

motif:dokudami

アールシーコア通信

R. C. CORE NOW and FUTURE

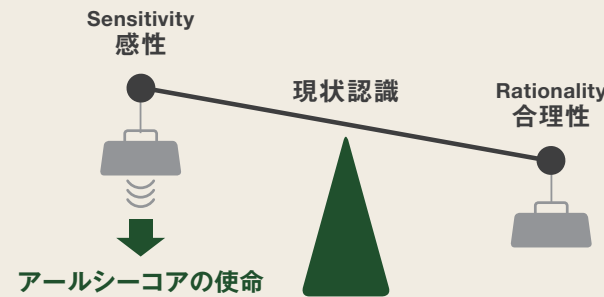
第37期(2021年4月1日～2022年3月31日)
事業報告とこれから



■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



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、購入時の顧客満足は謳うカスタマー・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2,000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

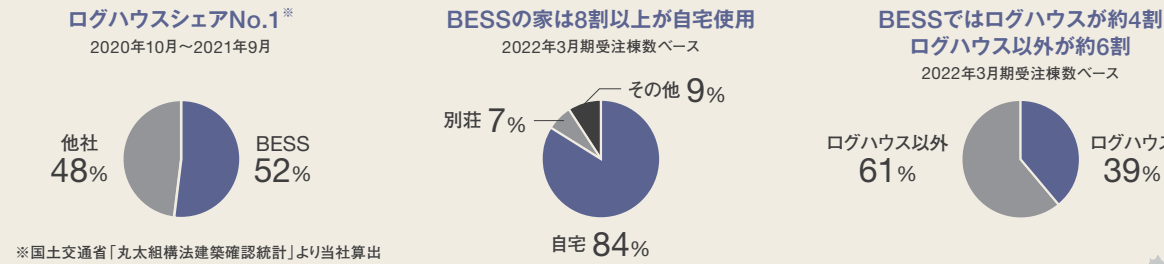
LOGWAYコーチャーは、これからBESSの暮らしを検討する人のコーチ。
そして、検討される方にコーチャーやユーザーとの特別な交流や家づくりの計画サポートを提供する仕組みとして、LOGWAYクラブ会員制度を用意。BESSファンの、BESSファンによる、BESSファンのための「LOGWAY」とすることで、BESSユーザーを広げます。

〈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

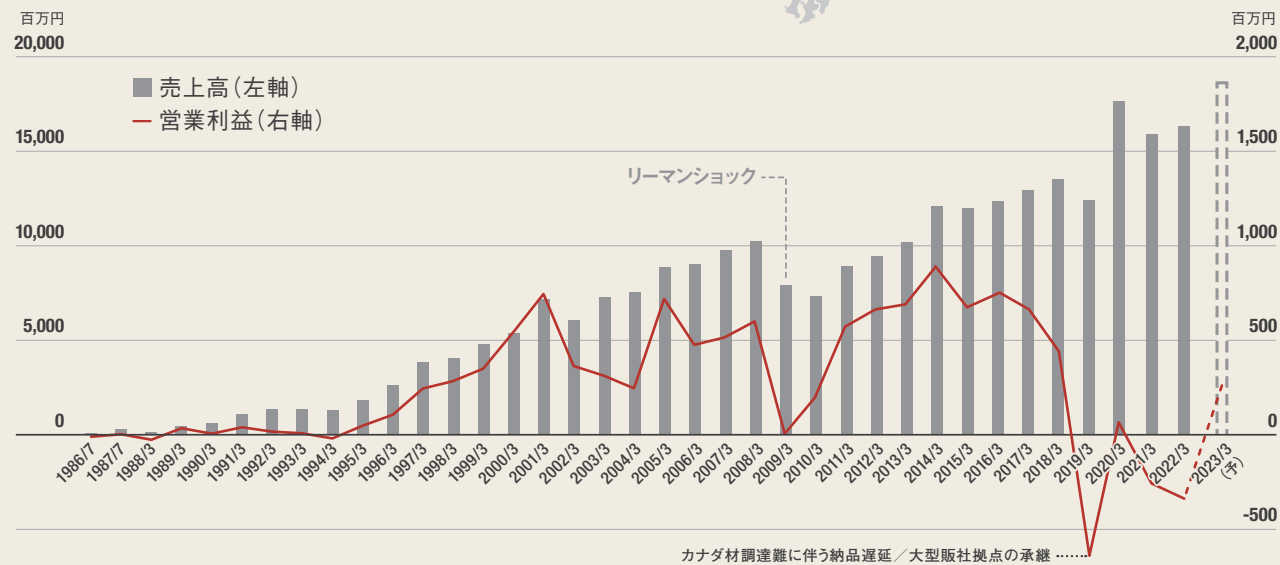
BESS商品は、ログハウスなど自然材をふんだんに使った個性的な木の家。
ログハウスシェアは国内No.1、8割以上が自宅使用で自然派な暮らしを広げています。



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。）



日本らしい本質的な暮らしの 豊かさに共感を呼ぶ発信力を強め、 さらにファン化を加速

代表取締役社長

二木 浩三



コロナ禍とウッドショックの二重の痛手を受け 解消すべき課題をさらなる価値創出の源泉に転換

2022年3月期は、2期連続の赤字決算という非常に厳しい結果となりました。売上高・契約高はコロナ禍の影響を受け始めた2021年3月期よりは増加したものの、特にウッドショックによる急激な原価高騰の影響を受け、損益面で大きな痛手を負うこととなりました。

BESSの家は、ログハウスの構造材のみならず、外内壁・床等にも無垢材を用いており、一般的な木造住宅に比べ1軒あたり3倍以上の木材を必要とします。その木材価格が2～3倍に高騰するなど、非常に大きな影響を受けました。

収益面でもう一つ挙げられる要因が、企画・規格型商品として、予め価格を顧客に提示してきた「情報先出しの価格表」です。検討段階で価格表を出しています。またBESSは、自然を感じるおおらかな暮らしを志向し、市街化調整区域などの土地を選ぶ方も多く、その場合、建築確認申請の前に開発申請などの手続きが必要で、その分、着工までの期間が長くなります。今回の急激な原価高騰により、価格表提示・契約時と引き渡し時のタイムラグで材料価格に大きな差異が生じ、これを吸収しきれなかったことも損益に大きく響きました。

集客面では、コロナ禍以前は具体的な計画がなくとも、単独の体感型LOGWAYへ気軽に来場してい

た方が数多くいましたが、コロナ対策の行動制限が続く中、そうした方々の来場が半減しました。

このように2022年3月期は、従来、当社の強みとして結実していた3つの戦略「天然木の多用」「情報先出しの価格表」「LOGWAYへの体感集客」が一転、弱みへと覆った一年となりました。

コロナ禍とウッドショックという二重の痛手が重なった結果とはいえ、現れるべくして現れた課題であるとの認識を持ち、次元を超えた解決策を模索し、手を打つことが、より付加価値の高い、新たな価値創出の源泉となるものとして対応を進めていきます。

一方、感性マーケティングの証である「LOGWAYコーチャー」の登録は2,000組を超え、「LOGWAYクラブ会員」数も伸長し、成約率も高まっています。またコロナ禍を経て、社会や人々の意識の変容は、間違いなくBESSに追い風になると、将来的な萌芽への手応えを得ています。基本戦略の本質的な方向性の間違いのなさには自信を深めており、この確信を軸に、現れた課題にしっかりと正対することで、新たな価値を加えた強みへと昇華させていきます。

2023年3月期は回復に向けての取り組みを加速

■LOGWAY戦略の進化

まず集客面においては、まだLOGWAYへ来場していない潜在BESSファンに足を運んでいただく新たな取り組みをスタートしています。自らの感性を最大限に発揮させるには、実際に体感してもらうかな

いからです。来場の動機づくりとして、文化的なイベント等の開催にLOGWAYを開放し、BESSファンの公民館的役割を果たしながら、従前よりも幅広い層にアプローチしつつ地域貢献も果たす狙いです。

また、BESS住人である「LOGWAYコーチャー」の暮らし紹介やリアルに話を聞くイベントの定期開催等を通じて、発信を強化。LOGWAYに足を運び、そこに身を置き、ともに過ごす時間の中で、発信に呼応して感動したり、心が動いたり、自らの中にあった感性が動き出せば、その感覚は本人にとって大きな自信になると考えます。「LOGWAYコーチャー」たちとともに、新たな仲間を増やしていく取り組みにしたいと考えています。

■天然無垢材だからこその「経年愉化」の味わいを

価格が高騰している木材ですが、非常に優秀な材料であることは間違いありません。

BESSはこれまでも天然木ゆえの材料の良さを最大限に活かす戦略をとってきましたが、今後はさらに価格以上の価値を立証するだけでなく、それを前面に打ち出して表現すべき時期にきているとの認識にあります。例えば、木造住宅の寿命は、法的な償却では22年とされていますが、BESSが目指すのは、時間が経つほど価値が増す100年住宅です。月日が経つほどに愉しさや愛着が増す「経年愉化(けいねんゆか)」の建物は、今日よりも明日、20年後よりも50年後、年月を経なければ出ない価値が生まれます。これこそが天然木の良さであり、この木材の本質的価値を活かせば、新築ばかりでなく、再販流通のマーケットの創造にも大きな可能性が広がっていると考えています。

そのためにも、カナダ材の調達難に見舞われた数年前より進めてきた国産材へのシフトをより一層、本腰を入れて手掛けていきます。さまざまな関係者との協業を強化し、原木・加工からマーケットまでを直結するような仕組み、それは安定的に木材を調達するサプライチェーンにとどまらない、木の付加価値を生む仕組み、バリューチェーンの構築を意味し、改めて強固たる強みへと進化させる考えです。

■情報の先出しは変えずフェアで適切な「PRICE LIST」と契約業務フローを導入

情報を先出しする方針は変えず、設計契約と請負契約の2wayとする契約業務フローとし、6ヶ月先を見越した販売価格を月毎に提示する「PRICE LIST」方式を用いることで、今の時代に沿ったフェアなスタイルへと移行させることにしました。

日本らしい暮らしの発信力を強化

私たちはこれまで、住宅業界内におけるBESSの立ち位置を、“利便性の追求、その競争によって発展してきた物質文明の価値観”と、“機能・合理性一辺倒ではない、自然大事・感性重視のBESSの価値観”の「棲み分け論」をBESS本籍MAPとして示してきました。

しかし、行き過ぎたマネー経済、グローバル化の煽りがさらに大きくなった今、改めて本気を出して資本主義に立ち向かわねばならないとの想いがあります。

物質偏重の資本主義は、大きいことがいいという価値観です。一方で、日本人は小さいことを非常に有効に幸せに結びつけられるDNAを持っています。だからこそ、空間を大事にし、小さい空間で充足感を持てるような価値観を持っているのではないのでしょうか。この日本人が持つ感受性を「小さく建てて大きく暮らす」と表現しています。

BESSの商品では、これまでも空間を上手に使うよさ、例えば、「程々の家」では軒下の縁を、ログハウスではデッキを作り、内から外へ、外から内へといった曖昧さや、また家の中も細かく間仕切りして使うのではなく、共有できる場所は共有する、廊下を作らず空間を残すなど、暮らしに取り込む仕掛けを随分と行ってきましたが、こうした日本らしさをもっと活かした商品もこの夏から展開します。

損得や良し悪し等、数値化、データ化できるデジタル的な文化と、感覚的に素敵だなと感じる感性によるアナログ的な文化があるとしたら、日本はおそらく後者の文化で生きてきた国です。物質的な困窮がなくなった時点で、より大きな物質を求める方向性と、中に眠っている自分の感性に気づく方向性の2つに分

かれるのでしょうか。AIの登場もあり、世界的にも人間の感性の価値が実証されていく中で、感動はどちらにあるのかと考えれば、やはり感性シフトの方が馴染むのではないかと思うわけです。この価値観の違いにしっかりと正対し、自分らしい感性の発露につなげていく発信を強化していくつもりです。本来の日本らしい暮らし方の発信を通じて、皆さんの中に眠っている日本ならではの感性を目覚めさせてほしいと思っています。

天然木の活用価値を最大化しながら「^{ふもと}禁ぐらし」で地方シフトを際立たせる

一般に言われる「地方活性化」は、だいたい都市化コンプレックスの影響を受けています。BESSでは、「禁ぐらし」に共感するコミュニティづくりを通じて、「地方の都市化」ではなく、本来の地方活性化を際立たせる、「地方シフト」の方向を進みます。どうしても競争せざるを得ない環境にある都会よりも、地方の方が感性に対する感度は高く、感性マーケティングがより発展しやすいと捉えるからです。

前期から本格化した「禁ぐらし」の環境づくり「FuMoTo事業」の用地候補もさらに増えています。自治体との連携も合わせ、賛同者が出てきており、よりタイアップを強めながら広がっていきます。

その上で、長期的な視点として、国土の約7割を山林が占める日本の森林資源、天然木の活用価値を最大化しながら、その価値を一層強く打ち出し、地方が持つ本質的な暮らしの豊かさを通じて広がっていきます。そうした活動を進めることで、世界でも本来の日本らしい暮らし、日本文化に共感してくれる人々が出てくるのではないかと考えています。

株主の皆様へのメッセージ

中期経営計画も最終年度を迎えました。残念ながら最も走らなければならない時に停留を余儀なくされ



たものの、成し遂げるべきことは確実に見定め、実行段階に入っています。上期は課題との対峙が続きますが、下期には完全に挽回させ、通期ではしっかりと次に繋がる業績の形を作り上げていきます。

2022年3月期は大きな痛手を負いつつも改めて私たちの基本戦略に間違いはないという自信を強く持つ期となりました。これまでとは異なる角度からもマーケティング力を高め、さらなるファン化を進めていくためにも、より発信力を強めながら、「曲がり真直ぐ、BESSの道」を極めていきます。

引き続き、当社の向かう道にご賛同いただき、ぜひ、全国のLOGWAYに足を運んでいただくなど、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(18/3～22/3)

	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3
中間配当(円)	24	25	25	10	15
期末配当(円)	24	25	25	10	—
年間配当(円)	48	50	50	20	15
DOE(%) (純資産配当率)	4.4	4.9	5.7	2.6	2.5
配当性向(%)	56.5	—	895.8	—	—

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月期の期末配当は、赤字計上に伴い無配のやむなきに至りましたが、収益構造の立て直しに努め、早期の復配を目指してまいります。

感性・価値観を共有する ファン化プロセスを一層強化 事業ポートフォリオも多彩に

専務取締役

永井 聖悟



外部環境トリプルショックへの対応

新型コロナウイルス感染症のパンデミックと、これを発端としたウッドショック、加えてロシア・ウクライナ紛争とトリプルショックに見舞われた1年となりましたが、こうした問題は、グローバル化による弊害のひとつであり、今後も引き続き乱世が続くことを前提として事業活動を進めていく必要があると捉えています。

一方、コロナ禍で三密回避や行動制限、テレワーク移行による働き方の変化など、感性・価値観の変容の兆しが見え始めたことは、BESSにとっては追い風です。特に職住近接ではない暮らしを選べるようになり、地方や自然の近くを選択する人も増えました。当社では、そうした「クラシガエ」の発想のもと、「LOGWAYコーチャー」とのつながりやライブイベントを通じて、BESSユーザーの暮らしを具体的に見せながら紹介し、感じて、ファンになっていただくような取り組みを増やしていく計画です。

ウッドショックに関しては、米国・中国で住宅需要の増加に加え、SDGsの流れからの欧州でのティンバーブームもあり、木材は調達難となり、その価値が非常に上がっています。私たちは、グローバルに考え

てローカルに動き、地方を大事にする「グローカル」の視点を大事にする会社であり、こうした世界的な木材の価値上昇を「1/fゆらぎ」に代表される、自然の心地よさ、癒やし、自然に囲まれる贅沢さといった価値をブランド価値として活用しながら、しっかり伝えていく活動を進めていきます。

加えて、木を使う責任を果たしていく必要はあると考えており、これをしっかり実行していくためにも、最終的にはSDGsを包含した形で国産材のバリューチェーン構築を進めていきます。

マーケット発信とコミュニケーション

BESSの集客の特徴は、建築計画があり、はっきりと家に興味・関心のある層と、建築計画はないけれど何となくいいなと思って来場する層の二重構造でした。しかし、コロナ禍で不要不急の行動制限が続いた中で、目的なしに動いてはいけないという心理状態となり、後者の来場が大幅に落ち込みました。こうした現状を踏まえ、変容してきている感性・価値観により働きかけ、もう一段階上の動機づけをする取り組みを強化します。

その1つがワンダーデバイスやG-LOGに代表されるアウトドア系とはまた違う、BESSの価値観を凝縮した「程々の家」のプロモーション強化です。「便利すぎると堕落する」などといった強いコンセプトワード、そして特徴的な外観に惹かれ、中も見てみたくなる…そうした触媒効果によってテレワークなどで働き方のスタイルが変わった人たちの感性・価値観をより動かし、BESSファン層を広げていきたいとの考えです。

無垢材をふんだんに使用したBESSの家
心地よい空間と経年による味わいが魅力

もう1つは、ロコミの強化です。LOGWAYという場所を最大活用し、BESSファンを窓口にした地域に役立つ文化的なイベントを開催することで来場者を増やし、LOGWAYでの体験を通じて「面白いところがあるよ」と共感を軸としたロコミの波及を目指します。同時にBESSの暮らしを発信・体感できる、「LOGWAYコーチャーDAY」を毎月第2日曜日に全国のLOGWAYで一斉開催する新しい取り組みを加えながら、ファン化プロセスの強化を一層図ります。

商品展開

FuMoTo事業は、開発地を順次増やしており、今後も既存用地の販売進捗に合わせてしっかりと仕込んでいこうと思っています。「禁ぐらし」の感性・価値観を示す「^{ふもとろつばん}禁六範」をもとに話を進めることで、行政との連携もスムーズになり、行政からの紹介案件等も活発化してきている状況です。

そもそも「禁六範」は、こうした価値観を共有した人たちが集まる環境で安心して暮らすという、暮らしの環境づくり、暮らしのコミュニティづくりがその柱にあります。一般的には、土地を購入する際、住んでいたことがあるといった「地縁」、親戚が住んでいたなどの「血縁」で土地を買うことが多いです。ところがそのいずれでもなく、「すでにBESSの家に住んでいる人がいるなら」「禁六範に共感するから」という「BESS縁」で暮らしの環境を選ぶ人たちが大勢います。そう



周りの自然を活かし、心地よいコミュニティを生む、FuMoToの暮らし環境



可動式IMAGOは、キャンプ場の宿泊棟や移動店舗などの引き合いも多い

したBESSにしかできない用地開発を全国で展開していきます。

また、昨年販売を開始した「走るログ小屋」可動式^{イマゴ}IMAGOに続いて、「暮らすログ小屋」、ログハウスの平屋モデルがこの夏、登場します。これまでも地方を中心に平屋のご要望を数多く受けてきた中で、あまり物を持たない暮らしを好む若い世代も増えており、「無駄なものは作らない」という私たちのモットーの具現化として、また地方シフトを強化する新商品として展開していきます。

もう1つ新しい事業として、これまでも問い合わせを多くいただいた商業物件や幼稚園など木造建築物の法人対応専門部署を新設しました。すでに受注は始まっており、3-4年後を目処に30億円規模のビジネスにしていこうことを目標に、早期の実績づくりを目指します。

またキャンプ場や屋外イベントに可動式IMAGOを置く引き合いも増えており、代理店や販売店、リースを含めた販売制度も確立するなど、新しい取り組みを着々と具現化しながら事業ポートフォリオの多様化も進めていきます。そうして、2023年3月期は、現中期経営計画の最終年度として課題にしっかり手を打ちつつ、次なる計画期間に向けての種まきも始め、新たな礎を築く期としていきます。

人と人がつながる、LOGWAY活発化へ アールシーコア社員が語る

LOGWAYを舞台にBESSファンを広げていくLOGWAY戦略。
その核となるLOGWAYコーチャーも2,000組を超えました。
ますます活発化するLOGWAYの場づくりに関わるメンバーに話を聞きました。

LOGWAYでつながるBESSファン

浅野 先日のLOGWAY懇親会では、多くのコーチャーやLOGWAYクラブ会員が集まり、とても盛り上がりました。クラブ会員をはじめBESSを検討中の方には、懇親会やコーチャー活動イベントなど、コーチャーと直接会う機会を用意するようにしています。検討段階の方は不安が多いですが、実際に暮らしを楽しんでいるコーチャーと話うちに、だんだんとBESSの暮らしが自分事になっていきます。BESSと出会って自分らしい生き方に気づき、ポジティブに考えられるよう変わっていく方もいます。



小山 私はその変わっていく過程で何があったのか、色々な出来事がありながらも前に進み、今は暮らしを楽しんでいる様子を紹介する動画コンテンツを作成しています。検討中のお客さんの参考になる話を聞き出そうとユーザー取材に行くのですが、こちらがリードしなくても、まるで台本があるかのように、お客さんから話してくれますね。

永井 私もユーザー取材に行くと、コーチャーとの出会いが決め手だったと毎回のように入ります。クラブ会員だった時に話したコーチャーの方々がパワフルでとても楽しそうで、自分も仲間に入りたいと思ったと。



賑わうLOGWAY

LOGWAYでの新しいチャレンジ

小山 コーチャーと検討中のお客さんとの接点をつくる狙いもあり、春から全国のLOGWAYで「LOGWAYコーチャーDAY」を毎月開催し始めました。コーチャー宅とオンラインでつなぐ暮らし紹介を通じて、コーチャーのポジティブなエネルギーを全国に伝えながら、各拠点でもリアルに集まってもらって賑わいを作れたらと取り組んでいます。

山本 賑わいということ言えば、可動式IMAGOの体験会もLOGWAYに賑わいを生みますね。「動くログ小屋」ということで、これまでにない新しい会話が生まれています。牽引移動できるので、LOGWAYの外に飛び出していくイベント出展も始めました。



浅野 最近、LOGWAYを地域に広げていくイベントも始めました。不登校の問題に取り組んでいる地域のNPO法人の活動に協力したりして、暮らし体感だけでないLOGWAYの新しい可能性に取り組み始めています。

永井 私は入社して間もない時に、LOGWAY懇親会の立ち上げを担当しました。コロナ禍だからこそ、人の笑顔で元気になれる企画にしたいと。自分でや



LOGWAYコーチャーとの交流も



写真左から

- 山本健介** マーケティング企画室 メディア企画 (2003年入社)
- 永井麻代** ブランドイメージ本部 LOGWAYインプレッション開発 (2020年入社)
- 浅野由香里** 本部直販部門 BESS藤沢 支配人 (2013年入社)
- 小山剛** 営業統轄本部 HEAT®営業企画・開発 (2008年入社)

※HEAT…Human Education Advanced Training

りたいと手を挙げて任せてもらいましたが、企画を進める時に問われたのは、企画の表面的な内容というより、企画の根底にある自分自身の思いでした。それが新鮮でしたね。

山本 そう、本質を問われますね。考えが甘く、苦い思い出もいっぱい(笑)。アールシーコアはチャレンジし続けている。今取り組んでいるIMAGOも、当初のログハウスと同じように、ログのトレーラーハウスという市場が今あるわけではなく、先に創って切り込んでいくスタンス。それを広報宣伝という立場で関わらせてもらい、牽引免許取ったり、イベントやったり、色々とチャレンジさせてもらっているのはありがたいです。

今後に向けて

永井 私は、LOGWAYが好きです。息子が通う保育園の園児や友人を連れてくると喜んでくれて、どうしてみんな来ないのかと(笑)。LOGWAYは、癒されるというよりも、広がっていく場所。こんないい場所が全国に40箇所あって、日本に住む人が全員来たら、もっといい社会になるんじゃないかと。子どもたちの世代に少しでもいい社会をパスしたいと思って仕事しています。



小山 働き方や暮らし方を自由に選択できる世の中になってきて、BESSが真骨頂を発揮できる土壌はできていると思います。移住など、自分で自分の生き方を切り開いていく、そんなBESSをもっと多くの人に知ってもらい、選ぶ人が増えていくと面白い。それには決断と意志が必要だけど、その入り口としてLOGWAYはぴったりだと思います。実際に楽しんでいるコーチャーの伝播する力は強いからです。

浅野 私は、BESSと出会った人が自分らしい暮らしを実現し、心が開放されて人生もポジティブに変わっていく手伝いを続けていきたいです。加えて、コロナ禍で出会いが少なくなっている中、人と人がつながるきっかけとなる場づくりをしていきたい。暮らし体感だけでなく、地域や社会にも役に立つ場へと、LOGWAY活用の幅を広げていければと思います。

山本 LOGWAYが提供できるものは人だと思います。LOGWAYが活発化するというのは人が集まるだけでなく、ポジティブなエネルギーに触れるとか、伝わるとかということ。そんな機会をこれからどんどん増やしていきたいと思っています。



手話教室や保育園のイベントをLOGWAYで開催



外部イベントにIMAGOで出展

TOPICS

2021年秋から2022年春夏にかけての様々な取り組み、活動を紹介します。

LOGWAYコーチャーDAYを 毎月第2日曜日に全国のLOGWAYで開催 コーチャーと一緒にBESSライフを疑似体験

BESSユーザーのリアルな暮らしに触れられるLOGWAYコーチャーDAYを、毎月第2日曜日に全国のLOGWAYで開催しています。ユーザーに、BESSの家に住み替えた思いや道のり、いまの暮らしの様子をインタビュー形式で伺う「クラシガエLIVEイベント」を実施。その後、外ごはんや暮らし体験をLOGWAYコーチャーとともに楽しみながら、リアルな暮らしについて聞くことができます。はじめての方でも気軽に参加でき、来場2回目以降の方にはよりBESSファンになってもらう機会となっています。



BESSユーザーのお宅ヘリモート訪問する
「クラシガエLIVEイベント」



木工DIYをしながら
コーチャーと交流

全国で続々LOGWAYリニューアルオープン 多くの方が新しいLOGWAYを体験

2022年1月15日、BESSつくばが移転オープンしました。万博公園近くの新しいLOGWAYは、落ち着いた田園風景の中でBESSの暮らし体験ができ、オープン1週間で400組を超える方に来場いただきました。4月29日にはBESS富士が新モデルを追加しリニューアルオープンし、秋にはBESS神戸も移転オープンする予定です。



リニューアルオープンしたBESSつくば

BESSフォレストクラブ活動報告

コロナ禍で休止の支部も順次活動再開

BESSフォレストクラブでは、世界各地の自然保護プロジェクト支援に加え、森林NPOの協力のもと、コーチャーとともに植樹や下草刈り、シタケの植菌や収穫体験など地域の森林保全活動に参加しています。またLOGWAYでは木や森と触れ合うイベントを行っています。コロナ禍で活動を休止していた支部も順次再開し始めており、2022年3月までの1年間で28回活動しました。



前回植えたコナラ・クヌギの
苗に光が十分当たるように
草刈を実施（高崎支部）



専門家から森のためにできる
ことを学び、お著作りなどで木に
触れた（久御山支部）

「程々」探究会 配信開始

行き過ぎるAI偏重の社会に一石を投じる談論企画、スタート

日本人特有の絶妙なバランス感覚「程々」という価値観を、世界に向けて発信していく「程々」探究会を開催しました。BESSの代表・二木浩三が、個性豊かな識者とともに議論・談論しながら、「程々」の定義や輪郭を探るこのプロジェクト。それぞれの「程々ではないと思うもの」を挙げながら、日本人が本来持つ「程々」という価値観・必要性について話し合いました。ぜひご覧ください。

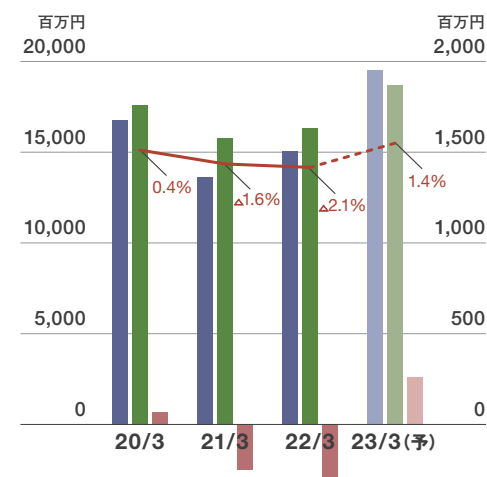


左から司会の本多信博氏、ゲストの
「コロカル」編集長・松原亨氏、「サ
ライ」担当プロデューサー・大澤竜
二氏、当社二木浩三、永井聖悟



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



中期3カ年計画（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

営業利益率
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。

連結貸借対照表（要約）

	前期末 2021年3月31日	当期末 2022年3月31日
流動資産	7,471	6,226
固定資産	5,726	5,795
資産合計 POINT 1	13,198	12,021
流動負債	7,559	6,315
固定負債	2,782	3,513
負債合計 POINT 2	10,341	9,828
純資産合計 POINT 3	2,856	2,192
負債純資産合計	13,198	12,021

連結損益計算書（要約）

	前期 2020年4月1日～ 2021年3月31日	当期 2021年4月1日～ 2022年3月31日
売上高 POINT 4	15,790	16,341
営業利益 POINT 5	△ 252	△ 336
経常利益	△ 357	△ 362
親会社株主に帰属する当期純利益 POINT 5	△ 534	△ 436
その他の包括利益	29	△ 2
包括利益	△ 505	△ 438

連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

	前期 2020年4月1日～ 2021年3月31日	当期 2021年4月1日～ 2022年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	421	△ 568
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 577	△ 361
財務活動によるキャッシュ・フロー POINT 6	1,803	△ 1,111
現金及び現金同等物に係る換算差額	4	△ 4
現金及び現金同等物の増減額 POINT 6	1,652	△ 2,045
現金及び現金同等物の期末残高	5,174	3,129

POINT 1 「資産の部」は1,176百万円減少し、12,021百万円となりました。「仕掛販売用不動産」が461百万円、「売掛金及び完成工事未収入金」が357百万円それぞれ増加した一方、「現金及び預金」が2,045百万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512百万円減少し、9,828百万円となりました。「買掛金及び工事未払金」が568百万円、「長期借入金」が459百万円それぞれ増加した一方、「短期借入金」が1,500百万円減少したこと等を要因とするものです。

POINT 3 「純資産の部」は当期純損失436百万円の計上等により、2,192百万円となりました。

POINT 4 新型コロナウイルス感染症拡大の長期化による集客の減少等の影響を受けながらも、連結契約高は前期比10.8%増と回復。単体売上高が前期比0.8%、BP社が同15.5%それぞれ増加となり、連結売上高は前期比3.5%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に対し、売価改定や部材の複数購買化等の対応策を講じた一方で、契約時と部材納品時の効果発現時期のタイムラグにより、売上総利益率は前期比3.3%低下しております。固定費削減等を実施したものの、それらをカバーするには至らず、営業損失が336百万円、当期純損失が436百万円となりました。

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に新規調達した短期借入金の借換え及び長期借入金の返済等により、財務活動によるキャッシュ・フローは1,111百万円減少したことなどから、現金及び現金同等物は2,045百万円減少し、期末残高は3,129百万円となりました。

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 (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。		 IMAGO (固定式)
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	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

「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。大自然の中でベットと一緒に開放的なひとときをお楽しみください。



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 (祝日、年末年始休業日を除く)	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37期中間「アールシーコア通信」の株主アンケートでは、2,502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84%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」「特集(禁ぐらし)」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。



大判のBESSオリジナルマルチクロス



マルチユースのバンダナ



ラフな風合いのマグカップ



楽しいイラスト入りの車手

※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7月31日(日)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オリジナルマルチクロスは、数量に限りがあります。

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

2022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	4,536,400株
株主数	4,171名

大株主の状況

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
二木浩三	811,700	17.89
アールシーコア社員持株会	295,500	6.51
谷 秋子	269,200	5.93
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	3.63
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	155,300	3.42
あおむし持株会	139,200	3.07
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

会社概要

2022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	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 神泉風来ビル 電話 : (03) 5790-6500 (代) FAX : (03) 5790-6501	常務取締役	谷 秋子	
設 立	1985年(昭和60年)8月	常務取締役	浦崎真人	
資 本 金	6億7,185万円	取締役	宮本眞一	
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	取締役	加藤晴久	
社 員 数	292名(連結) 167名(単体)	社外取締役	清水 剛	
建設業許可番号	国土交通大臣許可(特-29)第24712号	社外取締役(監査等委員長)	後藤昇雄	
宅地建物取引業免許番号	国土交通大臣(2)第8366号	社外取締役(監査等委員)	中田俊明	
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)	社外取締役(監査等委員)	山下泰子	
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。



ドクダミの詩^{うた}

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^{たくま}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。
^{やっかい}厄介ながらも
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