



Housing Staff Inc.

2026 年 8 月 13 日

各位

会社名 ハウジング・スタッフ株式会社
(コード番号 307A TOKYO PRO Market、Fukuoka PRO Market)
代表者名 代表取締役 平儀野 好美
問合せ先 常務取締役管理本部長 横山 文男
TEL 0852-67-5713
URL <https://housing-staff.jp/>

特別損失の計上及び通期業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2026 年 6 月期におきまして、下記のとおり特別損失を計上する見込みとなりました。また、2025 年 8 月 14 日に公表いたしました 2026 年 6 月期（2025 年 7 月 1 日～2026 年 6 月 30 日）の通期業績予想について、下記のとおり修正いたしますので、お知らせいたします。

1. 特別損失（減損損失）の計上見込みについて

当社 R+house 及びクレバリーの一部店舗、ZERO×STYLE 事業並びに宿泊事業の一部事業について、足元の収益状況等を踏まえ、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、保有する固定資産の回収可能性を慎重に検討した結果、当該店舗及び事業が保有する土地、建物、建物附属設備、内装工事資産等の固定資産について、帳簿価額を回収可能価額まで減額することとし、2026 年 6 月期決算において、減損損失 100 百万円を特別損失として計上する見込みです。

2. 業績予想の修正

(1) 2026 年 6 月期 通期業績予想の修正（2025 年 7 月 1 日～2026 年 6 月 30 日）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1 株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前 回 発 表 予 想 (A)	4,479	86	82	53	73.85
実績値 (B)	3,655	△198	△160	△249	△342.34
増減額 (B－A)	△824	△285	△243	△303	
増減率 (%)	△18.4	－	－	－	
(参考) 前期実績 (2025 年 6 月期)	4,029	27	37	14	19.45

(2) 差異が生じた理由

当社は、山陰地方および山陽地方における住宅販売事業を主力事業として展開してまいりましたが、当期においては、以下の要因により、売上高および利益面に影響が生じました。

1. 需要動向の変化への対応遅れ

営業面におきましては、住宅取得に対するお客様の需要動向が変化する中で、当社の販売施策、商品提案、価格訴求、集客活動等の対応が十分ではありませんでした。特に、資材価格や建築コストの上昇、住宅ローン金利の上昇等に伴う住宅取得に係るお客様の慎重な購買姿勢、ライフスタイルや住宅ニーズの多様化等を背景として、新規受注件数が当初計画を下回り、売上高および利益面に影響が生じました。

2. 競合環境の激化による新規受注の未達

山陰地方および山陽地方の一部地域においては、同業他社との競争が激化しており、価格面、商品力、立地条件、販売促進施策等において、より厳しい競争環境となりました。こうした環境に対し、当社の営業施策および受注獲得に向けた対応が十分ではなかったことから、一部地域における新規受注が当初計画を下回りました。これにより、当期の売上高の減少に加え、固定費負担の吸収不足等を通じて、利益面にも影響が生じました。

3. 建築基準法改正に伴う確認申請手続きの長期化

2025年4月から施行された建築基準法改正の影響により、住宅建築に係る確認申請手続きにおいて、審査期間が従来より長期化する傾向が生じております。当社におきましても、一部案件において確認申請の審査完了までに当初想定以上の時間を要したことから、着工時期が計画より後ろ倒しとなりました。これにより、工事進捗および引渡し時期に遅れが発生し、当期中に売上計上を予定していた一部プロジェクトについて、売上計上時期が翌期以降にずれ込む結果となりました。

4. 一部プロジェクトの着工遅延および売上計上時期のずれ込み

確認申請手続きの長期化を背景として、一部の住宅販売プロジェクトにおいて、着工時期が当初計画より後ろ倒しとなりました。住宅販売事業においては、着工、工事進捗、完成、引渡しの各工程が売上計上時期に大きく影響するため、着工遅延に伴い、当期中に売上計上を予定していた案件の一部について、売上計上時期が翌期以降にずれ込むこととなりました。これにより、当期の売上高が当初計画を下回る要因となりました。

5. 新規出店に伴う先行費用の発生

当社は、山陰地方および山陽地方外における営業基盤の拡大及び将来的な受注機会の創出を目的として、新規出店や営業拠点の整備を進めてまいりました。これに伴い、店舗開設に係る初期費用、設備投資に関連する費用、人員体制の整備に伴う人件費、開業準備費用等の先行費用が発生いたしました。一方で、新規出店による売上貢献については、認知度の浸透、集客の安定化、受注獲得までに一定の期間を要することから、当期においては費用が先行する形となり、利益面を押し下げる要因となりました。

(3) 今後の対応

当社といたしましては、今回の業績への影響を真摯に受け止め、住宅販売事業における事業計画の実行精度を高めるとともに、収益性の改善及び安定的な受注基盤の構築に向けた取り組みを一層強化してまいります。

まず、営業面につきましては、山陰地方及び山陽地方の各地域における需要動向、顧客ニーズ、競合他社の販売状況、価格帯及び商品仕様等を改めて分析し、地域特性に応じた販売戦略の見直しを進めてまいります。具体的には、重点販売エリアの選定、価格政策の適正化、顧客層に応じた提案内容の強化、販売チャネルの見直し等を通じて、受注獲得力の向上に取り組んでまいります。

集客施策につきましては、モデルハウス、見学会、イベント、Web 広告、SNS、地域媒体等の各施策について投資効果を検証し、より効率的かつ受注につながりやすい施策へ経営資源を重点的に配分してまいります。特に、新規出店エリア及び認知度向上を図るべき重点エリアにおいては、広告

宣伝活動の効果測定を強化し、単なる認知拡大にとどまらず、来場、商談、成約へとつながる営業導線の改善を進めてまいります。

さらに、確認申請手続きに係る対応につきましては、各案件の進捗状況をより早期かつ詳細に把握できる管理体制を整備し、設計部門、施工部門、営業部門及び関係行政機関との連携を強化してまいります。特に、確認申請や開発許認可の取得に要する期間については、従来以上に保守的なスケジュールを前提として事業計画を策定するとともに、案件ごとのリスク要因を事前に洗い出し、着工時期及び引渡し時期の遅延を最小限に抑えるための管理を徹底してまいります。

新規出店につきましては、出店後の早期収益化を重要課題と位置づけ、各店舗における集客状況、商談件数、成約率、受注単価、利益率等の主要指標を継続的にモニタリングしてまいります。そのうえで、店舗ごとの課題を明確化し、人員配置、営業教育、販売促進施策、商品提案方法等の改善を進めることで、新規出店による売上貢献の早期実現を目指してまいります。

加えて、費用管理の面におきましては、新規出店に伴う先行費用及び広告宣伝費について、投資効果及び回収可能性を慎重に検証しながら、費用対効果を重視した運用を徹底してまいります。売上成長に向けた必要な投資は継続しつつも、各施策の効果を定量的に把握し、収益貢献度の高い施策へ重点的に配分することで、販売費及び一般管理費の適正化を図ってまいります。

さらに、当社は、住宅販売事業における収益性改善に加え、今後の成長に向けた新たな収益機会の創出を目的として、非住宅領域の強化にも取り組んでまいります。具体的には、店舗、事務所、倉庫、福祉施設、宿泊施設、商業施設等の非住宅建築ニーズを取り込み、法人顧客及び地域事業者に対する提案活動を強化してまいります。非住宅領域においては、当社がこれまで住宅販売事業で培ってきた用地情報の収集力、設計・施工管理ノウハウ、地域密着型の営業基盤を活用し、案件情報の収集体制、法人営業体制及び部門間連携を強化することで、受注拡大及び収益性向上を図ってまいります。

これらの取り組みにより、当社は、新規受注の回復、翌期以降に繰り延べとなった売上の確実な計上、各プロジェクトの進捗管理精度の向上、並びに新規出店エリアにおける早期の収益化を実現し、住宅販売事業の収益性改善に努めてまいります。今後も、事業環境の変化に的確に対応しながら、持続的な成長及び企業価値の向上に取り組んでまいります。

以上