

Phil Company, Inc.

2022年11月期通期 決算説明会資料 2023年1月13日 (金)

株式会社フィル・カンパニー 東証プライム 証券コード：3267



目次



Phil Company, Inc

スライド 番号	財務情報	スライド 番号	中期経営計画の進捗状況
P.4	2022年11月期業績サマリー	P.17	中期経営計画ハイライト
P.5	2022年11月期通期決算概要（連結損益計算書）	P.18	事業戦略-既存事業の状況（空中店舗フィル・パーク）
P.6	売上高の内訳	P.19	事業戦略-既存事業の状況（プレミアムガレージハウス）
P.7	請負受注スキームの受注高と受注残高の推移	P.20	事業戦略-新規事業の状況（PGH FC化/ファンド）
P.8	フィル・パークとPGHの請負受注スキームの受注状況	P.21	成長投資（人材基盤）の進捗状況①
P.9	開発販売スキームの状況	P.22	成長投資（人材基盤）の進捗状況②
P.10	財務状況について	P.23	成長投資（デジタル基盤）の進捗状況
P.11	財務状況について（連結貸借対照表）	P.24	その他投資-広告宣伝の状況
P.12	金融機関からの問合せ	P.25	その他投資-ESG/M&Aの状況
P.13	2023年11月期の通期業績予想について	P.26	サステナビリティの取り組み：事業価値と重点課題
P.14	新収益認識基準の適用について（請負受注スキームのみ）	P.27	サステナビリティハイライト
		P.29～	中期経営計画の再掲

業績ハイライト ～財務情報～



連結売上高

4,378百万円
前期比▲1,053百万円

フィル・パーク受注件数

13件
前期比+8件

フィル・パーク受注高

1,632百万円
前期比▲61百万円

連結経常利益

200百万円
前期比▲513百万円

PGH受注件数

16件
前期比▲6件

PGH受注高

1,101百万円
前期比▲258百万円

連結純利益

142百万円
前期比▲265百万円

開発用地取得契約件数

8件
前期比+7件

開発プロジェクト総額見込

1,711百万円
前期比+1,308百万円

売上高は業績予想より下回ったものの、販管費の減少により利益は増加

(千円)	2021/11期 前期実績	2022/11期 通期業績予想	2022/11期 通期実績	実績－予想
売上高	5,432,354	5,500,000	4,378,593	△1,121,407
売上原価	3,726,568	—	3,350,502	—
売上総利益	1,705,785	—	1,028,090	
（粗利率）	（ 31.4% ）	—	（ 23.4% ）	
販売費及び一般管理費	980,873	—	858,250	
——人件費	648,210	—	544,104	—
——業務委託費	67,717	—	83,146	—
——租税公課	48,110	—	26,493	—
——広告宣伝費	23,053	—	4,863	—
——支払報酬	41,298	—	41,365	—
——その他	152,485	—	158,278	—
営業利益	724,912	140,000	169,840	+ 29,840
経常利益	713,276	130,000	200,100	+ 70,100
当期純利益	407,470	90,000	142,019	+ 52,019

請負受注：当初の想定を下回る
開発販売：販売を見込んでいたPJの一部が来期にずれ込む

※2022年11月期より新収益認識基準を適用

売上高の内訳（2022年11月期から新収益認識基準を適用）

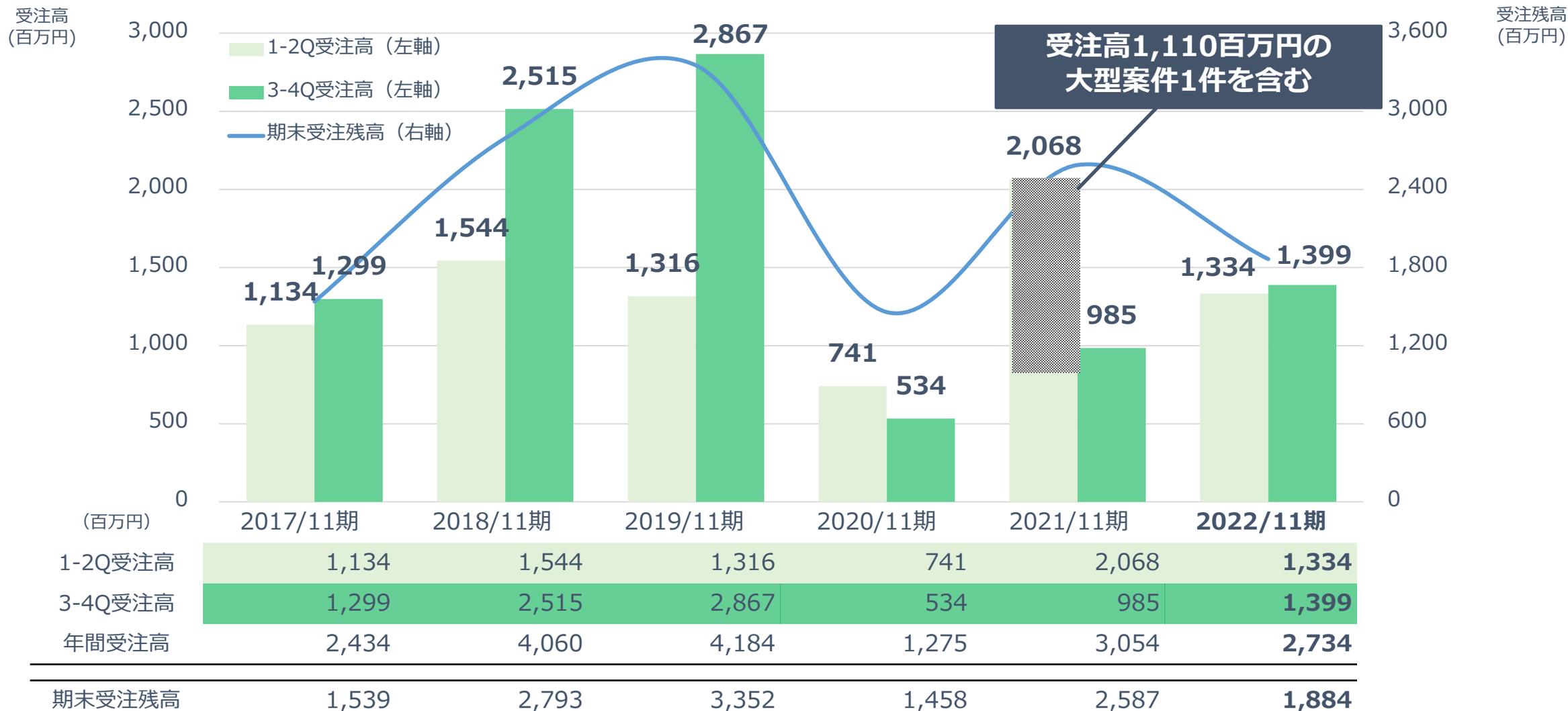
請負受注分売上高：前期比+1,387,384千円（74%増）

開発販売分売上高：前期比減となったが、22年11月期は土地仕入れを強化しており、23年11月期での販売を想定

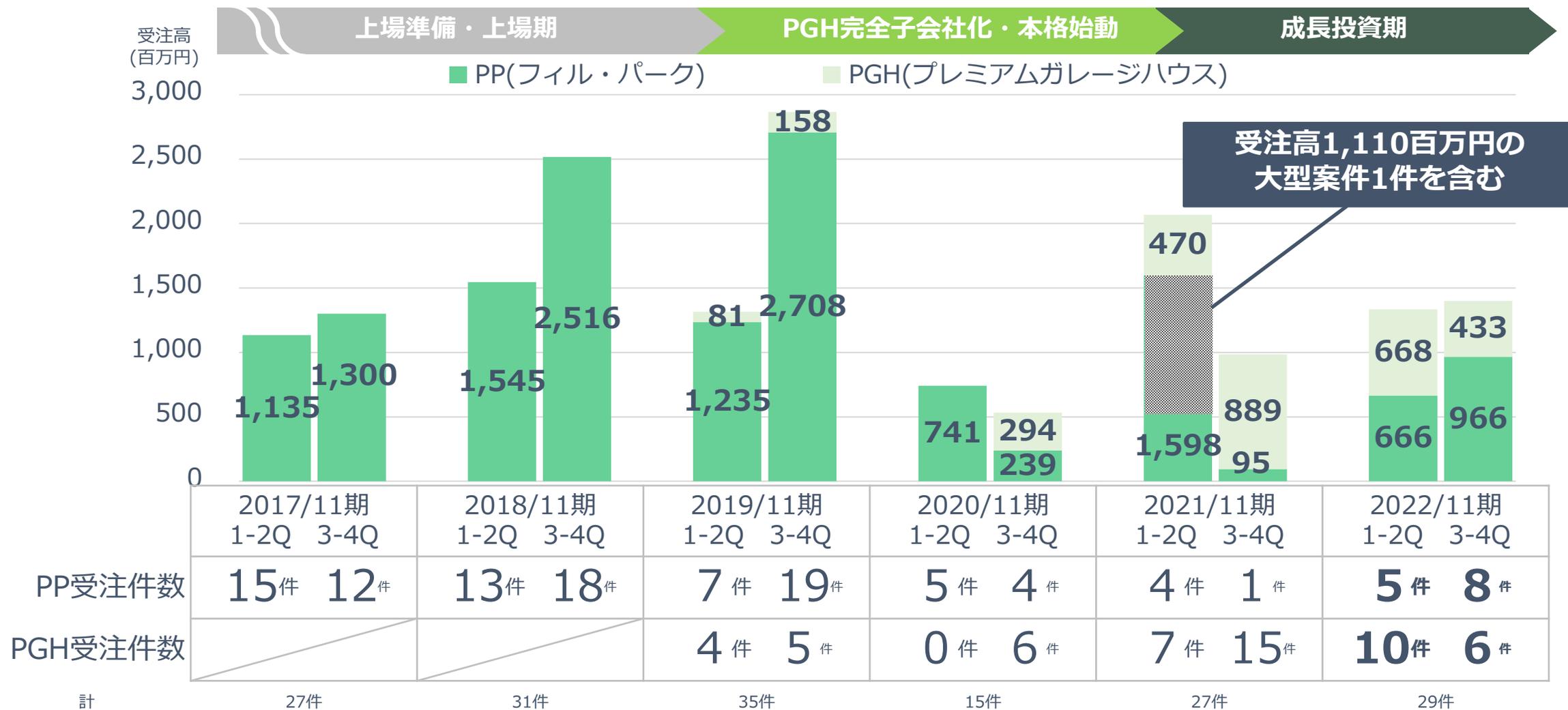
(千円)		2021/11期	2022/11期	前期末比
売上高		5,432,354	4,378,593	△1,053,761
売上高内訳	請負受注	企画・デザイン等 (90~100%) ※	3,244,115	217,003
		設計・監理 (50~60%) ※		202,037
		工事請負 (13~18%) ※		2,825,074
	開発販売	3,155,809	717,781	△2,438,028
	その他	419,814	416,696	△3,118
売上原価		3,726,568	3,350,502	△376,066
売上総利益		1,705,785	1,028,090	△677,695
粗利率		31.4%	23.4%	—

※（ ）内は、新収益認識基準適用後の、各業務の粗利率の目安となります。

受注状況がコロナ禍から徐々に回復しつつあり、受注高・受注残高は底堅く推移

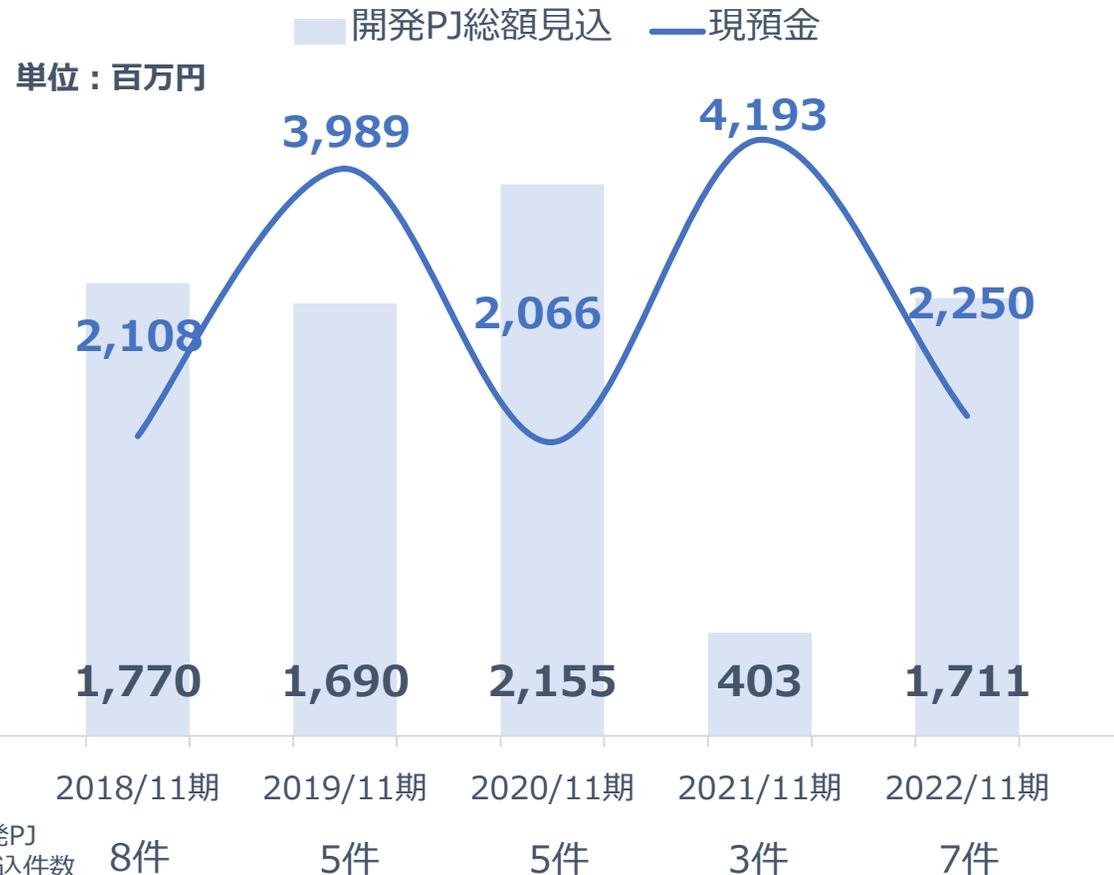


フィル・パークの受注件数は回復基調にあり、PGHの受注件数は堅調に推移



2022年11月期は土地の仕入れに注力し、期末時点で計7件のPJが進行中

開発PJ総額見込と現預金の推移



開発販売スキームの売上高

販売：土地2件 土地建物2件

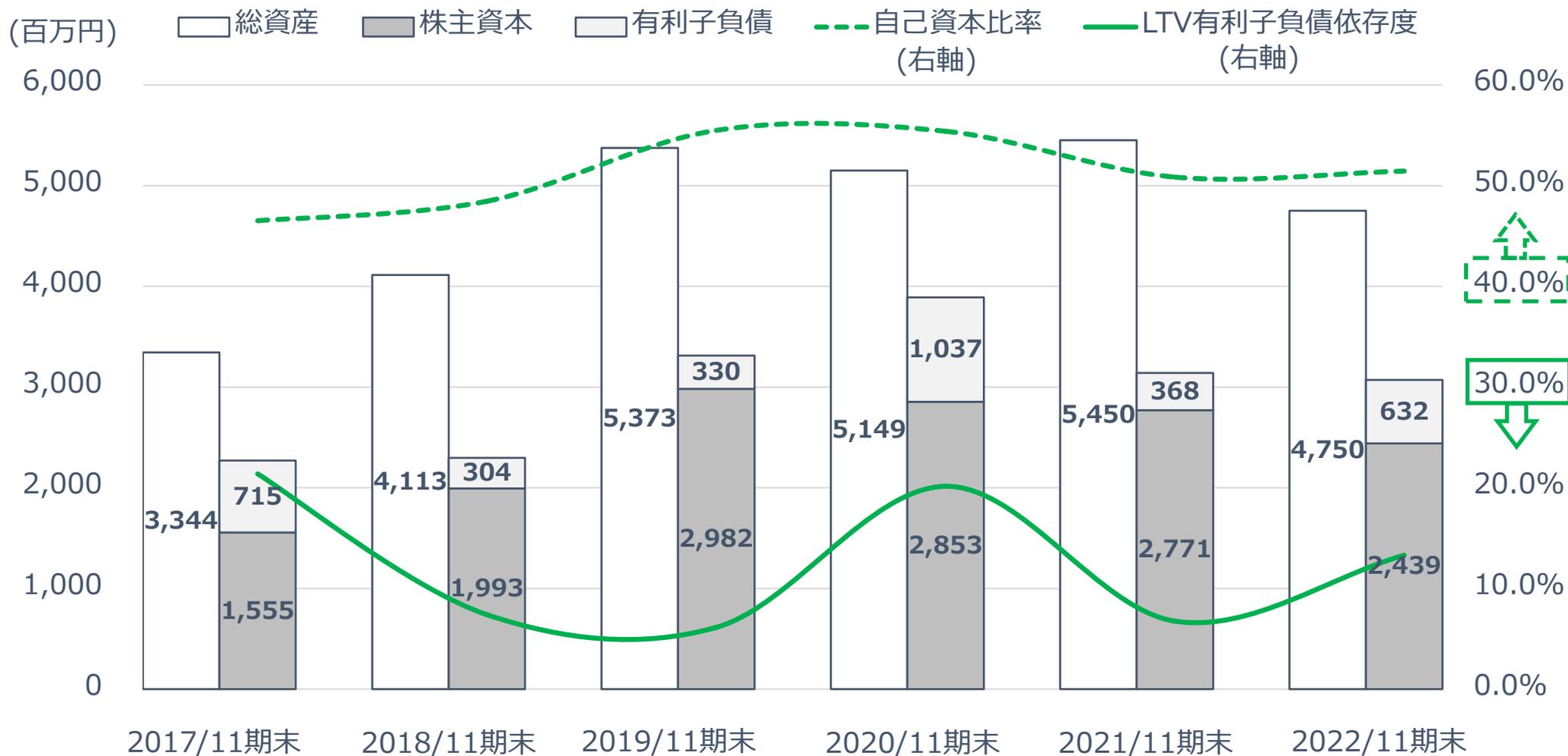
売上高：717百万円

2022年11月期は土地仕入れを強化

■ 2022年11月期は8件の用地取得契約を締結するなど、土地仕入れの強化を図ってまいりました。今期の4Qでは、2件の土地先行販売に加え、2件の土地建物販売、計4件の販売を行いました。

■ 4件の販売後も、計7件、将来の売上原価見込金額に換算して1,711百万円の開発プロジェクトが進行しております。

- 土地の仕入れは強化しつつも、借入余力には余裕がある状態を維持
- 開発販売スキーム展開の自社指標として、自己資本比率40%以上かつLTV（有利子負債依存度）30%未満を維持



財務状況について（連結貸借対照表）

2022年11月期末 総資産：4,750百万円 ※（ ）内は前期末比

単位：百万円

流動資産

3,886
(△689)

現預金
2,250
(△1,942)

棚卸資産
1,357
(+1,092)

固定資産

863
(△11)

流動負債

1,528
(△599)

前受金
728
(△523)

固定負債

777
(+229)

純資産

2,443
(△330)

自己株式
1,076
(+466)

①新収益認識基準が適用されたことで、期首受注残の調整が生じ、前受金が減少

②2022/11期より請負受注スキームのプロジェクトの進行に伴って売上を計上するため、前期よりも早く前受金が減少

土地仕入の強化により前期末から現預金は減少しているものの、投資余力はまだまだ高い状況を維持

開発PJの着手・進行により増加

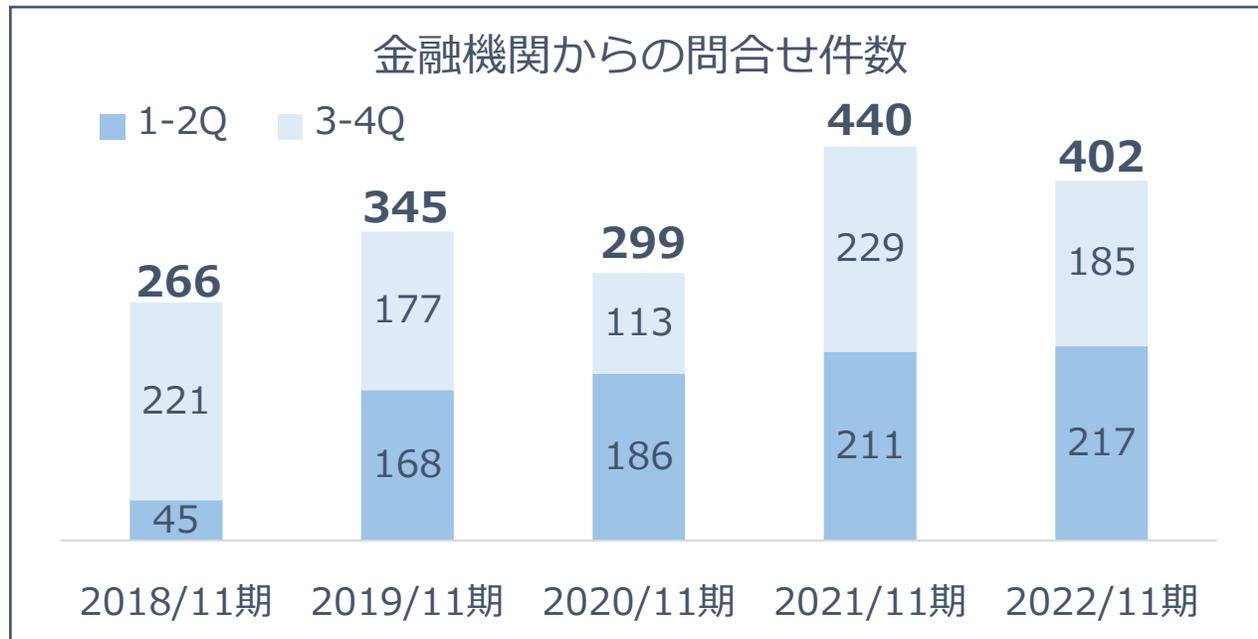
自己資本比率

51.3%

自己株式の取得

金融機関からは安定して問合せが続く

- 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、企画提案できる土地活用商品の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



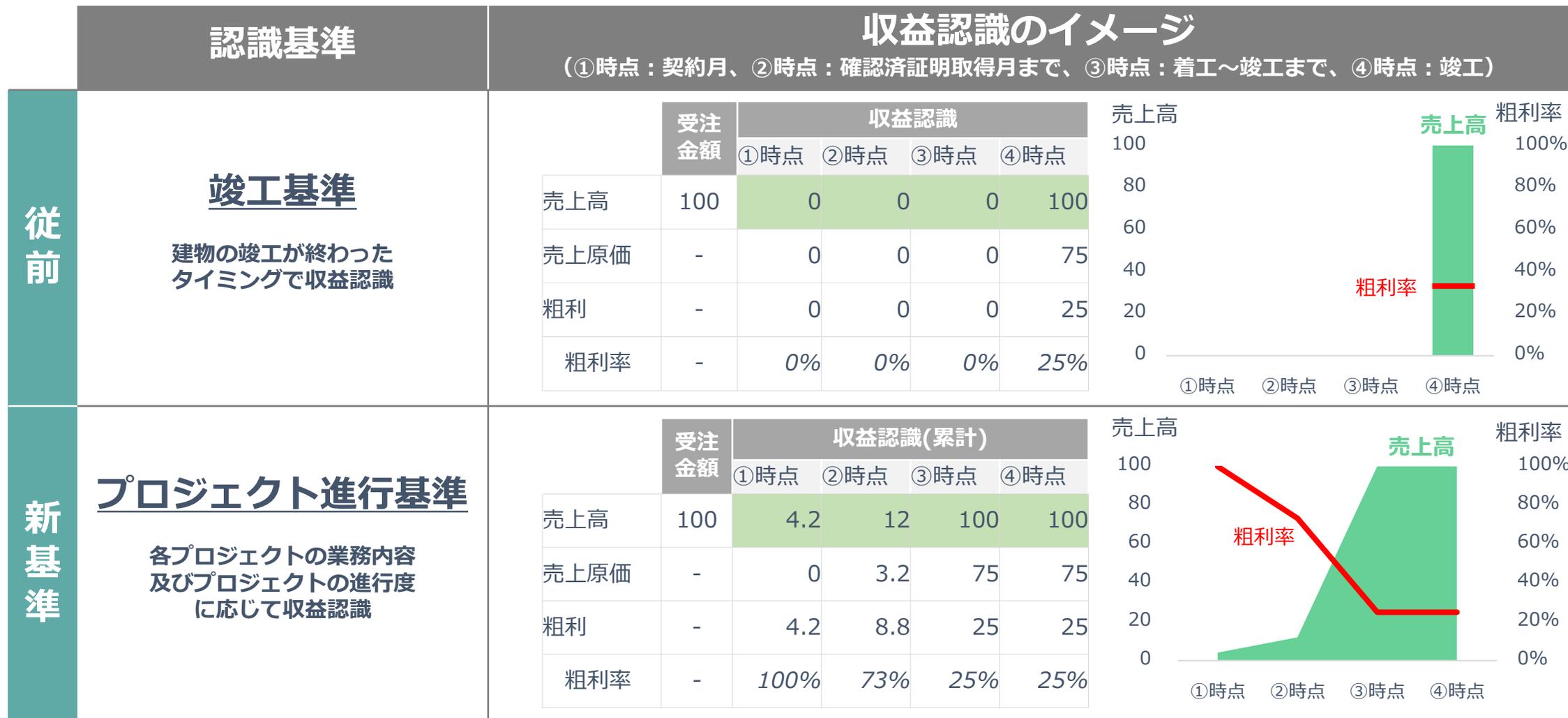
契約月	銀行名
2016年6月	みずほ銀行
2016年6月	横浜銀行
2017年8月	城南信用金庫
2017年10月	東日本銀行
2017年11月	武蔵野銀行
2019年1月	りそな銀行
2019年10月	三井住友銀行
2020年3月	東京スター銀行
2020年3月	十六銀行
2020年9月	三菱UFJ銀行
2020年11月	多摩信用金庫
2021年3月	SBI証券
2021年11月	京葉銀行
2022年4月	北日本銀行
2022年8月	名古屋銀行

2023年11月期の業績の見通しとして売上高7,000百万円を予想しております

(千円)	2022/11期 実績	2023/11期 業績予想	対2022/11期比
売上高	4,378,593	7,000,000	59.9%増
売上原価	3,350,502	—	—
売上総利益	1,028,090	—	—
(粗利率)	(23.4%)	—	—
販売費及び一般管理費	858,250	—	—
営業利益	169,840	250,000	47.2%増
経常利益	200,100	240,000	19.9%増
当期純利益	142,019	160,000	12.6%増

2023年11月期は、中期経営計画に基づき既存事業の成長を促進しながら、スケールのための成長投資を継続してまいります

2022年11月期より新収益認識基準が適用となり、売上及び粗利率の変動が発生



※請負受注スキームのみが対象になります

中期経営計画の 進捗状況



目次



Phil Company, Inc

スライド 番号	財務情報	スライド 番号	中期経営計画の進捗状況
P.4	2022年11月期業績サマリー	P.17	中期経営計画ハイライト
P.5	2022年11月期通期決算概要（連結損益計算書）	P.18	事業戦略-既存事業の状況（空中店舗フィル・パーク）
P.6	売上高の内訳	P.19	事業戦略-既存事業の状況（プレミアムガレージハウス）
P.7	請負受注スキームの受注高と受注残高の推移	P.20	事業戦略-新規事業の状況（PGH FC化/ファンド）
P.8	フィル・パークとPGHの請負受注スキームの受注状況	P.21	成長投資（人材基盤）の進捗状況①
P.9	開発販売スキームの状況	P.22	成長投資（人材基盤）の進捗状況②
P.10	財務状況について	P.23	成長投資（デジタル基盤）の進捗状況
P.11	財務状況について（連結貸借対照表）	P.24	その他投資-広告宣伝の状況
P.12	金融機関からの問合せ	P.25	その他投資-ESG/M&Aの状況
P.13	2023年11月期の通期業績予想について	P.26	サステナビリティの取り組み：事業価値と重点課題
P.14	新収益認識基準の適用について（請負受注スキームのみ）	P.27	サステナビリティハイライト
		P.29～	中期経営計画の再掲

“駐車場上部空間を活用する会社”から“未活性空間の価値を最大化する事業創造会社”へ

中期経営計画期間 = 更なる飛躍のための

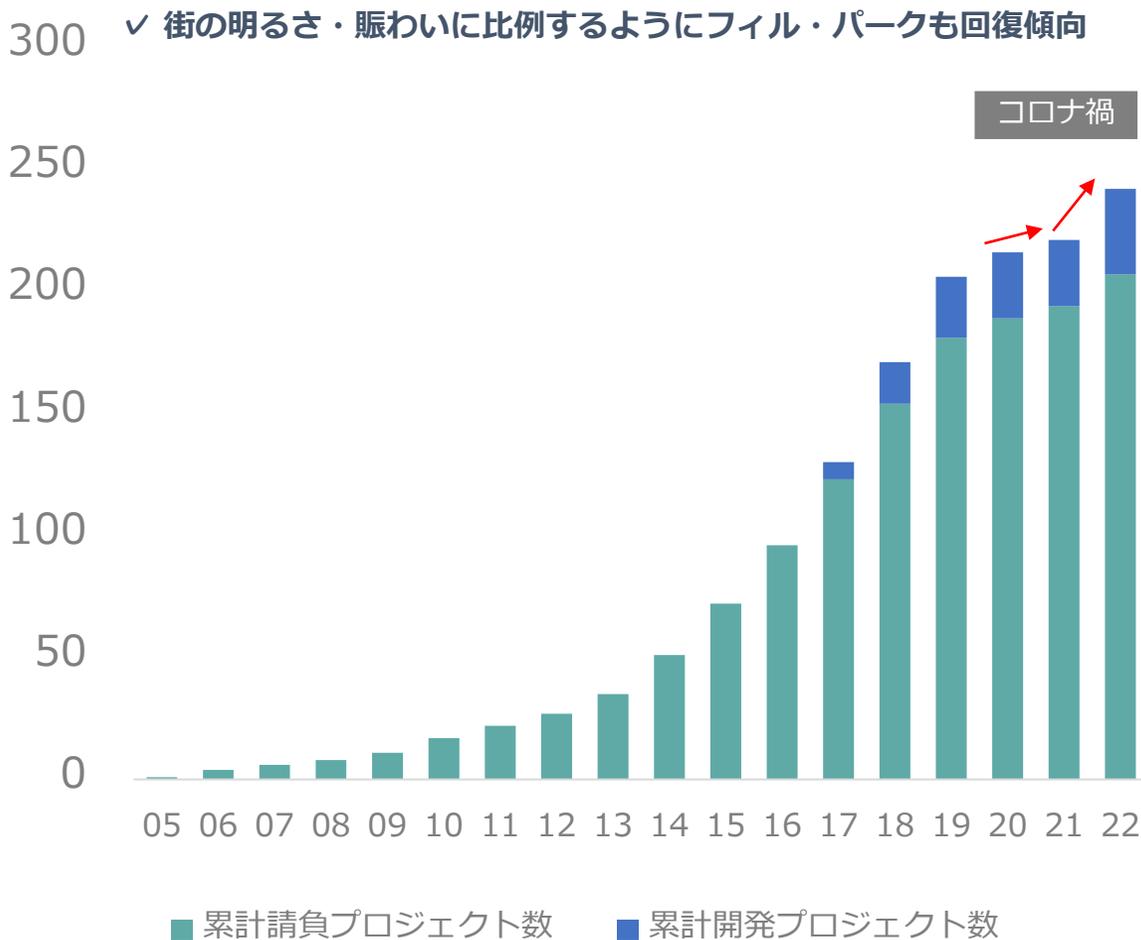
成長投資フェーズ

成長投資	事業戦略
<ul style="list-style-type: none"> ★人材基盤 ★デジタル基盤 ■広告宣伝投資 ■ESG開発投資 ■M&A投資 	<ul style="list-style-type: none"> ■人材投下による既存事業の安定成長 <li style="text-align: center;">+ ■プレミアムガレージハウスの全国展開 ⇒オンラインプラットフォームを 基軸としたFCモデルの構築 ⇒自社ブランドによるファンド組成

- ✓無形資産（非財務資本）の蓄積による企業価値の増加
- ✓3年後(24/11期)は売上高150億円、営業利益率10%以上を目指す

- 22/11期は、コロナ禍による投資控えから回復傾向、フィル・パークブランドの維持・強化施策を推進
- 23/11期は、人材育成・デジタルを活用した営業の仕組みを構築し、スケール期に備える方針

フィル・パークの累積プロジェクト数



主な実績

- ✓ 過去最大の空中店舗フィル・パークが竣工し、一部を本社として利用
フィル・パーク TOKYO GINZA Shintomi Lab.



- ✓ 入居テナントとのコミュニケーション・撮影風景



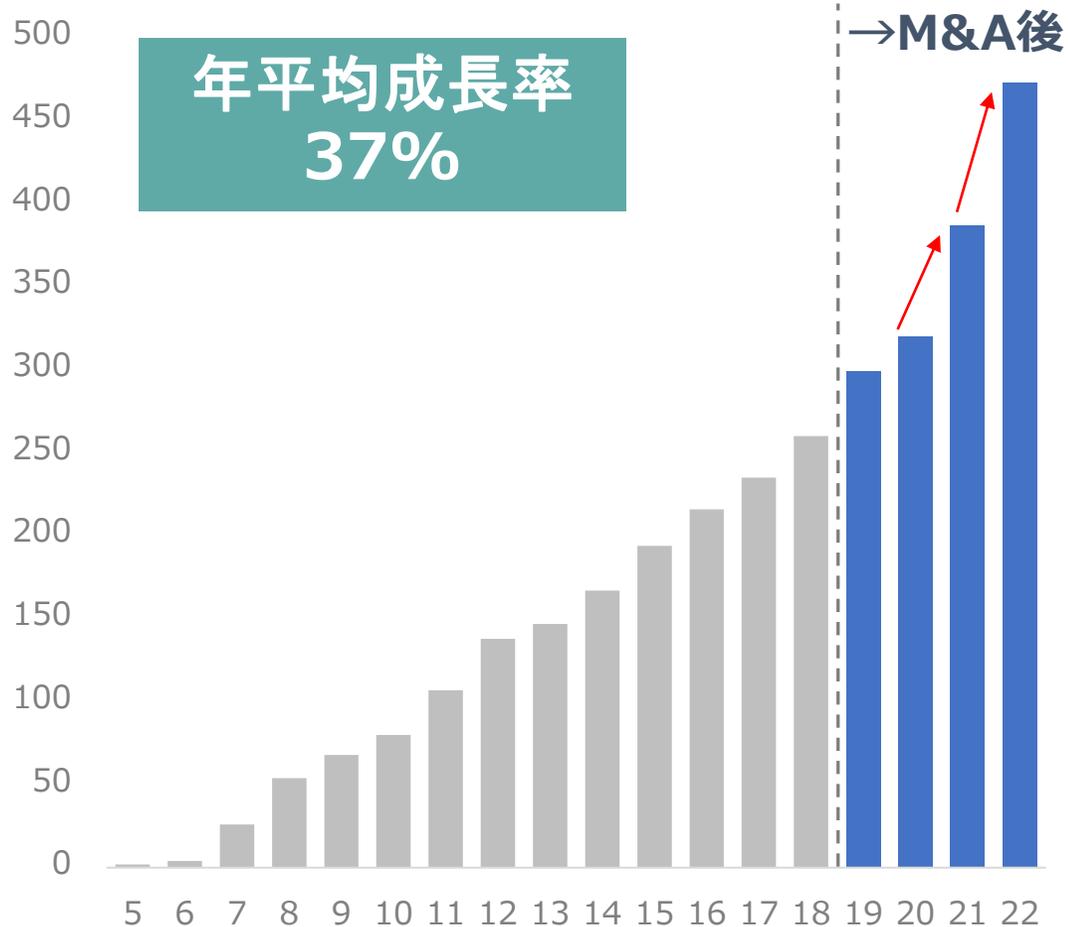
フィル・パーク田園調布

フィル・パーク三鷹駅前

フィル・パーク北戸田

- 22/11期は、リブランディング・コンテンツマーケティングにより入居待ち登録件数が増加し、安定成長
- 23/11期は、請負受注スキームに加え開発販売スキームを本格的に開始し供給を強化

PGH累計竣工戸数



PGH累積入居待ち登録件数



- 22/11期は、新規事業創造に向けた準備を開始、順調に進捗中
- 23/11期は、実装にむけて協業先と連携した取組みを進めていく方針

2022/11期までの取組み

今後の主な取組み

<p>PGH FC化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 入居待ち管理システムのデジタル化 ✓ 既存PGHの設計工法に関する任意評定の取得 ✓ 地方パートナー候補との協議 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ FCプラットフォームシステムの構築 ✓ ビジネスモデルの構築
---------------------------	---	---

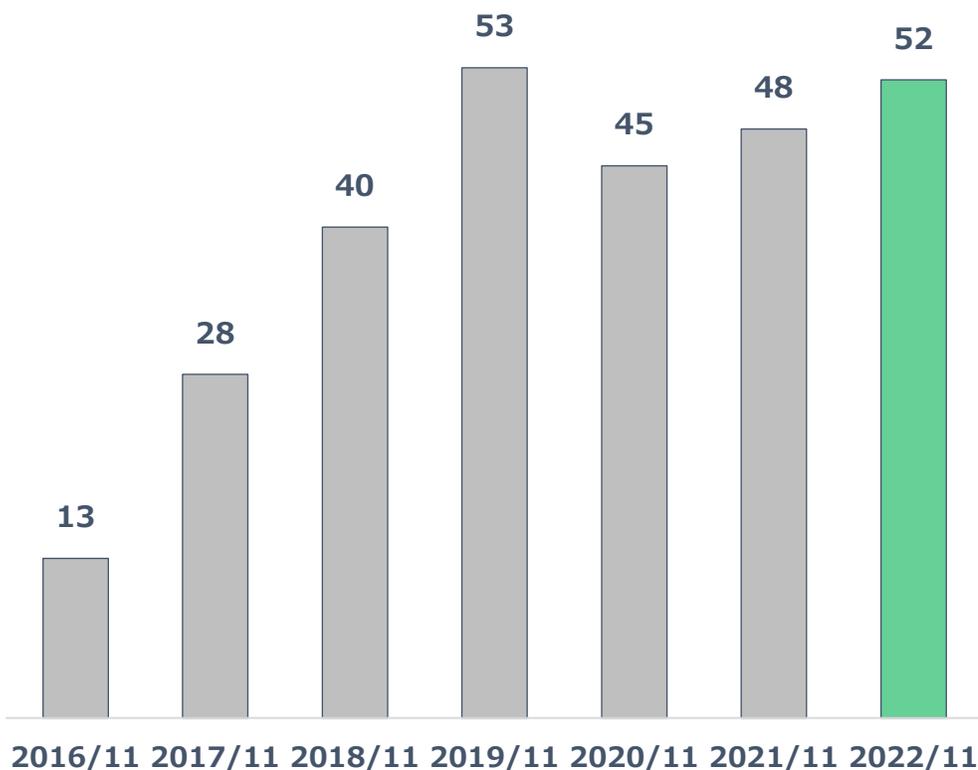
<p>クラウド ファン ディング ・ ファンド 事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ファンド関連プロ人材 2名採用 ✓ クラウドファンディングシステム構築 ✓ 不動産特定事業法ライセンスの取得 (2号完了) ※ 電子取引申請中 ✓ 国交省から不動産特定共同事業の支援事業に採択 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ファンド用地の仕入 ✓ 協業パートナー選定 ✓ 不特法ライセンスの追加取得 <p>▼クラウドファンディングサイトイメージ</p>
---	---	--



- 22/11期は新卒採用に苦戦するも今後の軸となる優秀な中途・プロ人材を獲得、既存人材も順調に成長
- 23/11期も新卒・中途プロ採用を進めながら、人材育成・オンボーディング施策により攻めの体制を構築

連結従業員数

※役員、業務委託社員は除く



プロ人材（業務委託社員）の業務

- ✓ 正社員をリーダーとして、プロ人材（業務委託社員）とチームを組んで業務を推進

データサイエンス & テクノロジー室	9名	<ul style="list-style-type: none"> ■ ウェブサイトリニューアル ■ 営業プロセスのDX化 ■ マーケティング支援 など
戦略事業本部	3名	<ul style="list-style-type: none"> ■ M&A ■ 新規事業 ■ 不動産ファンド構築 など
土地仕入・販売	1名	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開発用不動産の土地仕入
経営管理	4名	<ul style="list-style-type: none"> ■ 経営管理 など

- 新卒4年目でグループ会社代表に抜擢、経営人材の育成に注力
- 今後も性別問わず多様で優秀な人材の採用と育成に注力

新卒4年目でグループ子会社の代表取締役に抜擢

Phil Company, Inc.

Press Release

報道関係者各位

2022年12月14日
株式会社フィル・カンパニー
(コード番号: 3267 東証プライム)

ソフト領域に特化した子会社「株式会社ストラボ」設立のお知らせ

株式会社フィル・カンパニー（代表取締役社長：能美裕一、以下当社）は、2022年12月1日に連結子会社として株式会社ストラボ（代表取締役：村川裕一郎、以下ストラボ社）を設立いたしました。

設立の背景と事業の特徴

当グループは、コインパーキングの上部空間を活用した「空中店舗フィル・パーク」事業を行っております。

土地オーナー様に対しては、建物の企画から設計・施工、テナント誘致、建物管理までワンストップで土地オーナー様にサービスを提供しております。また、地域住民の皆様に対しては、街に必要な機能であるコインパーキングを残しながら、上部空間を活用することを可能にすることで街に賑わいを創出しております。

これまでは、フィル・パークを建設し、テナントやコインパーキングの事業者を外部から誘致して参りましたが、昨今、フィル・パークにおいて直営でテナントを運営する試みを実施しております。この取り組みは、当社直営のテナントがフィル・パークに人の賑わいを生み出すことで、直接街づくりに貢献するだけではなく、他のフロアのテナント誘致にもプラスの効果をもたらすなどの成果を生み出しています。

これらの取り組みから

また、店舗の運営に限らず、駐車場（主にコインパーキング）の運営を行うことで、土地オーナー様へ包括的な価値提供を行いたいと考えています。

=== ストラボ社のブランド ===

「ストラボ」の社名は、「ストア+ラボラトリー」から成る造語です。店舗運営を行う場所ではどのような機能が必要とされているのか、その機能はどのようにデザインすれば街づくりに貢献することができるのか、機能を研究しながら（ラボラトリー）店舗（ストア）を生み出していく決意を込めています。

新卒4年目で代表取締役に就任

この度、ストラボ社の代表取締役として、当グループとしては新卒入社から最短期間での就任となる代表取締役が誕生いたしました。当グループは今後も新卒採用社員の活躍を推進する取り組みを行って参ります。

=== 代表取締役 村川裕一郎の想い ===

私は2019年に入社して以来、フィル・パークの企画、フィル・パークへのテナント誘致を通じて土地オーナー様の収益最大化のために力を尽くしてきました。フィル・パーク事業においては、単に「ハード（=建物）」をつくることは価値提供ではなく、「ハード」を活用する「ソフト（=店舗、駐車場）」が地域に貢献

して初めて土地オーナー様へ本質的な価値提供ができると感じています。
今回の就任を通じて、ステークホルダーの皆様への貢献、そして会社及び事業の成長に全力で取り組んで参ります。



<プロフィール>

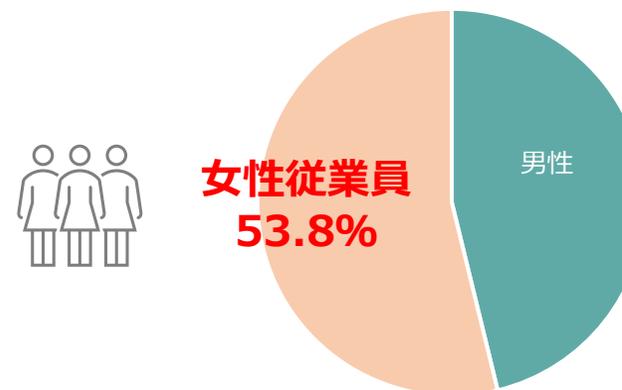
2019年3月 上智大学理工学部を卒業
2019年4月 新卒2期生として入社
企画開発本部コンサルティング1部に配属
2020年5月 企画開発本部リーシング部に配属
2022年12月 ストラボ社 代表取締役に就任

<会社概要>

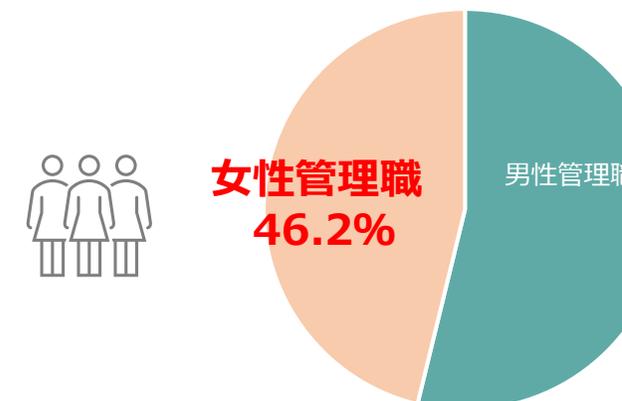
会社名：株式会社フィル・カンパニー
住所：東京都千代田区富士見2-12-13
事業内容：「空中店舗フィル・パーク事業」等、空間ソリューション事業
設立：2005年6月
URL：<https://philcompany.jp/>（コーポレートサイト）
<https://philpark.jp/>（「空中店舗フィル・パーク」サービスサイト）

（本件に関するお問い合わせ先）
株式会社フィル・カンパニー 経営管理部 TEL：03-5275-1701

全従業員に占める女性割合



管理職に占める女性割合



- デジタル化推進部署を立ち上げ、営業関係・PGH入居者関係のデジタル化、データ統合・データ連携を実施
- 23/11期は、スケール期に備えるため、デジタルを利用した各種重要指標の強化に向けた施策に着手・強化

2022年11月期 実施施策

公式サイト
リニューアル
(2022年1月)

デジタル化
推進部署立ち上げ

営業
デジタル基盤強化

顧客データベースの
統合・連携・活用

PGH入居者管理
デジタル化

2023年11月期 実施施策

案件相談数
獲得強化

広告展開と顧客データベース化、
およびアクティベーション施策
を展開

PGH入居検討者数
獲得強化

PGH入居管理のデジタル化はす
でに完了し、マーケティング施
策により、積極的な入居検討者
数の拡大を図る

営業人員の採用・
オンボーディング強化

営業のデジタル基盤化はほぼ
完了。オンボーディングプロ
グラムを整備し、新卒、中途
入社早期活躍を促す

PGHのFC化への
基盤設計

PGHのFC展開に向けたプラット
フォーム化の設計、開発に着手

攻めと守りのデジタル基盤構築から、スケールに向けた各重要指標の強化へ

- 22/11期は、PGHサイトリニューアルとWEBを活用したマーケティング施策を実施
- 23/11期は、フィル・パーク/PGHともにデジタル基盤と連動したマーケティングを重視していく方針

2022/11期

- ✓ PGHサイトリニューアル・リブランディング (PV数：2倍以上に)
- ✓ 自社メディアとしてコンテンツ拡充
- ✓ コンテンツマーケティング開始



2023/11期施策

- 全体方針：自社リソースに合わせた、マーケティング・広告宣伝を実施
- ✓ **フィル・パークサイトのリニューアル**
 - ✓ コンテンツマーケティング強化



新サイトイメージ

- 22/11期は、新たな事業承継投資子会社であるフィル事業承継地域活性化プロジェクトを設立
- 23/11期も、事業シナジーのあるESG投資/M&Aを積極的に進める方針

街の未活性化

中小企業の事業承継問題

社会課題の解決へ



技術はあるものの事業承継に課題をもつ中小企業を支援

資金・場所の提供



経営人材・事業再構築・PMI



Phil Company, Inc.

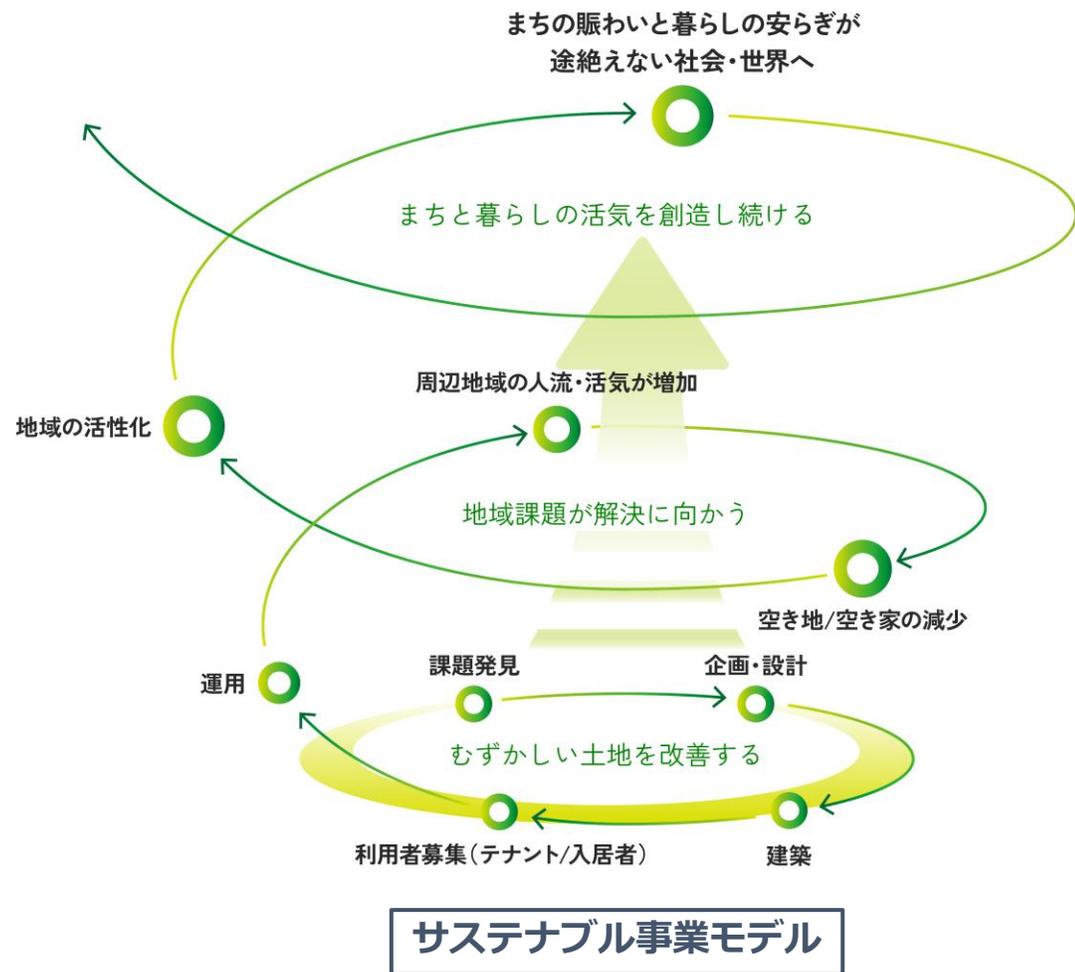


フィルネットワーク企業

その時代・社会・地域に合った空間の企画・創造を通して 「未活性空間の増加」を解決し、まちと暮らしに持続可能な活性化をもたらします

重点課題（マテリアリティ）の特定プロセス

Step.1 社会課題の抽出と検討	広く社会課題やESGに関する動向を踏まえた上で、環境、社会、経済などにおける課題を抽出
Step.2 重要性の評価	ステークホルダーの皆さま、当社の経営に与える影響などの観点から社会課題について重要性を評価し、優先順位を検討
Step.3 重要性（マテリアリティ）の特定	当社にとっての重要性、ステークホルダーにとっての重要性（社会からの期待）の2軸で重要課題を検討、特定
Step.4 サステナビリティ委員会および経営レベルでの検討と承認	当社のサステナビリティ委員会で検討した上で経営レベルでの検討と承認



Environment -環境-

✓ **Scope 1, 2, 3** の算定・公表 (2023年2月公表予定)

✓ **2030年** までにScope 1, 2のGHG排出量ゼロ目標

✓ **TCFD** 賛同と開示 (2022年賛同済、2023年2月TCFD開示予定)



Governance -ガバナンス-

✓ **監査等** 委員会設置会社への移行

✓ **サステナビリティ** 委員会の設置

Social -社会-

✓ **10億円** 規模のサステナブルファイナンス (第三者割当によるステップアップ型新株予約権の発行)

✓ **53.8%** 女性従業員比率



✓ **46.2%** 女性管理職比率

✓ 2022年度CDP回答済 (非公開)
✓ 2023年度CDP回答予定 (公開)



Appendix

中期経営計画再掲



未活性空間を活かす事業/ソリューションを提供

空中店舗フィル・パーク(PP)

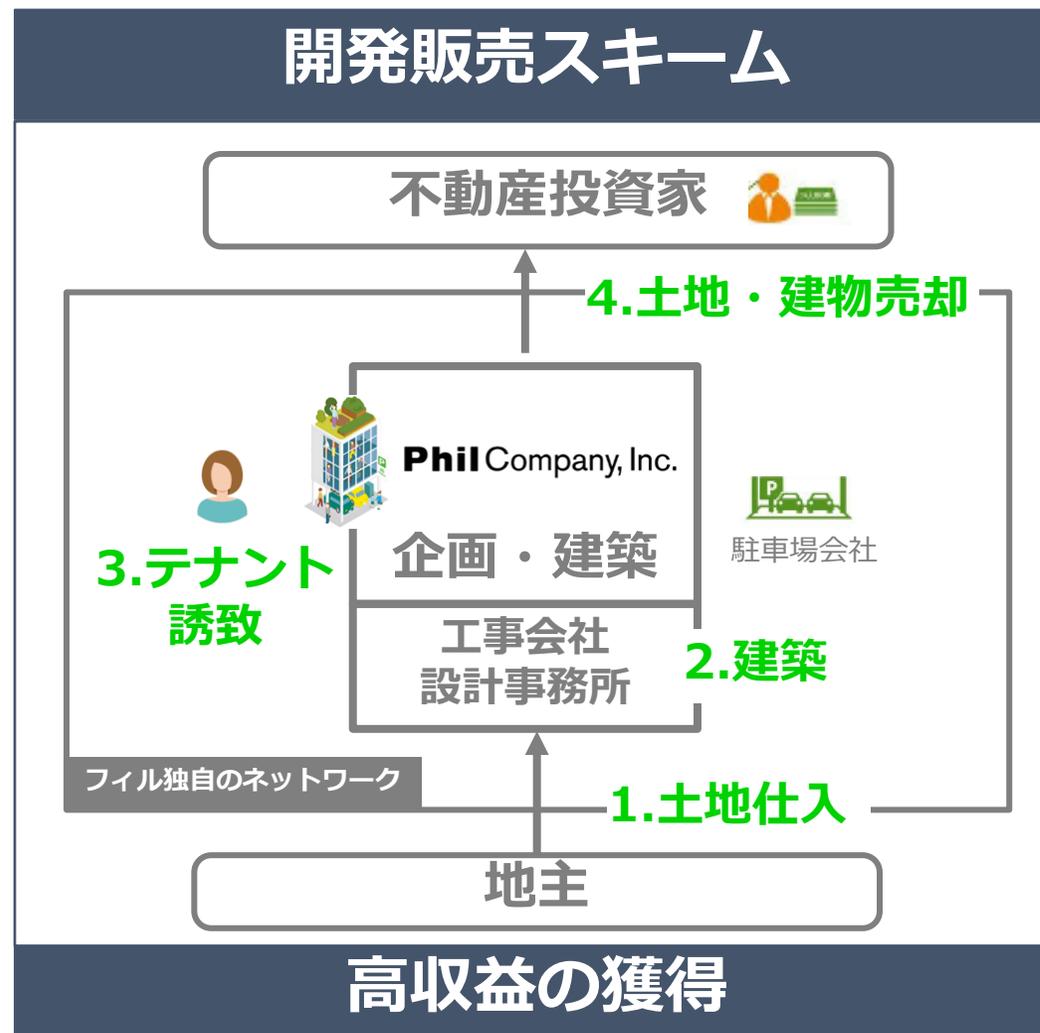
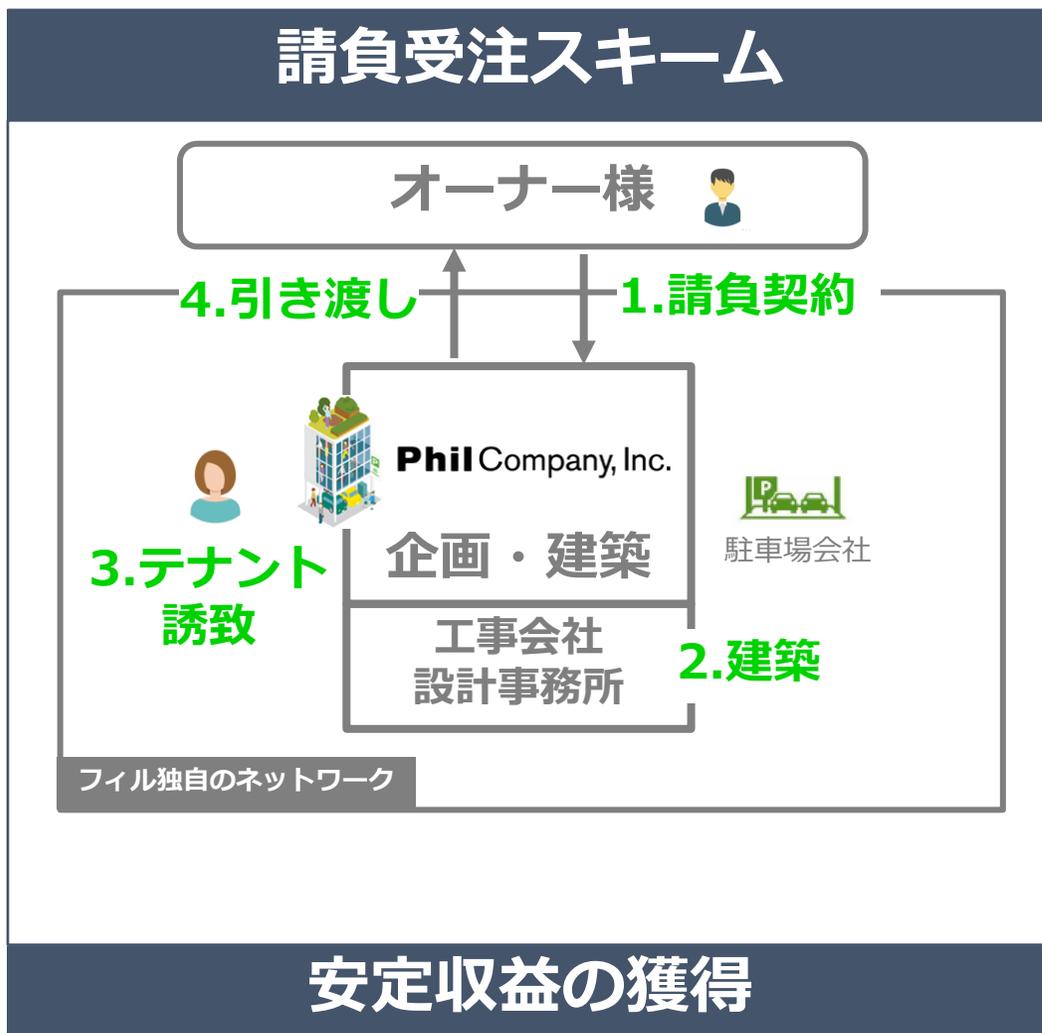


プレミアムガレージハウス(PGH)



特徴	駐車場上部空間を活かした商業施設	車2台分が入るガレージ付賃貸住宅
ロケーション	商業性のある都市部ニッチスペース	郊外（駅遠）や地方
テナント/用途	飲食・オフィス・美容・クリニックなど	車のガレージ、趣味の部屋など
投資額/棟	8,000万～1.5億円	2,000万～1億円

フィル・パークとプレミアムガレージハウス共に2種類のスキームで展開

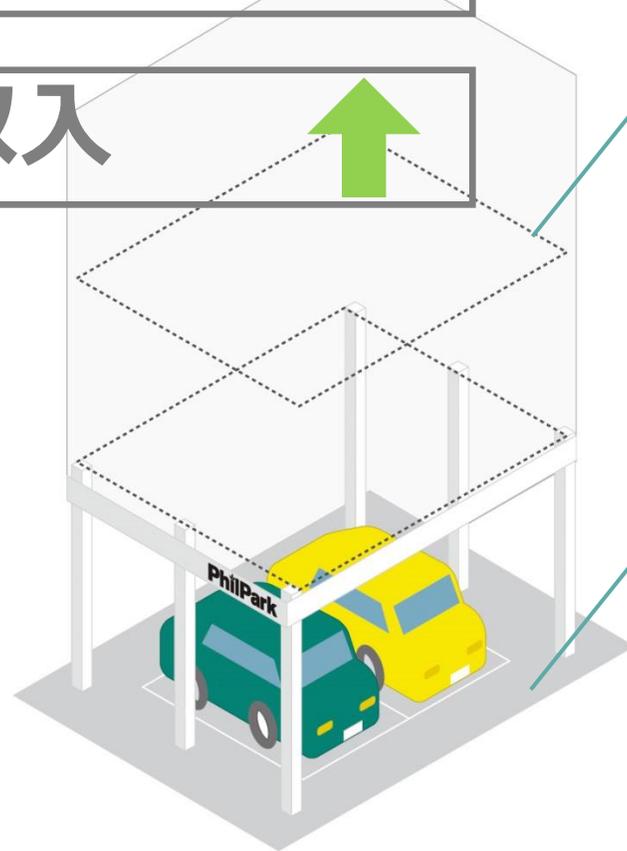


空中店舗というオリジナリティ

コインPの収入はそのまま →

空中店舗でも追加収入 ↑

その土地から生まれる
利回りを
最大限引き出す企画



空中階からの賃料収入

建物全体の
リスク分散

景気に左右されにくい
1階コインPからの安定収入

最適投資コスト ↓

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

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。 作った方がいいが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

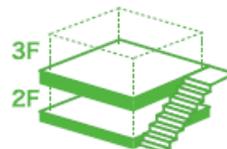
建ぺい率・容積率いっぱいの建物づくり

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



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



PGHは賃貸ガレージハウスを企画・運営する会社を買収して発足した事業

これまでの経緯

2019年1月
賃貸ガレージハウスの企画や
入居者紹介業を手掛ける
株式会社バリュープランニングを買収

PPの設計・マーケティングノウハウを
活かして様々なバリューアップ施策を実施

- ① 企画・設計・施工・入居者募集までの一貫したサービスの構築
- ② PP建築で得た建築ノウハウを統合することによる粗利率の向上
- ③ 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
- ④ 建物デザインを一新

PGHの強み



入居希望者登録制度

満室物件に対しても入居希望者を常時ストックし退去後の入居者をすぐに募集可能



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の立地を選ばない



デザイン性の高い建物

300戸以上の実績を元に、入居者が満足し、入居しやすい、且つ退去しにくい物件を設計

未活性空間は日本の社会課題となっている

未活性空間とは？

✓ 土地基本法に規定される
「低未利用土地」等の上部空間

土地基本法第13条第4項*

居住の用、業務の用その他の用途に供されておらず又は
その利用の程度がその周辺の地域における同一の用途
若しくはこれに類する用途に供されている土地の利用の程度に比し著しく
劣っていると認められる土地

*土地基本法より抜粋

例えば・・・▼

空き家

空き地

駐車場

資材
置き場



などの上部空間

未活性空間の何が問題か？

- 街の利便性や賑わい減少
- 治安の悪化
- 若年層を中心とした、
人口流出加速



生活者

- 土地活用方法を
決められず、税負担増加
- 暫定活用のまま放置

地主



地域産業

- 人口流出に伴い、財務状
況の悪化
- 地場産業の縮小・撤退
- 新規企業の不参入



行政



- 生活者及び法人数の縮小
に伴い、税収減
- 行政サービスの縮小、
質の低下

特に都市部に散在する“ニッチスペース”は収益が上がりやすく、大手不動産や建設会社も手が付けにくい状況



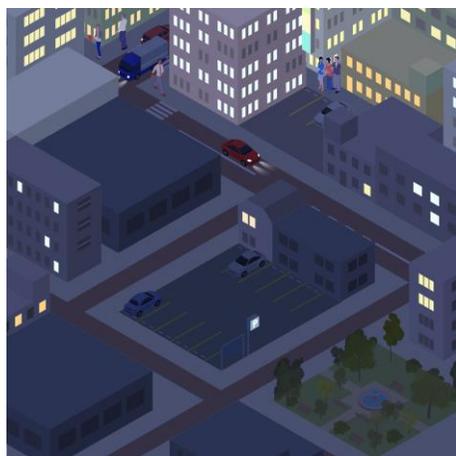
フィル・カンパニーは未活性空間の価値を最大化し、街に活気を生み出します

Before Phil



人気の無い
少し寂しい空間を・・・

夜は暗くて
少し怖い空間を・・・



After Phil



人々が行き交う温もりと
賑わいのある空間に

店舗の灯りで明るく
安心な空間に



日本のあらゆる未活性空間の価値を最大化する【事業創造会社】に進化します

サービスレイヤー

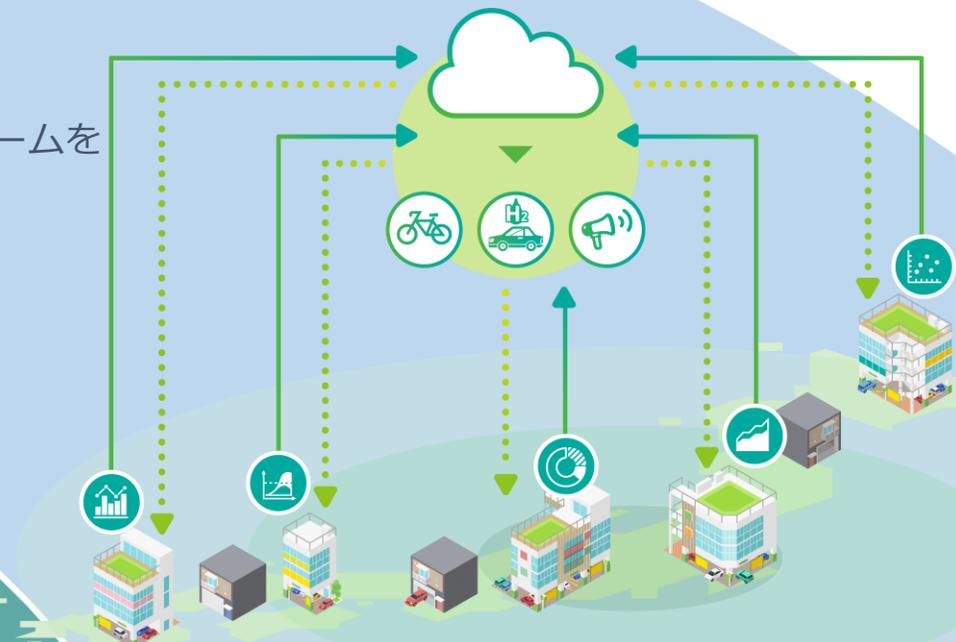
全国に広がったプラットフォームを
連携したサービスをつくる

プラットフォームレイヤー

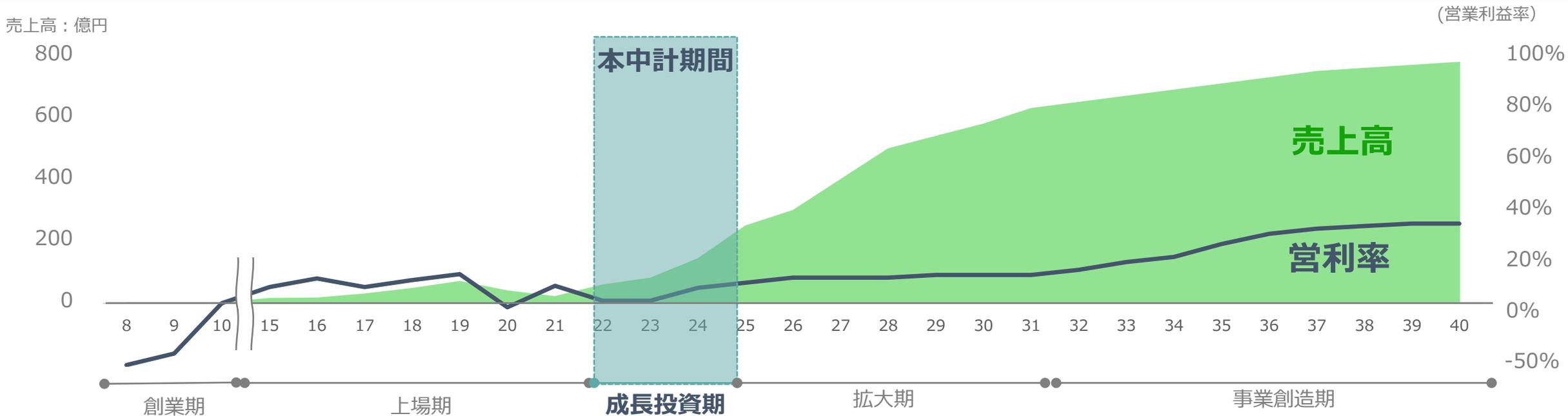
建物を起点としたヒト・モノ・カネの
循環を“まち”にもたらし情報拠点をつくる



未活性空間



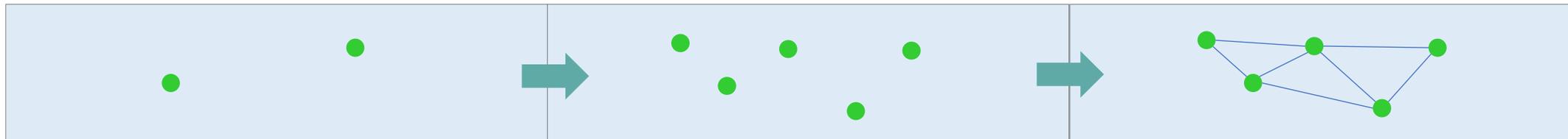
飛躍的な事業拡大に備え 2025年までの期間を“成長投資期”として 積極投資



ブランド確立フェーズ

プラットフォーム構築フェーズ

サービス開発フェーズ



事業

駐車场上空空間の活用

未活性空間のプラットフォーム化

プラットフォーム同士を繋げた、
新事業の創造

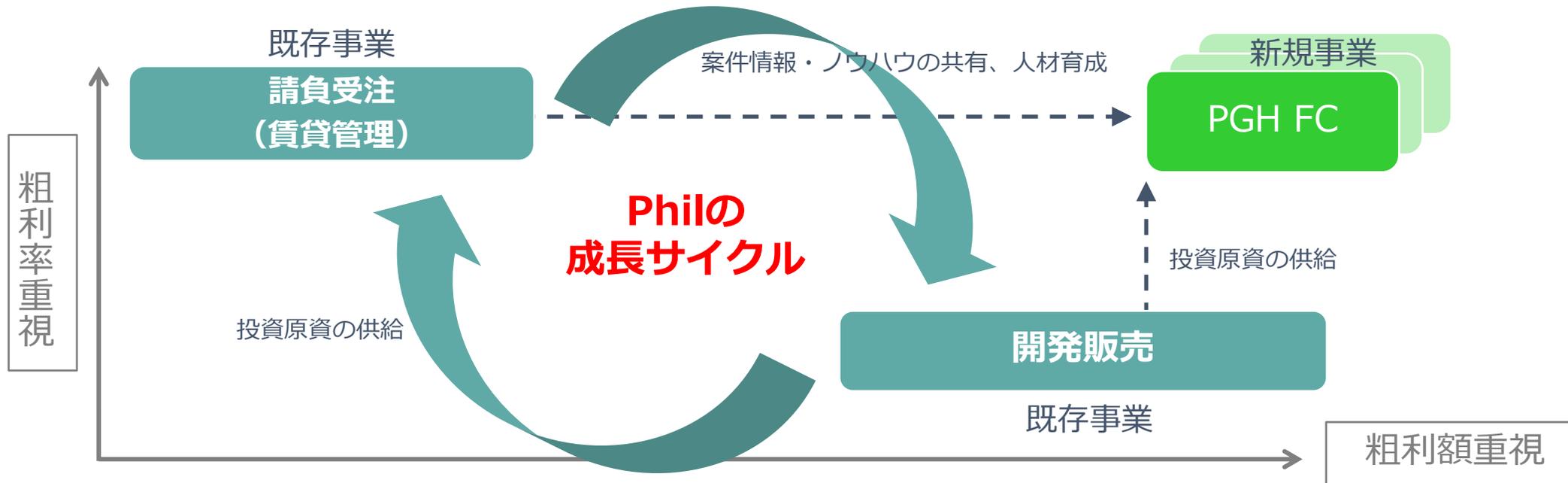
重要指標

表面利回り・竣工数

売上・粗利成長率

粗利率/投下資本利益率

請負受注と開発販売スキームの両輪で“Philの成長サイクル”を廻して全社成長を実現



	ポートフォリオの位置付け	ビジネスモデル	投資優先度
請負受注 賃貸管理	粗利率重視	<ul style="list-style-type: none"> ■ 件数(実績)拡大を最重視 ■ 案件を担える人材を育成し、実績データを蓄積 	Middle Low
開発販売	粗利額重視	<ul style="list-style-type: none"> ■ 案件毎の粗利額を最重視 ■ 安定受注によりキャッシュ創出 	High
PGH FC化	粗利額 粗利率重視	<ul style="list-style-type: none"> ■ PGHのFCモデルを確立し高成長と高利益率を実現 	High

PGHのFCモデル構築と自社ファンド組成に注力し、デジタルと人材に集中投資

■ ■ 3年間の注力領域

	PP	PGH	共通
事業戦略	新規事業の種蒔き	リブランディングと フランチャイズ(FC) モデルの構築 1	自社グループでの ファンド組成と 小口商品の開発 2
			デジタル・人材基盤を整備 しつつ 事業環境回復の時機を窺い 堅調に事業を拡大

不確実性の高いコロナ収束のシナリオに依拠せず
自社で制御可能な経営資源にフォーカス→着実な利益を創出

成長投資	デジタル基盤構築 3
	人材基盤構築(量・質両面) 4

人員増加による規模拡大とデジタルによる生産性向上を同時実現
全社における中長期でのキャッシュ創出力を高める

生活者の価値観の変化/ 昨今のPGHへの引合いに鑑み PGHのリブランディングとFCモデルを構築

従前の 事業方針

車やバイク好きの為の趣味の空間



現状の 事業課題

顧客期待に対する供給の不十分さ

ライフスタイルの多様化に伴い、入居待ち登録件数が増加しており、**5,000件超**に対応できていない

事業拡大 の着眼点

PGH建築工法の標準化のしやすさ

1件1件をテ일러メイドで作り込むPPと異なりPGHの設計工法は一定標準化が可能

事業方針

“ガレージライフスタイル”への
リブランディングとFCモデル構築による
全国展開の加速

主要施策

■ リブランディング

Webメディアのアップデート
TVCM打出し等、広告宣伝強化

■ FCモデル構築と全国展開の加速

設計工法の認定取得
全国工務店との連携施策

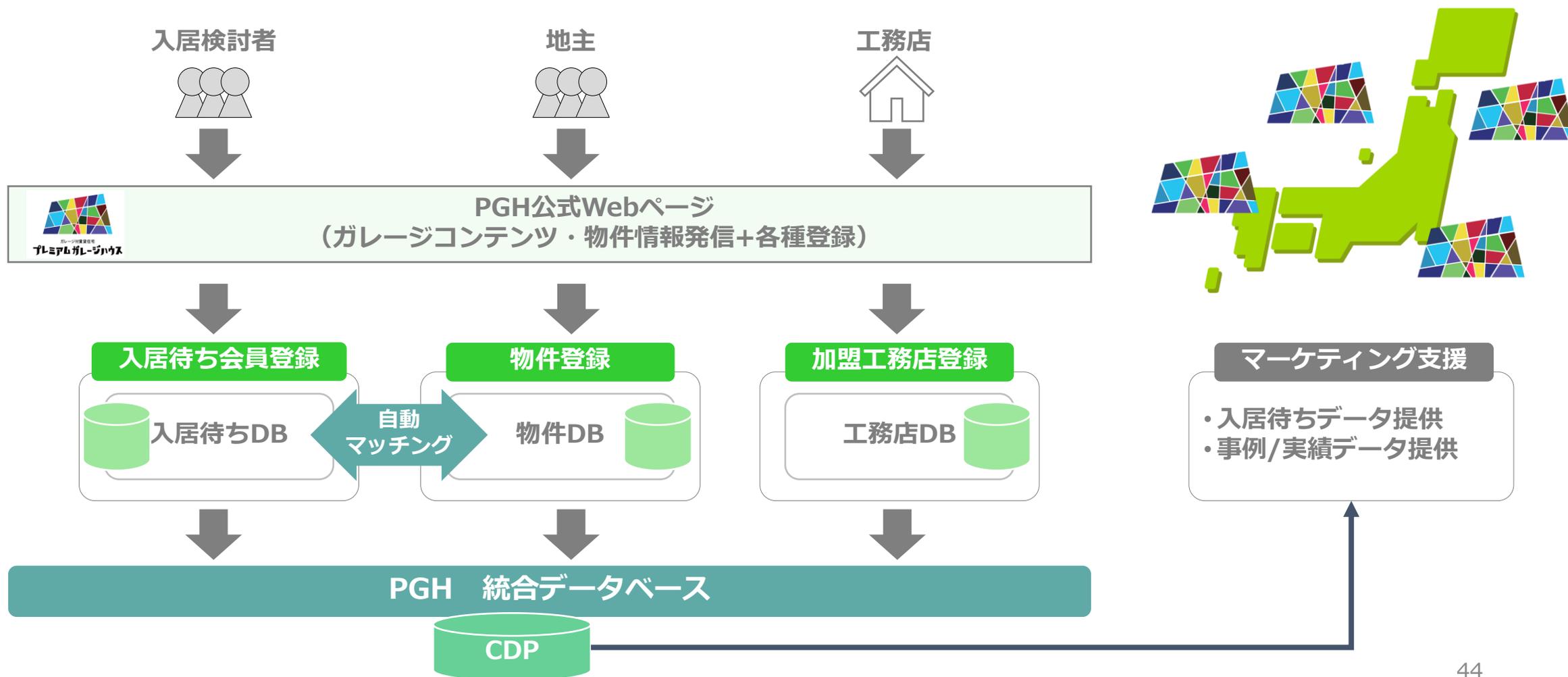
■ デジタル基盤の整備

入居待ちシステム
MAツール

① PGH リブランディング/FC



PGH公式Webサイトを起点に関連情報をデータベース化し、マーケティング支援サービスに活かします

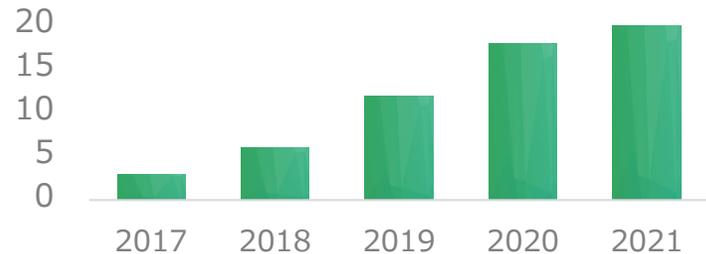


22年度は仕入れに注力。自社ブランドでのファンド組成・開発を進めます

これまでの取組み

1. 2017年1月に新たな事業スキームとして 開発販売スキームを開始

開発販売スキームの建設実績(累積)



2. 販売ルートの確立

- ・新築小型商業施設という商品の希少性が評価され、富裕層顧客ルートを構築

3. 提携による様々な実証実験

- ・2018年2月小口商品のテスト
- ・2019年3月クラウドファンディングの市場性テスト

注力方針

① 22年度は優良な土地の仕入強化 (23年度以降に売却推進)

主要施策

- ・ビジネスマッチング先との連携強化
- ・仕入れ専属人員の配置

② 自社グループでの ファンド組成と小口商品開発

主要施策

- ・不動産特定共同事業法の許認可取得
- ・不動産金融専門チームの組成
- ・クラウドファンディングを始めとしたファイナンススキームの構築
- ・PGH開発販売スキームの構築

3年間で2種類の自社ファンド組成を目指します

フィルまちづくり ファンド



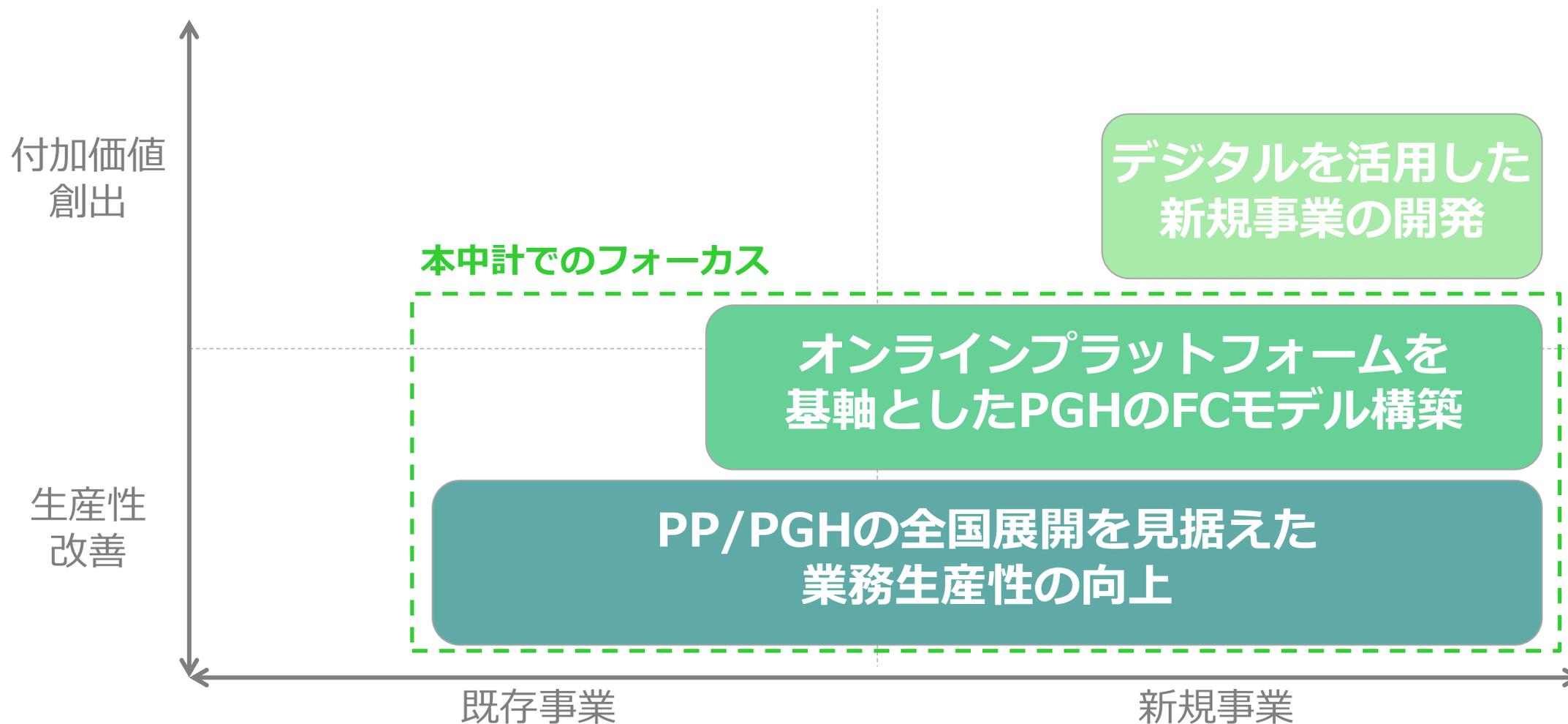
Small Town Sustainable Fund



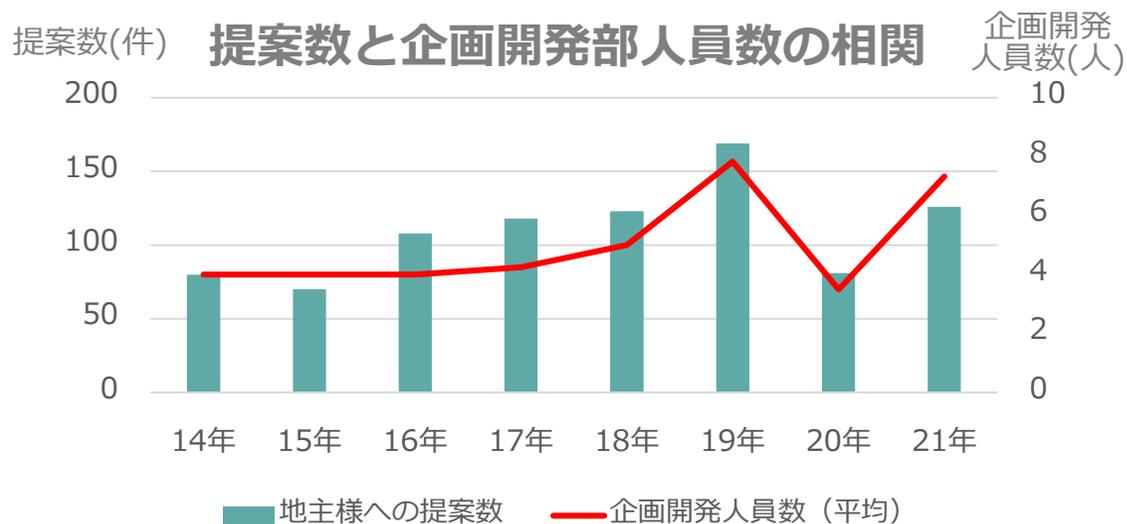
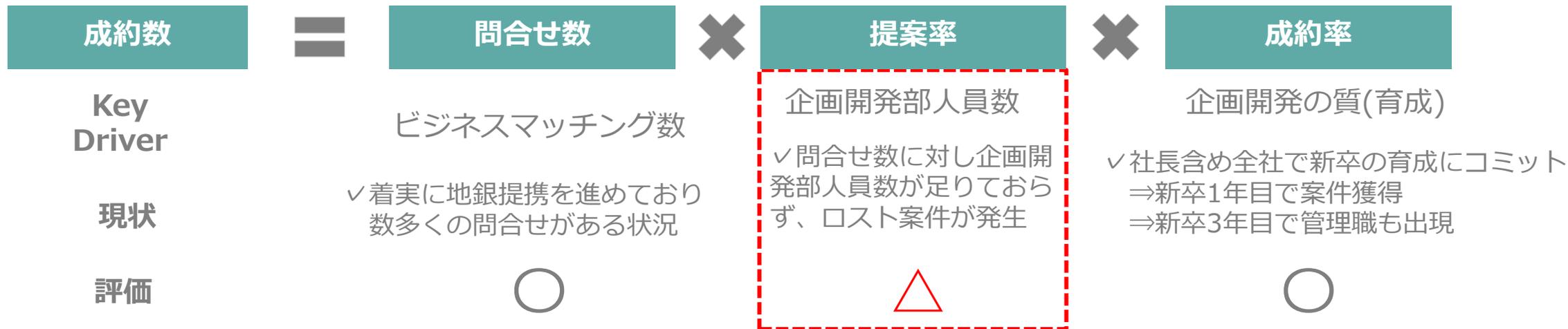
未活性空間を活性化するため資金の循環モデルを創造

- ・ PPやPGHを中心にしながらも、他ブランドや企画も活用
- ・ 積極的にアライアンスを行い、地域の活性化を目指す

直近3年間は成長投資フェーズと位置付けFCモデル構築と社内の業務生産性向上に注力



成約数を増やす為の最大のポイントとなる指標は 問合せ数に対する提案率→企画開発部の人員数と相関



企画開発部人員数に比例して提案数が増加
⇒今後も問合せ数の増加が予想されるため
**いかに企画開発の質を落とさず
人員数を拡大するか**が事業成長の要諦に
(※2020年度は新型コロナにより営業を休止した影響で減少)

直近3年間 新卒とプロ人材の採用を重視。合計100名超を採用する方針

直近3年間の採用戦略

① 新卒採用の強化

- 注力人材
 - ・ 理系人材
 - ・ 地方大学出身者
- 全国の採用イベントへの参加や大学との連携により事業の成長性と社会的意義を啓蒙
⇒ 企画コンサルティング/マネジメント業務の充実

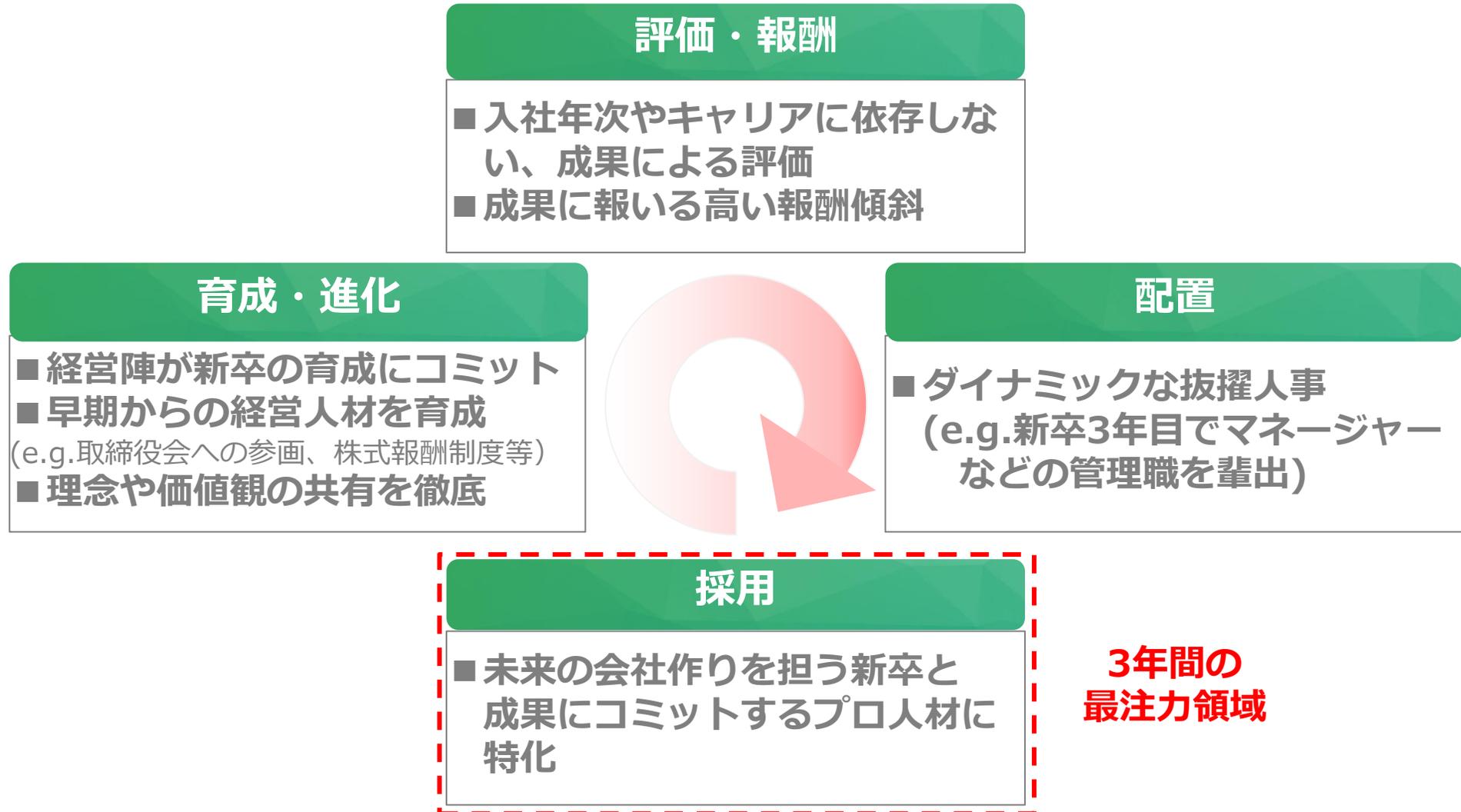
② 中途プロフェッショナル採用の強化

- 注力人材
 - ・ 不動産金融
 - ・ デジタル/IT
 - ・ 建築士
 - ・ IR/広告宣伝経理/M&A
 - ・ FC事業 etc
- ⇒ 新規事業領域/専門領域フォロー体制の充実

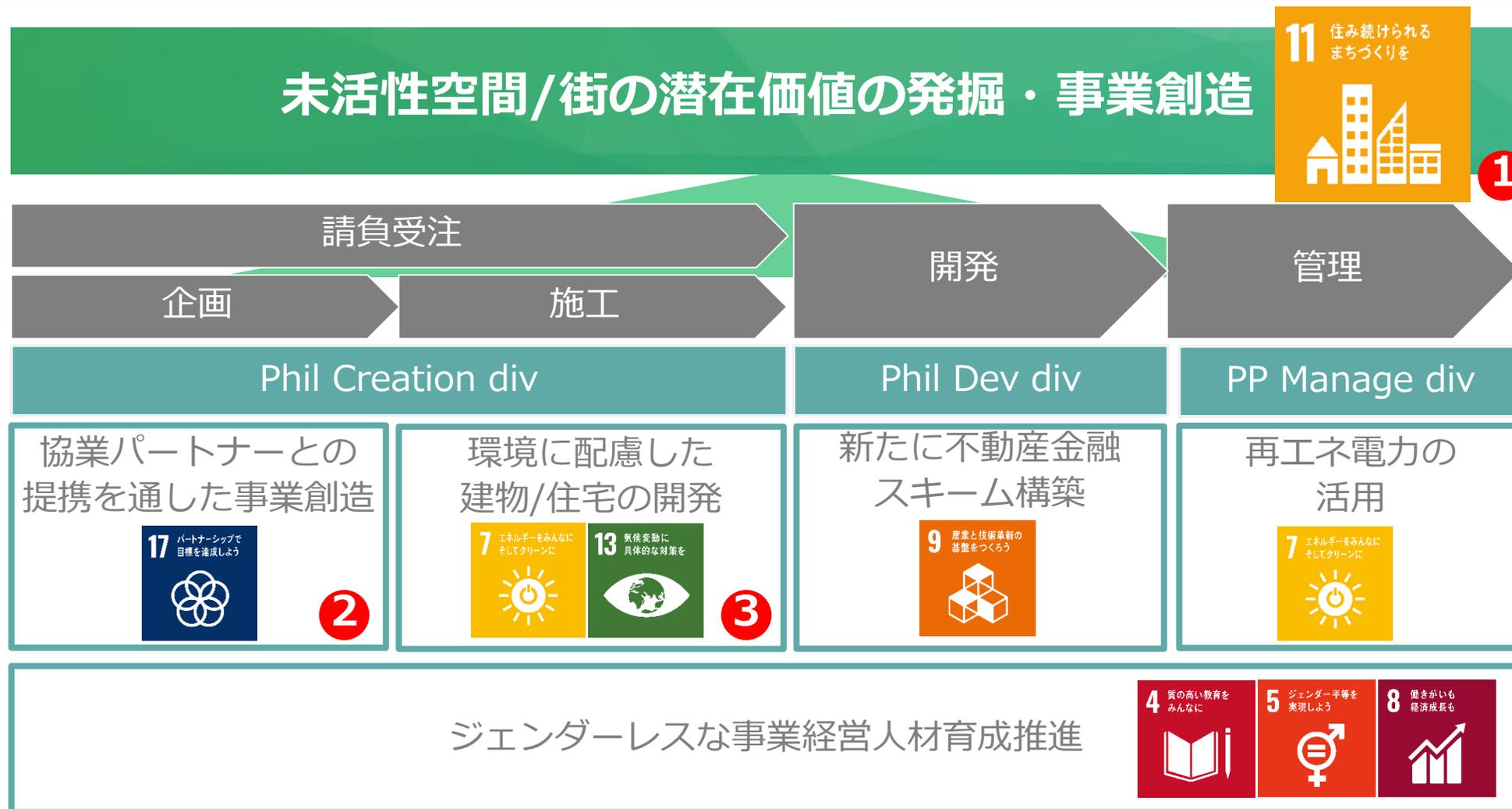
採用目標

		新卒	中途プロ
実績	19年	3名	0名
	20年	10名	0名
	21年	15名	1名
計画	22年	10名	10~15名
	23年	30~50名	10名
	24年	30~50名	10名
	3年計	70~110名	30~35名

「惜しみない育成」と「シビアな評価」を原理原則として「異能」人材を輩出



未活性空間の社会課題解決をはじめ、バリューチェーンに応じた持続可能な開発を目指します



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ございます。

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、変更するものではございません。