



PC DEPOT
SMART LIFE

決算発表補足資料

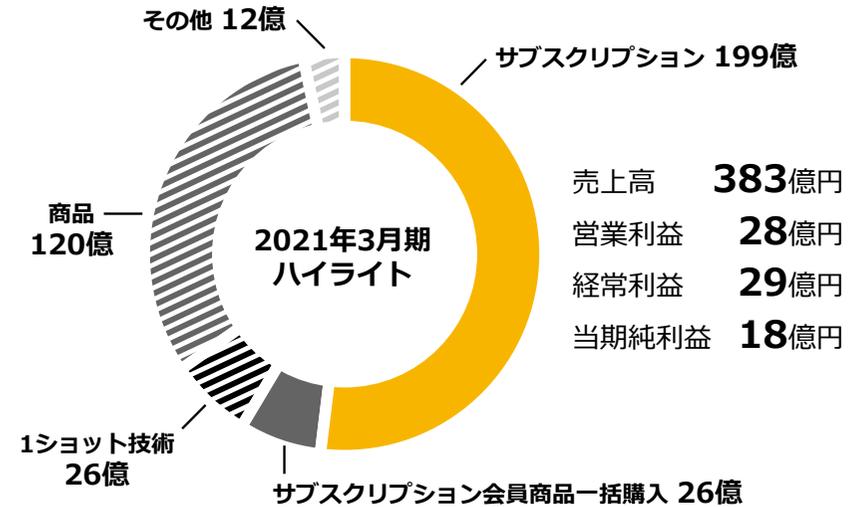
— KPIの再定義含むビジネスモデル解説 —

2021年5月13日

証券コード 7618

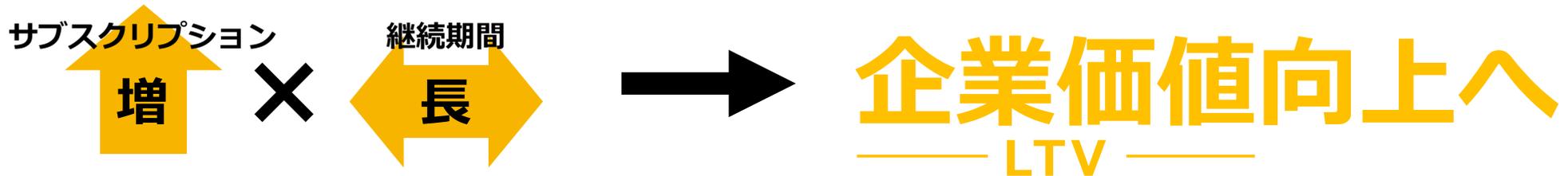
2021年3月期 売上実績 内訳

- ソリューションサービス 前提前年同期比：95.0% → **結果：94.6%**
- オンライン化の普及などにより、商品販売は前年同期比：**+3.4%**
- 新しい生活様式に合わせた営業体制
 販促活動の縮小・営業時間の短縮等により販売費及び一般管理費 前年同期比：**-2.0%**
拡大に向けて、12月より宣伝広告活動を実施



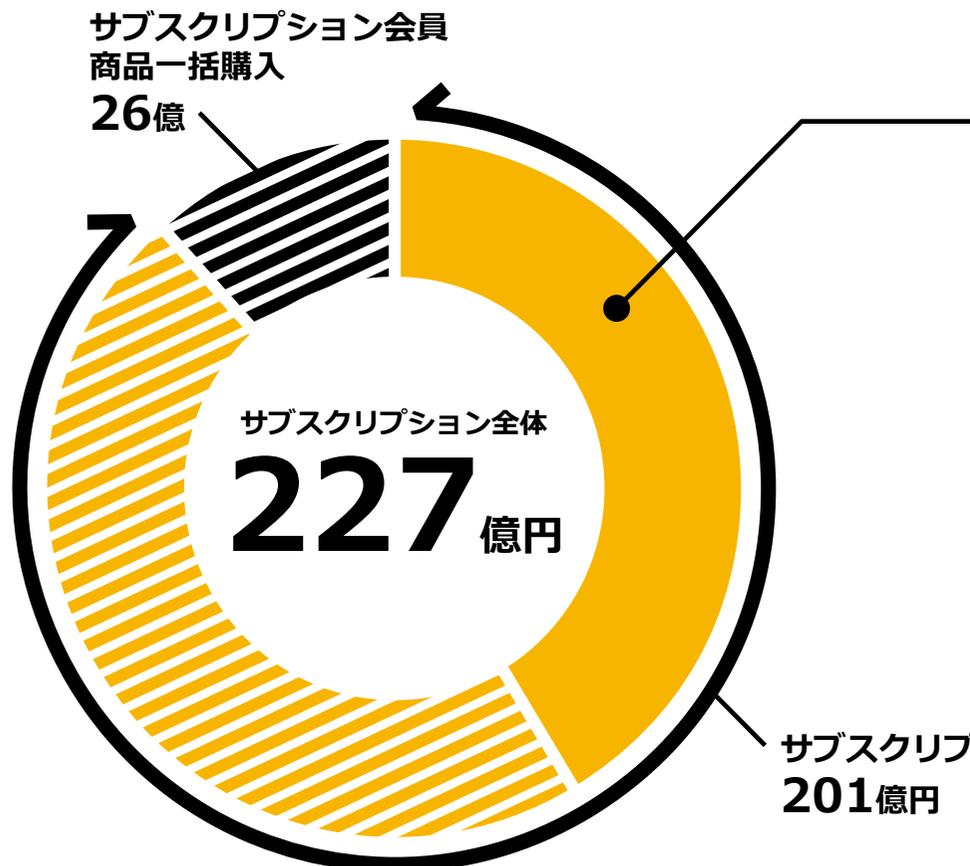
2021年度よりKPIを再定義

ストック売上が売上高全体の50%を超えて、長期的に80%にまで成長することが見込めるため



2021年3月期実績 サブスクリプション関連全体サマリー

NCSのイメージ



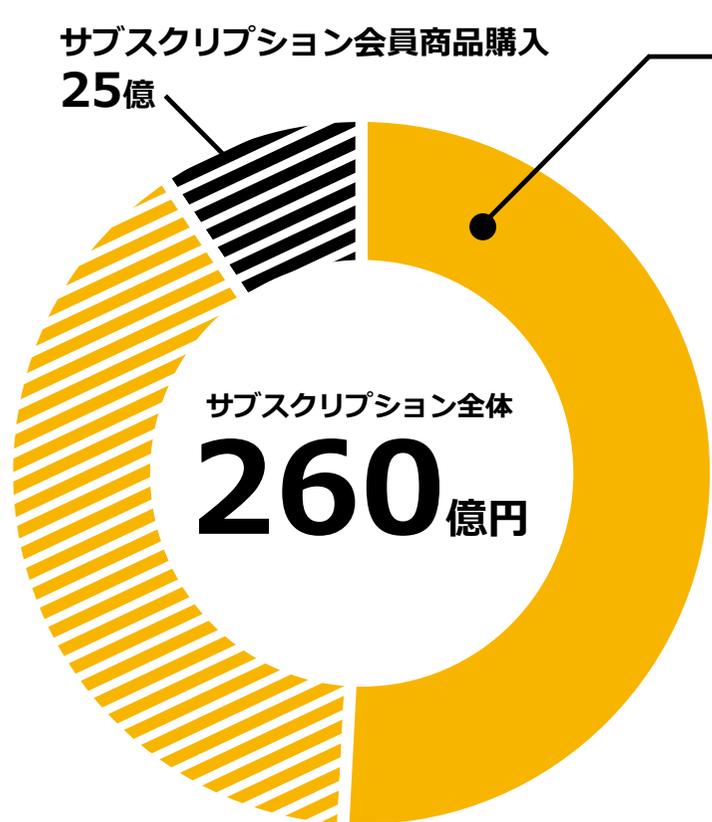
NCS NEW Customer Success
94 億円

	サブスクリプション関連全体	
	NCS※1	
ARR※2	94億円	201億円
サブスクリプション会員数※3	9.7万人	45万人
ARPU※4	8,053円	3,500円
CRR※5	99.6%	99.1%

サブスクリプション関連全体 ARR
201億円

※1 NCS：ニューカスタマーサクセス会員
 ※2 ARR：会員のサブスクリプションに関する年売上（MRR×12か月）
 ※3 サブスクリプション会員：定額サービス利用会員（除くインターネット関連事業における会員）
 ※4 ARPU：1会員あたりの平均売上額：MRR÷会員数
 ※5 CRR：サブスクリプション会員の継続率/月次

今後1年程度の目標サブスクリプション関連全体イメージ



NCS 130億円

ARR※2

サブスクリプション会員数※3

ARPU※4

CRR※5

サブスクリプション関連全体

NCS※1

130億円

14万人

8,100円

99.6%

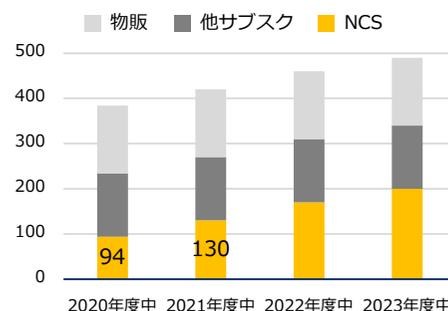
235億円

45万人

4,000円

99.1%

New Customer Success ARR イメージ



NCS（ニューカスタマーサクセス会員）とは

当社提供のサブスクリプション型<プレミアムメンバー>のうち、

- ご家族ごとに専任担当が付き、かつご家族の利用がある方
- また2021年以降は、「お家担当制」、「パーソナル担当制」コースをご利用の方

※1 NCS：ニューカスタマーサクセス会員

※2 ARR：会員のサブスクリプションに関する年売上（MRR×12か月）

※3 サブスクリプション会員：定額サービス利用会員（除くインターネット関連事業における会員）

※4 ARPU：1会員あたりの平均売上額；MRR÷会員数

※5 CRR：サブスクリプション会員の継続率/月次

企業価値増大へ向け

当社の長期的成長と持続性を担保する基本的な経営指標を、
「デジタル社会における当社事業の必要性」に基づき、量から質へ。

当社で言う「モノ売り」から、
社会のデジタル化に欠かせない

「ご家庭のデジタル担当」として継続的にサービスを提供することが、
全てのステークホルダーと価値共有可能と考え、
経営重要指標として明確にしていまいります。

— LTV — 企業価値増大に向けて

経営資源を、現在会員数10万世帯サブスクリプション会員モデル

「ニューカスタマーサクセス会員」

の増大に集中します

以後、NCS会員

- TAM3,000万世帯の大型市場「ご家庭のデジタル担当」が必要なお宅
- デジタル社会における社会的存在、成長意義
- 量販店、ネット販売など競合なし
- 参入障壁高い
- 社会のデジタル化に適した、家庭のど真ん中
- 「ご家庭、ご家族皆様のデジタル担当」サービス
- 家庭ごとの専任担当制による長期間に渡るサービスの継続
- 景気、需要の上下に左右されにくいサブスクリプション
- 会員制サブスクリプション15年のノウハウを込めた自信サービス

経営重要指標

- ・ NCS会員の増加
- ・ NCS会員の利用機会増加
(単価上昇)
- ・ NCS会員の継続期間長期化

2021年度の主要ハイライト

長期的なサブスクリプション会員増加

方針

- **NCS会員獲得／質向上優先** → 商品販売とサービス 比率減少
- 経費先行 → **新規会員獲得費用、宣伝費増加**／
継続期間の長期化のためサービスの質向上、人件費増加
- **NCS会員獲得イニシャル費用の発生／デバイス型サブスクリプション増加**
→ 収益が顕在化するまでの全体粗利率停滞。または、粗利率が低下
- **NCS会員向けのデバイスサブスクリプション増加** → 売掛金増加
- NCS会員向けに商品ラインナップを絞り込み → **全社在庫が減少**
- NCS会員向けに店舗を小型化 → **展示スペース減少**
- **NCS会員向けラウンジや会員向け商品スペース増加** → 改装費用増加

今後1年程度の目標 NCSサブスクリプションイメージ

NCS会員

14万人

前期比 144.3%

ARPU

8,100円

前期比 100.6%

ご家庭のデジタル機器や
家族人数の担当数増加

CRR

99.6%

参考：
NCS含む全体会員数45万人
CRR 99.1%/ARPU 4,000円

2021年度見込み全体サマリー

売上高合計

391 億円 (前年比 : 102.1%)

営業利益 **20** 億円 (前年比 : -29.1%)

サブスクリプション会員売上

260 億円 (前年比 : 114.5%)

今後1年程度の
目標サブスクリプションイメージ **ARR**

235 億円 (前年比 : 116.9%)

内NCS会員ARR

130 億円 (前年比 : 144%)

早期達成のために、人件費・宣伝広告費に積極投資

2021年度のNCS会員増加取り組みハイライト

人材

- 最大500名の顧客サクセス対応スタッフ大幅拡充
 - ・ 4月新入社員139名 前年比149%（入社新卒+内部登用）
 - ・ HIS社様より最大400名の出向を受け入れ
- 「デジタルライフプランナー」の質と数の増加
- 「デジタルライフプランナー」育成にCEOの時間の7割を研修に充てる
- 社内運営における目標KPI（店舗・チーム・その他部署）をLTVに切り替え
- 優秀な人材確保、給与向上

新規獲得

- 宣伝活動本格化 募集宣伝広告を6月～開始
- NCS会員向けに3つの店舗フォーマット（新型店舗）を開発
 - 2021年夏～** スマートライフ店基本フォーマット切り替え改装 2021年度10店
 - 2021年9月** 車両型店舗テスト稼働開始・NCS会員に特化した小型店舗開発

TAMの拡大

- NCS会員向けデバイスサブスクリプション生活用品へ幅の拡充
- 連携・協業 様々な会社、団体様と連携し「ご家庭のデジタル担当（NCS会員）」の増加に尽力

定義表

サブスクリプション会員	定額サービス利用会員 例：主にプレミアムメンバーシップ、その他クラウドサービスなど 除くインターネット関連事業における会員
NCS (会員区分)	サブスクリプション会員の内、ご家庭毎に専任デジタル担当が付き継続的に アップスケールが見込める会員 New Customer Successの略
サブスクリプション売上	会員のサブスクリプションに関する売上
MRR (Monthly Recurring Revenue)	会員のサブスクリプションに関する月売上
ARR (Annual Recurring Revenue)	会員のサブスクリプションに関する年売上：MRR×12ヶ月
ARPU (Family) (Average Revenue Per User)	1会員あたりの平均月売上：MRR÷会員数
CRR (Customer Recurring Rate)	サブスクリプション会員の継続率／月次
TAM (Total Addressable Market)	日本国内のリーチ可能な会員数 最大値

お問い合わせ先

総合リレーション室

担当者：松尾／武田

TEL 045-472-9838

E-mail ir@pcdepot.co.jp

本資料に掲載されている業績予想は、本プレゼンテーション時において入手可能な情報に基づき判断した見通しです。この中には、多分に不確定要素が含まれており、様々な要因によりこれら業績等に関する見通しとは大きく異なることがあります。以上の前提をご理解いただき、投資に関する決定をされる場合にはご自身の判断で行われるようお願いいたします。