

2024年12月期 第1四半期 決算説明会等における主な質疑応答

【質問】説明会資料 P4「第1四半期の取り組みと今後の見通し」について。戸建部門で気密測定サービスの標準化を推進とのことだが、足もとでどれくらい進んでいるのか。

足もとでは月間100件前後で推移しているが、ビルダー・工務店側も非常に関心が高く、期中からになるが複数の大手ビルダーでは全棟採用になる見込み。

【質問】上記質問の続き。気密測定サービスの売上総利益率はどうか。今季見通しにはどれくらい加えているのか。

売上総利益率は申し上げられないが、ウレタン断熱材の施工に合わせて行うような形なので利益率向上には寄与すると思う。今期末には施工棟数の2割程度を計画しているが、もう少し伸びるかもしれない。

【質問】説明会資料 P8「経常利益」について。販売費及び一般管理費が20%強アップしており、多くは人件費とのことだが、ベースアップは今回で終わり、来期以降は横ばいという見方で良いのか。

現時点で、来年のベースアップ水準は決定していないが、当社は引き続き良い人材の獲得及び定着していきたいという考えがあるので市場環境も考慮しつつベースアップは行う方向。

【質問】説明会資料 P9「戸建部門」P10「建築物部門」について。第1四半期は両部門とも数量が前年比で減少している中、施工人員が増えたので利益が伸び悩んだということか。

おっしゃる通り、第1四半期は季節的に受注が低いこともあるが、下半期以降施工が増えてくることに向け、足もとで採用を進めトレーニングを行うことで、採用者の施工スキルを高めて繁忙期を迎えられるようにしている。

【質問】上記質問の続き。受注（施工）の平準化というのは難しいものなのか。戸建の季節性は理解しているが、建築物も同様なのか。

建築物に関しても1月から3月は低水準の傾向にある。

【質問】説明会資料 P9「戸建部門」の売上総利益率の見通しについて。第1四半期は前年の値上げ効果もあったと思うが、第2四半期以降は値上げ効果がほぼなくなる。今後シェア拡大施策を進める反面、上位等級効果の増加も考えられるが、第2四半期以降の「戸建部門」の売上総利益率はどう見ているか。

当社が考えている「戸建部門」の売上総利益率の見通しは、1月から6月までの第2四半期累計期間は24.1%、9月までの第3四半期累計期間は24.4%、通期は24.9%であり、ほぼ横ばいと考えている。ちなみに「建築物部門」の売上総利益率の見通しは、第2四半期累計期間は23.5%、第3四半期累計期間は25.6%、通期は26.7%であり、こちらは後半に上位商品のアクアモエン NEO の施工が増えてくることに起因している。

【質問】上記質問の続き。「戸建部門」において、価格戦略（値下げ）を行いながらシェア拡大を目指す

ということだったと思うが、売上総利益率に影響は出ないのか。

価格戦略は全顧客を対象に行うものではなく新規顧客のみであり、概ね2割程度を考えている。

【質問】説明会資料 P9「戸建部門」のシェア拡大施策の見通しについて。新規顧客の獲得について進捗を知りたい。

獲得は進んでいる。具体的には、新設住宅着工戸数が10%程度減少するなか、施工棟数を5%増加させる計画なので、新規案件で15%強の施工数を増やす前提としている。この増加分のうち、約1/3は従来から注力している重点ビルダーからの発注増。1/3は年間100棟から200棟を手掛ける地域密着型の工務店からの発注。もちろん、1社ではなく全国各地で並行して取り組んでいる。残り1/3は、マンション等のリノベーション施工の大手会社案件。他の断熱材からの切り替えになる。厳密には新築ではないが、施工金額は新築と遜色ない価格になる見込み。

【質問】戸建部門の市場環境は新設住宅着工戸数のうち特に注文住宅の動向に影響を受けると思うが、足もとはどういう感じなのか。

先に説明した通り、市場環境は厳しく何も手を打たなければ二桁減になるだろうと見ている。そうならないために新規開拓や既存顧客の深掘りに注力している。

【質問】戸建部門では、従前から工務店のコスト優先で他の断熱材が選ばれるケースが多かったと思うが、コストよりも気密性に注目している工務店が増えているという流れに変わっているという理解で良いのか。

変わってきていると捉えている。住宅関連のメディア等で気密に関して取り上げられるケースが増えており、当社の気密測定サービスへの反響も大きい。

【質問】上記質問の続き。気密性能以外の理由で他の断熱材から切り替える先はあるのか。

いわゆる「物流の2024年問題」により、従来と比較して物流コストの上昇により、他の断熱材の仕入れに当たり配送費が増加しているが、当社は施工代金に移動費用も含まれているので、トータルコストは遜色ないものになってきており、当社が選ばれるケースが増えている。先に説明したマンションのスケルトンリノベーションの事例でも、トータルコストも考慮されたと聞いている。

【質問】説明会資料 P18「2030年に目指すべき住宅・建築物の姿」について。2025年に断熱等級4が義務化されるため、住宅メーカーが断熱性能を引き上げていることは理解しているが、一方でパワービルダーについては取り組みが遅れているように見える。特にアクアモエン NEOのような高額な商品は導入が難しいのではないのか。

まず、2025年に義務化となる断熱等級4についてはパワービルダーの受注はあまり獲得できていない。他の断熱材と比べてコスト高になることが要因と捉えている。一方で、2030年に義務化が予定されている等級5（ZEH水準）になると、他の断熱材も厚みを増やすなどの工夫が必要となることや、厚みが増すことで技術的なハードルが高まることなどから、当社商品も十分競争できる環境になっている。したがって、今まで硬質発砲ウレタンに関心を示さなかった先も、検討いただけるなどの動きが出ている。等級5が標準化することでパワービルダーへの導入の可能性はあると思う。なお、アクアモエン NEO

については、基本的には建築物向けの商品である。

【質問】説明会資料 P18「2030 年に目指すべき住宅・建築物の姿」について。自治体の省エネ住宅に対する取り組みはどうなっているか。「東京ゼロエミ住宅」なども一時期に比べてトーンダウンしている気がする。

自治体によって温度差はあると思う。説明会資料 P23「気密性能に関する規定の広がり」でご説明したが、省エネ住宅施策に積極的に取り組んでいる自治体では、ZEH 水準（断熱等級 5）よりも高い性能を求めていくケースがほとんどあり、これに適合する場合、国からの補助金に加えて自治体の補助金が上乘せられるため、該当する地域の工務店は上位等級（等級 6 以上）への関心が高い傾向がある。

【質問】説明会資料 P24「首都圏の再開発、地方の半導体工場」について。半導体工場の施工受注に当たっての営業活動は、半導体メーカー、ゼネコンどちらに対して行っているのか。また工夫している点があれば教えてほしい。

当社が半導体メーカーに直接受注を取りに行くということはほとんどない。ゼネコンへの営業が主となる。工夫している点としては、当社が全国規模で展開している利点から、実際に発注をいただく地域の支店長や工事監督、ゼネコン本社の購買部門などに並行して営業活動を行っている。

【質問】説明会資料 P26「主力 2 製品の熱伝導率が変わり断熱性能が向上」について。工務店の反応はどうか。

非常に好評である。特にアクアフォームは熱伝導率が 0.033W/mK になったため、これまでの競合の同クラス商品の最高 0.034W/mK を超えたので（数値が低い方が性能は高い）、工務店の反応は非常に良い。プレゼンで申し上げたが柱のサイズが決まっていることなどから、「断熱材の厚さを薄くしてほしい」という注文はほとんどなく、純粹に同じ厚さで断熱性能が向上したことを評価されており、受注につながっている。

【質問】説明会資料 P26「主力 2 製品の熱伝導率が変わり断熱性能が向上」について。従来、コスト削減も勘案してアクアフォーム LITE を推進しているということだったが、足もとにおけるアクアフォーム LITE の比率はどうなっているのか。

アクアフォーム LITE が戸建部門に占める割合は 7 割強まで進んだが、足もとではアクアフォームの人気が高まっており、LITE の比率は 6 割程度となっている。

【質問】防水部門について。日本アクアのホームページを見てもアクアハジクンの施工事例に変化がなく、アクアハジクンは伸びていないのではないかと感じてしまうが、実際はどうか。

アクアハジクンの施工事例は増えており、商品に対する支持も広がっている。ゼネコン等に営業社員を通じて施工事例の公開を働きかけている。防水部門については、コンペティターから転職してきた即戦力人材もあり、今までの当社のやり方とは異なる方法で対象を広げているので、今後の期待は大きい。

【質問】プライム上場基準の維持の方策について、考え方としては業績を高めていくということなのか。いわゆる東証の PBR 1 倍改善にもつながる話と思うが、株価（PBR）を上げるには ROE×PER に分解し

て考えることができる。もちろん両方とも高めていくため、企業努力を続けていく。

以上

【お問い合わせ先】

株式会社日本アクア 管理本部 経営企画部 小室 昌彦

電話番号：03-5463-1117

Eメール：m.komuro@n-aqua.com