

BRIDGE REPORT



土井 豊 社長

株式会社プレサンスコーポレーション(3254)



企業情報

市場	東証 1 部
業種	不動産業
代表取締役社長	土井 豊
所在地	大阪市中央区城見 1-2-27 クリスタルタワー
決算月	3 月末日
HP	https://www.pressance.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
1,494 円	65,336,739 株		97,613 百万円	21.1%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
26.00 円	1.7%	283.11 円	5.3 倍	1,791.63 円	0.8 倍

*株価は 2/10 終値。発行済株式数、DPS、EPS は 21 年 3 月期第 3 四半期決算短信より。ROE、BPS は前期実績。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2017 年 3 月(実)	101,083	15,645	15,414	10,526	178.99	21.15
2018 年 3 月(実)	134,059	20,362	19,858	13,757	232.58	29.40
2019 年 3 月(実)	160,580	27,118	26,531	18,296	296.43	40.50
2020 年 3 月(実)	224,011	32,609	31,985	21,892	347.45	39.00
2021 年 3 月(予)	234,496	26,728	26,433	18,239	283.11	26.00

*単位:円、百万円。

*2016 年 10 月 1 日付で 1:4 の株式分割を実施。EPS、DPS は遡及して再計算。

*当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益。以下、同様。

株式会社プレサンスコーポレーションの 2021 年 3 月期第 3 四半期決算概要などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 2021 年 3 月期第 3 四半期決算概要](#)
- [3. 2021 年 3 月期業績予想](#)
- [4. 今後の注目点](#)
- [＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

- 21 年 3 月期第 3 四半期の売上高は前年同期比 5.9%増の 1,943 億円。ワンルームマンションは減収、ファミリーマンションは増収。原価の上昇と商品構成比の変化、新型コロナウイルス拡大による先行き不透明さに前もって対処する為の棚卸資産の土地売却および評価損により、売上総利益率は 4.9 ポイント低下し、売上総利益は同 14.1%減少。土地売却により手元資金を増加させるとともに、棚卸資産適正水準の見直しや評価損による事業計画の見直しを進めた。販管費は同 13.8%減の 134 億円、営業利益 14.2%減の 272 億円となった。期業績予想に変更はない。売上高は前期比 4.7%増の 2,344 億円、営業利益は同 18.0%減の 267 億円の予想。売上が第 3 四半期までの期間に偏重しているため、利益は高い進捗率となっている。第 4 四半期の売上は、ワンルームマンションの卸販売が多くなり、売上総利益率は低下する見通しである。
- 配当予想は 11 月に公表した中間 13.00 円/株、期末 13.00 円/株で前期より 13.00 円/株減配の合計 26.00 円/株の予定。予想配当性向は 9.2%。株主優待は前期と同内容で実施する予定。
- 第 2 四半期末時点での売上確保率は過去数期と比較すると低めであったが、第 3 四半期末時点での売上確保率は 101.2%と、高水準になり、足元は順調な進捗とみていいだろう（売上確保率は、第 3 四半期までの売上実績と今期売上計上予定の受注額の合計金額を、予想売上高で割って算出）。
- 一方、新型コロナウイルス感染拡大による市場の先行き不透明さに前もって対処するために、仕入を抑制するとともに、棚卸資産の売却、有利子負債の削減を進めた。その後、仕入活動を再開しているということだが、中期的な売上・利益拡大に向け、今後どの程度のスピード・水準を目指して、仕入れを拡大させていくのか注目したい。またオープンハウスとのアライアンスに基づいた投資用マンション事業の関東圏での拡大についても具体的な案件がいつごろ生まれるのかも引き続き期待したい。

1. 会社概要

「不動産に高付加価値を創造する」というビジネスモデルの下、近畿圏、東海・中京圏を中心にファミリー向け及びワンルームマンションを企画・開発・分譲・管理する独立系マンションディベロッパー。分譲マンション供給戸数は近畿圏で 10 年連続、東海・中京圏で 8 年連続第 1 位。全国でも 3 年連続で第 2 位にランクインされる。豊富な供給実績と高いシェア、強力な営業力、優れた商品力などが大きな強み。

【1-1 沿革】

1997 年 10 月に不動産販売を行う事を目的とし同社の前身である(株)日経プレステージが設立される。1998 年には初の自社ブランドマンションである「プレサンス難波東」を販売。2000 年には初の自社開発物件である「プレサンス心斎橋 EAST」を販売するなど着実に実績を積み上げ、2002 年、商号を現在の「株式会社プレサンスコーポレーション」に変更。

近畿圏から事業エリアを拡大し、2003 年には東海エリアで初めての自社開発物件である「プレサンス名古屋城前」の販売を行うなど業容は順調に拡大し、2007 年 12 月に東京証券取引所市場第 2 部に上場した。

2008 年に東京支店を開設し、首都圏での事業展開も開始。着実な事業拡大であったため、同年発生したリーマンショックの影響を大きく受ける事も無く成長を続け、2013 年 10 月、東証 1 部にステップアップした。

BRIDGE REPORT



【1-2 企業理念など】

創業以来の経営理念である「一隅を照らす」をベースに、2019 年 12 月に就任した土井社長の下、自社の存在意義(パーパス)を明確にし、事業の拡大を通じた社会への貢献を示すために新たに経営理念を掲げた。

◎企業理念

「一隅を照らす」

「一隅を照らす」とは、「一人一人が自身の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。それがひいては社会全体を明るく照らし、世界の人々の平和や幸福の実現に結びつく。」という比叡山延暦寺(滋賀県)を開創し天台宗を開いた伝教大師・最澄上人の教え。

「一隅を照らす」精神で価値ある不動産を

私たちは、マンションづくりのプロフェッショナルとして、お住まいになる方に「より快適で価値のあるマンション」をお届けすることが使命であると考えます。その確固たる精神で、お客様のニーズを的確にとらえ、グループ一丸となって 10 年 20 年先を見据えた付加価値の高いマンションをお届けいたします。

「一隅を照らす」が導く「三方良し」の精神

私たちは、マンションづくりに誠心誠意取り組むことで、お客様のライフオリティ向上に寄与することができ、あらゆるステークホルダーの皆さまと良好な信頼関係を築くことができると信じております。これは売り手良し、買い手良し、世間良しという「三方良し」の精神にも適うものです。

「一隅」を照らすから「社会」を照らすへ

私たちは、良質なマンションを創造し続けることで、地域社会の活性化を実現し、便利で快適に暮らせる街づくりの一翼を担いたいと考えております。それにより、社会の持続的発展に大きく寄与できる存在になることを目指してまいります。

◎経営理念

「住まいの提供を通じて、活気ある街づくりに貢献します」

同社は、ワンルームマンションおよびファミリーマンションを提供するマンションデベロッパーである。

現時点では開発は進んでいないものの、利便性が良好で今後の発展・成長が期待できるエリアを、同社が見極めワンルームマンションを建築。開発済みのエリアに比べて安価な賃料に魅力を感じた学生や新社会人等の入居者が増加し、彼らの多様なニーズを満たすべくコンビニ・スーパー・飲食店等の各種店舗が出店するほか、公共インフラの整備も進行。そうした居住環境の向上はファミリー層も惹きつけ、同社を含む多数のデベロッパーがファミリーマンションを供給するようになり、更に居住環境が向上する。こうした好循環による街の発展の契機として、同社のマンション供給は、活気ある街づくりに貢献している。同社がこれまでに培ってきた将来性あるエリアを見極める「目利き力」ならびに付加価値の高いマンションの「商品力」が、こうした街づくりの契機となっており、まさに同社ならではの“街づくり”と言えるだろう。

【1-3 市場環境など】

◎良好な市場環境

人口減少が進む日本であるが、利便性を求める居住ニーズの高まりから、都市中心部における人口は増加傾向にある。首都圏で不動産価格が高騰しているが、同社のメイン事業領域である近畿圏および東海・中京圏では、依然として一般的な所得層でも十分購入可能な価格帯で推移している。

また、こうした外部環境に加え、立地や価格、品質といった「商品の優位性」と、ブランド力・知名度、購入後もしっかりとした賃貸管理を提供するアフターフォロー、実績・販売規模といった面で同社のワンルームマンション販売は強力なアドバンテージを有する。

◎供給戸数で高シェア

同社ホームページ資料(出所:不動産経済研究所)によれば、2020 年間の近畿・東海・中京におけるマンション供給戸数はそれぞれ 15,195 戸、5,386 戸。同社は両地域でそれぞれ 2,766 戸、1,204 戸を供給し、近畿圏では 11 年連続、東海・中京圏では 9 年連続でシェア No.1 となっている。また全国では供給戸数 4,342 戸で、初の第 1 位となった。

BRIDGE REPORT



2020 年 地域別分譲マンション供給ランキング

近畿圏（シェア 18.2%）			東海・中京圏（シェア 22.4%）		
順位	企業名	戸数	順位	企業名	戸数
1	プレサンスコーポレーション	2,766	1	プレサンスコーポレーション	1,204
2	エスリード	1,861	2	オープンハウス・ディベロップメント	586
3	日本エスコン	670	3	野村不動産	417
4	和田興産	654	4	住友不動産	315
5	近鉄不動産	535	5	エスリード	290
全国（シェア 7.2%）					
順位	企業名	戸数			
1	プレサンスコーポレーション	4,342			
2	野村不動産	3,791			
3	住友不動産	3,512			
4	三井不動産レジデンシャル	2,334			
5	エスリード	2,151			

(出所:株式会社不動産経済研究所資料)

◎同業他社

主要同業他社と同社を様々な角度から比較してみた。

コード	企業名	売上高	経常利益	総資産	販売用 不動産(A)	仕掛販売用 不動産(B)	有利子負債
1925	大和ハウス工業	4,380,209	367,669	4,627,388	795,396	212,850	1,040,877
1928	積水ハウス	2,415,186	213,905	2,634,748	884,118	94,827	579,107
3231	野村不動産HD	676,495	73,077	1,801,273	234,973	298,787	870,000
3254	プレサンスコーポレーション	224,011	31,985	310,779	27,074	217,964	158,988
3289	東急不動産HD	963,198	67,499	2,487,369	287,345	366,591	453,558
8804	東京建物	323,036	44,611	1,564,049	151,004	98,216	922,051
8830	住友不動産	1,013,512	220,520	5,317,623	351,368	286,254	3,440,908
8877	エスリード	61,638	8,000	80,494	12,320	40,119	22,347
8897	タカラレーベン	168,493	11,201	195,448	23,861	46,102	114,023

コード	企業名	たな卸資産 構成(A÷B)	自己資本 比率	有利子負債 依存度	売上高経 常利益率	ROE	時価総額	予想 PER	PBR
1925	大和ハウス工業	373.7%	37.3%	22.5%	8.4%	14.1%	2,200,584	16.7	1.3
1928	積水ハウス	932.3%	48.1%	22.0%	8.9%	11.5%	1,425,853	12.5	1.1
3231	野村不動産HD	78.6%	30.5%	48.3%	10.8%	9.1%	473,393	14.4	0.8
3254	プレサンスコーポレーション	12.4%	37.1%	51.2%	14.3%	21.1%	97,613	5.3	0.8
3289	東急不動産HD	78.4%	23.5%	18.2%	7.0%	6.7%	490,204	28.8	0.9
8804	東京建物	153.7%	24.0%	59.0%	13.8%	8.2%	326,092	10.5	0.9
8830	住友不動産	122.7%	24.4%	64.7%	21.8%	11.3%	1,717,718	12.2	1.3
8877	エスリード	30.7%	58.6%	27.8%	13.0%	11.3%	24,327	6.0	0.5
8897	タカラレーベン	51.8%	25.9%	58.3%	6.6%	10.9%	41,503	10.9	0.7

* 単位: 百万円、倍。業績の比較数値は前期実績。時価総額、PER、PBRは 2021 年 2 月 10 日終値ベース。

他社と比較すると、売上規模は決して大きくないながらも、完成在庫(販売用不動産)の少なさ、高い収益性および資本効率が目を引く。

BRIDGE REPORT



【1-4 事業内容】

事業セグメントは、投資型分譲マンションであるワンルームマンションおよび実需向け居住型分譲マンションであるファミリーマンションの企画・開発・分譲・管理を中心とした「不動産販売事業」と、ワンルームマンションの賃貸管理事業、賃貸事業、建物管理事業などを手掛ける「その他」の2セグメント。

◎商品構成

同社が手掛けるマンションの概要は以下の通り。

物件平均価格はワンルームで約 1,900 万円、ファミリーで約 3,700 万円となっている。

タイプ	住戸専用面積	間取り	特長	選定基準
ワンルーム	約 20～50 m ²	1ROOM～1LDK	都心型 主要駅より徒歩 5 分圏内	利便性に富む立地 (大学、専門学校、企業、商業施設等)
ファミリー	約 50～100 m ²	1LDK～4LDK	都心および都市周辺型 主要駅より徒歩 10 分圏内	環境性に富む立地 (小・中学校区、企業、商業施設等)
混在	約 20～100 m ²	1ROOM～4LDK	都心および都市周辺型 主要駅より徒歩 5 分圏内	ワンルームタイプに近い基準

(2020 年 3 月期の販売実績)

タイプ	金額	構成比	戸数	構成比
ワンルームマンション	67,255	30.0%	3,479	42.6%
ファミリーマンション	78,587	35.1%	2,109	25.8%
一棟販売	27,299	12.2%	1,532	18.8%
ホテル販売	19,292	8.6%	793	9.7%
その他住宅販売	4,726	2.1%	248	3.0%
その他不動産販売	18,364	8.2%	—	—
不動産販売附帯事業	1,158	0.5%	—	—
不動産販売事業 合計	216,684	96.7%	8,161	100.0%
その他	7,327	3.3%	—	—
合計	224,011	100.0%	8,161	100.0%

* 単位: 百万円

* 一棟販売は、マンション一棟またはその一部をマンション販売業者に卸売する形態。

* その他住宅販売は、中古住宅流通事業、戸建分譲事業等、新築マンション以外の住宅の販売。

* その他不動産販売は、商業用店舗、開発用地等の住宅以外の不動産の販売。

* 不動産販売附帯事業は、床コーティング等引渡後オプション工事、及び不動産売買の仲介手数料等。

◎事業エリア

自社ブランドマンションの販売を開始した 1998 年 11 月以降 2020 年 3 月末までの累計販売戸数は、近畿圏、東海・中京圏中心に全国で 781 棟、52,862 戸となっている。



プレサンス梅田北オール
(大阪市/ワンルームマンション)



プレサンスグラン泉
(名古屋市/ファミリーマンション)



プレサンス レジェンド 堺筋本町タワー
(大阪市/ファミリーマンション)

* 1998 年 11 月から 2020 年 3 月末までの累計販売状況

BRIDGE REPORT



都府県など	棟数	戸数
大阪府	354	24,577
愛知県	187	12,215
京都府	80	4,115
兵庫県	76	5,640
滋賀県	12	1,601
沖縄県	21	1,105
東京都	21	1,336
広島県	5	410
福岡県	3	170
その他	22	1,693
合計	781	52,862

今後は、近畿圏、東海・中京圏におけるブランド力、市場シェアを更に向上していく。

【1-5 特長と強み】

①豊富な供給実績と高いシェア

前述の様に、同社は本社所在地の近畿圏のみならず、東海・中京圏において分譲マンション供給実績で連続No. 1 であることに加え、全国レベルでも第 2 位にランクイン(2019 年)という実力を有している。

高いシェアは、スケールメリットによる建築コストの低減や土地情報の収集力向上などの大きなメリットをもたらしている。

②販売力の強さ

「マンション完成までに完売」を営業基本方針とし実践している。ワンルームマンションの販売において、同社では、営業部門全体で 1 物件を集中的に販売している。同一条件の物件を全員で販売することにより、社内競争が促され、営業員の士気向上に繋がっている。また自社開発の同一ブランドのみを販売していることから、営業スタッフは物件の仕様や特長について細かい点まで熟知しているため、顧客の信頼も高い。加えて、セミナーの開催など様々な手法で、潜在的なユーザーの掘り起こしに力を入れており、需要や市況変化への対応力が高い。

さらに、成長力の源泉は何をおいても人材だ。そのため人材教育には大変力を入れている。同社の強みである販売力の強さは、同社の教育力の現れでもある。

新入社員を一日でも早く戦力化する事が重要だが、そのために新入社員は先輩社員と常に行動を共にし、先輩社員のお客様への電話対応、資料作成、訪問時の会話など、成約に至るあらゆるシーンを繰り返し、繰り返し目を見て、耳で聞き、実践して成果が出る体験を積み重ねる。こうした成功体験の積み重ねによって、新入社員であっても、一人でクロージングできるまで自ずと短期間で成長していく。これらの要因により、早期完売と安定した売上を実現している。

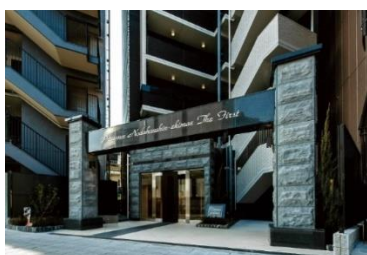
③優れた商品力

「立地」、「設備」、「価格」の 3 点において購入者に対し高い満足度を提供している。

「立地」においては利便性を重視し、都心部の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徒歩 10 分圏内の物件を厳選する。

「設備」においては高級感、快適性、機能性を重視し、浴室換気乾燥機付きユニットバス、ガス温水式床暖房、防音サッシ、遮音フローリング等を装備して物件に高い付加価値を加えている。

「価格」については、高級感を持たせながらもリーズナブルな販売価格設定によって、高いコストパフォーマンスを実現している。このような取り組みにより、同社物件は長期にわたる高い資産価値・ブランド価値を有している。



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



④圧倒的な情報収集力

マンションディベロッパーにとって、業容拡大のための重要なポイントは、良質なマンション用地情報を、仲介業者、金融機関などから他社に先駆けて収集することができるか、である。

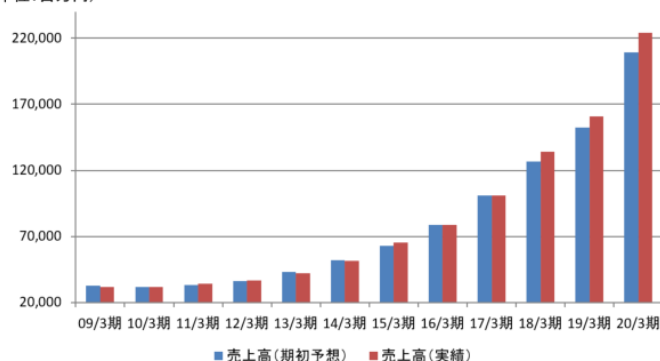
リーマンショックで同業他社が多くの完成在庫を抱えて新たな土地の仕入に踏み切れなくなった際、財務状況が良好だった同社は、好機と捉えて積極的な仕入れ活動を展開した。仲介会社等にとっては、不況期でも仕入を積極的に行う同社の存在は極めて重要であった。

また、大手ディベロッパーに比べると、意思決定のスピードが迅速である点も仲介会社等にとっては大変魅力的であったため、「取引のメリットが大きい会社」と評価され、「新しい土地情報はまずプレサンスへ」という関係性が構築された。リーマンショックの影響が鎮静化した後でも、この関係はより強固なものとなっており、同社競争力の高さの一因となっている。

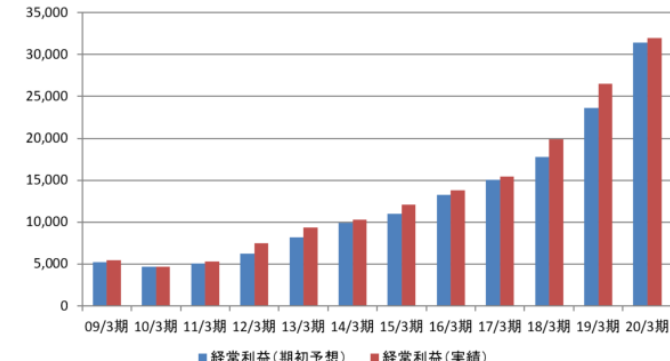
⑤安定した収益力

2007 年 12 月に上場した同社はこれまでに、最初に期初予想を発表した 2009 年 3 月期以降、2020 年 3 月期まで 12 回の決算を発表してきた。売上高、経常利益の期初予想と実績の乖離を検証すると、売上高未達は数回あるが、経常利益に関しては未達が 1 度も無い。不動産市況に大きく影響されることなく安定・継続して収益を上げてきた点も同社の大きな特長といえよう。

(単位:百万円)



(単位:百万円)



【1-6 ROE 分析】

	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期	19/3 期	20/3 期
ROE(%)	18.5	18.2	18.9	19.4	19.2	20.8	22.1	21.1
売上高当期純利益率(%)	12.64	12.15	11.82	11.64	10.41	10.26	11.39	9.77
総資産回転率(回)	0.74	0.75	0.74	0.70	0.65	0.62	0.59	0.73
レバレッジ(倍)	1.98	2.01	2.17	2.38	2.83	3.25	3.30	2.95

堅調な需要の下、販売が好調で高水準の売上高当期純利益率を継続していることに加え、レバレッジを効かせた効率的な資金調達により高い ROE を実現している。

2. 2021 年 3 月期第 3 四半期決算概要

(1) 連結業績概要

	20/3 期 3Q	構成比	21/3 期 3Q	構成比	前年同期比
売上高	183,588	100.0%	194,378	100.0%	+5.9%
売上総利益	47,346	25.8%	40,681	20.9%	-14.1%
販管費	15,582	8.5%	13,436	6.9%	-13.8%
営業利益	31,763	17.3%	27,245	14.0%	-14.2%
経常利益	31,274	17.0%	27,223	14.0%	-13.0%
四半期純利益	21,041	11.5%	18,829	9.7%	-10.5%

* 単位:百万円

BRIDGE REPORT

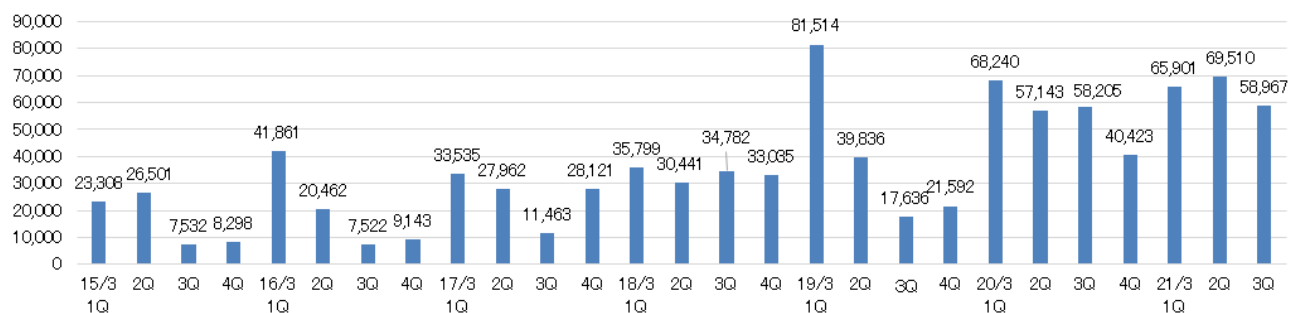


増収減益

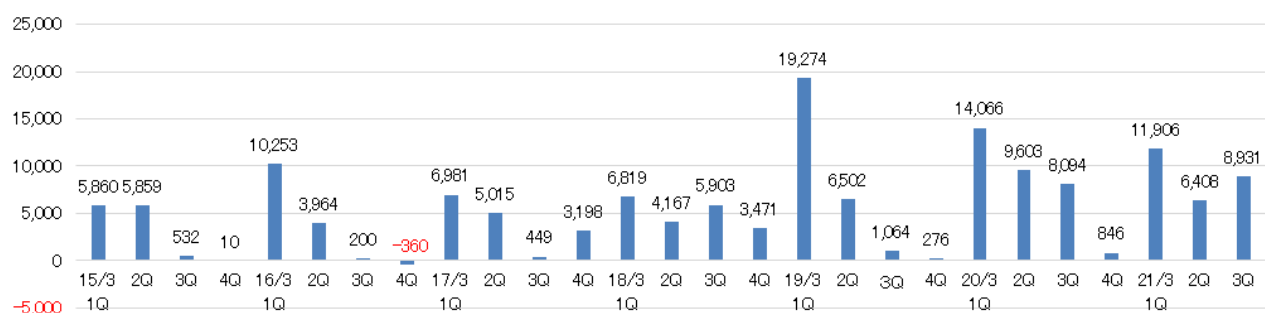
売上高は前年同期比 5.9%増の 1,943 億円。ワンルームマンションは減収、ファミリーマンションは増収。

原価の上昇と商品構成比の変化、新型コロナウイルス拡大による先行き不透明さに前もって対処する為の棚卸資産の土地売却および評価損により、売上総利益率は 4.9 ポイント低下し、売上総利益は同 14.1%減少。土地売却により手元資金を増加させるとともに、棚卸資産適正水準の見直しや評価損による事業計画の見直しを進めた。販管費は同 13.8%減の 134 億円、営業利益は 14.2%減の 272 億円となった。

四半期別売上高の推移(単位:百万円)



四半期別営業利益の推移(単位:百万円)



(2) マンション販売事業の動向

◎販売実績

タイプ	戸数	前年同期比	金額	前年同期比
ワンルームマンション	3,909	+4.4%	69,109	-5.1%
ファミリーマンション	2,356	+23.5%	86,934	+22.1%
ホテル販売	439	-44.6%	11,620	-39.8%
マンション販売事業合計	6,704	+4.0%	167,665	+2.6%

* 単位: 百万円。前期までの「一棟販売」を、「ワンルームマンション」に含めて表示することとした。一棟のワンルームマンションの中で、同社が個人顧客に直接販売する住戸(前期まで「ワンルームマンション」と表示)と、販売業者等に卸売する住戸(前期まで「一棟販売」と表示)が混在する案件が発生しており、比較を容易にするため、前年同期の数値も同様に組替えて前年同期比を表示。

ワンルームマンションは新型コロナウイルス感染拡大に伴う卸販売の増加・直販の減少により、戸数は増加したが、減収。ファミリーマンションは、プレサンスロジェ樫原神宮前(総戸数 114 戸)等の引渡しにより、戸数、売上高とも大幅に増加。ホテルは計画外 1 物件を含む 3 物件の売上を計上したが減収。マンション販売事業全体では増収となった。

BRIDGE REPORT



(3)財務状態とキャッシュ・フロー

◎主要BS

	20 年 3 月末	20 年 12 月末		20 年 3 月末	20 年 12 月末
流動資産	296,066	255,009	流動負債	107,318	95,619
現預金	44,774	75,126	短期有利子負債	73,084	76,381
販売用不動産	27,074	20,859	固定負債	86,770	38,010
仕掛販売用不動産	217,964	150,328	長期有利子負債	85,903	37,218
固定資産	14,712	12,743	負債合計	194,088	133,630
有形固定資産	7,640	8,830	純資産	116,690	134,123
無形固定資産	254	178	株主資本	115,306	132,636
投資その他の資産	6,817	3,735	負債純資産合計	310,779	267,753
資産合計	310,779	267,753	有利子負債残高	158,987	113,599

* 単位: 百万円。

現預金増加の一方、販売用不動産、仕掛販売用不動産の減少で、資産合計は前期末と比べ 430 億円減少の 2,677 億円となった。有利子負債が同 453 億円減少。負債合計は同 604 億円減少の 1,336 億円となった。利益剰余金の増加等で純資産は同 174 億円増加の 1,341 億円。この結果、自己資本比率は前期末から 12.4 ポイント上昇し 49.5%となった。

前述のように、新型コロナウイルス感染拡大による市場の先行き不透明さに前もって対処するために、仕入を抑制するとともに、棚卸資産の売却及び評価損を計上し、棚卸資産適正水準の見直しや事業計画の見直しを進めた。その後、仕入活動は再開している。

2020 年 12 月末の BS 上のたな卸資産(販売用不動産と仕掛販売用不動産の合計)から建築代金等を控除した取得済のマンション事業用土地代金は、ワンルームマンションで 543 億 19 百万円(11,449 戸)、ファミリーマンションで 451 億 81 百万円(4,464 戸)となっている。

◎キャッシュ・フロー

	20/3 期 3Q	21/3 期 3Q	増減
営業 CF	10,190	77,222	+67,032
投資 CF	-1,724	91	+1,815
フリーCF	8,466	77,313	+68,847
財務 CF	-9,243	-46,960	-37,717
現金同等物残高	38,624	72,036	+33,412

* 単位: 百万円

たな卸資産の減少等で営業 CF、フリーCF のプラス幅は拡大。長期借入金による収入の減少及び返済による支出の増加で財務 CF のマイナス幅は拡大。

キャッシュポジションは上昇した。

(4)トピックス

【株式会社オープンハウスとのアライアンスの進捗】

①株式会社オープンハウス株式保有状況

株式会社オープンハウスによる第三者割当増資の引き受けと TOB の実施により、2021 年 1 月 20 日時点で、オープンハウスは、プレサンスコーポレーション株式 44,011,372 株(議決権ベースで 64.46%)を保有し、プレサンスコーポレーション株式は上場を維持されつつ、プレサンスコーポレーションはオープンハウス社の連結子会社となっている。

②その他の進捗

◎役員人事

2020 年 6 月 26 日付でオープンハウス取締役 若旅孝太郎氏が、プレサンスコーポレーション取締役を兼務。

2021 年 1 月 29 日付でオープンハウス代表取締役社長 荒井正昭氏が、プレサンスコーポレーション会長に就任した。

BRIDGE REPORT



◎財務基盤の強化

オープンハウスによる信用補完の拡大のほか、オープンハウス引受の第三者割当増資により、自己資本が約 50 億円増加したことで金融機関からの資金調達が安定し、マンション用地仕入を本格化している。

◎事業シナジー

重要な事業シナジーの一つと位置付けている投資用マンション事業の関東圏での拡大に関しては、オープンハウスグループから提供される用地情報量が一段と増加しており、同事業における協業スキームの検討・協議が進行中である。

【経営改革(再発防止策)の進捗】

明浄学院との土地取引に係る業務上横領事件への共謀容疑で前社長が逮捕された事件に関し、2021 年 1 月 25 日、改善状況報告書を、東京証券取引所へ提出・開示し、東京証券取引所から求められた『改善報告書および改善状況報告書の提出』への対応を完了した。

再発防止策の骨子は以下 5 項目である。

今後も、再発防止策の適切な運営を徹底し、必要な改善に継続的に取り組み、ガバナンス向上に努めていく考えだ。

- 1.「取締役会を含む重要な会議体のあり方及び意思決定方法の見直し」
- 2.「社外取締役の職務執行の実効性を確保するための環境整備」
- 3.「利益相反取引及び競業取引に関するルール設計と教育」
- 4.「土地仕入プロセスにおける統制活動の再設計」
- 5.「内部監査の見直し」

3. 2021 年 3 月期業績予想

(1)業績予想

	20/3 月期	構成比	21/3 月期(予)	構成比	前期比	進捗率
売上高	224,011	100.0%	234,496	100.0%	+4.7%	82.9%
売上総利益	53,124	23.7%	45,856	19.6%	-13.7%	88.7%
販管費	20,515	9.2%	19,128	8.2%	-6.8%	70.2%
営業利益	32,609	14.6%	26,728	11.4%	-18.0%	101.9%
経常利益	31,985	14.3%	26,433	11.3%	-17.4%	103.0%
当期純利益	21,892	9.8%	18,239	7.8%	-16.7%	103.2%

* 単位: 百万円。予想は会社側発表。

業績予想に変更無し。増収減益。

業績予想に変更はない。売上高は前期比 4.7%増の 2,344 億円、営業利益は同 18.0%減の 267 億円の予想。

売上が第 3 四半期までの期間に偏重しているため、利益は高い進捗率となっている。第 4 四半期の売上は、ワンルームマンションの卸販売が多くなり、同期間の売上総利益率は低下する見通しである。

配当は前期より 13.00 円/株減配の合計 26.00 円/株の予想。予想配当性向は 9.2%。株主優待は前期と同内容で実施する予想。

◎マンション販売事業売上予想

タイプ	20/3 期	21/3 期(予)	前期比	進捗率
ワンルームマンション	94,554	99,271	+5.0%	69.6%
ファミリーマンション	78,587	94,600	+20.4%	91.9%
ホテル	19,292	11,380	-41.0%	102.1%
合計	192,435	205,252	+6.7%	81.7%

* 単位: 百万円

BRIDGE REPORT



◎進捗状況

区分	マンション販売事業			
	売上済みおよび今期中の 売上計上予定			
	戸数	金額 (A)	今期売上高 予想(B)	予想に対する確保率 (A ÷ B)
ワンルームマンション	5,848	98,067	99,271	98.8%
ファミリーマンション	2,602	95,993	94,600	101.5%
ホテル	439	11,620	11,380	102.1%
その他	262	21,695	19,389	111.9%
合計	9,151	227,377	224,642	101.2%

* 単位: 百万円。その他は、その他住宅・不動産販売。

ワンルームマンションは第4四半期(1-3月)で多くの引渡しを予定している。
ファミリーマンションは第3四半期までに売上(竣工・引き渡し物件)が偏重する通期予想通りの進捗である。
第3四半期末時点での売上確保率は101.2%となっている。

(2) 中期的な見通し

プレサンス社は、株式会社オープンハウスによる子会社化に伴い、オープンハウス社の事業年度を仮定した自社の中期的な業績見通しを以下のように述べている。

	21 年 4 月から 21 年 9 月 (6 か月間)	21 年 10 月から 22 年 9 月 (12 か月間)	22 年 10 月から 23 年 10 月 (12 か月間)
売上高	93,513	142,193	170,237
ワンルームマンション	42,910	50,637	67,182
ファミリーマンション	36,417	61,684	73,343
ホテル	4,250	0	0
営業利益	9,855	11,884	17,085
当期純利益	6,360	7,165	10,797

* 単位: 百万円。オープンハウス社の決算期(9月決算)を仮定した対象期間における業績予想。

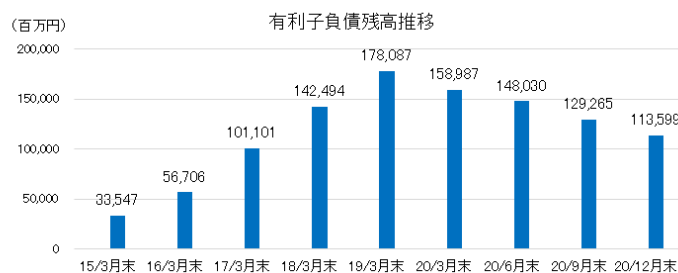
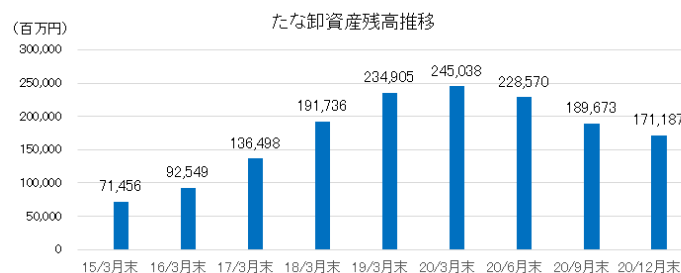
今期(21年3月期、12か月間)の「売上高 2,344 億円、営業利益 267 億円」と比較すると、21年10月から22年9月(12か月間)は減収・減益となるが、これは手元資金の拡充を優先するため、土地仕入れの抑制および仕入済み土地の売却を実施したため。2022年10月~2023年9月期には業績回復に転じる計画としている。

4. 今後の注目点

第2四半期末時点での売上確保率は過去数期と比較すると若干低めであったが、第3四半期末時点での売上確保率101.2%は高水準になっており、足元は順調な進捗とみていいだろう。

一方、新型コロナウイルス感染拡大による市場の先行き不透明さに前もって対処するために、仕入を抑制するとともに、棚卸資産の売却、有利子負債の削減を進めた。その後、仕入活動は再開しているということだが、中期的な売上・利益拡大に向け、今後どの程度のスピード・水準を目指して、仕入れを拡大させていくのか注目したい。またオープンハウスとのアライアンスに基づいた投資用マンション事業の関東圏での拡大についても具体的な案件がいつごろ生まれるのかも引き続き期待したい。

BRIDGE REPORT



<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	9 名、うち社外 3 名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2021 年 1 月 20 日

<基本的な考え方>

コーポレート・ガバナンスとは、株主・顧客・従業員・取引先・地域社会など様々なステークホルダー(利害関係者)との関係における企業経営を律する基本的枠組みと考えており、当社としては次の要素を実践していくことで、その枠組みを形造れると考えております。そして、これら要素を実践しつつ、株主利益の増大に努めることが最重要の責務と認識しております。

(コンプライアンス)

法令遵守という意味で使われており、良好なコンプライアンスの実践は、不祥事等による直接的な損害を回避することの他に、「信頼」「誠実」という企業イメージやブランド価値の向上に結びつき、中長期的な業績向上や企業価値の向上につながるものと認識しております。

(リスクマネジメント)

企業の目的達成を妨げる事象や行為等の脅威・リスクに対して、費用対効果を勘案しコントロールしていくことと認識しております。

(アカウンタビリティ)

説明責任という意味で使われており、組織において権限者がしたこと、またしなかったことが招いた結果について合理的な説明を行う責務と認識しております。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

当社は、コーポレートガバナンス・コードの各原則について、すべてを実施しています。

<開示している主な原則>

原則	開示内容
【原則1ー4 いわゆる政策保有株式】	(1) 当社は、取引先と良好な関係を構築し、事業の円滑な推進を図るため、取引先の株式を保有することがあります。取引先の株式については、取引関係の強化により、当社の企業価値の向上に資すると判断する限り、保有いたしますが、毎年、保有株式ごとに保有に伴う便益やリスクが資本コストに見合っているか、取引関係の維持強化等の保有目的に沿っているかを基に精査することで保有の適否を検証し、保有意義が乏しい銘柄については、株価等を勘案して売却を検討いたします。

BRIDGE REPORT



	(2) 保有株式に係る議決権は、企業価値の向上につながる意思決定を行っているかということを考慮して、行使することを基本方針としております。
【原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針】	当社は、株主・投資家を重要なステークホルダーとして考えており、持続的な成長と企業価値の向上のため、株主総会等の様々な機会を通し、株主・投資家との間で建設的な対話を行っております。 ・ 株主との対話、IR 活動については、代表取締役社長が統括し、株主との建設的な対話を実現するように努めております。また、株主との円滑な対話のために、経営企画部が IR 活動をサポートしております。 ・ 株主・投資家との対話の手段としては、証券会社を通じて、株主・機関投資家との個別面談を実施しております。 ・ 代表取締役社長が、株主・投資家との対話を通じて把握した株主の意見・懸念につきましては、必要に応じて取締役会に報告し、当社の経営に活かしてまいります。 ・ 対話に際してのインサイダー情報の管理については、インサイダー取引管理規程に基づいて実施しております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したのですが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2021 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(プレサンスコーポレーション:3254)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)