

FY2027 2Q

決算説明資料

ハンワホームズ株式会社（275A）

INDEX

1

事業概要

2

決算概要

3

セグメント別ハイライト

4

連結業績予想

5

会社概要

事業概要

Mission 「感動に出会う空間」と
「安らぎ続く暮らし」の提供

佇まいが、訪れた瞬間の期待を高める。
迷いのない動線が、滞在の質を整える。
光と素材が、品質の基準を引き上げる。
移ろう時が、記憶に残る表情を育てる。

Vision 住環境におけるあらゆるニーズに応え、
人々の暮らしを充実させる企業

私たちは、こうした体験価値を設計し、「空間」で確かなかたちにします。

対象は住宅に限りません。商業・宿泊・企業施設から公共領域まで。
人が暮らし、集い、過ごすすべてを「住環境」と捉え、
同じ設計思想で向き合います。

Value 「挑戦」「実行」「公益志向」

空間が人の動きや日々の選択を変え、
やがて街や社会へと波及し、価値の循環を生み出す。
私たちは、その「変化の起点」をつくり続けます。

2027年2月期より、2社を連結対象に加え、単体中心の事業説明からグループ体制へ移行



空間創造事業・DEPOS事業を展開する中核会社



Park-PFI事業運営を担うプロジェクト会社



建築・不動産領域を担う連結子会社

2026年1月、Park-PFI事業会社を共同出資により設立



ブリッジパークプロジェクトグループ株式会社

ハンワホームズ株式会社と帝燃産業株式会社の共同出資により、ブリッジパークプロジェクトグループ株式会社を設立。ハンワホームズが51%を保有し、2027年2月期第1四半期より連結子会社として取り込む。りんくう公園中地区のPark-PFI事業において、施設の企画、設計、施工監理および運営を担う。

目的

1

Park-PFI事業推進

行政・共同事業者・運営関係者を含む事業全体の推進

2

施設・コンテンツ企画

立地や利用者ニーズに応じた施設・交流機能・イベント等の企画

3

運営・利用促進

開業後の施設運営、利用者接点の形成、継続的な来訪機会の創出

合併会社設立の概要

出資比率	ハンワホームズ 51%／帝燃産業 49%
設立日	2026年1月21日
事業内容	施設の企画、設計、施工監理及び運営
資本金	300万円

2026年3月、ブレイントラスト株式70.0%を取得し子会社化



ブレイントラスト株式会社

ブレイントラスト株式会社は、戸建住宅、商業施設、土地活用等を対象とした建築コンサルティングと不動産仲介を展開する会社である。建築・不動産を横断して事業性を判断できる知見を取り込むことで、当社グループは遊休不動産の再生・利活用を新たな事業機会として扱う体制を整える。

目的

1

不動産情報の取得

遊休不動産・土地活用案件に関する情報接点を拡充

2

活用方針の検討

建築・不動産の知見をもとに、活用可能性を判断

3

再生事業への展開

買取再販や空間創造・DEPOSとの連携により事業化

M&A概要

取得比率	70.0%
取得日	2026年3月21日
事業内容	建築コンサルティング・不動産仲介
取得価額	2百万円

設計施工・販売を基盤に不動産活用と空間運営を加え、バリューチェーンの上流から下流までをカバー

既存基盤

新規機能



2027年2月期 第2四半期

決算概要

FY2027 実績

業績ハイライト

売上高

122,225 万円

前年同期比

101.7 %

営業損失

△1,987 万円

前年同期 営業利益

10,350 万円

TOPICS

01

岸和田支店を開設
南大阪エリアの営業基盤を強化

02

公共空間の利活用に向けた
実証運営を開始

03

3事業体制を軸に
事業領域の拡大を推進

TOPICS

01

**岸和田支店を開設
南大阪エリアの営業基盤を強化**

2026年7月、関西支社管轄の新たな営業拠点として岸和田支店を開設。外構相談に加え、DEPOSの商品を確認できる展示機能を備え、南大阪エリアでの顧客接点の拡大と提案体制の強化を進める。

02

**公共空間の利活用に向けた
実証運営を開始**

奈良県宮馬見丘陵公園にて、「UMAMI WAN PARK」の運営を開始。ドッグランの設計・施工だけでなく、管理運営まで一貫して担い、公共空間における新たな利用ニーズや事業運営の可能性を検証する。

03

**3事業体制を軸に
事業領域の拡大を推進**

空間創造事業・DEPOS事業に不動産事業を加えた3事業体制のもと、各事業の連携を推進。不動産事業で得られる土地・物件情報を活用し、既存事業につながる新たな提案機会の創出を進めています。

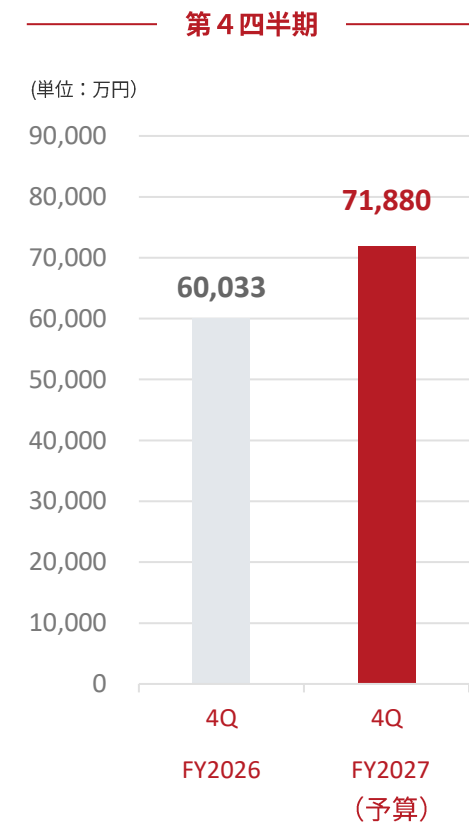
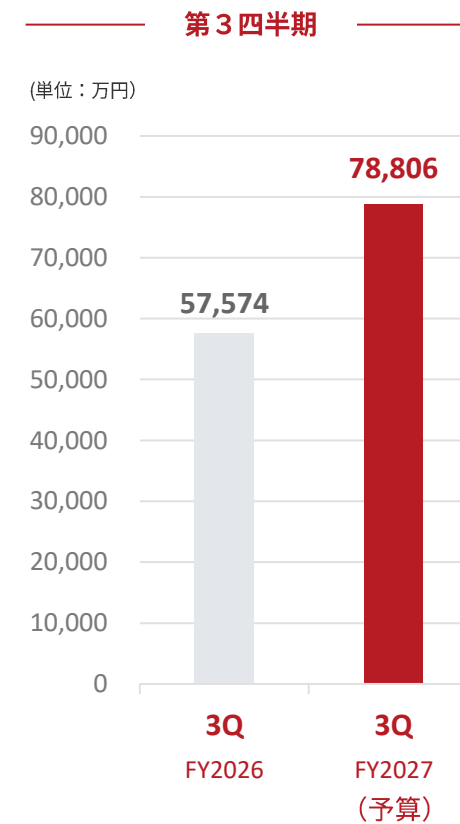
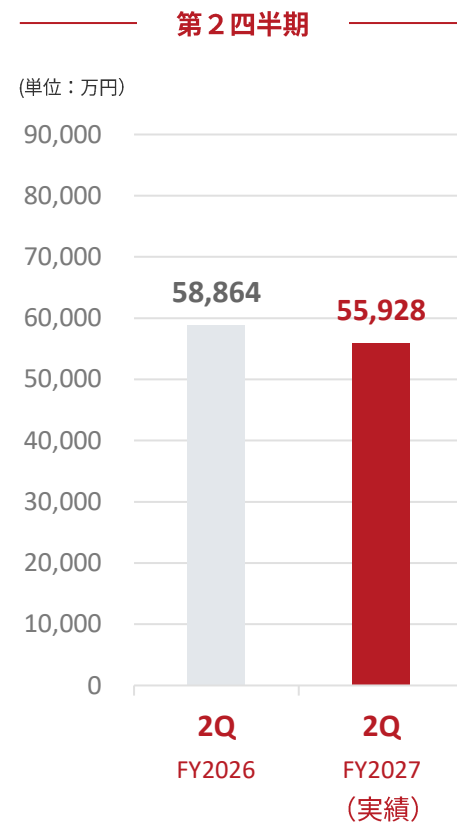
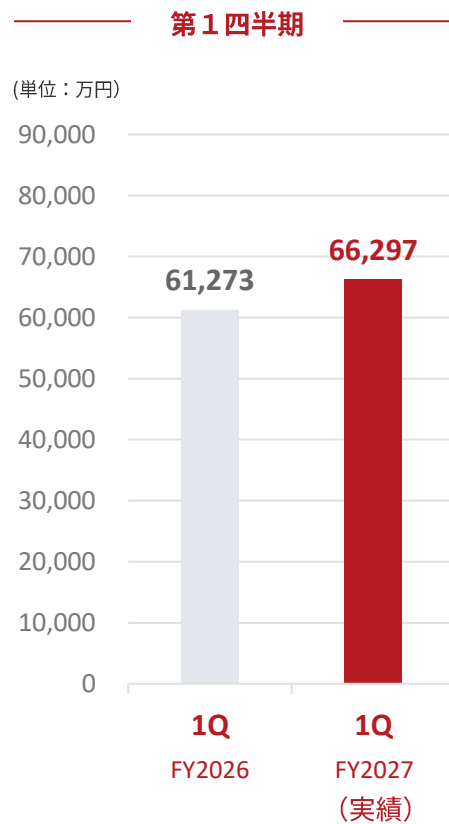
売上高は前年同期を上回り、今後の成長に向けた事業基盤整備を推進

建設コスト上昇の影響により利益率が低下。今後の事業成長を見込み、人材採用をはじめとした組織基盤への投資継続など、一時的に費用が先行し、営業損失を計上。

科目 (単位：万円)	2027年2月期 第2四半期（連結）	2026年2月期 第2四半期（単体）	増減	増減率
売上高	122,225	120,138	2,087	1.7%
売上原価	79,952	760,603	3,892	4.9%
売上総利益	422,735	440,780	△1804	△4.3%
売上総利益率	33.1%	36.7%	-	-
販管費	44,261	33,726	10,534	23.8%
営業利益又は営業損失（△）	△1,987	10,351	△12,339	-
営業利益率	-	8.6%	-	-
経常利益又は経常損失（△）	△2,776	9,559	△12,336	-
経常利益率	-	8.0%	-	-
親会社株主に帰属する中間純利益又は中間純損失	△1,763	6,388	△8,152	-

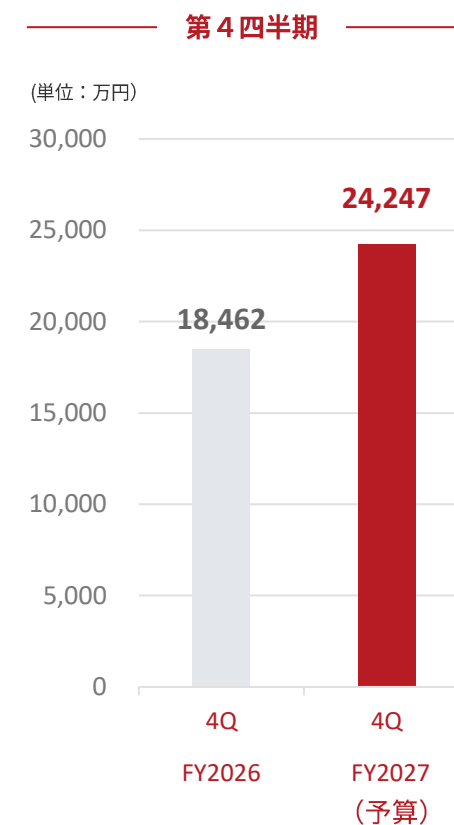
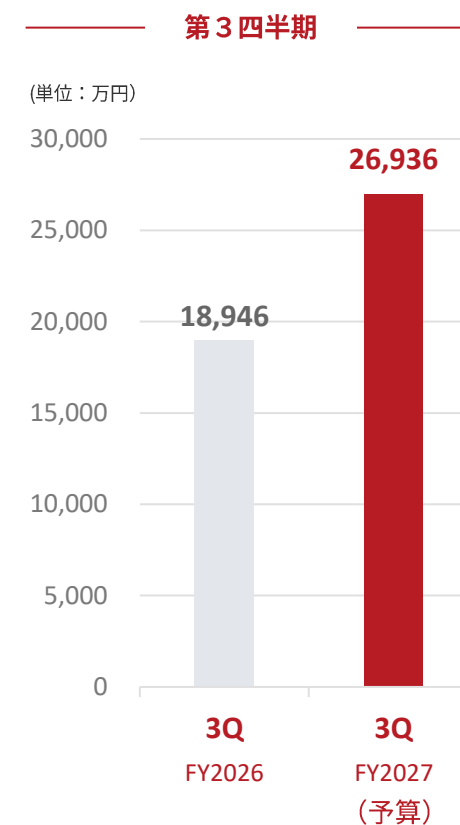
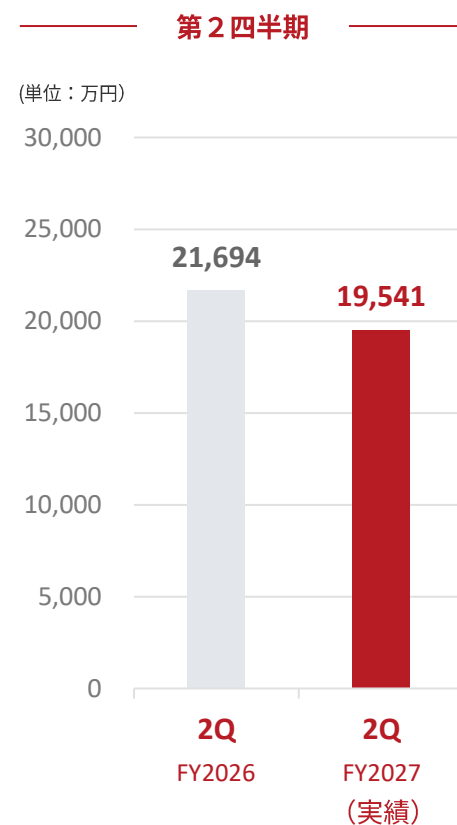
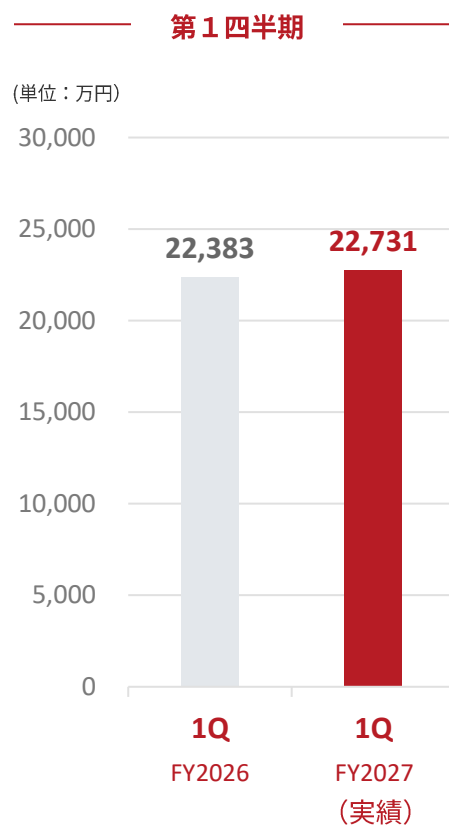
上期売上高は前年同期比1.7%増、通期での増収を計画

DEPOS事業の法人売上増加した一方、空間創造事業の戸建案件が伸び悩み。商談中案件の成立による通期増収計画。



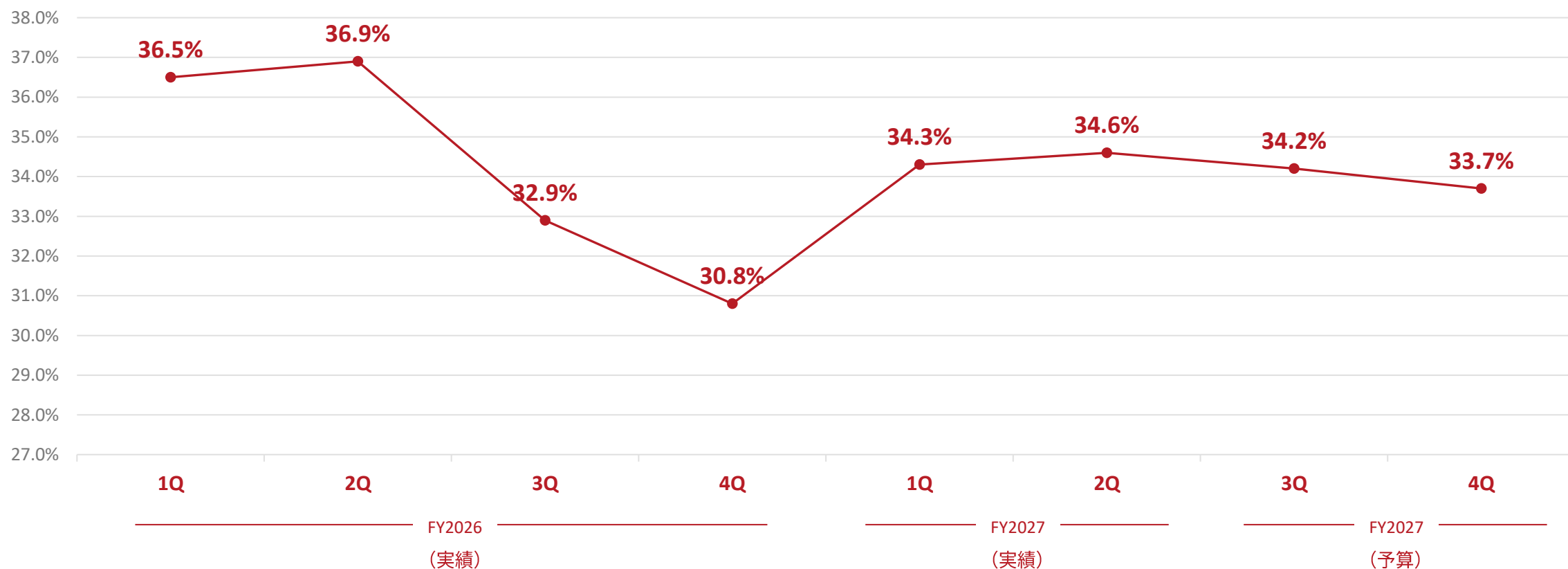
原価上昇の影響を受けるも、下期での利益確保を図る

建設資材価格等の上昇により売上総利益が低下。全社の売上総利益は前年同期を下回る結果となった。



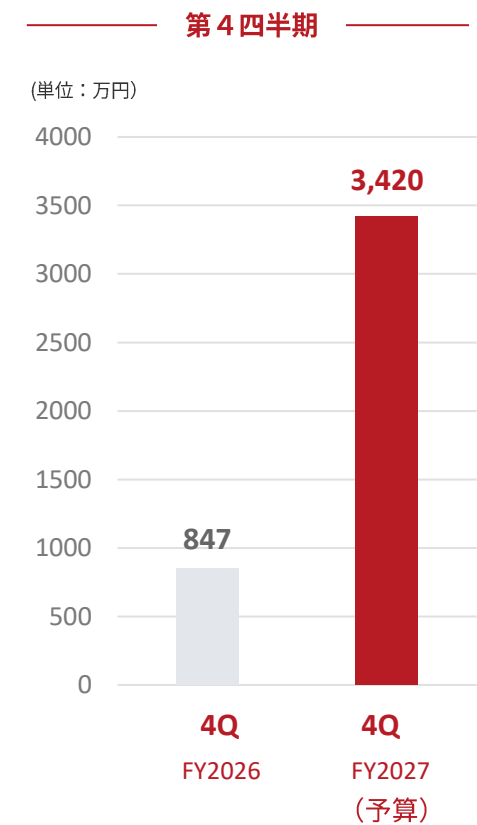
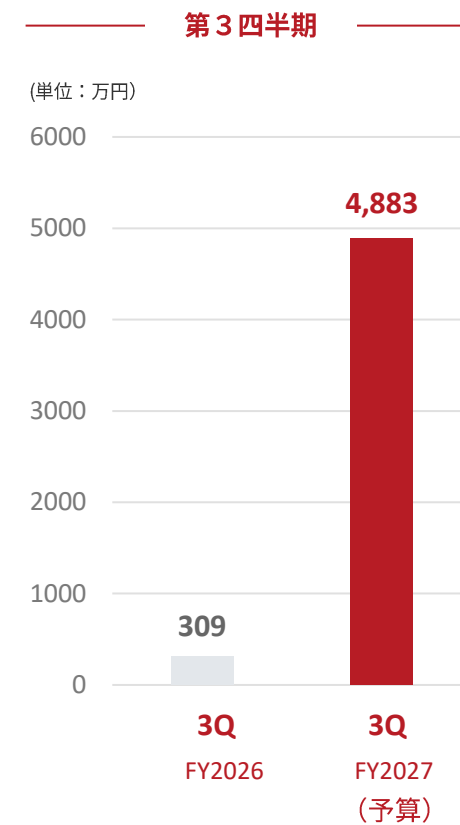
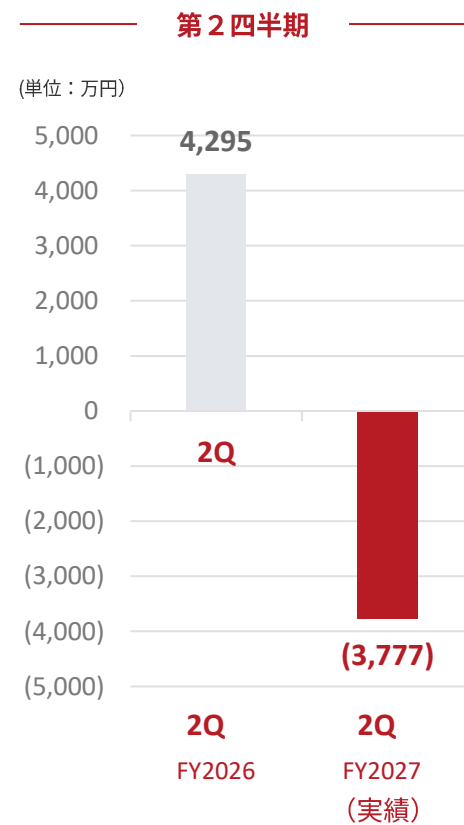
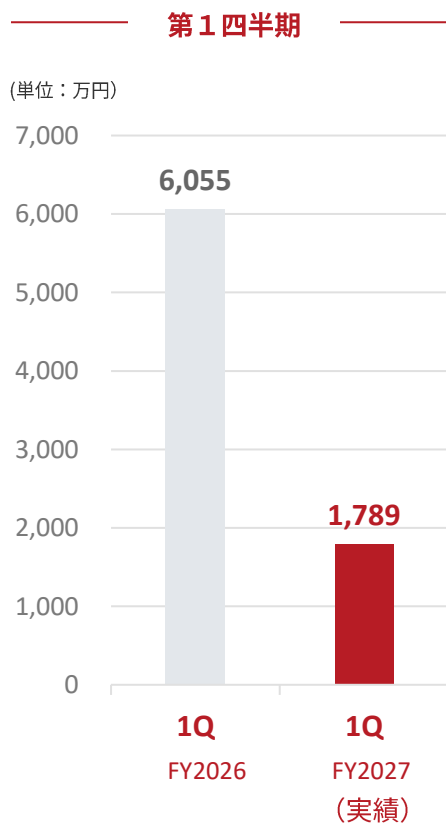
建設資材、人件費を中心に建設コスト増加の影響を受け、当初売上総利益率予想を下回る。

建設コストの上昇により施工原価が増加したことが主因であり、より一層の案件ごとの採算管理や原価管理の強化を通じ、利益率の改善に取り組む。



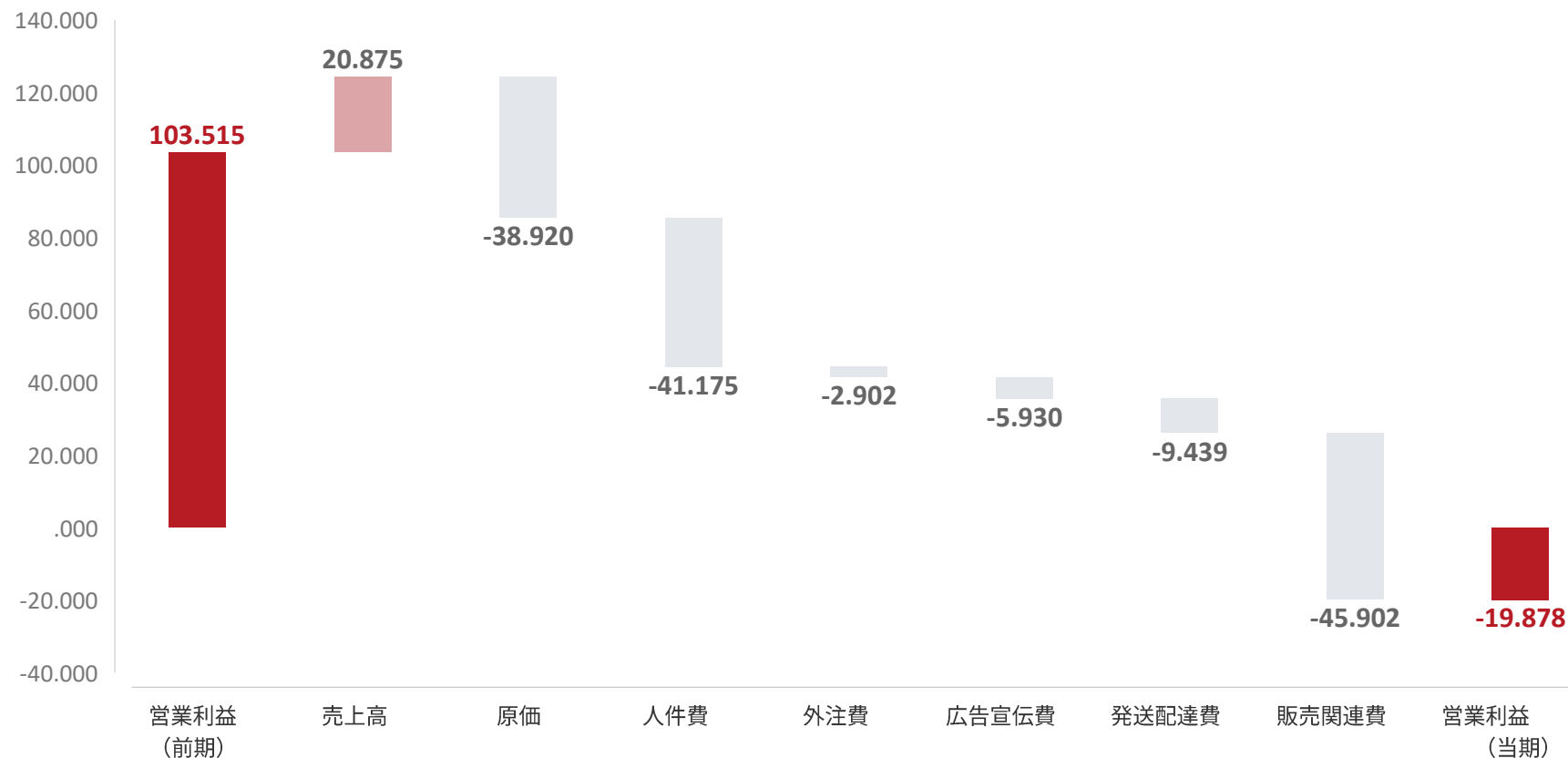
売上総利益率の計画未達および先行投資により、営業損失19百万円

DEPOS事業では継続した商品構成の見直しにより売上総利益率が改善。一方、建設コストの上昇等により全社の売上総利益率が計画を下回ったことに加え、先行投資に伴う費用増加により、営業損失19百万円を計上。



建設コスト上昇の影響に加え、事業拡大に向けた費用が先行。

売上高は増加したものの、建設コストの上昇を背景とした原価増加により売上総利益が圧迫。加えて、人材確保・組織体制の強化や販売活動の拡充など、中長期的な事業成長に向けた投資を進めたことで販管費が増加し、営業損失を計上。



事業拡大に伴う資産増加に対応し、資金調達・事業基盤の整備を推進

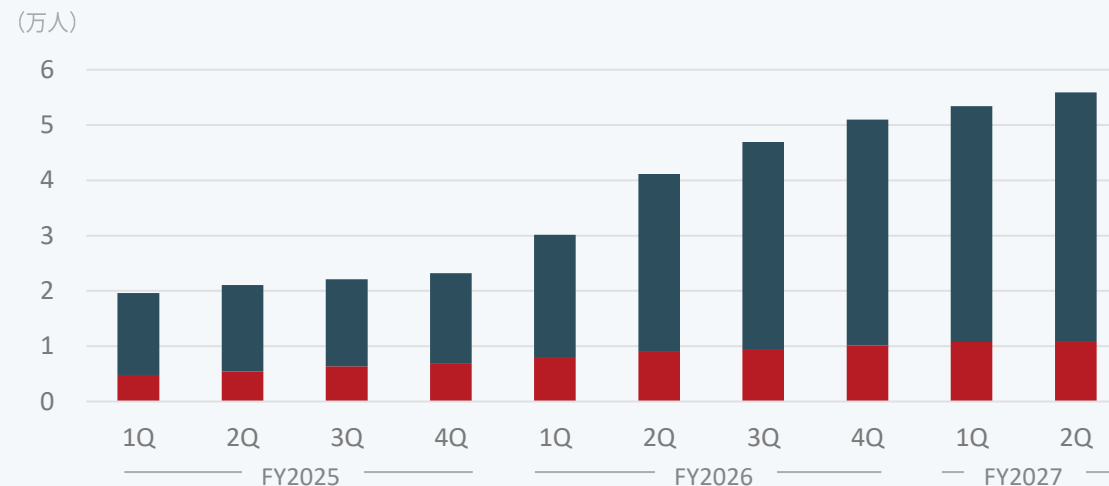
科目 (単位：万円)	2027年2月期 第2四半期 (連結)	2026年2月期末 (単体)		2027年2月期 第2四半期 (連結)	2026年2月期末 (単体)
流動資産	118,606	105,485	流動負債	80,616	76,676
うち、現預金	16,577	18,419	うち、買掛金及び工事未払金	15,231	19,490
うち、受取手形、売掛金及び契約資産	77,804	65,189	うち、短期借入金	40,000	35,000
うち、棚卸資産	19,524	17,114	うち、1年内返済長期借入金	9,914	7,914
固定資産	34,340	29,850	固定負債	50,293	35,579
うち、有形固定資産	26,501	25,136	負債合計	130,910	112,256
うち、無形固定資産	2,286	1,998	株主資本	21,491	23,079
うち、投資その他の資産	5,551	2,715	純資産合計	22,036	23,079
資産合計	152,946	135,335	負債純資産合計	152,946	135,335

SNS合計フォロワー数5.5万人（前年同期比135.9%）。DEPOSはインフルエンサーマーケティングを開始し、ブランド認知へとつなげる。

SNS起点の顧客接点サイクル



Instagramフォロワー数



DEPOS公式
(@depos_2016)

約 **4.4** 万人

ハンワホームズ公式
(@hanwahomes)

約 **1** 万人

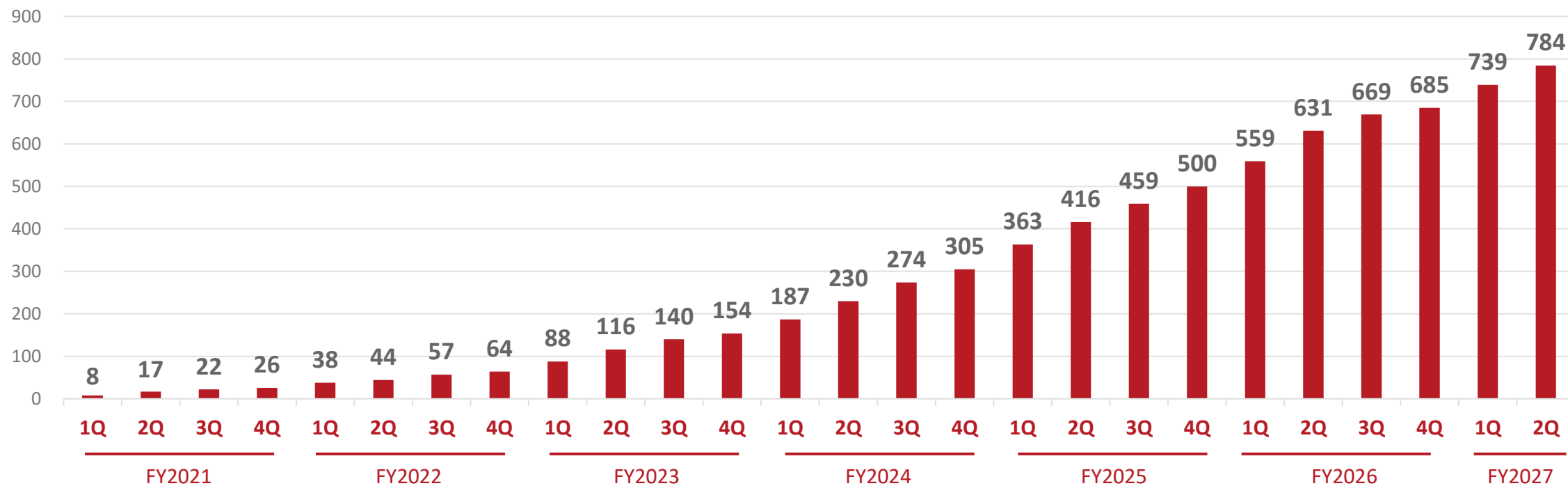
合計

約 **5.5** 万人

法人取引先の拡大が継続、将来の売上基盤を着実に形成

継続的な法人向け提案により、法人取引先累積件数は増加。下期は展示会等による新規商談機会の創出を継続し、法人取引基盤のさらなる拡大を図る。

(単位：件)



2027年2月期 第2四半期

セグメント別ハイライト

空間創造事業・DEPOS事業・不動産事業の3事業を展開

2027年2月期第1四半期より、連結子会社を通じた不動産事業を新たな売上区分として表示。従来の空間創造事業・DEPOS事業と合わせ、3事業による事業展開を行う。

01

空間創造事業

屋外空間の設計・施工

住宅外構、商業施設、公共空間等を対象に、屋外空間の企画・設計・施工を行う。

02

DEPOS事業

屋外家具・資材販売

屋外家具・ガーデン資材等の販売を通じ、空間提案と商品供給を担う。

03

不動産事業

遊休不動産の再生・販売

連結子会社を通じ、遊休不動産等の取得・再生・販売を行う。

DEPOS事業が増収、不動産事業の売上計上により事業領域を拡大

空間創造事業は前年同期比で減収となったものの、DEPOS事業は販売拡大により増収。また、連結開始に伴い新たに加わった不動産事業では30百万円の売上高を計上し、既存2事業に加えた3事業での事業展開を進める。

(単位：万円)		2027年2月期 第2四半期（連結）	2026年2月期 第2四半期（単体）	増減	増減率
空間創造事業	売上高	70,549	77,773	△7,223	△10.2%
DEPOS事業	売上高	48,939	42,365	6,574	13.4%
不動産事業	売上高	3,097	—	—	—
連結消去	売上高	△361	—	—	—
グループ連結	売上高	122,225	—	—	—

2027年2月期

連結業績予想

売上高は概ね計画通り進捗する一方、利益面はコスト上昇と先行投資の影響を受ける

中間期は建設コスト上昇と成長に向けた費用の先行により営業損失を計上。下期における収益性の改善を通じ、通期計画の達成を目指す。

(単位：万円)	2027年2月期 第2四半期（連結）	2027年2月期 （予想）	通期計画に対する進捗 （全社）
売上高	122,225	259,291	47.1%
営業利益又は営業損失（△）	△1,987	7,953	—
経常利益又は経常損失（△）	△2,776	7,502	—
親会社株主に帰属する当期純利益	△1,724	3,978	—
1株当たり当期純利益	△7.24	16.33	—

※利益項目については、中間期実績が損失であるため、通期計画に対する進捗率を表示しておりません。

会社概要



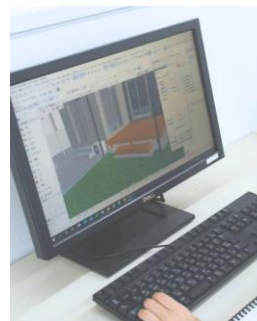
ハンワホームズ株式会社

Hanwa Home's Co., Ltd.

代表取締役社長	鶴 厚志
住所	大阪府泉南市幡代3丁目838-1
設立年月日	平成6年7月14日
資本金	84,275,400円
従業員数	46名(2026年2月20日現在)
業務内容	建設業（一般戸建、集合住宅、商業施設等の屋外空間の設計施工） 卸し・小売業（ガーデン雑貨・屋外家具・DIY工具）

“屋外空間”を対象に、 企画・設計・調達・施工を ワンストップで提供

単なる工事請負や小売にとどまらず、空間の価値を最大化する
総合ソリューションカンパニーとして事業を展開。



企画設計



施工



家具調達/演出



管理/運営
(PPP・PFI)

提供領域

土地造成/インフラ整備

整地・擁壁・排水などの造成工事
給排水・電気・ガスなどライフラインの配管
高低差や狭小地、変形地等の基盤づくり

一般戸建の外構工事

外構一式工事（門柱・駐車場・フェンスなど）
設備工事（照明・防犯カメラ・EV充電器など）
アウトドア空間の演出、利活用提案

商業施設の屋外演出/整備

動線・駐車場整備工事（舗装・誘導計画など）
演出設置工事（照明・植栽・サインなど）
滞在空間整備工事（屋外家具・ファサード演出など）

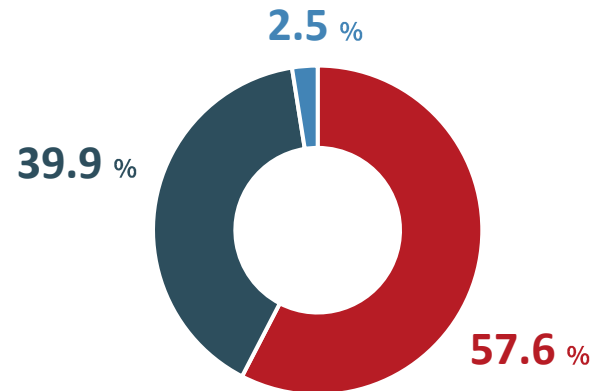
公共空間の屋外演出/整備

公園・広場整備工事（舗装・ベンチ・植栽など）
Park-PFIや官民連携、街の魅力向上に資する提案

相互補完しシナジーを創出する事業セグメント

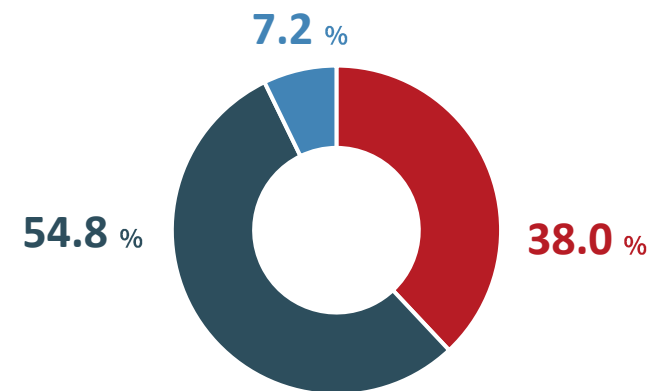
土地活用ニーズを上流で捉え提案する「不動産」、高付加価値な「空間創造」、安定した基盤を持つ「DEPOS」で事業を展開。

売上高構成



■ 空間創造事業	70,549	万円
■ DEPOS事業	48,939	万円
■ 不動産事業	3,097	万円

売上総利益構成



■ 空間創造事業	16,206	万円
■ DEPOS事業	23,345	万円
■ 不動産事業	3,082	万円

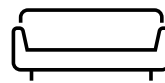
顧客に選ばれ続ける理由

「屋外空間」に特化した統合型モデルが独自の価値を生み出します。



適正工期×適正コスト

工事を一貫して担い、部材も自社調達。工程ロスと中間コストを抑え、高品質なサービスを競争力ある価格で提供します。



図面から家具まで

建設から家具コーディネートまで一体で設計し、統一された世界観を持つ空間を提案します。



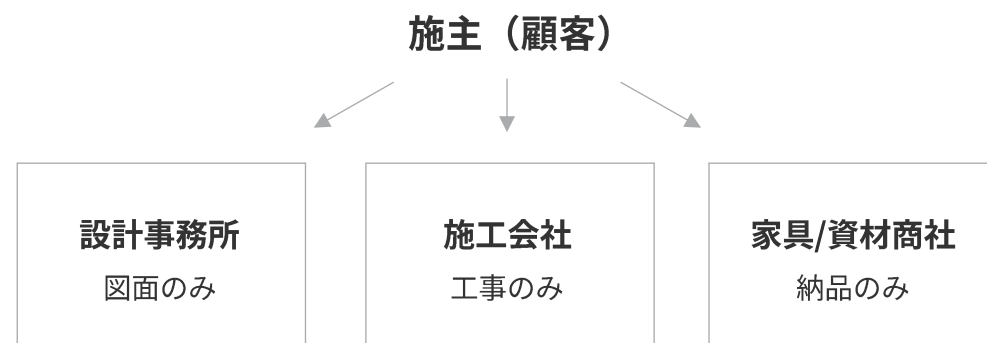
空間価値を最大化

動線・視線・昼夜の見え方まで設計。統一感のある仕上がりで満足度を高め、運用・維持管理の負担も抑えます。

ビジネスモデルの違いが生む構造的優位性

設計・施工・調達を統合することで、従来の建設プロセスにおける非効率を解消

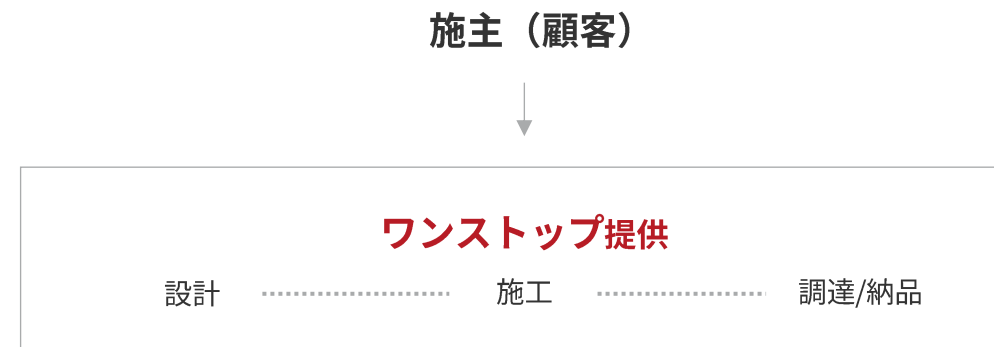
従来モデル（分断型）



構造的な課題

- 業者間の調整コスト
- 中間マージンの多重発生

当社モデル（統合型）



短工期

一貫した
品質管理

適正コスト

多岐にわたる空間創造実績

住宅から公共空間まで、あらゆる屋外空間の価値を最大化

一般戸建外構工事



中高価格帯の邸宅を中心に、建物と調和した植栽・照明計画を含むトータルデザインを提供。

集合住宅・商業施設の屋外工事



ホテルの付加価値を高めるテラス空間や、商業施設の集客力を向上させる屋外広場を設計・施工。

公共工事・Park-PFI※事業



安全性と維持管理コストを考慮した公共空間の整備。地域の回遊率向上や雇用の創出を行い、街のにぎわいを設計。

ライフサイクル全体で収益機会を最大化

「作るだけ」で終わらず、維持・更新の循環サイクルにより中長期の安定収益を確保

中長期的な安定需要

1

新設・整備

CREATION

- | 企画・設計・施工（住宅／商業／公共）
- | 家具・資材の調達／一括納品

収益性： 高付加価値 フロー型

2

維持管理・アフター

MAINTENANCE

- | 保守点検・修繕・メンテナンス
- | 追加提案（家具入替・追加等）

収益性： 安定 ストック型

3

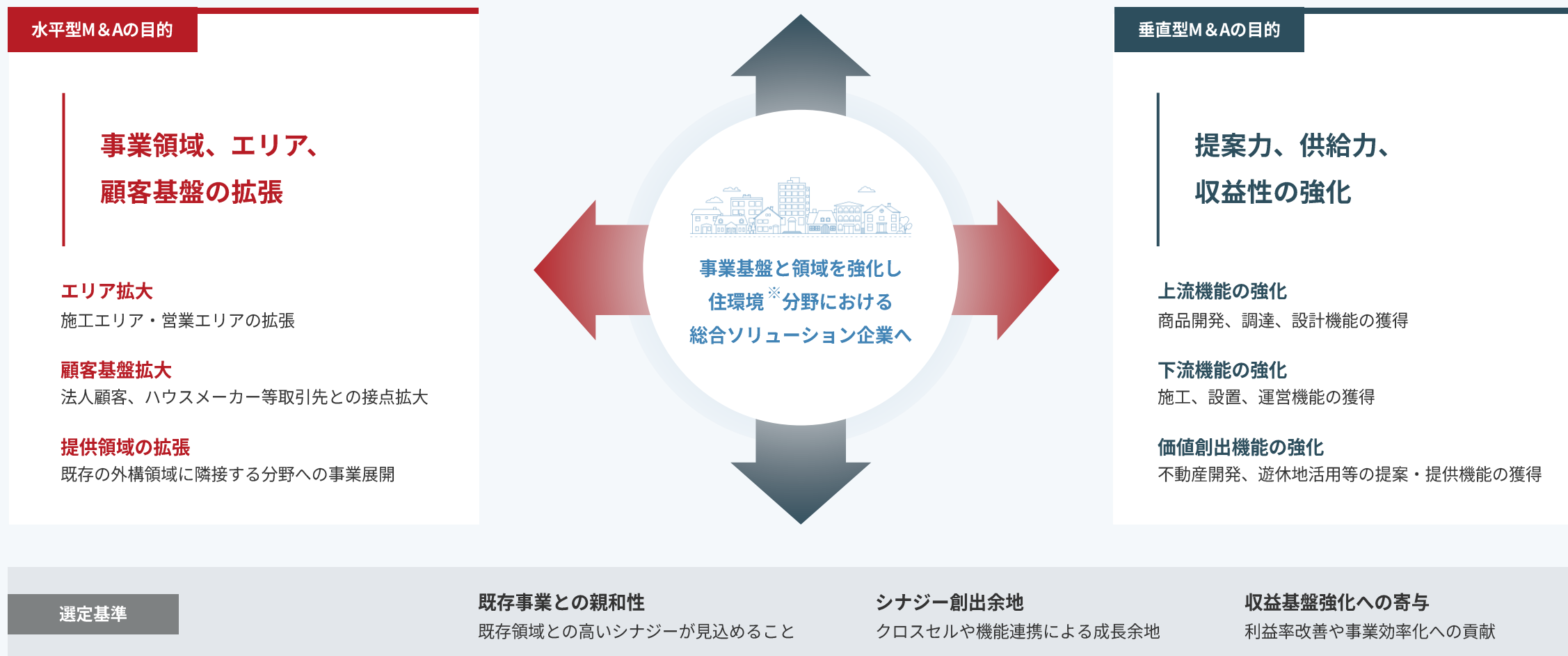
更新・再生

RENEWAL

- | リニューアル／体験価値向上
- | 老朽化更新・性能改善

収益性： 中～高利益 アップセル型

既存事業とのシナジーを重視し、水平、垂直の両面からM&Aを推進。



※住環境：住宅に限らず、人の居住・滞在・生活を取り巻く空間的・社会的環境全般を指す。

本資料に含まれる当社の将来の計画、見通し、戦略、その他の歴史的事実でない記述は、作成時点において入手可能な情報に基づく当社の判断による予測です。これらの記述は、既知および未知のリスク、不確実性、その他の要因を含んでおり、実際の業績や財務状況等は、これらの予測と大きく異なる可能性があります。

当社は、本資料に記載された将来見通しに関する情報の正確性や完全性を保証するものではありません。また、新たな情報や将来の事象等により、これらの見通しを修正して公表する義務を負うものではありません。投資に関する最終的な決定は、投資家の皆様ご自身の判断において行われますようお願いいたします。

 Hanwa Home's