株式会社サンセイランディック

Sansei Landic

気持ちのよい土地再生を。

株式会社サンセイランディック The SPECIALISTS of COMMUNICATION

平成24年12月期　第2四半期
個人投資家様向け説明会

2012年9月6日

目次

1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. 今後の戦略と現状
5. 業績動向

1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. 今後の戦略と現状
5. 業績動向

1. 会社概要

会社名	株式会社サンセイランディック
代表者	代表取締役社長　松﨑　隆司
設立	1976年（昭和51年2月）
資本金	257百万円
上場	2011年（平成23年）12月13日　大阪証券取引所JASDAQ市場 （証券コード3277）
本社	東京都千代田区神田司町二丁目1番地
支店	札幌（札幌市中央区）、横浜（横浜市西区）、名古屋（名古屋市中区） 大阪（大阪市西区）、福岡（福岡市中央区）
従業員数	単体97名（連結126名）・・・2012年6月30日時点
事業内容	1. 不動産販売事業　（サンセイランディック） 旧借地法に基づく底地等の権利調整を伴う不動産の仕入れ及び販売、所有権販売　等 2. 建築事業　（One'sLifeホーム） デザイナーズ注文住宅、デザイナーズリフォームの企画設計・施工及び管理 3. その他事業　（サンセイコミュニティ） 賃貸物件の管理、及び不動産売買・不動産賃貸の仲介

1. 経営哲学

Sansei Landic

社是

- 企業活動による社会貢献を通じて、自己の育成強化、そして創造に、邁進する

社訓

- 中庸：世の中の動きに対応し、バランスのとれた経営を維持する
- 質実：華美を排し、スリムな会社創りに徹する
- 不断：永久に存続する為、八分の力で邁進する

経営ビジョン

- **不動産権利調整のForerunner（先駆者）であり続ける**

全てのステークホルダーとWIN-WIN-WINの関係を目指す

- 一番に選ばれる会社、一番に頼られる会社
- 不動産権利調整を通じた世の中になくてはならない会社
- 底地に関する新たなサービスを他に先駆けて開発していく会社
- 既成概念を打ち破って業界の常識を変えていく会社

1. 沿革

創　業	昭和51年2月	創業者小澤克己が不動産の賃貸・売買仲介を目的として株式会社サンセイサービスを設立
	昭和62年3月	商号を株式会社サンセイに変更
第一ステージ ＜創生期＞ **権利調整事業開始**	平成3年6月	**底地の取扱いを開始**
	平成9年2月	商号を株式会社サンセイランディックに変更
	平成9年	居抜きの取扱いを開始
第二ステージ ＜発展期＞ **事業エリアの拡大 周辺事業開始**	平成14年4月	大阪支店・札幌支店を開設
	平成16年8月	福岡支店を開設
	平成17年3月	株式会社One'sLifeホームを設立　建築事業を開始
	平成19年12月	名古屋営業所（現名古屋支店）を設置
第三ステージ ＜成長期＞ **底地の仕入拡大と チャネルの多様化**	平成20年1月	底地の管理業務「オーナーズパートナー」を開始
	平成22年3月	横浜支店開設
	平成23年12月	**大阪証券取引所JASDAQ市場上場**

目次

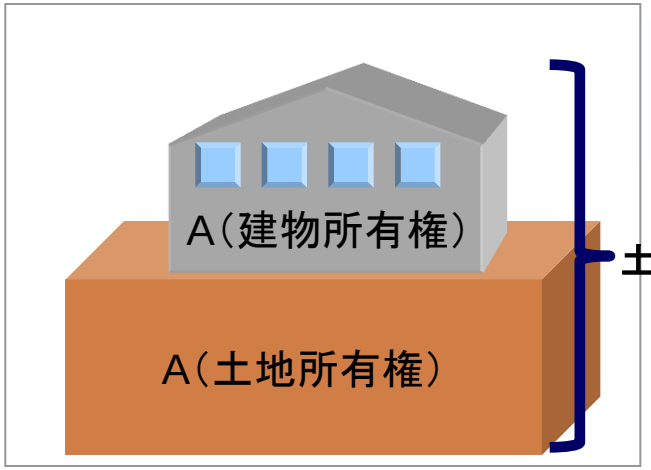
1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. 今後の戦略と現状
5. 業績動向

2. 事業背景　～底地とは～

借地権	『他人の土地を使う権利』 他人の土地を（半永久的に）**自分の建物**の敷地として使える権利
底　地	『借地権などの諸権利がついている土地』 土地所有者が土地を貸し、借地権者がその土地に建物を建てる

土地の使う権利と持つ権利が分かれている状態

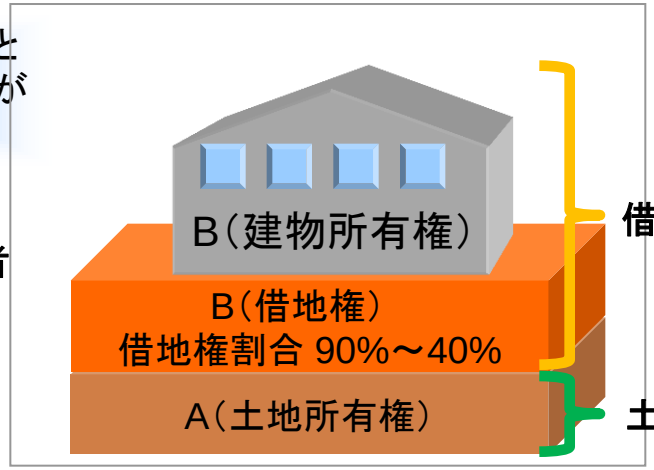
所有権（土地建物に対して100%権利）



A「使う権利」と
A「持つ権利」が
同一

土地建物所有者

底地（土地に対して10~60%の権利）



B「使う権利」と
A「持つ権利」が
別々

借地権者

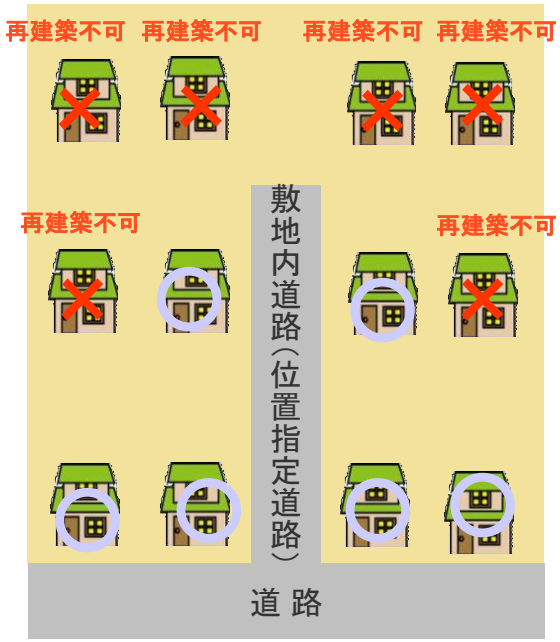
土地所有者

2. 事業内容　～底地の事例～

【概要】 所在：神奈川県A市　地積：300坪　借地権者数：12名

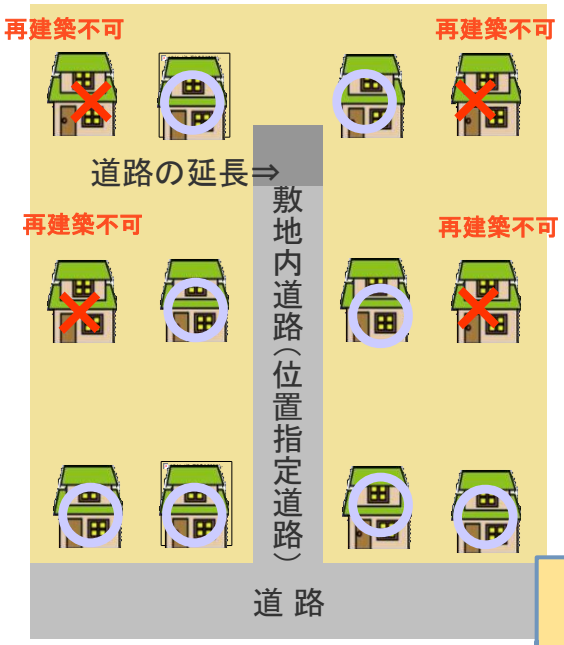
当社買取り時

借地12件のうち、道路に接していない6件が「再建築不可」（＝物件価値が低い）の状態
土地所有者から当社がそのまま「底地」を購入



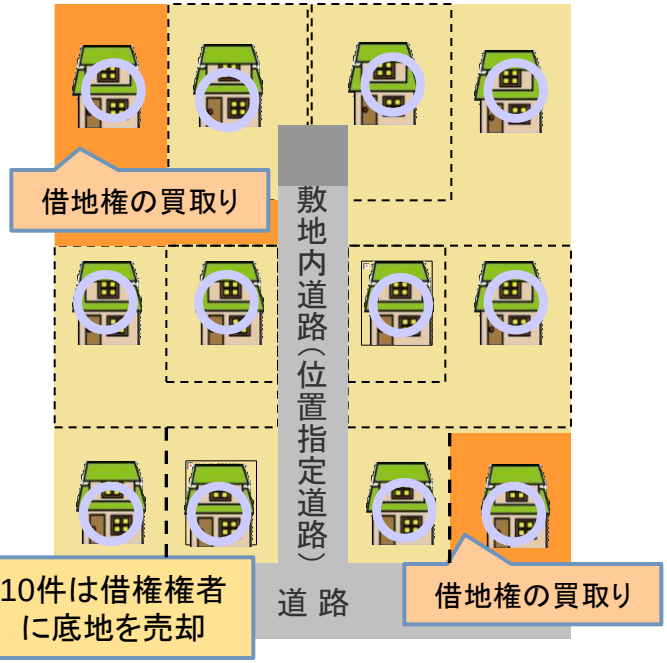
権利調整①

精密に測量を行ったうえで、役所と協議し、敷地内の道路を延長
6件中、2件は再建築可能になる



権利調整②

分筆により全ての区画が道路に接することができ、12件すべて再建築可能になる
（＝物件価値が大きくアップ）



（土地所有者）借地権者の数が多く、調整が困難な底地の流動化（売却）に成功

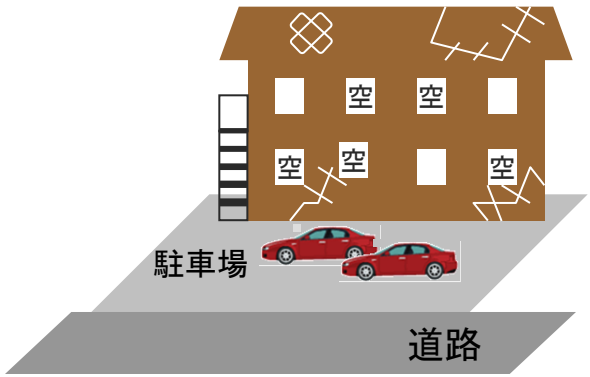
（借地権者）全ての借地権者が再建築可能な所有権を獲得し、資産価値が向上

当社の収益機会が「土地所有者」と「借地権者」のそれぞれに付加価値を与え、3者間でWin-Win-Winの関係を構築できるビジネスモデル

2. 事業内容　～居抜き物件の事例～

【概要】 所在：名古屋市B区　地積：130坪　築30年木造アパート
借家権者数：3名（8部屋中3部屋居住中）

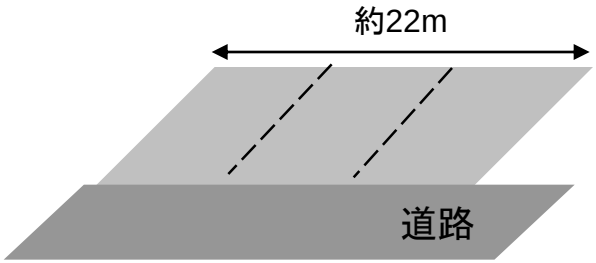
当社買取り時



- 築30年の木造建物で、かなり老朽化が進んでいる状態
- メンテナンス不足で、空室が埋まらず、十分な賃料収入が得られない

- 土地・建物をそのままの状態で当社が購入
- **借家権者の明け渡し交渉を行う**
  移転先の手配
  移転費用の負担
  など移転をするための条件を整備
- 賃貸借契約の合意解約

権利調整後



- 明渡し完了後、解体・更地化

建売業者へ売却

（土地建物所有者）収益性の低迷した物件のキャッシュ化を実現

（借家権者）現在の居住環境より条件の良い物件への移転を実現

当社の交渉力により土地建物所有者と借家権者それぞれがメリットを享受
3者間でWin-Win-Winの関係を構築できるビジネスモデル

2. 事業内容　～建築事業・その他事業～

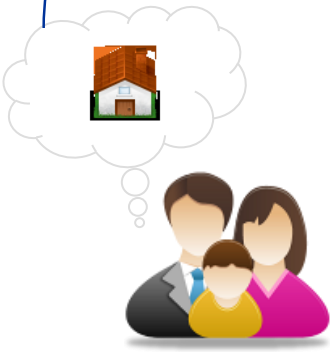
Sansei Landic

■ 建築事業（One’sLifeホーム）

デザイナーズ注文住宅、デザイナーズリフォームの企画設計・施工及び管理

One's Life Home

展示場への集客による顧客の獲得、建築家のアレンジメント
建築施工、引き渡しからアフターフォローまで一貫しておこなう



施工主から
要望をヒアリング

複数の建築家による
コンペ

One’sLifeホーム
による施工

完成～アフターフォロー

■ その他事業（サンセイコミュニティ）

賃貸物件の管理、及び不動産売買・不動産賃貸の仲介

SANSEI COMMUNITY
http://www.sansei-c.co.jp
株式会社 サンセイコミュニティ

目次

1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. 今後の戦略と現状
5. 業績動向

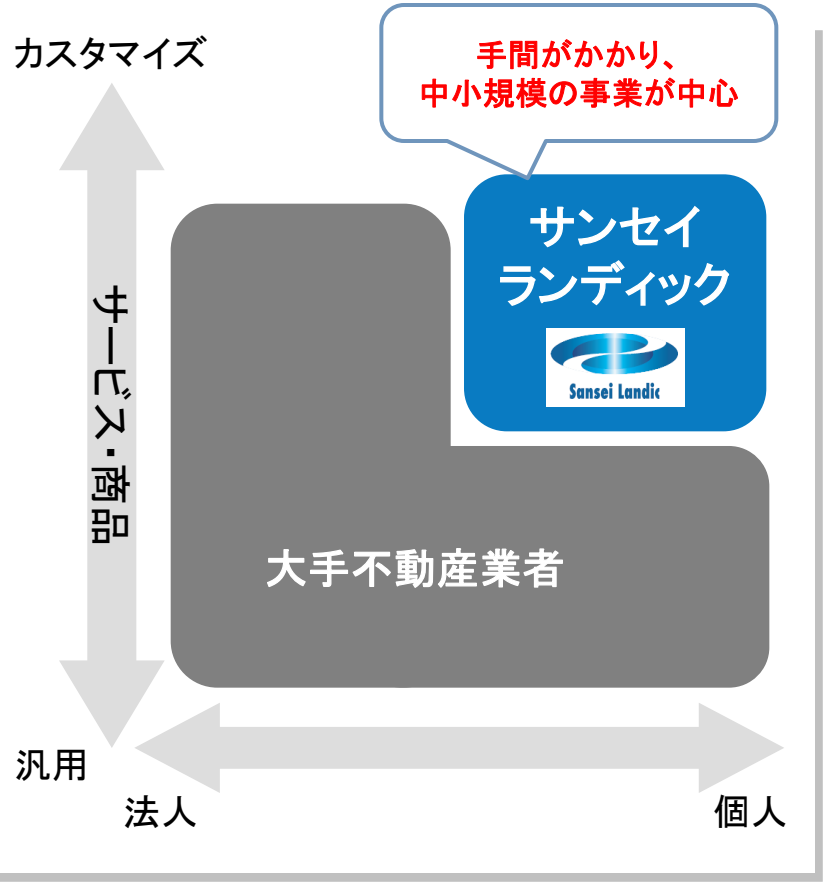
3. 当社の3つの強み

① 業界内の優位性	✔底地の取り扱いを主要事業とする数少ない不動産会社 ✔業界内の幅広いネットワークによる情報収集力
② 資金調達力	✔底地仕入れを目的とした借入を行うことができる
③ 人材とノウハウによる権利調整能力	✔コミュニケーション能力の高い人材 ✔権利調整ノウハウの蓄積がなされている

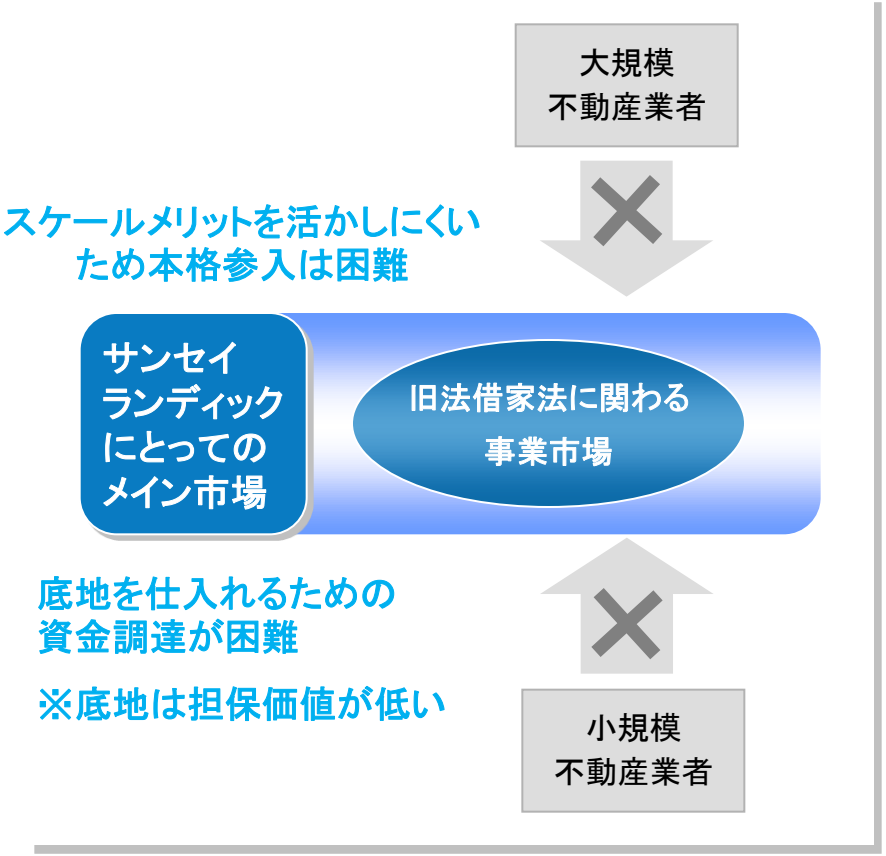
3. 当社の強み　～業界内での優位性～

**大手とも小規模業者とも棲み分けされた独自マーケットを開発し、
不動産業界内での底地情報は当社に集約**

業態による棲み分け



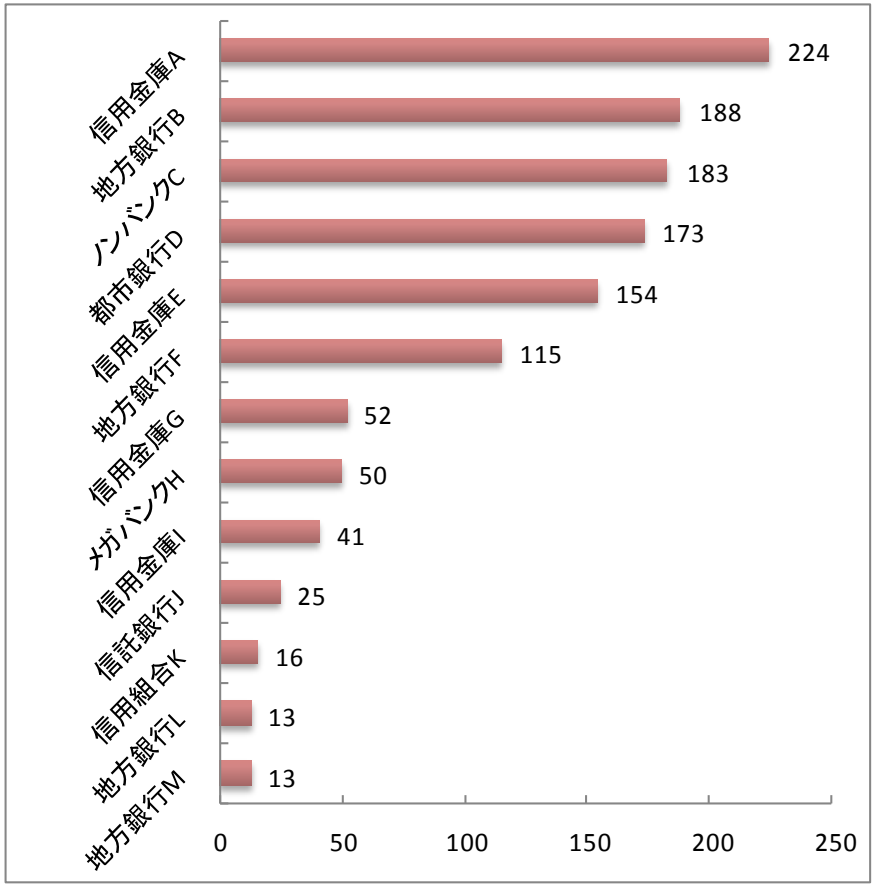
ニッチ市場の出現



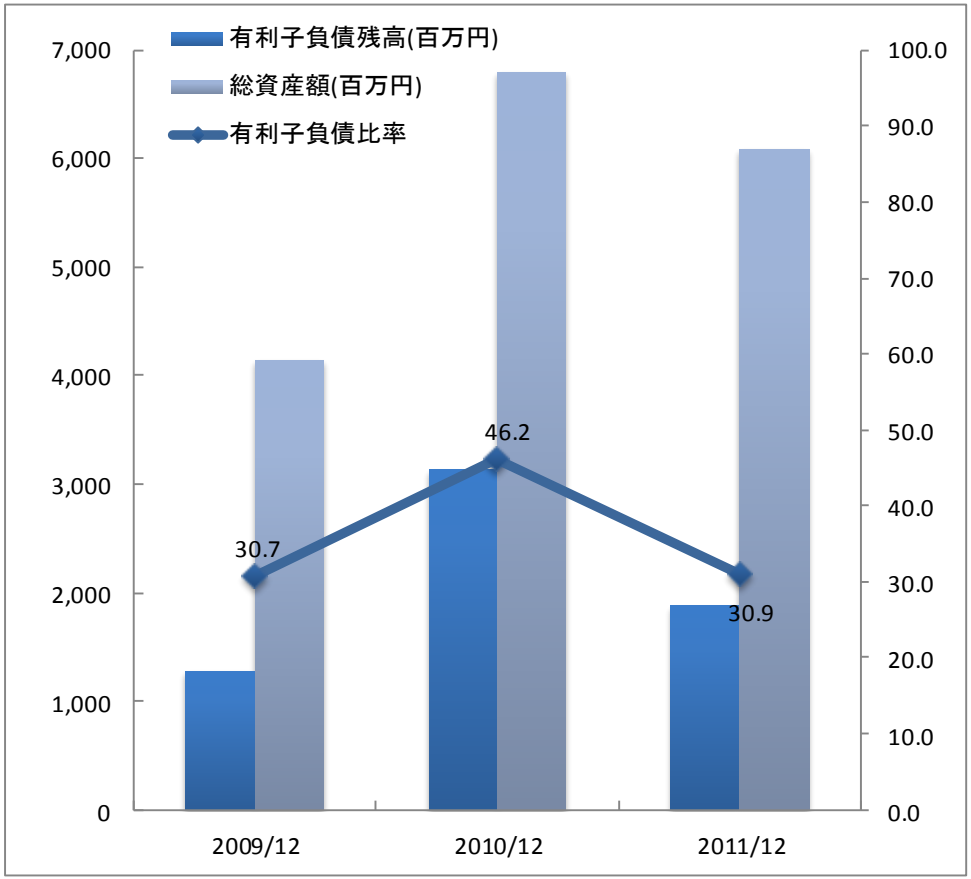
3. 当社の強み　～資金調達能力～

メガバンク、地方銀行、信用金庫等幅広い金融機関との取引実績
2011/12期は有利子負債比率が大幅に減少、借入余力が拡大

2011/12期　借入金の状況(単体)



有利子負債の推移(連結)



3. 当社の強み　～人材とノウハウ～

一般的な不動産販売のイメージ

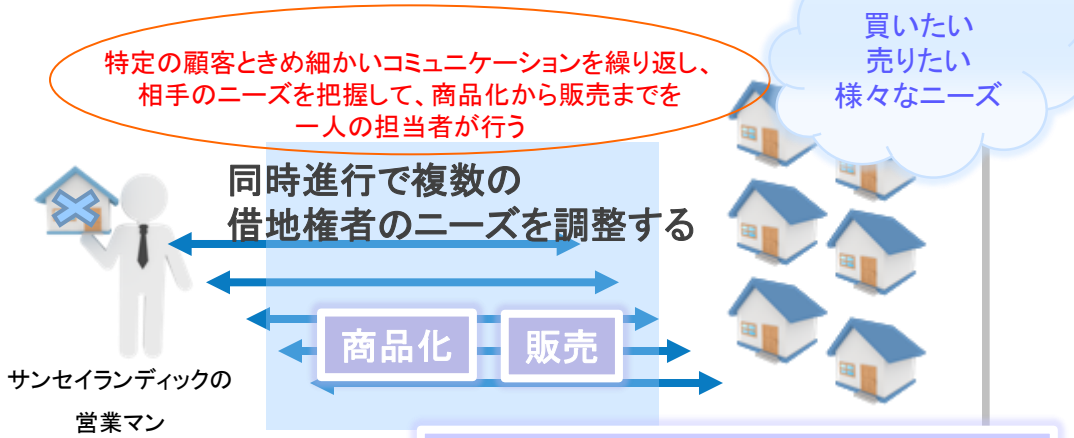
販売までに必要な要素

・マーケティング力（魅力的な商品企画）
・広告力（顧客を探す力）
・営業力（“Push”の能力）

・多くの場合、商品の企画力や営業マン個人の販売能力によるところが大きい

・営業マンの販売能力は、属人的であり、伝達が困難

サンセイランディックの権利調整



数多くの借地権者に対応
様々な「借地権者の悩み」や「ソリューション方法」も、数を集めれば「パターン化」が可能。

販売まで必要な要素

・コミュニケーション能力、提案力
・社内におけるソリューション手段の蓄積

・個人の資質であるコミュニケーション能力

・社内で蓄積された「ソリューション手段」伝達の仕組み

**属人的でない「スキルとノウハウの蓄積」により、
普遍的な借地権者と土地所有者へのソリューション提供力を有する**

1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. **今後の戦略と現状**
5. 業績動向

4. 今後の戦略（目指す基本方針）

Sansei Landic

成長機会　社会的背景

相続税改正の機運により、当社ソリューションへのニーズは高まる

成長戦略　潜在市場の開拓

仕入チャネルの拡大や市場における事業領域の拡大により、
底地をはじめとする権利調整ビジネスのシェア拡大を目指す

4. 市場が成長する社会的背景

物納要件の厳格化

平成18年税制改正によるもの

- **物納申請時**
  「**測量図**」、「**境界確認書**」の提出義務
  物納劣後財産と物納不適格財産の明確化
  ↓
  借地権、境界、地代支払、越境問題などでトラブルを抱えた物件は物納が困難

- **期限の厳格化**
  測量等による申請延長期間を「1年」に限定

「底地」などの“物納”がかなり困難に

相続税の基礎控除引き下げ

平成23年度税制改正大綱によるもの

- **相続時における基礎控除**

  現行
  5,000万円+1,000万円×法定相続人数
  改定後
  3,000万円+600万円×法定相続人数

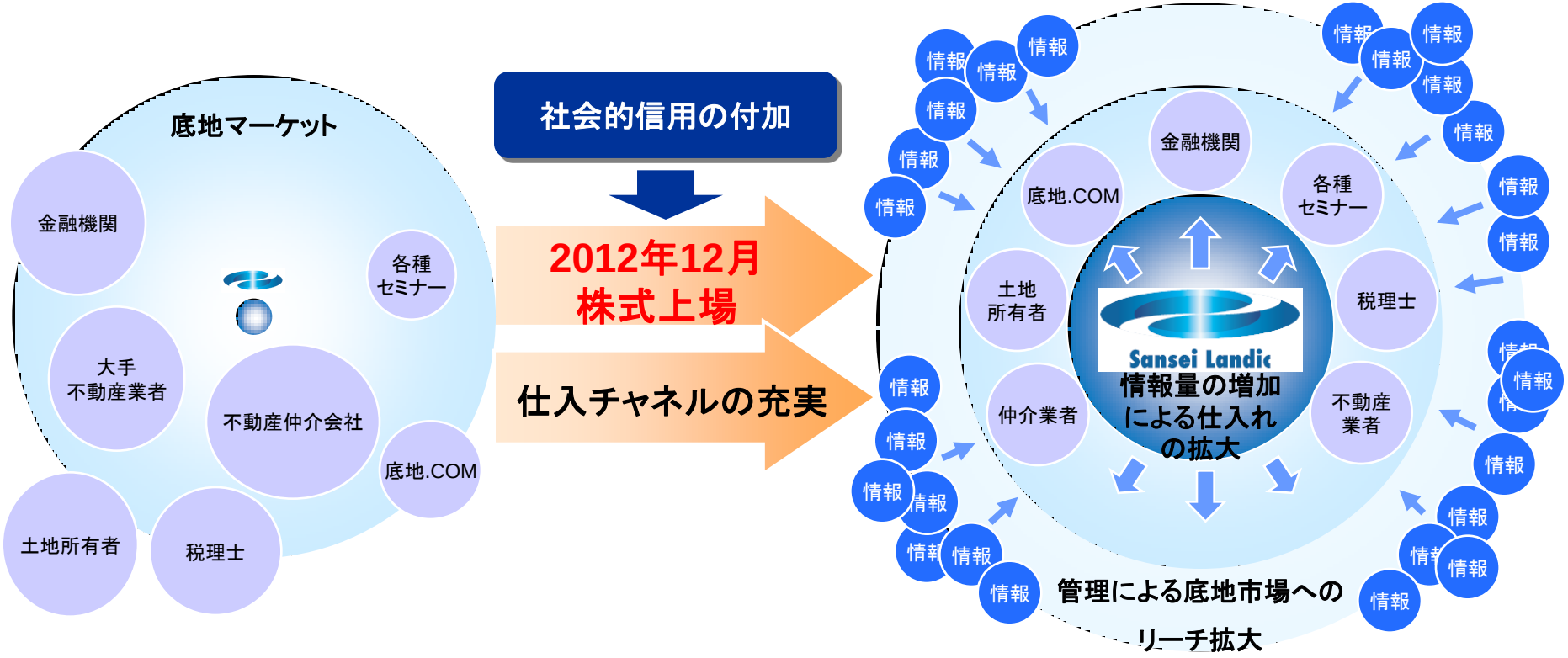
  背景
  バブル期以降の地価急落に対応して基礎控除額を引き下げ、『富の再分配』という相続税本来の機能を回復するため

相続税の増税傾向が強まる

相続税の対象となる不動産は、事前に整理することが必要となる

当社事業の知名度向上で、ビジネス拡大を狙うタイミングにある

4. 情報ネットワークの拡大（目指す基本方針）



≪広大だが未開拓な「底地」マーケット≫

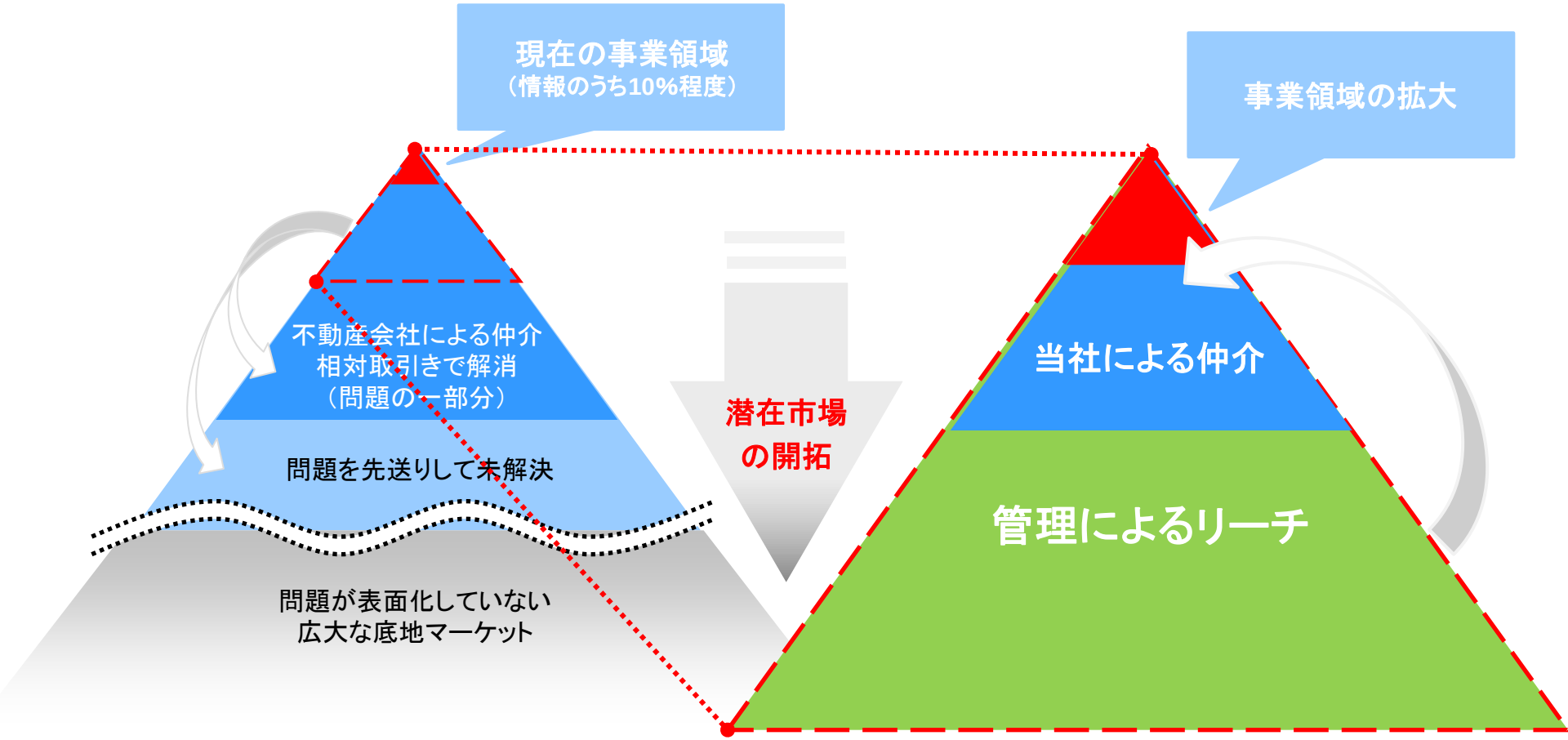
◇底地情報は、不動産仲介会社、金融機関、税理士などに拡散
◇専業は当社のみで、 ごく一部に留まる情報の流通

≪底地マーケットへのリーチ拡大≫

◇会社の信頼度向上にともない、さらに情報が集中

4. 底地マーケットの開拓（目指す基本方針）

底地マーケットのイメージ



管理や仲介などの手法により、現在の事業領域を拡大することで

底地マーケットを開拓し、ビジネスチャンスを広げる

4. 3年間で達成する課題（2012年～2014年）

既存事業の柱を太くすることで、安定した収益体制の構築、企業価値の継続的向上を目指す

人材育成と組織営業の強化

•個のレベルアップ
•組織のレベルアップ
•組織型営業の強化

仕入/販売の分業化による組織の効率化を図り、案件増加に対応

仕入れ強化

•事業スキームの多様化
•呼込み型営業スキームの確立
•上場を活かした情報チャネルの拡大

案件数/仕入件数を1.5倍に増やす

不動産コンサルティング（フィービジネス）の強化

•底地ストックのため、「底地管理」（オーナーズパートナー）の強化
•フィービジネスの拡大

事業領域の拡大

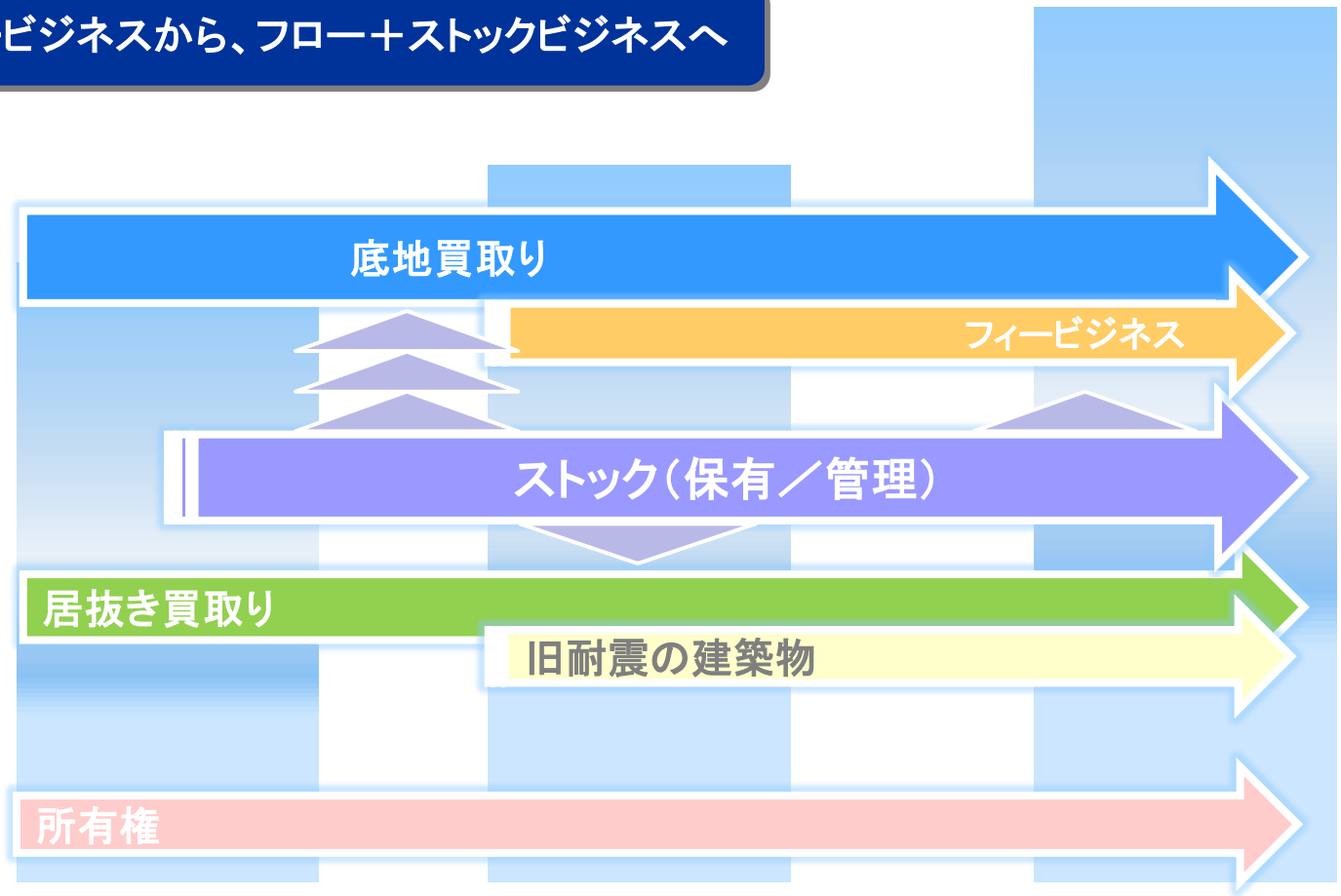
資金調達の多様化・財務体質の強化

•金融機関との取引拡大
•キャッシュフローの安定化

権利調整事業の安定的な拡大
株主還元

4. 将来の各事業成長イメージ

フロービジネスから、フロー＋ストックビジネスへ



- 現在 「仕入れて短期間で販売するというフローのビジネスモデル」
- 将来 「ストックを組み合わせることで安定的な収益を生みつつ、中長期で物件の取り扱いが可能に」

目次

1. 当社の概要
2. 事業背景と事業内容
3. 当社の強み
4. 今後の戦略と現状
5. 業績動向

5. 損益計算書(2011/06,2012/06)

（単位：百万円、%）

	連　結			単　体		
	2011/06	2012/06	増減比	2011/06	2012/06	増減比
売上高	3,149	2,878	△8.6	2,875	2,427	△15.6
売上総利益	1,194	727	△39.1	1,119	616	△44.9
販売費・一般管理費	813	885	8.8	631	681	7.9
営業利益	380	△158	―	487	△64	―
営業外収益	132	3	△97.7	129	1	△98.9
営業外費用	64	31	△50.7	62	31	△49.2
経常利益	448	△186	―	555	△94	―
特別利益	54	1	△97.9	54	―	―
特別損失	4	1	△73.9	2	1	△55.7
法人税等	215	△63	―	260	△37	―
当期純利益	283	△123	―	347	△58	―

●不動産販売事業の販売金額減少及び居抜き物件の利益率の低下により売上高・売上総利益が減少

●人員増加に伴う人件費の増加により販売費・一般管理費が増加

●2011/06期の違約金収入（128百万円）の影響がなくなったことにより、営業外収益が減少

●2011/06期の固定資産売却益（54百万円）の影響がなくなったことにより、特別利益が減少

5. 2012/12期 通期業績予想

2012/12期 通期の業績予想

● 2012年12月期 （2012年1月1日～2012年12月31日）連結業績予想 （単位：百万円）

	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
前回予想（A）	10,852	800	704	394	円 銭 57.10
今回修正（B）	9,439	420	317	189	27.39
増減額（B－A）	△ 1,413	△ 380	△ 387	△ 205	－
増 減 率	△ 13.0%	△ 47.5%	△ 55.0%	△ 52.0%	－
（ご参考）前期実績 （平成23年12月期）	8,042	749	746	444	73.50
第2四半期実績 （平成24年12月期）	2,878	△158	△186	△123	△17.83

● 通期業績予想の見通し

■ 前提
・下期については前回予想から売上高の大幅な増減はなし
・底地シェア低下により販売予定物件の粗利益率低下を見込む

■ 課題
・業績のさらなる下期偏重

■ 対策
・仕入/販売分業による効率化の効果の顕在化
・営業担当者の配置の見直し、エリアの集約化によるさらなる営業活動の効率化

参考資料　事業背景　～借地法･借家法の変遷～

Sansei Landic

■ 借地権者優位に変化してきた借地法は現代の実態と乖離

明治8年頃～37年頃	明治42年頃～昭和12年頃	昭和16年頃～41年	平成4年･･･
土地所有者が圧倒的優位な時代	借地権者優位の流れ	借地権者優位がピーク	現在は･･･
明治8年頃 **地租改正** ● 高い税金（地租）によって、土地を持つことが困難に ● 借地を好む人が増加 明治37年頃 日露戦争 ● 都心部への人口流入増加 ● 借地権が保護されておらず、土地所有者の一方的な都合による地上げが横行	明治42年 **建物保護法制定** ● 建物の登記によって新しい地主に対抗できるようになった 大正10年 **借地法･借家法制定（旧法）** ● 賃借人保護へ一歩近づく 大正12年頃 関東大震災 **借地借家臨時処理法制定** 昭和12年頃 住宅飢饉 **地代家賃統制令**	昭和16年 **借地法･借家法改正** ● 正当事由の導入 ● 明渡しが困難に 昭和35年頃 **借地権割合の顕在化** ● 地価高騰 ● 相続税未納者多発 ● 借地権割合が注目 昭和41年 **借地非訟事件手続の導入** ● 土地所有者が承諾しない場合の法的解決策導入	平成4年 **借地法借家法制定（新法）** ● 土地所有者に不利とならない定期借地権の創設 **◆旧法から新法への切り替 えは原則無効** 平成23年 東日本大震災

参考資料　事業背景　～借地ゆえの問題点～

Sansei Landic

借地権者からの不満

- 建替え・増改築が自由にできない
- 借地権だけでは売却が困難
- 借地権の担保価値は低く、ローンが困難

土地所有者からの不満

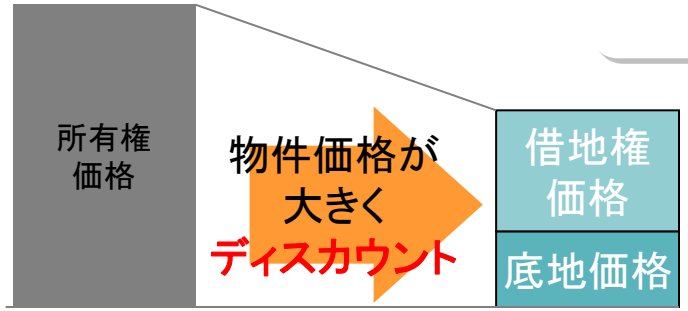
- 地代が安く収益性低い
- 借地権者の管理が煩わしい
- 資産価値に比べて、相続税の評価が高く、物納をすることも難しい

価格形成の非効率

所有権の場合
所有者と利用者が同一

一つの権利

物件としての
本来の価値



底地・借地権の場合
所有者と利用者が別々

複雑な権利

物件としての
価値が低い

参考資料　事業背景　～困難な当事者同士の解決～

Sansei Landic

借地権者のニーズ

- 底地を買い取って「所有権」にしたい
- できれば土地、建物を所有して、煩わしい関係を終わらせたい

住んでいる土地（底地）が欲しいという潜在的なニーズ

（購入するメリットの強い商品）

お互いに権利関係を解決したいニーズがあるが・・・

阻害要因

土地所有者のニーズ

- 相続税納付のため売却したい
- 流動性及び収益性の高い資産に買い換えたい

割高な相続税評価故に、相続発生の際には売却ニーズが生じる

（売りたい理由が相続に関係する）

・長い月日の中での人間関係のわだかまり
・個人間解決の困難な不動産資産独自の問題点（境界確定等）

当事者同士では解決に至るプロセスが見えない

当社が仕入販売の当事者として参入して、「不動産の権利をひとつにする」ビジネスを展開

参考資料　今期の取組み　～組織体制の変更と趣旨～

本社営業部を仕入れと販売に分業し、案件量の増加に対応

従来の営業体制

査定 → 交渉 → 仕入 → 権利調整 → 販売

原則、一人の営業社員が仕入から販売まで一貫して担当していた。

【メリット】全ての事情を把握しており、地主・借地人密接な人間関係を構築
【デメリット】仕入と販売のバランスをとる必要がある（期末は販売活動に偏るなど波がある）

新体制（仕入と販売の分離）　⇒　人員増ではなく、効率性を向上させることで、生産性の上昇

査定 → 交渉 → 仕入 → 引継ぎ → 権利調整 → 販売

仕入担当者

上半期の
仕入不足の原因

販売担当者

業務を分離することで、偏りのないバランスのとれた営業体制を構築できる（仕入と販売の平準化）

・密接な人間関係が仕入担当者の販売業務の引継ぎに影響を与えた

参考資料　今期の取組み　～組織型の営業の取組み～

従来の物件情報へのアプローチ

- □□不動産会社A氏
- ○○銀行△△支店B氏
- ◇◇税理士

個人的な人間関係に基づく属人営業が中心

・退職すると関係が消滅

・個人の成績重視

・バッティングや接点のない相手先もあり、営業活動が非効率的

新体制（『属人的営業から組織的営業へ』）

- □□不動産会社（全支店）
- ○○銀行（全支店）
- 税理士業界全体
- 新たな営業先
証券会社／保険会社／業界団体

企業対企業の関係構築

・継続的情報チャネル構築へ

・拠点＆面での営業展開（空白のない営業活動を実現し、効率的な営業活動が実現）

・新たな情報チャネル

■ 相手先キーパースンへのアプローチ　⇒　相手先全体へのアプローチ

⇒ 関係構築まで時間を要するが、構築できれば大きな事業資産となる

お問い合わせ先

株式会社サンセイランディック

ご清聴ありがとうございました。

- この資料に記載されている、当社グループに関する見通し、計画、方針、戦略、予定及び判断などのうち、すでに確定した事実でない記載は、将来の業績に関する見通しです。

  将来の業績の見通しは、現時点で入手可能な情報と合理的であると判断する一定の前提に基づき当社グループが予測したものです。実際の業績は、様々なリスク要因や不確実な要素により、業績見通しと大きく異なる可能性があり、これら業績見通しに　過度に依存しないようにお願いいたします。

- 本資料に記載されたデータは、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。

≪問合せ先≫
株式会社サンセイランディック　経営企画課
TEL：03-3295-2200
E-mail：ir@sansei-l.co.jp