



アールシーコア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

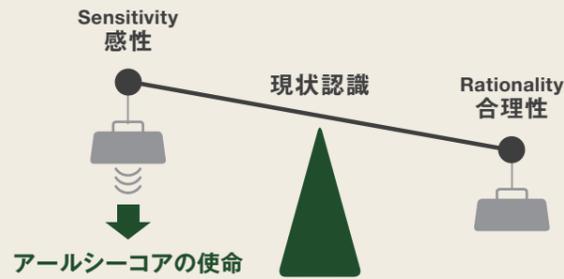
第36期(2020年4月1日～2021年3月31日)
事業報告とこれから



■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1,600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

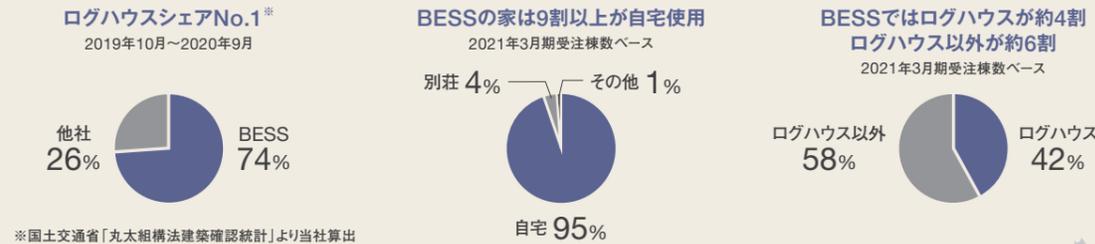
LOGWAYコーチャーは、これからBESSの暮らしを検討する人のコーチ。そして、検討される方にコーチャーやユーザーとの特別な交流や家づくりの計画サポートを提供する仕組みとして、LOGWAYクラブ会員制度を用意。BESSファンの、BESSファンによる、BESSファンのための「LOGWAY」とすることで、BESSユーザーを広げます。

〈BESSファンづくりサイクル〉



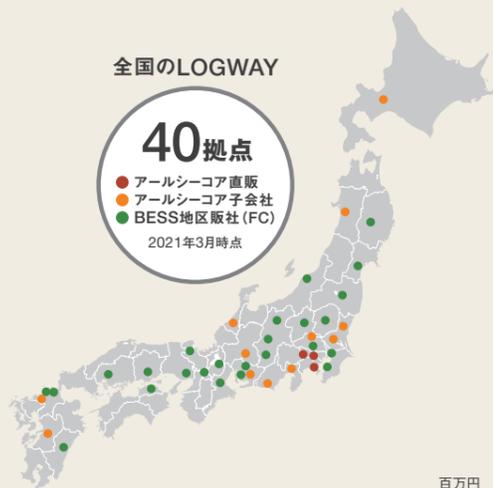
■BESS事業はログハウスの自宅市場開拓をはじめ、マーケット創造をしています

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。)



感性を揺り動かす旗艦店 「BESS MAGMA」をオープンし、 本質価値へ真直ぐの道を迷わず進む

代表取締役社長
二木 浩三

行動制限の継続による集客減は痛手も 顧客と価値観でつながる戦略に手応え

新・中期経営計画『曲がり真直ぐ、BESSの道』初年度である2021年3月期は新型コロナウイルス感染症対策として実施された行動制限の継続により、逆風の中での事業活動となりました。単独拠点LOGWAYの世界観における体感・体験を大事にしている当社にとって、集客減少のマイナス影響は大きく、新規来場数は前期比58%、契約高は前期比81%という状況でした。

そうした状況下で、業績は、受注減と工期長期化による売上回転の悪化を主たる要因として減収・赤字となりましたが、LOGWAY戦略の進捗による営業効率の改善やグループ全体での固定費削減が進み、期初の想定からは大きく改善しての着地となりました。

また、2019年1月以降、他の販社から承継した拠点の経営強化に取り組んできた連結子会社の「BESSパートナーズ」が営業黒字化を果たしたことは、販社の収益モデルの実力を示したとの認識です。

集客減となりましたが、戦略面は大いに進捗しました。LOGWAYコーチャーター数は全国40拠点で1,600組を超え、BESSに暮らすためのファンクラブ「LOGWAYクラブ」の新規入会数は前期比104%と伸ばしました。顧客と価値観でつながる「質」を重視した活動へのシフトの証しであり、集客が戻った際には必ずや強みになると捉えています。

コロナ禍が、資本主義偏重から本質価値へと 価値観を見つめ直すきっかけに

今回のパンデミックは、増長した資本主義による人間社会が引き起こした人災という側面もあると捉えています。人災であれば、正対し、素直に受け止め、その現実と直面せざるを得ません。コロナ禍以前より社会は、資本主義の大きな流れに飲み込まれ、もっとたくさん作り、もっと安く、もっと便利にという価値観が人々の心を苛んできました。「人間はどうあるべきか」を考えることを置き去りに、本当に豊かな人生を歩めるのか、という疑問を私は持ち続けてきました。

資本主義偏重の価値観が今の世の中の常識であるならば、「暮らし」そのものを考える、暮らしから日本を豊かにする「BESSの道」は、曲がった道に見えるかもしれませんが、それが本質価値への真直ぐの道ならば迷わず進む、それが『曲がり真直ぐ、BESSの道』に込めた想いです。

私たちが事業を通じて目指すべきは、BESSユーザーがそれぞれの暮らしの中で面白さを感じてもらうこと、それ以上に幸いなことはありません。事業を始めた当初は、まず志を同じくする人たちと出会う必要がありました。業界の常識に迎合することなく、自らの信じる道を進み、その価値観に共感する人たちとの出会いのきっかけを作り続けてきたわけです。

今回のパンデミックをきっかけに立ち止まり、「確かに便利になったけれど、本当にこれで幸せなのか」と自分を見失っていたことに気づいた人、まさに曲がり

真直ぐに共感する人が増えてきたとの手応えがあります。それぞれが幸福という概念を意識するだけでも、世の中は違ったものになってくるのではないかとの期待もあります。テレワークが普及し、生活様態の変化、地方への移住者増加という現象は、プラスに捉えられるところもあります。こうした変化を追い風に、BESSは、コロナ禍の前から大事にしてきた「暮らし」に焦点を当てた戦略・重点施策を今後も曲げずにやっていきます。

“その人らしい決断”を応援する
BESS MAGMA LOGWAY NIPPONオープン

私たちは過去の延長線上ではなく、まだ来ていない未来に対して、「こうしたことができると暮らしが面白くなる」という発信をしています。本当にリスクを取るといことは、未来、それも今よりもいい未来を目指して決断するという他にありません。会社設立時から、考え方の根っこは変わらぬものの、商品のバリエーションは増え、客層も広がり、ほとんど何も無いところから年間およそ1,000棟、社員や関係先も増え、次の段階を目指せる規模にまで来ました。BESSの道を進み続け、その累積が増え続けているという事実、これは非常に大きなことです。

この4月には、東京・代官山に「BESS MAGMA LOGWAY NIPPON」をオープンしました。暮らしを文化する“MAGMA”となり、地殻変動を起こし、ニッポンの未来の暮らしの地平を広げることを目指す拠点です。「面白いから見に行こう」と世界中から人が来る、ざわつく都会の地にあっても入るとちょっと安心する、そうした磁力のある場にしたいという想いを具現化しています。

人が人らしい決断をするためには、感性が大事です。ですから「感性よ、噴火せよ」。これがMAGMAからのメッセージです。五感を働かせ、自分の中にある意志を引き出す場所にふさわしいネーミングを意図し、エネルギーで、一般住宅ではあり得ない、MAGMAと冠しました。人は表面意識では、本心とは違うことを考えており、心地よさだけでは気持ちは動きません。知らないものに巡り合うと人は警戒しま

すが、その際、最初に出てくる感触は違和感です。まだ見ぬ明日を創ろうとすることと、気持ちのいいこととは別なのです。BESSは、まだないマーケットを創るという意味を持って進んできました。表層意識に寄り添うマーケットインの発想では、共感が広がることはないからです。だからこそ、BESSのホームナビゲーターの仕事は、まだ表出せずに潜在的にある無意識の意識を顕在化させる触媒機能を果たすことなのです。実際、LOGWAYに足を運び、「この家面白いな、ここでの暮らしを感じるな」という思いが出てきたら、それはもうすでに新しい明日が少しずつ芽を出してきたということです。そうした全国LOGWAYの根本を示す旗艦、それがMAGMAの役割です。

まだ見ぬものごと、経験のないことを選んでいくには勇気も要ります。だからこそ、そこに踏み出していくことは、面白い明日に行こうという意味表示とほぼイコールであり、そこに関わる人は皆、大きな観点から見れば、目的を共有した仲間ということになります。そこには売る人、買う人という定義は存在しません。あるとすれば、造り手と使い手という関係です。

「地方を真の主役に」クラシガエの提案で
禁ぐらしのための用地戦略を推進

「その人らしい決断」を応援する施策の1つとして、「禁ぐらし」を本格化させる用地戦略もスタートしました。2021年3月現在、開発済・開発予定を合わせ、12カ所・約100区画の提供に目処が立ち、今後さらに全国30カ所で提供していくことを目指しています。

「禁ぐらし」は、より自然に近い地方での暮らしで五感を通じて感じられる自然のエネルギーを享受する、都会ではできない暮らし方、地方でしかできない暮らし方の提案です。現代は都市を是とする情報ばかりで、「良いもの」の決めつけが刷り込まれ、人々は都会的なものを、地方にも表現しようとしており、そこに矛盾が生じている。私はこれを地方創生ではなく、地方の都市化と呼んでいます。確かに合理性で言えば、都会に軍配が上がります。けれど、合理性を突き詰めていくと、人間が人間らしくなくなります。

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。

| 中期計画連結目標 | |
|----------|-------|
| 売上高 | 営業利益率 |
| 200億円 | 5% |

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により数値目標を見直しましたが、期間及び方針・重点施策に変更はありません。

人間らしい感性を大事にする暮らし、それが「禁ぐらし」の目指すところです。

株主の皆様へのメッセージ

これからの時代、今まで以上に自分はどうしたいのかを意識することがより重要になってきます。つまり、未来を「選ぶ」ことに挑戦し続けることが必要な時代だということです。逃げることなく、正対し、自ら未来を「選ぶ」人々が増える、それはBESSと志を同じくする仲間が増える可能性がさらに広がることを意味します。今のような変事の時こそ、具現化のチャンスであり、奇跡を起こす契機にもなろうと考えます。

足元の業績は遺憾ですが、10年、20年、30年の単位を見据えた道は歩めています。今やるべきことは変える必要はないとの認識ですが、コロナ禍前に策定した新・中期経営計画で掲げた数値目標は見直しせざるを得ないと判断しました。

2022年3月期も当面、集客面で厳しい環境が続くと見込まれますが、利益率向上や子会社の黒字化等の経営体質強化策が結実し、現環境への耐性も高まってきており、LOGWAYクラブ会員数の増加等、進捗している事業の「質の向上」とあわせ、さらなる

実績につなげていきたいと考えています。引き続き、事業成長への戦略的布石を確実に打ち、ここ数年の低迷からの脱却・黒字転換を果たし、V字回復に向かう1年としていきます。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(18/3~21/3)

| | 18/3 | 19/3 | 20/3 | 21/3 | 22/3(予) |
|--------------------|------|------|-------|------|---------|
| 中間配当(円) | 24 | 25 | 25 | 10 | 15 |
| 期末配当(円) | 24 | 25 | 25 | 10 | 20 |
| 年間配当(円) | 48 | 50 | 50 | 20 | 35 |
| DOE(%) (純資産配当率) | 4.4 | 4.9 | 5.7 | 2.6 | 約5.1 |
| 配当性向(%) | 56.5 | — | 895.8 | — | 約73.5 |

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。2022年3月期も引き続き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。

感性よ、噴火せよ。 BESS MAGMAオープン!



2021年4月10日、「BESS MAGMA LOGWAY NIPPON」がオープンしました。
開設から20年経過した東京・代官山のBESSスクエアを、全国LOGWAYの旗艦として全面リニューアル。
日本人の暮らし文化の創造にチャレンジし続けてきたBESSの次なる未来を表現した
BESS MAGMAのメッセージは「感性よ、噴火せよ」。人間が本来持っている豊かな感性が噴火し、
未来へ、世界へとあたらしい暮らしの地平を広げていく、そんな地殻変動の起点となる場を志します。



1 BESS流暮らし文化の 発見基地

MAGMAでは、エネルギーや再生・生命力などのイメージを意識したランドスケープで五感を刺激します。東屋やベンチも設え、来場いただいた方がゆったりと過ごし、自分らしい暮らし方や生き方を発見したり、ニッポンの価値観や未来に思いを馳せたりする場を目指しました。場の中心にあるのは大きなBESSドーム。MAGMAの象徴的建物であり、人の集う場、そして発信基地です。その他に4棟のモデルハウスがあり、ワンダーデバイス^{あずまや}は挑む装置、G-LOGはログの野暮さを超えるセンス、カントリーログはニッポンカントリー・百姓の精神、倭様は大家族の在り方、とそれぞれ異なるテーマでBESS流暮らしの未来を表現しています。

2 MAGMAを共にはじめる場

MAGMAはアールシーコアが目指す「BALANCISM in BUSINESS」を広げる場でもあります。文明偏重・合理性優先に行き過ぎ感のある現代社会に、文化大事・感性重視の日本的なビジネスの具現化を通じてバランスをもたらし、再構築しようという考え方・姿勢を、MAGMAからも発信していきます。また、この考えに賛同する企業や大学、NPO団体などと共に新しい物事を創出・発信する場としての活用も検討しています。ここMAGMAから、アールシーコアやBESS事業の新たな仲間づくりを広げていきます。

3 新たな事業展開の発火点

MAGMAは全国LOGWAY、そしてBESSブランドの旗艦店です。まだBESSを知らない潜在ファンも含めた全国のBESSファンに向けた発信や来場促進を通じて、全国LOGWAYの集客拡大及びBESSファンづくりサイクルの加速を進めていきます。また、各地方の自然や文化を取り入れ、実現したい暮らしから住む場所を提案するという新たな事業展開クラシガエ提案による禁用地開発^{*}も、MAGMAでの発信・活動を推進力に、全国で拡充していきます。アールシーコアが展開する事業は暮らし文化産業。MAGMAから未来の暮らしを発信して共感する仲間を増やし、事業をさらに進展させていきます。

*本号TOPICS(P.11)でも取り上げています。

詳しくはこちら
BESS MAGMA 東京都目黒区青葉台1-4-5
営業時間:10:00~18:00(祝日を除く水・木・金曜日は定休)
現在は予約制で営業しております(2021年6月時点)。



BESS MAGMAと未来 オールシーコア社員が語る

この4月にオープンした「BESS MAGMA LOGWAY NIPPON」は、BESSそしてオールシーコアの「本質と未来」を目指しています。その開設プロジェクトに関わったメンバーに話を聞きました。

MAGMAに込めた想い

工藤 「MAGMA」という名前に決めたのが2年前の春でした。AI化の加速など偏り過ぎの文明社会に対するバランスを具現化したいといったような、方向性の議論はその前から始めていましたが、まずは名前を決めて意思統一しよう。



若林 MAGMAという名前はとても力強い。全てを焼き尽くすこともあれば、新しい何かが生まれる源にもなるイメージがあります。

瀬下 その後、ランドスケープの検討でも話し合いを重ねました。大らかでゆったりとした心地良い方向か、マグマをストレートに表現する刺激の強い方向か。

工藤 そこで改めて、どんな場を目指すのかメッセージを整理して出てきたのが「感性よ、噴火せよ」。今の世の中では、ある程度の刺激や違和感がないとなかなか気付けないのではないのでしょうか。

瀬下 裏テーマは「錆びついた感性に一撃を！」

秋本 旗艦店であるMAGMAのモデルハウスは、各シリーズの未来の姿を見据え、それでも変わらない本質を感じてもらおうと、各シリーズの性をお題にコンセプトをさらに深めてからデザインや暮らし表現に落とし

込みました。プロセスはまさに侃々諤々でしたね。

若林 先日お客さんから「他のLOGWAYよりも家の性格が濃くはつきり出ているね」と言われました。

秋本 そこが伝わっているのはすごく嬉しいですね。

若林 また「大人の暮らしというか、子どもが巣立った後の生活もイメージできる」とも言われました。

工藤 MAGMAは、大人を中心に、自分と向き合う場という考え方でつくりました。そしてNIPPONとあるように日本人の感性や心意気を様々な場面で意識。日本人ならではの美意識を何かしら表現したいと、例えばG-LOGでは、野暮なログであることをいったん受け入れて、それを超えるものを目指しました。

瀬下 ワンダーデバイスとは日本的なコミュニティを意識。人とのつながりを大事にしたオープンマインドな暮らしや、日本人が本来持ち合わせている助け合いの心を感じてもらえたら嬉しいです。

若林 人を信じる性善説がベースなのは、MAGMAから発信するクラシガエ提案の禁ぐらし用地の開発でも同じ。住人同士の決め事も〇〇するべからずではなく、〇〇しようという紳士協定が基本です。

工藤 ただ単純に良かった昔に戻るのではなく、今の合理性もAIも受け入れつつ、その先に行った、明るく、



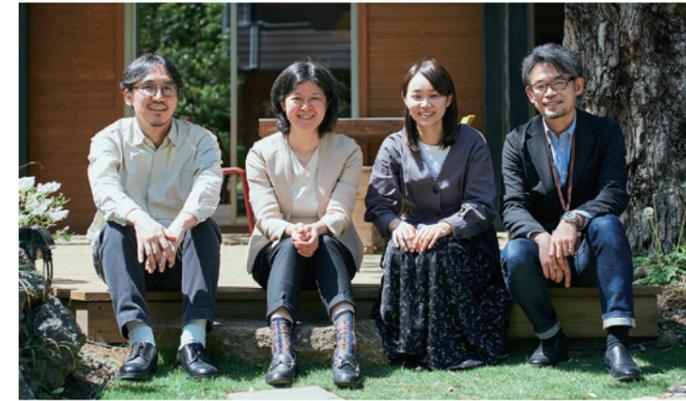
MAGMA
オープン当日の様子



ドームホールでの接客風景



ドーム地下にあるBESSの言霊



写真左から

秋本隆史 | 商品開発部 デザイン開発 (2019年入社)

工藤美佳 | BI企画室 責任者 (1995年入社)

瀬下未来子 | BI企画室 LOGWAY VS リーダー (2003年入社)

若林柱 | 本部直販部門 禁開発 リーダー (2004年入社)

※BIはBrand Image、VSはVisual Supervisorの略。

ありたい未来を描いてMAGMAをつくりました。

本心と向き合う仕事

若林 禁ぐらし用地の開発も「こうありたい」が先にあります。そのため先例がなく、一般的な不動産開発では扱わないような土地を仕入れることもあるのでとてもチャレンジングです。



秋本 アールシーコアはチャレンジしかないですね。常に何か新しく創っていきこうという姿勢。かといって突拍子もないものではなく、MAGMAで追い求めたように、物事の本質から生み出す仕事。顧客という対象があるけれど、ずっと自分探しをしている感じです(笑)。

工藤 自分を含めて徹底的に本質と向き合わないとなんか進まないよね。

若林 まず初案は通らない。“なぜ”をすごく考えます。

瀬下 MAGMAやLOGWAYには根底に「善人性誘発装置」という考え方がある。どうしたら訪れた人のプラスの感情を引き出すことができるかを常に考えています。仕事の喜びは、やっぱりお客さんの笑顔ですね。

秋本 BESSのものづくりは本心から出てきたものだからこそブレないものになる。それが相手にも届いていると思えると嬉しいし、伝わり方が深いように感じます。

若林 営業現場では、お客さんがつながってきけたと実感します。そしてそんなお客さんが集まって、仲間が増えていくことが一番の醍醐味ですね。

MAGMAのこれから

工藤 ようやくスタートライン。ここで自分の暮らしの未来を発見して進んでいく人をたくさんつくることはもちろん、加えてMAGMAとしての使命、世の中の多くの人に対し、生きるとか暮らしを楽しむことはもっと自由でいいんじゃないという働きかけができる場に成長させていきたいと思います。

瀬下 私も同じです。あと未来という言葉がある以上、未来であり続けなきゃいけない。永遠に完成しないというか、ずっと無限の可能性を持ち続ける場ですから。

秋本 まずはMAGMAでいったん表現した未来を次期商品で形にしていくことが命題。それができたらまた新しい一歩先の未来をMAGMAでチャレンジしていきます。



若林 暮らし方や生き方から、家を建てる場所を選ぶということが世の中の当たり前になるよう、MAGMAからクラシガエを提案・発信しながら、禁ぐらしのコミュニティを広げていきたいと思っています。



MAGMAモデルハウスでの対談

MAGMAで開催の
プレス発表会



MAGMAから配信の
クラシガエオンラインセミナー



禁ぐらし用地的実際

TOPICS 2020年秋から2021年春夏にかけての様々な取り組み、活動を紹介します。

地方を真の主役に BESSのクラシガエ提案本格化

全国LOGWAYを拠点に、禁ぐらし用地展開へ

コロナ禍により、地方移住への関心が高まる中、BESSでは地方の自然や文化を取り入れた「クラシガエ」提案を本格的に推進していきます。スーパーシティ構想など利便性を追求する「地方の都市化」とは価値観を異にする「地方の活性化」の取り組みです。実現したい暮らし方から住む場所を提案。また全国各地のBESSユーザーがその地での暮らしの先輩としてオンラインでアドバイスも。全国LOGWAYを拠点に、自社用地開発・地元提携・自治体連携等でクラシガエを実現する禁用地を全国に展開していきます。



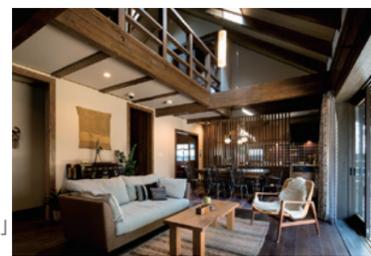
知的財産活用によるブランド価値向上

日本初の「住宅デザイン裁判勝訴」と「住宅内部空間意匠登録」

昨今、様々な分野でデザインの重要性が注目される中、BESSにおいても住宅デザインを重要な資産と位置づけ、知財活動を推進しています。ひとつは、当社商品「ワンダーデバイス」の外観デザインに類似した建売住宅を販売した他住宅会社に対し、「意匠権侵害」として提訴した裁判において、当社の主張が認められ勝訴しました。また、「程々の家」のモデル「泰運」において住宅内部空間の意匠登録を取得しました。どちらも「日本初」となる画期的なものです。これからも知的財産を活かし、ブランド価値向上に向け積極的な取り組みを行っていきます。



「ワンダーデバイス」外観



「程々の家 泰運」内部空間

BESSフォレストクラブ活動報告

絵本の朗読活動で森林保全の意義理解を推進

新たな取り組みとして、全国LOGWAYで絵本『森と暮らそう』の朗読活動を展開しています。“木を伐って・使って・植える”という森林資源のサイクル利用の大切さを分かりやすく伝えるBESSフォレストクラブ発行の絵本。LOGWAY来場者に森林保全の意義理解を深めていただき、実際に森に入っの活動へとつなげていきます。



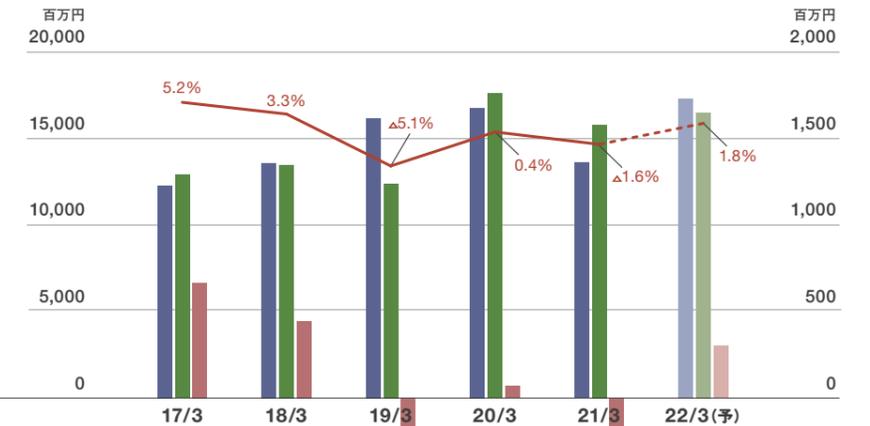
LOGWAYでの朗読活動



オリジナル絵本「森と暮らそう」

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



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 | 当期末 2021年3月31日 |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| 流動資産 | 7,030 | 7,471 |
| 固定資産 | 5,581 | 5,726 |
| 資産合計 ← POINT 1 | 12,611 | 13,198 |
| 流動負債 | 6,391 | 7,559 |
| 固定負債 | 2,676 | 2,782 |
| 負債合計 ← POINT 2 | 9,067 | 10,341 |
| 純資産合計 ← POINT 3 | 3,543 | 2,856 |
| 負債純資産合計 | 12,611 | 13,198 |

POINT 1 「資産の部」は586百万円増加し、13,198百万円となりました。「売掛金及び完成工事未収入金」が1,229百万円減少した一方、「現金及び預金」が1,652百万円、「建物及び構築物」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1,273百万円増加し、10,341百万円となりました。「買掛金及び工事未払金」が721百万円減少した一方、財務基盤強化のために新規調達した「短期借入金」が1,667百万円、「一年内返済予定長期借入金」が341百万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」は当期純損失534百万円の計上及び配当を157百万円実施したこと等により、2,856百万円となりました。

連結損益計算書(要約)

| | 前期 2019年4月1日～ 2020年3月31日 | 当期 2020年4月1日～ 2021年3月31日 |
|---------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 売上高 ← POINT 4 | 17,614 | 15,790 |
| 営業利益 ← POINT 5 | 70 | △ 252 |
| 経常利益 | 74 | △ 357 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 ← POINT 5 | 23 | △ 534 |
| その他の包括利益 | △ 44 | 29 |
| 包括利益 | △ 21 | △ 505 |

POINT 4 2019年1月以降承継した拠点における売上計上の本格化により、BP社が前期比17.0%の売上増加となった一方、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による集客及び受注棟数の減少や、工期長期化等の影響を受けたため、連結売上高は前期比10.4%減となりました。

POINT 5 部材キット及び施工原価のコストダウン等の取組み効果が徐々に表れており、売上総利益率は前期比1.6%改善しております。ただし、売上高の減少に加え、コロナ禍の影響による特定販社への貸倒引当金の計上などもあり、営業損失が252百万円、当期純損失が534百万円となりました。

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

| | 前期 2019年4月1日～ 2020年3月31日 | 当期 2020年4月1日～ 2021年3月31日 |
|----------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 508 | 421 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー ← POINT 6 | △ 187 | △ 577 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 96 | 1,803 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | △ 0 | 4 |
| 現金及び現金同等物の増減額 ← POINT 6 | 418 | 1,652 |
| 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 | 3,522 | 5,174 |

POINT 6 東京・代官山の「BESSスクエア」の改修工事(2021年4月「MAGMA」としてオープン)に伴う先行投資等により、投資活動によるキャッシュ・フローは、577百万円の減少となりましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大及び長期化に備えた手元資金確保のため、金融機関からの新規借入により財務活動によるキャッシュ・フローは1,803百万円増加したことなどから、現金及び現金同等物は1,652百万円増加し、期末残高は5,174百万円となりました。

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 |  IMAGO |
| 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 別荘レンタルビジャー宿泊料金の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 | |

※「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オリジナルの木材外部用防腐スプレーです。



「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7,000坪の広大な敷地に、BESSの個性あふれる17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」が今年1月にオープンしました。



株主優待制度に関するお問い合わせ

| | | |
|---------------------------------------|---|---------------------------------------|
| 受付時間 | 連絡先 | Q&Aホームページ |
| 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 | www.rccore.co.jp/ir/ yutai/qa.html |

詳細情報は、
当社ホームページに
掲載しております。
www.rccore.co.jp



株主アンケート結果のご報告

第36期中間「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,540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77%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」「アールシーコアとはこんな会社」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7月31日(土)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

2021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 | 4,248名 |

大株主の状況

| 株主名 | 持株数(株) | 出資比率(%) |
|---|---------|---------|
| 二木浩三 | 810,300 | 17.97 |
| アールシーコア社員持株会 | 323,900 | 7.18 |
| 谷 秋子 | 267,700 | 5.94 |
| 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) | 164,838 | 3.66 |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託E口) | 160,400 | 3.56 |
| あおむし持株会 | 128,300 | 2.85 |
| 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 |
| 日本生命保険相互会社 | 100,000 | 2.22 |
| 石井 陽子 | 99,500 | 2.21 |

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

- 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信託銀行本店ま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

2021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.) | 役員 | 代表取締役社長 代表取締役専務取締役 常務取締役 常務取締役 取締役 取締役 社外取締役 社外取締役(監査等委員長) 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員) | 二木浩三 永井聖悟 谷 秋子 浦崎真人 宮本真一 加藤晴久 清水 剛 後藤昇雄 中田俊明 山下泰子 ※役員は2021年6月17日現在で記載しています。 |
| 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 | 293名(連結) 166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 MAGMA) 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) | | | |
| 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 | | | |



証券コード:7837

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。



うた ドクダミの詩

独特な臭^{にお}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^{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。
厄介^{やっかい}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