

山本 卓也 (ヤマモト タクヤ)

株式会社インテリックス社長



収益構造の改善により 経常利益が前年同期の2.7倍に伸長

◆上場により知名度・信頼性が向上し、物件仕入れ情報が大幅に増加

2007年5月期の中間連結決算は、期初業績予想を大きく上回って達成することができた。連結売上高は174億15百万円（前年同期比1.2倍）、経常利益は8億66百万円（同2.7倍）、中間純利益は4億85百万円（同2.7倍）となっている。主な要因としては、株式上場後1年を経過し、知名度や信頼性が向上したことにより、物件の仕入れ情報が大幅に増加したことが挙げられる。より好条件の物件の仕入れが可能となり、販売時の収益率が大きく改善している。また、賃借人付きの分譲物件であるオーナーチェンジ物件や、長期保有を目的とした収益物件といったアセット物件の取得を継続して推進したことにより、賃貸収入が大幅に増加した。区別売上高では、構成比の大半を占める物件販売が168億99百万円（前年同期比22.7%増）となった。賃貸収入は、前年同期比で3倍弱の増加となっている。セグメント別売上高については、売上の柱である中古マンション再生流通事業において、リノヴェックスマンションの物件販売売上が前年同期比26億83百万円増となった。

連結売上総利益率は、前年同期の12.9%から16.2%に大きく改善している。好条件の物件を仕入れることが可能となり、物件当たりの収益率が11.7%から14.3%にアップしたことに加え、アセット物件の積極的な取得により、賃貸収入による売上総利益も前年同期の2.5倍に増加している。これらが利益の押し上げ要因となり、当中間期の売上総利益は28億13百万円（前年同期比1.5倍）となった。

業容の拡大に向けた人員の増強（約3割増）に伴う人件費の増加（44%増）が主な要因となり、販管費は前年同期比で34.5%増加したが、売上総利益の伸長でこれらを吸収し、営業利益は前年同期の2倍となる11億31百万円、営業利益率は前年同期の4.0%から6.5%に改善している。営業外費用が前年同期比14.1%増にとどまったことにより、経常利益率は前年同期の2.2%から5.0%に改善し、中期的に目標としていた数値に到達することができた。有利子負債残高は、積極的な物件取得により前年同期比78.9%増となったが、有利子負債コストは前年同期比10.9%増にとどまった。以上の結果、1株当たりの中間純利益は前年同期の2.7倍となる8,533.01円となった。

◆中間業績の伸長をかんがみ、中間配当を1株当たり2,000円に増配

連結貸借対照表については、棚卸資産および固定資産の増加に伴い、総資産が300億円（前年同期比77%増）となった。棚卸資産は227億30百万円（同86億2百万円増）、うち、オーナーチェンジ物件の保有高は82億4百万円（同51億82百万円増）である。固定資産には、長期保有を目的とする収益物件が49億9百万円含まれている。負債の部では、物件取得に伴って有利子負債が235億円（同103億円増）となり、負債合計が252億47百万円（同78.8%増）となった。純資産の部については、公募増資により、連結自己資本比率が前期末の14.4%から16.0%に改善している。

リノヴェックスマンションのエリア別販売状況としては、東京都23区外の周辺エリアの比重が大きくなってきている。平均販売価格は24百万円台となったが、これは平均単価が総体的に低いエリアのシェアが高くなったためであり、価格の下落が発生しているわけではない。販売件数は637件（前年同期比28.2%増）と順調に推移している。販売物件の平均築年数は20年程度である。

物件仕入れの状況としては、知名度や信頼性の向上、リノヴェックスマンションのブランド醸成、セカンダリーマンション市場の活況等により、好循環の流れが出来つつある。仕入れ物件情報は前年同期の約1.5倍に膨れ上がっており、仕入れ件数は776件（前年同期比37%増）となった。物件仕入れ率は8.8%から7.9%に低下しているが、これは、好条件の物件を精査しながら仕入れることができる環境になったことを示している。仕入れ環境の変化は、物件当たりの粗利益率の向上につながっており、今後も、この傾向は継続するとみている。

通期の連結業績予想では、当中間期の業績動向と仕入れ状況を加味して上方修正した。修正後の業績予想は、売上高377億15百万円（前期比18.6%増）、経常利益19億78百万円（同83.0%増）、当期純利益11億15

百万円（同91.6%増）である。販売における物件当たりの収益率は、下期も当中間期と同様に改善し、アセット物件の増加に伴って、賃貸収入も当初予想を上回るとみている。以上の結果、1株当たり当期純利益は1万8,900.32円（同82.2%増）の見込みである。

区分別売上高については、物件販売で366億50百万円（前期比17.5%増）を見込んでおり、うち、リノヴェックスマンションの売上は331億円、販売件数は1,326件（同22%増）となる見込みである。賃貸収入は9億50百万円（同123.5%増）を見込んでいる。その他収入（インテリックス住宅販売による不動産仲介売上等）は1億14百万円を見込んでおり、当初予想から減額であるが、これは子会社のインテリックス空間設計において、当初、一般顧客からの内装工事受注による売上を予定していたが、仕入れが旺盛となっている当社物件の内装工事を優先して推進する方針としたためである。

配当については、業績連動型配当政策を導入しており、中期的な目標配当性向を30%として、業績等を勘案しながら適宜配当性向を向上させていく方針である。今期の中間配当および期末配当については、1株当たりそれぞれ1,200円を予定していたが、中間業績の伸長をかんがみ、中間配当を1株当たり2,000円に増配し、期末配当予想についても2,000円に修正する。以上により、年間配当予想は1株当たり4,000円となり、配当性向は前期の12.9%から23.3%に向上する予定である。

◆インフレ対応型のビジネスモデルを積極的に展開

今期の重点方針として、収益面では、インフレ対応事業モデルを展開している。具体的には、オーナーチェンジ物件の取得が挙げられる。築年数の経過したオーナーチェンジ物件を取得することにより、賃借人が入居している間はストックビジネスとして賃料収入が見込め、退出後は当社の強みであるリノヴェックスマンション事業に移行することによって、フロービジネスとして物件販売を行い、キャピタルゲインを得ることができる。当社では、こうした物件や、長期保有を目的とした収益物件を積極的に仕入れており、物件の増加に比例して、賃貸収入も増加している。当中間期のアセット物件（オーナーチェンジ物件および長期保有収益物件）の保有高は合計131億円、賃貸収入による表面利回りは8.4%である。

財務面では、自己資本比率の改善を図った。今後の業容拡大に向けて積極的に物件を取得したことにより、総資産が大幅に拡大し、自己資本比率が低下する傾向にあったが、昨年10月に公募増資（新株式5千株発行、総額11億円）を実施し、2006年8月に12.9%まで低下していた連結自己資本比率が16.0%に改善している。

施工面の強化策としては、取扱物件の増加および内装の高品質化による施工ボリュームの増加に対応するため、設計施工を担当するインテリックス空間設計の人員増強と人材育成を行っている。現在、施工監理スタッフは37名、月間施工件数は平均120件であるが、引き続き増員を図りながら施工能力を高め、今期末には月間施工件数150件の目標を達成していきたいと考えている。営業面の強化策としては、営業エリアの拡大を図っている。2006年9月には、市場の拡大が見込まれる神奈川地区をカバーする湘南藤沢店を開設し、11月には多摩および城西地区の深耕を図るため吉祥寺店を開設した。今後も、営業人員を増強し、地域に密着した営業体制を構築していく。正確な相場情報を入手し、利益管理を徹底させて物件取得を行っていききたい。

◆セカンダリーマンションの流通促進に向けて

首都圏では、毎年8万戸前後の新築マンションが供給される一方、ほとんど建て替えがなされていないため、ストック数が積み上がってきている。セカンダリーマンション市場は確実に拡大することが予想されるが、今後の市場は、現状のままでも売買される物件に加え、新たなカテゴリーとしてリノヴェイト済み物件のみを扱う市場が形成されていくとみている。こうしたカテゴリーが形成されることにより、購入者がその違いを認識し、価値を感じて物件を選択する時代が訪れると考えている。今後も、首都圏における新築マンションは継続して大量供給されることが予想されるが、そうした中、ディベロッパー各社では、従来の一次取得者中心の販売形態から、所有している不動産を売却して購入する二次取得者へのアプローチが必要不可欠になってくる。このような市場環境を背景に、首都圏におけるセカンダリーマーケットの規模は拡大し、活性化するとみている。

セカンダリーマンション市場の流通促進には、買い替えシステムの充実が不可欠である。当社の役割としては、物件下取りシステムにより、買い替えのために物件の売却を希望される方が決済資金を速やかに確保することを実現する。また、買い取った物件をリノヴェイトして新築同様に生まれ変わらせ、再び流通市場に物件を供給していく。今後の方向性としては、ディベロッパー各社との連携を強化し、セカンダリーマーケットへ

のスムーズな物件の供給体制を構築していきたい。また、当社が業界初で導入したアフターサービス保証制度を業界内に普及させることにより、新たなカテゴリーとなるリノヴェイトマンション市場を確立させていく。このような動きを業界全体で推進することは、消費者のリノヴェイト物件に対する認知度と信頼感を高めると同時に、マンション流通市場が健全に育成され、拡大していく手助けになると考えている。当社としては、セカンダリーマーケットの中でリノヴェックスマンションの価値が明確に評価され、それが価格にも反映されていく環境づくりを行うことにより、ブランド価値および企業価値を高めていきたいと考えている。

(平成19年1月15日・東京)