



2017年3月期 決算説明資料

プロパティエージェント株式会社
東京証券取引所JASDAQスタンダード(3464)

2017年6月6日

エグゼクティブサマリー	3	Appendix	23
I. 2017年3月期決算概要	4	プロパティエージェントの概要 (当社をはじめてご覧になる方へ)	
1. 業績ハイライト	5	会社概要	24
2. 事業別業績ハイライト	6	沿革	25
3. BS・CFの状況	8	成長の軌跡	27
4. トピックス	10	財務ハイライト	28
II. 2018年3月期業績予想	11	経営理念	29
III. 今後の方針・戦略・取組	14	事業内容①不動産開発販売事業	30
		事業内容②PM事業-1	31
		事業内容②PM事業-2	32
		ビジネスの全体像(資産運用型不動産)	33
		特徴及び強み①(物件開発)	34
		特徴及び強み②(顧客との関係)	36
		特徴及び強み③(顧客との関係)	38
		特徴及び強み④(スコアリング)	40
		特徴及び強み⑤(モデリング)	41
		市場環境(居住用コンパクトマンション)	42

エグゼクティブサマリー

- ◆ 売上高 **121.6** 億円(前期比 **+28.8%**)
営業利益 **11.1** 億円(前期比 **+25.9%**)
創業以来14期連続**増収増益**達成
経常利益 **9.3** 億円(前期比 **+30.5%**)**過去最高益**更新
- ◆ 2018年3月期の売上高 **166.5** 億円(前期比 **+36.8%**)
営業利益 **11.9** 億円(前期比 **+6.6%**)
創業以来15期連続**増収増益**を予定
- ◆ 今後の方針・戦略・取組として、以下を計画
 - ・ **不動産×IT**のサービス開発(**AIメツセンジャーツール**)
 - ・ **コンパクトマンション**の販売拡大(今後2年間で**200戸超**供給)
 - ・ **収益力拡大、事業領域拡大**に向けた具体的アクション

I .2017年3月期決算概要

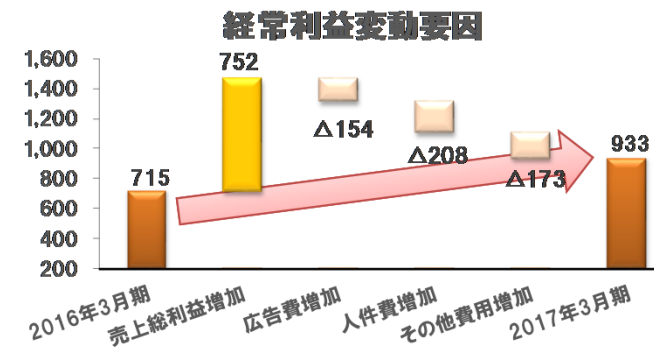
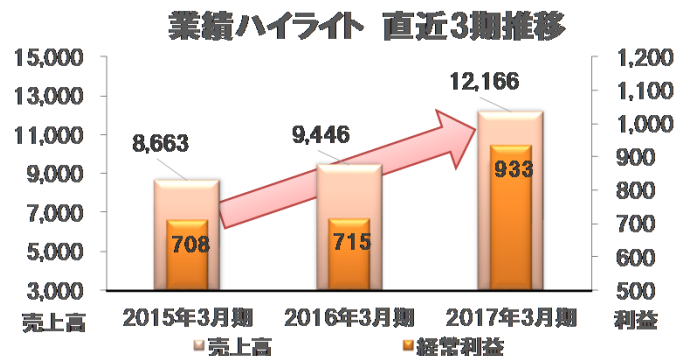
1. 業績ハイライト

居住用コンパクトマンションの直販開始も寄与し、売上高・営業利益は創業以来の14期連続増収増益を達成。経常利益過去最高益を更新。

単位:百万円

	2015年3月期		2016年3月期		2017年3月期		対前年比	増減率
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比		
売上高	8,663	100.0%	9,446	100.0%	12,166	100.0%	2,720	↑ 28.8%
売上総利益	2,014	23.3%	2,308	24.4%	3,061	25.2%	752	↑ 32.6%
営業利益	884	10.2%	886	9.4%	1,115	9.2%	229	↑ 25.9%
経常利益	708	8.2%	715	7.6%	933	7.7%	218	↑ 30.5%
当期純利益	438	5.1%	430	4.6%	583	4.8%	152	↑ 35.5%
EPS(円)	365.50		324.06		351.05		26.99	
ROE(%)	29.7%		19.6%		19.5%		-0.1%	

※2014年12月1日付けで普通株式1株につき普通株式3,000株の割合で株式分割を、2015年9月23日付けで普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を行っております。比較のため、2015年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、EPSを算定しております。



2. 事業別業績ハイライト①

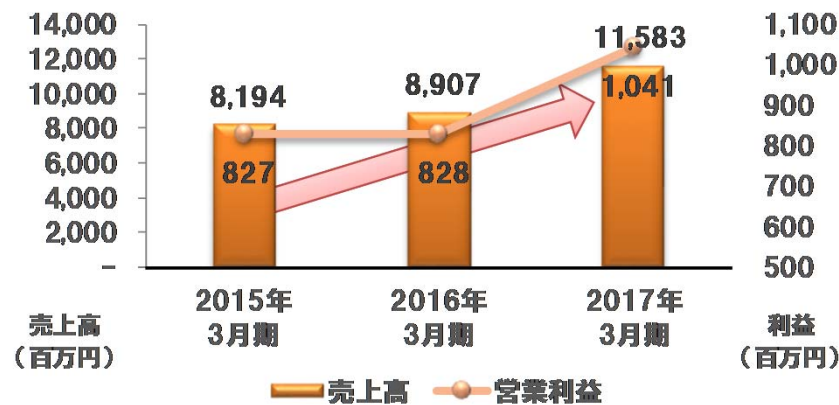
自社営業販売の順調な拡販により、当期販売戸数は421戸(前年比+46戸、12.3%増加)、売上高は、11,583百万円(前期比+2,675百万円、30.0%増加)。

不動産開発販売事業

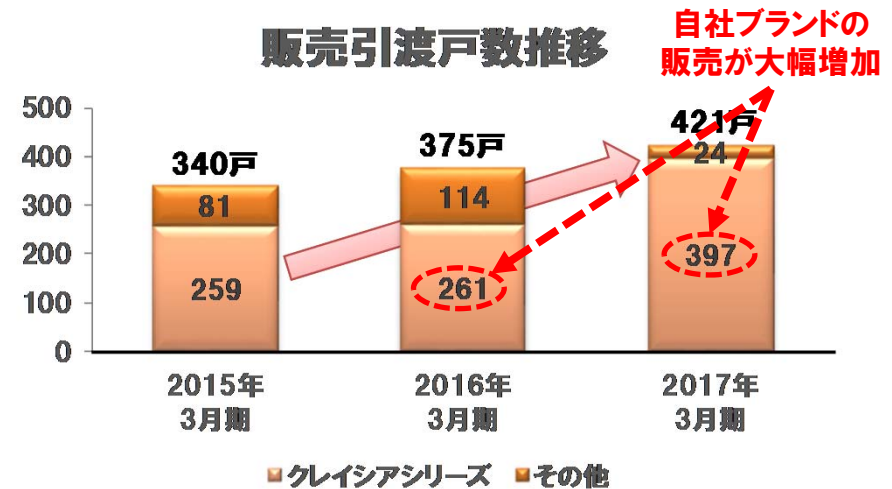
単位:百万円

	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	対前年比	増減率
売上高	8,194	8,907	11,583	2,675	30.0%
営業利益	827	828	1,041	212	25.7%
販売戸数(戸)	340	375	421	46	12.3%

売上高・営業利益推移



販売引渡戸数推移



2. 事業別業績ハイライト②

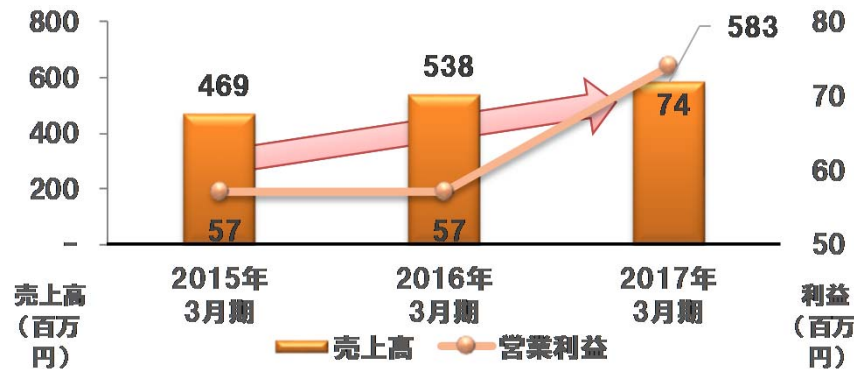
自社販売物件の確実な管理獲得とコストマネジメントにより、管理戸数、営業利益増加。投資物件としての重要指標となる「入居率」は、業界最高水準を維持。

プロパティマネジメント事業

単位:百万円

	2015年 3月期	2016年 3月期	2017年 3月期	対前年比	増減率
売上高	469	538	583	44	8.3%
営業利益	57	57	74	16	29.4%
賃貸管理戸数 (入居率-3月末)	1,930 (99.7%)	2,099 (99.8%)	2,346 (99.9%)	247 (0.1%)	11.8%
建物管理戸数 (棟数)	978 (26)	1,525 (38)	1,845 (46)	320 (8)	21.0% (21.1%)

売上高・営業利益推移



賃貸・建物管理戸数、入居率推移



3. BS・CFの状況①

単位:百万円

	2015年3月期末	2016年3月期末	2017年3月期末	対前年比	増減率
流動資産	8,620	10,742	14,460	3,718	34.6%
内 現金及び預金	1,369	1,762	2,380	618	35.1%
内 販売用不動産	1,204	3,111	3,941	829	26.7%
内 仕掛販売用不動産	5,959	5,566	7,835	2,269	40.8%
固定資産	97	135	188	52	39.0%
資産合計	8,717	10,877	14,649	3,771	34.7%
流動負債	2,741	4,535	6,002	1,467	32.4%
内 有利子負債	1,935	3,016	3,944	927	30.8%
固定負債	4,280	3,636	5,366	1,729	47.6%
内 有利子負債	4,223	3,591	5,324	1,732	48.3%
負債合計	7,022	8,172	11,369	3,197	39.1%
純資産	1,695	2,705	3,280	574	21.2%
負債・純資産合計	8,717	10,877	14,649	3,771	34.7%
流動比率	314.4%	236.9%	240.9%	4.0%	
自己資本比率	19.4%	24.9%	22.4%	-2.5%	
営業活動によるキャッシュ・フロー	-2,901	-593	-1,964	-1,371	
投資活動によるキャッシュ・フロー	82	128	22	-106	
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,074	1,028	2,651	1,622	
現金及び現金同等物の増減額	255	564	708	144	
現金及び現金同等物の期首残高	841	1,097	1,662	564	
現金及び現金同等物の期末残高	1,097	1,662	2,370	708	42.6%

・現金及び預金
用地取得・開発資金を金融機関からの資金調達により確保し、利益分を確実に内部留保。市場環境が厳しい中においても機動的な物件調達を行うために必要な資金水準を維持。

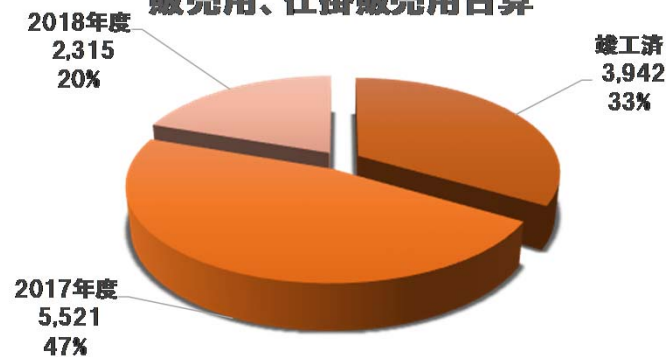
・仕掛販売用不動産
事業収益の見極めを着実に行った上で、今後の成長源となる在庫を拡大。

3. BS・CFの状況②

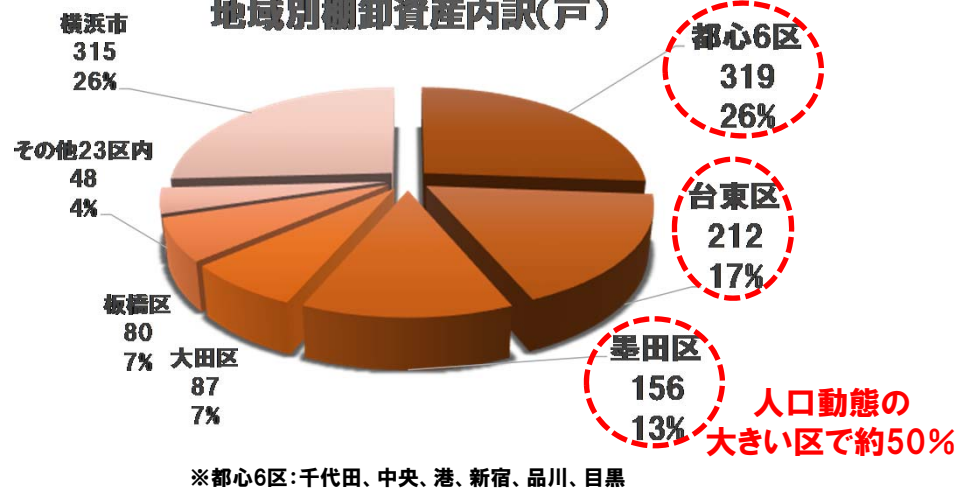
在庫の多くは都心6区、台東区、墨田区といった人口動態が大きく、単独世帯の需要が高い都心部に集中。約60%が駅徒歩5分以内の物件。

棚卸資産の状況

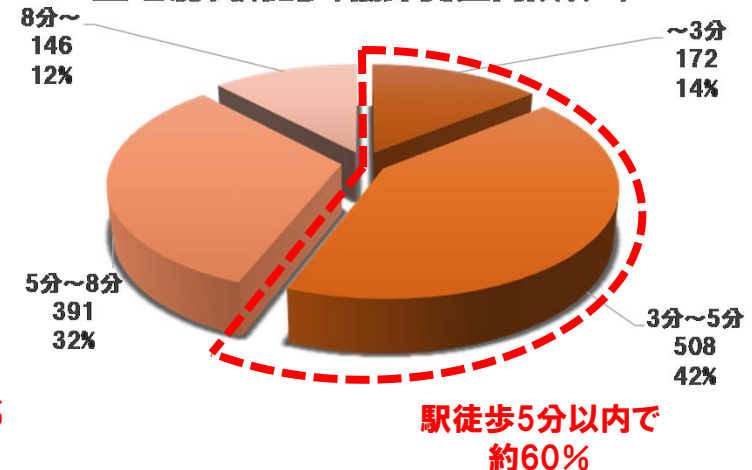
竣工別棚卸資産残高(百万円)
販売用、仕掛販売用合算



地域別棚卸資産内訳(戸)



立地別(駅徒歩)棚卸資産内訳(戸)



4. トピックス

2年連続顧客満足度1位獲得。
平成版働きがいのある会社、不動産・住宅部門第1位。

アイ・エヌ・ジー・ドットコム

2017年
投資向けマンション
デベロッパーに対する
オーナーの意識調査

満足度の高いデベロッパー

第1位

プロパティエージェント
(昨年1位)

第2位日本ワークス(昨年15位)
第3位ヴェリタス・インベストメント(昨年10位)

2年連続総合1位獲得

Vorkers

2016年
平成版
働きがいのある会社

不動産・住宅部門

第1位

全業種
第5位

※Vorkers:国内最大級の社員クチコミと求人情報をもつ
ジョブマーケット・プラットフォーム

II.2018年3月期業績予想

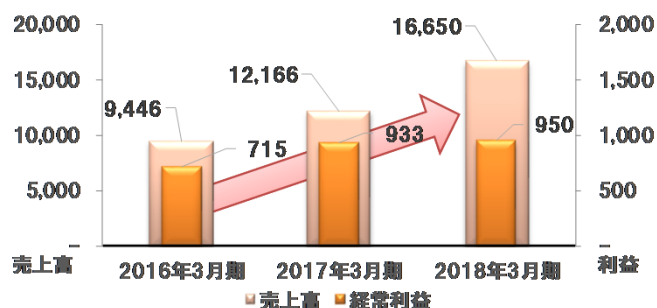
2018年3月期業績予想①

計画販売戸数630戸(前期比+209戸)のもと、売上高166億円(前期比36.8%増)を計画。マーケティング、サービス開発、人材の強化に集中投資し、コスト増加を予定。

単位:百万円

	2016年3月期 実績 構成比		2017年3月期 実績 構成比		2018年3月期 予想 構成比		対前年比	増減率
売上高	9,446	100.0%	12,166	100.0%	16,650	100.0%	4,483	36.8%
営業利益	886	9.4%	1,115	9.2%	1,190	7.1%	74	6.6%
経常利益	715	7.6%	933	7.7%	950	5.7%	16	1.8%
当期純利益	430	4.6%	583	4.8%	590	3.5%	6	1.1%
EPS(円)	324.06		351.05		353.90		2.85	
不動産開発販売事業売上高	8,907		11,583		16,000		4,416	38.1%
販売戸数(戸)	375		421		630		209	49.6%
プロパティマネジメント事業売上高	538		583		650		66	11.4%

業績予想含む3期推移



2018年3月期の主な販売PJ

- ・横濱阪東橋 42戸
- ・森下 43戸
- ・新富町 22戸(コンパクト専用)
- ・神田淡路町 43戸
- ・目黒碑文谷 41戸
- ・大井町 80戸

2018年3月期業績予想②

2018年3月期配当予想:36円(前期比9円増配、普通配当前期比19円増配)
2018年3月期業績予想をベースにした配当性向:10.2%(前期比+2.5%)

配当推移

単位:円

	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	対前年比	増減率
1株当たりの配当金	10.00	27.00	36.00	+9.00	33.3%
EPS	324.06	351.05	353.90	2.85	
配当性向	3.1%	7.7%	10.2%	2.5%	
BPS	1,630.06	1,967.54	—	—	

※1. 2015年9月23日付けで普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を行っております。比較のため、2016年3月期の1株当たり配当金は当該株式分割後の数値にて記載しております。
 ※2. 2017年3月期の1株当たりの配当金の内訳は、普通配当17.00円、上場1周年記念配当10.00円です。

III. 今後の方針・戦略・取組

今後の方針・戦略・取組 (ビジョン・方針)



PROPERTY AGENT INC.
プロパティエージェント株式会社

- ・売上高90～100億円
- ・顧客の評価 業界TOP
- ・商品の質 業界TOP

・業界リーダー

短期ビジョン

(第1成長ステージ)

- ・知名度
- ・顧客満足度
- ・売上高、供給戸数
- ・一人当たり営業利益

- ・業界トップ
- ・事業領域拡大

中期ビジョン

(第2成長ステージ)

- ・ビジョナリーカンパニー
- ・イノベーション創出企業

長期ビジョン

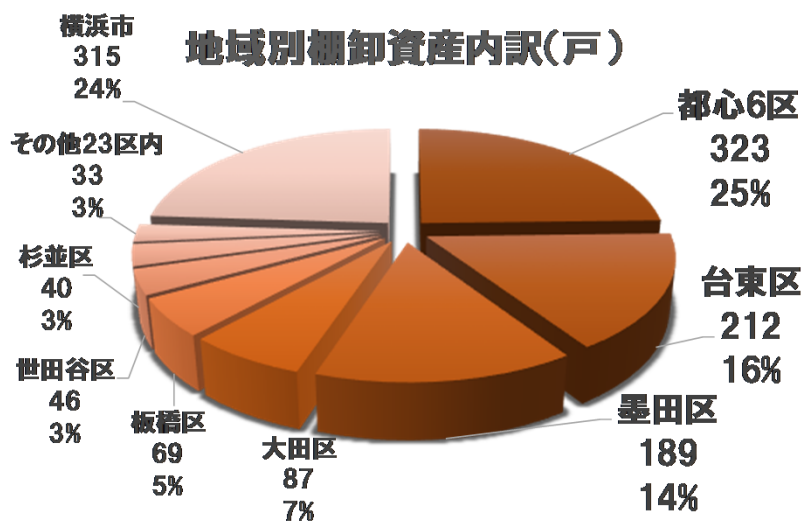
(第3成長ステージ)

今後の方針・戦略・取組（コア戦略）

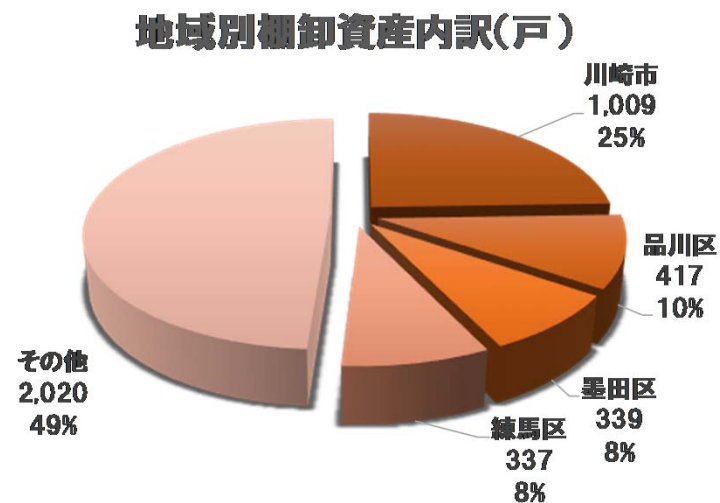
一貫した都区部への集中戦略

⇒長期にわたって資産価値を維持できる商品の提供、在庫リスクの低減

当社(2017年5月末)

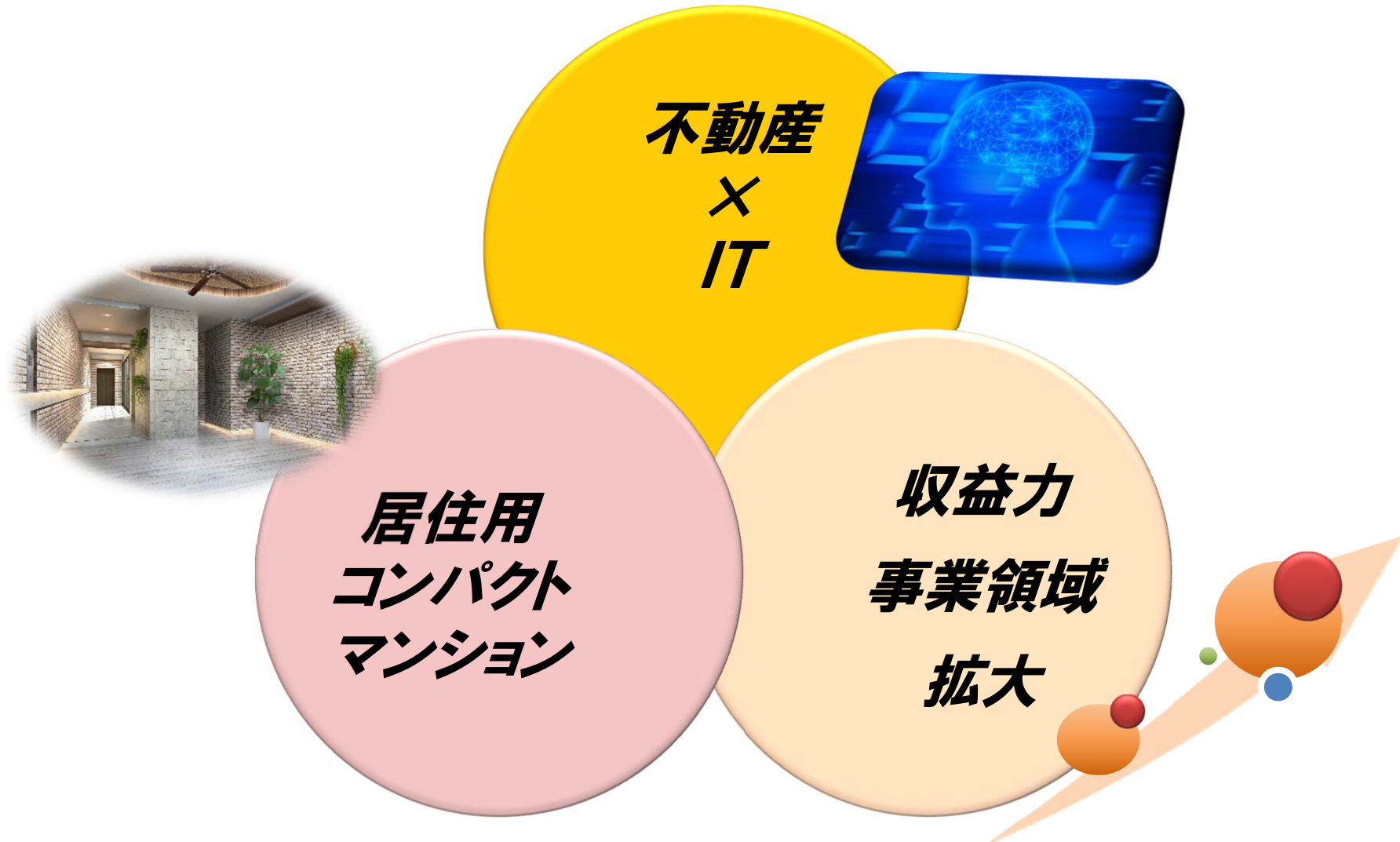


同業他社(2016年上期供給)



出典:株式会社不動産経済研究所

今後の方針・戦略・取組（個別項目）



今後の方針・戦略・取組 ①

1. 不動産×ITのサービス開発継続
オウンドメディア「不動産投資Times」のユーザー数増加＋スマートフォン・タブレット端末の普及という時代に対し、不動産×ITという分野でサービス開発を継続
⇒コミュニケーションチャンネル拡大のため、AIメッセンジャーツールの開発に着手



1000人のお客様の選択
プロパティエージェントで成功する
資産運用・不動産投資

チャット機能



年月	ユーザー数
2016年10月	1,827
2016年11月	
2016年12月	
2017年1月	
2017年2月	
2017年3月	
2017年4月	29,706

AIメッセンジャー

ITツールによる
コミュニケーションチャンネルの拡大!

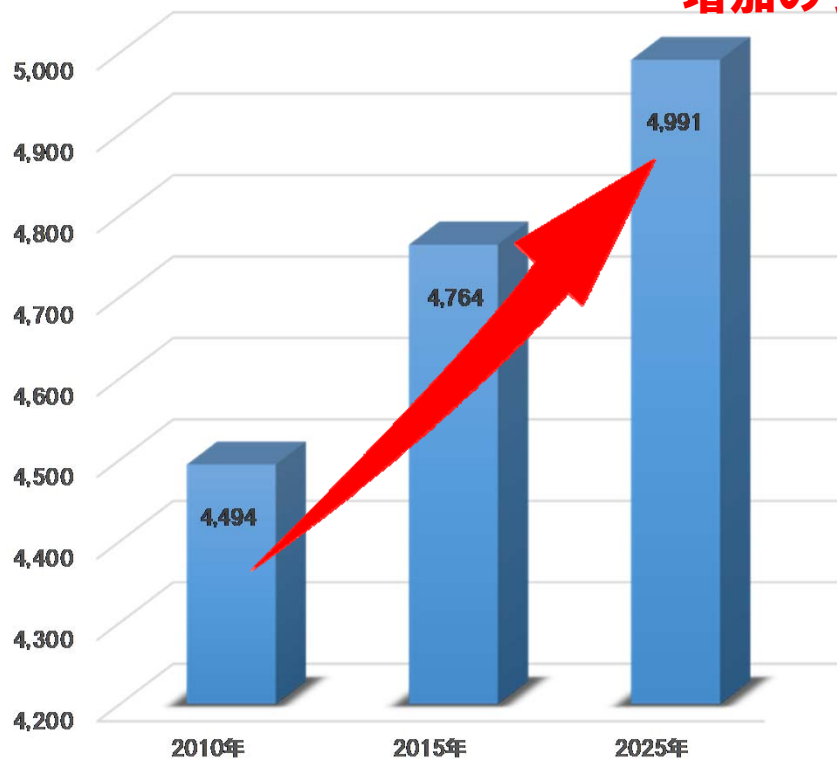


今後の方針・戦略・取組 ②-1

2. 居住用コンパクトマンション(ダイバーシティレジデンシャル)
住まい方の新しい選択肢の提案と更なる販売拡大
拡大戦略の中核にすえ、今後2年間で**200戸超の供給**を計画

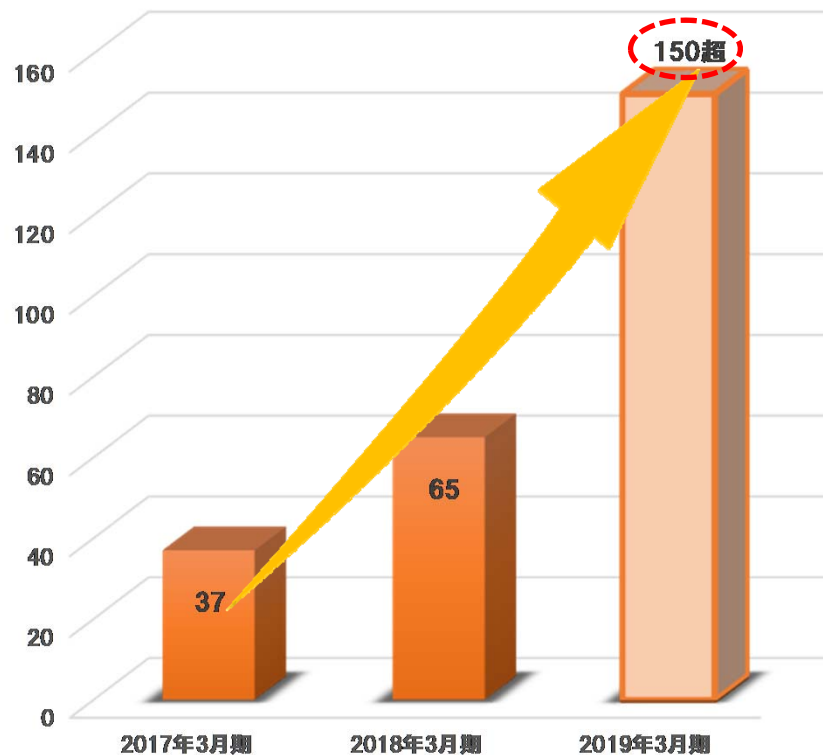
東京の単独+二人世帯
推移と予測(千世帯)

約23万世帯
増加の予測!



出典: 国立社会保障・人口問題研究所

居住用コンパクトマンション
当社販売計画戸数(戸)

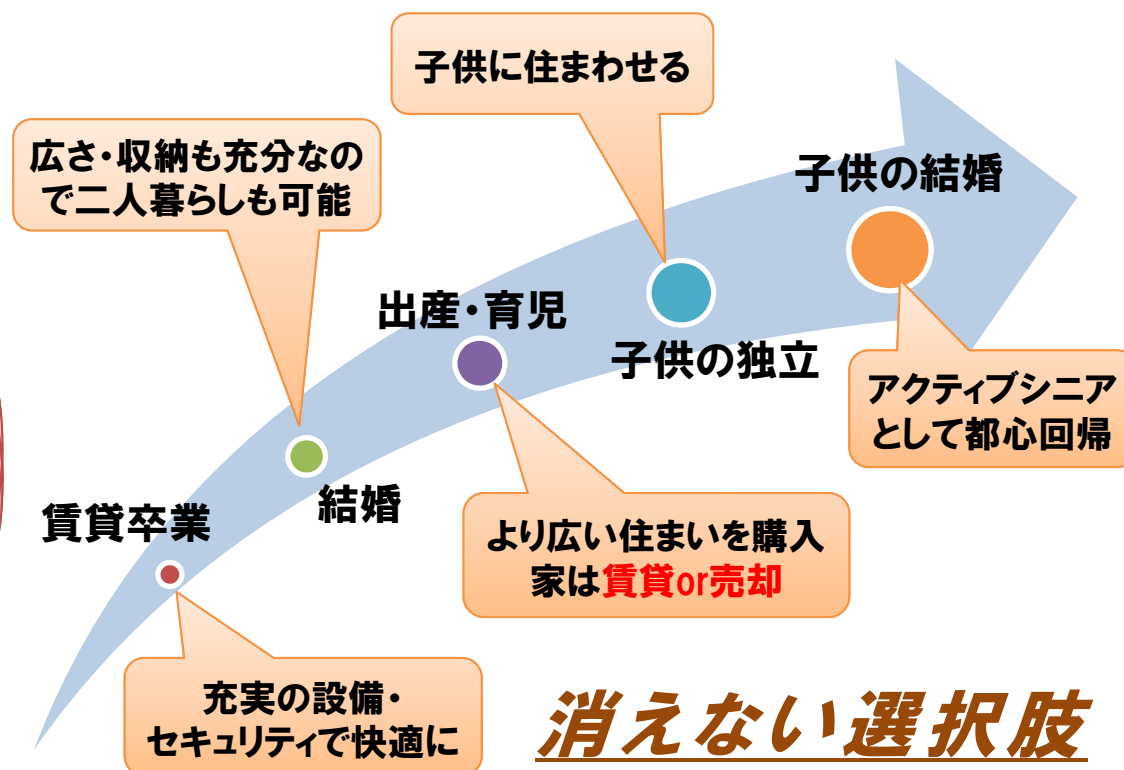


今後の方針・戦略・取組 ②-2

2. 居住用コンパクトマンション(ダイバーシティレジデンシャル) 住まい方の新しい選択肢の提案と更なる販売拡大

墨田区を例にして・・・、
1K(25㎡) **賃料相場:**
約95,000円

C両国カルミナ208(当社物件)
1LDK40㎡、墨田区
販売価格:3,280万円
頭金10万円、
ボーナス払い10万円で、
月々約87,000円



今後の方針・戦略・取組 ②-3

2. 居住用コンパクトマンション(ダイバーシティレジデンシャル) 競争優位性

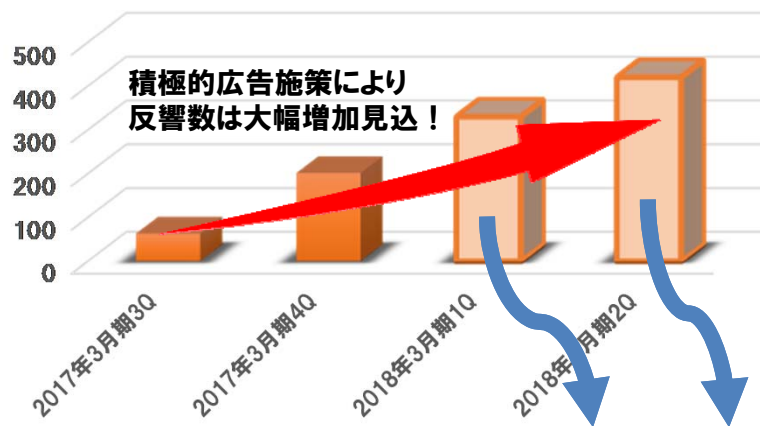


今後の方針・戦略・取組 ③

3. 収益力拡大と事業領域の拡大

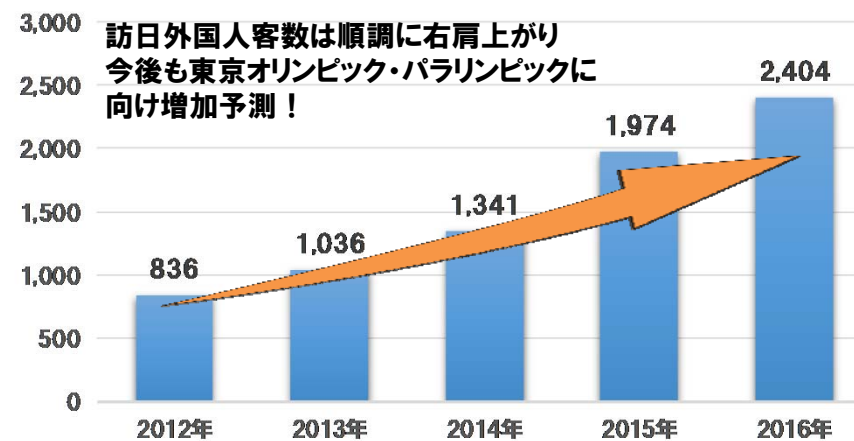
- マーケティング反響数の増加→ニーズアンマッチの発生
⇒ニーズマッチする商品を提供することで、収益拾い上げ(収益力拡大)
- 順調な訪日外国人客数の増加(今後も増加が予測される)
⇒不動産関連サービスの提供によるビジネス化の検討(事業領域拡大)

マーケティング反響数



ニーズアンマッチによる契約不成立発生
⇒ニーズマッチする商品を提供し、拾い上げ(収益力拡大)

訪日外客数(万人)



不動産関連サービスの提供
⇒新規事業としての検討(事業領域拡大)

Appendix

**プロパティエージェントの概要
（当社をはじめてご覧になる方へ）**

会社概要

2017年3月31日現在

会社名	： プロパティエージェント株式会社
代表者	： 代表取締役社長 中西 聖
設立	： 2004年2月6日
所在地	： 東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー6階
資本金	： 3億5,002万円
決算日	： 3月31日
事業所	： <ul style="list-style-type: none">・本社(東京都新宿区)・オレンジルーム(東京都文京区1店舗、目黒区1店舗)
役員数	： 役員:9名、職員:91名
事業内容	： 不動産開発販売事業、プロパティマネジメント事業
宅地建物取引業免許	： 宅地建物取引業 [東京都知事(3)第83227号]
建物管理事業免許	： マンション管理業 [国土交通大臣(2)第033619号]
上場	： 東証JASDAQスタンダード【証券コード:3464】
株式の状況	： 発行済み株式総数 1,667,200株、株主数 729名

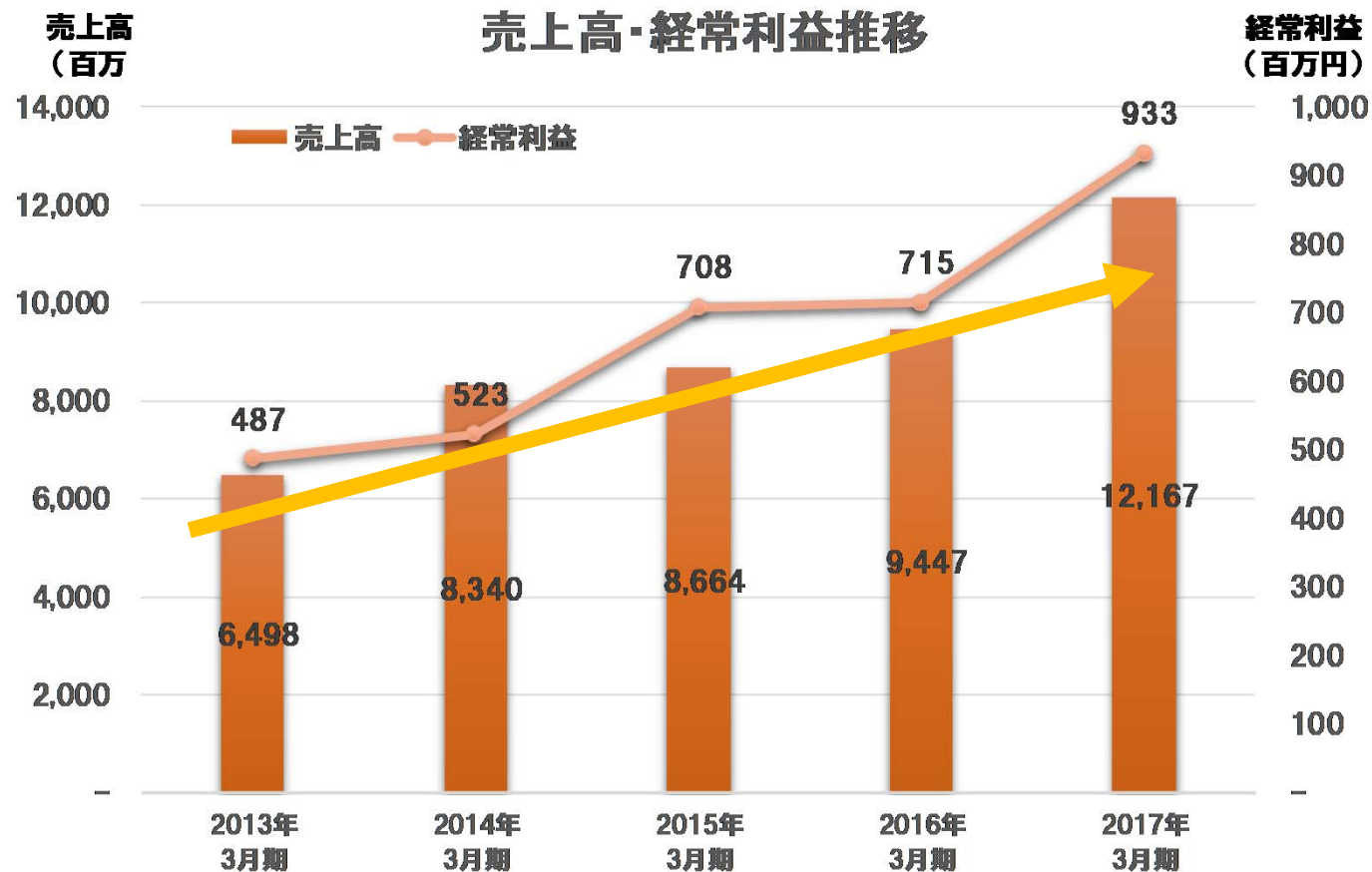
沿革 ①

年月	概要
2004年2月	新宿区新宿にて当社設立(資本金10,000千円)
2004年6月	宅地建物取引業免許(東京都知事(1)第83227号)を取得
2006年5月	資本金を50,000千円に増資
2006年10月	賃貸仲介店舗オレンジルームを豊島区池袋に開設 賃貸仲介事業開始
2008年7月	初めての自社ブランドマンション「クレイシア下丸子」販売開始
2009年1月	マンション管理業(国土交通大臣(1)第033619号)の登録
2009年9月	・本社を新宿区西新宿の新宿アイランドタワーに移転拡充 ・賃貸仲介店舗オレンジルームを文京区小石川に移転
2011年5月	本社を新宿アイランドタワー内にて移転拡充
2012年3月	建物管理事業開始
2015年10月	自社開発不動産相場情報サイト「ふじたろう」をオープン

沿革 ②

年月	概要
2015年12月	東京証券取引所JASDAQスタンダードに上場
2016年4月	居住用コンパクトマンションのユーザー直接販売を開始
2016年4月	自社開発iOS用アプリ「ふじたろう」を提供開始
2016年4月	株式会社アイ・エヌ・ジー・ドットコムによる調査で顧客評価No.1獲得
2016年9月	オウンドメディア「不動産投資Times」をオープン
2016年10月	賃貸仲介店舗オレンジルームの2店舗目として中目黒店を目黒区青葉台に開設
2017年5月	株式会社アイ・エヌ・ジー・ドットコムによる調査で顧客評価No.1を2年連続獲得

成長の軌跡



過去5期間、売上高・経常利益の増収増益達成。每期最高益を更新。
(売上高・営業利益は創業以来14期連続増収増益)

財務ハイライト

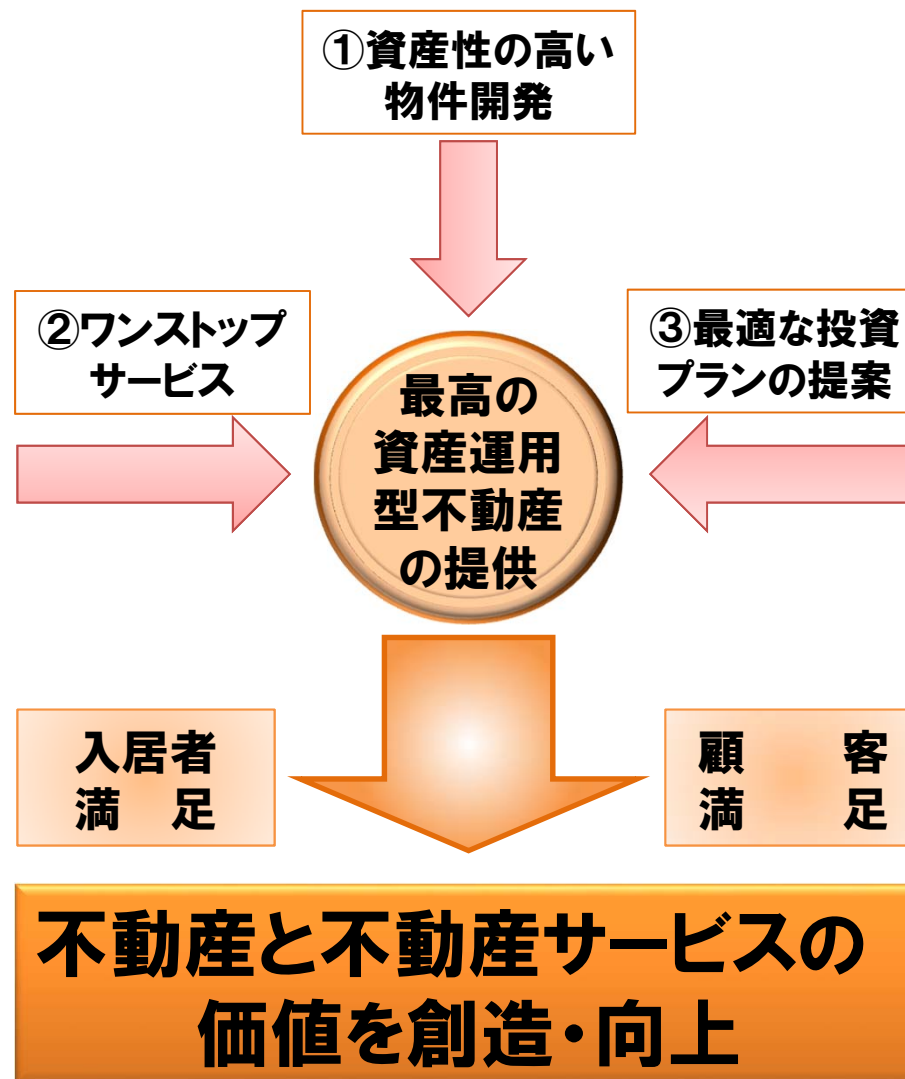
回次		第9期	第10期	第11期	第12期	第13期	第14期
決算年月		2012年3月	2013年3月	2014年3月	2015年3月	2016年3月	2017年3月
売上高	(百万円)	5,981	6,498	8,340	8,663	9,446	12,166
経常利益	(百万円)	450	486	523	708	715	933
当期純利益	(百万円)	220	276	308	438	430	583
純資産額	(百万円)	671	948	1,256	1,695	2,705	3,280
総資産額	(百万円)	2,592	3,192	4,866	8,717	10,877	14,649
1株当たり 当期純利益金額	(円)	183.71	230.23	257.00	365.50	324.06	351.05
自己資本比率	(%)	25.9	29.7	25.8	19.4	24.9	22.4
自己資本利益率	(%)	39.3	34.1	28.0	29.7	19.6	19.5

※2014年12月1日付けで普通株式1株につき普通株式3,000株の割合で株式分割を、2015年9月23日付けで普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を行っております。

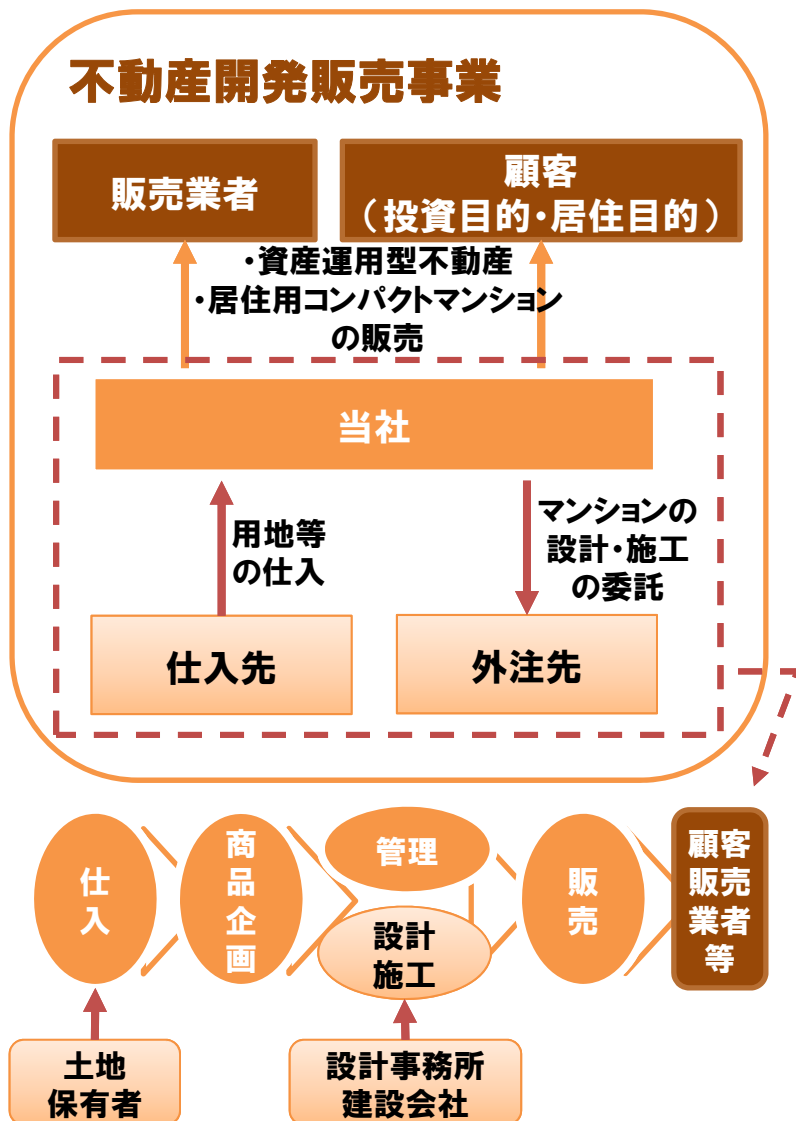
第9期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益金額を算定しております。

経営理念

私達は、
資産の代理人として
不動産と不動産サービスの
価値を創造、向上し、
人の未来を育み、
最高の喜びを得ることを
信条とする。



事業内容① 不動産開発販売事業

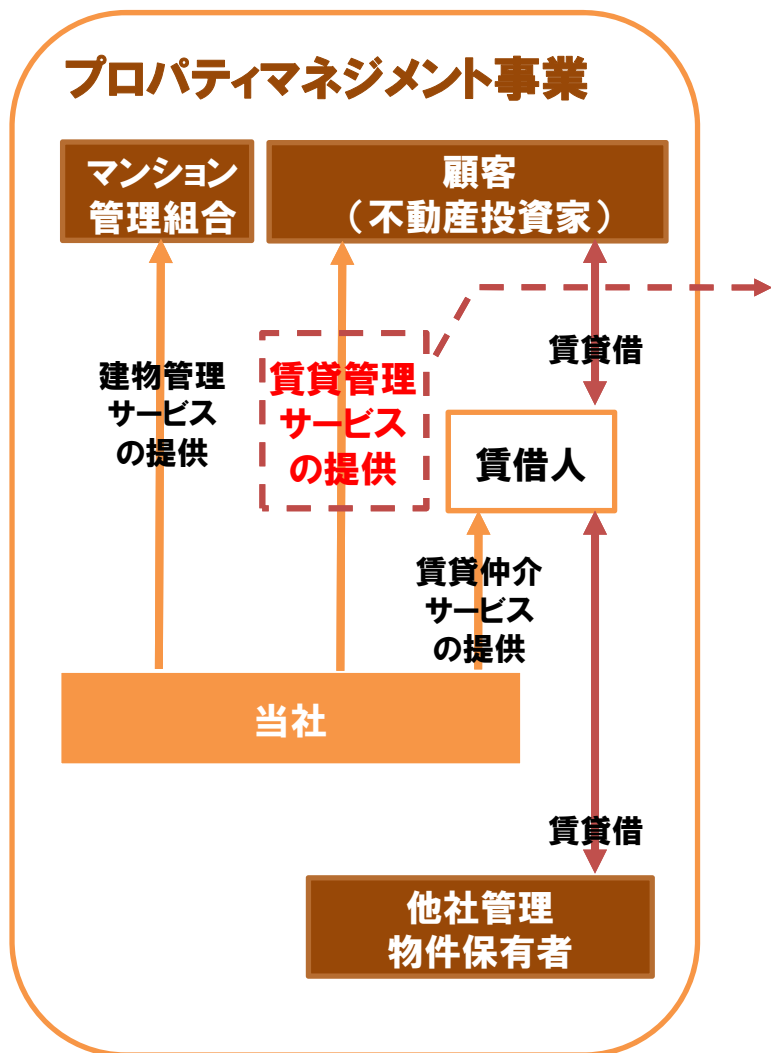


- 資産運用型不動産の用地仕入、商品企画、開発ならびに中古物件の仕入を行い、投資家や他の販売業者に販売
- 資産運用型不動産の開発にあたっては、資産性の高い物件を提供するため、
 - ✓ 物件開発エリアを主に東京23区内及び横浜周辺に集中
 - ✓ 当社独自の幅広い情報と知識を基に用地を仕入れる（スコアリングの実施）
 - ✓ 商品企画と開発から設計・施工・管理までを一括して実施（モデリングの実施）

◆主な開発実績◆

物件名	地域	戸数	竣工日
クレイシア菊川	東京都墨田区	58	平成28年1月
クレイシア王子	東京都北区	47	平成28年3月
クレイシア新宿	東京都新宿区	52	平成28年3月
クレイシア大森	東京都品川区	37	平成28年3月
クレイシア巣鴨駅前	東京都豊島区	60	平成28年4月
クレイシア両国ヴェルデ	東京都墨田区	26	平成28年8月
クレイシア品川東大井	東京都品川区	52	平成28年11月
クレイシア門前仲町	東京都江東区	52	平成28年12月
クレイシア両国カルミナ	東京都墨田区	48	平成29年1月
クレイシア品川戸越銀座	東京都品川区	31	平成29年2月

事業内容② PM事業-1



賃貸管理サービス

- 資産運用型不動産における入居者管理及び賃貸借契約管理を専門に実施
- 資産運用型不動産の入居率維持に注力
- 主なサービスとして、「集金代行サービス」及び「家賃保証サービス」を提供
 - ✓ 「集金代行サービス」
賃貸借契約の管理、家賃の集金代行、家賃滞納した場合に家賃を保証し当社が滞納請求を行なう滞納保証を提供
主な収益はオーナーからの手数料収入、入居者からの更新料収入
 - ✓ 「家賃保証サービス」
当社が投資家とサブリース契約を締結し、部屋を借り上げ、入居者に部屋を貸出す
主な収益は入居者からの家賃収入、更新料収入

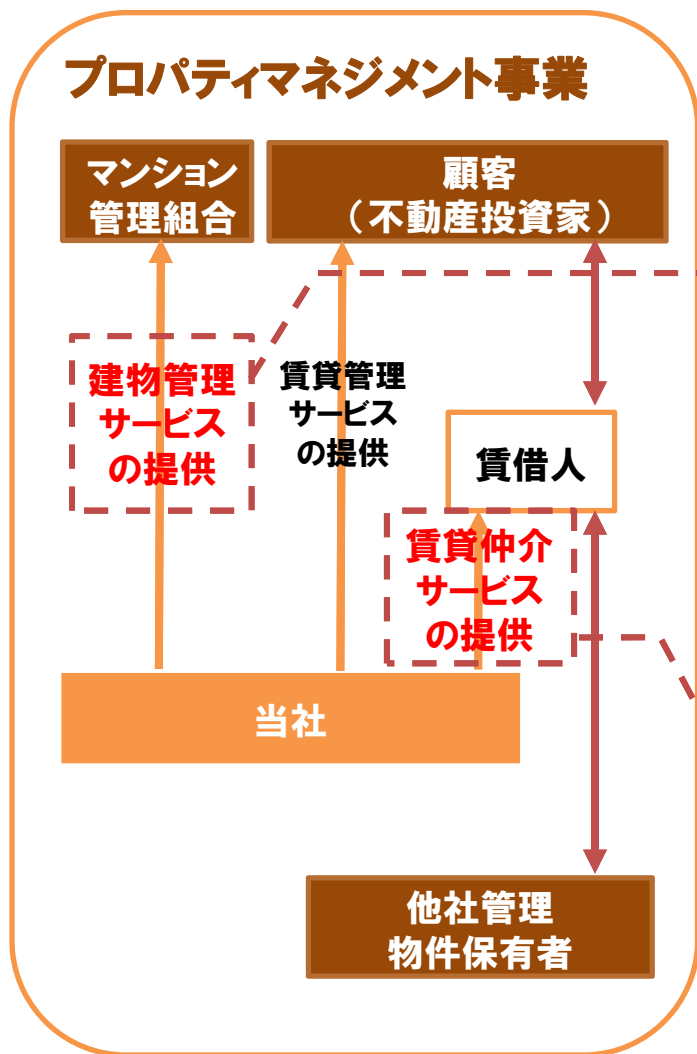
・集金代行サービス



・家賃保証サービス



事業内容② PM事業-2



建物管理サービス

- マンションにおける共用部分を管理組合に代わって管理
- 専門性を要する点検・調査業務や解決が難しい督促業務など、管理組合だけで行なうのは難しい業務を建物管理のプロフェッショナルとして受託
- 具体的業務は、管理組合の運営、会計、管理員、マンションの維持または修繕に関する企画または実施の調整等

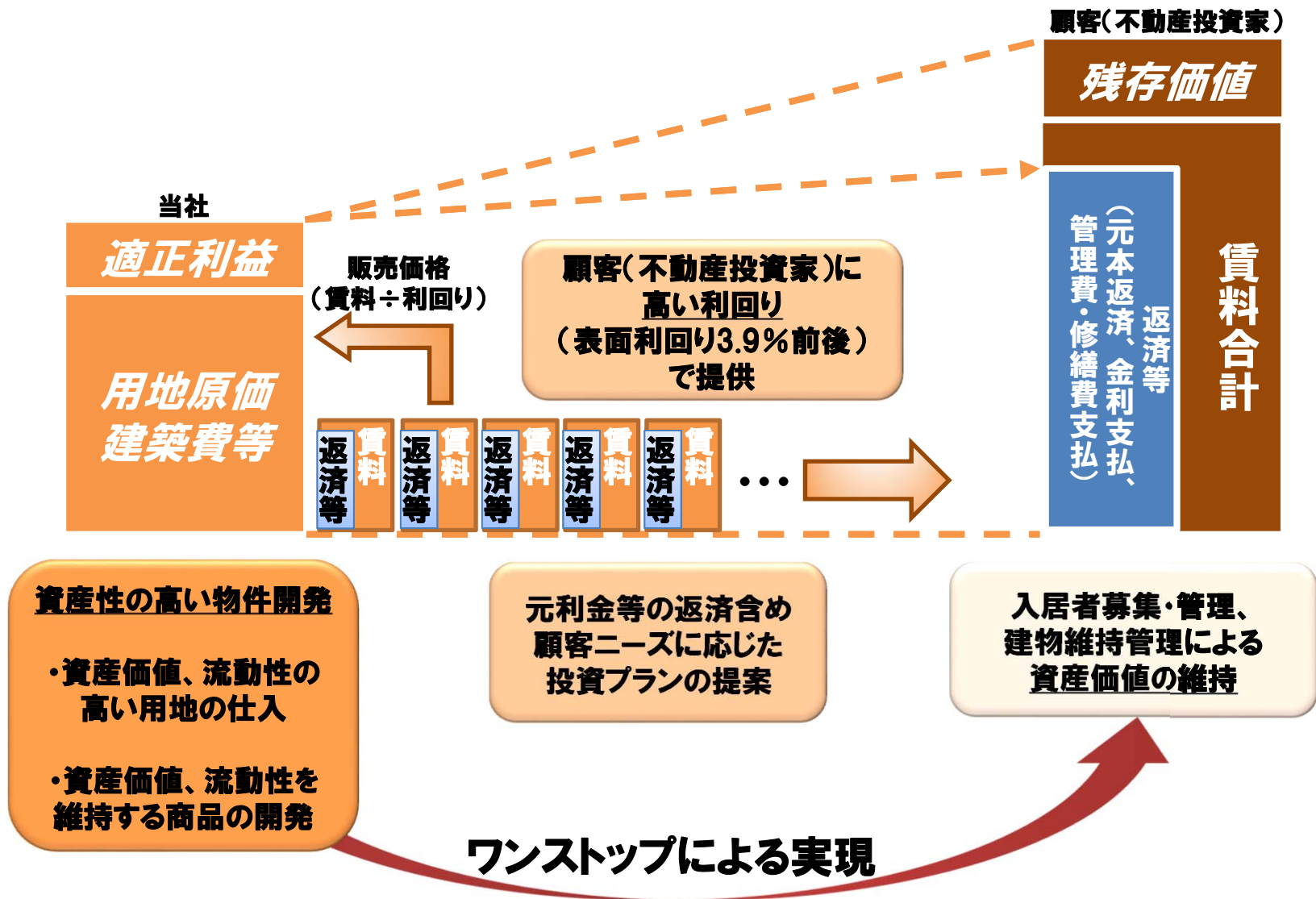
建物管理棟数・戸数



賃貸仲介サービス

- 文京区小石川、目黒区青葉台の賃貸専門店「ORANGE ROOM」2店舗にて、賃貸管理物件の入居者募集、他社管理物件の賃貸仲介を実施

ビジネスの全体像(資産運用型不動産)



※表面利回り:(年間賃料-年間管理費)÷販売価格

特徴及び強み①-1(物件開発)

1. 資産性の高い物件開発

【用地仕入】
東京23区及び横浜に限定した仕入

スコアリング
50項目以上に及ぶ評点に
基づく用地仕入
= 価値のある用地の選定

【独自の商品開発アプローチ】
モデリング
建築地域の特性の取込み
(マーケットイン)
社内一級建築士によるデザイン
地域特性 × プロの視点
= 魅力ある商品開発

【都市型不動産】
賃貸需要が堅調なため

- 郊外型より空室リスクが低い
- 将来の家賃下落が少ない

資産性の高い物件の提供

- ⇒ 既存顧客との継続的な取引
- ⇒ 新規顧客の着実な開拓

特徴及び強み①-2(物件開発)

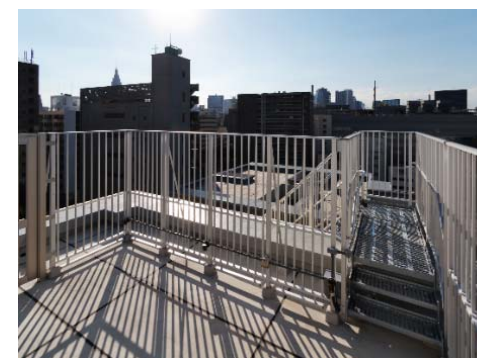
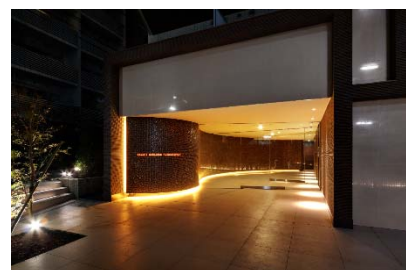
一般社団法人全国住宅産業協会 「第5回優良事業賞」受賞

「クレイシア新宿パークコンフォート」
(東京都新宿区、平成26年10月竣工、33戸)
「第5回優良事業賞」中高層分譲住宅部門
(ワンルーム事業)受賞

「スコアリング」による価値ある用地の仕入、「モデリング」による「和」テイストの魅力ある商品開発が評価された開発物件

※優良事業賞とは・・・

優秀なプロジェクトを実施した協会員を対象に、関係法令適合や品質管理体制、機能性・デザイン性、周辺環境との調和等を総合的に勘案して表彰するもの



特徴及び強み②-1(顧客との関係)

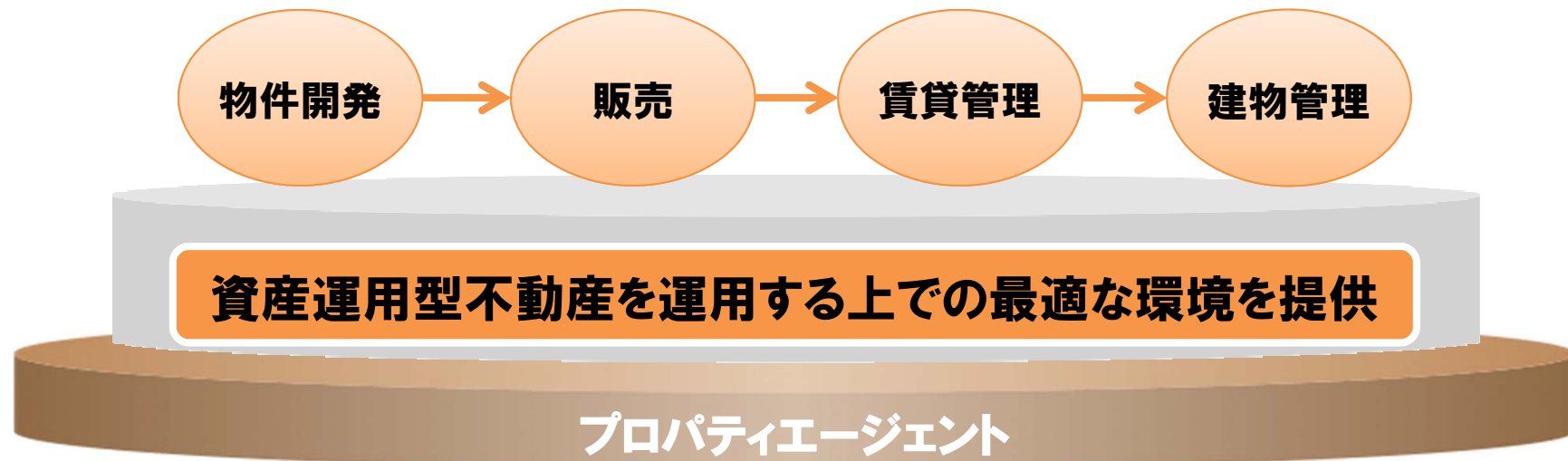
2. ワンストップサービス

物件開発から販売、賃貸管理、建物管理まで一貫したサービスを提供

⇒当初想定キャップレートの維持

⇒建物品質の維持

⇒顧客との継続的な信頼関係の構築



**モノづくりにこだわり、販売のみならず、管理まで行なう
総合不動産会社**

特徴及び強み②-2(顧客との関係)

複数の収益源

ワンストップサービス提供による収益源

ー不動産開発販売事業売上高

(2017年3月期:11,583百万円、対前年度比30.0%増収)

ープロパティマネジメント事業売上高

(2017年3月期:583百万円、対前年度比8.3%増収)

【ワンストップサービスがもたらす好影響】

中核ビジネス(不動産開発販売事業)の売上高が増加すると、周辺ビジネス(プロパティマネジメント事業)の売上高も増加する。

⇒収益の取り漏れをなくし、複数の収益源確保。

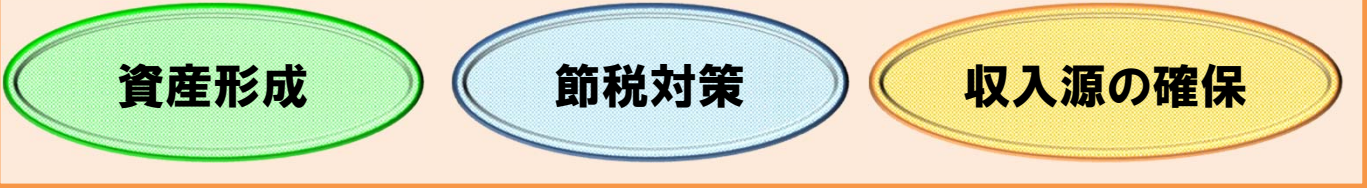
⇒安定的な収益基盤の確保。

⇒顧客満足度向上。継続的な顧客との取引の実現。

特徴及び強み③-1(顧客との関係)

3. 最適な投資プランの提案

【顧客の多様なニーズ】



アセットプランニング部による
ニーズに対応したプランニング

顧客に合った運用プランのご提案

顧客ニーズ達成
販売後のサポート・継続的信頼関係

【当社からの提供】

当社物件

提携金融
機関からの
低利融資

特徴及び強み③-2(顧客との関係)

顧客分類別販売戸数

顧客分類	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期
新規顧客への販売戸数	64 (28.6%)	70 (35.5%)	102 (32.6%)
買増顧客への販売戸数	119 (53.1%)	84 (42.7%)	157 (50.2%)
紹介顧客への販売戸数	41 (18.3%)	43 (21.8%)	54 (17.3%)
自社営業販売戸数(投資)	224 (100.0%)	197 (100.0%)	313 (100.0%)

既存顧客との信頼関係構築により、毎年高比率での買増販売戸数を確保
加えて、既存顧客からの紹介顧客への販売戸数も増加傾向。



既存顧客との良好な関係により、買増と顧客紹介が継続的に発生
⇒既存顧客の増加により、更なる顧客数の増加が可能。

特徴及び強み④(スコアリング)

スコアリングとは・・・

物件開発において、**該当物件を資産性・収益性・移動率(将来変化予測)の3軸から定量的に評価する方法**

➤ 50項目以上に及ぶ独自の評点を行い、勘や主観に頼らない開発を行うことで、確かな資産を提供することを目的に実施

所在: 品川区●●3丁目◆-▲ (仮称)
総戸数 XX 最寄駅: ●●駅 作成日: _____
利用可能駅: ●●駅

項目	評価	加減比率	評点	内容
取得価格	5	1.4	4.2点	ネット4.4%～(中古の場合5%～)
	4			ネット4.3%～4.4%未満(中古の場合4.7～4.9%未満)
	3			ネット4.2%～4.3%未満(中古の場合4.5～4.7%未満)
	2			ネット4.1%～4.2%未満(中古の場合4.3～4.5%未満)
	1			ネット4.0%～4.1%未満(中古の場合4.3%未満)
最寄り駅からの距離	5	1.1	3.3点	3分以内
	4			5分以内
	3			7分以内
	2			9分以内
	1			10分以上
体感距離	5	2	4点	別紙、評点細分化表にて
	4			
	3			
	2			
	1			
人気知名度	5	0.8	2.4点	別紙、評点細分化表にて
	4			
	3			
	2			
	1			
利便性	5	0.8	4点	別紙、評点細分化表にて
	4			
	3			
	2			
	1			
環境	5	0.7	2.8点	別紙、評点細分化表にて
	4			
	3			
	2			
	1			

▲ 評点表

▼ 評点細分化表

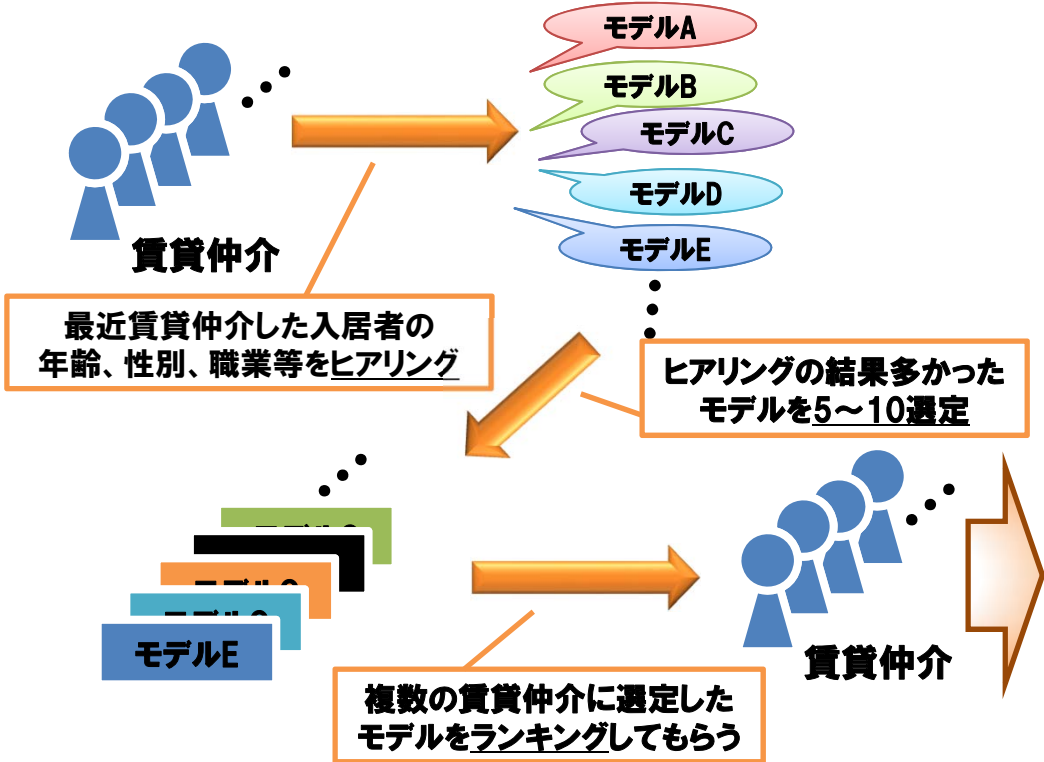
所在: 品川区●●3丁目◆-▲		備考		配点	合計	
取得価格	評点表にて					
最寄り駅からの距離	評点表にて					
体感分数	* 定義: 駅からのアプローチのうち一番多いのは〇〇〇					
	商業系(栄えている)	商業系(寂れている)	綺麗な住宅街	普通の住宅地	汚い住宅街 工業系or何もない	
	5	4	3	2	1	
人気知名度	別紙「住みたい街ランキング」15位以内			4	6	
	別紙「住みたい街ランキング」30位以内			3		
	別紙「住みたい街ランキング」31位以下(ランク外)			1		
	別紙「人気の沿線ランキング」15位以内			3		
	別紙「人気の沿線ランキング」30位以内	30		2		
	別紙「人気の沿線ランキング」30位以下(ランク外)			1		
利便性	別紙「東京都生活実感値総合ランキング」10位以内	5		3	5	
	別紙「東京都生活実感値総合ランキング」20位以内			2		
	別紙「東京都生活実感値総合ランキング」21位以下(ランク外)			1		
	急行停車・・・①					
	人気の街ランキング30位以内の街まで徒歩電車合計20分以内で到達②					
	2路線以上利用可、または2駅以上利用可(徒歩15分以内)					
スーパーまたはコンビニまたは商店街まで徒歩2分以内・・・④						
スーパーまたはコンビニまたは商店街まで徒歩2分～4分以内						
銀行・郵便局徒歩5分以内、総合病院徒歩10分以内・・・⑥						

特徴及び強み⑤(モデリング)

モデリングとは・・・想定居住者、地域特性の分析結果を反映した商品企画開発

- 当社独自の商品開発。居住者に長く支持される物件を開発することで、高い入居率を目指し、顧客が保有する物件の資産価値を長期に維持することを目的に実施

モデリングによる商品企画開発



◆モデリングによる商品開発のノウハウを蓄積し、更なる**商品開発力の強化**につなげる

ランキング上位モデルに基づいて物件の**デザイン、仕様等を決定**

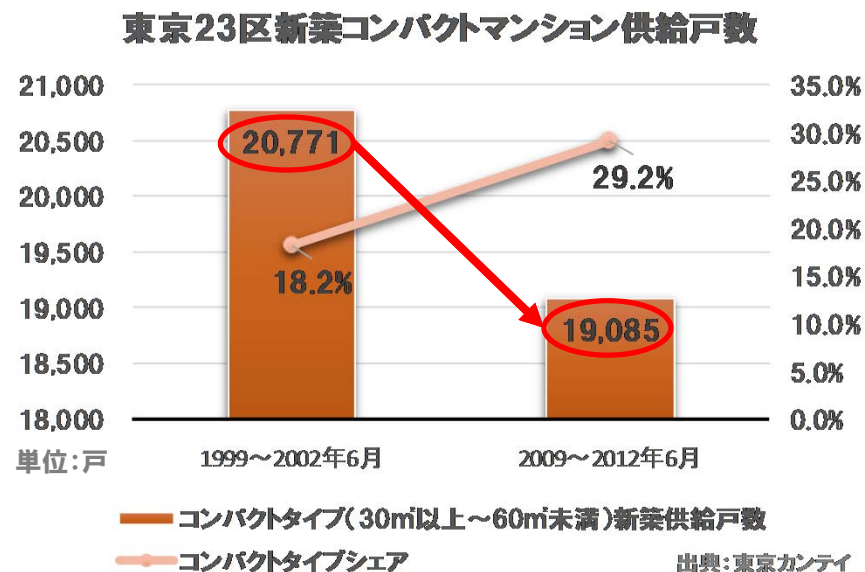
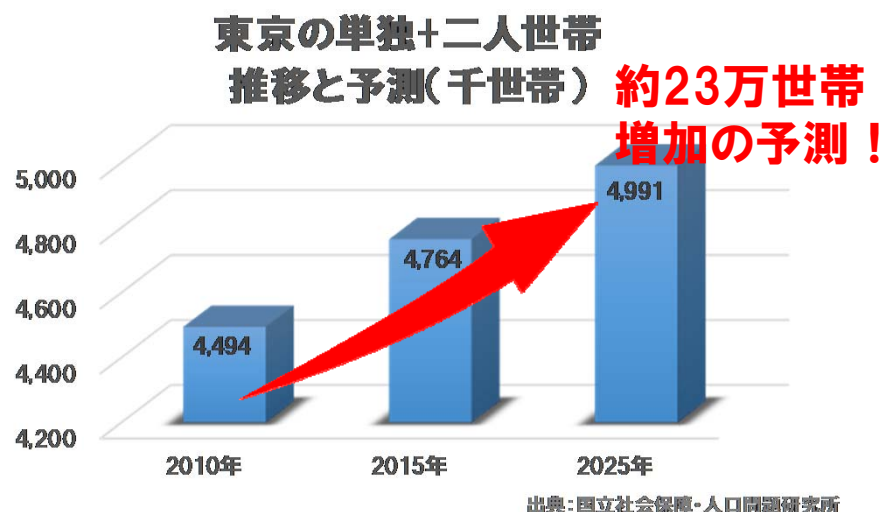
↓

居住者に**長く支持される物件**として**空室率の低減に貢献**

市場環境(居住用コンパクトマンション)

コンパクトマンションの市場動向

- 東京の少人数世帯(単身世帯、二人世帯)は、2015年476万世帯に対し2025年499万世帯と10年で**約23万世帯(年間約2.3万世帯)の増加予測**
- 少人数世帯の主な住居となるコンパクトマンションの供給は、2009年～2012年6月で約2万世帯(年換算約0.5万世帯)となっており、足元でも大きく変わらない
⇒需要に対し、**供給が不足している状況**



今後とも末永く、宜しくお願いいたします。



～ I Rに関する御問合せ先～
経営統括部

ir.info@propertyagent.co.jp

URL : <http://www.propertyagent.co.jp>

本資料取扱い上の注意

本資料は、当社が本資料公表時点において入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、これらを前提として作成しておりますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、将来に関する記述が含まれている場合がありますが、これは、本資料公表時点において入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいたものであり、実際の業績は様々なリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示的もしくは黙示的に示された予想とは、大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠して投資判断されることは、お控えいただくようお願いいたします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常に当社が将来の見通しを見直すとは限りません。

本資料は、当社をより理解していただくためのものであり、必ずしも投資を勧誘するためのものではありません。

2017年3月期 決算説明会 主な質疑応答（要旨）

- Q1. 賃貸管理戸数2,500戸に入居の方が居住用コンパクトマンションの見込顧客とのことだが、既に購入者は出ているか。**
- A1. 居住用コンパクトマンションは事業開始間もないということもあり、2017年3月期については、初期段階の集客重視と考え、ウェブマーケティングに注力し、具体的なアプローチはしておりませんでした。今後、具体的に取り組んでいく予定であります。
- Q2. 居住用コンパクトマンションについて、昨今、他社も積極的に取り組んでいるようだが、競合他社との差別化要因について教えてほしい。**
- A2. 一定の競合がいることは確かであります。しかしながら、購入から賃貸時のアフターフォローまでワンストップで行っているのは、当社のみであると考えております。また、「住んで良し、貸して良し」といったコンセプトをもってプロモーションしているのも当社のみであると考えております。
- 更に、立地選定や高入居率を維持している賃貸管理、コンパクトな専有面積に機能性を持たせる設計ノウハウなどは、賃貸住宅を専門に行ってきた当社の方が経験豊富であり、有利であると考えております。
- Q3. 2017年3月期の計画販売戸数630戸について、現時点で何戸ほど契約済みか。**
- A3. 業者卸販売の200戸は既に契約済みとなっております。また、自社販売分についても50%程度が契約済みとなっております。
- Q4. 投資用不動産の顧客層に変化は見られるか。**
- A4. 当社のお客様の層に大きな変化はございません。従来より、当社には同業他社と比較して高属性のお客様が多くいらっしゃいます。女性のお客様については、意識した販売活動をしているわけではございませんが、微増している状況にあります。女性の社会進出等も勘案すると今後は女性のお客様も増えていくのではないかと考えております。
- Q5. 投資用不動産の販売利回りが低下傾向にあるとのことだが、今後の見通し、御社が考える限界値を教えてほしい。**
- A5. 同業他社は昨年と比較して、この1年間で0.1%程度販売利回りが低下し、現在3.7～3.8%の状況であります。今後、このトレンドが続くとすると3.6%程度くらいまで

は低下するのではないかと考えております。一方、当社は平均 3.9%程度を維持しておりますが、現段階で申し上げることのできる限界値は 3.7%程度ではないかと考えております。ただし、当社でプロジェクト事業収支を算出する際は、3.7%を想定して算出することはございません。

Q6. 居住用コンパクトマンションと投資用ワンルームマンションはその立地が同じように見えるが、居住用コンパクトマンションの用地を仕入れる際の選定基準を教えてください。

A6. 当社が用地を仕入れる際は、原則として居住用コンパクトマンションと投資用ワンルームマンションの両方で事業収支を検討し、事業効率のよい方を選択するというのが基本的な考え方になります。また、居住用コンパクトマンションと投資用ワンルームマンションの立地条件は同じように見えて、若干のズレがあります。たとえば、投資用ワンルームマンションであれば、駅徒歩 10 分圏内を原則としますが、居住用コンパクトマンションであれば、住環境等も考慮すると駅徒歩 12 分程度でもニーズがある立地もございます。加えて、中央区のような居住用コンパクトマンションを建設する場合に条例による容積の緩和措置を受けられるような地域もございます。一概に選定基準を述べることは難しいですが、これらのような複合的な要因を合わせて選定しております。

以上