

第26回定時株主総会（2021年3月24日開催） 質疑応答の概要

【事前質問及び回答】

Q

買戻損失引当金について、2月12日に開催した決算説明会の資料のP15に記載されている引当金の減少について、「目的使用」「買取不要」「その他（洗替）」の項目に分けて記載しておりましたが、そのうち「その他（洗替）」とはどのような内容か。

A

「目的使用」：コンテナを買い戻す際に引当金を取り崩したものととなります。

「買取不要」：投資家との間でコンテナの買取不要の合意を締結したことにより、引当が不要となり取り崩したものととなります。

「その他（洗替）」：1年間、当社が投資家様へ賃料を支払ったことで、コンテナの買取見込金額が支払いした賃料の分減少することから、その減少分を「その他（洗い替え）」として処理したものととなります。

Q

2月12日に開催した決算説明会の資料のP22に記載されている中期経営計画のストレージの新規出店室数について、2023年は3,700室とありますが、これは2021年や2022年と比べるとかなり大きな数になります。その数を出店できるのはどのような根拠があるのでしょうか。

A

具体的な根拠をお示しするのは難しいのですが、コロナ禍によって出店活動を控えた2020年においても、2,760室の新規出店をしております。また、2021年が1,000室と少ない理由につきましては、木造建物型のストレージミニを拡大する方針を掲げており、従来のコンテナと比較すると工事期間が長期化するため、出店活動を開始後、物件がオープンするまでに約1年程度かかると見込んでいるためでございます。

そのため2021年、2022年と堅実な出店活動を進めていくことで、2023年の出店室数目標の達成を目指す方針でございます。

その他のご意見

取締役、監査役には会社から賦与された株式報酬だけでなくしっかり自分の金で投資した株式を所有していただきたい、とのご意見をいただいております。こちらにつきましては今後の経営の参考、検討課題とさせていただきます。

【株主総会における質疑応答の概要】

Q

ストレージ運用の営業利益率について、前期は通期 16.6%ですが、内訳をみると 1Q は 13.2%から 4Q については 23.5%と大幅に改善しています。今後、長期的な視点でストレージ運用の利益率がどのくらい改善されていくのか、コンテナの買戻しの件があるとは思いますが、レンジでのご回答でも結構ですので、ご回答いただきたいです。

A

前期の営業利益率が後半にかけて大幅に改善した点につきまして、コロナ禍の影響を受け、地主様に一時的な地代の減額をお願いしたことによる改善が含まれております。今後につきましては、コンテナの買戻しの状況による不確定な要素がありますが、16.6%プラスアルファがベースになると考えております。

また、2年ほど前から現場改善を行っており、新規出店の基準を見直し、出店精度を改善しております。稼働率の向上により在庫数が減少している中で契約が純増しているということで、募集力・現場力があがってきたこともプラス要因になると考えております。

Q

ストレージ事業の最重要課題を教えてください。

A

出店室数の拡大、及び稼働率の向上でございます。現状の出店ペースは、稼働室数の純増室数より少ない数字なので、在庫の減少とともに将来の成長が鈍化してしまうこととなります。そのため、出店室数の継続的な拡大が重要であると考えております。また、在庫が減っていく中での顧客の獲得は難易度が高くなりますので、コールセンターの強化・システム投資等により成約率を高め、稼働率を向上させていくことが重要と考えております。

Q

ストレージの業界を巻き込んだ動きとは、具体的にはどのようなことか。

A

前提として、業界が発展しないといけないと考えております。「ストレージというものは素晴らしいものである」、「生活を変える事業である」と思っております。まずは、業界の関係各社の社員が使うことにより商品を知る、という取り組みを企画しております。同時にお客様の収納の使い方を知る取り組みを継続的に行うことを考えております。将来世界に進出するときに、日本固有の「きめ細かなサービス」が世界に通用するものと考えており、ストレージを利用することで、どのように収納・整理整頓し、どのように生活が変化し、人生が変わっていくか、というところまで提案できる商品であると思っておりますので、業界に対して商品理解を深めていきたいと考えております。

Q

既存事業の拡充に軸足を置き、新規事業はないということでよろしいでしょうか

A

新規事業はありませんが新商品は開発しており、ストレージミニ二という木造建物型、40 室程度の物件を注力して出店していく予定であり、仕入をスタートしております。また、八

ロービズストレージ・ハロービズハウスという商品があります。2階が住居または事務所、1階に倉庫と駐車場がある、という商品です。現在3物件、最近オープンしたのもも完成と同時に申込が入っております。時代背景として、これからは個人事業主が増えていくと予想しており、これまで SOHO 事業として都心型のスモールオフィスを運営しておりましたが、それに加えて郊外型の駐車場付きのものも需要があると考えております。こちらは受注出店を中心に考えており、土地の所有者に土地の有効活用を提案していくものでございます。

Q

ストレージのアメリカとの市場規模の差が大きいのはなぜか

A

価格設定に乖離があります。アメリカでは日本の約3分の1の価格で提供しております。広大な土地があるアメリカは地代が安く、狭い日本は地代が高いという点が要因でございます。日本も同様の価格帯で提供できれば市場の急速な成長は見込めますが、現時点で同様の価格帯の設定は難しいという状況でございます。一方で、日本は住環境が狭いという潜在的なニーズがありますので、徐々に日本の市場も拡大していくものと考えております。

Q

エリアリンクの評価が低いという印象、これはマーケットの評価の低い不動産業界に含まれていることもあり、マーケットとミスマッチがあるのではないかと

A

当社の評価につきましては、複数の要因があると考えております。ご指摘の通りストック型のビジネスモデルであるものの不動産業に含まれている点、昨年コンテナの買戻しに関する50億円の特別損失を計上し赤字決算となっている点、過去実施したMSワラントのイメージが残っている点が考えられます。当社としては、業績の向上を継続していくことに加え、IR活動等で当社のビジネスモデルの理解を深めていただくことにより、中長期的な企業価値の向上につながるものと考えております。