

2024年9月3日

株式会社イオレ
代表取締役社長 富塚 優
(コード番号：2334)

「Kabu Berry Lab IR セミナー」 質疑応答 書き起こし記事公開のお知らせ

下記の通り、参加型 IR セミナー「Kabu Berry Lab IR セミナー」に当社取締役兼執行役員の貞方が登壇いたしました。当日の質疑応答をご参照ください。

記

- 開催日時 2024年8月23日(金) 20:00
- 開催方法 オンライン配信（質疑応答含む）
- 対象 個人投資家
- アーカイブ <https://www.youtube.com/live/PMSHEfVzppM?si=jln3TcZjOIxHS98x>
- 質疑応答 次ページ以降の「質疑応答」をご参照ください。

以上

本件に関するお問い合わせ

株式会社イオレ アドミ U

Mail : ir-enquiry@eole.co.jp

質疑応答

① 「HR アドプラットフォーム」について、今後どのような非連続的な成長が見込めそうでしょうか？また、HR アドプラットフォームの利益率は高めか低めのどちらでしょうか？

まず、「非連続的な成長」という言葉の定義ですが、これは2020年に「HR アドプラットフォーム」をリリースした当初の三ヵ年計画で掲げていた大幅な売上成長戦略とは異なる、新たな成長路線を指しています。冨塚が代表に就任してからの中期経営計画では「HR アドプラットフォーム」の方向性や戦略が見直されました。

現在リクルート社がIndeed PLUS をリリースしたことにより、「HR アドプラットフォーム」の認知度が非常に高まっています。当初、当社の事業規模や営業力が限られていたため、市場での普及には時間がかかりましたが、Indeed PLUS の影響で知名度が上がり、サービスに対する理解が進んでいます。今後リクルート系以外の求人メディアに求人広告を掲載したい企業が増えてくると、HR アドプラットフォームの需要もさらに高まると見込んでいます。また代理店の数も倍増しており、Indeed 代理店がHR アドプラットフォームの代理販売を行うようになってくださると導入企業数が飛躍的に増加する可能性があり、兆候としては良好な状況です。

利益率については、当社の他のサービスと比較すると相対的に低めです。プラットフォームであることから、連携メディアに対する仕入れが発生するため、自社媒体と比べるとどうしても利益率が低くなります。

② 「Perrole」は将来的に収益化の見込みがあるのでしょうか？

「Perrole」はペットの総合情報サイトであり、主に「休日いぬ部」など当社のペット関連サービスへ送客するための集客エンジンとして機能しています。まずは、この媒体としての価値を高めることが優先されます。今後の収益化の動きとしては、サイト内での広告掲載による広告料収入や、一部ユーザーへの有料サービスの提供を想定しています。しかし、「Perrole」をメインの収益源とする計画はなく、あくまで集客エンジンとしての役割を重視しています。

③ 「らくらく連絡網+（プラス）」により行動履歴のデータが蓄積されていけば、より利益率の高い広告収入が得られるようになるという認識は合っていますでしょうか？

その認識で合っています。より質の高いデータが蓄積されることで、広告効果が高まり、商材としての価値が上がるため、広告収入が増加すると考えています。

④ 株価対策に関心を持っていらっしゃいますか？ 株主還元についてはどうお考えですか？

株価が現在低迷しており、社長が株価を気にしていないように感じます。株主や株価の低迷についてどのようにお考えでしょうか？

株価そのものは私どもだけの状況ではなく、さまざまな要因で変動しますので、市場が決めるものではありません。ただ、世の中の状況として、特にプライム市場などでは株価向上に対する施策を開示している企業もあり、東証もそれを積極的に推進している状況です。そのため、私どもとしても考えなければならないと認識しています。

個人的にも、会社としても、私たち役員は譲渡制限株式を発行しており、株価を上げれば自分たちの資産も増えるため、株主様と目標を共有していると言えます。社長が株価を意識しているかどうかについては、現在の社長である冨塚は、就任が決まった際に TOB で自ら株を買い付け、第 2 位の株主となっています。昨年の方調だった株価と比較すると、現状では 3 分の 1 程度になっており、冨塚自身も含み損を抱えている状況です。私たちとしても、株価が低いままで良いとは考えておらず、なんとか株価を上げていきたいと思っています。

ただし株主還元については、現状では株主総会でのお土産や配当については考えていません。これは来場された方とそうでない方の平等性の問題や、財務的な理由からです。現状利益剰余金がマイナスであり、配当原資がないため配当は行えません。まずは業績を上げて、1 株当たりの利益を増やし、企業価値を向上させることを目指しています。

上場企業は約 4000 社あり、認知度を上げるためにも、今回のような個人投資家向けの説明会の機会や IR 活動を増やしていきたいと考えています。これにより多くの方に知っていただき、関心を持っていただくことで、出来高が増え、株価が上がりやすくなる土壌が整うと考えています。今後も、このような活動を意識的に進めていきたいと思っています。

⑤ HR アドプラットフォームの非連続成長は、いつ頃までに達成できそうでしょうか？ 例えば、1 年以内や 2 年以内といった具体的な目安があれば教えてください。

先ほどの質問で具体的な時期については触れていませんでしたが、確かに気になるころかと思っています。現在代理店も増えており、自社の営業も順調に進んでいますが、実際にどれくらいの成果

が得られるかについては、今後の動向次第です。そのため、具体的な時期について現時点で明示するのは難しい状況です。ただ、私たちとしても、できるだけ早く実現したいと考えており、最大限の努力をしております。

⑥ DEA 社が DEPIN 事業に積極的に取り組んでいますが、イオレ社との今後の連携などはあるのでしょうか？

DEPIN 事業についてですが、現在 DEA と東京電力パワーグリッド様とで進められている取組などのことかと思えます。DEA と当社は、会長は吉田でもあるものの会社としては全く別の会社であるため、具体的な提携については現時点ではお答えできません。しかし、過去にはゲームアイテムや NFT の販売代理など、Web3 事業においてさまざまな取組を行ってきました。最近では「Answer to Earn」という取り組みを一緒に進めておりますので、今後も連携の可能性は十分にあるかと思えます。ただし、具体的に何をいつ行うかについて現在開示できることはありません。今後 IR やプレスリリースを通じて迅速に情報をお届けしますので、お待ちいただければと思います。

⑦ 「ポケカル」のホームページを拝見しましたが、デザインが古く感じられます。ホームページを改善することで、閲覧者にもっとワクワク感を与えることができると思いますが、今後、ホームページのデザインを改善する予定はありますか？

ご意見ありがとうございます。指摘の通り、現在のホームページは昨年 3 月に事業譲渡を受けた際のデザインをそのまま使用している状況であり私たちも改善の余地があると認識しています。今年 4 月から新体制を導入し、組織を大きく変更しました。具体的には、事業別組織から機能別組織へ移行し、営業部門は新規開拓に特化し、運用部門は運用に専念する体制にしました。また、新たにマーケティングプランニングユニットを設置し、BtoC 向けサイトの改善をマーケティングの観点で進めています。

現在は「休日いぬ部」というペット関連のサイトのリニューアルを進めており、これが完了次第「ポケカル」のサイトデザイン改善にも着手する予定です。ちなみに「ポケカル」の流入経路は Web、会員誌、提携企業の 3 つがありますが、それぞれが 3 割程度であり、メインの会員層は 60 代以上のアクティブシニアであることから、Web 流入が主軸というわけではありません。そのため「休日いぬ部」のサイト改善を優先的に進めていますが、「ポケカル」についても、SEO 対策などの軽微な改善は既に進めています。

サイトのリニューアルについては今後進めていく予定であり、進捗状況については四半期ごとの決算補足説明などでお伝えしていきたいと思っております。情報が出せるタイミングになりましたら積極的に情報発信していきますので、どうぞお待ちください。

⑧ 現金預金が約1億円となっていますが、今後の事業に影響はないか？ 増資や資金調達が必要になるのではないかと？

インサイダー情報に関わりますので増資について具体的な計画をお話しすることはできませんが、当社は過去に「継続企業の前提に関する重要事象」がついていた時期がありました。しかし、今年3月の通期決算でこの重要事象は解消されました。今後1年間の資金繰りについては特に心配はなく、財務状況は安定していると考えています。

⑨ 4月に発表した組織再編の手応えについて教えてください。

組織再編の手応えについてですが、再編から約5ヶ月が経過した現在、ある程度の手応えを感じています。今回の再編では、特にセールスユニットとオペレーションコンサルティングユニットを分け、セールス活動に専念する体制を整えました。過去には大口のお客様への依存度が高く、新規開拓があまり積極的に行われていませんでしたが、今回の再編を通じて新規開拓に力を入れることが重要視されるようになりました。これまでの5ヶ月間で、新規開拓の取り組みは成果を上げつつあり、代理店の数も倍増するなど、確かな進展が見られています。販促広告においても大学生向け広告の問い合わせが増加し、徐々に成果が出てきています。しかしながら、組織体制の変更がすぐに大きな売上に結びつくわけではなく、今後さらに下期に向けて、新規案件の受注が増えることを期待しています。

総じて、手応えを感じつつも、まだ確実な成果とは言い切れない状況です。今後もこの方向性を継続して進めていくことで、より大きな成果を上げていけると考えています。

⑩ コミュニケーションデータ事業は今期減収の見込ですが、「らくらく連絡網+（プラス）」によって行動データを収集できるようになると、最も収益へのインパクトが大きいのはコミュニケーションデータ事業ですか？ その場合、今後コミュニケーションデータ事業を成長事業として認識すべきでしょうか？

コミュニケーションデータ事業は、前期に引き続き2期連続で減収の予想となっています。その理由として、大口顧客のお客様都合による離脱が挙げられます。具体的には親会社の広告代理店が一括化されたことで継続が難しくなりそうということで、この影響により売上が大きく減少する予定です。これに対応するために営業新規開拓の強化を図り、組織変更を行いました。その結果、大口顧客の影響を除いた売上や取引社数は増加傾向にあり、「らくらく連絡網+（プラス）」の行動データによる広告価値の増加も加われば、更なる成長が見込まれます。従って、現状ではコミュニケーションデータ事業も成長事業と認識しており、今後も引き続き売上の拡大を目指していきます。

⑪ Indeed PLUS と連携している現状で、成果は出ているのでしょうか？ 決算動画では Indeed プラチナムパートナーとしてマージン率を上げていくことが話されましたが、その改善はできていますか？

Indeed PLUS との連携はすでに開始しており、当社のプラットフォームを通じて Indeed PLUS への配信が可能になっています。現在、求人広告掲載をカスタマイズしている段階であり、効果が出るのはもう少し時間がかかると見込んでいますが、今後の効果に期待しています。またプラチナムパートナーになるには、高い基準を満たす必要がありますが、詳細は Indeed のポリシーによります。

⑫ 機関投資家とのミーティングはどれくらいの頻度で行われているのですか？ また、どのような質問を受けることが多いですか？

四半期決算発表後に定期的にミーティングを行っています。頻度は半期ごとの場合もあれば、年に1回程度の方もいます。質問内容は主に事業の展開や今後の見通し、Web3 関連の状況など、業務内容の理解を深めるための質問が中心です。特に当社は複数のセグメントを持っているため、各セグメントの詳細な説明を求められることが多いです。

⑬ 中期経営計画において、売上と営業利益に大きな幅があるように見えます。特に営業利益の幅が1.5億から8.1億と5倍以上ありますが、この幅がある根拠について詳しく説明していただけますか？ また、現状の実績からどのような成長を見込んでいるのかも知りたいです。さらに、各セグメントが営業利益にどの程度貢献するかについても教えてください。

利益の方が幅は大きいですが、「らくらく連絡網+（プラス）」については、広告の価値が上がることでコミュニケーションデータ事業のこの伸び代上限と下限を示している幅になっております。らくらく連絡網は自社メディアであり、非常に利益率が高いため、うまくいった場合は売上の伸びに比べて利益率の伸びが高くなる可能性があります。HR データ事業の収益柱は自社メディアではなく運用代行であり、「HR アドプラットフォーム」についても仕入れの発生があるため、利益率は比較的低い事業になります。そのため、売上のボリュームはあるものの利益率への貢献は難しい部分です。

一方で新規事業を見てみると、Web3 事業やペット事業は現時点では売上がそのまま利益になるような形となるため利益率が非常に高いです。売上が伸びた分そのまま利益が増えるという感じですので、不確定要素もありますが、上限に触れると売上は伸びる分そのまま利益も伸びるという感じですが、売上の振れ幅が大きいのは、求人検索エンジンを中心とした HR データ事業や「HR アドプラットフォーム」を含めた伸びです。一方で、利益の方の伸びは Web3 事業やペット事業、「らくらく連絡網+（プラス）」のような利益率の高いものが貢献しています。

定量的な内訳については現状では開示できておらず、事業ごとのコンバージョン率や昨年対比の伸び率などしか現在は出せていません。今後はできるだけ多くの指標を出せるよう検討を進めたいと考えています。

⑭ 貞方様はどういったきっかけでイオレに入社されたのですか？

紹介会社からのスカウトを受け、最初の面接で冨塚さんと直接お話しする機会がありました。話が進む中で意見が合い、役員の方々とも面談を重ねた結果、ご縁があり入社することになりました。

⑮ 今期売上予想が 40 億円、営業利益が 4200 万円ということは、営業利益率が大体 1%になります。これでは営業利益率が低いと感じます。この状況は過去の業績を見ても同様です。営業利益率を向上させるための方策について、どのように考えていますか？

今までの方針としては、新規事業の立ち上げを優先し、その利益が出ると予想される場合にはその利益を投資に回すというアプローチを取っていました。具体的には、人件費や外注費、開発費に投資しながら、できるだけ早く新規事業を立ち上げることに注力しており、そのため営業利益率が低くなっています。

立ち上がった事業が収益に貢献すると、おそらくその収益も投資に回すような形になると考えています。現在の方針においては、利益率よりも売上成長を重視し、余剰利益を投資に回して次の柱を作ることを目指しています。利益を蓄積することよりも、新規事業の柱をどんどん作ることを重視する投資フェーズの認識で動いています。現時点での投資を全て止めれば、利益率はかなり向上する可能性があります、現在は投資を優先しているという状況です。

⑩ 投資を優先していくということですが、その投資には人材への投資や新規事業の立ち上げ、システム構築など様々な形が考えられます。具体的にはどのような投資を優先しているのでしょうか？

まず、人材への投資が挙げられます。これには新規事業を立ち上げるために必要な人員の確保や、事業運営に伴う人件費が含まれます。また、外注費や開発費も重要な投資対象です。例えば、「らくらく連絡網+（プラス）」やペット事業、「ポケカル」などのシステム構築や改良に必要な費用がこれに該当します。

現在は、既存の事業がある程度収益化できるようになると、次の段階で新たな開発を行ったり、新しいサイトを立ち上げたりするために人を採用していくという計画です。新規事業の立ち上げに向けて積極的に投資を行っているため、営業利益率が低くなっていますが、これにより将来的な成長を目指しています。

⑪ HR 事業について、大口の契約がなくなったことで下方修正があり、今後は取引社数を重視する方針とのことですが、これにより成長の角度が変わるのでしょうか？ それとも、取引社数を増やしながらかチャン스가あれば大口契約も狙っていくという認識でしょうか？

今後の方針としては、取引社数を重視しつつも大口の契約もチャン스가あれば狙っていくという形になります。現在新規開拓に注力しており、取引社数を増やすことがメインの戦略ですが、営業効率を考慮しながら進めています。小さな会社のみをターゲットにするというよりは、規模の大きな会社も含めた営業活動を行っています。また、当社複数の事業を展開していることから、異なる事業間での受注の可能性も考慮しています。取引社数を増やしながらか、大口の契約があれば積極的に狙っていくというアプローチです。1社で大きな影響を受けるリスクを減らすために、取引者数を増やしながらかも、大口のお客様の獲得も視野に入れた戦略を取っています。

⑱ 「Answer to Earn」と「らくらく連絡網」での広告配信開始が発表されましたが、これにより収益にどのくらい影響があるのでしょうか？

このニュースについては、昨日リリースされたばかりで、広告配信の開始後どの程度収益に影響があるかは現時点ではお答えできません。業績予想に影響が出るレベルの変化があれば、当然それに関する情報は開示されることとなりますが、まだ始まったばかりであるため、収益への影響については様子を見守っている状況です。

⑲ 元々はHRアドプラットフォームで利益を伸ばす構想だったと思いますが、現在の求人市場では、ダイレクトリクルーティングが掲載型よりシェアを奪っていると感じます。この変化についてどう考えていますか？

現在の求人市場において、掲載型広告はダイレクトリクルーティングに対してシェアを奪われているのは確かです。従来、企業が求人を出して求職者が応募する形でしたが、現在は求職者が企業に対してアプローチする形が主流になってきています。ですが私たちの会社は全体で売上40億円規模であるので、現在の広告市場においても多少のシェアを取ることができれば大きなインパクトがあると考えています。

また掲載型広告は、ダイレクトリクルーティングとは衰退しているかもしれませんが、「HRアドプラットフォーム」は成果課金型、運用型広告となりますので、現在の掲載型広告からこれらにリプレースしていく形になると思います。より成果に基づいた費用対効果を提供できるため、掲載型広告よりも効率的です。

さらに、我々はダイレクトプッシュ型のサービスも展開しています。pinpointを通じて、学生やビジネスマンに対して直接SNS広告などでアプローチすることが可能です。これにより、求職者に対して直接アプローチする手段を提供し、求人市場での競争力を維持しています。

⑳ 運用型市場広告の市場規模やシェアについて教えてください。

現在、運用型広告市場に関しては、主にIndeedやその他数社の求人検索エンジンが主要なプレイヤーとなります。Indeedが全体の売上に公表していないため具体的な答えというのは難しいですが、当社はIndeed代理店の中でも売上が5、6番目という認識であるため、代理店としてはそれなりに大きな規模を持っていると考えています。運用代行ではなく自社で運用している企業も

多いため、正確な市場シェアの把握には限界があります。したがって、現時点では具体的なシェアの割合について正確に把握するのは難しいです。

21 noteに「株式会社イオレ | 採用広報チーム」というアカウントがあるが、3年前を最後にずっと更新されていない。これは今後どうするのか？

この点については、現在まさに議論を行っている最中です。現在の状況に合わせた情報発信が求められていることは認識しており、サービスをなくす可能性もありますし、逆に更新して活用する可能性もあります。

22 従業員持株会について、現在の加入状況はどのようになっているのでしょうか。

現在も約10%程度です。

23 御社の事業で利益率が今後高くなっていくと思われるのは、様々な事業の中で新規事業になるのでしょうか。今後、御社の利益を大幅に伸ばすためには、新規事業の成長が不可欠になるのでしょうか。

おっしゃる通りです。既存事業についても同程度の成長はできるだけ維持したいと思いますが、非連続的な成長となると、求人検索エンジン事業などは急激な成長となるのは難しい部分があります。したがって、新規事業で収益の柱を増やしていくのが良いと考えています。実際、新規事業の伸び率が最も高く、売上の約10%になってきています。利益率も高い分野にできるだけ注力していきたいと考えております。他の事業も維持拡大しながら、新規事業がプラスオンされることで、全体としての成長が見込まれると思っています。

24 様々な事業を行っていますが、これにより逆に人材が分散して生産性が下がっているのではないかと思います。どのようにお考えでしょうか。

おっしゃることも理解できますが、新規事業でいえば、旅行事業に関しては事業譲受した際に元々ポケカルに従事していた人員が新たにジョインしており、旅行の専門知識を持ったスタッフが業務に従事しています。Web系の流入を増やすために、弊社の広告運用能力を活かした施策は行っていますが、これにより元々の人員の業務が分散されているというようなことはありません。ペ

ット事業に関してもアフィリエイトによる収益が主となっており、サイトのアクセス向上などに関しては自社の運用能力を生かしているといった形です。

HR データ事業においても求人検索エンジンは運用型の広告運用代行を行っており、事業は分散されているように見えますがどれも広告運用能力を活かして行っています。そのため、生産性が下がっているとは認識していません。Web3 事業については Web を活用していないため少し業務内容は異なりますが、代理店を活用して少ない人員で運営しており、高い収益率を維持しています。

25 DEP コインを保有していますか？

こちらは、少なくとも会計上に乗るレベルでは保有していません。基本的に、暗号資産はボラティリティが高いため、自社で保有して変動リスクにさらすことはしていません。仮に DEP コインを保有した場合でも、短い期間で円に変える形で動いています。

26 投資フェーズはいつまで続く予定なのでしょうか？ 現時点での予測でも構いませんので、お話しいただけますか？

利益をずっと横ばいにするつもりはあまりないのですが、投資フェーズという意味で利益を出し続けるとは思いません。利益を抑制しながら新規事業を増やしていくという方針を投資フェーズと呼ぶなら、そのフェーズは当面続くと思います。ただし、利益を 4000 万円キープして全部投資に回すというつもりはないので、利益は利益で積み上げながら、利益率を急激に引き上げるのではなく、ある程度の利益を残して、あとは投資に回すフェーズが続くと考えています。

27 Indeed PLUS と「HR プラットフォーム」の違いはどのようなところにありますか？ 導入企業のコスト面などの違いはありますか？

仕組み的にはほぼ同じですが、一番大きな違いは掲載されるメディアの違いです。それぞれのプラットフォームごとに提携しているメディアがあり、Indeed PLUS はリクルートが運営している自社メディアに掲載されます。一方、私たちのプラットフォームはリクルート以外の提携している求人メディア 37 媒体に掲載されます。これが掲載先の違いです。

料金体系については、コスト面の違いは自社の金額設定の違いになり、特に大きな違いはないと考えています。

以上

eole Inc.

個人投資家向け 会社説明資料

株式会社イオレ

(東証グロース市場、証券コード:2334)

2024年8月23日



I | 会社概要

2021年6月より、カスタマー資産を活用した事業成長・立ち上げに強い富塚を中心に、新規領域・コンプライアンス・オペレーション等の専門人材で経営体制を構築



代表取締役社長
富塚 優

1988年（株）リクルート入社。2008年同社執行役員。リクルート関連会社の代表取締役を歴任。2018年（株）イオレ社外取締役就任後、2021年に代表取締役社長に就任。



取締役会長
吉田 直人

（株）シオンコーポレーション（現株）セブックス）、（株）ザッパラスなど数々の会社を創業。2001年（株）イオレ設立、代表取締役社長に就任。2019年同社取締役会長。2019年からNFT事業を手掛けるDigital Entertainment Asset Pte.Ltd. CEOに就任。



取締役兼執行役員
一條 武久

日本電信電話（株）、（株）ケイ・ラボラトリー（現Klab（株））、（株）アイ・エム・ジェイを経て、2013年（株）イオレ入社。2016年同社取締役に就任。サービス運用・開発部管掌。



取締役兼執行役員
貞方 渉

1996年4月日本アジア投資（株）入社。2004年（株）T・ZONE DIY取締役就任、（株）グローヴァ取締役COO兼執行社長就任。（株）ホーム・コンピューティング・ネットワーク、（株）アビバ、（株）ディー・ディー・エスで取締役を歴任、2019年（株）起業工房設立、代表取締役社長就任。2022年（株）イオレ入社、2023年同社取締役就任。



社外取締役
北井 朋恵

1993年京都日産自動車（株）入社。1996年大東京火災（株）（現あいおいニッセイ同和損害保険（株））入社。2001年（株）リクルート入社、2013年同社営業部部長兼代理店部部長就任。2019年クックパット（株）入社、2020年同社Japan 執行役員就任。2024年（株）プレイド執行役員就任。

2001

イオレ設立

現取締役会長の吉田が創業。「eビジネスで日本を応援（ole）する」という由来で、設立当初は携帯サッカー新聞の配信事業を行っていた。

2005

「らくらく連絡網」が誕生

らくらく連絡網
グループコミュニケーション支援サービス「らくらく連絡網」運用開始。
口コミのみでユーザー数が拡大し、現在700万人の会員を持つ最大級連絡網サービスに。

2014

データを活用した広告事業開始

pinpoint
2000万人超のデータベースからターゲティング広告配信が可能なプライベートDMP「pinpoint DMP」運用開始
また、2010年以降、求人サイトや求人ポータルサイトを運営。現在当社売上の7割を占める求人広告運用事業における、求人検索エンジン運用のノウハウはここで蓄積されている。

2017

マザーズ市場に上場

12月に東京証券取引所マザーズ市場（現グロース市場）に上場。

2019

運用型求人広告に注力しHRデータ事業を拡大

JOBOLE
求人広告配信のノウハウを活用した採用支援システム「ジョブオレ」運用開始
HR Ads Platform
2020年から運用型求人広告プラットフォーム「HRアドプラットフォーム」運用開始

2022

ペット事業 Web3事業に参入

2021年、代表取締役社長に冨塚が就任。リクルートホールディングスで多くの事業を歴任した経験を活用し、様々な事業に参入。

2023

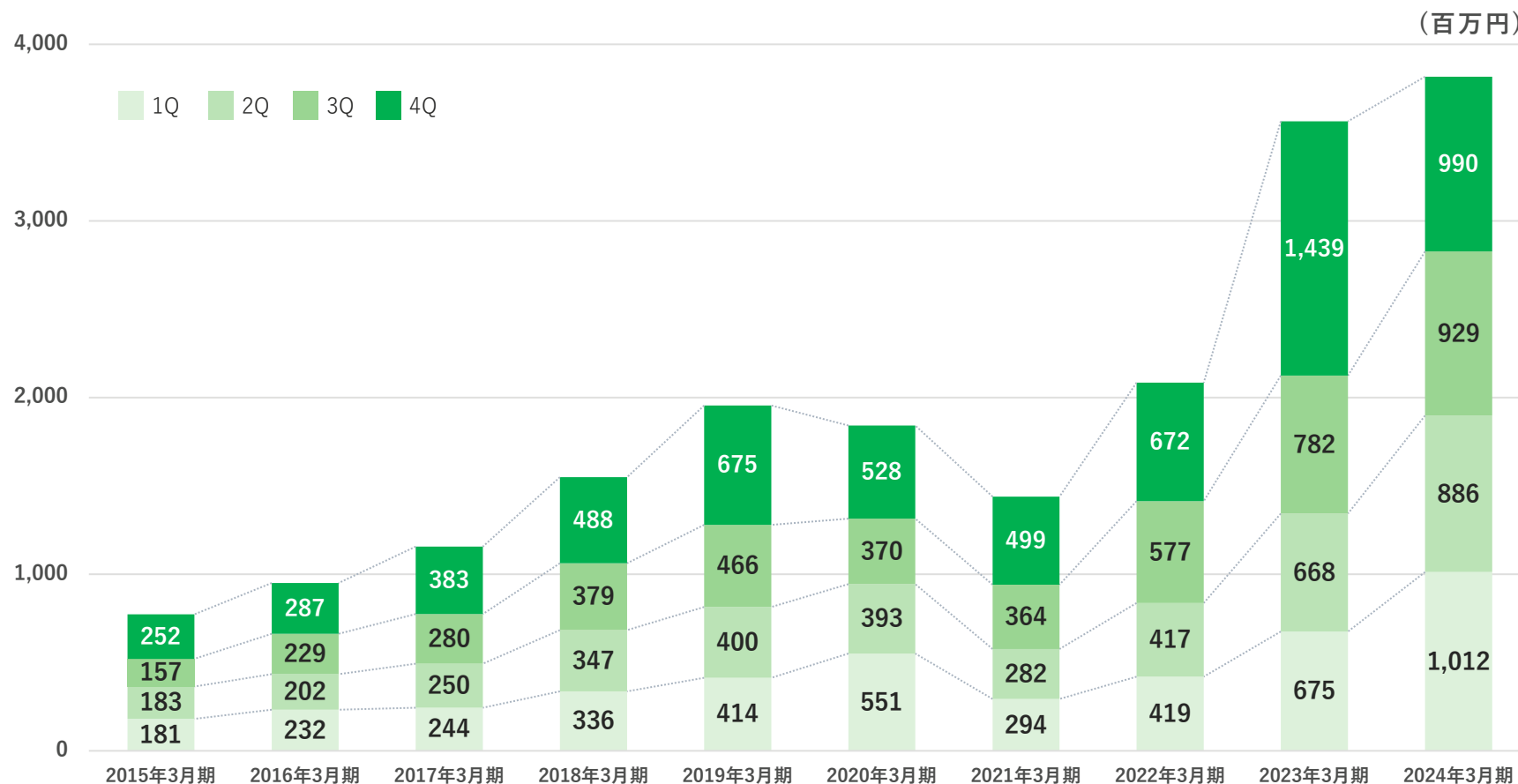
新規サービスを続々開始

休日いぬ部
Perrole
ペット旅行専門メディア「休日いぬ部」を事業譲受、ドッグライフメディア「perrole」を提供開始。
ポケカル
気軽に出かけ。学び体験！
日帰り旅行サイト「ポケカル」事業譲受

らくらく連絡網+
「らくらく連絡網」のリニューアル版が新たにリリース

業績推移 — 売上高推移

・昨年度は2期連続過去最高売上高を達成



補足

マザーズ市場に
上場

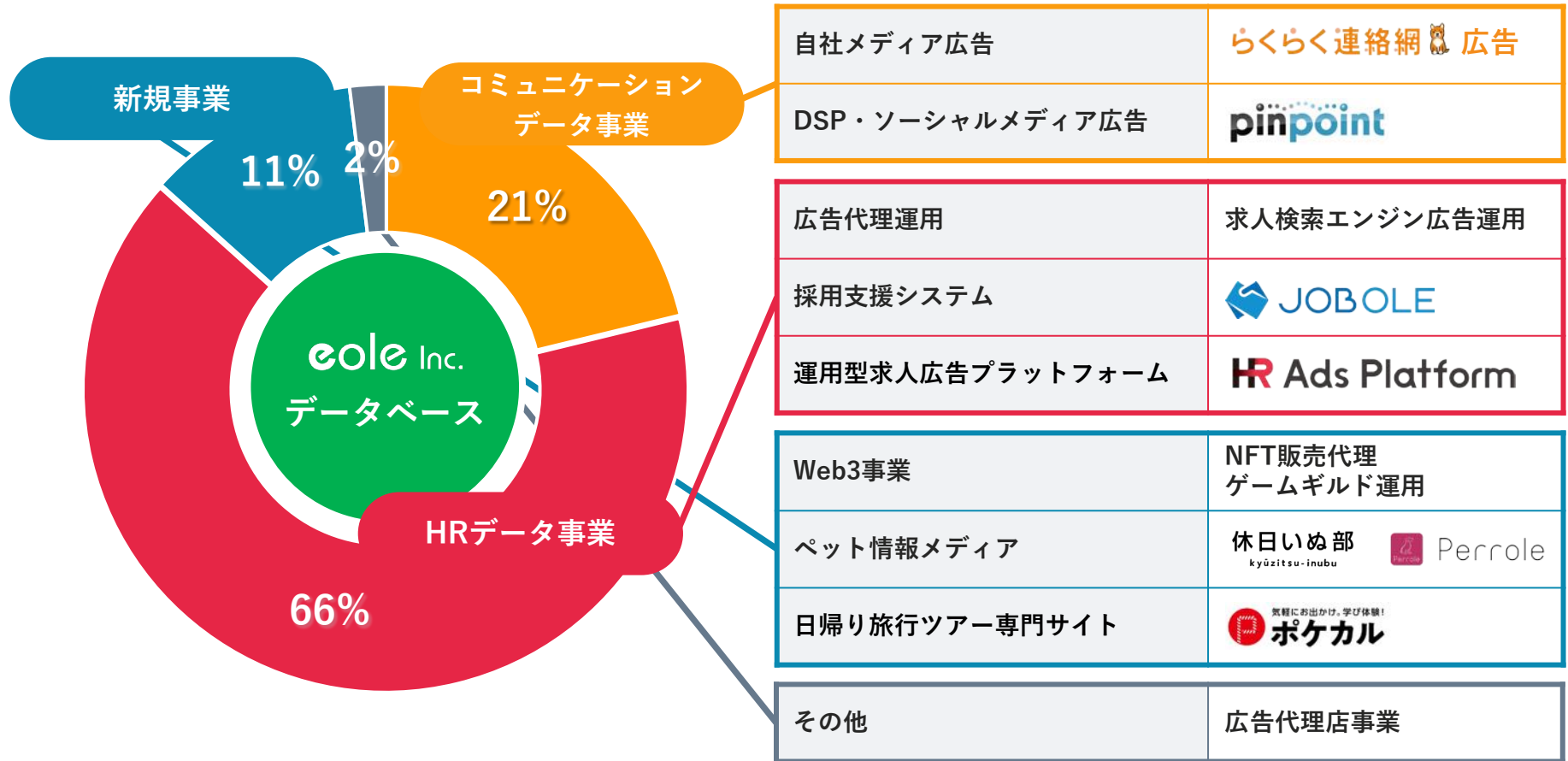
新型コロナウイルスによる
求人広告市場の落ち込み

Web3事業、ペット事業、
旅行事業に参入

※ 比率は単位未満を四捨五入で表記。なお、次ページ以降も同様。

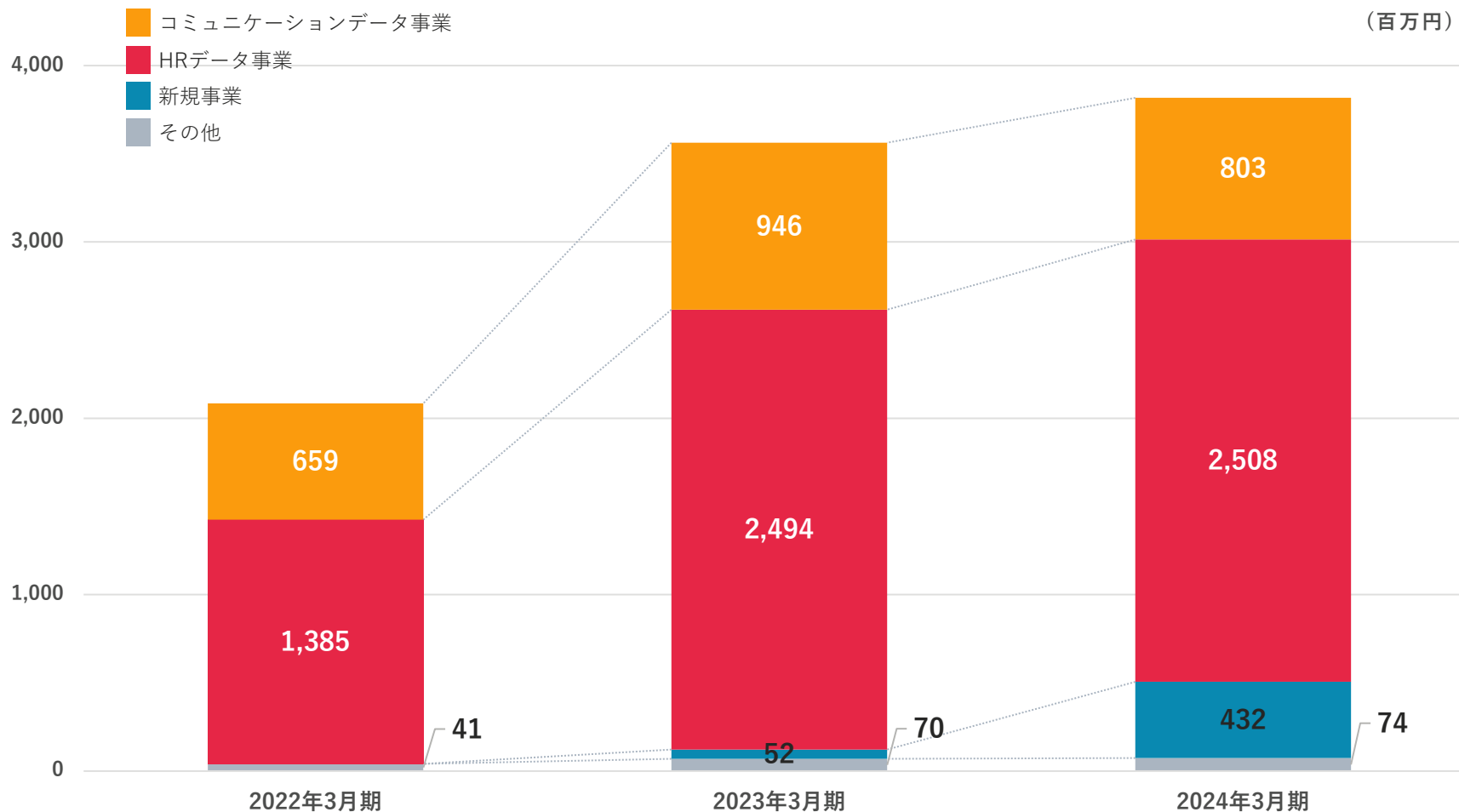
事業内容

「らくらく連絡網」が保持する700万人のユーザーデータを起点に事業を展開
 「コミュニケーションデータ事業」「HRデータ事業」に加え、
 2022年11月以降に参入したペット事業・Web3事業・旅行事業を含む「新規事業」の3つで構成



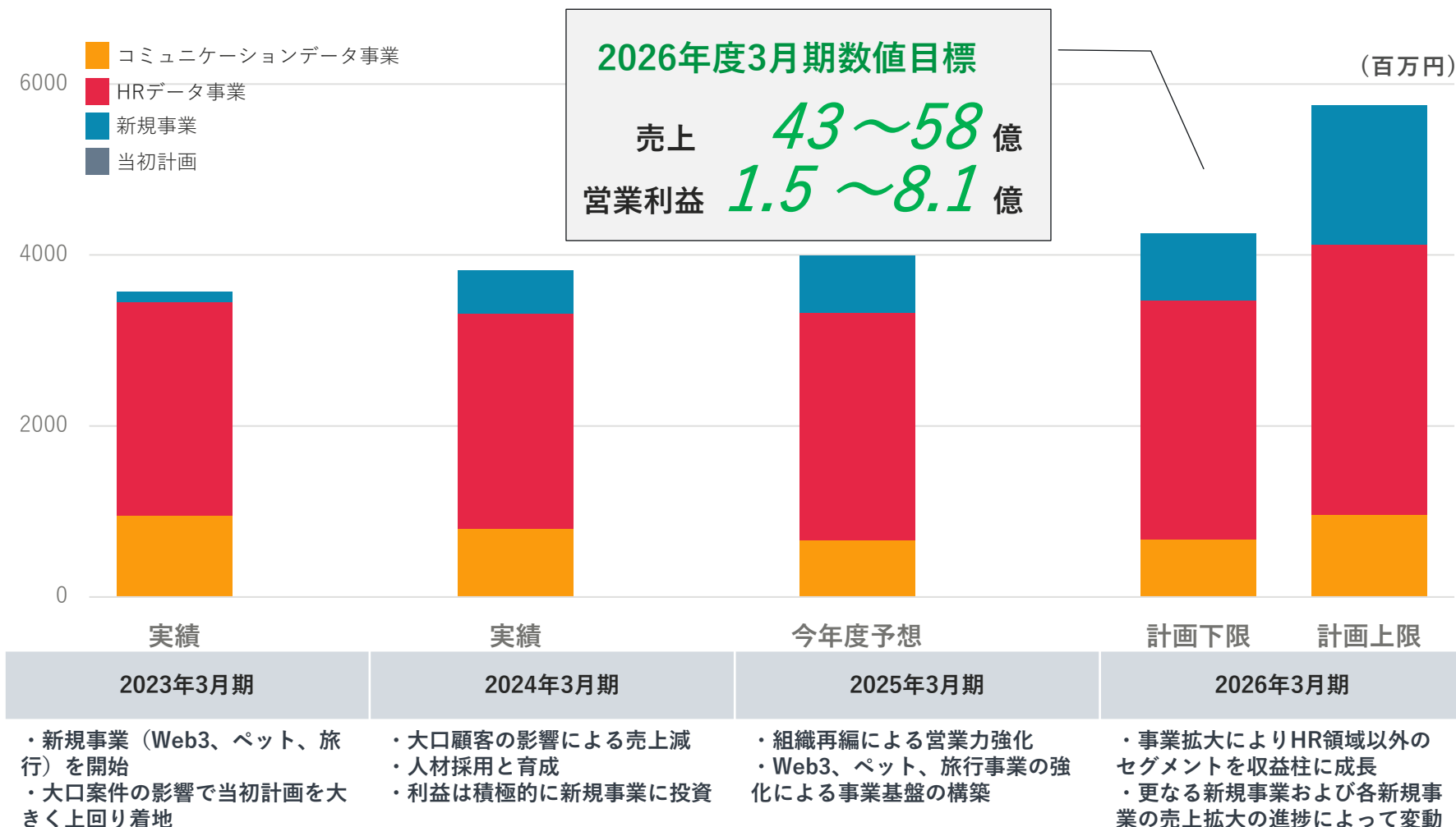
事業別売上推移

・売上高は増収 2期連続過去最高売上高を達成



中期経営計画

事業への積極的な投資により、売上と利益の飛躍的な成長を目指す。突発的な外部環境の変化等を加味し、新規事業の伸び幅に応じた保守的な数値から積極的な数値まで幅を持たせ中期経営計画を策定



集客コストのかからないユーザー獲得モデルを構築 データを活用し多くの事業創出を実現

データマネジメント力

団体活動を支援する日本最大級の連絡網サービス

らくらく連絡網 

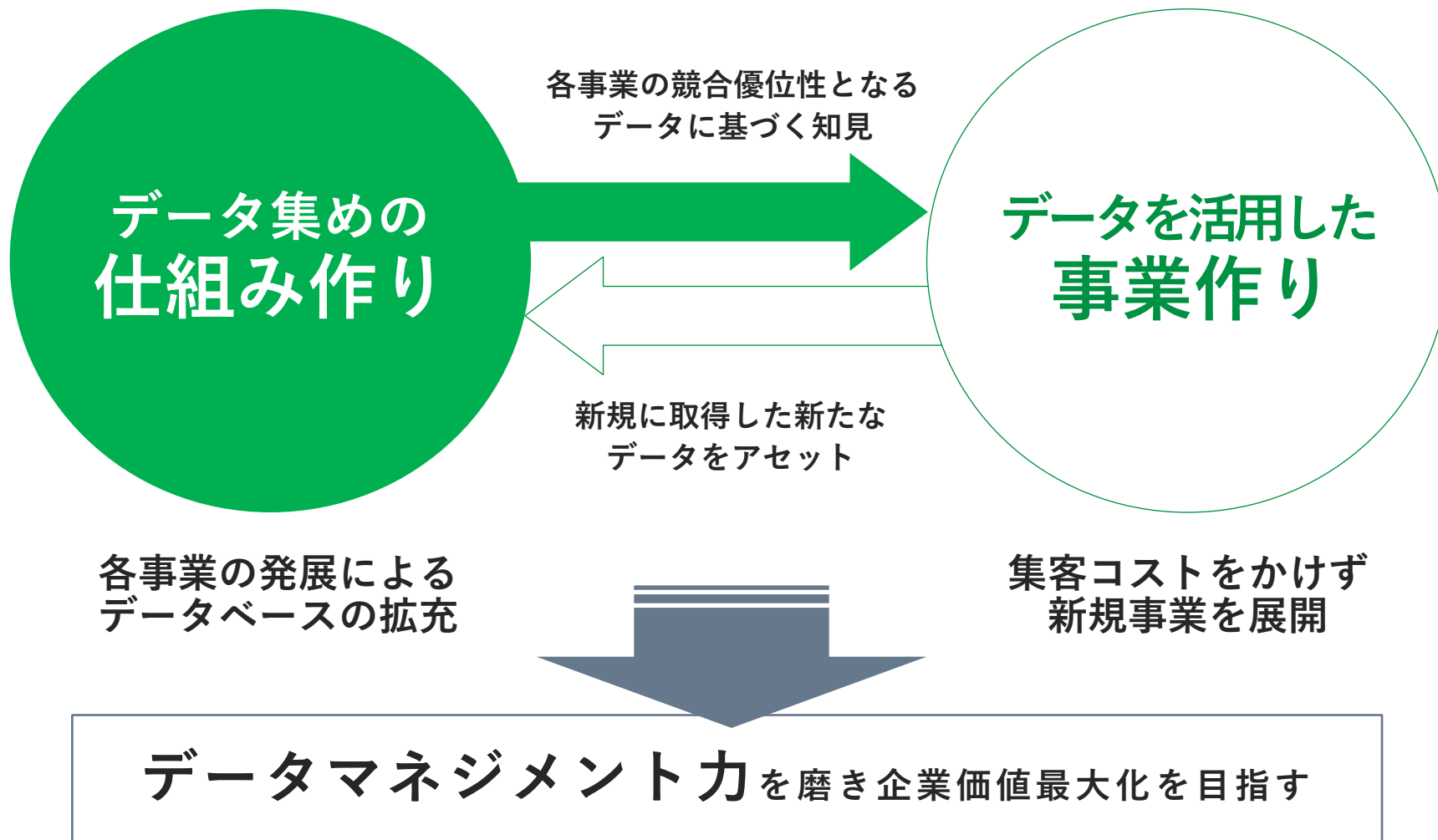


データ集めの 仕組み作り

団体の新規参加者が自然に登録し続け
ユーザーが継続的に増え続ける

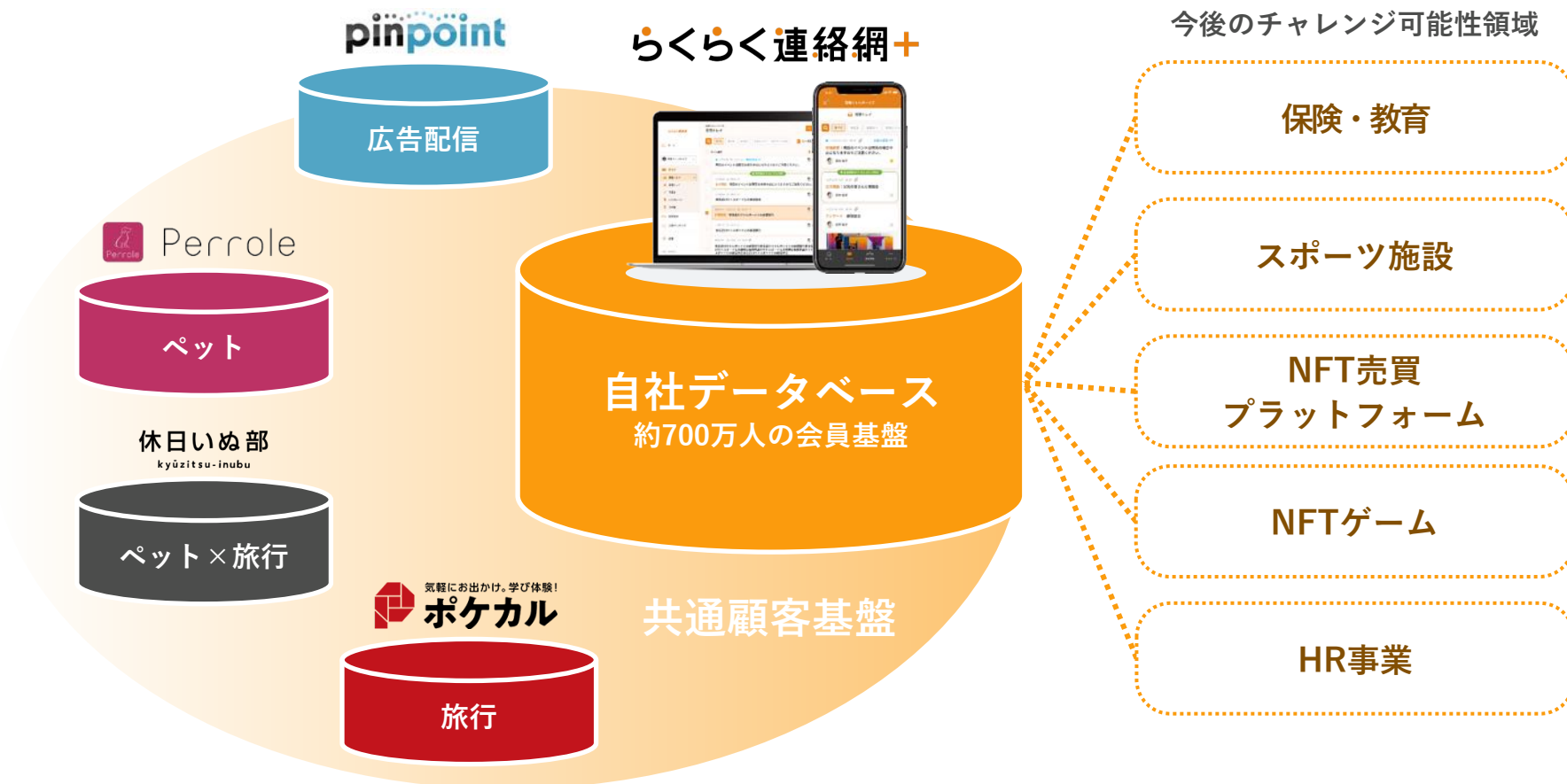
メンバーへの一斉連絡や確認事項ツールであるため
公的な連絡手段として需要が高い

▶ 広告費用をかけず約39万団体・700万人のユーザーデータを獲得



新規事業の創造

「らくらく連絡網+」の会員基盤を活用した新規事業の立ち上げを事業譲受も視野に入れ今後も展開していく。各サービスの会員基盤を増やすことで共通顧客基盤規模の拡充を目指す

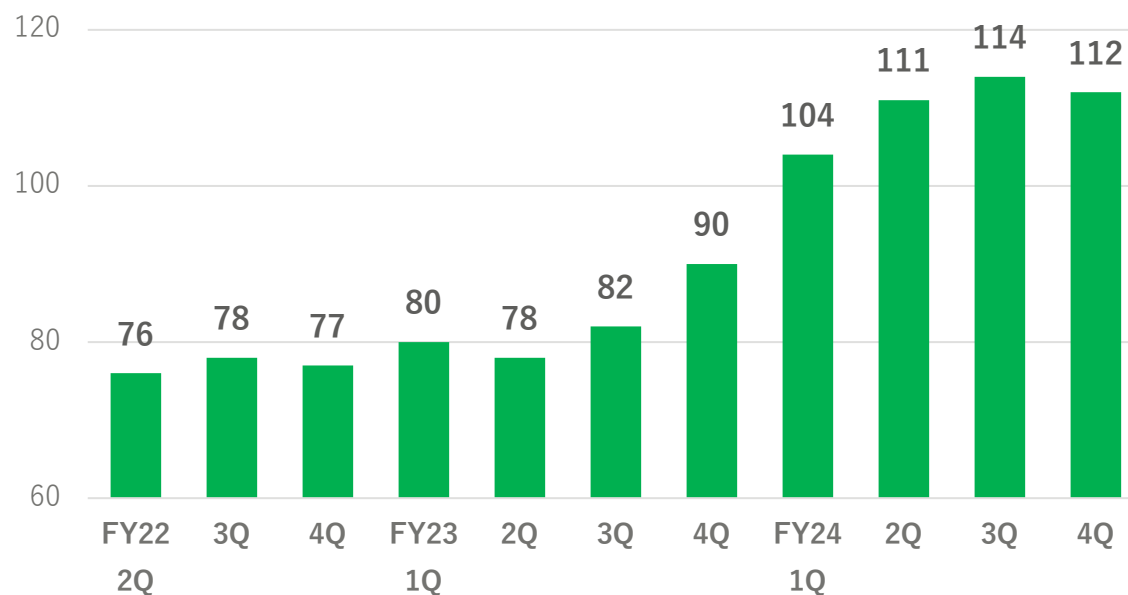


従業員数
112人

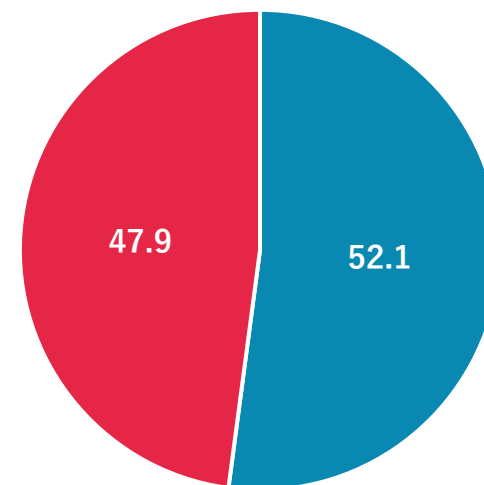
平均年齢
35.9歳

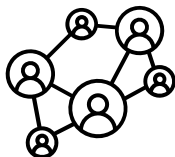
平均勤続年数
3.72年

従業員数



男女比





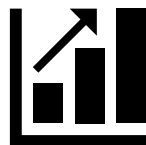
フルリモート・フルフレックス制

- ・場所や時間にとらわれず働ける環境づくり
- ・社員全体の85%以上が在宅を中心とした業務体制



男女の多様な働き方


- ・女性マネージャー比率55.5%
- ・男性の育児休暇取得



働き方改革

- ・年間休日日数130日以上
- ・平均残業時間19時間/月

今後も社員一人一人が最大限の力を発揮する環境を整えていく。



|| | コミュニケーション データ事業

団体活動を支援する**700万人・39万団体**が利用する日本最大級のメーリングリストサービス



▶ 公式性の高い連絡手段として

個人の連絡先を交換しなくても全体で連絡が取り合えるため、

- ・プライベート性の高い連絡 … 普段使いのSNS
- ・公式性の高い連絡 … らくらく連絡網

のように使い分けて利用される。

必要性の高い情報のやりとりがなされるため、情報伝達速度・精読率において優れる。メール・ブラウザ・アプリと、ツールを横断して使用できることから、SNSに抵抗のある層にも受け入れられやすい。

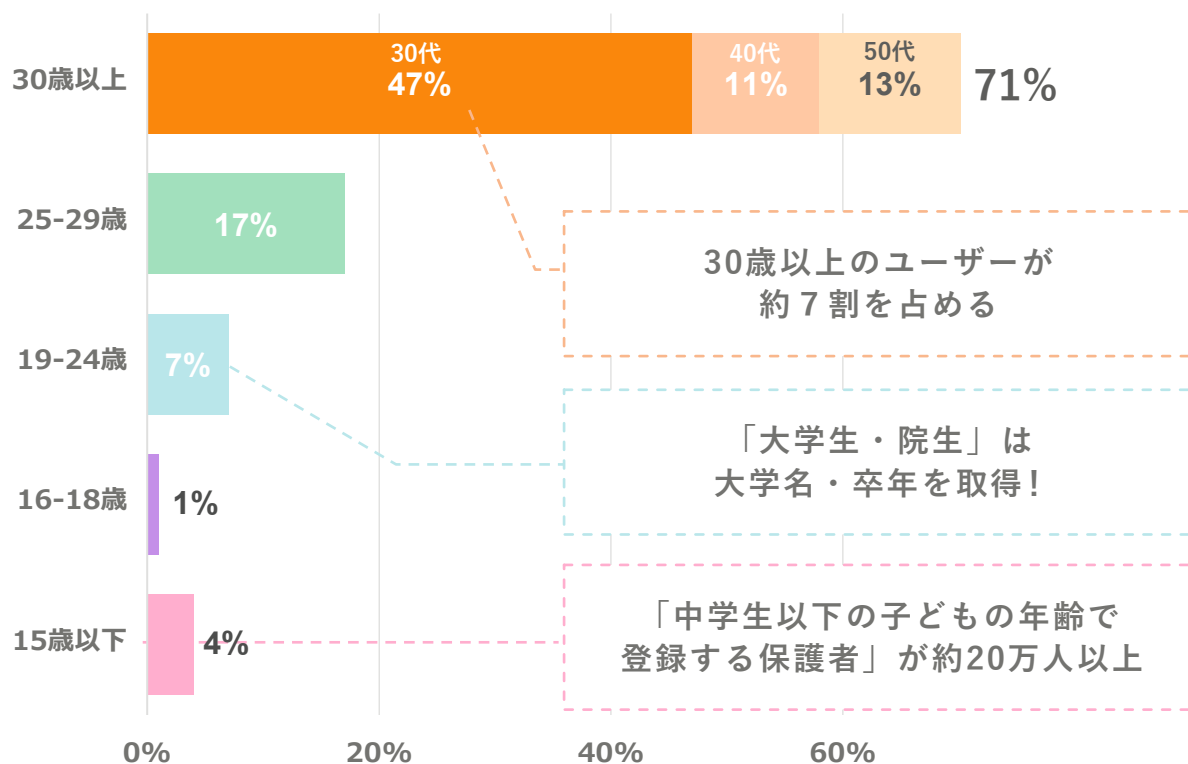
▶ 重要な連絡を見逃さない

トーク機能と連絡網機能が分かれていることから、普段のやりとりにはトーク、重要な連絡には連絡網、と使い分けることにより緊急性の高い情報をメンバーがタイムリーに確認することが可能。

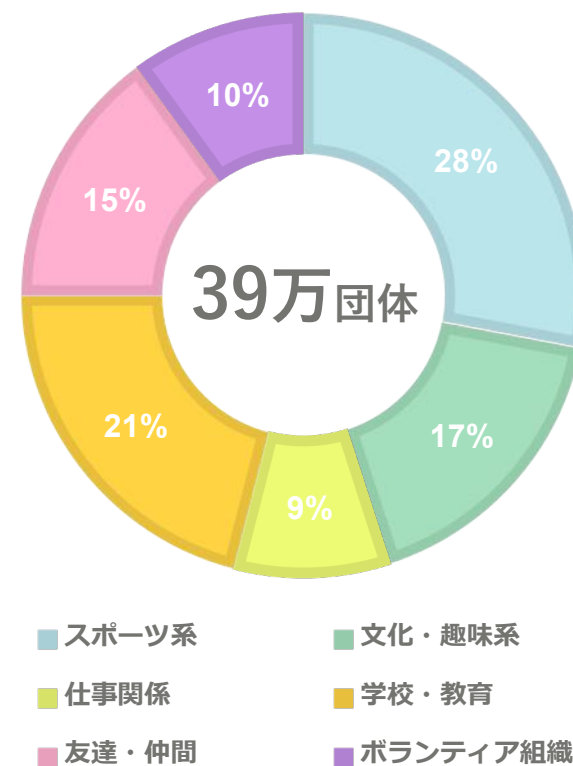
また、回答結果が自動集計される機能付メールの搭載により、日程調整・出欠確認等の管理がしやすいと団体の代表者や幹事の方から支持されている。

団体活動を支援する**700万人・39万団体**が利用する日本最大級のメーリングリストサービス

700万ユーザーの特徴



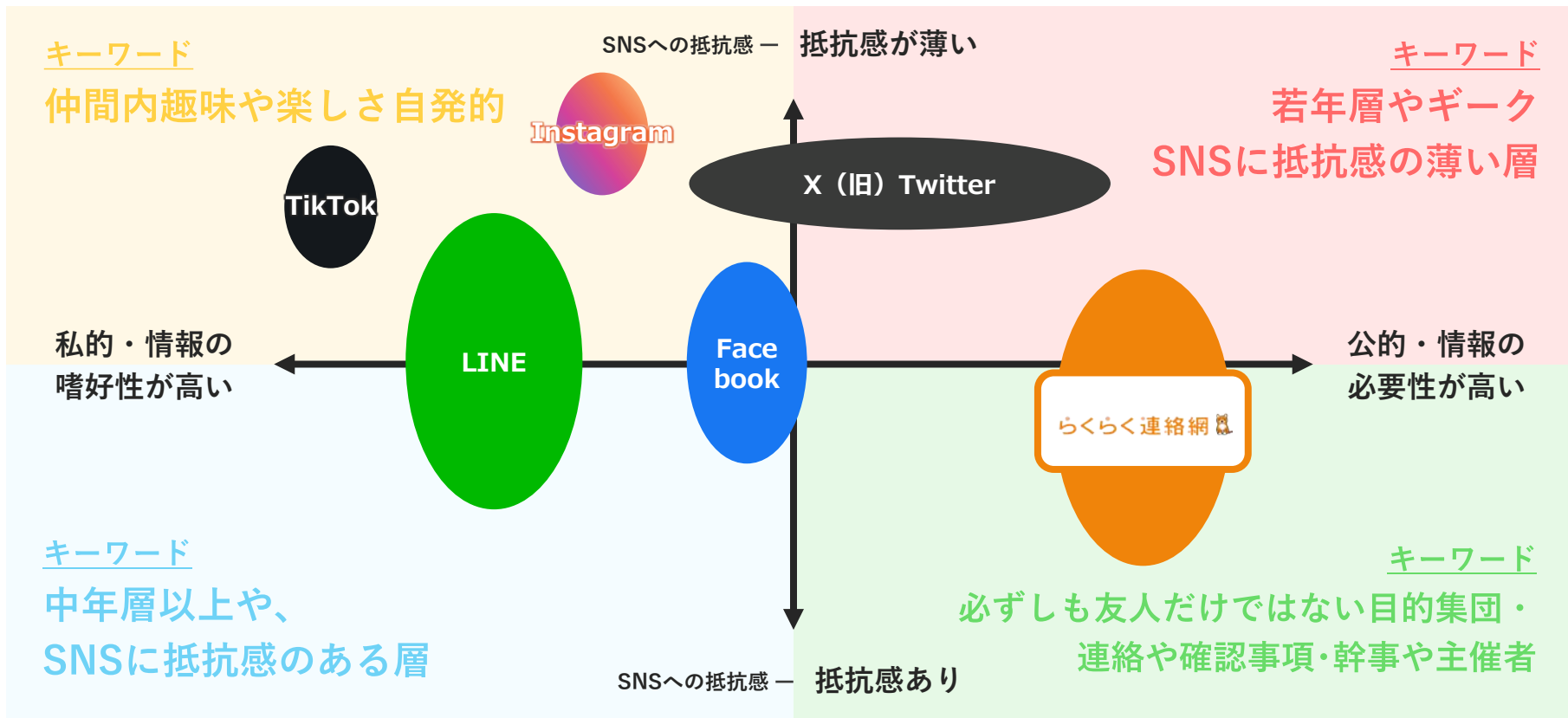
団体の特徴



※ 2024年3月31日時点

SNSサービスにおけるらくらく連絡網の位置付け

必ずしも友人だけではない目的集団の幹事・主催者が、連絡や確認事項の情報共有ツールとして利用
公的な手段として需要が高い



より精度の高い一次データを保有するため、2023年2月に「らくらく連絡網+(プラス)」をリリース
行動データを取得しデータをさらに強化し、イオレサービスの顧客共通基盤化を進める

個人 約700万人

登録情報
生年月日
職業
都道府県・市区町村
既婚・未婚
子供の有無
運転免許の有無
団体への登録状況

+ 行動データ

団体 約39万団体

登録情報
団体名
カテゴリ サークルや団体の種類、 競技など
活動エリア
活動内容

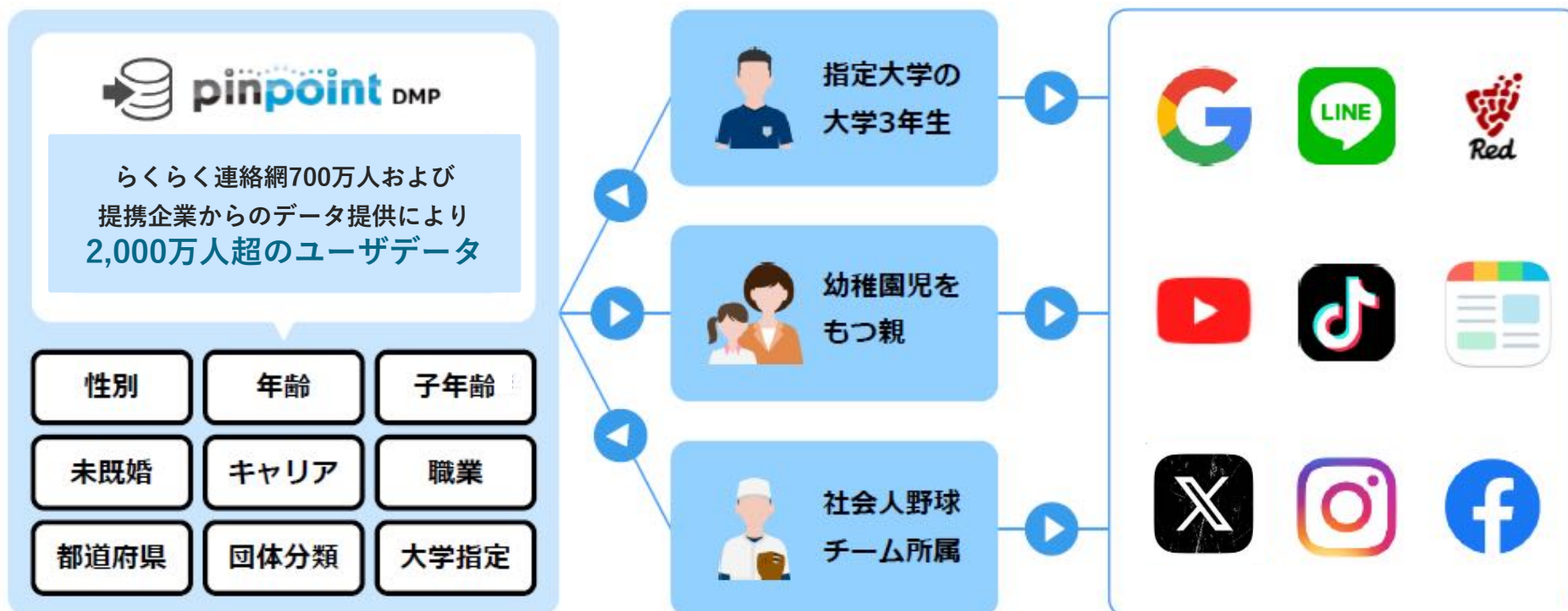
+ 行動データ

株式会社イオレ、及び、提携パートナーが独自に保有する属性が明らかな2000万人以上のユーザーデータや各媒体に蓄積されたユーザーデータを活用して、クライアント様の課題解決に最適な広告配信を実現する。
ユーザーデータをDSPや各SNSへ連携させる事で国内のほぼすべてのサイトへの配信が可能

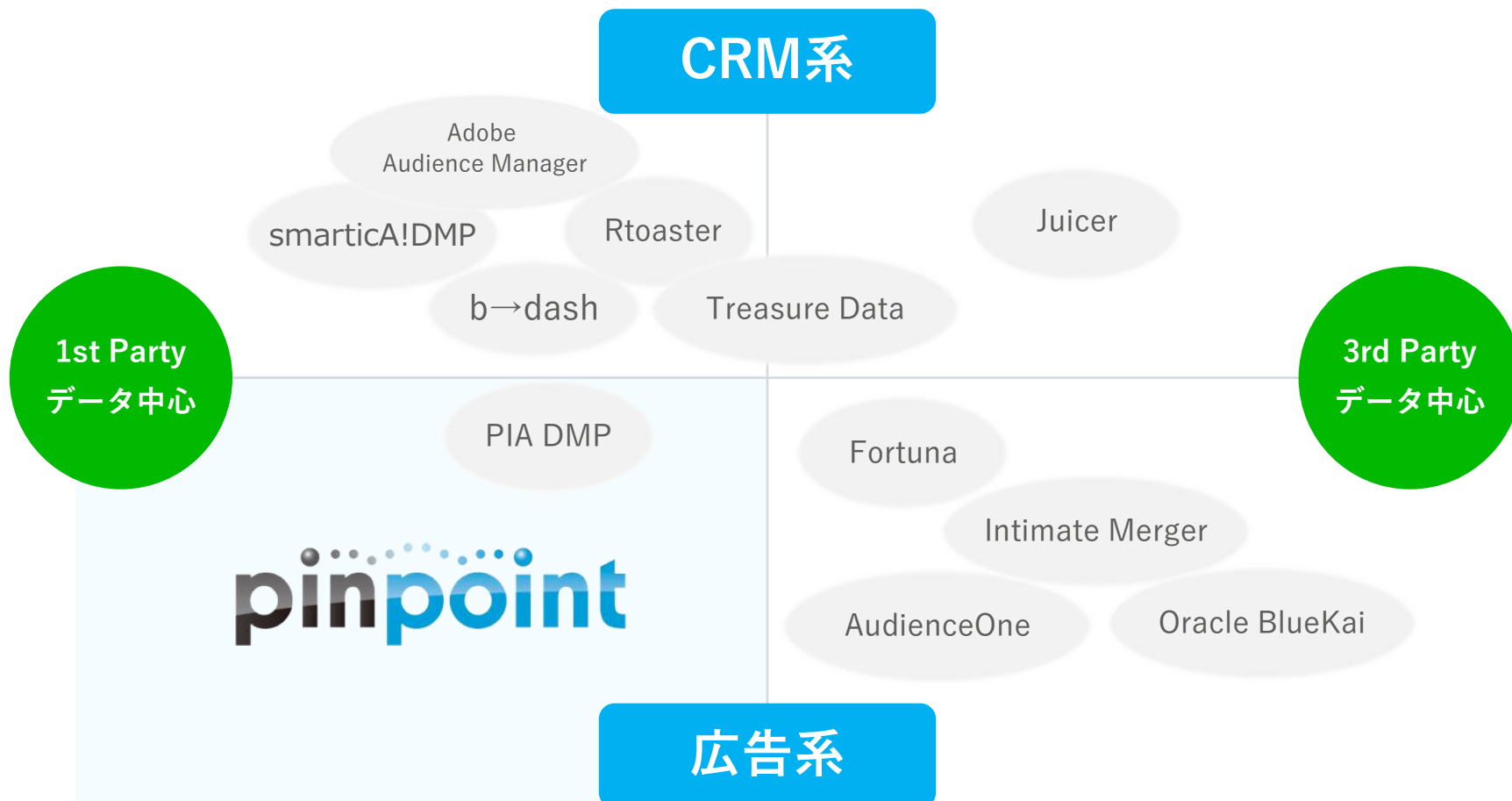
ユーザーデータ

柔軟な配信先の絞り込み

データ連携可能な配信先

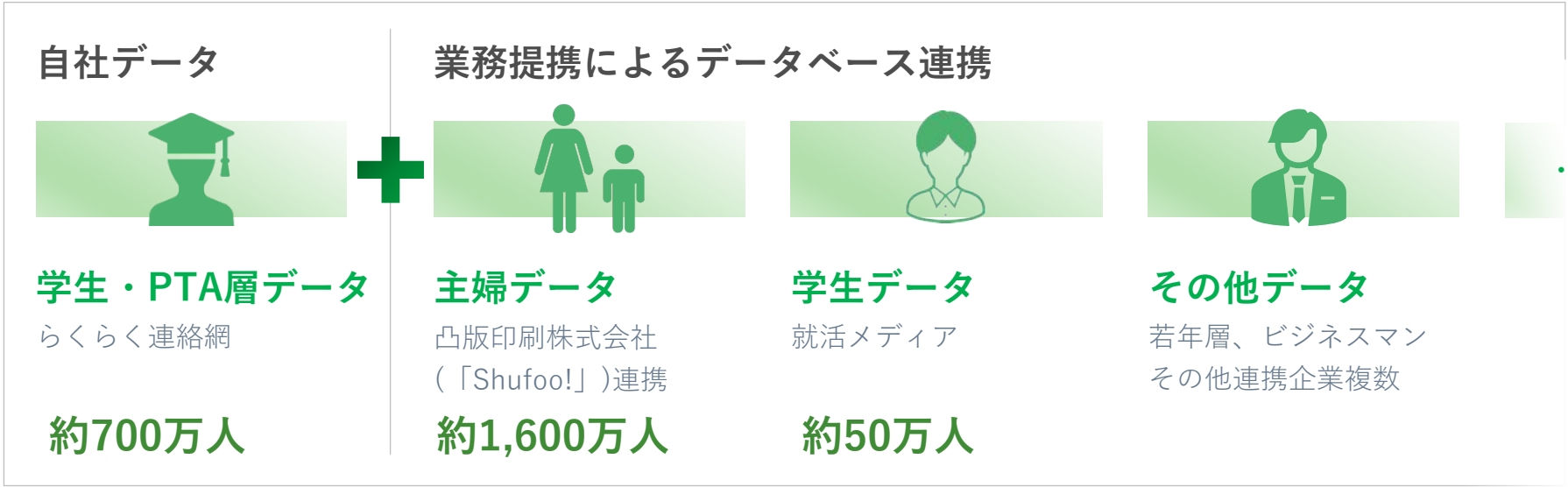


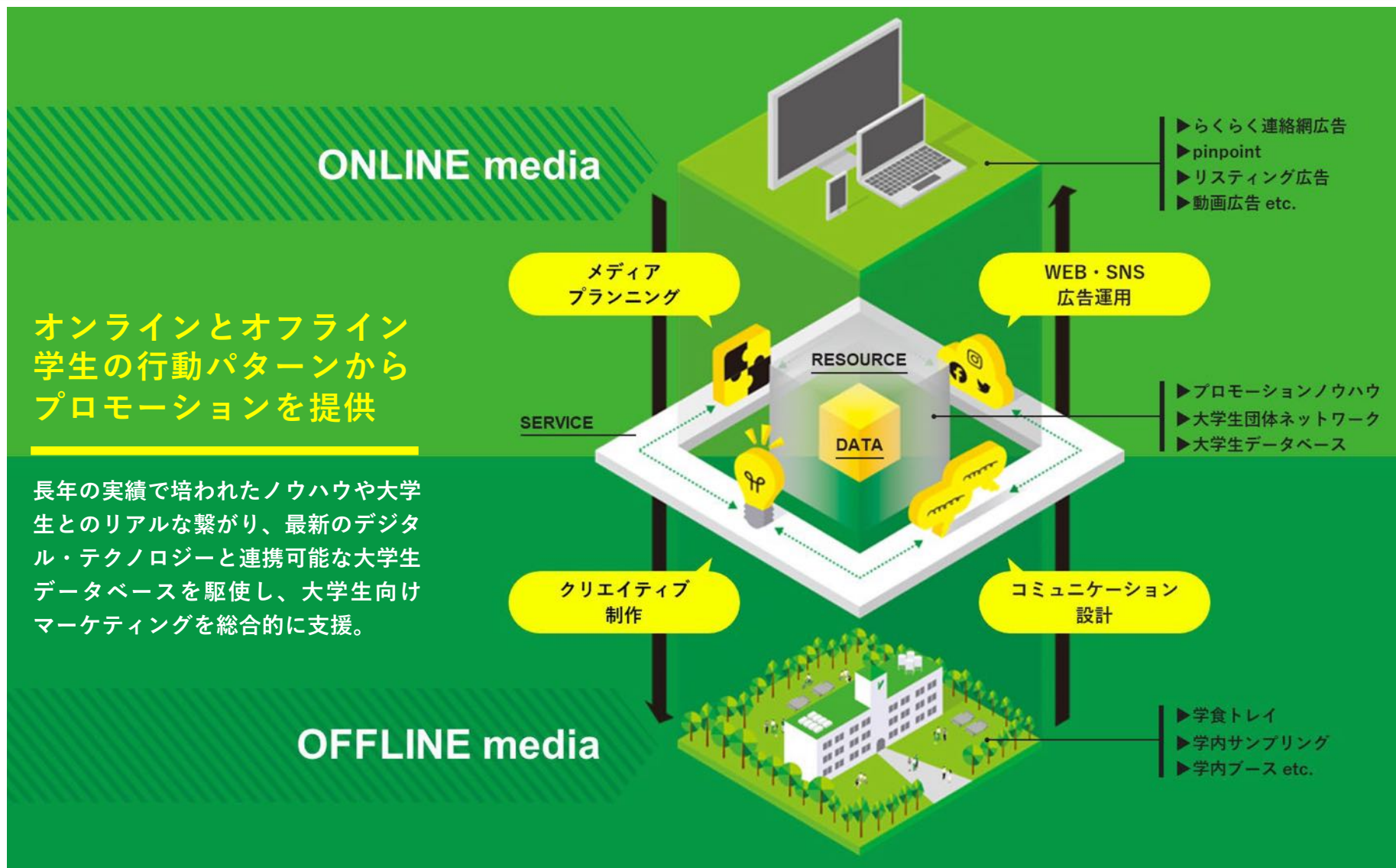
1st Party Dataを生かし、精度の高いターゲティング広告が可能



pinpointデータベースの強化

データベース連携を進め、らくらく連絡網以外の利用可能なデータの量と質を高めていく



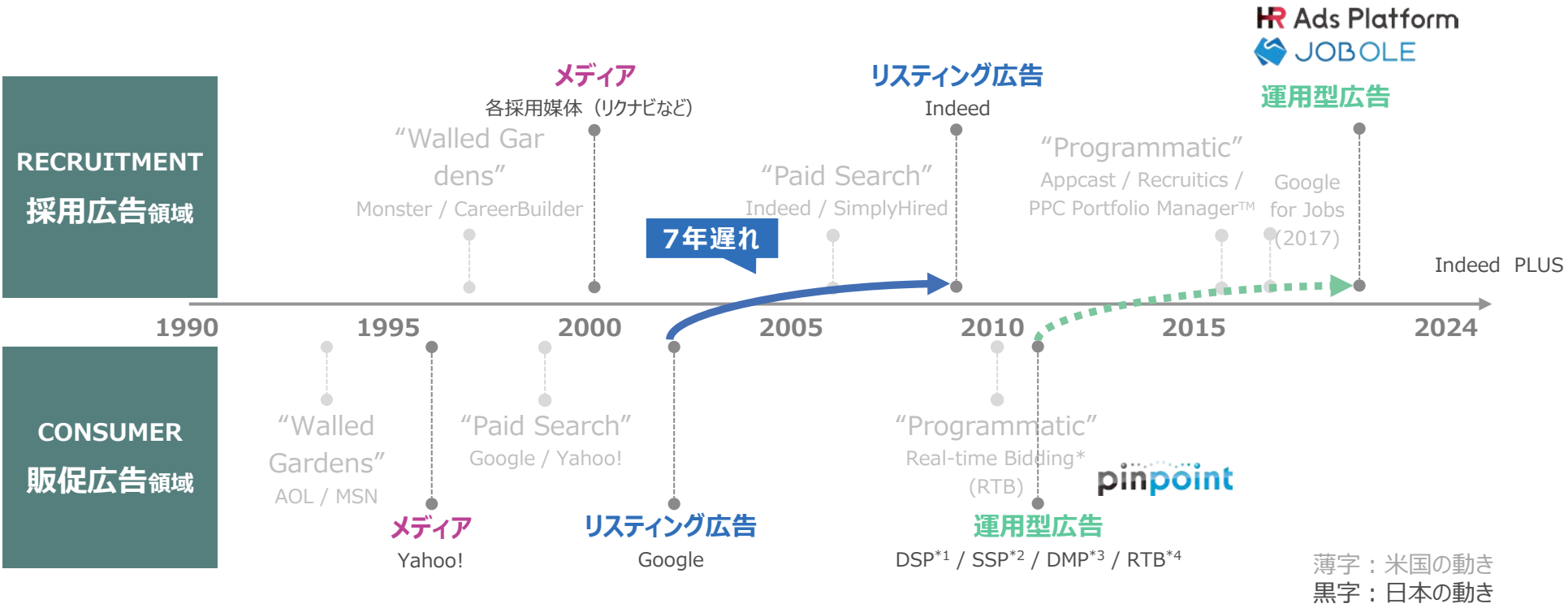




III | HRデータ事業

採用広告市場における運用型広告への流れ

米国では、日本に先行して採用広告市場の構造変化が進んでいたが
 米国でのトレンドに続き、日本でも人材採用分野での運用型広告への移行が急速に進展2024年に「Indeed PLUS」が
 提供開始となるなど、求人広告市場における運用型広告の浸透に追い風



イオレは2019年より運用型求人広告に舵切り、
 「ジョブオレ」「HRアドプラットフォーム」などの運用型広告サービスを展開

- 運用ノウハウと素早いPDCAによる求人検索エンジン広告運用が高く評価され、**95%以上***の顧客継続率を実現
- 各求人検索エンジンや求人広告配信プラットフォームと連携する「ジョブオレ」で採用効果を最適化



Indeedの認定パートナー制度において2023年上期総合売上賞 ゴールドカテゴリ 1位に

2023年上半期に総合売上賞 1位・ベストグロース賞 売上部門 1位（いずれもゴールドカテゴリ）を受賞。Indeed認定パートナーとは、Indeed広告の販売代理店として公式に認定された代理店です。その中でも特に優れた実績のあるパートナーは特別認定を受け、**200社以上***のパートナー認定企業のうち、**プラチナムパートナー、ゴールドパートナー、シルバー+パートナー、シルバーパートナー**が特別認定を受けています。

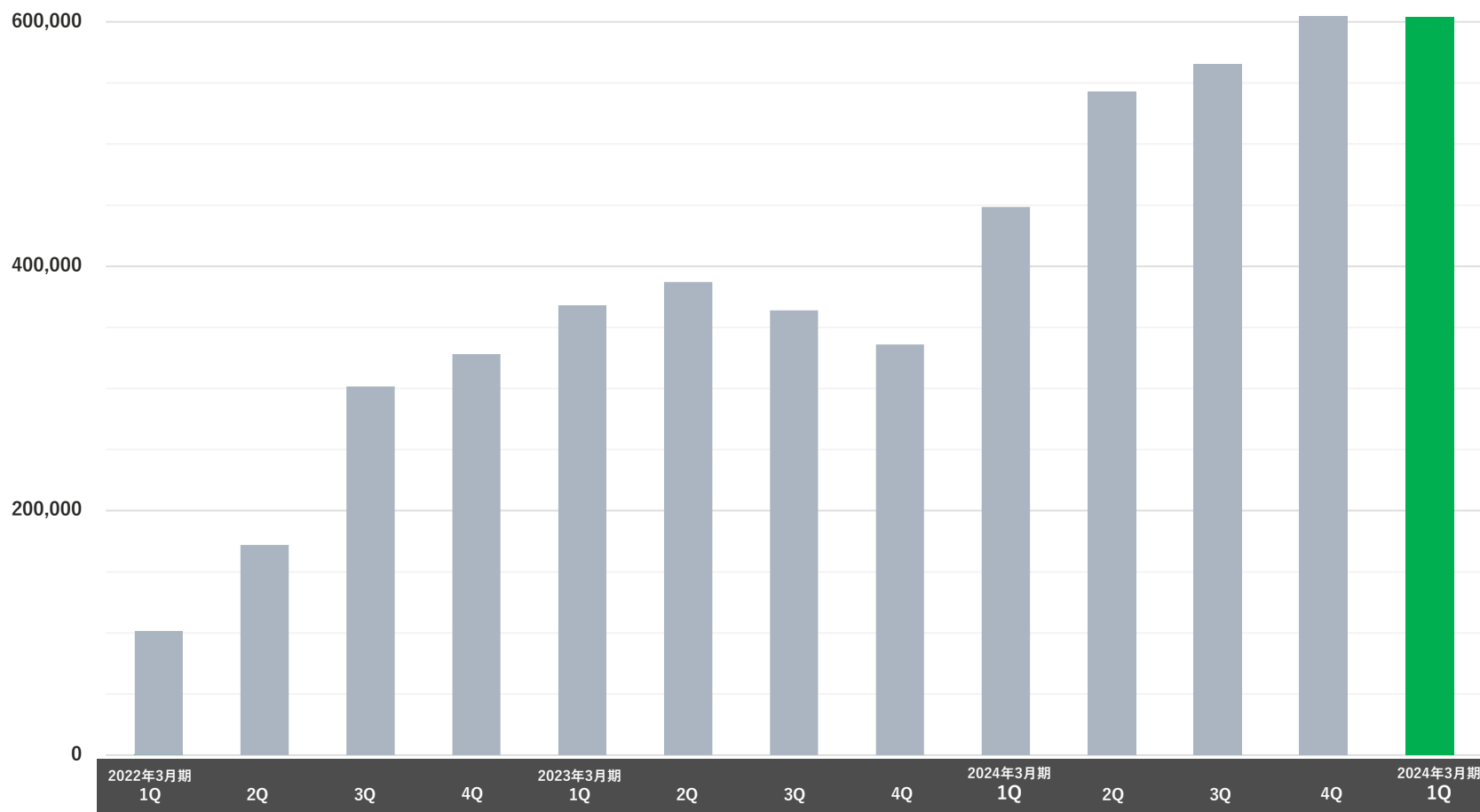
※2024年3月31日時点



※2 2023年4月～2024年3月の案件継続率

ジョブオレの求人原稿数推移

- 2019年のリリースから求人原稿数は600,000、導入企業数は1000を突破



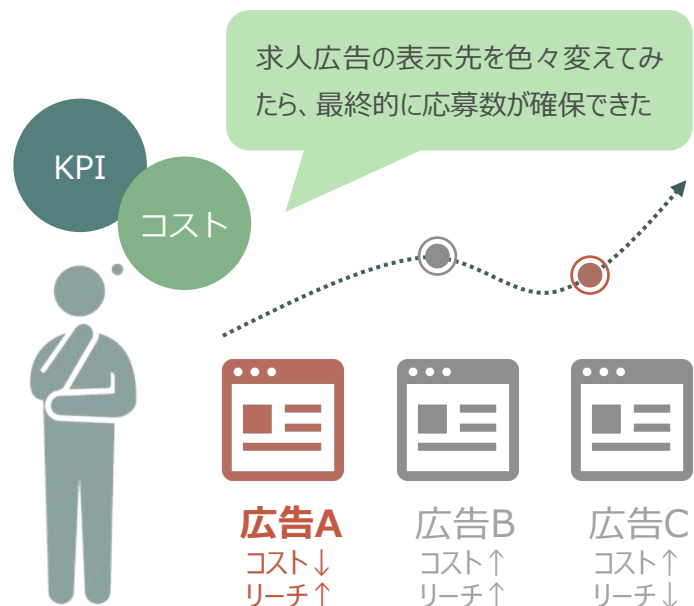
HRアドプラットフォーム

求人企業と求人メディアを繋ぐ運用型求人広告プラットフォーム
データとアルゴリズムで求人広告の配信を最適化し、37の求人メディアと連携



従来





運用型広告

希望する採用単価に沿って、案件の上げ下げ、広告価格の入札調整、クリエイティブ変更を適宜行う事で、採用ニーズにマッチした求職者へ効率的に、かつタイムリーにリーチすることができる。

掲載型求人広告

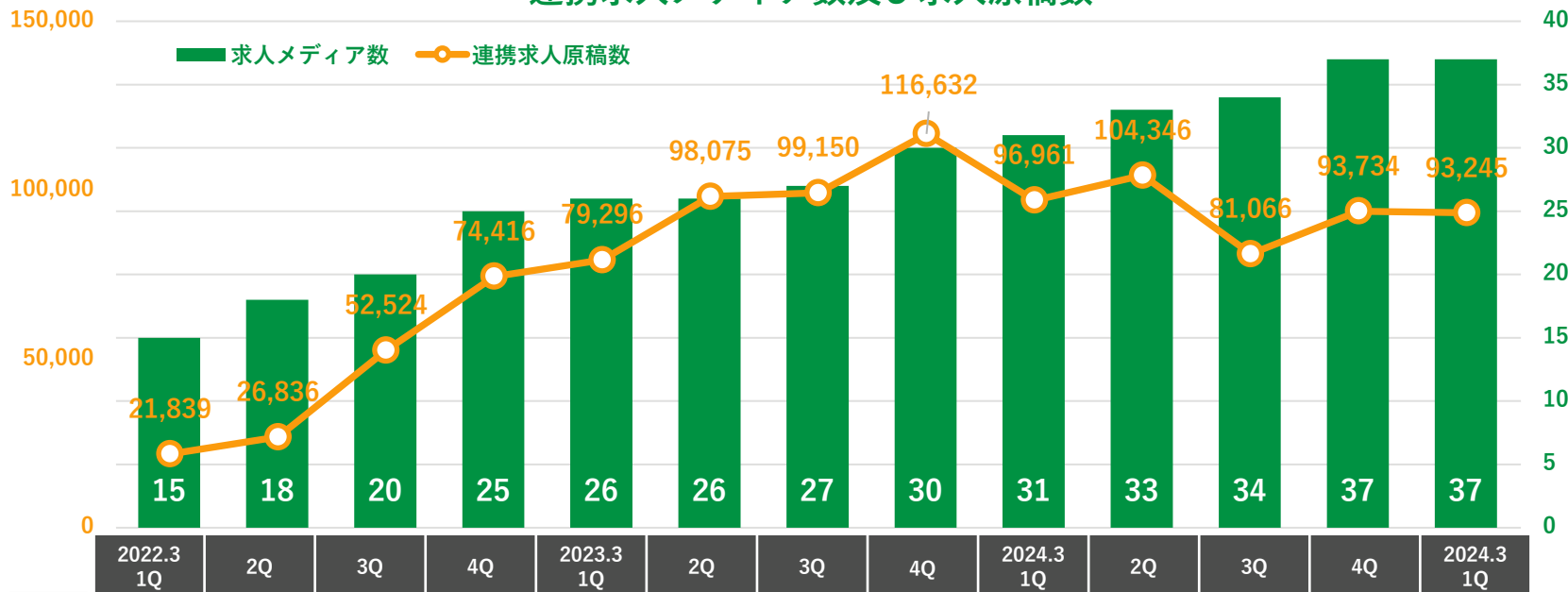
掲載期間や成果数によりコストが確定し、掲載終了後に運用効果を計る。



HRアドプラットフォームのメディア数・原稿数推移

- 2020年のリリースから求人原稿数は93000、連携求人メディアは37を突破

連携求人メディア数及び求人原稿数

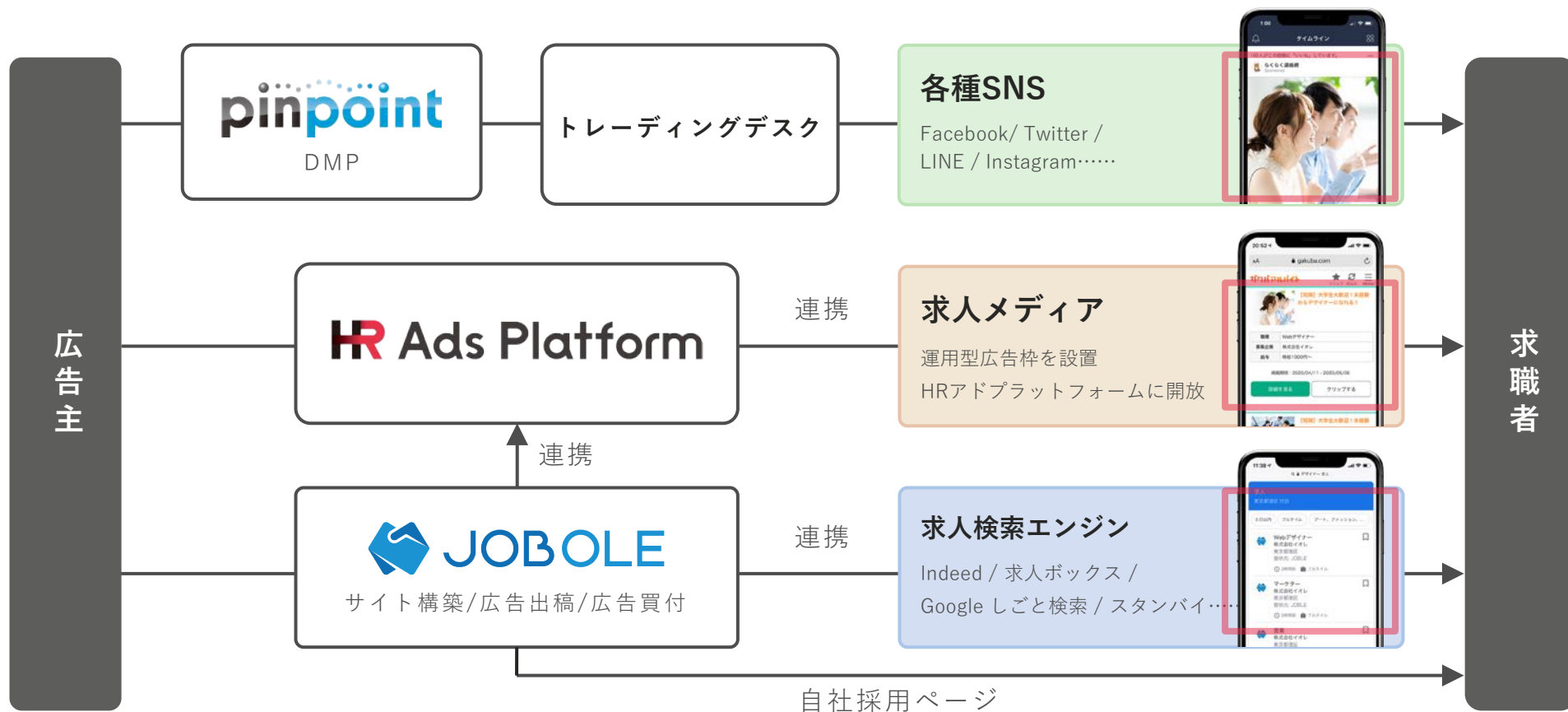


期	連携求人メディア	その他
2022.3 1Q	はた楽求人ナビ	・求人企業向けウェビナー開催
2Q	アルバイトEX おてつだいネットワークス	・ITトレンドEXPO2021 summerに出展
3Q	トラックマンJOB モッピーバイト	・HRアドパートナープログラム開始 ・ATS接続開始 ・HRアワード2021入賞
4Q	ベコリッチセルワーク	メディア接続連携を標準化
2023.3 1Q	他社ATSとの連携開始	・接続汎用化 ・パートナー（代理店）チャネル10社開拓
2Q	HRハッカー	一部機能で特許取得
3Q		・API連携の汎用化・簡易化 ・法令違反求人等の検知機能（ジョブオレ）
4Q	キャリアコネGiGWorks Basic	推奨設定応募単価の表示機能リリース（ジョブオレ）
2024.3 1Q	シゴトin	
2Q	ノルワークス JOB!BASE OwnedMaker	
3Q	しごとドットコム	
4Q	Jobda 求人ジャーナルネット	らくらくアルバイトと連携終了
2024.3 1Q		

※求人原稿数は、各四半期末月の最大値

求人広告市場における強み

らくらく連絡網や連携データをはじめ学生データを多く保持する「pinpoint」を活用したSNS広告、「HRアドプラットフォーム」と連携する求人メディア、「JOBOLLE」と連携する求人検索エンジンを通じて幅広い領域で求職者へのリーチが可能。



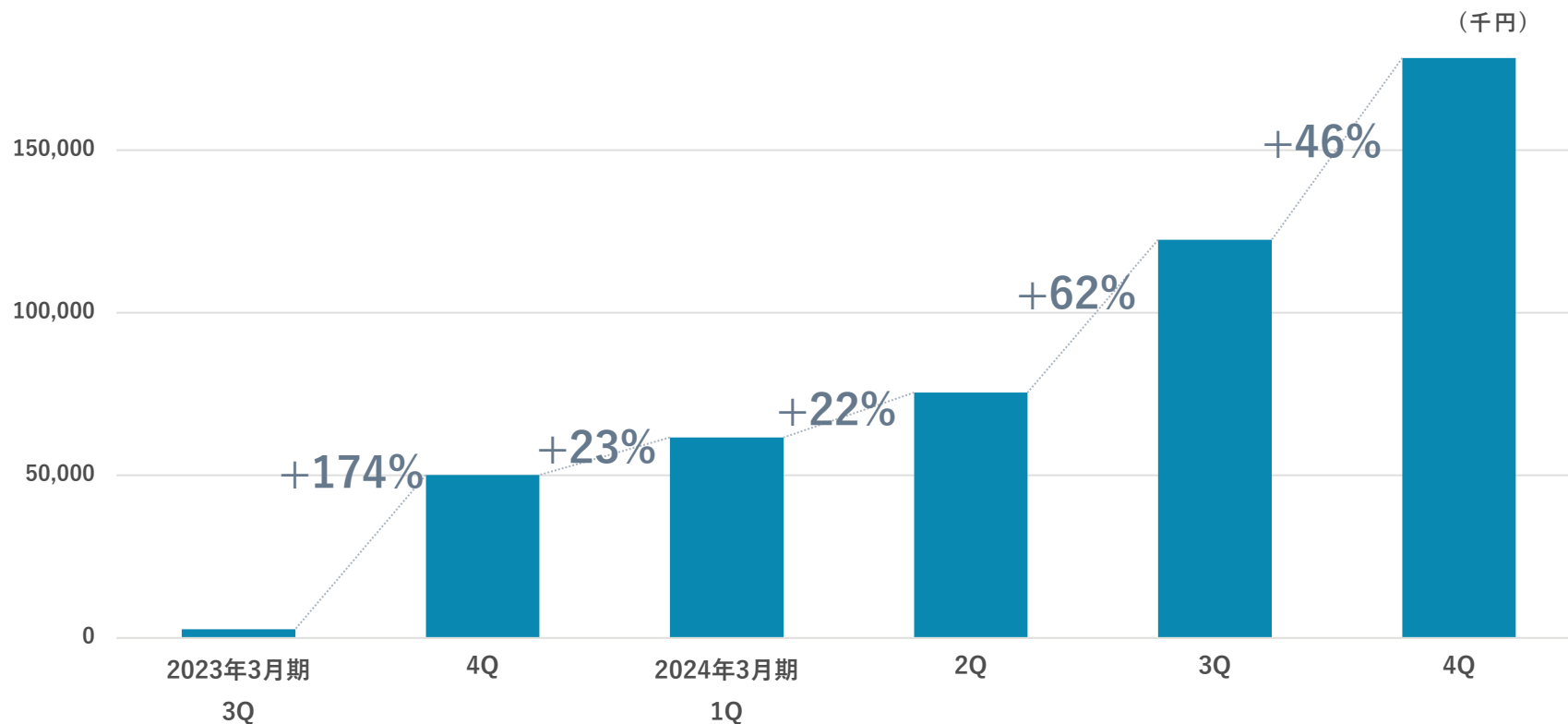


IV

新規事業

- 2023年度3月期3Qから開始した新規事業はWeb3事業を中心に売上拡大

新規事業 四半期別売上高



補足

ペット事業・Web3事業に参入
ゲームギルド運営事業を開始

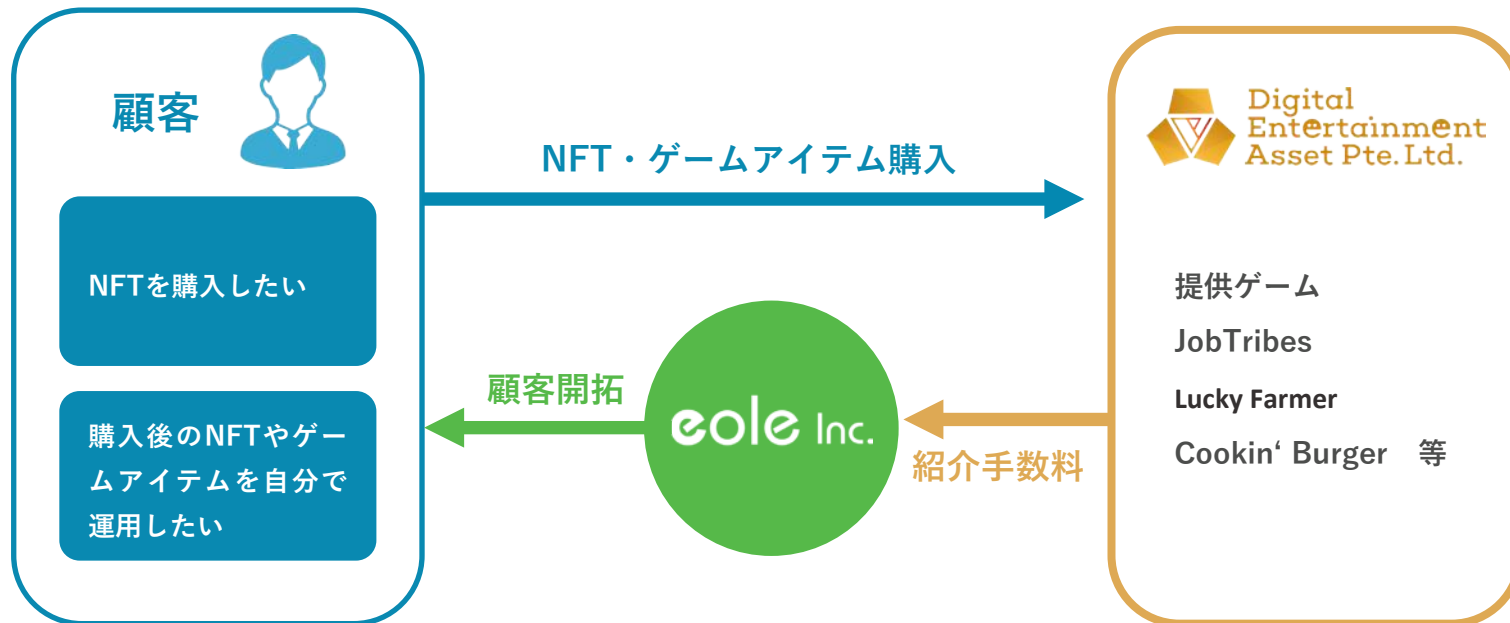
「休日いぬ部」事業譲受
「perrole」リリース
「ポケカル」事業譲受

旅行業免許取得

「Answer to Earn」サービス開始
「休日いぬ部」OTA開始

NFT販売代理

Digital Entertainment Asset Pte.Ltd. (DEA社) が運営するオンラインゲームにおいて使用することができるNFT、又はNFTゲーム内アイテムの日本における販売代理事業を行っている。

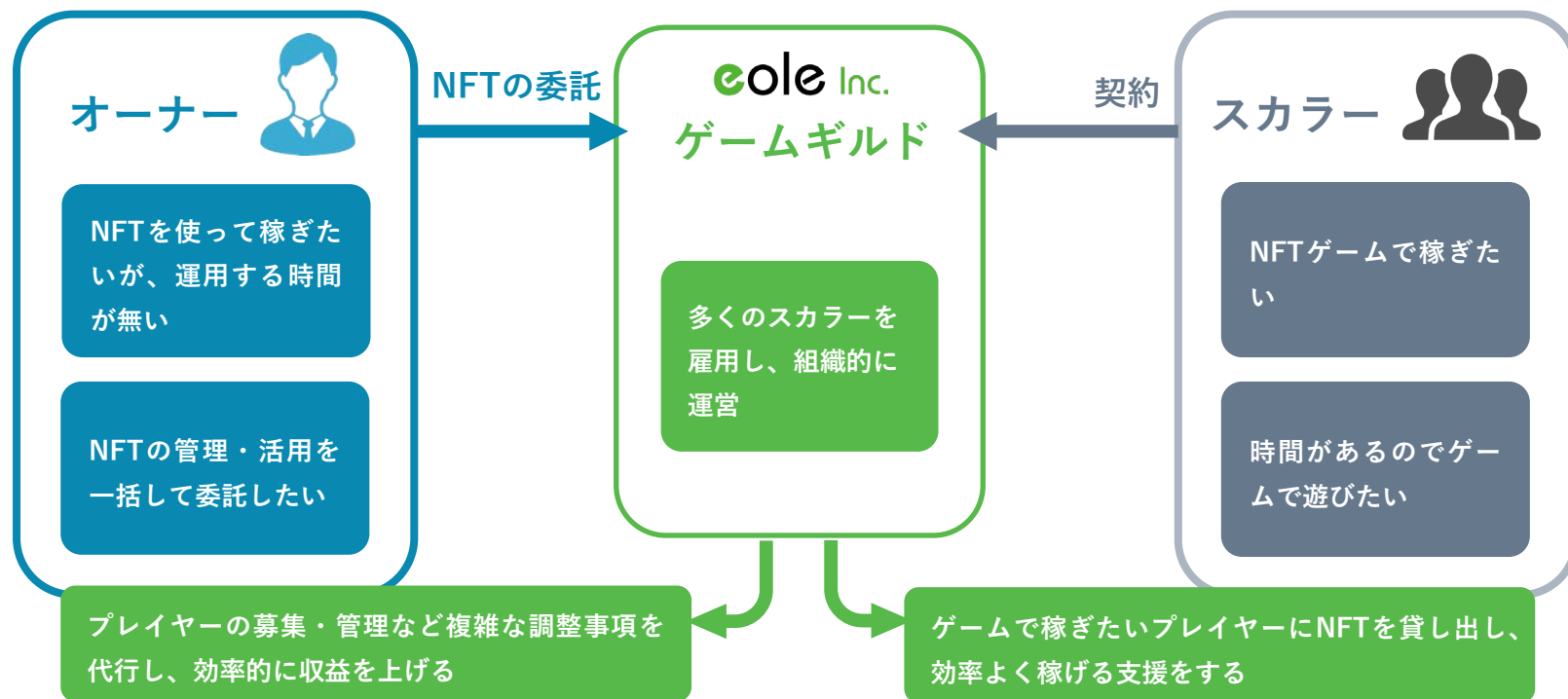


Digital Entertainment Asset Pte.Ltd. (DEA社) について

シンガポールを拠点とするグローバルな Web3 エンターテインメント企業。Play to Earn ゲームの開発会社であり、GameFi プラットフォーム「PlayMining」、自社発行の暗号資産「DEAPcoin」の運営を行っている。イオレとは戦略的パートナーシップを締結しており、当社会長である吉田直人が代表の一人としてチームを牽引。

ゲームギルド運営

DEA社が運営するオンラインゲーム「JobTribes」内においてギルド運営を行う 上場企業としては日本初
 NFT所有者（オーナー）からNFTを借り受けるプレイヤー（スカラー）を雇用し、プレイヤーが暗号資産を稼ぐ「スカラーシップ」を組織的に運営し、収益をオーナーとスカラーで分配する



✓ Play to Earn（ゲームをしてお金を稼ぐ）とは

複数の方法により外部の経済市場から原資を流入させ、その一部を報酬としてユーザーに還元するしくみ
 環境や健康を理由に働けないスカラーが収益を稼ぐ、社会課題に対する解決策として注目されています。



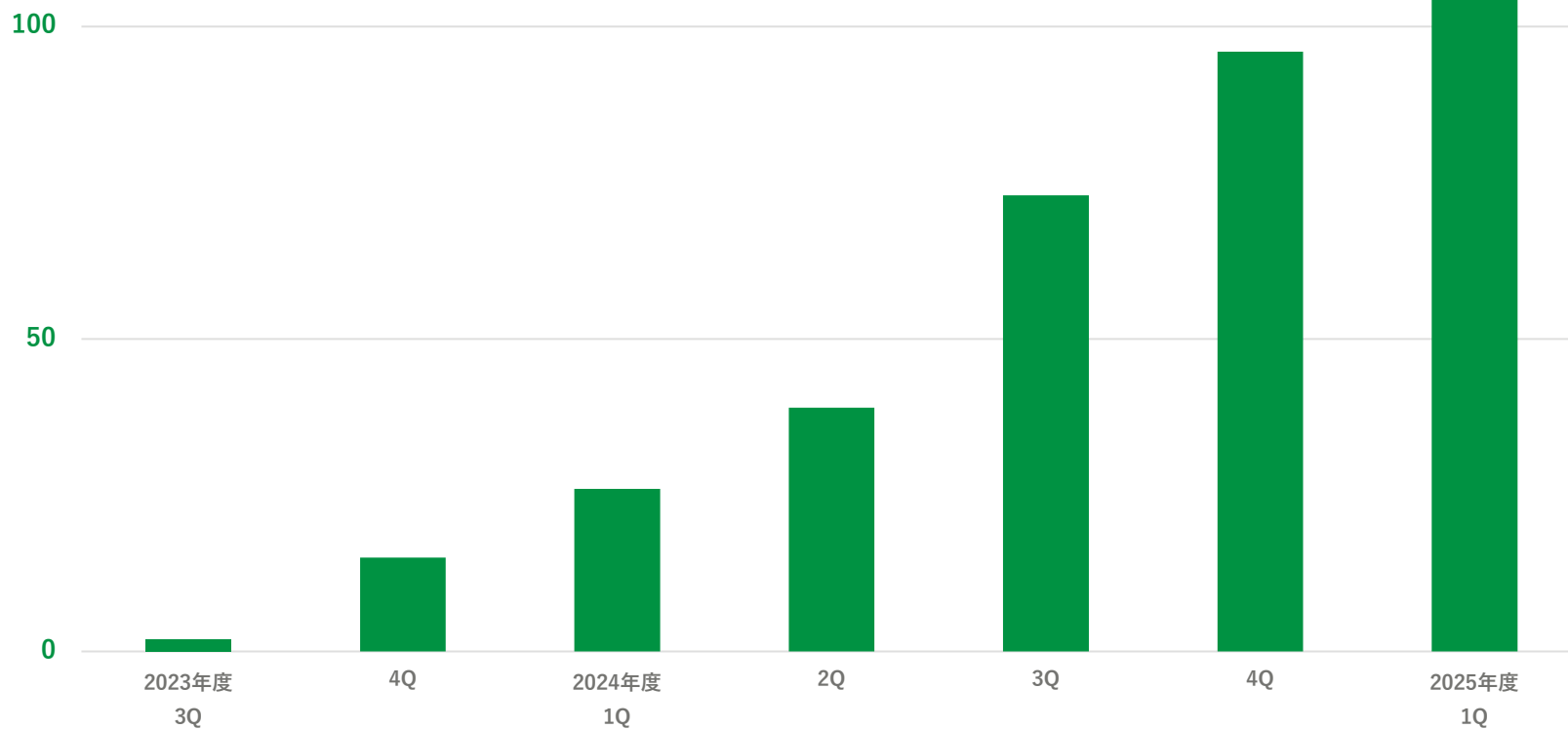
NFT販売代理 取引社数推移

累計取引社数が**100社**を突破。引き続き代理店営業に注力

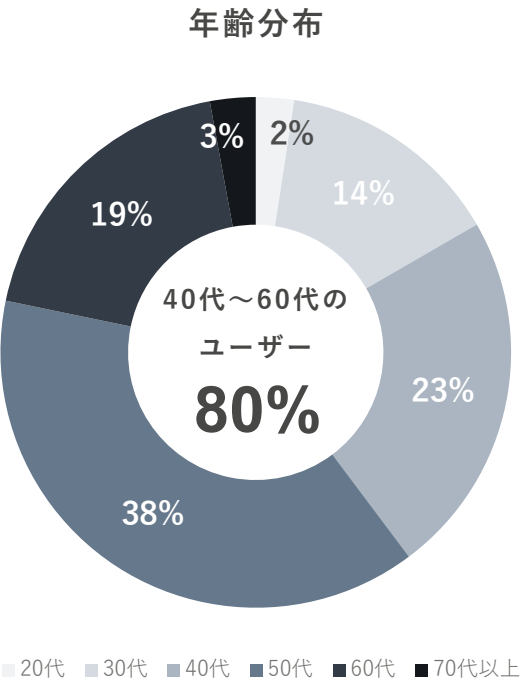
累計取引社数

(社数)

前年同期比
+319.2%



約1200施設のペットと泊まれる宿や旅行先情報を発信するペット旅行専門メディア
 エリアごとの特集、温泉・露天風呂付きなどの施設タイプごとの特集、現地取材記事など、ペット旅行に役立つ情報を発信



ペットと泊まれる宿を探す。

地域 行き先はどちらですか +

📅 日付を選択してください 👤 2名 x 1室

🐾 犬種などのこだわりを追加

🔍 検索

エリアからペットと泊まれる宿を探す



休日いぬ部のビジネスモデル

- 旅行業免許取得後、2024年3月よりOTAをプレリリース
- 今期中にリニューアルを予定。よりユーザーに快適で上質な情報を提供する



オリジナルプランの提供開始

- 商業施設やブランド、メーカー等とコラボし「休日いぬ部オリジナルプラン」を提供。休日いぬ部による付加価値の付与

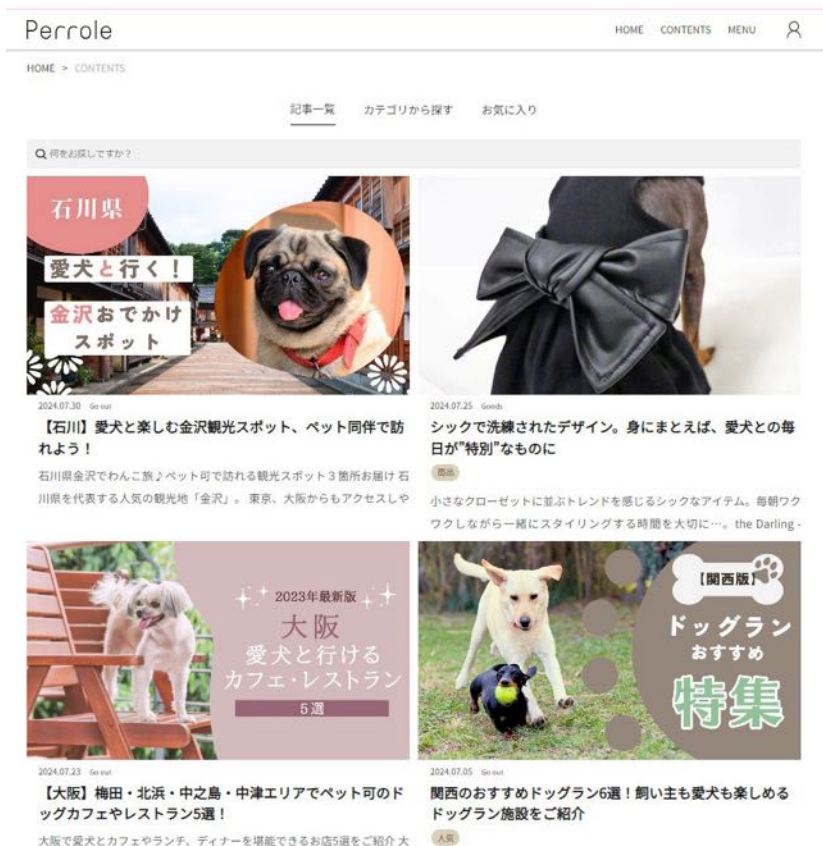
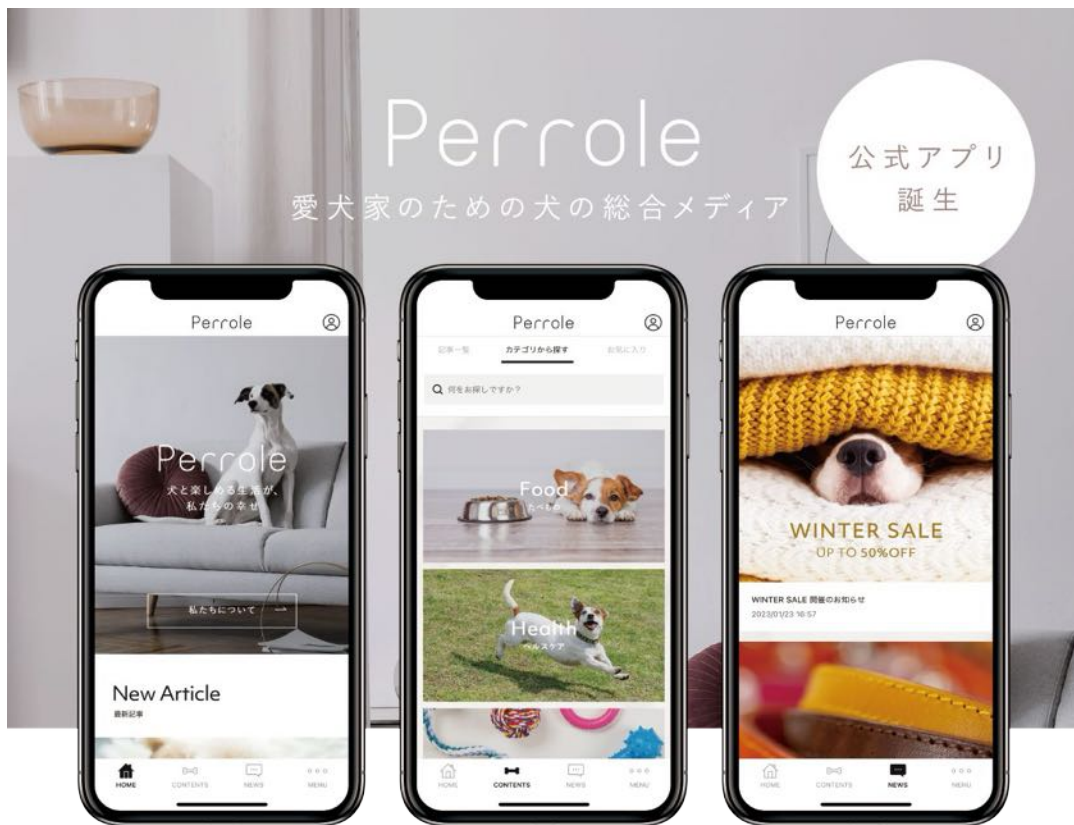


『DOG DEPT GARDEN HOTEL KARUIZAWA』

観光地からのアクセスも近く軽井沢旅行の拠点にぴったりな、木々に囲まれた温かみのあるホテル。愛犬と心行くまで満喫できるリゾートスタイルの複合施設であり、1,300坪の敷地内には、DOG DEPT SHOP、カフェ&レストラン、全天候型のスペースを備えたドッグランなど、愛犬も大満足のドッグファーストな環境が整っています。



人と愛犬が家族として共に生活する中で必要な厳選した情報をお届けする、愛犬家のためのドッグライフメディア
お出かけ、食べ物、ヘルスケアといった様々な記事コンテンツをユーザーに提供

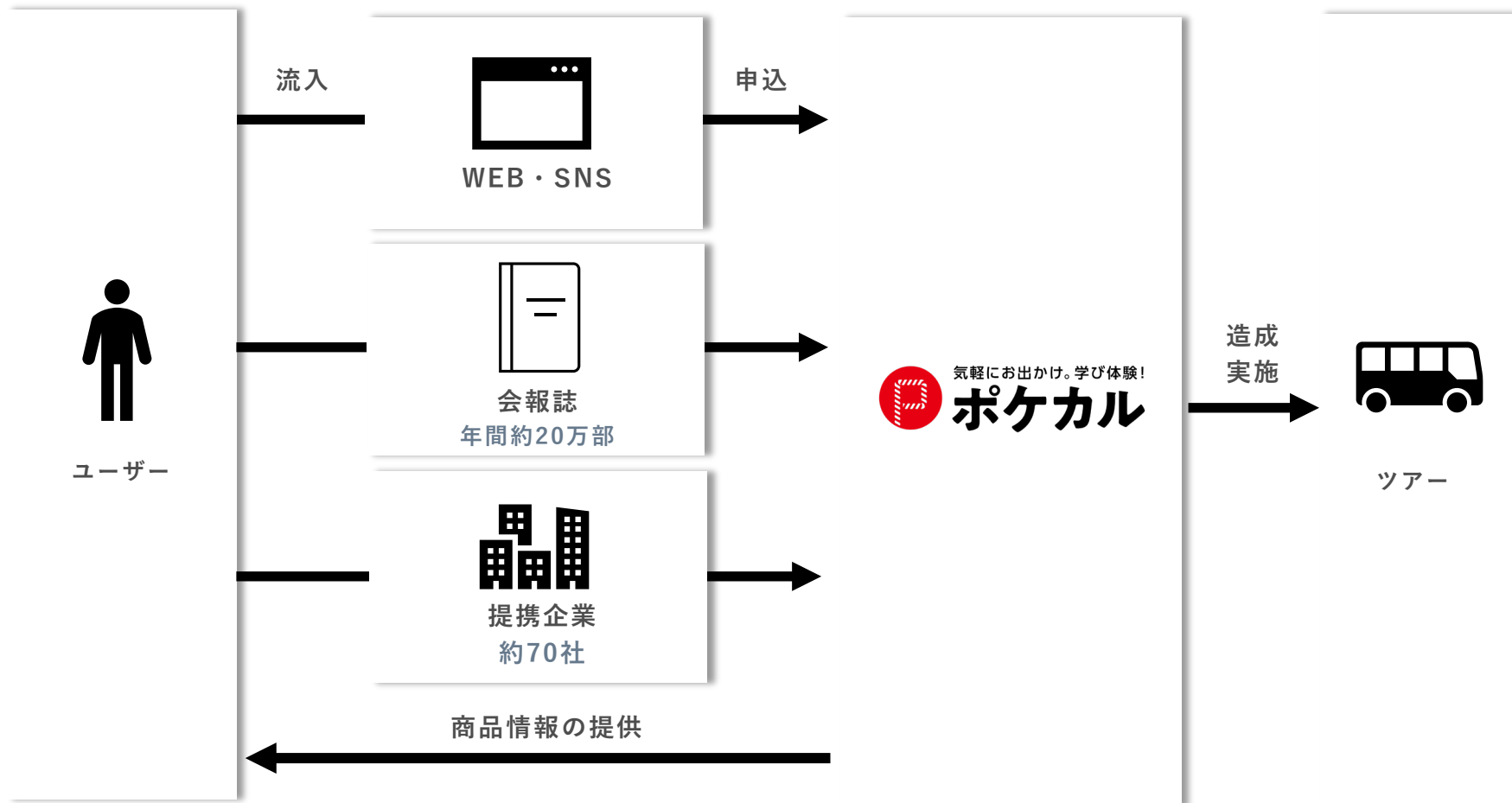


- バスツアー、クルーズツアー、街歩き、体験イベント、体験教室、工場見学など、日帰りで楽しめる様々な旅行プランから自分の行きたいツアー・イベントを検索・予約できる日帰り旅行専門サイト



WEBサイトやSNS・会報誌による直販や、各種提携企業からの流入が主となる

「らくらく連絡網」や「休日いぬ部」など、他サービスの顧客もターゲットにツアー造成を検討していく





V | 業績予想

2025年3月期業績予想

(百万円)

	2024年3月期 実績	2025年3月期 通期予想	前年同期比
売上高	3,817	4,000	+ 4.8%
営業利益	41	42	+ 0.1%
経常利益	43	42	▲ 3.9%
当期純利益	36	56	+ 52.9%

売上高内訳	2024年3月期 実績	2025年3月期 通期予想	前年同期比
コミュニケーション データ事業	803	659	▲ 17.9%
HRデータ事業	2,508	2,669	+ 6.4%
新規事業	432	639	+ 47.9%
その他	74	33	▲ 55.4%

コミュニケーションデータ事業

売上 **659** 百万円
(前期比 ▲17.9%)

HRデータ事業

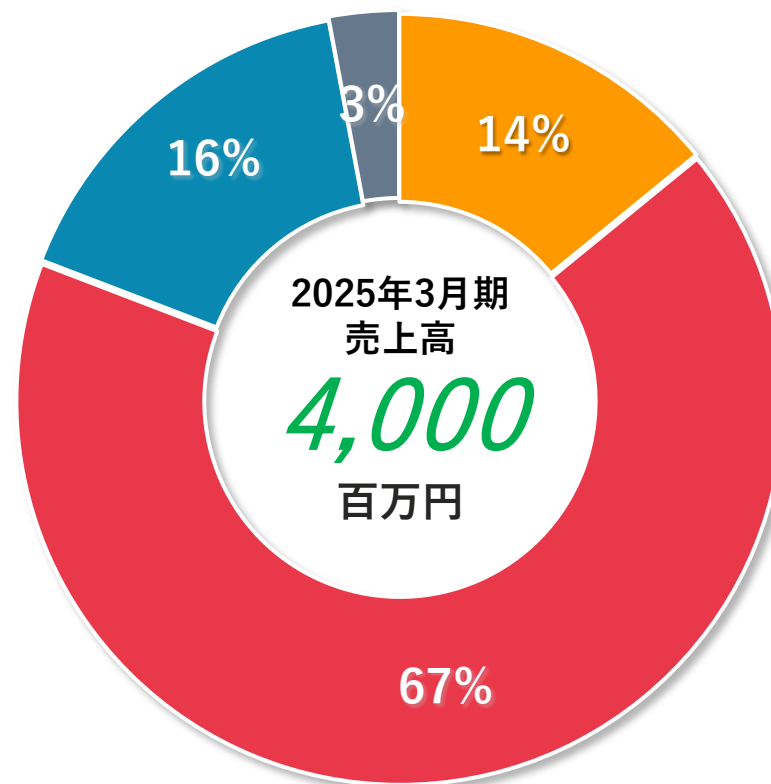
売上 **2,669** 百万円
(前期比 +6.4%)

新規事業

売上 **639** 百万円
(前期比 +47.9%)

その他

売上 **33** 百万円
(前期比 ▲55.4%)



※百万円単位で四捨五入しているため合計と一致しません

今期の取り組み

中長期

コミュニケーションデータ事業

売上 **659** 百万円
(前期比 ▲17.9%)

データの拡充と有効活用

- らくらく連絡網+による顧客データ拡充のための機能追加投資
- pinpointの連携データ拡充
- 代理店戦略強化
- 新たな収益モデルの確立
- 代理店戦略の発展
- アライアンスの継続
- 新規事業の創出

HRデータ事業

売上 **2,669** 百万円
(前期比 +6.4%)

営業力強化による売上拡大

- 新卒領域の強化
- 組織編制の変更
- 既存顧客の取引継続率維持
- 大手メディアとの連携による収益化
- 運用自動化による利益率向上
- 中小企業へ顧客層拡大
- 新規事業の創出

新規事業

売上 **639** 百万円
(前期比 +47.9%)

代理店とメディア強化

- NFT販売のチャネル開拓
- DEAとの商品開発や各種提携
- ペット事業の収益増
- BtoCメディアの集客アップ
- 事業を横断したポイント経済圏の確立
- 新規事業の創出

業績予想の前提条件

本業績予想は以下のような前提で策定。基本方針としては、引き続きHRデータ事業へ注力するが、コミュニケーションデータ事業での新規事業へ投資を行い、当社の強みである『データを活用した事業作り』を行う予定

<p>コミュニケーションデータ事業</p>	<p>マーケット環境：インターネット広告市場は堅調に推移 らくらく連絡網：大口顧客の終了分により売上は▲21.2%減で想定。データ整備、新機能開発投資により採算は一時的に悪化。 「らくらく連絡網+」の機能追加とデータベース拡充に注力 pinpoint：HR領域での販売強化を実施。売上3%減を見込む （HR）ジョブオレ顧客向け新規開拓。新卒向け採用広告配信を強化。売上25%増を見込む。 （販促）業種別業界別の企画営業を強化。大口顧客の終了分を加味し保守的に見積もり。前期比70%減を見込む 新規事業：らくらく連絡網会員データを活用した新サービスのリリースを目指す</p>
<p>HRデータ事業</p>	<p>マーケット環境：採用環境は堅調に推移 ジョブオレ：既存顧客に前期並みの新規契約を加算。前期17%増を見込む HR Ads Platform：既存顧客に前期並みの新規契約を加算。売上9%増を見込む 求人検索エンジン：、既存顧客へのアップセル及びクロスセルにより売上6%増を見込む</p>
<p>新規事業</p>	<p>マーケット環境：Web3市場は今後拡大傾向。ペット関連市場はゆるやかな拡大傾向 Web3事業：前期並みを見込む。代理店の拡充による売上拡大を目指す。 ペット事業：「休日いぬ部」OTA化による直売上も考慮し売上69%増を見込む。今期中にサイトリニューアルを目指す。 旅行事業：通期売上寄与による売上増を見込む。WEBサイト見直し及びらくらく会員、ペット事業向けの旅行商品の企画による拡販を狙う</p>
<p>販管費</p>	<p>成長に向けたメリハリのあるコスト配分を行う 人件費：継続成長に向けた採用強化に伴う人件費増加 その他：新規事業の認知度向上のための広告宣伝費増加</p>

用語	説明
ATS (Applicant Tracking System)	採用支援システム。応募から採用に至るまでのプロセスを、ひとつのシステムで一元管理できるシステム
DMP (Data Management Platform)	サイトアクセスログや、購買データ、広告出稿データ等の様々なデータの管理と、それらを活用して企業のマーケティング活動の最適化を図るためのプラットフォーム
DSP (Demand Side Platform)	提携するメディアサイトやアドネットワーク等の多くの出稿面に、ユーザーの行動履歴や属性をもとに適切なターゲットへ希望の金額以下でリアルタイム入札 (RTB=Real Time Bidding)を行える、お客様 (広告主) が出稿する広告の効果を最大化する広告配信プラットフォーム
HR	当社の開発したHRアドプラットフォームの「HR」とは、Human Resourcesの略。一般的には、人材の採用や開発、育成、評価、マネジメントなど、人材 (人的資源) に関する業務を指す。HRアドプラットフォームに関しては、人材採用を意味している
pinpoint DMP	当社が独自開発したDMP。「らくらく連絡網」ならびに提携企業のユーザー情報を活用した広告配信やマーケティング調査が可能で、個人が特定できない情報でかつ暗号化されたデータが格納されている
RTB (Real Time Bidding)	ユーザーのサイト閲覧 (インプレッション) が発生するたびに瞬時にユーザー情報と最低入札価格等の広告枠情報を複数のDSPに渡し、最高価格で入札した広告を表示するデジタル広告枠オークションシステム
SSP (Supply Side Platform)	ホームページやアプリ等メディア側の収益を最大化させるためのプラットフォーム。広告枠に対して最も高値を提示した広告が表示される
アドエクスチェンジ (Ad exchange)	DSPとSSP及びアドネットワーク、さらにメディア社との広告在庫需要を取り持つプラットフォーム
アドネットワーク (Ad network)	Webサイトやソーシャルメディア、ブログ等の広告配信可能なメディアを集めた広告ネットワーク。一括して広告を配信することができる
運用型広告	膨大なデータを処理するプラットフォームにより、広告の最適化を自動的もしくは即時的に支援する広告手法のこと。検索連動広告や一部のアドネットワークが含まれるほか、DSP/アドエクスチェンジ/SSP等が典型例として挙げられる
トレーディングデスク	広告主の代わりに、DSP等を用いたデジタル広告の運用を行う代行サービス
1st Party Data	自社で収集・保有しているデータ
3rd Party Data	自社以外の第三者が提供するデータ

用語	説明
メタバース	コンピュータやコンピュータネットワークの中に構築された、現実世界とは異なる3次元の仮想空間やそのサービスのことを指す。英語の「超 (meta)」と「宇宙 (universe)」を組み合わせた造語。仮想空間で自分の分身となるアバターを操作すれば、空間を自由に移動したり、他者と交流したりといったことが可能となる
Web3.0	Web3.0はイーサリアムの共同創業者であるギャビン・ウッド氏によって提唱された概念。明確な定義はまだないとされているが、ブロックチェーン技術を活用した非中央集権型または分散型のインターネット。Web1.0は、1999年代のWWW (World Wide Web) が普及し、個人が自由にホームページを作り情報発信ができるようになった時代。2000年代に入り、Web1.0に変わり登場したのがWeb2.0である。Web2.0は、SNSなどの普及により、情報発信者と閲覧者の双方向的なやりとりが可能となった時代
アバター機能	アバター (英: avatar) とは、ゲームやネットの中で登場する自分自身の「分身」を表すキャラクターの名称。ユーザーは、画面上の仮想空間で、自分が設定した (または指定された) キャラクターの外観を選んで、意思表示や行動を行うことができる。現実世界と同じように、仮想空間で出会う人にアバターが物を渡したり会話をしたりといったことが行える
アーリーアダプター	アーリーアダプターとは、イノベーター理論における5つのグループの1つ。流行に敏感で、自ら情報収集を行い判断する層。新しい商品やサービスなどを早期に受け入れ、消費者に大きな影響を与える
PMF	PMF (プロダクトマーケットフィット) とは、「Product Market Fit」の頭文字を取った言葉であり、直訳すると「製品 (サービスや商品) が特定の市場において適合している状態」。言い換えると「カスタマー (顧客) の課題を満足させる製品を提供し、それが適切な市場に受け入れられている状態」
フィジビリティ	「フィジビリティ」は英語の「feasibility」のことで、「実行可能性」「実現可能性」という意味を持つ言葉。「フィジビリティ」はビジネス用語の一つで、企業や組織が新しい試みを始める時に、果たして目的に到達することができるのか、実際に利益は得られるのかといった「可能性」を意味する
ユニットエコノミックス	ユニットエコノミックスは、事業の経済性を測定する経営手法のひとつ。ユニットという言葉の通り、単位あたりの収益性を見るもので、SaaSでは1ユーザーあたりの採算を示す指標。LTV (顧客生涯価値) とCAC (顧客獲得コスト) で、「ユニットエコノミックス=LTV/CAC」で算出
OTA	Online Travel Agentの頭文字の略。楽天、じゃらんなどインターネット上で取り扱う旅行会社の事。国内外の宿泊や航空券などの手配旅行、宿泊と航空をセットにしたダイナミックパッケージ、施設とお客様が直接契約する宿泊仲介、旅行保険などを取り扱うことが多い。24時間いつでも膨大な数の商品を閲覧・検索でき、店舗へ出向く必要のない利便性が消費者の支持を得ている。

免責事項

本資料は、株式会社イオレ（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として作成したものです。当社は、当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としておりますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、将来に関する記述が含まれている場合がございますが、実際の業績はさまざまなリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合がございます。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本資料及びその記載内容につきまして、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開または利用することはご遠慮ください。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期については、本決算発表予定である2025年5月の開示を予定しております。