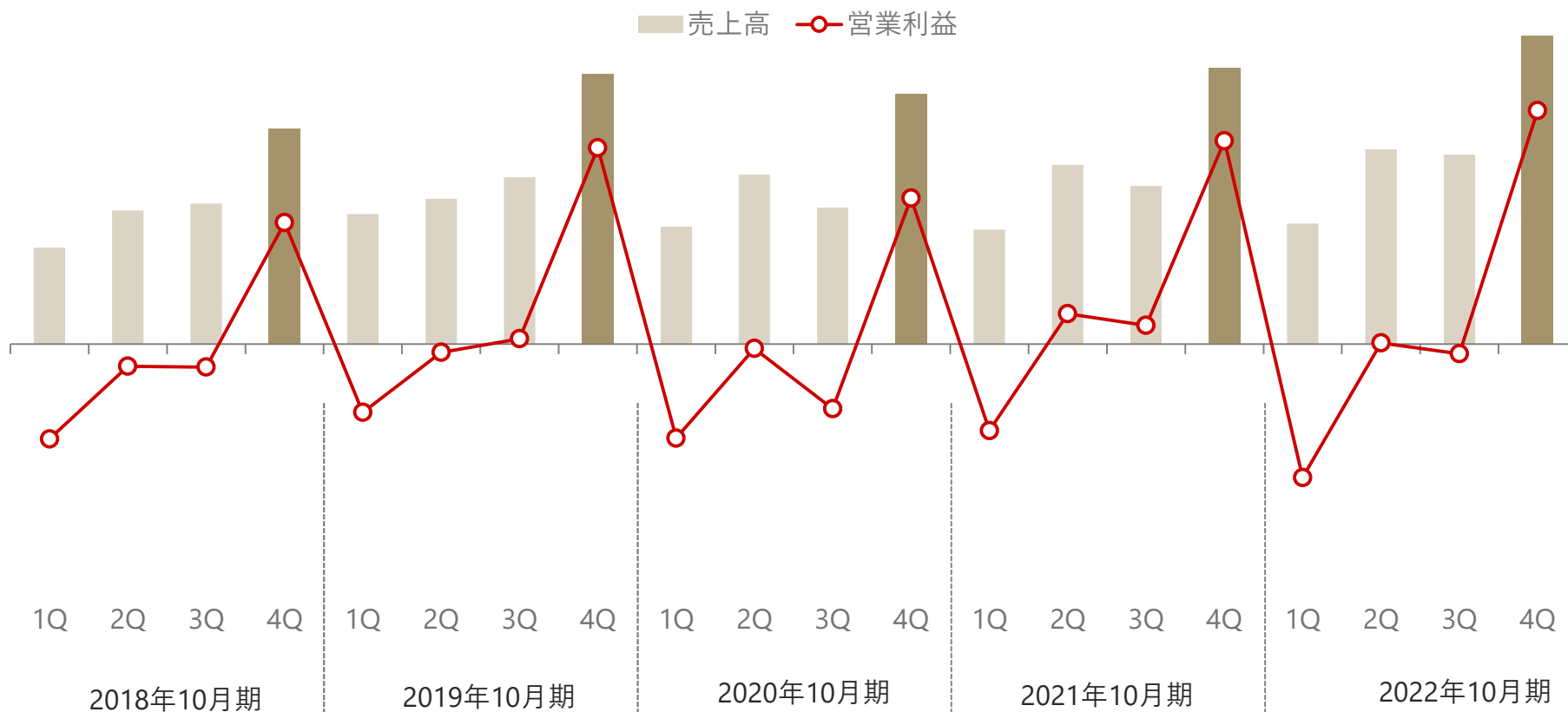
中期経営計画の進捗状況

- 各事業での施策の推進により、計画通りに進捗
- 環境意識の高まりで省エネ技術の高い土屋ブランドへの評価高まる

- 主力の住宅事業・不動産事業が牽引し、期初計画上回る二桁増収を達成
- 他方、住宅事業で、価格転嫁の遅れによる赤字転落もあり、営業利益が75%減益

(単位：百万円)	2021年10月期	構成比 (%)	2022年10月期	構成比 (%)	前年比 (%)	金額差異	期初計画
売上高	31,051	100.0	34,716	100.0	+ 11.8	+ 3,664	33,000
売上総利益	8,539	27.5	8,860	25.5	+ 3.7	+ 321	—
販売費及び一般管理費	7,948	25.6	8,712	25.1	+ 9.6	+ 764	—
営業利益	590	1.9	148	0.4	△74.9	△442	630
経常利益	647	2.1	228	0.6	△64.7	△419	690
親会社株主に帰属する当期純利益	477	1.5	230	0.6	△51.8	△247	500

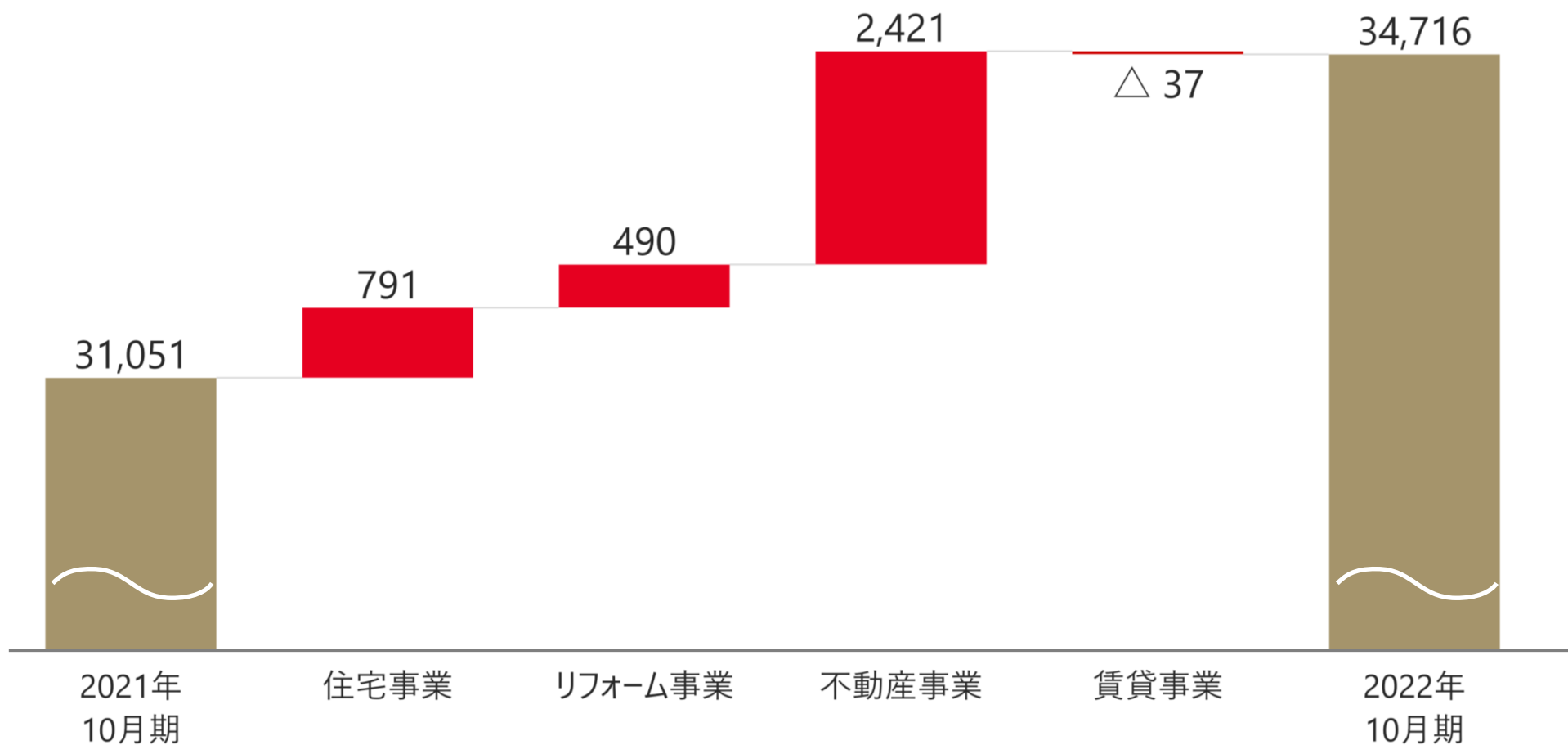
- 売上高・営業利益ともに第4四半期に住宅事業が全体の収益を押し上げる
- 住宅事業の先行費用投資もあり、1Q～3Qまで営業赤字を計上、4Qに収益改善し通期黒字化で着地



売上高増減要因分析（前年比）

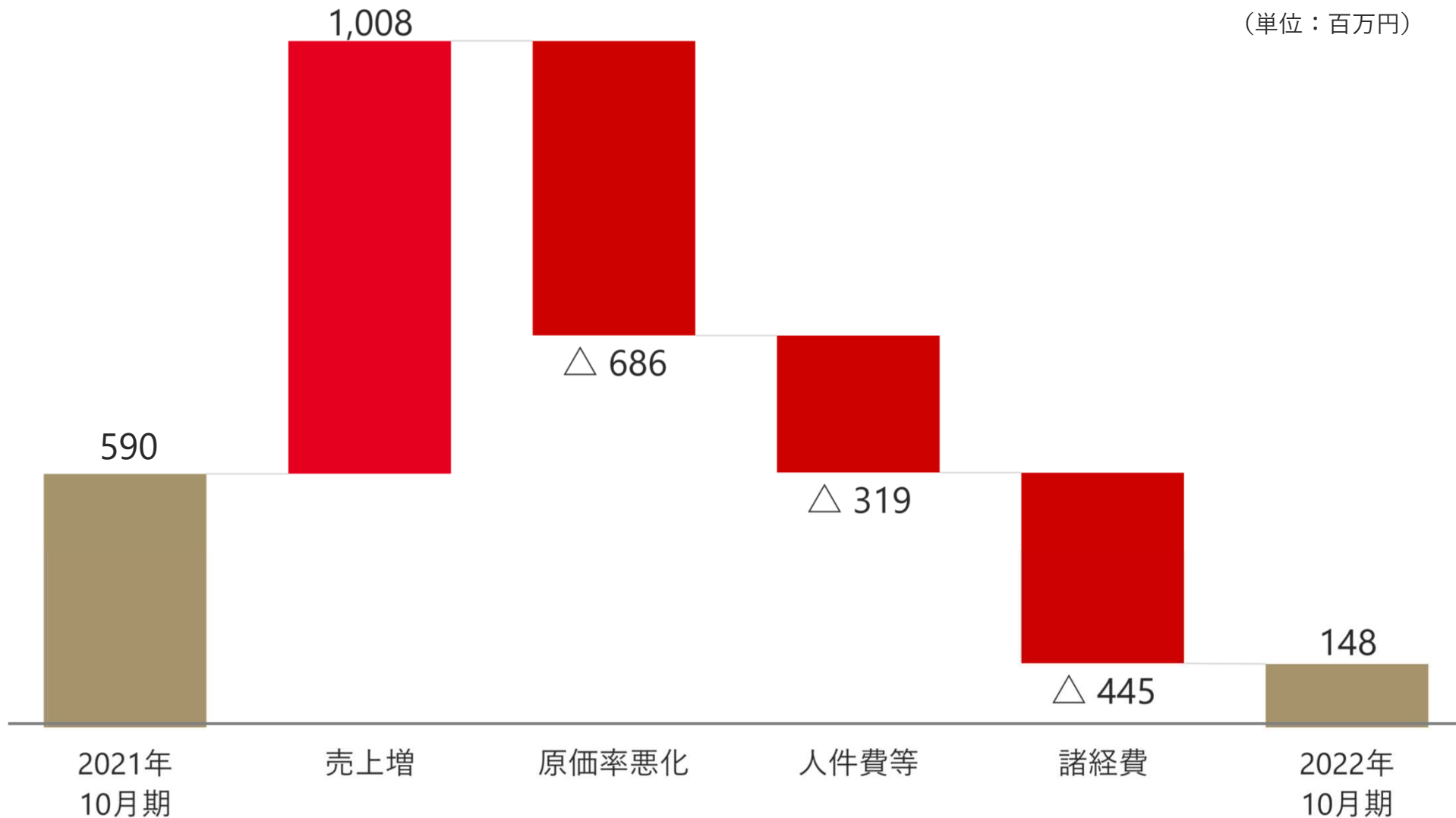
- 規格住宅と不動産事業が売上高を牽引

（単位：百万円）



営業利益増減要因分析（前年比）

- 売上増加するものの価格転嫁の遅れもあり減益



- 住宅事業は、販売価格上昇で増収を達成も、建設コスト増等の転嫁の遅れにより赤字化
- 不動産事業・リフォーム事業が好調。不動産事業は営業利益率7%を維持。賃貸事業は堅調に推移

(単位：百万円)

	2021年10月期	2022年10月期	前年比
住宅	売上高	21,427	+ 790
	営業利益 (利益率)	325 (1.5%)	△249 (-)
リフォーム	売上高	3,890	+ 489
	営業利益 (利益率)	42 (1.1%)	59 (1.3%)
不動産	売上高	5,072	+ 2,421
	営業利益 (利益率)	368 (7.3%)	549 (7.3%)
賃貸	売上高	661	△37
	営業利益 (利益率)	158 (23.9%)	142 (22.7%)

- 住宅事業の赤字転落
- 先行した人材投資とウッドショックによる資材価格高騰の価格への転嫁の遅れ

営業利益

当初計画	実績計画
630百万円	148百万円 (△482百万円)

外部要因

- 資材価格高騰
- 暮らし方意識の変化等のコロナ恩恵需要の一巡

内部要因

- ウッドショックへの対応：価格転嫁の遅れ
- 工期遅延による完成引き渡しの遅れ：引き渡し棟数が減少
- 業容拡大に向けた人材投資が先行

バランス・シートの状況

- 全体に資産・負債ともに減少
- 流動資産は、住宅事業の拡大や受注残増に伴い、販売用不動産などが増加。現預金は減少
- 自己資本比率は前期末53.8%から55.9%に上昇

資産の部

(単位：百万円)	2022年10月末	前期末増減
流動資産	11,861	△45
現金預金	2,830	△2,853
販売用不動産	5,944	+ 1,534
その他流動資産	3,086	+ 1,273
固定資産	9,782	△497
有形固定資産	8,231	△328
投資その他の資産	1,325	△144
繰延資産	2	△8
資産合計	21,646	△551

負債・純資産の部

(単位：百万円)	2022年10月末	前期末増減
流動負債	7,942	△559
工事未払金等	3,239	+61
未成工事受入金	2,713	△326
その他流動負債	1,989	△294
固定負債	1,610	△141
純資産	12,093	+ 148
株主資本	12,162	+ 80
その他包括利益計	△68	+ 67
負債純資産合計	21,646	△551

- 販売用不動産増加により営業キャッシュフローは大幅に減少。フリーキャッシュフローはマイナスに

(単位：百万円)	2021年10月期	2022年10月期	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	5,398	2,543	△2,854	
営業活動によるキャッシュフロー	2,447	△2,241	△4,688	<ul style="list-style-type: none"> 販売用不動産増加によるもの
投資活動によるキャッシュフロー	△243	△443	△200	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産取得によるもの
フリーキャッシュフロー	2,204	△2,684	△4,888	
財務活動によるキャッシュフロー	△45	△171	△126	<ul style="list-style-type: none"> 配当金支払いによるもの
現金及び現金同等物の期末残高	5,398	2,543	△2,855	

2023年10月期通期見通し

- 円安もあり資材価格は高止まりを予想
- 住宅ローン金利の動向によっては住宅需要に影響

外部環境及び・施策

具体的な取り組み

住宅事業

- 住宅用地や建築コストの高騰による住宅取得費の上昇
- 住宅ローン金利上昇懸念

- 商品価値に基づく適正価格の設定
- 収益性重視のため売価維持
- 付加価値の高い新商品の販売

リフォーム事業

- 省エネ、環境型リフォーム受注の強化
- 非住宅リフォームの受注拡大

- 価格競争に巻き込まれないブランド力の構築

不動産事業

- 札幌圏のブロック細分化による営業強化
- 不動産仲介、売買事業、解体事業のワンストップ化

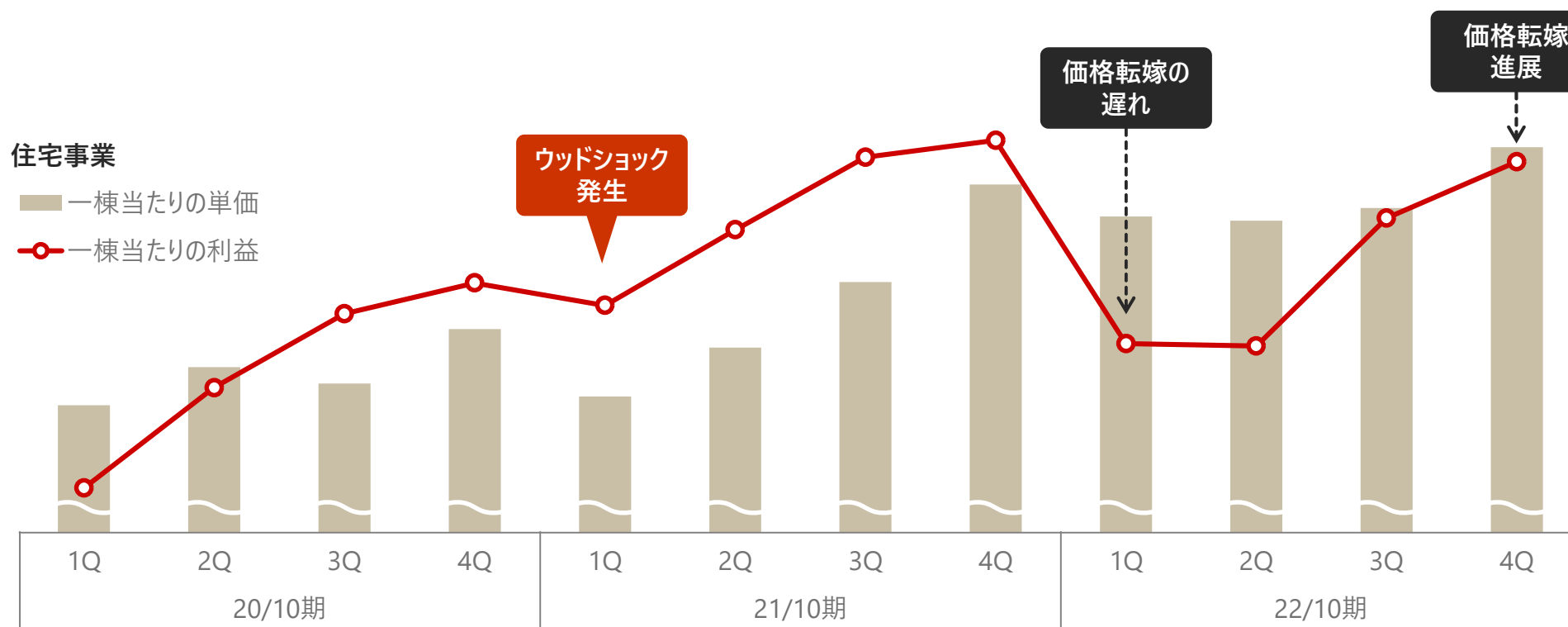
- 地域不動産・土地情報収集力の強化
- 4ブロック制から5ブロック制へ新規1拠点新設

- 価格転嫁の実施
- 原価は高止まりのまま、さらなる高騰は一服

- 2022年10月期4Qからウッドショックによる価格転嫁進展
- ブランド、機能価値をお客様が評価



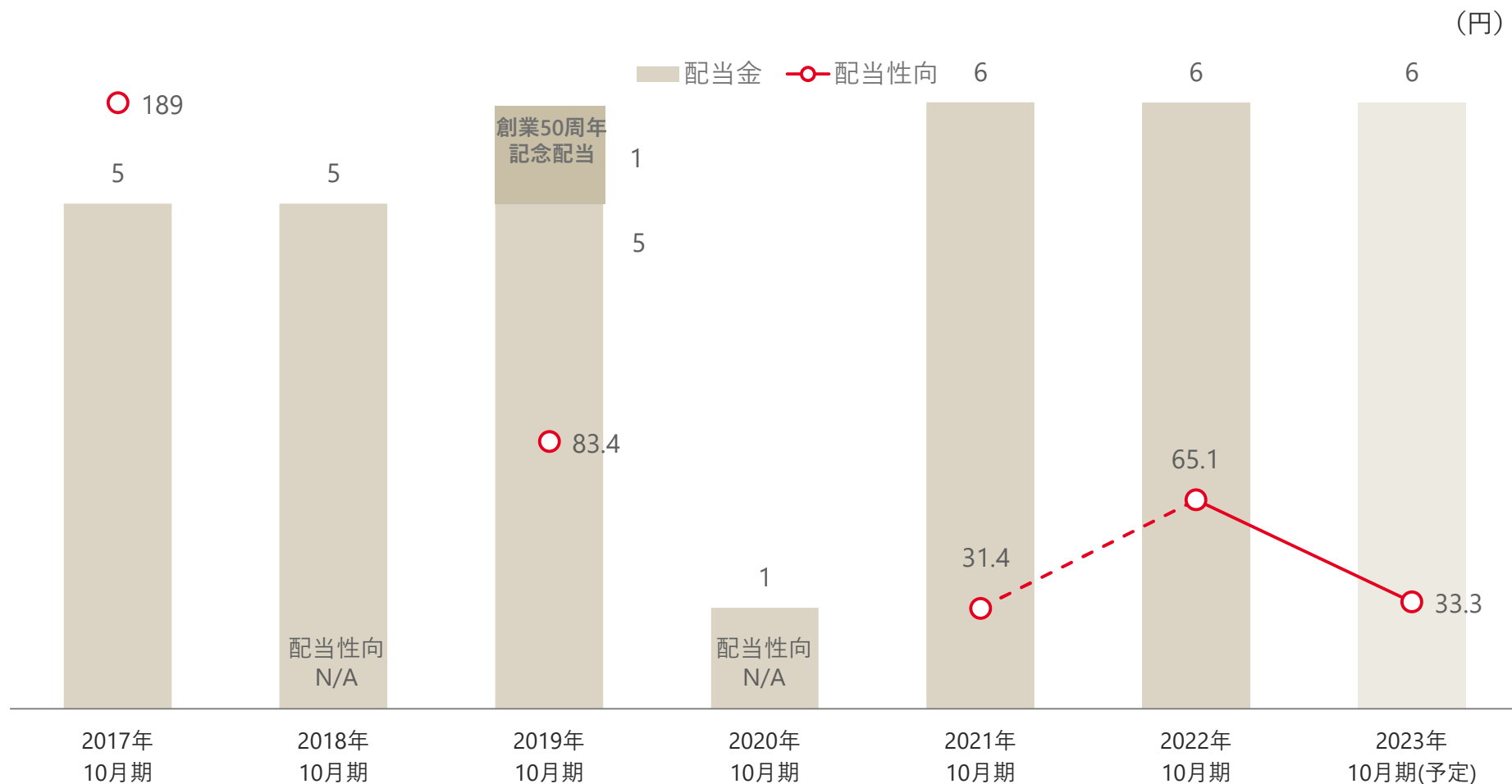
**一棟当たりの利益額は
過去最高水準**



- 住宅事業の持ち直しとリフォーム事業の成長継続により、増収増益を見込む
- 住宅事業の採算改善をはかり営業利益は7億円を目指す

(単位：百万円)	2022年10月期	構成比 (%)	2023年10月期	構成比 (%)	前年比 (%)	金額差異
売上高	34,716	100.0	35,000	100.0	+0.8	+283
営業利益	148	0.4	700	2.0	+372.1	+551
経常利益	228	0.6	750	2.1	+228.3	+521
親会社株主に帰属する 当期純利益	230	0.6	450	1.3	+95.3	+219

- 株主に対する安定的な利益還元は経営の最重要政策
- 配当性向30%以上





成長戦略・中期経営計画進捗

- 高品質・高性能な住宅の提供＝環境と共生する住宅

当社

事業エリア：北海道

寒冷地の厳しい気候に耐えられる住宅

- 品質が最優先
 - － 高断熱・高气密・高耐震
- 材料：高品質な木材
 - － 厳しい世界基準での品質の追求
 - － 高品質を支える社内大工の養成
- 営業展開
 - － 紹介又は体験入居による納得営業



一見割高だが、省エネや高品質で顧客への提供価値は高く、環境と共生し、ZEH*やLCCM**などに貢献する事業として、将来性は大きい

大手住宅メーカー

事業エリア：全国

大量供給が可能な工業化・規格住宅

- 安定・大量供給が最優先
- 材料
 - － 加工が容易で工業化に向いている鉄が中心
- 営業展開
 - － マスコミ活用などでイメージ商品化・ブランド強化



*ZEH：Net Zero Energy House

**LCCM：ライフ・サイクル・カーボンマイナス

計画の方向性

北海道中心に積雪寒冷地での「NO.1住生活総合企業」へ

- 東北、甲信越、積雪寒冷地全域への地域NO.1戦略の水平展開
- ドミナント戦略（**重点地域へ集中的な拠点展開**）とアライアンス戦略（**提携企業との共同営業企画、施工力の相互融通、共同購買によるコスト低減等経営基盤の強化と拡充**）によるプレゼンス向上

事業戦略

住宅事業

- 営業アプローチを標準化
注文住宅：高価格住宅の提供
- 賃貸住宅事業へ参入
規格住宅：リーズナブルな価格設定で牽引
- 省エネ技術を賃貸住宅にも普及
木造ZEHマンションに特化（技術力の裏打ち）

リフォーム事業

- 年間2,800～3,500件へ受注の拡大
- 高断熱、高効率換気を中心とした環境型リフォームを展開
- パッケージ商品の新規開発（リーズナブルで高品質を維持）

不動産事業

- 拠点を増設してマンパワーの投入 ⇒ 投資に見合う市場規模あり
- 不動産販売・仲介から幅広い分野に展開する総合不動産業へ発展
- 分譲住宅の販売を促進 ⇒ 分譲住宅専門子会社を設立

- **ドミナント戦略**（重点地域への集中的な拠点展開）は予定通りの成果
- **アライアンス戦略**（提携企業との共同企画等）は今後に具体化へ

住宅事業

- **注文住宅**：販売単価と建築面積上昇による高価格路線販売が好調
- **規格住宅**：リーズナブルな価格設定により幅広い層の購入が順調
- 北海道初*木造4階建てZEHマンションの事業化 *当社調べ

リフォーム事業

- 紹介案件を中心とした他社建築の住宅が中心
- 性能向上を目的とした大型の環境型リフォームが主

不動産事業

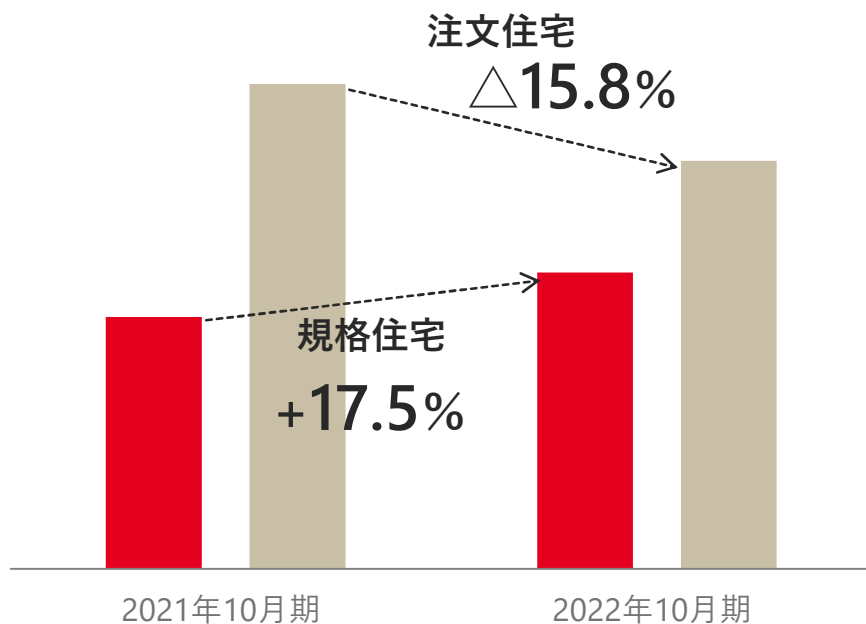
- 新規拠点増設が好調、今後の増設、増員も視野
- 北海道に根付いた当社ならではの情報収集、知名度を活かし、道内主要地域で発揮

北海道中心に積雪寒冷地での「NO.1住生活総合企業」へ向けて順調に進捗

- 規格住宅は順調に販売棟数を伸ばす
- 平均単価は規格、注文住宅ともに上昇

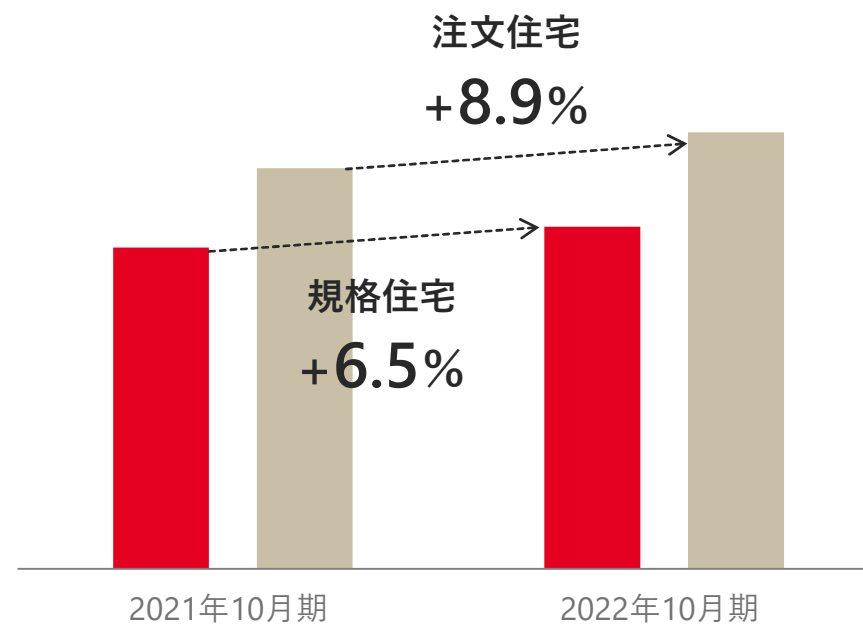
販売棟数の推移

■ 規格住宅 ■ 注文住宅



一棟平均単価

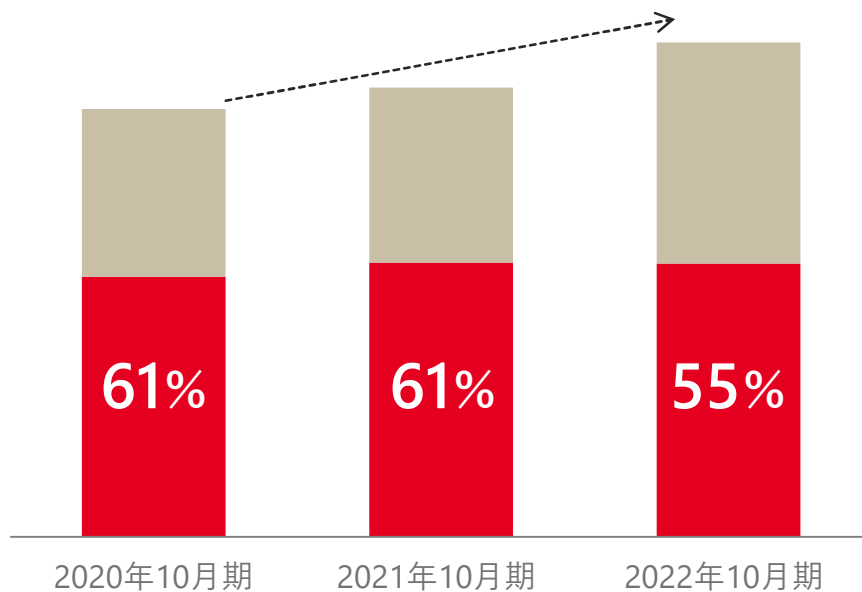
■ 規格住宅 ■ 注文住宅



- 自社施工の以外のリフォームが堅調
- 長期優良住宅化等の補助金の利用促進

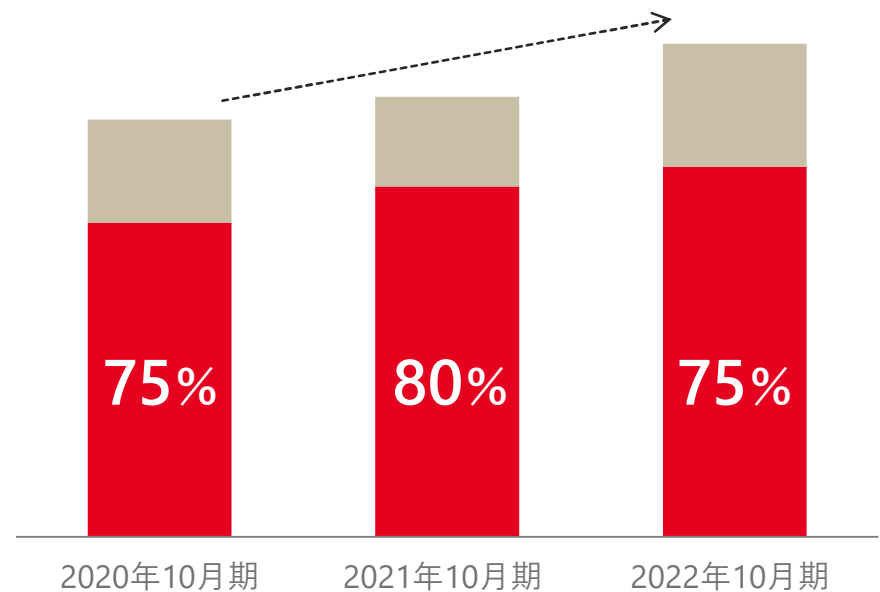
受注数の推移

■ 他社施工 ■ 自社施工



受注金額の推移

■ 他社施工 ■ 自社施工



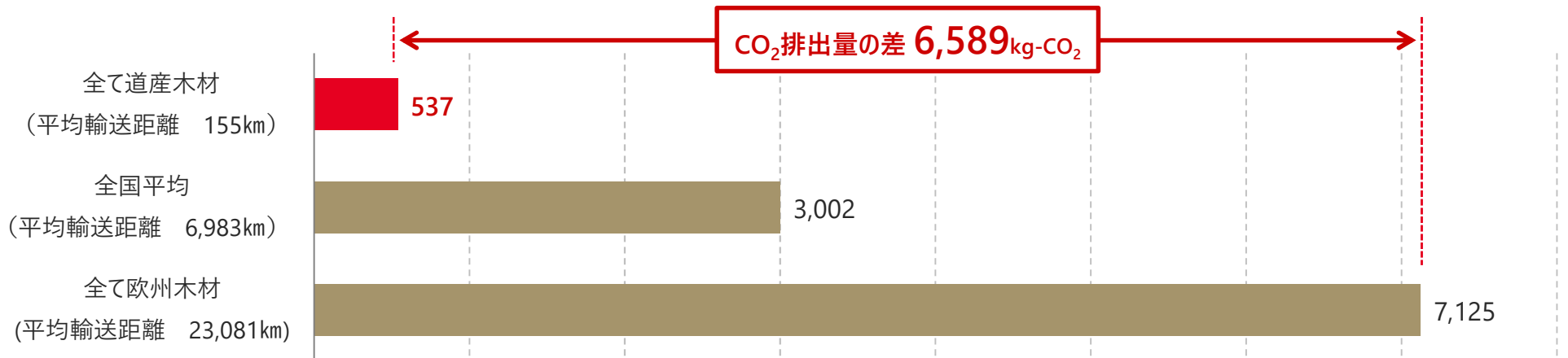
- 脱炭素化、森林の若返りにつながりSDG s 推進
- 地域産業の活性化にも貢献

国産材使用割合100%実現を目指す



木造住宅1棟（40坪）の木材産地別輸送エネルギーの比較

木材の輸送過程排出CO₂量（単位：kg-CO₂）



出典：北海道林業・木材産業対策協議会

- 北海道産木材100%使用した北海道初*木造4階建てマンション *当社調べ
- 2030年までに請負100棟目指す

木の強さ・加工性・省エネ性を熟知した当社の技術力と先進性を活かす

木造4階建てマンション
LAPEACE



高耐久・高耐震

- 大規模建築物と同様の構造計算
- 地震に強い柱脚・特殊ボルト使用



高断熱・高气密

ZEH-M (ゼッチ・マンション) Ready

年間の一次エネルギー消費50%以上の削減を実現

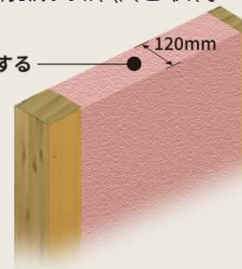
BELS (ベルス)

省エネ基準比50%のエネルギー消費量削減の評価を取得



ラピス菊水で認定

120mm厚の断熱材を採用することで断熱性能が向上



対比：鉄筋コンクリート造

軽量化
30%減

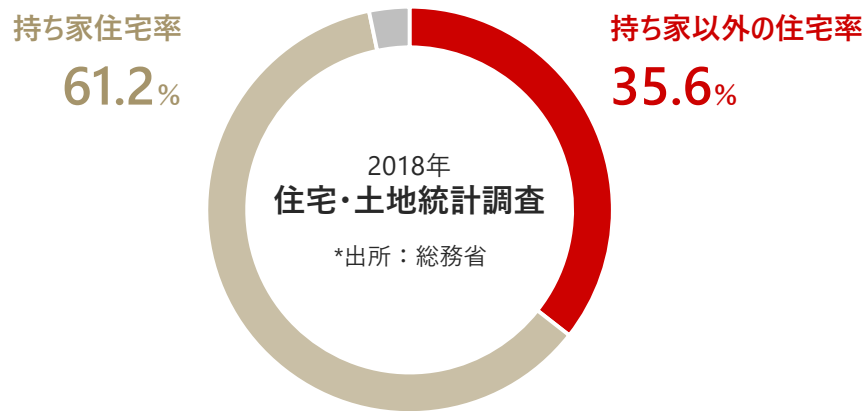
短工期
25%減

低コスト
10%減

減価償却期間
50%減
(木造22年/鉄筋47年)

- 集合住宅ZEH普及に向けたロードマップ策定(経済産業省)
- 一方、ZEH賃貸は数が少なく、実績のある建築会社は限られる

住宅の約4割が賃貸住宅



ZEH仕様の賃貸住宅の供給割合は増加
付加価値の高い集合住宅の競争力は高まると予測



ZEH賃貸住宅も普及へ

当社の優位性

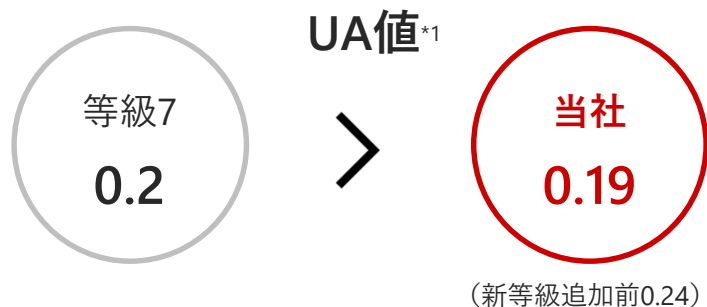


先導的役割を果たす可能性が大

- 住宅性能表示制度改正23年ぶりに等級が追加
- 2050年脱炭素社会の実現にむけて国を挙げた住宅の高性能化への取り組みが進む

品確法に断熱等性能等級6,7が新設

2022年10月



健康と快適、地球環境に貢献する住宅を提供

UA値の基準	← 大 省エネ度 小 →						
	1	2	3	4	5	6	7
地域区分	北海道		青森・岩手など	東北・長野など	関東～九州北部		宮崎・鹿児島
等級5	0.4		0.5	0.6	0.6		
等級6	0.28		0.28	0.34	0.46		
等級7	0.20		0.20	0.23	0.26		
当社^{*2}	0.24 → 0.19		0.27 → 0.19				

(出所：国土交通省)

*1外皮平均熱貫流率：住宅の室内から、外部へ逃げる熱量を外皮全体で平均した数値

*2当社実績数値に基づき算出

補足説明資料

会社概要

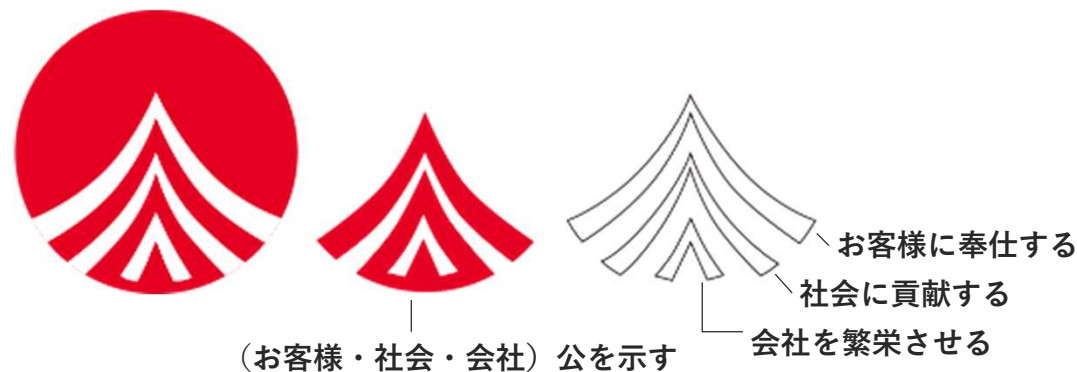
- 北海道地場の有力木造住宅メーカーグループ、リフォーム・不動産事業も展開

会社名	株式会社土屋ホールディングス（土屋グループの持株会社）
所在地	〒060-0809 北海道札幌市北区北9条西3丁目7番地
創業年月日	1969年6月12日
創業者	土屋 公三
代表取締役社長	土屋 昌三
資本金	71億1,481万円（2022年10月末現在）
業績	売上高：347億円 営業利益：1.4億円（2022年10月期実績）
証券コード・上場取引所	1840：東証スタンダード・札証（1996年上場）
従業員数	24名 グループ連結775名（2022年10月末現在）
主な事業内容	住宅事業、リフォーム事業、不動産事業等
主要営業拠点	全国に79拠点
グループ会社（連結子会社）	土屋ホーム（住宅）・土屋ホームトピア（リフォーム）・土屋ホーム不動産（不動産、賃貸）

土屋グループの企業使命感

「豊かさの人生を創造する」

土屋グループは、住宅産業を通じてお客様・社会・会社の“三つの人の公”のために物質的・精神的・健康的な「豊かさの人生を創造する」ことを企業使命感としております。シンボルマークはその「三つの人」と「公」を象徴し、シンボルカラーの“紅”は積極果敢な行動力と情熱を現しております。



北海道の厳しい気象環境で鍛え上げられた、
木の特性を活かした高断熱・高気密・高耐久の住宅建築技術を日本全国に広め、
脱炭素社会の実現に貢献していく。

- 不動産事業からスタート、注文住宅が主力、社内大工を養成するなど技術力を重視
- ホールディング体制を採用

1969年 土屋商事創業 土地と家屋の仲介業

1976年 丸三土屋建設設立 住宅事業開始

1982年 土屋ホームトピア設立 リフォーム事業開始
丸三土屋建設を土屋ホームに商号変更

1991年 **土屋アーキテクチュアカレッジ開校**
(社内大工養成学校)

1993年 日本証券業協会に店頭登録

1996年 東証二部に上場

2008年 ホールディングス体制に移行

2018年 土屋ホーム不動産設立 **不動産事業の分社**

2019年 創業50周年

1984年2月
全国省エネルギー住宅コンクール
全国第1位建設大臣賞受賞



特徴・強み

グループ創業者 **土屋公三**

『土』地と家『屋』についての仕事を、お客様、社会、会社という『三』つの人の『公』のためにする

1969年 「土屋商事」を創業 不動産仲介・損害保険代理店を開始
札幌市内に資産運用としてのアパートを購入するも『品質に問題』があることが判明
「良質なマイホームを提供したい」との願い

1976年 「丸三土屋建設」（現土屋ホーム）を設立 住宅事業に進出
DNA : 高い技術志向、モノづくりの会社

1977年 道内住宅メーカーで「8番目」にモデルハウスを出展

↓ わずか7年

1984年 完工棟数全道1位 740棟 売上100億円超達成

経営の信頼性と安定性

北海道品質の商品

誠実で職人気質な社員の対応力

基準の厳しいEU



研究



日本の風土に
合わせて改良

当社



日本全体も住宅の省エネ化に本腰へ

エネルギー基本計画（2018年7月閣議決定）

『2030年までに新築住宅の平均でZEHの実現を目指す』



環境共生住宅に強い当社が業界の「主導的役割」を果たすことになる可能性大

- 高性能を担保するため大工を内製化

1991年 土屋アーキテクチュアカレッジ設立

(300名を超える卒業生を輩出)

社員として給与を支払い大工・職人を自ら育成

(対象：高校卒業者)

品質を一定にする為のディテール集

200ページに渡り、詳細な施工基準が示されており、それに基づいて施工



木造在来工法は大工の技の依存度が高い



全国一律で高い一定の品質を担保

当社大工の3年定着率

84.6%

(2022年度)

建設業の3年目までの離職率46.3%
出所：厚生労働省

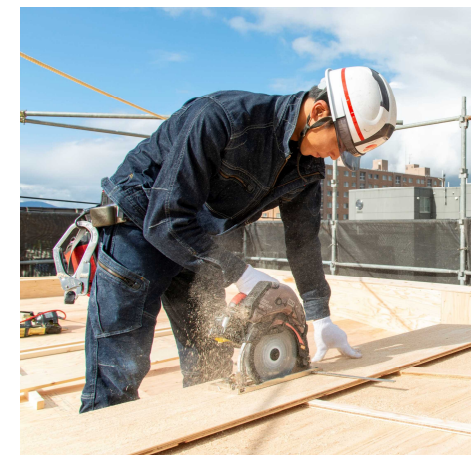
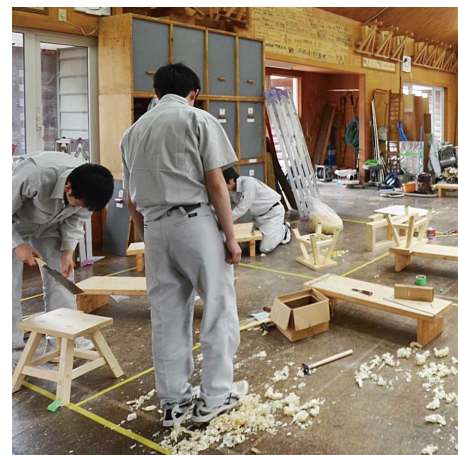
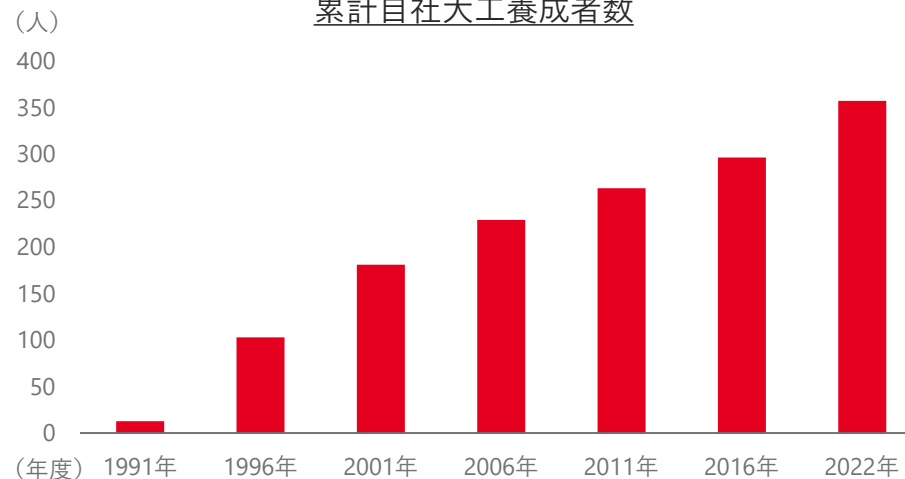
当社大工の平均年齢

36.7歳

(2022年度)

大工の約35%が55歳以上
出所：国土交通省

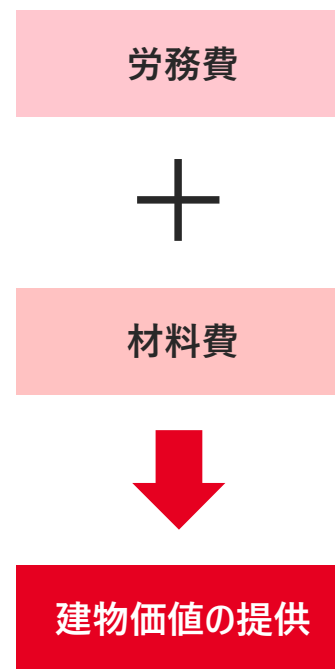
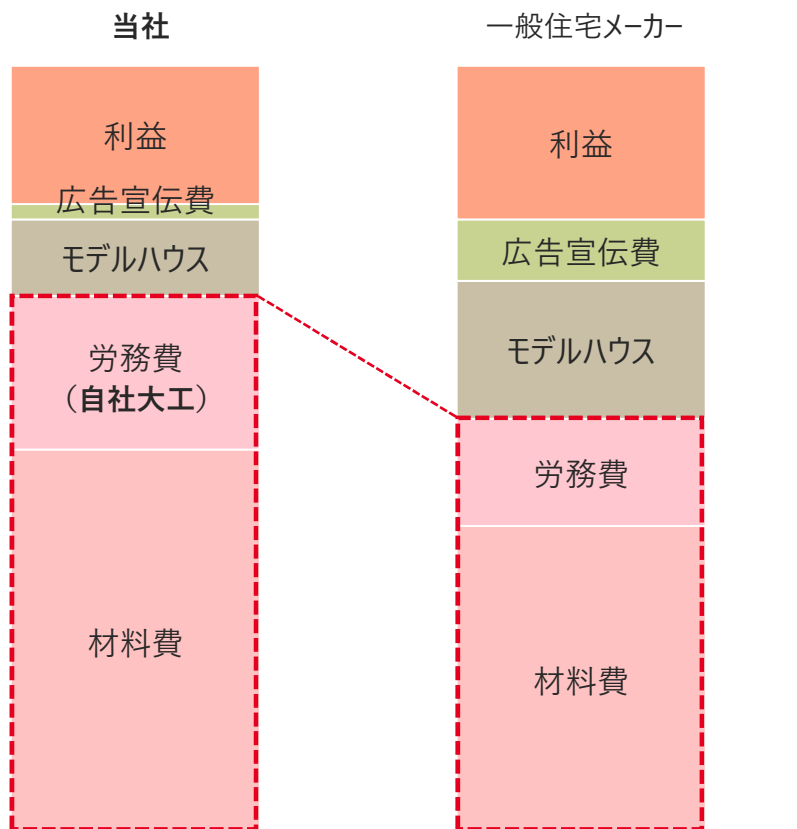
累計自社大工養成者数



付加価値の高い注文住宅を提供

- 良い職人が、良い材料で、良い家を建てる：目に見えない部分に注力

原価構造の違いイメージ



- 気候条件の厳しい北海道での高品質（高気密・高断熱など）な住宅の提供
- 基礎技術の強化を徹底し、木造住宅の良さを最大限活かす

注文住宅

グループの旗艦ブランド

CARDINAL HOUSE



TAILOR MADE ATELIER
世界で一つ、あなただけの家

規格住宅

性能はそのままに価値ある家をお手頃に



LIFE GEAR
暮らし広がる家

規格住宅：注文住宅の高品質を継承しながら低価格化を実現

- 原価構造の可視化（コスト削減可能個所の発見）により原価低減を実現
- 共通部品化・規格化の推進、カスタマイズの抑制



「高品質・高性能はそのままに」

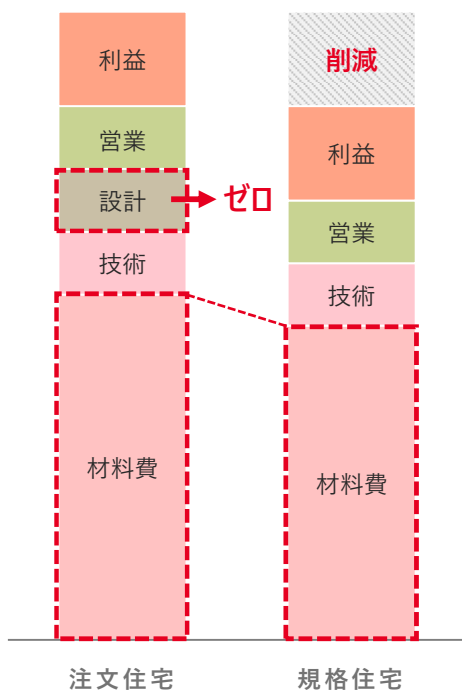
設計費不要

材料の無駄削減

コストを約**2割**削減



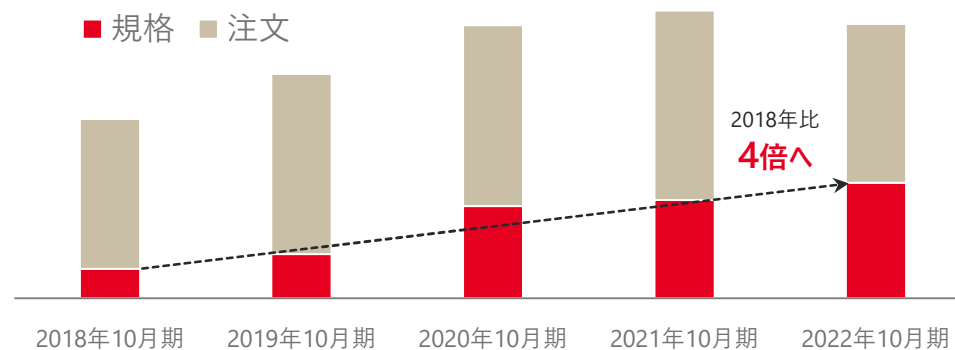
幅広い世代の購入を喚起



従来の注文住宅との違い

	注文	規格
省エネ性能	← 変わらず →	
耐久性能		
バリアフリー性能		
価格	—	リーズナブル
工期	—	短縮化
プラン	自由設計	パターン化

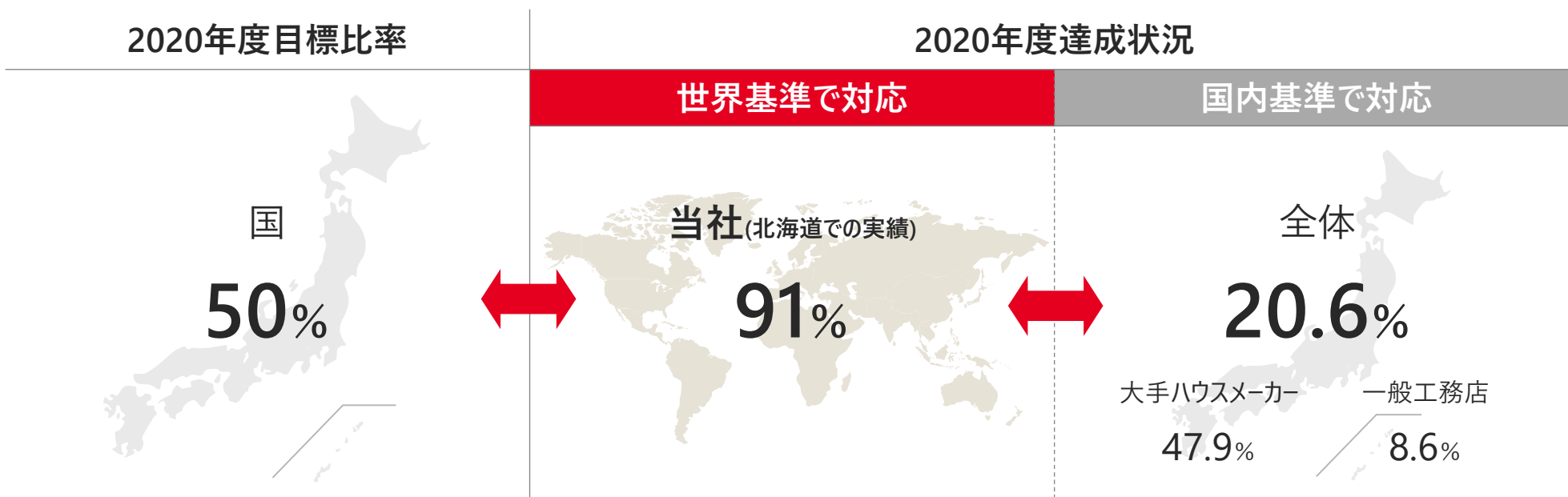
販売棟数の推移



ESG・SDGsへの取り組み

- 家庭部門のGHG*/CO2排出量の削減を図る策としてZEHを促進
- 新築住宅の全棟をZEH住宅で対応

新築注文戸建住宅のZEH化比率



出所：資源エネルギー庁（2021年3月31日公表）

*Greenhouse Gas(温室効果ガス)

IRお問い合わせ先



経営企画部

TEL

011-717-5556

E-mail

tsuchiya-ir@tsuchiya-grp.com

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、本資料の発表日、現在において入手可能な情報から得られた判断に基づいており、実際の業績は、様々な不確定要素により異なる場合がございますことをご了承ください。