

株式会社ゼロ・コーポレーション 2014 年度決算報告

I 2014 年度の決算について

2014 年度の当社連結決算については、売上げ約 136 億円（前年度は約 181 億円）、経常利益は約 8.5 億円（前年度は約 20 億円）、当期税前利益は約 11.8 億円となり純資産は約 95 億円（前年度約 94 億円）を超えた。

1. 〔建売事業〕

- ① ゼロの中核事業である「まちなか建売事業」は全体的に安定したニーズがあるとはいえ、当期は消費税、建築原価上昇、用地価格上昇という極めて厳しい市場環境の中で、その事が主たる要因で、売上げ利益とも大きく落とした。しかし、この落込みは当期のみと考えられ、今後市場は緩やかに従来需要を回復すると思われる。まちなか建売住宅事業は、地域、価格さえ間違わなければ安定的なニーズがあり、当期は当社の姿勢（地価の上昇期は市場の見定め期間を持つ経営）もあって売上げを大きく落したものの、すでに市場は顕著な景気上昇傾向が見られる。ユーザーが現価格に慣れるにつれ、需要は尻上がりに回復するものと思われる。ただし、京都の住宅市場の顕著な傾向として、旧市街住宅地と新興住宅街（山科、伏見郊外、右京、西京区地域等）の価格格差が開き始めている。特に山科、宇治地域は、市場に滞留する物件が多く、新規の建売団地については販売価格が更に落ちる傾向がある。
- ② 次に、大規模団地、開発型建売であるが、当期は大規模団地は少なくなった。これからも大規模団地に依存する事業は大きく期待できない。現在販売中の大規模団地でいえば、大阪市此花区 36 区画（18 区画販売済み）のみであり、新たに宇治市市街地（18 区画）が企画されているが、これは開発工事を要するので販売は今期を予定する。また、ユーザーのニーズは、郊外の大規模団地ではなく旧市街地の戸建て住宅にシフトしつつある。今後、郊外の大規模団地企画があっても、従来の価格帯ではなく、もう一段価格を絞り込んだ企画になるのではないかと。また、まちなかに複数件の建売団地が出てきても、件数はせいぜい 10 件程度、これらの建売現場を積み上げる事で売上げを伸ばすことになる。当社には独自の「一団地の街づくり」という開発手法があり、2013 年から当期にかけて販売完了した嵯峨二尊院や東山小松町の街づくりがそれである。これは、「建築基準法 86 条・一団地の街づくり」に区分所有法での管理を被せることにより、従来になかった、戸建て団地であっても持続的な景観を保持する街区を出現させる試みであった（日本初）。特に東山小松町の街づく

りは、景観に加え、旧市街地住宅密集地の緩和および火災に弱い京都細街路の防災に対する一手法が示唆された企画として、不動産業界から高い評価を得、マスコミにも大きく話題となり、日本不動産学会からは「業績賞」、京都市から「環境建築賞」を授与される開発になった。この手法により、まちなかの狭小道路（二項道路）に貼り付く大規模な土地の健全な開発が容易になり、改めて当社は、ユーザーのニーズを持った新規建売用地の確保という、一石二鳥の手法を得ることになった。

2. [安定成長の注文建築事業]

- ① ゼロの建築コンセプト、「まちなかで100年長持ちする工法、高品質、低価格、厚管理、国産材を使用し、公開で品質を担保」する注文建築事業は、明らかに市場の評価を得ている。
- ② 注文建築事業での請負契約ベースでは年間209棟（前年度248棟）となり、リノベーション、改装請負も含めると252棟（前年度301棟）の請負契約実績になっている。
- ③ 今後の課題としては、前年度に引き続き、「ブランド力の浸透」、「寝ている需要の掘り起こし」、「品質を確保したままの組織充実」「新しい営業手法（専門アシスト）の開拓」である。この努力、工夫を続けることにより、社会ニーズの高い「100年住宅まちなか住宅の建替え」というエンドレスの事業が定着する。また、尼崎という、当社知名度の希薄な地域の注文建築事業では、テレビCM効果は極めて高く、当期予算1億円の広告資金投下に対し、明らかに費用対効果のある宣伝となりつつある。この効果は、不動産建売事業にも知名度、信用力に関して増幅効果を与えている。
- ④ 改めて指摘したいのは、当社まちなか100年住宅の優位性について、建売業者が認識を持ち始めた事である。明らかに業者間の知名度は高まりつつある。地道な努力であるが、年に数回建売業者を集め、100年住宅についての講演を行っている。その努力が徐々に品質を保持した木造住宅とは何かという認識を建売業者に理解させつつある。状況が許せばこの講演活動をさらに回数も多くし、多くの建売業者に当社の100年住宅で建売をしてもらい一般のユーザーに品質の高い住宅が届くよう努力を重ねるつもりである。

3. [安定した長期保有不動産（ストック）収益事業]

- ① バブル崩壊後、含み損資産を売却、その後、商業不動産価格低迷に乗じ、利回り10%を想定した長期保有不動産を購入し続けた。現在、前年度に続き、賃料収入は8億円超になる。

- ② 近年の所有物件は、主に京都市内中心部に集中させ（寺町四条周辺 4 物件、河原町三条周辺 7 物件、烏丸四条周辺 2 物件等）、大不況にあっても重点的に市場評価の落ちにくい地域に物件を保有している。なお、これらの地域物件は、景気回復時に最も地価上昇率の高くなる物件であり、インカムゲイン同様、景気回復時のキャピタルゲイン効果も想定した保有方法が取れる。
- ③ 2014 年には、M&A 手法により市内中心部で事業用地を購入、大手ホテル会社と年間利回り 10%で長期賃貸契約することで合意した。最近の動向として、用地と建築費の高騰で長期保有物件の購入ができなかったが、M&A を活用することにより事業活性化の風穴が開く可能性がある。

4. [中期保有不動産インカム、キャピタルゲインでの収益事業]

住居系フロー不動産を扱うだけでなく、広く市場が求めるインカムゲインを収益に取り込める賃貸マンション、コイン駐車場、商業店舗等も含めた不動産ビジネスを開発。中期、インカムゲインを得ながら、5年サイクルでキャピタルゲインを確保できる物件を扱う。これは、最近の地価上昇による事業ニーズが現れ始めている。

5. [分譲マンション事業]

マンション事業室を設けて 8 年、「伏見区・ルーシア伏見」に始まり、「上京区・油小路今出川」まで、計 10 棟の計画販売に関わり、何度か想定外の販売経験をしつつ、ようやくマンション事業構築の骨格が見えるようになった。以上の経験を経ることにより、改めて、分譲マンション事業については、売上高や棟数を指すのではなく、当社営業地域内にて価格、立地が妥当だと判断される用地のみを仕入れ、分譲マンション事業を企画するという手法が、当社にとって最も適正な事業構築方法だと認識している。従い、マンション事業部隊は専任を 1 名だけに留めており、販売活動が始まることにより他セクションから営業人材を集め販売体制を取ることとしている。また、場面により現場が複数におよぶ時、販売をアウトソーシングしている。2014 年 7 月に販売を開始した「上京区・油小路今出川」（総戸数 26 戸）は、完成（2015 年 6 月）を待たず、2015 年 3 月の時点ですべて売却済みとなった。また、現在取得済みの企画商品はないが、次の事業商品として何件か検討中である。

Ⅱ 2015年度の見通し

1. [2015年度の予測および問題点]

- 景気過熱による土地仕入れ高騰の沈静化
- 建築費の上昇の沈静化
- ユーザーの需要回復

アベノミクスによる景気過熱感で仕入用地が高騰した。特に京都中心部のマンション用地は暴騰しており、このような地域で規模の小さい当社が事業の柱としてマンション事業に取り組むのには問題があり、現状価格に追随することを止め、しばらく推移を見守るべく判断をしている。また、建売用地も地価は緩やかに上昇してきており、2014年度後半までは仕入れを抑えていたが、以降およそ価格の着地点が見え始めたので、売れ筋地域に焦点を絞り強く仕入れを再開している。そのため仕入れ数は格段に伸び、今期の成績に大きく貢献すると思われる。

東日本大震災、東京オリンピック、円安、消費税の影響で建築費が高騰していた。様々な要因でこの上昇は峠を越え、落ち着きを取戻しているが、以前に比較すると建築費は高止まりしたままであり、現時点で用地の値上がり、建築費の上昇を吸収した販売価格にユーザーが付いてきていない状況がある。しかし、日本経済の活性化にともない、新価格でも「買える」ユーザーが増えつつあり、今期は穏やかに回復するものと思われる。

当社はバブルの崩壊、リーマンショックでの経済下落を前向きに乗り切った会社であるが、これは景気が過熱した時に、時代に流されず、常に地域に根ざした住宅会社であることを自覚し、過大な投資に向かわず、顧客、さらに金融関係の信頼を損なわない姿勢を貫き通してきたからである。従い、景気の持ち直しが取り沙汰されている今日であっても、ユーザーのニーズを根底に踏まえ、手堅く、先に負担を残さない住宅会社として存続したいと願っている。

そこで、2015年度の予測について言えば、連結売上げ150億円を想定しており（当期の売上げ136億円は想定外の内容であった）、現況の市場環境と当社保有物件販売状況からして、売上げ150億円、経常利益12億円はしっかり確保できるものと考えている。

2. 〔来期販売予定大規模団地〕

- 大阪市此花区（36区画）建売事業
- 上賀茂池端町（8区画）建売事業
- 大阪西淀川区千舟（14区画）建売事業
- 上賀茂赤尾町（7区画）建売事業
- 大亀谷大山町（10区画）建売事業
- 岩倉長谷町（8区画）建売事業
- 宇治広野町（18区画）建売事業

3. 〔当社まちなか建売住宅の優位性〕

下記の理由により、事業は順調に推移するものと思われる。特に京都旧市街地景観条例の範囲にある小規模敷地三階建て注文建築については、下記に記載する能力および技術により、他社の追随を許さない優先的な事業となっている。

- まちなかでの木造建築技術水準の高さ
- 一棟ごとの建替えノウハウ
- 市街地の細分化、小規模宅地に適用した建築工法
- 超寿命の建築工法、廉価な価格、高品質な施工水準、密度の濃いアフター、高いデザイン力、アンケート、クレーム公開での当社施工内容のわかるシステム
- 根強いまちなか住宅の需要
- 仕入れネットワークの充実

4. 〔先進的取り組み〕

- 低炭素社会に適応した住宅づくりを推進
 - ・ 100年住宅の標準化
 - ・ 全戸を長期優良住宅とし、住宅履歴書を付ける
 - ・ 全戸縦材国産材の使用
 - ・ 低価格で高品質、厚い管理のコンセプト
- 地球住宅の制作
 - ・ 国からの補助金、南インター展示場にて建築
 - ・ エネルギー、排水、飲料水、メンテナンス不要、寿命、耐震、耐風、断熱性能の問題を解決した住宅
- より公開性を高める会社運営

- ・アンケート、クレーム、雨漏り軒数の公開

5. 〔区分所有法および一団地の申請を活用した戸建て街づくり〕

当社独自の、従来には想定し得なかった新しい街づくりの試み。周辺景観に留意し、建物構造、旧市街地細街路の安全性と居住性を高め、都市の中に低層住宅のまちなみを実現する。

- ・ 嵯峨二尊院の街づくり
- ・ 東山小松町の街づくり