



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、いままで誰も気づいていない、つぎの生活や歓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"を大切にし、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

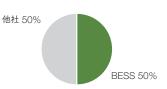






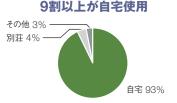


ログハウスシェアNo.1*



(2018年4月~2019年3月) ※国土交通省「丸太組構法建築確認統計」より当社算出 ※カナダ材調達難に伴う納品遅延の影響で6ポイント低下しました。

BESSの家は



(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」という思いを込め、「LOGWAY」と 名付けました。

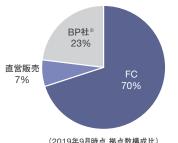
LOGWAYでは、すでにBESSの家に暮らしているBESSユーザーが、来場客に BESSの暮らしの楽しさを伝える「LOGWAYコーチャー」としてボランティアで活動 しています。暮らし体感に加え、LOGWAYコーチャーに接することで、暮らしのイメー ジが生き生きとふくらみ、BESSへの共感が増幅されます。



暮らし体感の場I OGWAY

FC中心で全国展開しています。

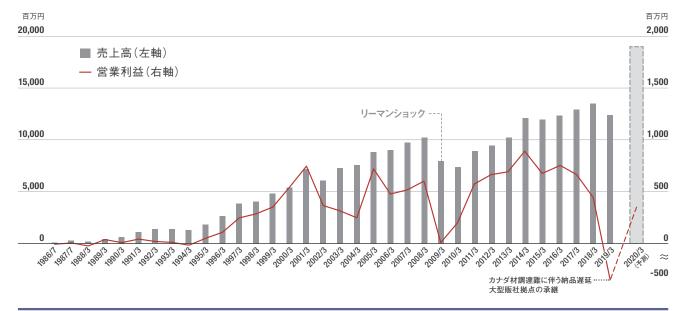
BESS事業は、当社が事業本部となり、独自の地区販社制度により全国展開しています。 直営販売 BESSの地区販社制度は、「マーケティングのパートナーシップ」であることが特長です。 本部と地区販社は、相互補完ができるパートナーとして、 市場創造に向け、フェアでオープンなノウハウ共有を行い、



※BP社:連結子会社 株式会社BFSSパートナーズ

業績の推移 (BESS事業開始の1986年~)

地域ごとの顧客創造を推進します。



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。

前期からの課題に区切りをつけ、 LOGWAY戦略を起点に業績向上へ



2020年3月期上期振り返り

昨年来、お客様や関係者の皆様、株主の皆様に ご心配をお掛けしていた、カナダ材の調達難を背景と した部材供給問題は、国産材による良材を安定的に 調達する体制整備が進み、正常化に目処がつきました。

急ピッチでの体制構築となりましたが、これにより、 問題の解消のみならず、生産革新も進み、国産ログ 生産体制は拡大しました。下期も体制整備を継続し、 期末までに年間600棟規模にまで拡充する予定です。

業績状況については、まず集客面は、昨年4月にオープンした「LOGWAY BESS多摩」の効果等により、前期に過去最高を大きく更新し、一段高いステージへと上がった新規来場者数が、引き続き高水準のまま堅調に推移しました。また、「LOGWAYコーチャー」の活動の高まりと歩調を合わせるように、再来場者数も順調に伸長したこと等により、契約高は前年同期比109%となりました。

売上高は、生産体制整備により、引き渡しが順調 に進み、上期としては過去最高となる80億円超を記 録しました。利益面は、カナダ材から国産材への切り替えに伴う一時的な緊急対応コストの増加や、前期に連結子会社の株式会社BESSパートナーズにて事業承継した販社拠点の先行費用が影響し、赤字計上となりました。これらの影響は上期まで大きく出ておりますが、カナダ材切替の緊急対応はすでに正常化に向かっており、事業承継拠点は下期から収益化が見込めます。これらの課題を乗り越え、通期では利益を出せる状態へと回復してきたと捉えています。

BESSファンの共感の輪を広げる LOGWAY戦略に死角なし

BESS事業を構成するファクターのうち、マーケ ティング、商品、コミュニケーションについては、想定 以上の勢いに大きな手応えを感じており、二重丸を 付けられるほどの確信を得ています。特に、前期より スタートした会員制度「LOGWAYクラブ | の登録数 は、すでに累計1.400組を超え、年間契約棟数を超 える勢いを見せています。私たちは、LOGWAYに来 場する際には「いつかはBESS」、LOGWAYで過ご す時間を重ね、BESSとのシンクロが起こってきたら 「たぶんBESS」、そして実際に新しい暮らしをイメー ジし、その現実化が見え始めたら「やっぱりBESS」と いう3つのステップを踏んでもらいたいと考えていま す。この「いつか | 「たぶん | 「やっぱり | を重ね、意思 決定された方の計画の実現性をこれまで以上の厚 いサポートで力強く応援する仕組み、それが 「LOGWAYクラブ」です。

このクラブ会員の増加に大きな追い風を吹かせているのが、「LOGWAYコーチャー制度」です。コーチャー制度は、すでにBESSでの暮らしを楽しんでいる先輩ユーザーの方々に、自身の暮らし方や楽しみ方、工夫などを披露いただき、来場された方々が自らの暮らしをイメージするきっかけを掴んでもらう仕組みです。ボラン

ティアにも関わらず、すでに登録コーチャー数は700組 を超え、賑やかに活動を繰り広げてくれています。

コーチャー制度の根っこにあるのは、30年以上にわたりブランドで培ってきた「家自慢よりも暮らし自慢」という価値観です。BESSユーザーは、ご自身の中にある価値観を顕在化させ、それを表現できるBESSの家を選んだ人たち、つまり、BESSと自分にシンクロするものを中に持っていた人たちです。ですからコーチャーの方々は、ここなら「自分の価値観を思う存分出すことができる」という感覚を持たれています。BESSユーザーには、自分自身を表現したい、と思う人たちが多くいるのです。

そもそも人間は群れで活動する生き物であり、戦う 自分もいるけれど、人の役に立ちたいという自分、そう いう本心を持っています。自然のまま存在していれば、 人は本来、善人です。けれど、様々な価値観が共存 する世間にあって、それを表に出しにくい状況になっ ているのも確かです。そうした中で、「そんな生き方は 面白くない、人の役に立ちたい気持ちを、気を遣うこ となく思いっきり出したい!」と手を挙げてくれたのが、 コーチャーたちなのだと認識しており、LOGWAYは いわば「善人性誘発装置」と言えると思っています。 行き過ぎた資本主義の中では、仲良くするための理 由が求められますが、本来、喧嘩をする理由はあって も、仲良くするのに理由はいらないはずです。コー チャーたちは暮らし自慢同士、安心して本来の自分を 出し合える相手であるせいか、実にすぐ打ち解けます。 コーチャー制度を発案した際、どこまで受け止めていただけるかは未知数でした。しかし、今ではコーチャー制度が力強く広がりつつあるだけではなく、「コーチャーの皆さんを見て、私もそうなりたいと感じた、だからBESSに住みたい」という人もすでに現れ始めました。それは、具体的に顕れているものに触発されて、「そうだ、これだったんだ!」と潜在的にあった自らの意思が表に出てきたと言うことであり、つまり、コーチャーたちが集うLOGWAYは大きな触媒力に満ち、今後その効果が遺憾無く発揮されていくことは間違いありません。

販社制度の再整備を急務とする状況は継続 生産革新と人材採用で販社を強力サポート

一方で、販社制度の再整備を急務とする状況が 続いています。近年、日本各地で大型災害が続き、 職方不足やコスト高を誘引させており、地域によって は施工に大きなハンデを背負う販社も出てきていま す。ただし、この施工における課題に対しては、国産 材によるログ生産体制の整備と、現場負荷の大幅 軽減を目指す生産革新に加え、受注・着工の平準化 を本部・販社一体となって進めており、下期以降、確 実に改善が進んでいくと考えています。

もう一つの解決すべき大きな課題は、拠点活動を 担うホームナビゲーター(営業員)を増員できない販 社もあり、人員体制の足踏み状態が続いていることで す。しかし、順調に運営を拡大・継続している販社も数



多くあり、狙いどおり進んでいるマーケティング・商品・コミュニケーションの受け皿となる体制強化が進めば、充分に成長軌道を描くことのできる仕組みであると確信しています。そこで、人員体制の整備についても販社自らが解決を目指すだけではなく、全体の問題として捉え、本部主導で採用支援に動き、販社に紹介する取り組みをスタートさせました。リターン、「ターン、「ターンの動きが活発化していることを背景に、東京本部で採用の窓口を作り、各地域拠点で活動してもらう取り組みです。BESSに関心を持ち、ファンとなる人は、どちらかというと都会の生活に窮屈さや限界を感じる傾向が見受けられることから、東京での採用は、そうしたマインドが醸成された人材である可能性が高く、その触媒力はより高いのではないかとの期待もあり、早期に軌道にのせたいと考えています。

全拠点にLOGWAY戦略をしっかり浸透させるため にも、経営幹部面談やコンサルティングの実施などを 通じて、販社間に発生しているバラつきを是正して、 全体の底上げを図ります。

株主の皆様へのメッセージ

下期より主力商品である「ワンダーデバイス」を バージョンアップし、企画モデルとしての打ち出しを強 めたほか、倭様「程々の家」シリーズも商品力のさらな る強化を図りました。また、10月より、BESSで責任施 工した建物すべてに対する保証システムを従来の50 年保証から60年保証へと延長しています。

こうしたBESSらしさを深める取り組みの充実のみならず、現在、目に見えている課題の多くに手は打っており、下期はすべての取り組みをしっかりと業績に結びつけることが大事だと考えています。

当期は「業界最狂、ハピネス拡散」をテーマとした 中期3カ年計画の最終年です。次期中期経営計画 の策定にも着手しましたが、LOGWAY戦略の推進と 体制整備を両輪に、しっかりと足場固めをしていく、そ の大きな方向感に変更はありません。

資本主義が行きすぎた世の中は、顧客の主体性が 弱ければ弱いほど儲かる仕組みに偏りがちです。そう した世の中にあっても、それに反して、顧客の主体の強さに対して発信していく、それがBESSのコミュニケーションです。なぜなら、実際に提供できるのは家という器であり、私たちは触媒とはなり得ても、暮らしの主体は本人以外の何者にも代えられないからです。自らの意思を持つことは、その人個人にとってだけでなく、国にとっても、世の中にとっても非常に大事なことです。しかも、そうした在り方は本来、日本が誇るべき文化であったと思います。そうした日本らしい感性を持って暮らす人を増やし、その発信に刺激され、仲間がどんどん増える循環を広げていきたい、そうした文化がなくなってしまう前に何とか蘇生できるよう、その在り方、文化のもと、暮らしもビジネスも成り立つことを形にしておきたいとの思いでいます。

そういう意味では、私たちのビジネスの仕組みは、 今日の資本主義の中では、王道でも覇道でもなく、ま さに狂狷(きょうけん)の道としかいいようがありま せん。その立ち位置も踏まえ、次なるフェーズは、これ までコツコツと仕掛けてきた導火線に、本気になって 火をつける時期にしていきたいと考えています。

引き続きご支援のほどよろしくお願い申しあげます。

1株当たり配当金·DOE推移(17/3~19/3)

	17/3	18/3	19/3	20/3(予)
中間配当(円)	23	24	25	25
期末配当(円)	24	24	25	25
年間配当(円)	47	48	50	50
DOE(純資産配当率) (%)	4.5	4.4	4.9	約5.6
配当性向(%)	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。2020年3月期上期では厳しい経営状況となっておりますが、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ヵ年計画

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ヵ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ています。

"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		

中期計画での4つの施策の進捗

1 BESSファンが集う「触媒力」拡大

すでにBESSの家に住むユーザーがボランティアで暮らしの楽しさを伝える"LOGWAYコーチャー"は全国で700組を超えました。毎月の活動も増え、全国のLOGWAY(展示場)でBESSファンは着実に広がっています。

2 新時代の暮らし方「梺ぐらし」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。実現に向けて直販での用地開発と企画・販売を推進、実績も出始めました。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"をベースとした販社経営幹部との個別面談も経て、本部・販社の連携をより強固にするBESS一体化の基盤づくりが進捗。人員体制、受注・売上平準化など課題解決も相互協力で推進します。

4 「生産革新」の実行

施工負荷の大幅な軽減を目指し、生産体制を再構築。 2018年4月より「BH(BESS Housing)生産システム」と して全国販社で稼働させ、様々な改善を進めています。施工 品質の向上・工期の短縮を図ります。

「ハピネス拡散」への戦略は大きく進捗 昨年来の課題を克服し、成長基盤強化へ

- 1 国産材切替え途上でのカナダ材調達難に端を発する生産の混乱は解消しました。現在、本件への対応 で進捗が遅れた生産コスト管理の強化を行い、利益 率改善を推進しています。
- 2 6拠点を事業継承した直営販社(株式会社BESS パートナーズ)の経営の健全化を進捗させています。 上半期は事業継承による費用先行期であり、下半期から収益貢献を目指します。



顧客保護を目的とした直営販社による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の探究本

BESSってなんだ?

著者

本多信博さんに聞く、BESS事業

今年6月、BESSを様々な角度から探求した冊子『BESSってなんだ?』(全160頁)を発行しました。 著者は、住宅評論家の本多信博さん。

本多さんには約20年にわたりBESSを取材いただいてきました。

ジャーナリストとして厳しい目で見たBESSはどのように映ってきたのか。他の住宅メーカーと何が違うのか。 執筆を終え、約半年が経った今、あらためてお話を伺いました。

―― 本書の執筆をお受けいただけた理由は何 だったのでしょうか。

長くBESSを見てきましたが、それでも取材をすればするほど、なんともいえないもやもやした気持ちに悩まされていました。夢の中で、何か本質的なことを見付けた気がしていたのに、目覚めてしまうとそれが思い出せずにいるときのようなイライラ感でしょうか(笑)。ですから、今回お話をいただいたときは正直、うれしかったです。BESSと他の住宅とはどこがどう違うのか、違いの本質は何なのか一それを具体的な言葉で明らかにしたい思いがあったからです。

―― 約20年、BESSの変遷をご覧いただいていますが、最初の頃と今では何か違いは感じますか?

「自分が分かってくる

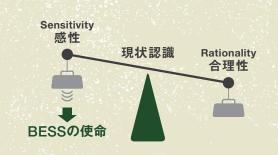
私の印象は、当初のビッグフットの頃^{**} よりも繊細さが加わった気がします。繊細 さという意味は、その家に住むことで「自 分が分かってくる」ということです。例えば ビッグフットの頃は荒削りの道具を扱う楽 しさがあったとすれば、今はそれだけでな く、自分の内面と語り合える楽しさも加 わった気がします。機能性重視の現代社 会では忘れられがちですが、家とは本来 そういうものだと思います。

※「ビッグフット」は1986年から2007年までのブランド名です。

―― 第2章に「基本はバランシズム」という頁があります。「バランシズム」について、どう思われますか。

BESSが言う「バランシズム」というのは、商品名の一つにもありますが「程々」ということだと思います。"ほどほど"の魅力は何かというと、「自制心」だと思います。つまり、意識的に抑制する、バランスを取るという考え方です。意識したバランス感覚だからこそ、幅もあって、ぎりぎりのところでバランスを保つようなスリリングな味わいもあるのではないでしょうか。BESSでは「感性」と「合理性」をバランスの対象として取り上げていますが、例えば人生との向き合い方に置き換えても大切な考え方になる

でいますが、例えば人生との向き合い 方に置き換えても大切な考え方になる と思います。現状からの積み上げ式で人生の目標を考えるか、究極の人生目的から今何をすべきかを考えるか… これも、どちらか一方に偏り過ぎると前者は行き当たり



ばったり、後者は理想主義に陥ってしまいます。

はどほど。の魅力は

―― 現在の時代の潮流の中で見たとき、本多さん の目にBESSはどのように映りますか。

国会質問で首相や各大臣が官僚の用意した答弁 を読み上げるだけというような膠着的な状況、呆れ返

こに引き寄せる感性

るような時間の無駄…建前で 事なきを得ようという実態があ るのが、今の日本です。そこに 危うさを感じています。

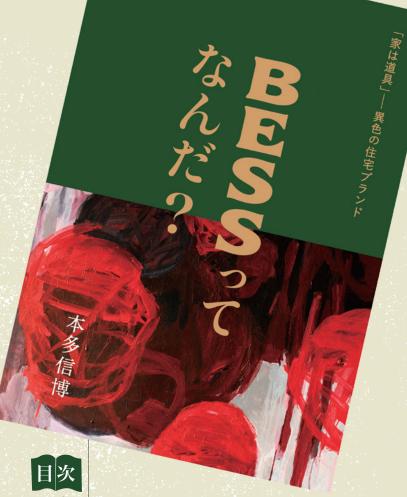
政治にしても企業のガバ ナンスにしても、それぞれの 現場にいる人たちがもっと 鋭い感性をもって新しい政治 システムや企業統治に改善し ていく必要があります。その意 味で感性マーケットを目指す BESSには、日本人の感性を 呼び覚ますという大きな使命が あるのだと思います。

LOGWAYのキャッチコピーに"未来はここ"という フレーズがありましたが、これからの日本に必要なもの は、「あるべき未来をここに引き寄せる感性」ではない でしょうか。

---- 第1章の「家族が"家族"になる」のエピソード が印象に残っています。社会、家族、人と家の関係 について、本多さんが思うところをあらためてお聞 かせください。

"家族"とは最も情愛が深い人間のつながりです。し かし、日本ではすでに単身世帯が総世帯数の35%に も達するなど、そのつながりが崩れつつあります。

結局、家族の情愛を育て、絆を深める営みからもう 一度やり直すしかないのだと思います。その舞台となる のが家ですから、住宅について深く考えることが日本の 未来をつくることにつながります。その意味でも、家を住 み手の感性から捉える努力をされているBESSの活動 にはこれからも注目していきたいと思っています。



はじめに

第1章 住まいとはなにか

第2章

暮らしを楽しむということ BESSのブランド戦略

住まいはハードからソフトへ

第3章

BESSのマーケティング

BESSは言葉で出来ている

第4章 BESSの商品性

第5章

目指すは「ユーザー・ハピネス」

BESSの営業システムと販社制度

第6章

人間とはなにか

第7章

幸福への道

第8章

BESSと日本人

あとがき

本書をご希望の方へ

- ■全国のLOGWAYにて、1,000円で頒布しております。
- ■単元株保有の株主の方には、同封のハガキでご希望 いただければ、無償進呈いたします。



本多信博さん

1949年生まれ。早稲田大学商学部卒。 「住宅新報」編集長、論説主幹を経て、 現在同社顧問、及び住宅評論家として活躍中。 日本ジャーナリスト会議会員。 著書『大変革・不動産業』(住宅新報社・共著)など。

TOPICS

2019年春から秋冬にかけての様々な取り組み、活動を紹介します。

ワンダーデバイスが深化、 倭様「程々の家 | は新ラインナップに

個性を際立たせてバージョンアップ、倭様には新モデルが登場

10月より、ワンダーデバイスはフランクフェイスとファン トムマスクそれぞれの個性を際立たせ、プランをバー ジョンアップ。新しいオプションデバイスも登場し、自分だ けのワンダーな暮らしをより一層楽しめるようになりました。

また、特別モデルだった倭様「程々の家」が、新モデル 「七色」を加え、新たなラインナップとなりました。造り過ぎ ず、飾り過ぎず、絶妙の程々に加え、倭様ならではの懐の 深さと暮らしの趣をより味わえる商品へと深化しました。

FRANK 開放装置 WONDER DEVICE PHANTOM フランクかファントムか、自分





に合った個性を選べる。

より趣が深くなった倭様 「程々の家」、カタログも一新。

ユーザー向け冊子『本人』を創刊

未来につながる暮らしが見えてくる

BESSの家に暮らすユーザーや計画を進めている LOGWAYクラブ会員に向けた新冊子『本人』を創刊しま した。全国のBESSユーザーの生き方や価値観を取材撮 影したルポルタージュや、好奇心を刺激する、その道の専 門家へのインタビューなどを掲載。今のユーザーそして将 来のユーザーに向けて、未来のおもしろい暮らしを新発見 してもらえるような冊子を目指しました。また、8月に開設し たBESSユーザー専用ポータルサイトの中に、ユーザーの 声を編集に活かしていく仕掛けも用意しています。

『本人』創刊号 『本人 | はI OGWAYで 頒布しています(¥400)。 BESSユーザーポータルサイト ユーザー同士で暮らしや趣味の情報交換ができたり、 暮らしをもっとおもしろくする多彩なコンテンツを用意。

「暮らしに関するアンケート」で ユーザー・ハピネス実証

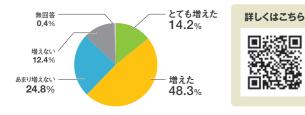
BESSユーザーの充実した暮らしぶりが明らかに

今春、BESSユーザーのご家族にアンケートを実施し、 約4,000件の回答が寄せられました。公的調査との比較 を意図した設問では、BESSユーザーの特徴が浮き彫り になりました。93%のユーザーが暮らしの充実感を感じ ていると回答し、特に「十分に感じている」は公的調査 の約3倍にも上りました。また60%以上が、人を招く機 会が増えたと回答するなど、BESSらしい暮らしを楽しん でいる様子が伺えました。

※詳細レポートは、二次元コード(右)からご覧いただけます。

Q日頃の生活の中で、 どの程度充実感を感じていますか? 0.3% 3.4% 3.1% 十分に感じている **36.3**% まあ感じている **56.9**% BESS 約3倍 5.2% — -1.7%公的調查 12.6% 61.2% ■ あまり感じていない ■ ほとんど(全く)感じていない どちらともいえない・わからない・無回答

 友人・知人や親族などを招いたり、 集まったりする機会は増えましたか?





BESSの家だけが建ち並ぶLOGWAYは、BESSの提案する"楽しい暮らし"を自分のペースでじっくりと体感できる 場所です。株主の皆様をはじめ、アールシーコア/BESSに関心をお持ちの方はぜひ一度、体感ください。(建築の 具体的な計画がなくても自由に見学いただけます。)

様々なハウスメーカーが合同で出店している総合住宅展示 場と異なり、LOGWAYにあるのはログハウスをはじめとする BESSの家だけです。モデルハウスだけでなくインテリアや庭 まで含めたトータルで、BESSの世界観を体感いただけます。 受付後は自由に見学できますので、自分のペースでじっくりと、 おおらかな時間や自然の近く、手をかける楽しみといった BESSらしい暮らしのイメージを広げてください。

LOGWAYという名前にはBESSの源流である「LOG(ロ グハウス)への道」に加えて、「楽しい未来への道」という意味

も込められています。LOGWAYには、これからBESSを検討 する人だけでなく、すでに暮らしを楽しんでいる先輩ユーザーの 「LOGWAYコーチャー」も集まります。BESSでの暮らしの 実体験も聞きながら、未来のBESSでの暮らしを、もっと思い 描いていける場を目指しています。

また、寒くなるこれからの季節には、薪ストーブに火が入り ます。BESSに似合う"薪ストーブのある暮らし"も、ぜひこの 時季に体感ください*。

※BESSの薪ストーブ採用率は58%(2019年3月期受注物件ベース)。





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。

ほどほどのいえ



3 ネーミング異聞

「えつ!?」

「それはあまりにも・・・」

「いくらなんでも・・・」

2004年某月某日、新商品のネーミングを検討する 社内会議。

あるひとつの提案に、出席者全員から驚きと衝撃を 表す、声にならない声が発せられました。

その動揺がひと段落すると、今度は、異議と否定の 合唱が沸き上がりました、いわく、「ありえない!」「意味 不明!」「顧客が喜ぶような言葉ではない!」・・・

嵐を呼んだそのネーミング案とは一「程々の家(ほどほどのいえ)」。そして、その提案者は、アールシーコア社長・ 二木浩三。

出席者からのブーイングの中、二木はその反応を味わ うかのように、不敵な笑みを浮かべました。「これでこの ネーミングに確信が持てた」。そして、そこに込めた思いを 語りだしました・・・

「程々」とは絶妙なバランス感覚。偏り過ぎないということ。ともすると、適当に妥協するという意味に捉えがちだが一それで皆反対の声を上げたのだと思うが一真意はグッドバランス。良い意味での「いい加減さ」。日本人には、この「程々」の感覚が生来のものとして備わっていると考える。たとえば、八百万の神。森羅万象に神が宿るとする、いわば多神教。正月には神社に詣で、お盆には寺で法事を行い、そしてクリスマスを楽しむ。考えてみれば、こんな「いい加減」な国はないだろう。だが毎日のニュースを見れば、ひとつだけを正しいとする考え方の恐ろしさがわかる。一神教の国どうしが飽きずに争いを起こしている。それに対し、「いい加減」は笑顔につながる「良い加減」なのだ。

ところが昨今の日本は、効率や利便性を第一とする西

洋的合理性に偏り過ぎているように思う。損得で選ぶ 「合理性」だけではなく、人間性が活きる「感性」ももっと 大事にすべきではないか。合理性と感性の「いい加減」。 程々をよしとする日本的価値観。それを新商品で表現し た。それゆえの「程々の家」というネーミング・・・

その奥深さに、出席者から出された様々なネーミング案も色褪せてしまいました。社長の提案だから、ということではなく、込められた真意を聞いて、改めてその文字面を眺めると、揺るぎない信念のようなものが底光りするように感じられ、出席者全員、うなるように頷いたのでした一果たして顧客に伝わるかどうか、半信半疑の思いは拭い切れないままではあったものの・・・

一そして、2005年4月。BESSスクエアに第一号モデルハウスがオープンし、ネーミングに込めた熱い思いを表すべく「程々の家」と大きく掲げた新聞広告を打つと、その広告を握りしめた老若男女が、「『程々の家』ってどれですか?」と引きも切らず詰めかけてきたのでした。何の説明もないまま、そのネーミングの持つインパクトと、おそらくは、時代の行き過ぎ感への潜在的不信感が、人々をして、「『程々』なる価値観を体現した家」をこの目で見たい、と思わせた結果なのだと思います。

その後、「程々の家」は、その様式を「ジャパネスク」から「倭様」へと深化させながら、BESSのコンセプトを色濃く体現するシリーズとして高い支持を受けています(「倭様」については、P.9をご参照ください)。

ここ数年、ダイバーシティだとか多様性だとか、欧米からの輸入の価値観がもてはやされていますが、実は日本には、古来、「程々」という寛容性が素地として備わっていることを、いま一度思い起こしてみたいものです。

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、繰り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。 ●と●のBは他の割引との併用可、❷●●と●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。)

1 BESS住宅

新築工事割引特典

内 BESS指定工事請負契約にかかる 価格表表示価格の1%割引

容

お近くのBESS展示場担当営業に「株主優 法

待券 | をご提示ください。

500株 以上

ご注意 本特典は次回の基準日(2020年3月31日)から廃止になります。今回の基準日(2019年9月30日)以前の権利をお持ちの方に限り基準 日より1年間を有効期限として特典の利用が可能です。

方

方

法

法

② BESS住宅 防腐スプレー 購入割引特典(上限12本) 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。)

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

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

「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。)

フェザント山中湖担当営業に「株主優待券 | 方 法 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

「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 生す。

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

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

5 BESS住宅

防腐スプレー 購入割引特典(上限6本)

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。)

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

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・利用できるリー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 連絡先

月曜日~金曜日 9:30~18:00(祝祭日、年末年始休業を除く) 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 2019年3月31日	当第2四半期末 2019年9月30日
流動資産	6,246	6,326
固定資産	5,586	5,536
資産合計 POINT 1	11,833	11,863
流動負債	5,180	5,689
固定負債	2,858	2,768
負債合計 POINT 2	8,039	8,457
純資産合計 POINT 3	3,794	3,405
負債純資産合計	11,833	11,863

連結損益計算書(要約)

	前第2四半期 2018年4月1日~ 2018年9月30日	当第2四半期 2019年4月1日~ 2019年9月30日
売上高 POINT 4	5,879	8,152
営業利益 POINT 5	△350	△212
経常利益	△351	△205
親会社株主に帰属する四半期純利益 < PO	INT 5 △216	△257
その他の包括利益	△21	△12
包括利益	△237	△269

POINT 1 「資産の部」は29百万円増加し、11,863百万円となりました。 売上の増加に伴い「売掛金及び完成工事未収入金」が125百万円増加した 一方、「現金及び預金」が62百万円減少したこと等を要因とするものです。

POINT 2 「負債の部」は、418百万円増加し、8,457百万円となりました。「買掛金及び工事未払金」の増加206百万円を含む流動負債の増加が、「長期借入金」の減少110百万円を含む固定負債の減少を上回ったことによるものです。

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

	前第2四半期 2018年4月1日~ 2018年9月30日	当第2四半期 2019年4月1日~ 2019年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	△662	316
投資活動によるキャッシュ・フロー	△86	△118
財務活動によるキャッシュ・フロー	144	△272
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	△2
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少) ◆ POINT 6	△604	△77
現金及び現金同等物の 四半期末残高	2,688	3,026

POINT 3 ➤ 「純資産の部」は四半期純損失257百万円の計上及び配当を112百万円実施したこと等により、3,405百万円となりました。

POINT 4 ▶ 前期オープンしたBESS多摩での契約が売上に寄与し始めたこと、及び本部・販社一体で売上回転を高める取組を進めたこと等から、売上高は前年同期比38.7%増の8,152百万円となりました。

POINT 5 前期より課題となっていたカナダ材に端を発する納品遅延及びBP社の拠点承継の先行費用の影響から、営業損失が212百万円となりました。また四半期純損失は257百万円となり、前年同期より悪化している要因は、前年同期に有価証券の売却による特別利益があったこと、及び前年同期の税効果によるものです。

POINT 6 営業活動によるキャッシュ・フローでは、現金及び現金同等物が316百万円増加し、投資キャッシュ・フローにおいては、固定資産の取得による支出が85百万円あったこと等により同118百万円減少しました。これらの影響等から現金及び同等物は62百万円減少し、期末残高は、3,026百万円となりました。

株主アンケート結果のご報告

第34期期末「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,482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いただき、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82%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、今後ともご支援いただきますよう、お願い申しあげます。

今号の特集で取り上げたBESS事業の探求本『BESSってなんだ?』は、進 呈グッズと別に、ご希望いただけます。

BESSオリジナルグッズや カレンダーを進呈

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カレンダーの中から 1点を進呈いたします。









BESSオリジナル ふろしき

※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、2020年1月31日(金)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。

株式情報

2019年9月30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	4,155名

大株主の状況

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
二木浩三	808,200	17.93
アールシーコア社員持株会	340,000	7.54
谷 秋子	265,600	5.89
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託E口)	167,300	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信託ロ・76096ロ)	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	119,900	2.66
第一生命保険株式会社	110,000	2.44
矢島繁雄	107,600	2.39
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 http://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

- 1. 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9月30日現在

:	社	名	株式会社アールシーコア(R.C.CORE CO., LTD.)	役	
	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 神泉風來ビル 電話: (03) 5790-6500(代) FAX: (03) 5790-6501		
-	設	<u> </u>	1985年(昭和60年)8月		
	資本	金	6億6,076万円		
	事業内	9 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	連結子会非連結子	
:	社 員	数	269名(連結) 167名(単体)	非理 指丁	
建設業許可番号		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		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)

代表取締役社長 二木浩三常務取締役 谷 秋子常務取締役 浦﨑真人常務取締役 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

株式会社フェザントタイムシェアマネジメント



お問い合わせ窓口 株式会社アールシーコア(R.C.CORE CO., LTD.) 代表 電話:(03)5790-6500 企業サイト:www.rccore.co.jp

株式会社アールシーゴア

〒150-0045 東京都渋谷区神泉町22-2 神泉風來ビル

