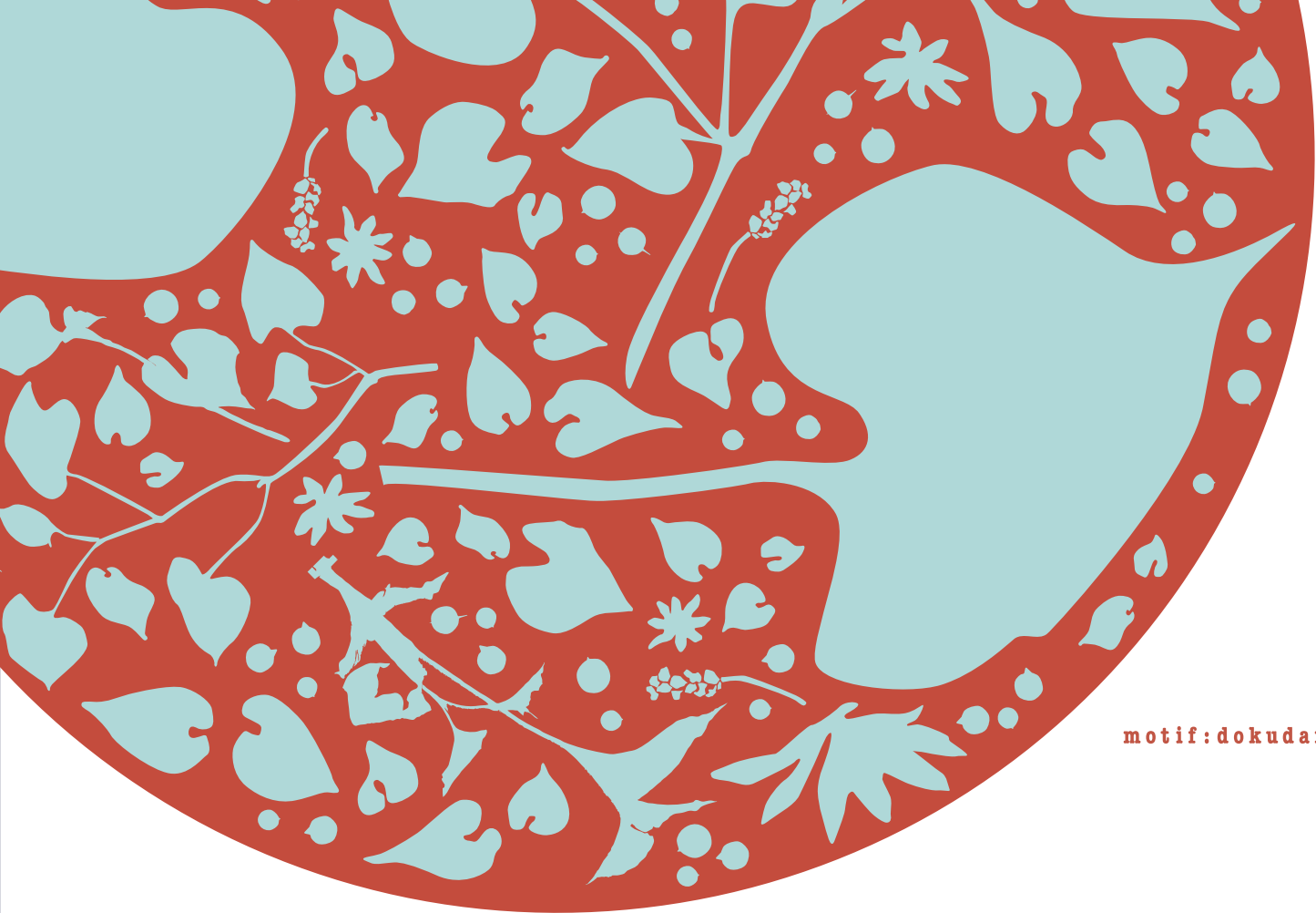




motif:dokudami

アールシーコア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

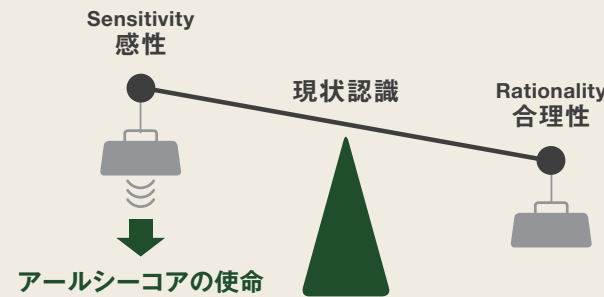
第36期 中間期(2020年4月～2020年9月)
事業報告とこれから



■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」

家は買ったときが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、購入時の顧客満足は謳うカスタマー・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[※]。
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

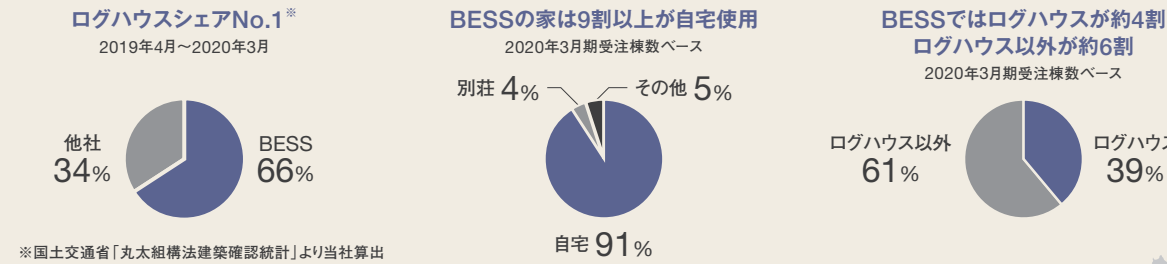
LOGWAYコーチャーは、これからBESSの暮らしを検討する人のコーチ。
そして、検討される方にコーチャーやユーザーとの特別な交流や家づくりの計画サポートを提供する仕組みとして、LOGWAYクラブ会員制度を用意。BESSファンの、BESSファンによる、BESSファンのための「LOGWAY」とすることで、BESSユーザーを広げます。

〈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

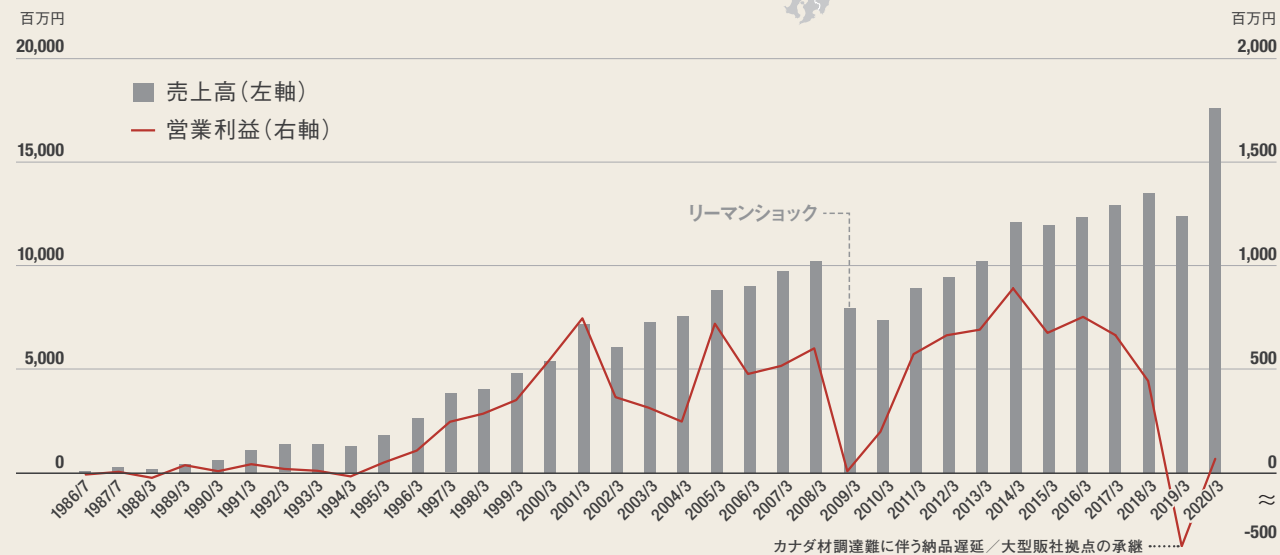
BESS商品は、ログハウスなど自然材をふんだんに使った個性的な木の家。
ログハウスシェアは国内No.1、9割以上が自宅使用で自然派な暮らしを広げています。



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？」

ア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。）



逆風の中、 LOGWAY戦略の強みが際立ち 「ユーザー・ハピネス」拡散に 加速の手応え

代表取締役社長
二木 浩三

コロナ禍で活動制限を受けながらも 単独拠点の強みを生かした発想が奏功

2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言に伴い、LOGWAY来場を予約制に切り替えるなど、活動の制限を余儀なくされ、4月～6月の新規来場者数は前年同期比4割にまで大幅減少、受注棟数も同7割台と低迷の中でのスタートとなりました。

しかし、この不本意な状況に甘んじることなく、単独拠点LOGWAYならではの強みを生かす発想へ転換し、5月より全国でモデルハウスの「貸切暮らし体験」をスタート、1,070組に上るご家族に参加いただきました。この体験からBESSに暮らすためのファンクラブ「LOGWAYクラブ」への入会が大きく進み、7月～9月の入会数は前年同期比104%と拡大、その好影響を受け、受注棟数は同93%まで回復するなど、成果を得ました。LOGWAYクラブは、2018年下期の導入以降、会員登録後の商談が成約に至る比率が通常の3倍以上と高確率を示しており、顧客の計画の実現性をより高める「マッチ度向上」を加速させたと認識しています。

コロナ禍で閉塞的な世相に直面する中で、よりBESSらしい「外は内で、内は外」を体現した解放感ある暮らしや本音でつながれる仲間の存在などへの好感、また、そうした価値観の世界に自らも参加したいという意志の表出がより際立つ機会となったのかもしれません。

そういう意味では、今回のコロナ禍は、足下の業績にとって大きな逆風となったことは間違いありませんが、一方で、LOGWAY戦略の強みを際立たせ、また、ブランドミッション「ユーザー・ハピネス」の拡散スピードを加速させ、将来に向け、非常に大きな期待をもたらす機会になったとも捉えています。

安心して“善人性”を出せる場所の旗印 BESS、累計成約棟数2万棟超を達成

1985年の創業以来、「技術」の時代から「情報」の時代へ、そして情報が行きわたった後は、自分が何をしたいのかが問われる「意識」の時代が来ると考え、その人それぞれの感性＝「好き嫌い」を大事にする「感性マーケティング」を貫くBESS事業を展開、長い年月をかけ、情報化時代の物差し＝「良し悪し」で選ぶ既存の住宅マーケットとは一線を画す新たなマーケットを開拓、創出してきました。

たとえ世の中の常識では曲がって見えても、当社の向かう文化大事・感性重視の価値観を根本とする本質価値につながる道であるならば、それがBESSにとっての真直ぐの道。自らの道を外さず着実に歩みを進め、〈「住む」より「楽しむ」〉のスローガンのもと、近年は毎年1,000棟規模で仲間を増やし、この9月には、遂に累計成約棟数が2万棟を超えました。

このマーケット創出を実現するにあたり、何よりも大切にしてきたことは、決して価値観の押し付けはせず、顧客の意志に委ねることです。私たちの役割はあくまでも顧客の内面にある自らの意志を表出させる

化学変化を起こす触媒機能であり、無理やり説得することではありません。

BESSは、まだ来ていない明日のメッセージを発信しようとしています。世の中で言われる正しさとは、過去において通用するものであり、まだ来ていない明日における正しさなどでなく、明日の生き方を選ぶのに、過去の知識、良し悪しに振り回される必要はありません。確かに過去に作られた正しさから物事を選べば、山ほど選択肢はあっても、基本的に意志がいらないから楽かもしれません。けれど、幸せな明日に必要なのは「どうすべきか」という正解を探すのではなく、どこに行きたいのか、それは何のためか、「どうしたいか」という自らの「意志」を持つこと、そして、受け身ではなく主体的に動くことなのです。

本来、「意志」は誰にもあるものですが、それに気付くことが減った現代社会の中で、自らの意志で面白い生き方をしている人たちと触れ合い、「自分」に気付く機会にしてみよう、それが「LOGWAYコーチャー制度」です。コーチャー制度は非常に活況で日増しにその連携の輪も拡大しており、先日も秋のイベント立ち上げで全国の拠点やご自宅をオンラインでつないだ会合に約400組のコーチャーの方々が参加し、大いに賑わいました。

BESSという旗印のもとに集まる人たちの交流が、人間が持つ「人を喜ばせたい」といった“善人性”を堂々と表に出すことができる場だからなのだろうと捉えています。ですから「BESSだからこそ、こんなに楽しい人たちと出会えた」という声があちこちから聞こえてくることを、本当に喜ばしく感じるのです。

新・中期経営計画
「曲がり真直ぐ、BESSの道」の追求

コロナ禍は、特に都会の窮屈さ、脆弱さを知らしめることとなり、これまで世の中の主流を占めていた考えや価値観が必ずしも正しかったわけではないと気付いた人が増えたように感じます。そうして、世の中全体が価値観の転換期を迎えつつある今こそ、これまで以上に発信を強め、パラダイムシフトを加速させていきたいとの想いを持って、4つの施策を進めています。

■LOGWAY戦略のベストサイクルの追求

「あなたはどうしたいのか」の問いに対し、自らの意志を顕在化させ、BESSの暮らしを楽しんでいるユーザーたちは、まさに「家自慢よりも暮らし自慢」の価値観を体現する人たちです。それぞれが自分の暮らしを楽しみ、それを見た人が勝手に面白がり、そして少し羨ましくなり、そうしたことに反応した自分が誇らしくなり、意志が動き出し、行動を生み、新たなBESSユーザーになっていく。そうしたLOGWAYのベストサイクルは、コーチャー制度やクラブ会員制度の導入により徐々に浸透し始めていましたが、今回のコロナ禍でむしろ加速したと手応えを得ています。このサイクルの好循環で、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

自然と折り合った「禁ぐらし」に、自分たちの望む暮らしを求め、その価値観を共有する仲間とともに過ごす心地のよさ、賑わいに魅力を感じる顧客の増加が顕著です。直販による禁開発案件は、すでに区画完売という成功例も出しており、そうした期待が非常に大きいことをしっかりと受け止め、今後は地方へと展開エリア拡大の検討を進めます。

■ブランドパートナー型FC制度の確立

ブランドは関わるすべての人の手によって作られていくものです。近年、BESSの本質の理解とブランドの一端を担う思いが深まり、その明確な意志のもとに活動する拠点へと集約が進んできました。また、コーチャー制度やクラブ会員制度導入を通じて、1拠点あたりの事業規模を高めることの可能性に根拠を得たことから、今後は、拠点がBESSファンづくりに励むだけで事業が成り立つ、より合理的な販社運営を支援するパッケージを導入しながら、強固なグループ経営の実現を目指していきます。

■長寿企業を目指す収益構造改革

大きくなるのが目的ではなく、絶対に倒れない長寿企業、それは安定的に、少しずつ仲間が広がり、その結果、規模も大きくなっていく、そうした自然体での成長のあり方を目指すうえで、さらなる収益構造改革が必要不可欠です。

前中計から進めてきた生産効率の改善・改革の積み重ねによるコストダウンも進捗しており、この下期以降は利益改善が見込める状況となりました。今後は、拠点数が拡大しウェイトが高まった子会社・株式会社BESSパートナーズの収益改革を本格化し、グループ全体としての収益力の向上を図るフェーズに進んでいきます。

株主の皆様へのメッセージ

2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症拡大による受注や工期への影響に加え、子会社・株式会社BESSパートナーズの拠点再編と代官山「BESSスクエア」のリニューアルの先行投資もあり、大きな損失を見込んでいます。これにより、中間期のみならず、期末も減配予想となったことは遺憾であり、大変申し訳なく思っております。

一方、中長期的な視点では、ブランドミッション「ユーザー・ハピネス」の拡散に大いなる手応えを感じているのも事実です。モノや機能は日進月歩、その力だけに依存しては本来のブランド価値は生まれません。ものの機能や良し悪しだけでなく、価値観の一致、共感から選ばれる、そこにこそブランドの真の価値があると考えており、世界を巻き込んだパンデミック下でも、自らが本当にやり遂げたいこと、信念からブ

れずに生き延びたところは、これからの将来、間違いなく明るい道を歩めるものと確信しています。

その確信のもと、当下期も中期経営計画で掲げた4つの施策を中心に事業の質を高め、2022年3月期のV字回復、更にそれ以降の着実な成長を目指していきます。引き続きご支援のほど、お願いいたします。

1株当たり配当金・DOE推移（18/3～20/3）

	18/3	19/3	20/3	21/3(予)
中間配当(円)	24	25	25	10
期末配当(円)	24	25	25	10
年間配当(円)	48	50	50	20
DOE(%) (純資産配当率)	4.4	4.9	5.7	約2.6
配当性向(%)	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。2021年3月期は大変厳しい経営環境ではありますが、DOE重視の配当方針を継続し、長期的な安定配当を目指してまいります。

中期3ヵ年計画（2020年4月 ▶ 2023年3月）※

「曲がり真直ぐ、BESSの道」

世の中の常識では曲がって見えても、
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む—。
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。

重点施策

1. LOGWAY戦略のベストサイクル追求
2. 「禁ぐらし」の本格化～地方を真の主役に
3. ブランドパートナー型FC制度の確立
4. 長寿企業を目指す収益構造改革

※新型コロナウイルス感染症の影響状況により変更等が生じた場合には、改めてお知らせします。

そこに、市場はなかった。

— “MAKE MARKET”で35年。BESSの家 2万棟の道のり —

ログハウスでスタートしたBESS事業。

開始から35年の2020年9月に累計の成約棟数が2万棟に到達しました。

しかし35年前、誰の目にもわかる市場がそこにあったわけではありません。

GET TARGETでなくMAKE MARKET。

背景にあったアールシーコアの信条と、
ユーザー・ハピネスを追求した道のりをご紹介します。

1986年～

“自然の中の遊びの基地”が生い立ち。
そこから、住宅業界へ。

創業間もなくログハウスに出会った当社は、翌1986年に「BIG FOOT (ビッグフット)」と名付け、一事業としての取組みを開始しました。広い層に別荘ライフを広げる“自然の中の遊びの基地”にこだわり展開。その中から「家は道具」のコンセプトが生まれ、広く楽しんでもらうための「永住別荘」なる概念も創出。徐々にログハウスの非日常の楽しさを日常にする、自宅用途の提案に移っていきました。しかしそれは、目に見える市場がない世界。だから「誰もやろうとしない市場なのではないか」—そこから住宅業界での「MAKE MARKET」=自ら市場を創造する挑戦が始まりました。



“永住型”を謳ったカントリーログハウスの初期モデル

1986



ログハウスの単独展示場

2004年～

ワンダーデバイス、^{ほどほど}程々の家…
ログハウスを生い立ちとした新商品から、暮らし方を広げる

国内のログハウスシェア50%を超えた頃より、「BIG FOOTのよい」という来場者が増え始めました。「非日常の楽しさを日常に」を求め“目に見えない市場”が動き始めた—その確信から、新商品を開発。2004年にワンダーデバイスを発売します。ログハウスの持つ非日常のDNA…家の外と内のつながり、吹き抜け空間、デッキライフなど、ログハウスの持っている暮らしの楽しさを新たなカタチで創出。翌年にはそれを日本人の暮らし様式から形に表した「程々の家」を発売。これらが新たな中核商品となり、ブランド名の「BIG FOOT」から「BESS」への改称(2008年)にもつながっていました。



2004年「ワンダーデバイス」発売

2003年
5,000棟

2000年
国内ログシェア50%

1996年
1,000棟

1994年～ 「ログハウスの自宅市場」を開拓

ログハウスと言えば別荘。それが世間の常識。その常識を覆すために取り組んだのが如かず、非日常を日常にする魅力の体感を広めます。1994年に販社制度も立上げ、地元の販社オーナーには「ログハウスの市場はありません。だからあなたが創るのです」と伝わり取り組んでいきました。単独展示場では住宅業界の常識を覆す取組みにも挑戦。受スタイル、企画型商品で価格表を用意、展示場以外では営業活動をしないetc. あくまで訪れた顧客が自ら感じた、ご自身に内在する価値観に気づき、選んでいただく。そのための提案を様々な用意し、「ログハウスを自宅にする市場を開拓していきました。」

2017年～

ふもと 禁ぐらしの提唱、LOGWAYコーチャーの誕生

自然とつながる暮らしへの共感が広がって、BESSユーザーが実践する中、それらを新たに「禁ぐらし」と呼称し提唱。そして、そんな暮らし方に誇りを持つユーザー有志が、ボランティアで暮らしを伝導する「LOGWAYコーチャー」を開始。都市部主導の日本の住宅



市場に対し、いよいよ次は「ユーザーと一緒に未来の暮らしを創る」MAKE MARKETが始まりました。



現在、全国で1,300組超のLOGWAYコーチャーが活躍

2020年
20,000棟
到達

2018年
展示場呼称を「LOGWAY」へ

2014年
15,000棟

2009年
10,000棟

2008年
「BIG FOOT」から「BESS」へ

2010年～

土間、デッキ、薪ストーブetc...
外とつながる、自然とつながる暮らし方の市場を創出

「カスタマー・サティスファクションでなくユーザー・ハピネス」。事業開始よりずっと掲げるテーマをさらに追求すべく、当時一般住宅では主役になかった一見無駄な空間～土間やデッキをフィーチャーし、外とつながり自然とつながる暮らしを楽しむ提案を強めます。また、薪ストーブを楽しみやすくするための内装制限の緩和にも尽力。薪ストーブライフの提案も広げ、現在ではご契約の約6割の方が薪ストーブを採用されるに至っています。このBESS発の暮らし提案を、ユーザーの皆さんがSNSなどで広く発信。“同好の士”としてのユーザー同士のつながりも広がり始めました。



薪ストーブスペースのデザインも進化



ワンダーデバイスでの土間プランに加え、2011年にはカントリーログで本格的に土間リビングを提案。新たな暮らしスタイルとして人気に



キャンペーンで「ログハウスの自宅」を訴求

BESSのユーザーサポート最前線 アールシーコア社員が語る

BESSユーザーがそれぞれ暮らしを楽しむための家も累計2万棟になります。
その家を建て、“楽しむ基盤”として維持していくことに関わる仕事をしている社員に話を聞きました。

ユーザーサポートとしての仕事

津崎 私は技術管理として新築工事の着工から引渡しまで、工期や品質の管理を仕事にしています。



山田 同じく技術管理として各物件の品質確保を担っていますが、引渡しはゴールではなく、そこから暮らしを始めるユーザーのあくまでサポートという意識で取り組んでいます。

長谷川 BESSは引渡しでようやくスタートラインですね。私の担当CAM※は“経年美化を楽しむメンテナンス”という意味です。ユーザーそれぞれが主体的に暮らしを楽しむためのサポートとして、そのベースとなる家の定期診断やメンテナンス工事を行っています。

正木 私はユーザーに長く安心して暮らしを楽しんでもらうためのBESS全体の仕組みをつくっています。メンテナンスパッケージや保証などを総合した「BESSユーザーサポートシステム」を今年4月に稼働させました。

ユーザー・ハピネスの実感

山田 木の家は1年を通じて変化します。例えば、乾燥収縮による隙間も湿気の多い夏場にはなくなります。変動は余白があるということでもあると思います。

正木 BESSの家はユーザーが手を入れられる余地のあるのが特長で、DIYをされる方は多いですね。

山田 DIYを始めたいと相談を受けることもよくあります。おすすめの工具はどれかなど。

正木 メンテナンスもご自身でされる方が多いですね。8月に「我が家のカルテ」という工事や点検の履歴を記録できる仕組みを公開したところ、1ヶ月で300件もセルフメンテナンスの書き込みがありました。デッキ塗装やDIYの小屋づくりなど色々です。手をかけるほど愛着が増すのも木の家のいいところです。



長谷川 木の経年変化は穏やかなので、気付かないところでじんわりと変わっていき5年10年経って色々なところに味が出ていることによりやく気付くものです。そ



写真左から

正木藤広 | 品質管理部 ユーザーサポート (2011年入社 47歳)
長谷川淳一 | 本部直販部門 CAM® Works リーダー (2004年入社 46歳)
津崎りえ | 本部直販部門 技術管理 (2017年入社 29歳)
山田和明 | 本部直販部門 技術管理 リーダー (2012年入社 39歳)

※CAM : Charmed Age Maintenanceの略称

のふとした瞬間がちょっとした喜びだと思います。引渡し直後の人に早く10年経たないかなと言われたことがあります(笑)。でも古民家と違い、これから時間をかけて自分の手で育てていくことを楽しみにしているユーザーは多いと思います。

山田 引渡しの時に、これから自分たちの暮らしに合わせて木も変わっていくので、それを楽しんでくださいと伝えています。これが完成形ではなく、過程ですから。



正木 ゴールはないですよ。ずっと暮らしを楽しみ続けていくものですから。

津崎 先日、2年前に担当した方から息子さんの家として2棟目を建てたいと連絡がありました。引渡し後はお会いしていなかったのですが、久しぶりに訪問してみると、自分なりに色んなものを作られていて、また毎日のように来客があるそうで、まさにBESSの理想の暮らしを楽しんでおられました。

長谷川 長く住まわれている家でも大事に手入れされて、お子さんに引き継がれているものは多いですね。

山田 世代を超えてという話があるのは、BESSの価値観が普遍的だからではないでしょうか。

今後への想い

山田 このBESSの輪をもっと広げていきたいと思っています。そのためにまず品質確保という自分たちの足元をさらにしっかりと固めていきます。

津崎 技術的なことはもちろん、木の性質を深く理解してアドバイスし、お客さんの本当の気持ちに寄り添っていこうと思います。

長谷川 木が変化することを頭ではわかっているけど実際に起こると不安になってしまうユーザーさんもいます。木の家のプロとして、しっかりと説明することで不安を取り除き、おもいっきり暮らしを楽しめるようサポートしていきます。



正木 スタートしたばかりのユーザーサポートシステムを定着させて安心の土台を固め、あとはユーザーご自身でそれぞれの暮らしを楽しんでいてもらいたいと思います。

新築工事



暮らしを楽しむ基盤となる家を、品質に気を配りながら造り上げて引渡します。

定期診断



建物の状態を定期的に診断し、適切なメンテナンスのアドバイスなども行います。

お手入れサポート



木の特性やお手入れのポイントについて、冊子や動画で紹介しています。



メンテナンススタッフによるお手入れ説明会では塗装の仕方も実演で学べます。

メンテナンス



多くのユーザーが塗装やガードン(防霉スプレー)などのメンテナンスをセルフで行っています。

TOPICS

2020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。

2万棟記念フェスタ 《とことん、「住む」より「楽しむ」》開催 暮らしの楽しさをLOGWAYコーチャーとともに発信!

このたびBESSは累計2万棟を達成、それを記念して、フェスタ《とことん、「住む」より「楽しむ」》を開催。BESSの家に暮らすLOGWAYコーチャーが暮らしの楽しさや価値観を伝えていく運動、名づけて「5次元界」を推進していきます。WEB動画やSNSで暮らしの様子を発信したり、LOGWAYとコーチャー宅をオンラインでつないで家の中を紹介しながら暮らしのあれこれを伝えたり。来場客を対象にLOGWAYのモデルハウスでの「貸切暮らし体験」も実施。2万家族の暮らしの楽しさを、コーチャーとともに、次の1家族へと広げていきます。



在宅のコーチャーとオンライン暮らし座談会



モデルハウス1棟丸ごと「貸切暮らし体験」

オンラインプレス発表会

＜倭様「程々の家」～程々ってなんだ?＞配信

対談を通じてBESSの価値観を発信!

デビュー15周年を迎えた「程々の家」のフラッグシップ・モデル「泰運」がBESSスクエアに完成。コロナ禍のため、7月にオンラインによるプレス発表会を開催しました。発表会では、「大屋根」や「広縁」などの特長をモデルハウスの映像とともに紹介。そして当社社長二木浩三と住宅評論家・本多信博氏との対談「程々ってなんだ?」では、行き過ぎ感のある西洋文明に対し、“程々”という日本的価値観の重要性について話し合われました。視聴者からは「BESSの想いが伝わった」等、共感の声が寄せられました。これからも様々な形でBESSの価値観を発信していきます。

倭様 程々の家「泰運」



当社社長二木浩三(右)と住宅評論家・本多信博氏対談

アールシーコア・ホームページの「企業情報・オンライン発表動画」にてご覧いただけます。 www.rccore.co.jp

BESSフォレストクラブ活動報告

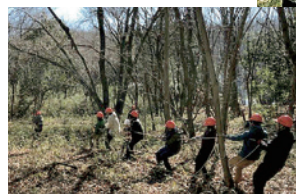
LOGWAYコーチャーとも連携。森林保全+薪活動の輪、広がる。

フォレストクラブ活動に力強い仲間が新たに参加! BESSの暮らしの伝道師LOGWAYコーチャー。木を伐り、森から出し、薪ストーブの燃料として使う。森林資源の循環利用サイクルの意義を楽しく実体感。そんなコーチャーたちの参加とともに、活動をますます活性化させていきます。

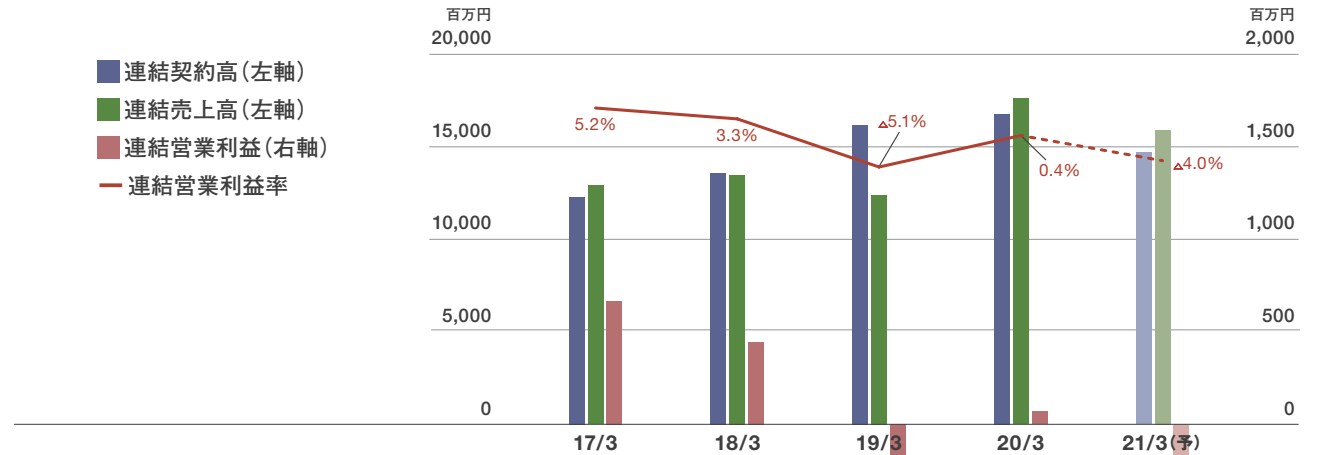
除伐した木を薪用に玉切り



参加者みんなで引き倒し



業績ハイライト



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 2020年3月31日	当第2四半期末 2020年9月30日
流動資産	7,030	8,004
固定資産	5,581	5,677
資産合計 POINT 1	12,611	13,681
流動負債	6,391	7,494
固定負債	2,676	3,085
負債合計 POINT 2	9,067	10,579
純資産合計 POINT 3	3,543	3,101
負債純資産合計	12,611	13,681

連結損益計算書(要約)

	前第2四半期 2019年4月1日～ 2019年9月30日	当第2四半期 2020年4月1日～ 2020年9月30日
売上高 POINT 4	8,152	7,623
営業利益 POINT 5	△292	△379
経常利益	△284	△392
親会社株主に帰属する四半期純利益	△312	△331
その他の包括利益	△12	16
包括利益	△324	△314

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

	前第2四半期 2019年4月1日～ 2019年9月30日	当第2四半期 2020年4月1日～ 2020年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	316	△166
投資活動によるキャッシュ・フロー	△118	△241
財務活動によるキャッシュ・フロー	△272	2,185
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 POINT 6	△77	1,777
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四半期末残高 POINT 6	3,026	5,300

POINT 1 「資産の部」は1,070百万円増加し、13,681百万円となりました。「売掛金及び完成工事未収入金」が1,011百万円減少した一方、「現金及び預金」が1,777百万円、「商品」が207百万円、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1,512百万円増加し、10,579百万円となりました。「買掛金及び工事未払金」が516百万円、「未払法人税等」が109百万円それぞれ減少した一方、財務基盤強化のために新規調達した「短期借入金」が1,931百万円、「長期借入金」が402百万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」は四半期純損失331百万円の計上及び、配当を112百万円実施したこと等により、3,101百万円となりました。

POINT 4 子会社では、前々期に承継した6拠点の売上計上が本格化してきたことにより前年同期比48.9%の売上増加となった一方、新型コロナウイルス感染症の拡大により受注棟数の減少や、部材キット納品売上の減少等の影響を受けたため、連結売上高は前年同期比6.5%減となりました。

POINT 5 前期より課題となっていた粗利益率改善において、部材キットのコストダウン等の取組み効果が徐々に表れており、売上総利益率は前年同期比1.5%改善しております。ただし、売上高の減少に加え、子会社での新たな拠点承継による先行投資や、コロナ影響による特定販社への貸倒れ引当金の計上などもあり、営業損失が379百万円となりました。

POINT 6 新型コロナウイルス感染症の拡大及び長期化に備え、手元資金を厚くして経営の安定化を図るべく、金融機関から新規借入を行ったことにより、財務活動によるキャッシュ・フローが2,185百万円増加したことなどから、現金及び現金同等物は1,777百万円増加し、期末残高は5,300百万円となりました。

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 BESSのログ小屋 IMAGOの購入割引特典(有効期限内に1棟限り) 「IMAGO」コンプリートキットのご購入時、税抜価格10％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
	④ 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

※「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

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





「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。

※ドッグラン付き「あきつログハウス」も近日オープン



www.pheasant.ne.jp

株主アンケート結果のご報告

第35期期末「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,486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85％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。



※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、2021年1月31日(日)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。



株式情報

2020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	4,229名

大株主の状況

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
二木浩三	809,500	17.95
アールシーコア社員持株会	314,000	6.96
谷 秋子	267,000	5.92
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	162,200	3.60
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)	151,038	3.35
あおむし持株会	123,100	2.73
株式会社三井住友銀行	120,000	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。

2. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本店でお支払いいたします。

3. 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.)	役員	代表取締役社長	二木浩三
本店	〒153-0042 東京都目黒区青葉台1-4-5		専務取締役	永井聖悟
本社	〒150-0045 東京都渋谷区神泉町22-2 神泉風来ビル		常務取締役	谷 秋子
	電話:(03)5790-6500(代) FAX:(03)5790-6501		常務取締役	浦崎真人
設立	1985年(昭和60年)8月		取締役	宮本真一
資本金	6億6,076万円		社外取締役(監査等委員長)	山里晃久
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
社員数	292名(連結) 165名(単体)	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	
建設業許可番号	国土交通大臣許可(特-29)第24712号	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	
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)			

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



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^{うた}

独特な臭い^{にお}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^{あた}能わず。
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
素知らぬ顔を地上に突き出す^{たくま}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
飲んで良し塗って良し風呂に入れて良し
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に
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。
^{やっかい}厄介ながらも
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