

いい家に住み継ごう



株式会社ログスホールディングス

個人投資家向け説明会資料

東京証券取引所グロース市場 | 証券コード：205A



2026 4/18



01 会社概要 P3

02 当社の強み P10

03 成長戦略 P20

04 業績ハイライト・株主還元 P26



➤ 01	会社概要	P3
02	当社の強み	P10
03	成長戦略	P20
04	業績ハイライト・株主還元	P26

● 注文住宅事業を中心に、北海道・東北・北関東・東海エリアにおいて住宅販売事業を展開

会社名	株式会社ロゴスホールディングス
英訳名	LOGOS HOLDINGS INC.
代表者	代表取締役社長 池田 雄一
本店所在地	北海道帯広市東三条南十三丁目2番地1
設立	2020年7月9日
事業内容	デジタルマーケティング集客およびDXによる効率的なオペレーションを活用した注文住宅事業
従業員数	98名 ※グループ全体694名 (2026年2月末)
資本金	107百万円 (2026年2月末)



沿革

- 2003年6月に帯広にて創業
- 様々な強みに支えられた高性能・適正価格の住宅供給に加え、地場工務店のM&Aを通じて引渡棟数を継続的に拡大



日本の家づくりをつくる。

全国各地に、新しいつながりと価値観を。



2003年の株式会社ロゴスホーム創業以来、わたしたちが追求してきたのは、厳しい自然にも負けない高品質な家を、手の届く適正価格でお届けすること。北海道の地で、幸せな家族を増やしてきたという自負があります。

そして、全国的に、暮らしや働き方、家に対する考え方も変わっていく中で、家づくりには、新しい価値観で、ビジョンを描くことが必要です。地域に根付いたブランドや、優れた技術の継承についても、考えなくてはなりません。

住む人はもちろん、造る人も、幸せになる家づくりを。そのために重要なのは、思いを共有できる、全国各地のビルダーとのつながり。私たちが手を取り合えば、日本の家づくりの新常識が生まれるはず。いつの時代も、家には幸せがある。私たちは、そう信じています。



主な事業会社の特徴

● 各事業会社がそれぞれ特徴的な商品を持ち、各地で事業を展開



いい家をつくり継ぐ
LOGOS HOME
株式会社 ログスホーム

本社所在地	北海道帯広市
主な販売地域	北海道・東北・北関東・東海
単独店舗数	ログスホーム：24店舗 ハウジングカフェ：2店舗
主な商品	FORTAGE、GUUUS、e-Hikaria、YETY
事業の特徴	北海道・東北・北関東・東海に出店している「ログスホーム」と北海道内でのみ出店している「ハウジングカフェ」の2ブランドを展開。高い省エネ性能・適正価格にこだわり、北海道品質 ^{※1} で、どの地域でも快適に過ごせる家を提供。



いい家をつくり継ぐ
H&I 豊栄建設株式会社

本社所在地	北海道札幌市
主な販売地域	北海道（札幌・苫小牧）
単独店舗数	2店舗
主な商品	チャレンジ999
事業の特徴	札幌市に本社を構え、注文住宅を主軸に建売住宅と宅地販売等の事業を札幌市と苫小牧市に展開している。価格・品質・サポートにこだわった家を提供。



GALLERY HOUSE

本社所在地	栃木県宇都宮市
主な販売地域	栃木県
単独店舗数	2店舗
主な商品	栃木建築社、VINJOY、ノマリス
事業の特徴	栃木県を商圏として、注文住宅及び建売住宅の販売する「栃木建築社」、中古住宅のリノベーション事業を行う「VINJOY」、障がい者グループホームの建設を請負う「ノマリス」のブランドで展開。



Sakai 坂井建設株式会社

本社所在地	新潟県長岡市
主な販売地域	新潟県
単独店舗数	8店舗＋事務所
主な商品	Detail HOME、Detail Base、他
事業の特徴	「新潟のくらしをデザインする」をコンセプトとした注文住宅である「カトレア」を中核商品として事業展開。デザインに特化した注文住宅販売に併せ、企画、リノベも展開。

※：単独店舗数：単独店舗の外に、(株)ログスホームと豊栄建設(株)で運営する「北海道クラシウム」が1店舗あります。

- 家づくりに関する気候や住文化、所得水準などの地域性という課題に対し、地方工務店の集合体として展開
- 効率的なデジタルマーケティングやDXオペレーションを通じて、グループ会社の経営・事業をサポート

ハウスメーカーとしての
家づくりに関する課題



地域によって異なる気候



地域によって異なる住文化



地域によって異なる所得水準

大手ハウスメーカー

性能や価格が全国一律の基準で決められることが多く、統一した家づくりが意識される。結果的に、地方では性能と価格の両面で満足出来る家を提供することが難しい

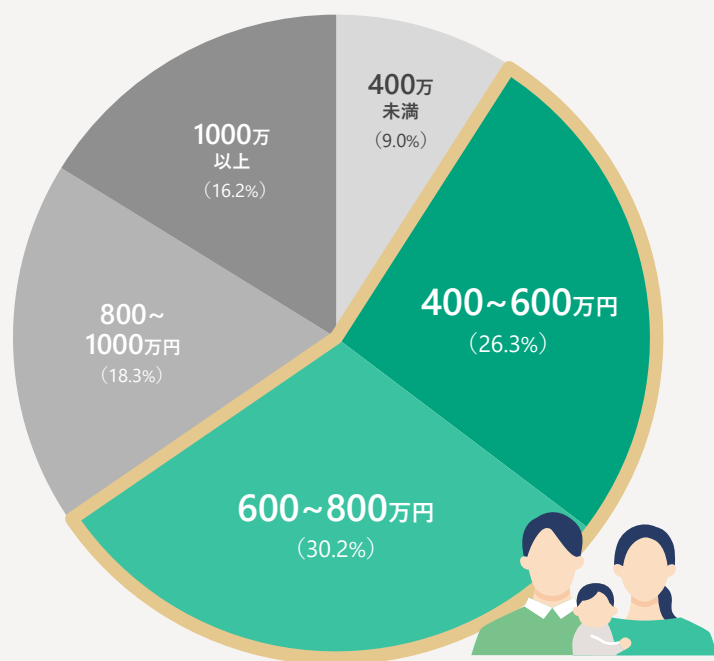


- ✓ **地域密着型の家づくり**
地域の気候や住文化を知り尽くした地方工務店の集合体により快適な暮らしを実現出来る家を提供
- ✓ **ホールディングスの経営支援によるコスト優位性の実現**
 - ・コストがかかり、かつ競争にもなりやすい総合住宅展示場を避け効率的なデジタルマーケティングや自社展示場・モデルハウスを軸とした集客
 - ・DXによる効率的なオペレーション

ターゲット層

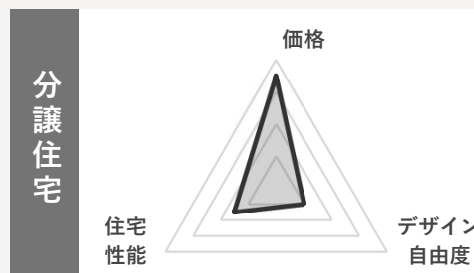
- ターゲット層に合わせて、北海道の厳しい環境に耐えうる高性能な住宅を手が届きやすい価格帯で全国に提供

注文住宅購入者の世帯年収割合



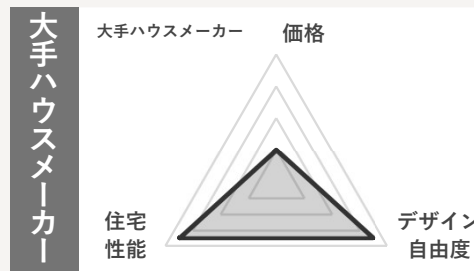
ボリュームゾーン = 当社のターゲット層

出所：国土交通省「住宅市場動向調査報告書（2022年度）」一次取得者の世帯年収別の割合



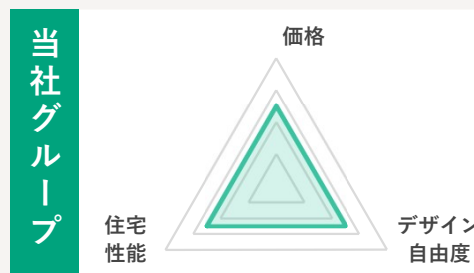
分譲住宅

- ✓ 注文住宅と比較して安価
- ✓ 住宅は既に完成されている状態のため、間取りやデザインの自由度が低い



大手ハウスメーカー(注文住宅)

- ✓ 性能、デザインともに良く、自由度も高いが、価格も高額



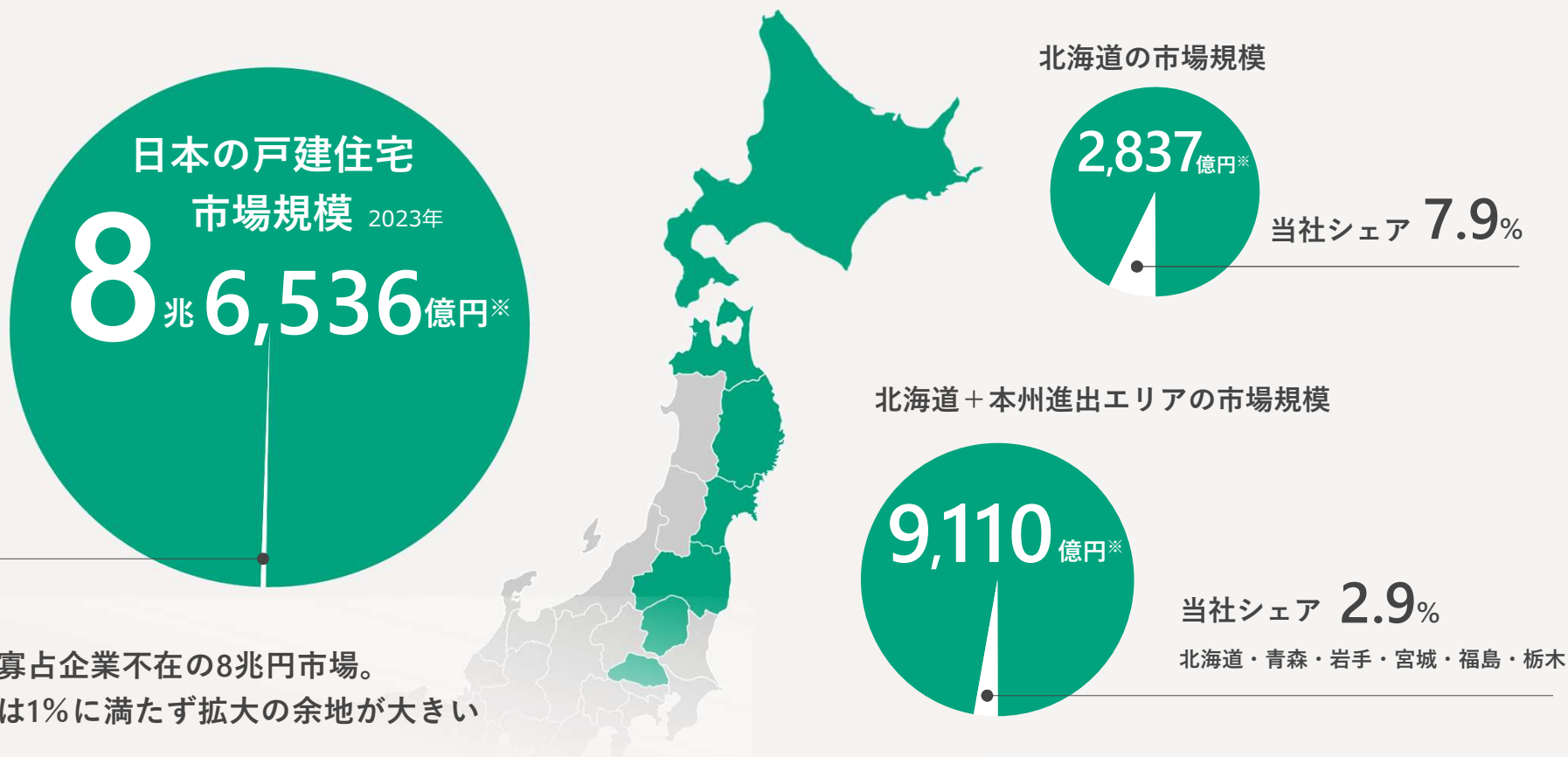
当社グループ(注文住宅)

- ✓ 住宅性能、デザインの自由度と価格を両立する **高性能・適正価格の注文住宅**

※上図にレーダーチャートにおいて「価格」は低価格の場合に、「住宅性能」は断熱性・耐震性等が高い場合、「デザインの自由度」については設計により変更可能な度合いが高い場合に高い評価となる

市場環境 | 市場規模

- 創業の地である北海道における当社市場シェアは7.9%
- 進出エリア及び未進出エリアを含む日本全国における当社市場シェアは小さく、拡大余地は大きい



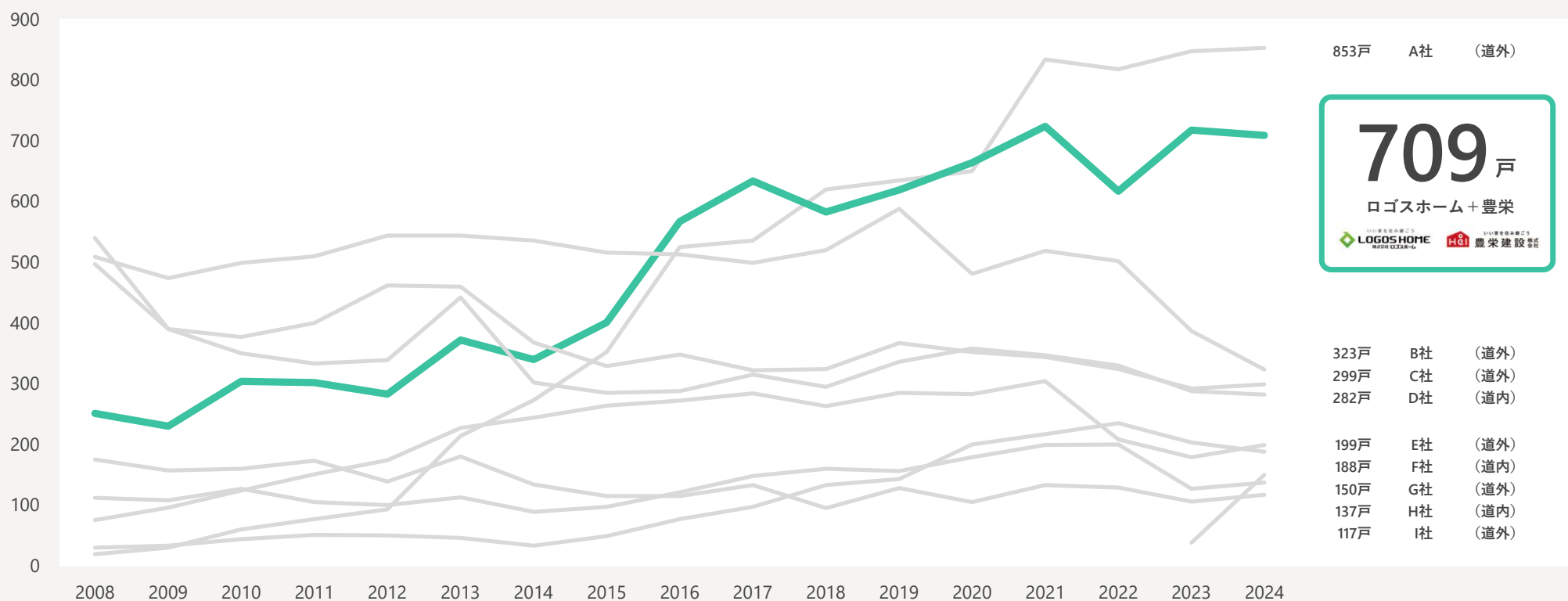
※「建築着工統計調査」における工事費予定額（全国平均：持家2,930万円、分譲1,731万円）に戸建住宅の戸数をかけた数値を市場規模とし、市場全体に占める当社の売上高（2025年5月期）をシェアとした。

※ ロゴスホームの出店エリアにおけるシェアを記載しており、現在坂井建設のみが出店している新潟県は本州進出エリアとしては含んでいない

市場環境 | 競合環境

- コロナ禍による一時的な落ち込みはあったが、出店拡大、豊栄建設株式会社のM&A、DXによる業務効率化等により北海道内企業の中で一番*の成長を継続

【北海道】戸建注文住宅新設着工 上位企業の推移（単位：戸） | 2024年上位10社



● 北海道内をエリア別にみると帯広圏以外にはシェア拡大の余地

札幌圏 札幌市・江別市・千歳市・恵庭市・北広島市・石狩市・小樽市

シェア 11.5%

NO	施工者	戸数
1	A社	423
2	豊栄建設(株)	233
3	(株)ロゴスホーム	193
3	B社	193
5	C社	168

全戸数 3,702

帯広圏 帯広市・音更町・芽室町・幕別町

シェア 18.6%

NO	施工者	戸数
1	(株)ロゴスホーム	85
2	A社	39
3	D社	28
4	E社	26
5	F社	24

全戸数 457

釧路圏 釧路市・釧路町

シェア 13.0%

NO	施工者	戸数
1	A社	31
2	(株)ロゴスホーム	23
2	G社	23
4	H社	13
5	I社	10

全戸数 177

室苦圏 苫小牧市・室蘭市・登別市・伊達市

シェア 5.1%

NO	施工者	戸数
1	A社	77
2	J社	31
3	(株)ロゴスホーム	26
4	K社	22
5	L社 / M社	21

全戸数 513

旭川圏 旭川市・鷹栖町・東神楽町・東川町

シェア 6.7%

NO	施工者	戸数
1	N社	73
2	O社	51
3	P社	47
4	A社	44
5	(株)ロゴスホーム	37

全戸数 551

函館圏 函館市・北斗市・七飯町

シェア 7.1%

NO	施工者	戸数
1	A社	57
2	Q社	38
3	R社	37
4	S社	34
5	(株)ロゴスホーム	33

全戸数 462

北網圏 北見市・網走市・美幌町・大空町

シェア 8.8%

NO	施工者	戸数
1	(株)ロゴスホーム	22
2	T社	17
2	A社	15
4	U社 / V社 / W社	14

全戸数 250

施工会社別の注文住宅
建築確認ランキング
(北海道内、主要7圏域)
2025年1~12月

*各圏域の建築確認戸数に占める
当社の割合をシェアとして算出



01 会社概要 P3

➤ 02 当社の強み P13

03 成長戦略 P20

04 業績ハイライト・株主還元 P26



01

高性能・適正価格を 実現する商品開発力

高性能で地域の多様なニーズに
合わせた住宅を開発



02

時代やターゲットに合わせた デジタルマーケティング

主要顧客層に適したデジタルマーケティングや
SNSを活用した集客



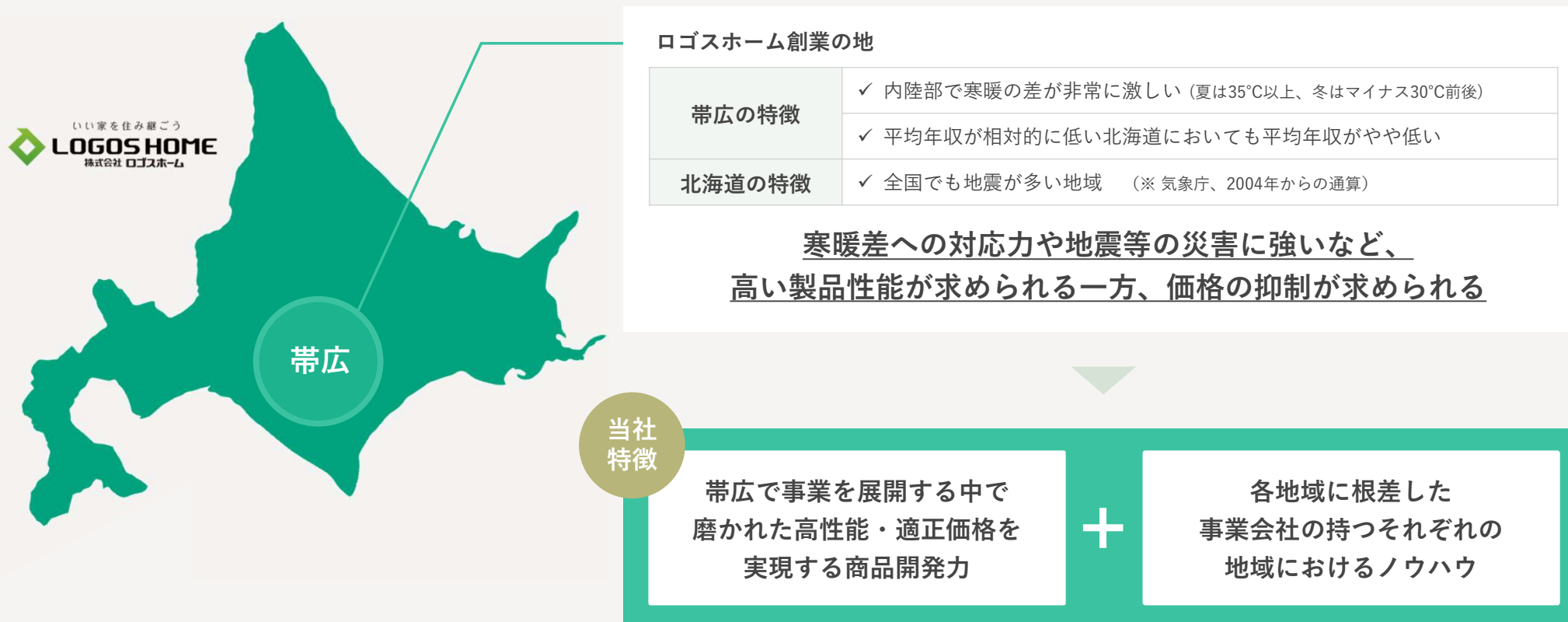
03

DXによる効率的な オペレーション

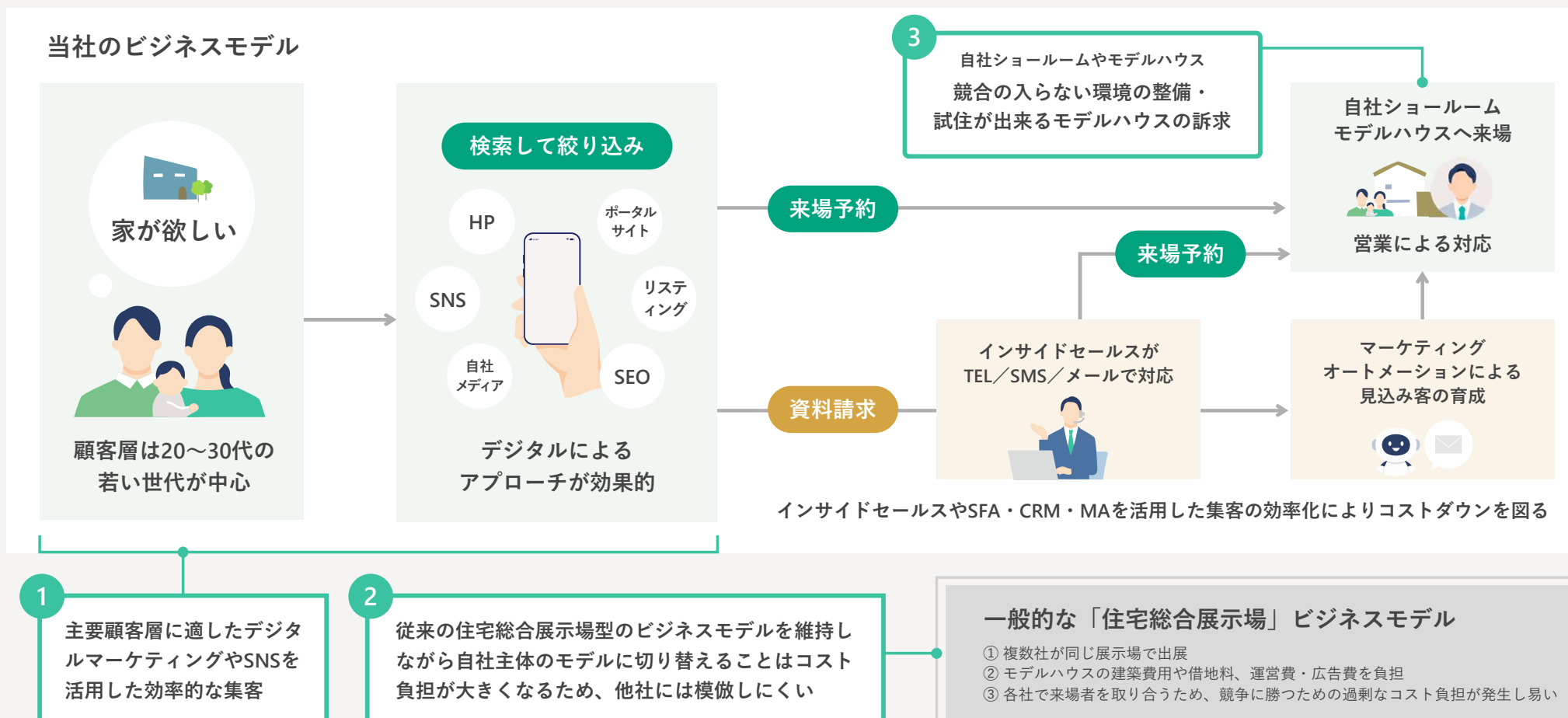
移動時間をゼロにする家づくりを
テーマに効率的なオペレーション

01 高性能・適正価格を実現する商品開発力

- ログスホーム創業の地である帯広は気候・所得水準がともに厳しい環境
- 帯広圏で圧倒的なトップシェアを誇るログスホームの商品開発力をベースに、各地域に根差した事業会社の持つそれぞれの地域におけるノウハウを組み合わせ、省エネかつ高性能・適正価格を実現



- 若い世代に訴求しやすいデジタルマーケティングを強化し、効率的に集客コストを削減



03 DXによる効率的なオペレーション

- 広大な北海道に本社がある当社は移動コストの削減が重要な経営課題である。従前より「移動時間を0（ゼロ）にする家づくり」をテーマに、DX（デジタルトランスフォーメーション）・オンライン化を推進し、コストダウンと生産性向上を実現

一般的なオペレーション

1 チラシ・DMで集客	2 資料送付や電話掛け	3 顧客宅へ訪問し打合せ	4 毎日現場で施工管理	5 毎回訪問し点検

移動時間を0（ゼロ）にする家づくり

当社のオペレーション

1 デジタルマーケティング	2 インサイドセールスがアプローチ	3 希望者にはオンラインでも打合せ	4 施工管理アプリを併用しタイムリーに情報共有	5 希望者にはオンラインでも点検対応
HP、SNS、SEO、住宅系ポータルサイト、リスティング広告などで効率的に集客	問合せには専門スタッフが返信。質の良いアポに	削減した移動時間を、他の商談や労働時間短縮へ	協力会社とスムーズに情報連携	感染症対策やプライバシーを重視し多様化する社会の変化に対応



01 会社概要 P3

02 当社の強み P13

➤ 03 成長戦略 P18

04 業績ハイライト・株主還元 P26

- 出店拡大とM&Aを通じて2030年までに引渡棟数5,000棟を目指す

2030年までに

ロゴス
ホーム **50** 拠点

引渡
棟数 **5,000** 棟

当社の成長戦略

出店拡大



積極的なM&Aによる成長



新規事業・モジュール拡販

M&A

出店拡大

2023年5月

2024年5月

2025年5月

2026年5月

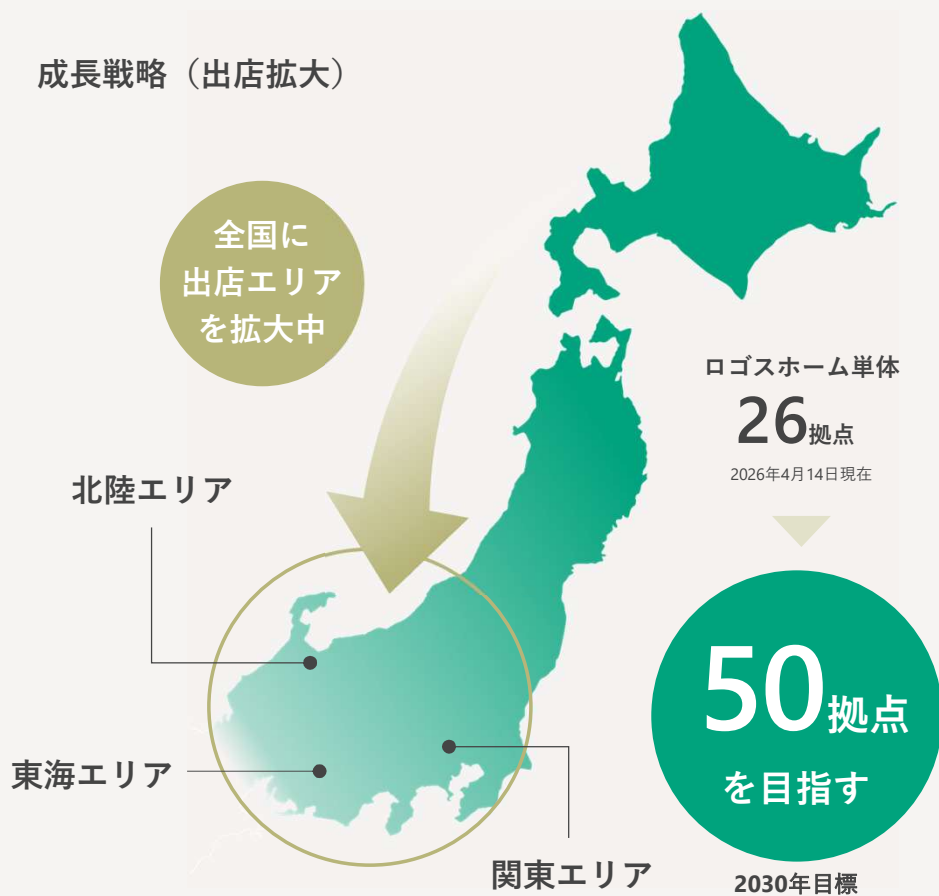
2027年5月

2030年

ロゴスホームにおける出店拡大

- ロゴスホームにおいては2030年において50拠点を目標とし、エリア拡大を含めた出店継続を通じて成長

成長戦略（出店拡大）



営業エリアの拡大



2026年5月期

- 三重県 四日市市出店

2027年5月期

- 岐阜県 大垣市出店
- 神奈川エリア、新潟、愛知（尾張エリア、三河エリア）、長野など5店舗を予定

2028年5月期以降

- 関東地方 年間4~5件のペースで新規出店を予定
- 東海地方
- 北陸地方
- 九州地方

全国への出店で
エリア拡大を図り **50** 拠点を
目指す

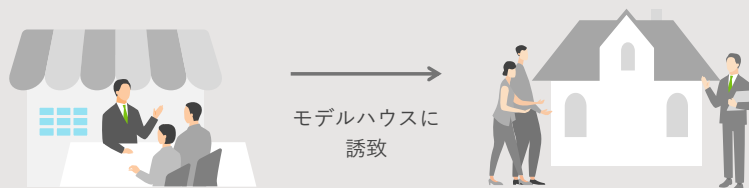
店舗の大型化

- 2025年は新規出店や店舗リニューアルを通じて、自社展示場(ショールーム+常設型モデルハウス)により営業を拡大
- 総合展示場と比較した集客や受注獲得における優位性は変わらず、商談数のキャパシティ増を通じた生産性改善へ

従来の営業戦略

店舗+売却型モデルハウス

拠点の規模を抑え、集客時は
自社の分譲予定のモデルハウスに誘致



相対的に低いコストで対応出来る一方、
拠点規模の小ささから対応出来る人数に限界

今後拡大予定の営業戦略

商談増加
認知獲得

自社展示場 (ショールーム+常設型モデルハウス)

従来と比べてコストは先行するが、
店舗規模を拡大し、商談数のキャパシティが増加
モデルハウスに加え、耐震や遮熱といった性能を
体感可能なブースを設置

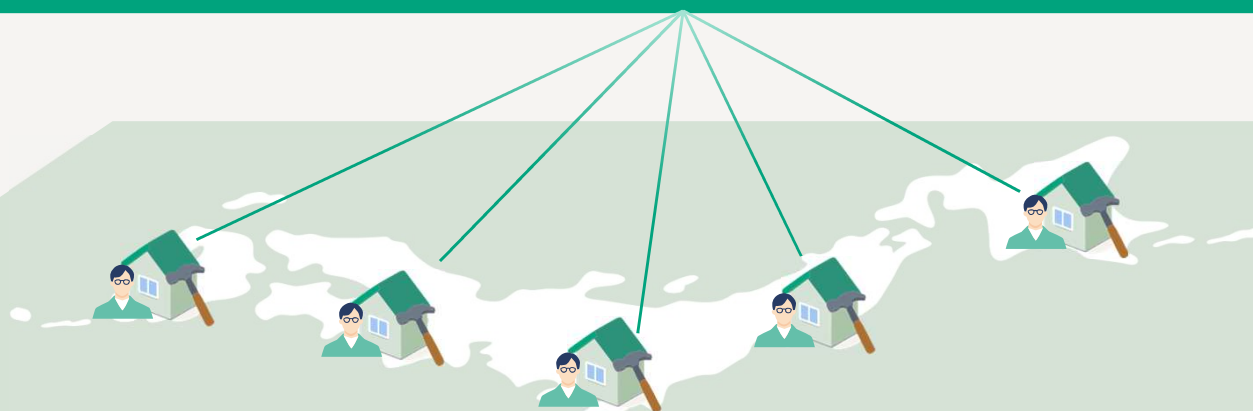


M&A：今後の戦略

- 全国の地方工務店は高齢化や、高齢化に伴う後継者問題、デジタル化や断熱等の新基準への対応負担等の課題が存在
- 一方で地域性の強い家づくりのノウハウと顧客基盤を持った地方工務店の存続は不可欠
- 当社グループの運営ノウハウとM&Aによる地方工務店の組織化により「地域ナンバーワン工務店の集合体」を目指す



M&Aを通じて地域に根差した地方工務店の技術力や顧客基盤、
当社グループのノウハウを活かした高い生産性両方を備えた集合体の形成を目指す



全国の地方工務店が抱える課題

高齢化

後継者問題

デジタル化への対応

ZEH等の新基準対応



01 会社概要 P3

02 当社の強み P13

03 成長戦略 P18

➤ 04 業績ハイライト・株主還元 P23

- 2026年5月期第3四半期においては受注・売上・利益ともに計画を若干上回って推移
- 第2四半期における想定通り第4四半期に業績が偏重する見込であり、通期業績に向けては計画通りに推移

2026年5月期 第3四半期累計実績

売上高

31,497百万円

前年比

+10,980百万円
(+53.5%¹)

計画比

+1,556百万円
(+5.2%)

営業利益

181百万円

前年比

+693百万円¹
(-)

計画比

+18百万円
(+11.1%)

2026年5月期 通期業績予想

売上高

46,815百万円

※ 坂井建設の決算期変更等の影響があるため、前年比の状況の詳細についてはp.19をご参照ください。

営業利益

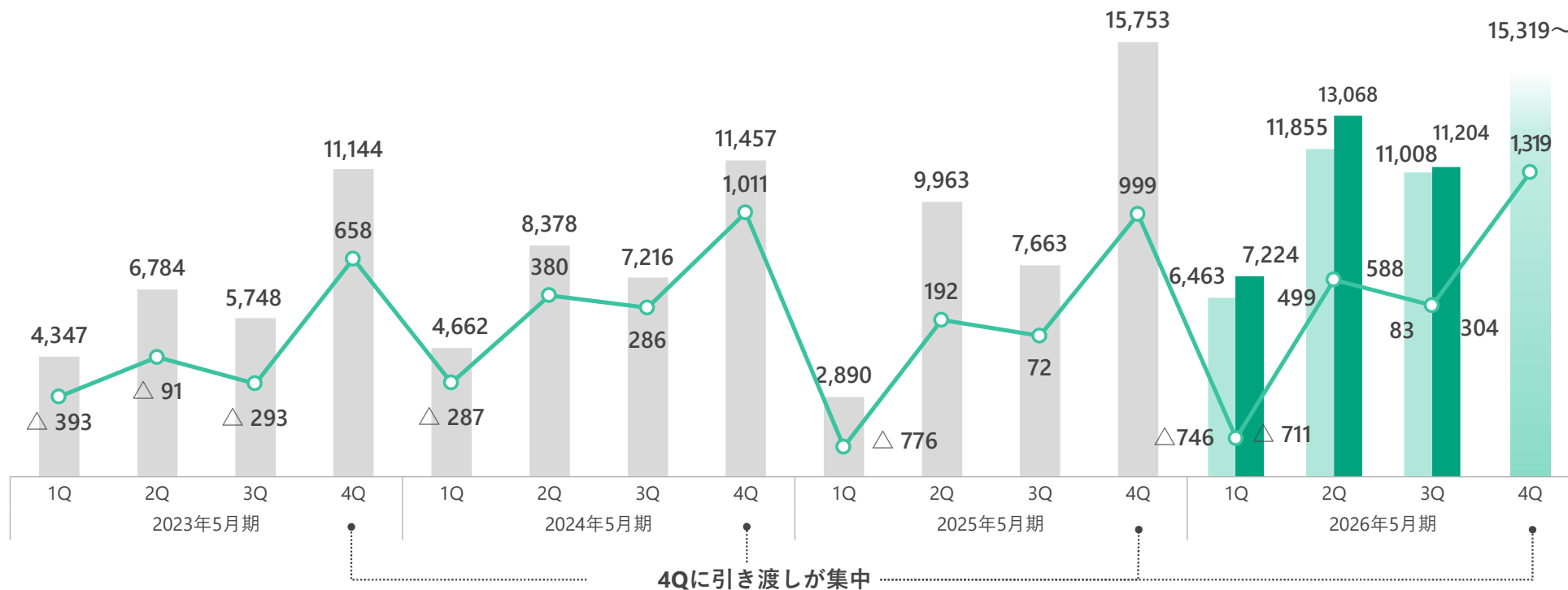
1,500百万円

※ 坂井建設の決算期変更等の影響があるため、前年比の状況の詳細についてはp.19をご参照ください。

- ▶ 第3四半期累計実績は売上高31,497百万円、営業利益181百万円と前年同期及び前四半期から見て営業黒字に転換
- ▶ 坂井建設は決算期の変更に伴い11か月分(2025年4月～2026年2月)を第3四半期累計期間に連結
- ▶ 計画に対する進捗率は低く見えるが、第2四半期時点での開示の通り第4四半期に偏重する見込であり、通期業績に向けては計画通りに推移
- ▶ 札幌エリアで4店舗目となるロゴスホーム札幌西を2026年2月にオープン。同エリアの市場シェア拡大を加速
- ▶ 2026年3月に札幌物産の民事再生支援に関するスポンサー契約を締結。2027年5月期に向けて販売在庫を積み上げ

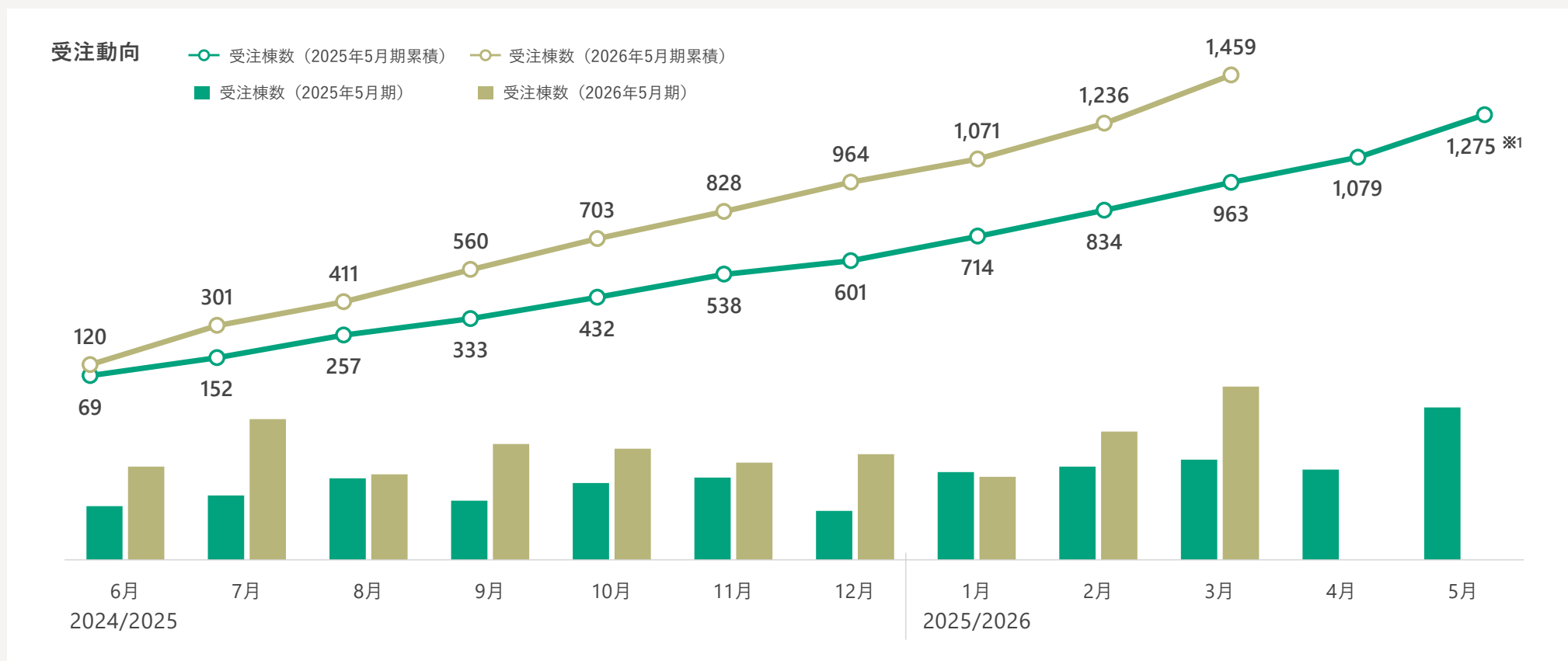
- 第3四半期は第2四半期において修正した計画を上回って着地
- 通期としては前回同様期初予想を上振れる想定も、第4四半期への偏重を考慮して一旦は計画を据え置き

売上高・営業利益 (単位：百万円) ■ 売上高 ○ 営業利益



受注動向

- 当期より月次の受注速報を開示 3月単月の受注は223棟となり、過去最高を更新
- 3月までの時点で受注棟数前年比は+51.5%と好調な推移



- 2027年5月期業績については現在精査中も、坂井建設の連結影響を除いた水準から一定の成長を見込み、最高益を更新可能な目線
- リスク要因としては中東情勢を受けた資材価格高騰があるも、先んじて価格転嫁を進めており、現時点では影響は僅少の見込

業績見通しの主要な前提

- 2026年5月期における受注の消化
- 譲受した札証物産の不動産在庫等の売却益
- 新店舗増に伴う費用増加

業績見通しに対するリスク

- 中東情勢等地政学的なリスクに起因する資材価格の高騰影響
 - 先んじて価格転嫁を進め影響極小化
- 住宅市場の動向に関するリスク

営業利益イメージ

FY26/5実績に対しても
20~30%程度の成長は可能な想定

1,500

1,439

坂井建設の
会計期間変更に係る
4~5月の連結分を調整

実績対比の前年比
20~30%の場合、
実質的には前年比
25~35%の成長

FY26/5

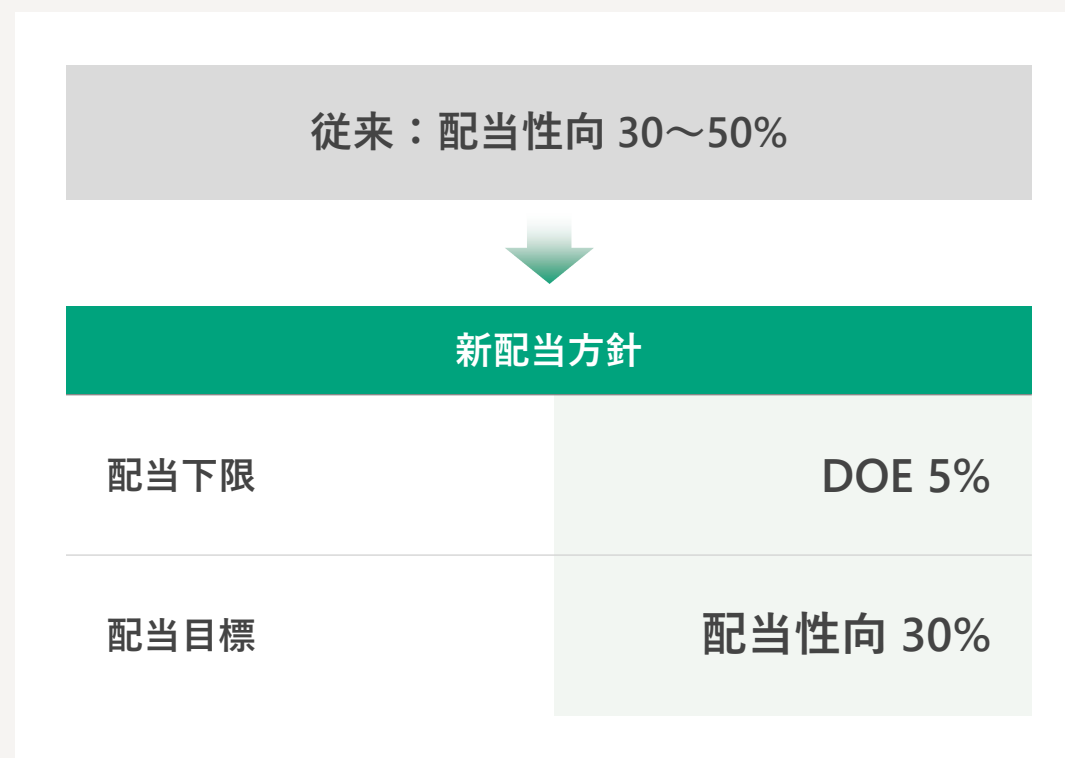
FY26/5 (調整後)

FY27/5

株主還元

- 今後のM&Aや新規出店による成長戦略を踏まえ、成長投資の推進と安定的な還元の両立を目指し配当方針を変更
- DOE (純資産配当率) 5%を下限とし、配当性向30% を目標とする

	2026年5月期 (予想)
(単位：円)	
1株当たり配当額	63.39円
配当利回り (4月16日終値ベース)	3.23%



株主優待

- 株主還元策のさらなる拡充を目的として新たにシェア型株主優待制度の導入を決定
- 2026年5月期においては優待原資の枠を1,000万円とし、5月末時点で200株以上保有する株主を対象として電子ギフトとして分配
- 個人株主層のさらなる拡大を目的として、株主構成・流通株式比率の観点から流動性の向上という経営課題に対応

	2026年5月期 (予想)
(単位：円)	
1人当たり優待額	13,003円
優待利回り (4月16日終値及び2025年11月末 時点での200株以上保有者数 769名で計算)	3.32%

シェア型株主優待制度の導入

優待原資
10百万円

対象となる株主様

- 5月末日(基準日)時点の株主名簿に記載
- 当社普通株式200株以上を保有
- 基準日から3ヵ月以内を目途に電子ギフトとして贈呈

当社のシェア型株主優待制度の導入背景

- 予算枠が確定しているため、株主数が大きく増えた場合でも財務的な負担が予測可能
- 株主数での按分となるため、当社のように株主構成に偏りのある場合でも、個人株主に向けた配分がし易い

本資料の取扱いについて

本資料に記載されている情報は、現時点で入手可能な情報を前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社がその達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、法規制の変更等、今後のさまざまな要因により大きな差異が発生する可能性があります。

IRお問い合わせ先

E-mail ir@logos-holdings.jp

Appendix



Appendix

事業系統図

- 住宅・不動産に関連する事業を北海道・東北・北関東・東海エリアにて展開
- 2024年12月より新潟に拠点を持つ坂井建設を当社グループに迎えることで北陸エリアへの拡大を図る

→ サービスの流れ
→ お金の流れ



主な事業会社の特徴

注文住宅・分譲住宅・宅地販売



提案力と技術力による完全自由設計。標準モデルのDUO、性能とコストのTRES、快適性とエコ性能をグレードアップしたTESSERAの3プランを展開



価格・品質・サポートを重視し、建物価格+付帯工事+オプションで構成する分かりやすい料金設定の注文住宅



デザイン性を重視した完全自由設計の注文住宅。栃木県に適した住宅性能に加えて、建物と「愉しむ暮らし」をデザイン



太陽光パネル×デザイン住宅がコンセプト。予算や家族の人数に合わせて坪数や間取りなど、300プラン以上から選べる



GUUUS

コストとスタイルを両方叶えるZEH住宅。太陽光パネル標準搭載で、予算に合わせてデザイン性を高めることも可能



YETY

北海道で培った「強い家づくり」の技術を活かした、日本のどこでも年中快適に暮らせるロゴスホームの住宅商品



『新潟の暮らしをデザインする』住宅ブランド。流行のデザインにとらわれず、普遍的なデザインで100年先を見据えた住宅を建築



DETAILBASE

1000万円台から建てられる自由設計のコンパクトハウス

その他



障がい者グループホーム建設

障がい者向けの共同生活援助（グループホーム）とは、障害のある人が一軒家やアパートなどに定員10人以下で共同生活をする形態。「世話人」や「支援員」と呼ばれる職員が利用者の食事の用意やお風呂、トイレなど介助といった日常生活上の援助を提供する。



リノベーション



工務店支援（DXコンサル等）



CADオペレーション（フィリピン）

営業拠点



24拠点

北海道から東北、北関東、東海へと店舗を展開中

■ 北海道

- ロゴスホーム帯広
- ロゴスホーム札幌北
- ロゴスホーム札幌南
- ロゴスホーム札幌西
- ロゴスホーム函館
- ロゴスホーム旭川
- ロゴスホーム釧路
- ロゴスホーム苫小牧
- ロゴスホーム北見
- ロゴスホーム登別・室蘭
- ロゴスホーム中標津
- ロゴスホーム千歳

■ 青森県

- ロゴスホーム八戸

■ 岩手県

- ロゴスホーム盛岡北
- ロゴスホーム奥州

■ 宮城県

- ロゴスホーム仙台泉
- ロゴスホーム大崎
- ロゴスホーム名取

■ 福島県

- ロゴスホーム郡山
- ロゴスホーム福島
- ロゴスホームいわき

■ 栃木県

- ロゴスホーム宇都宮

■ 愛知県

- ロゴスホーム名古屋

■ 三重県

- ロゴスホーム四日市



1拠点

■ 北海道

- 北海道クラシウム



坂井建設株式会社 8拠点

新潟県内を拠点に展開

■ 新潟県

- ディテールホーム新潟女池
- ディテールホーム新潟南長潟
- ディテールホーム県央
- ディテールホーム長岡
- ディテールホーム柏崎
- ディテールホーム上越
- ディテールホーム新発田
- ディテール・ベース新潟店



2拠点

栃木県内の2拠点で地盤を固める方針

■ 栃木県

- 栃木建築社宇都宮店
- 栃木建築社真岡店

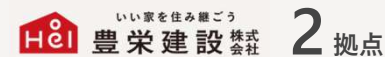


2拠点

北海道内に限定して太陽光発電付住宅を展開

■ 北海道

- ハウジングカフェ札幌
- ハウジングカフェ函館

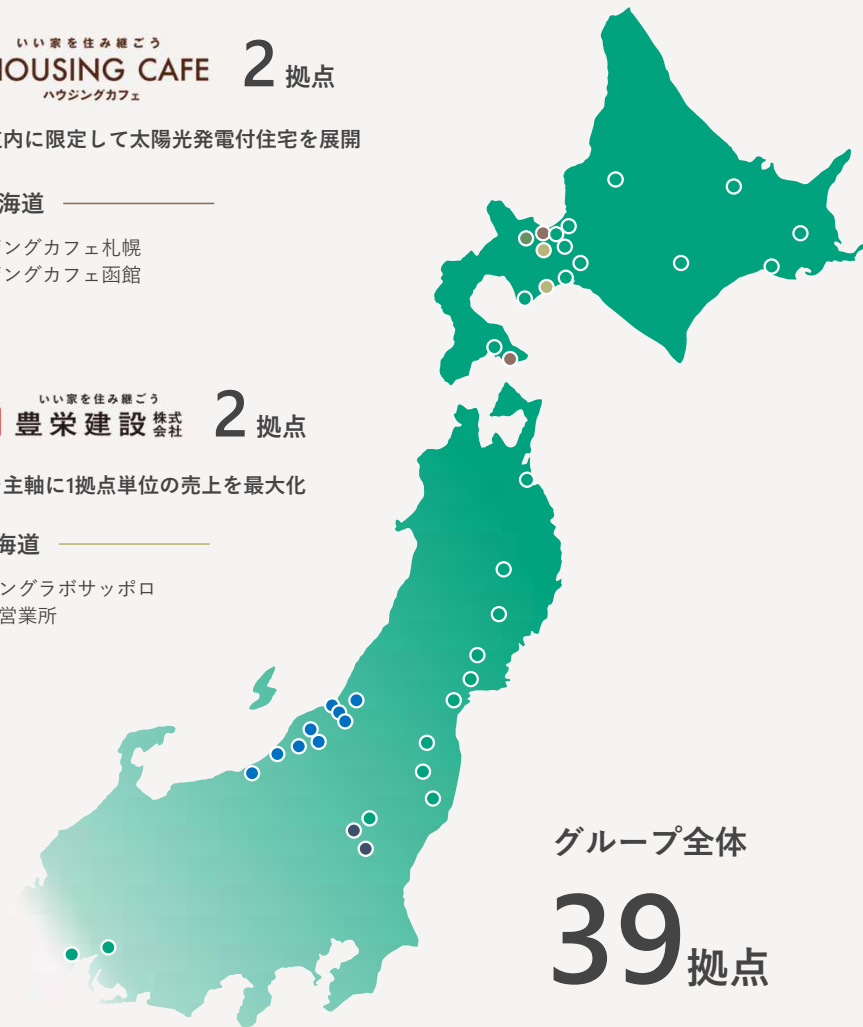


2拠点

札幌を主軸に1拠点単位の売上を最大化

■ 北海道

- ハウジングラボサッポロ
- 苫小牧営業所



グループ全体

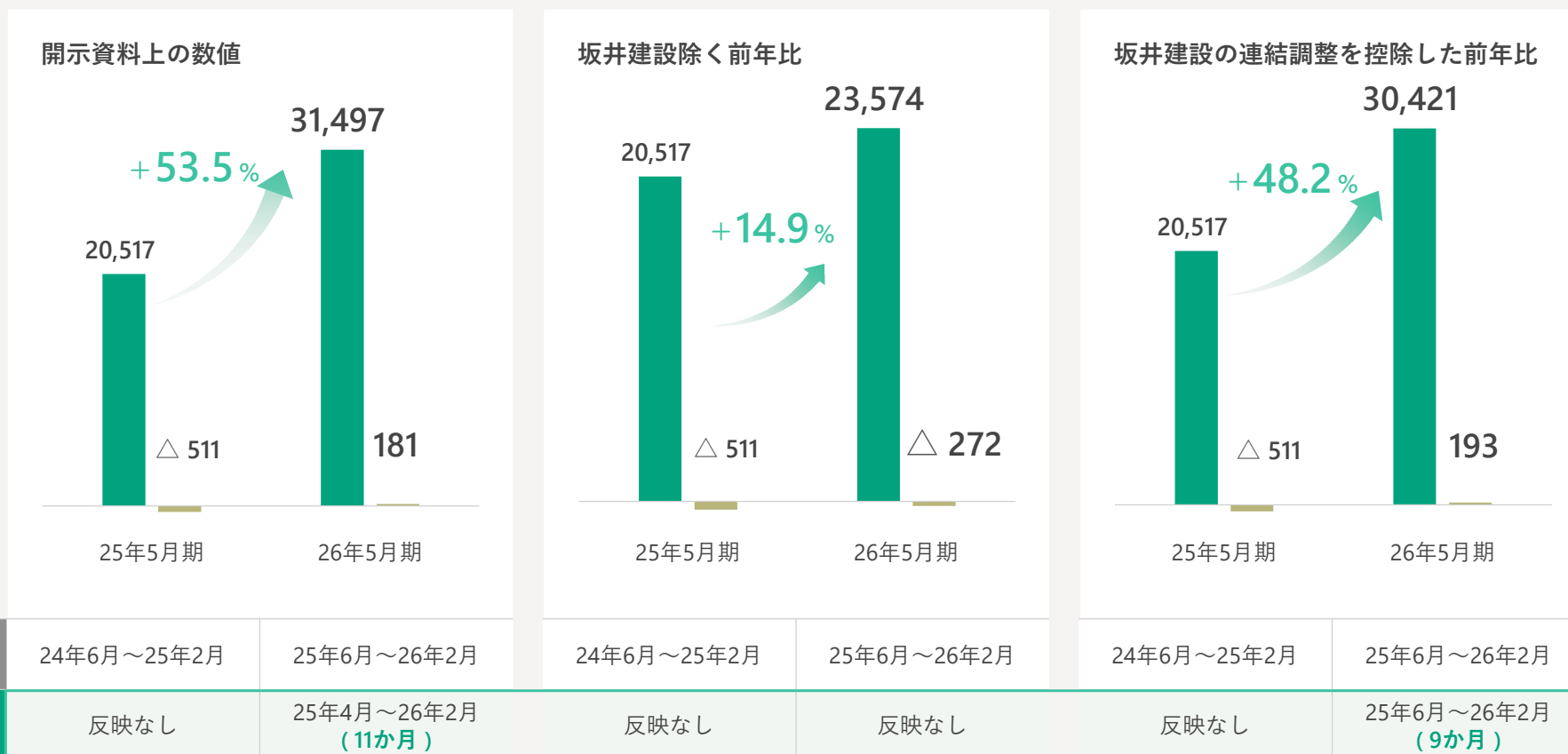
39拠点

2026年4月14日現在
株式会社ロゴスホールディングス、株式会社
ROOTLINK、Logos Creative Office
Philippines, Inc.には営業拠点はございません

- 坂井建設の決算日を12月31日から5月31日に変更し、連結決算日に統一
- 決算期変更に伴い第3四半期累計期間は坂井建設の業績が11か月分 (2025年4月~2026年2月) 連結

(単位：百万円)

■ 売上高
■ 営業利益



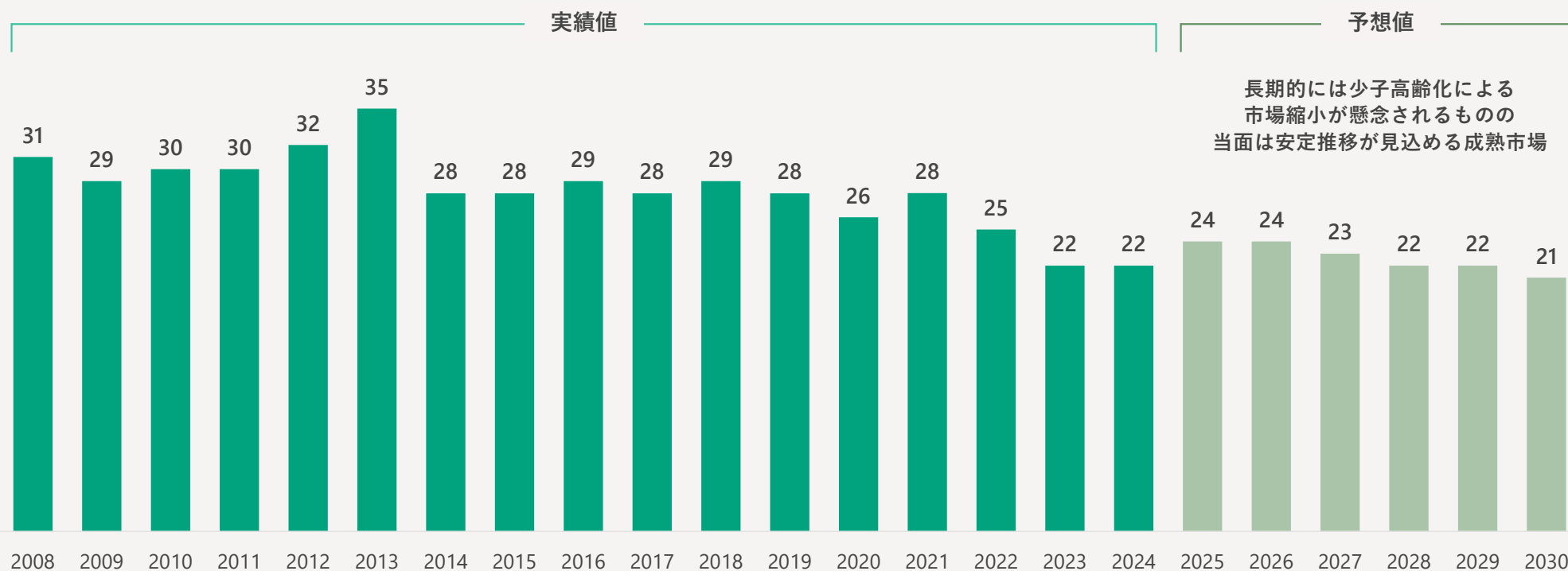
費用構造

- 売上原価には設計・インテリアコーディネーター・施工管理部門の人的費等の固定費が含まれ、売上高により粗利率は変動
- 販売費及び一般管理費には主に広告宣伝費や販促費、営業・コーポレート部門の人的費、経費等を計上



- 新設住宅着工戸数 (持家) は20万戸強/年の市場規模で安定的に推移
- 少子高齢化に伴い長期的には市場縮小が懸念

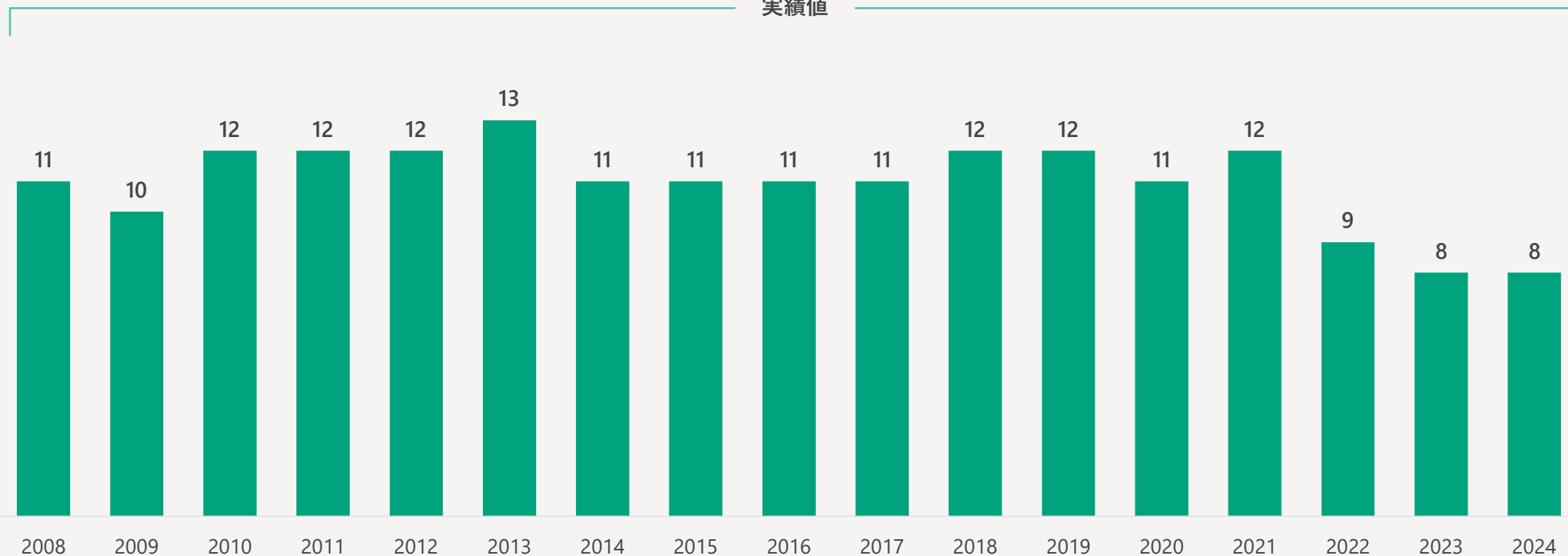
【全国】新設住宅着工戸数の実績と予測 (単位: 万戸) | 利用関係別: 持家、供給制約なしの場合



- 全国の市場動向と概ね同様の推移
- 成熟した市場の中でもロゴスホームと豊栄建設は受注戸数を伸長

【北海道】新設住宅着工戸数の実績（単位：千戸） | 利用関係別：持家

実績値



2026年5月期における基本方針

- 2026年5月期においては新規出店やリニューアルを通じた市場シェアの拡大や新規エリアへの展開に取り組む方針
- また、前期に課題となった豊栄建設について今期は利益創出を重視

中長期的な基本方針に沿った施策

北海道エリア



ロゴスホーム旭川 (2025年6月リニューアルオープン)

北海道エリアにおける
既存店舗リニューアル
及び新規出店による
市場シェアの拡大

東海エリア



ロゴスホーム名古屋 (2025年5月オープン)

将来の成長に向けた
東海エリアへの
新規出店強化

今期特有の施策

豊栄建設の利益改善

前期課題となった豊栄建設においては
引渡棟数は伸ばさずに
体制を効率化し、利益創出へ

今期の出店計画

【既存店舗リニューアル】

ロゴスホーム中標津 (北海道) 2025年7月 (1Q)
ロゴスホーム千歳 (北海道) 2025年8月 (1Q)

【新規出店】 ※大垣店を延期

ロゴスホーム四日市 (三重) 2025年10月 (2Q)
ロゴスホーム札幌西 (北海道) 2026年2月 (3Q)
ロゴスホーム大垣 (岐阜) 2026年5月 (4Q)
→ 2026年6月 (来期)

店舗展開の状況について

- ショールームと常設型モデルハウスを備えた大型拠点へのリニューアルや新規出店が順調に進捗
- 東海エリアの受注棟数が進出9か月で100棟を超え、ロゴスホーム名古屋を中心に計画を大きく上回って推移

ロゴスホーム旭川

2025年6月リニューアル



受注棟数の比較 (6月～2月)



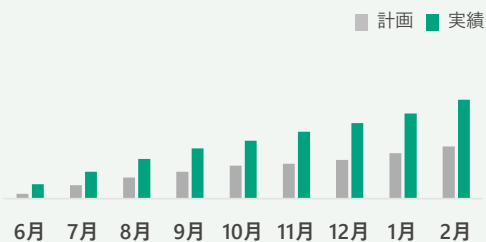
ロゴスホームとハウジングカフェを統合しリニューアル
受注棟数は昨対比で大きく増加

ロゴスホーム名古屋

2025年5月オープン



ロゴスホーム名古屋 受注動向 (累積)



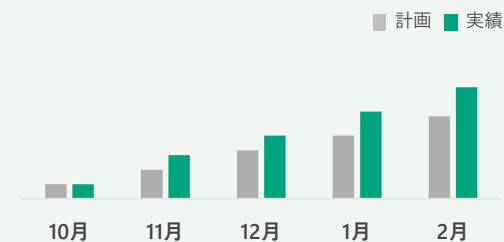
ロゴスホーム名古屋は継続して順調に推移

ロゴスホーム四日市

2025年10月オープン



ロゴスホーム四日市 受注動向 (累積)

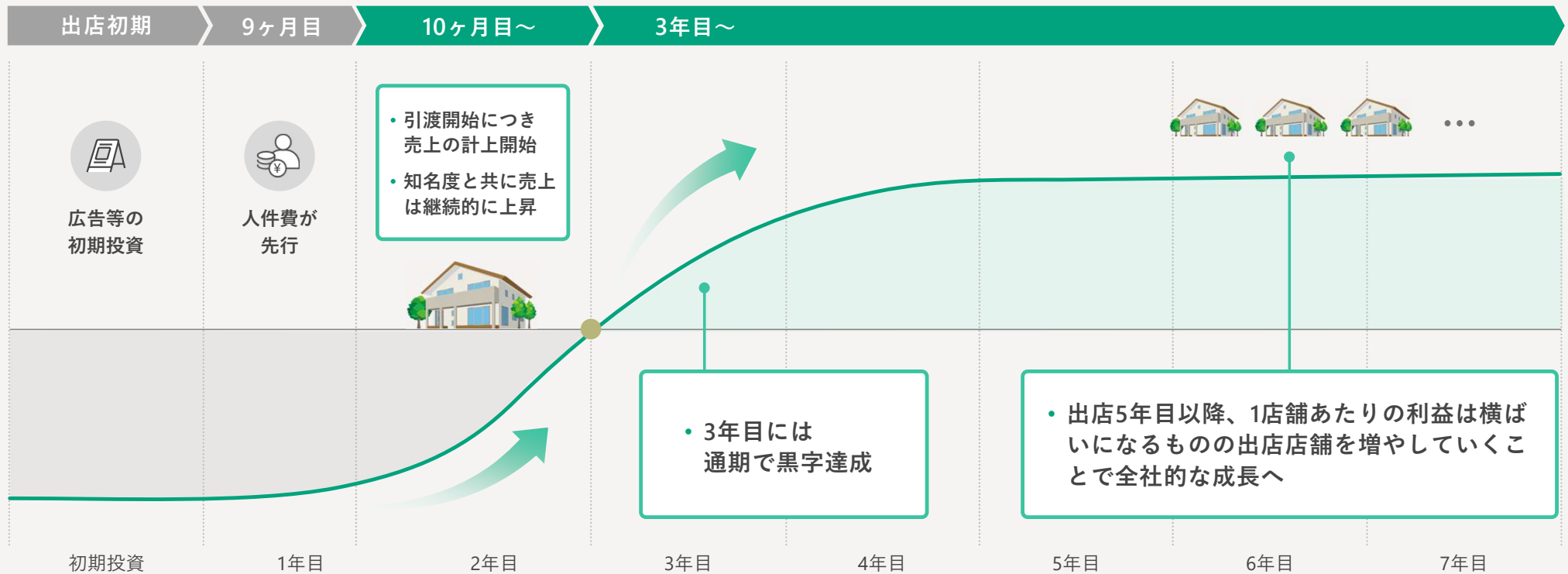


ロゴスホーム四日市も継続して計画を超過

新規出店時の投資回収について

- 注文住宅事業は事業特性上受注から計上までが長くなるため、新規出店の黒字化には知名度の向上を踏まえ3年を要する計画
- 来期以降も新規出店をラップしていくため、新店舗が軌道に乗るまで利益成長は鈍化する見込み

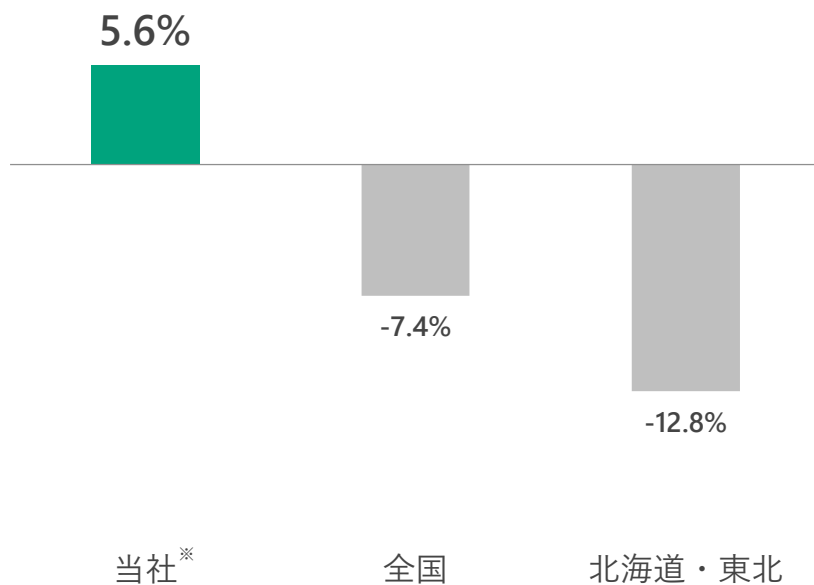
新規出店の営業利益の推移（イメージ）



市場動向

- 建築基準法の改正により、全国的に引渡棟数が低迷する中、当社は前年比で+5.6%と相対的に拡大*
- 一方、当社も現在の受注引渡までの期間に長期化が見られており、下期に向けて影響が出ている状況

前年比の住宅(持家)引渡動向 (2025年6月～2026年2月前年比)



2025年4月 建築基準法一部改正による市場変化

- ✓ 省エネ基準への適合義務化
- ✓ 4号特例の縮小
- ✓ 新2号建築物の構造計算義務化



建築確認申請の審査期間が長期化

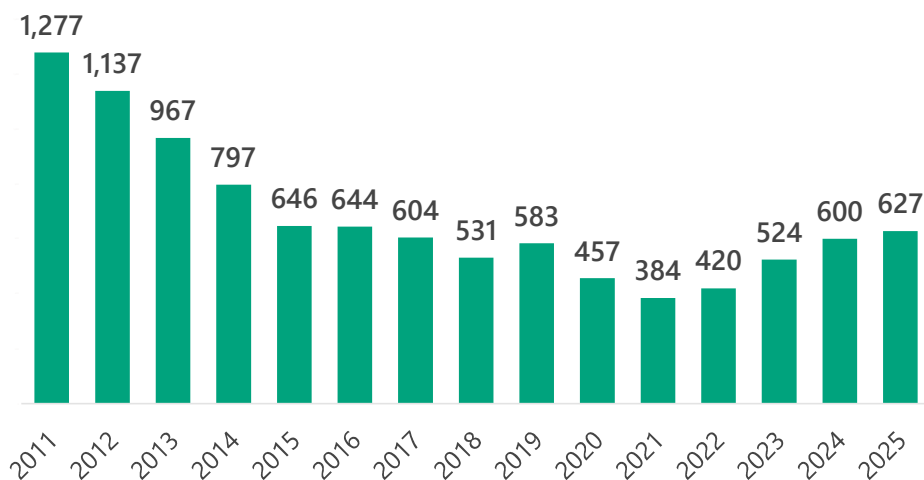
引渡に時間がかかった結果市場縮小

*坂井建設を除く、ログスホーム、豊栄建設、GALLERY HOUSEの合計の前年比

- 2026年5月期においてはフェザーホーム、札証物産の2社について、請負契約の承継/民事再生支援を実施
- 一方市場環境悪化の中で当社は受注の拡大も出来ており、順調に市場シェアを拡大

総合工事業の倒産件数は近年増加

総合工事業 倒産件数 (単位: 件)



出所: 帝国データバンク「全国企業倒産集計」

- 後継者不足や資材価格の高騰、市場環境の悪化により中小ハウスメーカーの経営に影響

当社の市場シェアは拡大

フェザーホーム・札証物産の2社について倒産に伴い一部の契約や資産の受け皿に¹

フェザーホーム (2025年12月)

- 破産申立前に工事に着手したものの未完成となっている請負契約7件について、顧客の救済を目的にロゴスホームが承継

札証物産 (2026年3月)

- 民事再生支援として仕掛中を含む不動産在庫等を豊栄建設が譲受予定



市場環境の悪化の中、当社の受注は新規出店もあり増加傾向

今回のケースのように、苦境に立たされた中小ハウスメーカーの受け皿として選定されるほどの事業基盤を背景に、順調にシェア拡大

1: 請負契約の承継や資産の譲受であり、2社の株式を取得した訳ではない

- 坂井建設の通期寄与や、決算期変更による連結調整により2026年5月期予想は前年比で大きく成長する見込
- 連結影響等を控除した前期比に関する詳細は次スライドを参照

(単位：百万円)

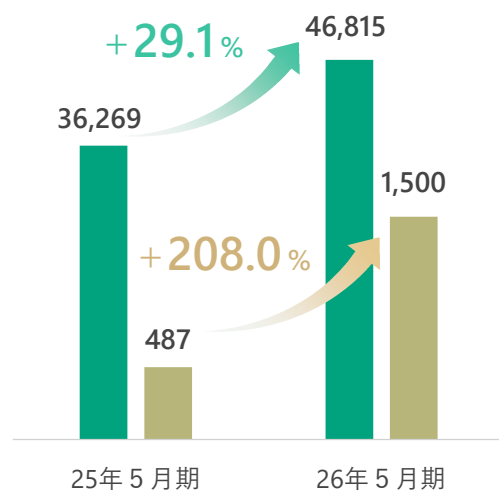
	2025年5月期 実績	売上高比 (%)	2026年5月期 予想	売上高比 (%)	前年同期比 ¹ (%)
売上高	36,269	100.0	46,815	100.0	+29.1
売上総利益	6,307	17.4	8,793	18.8	+39.4
営業利益	487	1.9	1,500	3.2	+208.0
経常利益	404	1.1	1,392	3.0	+244.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	199	0.6	826	1.8	+313.8

- 連結決算における処理の効率化のため、坂井建設の決算期を12月期末から5月期末に変更
- 坂井建設の連結調整を除く前年比は買収翌期の通期寄与を含めて売上高で+26.2%、営業利益で+195.3%

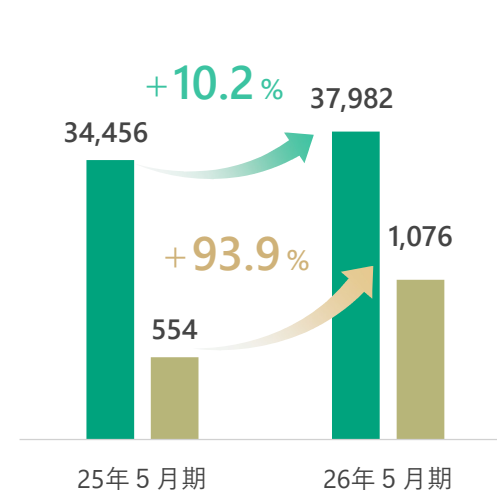
(単位：百万円)

■ 売上高
■ 営業利益

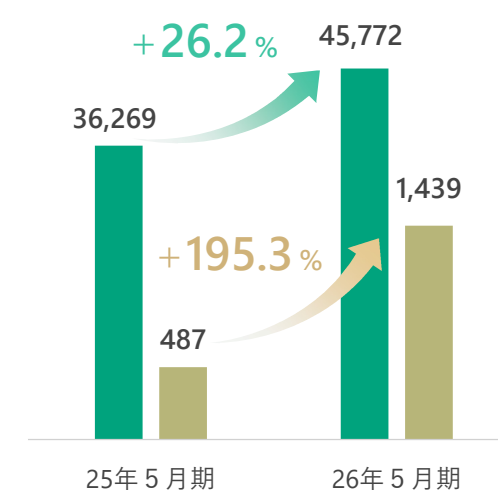
開示資料上の数値



坂井建設除く前年比



坂井建設の連結調整を控除した前年比



	坂井建設以外		坂井建設	
	24年6月～25年5月	25年6月～26年5月	25年1-3月	25年4月～26年5月 (14か月)
	24年6月～25年5月	25年6月～26年5月	反映なし	反映なし
	24年6月～25年5月	25年6月～26年5月	25年1-3月	25年6月～26年5月 (12か月)