

# ASNOVA

2024年3月期 中期経営計画

証券コード：9223

2023年5月12日

# 「カセツ」の力で、 社会に明日の場を創りだす。

ASNOVAは、パーパスを起点に成長へ挑んでいく。

古代エジプトのピラミッドも。日本の奈良の都の寺院たちも。  
歴史を建てる人類の営みは「足場」の上で始まった。

足場とは「仮設」の機材。  
それは「仮説」と「仮設」、ふたつのカセットでできている、  
ASNOVAはそう考える。  
目指すものは突然には生まれない。

「仮説」と「仮設」を繰り返し、一歩ずつカタチに近づく。  
ふたつのカセット性を生かし、自由に、軽やかに挑むことを、  
私たちASNOVAは「カセット」と呼ぶ。

「足場がなければ始まらない」。新しいものを生み出す、新しいものへ生まれ変わらせる。  
その挑戦の足がかりとして、支える拠りどころとして、足場が時代の進化の傍らにあり続けたように。  
私たちASNOVAは、足場がこれからもお客様と、社会の成長に必要とされ続けるために、  
「カセット」の可能性を広げる最前線へ進む。

ASNOVAとは、「明日の場」。明日の新たな価値を生み出す場所。  
私たちは誰よりも足場本来の力にこだわり、既成概念にとらわれず挑み、  
お客様と社会の成長をいかなる変化の中でも支え続ける。  
そしてその先に、「カセット」の力で、社会にたくさんの「明日の場」を創りだしていく。  
ASNOVAは、そのために存在する。

1

お客様と社会の想いを感じ取ろう。

2

一歩先を見よう。明日を思い描こう。

3

慣習を疑おう。既成概念から飛び出そう。

4

決めるスピードと動くスピードで前へ出よう。

5

まずやってみよう。あきらめずにやりとげよう。

6

個を磨き、共に成長し続けよう。

7

時代を先回りして変化し続けよう。

# 目次

---

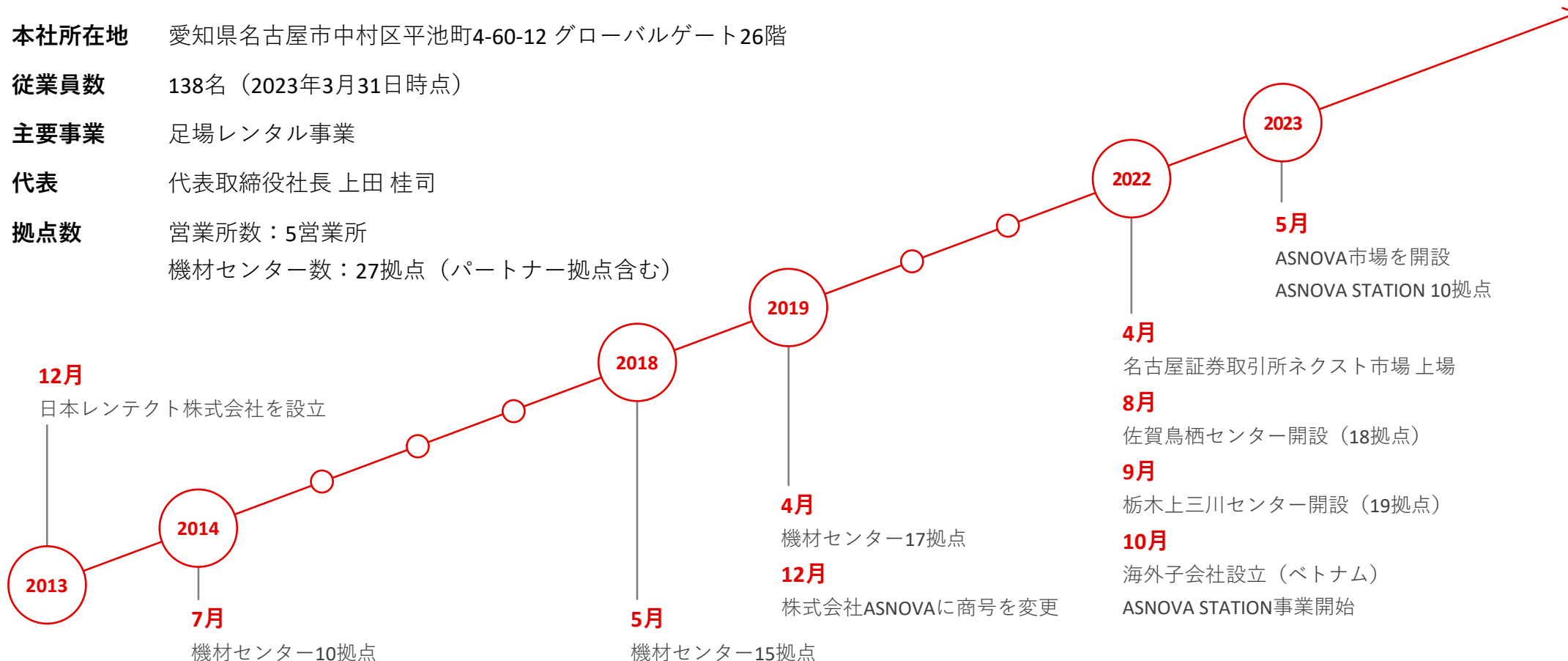
- 01** ASNOVAとは > 6
- 02** 中期経営計画の考え方と前期振り返り > 13
- 03** 第11期中期経営計画（2024年3月期－2026年3月期） > 19
- 04** Appendix（会社紹介） > 30

01

ASNOVAとは

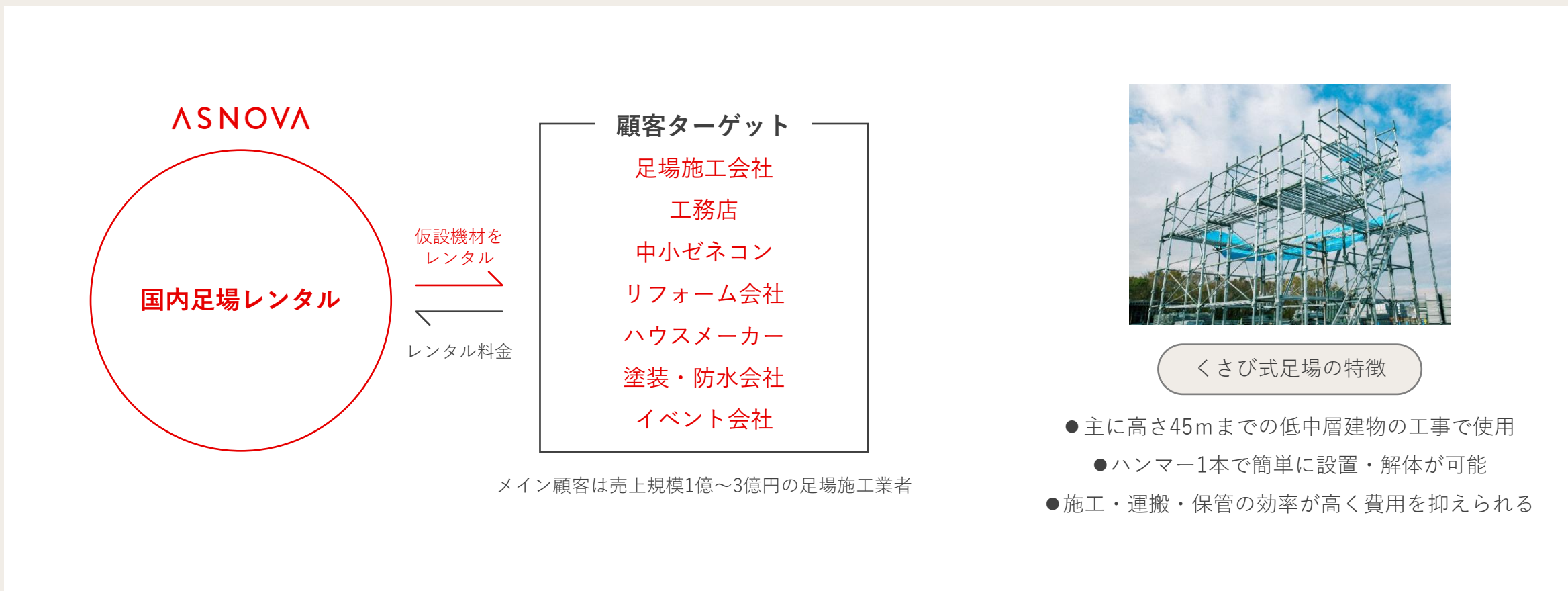
# 会社概要

**会社名** 株式会社ASNOVA (ASNOVA Co., Ltd.)  
**本社所在地** 愛知県名古屋市中村区平池町4-60-12 グローバルゲート26階  
**従業員数** 138名 (2023年3月31日時点)  
**主要事業** 足場レンタル事業  
**代表** 代表取締役社長 上田 桂司  
**拠点数** 営業所数：5営業所  
機材センター数：27拠点 (パートナー拠点含む)



# ASNOVAの主要事業：足場レンタル

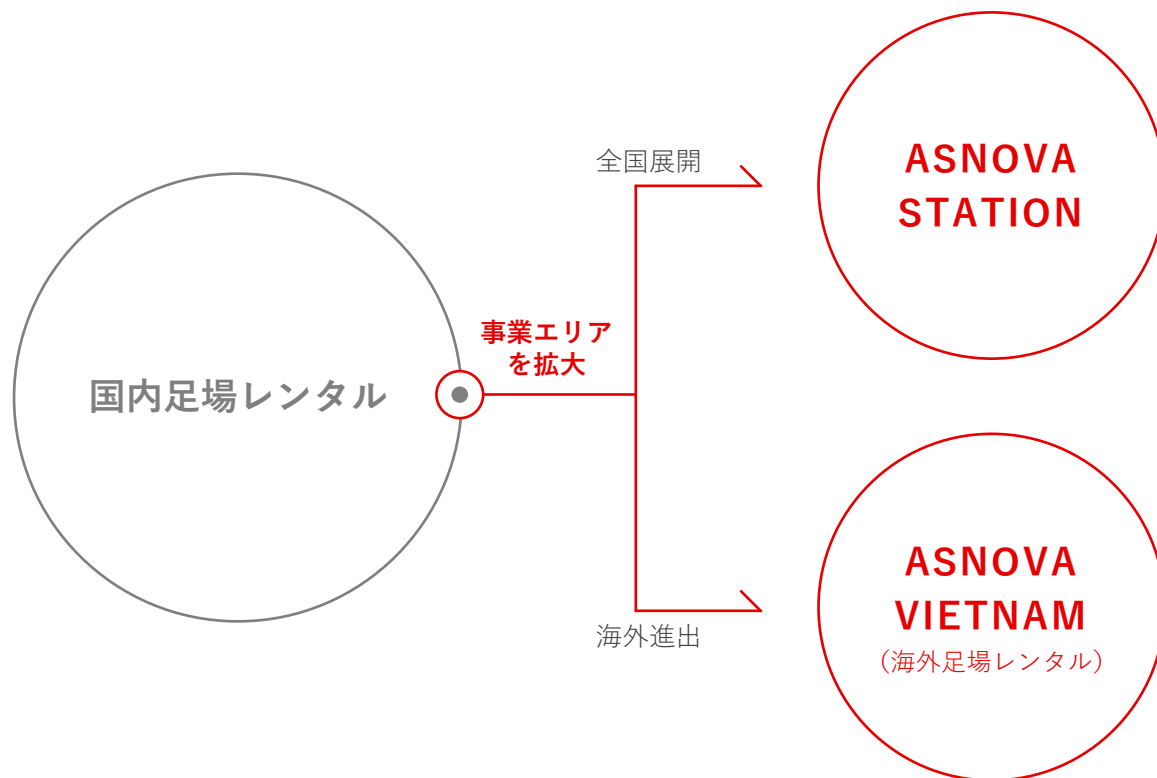
- 低中層の建物や住宅に使用される「くさび式足場」を中心に、足場施工業者などへ仮設機材をレンタル。
- さまざまな業種のお客様と取引することでリスクを分散。





## 足場レンタルを“広げる”2つの事業

- 全国各地において安心して足場を提供できるよう、パートナー企業を通じた全国展開を推進。
- 足場レンタルをグローバル展開していく第一歩としてベトナムへ進出。2022年10月、現地に子会社を設立。



足場の需要が年々高まっている中で、パートナー企業に足場機材やノウハウを提供することで供給が間に合っていない地域においても足場を届けられる仕組みを確立。

— 2022年10月 事業ローンチ

アジアを起点とした海外展開を見据え、建設ラッシュで沸くベトナムに進出。品質・安全性の高い足場（日本での経年材）と日本で培ったノウハウを活用したレンタル事業を展開。

— 2022年10月 海外子会社設立（ベトナム）

# ASNOVA STATION

- 当社の直営拠点だけではレンタルサービスが行き届かないエリアにおいて、パートナー企業と連携したレンタル事業を展開。
- ASNOVAからパートナー企業に対して足場機材や商標・ノウハウを提供し、パートナー企業はエンドユーザーへ足場機材をレンタル。



2022年10月 事業をローンチ

全国各地においても  
「いつでも、近くで、安心して借りられる」を実現



足場機材  
商標・ノウハウ  
↓  
レンタル料金  
支援サポート料金



機材レンタル  
↓  
レンタル料金



展開イメージ

主要都市にある直営拠点から  
距離の遠い地域・エリアを  
パートナー企業がフォロー



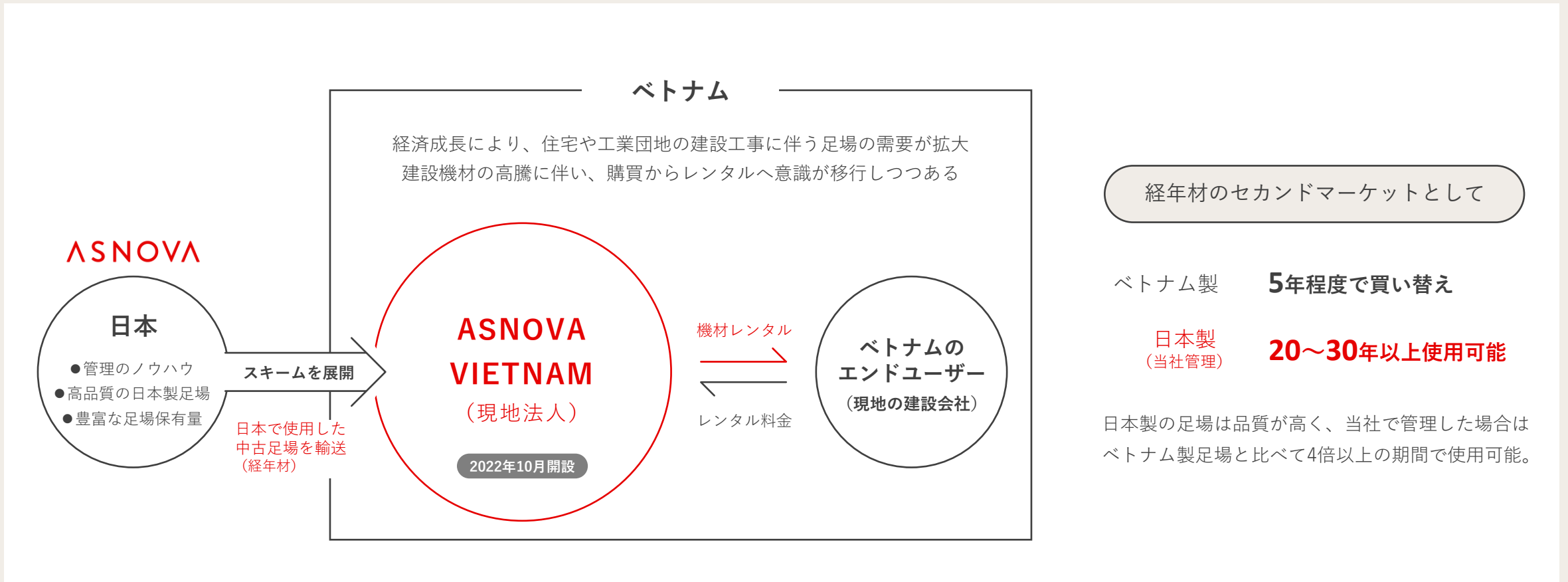
▲ ASNOVA直営機材センター

○ パートナー企業拠点

※パートナー拠点は今後の展開イメージ

# ASNOVA VIETNAM

- 日本での足場レンタル事業で培ったノウハウを生かし、経済成長が続き建設ラッシュに沸くベトナムへ進出。



## 3つの優位性

- レンタル会社の選定には在庫量、拠点の近さ、機材の品質が重要である傾向をお客様の声から把握。
- 同業他社と比較してトップクラスの足場保有量・拠点数・顧客数を有し、「いつでも」「近くで」「安心して」借りられる体制を実現。

いつでも

豊富な在庫量

126億円超の  
足場を保有

[算出方法]  
直近5年の平均仕入単価×保有量

近くで

拠点数の多さ

全国各地に

27拠点

直営機材センター：19拠点

パートナー拠点：8拠点

安心して

品質と対応力

顧客数は

2,500社超

提供する足場の品質と  
お客様への対応力により  
安心して借りられる

(各種データ：2023年3月末時点)

# 02

---

## 中期経営計画の考え方と前期振り返り

## 中期経営計画の基本方針

足場レンタルの普及で  
循環型社会の実現に貢献し  
明日の場を創りだす



# ASNOVAが目指す「循環型社会」とは

- 気候変動や資源不足などの社会課題に対処するため、モノを皆でシェアするというビジネスモデルへの転換が重要。
- 足場レンタルは「足場をシェアする」という循環型ビジネスであり、社会課題の解決にも貢献する。

## これまでのビジネスモデル

- 大量生産・大量消費・大量廃棄を前提とした「直線型ビジネス」

## 社会課題

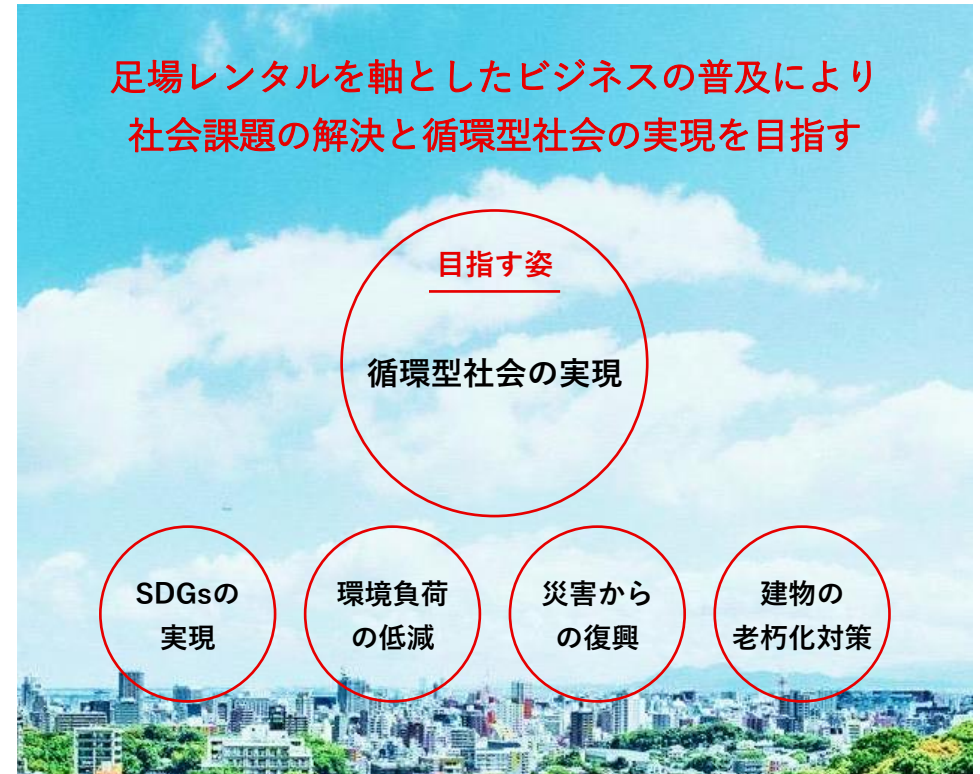
- 気候変動や資源不足が世界レベルで深刻化
- 自然災害の急増により、家屋の損壊などが年々増加
- マンションをはじめとする建物の老朽化も問題に

## 価値観の変化

- SDGsに代表されるように、持続可能な社会への意識が高まる
- モノの所有に対する意識も変化。社会の共有財産として、必要なときに必要な量をシェア・レンタルする考え方が浸透

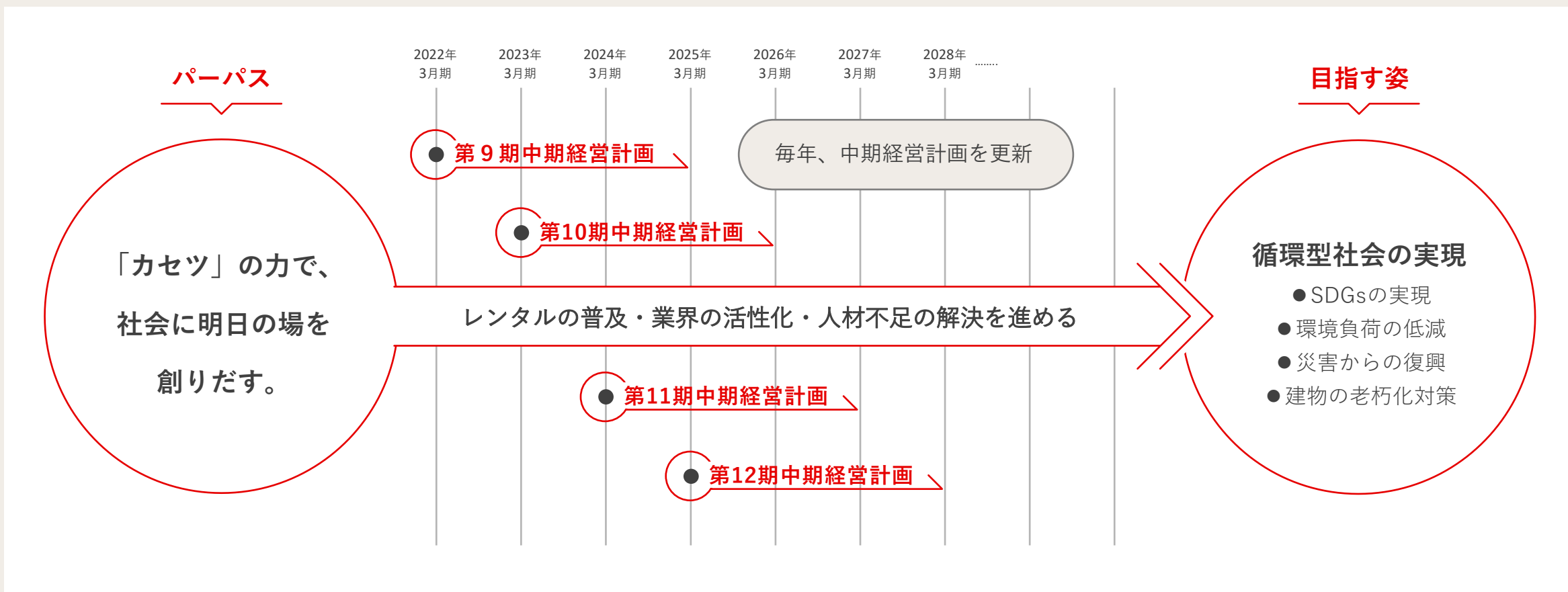
## 期待されるビジネスモデル

- モノを皆でシェアする「循環型ビジネス」への転換



## 中期経営計画の位置づけ

- パーパスを起点に、循環型社会の実現に向けてレンタル事業の普及や業界の活性化を推進していく。
- 実現のための戦略が中期経営計画であり、当社では計画を毎年アップデートする「ローリング方式」を採用。



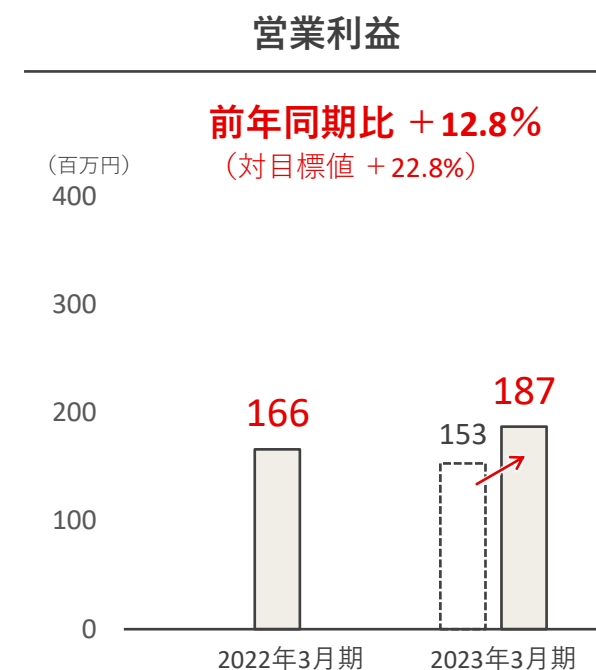
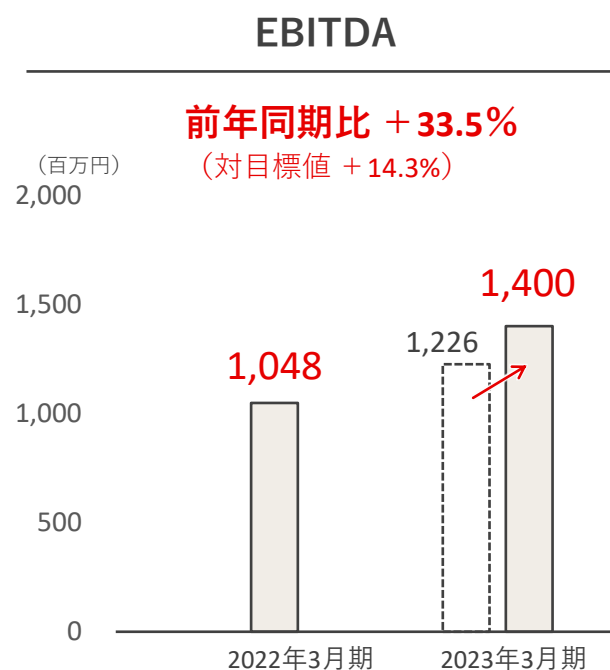
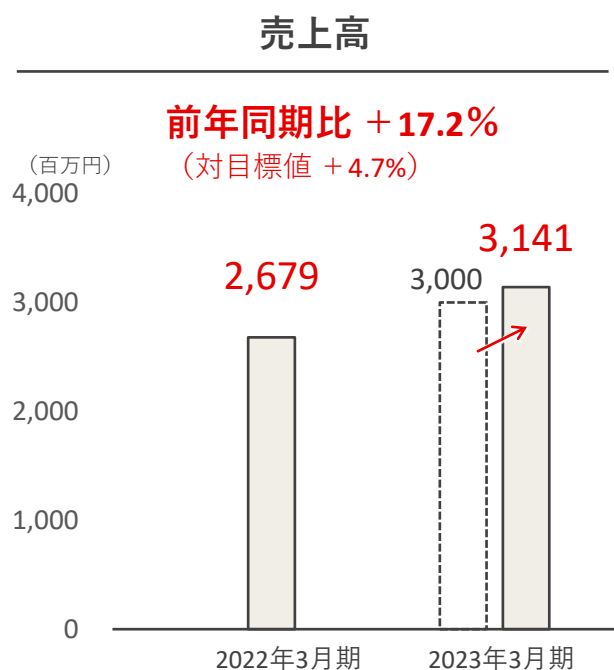


# 2023年3月期振り返り – 事業活動

	取り組み方針	2023年3月期の成果	今後の課題
足場レンタル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「いつでも・近くで・安心して」の実現</li> <li>● 基盤強化と拠点網拡大、足場保有量の拡大</li> <li>● 新規顧客の獲得</li> <li>● DX導入による管理の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 栃木県と佐賀県に機材センター2拠点を新設</li> <li>● 過去最高額となる約24億円の足場投資を実施</li> <li>● 新規顧客200件の獲得</li> <li>● 機材の需要予測にAIを導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 機材センターの展開を踏まえた人材採用・育成計画の強化</li> <li>● WEBでの受発注システムの構築</li> </ul>
ASNOVA STATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 未出店エリアでの拠点網拡大</li> <li>● 2023年3月期事業開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● パートナー企業8社と契約締結</li> <li>● 2022年10月に事業をローンチ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● パートナー拠点のさらなる拡大</li> <li>● 事業部の組織体制構築</li> </ul>
ASNOVA VIETNAM	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ベトナムへの進出・事業展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2022年10月に現地法人を設立</li> <li>● 事業ライセンスの取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ベトナムでの認知度向上</li> <li>● 国内での管理ノウハウの確立</li> <li>● 人材採用・育成</li> </ul>
人事制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● パーパスを体現する人事制度の再構築</li> <li>● 社員の成長を支援する仕組みづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リベラルアーツ開始（書籍の配付）</li> <li>● KATARUVA（合宿）、AMP!2022の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な志向性に対応した制度設計</li> <li>● エンゲージメントの向上</li> </ul>
全社施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業界に対するイメージ向上</li> <li>● ブランディングマネジメントの強化</li> <li>● 企業価値の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オウンドメディア「カケルバ」の運用</li> <li>● 積極的な説明会の実施（年間20回実施）</li> <li>● IR情報の発信や株主還元を強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報配信の継続</li> <li>● 当社に対する理解度の深耕</li> </ul>

## 2023年3月期振り返り – 業績

- 売上高は前年同期比17.2%増で着地。
- 積極的な投資によりEBITDAは3.5億円上回りながらも、営業利益は前期比+12.8%増で着地。



■ 実績値 □ 目標値 (2022年5月に開示した中期経営計画の目標値)

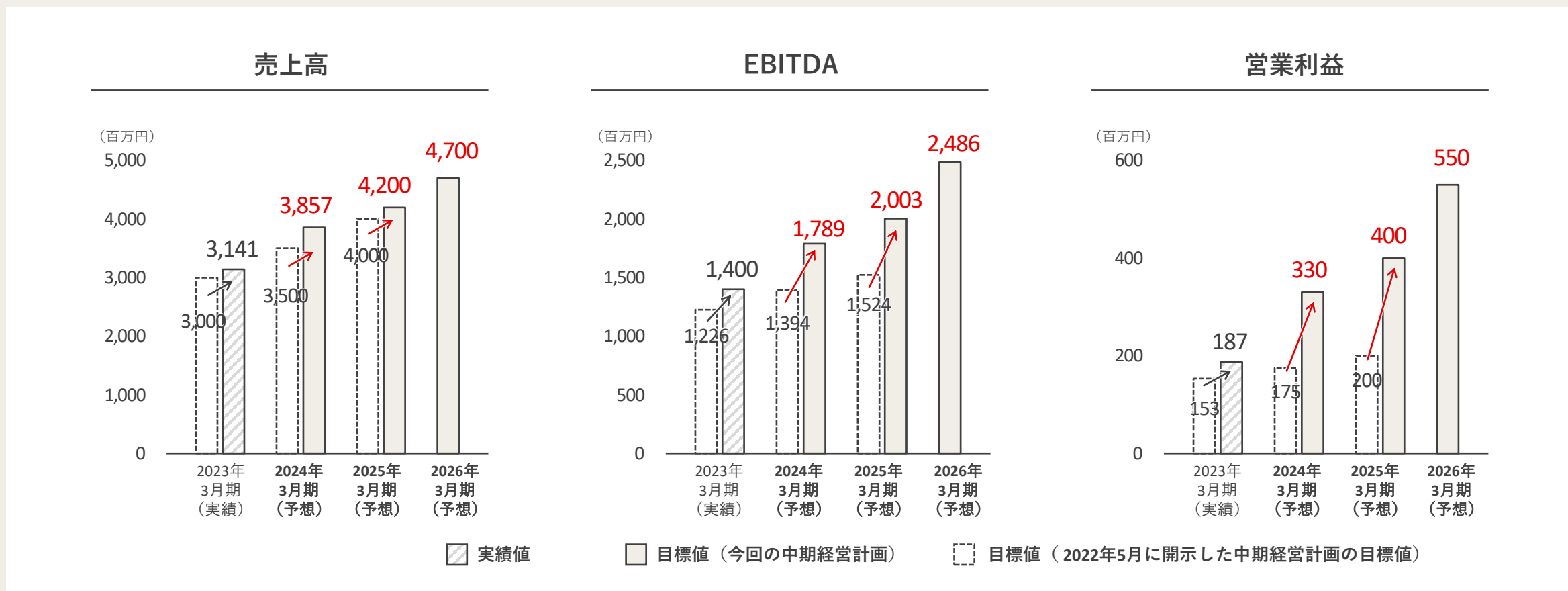
# 03

---

## 第11期中期経営計画 (2024年3月期－2026年3月期)

## 3 力年の業績目標

- 2023年3月期の業績が想定以上となったことから、2024年以降の業績目標について3指標すべてを上方修正。
- 2026年3月期は営業利益5.5億円を計画。



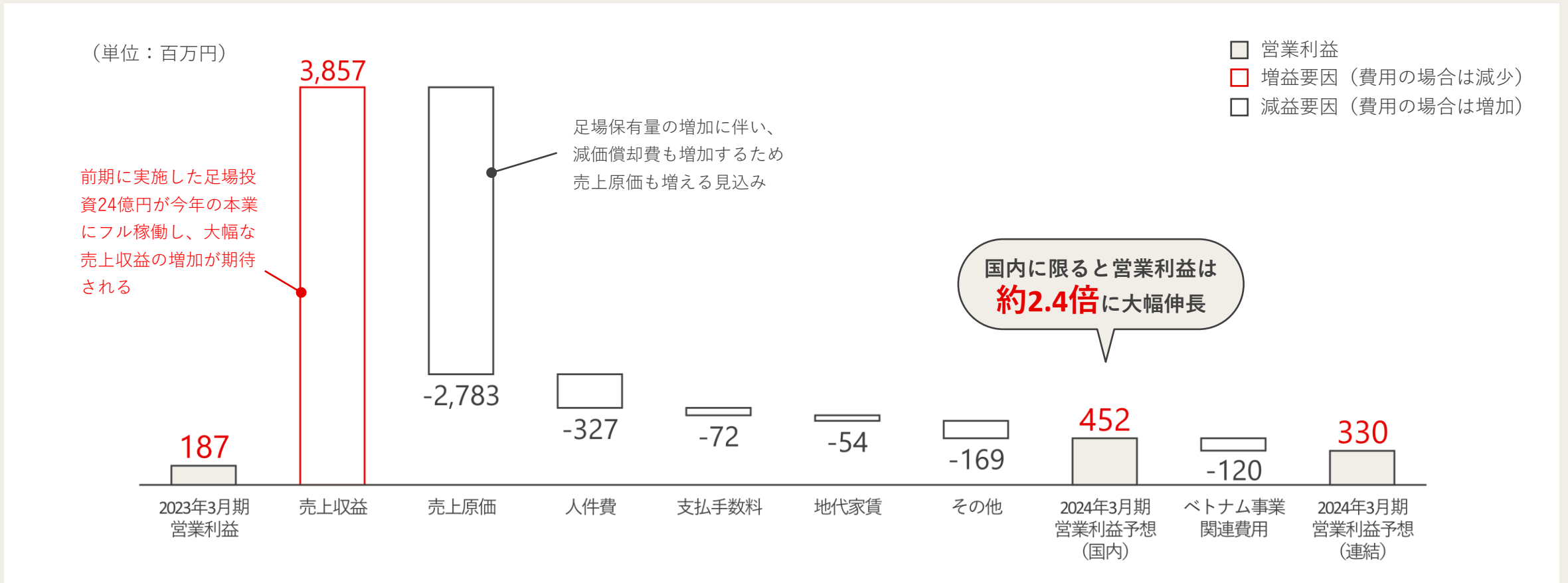
## 2024年3月期の業績予想

- 売上高は過去最高の3,857百万円、国内事業のみにおいては営業利益率は約12%を見込む。
- 営業利益についても国内事業の大幅伸長により、ベトナムへの積極的な投資を加味しても過去最高益の330百万円となる見通し。

(単位：百万円)	2023年3月期実績 (連結)	2024年3月期予想		増減	前年比
		(連結)	内、国内事業		
売上高	3,141	3,857	3,826	716	+22.8%
売上総利益	805	1,074	1,123	268	+33.4%
営業利益	187	330	452	143	+76.1%
経常利益	212	310	444	97	+45.6%
当期純利益	144	182	314	38	+26.7%
売上高営業利益率	6.0%	8.6%	11.8%	+2.6pt	—

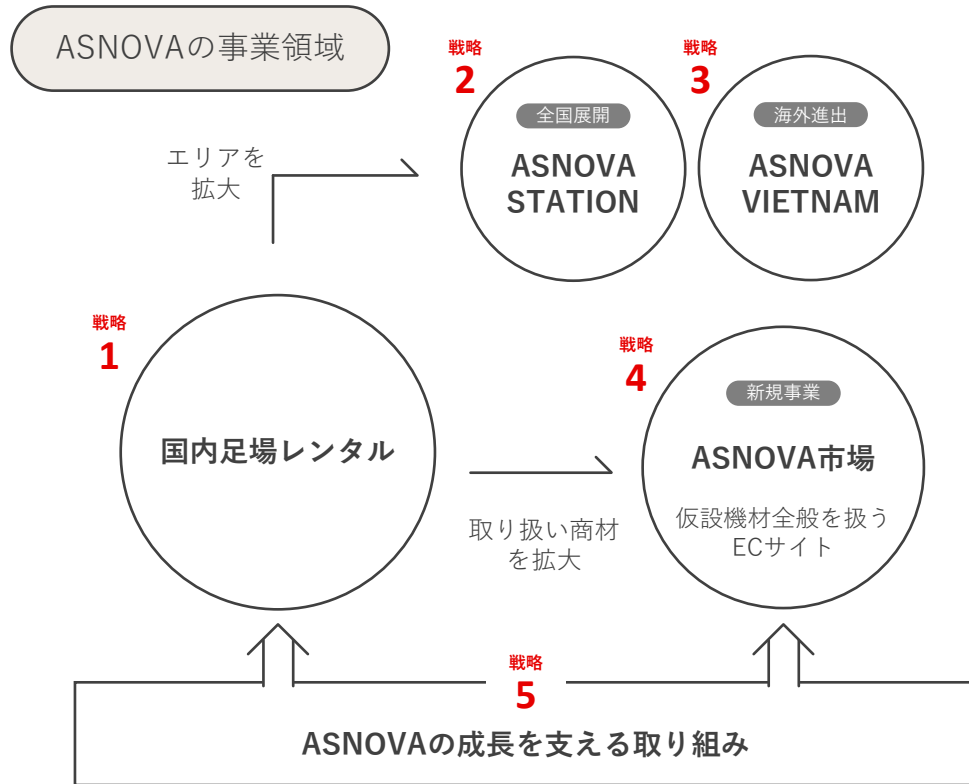
# 2024年3月期の営業利益予想

- 投資フェーズであるベトナム事業関連費用を除くと、営業利益は452百万円と前年同期比の2.4倍に大幅伸長する見込み。
- 利益の約27%をベトナム事業に投資し、シェアの獲得と売上の拡大を図る。



## 成長戦略の全体像

- 「足場レンタル」「ASNOVA STATION」「ASNOVA VIETNAM」の既存事業に注力し続ける。
- 経営基盤の強化に取り組みながら、新規事業「ASNOVA市場」を開始。企業の持続的な成長を目指す。



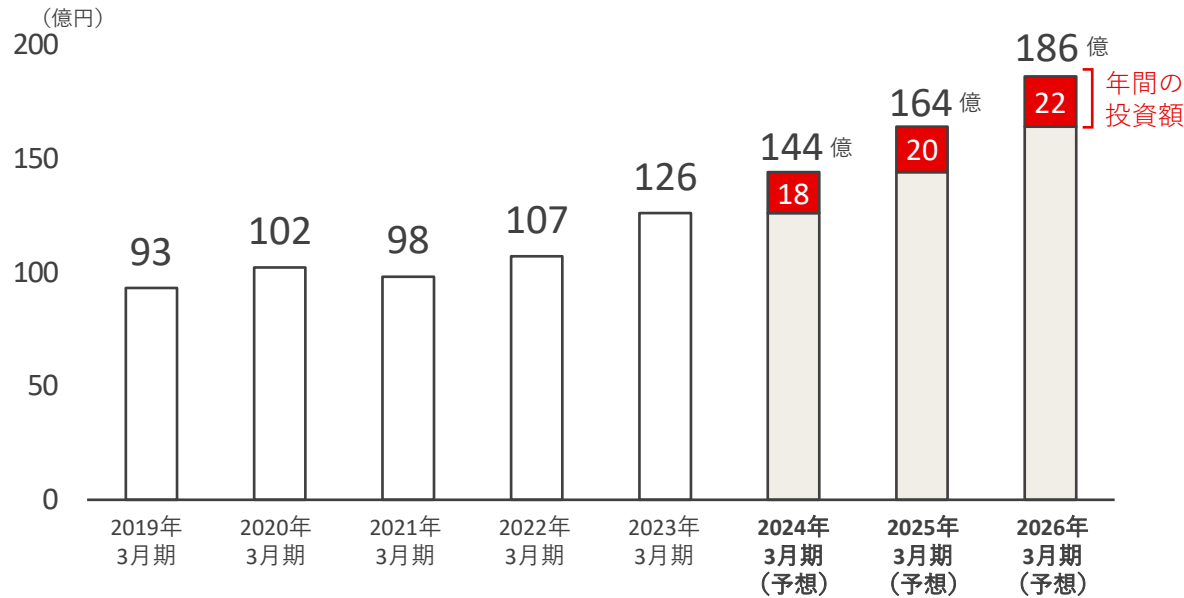
- 戦略1 足場保有量のさらなる増加に向けた投資の継続
- 戦略2 ASNOVA STATIONの拠点網拡大
- 戦略3 ベトナムにおける足場レンタルの認知拡大
- 戦略4 新規事業「仮設機材の総合サイト」の立ち上げ
- 戦略5 成長を支える3つの取り組みの推進

# 戦略1：足場保有量のさらなる増加に向けた投資の継続

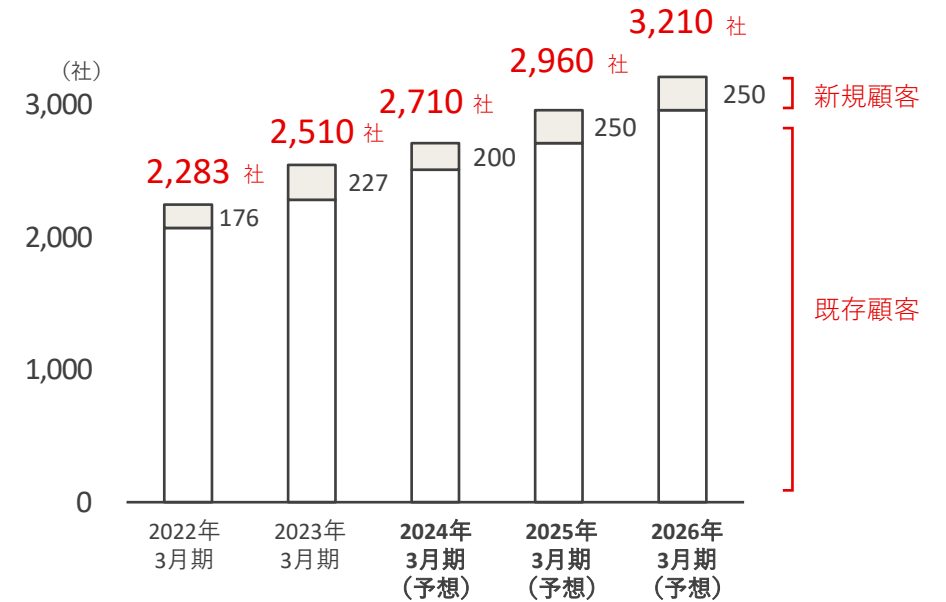
- 拠点網拡大やベトナム進出などに伴う需要増加を見据え、機材を安定して供給するために投資を継続。
- 毎年200~250社ほど増加する新規のお客様に対応するためにも積極的な投資を続け、“いつでも借りることができる”を実現する。

足場保有額の推移

毎年20億円前後の投資を継続



契約顧客数の推移



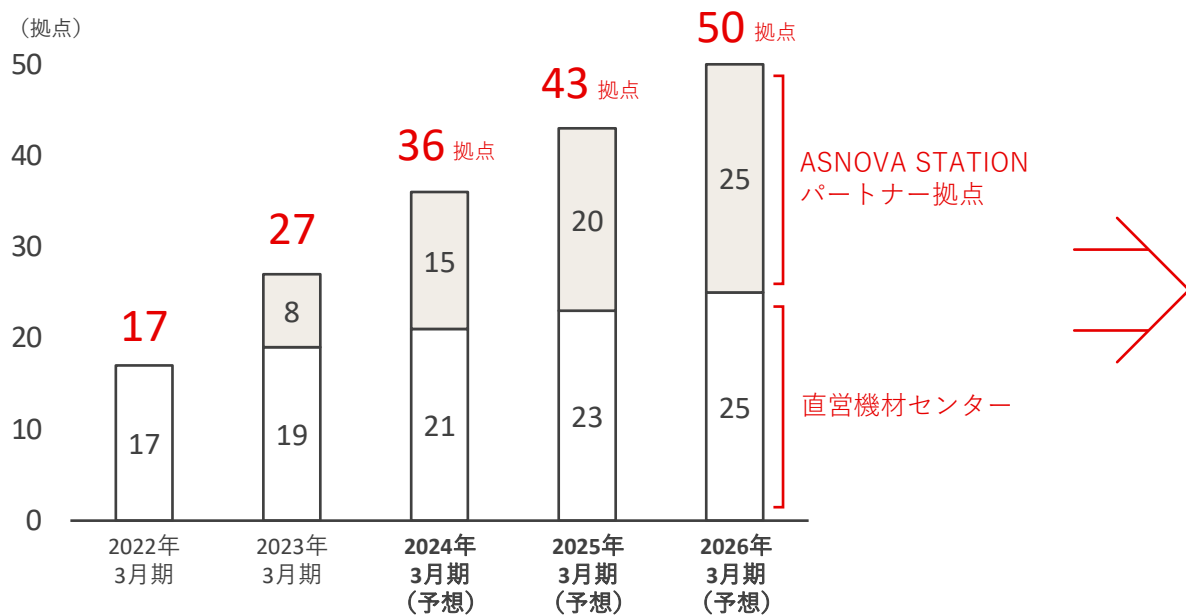
[算出方法] 直近5年の平均仕入単価×保有量



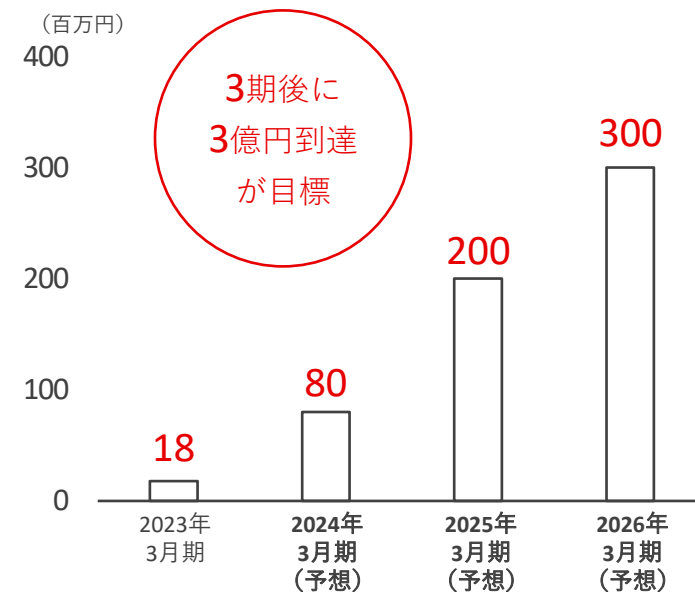
## 戦略2：ASNOVA STATIONの拠点網拡大

- 毎年2カ所の直営機材センターの新設に加えて、直営機材センターと商圈が被らないエリアを中心にパートナー拠点を拡大。
- さまざまな地域でレンタルできる環境を整備することで売上高の拡大を目指す。

### 拠点数の推移



### ASNOVA STATION 売上高推移



## 戦略3：ベトナムにおける足場レンタルの認知拡大

- 経営基盤を構築し、現地での「くさび式足場」や足場レンタル事業、および当社の認知拡大を目指す。
- 中長期的にはベトナムにおける足場レンタルのシェアNo.1獲得を目指していく。

### 成長のための重点取り組み

#### 現地における経営基盤の確立

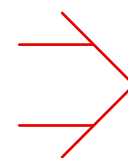
- 現地で人材を採用し、育成・マネジメントを推進
- 日本でのノウハウを生かし、機材センターの安定的な運営を実現

#### くさび式足場やASNOVAの認知向上

- くさび式足場の施工効率の良さを発信
- ベトナムにおいて当社のブランディングを推進

#### 圧倒的なくさび式足場の保有量を目指す

- 3年間で足場保有を3,000t（保有金額約10億円）まで増やす
- 日本製の高品質な足場を提供



ベトナムで  
シェアNo.1  
獲得へ



## 戦略4：新規事業「仮設機材の総合サイト」の立ち上げ

- 業界内外の方が仮設機材の買取と販売をネット上で決済できるECサイト「ASNOVA市場<sup>いちば</sup>」を2023年5月にローンチ。
- 本来廃棄されるはずだった足場を買取・販売することで循環型社会に貢献。「日本一の仮設機材の総合サイト」を目指す。

### 足場業界の近況

- 自然災害の増加や建物の老朽化などに伴う足場の需要と社会性の高まり
- 鋼材価格の高騰による機材の買い控え
- 機材の購入を減らしレンタルへ移行の流れ

# ASNOVA 市場

2023年5月 サービス開始  
「日本一の仮設機材の総合サイト」を目指して

- 仮設機材の買取と販売への需要の高まりを受け、**足場レンタルとは別軸の新規事業を創出**
- 不要な足場を買い取り、安価で販売することで**必要な「場所」や「人」に足場を提供し、循環型社会への貢献を目指す**
- 一般の方も含めた多くの皆様が「いつでも」「ほしいときに」仮設機材を購入できるよう**商品ラインナップの拡充を図る**

## 戦略5：成長を支える3つの取り組みの推進

- 既存事業や新規事業を支える経営基盤の強化として、3つの取り組み（人事制度）を推進。
- 人材採用や社員の成長につなげることで、“明日の場”を創りだせる文化の醸成と、循環型社会の実現を担える人材の育成を図る。

### KATARUVA

～カタルバ～

多様なメンバーが  
当社の課題や未来について  
対話を重ねる場（語る場）

全部門から集まった参加者が  
合宿やワークショップを通して  
新たな価値を創出

→P55

### ASNOVA WAY

社員の成長を支援し  
パーパスを体現する人材を  
育成するための人事制度

「習慣」「変化」「挑戦」「人間力」  
「知識」「安心」の6つをテーマに  
充実した教育制度を整備

→P56

### ASNOVA Challenge System

新規事業の責任者に  
応募しやすくするための制度  
開発から事業化まで支援

事業開発から事業部創出まで  
サポートしながら、事業責任者の  
育成と組織の活性化を図る

→P57

# 「足場といえば、ASNOVA」を目指して。

循環型社会の実現を目指していく過程で、  
足場レンタルの普及や業界の活性化、人材不足の解決を進め、  
「足場」というフィールドにおいて  
リーディング・カンパニーとしての地位確立に挑戦していきます。

# 04



## Appendix (会社紹介)

# 04

---

## Appendix（会社紹介）

### 4-1 事業概要

### 4-2 ASNOVAの優位性 39

### 4-3 取り巻く市場環境と社会課題 46

### 4-4 人事制度と情報発信 54

# 足場の利用シーン





## くさび式足場の特徴

- くさび式足場は主に低層～中層建物（高さ45mまで）の工事で使用される。

### くさび式足場

#### 設置・解体が簡単

ハンマー1本で  
組み立てができる



#### 施工費用が抑えられる

- ・ 施工効率が高い
- ・ 運搬効率が高い
- ・ 保管効率が高い

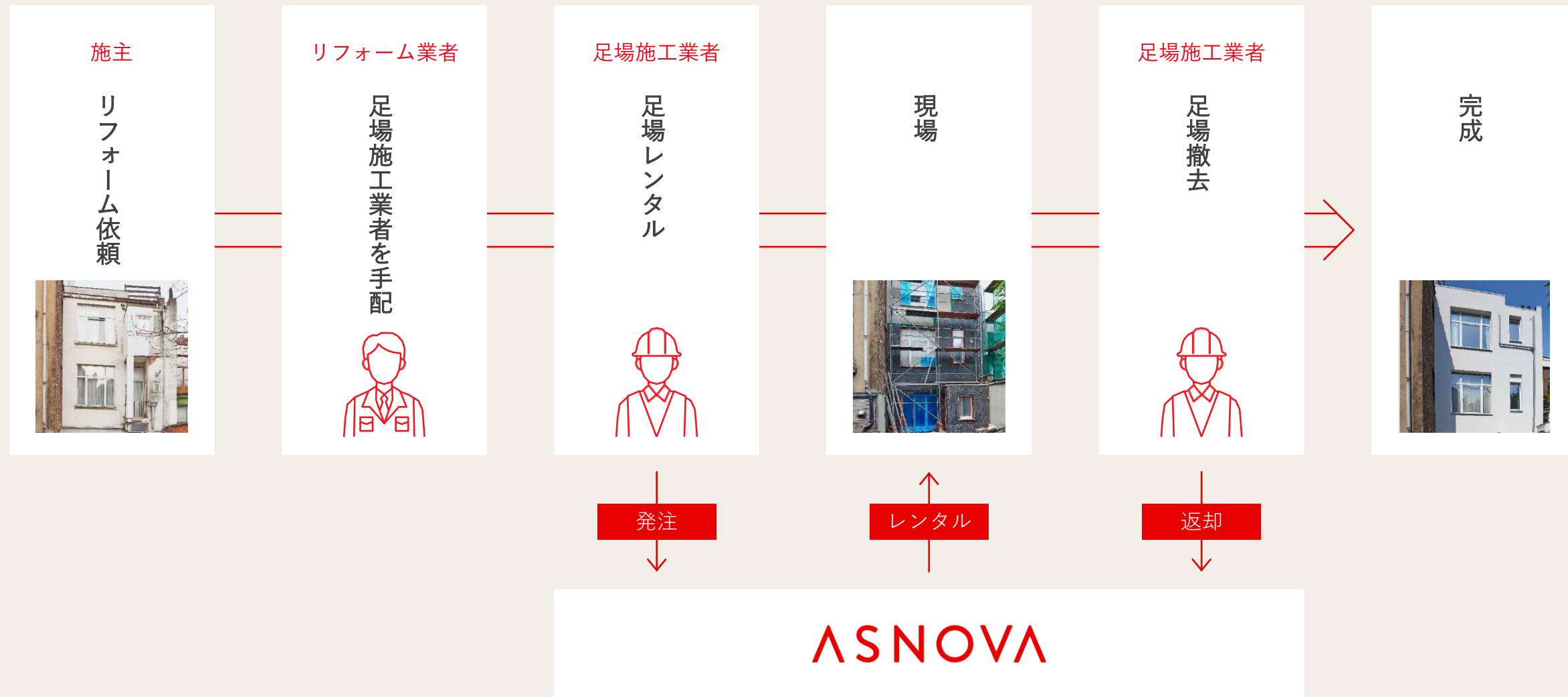
## くさび式足場の使用割合

- くさび式足場は最も流通している足場であり、低中層マンションや住宅で多く使用される。
- マンションストック戸数のうち94.6%がくさび式足場の使用が可能。

### ■ マンションストック総数に対する割合



# ビジネスフロー



## 仮設業界におけるポジショニング

- 工事規模、顧客層の違いにより、枠組・次世代足場を取り扱う大手レンタル会社と棲み分けができています。
- くさび式足場レンタル業に特化している同業他社は、事業規模が比較的小さい非上場企業。

	会社規模	取り扱い機材	主な取引先
足場機材メーカー 大手レンタル会社	上場企業	枠組足場 次世代足場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大手ゼネコン</li> <li>・中小ゼネコン</li> <li>・大規模修繕会社</li> <li>・スーパーゼネコン</li> <li>・大規模足場工事会社</li> </ul>
ASNOVA	上場企業	くさび式足場	<p>多くのお客様と取引することでリスクを分散</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・足場施工会社</li> <li>・中小ゼネコン</li> <li>・大規模修繕会社</li> <li>・ハウスメーカー</li> <li>・塗装・防水会社</li> <li>・工務店</li> <li>・リフォーム会社</li> <li>・個人大工</li> <li>・設備会社</li> <li>・イベント会社</li> </ul>
くさび式足場 取り扱い同業他社	非上場企業 小規模企業		

# 足場レンタルの参入障壁

- 拠点や足場への投資が大きいことや、独自の管理ノウハウをすでに確立していることが、他社企業にとっての参入障壁に。

## ■ 機材センターの数

ASNOVA  27 拠点

A社  9 拠点

B社  7 拠点

C社  4 拠点

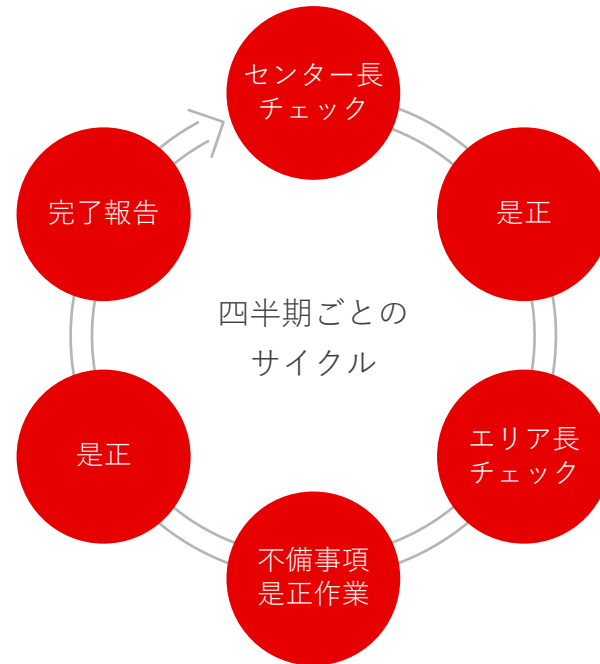
D社  3 拠点

E社  2 拠点

F社  1 拠点

拠点数  
業界  
No.1

## ■ ASNOVA独自の管理ノウハウ



### ASNOVAの優位性

独自の管理ノウハウで  
低い棚卸差異率※  
(差異平均0.002%)

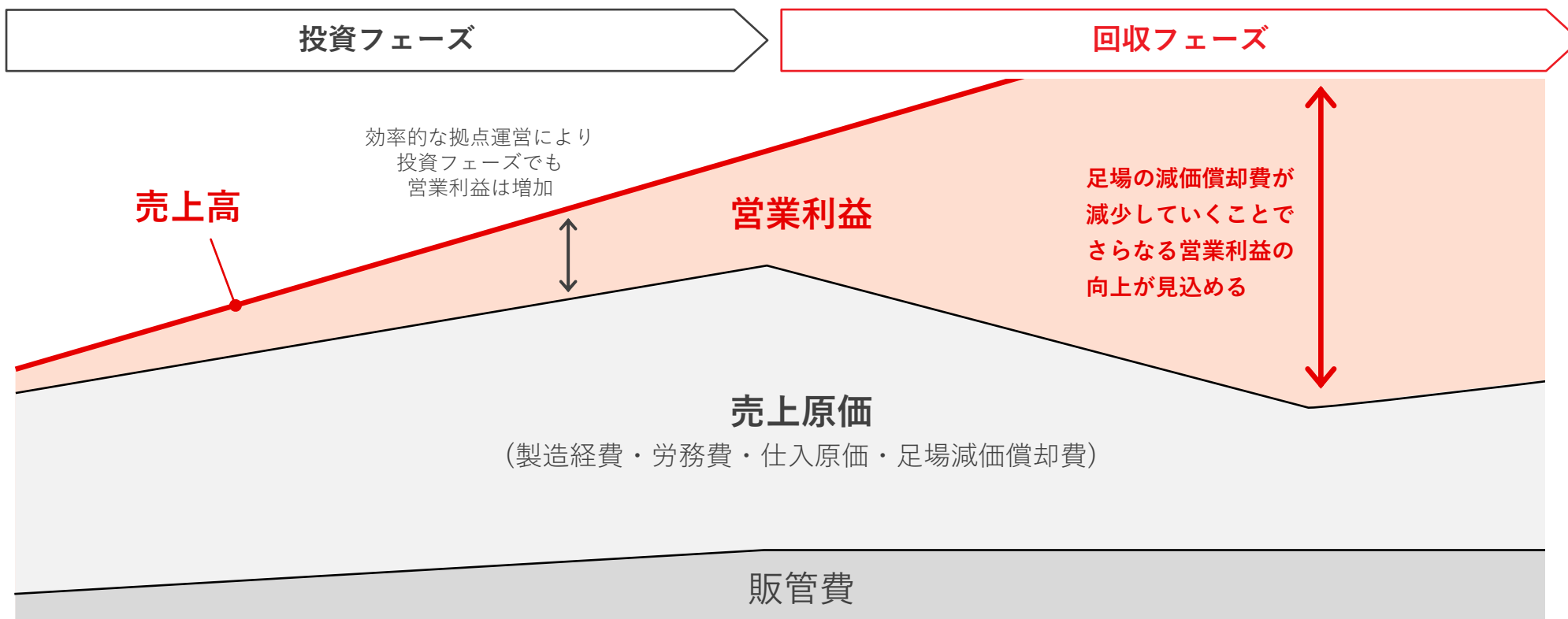


他社新規参入の  
障壁になっている

※ 棚卸差異率とは、当社機材センターにある仕入れや紛失などを勘案した理論上の足場在庫と実際にある足場在庫の差異です

## 収益構造のイメージ

- 当面は「投資フェーズ」と位置づけ、足場保有量を増やすために積極的な投資を継続。
- 投資フェーズで売上原価の過半を占めている足場の減価償却費が「回収フェーズ」にて減少。中長期的な予想では営業利益が向上。



# 04

---

## Appendix (会社紹介)

4-1 事業概要 31

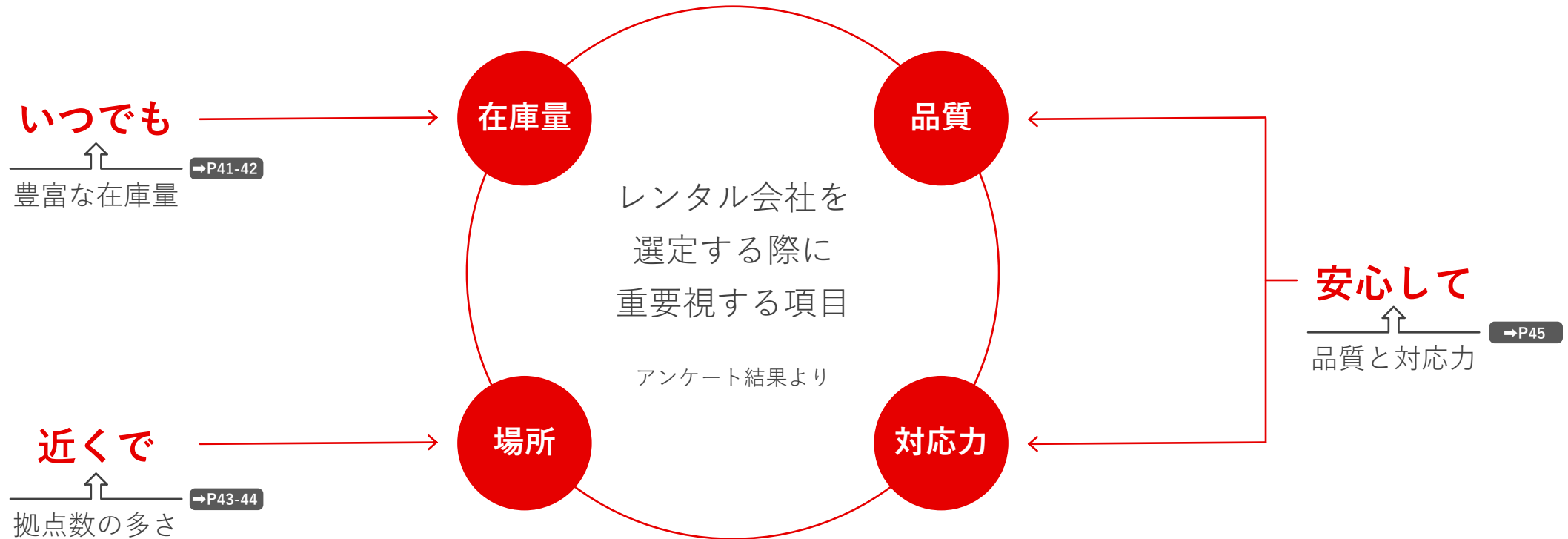
4-2 ASNOVAの優位性

4-3 取り巻く市場環境と社会課題 46

4-4 人事制度と情報発信 54

## 顧客がレンタル会社を選定する際に重要視する項目

- お客様の声から、レンタル会社の選定には在庫量、拠点の近さ、機材の品質が重要という傾向を把握。
- お客様が求めている「いつでも、近くで、安心して」を当社では追求。

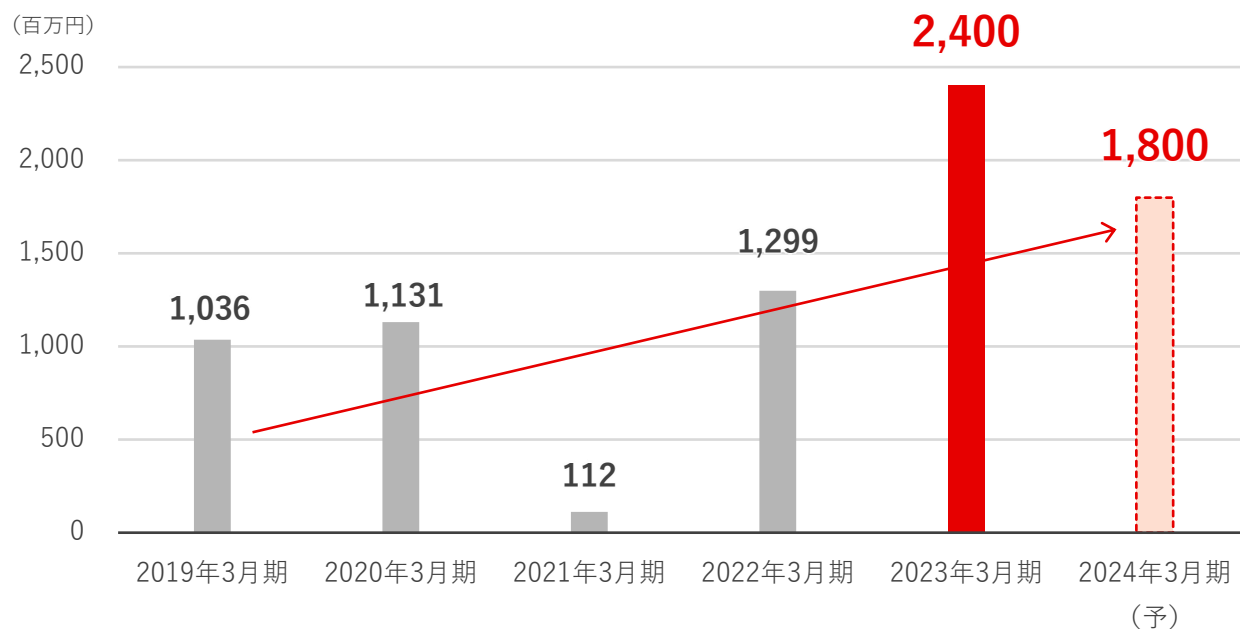




## いつでも：足場機材への投資

- 2023年3月期は126億円の足場を保有し、2024年3月期は18億円の投資を予定。
- 機材の需要は旺盛でありながらも、バランスシートを考慮しながら今期は投資予定。

### ■ 投資額推移



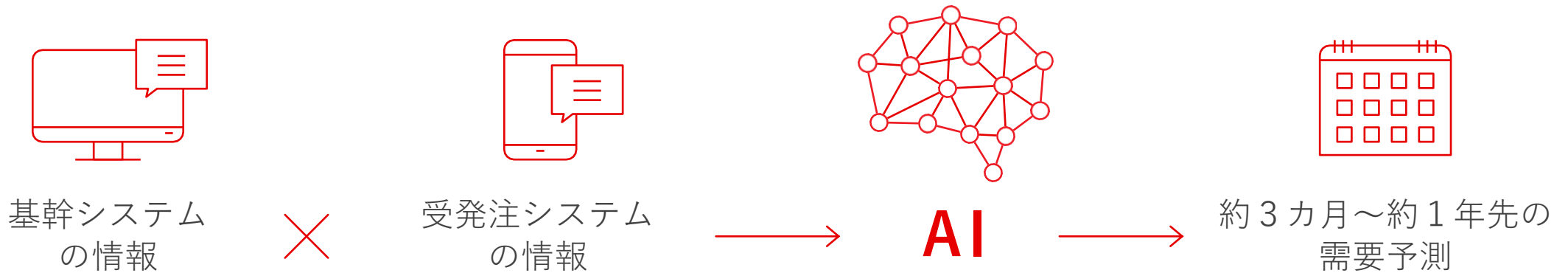
※2021年3月期は、新型コロナウイルスの影響により積極的な投資を行っていません。



[算出方法]  
直近5年の平均仕入単価×保有量

## いつでも：AI予測を用いた需要予測

- 各センターに適切な機材の量をAIで予測することで、失注を必要最低限に抑えることが可能となる。



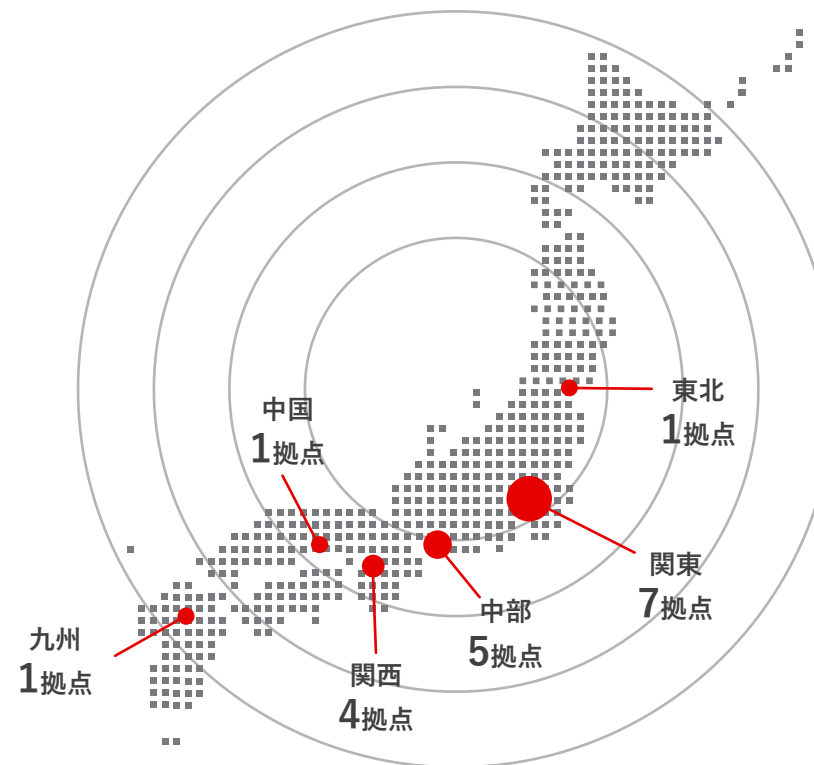
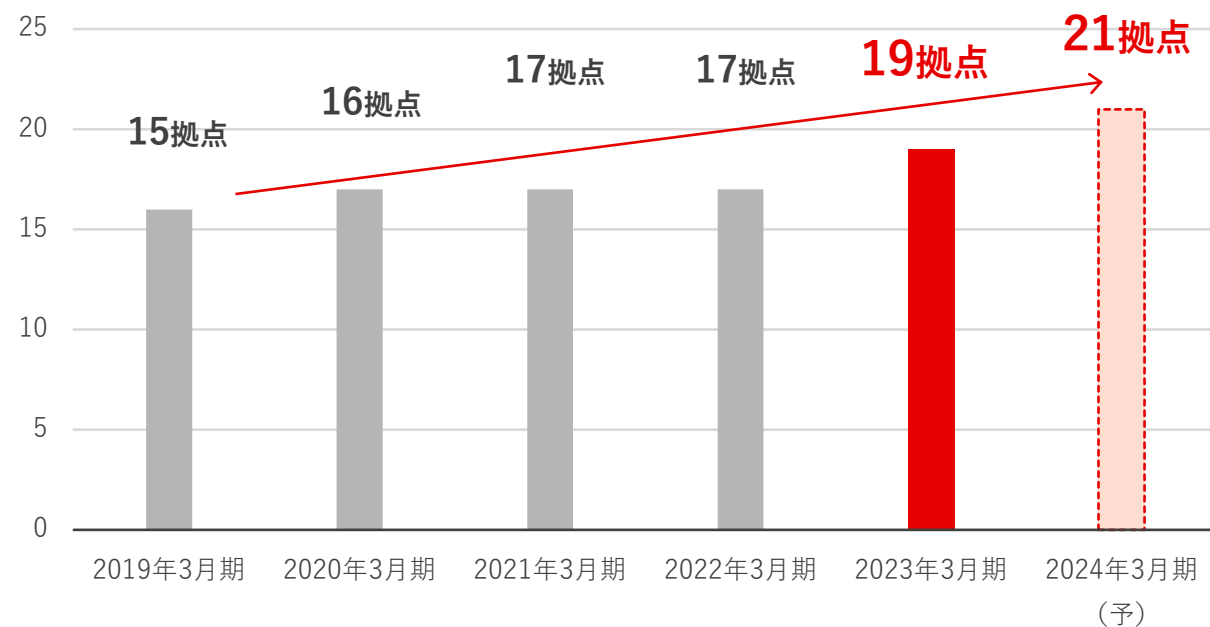
**AI導入業界初** (当社調べ)

2023年3月期より導入し稼働率向上

## 近くで：直営機材センター拠点の新規出店

- 2023年3月期は栃木県上三川と佐賀県鳥栖の2店舗出店。
- 顧客の利便性を追求し、足場レンタル需要の多いエリアにドミナント出店を行う。

### ■ 店舗展開拠点数



## 近くで：ASNOVA STATION（パートナーを通じた全国展開）

- レンタルサービスが行き届いていないエリアに「近くで」を実現する。



パートナーとともに地域を活性化する  
フルサポート型サービス

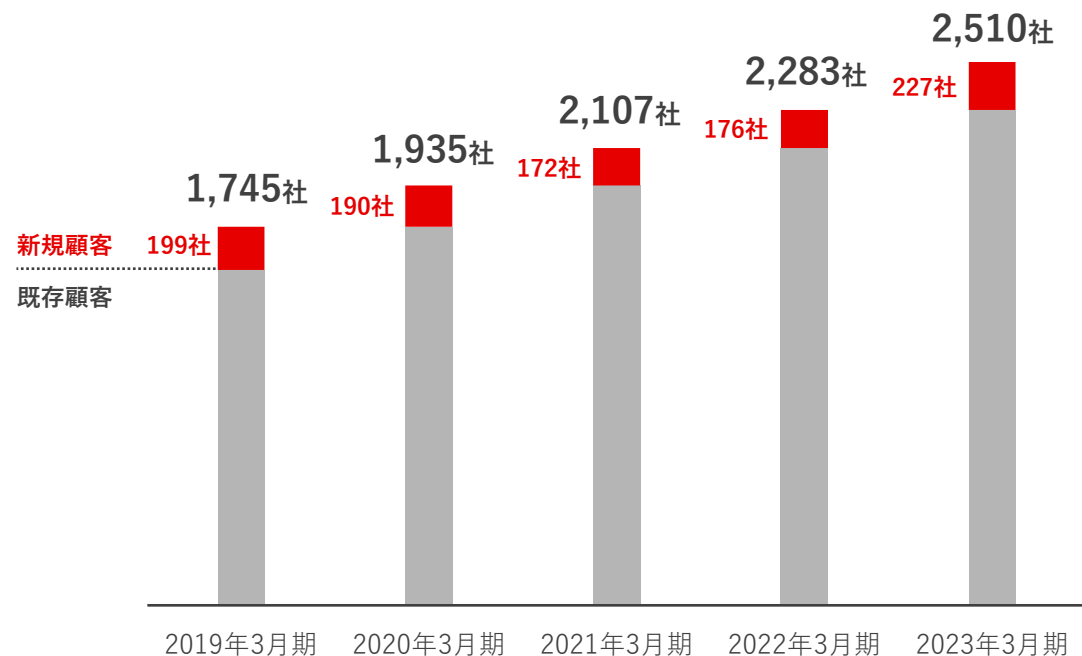
- ▲ ASNOVA直営機材センター
  - パートナー企業拠点
- ※パートナー拠点は今後の展開イメージ



## 安心して：お客様からの信頼

- 顧客数は2,500社以上。毎年、200社近くの新規顧客を獲得。
- お客様に対して実施したアンケートでは非常に高い評価を得ている。

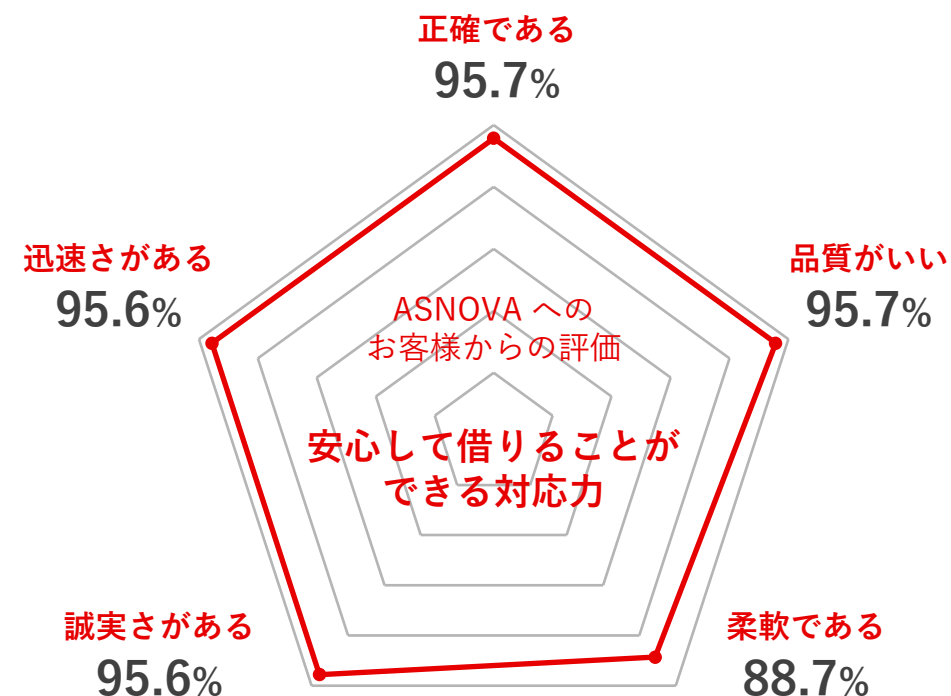
### ■ 顧客数



※新規顧客とは当該事業年度において新たに契約締結した顧客数であり、既存顧客とは当該事業年度の前年度までに契約締結した顧客数を示しております。

### ■ 当社顧客アンケート結果

2022年6月自社調べ  
アンケート結果（129社）  
「かなり優れている」  
「少し優れている」を集計



# 04

---

## Appendix（会社紹介）

4-1 事業概要 31

4-2 ASNOVAの優位性 39

4-3 取り巻く市場環境と社会課題

4-4 人事制度と情報発信 54

## 足場レンタル需要の拡大

- 「マンションリフォーム」「住宅リフォーム」「自然災害」の増加により足場の需要が伸びる。

### 増える社会課題と工事需要



社会課題

老朽化マンションの増加



需要

マンション修繕工事の増加

→P48-49



社会課題

中古住宅への関心の増加



需要

住宅リフォーム工事の増加

→P50



社会課題

環境変化による自然災害増加



需要

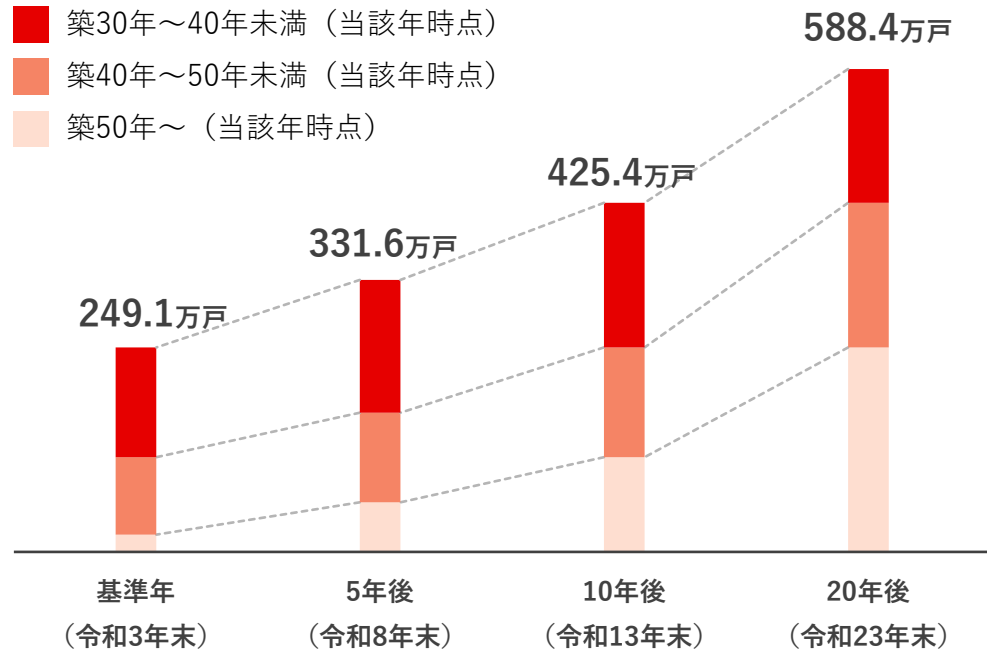
災害予防工事や復興工事の増加

→P51

# 高経年マンション増加

- 築30年以上の分譲マンションは多くの問題を抱えている。また、長期修繕計画に基づき12年周期で修繕が行われる。
- 増加する老朽マンションの改修を進めやすくするため、政府は法改正を検討している。

## ■ 築後30年以上の分譲マンション数



出典：国土交通省「築後30、40、50年超の分譲マンション数」(2021年末時点/2022年6月28日更新)

## ■ 修繕促進に向けて検討中の法改正

増加する老朽マンションの改修を後押しするため政府は分譲マンションの修繕方針などを決める住人集会について出席者の過半数の賛成で決議できるように法改正を検討中。

### 共用部分の修繕

- 所有者の過半数の賛成が必要
- 欠席者は原則「反対」扱い

### 検討中の改正案 (赤枠は新規で検討開始)

- 出席者の過半数で決議可能

### 建て替え

- 所有者の5分の4の同意で決定

- 所在不明者を住人決議の対象から除外

- 所有者の4分の3以下で決定

### 専有部分のリノベーション

- 所有者全員の同意で決定

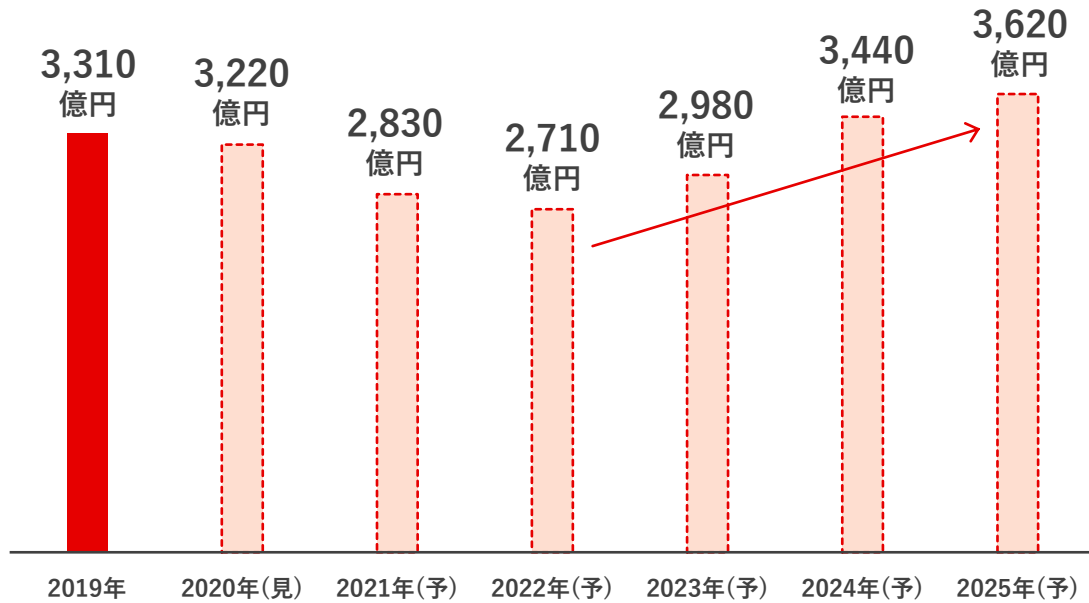
- 建て替えと同様の要件へ緩和



# 分譲マンション大規模修繕需要

- 大規模修繕工事は長期修繕計画に基づき、安定した需要が見込まれる。
- 仮設機材を必要とする工事が過半数を占めている。

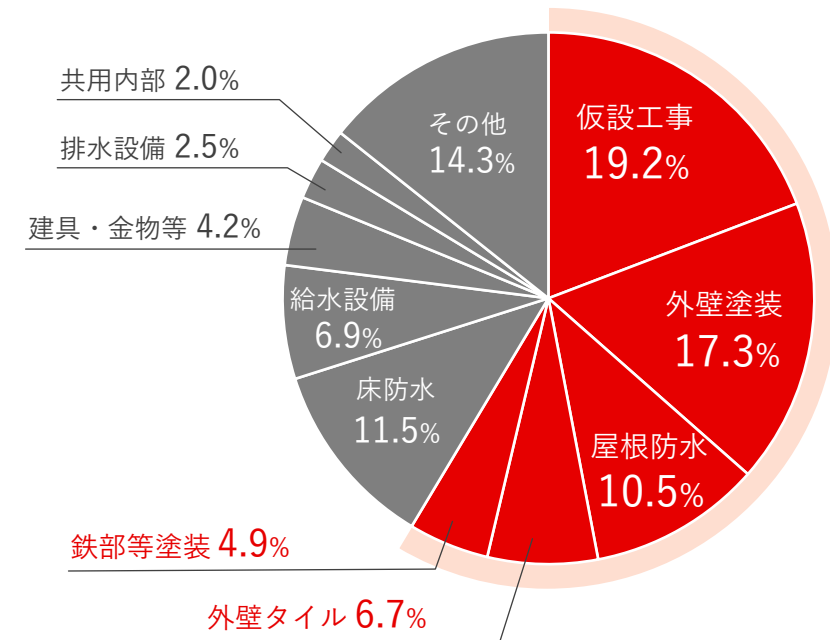
## ■ 分譲マンション大規模修繕工事市場規模



出典：矢野経済研究所推計

「上記数値は外壁塗装・鉄部塗装等、仮設工事が必要な工事のみの数値。給排水設備、電気・情報設備は含まない。全てのマンションが長期修繕計画を有しており、長期修繕計画に従って工事するものと仮定」

## ■ 大規模修繕工事内訳



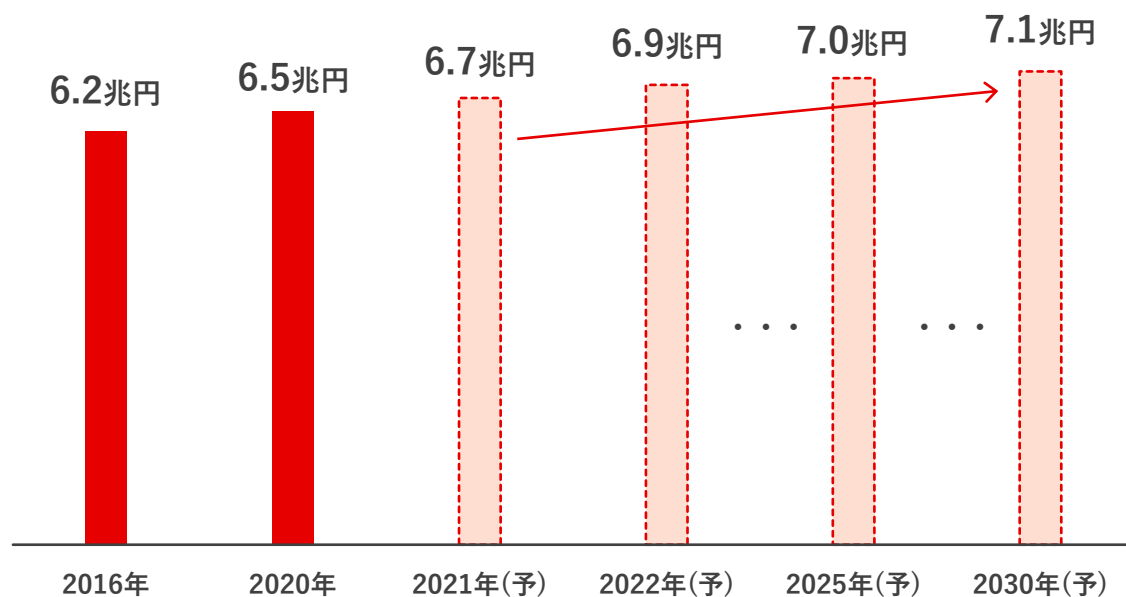
足場を必要とする工事が過半数を占める

出典：国土交通省「マンション大規模修繕工事に関する実態調査」

# 住宅リフォーム需要

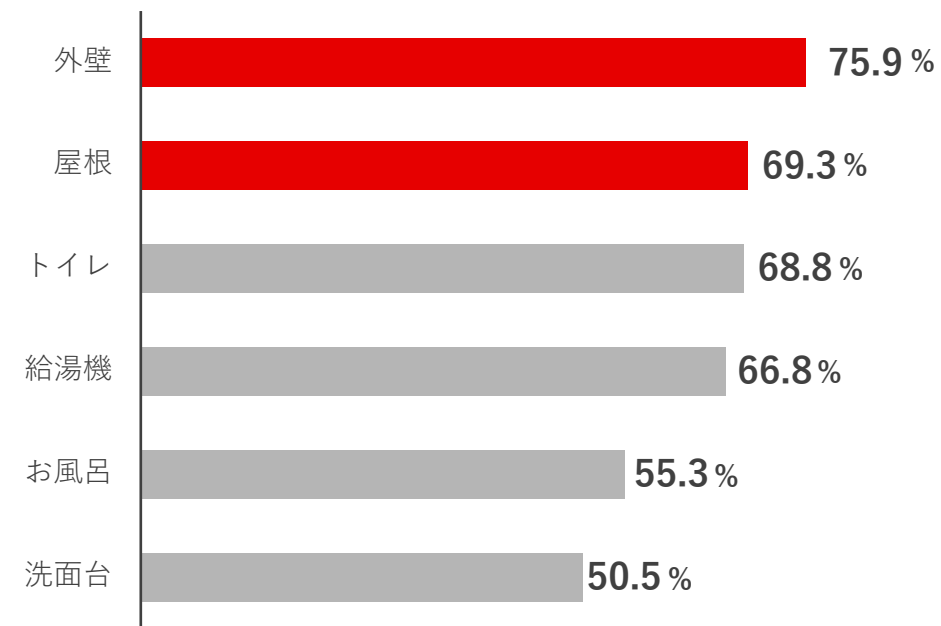
- 在宅時間の増加や国のバックアップにより中古住宅への関心が高まったことで、リフォーム市場は堅調に推移。

## ■ 住宅リフォーム市場推移



出典：国土交通省「建築着工統計」、総務省「家計調査年報」、総務省「住民基本台帳」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」、内閣府経済財政諮問会議「中長期の経済財政に関する試算」をもとに矢野経済研究所推計

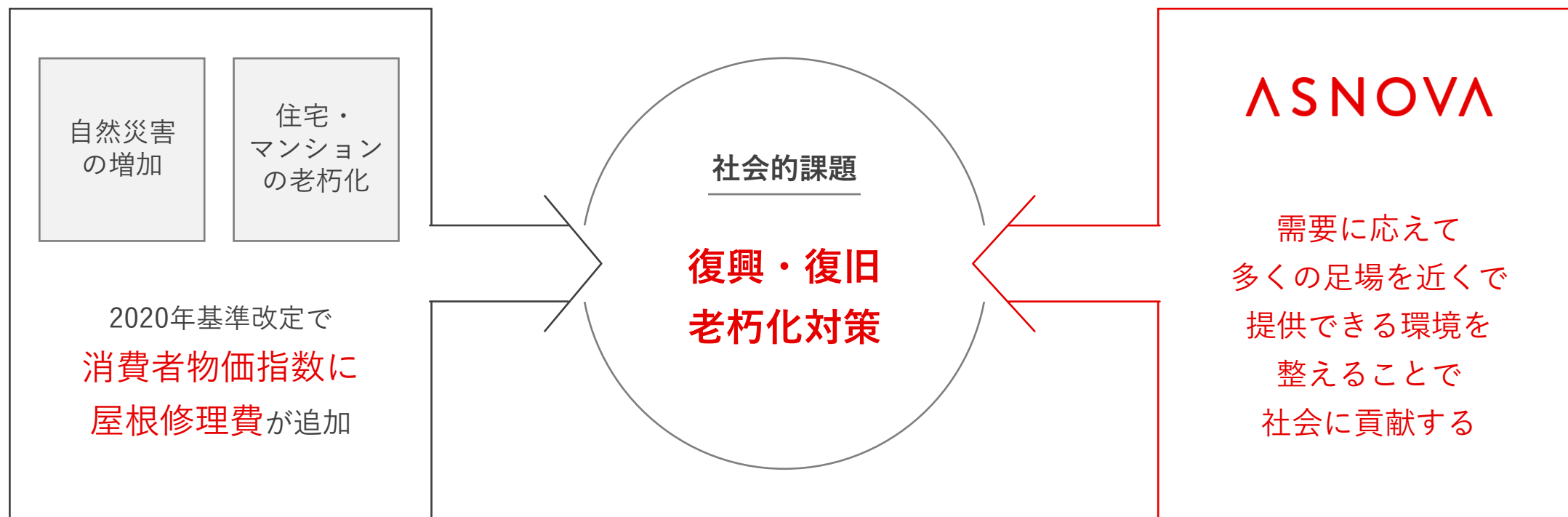
## ■ 戸建住宅リフォーム経験者の割合 (複数回答)



出典：リフォーム産業新聞 (2022年1月3日)

## 自然災害の増加

- 地球温暖化等の気候変動による影響から発生頻度及び被害額は増加。
- 自然災害に対する防災や住宅・マンションの老朽化は社会課題とされている。



## ベトナムへの進出

- 著しい成長を誇るベトナムにおいて、くさび式足場のレンタル事業を開始し、ASEAN諸国進出の足掛かりとする。



## ベトナムにおける市場背景と機会

- 経済成長を続けるベトナムにおいて、今後さらに建設の需要も高まると予測される。
- 海外展開の機会と捉え、日本で培ったノウハウを活かしてベトナム市場へ参入する。

### 市場的背景

- 住宅購買の増加による工事需要拡大
- コロナ禍により停滞していた建設の再開
- 建設機材の高騰によるレンタル移行傾向
- 工業団地計画による建設需要の拡大



VIETNAM

人口  
9,458万人  
(ASEAN 第3位)

年齢中央値  
31.9歳

### 社会的背景

- 経済成長による国内消費市場の拡大
- 若い労働力が豊富
- 中間層の増加
- 高い親日感情

日本での実績をアレンジして参入

ASNOVA

強み

レンタル事業ノウハウ

物流の確保

日本製品の安全性

# 04

---

## Appendix（会社紹介）

4-1 事業概要 31

4-2 ASNOVAの優位性 39

4-3 取り巻く市場環境と社会課題 46

4-4 人事制度と情報発信 54

# KATARUVA ～カタルバ～

- さらなる成長のために1泊2日でいくつかのテーマについて語り合う合宿「KATARUVA」を実施。
- 第1回は全部門から計10名が参加して開催された。

## KATARUVA ASNOVAの明日を“語る場”

全部門から人が集まり語り合うことで  
新たな発想が生まれ、価値の創出につながる



通常業務や日常から離れ、  
合宿で膝をつき合わせて対話することで  
新しい発見と発想が生まれる



豊かな発想を生み出すために  
性別・年齢、キャリア、立場などを越えて  
それぞれの価値観を尊重

### 第1回 (2022年11月17日、18日)

開催場所：岐阜県高山市

議論テーマ1：人事制度「ASNOVA TRY」の課題は何か？

テーマ2：新規顧客獲得のために何をすべきか？

テーマ3：マッチングサービス事業で  
足場施工業者に喜んでもらうためには？

### 第2回 (2023年2月16日、17日)

実施場所：京都府京都市

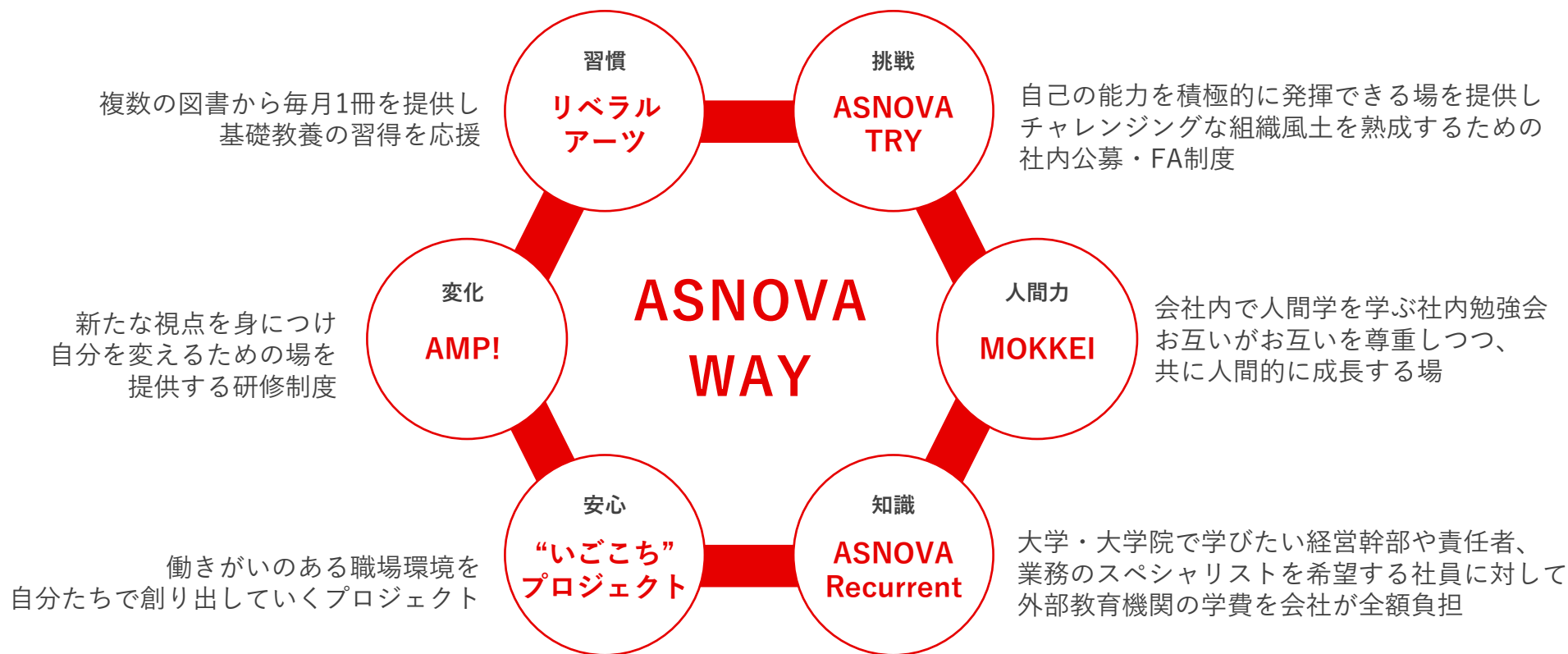
議論テーマ1：資格取得支援制度の今後の在り方

テーマ2：離職率を低下させるために

テーマ3：一般層にくさび式足場を普及させるためには

# ASNOVA WAY

- 新たな事業やサービスを担う人材を育成するためにさまざまな人事制度を用意。
- 今後も人材育成や風土醸成には積極的に投資をしていく方針。





# ASNOVA Challenge System

- 2021年から新規事業へのチャレンジ制度「ASNOVA Challenge System」を導入。
- 制度を使うことで、所属や役職を問わずまだ世に出ていない新規事業のリリースに携わることが可能。

## ASNOVA Challenge Systemの目的

事業責任者の育成を進め  
組織の活性化を図る

新規事業開発から  
事業部創出までの明文化

審査会にて新規事業責任者を選定



事業化条件の設定と達成までの支援



**事業部の創出**

## オウンドメディア「カケルバ」関連記事



「お客さまとは対等でありたい」という  
思いが生んだ新規事業への情熱

[https://www.asnova.co.jp/  
kakeruba/fg2fhh0000000bup.html](https://www.asnova.co.jp/kakeruba/fg2fhh0000000bup.html)



営業経験が活かした新サービス  
「ASNOVA市場」

[https://www.asnova.co.jp/kakeruba/  
20230512.html](https://www.asnova.co.jp/kakeruba/20230512.html)

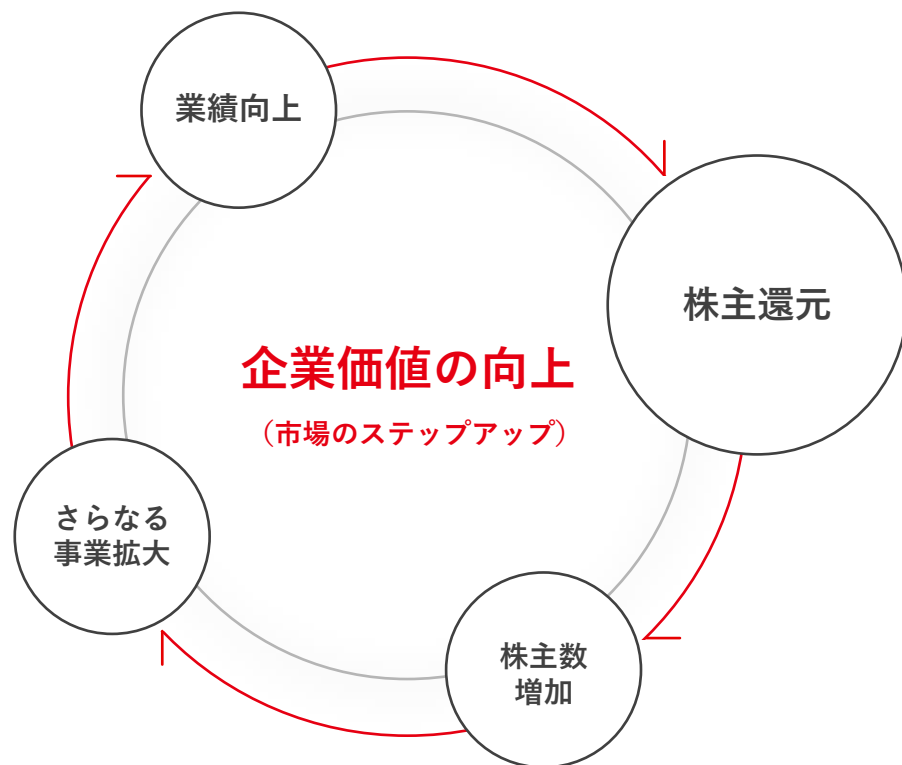
# SDGs実現に向けて

- ASNOVAは社会的な課題に向き合い、レンタル事業を通じて社会課題の解決を目指す。
- 持続可能な社会を目指すために、SDGs達成に寄与する。



## 株主還元について

- 事業資金の流出を避けながら内部留保を充実させ、業容拡大を目指すとともに、株主還元も重要施策として意識。中長期的な視点で、市場のステップアップも含めた企業価値の向上を図る。



### 株主還元の方針

- 業績好調に伴う、株主還元の強化
- 株式の流動性向上
- 投資家層の拡大・株主数の増加
- 新たな投資家層へアプローチなどを目的に適宜実施

### ASNOVAプレミアム優待倶楽部

保有株式数に応じて、ASNOVAプレミアム優待倶楽部で優待商品と交換できる株主優待ポイントを年2回進呈  
(3月末時点・9月末時点の株主)

ASNOVA  
Premium  
プレミアム優待倶楽部

# ASNOVA公式オウンドメディア「カケルバ」

- 2022年4月1日より公式オウンドメディア「カケルバ」を開設。
- 「カケルバ」を通してASNOVAの思想や新たな取り組みに関するプロセスを発信する。

公式オウンドメディア  
「カケルバ」



<https://www.asnova.co.jp/kakeruba/>



# ASNOVA公式 SNS情報

LINE

@asnova



Twitter

@ASNOVA9223



Facebook



YouTube



## 将来の見通しについて

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しているため、リスクや不確実性を含んでおり、当社がその実現を約束する趣旨のものではありません。

実際の業績は、経済環境の変化や提供するサービスの動向等のさまざまな要因により、将来の見通し等と異なる場合があります。

IR活動に関するお問い合わせ先

株式会社ASNOVA

経営企画室

TEL : 052-589-1848    FAX : 052-589-1849

MAIL : [9223ir@asnova.co.jp](mailto:9223ir@asnova.co.jp)

WEB : <https://www.asnova.co.jp/>

