

 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
1,750円	65,336,739株		114,339百万円	21.1%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
26.00円	1.5%	283.11円	6.2倍	1,791.63円	1.0倍

*株価は12/4終値。発行済株式数は21年3月期第2四半期決算短信より。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
2016年3月(実)	78,990	14,057	13,798	9,194	152.31	15.00
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2四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2四半期決算概要](#)
- [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2四半期の売上高は前年同期比8.0%増の1,354億円。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7.1ポイント低下し、売上総利益は同19.8%減少。販管費は同13.5%減の93億円、営業利益は同22.6%減の183億円となった。新型コロナウイルスの影響をうけたものの、売上高・各段階利益ともに期初予想を上回る実績となった。
- 未定としていた21年3月期通期予想を2020年11月に公表した。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。上期減収だったワンルームマンションも下期回復し増収を見込んでいる。配当予想も公表した。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。
- コロナ禍により営業活動を制限されてきたが、当期第2四半期までの実績は、減益ではあるものの期初予想を上回る売上・利益を達成した。ワンルームマンション、ファミリーマンションともに顧客のニーズは底堅いようで、新型コロナウイルスの感染拡大状況は依然としてリスク要因ではあるものの、着実に販売を積み上げていくことが予想される。第2四半期末時点での売上確保率は87.3%。過去数期と比較すると低いものの、絶対値で見れば高水準であることに変わりはなく、第3四半期以降の販売状況を見守りたい。
- また、オープンハウスの子会社になったことによるシナジー効果がどのようなスピード感で発現するのかが大いに注目される。

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。

【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。

BRIDGE REPORT



◎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

同社資料(出所:不動産経済研究所)によれば、2019年間の近畿、東海・中京におけるマンション供給数はそれぞれ18,042戸、4,650戸。同社は両地域でそれぞれ3,825戸、804戸を供給し、近畿圏では10年連続、東海・中京圏では8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5,305戸で、3年連続の第2位である。

2019年 地域別分譲マンション供給ランキング

近畿圏 (シェア 21.2%)			東海・中京 (シェア 17.3%)		
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	3,825	1	プレサンスコーポレーション	804
2	エスリード	2,121	2	日商エステム	598
3	住友不動産	744	3	住友不動産	441

BRIDGE REPORT



4	近鉄不動産	704	4	三井不動産レジデンシャル	340
5	日商エステム	646	5	野村不動産	275
全国 (シェア 7.5%)					
順位	企業名	戸数			
1	住友不動産	5,690			
2	プレサンスコーポレーション	5,305			
3	野村不動産	3,941			
4	三菱地所レジデンス	3,365			
5	三井不動産レジデンシャル	2,365			

(株式会社不動産経済研究所の資料に基づきプレサンスコーポレーション算出・作成。)

◎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%	2,292,525	17.4	1.3
1928	積水ハウス	932.3%	48.1%	22.0%	8.9%	11.5%	1,329,312	11.6	1.0
3231	野村不動産HD	78.6%	30.5%	48.3%	10.8%	9.1%	441,165	13.4	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%	115,384	6.2	1.0
3289	東急不動産HD	78.4%	23.5%	18.2%	7.0%	6.7%	380,790	22.4	0.7
8804	東京建物	153.7%	24.0%	59.0%	13.8%	8.2%	315,215	10.2	0.9
8830	住友不動産	122.7%	24.4%	64.7%	21.8%	11.3%	1,694,389	12.0	1.3
8877	エスリード	30.7%	58.6%	27.8%	13.0%	11.3%	20,924	5.2	0.4
8897	タカラレーベン	51.8%	25.9%	58.3%	6.6%	10.9%	36,179	9.5	0.6

* 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2020年11月27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



【14 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㎡	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㎡	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㎡	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)

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

*1998年11月から2020年3月末までの累計販売状況

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、繰り返し目で見て、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。この様な取り組みにより、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)

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。

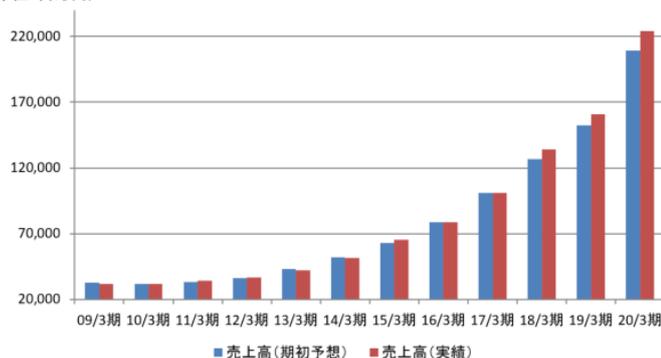
また、大手ディベロッパーに比べると、意思決定のスピードが迅速である点も仲介会社等にとっては大変魅力的であったため、「取引のメリットが大きい会社」と評価され、「新しい土地情報はまずプレサンスへ」という関係性が構築された。リーマンショックの影響が鎮静化した後でも、この関係はより強固なものとなっており、同社競争力の高さの一因となっている。

⑤安定した収益力

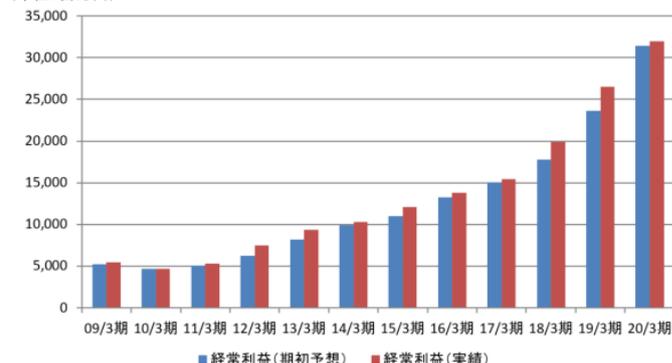
2007年12月に上場した同社はこれまでに、最初に期初予想を発表した2009年3月期以降、2020年3月期まで12回の決算を発表してきた。売上高、経常利益の期初予想と実績の乖離を検証すると、売上高未達は数回あるが、経常利益に関しては未達が1度も無い。

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2四半期決算概要

(1) 連結業績概要

	20/3 期 2Q	構成比	21/3 期 2Q	構成比	前年同期比	予想比
売上高	125,383	100.0%	135,411	100.0%	+8.0%	+32.4%
売上総利益	34,453	27.5%	27,643	20.4%	-19.8%	-
販管費	10,783	8.6%	9,329	6.9%	-13.5%	-
営業利益	23,669	18.9%	18,314	13.5%	-22.6%	+13.9%
経常利益	23,398	18.7%	18,416	13.6%	-21.3%	+19.1%
四半期純利益	15,660	12.5%	12,769	9.4%	-18.5%	+19.7%

* 単位: 百万円

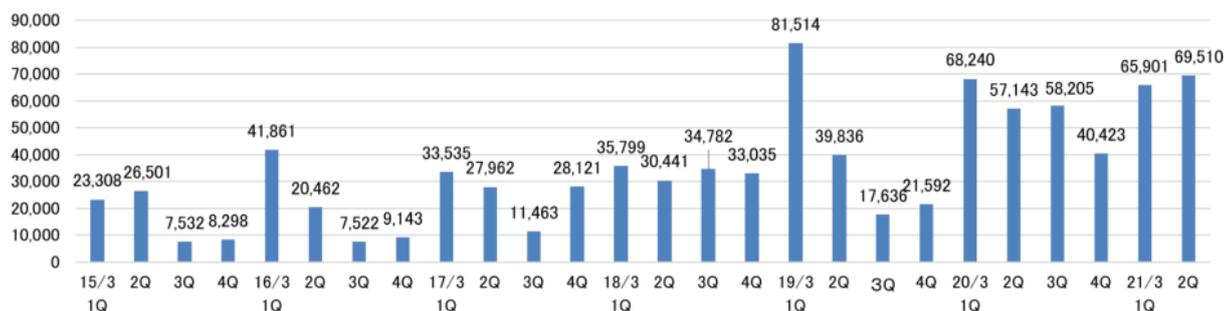
増収減益も期初予想を上回る。

売上高は前年同期比 8.0% 増の 1,354 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。

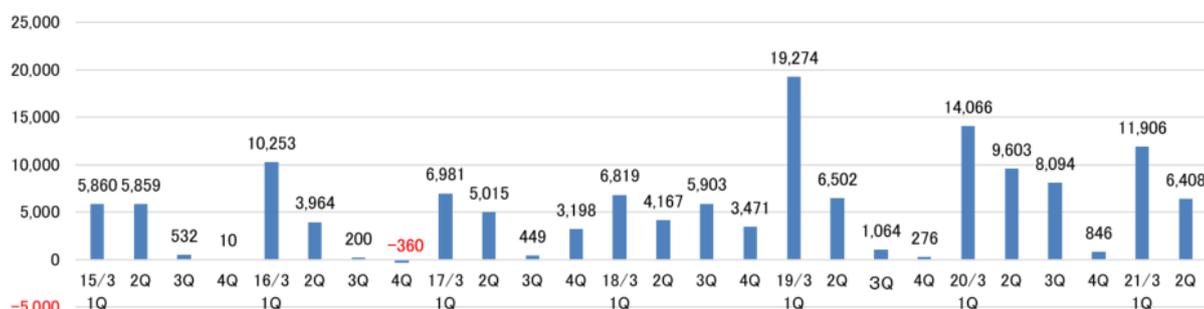
原価の上昇と商品構成比の変化、新型コロナウイルス拡大による先行き不透明さに前もって対処する為の棚卸資産の土地売却および評価損により、売上総利益率は 7.1 ポイント低下し、売上総利益は同 19.8% 減少。

販管費は同 13.5% 減の 93 億円、営業利益は同 22.6% 減の 183 億円となった。新型コロナウイルスの影響を受けたものの、期初予想を上回る実績となった。

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)



BRIDGE REPORT



(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	2,734	-3.5%	47,833	-10.5%
ファミリーマンション	1,756	+25.2%	63,079	+19.5%
ホテル販売	150	+16.3%	5,380	+76.4%
マンション販売事業合計	4,640	+6.3%	116,294	+6.5%

* 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活動自粛が影響し減収も、ファミリーマンションは、プレサンスロジエ樺原神宮前(総戸数 114 戸)等の引渡しにより、高水準な売上高を維持。

ホテルは1物件の売上を計上し、マンション販売事業全体では増収となった。

(3) 財務状態とキャッシュ・フロー

◎主要BS

	20年3月末	20年9月末		20年3月末	20年9月末
流動資産	296,066	268,761	流動負債	107,318	98,017
現預金	44,774	74,313	短期有利子負債	73,084	72,075
販売用不動産	27,074	19,857	固定負債	86,770	57,978
仕掛販売用不動産	217,964	169,816	長期有利子負債	85,903	57,190
固定資産	14,712	16,093	負債合計	194,088	155,996
有形固定資産	7,640	8,895	純資産	116,690	128,857
無形固定資産	254	202	株主資本	115,306	127,418
投資その他の資産	6,817	6,995	負債純資産合計	310,779	284,854
資産合計	310,779	284,854	有利子負債残高	158,987	129,265

* 単位: 百万円。

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 259 億円減少の 2,848 億円となった。有利子負債の減少等で、負債合計は同 380 億円減少の 1,559 億円となった。利益剰余金の増加等で純資産は同 121 億円増加の 1,288 億円。この結果、自己資本比率は前期末から 7.6 ポイント上昇し 44.7%となった。

2020年9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 618 億 88 百万円(12,692 戸)、ファミリーマンションで 497 億 14 百万円(4,753 戸)となっている。

◎キャッシュ・フロー

	20/3 期 2Q	21/3 期 2Q	増減
営業 CF	7,129	59,523	+52,394
投資 CF	-1,023	471	+1,494
フリーCF	6,106	59,994	+53,888
財務 CF	-4,527	-30,455	-25,928
現金同等物残高	40,974	71,223	+30,249

* 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。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新たな資本業務提携契約を締結

2020年11月、株式会社オープンハウスと新たな資本業務提携契約を締結。新たに両社で以下のような動き、取り組みを進めることとなった。

<新たなアライアンスの目的>

今回新たに資本業務提携を締結した、目的は「より強固な資本関係を構築し、事業シナジーの実現性をさらに高めるとともに、プレサンスコーポレーションの事業運営の持続可能性と持続的な事業成長を促進し、企業価値及び株主価値を中長期に亘って継続的に向上させていく」ためである。

- ☆ 株式会社オープンハウスによる信用補完と第三者割当増資によりプレサンスコーポレーションの財務基盤を強化する。
- ☆ 財務強化により、プレサンスコーポレーションの資金調達を安定化することに加え、マンション用地仕入を強化し、新規プロジェクトを本格的に再開・拡大する。
- ☆ 地域補完、商品補完などを通じた事業シナジーの実現可能性を更に高める。プレサンスコーポレーションにとっては、マーケットの大きな関東圏で投資用マンション開発事業を確立する途が広がった。
また、賃貸・分譲物件の管理・マネジメントにおいてプレサンスコーポレーションは賃貸管理、物件管理のストック事業における事業基盤および豊富なノウハウを有しているため、オープンハウスの収益事業の育成を目指す。
- ☆ 部材の共通化及び取扱量増加によるコスト削減も目指している。

<オープンハウス社によるプレサンスコーポレーション連結子会社化とプレサンスコーポレーションの資金調達>

株式会社オープンハウスによるプレサンスコーポレーション株式の公開買い付けおよびオープンハウス社を割当先とする第三者割当増資により、オープンハウス社がプレサンスコーポレーション株式の議決権比率 65%(上限)程度を取得し、プレサンスコーポレーションを連結子会社化する。

上限設定により、東京証券取引所市場第一部におけるプレサンスコーポレーション株式の上場は維持する方針である。

株式の大幅な希薄化を避けるため、このように公開買付と第三者割当増資を合わせて実施することとした。

TOB および第三者割当増資の概要は以下の通り。

TOB	<ul style="list-style-type: none"> * 公開買付け価格: 普通株式1株につき 1,850 円 * 買付予定数の上限: 19,881,500 株 * 公開買付け期間: 2020年11月16日から2021年1月14日まで * 公開買付けの決済開始日: 2021年1月20日 * オープンハウス社は、プレサンスコーポレーション前社長の山岸忍氏及び株式会社パシフィックとの間で本応募契約を締結済。パシフィック保有 4,621,700 株、山岸忍氏保有 183,200 株の全株式が対象となる予定。
第三者割当増資	<ul style="list-style-type: none"> * 募集株式の種類: 普通株式 * 募集株式の数: 3,508,772 株(希薄化率: 株数ベース 5.37%、議決権数ベース 5.42%) * 1株当たり払込金額: 1,425 円(2020年11月12日の終値 1,583 円から 10%ディスカウント) * 払込金額の総額: 50 億円 * 払込期間: 2021年1月15日から2021年1月19日まで * 資金使途: マンション用地仕入

<資本業務提携内容の追加>

2020年4月6日の資本業務提携締結時に開示していた企図していたシナジーは、「地域補完」「商品補完」「賃貸・分譲物件の管理・マネジメント」「コスト削減」を挙げていたが、新たに以下の項目を追加した。

- ①新たに不動産ファンドビジネスに参入すべく、両社が共同で不動産アセットマネジメント会社を設立し、機関投資家及び金融市場に対する各社が開発する不動産投資商品の提供を検討する。
- ②当社の事業年度を毎年10月1日から9月30日までの期間に変更すること及び当社の株主還元政策のあり方について協議する。

<役員に関する事項>

公開買付けの決済後、オープンハウス社の代表取締役社長である荒井正昭氏が、プレサンスコーポレーション会長に就任する予定。また、定時株主総会に、荒井氏を取締役候補者に含む取締役選任議案を上程する予定である。公開買付けの決済後、プレサンスコーポレーションに派遣する役員人事に関して協議する。

◎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、外部経営改革委員会の提言を受け、2020年5月14日に再発防止策を公表している。

「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」

「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」

「利益相反取引及び競業取引に関するルール設計と教育」

「土地仕入プロセスにおける統制活動の再設計」

「内部監査の見直し」

という5つの骨子は着実に進捗している。

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%	57.7%
売上総利益	53,124	23.7%	45,856	19.6%	-13.7%	60.3%
販管費	20,515	9.2%	19,128	8.2%	-6.8%	48.8%
営業利益	32,609	14.6%	26,728	11.4%	-18.0%	68.5%
経常利益	31,985	14.3%	26,433	11.3%	-17.4%	69.7%
当期純利益	21,892	9.8%	18,239	7.8%	-16.7%	70.0%

*単位:百万円。予想は会社側発表。

増収減益

未定としていた通期予想を2020年11月に公表した。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。

上期減収だったワンルームマンションも下期回復し増収を見込んでいる。

配当予想も公表した。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	94,555	99,271	+4.9%	48.2%
ファミリーマンション	78,587	94,600	+20.4%	66.7%
ホテル	19,292	11,380	-41.0%	47.3%
合計	192,435	205,252	+6.7%	56.7%

*単位:百万円

◎進捗状況

区分	売上済みおよび今期中の 売上計上予定		マンション販売事業	
	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	4,630	78,534	99,271
ファミリーマンション	2,403	88,158	94,600	93.2%
ホテル	427	11,167	11,380	98.1%
その他	192	18,317	19,389	94.5%
合計	7,652	196,177	224,642	87.3%

*単位:百万円。その他は、その他住宅・不動産販売。

第2四半期末時点での売上確保率は87.3%となっている。

4. 今後の注目点

コロナ禍により営業活動を制限されてきたが、減益ではあるものの期初予想を上回る売上・利益を達成した。

ワンルームマンション、ファミリーマンションともに顧客のニーズは底堅いようで、新型コロナウイルスの感染拡大状況は依然としてリスク要因ではあるものの、着実に販売を積み上げていくことが予想される。

第2四半期末時点での売上確保率は87.3%。この数値は、過去数期と比較すると低いものの、絶対値で見れば高水準であることに変わりはなく、第3四半期以降の販売状況と通期業績予想の達成に期待したい。

また、オープンハウスの子会社になったことによるシナジー効果がどのようなスピード感で発現するのかが大いに注目される。

<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4名

◎コーポレートガバナンス報告書

最終更新日:2020年6月30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。

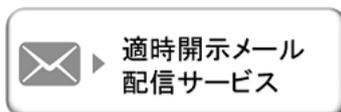
<開示している主な原則>

原則	開示内容
【原則1-4 いわゆる政策保有株式】	<p>(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。</p> <p>(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。</p>
【原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針】	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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が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ものです。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) 2020 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

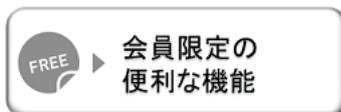
ブリッジレポート(プレサンスコーポレーション:3254)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



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。

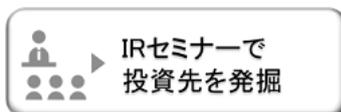
[>> ご登録はこちらから](#)



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](#)