

2019年度第3四半期 決算説明会 主な質疑要約

Q1：大手領域の新規顧客粗利率について

前回決算説明会で一部の顧客で粗利率が低いと説明があったが、今後の粗利率回復までの想定時間軸を教えてください。

A1

広告代理事業における粗利率の回復は、当面は時間が掛かると想定。そのため、粗利率の高いソリューションをフックに顧客のデジタルシフト支援を拡大させることでマケ大手全体の粗利率を高めていくことを考えている。

Q2：地方中小領域と大手領域の顧客カバーについて

ソールドアウトで成長した企業が卒業してしまう課題について、グループ内で検討している改善策を教えてください。

A2

今回の決算説明会資料にも記載してあるとおりグループ間での連携をより深め、現場間におけるソリューションやノウハウ共有等を強化していく方針である。将来的には営業現場のフロント協業も検討し、あらゆる顧客をグループでカバーできる体制を構築していきたいと考えている。

Q3：金融投資の考えについて

減損発生していることやラクスル社株式を売却することを踏まえ、デジタル分野の投資の考え方や運用スタイルに変化があるか。

A3

基本的には大きな方針変化はない。

Q4：オプトとSIGNATEとの取り組み

事業会社オプトとのシナジーについて、具体的な取り組みについて教えてください。

A4

各広告代理店の運用広告における差をデータサイエンティストを活用して可視化することを考えている。

当社がAI投資により広告運用の自動化を推進する中で、顧客業種や業態によりどういう代理店や広告運用がベストであるのかというAIにおける研究開発を始めている。

Q5：SIGNATEの競争環境について

3つの事業で特にHR領域が有望と思ったが、この領域は競争環境が激しいと考えており、SIGNATEが大きくなる前に競争環境が激化する恐れはないか。

A5

SIGNATEの3事業の特徴は、人手があまり掛からないビジネスモデルであり収益性が高い。HR領域で、例えば採用紹介は、ビ

ズリーチのようなダイレクトリクルーティングのようなモデルとしており、システム上で登録エンジニアと企業様をマッチングすることをイメージしており、HR 領域競合他社とは異なるモデルにより差別化を図っていくイメージである。

Q6 : デジタルシフト支援の具体例

デジタルシフト支援においてオプトグループがやるべき、またはやれるデジタルシフトは具体的に何か。

A6

お客様のマーケティングにおいて、これまでは販促・広告支援を行ってきたが、最近ではマーケティングの上流では戦略の立案やデジタルシフトを実現するための人材サポート支援の事例が始め、また下流では顧客データを活用した CRM や共同開発ソリューションがある。当社グループとしては広告支援を中心に上流や下流へサービスを拡充することを考えており、現在足元では下流サービスを広げている。

Q7 : デジタルシフト支援について

なぜオプトグループではデジタルシフト支援が出来るのか。

A7

専門組織を組成したことやオプトグループにおける外部の有識者とのネットワークや知見を活用しながら、企業の上層部の方とお話する機会を頂けているためである。

Q8 : デジタルシフトの単価

デジタルシフト支援は大きな単価を得られるの手応えは出てきているのか。

A8

出てきている。損保ジャパン様との取り組みを他企業にも横展開できるようフォーマット化をしていくことを考えている。プロセス改善は大手企業様からのニーズが高く、かつ広告代理ビジネスと異なり受託型モデルでもあるため今後期待できる。

Q9 : SO Technologies

オプトや SO と同じくらいの規模になっていくイメージなのか。また具体的に何を支援して設けていくのか。

A9

市場規模は非常に魅力的であり中小領域マーケットになると想定。その中で、地図情報を活用した店舗誘導広告とリスティング広告で支援をする。小規模企業の場合、単価が低すぎて代理店が支援してくれず自社で運用をしている。我々はそこに入り込み自動化支援をしていくことを想定している。

Q10 : SIGNATE

登録者はフリーランスであるのか。

A10

基本的には大手企業や研究機関に勤めている方がメインである。SIGNATE のプラットフォーム上で行われるコンペティションに参加することで、企業のデータに触れたり他の方の回答も見て学ぶことが出来、最近ではこの SIGNATE におけるコンペティション結果が勤務先の評価にもつながることもあり、登録する方が増えている。

以上