

# 株式会社プロレド・パートナーズ（7034）

## 2020年10月期 第2四半期決算説明会レポート

1. 2020年10月期 第2四半期決算概要
2. 2020年10月期 重点施策進捗状況
3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について
4. 中長期成長戦略

### Summary

#### 2020年10月期 第2四半期決算概要

売上高 17.6億円（前期比+32.3%） 営業利益 7.7億円（前期比+26.3%）

収益面では、顧客紹介およびインバウンドにより案件数増加、当初計画していたプロジェクトで十分な成果を創出し、ほぼ計画通りの水準で推移

費用面では、積極的な人材投資を実施し、採用費用及び人件費が増加。また、売上増加に伴い販売手数料が増加するも、増収効果によりそれらのコストを吸収。

#### 2020年10月期 重点施策進捗状況

継続的成長に向けて、営業・コンサルティング両輪の施策を実施。

新事業領域については、プロジェクトの遂行とあわせてノウハウの整備、体系化に注力。

#### 2020年10月期 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について

従業員の安全・安心を最優先にし、ニューノーマルを見据えた環境整備および体制を構築。

顧客ニーズの変化を認識し、アフターコロナの事業環境下においても、様々な施策を通じた事業の維持・拡大を目指す。

#### 中長期成長戦略

コンサルティング&システム&BPOのワンストップサービスにより、クライアントがコア業務に注力できる体制づくりをサポート。中堅～大手企業を支援する”メインパートナー”としての地位を確立する。

サービス領域を拡大し、基幹ビジネスの相互補完を実現するために事業投資としてM&Aを積極的に活用。3年間で総額200億円規模のM&A実行を目標とし、体制を整備。

高収益を維持しつつ更なる成長を目指す。



株式会社プロレド・パートナーズ代表取締役の佐谷進です。本日は、2020年10月期第2四半期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、ZOOMによる開催となります。初めての試みですので、皆様にご不便をおかけしますが、ご容赦ください。説明の後にZOOMでの質問時間を設けます。それでは早速内容に進めさせていただきます。



本日の構成ですが、本ページの流れで進めます。今回は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当事業への影響について、別途、章を設けて説明いたします。

## 1. 2020年10月期 第2四半期決算概要



それでは、2020年10月期第2四半期決算概要の説明に入ります。

1. 2020年10月期 第2四半期決算概要		業績ハイライト		Prored Partners
事業環境	新型コロナウイルス感染拡大により先行き不透明な経済情勢等もあり、引き続きコンサルティング（主にコストマネジメント）ニーズは高く推移			
業績	売上高	17.6億円	前年同期比 + 32.3%増	
	営業利益	7.7億円	前年同期比 + 26.3%増	
業績のポイント	<p>&lt;収益面&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>売上の増加：顧客紹介およびインバウンドにより案件数増加</li> <li>当初計画していたプロジェクトで十分な成果を出せたことで、売上・営業利益ともにほぼ計画通りの水準で推移</li> </ul> <p>&lt;費用面&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人件費の増加：コストマネジメントを中心とした既存サービスの拡大及び新規サービス確立のための積極的な人材投資を実施。結果、成功報酬型採用費用及び人件費の増加</li> <li>売上の増加に伴い販売手数料が増加</li> </ul>			
© FY2020 2Q Financial Results		© PRORED PARTNERS All Rights Reserved.		4

2020年10月期第2四半期においては、引き続きコスト削減ニーズが高く、多くの企業から受注をいただくことができました。

結果として、売上高は、前期比32.3%増の17.6億円、営業利益は、前期比26.3%増の7.7億円となりました。

まず、収益面ですが、顧客紹介やインバウンドにより案件数が順調に増加し、また当初計画していたプロジェクトで十分な成果を出せたことで売上が増加しました。

費用面ですが、前期から引き続き積極的な人材投資をしました。その結果、人件費と採用に係る成功報酬費用が増加しました。また、売上増加に伴い、ビジネスパートナーへの販売手数料の支払いも増加しております。

## 1. 2020年10月期 第2四半期決算概要

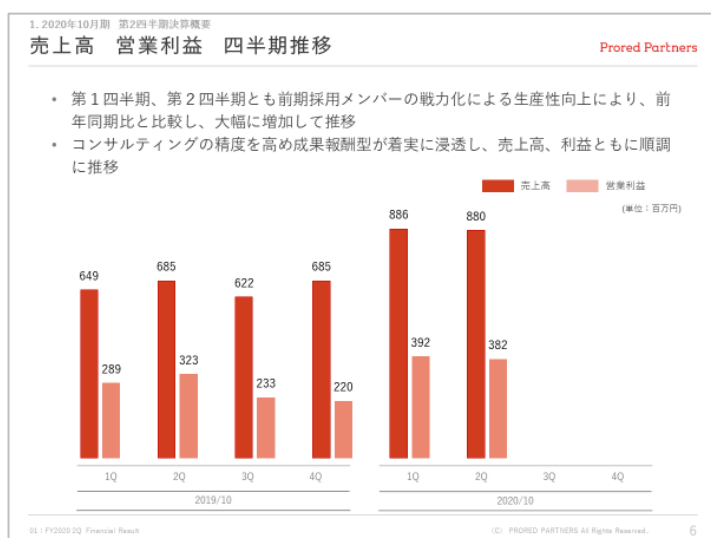
1. 2020年10月期 第2四半期決算概要  
P/Lサマリー Prored Partners

売上・利益ともに各プロジェクトが順調に完了できたことにより計画とほぼ同水準で推移 (単位: 百万円)

	2018年10月期 (実績)	2019年10月期 2Q (実績)	2019年10月期 (実績)	2020年10月期 2Q (実績)	対前年同期 増減率 (%)	2020年10月期 (予想)	達成率 (%)
売上高	1,651	1,334	2,641	1,766	+32.3%	3,468	50.9%
売上原価	379	271	595	431	+59.0%	-	-
原価率	23.0%	20.3%	22.5%	24.4%		-	-
売上総利益	1,272	1,063	2,046	1,334	+25.5%	-	-
粗利率	77.0%	79.7%	77.5%	75.5%		-	-
販売費及び一般管理費	657	450	980	560	+26.7%	-	-
販費比率	39.8%	33.8%	37.1%	31.7%		-	-
営業利益	614	612	1,065	774	+24.8%	1,235	62.7%
営業利益率	37.2%	45.9%	40.3%	43.8%		35.6%	-
経常利益	591	595	1,046	745	+25.2%	1,233	60.4%
税引前当期純利益	591	595	1,046	745	+25.2%	-	-
当期(四半期)純利益	380	413	682	516	+24.9%	766	67.5%

04: FY2020 2Q Financial Result (C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 5

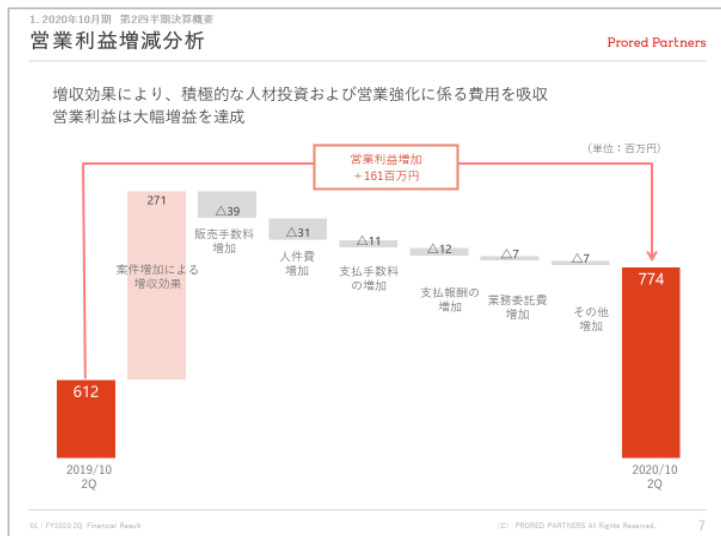
次にPLサマリーですが、売上高17.6億円、営業利益7.7億円と予算に対する達成率はいずれも50%を超える水準となりました。第2四半期においては、ほぼ当初の計画通り推移しています。営業利益率も43.8%と高い水準を維持しています。



続いて四半期業績推移ですが、いずれの指標も上方トレンドであり、かつ安定化していることがわかります。

案件数の増加していることにより、一つの大型案件の影響を受けにくい業績になりつつあります。

## 1. 2019年10月期 決算概要



次に、営業利益についてですが、前期と比較して、1.6億円の増加となりました。

要因ですが、収益面では、案件の規模・数の増加による増収効果で2.7億円増加しました。

費用面では、売上増加に伴う販売手数料の増加、積極的な人員採用による人件費とその採用関連費が増加しました。

これらの結果、7.7億円の営業利益となりました。

## 1. 2020年10月期 第2四半期決算概要

## B/Sサマリー

2020年2月のMSワラント行使完了により、約18億円の資金調達完了  
業績も順調に推移し、高い当座比率、自己資本比率を確保

(単位：百万円)

	2019年10月期	2020年10月期2Q	増減額		2019年10月期	2020年10月期2Q	増減額
流動資産	4,471	6,661	2,190	流動負債	689	716	27
現金・預金	4,154	5,941	1,787	買掛金	17	19	2
売掛金	277	674	397	未払金	58	122	64
その他	38	45	7	未払費用	163	138	▲25
				未払法人税等	285	247	▲38
				その他	166	190	24
固定資産	247	316	69	固定負債	358	318	▲40
有形固定資産	50	47	▲3	社債	320	280	▲40
無形固定資産	5	13	8	資産除去債務	38	38	0
投資その他資産	191	255	63	純資産合計	3,670	5,942	2,272
資産合計	4,718	6,977	2,259	資本金	1,140	2,017	877
				資本剰余金	1,130	2,007	877
				利益剰余金	1,399	1,916	517
				負債純資産合計	4,718	6,977	2,259

04: FY2020 2Q Financial Result (C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 8

続いてBSですが、2020年1月に発行したMSワラントが2月に全て行使完了したことで約18億円の資金調達が完了しました。これにより、現預金、純資産の増加となり、高い当座比率、自己資本比率となっております。

また、順調に売上が増加していることで、現預金とともに、売掛金も増加しています。これ以外に大きな変動はありません。

## 1. 2019年10月期 決算概要

1. 2020年10月期 第2四半期決算概要  
Topics - 東証一部市場変更 Prored Partners

**2020年4月28日**  
**東京証券取引所市場第一部へ上場市場変更**

東証一部への市場変更は社会的な信用や認知度の向上につながり、さらなる業容拡大と一層の企業価値の向上に資すると考えております。

今後より一層の社会的責任を自覚し、  
「価値」=「対価」の世界の実現に向けて努めてまいりますので、  
引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

01 FY2020 Q3 Financial Result (C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 9

続いて東証一部への市場変更についてです。

市場変更については、前回の決算説明会にて、資金調達手段の幅が広がり、効果的な選択が可能になること、そして高い社会的信用と認知度を得るために準備をしていることをお伝えしました。

皆様のご支援により、4月28日に無事東証一部への市場変更を実現することができました。今後より一層努力してまいりますので、引き続きご支援よろしくお願ひします。

## 2. 2020年10月期 重点施策進捗状況



続きまして、2020年10月期重点施策の進捗状況の説明に入ります。

2. 2020年10月期 重点施策の進捗状況

2020年10月期 重点施策

Prered Partners

潜在マーケットの大きい領域へサービス提供範囲を拡大し、サービスメニューを拡充していく

**1 人員強化による受注・売上拡大**

- 直接営業強化
- PE/パートナーへの営業経路を拡大
- コンサルタントの増加/生産性向上

**2 サービス領域を拡大**

**2a**

潜在マーケットが大きいコストマネジメント領域に注力

- 直接材
- BPR

**2b**

潜在マーケットが大きいマーケティング領域に注力

- Sales Management (売上アップ)

↑ 対象顧客の広がり

既存サービス

↑ 人員強化

既存サービスのノウハウを活用し、早期のサービス立ち上げ (既に複数プロジェクト化)

→ 2a → サービス拡張

→ 2b → サービス拡張

コストマネジメント | セールスマネジメント (売上UP)

間接材 | 直接材 | BPR

→ 対象費目の広がり

(C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 11

2020年10月期の重点施策としては、引き続き人員強化、サービス拡大、そしてサービス領域の拡充に取り組みます。

人員強化による受注・売上拡大については、従前のパートナーからの紹介を更に広げていきます。また、販売手数料の発生しない直接営業に注力します。インバウンドの顧客を増やすために、2020年2月に成果報酬にスポットを当てたオウンドメディアを立ち上げました。また、当社サービスに関する書籍の出版を計画しています。

サービスの品質面では、受注案件で十分な成果を出すことができるコンサルタントの採用・育成にも注力します。

サービス領域の拡大については、前期に引き続き直接材のコストマネジメント、BPR、セールスマネジメント（売上アップ）に人材を投入します。

それでは、各重点施策の個別説明に入ります。

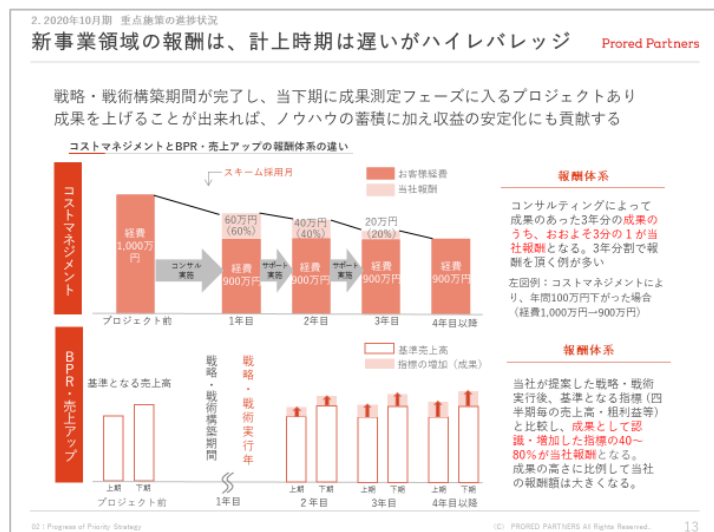
2. 2020年10月期 重点施策進捗状況



まず、パートナーへの営業経路拡大ですが、金融機関などの法人パートナーからの紹介を更に拡大していきます。

サービス領域の拡大については、まず直接材ですが、建設業の企業から受注がありました。現在もプロジェクトを進めています。当期においてはプロジェクトを進めるとともに、ここで得られたノウハウを整備、体系化していきます。

BPR、セールスマネジメントについても、各々受注しており、現在プロジェクトを進めています。プロジェクトの遂行とあわせてノウハウの整備を進めています。ノウハウ化のためには多くのプロジェクトへの取り組みが必要となるため、引き続き人材を投入していきます。



次にBPRとセールスマネジメントの報酬体系について説明します。BPR、セールスマネジメントの報酬体系の特徴は、計上時期は遅いがレバレッジが強く働くことです。

いずれも現状調査、施策立案、実行をしてからの成果測定になりますので、プロジェクトが長くなります。現状で調査から実行まで大体6か月程度のため、成果測定はそれより先になります。

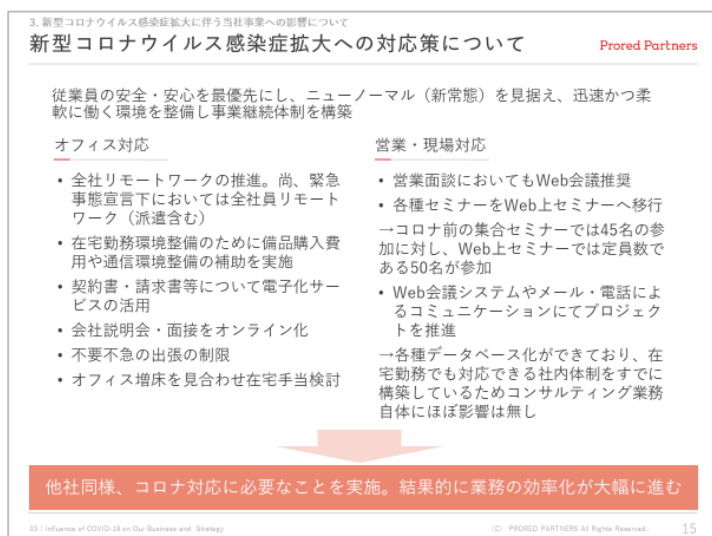
成果については、成果の4割から8割をいただきます。セールスマネジメントは、売上が増加すればするだけ成果が増加するため、レバレッジがききます。この計上パターンが異なる2つの体系をサービスに組み込むことで、安定性と成長性を兼ね備えたビジネスポートフォリオができると思っています。



### 3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について



次は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について説明します。



まず、当社においては、従業員の安全・安心を最優先に記載のような取り組みをしております。これらは一過性の対応ではなく、ニューノーマルを見据えた対応を意識し、推進しています。

当社にとって今回の対応は、新型コロナウイルス感染症に係る対応というだけではなく、今まで慣習とされていた業務でも、本当に対面や書面で実施する必要があるのか、とその必要性を問うきっかけとなりました。なお、当社ではWeb会議を活用するなどの取り組みで業務の効率化が進みました。現在は取締役会もWebで開催しています。Webであっても活発な議論はできていますし、Webで開催することによるデメリットはあまり感じていません。

### 3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について

3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について  
**新型コロナウイルス感染症拡大の当社事業への影響** Prored Partners

問合せは増加傾向であるものの、外出自粛要請やセミナー・イベントの自粛・中止により新規訪問数が減少、現時点においてWeb上の面談を増加させるなど対策済み

	業務の状況	想定される業績等への影響や対応策
<b>受注</b> 初回訪問 コンサルティング 契約締結	<b>多少影響あり</b> <b>マイナス面</b> ・外出自粛要請、中止等新規訪問機会減少 <b>プラス面</b> ・訪問済の企業に関しては、web面談等で契約締結に至り、受注率は向上 ・引き合いの強いインバウンドが増加	トータルで影響を見た場合、新規契約数は若干減少と予想するが、中長期的にはプラス面が大きい。 <b>WebツールやTV会議システム等がクライアントに浸透しており、法人営業の効率化される。</b>
<b>サービス提供</b> デューデリ ジェンス コンサルティング	<b>影響はほぼ無し</b> ・クライアント各社において電子化が進んでいる場合が多く、データのやり取りがスムーズで当社内DD業務遂行への影響はほぼ無し ・プロレド社内にて詳細なデータを収集し、分析、検証を実施、提案するため、コンサルティング業務自体への影響はほぼ無し	・プロレド社内ネットワーク環境は整備済 ・テレワーク環境下において、データやり取りが主となるため、通信環境の改善と同時にセキュリティ対策をさらに強化
<b>売上計上</b> 成果・報酬	<b>多少影響あり</b> ・コロナの影響で社内決裁・調整に時間を要し、成果報酬のタイミングの確定がコントロールできない場合あり	クライアント状況により成果確定タイミングのズレが生じ、その結果当初の売上計上予定月にズレが生じる場合がある。 4月の検収数は3月と比較して約2割減

©3 | Influence of COVID-19 on Our Business and Strategy ©4 | PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 16

続いて新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響についてお話しします。

当社ビジネスフローで影響が出たのは、主に2つで、受注活動における初回訪問と売上計上に係る成果確定のタイミングです。

受注活動においては、緊急事態宣言を受けての外出・移動自粛などで対面での訪問件数が通常期と比べて大きく減少し、Web会議システムの活用で多少なりともカバーした状況です。ただ、このような時期に面談を実施した企業については、プロジェクトに対する温度感が非常に高く、通常時よりも契約率は高くなっています。

売上計上時期については、社内検討や捺印などの事務手続に時間を要する顧客がありました。そのため、当初見込んでいた売上計上時期にズレが生じているプロジェクトもあります。

次に今回の感染症拡大によって変化したと思われる顧客ニーズについて説明します。

3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について  
**感染症拡大の環境下における顧客ニーズ変化への認識** Prored Partners

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、①リストラクチャリング、②企業のDX化、③規制緩和、④企業風土の変化（柔軟な対応）と3～5年を先取る企業・社会の変化および成長がもたらされたと認識  
 本事業環境下では、短期的にはコスト削減や企業投資へのニーズ、中長期的には事業成長への強い支援や規制緩和拡大によるSIBプロジェクトなどのニーズが高まるものと認識

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い企業・社会にもたらした影響	本事業環境下において想定される顧客ニーズ
リストラクチャリング	・変革に伴う一時的な収益減少に対応するための短期かつ迅速な間接材コスト削減ニーズ 間接材コスト削減
企業のDX化	・デジタルワークフロー導入のための業務見直しおよび効率化ニーズ BPR（業務改善）
規制緩和	・行政改革の高まり、税収減による地方自治体の財政悪化に伴う民間主導のコスト削減及び業務効率化ニーズ BPR（業務改善） SIB
企業風土の変化	・営業・原価改善等の聖域部分の縮小・消失による改善エリアの拡大に伴う抜本的業務見直しのニーズ Sales Management 原価削減

©3 | Influence of COVID-19 on Our Business and Strategy ©4 | PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 17

私自身の感覚では、今回の件で3年程度一気に未来に進んだイメージをもっています。感染症拡大により、収益構造改革や業務改善といったニーズが高まっています。

当社でもそうですが、テレワークやペーパーレス化が進められ、様々な業務のDX化が進んでいます。

行政では、行政改革、税制改正などの規制緩和や企業風土の変化も起きています。在宅勤務ではできない、という固定観念も今回の件でかなり考え方が変わったと思います。いずれも感染症拡大前から言われていたことですが、各企業は対応するために変化しなければいけない状況にあります。

当社には、このような状況下において企業を最大限サポートできるサービスが揃っています。短期的にはコスト削減や企業投資へのニーズ、中長期的には事業成長への強い支援ができます。また、規制緩和拡大により、当社が注力しているSIBプロジェクトのニーズも高まると考えています。

### 3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について

3. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う当社事業への影響について  
**感染症拡大の環境下に対応する当社事業戦略** Prored Partners

コロナウイルス流行後の事業環境下においても、様々な施策を通じた事業の維持・拡大を目指す  
 短期的にはコスト削減領域の営業・デリバリー力を強化しつつ、その他の領域も積極的な強化を実施

**当環境下に対応する事業戦略**

コスト削減ニーズの高まり	営業チャネルの強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト削減ニーズの高まりに対応すべくコスト削減セミナーの実施及びDMの発送</li> <li>金融機関と連携したコスト削減ニーズの高い企業への新規アプローチ</li> </ul>
企業の新規採用の停止又は縮小	既存領域の重点的/積極的強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト削減ニーズに対応すべく人員採用を継続</li> <li>特に、競合企業が採用を縮小していることで、従前より優秀な人材の獲得がしやすくなっている</li> </ul>
事業・会社売却の増加	新事業領域へのM&Aの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>M&amp;A紹介案件の増加に対応すべく専属メンバーの拡充（3名→6名）</li> <li>専任窓口の設定によるM&amp;Aアティックとのコミュニケーション強化</li> </ul>
デジタル化の加速	コンサルティングDX化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンサルティングのDX化の推進（コンサルティングをSaaSでサービス提供）</li> <li>システム領域のM&amp;A</li> </ul>

03 | Influence of COVID-19 on Our Business and Strategy (C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 18

最後に、感染症拡大の環境下に対応する当社事業戦略についてお話しします。

当社においては、現在の状況でも何ら緩めることなく、事業の維持・拡大を目指していきます。

営業チャネルの強化については、コスト削減ニーズの高まりに対応するため、DMの発送や金融機関と連携したアプローチに取り組めます。

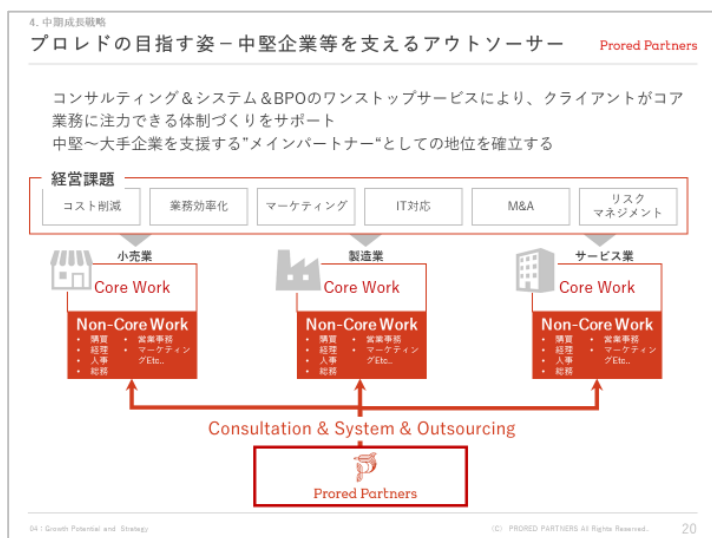
また、既存領域の強化については、積極的な人材採用を継続して行います。特に、競合するコンサルティング会社が採用を縮小している傾向がありますので、優秀な人材を採用しやすくなっていると感じています。

M&Aについても、M&A件数自体増加傾向にあり、多くの案件紹介をいただいております。これらに対応するため、専属メンバーを拡充しました。メンバーにはPMIの経験が豊富なメンバーも参画しており、ソーシングからPMIまで対応できるチーム構成となっています。

## 4. 中長期成長戦略



それでは、最後に中長期成長戦略についてお話しします。

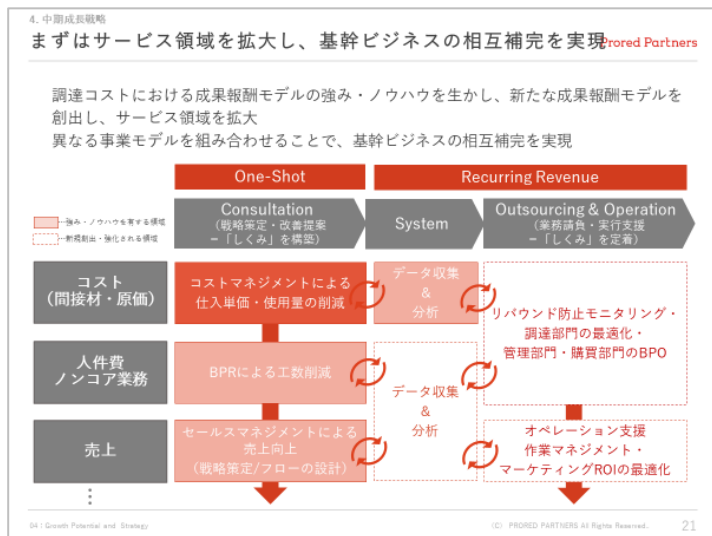


こちらは、12月に開催した決算説明会での説明内容と同じになります。

私たちは、中堅企業を支えるアウトソーサーという立場を目指しています。

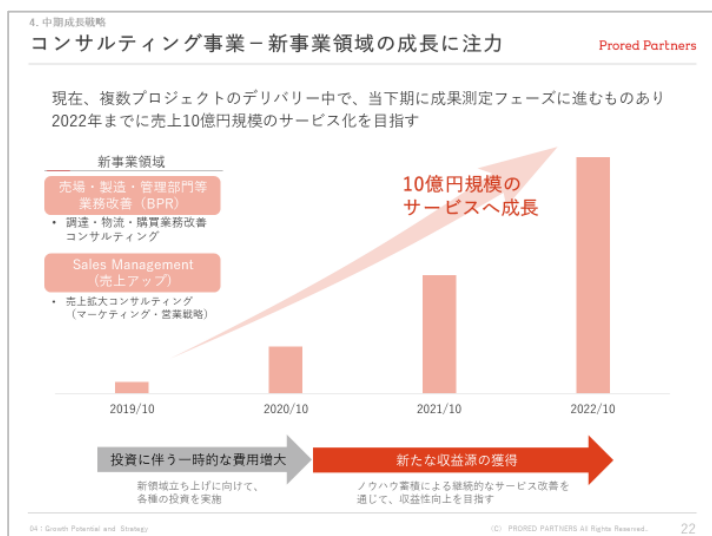
私たちがアウトソーサーとなり、幅広いコンサルティングサービスによる改善活動、当社が投資したシステムを利用することで大企業にも負けない業務の効率化を実現します。これらのサービスを備えることで、企業のNon-Core Workを一手に請け負い、本業に専念できる環境をつくって、支えていきたいと考えています。

## 4. 中長期成長戦略



Non-Core Workのアウトソーサーになるための具体的な進め方はこのように考えています。

現在、当社は調達コストの領域で強み、ノウハウを有しています。これを人件費、マーケティングといった領域に広げていきます。業務改善や営業戦略のコンサルティングサービスに加え、それをモニタリング・分析するためのツールなど、異なる事業モデルを組み合わせることで、現在足りない部分を補完し、Non-Core Workのサービスを提供できる体制を構築します。



次に、新事業領域の成長戦略について説明します。

現時点では、BPR、セールスマネジメントのコンサルティングを成果報酬で実施しています。

上期において、調査・分析・施策立案フェーズが完了しているプロジェクトもあります。今期の下期で、現在進捗している一部プロジェクトの完了が見込まれ、一部収益化される予定です。

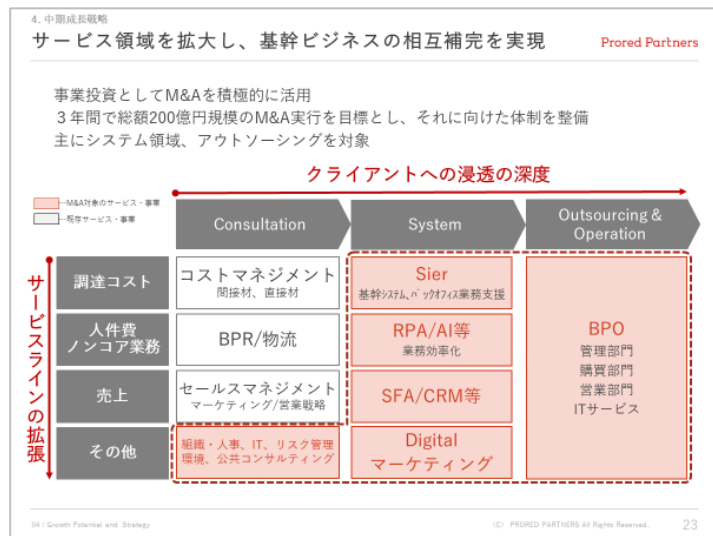
実施しているプロジェクト数も増えてきており、ノウハウを蓄積し、サービス品質を上げていく活動に入っています。

新事業領域でも、コストマネジメントのように効率化、パターン化ができれば、収益性が大きく向上します。

2022年までに売上10億円規模のサービス化を目指して、日々プロジェクトに取り組んでいます。

次にM&Aについて説明します。

## 4. 中長期成長戦略



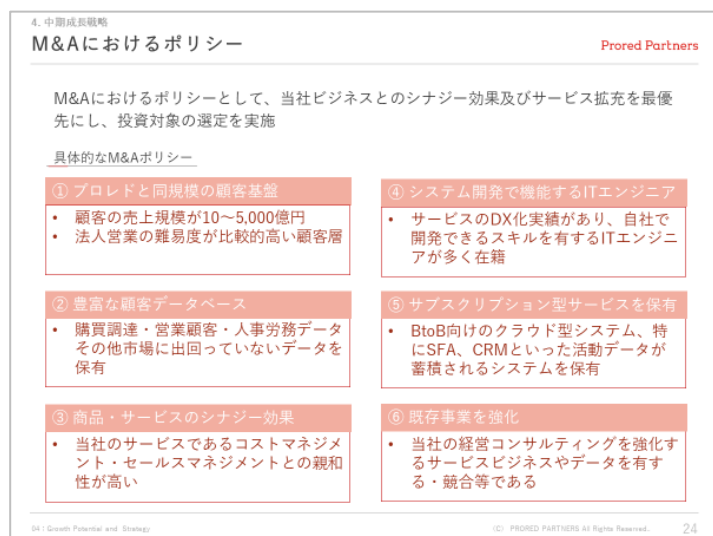
M&Aは、当社の成長にとって非常に重要な施策だと考えています。3年間で総額200億円規模のM&Aの実行を目標としています。

投資対象はBPOサービス、ITリソース、ツール・システム、その他コンサルティングといったBtoBサービスなどの事業を保有している企業です。

これらのサービスは、いずれも当社コンサルティングと親和性が高いと考えています。特にBPOサービスとシステムは、クライアントにより深く入り込めるものなので、クライアントの維持という観点で魅力的です。

このような企業をM&Aすることで、スピードを意識したサービス領域の拡大が実現できます。

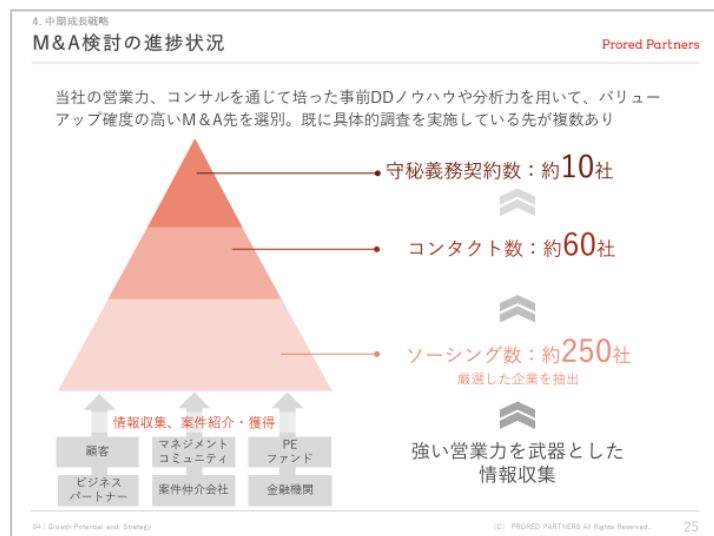
次のページ以降で、より具体的に取り組みの説明をします。



M&Aにおけるポリシーとしては、当社ビジネスとのシナジー効果とサービス拡充を最優先に検討しています。具体的には、記載している6つです。

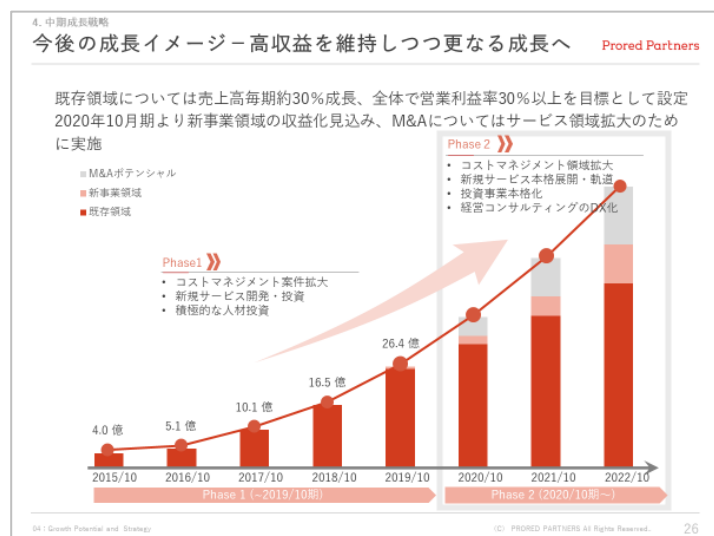
当社と同規模の顧客基盤を有している、豊富な顧客データベースを有している、当社と商品・サービスのシナジー効果が見込める、システム開発で機能するITエンジニアが在籍している、サブスクリプション型サービスを有している、当社の既存事業を強化できるサービスを有している、というものです。

## 4. 中長期成長戦略



現在のM&A検討の進捗状況は、こちらに記載のとおりです。当社には、営業活動で培った強いネットワーク、営業基盤がありますので、これを活かすことでM&Aにおいても情報収集しています。

M&Aポリシーに基づいて、対象企業候補を選定し、コンタクトしています。実際に守秘義務契約を締結し、情報をいただいで具体的な調査をしている先も10社程度あります。



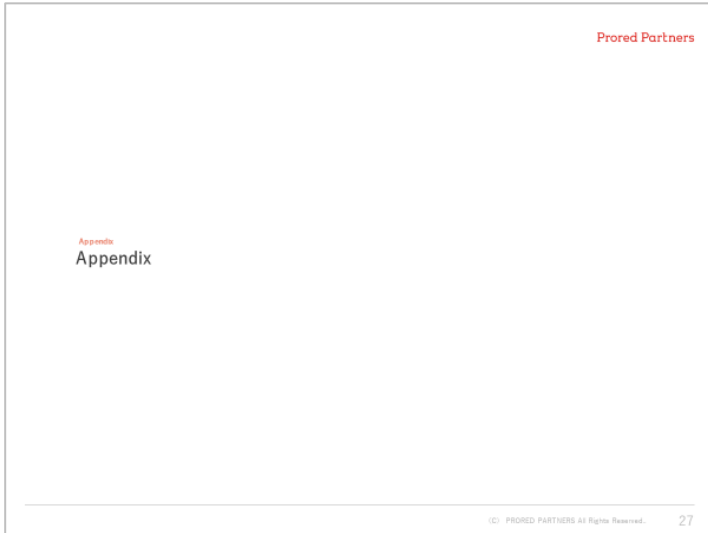
最後に、今後の成長イメージを説明します。

既存領域では、潜在的マーケットが大きいため、営業活動、コンサルティングを強化し、引き続き売上を伸ばしていきます。新事業領域では前期よりチームの立ち上げ、メンバーの拡充を行っており、受注したプロジェクトに取り組んでいます。当期には、一部プロジェクトの収益化を見込んでいます。

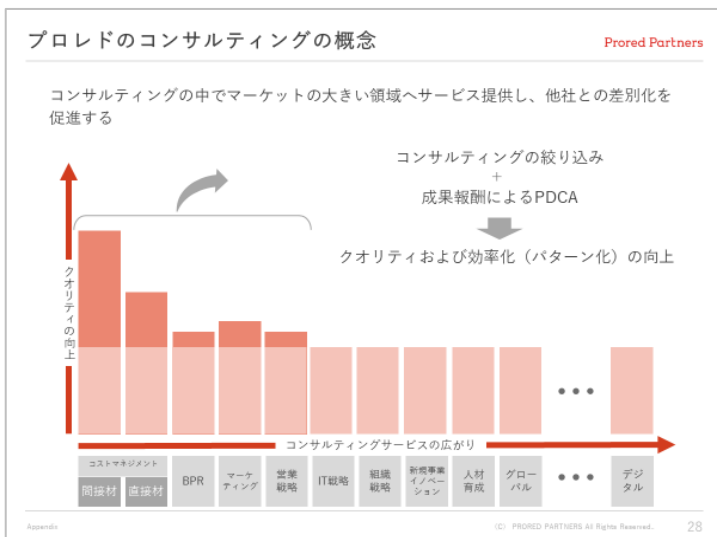
コンサルティング全体としては、新事業領域の投資費用を考慮しても、営業利益を30%以上確保することを目標としていきます。また、コンサルティング業務の効率化のために、コンサルティングのDX化にも注力していきます。

M&Aについては、当社にとって初めてになるので、現在描いている将来像に合う企業をM&Aしたいと思っています。

Appendix



以上で本日の決算説明は終わりになります。ご清聴ありがとうございました。



**主要領域については、コンサルティングフローが確立**

Prored Partners

コンサルティングフロー

最初に契約し、次にデューデリジェンスを行い、顧客が成果内容に興味があれば、コンサルティングを実施。コンサルティングを実施し、顧客の成果が確定したタイミングで当社への報酬が発生

コンサルティング契約締結	デューデリジェンス (成果の可能性診断)	コンサルティング	成果・報酬
-成果の可能性検証を行うにあたって、「コンサルティング契約」を締結 -報酬が発生するタイミングは、顧客からコンサルティングを要望され、当社がコンサルティングにより顧客の成果を実現した場合に限る	-コンサルティング対象の状況把握のため、必要な情報・データを受領し、当社にて簡易デューデリジェンスを実施 -分析から成果の見込みがあるかどうか、成果額ほどの程度が算出し、顧客に提案	-提案後、顧客から依頼があった場合にコンサルティングを実施 -顧客に必要な要素を確認の上、詳細なデータを収集し、分析、検証を実施 -最適な提案を複数パターン提示し、顧客の選択後に成果確定までの実行をサポート	-顧客の成果確定後にコンサルティング成果を算出 -コンサルティングを開始する際に、あらかじめ顧客と協議した内容に基づき報酬を算出 -報酬確定後に支払契約内容に基づき請求を実施
コンサルティング契約の締結			成果が出たタイミングで当社への報酬が発生



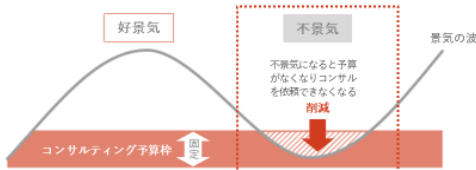
Appendix

成果報酬の特徴：経済の不確実性が高い環境での強み Prored Partners

成果報酬であれば予算枠がなくとも取り組めるため、景気の波に影響を受けづらい

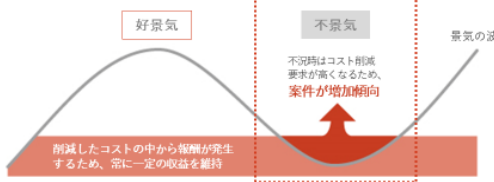
固定報酬

固定報酬コンサルティングに依頼した場合、景気がいい時は予算枠があり依頼できるが、景気が悪くなると、予算枠がなくなり、依頼できなくなる



成果報酬

成果報酬コンサルティングに依頼した場合は、景気がいい時も悪い時も削減したコストの中から報酬を支払うため、予算枠が必要なく、依頼できる



コストマネジメントの潜在的マーケット Prored Partners

コストマネジメントについては、コンサルティング品質の向上を図りつつ、各マーケットの新規顧客の開拓と拡大を目指す

※2019年10月期時点

		企業数 (社)			売上高 (円)		
		当社顧客企業数	企業数	当社顧客企業数の割合	当社顧客の売上高	企業全体の売上高	当社顧客の売上高比率
大企業 (売上5,000億円以上)	製造業	5	100	5.0%	14兆	134兆	10.5%
	小売・飲食業	1	19	5.3%	0.7兆	15兆	4.6%
	サービス業	0	34	-	-	69兆	-
	その他	5	415	1.2%	1兆	198兆	0.5%
中堅企業 (売上100億円～5,000億円) 既存ターゲット	製造業	69	3,780	1.8%	4兆	168兆	2.5%
	小売・飲食業	105	1,809	5.8%	7兆	77兆	10.0%
	サービス業	41	2,943	1.4%	1兆	105兆	1.5%
	その他	67	7,044	1.0%	4兆	339兆	1.2%

ESG/SDGsの取組み Prored Partners

私たちは、「価値」＝「対価」をビジョンに  
成果報酬型コンサルティングサービスを通じて  
時代とともに多様化する社会課題の解決とより良い社会の  
実現を追求していきます

当社の取組み

関連するSDGs項目

- E 環境**
- 環境負荷低減に向けたコストマネジメントコンサルティングの取組み (CO2の削減/廃棄物低減等)
  - 社内の複合機利用量削減



- S 社会**
- ダイバーシティの取組み
  - 健康経営の取組み
  - 出産・育児・介護支援
  - 人材育成
  - 働き方改革の取組み
  - 地域との共存



- G ガバナンス**
- コーポレートガバナンスの取組み
  - コンプライアンスの徹底、リスクマネジメントの取組み
  - 情報セキュリティの取組み

