

経営統合と今後のビジョンについて

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

(※2016年7月1日からの新会社名。(現)株式会社ウォーターダイレクト)

2016年 6月 8日



1 会社概要

① 新会社概要	P 4
② 沿革	P 5
③ 経営統合	P 6
④ 経営統合の意義	P 7
⑤ 取締役候補者紹介	P 8
⑥ グループ組織の概要	P 9

2 事業概要

① ウォーターサーバー事業	P 11
② サービス内容:①②利便性の高いサービス	P 12
③ サービス内容:③④最高品質	P 13
④ ビジネスモデル	P 14
⑤ 収益モデル	P 15

3 経営統合の意義

① 新会社の組織人員構成	P 17
② ウォーターダイレクトの最高品質	P 18
③ エフエルシーグループの営業生産性	P 19

4 成長戦略

① ワンブランド化	P 21
② 今後の取り組み① Water	P 22
③ 今後の取り組み② Server	P 23
④ 今後の取り組み③ Servicing	P 24
⑤ 今後の取り組み④ SideMenu	P 25
⑥ 今後の取り組み⑤ 海外展開	P 26

5 成長イメージ

① 保有顧客計画	P 28
② 成長戦略要素	P 29
③ 収益性成長イメージ	P 30
④ 事業計画	P 31

1. 会社概要

Company Overview

- ① 会社概要
- ② 沿革
- ③ 経営統合
- ④ 経営統合の意義
- ⑤ 取締役候補者紹介
- ⑥ グループ組織の概要



1-① 新会社概要

※7/1からの新会社の概要（予定）

会社名	株式会社プレミアムウォーターホールディングス	
代表者	代表取締役社長 萩尾 陽平	
所在地	東京本社：東京都渋谷区神宮前1-4-16 神宮前M-SQUARE 3F 本 店：山梨県富士吉田市上吉田4597-1	
設立年月日	2006年 10月 13日	
事業内容	ミネラルウォーター宅配事業	
役員構成	代表取締役社長 萩尾 陽平 代表取締役CFO 長野 成晃 取締役 形部 孝広 取締役(非常勤) 和田 英明 取締役(非常勤) 村口 和孝 取締役(社 外) 藤野 英人 取締役(社 外) 平井 亮子	
資本金	1,254,876千円	※2016年3月末日 現在
決算月	3月	
グループ会社	(株)ウォーターダイレクト (株)ディー・アクション (株)アイディール・ライフ (株)ウェルウォーター 富士ウォーター(株) 深圳日商沃德管理諮詢有限公司	(株)エフエルシー プレミアムウォーター(株) エフエルシープロモーション(株) エフエルシークリエイション(株) エフエルシーイノベーション(株) (株)LUXURY SINGAPORE FLC PTE. LTD
従業員数	541名（役員を除く、臨時従業員含む）	※2016年4月1日 現在

年号	株式会社ウォーターダイレクト	株式会社エフエルシー
2004年		2月 (株)エフエルシー創業 セールスプロモーション事業スタート USEN代理店事業開始
2005年		5月 モバイル放送代理店事業開始 ストアカード代理店事業開始
2006年	10月 (株)ウォーターダイレクト設立	
2007年	4月 第一工場稼働開始	
2008年		1月 ウォーターサーバー代理店事業開始
2009年		5月 モバイル代理店事業開始
2010年	7月 富士吉田工場 竣工（産拠点変更）	4月 プレミアムウォーター(株) 設立
2011年		3月 新設分割により(株)エフエルシー設立
2013年	3月 東京証券取引所マザーズ 上場	
2014年	1月 (株)アイディール・ライフ設立（(株)光通信と合併） 4月 東京証券取引所 市場第二部へ市場変更	
2015年		8月 ウォーターサーバー新規顧客 月間獲得13,015件（宅配天然水No.1）※

2016年 7月 **(株)プレミアムウォーターホールディングス設立**

※第三者調査機関による、ウォーターサーバーを使用した非加熱天然水の宅配水サービスの実績調査に基づく。

1-③ 経営統合

非加熱天然水品質業界No.1※
株式会社ウォーターダイレクト



※最高水準の生産環境

顧客獲得力 業界No.1
株式会社エフエルシー

PREMIUM WATER
HighQuality Water Delivery Service

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

PREMIUM WATER **にブランド統合**
HighQuality Water Delivery Service

日本の良質な天然水の価値にこだわりながらも
新たな価値創造し訴求できるリーディングカンパニー

■株式会社ウォーターダイレクト

「非加熱天然水」の製造品質、出荷量ともに
国内トップクラス。

プレミアムウォーター(株)に対してOEM提供。

■株式会社エフエルシー

国内最大級のプロモーション営業会社。

プレミアムウォーター(株)を傘下に持つ。

■株式会社プレミアムウォーターホールディングス

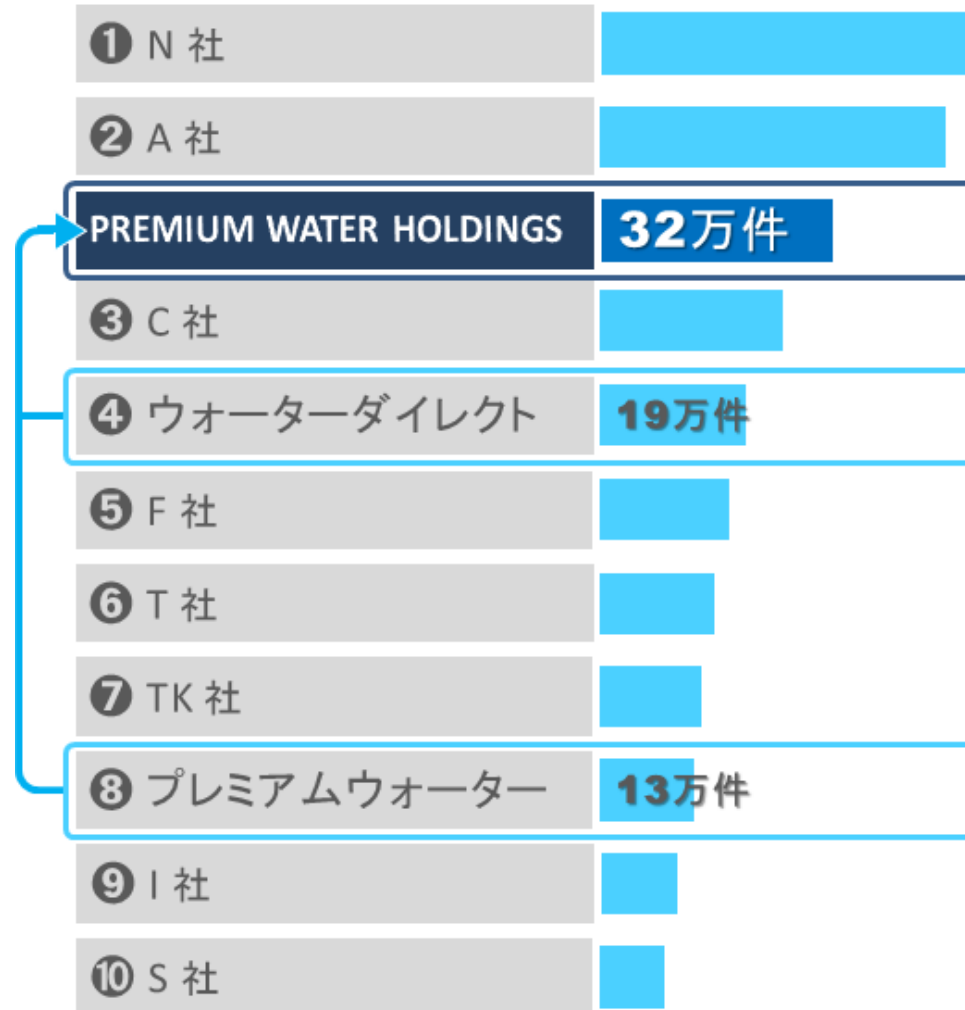
両社の経営統合により誕生。

国内トップクラスの生産能力と品質、

国内最大の販売力を有する。

1-④ 経営統合の意義

■ 業界シェア（保有顧客ベース）（出所：日本宅配水&サーバー協会調べに基づく日本流通産業新聞「水宅配業界地図2016」
矢野経済研究所「ミネラルウォーター市場の現状と将来展望」）



宅配水業界シェア4位のウォーターダイレクト、
同8位のプレミアムウォーターを傘下に持つFLCが
経営統合することで、

**顧客数32万件の業界シェア3位、
ワンウェイ事業者ではトップシェアメーカー**
が誕生します。

経営統合により、年間の新規顧客獲得数が
20万件を超える当社は、今後の営業活動を
**「PREMIUM WATER」ブランドに統一、
2019年3月期の業界首位**を目指します。

※当社の保有顧客数は2016年3月末時点の数値です。

1-⑤ 取締役紹介



代表取締役 社長
萩尾 陽平

1978年生まれ。福岡県出身。
高校卒業後、アメリカの大学へ留学。大学院進学を前に一時休学し、23歳でエフエルシーグループの前身となる会社を起業に参画。
2004年、株式会社エフエルシーを設立。
趣味は、トライアスロン・ゴルフ・水泳。

代表取締役 CFO
長野 成晃

1978年生まれ。和歌山県出身。
株式会社光通信の財務部門出身。財務体質の健全化や経営統合に向けた準備など経営管理全般等、総合的な企業価値の極大化に尽力。
趣味は、テニス・ゴルフ・食べ歩き。

取締役
形部 孝広

1972年生まれ。
株式会社光通信の営業部門出身。平成26年11月には株式会社アイディール・ライフの取締役に就任し宅配水事業を牽引。2016年1月の専務取締役就任後からは、全社的な経営管理のほか営業部門の強化に尽力。

取締役（非常勤）
和田 英明

1973年生まれ。
株式会社光通信の常務取締役。同社における企業経営全般や事業運営に関する豊富な見識・経験に基づいた確かな助言・提言で当社の企業価値の極大化に尽力。

取締役（非常勤）
村口 和孝

1958年生まれ。
当社設立間もない時期より当社取締役に就任。ベンチャーキャピタリストとして、企業経営全般や事業運営に関する豊富な見識・経験に基づいた確かな助言・提言で、企業価値の極大化に尽力。

取締役（社外）
藤野 英人

1966年生まれ。
当社設立時より当社取締役に就任。ファンドマネージャーとして、企業経営全般や事業運営に関する豊富な見識・経験を有し、当社取締役就任以降、取締役会の審議の場において、当社の経営における重要な事項に関し、独立した立場から当社の経営に対する確かな助言・提言で当社の経営を監督。

取締役（社外）
平井 亮子

1973年生まれ。
上場企業の経営企画担当役員としての豊富な見識・経験を有し、当社取締役就任以降、取締役会の審議の場において、当社の経営における重要な事項に関し、独立した立場から当社の経営に対する確かな助言・提言で当社の経営を監督。

(株)プレミアムウォーターホールディングス

(株)エフエルシー

プレミアムウォーター株

メーカー業務

エフエルシープロモーション株
エフエルシークリエイション株
株LUXURY

販売業務

SINGAPORE FLC PTE LTD.

海外事業

エフエルシーイノベーション株

コンテンツ事業

(株)ウォーターダイレクト

株アイディールライフ
株ウェルウォーター
富士ウォーター株

株ディー・アクション

深圳日商沃德管理諮詢有限公司

2. 事業概要

Business Summary

- ① ウォーターサーバー事業
- ② サービス内容：①②利便性の高いサービス
- ③ サービス内容：③④最高品質
- ④ ビジネスモデル
- ⑤ 収益モデル



2-① ウォーターサーバー事業



私たちは、ウォーターサーバーを使った
宅配水サービスを提供する会社です。

同業他社と異なるのは、
天然水の不変の価値と最高の品質、利便性を
追求するということです。








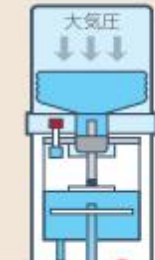



- ① 定期配送 & 冷温水がいつでも使えて便利
- ② 利便性が高いボトル回収のないシステム
- ③ 最上級の水（ナチュラルミネラルウォーター）
- ④ 最高品質のナチュラルミネラルウォーター

利便性の高いサービスと極上の品質

||
「PREMIUM」

2-② サービス内容:①②利便性の高いサービス

当社は、衛生面・利便性を考慮し、**ワンウェイ方式を選択**したことでお客様の支持を得ています。

サービス形態	再利用ボトル「リターナブル方式」	使いきりボトル「ワンウェイ方式」	
<p>宅配イメージ</p>	<p>使用後のボトルを回収し、洗浄・殺菌後に再利用</p>  <p>使用後の容器は次回ご注文時に回収</p>	<p>使いきりボトルをお届けする片道(ワンウェイ)方式</p>  <p>使用後の容器はお客様にて廃棄</p>	
<p>ボトルの特徴</p>	<p>回収して再利用</p>  <p>ガロンボトルかさばって困る...</p>  <p>ガロンボトル内に外気が流入する構造</p>  <p>酸化 カビの心配</p>	<p>つぶしてリサイクルゴミへ</p>  <p>使い捨てボトルで楽ちん!</p> 	<p>ボトル内に限りなく空気が混入しにくい</p> 
<p>宅配業者</p>	<p>メーカーが直接配送 ルートスケジュールでお届け</p> 		<p>宅配事業者が 指定時間にお届け</p> 
<p>宅配地域</p>	<p>主に配送拠点近隣にお住まいの方 (一部地域を除く)</p>		<p>全国各地にお住まいの方 (一部離島を除く)</p> 

2-③ サービス内容:③④最高品質

プレミアムウォーターは下記4種のうち、もっとも自然に近く、かつ希少である「ナチュラルミネラルウォーター」を採用し産地直送で、ご家庭へお届けしています。

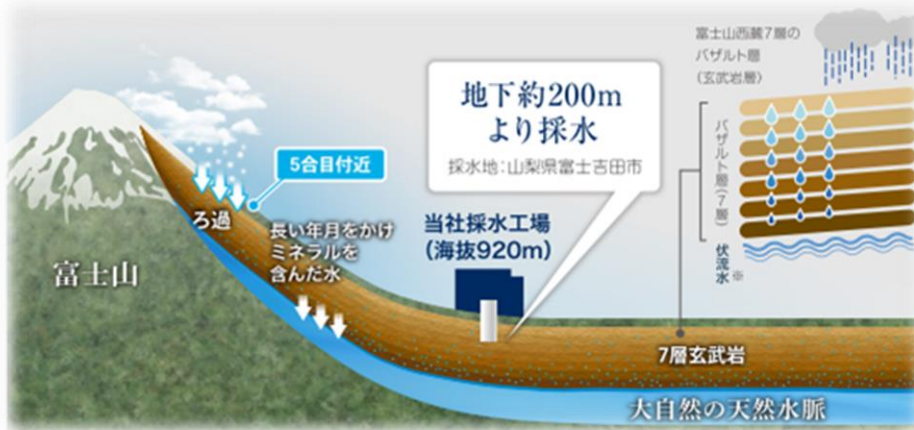


日本の自然環境の象徴である富士山麓において60年以上の歳月をかけてろ過され、希少なバナジウムや亜鉛をはじめとするミネラル、溶存酸素、遊離炭酸をバランス良く含む**理想的な天然水**。

※硬度25mg / ph値8.3 / 溶存酸素 8.2mg

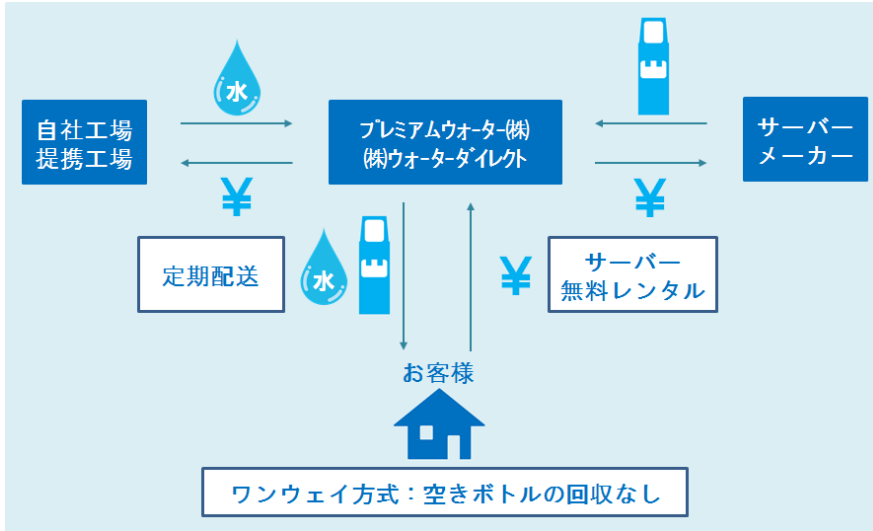
本来、飲料水の製造には除菌処理方法として、原則「加熱処理」が義務付けられていますが、「水」は「生鮮品」。加熱処理をすると劣化し、本来の美味しさが失われてしまう。

弊社商品は、放射能検査は勿論、厳しい安全管理基準をクリアし、**例外的に「非加熱加工」**を許可された数少ない工場で製造。



2-④ ビジネスモデル

■ビジネスモデル

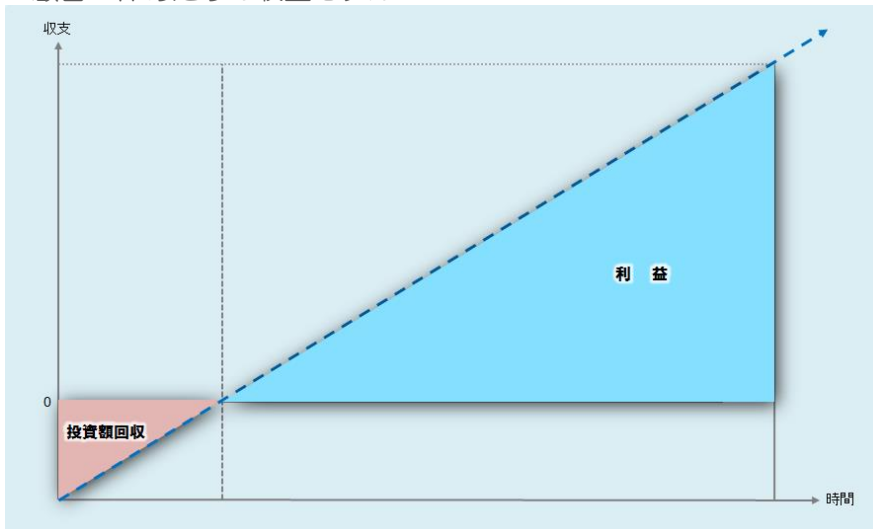


お客様へウォーターサーバーをレンタルにより提供し、お水(1set = 12ℓ×2本)を定期購入して頂き宅配します。

ボトル回収が不要なため、お水の配送は大手配送事業者による**全国対応**。

代金の決済は、保有顧客の80%がカード決済。**債権回収率98%**。

■顧客一件あたりの収益モデル

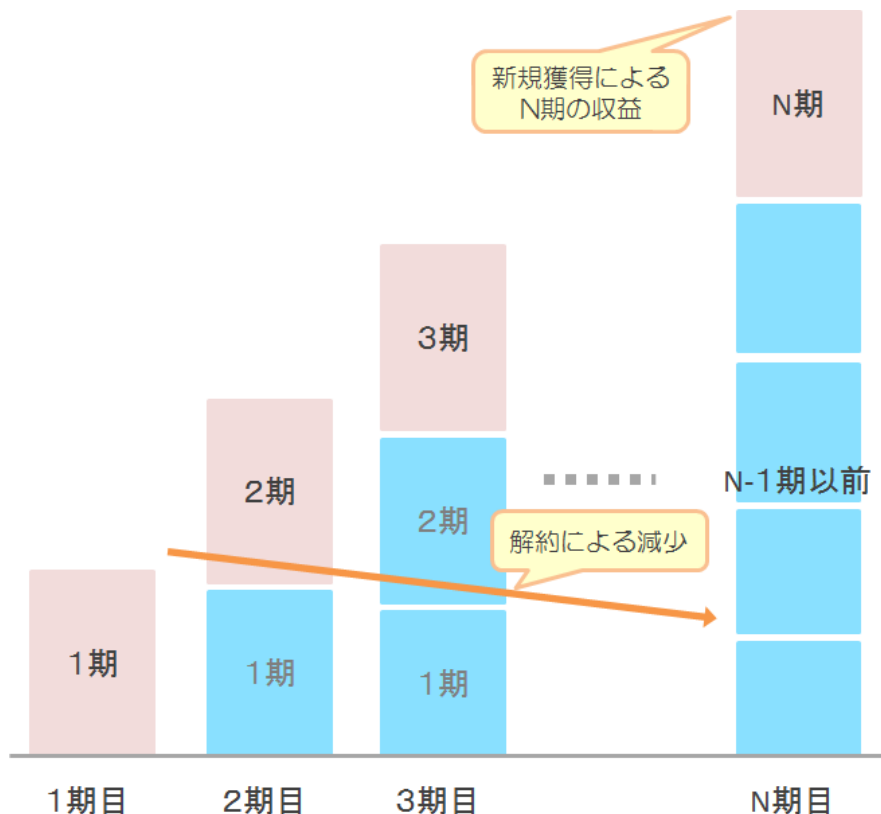


投資回収型の**ストックビジネスモデル**。

顧客の継続率が高く、配送周期が短いほど、将来収益は向上。

ストック利益ビジネスモデル

継続的利益（ストック利益）



※ストック利益とは
当社が獲得した顧客によって契約後に毎月支払われる水代等から得られる収入から、顧客維持コスト、提供サービスの原価等を除いた利益分のこと。

当社の事業は、ストックビジネスのため、

- ① 定期配送契約で **継続的な売上を確保**
- ② **顧客増 = ストック増加**
- ③ CPAが一定範囲内なら **利益確保が容易**

※CPA=顧客1件あたりの獲得コスト

顧客の増加により確実に収益増加が見込める
安定性の高いビジネスモデル

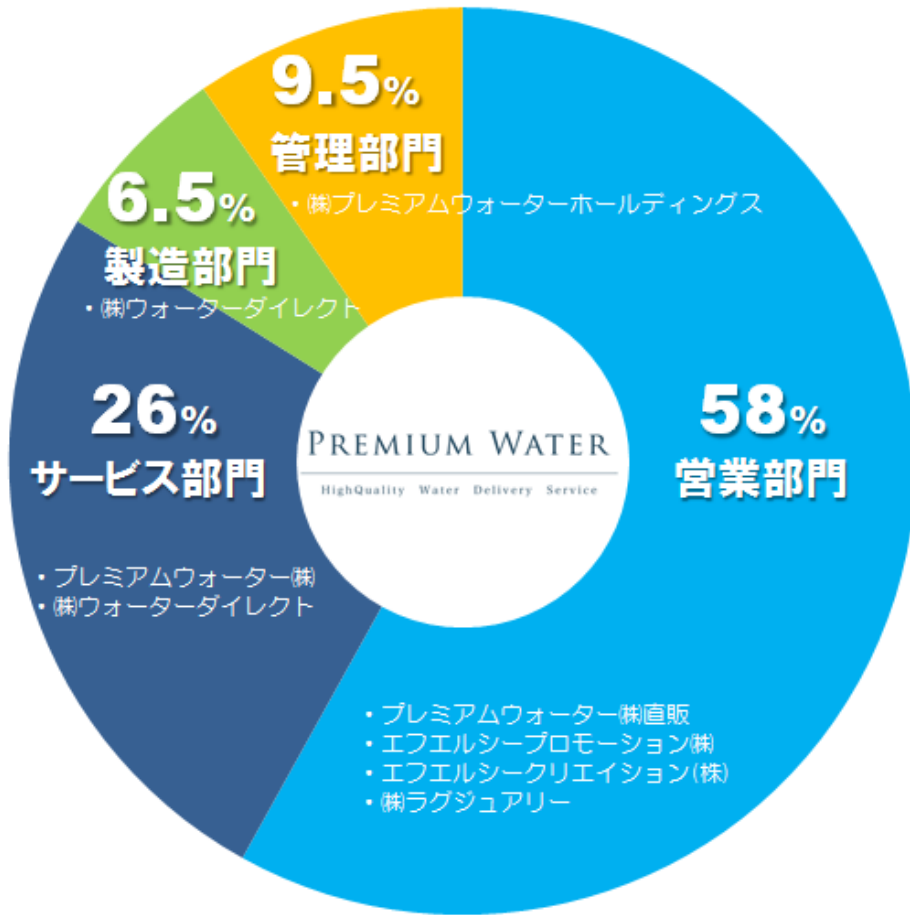
3. 経営統合の意義

The significance of the management integration

- ① 新会社の組織人員構成
- ② ウォーターダイレクトの最高品質
- ③ エフルシーグループの営業生産性



3-① 新会社の組織人員構成



(注:役員及び従業員、臨時社員含む)

(株)プレミアムウォーターホールディングスは、
2社の統合により
メーカーポジションにありながら
直販営業部門が約6割を占める

業界無二の営業会社に生まれ変わります。

ワンブランド化により

管理部門、製造部門は最小人員で編成し
顧客アフターのサービス部門を中核に置くことで、
高効率な組織を実現。

業界No.1の顧客獲得力により、

顧客純増数No.1を実現します。

3-② ウォーターダイレクトの最高品質

【無菌室による充填】

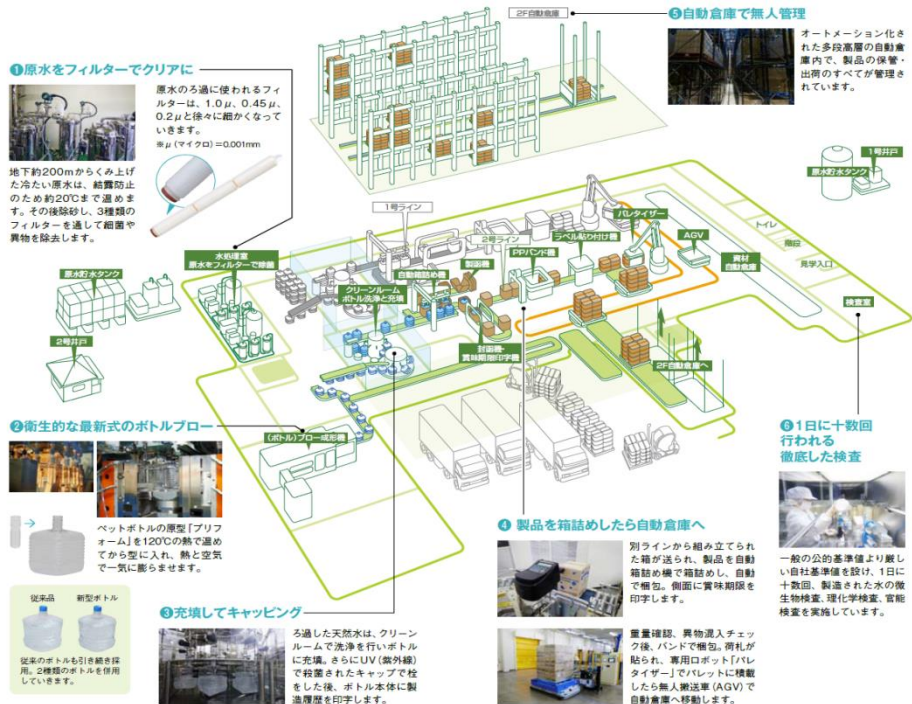


【自社水質調査(1日に十数回)】



■ FSSC22000認証工場による非加熱充填

2016年2月富士吉田工場が
FSSC22000の認証取得



■ 変わらない品質を提供するための拘り

- ① 「水のおいしさ」にこだわる非加熱処理
- ② 安心、安全を約束する検査、管理体制

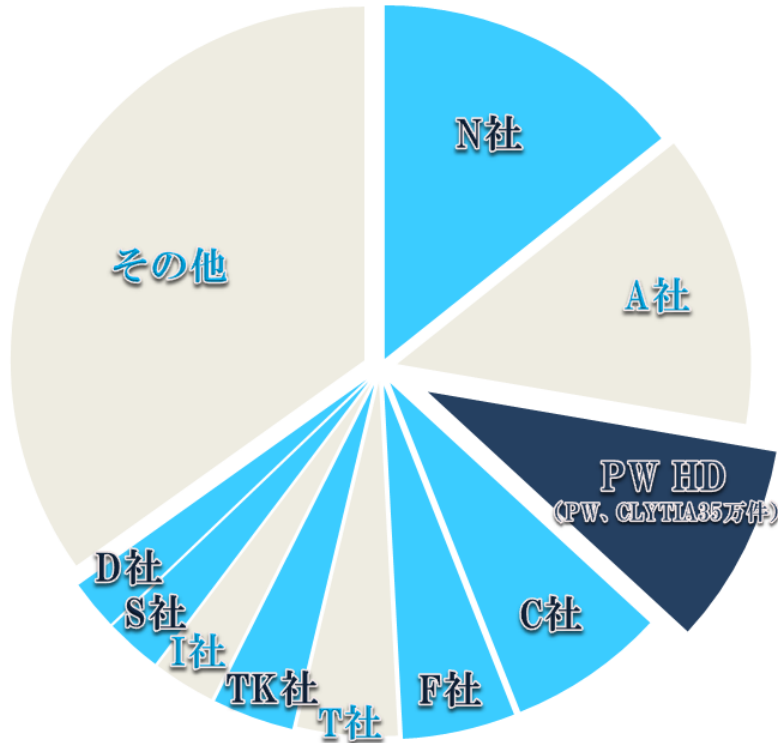
非加熱処理を採用したこだわりの天然水を、徹底した衛生管理のもと、**採水からボトルング・梱包までを一括生産**しています。

■ 安定的な商品供給を実現するために

徹底してオート化された富士山麗の自社工場。最新鋭設備を導入し、自動化を進め、衛生面・生産能力面で大幅に能力を向上

3-③ エフェルシーグループの営業生産性

■色はFLCグループにおいて取扱実績のあるブランド。



(出所：日本宅配水&サーバー協会調べに基づく日本流通産業新聞「宅配水業界地図2016」
矢野経済研究所「ミネラルウォーター市場の現状と将来展望」)



■国内最大級の営業組織
エフェルシーグループは、イベント対面式のセールスポモーション分野で国内最大級。過去、同業他社の営業を受託。

(株)プレミアムウォーターホールディングスとしての保有顧客は32万件ですが、エフェルシーグループの受託実績を合算すると実質獲得総数62万件超となり、営業実績は業界トップ。

■営業生産性
業界No.1の獲得力は、低獲得コストを実現します。

■高い営業品質
水だからこそ「安心・安全」が重視されますが、**安心・安全な水だけでは差別化は図れません。**お客様にとっての対面型プロモーションの利点は、専門的で広い知識を持つスタッフに、お客様個別の状況に対し有効な相談ができることです。

当社は対面営業にこだわり、その活動を通じて、**お客様の信頼を得る**ことで、**長期契約と低解約率**を実現しています。

4. 成長戦略

Growth Strategy

- ① ワンブランド化
- ② 今後の取り組み① Water
- ③ 今後の取り組み② Server
- ④ 今後の取り組み③ Servicing
- ⑤ 今後の取り組み④ SideMenu
- ⑥ 今後の取り組み⑤ 海外展開



4-① ワンブランド化



■ブランド統一

当社が同業他社と異なるのは、**天然水の不変の価値を追求**するという点です。

「CLYTIA」ブランドによる新規獲得を停止。
新規獲得は「PREMIUM WATER」**ブランドに統一**し、
すべての営業リソースを投入。
強力な新規獲得力を武器に
新規顧客獲得数 年間20万件超を実現し
業界のリーディングカンパニーを目指します。

■ジャパブランドを世界へ

日本の天然水を世界へ発信していきます。
日本の商品・サービスの品質の高さを表す
「JAPAN PREMIUM」を表現したブランド名へ。

■ワンブランド化の効果

「非加熱天然水の価値」にこだわる両社は、取引開始以来、**基本的な理念が一致**しており、相互の事業展開に対し理解が深いため、経営統合後、あらゆる戦略のスピーディな展開が可能。
営業・製造・物流・製品開発・水源開発、あらゆる面で**コスト改善**が可能であると同時に、**ブランド認知度の向上による競争力UP**を狙う。

PREMIUM WATER

HighQuality Water Delivery Service

4-② 今後の取り組み① Water



■採水地戦略

- ① 日本選りすぐりの「天然水の価値」訴求
- ② 世帯分布の高い東名阪・山陽・九州北部一帯の需給を賄える
- ③ 採水地が相互補完可能な採水量と物流位置にある

■富士山

富士山麓の「富士箱根伊豆国立公園」内で採水。
バナジウム含有量国内最高水準。

■金城

降雨量が多く変化に富んだ地理的特長により、
地下約700メートルの花崗岩の下で長い年月を
費やしてろ過された天然水。

■南阿蘇

日本名水百選の一つ「白川水源」など周囲に多くの
水源を有し、その豊富な湧水量と水のおいしさ
で有名な地。

■世界が認めた品質

いずれの採水地においても、国際的な権威ある2
つの食の審査機関「モンドセレクション」「iTQi
(国際味覚審査機構)」を受賞。

4-③ 今後の取り組み② Server



■レギュラーサーバー

従来の機械的なウォーターサーバーのイメージを刷新。一人暮らしの部屋から、ご家族のリビングやキッチンまで、スペースや雰囲気に合わせてやすい**高いデザイン性を重視**。

cado



amadana



■高機能サーバー

最高の「使いやすさ」「多機能」「安心・安全」にこだわった高品質サーバー。

■デザインサーバー

嗜好に拘る方や富裕層向けに**有名デザインブランド**とのコラボレーション。

■コラボレーションサーバー

根強いファン層を持つ団体やアーティスト等と**タイアップしたサーバー**。



4-④ 今後の取り組み③ Servicing

「PREMIUM WATER」は、業界で唯一、アプリが利用可能。
 今後は、「CLYTIA」ユーザーにもアプリサービスを提供する予定。

PREMIUM
WATER

for iPhone
for Android



■ユーザーレビュー好評

iPhone5s iOS7.1.2動作問題なし ★★★★★

:たか@もぐら - 2015年8月27日

見やすく使いやすい印象。配達予定はカレンダーに時間や本数、料金などを表示してくれると分かりやすい

このレビューは役に立ちましたか? はい | いいえ | 問題を報告する

ユーザーのレビュー



Galion Choir 2015年8月12日

★★★★★

顧客の利便性を追求してますね〜子供のミルク調製のために契約しましたが、この暑さで追加注文やら配達数変更やらが重なり、そのたびに電話してました。なのでこのアプリは便利そうですね。またアプリからの注文は試してませんが、アプリの画面もシンプルで見やすく、使いやすい印象です。ウォーターサーバーの会社はいろいろありますが、プレミアムウォーターさんはウチのように若い夫婦の家庭にいいですね。便利なツールを用意してくれるので好印象です。...及? ("A")いやいや、ステマじゃないですよwフツターの客です (笑)

3.6



神宮寺レン 2015年8月12日

★★★★★

やっとか 日付変更がちょっと簡単になったね



岡本博文 2015年8月26日

★★★★★

注文変更しやすくなりましたかね?

顧客対応がカスタマーセンター主流の業界において
唯一、スマートフォンアプリをリリース。

当社の顧客対応は3ch。

- ① カスタマーセンター
- ② WEBお客様ページ
- ③ お客様ページアプリ

顧客の増加にカスタマー入電数を比例させず、
顧客管理コストを抑制できる体制を確保。

「PREMIUM WATER」ユーザーの**3人に1人**は
 「マイページ」アプリを利用。

Webも含めた場合、

ユーザーの**50%がマイページ**を利用。

4-⑤ 今後の取り組み④ Side Menu

■CS向上モデル



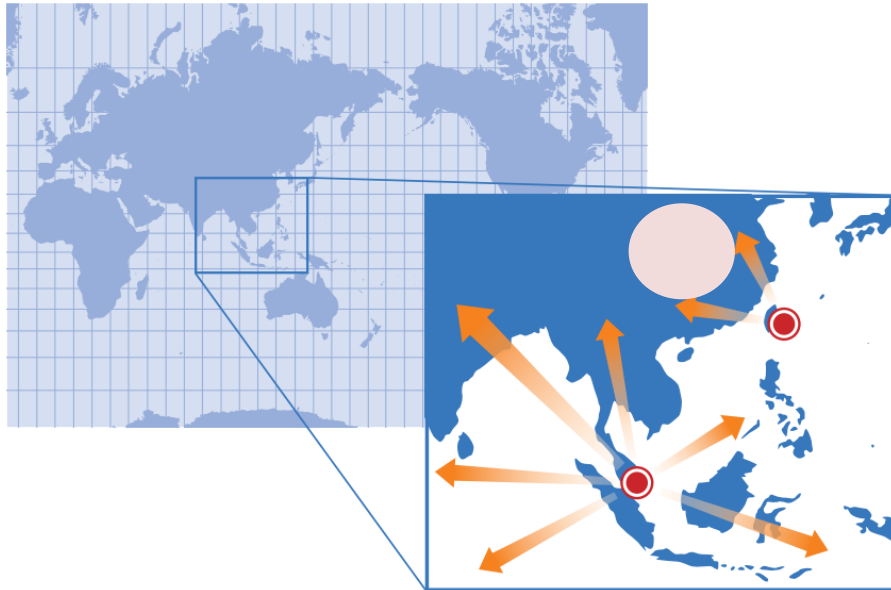
お客様により天然水をご利用頂くために、

「天然水を使う生活習慣」をご提案しています。

水と親和性の高い厳選した副商材を、会員限定価格で提供し、顧客満足度の向上に努めています。

- ① 親和性の高い副商材（お水の消費促進）
- ↓
- ② 会員限定価格（継続率の向上）
- ↓
- ③ アプリで複数サービスの併用を簡単に
- ↓
- ④ **高い顧客満足**

4-⑥ 今後の取り組み⑤ 海外展開



① シンガポール

シンガポールは、東南アジアの主要都市へのブランド発信拠点。

ここでの成功が東南アジア拡大への最短ルート。

② 台湾

中国大陸への足掛かりとして進出。

サーバー安全管理を重視した戦略を展開。

③ ワンアジアンアワード受賞

社会的責任で成果を出したアジアの中小企業を表彰する「ワン・アジア・アワーズ」を日本企業として初受賞。



5. 成長イメージ

Growth Image

- ① 保有顧客計画
- ② 成長戦略要素
- ③ 成長戦略サマリー
- ④ 事業計画

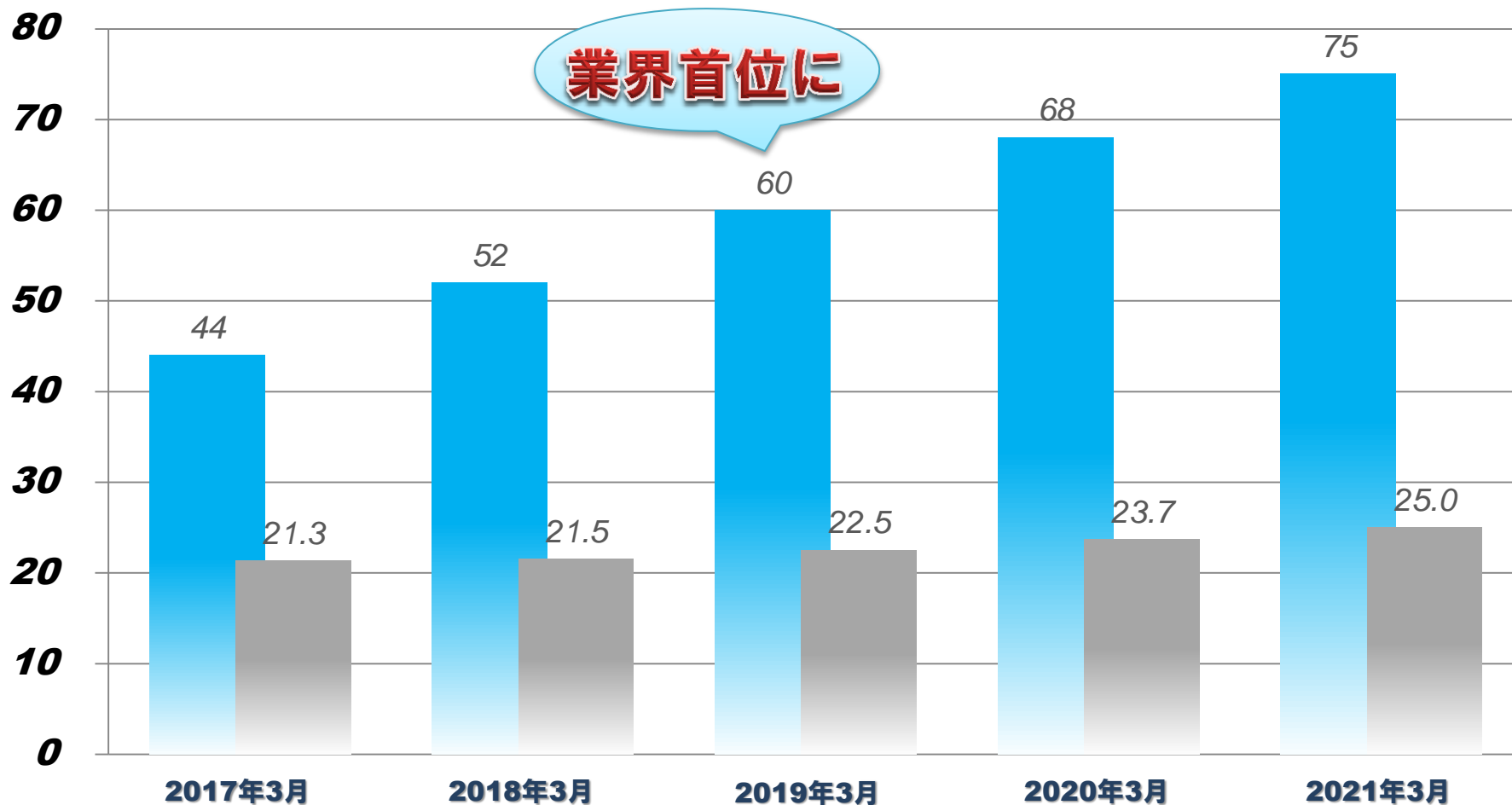


5-① 保有顧客計画

保有顧客数
(万件)

新規顧客数

グループにおける年間新規顧客獲得数20万件超。
2019年3月期の業界シェアトップを狙う。



5-② 成長戦略要素

継続取引の安定した顧客基盤に

付加価値の高い良質な商品・サービスを提供。

① 顧客取引単価向上

② 顧客層の拡大



宅配水事業による安定収益

5-③ 収益性成長イメージ

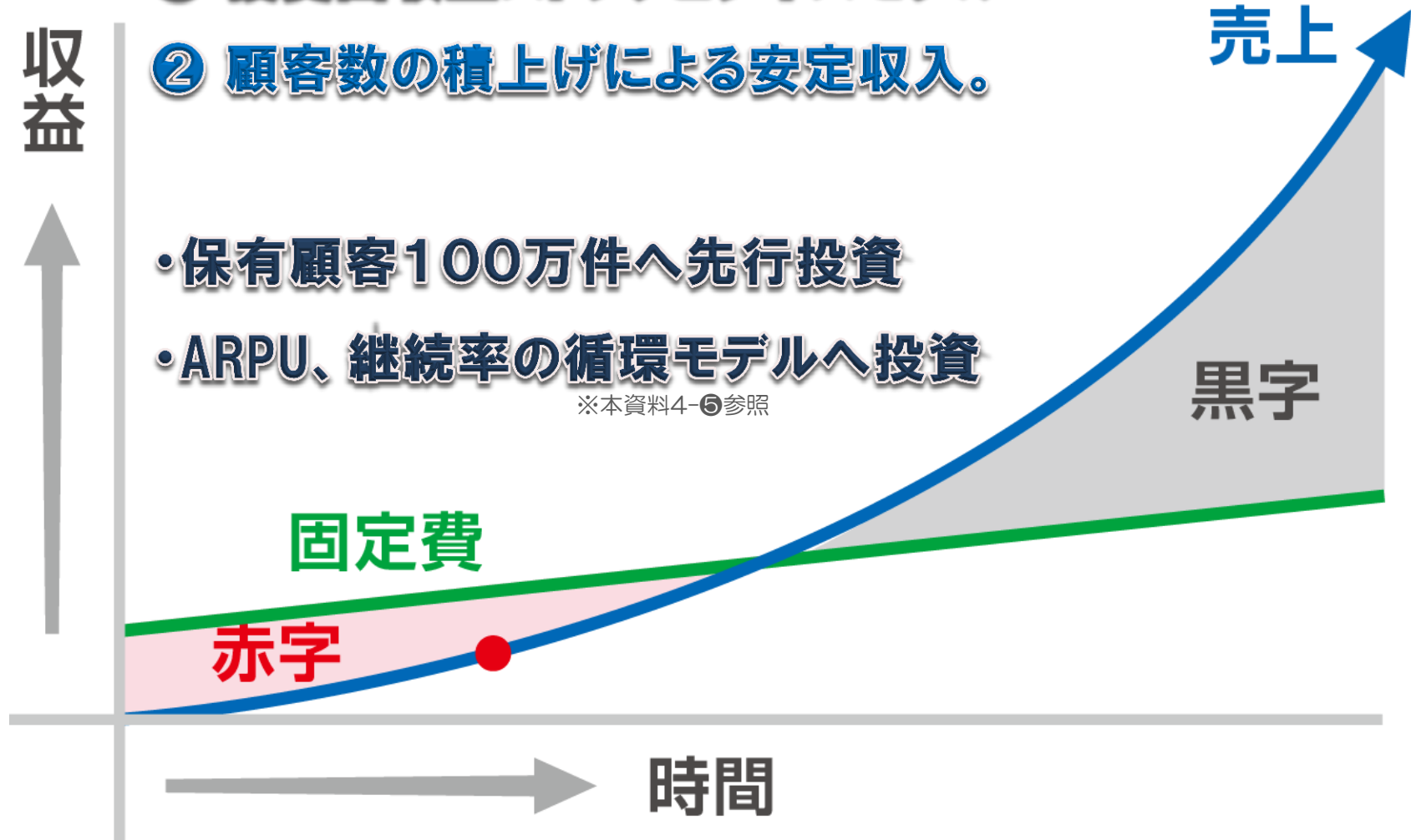
① 投資回収型ストックビジネスモデル

② 顧客数の積上げによる安定収入。

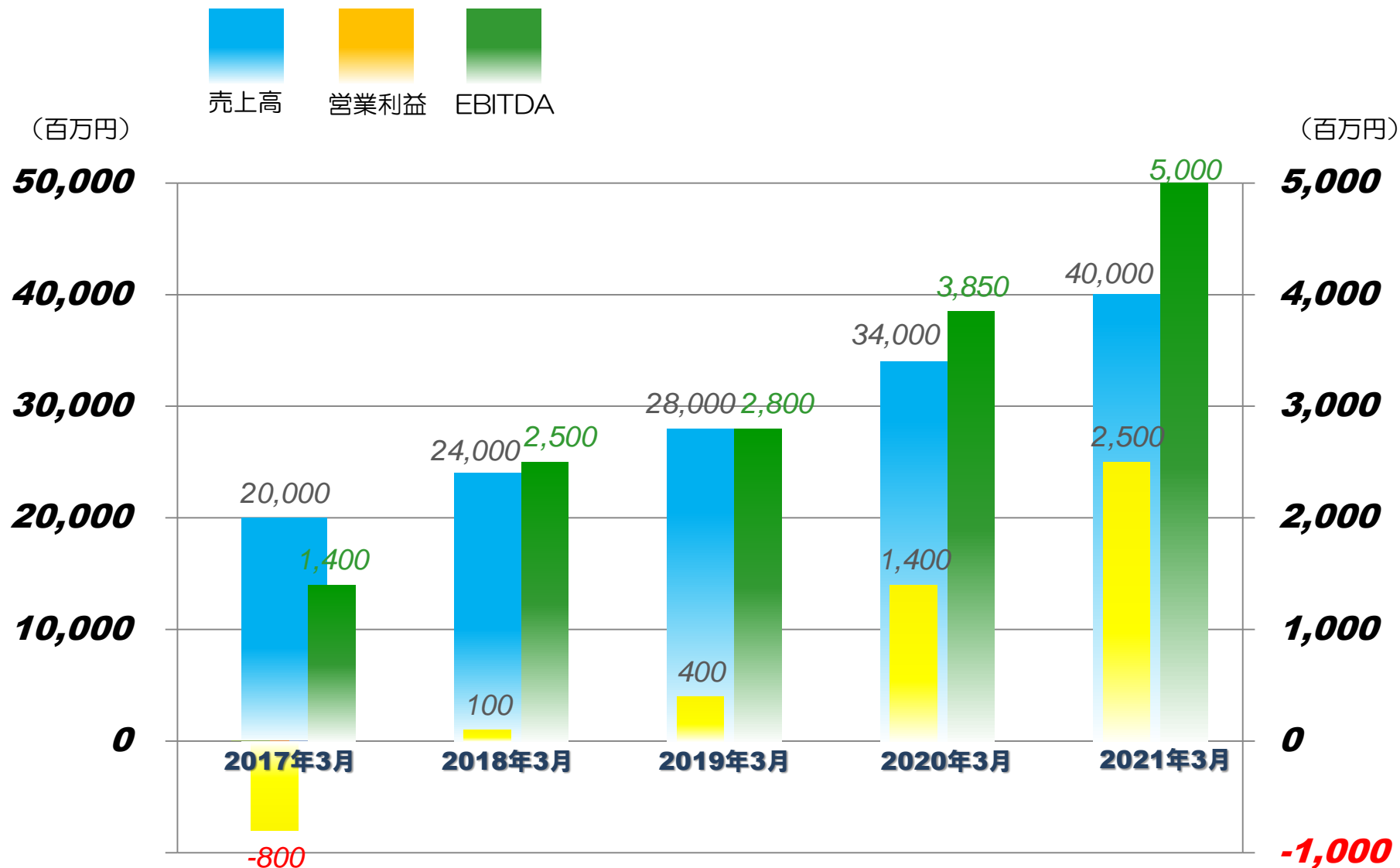
・保有顧客100万件へ先行投資

・ARPU、継続率の循環モデルへ投資

※本資料4-⑤参照



5-④ 事業計画



本資料の取扱いについて

- 本資料は、当社の事業及び業界動向に加えて、当社における現在の予定、推定、見込み又は予測に基づいた将来の展望について言及しています。
- これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。当社は、将来の展望に対する表明、予測が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。
- 本資料における将来の展望に関する表明は、2016年6月8日現在において、利用可能な情報に基づいて、当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

(※2016年7月1日からの新会社名。(現)株式会社ウォーターダイレクト)