



Phil Company, Inc.

(証券コード：3267)

2021年11月期 第2四半期 決算説明会資料

株式会社フィル・カンパニー
2021年7月21日



本書は株式会社フィル・カンパニーにより作成されたものです。本書は、作成日現在におけるものを内容とするものであり、本書の内容については市場環境並びに当該会社の事業及び将来予測を含む多数の要因により変更する場合があります。

Copyright © Phil Company, Inc. All Rights Reserved

目次 INDEX

01 業績ハイライト P2

02 今後の展望・成長戦略 P12

03 参考資料 P21



01 業績ハイライト



2Q時点での各区分の利益が過去最高

(単位：千円)

	2020/11期	2021/11期	
	2Q実績	4/13 修正予算	2Q実績
売上高	1,068,778	2,080,000	2,111,160
売上原価	875,968	—	1,532,633
売上総利益	192,809	—	578,527
(粗利率)	(18.0%)	—	(27.4%)
販売費及び一般管理費	396,969	—	343,951
人件費	213,633	—	198,457
業務委託費	64,677	—	32,075
租税公課	6,077	—	17,423
広告宣伝費	9,575	—	1,393
支払報酬	21,172	—	20,977
その他	81,835	—	73,627
営業利益	△ 204,159	200,000	234,576
経常利益	△ 209,503	195,000	227,828
当期純利益	△ 148,925	128,000	146,864

2Q時点では過去最高



今期は開発販売も寄与して、前期比大幅増

(単位：千円)

	2020/11期	2021/11期
	2Q実績	2Q実績
売上高	1,068,778	2,111,160
(内訳) 請負受注スキーム	891,849	876,496
竣工引渡（件数）	8	3
開発販売スキーム	0	1,030,000
土地販売（件数）	0	0
土地建物販売（件数）	0	1
その他	176,929	204,664

過去最高額で販売

企画・デザインのみならず
テナント付新築収益物件としての魅力を高めた

▼請負受注スキーム

当社における売上・原価の計上は“引渡基準”となっており受注時には計上されません。建物の完成引渡時に計上となります。

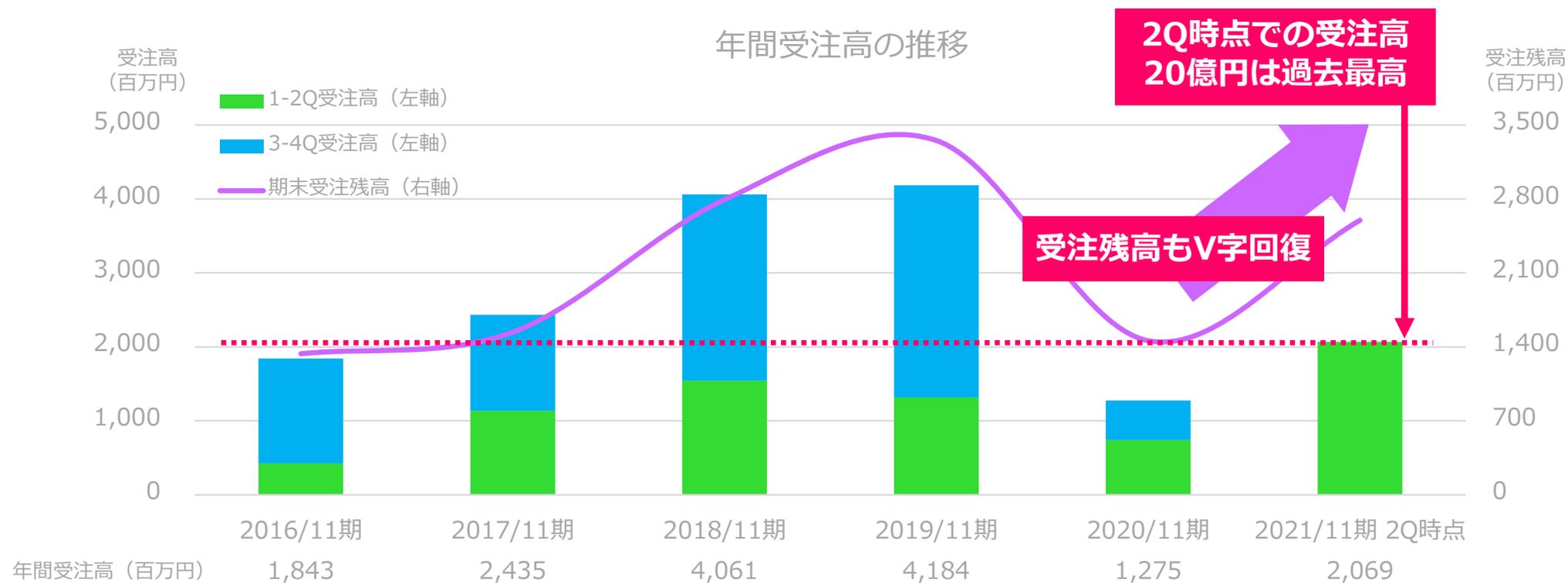
▼開発販売スキーム

当社における売上・原価の計上は“所有権移転時”となります。



請負受注スキームにおける受注高・受注残高の状況

請負受注が回復し、受注残高も積み上がる

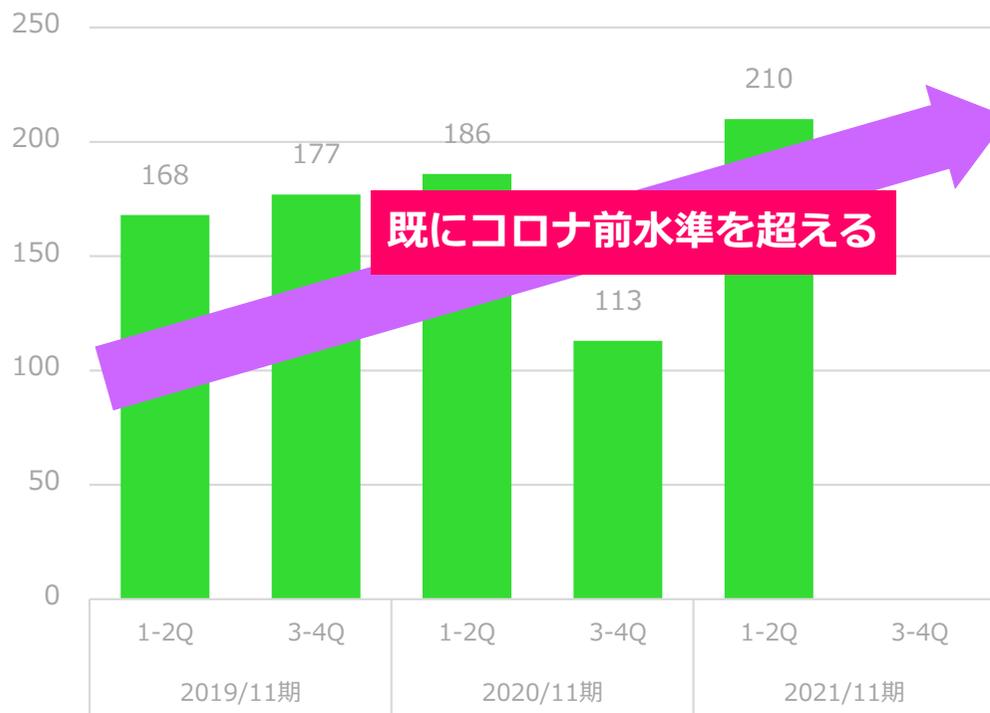


(単位：百万円)	2016/11期	2017/11期	2018/11期	2019/11期	2020/11期	2021/11期
1-2Q受注高	425	1,135	1,545	1,317	741	2,069
3-4Q受注高	1,418	1,300	2,516	2,867	534	
年間受注高	1,843	2,435	4,061	4,184	1,275	
期末受注残高	1,334	1,539	2,793	3,353	1,458	



金融機関からの問い合わせが過去最高ペースで増加中

金融機関からの問い合わせ



主なビジネスマッチング契約先

契約月	銀行名
2016年6月	みずほ銀行
2016年6月	横浜銀行
2017年8月	城南信用金庫
2017年10月	東日本銀行
2017年11月	武蔵野銀行
2019年1月	りそな銀行
2019年10月	三井住友銀行
2020年3月	東京スター銀行
2020年3月	十六銀行
2020年9月	三菱UFJ銀行
2020年11月	多摩信用金庫

- ①ビジネスマッチング契約先が増加し、当社事業の啓蒙活動が進んでいること
- ②プレミアムガレージハウス事業が加わり、企画提案できるラインナップが増加していること
- ③金融機関が手数料収入（マッチングフィー）に対して重要視する姿勢に変化してきていること

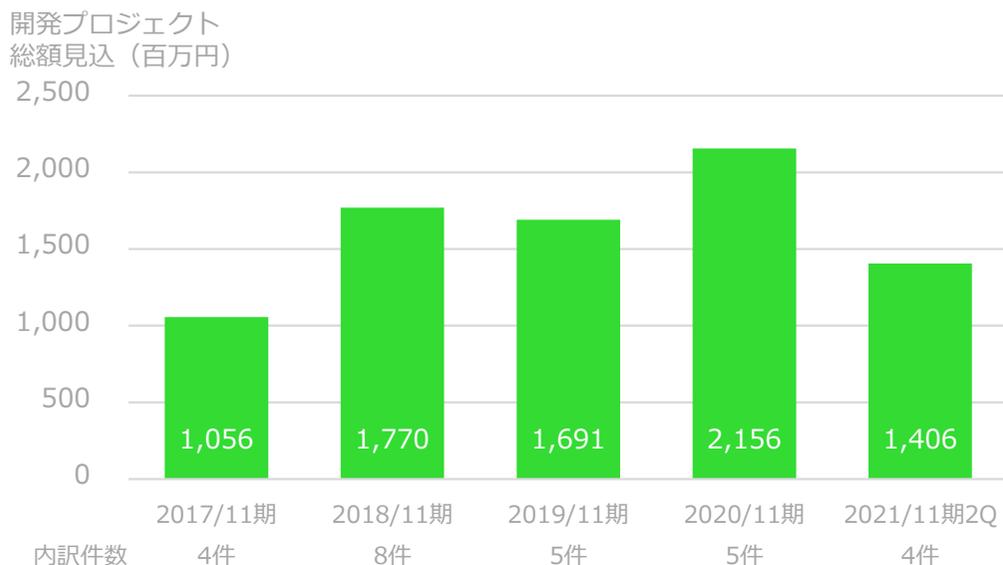
その他、地方銀行や富裕層ビジネスを強化をしたい証券会社からもビジネスマッチング契約に関するお問い合わせをいただいている状況



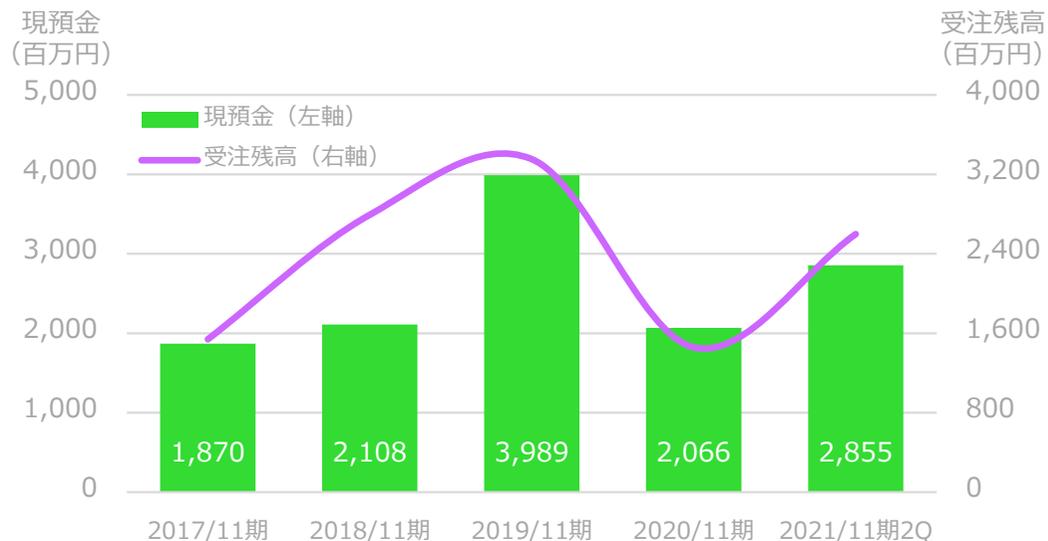
開発販売スキームの状況

2Q時点の開発PJ総額見込は14億円(4件)

開発プロジェクト総額見込について



現預金と受注残高の推移



土地仕入時点における「土地+建物」の完成見込額合計(将来の売上原価見込額)となります。開発販売スキームの粗利率は「土地+建物」合計に対して概ね20%台となる想定で開発しております。

新規の請負受注の回復、今期2Qまでの1件の販売により、キャッシュポジションもUP。土地仕入に向けた活動を再開。

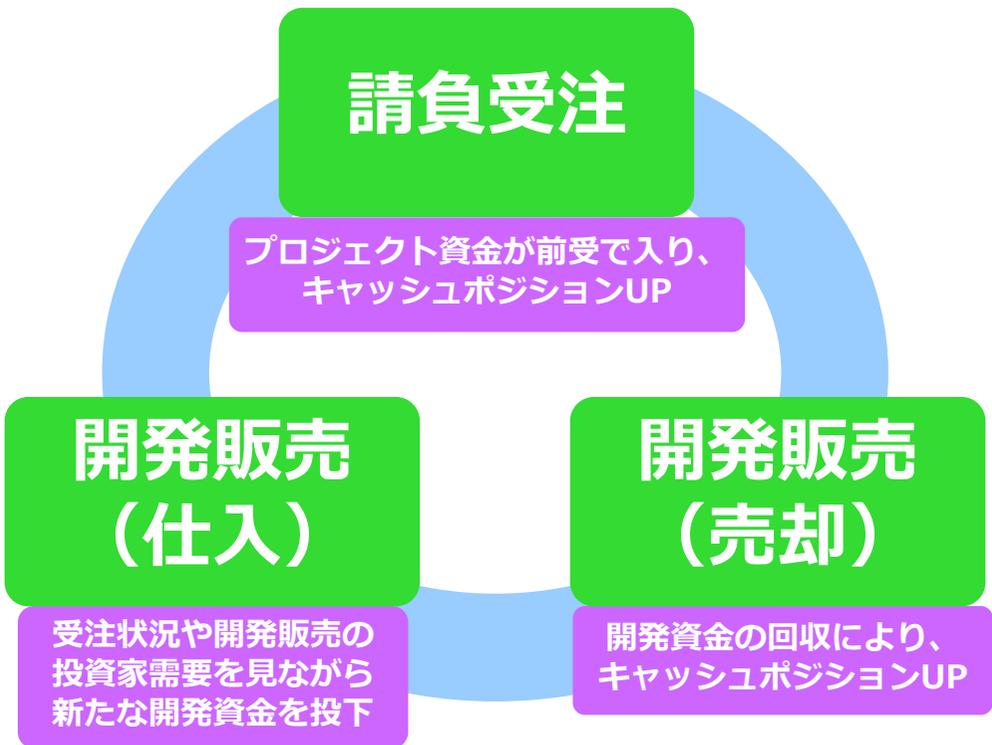
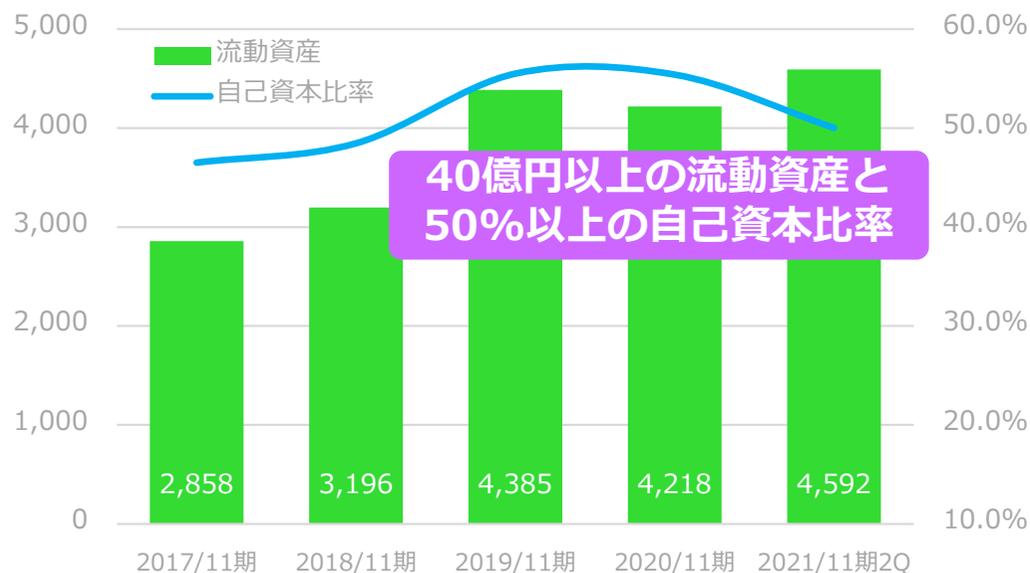
2021/11月期2Qまでに土地建物の販売を1件行いました。また、既に6月(3Q)にもう1件の販売も完了しております。販売用不動産の販売については、入居テナントの誘致活動をしっかりと行い、希少価値の高い物件として販売ができております。



請負受注と開発販売をバランスよく展開

流動資産と自己資本比率の推移

(単位：百万円)



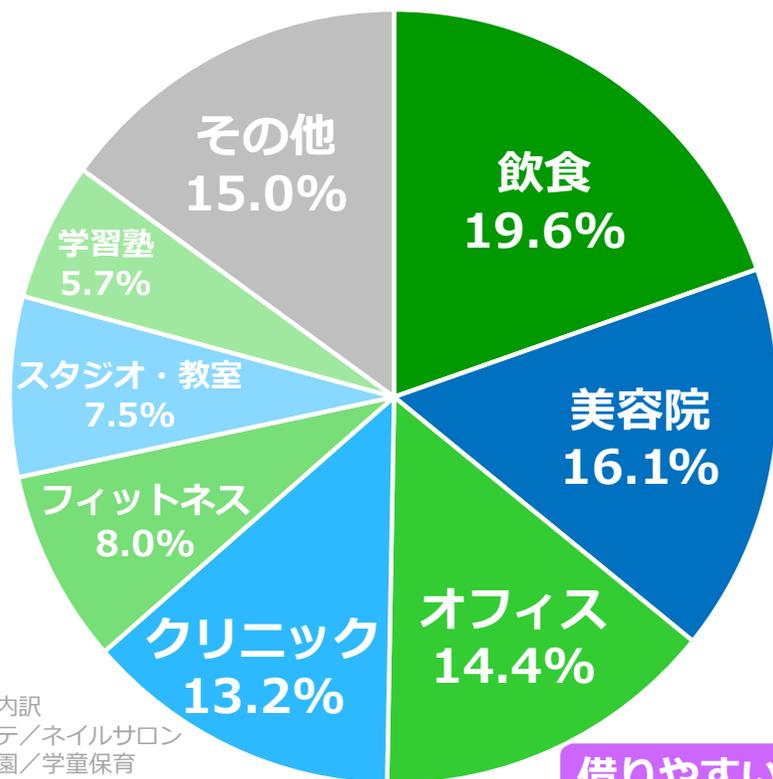
安定した現預金等の流動資産の他、土地仕入のためのみずほ銀行との特別当座貸越契約（10億円）及び不動産事業融資による借入も都度可能であるため、手元現金と借入を組み合わせる新たな開発をしていく段階であると考えています。

- ① 請負受注の回復
⇒前受金増加によるキャッシュポジションUP
- ② 開発販売の売却
⇒開発資金回収によるキャッシュポジションUP
- ③ 開発販売の仕入
⇒手元現金と借入を組み合わせる新たな開発へ



借りやすい小型商業ビルは希少物件

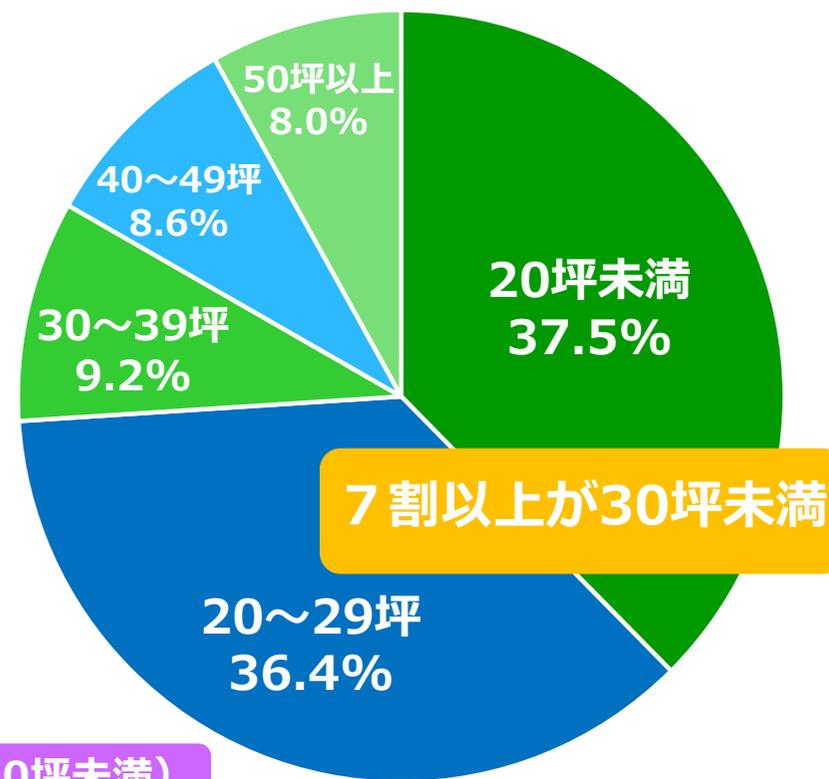
テナントの業態



その他内訳
 ・エステ/ネイルサロン
 ・保育園/学童保育
 ・物販/コンビニ
 ・アパレル
 ・レンタルスペース

※2018年12月～2021年5月に契約した
 173フロア分のテナントを集計

テナントのフロア面積



7割以上が30坪未満

借りやすい規模（7割以上が30坪未満）

立地特性を活かした企画、デザイン性

窓面が多く営業状況が外から見やすい

換気性に優れ、感染対策がしやすい

※2018年12月～2021年5月に契約した
 173フロア分のテナントを集計



下期も請負と開発の両輪で組み立て 前期を大幅に超える業績予想

(単位：百万円)

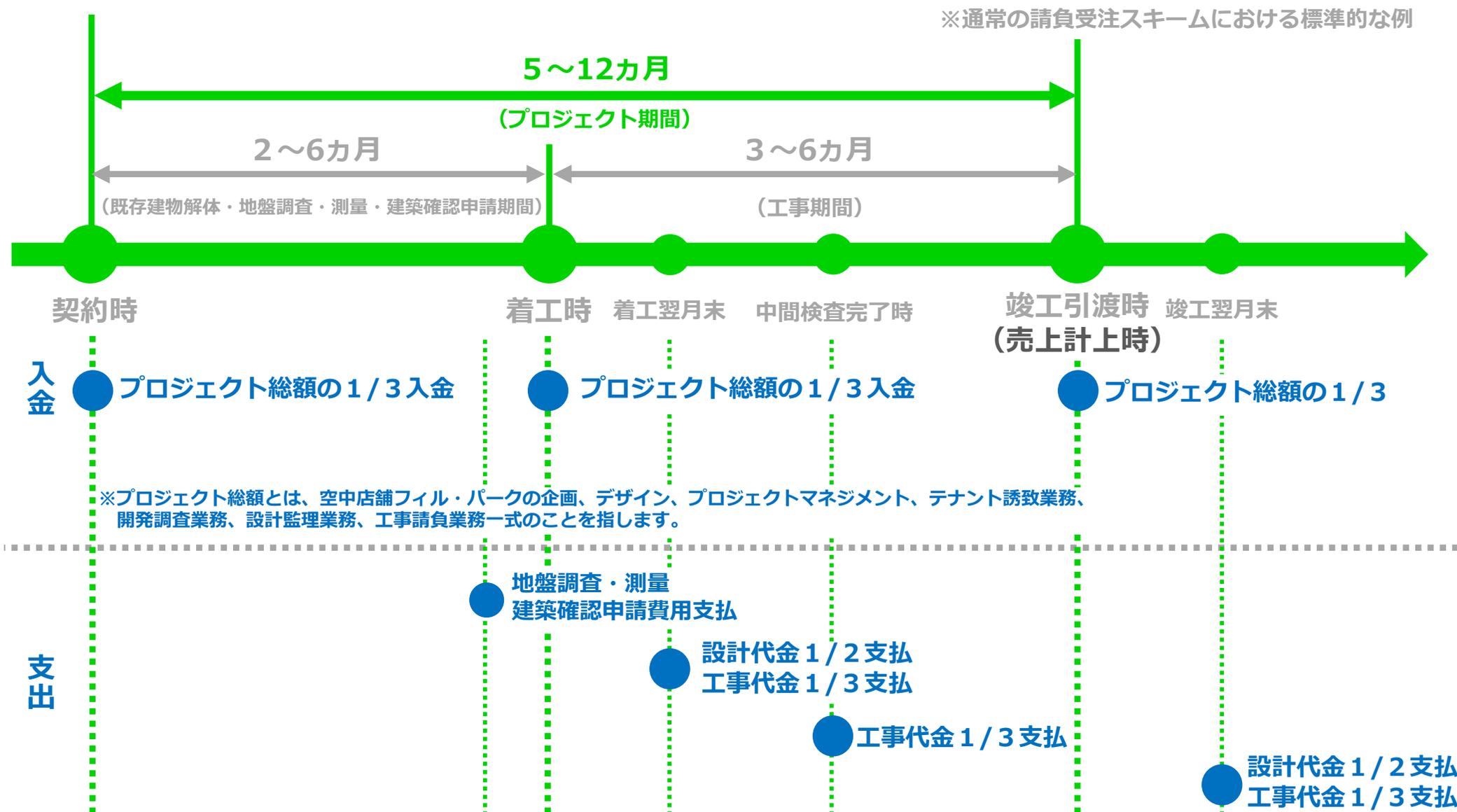
	2020/11期	2021/11期	
	実績	予想	前期比
売上高	3,970	5,000	125.9%
営業利益	130	520	400.0%
経常利益	98	500	510.2%
当期純利益	19	240	—

当社の請負受注スキームにおける会計上の基準が“引渡基準”であり、プロジェクト案件受注後約5ヶ月～9ヶ月を経て売上等が計上されます。また、プロジェクト案件規模の大小による受注単価の幅も大きいため、四半期又は連結会計年度毎の一定期間で区切って比較した場合、期間毎の業績が大きく変動し、直近数年においては下半期に売上等の計上が集中する下半期偏重の状態となる傾向が続いております。



当社のキャッシュフローについて

常時「先にお金が入る仕組み」を構築したためキャッシュフローがマイナスにならず受注増による財務負担が発生しません



03 今後の展望・成長戦略 GROWTH STRATEGY etc.





フィル・パークとプレミアムガレージハウスの両輪で展開

ユーザーの多様なオーダーに応える

ニッチスペースでの土地活用商品・サービスを拡充
ビジネスマッチング先からの紹介に対応可能な営業体制

フィルパークの主な対象エリア

- ・コインPの存在する立地
- ・駅から近く商業性のある場所

プレミアムガレージハウスの主な対象エリア

- ・月極Pの存在する立地
- ・駅から遠い商業性のない場所

多様なニーズに応えながらリスク分散も可能





成長戦略 フィル・パークの展開

コロナ禍におけるテナント誘致実績を武器に営業活動を再開

コロナ禍におけるフィルパークの優位性

借りやすい規模(約10~30坪)

窓面が多く営業状況が外から見やすい

立地特性を活かした企画、デザイン性

換気性に優れ、感染対策がしやすい

コロナ禍でのテナント誘致実績の効果

既存オーナーの安心感・満足度の向上
今後の新規営業における優位性の確保

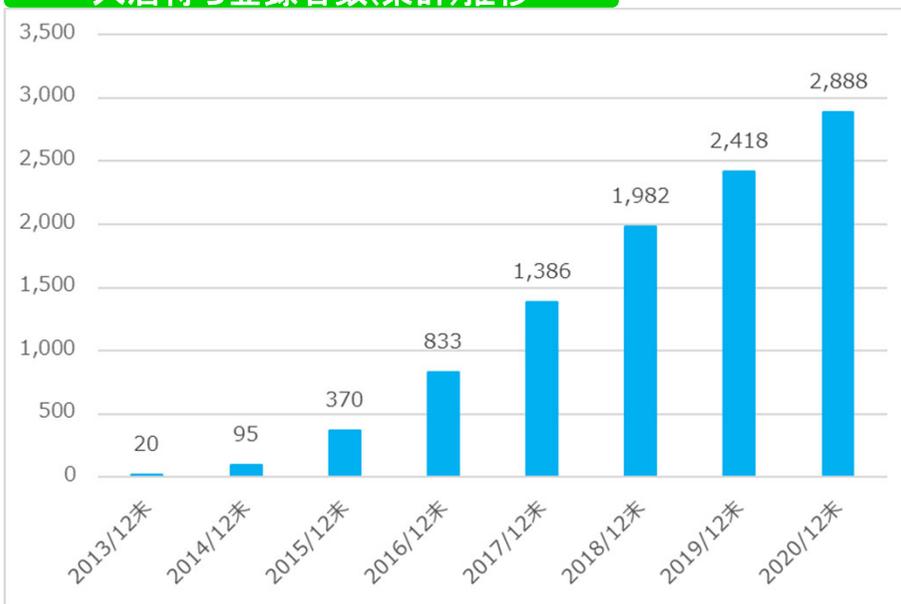
フィル・パークの今後

地主の投資マインドの回復に合わせて展開加速



プレミアムガレージハウスを積極展開

入居待ち登録者数(累計)推移



出典：プレミアムガレージハウス社データベース



2019年1月完全子会社化後

- ①企画・設計・施工・入居者募集までの一貫したサービスを構築
- ②独自のマーケティングシステムにより、入居待ち登録増加
- ③デザインを一新

テレワークなどコロナ禍での
需要が増加

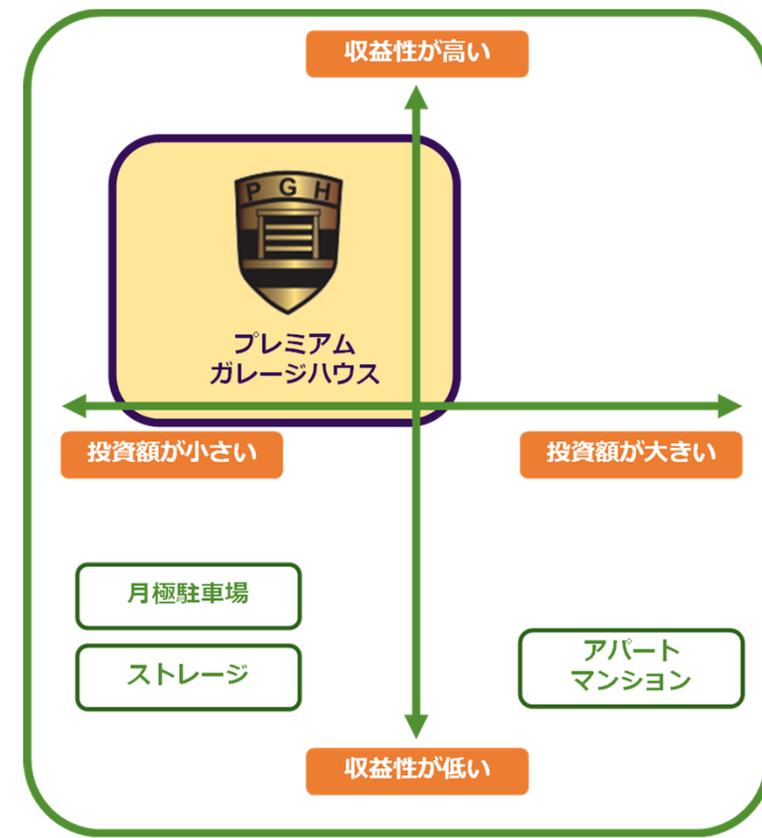
多数の入居希望者のニーズに
応えるべく供給体制を強化し
加速度的に営業展開を図れる
ビジネスモデルに昇華



成長戦略 プレミアムガレージハウスの優位性

プレミアムガレージハウスの競争優位性

	プレミアム ガレージハウス	アパート/ マンション	月極駐車場	ストレージ
安定性 (入居率)	◎	○	△	△
収益性 (投資回収期間)	◎	△	—	△
収益性 (手残り)	◎	×	△	△
節税効果	◎	◎	×	△
活用可能 立地範囲	◎	△	○	△



ターゲットの明確化

ターゲットを、車/バイク利用者で比較的高額の賃料を厭わない方々に限定することで、他の活用と差別化しています。



独自の集客チャネル

自社メディアにて入居者募集・ストックし、安定的に入居者をご案内しているため、他のガレージハウスとも差別化しています。



プレミアムガレージハウスの地主メリット



プレミアムガレージハウス 6つのメリット



節税効果

駐車場やトランクルーム等と異なり、建物は**住宅扱い**のため、**節税効果も期待**することができます。



入居希望者登録

満室物件に対しても**入居希望者を常時ストック**しているため、退去後の入居者をすぐに募集できます。



運用コストが低い

建物には過度な設備をつけていないため、メンテナンスコストを軽減することができます。



駅から遠くてもOK

プレミアムガレージハウスの入居者は、車/バイクの利用が前提のため、所有地が**駅から遠くてもOK**。



供給 < 需要

供給が追い付いていないため、入居者の退去後も**賃料が下落しづらい**。



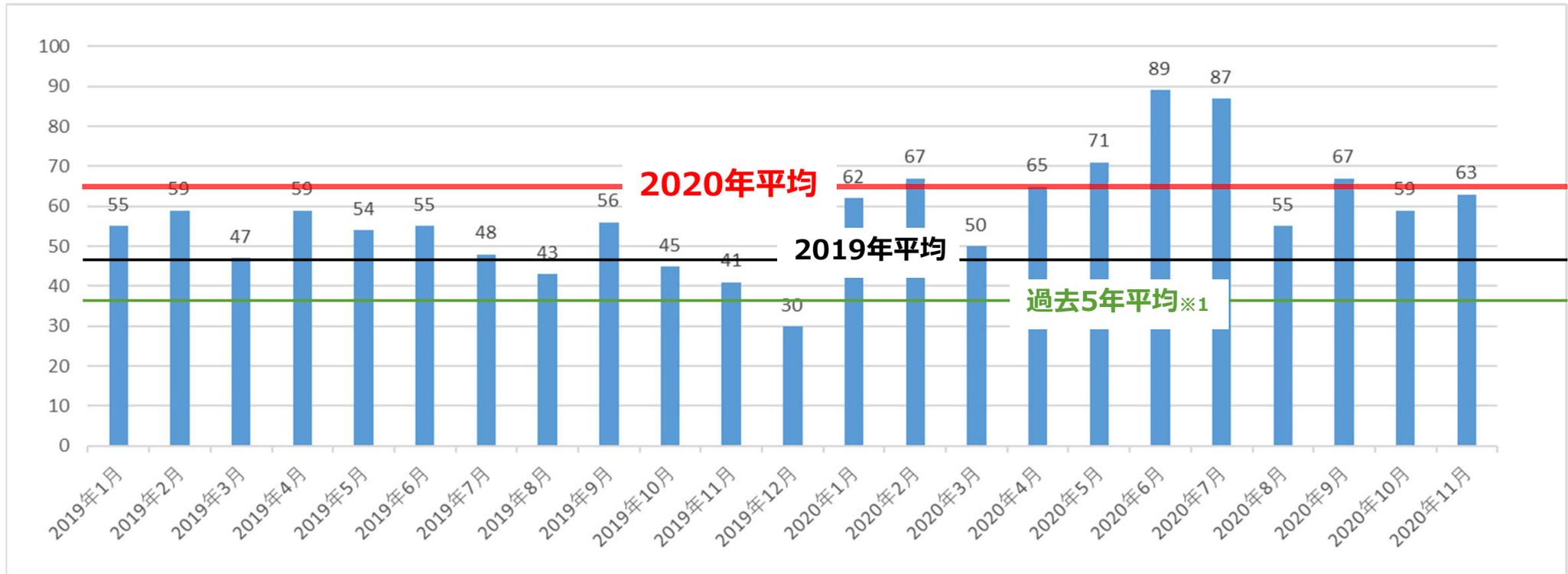
デザイン性の高い建物

約300戸の実績を元に、**入居者が満足する設計**を行っており、入居しやすい、かつ、退去しにくい物件としています。



コロナ禍で新規入居希望者数が増加

入居希望登録者数月別推移



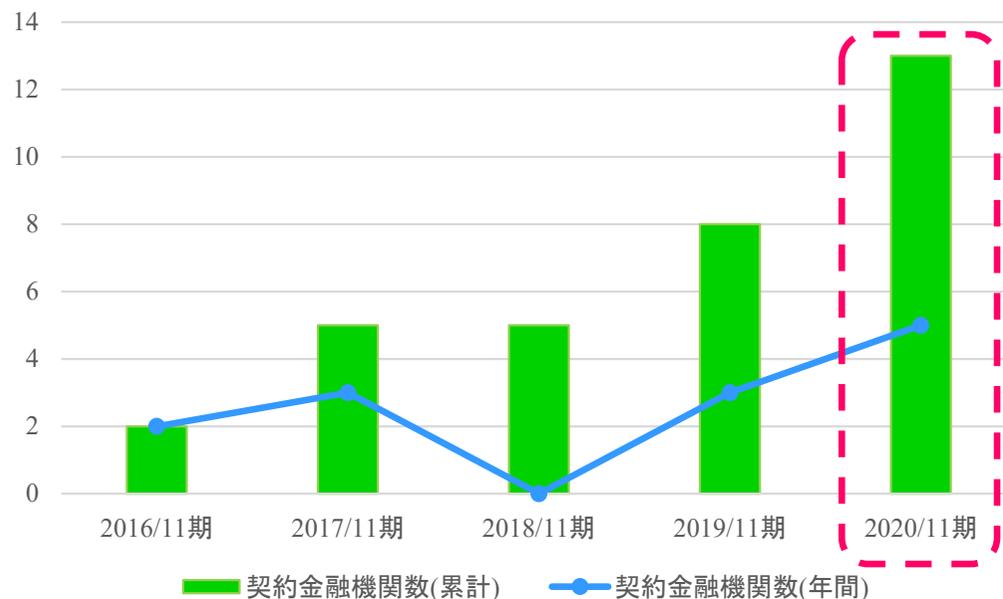
出典：プレミアムガレージハウス社データベース

平均月間新規登録者(過去5年平均) **38.7人**
 平均月間新規登録者(2019年) **48.6人**
 平均月間新規登録者(2020年) **66.8人**



コロナ禍後を見据えビジネスマッチング契約を強化

ビジネスマッチング金融機関数推移



コロナ禍にあった2020年11月期は、各金融機関がビジネスマッチング契約を減らすなど整理している中でも、当社のビジネスモデルを評価され年間過去最大件数の新規ビジネスマッチング契約を締結

都市銀行・地方銀行・信用金庫等と提携し、土地活用/空き家対策に困っている地主等の紹介に加え、販売チャネルの構築でも連携

今後の方針

フィル・パーク、プレミアムガレージハウスの両輪で、金融機関のお客様の課題解決に取り組み、実績を積み上げる
また、税理士・会計士・弁護士等との提携も進めていく



新たな不動産投資マーケットへ挑戦

これまでの取組み

- ・フィル・パークブランドでクラウドファンディングを利用して募集(19年4月)
- ・1億円を99秒で調達
- ・商品性の高さの検証を完了

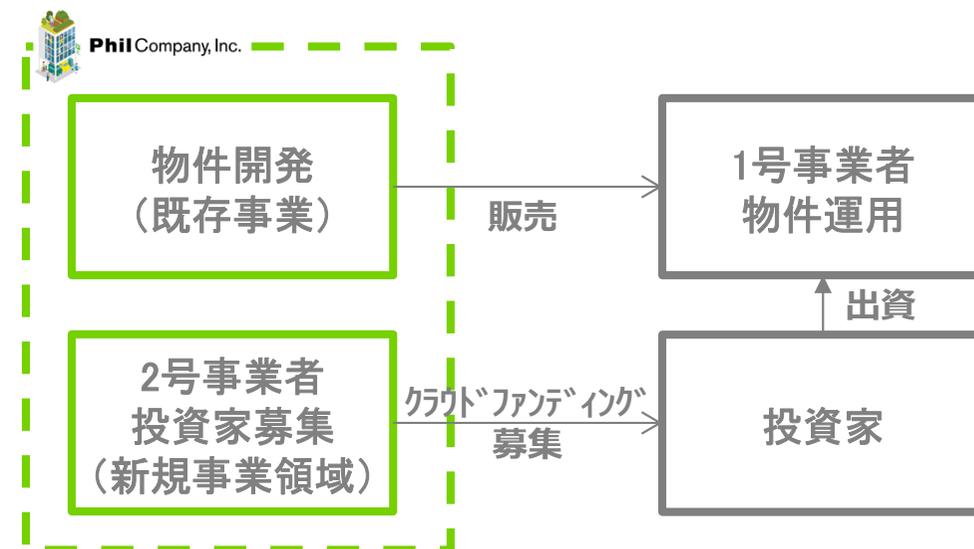
現在～今後の取組み

- ・不特法2号許可を取得し、当社運営サイトによるファンド募集を行う仕組みを構築
- ・開発販売スキームにおけるフィル・パークの販売力の向上

あなたも、
その「まち」のストーリーになる。



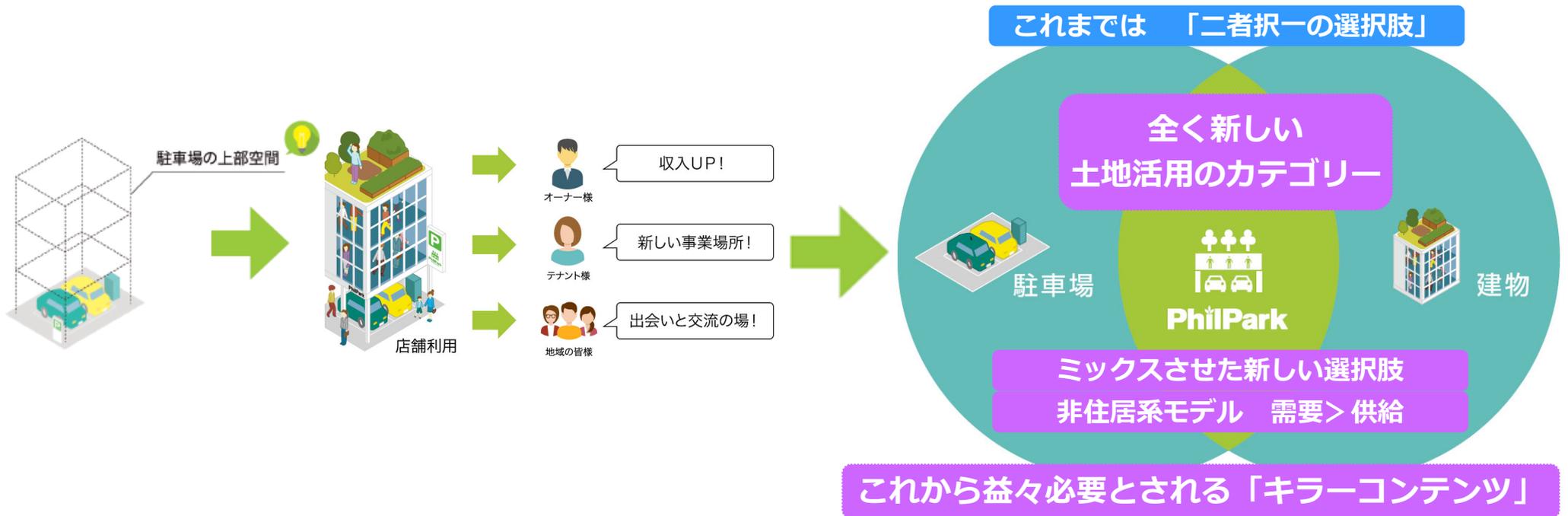
簡易スキームイメージ



04 参考資料 APPENDIX



コインパーキング(時間貸し駐車場) ×建物 ≡ 空中店舗フィル・パーク



オンリーワンからナンバーワンへ

本格成長に必要な経営資源を蓄えている段階



夜間真っ暗なコインパーキングの
上部空間にあかりを灯し



コロナ禍にある日本のまちに人の流れを呼び戻し
日常を取り戻す



空中店舗というオリジナリティ

コインPの収入はそのまま



空中店舗でも追加収入



圧倒的な投資回収の早さ
想定回収期間≒実態回収期間

当社実績
表面利回り

平均 **21.3%**

実績増加・信用度向上により
対象エリアが広がっている

最適コスト



※2013年12月～2020年11月竣工分、当社調べ

小型商業モデル

暫定活用性

不動産投資の常識を覆す5年～10年の回収



POINT

建物を作っても

コインP収入を
維持できる 空間づくり

空中階(2階・3階)であっても

テナントの賃貸
需要が高い空間づくり

テナントが儲けを
出せる空間づくり

車が1階・空中に店舗という特殊建築物であっても

諸法令・収益性を
満たす建築企画づくり

ALL CLEAR

臨機応変セミオーダー型

SPACE ON DEMAND

 という考え方。

「SPACE ON DEMAND」=「今の世の中の需要に合った空間づくり」をコンセプトに、地主(駐車場オーナー)の所有地に最適な企画づくりを行います。 作った方がいいテナントが入らないという建物づくりは行いません。

今までの土地活用

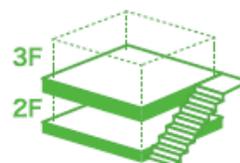
建ぺい率・容積率いっぱいの建物づくり

不透明感漂う現代社会においては高リスク(大きな投資への懸念)

フィル・カンパニーの土地活用提案

駐車場・テナントの需要に合った空間づくり

テナント賃貸需要にもとづく
空間づくり



建物階層数・
フロア面積の最適化

駐車場利益を最大化する
空間づくり



車の出し入れがしやすい
駐車場レイアウトと建物設計

テナントの店舗利益を最大化する
空間づくり



・デザイン性が高く目立つ建物
・顧客導線を考えた階段配置

地主(駐車場オーナー)の投資対効果最大化



参考資料 事業の特徴・強み③

駐車場を残すという発想。



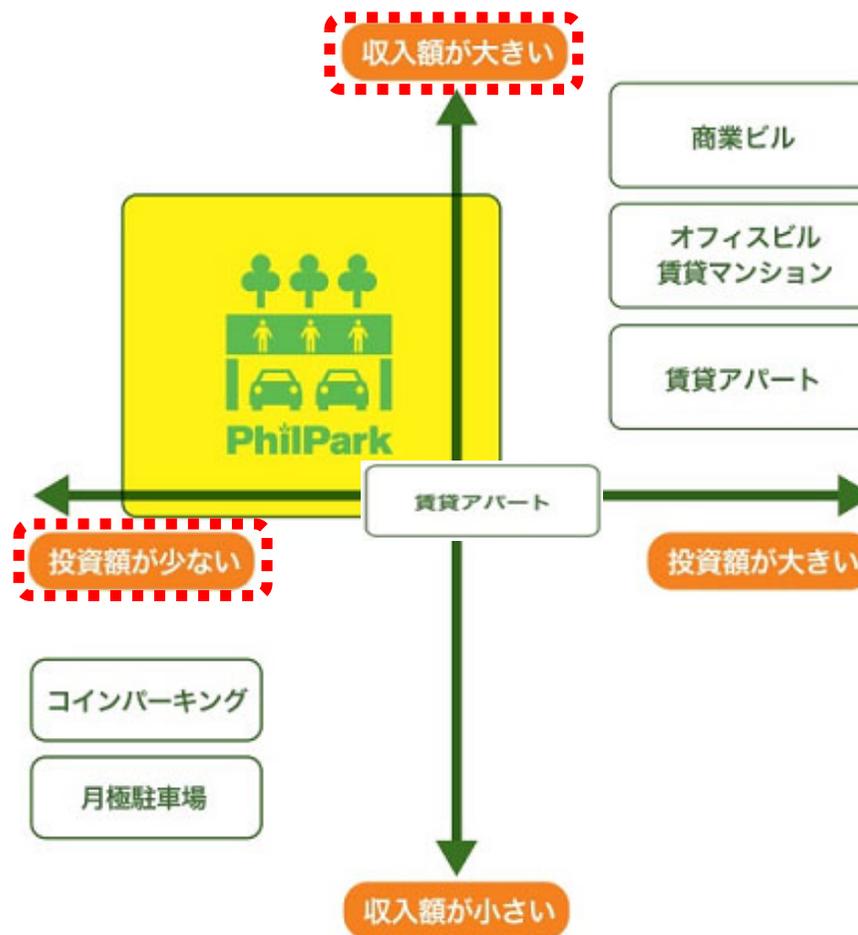
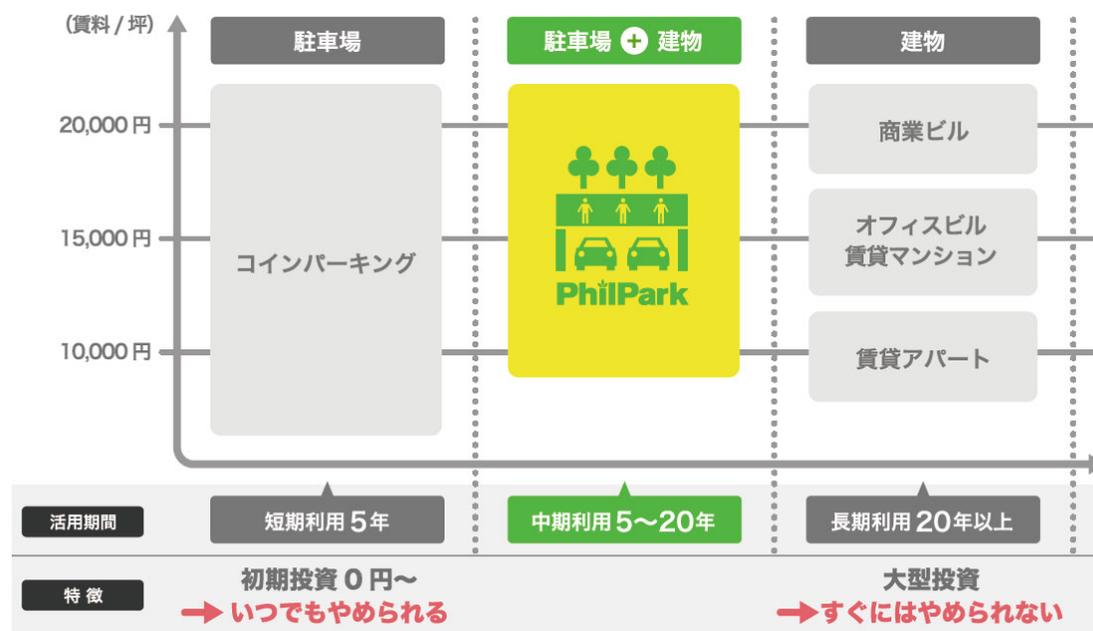
高額な駐車場収入を活かせる!

「駐車場賃料≧テナント賃料」ということが多くあります。



安定的な駐車場収入を活かせる!

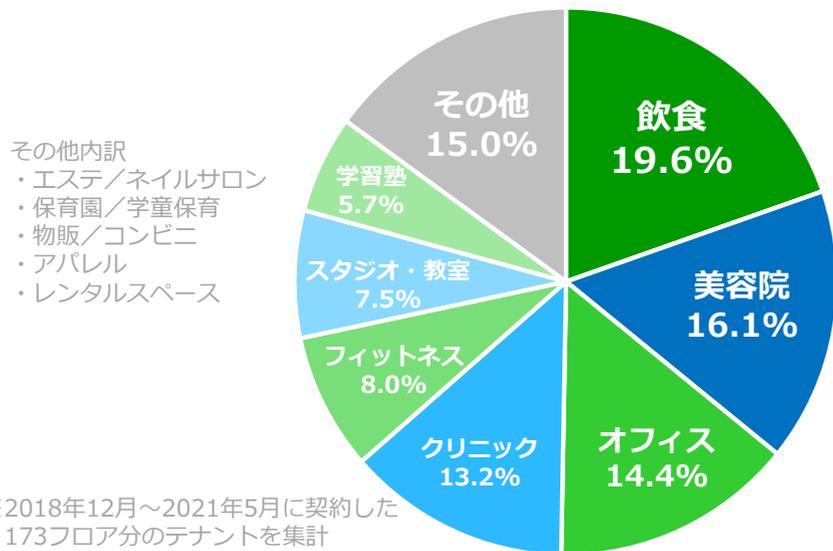
収入が急に「0円」となることはありません!!



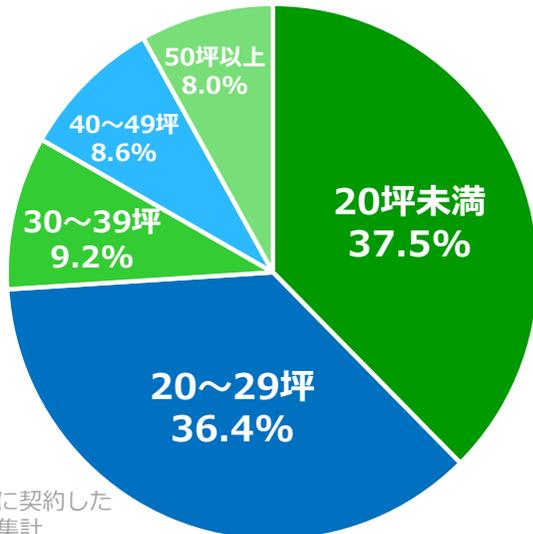


フィル・パークにマッチした多様なテナント

テナントの業態



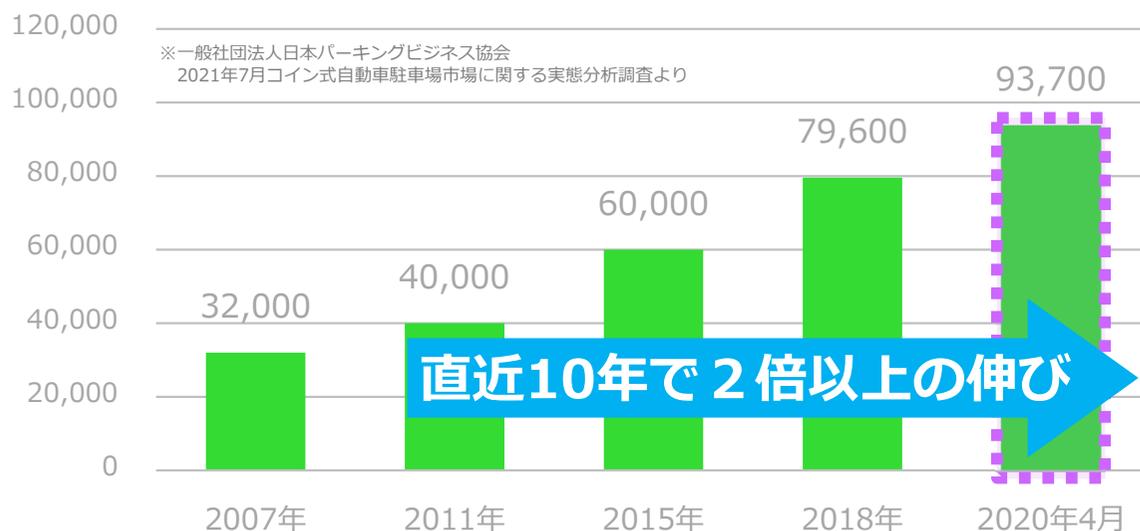
テナントのフロア面積



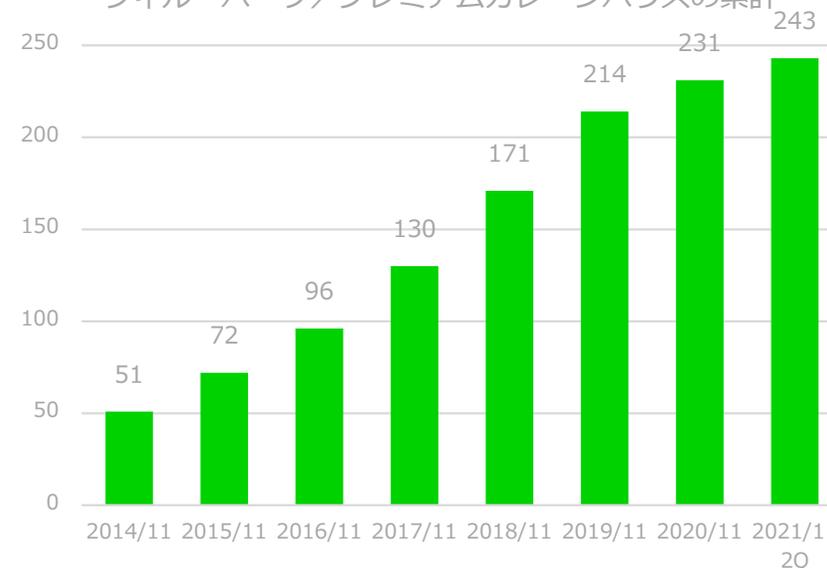


コインパーキング市場は80,000箇所に迫る

全国コインパーキング箇所数 (500㎡未満)



フィル・パーク/プレミアムガレージハウスの累計



新しい価値：類似潜在市場の選定は難しい

敢えて仮定するならば **潜在市場規模10兆円**：

「空中店舗フィル・パーク」プロジェクト平均単価 約100百万円 × コインパーキング数約100,000箇所≒8兆円+αその他

コインP市場に限定しても未だ0.3%の展開

拡大余地は十二分



将来見通しに関する注意事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、利用可能な情報に基づいて当社よりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。