

Prored Partners

株式会社プロレド・パートナーズ
東証一部（証券コード：7034）

2021年10月期決算 および中期経営計画説明資料

thinkOut

2021.12

1. 2021年10月期決算概要と2022年10月期業績予想	P3
2. プロサインの進捗状況	P9
3. 中期経営計画（'22-'25）	P16

Appendix

A: コストマネジメントの主なKPIと足元のモメンタム	P38
B: 高成長BSM市場とプロサインの概要	P51
C: ブルパス・キャピタルの進捗状況	P62

1. 2021年10月期決算概要と2022年10月期業績予想

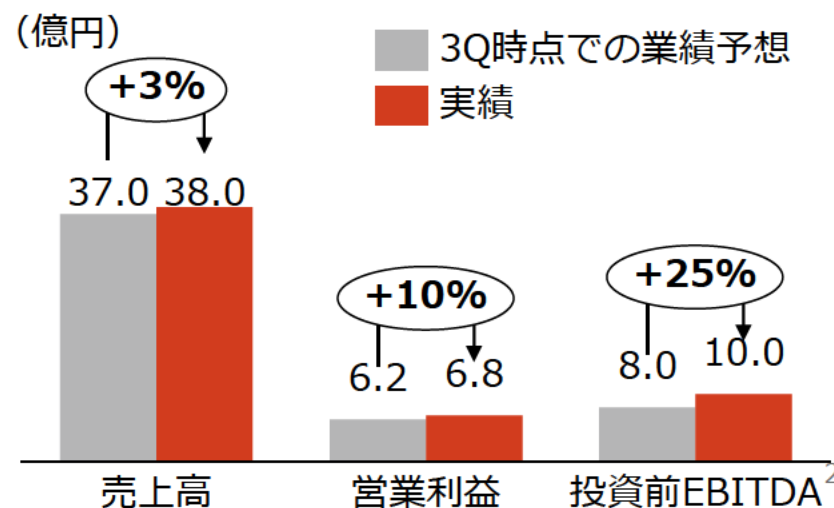
業績ハイライト

- 21年9月に公表した21年10月期業績予想と比べて、売上・利益ともに超過達成。通年の事業の状況を振り返ると下記の要因が業績に影響
 - コロナ禍の影響を強く受けた顧客業種からの受注が下振れ（特に一部の大型案件が延期、キャンセル）。他方で、**コンサル事業のKPIの多くは堅調な事業モメンタムを裏付け**（P.38～50参照）
 - 子会社の知識経営研究所の企業向けコンサルティング事業がコロナ禍の影響を受け減収
- コスト削減のDXを実現するBSM¹プラットフォーム「プロサイン」は、本年6月にソフトローンチして以降、**導入社数が当初計画を大幅に上回って進捗**（P.12参照）。**22年6月からの課金開始を予定**

2021年10月期通期業績

	(連結)	
売上高	38.0	億円
営業利益	6.8	億円
投資前EBITDA ²	10.0	億円

21年9月14日公表の業績予想との比較



1. Business Spend Managementの略称

2. 投資前EBITDA: 事業開発の途上にある新規事業（プロサイン含む）にかかる損益を控除したもの。単体ベースの金額は、概ねコスト削減コンサルにかかる利益を表す。21年度4Qにおいて、投資前EBITDAに組み込む収益を見直した結果、3Q時点での業績予想を大きく超過

P/Lサマリー

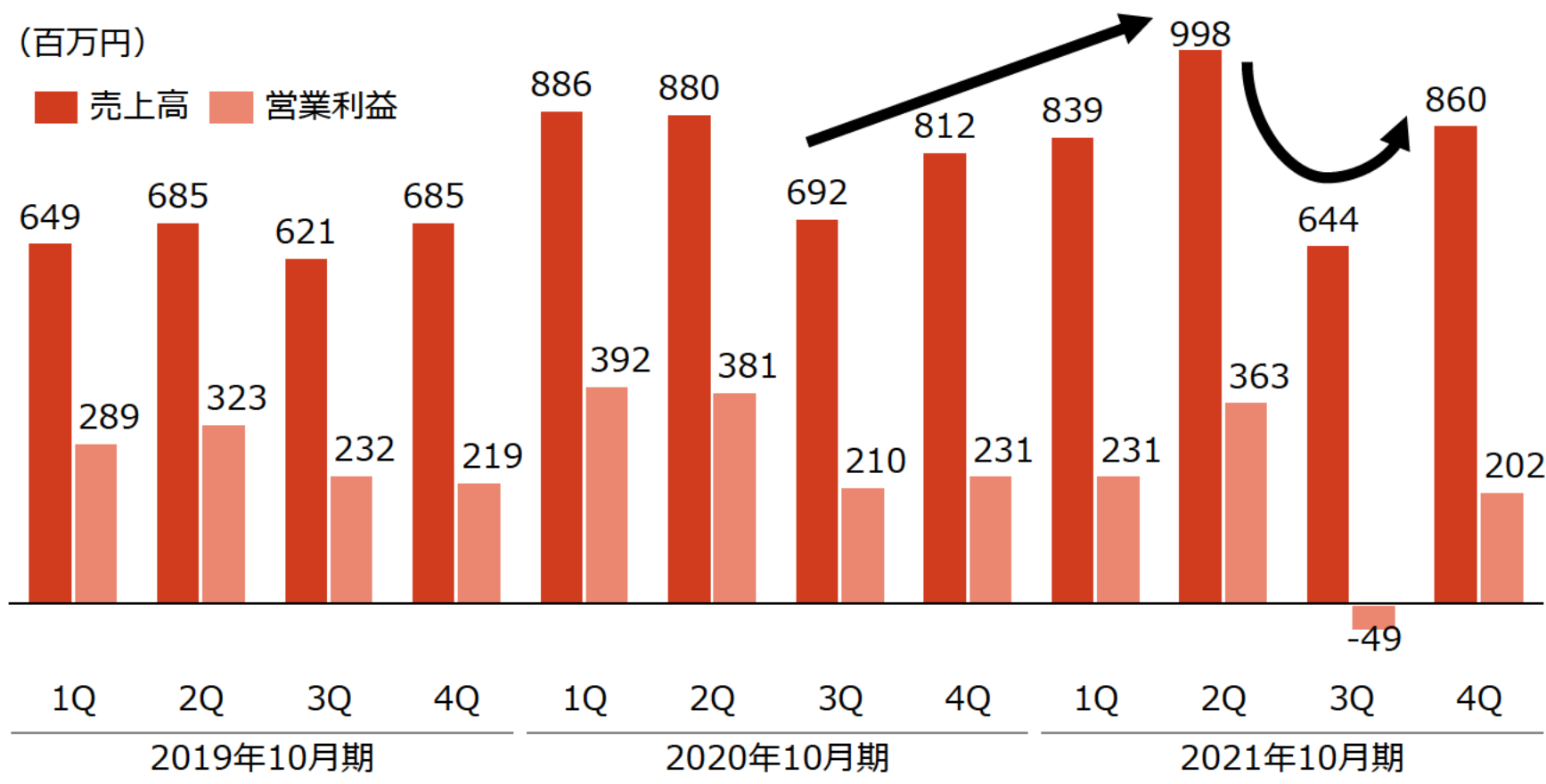
(単位：百万円)	単体累計			連結累計
	20年10月期	21年10月期	対前年同期比 増減率 (%)	21年10月期
売上高	3,270	3,342	+2.2%	3,806
売上原価	924	1,235	+33.7%	1,571
原価率	28.3%	37.0%		41.3%
売上総利益	2,346	2,107	-10.2%	2,235
粗利率	71.7%	63.0%		58.7%
販売費及び一般管理費	1,130	1,358	+20.2%	1,550
販管費比率	34.6%	40.7%		40.7%
営業利益	1,216	748	-38.5%	684
営業利益率	37.2%	22.4%		18.0%
投資前EBITDA	1,250	1,041	-16.7%	1,008
投資前EBITDA/売上	38.2%	31.2%		26.5%
経常利益	1,189	696	-41.4%	680
当期 (四半期) 純利益	869	525	-39.6%	533

売上高 営業利益 四半期推移（プロレド単体）

- 21年10月期第2四半期には過去最高の四半期売上高を記録。しかし、同第3四半期において、コロナ禍の影響により大型案件の延期、キャンセルが顕在化
- 同第4四半期には、既受注案件の検収も順調に進み、四半期売上高、営業利益ともに回復

(百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益

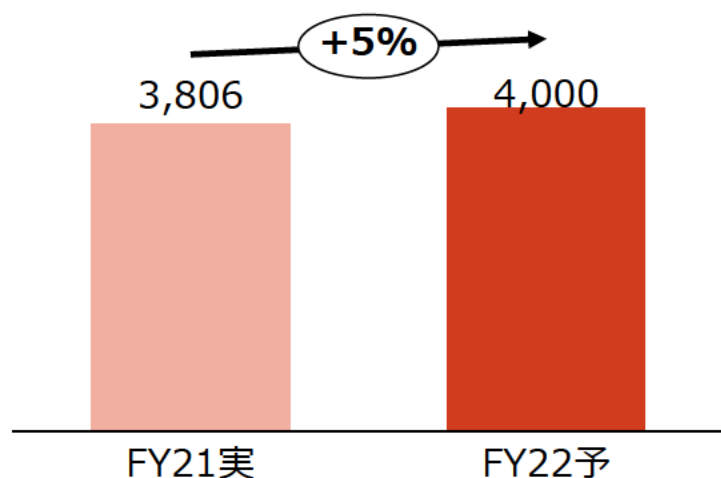


2022年10月期連結業績予想

- 主に以下の点を加味し、22年10月期連結売上高予想を策定
 - コンサル収益**： コロナ禍の影響は一定程度残るものの、21年10月期と比べると大型案件含め、受注環境は回復基調が強まることを想定。特に、物流・建材／工事等の新しい費目からの売上高が大幅に伸長。他方で、一部のコスト項目で一時的にインフレ圧力が高まっていることを保守的に勘案
 - プロサイン**： 22年6月からの課金開始（顧客あたり月額10万円）を予定し、22年10月期通期で46百万円の売上高を見込む
 - 知識経営**： 22年10月期はコロナ前の水準にはまだ戻らないものの、対前年比10%強の売上高増加を見込む（公共向けが堅調に伸びるほか、コロナ禍の影響を大きく受けた企業向けが約20%増収）

連結売上高

(百万円)



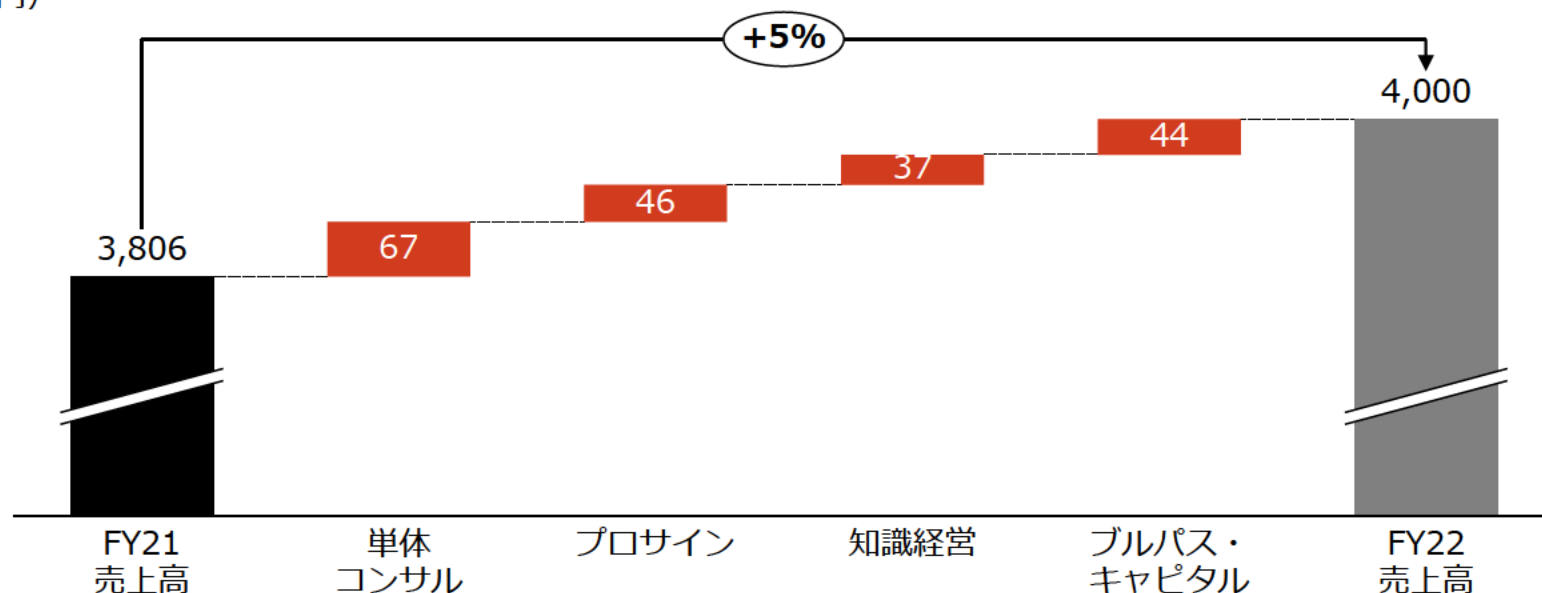
プロサイン開発費の資産計上額、償却スケジュールを現在精査中。22年4月第2四半期末を目途に、連結利益予想を開示予定

連結売上高の増減要因

- 22年10月期の**単体コンサル売上高**は、大型案件の着実な受注、新規費目の伸長等がありながらも、一部のコスト項目で一時的にインフレ圧力が高まっていることから、対前年比で+2%成長に留まると保守的に予測。当社特有の売上計上までのリードタイムもあり、コロナ前の成長速度に戻るのは23年10月期の見通し（後出の中期経営計画参照）
- ブルパス・キャピタル**（21年10月期中に現行ファンドを組成）は、管理報酬が通年寄与することにより増収

連結売上高の増減要因

（百万円）



2. プロサインの進捗状況

2. プロサインの進捗状況

当社ビジネスモデルの進化

プロレド
3.0

プロサイン導入により、企業のコスト管理にイノベーションをもたらす
コンサルティングのデジタル化・オートメーション化により更なる顧客
満足度向上を実現



コンサルティングのDX化

SaaSとしての収益多様化

プロレド
2.0



当社コンサルのノウハウを提供し、
投資 ➡ バリューアップというサイクルを加速

プロレド
1.0

Prored Partners



コストマネジメントのサービス拡充（公共セク
ター向けの強化含む）

当社の今後の企業価値拡大を支える2つの成長エンジン

Prored Partners

- 完全成果報酬型のコストマネジメント・コンサルティング
- 削減対象のコスト項目は、エネルギー関連、施設・店舗関連、オフィス、IT、物流等多数
- 各費目の専門家を擁し、コスト削減のための戦略立案からサプライヤーとの交渉まで一気通貫で提供
- 企業の間接材購買の実態、市場価格、サプライヤーを熟知

Pro-Sign

- 海外で急速に普及が進むBSM (Business Spend Management) と呼ばれるソフトウェア領域のSaaS
- 間接材調達コストの可視化・分析や見積取得の機能をクラウド上で提供
- 加えて、受発注及びその社内決裁、請求書・購買契約の電子化・管理、オンライン決済、購買のコンプライアンス強化等を提供予定
- 21年6月に一部機能をソフトローンチ

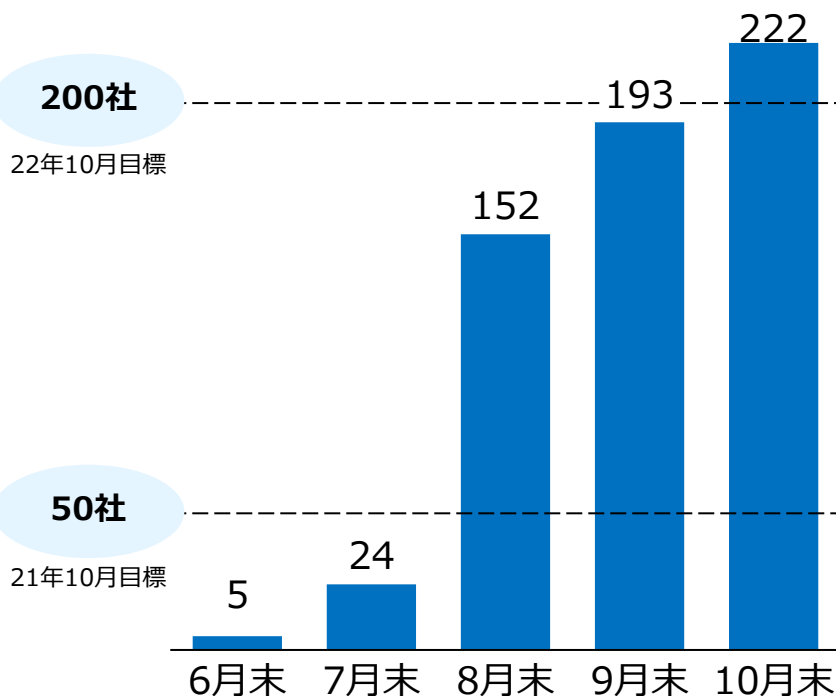
**主力事業であるコストマネジメントとプロサインの間の
相乗効果を実現することに注力**

本年6月のソフトローンチ後の導入社数

- 顧客企業から引き続き強い引き合いを頂いており、本年10月末時点において既に222社の導入が完了
- 本年6月時点での計画（22年10月までに200社）を1年前倒しで達成
- 22年6月から一部の顧客について課金を開始する予定

累計導入社数

21年10月期第2四半期決算IR時点（本年6月11日）で想定していた導入目標



これまでに導入頂いたお客様の一例



プロサイン：コスト見える化分析のUI (User Interface)



2. プロサインの進捗状況

プロサインの価格テーブル（22年6月から適用）

	FREE	STANDARD ¹
コスト見える化分析 （会計データ、詳細費目データ）	○	○
見積もり取得	△	○
カタログ購買	△	○
ペイメント、インボイス （請求・支払い）	△	○
契約管理 （不動産賃貸借契約含む）	△	○

件数制限あり

10万円
／月／企業

+3万円～
／月／企業

1. 当初6か月間のトライアル期間を設ける予定

プロサインの課金社数・ARR予測



**22年6月の課金開始から半年間で
ARR 1.2億円に到達する計画**

3. 中期経営計画（'22-'25）

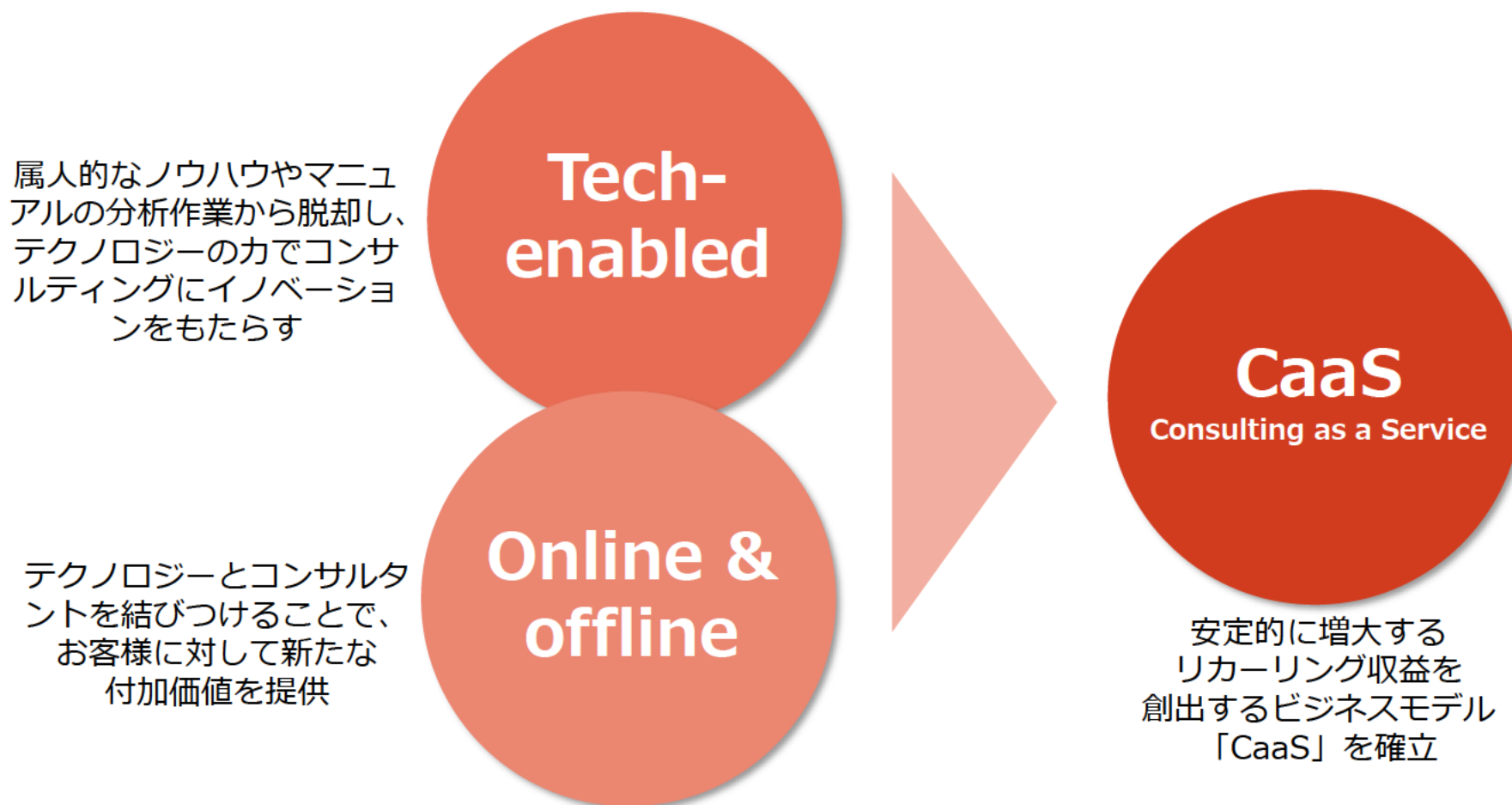
経営ビジョン

『価値＝対価』の経済環境を実現し 多様性を認め合い、可能性の感じられる社会を創造する

ビジョンを実現するためのコミットメント

1. プラットフォーム&コンサルティングを通じて、購買のDX化とフラットなビジネス環境を実現する
 - ・ 購買プロセスのDX化による、シームレスな購買の実現
 - ・ コンサルティングのオートメーション/DX化の実現
 - ・ フェアなマーケット環境の創造とベストな取引の推進
2. サービス提供において、顧客と同等のリスクを負い、期待以上の成果を創出する
3. プロレドのステークホルダーにおいて、可能性の感じられる環境を提供する

中期経営計画で目指す当社のあるべき姿



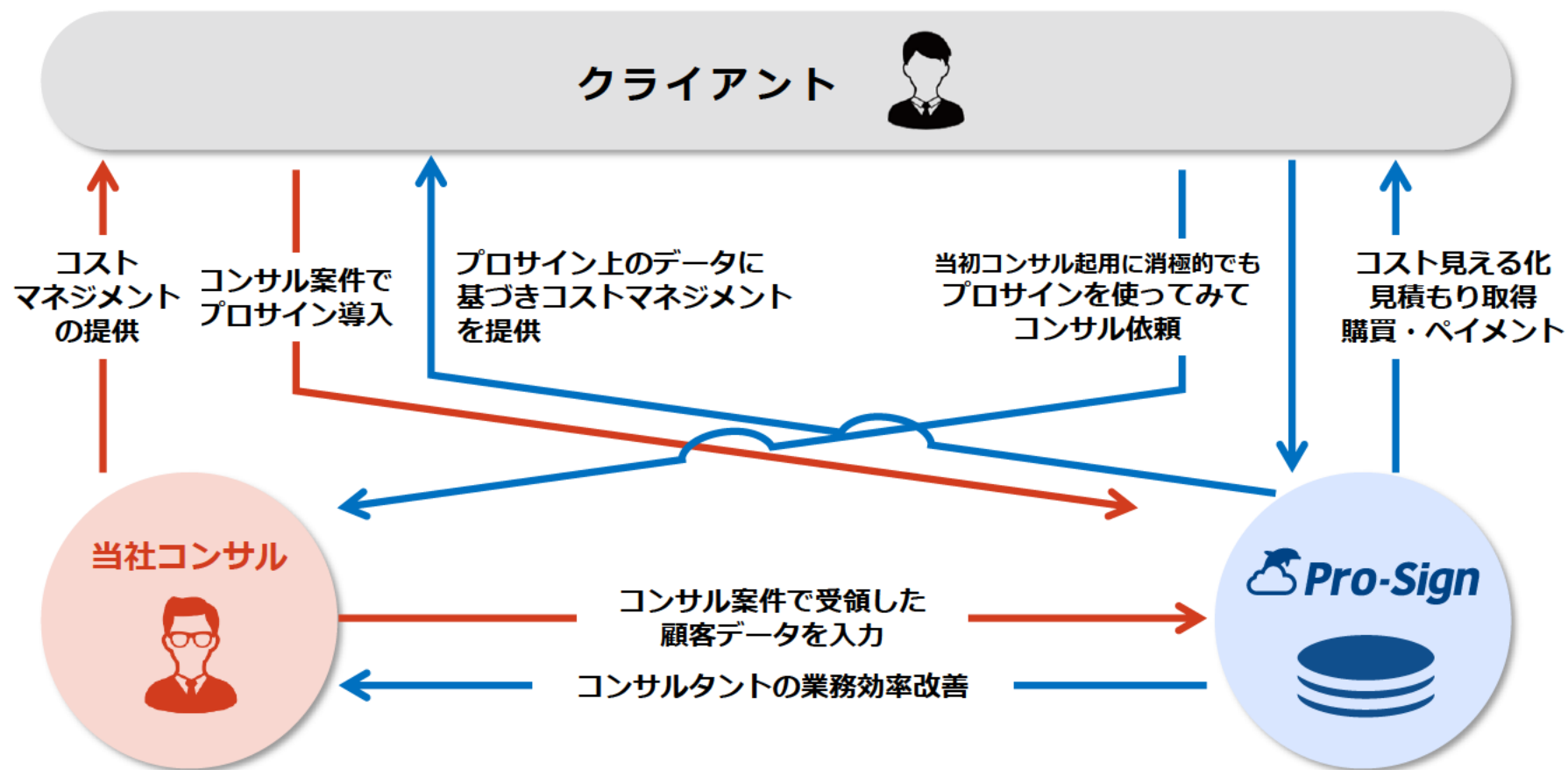
**コストマネジメントを革新する
新たなビジネスモデルを確立**

従来の成果報酬に加えてCaaSによるリカーリング収益を実現



安定的に創出される顧客基盤に対して継続・反復的なサービスを提供し、
追加的なリカーリング収益を実現

CaaS: コンサルとテクノロジーを結ぶエコシステムに立脚



コンサルとプロサインの間で顧客・データを有機的に共有

CaaSにより創出されるリカーリング収益の代表例

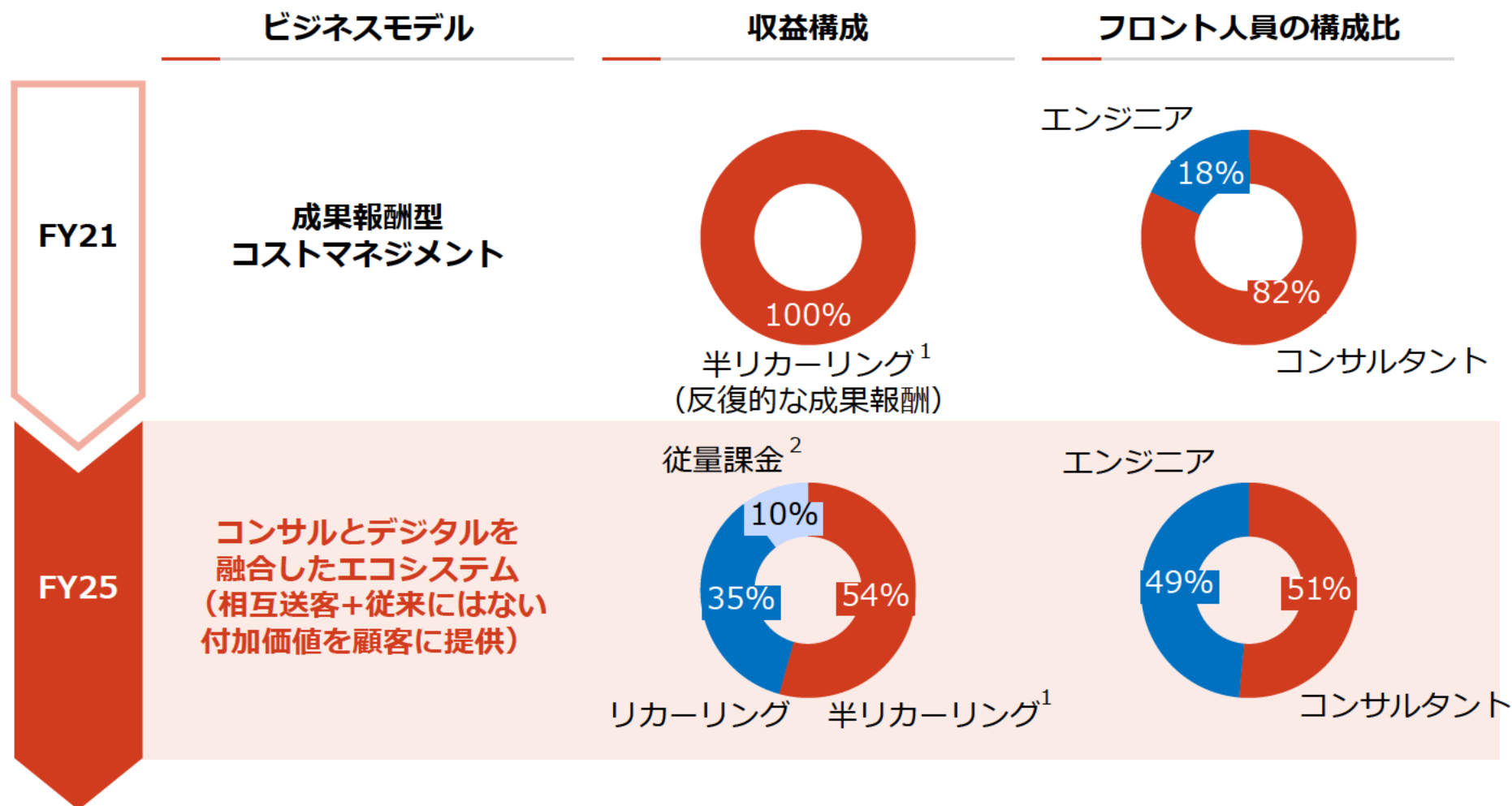
顧客あたりLTVの構成要素



CaaSの対象顧客を増やすことにより、継続・反復収益で構成される顧客あたりLTV（ライフタイム・バリュー）を最大化

1. Group Purchasing Managementの略称

中期経営計画のエンド・ステートにおける収益・人員構成

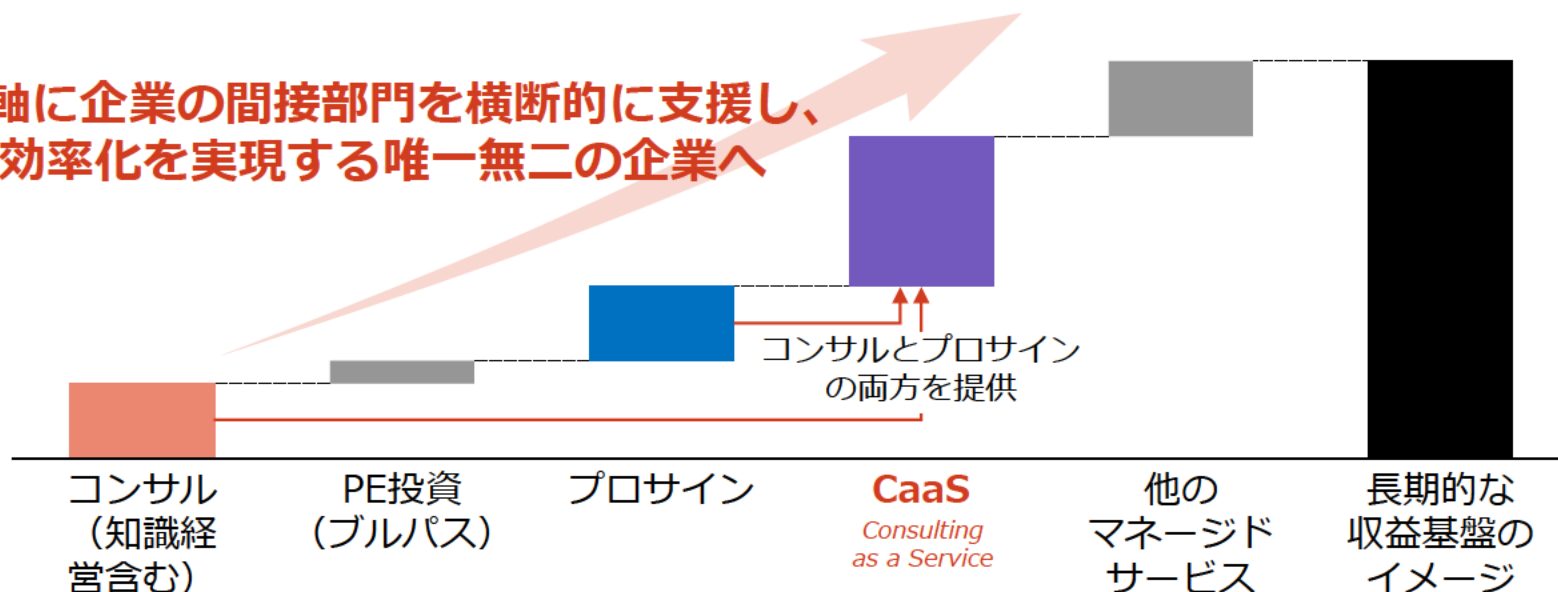


1. 半リカーリング： 報酬総額を主に3年分割の方法により複数年度にわたり計上し、加えてリピート受注を得ることによる反復収益

2. 従量課金： プロサインの一部の機能について、従量課金体系を将来的に導入することを検討中

長期的な事業変革の方向性

CaaSを軸に企業の間接部門を横断的に支援し、
経営の効率化を実現する唯一無二の企業へ



成果報酬



リカーリング収益



成長施策

大型案件増加、
対象費目・削減
手法の拡充によ
る顧客あたり平
均報酬総額増加、
公共向け注力

安定した投資
ペースの継続と
着実なエグジッ
ト、次号ファン
ドのレイズ

中小企業、
サプライヤー
企業への拡販
(コンサルなし)

調達機能のマネー
ジド・サービス
(共同購買マネジ
メント含む)、
CaaSを補完する
テック企業のM&A

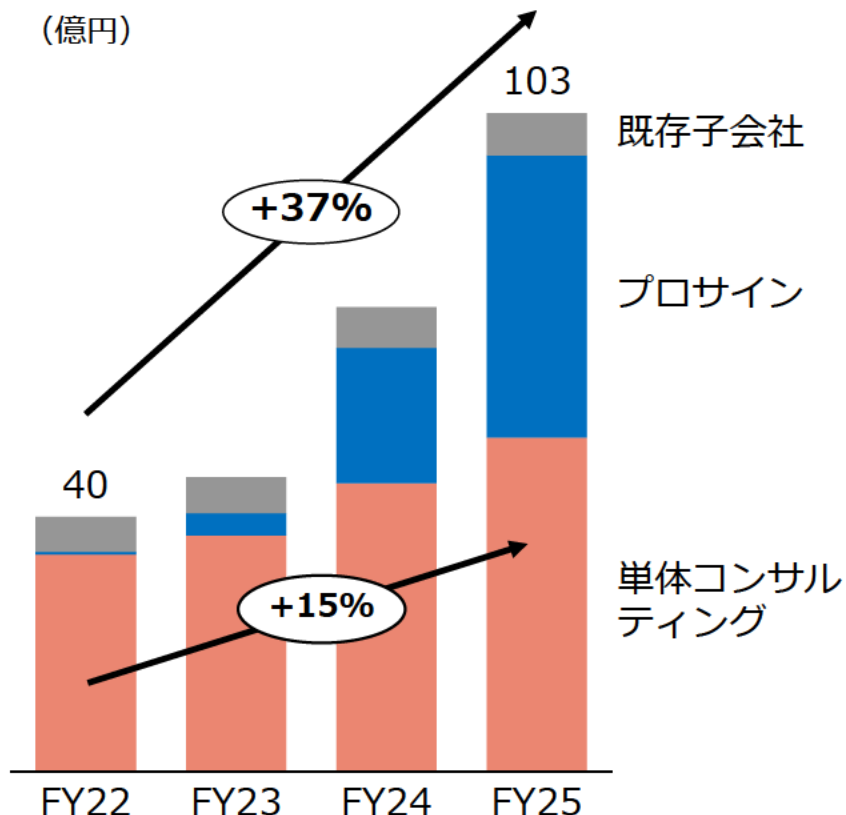
コーポレート
機能のBPO
(M&A含む)

3. 中期経営計画（'22-'25）

中期的に実現を目指す売上高成長

連結売上高（M&A影響除く）

（億円）



売上高成長のドライバー

コストマネジメント・コンサル

大型案件増加、対象費目・削減手法の拡充による顧客あたり報酬増加、公共向けサービス強化

プロサイン

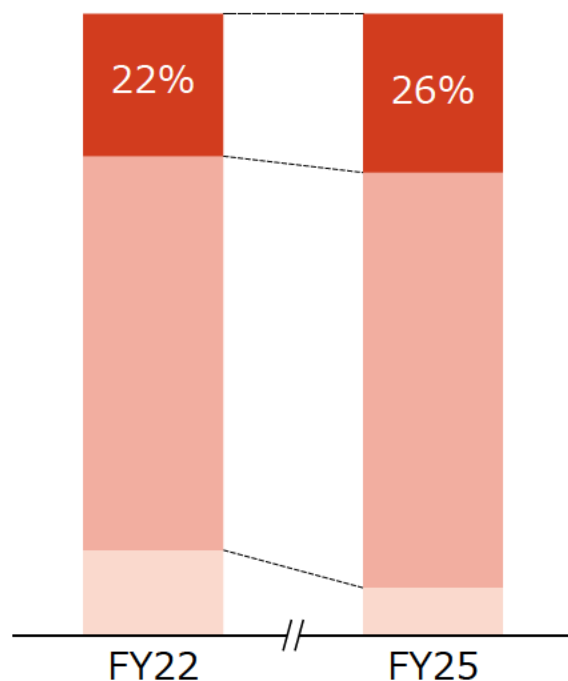
導入・課金社数の急速な拡大
高水準の継続率と力強いユニット・エコノミクス

子会社・M&A

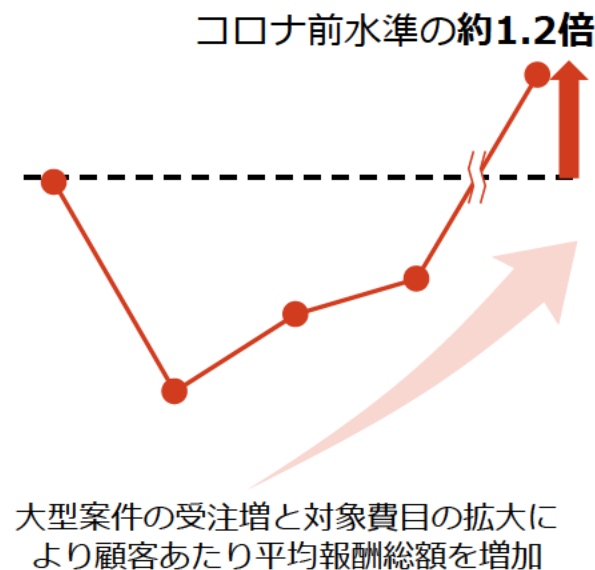
既存子会社とのシナジー創出
テック、マネージド・サービス領域でのM&A

単体コンサル売上高を2桁成長させ、プロサインの課金収入を急速に拡大。FY25までに連結売上高を約2.5倍に引き上げ（M&A影響除く）

単体コンサルティング売上高の収益増大ドライバー

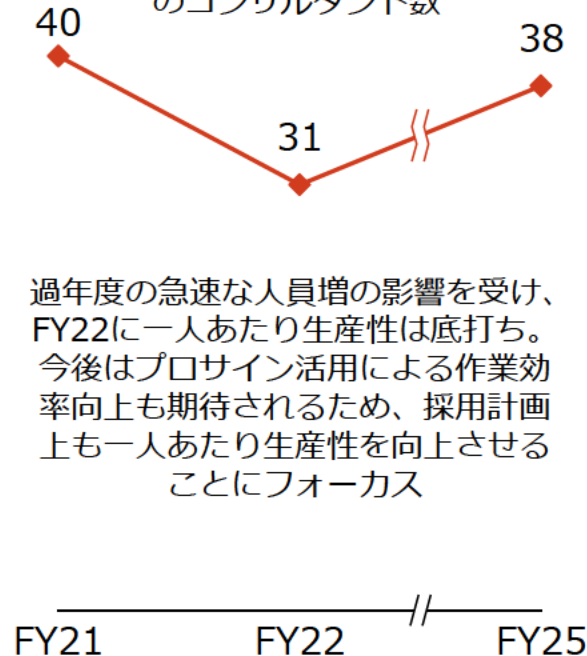
報酬総額に占める
大型案件¹比率の増大■ 大型¹ ■ 中型 ■ 小型

顧客あたり平均報酬総額の改善



コンサルタント生産性の回復

(百万円)

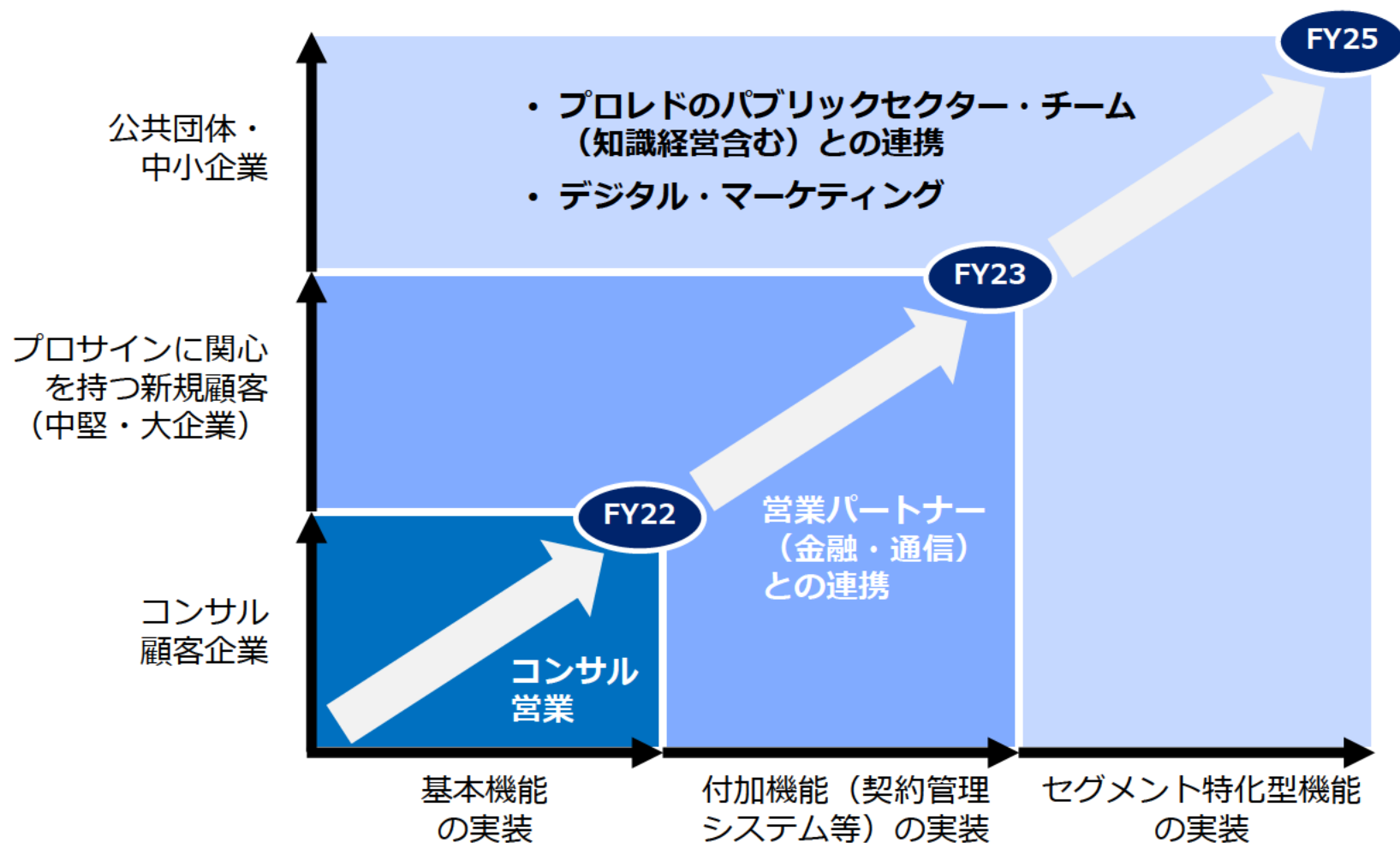
生産性 = 売上高 / 期初時点
のコンサルタント数

過年度の急速な人員増の影響を受け、FY22に一人あたり生産性は底打ち。今後はプロサイン活用による作業効率向上も期待されるため、採用計画上も一人あたり生産性を向上させることにフォーカス

営業リード獲得の推進と対象費目の拡大により大型案件比率を引き上げて、コンサルタントの生産性回復を実現

1. 大型案件： 想定報酬総額1億円以上の顧客を指す

プロサインの収益化加速に向けたロードマップ



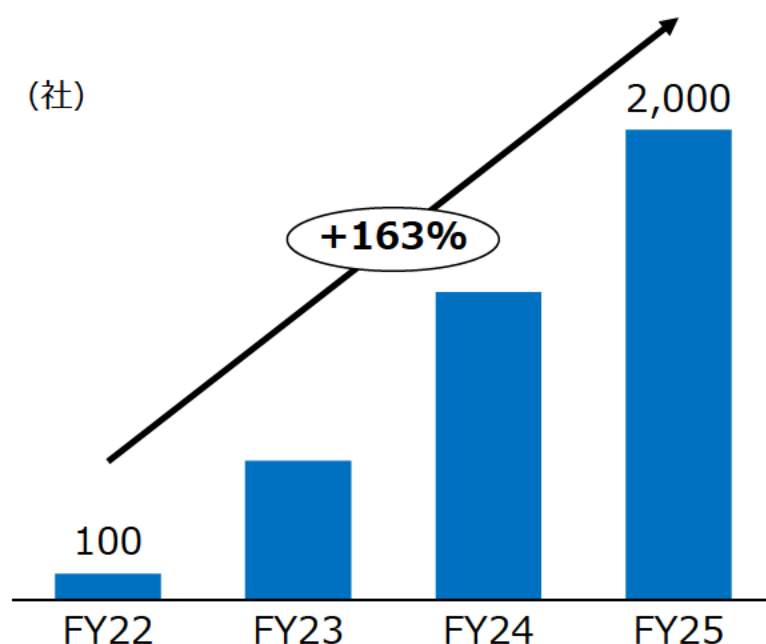
**コンサル顧客から順次導入を進め、その後、機能の段階的な強化と
ともに対象顧客セグメントを拡大し、収益化を加速**

3. 中期経営計画（'22-'25）

プロサイン課金社数、ARR¹の成長見通し

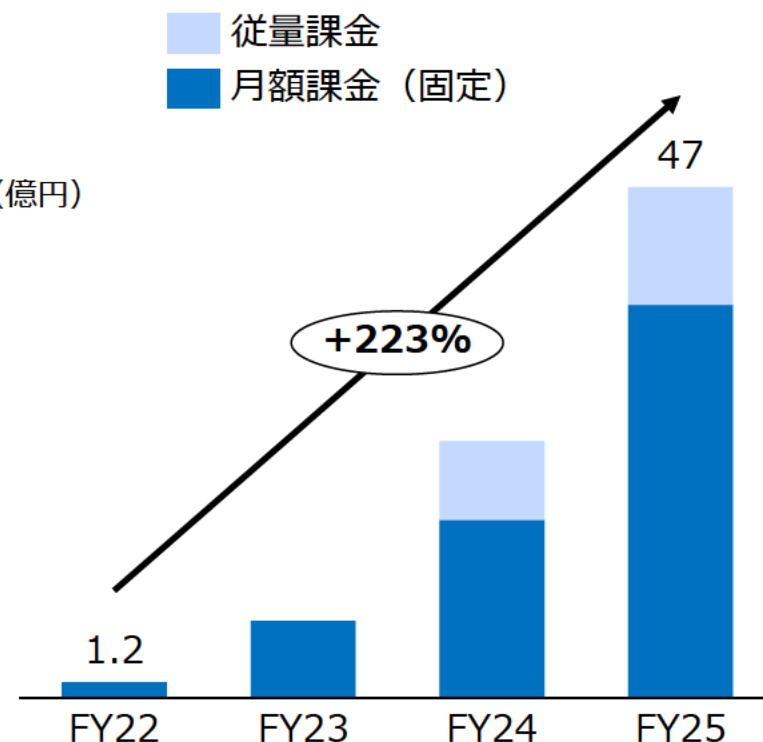
期末課金社数

(社)



課金区分別のARR¹

(億円)



課金社数2,000社を当面の目標として掲げ、従量課金体系の機能のアップセル効果も含めFY25にARR47億円を達成する計画

1. ARR: Annual Recurring Revenueの略。最新月（上記では期末の10月単月）の課金収入を12倍したもの

成果報酬型コストマネジメントとプロサインの成長戦略

成果報酬型コストマネジメント

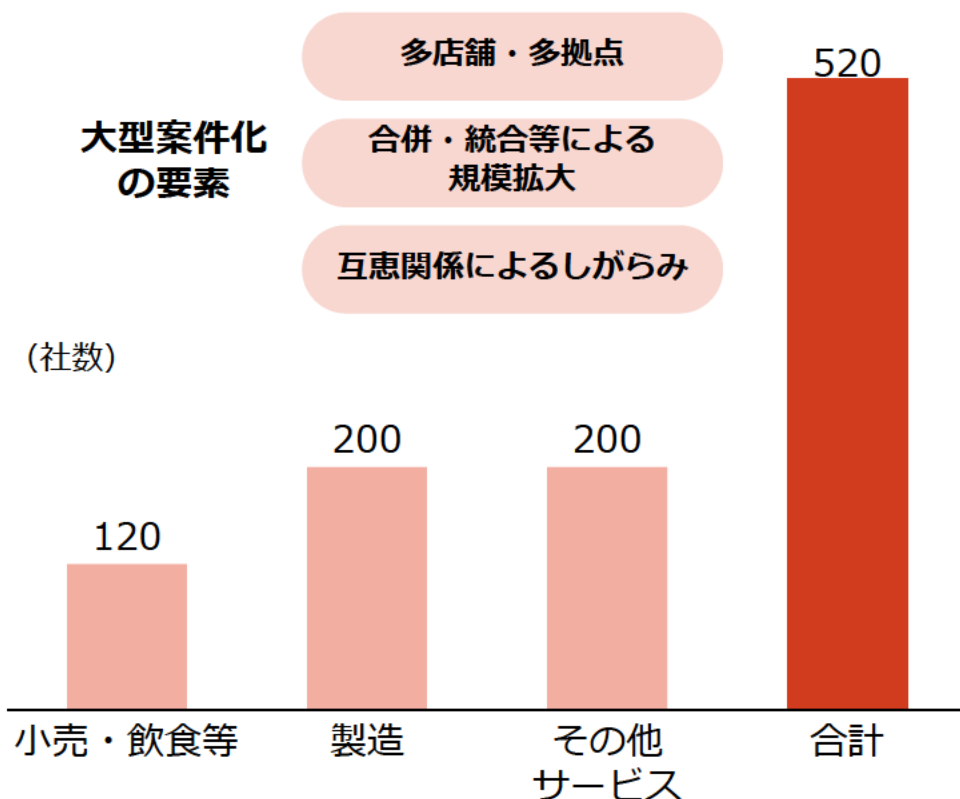
- 1 大型案件の着実な増加
- 2 コンサル対象費目と削減手法の拡充
- 3 “元帳DD”による
受注費目数・平均報酬の増大
- 4 オペレーショナル・エクセレンス
の深耕
- 5 公共コンサルティングへの事業展開

プロサイン

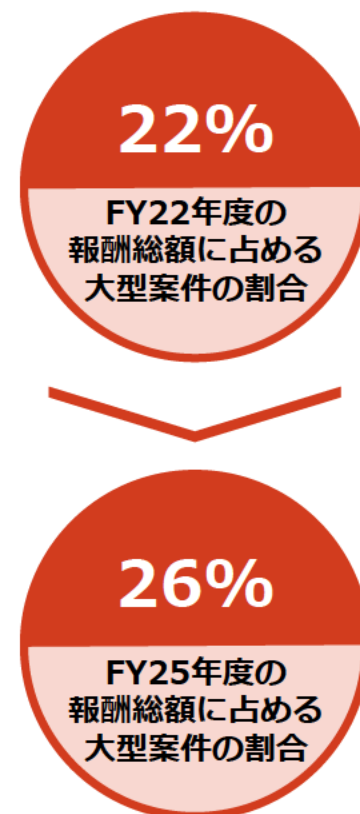
- 6 課金社数の急速な拡大
- 7 アライアンス戦略の推進
- 8 カスタマーサクセス推進
により高い継続率を実現
- 9 CaaSの一環として
共同購買マネジメントを展開

1 大型案件の着実な増加

大型案件（想定報酬総額1億円以上）の潜在顧客数

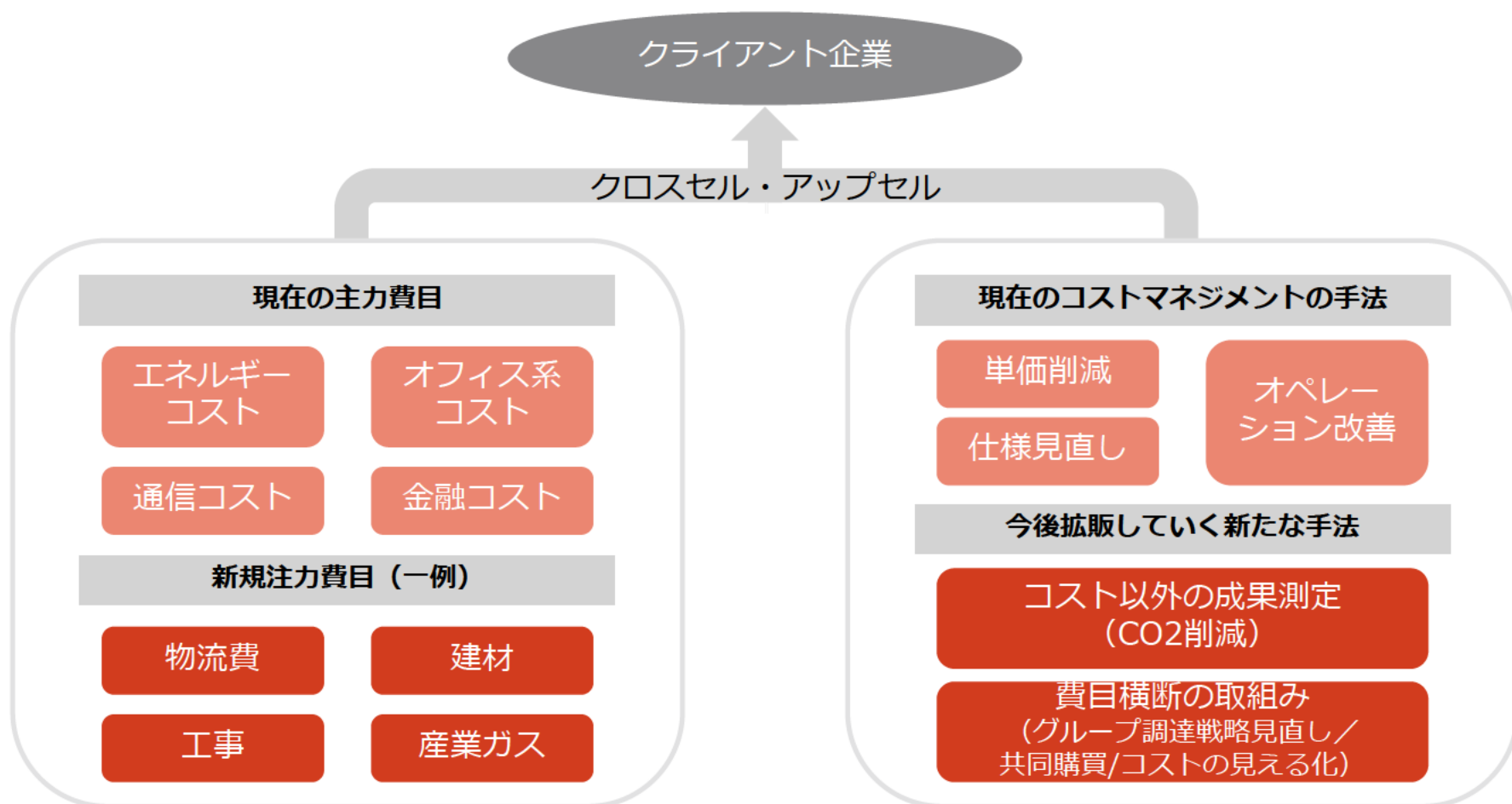


大型案件の収益寄与度向上



大型案件の特性を特定し、500以上の潜在顧客があると推計。大型案件獲得に最適化（プッシュ型）した営業施策により、着実に受注を進める

② コンサル対象費目と削減手法の拡充



**従来の主力費目を凌駕しうる有力な新規費目への注力や
新たな削減手法の開発により、顧客あたり平均報酬総額を引き上げ**

3 “元帳DD”による受注費目数・平均報酬の増大

包括的にコスト見える化を実現する“元帳DD”

従来の
DD¹

- 少数の費目について顧客とDD実施について予め合意
- 限定的な費目に関する詳細データを顧客より受領し、コスト削減可能額を分析・提案

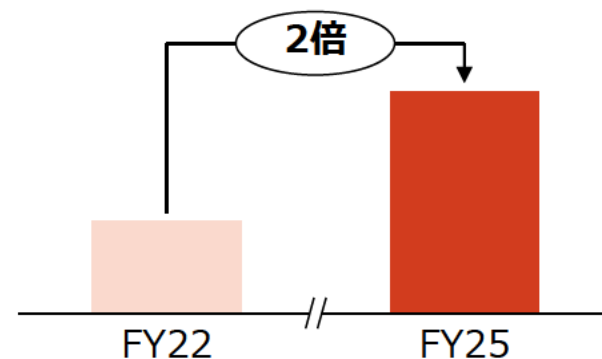
元帳
DD¹

- 顧客より元帳（総勘定元帳）を受領
- 元帳には全ての費目の情報が記録
- プロサインのAI機能を活用して、従来よりも圧倒的に短い期間で包括的なDDを実施
- よりプロアクティブにコスト削減を実現できる費目を特定し、顧客に提案

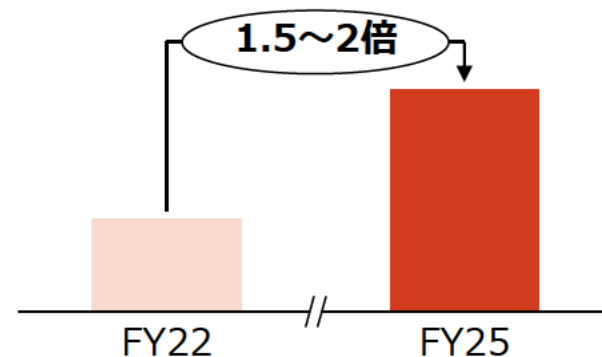
初回受注において、より多くの費目の受注につなげて、顧客あたり平均報酬総額を引き上げ

当社収益に直結する指標を大幅に改善

初回受注における顧客あたり受注費目数（中央値）



“元帳DD”効果による顧客あたり報酬総額の増大

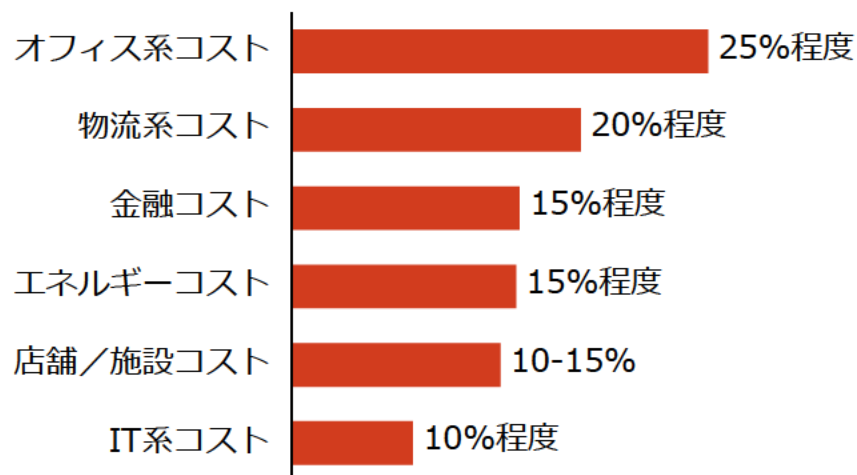


受注費目数・平均報酬を増加させる仕組みとして“元帳DD”を推進

4 オペレーショナル・エクセレンスの深耕

コスト削減率の維持・向上

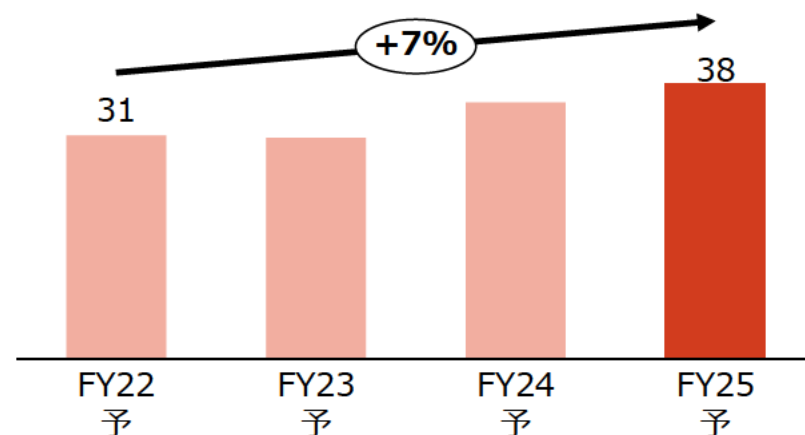
当社実績のコスト削減率



- ・ 費目ごとのコスト削減率はばらつきがあるが、全体的に高い水準を実現できている
- ・ 市況等の影響により削減率には一定のサイクルがあるが、コンサルタントのスキル向上およびプロサインのデータ活用を進めることで現状の水準を維持・向上していく

コンサルタント生産性向上のための案件選択

コンサルタント（期初在籍人数）
あたり売上高（百万円）

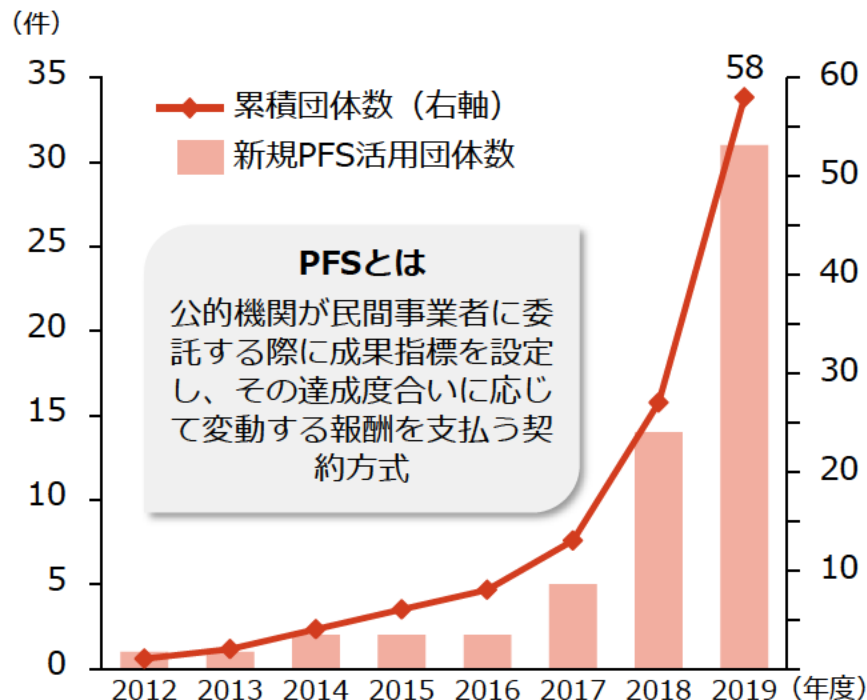


- ・ コンサルタントあたり生産性と収益性を向上させるために、案件損益の管理をこれまで以上に強化
- ・ 案件のポートフォリオを最適化し、上記指標を最大化させるよう案件選択時にディシプリンを効かせる仕組みを導入

コストマネジメントの収益機会最大化に向けて自助努力で実現できることはまだ多く残されており、今後着実に成果を実現していく

5 公共コンサルティングへの事業展開

国内におけるPFS¹活用団体数の推移



公共コンサルティングにおける当社の強み

成果報酬型

- ・ 課題整理から施策策定・実行・成果創出まで一気通貫で対応
- ・ 公的機関にとってリスクが少なく取り組みやすい報酬設計

幅広いサービス領域

- ・ PFSを活用した行政経営支援（歳出削減・歳入増加・行政サービス向上等）
- ・ 既存事業のPFS活用支援

高い専門性

- ・ 国内初となる公的機関向けコスト削減PFSの実績
- ・ PFSに関する執筆経験多数
- ・ 拡大が期待される環境・エネルギーコンサルティング実績多数

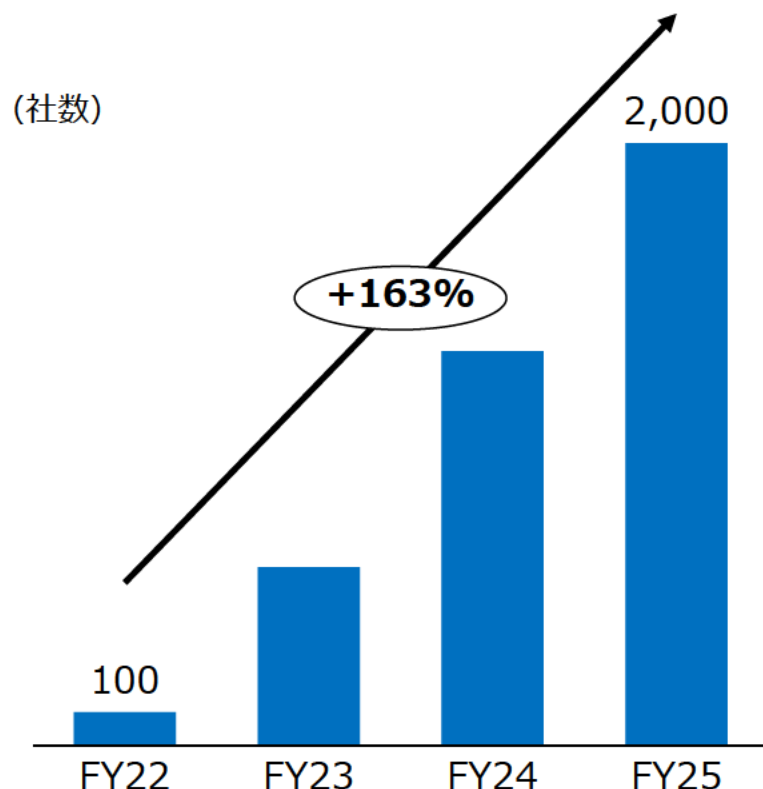
PFS市場が広がっており、国内初の実績もあり。成果報酬型コストマネジメントのノウハウを活かし、行政経営のパートナーとなることを目指す

（出所）内閣府成果連動型事業推進室「国内におけるPFS事業の取組状況について」に基づき弊社作成

1. Pay for Successの略称

6 プロサイン課金社数の急速な拡大

期末課金社数



チャネル別の導入推進に関する考え方

コンサル
顧客による
導入

- 当社が年間約250社からコンサル案件を受注する際に、デフォルトで導入を実施
- 過去に取引した顧客にアプローチし、導入を促進

コンサル受注
のない新規顧
客による導入

- 外部パートナー企業と連携
- 当面は当社が直接営業することなく、効率的に新規顧客獲得を進める

サプライヤー
による導入

- 購買における発注者である企業がサプライヤーに対してプロサイン上での購買を要請
- 当社は直接営業することなく、ドミノ効果により導入が進む

**構造的に一般的なSaaSよりも効率的に導入が進みうるプラットフォーム。
導入社数を課金社数に効率的に転換できるようオペレーション基盤を強化**

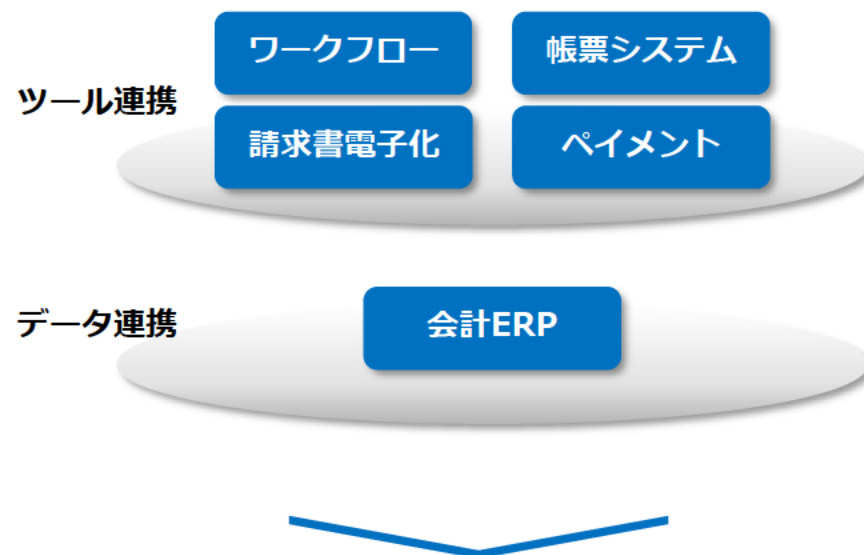
7 アライアンス戦略の推進

導入推進（営業）面でのアライアンス



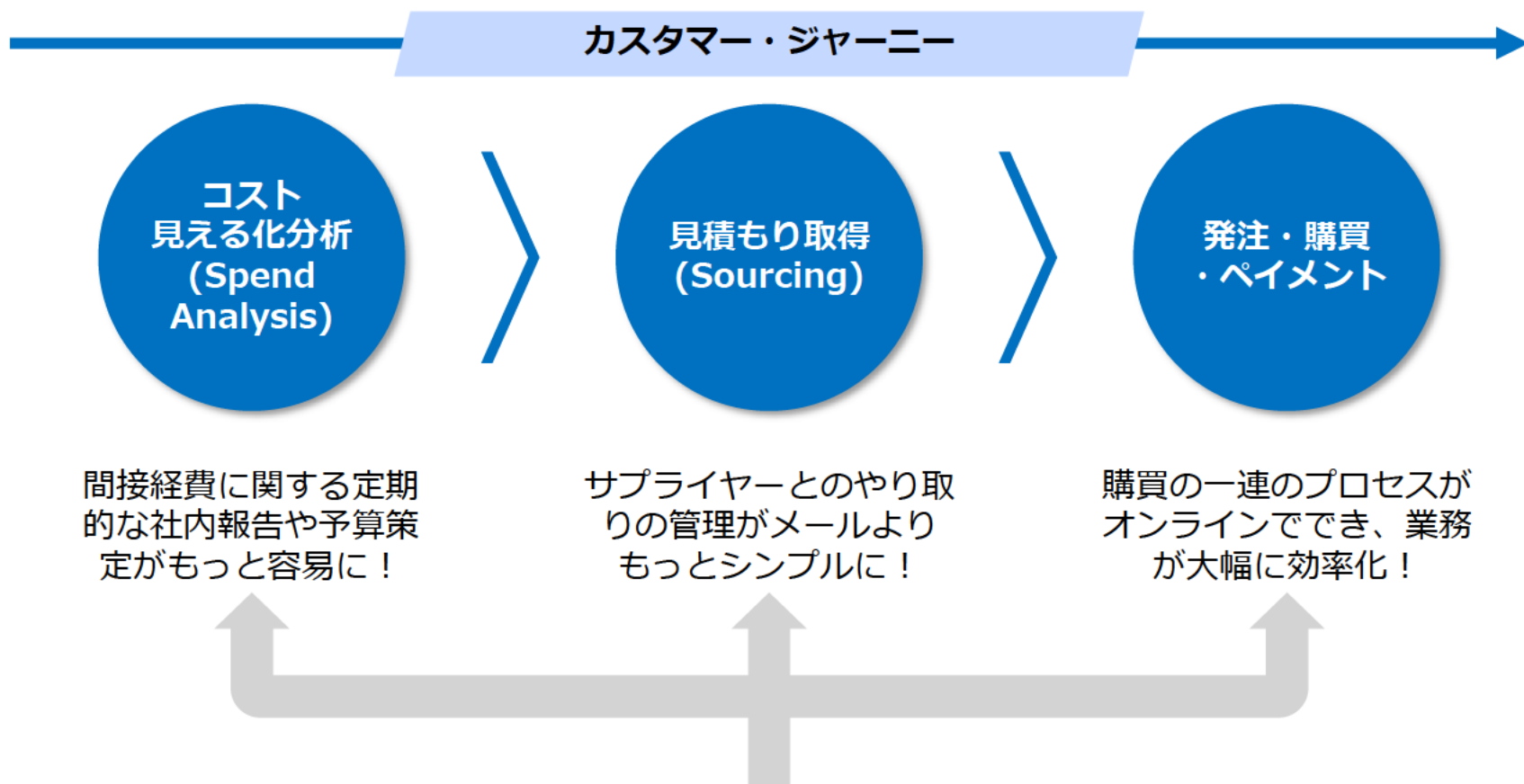
既に有力なパートナー候補とアライアンスについて具体的な協議を進めており、課金開始の前には導入推進のための座組が固まる見通し

アプリケーション機能面でのアライアンス



プロサイン上で購買に必要な基本的なツールを提供するが、外部パートナーのツールとも連携。また、システム相互接続等によるデータ連携も推進

8 カスタマーサクセス推進により高い継続率を実現

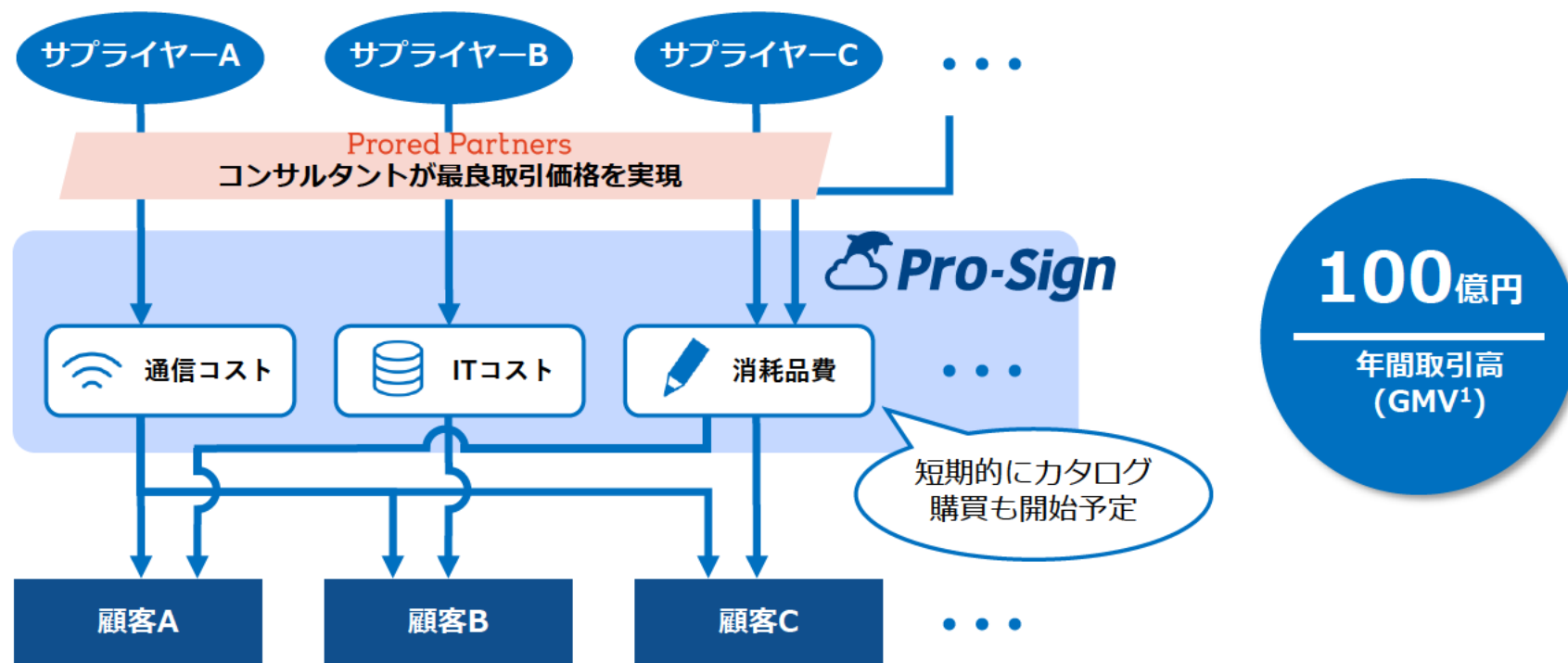


カスタマーサクセス・チームが、導入済み顧客のプロサイン活用を推進。コスト見える化分析を起点にして、見積もり、発注・購買へと利用を広げ、顧客の購買プロセスにプロサインを完全に組み込むよう働きかけ

9 CaaSの一環としてGPM¹（共同購買マネジメント）を展開

共同購買マネジメントのイメージ

FY25目標



コストマネジメントのノウハウとプロサインの共同購買機能を有機的に統合し、顧客が継続的に最良取引価格にアクセスできる仕組みを構築

1. Group Purchasing Managementの略称

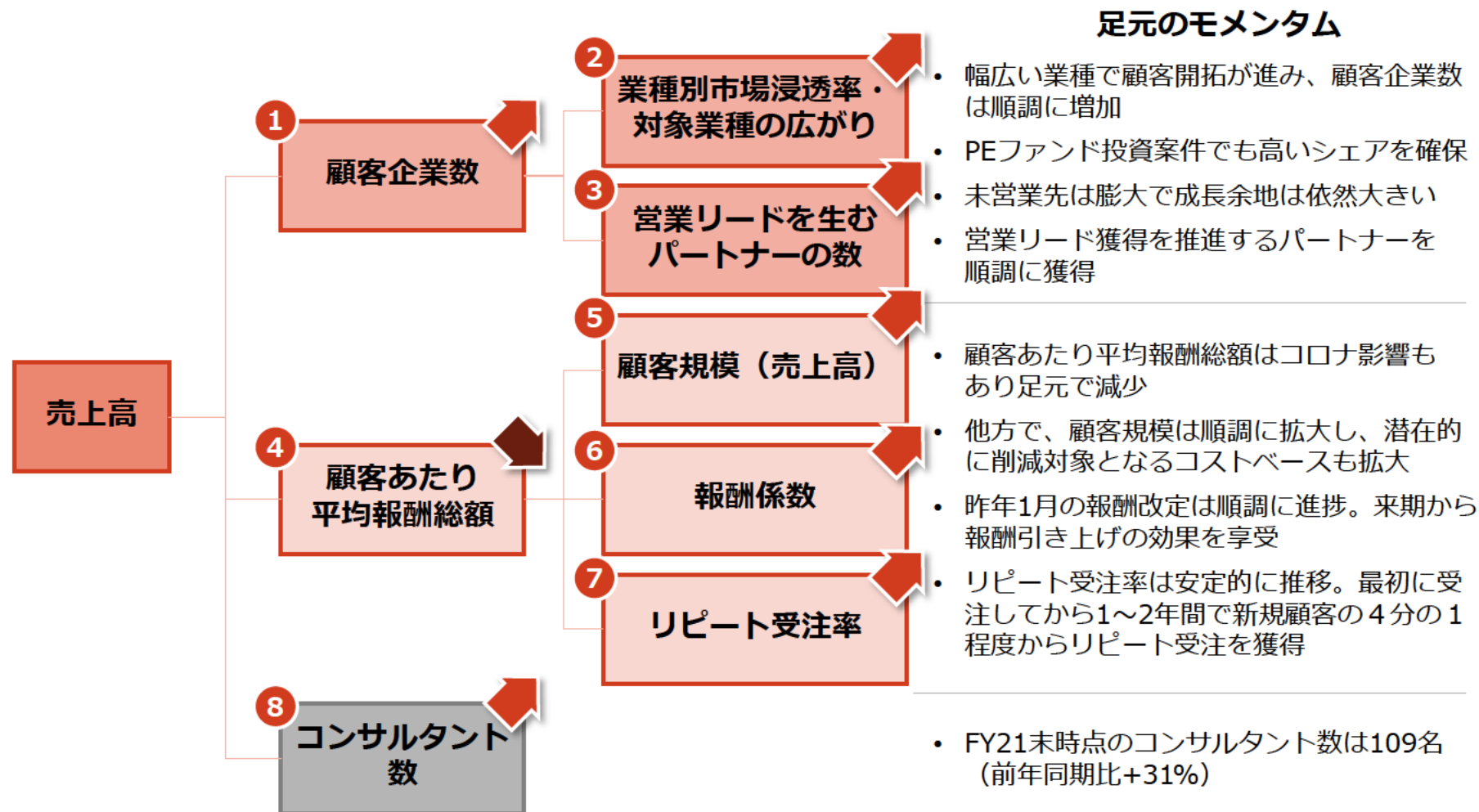
2. Gross Merchandise Valueの略称

Appendix A

コストマネジメントの主なKPIと足元のモメンタム

コストマネジメントの主なKPIは持続的成長を裏付け

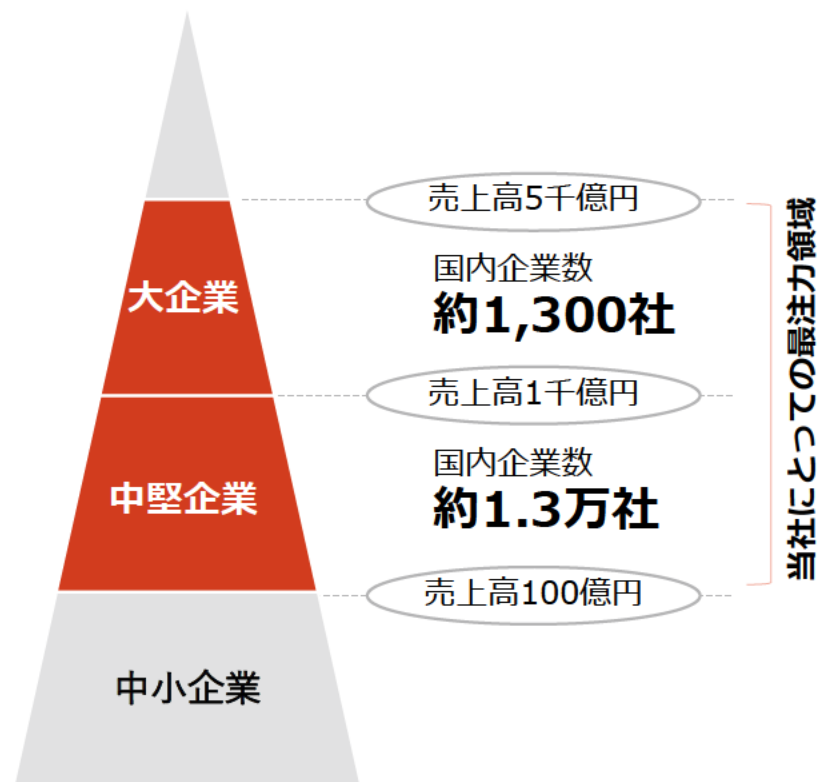
- 主要KPIのほぼ全てにおいて着実な改善を実現。足元で生じている売上高の伸び悩みは、主に、顧客あたり平均報酬総額の減少によるもの。今後は大型案件の受注ペース改善を図る



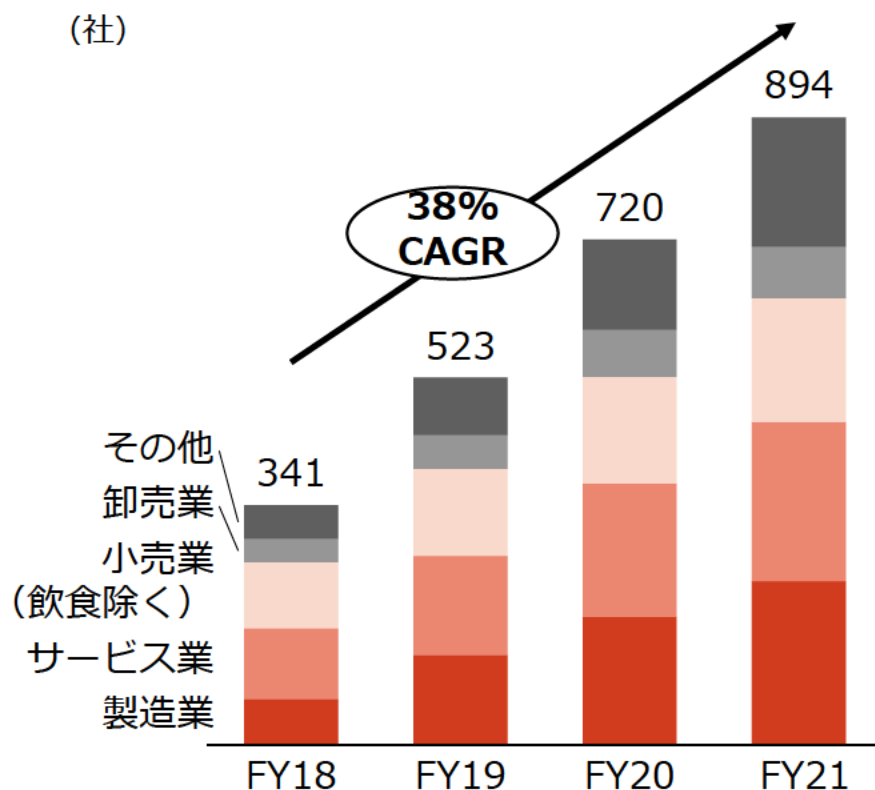
1 顧客企業数は着実に増加

- 当社は、製造・サービス・小売・卸売業を中心に、売上高100億円～5千億円の中堅・大企業を主なターゲットとして顧客基盤を拡大
- 特定の業種に偏ることなく、幅広い業種で急速に顧客企業を増やすことに成功

当社のターゲット顧客企業



累計顧客企業数の推移

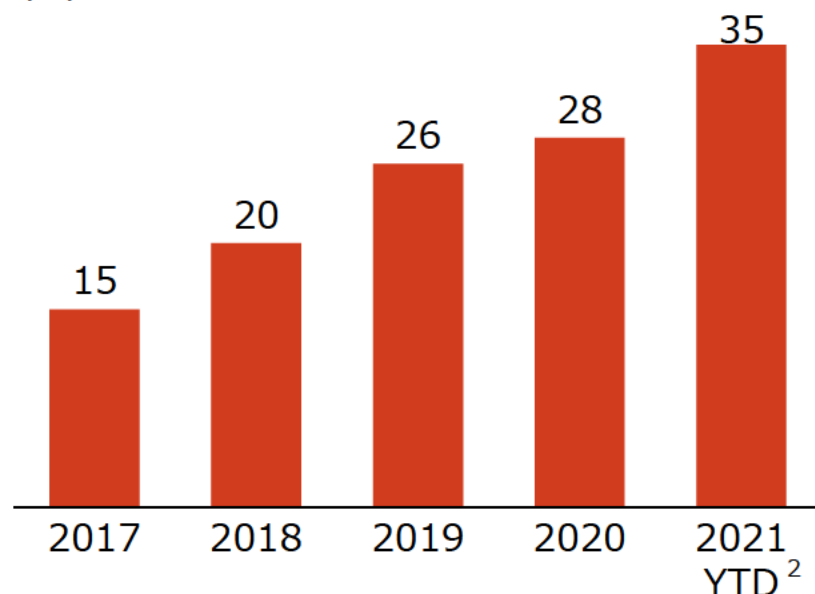


① プライベート・エクイティ投資先で高いシェアを確保

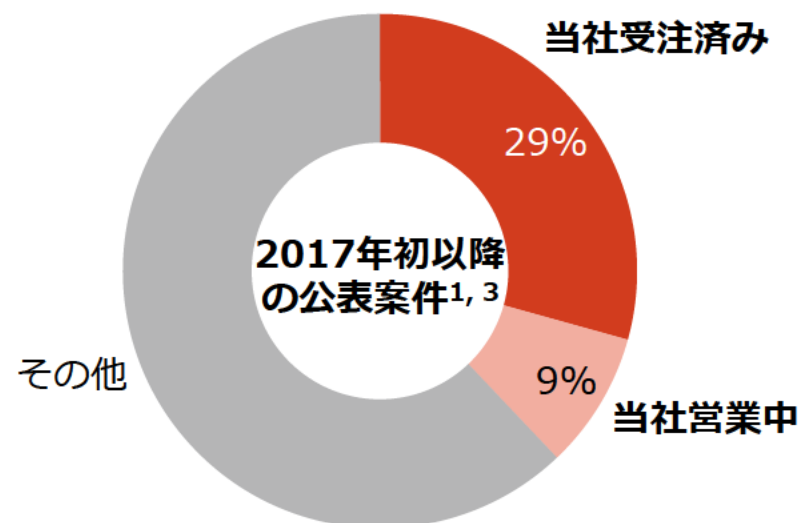
- 外資・国内ファンドを問わず、当社は主なプライベート・エクイティ（PE）投資会社と強いリレーションシップを有しており、国内屈指のコスト削減受託実績と高い市場シェアを有する
- 国内のPE投資は中長期的に増加することが見込まれ、PEファンド業界における当社市場シェア、ブランド認知度を更に高めていくことに注力

公表済みPE投資案件数¹は近年急速に増加

(社)



PE投資先企業¹において高い市場シェアを確保



1. PE投資先企業のうち、売上高が100億円以上と推計される企業に限定

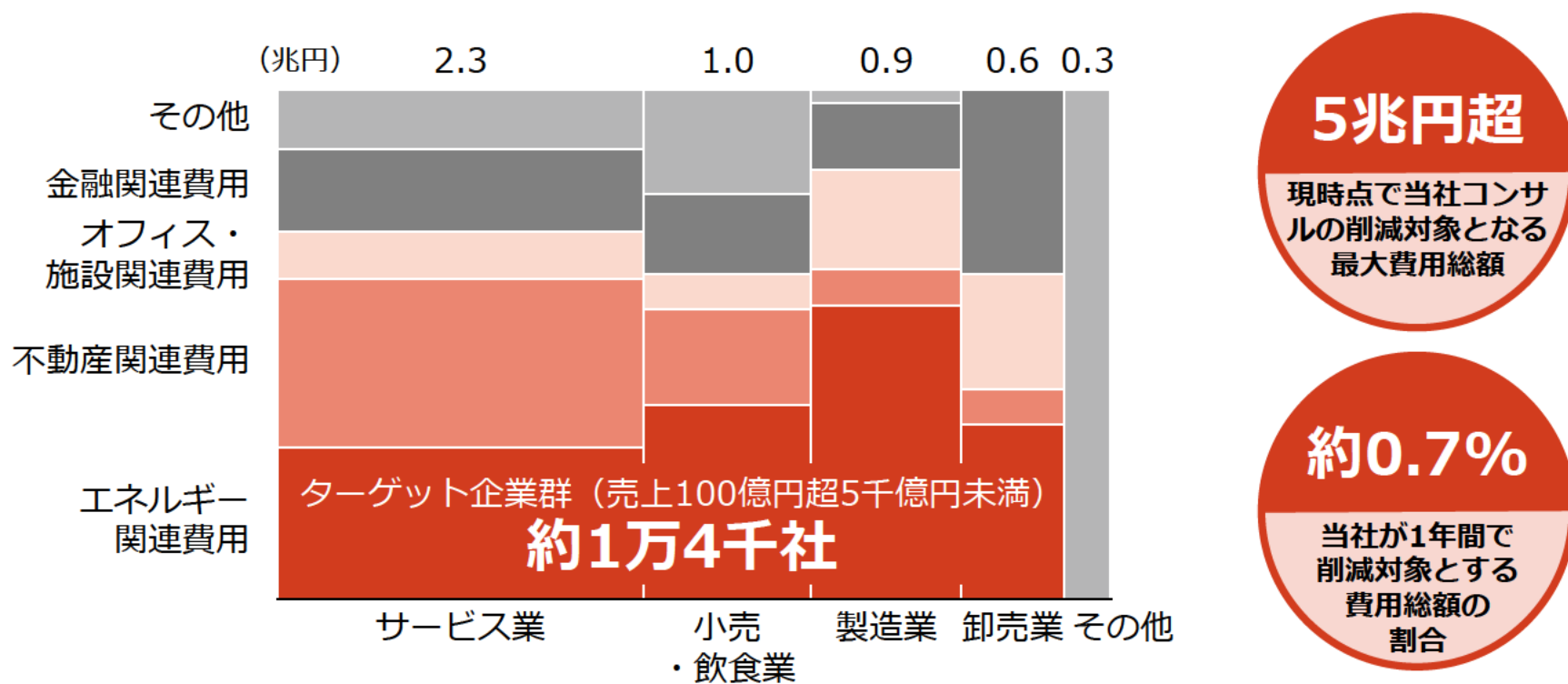
2. 2021年11月29日現在までに公表済みの案件を含む

3. PEファンドによる投資のクロージング日が2021年7月末までの案件（クロージング日から100日以上経過している案件）

② 顧客数・削減対象費用の両面で依然大きな成長余地あり

- ・ 当社の主なターゲット顧客企業は約1万4千社あり、顧客獲得率はまだ非常に少ない
- ・ 削減対象となる最大費用総額は5兆円超と推計され、削減対象費用の規模の観点からも大きな成長余地あり
- ・ なお、削減対象となる費用項目を順次拡大しており、将来的にはより大きな費用プールを対象とする計画

当社コンサルの削減対象となる費用総額は莫大



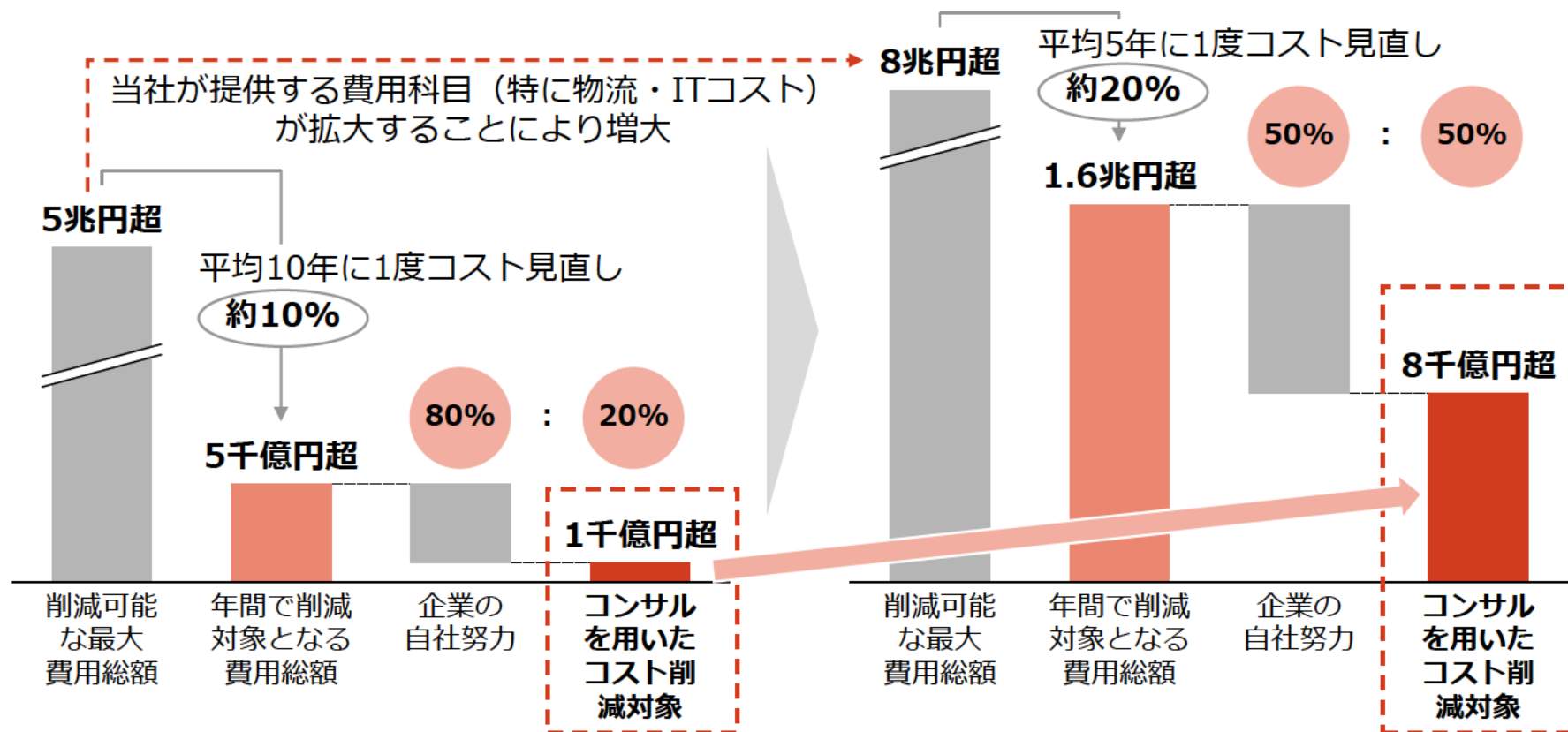
1. 過去3年間の当社コスト削減実績（削減対象の費用金額が各顧客売上高に占める割合）とターゲット企業群の売上高総額に基づき当社推計

② コスト削減コンサルの潜在的市場規模

- 間接材のコスト削減コンサルの国内市場は、**現在の8倍程度まで成長するポテンシャルあり**
 - 当社が提供する費用科目の拡大、定期的なコスト見直しの定着、BPOとしてのコンサル活用の普及加速が潜在的市場規模の拡大を牽引

現在の市場規模（推計）

潜在的な市場規模（推計）



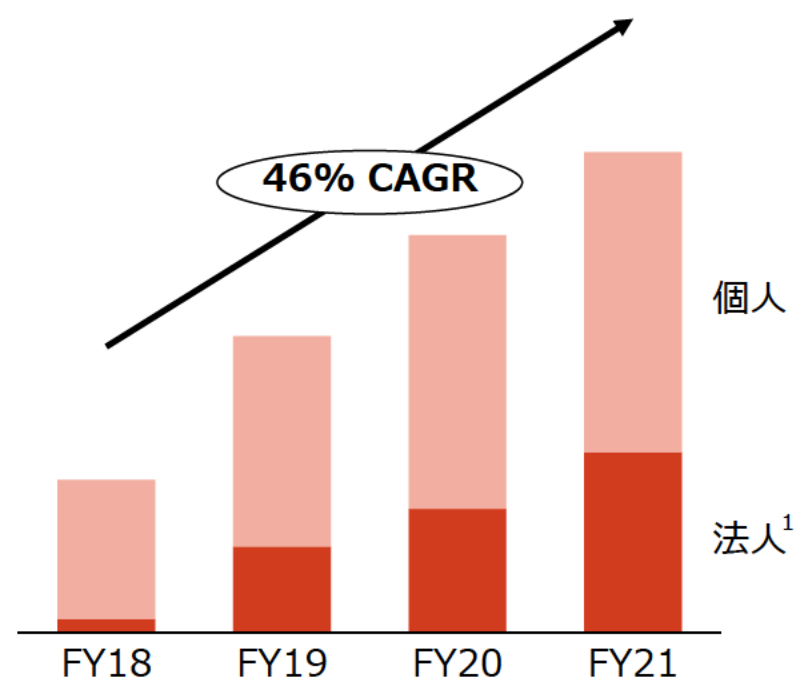
③ 成長の基礎となる営業リード獲得力を継続的に強化

- ・ 当社営業の特長は、個人・法人パートナーの全国ネットワークを構築し、効率的に潜在的顧客企業の経営層にアプローチできること
- ・ 個人・法人のパートナー数は継続的に増加。加えて、直接営業によるリード獲得も進展

当社のチャネル戦略

個人 パートナー	・ 元企業経営者等の人脈の中から潜在的な顧客企業の経営者を紹介 ・ 個人パートナーの紹介により新たな個人パートナーを発掘
法人 パートナー	・ 国内大手金融機関（銀行・証券・保険等） ・ 本部に加えて、全国の支店との協業の取り組みを深化
直接営業等	・ 当社サービス、ブランドの認知度向上、過去のDM等の施策の効果により、顧客からの直接の問い合わせ件数が近年急速に増加

累計パートナー数

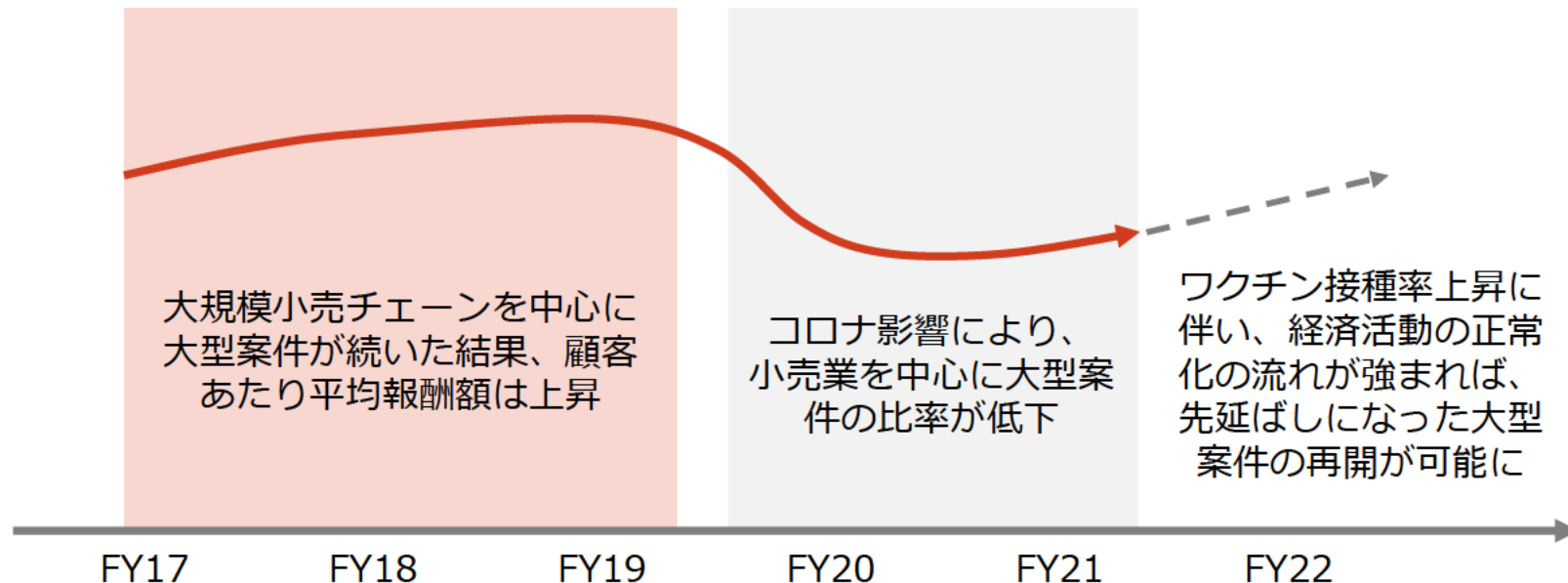


1. 法人パートナーの支店のうち実際に顧客紹介を受けた支店数の累計

4 顧客あたり平均報酬総額の推移

- 新規受注へのコロナ影響が生じ始めたFY20以降、大型案件比率の低下や削減対象費用の減少、これらに伴う顧客あたり平均報酬総額の低下が顕在化
 - 大型案件比率の低下： 小売を中心に、間接材コストの低減よりも他の経営改善施策を優先する動きが出ており、一部の大型案件が延期
 - 削減対象費用の減少： ホテル・飲食業を中心に水道光熱費・消耗品費等が減少
- 今後はワクチン接種率上昇による経済活動の正常化が期待され、大型案件の再開・積み増しにより顧客あたり報酬総額の改善を図る

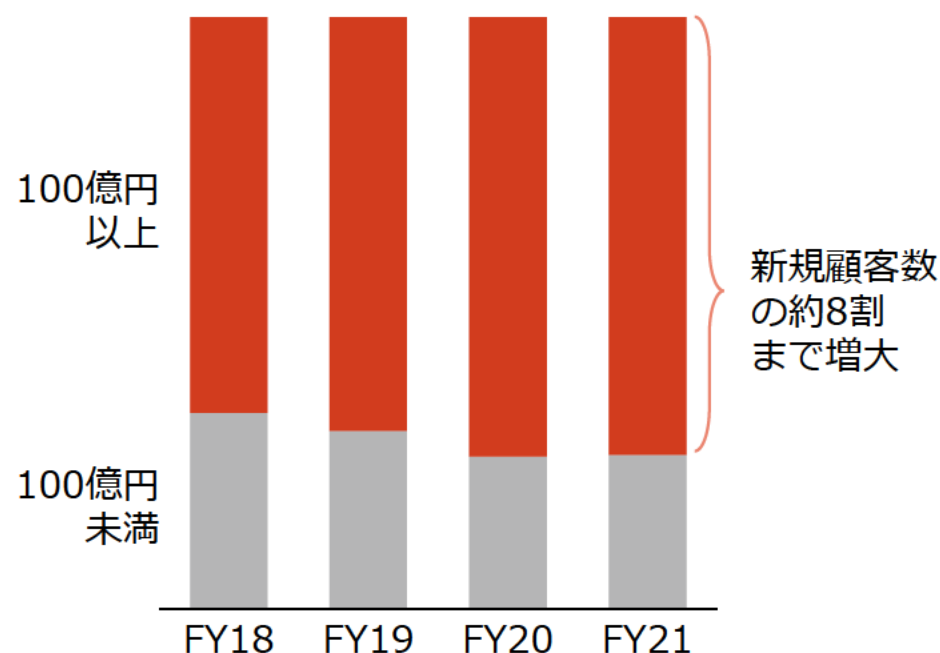
顧客あたり平均報酬総額の推移イメージ



5 顧客企業規模は着実に増大

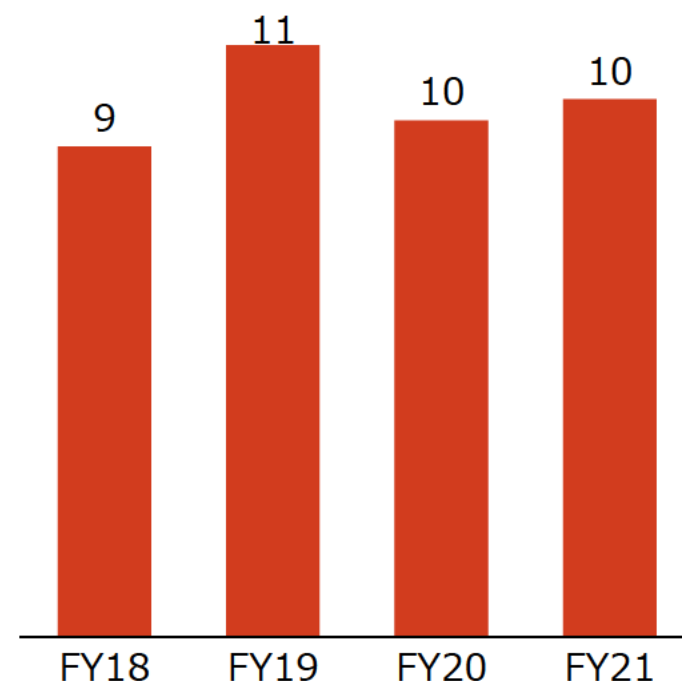
- 当社が注力するターゲット企業群（売上高100億円以上）が当社顧客に占める割合は順調に上昇しており、顧客企業の規模が増大するのに従い削減対象となるコストベースも拡大
- 顧客売上高ベースで10兆円前後¹の企業群のコスト削減を継続的に受託

期中に新規受注した顧客企業の売上高の構成



期中に新規受注した顧客企業の売上高合計¹

(兆円)



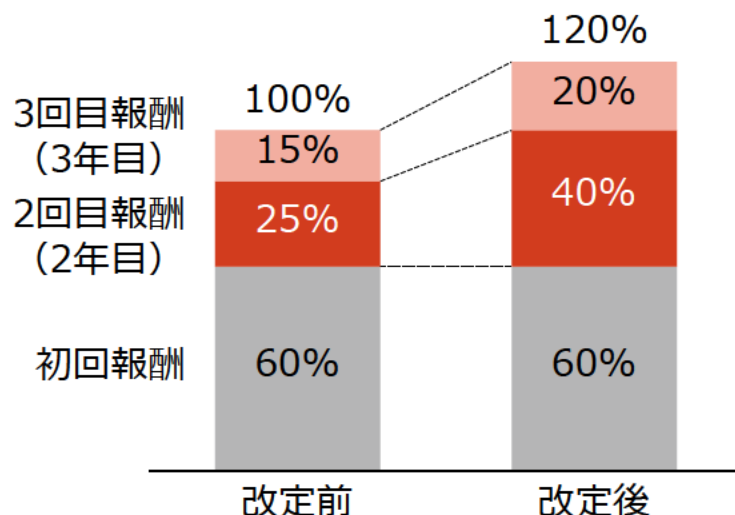
1. 1兆円以上の売上高の顧客を除く

6 昨年1月に引き上げた報酬体系が順調に浸透

- 当社は2020年1月に新しい報酬体系を適用開始。従来は年間コスト削減額の100%分を報酬総額として受領し、当該金額を3年分割で傾斜配分し売上計上。2020年1月から新規営業を行い受注に至った案件については、原則、年間削減額の120%を報酬総額として受領

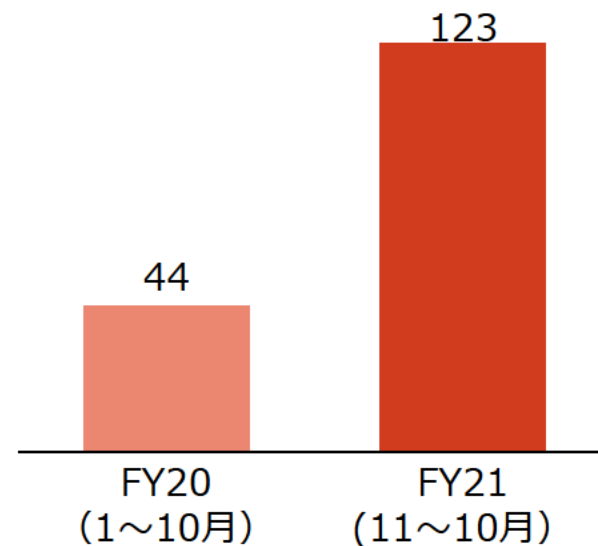
報酬体系改定前後の報酬係数

(年間コスト削減額に対するパーセント)



報酬改定の影響が顕在化するのは2回目と3回目報酬にかかる部分。当該改定後に新規受注した案件の初回報酬は、概ねFY21期初から計上開始しており、FY22から改定後の2回目以降の報酬が計上される見通し

新報酬係数（120%）に基づく新規契約件数

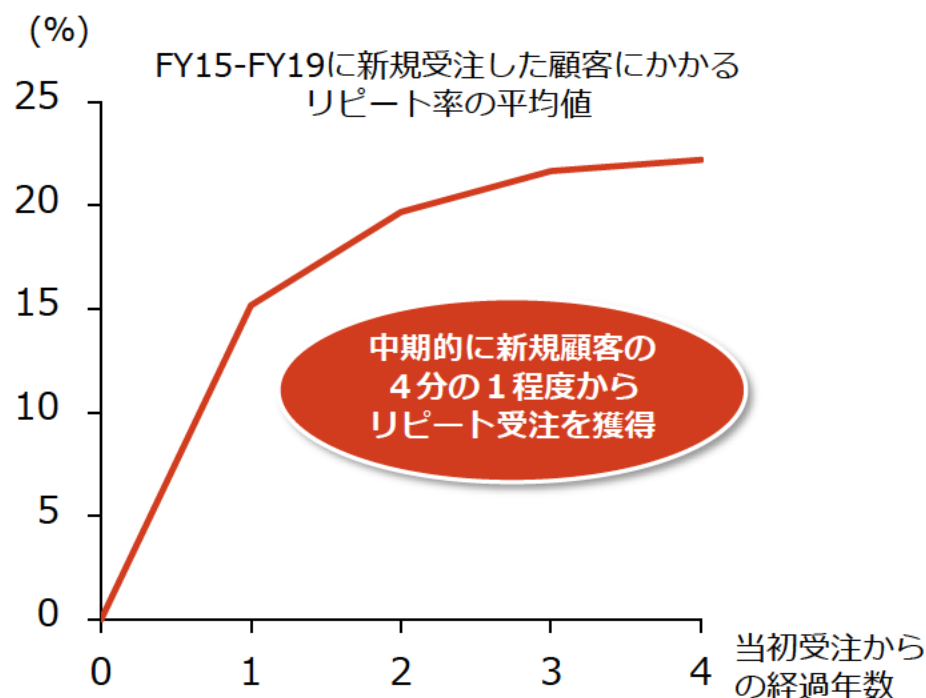


価格改定後に新規営業を開始した案件を中心に、120%の報酬係数で受注できた案件の数は順調に増加

7 リピート受注率は堅調に推移

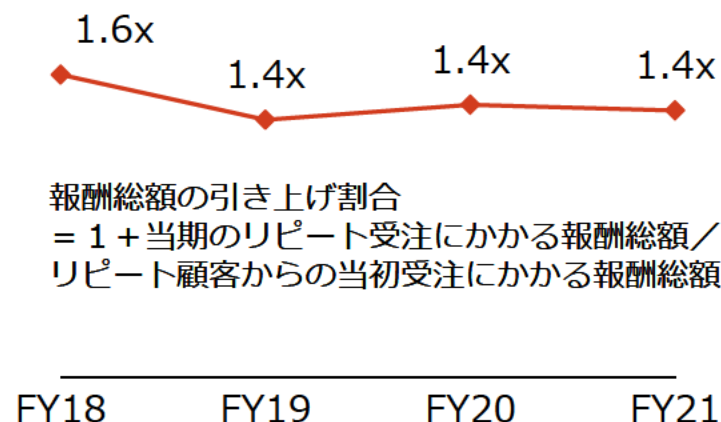
- 最初の受注時に限られた費目を対象にコスト削減を実施し、その結果に満足頂けた場合、追加の費目にかかるリピート受注を獲得できており、今後も既存顧客からの安定収益を見込む

特定年度に新規受注した顧客企業に占める リピート顧客数の割合の推移



最初の受注から1~2年以内に追加の費目についてリピート受注を行っていることが多く、既存顧客からの追加収益機会を安定的に創出

リピート受注による報酬総額の引き上げ割合

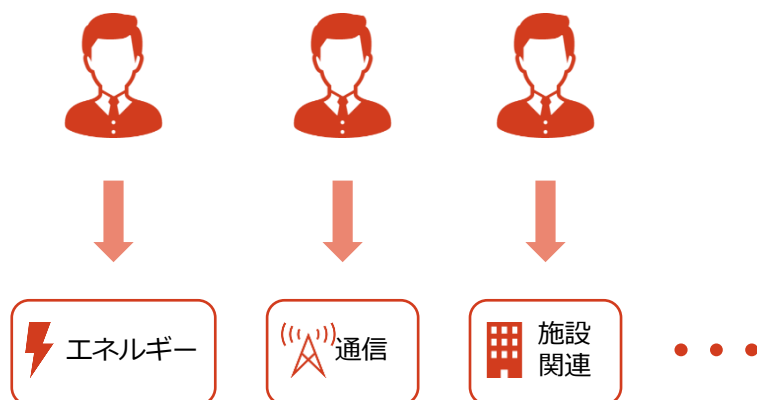


最初の受注にかかる報酬の約半分に相当する報酬をリピート受注で安定的に確保

8 コンサルタントの短期戦力化を可能とするビジネスモデル

- 当社は、コスト削減分野にほぼ特化し、さらに各コンサルタントがそれぞれの担当費目のエキスパートになるようなチーム体制を採用しているため、短期間でコンサルタントを独り立ちさせることが可能

当社におけるコンサルタント編成

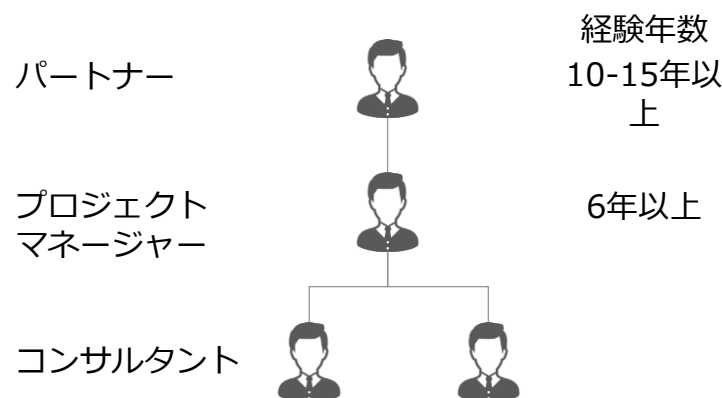


- 主要費目ごとのエキスパートを養成
- 費目に関わらずコスト削減のプロセスを標準化
- 一人で多数の費目を担当する場合と比べて、より短期間で深い知識と実務経験を獲得

新規採用コンサルタント
の戦力化に要する期間（目安）

約半年間

戦略コンサルにおける一般的なチーム体制



- プロジェクトごとに、重層的なメンバー構成でチームを組成
- 上層メンバーに専門的知見が蓄積。多くの経験年数を必要とし、短期間で戦力を増やすことは困難
- コスト削減は数多くのサービスの一つに過ぎず、若手に専門的な知見が溜まりにくい

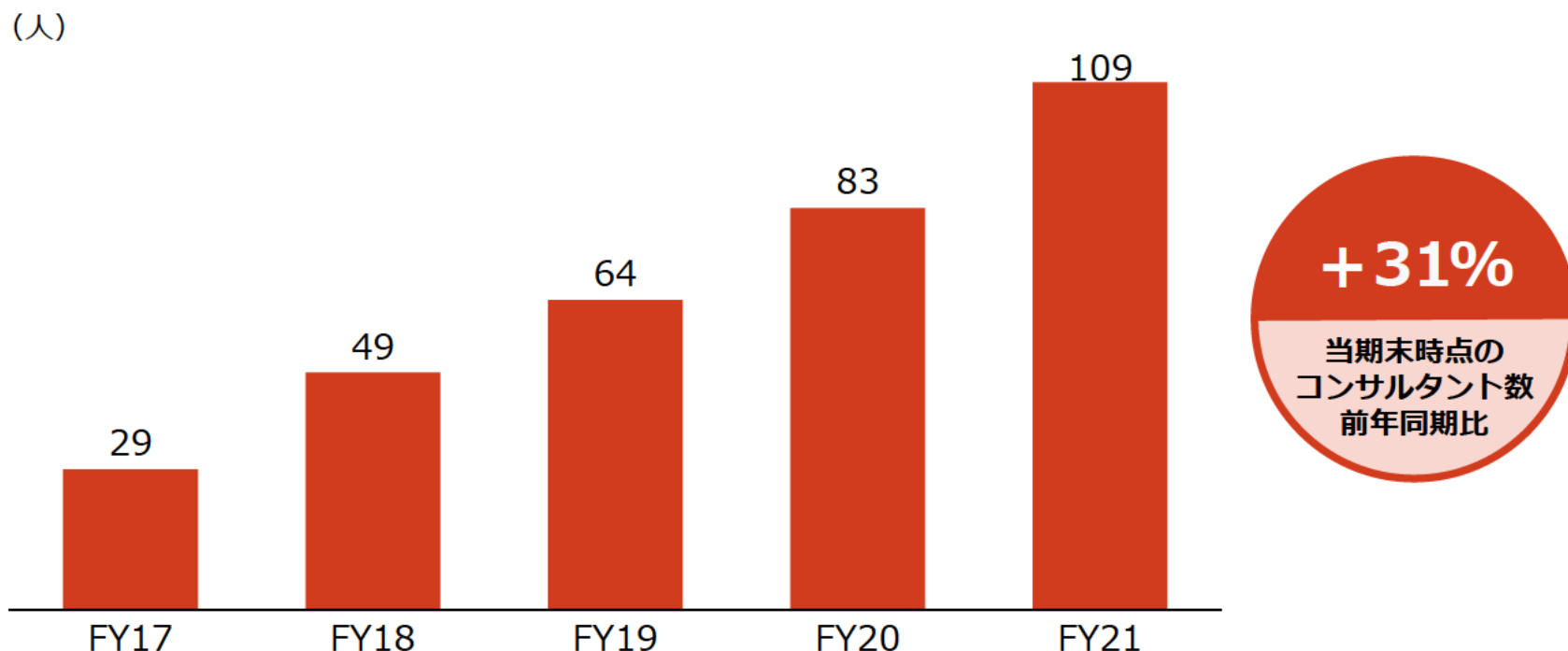
新規採用コンサルタント
の戦力化に要する期間（イメージ）

数年以上

8 当社コンサルタント数は順調に増加

- コンサルタントの採用は順調に進んでおり早期の戦力化も着実に進捗
- FY22の新規採用については、従来よりもペースを落とす方針（コンサルタントあたり生産性の改善により、採用数を増やさなくても増収を実現可能）

期末コンサルタント数



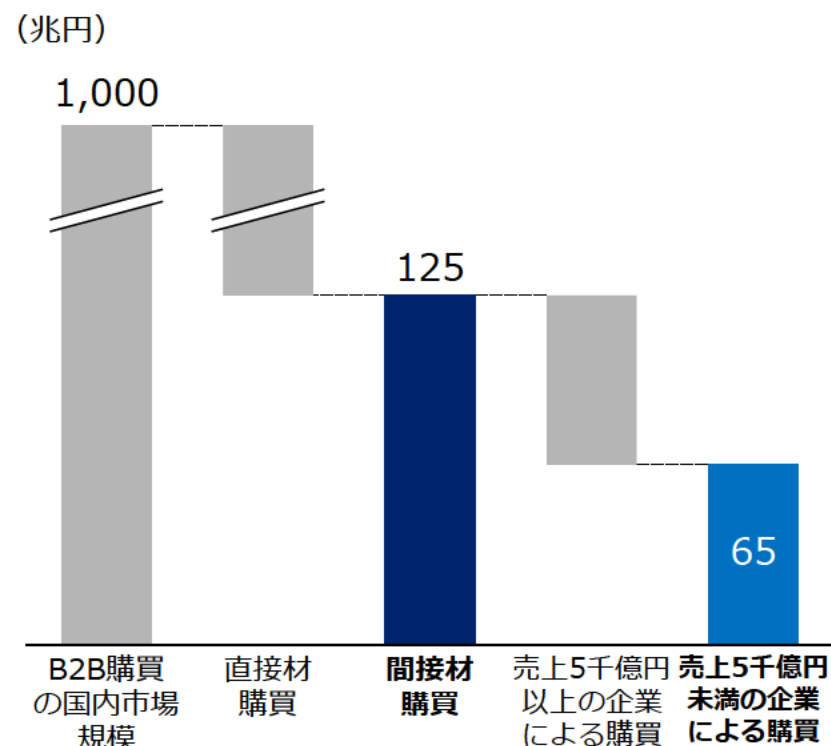
Appendix B

高成長BSM市場とプロサインの概要

B2B購買は巨大市場だが間接材購買のDX化は未発達

- B2B購買の市場規模は巨大で、間接材購買に限ってみても125兆円（当社推計）
- 他方で、ほとんどの企業において、間接材購買の業務プロセス（見積もり取得から購買の実行、請求・決済等）はシステム化されておらず、属人的かつ非効率な業務が手つかずの状態

間接材にかかるB2B購買市場規模



B2B取引における購買実務の実態



直接材（製造業の原材料、小売の仕入等）購買はシステム化が進んでいるが、**ほとんどの企業において間接材購買はシステム未導入**



カタログ購買ができる物品（備品、消耗品等）はごく一部。**間接材の大部分はカタログ購買に適さない非定型の物品・サービス**

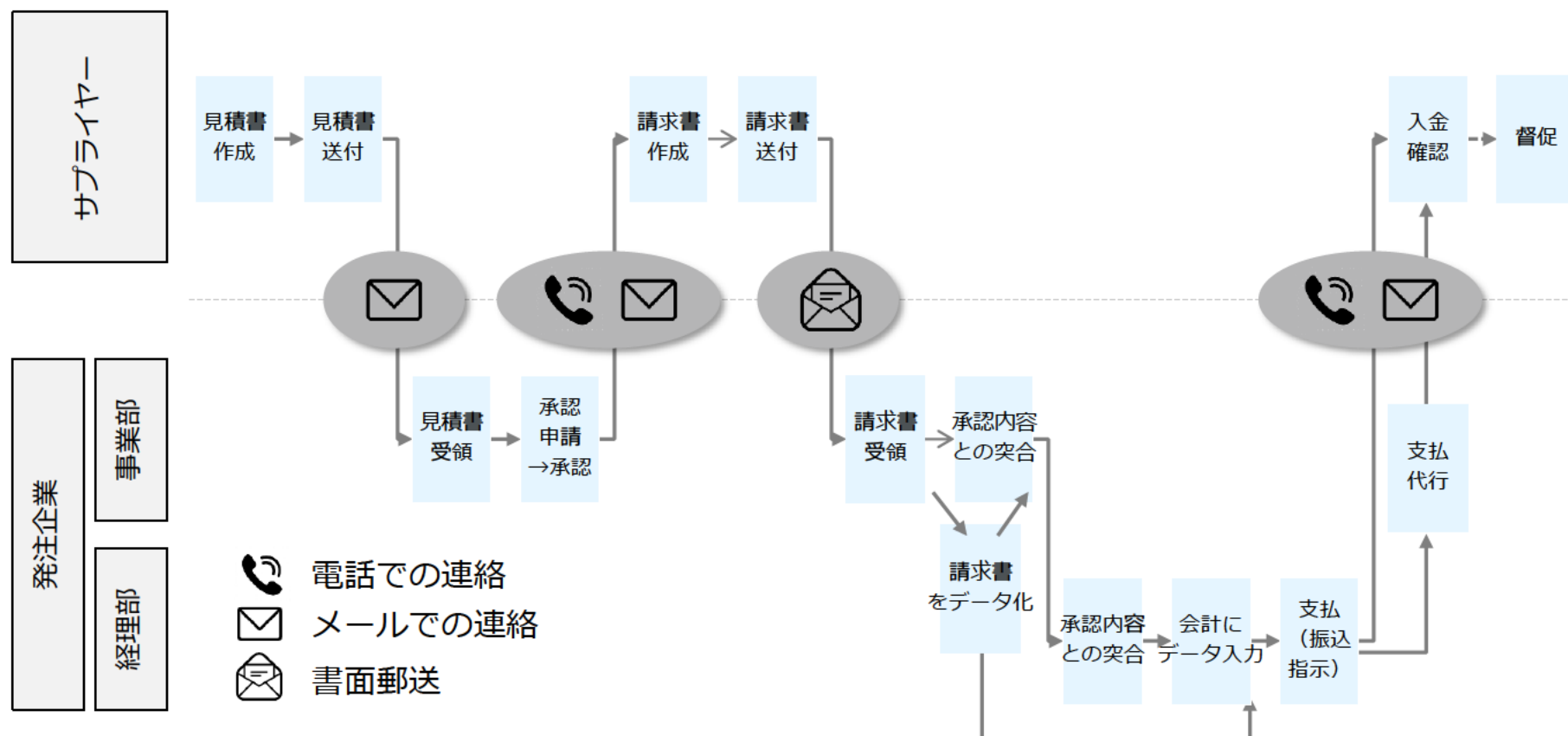


B2B取引の大部分の請求書は依然紙ベースで発行・郵送。請求書送付・開封、システムへの転記、債権消込み等の手作業の実務負担が生じている

（出所）経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」、帝国データ（企業売上）および当社推計

企業の間接材購買に残されている非効率性

1回の購買を行うのに電話やメール、書面のやり取り、銀行振込等、多数のステップを踏む必要あり



デジタルの時代になってもなお、企業の間接材購買プロセスに残されている非効率性は20年前とほぼ同じ

間接材購買のDX化がグローバルの潮流

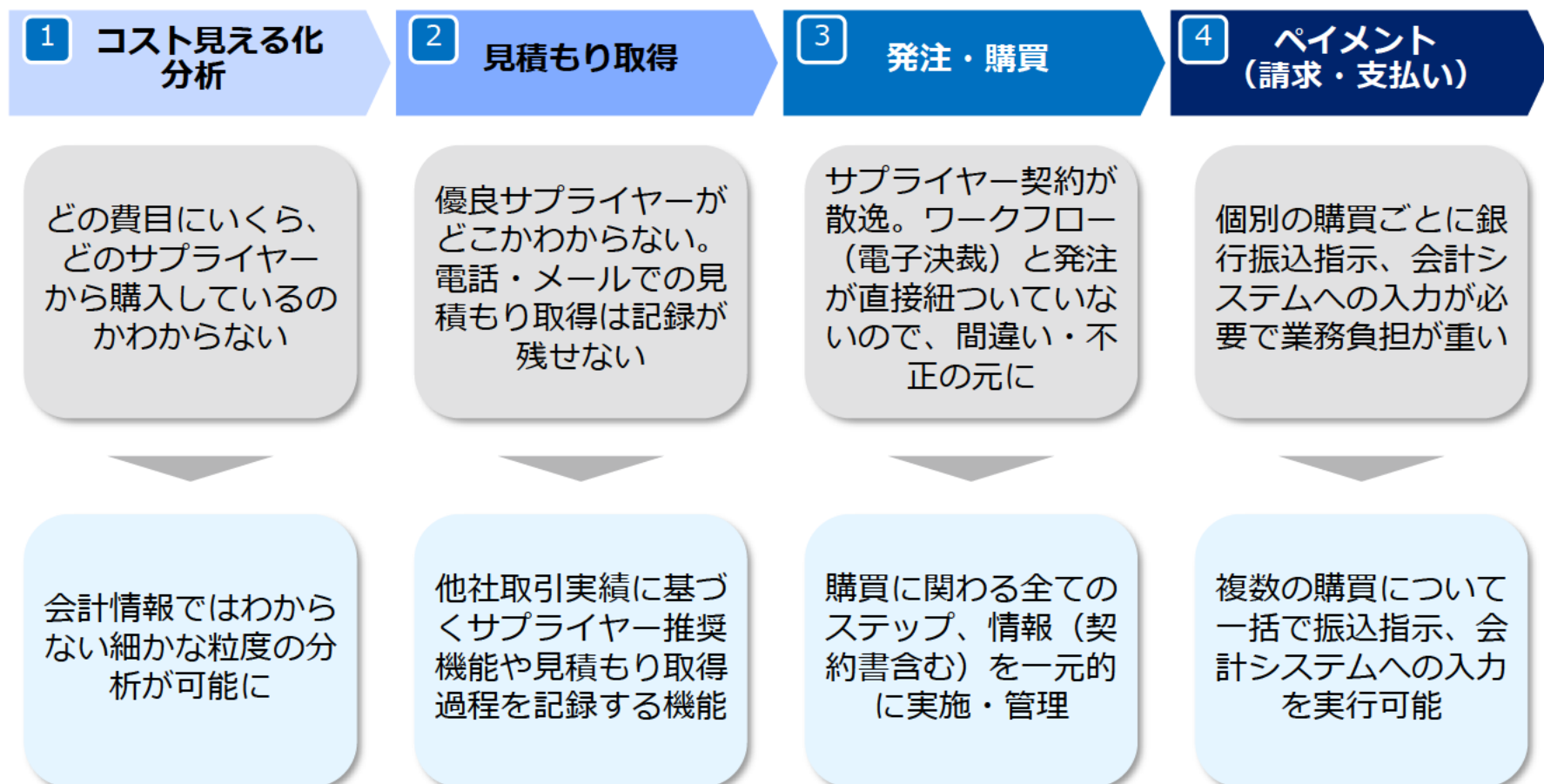
- 欧米ではBSM（Business Spend Management）と呼ばれるソフトウェア領域の市場規模が近年急速に拡大
- 間接材調達コストの適正化、業務効率の改善（請求書の電子化等）、コンプライアンスやガバナンスの強化を目的にBSM導入を進める企業が増加



欧米においても紙ベースの請求実務は依然一般的だが、BSM導入により間接材購買のDX化を進める機運が急速に高まっている

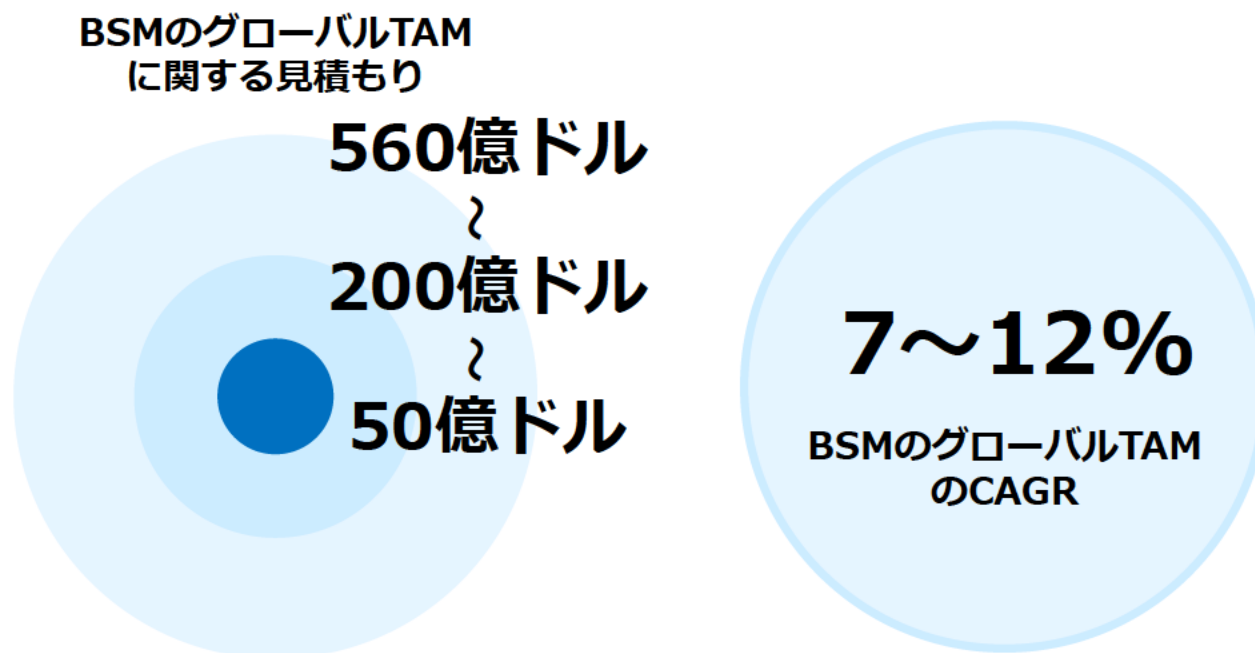
BSMを導入すると間接材購買が飛躍的に効率化

購買プロセスを一気通貫で一元的に管理するプラットフォームだからこそ提供できる付加価値



BSMのTAM(Total Addressable Market)と成長見通し

- Gartner、IDC、Forresterを始めとする主要なリサーチ機関が、確立されたソフトウェア領域としてBSM¹をカバー
- TAM（獲得可能な最大市場規模）の見積もりにはばらつきがあるが、各社の共通する見方は、「**TAMは広大でBSMの普及率は依然低く、CAGR10%前後のペースでグローバル市場が拡大する**」というもの
- 国内BSM市場は欧米と比べると黎明期にあり、特に当社がターゲットとする**中堅企業向けの市場はまだ未開拓のまま。中堅企業向けのBSM製品が提供されれば、今後急速な市場拡大が見込める**



1. “Procure-to-Pay (P2P)”、“Sourcing applications”、“Supplier risk and performance management (SRPM)”等異なる呼称が用いられる場合あり

国内では間接材購買のDXを後押しする規制変更が2年後に迫る

- 2023年10月から消費税にかかる仕入税額控除の方法が「適格請求書等保存方式（インボイス制度）」に変更される予定
- サプライヤーは、所定の登録手続きを済ませた上で、適格請求書等の交付・保存を行うための体制を整備。書面での交付に代えて、電子データによる提供も可
- 適格請求書には、現行の請求書と比べて追加の記載事項（登録番号、適用税率、税率ごとに区分した消費税額等）を明記する必要がある、システム対応が必要。これを機に請求実務のDXが進む公算大



- 「適格請求書発行事業者」登録が必須
- 発注企業から求められた場合には適格請求書を交付する必要がある
- 書面での交付に代えて、電子データでの提供可
- 発注企業が仕入税額控除の適用を受けるためにはサプライヤーから交付を受けた「適格請求書」等の保存が必要

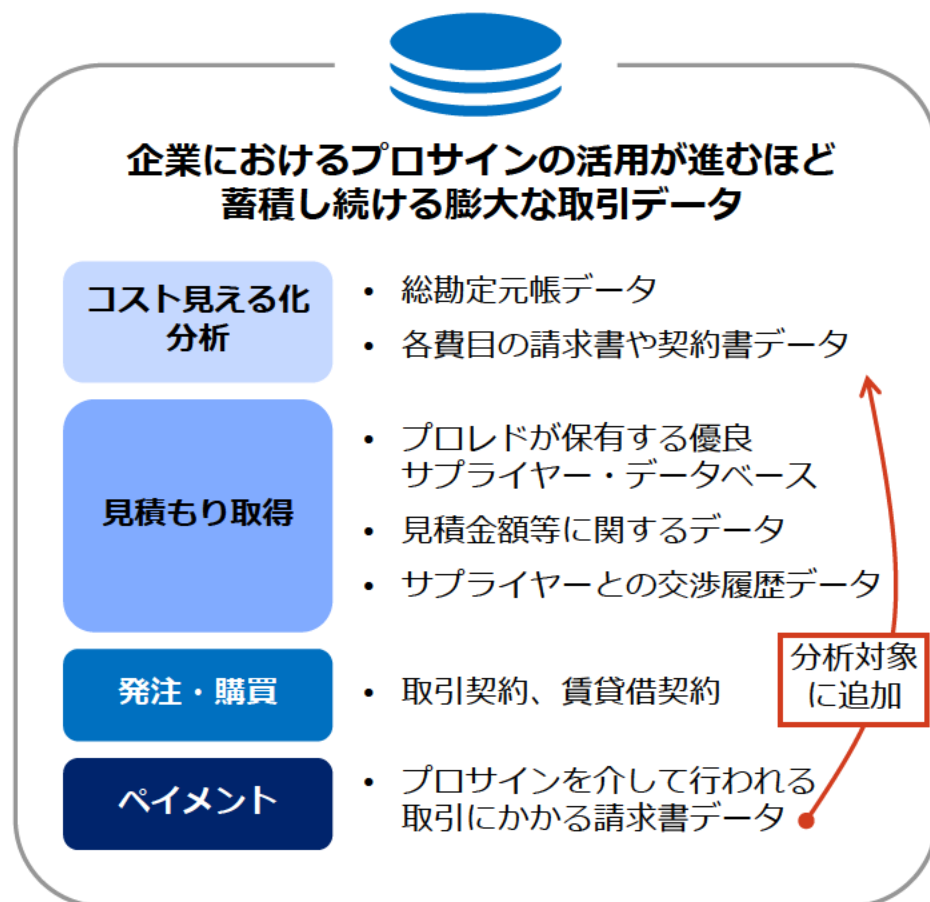
電子メールで適格請求書をやり取りすると保存・管理が煩雑に。
今後は電子化された適格請求書を一元管理するプラットフォームが不可欠

プロサインはスマート・スPENDを実現するBSM

- プロサインは、企業の間接材購買にかかる膨大なデータを一元的に管理し、AIを活用した分析機能を提供
- これにより企業は自社の購買の実態をよく理解した上で、適正かつ効率的な購買（スマート・スPEND）を行うことが可能に

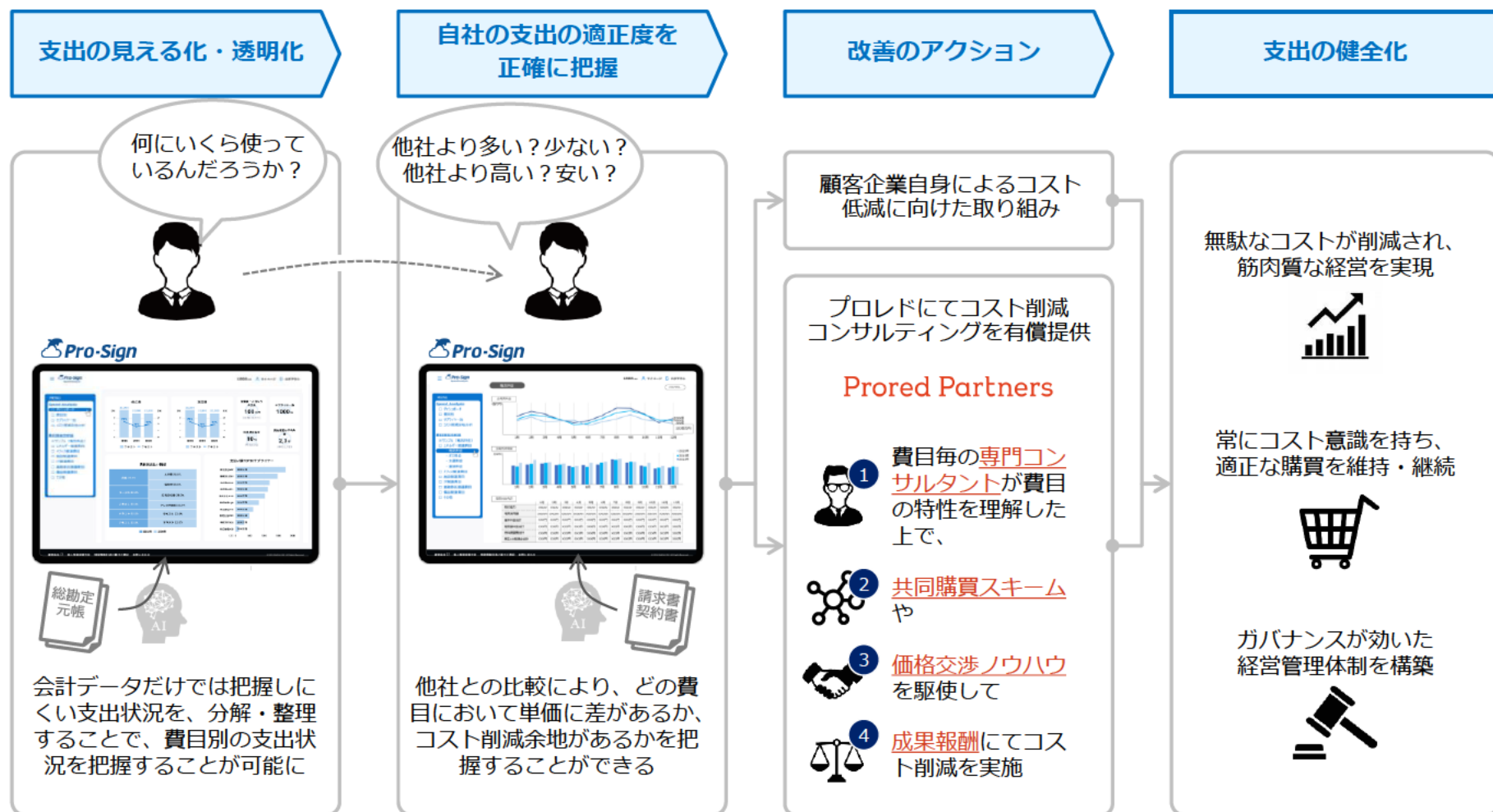


(注) 機能実装時期の見通し：見積もり取得 本年12月、
発注・購買、ペイメント 来年4月



プロサインを用いた「スマート・スPEND」の流れ

- プロサイン導入を契機として、支出の健全化に向けた継続的な取り組みが促進される仕組み



プロサインが解決できる間接材コストに関する課題

- 間接材購買に関して、「支出状況が見えない」、「価格や量などが最適化されていない」等の課題が多く存在するが、プロサインはこれらの課題を解決する強力なツールになる



コストが細かく見えない

間接材コストは費目が多岐にわたり、現場で個別に購入しているため、細かく把握できていない
特に勘定科目でしか把握できていないため、何にいくら支払っているかわからない



最適なコストかわからない

他社と比較できないため、最適なサプライヤーから、最適な量、最適な価格で購入できているかわからない



ムダな購買をしている

各部署や各子会社で同じものを個別発注していたり、同じサプライヤーから異なる単価で購入しているなど、購買管理ができていないことで無駄な購買が発生



購買業務が非効率

電話やメール、商談など属人的な価格交渉を行っており、購買業務ひとつひとつが非常に非効率



ノウハウが蓄積されない

過去の見積書や、その際の交渉トークなど、全てを属人的に管理しているため、ノウハウが蓄積されない。担当者の異動によって全てのノウハウが失われる



コンプライアンス違反

購買内容の把握や、業務フローが把握できていないため、不正な取引や過剰な支出を把握することができず、コンプライアンス違反を見逃してしまう

当社が国内中堅企業向けBSMでリーダーになれる理由

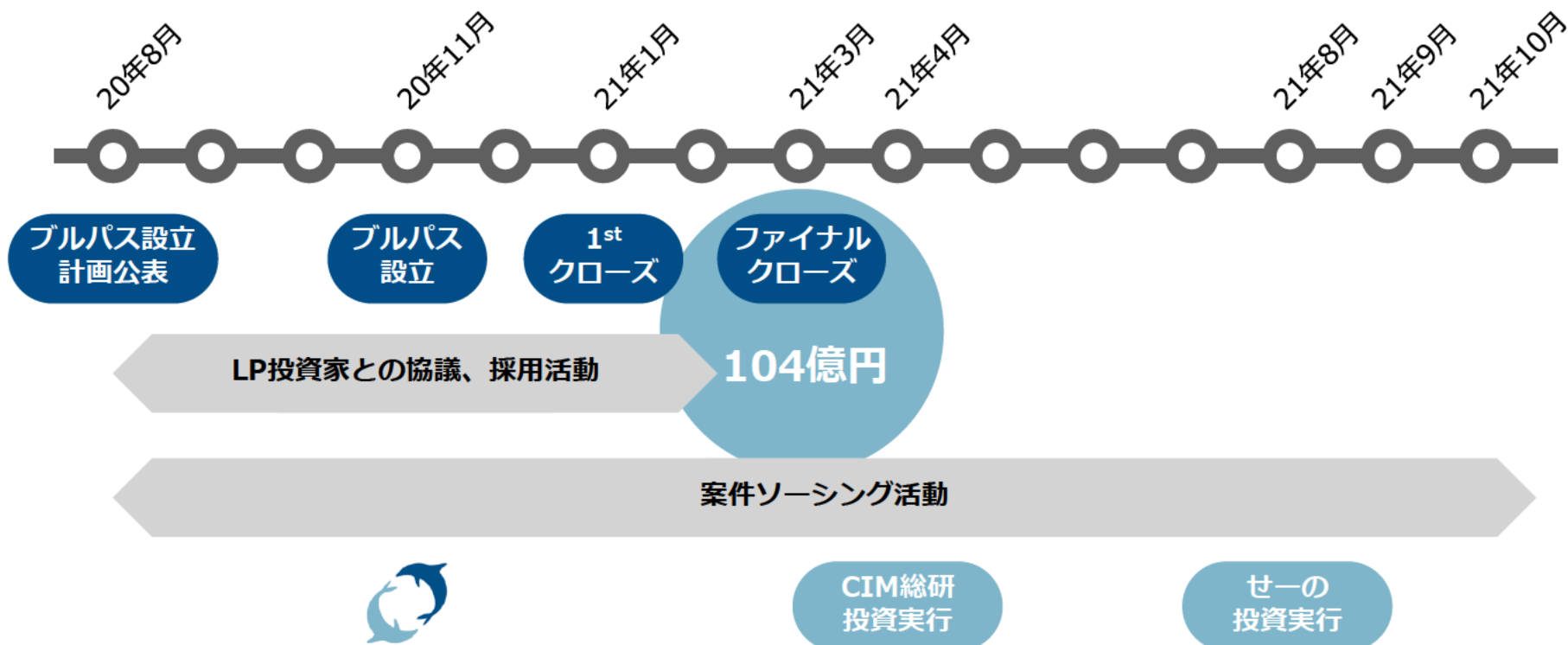
- 国内のBSM市場は黎明期にあり、グローバル大手2社が少数の超大企業向けに事業展開。ペイメントツールに特化したプレイヤーは複数いるが、中堅企業向けにBSM全体の機能を提供できるプレイヤーはほとんどいない
- 当社は、コスト削減コンサルにおいて、BSMの目的に賛同している企業を顧客としており、購買/サプライヤー・データを集中管理させて頂けるユニークな立場にある



Appendix C

ブルパス・キャピタルの進捗状況

ブルパス・キャピタル – これまでの歩み

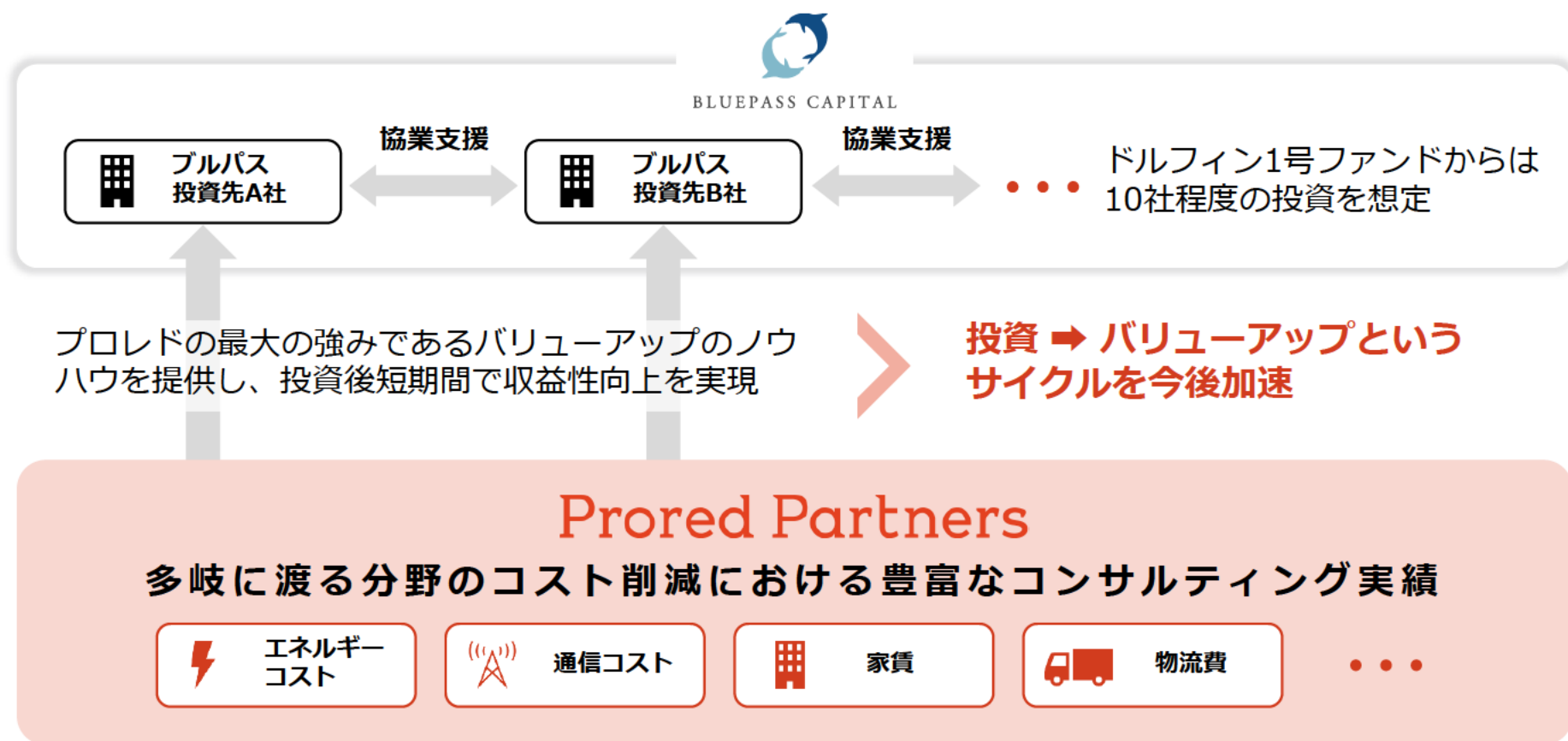


BLUEPASS CAPITAL

- みずほ証券、みずほ銀行、福岡銀行、プロレド・パートナーズ他より出資を受け、総額104億円のドルフィン1号投資事業有限責任組合を組成
- プロレドのコンサルティングを活用したハンズオン支援を主軸とするバリューアップ・ファンド
- 投資対象企業は20～100億円程度（企業価値ベース）

投資とコスト削減コンサルのエコシステム確立へ

- 日本の中堅・中小企業の多くは、管理機能やITの整備が遅れており、正確なコストの把握・能動的なコスト削減に課題あり。ブルパス・キャピタルによる投資と、プロレドのノウハウ提供によるバリューアップを今後加速していく



ファンドレイズから約半年間で4件の投資を実行

4号



株式会社Ashanti

- 「amie」ブランドのヘアサロンを中心に、首都圏近郊にて直営店約50店舗を展開する業務委託型の美容室チェーン
- 創業5期目ながら、集客・スタイリスト採用・店舗開発における独自のビジネスモデルを確立し、コロナ禍においても高い成長を持続

3号



Inet Support Inc.

株式会社アイネットサポート

- 民間企業及び行政向けに全国5都府県におけるコールセンターの運営やアウトソーシング受託、代理店販売事業を約15年にわたり提供
- 高いサービスクオリティと独自のノウハウが高く評価され、近年顧客数を急激に拡大

2号

Ceno.Company.

- 渋谷発の祖業ブランドである VANQUISH、原宿の旗艦店を発信拠点として、写真によるSNS コミュニケーション時代を象徴するストリートファッションブランドである #FR2 などの複数ブランドを展開するファッションアパレル企業
- 特に #FR2 は日本発のストリートファッションブランドとして、東アジア・東南アジアでも絶大な人気



BLUEPASS CAPITAL

1号



- 大手メーカーの金型内製部門や、金型専門メーカー等向けに、「Dr.工程」ブランドにて生産管理システム・工程管理システム・生産管理スケジュールの開発・販売・保守を提供する業界トップシェアのソフトウェアベンダー
- 導入先の金型製造現場におけるインフラとして定着し、多くの顧客より高い評価、信頼を獲得

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らず、またこれを保証するものではありません。



Prored Partners

プロフェッショナル Pro + red 情 熱 の 赤