

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

企業情報はこちら >>>

2026年1月13日 (火)

執筆：客員アナリスト

渡邊俊輔

FISCO Ltd. Analyst **Shunsuke Watanabe**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年1月期中間期の業績概要	01
2. 2026年1月期通期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
4. 株主還元	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業内容	04
2. 特長と強み	06
■ 業績動向	08
1. 2026年1月期中間期の業績概要	08
2. 事業セグメント別動向	09
3. 受注の状況	10
4. 財務状況と経営指標	11
5. キャッシュ・フローの状況	13
6. 2026年1月期第3四半期の業績概要	14
■ 今後の見通し	14
1. 2026年1月期通期の業績見通し	14
2. 事業セグメント別の見通し	15
■ 中長期の成長戦略	16
1. 2033年ビジョン	16
2. 成長戦略	17
■ 株主還元策	20

要約

2026年1月期は売上高・利益とも過去最高を更新見込み、大幅増配予定

アールプランナー<2983>は、注文住宅・分譲住宅・土地の3事業をワンストップで展開する住宅プラットフォーム企業である。想いを描く、自由発想の家づくりをコンセプトに、「デザイン」「性能」「価格」の3要素を融合させたコストパフォーマンスの高い商品を、戦略的に設定したターゲット層に対し提供することでシェアを伸ばしている。地盤である東海エリアでの安定的な成長に加え、首都圏エリアでの出店拡大により新たな需要を取り込み、成長を加速している。

1. 2026年1月期中間期の業績概要

2026年1月期中間期の業績は、売上高が前年同期比12.8%増の22,871百万円、営業利益が同53.4%増の1,726百万円、経常利益が同56.9%増の1,643百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同63.2%増の1,120百万円で、大幅な増収増益となった。

売上面では、商品の付加価値向上による販売単価の上昇に加え、販売棟数の増加により増収となった。特に首都圏エリアでの販売が拡大し、同エリアの売上高は前年同期比32.5%増と大きく伸長した。利益面では、地代家賃や人件費を中心に販管費が増加したものの、売上拡大効果に加え、販売価格の適正化、仕入コストや施工コストの効率化により売上総利益率が改善したことで増益となった。デジタルマーケティングを活用した集客によって広告費比率の抑制にも成功した。

2. 2026年1月期通期の業績見通し

2026年1月期通期の連結業績は、売上高が前期比19.4%増の48,000百万円、営業利益が同68.7%増の3,650百万円、経常利益が同72.1%増の3,445百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同67.0%増の2,400百万円と大幅増収増益、かつ、いずれも過去最高を見込む。2025年12月9日付けで、第3四半期までの堅調な業績、及び受注状況と販売棟数の増加を踏まえ3度目の上方修正を実施した。

売上面は、受注高及び総受注棟数の堅調な伸びに加え、商品の付加価値向上に伴う販売単価の上昇により、増収を見込んでいる。利益面は、販売価格の適正化とコストコントロールの徹底により、原材料高や人件費上昇の影響を吸収する。受注棟数の増加に伴うスケールメリットや施工管理の効率化も利益押上げに寄与する見通しで、大幅増益を見込んでいる。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

要約

3. 成長戦略

同社は、「注文住宅」「分譲住宅」「土地」を一体で提供するワンストップ・プラットフォームを強みに、中長期的な成長戦略を推進している。東海エリアの安定基盤を維持しつつ、首都圏エリアでの高成長を加速し、2033年までに連結売上高1,000億円の達成を目指す。さらに、関西・九州など新市場への展開、M&Aや新規事業による事業ポートフォリオの拡充、オーナーアプリを活用したLTV（ライフタイムバリュー：顧客生涯価値）向上、デジタルマーケティングと人材育成の強化を通じて、持続的な企業価値向上を図る。

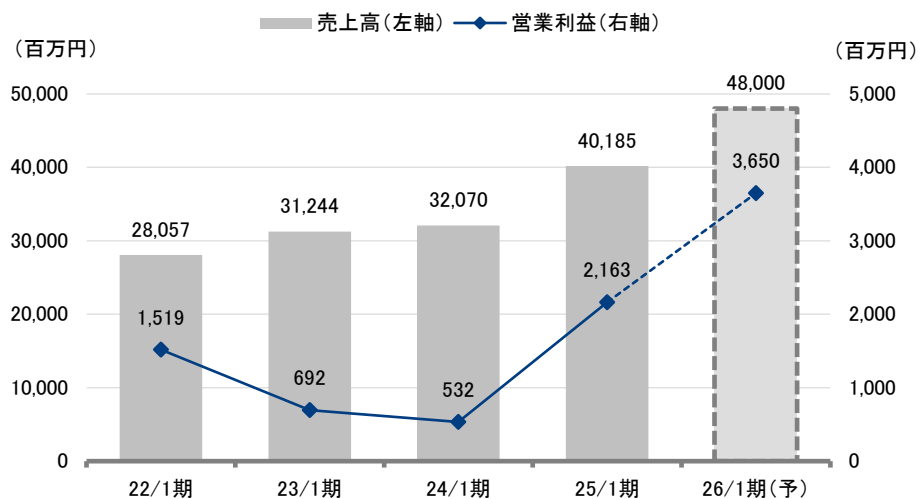
4. 株主還元

同社は、中長期的な企業価値の向上を最優先課題とし、安定配当を基本に成長投資とのバランスを重視している。配当性向の目安を15.0～20.0%とし、業績に応じた柔軟な還元を実施している。2025年1月期は1株当たり45.0円（前期比30.0円増配）、2026年1月期は好調な業績を背景に80.0円（同35.0円増配）へ引き上げ、成長と還元の両立を進めている。また、2026年1月末を基準日として、1株につき2株の割合で株式分割を実施予定である。

Key Points

- ・ 2026年1月期中間期は大幅な増収増益、特に首都圏の伸びが顕著
- ・ 2026年1月期通期は売上高・利益とも過去最高を更新する見込み
- ・ 長期ビジョンでは2033年までに売上高1,000億円を目指す
- ・ 好調な業績を背景に、2026年1月期の配当は年間80.0円に増配

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

東海エリアと首都圏エリアにて戸建住宅事業を展開

1. 会社概要

同社は、東海エリア及び首都圏エリアにおいて戸建住宅事業を中心に展開する企業である。東証グロース市場及び名証メイン市場に上場し、「All Satisfaction～「住。」を通じてすべての人に満足を提供する～」をパーパスに掲げ、「デザイン×テクノロジーで人々の住生活を豊かにする」ことをミッションとしている。また、「こだわりのある良質な住まいをよりリーズナブルに」をバリューとし、日本一顧客満足度の高い住宅プラットフォーム企業を目指している。

同社の特長は、「注文住宅」「分譲住宅」「土地」の3領域をワンストップで提供する点にある。社名の英語表記「ARR Planner」の、「AR」はArchitecture (建築)、「R」はReal Estate (不動産)を意味し、住宅と不動産を一体で提供する理念を表している。

創業者の代表取締役会長古賀祐介(こが ゆうすけ)氏は積水ハウス<1928>出身で、大手ハウスメーカーは良い住宅を供給しているが価格が高く、一方でパワービルダーはお客様に満足できるクオリティの住宅を提供できていないという課題を解決したい、さらには土地を持たない顧客にも高品質な住宅を提供したいとの思いから同社を設立した。大手ハウスメーカーに対しては価格優位性があり、パワービルダーにはないデザイン力と高い品質を求める層を戦略的なターゲットとしており、注文住宅で培った設計力を生かした「デザイン」「性能」「価格」の3要素を兼ね備えた住宅を提供している。「大手並みの品質で手の届く価格」で差別化を図り、東海エリア及び首都圏エリアで着実にシェアを拡大している。連結子会社として、不動産仲介事業などを担う(株)アールプランナー不動産を有している。

2. 沿革

同社は2003年10月、名古屋市でエクステリア及びリフォーム事業を営む(有)アールプランナーとして設立された。2007年1月に株式会社へ改組し、2008年8月には注文住宅事業を開始した。2010年10月には注文住宅ブランド「アールギャラリー」の受注を開始し、2014年5月には同ブランドにおいて分譲住宅事業を開始した。2017年1月にはアールプランナー不動産を100%子会社化し、2019年10月に東京支店を開設し首都圏エリアに進出した。2021年2月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズ市場(現 東証グロース市場)へ、同年12月に名古屋証券取引所(以下、名証)第二部(現 名証メイン市場)に上場した。2023年5月には首都圏エリアでの事業拡大に伴い、名古屋本社と東京本社の2本社体制へ移行した。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

会社概要

沿革

年月	概要
2003年10月	(有) アールプランナー (現 (株) アールプランナー) として設立
2007年 1月	株式会社に改組
2008年 8月	注文住宅事業を開始
2010年10月	注文住宅ブランド「アールギャラリー」の受注を開始
2014年 5月	「アールギャラリー」ブランドで分譲住宅事業を開始
2016年 5月	注文住宅ブランド「Fの家」の受注を開始
2017年 1月	(株) アールプランナー不動産を100%子会社化
2019年10月	首都圏エリアに進出 (東京支店を開設)
2021年 2月	東証マザーズ市場 (現 グロース市場) に株式上場
2021年12月	名証市場第二部 (現 メイン市場) に株式上場
2023年 5月	名古屋本社と東京本社の2本社体制へ移行

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

事業概要

「注文住宅」「分譲住宅」「土地」をワンストップで提供

1. 事業内容

同社の報告セグメントは、「戸建住宅事業」「中古再生・収益不動産事業」「その他事業」の3つで構成される。主力の戸建住宅事業では、注文住宅の請負、分譲住宅の販売、不動産の仕入・販売、不動産仲介、リフォーム・エクステリア工事などを行っており、売上高全体の99.3%を占める (2025年1月期、以下同)。中古再生・収益不動産事業は、中古住宅や収益不動産の取得・再生・販売などを手掛け、資産価値を高めた再販や賃貸収益の獲得を行い、売上高の0.6%を占める。その他事業は、主に顧客紹介業務や火災保険の代理店事業を展開している。売上構成比はわずかであるが、住関連のワンストップサービスを提供する観点では重要である。

戸建住宅事業の内訳は、分譲住宅が売上高全体の72.7%を占める主力分野であり、注文住宅が23.2%、不動産仲介が2.0%、リフォーム・エクステリアが1.5%と続いている。売上高の計上は、原則として引き渡し時点で行う完工基準を適用している。

アールプランナー

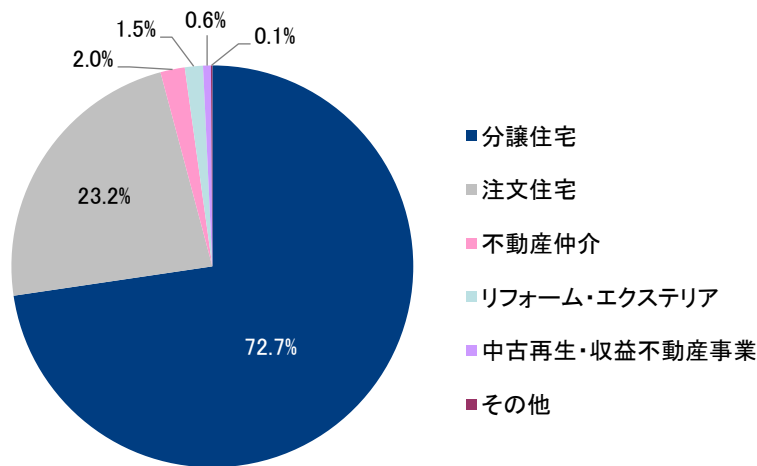
2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

事業概要

戸建住宅事業の売上構成比(2025年1月期)



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

同社は、顧客の多様なニーズに対応するため、複数の住宅ブランドを展開している。主力ブランド「アールギャラリー」は、顧客の理想を形にする自由発想の家づくりを追求した注文住宅ブランドであり、安全性(耐震性・耐風性)、快適性(断熱性)、デザイン性(意匠性)、及びコストパフォーマンス(適正価格)を兼ね備えている。同ブランドを冠した「アールギャラリー×分譲住宅」は、注文住宅で培った設計力を生かし、1棟ごとに異なる外観や間取りを設計することで、画一的な建売住宅とは異なる個性的な住まいを実現している。また、「Fの家」は白を基調としたシンプルな間取りと厳選された建材を採用し、流行に左右されない住宅デザインを提案する規格型注文住宅ブランドである。フレーム設計を重視し、余白を活かした空間づくりが特徴で、合理的な設計思想に基づいた商品ラインナップを構成している。

施工に関しては、同社が設計及び施工管理を担い、建築工事は協力業者に委託している。建設業界全体では働き方改革を背景に人手不足が指摘されているものの、同社は協力会社との継続的な取引関係を維持しており、安定した施工体制の確保に努めている。

多事業・多ブランド展開によるシナジーと価値創造



出所：同社ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

「デザイン」「性能」「価格」の3つの要素を融合した住宅を提供

2. 特長と強み

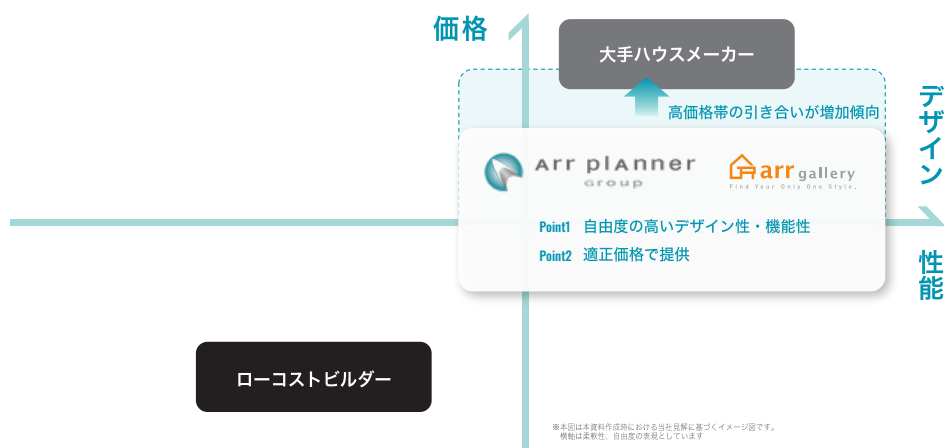
(1) 商品力

同社は、「設計士はデザイナーである」という考え方を重視し、想いを描く、自由発想の家づくりをコンセプトとした「デザイン」「性能」「価格」の3要素を融合させたコストパフォーマンスの高い商品力が最大の強みである。大手ハウスメーカーに対しては価格優位性があり、パワービルダーよりデザイン力と高品質・高付加価値を求める層を戦略的ターゲットとし、首都圏では30～40代、東海圏では20～30代が中心である。創業者が積水ハウス出身であることから、大手ハウスメーカー並みの品質・設計力・断熱性・制振性能を維持しつつ、大手より設計自由度があるなかで、3～4割低い価格帯を実現している。首都圏では土地仕入れを重視する分譲業者が多いなかで、同社はデザイン性と土地提案力を両立し、独自のポジションを確立している。

2022年の木材価格高騰(ウッドショック)時には、コスト上昇分を自社で吸収したが、その後は付加価値向上を図りながら価格を適正化した。これにより、顧客の信頼を得つつ、収益改善につなげた。足元のインフレが進む状況下では、大手ハウスメーカーの価格帯が上昇しているため、同社のターゲット層が拡大し、シェア拡大につながっている。

コスト競争力の源泉は、営業・設計・施工管理の徹底した内製化による中間マージンの削減にある。営業人員の生産性も高く、同社の収益力と競争力の基盤となっている。

住宅業界における同社独自のポジショニング



出所：決算説明資料より掲載

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html

事業概要

(2) デジタルマーケティング

同社は、Webを軸とした独自のデジタルマーケティング戦略を推進している。問い合わせの8割をWeb経由で獲得しており、効率的で安定的な集客体制を構築している点が特徴である。同社ターゲット層への訴求力が高いチャネルであるInstagramでは5.3万人、TikTokでは1万人のフォロワーを有する。SNS上での施工実例のほか、動画コンテンツを積極的に発信することで潜在顧客との接点を拡大している。「SNS閲覧→展示場・ショールーム来場→受注」という導線を形成し、デザイン性とSNS発信力を組み合わせた集客モデルを確立している。SNSの活用は住宅業界内では希少であり、同社の競争優位を支える要素の一つである。

また、Webサイトではテーマやライフスタイルに応じた情報設計を通じて、顧客の嗜好に合わせた訴求を実現するなどの確かなアプローチを行い、効率的な来店・成約につなげている。さらに、社内でもデジタルツールを活用し、顧客管理や販売プロセスの効率化を推進している。これらの取り組みは営業生産性の向上と費用対効果の改善につながっており、収益拡大を支えている。

同社公式Instagramと公式TikTok

☑ 当社公式Instagram



当社公式Instagramアカウント
「アールプランナー | アールギャラリー」
https://www.instagram.com/arrgallery_official/



☑ 当社公式TikTok



当社公式TikTokアカウント
「アールプランナーの注文住宅 | アールギャラリー」
https://www.tiktok.com/@arrgallery_official



出所：決算説明資料より掲載

(3) 注文住宅と分譲住宅の両輪

同社の特長は、「注文住宅」「分譲住宅」「土地」の3事業を一体で展開するワンストップ・プラットフォームを構築している点にある。注文住宅で培ったデザイン・仕様・性能などのノウハウと、分譲住宅で蓄積した土地に合わせた設計・提供のノウハウを相互に活用し、顧客ニーズに合った住宅を提案している。一般的に、住宅事業に特化した企業は「どこに建てるか」という土地情報の収集力に課題を抱える一方、不動産会社は「どういった家に住みたいか」といった建物設計や品質などのニーズ対応に課題があるとされる。同社はこの両面の強みを融合し、土地の仕入れから設計、施工、販売、アフターサービスまでを一貫して手掛ける体制を整備している。同社は創業当初から注文住宅事業と分譲住宅事業の双方に取り組む方針を掲げ、両事業のシナジーを追求してきたが、同様の体制を持つ競合他社は少ないため差別化が図れている。さらに事業間の情報共有と連携を密にすることで、設計力と土地情報力を融合させた営業活動が可能となり、提案力と成約率の向上につながっている。こうした建築と不動産の両面から総合的に住宅を提供できる体制が同社の特長である。

業績動向

2026年1月期中間期は、 売上・利益・総販売棟数ともに過去最高を更新

1. 2026年1月期中間期の業績概要

2026年1月期中間期の業績は、売上高が前年同期比12.8%増の22,871百万円、営業利益が同53.4%増の1,726百万円、経常利益が同56.9%増の1,643百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同63.2%増の1,120百万円となり、大幅な増収増益となった。売上高、利益、総販売棟数はいずれも過去最高を更新した。

売上高は、商品の付加価値向上による販売単価の上昇に加え、販売棟数の増加により増収となった。特に首都圏エリアでの販売が好調で（同エリアの売上高は前年同期比32.5%増）、東海エリアに依存しない地域バランスの取れた収益構造が進展した。利益面では、販売価格の適正化や付加価値の高い商品へのシフトに加えて、仕入コストや施工コストの効率化が進み売上総利益率が改善した（前年同期比1.6ポイント上昇）。販管費は、販売拠点の新設に伴う地代家賃や、営業・設計・施工管理人員の増員に伴う人件費などが増加したものの、増収と売上総利益率の改善によって吸収し、増益となった。デジタルマーケティングを活用した効率的な集客活動も継続強化し、販売促進費の抑制につながった。

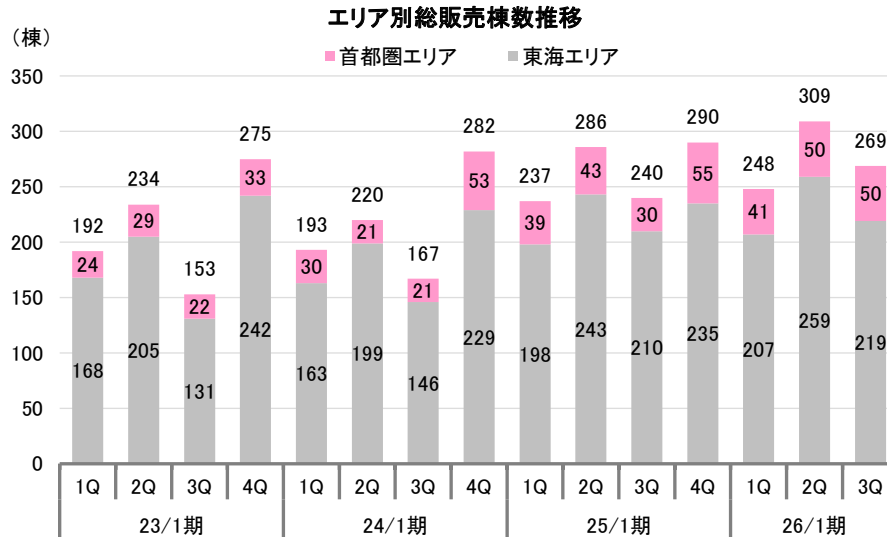
2026年1月期中間期の業績概要

(単位：百万円)

	25/1期中間期		26/1期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	20,267	100.0%	22,871	100.0%	2,604	12.8%
売上原価	16,894	83.4%	18,719	81.8%	1,824	10.8%
売上総利益	3,373	16.6%	4,152	18.2%	779	23.1%
販管費	2,247	11.1%	2,425	10.6%	177	7.9%
営業利益	1,125	5.6%	1,726	7.5%	601	53.4%
経常利益	1,047	5.2%	1,643	7.2%	595	56.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	686	3.4%	1,120	4.9%	433	63.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

注文住宅及び、首都圏エリアの伸びが顕著

2. 事業セグメント別動向

(1) 戸建住宅事業

戸建住宅事業の売上高は22,620百万円（前年同期比12.6%増）、セグメント利益（営業利益）は2,221百万円（同39.3%増）となり、全体の業績拡大をけん引した。継続的な新規出店と効果的なデジタルマーケティングの活用により、注文住宅・分譲住宅とも販売棟数が増加した。特に注文住宅売上は同31.9%の大幅増となった。

エリア別では、首都圏エリアの売上は同32.5%増、東海エリアは同7.1%増となり、首都圏エリアの拡大が顕著であった。東海エリアに次ぐ収益基盤として成長を続けている。

利益面では、収益性の高い案件の増加と効率的な経営管理により、販管費の増加を吸収し、増益を確保した。

(2) 中古再生・収益不動産事業

中古再生・収益不動産事業の売上高は229百万円（前年同期比50.2%増）、セグメント利益は16百万円（同54.2%減）となった。

良質な中古住宅や収益性の高い不動産物件の売却を進めたことにより増収となった。一方で、取扱物件の特性や販売タイミングの影響で利益は一時的に減少した。同事業は物件ごとの収益変動が業績に影響しやすい事業構造であるものの、将来的なストック収益の確保や物件再生ノウハウの蓄積が進んでいる。今後は、リスクを抑えながら安定した賃料収入を得られる収益不動産の比率を高め、ポートフォリオバランスの改善を進める。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

業績動向

(3) その他事業

その他の事業は、顧客紹介手数料及び火災保険代理店手数料などが収益減であり、売上高は22百万円（前年同期比6.5%減）、セグメント利益も22百万円（同6.5%減）となった。小規模ながら、戸建住宅事業の付帯サービスとして顧客接点を拡大し、アフターフォローを通じて顧客満足度の向上に貢献している。今後も本業とのシナジーを重視しながら、LTV（ライフタイムバリュー）向上に資する関連サービスを拡充していく。

2026年1月期中間期セグメント別の業績概要

（単位：百万円）

	25/1期中間期		26/1期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	20,267	100.0%	22,871	100.0%	2,604	12.8%
戸建住宅事業	20,093	99.1%	22,620	98.9%	2,526	12.6%
注文住宅	4,218	20.8%	5,566	24.3%	1,347	31.9%
分譲住宅	15,200	75.0%	16,183	70.8%	983	6.5%
不動産仲介	407	2.0%	455	2.0%	47	11.7%
エクステリア	196	1.0%	274	1.2%	77	39.7%
リフォーム	68	0.3%	140	0.6%	72	105.5%
中古再生・収益不動産事業	153	0.8%	229	1.0%	76	50.2%
その他	23	0.1%	22	0.1%	-1	-6.5%
調整額	-2	-	-0	-	2	-
営業利益	1,125	5.6%	1,726	7.5%	601	53.4%
戸建住宅事業	1,594	-	2,221	-	626	39.3%
中古再生・収益不動産事業	35	-	16	-	-19	-54.2%
その他	23	-	22	-	-1	-6.5%
調整額	-528	-	-532	-	-4	-

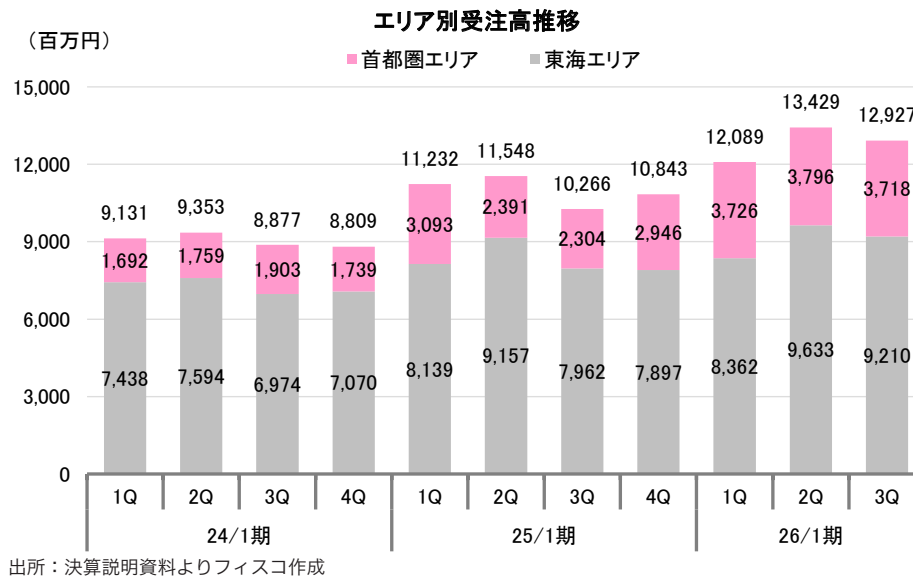
出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 受注の状況

同社の受注高は、注文住宅、分譲住宅及び土地取引が含まれる。季節要因による変動はあるものの、全体として堅調に推移している。2026年1月期第2四半期においては、東海エリア・首都圏エリアともに受注が好調で、過去最高を更新した。注文住宅については、設計・着工・引き渡しまで、約1年弱要するため、受注実績は今後の売上に反映されることとなる。2026年1月期下期にかけても受注残が高水準で推移する見通しであり、今後も増収基調を維持する可能性が高い。

建築コストの上昇が続くなか、同社は設計・施工管理の内製化や仕入体制の効率化によってコストを抑制することと競争力を維持している。大手ハウスメーカーの販売価格上昇を背景に、コストパフォーマンスを重視する同社ターゲット層からの引き合いが増加し、シェアを拡大している。また、住宅ローン金利上昇への懸念もあるが、顧客の多くが変動金利型を利用している状況から現時点で大きな需要低下等の影響は見られない。

業績動向



4. 財務状況と経営指標

2026年1月期中間期末の資産合計は前期末比2,847百万円増加の31,704百万円となった。主な増加要因は、現金及び預金が302百万円増加したことに加えて、仕掛販売用不動産が1,878百万円、販売用不動産が396百万円増加したことによる。土地仕入や建築中案件の積み上がりが進み、資産全体の増加につながった。

負債合計は同1,873百万円増加の25,064百万円となった。主な増加要因は、短期借入金（1年内償還予定の社債及び1年内返済予定の長期借入金を含む）が765百万円、長期借入金・社債が414百万円増加したことによる。土地仕入や建設資金に係る資金需要を反映している。また、受注増加を背景に、支払手形及び買掛金が492百万円、注文住宅の前受金が249百万円増加した。

純資産合計は同974百万円増加の6,639百万円となった。親会社株主に帰属する中間純利益1,120百万円の計上により内部留保の積み上げが進んだことが要因である。

安全性の指標である自己資本比率は20.9%（前期末比1.3ポイント上昇）となり、財務基盤は改善傾向にある。有利子負債と自己資本の割合を示すD/Eレシオは2.7倍とやや高めながら、同0.2倍改善した。1年以内に返済する必要のある負債に対し1年以内に現金化される資産の割合を示した流動比率は146.2%（同3.9ポイント上昇）と、問題ない水準を維持した。

同社の主な資金調達手段は銀行借入であり、土地仕入や運転資金など事業運営に必要な資金を安定的に確保している。金利上昇局面においても、資金調達環境に大きな変化は見られない。

資金の主な使途は在庫であり、仕掛販売用不動産及び販売用不動産で構成されている。在庫回転率はおおむね1.5～2.0回転で推移しており、在庫水準は適正に管理されている。なお、不動産は低価法に基づき適切な資産評価を実施している。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

業績動向

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	23/1期末	24/1期末	25/1期末	26/1期 中間期末	増減
流動資産	22,290	23,513	26,829	29,687	2,857
現金及び預金	2,974	3,389	5,357	5,660	302
販売用不動産	11,116	10,156	9,665	10,062	396
仕掛販売用不動産	7,352	9,315	10,993	12,871	1,878
受取手形、売掛金及び契約資産	70	89	77	142	64
固定資産	1,934	1,891	2,027	2,016	-10
有形固定資産	1,294	1,190	1,195	1,145	-50
無形固定資産	28	32	36	38	1
投資その他の資産	610	668	794	833	38
資産合計	24,224	25,404	28,856	31,704	2,847
流動負債	14,799	15,860	18,847	20,306	1,458
支払手形及び買掛金	1,803	2,054	2,629	3,122	492
前受金	1,399	1,914	2,551	2,801	249
短期借入金等	11,092	11,230	12,520	13,285	765
固定負債	5,170	5,188	4,343	4,757	414
長期借入金・社債	4,945	4,969	4,122	4,536	414
負債合計	19,970	21,048	23,191	25,064	1,873
有利子負債	16,037	16,199	16,642	17,822	1,179
純資産合計	4,254	4,355	5,664	6,639	974
<収益性>					
ROA (総資産経常利益率)	2.2%	1.4%	7.4%	-	-
ROE (自己資本当期利益率)	8.0%	5.2%	28.7%	-	-
営業利益率	2.2%	1.7%	5.4%	7.5%	-
<安全性>					
自己資本比率	17.6%	17.1%	19.6%	20.9%	1.3pp
D/Eレシオ	3.8倍	3.7倍	2.9倍	2.7倍	-0.2倍
ネットD/Eレシオ	3.1倍	2.9倍	2.0倍	1.8倍	-0.2倍
流動比率	150.6%	148.3%	142.3%	146.2%	3.9pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

業績動向

5. キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは603百万円の支出だった。税金等調整前中間純利益1,643百万円の計上及び仕入債務の増加額505百万円による収入があった一方、棚卸資産の増加額2,275百万円及び法人税等の支払額540百万円による支出が上回った。

投資活動によるキャッシュ・フローは100百万円の支出だった。主に有形固定資産の取得による支出76百万円及び差入保証金の差入12百万円が要因である。

財務活動によるキャッシュ・フローは1,006百万円の収入となった。主な要因は、長短借入金の調達が長期借入金の返済額を上回ったことによる。

現金及び現金同等物の中間期末残高は、前期末比302百万円増加の5,424百万円となった。

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	25/1期中間期	26/1期中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,953	-603
税金等調整前中間純利益	1,047	1,643
減価償却費	114	119
支払利息	91	119
売上債権の増減額 (-は増加)	14	-64
棚卸資産の増減額 (-は増加)	385	-2,275
仕入債務の増減額 (-は減少)	259	505
投資活動によるキャッシュ・フロー	-45	-100
財務活動によるキャッシュ・フロー	-1,102	1,006
短期借入金の純増減額	-1,168	531
長期借入れによる収入	4,345	6,550
長期借入金の返済による支出	-4,174	-5,871
社債の償還による支出	-41	-30
現金及び現金同等物の増減額	805	302
現金及び現金同等物の期首残高	3,206	5,121
現金及び現金同等物の中間期末残高	4,011	5,424

出所：決算短信よりフィスコ作成

6. 2026年1月期第3四半期の業績

2026年1月期第3四半期は、売上高が前年同期比18.7%増の34,834百万円、営業利益が同68.1%増の2,576百万円、経常利益が同71.4%増の2,429百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同77.4%増の1,648百万円となり、中間期に続き大幅な増収増益となった。売上高、利益、総販売棟数はいずれも第3四半期の過去最高を更新した。

売上高は、注文住宅・分譲住宅の販売棟数が引き続き増加し、販売単価の上昇と相まって順調に拡大した。主注文住宅は前年同期比で29.9%増、分譲住宅は同14.9%増といずれも高い伸びを示した。また、首都圏エリアの販売が引き続き好調で、販売単価の上昇を背景に売上高は同53.8%増となり、地域ポートフォリオの分散がさらに進展した。

利益面では、商品力向上に伴う販売単価の上昇により売上総利益率が18.1%まで改善し（前年同期比1.3ポイント上昇）、中間期からの改善基調が継続した。販売棟数の増加による固定費吸収も進み、営業利益は同68.1%増と大幅な増益となった。

2026年1月期第3四半期の業績概要

(単位：百万円)

	25/1期3Q		26/1期3Q		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	29,354	100.0%	34,834	100.0%	5,479	18.7%
売上総利益	4,933	16.8%	6,299	18.1%	1,365	27.7%
販管費	3,400	11.6%	3,722	10.7%	321	9.5%
営業利益	1,532	5.2%	2,576	7.4%	1,043	68.1%
経常利益	1,417	4.8%	2,429	7.0%	1,012	71.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	929	3.2%	1,648	4.7%	719	77.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年1月期通期は大幅増収増益、過去最高を見込む

1. 2026年1月期通期の業績見通し

2026年1月期通期の連結業績は、売上高が前期比19.4%増の48,000百万円、営業利益が同68.7%増の3,650百万円、経常利益が同72.1%増の3,445百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同66.8%増の2,400百万円を見込んでいる。2025年12月9日付けで第3四半期までの堅調な業績と受注状況、販売棟数の増加を踏まえ3度目の上方修正を実施した。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

今後の見通し

増収の主因は、受注高及び総受注棟数の堅調な伸びに加え、付加価値向上に伴う販売単価の上昇である。デザイン性や住宅性能を高めた高コストパフォーマンス住宅への需要が拡大しており、同社が強みとする「デザイン×性能×価格」のバランスを重視した商品戦略が寄与している。

利益面では、販売価格の適正化やコストコントロールの徹底、受注棟数の増加に伴うスケールメリットや施工管理の効率化により、売上総利益率は18.1% (前期比1.3ポイント上昇) となる見通しである。さらに、デジタルマーケティングを活用した効率的な集客による広告費比率の抑制や営業効率の改善を進めることで、原材料高や人件費上昇などのコスト増加要因を吸収、営業利益率は7.6% (同2.2ポイント上昇) を見込む。以上により、売上・利益とも過去最高を更新する見通しである。

2026年1月期の業績見通し

(単位：百万円)

	25/1期		26/1期		前期比	
	実績	売上比	予想※	売上比	増減額	増減率
売上高	40,185	100.0%	48,000	100.0%	7,814	19.4%
売上総利益	6,735	16.8%	8,710	18.1%	1,974	29.3%
販管費	4,572	11.4%	5,060	10.5%	487	10.7%
営業利益	2,163	5.4%	3,650	7.6%	1,486	68.7%
経常利益	2,002	5.0%	3,445	7.2%	1,442	72.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,436	3.6%	2,400	5.0%	963	67.0%

※ 予想は2025年12月9日公表の修正値。

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

注文住宅と分譲住宅が好調に推移

2. 事業セグメント別の見通し

(1) 戸建住宅事業

東海エリアでは既存拠点の効率化とブランド浸透が進み、首都圏エリアでは出店効果や認知度向上によって受注が拡大しており、注文住宅・分譲住宅ともに販売棟数が増加し、主力事業として全体業績をけん引する見通しである。

なお、注文住宅は、デザイン性や快適性を重視する顧客ニーズに対応した商品提案による受注拡大を見込む。分譲住宅は、首都圏を中心に供給を増やし、安定的な販売を計画している。不動産仲介やリフォーム・エクステリア事業は、戸建住宅事業との連携を強化し、アフターサービスやリピート需要を通じて収益への貢献を図る。これらの取り組みにより、戸建住宅事業を中心とした安定的な収益構造を維持し、持続的な成長を目指す。

(2) 中古再生・収益不動産事業

中古再生・収益不動産事業も増収を見込んでいる。良質な中古住宅や収益不動産の売却を継続し、物件の選別と再生を通じて資産価値の向上を図る。一方、取扱物件の特性や販売時期の影響により、収益は物件ごとに変動する傾向があるため、同社は売却収益に加えて安定的な賃料収入の確保にも取り組み、ストック型収益の拡大と再生ノウハウの蓄積による事業の安定化と収益基盤の強化を目指している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 中長期の成長戦略

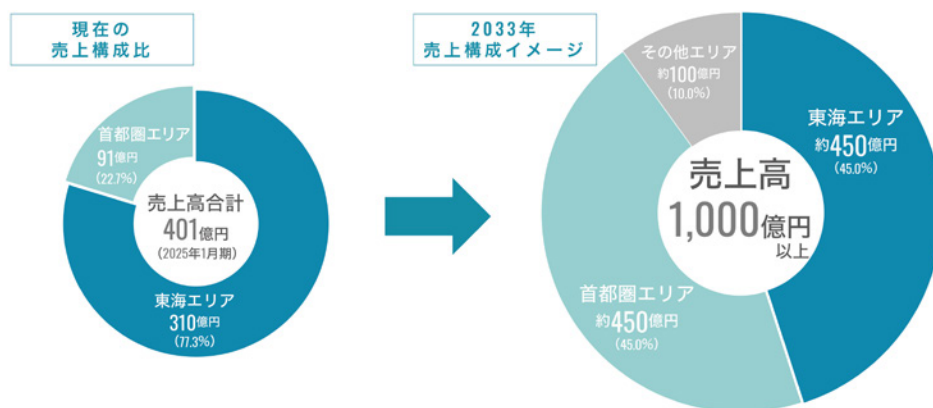
2033年までに売上高1,000億円以上を目指す

1. 2033年ビジョン

同社は、創業30周年を迎える2033年までに連結売上高1,000億円の達成を目標としている。地域別の内訳では、地盤である東海エリアと首都圏エリアでそれぞれ450億円ずつ、その他エリアで100億円を計画している。東海エリアでの安定的な収益基盤を維持しつつ、首都圏での高成長を継続し、さらに関西・九州圏など新市場へ展開する方針である。

長期ビジョンとして「日本一顧客満足度の高い住宅プラットフォーム企業」を掲げ、デザイン性・品質・価格のバランスを重視した住宅供給を通じて、顧客との生涯にわたる信頼関係の構築を目指す。また、デジタルマーケティングと人材育成を経営基盤と位置づけ、販売力とブランド力の強化を図る。これらの施策を通じて、収益性の高い事業構造と持続的な企業価値向上を実現していく。

2033年ビジョン 売上構成のイメージ



出所：決算説明資料より掲載

成長戦略の柱は首都圏エリアでの成長加速と、東海エリアでのシェアアップ

2. 成長戦略

同社は、「注文住宅」「分譲住宅」「土地」を一体で提供するワンストップ・プラットフォームと、独自のデジタルマーケティングによる集客力を強めとし、5つの重点戦略を推進している。

成長戦略の基本方針

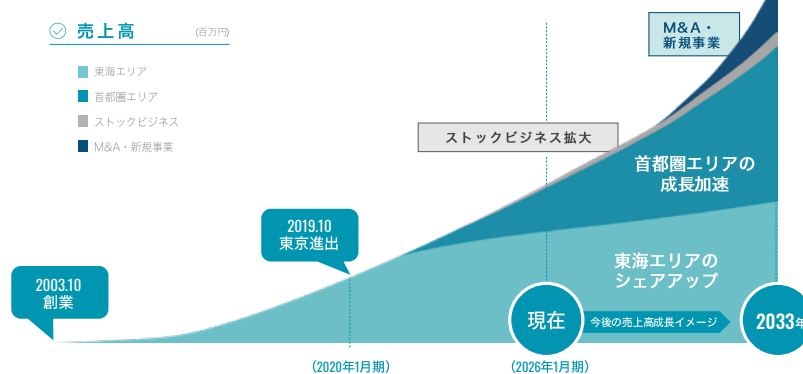
成長戦略のまとめ

- ・既存事業の東海エリアでの安定成長と首都圏エリアでの成長加速を基本方針としつつ、今後M&Aや新規事業による非連続的成長を検討

2033年
売上高 1,000 億円以上

売上高 (百万円)

- 東海エリア
- 首都圏エリア
- ストックビジネス
- M&A・新規事業



出所：決算説明資料より掲載

(1) 首都圏エリアでの成長加速

首都圏エリア（東京・神奈川・埼玉・千葉）は新築戸建需要が高く、成長が見込まれる市場である。同社は2019年に首都圏へ進出し、東海エリアで10年かけて築いた売上規模を約半分の期間で達成するなど、順調に拡大している。今後は首都圏全域での事業拡大を進めるため、住宅展示場や不動産営業拠点の新設を進める方針である。2025年4月には埼玉県初進出となる「アールギャラリー新所沢展示場」を開設し、同エリアでは5展示場、3ショールームと3不動産営業拠点を展開している。今後は東京西部や埼玉南部といった都市近郊エリアを重点市場として開拓する。

首都圏の戸建住宅市場規模は約4.5兆円（注文住宅約46,200棟、分譲住宅約53,300棟）と大きい。同社の市場シェアは約0.2%にとどまる。同社の強みであるデザイン力とコストパフォーマンスを兼ね備えた住宅の提供を通じて、2033年までに市場シェア1%程度への拡大を目指す。

アールプランナー

2983 東証グロース市場・名証メイン市場

2026年1月13日 (火)

<https://ir.arrplanner.co.jp/ja/ir.html>

中長期の成長戦略

(2) 東海エリアでのさらなるシェアアップ

地盤である東海エリア（愛知・岐阜・静岡・三重）は、同社にとって安定的な収益基盤である。愛知県は注文住宅着工棟数で18年連続全国1位※、分譲住宅（一戸建）でも全国4位と、需要が旺盛な市場である。戸建住宅市場の規模は約1.5兆円（注文住宅33,200棟×30百万円、分譲住宅14,500棟×40百万円）と推計され、同社の愛知県でのシェアは約4%であるが、将来的に6～7%程度への拡大を目指している。

※ 国土交通省「建築物着工統計調査」調べ

2024年9月には大府展示場、同年11月には日進梅森展示場を開設し、さらに2025年9月に名古屋東不動産営業所を開設し、現在は14展示場、3ショールームと9不動産営業拠点を展開している。人財育成と営業力を強化し、地域密着型のマーケティングを推進することで、ブランド認知の向上と受注効率の改善を図り、さらなるシェア拡大と収益性の向上を目指す。

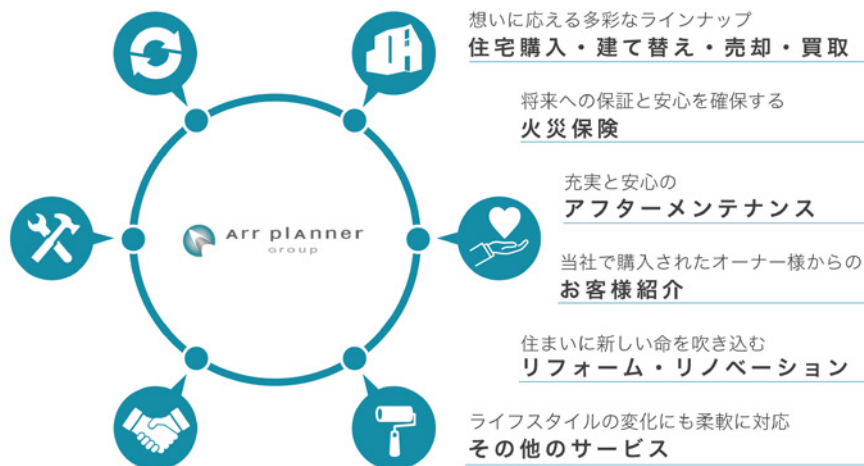
(3) ライフタイムバリュー推進（生涯取引の強化）

同社は持続的な成長のために、原動力である商品力をさらに深化し、幅広い顧客からのニーズの獲得を目指している。ここから、デザイン力・コスト競争力の強化、先進住宅の提供、好立地案件による収益性向上の強化で1棟当たり単価と収益性向上を図り、生産性向上を目指す。

同社は住宅販売後も顧客との関係を維持・深化させる「ライフタイムバリュー（LTV）向上施策」に注力している。住宅購入後のリフォームやリノベーション、建て替え、売却、買取など、ライフステージに応じたサービスをワンストップで提供し、生涯にわたる長期的な取引関係を構築している。

2022年11月にはオーナー向けアプリ「ARR PLANNER OWNERS CLUB（アールプランナー・オーナーズクラブ）」をリリースし、火災保険や住宅点検、リフォーム提案、イベント案内などの情報を一元管理できる仕組みを導入した。アプリを通じた顧客データの活用により、顧客満足度の把握とリピート率の向上を図っている。こうした取り組みにより、単発的な住宅販売モデルから「生涯取引型」のビジネスモデルへと進化を進め、安定的な収益基盤の確立を目指している。

同社の強みを生かした商品力とLTV推進



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中長期の成長戦略

(4) M&A・新規事業の推進

同社は事業規模の拡大と収益基盤の多様化を目的に、M&A及び新規事業への参入を検討している。M&Aの対象は、主に戸建住宅や不動産関連事業を手掛ける同業企業であり、既存事業とのシナジー創出による成長加速を狙う。また、分譲マンションや賃貸住宅といった周辺分野への進出も視野に入れており、住宅総合企業としての機能拡張を図る。

今後は、首都圏での事業基盤を一層強化したうえで、関西や九州など他地域への展開を検討している。地域ごとの土地情報の取得は同社の事業運営における重要な要素であるが、大手不動産会社とのネットワークを活用すれば、地域特性に応じた安定的な供給体制の確立を目指すことができる。

M&Aと新規事業を通じた新たな収益機会の創出と事業ポートフォリオの拡充を通じて、中長期的な成長基盤を強化する考えだ。

(5) 人的資本経営

同社は、「人財」を最も重要な経営資源と位置付け、採用・育成・定着を中長期的な戦略の柱としている。住宅事業は高額かつ複雑な商品を扱うため、顧客一人ひとりに寄り添った提案力が求められることから人的資本の充実を重視している。

事業拡大に伴い、東海エリア及び首都圏エリアで積極的に人員を採用しており、中途採用による即戦力人材の確保と、新卒採用による将来の中核人材の育成を両立する。採用活動では、企業理念「All Satisfaction～「住。」を通じてすべての人に満足を提供する～」に共感する人材の獲得を重視し、SNS (InstagramやTikTokなど) を活用した広報活動も行っている。

新卒社員に対しては、入社後の教育・研修体制を整備し、早期戦力化を図っている。また、柔軟な勤務制度や育児・介護休暇制度の活用を促進するなど、働きやすさと働きがいの両立を目指した職場環境の整備を進めている。平均年齢34.4歳、平均勤続年数4.6年と比較的若い組織構成を有し、コミュニケーションの活発さや意思決定の速さを生かした事業運営を展開している。これらの取り組みにより、社員の能力向上と組織全体の生産性向上を両立し、持続的な成長を支える基盤を強化している。

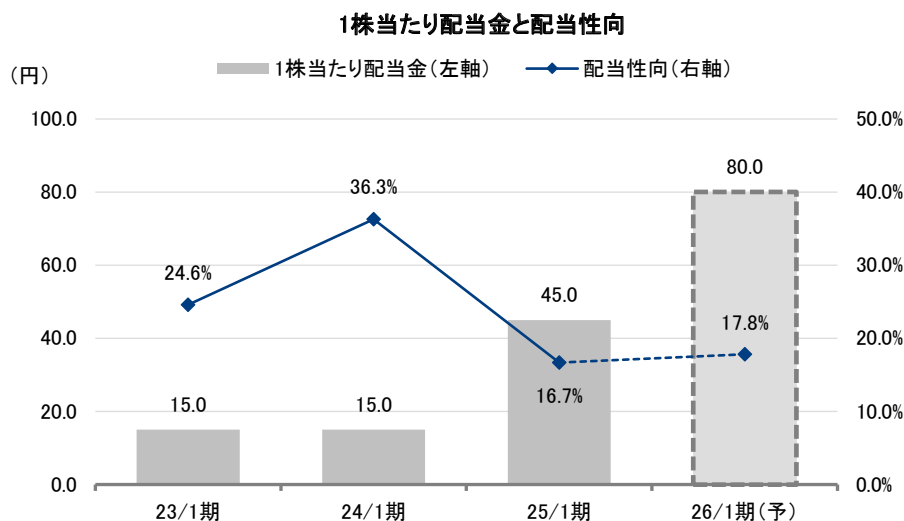
株主還元策

好調な業績を背景に、2026年1月期の配当は年間80.0円に増配

同社は、中長期的な企業価値向上を最優先課題とし、株主還元については安定的な配当の実施を基本に、成長投資とのバランスを重視している。業績の成長に応じた柔軟な配当政策を採用し、配当性向は15～20%を目安としている。

2025年1月期の年間配当金は1株当たり45.0円（前期比30.0円の増配、配当性向16.7%）とし、利益成長に応じた還元を実施した。2026年1月期は好調な業績を受け、年間配当金を当初予定の50.0円から80.0円（同35.0円の増配、同17.8%）へと引き上げた（6月に続き3度目の上方修正）。業績拡大と内部留保の充実を両立しながら、成長投資と株主還元の両面でバランスの取れた資本政策を推進している。

また、2026年1月末を基準日として、1株につき2株の割合で株式分割を実施し、投資単位当たりの金額を引き下げることで、投資家層の拡大と、株式の流動性向上を図る方針である。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp