



# 第二次中期経営計画

(2008年3月期～2010年3月期)

**Prestige International**

**Hercules**  
NIPPON NEW MARKET  
ヘラクレス上場会社：4290

2007年 3月 8日

株式会社プレステージ・インターナショナル  
大阪証券取引所 ヘラクレス市場：4290

**本資料に記載された将来の事項は、参考として記載したもので、その確実性に関して当社が将来に渡り保証するものではありません。**

**本資料に記載された将来の事項は、経済情勢などの事業環境の変化によって予告なく変更することがあります。**

This presentation may provide projections or forward-looking statements regarding future conditions, events or performance.

The Company wishes to caution you that such statements are just predictions and the actual events or results may differ materially due to changes in business conditions.

# 第一次中期経営計画の概況

## (2004年3月期～2007年3月期)

## 第一次中期経営計画の概要

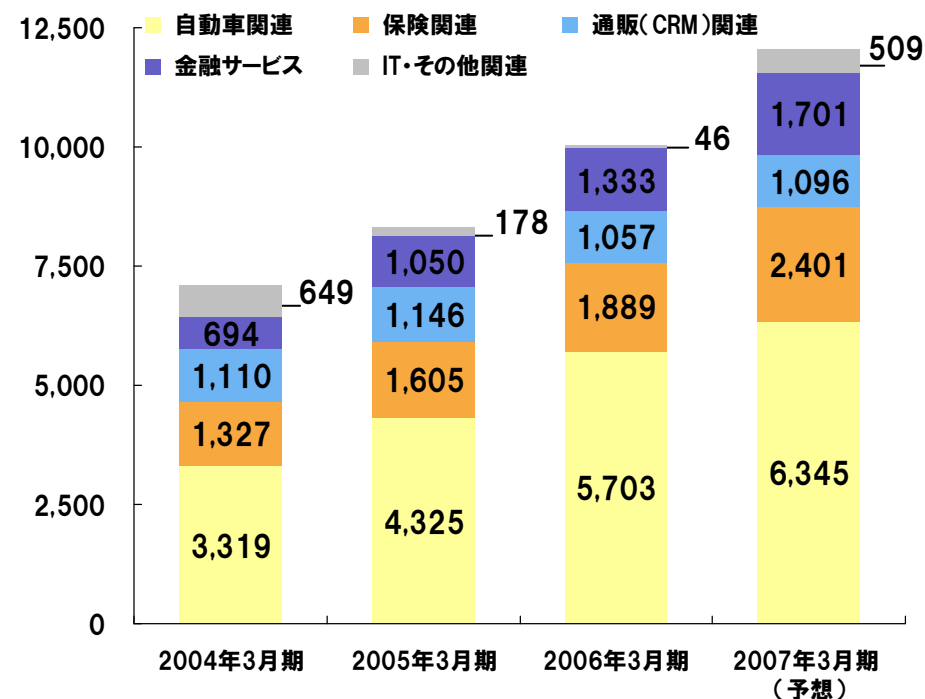
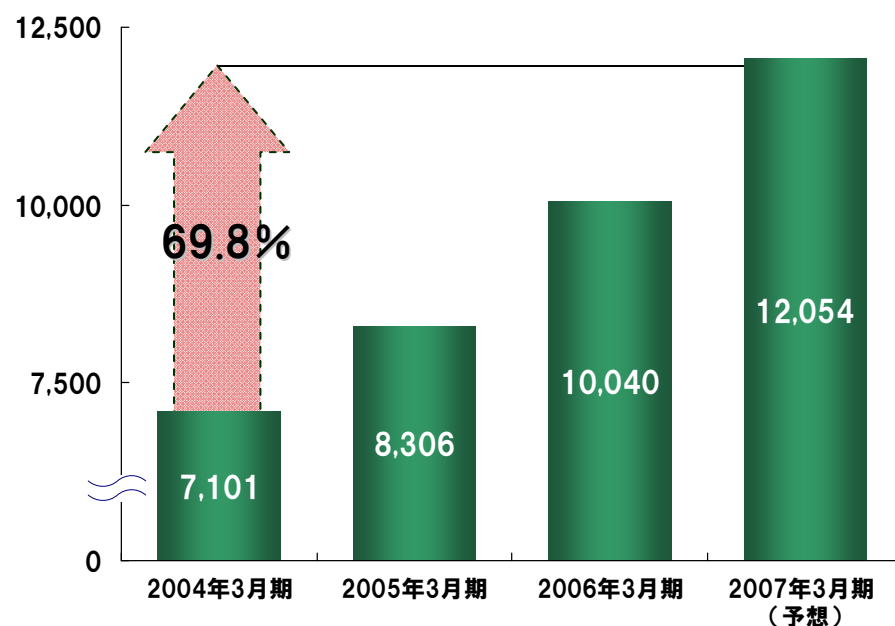
(2004年3月期 ~ 2007年3月期)

- 第一次中期経営計画については、既存事業の収益基盤強化を目的として、事業拡大に必要な『秋田BPOセンター』について、早期安定稼働を目指し、事業拡大を計画した。
- 小規模の高付加価値市場に於けるシェア**No.1**の獲得、ならびに安定的な成長を目指し、各事業の有機結合を図りながら、事業の横展開を目指した。
- 並行して、成長インフラとしての第2BPOセンターの建設を計画・着手し、次の中期経営計画に対応し得る業務体制整備を目指した。

## 売上高の状況

(単位:百万円未満切り捨て)

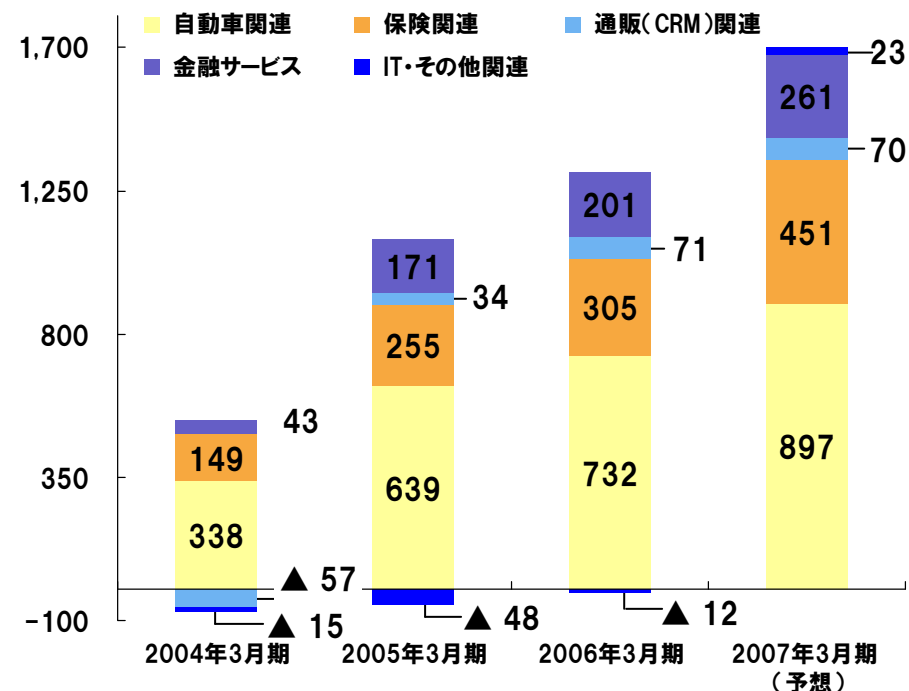
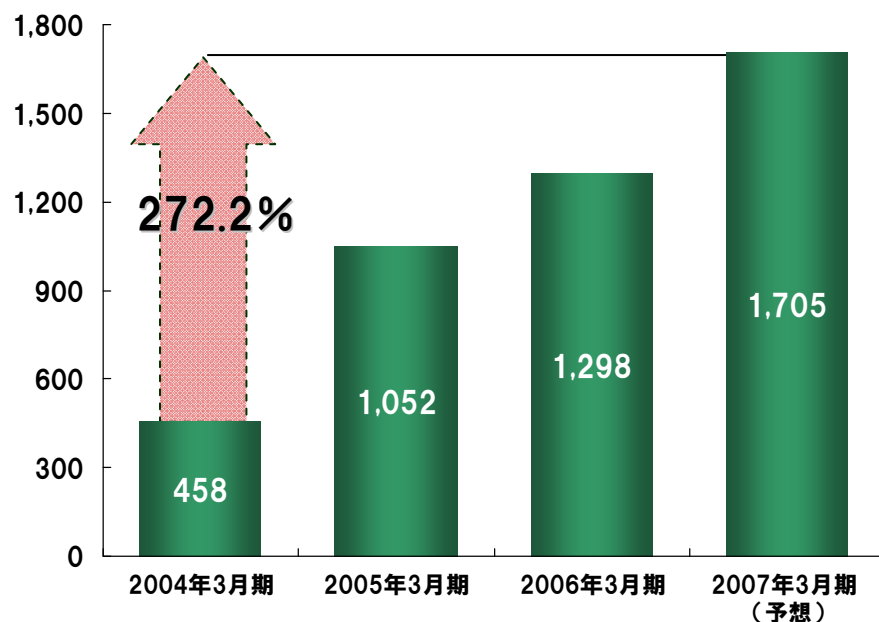
- 売上高は3年間で69.8%増加
- 自動車関連部門が大きく成長
- 金融サービス部門は、2004年3月期より約2倍に成長
- 保険関連部門も堅調に推移



## 収益の状況

(単位:百万円未満切り捨て)

- 営業利益については、3年間で272.2%増加
- 自動車関連部門が売上の成長とともに増加
- 保険関連部門と金融サービス部門の収益性が向上
- 通販(CRM)関連部門が継続的に黒字



## 1 成果

### 売上高

- 自動車関連部門を中心としたBPO事業にて大きく成長を成し遂げ、計画を達成

### 売上原価

- 秋田BPOセンターへ業務を移管したことにより、全体的に収益性が改善し、売上総利益率が04年3月期24.5%から06年3月期26.2%へ改善（07年3月期27.1%の予想）

### 販売管理費

- 総額が増加したものの、売上対比では04年3月期18.0%から06年3月期12.9%へ低下（07年3月期12.8%の予想）

### 営業利益

- 04年3月期から272.2%（07年3月期予想値比）増加し、計画に対して概ね達成

## 2 反省と課題

- 既存事業については、シェア拡大ならびに横展開による事業成長を実現した一方で、新規事業創出には至らなかった。（当初計画にはなし）
- 事業の安定化に向けて、規模拡大を優先したため業務効率改善への着手に遅れ、最終的に目標の営業利益率15%の達成に至らなかった。
- 中国での現地法人設立の遅延、および提携先銀行との交渉が長期化したことにより、第一次中期経営計画期間の売上と収益に貢献することが出来なかった。

# 第二次中期経営計画策定の背景

## ❖ 事業領域に於ける市場占有率の高まり

- 競争優位性の維持強化という課題
- 占有率の高まりにより急成長事業の一部については、安定成長ステージへ



## ❖ 企業のニーズに沿ったサービス開発

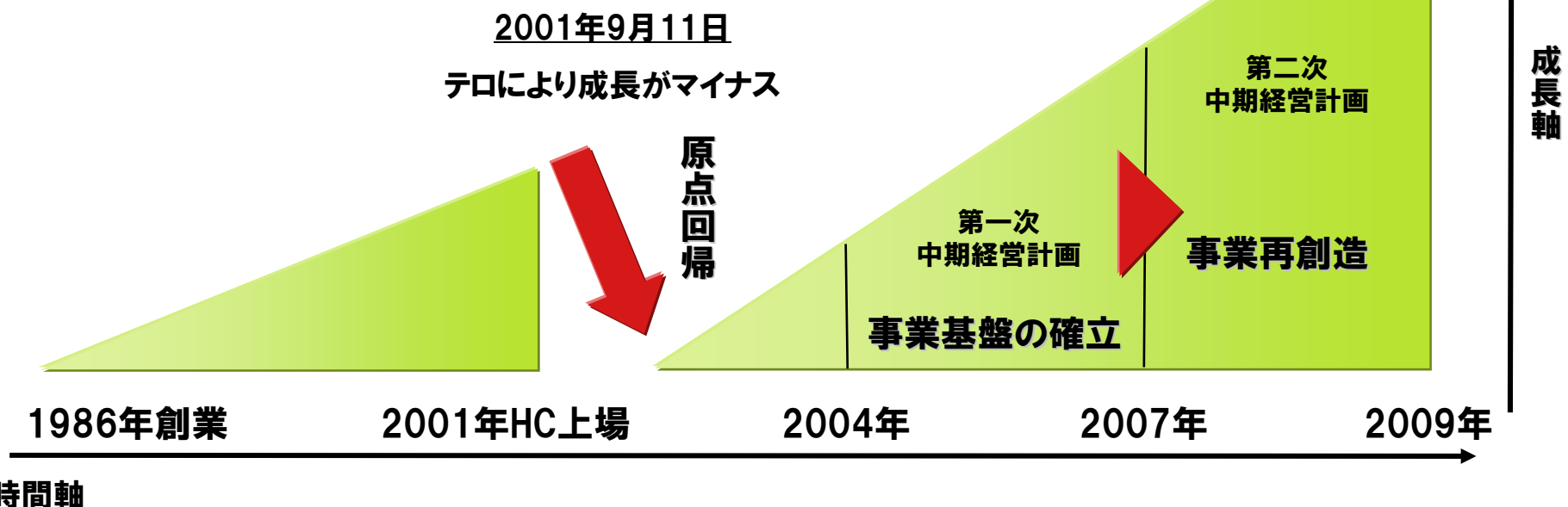
- 新規事業開発力・事業化対応の推進力
- グループ全体のサービス品質と効率の徹底追求



サービス価値の向上を目指すため、  
次なる成長路線を敷く必要がある

# 第二次中期経営計画の位置付け

- ① 04年から取り組んできた「第一次中期経営計画」に続くものであり、07年から09年までの3年間を実行期間として、「第一次中期経営計画」の成果をさらに改善し、事業の再創造を行う
- ② 未達成の課題の解決、および新たな経営課題への中期的な取組みを通して、グループ全体の新たな成長構造を構築し、変化の激しい経営環境の中で、確実に躍進できる企業グループを目指す



# 第二次中期経営計画

## (2008年3月期～2010年3月期)

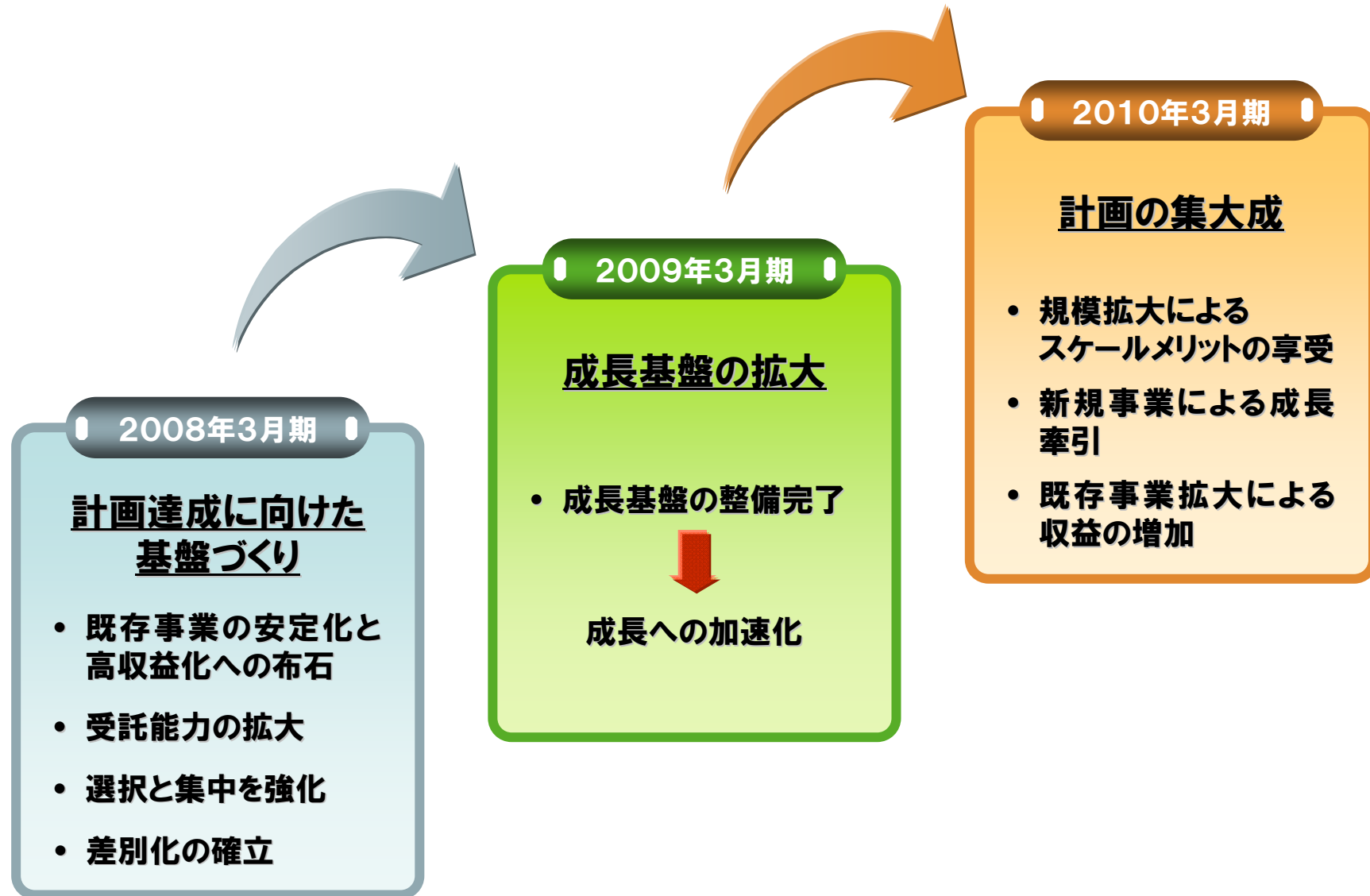
## 第二次中期経営計画のビジョン

(2008年3月期 ~ 2010年3月期)

**「企業向け無形サービス財および事務受託(BPO事業)のOEM供給」を軸に、日欧米を基本として、クライアント企業の顧客に対して『不便を便利に変える』サービスを継続提供することで、多岐にわたるサービス創造会社として各事業分野の**NO.1**を目指す**

## 方針

- 自動車関連部門では、サービス拡充等の競争優位性の強化、スケールメリットによる業務効率改善、ならびに新規ターゲットへのアプローチにより、売上と収益の拡大を目指す
- 海外日本人長期滞在者向けマーケットの開拓を強化し、クレジットカード発行事業の複数地域への積極展開、ヘルスケア・プログラム事業のクライアントの拡大に向けて、サービスの深掘を図る
- クライアント候補のコスト削減を軸にした、大胆な第2 BPOセンター活用施策の提案を実施し、早期に未稼働部分の改善を目指す
- サービスライン毎の品質維持管理と効率化を徹底する
- 次期成長ドライバーとなる事業創造に向け、新サービスの企画および効率的業務運営をパッケージ化して、多くのクライアントに活用いただくため、事業提携を含めて積極的に活動していく



## 国内

(株) プレステージ・インターナショナル  
秋田BPOセンター 幕張BPOセンター

(株) プレステージ・ヒューマンソリューション

派遣・紹介事業 / 外部資本 32% : (株)イーディーワン

タイム・コマース (株)

IT関連事業 / 完全子会社

(株) プレミアRS

自動車関連事業 / 完全子会社

パワーテクノロジー (株)

マーケティング支援事業 他 / 外部資本 80.7%

(株) エホソリューション

求人・求職サイトの運営事業 / 外部資本 41%

(株) オールアシスト

保険関連事業 / 外部資本 33.3% : (株)宅建プレインズ

(株) PIキャピタル

投資事業 / 子会社

(株) プレミアインシュアランスプランニング

保険関連事業 / 完全子会社

(株) プレミア・ロータスネットワーク

自動車関連事業 / 外部資本 64% : (株)ロータス 他

## 海外

■ Prestige International USA Inc.  
(アーバイン)

■ ホノルル

■ Prestige International UK Ltd.  
(イギリス)

■ パリ

■ Prestige International (S) Pte Ltd.  
(シンガポール)

■ 香港

■ クアラルンプール ■ タイペイ

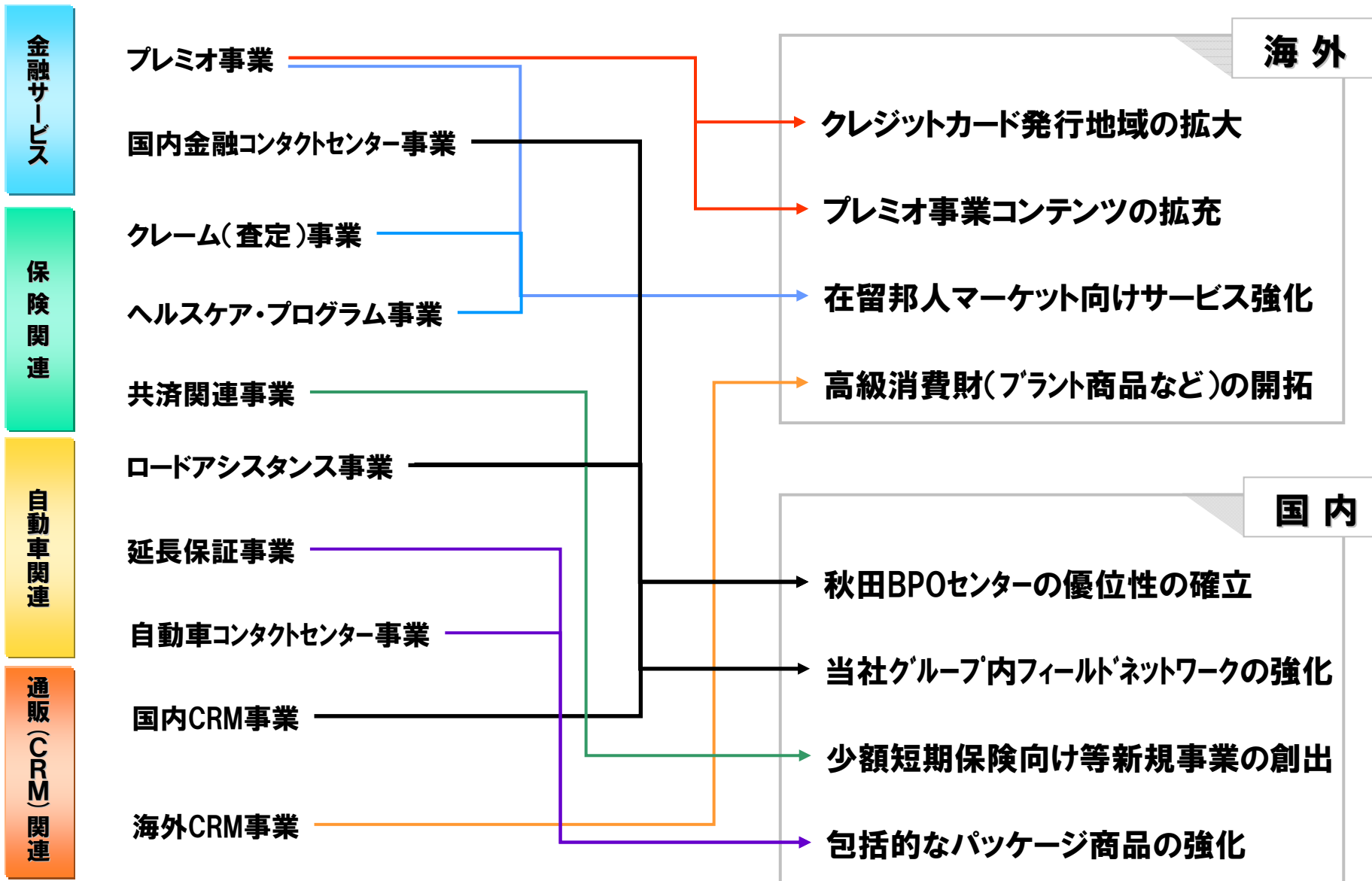
■ ジャカルタ ■ ホーチミン

■ シドニー

■ バンコク (4月設立予定)

■ Prestige International CHINA Co., Ltd.  
(中国)

■ 法人 ■ 支店 ■ 駐在所



# 中期業績目標

(単位:百万円未満切り捨て)

	2006/3 (実績)	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	07/3 vs 10/3
売上高	10,040	12,054	13,200	15,800	19,000	+57.6%
営業利益	1,298	1,705	1,800	2,600	3,500	+105.3%
%	12.9	14.1	13.6	16.5	18.4	—
純利益	655	996	1,015	1,490	2,010	+101.8%
%	6.5	8.3	7.7	9.4	10.6	—
EPS (円)	8,969.86	13,581.08	13,835	20,309	27,397	
ROE (%)	34.8	29.9	23.6	27.2	28.1	

※ ROEについては、06年3月期は実績値、07年3月期は予想純利益に基づき算出

# 中期業績目標(セグメント別)



(単位:百万円未満切り捨て)

		2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)
自動車関連部門	売上高	6,345	5,800	6,150	6,600
	営業利益	897	559	603	663
保険関連部門	売上高	2,401	2,500	3,300	4,000
	営業利益	451	612	942	1,242
通販(CRM)関連部門	売上高	1,096	1,580	1,800	2,200
	営業利益	70	106	158	267
金融サービス部門	売上高	1,701	2,150	2,550	3,200
	営業利益	261	433	581	844
不動産関連部門	売上高	—	300	1,100	2,000
	営業利益	—	30	217	374
IT・その他関連部門	売上高	509	870	900	1,000
	営業利益	23	60	100	110

# 個別の取り組み

	市場規模	当社シェア
損保向けロードアシスタンス事業	約100億円	約45%
メーカー向けロードアシスタンス事業向け	約140億円	約5%
内)輸入車メーカー向けロードアシスタンス事業向け	約10億円	約50%
会員向けロードサービス	約350億円	—

※ 数値は当社推定、メーカー向けロードアシスタンス事業は、国内メーカーを含んだ潜在値

## 事業環境

### ロードアシスタンス事業

- 損保向けロードアシスタンス事業は当社の市場占有率が高まったことにより、拡大速度が安定化している
- 一方、メーカー向けロードアシスタンス事業は、国内メーカーを含んだ潜在的市場を含めるとシェア拡大の余地がある
- B2Cである会員向けロードサービス(JAF等)は、画一的なサービスの状態にあり、車種のバリューに応じたサービス実績のある当社には、本格参入により市場シェアを広げる素地がある

### 周辺事業

- 顧客満足を意識したプログラム作りに余念のない企業に於いては、付加価値の高いロードサービスはサービスへの盛込みに強い関心がある

	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	2007/3 VS 2010/3	
					金額	%
売上高	6,345	5,800	6,150	6,600	+255	+4.0%
営業利益	897	559	603	663	-234	-26.1%
%	14.1	9.6	9.8	10.0		

(単位:百万円未満切り捨て)

## 事業方針

※ 大型受託案件の終了により減収・減益の計画。  
会計処理の変更により減収（但し、収益への影響なし）

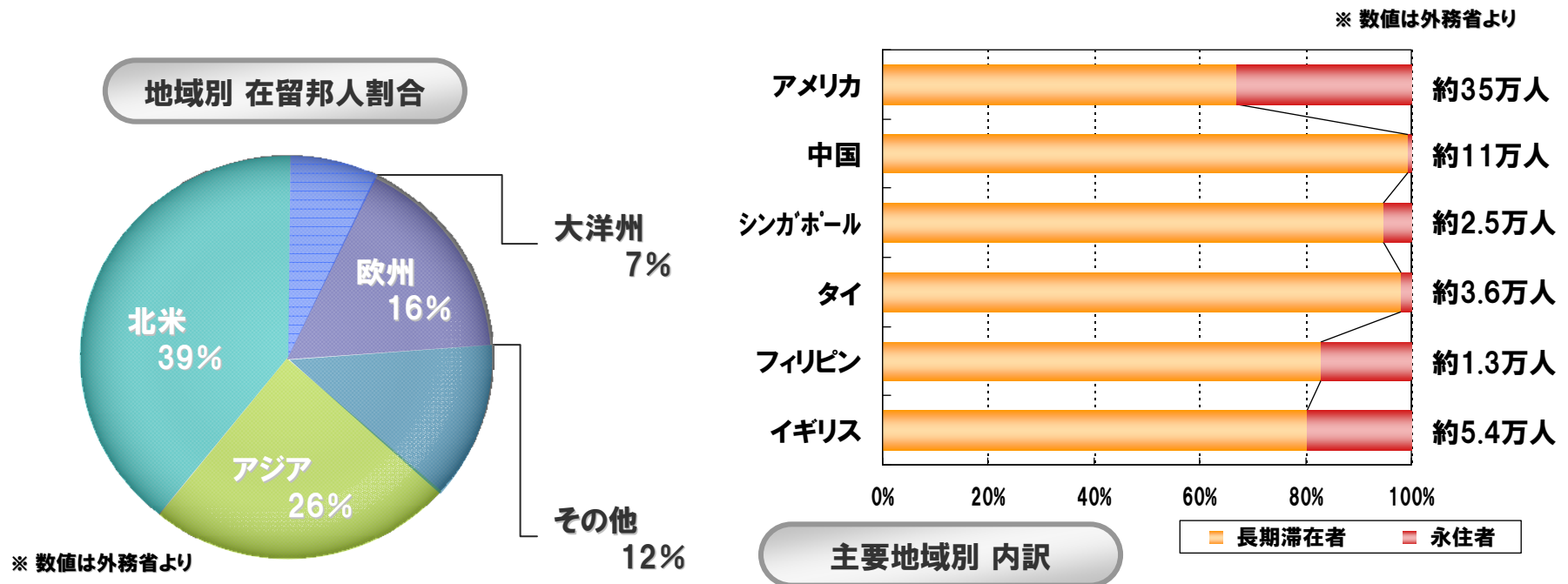
### ロードアシスタンス事業

- 収益性が期待できる新規顧客開拓、サービスの多様化による既存顧客の維持拡大、B2BからB2B2Cへ
- フィールドワーク担当の子会社(PRS・PLN)を通じた品質の向上とコスト削減による競争力の強化
- 事故車、故障車へのサービスからドライバー重視のサービスへ
- システムの大規模見直しによる迅速化とデータ分析の高度化
- ロードアシスタンス事業の高級車向けB2C分野への本格参入（JAFとの差別化）

### 周辺事業

- メーカー向け延長保証事業とロードアシスタンス事業とのパッケージ化による付加価値の高いサービスの実現

- 長期滞在者（駐在員や留学生等）と永住者を含めた在留邦人に対して与信サポートとしてのクレジットカード発行事業、ならびに医療支援としてのヘルスケア・プログラム事業は、海外生活における不自由を改善し日本での生活とのギャップを埋めるサービスであり、一体化を視野に入れて事業拡大を図る
- 潜在市場は大きく、また在留邦人マーケットではオンリーカンパニーであり、未だ開拓の余地が十分ある



	市場規模	当社シェア
クレーム(査定)事業	約30億円	約45%
ヘルスケア・プログラム事業	約80億円	約5%

※ 数値は海外進出企業数及び駐在員数を基に当社推定

## 事業環境

### クレーム(査定)事業

- 中国での取扱いの増加が見込まれるものの、全体としては横ばい

### ヘルスケア・プログラム事業

- 海外進出している日本企業が対象であることから、潜在的な市場規模は大きい(海外進出企業800社)
- 現在、同事業の認知も進んでおり、02年1社の導入から現在7社まで拡大し、今後も成長が見込まれる

### その他事業

- 大手共済団体からの家財共済を中心とした事務受託事業については、取扱いの増加基調が続いており、また少額短期保険へ向けたシステムを含む包括的な受託が見込まれ、成長の余力がある

	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	2007/3 VS 2010/3	
					金額	%
売上高	2,401	2,500	3,300	4,000	+1,599	+66.6%
営業利益	451	612	942	1,242	+791	+175.3%
％	18.8	24.5	28.5	31.0		

(単位:百万円未満切り捨て)

## 事業方針

※ 会計処理の変更により、年間売上に3億円の影響が出るもの収益への影響なし

### ヘルスケア・プログラム事業

- 新規企業の開発に経営資源を投入し、営業力の強化・規模の拡大を図る
- システム投資による業務効率の改善
- ヘルスケア・プログラム認知度向上のためのマーケティング戦略を推進する

### 周辺事業

- 新たに企業の従業員向けの健康診断予約などのサービス業務を受託、今後の柱の一つとして拡大していく

	在留邦人数 (長期滞在 + 永住)	プレミオ会員
米国	350,000	27,000
中国	90,000	500
タイ	36,000	未発行
香港	25,000	1,300
シンガポール	25,000	未発行
フィリピン	13,000	未発行
インドネシア	11,000	未発行
マレーシア	10,000	未発行
英国	54,000	未発行
オーストラリア	52,000	未発行
カナダ	42,000	未発行

※ 数値は外務省より

## マーケット環境

### プレミオ事業

- 米国については、会員数が3年間で約2倍に増加
- 中国および香港については、創成期であるため、今後の成長が見込まれる
- 在留邦人は、世界各国の多くの地域に居住しており、潜在的な市場規模は大きい

### 周辺事業（国内）

- グレーゾーン金利に端を発した急激な環境変化により、コスト削減が至上命題になっているクレジットカード業界は、コールセンター部門の地方移転が急務となっている

	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	2007/3 VS 2010/3	
					金額	%
売上高	1,701	2,150	2,550	3,200	+1,499	+88.1%
営業利益	261	433	581	844	+583	+223.5%
％	15.4	20.1	22.8	26.4		

(単位:百万円未満切り捨て)

## 事業方針

### プレミアム事業

- タイやシンガポールを中心としたアジア地域への横展開を急ぐ(当計画期間中)
- 米国での情報提供と利便性の追求を目的とした日本人長期滞在者向けポータルサイトを開設し、ショッピングやオークションなどのコンテンツを強化
- 米国で展開中のプレミアムレギュラーカード(航空会社のマイレージ付与対象外)を、新たな提携先(地域密着型の小売店など)、日本人永住者向けに拡大を図る

### 周辺事業

- クレジットカード会社向けに、第2BPOセンターの有効活用の提案を強化し、大型案件受託に注力する

	2005年度	2006年度	2007年度 (推定)	2008年度 (推定)
CRM関連市場	5,576億円	6,511億円	7,414億円	8,410億円
内)カスタマーサービス関連市場	3,463億円	4,192億円	4,860億円	5,580億円

※ 数値はコールセンター白書2006より

## 事業環境

### コールセンター事業

- CS（顧客満足度）に主軸を置いたコールセンター事業は、市場全体としては今後も成長が見込まれる
- 市場全体は成長が見込まれるものの、顧客獲得競争は厳しく、また差別化要素も少ないため、価格競争を招き易い
- 秋田BPOセンターは、正社員中心の長期雇用を目的とした業務運営であり、これにより業務の安定化に繋がっていることから、多くの顧客から高い評価を受けている

	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	2007/3 VS 2010/3	
					金額	%
売上高	1,096	1,580	1,800	2,200	+1,104	+100.7%
営業利益	70	106	158	267	+197	+282.0%
％	6.4	6.7	8.8	12.2		

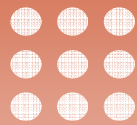
(単位:百万円未満切り捨て)

※ 数値はコールセンター白書2006より

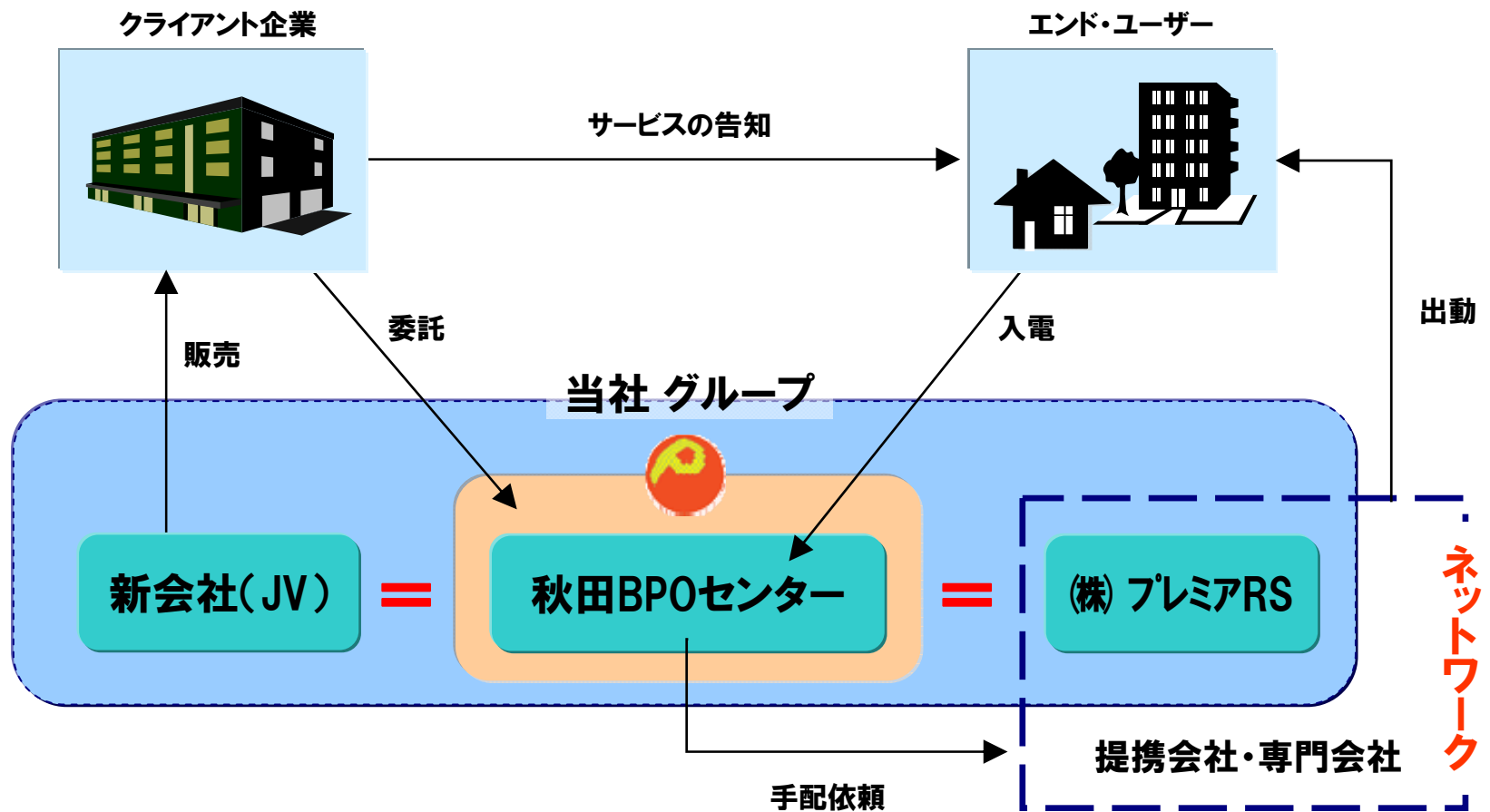
## 事業方針

### コールセンター事業

- 当事業は当社にとってR&Dであり、今後主力になり得る事業を生み出す事業分野**  
 (顧客ニーズの発見と業界特有の業務知識)
- 大手コールセンター企業との競合は避け(コンペには参加しない)、パートナーシップを構築出来る企業を選別**
- 現在、受託業務が拡大中の高級消費財の業界に対して、お客様相談やE-commerce導入支援・運営など包括的なカスタマーサービスの提案を拡大**
- また、インターネット企業などへのカスタマーサービスの請負業務の拡大を図る**



新たな事業基盤として 不動産関連を対象にした新たな事業に進出。  
当事業分野でシナジー効果を得られる企業とJVを設立し、水漏れ・リフォーム・修繕等、  
日常生活におけるアシスタンスサービスのネットワークを構築し、2007年4月より本格的に開始



	2007/3 (予想)	2008/3 (計画)	2009/3 (計画)	2010/3 (計画)	2007/3 VS 2010/3	
					金額	%
売上高	—	300	1,100	2,000	—	—
営業利益	—	30	217	374	—	—
%	—	10.0	19.7	18.7		

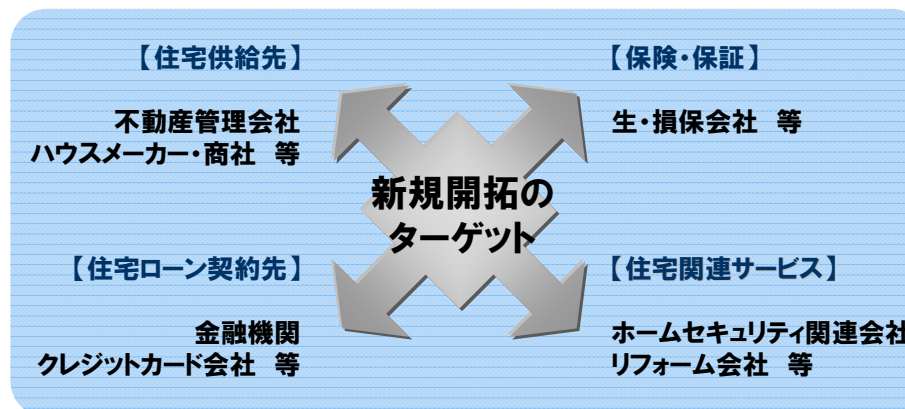
(単位:百万円未満切り捨て)

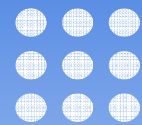
## 事業方針

- 業界別及び商品別に絞り込んだターゲットへの提案を推進
- 2007年4月に設立予定の新会社での販路拡大

対象	対象数
住宅ローン (単年新規契約数)	約50万件
火災保険	約1,100万件
クレジットカード	約2億7千万枚
分譲マンション	約485万戸

※ 住宅ローン数:国土交通省より  
 火災保険契約数:日本損害保険協会より  
 クレジットカード発行枚数:日本クレジット産業協会より  
 分譲マンション数:不動産協会より累積供給戸数





第一次中期経営計画で、第2BPOセンターなどの大型投資を実施し、第二次中期経営計画でその回収をしていきますが、成長を加速する上で増資や金融債務を活用しながら積極的に投資をおこなっていきます。

## 拠点等の拡大

- － 現地通貨建てクレジットカード事業拡大のため、当計画期間中を目処にタイに法人設立
- － 中国・香港・シンガポールにおける衛星拠点ネットワークの拡大（ベトナム・インドへの進出を検討）
- － 第二次中期経営計画の期間中に第3BPOセンターの建設と着工を決定
- － 人材確保のため、秋田BPOセンター隣接地に社宅の設置や託児所の増床を検討  
⇒ 働きやすい環境づくりと地域密着

## 効率化の推進

- フィールドワーク子会社へ質の向上のための教育や業務効率向上のためのシステム投資
- 海外傷害保険査定業務及びヘルスケア・プログラムのシステム増強
- 秋田BPOセンター全体の効率化と費用低減のためのシステム増強

## M&A アライアンス

- 規模拡大のためのM&Aは実施しないのが基本方針
- 成長ドライバーとなる事業の創出とシナジー効果が得られるアライアンスを推進する
- システム部門強化のためのアライアンスを模索
- 新たな事業創出の第一弾として07年4月にJVを設立(不動産部門)

## 大規模にすることにより、付帯設備の充実が可能

投資総額 12億5,000万円

総席数（第2BPOセンター 550席）

## 労働環境を重視した施設

- 100人規模のカフェテリアを2箇所設置
- 託児所
- リフレッシュルーム
- 従業員向け大規模駐車場（800台収容）
- 最大約100名収容のシアター形式の研修施設

他社との差別化と人材の固定化による  
品質の維持により、高評価を受ける

3年後にフル稼働



11,000坪の広大な敷地に  
2箇所センターを建設

