

2022年3月期 第1四半期 決算説明会 質疑応答の内容

日時：2021年8月4日（水）13：00～14：00
場所：プロトコーポレーション本社（WEB 配信）

代表取締役社長 神谷健司
経理・財務部門 執行役員 鈴木毅人
経理財務部 IR 高林成昭

※決算説明会における質疑応答の内容です。当該内容については、ご理解頂きやすいよう部分的に加筆・修正しています。

・ MOTOR GATE の取引店舗数が増加した要因について(決算説明会資料 P.13)

- Q. MOTOR GATE の取引店舗数が増加しているが、中古車市場が活況であることが関係しているのか。
- A. 取引店舗数が増加した要因を割合で表すと、中古車市場が活況であることが50%ほどであると捉えている。残りの50%については、中古車販売店とユーザーがオンライン商談を望む機会が増え、当社が前期にリリースした MG カレンダーの効果が出て来た結果だと理解している。

・ 事業ポートフォリオについて

- Q.(株)プロトメディカルケア以外に、売却の対象となる事業は存在するのか。
- A. 現時点で対象となる事業はない。

・ 新車領域における AI チャットボット導入拠点数の減少について (P.40)

- Q. AI チャットボットの導入件数が2021年3月時点で712拠点、2021年6月時点で353拠点と半減している。減少した要因について教えてほしい。
- A. 要因としては主に2点で、1点目はクライアントに活用していただくためのサポートが足りなかったこと、2点目はキャンペーンで一時的に導入をいただいた後、長期的な導入の検討に至らなかったこと。しかし、AI チャットボットは新車ディーラーだけではなく、様々なところで活用されていることもあり、引き続きクライアントからの需要はあるので、今後成長させていくことが可能であると考えている。

・ DataLine SalesGuide の月額単価推移について (P.16)

- Q. AI チャットボットの導入拠点数が減少すると月額単価も下がると考えていたが、前期末と比較すると変化がない。理由を教えてほしい。また、月額単価は今後どう推移していくのか。
- A. AI チャットボットの導入拠点数が減少したにも関わらず月額単価に変化がない理由としては、前期にオプション商品を複数リリースした結果、これらのオプション商品を導入いただく件数が増加した結果であると考えている。今後の単価については、動画サービスである乗換提案動画の評価が当初想定していたよりも高く、引き続き DataLine SalesGuide をベースとして商品を追加していくことで上昇させることが可能だと考えている。

・(株)グーネットエクスチェンジの現在の輸出状況について (P.14,P.15)

- Q. (株)グーネットエクスチェンジが中古車輸出業者とアライアンスを始めてから、輸出先にどのような変化があったのか。また、新型コロナウイルスの感染拡大によりロックダウンを行っている国もあるが、現在の輸出状況についてどうなっているか教えてほしい。
- A. 中古車輸出業者3社とアライアンスを行った結果、ほぼ全世界に向けて輸出が出来る体制になっており、間接的ではあるが一気に対象となるエリアが広がったと捉えていただきたい。また、輸出のマーケットについては新型コロナウイルスの影響により左右されている部分もあり、コンテナ不足の影響等もあるものの、堅調に推移するものとみている。
-

・グーネットピットの有料掲載工場数推移と、目標である5,000工場の有料掲載に向けての方針について (P.41)

- Q. グーネットピットの有料掲載工場数が前期末から変化がない理由と、目標である5,000工場の有料掲載に向けてどのように増加させていくつもりか教えてほしい。
- A. 新規の掲載件数は大きく変わっていないが、期変わりということも要因となり落社が想定外に発生してしまった。しかし、送客に対する実績が弱くなっている訳ではなく、アクセス数などのグーネットピットのメディアとしての評価と、掲載されるコンテンツの量については見込み通り増加しているので、全体感として足踏みをしているという感覚は少ない。しかし、一時的に掲載工場数が伸びていないことについては事実としてあり、こちらについては確りと対応していきたい。5,000工場掲載という目標に向けての方針としては、従量課金サービスの強化によって送客実績をどのように上げるかがポイントであり、まだまだ改善の余地があると考えている。グーネットピットについては、時間を掛ければ相応の結果をお返し出来ると考えているので、もう少しお時間をいただきたい。
-

・グーネットピットの落社要因について (P.41)

- Q. グーネットピットについて、送客実績は弱くなっていないにも関わらず落社が想定外に発生した要因について教えてほしい。
- A. 全体としては弱くなっていないものの、一部のクライアントにおいては送客実績が伸び悩んでいることが一つの要因ではないかと捉えている。
-