

証券コード：8869

明和地所株式会社

40 years **NEW!**

新中期経営計画

2022-2026

2022年
2月28日

変化への対応力、価値創出のDNA

40周年 その先へ

2021年累計供給戸数

46,316戸

1990年代 2000年代 2010年代

2016年
30周年

声紋認証システムを
備えた物件開発

- 業界初となる全住戸100㎡以上の「クリオ レミントンハウス武蔵野」全100戸を発売
- 東証第一部上場

企業運営

- ブランドの再定義
- 地方展開（福岡支店、名古屋支店開設）
- 流通事業に本格参入
- 常設マンションギャラリー「クリオ ライフスタイルサロン」開設

商品開発

- 都市型コンパクトマンション「クリオ ラベルヴィシリーズ」
- 環境共生型住宅 / ZEH-M（ゼッチマンション）
- セレクトシステム「conomi」
- コロナ禍への対応 先進機能の「アタラシエ」

顧客サービス

- 非対面（Web）接客「リモート クリオ」
- 業界最長の15年にわたる安心の設備保証「CLIO SUPPORT 15」
- 様々なサービスを受けることのできる会員組織「クリオ ライフスタイルクラブ」

CSR活動

- 小学生を対象にしたサッカー大会「CLIO CUP」開催
- 湘南エリアでの「ビーチクリーン活動」
- 北海道との包括連携協定
- 産学連携による共同研究の実施

● 供給戸数推移（累計）

277戸

1986

6,843戸

1990

25,151戸

2000

37,107戸

2010

2021

ACTION POLICY

40周年を見据えた行動指針

40 years **NEW!**

ハタチの人は20 years old。30歳になれば30 years old。
でも、40周年を迎えるとき、私たち明和地所グループは
“old”ではなく“new”になりたい。

積み重ねてきた伝統を守り、信念は変えない、曲げない。

その一方で社会の変化も、

それに対応して自らが変わることも恐れない。

基幹事業であるマンションの開発・分譲・管理、

不動産流通事業のさらなる深化と革新に挑んでいく。

2026年、私たちはどれくらい

「新しい私たち」になれるだろうか。

明日をつくる挑戦は、今日からもう始まっています。

1

PART 1 本計画策定に あたり

ビジョン	P05
本計画策定の背景	P06
基本方針	P07

2

PART 2 成長を支える 事業戦略

事業別戦略	P09
DXの推進	P21
業績目標（連結）	P22
株主還元方針	P23
安定的財務運営	P24

3

PART 3 これからの 取り組み

ステークホルダーとのつながり	P26
SDGs達成へ向けた取り組み	P27

1 PART

本計画策定にあたり

ビジョン	P05
本計画策定の背景	P06
基本方針	P07

想いをかなえ、時をかなでる。

今日も、10年後も、その先も、「ここに住んでよかった」と思えるマンションを。

価値ある
住まい

安全安心な
暮らし

豊かな
ライフスタイル

地域社会との
共創

選ばれる企業へ

1 コロナ禍での生活様式の変容による
新たな価値観の登場

2 ESGへの関心の高まり、
企業に求められる役割の変化

3 東証の市場改革

4 創業35周年という節目

**40周年、その先を見据え、
中長期の成長、企業価値の向上に向けた新たな計画を策定**

1 コア事業の増強と新事業領域への展開

- コア事業のさらなる増強により着実に業容を拡大
- 新事業領域への展開による事業ポートフォリオの拡充

2 株主還元強化

- 増配と安定的継続を目指す
- 業績に応じ、さらなる改善を検討

3 SDGsを意識した企業活動の推進

- 事業活動やCSR活動を通じ、SDGs達成に向けた取り組みを推進

2 PART

成長を支える事業戦略

事業別戦略	P09
D Xの推進	P21
業績目標（連結）	P22
株主還元方針	P23
安定的財務運営	P24

分譲事業

新規供給の増加による収益基盤の強化

◎重点強化事業

流通事業

人的投資を主とする積極投資により成長を加速

新事業領域

ウェルスソリューション事業

グループ連携で富裕層向けワンストップサービスを提供

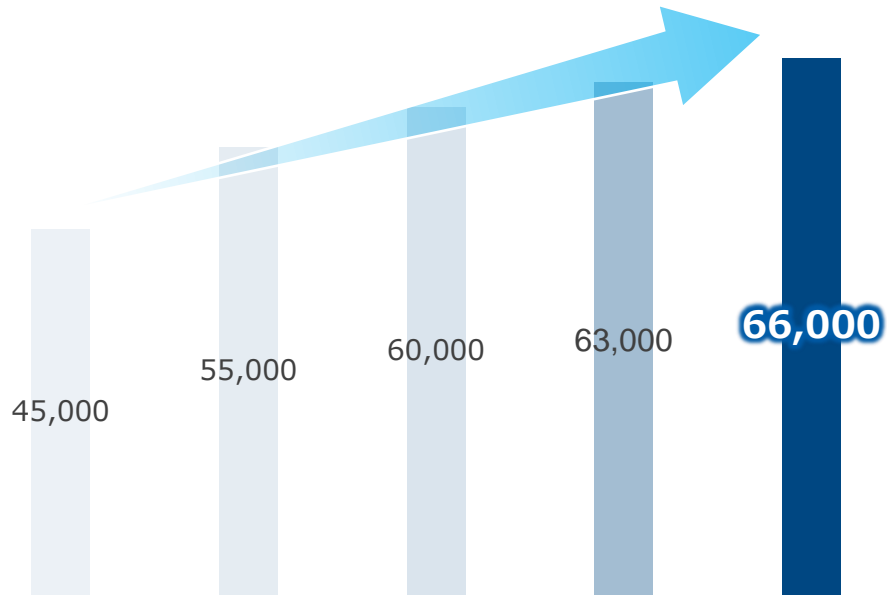
管理事業

管理戸数の増加によるストック収益の安定的拡大

創業以来の収益源として着実に拡大

売上高

単位：百万円



	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期
引渡戸数	830戸	1,000戸	1,100戸	1,150戸	1,200戸
利益率	18%	18%	18%	18%	18%

今後の施策

- 仕入を一層強化
- ニーズをとらえた、付加価値の高い住まいづくり



クリオレジダンス横濱綱島
(2020年供給)



クリオ片瀬江ノ島
(2018年供給)

仕入を一層強化

単位：百万円

	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期
仕入高（販売価格）	70,000	75,000	80,000	85,000	90,000

全社

- さらなる人員投下による**一次情報入手**の強化
- 事業手法の多様化**（JV、建替案件、再開発案件）
- 大手仲介業者、金融機関等との関係を一層強化

本社

- 得意とする東京・神奈川の仕入を継続
- 近郊 × 大規模物件**の取り組み + **埼玉・千葉の仕入を強化**

各支店

年間50～100億円程度の売上を安定的に確保すべく、**体制を強化**

首都圏市場の深掘

湘南エリアにおいて
5年間で6物件309戸を供給

新たな生活様式への対応 リゾートライクな湘南ライフを提案



クリオ鵠沼海岸
(2018年供給)

GOOD DESIGN
AWARD 2020



クリオ片瀬江ノ島
(2018年供給)



クリオ茅ヶ崎中海岸グランヴィラ
(2021年供給)



クリオ藤沢セントラルマークス
(2019年供給)

自社販売という強みを活かし、顧客ニーズを迅速に商品に反映 お客様の声に寄り添った住まいづくり



住まいを好みに合わせてカスタマイズ
セレクトシステム「conomi」



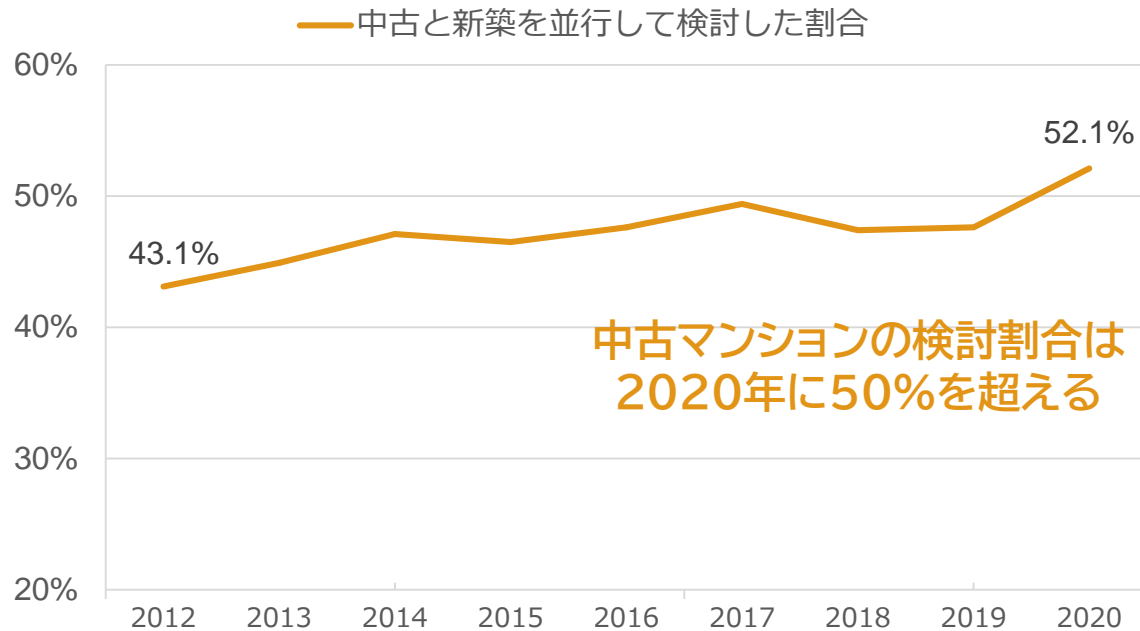
生活様式の変化への対応
先進設備を備えた「アタラシエ」



自然環境との調和
環境共生型住宅、ZEHへの取り組み

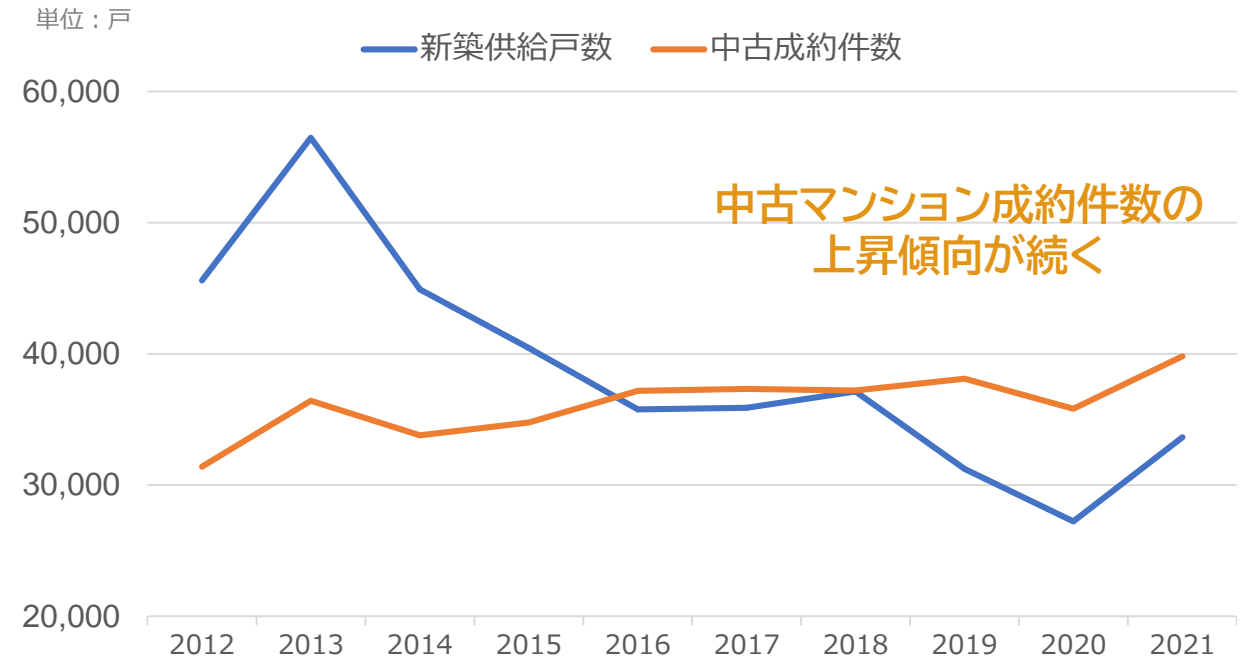
成長する首都圏中古マンション市場

中古マンションの検討割合



出典：(株)リクルート「2020年首都圏新築マンション契約者動向調査」を加工

新築マンション供給戸数と中古マンション成約件数の推移



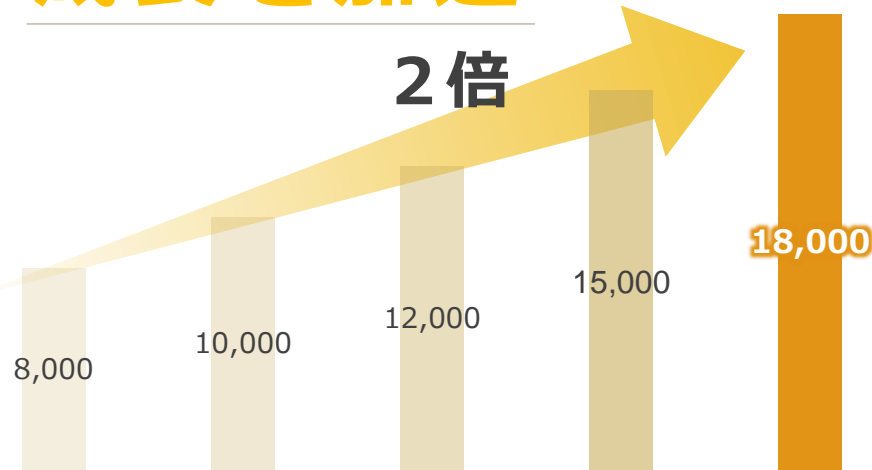
出典：(株)不動産経済研究所「首都圏新築分譲マンション市場動向2021年のまとめ」(公財)東日本不動産流通機構「首都圏不動産流通市場の動向(2021年)」を加工

店舗・人員拡充により業容を拡大

売上高

成長を加速

単位：百万円



	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期
買取再販引渡戸数	140戸	180戸	230戸	290戸	350戸
買取再販利益率	14%	13%	12%	12%	12%
売買仲介取扱件数	500件	600件	700件	800件	950件
店舗数	11店舗	13店舗	15店舗	15店舗	15店舗

今後の施策

- 既存店舗の収益向上 + 新規店舗展開により業容を拡大
- 仕入手法多様化による買取再販の強化

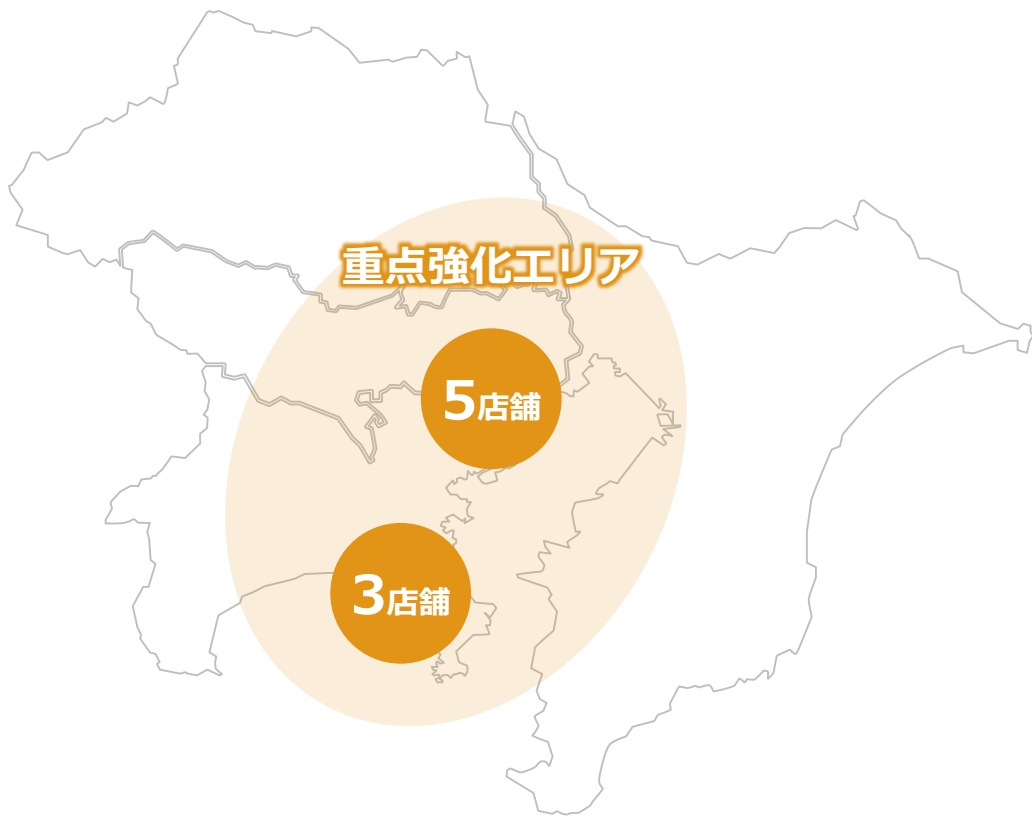
他社物件の買取強化

賃貸中物件の取得



仲介店舗藤沢店

首都圏での拡充 + 各支店展開済エリアへ



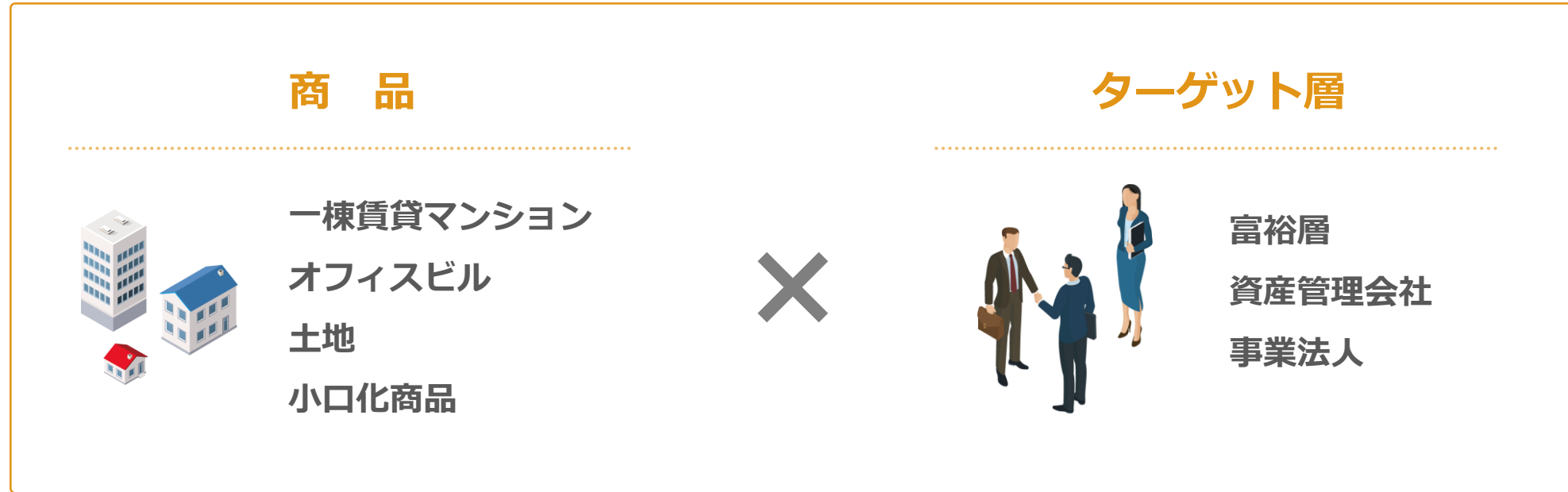
積極的に新規出店

9店舗 ▶ 15店舗

	CLiO		明和地所の仲介
	累計供給実績		店舗数
東京	278棟	14,463戸	5店舗
神奈川	489棟	23,489戸	3店舗
埼玉	49棟	2,323戸	-
千葉	32棟	1,508戸	-
北海道	77棟	3,378戸	1店舗
福岡	11棟	537戸	-
愛知	5棟	272戸	-
その他	3棟	346戸	-
合計	944棟	46,316戸	9店舗

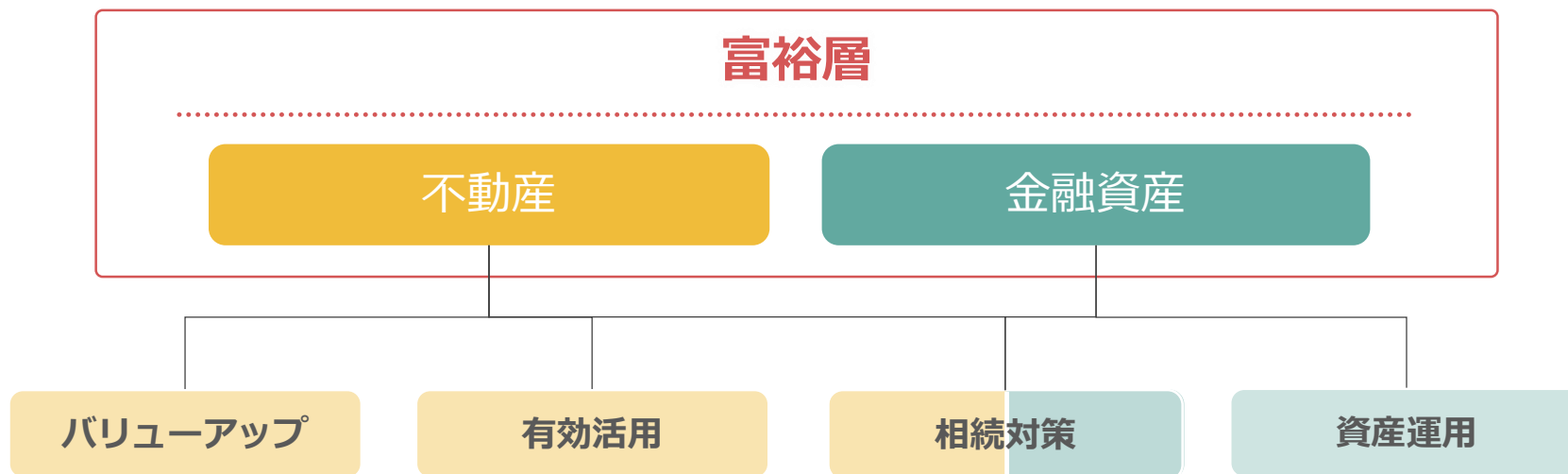
※ 2021年12月末時点

新事業領域への展開



商品・ターゲット層の拡充により、新事業領域へ展開

富裕層向けビジネスを強化



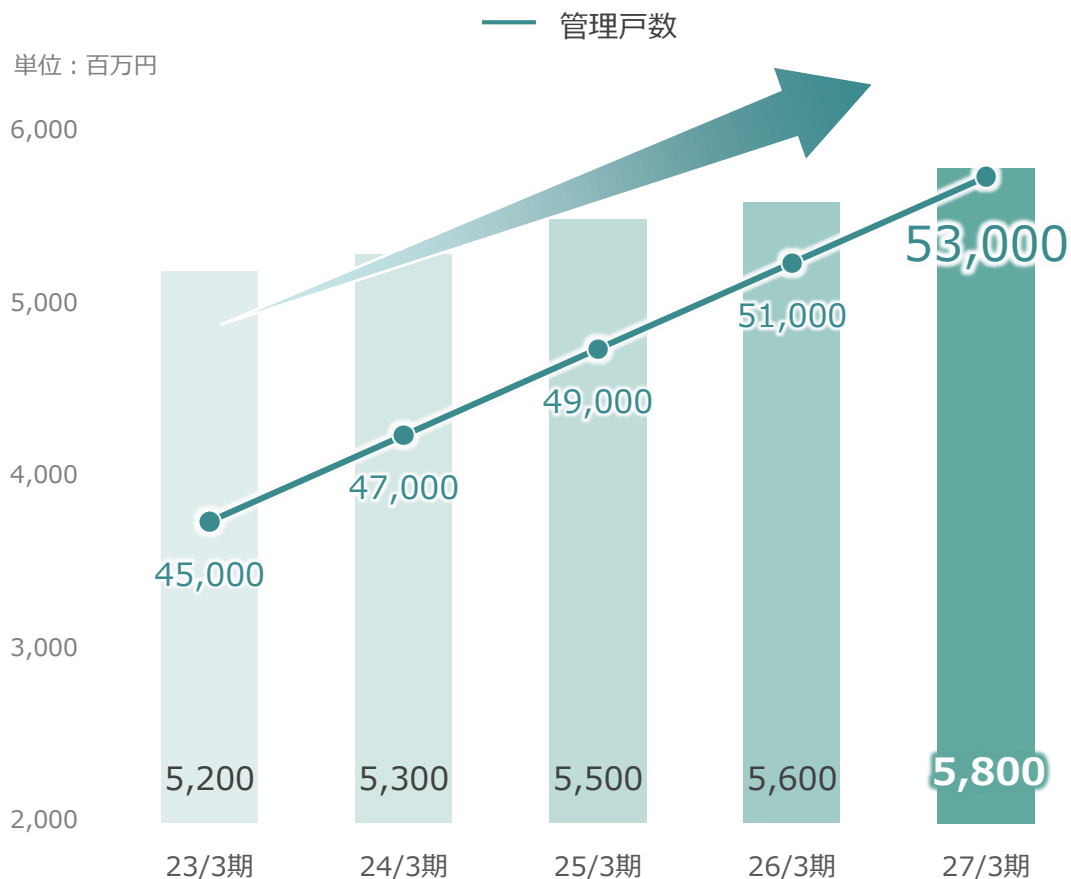
ウェルスソリューション事業

不動産を通じたソリューションでトータルサポートグループで連携し、ワンストップでサービスを提供



ストック収益の安定的拡大

売上高



今後の施策

- 管理戸数増加 ▶ 関連事業への展開

グループ内での管理受託に加え、外部受託を強化

- DX推進による業務効率化、収益性向上

2021年オリコン顧客満足度ランキング
「分譲マンション管理会社 首都圏」において



小規模部門
(100戸未満)

第2位

2021年オリコン顧客満足度ランキング
「分譲マンション管理会社 首都圏」において



継続意向

92.5%

3年の間
90%超を
継続※

※2020年：93.3% ※2019年：91.3%

記載のデータは、オリコン顧客満足度調査が2021年「分譲マンション管理会社 首都圏」調査による「Q.どの程度その企業のサービスを継続したいか」の設問に対し、その結果を「①とても利用し続けたい、②まあ利用し続けたい、③あまり利用し続けたくない、④全く利用し続けたくない」の4段階にまとめ、「 $(①+②) \div (①+②+③+④)$ 」から算出したデータです。この認定ラベルはオリコン顧客満足度調査が公式表示したことを承認しています。

独自開発の「kanri.online」※を800棟超に導入済 サービス品質、顧客満足度、収益性のさらなる向上へ



※ kanri.online = タブレット端末により管理会社のマンション担当者とマンション管理員の円滑なコミュニケーションを可能にするソリューション

各事業におけるDXを推進し、業務効率化に加え、イノベーション創出へ

イノベーション



Webやアプリを活用した質の高い提案営業



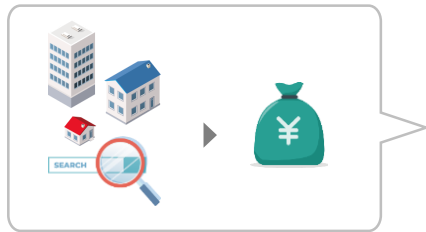
デジタルツールで新たな顧客体験を創造

チャットボット



ITを通じ顧客コミュニケーション向上

業務効率化



AI査定等の業務効率化システムの導入



書類作成のスピード化・システム化

最終年度に売上高1,000億円、経常利益60億円を目指す

単位：百万円

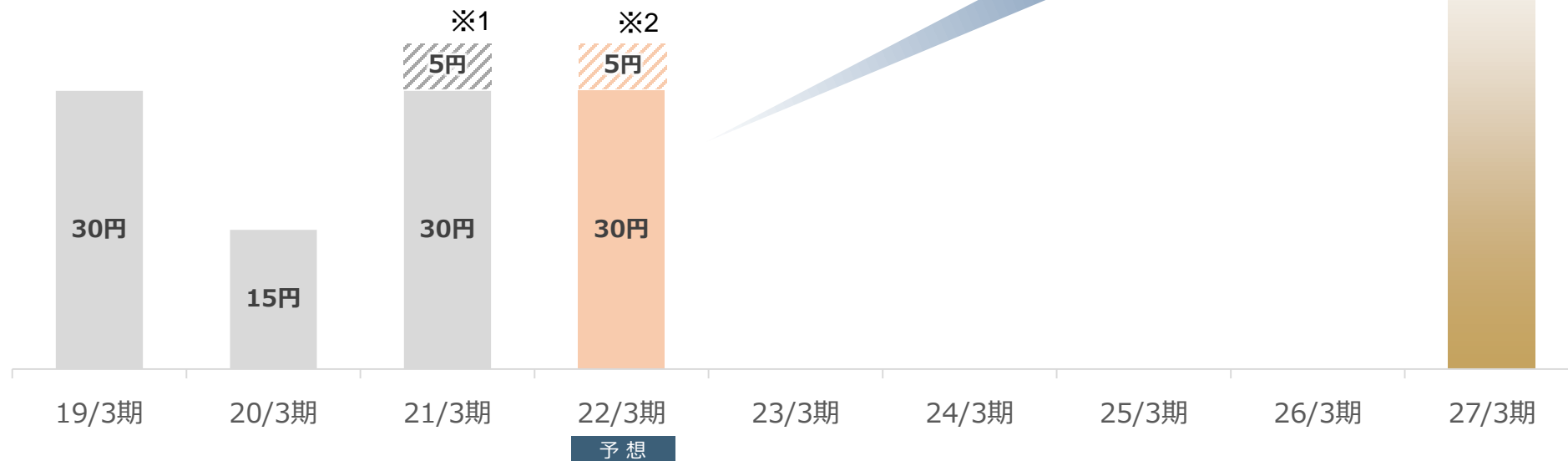
	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期
売上高	59,000	74,000	84,000	90,000	100,000
うち分譲事業	45,000	55,000	60,000	63,000	66,000
うち流通事業	8,000	10,000	12,000	15,000	18,000
うちウェルス ソリューション事業	1,200	4,000	6,000	7,000	10,000
うち管理事業	5,200	5,300	5,500	5,600	5,800
経常利益	3,700	4,200	4,800	5,500	6,000
当期純利益	2,600	2,900	3,300	3,800	4,100

株主への還元強化

計画期間中、増配と安定的継続を目指す

業績に応じた
さらなる改善を検討

一株当たり配当金

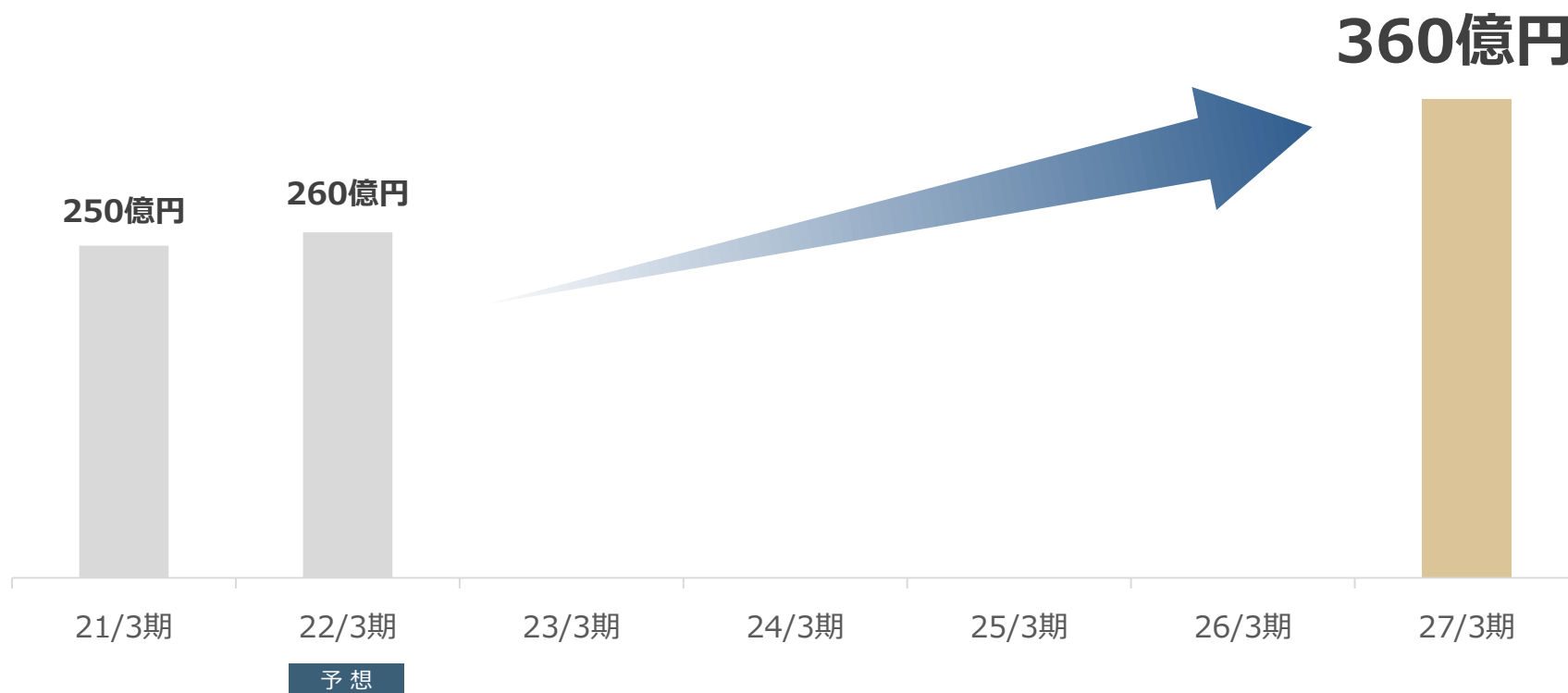


※ 21/3期は35周年記念配当5円を含む

※ 22/3期は2/28公表の「配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」の通り35円へ増配

自己資本の拡大と金融機関からの資金調達

利益の積み上がりによる
連結純資産の増加



3 PART

これからの取り組み

ステークホルダーとのつながり P26

SDGs達成へ向けた取り組み P27

MEIWA 明和地所グループ

人々に愛される 企業を目指して



事業活動・CSR活動を通じ、 SDGs達成へ向けた 取り組みを推進



環境に配慮したマンションの開発



夢に向かって挑戦を続ける子供たちをサポートする
サッカー大会の開催
(2015年～)



7年連続開催の湘南エリアでのビーチクリーン活動
(2015年～)

想いをかなえ、時をかなでる。



明和地所

お問い合わせ先

明和地所株式会社 経営企画部

TEL

03-5489-2620

E-mail

IR8869@meiwajisyo.co.jp

※ 本資料は情報提供を目的としたものであり、特定の商品についての募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません。

※ 本資料は2022年1月末日現在のデータに基づいて作成されています。

記載されている計画・予想数値等は、本資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性及び完全性を保証、または約束するものではありません。また、予告なしに内容が変更、廃止されることがあります。