

中期経営計画 2025年度～2027年度

永続企業に向けた取り組み

プレジオグループ

私たちプレジオグループは収益不動産メーカーとして土地の買取・取得から企画、設計、建築、リーシング、売却、その後の運営管理まで、一気通貫のビジネススキームにより自社賃貸マンションブランド「PREGIO」シリーズを関西圏・関東圏で展開しております。また、子会社の株式会社ベイススでは賃貸マンションの賃貸管理やリーシングを主体にしながら、シニア事業として老人ホーム・介護施設のコラムサイトを運営しており、プレジオブランドの維持向上と入居者様の暮らしを豊かにする様々なサービスを展開しています。

当社グループを取り巻く環境としては、2024年、日本銀行の金利政策が2007年以降長年にわたって続いてきた低金利の状況から金利のある市況へと大きな転換点を迎え、為替も円安傾向が強まるなどして不動産業界・建設業界へ大きな影響を与えています。

収益不動産を証券化して海外の大手金融機関およびファンドへ売却するスキームで戦ってきた私たちにとって、このような市況の変化は看過できないものです。しかしながら、収益不動産を通してその時代に応じた新しいサービスを展開することで、変化し続ける環境に柔軟に対応しながら企業の永続的な存続を目指していきます。

そのために本中期経営計画（2025~2027）を掲げ、収益不動産メーカーであるプレジオグループの方向性を明示し、社員の方々や当社グループに関係する全てのステークホルダーの皆様が幸せを感じることが出来る存在となるべく進んでまいります。

経営理念

企業本来の原理原則に立ちもどり 本質的な豊かさの提供による社会貢献

つまり、“社会のニーズ”にに応じていく”という会社としての根本的な方針を忘れず
当たり前のことを当たり前に行ける会社であり続けること

私たちが考える社会のニーズとは

- 法令順守** 当たり前のことを当たり前に行うこと
- 利益追求** 利益を出して経済を回し必要とされること
- 社会貢献** 日本（国・社会）の一部として機能すること

これらの社会ニーズへ応えていくため、プレジオグループは3つのビジョンを掲げていきます



I. ビジョン	P.5
実現したい社会		
自分たちの役割		
業績目標		
II. 成長戦略		
働いていたい環境づくり	P.10
ブランド価値の向上	P.12
取り巻く環境への対応	P.16
III. 社会貢献		
ESG経営	P.19
様々な支援	P.20
IV. 企業説明	P.21



ビジョン

1

実現したい社会
～Time is Life～

2

自分たちの役割
～ブランディング～

3

業績目標
～売上高800億円に向けて～

1. 実現したい社会 ~Time is Life~

仕事は『生活を豊かにするための手段の一つ』と捉え、より短い時間で成果を上げることにこだわり、“今この瞬間”を大切にできる職場環境を目指します。

その具体策として、近年意識的に取り組む企業も増えてきているDXを軸に業務効率の改善を行い、さらなる労働生産性の追求を図ります。

2. 自分たちの役割 ~ブランディング~

社名のプレジオはイタリア語で『誇り』を意味します。

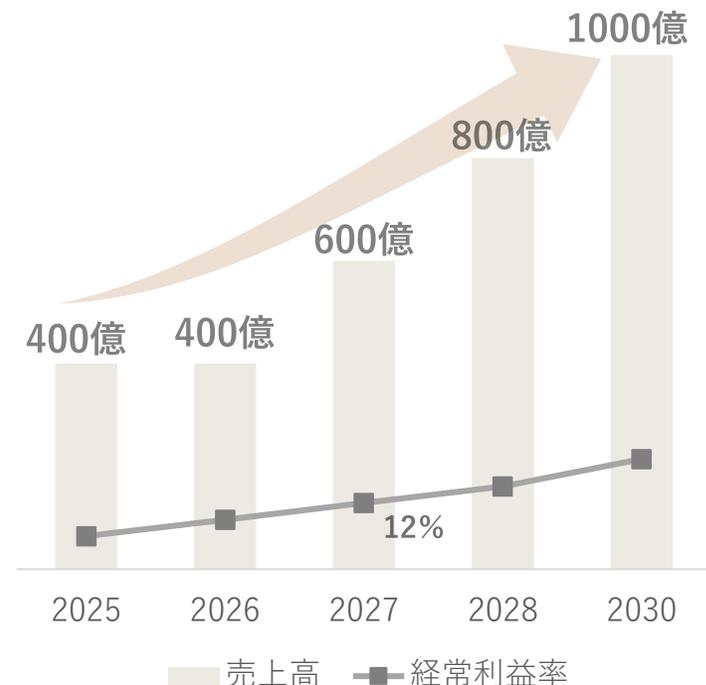
我々は、見る人に感動を、住む人に誇りを与えるデザインと機能性を追いつけます。

独自のマーケティング戦略によるブランド認知拡大により、入居者が「誇り」を持って住める高品質な賃貸マンションを永続的に供給して参ります。

3. 業績目標 ~グループ売上高800億円に向けて~

関西圏で培った事業基盤を関東圏で展開。2025年以降は関東圏での事業拡大を進めることで、更なる成長を目指します。

具体的には2028年度売上高800億円、2030年度売上高1,000億円の目標に向けて取り組みます。



財務指標に加え非財務指標を設定し、経済的価値・社会的価値両面から企業価値向上を目指します。

KPI		2024年12月期 着地見込み	2027年12月期 目標	2030年12月期 目標	
財務 指標	売上高	403.2億円	600億円	1000億円	
	粗利率	24.2%	30%	30%	
	経常利益	44.9億円	70億円	120億円	
	経常利益率	11.1%	12%	12%	
	ROE (株主資本当期純利益率)	19.6%	20%	20%	
	ROA (総資本当期純利益率)	6.0%	10%	10%	
	自己資本比率	30.2%	35%	35%	
非財務 指標	従業員数※役員除くグループ合計	237人	300人	400人	
	DX活用による 業務効率化	業務削減率※前年対比	6%	5%	5%
		業務削減時間	5,282時間/年	30,000時間/年	40,000時間/年
		一人当たり業務削減時間	1.8時間/月	8.3時間/月	8.3時間/月

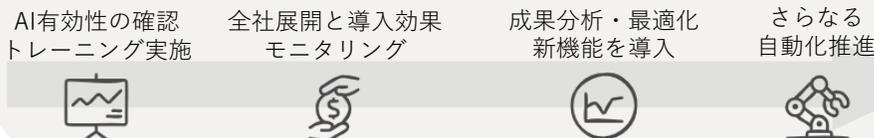


成長戦略

▶ DX化の推進

社会背景としての人口減少やデジタル技術の普及、働き方改革の流れに対応するために、戦略としての**労働生産性の向上**を重視し、その実現を支えるために以下3つを戦術として計画。これにより、企業全体の効率化を進め、社会の変化に適応する強い組織を構築します。

生成AIは、特にルーティン作業の自動化や意思決定プロセスのスピードアップにおいて、企業の大幅な効率化に寄与しています。社会全体がデジタル化する中で、AIの導入は競争力の鍵となっています。



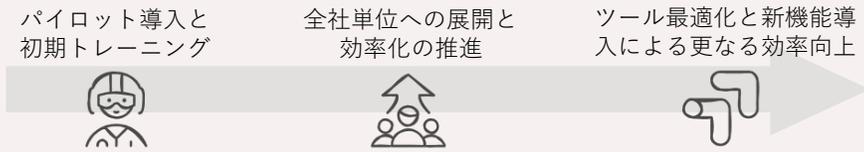
生成AIの活用



クラウドサービスの導入



クラウドサービスの活用は企業にとって欠かせない要素となっています。これにより、少ない初期投資で多くのアプリケーションを利用できるとともに場所を問わずスムーズに業務を進める環境構築が可能となりました。



社員のリスキリング

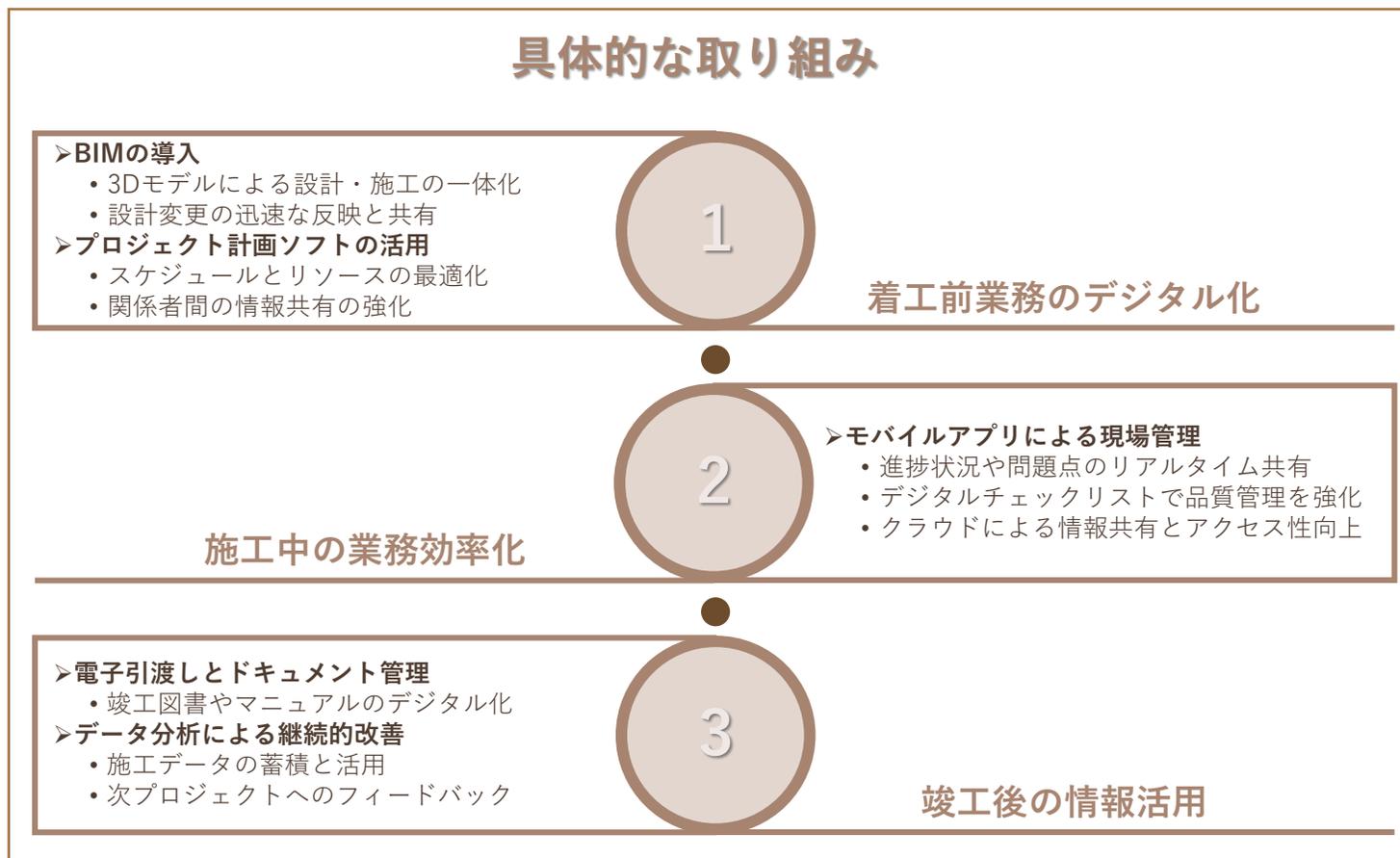


デジタル技術が急速に進化する中、企業は従業員に最新の技術スキルを持たせる必要があります。特にAIやDX（デジタルトランスフォーメーション）に関するスキルは、これからの企業成長の鍵となります。



▶ DX化の推進

施工管理業務における『人とデジタルの共存』をテーマに、業務効率の改善や施工品質の向上を目指す具体的な取り組みと施策を示します。これにより、社員が技術・品質・安全・教育に集中できる環境を構築し、働きやすさとモチベーションの向上を図ります。



目的

- 施工管理業務のDX化
- 人材が技術・品質・安全・教育に集中できる環境構築

期待される効果

- 施工品質と安全性の向上
- 業務効率の改善とコスト削減
- 社員の働きやすさとモチベーション向上

▶ 追求し続けるデザイン

時代や立地に合わせ、住む方へ“誇り”を そしてまちを変えてゆく刺激になる建物づくりを行っています。
プレジオブランドのさらなる価値向上に向け、スタイルごとの外観やエントランス、外壁の総タイル張り等賃貸マンションでは稀なデザインを取り入れ、今後も進化し続ける建物づくりを行っていきます。

EUROPEAN STYLE 誕生

ヨーロッパの街並みを連想させる重厚感あふれる外観、マントルピースや暖炉の壁面装飾などで異国情緒あふれるラグジュアリーな空間を演出しています。
プレジオシリーズの原点として今後も新しいデザインを取り入れながら暮らしに誇りを感じられるよう進化し続けます。



2003



2007

ASIAN STYLE 誕生

南国バリの職人が丁寧に掘り上げたストーンカービングを配置し、また、爽やかで洗練された印象を与える色調と植栽に囲まれたリゾート空間を演出しています。
現在関西圏では広く定着したスタイルであり、今後は関東圏での展開を予定しています。



JAPANESE STYLE 誕生予定

2025年には新しく和モダンスタイルが誕生します。
日本古来より培われたデザインを取り入れることで都会の喧騒を忘れる静けさ優しさを表現しています。



2025

▶ 事業領域の拡大

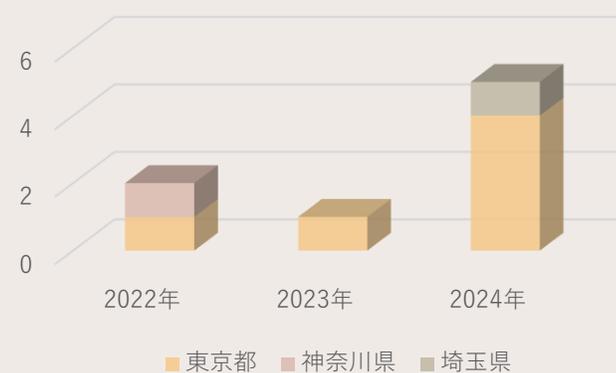
近年関東圏では転入超過が続いており、“住まい”の需要が増加傾向にあります。また、関東圏の平均収入は約436万円と東海圏の約403万円、関西圏の約398万円等に比べ高く、日本全国の中でも最も高い水準となっています。このような背景から他社に比べ賃料を高く設定しているプレジオシリーズを関東圏で進めた場合であっても、高い稼働率を維持できると予測しています。

実際に2024年に竣工した関東圏ではじめてのプレジオシリーズである プレジオ宮崎台・プレジオ亀有は竣工後半年以内には90%を超える入居率となっています。*図1参照
2024年には新たに5件の用地を取得しております。*図2参照
今後も関東圏での事業を拡大し、プレジオブランドの周知を目指します。

図1：竣工済み物件の入居率推移

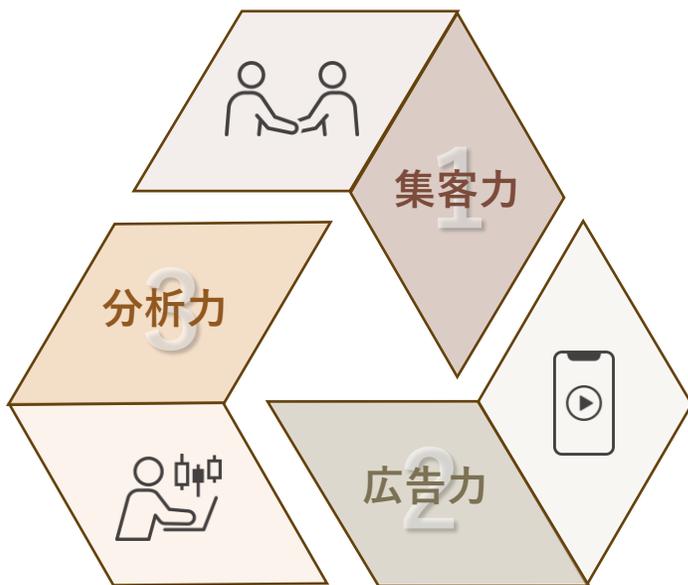


図2：用地仕入れ件数推移



▶ 基盤充実に向けた取り組み

以下3つのポイントに重点を置き、プレジオブランドの基盤充実に向けた取り組みを進めてまいります。



1 ブランドリピーター獲得による入居基盤の醸成

- 「クラブプレジオ」を通じたファン層の獲得
- 家事代行などの連携サービス展開
- 直客成約率20%を目標とし、継続的な情報発信を行う

2 新たなファン獲得に向けたSNS運用

- ターゲット層へ向けた効果的なSNS運用
- イベントへの協賛によるプレジオブランドの露出機会拡大
- オーガニック検索者を月間1万人へ（2024年時点5,000人/月）



3 入居者・申込者分析による適切なマーケティング戦略

- 年齢層や所得層、勤務地、性別等を分析
- 直客率向上による効率化
- CPA（Cost Per Action）を1万円で安定化させることを目標



▶ 新規事業の拡大

従来の安定化した事業だけに留まらず、外部環境や社会ニーズの変化にあわせて新しい事業を展開していきます。



借地

価格が高騰している不動産市場において、立地の良い土地でプレジオマンションを建設する新たな提案として、借地へのアプローチを積極化しています。

既に2024年中に竣工した難波GRACEは借地案件であり、これを皮切りに不動産価格の高止まりが続いた場合でも有効な事業であると考えて事業を展開していきます。



ホテル事業

これまでの高級賃貸マンションの企画・設計の知識を生かしながら、賃貸マンション以外の用途で収益を最大化できる手段としてホテル事業があげられます。

今後、リゾート地で当社グループが保有している土地において、国内有数のホテル運営業者と連携してホテル開発を進めて参ります。

その土地の価値を最大限見出し、周辺エリアの活性化と事業の拡大を目指しています。



シニア事業

超高齢化社会と言われる現代に応じた新たな事業アセットとしてシニア事業に取り組んでいます。

主な取り組みとしては介護事業者・医療福祉事業者向けコンサルティング事業、書籍およびウェブを通じた情報発信を行っています。

ほかにも、ウェブマーケティングを用いた介護事業者・医療福祉事業者向けの従業員紹介事業、老人ホームの入居者募集事業も展開しています。

▶ 外部環境の変化により当社およびグループに影響を及ぼす可能性のあるリスク



金利上昇のリスク

日本銀行の金利政策は、2024年にこれまでのゼロ金利政策からの転換を図り、金利のある環境に約17年ぶりに舵を切りました。足元では企業の調達金利も徐々に上昇してきており、国内経済全体への影響が懸念されます。



不動産市況悪化のリスク

本中期経営計画策定時点での不動産市況は依然として需要旺盛な状況にあるものの、金利動向によって急激かつ大きく市況が変動する可能性があります。



資材価格高騰リスク

資材メーカーからの値上げ要請は続いており、人件費をはじめとした原価上昇を主な要因とした値上げ傾向が続いています。これにより当社収益が圧迫されることも想定されます。



為替レート変動リスク

2024年11月の米国大統領選によりアメリカ大統領は第2次トランプ政権発足が決定しました。米国内経済に対してインフレ抑制を目的とした各種政策を講じる中で、FRBはじめ同国の為替政策により日本国内金利の変動可能性も大いにあり得ます。



諸外国のイベント

金利、為替に影響を与える諸外国の主なイベントスケジュールとしては、FRB議長の任期が2026年5月までであることがあげられます。議長変更により金利政策が大きく変動する可能性が考えられます。

▶ 外部環境の変化への対応

これまでの経験を踏まえ、様々なリスクに対応できるビジネスモデルを構築しています。



金利上昇のリスク



不動産市況悪化のリスク



資材価格高騰リスク



為替レート変動リスク



諸外国のイベント

外部環境により市況が大きく変動した過去の例としては2009年のリーマンショックがあげられます。当社グループは設立6年目にリーマンショックを経験し、一時、債務超過に陥った経験もあります。以降、着実に利益を重ねることで債務超過を解消し、直近の2024年末時点では自己資本比率30%以上の良好な水準を維持しています。

当社の一貫通貫したビジネススキームにより製造工程を内製化することでコストコントロールが可能です。また、フォワードコミット型の売却方法を採用し、製造した収益不動産の出口を早期に確保することで、急な外部環境の変化による影響を最小限にとどめることのできる体制を構築しています。

現在は製造した収益不動産をお取引先様へ売却する形の事業運営を行っておりますが、万が一にも物件の売却先が決まらない状況に陥った際は自社保有に切り替えることも可能と考えています。その場合であっても一定の利益は確保できるよう備えてあり、リーマンショックの経験を踏まえたリスクヘッジもしっかりと行っています。



社会貢献

▶ ESG経営

プレジオグループでは取り組むべき課題の抽出を行い、ESGに関する戦略的な取り組みをSDGsの目標に連動させ、実行します。経営上のリスク軽減、持続的な企業成長を目指しESG経営を推進いたします。

Environment

- 国際材・地域材を使った資源の有効活用
- 省エネの住まい提供
- 地球に優しいものづくり



Social

- 健康経営優良法人の継続的な活動
- 女性活躍推進および障がい者雇用の促進
- 多様性、個を認めた働き方の提供



Governance

- リスク管理、コンプライアンス委員会などガバナンス強化へ向けた積極的な取り組み
- 内部監査室の設置、社内ガバナンス強化推進



▶ 様々な支援

当社が手掛けるマンションではステンドグラスやストーンカービング等、アートを多く取り入れており、「プレジオ」と「アート」は表裏一体の関係と言えます。

そんなアートを通して全国の若手アーティスト支援を目的に、大阪メトロ谷町線・堺筋線「南森町」駅直結のプレジオアートギャラリーにて個展や上映会等のスペースを提供しています。

2024年8月には第1回プレジオアートコンテストを開催し、計740点の作品が集まりました。

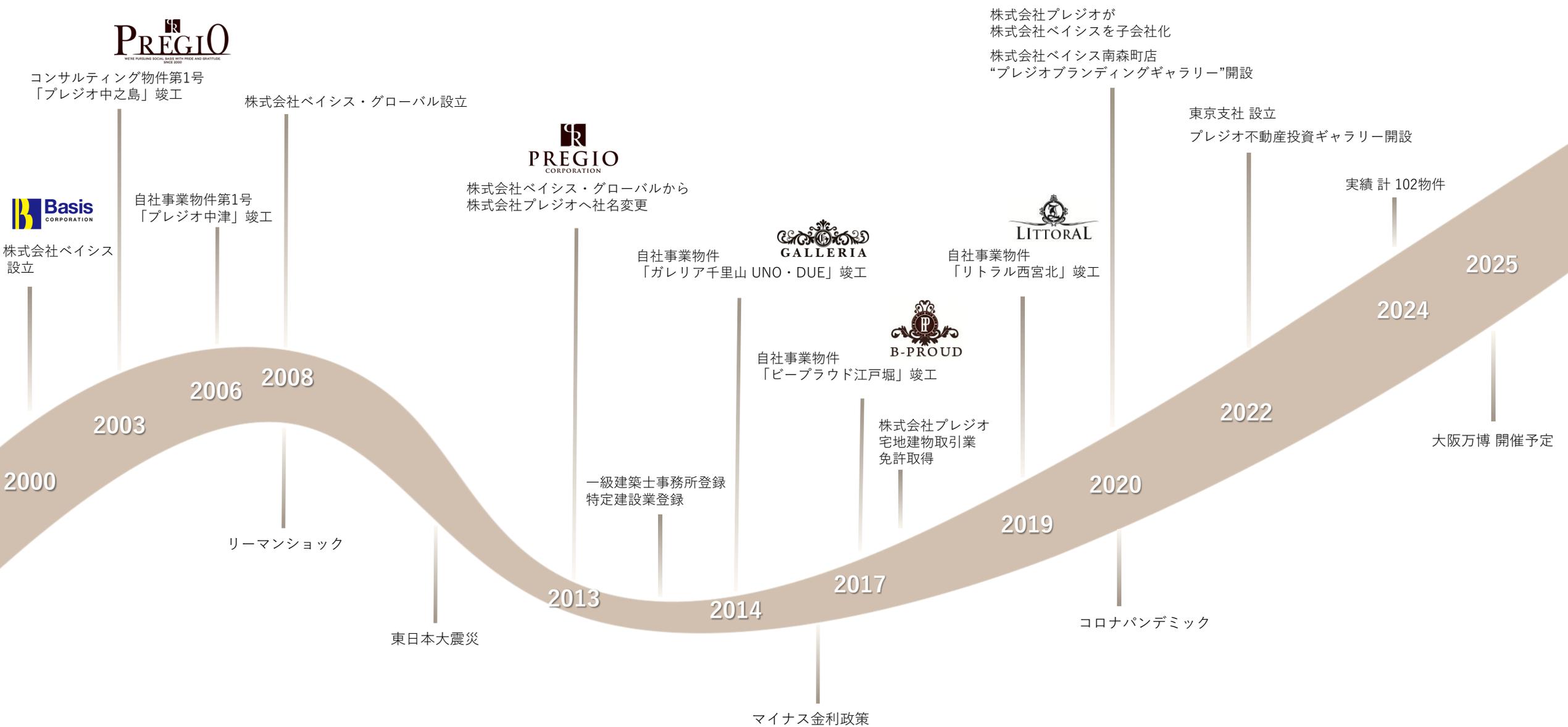
その他にもアニソンイベント・ダンスイベントの支援等 収益不動産の製造だけにとどまらず、プレジオブランドとして多角的な社会貢献を行ってまいります。



PREGIO
CORPORATION



企業説明





企業情報

- 【商号】 株式会社プレジオ
- 【所在地】 大阪府中央区南船場1-18-11 SRビル長堀12階
- 【代表】 代表取締役社長 上山 祐平
- 【設立】 2008年1月
- 【資本金】 50,000千円（2025年1月時点）
- 【従業員数】 182名（2025年1月時点）
- 【グループ会社】 株式会社ベイス
- 【事業内容】 不動産開発事業、建設請負事業
- 【許可番号他】 一級建築士事務所〈大阪府知事登録（ハ）第24322号〉
宅地建物取引業〈大阪府知事（2）第59565号〉
特定建設業〈国土交通大臣許可（特-6）第29264号〉

【グループ主要取引先】

アートプランニング株式会社、アドバンス・レジデンス投資法人、株式会社イデラキャピタルマネジメント、伊藤忠商事株式会社、エー・ビー・シー開発株式会社、株式会社SMBCリートマネジメント、キャピタランド・ジャパン株式会社、ケネディクス株式会社、株式会社サンケイビル、サンヨーホームズ株式会社、JA三井リース建物株式会社、JPモルガン・アセット・マネジメント株式会社、信和建設株式会社、信和不動産株式会社、株式会社住友倉庫、積水ハウス不動産関西株式会社、SOMPOケア株式会社、大和リアル・エステート・アセット・マネジメント株式会社、株式会社チャーム・ケア・コーポレーション、東急不動産株式会社、東急不動産キャピタル・マネジメント株式会社、東急不動産リート・マネジメント株式会社、東京建物不動産投資顧問株式会社、株式会社徳山工業社、野村不動産株式会社、野村不動産投資顧問株式会社、阪急電鉄株式会社、ピムコ・プライム・リアルエステート・ジャパン合同会社、ヒューリック株式会社、有限会社フェニックス、平和不動産株式会社、株式会社マリモ、美樹工業株式会社、みずほ不動産投資顧問株式会社、株式会社レオン都市開発、株式会社ロイヤルホテル

※50音順

企業情報

- 【商号】 株式会社ベイス
- 【所在地】 大阪府中央区南船場1-18-11 SRビル長堀13階
- 【代表】 代表取締役社長 柴田 尋
- 【設立】 2000年4月
- 【資本金】 50,000千円（2025年1月時点）
- 【従業員数】 54名（2025年1月時点）
- 【株主】 株式会社プレジオ（100%出資）
- 【事業内容】 不動産開発事業、売買仲介事業、賃貸管理事業
- 【許可番号他】 第二種金融商品取引業〈近畿財務局長（金商）第200号〉
宅地建物取引業〈国土交通大臣（1）第10343号〉
賃貸住宅管理業〈国土交通大臣（01）第002135号〉



大阪本社

〒542-0081
大阪府大阪市中央区南船場1丁目18番11号
SRビル長堀 12階/13階

[TEL] 06-6271-5080 (プレジオ代表)
06-6271-0670 (ベイス代表)



東京支社

〒100-0005
東京都千代田区丸の内2丁目1番1号
明治安田生命ビル 13階

[TEL] 03-6212-0921 (プレジオ代表)
03-6212-0910 (ベイス代表)



不動産投資ギャラリー

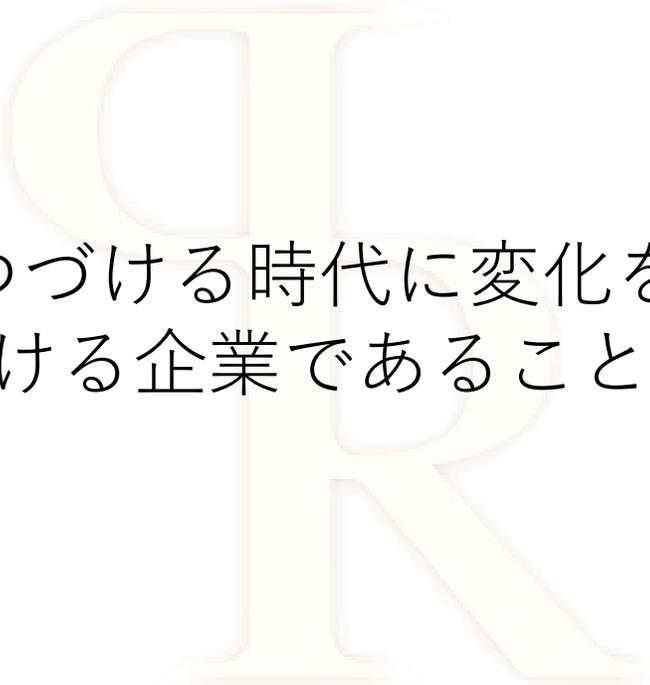
〒542-0081
大阪府大阪市中央区南船場2丁目3番2号
南船場ハートビル1階

[TEL] 06-6265-2960
0120-990-374 (入居問合せ専用)



PREGIO ART GALLERY

〒530-0041
大阪府大阪市北区天神橋2丁目北2番14号



私たちは変化しつづける時代に変化を恐れることなく
進化しつづける企業であることを誓います