

|| 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 >>>

2018 年 6 月 12 日 (火)

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. 事業内容             | 01 |
| 2. 業績動向             | 01 |
| 3. 成長戦略             | 02 |
| 4. 株主還元             | 02 |
| ■ 会社概要              | 03 |
| 1. 会社概要             | 03 |
| 2. 沿革               | 04 |
| 3. 事業構成             | 05 |
| ■ 事業概要              | 06 |
| 1. マンション市場の動向       | 06 |
| 2. 同社のポジション         | 06 |
| 3. 成長力の源泉           | 07 |
| ■ 業績動向              | 09 |
| 1. 2018 年 3 月期の業績概要 | 09 |
| 2. 財務状況と経営指標        | 10 |
| ■ 今後の見通し            | 11 |
| ■ 中長期のトピック          | 12 |
| 1. 3 ヶ年の中期経営計画を発表   | 12 |
| 2. 事業戦略             | 13 |
| ■ 株主還元策             | 14 |

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

## 要約

### 3 ヶ年の中期経営計画を発表。 2021 年 3 月期に売上高 247,858 百万円、 営業利益 32,028 百万円を目指す

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・分譲を手掛ける独立系デベロッパーである。近畿圏及び東海・中京圏ではマンション供給戸数 No.1 であり、全国でも 2 位（2017 年）に躍進した（（株）不動産経済研究所発表データ）。都心主要駅から徒歩 10 分以内の利便性の良い立地に、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。

#### 1. 事業内容

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、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。売上構成比は 22.2%（2018 年 3 月期）である。ファミリーマンション販売は、住戸専用面積で 50 ～ 100 平方メートル、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。売上構成比で 53.1%（同）を占める。この他に一棟販売 14.4%（同）、ホテル販売 2.0%（同）などがある。

同社のビジネスモデルの特長は、業界屈指の「仕入れ力」、社内競争が活発で士気の高い営業部隊が商品売り切る「営業力」、コストパフォーマンスの高い「商品力」、金融機関から有利な条件を引き出す「財務力」が相互に好循環し、強固な優位性が形成されている点である。

#### 2. 業績動向

2018 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 32.6% 増の 134,059 百万円、営業利益が同 30.1% 増の 20,362 百万円、経常利益が同 28.8% 増の 19,858 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 30.7% 増の 13,757 百万円となり、売上高、営業利益ともに 30% を超える成長を達成した。売上面では、ファミリーマンション販売が数量及び金額ともに大幅に増加し、一棟販売も計画通り伸びたことにより、全社として大幅な増収となった。期初計画との比較では、特にファミリーマンションの上振れ幅が大きかった。利益率の異なる商品の売上構成比が変化したことや土地を含めた建築原価の上昇が影響し売上原価率が上がったものの、ファミリーマンションが前期比 41% 増となる等の増収効果により販管費率は低下した。結果として 8 期連続で過去最高の営業利益を更新するとともに前期比 10% 以上の成長を継続した。

## プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

### 要約

2019 年 3 月期通期の連結業績予想は、売上高が前期比 13.7% 増の 152,471 百万円、営業利益が同 20.5% 増の 24,541 百万円、経常利益が同 19.2% 増の 23,661 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.3% 増の 16,132 百万円と売上高・各利益ともに成長を維持する予想だ。セグメント別では、最大のセグメントであるファミリーマンションが 74,027 百万円（前期比 4.0% 増）と堅調に推移し、ワンルームマンション販売は 41,951 百万円（同 41.2% 増）と大幅に伸長する見込み。ホテル販売も 15,429 百万円（同 462.3% 増）と竣工ラッシュを迎える。同社の事業特性上、2019 年 3 月期期初には既に売上計画の 77.9% 分（112,527 百万円分）の受注を獲得しており、過去の計画精度の高さも考え合わせると予想の信頼性は高い（下振れの可能性は非常に低い）と考える。

### 3. 成長戦略

同社は 2021 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画を発表した。事業目標としては、2021 年 3 月期に売上高で 247,858 百万円、営業利益で 32,028 百万円を掲げ、これまでどおり業容拡大を目指す。達成されれば 2018 年 3 月期から売上高で 1.85 倍、営業利益で 1.57 倍に飛躍することになる。事業戦略では、盤石な地盤である大阪、神戸、京都、名古屋などでは人口が増加傾向にあり、居住ニーズが拡大している中心部で物件の供給を増やす。また、比較的新しく進出した都市（広島、博多、岡崎、豊橋、浜松、岐阜など）で市場ポジションを強化していく。種類別には主軸のファミリーマンション販売とワンルームマンションをバランス良く伸ばし、一棟販売とホテル販売でさらに業績を積み増す。中期経営計画の達成を占う上では、土地の仕入れ状況が最も重要なバロメーターとなる。同社では、3 ヶ年の中期経営計画実行に必要な土地を既に確保（取得、契約済み未決済を含む）しており、計画達成の見通しは良好である。

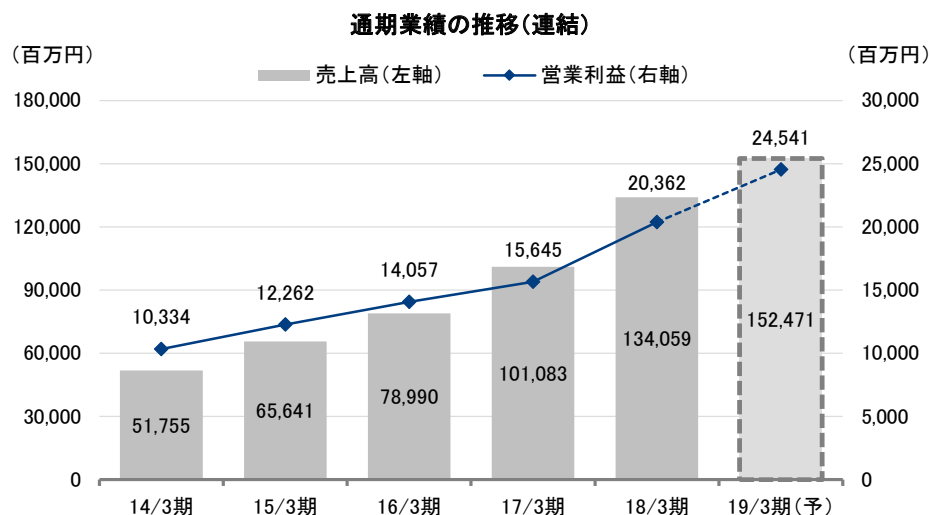
### 4. 株主還元

同社は、従来から「毎年、対前期比 10% 以上の営業利益成長による配当原資の拡大」を方針に増配を続けてきた。新規に 2 つの方針が発表され、「配当性向を 5 年以内に 20% へ段階的に引き上げ」、「配当総額を前年比 15% 以上増額」が加わった。これらにより、中期的に増配ペースが加速することが期待できる。2018 年 3 月期の 1 株当たり配当金は年間 29.40 円（上期末 12.50 円、下期末 16.90 円）となり 3 年連続の大幅増配となった。また、2018 年 3 月期の配当性向は 12.6% に上昇した。2019 年 3 月期は配当金 35.00 円（上期末 17.50 円、下期末 17.50 円）、配当性向 13.0% を予想する。

### Key Points

- ・圧倒的な仕入れ力、強い営業力、商品力、財務力で独自のビジネスモデルを構築
- ・2019 年 3 月期は売上高 152,471 百万円、9 期連続増益を予想。既に売上高の 77.9% 分を受注
- ・3 ヶ年の中期経営計画を発表。2021 年 3 月期に売上高 247,858 百万円、営業利益 32,028 百万円を目指す
- ・新規配当方針「配当性向を 5 年以内に 20% へ段階的に引き上げ」「配当総額を前年比 15% 以上増加」

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

近畿圏、東海・中京圏地盤 No.1 のマンションデベロッパー。  
供給戸数全国 2 位に躍進

### 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・分譲を手掛ける独立系デベロッパーである。近畿圏及び東海・中京圏ではマンション供給数 No.1 であり、全国でも 2 位（2017 年）に躍進した。都心主要駅から徒歩 10 分以内の利便性の良い立地に、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。士気の高い販売部隊が強みであり、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

2018 年 6 月 12 日 (火)

http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html

## 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、東海・中京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）トラリストを子会社化、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おり、株式市場の評価も高い。

### 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）トラリ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）ララブレイスの全株式を取得し、同社を完全子会社化                     |

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

2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

## 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、販売戸数 1,726 戸（2018 年 3 月期）、売上構成比は 22.2%（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主に資産運用を目的に購入されるものであり、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などがターゲット顧客である。

「ファミリーマンション販売」は、販売戸数 1,860 戸（同）、売上構成比で 53.1%（同）を占める。住戸専用面積で 50 ～ 100 平方メートル、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である「一棟販売」は自社開発したワンルームマンションの卸売販売であり、売上構成比で 14.4%（同）である。「ホテル販売」は 2018 年 3 月期から売上げが立ち始めたセグメントであり、主にビジネスホテルを開発し販売する。2018 年 3 月期は 2 棟のホテルを引き渡し売上戸数 183 戸（同）、売上構成比で 2.0%（同）である。「その他」には自社開発した物件の賃貸事業、建物管理、賃貸管理、保険代理等が含まれ、売上構成比で 3.4%（同）である。

事業の内容と構成（2018 年 3 月期）

| 事業セグメント | 主な業務内容       | 売上戸数（戸） | 売上高（百万円） | 売上構成   |
|---------|--------------|---------|----------|--------|
| 不動産販売事業 | ワンルームマンション販売 | 1,726   | 29,707   | 22.2%  |
|         | ファミリーマンション販売 | 1,860   | 71,156   | 53.1%  |
|         | 一棟販売         | 1,246   | 19,318   | 14.4%  |
|         | ホテル販売        | 183     | 2,744    | 2.0%   |
|         | その他住宅販売      | 85      | 2,183    | 1.6%   |
|         | その他不動産販売     | 2       | 3,065    | 2.3%   |
|         | 不動産販売附带事業    |         | 1,276    | 1.0%   |
| その他     | 自社物件の賃貸事業など  |         | 4,607    | 3.4%   |
| 合計      |              | 5,102   | 134,059  | 100.0% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 事業概要

### 圧倒的な仕入れ力、それを支える営業力、商品力、財務力で独自のビジネスモデルを構築

#### 1. マンション市場の動向

全国の 2017 年新築マンション供給は 77,363 戸（前年比 0.5% 増）と堅調に推移した。その中で首都圏と近畿圏では市場の動向の違いが鮮明になっている。首都圏では供給戸数が 35,898 戸（前年比 0.4% 増）であり、平均価格は 5,908 万円（同 7.6% 増）と過熱感が高い。一方、同社の地盤である近畿圏では 19,560 戸（同 4.7% 増）と供給が伸び、平均価格は 3,836 万円（同 2.1% 減）と買いやすい価格帯にとどまる。2018 年 1 月～3 月においては、首都圏での供給が増えた（前年同期比、首都圏 13.2% 増、近畿圏 6.6% 増）が、価格差は変わらない（首都圏 5,968 万円、近畿圏 3,755 万円）。また、マンションの契約率（契約戸数 / 発売戸数、2017 年）で見ても、首都圏が 68.1% に対して近畿圏は 76.1% と好不調の目安とされている 70% を年間通して上回った。近畿圏のほうが首都圏より消費者の手が届きやすい状況である。近畿圏での展開が主体の同社にとっては、好ましい市場環境と言えるだろう。

新築マンション発売戸数・価格の推移

|     | マンション発売戸数     |               |               |                        |      | マンション価格        |                |                |                         |       |
|-----|---------------|---------------|---------------|------------------------|------|----------------|----------------|----------------|-------------------------|-------|
|     | 2015 年<br>(戸) | 2016 年<br>(戸) | 2017 年<br>(戸) | 2018 年<br>1月～3月<br>(戸) | 前年比  | 2015 年<br>(万円) | 2016 年<br>(万円) | 2017 年<br>(万円) | 2018 年<br>1月～3月<br>(万円) | 前年比   |
| 首都圏 | 40,449        | 35,772        | 35,898        | 8,043                  | 0.4% | 5,518          | 5,490          | 5,908          | 5,968                   | 7.6%  |
| 近畿圏 | 18,930        | 18,676        | 19,560        | 4,654                  | 4.7% | 3,788          | 3,919          | 3,836          | 3,755                   | -2.1% |

出所：不動産経済研究所資料「全国マンション市場動向」よりフィスコ作成

#### 2. 同社のポジション

（株）不動産経済研究所が、2018 年 2 月 21 日に発表した「全国マンション市場動向」によると、同社は、2017 年の分譲マンション供給戸数で第 2 位（前年 4 位、前々年 6 位）に躍進し、マンション市場におけるポジションを着実に上げている。近畿圏での分譲マンション供給ランキング 8 年連続第 1 位（2017 年）、名古屋市内で 7 年連続の第 1 位、東海・中京圏でも 6 年連続の第 1 位（2017 年）を獲得しており、事業エリアでの強さが顕著だ。ランキングの傾向として、首都圏中心のデベロッパーが伸び悩むなか、近畿圏やその他エリアに強い企業が伸びており、同社はその筆頭格だ。近畿圏や東海・中京圏においては過去から地場の不動産業者等との信頼関係を築いてきたために土地の取得に強みがある点、顧客の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、地域を絞った広告宣伝を行っている点などが特長である。ちなみに、近畿圏のワンルームを含むマンションの平均 m<sup>2</sup> 単価が 63.0 万円（2017 年）だったのに対して、同社のファミリーマンションの単価は 57.5 万円であり、同社の価格競争力は強みの 1 つだ。



# プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2018 年 6 月 12 日 (火)

http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html

## 事業概要

### 地域別分譲マンション供給ランキング (2017 年)

| 順位 | 2017 年            | 首都圏<br>(戸) | 近畿圏<br>(戸) | その他<br>(戸) | 全国<br>(戸) | 順位 | 2016 年            | 全国<br>(戸) | 順位 | 2015 年            | 全国<br>(戸) |
|----|-------------------|------------|------------|------------|-----------|----|-------------------|-----------|----|-------------------|-----------|
| 1  | 住友不動産             | 5,663      | 968        | 546        | 7,177     | 1  | 住友不動産             | 6,034     | 1  | 住友不動産             | 5,398     |
| 2  | プレサンス<br>コーポレーション | 28         | 3,845      | 1,394      | 5,267     | 2  | 三井不動産<br>レジデンシャル  | 4,320     | 2  | 野村不動産             | 4,556     |
| 3  | 野村不動産             | 3,898      | 769        | 491        | 5,158     | 3  | 野村不動産             | 4,056     | 3  | 三井不動産<br>レジデンシャル  | 4,308     |
| 4  | 三井不動産<br>レジデンシャル  | 3,236      | 246        | 305        | 3,787     | 4  | プレサンス<br>コーポレーション | 3,225     | 4  | 三菱地所レジデンス         | 4,005     |
| 5  | 三菱地所レジデンス         | 2,380      | 244        | 477        | 3,101     | 5  | 三菱地所レジデンス         | 3,215     | 5  | 大和ハウス工業           | 2,770     |
| 6  | 大和ハウス工業           | 778        | 343        | 977        | 2,098     | 6  | 大和ハウス工業           | 2,185     | 6  | プレサンスコーポ<br>レーション | 2,512     |
| 7  | 日本エスリード           | 0          | 2,017      | 0          | 2,017     | 7  | あなぶき興産            | 1,619     | 7  | 東急不動産             | 1,838     |
| 8  | あなぶき興産            | 0          | 135        | 1,663      | 1,798     | 8  | 東急不動産             | 1,551     | 8  | 東京建物              | 1,501     |
| 9  | 積水ハウス             | 752        | 436        | 315        | 1,503     | 9  | 日本エスリード           | 1,476     | 9  | 大京                | 1,440     |
| 10 | タカラレーベン           | 824        | 0          | 643        | 1,467     | 10 | タカラレーベン           | 1,204     | 10 | タカラレーベン           | 1,399     |

出所：不動産経済研究所資料より作成

## 3. 成長性の源泉

同社の際立つ成長性を支えるのが積極的な土地の仕入れである。直近（主に 2018 年 3 月期）の販売用不動産及び仕掛販売用不動産を同業他社（マンションデベロッパー部門を持つ主な企業）と比較するとその差は明らかだ。同社は仕掛販売用不動産の売上比が 135%。3 位の野村不動産の 78% を大きく引き離しており、将来の成長のための土地の仕入れが十分できていることがわかる。また、売り切る力により、販売用不動産（完成在庫）に関しては、売上比で 8% として低位を維持している。(1) 営業力、(2) 商品力、(3) 財務力の 3 つの相乗効果が、積極的な土地の仕入を可能にしている。

### (1) 営業力

同社はワンルームマンションの販売事業からスタートしており、確かな販売力を有する営業部門の存在が強さの源泉である。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、新入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有効に機能している。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透明性が高い。

### (2) 商品力

同社では商品力の根幹として立地を重視している。長期にわたり資産価値が継続することを重視し、都心主要駅からワンルームマンションは徒歩 5 分圏内、ファミリーマンションは 10 分圏内を基準とする。また、自社で企画開発するために、リーズナブルな価格帯で、バランスの良い機能を備えたコストパフォーマンスの高い商品に仕上げるのが得意だ。

プレサンスコーポレーション

3254 東証 1 部

2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

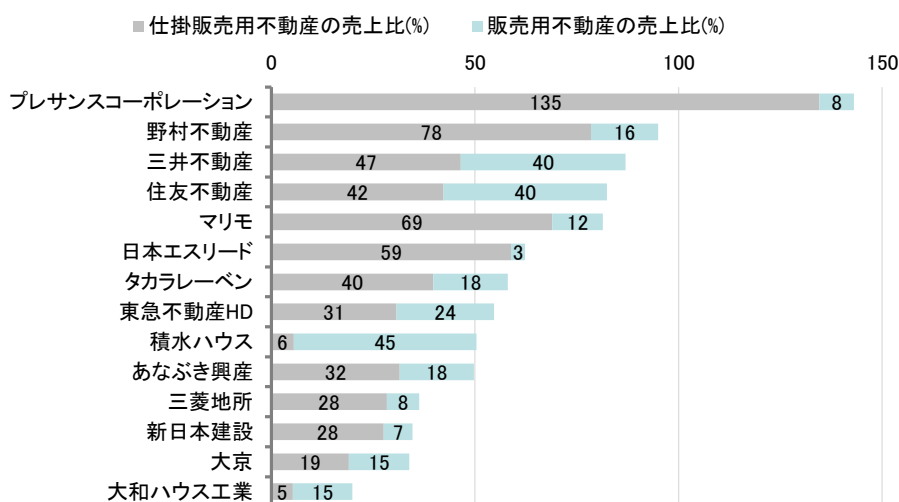
## 事業概要

## (3) 財務力

完成在庫を少なくし、早期の資金回収が可能となるために、財務にも好循環が生まれる。2015 年 8 月には優れた財務内容が評価され、JPX 日経インデックス 400 銘柄に選定されている。健全な財務内容は、金融機関やゼネコンとの交渉条件も有利にする。現状長期資金を中心に低金利での調達ができている。

積極的な仕入れ力、営業力、財務・資金調達力、商品力が相互に好循環し、強固なビジネスモデルが築かれている。

## 将来への仕込みの進捗状況比較



注：仕掛販売用不動産には、未完成工事支出金及び開発用不動産を含む  
出所：各社決算短信、各社決算開示資料より作成

## 業績動向

### 2018 年 3 月期は、売上高・営業利益ともに 30% を超える成長

#### 1. 2018 年 3 月期の業績概要

2018 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 32.6% 増の 134,059 百万円、営業利益が同 30.1% 増の 20,362 百万円、経常利益が同 28.8% 増の 19,858 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 30.7% 増の 13,757 百万円となり、売上高、営業利益ともに 30% を超える成長を達成した。売上面では、ワンルームマンション販売については期中引渡物件数が減少したために売上高も前期比で減少したが、ファミリーマンション販売が数量及び金額ともに大幅に増加し、一棟販売も計画どおり伸びたことにより、全社として大幅な増収となった。期初計画との比較では、特にファミリーマンションの上振れ幅が大きかった。

売上原価率は前期比 1.4 ポイント増の 74.3% となり、利益率の異なる商品の売上構成比が変化したことや土地を含めた建築原価の上昇が影響した。販管費は広告投資や人員増により金額を増やしたものの、増収効果が勝り販管費率は前期比 1.2 ポイント減の 10.5% となった。結果として 8 期連続で過去最高の営業利益を更新した。

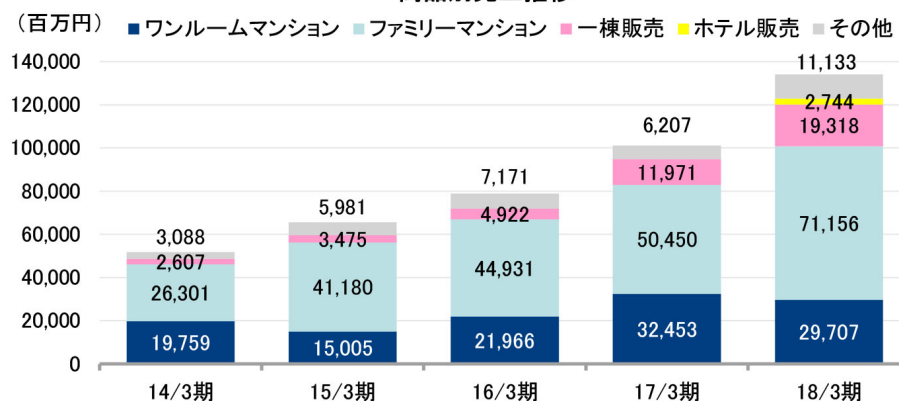
#### 2018 年 3 月期の業績

(単位：百万円)

|                     | 17/3 期  |        | 18/3 期  |        |       |
|---------------------|---------|--------|---------|--------|-------|
|                     | 実績      | 構成比    | 実績      | 構成比    | 前期比   |
| 売上高                 | 101,083 | 100.0% | 134,059 | 100.0% | 32.6% |
| 売上原価                | 73,651  | 72.9%  | 99,575  | 74.3%  | 35.2% |
| 売上総利益               | 27,432  | 27.1%  | 34,484  | 25.7%  | 25.7% |
| 販管費                 | 11,786  | 11.7%  | 14,121  | 10.5%  | 19.8% |
| 営業利益                | 15,645  | 15.5%  | 20,362  | 15.2%  | 30.1% |
| 経常利益                | 15,414  | 15.2%  | 19,858  | 14.8%  | 28.8% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 10,526  | 10.4%  | 13,757  | 10.3%  | 30.7% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 商品別売上推移



出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

プレスانسコーポレーション

3254 東証 1 部

2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

業績動向

## 仕掛販売用不動産は 58,286 百万円増。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 60,092 百万円増の 245,399 百万円と大きく増加した。主な増加は流動資産の 56,257 百万円増であり、仕掛販売用不動産の 58,286 百万円増の影響が大きい。将来の売上達成に必須となる土地の仕入れが順調に推移していることがわかる。一方で販売用不動産（完成在庫）は 3,048 百万円減となり、販売の好調さがうかがえる。

負債合計は前期末比 44,534 百万円増の 170,226 百万円となった。そのうち固定負債は 26,436 百万円増であり、長期借入金の 19,930 百万円増と新株予約権付社債 6,400 百万円増が主な要因である。また、流動負債は 18,098 百万円増であり、1 年内返済予定の長期借入金 8,536 百万円増と短期借入金 6,525 百万円増が主な要因である。

経営指標では、流動比率は 337.7% となっており短期の安全性は高い。自己資本比率は 29.8% であり、業界の平均的な水準である。仕入れを重視しレバレッジを効かせて高い成長を実現している同社だが、中長期の財務の安全性も維持している。

#### 連結貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

|                    | 17/3 期末 | 18/3 期末 | 増減額    |
|--------------------|---------|---------|--------|
| 流動資産               | 171,810 | 228,067 | 56,257 |
| （現預金）              | 30,534  | 31,374  | 840    |
| （販売用不動産）           | 14,324  | 11,275  | -3,048 |
| （仕掛販売用不動産）         | 122,174 | 180,461 | 58,286 |
| 固定資産               | 13,497  | 17,331  | 3,834  |
| 総資産                | 185,307 | 245,399 | 60,092 |
| 流動負債               | 49,438  | 67,537  | 18,098 |
| （1 年以内返済予定の長期借入金）  | 23,970  | 32,507  | 8,536  |
| （短期借入金）            | 1,440   | 7,965   | 6,525  |
| 固定負債               | 76,253  | 102,689 | 26,436 |
| （新株予約権付社債）         | -       | 6,400   | 6,400  |
| （長期借入金）            | 75,691  | 95,621  | 19,930 |
| 負債合計               | 125,691 | 170,226 | 44,534 |
| 純資産合計              | 59,615  | 75,172  | 15,557 |
| 負債純資産合計            | 185,307 | 245,399 | 60,092 |
| < 安全性 >            |         |         |        |
| 流動比率（流動資産 ÷ 流動負債）  | 347.5%  | 337.7%  | -      |
| 自己資本比率（自己資本 ÷ 総資産） | 32.0%   | 29.8%   | -      |

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

**2019 年 3 月期は売上高 152,471 百万円、9 期連続増益を予想。  
既に売上高の 77.9% 分を受注。**

2019 年 3 月期通期の連結業績予想は、売上高が前期比 13.7% 増の 152,471 百万円、営業利益が同 20.5% 増の 24,541 百万円、経常利益が同 19.2% 増の 23,661 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 17.3% 増の 16,132 百万円と売上高・各利益ともに成長を維持する予想だ。

セグメント別では、最大のセグメントであるファミリーマンション販売が 74,027 百万円（前期比 4.0% 増）と堅調に推移する見込み。ワンルームマンション販売は 41,951 百万円（同 41.2% 増）と大幅に伸長する見込み。ホテル販売も 15,429 百万円（同 462.3% 増）と竣工ラッシュを迎える。同社の事業特性上、2019 年 3 月期期初には既に売上計画の 77.9% 分（112,527 百万円分）の受注を獲得しており、過去の計画精度の高さも考え合わせると予想の信頼性は高い（下振れの可能性は非常に低い）と考える。

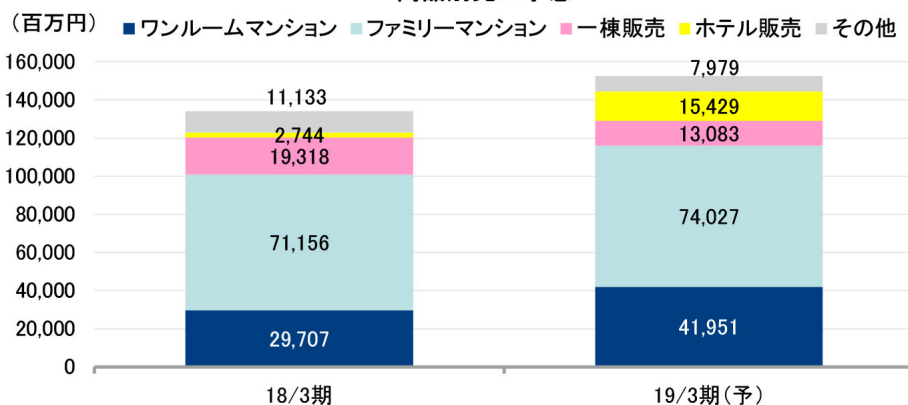
2019 年 3 月期連結業績予想

(単位：百万円)

|                     | 18/3 期  |        | 19/3 期  |        |       |
|---------------------|---------|--------|---------|--------|-------|
|                     | 実績      | 構成比    | 予想      | 構成比    | 前期比   |
| 売上高                 | 134,059 | 100.0% | 152,471 | 100.0% | 13.7% |
| 営業利益                | 20,362  | 15.2%  | 24,541  | 16.1%  | 20.5% |
| 経常利益                | 19,858  | 14.8%  | 23,661  | 15.5%  | 19.2% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 13,757  | 10.3%  | 16,132  | 10.6%  | 17.3% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

商品別売上予想



出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

## ■ 中長期のトピック

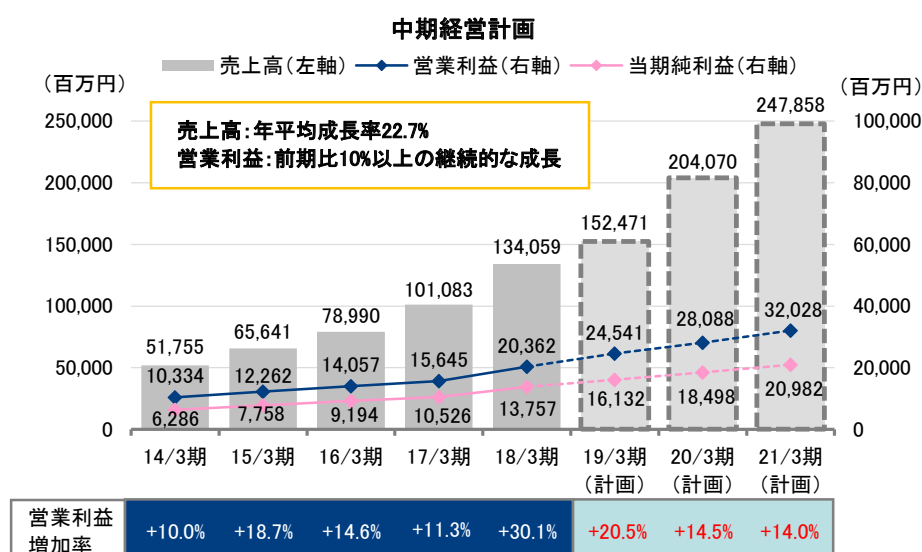
### 3 ヶ年の中期経営計画を発表。 2021 年 3 月期に売上高 247,858 百万円、 営業利益 32,028 百万円を目指す

#### 1. 3 ヶ年の中期経営計画を発表

同社は 2021 年 3 月期を最終年度とする中期経営計画を発表した。事業目標としては、2021 年 3 月期に売上高で 247,858 百万円、営業利益で 32,028 百万円を掲げ、これまでどおり業容拡大を目指す。達成されれば 2018 年 3 月期から売上高で 1.85 倍、営業利益で 1.57 倍に飛躍することになる。経営目標としては、3 点が強調されている。

- (1) 営業利益で前年比 10% 以上の成長
- (2) 配当性向を 5 年以内に、20% へ段階的に引き上げ
- (3) 配当総額を前年比 15% 以上増額

(1) の営業利益に関しては、これまでどおりの経営目標であり、常に目標を上回る実績を上げてきた。(2) 及び (3) に関しては、株主還元をより強化する方針が明確に打ち出された。これまで同社は、3 年連続で大幅増配するなど、配当性向は 2016 年 3 月期の 9.8% から 2018 年 3 月期の 12.6% まで上昇させてきた。向こう 5 年はこの流れがさらに加速し配当性向を 20% まで引き上げる。利益成長による配当原資の拡大により、手厚い株主還元が期待できそうだ。



出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

プレスانسコーポレーション

3254 東証 1 部

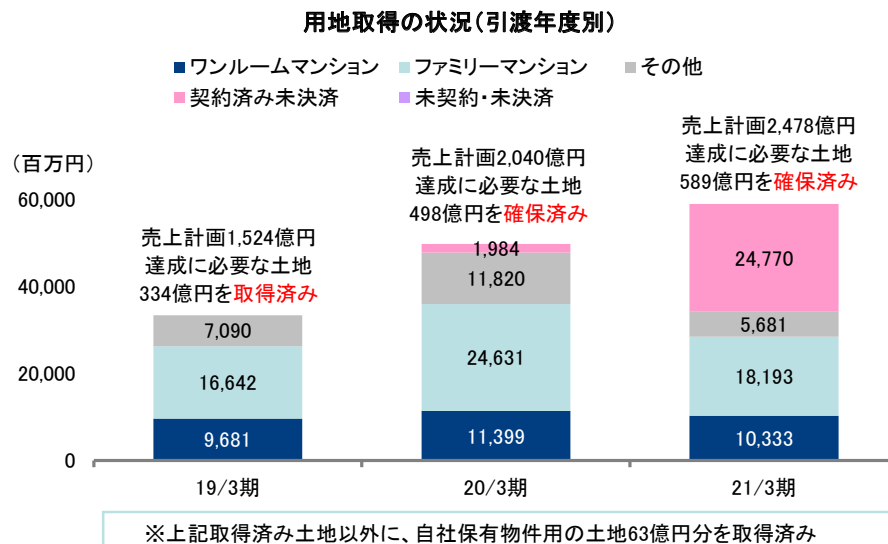
2018 年 6 月 12 日 (火)

<http://www.pressance.co.jp/ir/ir10.html>

中長期のトピック

## 2. 事業戦略

中期の事業戦略では、これまでどおりのエリア展開で更なるシェアアップを狙う。盤石な地盤である大阪、神戸、京都、名古屋などでは人口が増加傾向にあり、居住ニーズが拡大している中心部で物件の供給を増やす。また、比較的新しく進出した都市（広島、博多、岡崎、豊橋、浜松、岐阜など）で市場ポジションを強化していく。種類別には主軸のファミリーマンション販売とワンルームマンション販売をバランス良く伸ばし、一棟販売とホテル販売でさらに業績を積み増す。中期経営計画の達成を占う上では、土地の仕入状況が最も重要なバロメーターとなる。同社では、3ヶ年の中期経営計画実行に必要な土地を既に確保（取得、契約済み未決済を含む）しており、計画達成の見通しは良好である。



注：市場動向等の変化に対応し、当初計画した商品から別の商品に変更する場合がある。

出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

## 株主還元策

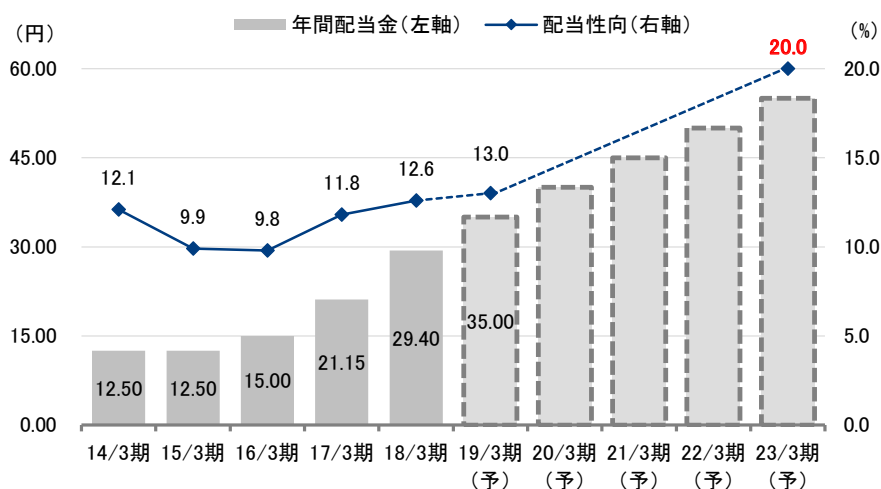
### 新規配当方針「配当性向 5 年以内に 20%」「配当総額前年比 15% 以上」

同社は、従来から「毎年、対前期比 10% 以上の営業利益成長による配当原資の拡大」を方針に増配を続けてきた。新規に 2 つの方針が発表され、「配当性向を 5 年以内に 20% へ段階的に引き上げ」、「配当総額を前年比 15% 以上増額」が加わった。これらにより、中期的に増配ペースが加速することが期待できる。

2018 年 3 月期の 1 株当たり配当金は年間 29.40 円（上期末 12.50 円、下期末 16.90 円）となり 3 年連続の大幅増配となった。また、2018 年 3 月期の配当性向は 12.6%（2017 年 3 月期は 11.8%）に上昇した。2019 年 3 月期は配当金 35.00 円（上期末 17.50 円、下期末 17.50 円）、配当性向 13.0% を予想する。

株主優待に関しては、決算期末（3 月末日）に 100 株以上 400 株未満を保有する株主に対し 2,000 円相当の Visa ギフトカード、400 株以上の保有株主には 5,000 円相当の Visa ギフトカードを、従来どおり贈呈する。

年間配当金と配当性向の推移



注：2016 年 10 月 1 日株式分割 1 → 4 株

出所：決算短信、中期経営計画説明資料よりフィスコ作成



#### 重要事項（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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ