

Prored Partners

株式会社プロレド・パートナーズ

2021年10月期 第3四半期  
決算説明資料

東証一部（証券コード：7034）

thinkOut

2021.9

1. **2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正** P3
2. **コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム** P13
3. **高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況** P26
4. **ブルパス・キャピタルによる第2号投資案件** P39

# 1. 2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正

## 1. 2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正

## 業績ハイライト

1. 当期第2四半期までは連結・単体ともに売上高は計画通り進捗していたが、当第3四半期（特に6月以降）に入ってから計画対比で下振れ（P.6～8参照）
  - コロナ禍の影響を強く受けた顧客業種からの受注が落ちたことが要因。他方で、**コンサル事業のKPIの多くは堅調な成長モメンタムを裏付けており**（P.14～25参照）、**来期は成長軌道に回帰**
  - 子会社の知識経営研究所も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速
2. コスト削減のDXを実現するBSM<sup>1</sup>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、**導入件数が当初計画を大幅に上回って進捗**（P.37参照）。**来期中の課金開始を見込む**

## 2021年10月期 第3四半期累計 業績

	(連結)		(単体)
売上高	28.2 億円	売上高	24.8 億円
営業利益	5.1 億円	営業利益	5.4 億円
投資前EBITDA <sup>2</sup>	6.7 億円	投資前EBITDA <sup>1</sup>	6.7 億円

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

## P/Lサマリー

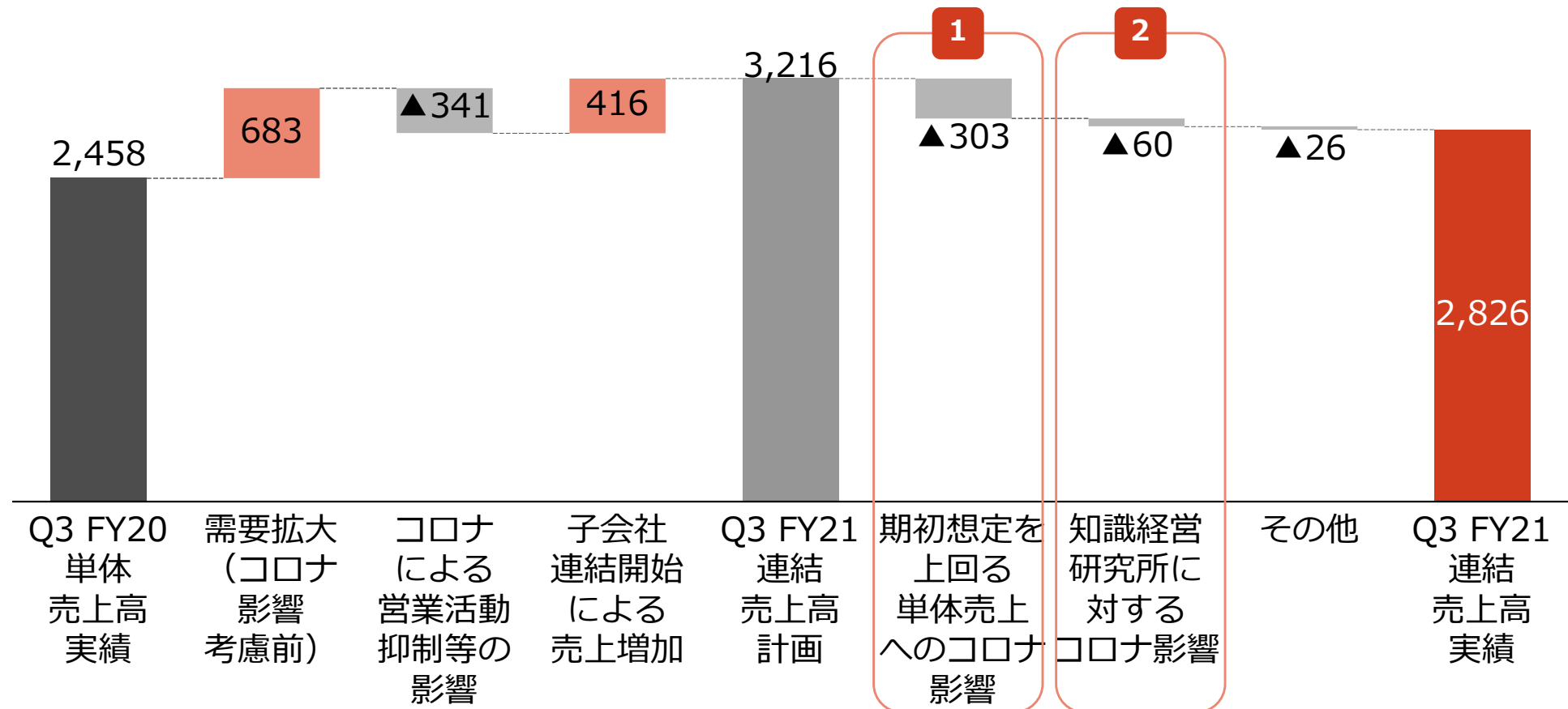
(単位：百万円)	単体四半期累計				対前同期比 増減率 (%)	連結四半期累計
	20年10月期3Q	20年10月期	21年10月期3Q	21年10月期3Q		
売上高	2,458	3,270	2,482	+1.0%	2,826	
売上原価	649	924	897	+38.1%	1,160	
原価率	26.4%	28.3%	36.1%		41.1%	
売上総利益	1,808	2,346	1,585	△12.3%	1,665	
粗利率	73.6%	71.7%	63.9%		58.9%	
販売費及び一般管理費	823	1,130	1,039	26.2%	1,150	
販管費比率	33.5%	34.6%	41.9%		40.7%	
営業利益	984	1,216	546	△44.6%	515	
営業利益率	40.1%	37.2%	22.0%		18.2%	
投資前EBITDA	1,045	1,250	679	△25.1%	672	
投資前EBITDA/売上	42.5%	38.2%	27.4%		23.8%	
経常利益	955	1,189	523	△45.2%	496	
当期(四半期)純利益	662	869	363	△45.2%	336	

## 当第3四半期売上高の予実差異

- 当期第2四半期までは連結・単体売上高ともに期初計画通り進捗
- 当第3四半期に入ってから、コロナ禍の影響を受け、単体及び子会社である知識経営研究所において当初見込んでいた売上高の下振れが顕在化

(百万円)

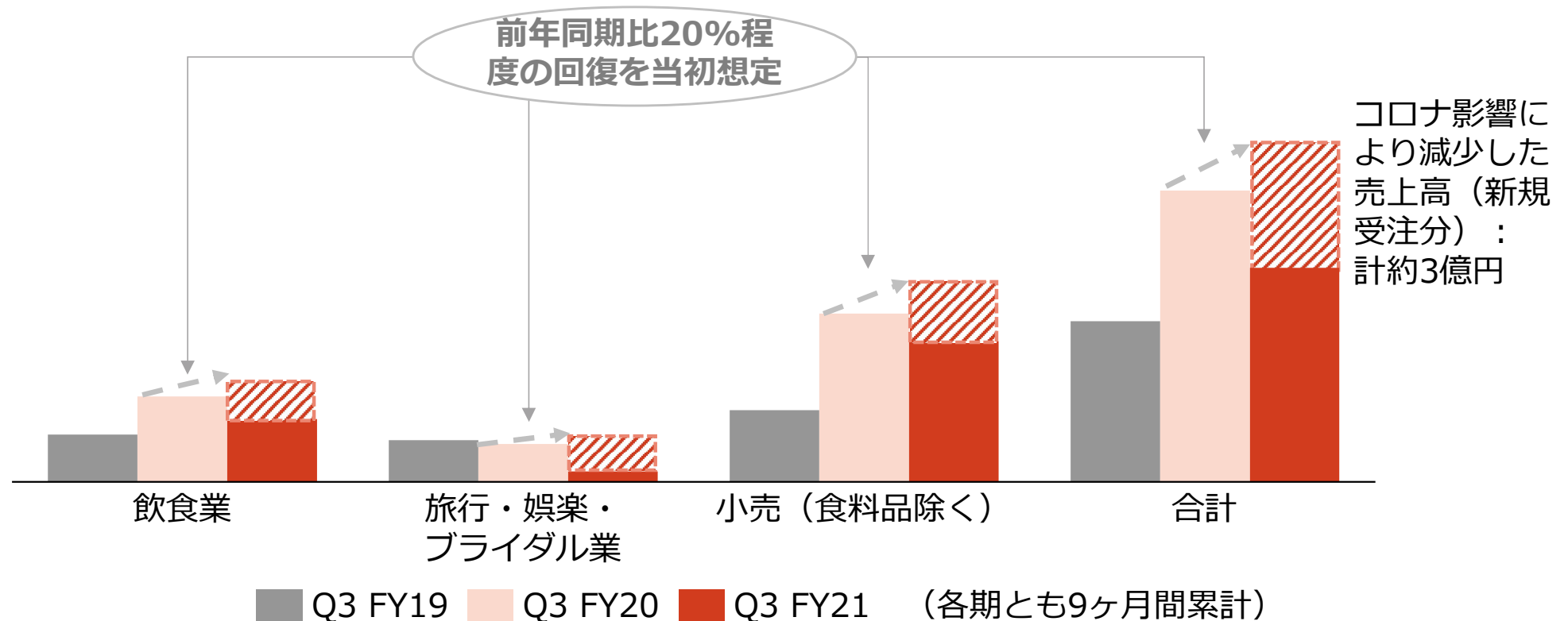
次ページ以降で補足説明



## 1 コロナ影響を大きく受けた業種からの売上減少

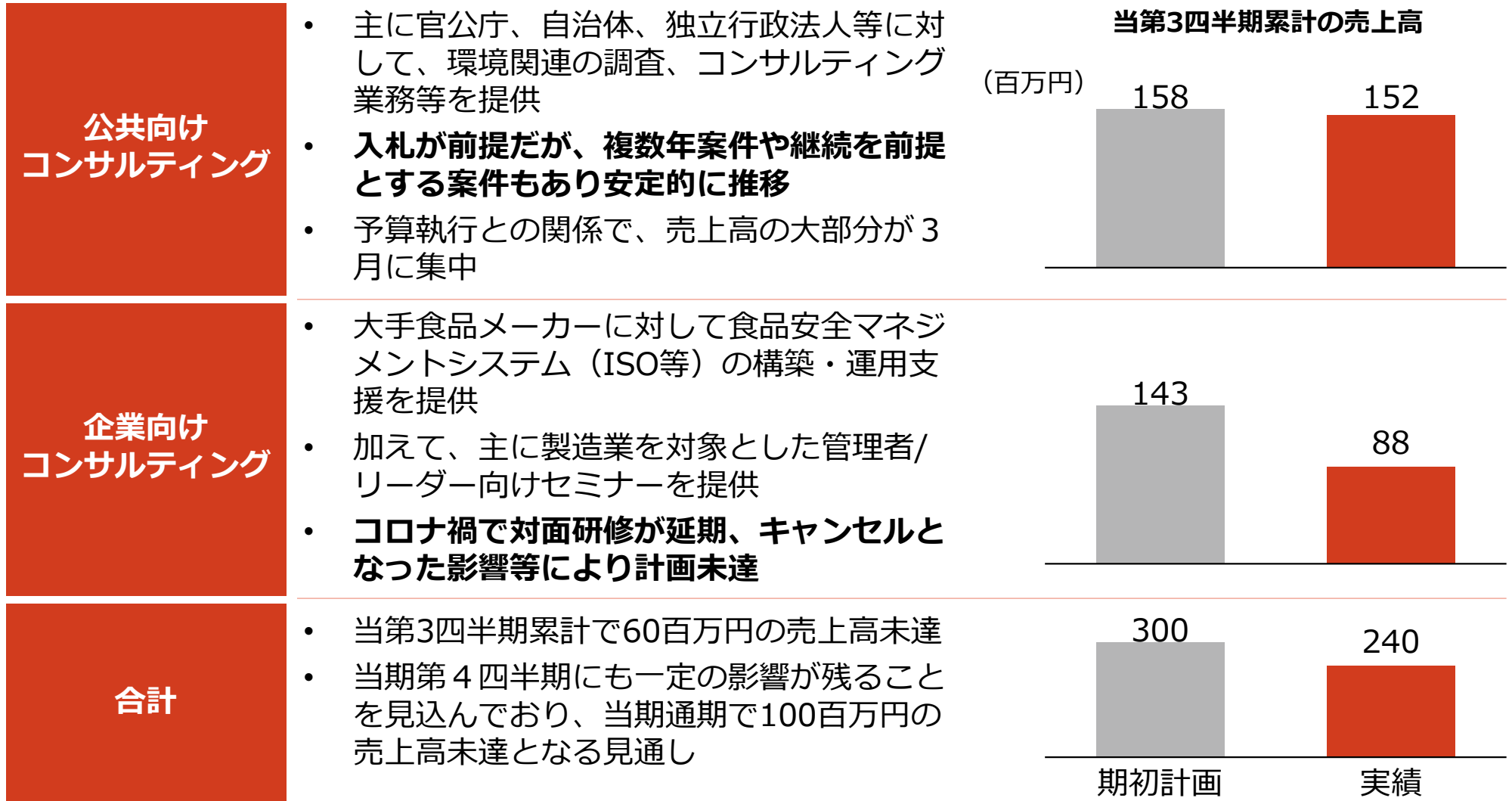
- コロナ禍の影響を大きく受ける顧客業種では厳しい事業環境が続く。コロナ影響に起因する複合的な要因により、これらの業種からの新規受注にかかる売上が減少（店舗稼働が低水準のため、または間接材コスト削減よりも他の経営改善策が優先されたため、当初見込んでいた大型案件の一部が延期）
- 前期末に当期業績計画を策定した時点では、これらの業種における受注回復を見込んでいたが、当第3四半期に入ってから回復の遅れが鮮明に

### コロナ影響を大きく受けた顧客業種向け当社売上高



## 2 知識経営研究所の売上高下振れ

- 知識経営研究所の売上高の半分強を占める公共向けコンサルティング事業は堅調に推移。他方で、企業向けコンサルティング事業は、コロナ禍による対面研修の延期、キャンセル等の影響が顕在化





## 2021年10月期業績予想の修正

- 主に以下の点を踏まえて、当期業績予想を精査し、下方修正を行うことを決定
  - 当第3四半期において前出の理由により売上高が計画対比下振れており、かつ、本年7月以降に急激な感染拡大を引き起こしているデルタ株が当期第4四半期にも相当程度の影響を与えること
  - プロサインの来期中の課金開始の蓋然性が高まったため、当第3四半期から開発費を資産計上開始したこと。加えて、今期中にかかる開発費が前回予想より減少する見通しであること

(単位：百万円)

	2020年10月期 (実績)	2021年10月期 (今回予想) ②	2021年10月期 (前回予想) ①	差額	増減率 (%) ②/①-1
(連結)					
売上高	—	3,744	4,349	△605	△13.9%
営業利益	—	627	888	△261	△29.3%
投資前EBITDA	—	805	1,357	△552	△40.6%
EBITDA/売上高	—	21.5%	31.2%		
(単体)					
売上高	3,270	3,299	3,795	△496	△13.0%
営業利益	1,216	604	936	△332	△35.5%
営業利益率	37.2%	18.3%	24.7%		

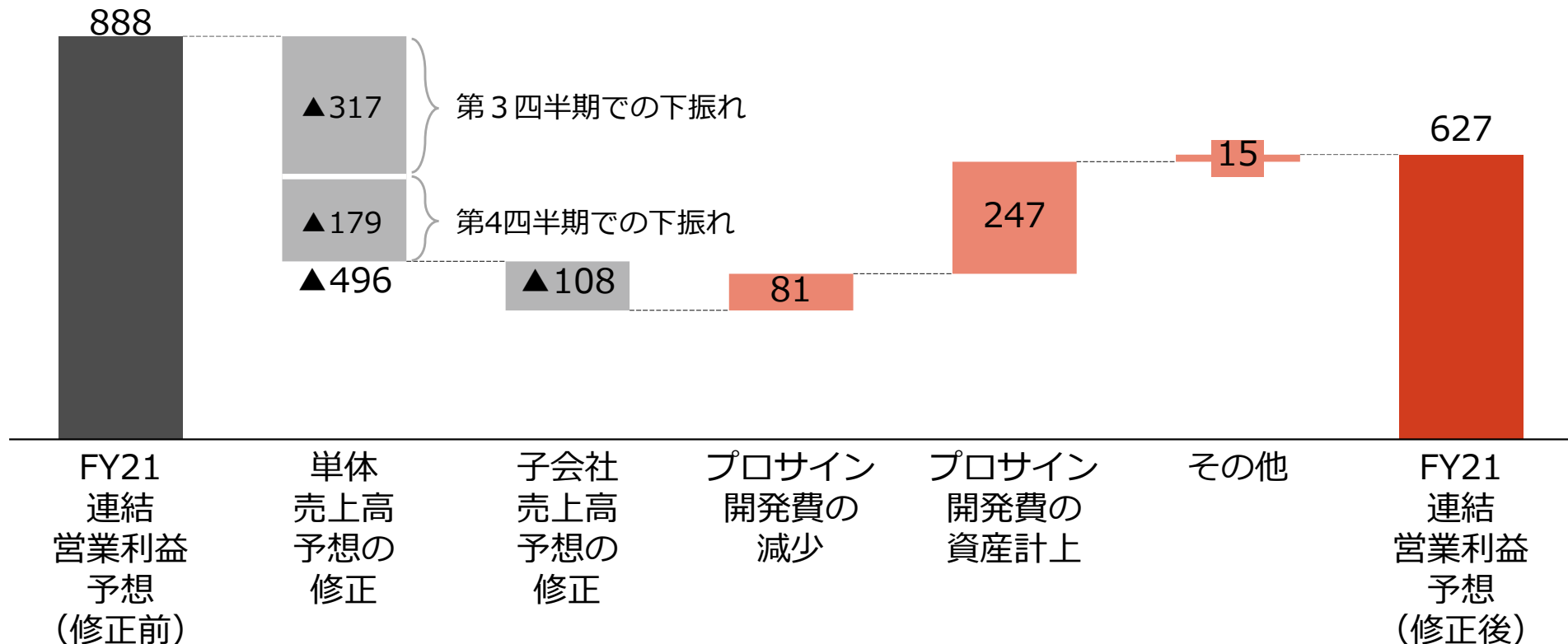
# 1. 2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正

## 当期連結営業利益見通しの修正内容

- 単体・子会社の売上高通期予想の下方修正が営業利益を押し下げ。プロサイン開発費が当初想定を下回ったことにより、当該影響の一部を相殺
- 後述のとおり、プロサインの導入社数が本年6月のソフトローンチ以降、当初想定を大幅に上回って推移。**将来収益が見込める蓋然性が高まったため、プロサイン開発費の一部を資産計上開始**

### 業績予想修正前と後の連結営業利益の差異の内訳

(百万円)



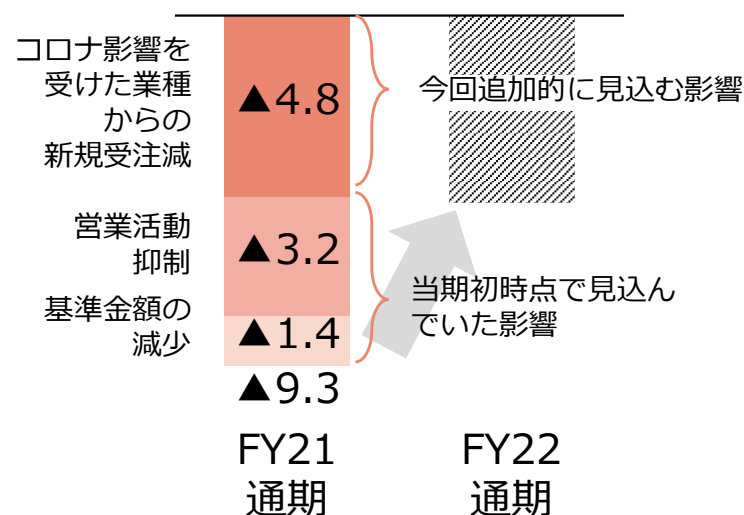
# 1. 2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正

## 来期以降の売上成長回帰の見通し

- 当期は、第3～5波と呼ばれるコロナ感染拡大を受け、通期ベースで9億円超の売上影響を見込む
- ワクチン接種が進むことにより、これまで延期されてきた大型案件の再開が期待できるほか、営業リード獲得の加速、新事業領域の拡大等の施策を実行することで**来期は成長軌道に回帰できる見通し**
- 次章記載のとおり、**当社サービスに対する潜在需要は大きく、当社の市場ポジションも強固であり、中長期的な成長ストーリーは不変**

### 単体売上に対するコロナ影響の低減

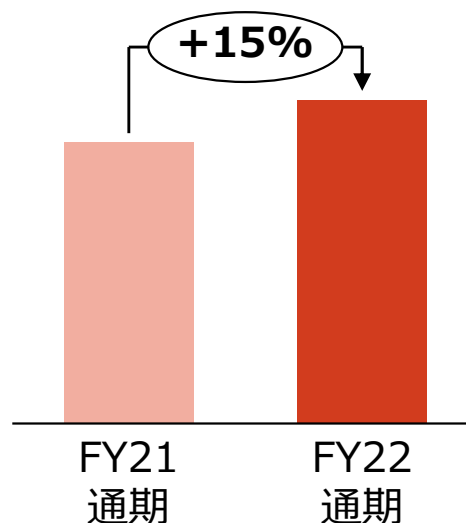
(億円)



足元の状況を踏まえ、期初に見込んでいた売上影響額のほぼ2倍の金額を当期通期で織り込み。国内のワクチン接種進捗を踏まえ、来期は影響度低減を見込む

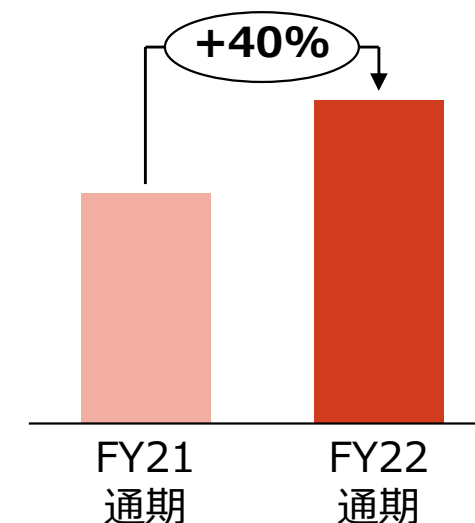
### 営業リード獲得の加速

(年間リード件数)



パートナーシップ戦略を強化（国内最大手金融機関との協業開始含む）。また、近年急増している顧客からの直接照会や潜在的に大きな市場規模が期待できる自治体向けを取り込み

### 新事業領域の売上拡大



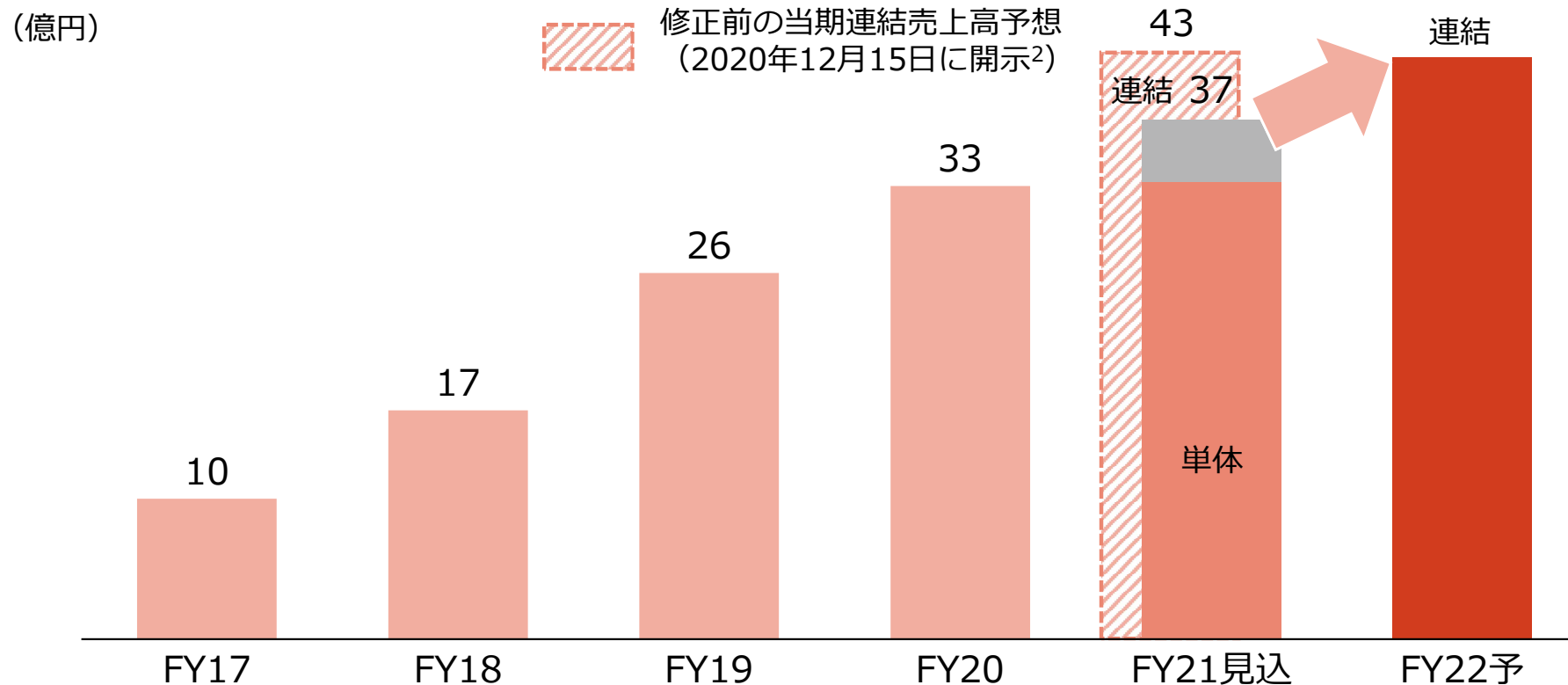
直接材、BPR/物流等の新事業領域における受注バックログは着実に積み上がっており、特に物流領域での売上高の高い伸びを見込む

# 1. 2021年10月期 第3四半期決算概要と業績予想の修正

## 来期売上高の想定水準

- 期初想定を大幅に上回るコロナ影響が顕在化した結果、当期の単体売上高は前期比横ばい
- 来期は、当期末時点の当期連結売上高予想に近い水準を実現することを現時点では想定<sup>1</sup>

### 当社連結・単体売上高の推移



1. 当社は現在、来期予算を検討・精査しており、来期の業績予想は所定の社内プロセスを経て今後決定・公表する予定です。今後の検討・精査の結果次第では、現時点での想定と異なる数値を公表する可能性があることに留意ください
2. 2021年6月11日付で開示した当期業績予想の修正において据え置き

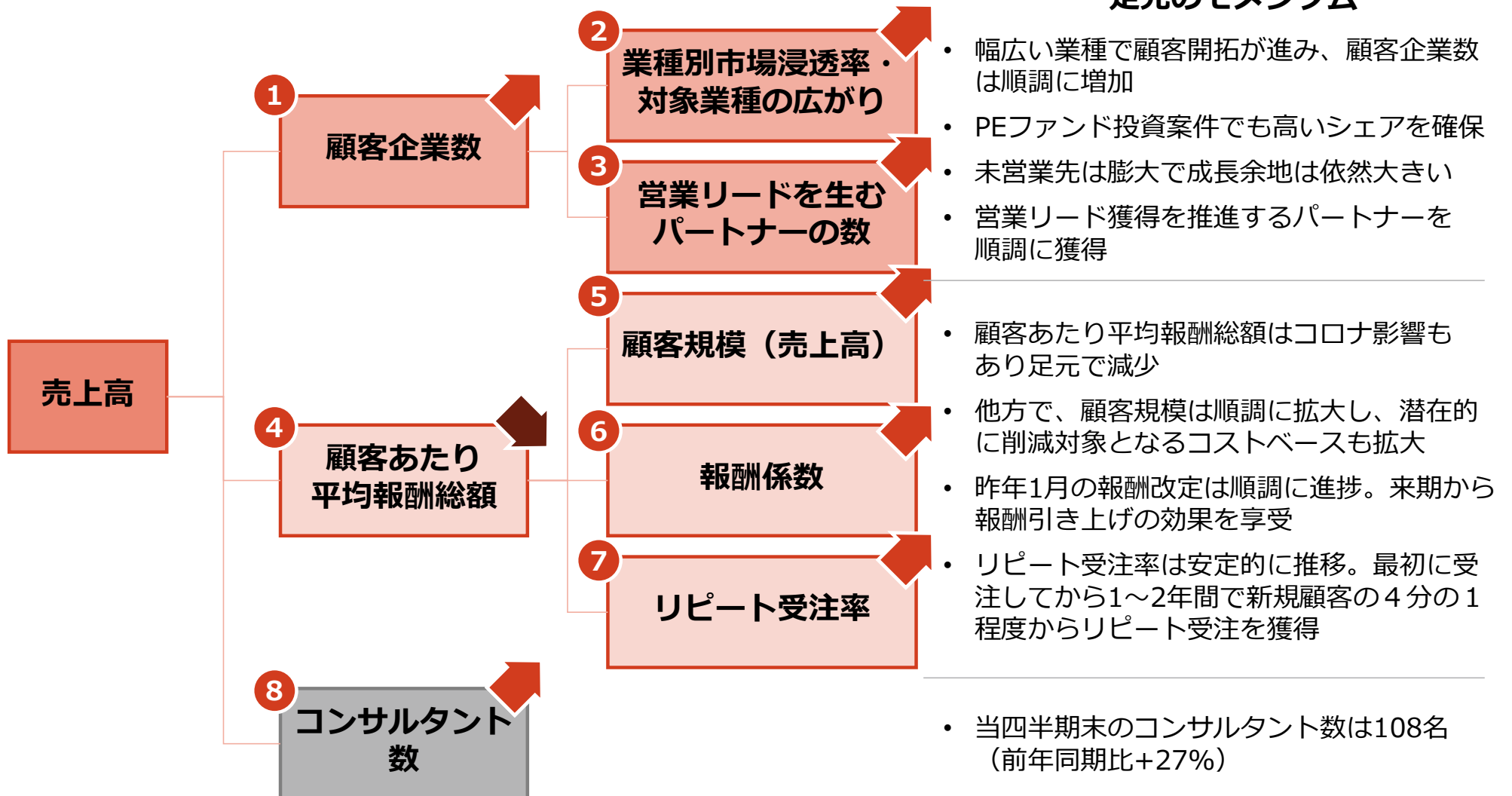
## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

# コスト削減コンサルの主な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。来期以降は遅延している大型案件を取り込み改善を図る

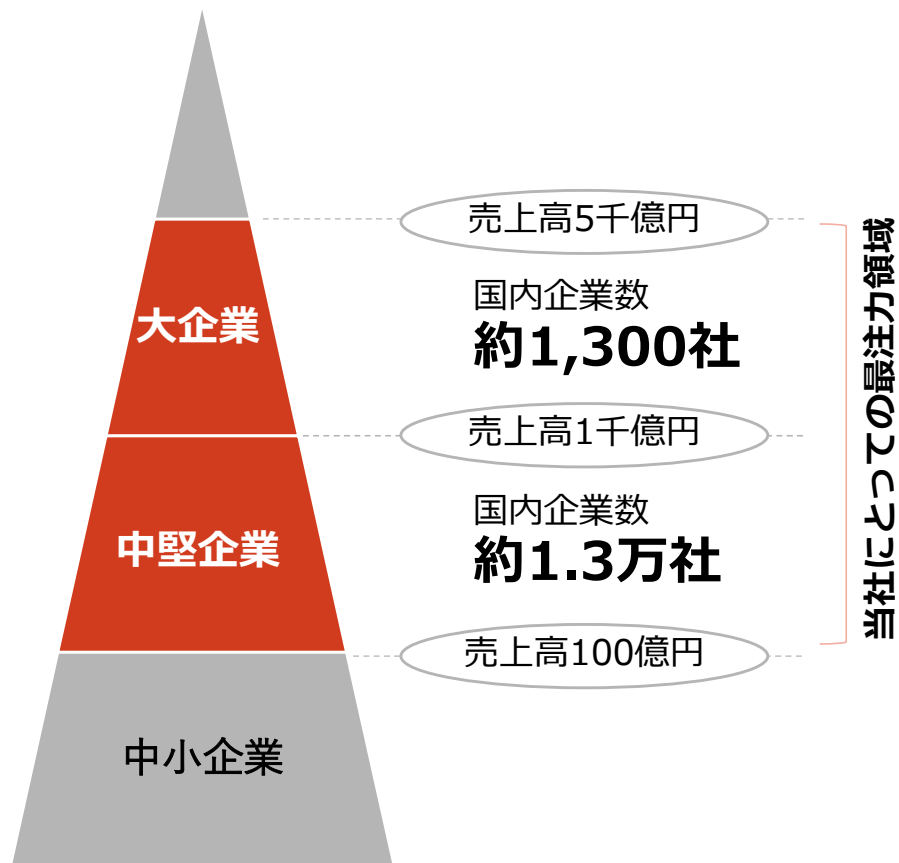
### 足元のモメンタム



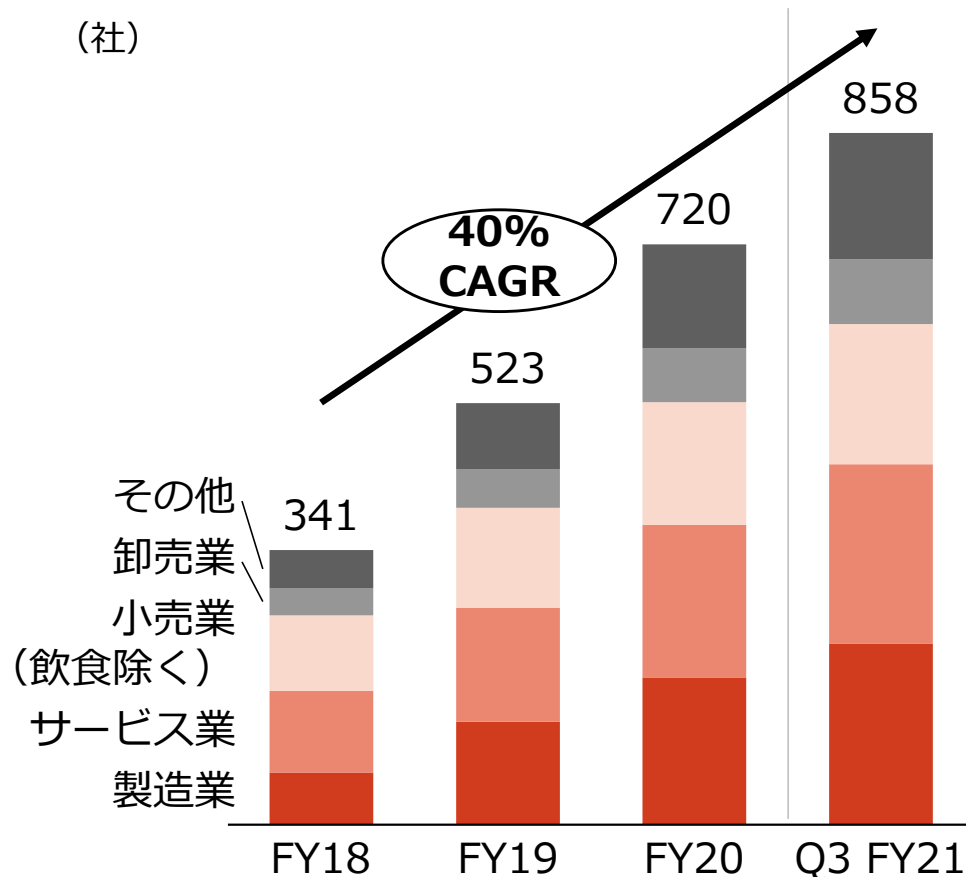
## 1 顧客企業数は着実に増加

- 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



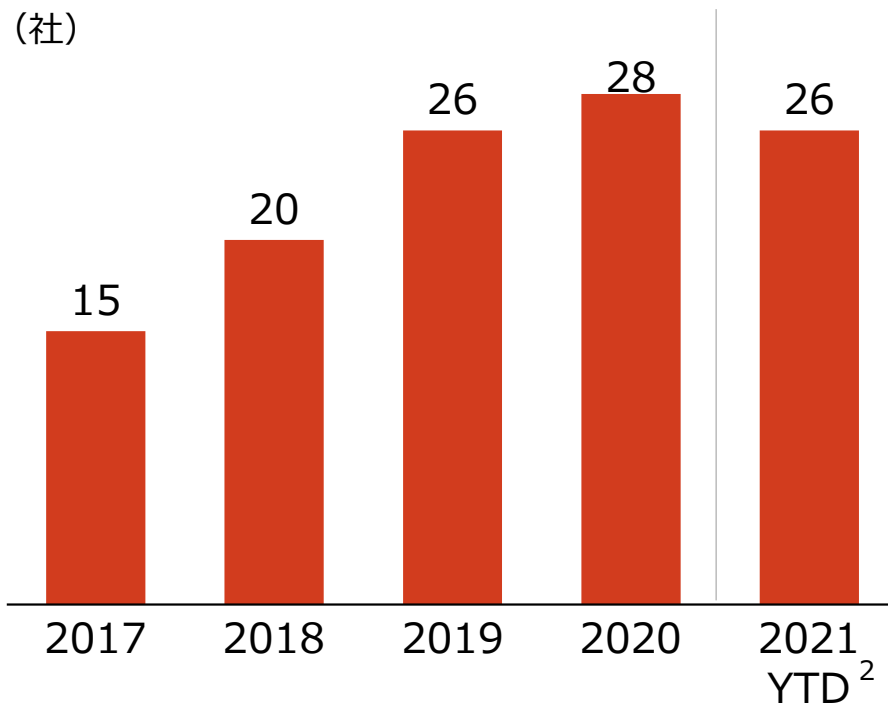
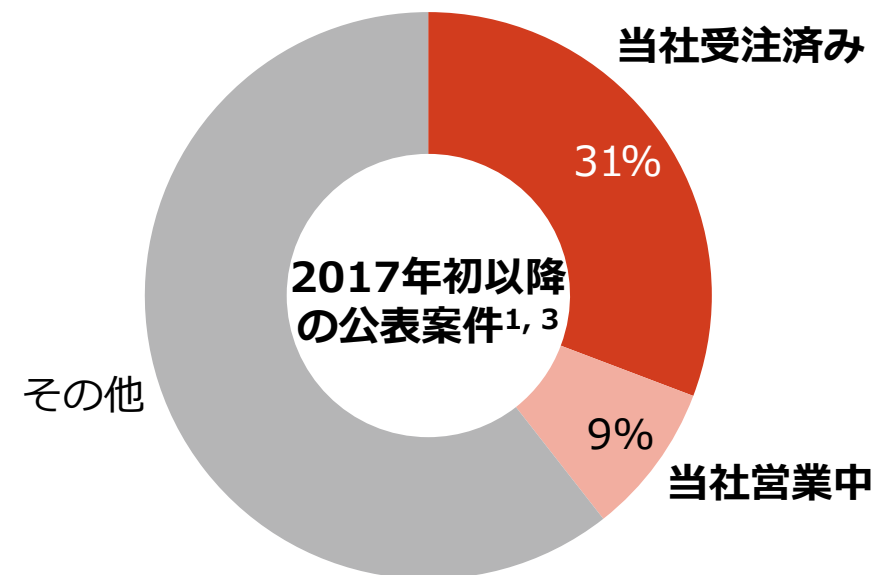
累計顧客企業数の推移



## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

## 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<sup>1</sup>は近年急速に増加PE投資先企業<sup>1</sup>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8月13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4月末までの案件（上記データ集計日において、クロージング日から100日以上経過している案件）

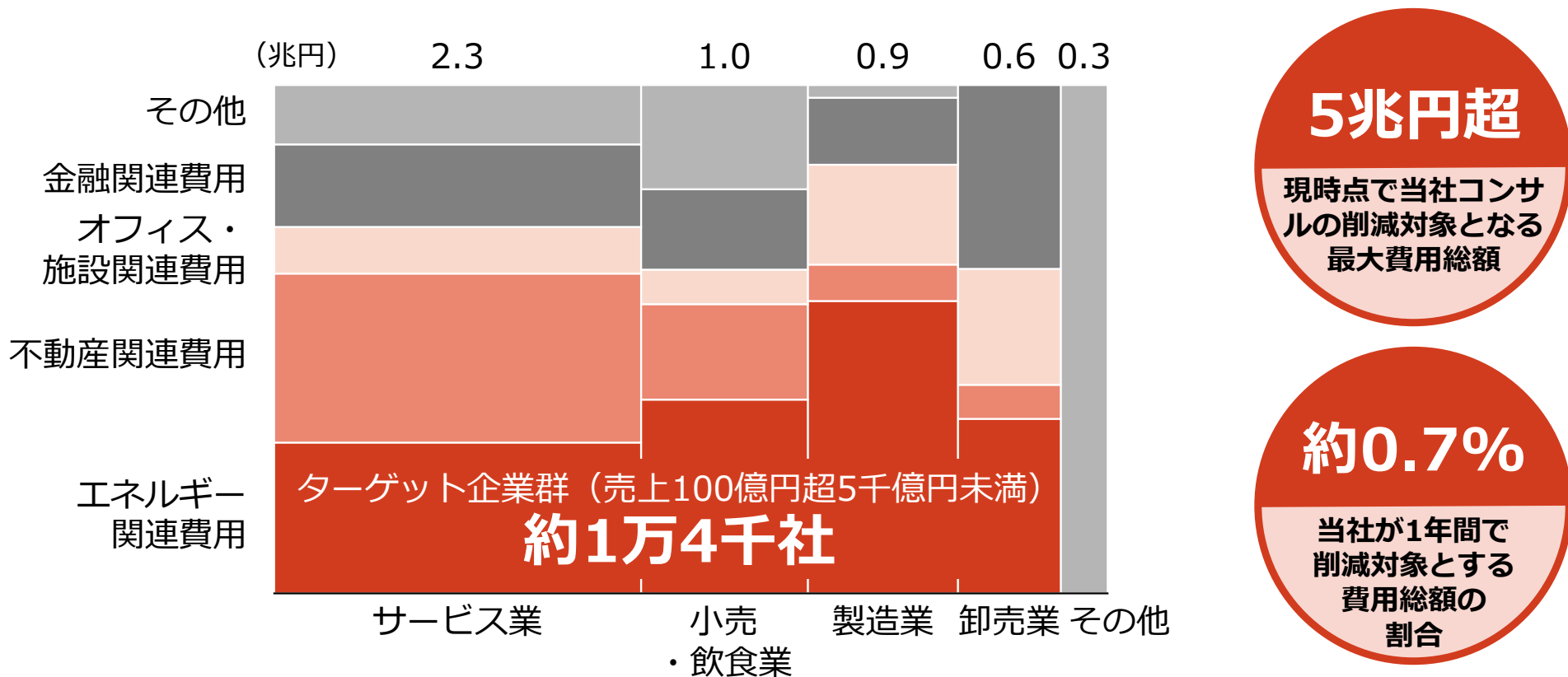


## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

### 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

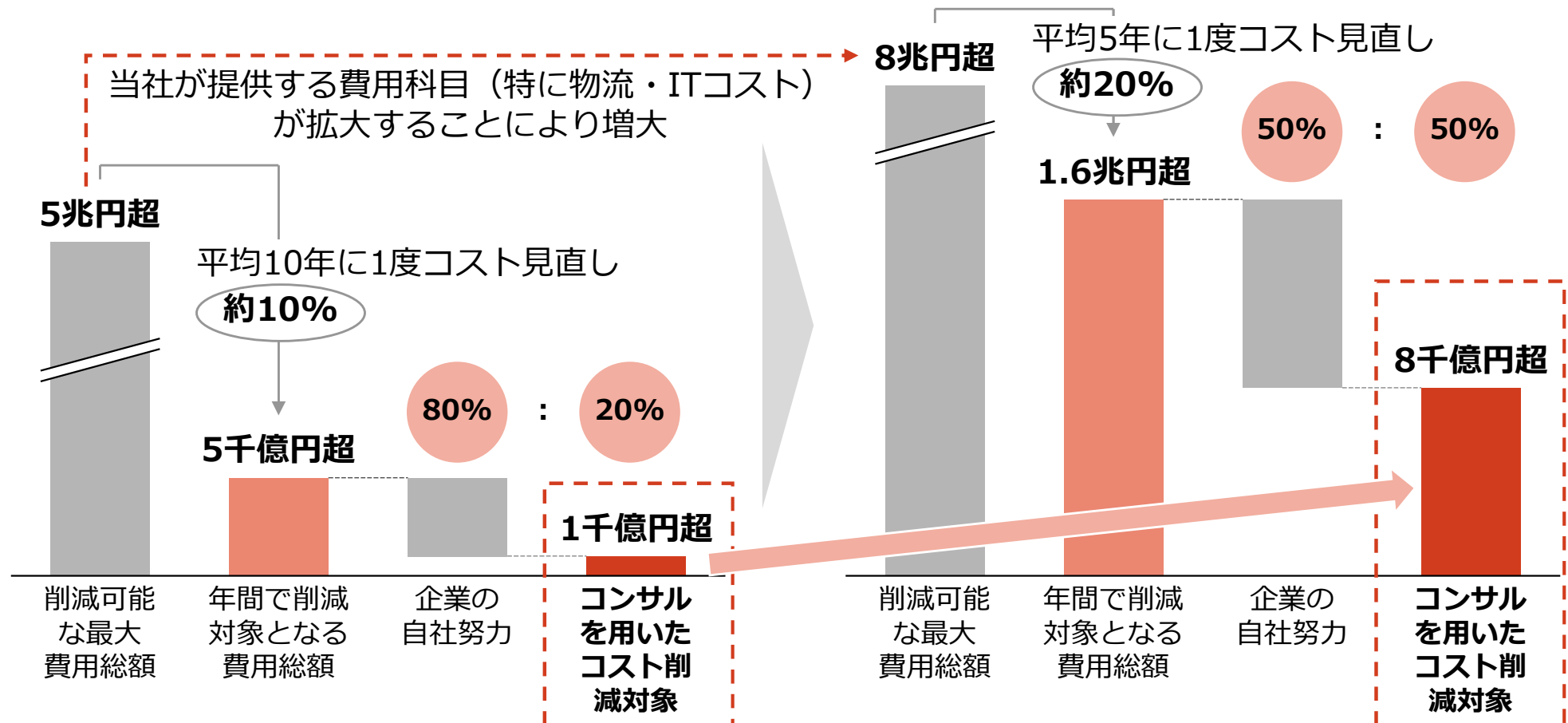
## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

### 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）



## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

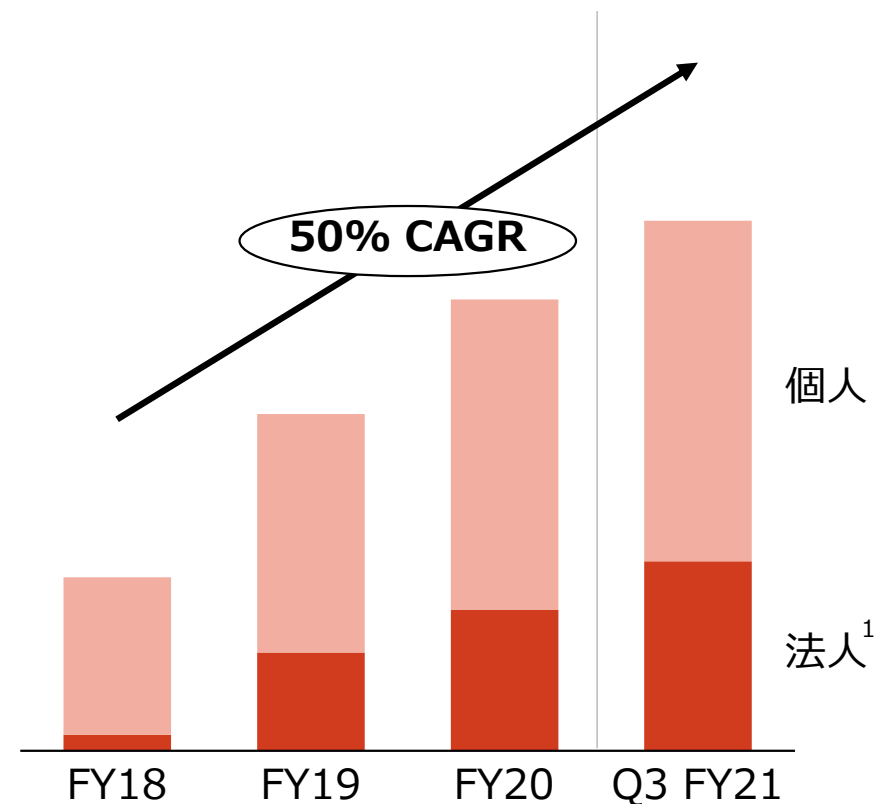
### 3 成長の基礎となる営業リード獲得力を継続的に強化

- 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

<p><b>個人 パートナー</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>
<p><b>法人 パートナー</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国内大手金融機関（銀行・証券・保険等）</li> <li>• 本部に加えて、全国の支店との協業の取り組みを深化</li> </ul>
<p><b>直接営業等</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>

#### 累計パートナー数



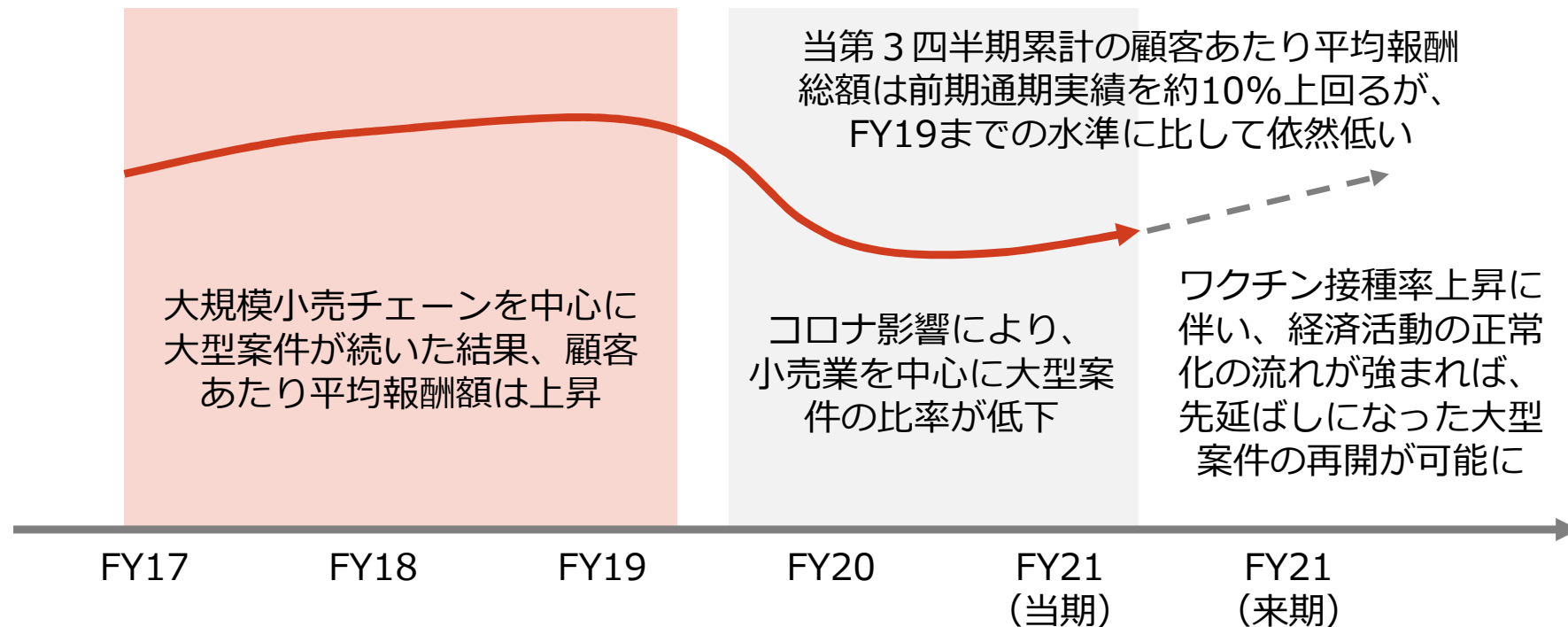
1. 法人パートナーの支店のうち実際に顧客紹介を受けた支店数の累計

## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

### 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前期以降、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
- 来期以降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

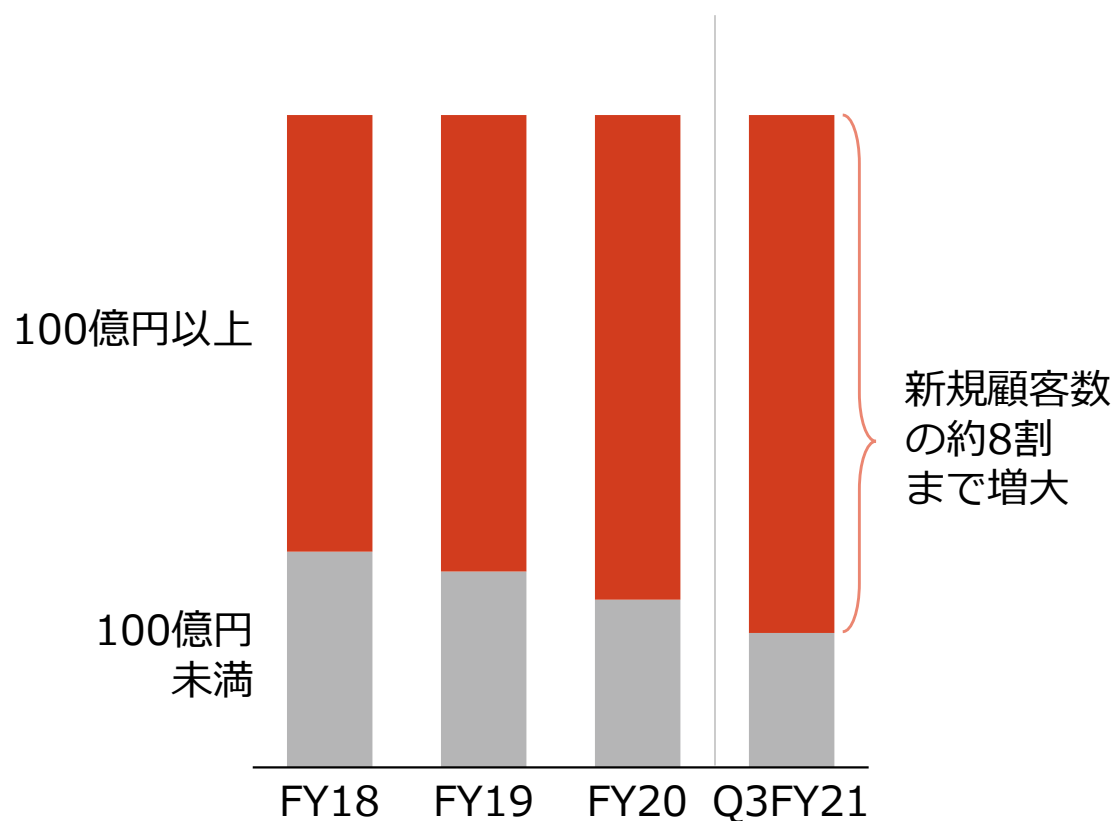


## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

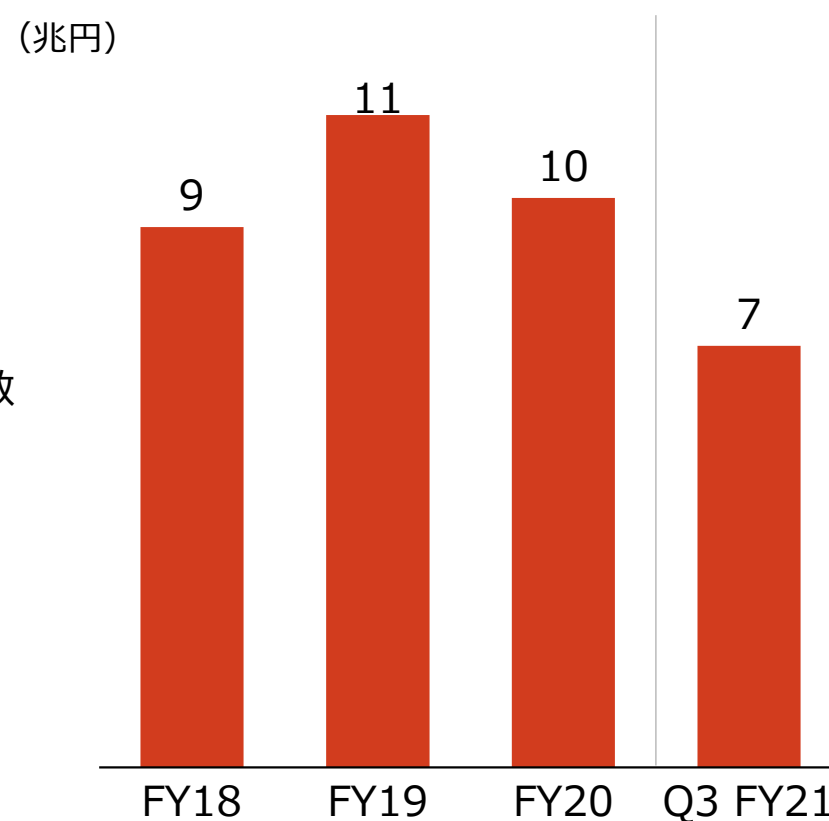
### 5 顧客企業規模は着実に増大

- 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<sup>1</sup>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<sup>1</sup>



1. 1兆円以上の売上高の顧客を除く

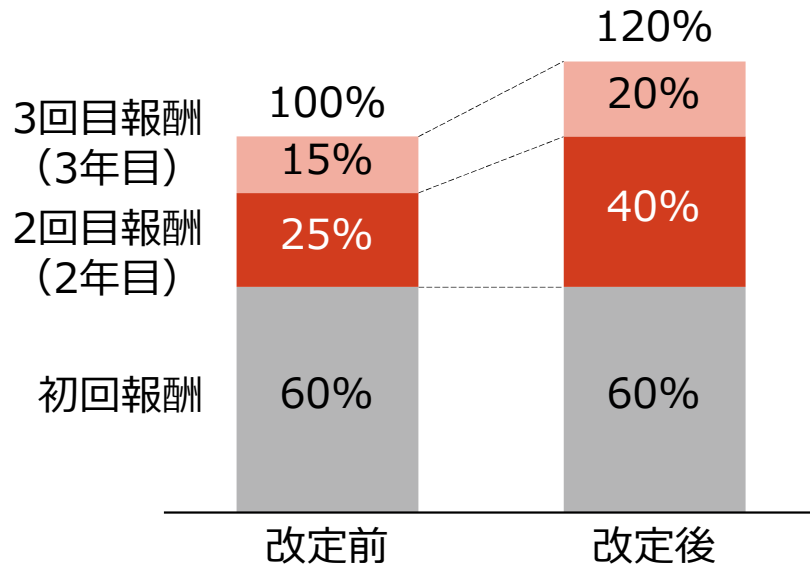
## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

### 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

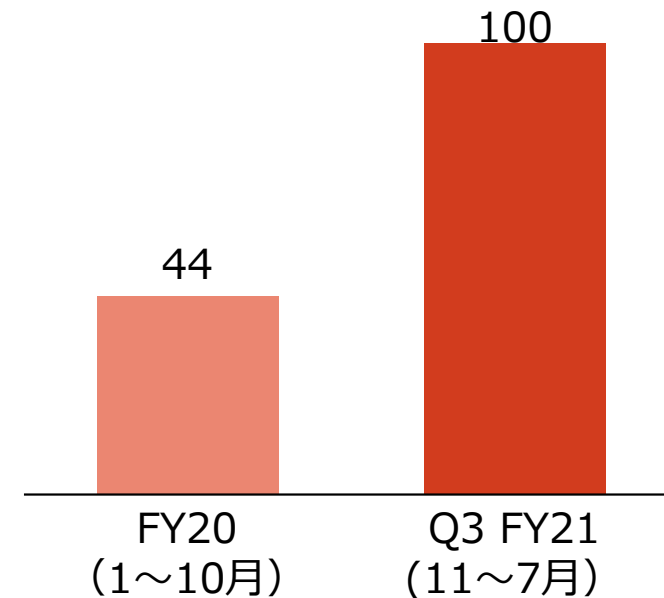
報酬体系改定前後の報酬係数

(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、概ね当期初から計上開始しており、来期から改定後の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

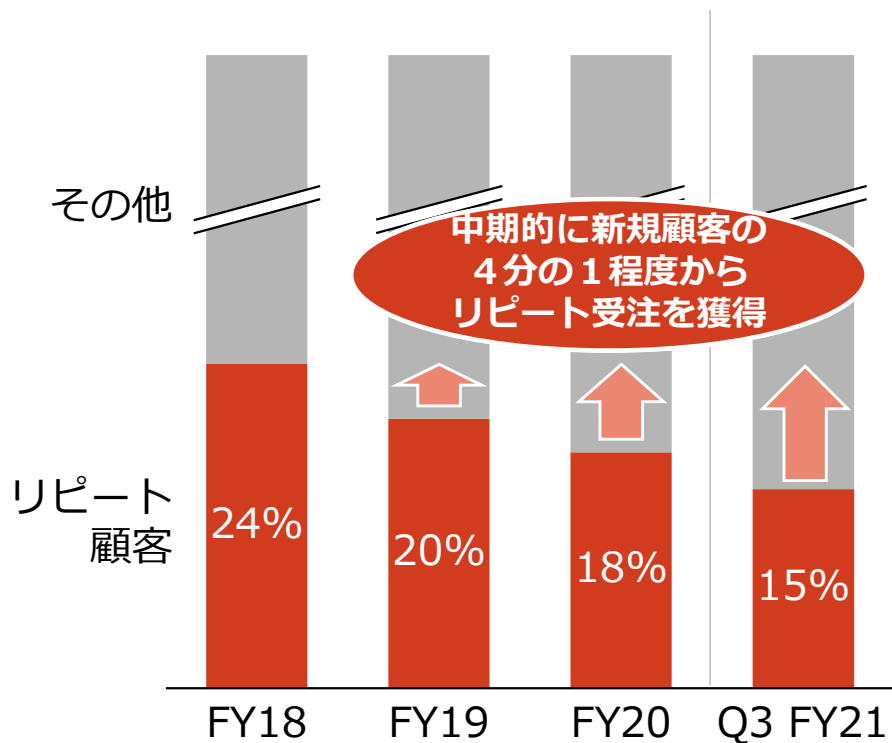


価格改定後に新規営業を開始した案件を中心に、120%の報酬係数で受注できた案件の数は順調に増加

## 7 リピート受注率は堅調に推移

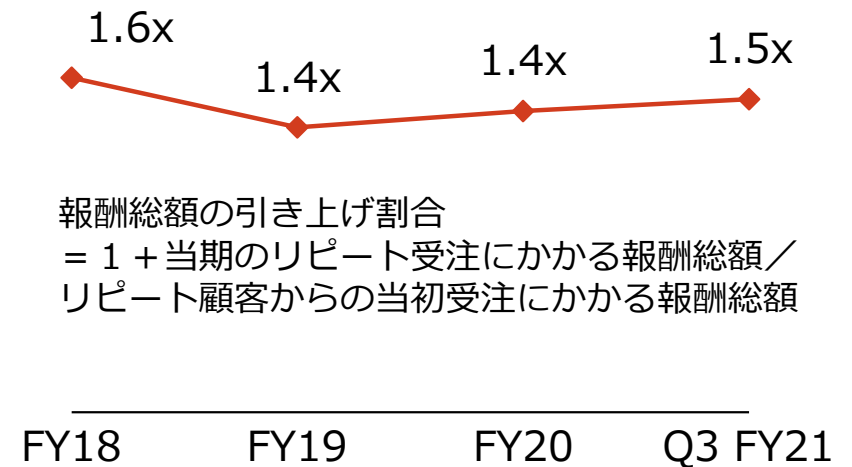
- 最初の受注時に限られた費目を対象にコスト削減を実施し、その結果に満足頂けた場合、追加の費目にかかるリピート受注を獲得できており、今後も既存顧客からの安定収益を見込む

顧客企業数（累計）に占める  
リピート顧客数の割合



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

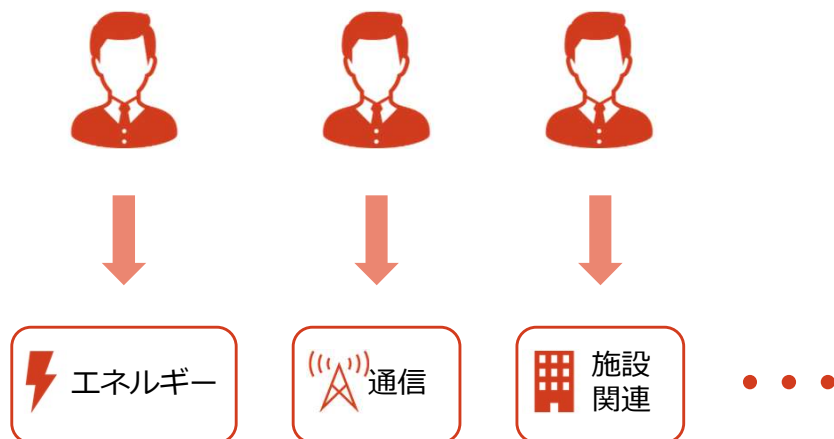


最初の受注にかかる報酬の約半分に相当する報酬をリピート受注で安定的に確保

## 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

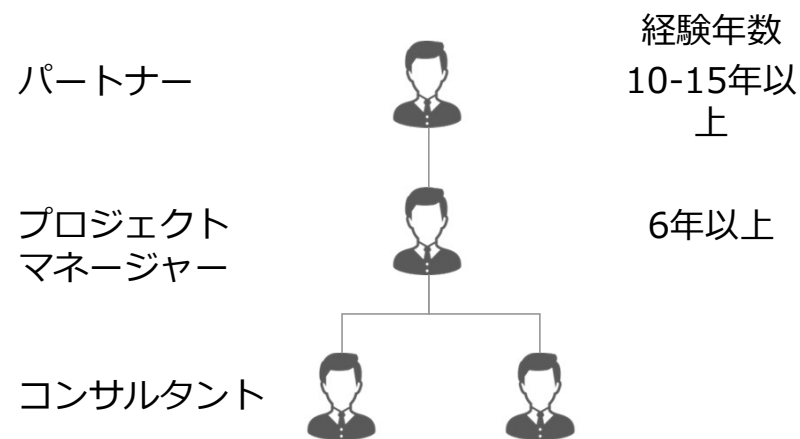


- 主要費目ごとのエキスパートを養成
- 費目に関わらずコスト削減のプロセスを標準化
- 一人で多数の費目を担当する場合と比べて、より短期間で深い知識と実務経験を獲得

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**



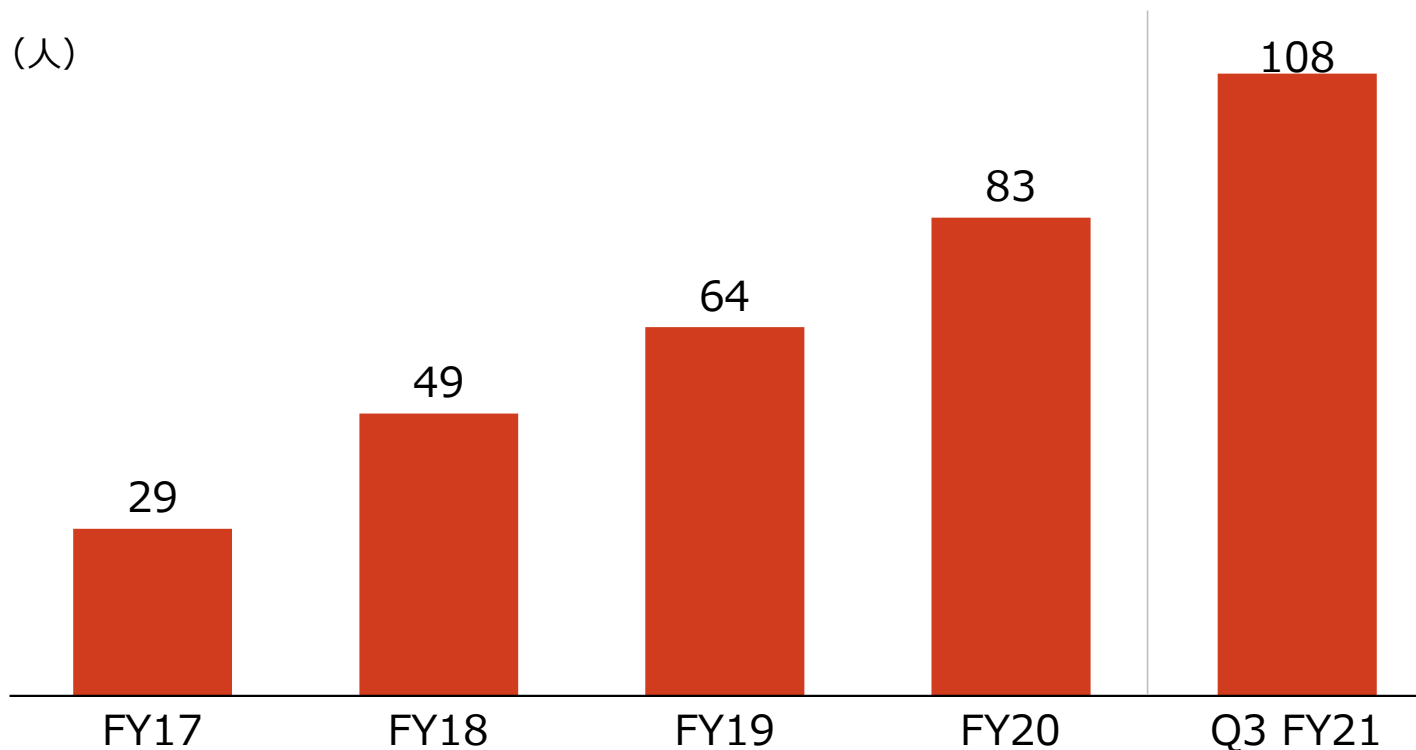
## 2. コスト削減コンサルの主なKPIと足元のモメンタム

## 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
- コロナ禍の影響により足元において一時的に業績モメンタムが緩んでいるが、中長期的な持続的成長の観点からはコンサルタント数の増員は必要と判断
- 来期の新規採用数については、事業環境を慎重に見極めて決定する方針

## 期末コンサルタント数

(人)



+27%

当Q3末時点の  
コンサルタント数  
前年同期比

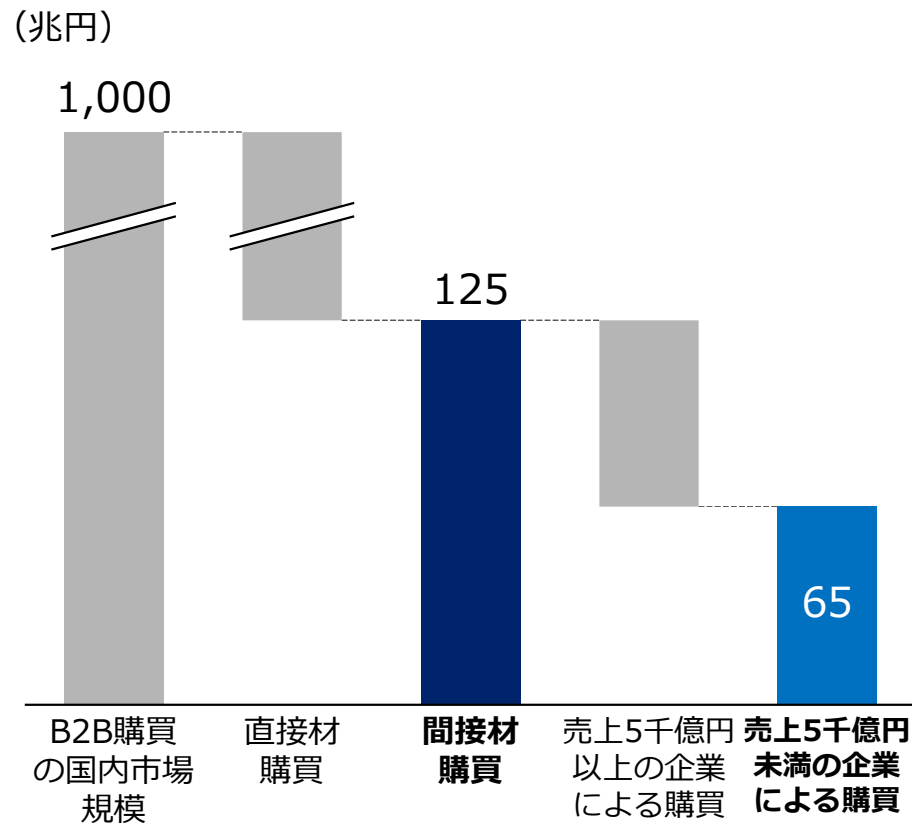
### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## 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**

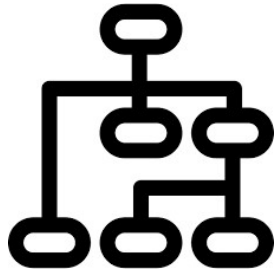


**B2B取引の大部分の請求書は依然紙ベースで発行・郵送。**請求書送付・開封、システムへの転記、債権消込み等の手作業の実務負担が生じている

(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

### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## B2B購買実務のDXが進んでいない理由



原材料の集中購買は進んでいるが、間接材購買は法人ごと、拠点ごとに属人的な事務処理が行われ、企業内での業務の一元化・DXが進んでいない



近年の規制緩和により、請求書等の電子ファイルの送付・保存は税務上可能。ただし、管理の観点から大多数の企業は依然紙の原本保存を行っている



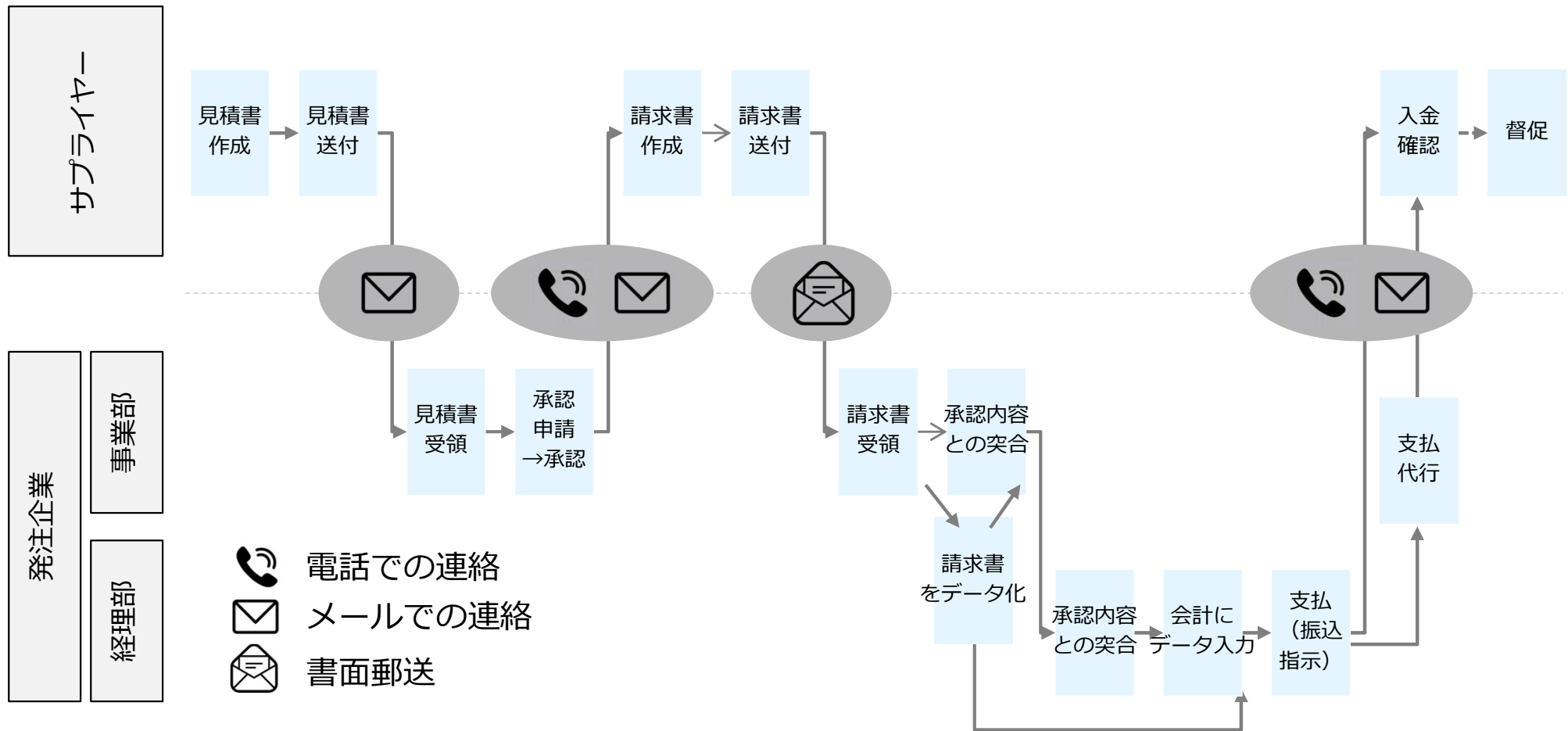
自社のECプラットフォームを有していないサプライヤーにとって、銀行振込が最も簡便な決済手段

**多くの企業にとって、間接材の集中購買機能の不在、税務対応のための紙の証憑（請求書等）の原本保存、銀行振込に代わるオンライン決済手段の欠如等が、購買実務のDX化を進める上での障害に**

### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## 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

### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## 間接材購買のDX化がグローバルの潮流

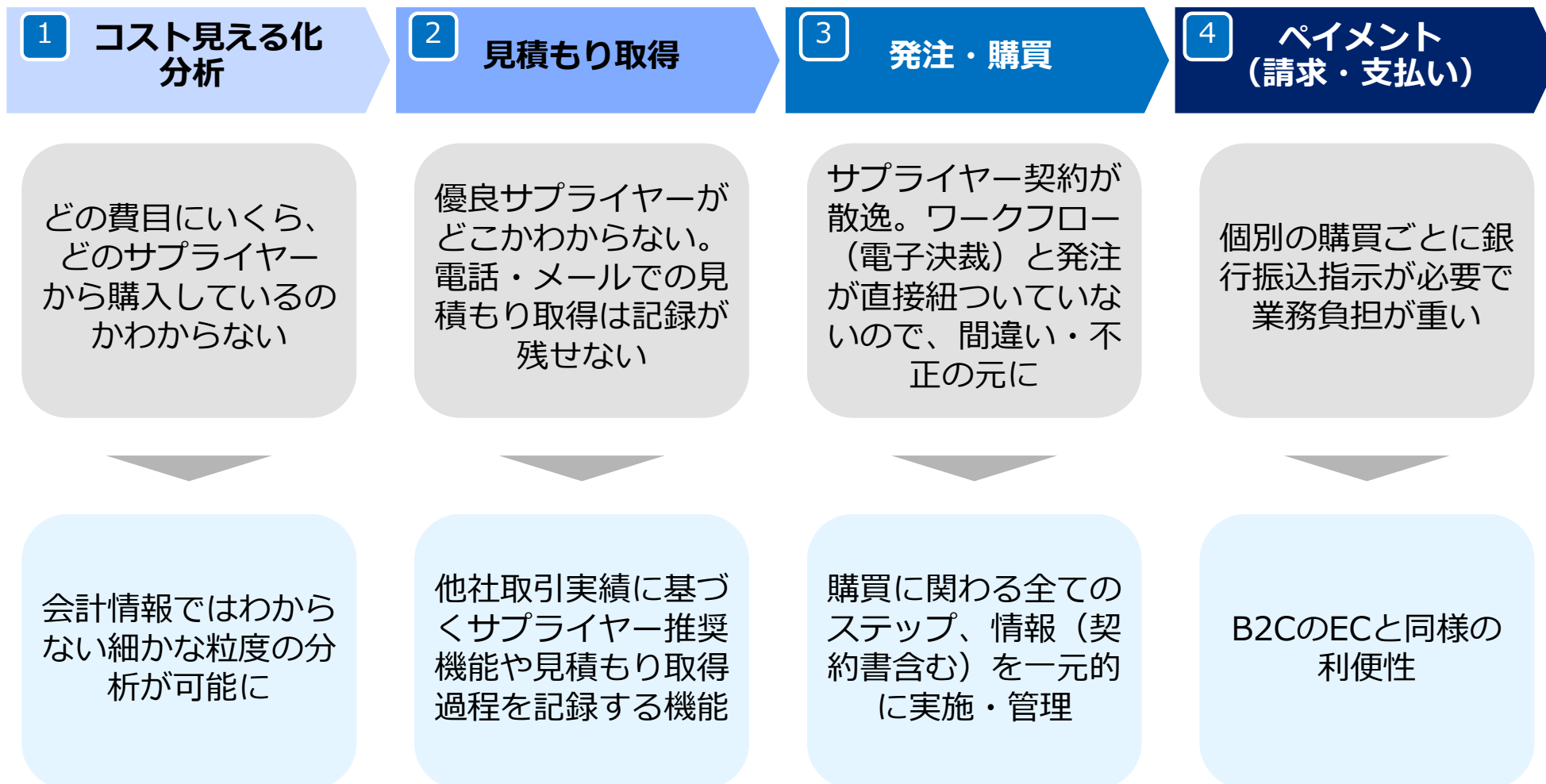
- 欧米ではBSM（Business Spend Management）と呼ばれるソフトウェア領域の市場規模が近年急速に拡大
- 間接材調達コストの適正化、業務効率の改善（請求書の電子化等）、コンプライアンスやガバナンスの強化を目的にBSM導入を進める企業が増加



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

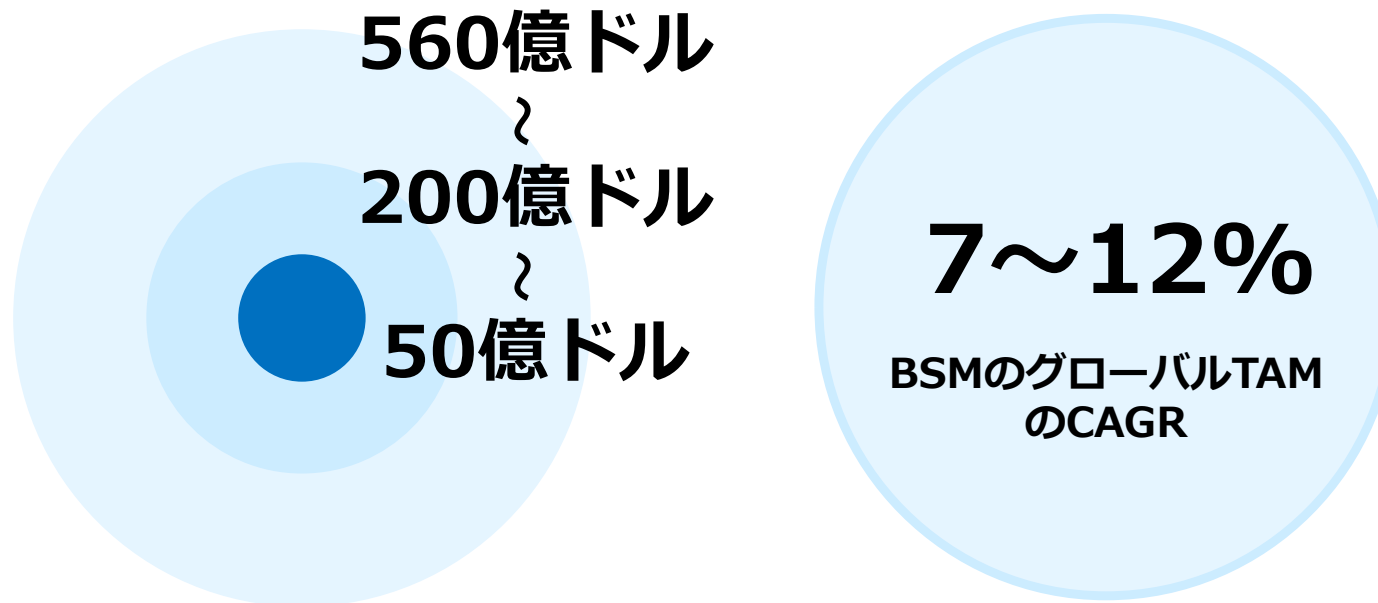


### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## 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BSM<sup>1</sup>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**

BSMのグローバルTAM  
に関する見積もり



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あり
- 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

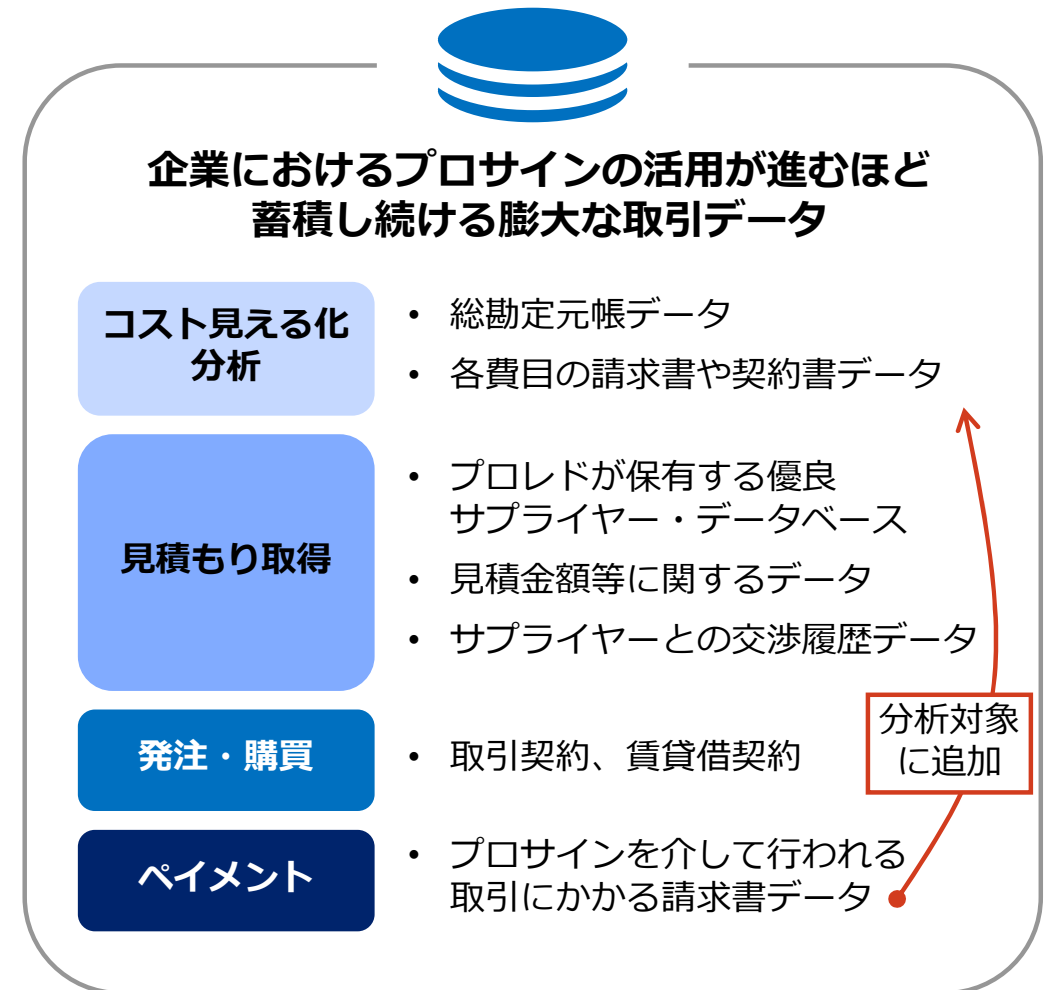
### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## プロサインはスマート・スペンドを実現する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・スペンド）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 来年3月、支払い 来年4月



### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

# 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、すべてが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



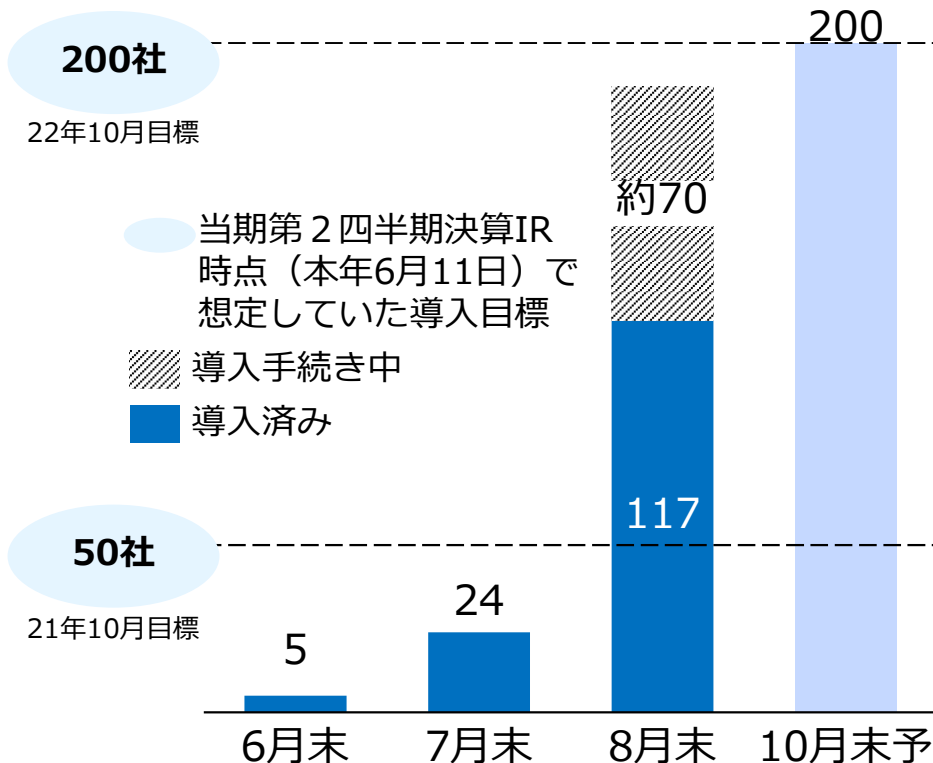
#### コンプライアンス違反

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

# 本年6月のソフトローンチ後の導入件数

- 顧客企業から想定を上回る強い引き合いを頂いており、本年8月末時点において既に117社の導入が完了。加えてほかに約70社の企業から導入依頼を受けており、現在導入手続き中
- 本年6月時点での計画（22年10月までに200社）を1年前倒しで達成する見通し
- 好調な導入ペースを踏まえて、顧客企業の一部に関して来期中の課金開始を想定**

ソフトローンチ後の累計導入件数



これまでに導入頂いたお客様の一例



### 3. 高成長BSM市場の概要とプロサインの進捗状況

## 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

#### BSMの全領域

1 コスト見える化分析

2 見積もり取得

3 発注・購買

4 ペイメント  
(請求・支払い)

グローバル大手2社が国内展開  
導入コストは高額とみられ、主に超大企業向け

大企業

中堅企業

中小企業



コスト削減コンサルの顧客（特に経営サイド）に対して、単なる業務ツールではなく、適正なコスト管理を実現するBSMプラットフォームとして導入。集積できるデータの質・量ともに、ペイメント特化型のプレイヤーを大きく凌駕

主に以下の各ツールに特化したプレイヤーが存在

請求書電子化

支払代行

入出金管理

## 4. ブルパス・キャピタルによる第2号投資案件

## 4. ブルパス・キャピタルによる第2号投資案件

## ブルパス・キャピタルによる株式会社せーの等への投資

ブルパス・キャピタルは本年8月12日に株式会社せーの等への投資を公表



- せーのは、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があり、日本のストリートファッションブランドの中では世界展開を狙える数少ないブランド
- また、広告に依存しない独自のマーケティング戦略により、コロナ禍においても高収益を維持
- ブルパス・キャピタルは、グループの経営コンサルティング機能や独自のネットワーク等を活用しながら、#FR2 の東アジア・東南アジアへの展開の拡充、越境 EC を含めた EC 売上の拡大、組織体制の強化等を通じて、#FR2 が日本発の世界に冠するストリートファッションブランドへ飛躍することを支援



## 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