

2020年5月期 決算発表に関する質疑応答概要

この質疑応答概要は、2020年7月13日に開示した弊社2020年5月期 決算短信、決算短信補足資料、決算説明資料等の開示に対する質疑応答をまとめたものです。

=====
(2020年7月21日 掲載更新)

Q1 3月、4月の営業概要は？

A1 当社は2月からコロナ対策を取っている。幸いこれまで社員で感染者はなく、お客様に安心して来場いただける状況がつついている。3月、4月の展示場集客は来場予約によるものが中心だった。お客様の予防意識も高く、Webや電話でご対応させていただくことも多かった。

Q2 1日当たりの来場予約数は何名ほどか？

A2 「営業マンが1日に対応できるお客様数×1店舗当たり営業マンの数3~5名」が予約数になる。

Q3 お客様側から買い控えの動きはなかったのか？

A3 検討中のお客様については、このタイミングでは当社も深追いすることはなかった。契約決定まで近いお客様は変わらず積極的に動いてくださっていたように思う。

Q4 直近1年間の受注環境は？

A4 昨年4月以降は消費増税後の反動減があり、昨年10月以降には消費者マインドの落ち込みによる影響があった。なお、引渡については昨年3月以前の消費増税前の駆け込み需要による受注残があったため、影響なく推移した。

Q5 緊急事態宣言解除後の5月以降、受注が好調のようだが消費増税による影響は解消したとみてよいのか？

A5 コロナ禍が拡がる前の状況には戻っていない。現状、来場者数は減少しているものの、いらっしゃってくださっているお客様の内容は濃い。

Q6 集客ルートとしては変わらず展示場ルートが中心なのか？

A6 以前はそうであったが、いまは、特にコロナ禍以降、資料請求の数が顕著に増えている。

Q7 新型コロナウイルス感染症の影響で、戸建住宅に対する潜在需要が高まりつつという話も聞くが、今後はどうなっていくものと思われるか？

A7 当社のメインターゲット層は、常に一定のニーズが見込まれる層であり、むしろ新型コロナウイルスの感染拡大が及ぼす経済への悪影響から派生する購買力の減少の方が、当社受注に対しては影響が大きいと考えている。

Q8 前期は戸建分譲事業も好調であったがその理由は？

A8 もともとマーケットニーズが十分あったところへ、ようやく当社の仕入～販売ノウハウが蓄積され、戸建分譲事業についてはこれから伸ばせるものと思っている。

Q9 戸建住宅と注文住宅はどう棲み分けているのか？

A9 エリア的な棲み分けはない。しかしながら、戸建住宅については都市部の方がニーズが大きいため、結果的にそれに合わせる形で、都市部の戸建住宅の方が、販売実績が大きいという事実はある。

Q10 戸建分譲住宅の受注から引渡しまでのリードタイムは？

A10 建築後1か月以内の受注がスタンダードであり、その後速やかに引き渡される。

Q11 着工平準化とはなにか？

A11 業界慣行として売上が期末に偏重する傾向が強いため、これを解消する施策として押し進めてきた。売上（引渡）の偏重を解消するため、まずは着工枠を管理することから押し進めている。受注数よりも、施工数を伸ばす方が困難であるため、施工効率を最大化するための施策である。

Q12 平準化により施工枠のキャパシティが増えたと考えてよいのか？

A12 そうではない。施工枠のキャパシティを決めるのは施工業者数であり、平準化施策を押し進めることで現在の施工キャパシティを余すことなく使えるようになる。

Q13 住宅事業セグメントにおいて1棟当たり単価が増えているのはなぜか？ また、それに合わせ利益率も改善しているように見えるが？

A13 仕入時の原価増が販売時に費用化されるのに合わせ、販売価格に原価コストを転嫁しているためである。原価コントロールの結果、改善している要素もある。

Q14 前期において住宅業界におけるタマホームのシェアはどのように変化したのか？

A14 統計データの公表が遅いため最新値が手元にないが、シェアは確実に上昇している。

特に地方の方が伸びは大きい。

Q15 シェアを拡大できた理由は？

A15 戦略商品である「地域限定商品」によるところが大きい。各エリアのニーズに合わせた、提供価格に見合う価値のある点が評価されているのだと思う。コストパフォーマンスがよいこと。

Q16 シェアは具体的にどの他社層から奪っているのか？

A16 当社はエリア毎の No.1 ハウスメーカーをベンチマークとしており、シェアを奪いにいっている同業他社もエリアによって違う。

Q17 リフォーム事業はなぜ伸びているのか？

A17 当社のオーナー様は年々増えてゆく。よってリフォーム事業の営業先となるオーナー様の数も年々増えてゆくため。

Q18 引渡し後、何年くらいでリフォーム需要は生まれてくるものなのか？

A18 当社の場合、引渡し後 10 年目に保証延長工事のご提案をさせていただく。その際に古くなった住宅設備の交換リフォームを発注いただくことも多い。

Q19 リフォーム事業の受注から売上までのリードタイムは？

A19 おおよそ 2 か月である。

Q20 リフォーム事業の利益率について教えてほしい。

A20 注文住宅事業よりは高い水準にある。

Q21 連結数値において、粗利率は低下しているにも関わらず、営業利益率が伸びているのはなぜか？

A21 不動産事業で粗利率が低いものがある。本業の注文住宅事業においては粗利率、営業利益率とも伸びている。

Q22 BS の資産増要因は何か？

A22 不動産事業（戸建分譲事業、マンション事業、オフィス区分所有権販売事業）における販売用不動産の増および金融事業におけるつなぎ融資残高の増である。

Q23 業績予想において、注文住宅の価格動向は先行きどのように見ているのか？

A23 上昇基調で見ている。

Q24 セグメント別の業績予想を教えてください。

A24 セグメント別の売上高構成比に著変なく、不動産事業のマンション事業に新築マンションの売却予定物件が入っている。

Q25 6月以降の集客状況について教えてください。

A25 対前年比でいうと100%には満たないが、徐々に戻りつつあり回復傾向にある。コロナ禍以前とはお客様の行動パターンや、世の中の情勢が異なっている点、当社としても注視している。顕著なのは資料請求数が増加している点である。

Q26 6月度受注の対前年比103%という数字は想定通りであったのか？

A26 好調に推移したものと考えている。

Q27 リフォーム事業においては、潜在的な需要も掘り起こしてゆくことを考えているのか？

A27 当社の場合、オーナー様に対して10年点検の際に保証延長工事をご提案することがリフォーム営業の主要なアプローチ方法となっている。この工事は住宅の寿命（耐久力）を延伸するのが目的であり、今後は、そこから派生して単価を伸ばしていくのではなく、保証延長工事を採用いただくお客様の数そのものを増やしていこうと狙っている。

Q28 タマホームの強いエリアはどこか？

A28 東日本よりも、西日本の方がより強い。

Q29 東西でなにが異なるのか？

A29 営業拠点の数や知名度においては、東日本エリアでも西日本エリアでも大差ない。しかしながら、住宅会社というのは地域に根付く産業であるので、そのエリアで営業をつづけてきた期間が長いと徐々にプラスに働いていくという特徴がある。

Q30 2019年にはなぜ自社株買いを行ったのか？

A30 増収増益の基調であったのに、なかなか株価がそれに追いついた形で動かなかったためである。

Q31 タマホームの住宅が、高いコストパフォーマンスを提供できる理由はなぜなのか？

A31 地域によってお客様の求めるパフォーマンス（仕様）は異なるが、それに対応しつつ、全国展開しているバイイングパワーの強みでもって原価低減を実現しているのが当社商品の強みである。

Q32 同業他社に比べキャッシュフローの状況が良いのはなぜか？

A32 基本的に注文住宅事業というのは、お客様から先にお金をいただいて、そこから必要な費用を支払っていくビジネスモデルである。よって、受注が積み上がればキャッシュも積み上がることになる。

Q33 現在、どのような来場促進施策をとっているのか？

A33 基本的には従前と変わらない。しかしながら、新型コロナウイルスへの危機意識の表れか、接客方法（Web 会議等）に対するお客様の反応が違う。

Q34 昨秋の消費増税においては、2015 年度の消費増税時と同様の悪影響は生じていないのか？

A34 生じていない。2015 年度においては、消費増税前の駆け込み需要の山が大きく、その後の反動減の影響が 1 年近くつづいた。

Q35 今回の新型コロナウイルス感染拡大を受け、戸建志向の高まり等、顧客ニーズに変化はあるか？

A35 まだ感じられるほどにはない。ただ、地方における住宅需要は引き続き堅調である。

Q36 タマホームの競合企業はどこか？

A36 各地方における工務店が競合先になる。当然、そうした工務店を当社の競合と見ておりライバル関係になる。

Q37 半年間の状況を教えてください。

A37 売上は前年までの受注残があり当期は順調。4 月度の受注はコロナの影響を受けているが、5 月以降の受注は例年の水準に戻ってきている。

Q38 コロナ禍でローコストのメーカーが強い理由は？

A38 当社の場合、地方に強いため外出自粛の影響をあまり受けなかった。

Q39 単独展示場の状況はどうですか？

A39 地方エリアの集客状況は都心と比べると悪くない。コロナ前の微減。

Q40 当期のマンションの引渡はいつくらい？

A40 今年の秋～春に竣工で、売上は第 4 四半期に計上されると思う。

Q41 今後注文住宅の次の柱になるものは何か？

A41 引渡後のお客様を対象にするリフォーム事業と、戸建分譲事業が成長見込みとして考えている。

Q42 オフィス区分所有権販売事業はどうですか？

A42 仕入については厳選し、早期販売に努める。

Q43 他のトピックは？

A43 新型コロナウイルス感染症の第2波にむけて、早期受注、早期着工、早期引渡を重要視している。

=====

(2020年7月20日 掲載更新)

Q1. 前期着地の計画の上振れの要因は、どのセグメントが良かった？

A1. ・地域限定商品の価格改定効果により、利益率の改善効果があったこと。
・オフィス区分所有権販売事業において今期販売予定物件が前期末に売却できたこと。

Q2. (受注動向について、) 正常に戻ってきている？

A2. 業界全体は未だ影響を受けているが、弊社は回復が早い。

Q3. 注文住宅の(施工体制について) キャパシティは問題ないか？

A3. 月間の生産棟数は漸増しているが、問題はない。

Q4. 戸建分譲の好調のトレンドは変わらないか？

A4. 都心から郊外への住宅購入のニーズがシフトすることは、当社にとって追い風となるが、競合他社の参入の増加を考えると、マーケットが供給過多になる可能性もあることから、土地の仕入に関しては、選別をより慎重に行っていく。

Q5. 受注から引渡までのリードタイムはどのくらいか？

A5. 受注後8~10ヶ月程度でお引渡している。

Q6. 昨年の受注の影響で、当期前半の引渡は少なくなるか？

A6. 前期水準へ近づけるよう引渡しの前倒しを推進中。

Q7. 戸建分譲の売上は増えると思って良いか？

A7. 優良な土地の仕入状況にもよるが、売上増を見込んでいる。

Q8. 受注は、前半・後半、通期で前年並みとみているのか？

A8. 注文住宅については前期比、若干減。戸建分譲は増収増益を見込んでいる。

Q9. 地方の受注は戸建も好調みたいだが？

A9. 当社はもともと地方に強い。新型コロナウイルス感染症の拡大による悪影響も軽微である。

Q10. 資材、住宅設備の調達面は問題ないのか？資材系の値上げ等で粗利に影響はなかったのか？

A10. 一時、トイレ、水回りの住宅設備の調達に苦労した時期があったが、原価に影響することはなかった。現況、新型コロナウイルス感染症の拡大によって原価に影響がでるとはみていない。

Q11. 昨年、その他セグメントの利益はプラス転換されているが理由は？

A11. 過年度の不採算事業からの撤退により黒字基調へ転換し増益となった。

=====
(2020年7月17日 掲載更新)

Q1. 平均単価 1,700 万円は、上物だけか？

A1. 上物だけ。直近では平均単価 1,780 万円。

Q2. 各会社、工法が違うなど特徴があると思うが、貴社の場合、何が低価格を可能にしているのか？

A2. 当社の場合、材料、住宅設備等の大量仕入れ、施工に関する中間マージンの圧縮等により低価格を実現している。

Q3. 調達力やタマストラクチャーの仕組みを使い、オープンハウスと同じ土俵で戦うことはしないのか？

A3. オープンハウスのような狭小 3 階建て住宅は、当社の設計原則・基準では建たない、一から仕組みづくりをしなくてはいけない。現状、その計画はない。

Q4. 拠店がある所の拡大と拠店自体を増やしていく事が大切だと思うが、戦略は？

A4. 一拠点の生産性を向上させていくために、より地域ごとのマーケットに好まれる商品

を開発し、投入していく。

Q5. 地域限定商品があるが、地域によって特色がそんなに違うのか？

A5. 例えば、東海では外壁の仕様がタイルを好まれる方が多く、外壁タイルを標準仕様にし、価格を抑えている。中四国では太陽光発電、日本海エリアでは屋根瓦葺きニーズが高い等、地域によって好まれる仕様が異なる。

Q6. リモートワークが増え、郊外に住む人が増加傾向にあり、居住空間に意識が高まっていると聞かすが、貴社としてどうか？

A6. よく聞かれるが、展示場に来場したお客様で書斎が欲しいという方は増えているが、リモートワークで都心から郊外へ移り住むため家を建てたいという話はまだ聞かない。

Q7. 心配なのは消費環境で今は厳しい状況の人が増えていると思うが、今後どのような動きになりそうか？

A7. 受注に関しては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響度合いに関わってくるものとみている。景気は下期から緩やかに回復してくるものと見込んだ業績予想となっている。

Q8. リフォームが増えてきているのは徐々に積み上がってきているからか？

A8. 年々オーナー様の数が積み上がっている。

Q9. 注文住宅の業績の季節性はあるのか？

A9. 注文住宅の売上高は、2Q、4Qにかけて上向き傾向となる。

Q10. 昨年自社株買いをされたが、どのような考えで自社株買いをしたのか？

A10. 2つある。昨年利益ベースで過去最高益を達成できたこと、過去、当社の株価が低迷していたので、上場時の株価を上回る価値があると判断したため。

Q11. 現在下回っているが自社株買いするのか？

A11. 現状、その計画はない。

=====

(2020年7月16日 掲載)

Q1. 緊急事態宣言による外出自粛要請があった本年4月、5月において、タマホームの受注が引き続き好調であった理由について知りたい。

A1. 注文住宅における月次の受注は、単独展示場が大勢を占める当社の場合、総合展示場

と異なり、イベントによる集客制限を自社でコントロールできたこと、また、全社をあげて感染防止に努めたことで、安心できる環境を整備、商談数を減少させずに、契約を獲得することが出来た。

Q2. 緊急事態宣言による外出自粛要請で各社が集客に苦戦するなか、展示場に代わるウェブ

商談等、販売面における新たな取り組みを開始しているのか。

A2. 当社では、お客様のご要望に応じ、電話会議のほか、TV 会議システムでも商談をお受けできるよう柔軟な対応を行ってきた。一例として、ウェブ商談を行うのに必要なデバイス（iPad 等）を商談期間中、お客様に貸与する体制を整えた。

Q3. 期末にかけ新型コロナウイルス感染症の影響があったにも関わらず、通期業績が好調であった要因と貴社の強みについて知りたい。

A3. 業績好調について

- ・消費増税の駆け込みにより、期初の受注残が多かった。
- ・着工の平準化の成果として、第1四半期に販売棟数が大きく上積みされた。
- ・分譲事業において仕入・施工・販売の回転率が向上した。
- ・段階的に行ってきた商品の価格改定効果がでた（単価の上昇、利益率のUP）。

当社の強みについて

- ・当社の場合、緊急事態宣言の発令中においても、総合展示場と異なり、主体的に営業継続可否を判断できたと。

Q4. 商品のラインナップとターゲットを知りたい。

A4. ハイライン、既存ライン、ベーシックラインの3つのラインナップ。当社の中核商品である既存ラインには大安心の家と地域限定商品があり、地域限定商品が増加してきている。購買層は30代後半から40代が厚く、CM効果もあり20代後半の若い層からも増えている。

Q5. 新型コロナ感染症拡大の中、営業の仕方は展示場集客なのか。

A5. 展示場集客は変わらないが、電話やiPad等を介しての商談も行っている。

Q6. 前期に比べ受注残は減っているのか？

A6. 前期引渡しが多かったので減っている。

Q7. 受注残と新規の受注は着工する順番の決まりはあるのか？

A7. 特にはない。着工の平準化の関係もあり、月に建てられる件数は決まっているが、お客

様のオーダーにしたがって早く決まった案件から進めていく。

Q8. リフォーム、その他は横這いか？

A8. リフォームについてはプラスを見込んでいる。

Q9. 受注棟数計画、9,732棟の根拠は？

A9. 各店舗からの積み上げの数字。社内で掲げているリアルな目標。

Q10. 不動産事業に関しては前期のタマディアホテル羽田の売却、オフィス区分所有権販売の部分が今期は大きくないということか？

A10. 戸建分譲、マンション事業は伸び、サブリースは横這い。オフィス区分所有権販売はやや減。前期、タマディアホテル羽田の売却収益分を今期は見込んでいない。

Q11. 住宅の受注状況の見通しは？

A11. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、前期をやや下回るくらい。

Q12. 配当方針は？

A12. 株主総会で説明しているのは、会社、社員、株主に三等分していく発想で経営している。

配当性向を数値で示していない。

Q13. 今回の計画に関して、事業別に各々積み上げた中での計画か？

A13. ご指摘のとおり、保守的にみている。

Q14. 営業利益が減益計画になっているのは不動産が大きいのか？

A14. 前期のタマディアホテル羽田の売却益が大きかった。

Q15. 注文住宅事業は、前々期に比べて前期の地域限定商品の受注の割合が低くなっているが何か理由は？

A15. 地域限定商品より低価格な商品を今年の1月から投入しており、こちらに商品構成の割合が流れているという状況。

Q16. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響のなかで、集客状況は前年に近づいてきた？

A16. 展示場の集客減はあるものの、資料請求がそれを補うように増えている。

Q17. 今期の見通しについて教えてください。

A17. 注文住宅事業に関しては、前期の受注減により今期の売上は微減、戸建分譲事業、リフォーム事業に関しては増加。その他の不動産事業において、マンション事業は大幅増、オフィス区分所有権販売事業は、手持ち物件の減少による売上げ減を見込んでいる。

Q18. 配当に関しては、最終利益予想が、前期比で減少するから 10 円下げたということか？

A18. 金額で見ると 10 円下がっているが、配当性向としては上がっている。

(配当性向：前期 40.5%→今期予想 44.2%)

Q19. 受注の見通しとしてはどうですか？

A19. 消費増税による消費者マインドの冷え込み、更に新型コロナウイルス感染症拡大の影響により前期よりも受注は減ると考えている。

Q20. 中計との比較でいうと、当初は受注棟数 13,000 棟を目標にしていたが、この水準は市場環境から見てもハードルが高い？

A20. 業界全体の着工棟数がシュリンクしていく中で当社がどのようにシェアを伸ばしていくかを再考しなければならないと思っている。

以上