



2021年5月13日

各 位

会 社 名 プレミアグループ株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 柴田 洋一
(コード番号：7199 東証市場第一部)
問 合 せ 先 常務執行役員 金澤 友洋
(TEL. 03-5114-5708)

「デジタル・トランスフォーメーション (DX) 戦略」策定に関するお知らせ

当社は2021年5月13日開催の取締役会において、「デジタル・トランスフォーメーション (DX) 戦略」(以下「DX戦略」)を決定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

当社は2020年2月に、2023年3月期を最終年度とする中期経営計画「VALUE UP ♪ 2023」を公表いたしました。既存事業の拡大と新規事業の育成により、収益力を向上させ、事業基盤を強化し、さらなる企業価値の向上を目指して各種課題に取り組んでおります。また今般の新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、既存の手法が通用しないニュー・ノーマルの時代に突入し、事業環境を取り巻く変化が加速しております。こうした状況の中、業務のデジタル化のみならず、デジタルの力によってビジネスモデルを変化させ、より強靱な競争優位性を確立していくデジタル・トランスフォーメーションこそが、企業の存続において重要であると考えております。

この度公表するDX戦略では、当社グループの重要な顧客である中古車販売店・自動車整備工場(以下「モビリティ事業者」)及びその先に存在する個人のお客様が、当社グループの提供する中古車流通に関するプラットフォームを利用することで、モビリティ事業者の収益力向上、及び個人のお客様が安心して便利な中古車の利用を実現することを目指しており、こうした三位一体の変革が当社グループの競争優位性に繋がると考えております。

詳細につきましては別紙「プレミアグループのDX戦略」をご覧ください。

以 上

プレミアアグループのDX戦略

2021年5月13日

プレミアアグループ株式会社
証券コード：7199（東証一部）



DX戦略 目次

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

- 当社グループのミッションについて
- 中期経営計画について
- 中期経営計画重点施策とDX
- 目指すべき将来像とDX

2. DX戦略

- 当社グループを取り巻く環境
- DXビジョン
- DXの全体像
- DX-コアビジネス戦略
- DX-組織、基盤
- DX-財務・投資方針、K P I

3. ガバナンスシステム

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

Mission & Business model

We will now explain our mission, business model and how it relates to our digital transformation strategy.

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

当社グループのミッションについて

当社グループは2007年の創業から、変わらずに以下の内容をミッションに掲げております。

**世界中の人々に最高のファイナンスとサービスを提供し、
豊かな社会を築き上げることに貢献します**

ファイナンス機能とサービス機能をさらに向上させ、それをグローバルに展開していくことにより、
豊かな社会を作り上げていく

**常に前向きに、一生懸命プロセスを積み上げることでできる、
心豊かな人財を育成します**

やる前から「できない、無理だ」と諦めずに、突き抜けた発想と強い志を持ってイノベーションを促進し、
自ら次のステージを切り開いていく

デジタルガバナンス・コード「1. ビジョン・ビジネスモデル」

企業は、ビジネスとITシステムを一体的に捉え、デジタル技術による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）を踏まえた、経営ビジョンの策定及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルの設計を行い、価値創造ストーリーとして、ステークホルダーに示していくべきである。

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

中期経営計画について

2020年2月、3か年の中期経営計画「VALUE UP↗2023」を公表しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、見直しを行った内容について、本日（2021年5月13日）改めて公表いたしました。

「オートクレジット企業からオートモビリティ企業へ」というビジョンが示す、「既存事業の伸長による成長」と「ビジネスモデルのシフト」に向けた重点施策は以下のとおりです。

強みであるファイナンス事業の増強

故障保証の市場拡大

総合力を活かしたプラットフォーム展開

オートモビリティサービスを拡充

デジタルガバナンス・コード「1. ビジョン・ビジネスモデル」

企業は、ビジネスとITシステムを一体的に捉え、デジタル技術による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）を踏まえた、経営ビジョンの策定及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルの設計を行い、価値創造ストーリーとして、ステークホルダーに示していくべきである。

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

中期経営計画の重点施策とDX

中期経営計画の重点施策は、DXと密接に関連しております。

強みであるファイナンス事業の増強

故障保証の市場拡大

総合力を活かしたプラットフォーム展開

オートモビリティサービスを拡充

DX概要

業務イノベーションで
生産性と
従業員の幸福度を
高める

デジタルガバナンス・コード「1. ビジョン・ビジネスモデル」

企業は、ビジネスとITシステムを一体的に捉え、デジタル技術による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）を踏まえた、経営ビジョンの策定及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルの設計を行い、価値創造ストーリーとして、ステークホルダーに示していくべきである。

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

中期経営計画の重点施策とDX

中期経営計画の重点施策は、DXと密接に関連しております。

強みであるファイナンス事業の増強

故障保証の市場拡大

総合力を活かしたプラットフォーム展開

オートモビリティサービスを拡充

DX概要

エンドユーザの利便性、
モビリティ事業者*の
経営効率を高める

*モビリティ事業者...当社グループの重要な顧客である
中古車販売店及び自動車整備工場を指します。

デジタルガバナンス・コード「1. ビジョン・ビジネスモデル」

企業は、ビジネスとITシステムを一体的に捉え、デジタル技術による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）を踏まえた、経営ビジョンの策定及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルの設計を行い、価値創造ストーリーとして、ステークホルダーに示していくべきである。

1. ミッション・ビジネスモデルとの関わり

目指すべき将来像とDX

3か年の先の中長期の「目指すべき将来像」として設定している、CASE、MaaS、電動自動車へのシフトも見据えた次世代プラットフォーム構想とも、DXは密接に関連しております。

強みであるファイナンス事業の増強

故障保証の市場拡大

総合力を活かしたプラットフォーム展開

オートモビリティサービスを拡充

DX概要

次世代オート
モビリティサービスに
対応する新規事業の
創出

デジタルガバナンス・コード「1. ビジョン・ビジネスモデル」

企業は、ビジネスとITシステムを一体的に捉え、デジタル技術による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）を踏まえた、経営ビジョンの策定及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルの設計を行い、価値創造ストーリーとして、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

Our DX Strategy

We will now explain our digital transformation strategy.

2. DX戦略について

当社グループを取り巻く環境

当社グループや業界全体など内外の環境における課題は次のとおりです。

メイン顧客であるモビリティ事業者



資本力が小さく、**デジタルインフラの整備に遅れが発生**

- ・デジタルインフラが整備されておらず、web検索経由での集客力が弱い
- ・店舗周辺の住民しか顧客対象にできず、取引機会のロスが多い

社内業務について



紙・FAXを用いた業務処理が存在するほか、**定型業務を人間が担当**

- ・オンライン化を進めているものの、完全切替はできず、そのために多くの人員と時間がかかる

中古車を購入するエンドユーザ



中古車購入時や購入後のアフターサポートの**情報が不足**

- ・例えば自動車が故障した際「販売店に行くのか？整備工場に直接持っていくのか？」「どこなら適正な価格で修理してくれるのか？」と疑問が多く、情報取得に手間がかかる

モビリティ業界の大きな変革期



CASE・MaaS・電動自動車へのシフト等、変革期を迎えている

デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

DXビジョン

当社は以下をビジョンとして掲げ、DXを推進していきます。

**個々が輝くチームから成るプラットフォームとして、
エンドユーザ、モビリティ事業者と「プレミアム」なカーライフを共創する**



デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

DXの全体像

DXビジョン						
中期経営計画	強みである ファイナンス 事業の増強	故障保証の 市場拡大	総合力を活かした プラットフォーム 展開	オート モビリティ サービスを拡充	次世代モビリティ サービスの創出	目指す べき 将来像
コア ビジネス 戦略	モビリティ事業者の経営効率を高め、エンドユーザーに「安心・便利」をお届け					
	従業員のWell-being			CASE・MaaS・電動自動車化への対応		
組織 ・ 基盤	経営層直下の「DXを推進する専任組織」と「グループ会社横断のプロジェクトチーム」のハイブリッドで推進					
	データ集約・アジャイル開発・フルクラウド化					
投資 方針	重要な経営課題の一つとして適切なリソース配分					
KGI	「モビリティプラットフォーム流通総額」					

デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

DX-コアビジネス戦略

コアビジネス戦略

モビリティ事業者の経営効率を高め、エンドユーザーに「安心・便利」を届ける

- 一定水準以上の中古車販売店・整備工場（以下「B」）と中古車購入希望者・修理等希望者（以下、総称して「C」）をプラットフォーム上でマッチングすることで、取引機会の拡大を目指す。
- Bの在庫管理や販売実績管理などの**日常業務もプラットフォーム上で行える**よう仕組みを構築する。
- 来店・商談予約や見積り、契約、決済、フォローなど、一連の**B to C間の取引をオンラインで完結させる**仕組みを構築する。
- 購入後の不具合や故障が発生した際に、Cをプラットフォームに誘導し、適切なサービスや入庫先の整備工場などを**コンシェルジュサービスのように提案できる仕組み**を構築する。

従業員の幸福度（Well-being）を高める

- あらゆる制約から解放され、**主体性を持った働き方をアシスト**する。
- デジタル化による**オペレーション業務の省力化・自動化**を行い、**WFA（Work From Anywhere）**を推進する。
- 人間と技術の相互補完で**高品質・高度なサービスを提供する体制を整える**。

CASE・MaaS・電動自動車化への対応

- 自動車業界の変革にも対応できる**次世代プラットフォームの構築**を目指す。

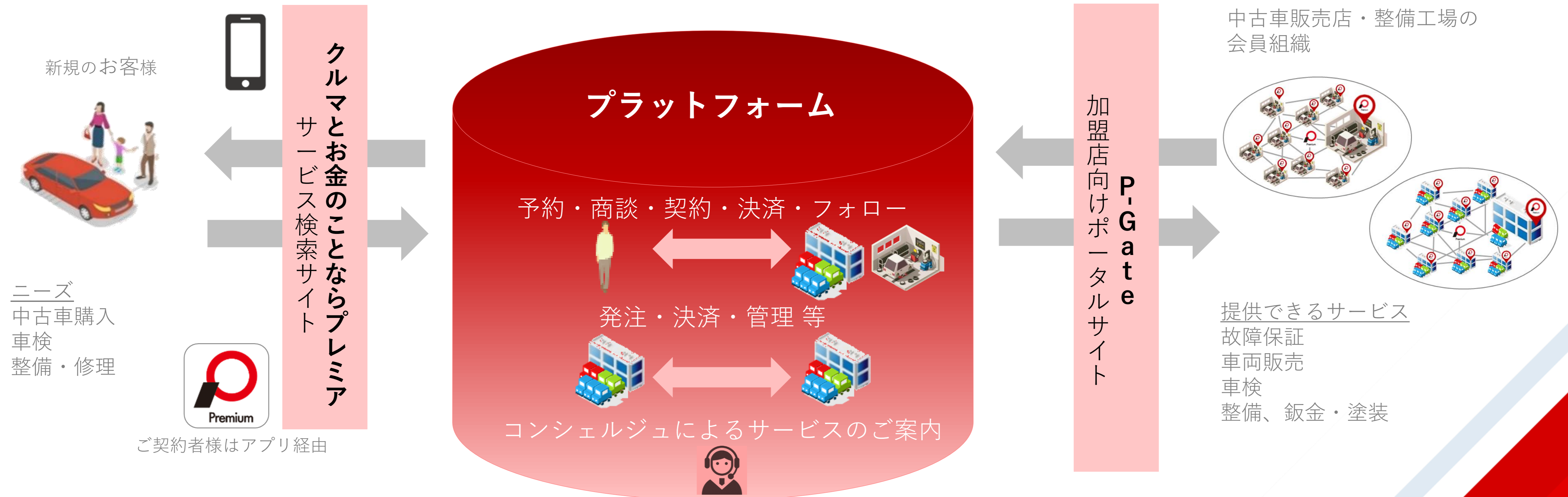
デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

DX-コアビジネス戦略

(補足) プラットフォーム イメージ



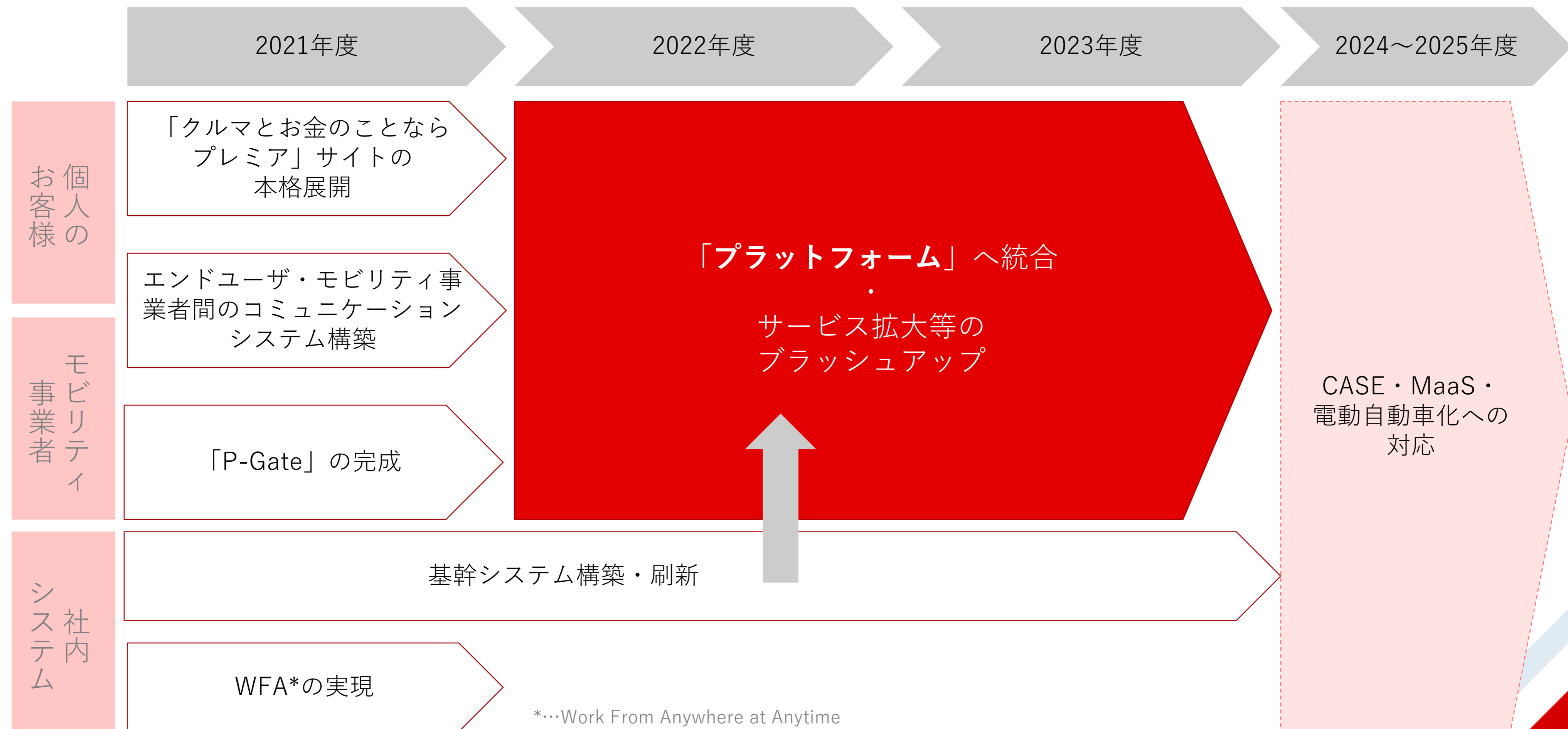
デジタルガバナンス・コード「2. 戦略」

企業は、社会及び競争環境の変化を踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてデジタル技術を活用する戦略を策定し、ステークホルダーに示していくべきである。

2. DX戦略について

DX-コアビジネス戦略

(補足) コアビジネス戦略に係るDX推進のロードマップ



2. DX戦略について

DX-組織、基盤

デジタルガバナンス・コード 2-2. ITシステム・デジタル技術活用環境の整備に関する方策
企業は、デジタル技術を活用する戦略の推進に必要なITシステム・デジタル技術活用環境の整備に向けたプロジェクトやマネジメント方策、利用する技術・標準・アーキテクチャ、運用、投資計画等を明確化し、ステークホルダーに示していくべきである。

デジタルガバナンス・コード 2-1. 組織づくり・人材・企業文化に関する方策
企業は、デジタル技術を活用する戦略の推進に必要な体制を構築するとともに、組織設計・運営の在り方について、ステークホルダーに示していくべきである。その際、人材の確保・育成や外部組織との関係構築・協業も、重要な要素として捉えるべきである。

組織

① 経営直下に「DXを推進する専任組織」を設置

- 従来推進してきた事業に捉われない目線で考え、全社的な変革を推進する。

② 「グループ会社横断のプロジェクトチーム」を設置し、①とハイブリッドで推進

- プロジェクトチームを核として、主に業務改革をグループ会社横断で進めていく。また、「変えて終わり」ではなく、継続的な業務改善を行う。

基盤

① データ集約

- フレッシュなデータをスピーディに確認できる環境、多様な分析ニーズに応える基盤を構築し、事業スピードを加速させる

② アジャイル開発

- システムをマイクロサービス化し、事業を止めることなく常に新しいニーズを短期間で柔軟に品質よく取り入れる

③ フルクラウド化

- 事業の拡大に合わせ、適切なコストやスピード感でインフラを提供するとともに、利用者である従業員に対して、新しい働き方「WFA (Work From Anywhere at Anytime)」を提供する

デジタルガバナンス・コード 2-2. ITシステム・デジタル技術活用環境の整備に関する方策
企業は、デジタル技術を活用する戦略の推進に必要なITシステム・デジタル技術活用環境の整備に向けたプロジェクトやマネジメント方策、利用する技術・標準・アーキテクチャ、運用、投資計画等を明確化し、ステークホルダーに示していくべきである。

デジタルガバナンス・コード 3. 成果と重要な成果指標
企業は、デジタル技術を活用する戦略の達成度を測る指標を定め、ステークホルダーに対し、指標に基づく成果についての自己評価を示すべきである。

2. DX戦略について

DX-財務・投資方針、KPI

投資
方針

重要な経営課題のひとつとして適切なリソース配分を実施

- ①2021～2025年度の5ヵ年で、**毎年5億～10億を投資予定**
- ②エンドユーザ向け、モビリティ事業者向け、社内業務改革の3領域のDXを並行的に進め、**プラットフォームの早期本格稼働を目指す**

K
G
I
・
C
S
F

KGI：「プラットフォーム流通総額」

- プラットフォームを利用した、ファイナンス事業・故障保証事業・オートモビリティサービス事業*の取引額合計の増加を目指す

*…自動車流通金額、車検流通金額、修理・钣金流通金額など

KGI達成のために、以下のCSFを設定

1. モビリティプラットフォームを利用する**モビリティ事業者数**の増加
2. モビリティプラットフォームを利用する**エンドユーザ数**の増加
3. **オンライン上での取引件数**の増加
4. 上記推進の基盤となる**社内の業務生産性**の向上

(補足) 業務フローを細分化し、各業務上で1~3つのCSFを設定 (例：加盟店契約後の「ポータルサイト利用率」)

3. ガバナンスシステム

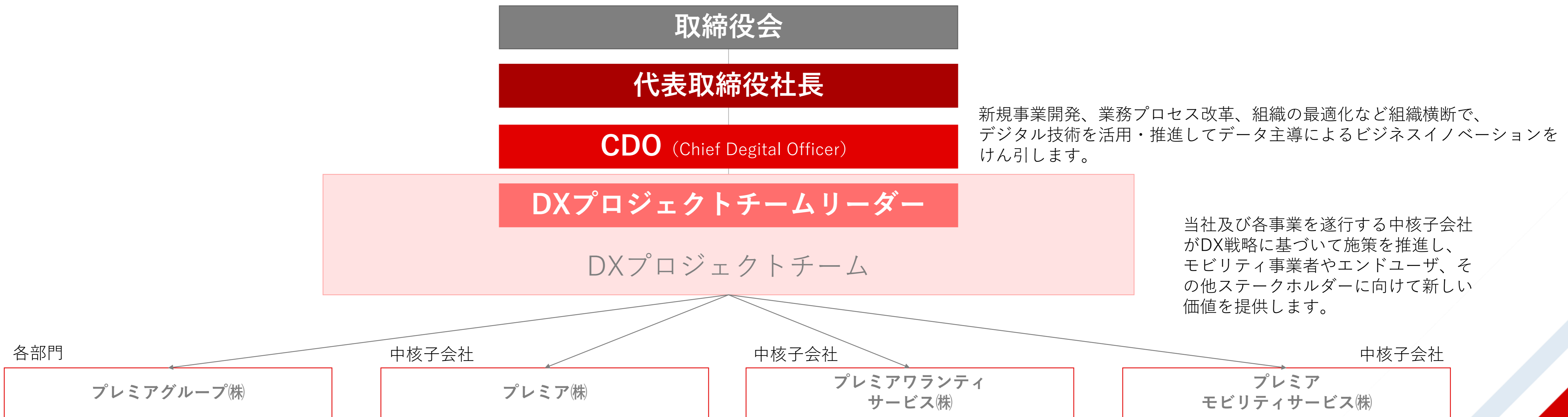
Governance

We will now explain our governance, digital transformation implementation system.

3. ガバナンスシステム

DX推進におけるガバナンス体制

当社グループは、代表取締役社長を実務執行総括責任者として配置し、CDO(Chief Digital Officer)がDX戦略を推進し、実行をリードする体制を構築しています。



デジタルガバナンス・コード 4. ガバナンスシステム

- 経営者は、デジタル技術を活用する戦略の実施に当たり、ステークホルダーへの情報発信を含め、リーダーシップを発揮するべきである。
- 経営者は、事業部門（担当）やITシステム部門（担当）等とも協力し、デジタル技術に係る動向や自社のITシステムの現状を踏まえた課題を把握・分析し、戦略の見直しに反映していくべきである。また、経営者は、事業実施の前提となるサイバーセキュリティリスク等に対しても適切に対応を行うべきである。
- 取締役会は、経営ビジョンやデジタル技術を活用する戦略の方向性等を示すにあたり、その役割・責務を適切に果たし、また、これらの実現に向けた経営者の取組を適切に監督するべきである。