



2024年1月12日

各 位

会社名 株式会社フィル・カンパニー
代表者名 代表取締役社長 金子 麻理
(コード番号：3267 東証スタンダード)
問合せ先 執行役員経営管理本部長 竹内 剛史
(TEL：03-6264-1100)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において2026年11月期を最終年度として策定した中期経営計画を決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

2023年7月より「戦略タスクフォース室」を設置し、2024年11月期を最終年度とした前中期経営計画について、計画策定時からの環境変化及び進捗状況に鑑み、持続的な成長のための通過点として妥当であるか再評価を行ってまいりました。検討の結果、経営計画の数値目標を修正することが妥当であるとの結論に至り、この度、中期経営計画を新たに策定し公表することといたしました。本中期経営計画の3か年を、持続的な成長の中長期的なビジョンを達成するための「第三創業期」と位置づけ、さらなる飛躍への基盤を構築するための経営改革を行うことに注力いたします。

本中期経営計画の詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上

株式会社フィル・カンパニー

中期経営計画 ～Leap to the Next Stage

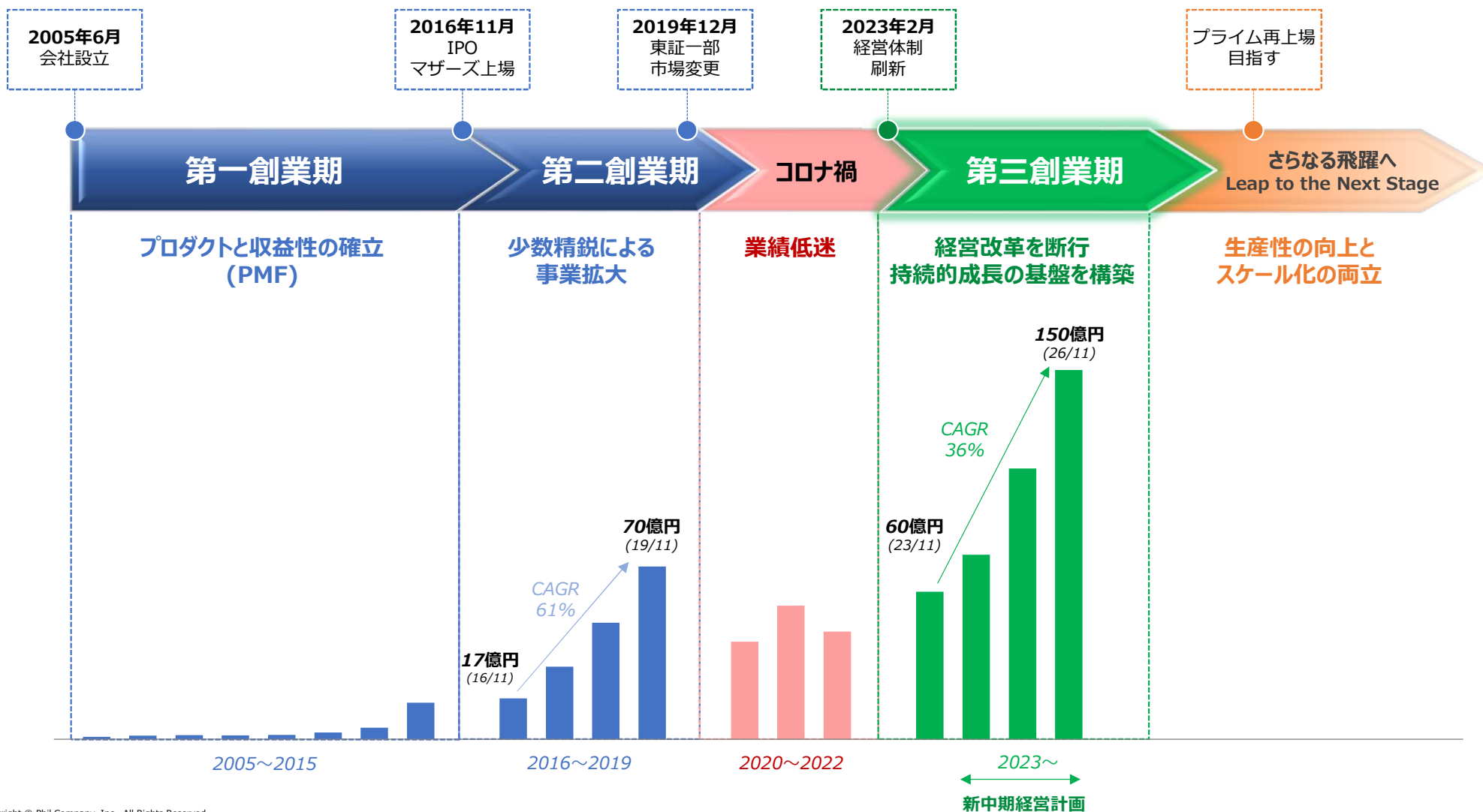
東証スタンダード 証券コード：3267
2024年1月12日



- はじめに
- 会社概要
- 中期経営計画 ～Leap to the Next Stage
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

- はじめに
- 会社概要
- 中期経営計画 ～Leap to the Next Stage
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

第三創業期から、さらなる飛躍へ ～Leap to the Next Stage



前中期経営計画の概要

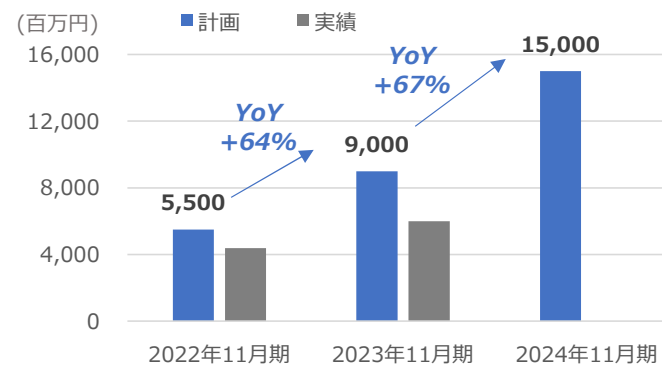
3年間で

30億円の投資
(デジタル、人材*、広告宣伝)
*100~150名の採用

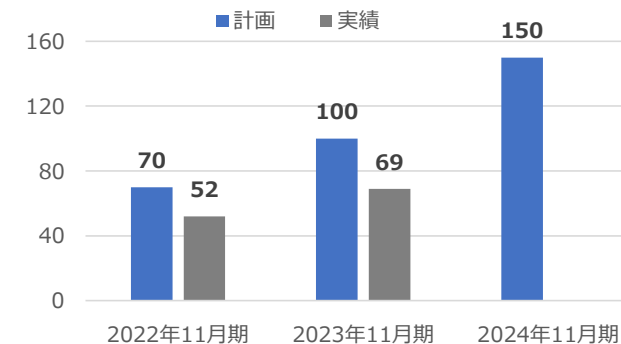
M&A 10~20億円

年率6割以上の
増収

売上高

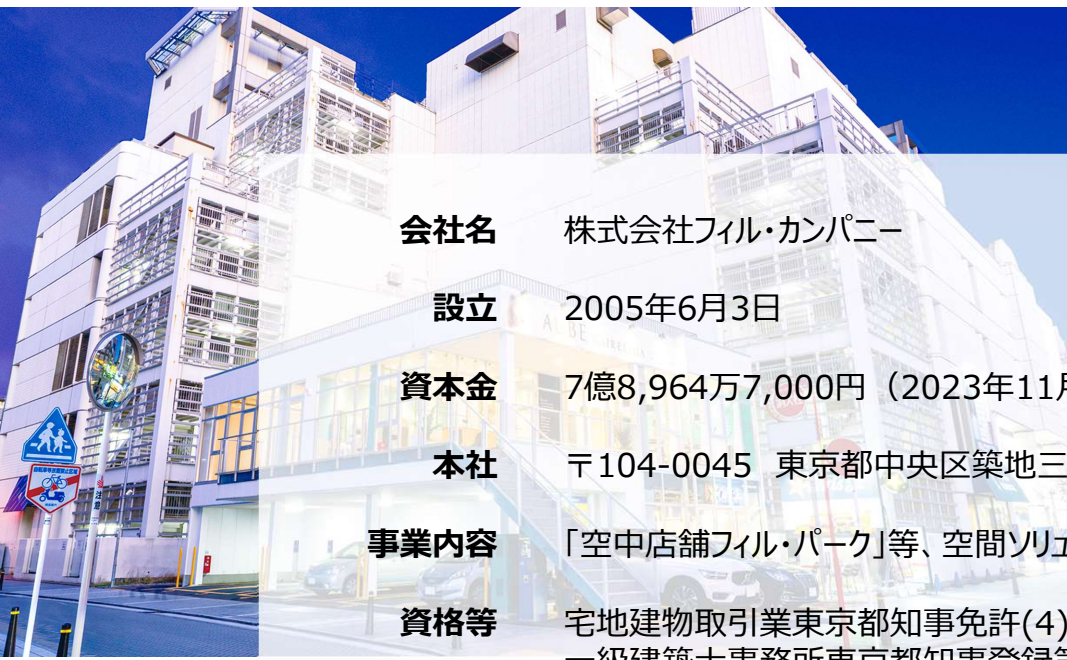


従業員数



今回の中期経営計画では、ビジネス拡大に向けたKPIを明確にするとともに、具体的な施策を提示

- はじめに
- **会社概要**
- 中期経営計画 ～Leap to the Next Stage
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト



会社名 株式会社フィル・カンパニー

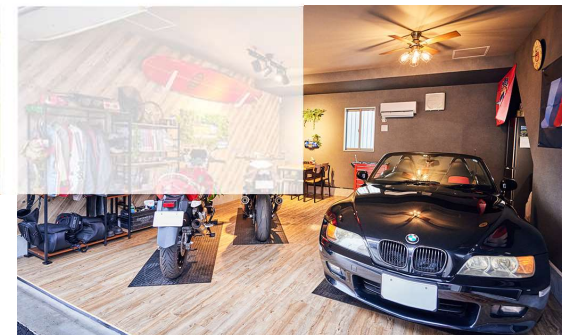
設立 2005年6月3日

資本金 7億8,964万7,000円（2023年11月30日現在）

本社 〒104-0045 東京都中央区築地三丁目1-12 フィル・パーク TOKYO GINZA Shintomi Lab.

事業内容 「空中店舗フィル・パーク」等、空間ソリューション事業

資格等 宅地建物取引業東京都知事免許(4)第87090号
一級建築士事務所東京都知事登録第55919号
建設業東京都知事 許可（般-5）第131403号



上場市場 東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：3267）

「フィル・カンパニー」 パーパス・ビジョン・バリュー

存在意義
PURPOSE

まちのスキマを「創造」で満たす。

目指す姿
VISION

「まちづくり」をオーダーメイド。

価値観
VALUE

「地域」と「お客様」のために全てのチカラを尽くす。



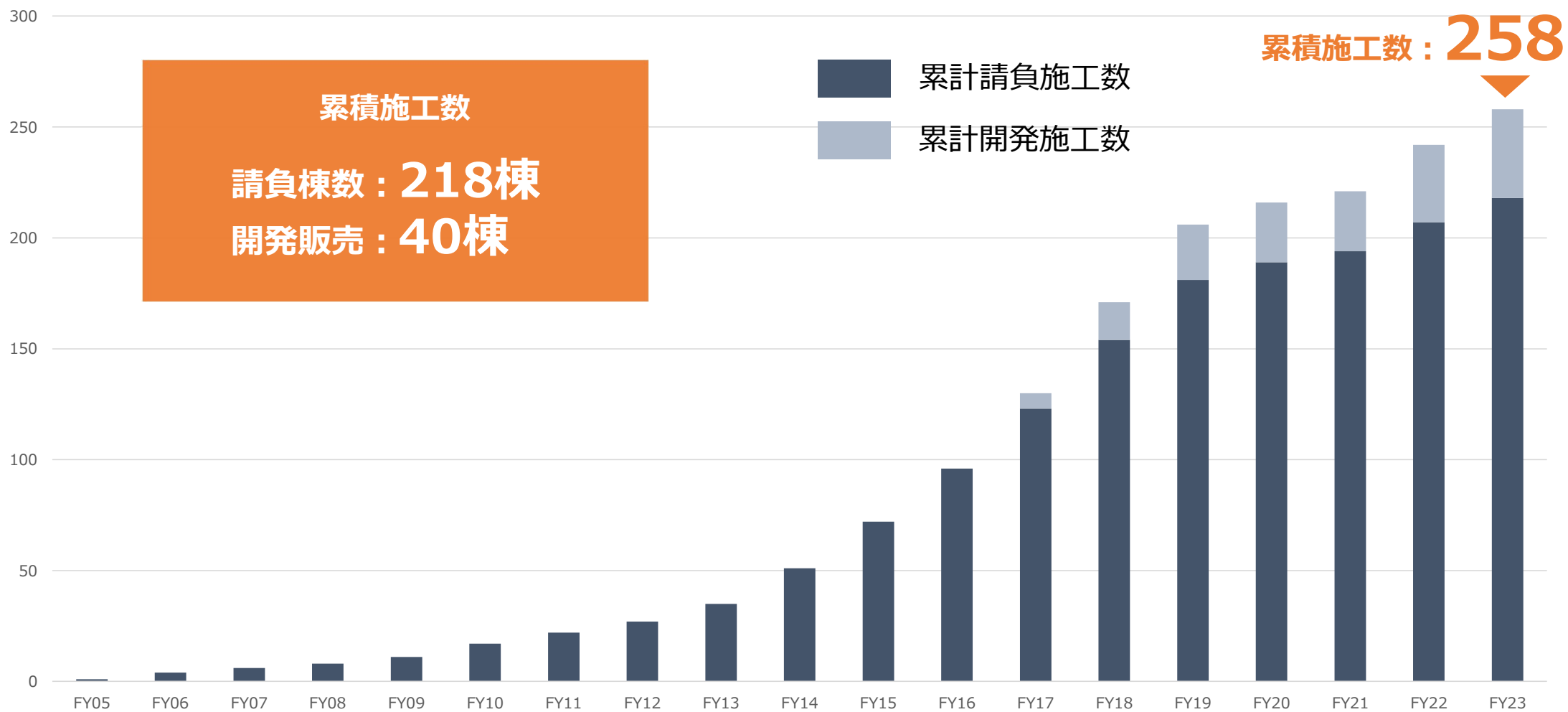
駐車场上空の未活性空間に 賑わいと収益を創り出す 「空間ソリューションサービス」。

「地主様にとって最良の土地活用プランとは何か」、「いま、この場所に
必要なのはどんな建物空間なのか」

独自の視点と手法で、地主様・入居者様・地域で暮らす方々に最適
解を導き出すとともに、企画・設計・建築・テナント誘致・管理という全
工程を一社で実現します。

※主なテナント：飲食・美容・クリニック・オフィスなど

フィル・パーク事業の実績



※実績数字は2023年11月現在



入居者様の幅広いライフスタイルを 創造するとともに 郊外エリアでも安定した収益を 生み出すガレージ付賃貸住宅事業

駅から遠く、一般的なアパート・マンションでは活用の難しい郊外エリアの土地活用に最適なガレージ付賃貸住宅事業です。

入居率98%以上、入居待ち登録件数7,000件^{*1}以上の高い入居者ニーズを源泉とする高い収益性、投資ハードルの低さや節税効果と多くのメリットをご提供します。

※主な用途：住居、セカンドハウスなど

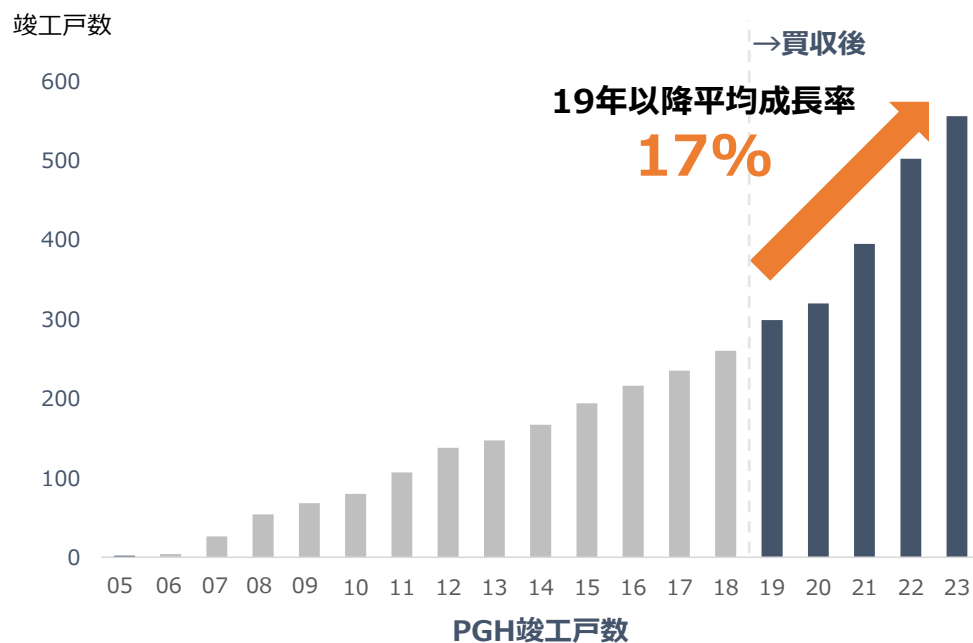
*1：2023年11月現在

プレミアムガレージハウス事業の実績

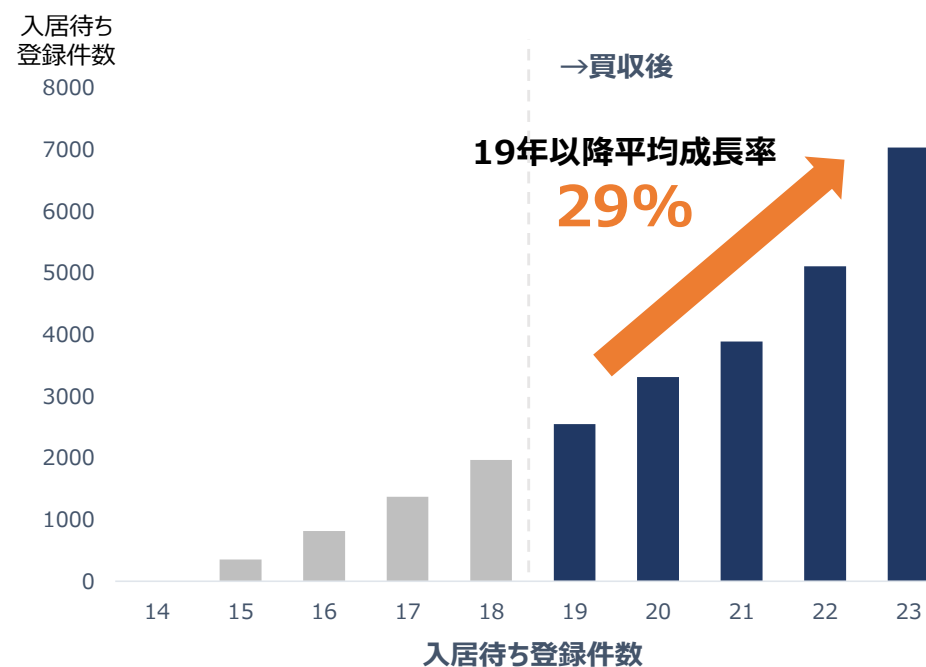


- プレミアムガレージハウス事業は、2019年の事業買収後から成長率を加速。
- コロナ禍においても順調に成長しており、今後もさらなる事業拡大を予定。

PGH竣工戸数（累積）



PGH入居待ち登録件数（累積）



※実績数字は2023年11月現在

PhilPark

- 累計実績数： 218棟
- 主な立地： 東京、神奈川、埼玉、愛知、京都、大阪、福岡等の都市部の商業地

当社中核事業

主に都市部での土地活用商品。駐車場上部空間や、大通りから一本裏手の通り沿いの土地、狭小地など従来プラン設計の難易度の高い立地を得意とする。今後も当社の中核を担う事業として**人材の配置、経営資源の配分を行う**方針

- 累計実績数： 40棟
- 主な立地： 同上

フィル・パーク請負受注の補完的位置づけ

当社で土地を購入して企画を行う。販売を行うまでは当社の在庫として**バランスシートを使うモデル**。一方、フィル・パークに最適な土地を厳選して取得するため、企画設計は比較的容易。また、土地オーナー以外の投資家にも提案可能なため、**販売先の裾野拡大**に寄与。今後も**選択的に拡大**する方針



ガレージ付賃貸住宅

プレミアムガレージハウス

- 累計実績数： 85棟（買収前の実績は除く）
- 主な立地： 東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪等の郊外

郊外における画期的な土地活用商品

駅から離れた郊外の土地でも高い利回りを提供できる土地活用商品であり、入居待ち登録というプレミアムガレージハウスへの**入居希望者をプールしておく独自システム**を有する。今後、さらに需要が伸びるプロダクトであり、**積極的に取り組む**方針

- 累計実績数： 11棟
- 主な立地： 上記都道府県のなかでも融資付けできるエリア

限られた条件下で提供できるスキーム

一般的に、郊外の土地は都市部に比べ**金融機関の評価が付きづらくファイナンスが難しい**ため、販売先が限られてくる可能性あり。プレミアムガレージハウスで土地を取得する際は、入居者や販売先が十分に見込まれるケースのみ**限定的に行っていく**方針

■ フィル・パーク事業とプレミアムガレージハウス事業はそれぞれ十分な潜在市場がある

業界全体の市場規模 (TAM) *1

約26.7兆円

全国の建築物の年あたり総工事費 *2

ターゲット市場規模 (SAM) *3

PhilPark



ガレージ付賃貸住宅

プレミアムガレージハウス

約2.9兆円

約2兆円

<算出方法>

主要エリアの建築物の年あたり総工事費 *4
× PP基準の区画の割合(15~120坪・駅徒歩10分)

<算出方法>

全国の賃貸住宅(長屋建・共同住宅)の新規着工戸数 *5
× PGH基準の区画割合(四角形以上・50~300坪) *6
× PGH1戸あたり単価(2,200万円)

※1 : TAM : Total Addressable Market 可能性のある全体の市場規模

※2 : 建築着工統計調査(国土交通省)を用い、全国で2022年に着工された建築物の総工事予定額から算出

※3 : SAM : Serviceable Available Market 獲得しうる最大の市場規模

※4 : 宮城県、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、京都府、兵庫県、大阪府、福岡県をターゲットエリアとして設定し、PP基準区画の割合を掛け合わせて算出

(PP基準区画 = G空間情報センターの土地データを用い、1都3県エリアの狭小(15~120坪)かつ駅徒歩10分以内(直線距離で~800m)の区画の割合を他エリアに拡大推計)

※5 : 2022年の住宅着工統計調査(国土交通省)を用い、新設住宅の貸家のうち、長屋建と共同住宅の戸数から算出

※6 : G空間情報センターの土地データを用い、1都3県(埼玉・千葉・神奈川県)エリアの、区画の形が四角形以上かつ50~300坪の区画の割合を全国に拡大推計

オーダーメイドの企画力

空間の特性や土地オーナー様のニーズに即した最適なプランを設計 (“Space on Demand”)

オーダーメイドの企画を実現する実行力

企画から物件管理までワンストップサービスにより、提案したソリューションの実現にコミット

ワンストップサービス

企画

あらゆる要因を分析し
最適なプランを考案

- ✓ 立地特性
- ✓ お客様ニーズ
- ✓ 各種規制
- ✓ 人流・周辺環境
- ✓ 賃料相場

建築

(設計・施工)

最適なプランを具現化

リーシング

迅速なテナントリーシング
や入居者付けを行い、
企画された投資利回りを
早期に実現

管理

竣工後の物件管理業務
を通じて、投資利回りの
持続性をサポート

- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - **Executive Summary**
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

中期経営計画の目標

持続的成長の基盤となる体制・仕組みを構築

～3ヶ年で売上高**2.5倍**を目指す実行計画～



①事業プロセス改革

②組織改革

③事業ポートフォリオの変革

■ 中期経営計画の目標：『持続的成長の基盤となる体制・仕組みを構築』

- 事業プロセス改革、組織改革を通じた既存ビジネスのスケール化
- 同時に、次なる成長への布石を打つ

第一の改革 事業プロセス改革 ～事業モデルのスケール化

- 営業改革 (P21~22)
- 反響獲得の仕組みづくり (P21)
- 原価管理と見積もり工程の効率化 (P21)
- PM*1の強化 (P21, 23)

第二の改革 組織改革 ～従業員エンゲージメントの向上

- 組織開発、人材開発 (P25)

第三の改革 事業ポートフォリオの変革 ～さらなる成長のための布石

- 事業ポートフォリオの変革・拡大 (P28)
- 新規事業の概要 (P29, 31)
- M&A・アライアンス戦略 (P30)

2026年11月期

売上高 150億円
営業利益 12億円
ROE 20%

問合せ数 4,000件
提案数 450件
請負受注件数 90件

従業員数 130名

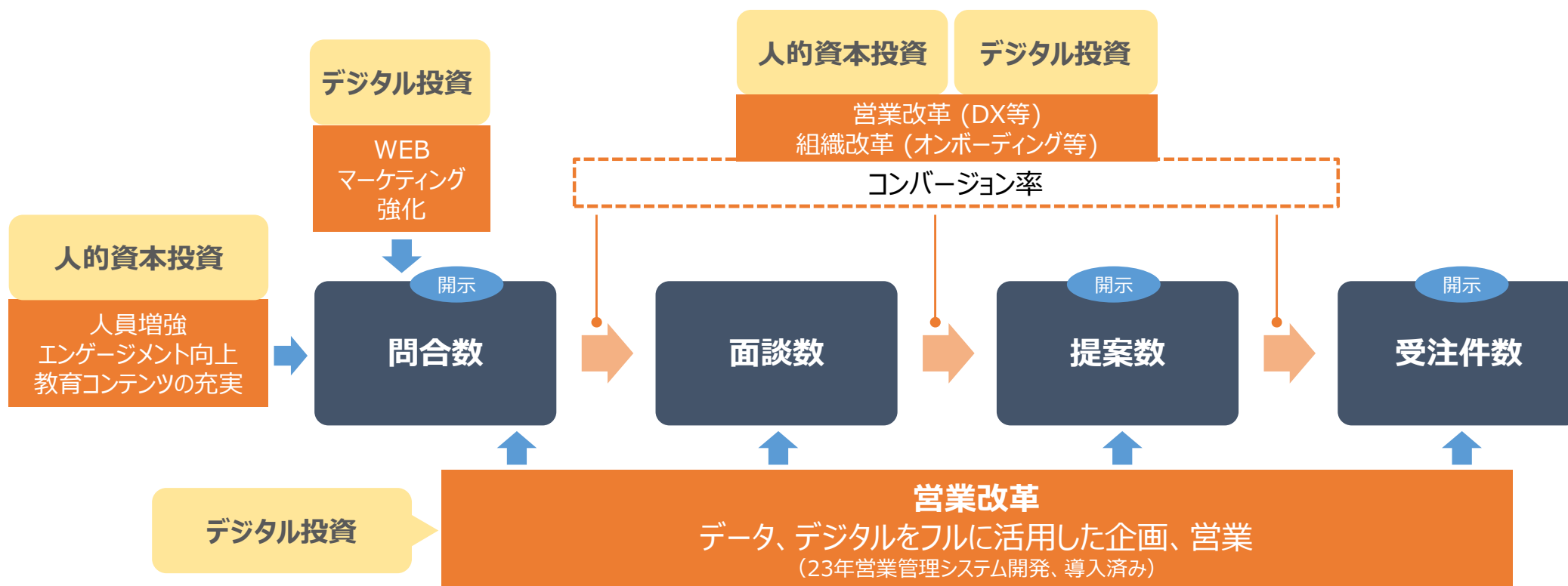
成長ポテンシャルの向上
(バリュエーションの向上)

株主価値の向上

*1: プロバティマネジメント

- 属人的な少数精鋭体制から、スケール化のための投資を実行
- 営業人員増強による問合せの「数」を拡大するとともに、「質」（コンバージョン）を落とさず運営できる体制を構築

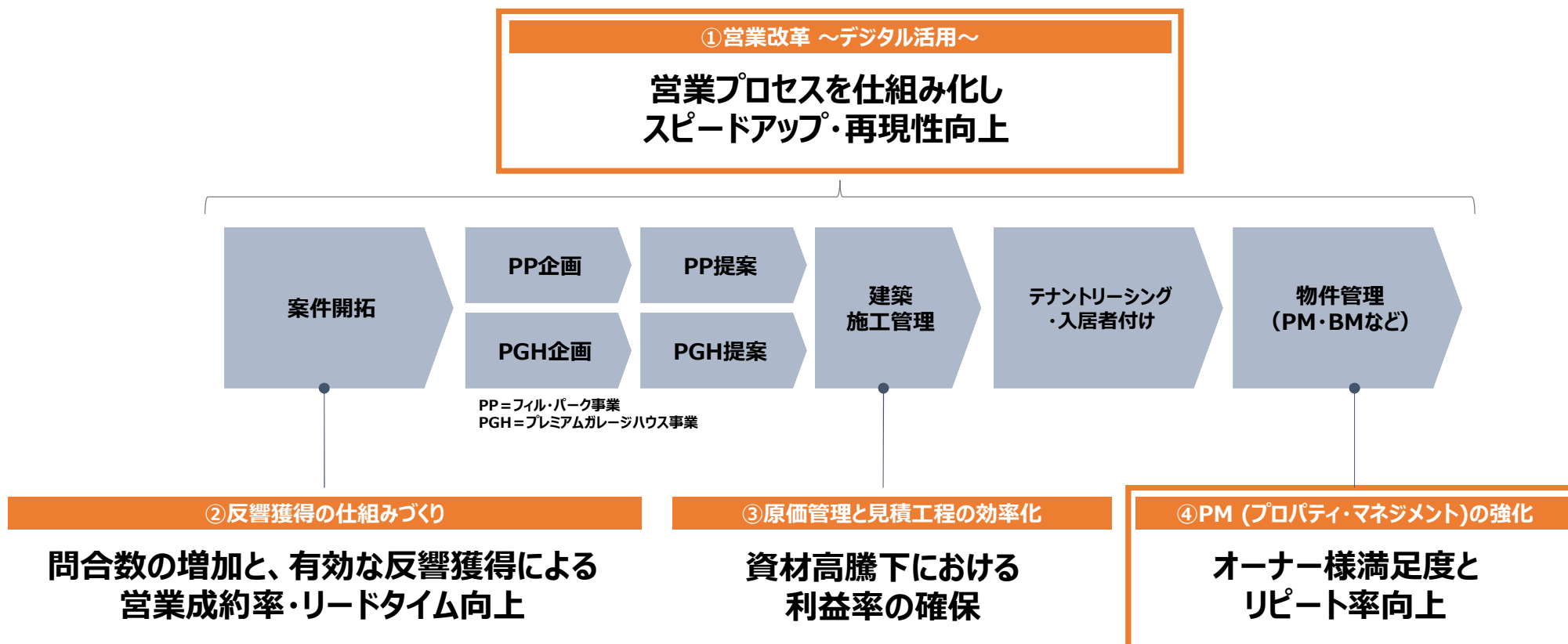
スケール化：「WEBマーケティング強化・営業人員増強による問合せ数の拡大」 × 「問合せ⇒受注 成約率の下支え」



- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - **第1の改革：事業プロセス改革**
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

第1の改革：事業プロセス改革

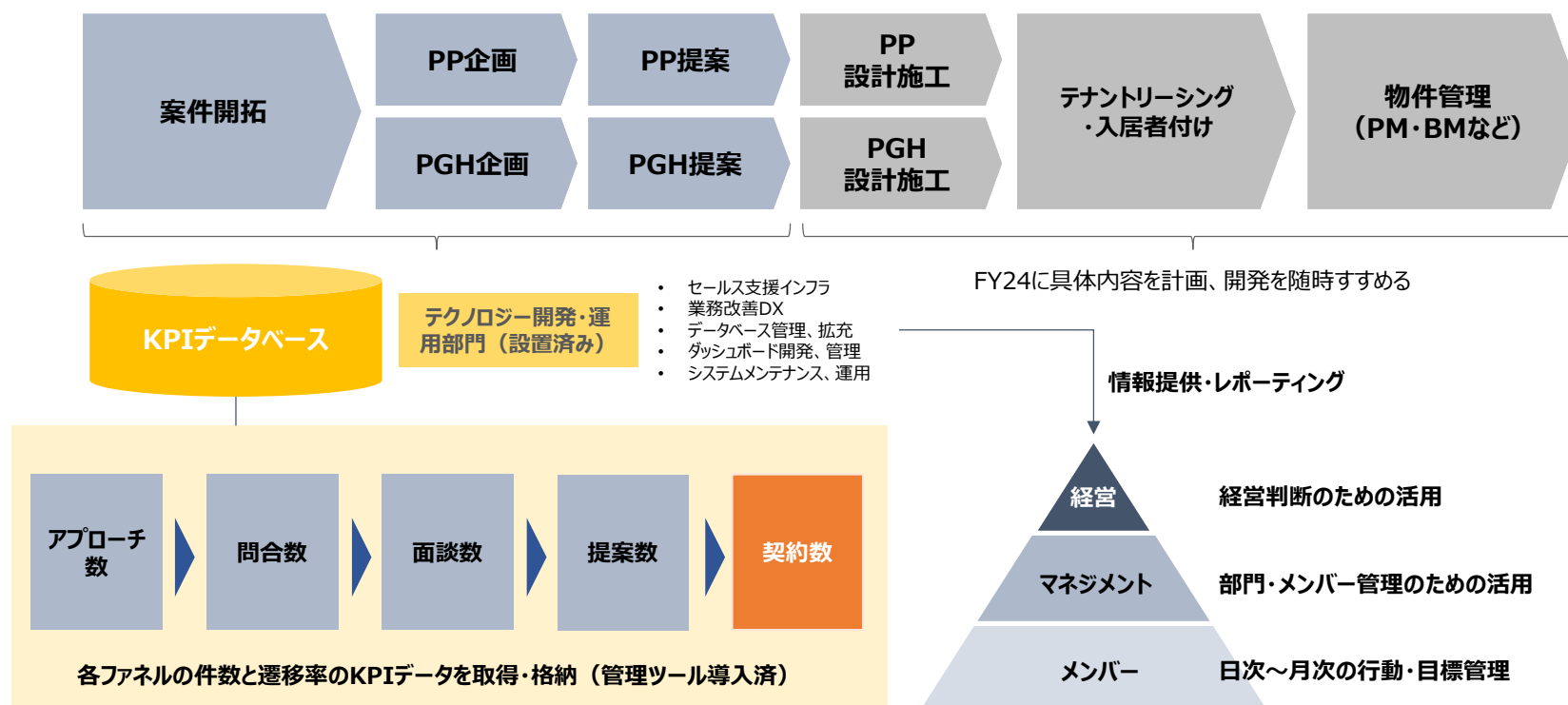
- 当社の提供価値である「オーダーメイドのまちづくり」をさらにスケールさせるために、事業プロセスを改革し、再現性と生産性を高める。



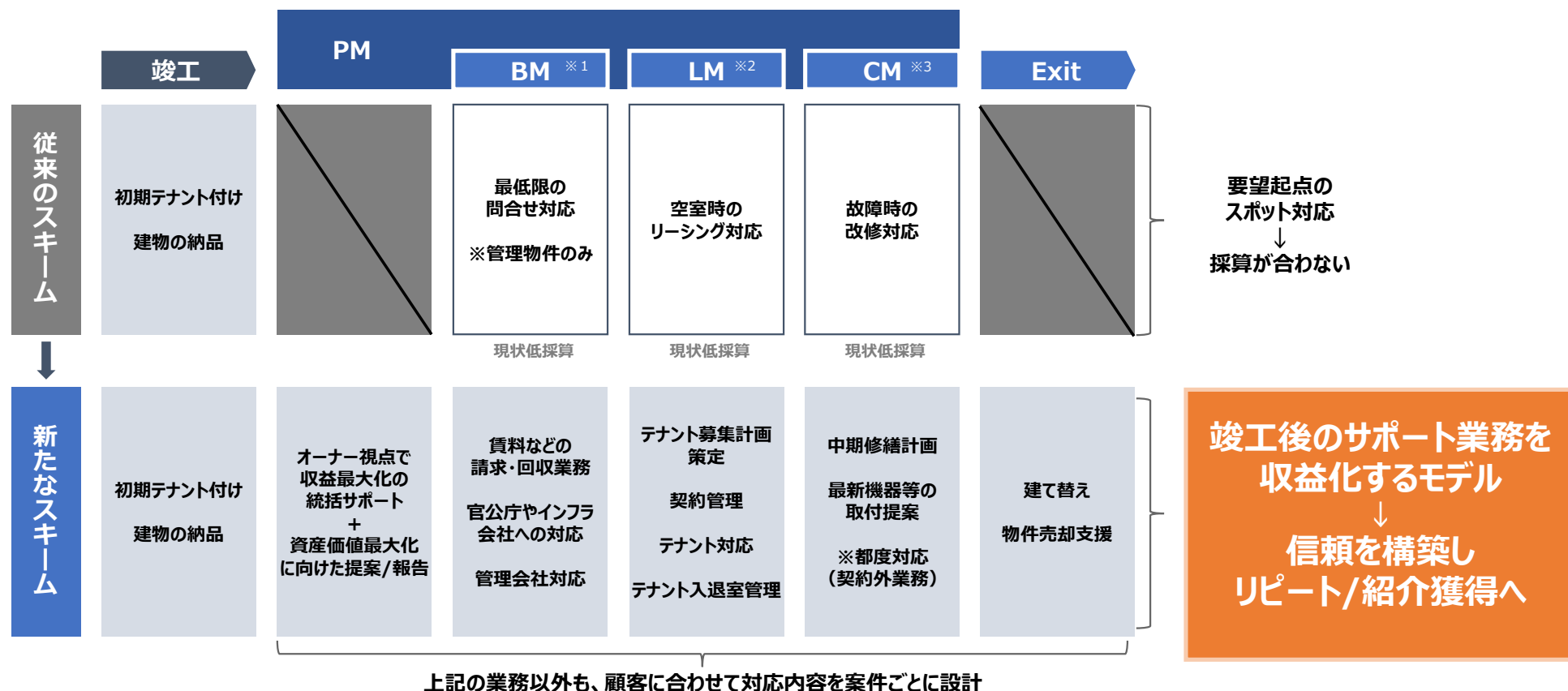
■ 精度の高い進捗管理、意思決定と戦略・戦術の立案をサポートし、早期の事業成長に寄与

- 継続的なデータのモニタリング、実績に応じた打ち手の計画と実行・検証までのサイクルを組織として回し案件獲得の精度を向上

■ メンバー、マネジメント、経営の各レイヤーで必要なデータを可視化



■これまで自社の管理物件のみで都度対応となっていた竣工後の業務について、PM事業として事業化し、土地オーナー様と長期的な関係の構築による提供価値の最大化、リピート率の向上を図る



- ※1 BM (Building Management ビルマネジメント) : 建物の管理に関する総合的なマネジメント
- ※2 LM (Leasing Management リーシングマネジメント) : 貸室の賃貸借(リーシング)に関する業務
- ※3 CM (Construction Management コンストラクションマネジメント) : 建物の中長期的な修繕工事に関する業務

- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - **第2の改革：組織改革**
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

■ パーパス・ビジョン・バリューの実現、中期経営計画の達成を支える組織基盤を構築

組織開発

企業文化の定着とスケール化に対応
PVVの定着と必要機能を兼ね備えた
組織づくり

パーパス・ビジョン・バリューを
企業文化として定着

事業拡大に必要な機能から
逆算した組織開発

人材開発

新人事制度、目標管理制度を導入
自発的、自律的な人材開発を推進

自律的な業務遂行
と経験学習の促進

キャリアマネジメント
-自己実現支援-

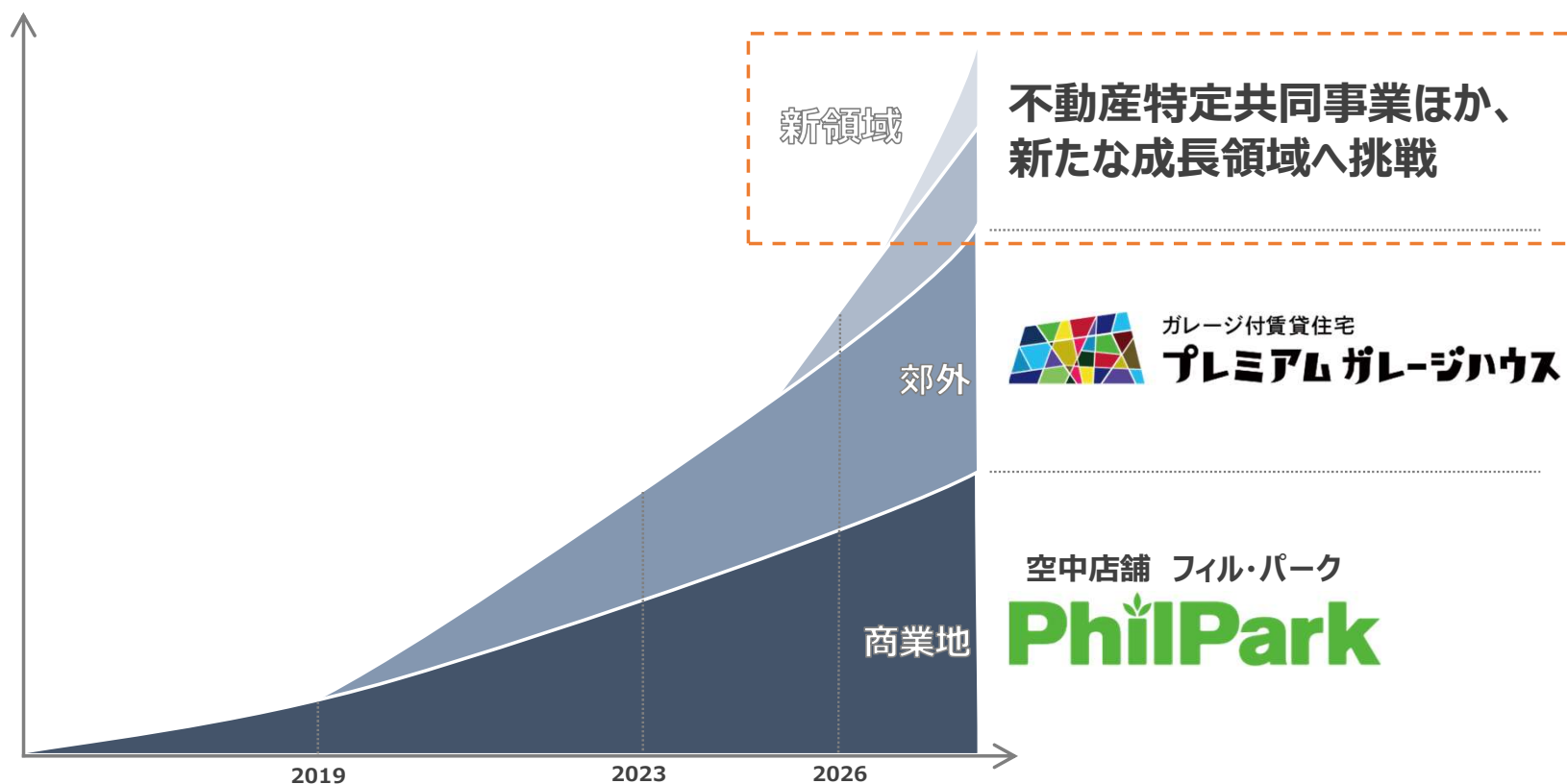
パフォーマンスマネジメント
-事業成果支援-

※ 1

- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - **第3の改革：事業ポートフォリオの変革**
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

第3の改革：事業ポートフォリオの変革

- 中長期においてパーパス/ビジョンを具現化し、持続的な成長を実現するために、新規事業への投資は継続し、事業ポートフォリオの変革を促す。



■ 当社はESGの観点を取り入れた新たな領域へ挑戦を進めてまいります

既存・新規のポートフォリオの変革、拡大をミッションとしたチームを新設し、推進してまいります。

既存プロダクト強化

既存プロダクトであるフィル・パーク、プレミアムガレージハウスの部材や設備を改良し続け、環境や地域社会へ貢献。



国産材からなるCLTを使用したオリジナル構法「LC-Core構法」を用いた、CLTガレージ付賃貸住宅商品をライフデザインカバヤ社と共同開発。

PhilPark

次世代エネルギー、モビリティ、テナント関連での機能設備の拡充により、環境や、地域社会の課題解決へ模索。



新領域

パーパス、ビジョンの実現に向け、新たな事業をポートフォリオに拡充。

まちのスキマ「駐車場上部空間」「狭小地・遊休地」「空室」を創造で満たす事業ポートフォリオへ変革、拡大



『フィルまちづくりファンディング』の事業スキーム



■『フィルまちづくりファンディング』始動

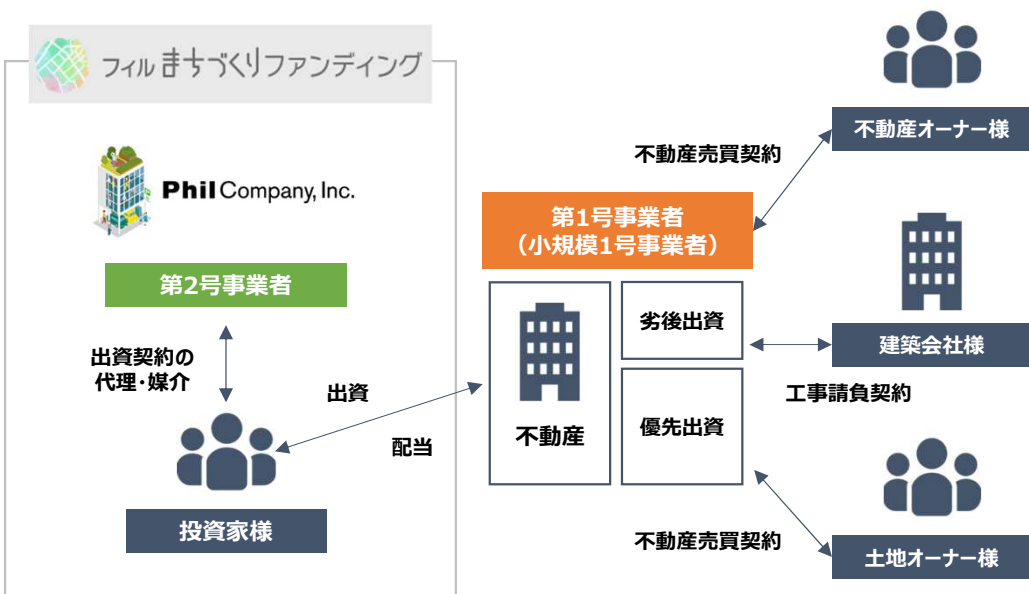
地方案件の証券化により、地域のまちづくりへの貢献を実現

不動産特定共同事業のスキームは、当社が運用のみを行うプラットフォーム型と、第1号事業者を兼ねる協業型の2つ。



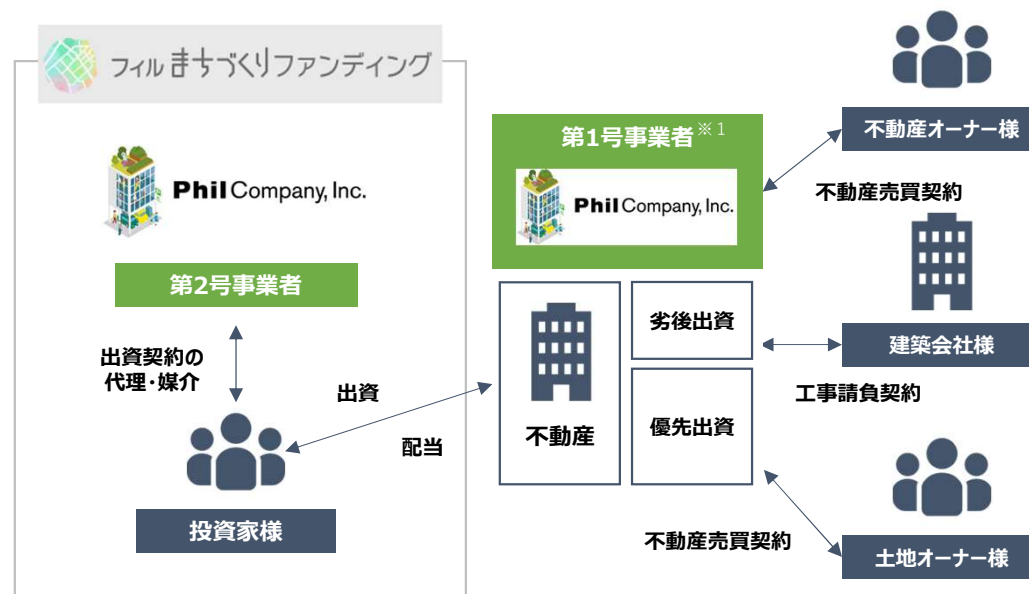
事業スキーム①：プラットフォーム型

開発資金を『フィルまちづくりファンディング』で調達
1号事業者の資金調達の多様化手段としての活用



事業スキーム②：協業型（当社調達主体）

開発資金を『フィルまちづくりファンディング』で調達
販売までの期間のブリッジファンドとしての利用



※1号追加申請中

■ M&A・アライアンスの基本観

- 外部経営資源を活用したビジネス拡大の手段
- パートナーとの掛け算的な成長を可能とするシナジー効果創出の機会

既存ビジネス
スケール化

金融機関との協業 ～顧客紹介

- 現在、**17社の金融機関**とビジネスマッチング契約を締結
- 全国の**金融機関の顧客基盤へのリーチ**が可能となり、営業戦略上も最重要視
- 今後も提携先を拡大する方針

既存ビジネス
スケール化

工事施工会社との連携 ～商品供給

- 施工会社や建築資材商社との協業を通じて、土地オーナー様へのソリューションを具現化
- 安定供給とコスト効率の最適なバランスを実現する提携関係を構築

非連続成長
新規事業

(資本)業務提携

- 地方創生やPP/PGH*の共同開発、新規事業の立ち上げなど、提携パートナーと当社の強みを掛け合わせ、ビジネスを推進

非連続成長
新規事業

M&A・戦略投資

- 新たなビジネス機会の獲得やイノベーションの創出など非連続な成長を可能とする投資先を選定
- 地方創生や社会課題の解決など、当社の事業ドメインと接点のある企業に限定
- 資本コストを意識し、最適な財務資本の配分による中長期的な企業価値及び株主価値向上を目的とする

* PP: ファイルパーク、PGH: プレミアムガレージハウス

■ CLTガレージハウスの商品開発と普及促進の協業

【日本CLT技術研究所FC本部】

ライフデザイン・カバヤ

FC本部
CLT部材供給
構造設計

業務提携契約
(締結済)



加盟契約
(締結済)

【PGH商標保持】

フィル・カンパニー

【PGH (CLT) 施工】

FC加盟店
(約60社)

商標利用契約
※今後予定

プレミアムガレージハウス
ブランディング認知度向上施策
マーケティングサポート
賃貸ガレージノウハウ提供 etc

PGH(CLT)施工

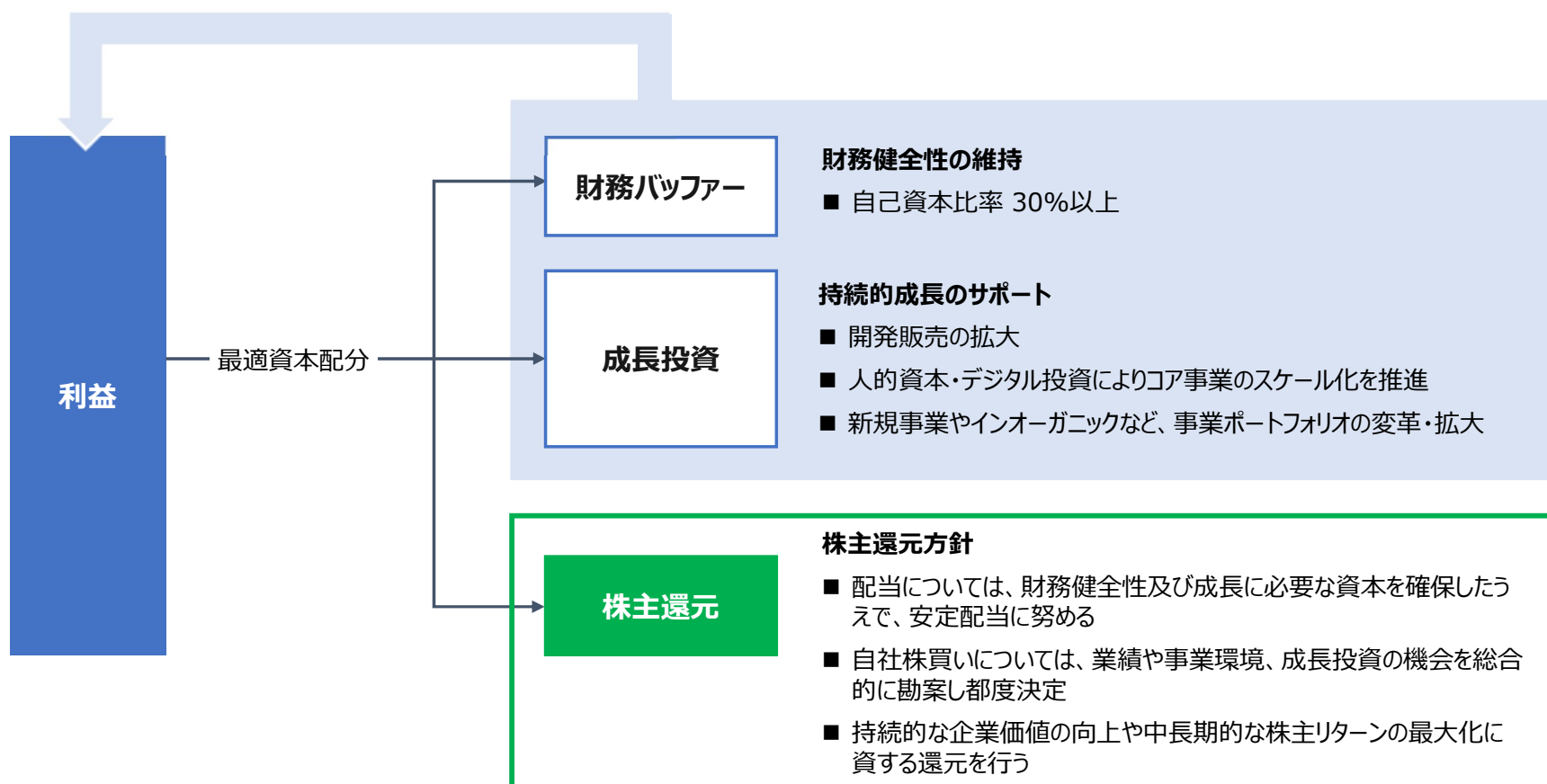


ライフデザイン・カバヤ、FC加盟店とともに、三位一体となって取り組みを推進

- 国産木材CLTの普及
- 新たな賃貸ガレージマーケットの創出
- 多様なライフスタイルの実現

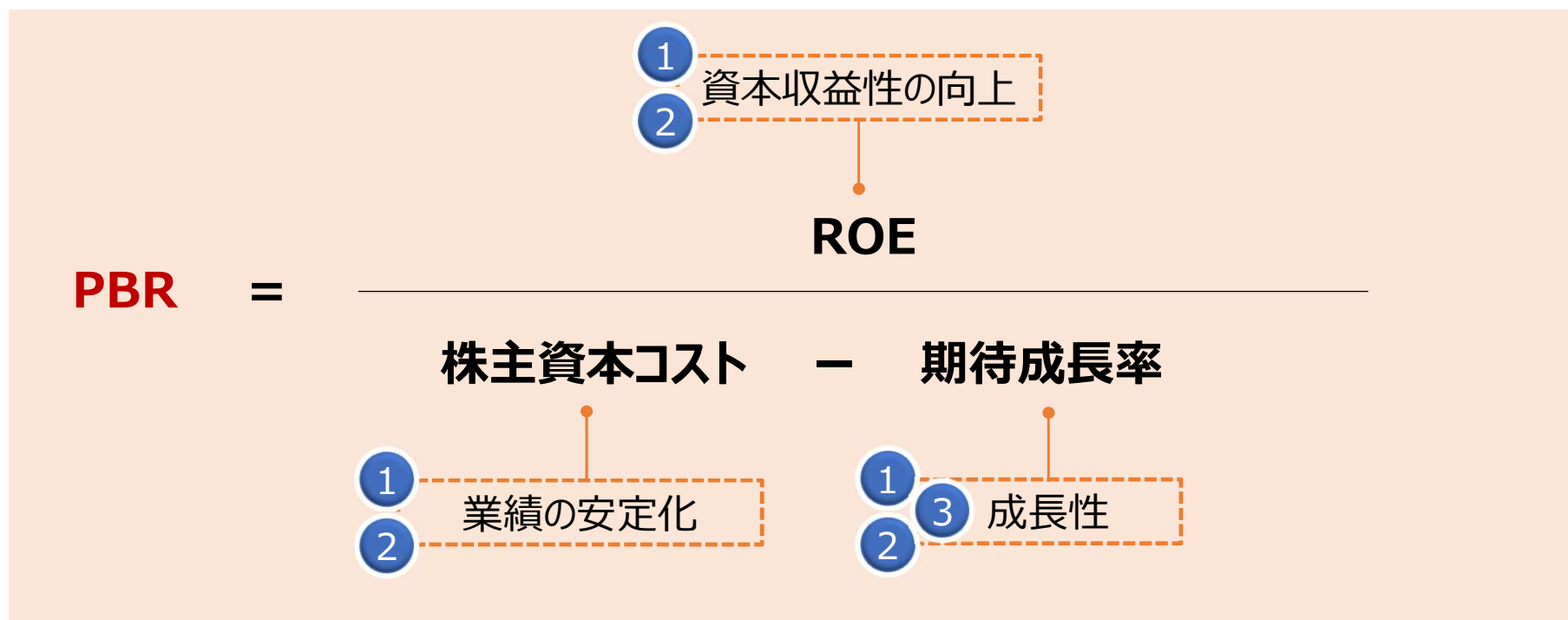
- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - **資本政策**
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト

- 基本方針：成長フェーズの企業として、積極的に利益の再投資を行っていく
- 自己資本比率のリミットを30%に引き下げ
 - レバレッジを効かせROE向上を図る

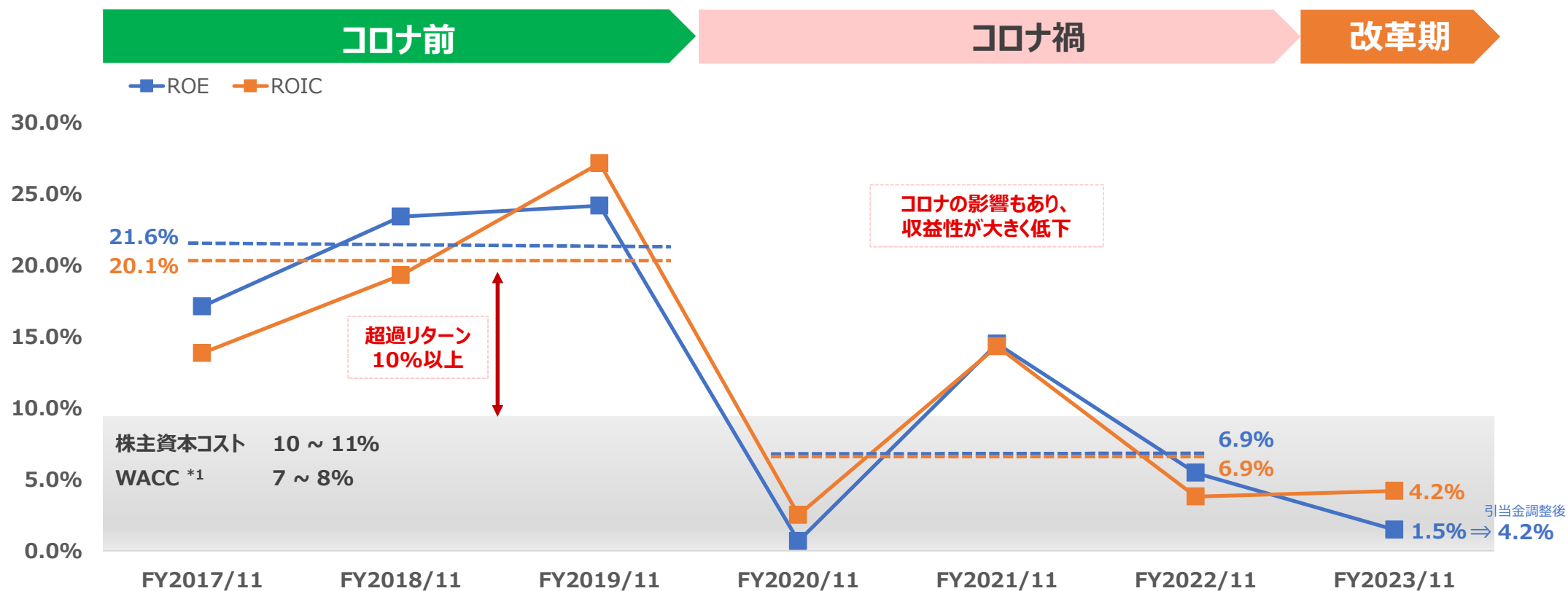


成長投資

- 1 開発販売の拡大（デットも活用した販売在庫の積み上げ）
- 2 人的資本・デジタル投資によりコア事業をスケール化を推進
- 3 新規事業やインオーガニックなど、事業ポートフォリオ変革のための投資



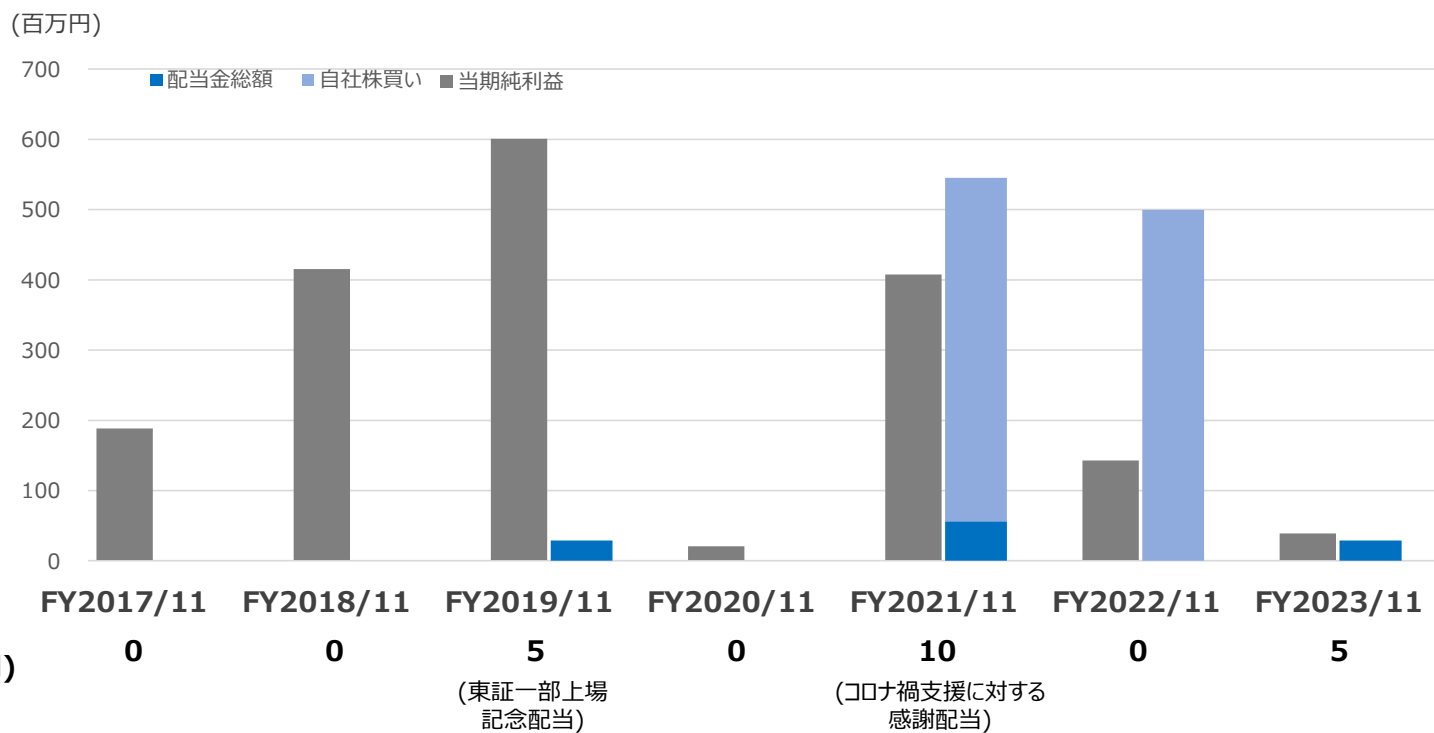
- コロナ前は高い資本収益性を維持していたものの、コロナ禍以降は低迷
- 人的資本・デジタル投資により持続的成長の基盤を構築し、ROEを高める



株主還元の実績



- 2023年11月期は、2年ぶりに配当を実施
- 今後は、安定配当に努める方針



7年間

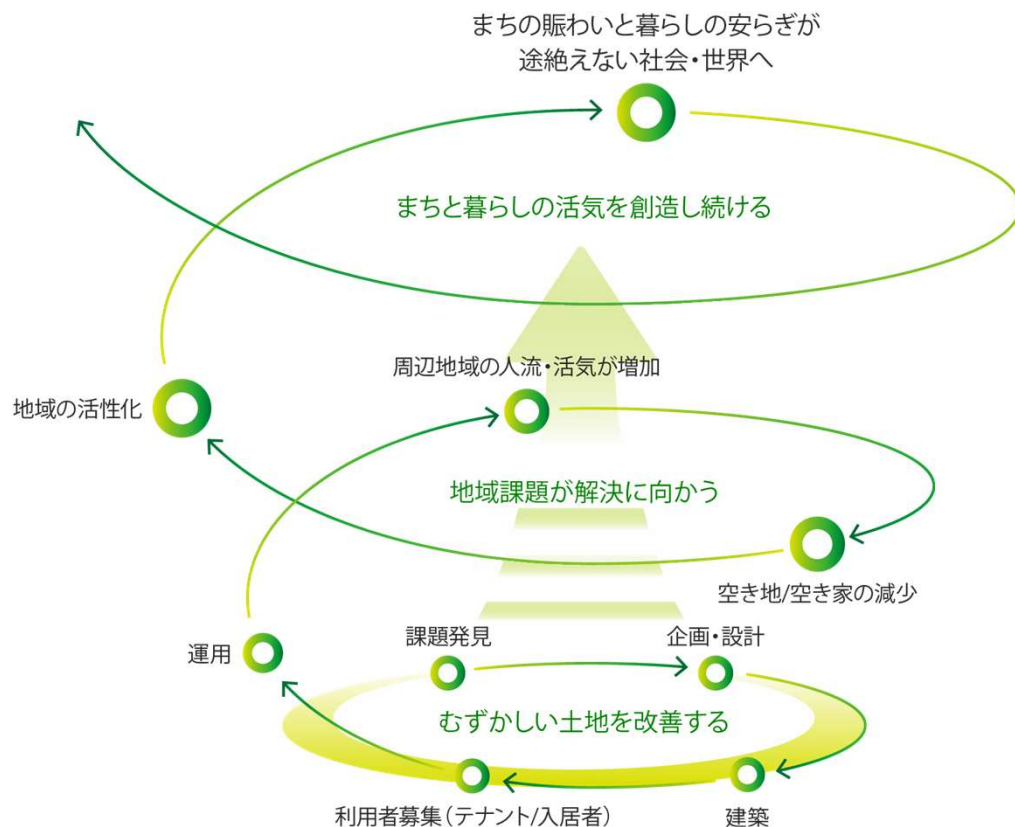
総還元累計額
約11億円

利益累計額
約18億円

↓

総還元性向
6割

- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - **ESG**
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- 本日のハイライト



フィル・カンパニーはどんな事業活動を通して どんな価値を創り出す会社なのか

その時代・社会・地域に合った空間の企画・創造を通して
社会課題「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

フィル・カンパニーグループは、創業当初からSPACE ON DEMAND（今の世の中の需要にあった空間づくり）をコンセプトとして、社会課題である「未活性空間の増加」に対してさまざまな事業を展開してきました。

今後もフィル・パークならびにプレミアムガレージハウスは下記モデルにのっとり地域課題の解決を通して、より良い社会・世界づくりに貢献し続けてまいります。

当社事業のサステナブルモデル

フィル・カンパニーは、土地オーナー様、テナント・入居者様、地域／人の全てに喜ばれ続ける、サステナブル＝未来志向のものづくりを行ってまいります。

フィル・パークのサステナブルモデル

プレミアムガレージハウスのサステナブルモデル

1. 課題発見

独自のマーケティング・ノウハウを駆使しながらその土地の役割や可能性・潜在力を見出すことで理想的な未来像と解決すべき課題を明らかにします

郊外の空き地・空き家の活用のため、理想的な未来像と解決すべき課題を明らかにします

2. 企画・設計

駐車場とその空中活用のため、街の変化や解体まで未来を見据えながら最適解となる土地利用法を企画・設計します



立地に囚われない多様な住宅・ライフスタイルの選択肢として賃貸型ガレージハウスを企画・提案します。



3. 建築

景観や環境に配慮しながら時代・社会・まちの需要にあった空間を創ることで賑わいと、街の安らぎとなる灯りを生み出します



プレミアムガレージハウスの屋根に太陽光発電設備を設置し、再エネ普及による環境負荷低減に貢献します。



4. テナント誘致／入居者募集

テナント誘致に伴い、入居テナントの融資計画書や開業支援などソフト面もサポートしながら小規模テナントが持続的に活躍できる環境を創ります



入居者募集を通して地域への住民流入や賑わい創出など街に必要とされ、足りない機能を誘致します。



5. 運用

投資回収を早期化し、街の移り変わりに併せて次の活用方法（運用継続or解体）を選択できます。解体時は、環境負荷低減も徹底しています



投資回収を早期化し、街の移り変わりに併せて次の活用方法（運用継続or解体）を選択できます。解体時は、環境負荷低減も徹底しています



2030年に向けたKPI（非財務目標）について



2030年に向けて、創業当時から大切にしてきた『SPACE ON DEMAND（今の世の中の需要にあった空間づくり）』に基づき、サステナビリティへの取り組みを加速していきます。

1

**SPACE ON DEMAND
に基づく
サーキュラーな街づくり**

2

**温室効果ガス排出量ゼロ
(Scope1, 2)
※Scope3は30%削減**

3

**事業経営人材の育成と
多様性のある職場づくり**

KPI (非財務目標)	目標の詳細	対象範囲	関連するSDGs	KPI (非財務目標)	目標の詳細	対象範囲	関連するSDGs
SPACE ON DEMAND に基づく サーキュラーな街づくり	フィル・パークとPGHで 合計1,000棟	フィル・カンパニーグループ全 体		国産木材を活用したPGH	2030年以降の新築PGH について、50%以上が国 産木材を使用	フィル・カンパニーグループ全 体	
温室効果ガス 排出量削減 ※1	Scope1,2の合計※2 2025年 ▲50%削減 2030年 実質ゼロ	Scope1,2の合計：フィル・ カンパニーグループがエ ネルギー管理権限を有する 建物		サステナビリティ委員会に おける気候変動モニタリン グ回数	各年1回以上	株式会社フィル・カンパニー	
	Scope3の合計※3 2030年 ▲30%削減 2050年 実質ゼロ	Scope3：フィル・カンパ ニーグループの事業活動に 関連するScope1,2以外 の間接排出		中小企業テナントの活躍 できる環境づくり	個人・中小テナント入居割 合80%以上	株式会社フィル・カンパニー	
ZEB・ZEHへの対応	2030年以降の新築建築 物について、100%ZEB・ ZEH対応	フィル・カンパニーグループ全 体		事業経営人材の育成、多 様性のある職場づくり	女性管理職比率30%以 上	フィル・カンパニーグループ全 体	

※1 GHGプロトコルに基づいて、温室効果ガスを算定。Scope1及びScope2の集計範囲はフィル・カンパニーがエネルギー管理権限を有している建物

※2 Scope2の排出量はマーケット基準による排出量です。ロケーション基準では29.2t-CO2

※3 対象組織は、株式会社フィル・カンパニー、株式会社フィル・コンストラクション、株式会社プレミアムガレージハウス、株式会社フィル・まちづくりファンディング。対象組織はフィル・カンパニーグループの売上高の95%をカバー。

■ ボードメンバーのうち半数が独立社外取締役

➤ 独立した立場からの監督機能が有効に働き、少数株主の利益も重視した公正な意思決定を可能とするガバナンス体制

■ 大株主も取締役に加えることで、株主目線のガバナンスを強化、株主価値向上にフォーカスした経営判断に寄与

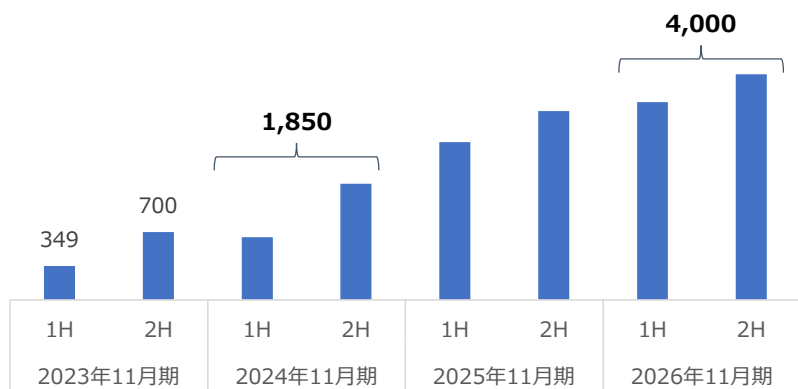
氏名	当社における地位	各取締役が有する知識・経験・能力						
		企業経営	財務・会計 M&A	法務・リスク ガバナンス	事業戦略 マーケティング	IT	グローバル	ESG サステナビリティ
高橋 伸彰	代表取締役会長	○	○		○		○	○
金子 麻理	代表取締役社長	○	○	○			○	○
柳澤 大輔	社外 取締役	○			○	○		○
松本 直人	社外 独立 取締役 (監査等委員) (指名・報酬委員)	○	○	○	○			
川野 恭	社外 独立 取締役 (監査等委員) (指名・報酬委員)		○	○				
佐藤 孝幸	社外 独立 取締役 (監査等委員) (指名・報酬委員)		○	○		○		

- はじめに
- 会社概要
- **中期経営計画 ~Leap to the Next Stage**
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - **2026年11月期に向けた財務・KPI目標**
- 本日のハイライト

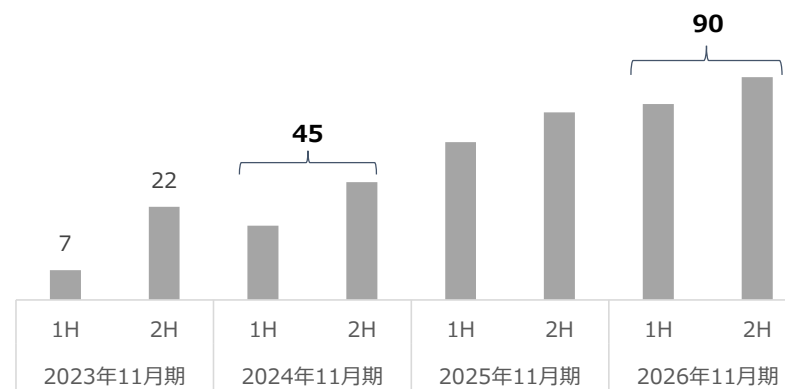
2026年11月期に向けた財務・KPI目標

	FY2023/11		FY2026/11
KGI (財務目標)	売上高 (億円)	60	150
	営業利益 (億円)	2.0	12
	ROE	1.5%	20%
KPI	問合数	1,049	4,000
	提案数	119	450
	請負受注件数	29	90
	従業員数	69	130

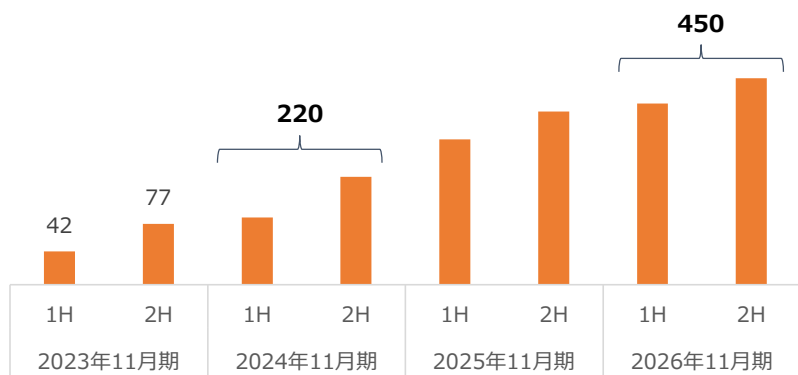
問合数



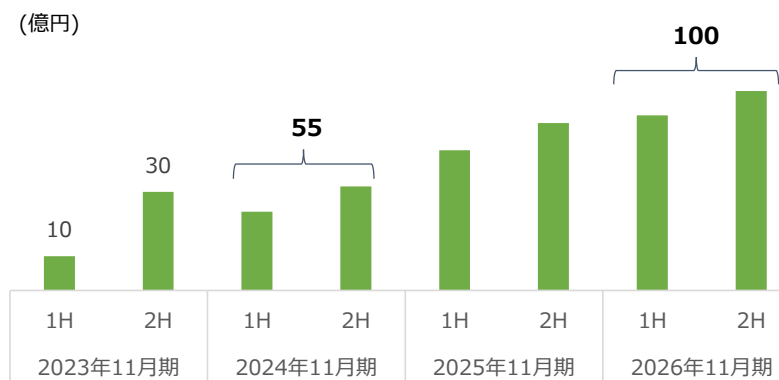
請負受注件数



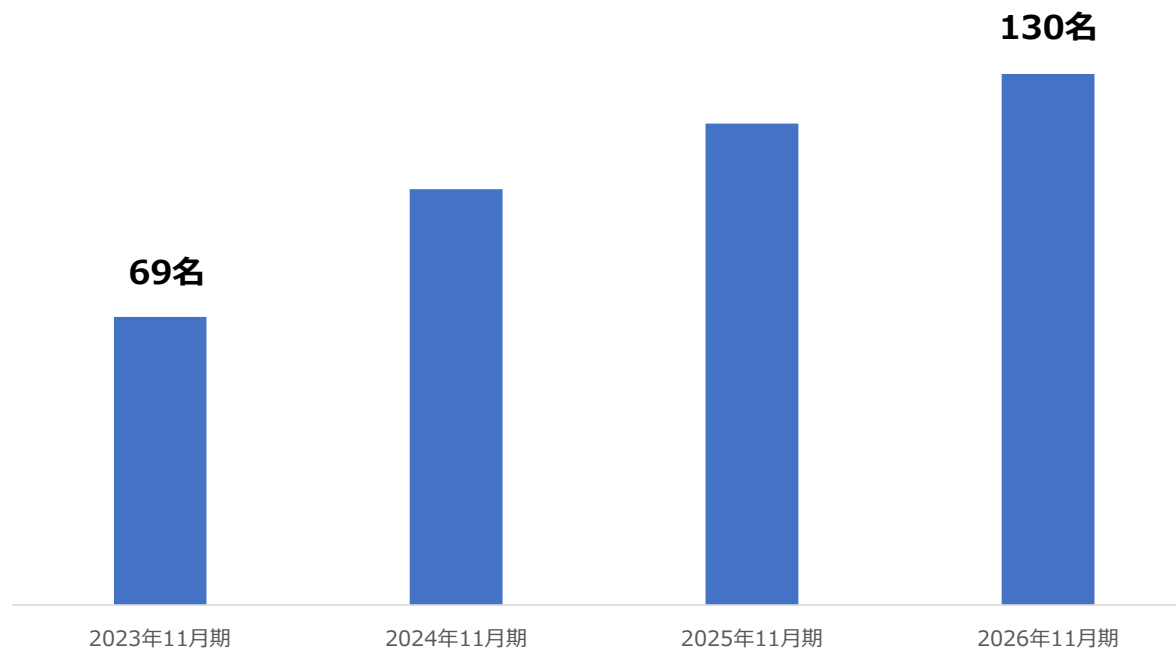
提案数



請負受注高想定 (KPI目標達成時)



- 今後3年間で、人員数は130名まで拡大
- 採用を強化するとともに、従業員エンゲージメントを高め離職率を低減



- はじめに
- 会社概要
- 中期経営計画 ～Leap to the Next Stage
 - Executive Summary
 - 第1の改革：事業プロセス改革
 - 第2の改革：組織改革
 - 第3の改革：事業ポートフォリオの変革
 - 資本政策
 - ESG
 - 2026年11月期に向けた財務・KPI目標
- **本日のハイライト**

Leap to the Next Stage

フィル・カンパニーは、ここからもう一度、生まれ変わります

3つの改革を遂行し、持続的成長の基盤となる体制・仕組みを構築

I 事業プロセス改革を行い、事業モデルのスケール化を実現

II 組織改革により、従業員エンゲージメントを向上

III 事業ポートフォリオを変革させ、新しいニーズに対応

Appendix

【フィル・パーク】土地オーナー様への提供価値



「むずかしい土地」の活用をとおして、必要な収益を確保しながら、テナント様の長期入居定着やまちの暮らしやすさをつくり出し、オーナー様の持続的な事業運営に貢献します。

土地オーナー様への提供価値

『商業ビル』を検討している
土地オーナー様

狭小地サイズの商業ビル領域では難しいワンストップサービスで、オーナー様の負荷を軽減。持続可能な事業モデルを設計・実行する。

『アパマン』を検討している
土地オーナー様

商業地、駅近の好立地で初期投資額をできるだけ抑え、空室リスク、リーシング、テナント対応の手間を下げながらも高利回りを実現。

『コインパーキング』を検討している
土地オーナー様

駅近の好立地をコインパーキングのみで活用するよりも収益性を高められるとともに、まちのにぎわいを生み出し地域にも貢献できる。

リピート 内訳

- リピートは全体の13%で
そのうち、法人が96%を占める

約1割がリピート⇒竣工後のサポートを充実させリピート率を向上

敷地面積

- ボリュームゾーンは21~50坪
- ターゲットゾーンは15~120坪

「まちのスキマ」である狭小地がメインの市場

土地現況

- コインPが最多(32%)
- コインP+更地+駐車場
+駐輪場で69%

活用されていないむずかしい土地（まちのスキマ）が7割

PP 選択理由

- 利回りの高さが27%
- テナント誘致保証が15%

ワンストップの安心感をベースに経済的なメリットで選択

※PPオーナー様契約時ヒアリングのうち有効回答162件より集計。

コインパーキングを上回る収益性と価値を実現する… そのための全てを一社で実現してくれました

今、所有する土地を駐車場にされてる方も、しようとしている方も多いですよ。コインパーキングって素敵なビジネスモデルなんです。楽チンだし、無難だし、みんなやっているし…そういう方に流れてしまう。でも本当は「コインパーキングを上回る収益性や価値を生み出したい」と地主さんはみんな願っているだろうと思います。

(中略)

築地の街も、今はこうして沢山人が行き交って生き生きしているけど、バブル崩壊の頃は、夜になるとゴーストタウンのようになってしまっていたんです。夜や休日にはほぼ誰も歩いていない、という時代がありました。僕は築地が地元だからそれを知っているの、そこで土地活用をやるならば駐車場より店舗にして、人が集まってくる方がいいと思った。人が集まれば、また別のお店が「ここで商売ができる」と気づき、新しい店舗が増えていく。そしてもっと多くの人が集まってくるわけです。土地活用が地域づくり、まちづくりへと繋がっているなら、面白いですよ。

みんながやっていない方にチャレンジすると、リスクもあるかもしれないけど、成就すればそれ以上の収益性と価値がある。それに、フィル・パークの場合は、完成後もフィルさんがずっと付き合ってくれて、フォロー頂ける。これは凄いですよ。作ったら終わり、紹介したら終わりと、点でビジネスをする会社じゃないんです。長く付き合い合えば色々なことがあるかも知れないけれど、ずっとオーナー目線で尽力してくれるだろうと確信しています。「何かあったらフィルに任せておけばいいんじゃない？」っていう話をするとみんな納得しちゃうんで、信頼感や安心感は絶大。感謝しています。



フィル・パーク築地 / フィル・パーク新富町 オーナー
中村様

※弊社ホームページより

<https://philpark.jp/owner/voices/ownersvoice01/>

大きなガラス窓はまるでショーウィンドウ 外から店内の様子がよく見え、お客様の集客につながります



アメリカンBBQグリルブランド Weber（ウェーバー）
エクスペリエンシャルマーケティングマネージャー 田中様
（フィル・パーク南青山）

ストア、グリルアカデミー、オフィスの3つを併設したいと思い、1階の路面店を探していましたが、立地の都合で家賃が高額に。フィル・パークは2階以上ですがガラス張りで、路面店でなくても何をやっているかが外の通りから目立ちますし、路面店よりも家賃が抑えられたため入居を決めました。

内装はスケルトン引き渡しで自由にカスタマイズできたので、Weberのイメージカラーを基調にアメリカンBBQらしさを表現できたと思います。

建物の観点で言うと、大きなガラス窓がショーウィンドウ代わりになって、外から見た人が気になりお店に入れます。夜の景観も素敵で、外から写真を撮ってSNSに載せていただいたりもしますね。

フィル・パークであれば1階が駐車場なので、車で来店してグリルを購入し、持ち帰ることができて便利です。今後もフィル・パークの魅力を活かしてブランドの認知向上とアメリカンBBQの普及を行ってまいります。

※弊社ホームページより

<https://philpark.jp/magazines/231002/>

【フィル・パーク】テナント様への提供価値



テナント様の目線で考え抜き、周辺の人流、テナントの業態、物件と賃料、開発計画の有無といった情報を徹底的にリサーチ。人を呼べるビル・テナントにこだわったテナント企画を行い、誘致することで、ご入居いただいたテナント様の持続的なビジネスをサポートします。



①テナント様目線の企画提案

- 「むずかしい土地」であっても、当社自ら周辺の人流、テナント、物件と賃料、開発計画の有無などテナント様目線の徹底的な市場調査を行い、集客力にまでこだわった企画をご提案・誘致。

②デザイン性・内装の自由度

- 全面ガラス張りで明るく、開放的なデザイン。
- テナント様の使いやすさにこだわったビルの機能性。
- スケルトン引き渡しのため内装の自由度が高く、テナント様の世界観を自由自在に表現可能。

【プレミアムガレージハウス】土地オーナー様への提供価値



PGHは、ガレージライフといういまの時代に沿った新たなカルチャー、ライフスタイルを創造し、高い入居者ニーズを基盤に収益化が期待できる商品です。

土地オーナー様への提供価値

1. 業界最大規模の信頼と実績

- 賃貸ガレージハウス業界でトップクラスのシェアを持ち、累計556戸の竣工実績。

2. すべての工程をワンストップで提供

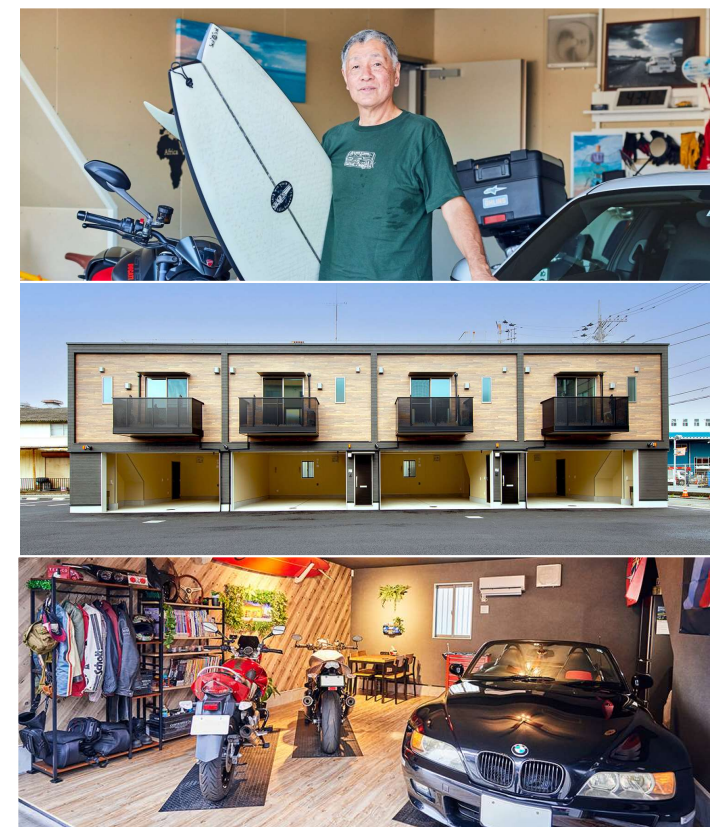
- 企画、設計から施工、入居集客、管理まですべての工程をワンストップで提供。建てたあとの工程まで責任を持ってオーナー様と伴走。

3. 高い入居者ニーズと入居率

- 満室時も空室待ちができる、独自の入居待ち登録システムでウェイトンリストを約7,026件保有
- 入居者の53%が世帯年収1,000万円以上の高所得者^{*1}で低い未払いリスク
- 2023年12月末時点の入居率約95%^{*2}

*1：入居者データから集計

*2：2023年12月現在



現況

- 更地が最多(32%)

まちのスキマである郊外で（長く）活用されていなかった土地

投資目的

- 個人契約の47%が相続税対策

相続税対策を課題とした土地オーナー様に選択いただいている

PGH 選択理由

- 入居者ニーズの大きさが40%
- 収益性の高さが23%

空室リスクが低いことを評価いただいている

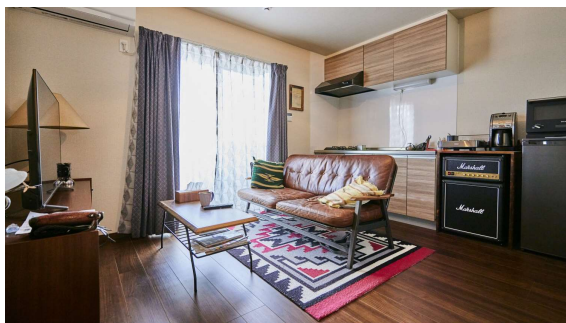
比較対象

- 投資商品間では賃貸アパート&マンションが最多(40%)
- ガレージハウス間の比較は14%程度

アパマン活用と比較がメイン。入居待ち実績、ガレージハウスという希少性で選択いただく。

【プレミアムガレージハウス】ユースケースと提供メリット

都市部の喧騒から離れた郊外のガレージハウスで自分の好きなものに囲まれて暮らし、遊び、仕事に没頭できる。そんな憧れのライフスタイルを提供しているのがプレミアムガレージハウスです。



住居利用

- 年収700万円～1,000万円の1～2人住まい。
- 1LDK住居スペース、広々としたガレージ&ストレージが一体となった利便性と経済合理性。
- 大好きなものに囲まれて暮らす、憧れのライフスタイルを提供。



セカンドハウス利用

- 平均年収1,500万円前後の層が主に利用。
- 住居とは別の大人の秘密基地。車やバイクをはじめとする様々な趣味の拠点、別荘空間として利用。
- 自宅に近いところで、2～3台目の車の保管場所としての車庫利用も。



その他の利用

- 車庫、倉庫、作業&居住スペースをオールインワンで提供。
- SOHOやリモートワークなど、創造的なビジネスを生み出す場所として、ガレージハウスという選択肢を提供。

大切な人たちも集う、いちからこだわり抜いた至福の空間



プレミアムガレージハウス 入居者
石坂様

以前は子どもたちと一戸建てに住んでいましたが、子どもたちが巣立ったことを契機にガレージハウスへの入居を決意。車とバイクがあるので、ガレージの広さは絶対条件でした。他は広さが車1台分だったり、用途が居住用でなかったりピンとくるものに出会いませんでしたが、プレミアムガレージハウスは車2台分のスペースと屋外駐車場もあるのですぐに気に入りましたね。

以前は屋外の駐車スペースでメンテナンス作業をしていたので作業する気候や時間帯が限られていましたが、いまはいつでも好きな時間に作業ができ、広さにも余裕があるので快適です。住宅設備のグレードも他社と比べて高い印象がありますし、広さや防音性もあります。ガレージは壁や床が素地のまま引き渡されるので内装のアレンジがしやすいですし、ここでの作業は至福の時間ですね。

ライフスタイルが多様化する中で、広いガレージ空間を持つプレミアムガレージハウスは、どんな方でも活用しやすい賃貸ガレージハウスだと感じます。

※<https://philpark.jp/magazines/231002/>