



2021年6月2日

各位

会社名 株式会社ピーバンドットコム
代表者名 代表取締役 田坂 正樹
(コード番号：3559、東証第一部)
問合せ先 取締役CFO 上田 直也
(TEL. 03-3265-0343)

2021年3月期決算説明会動画・質疑応答公開のお知らせ

当社は、2021年5月28日(金)に開催いたしました「2021年3月期決算説明会(機関投資家・アナリスト向け)」の動画及び質疑応答を公開いたしましたのでご案内申し上げます。

■決算説明会概要

日時：2021年5月28日(金) 16時～16時40分
開催方法：Zoom ウェビナー

■2021年3月期 決算説明会動画

URL：<https://youtu.be/KINQJdEAXIY>

■質疑応答(要旨)

別紙をご参照ください。

■会社概要

<株式会社ピーバンドットコム>

本 社：〒102-0076 東京都千代田区五番町 14 五番町光ビル 4F

代表者：田坂 正樹

URL：<https://www.p-ban.com/>

事業内容：プリント基板のネット通信販売サイト「P板.com」の運営

■本件に関するお問い合わせ先：

株式会社ピーバンドットコム IR担当

電話番号：03-3265-0343 E-mail：ir@p-ban.com

問い合わせ窓口：https://www.p-ban.com/form/contact_form.html

以上



【別紙】

株式会社ピーバンドットコム
2021年3月期 決算説明会質疑応答要旨

2021年5月28日（金）開催の証券アナリスト・機関投資家向け決算説明会において出席者の皆様から頂いたご質問と当社の回答の要旨を掲載いたします。

【質問1】

Q：2022年3月期の予想で営業利益が2億4,900万円という見通しだが、2021年3月期の第4四半期の営業利益と比較すると、若干慎重な印象を受ける。今年度の事業環境をどのように考えているのか？半導体不足、資材高騰など、必ずしもプラス要因ではない要素もあるかと思うが、その点を含め、今年度の事業環境を改めて教えてほしい。

A：第4四半期の回復を見ていただくと分かる通り、お客様の多くがコロナの影響を脱し、製品開発が動き出している印象です。

部品需要の逼迫に関しては、既に製品として数万ドルの単位で作っているようなものに関しては、部品の逼迫は直に影響を受けると思いますが、私たちが対象とするお客様の商材は、小ロットになりますので、そういった意味では、言われているほどの影響を受けている印象はありません。しかしながら、こうした環境下による部品の調達は引き続き、私たちにとってもチャレンジであり、部品調達を可能とするところが、私どもの差別化につながっていく部分になるのではと取り組んでおります。

【質問2】

Q：資材の価格高騰や、需要面についてはどう考えているのか？

A：私どもが取り扱う商材において、資材の価格高騰で一番影響を受けるのは銅です。銅箔の高騰は影響を受けるところではありますが、今まで20年ぐらい事業をやっている中では、銅箔が高騰したから売上に影響があるようなことはありませんでした。基本的に製品価格に転嫁できる程度です。

【質問3】

Q：EMS事業拡大の狙いについてももう少し聞きたい。一般的にEMSの事業というのは、利益率はそれほど高くなく、御社の既存のビジネスに比べると、利益率は低いと思うが、これを拡充する狙いは何か？少数精鋭という話があったが、拡充するために、固定費を増やさなければならないのか、その辺りについても教えてほしい。

A：私どもが事業を行うEコマースで、部品を単純に売るという部分でのコンペチターは、中国の深センみたいなところでは、そこそこの物を安い価格で提供することができます。対して私どもは、宇宙や車にも使える、精度の高い品質ものを、妥当な

価格で販売しています。EMS 事業を伸ばすことによって、単純な価格競争、海外との価格競争を回避して、付加価値を付けていきたいという狙いがあります。

EMS 事業も、iPhone を組み立てるような大規模 EMS 事業とは違い、例えばハードウェアベンチャーからのご利用のような小ロットの EMS がメインになっていまして。確かに本体の事業に比べると、ちょっと利益が落ちる部分ではありますが、中国との価格競争と比較するような利益率ではありません。

【質問 4】

Q：今後もっと力強い成長を遂げるためには、経営課題として何が一番必要だと考えているか。

A：当社が上場企業となったことを契機に、国内のプリント基板需要を単純にどんどん、当社の E コマースに転置をしていただけるといような認識でございました。しかし、その成長はあまり力強くありませんでした。

今私どもが注力しているのは EMS の事業です。本来、人手ではかなり複雑なことを、今までのノウハウを使って、極力人の手を介さずに実現するということに注力して、専門の人員を配置しながら進めている状況です。

【質問 5】

Q：EMS 事業における競合はどこを考えているか。

A：競合と言われるようなところが今のところないという考えです。例えば今日の新聞で、ある企業様が車載の EMS をやっていることが書いてありましたが、当社はターゲットが違います。もっと小ロットで商品の一部ではなく全部を作る、そのような領域をイメージしています。これまでは依頼する場所がなく、自社でやるか、海外のいろんなメーカーさんを回って、対応してくれるところをようやく探していたところを、当社が代行する形です。今のところ、競合と認識しているところはありません。

【質問 6】

Q：EMS の利用を促進すべく、クライアントの社内認識を変えるためには、何をすべきと考えているか。

A：これから私どもがやろうとしているのは、EMS サービスを使っていただいたお客様の、成功事例や利用事例を発信していくことであり、今期の重点施策の一つとしております。

以上