

|| 企業調査レポート ||

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

企業情報はこちら >>>

2019 年 12 月 4 日 (水)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 市場動向	01
2. 強み	02
3. 業績動向	02
4. 成長戦略・トピック	03
5. 株主還元	03
■ 会社概要	04
1. 会社概要	04
2. 沿革	05
3. 事業構成	06
■ 市場動向	07
1. マンション市場の動向	07
2. マンション供給ランキング	08
■ 強み	09
1. 立地戦略	09
2. 強い営業力	09
■ 業績動向	10
1. 2020 年 3 月期第 2 四半期の業績概要	10
2. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
■ 中長期のトピック	13
1. 女優吹石一恵さんを起用した新 CM。ブランドイメージ向上を目指す	13
2. 不動産テックの強化：ブライトビジネスが上々の滑り出し	14
3. 業界屈指の高い生産性	15
■ 株主還元策	16

プレサンスコーポレーション
3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)
<https://www.pressance.co.jp/ir/>

要約

**2020 年 3 月期は売上高 2,000 億円超え、10 期連続増収増益を予想。
既に年間売上計画の 95.4% 分を確保済。
ブライトビジネス（不動産テック）が上々の滑り出し**

プレサンスコーポレーション<3254>は、ファミリーマンション及びワンルームマンションの企画・開発・分譲から賃貸及び建物管理まで一貫して手掛ける独立系の総合マンションデベロッパーである。近畿圏及び東海・中京圏のマンション供給数はそれぞれ 9 年連続、7 年連続で 1 位であり、全国でも 1 位の住友不動産<8830>に次いで 2 年連続 2 位（2018 年）を維持する。都心主要駅近くの利便性の高い立地に、自社で企画開発するプレサンスシリーズのマンションを展開する。士気の高い販売部隊も強みであり、完成在庫の売れ残りは極めて少ない。1997 年の設立以来、順調な成長を続けており、2007 年に東証 2 部上場、リーマンショックにも大きな影響を受けずに 2013 年には東証 1 部上場を果たし、2015 年に「JPX 日経インデックス 400」の構成銘柄に、2016 年には「JPX 日経中小型株指数」の構成銘柄に選定されており、株式市場の評価も高い。2019 年 4 月には、AI を活用した不動産投資情報の総合サイト「プレサンスブライト」を開設し、新たな顧客層の開拓に挑戦している。

同社はワンルームマンションからファミリーマンション、一棟販売（ワンルームマンションの卸売）、ホテルまで多様な事業を展開している稀有な企業である。多彩な商品ラインナップは、土地の情報が入った時に最適な活用法を可能にし、仕入ボリュームを大きくすることができ、競合よりも有利に土地取得・建築を進めることができる。

1. 市場動向

全国の新築マンションは供給が減少しているが、おおむね各指標は堅調に推移する。その中で、首都圏と近畿圏を比較すると市場動向に違いが見られる。2019 年 4 月～9 月（上半期）に首都圏では供給戸数が前年比 21.7% 減の 11,996 戸であるのに対し、近畿圏では同 9.9% 減の 8,275 戸と減少幅は小さい。また、マンションの平均価格では、首都圏が 6,006 万円と一般の世帯がローンで購入するには手が届きにくい価格帯なのに対して、近畿圏は 3,751 万円と買いやすい価格にとどまっている。マンションの初月契約率（初月契約戸数 / 発売戸数）で見ても、首都圏が 64.6% であるのに対して近畿圏は 77.0% と好不調の目安とされている 70% を上回っている。近畿圏が主要事業エリアの 1 つである同社にとっては、好ましい市場環境と言えるだろう。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

<https://www.pressance.co.jp/ir/>

要約

2. 強み

同社は、マンションを近畿圏や東海・中京圏の中でも特に人口の増加率の高い地域にフォーカスして供給する戦略を徹底してきた。大阪市においては、同社がワンルームマンションを集中して供給するのは 6 区(中央区、北区、西区、福島区、浪速区、淀川区)であり、人口の増加率は他区及び大阪府と比較して高い(過去 3 年間で 5.3% 増)。また愛知県においても、同様の戦略である。フォーカスするエリアの特徴としては、都市中心部でオフィスや商業施設等が多く、「住んで良し、働いて良し」の利便性の高いエリアである。コンパクトシティ化が進むなかでも、その価値が色あせない。「都心エリアの利便性の高い立地への供給」という戦略は、人口動態にも、消費者ニーズにも合致しており、同社が急成長を続ける要因の 1 つと考えられる。

3. 業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期の連結業績は、売上高が前年同期比 3.3% 増の 125,383 百万円、営業利益が同 8.2% 減の 23,669 百万円、経常利益が同 8.5% 減の 23,398 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 10.0% 減の 15,660 百万円となり、増収減益となった。しかしながら、期初発表の第 2 四半期予想と比較すると売上高で 2.7% 超え、営業利益で 15.5% 上回っており、順調な業績であることがわかる。売上面では、主力のワンルームマンションとファミリーマンションの販売が高水準を維持した。一棟販売、ホテル販売も予定通りの進捗であり、全体として売上高は計画どおりである。売上総利益率は前年同期から微減。建築費は依然としてやや上昇傾向であるが、一部価格転嫁を行うなどして例年のレベルを維持している。販管費が増加したのは、主にファミリーマンション向けの販売委託手数料や広告宣伝費、不動産テック関連費用、企業 CM などの増加が影響した。いずれの費用も先行して発生する費用である。結果として高い営業利益率を維持しつつ、期初発表の第 2 四半期予想を大幅に上回った。

2020 年 3 月期通期の連結業績予想は、売上高が前期比 30.3% 増の 209,219 百万円、営業利益が同 20.0% 増の 32,531 百万円、経常利益が同 18.5% 増の 31,429 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.6% 増の 21,520 百万円と、大幅な増収増益となる期初の予想を据え置いた。達成すれば、売上高で初の 2,000 億円超え、10 年連続で前期比 10% 以上の増益並びに過去最高業績となる。商品セグメント別では、ワンルームマンションが大幅に増加し、その構成比を高める予想だ。最大のセグメントであるファミリーマンションは前期並み、一棟販売は倍増予想、ホテル販売は前年並みを計画する。営業利益の成長率予想は前期比 20.0% 増であり、経営目標である「前期比 10% 以上」を余裕を持って達成することになる。通期計画に対する第 2 四半期進捗率は、売上高で 59.9%、営業利益で 72.8% と順調。四半期毎の売上額分布を前期と比較すると、今期は通期売上高の 40.1% (前期は 24.4%) を下期に計上する計画である。例年のことだが、第 2 四半期が終わった段階で、マンション販売事業の年間売上計画の 95.4% 分(191,545 百万円分)の売上と受注を獲得しており、通期計画達成に向けて余裕がある。弊社では、高い計画精度の実績も加味すると予想の信頼性は高く、例年のように若干上振れて着地すると考えている。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

<https://www.pressance.co.jp/ir/>

要約

4. 成長戦略・トピック

同社は、「ヤドカリの CM」で有名である。関西などでの知名度が高い一方で、同社の展開するマンションの品質や立地を伝えることには不十分な面もあった。このため、2019 年（第 1 弾は 1 月開始、第 2 弾は 8 月開始）に開始されたコーポレート CM では、女優の吹石一恵（ふきいしかずえ）さんを起用し、ブランド戦略を刷新した。CM では都心立地の高品質なマンションでの利便性の高い暮らしを表現しており、特にファミリーマンション購入層への同社ブランドイメージの向上を目指す。

同社は、2019 年 4 月に AI を活用した投資用不動産の総合サイト「プレサンスブライツ」の稼働を開始し、不動産テックの活用により業績成長を加速する取り組みを始めた。ブライツ会員数は、約半年を経過した 9 月末の段階で 3,218 人と、通期目標 4,500 人に向けて順調に進捗している。受注高では 1,349 百万円（第 2 四半期累計）であり、通期目標 1,320 百万円を第 2 四半期段階で超えた。特に中古物件サイト「ブライツヴィンテージ」は予想以上の活況である。「いいものを買いたい」「納得がいくまで比較したい」という志向の顧客ニーズを捉えたもので、当初の狙いどおりこれまでと異なる顧客層の開拓ツールとして期待が持てる。5 年目の 2024 年 3 月期には会員数で 75,000 人、売上高で 24,480 百万円を計画する。なお、ブライツビジネスによる売上高は、現在の中期経営計画には含まれていないため、ブライツの成果が出れば、同社業績の上振れ要因になる。

5. 株主還元

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題としている。「毎年、対前年比 10% 以上の営業利益成長による配当原資の拡大」、「配当性向を 2023 年 3 月期までに 20% へ段階的に引き上げ」、「配当総額を前年比 15% 以上の増額」を経営目標としており、中期的な増配ペースの加速が期待できる。同社は過去ハイペースで増配をしてきた。10 年前の 2010 年 3 月期の配当金は年 6.25 円だったが、2019 年 3 月期には年 40.50 円と 6.5 倍に上げている。2020 年 3 月期は、上期末 26.00 円配当を実施。通期では配当金 52.00 円（下期末 26.00 円）を予想しており、11.5 円増配と増配ペースは加速している。配当性向も徐々に上がっており 15.0%（前期は 13.7%）を予想する。

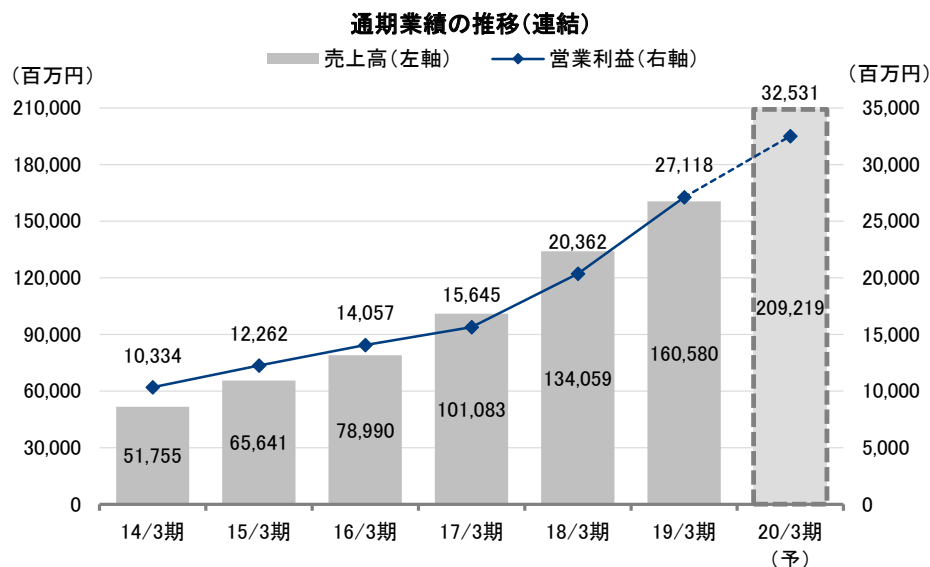
Key Points

- ・近畿圏は首都圏より新築マンションの平均価格が手頃で市場環境が良好。近畿圏、東海・中京圏で供給戸数 No.1 をキープ
- ・2020 年 3 月期は売上高 2,000 億円超え、10 期連続増収増益を予想。第 2 四半期終了時点で既に年間売上計画の 95.4% 分を確保済
- ・ブライツビジネス（不動産テック）が上々の滑り出し。業界屈指の高い生産性
- ・「利益成長」と「配当性向引き上げ」の掛け算による高い増配ペースが魅力。2020 年 3 月期は前期比 11.5 円増配の 52.00 円を予想

プレサンスコーポレーション
3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)
https://www.pressance.co.jp/ir/

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

近畿圏及び東海・中京圏で圧倒的な基盤を持つ
全国 2 位のマンションデベロッパー。
都市中心部に特化したワンルームとファミリータイプの 2 本柱

1. 会社概要

同社は、ファミリーマンション及びワンルームマンションの企画・開発・分譲から賃貸及び建物管理まで一貫して手掛ける独立系の総合マンションデベロッパーである。近畿圏及び東海・中京圏のマンション供給数はそれぞれ 9 年連続、7 年連続で 1 位であり、全国でも 1 位の住友不動産に次いで 2 年連続 2 位（2018 年）を維持する。都心の主要駅から、ワンルームマンションは徒歩 5 分以内、ファミリーマンションは徒歩 10 分以内の利便性の高い立地に、自社で企画開発するプレサンスシリーズのマンションを展開する。商品力と士気の高い営業部門が強みであり、完成在庫の売れ残りは極めて少ない。1997 年の設立以来、順調な成長を続けており、2007 年に東証 2 部上場、リーマンショックにも大きな影響を受けずに 2013 年には東証 1 部上場を果たし、2015 年に「JPX 日経インデックス 400」の構成銘柄に選定されている。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

<https://www.pressance.co.jp/ir/>

会社概要

2. 沿革

同社の母体は、1997 年 10 月に株式会社日経プレステージとして大阪で設立されたワンルームマンション販売会社である。2002 年 4 月に株式会社プレサンスコーポレーションに商号変更された。1998 年に建物管理業務及び保険代理業務、1999 年にはファミリーマンション販売及び不動産賃貸管理業務に進出するなど、周辺業務を取り込みながら業容を拡大してきた。2000 年代に入ってから自社開発物件を手掛け始め、中京・東海及び関東へ販売エリアを広げた。2008 年には中古物件売買・仲介業務を行う（株）プレサンスリアルタを設立、2014 年には建設事業を行う（株）トライストを子会社化、家賃保証業務を行う（株）プレサンスギャランティを設立。2015 年 5 月には不動産ソリューション・コンサルティング事業を行う（株）プレサンスリアルエステートを設立した。リーマンショック（2008 年 9 月～）の影響で不動産業界は大きな痛手を負ったが、同社は業績を維持し、分譲マンション準大手企業に成長した。2007 年に東証 2 部上場、2013 年には東証 1 部上場を果たす。2015 年には「JPX 日経インデックス 400」の構成銘柄に、2016 年には「JPX 日経中小型株指数」の構成銘柄に選定されて以来その地位を維持しており、株式市場の評価も高い。2019 年 4 月には、AI を活用した不動産投資情報の総合サイト「プレサンスブライト」を開設し、新たな顧客層の開拓に挑戦している。

沿革

年月	主要項目
1997年10月	株式会社日経プレステージを設立
1997年10月	宅地建物取引業免許（大阪府知事）を取得
1998年11月	自社ブランド第 1 棟「プレサンス難波東」を販売
1998年12月	建物管理業務、保険代理業務を行う（株）プレサンスコミュニティを設立（現（株）パシフィック）
1999年 6月	ファミリーマンションの販売を行う（株）日経アシストを設立（現（株）プレサンス住販）
1999年 6月	不動産賃貸管理業務を開始
2000年 7月	初めての自社開発物件「プレサンス心斎橋 EAST」を販売
2002年 4月	株式会社プレサンスコーポレーションに商号変更
2003年 5月	東海エリアに初めての自社開発物件として「プレサンス名古屋城前」を販売
2005年 2月	名古屋販売センターを開設
2005年 7月	名古屋販売センターを名古屋支店に昇格
2007年12月	東京証券取引所市場第 2 部に上場
2008年 8月	中古物件売買、仲介業務を行う（株）ルームプロを設立（現（株）プレサンスリアルタ）
2008年12月	東京支店を開設
2013年10月	東京証券取引所市場第 1 部に上場
2014年 4月	建設事業を行う（株）トライストへの出資と株式取得により子会社化
2014年 8月	家賃保証業務を行う（株）プレサンスギャランティを設立
2015年 5月	不動産ソリューション・コンサルティング事業を行う（株）プレサンスリアルエステートを設立
2015年 8月	「JPX 日経インデックス 400」の構成銘柄に選定
2016年 9月	ASEAN 近隣諸国における不動産の開発プロジェクト等に参画するため、（株）プロスエーレを設立
2016年11月	三立プレコン（株）の全株式を取得して子会社化
2016年12月	「JPX 日経中小型株指数」の構成銘柄に選定
2017年 1月	賃借銘柄に選定
2017年 4月	（株）ラブラブレイスの全株式を取得し、同社を完全子会社化
2017年 7月	米国に Pressance USA, Inc. を設立
2019年 2月	大阪市北区に大阪支店を開設
2019年 4月	不動産テック・AI を活用した不動産投資情報の総合サイト「プレサンスブライト」を開設

出所：会社資料よりフィスコ作成

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

<https://www.pressance.co.jp/ir/>

会社概要

3. 事業構成

主力事業はワンルームマンション及びファミリーマンションの開発及び販売である。創業からの中核事業である「ワンルームマンション販売」は、売上戸数 2,161 戸（2020 年 3 月期第 2 四半期）、売上構成比は 34.7%（同）である。住戸専用面積で 20～50 平方メートル、都心の主要駅より徒歩 5 分圏内で利便性に富む立地に建設され、「プレサンス」ブランドで販売される。ワンルームマンションは資産運用を目的に購入される投資用不動産であり、高給与所得者・富裕層だけでなく、安定した収入のある一般的な給与所得者が主要顧客である。

「ファミリーマンション販売」は、売上戸数 1,402 戸（同）、売上構成比で 42.1%（同）を占める。住戸専用面積で 50～100 平方メートル、都市部の主要駅より徒歩 10 分圏内で環境性に富む立地に建設され、「プレサンス ロジェ」などのブランドで販売される。販売は子会社の（株）プレサンス住販が担当する。

次に大きい商品セグメントは「一棟販売」であり、ワンルームマンションを開発した上で、主にマンション販売業者へ卸売する。売上構成比は 7.9%（同）である。「ホテル販売」は 2018 年 3 月期から売上が計上され始めた。主にビジネスホテルを開発し、ホテル事業者や REIT 等に販売する。売上戸数 129 戸（同）、売上構成比で 2.4%（同）である。このほかに、自社開発した物件の賃貸事業、建物管理、賃貸管理、保険代理等を行っている。

事業の内容と構成（2020 年 3 月期第 2 四半期実績）

事業セグメント	主な業務内容	2020 年 3 月期第 2 四半期 実績		
		販売戸数（戸）	売上高（百万円）	売上構成
不動産販売事業 （主要セグメント）	ワンルームマンション販売	2,161	43,462	34.7%
	ファミリーマンション販売	1,402	52,764	42.1%
	一棟販売	672	9,965	7.9%
	ホテル販売	129	3,050	2.4%
	その他住宅・不動産販売等	101	12,711	10.1%
その他		-	3,427	2.7%
合計		4,465	125,383	100.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

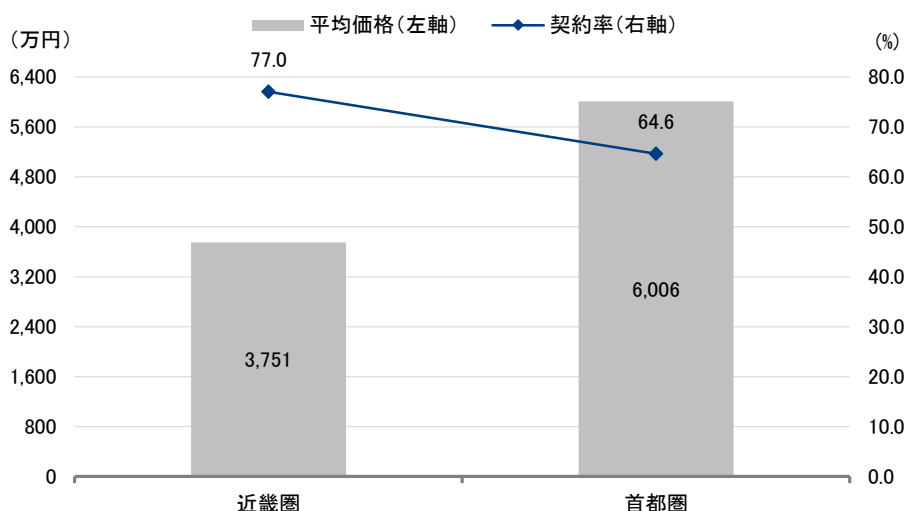
市場動向

近畿圏は首都圏より新築マンションの平均価格が手頃で市場環境が良好。近畿圏、東海・中京圏で供給戸数 No. 1 をキープ

1. マンション市場の動向

全国の新築マンションは供給が減少しているが、おおむね各指標は堅調に推移する。その中で、首都圏と近畿圏を比較すると市場動向に違いが見られる。2019 年 4 月～9 月（上半期）に首都圏では供給戸数が前年比 21.7% 減の 11,996 戸であるのに対し、近畿圏では同 9.9% 減の 8,275 戸と減少幅は小さい。また、マンションの平均価格では、首都圏が 6,006 万円と一般の世帯がローンで購入するには手が届きにくい価格水準なのに対して、近畿圏は 3,751 万円と買いやすい価格にとどまっている。マンションの初月契約率（初月契約戸数 / 発売戸数）で見ても、首都圏が 64.6% であるのに対して近畿圏は 77.0% と好不調の目安とされている 70% を上回っている。近畿圏が主要事業エリアの 1 つである同社にとっては、好ましい市場環境と言えるだろう。

マンション平均価格と契約率の比較(2019年4月～9月)



出所：不動産経済研究所資料「首都圏・近畿圏マンション市場動向」よりフィスコ作成

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

https://www.pressance.co.jp/ir/

市場動向

2. マンション供給ランキング

分譲マンション供給ランキング（不動産経済研究所 2019 年 2 月発表）において、同社は近畿圏で 9 年連続第 1 位（2018 年）、市場シェアで 19.7%。東海・中京圏でも 7 年連続の第 1 位（2018 年）、市場シェア 19.9% であり、首都圏以外の両市場で圧倒的な事業基盤を保持している。近畿圏や東海・中京圏においては、過去から築いてきた地場の不動産業者等との信頼関係をベースにした土地の取得に強みがある点、顧客ニーズにマッチしたマンションを適正価格で供給している点、親しみやすいヤドカリや女優の吹石一恵さんをキャラクターにした広告宣伝、などが高いランキングのドライバーとなっている。全国では、住友不動産に次いで 2 位に位置しており、財閥系デベロッパーが上位を争うなかで、同社の躍進は注目に値する。

同社の市場ポジション

（単位：戸）

エリア	近畿	東海・中京	全国
同社のランキング	9 年連続 1 位	7 年連続 1 位	2 年連続 2 位
同社供給実績	4,133	1,019	5,267
エリア全体の供給実績	20,958	5,115	80,256
同社のランキング市場シェア	19.7%	19.9%	6.6%

注：不動産経済研究所資料「全国マンション市場動向」をもとに同社が算出した 2018 年度におけるマンション供給（発売）実績

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

上位 5 社のランキング及び供給戸数

（単位：戸）

順位	近畿	東海・中京	全国
1 同社	4,133	同社 1,019	住友不動産 7,337
2 日本エスリード	2,401	野村不動産 425	同社 5,267
3 日商エステム	1,053	大京 270	野村不動産 5,224
4 阪急阪神不動産	966	静岡鉄道 253	三菱地所レジデンス 3,614
5 近鉄不動産	734	タカラレーベン 228	三井不動産レジデンシャル 3,198

注：不動産経済研究所資料「全国マンション市場動向」をもとに同社が算出した 2018 年度におけるマンション供給（発売）実績

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

プレサンスコーポレーション
3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)
https://www.pressance.co.jp/ir/

■ 強み

**都心の中でも人気のエリアに集中する立地戦略で快進撃。
成果を生み出す営業人員に高い報酬で報いる。
近畿で年収ランキング 4 位**

1. 立地戦略

大阪府や愛知県などは大きくは都市部と捉えられるが、エリアによって人口の増減に差がある。同社は、近畿圏や東海・中京圏の中でも特に人口増加率の高い立地にフォーカスしてマンションを供給する戦略を徹底してきた。大阪市においては、同社がワンルームマンションを集中して供給するのは 6 区（中央区、北区、西区、福島区、浪速区、淀川区）であり、人口の増加率は他区及び大阪府と比較して高い（過去 3 年間で 5.3% 増）。また名古屋市においても、同社がワンルームマンションを集中して供給するのは 4 区（中区、東区、千種区、中村区）であり、人口の増加率は他区及び愛知県と比較して高い（過去 3 年間で 2.5% 増）。フォーカスするエリアの特徴としては、都市中心部で、オフィスや商業施設等が多く、「住んで良し、働いて良し」の利便性の高いエリアである。コンパクトシティ化が進むなかでも、その価値が色あせない。「都心エリアの利便性の高い立地への供給」という戦略は、人口動態にも、消費者ニーズにも合致しており、同社が急成長を続ける要因の 1 つと考えられる。

人口の推移

(単位：人)

地域	2016 年 1 月	2019 年 1 月	伸び率 (2016/2019、%)
大阪市（同社集中 6 区※）	630,075	663,480	105.3
大阪市（その他 18 区）	2,063,164	2,063,775	100.0
大阪府（大阪市以外）	6,146,069	6,096,630	99.2
名古屋市（同社集中 4 区※）	459,742	471,277	102.5
名古屋市（その他 12 区）	1,837,957	1,850,450	100.7
愛知県（名古屋市以外）	5,190,943	5,221,666	100.6

※大阪市 24 区のうち、中央区、北区、西区、福島区、浪速区、淀川区。名古屋市 16 区のうち、中区、東区、千種区、中村区

出所：各行政区のホームページよりフィスコ作成

2. 強い営業力

同社の強さの源泉の 1 つに確かな販売力を有する営業部門がある。営業部門全体で 1 物件を一定期間に集中販売するために、社内競争が促され、営業員の士気が向上する。また、若手社員には管理職がマンツーマンで現場指導し成功体験を積ませる教育システムも同社の伝統だ。年齢・社歴に関係なく、成果次第で昇給・昇格（年 2 回）できる評価システムもモチベーション向上に寄与している。結果として同社の販売の生産性は非常に高い。成果を上げた従業員には、高い報酬で報いる。2019 年の近畿における 40 歳推計平均年収ランキング（東洋経済オンライン）では、並み居る大企業の中で 4 位にランクインした。同社の給与水準の高さは就職市場では有名であり、人材不足が叫ばれる不動産業界においても、挑戦心溢れる適材が不足なく採用できている。

プレサンスコーポレーション
3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)
<https://www.pressance.co.jp/ir/>

強み

40 歳推計年収ランキング (近畿、2019 年)

順位	会社名	40 歳推計年収 (万円)	本社所在地
1	キーエンス	2,299	大阪府
2	伊藤忠商事	1,471	大阪府
3	日本商業開発	1,458	大阪府
4	同社	1,147	大阪府
5	武田薬品工業	1,067	大阪府
6	日本エスリード	1,034	大阪府
7	ダイビル	964	大阪府
8	大和ハウス工業	930	大阪府
9	奥村組	921	大阪府
9	岩谷産業	921	大阪府

出所：東洋経済オンライン（2019 年 10 月 1 日）よりフィスコ作成

業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期は、売上高で前年同期を上回る。 各利益は減益も、高水準を維持し計画比順調

1. 2020 年 3 月期第 2 四半期の業績概要

2020 年 3 月期第 2 四半期の連結業績は、売上高が前年同期比 3.3% 増の 125,383 百万円、営業利益が同 8.2% 減の 23,669 百万円、経常利益が同 8.5% 減の 23,398 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 10.0% 減の 15,660 百万円となり、増収減益となった。期初発表の第 2 四半期予想と比較すると売上高で 2.7% 超え、営業利益で 15.5% 上回っており、順調な業績であることがわかる。

売上面では、ワンルームマンションの販売戸数が 2,161 戸（前年同期比 31.9% 増）と前年同期より多め、ファミリーマンションが 1,402 戸（同 14.5% 減）と前年同期より少なめだったが、いずれのセグメントも高水準の売上高を維持している。ちなみに前年同期は、最大規模のレジェンド琵琶湖（486 戸）の引渡しがあったためファミリーマンションの売上が拡大した年だった。一棟販売は 672 戸（同 33.6% 増）と堅調。ホテル販売は 129 戸（同 86.8% 減）と引渡しが少ないが、予定どおりの進捗であり、全体として売上高は計画どおりである。

売上総利益率は前年同期から 1 ポイント減の 27.5%（前年同期 28.5%、前々年同期 27.3%）。建築費は依然としてやや上昇傾向であるが、一部価格転嫁を行うなどして例年のレベルを維持している。販管費が前年同期比 22.8% 増加したのは、主にファミリーマンション向けの販売委託手数料や広告宣伝費、不動産テック関連費用、企業 CM などの増加が影響した。いずれの費用も先行して発生する費用である。結果として営業利益率は 18.9% と高い水準を維持しつつ、期初発表の第 2 四半期予想を大幅に上回った。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

<https://www.pressance.co.jp/ir/>

業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期の業績

(単位：百万円)

	19/3 期 2Q		20/3 期 2Q		前年同期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	121,350	100.0%	125,383	100.0%	3.3%
売上原価	86,788	71.5%	90,929	72.5%	4.8%
売上総利益	34,562	28.5%	34,453	27.5%	-0.3%
販管費	8,784	7.2%	10,783	8.6%	22.8%
営業利益	25,777	21.2%	23,669	18.9%	-8.2%
経常利益	25,583	21.1%	23,398	18.7%	-8.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	17,402	14.3%	15,660	12.5%	-10.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

強い仕入れ力が仕掛販売用不動産 2,300 億円超に表れる。 財務の安全性も堅持

2. 財務状況と経営指標

総資産は前期末比 11,309 百万円増の 313,251 百万円と増加した。主な増加は流動資産の 11,654 百万円増であり、仕掛販売用不動産の 6,204 百万円増や販売用不動産の 3,048 百万円増、現金及び預金の 2,074 百万円増が主な要因である。将来の売上高のバロメーターである仕掛販売用不動産は 231,506 百万円と高い水準。一方、販売用不動産（完成在庫）は年間の売上高（進行期予想 209,219 百万円）に比べて極めて少額であり、供給したマンションを着実に販売できていることが読み取れる。

負債合計は前期末比 3,052 百万円減の 204,271 百万円となった。そのうち流動負債は 6,955 百万円減であり、1 年内返済予定の長期借入金の 4,576 百万円減及び短期借入金の 2,455 百万円減が主な要因である。固定負債は 3,903 百万円増であり、長期借入金の増加が主な要因である。有利子負債の構成では、長期借入金（1 年内返済予定を含む）が 163,952 百万円（95.6%）、短期借入金が 7,465 百万円（4.4%）。資金コストの低い有利子負債で資金調達し、将来の売上拡大に向けた仕入れを順調に進めている。完成在庫も少なく、健全な財務状況と考えられる。

経営指標では、流動比率 384.7% となっており短期の安全性の目安となる 200% を大幅に超える。自己資本比率は 34.2% であり、業界の平均的な水準である。仕入れを重視し高い成長を実現している同社だが、財務の安全性も堅持している。

プレサンスコーポレーション | 2019 年 12 月 4 日 (水)
3254 東証 1 部 | <https://www.pressance.co.jp/ir/>

業績動向

要約連結貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期 2Q 末	増減額
流動資産	280,591	292,246	11,654
(現金及び預金)	41,990	44,064	2,074
(販売用不動産)	9,603	12,651	3,048
(仕掛販売用不動産)	225,302	231,506	6,204
固定資産	21,350	21,005	-345
総資産	301,942	313,251	11,309
流動負債	82,916	75,960	-6,955
(1 年内返済予定の長期借入金)	44,547	39,971	-4,576
(短期借入金)	9,920	7,465	-2,455
固定負債	124,407	128,310	3,903
(長期借入金)	120,119	123,981	3,862
負債合計	207,323	204,271	-3,052
純資産合計	94,618	108,980	14,361
負債純資産合計	301,942	313,251	11,309
<安全性>			
流動比率 (流動資産 ÷ 流動負債)	338.4%	384.7%	-
自己資本比率 (自己資本 ÷ 総資産)	30.7%	34.2%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2020 年 3 月期は売上高 2,000 億円超え、10 期連続増収増益を予想。 既に年間売上計画の 95.4% 分を確保済

2020 年 3 月期通期の連結業績予想は、売上高が前期比 30.3% 増の 209,219 百万円、営業利益が同 20.0% 増の 32,531 百万円、経常利益が同 18.5% 増の 31,429 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.6% 増の 21,520 百万円と、大幅な増収増益となる期初の予想を据え置いた。達成すれば、売上高で初の 2,000 億円超え、10 年連続で前期比 10% 以上の増益並びに過去最高業績となる。

商品セグメント別売上高計画では、ワンルームマンションは 70,901 百万円（前期比 64.8% 増）と大幅に伸長する計画。最大のセグメントであるファミリーマンションは 74,757 百万円（同 3.4% 減）の予想。一棟販売は 24,715 百万円（同 98.4% 増）と倍増。ホテル販売は 18,292 百万円（同 3.8% 増）と前年並みを計画する。ワンルームマンションが大幅に増加し、その構成比を高める予想だ。営業利益の成長率予想は前期比 20.0% 増であり、経営目標である「前期比 10% 以上」を余裕を持って達成することになる。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

https://www.pressance.co.jp/ir/

今後の見通し

通期計画に対する第 2 四半期進捗率は、売上高で 59.9%、営業利益で 72.8% と順調。前期との比較では、今期は通期売上高の 40.1%（前期は 24.4%）を下期に計上する計画である。例年のことだが、第 2 四半期が終わった段階で、マンション販売事業の年間売上計画の 95.4% 分（191,545 百万円分）の売上と受注を獲得しており、通期計画達成に向けて余裕がある。弊社では、高い計画精度の実績も加味すると予想の信頼性は高く、例年のように若干上振れて着地すると考えている。

2020 年 3 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	19/3 期		20/3 期			
	実績	構成比	予想	構成比	前期比	2Q 進捗率
売上高	160,580	100.0%	209,219	100.0%	30.3%	59.9%
営業利益	27,118	16.9%	32,531	15.5%	20.0%	72.8%
経常利益	26,531	16.5%	31,429	15.0%	18.5%	74.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	18,296	11.4%	21,520	10.3%	17.6%	72.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期のトピック

ブライツビジネス（不動産テック）が上々の滑り出し。 業界屈指の高い生産性

1. 女優吹石一恵さんを起用した新 CM。ブランドイメージ向上を目指す

同社は、「ヤドカリの CM」で有名である。関西などではハワイアンソングに乗せた「やーどかりかり、こだわりやさん～」というフレーズやユーモラスなヤドカリの映像は誰もが覚えがあるだろう。知名度が高い一方で、同社の展開するマンションの品質や立地を伝えることには不十分な面もあった。このため、2019 年 1 月（第 1 弾は 1 月開始、第 2 弾は 8 月開始）に開始されたコーポレート CM では、女優の吹石一恵さんを起用し、ブランド戦略を刷新した。CM では都心立地の高品質なマンションでの利便性の高い暮らしを表現しており、特にファミリーマンション購入層への同社ブランドイメージの向上を目指す。

コーポレート CM



出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

https://www.pressance.co.jp/ir/

中長期のトピック

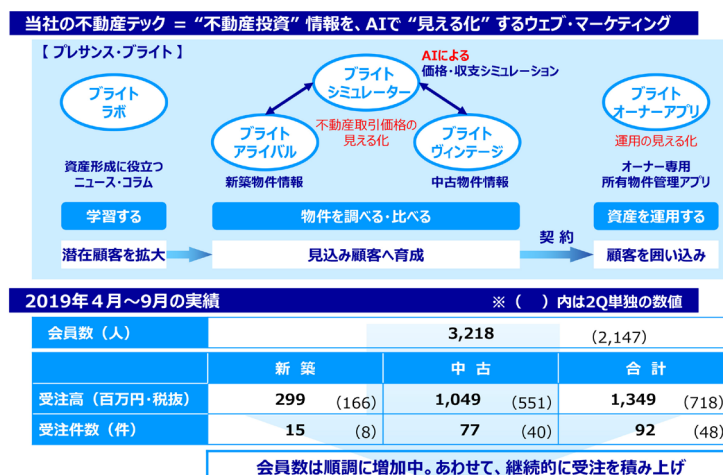
2. 不動産テックの強化：ブライツビジネスが上々の滑り出し

同社は、2019 年 4 月に AI を活用した投資用不動産の総合サイト「プレサンスブライツ」の稼働を開始し、不動産テックの活用により業績成長を加速する取り組みを始めた。サイトは 5 つに分かれ、顧客が不動産投資に興味・関心を持つ段階から、物件の比較検討、購入後のフォローまで一貫した支援を目的とする。具体的には、潜在顧客に幅広い情報を提供する「ブライツラボ」、膨大なビッグデータから AI が不動産価格・収益を試算する「ブライツシミュレーター」、同社新築物件サイト「ブライツアライバル」、他社を含む中古物件サイト「ブライツヴィンテージ」、オーナーが購入物件の入居状況や契約内容等を確認できる「ブライツオーナー・アプリ」である。

同社は、プレサンスブライツを通じ、AI がシミュレーションした物件価格や収支予測等の情報を提示し、これまで不透明だった不動産価格を“見える化”する。他社物件との比較が分かりやすくなり、同社物件の高い市場価値が明確になる。また、デジタル・コミュニケーションを好む顧客、海外居住者など、従来とは異なる顧客の新規開拓を進め、売上を拡大していく計画だ。併せて、オンライン化・システム化により、顧客サービスの質と業務効率の向上も図る。ブライツビジネスによる収益を既存事業の収益に上積みし、業績成長を加速させていく計画である。

ブライツ会員数は約半年を経過した 9 月末の段階で 3,218 人と、通期目標 4,500 人に向けて順調に進捗している。受注高では 1,349 百万円（第 2 四半期累計）であり、通期売上高目標 1,320 百万円を第 2 四半期段階で超えた。特に中古物件サイト「ブライツヴィンテージ」は予想以上の活況である。中古物件の受注高は 1,049 百万円と、既に通期売上高目標 600 百万円を大きく超え、さらに上を目指す勢いだ。「いいものを買いたい」「納得がいくまで比較したい」という志向の顧客ニーズを捉えたもので、当初の狙いどおりこれまでと異なる顧客層の開拓ツールとして期待が持てる。5 年目の 2024 年 3 月期には会員数で 75,000 人、売上高で 24,480 百万円（うち中古物件 7,200 百万円、新築物件 17,280 百万円）を計画する。なお、ブライツビジネスによる売上高は、現在の中期経営計画には含まれていないため、ブライツの成果が出れば、同社業績の上振れ要因になる。

不動産テックを活用した取り組みと進捗



出所：決算説明資料より掲載

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)

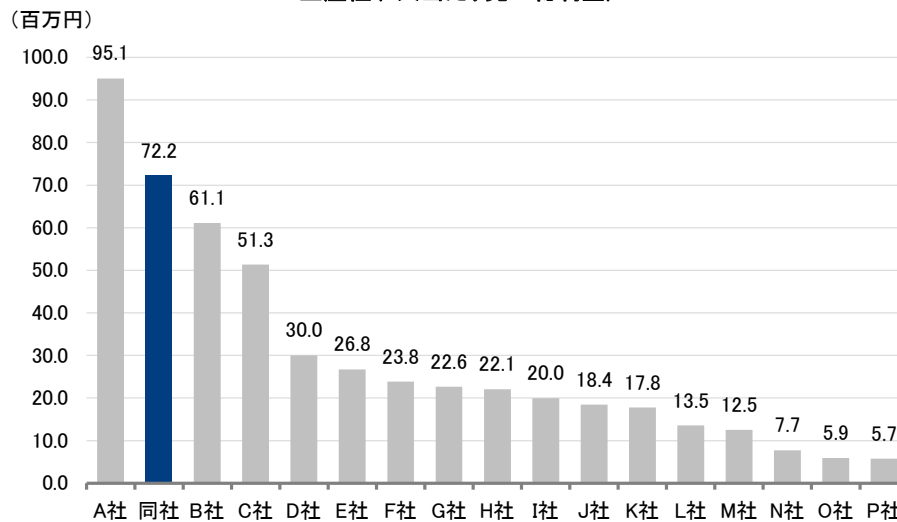
<https://www.pressance.co.jp/ir/>

中長期のトピック

3. 業界屈指の高い生産性

同社は、不動産業界でもトップクラスの生産性（売上総利益 / 従業員数、生産性の代替指標とした）を誇る。2019 年 3 月期決算における同社の生産性は 72.2 百万円（売上総利益：44,201 百万円、従業員数：612 人）である。マンション開発に関連する不動産業界においてはトップグループに位置付けられる。ランキングを見ると、首都圏中心のデベロッパーや、多様な業態（物件の賃貸、商業不動産など）を展開する企業は生産性が低い傾向にある。同社は近畿圏、東海・中京圏を中心に新規マンション開発に特化することや、精鋭の販売部隊を組織している点などが寄与し、業界屈指の生産性の事業モデルを確立していると言えるだろう。

生産性(1人当たり売上総利益)



出所：各社有価証券報告書よりフィスコ作成

プレサンスコーポレーション
3254 東証 1 部

2019 年 12 月 4 日 (水)
<https://www.pressance.co.jp/ir/>

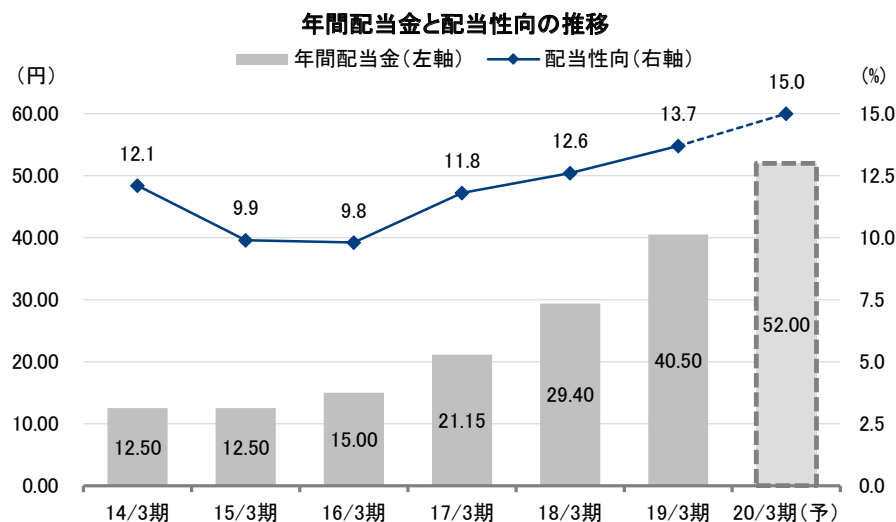
■ 株主還元策

「利益成長」と「配当性向引き上げ」の掛け算による高い増配ペースが魅力。2020 年 3 月期は前期比 11.5 円増配の 52.00 円を予想

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題としている。「毎年、対前年比 10% 以上の営業利益成長による配当原資の拡大」、「配当性向を 2023 年 3 月期までに 20% へ段階的に引き上げ」、「配当総額を前年比 15% 以上の増額」を経営目標としており、中期的な増配ペースの加速が期待できる。

同社は過去ハイペースで増配をしてきた。10 年前の 2010 年 3 月期の配当金は年 6.25 円だったが、2019 年 3 月期には年 40.50 円と 6.5 倍に上げている。2020 年 3 月期は、上期末 26.00 円配当を実施。通期では配当金 52.00 円(下期末 26.00 円)を予想しており、11.5 円増配と増配ペースは加速している。配当性向も徐々に上がっており 15.0% (前期は 13.7%) を予想する。

株主優待に関しては、決算期末(2020 年 3 月末日)に 400 株以上を保有する株主に対し 5,000 円相当の VJA ギフトカード(商品券タイプ。額面 1,000 円×5 枚)を贈呈する。



注：2016 年 10 月 1 日付で 1：4 の株式分割を実施
出所：決算短信よりフィスコ作成

免責事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp