

motif:dokudami

# アールシーコア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

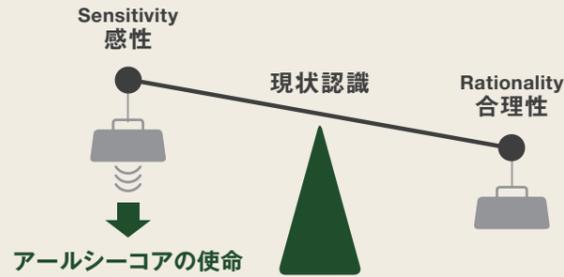
第35期(2019年4月1日～2020年3月31日)  
事業報告とこれから



## ■アールシーコアが目指すのは、 BALANCISM in BUSINESS

アールシーコアは、現代社会が陥りがちな文明偏重・合理性優先とは一線を画し、文化大事・感性重視の価値観を根本に持ち、それをビジネスにおいて実現することで、社会にバランスをもたらすことを目指しています。

行き過ぎ感のある現代社会を、  
日本的価値観で再構築



## ■BESSは、感性マーケティング

アールシーコアは、<「住む」より「楽しむ」>をスローガンに掲げる住宅ブランド「BESS」を事業展開しています。その人の感性を大事に、良し悪しでなく「好き嫌い」で、家と暮らしを選んでいただく事業です。



「住む」より「楽しむ」BESSの家



ワンダーデバイス



G-LOG



COUNTRY LOG



倭様「程々の家」



BESS DOME

ブランドミッションは「ユーザー・ハピネス」

家は買ったときに最高の状態であるのではなく、長年使って、住む人にとってそこが何物にも代えがたい空間や時間になってこそ、価値が生まれます。

だから、購入時の顧客満足を超えて顧客・サティスファクションではなく、「ユーザー・ハピネス」をブランドミッションに掲げています。

## ■感性で選ぶ場所 LOGWAY

BESSブランド単独の拠点をLOGWAY(ログウェイ)と呼称<sup>\*</sup>。3~6棟のBESSの家、外とつながる暮らしを感じるデッキ・庭。自然を近くに感じる暮らしが体感できる、ひとつの小さな集落をイメージしています。BESSの暮らしを体感し、好きか嫌い、そして楽しいかどうか、感じてもらう場所です。  
※2018年より、拠点呼称を展示場からLOGWAYに変更しました。



### “BESSの暮らしの伝道師” LOGWAYコーチャーがいます

LOGWAYコーチャーとは、BESSの家で暮らす先輩ユーザーで、“自分も楽しみながら、人の役にも立ちたい”と有志で手を挙げてくださった方々。全国で1,000組以上のユーザーがコーチャー登録し、各地のLOGWAYで、デッキ・庭での楽しみ、薪ストーブからメンテナンスまで、自然派な暮らしの楽しさをボランティアで伝え“感性で選ぶ”ことの手助け、後押しをしてくれます。



## ■感性マーケティングを具現化するLOGWAY戦略

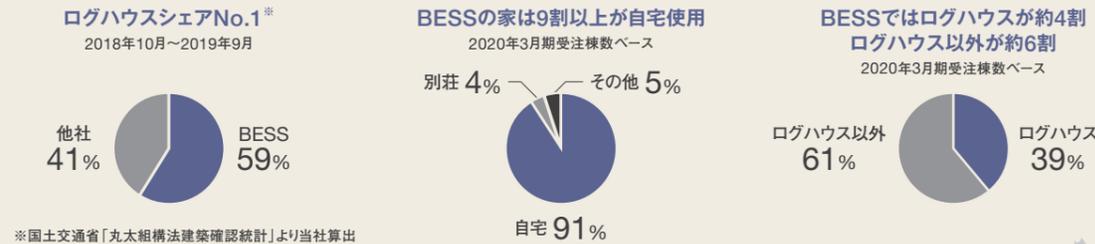
LOGWAYコーチャーは、これからBESSの暮らしを検討する人のコーチ。そして、検討される方にコーチャーやユーザーとの特別な交流や家づくりの計画サポートを提供する仕組みとして、LOGWAYクラブ会員制度を用意。BESSファンの、BESSファンによる、BESSファンのための「LOGWAY」とすることで、BESSユーザーを広げます。

〈BESSファンづくりサイクル〉



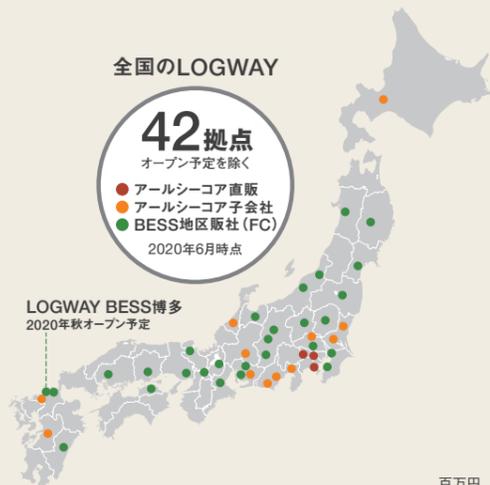
## ■BESS事業はログハウスの自宅市場開拓をはじめ、マーケット創造をしています

BESS商品は、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。  
ログハウスシェアは国内No.1、9割以上が自宅使用で自然派な暮らしを広げています。



### ブランドパートナー型FCで全国展開

BESSブランドを旗印に、マーケティングのパートナーシップを実践する独自の販社制度で全国展開しています。  
地域毎にパートナーとして取り組み、LOGWAY戦略を軸に市場創造を推進しています。



### 業績の推移 (BESS事業開始の1986年～)



### BESS事業がよくわかる「BESSってなんだ？」

オールシーコアの目指すビジネスを体現するBESS事業の探求本「BESSってなんだ？」。単元株保有の方は、同封のハガキでご希望いただければお送りいたします。(全国のLOGWAYでもお渡ししております。)

※表紙デザインが変更されました(内容に変更はございません)



## 意識の変容が顕現する中、共感社会への先駆として役割を自負し、精神文化で新しい時代の価値を創造する

代表取締役社長  
二木 浩三

### 2020年3月期の振り返りと前中期経営計画の総括

2020年3月期は、昨期に起きた大きな2つの問題を解決して黒字回復を遂げ、新しく始まる中期経営計画のスタートに向け、しっかりと足場を固めることができた1年になったと認識しています。

1つ目の山火事によるカナダ材の調達難を背景とした部材供給の遅延問題は、国産材への切り替え・国内の生産拠点の拡充が進み、ログ生産体制の移行が完了しました。これも手伝い、生産革新の目的としていた工期短縮と施工の平準化が進捗し、引き渡し棟数・売上高が過去最高を更新することとなりました。また、3月期末に新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、これまで達成してきた契約棟数1,000棟を若干下回ったことは残念ですが、契約高は過去最高となりました。

もう1つの問題、BESS以外の事業で経営難に陥った大型販社から、連結子会社・BESSパートナーズが昨年1月に引き継いだ6拠点の立て直しは、上期まで費用先行しましたが、下期からは無事、収益化を果たすことができました。

これら2つの問題対応を先行させたこともあり、前中期3ヵ年計画の計数目標は未達となりましたが、スローガンに掲げた「業界最狂、ハピネス拡散」は、確実に大きく進展させられたとの手応えを得ています。具体的な施策については、BESSファンが集う「触

媒力」拡大を加速させた「LOGWAY戦略」、新時代の暮らし方「禁ぐらし」の創出といった、市場に対するブランド戦略が奏功し、当社の独自路線の道筋が明らかに拓け、またBESSブランドを旗印とした「販社制度」の強化も、より緻密な連携・意思統一のもと、相互協力を図りやすいパートナーシップの形成に至ることができたと感じています。「生産革新」の実行は、施工力向上は進捗しましたが、原材料の高騰や物流効率といったコスト面においてまだまだ課題があり、生産性向上の観点からは道半ばとの認識です。

### 新型コロナ問題が社会にもたらす影響

新型コロナウイルスの地球規模での広がり、ビジネスへの影響を考慮して行動を変えようといった次元の話ではありません。社会の問題として受け止めることが必要です。今回の件は、合理主義の名において、ややもすると、お金だけ、自分たちだけ、今だけ良ければいい、といった風潮が蔓延していた、これまでの世の中の傲慢さに水をかけられたような、人間はもっと謙虚にならないといけないと感じさせるところとなりました。まさに善なる人間性、人間が本来持っている協調性が試される、世界中が協調せざるを得ない時を迎えたわけです。これはもう損得の次元では立ち行きません。

これまでもBESSは、行き過ぎた物質文明への傾倒が招く資本主義による競争社会に対し、その対抗軸となる精神文化の重視へとシフトさせる、協調社会

の実現という表現を用いてきました。協調とは、人には立場の違いがあり、互いに異なる利害を持っていると認識した上で、解決のために互いに努力する、ということ。放っておけば利害の対立を生みます。そうであれば、私たちはもう1つ高い次元で、共感という言葉を使うべき時にきたのではないかと感じています。共感、シンパシーは同じような価値観で、同じようなことに喜ぶ世界観で、目的を共有し、違いを超えて協調した上で、形成されるものです。BESSはこの次元に進みゆくことで先駆の役割を果たしていきます。

### 大きな変革期を迎えてのBESSのこれから

経済のグローバリズムが進む中で、地球視点で物事を考え、必要に応じて地域視点で行動する、ということが謳われてきました。これが世の中で言うところのグローカルの定義です。しかし、それだけではうまくいきません。もちろん、グローバルに共通な世界標準として持つべきものは持つべきです。しかし、グローバリゼーションの意識の高まりは、国家や地域の境界

を希薄に、無国籍に近い状態を生み、結果、均一的な価値観への普遍化に流れ、各地域に存在している個性の価値を失わせる流れもつくりました。

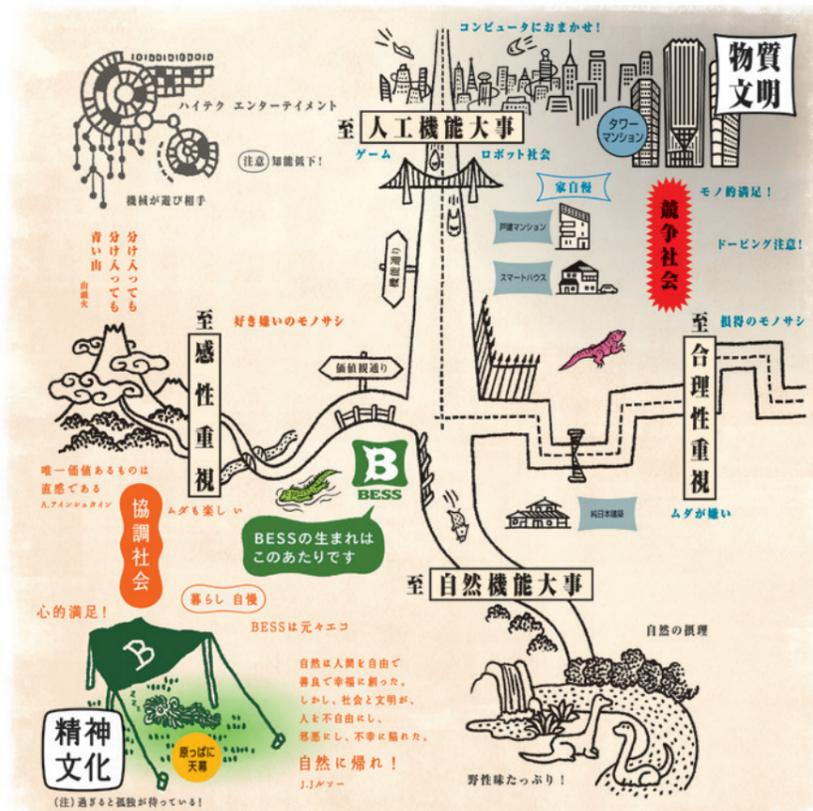
しかし、いくら世界標準が強まっても、生きる人の価値観はバラバラです。それが自然な姿であり、それぞれの個性が生きて初めて、その土地の文化も生き生きしてくるものだと思います。

これまで国のリードでは、どちらかと言うと地方の都市化が進められてきました。その中で、私たちBESSブランドは、地方=ローカルの良さを引き出す暮らし方に目を向け、事業を展開してきました。私たちが考えるグローカルとは、「本籍 日本」がまず大事、その上で活動は世界を見据えること」です。自らの本籍のあるところ、共感の生まれるところに軸足をしっかり定めた上で世界に目を向け行動する—無国籍で均一的な世界標準を広めるのではなく、自らの個性で共感を広め、そしてまた、地域・地域の個性と融合していく。そうした自分たちなりのローカリズム、個性を大事にすることは、今後ますます重要になってくるは

### BESS本籍MAP

BESSの生まれたところを地図で表しました。機能・合理性一辺倒でない、自然大事・感性重視のBESSの価値観を、初めてLOGWAYに来場された方への冊子に掲載し、BESSの立ち位置を伝えています。

物質文明は利便性の追求、その競争によって発展してきた面がありますが、新型コロナ問題後は競争だけでは立ち行かなくなり、協調が大事に。そして、協調を前提としてきたBESS事業は、今後「共感社会」の輪を広げる存在を目指します。



ずです。経済グローバリズムによる資本主義の延長ではできない、自らの個性で共感への道筋をさらに大きく削っていくこと、それがBESSの役割であると認識しています。そうしてブレることなく事業を前進させながら、これからの社会への貢献を強めていきたいと考えています。

### 新たな中期経営計画「曲がり真直ぐ、BESSの道」

当社はこれまでの事業展開においても、本質志向で進む道を切り拓いてきました。たとえ世の中の常識では曲がって見えることでも、当社の向かう本質価値につながるならば、BESSにとっての真直ぐの道です。

BESSは異端である、素っ頓狂で変わっていると言われ続けてきました。しかし長い年月をかけ、自分たちのいく道を外さずに歩みを進めてきた結果、ここ数年は毎年1,000棟規模で仲間が増えるようになってきています。また、今回の新型コロナ問題の発生により、これまでの世の中の歪みが露呈し、意識の変革が大きく加速する中で、BESSの発信に「そんな考えもいい」「これが真っ当なのでないか」と言う方たちに出会うことが増えています。そうして世の中全体が価値観の転換期を迎えている今こそ、この道を固め、今まで以上に発信を強め、パラダイムシフトを進めていく。それが新中期経営計画「曲がり真直ぐ、BESSの道」の目指すところです。具体的には下記4つの施策に取り組みます。

#### ■LOGWAY戦略のベストサイクル追求

1つ目は、独自の単独拠点LOGWAYにおける「LOGWAYコーチャー活動」と「LOGWAYクラブ」によるベストサイクルの追求です。これは住宅業界の常識からは考えられない、まさにBESSならではの「曲がり真直ぐ」の体現です。ファンがファンを呼び、BESSファンが集う場LOGWAYで、とんでもないほどの大きな「触媒力」を発揮してくれているのがコーチャーたちです。暮らしを伝えたい・他の人の役に立ちたいという善意から活動してくれるコーチャー数は、2020年3月末現在、全国で1,031組と前年同期からほぼ倍増しました。この活動の口コミから来場者数が増え、実際にコーチャーと触れ合い、BESSでの暮

らし方体験を通じて、興味・関心が高まり、「いつかはBESS」の思いの実現に向け、会員に登録する人も増え、2020年3月末のLOGWAYクラブ会員数は606組と前年同時期の約2倍になりました。増加の背景にあるのは、「BESSの仲間たちともしっかりつながっていきたい」という思いです。

LOGWAYでは、建物自体の説明から入りません。物は見た通りのものであり、そこで感じるものと自らの感性がマッチするか、面白い生活ができそうか、という自らの暮らしに意識が芽生えてきた人たちとのシンクロ、「暮らし方」に対する価値観の共感の広がりからです。この精神価値に気づいてもらいやすくするサイクルの好循環をより強めることで、BESSの暮らし方提案をもっともっと広く、世の中に伝えていきたいと考えます。

#### ■「禁ぐらし」の本格化～地方を真の主役に

加速する都市集中、地方における都市型の住宅街づくりに居心地の悪さを感じ、自然と折り合いをつけた「禁ぐらし」に自分たちの望む素敵な暮らしを求めるユーザーが増えています。また、都市直撃となった新型コロナ問題を機に、リモートワークの活用、移住ニーズが高まると予測される中で、「禁ぐらし」とBESSの全国ネットワークは今後強みを発揮することになると思われます。

2020年3月期の直販案件では、販売2カ月で11区画中10区画が申込みに至ったという成功例もできました。利便性よりも自然環境優先で、通常の不動産事業者なら開発しようと思わないエリアほど、BESSファンには評判が良いのが特長で、その土地本来の魅力を引き出す物件開発が可能です。また、BESSユーザーは近くに仲間がいることを嬉しく思い、互いに助け合い、一緒に面白いことをしようという共感度が高い人たちが多く、こうした区画展開は非常に喜ばれています。今後は、大規模な施策も含めたさらなる仕掛けも考えていきます。

日本人は元来、他を排除する方向にはなく、きっかけがあれば溶け込みも早く、協調性や親和性の高い民族です。心の置き方である文化に余裕が感じられれば、ちょっとした文明の力は、敵いっこない。まさに日本文化が根ざすローカリズムです。そうした根っこ

に持っている価値観を、日本人ならではのものとして未来に発芽させていくこと。それも「禁ぐらし」が目指すひとつの形です。

■ブランドパートナー型FC制度の確立

前中計期間中には、販社撤退に伴い、BESSパートナーズが承継した拠点がりましたが、スタッフは意欲高く残留し、現在も活躍してくれています。今後は、拠点ごとに力を養って自立化を進め、ブランドを担ぐパートナーとしての独立、のれん分けへの道筋づくりも行っていきます。また、「家売る」のではなく、「暮らしを楽しむ仲間を増やす」という価値観の浸透とともに、本部が力を貸せる場面がより具体的になってきました。新中計ではさらに「価値観の統一」を進め、パートナーの真の意味を理解し合うFCを形成していきます。

■長寿企業を目指す収益構造改革

資本主義の中での価値向上の近道は、大きくなることです。けれど、大きくなるには捨てるなければならないものがあり、私たちはそのために捨てるのがたくさんある。そうであれば、大きくなること自体を第一義とせず、結果的に大きくなるよう志向する、それが私たちの目指す長寿企業のあり方です。このあり方を実現していくには、「収益構造を確立する下限の力」と「企業としての存続正当性」が必要です。前中計から引き継いだ課題でもあるコスト改善を組織力で進め、ブランド力と直結した収益構造改革を着実に実行していきます。

株主の皆様へのメッセージ

現在、新型コロナ感染拡大防止のため活動の制約があります。そのため、新中期計画は期間の見直しをする可能性があります。しかし、今から重点施策は進め、目標達成を目指します。また、2021年3月期の業績・配当予想についても不確定要素が多いため、現在は未定とさせていただきます。

このような状況下でも、BESSには、「こんな時だからこそ、何か手伝えることはありますか」と言ってくれるLOGWAYコーチャー、「いつかはBESS」という思いを持つLOGWAYクラブ会員の方たちがいます。さらに、既にLOGWAYに来場・登録されている方たちは全国で7.5万組以上います。

そうしたBESSファンの方たちに、喜んでいただける、元気になっていただける活動を、との思いから、家族毎の予約制によるモデルハウスでの貸切り“暮らし”体験をスタートさせました。大人数を集めるイベントの開催が難しい中でも、ファンとの接点を絶やすことなく、新たなユーザーの広がりを作る活動ができるのは、単独拠点LOGWAYだからこそその強みです。また現在、代官山「BESSスクエア」の全面改装を進めています。ここを通じて日本のみならず、「こうした暮らし方を面白がっている日本の会社がある」ことを世界に向けて大きく発信していきたいと考えています。

先行き見通しが難しい局面ですが、不安はあろうとも、迷いはありません。BESSは客層も、販売の仕組みも、商品特性も、また、これから時代がどのように変わっていくか、その焦点の当て方も含め、相当に将来を見据えていると自負しています。

共感してくれる人たちと一緒に、本質価値への真直ぐの道を進む輪を広げていく、それが私たちの大きな使命だと思っています。

どんなことがあろうが、まさに自分たちの行く道を行く、道がなければ切り拓いてでも行く、この気持ちは変わりません。私たちの行く末に対し、これまで以上のご支援をよろしくお願い申し上げます。

1株当たり配当金・DOE推移(17/3~20/3)

	17/3	18/3	19/3	20/3
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	5.7
配当性向(%)	54.8	56.5	—	895.8

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。新型コロナ禍による影響より、2021年3月期の業績予想は未定としており、配当予想も同様です。算出でき次第、開示いたします。

中期3カ年計画※

# 「曲がり真直ぐ、BESSの道」

アールシーコアは、「BESS」ブランドの事業展開において、ブランド創設当初から一貫して、本質志向で道を切り拓いてきました。

世の中の常識では曲がって見えても、

それが当社の向かう本質価値への真直ぐの道ならば迷わずその道を進んできました。

近年は従来の資本主義への疑問に関する指摘も増えてきましたが、元々それとは一線を画してきました。

今こそ、この「BESSの道」で暮らしから日本を豊かにしていきます。

中期計画連結目標 連結売上高 **240億円** 営業利益率 **8%**

※期間は、2020年4月からの3カ年として計画をしましたが、新型コロナウイルス感染症の流行により世界的な経済への影響が懸念される状況です。そのため今後、期間の見直しを行う可能性があり、変更等が生じた場合には、改めてお知らせします。

重点施策

01 LOGWAY戦略のベストサイクル追求

全国で1,000組超のLOGWAYコーチャーが参加する“BESSファンの集う場”LOGWAY。ロコミによるファンづくりの広がり、来場者のLOGWAYクラブへの入会で、BESSと顧客のマッチ度を高める戦略のベストサイクルを追求します。また、2021年に直販・代官山「BESSスクエア」リニューアルでLOGWAY発信力を強化します。

03 ブランドパートナー型FC制度の確立

ブランド価値を共有する、“BESSファンのためのパートナー”制度へと再強化します。経営力の本部支援をプラスメリットとする専門化の推進、全BESSトータルでの人材採用・教育の強化、拠点間の施工力を共有するシステムの稼働などにより、パートナー力を高めます。

02 「禁ぐらし」の本格化～地方を真の主役に

利便性よりも自然体でおおらかに暮らせることを大事に、BESSが提案する「禁ぐらし」。都市型のプラットフォームに代わる、ローカルでおおらかに暮らす選択肢として、BESS独自の「禁物件」開発を推進。あわせて住替え、移住などBESS元来の強みが発揮できる企画も推進します。

04 長寿企業を目指す収益構造改革

受注平準化と着工/引渡し平準化、ログ構法における施工・収益力改善、生産・物流コスト削減等に、BESS本部・販社一体となった組織力で取り組むことにより、収益性改善を図ります。そして、当社が目指す長寿企業への道筋をつくります。

# LOGWAY戦略 最前線 アールシーコア社員が語る

2018年にスタートしたLOGWAY。  
その象徴となるLOGWAYコーチャーは、  
全国で1,000組を超えました。  
そのコーチャーとともにLOGWAY戦略を  
現場で推進してきたアールシーコア社員に話を聞きました。



## LOGWAYコーチャー集まる

**佐藤** 最初にLOGWAYコーチャーの話聞いた時は、どのくらいの人が賛同してくれるのだろうか、いったい何から始めたらいいのか、未知の世界に飛び込むような感覚でした。でも、コーチャーになる方は真のBESSファンであり、そんな人たちが集えばLOGWAYがもっと面白くなるはずと不思議とワクワク感の方が大きかったです。

**藤原** 私も最初は、本当に協力してくれる方がいるのかという不安が半分、どんな方になってくれるのだろうかという期待が半分の複雑な心境でした。でも10組ほどのコーチャーがすぐに手を挙げてくださり、最初に感じていた不安はなくなりました。イベントのためにわざわざチラシを作ってきてくださるなど、コーチャーの行動力にはいつも驚かされました。

**佐藤** リアルな薪活動を伝えたいとマイ薪割りグッズを持ってきてくださったり、知り合いを誘って連れてきてくださったこともありました。

**藤原** あるコーチャーの『BESSという共通の楽しみがあると境界が一切なくなる不思議な家。15年も住んで今年初めて実感しています。こんな住宅メー



BI(ブランドイメージ)企画室  
元LOGWAYサービス  
佐藤 加奈  
(2018年入社 24歳)

カーは他にはない。BESSにして良かった。コーチャーになって良かった。そう心から感じています。』という言葉が印象に残っています。私たちが思っている以上にコーチャー自身が活動を楽しみ、暮らしを豊かにしていることを実感しました。

## つながりが生まれるLOGWAYの場

**木村** BESSファンづくりサイクルがうまく回り始めたのは、コーチャーとスタッフの懇親会がひとつのきっかけでした。コーチャーとスタッフが本当の仲間だという認識になったと思います。

**佐藤** コーチャーとも一緒になって、どうやって活動をレベルアップさせていくか議論しました。一体となって盛り上げてきたコーチャーとは同志のような感覚です。

**青木** 営業にとってもコーチャーが強力な味方であることを感じます。コーチャーと引き合わせることでLOGWAYクラブに入る顧客もたくさんいます。

**藤原** 「〇〇さんにはこれを」とコーチャーの個性に合わせてお願いをしています。コーチャー同士の交流だけでなく、それぞれの暮らしの話で人に喜んでもらえることが、活動を楽しむことにつながっていると思います。



LOGWAY藤沢  
LOGWAYサービス  
藤原 早希  
(2017年入社 28歳)

**青木** コーチャーは顧客を変えますね。コーチャーと話す前は、薪ストーブやメンテナンスなど不安に思っていたことが、むしろ楽しみに変わっていることがよくあります。

**木村** 話が得意でないというコーチャーでも、趣味などの特別なことでなく、BESSの家での日常の暮らしを話してもらっただけで、顧客と話が盛り上がっています。

また、コーチャーからは、BESSを通じていろいろなつながりができたと感謝されます。LOGWAYでは、自宅以外で暮らしの話を伝える場を提供できているのだと思います。ホームナビゲーターは暮らしへのナビゲーター役、コーチャーは暮らしの主人公として魅力を教えてください。両者が同じLOGWAYで活動していることが、「売り手」と「買い手」の垣根を越えた、「造り手」と「使い手」のつながりだと感じます。

**藤原** 契約前からコーチャーイベントに参加されていた方が徐々にコーチャー登録され始めました。こうしたバトンをどんどんつないでいけるようにしていきたいと思っています。コーチャーからは、新しいチャレンジをし

続けているBESSに対して、BESSは止まりませんねとの言葉をいただき鼓舞されますし、これからも頑張ろうと思います。

**佐藤** コーチャーがBESSの暮らしを心から楽しみ、今後のBESSの発展にも期待して下さっていることを現場で実感し、仕事にも誇りをもって取り組むことができました。私はこの春から全国のLOGWAYの場づくりに関わる部署へ異動となりましたので、コーチャーもクラブ会員も気軽に寄れるような場所を全国に広げていきたいと思っています。

**青木** コーチャーと接した顧客が1組また1組とBESSファンへと変わっていく様子を見るたびに、やりがいを感じます。BESSを応援して下さっているコーチャーやBESSファンの期待に応えて、LOGWAYでの好循環をしっかりと作り上げていきたいと思っています。

**木村** コーチャーは気持ちの熱い方が多く、拠点の成果も一緒に喜んでくれます。その思いに対して私たちがコーチャーに貢献していかなばと思います。長くBESSの家に住まわれている方からもBESSを通じたつながりができることを感謝されるので、BESSをこれからも盛り上げ、未来へとつないでいきたいと思っています。



LOGWAY藤沢  
ホームナビゲーター(営業)  
青木 俊也  
(2008年入社 35歳)

# TOPICS

2019年秋から2020年春夏にかけての様々な取り組み、活動を紹介します。

## デビュー15周年記念 倭様「程々の家」特別企画実施

新仕様を採り入れ、“程々”が深化しました

日本人の感性に軸足を置き世界に目を向ける「グローバルジャパニーズ」をコンセプトに開発した倭様「程々の家」。デビュー15周年にあたり、新仕様を採り入れ、その趣を深化させました。さらに特別企画として、暮らしを彩る道具をプレゼント(2020年11月末まで)。また、そのコンセプトをより色濃く体現したフラッグシップモデルを、BESSスクエア(東京・代官山)にオープン。合理性に偏りがちな現代社会に向け、“程々”という日本的価値観を国内外に発信していきます。



低くどっしりと構えた佇まい



【新仕様】薪ストーブも標準装備に

## ユーザーサポート、一層充実!

末永く快適に暮らしていただけるよう、バックアップ手入れをすることで、味わいが深まり、愛着が増すBESSの木の家。いつまでも快適に暮らし続けるためには、プロによる診断やメンテナンスが必要です。この春、BESSはサポート態勢を一新。10年単位で「メンテナンス+定期診断(2回)+10年保証」をパッケージ化。また、無理せず確実に費用を準備できる「メンテナンス費用積立制度」や、業界初の「ログ壁腐朽保証」など、ユーザーサポートシステムを拡充させ、顧客の安心を高めていきます。



診断リストをもとに、目視、触診、打診など検査



定期診断時にセッティングの調整も実施

## BESSフォレストクラブ活動報告

間伐材を薪に!BESSユーザーとの里山林保全活動開始

約6割が薪ストーブを楽しんでいるBESSユーザー。薪の入手は暮らしの一部。BESSフォレストクラブでは、BESSユーザーによる里山林の保全活動を開始。除伐材を持ち帰って、薪ストーブの燃料などとして使う。だから森林保全も自分ごとに。再生可能エネルギー利用促進とともに里山林の活性化につなげていきます。



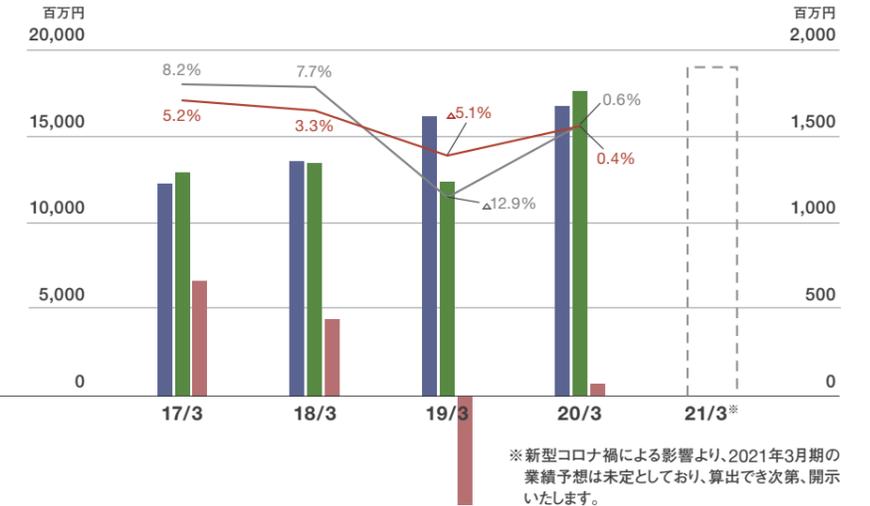
15メートルほどの広葉樹を伐倒



伐採した木を薪に

## 業績ハイライト

■ 連結契約高(左軸)  
■ 連結売上高(左軸)  
■ 連結営業利益(右軸)  
— 連結営業利益率  
— ROE



## 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	当期末 2020年3月31日
流動資産	6,246	7,030
固定資産	5,586	5,581
資産合計	11,833	12,611
流動負債	5,180	6,391
固定負債	2,858	2,676
負債合計	8,039	9,067
純資産合計	3,794	3,543
負債純資産合計	11,833	12,611

### 連結損益計算書(要約)

	前期 2018年4月1日～ 2019年3月31日	当期 2019年4月1日～ 2020年3月31日
売上高	12,397	17,614
営業利益	△635	70
経常利益	△680	74
親会社株主に帰属する当期純利益	△541	23
その他の包括利益	△58	△44
包括利益	△599	△21

### 連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

	前期 2018年4月1日～ 2019年3月31日	当期 2019年4月1日～ 2020年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	△690	508
投資活動によるキャッシュ・フロー	△254	△187
財務活動によるキャッシュ・フロー	744	96
現金及び現金同等物に係る換算差額	△2	△0
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△203	418
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加	-	14
現金及び現金同等物の期末残高	3,089	3,522

**POINT 1** 「資産の部」は778百万円増加し、12,611百万円となりました。売上増に伴い、「売掛金及び完成工事未収入金」が680百万円、現金及び預金が433百万円、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1,028百万円増加し、9,067百万円となりました。契約増に伴い「買掛金及び工事未払金」が583百万円、資金需要を補うため「短期借入金」が582百万円、それぞれ増加したこと等を要因とするものです。

**POINT 3** 「純資産の部」は配当を225百万円実施したこと等により、3,543百万円となりました。

**POINT 4** 前期にオープンしたBESS多摩及び、同じく前期に子会社が承継した販社拠点の契約が今期より売上に寄与したことに加え、本部・販社一体で売上回転を高める取り組みを進めたこと等から、売上高は過去最高となる17,614百万円(前期比42.1%増)となりました。

**POINT 5** 前期より課題となっていたカナダ材調達難に端を発する納品遅延及び子会社の拠点承継による費用先行がありました。納品遅延の解消、承継拠点の下期収益化を実現させたこと等で黒字転換し、営業利益は70百万円、当期純利益は23百万円となりました。

**POINT 6** 営業活動によるキャッシュ・フローは、契約増に伴い仕入債務が583百万円増加したこと等により現金及び現金同等物が508百万円増加し、投資活動によるキャッシュ・フローにおいては、拠点の承継等により有形固定資産を210百万円取得したこと等により同187百万円減少しました。これらの影響等から現金及び現金同等物は433百万円増加し、期末残高は、3,522百万円となりました。

## 株主優待のご案内

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。

保有株式 500株 以上	① 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、取扱価格20%割引
保有株式 200株 以上	② 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
保有株式 100株 以上	③ 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ます。 A 別荘レンタルビクター宿泊料金の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  ④ 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、取扱価格20%割引

\*「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。

### 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](http://www.rccore.co.jp/ir/yutai/qa.html)

詳細情報は、弊社ホームページに掲載しております。

[www.rccore.co.jp](http://www.rccore.co.jp)



## BESSのタイムシェア別荘 フェザント山中湖

「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。富士山と山中湖を望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。



[www.pheasant.ne.jp](http://www.pheasant.ne.jp)

### 株主アンケート結果のご報告

第35期中間「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,541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83%が長期保有や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。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オリジナルグッズの中から1点を進呈いたします。



ラフな風合いのマグカップ

楽しいイラスト入りの軍手

マルチユースのバンダナ

※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8月14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。

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。

※表紙デザインが変更されました



## 株式情報

2020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	4,149名

### 大株主の状況

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
二木浩三	808,800	17.94
アールシーコア社員持株会	298,900	6.63
谷 秋子	266,300	5.91
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託E口)	164,600	3.65
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	117,400	2.60
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 <a href="http://www.rccore.co.jp">http://www.rccore.co.jp</a> (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

2020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	275名(連結) 158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
	専務取締役	永井聖悟
	常務取締役	谷 秋子
	常務取締役	浦崎真人
	取締役	宮本真一
	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
	※役員は2020年6月26日現在で記載しています	

連結子会社	株式会社BESSパートナーズ (BESS PARTNERS CO., LTD.) 株式会社BESS札幌 株式会社BESS岐阜
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](http://www.rccore.co.jp)



証券コード:F7837

### 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。



## ドクダミの詩<sup>うた</sup>

独特な臭<sup>にお</sup>いを発し  
濁音交じりの不穏な名を冠せらるるも  
強靱な生命力もて  
地面いっばいに繁茂する。  
深く張った根は地中をうねり  
容易に抜き尽くすこと能<sup>あた</sup>わず。  
憎き雑草とて  
鎌でスコップで薬剤で蛮行を加えらるるも  
素知らぬ顔<sup>たくま</sup>を地上に突き出す逞しさ！  
知るや  
別名“十薬”といい  
十種の効能を備える薬草として  
飲んでよし塗ってよし風呂に入れてよし  
古来重宝されてきた。  
科学も驚く薬効は  
ナントあの臭いと同源とぞ。  
ジメっとした薄暗がり  
人の心臓の形をした葉を茂らせ  
白く小さな花を咲かせる。  
厄介<sup>やっかい</sup>ながらも  
見ようによっては愛嬌もあり  
益をもたらす野の草 ドクダミ。  
花占いではないけれど  
性格を草にたとえるなら  
そんな会社かもしれない  
アールシーコアは。

◎アールシーコアの性格を表すアイコンとして、表紙デザインはドクダミをモチーフとしています。

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