

ステークホルダーの皆様へ

株式会社プレサンスコーポレーション
代表取締役社長 山岸 忍

業績は引き続き堅調

日頃より当社にご愛顧を賜り有難うございます。

おかげさまで、2015年の分譲マンション供給ランキングでは、近畿圏、東海・中京圏で引き続きトップを堅持、全国でも2,512戸で6位にランクインするなど、当社は着実に成長してまいりました。

2016年3月期の決算は、売上高が78,990百万円（前期比20.3%増）、経常利益は13,798百万円（同14.4%増）、当期純利益は9,194百万円（同18.5%増）と、6期連続で増収増益を確保しました。営業利益は14,057百万円（同14.6%増）で、每期目標としております営業利益2桁増益を達成することができました。

さらに、今期は、売上高1,000億円台、当期純利益100億円台の到達を目指しております。2017年3月期第1四半期は、ファミリーマンションの竣工・引渡が少なかったために、前年同期と比べ売上・利益ともに減少いたしました。しかし、第1四半期時点での今期引渡予定金額は、通期売上高予想に対して、すでに78.9%の進捗率に達しており、今期の業績については順調に推移するものと見込んでおります。

同時に、大型物件である「プレサンス レジェンド 堺筋本町タワー」などの受注が好調に推移したことにより、第1四半期時点での契約残高は、対前年同期比67%増と大幅に伸びております。

株主還元につきましては、今期より1株当たり35円の間配当を実施させていただくこととなりました。また、2016年10月1日より、株式の流動性の向上と投資家層のさらなる拡大を図るために、株式を4分割することといたしました。これらにより、今期の年間配当は、実質10円増配の70円（1株当たり中間配当35円、期末配当8.75円×4株＝35円）を予定しております。

直近の連結配当性向は10%弱と決して高いとはいえません。しかし、当社は2桁増益を続けており、まだまだ成長過程にあります。成長投資に振り向けるため、内部留保をある程度厚めにしております点をご理解いただければと存じます。

仕入れは慎重に、しかし買うべき時は果敢に

近畿圏、東海・中京圏の土地価格はピークに近い水準になってきたと感じています。用地の仕入れを止めるようなことはありませんが、選別を強め、慎重なスタンスで臨んでいます。昨年、一昨年に大量に用地を仕入れているため、在庫不足の心配はありません。2016年3月末時点では、ワンルームマンション、ファミリーマンション用ともに、2019年3月期までの3期分の用地を取得済みです。

用地仕入れの選別の基準はやはり駅近で、具体的には「都心主要駅から徒歩10分圏内」が基準となります。当然、駅近の良い土地は限られてはきますが、そうした土地は少々高くても仕入れていきたいと考えています。多少質を落としても、という考え方もありますが、私たちは用地仕入れの基準に関しては決して妥協いたしません。

なお、土地価格の上昇に加え、建築コストが高止まりしておりますが、これらについて当社は必ずしも悲観的には見ておりません。それというのも、土地価格と建築コストの高騰によって土地の取得をあきらめる競合先も出てくる中、大量に物件を扱うことで建築コストを抑えることができる当社にとっては、良い土地を仕入れるチャンスが広がるからです。体力勝負にはなりますが、こういう時こそ踏ん張りどころだと思っています。

当社の成長の原動力

当社の持続的成長の要因としては、まず、自己資本比率40%という安定した財務基盤を背景に、より積極的に用地を仕入れることができる点が挙げられます。さらに、大量の物件を扱うことで、金利面でも建築コストの面でも、良い条件が得られます。

つまり、スケールメリットによって全体のコストを抑え、それによって良い立地で付加価値の高い物件をより抑えた価格で供給する、だから買っていただきやすい、という連鎖です。この連鎖により、さらに財務基盤が強化され、次なる好循環のサイクルへとつながっていきます。このサイクルを効率的・効果的に回していくこそが、当社の成長の原動力であると確信しています。

企業価値を高める上で重視される指標のひとつに、ROE（自己資本当期純利益率）[※]があります。2016年3月期の当社のROEは19.4%でした。いわゆる財務レバレッジに頼らずに、高水準のROEを維持するには、純粋な意味の「稼ぐ力」、つまり利益率と回転率をともに高めておく必要があります。

2016年3月期の当社の利益率は、営業利益率17.8%、売上高当期純利益率は11.6%と、業界の中では高い水準です。一方、総資産回転率（売上高÷総資産）は0.7回となっています。しかも、2016年3月末の総資産124,277百万円は、将来のための取得済用地59,964百万円（総資産の48%を占める）が加わったベースのもので、当社の総資産回転率は十分に高いレベルといってもよいと思います。また、完成在庫を最小化することにより、2016年3月末の販売用不動産の残高は4,173百万円と非常に低い水準にあり、これも当社の在庫回転率の高さを示しています。

※ROE(自己資本利益率)＝当期純利益／自己資本

＝(当期純利益／売上高)×(売上高／総資産)×(総資産／自己資本)

＝ 売上高当期純利益率 × 総資産回転率 × 財務レバレッジ

注) 総資産、自己資本は期首・期末平均を使用

2016年3月期実績

ROE＝(9,194百万円／78,990百万円)×(78,990百万円／112,913百万円)×(112,913百万円／47,409百万円)

＝11.64％×0.70回×2.38倍＝19.4％

期首・期末平均総資産 ＝(101,549百万円+124,277百万円)／2 ＝ 112,913百万円

期首・期末平均自己資本＝(44,621百万円+50,198百万円)／2 ＝ 47,409百万円

当社の市場戦略

私たちは、近畿圏、東海・中京圏という当社の優位性を存分に発揮できる市場に恵まれています。これらの市場は、都心の良い立地のワンルームマンションを供給するには、理想的な市場といえます。

近年はアパート経営も盛んですが、当社のワンルームマンションは基本的にアパートとは競合しません。大阪や名古屋の都心部には商業地が多く、商業地の容積率は400％から600％であるため、アパートには不向きです。また、名古屋においては、アパートは工場の多い郊外に多いため、ワンルームマンションとは棲み分けができています。

さらに、大阪、名古屋は東京に比べて建築規制が緩やかであり、建築コストも土地価格も東京ほどは高くないため、都心の良い立地でもワンルームマンションを建てやすい環境にあります。私たちは、こうした市場環境をフルに活用して、都心の駅近の立地で、シングルライフ向けに先進設備と防犯対策が施されたワンルームマンションを適正価格で供給してきました。

強い部分に特化することでさらに強くなる、というのがビジネスの鉄則です。他の市場に進出するとしても、まずは足元をしっかりと固め、高いシェアを確保した上でないと、成功はありえません。首都圏に比べ、近畿圏、東海・中京圏の市場は、きめ細かな対応が可能な規模であり、優位性が保ちやすいといえます。だからこそ、私たちはこれらの市場において、ドミナント戦略による高密度展開を図り、トップシェアを堅持することを目指してきました。

潜在需要の掘り起し

一部では、ワンルームマンション市場は天井で、もう伸びないのではないかという声も聞かれますが、決してそのようなことはありません。当社のメインターゲットは顕在顧客でなく、潜在顧客です。顕在顧客とはすでにマンション投資を考えておられる方々であり、一方の潜在顧客は、資産として預貯金は持っているが、どのように運用するか決めかねておられる方々です。マイナス金利政策の中、ただ預貯金のままではいけない、何かしなくてはと思っていらっしゃる方が増えています。

マンション投資には、節税、相続、保険などいくつかのメリットがあり、その一つひとつは大きなものではありませんが、さまざまなメリットが相まって複合的なメリットとなっています。経済情勢が悪くなれば、たちまち顕在需要は激減しますが、いかなる経済状況においても必ず何かしらの潜在需要はあるものです。それは、リーマンショックにも当社の業績がさほど影響を受けなかったことから明らかです。このように、潜在需要をメインターゲットにしていることで、当社のワンルームマンション事業は安定しています。

商品力とブランド力を活かした営業

「プレサンス」のブランドは、マンション供給実績と、子どもたちにも親しまれているヤドカリのテレビCMによって、おかげさまで多くの方々に知っていただいております。当社は、このブランド力を活かして、優位に営業を展開することができています。

そして何より、最大の強みは優れた商品力にあります。ワンルームマンションにおいては、私たちは、利便性を追求した都心主要駅から徒歩5分圏内の立地に絞り込み、その上で、高級感、快適性、機能性を重視した仕様により、付加価値を高めたマンションを、同じエリアの他社物件に比べてより抑えた価格で供給しております。

マンション投資による節税などのメリットについては、大阪でいえば、梅田など中心部で購入しても、都心部から外れたところで購入しても、同じ効果が得られます。しかし、どちらがより価値があるか、となると別です。節税などのメリットは当社も他社も同じですが、当社はさらに、商品力を堂々とアピールできます。従って、競争が厳しくなればなるほど、商品力の差で、当社が有利になるといえます。

結局、お客様は良い商品を求めておられます。当社あるいは同業他社がマンション投資の営業活動を行うことにより、ご興味を持っていただいた多くのお客様は、今の時代、インターネットなどで比較検討されます。その結果、商品力、実績、価格において優位性のある当社が自然と選ばれやすくなりました。

潜在需要の掘り起しとマーケットシェアの獲得、そして新たな市場の開拓により、当社のワンルームマンション事業はこれからも十分な成長余力があります。

高い入居率を支える要因

当社のワンルームマンションの入居率は97%以上を維持しており、ご購入後も高い満足をいただいております。こうした高い入居率を支える要因として、物件の利便性とグレード感に加え、適正家賃での募集と高い物件管理能力が挙げられます。

当社のワンルームマンションは、適正家賃での募集により、空室になっても入居の申し込みが入りやすいのが特長です。当社は原価を抑えることにより、良い商品を適正価格で供給しております。従って、オーナー様は、無理に高い家賃を設定する必要がなく、適正家賃で良い利回りを享受していただけます。

また、当社の物件管理能力も高い評価を受けています。賃貸管理戸数は毎年着実に伸びており、2016年3月末時点では12,000戸を超えました。当社はオーナー様のために、入居者の募集や契約手続きなど煩雑な業務を代行しております。これは、プロパティマネジメント事業として、当社の安定的な収益源の確保にもつながっています。

ワンルームマンションとファミリーマンションの相乗効果

当社は、ファミリーマンションでも着実にシェアを伸ばしてきました。おかげさまで、当社のファミリーマンションのブランドもすっかり定着し、年間販売戸数は1,500戸ペースにまで成長しました。さらに、大型プロジェクトとして、総486邸を誇る過去最大級プロジェクト「プレサンス レジェンド 琵琶湖」や初の免震タワーマンションプロジェクト「プレサンス レジェンド 堺筋本町タワー」を供給するまでになりました。

しかしながら、これは当社がワンルームマンションからファミリーマンションに軸足を移した、ということではありません。ワンルームマンションの供給を増やしながら、ファミリーマンションの供給も増やしている、というのが正確なところです。

ワンルームマンションとファミリーマンションは当社にとって車の両輪です。ワンルームマンションとファミリーマンションの両方を供給することで、他に類を見ない独自の強みが生まれます。ファミリーマンションは、他社と同様に、広告宣伝費をかけ、モデルルームへの集客を行う営業手法をとっています。そのファミリーマンションの広告のおかげで、当社の知名度が上がり、営業手法として広告をほとんど行わないワンルームマンションについても、同様のブランドイメージで見えていただけます。一方で、ワンルームマンションは広告コストが低い分、利益率が高いので、これが当社の財務基盤を支え、ファミリーマンションの土地の仕入れにも効果を発揮しています。このように、両者がお互いに補完しあいながら、当社ならではの強みを創りだしています。

強みを補完するホテル事業

当社は、前期からホテル事業にも進出しております。当社のホテル事業は、土地の収益性を高めつつ、大阪のホテル不足解消というインフラ整備にも役立っています。大阪はもともとホテルの絶対数が少なく、近年のインバウンド（訪日外国人旅行者）でホテルの需要が急拡大しています。しかも、ホテルとワンルームマンションは、どちらも都心部にあり適地が似通っています。当社は、大阪、京都などで、中核駅に隣接したワンルームマンション用地の中から、ホテルとして取り組んだ方が高い収益性が期待できるものについて、ホテル用地に転用してきました。

ホテル事業は当社にとって重要な戦略事業の一つでもあります。私たちが特に重視しているのは、本業を補完するという位置づけです。ワンルームマンション、ファミリーマンション事業に加えてホテル事業も行うことで、仕入れの対象となる土地の範囲が広がります。それにより、土地情報を保有している不動産仲介会社にとって、当社はワンストップでさまざまな種類の土地を紹介できる存在となります。

このように、不動産仲介会社を含め、関係する人々や会社すべてにとって必要で身近な存在であり続けることは、当社が持続的に成長していくために最も大切なことです。私たちは、常にこの心構えを忘れないようにしています。

「一隅を照らす」ということ

当社の企業理念は、「一隅を照らす」です。これは、「一人ひとりが、自身が置かれたその場所で精一杯努力し、他の人々のためにも働くことで、まわりを明るく照らす」という天台宗の開祖、伝教大師・最澄上人の教えです。私が滋賀県大津生まれで比叡山延暦寺の近くで育ったことで、小さい時から慣れ親しんだ言葉ですが、あらためて見たとき、この業界にこそ求められる言葉だと思います。

不動産業界はともすれば、「4番打者」や「エース」ばかりが大事にされがちです。しかし、当社の商品とサービスは、様々な専門分野の従業員がいて成り立っています。それぞれが自分の持ち場で全力を尽くす、それはお客様や社会にとって等しく価値のあることです。

当社の人材育成は、まず「人として」というところから始まります。お客様も「人」を見てマンションを購入されます。「本当に良いものをより安く」は当然のことですが、さらに購入された後も長いお付き合いになります。お客様にとって、マンション投資やマンションライフを支えるすべての従業員の人間性が大切な条件となってきます。

当社を支える人材

当社のグループ従業員数は現在300人強と、決して多くはありませんが、各人が自分の持ち場で最善を尽くすことで、高いパフォーマンスを上げています。2016年3月期の当社の従業員1人当たりの経常利益[※]は44.2百万円で、不動産業界の中でも高い水準です。

当社は、良い人材を得るにおいても優位性があります。なぜなら当社は、不動産業界を目指す方々にとって、努力が成果に結びつきやすく、成功体験をつくりやすい職場だからです。また、この業界は一般に独立志向が強いですが、当社は中堅の従業員にとっても十分な成果を上げやすいので、長く勤めるケースが多いのが特長です。

従業員の努力にさらに報いるために、当社は先頃、グループ従業員を対象にしたインセンティブ・プラン「株式給付型 ESOP」を導入いたしました。これは、新たな福利厚生制度であると同時に、従業員の意欲や士気を高める効果があるものと期待しています。ESOPの導入は、不動産業界の中では先進的な取り組みといえます。

当社は、長年苦楽を共にしプレサンスのブランドに誇りを持つ従業員に恵まれ、彼らとともに成長してきました。成長力の源泉は人材です。これからも、理念を共有し最善を尽くす従業員の成長を支援してまいります。

※2016年3月期実績

$$\begin{aligned} \text{従業員1人当たり経常利益} &= \text{経常利益} \div \text{グループ従業員数(2期平均)} \\ &= 13,798 \text{百万円} \div ((299 \text{人} + 325 \text{人}) / 2) = 44.2 \text{百万円} \end{aligned}$$

今後のビジョン

今後のビジョンとしましては、近畿圏、東海・中京圏でトップシェアを堅持しつつ、他の市場、特に首都圏においてマーケットプレゼンスを確立することを目指してまいります。近畿圏、東海・中京圏でのトップシェア堅持は、一番になること自体が目的ではなく、それによって良い情報、良い条件を得て、事業基盤を一層盤石なものとするためです。その上で、独自の好循環サイクルのビジネスモデルを全国に広げてまいります。

他の市場への進出ということでは、今期に入って、中国・九州地方の都市部において、順調なペースで良い土地の仕入れが出来てきました。今後、これらの市場において、着実にシェアの拡大を目指してまいります。

一方、首都圏は市場も大きいですが、大手の競合がひしめく激戦区です。8年前に首都圏に進出して以来、地道に市場開拓に努めてまいりましたが、いまだ大きな成果を上げるには至っておりません。しかし、ここに来て、潮目の変化を感じます。近年の若い世代の首都圏への流入により、首都圏では単身者向けの都心の上質な住まいへのニーズが高まっています。東京圏（東京都、神奈川県、千葉県千葉市並びに成田市）が「国家戦略特区」に指定されたことで、今後首都圏の都心部は容積率や用途などで規制緩和が進むことが期待されています。そうなれば、東京の都心でも駅近の良い立地のワンルームマンションを供給しやすい環境が次第に整っていくものと考えられます。私たちは、タイミングを見ながら、首都圏における事業基盤の強化を図ってまいります。

東京オリンピック・パラリンピックは、インバウンド観光のさらなる拡大の契機となるものと期待されます。これは、当社のホテル事業にとっても大きな追い風となります。ホテル事業は、売却や運営委託だけでなく、オペレーターとしてのノウハウの蓄積を図っております。近い将来、自社でホテルを保有し運営までを行い、さらにはチェーン化をも視野に入れ、次なるコア事業へと成長させていきたいと考えております。

また、海外進出も検討しております。海外市場では、東南アジアなどが有望です。インフラの整備が進み、これから本格的にマンション需要が拡大していくものと思われます。まずは、現地パートナーへの資本参加という形態からスタートしたいと考えています。

これに加え、新しい市場や新しい分野に進出する足場を築くための戦略的提携やM&Aの活用も視野に入れてまいります。

ステークホルダーの皆様への責任

私たちは、今後の都市づくりにおいて重要な役割を担っていくことを目指しております。そして、それは同時に、「社会の公器」として正しい意思決定と正しい行動が求められるということです。当社の一人ひとりが、お客様と社会のために最善を尽くし最良の判断をすることが、ますます大切になってきます。

当社は、すべてのステークホルダーの皆様に対する責任を自覚して、引き続き地道な努力を重ねてまいります。今後ともなお一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。