

アールシーゴア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

第37期 中間期(2021年4月~2021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







COUNTRY LOG





係様「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 LDGWAY

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、好きか嫌いか、 そして楽しいかどうか、感じてもらう場所です。



"BESSの暮らしの伝道師" LOGWAYコーチャーがいます

※2018年より、拠点呼称を展示場から LOGWAYに変更しました。

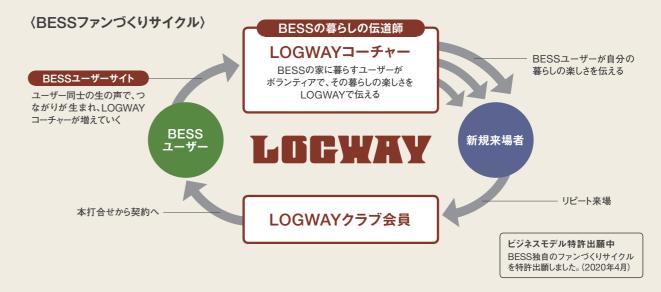
LOGWAYコーチャーとは、BESSの家で暮らす先輩ユーザーで、 "自分も楽しみながら、人の役にも立ちたい" と有志で手を挙げてくださった方々。 全国で1.800組以上のユーザーがコーチャー登録し、 各地のLOGWAYで、デッキ・庭での楽しみ、 薪ストーブからメンテナンスまで、 自然派な暮らしの楽しさをボランティアで伝え "感性で選ぶ"ことの手助け、後押しをしてくれます。



■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。



01 アールシーゴア 通信 02

■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~)

百万円



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。)





LOGWAY戦略の真骨頂。 意志と自己克服こそが、幸せの原点。 道中楽しいのがいい。

代表取締役社長 二木 浩三

事業の「質」の向上を力強く実感。 成約率・受注数ともに大きな手応え

中期経営計画『曲がり真直ぐ、BESSの道』の2 年目を迎えた2022年3月期は、ここまでコロナ対策 の行動制限がほぼ切れ目なく継続し、集客面で厳し い環境が続きました。しかしながら、BESSに暮らすた めのファンクラブ「LOGWAYクラブ」新規会員登録 数は前年同期比122%、勢いのあったコロナ禍前の 一昨年と比べても108%と増加しました。LOGWAY コーチャー数も引き続き増加しており、重点施策 「LOGWAY戦略のベストサイクル追求」による事業 の「質」の向上は、しっかりと推し進められているとの 実感を強く感じています。

また、本質に立ち返り、表面的なものを削ぎ落として、よりシンプルにした新たな営業フローを導入したことで、営業効率が向上しました。新規来場数に対する成約率は一昨年に比べ1.48倍、受注数もコロナ禍前の一昨年を上回るまでに回復してきています。油断は厳禁であるものの、受注面の最悪期は脱し、営業効率が向上した分、将来により大きな可能性を感じられる状況になってきたと捉えています。

利益面については、特に主力のログハウスでは一般的な木造住宅と比べ、構造材の使用量が約3倍と高いことから、世界的なウッドショックによる急激なコスト高騰の影響は甚大で、上期は赤字で終えることとなりました。しかしながら、2019年3月期のカナダ材の調達難を機にログ材の国産材での生産体制

シフトを進めていたことで、納期の目途が立たないといった顧客にご迷惑をおかけする事態は避けられています。すでに調達ルートの拡大をはじめとする対策に取りかかっており、営業・生産両面からさらなる効率改善を継続することで、コスト増への対応力を高めていきます。

また、元販社から承継した拠点の経営強化・収益 改革を本格化してきた連結子会社のBESSパート ナーズは、前年度下期に続き当上期も営業黒字を 果たしました。収益体質の改善が完了し、先行投資 の回収段階に入ってきています。

どんな時代でも 目指すのは新たな価値提供

資本主義偏重から本質価値へ、人々の価値観に変化が生じたコロナ禍の先を見据え、新たな価値提供として、一様ぐらしの環境づくり「FuMoTo事業」と"走るログ小屋"「可動式IMAGO」をスタートしました。新事業の背景には、「意志」を欠く自分不在の生き方への危惧があります。当社はこれまでも「技術の時代」から「情報の時代」に入り、次は「意識の時代」になると発信してきました。それはデジタル文明の中で人間が人間らしく、幸せに生きるには、「意識」がとてつもなく大事になるからです。

デジタル文明の発展により、記憶力や計算力など、 論理を追いかける分野では、すでに人間の頭脳は機 械に敵わなくなりました。そして、人間の技を超えたそ の強烈な影響力は、マネー経済を異常なほどに加速

プールシーゴア通信 04

させましたが、幸せの広がりと連動しているようには見 えません。

確かにデータを放り込めば、論理上の「判断」はすべて機械が示してくれます。しかし、過去のデータに基づき示された良し悪しの判断に従うのは、受け身の世界であり、その人なりの個性、面白さ、ハートが発露することはなく、況んや、外から与えられた答えが、本質的に自分を幸せにすることはあり得ません。受け身のまま、自分を抑えて生きているうちに、難しい判断はすべて機械まかせになる可能性が高まっていく、それは自己不在の生き方につながるのではないでしょうか。

一方で「決断」は人間の仕事です。そして、決断には絶対的に「意志」が必要です。論理から導かれる「判断」も本来は、あくまでも「どうしたいか」の「意志」に付随するものであり、その人らしい生き方は意志を伴った「決断」の積み重ねに他なりません。つまり、自分の「意志」が見えない人が幸せになるのは難しいのです。今期、自らの「意志」を見えるようにする新たな仕掛けとして登場したのが、「FuMoTo事業」と「可動式IMAGO」による新たな価値創出の提案です。

面白くなければ、BESSでない

「FuMoTo事業」が目指すのは、自然を身近に感じながら、地に足をつけたおおらかな暮らし「梺ぐらし」に共感するコミュニティづくり、暮らし環境づくりです。分譲にあたり、心地よく暮らすための「意志」を下支えする、価値観を表すものとして、いわば下限の倫理観とも言える「梺六範」とその趣旨を示す一文を作りました。

大まかにいうと、まずコミュニケーションの入り口『明るい挨拶』、『されて嫌なことはなるべくしない』というお互いを尊重する想いから、資本主義の中では大きな欲を刺激する「独り占め」よりも次元の高い「人に喜んで欲しい」という気持ちがないと実現しない『共存の誇り』、そして、ニーチェが「信念は嘘より危険な真理の敵」と言うように、人の価値観はそれぞれであり、『正しいことは控えめに』。5つ目は、弱いことを正当化し、持つ者の富を持たざる者が受益するべき

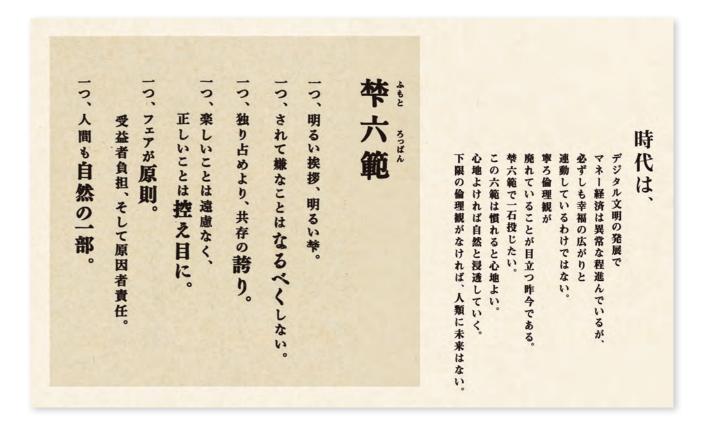
という発想ではなく、自らの弱さをも受け入れる強さを 持つ『フェアが原則』。そして、最後は『人間も自然の 一部』。これは、太古の昔から恵まれた自然の恩恵を 受けて生きながらえてきた日本人には、自ずと腹落ち しているはずの感覚で、ここから生まれる「程々」の 価値観を世界に送り出したいという想いもあります。

確かに人類が成長していく上で競争は不可欠です。 会社同士で競争しながら発展していく、それはそれ でいい側面もあります。けれど競争には、勝つ人と負 ける人がいて、勝つためにルールを破ってでも近道を 探す人も出てきます。それは危ないという価値観が日 本人には備わっていました。四季のある、実り豊かな 自然の中に身を置き、自然の脅威にも直面し、高い 精神性が養われていたからこそ、諦観を得て、境涯を 受け入れる文化が日本には育っていたわけです。

「FuMoTo事業」は、そうした民族性をも意識した、いわゆるグローバルスタンダードとは異なる価値観から、また違った心地のよい世界も作れるのではないかという発想であり、それは決して、別の価値観を押しつけることではなく、それぞれの心地よさを求めていこうという提案です。

ここでの暮らしの面白さ・楽しさ・心地よさが繋がっていけば、それは当たり前のように自然と広がっていくはずで、そうした広がり方もまた日本的であると感じます。そうした想い、価値観に賛同する意志を持った人たちを各地で増やしながら、「日本の未来」づくりと世界への発信を同時に広げていきたい、そんな風に考えています。

もう1つ、"走るログ小屋"「可動式IMAGO」は、本物のログ小屋を、融通無碍、自由気ままに暮らしを楽しむ道具として、「面白い暮らしを走らせる」ことで、遊びごころを引き出し、閉塞感に風穴を開け、世の中を元気づけようという提案です。すでに関心を示す声をいただき始めているのは、嬉しい限りです。「面白い」とはポジティブな感動であり、これからの時代、特に大事な価値概念です。これが広がることで世の中に元気を与えることになるのでないかと期待しています。



株主の皆様へのメッセージ

営業効率の向上により、受注はV字回復に向けた 軌道に乗りつつあるものの、下期の売上の多くはウッド ショック後の仕入原価を反映した売価改訂前の受注 物件であることから、コスト増の影響を大きく受け、通 期の業績及び配当予想を見直さざるを得ない状況 です。しかしながら、新たな収益事業であるFuMoTo 事業や可動式IMAGOの取り組みにも動きがあり、 通期では黒字着地を見込んでいます。この上期で、 集客の本格回復の前に、受注数を回復できたことは、 今後の大きな力になると認識しています。今後、着実 に集客を回復させ受注数を伸長し、さらに新たなマーケットの創出を目指す「FuMoTo事業」と「可動式 IMAGO」の展開拡大を通じて、業績全体の本格的 なV字回復の実現を目指していきます。

今後も自分たちの考え方を曲げることなく、中期経営計画で掲げた「曲がり真直ぐ、BESSの道」を貫くことで、賛同して応援したいと思っていただける仲間をもっともっと増やしていきたいとの想いです。もちろん、そのためには、私たちが持つ地力、ポテンシャ

ルをより発揮し、成果として形にしていく必要がある と思っています。ぜひ、ご賛同いただき、また、ともに 面白がっていただきたく、引き続きご支援のほどよろ しくお願いいたします。

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 | 10 |
| 年間配当(円) | 48 | 50 | 50 | 20 | 25 |
| DOE(%) (純資産配当率) | 4.4 | 4.9 | 5.7 | 2.6 | 約3.7 |
| 配当性向(%) | 56.5 | _ | 895.8 | _ | 約349.7 |

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。

プールシーコア通信 06

禁ぐらしに共感する コミュニティをつくり、 地方を活発化していきます。



永井 聖悟

梺ぐらしを各地に広めるFuMoTo事業は、自然のそばでおおらかな暮らしを楽しむ、心地よいコミュニティづくり です。"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」とは一線を画した「暮らしの環境づくり」の ための取り組みで、そのコミュニティが自然と地元に受け入れられ、「地方の活発化」につながることを目指します。

「梺ぐらし」を楽しむ場所

FuMoTo事業においては、自然・文化を軸に「気持 ちよくおおらかに過ごせそう」「自然を身近に感じて豊 かな毎日が過ごせそう」といった、一般的な不動産常 識とはまったく異なる視点で用地を選定しています。ま た、できる限り自然を生かして開発し、その土地の豊か な自然環境にとけこむことを大切に、画一的ではなくあ えて不揃いにしたおおらかな環境をつくります。このよ うにして、自然や外とつながる、自然体でのおおらかな 暮らし「梺ぐらし」を楽しめる場所をつくっていきます。

「梺六節 | への替同が参画条件

さらに、人と人とのコミュニティという、ソフトでの暮ら し環境づくりをおこないます。ですから心地よいコミュ ニティづくりのための下限の倫理観である「梺六節」 (6ページ参照)に賛同いただけない方には、分譲いた しません。ビジネスでは早く売れた方がいいですが、そ こを我慢することが、付加価値になると考えています。 価値観は人それぞれですが、「梺六範」に賛同する、倫 理観・感性が同じ人が集まることで、楽しく面白いコミュ ニティとなると考えています。世の中には自然の豊かな 環境で暮らしたいが、あまり人と関わらずに生きていきた い人もいます。事前に「梺六範」に賛同いただけるかを 伺い、地域の行事について紹介したり参加を促したりす ることで、FuMoToのコミュニティ、地域のコミュニティ で生きていきたいかどうかを確認してもらいます。

つながりを促す仕かけ

外から見て閉じた場所ではなく、 周りとやわらかにつながるように設計

お隣さん同士のつながりが自然と生まれるように、 FuMoTo内をつなぐ小径をつくったり、目線が遮られ ないように敷地や駐車場などの配置にも工夫を凝らし て設計しています。さらに、共同で果樹や畑の世話を したり、薪割り機などの共有の道具を使ったりできる 共有地を意図してつくっています。共有地があると暮ら しを楽しむための約束ごとが必要になり、コミュニティ づくりが促進されると考えています。

地域にとけこむコミュニティづくり

「梺六節 への替同を条件に地元企業にも参画し てもらっています。また、地元の人とつながり、地域に とけこむコミュニティとなるためにも、様々な仕かけを つくっています。用地購入時から地主の方と関係を つくり、年中行事や共同作業などその土地での暮ら しについて教えてもらったり、ミドルネーム(下記参 照)も地元の人たちとともに考えているのもその一つ です。地域から見た景観も、周りとやわらかくつながる ものになるように設計しています。

若い人や子どもが増えると活気が出て、地域の生 産力も高まり、地元の方も喜ぶと思います。この FuMoTo事業を通して、地方の活発化を目指します。

ミドルネームを採用した名称

住人に親しまれ、地元住民にも愛着を感じてもらえる FuMoToになるために、地域の特長や文化を象徴する ミドルネームを地元の人とともに考え、採用しています。

ファーストネーム (地域名)

ミドルネーム (地域の特長) ファミリーネーム (ブランド名)

那珂川

十入道

FuMoTo |

梅の坂上 FuMoTo |

FuMoTo内を行き来できる 自然のあぜ道のような小径

FuMoToを、日本各地へ。

BESSの全国ネットワークを活かし、FuMoTo事業 を全国に広げることで、地方の活発化に貢献してい きます。いずれ、日本各地のFuMoToの住人同士が "姉妹地"のように交流していく。そんな楽しい企画 も考えていきます。



アールシーコア 通信 08



アールシーコアの新たな挑戦

~新IMAGO開発ストーリー~

"走るログ小屋"可動式IMAGOの開発プロジェクトを推進した二人に話を聞きました。

建てるか走らせるか



河合透 商品開発部 デザイン開発 (1998年入社)

平 キャッチコピーにある「建てるか、走らせるか。」こんな2択は聞いたことないですよね。

河合 既存の固定式IMAGOのような心地よい居場所、それを動かそうというのが今回のプロジェクトのスタート。車に家の機能を付けようとした普通のトレーラーハウスやキャンピングカーとは発想が逆です。

■ iter (12ftモデル) はチャーミングな見た目ですね。

河合 iterは小さいからこそ開放感や明るさを意識して

デザインしました。景色のいい湖畔 に車を停めて木漏れ日を楽しん でいる光景が発想の原点です。

平 一方、X (20ftモデル) は存在感がありますね。

河合 本物のログだしね。強烈 な外観と異なり室内は木に囲ま れた落ち着く空間というギャップ



明るく開放的な内観 (iter幌屋根タイプ)

を意識しました。存在感の強いXは出現しただけでい つもの場所が一変するようなイメージです。



ルールがないなら作ればいい

開発は、ただ単に既存のIMAGOに車輪を付けただけというわけにはいかず苦労しました。

河合 まず車両になるので、遵守する法律が建築基準法から道路運送車両法になりますね。

平 そうです。また、建物は地震時以外、普通は動きませんが、車両は走行時の振動など普通に動くことを想定する必要があります。慣性力や遠心力といった住宅ではこれまで立ち向かったことのない力が相手です。

河合 トレーラーハウスについては、直接参照できる 基準や法律がありません。

平 はい。ないなら作ればいいということで、実際に 走行試験を行うことを考えました。テストコースを持つ 日本自動車研究所とも交渉し、技術パートナーとも縁 あって出会えました。おそらくトレーラーハウスでは日本 初の本格的走行試験です。

メイクマーケットへの挑戦

河合 プロジェクトはずっと面白かったです。これまでなかったものを作るということで。また、既存のBESSファンだけでなく、フロントエンドとしてBESSを知ってもらうきっかけにもなって、人々が驚いたり喜んだりする顔を想像していました。

平 IMAGOには「iter、今日はどこイッテル?」が 広まるくらい新しいライフスタイルをつくっていってもら いたいと思います(笑)。

河合 Xは各地に突然現れて、全国の人たちをびっくり させ元気にしてほしいです。



たとえば農園の休憩所や直売所に。建築物が建てにくい場所でも。

平 アールシーコアはログ小屋を動かすという前例 のないことを本気でやろうとする会社ですね。

河合 ずっと新しいことに挑戦し続けてきた会社。 元々は別荘用途だったログハウスの耐震実験や燃焼 実験を実施・実証し、普通に 住宅地でも自宅として建て られるようにしました。アール シーコアはメイクマーケット の歴史ですね。

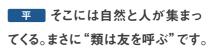


IMAGOは感性重視でメイクマーケット

類は友を呼ぶ

平 今回のプロジェクトを通じて、 楽しい暮らし、面白い事を実現する ために大事なのは、できるまでやる、 粘り強くやるということだと感じまし た。本気になって面白がってやれば、 道は開けますね。

河合 その源にあるのは、ああし たい、こうしたいという強い想い。



河合 想いをもったみんなが集まって、エネルギーや パワーが生まれ、進んでいくことが楽しいですね。

平 IMAGOは放っておいても走り出しません。 プロジェクトを牽引する仲間を集めてこれからも進んでいきたいと思います。

IMAGOサイト

技術開発 リーダー

(2011年入社)

現在、多摩・藤沢のLOGWAYで実物を展示中 11月下旬以降、全国のLOGWAYでも順次展示予定です。



プールシーコア通信 10

TOPICS 2021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。

BESS 35周年「アナログって、未来 | フェア開催

アナログな暮らしを提案し続けてきたBESSが、

これから先、もっと自然に、

もっとおおらかに生きたいと思う人の未来を後押ししていきます。

■LOGWAYでの未来の暮らし体験

てまひまを楽しみ、心も体もあったまる薪ストーブライフの体 感や、わが家のように家族水入らずでくつろぐ貸切暮らし体 験など、LOGWAYで特別なアナログ実体験を提案します。

■"梺ぐらし"実現を応援する期間限定特別モデル WONDER VOID S 発売

2021年7月から2022年3月末までの期間限定でBESS35 周年記念スペシャルモデルとしてWONDER VOID Sを発売。 **禁ぐらしを存分に楽しめるようデザインしたこのモデルを通じ、** BESSが創業以来ずっと提案し続けてきた、外とつながる、 自然体でのおおらかな暮らしをさらに広げていきます。

■自宅から、BESSの家にリモート訪問 「クラシガエ・オンライン」を全国へ

賃貸・マンション等から住み替えたり、郊外や地方へと移住し たBESSユーザーの暮らしを動画と生の声で紹介する「クラ シガエ・オンライン」。これまで直販拠点で毎月開催してきたこ のイベントはその場で質問でき、どんな暮らしを送りたいか考 えるヒントになると好評です。2021年10月からはこれを全国 に広げ、BESSの「クラシガエ」をさらに推進していきます。

BESSフォレストクラブ活動報告

森とLOGWAYで、森林資源のサイクル利用を促進

BESSフォレストクラブでは、"木を伐って・使って・植える" 森林資源のサイクル利用を促進しています。森の活動では、 BESSのコーチャーが積極的に参画し、伐り出した除伐材を 持ち帰り薪に使用しています。また、LOGWAYの活動では、 オリジナル絵本『森と暮らそう』を使い、森林資源のサイクル 利用への理解を広める活動を継続しています。





デッキへのテラス窓から外へとつながり、たくさんの窓る 通して周りの自然をより感じられるWONDER VOID S



郊外で好きな時にバーベキューを楽しむ暮らしを実現





森での森林保全活動

I OGWAYでの森林資源サイクル利用 への理解促進活動

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

20,000 2.000 15,000 10,000 1,000 5,000 0

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 200億円 党業利益率

5%

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。

21/3 22/3(予)

連結貸借対照表(要約)

| | 前期末 2021年3月31日 | 当第2四半期末 2021年9月30日 |
|----------------|-------------------|-----------------------|
| 流動資産 | 7,471 | 6,477 |
| 固定資産 | 5,726 | 5,771 |
| 資産合計 < POINT 1 | 13,198 | 12,248 |
| | | |
| 流動負債 | 7,559 | 5,824 |
| 固定負債 | 2,782 | 3,754 |
| 負債合計 ▼POINT 2 | 10,341 | 9,579 |
| 純資産合計 POINT 3 | 2,856 | 2,669 |
| 負債純資産合計 | 13,198 | 12,248 |
| | | |

| 連結損益計算書(要約) | 前第2四半期 2020年4月1日~ 2020年9月30日 | 当第2四半期 2021年4月1日~ 2021年9月30日 |
|----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 売上高《POINT 4 | 7,623 | 8,223 |
| 営業利益 < POINT 5 | △ 379 | △ 64 |
| 経常利益 | △ 392 | △ 81 |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 ◆ POINT 5 | △ 331 | △ 21 |
| その他の包括利益 | 16 | △ 6 |
| 包括利益 | △ 314 | △ 28 |

| 連結キャッシュ・フロー計算書(要約) | 前第2四半期 2020年4月1日~ 2020年9月30日 | 当第2四半期 2021年4月1日~ 2021年9月30日 |
|----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △ 166 | 30 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 241 | △ 77 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー < POINT 6 | 2,185 | △ 1,021 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | △ 0 | 1 |
| 現金及び現金同等物の増減額 < POINT 6 | 1,777 | △ 1,066 |
| 現金及び現金同等物の四半期末残高 | 5,300 | 4,108 |
| | | |

POINT 1 > 「資産の部」は949百万円減少し、12,248百万円となり ました。「売掛金及び完成工事未収入金」が183百万円、「仕掛販 売用不動産」が157百万円それぞれ増加した一方、「現金及び預 金」が1,066百万円減少したこと等を要因とするものです。

POINT 2 「負債の部」は762百万円減少し、9,579百万円となりま した。「長期借入金」が882百万円、「買掛金及び工事未払金」が 356百万円それぞれ増加した一方、「短期借入金」が1,900百万円、 「前受金及び未成工事受入金」が194百万円それぞれ減少したこと 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21百万円の計上及び、配 当45百万円の実施、会計方針の変更による累積的影響額△139 百万円等により、2.669百万円となりました。

POINT 4 新型コロナウイルス感染症長期化による集客の減少や 工期長期化等の影響を受けながらも、連結契約高は前年同期比13.6 %増と回復し、単体売上高が前年同期比3.8%、BP社が同23.1%それ ぞれ増加となり、連結売上高は前年同期比7.9%増加となりました。

POINT 5 「ウッドショック」と呼ばれる住宅木材の急激な価格高騰 並びに供給不足の強い向かい風の中、部材キット及び施工原価の コストダウン等の取り組み及び固定費削減を実施したものの、営業 損失が64百万円、四半期純損失が21百万円となりました。

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た 手元資金確保のため、前期に新規調達した短期借入金の返済及び 長期借入金への借換等により、財務活動によるキャッシュ・フローは 1,021百万円減少したことなどから、現金及び現金同等物は1,066 百万円減少し、四半期末残高は4.108百万円となりました。

11 アールシーゴア 通信 12

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

■ BESS住宅

BESSのログ小屋 IMAGO (固定式) 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

※対象商品は、固定式のIMAGO-A、IMAGO-Rのみとなり、WONDER DEVICE GANGに含まれるIMAGO、 可動式のIMAGO-iter、及びIMAGO-Xは対象外。

保有株式 200株

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

IMAGO(固定式

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。



BESS のタイムシェア 別荘

「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2021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 電話(03)5790-6500(総務) (祝日、年末年始休業日を除く) 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

BESS事業の探求本

進呈グッズと別に

ご希望いただけます。



株主アンケート結果のご報告

第36期期末「アールシーコア通信」の株主 アンケートでは、2,424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80%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、お願い申しあげます。

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、2022年1月31日(月)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ってなんだ?」は、

株式情報

2021年9月30日現在

株式の状況

| 12,000,000株 |
|-------------|
| 4,536,400株 |
| 4,307名 |
| |

大株主の状況

| 株主名 | 持株数(株) | 出資比率(% |
|---|---------|--------|
| 二木浩三 | 811,000 | 17.88 |
| アールシーコア社員持株会 | 330,200 | 7.28 |
| 谷 秋子 | 268,500 | 5.92 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (役員報酬BIP信託ロ・76096ロ) | 164,838 | 3.63 |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託E口) | 156,400 | 3.45 |
| あおむし持株会 | 133,300 | 2.94 |
| 株式会社三井住友銀行 | 120,000 | 2.65 |
| 第一生命保険株式会社 | 110,000 | 2.42 |
| 日本生命保険相互会社 | 100,000 | 2.20 |
| 石井陽子 | 99,500 | 2.19 |
| | | |

株主メモ

| 1X | |
|--------------|---|
| 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 東京都府中市日銅町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信託銀行本支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。

2021年9月30日現在

第32305号(BESS MAGMA)

第62297号(BESS多摩)

第16330号(BESS藤沢)

一級建築士事務所 東京都知事登録

一級建築士事務所 神奈川県知事登録

| 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 | | 代表取締役専務取締役 | 永井聖悟 |
| 本 | 社 | 〒150-0045 東京都渋谷区神泉町22-2 神泉風來ビル電話:(03) 5790-6500(代) FAX:(03) 5790-6501 | | 常務取締役 常務取締役 取締役 | 谷 秋子 浦﨑真人 宮本眞一 |
| 設 | <u> </u> | 1985年(昭和60年)8月 | | 取締役 | 加藤晴久 |
| 資本 | 金 | 6億7.185万円 | | 社外取締役 | 清水 剛 |
| 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(監査等委員長) 社外取締役(監査等委員) 社外取締役(監査等委員) | 後藤昇雄 中田俊明 山下泰子 |
| 社 員 | 数 | 300名(連結) 173名(単体) | 連結子会社 | 株式会社BESSパートナーズ(株式会社BESS札幌 | BESS PARTNERS CO., LTD.) |
| 建設業 | 許可番号 | 国土交通大臣許可(特-29)第24712号 | | 株式会社BESS岐阜 | |
| 宅地建 | 物取引業免許番号 | 国土交通大臣(2)第8366号 | 非連結子会社 | 株式会社RCビジネスサポート | |
| 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 | | 株式会社フェザントタイムシェブ | 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

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。

13 アールシーゴア通信 14



ドクダミの詩

独特な臭いを発し 濁音交じりの不穏な名を冠せらるるも 強靭な生命力もて 地面いっぱいに繁茂する。 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。

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ゴア

〒150-0045 東京都渋谷区神泉町22-2 神泉風來ビル



