家に価値タス
カチタス

ESG Report

2021.6.25

株式会社カチタス

INDEX

- カチタスの価値創造ストーリー …… 2
- マテリアリティ（重要課題） …… 4
- ESGマテリアリティへの取り組み …… 5
  - Ⅰ. 中古住宅の流通促進による「環境負荷」の軽減
  - Ⅱ. 第4の選択肢の提供による「空き家問題」の解決
  - Ⅲ. 地元で暮らす、働くという生活を通じた「地域活性化」の促進
  - Ⅳ. 持続的成長に向けた「ガバナンス強化」
  - Ⅴ. 透明性の高い会計処理と積極的な対話姿勢
- 当社のその他の非財務情報 …… 25
  - 戸建住宅の買取再販ランキングNo.1
  - 有機的に結合した「エコシステム」
  - 「地方」におけるカチタスの認知度
  - 外部評価機関からの高い評価
  - お客様に聞く、「カチタスが提供する価値」のハナシ
- ESG掲載項目別の当社開示のリファレンス …… 30

未来への扉を。

「家に価値タス」ことを通じて、地域とお客様に。

私たちは、「家に価値タス」活動を通じて、
地域とそこに暮らす人々の生活にひとつでも多くの「未来への扉」を提供し、
土地開発を前提とした新築中心の日本の住まい方から、
既存の家を再生して住みつなげるという新しい住まい方を提唱して、
地域の活性化・発展を支援し続けていく。



ステークホルダー	カチタスが提供する価値
ご購入いただくお客様	顕在ニーズと潜在ニーズを満たし、住み続けてからも安心な住宅を提供する
ご売却いただくお客様	他社とは違う視点で住宅の価値を見出し、早い対応で、手離れが良く、安心できる買い取りを実現する
仲介会社様	互いの強みを活かすことで、買い取りも販売も補完しあえるパートナーとなる
施工会社様	頻度と精度の高い発注を通じて経営を安定させ、互いによい仕事をするためのパートナーとなる
従業員	仕入れから販売まで一気通貫した仕事を通じ、意欲と実績と能力に応じて成長できる環境を提供する
株主の皆様	事業活動を通じて社会貢献と収益を両立し、安定的な成長を実現することで投資いただいた期待に応える

事業を通じて関わる皆様にさまざまな形で「価値をタス」ため、「期待通り」ではなく、
「期待を超える」レベルで商品・サービス・満足を提供していく「カチタススタンダード」を創っていきます。

パーパス NEW

この街に、ひとつでも多くの喜びを。

私たちは、中古再生住宅のパイオニアとしての 誇りと責任をもって、中古住宅業界を先導し、
「無駄なく家を住み繋ぎ、地域を大事にする」住まい方ができるよう、住宅市場を変えていく。
お客様からは「カチタスに売ってよかった」「カチタスで買ってよかった」と
最高の笑顔をいただき、お取引先とは「カチタスとずっと付き合いたい」と深い絆でつながり、
従業員一人ひとりがカチタスの 一員であることを誇りに思う会社にしていく。
そのために、昨年よりも、昨月よりも、昨日よりも一棟でも多くのいい仕入れをし、
一棟でも多くのいい商品を企画し、一棟でも多くの販売をしていくことで、
ひとつでも多くの幸せな暮らしを支援していく。
（当社HPでは2013年の社名変更当時より当社の「ビジョン」として開示）

当社が「提供する価値」についていただいたコメント

当社は四半期ごとに社員が日常業務でステークホルダーからいただいた「提供価値」に対するコメントを収集しており、その度に数千の「感謝のお言葉」が集まります。当社の社員が、日頃から自分たちが「提供する価値」と「ステークホルダーからの感謝」を感じながら業務に従事しています。

ステークホルダー	いただいた感謝のお言葉
ご購入いただくお客様	リフォーム中に契約したお客様を契約後に再案内しました。その際、近隣住民が暖かく歓迎してくださり、お客様から「住宅自体はもちろんだが、こんな良い環境の住宅を紹介していただいてありがとうございます」と感謝のお言葉をいただきました。同時に近隣住民からは「長年空き家で困っていた物件にとても良い方を連れてきてくれてありがとう」と感謝のお言葉をいただきました。
ご購入いただくお客様	「新築を検討していましたが、カチタスの物件の方が条件が良く金額も800万円程安く収まりました。中古は検討候補から除いて検討していましたが、不動産仲介会社に案内されて仕上がりの良さに圧倒されました。予算よりも安く気に入る住宅を見つけたので、余った資金で車の購入や貯金に回すことができ非常に満足できる買い物でした」と感謝のお言葉をいただきました。
ご売却いただくお客様	「家の管理状態が悪く査定もしてくれない不動産業者が多い中で、カチタスだけが丁寧に家の価値を見出しくれました。家を壊すことなく住み繋げるようにしてくれて、亡くなった両親に顔向けできます」と感謝のお言葉をいただきました。
ご売却いただくお客様	「空き家となった実家の売却の仕方がわからず困っていた時にカチタスの新聞折り込みを見ました。記載内容がわかりやすく安心して電話する事が出来ました。また、担当者が親切丁寧に対応してくれたので売却する事ができました。本当にありがとう」と感謝のお言葉をいただきました。
ご売却いただくお客様	「生まれ育った実家を相続にて取得しましたが、荷物が多く手に付けられないまま10年以上の年月が経ってしまいました。売却しても手残りは少なかったが、カチタスだけが実家を褒めてくれたので本当に嬉しかったです。やっと亡くなった両親に良い報告ができます」と決済時に涙目で握手をして感謝のお言葉をいただきました。私自身もカチタスの存在価値を再認識しました。
仲介会社様	リフォーム済みの住宅を探していたお客様を案内していた不動産仲介会社からのエピソードです。他のリフォーム済み住宅を2件案内し、最後にカチタスの物件で契約頂けました。「カチタスのリフォームはやっぱりレベルが違うよね、またよろしくお願いいたします」とお褒めのお言葉と感謝のお言葉をいただきました。
施工会社様	「コロナ禍で倒産していく企業が多い中で、カチタスは安定して仕事をくれるのはありがたいです。本当にカチタスの仕事をしていて良かったです」と感謝のお言葉をいただきました。
施工会社様	「冬季になると仕事が減るがカチタスからは仕事が途切れずにくるので冬場も凌いでいくことができます」と感謝のお言葉をいただきました。

カチタス　4Q全社キックオフ（2021年1月）、カチタス　1Q全社キックオフ（2021年4月）従業員アンケートより抜粋

マテリアリティ（重要課題） UPDATE

当社は、事業の成長と共に社会課題を解決することが重要であると考えています。
その中で当社はマテリアリティを下記のように定め、事業活動の成長と社会課題の解決、持続的に成長可能な社会の実現に向けて取り組んでいます。

	マテリアリティ	具体的な取り組み	SDGs目標
E	Ⅰ. 中古住宅の流通促進による「環境負荷」の軽減	I-1. 新築至上主義によるスクラップ＆ビルドからの脱却	
		I-2. サーキュラーエコノミー（循環型経済）の実現	
S	Ⅱ. 第4の選択肢の提供による「空き家問題」の解決	II-1.「地方×築古×一戸建て」に「価値を足す」ことによる「空き家問題」の解決	
	Ⅲ. 地元で暮らす、働くという生活を通じた「地域活性化」の促進	III-1. アフォーダブルハウジング（値段等が手ごろな住宅）の提供	
		III-2. 働きがいのある職場環境の整備	
		III-3. 女性の活躍の促進	
		III-4. 地域のパートナー工務店との協業による相互成長	
G	Ⅳ. 持続的成長に向けた「ガバナンス強化」	IV-1. 取締役会の構成と実効性の向上	
		IV-2. 取締役会による業務執行の監督	
		IV-3. 事業運営モニタリングの徹底	
		IV-4. 報酬制度によるガバナンスの強化	
		IV-5. 社内のコンプライアンス意識の醸成	
	Ⅴ. 透明性の高い会計処理と積極的な対話姿勢	V-1. 現預金と連動する会計処理が中心のシンプルかつ明瞭な会計処理	
		V-2. IR活動を通じた投資家との積極的な対話姿勢	

Ⅰ．中古住宅の流通促進による「環境負荷」の軽減

Ⅰ-1. 新築至上主義による スクラップ＆ビルドからの脱却

第二次世界大戦後の深刻な住宅不足を解消するため、政府は住宅の大量供給を実現すべく、新築住宅の建設を推進する住宅政策を講じました。その後の高度成長期においては、「住宅を建てれば売れる」とまで言われる環境となり、中古住宅を取り壊して新築を建てるスクラップ&ビルドが日本の住宅供給の主流となりました。

その風潮は未だに根強く残っているものの、日本の人口が緩やかに減少する局面では、新築住宅を建てるのではなく、中古住宅をリフォームして住みつなぐという住まい方こそが環境への負荷を減らす、地球に優しい住宅の在り方だと考えています。

カチタスの中古住宅の再生ビジネス



スクラップ&ビルドの新築

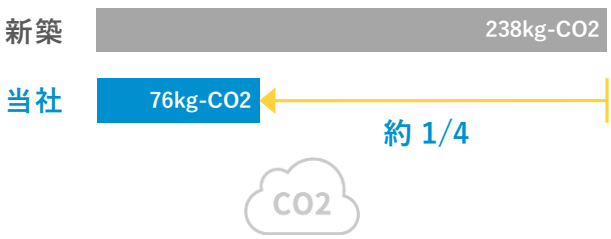


新築とのCO2排出量、木材使用量の比較 UPDATE

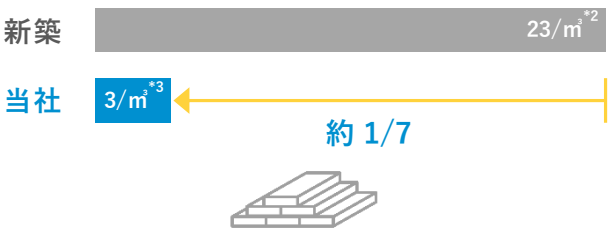
新築住宅に比べて中古住宅のCO2排出量は約1/4、木材使用量は約1/7。

世界の森林面積は減少し、CO2の排出で地球温暖化が進む中で、新築ではなく当社の住宅を選ぶだけで、地球環境に優しい住宅にお住まいいただけます。

CO2排出量*1



木材使用量



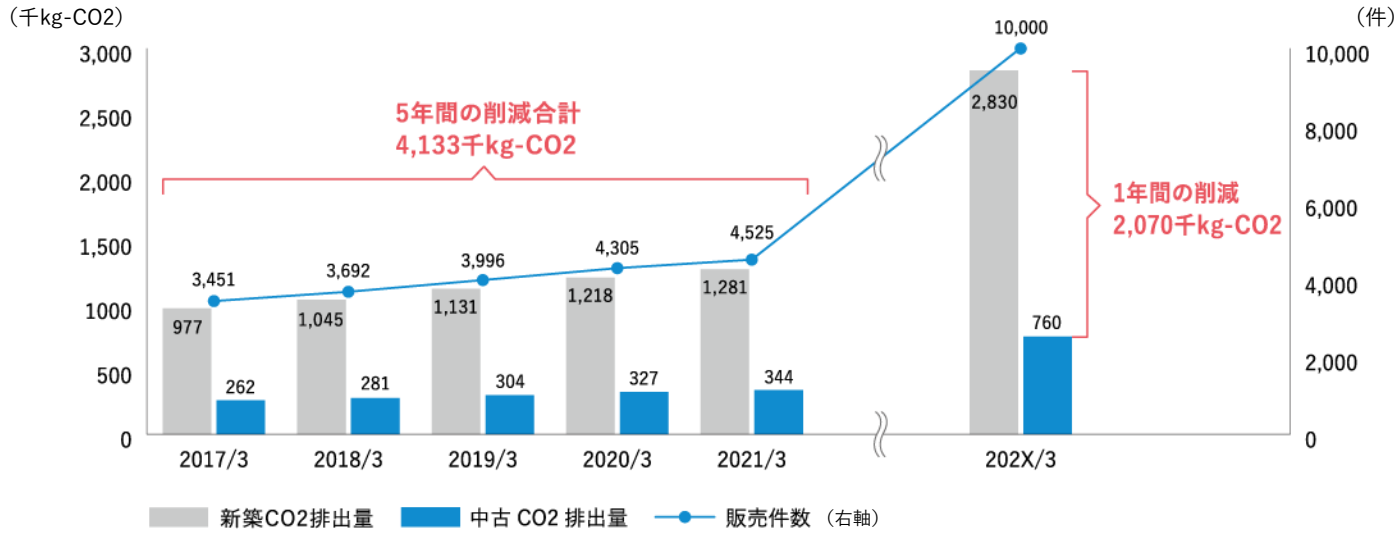
*1 出所：「住宅の建設・改修・解体に起因するCO2排出量の2050年までの予測」 表4 床面積当たりのCO2排出量より「戸建・木造」
*2 出所：林野庁「森林・林業・木材産業の現状と課題(2021年3月)」 3.木材産業の現状と課題
*3 出所：2018年12月に施工した当社の標準的な物件のリフォーム実績

CO2排出量の比較 UPDATE

CO2排出量は新築住宅に比べて5年間の累計で約4,100千kg-CO2が削減できています。

40年生のスギ1本が1年間で吸収する二酸化炭素の量は約2.4kgなので、約170万本分を5年間で削減できた計算になります。（約1,700ヘクタールの森林=東京ドーム約366個分）

また、将来的に当社が1万件を販売した際には1年間で2,070千kg-CO2が削減できることになります。

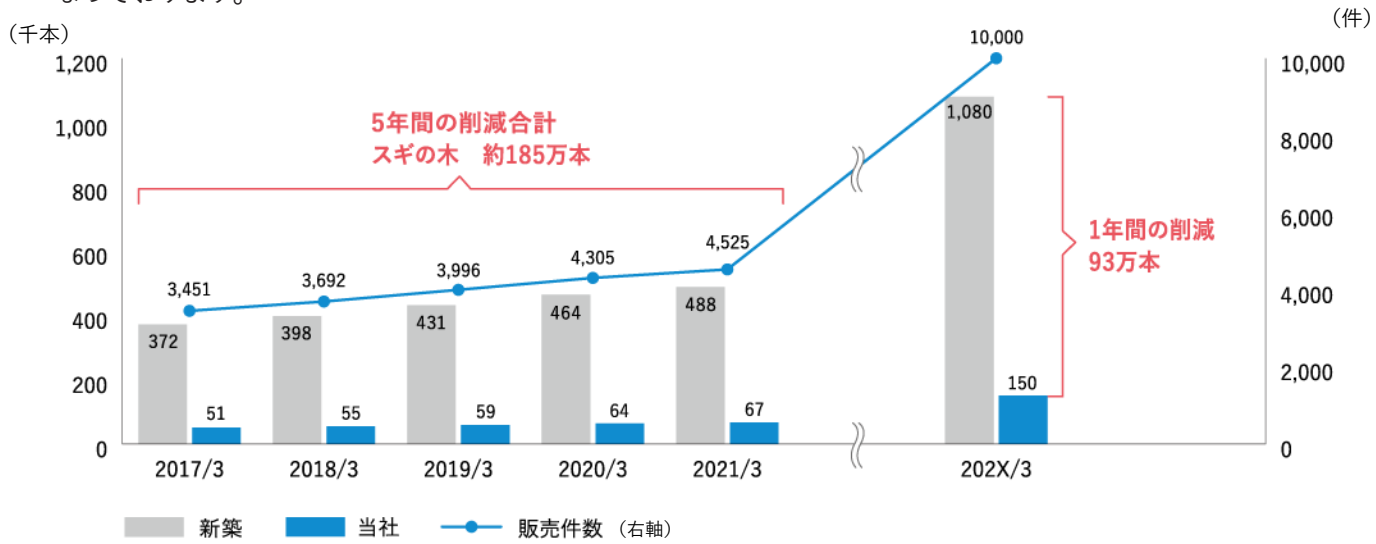


木材使用量の比較 NEW

木材使用量は新築住宅に比べて5年間の累計で約185万本の杉の木が削減できています。（約1,850ヘクタールの森林=東京ドーム約395個分）

また、将来的に当社が1万件を販売した際には1年間で約93万本のスギの木が削減できることになります。

なお、直近では木材の需要が高まり、価格が高騰したり調達自体が出来なかったりという課題が生じておりますが、新築住宅メーカーに比べて木材使用量が少ないため相対的に影響を受けづらく安定的な事業運営が可能となっております。



出典：農林総合研究センター　森林研究所「人工林の管理」、
埼玉県農林部森づくり課「木造公共建築物整備の手引」より当社試算

当社ビジネスと気候変動リスクとの関連について[*1] NEW

1. 気候変動の物理リスクによるインパクトと対応について

気候変動によるリスク



- 大雨、暴風、破損、浸水、洪水による住宅の雨漏り
- 土砂災害による住宅の損壊
- 災害リスクを反映した住宅ローン審査の厳格化

仕入前調査によるリスク低減



- 昔からの住宅地＝先人の選んだ災害の少ない立地
- 災害履歴の確認とハザードマップの調査
- 将来の気候変動次第ではリスクが増大する可能性あり

過去の天災被害

時期	天災内容	被害件数	被害金額	災害全体の被害件数[*2]
2014/2	関東甲信地方豪雪	26件	23百万円	679件
2014/8	広島土砂災害	0件(1店舗)	0百万円	4,769件
2016/4	熊本地震	14件	14百万円	206,886件
2018/7	西日本地方豪雨	6件	9百万円	50,470件
2018/9	台風21号、24号	7件	3百万円	51,367件
2019/10	台風19号	3件	4百万円	101,673件



- 全国に分散して物件を保有
- 1件当たりの単価は少額

➡万が一の災害でも大きな損失が発生しにくい

2. 政策や法律の移行リスクによるインパクトと対応について

過去の住宅取得促進の政策や法律は、住宅供給増加と景気浮揚を目的に新築住宅に対する支援に比重を置いて施行されてきました。そのため、今後施行される政策や法律が中古住宅の流通を困難にする様な内容で施行されるリスクがあります。例えば、中古住宅の耐震性能や省エネ性能等について新築住宅同等の性能が義務化された場合等には性能向上に多額の費用が必要になる可能性があります。

当社ではお客様のニーズに合わせた販売活動やリフォームの企画を行っており、現在は耐震化ニーズが強い地域では耐震性能の向上に取り組んでおります。今後も政策動向とお客様のニーズを見極めながら、品質の良い住宅を提供できるように取り組んでまいります。

3. 顧客の住宅購入に係る志向の移行による機会について

従来、日本では新築住宅志向が強かったものの、消費者の意識は時代と共に変化して「中古住宅又は（新築か中古を）こだわらない」という層が「新築住宅」を選ぶ層を上回りました。(*3) これは、新築かどうかではなく清潔な住宅かどうかが重要であるという消費者意識の変化であり、住宅を購入する世帯の年収が上がりづらい傾向からもアフォーダブルハウジングへの期待が高まっていると考えております。

またリフォームで発生するCO2と使用する木材は新築住宅と比べて少ないことが浸透することで、今後中古住宅がさらに消費者に選ばれようになる可能性があると当社では考えております。

*1　国土交通省　不動産分野における「気候関連財務情報開示タスクフォースの提言」対応のためのガイダンス（2021年3月）
*2　内閣府HP　「防災情報のページ」より物件の損害（全壊、半壊、一部破損、床上浸水、床下浸水）の合計件数
*3　2018年　住生活総合調査結果

気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言に基づく取り組みや開示には至っておりませんが、当社のビジネスモデルが気候変動リスクへの耐性が強いビジネスモデルであることを説明するために、TCFDの提言を参考に作成しております。

国土交通省が掲げる日本における不動産に関わる課題に対してカチタスが与えるインパクト NEW

以下の図は、国土交通省が「不動産ビジョン2030」「我が国不動産において期待される社会分野(S)へのインパクト」として開示している図です。

当社が事業を通じて解決に貢献している内容を青字でマーキングしています。

当社の事業は、日本の不動産を取り巻く社会課題を数多く解決できる事業であると自負しております。

官民共通の目標

ストック型社会の実現

- 既存住宅市場の活性化、空き家等の最大限の活用に加え、不動産の「たたみ方」にも配慮を
- 新規供給は、後世に承継できる良質なものを

安全・安心な不動産取引の実現

- 安全・安心な不動産取引こそすべての基礎
- 宅建業法など制度の適正な運用徹底を
- 高齢化、グローバル化等に対応した紛争防止を

多様なライフスタイル・地方創生の実現

- 技術革新により場所制約が緩やかになっているため、一時的でも地方を拠点とした活動展開の検討を
- 地域資源の活用など、関係者による積極的な議論を

エリア価値の向上

- 地域ニーズを掘り起こし、不動産最適活用を通じて、エリア価値、不動産価値の相乗的な向上を

新たな需要の創造

- 高齢化、外国人対応など新たなニーズの確実な取り込みを
- 複数不動産の所有・活用促進を

すべての人が安心して暮らせる住まいの確保

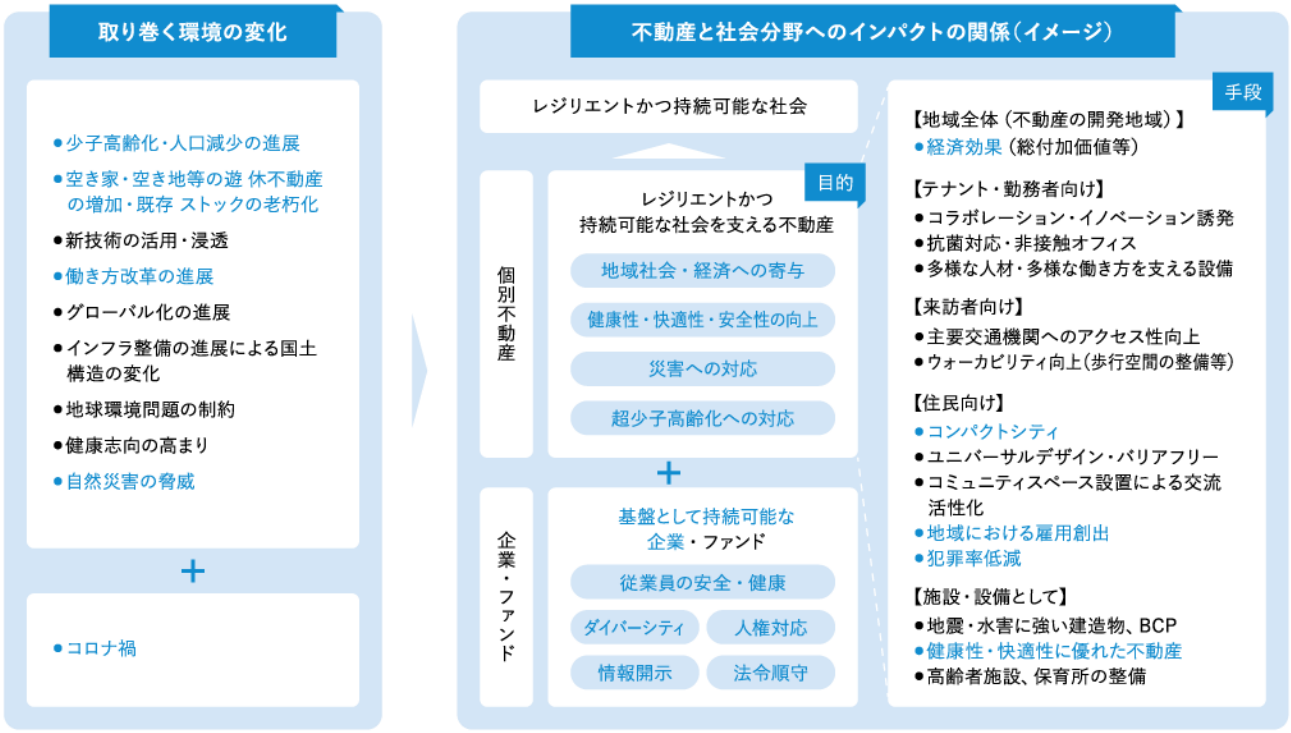
- 単身高齢者、外国人、子育て世帯などすべての人が安心して暮らせる住まいとサービスを

不動産教育・研究の充実

- 不動産に対する国民の理解促進に向け様々な機会を通じた不動産教育の充実を

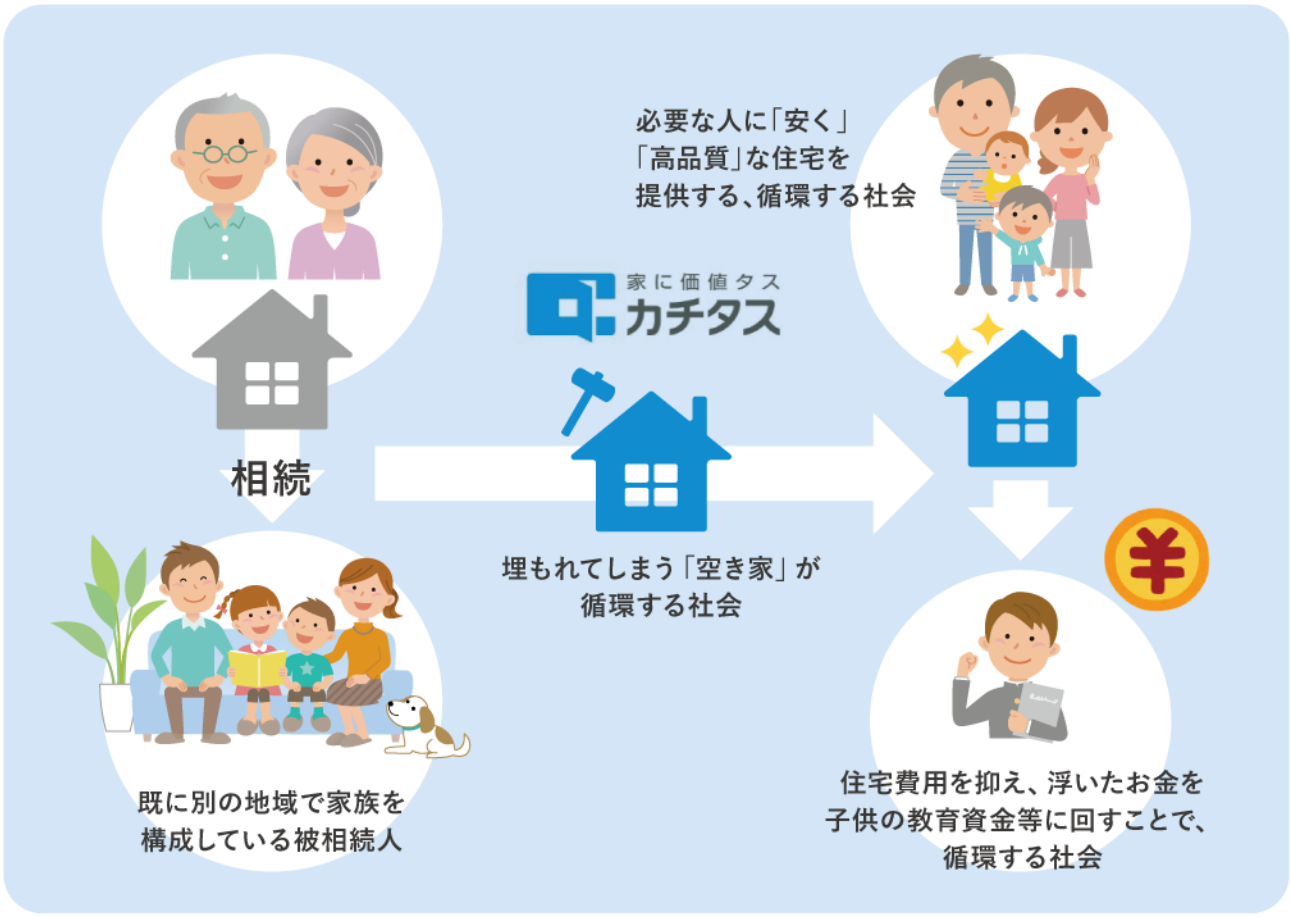
出典：不動産業ビジョン2030～令和時代の『不動産最適活用』に向けて～

我が国不動産において期待される社会分野(S)へのインパクト



出典：国土交通省　不動産分野におけるESG-TCFD実務者WG「資料4-1　我が国不動産において期待される社会分野（S）へのインパクト」

I-2. サーキュラーエコノミー（循環型経済）の実現



カチタスが「空き家を再生する」ことで生み出す「価値」の大きさ NEW

当社はそのままでは流通しない（価値を生み出さない）「空き家」を再生することで社会問題と言われていた空き家から新しい価値を生み出しています。また、下記に記載した受益者数以外にも当社はお客様により良い住まい方をご提供するだけでなく、雇用の創出等を通じて「社会に新たな循環する価値」を提供しています。

1物件当たりの経済的インパクト

1物件当たり	
毎年の固定資産税：5万円×10年	50万円*1
生活品等を処分する費用	30万円*2
将来発生する建て壊し費用	120万円*3
新築に比べて安価になった金額	1,400万円
当社が空き家を1物件再生する経済的インパクトの金額	1,600万円

1物件に係る受益者数

（買取時の受益者）	
1人の被相続人に対する相続人人数	2.8人*4
（販売時の受益者）	
住宅の平均居住人数	3.3人*5
受益者数合計	6.1人

2021年3月期 基本情報

1年間の販売件数	6,155件
経済的インパクト	98,480百万円
受益者数の合計人数	37,545人

10,000件販売時の経済的インパクトと受益者数

経済的インパクト	160,000百万円
受益者数の合計人数	61,000人

*1：国土交通省：空き家所有者実態調査（2019年）より当社算定
*2：国土交通省：遺品整理のサービスをめぐる現状に関する調査結果報告書
*3：国土交通省：我が国の住宅ストックをめぐる状況についてより当社算定
*4：財務省：相続税・贈与税に係る基本的計数に関する資料
*5：住宅市場動向調査報告書（2019年） 中古戸建住宅

Ⅱ．第4の選択肢の提供による「空き家問題」の解決

Ⅱ-1.「地方×築古×一戸建て」に「価値を足す」ことによる「空き家問題」の解決

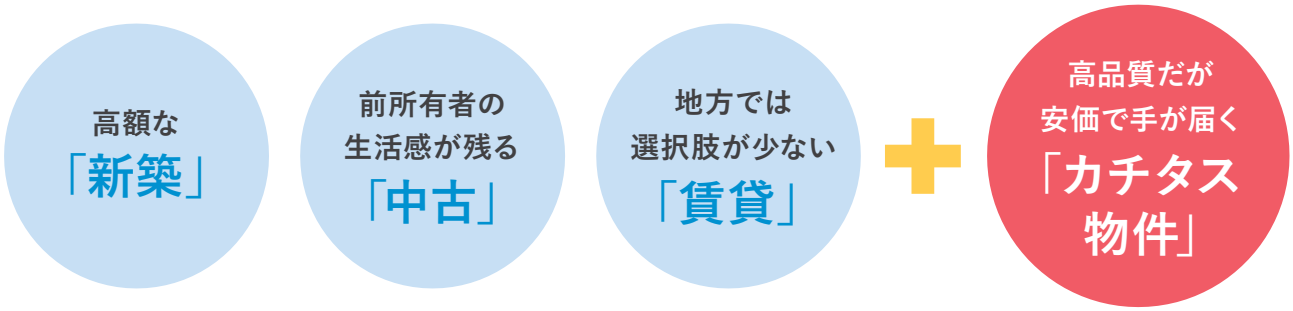
当社グループは、「未来への扉を。『家に価値タス』ことを通じて、地域とお客様に。」という経営理念のもと、「安心・清潔・実用的」な中古住宅を提供すべく、地域に根差した全国100以上の拠点において中古住宅を自ら調査して仕入れ、リフォームし、さらに販売までを一気通貫で行っています。

日本全国で十分に活用されず地域に埋もれてしまっている家や、一般的な中古住宅市場では売りにくくそのままでは空き家になってしまう様な家でも「家に価値タス」活動を通じて、地域とそこに暮らす人々の生活に一つでも多くの「未来への扉」を提供し、新築中心の日本の住まい方から、家を再生して住みつなげるという新しい住まい方を提唱して、地域の活性化・発展を支援し続けます。

新築・中古・賃貸に代わる第4の選択肢の提供

当社が販売する住宅の平均販売価格は約1,450万円と安価です。安価ではあるものの、不動産仲介取引とは異なり当社が一度仕入れて売主としての責任を負うため、責任を持って調査・リフォームして高品質な「カチタス物件」として提供しています。

「新築」でも「現況の中古」でも「賃貸」でもない、「リフォーム済みの中古再生住宅」という「住まい選びの第４の選択肢」を社会に提供・提唱しています。



社会的意義：日本の社会的課題の解決

- 人口減少局面に転じている日本社会において、既存の不動産ストックの活用が社会的な課題
- 増え続ける空き家の活用を通じ、地域の流通経済の発展に寄与

空き家問題の解決　地方活性化　エコロジー

空き家問題の解決

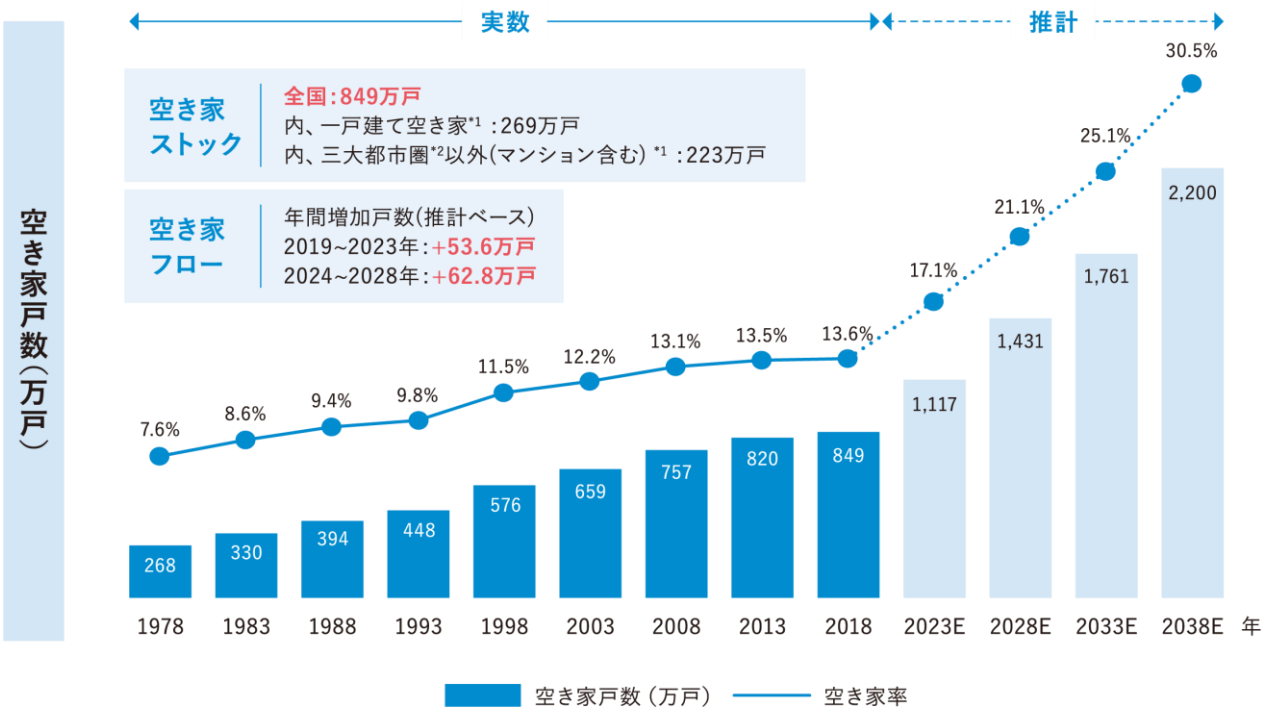
日本全国の空き家は毎年増え続け、2018年現在では849万戸（国内の住宅総数に占める空き家の割合は13.6%）となっており、社会問題となっています。

当社は、地方×築古×一戸建ての住宅を中心に取り扱っており、その多くが相続されて誰も住んでいない物件です。一般的な中古住宅の流通が都心×築浅×マンションに集中していることに比べて、当社は日本で増え続けている地方の一戸建ての空き家問題を解決しています。

今後も「無駄なく家を住みつなぎ、地域を大事にする」住まい方ができるよう、事業活動を通じて社会問題を解決していきます。

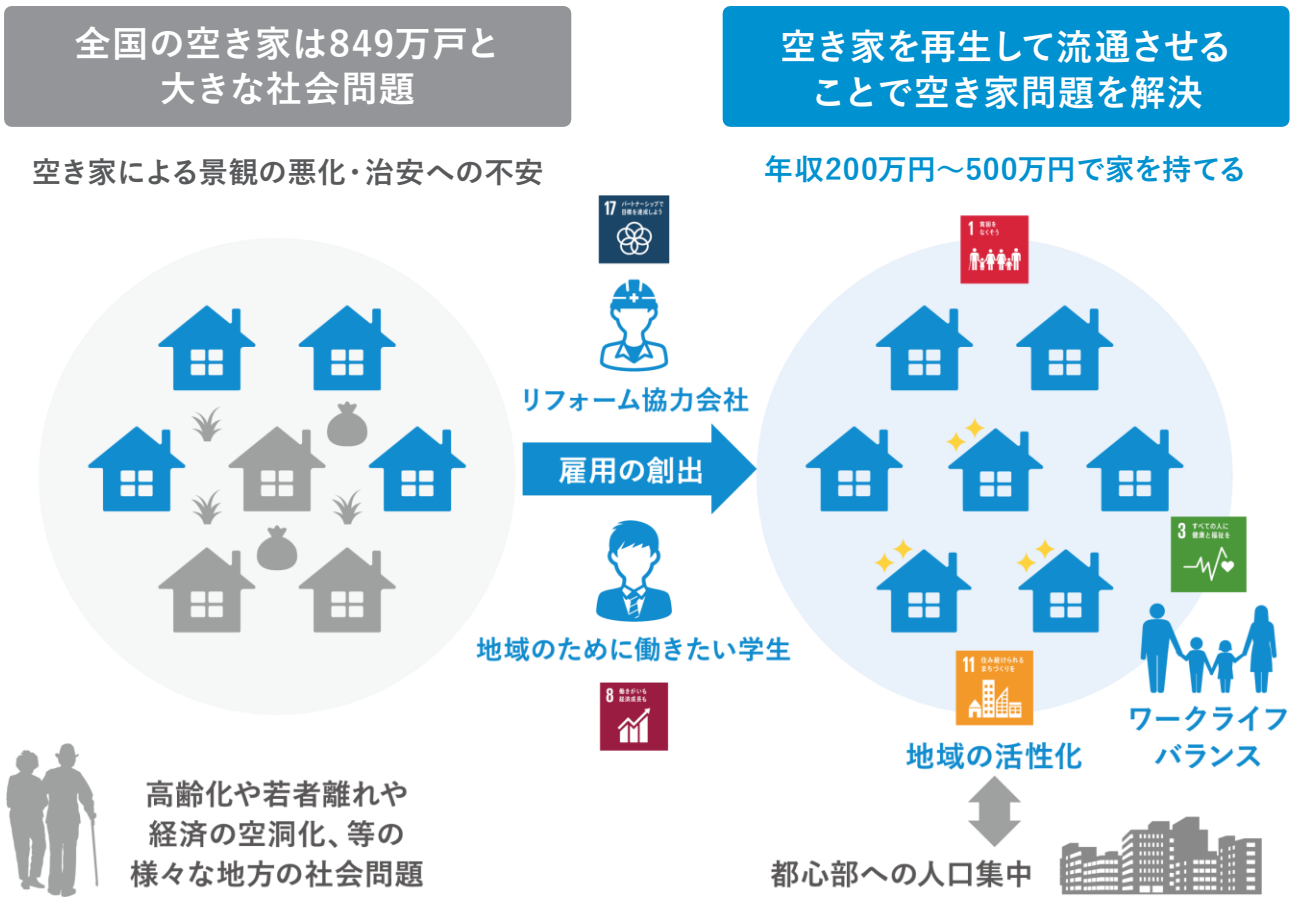


空き家戸数・率予測



*1 空き家は2次的住宅、賃貸用の住宅を含む
*2 三大都市圏（総務省定義）：東京圏は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、名古屋圏は岐阜県、愛知県、三重県、大阪圏は京都府、大阪府、兵庫県、奈良県をいう
出所：実数値については総務省資料「平成30年住宅・土地統計調査　住宅数概数集計」、推計値については株式会社野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題～長期的展望と新型コロナウイルスによる 短期的影響の分析～」の＜シナリオ①：除却率が2008年-12年度の水準に戻る＞に基づき当社作成

Ⅲ. 地元で暮らす、働くという生活を通じた「地域活性化」の促進



東京一極集中が進む中、地方は都市部に比べて、少子高齢化や空き家問題等の社会問題が加速しています。

その主な原因として、地方で「仕事がない」という問題があります。

この問題を解消すべく、当社は「地元のために働きたい」という学生に対して地方の大学で直接採用活動を行い、地元採用、地元配属を行っています。

また、当社のリフォーム工事は、地元のパートナー工務店に発注を行っており、パートナー工務店においても雇用を創出することができています。

地方のコミュニティーの中で仕事の循環がされることにより、「地域活性化」が図られています。

当社の住宅は、都市部又は新築の住宅に比べて安価であるため、購入者は住宅費以外の「教育資金」「飲食費」「娯楽費」等に生活費を充てることができるので、ワークライフバランスの充実を図ることができます。

社会問題とされている「空き家」を、当社が中古住宅に「価値」を「足す」事業を行うことで、社会問題の解決だけでなく、地域活性化の促進に寄与しています。

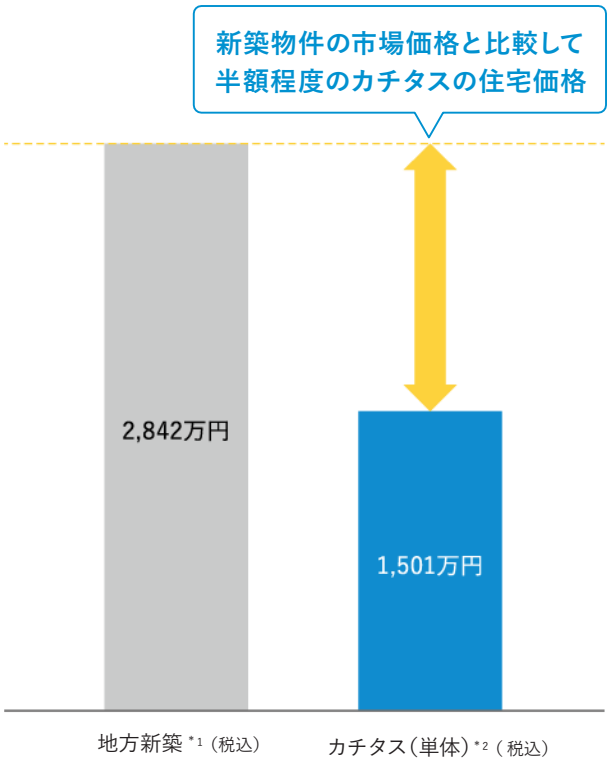
Ⅲ-1. アフォーダブルハウジング（値段等が手ごろな住宅の提供）

UPDATE

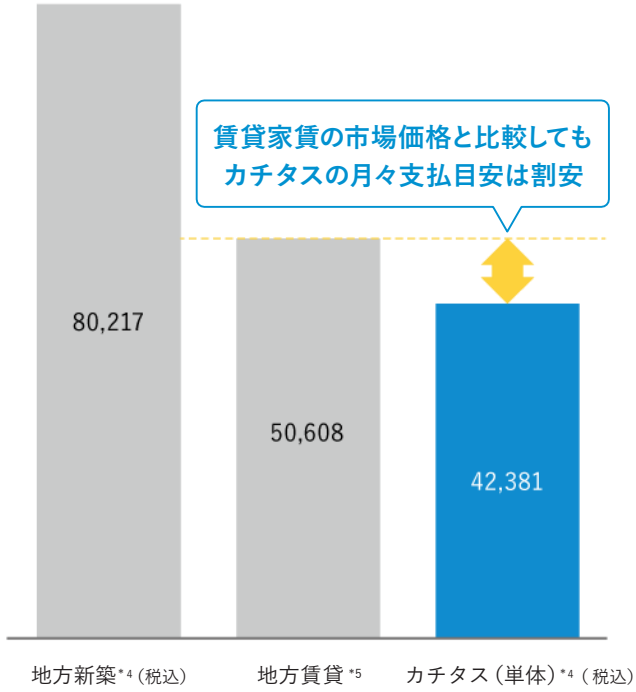
当社の住宅の購入者の約７割が世帯年収200万円～500万円の世帯となっています。

日本の平均賃金が上がらない中で将来に不安を抱えている家庭でも、当社の住宅を購入することで、月々の賃貸住宅の家賃と変わらない金額で、安心・清潔・実用的な一戸建て住宅にお住まいいただくことができます。

新築戸建住宅の取引平均価格との比較



賃貸住宅家賃との比較*3



取引時期：2016年4月～2017年3月
建築時 期：2016年以降
種類：宅地（土地と建物）
延床 面積：50㎡以上200㎡以下
建物の用途：住宅

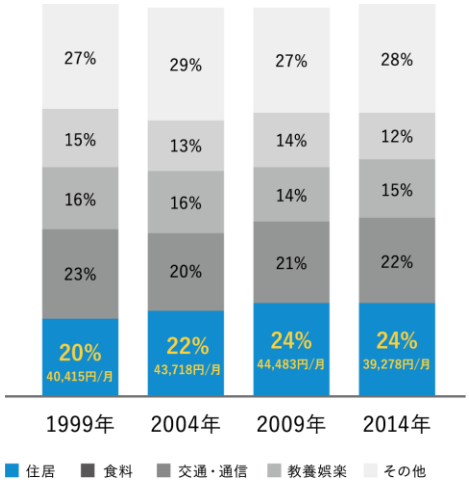
*1 国土交通省「土地総合情報システム」より、記載スクリーニング方法で物件を抽出。上記は抽出物件の平均価格(税込)
*2 カチタスは2019年4月~2020年3月の完工物件取引平均価格(税込)
*3 家賃は月額。単身世帯は除く
*4 地方新築とカチタス単体の金額は取引平均価格を全額借入・自己資金0円・35年返済・固定金利1.0%・ボーナス払い無しで計算した金額
*5 出所:総務省「平成30年住宅・土地統計調査 確報集計」

副次的に期待される効果
経済的負担の軽減による少子化への対策

当社の住宅が「世の中の当たり前」になることにより、家計における住宅支出の負担が減少することで、少子化問題にも副次的に効果が期待できると考えています。

2019年における出生数が過去最少の86.5万人、出生率1.36人という状況の背後には、39歳以下の若年層世代における住宅費用の負担が高いという理由があります。39歳以下の女性が、予定する子供数が理想の子供の人数を下回る理由として「経済的な理由」を上げています。当社によるアフォーダブルハウジングの提供により、日本の少子化問題にも副次的に効果が期待できると考えています。

39歳以下の単身世帯の月当たりの支出内訳



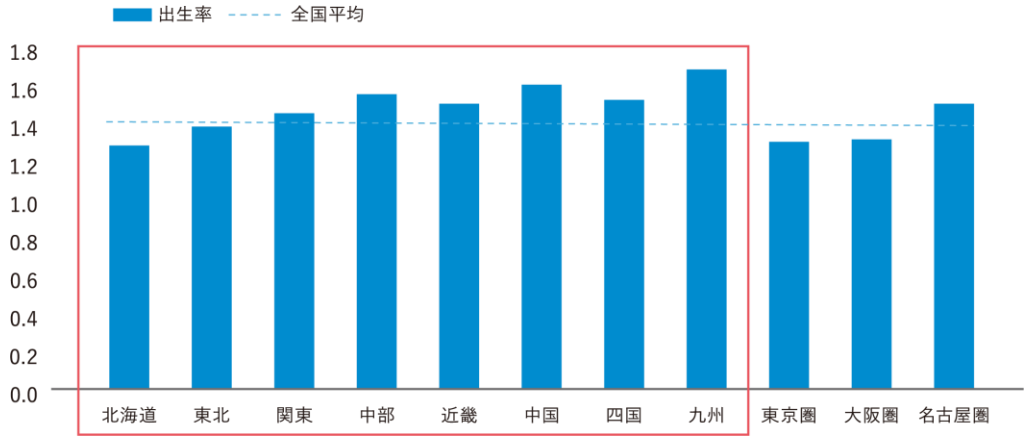
出展：総務省「全国消費実態調査」より当社加工。単身世帯／30歳未満、30歳～39歳以下を単純平均／男女消費金額を単純平均

予定子供数が理想子供数を下回る場合			理想子供人数:1人 予定:0人	理想子供人数:2人 予定:1人	理想子供人数:3人 予定:2人
理想の子供数を持たない理由	経済的理由	子育てや教育にお金がかかる	15.6	43.8	69.8
		自分の仕事に差し支える	6.5	11.8	18.7
		家が狭い	1.3	6.1	16.1
	年齢・身体的理由	高年齢で生むのは嫌	39.0	42.4	38.1
		欲しいができない	74.0	34.8	9.8
		健康上の理由	24.7	17.5	14.7
	育児負担	これ以上の負担に耐えられない	9.1	14.1	21.0
	夫に関する理由	家事・育児の協力が得られない	2.6	11.6	9.6
		定年までに末っ子が成人して欲しい	2.6	6.5	8.3
		夫が望まない	3.9	9.4	7.7
	その他	社会環境	6.5	5.7	6.1
		夫婦の生活を重視	9.1	4.9	6.3

出展：国土交通省「我が国の居住者をめぐる状況について」
国立社会保険・人口問題研究所 出生動向基本調査（2015年）

当社が事業展開する地方は、三大都市圏の出生率に比べて出生率が高く推移しています。

これは、生活費に占める住宅費用の負担割合が三大都市圏に比べて低いことも一要因であると考えおり、地方からの出生率の向上が少子高齢化を解決すると考えています。



出展：厚生労働省「人口動態調査（2018年）」より当社加工。

*1 東北は青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、関東は茨城県、栃木県、群馬県、中部は新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、静岡県、近　畿は滋賀県、和歌山県、中国は鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、四国は徳島県、香川県、愛媛県、高知県、九州は福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大　分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県をいう

*2 三大都市圏(総務省定義):東京圏は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、名古屋圏は岐阜県、愛知県、三重県、大阪圏は京都府、大阪府、兵庫県、奈良県をいう

Ⅲ-2. 働きがいのある職場環境の整備



地方の大学を卒業した学生が、地元地域のために働きたいという希望があったとしても、条件面で地元地域から離れて働く学生が増えています。

当社は、地域に根差した採用活動を行っており「地元のために働きたい」という優秀な学生が抱える

- 地元で就職先となる候補が少ない
- 学校で学んだ「地方創生」「空き家問題解決」「地域活性化」を発揮できる場が少ない

という課題を解決しながら、雇用の創出と働きがいを提供しています。

頑張りがしっかり評価される制度の設計

当社は、「年間」「四半期」「月間」で、優秀な成果を上げたチーム・個人を表彰する「表彰制度」を設けています。

目標達成度や、業務の成果、業績への貢献度によりインセンティブを支給しています。インセンティブは、個人主義にならないように「チーム」「エリア」「全社」の目標とも連動し、チーム意識を高める設計となっています。

また、優れたリフォーム企画を立て、お客様にご満足いただける住まいを提供した担当者及びその事例を「リフォーム企画価値タス賞」として表彰しています。

フレキシブルな人事異動の実施

当社は、全国に100店舗以上の店舗網を有しており、1店舗当たりの社員数は4人～5人で運営しています。少人数での店舗運営のため、メンバーどうしの相性が合わないこともあります。その様な際にも、四半期ごとフレキシブルに人事異動を行うことで最適な人員配置ができる様に工夫しています。

また、ベテランの店長から「店舗マネジメントよりもカチタスの業務そのものが好きなのでメンバーに戻りたい」という希望が出ることがあります。その様な希望にも柔軟に対応し、メンバーに戻りながら一人のプレイヤーとして活躍することができる風土が構築できています。

モチベーション測定のためのサーベイの導入

当社グループでは、株式会社リンクアンドモチベーションが提供するモチベーションクラウドを導入し、半年に一度サーベイを実施し、社員のモチベーションの測定を行っています。

今後も定期的な測定を通じて社員のモチベーションを向上させ、「地元のために働きたい」という社員の働きがいを向上すべく取り組んでまいります。

地域に根差した採用活動と配属

当社は「地元のために働きたい」「地域活性化に貢献したい」という学生を中心に採用活動を行っています。東京圏や関西圏等の大都市圏で採用して地方に配属するのではなく、学生の出身地又は出身大学と同じ地域での配属が約8割となっています。また、入社前に配属アンケートを実施し、学生の働きがいのある地域で働けるように、モチベーションの管理を行っています。

Ⅲ-3. 女性の活躍の促進

UPDATE

当社の営業社員の内、女性の比率は39.2%。管理職に登用されている女性社員は、管理職全体の16.7%となっております（2021年4月1日時点）。

新卒採用においても女性からのエントリーが多く、その結果、新入社員の約半数が女性という状況が継続しています。

居住用の住宅を販売することから、家事をする人の目線や動線を意識したリフォーム企画ができることからも女性が活躍しています。

営業社員売買年間ランキング（2021年3月期実績）



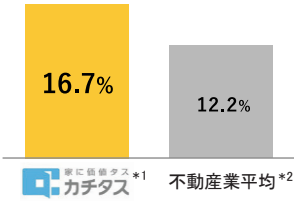
当社営業トップ20人のうち65%（13人）が女性



女性管理職比率（2021年4月時点）



女性管理職の比率が高い



女性社員比率（2021年4月1日時点）



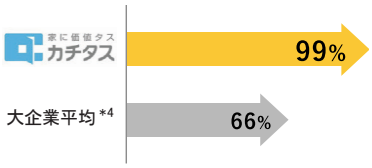
リフォーム・住宅に興味のある女性社員が在籍(39.2%)



平均勤続年数の男女比率（2021年3月31日時点）*3



女性と男性の平均勤続年数の差が小さい

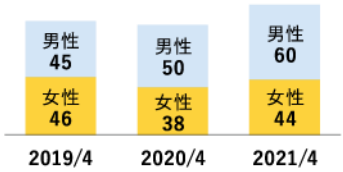


新卒社員の男女比率



新卒採用者の女性比率が高い

（単位：人）



MSCI日本株女性活躍指数の構成銘柄に選定

2020 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)

MSCI指数への組入れ、および本資料におけるMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたは指数名称の使用は、MSCIまたはその関連会社による当社へのスポンサーシップ、保証、広告宣伝には該当しません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCI指数の名称およびロゴはMSCIまたはその関係会社の商標またはサービスマークです。

*1　出典：カチタスのエリアマネージャー及び店長を集計
*2　出典：帝国データバンク「女性登用に対する企業の意識調査（2019年）」
*3　女性社員の平均勤続年数 ÷ 男性社員の平均勤続年数
*4　出典：厚生労働省「令和元年賃金構造基本統計調査」

Ⅲ-4. 地域のパートナー工務店との協業による相互成長

UPDATE

当社は、仕入れた物件のリフォームは地元のパートナー工務店に施工を依頼しています。

都市部に比べて地方は、公共工事や新築工事、大型ビルやマンションの建設が少ないため、工務店へ依頼する仕事が減少しています。その中で、当社は地方において、住宅のリフォームという仕事を創出しています。なお、当社が依頼するリフォーム工事は、上述の大型の工事に比して、低層の戸建て住宅、屋根がある環境、大型の重機を用いない工事であることから安全な工事となっております。

パートナー工務店との相互成長を目指してKRP会を開催

月に1回の頻度で地域毎に10社～20社にお集まりいただき「カチタスリフォームパートナー会（KRP会）」を開催しています。

KRP会は「カチタスの事業方針の説明」「良ナレッジ・ミスナレッジ共有」「工務店表彰」「懇親会」等のプログラムで実施しています。

当社の営業社員は新卒採用で入社した若手社員も多く、建築の知識はパートナー工務店にアドバイスを受けながらリフォームの企画を行っています。そのため当社は、パートナー工務店とのリレーションやパートナーシップが事業成長に欠かせない重要な要素であると考えています。

パートナーとして相互理解を図るためにも、代表取締役社長をはじめとした経営陣がパートナー工務店と直接対話する機会を設けることが重要であると判断して、この取り組みを継続しています。

※新型コロナウイルスの感染拡大により2020年2月～7月は開催を中止しておりましたが、8月以降はテレビ会議の方法により再開しています。

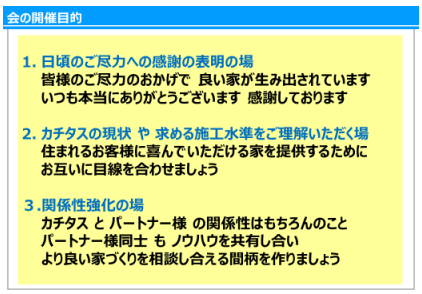
KRP会の様子



パートナー工務店の表彰の様子



KRP会の目的説明のスライド



パートナー工務店のアンケート内容の抜粋 NEW

アンケート項目	パートナー工務店からのコメント
社長メッセージについて	我々が丁寧、確かな仕事をすることで、お客様の満足と会社の発展につながるということを実感しました。社長のことを初めて見て話を聞きましたが、これからも定期的に聞きたいです。
社長メッセージについて	ビジョンに共感したのでリフォームパートナーとして申し込みしました。お客様の要望に応えるべく、パートナー工務店をまとめて先に進もうというビジョンに共感しています。
工事全般における注意点の説明	クレームとして発生する失敗事例が共有されることでリフォームの時に注意しなければならない部分がわかった。また、他のパートナー工務店の事例が見れて良かった。
工事全般における注意点の説明	パートナー防蟻会社として、「床下・害虫のプロ」とご紹介いただきました通り、建物を支える大事な箇所になりますので、責任と誇りを持ち、引き続き調査と施工を心がけてまいります。
パートナー工務店のご紹介	カチタスとの取引歴、施工の実績棟数共に他のパートナー工務店の皆さまが素晴らしい結果を出されていると思いました。私たちもコツコツ積み上げていきたいと思いました。
パートナー表彰について	今回の表彰でゴールドパートナー賞をいただきありがとうございました。 今後は一層努力してプラチナパートナー賞をいただける様に頑張りたいと思います。

Ⅳ. 持続的成長に向けた「ガバナンス強化」

Ⅳ-1. 取締役会の構成と実効性の向上

社外取締役の積極的な登用 UPDATE

当社は、それぞれが専門的な知識を有する独立社外取締役を招聘し、全取締役9名中3名（1/3）が独立した立場から業務執行取締役の業務執行をモニタリングしております。

社外取締役は事業会社の経営者や企業統治推進の有識者、会計領域、マーケティング等の幅広い経験と知識を有しているメンバーで構成されており、透明性の高い事業運営を心がけています。

取締役会の実効性の向上

取締役会は、月次の事業運営のモニタリングの場、協議の場として有効に活用しています。

取締役会は、風通しの良い自由な発言ができる雰囲気で運営されており、社外役員からの業績モニタリングに係る質問が多くされています。取締役会が、まさしく投資家との対話を強く意識した運営が行われています。

また、社外役員の知見に基づくアドバイスも多く、タイムリーに事業運営に役立てています。

取締役会で社外役員からの質疑で回答できなかった内容や、宿題となった内容は、可能な限り翌月の取締役会までにフォローするように努めています。

さらに、取締役会の実効性を向上させることを目的に、取締役会の実効性評価を行い、忌憚のない意見が 出ており、今後も改善を図りながら取締役会の質の向上に努めてまいります。

取締役会の実効性評価の詳細はこちらをご参照ください。

取締役会の実効性評価で出たコメントの抜粋 UPDATE

アンケート項目	5段階評価	フリーコメント
議題の内容	満足	取締役会のメンバーで、短期と中長期で重要なテーマを絞り議論の時間を設けてみるのもよいと思う。
決議までの期間	満足	決議資料を事前に配布されるようになり十分満足いくものである。しかし、案件次第では面談又は電話にて事前説明した方がよい内容も見受けられる。
報告資料の作成状況	大変満足	この1年は業界動向や競合他社情報など実に細やかで大変満足している。
役員の知識・経験・能力 等	大変満足	各役員がガバナンスを理解した上で、知見の共有・事業運営の改善のためのアドバイスもあり有用に機能している。
役員の知識・経験・能力 等	満足	現場出身者が少ないことは少し危惧している。
役員の知識・経験・能力 等	満足	十分だと思う。時代の雰囲気から社外取締役の増強や女性役員の登用などが要望されているが地に足着いた人選をして欲しい。基本的には「当社のビジネスモデルを理解し建設的な提案をしているか」が重要だと思うので人数や構成比だけから人選する発想に行き過ぎないように注意して欲しい。
役員の構成（ダイバーシティ）	満足	今のままでも十分であるが、今後登用されるという女性役員に期待したい。
宿題への対応状況	大変満足	極めて適切。取締役会で発言したことに対し、後日必ず報告がある。当方が忘れていた事柄でも。素晴らしい。
ESG・SDGsの開示	大変満足	十分開示できている。コンサルタントなど外部を頼らず自前でやり切れているのは凄い。
ESG・SDGsの開示	普通	統合報告書の作成を含め、開示についてはもう一段の努力が望ましい。

2021年3月に実施した実効性評価のフリーコメントより抜粋

独立社外取締役へのインタビュー NEW

Q：カチタスのビジネスモデルをどの様に評価されていらっしゃいますか？

A： カチタスはビジネスモデルそのものの社会的意義が強く、パーパスがビジネスモデルにビルトインされている。日本では、人口が緩やかに減少しているなか、新築住宅を作っては空き家が増えている状況が続いているが、カチタスは地方都市の空き家となった中古住宅を仕入れ、リフォームし、販売し、好業績を上げている。社会的意義が強く、優れたビジネスモデルを確立している。ESG/SDGsの重要性が高まるなか、カチタスの事業の社会的意義は、今後ますます高まるものと考えている。

また、戦略において評価しているのは営業社員が一気通貫して「買う人」と「売る人」を担当していること。家を手放す人の思い出を次の買い手に伝えることができることは、カチタスの事業において非常に重要だと感じており、ビジネスプロセスを見直して一気通貫の営業体制にした戦略的な判断は素晴らしいと評価している。



佃 秀昭氏
（独立社外取締役）

2019年6月より当社独立社外取締役に就任。
㈱ボードアドバイザーズ代表取締役社長
マサチューセッツ工科大学スローン経営大学院(MS)経営学修士取得

日本のガバナンス領域の第一人者。日本企業の取締役会と経営者をクライアントに、ガバナンス改革と経営改革を通じて企業価値向上を支援。金融庁「スチュワードシップ・コード及びコーポレートガバナンス・コードのフォローアップ会議」等、複数の政府有識者会議の委員。スイス本社のエゴンゼンダー（リーダーシップコンサルティング会社）にて、日本法人社長、グローバル経営会議メンバーを歴任。

Q：取締役会に参加する中で取締役会の運営及び業務執行をどの様に評価されていらっしゃいますか？

A： カチタスの取締役会の資料は非常に詳細で、財務情報・非財務情報を精緻に分析していると評価している。これは日常的にPDCAが徹底されている証左であり、事業の細部まで『魂』が行き届いていることの証左でもある。また、取締役会資料に市場全体の情報を織り込むべきと指摘すれば速やかにマーケット分析の情報を反映したり、中期経営計画の進捗の報告資料がMECEでない、直感的にわかりづらいと指摘すれば速やかに報告フォーマットを修正したりできる。これは業務執行の足腰が強いからこそできることと評価している。

一方で、現在の取締役会はマネジメント・ボードの色彩が強いが、今後はモニタリング・ボードの性格が強くなることを期待している。業務執行については執行を信頼して任せるので、取締役会ではより中長期的な成長戦略やカチタスのブランディングに向けての議論を増やすことが、更なる企業価値の向上に繋がるものと考えている。

Q：独立社外取締役としてカチタスでの役割として注意していることはどの様な観点でしょうか？

A： 一番の役割は利益相反管理・少数株主利益の保護だと考えている。2つ目は、指名報酬諮問委員会のメンバーでもあることから将来的にはサクセッションプランも重要だが、短期的には現社長に不測の事態が生じた際のエマージェンシープランの整備が重要であると考えている。尤も、不測の事態においても上述の通り経営陣の足腰が強いので短期的な業績に与える影響は少ないだろう。3つ目は、上述の通り、取締役会の場で中長期的な戦略議論がなされ、カチタスが持続的な成長を実現できるよう、経営陣と共に取締役会を更に高度化させることであると考えている。

Q：少数株主利益の保護という観点では、大株主としてニトリHDが34%保有していますが影響はいかがでしょうか？

A： まず、カチタスから見るとニトリHDはアライアンス戦略上の大株主と理解している。大株主となった当時のアドバンテッジ・パートナーズの資本政策の中で安定株主としての戦略的パートナーと理解している。従って、大株主であるニトリHDとカチタスが両方上場していることで、直ちに利益相反が生じていると形式的に類推するのは正しくない。実際に、ニトリHDとのアライアンス関係は非常にいい関係であると理解している。例えば、ニトリHDとの関連当事者取引は多くなく、取締役会での議論内容もニトリHDが成長過程で経験した知見の共有と言った内容が多いと感じている。カチタスもお客様目線と経済合理性の観点で意思決定しており、バランスの取れた業務執行ができている。とは言え、あくまでも現時点でのことなので、上述の通り利益相反管理や少数株主利益の保護の観点で社外取締役が独立した立場でモニタリング機能を果たすことが重要だと感じている。

Q：2020年3月に自己株式取得の相談をした際に、慎重に検討すべきと指摘いただいたのはどの様な背景でしょうか？

A： 新型コロナウイルス感染拡大により株式市場が混乱して一時的に下がっている状態で短視眼的に自己株式を取得するのが適切とは思えなかった。自己株式取得は市場に株式数が飽和している状態であったり、平時に企業価値が不当に低く評価されたりしていると判断された時には行っても良いが、株式市場全体が混乱した2020年3月には適切な判断と思えなかった。カチタスは成長企業であり、自己株式取得のためではなく、事業成長のために販売用不動産の仕入れやカチタスの重要な資産である人材に資金を使うべきと考えた。自己株式を取得しなくても、事業の成長と投資家との建設的な対話を通じて企業価値の向上はできると期待している。

（2021/1/13 インタビュー）

Ⅳ-2.取締役会による業務執行の監督

NEW

取締役会は、当社のパーパス具現化を通じた企業価値の持続的な向上を実現するため、経営方針を審議・決定するとともに、業務執行におけるリスクを迅速に把握し、管理・監督しております。

上記の目的を踏まえ、必要な経験・知見・専門性を有する人材を取締役および監査役に配置しております。また監督強化の観点から取締役全9名中3名の独立社外取締役、多様性の観点から全役員14名中2名の女性役員を選任しております。

取締役会のスキルマトリックス

		新井健資	鬼澤晋一	横田和仁	大江治利	牛嶋孝之	白井俊之	熊谷聖一	佃秀昭	須藤実和	早瀬敏希	市川祐生	福田述	角田朋子
		取締役									監査役			
スキル／経験等	会社経営	●		●			●	●	●					●
	人事			●		●	●		●					
	営業・マーケティング	●	●		●	●	●	●		●	●		●	
	法務・リスクマネジメント		●								●	●		
	ESG								●			●		
	会計・ファイナンス	●		●				●		●			●	●
	ITデジタル				●					●				
	建築・業界経験		●		●	●					●			●
プロフィール	業務執行取締役（子会社業務執行取締役を含む）	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-
	業務執行取締役等のうち新卒採用以外で入社した者	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-
	独立役員としての届出	-	-	-	-	-	-	●	●	●	-	●	-	●
	独立役員の在任年数	-	-	-	-	-	-	12	2	新	-	11	-	新
	性別	男	男	男	男	男	男	男	男	女	男	男	男	女
	年齢（2021年6月末時点）	52	61	53	52	37	65	69	57	57	48	50	44	50

Ⅳ-3. 事業運営モニタリングの徹底

商況会議の実施による細やかなモニタリング実施

毎週月曜日に部室長により、商況、クレーム内容、リフォームの遅延状況等をモニタリングする「商況会議」を実施しています。

商況の確認においては、低収益物件の理由の確認や、価格改定を行った物件のレビュー等も実施し、細やかにモニタリングしています。

クレーム内容の確認では、当社の累計取引件数6万件以上の実績から学んだノウハウを一層蓄積すべく、クレーム内容の発生原因や今後の発生可能性の確認を行っています。その他の物件でも発生する可能性のある場合には、チェックリストに反映させたり、TV朝会で注意喚起のアナウンスを行ったりしながら、商品品質の向上のために活かしています。

TV朝会での経営と現場のコミュニケーション促進

当社は全国に100店舗以上の店舗網を有しているため、経営陣と店舗メンバーで直接のコミュニケーションを取る機会が少ない状態です。また、経営からのメッセージを組織の階層を通じて伝えると、誤解が生まれたり伝達に時間が掛かったりするため、直接メッセージする機会を設けています。

毎週木曜日の朝9時からの1時間は、全店舗で作業の手を止めてTV朝会に参加することで、経営のメッセージをダイレクトかつタイムリーに伝達できるように取り組んでいます。

さらにTV朝会が一方通行の発信にならないように、理解度の確認や現場目線での改善提案、店舗からの要望等も含めて、アンケートを回収して相互のコミュニケーションが促進されるように取り組んでいます。アンケートに記載された質問や要望への対応状況は、上述の商況会議の中でも確認して、現場からの声にどの様に対応したかについてもモニタリングしています。

営業現場と本部での相互チェックによるモニタリング NEW

当社は、不動産を取り扱うプロの事業者として、お客様に安心して住宅のご購入手続きをいただくために、営業現場と本部によるチェック体制を構築しております。

住宅のご契約前には、重要事項説明書を宅地建物取引主任者が説明を行いますが、その重要事項説明書を本部において細かく確認を行う旨を定めております。このチェック体制によりお客様に安心して住宅のご契約をいただくだけでなく当社としても宅地建物取引業としての説明義務違反を防止することが実現できております。

また、リフォームの内容についても営業現場のリフォーム企画の内容及び発注金額を、建築士の資格を有する複数人のメンバーで構成する商品企画部がチェックしております。このチェック体制により、住宅の品質の確保と建築基準法に違反してしまう様なリフォームにならないこと、及び高額なリフォーム発注に繋がるリスクを低減しております。

監査役監査と内部監査によるモニタリング NEW

当社は、監査役による業務監査と内部監査室による内部監査により、営業店舗と営業現場の運営状況の確認と販売中物件の確認を行っております。

1年間の間に100店舗以上の全国の店舗に対して監査を実施し、約500件の物件に対してお客様の目線で確認を行っております。

お客様に安心して住宅をご購入いただき、快適な住まい方を提供するために、監査役と内部監査室が共同して客観的に運営と物件の品質の確保を底支えしております。

Ⅳ-4. 報酬制度によるガバナンスの強化

固定給を中心とした給与体系にすることによる長く働ける賃金制度の導入

当社のビジネスは、「地方」「築古」「一戸建て」という特殊な事業領域です。個別性が高く難易度の高い住宅のリフォームという事業内容のため、「長く働くことによるノウハウの蓄積」が重要となっています。

一方、地方は、個人の営業社員単位だと、毎月安定的に成果を出すことが難しいマーケットです。そのため、過度なインセンティブは無理な営業活動や販促への誘因が生じやすいと判断し、固定給を中心とした給与体系としています。



取締役の報酬の決定方針 NEW

当社の取締役の報酬は、業績の安定的な成長と新たな企業価値の創造の対価を支給することを目的として設計しております。取締役の報酬制度の設計は、優秀な経営人財を確保し、上場企業として持続的な発展に資することから重要な経営課題であると認識しております。この様な認識のもと、2021年6月には、業務執行取締役に対して業績連動型の譲渡制限株式制度の導入を決定し、中長期的な企業価値向上に向けて報酬制度の設計の見直しを行っております。

なお、当社の業務執行取締役の報酬は、「固定報酬」「個人別業績に連動する金銭報酬」「業績連動報酬（譲渡制限付株式報酬）」により構成しており、個人別業績指標100％達成の場合における各報酬の比率の目安は以下の通りです（実際の比率は取締役により異なります。）。



役員の報酬決定プロセスを明確化 UPDATE

当社の取締役の報酬等の額は、2002年1月15日開催の臨時株主総会において年額300百万円以内（ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与を含みません。）と定めております。その上で、役員の報酬については、社内役員及び社外役員により構成される任意に設置した指名・報酬諮問委員会を設けて協議を行った上で決定しています。

Ⅳ-5. 社内のコンプライアンス意識の醸成

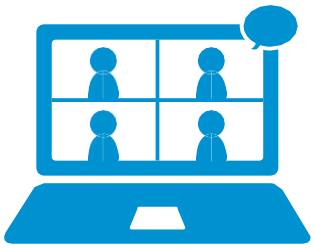
TV朝会でのコンプライアンス意識の向上

TV朝会では、「報告の3原則」として「1.トラブルはすぐ報告」「2.悪いことから報告」「3.ウソはつかない」ということを毎週欠かさず全社員に伝える様にして、コンプライアンス意識の醸成を図っています。

また、ルールの周知が徹底されていない、理解が進んでいない等が原因で発生したルール違反についてTV朝会で改めてルールの周知を図ることで、コンプライアンス意識の向上に務めています。

毎週1回の全国の店舗を繋いだTV会議

✓ 失敗事例やコンプライアンスのことも含めて連絡



報告の3原則

✓ コンプライアンス意識の社内通知の徹底

1. トラブルはすぐ報告
2. 悪いことから報告
3. ウソはつかない

毎月のコンプライアンス委員会の開催 UPDATE

ルールの周知が徹底されていない、理解が進んでいない等が原因で発生したルール違反の中でも特に重大な事案については、コンプライアンス委員会で協議しています。

コンプライアンス委員会には、代表取締役社長、営業本部長、管理本部長、常勤監査役、内部監査室長、管理部長が出席しており、加えて社外の客観的かつ専門的な目線を取り入れるために社外の委員を招聘したり、女性目線を取り入れるために女性の委員も招聘したりして多様な目線からコンプライアンスについて検討できるように構成しています。

コンプライアンス委員会での決定事項はTV朝会で広報を行うと共に、定期的に取締役会の報告事項として社内共有しています。

人権の尊重

国籍・人種等の差別問題発生防止のため、人権にかかわる研修資料を毎月全店舗に配信しています。また、研修の実施をモニタリングすべく閲読シートの回収も行い、理解の徹底を図っています。

Ⅴ. 透明性の高い会計処理と積極的な対話姿勢

Ⅴ-1. 現預金と連動する会計処理が中心のシンプルかつ明瞭な会計処理

現預金と連動する会計処理

当社の売上計上や仕入計上は、現預金の入出金と連動して計上される会計処理となっています。例えば、販売時においては、買主の約8割が住宅ローンを使って当社の物件を購入しています。

その物件購入代金は、買主が住宅ローンを組む金融機関から当社に直接入金されます。その入金が売上高となり、現預金と連動していることから、明瞭な会計処理となっています。なお、当社は与信リスクは負っていないため、会計上の見積りとなる勘定科目も少ない会計処理となっています。

長期在庫に対する引当としての評価損の計上

当社の貸借対照表の資産の大半は販売用不動産等です。当社の販売用不動産等は、地価変動の少ない地方に有しているため、長期に所有することによる価値の変動リスクは都市部に比べて低くなっています。

しかしながら、当社は販売用不動産等を仕入れてから1年を超過した場合には、原価の10%を評価損として引当金計上をしています。販売用不動産等の長期在庫についても会計上の手当てをすることで明瞭な会計処理に務めています。

Ⅴ-2. IR活動を通じた投資家との積極的な対話姿勢 UPDATE

当社は、IR専任の担当者を設置して、投資家との対話を重視して取り組んでいます。

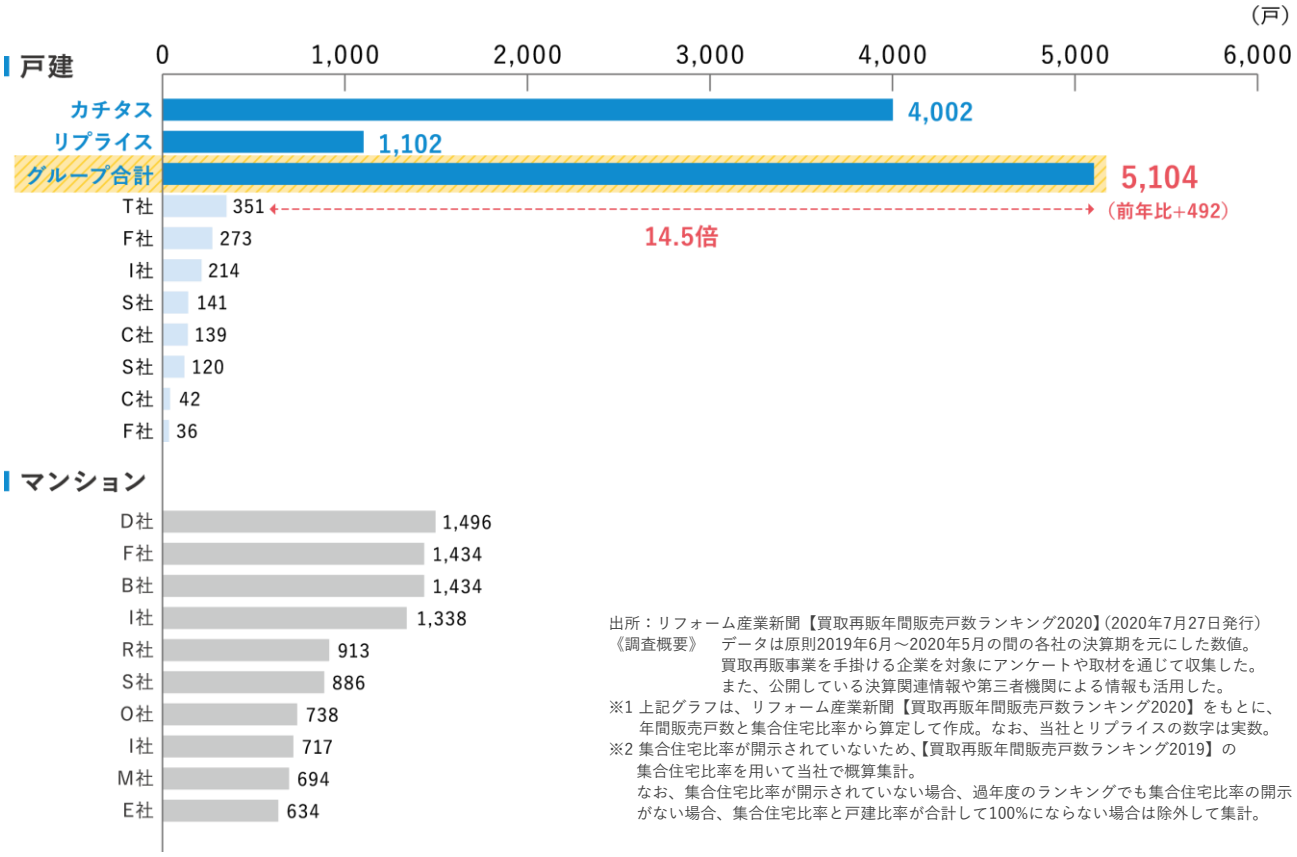
当社のビジネスモデルは、シンプルでありながらも奥深く、また多くの投資家にとって、日常で馴染みが少ない地方マーケットでビジネスを行っていることから、投資家との対話によるビジネスモデルの理解浸透が重要であると考えています。

並びに、IR活動を通じた投資家からの声を、定期的にIR担当者から経営陣にフィードバックする場を設けており、投資家からの声を事業運営に活かすべく取り組んでいます。

海外投資家向けに定期的説明会を開催	• 代表取締役社長が北米、欧州、アジアへ渡航し、現地での海外IRを実施し、決算や事業戦略についての説明を実施しておりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、WEB会議を中心に1 on 1 ミーティング又はスモールミーティングを実施しております。 • 2020年5月及び2020年11月の決算発表時には電話会議の方法で北米向け、欧州とアジア（香港・シンガポール）向けで決算説明の機会を設けております。
IR資料のホームページ掲載	• 当社ホームページにおいて、株主総会の招集通知・決議通知、決算短信、決算説明資料、有価証券報告書、プレスリリース資料等を適時に掲載しております。 • 決算短信、決算説明資料、狭義の株主総会招集通知、コーポレートガバナンス報告書及び重要な適時開示資料等を英訳し、海外投資家向けに情報開示を行っております。
IRに関する部署（担当者）の設置	• 経営企画本部にIR担当者を設置しており、専用窓口（E-mail）を設けております。 • 国内及び海外の機関投資家との1 on 1の面談を180件実施しております。（2021年3月期実績） • 証券会社のアナリストと協力してスモールミーティングを16回開催し、196名の機関投資家の担当者に参加いただいております。（2021年3 月期実績）
その他	• 当社グループの事業内容の理解の促進を図るべく、主に機関投資家向けの物件見学会を定期的に開催しておりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、2021年3月期実績は1回となっております。しかし、2021年4月には証券会社のアナリストと協力して現地の物件の見学を録画し、その内容を説明するWEB物件見学会を開催し、71名が参加いたしました。 • 証券会社主催の投資家向けカンファレンスにも参加しております。（2021年3月期実績 計13回、面談スロット数121社（スモールミーティング形式の参加を含む）） • 2021年3月期よりSR面談を実施し、機関投資家の議決権行使部門との面談を9社と行っております。

戸建住宅の買取再販ランキングNo.1

中古住宅買取再販事業に関する販売戸数ランキング（2019年度実績）



出所：リフォーム産業新聞【買取再販年間販売戸数ランキング2020】（2020年7月27日発行）
《調査概要》　データは原則2019年6月～2020年5月の間の各社の決算期を元にした数値。
買取再販事業を手掛ける企業を対象にアンケートや取材を通じて収集した。
また、公開している決算関連情報や第三者機関による情報も活用した。
※1 上記グラフは、リフォーム産業新聞【買取再販年間販売戸数ランキング2020】をもとに、年間販売戸数と集合住宅比率から算定して作成。なお、当社とリプライスの数字は実数。
※2 集合住宅比率が開示されていないため、【買取再販年間販売戸数ランキング2019】の集合住宅比率を用いて当社で概算集計。
なお、集合住宅比率が開示されていない場合、過年度のランキングでも集合住宅比率の開示がない場合、集合住宅比率と戸建比率が合計して100%にならない場合は除外して集計。

「中古住宅の買取再販事業」は、「戸建」と「マンション」に領域を分類することができます。

「戸建」の中古再販住宅の流通においては、カチタスとリプライスの2社で、圧倒的なNo.1です。

2019年度においては、次点のT社とは14.5倍の差がありますが、2018年度は12.8倍、2017年度は11.9倍でしたので年々その差を広げています。

一方、「マンション」の中古再販住宅の流通においては、1000件前後の取り扱いを行う会社が多数存在しており、競争が激しい状態となっています。

「戸建」住宅は、「シロアリ」「傾き」「権利関係」「個別性の高い物件の査定」等の戸建住宅特有のリスクが存在しています。この特有のリスクに対し、当社は累計6万件以上の取引実績に基づくノウハウを駆使して仕入れとリフォームを行っています。

当社は、「安心、清潔、実用的」をモットーに、地域に密着して、事業活動を取り組むことによって、中古住宅への不安を払しょくしながら販売を行ってまいります。

有機的に結合した「エコシステム」 UPDATE



当社は全国の人口5万人から30万人の地方都市を主なビジネスエリアとして展開を行っています。

また住宅の売買は自社だけではスケール化することが難しいことから、外部のステークホルダーとのリレーションが重要な成長の要素となっています。

当社は1998年から中古住宅再生事業に取り組み、その後急速に全国展開を行いました。その店舗網や外部のステークホルダーとのリレーションの構築、数多くの失敗事例が先行者利得となり、他社の参入障壁となっています。

一朝一夕では構築することは難しい、有機的に結合した「エコシステム」が当社を取り巻いて構築されていることが当社が「中古住宅買取再販事業」の圧倒的No.1のポジショニングにつながっています。

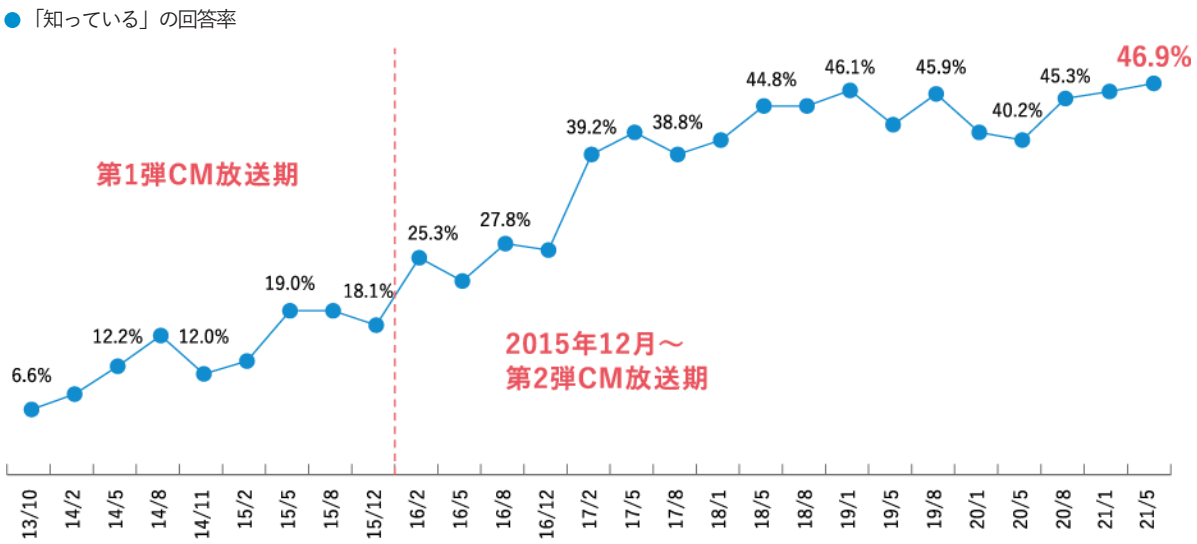
「地方」におけるカチタスの認知度 UPDATE

当社のTV CMは、三大都市圏を除くエリアで実施しています。

コミカルなリズムで、耳残りの良いTV CMを継続的に実施することで、TV CM実施エリアでは、継続的に高い認知度を有しており、「地方における住宅の買い取りはカチタス」というブランディングを行っています。

（当社のTV CMはこちら 「カイトリくん登場」篇(15秒)、「でも、なんで？」篇(15秒)）

Q カチタスという会社を知っていますか？（TVCM実施エリアでの数値）

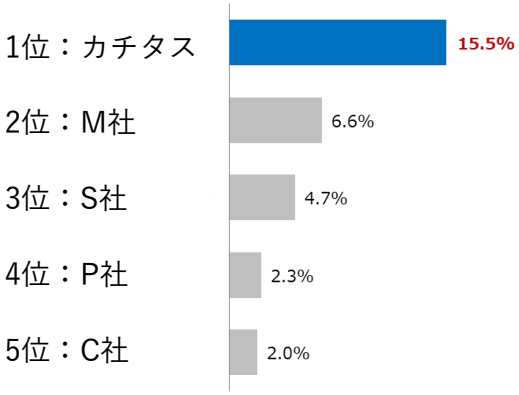


当社のTV CMは、「買い取り 買い取り 買い取り 買い取り カチタス」というフレーズで、買取にフォーカスしたブランディングを行っています。その結果、「家を売る先の会社」としての認知は、純粋想起により「カチタス」が1位に想起されるほどの認知度を得ています。

認知度調査結果*4

Q 「家を売る先の会社」と言われてどこが思い浮かびますか？

（2021年5月実施。カチタスのTVCM実施エリアでの数値。
選択肢を提示しない 純粋想起による回答）





「カイトリくん登場」篇(15秒)



「でも、なんで？」篇(15秒)

出所：当社が株式会社サーチライトへ委託したWebアンケート結果（母数は毎回1,100件。対象エリアは10の道府県をローテーションで実施しており、上記グラフはTVCM実施エリアのみの数値の集計）

外部評価機関からの高い評価

先進的なリフォーム事業者表彰経済産業大臣賞受賞（2015年度）

先進的な
リフォーム事業者表彰
経済産業大臣賞



- 中古住宅の**リフォームコストを最小化**する等、**顧客満足を高める仕組みを構築**し、地方の戸建物件を中心に買取再販事業を展開していること。
- 空き家問題に対応するとともに、トップランナーとして**独自の施工・品質基準**を設け中古住宅流通市場の健全性向上に貢献していること。

ポーター賞受賞（2017年度）

PORTER PRIZE-2017 AWARD WINNER

受賞理由は、下記のURL又は上記のアイコンをダブルクリックすることでご覧いただけます。
http://katitas.jp/information/ir/file/2017porter_prize_Jpn.pdf





- 「ポーター賞」は、**「優れた競争戦略の実践」**に焦点を当てた賞です。
- 製品、プロセス、経営手法にイノベーションを起こし、**独自性がある戦略**を実行した結果、**高い収益性を達成・維持**している企業を表彰しています。
- 地方の中古住宅を再生して、賃貸アパートの家賃と同程度の住宅ローンで手に入る価格で販売している点及び新築住宅の供給が少ない人口減少地域に良質な住宅を供給することで成長している点が評価されました。

お客様に聞く、「カチタスが提供する価値」のハナシ NEW



熊本県人吉市・M様
（2020年2月にカチタス八代店からご自宅を購入）

賃貸住宅を探していたらカチタスの家に出会い とんとん拍子で購入に。親子3人で大満足です

以前住んでいた村営住宅の家賃が翌年度から上がることが決まり、また上の娘が地元に就職して4月から一緒に住むことになったので、11月頃から広めの賃貸住宅を探し始めました。ところが2人の娘に個室を与えられて、なおかつ駐車スペースが3台という条件を満たす賃貸住宅がなかなか見つかられず、いっそ中古住宅を購入するのはどうだろうかと思い、ネットで検索して発見したのがカチタスの家でした。

ちょうど次の週末に見学会があったので前日に予約して内覧すると、立地も希望に合っているし間取りも十分以上だし、何より築26年とは思えないほど綺麗なリフォームの仕上がりを驚いて。住宅ローンが通るか少し心配でしたが無事に審査に通り、月々の支払額も賃貸住宅と差がない範囲だったので思い切って購入を決断しました。

実際に住んでからもキッチン、バス、トイレ、洗面の水回りはすべて新品だし、リビングには流行りのダウンライトも付いているし言うことなし。実家に預けていたワンコも一緒に暮らすようになり、親子2人＋ワンコで大満足しています。

元気なうちに引っ越しをして新天地へ。 コロナ禍だからできた決断かもしれません

40年前に茨城県日立市に建てた自宅をカチタス日立店に売却しました。13年前に主人が他界してからは一軒家に一人暮らしで、特に生活に不便は感じていませんでしたが、2020年の秋から東京に住む兄を介護するために日立と東京を行き来するようになったら、新型コロナウイルスの感染を気にする自宅周辺の皆さんの目が気になりだして… 。兄の介護がひと段落した2020年の11月に、思い切って息子の住む長野県に移住しようと決断し、「うちを処分する」と宣言して息子に売り先を探してもらいました。

息子がカチタスさんのことを知っていたので日立店に査定してもらい、トントン拍子に売却を決定。自宅の水道管の一部が他人地を通っていて売却には周辺の方々の覚書を頂く必要があると判明したのですが、その対応も日立店の店長さんが行ってくれて大変助かりました。40年前に家を建ててくれた工務店さんに引っ越し前に挨拶に行ったら「カチタスは良いですよ」と言ってもらえて改めて安心しました。この歳で引っ越しをするにはパワーが要りましたが、元気なうちに荷物が整理できてよかったなと思っています。



長野県上田市・Y様（70代）
（2021年1月にカチタス日立店へご自宅を売却）

2020年3月期、2021年3月期　事業報告書（株主通信）より

ESG掲載項目別の当社開示のリファレンス

SASB UPDATE

社会	社会資本	人権・地域との関係	P. 21
		顧客プライバシー	当社HP
		データセキュリティ	当社HP
		製品の入手容易性・価格	P. 13
		製品品質・安全性	当社HP
		顧客便益	P. 13
		販売慣行・製品表示（ラベリング）	P. 25
	人的資本	労使慣行	P. 15
		従業員の健康・安全	P. 15
		従業員エンゲージメント・多様性・受容	P. 15, 16
	ビジネスモデルとイノベーション	製品及びサービスのライフサイクルへの影響	P. 5 – 7
		ビジネスモデルのレジリエンス（しなやかさ）	P. 7, 10
		サプライチェーンマネジメント	P. 17
		原材料の調達・効率性	P. 24
		気候変動の物理的インパクト	P. 5 – 7
環境	地球温暖化	温室効果ガス（GHG）の排出量	P. 5 – 7
		大気質	P. 5 – 7
		エネルギー管理	P. 5 – 7
		水・廃水管理	N/A
		廃棄物・危険物管理	P. 5 – 7
		生物多様性への影響	P. 5 – 7
ガバナンス	リーダーシップとガバナンス	企業倫理	P. 2, 3, 18 – 22
		競争行動（の適切さ）	P. 17, 23, 24
		法務・規制環境の管理	P. 18 – 22
		重大な事故リスクの管理	P. 18 – 22
		システミック（重要な）リスク管理	P. 18 - 22

MSCI UPDATE

社会	人的資源	労働マネジメント	P. 15
		労働安全性	P. 15
		人的資源開発	P. 15, 16
		サプライチェーンと労働管理	P. 15 - 17, 24
	製品サービスの安全	製品安全・品質	当社HP
		製品化学物質安全	N/A
		安全な金融商品	N/A
		プライバシー&データセキュリティ	当社HP
		責任ある投資	P. 10, 11
		人口動態保険リスク	P. 14
	ステークホルダーマネジメント	紛争メタル	N/A
	社会市場機会	コミュニケーションへのアクセス	P. 13
		金融へのアクセス	N/A
		ヘルスケアへのアクセス	N/A
		健康市場機会	P. 8, 12, 14
環境	地球温暖化	二酸化炭素排出	P. 5 – 7
		製品カーボンフットプリント	P. 5 – 7
		環境配慮融資	N/A
		温暖化保険リスク	P. 5 – 7
	自然環境	水資源枯渇	N/A
		生物多様性と土地利用	P. 5 – 7
		責任ある原材料調達	P. 24
	廃棄物管理	有害物質と廃棄物管理	P. 5 – 7
		包装材廃棄物	N/A
		家電廃棄物	N/A
	環境市場機会	クリーンテクノロジー	N/A
		グリーンビルディング	P. 5 – 7
		再生可能エネルギー	P. 9
ガバナンス	コーポレートガバナンス	取締役会構成、報酬	P. 18 – 21
		オーナーシップと支配	P. 18 – 21
		会計リスク	P. 22
	企業行動	企業倫理	P. 2, 3, 18 – 22
		公正な競争	P. 17, 23, 24
		汚職と政治不安	当社HP
		財務システムの安定	P. 22
		租税回避	P. 22

GRIスタンダード 33テーマ UPDATE

社会	雇用	P. 15, 16
	労使関係	P. 15, 16, 20, 21
	労働安全衛生	P. 15, 16
	研修及び教育	P. 15, 21
	多様性と機会均等	P. 15, 16
	非差別	P. 21
	結社の自由と団体交渉	N/A
	児童労働	N/A
	強制労働	N/A
	保安慣行	N/A
	先住民の権利	N/A
	人権評価	P. 21
	地域コミュニティ	P. 8, 12, 17, 24, 25
	サプライヤーの社会評価	P. 17, 23
	公共政策	P. 8, 11, 12, 26
	顧客の安全衛生	P. 12, 13
	マーケティングとラベリング	P. 25
	顧客プライバシー	当社HP
	社会経済コンプライアンス	P. 8 – 12, 18 – 21
環境	原材料	P. 24
	エネルギー	P. 5 – 7
	水	N/A
	生物多様性	P. 5 – 7
	大気への排出	P. 5 – 7
	廃水及び廃棄物	P. 5 – 7
	環境コンプライアンス	P. 5 – 7
	サプライヤーの環境評価	N/A
ガバナンス	経済的パフォーマンス	P. 18, 23
	市場での存在感	P. 23
	間接的な経済影響	P. 8 – 9, 13, 14
	調達慣行	P. 17, 24
	腐敗防止	当社HP
	反競争的行為	P. 17, 23, 24

GRESB不動産評価 NEW

マネジメント	ESG課題に対する経営者のコミットメント	P. 2 – 4
	ESG課題の意思決定プロセス	P. 18 – 20
	ESG関連の社内規定	P. 18 – 24
	ESGレポーティング・開示	当レポート
	ESG関連リスクマネジメント	P. 7, 20, 21
	ステークホルダーエンゲージメント/従業員	P. 15 – 16
	ステークホルダーエンゲージメント/サプライヤー	P. 17
パフォーマンス	リスク評価	P. 7, 20, 21
	効率性の測定	P. 5 – 7
	（環境）ターゲット指標	P. 6
	テナント及び地域社会/テナント	P. 26
	テナント及び地域社会/地域社会	P. 8 – 13
	エネルギー	P. 5 – 7
	温室効果ガス	P. 5 – 7
	水使用量	N/A
	廃棄物	P. 5 – 7
	データモニタリングとレビュー	当レポート
	ビル等施設の第三者機関からの認証	P. 28
ディベロップメント	ESG要件	P. 5 – 7
	建築資材	P. 6
	ビル等施設の第三者機関からの認証	P. 28
	エネルギー	P. 5 – 7
	水使用量	N/A
	廃棄物	P. 5 – 7
	ステークホルダーエンゲージメント/保健衛生、安全、福利厚生	P. 13, 15, 16
	ステークホルダーエンゲージメント/サプライチェーン	P. 17, 26
	ステークホルダーエンゲージメント/地域社会へのインパクト	P. 8 – 13

出所：GRESB “2020 Real Estate Reference Guide”
国土交通省　不動産分野におけるESG-TCFD実務者WG　資料4-1　事務局資料（2020年9月9日）

GRESB

GRESB（Global Real Estate Sustainability Benchmarkの略。グレスビー、グレスブ）。
～不動産セクターの会社・ファンド単位での環境・社会・ガバナンス（ESG）配慮を測り、投資先の選定や投資先との対話に用いるためのツールとして用いられている。
APGやPGGMなどの欧州の年金基金を中心に2009年に創設。

参考情報（2020年11月以降の改善の取り組み） NEW

2020年11月	ESGレポートの発行
2021年2月	The Global Steering Gruop for Impact Investment（GSG）の日本における国内諮問委員会であるGSG国内諮問委員会の賛同メンバーとして加入
2021年3月	SR面談の実施（全9機関投資家との面談の実施）
2021年3月	コーポレートガバナンス報告書の英訳と開示
2021年3月	個人情報保護方針についての英訳と開示
2021年4月	腐敗防止に係る規定の改定と開示
2021年5月	議決権電子行使プラットフォームの導入
2021年6月	機関投資家からのフィードバックコメントを踏まえて ESGレポートをブラッシュアップして発行



バージョン情報

初校：2020.11.10
更新：2021.06.25