

2021年3月期 第2四半期 決算説明会 質疑応答の内容

日時：2020年11月5日（木）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 カレンダー導入店舗数の減少について（決算説明会資料 P.16）

- Q. 当第1四半期は10,330店、当第2四半期は9,574店と若干減少している。中古車相場が高騰したことが要因となり中小規模顧客がMOTOR GATE カレンダー機能の利用を控えたという話があったが、相場が元に戻れば成長軌道に入っていくと考えて良いのか、それとも月額単価1万円という価格は価値に見合ったものではないと見なされてしまったため、これからも伸び悩むと考えた方が良いのか。
- A. 非接触型商談という新しい営業の形が中古車市場だけでなく世界全体で当たり前になりつつあるので、今後は徐々に右肩上がりが増えていけると考えている。当第1四半期は緊急事態宣言下であり、エンドユーザーが中古車販売店へ来店出来なかった時期であったため爆発的且つ一時的に多くの顧客から、非接触型商談機能「グーネット Live」を搭載したMOTOR GATE カレンダーの需要が高まった。当第2四半期に入り新型コロナウイルスの影響が収まり、店頭での商談が可能となったことから非接触型商談ツールとしてのニーズが剥落したと考えている。更に、仰る通り中小規模顧客であれば可能な限り不要なものは削りたいという意向があることも事実としてある。主に以上2点の要因により以前の売上に戻ったと受け止めている。

・営業拠点の統廃合と今後のコスト削減について（決算説明会資料 P.22）

- Q. 上期に8拠点の統廃合を行ったとのことだが、下期においてどのくらいの効果が出るのか。また、更なるコスト削減の余地がどの程度あると考えているか。
- A. 具体的にどのくらいの金額になるかについては回答を差し控えたい。更なるコスト削減の余地については、今後においても必要に応じて拠点統廃合を計画していく。これまでは営業拠点を広げていく中で、営業効率を上げて生産性を高めていくという考え方を持っていたが、コロナ禍によって転機を迎えたと判断したため、今後も統廃合は進めていく方針である。

・中古車業界の今後の見通しについて（決算説明会資料 P.13）

- Q. コロナ禍において、新車市場の落ち込みはあるが中古車市場は比較的堅調に推移していると認識している。この動きは今後も続くのか、それとも新車の供給が戻れば元に戻るのか。
- A. 当第3四半期に入り各新車メーカーのサプライチェーンも整ってきたと認識しているので、中古車が市場に出てこなくなるという大きな混乱もなく元のマーケットに戻るのではないかと捉えている。コロナ禍において中古車市場が堅調に推移した大きな要因については、新車の供給が滞ったこと、密を避ける移動の手段として、安価且つすぐに入手出来るということでこれまで車を所持していなかった層に需要が広がったこと、カーシェアを含めた「利用はするけれど所有はしない」というニーズが不特定多数に利用されるという点で敬遠されたことなどがあり、まだまだ中古車に対する底堅いニーズがあると思っている。

・コスト削減と今後の投資について（決算説明会資料 P.8）

- Q. どのコストを大きく削減したのか。また、今回コスト削減の対象となったが今後増やしていきたいと考えているものなどはあるか。
- A. 具体的なコスト削減については移動費や出張費の削減等、細かい部分もあるが主には営業体制の刷新によるものである。数年来、営業マンひとりひとりの生産性を如何に高めるかを業務改革として取り組んできた。その取り組みの成果もあり、実際に社員数を増やすことなく取引社数を増やすことが出来ており、また今回のコロナ禍においても可能な限り営業体制を崩すことなく業務を継続することが出来た。今後投資をしていく部分としては商品の開発。これまでは当社の強みの1つである営業力で成長させてきた面があるが、ここを強化していくことで、商品力・ブランド力を上げ、営業力と併せて成長する事業へとシフトしていく必要があると捉えている。
-

・プロトグループの売上構成比率について（決算説明会資料 P.39,P.45,P.49,P.51）

- Q. プロトグループのメインビジネスである中古車販売店、新車販売店、整備工場への経営支援サービスに係る売上（広告関連、情報・サービス）と、それ以外（物品販売、生活情報、不動産、その他）に係る売上の比率を教えてください。
- A. 2020年3月期実績で回答すると、メインビジネスである中古車販売店、新車販売店、整備工場への経営支援サービスに係る売上（広告関連、情報・サービス）は46%、それ以外（物品販売、生活情報、不動産、その他）は54%である。詳細は決算説明会資料 P.45、P.49、P.51 のセグメント別 PL を参照いただきたい。
-

・グー事業強化のためのグーネットエクスチェンジの位置づけについて（決算説明会資料 P.25）

- Q. 今後の展開として、子会社であるグーネットエクスチェンジが中古車を仕入れて海外へ販売するというビジネスを伸ばしていく方針という認識で良いか。
- A. 逆に、今後は基本的に減らしていきたいと考えている。グーネットエクスチェンジに期待する位置づけとして、当社の中古車領域であるグー事業で取引先となる中古車販売店の店頭在庫について、海外で需要があれば繋ぐという仲介役としての機能を果たしていくことで、グー事業の強化を図るというものがあり、今後はグーネットエクスチェンジのその位置づけを徐々に引き上げていくことを戦略として持っており、中古車を仕入れて海外へ販売するというビジネスモデルを伸ばすという方針は今の所持っていない。
-

・中古車業界の動向とプロトコーポレーションへの影響について

- Q. 最近、大手中古車販売店が店舗数を増やしており、今後は大手中古車販売店のシェアが高まることと店舗の大型化が進んでいくと捉えているが、このような中古車業界の変化によって、プロトコーポレーションにどのような影響があるか。
- A. 中古車領域については、MOTOR GATE をベースに MOTOR GATE カレンダーなどの様々な機能を持った商品・商材を追加しており、大手中古車販売店においては他社との競争・販売力の強化という課題解決のため、より効率的に商品・商材をご利用いただいております。マイナスの影響があるということはない。一方、中古車は希望の中古車を大規模販売店では入手出来なかったが中小規模販売店で入手出来ることもあるという、あまり規模の大小が影響しない業界であったが、商流の川上に当たる中古車の仕入れとなると資本力のある販売店が優位であることは確かである。以上の要因により、今後業界内のプレイヤーが減少した場合、当社にとっては顧客対象が減ることとなり、少なからず影響はあると考えている。しかし当社としてはこれまで中古車販売を取り扱わなかった整備工場やガソリンスタンドなどが、今後はそれぞれ領域を広めて中古車を取り扱っていくであろうという認識を持っていたため、それに合わせて事業領域を広げてきた。以上のことが

ら、当社の事業規模及び足元のマーケット環境のみを考えると、大きく事業のマイナスになる環境には無いと認識している。

・今後の株主還元について（決算説明会資料 P.34）

- Q. プラットフォームビジネスが堅調であり、利益も増えていることを踏まえて何うが、株主還元について配当性向などの目途はあるのか。
- A. 基本的には配当性向等の数値目標を設定した株主還元は行っておらず、安定配当且つ利益に応じて増配をしていくというこれまでの考え方を大きく変えるつもりはない。
-