

motif:dokudami



アールシーコア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

第34期(2018年4月1日～2019年3月31日)

事業報告とこれから



アールシーコアとは、こんな会社・・・

巻頭にあたり、ここでは当社のベーシックな特長をご紹介します。

アールシーコアの核は、マーケティングです。

アールシーコアは、マーケットは自分たちでつくるものだと考えています。

ログハウスからスタートし、住宅市場に新たなマーケットを創造したように、

これからも、いまでも誰も気づいていない、つぎの生活や遊びを生み出すマーケットをつくっていきたいと思っています。

——私たちのビジネス分野は、「明日」です。

主力事業は、BESS事業です。

アールシーコアの主力事業であるBESS事業は、＜「住む」より「楽しむ」＞をブランドスローガンに、

ログハウスなど自然材をふんだんに使った個性的な木の家の提供を通じて、「ユーザー・ハピネス」の実現を目指します。

家がモノとして完成した際の満足＝カスタマー・サティスファクションよりも、

ユーザーが暮らしてからの満足＝“楽しい暮らし”を大切に、日本人の暮らし文化の「明日」をつくっていきます。

「住む」より「楽しむ」BESSの家



G-LOG



ワンダーデバイス



倭様「程々の家」

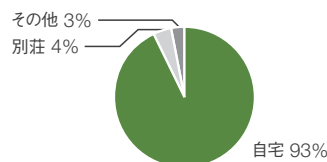
ログハウスシェアNo.1※



(2017年4月～2018年9月)

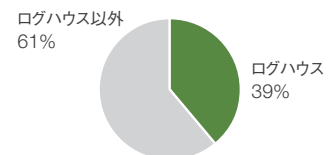
※国土交通省「丸太組構法建築確認統計」より当社算出

BESSの家は 9割以上が自宅使用



(2019年3月期 受注棟数ベース)

BESSではログハウスが約4割 ログハウス以外が約6割



(2019年3月期 受注棟数ベース)

BESSは、“感性マーケティング”で 新たなマーケットを創出しています。

アールシーコアは、創業以来、「消費社会が成熟しモノが豊かになったら、“感性の時代”」という捉え方を背景に、“感性マーケティング”を推進してきました。

これまで住宅は機能・性能、モノの良し悪しを中心に選ばれる商品でしたが、

モノも社会も成熟した現在、家も自分の感性に合うか否か、好きか嫌いかで選ぶ時代の本格化が感じられます。

BESSでは、広報宣伝、カタログ、LOGWAY(単独展示場)、複数展示のモデル棟、接客、契約、お引渡し、アフターサービス etc...

その全てにおいて「好き」になってもらい、ファンになっていただくことを目指したスタイルを貫き、

“感性マーケティング”を実践していきます。

暮らし体感の場「LOGWAY」が 共感を増幅します。

“感性マーケティング”の中核として、BESS単独ブランドの展示場「LOGWAY」で、複数モデル棟、インテリア、エクステリアなどトータルなBESSの世界観を表現しています。BESSは従来の「展示場」の呼称を改め、ログハウスを源流とするBESSの思いから「LOGへの道」、「楽しい未来への道」という思いを含め、「LOGWAY」と名付けました。

LOGWAYでは、すでにBESSの家に暮らしているBESSユーザーが、来場客にBESSの暮らしの楽しさを伝える「LOGWAYコーチャー」としてボランティアで活動しています。暮らし体感に加え、LOGWAYコーチャーに接することで、暮らしのイメージが生き生きとふくらみ、BESSへの共感が増幅されます。



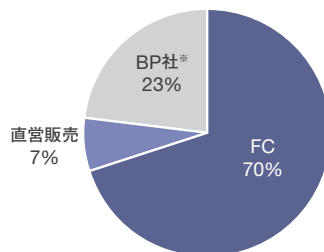
暮らし体感の場LOGWAY

フランチャイズ

FC中心で全国展開しています。

BESS事業は、当社が事業本部となり、独自の地区販社制度により全国展開しています。BESSの地区販社制度は、「マーケティングのパートナーシップ」であることが特長です。

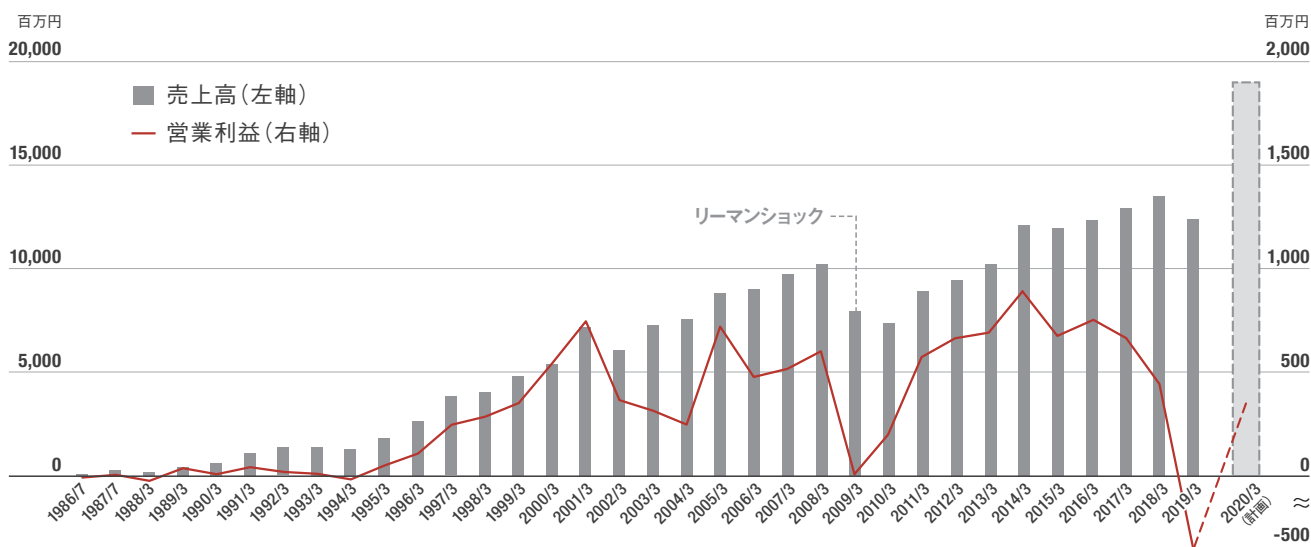
本部と地区販社は、相互補完ができるパートナーとして、市場創造に向け、フェアでオープンなノウハウ共有を行い、地域ごとの顧客創造を推進します。



(2019年6月時点 拠点数構成比)

※BP社:連結子会社 株式会社BESSパートナーズ

業績の推移 (BESS事業開始の1986年～)



経営理念 我々は信用を第一とし、情報の具現化によって、相互の利益を追求する。

社名の由来

「R.C. CORE」の「R」はRegard (尊重する)、「C」はConfidence (信用)、「CORE」はその核。アールシーコアという社名は、私たちの経営理念を表しています。

業績回復への道筋に確かな手応え LOGWAY戦略を核に、「ハピネス拡散」へ



2019年3月期の振り返り

一昨年にカナダで発生した山火事・水害等の自然災害に端を発するカナダ材の調達難から、主力商品「COUNTRY LOG」の納品が大幅に遅延する事態を招き、お客様や関係者の皆様、株主の皆様に多大なご迷惑とご心配をお掛けしましたこと深くお詫び申しあげます。世界的に木材需要の旺盛さが増す中で、良材安定調達に向けて、国産材による生産体制の整備を進めていましたが、その準備途中でカナダ材の調達難が発生してしまいました。これに対し、国産材による生産体制を急ピッチで構築するとともに、お客様に国産材への切り替えをご提案し、多くのお客様にご理解を頂けたことで、現在はほぼ安定した生産体制となっております。しかし、当期では遅れを十分に取り戻せず、2019年3月期の連結売上高は123億円(前期比8%減)となりました。

利益面は、減収に伴う売上総利益の減少に加え、BESS事業以外の要因から経営難に陥った大型販社の事業運営を、連結子会社BESSパートナーズ等にて承継し、お客様保護、ブランド信用維持を最優先に対処したこと等により、上場来初となる営業赤字となりました。回復に向かう道筋はつけておりますが、自らが招いた結果に、しっかりと正対し、生産体制及び販社政策において、より確実性を高めてまいります。

一方で、当期は未来に向け、非常に大きな手応えを得られた1年にもなりました。「LOGWAY多摩」のオープン、全国でLOGWAYコーチャー活動の稼働、テレビ番組での紹介等がプラスに働き、新規来場者数は前期比114%の32,343件と過去最高を更新し、契約棟数1,083棟、契約高161億円と、いずれも過去最高を記録することとなりました。また、「LOGWAYコーチャー制度」を展開する中で、新たにスタートした「LOGWAYクラブ会員制度」も着実に会員数が増大しています。

LOGWAY戦略、BESSファンが集うことで生まれる「触媒力」の拡大に大きな手応え

LOGWAYの場に集まって、既存ユーザーがコーチャーとして、新しくBESSに興味を持たれた人たちと触れ合い“BESS暮らしのリアル”を披露する。その中で、共感から生まれる新たなBESSファンがクラブ会員として再来場を重ね、厚いサポートを受けてユーザーとなり、さらに新コーチャーとして活躍する、その好循環を形成し続ける。それがLOGWAY戦略です。

私は本来、戦略とは「販売をなくすことだ」と捉えています。販売を意識しすぎると、どうしても本能的に売る側と買う側との対立構造が生まれやすくなり、買う側が得しようとするすると売る側が無理をし、売る側が

利益を意識すれば買う側の負担が大きくなる、そのジレンマが付きまといます。売り手と買い手の方程式から外れ、「こんな暮らしのための家」という目的を共有した上で、造る側と使う側という役割分担の捉え方をすれば、意思統一が図られ、ジレンマは生まれません。その延長線上の発想で誕生させたのがコーチャー制度です。すでに登録コーチャー数は500組を超え、強力な触媒力を発揮しています。これは単なる売る側・買う側という垣根を超えたところでの未来創造の実証であり、今後ますますそうしてBESSを面白がってくれる人たちが広がっていくことを考えると非常に嬉しく思います。

また、LOGWAYに来場していただいた方には、自分の暮らし方を考えるきっかけを得て「いつかはBESS」という印象を持ち、BESSとのシンクロが起こってきたら、建てるとしたら「多分BESS」、現実化が見えてきた際には「やっぱりBESS」というステップを踏んでもらいたいという想いがあります。

そこで、これまで以上の厚いサポートを通じて、そのステップを踏むスピードを加速させる応援制度を誕生させました。それがプレミアム会員制度である「LOGWAYクラブ」です。

会員募集開始から間もないものの、会員数は確実に伸び続けており、この取り組みが大きくなれば、従来の住宅マーケットの広げ方の常識を大きく覆すものになると確信しています。

課題の解決に向けた仕組みを進化させる 取り組みを継続

LOGWAYを訪れる方たちは、建築用地を持って住宅選びに展示場を訪れるのとは異なり、BESSの価値観を共有することを起点としていることが多く、「やっぱりBESS」の段階になると、建物と土地の同時契約を求める傾向にあります。このニーズに応える取り組みの1つが新時代の暮らし方「^{ふもと}禁ぐらし」の創出です。「自然を身近に感じながらの、おらかな暮らし」を形にする禁ぐらしを、直販での土地の仕入れや

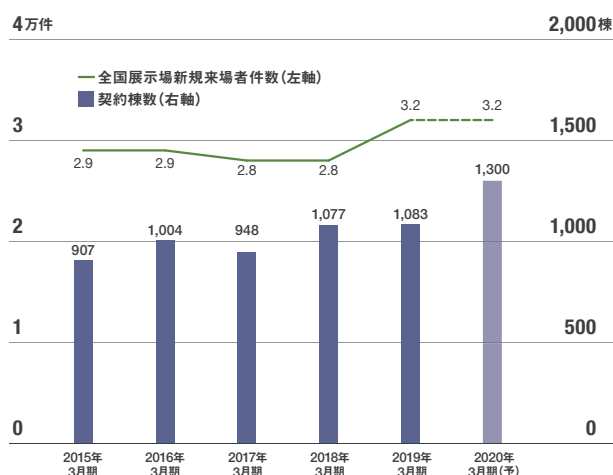
開発の取り組みを積み重ねながら、全国での展開へと広がってこうと考えています。

「販社制度」の強化では、「志」をベースとした強固なルール基盤のもと、BESSブランドを旗印としたグループ一体化の取り組み、「共創・造り手マインド」への進化を継続しています。今後は各販社の経営層との方針・計画の共有を深め、これまで以上の支援を可能とする販社サポート体制の構築も進めています。

将来予想される職方不足という構造的課題の解決に向けた「生産革新」は、生産体制の整備は進みつつあるものの、当期はカナダ材の調達難への対応に追われ、全販社では思うところまで導入が進みませんでした。改めて新しい期より、国産材の生産を拡充しながら、「BH(BESS Housing)生産システム」の活用を軌道に乗せ、受注及び着工を平準化することで、生産力を大きく引き上げ、納期の早期化を実現していきます。このシステムは、現実化するほどに現場の施工負荷を大きく低減し、生産・品質の両面からBESSブランドを支える仕組みになるものと考えています。

もう1つ、暮らし方の探求サポートにつながる施策も実行しました。商品シリーズの性格を表す「愛称」の設定です。BESSに関心を持つ方が増え続ける中で「どの建物にしようか」と迷われる人たちも出て来

全国展示場集客状況及び契約棟数推移



たからです。これはまさしくパスカルの言う「選択の自由が苦悩を生む」状況であり、情報まみれの世の中にあって、自らの感性で取捨選択し切れない人が増えているとの危惧を感じました。家はあくまで「どんな暮らしがしたいか」を実現する手段でしかありません。BESSのバリエーションは、それぞれの建物が持つ性格の違いによるものであり、同じBESSでも「ワンダーデバイス」は「住む人の好き勝手」を実現する家、「程々の家」は「家に合わせて暮らす」というまったく正反対の性格を持っています。建物が有する感性と暮らす人の感性が一致して初めて「これでなくてはならない」になるわけで、「どんな暮らしを実現したいのか」が見えないままに、暮らしの容れ物となる建物を選ぶのは不幸の始まりです。

「この家はこんな暮らしのために生まれました。あなたは何に心動かされ、面白いと感じますか。あなたは何者ですか」を問う仕掛けであり、それは、客観的な情報の良し悪しではなく、自らが感じる主観、感性を大事にしようという発信なのです。

2020年3月期の見通し

既に注文住宅にかかる消費税は4月から増税対象となりましたが、4月の契約棟数は前年実績を上回るなど、ほぼ影響を受けない状況で中期経営計画最終

年度のスタートを切ることができました。2019年3月期は困難が重なり足踏みを余儀なくされましたが、構造的な問題とは捉えておりません。新規来場者数、契約棟数など好調な先行指標が、それを示しています。

中期経営計画の目標数値についてですが、2020年3月期は課題をしっかりと克服し、事業の正常化に取り組むため、業績予想値を調整いたしました。

株主の皆様へのメッセージ

未来に対する手応えは十分すぎるほどに実感しています。LOGWAYでコーチャーの方々と話をした際、「よくぞコーチャー制度を作ってくれました。どうして私たちの心がわかるんですか」と言われたことが強く印象に残っています。ここまで喜んで頂けているのは本当に望外でした。相手の想いを受け取り、行動を起こせばしっかりと伝わる、価値観の共有により、コミュニケーションのリズムが合ってくる、そのすごさをまざまざと感じています。

この「ハピネス拡散」の動きをさらに加速させるためにも、新しい期は、中期経営計画の最終年として足腰を固めます。さらに、より視野を広げていく次期中期経営計画に向けて、その準備も並行して進めていきますので、引き続きご支援のほどよろしくお願いいたします。

1株当たり配当金・DOE推移(16/3~19/3)

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3(予)
中間配当(円)	22	23	24	25	25
期末配当(円)	23	24	24	25	25
年間配当(円)	45	47	48	50	50
DOE(純資産配当率)(%)	4.6	4.5	4.4	4.9	約5.6
配当性向(%)	39.0	54.8	56.5	—	約105.2

当社の配当方針

当社は、配当金を含めた利益還元につきまして、重要な経営課題として認識しております。2019年3月期は様々な困難に直面し厳しい経営状況となりましたが、構造的な問題ではなく既に対処を進めていることから、DOE重視の配当方針を継続し長期的な安定配当を目指します。

中期経営計画 2017年4月・2020年3月

「業界最狂、ハピネス拡散」 中期3カ年計画

アールシーコアは、中核事業である自然派個性住宅「BESS」のさらなる発展に向け、2017年4月より、『業界最狂、ハピネス拡散』をスローガンに掲げて、中期3カ年計画を推進しています。

“最狂”の言葉には、当社が理想とする「狂狷（きょうけん）の道」※を進んでいくことで、多くの熱狂的と言えるほどの「BESS」ファンの期待に応えたいという思いを込めました。

“ハピネス拡散”はBESSのブランドミッションである「ユーザー・ハピネス」をより多くの方々に浸透させたい、との思いを表しております。

※孔子の「論語」に由来し、狂者はいわば進取の精神に富む理想主義者、狷者は「できることでもやらないことがある」という頑固者を意味し、当社では、理想を追い続け、意志を曲げないことを指します。

連結目標値 2020年3月期

売上高 営業利益率 ROE

目標値 200億円 8% 18%

2017年
3月期実績 129億円 5.2% 8.2%

2017年
3月期実績
との比較 155% +2.8
ポイント +9.8
ポイント

目標達成に向けた4つの施策の進捗

1 BESSファンが集う「触媒力」拡大

「LOGWAY」(BESS展示場)では、既にBESSの家に住むユーザーがボランティアとしてLOGWAYコーチャーとなり、BESSの暮らしの楽しさを伝えます。またBESSファンのためのLOGWAYクラブを導入し、さらなる発展を目指します。

※合わせて本誌P7-8の特集もご覧ください。

2 新時代の暮らし方「禁ぐらし」の創出

自然を身近に感じながら、おおらかに。そんなメッセージを訴求しています。実現に向け、まずは直販での用地開発をスタートしました。今後区画数を増やしていき、BESSの暮らしを拡げていきます。

3 BESSブランドを旗印に「販社制度」を強化

BESSブランドの“志”をベースにBESS一体化の基盤を作ります。今後、販社経営幹部との個別面談等を実施し、本部・販社の連携をさらに強固にしていきます。

4 「生産革新」の実行

将来予想される職方不足に対し、施工負荷の大幅な軽減を図ります。2年半の準備期間を経て2018年4月より「BH (BESS Housing) 生産システム」として全国展開を稼働しました。今後、施工品質の向上・工期の短縮を進めます。

課題を克服し、成長軌道へ

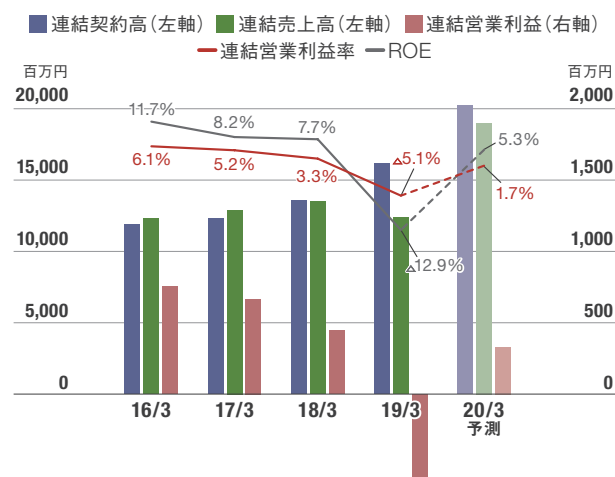
左記の施策の推進により目標の達成を目指しているところですが、2019年3月期には以下の2つの大きな課題に直面し、厳しい損益となりました。最終年度では、まず上期までこれら課題を克服し、下期には次のステージへと業績回復を目指します。

1 国産材への切替途上での、カナダ材調達難に端を発する生産の混乱

- ・調達/生産体制強化により、リカバリー中。
- ・多くの顧客にご協力を頂き、国産材への切り替えを進めています。

2 大型販社の経営難(BESS事業と無関係の要因)に伴う顧客保護・事業承継

- ・顧客保護のため、損失を含む工事を子会社等にて承継しました。
- ・6拠点の事業を承継し、当初は費用先行となりますが、今後は収益への貢献を担います。



顧客保護を目的とした6拠点の事業承継の収益化に時間を要するため、2020年3月期の業績予想を上記グラフの通りとしています。

BESSファンが集う「触媒力」拡大の実現

LOGWAY戦略、稼働

2018年4月に、展示場から「LOGWAY」への呼称変更からスタートしたLOGWAY戦略。

一年が経過した今、着々と新戦略が稼働し、成果も出始めています。その現況を今後の展望とともにお伝えします。

新規来場数が過去最高を更新

それまで「BESS展示場」だった時代は、主に新規来場者を中心にした集客活動でした。それを「LOGWAY」では、既にBESSの家に暮らすユーザーがBESSファンの中心として集い、ファン同士のつながりから集客が広がる“ファンがファンを呼ぶ”姿への進化を目指しました。その中心策としてスタートしたのがLOGWAYコーチャー制度です。LOGWAYコーチャーは現在全国で約530組、毎月100～150組のコーチャーが各地のLOGWAYで活動をしています。この取り組みが知られ、ユーザーの方にも関心を持っていただけたおかげで年間のユーザー来場数は約1.3倍に伸長しました。そして新規来場のうちロコミ認知での来場は前年比2倍まで上昇。結果、年間の

新規来場者数3.2万件は前期比114%で過去最高値を更新しました。ちなみにリピート来場やユーザー来場など含めた総来場者数は10.5万件（前期比121%）。LOGWAYは全国で年間10万件ものBESSファンが集う場となりました。

LOGWAYコーチャー活動で成約率が上昇

LOGWAYコーチャー活動は、開始して半年がいわば導入期で、全国で月70～80組の活動でした。それが10月以降、100～150組の活動へと軌道に乗り始めました。そして、LOGWAYコーチャーの活動数がより多い

拠点ほど、成約率が高くなるという傾向も見えてきました。“ファンがファンを呼ぶ”集客は、新たなユーザーという“仲間づくり”にも成果を出し始めており、さらなる積極的な活動を推進していきます。



LOGWAY戦略

7月開設

BESSユーザーサイト

ユーザー同士の生の声で、
つながりが生まれ、
LOGWAYコーチャーが増えていく

BESSの暮らしの伝道師

LOGWAYコーチャー

BESSの家に暮らすユーザーがボランティアで、
その暮らしの楽しさをLOGWAYで伝える

BESSユーザーが
自分の暮らしの楽しさを伝える

BESS
ユーザー

LOGWAY

新規来場者

LOGWAYクラブ会員

商談から契約へ

リピート来場

LOGWAYコーチャーのアドバイスで、自然体で暮らすイメージがわきました。

2018年6月にカントリーログをご契約された林下さんご家族。
LOGWAYでコーチャーにも出会い、BESSの家を選ばれたお話を伺いました。

LOGWAYのスタイルが自分たちには合っていた

もともと家検討はまだ先かなと思っていましたが、知人に「楽しいから行ってみたら」と言われたのがきっかけでBESS藤沢に行きました。そこで「こんな家があるんだ!」と(笑)。雰囲気自分たちの趣味と好みに合っていたし、ログハウスが普段使いできるなんて面白いと思いました。それにLOGWAYは、家を強くすすめられることもないけれど、行けばいつでも話ができる。とにかく時期も含め予定が固まっていなかったから、そんなLOGWAYのスタイルが自分たちには合っていました。

実際に使っている人の話が聞けるのは嬉しい

初めて行ってから一年後ぐらいに行くと、LOGWAYコーチャーが始まっていました。その頃から頻繁に通うようになったのですが、やはり実際に使っている人の話、住んでいるからこそ感じるメリット・デメリットを両方聞けるのはいいなと思いました。例えば薪ストーブの薪は近所から調達している人もいれば買っている人もいて、「この辺に住む人がこう入手している」とわかる。やりようはあるのだなと。メンテナンスについても、全部教科書通りにやらなきゃいけないのかと心配していましたが、「木の様子を見ながらやればいいんだよ」と、やった方がいい



後回しにしてもいいなどがわかる。棚づくりなんかもうラフにやっている様子がわかり「これぐらいいいんだ!」と(笑)。いい意味で肩の力が抜けて、BESSの家との付き合い方や暮らしのイメージがわきました。

自分たちもLOGWAYコーチャーに

LOGWAYコーチャーもいろんな方がいて、いろんなパターンのBESSライフがあることに面白さを感じました。だから、自分たちも自然体で楽しい暮らしの話ができれば。BESSの家なら、薪割り・メンテなど家に居てやるが多くなる。でも、やらなきゃいけないではない、いろんな「やること」が楽しめるいいなあ。そんな話で盛り上がれたらと思っています。

LOGWAYクラブ入会は累計700組超

2018年10月からスタートしたLOGWAYクラブ。新規来場の方すべてが対象で、年会費1万円で入会頂きます。会員の方には、LOGWAYコーチャーとの特別なイベント※やBESSの暮らしが似合う用地の優先紹介、そしてご契約の際に標準価格の2%割引等の特典があります。2019年3月末までの最初の半年間で会員数は700組を超えました。

うち約260組の方が未契約の会員として4月以降もLOGWAYに集います。2020年3月期に向け従来と大きく異なるのは、このLOGWAYクラブ会員が期首に既に存在することです。

会員の方は、建築時期は未定でも、ほぼBESSの家に暮らす選択をすると意思表示をされた方々。今後も受注数の分母として会員数を増やし、計画的な受注増に向かうべくLOGWAYでの“BESSファンの集い”を



※特別なイベントのひとつ、LOGWAYパーティ。
LOGWAYコーチャーとLOGWAYクラブ会員が一同に会します。

大切にしていきます。そして、4月にはLOGWAYクラブ会員限定の新商品「ワンダーデバイス・ギャング」も発売(次頁参照)。LOGWAY戦略をさらに加速させていきます。

TOPICS

2018年秋から2019年春夏にかけての様々な取り組み、活動を紹介します。

BESSだからのユニーク特別モデル続々登場

1 逆転発想の新モデル 「ワンダーデバイス・ギャング」新発売!

土間リビングやNIDO(空中ベランダ)など、従来の住宅の発想を超えた暮らしの提案をしてきたBESS。2019年春、究極とでもいうべき新モデルを発売。その名も「ワンダーデバイス・ギャング」。GANGとは、キレイごとや打算のない純真な仲間。そんな楽しいGANGたちが自然に集まってくる開放的なモデルです。新築=1棟という常識を打ち破り、「家」「ウッドデッキ」「ログ小屋IMAGO」の3つがつながる大きな暮らしを提案します。

「食べる」「眠る」という基本的な暮らしは家に集約し、「遊ぶ」「くつろぐ」は、ウッドデッキやIMAGOで。逆転発想の、まさに、外が中心の暮らし。「小さく建てて、大きく暮らす」というモットーを体現しました。

BESSに思いを寄せてくれるLOGWAYクラブ会員限定モデルとして、1,380万円(税込)[※]という特別価格で期間限定発売(2019年4月~12月末)。

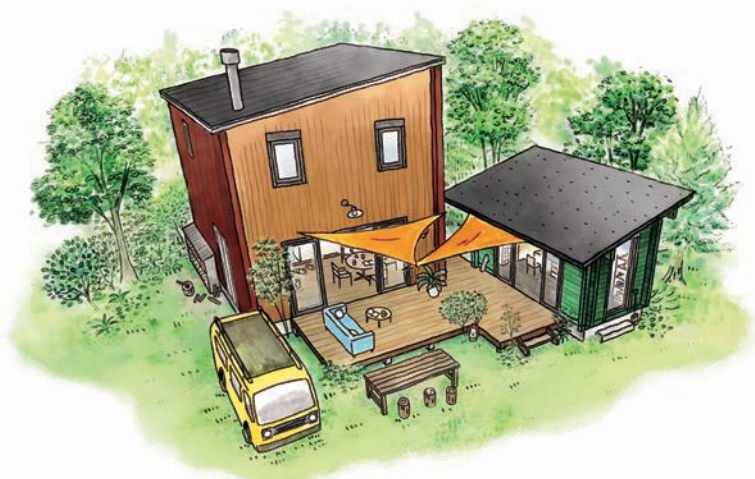
この春、BESSからの暮らしを超えた大胆な提案です。

WONDER DEVICE
GANG

ワンダーデバイス・ギャング

ログ小屋
IMAGO
キット付!

外の暮らしが主役。ウッドデッキとログ小屋が標準。
固定概念を超えた暮らしを提案。



※地域・条件によって異なります。

2 家の中に、外がある!? キャンペーンモデル「カスキュー」好評!

COUNTRY LOGの性格「自分流の不良をつらぬく不常識人」をいかんなく発揮したモデル「カスキュー」。
玄関を開けると、^{もくどま}木土間が部屋の奥まで一直線。外からの“侵入者”、名付けて“インベーターデッキ”。ダイニングキッチンと一体となった大空間とともに、どこまでも自由な暮らしが広がります。

期間限定キャンペーン・モデルとして2019年2月発売(2019年6月末まで)。好評なスタートとともに、COUNTRY LOG定番モデルの受注押上にも貢献しています。

CASQUE
カスキュー

玄関から部屋の奥まで
一直線に伸びる“インベーターデッキ”。
自由な暮らしが始まります。



全国LOGWAY、新規来場者数過去最高に!

新拠点BESS木更津も盛況にオープン

LOGWAY戦略が稼働した昨年度、口コミ効果も広がり、全国LOGWAYへの新規来場者数が過去最高を記録。そんな中、2019年3月に、千葉県木更津市に「LOGWAY BESS木更津」がオープン。G-LOG、COUNTRY LOG、ワンダーデバイスの3棟が建ち並び、オープン後1か月で350組超と盛況な来場になりました。また、2019年秋には「LOGWAY BESS博多」(福岡市)もオープン予定。全国LOGWAYの拡大で、BESSの暮らしの体感、共感をさらに広げていきます。



テレビ東京系「カンブリア宮殿」に登場

大きな反響とともに、認知拡大へ

テレビ東京系のビジネス・ドキュメンタリー人気番組「日経スペシャル カンブリア宮殿」で、「熱狂的なファンを生む独自経営」というテーマで、アールシーコア／BESSが紹介されました(2019年2月28日放映)。番組では、LOGWAYコーチャ活動、BESSユーザーの暮らし、来場客の声などのVTR紹介に加え、スタジオで、アールシーコア社長・二木浩三と司会の村上龍氏、小池栄子氏が鼎談。その中でBESSの考え方や姿勢が様々な観点から語られ、浮き彫りになりました。

放映後の反響は大きく、共感の声とともに、LOGWAYへの来場だけでなく、商談、成約、フランチャイズの問い合わせ、採用応募等まで、幅広い分野で好反応がありました。



アールシーコア社長・二木浩三
(テレビ東京スタジオ)

村上龍氏「ログハウスは何かを象徴しているような気がするんですが、象徴しているとしたら何でしょう」

二木浩三「本当に自由な暮らしかな。世の中の決まり事に縛られずに自分らしく暮らして生きていけそうな気がする」



LOGWAYコーチャーにインタビュー
(LOGWAY BESS多摩)

放送を見逃してしまった方、放送エリア外の方も、インターネット「テレビ東京ビジネスオンデマンド」(有料)でご視聴いただけます。

BESSフォレストクラブ活動報告

自然保護団体への継続支援で環境保全に貢献

BESSフォレストクラブでは、全国のLOGWAY各支部と、地域のNPO団体との連携による身近な森林保全活動の他、二つの自然保護団体への活動費支援を継続的に行っています。「ガラパゴス島自然保護プロジェクト」へは現地の植物再生事業、「JUON NETWORK」へは「森林の楽校」等自然保全活動への支援を行い、国内外の環境保全へ寄与しています。



在来植物を植樹
(ガラパゴス島自然保護プロジェクト)



“森林の楽校”活動
(JUON NETWORK)

アールシーコアの会社に関わるエピソードをご紹介します。

Make Market

メイク・マーケット

通常マーケティングというのは、市場調査をして消費者ニーズを探り、そこに焦点を当てて商品開発を行うもの。そして他社より一歩でも先んじようとしのぎを削ります。しかしアールシーコアは、このようなことをしたことはありません。

市場調査に頼るのではなく、こんな暮らしがしたいという自らの感性を信じる。そして既存のマーケットの中で競争してビジネスをするのではなく、今までになかった独自のマーケットを創る。それがアールシーコアの流儀。マーケットは自分たちで創るもの— 私たちはこの考えを「Make Market (メイク・マーケット)」と名付け、創業以来一貫してわが道を歩んできました。

ログハウスという木の家は、機能一辺倒の住宅とは違うおおらかな暮らしを生み出すことができるはずだ。そう直感し、そこに新しいマーケットの可能性を感じたのが、私たちの家づくりの第一歩。そして別荘にとどまることなく、誰もやっていなかった自宅としてのマーケットを切り拓いたのです。

しかしそこには多くの困難がありました。ログハウスを自宅用にしようとした時、私たちの前に立ちちはだかったのは、木の家は燃えやす

いから建てられないという市街地の耐火基準の壁でした。だったらログハウスの無垢材が燃えにくいことを実証してやろうじゃないか。そう考えて、さまざまなログハウスの耐火実証実験を繰り返し、ついに2002年準耐火性能の大臣認定を取得。市街地の準防火地域での建築が可能になりました。

いまではBESSライフに欠かせない薪ストーブも、設置の規制緩和を当局に対して粘り強く交渉。2009年、ようやく法整備によるストーブ周りの不燃壁に関する基準ができ、全国どこでも薪ストーブが設置しやすくなったのです。

規制に対する挑戦だけではありません。業界の常識に対する挑戦も、「Make Market」という信念から。家を比較し品定めする総合展示場ではなく、暮らしを思い描く1社単独展示場をつくり、さらに展示場という呼称をやめ、LOGWAYという売り手と買い手の垣根を超えた場へと昇華させたのもその一例です。

まだ誰も気づいていないことを見つけ、誰もやっていないことを実行する。「Make Market」は、アールシーコアを次へと導くキーワードなのです。

株主優待のご案内

対象株主	毎年3月末・9月末の基準日の最終の株主名簿に記載された株主の皆様です。
優待期間	基準日から1年間有効です。
利用回数	②と⑤の防腐スプレー購入割引特典を除き、繰返しご利用いただけます。
優待内容	当社の提供する「BESSの家」及び「フェザント山中湖」をより一層楽しんでいただくため、下記内容の優待をご用意しております。 ①と④のBは他の割引との併用可、②③⑤と④のAは他の割引との併用不可。 (ただし、フェザント会員割引との併用は可。詳しくは、フェザント山中湖フロントにお問い合わせください。)

保有株式 500株 以上	① BESS住宅 新築工事割引特典	内容 BESS指定工事請負契約にかかる 価格表表示価格の1%割引	方法 お近くのBESS展示場担当営業に「株主優待券」をご提示ください。
	② BESS住宅 防腐スプレー 購入割引特典(上限12本)	内容 BESSオリジナル木材用防腐スプレー「ガードン」*のご購入時、税抜価格20%割引 (購入本数上限は12本です。)	方法 下部の株主優待制度に関するお問い合わせ先にお電話いただくか、以下のホームページ上の申請書をダウンロードしてFAXもしくはご郵送ください。 www.rccore.co.jp/ir/yutai.html
保有株式 200株 以上	③ フェザント山中湖 タイムシェア別荘購入時 初期費用割引特典	内容 「フェザント山中湖」別荘オーナー制度・メンバー制度のご購入時、初期費用の5%割引 (初期費用とは別に年会費等を申し受けます。)	方法 フェザント山中湖担当営業に「株主優待券」をご提示ください。
	④ フェザント山中湖 その他サービスご利用時 利用料金割引特典	内容 「フェザント山中湖」ご利用時、AまたはBのいずれかの特典が受けられます。 A 別荘レンタルビジター宿泊料金の30%割引 B 宿泊料金を除くレストラン等サービス料金の10%割引	方法 フェザント山中湖フロントに「株主優待券」をご提示ください。 フェザント山中湖 (0555)20-2888
保有株式 100株 以上	⑤ BESS住宅 防腐スプレー 購入割引特典(上限6本)	内容 BESSオリジナル木材用防腐スプレー「ガードン」*のご購入時、税抜価格20%割引 (購入本数上限は6本です。)	方法 下部の株主優待制度に関するお問い合わせ先にお電話いただくか、以下のホームページ上の申請書をダウンロードしてFAXもしくはご郵送ください。 www.rccore.co.jp/ir/yutai.html

※「ガードン」は木の家に必要不可欠なメンテナンスをより簡単にすべく、木材保存剤メーカーと提携開発したBESSオリジナルの木部外部用防腐スプレーです。



BESS のタイムシェア 別荘
フェザント山中湖

ホームページ www.pheasant.ne.jp

「フェザント山中湖」は1年を50週に分割し、1棟の建物を1週間単位で購入・利用できるリズナブルな別荘です。富士山と山中湖を臨む恵まれた自然環境の中、約6,800坪の広大な敷地に、BESSの個性あふれる16棟の木の家が建ち並びます。愛犬・愛猫と一緒に宿泊可能な建物もご用意。大自然の中でペットと一緒に開放的なひとときをお楽しみください。



株主優待制度に関するお問い合わせ

受付時間 月曜日～金曜日 9:30～18:00(祝祭日、年末年始休業を除く)
連絡先 電話 (03) 5790-6500(総務) FAX (03) 5790-6501
Q&Aホームページ www.rccore.co.jp/ir/yutai/qa.html

株式会社アールシーコア ホームページ
www.rccore.co.jp

主要連結財務データ

単位:百万円 (注)記載金額は単位未満を切り捨てて表示しています。

連結貸借対照表(要約)

	前期末 2018年3月31日	当期末 2019年3月31日
流動資産	5,628	6,246
固定資産	5,245	5,586
資産合計	POINT 1 10,873	11,833
流動負債	4,196	5,180
固定負債	2,070	2,858
負債合計	POINT 2 6,267	8,039
純資産合計	POINT 3 4,606	3,794
負債純資産合計	10,873	11,833

連結損益計算書(要約)

	前期 2017年4月1日～ 2018年3月31日	当期 2018年4月1日～ 2019年3月31日
売上高	POINT 4 13,479	12,397
営業利益	POINT 5 453	△635
経常利益	455	△680
親会社株主に帰属する当期純利益	POINT 5 364	△541
その他の包括利益	△36	△58
包括利益	327	△599

POINT 1 「資産の部」は960百万円増加し、11,833百万円となりました。子会社による販社支援の一環での拠点資産の承継等により有形固定資産が138百万円、繰延税金資産が202百万円それぞれ増加したこと等を要因とするものです。

POINT 2 「負債の部」は、1,772百万円増加し、8,039百万円となりました。資金需要を補うため、「長期借入金」及び「短期借入金」で合計911百万円、契約残高の増加に伴い「買掛金及び工事未払金」が257百万円、それぞれ増加したこと等によるものです。

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

	前期 2017年4月1日～ 2018年3月31日	当期 2018年4月1日～ 2019年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	388	△690
投資活動によるキャッシュ・フロー	△404	△254
財務活動によるキャッシュ・フロー	△359	744
現金及び現金同等物に係る換算差額	17	△2
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	POINT 6 △358	△203
現金及び現金同等物の期末残高	POINT 6 3,292	3,089

POINT 3 「純資産の部」は、当期純損失541百万円の計上及び配当を220百万円実施したこと等により、3,794百万円となりました。

POINT 4 一部ログハウスの材料調達難に端を発した生産・部材納品の遅れにより、売上高は前年同期比8.0%減の12,397百万円となりました。生産体制の拡充により現在は収束に向かっていますが、売上の遅れ及び契約の増加により契約残が積み上がり、契約残高は前期比56.3%増の13,960百万円となりました。

POINT 5 利益については、次の3点の要因により、大幅減益となり、当期純損失が541百万円となりました。

- ①カナダ材の調達難による一部ログハウスの売上遅延。
- ②一部販社の経営難に伴う顧客・ブランド保護のための支援。
(子会社等による工事及び拠点の承継)
- ③直営新拠点(BESS多摩)の開設等に伴う費用の先行投資。

POINT 6 営業活動によるキャッシュ・フローでは、減益に伴い現金及び現金同等物が690百万円減少し、投資キャッシュ・フローにおいては、拠点の承継等に伴い有形固定資産が163百万円増加したこと等により同254百万円減少しました。それらの資金需要を補うため、1,550百万円の借入(返済は570百万円)を行いました。これらの影響から現金及び同等物は203百万円減少し、期末残高は、3,089百万円となりました。

株主アンケート結果のご報告

第34期中間「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,431名の方からご回答をいただきました。多数のご意見をお寄せ頂き、誠にありがとうございました。集計結果の一部を報告いたします。当社の株式については、回答者全体の85%が長期保有及び買い増しをお考えと多数。またアールシーコア通信の中で関心を持たれた項目は「社長メッセージ」「中期経営計画」が上位となりました。なお、このたび、BESS事業の探求本「BESSってなんだ?」を発行いたしました。株主アンケートにお答え頂いた方への進呈グッズの一つとして追加いたします。今後ともご支援いただきますよう、お願い申し上げます。

BESSオリジナルグッズや「BESSってなんだ?」を進呈

今回、株主アンケートでご希望された方には、下記BESSオリジナルグッズ及びBESS事業の探求本「BESSってなんだ?」の中から1点を進呈いたします。



マルチユースのバンダナ



ラフな風合いの
マグカップ



楽しいイラスト入りの軍手

※株主アンケートハガキは、100株以上ご所有の株主様に同封しております。
※BESSオリジナルグッズの発送は、2019年7月31日(水)のアンケート返送分までを対象とさせていただきます。(当日消印有効)
※進呈アイテムは1点となり、色の指定はできません。



BESSを様々な角度から探求した冊子「BESSってなんだ?」(160ページ)
住宅評論家・本多信博氏執筆



BESSオリジナル
ふろしき

株式情報

2019年3月31日現在

株式の状況

発行可能株式総数	12,000,000株
発行済株式総数	4,508,700株
株主数	4,127名

大株主の状況

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
二木浩三	807,600	17.91
アールシーコア社員持株会	329,000	7.30
谷 秋子	265,100	5.88
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託E口)	167,400	3.71
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (役員報酬BIP信託口・76096口)	128,938	2.86
株式会社三井住友銀行	120,000	2.66
あおむし持株会	119,800	2.66
矢島繁雄	117,600	2.61
第一生命保険株式会社	110,000	2.44
日本生命保険相互会社	100,000	2.22

株主メモ

事業年度	4月1日～翌年3月31日
期末配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当金受領株主確定日	9月30日
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 (0120)232-711(通話料無料)
同郵送先	〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
上場証券取引所	東京証券取引所(JASDAQスタンダード)
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載URL www.rccore.co.jp (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じた時は、日本経済新聞に公告いたします。)

ご注意

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種お手続きにつきまして、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。
- 出資比率は発行済株式総数から自己株式数を控除して計算しております。

会社概要

2019年3月31日現在

社 名	株式会社アールシーコア(R.C.CORE CO., LTD.)
本 店	〒153-0042 東京都目黒区青葉台1-4-5
本 社	〒150-0045 東京都渋谷区神泉町22-2 神泉風来ビル 電話:(03)5790-6500(代) FAX:(03)5790-6501
設 立	1985年(昭和60年)8月
資 本 金	6億6,076万円
事 業 内 容	自然派個性住宅の企画・製造・販売 分譲住宅・宅地の企画・販売 別荘タイムシェアの販売及び運営管理
社 員 数	258名(連結) 169名(単体)
建設業許可番号	国土交通大臣許可(特-29)第24712号
宅地建物取引業免許番号	国土交通大臣(2)第8366号
建築士事務所登録番号	一級建築士事務所 東京都知事登録 第32305号(BESSスクエア) 一級建築士事務所 東京都知事登録 第62297号(BESS多摩) 一級建築士事務所 神奈川県知事登録 第16330号(BESS藤沢)

役 員	代表取締役社長	二木浩三
	常務取締役	谷 秋子
	常務取締役	浦崎真人
	常務取締役	永井聖悟
	社外取締役(監査等委員長)	山里晃久
	社外取締役(監査等委員)	米田龍玄
	社外取締役(監査等委員)	山下泰子
連結子会社	株式会社BESSパートナーズ(BESS PARTNERS CO., LTD.)	
非連結子会社	株式会社RCビジネスサポート 株式会社フェザンタイムシェアマネジメント	

※役員は2019年6月13日現在で記載しています。



証券コード:7837

株式会社 **アールシーコア**

〒150-0045

東京都渋谷区神泉町22-2

神泉風来ビル



証券コード 7837