

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

ハンワホームズ株式会社 証券コード：275A



# INDEX

1

**会社概要**

Company Information

2

**事業内容**

Business content

3

**市場環境**

Market environment

4

**成長戦略**

Growth strategy

5

**リスク情報**

Risk information

1

## 会社概要

Company Information





Mission

「感動に出会う空間」と  
「安らぎ続く暮らし」の提供

Vision

住環境におけるあらゆるニーズに応え、  
人々の暮らしを充実させる企業。

Value

「挑戦」 「実行」 「公益思考」



代表取締役 社長  
鶴 厚志

2008年入社。空間創造事業部の企画営業・設計を担当後、DEPOS事業部立上げを実施。2020年6月代表取締役就任。外構業から屋外空間創造事業へと事業領域を拡大し「設計」「施工」「流通」「情報」を事業ドメインの中心に置いて現在まで事業開発を実施。

## 役員構成

専務取締役  
鶴 結介

常務取締役  
空間創造事業 部長  
湯浅 啓正

取締役  
DEPOS事業 部長  
東家 啓介

取締役  
稲川 勝幸

監査等委員  
飯野 房子

監査等委員  
辻 泰崇

監査等委員  
塚本 晃浩

## 組織構成

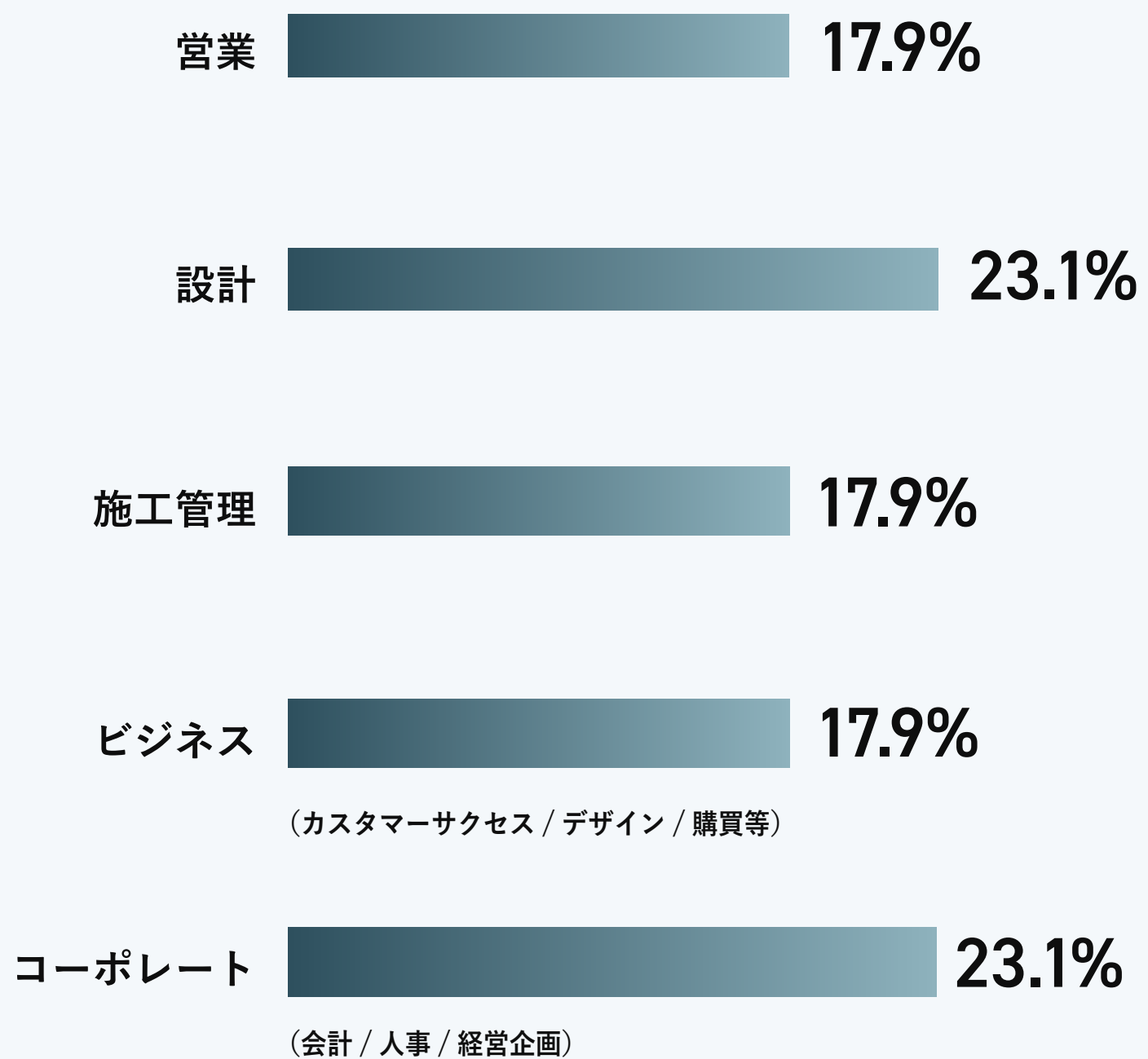
正社員数

39 人

平均年齢

32.7 歳

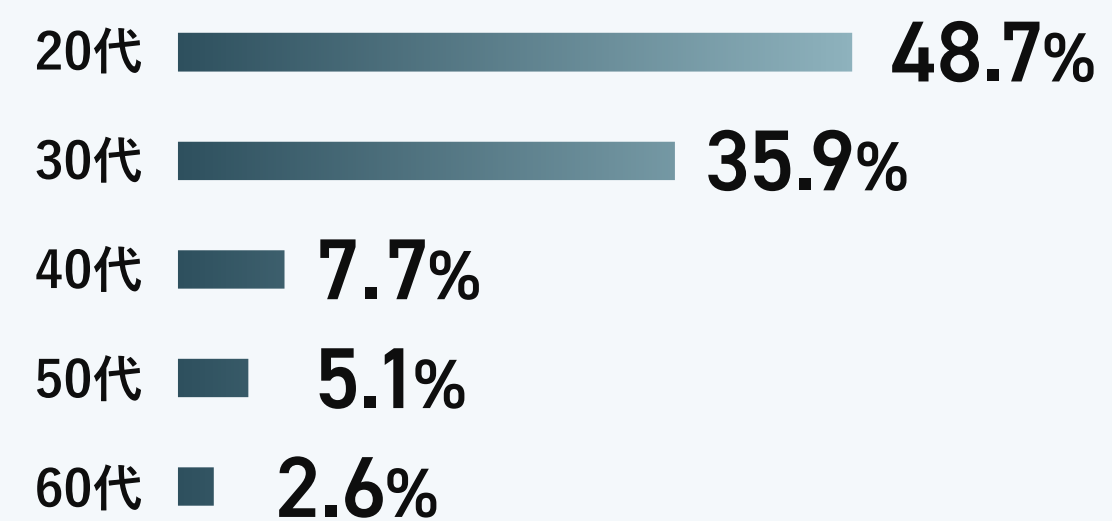
職種比率



男女比



年齢比率



# 沿革





<b>会社名</b>	ハンワホームズ株式会社
<b>所在地</b>	本社：〒590-0524 大阪府泉南市幡代3丁目838-1 大阪支店：〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田1丁目12-12 東京建物梅田ビル14階 東京支店：〒105-0004 東京都港区新橋4丁目27-7 田村町Shinshodoh BLDG 5階
<b>設立年月日</b>	平成6年7月14日
<b>業務内容</b>	建設業（エクステリア・住宅設備関連の販売及び工事） 卸し・小売業（ガーデン雑貨・屋外家具・DIY工具）
<b>資本金</b>	84,275,400円
<b>従業員数</b>	46名（役員含め50名）（2026年2月20日現在）
<b>登録工事業者</b>	106社（2026年2月現在）
<b>主な取引先</b>	アマゾンジャパン合同会社株式会社、株式会社一条工務店、カレイドジャパン株式会社、コストコホールセールジャパン株式会社、積水ハウス株式会社、株式会社タイシステム、フジ住宅株式会社、LINEヤフー株式会社、楽天株式会社、その他（パワービルダー・地元有力工務店等）、官公庁（泉南市、大阪府、大阪市）
<b>取引国</b>	イスラエル・イタリア・オランダ・スペイン・中国・ベトナム他
<b>URL</b>	<a href="https://www.hanwa-ex.com/">https://www.hanwa-ex.com/</a>

2

## 事業内容

Business content



# 屋外空間、そのすべてが事業領域。 境界のない空間創造ビジネス。

当社の事業領域は、「まちの屋外空間全体」。  
一般戸建から公共施設まであらゆる空間を対象とし、  
人々の暮らしを豊かにする価値を創造します。

## 土地造成・インフラ整備

整地・擁壁・排水などの造成工事  
給排水・電気・ガスなどライフラインの配管  
高低差や狭小地、変形地等の基盤づくり

## 一般戸建の外構工事

外構一式工事（門柱・駐車場・フェンスなど）  
設備工事（照明・防犯カメラ・EV充電器など）  
アウトドア空間の演出、利活用提案

## 商業施設の屋外演出・整備

動線・駐車場整備工事（舗装・誘導計画など）  
演出設置工事（照明・植栽・サインなど）  
滞在空間整備工事（屋外家具・ファサード演出など）

## 公共空間の屋外演出・整備

公園・広場整備工事（舗装・ベンチ・植栽など）  
Park-PFIや官民連携、街の魅力向上に資する提案

主なクライアント



一般顧客



デベロッパー・建設会社



地方自治体・官公庁



ハウスメーカー



ホテル・宿泊施設



飲食店・カフェ



スポーツ団体・施設運営者



まちづくり・地域団体

# 住宅・商業・公共空間それぞれの潜在価値を最大化する独自フレーム

私たちは「構想から運営まで」を一貫し、社会性と収益性を両立する空間価値創出を実現します。

## 01 構想・企画設計



空間資源と潜在需要を  
的確に把握し活用

## 02 具現化・施工管理



設計～施工を統合し  
コストと品質を最適化

## 03 演出・体験設計



滞在価値を高め  
差別化された空間を創出

## 04 管理・運営・拡張 (PPP / PFI)



収益性と公共性を両立し  
持続的に価値創出

### Point フレームの核

- ✓ 潜在資源や社会課題を踏まえた企画・構想
- ✓ 設計・施工・演出・運用を一貫して統合管理
- ✓ 機能性・感性・収益性のバランスを同時設計
- ✓ 汎用性の高いスキームで民間・公共問わず柔軟対応

### Benefit クライアントが得られる主な価値

- ✓ ワンストップによりコストと時間のロスを削減
- ✓ 自社ブランド家具で差別化と価値向上
- ✓ 長期運用を見据えた費用対効果の最大化
- ✓ 官民連携プロジェクトによる共創型空間開発が可能

# 空間を創る事業/空間を彩る事業 2つのコア事業によって空間を創造

当社は「空間創造事業」と「DEPOS 事業」の2つの報告セグメントに区分しております。

## 空間創造事業

戸建・商業・公共施設向けの外構設計施工事業  
顧客・プロジェクトに対応する安定的な収益基盤



1. **一般戸建外構工事**  
戸建住宅の土地造成、外構の設計・施工
2. **集合住宅・商業施設の屋外工事**  
集合住宅・商業施設の空間創造事業
3. **公共工事・Park-PFI事業**  
大阪府及び泉南市の公共工事

## DEPOS事業

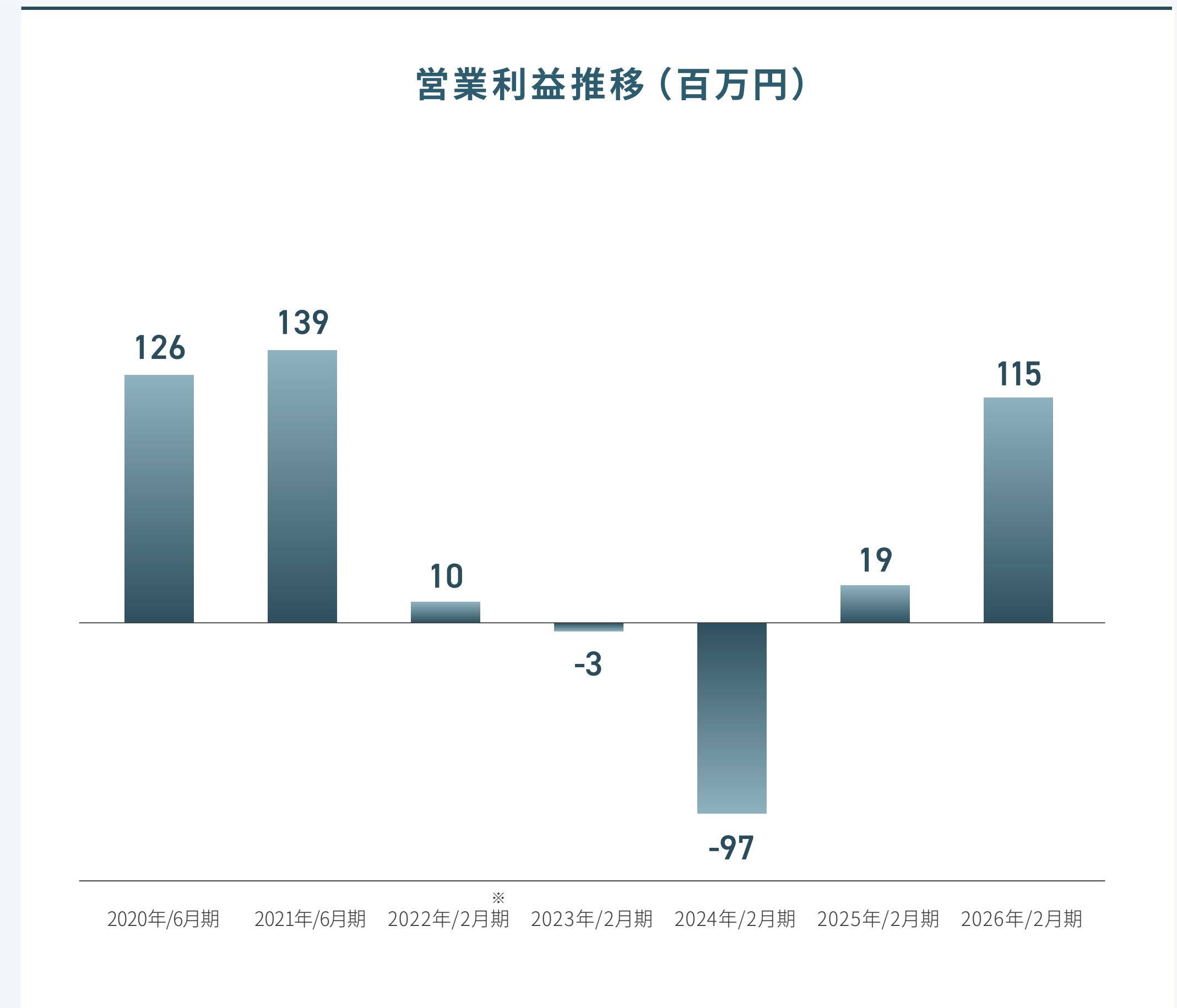
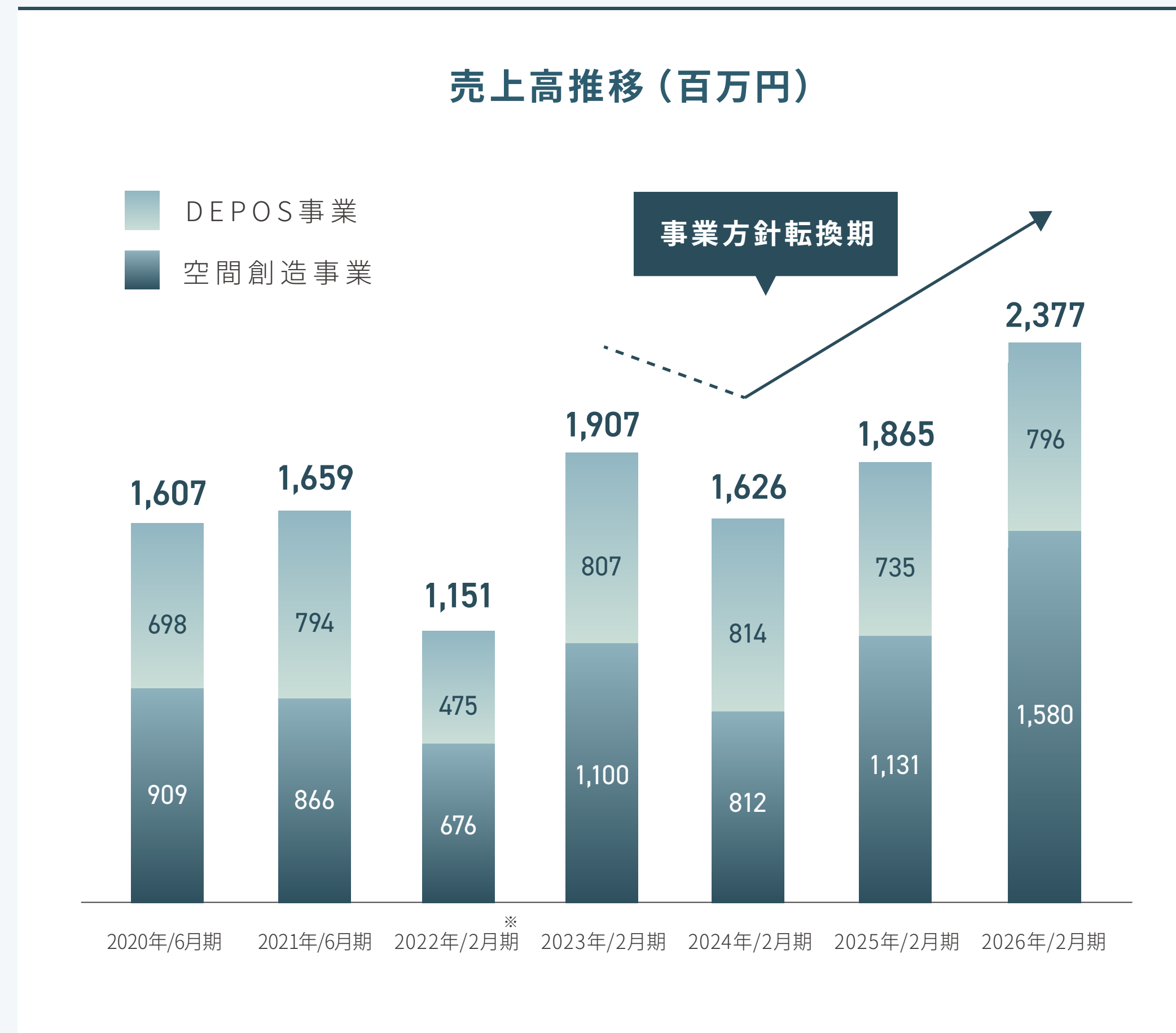
EC販売・法人向け直販の屋外家具ブランド  
プロジェクトへの付加価値提供と直販による新たな収益源



1. **eコマース**  
ECモール内及び自社サイト内での販売
2. **卸売業**  
法人顧客への卸売り、自社展示場による販売

# 業績ハイライト / 事業転換による構造的成長フェーズ

2026年2月期の売上高は2,377,473千円（前年比27.4%増）を記録。2024年2月期は戸建市場の縮小と資材高騰の影響を受け、価格競争力の低下と構造的な転換点にあった。市場の変化に対し、法人施設や大型案件の比重を高め、単価向上と収益性を確保。



<sup>\*</sup> 決算期変更により7ヵ月20日決算

# 空間創造事業 / 事業概要・事業系統図

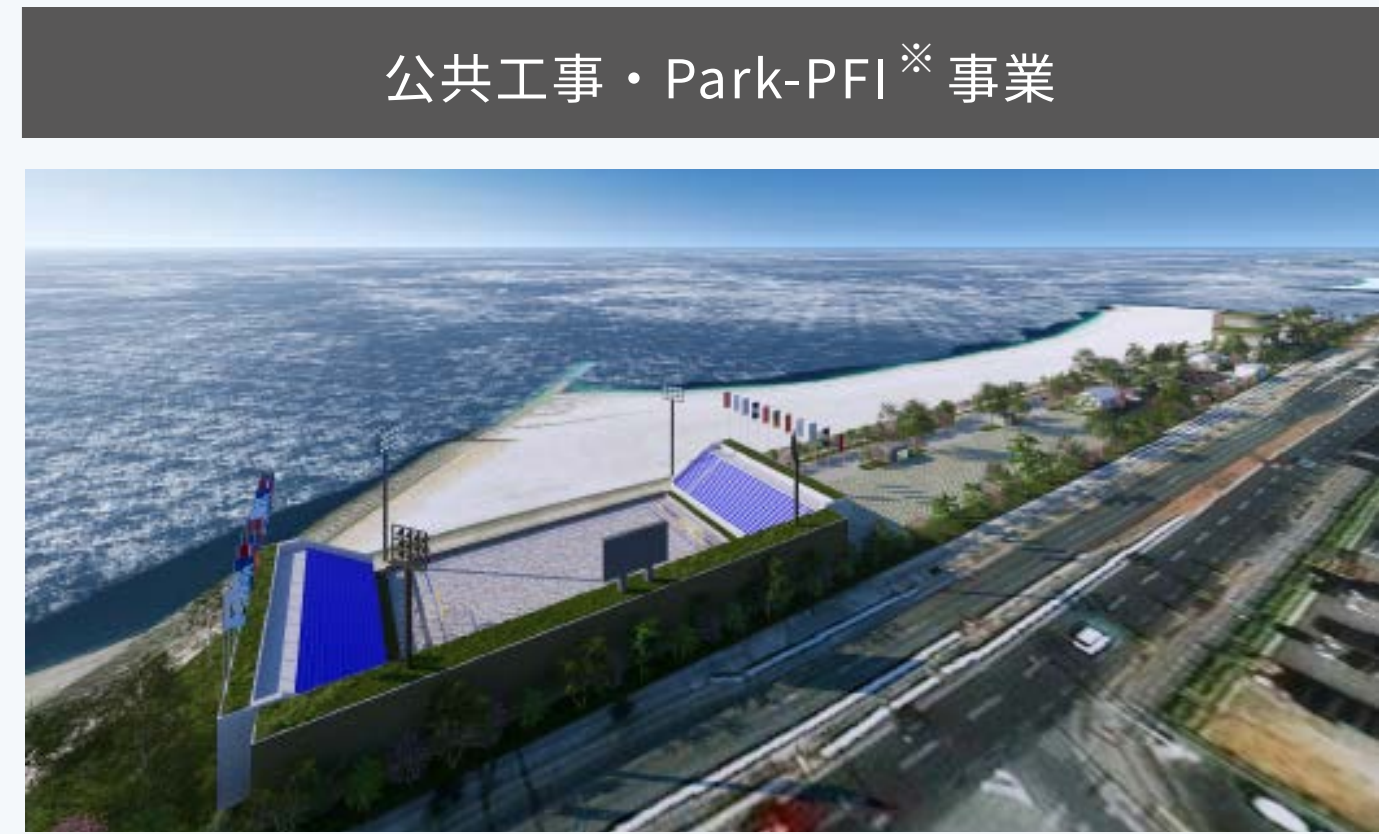
戸建外構、商空間や地域公共スペースの設計・施工サービスを行う事業。



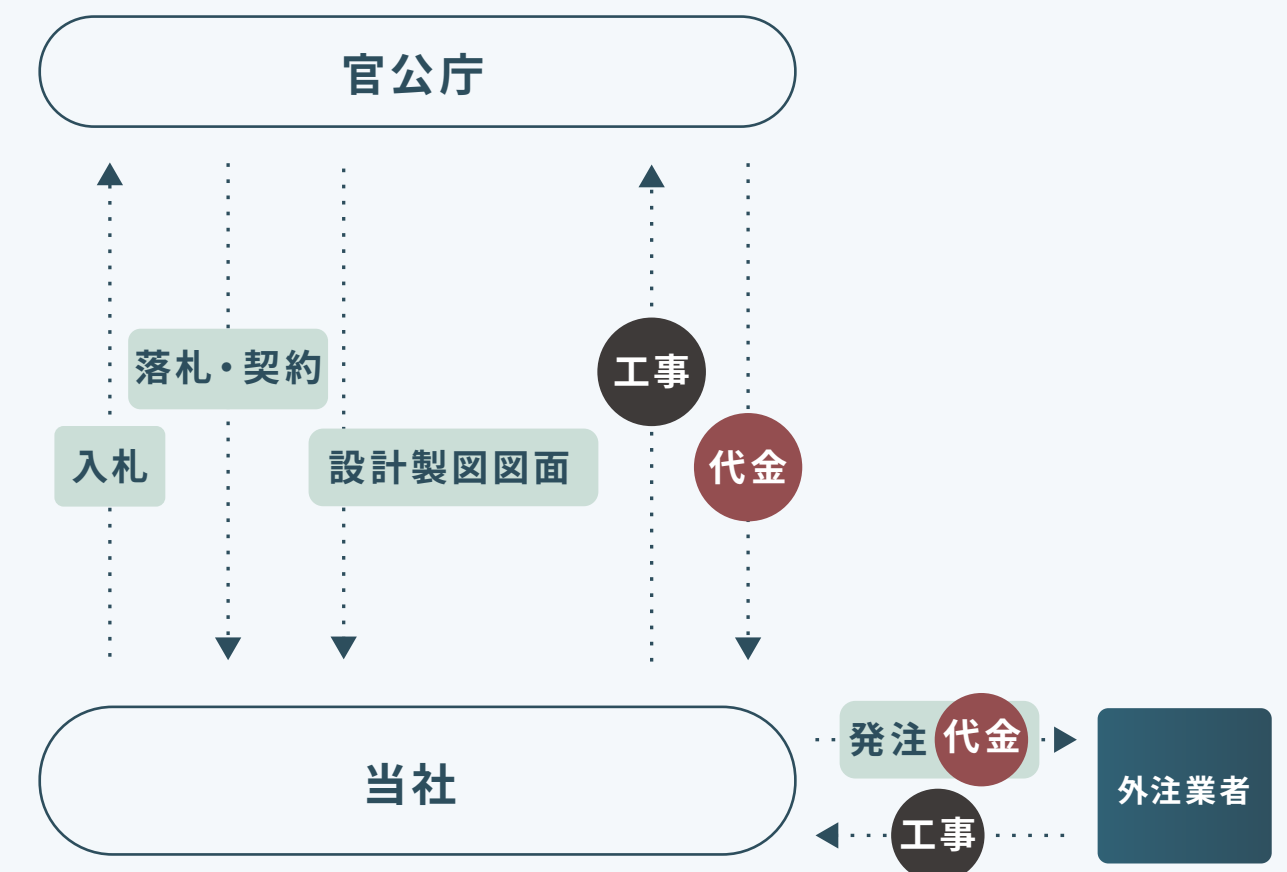
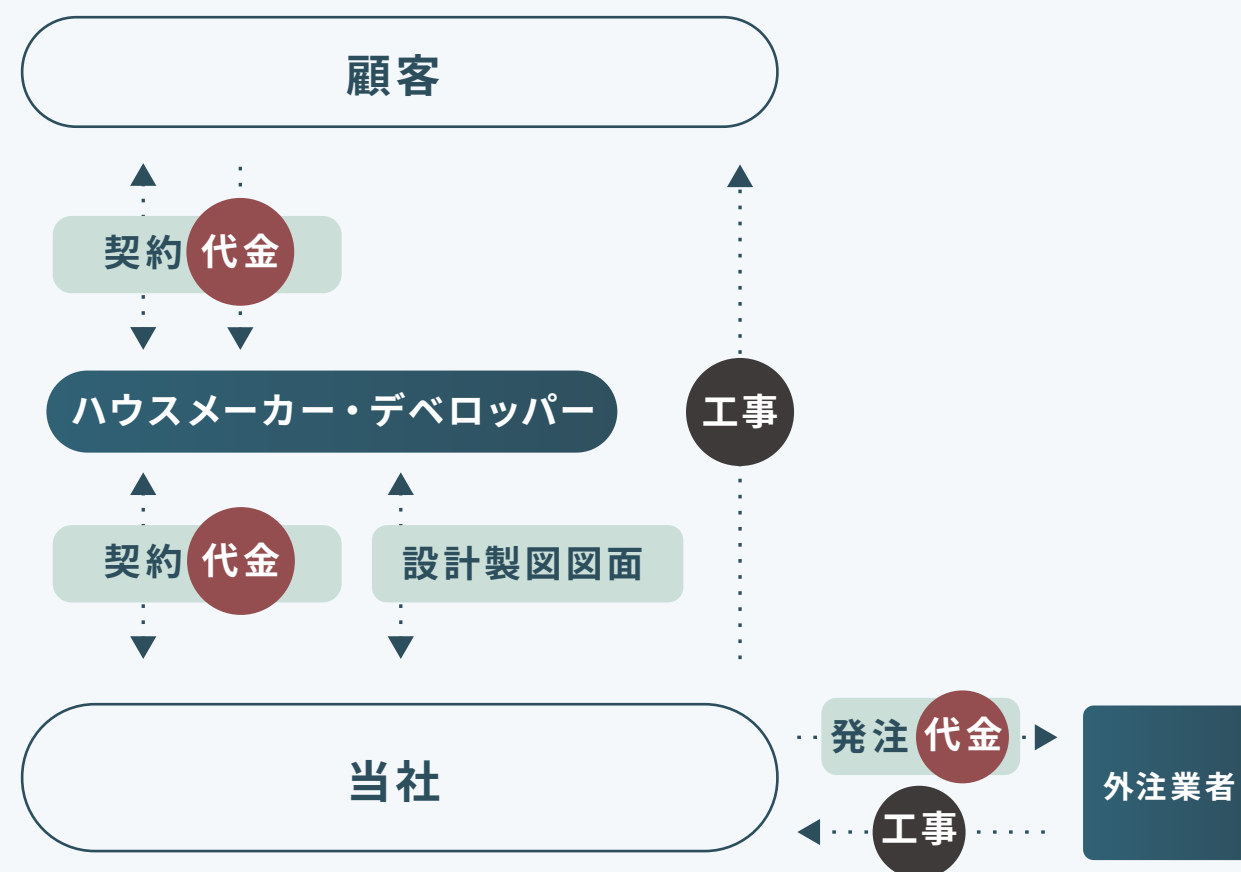
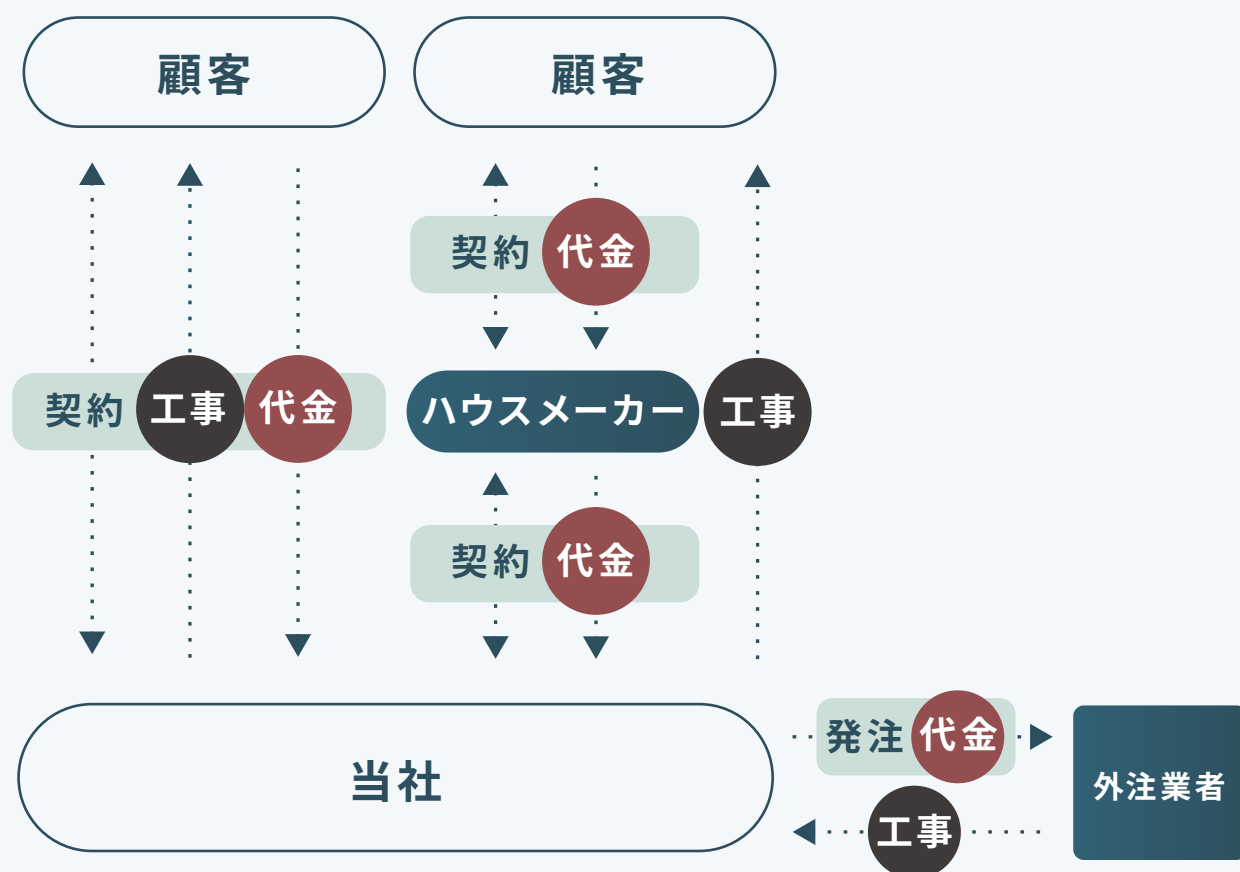
一般戸建外構工事



集合住宅・商業施設の屋外工事



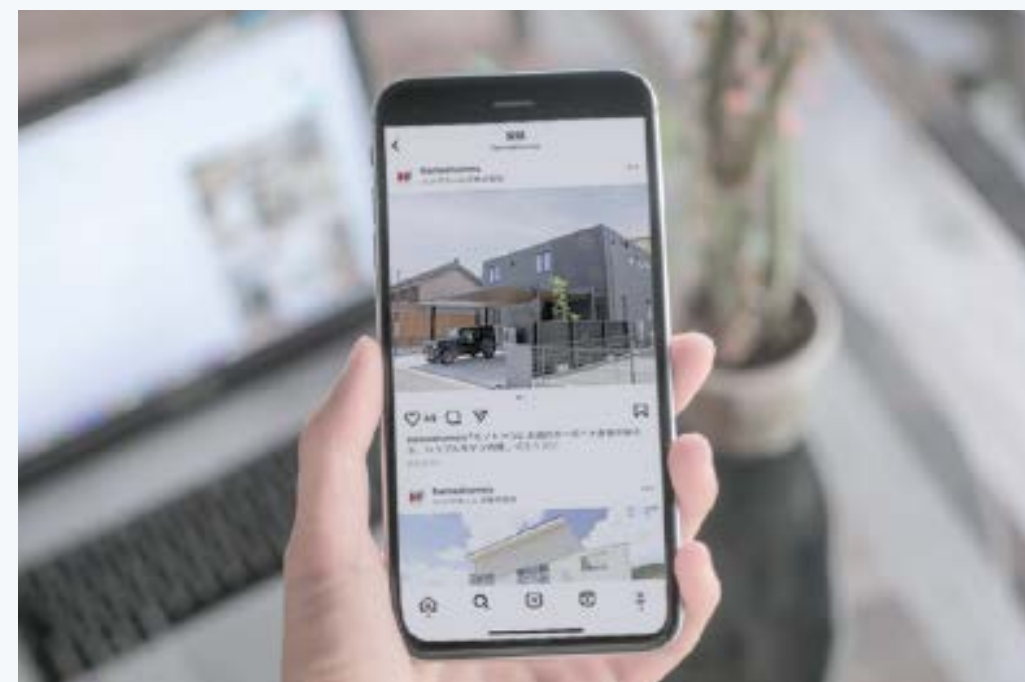
公共工事・Park-PFI<sup>※</sup>事業



※Park-PFI (公募設置管理制度) とは、都市公園法に基づき設置された都市公園において、「公募対象公園施設 (収益施設)」を設置・運営する事業者を民間事業者から公募により選定する制度のこと。

# 空間創造事業 / 施工プロセス・事業の強み

## 01 Acquisition 集客・案件獲得



SNSや展示会などで需要を開拓し、  
公共案件参入で安定確保

## 02 Design 企画・価値設計



顧客視点と専門人材で提案し、  
高付加価値設計を実現

## 03 Build 施工・実装体制



自社施工と品質管理で、  
大規模案件にも柔軟対応

## 04 Aftercare アフター・継続価値化



空間価値を維持・改善し、  
地域との関係を深める

### Point 1

#### 効率的な価値提供

- ✓ 一貫体制で工期・コスト最適化
- ✓ 長期視点の空間設計

### Point 2

#### 専門性と柔軟対応

- ✓ 多様な規模・用途に対応できる専門性
- ✓ 土地/規模/用途に応じた実装能力

### Point 3

#### 関係性を生む空間価値

- ✓ アフター提案で顧客関係を継続
- ✓ 空間創造を起点に事業連携を促進

# 空間創造事業 / 施工実例

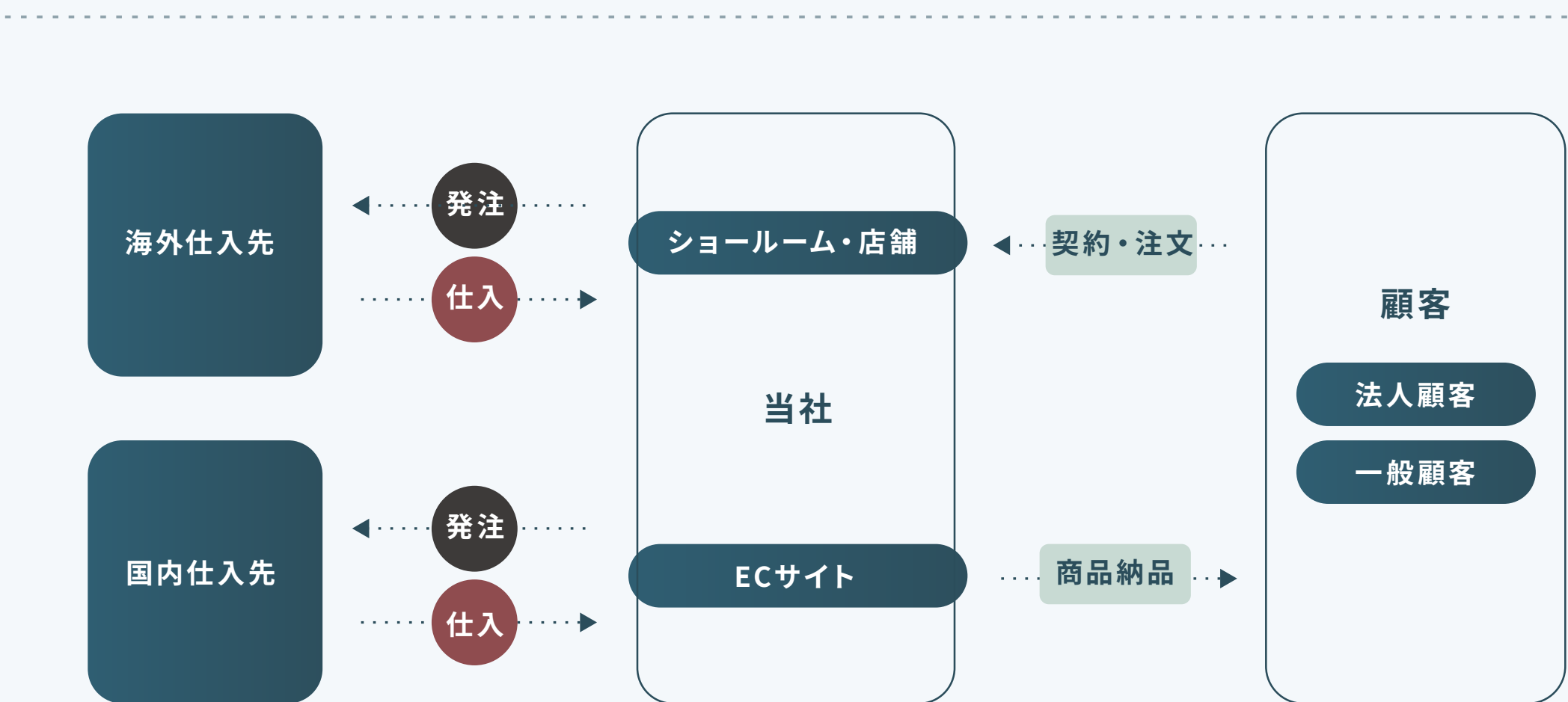
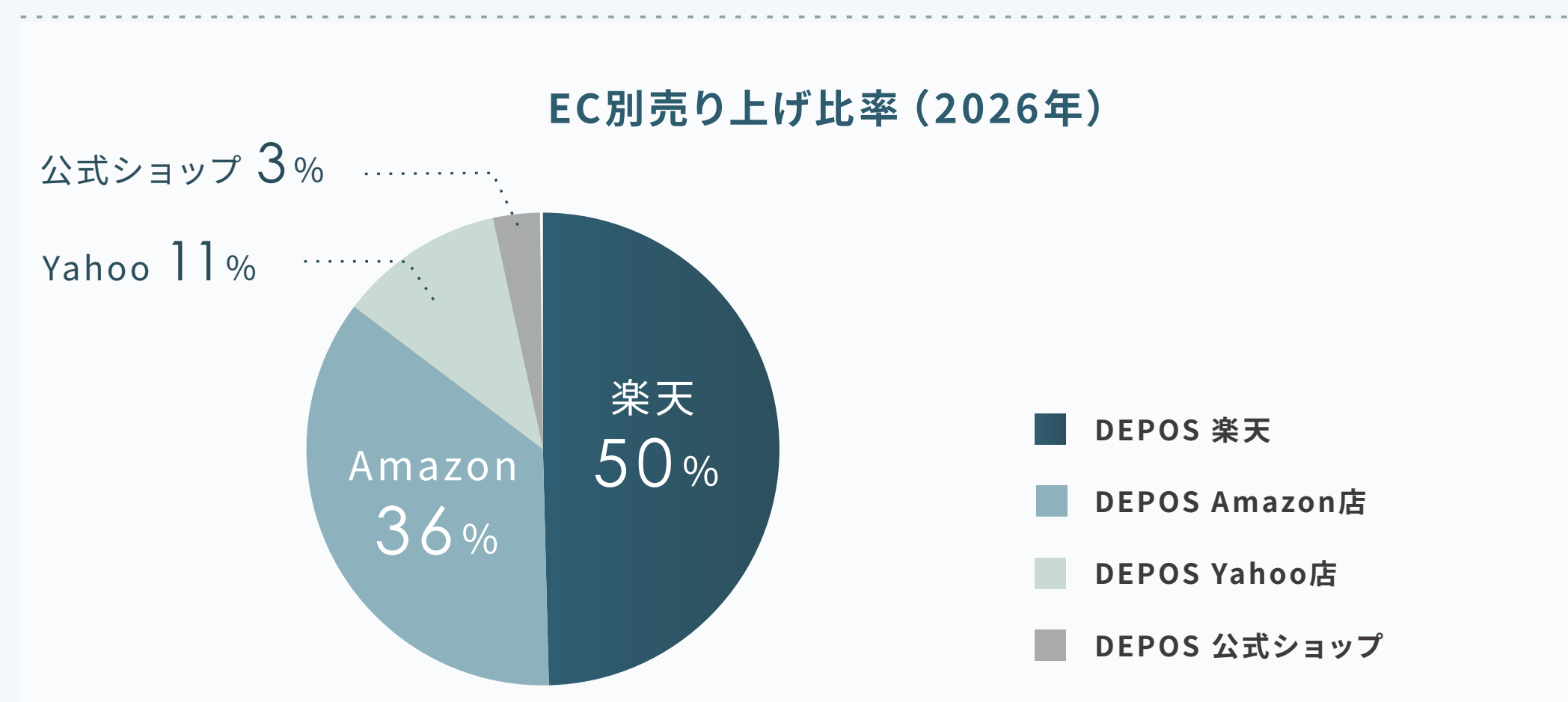
02

事業セグメント②



# DEPOS事業 / 事業概要・事業系統図

ガーデンファニチャーを中心に、海外トレンドを反映した家具や雑貨のEC販売、空間創造事業と連携した家具提案を行う。  
現在大阪にショールームを構え、豊かな空間とライフスタイル提案を行う事業として展開中。



# DEPOS事業 / 販売プロセス・事業の強み

## 01 Planning 企画・商品開発



海外展示会や市場調査により、トレンドを取り入れた製品を開発、選定。

Point 1

### 企画力+価格競争力

- ✓ 海外展示会での選定+日本市場向けローカライズ
- ✓ メーカー直取引で中間マージンを削減

## 02 Procurement & Logistics 仕入・流通整備



海外メーカーと連携し、低コストで安定した仕入・物流体制を構築。

Point 2

### 柔軟な供給体制

- ✓ EC・法人直販・ショールームなど多様に展開
- ✓ 法人・個人を問わず幅広い顧客層に対応

## 03 Sales & Channel Expansion 販売・チャネル展開



EC・自社サイト・ショールームなど多様な販売チャネルを展開。

Point 3

### 循環型の販売モデル

- ✓ 施工案件から家具提案へつなげ、リピート獲得
- ✓ 法人案件からの波及・紹介で新規顧客を獲得

## 04 Customer Success CS・継続価値創出



アフター対応でリピート購入の促進、法人案件や外構工事提案につなぐ。

# DEPOS事業 / 取り扱い商品ジャンル

02

事業セグメント②



屋外家具



収納用品



エクステリア



インテリア



植木鉢



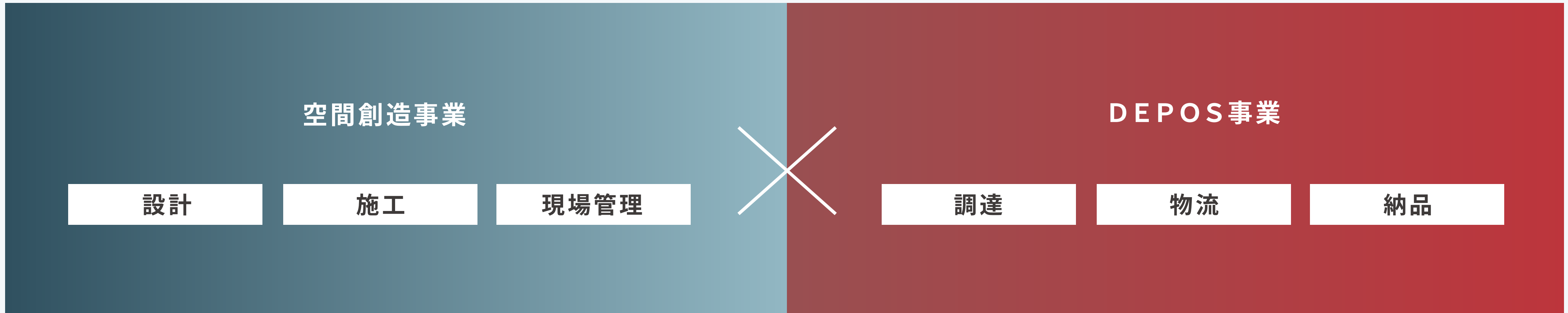
ライト



日よけ

## 2 事業部横断による「法人向け一括請負モデル」

空間創造事業と DEPOS 事業を横断的に連携させることで、設計・施工から家具調達・納品までを一体で対応可能。  
 複数の事業部が持つ知見とネットワークを融合させ、法人・公共案件におけるワンストップの一括請負モデルを実現しています。



01

### 空間を“完成形”で提案

空間デザイン段階から家具選定を組み込み完成度の高い空間を提供。

02

### 安定した物流・供給体制

海外メーカー直取引を軸に、大規模案件にも対応する供給体制を構築。

03

### 関係構築・価値拡張

家具の追加導入や提案を通じ利用価値を高め、長期関係を維持。

04

### 新規需要開拓・相互送客

公共・法人案件でDEPOS認知を拡大、相互送客による需要循環を実現。

# 「法人向け一括請負モデル」が生む全国スケールの展開

空間創造 × DEPOS の連携により、設計・施工・家具納品までを一括対応。商業施設や公共空間など、体験価値の高い大型法人案件の実績が拡大中。全国スケールでの施工実績が蓄積され、空間を通じた接点づくりが次の案件獲得や認知拡大につながっている。



**うみテラス二色の浜**

提供サービス  
設計・施工/家具納品

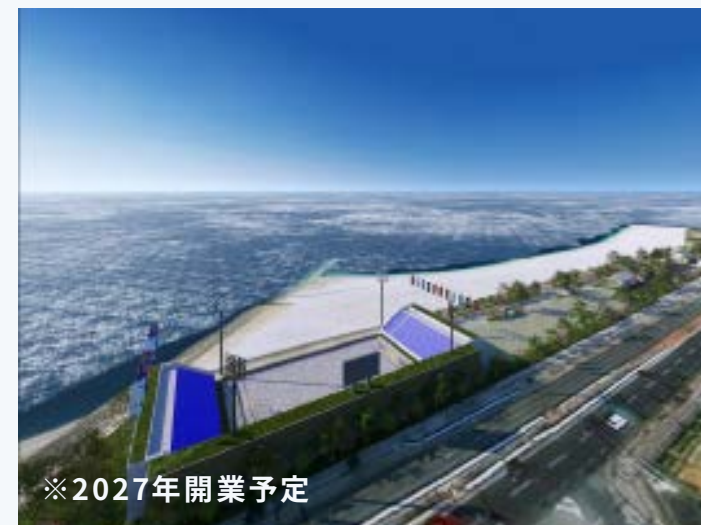
所在地  
大阪府貝塚市



**グリルピア ヨドバシ博多**

提供サービス  
設計・施工/家具納品

所在地  
福岡県福岡市



※2027年開業予定

**中地区りんくう公園  
ブリッジパーク(仮称)**

提供サービス  
設計・施工/家具納品/  
管理運営

所在地  
大阪府泉南郡



**THE BBQ YARD  
GROVE HILLS NARITA**

提供サービス  
設計・施工/家具納品

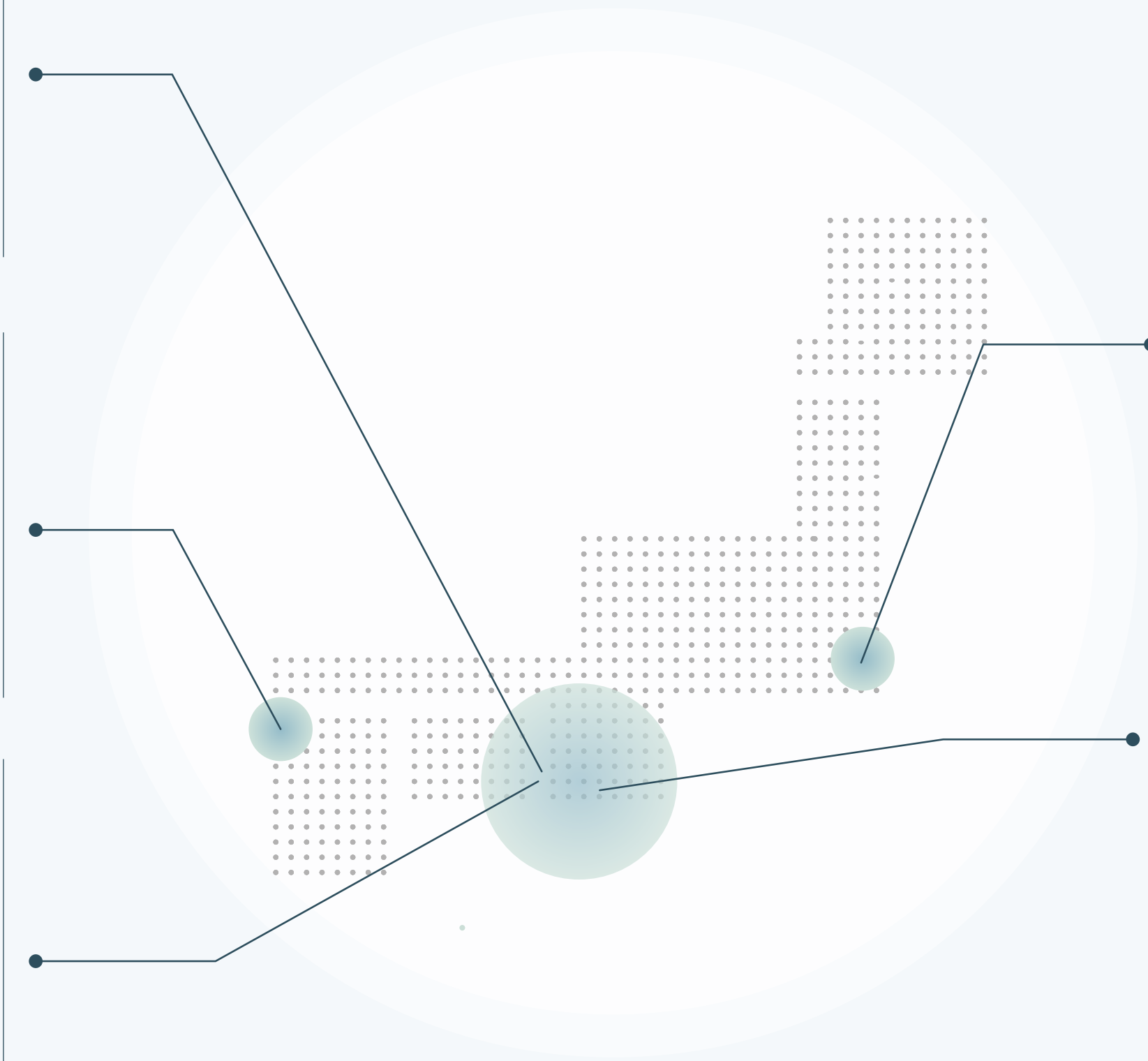
所在地  
千葉県成田市



**Suntide Cafe &  
Bar Shirarahama**

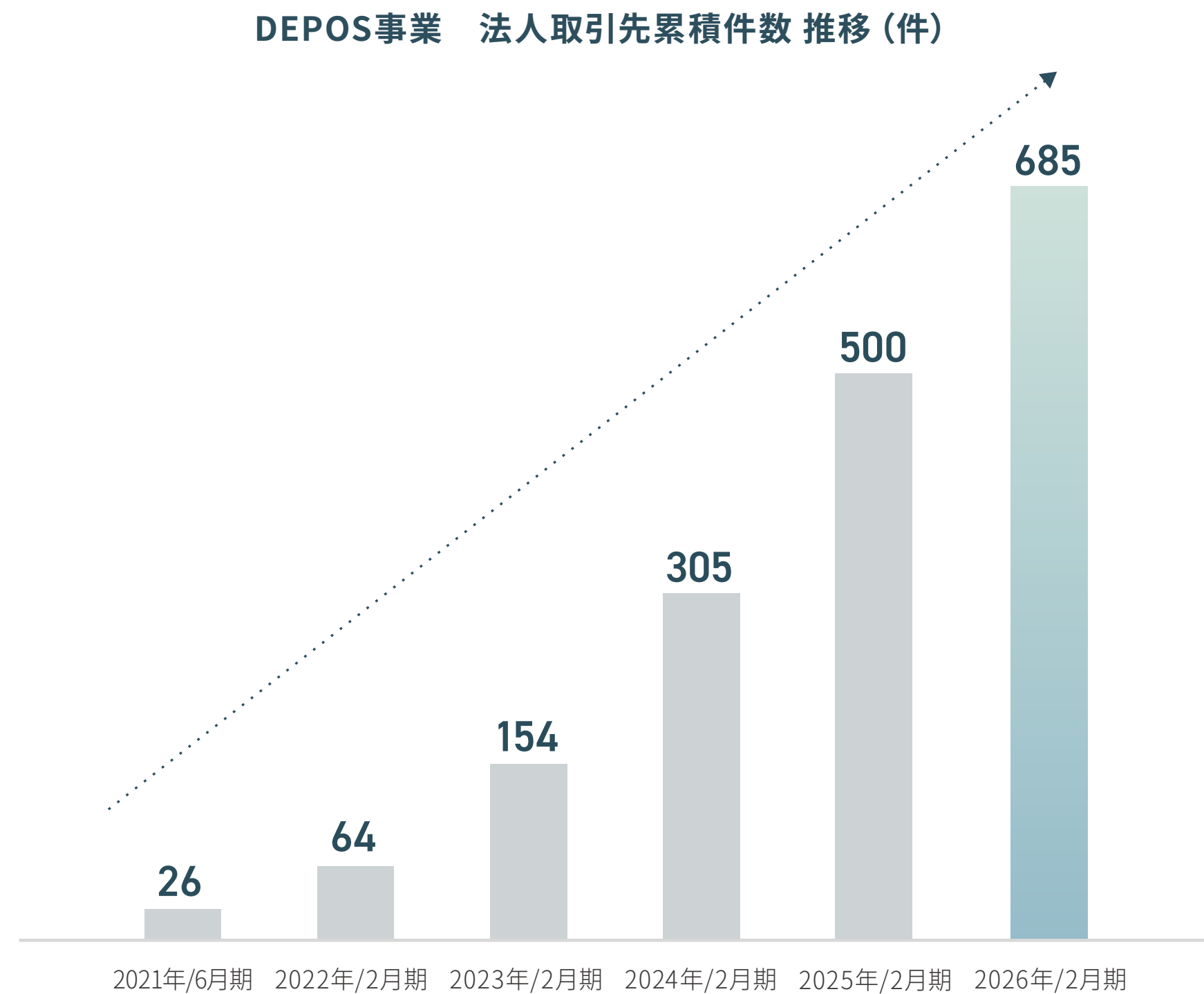
提供サービス  
設計・施工/家具納品

所在地  
和歌山県西牟婁郡



# 法人案件の累積が収益構造を転換へ導く

DEPOS 事業を中心に、法人案件の累積が年々増加。高単価な案件の蓄積により、売上・営業利益ともに着実な改善が進行。累積 KPI が経営数値に反映される好循環が生まれており、今後の拡張も見込まれる。



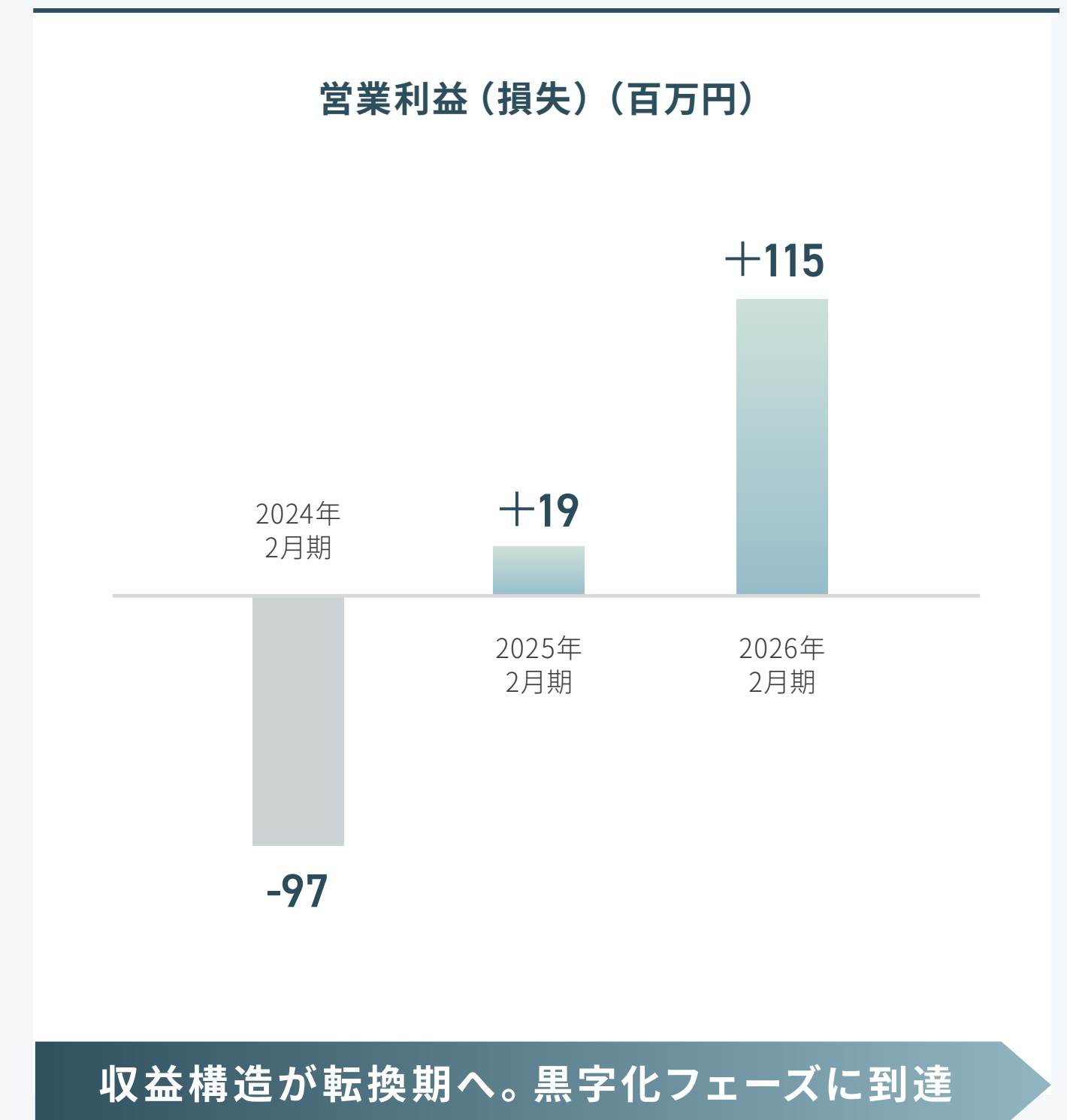
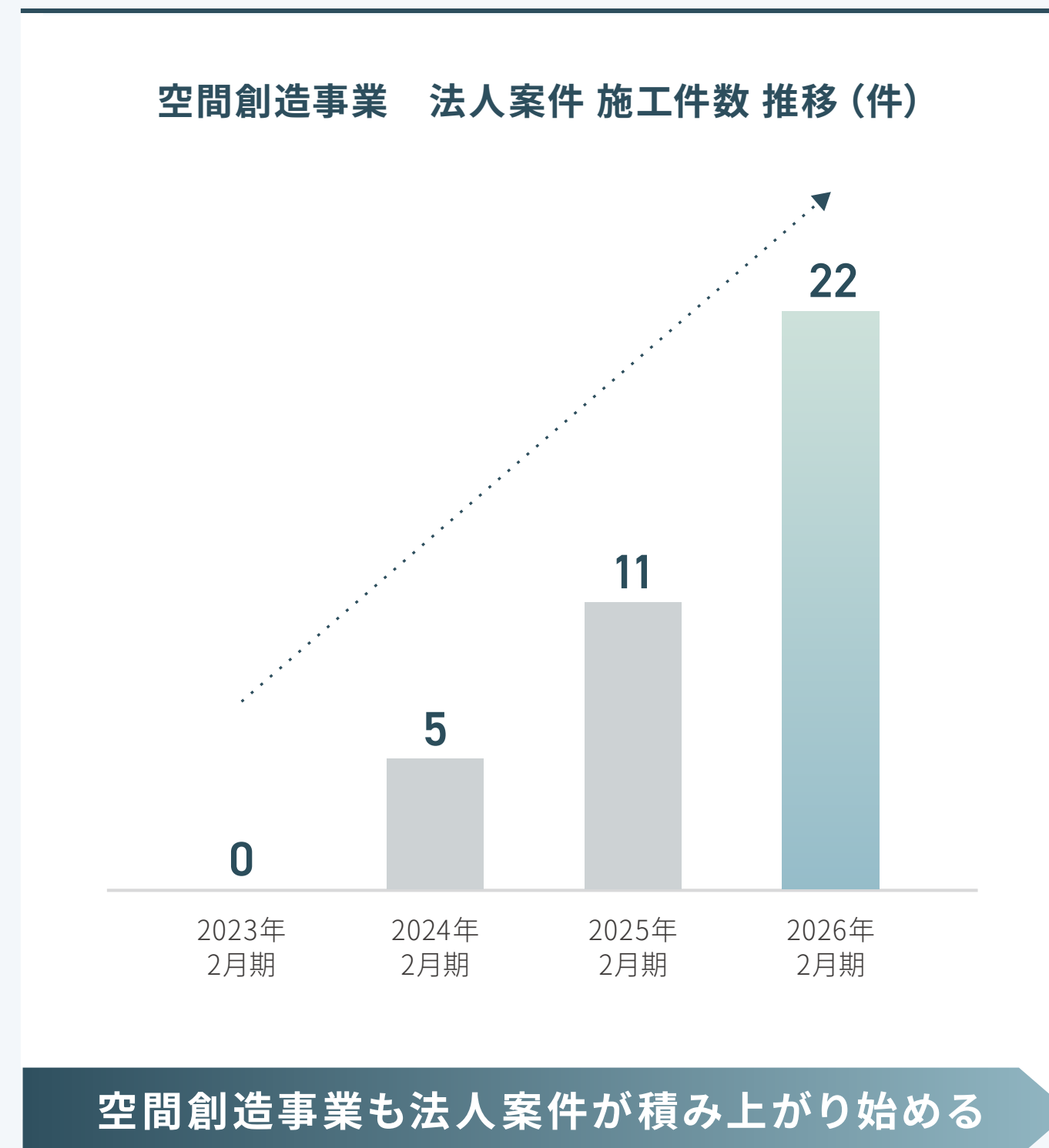
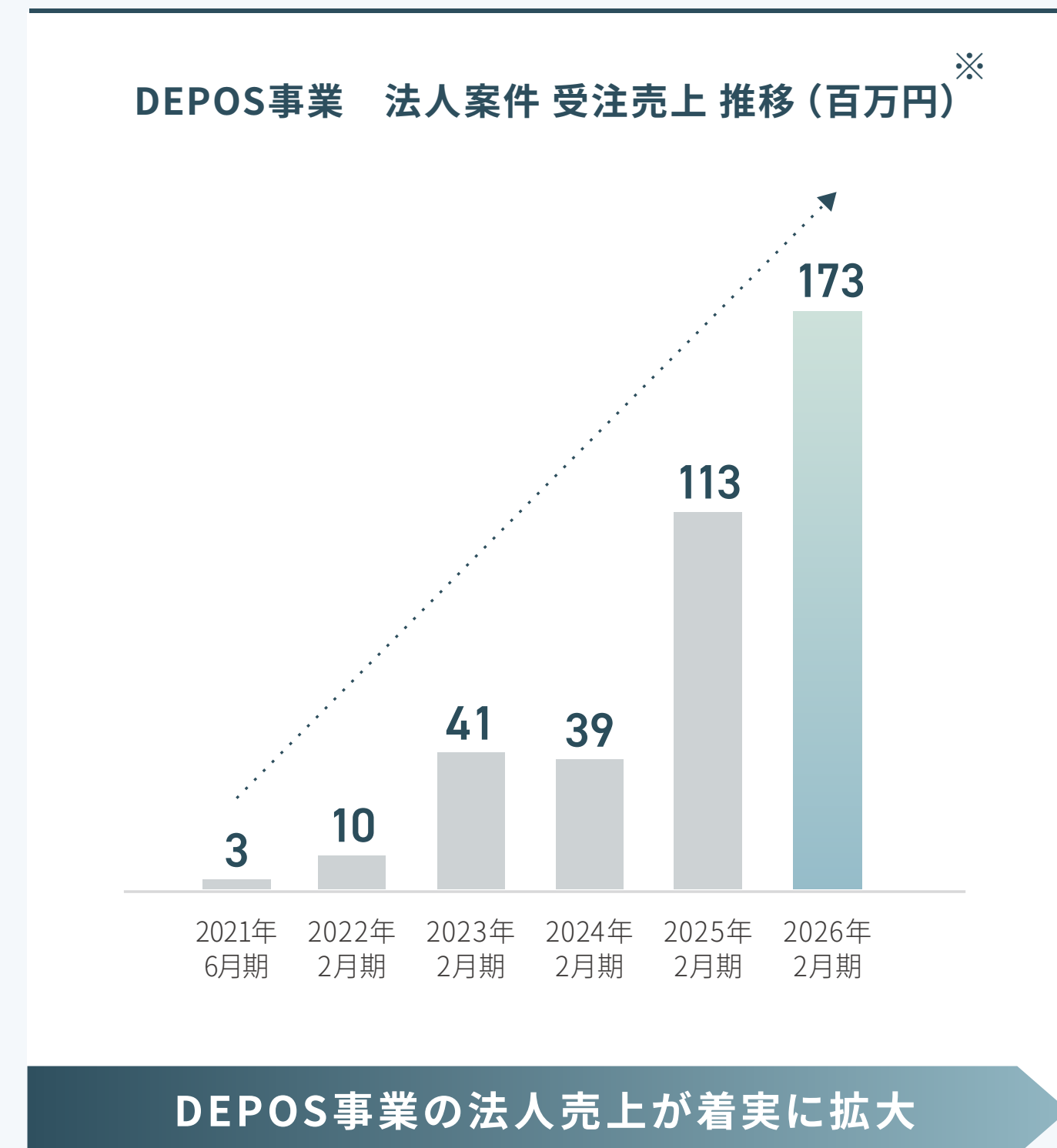
## 高単価案件の蓄積が構造的な利益改善に寄与

- ✓ 受注件数の蓄積が、利益性の高い案件導入のベースに
- ✓ 設計～施工～家具まで一貫対応することで1件単価が向上
- ✓ 収益構造の転換に向けた、持続的KPIとして機能

法人案件の累積が毎年加速し、成長の基盤となるKPIとして確立

# 法人領域の拡大が収益改善を牽引

DEPOS 事業・空間創造事業の双方で法人案件が着実に拡大。蓄積された法人案件の KPI が売上・営業利益の改善へと結びついている。2025 年以降は黒字化を達成し、拡大フェーズへ移行。



KPIの蓄積 → 売上増 → 利益改善という構造的な成長パターンを確立。

※受注日ベースでの売上集計になります。

3

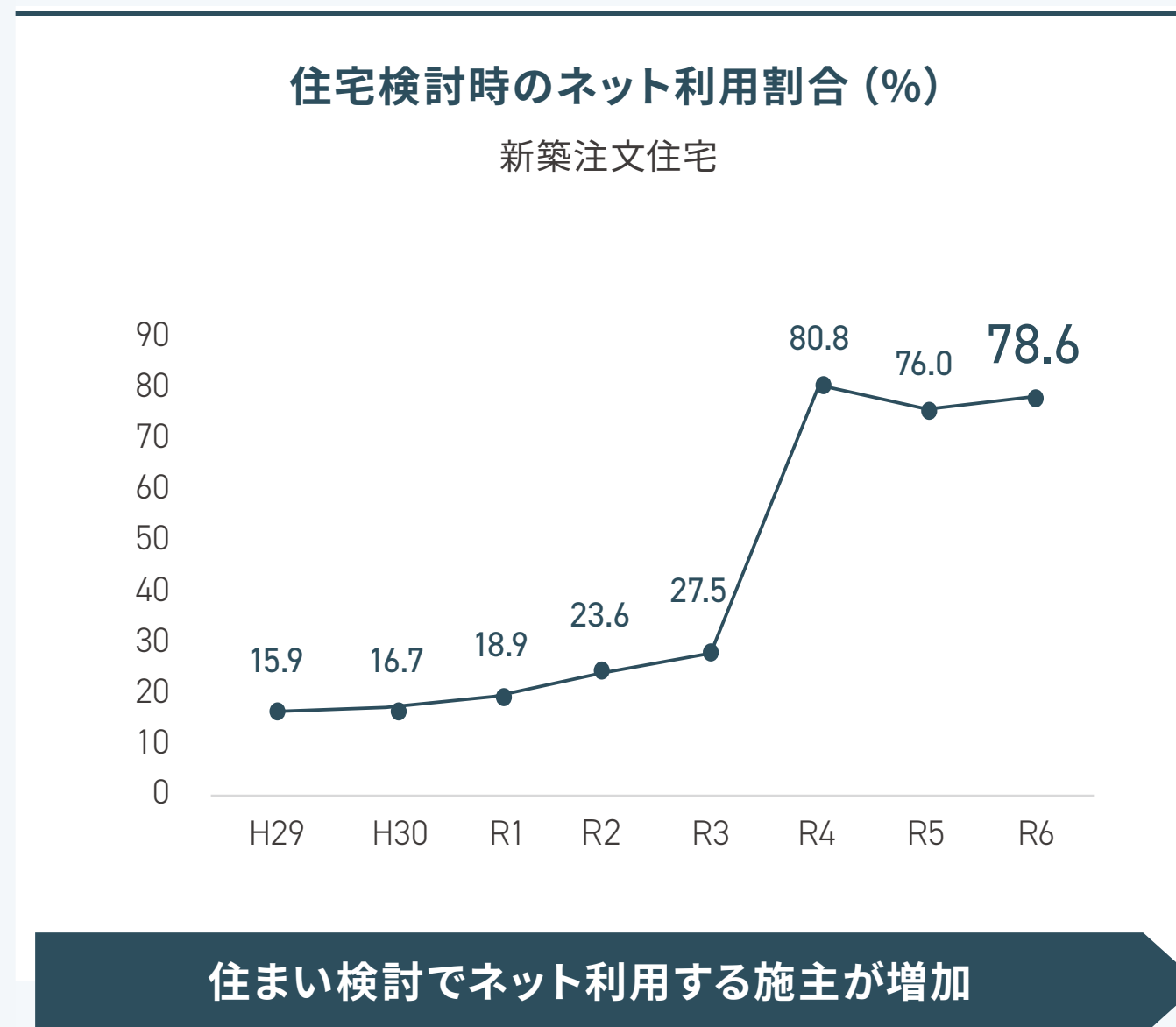
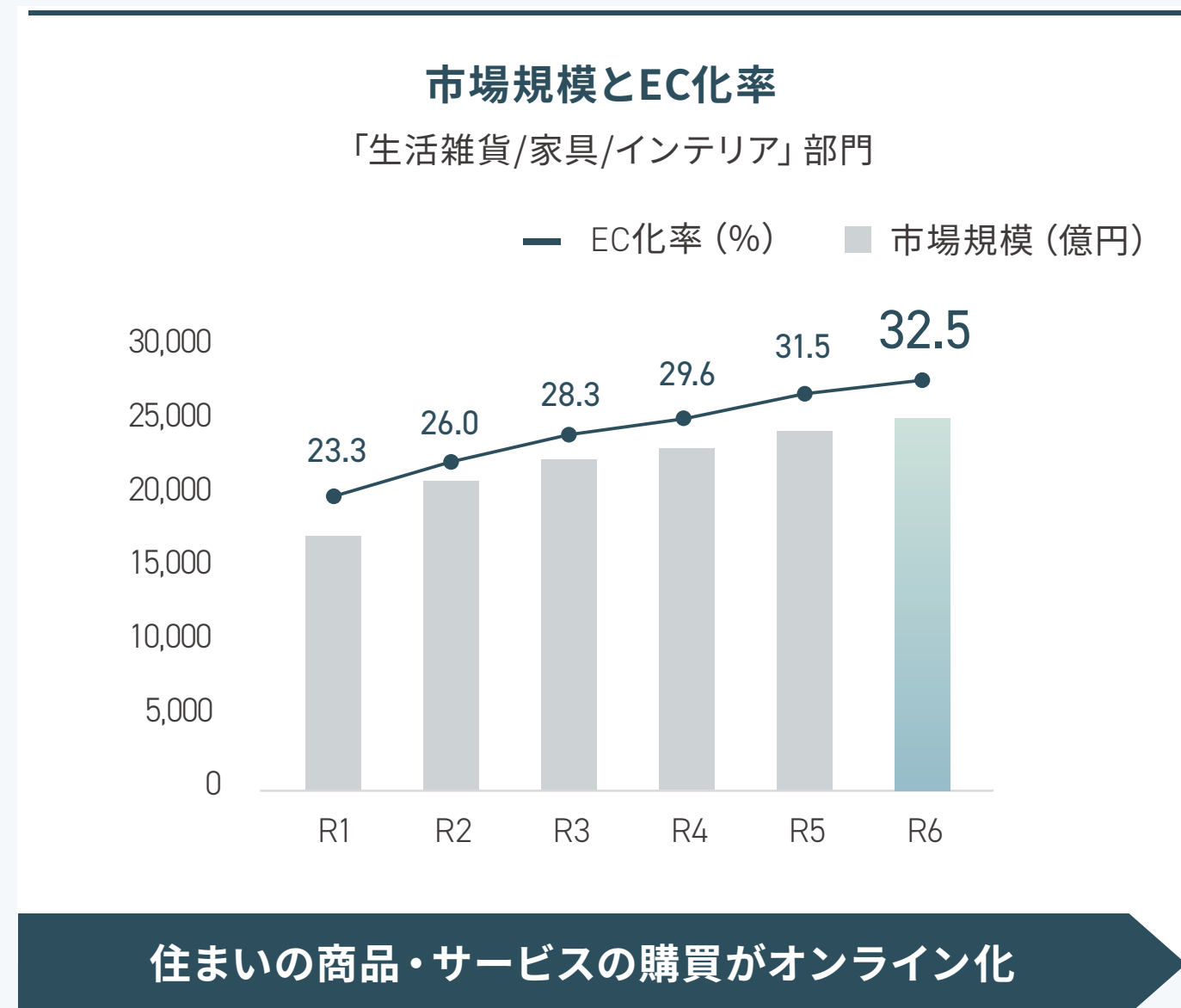
## 市場環境

Market environment

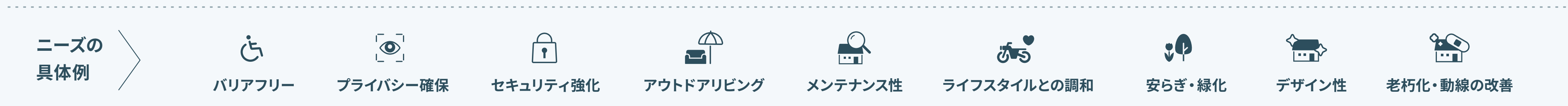


# 施主主導の住まいづくりと外構ニーズが多様化・細分化

これまで住宅会社主導で進んでいた住空間の設計は外構や住居空間の使い方がライフスタイルに応じて多様化し、情報収集や購買もデジタル主体へと移行。こうしたロングテール需要への対応が住宅・外構業界の成長ドライバーとなっている。



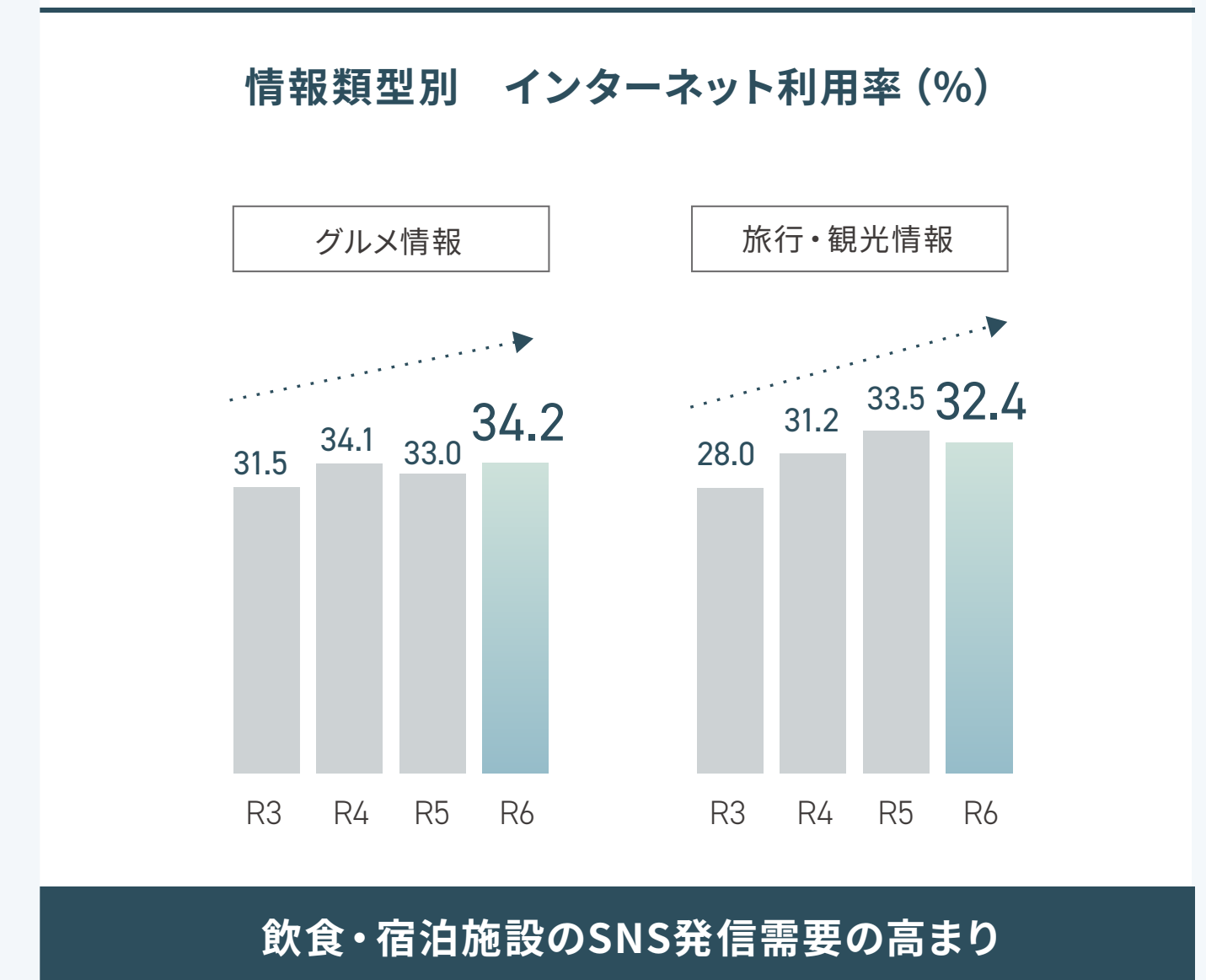
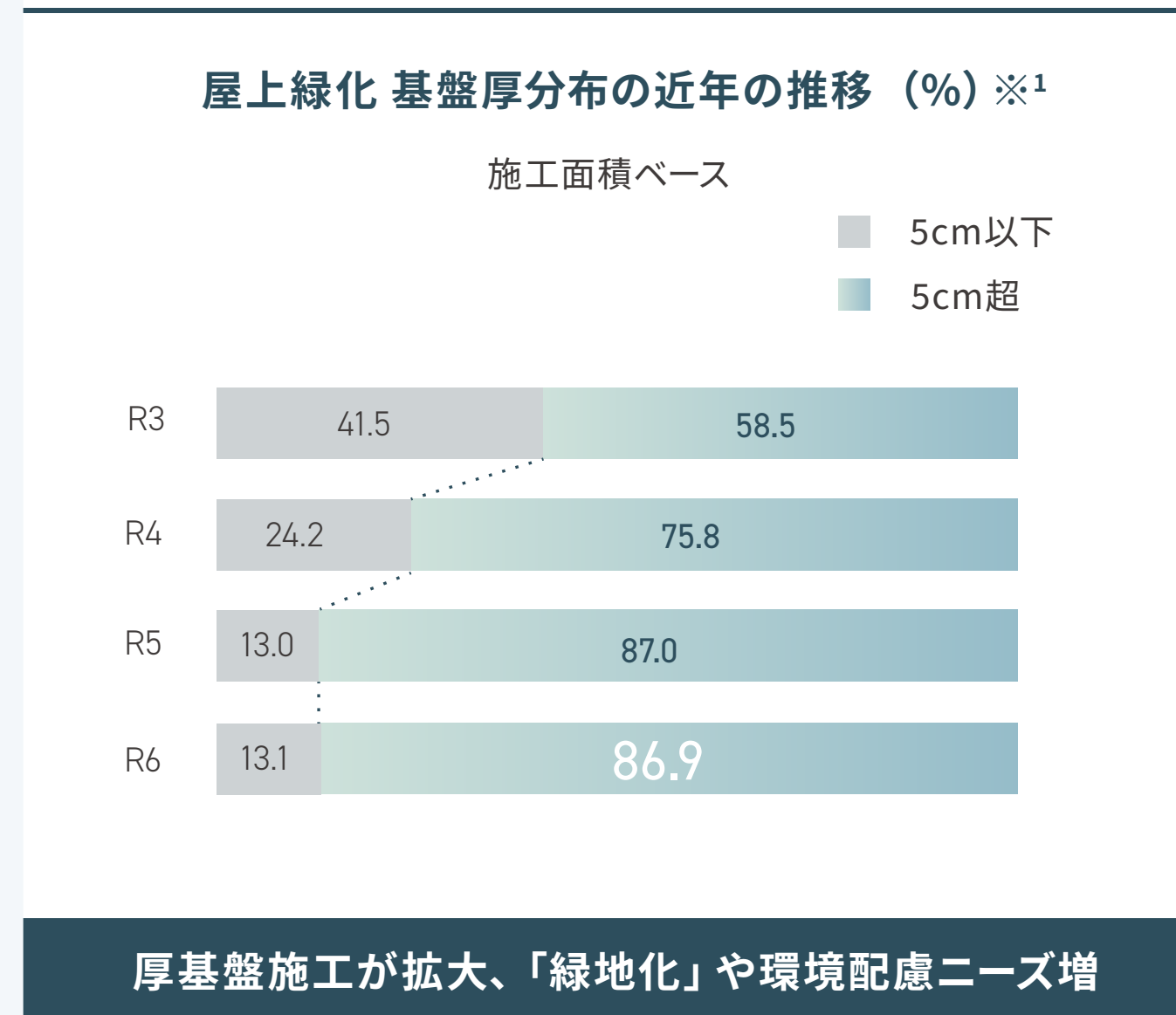
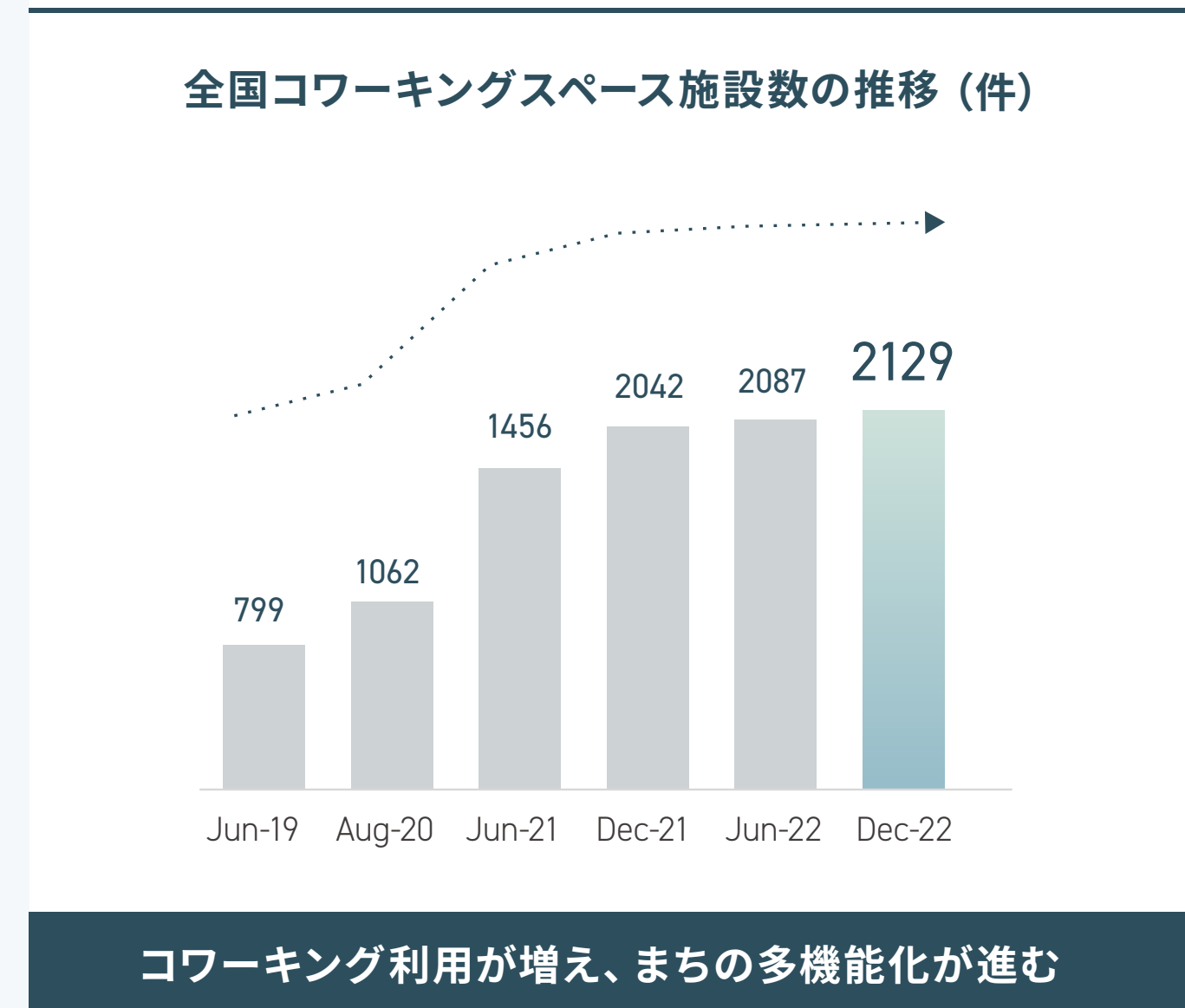
「暮らしの質」意識の変化とSNS普及が、主導権を施主側に移し、市場の細分化を後押し。



※出所：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」/ 国交省「住宅市場動向調査 報告書」

# 住まいにとどまらず、“まち空間”に求められる機能も高度化・多様化

商業施設や公共空間では、集客力・回遊性・ブランド構築を目的に、「機能性」と「演出性」を兼ね備えた屋外空間への投資が拡大中。まち空間にも、生活利便・視覚的魅力・環境配慮など複合的な価値が求められている。



「まちの空間」も“使われ方”や“体験の質”で選ばれる時代へ。屋外整備はインフラからブランディングへ進化。

ニーズの  
具体例



サードプレイス



利便性・歩きやすさ



にぎわい・交流促進



自然との接点



バリアフリー



ユニバーサルデザイン



SDGsやエコへの配慮



回遊性



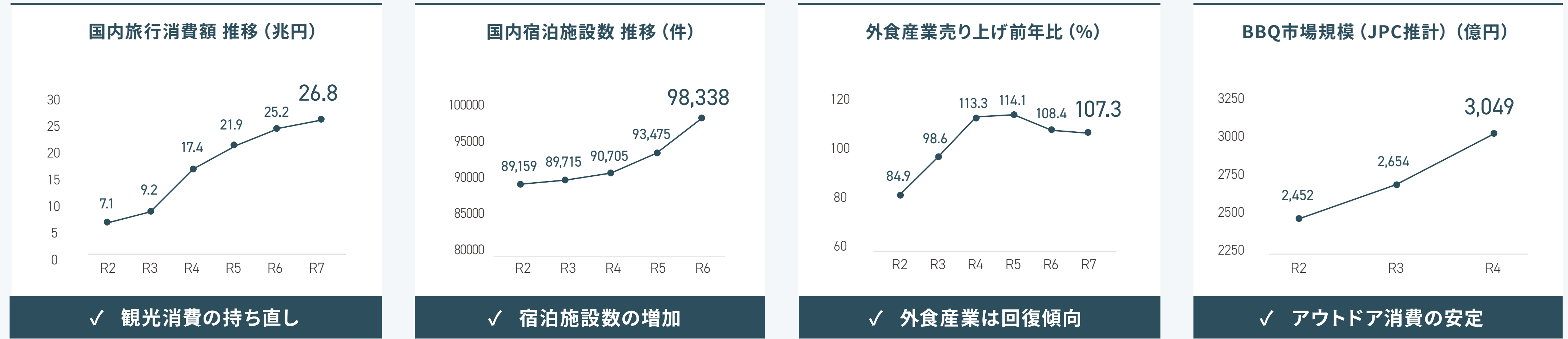
フォトスポット、話題性

※<sup>1</sup> 令和5年、令和6年のデータは暫定値です。

※出所：一般社団法人大都市政策研究機構「日本のコワーキングスペースの拡大」/ 国土交通省「全国屋上・壁面緑化施工実績調査」/ 総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

# 外食・観光の回復局面で進む、施設運営者による空間活用

コロナ禍を経て、外食・観光需要は回復基調にあり、施設運営側は「滞在時間の延長」「非日常体験の提供」「差別化による集客力向上」を目的とした空間活用を進めている。屋外・半屋外スペースは、比較的低コストで導入可能な体験提供手段として注目されている。



## BBQ+宿泊機能の当社事例



## 複合型屋外空間 (例: 宿泊施設 × BBQ施設) の導入が加速

既存のホテルや宿泊施設では、屋上や空きスペースを活用したBBQ施設の導入が拡大。外食・宿泊・観光・アウトドアなど複数の上記需要を取り込み、非日常性や滞在時間の延長によって集客力と収益性を高める手段として注目されている。

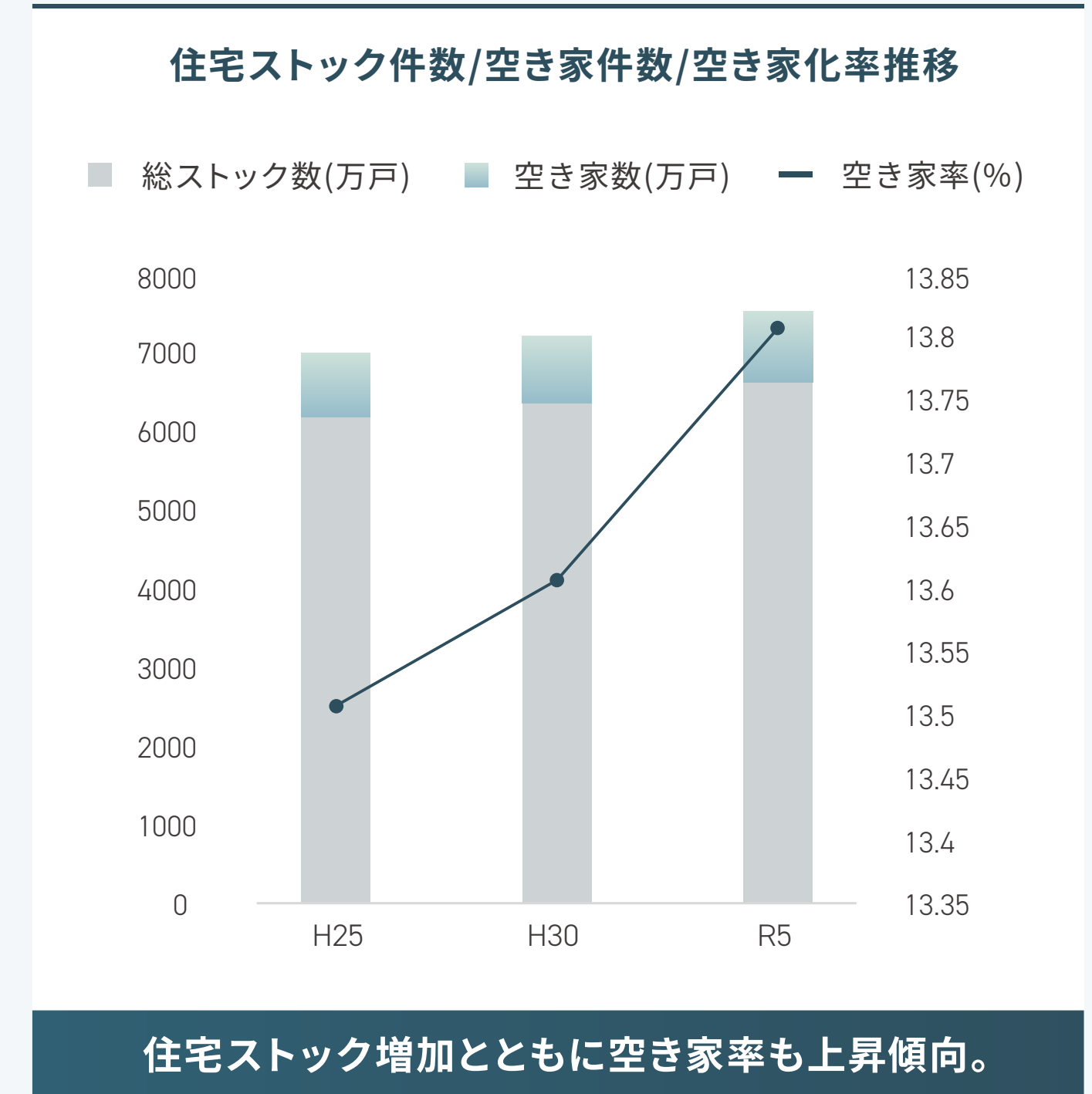
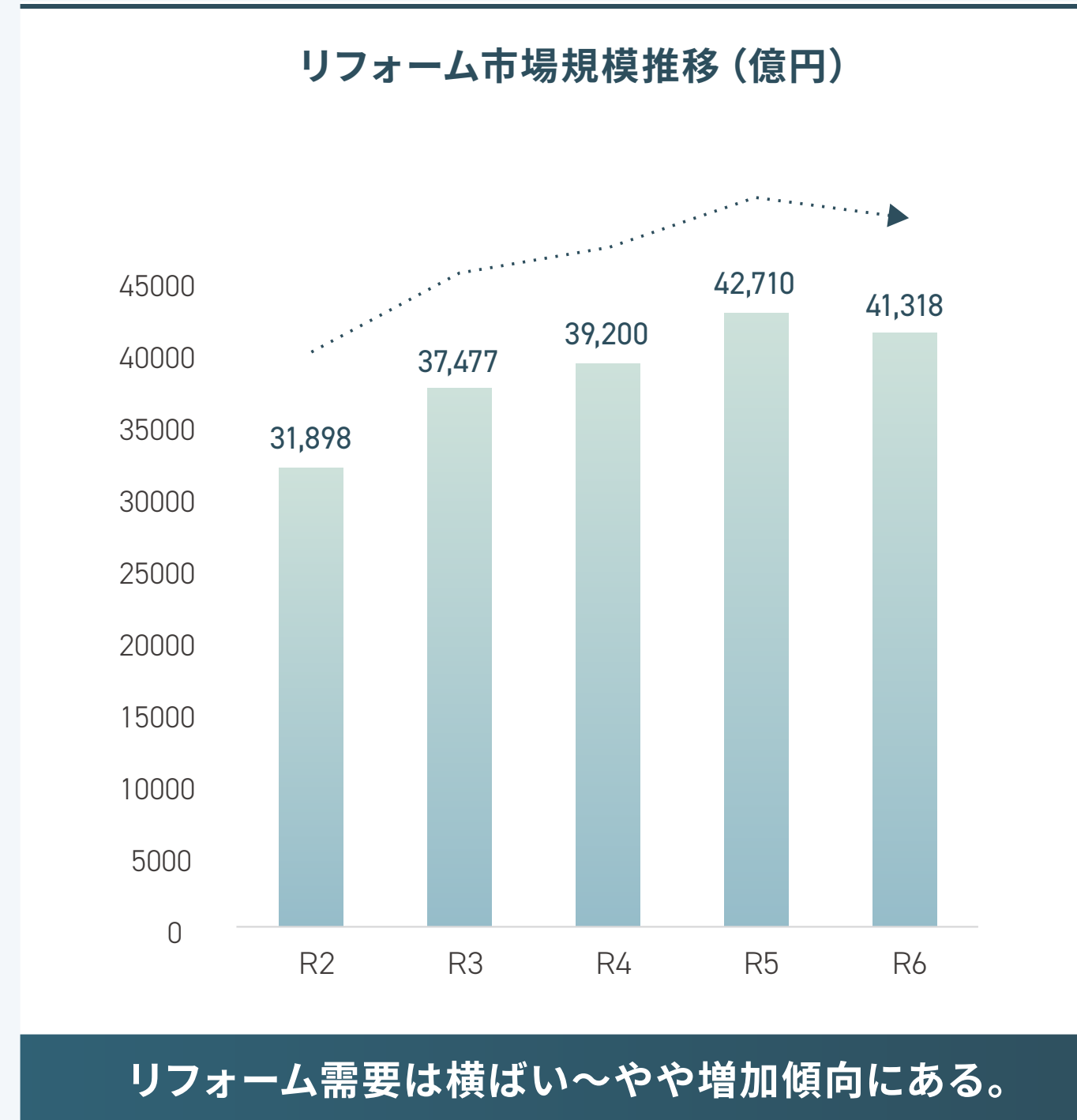
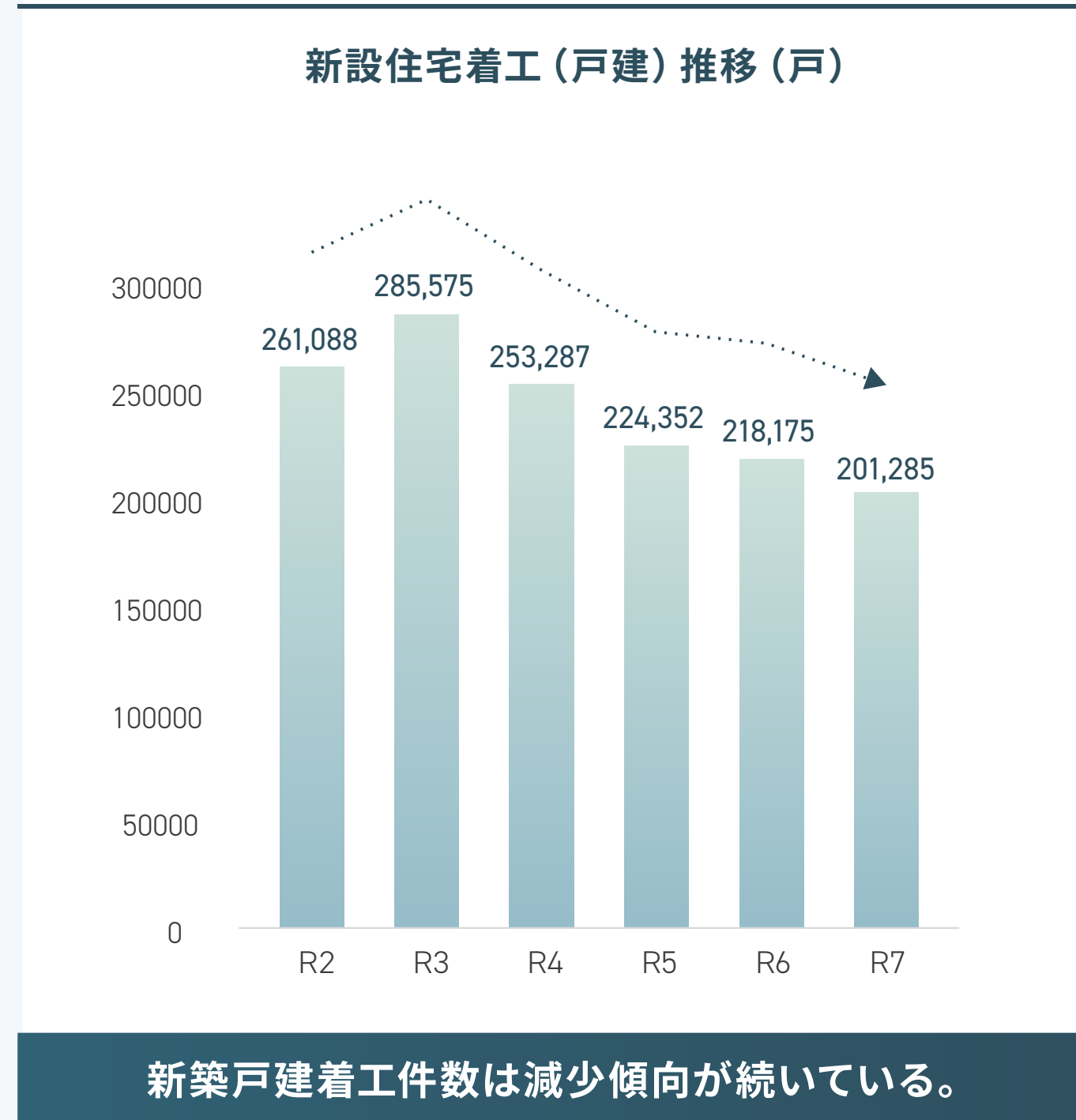
## 施設運営者のメリット

- ✓ **低投資・短工期**  
内装工事に比べ導入への負担が小さい
- ✓ **省人件費運用**  
運営効率が高く人件費が抑えられる
- ✓ **高い体験価値**  
非日常体験で差別化&集客力向上

# 新築減少とストック増加を背景に、既存住宅の改善投資が拡大フェーズへ

新築戸建着工件数は減少傾向にある一方、住宅ストックは年々蓄積。

リフォーム需要や再活用への補助制度が追い風となり、改善余地は長期的に拡大している。



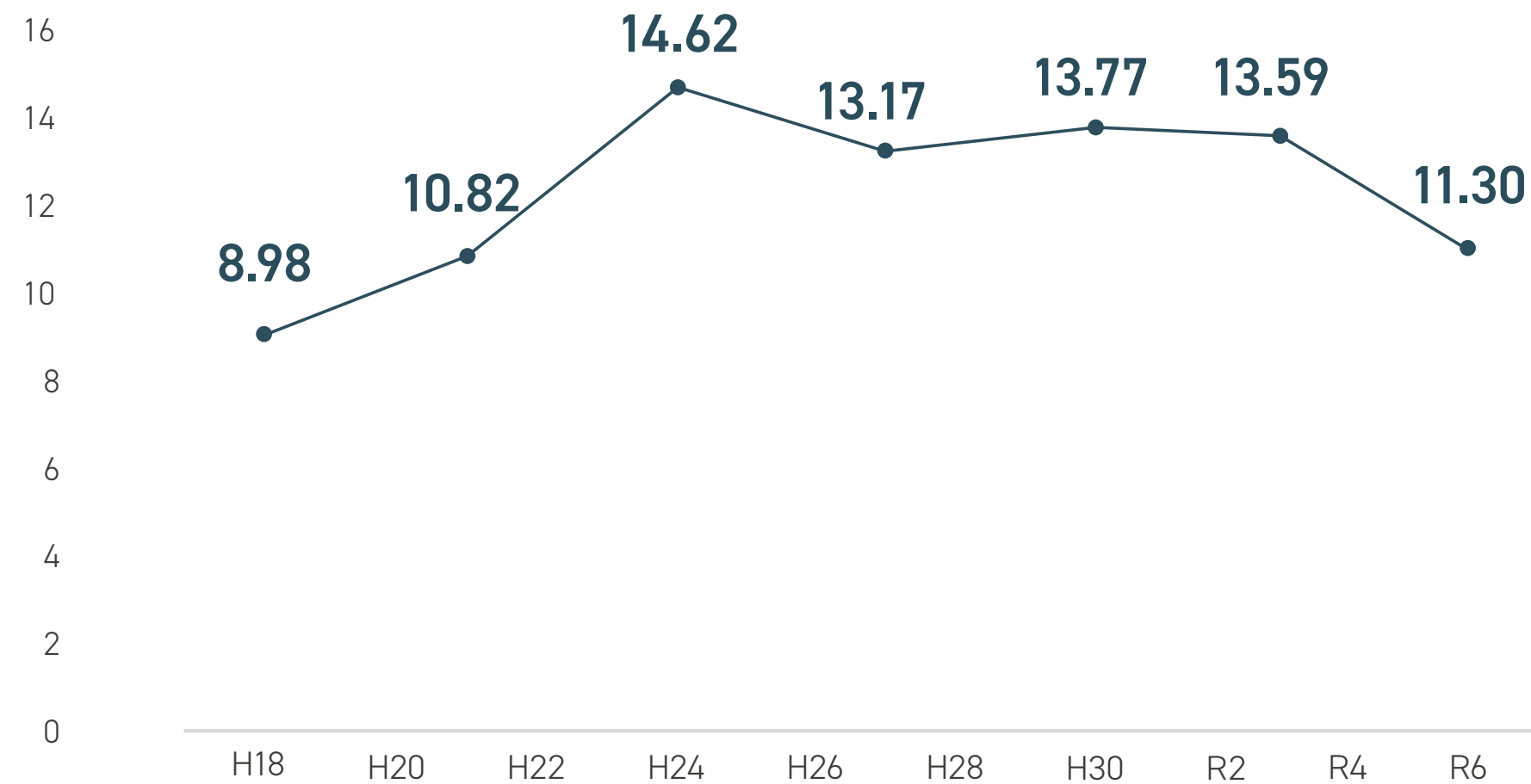
住宅の改修・利活用フェーズへの構造的移行が進み、補助制度の拡充も追い風となって中長期的な再投資トレンドが形成されている。

※出所：国土交通省「建築着工統計調査報告（年計）」/ 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」の年度計 / 総務省「住宅・土地統計調査」

# 未活用スペースの改善は個人から公共へ拡大、制度と官民連携が後押し

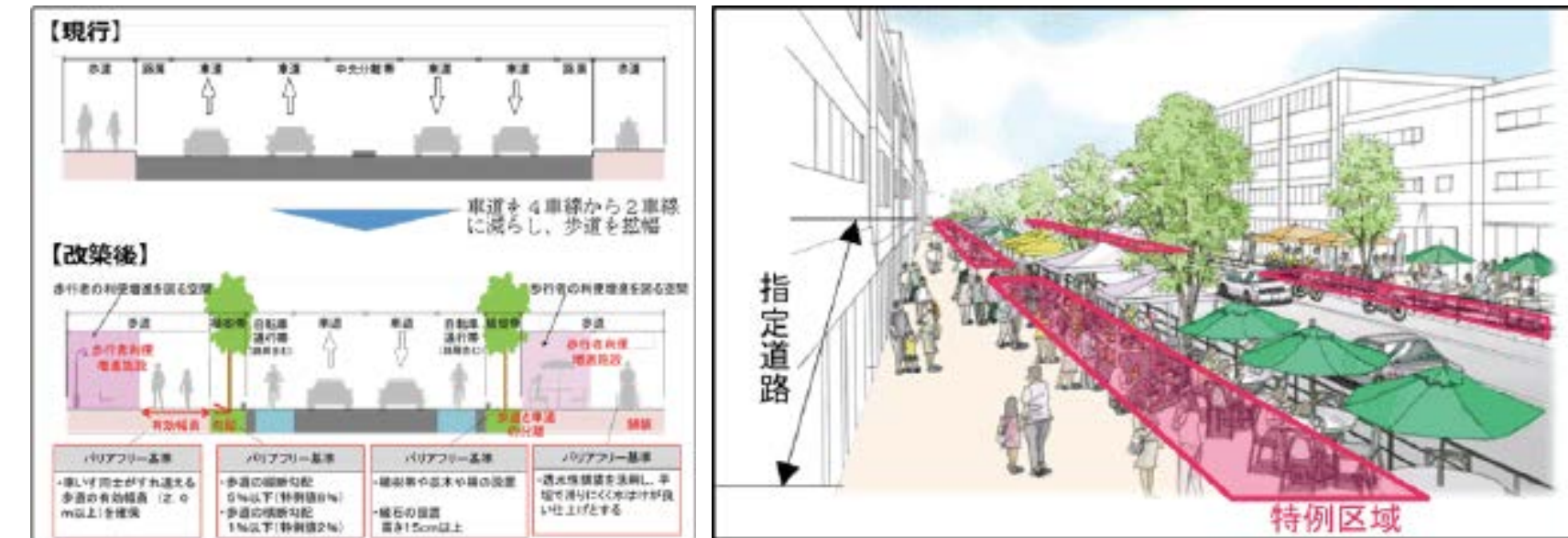
空き地や遊休地の増加に伴い、空間の利活用ニーズが拡大しており、補助制度や規制緩和により、官民連携による空間改善が各地で進展。社会課題の解決と事業性の両立が見込める分野として注目が集まっている。

商店街の空き店舗率（全国）（%）



全国の商店街で空き店舗率が高止まりし、利活用の必要性が増している。

補助制度の例 歩行者利便増進道路制度（ほこみち制度）



- 創設 : 2020年（令和2年）
- 目的 : 歩行者の利便性・にぎわい向上
- 内容 : 道路空間にテラス・物販・イベントなど設置可能
- 特徴 : 官民連携・規制緩和により空間活用を促進
- 効果 : 滞在者数1.5倍／通行量1.2倍（社会実験結果）

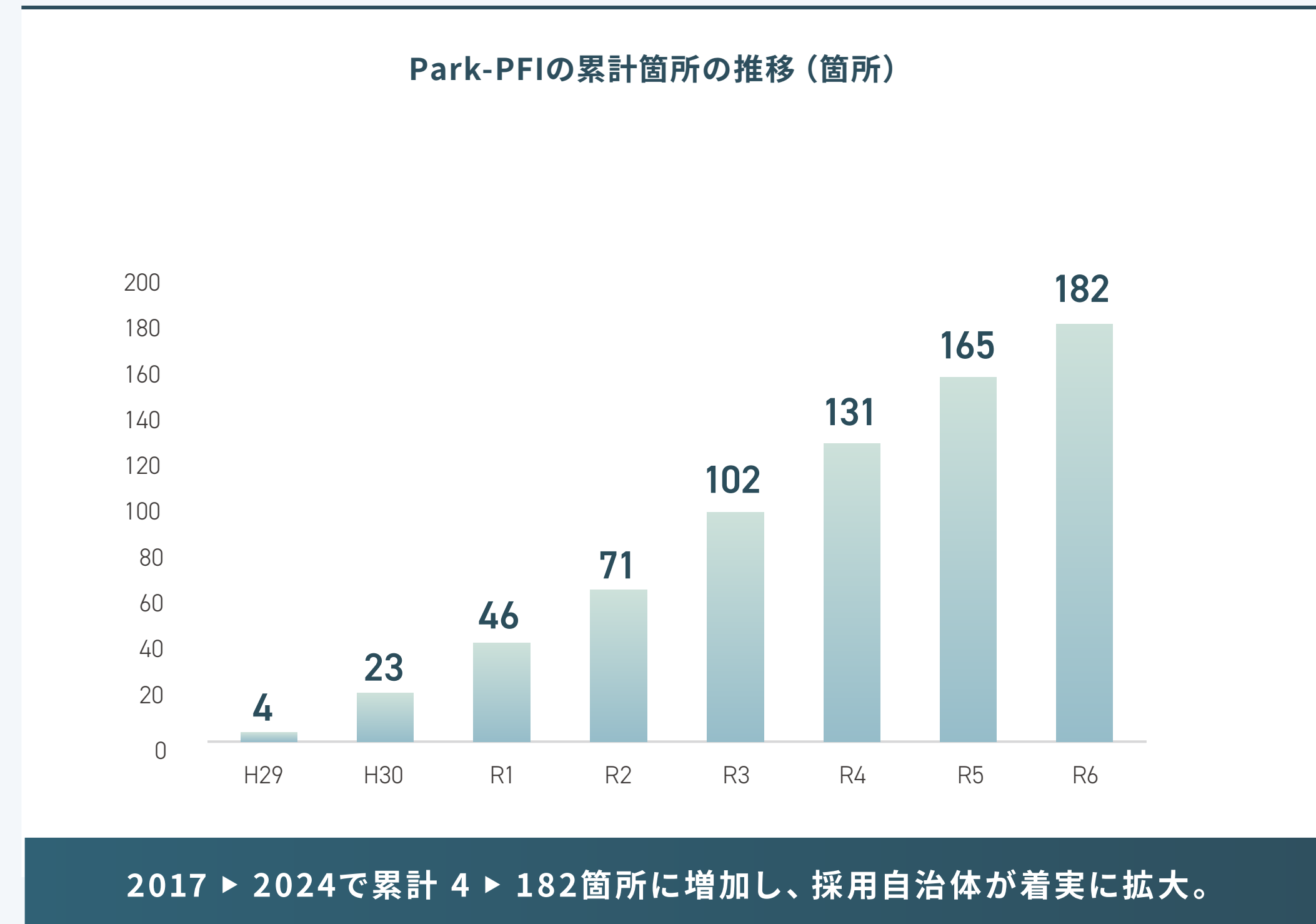
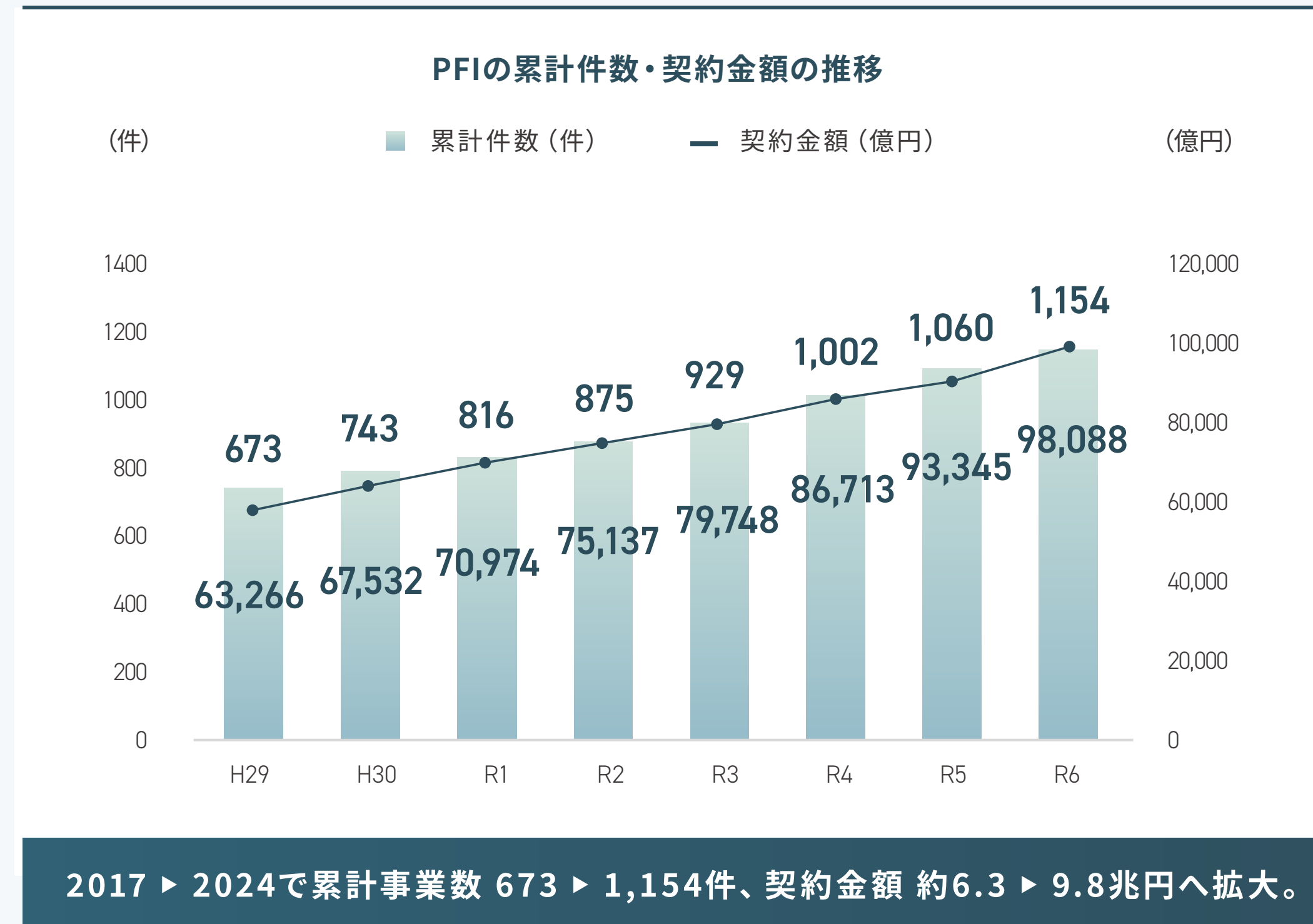
官民連携で道路空間を有効活用。低コストで高い体験価値が生まれる制度。

空間利活用は公共性に加え、法人にとっても低投資・高効率な整備が可能な成長市場。

※出所：中小企業庁「令和3年度 商店街実態調査報告書」/ 全国商店街振興組合連合会「令和6年度 商店街実態調査報告書」/ 国土交通省 都市局「歩行者利便増進道路制度に関する説明資料（ほこみち制度）」

# PFI活用が拡大、社会課題解決と官民連携が加速

官民連携による公共空間整備の流れは年々拡大し、PFI方式による案件数・契約金額はともに増加傾向。社会課題への対応を起点とした空間再編に、民間企業の参画が進んでいる。



PFI/Park-PFIの拡大により、公共空間の“課題解決×民間活用”が加速し、民間の参入障壁は低下している。

# 空間再投資が、個人・法人・行政全体に広がる

暮らし・ビジネス・地域全体で空間活用の役割が広がり、未活用空間も課題として注目。制度支援により法人も投資しやすくなり、空間改善の需要が高まっている。

## 個人空間



**COVID-19の影響によるライフスタイルの変化**  
自宅時間の増加・庭や外構に「機能」と「演出」を求める傾向が定着（アウトドアリビング等）。

暮らしを豊かにする“もう一つの部屋”

## 商業空間



**SNS流行に伴う空間価値、集客方法の再定義**  
商業・宿泊施設が屋外空間に「ブランド体験」や「滞在価値」を創出する場として投資を加速。

滞在時間やSNS投稿を生む“体験装置”

## 公共空間

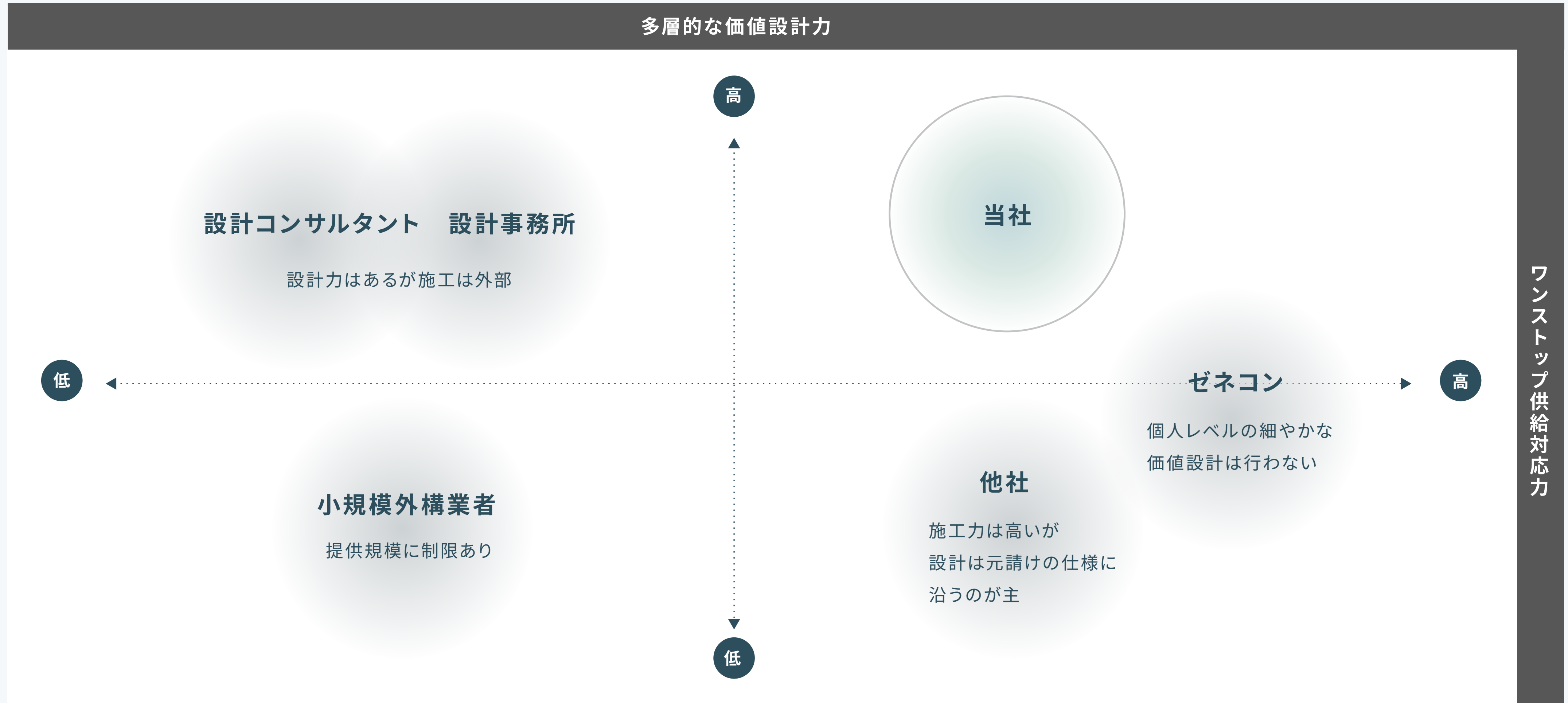


**公共施設の民間活用拡大**  
Park-PFI等により民間主導での公園・広場の空間設計/利活用が急増。運営まで担うスキームが拡大中。

地域交流・イベントの“仕掛け場”

# 複層化する屋外空間需要に対し、“横断型ソリューション”を提供

空間を「価値創造の器」として捉える新しいプレイヤーとして、市場の多様化・複雑化に対応できる独自ポジション。



4

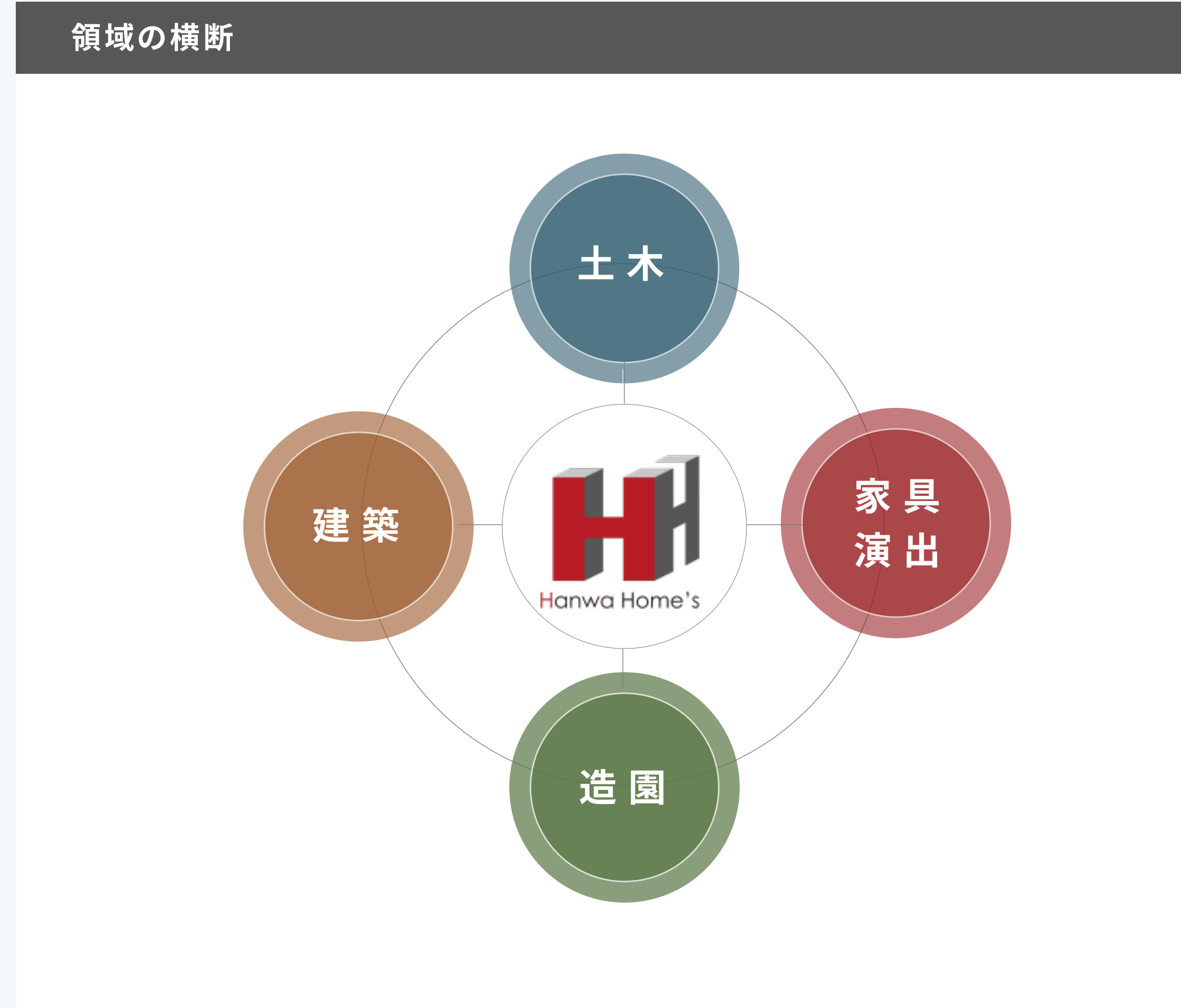
## 成長戦略

Growth strategy



# 多様化する空間ニーズへの領域横断/用途・規模横断力による対応

多用途・多規模・多様立地に対応できる技術体制と、4領域（土木・造園・建築・家具）の専門性を結集することで、単独領域では応えられない複雑な空間課題に対応し、汎用性と再現性の高い空間ソリューションを提供。



**用途・規模の横断**

小規模な庭空間から、大規模な公共用地まで。

戸建住宅、集合住宅



商業施設



公共空間



# 短納期・高再現性を支える一貫型体制

設計～施工～家具演出までを一体で担う柔軟なチーム体制により、補助金対応や制度理解も含めた高い調整力を発揮。

「短納期・高品質・高再現性」を両立し、多様な案件にスピード感をもって対応可能な空間づくりを支える。

従来のモデル	当社のモデル
工場（製造）	提携工場（製造）
メーカー（企画・仕様設計）	自社調達（商流短縮）
商社（流通）	自社企画・設計
一次問屋（代理店）	自社施工（外構・家具設置）
二次問屋（販売店）	ユーザー（個人・法人）
施工会社（外構・建築）	管理運営（PPP/PFI）
家具販売店／設計事務所／法人窓口	コスト差
ユーザー（個人・法人）	

### 再現可能なモデルスキームへの展開

代表的なモデル

BBQ空間（宿泊施設）

Park-PFI

共通要素： 設計仕様 商品構成 工期 予算モデル 等

汎用スキーム化し、特性に合わせてアレンジしながら横展開可能。

▶ ワンストップならではの強みを活かし、スピードニーズに応える。

発注者の負担を抑えつつ、現場特性に応じた即応力と再現性で導入を後押し。

# 業界に先駆けた「デジタル起点での空間提案」への注力

情報収集や比較、意思決定がオンラインに移行する時代に対応し、外構・空間業界ではまだ少ないデジタル起点の空間提案モデルを構築。SNS 発信・EC・ショールームを連動させ、地域を越えて見込み客とつながることで、持続的な集客と拡張性のある仕組みを実現している。

### 外構生成AIサービス

### 外構特化型オウンドメディア

### 屋外家具・資材・雑貨のEC販売

### 動画による情報発信

### SNSで施工事例や暮らし空間を発信

SNS 総フォロワー数  
約 **5** 万人 ※

※instagramのフォロワー数  
DEPOS(@depos\_2016)約4万人、Hanwahomes(@hanwahomes) 約1万人の合計 (2026年2月現在)

- SEO対策
- 広告運用
- EC導線
- SNS発信
- WEB誘導
- リアル体験

▶ 統合的なリード獲得体制を整備

# オンライン接点をリアルな体験・商談へつなげ、空間提案を拡張

オンラインでの接点をきっかけに、ショールームや施工現場へ誘導。

リアルな空間での体験を通じて商談へつなげ、法人・自治体との提案機会を広げる。

ショールーム・施工現場を“体験の場”に



SNSやWeb広告、資料請求等で得たオンライン接点を、リアルなブランド体験へと転換。実際のショールーム来場や施工現場案内を通じて、空間の質感・納得感を体感していただく仕組みを整備。

業界初※ 体験型ショールーム「GAIKOU Lab.」



素材・質感・ライティングに加え、施工構造やメーカー商品の違いを比較可能。価値観に合わせた選定を支援する、空間提案のための体験型プラットフォーム。

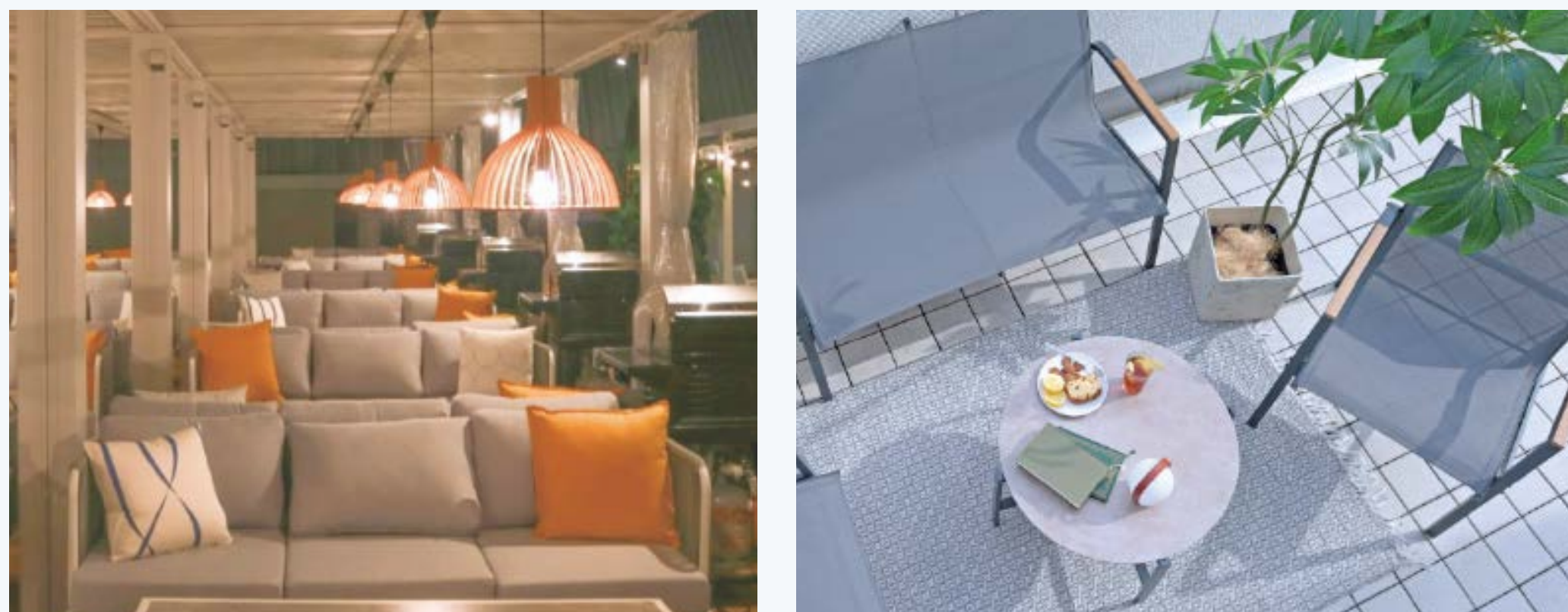
※自社調べによる外構特化型の体験型ショールームとして

ショールームや現場を体験拠点とし、遠隔地の法人・自治体とも提案の機会を広げる。

# 高付加価値の提供を支えるプロダクト開発と演出型設計力

人の感情に働きかける“体験設計力”と、地域性・社会性を捉えた“文脈設計力”を組み合わせ、空間を「ブランド」「発信装置」「共創の場」として提案。オリジナル家具・資材で演出性や納期・コストを管理し、高付加価値な空間づくりを実現

体験設計力 × 文脈設計力による空間演出



## SNS映えや滞在促進を意識した“体験の場”を演出

動線や光・植栽・家具配置を通じて空間の印象を最適化。

訪れる人の感情や行動に働きかけ、共感や発信を生む滞在空間を構築。

オリジナル家具・資材による差別化と高付加価値



## 独自プロダクトによる空間演出とコスト・納期の最適化

価格競争力のある商品設計に加え、メーカーとの直取引で色や仕様変更にも柔軟

対応。設計・演出・納期・コストを一括管理し、他社にない空間価値を創出。

体験目線の設計力 × オリジナルプロダクトで、高度化した空間ニーズを汲み取り、柔軟な対応が可能。

# 多様な顧客層に対応した接点拡大と単価向上の両立

顧客接点から受注まで着実に拡大。

法人・個人・官公庁・自治体等それぞれに応じた提案を展開し、新規獲得と案件単価の向上を両立。

接点拡大   顧客獲得施策	提案深化   法人単価向上	成長要因   関係形成・継続成長
1 既存顧客からの紹介・リピート受注	1 国・自治体・関連機関からの受注比率増加	1 SNS・Web経由のリード創出が拡大
2 パートナー・アライアンス企業からの流入	2 高付加価値な屋外空間・複合用途の案件増加	2 顧客との長期関係を通じた継続収益の確立
3 Webサイト・検索経由での相談増加	3 継続案件・リニューアル案件によるアップセル	3 受注体験を通じた信頼とブランド価値向上
4 SNSでの認知拡大と関心喚起	4 空間整備に加え、DEPOS事業提案の展開	
5 コミュニティ・イベントによる関係構築	5 案件実績の蓄積による提案・企画力の強化	

# 空間創造とDEPOSの横断体制が生む成長サイクル

空間創造と DEPOS 事業の融合により、法人や大型案件における一気通貫での提案体制を確立。企画・設計・施工・家具提供をシームレスにつなぐことで提案力を深化させ、確度の高い案件獲得と継続的な成長の好循環を生み出します。

## 企画/設計/工事のノウハウ蓄積

運営視点で企画力が深化

## 法人提案数の増加

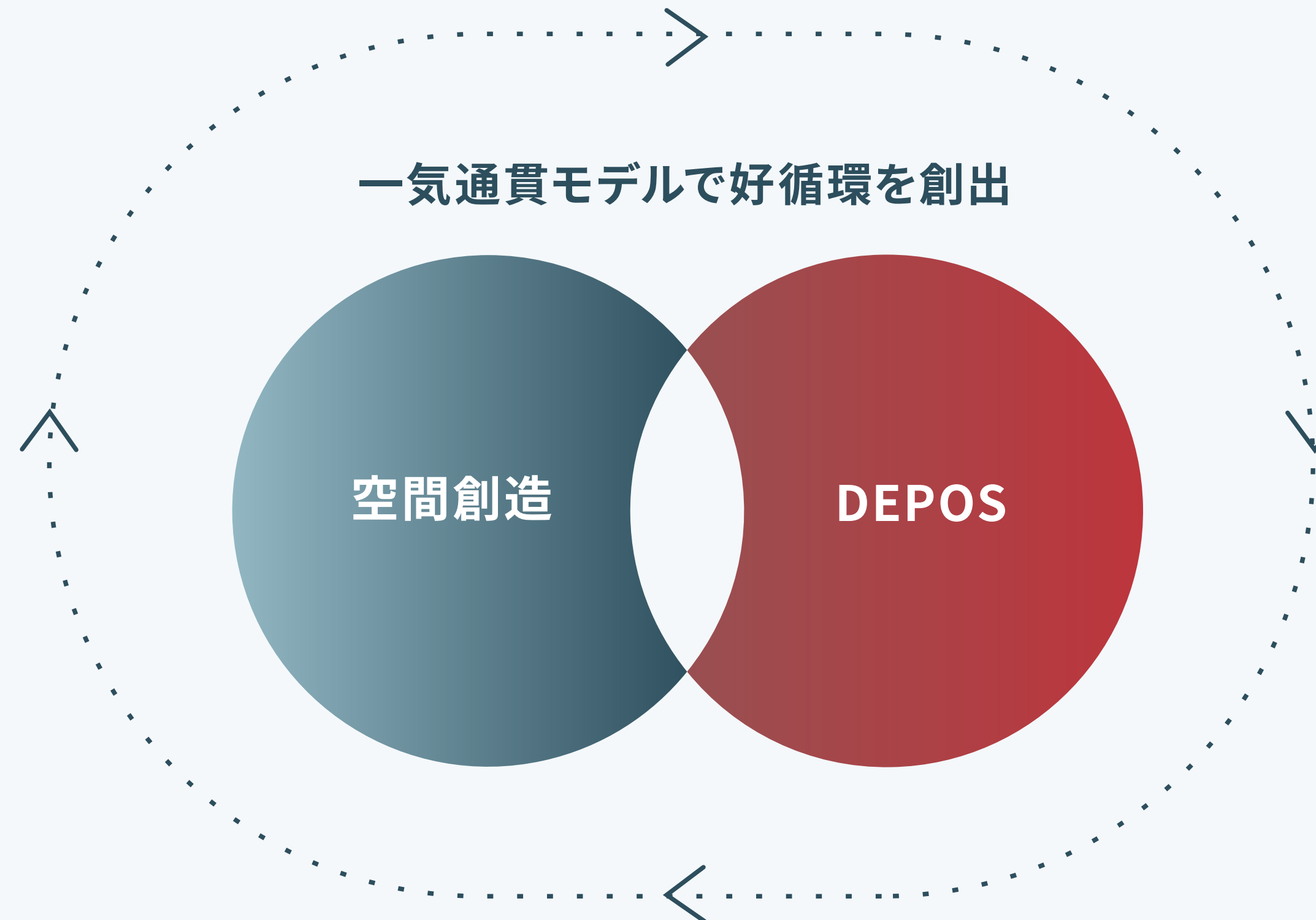
自治体・企業向け提案の定常化

## Park-PFI等の大型案件の増加

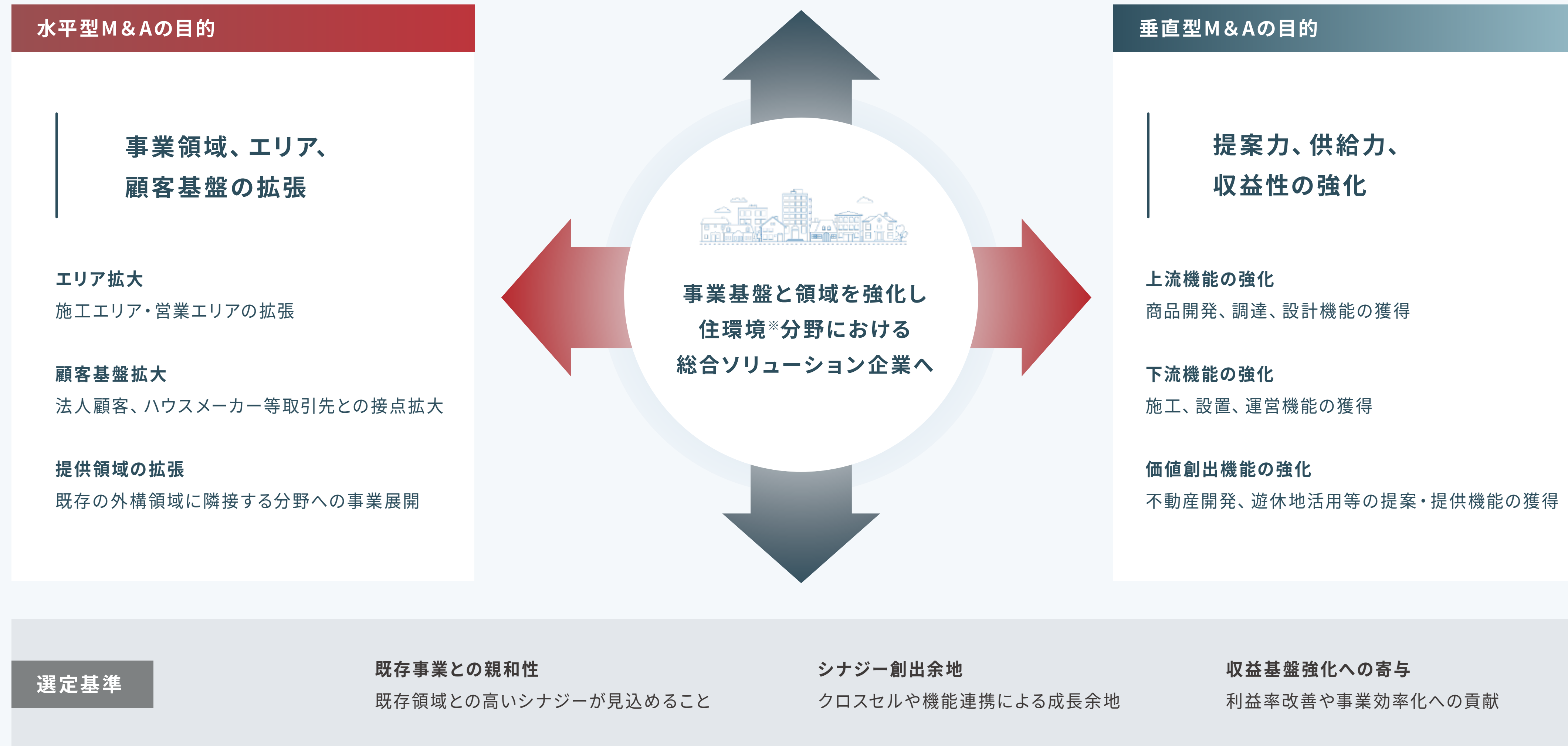
自社実績が外部受注にも波及

## 法人案件の確度実績

複合提案で受注率向上



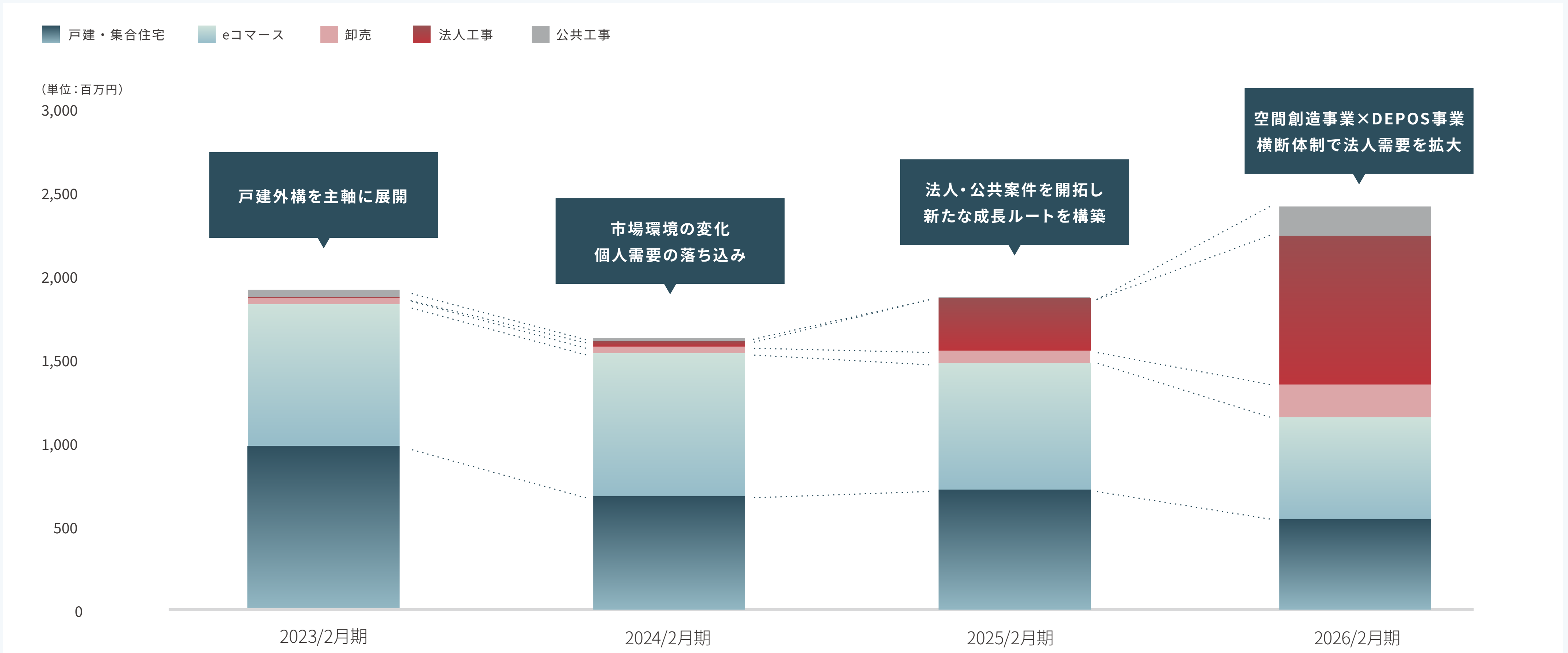
# 既存事業とのシナジーを重視し、水平、垂直の両面からM&Aを推進。



※住環境：住宅に限らず、人の居住・滞在・生活を取り巻く空間的・社会的環境全般を指す。

# 一気通貫モデルで、法人需要拡大と持続成長を実現

戸建外構を基盤に、市場変化に対応しながら法人・公共案件を開拓。企画から運営までを担う一気通貫モデルを強みに、従来の個人需要依存から脱却して新たな成長ルートを構築し、法人市場を中心とした受注を継続的に積み重ねていきます。



5

## リスク情報

Risk information



リスクの内容	発生可能性	影響度	対応策
<p><b>当社事業としてのプロジェクトの受注及び遂行に伴う共通リスクについて</b></p> <p>企画提案、設計施工から商品納品まで一括請負を行うことにより、プロジェクトの中、中断又は延期等による収支の悪化や工事代金の回収不能等によって、当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	中	大	受注前の情報収集を可能な限り行い、プロジェクトの内容を審査、リスクの把握に努めることによって、合理的な対応策を策定するとともに、受注後も定期的な報告とモニタリングを通じ適切な対応策を講じることで、リスクの軽減に努めております。
<p><b>外注先について</b></p> <p>空間創造事業における外注先依存度が高く、請負業者の不足による着工数の減少、工程遅延が発生することによる、当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	低	中	コーポレートサイトでの募集、既存取引先からの紹介など新規請負業者を継続的に募集することで外注先の獲得に努めております。
<p><b>輸入商品仕入れについて</b></p> <p>DEPOS 事業で販売する商品の多くは、海外からの輸入商品比率が高く、海外情勢の悪化、感染症の拡大等により入荷遅延が発生した場合、当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	中	中	主力商品の生産国分散や、船会社を複数確保することで安定した商流を確保し、販売機会ロスを防ぐことに努めております。
<p><b>個人情報漏洩による影響について</b></p> <p>不測の事故又は事件によって情報漏洩が発生した結果、当社の信用力低下を招いた場合、損害賠償の発生等、当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	低	大	社内管理体制の充実と教育を推進し、プライバシーマークを取得しているほか、各種セキュリティツール(ウィルス対策、情報端末管理等)の活用を行い、日常業務におけるセキュリティ水準確保を図っております。
<p><b>人材の確保及び育成に関するリスク</b></p> <p>十分な人材の確保ができない場合や、優秀な人材が流出した場合に当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	中	中	積極的な人材採用、人事評価制度の整備等の施策を行い、リーダー層への幹部教育、新入社員及び中途入社社員の育成、定着に努めております。
<p><b>今後の事業展開について</b></p> <p>Park-PFI 事業における施設の運営・管理をはじめとする新規事業の期待した成果が得られない場合や、事業計画を達成できない場合に当社の経営成績及び財務状態に悪影響を及ぼすリスク</p>	中	大	新規事業開始に際し、十分な事業の検討、他施設の運営状況、新規事業への投資計画の検討等を行い、リスクの把握し事業計画を策定しております。定期的な報告とモニタリングを通じ適切な対応策を講じることで、リスクの軽減に努めております。