

株式会社プロレド・パートナーズ（7034）

2019年10月期 決算説明会レポート

1. 2019年10月期 決算概要
2. 2020年10月期 業績見通し
3. 2020年10月期 重点施策
4. 中期成長戦略

Summary

2019年10月期 決算概要

売上高 26.4億円（前期比+60.0%） 営業利益 10.6億円（前期比+73.2%）

収益面では、営業パートナーの拡充およびリレーション強化、営業人員の増員等により案件数増加、大型プロジェクトの検収完了。

費用面では、潤沢なニーズに対応すべく、コンサルタント採用を強化。人件費増加や新規事業開発費用が発生するが、増収効果によりそれらのコストを吸収、前期比大幅増益となる。

2020年10月期 業績見通し

売上高 34.6億円（前期比+31.3%） 営業利益 12.3億円（前期比+16.0%）

将来の事業成長に向けて新事業領域に引き続き積極的に投資。新規のため「成果」が出るまで一定の時間を要するため、一時的にコスト先行も営業利益率は30%以上を維持。

2020年10月期 重点施策

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、3年後までに売上10億円規模のサービス化を目指す。

中期成長戦略

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。

そのために、調達コストにおける成果報酬モデルの強み／ノウハウを活かし、新たな成果報酬モデルを創出し、サービス領域を拡大。異なる事業モデルを組み合わせることで、基幹ビジネスの相互補完を実現。



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、2019年10月期決算説明会にお越しいただき、誠にありがとうございます。

		Prored Partners
FY2019 Financial Result		
1. 2019年10月期 決算概要	—————	P03
FY2020 Forecast		
2. 2020年10月期 業績見通し	—————	P09
Priority Strategy		
3. 2020年10月期 重点施策	—————	P11
Our Vision and Growth Potential and strategy		
4. 中期成長戦略	—————	P16
Appendix		
Appendix	—————	P24
		© PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 2

本日は、まず、2019年10月期決算概要、2020年10月期の業績見通し、そして重点施策を説明します。

最後の中期成長戦略ですが、昨日、決算発表、市場変更申請準備、株式分割、MSワラントの発行と立て続けにリリースしました。これらの趣旨を説明する上で、まず、現在私どもが思い描いている目指すべき姿、そしてそこに向かうための道筋を説明したいと思っています。

早速ですが、説明に進めさせていただきます。

1. 2019年10月期 決算概要



それでは、2019年10月期決算概要の説明に入ります。

1. 2019年10月期 決算概要 業績ハイライト		Prored Partners	
事業環境	各企業において人件費の高騰や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	26.4億円	前期比 + 60.0%
	営業利益	10.6億円	前期比 + 73.2%
業績のポイント	<p><収益面></p> <ul style="list-style-type: none"> 売上の増加：営業パートナーの拡充およびリレーション強化、営業人員の増員等により案件数増加、大型プロジェクトの稼收完了 <p><費用面></p> <ul style="list-style-type: none"> 選択したニーズに対応すべく、コンサルタント採用を強化（2018/11：49名→2019/11：64名） 人件費増加や新規事業開発費用が発生するが、増収効果によりそれらのコストを吸収、前期比大幅増益となる 		
© FY2019 Financial Result		(C) PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 4	

2019年10月期においては、引き続きコスト削減ニーズが高く、多くの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60.0%増の26.4億円、営業利益は、前期比73.2%増の10.6億円となりました。

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、また大型案件もあり、売上が大幅に増加しました。

費用面ですが、コストマネジメントを中心とした既存サービスを拡大し、また新規サービスを確立するために、積極的な人材投資をしました。その結果、人件費が増加し、また採用に係る成功報酬費用が増加しました。

1. 2019年10月期 決算概要

1. 2019年10月期 決算概要
P/Lサマリー

営業利益率が27.0%→37.2%→40.3%と高水準で推移

(百万円)

	2017年10月期 (実績)	2018年10月期 (実績)	2019年10月期 (実績)	対前期増減率 (%)	2019年10月期 (当初予想)	(参考) 当初予想比
売上高	1,013	1,651	2,641	+60.0%	2,305	+14.6%
売上原価	297	379	595	+57.0%	—	—
原価率	29.3%	23.0%	22.5%	—	—	—
売上総利益	716	1,272	2,046	+60.8%	—	—
粗利率	70.7%	77.0%	77.5%	—	—	—
販売費及び一般管理費	442	657	980	+49.2%	—	—
販管費比率	43.6%	39.8%	37.1%	—	—	—
営業利益	274	614	1,065	+73.2%	742	+43.5%
営業利益率	27.0%	37.2%	40.3%	—	32.2%	—
経常利益	279	591	1,046	+76.8%	742	+40.9%
税引前当期純利益	287	591	1,046	+76.9%	—	—
当期純利益	198	380	682	+79.2%	463	+47.2%

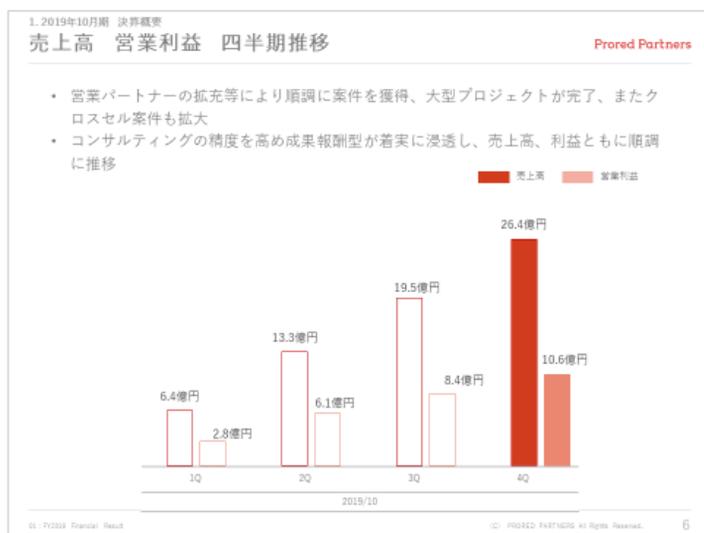
05 | FY2019 Financial Result © | PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 5

ここからは、業績・財政状態についての説明に入ります。

まず、PLについてですが、売上高26.4億円に対し、原価率、販管費比率ともに前期から改善しました。その結果、営業利益率は40.3%と大幅に向上しました。

当初予想と比較して、売上については、14.6%増、営業利益については、43.5%増となりました。当初想定以上に案件を受注できたことが主な増加要因です。

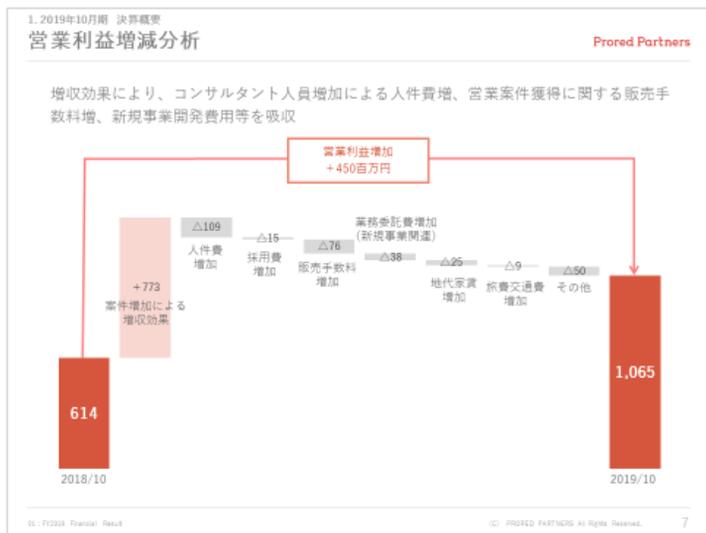
当期純利益については、前年比79.2%増の6.8億円となりました。このあと、四半期業績、営業利益分析にて詳細を説明します。



次に、四半期業績の推移ですが、当期については、各四半期で順調に推移しました。予定通りプロジェクトが完了し、また、予定外の大きな支出や損失もなく、順調に売上、営業利益を積み上げてきました。

来期以降の状況については、2020年10月期業績見通しのパートで説明します。

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、4.5億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7.7億円増加しました。

費用面では、主に人員採用関連、販売促進関連、新規事業関連の費用が増加しました。その他、前期に拡張したオフィス賃借料も増加要因となっています。

これらの結果、10.6億円の営業利益となりました。

1. 2019年10月期 決算概要
B/Sサマリー

堅調な受注及び大型案件を含むプロジェクト完了により現預金及び利益剰余金が大幅増加、社債により固定負債が増加。自己資本比率は77.8%と高水準を維持

(単位：百万円)

	2018年 10月期	2019年 10月期	増減額
流動資産	3,272	4,471	+1,199
現金・預金	2,722	4,154	+1,431
売掛金	113	277	+164
有価証券	399	0	△399
その他	36	38	+2
固定資産	152	247	+94
有形固定資産	32	50	+17
無形固定資産	5	5	+0
投資その他資産	114	191	+76
資産合計	3,424	4,718	+1,294

	2018年 10月期	2019年 10月期	増減額
流動負債	418	689	+271
買掛金	4	17	+13
未払金	32	58	+26
未払費用	109	163	+54
未払法人税等	186	285	+98
その他	85	164	+78
固定負債	29	358	+329
社債	0	320	+320
資産除去債務	29	38	+9
純資産合計	2,977	3,670	+693
資本金	1,134	1,140	+5
資本剰余金	1,124	1,130	+5
利益剰余金	717	1,399	+682
負債純資産合計	3,424	4,718	+1,294

©: PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 8

それでは、BSについて説明します。

当期は、現預金が大幅に増加しました。要因は、利益が出たこと、前期まであった金融商品であるオートローン証券化商品が償還されたこと、そして社債を発行したことです。これらに伴い、利益剰余金が増加し、有価証券が減少し、社債が増加しています。

以上が業績・財政状態に関する説明でした。

2. 2020年10月期 業績見通し



続きまして、2020年10月期業績見通しの説明をします。

2. 2020年10月期 業績見通し

2020年10月期 業績見通し

売上高 前期比+31.3% 営業利益 前期比+16.0%

将来の事業成長に向けて新事業領域に引き続き積極的に投資。新規のため「成果」が出るまで一定の時間を要するため、一時的にコスト先行も営業利益率は30%以上を維持

	2019年10月期 (実績)	2020年10月期 (予想)	増減率 (%)
(単位: 百万円)			
売上高	2,641	3,468	+31.3%
営業利益	1,065	1,235	+16.0%
営業利益率	40.3%	35.6%	
経常利益	1,046	1,233	+17.9%
当期純利益	682	766	+12.2%
1株当たり当期純利益	132.66円	147.47円	

2020年10月期ですが、売上高は前期比31.3%増の34.6億円、営業利益については、前期比16.0%増の12.3億円、当期純利益については、前期比12.2%増の7.6億円を見込んでいます。

売上見込については、現段階での受注状況と今後の営業活動見込み、そしてプロジェクト期間、コストプロジェクト削減率から見込んでおります。

一方、費用面については、既存領域に加え、新事業領域にも多くの人材を投入することで人件費が大きく増加する見込みです。

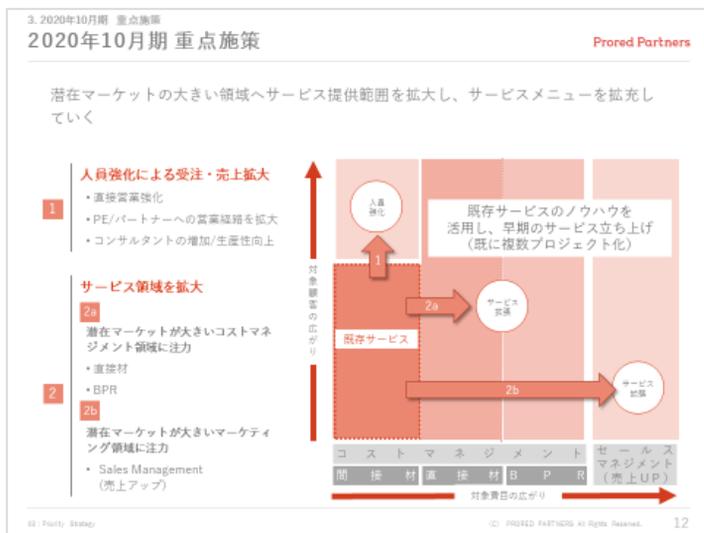
結果として、営業利益率については、2019年10月期より下回ることを想定しています。より詳細な説明については、2020年10月期重点施策で説明します。

3. 2020年10月期 重点施策



続きまして、2020年10月期重点施策の説明に入ります。

2020年10月期の重点施策として、人員強化による受注・売上拡大、潜在マーケットが大きいコストマネジメント領域へのサービス拡大、そしてマーケティング領域にアプローチするためのサービス領域の拡充に取り組めます。



人員強化による受注・売上拡大については、既存パートナーからの紹介を更に広げるとともに、販売手数料が必要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、成果報酬にスポットを当てたオウンドメディアの立ち上げや当社サービスに関する書籍の出版などを計画しています。サービス品質面では、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、これから各重点施策について個別の説明に入ります。

3. 2020年10月期 重点施策

3. 2020年10月期 重点施策
2020年10月期 重点施策の進捗状況 - 詳細説明 Prored Partners

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、3年後までに売上10億円規模のサービス化を目指す

	現在までの取組	今後の取組
1 人員強化による受注・売上拡大	PE/パートナーへの営業経路を拡大 ・法人パートナー（金融機関）との業務委託契約の締結 ・受注数は前年比+38%増加	・法人パートナーからの紹介拡充 ・ターゲットを絞った戦略に基づく営業活動の実施
2 サービス領域を拡大	2a 直接材 ・直接材コストマネジメントの受注（建設業）	・受注プロジェクトの遂行 ・プロジェクトノウハウの整備 ・複数案件に対応できるチーム体制の構築
2 新事業領域で3年後までに売上10億円規模へ	2a BPR ・業務改善コンサルティングの受注（小売業、製造業） ・受注プロジェクトの遂行	・受注プロジェクトの完了 ・プロジェクトノウハウの整備 ・複数案件に対応できるチーム体制の構築
	2b Sales Management (売上アップ) ・売上アップ及びプライシング戦略策定コンサルティングの受注（製造業、サービス業） ・受注プロジェクトの遂行	・受注プロジェクトの完了 ・プロジェクトノウハウの整備 ・複数案件に対応できるチーム体制の構築

©: Flarity Strategy ©: PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 13

まず、パートナーへの営業経路拡大ですが、法人パートナーからの紹介を更に拡大していきます。前期に、金融機関と多くのパートナー契約を締結しまして、数多くの顧客を紹介いただいております。既に成果の出ている案件も多く出ておりますので、当期についても引き続き、ご紹介いただける見込みです。

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、プロジェクトを進めている最中で、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。当期においては直接材と同様、プロジェクトの遂行とあわせてノウハウの整備をしていきます。当社の強みは、コンサルティングの効率化、パターン化により高収益サービスをつくることです。そのためには多くのプロジェクトへの取り組みが必要です。人材を投入することで、多くのプロジェクトを受けることができる体制を構築します。

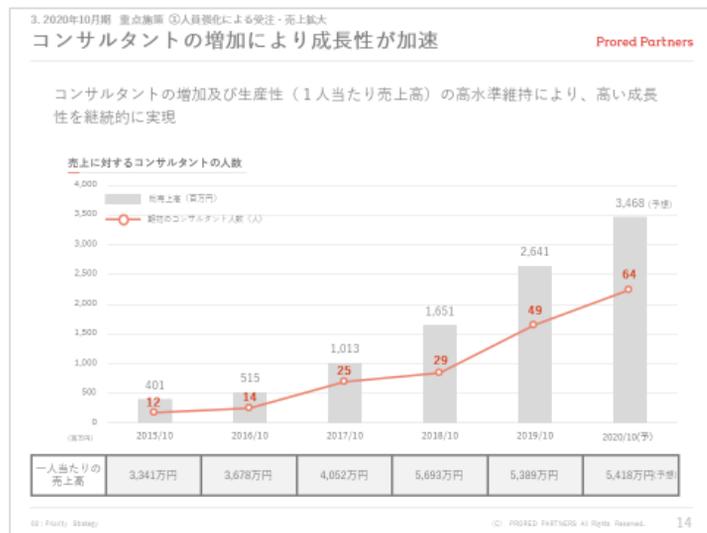
ちなみに、BPRとセールスマネジメントがどのようなサービス内容かイメージがつづらいかと思いますので、簡単に説明します。

BPRは、例えば、工場や店舗オペレーションの効率化、ミドル・バックオフィスなどの管理業務の効率化といった内容です。ある基準点で対象となるオペレーションの工数などを測定し、そこからどの程度改善するかという考え方で成果を測定します。

セールスマネジメントは、現在の売上構造を分析し、単価アップやクロスセルに係る施策を立案し、その実行を支援するといった内容です。売上や粗利益などの指標で基準を設定し、施策実行後に基準から増加した部分を成果として測定します。

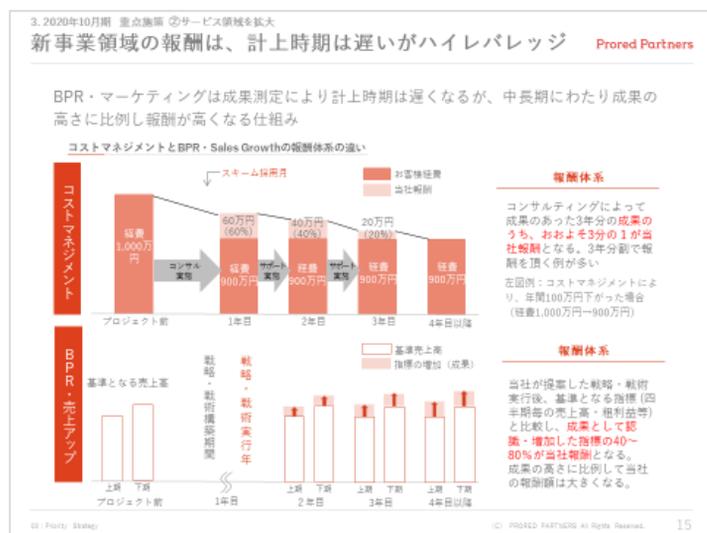
以上が重点施策の進捗状況になります。

3. 2020年10月期 重点施策



ここからは、重点施策の補足説明にはいりません。

これは、コンサルタント1人当たりの売上高を表したグラフです。当社の売上を考え方としては、プロジェクト期間が5か月程度で、採用された社員が売上に貢献するまでの期間を考慮すると、当期の売上は、その期首のコンサルタントによりほぼ作られると考えております。2019年11月時点でコンサルタントは64人おり、一人あたり売上高は5,000万円を超える見込みです。当社のコンサルティングの効率化とパターン化、そして、OJTを中心とした教育により、コンサルタントが増加しても、高い生産性を維持することができる見込みです。



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。

まず、計上時期については、いずれも現状調査、施策立案、実行をしてからの測定になりますので、プロジェクトが長くなります。現状調査から実行まで6か月程度のため、成果測定はそれより先になります。

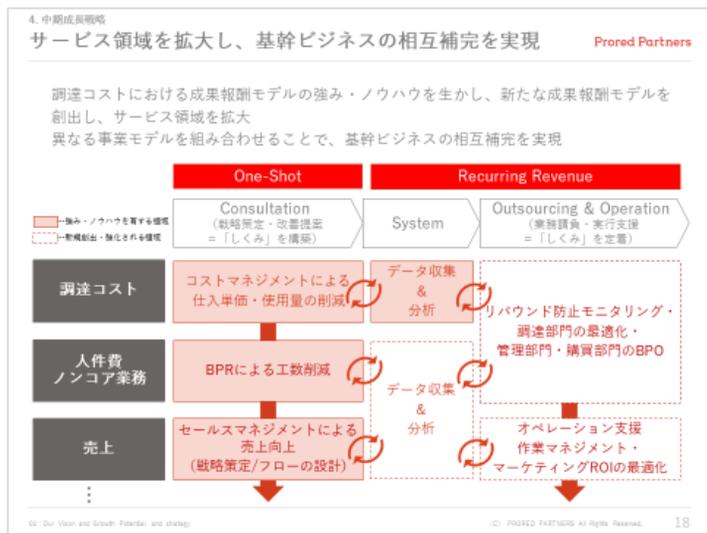
一方で、成果については、コストマネジメントが3年分の成果のおおよそ3分の1を報酬としていただくのに対し、4割から8割いただくので、コストマネジメントより、レバレッジが効きます。特にセールスマネジメントは、売上が増加すればするだけ成果が増加します。この計上パターンが異なる2つの体系をサービスに組み込むことで、安定性と成長性を兼ね備えたビジネスポートフォリオができると考えています。

4. 中期成長戦略



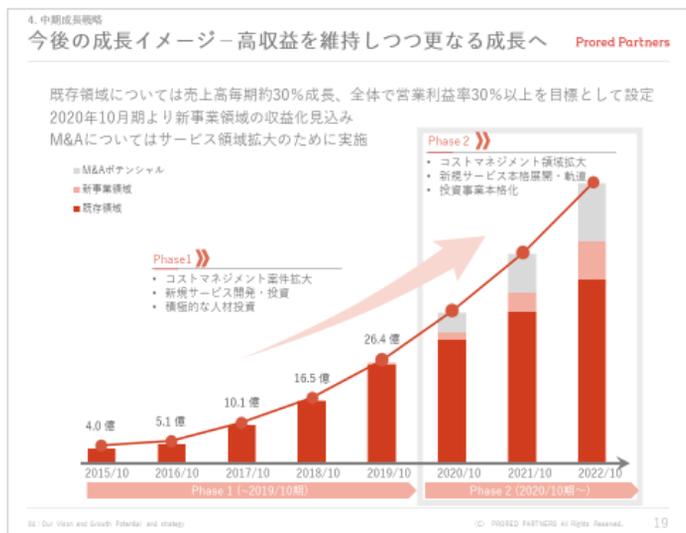
それでは、最後に中期成長戦略について説明します。

4. 中期成長戦略



では、Non-Core Workのアウトソーサーになるためには具体的にどう進めていくのかを説明します。

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。



今後の成長イメージを説明します。

既存領域であるコストマネジメント、新事業領域、そしてM&Aに分けています。

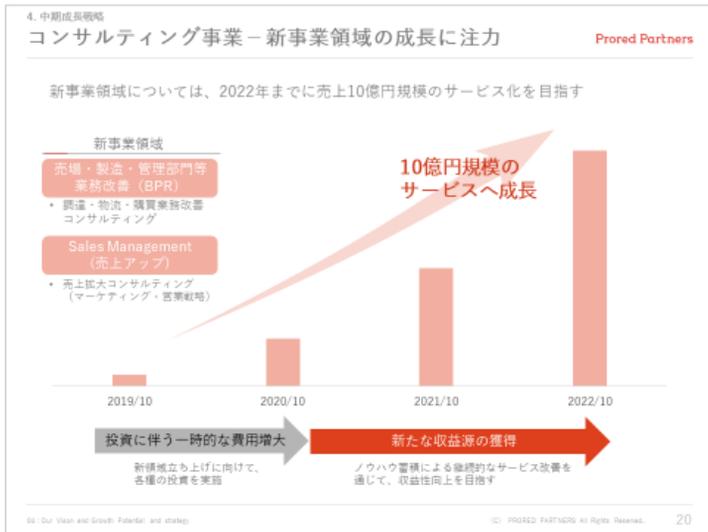
既存領域では、まだ潜在的マーケットが大きいので、営業活動とコンサルティングを強化し、引き続き売上を伸ばしていきます。新事業領域では、前期よりチームの立ち上げとメンバーの拡充を行っており、受注したプロジェクトに取り組んでいます。なお、当期には、一部プロジェクトの収益化を見込んでいます。

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。

M&Aについては、サービス領域の拡大のため積極的に取り組んでいきます。

新事業領域とM&Aの成功、これらが今後成長できるかどうかのポイントですので、次のページ以降で説明します。

4. 中期成長戦略



新事業領域ですが、現時点では、BPRと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。

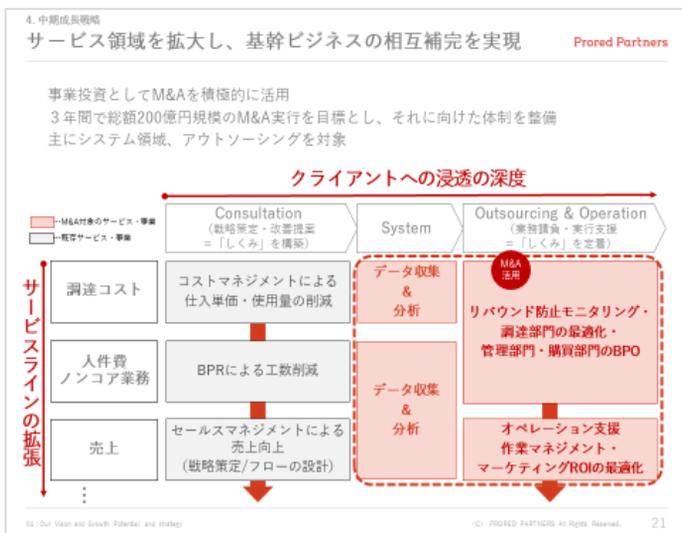
これらは、前期の7月に本格的にリリースしたサービスで、既に各々数件のプロジェクトが進んでいます。今まで取り組みのなかったサービスのため、その立ち上げ費用が先行している状況です。今期については現在進んでいるプロジェクトの完了が見込まれており、一部収益化される予定です。

実施しているプロジェクト数も増えてきており、これからは、ノウハウを蓄積し、PDCAを回してサービス品質を上げる活動に入っていきます。

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。



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。

M&Aを推進する戦略投資室には、PEファンドで豊富な経験を有するメンバーがおり、日々具体的な検討を進めています。

現在は基準に合う企業を100数社選定し、その中の数十社については金融機関等と情報を共有し、アプローチしています。投資対象はBPOサービスやツール・システムを活用した新規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く、クライアントにより深く入り込めるものです。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。

4. 中期成長戦略



それでは、昨日リリースしている施策についての説明をします。

まず、東証一部市場変更の準備についてです。

東証一部市場変更については、上場を目指した時から目標にしていました。2020年10月期以降で、現在のコストマネジメントを中心とした事業に加え、BPR、セールスマネジメントといった新サービスの立ち上げと拡大、またM&Aの実施などさらなる成長が必要です。

その成長スピードを維持するためには、今後、様々な投資にキャッシュが必要になる見込みです。東証一部へ市場変更することで資金調達手段の幅が広がり、効果的な選択ができるようになります。

また、当社のBtoBビジネスは中堅・大企業がクライアントですが、市場変更することでより高い社会的信用と認知度を得られます。このことで現状よりも契約の確度が向上すると見込んでいます。

今後東証一部に向けては、記載のようなことを着実に進めていき、無事に市場変更できるよう取り組んでいきます。

4. 中期成長戦略

4. 中期成長戦略
成長に向けた具体的施策②-MSワラントの発行

Prered Partners

既存株主の利益に最大限配慮しつつ、スピード感をもった目指す姿の実現に向けて自己資本の拡充と成長資金を確保

想定調達額 約20億円

行使可能期間 2020年1月9日～2020年7月8日

下限行使価格 前日終値の80%

一般的には2年間

一般的には70%

資金使途

- M&Aおよび資本・業務提携に要する費用
- 人材獲得資金

MSワラントを採用した理由

- 機動的な資金調達を実現
- 発行株数を固定することにより、1株当たりの価値希薄化を限定
- 行使コントロール権限を持つことにより、調達額を最大化

- さらなる成長の加速と競争優位性の向上を目指し、サービス領域の拡充を進める
- 新事業領域の持続的な成長及び発展のために、高い能力を有する人材の獲得を進める
- 公募増資などのエクイティでの調達手法に比べ、短期間かつ低コストでの自己資本の拡充と資金調達が可能
- MSワラントを採用することにより、発行株数を固定
- 株価動向に関わらず、最大発行株式数は250,000株、希薄化率は4.79%
- 停止指定条項付スキームにより、株価動向等を見極めながら、行使時期や新株予約権の量を一定程度コントロールすることが可能

※ Moving Strike Warrant：行使価格修正条項付新株予約権

©: Our Vision and Growth: Potential and Strategy

©: PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 23

次にMSワラントの発行について説明します。

MSワラントの発行ですが、これはサービス領域の拡大を早く実現するために実行するものです。実際に投資したいと考えているような企業がM&A候補として出てくるかということ、水物ではあるため、ずっと出てこないこともあれば、急に出てくることもあります。そういった中で、出てきた案件を検討する際、自己資本や使える資金がネックとなって、投資したいのにできないという状況は回避したいと思っています。

今回は、将来のM&Aに備えて、そのための資金・費用を準備するために資金調達を実施します。

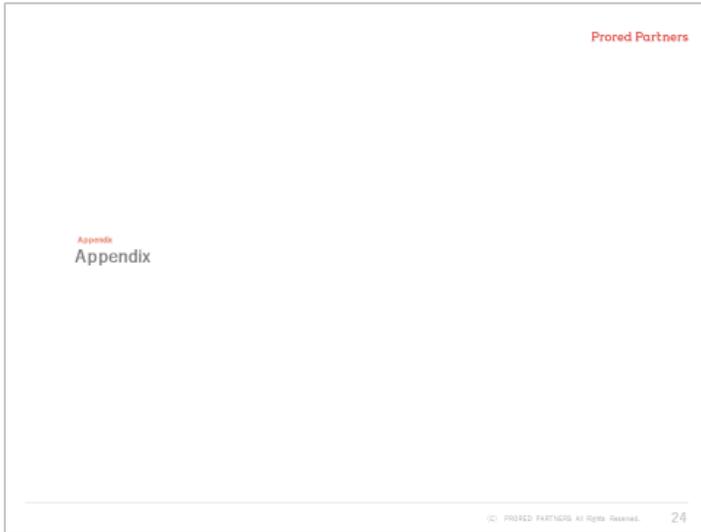
MSワラントを採用した理由は、記載している通りではありますが、過去のMSワラントの事例の中には、既存株主軽視となるものが多くあったことも十分認識しています。今まで支援いただいている既存株主の方々にも最大限配慮して、今回の発行を検討しました。

希薄化率を5%未満にすること、下限行使価格を80%としたこと、長期間行使され続けるという不安をなくすために、行使期間を6か月とすること、これらはいずれも既存株主の方々にとって不利益にならないようにという考えとM&Aに向けた取り組みが本気であるというメッセージを入れているつもりです。

プロレドは、今回の資金調達を成功させ、M&Aを実行し、更なる成長をお見せすることで、投資家の方々の期待に応えていきたいと考えています。

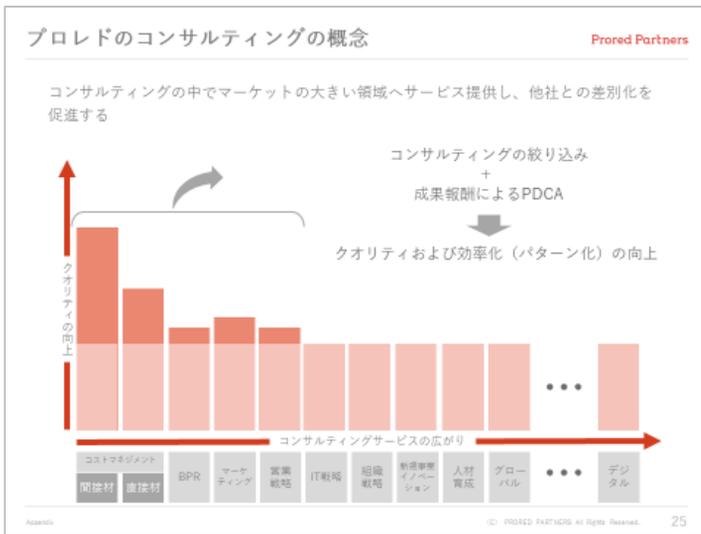
以上が中期成長戦略の説明になります。

Appendix

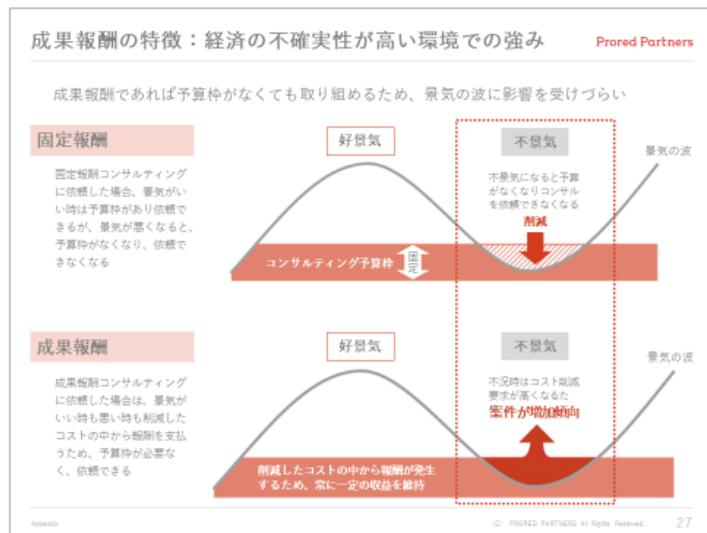


以上が今回の説明会の主な内容でしたが、添付として、プロレドのコンサルティングの概念、コンサルティングフロー、成果報酬の特徴、コストマネジメントの潜在的マーケットを記載しています。

少し、コストマネジメントの潜在的マーケットを説明します。28ページを開いていただけますでしょうか。



Appendix



コストマネジメントの潜在的マーケット

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

	企業数(社)	企業数(社)		売上高(円)		当社顧客の売上高比率	
		当社顧客企業数	全企業数	当社顧客の売上高	全企業の売上高		
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	0.6%
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%

出所：単価データ調べ
※売上高比率は「マーケットに存在する企業全体の売上高合計÷当社クライアントの売上高合計」

© PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 28

コストマネジメントの潜在マーケットですが、情報機関から入手した売上100億円以上の企業数データを基に、当社のシェアをまとめた資料になります。売上100億円以上の企業は日本に17,000社ほどありまして、その中で当社と取引のある企業は300社程度です。そのため、開拓する余地は十分ありますので、引き続き営業活動を強化し、契約を獲得していけると見込んでいます。

本資料の取り扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は様々な要因により、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 本資料には、監査法人による監査を受けていない過去の財務諸表または計算書類に基づかない管理数値が含まれています。
- 本資料の日付以降の事象および状況の変動があった場合にも、本資料の記述を更新または改訂する予定はありません。
- 本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、合理性等について当社は独自の検証を行っており、またこれを保証するものではありません。

© PRORED PARTNERS All Rights Reserved. 29

以上が今回の決算の説明になります。プロレドの目指す姿、中堅企業のアウトソーサーとなるためのサービス領域を備えられるよう、既存事業は着実に成長させていく、新事業領域はプロジェクトを実行していくことで収益化を目指す、M&Aで他のサービス領域を拡充する、これらの活動をしっかりと実行していき、さらなる成長を目指していきます。