

2019 年 9 月 25 日

株式会社イオレ
代表取締役社長 小川 誠
(コード番号：2334)

個人投資家向け IR セミナー開催状況について（説明会資料）

株式会社イオレは、2019 年 9 月 14 日(土)に、ログミーファイナンス主催「個人投資家向け IR セミナー」に参加いたしました。

2020 年 3 月期第 1 四半期決算の状況をもとに、今期業績の進捗状況や事業概要、今後の成長戦略につき、弊社代表取締役社長 小川誠からご説明させていただきました。当日は約 100 名の個人投資家の皆様にご参加いただき、誠にありがとうございました。

弊社では今後も個人投資家の皆様のための説明会を開催し、個人投資家の皆様との対話の機会を設けてまいりますので、引き続きご支援をいただきますようよろしくお願いいたします。



記

1. 日 時 2019 年 9 月 14 日(土) 11:50～12:40
2. 場 所 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル西館 15 階
アクセス青山フォーラム A スペース
3. 講演者 代表取締役社長 小川 誠
4. 資 料 次ページ以降に掲載の「個人投資家向け IR セミナー資料」をご参照ください
5. 概 要 以下のログミーファイナンスの Web サイトをご覧ください。
(書き起こし記事) <https://finance.logmi.jp/356094>

以上

本件に関するお問い合わせ

株式会社イオレ 経営管理部 IR・PR ユニット Tel：050-5840-5670 Mail：ir-enquiry@eole.co.jp



個人投資家向け IRセミナー 資料

株式会社イオレ

(東証マザーズ、証券コード:2334)

2019年9月14日

イオレについて

市場環境

採用広告領域における成長戦略

2020年3月期第1四半期累計期間概況

2020年3月期第1四半期戦略トピックス

その他の取り組み状況

The logo for eole Inc. is displayed in a light green, 3D-style font against a darker green background. The letters are lowercase, with 'eole' in a larger font size than 'Inc.'. The background features a diagonal split between green and white.

eole Inc.

イオレについて

| | | | |
|-----|--|------|---|
| 会社名 | 株式会社イオレ | | |
| 設 立 | 2001年4月25日 | 上場市場 | 東京証券取引所マザーズ市場（証券コード 2334） |
| | | 所在地 | 〒108-0074 東京都港区高輪3丁目5番23号 KDX高輪台ビル9F |
| 資本金 | 7億3,453万円 2019年6月30日現在 | 電 話 | 03-4455-7092（代表） |
| 従業員 | 83名 2019年6月30日現在 | FAX | 03-5793-3533 |
| 役 員 | 代表取締役社長 小川 誠 取締役会長 吉田 直人 取締役 中井 陽子 取締役 一條 武久 社外取締役 冨塚 優 常勤監査役 秋本 実 監査役 大山 亨 監査役 田島 正広 | 事業内容 | PC / スマートフォン向け各種サービスの運営 （らくらく連絡網、ガクバアルバイト、らくらくアルバイト） インターネット広告事業 アドテクノロジー商品「pinpoint」の開発・提供 セールスプロモーション事業 |
| | | 取引銀行 | みずほ銀行 銀座通支店 三井住友銀行 渋谷駅前支店 |

- 2001年 ● 港区六本木に株式会社イオレを設立(資本金10百万円)
渋谷区西原に本社を移転、営業開始
- 2003年 ● 世田谷区奥沢2丁目に本社を移転
- 2005年 ● **「らくらく連絡網」運用開始**
資本金を126百万円に増資
- 2007年 ● 「らくらく連絡網」登録会員100万人突破
資本金を209百万円に増資
- 2009年 ● 資本金を301百万円に増資
- 2010年 ● **「ガクバアルバイト」**(旧大学生アルバイト.com)
運用開始
資本金を329百万円に増資
「らくらく連絡網」会員400万人突破
- 2013年 ● 「らくらく連絡網」登録団体数35万団体 会員600万人突破
「らくらくアルバイト」運用開始
港区高輪3丁目に移転

- 2014年 ● 「らくらく連絡網」スマートフォンアプリリリース
**プライベートDMP*¹「pinpoint DMP*²」の
提供を開始**
「pinpoint DMP」を活用したGoogle社「DBM」
(DoubleClick Bid Manager)への配信開始
- 2015年 ● 資本金を382百万円に増資
- 2016年 ● 「らくらく連絡網」アプリ100万ダウンロード突破
- 2017年 ● 凸版印刷株式会社と資本業務提携締結
東京証券取引所マザーズに上場
資本金を721百万円に増資
- 2018年 ● 資本金を734百万円に増資
- 2019年 ● **「ジョブオレ」運用開始**

* 1,2 巻末の「用語集」をご参照ください。

| 事業 | サービス名 | 概要 | 収益モデル |
|--------|---|---|---|
| 運用型広告 |  | 自社サービスの登録情報を基にした精度の高いデータを保有している「pinpoint DMP ^{*1} 」と連携したDSP ^{*2} ・ソーシャルメディア広告サービス | トレーディングデスク ^{*3} を含むDSP・ソーシャルメディア広告サービス |
| | その他運用型広告 | 「ジョブオレ」を活用した「Indeed」・リスティング等の運用型広告事業 | 運用型広告サービス |
| 自社メディア |  | 日本全国の部活動、サークル、PTAなどの団体活動従事者向けに提供する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」内での広告掲載、有料版提供ほか |
| |  | 大学生に特化したアルバイト求人情報提供サイト | 「ガクバアルバイト」への掲載料 |
| |  | アルバイト求人情報ポータルサイト | 「らくらくアルバイト」から連携求人メディアへの送客成果報酬 |
| その他 | その他 | 主として以下のサービス SP(セールスプロモーション) 大学構内でのフィールド系広告商品の代理店販売 他求人広告 他社求人メディアの代理店販売 | 個別設定 |

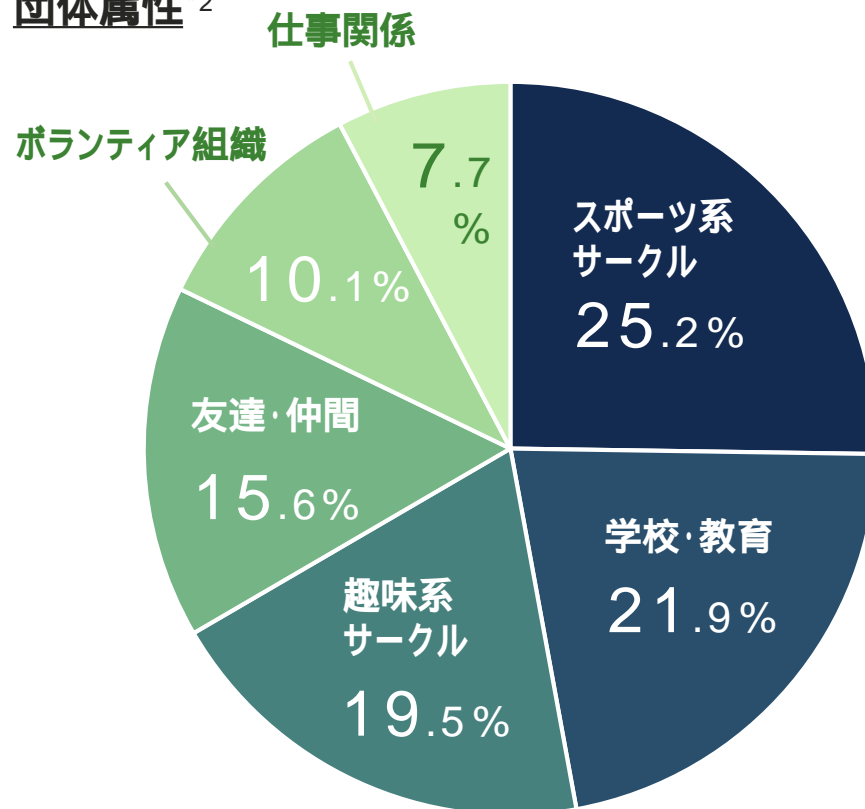
*1,2,3 巻末の「用語集」をご参照ください。

団体活動を支援する、日本最大級の連絡網サービス



38.4万団体 681万人^{*1}が利用中

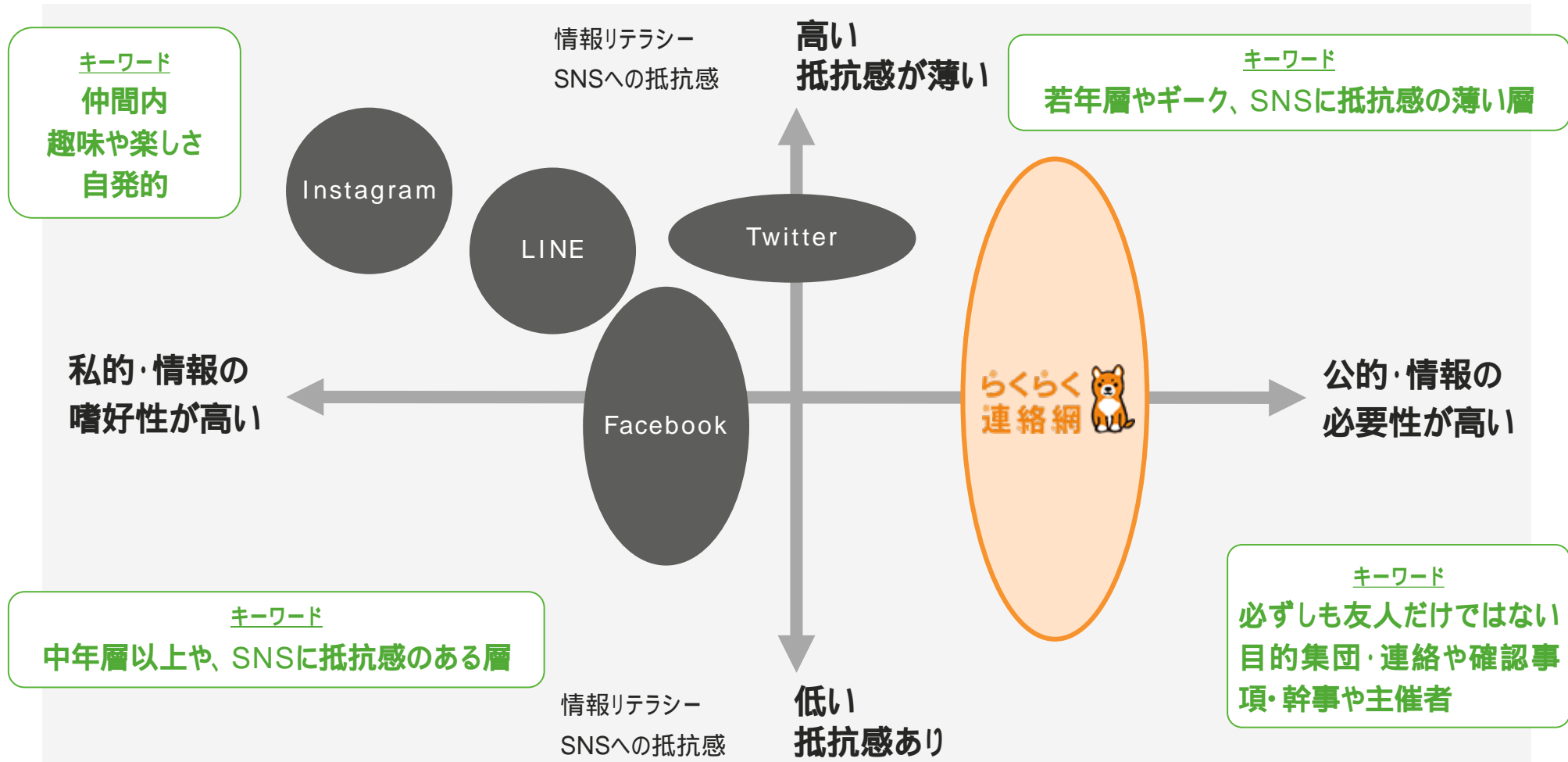
スケジュール調整や出欠確認など便利な機能で団体活動をサポート。

団体属性^{*2}

^{*1,2} 2019年6月30日時点

SNSサービスにおけるらくらく連絡網の位置付け (概念図)

必ずしも友人だけではない目的集団の主催者やリーダーが、連絡や確認事項の情報共有ツールとして利用。





「ガクバアルバイト」は、大学生に特化した掲載型求人情報提供サイト。

「らくらくアルバイト」は、連携求人メディアへ送客を行う求人情報ポータルサイト。



ガクバアルバイト

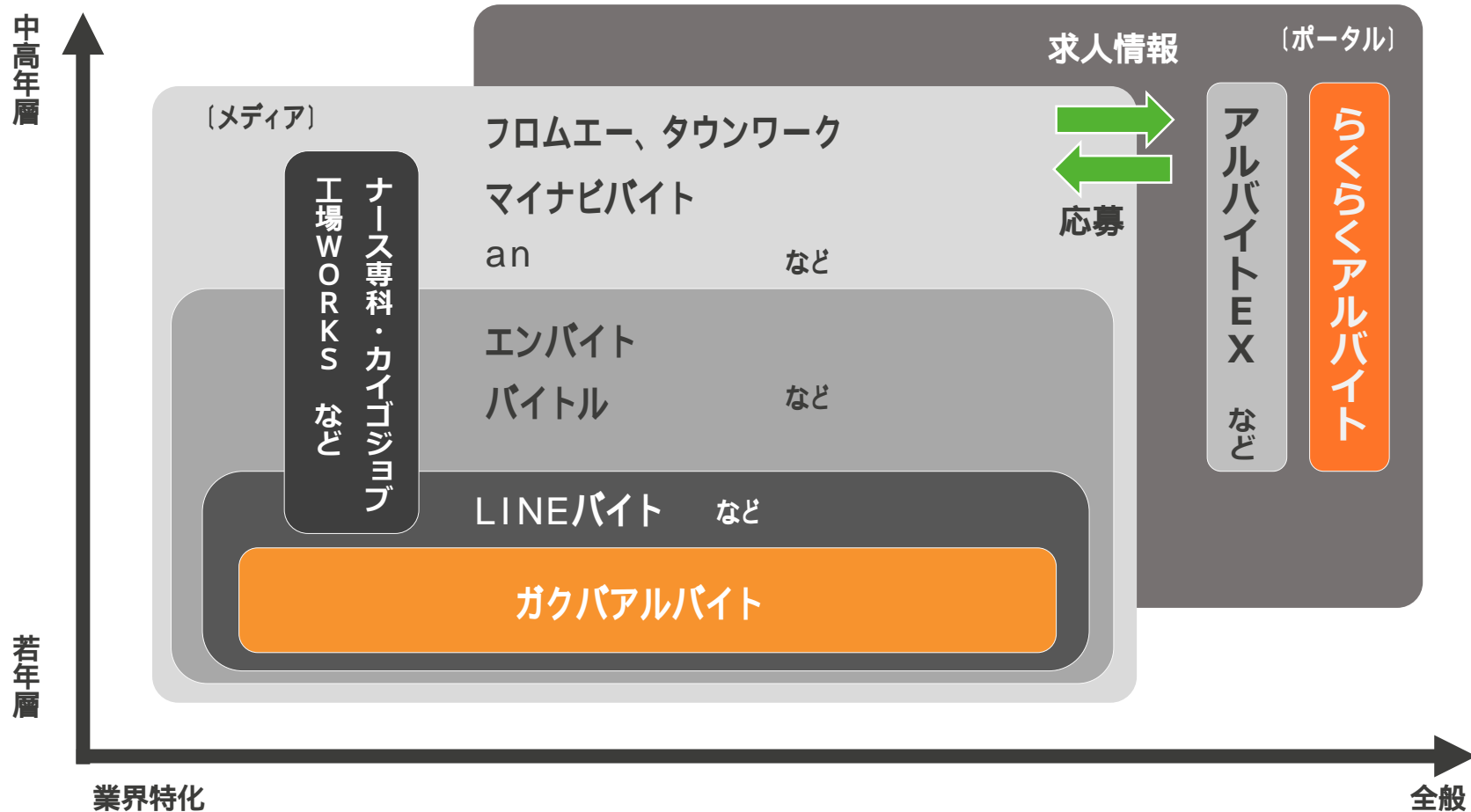
- 1 らくらく連絡網を入口とした、大学生に特化したアルバイト求人情報提供サイト。
- 1 収益モデルは、**掲載型**。



らくらくアルバイト




- 1 仕事情報提供元の連携求人メディアからの案件を幅広く搭載し、一括応募ができるアルバイト求人情報ポータルサイト。
- 1 収益モデルは、**送客成果報酬型**。

求人メディア領域における「ガクバアルバイト」「らくらくアルバイト」の位置付け (概念図)



広告出稿の目的

「マス告知」から「確度の高い人への行動促進」に変化

| | 第一世代 新聞 | 第二世代 テレビ | 第三世代 ネット純広告 | 第四世代 ネット検索型広告 | 第五世代 ネット運用型広告 |
|-----------|---|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |
| 広告の 対象 | マス | マス 志向性 | マス | 志向性（検索） | 個人 志向性 |
| 媒体の 役割 | 告知 | 告知 | 告知 行動促進 | 行動促進 | 告知 行動促進 |

アプリ閲覧から照合、
広告掲出まで**0.1秒未満**。



現在のインターネット広告は属性等のデータベースに基づいた、
より即時性の高い広告配信にシフト。
量とともに質も問われ、それを保持している会社ほど、強みを発揮できる。

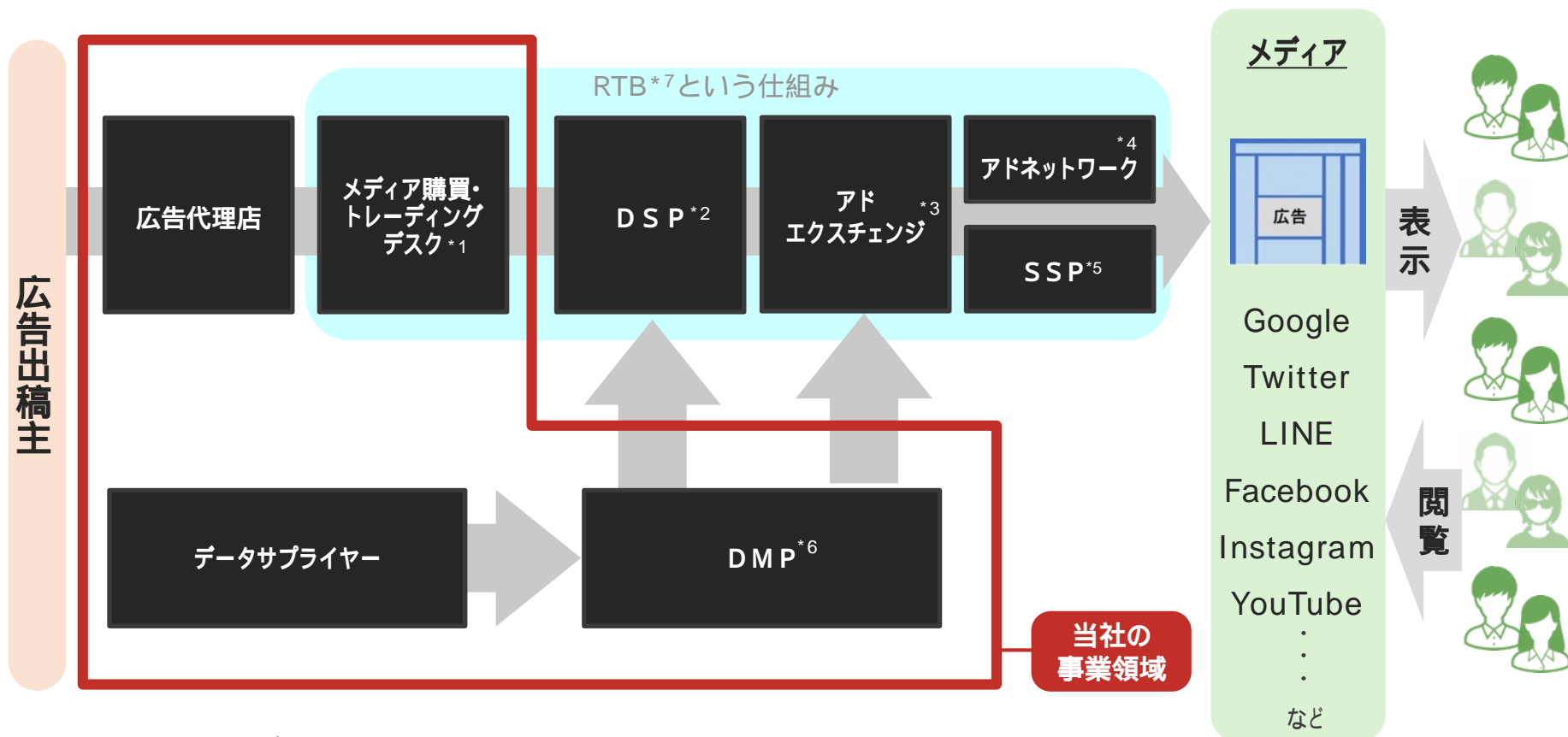


当社は「pinpoint及びその他運用型広告」等において、ユーザー登録情報に基づきDMPに格納された匿名加工情報*を活用。

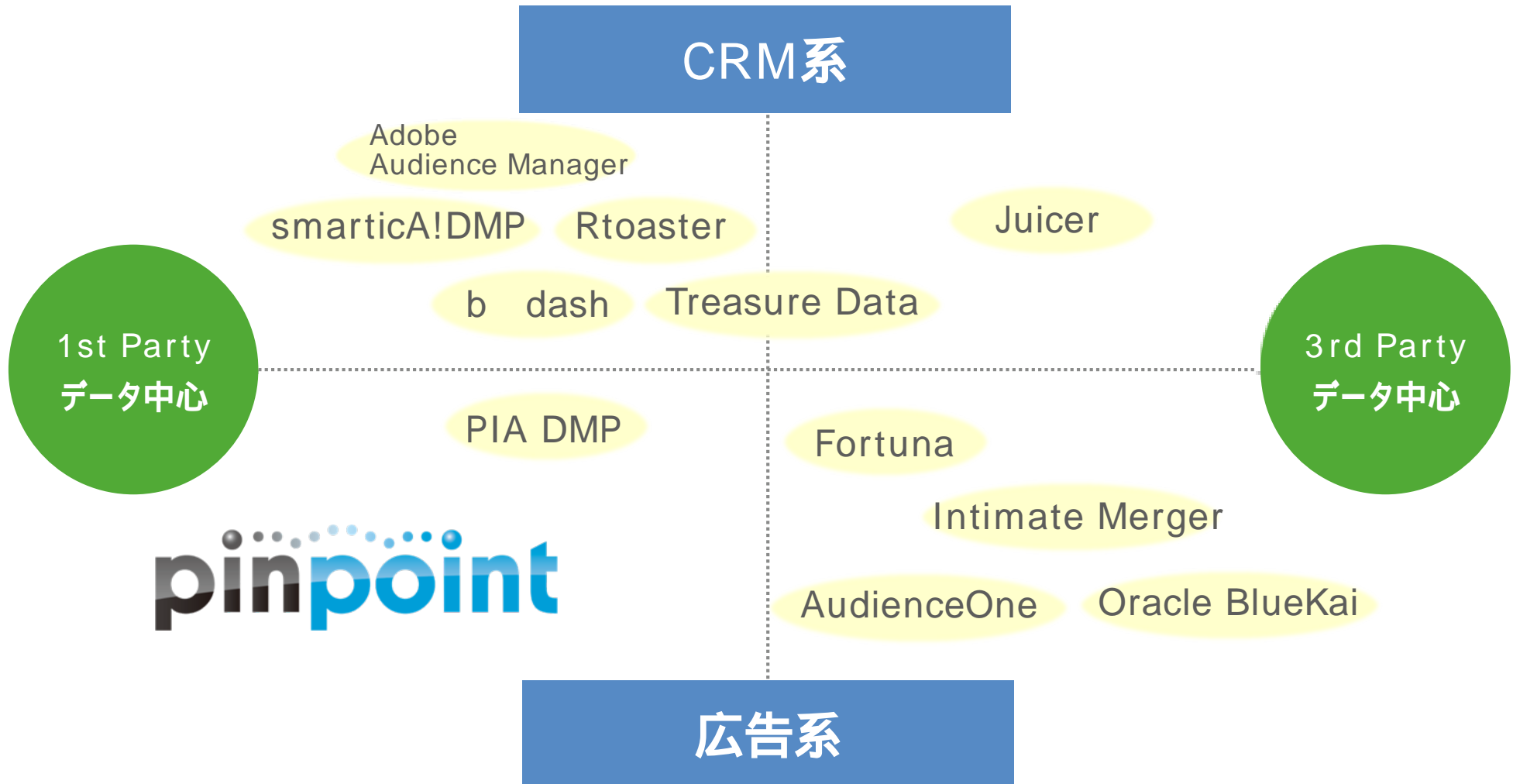
* 巻末の「用語集」をご参照ください。

インターネット広告におけるイオレの業務領域（概念図）

当社では独自のデータを活用し、トレーディングデスク運用を含むDSP・ソーシャルメディア広告サービスやクリエイティブ制作により収益を獲得。



*1～7 巻末の「用語集」をご参照ください。



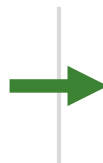
* 巻末の「用語集」をご参照ください。

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が可能なDMP (Data Management Platform)

極めて詳細で明確ならくらく連絡網の属性データおよび提携先との連携により、総数2,000万人を超えるデータを保有している。



Web広告市場およびスマートフォン広告市場が伸長し、技術(アドテクノロジー)を駆使し、よりピンポイントにターゲティングされた広告露出が主流になっている。



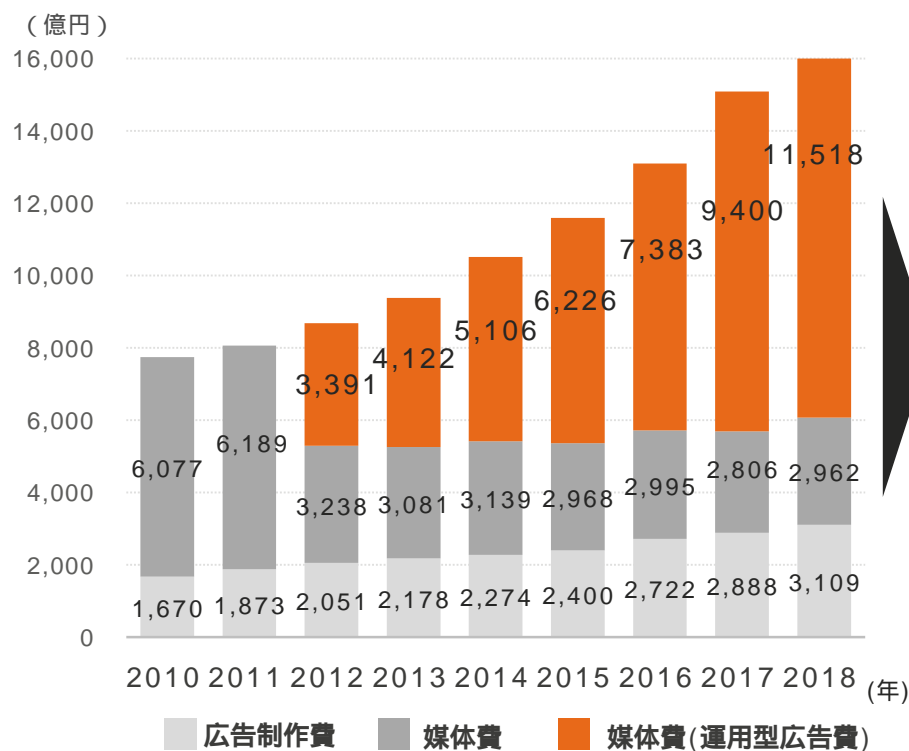
個人情報保護法に則り収集、個人を特定しない形でデータとして利用している。また、2017年10月より匿名加工情報取扱業者としての宣言をしている。



市場環境

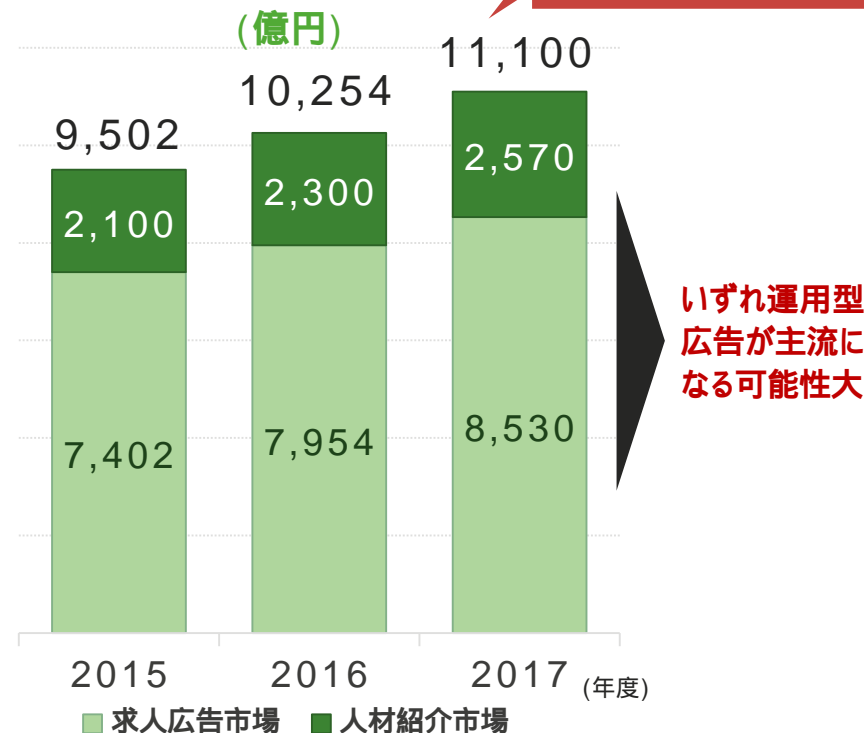
運用型広告はインターネット広告市場で主流となった。活発な求人広告市場でも運用型広告が拡大すると考えられる。

インターネット広告市場の推移



運用型広告が主流となった

求人広告市場及び人材紹介市場の推移



いずれ運用型広告が主流になる可能性大

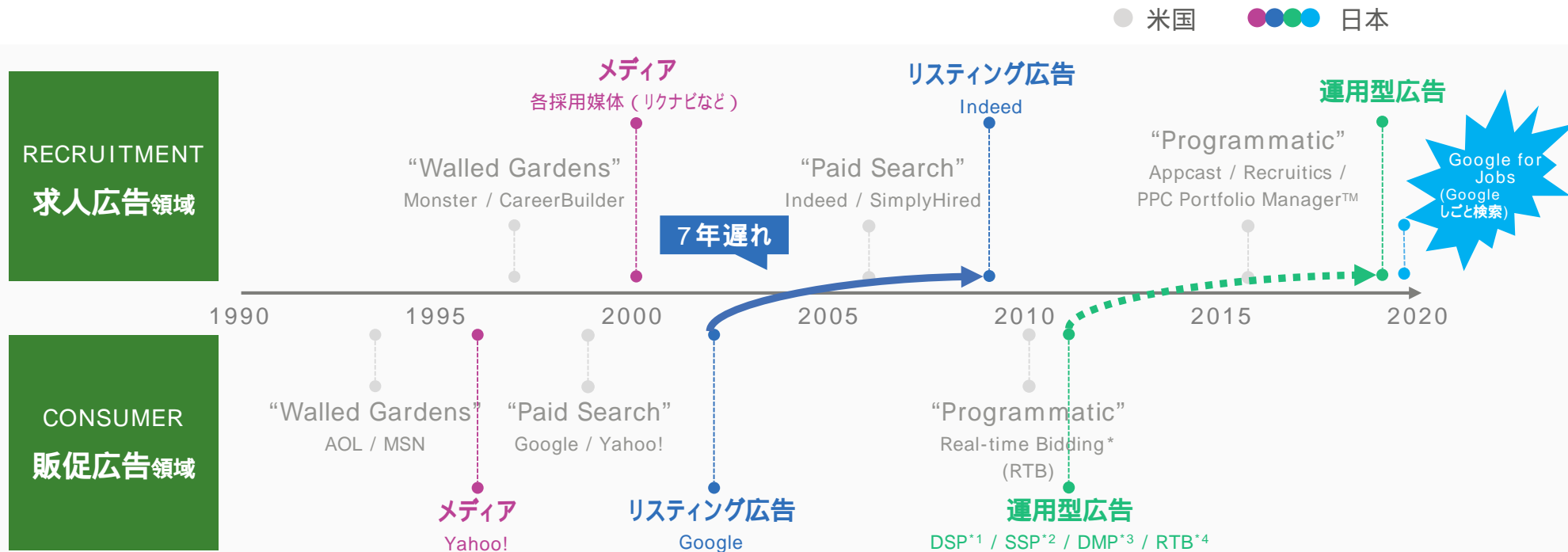
2011年以前は媒体費-運用型広告費の数値が入手できないため、運用型広告費を含む媒体費合計を表示

出典 株式会社電通「日本の広告費」

出典 人材紹介市場株式会社矢野経済研究所「人材ビジネスの現状と展望 2018年度版」(2018年11月20日発表)、求人広告市場...公益社団法人全国求人情報協会「2017年度求人情報提供サービス市場規模調査結果」(2019年1月17日発表)

出典:

米国では、日本に先行して求人広告市場の構造変化が進んできた。日本でも求人広告領域での運用型広告への移行は、予想以上に進展している。



市場変化の背景

求人難の加速

米国発Indeedの浸透

米国発Google for Jobs(Googleしごと検索)の日本参入

新卒ターゲットにおける「就活ルール廃止」など、求人方法、採用スケジュールの多様化

ネット専業代理店の参入

大手求人メディアの終了

*1,2,3,4 巻末の「用語集」をご参照ください。



掲載型求人広告の場合、ユーザーは多くのプロセスを踏まなくてはならない。
その上探せるのは、その媒体の中で、かつその期間掲載されている案件のみ。
それに比べ運用型広告は検索後すぐに案件詳細、エントリーと遷移ができ、効率的、かつリアルタイムに最新の求人情報を取得できる。

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。



広告

掲載期限、掲載枠固定



コスト

掲載期間等により決定



費用対効果

掲載終了後に判断



1か月間求人広告を出してみたが、
掲載終了日まで全く応募がなかった



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。

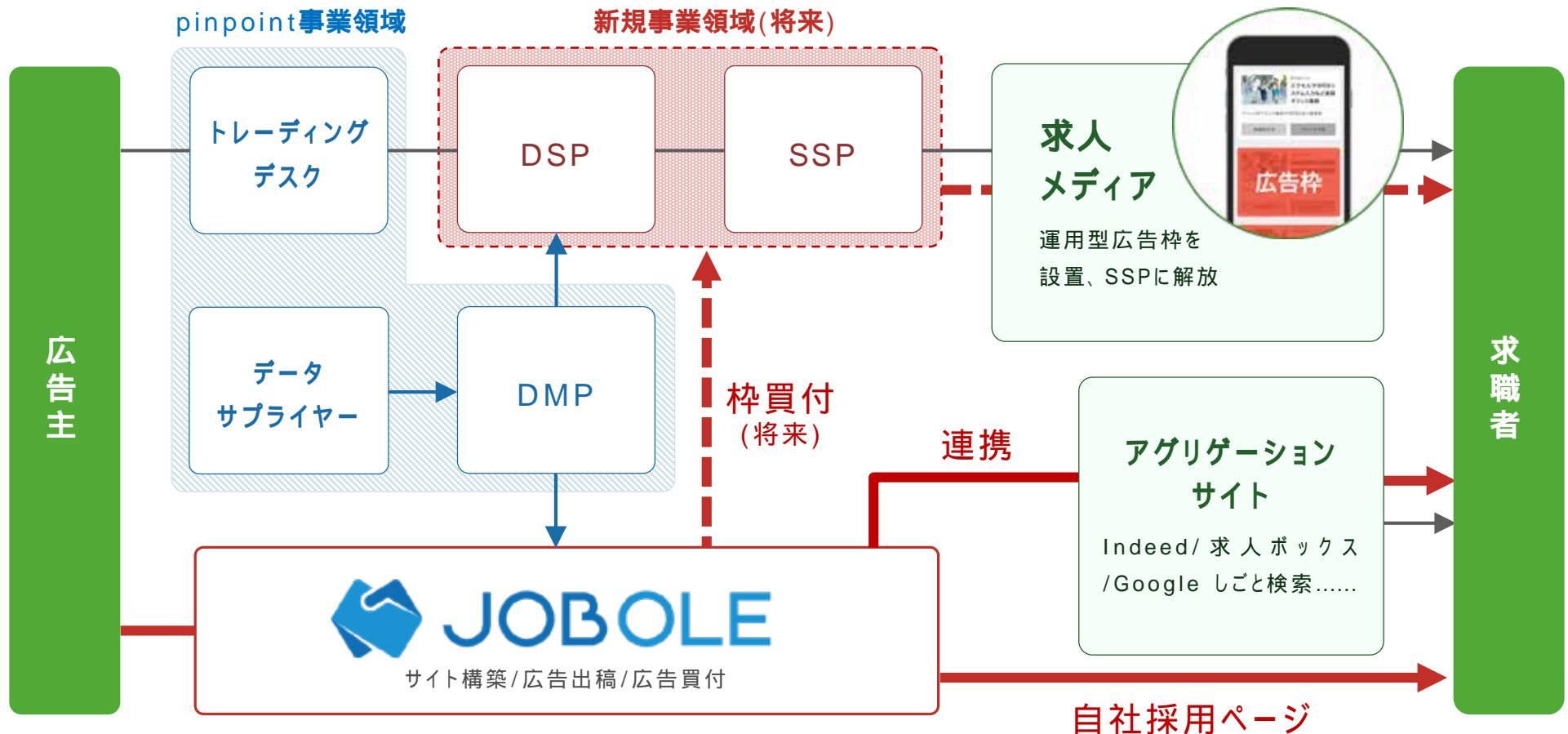


採用広告領域における 成長戦略

採用広告領域の変革に対する戦略イメージ図

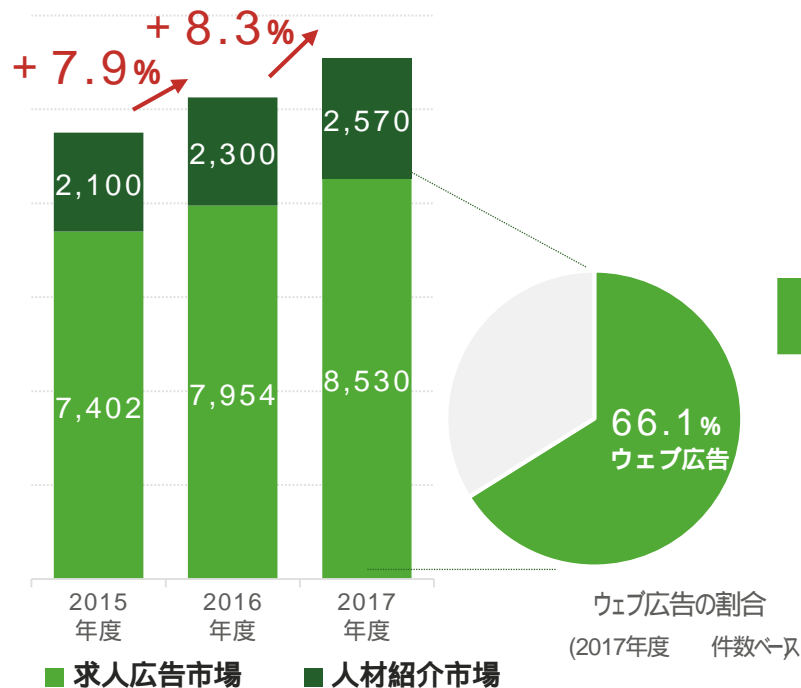
求人メディアが求人広告枠の一部を開放し、インターネットメディア同様に第三者配信が可能に。ジョブオレは求人メディア、アグリゲーションサイト、自社採用ページと多角的なアプローチが可能なシステムへ。

- 広告出稿の流れ
- ジョブオレの事業領域
- pinpoint事業領域
- 新規事業領域(将来)



特に、採用広告領域における運用型広告（pinpoint DMP含む）をターゲットとして、早期にシェアを取りに行き、事業規模を拡大する。

求人広告市場及び人材紹介市場の推移（億円）



採用広告領域における運用型広告イメージ（億円）

最低でも**2,000億円超**の市場に
2018年秋の米国並みの普及率(25%)を元に
予想*

$$\begin{aligned} & \text{求人広告市場} \quad \text{ウェブ広告の割合} \quad \text{人材紹介市場} \quad \text{普及率} \\ & (8,530 \times 66.1\% + 2,570) \times 25\% \\ & = \mathbf{2,052 \text{ 億円}} \end{aligned}$$

出典 人材紹介市場...株式会社矢野経済研究所「人材ビジネスの現状と展望 2018年度版」(2018年11月20日発表)、求人広告市場...公益社団法人全国求人情報協会「2017年度求人情報提供サービス市場規模調査結果」(2019年1月17日発表)

* Industry Dive社 (DEEP LIVE) 「How programmatic recruitment marketing could get more bang for your hiring buck」[<https://www.hrdive.com/news/how-programmatic-recruitment-marketing-could-get-more-bang-for-your-hiring-buck/531995/>] (検索日2019-2-4)

採用広告領域で黎明期よりプレゼンスを確立。市場の拡大とともに成長し、当該市場でのリーディングカンパニーを目指す。

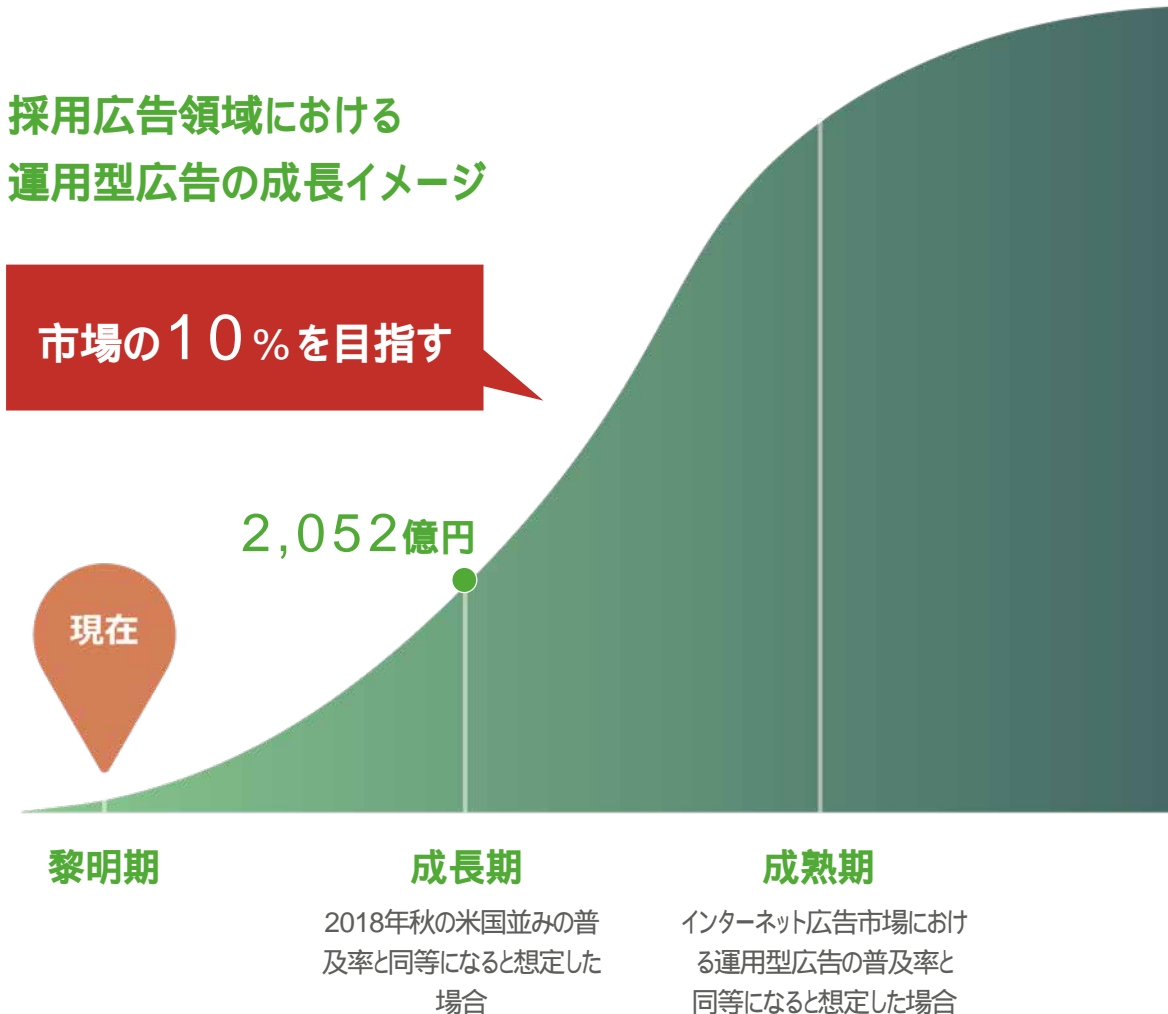
イオレの拡大イメージ

インターネット広告市場におけるリーディングカンパニーのシェアがおよそ10%。

当社は採用広告領域の運用型広告でシェア10%を目標に、リーディングカンパニーを目指します。

採用広告領域における運用型広告の成長イメージ

市場の10%を目指す







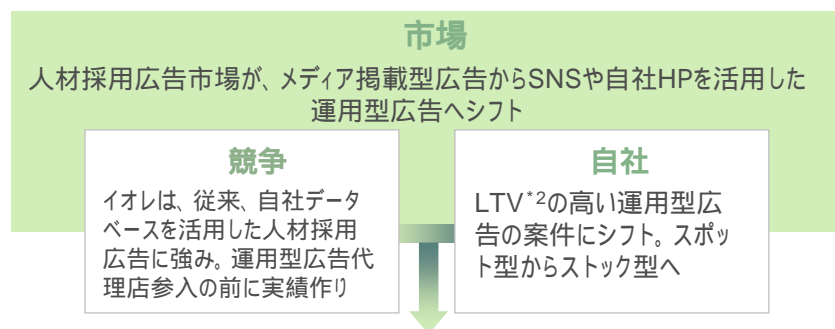
2020年3月期第1四半期 累計期間概況

【2019年3月期は、イオレの転換期】

まずは人材採用広告市場での運用型広告^{*1}にフォーカスして早期シェアの確立へ

pinpointを中心とした運用型広告の販売と運用に注力

- <理由> ・ 人材採用広告市場のメディア掲載型広告から運用型広告へのシフトが急速化。
・ ネット専門広告代理店の参加による競争の激化。

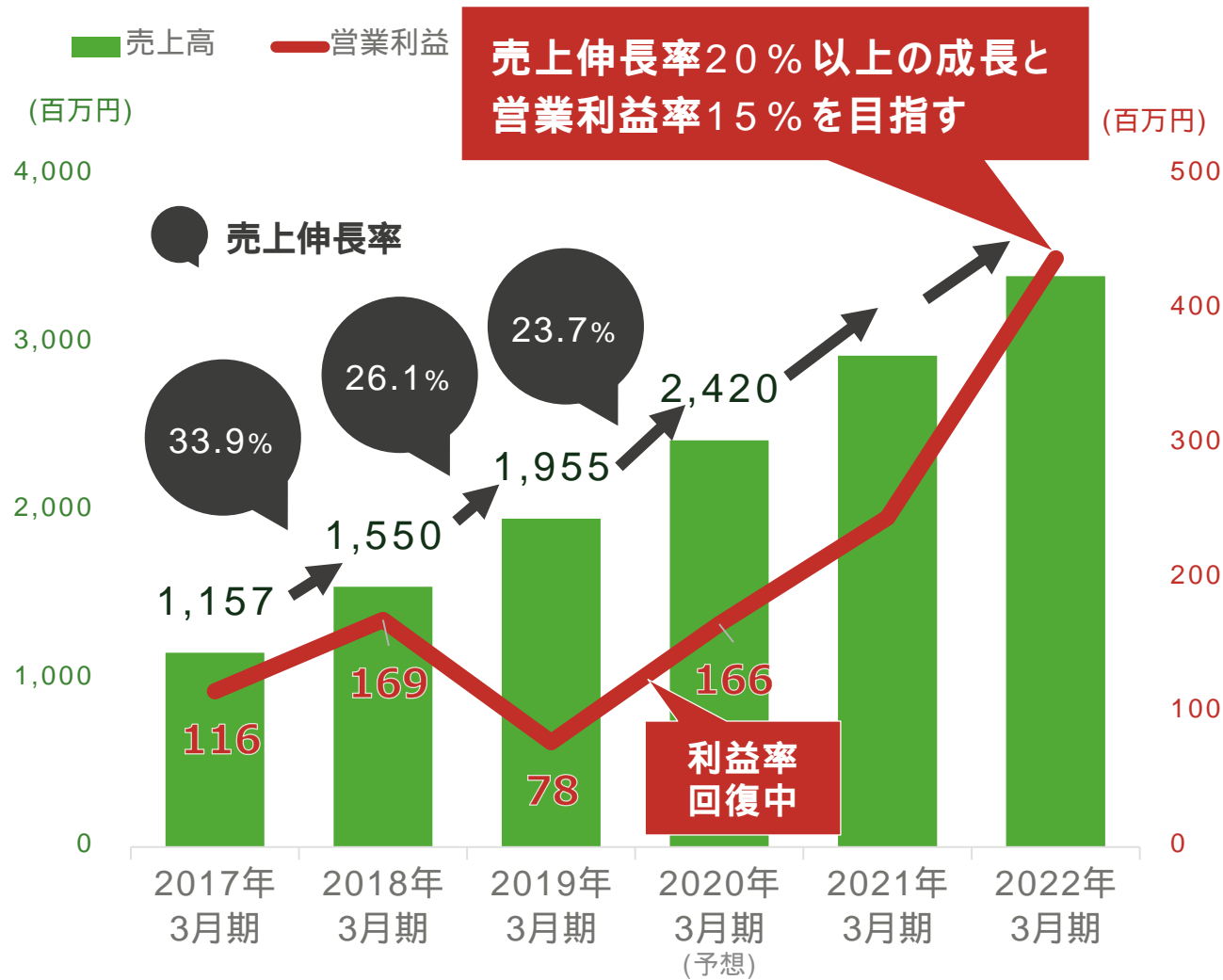


市場黎明期からの実績作り、プレゼンスの確立、シェアの確保を行うことで長期的な成長と収益源を確保



*1 巻末の「用語集」をご参照ください。

*2 Life Time Valueの略。顧客生涯価値。



第1四半期累計期間の状況

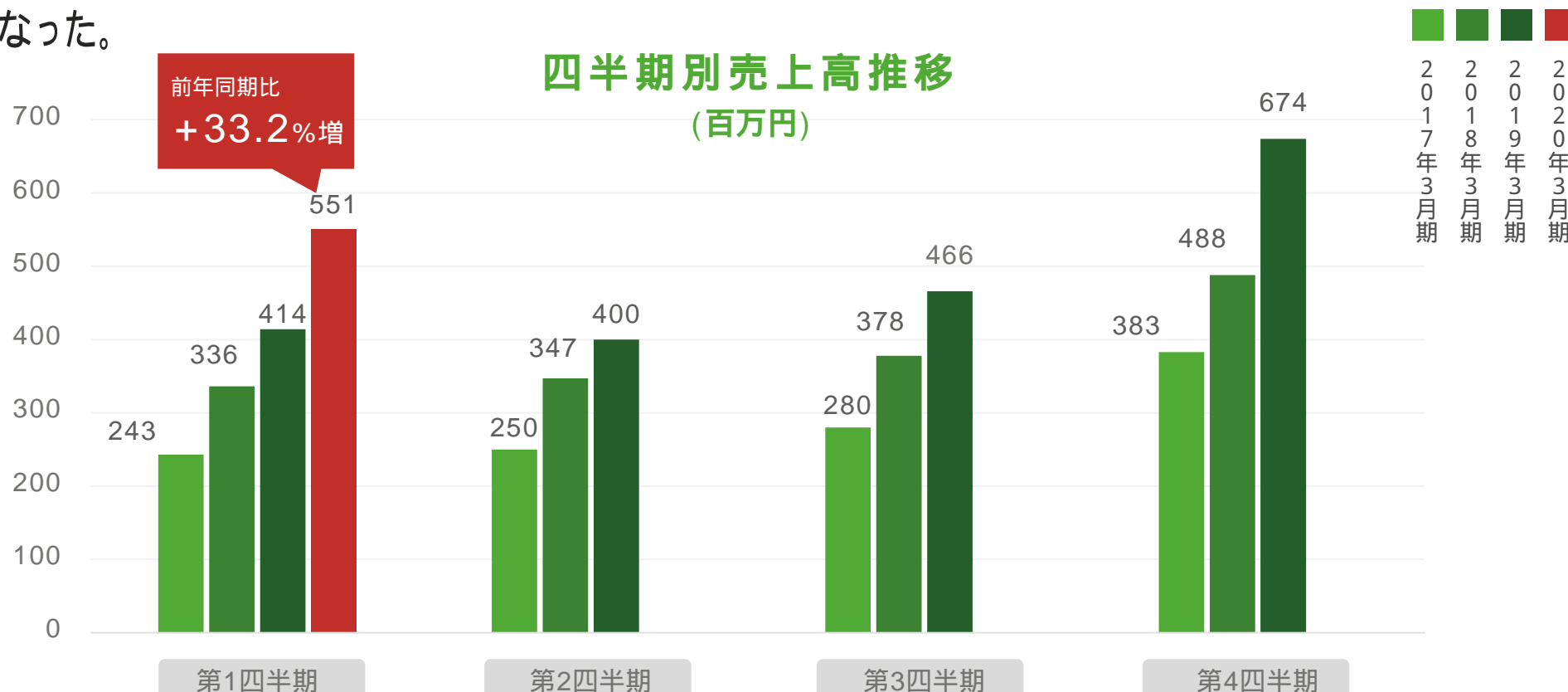
- 売上伸長率
(前年同期比)
33.2%


- 営業利益率
5.8%
(道半ばだが、回復中)

営業
利益率

10.0% 10.9% 4.0% 6.9%

2020年3月期第1四半期は、「pinpoint及びその他運用型広告」の拡大を受け、目標の通期売上高成長率（23.7％）を大きく超えて、前年同期比33.2％増収となった。



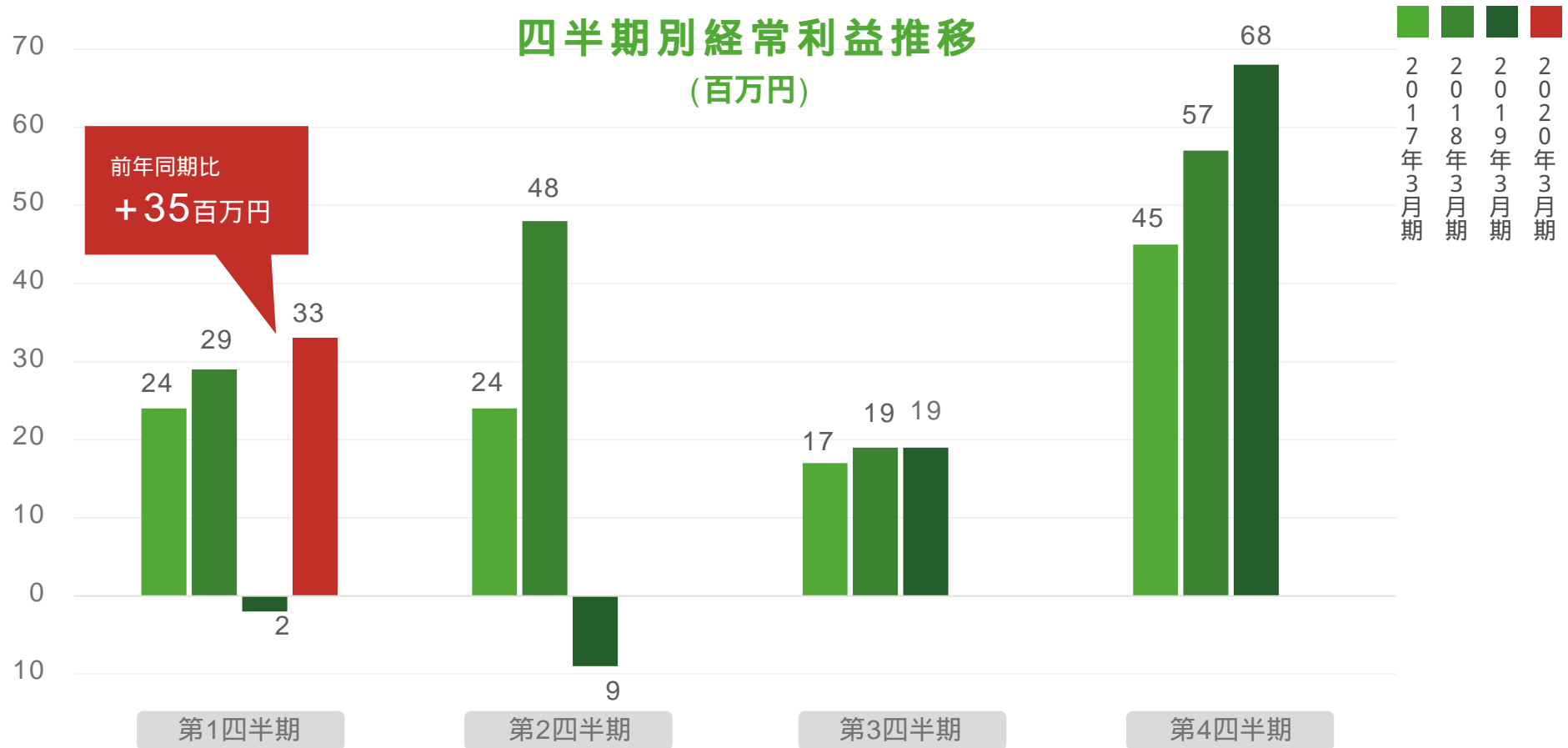
 広告業界全般、特に当社が現在事業上の重点を置いております求人広告市場は（新年度を意識した採用活動の特性等により）年度末に向けて大きく伸びる季節性動向があります。

本資料における2017年3月期は、四半期財務諸表を作成していないため参考数値であり、監査法人の監査を受けておりません。

記載金額は、単位未満を切り捨てて表記しております。また、比率については切り捨て前金額にて算出の上、単位未満を四捨五入で表記しております。なお、

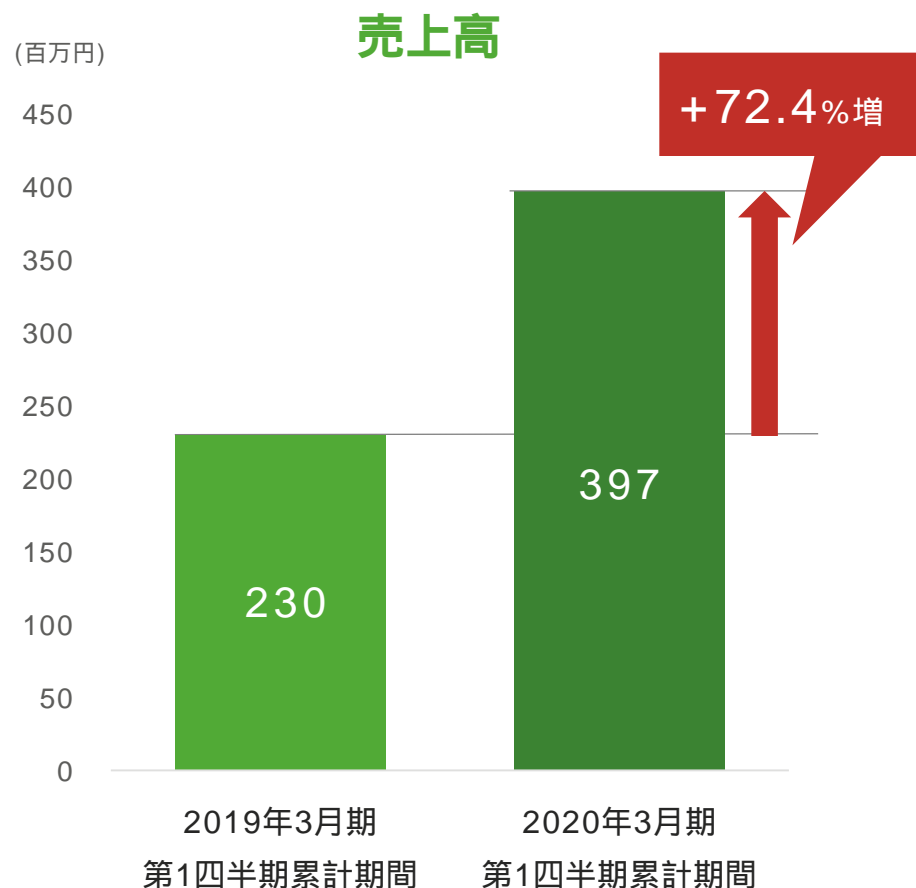
次ページ以降も同様となります。

売上の伸びに伴い、利益も伸長。一昨年を上回る水準に到達。

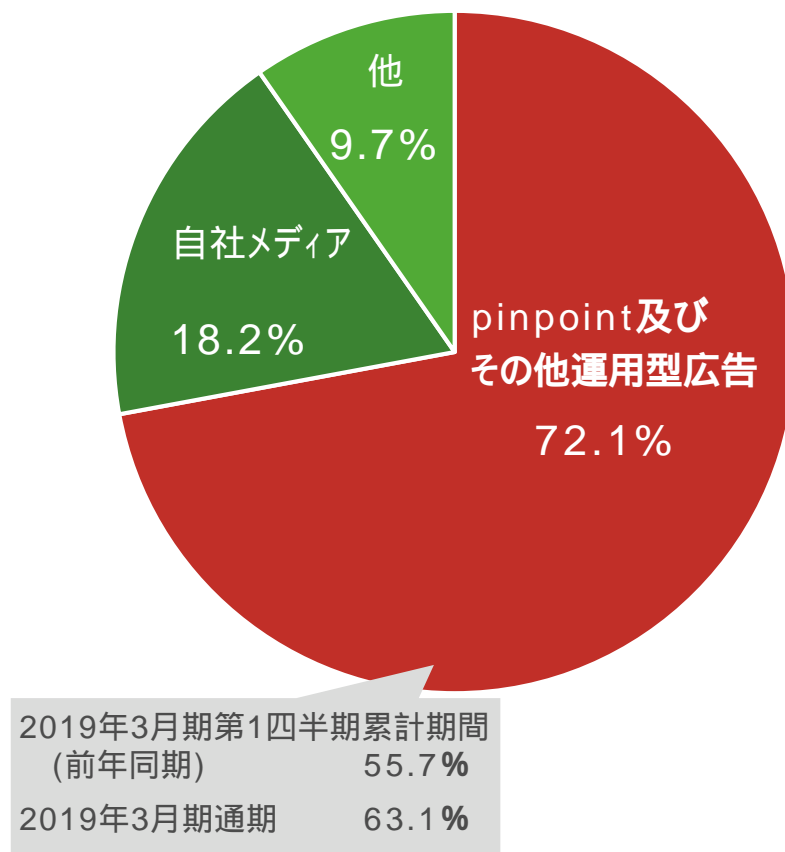


本資料における2017年3月期は、四半期財務諸表を作成していないため参考数値であり、監査法人の監査を受けておりません。

2019年3月期より「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトを進めてきたが、2020年3月期第1四半期も同サービスの売上の拡大が全体を牽引し、構成比も7割を超えた。



2020年3月期第1四半期累計期間
売上構成比率



2020年3月期第1四半期累計期間は、「ジョブオレ」(2019年3月リリース)の活用、OEM代理店及び求人広告代理店とのパートナーシップの強化を通じ、「pinpoint及びその他運用型広告」のさらなる拡大と推進を図った結果、業績は好調に推移。

| (百万円) | 2019年3月期 第1四半期 累計期間実績 | 2020年3月期 第1四半期 累計期間実績 | 前年 同期比 |
|--------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| 売上高 | 414 | 551 | +33.2% |
| 営業利益 | 1 | 33 | - |
| 経常利益 | 2 | 33 | - |
| 四半期純利益 | 3 | 27 | - |

| 2020年3月期業績予想 | |
|-----------------|-------|
| 第2四半期 累計期間予想 | 通期予想 |
| 1,017 | 2,420 |
| 13 | 166 |
| 13 | 166 |
| 10 | 112 |



2020年3月期第1四半期
戦略トピックス

採用活動における運用型広告出稿活動拡大を支援し、そのニーズを取り込むべく、出稿支援ツールである「ジョブオレ」を2019年3月にリリース。



2020年3月期第1四半期では、リリース後順調に各種求人メディアとの連携が進んでいる。



ジョブオレを導入後、応募数が1.6倍から20倍になる等、反響は良好。

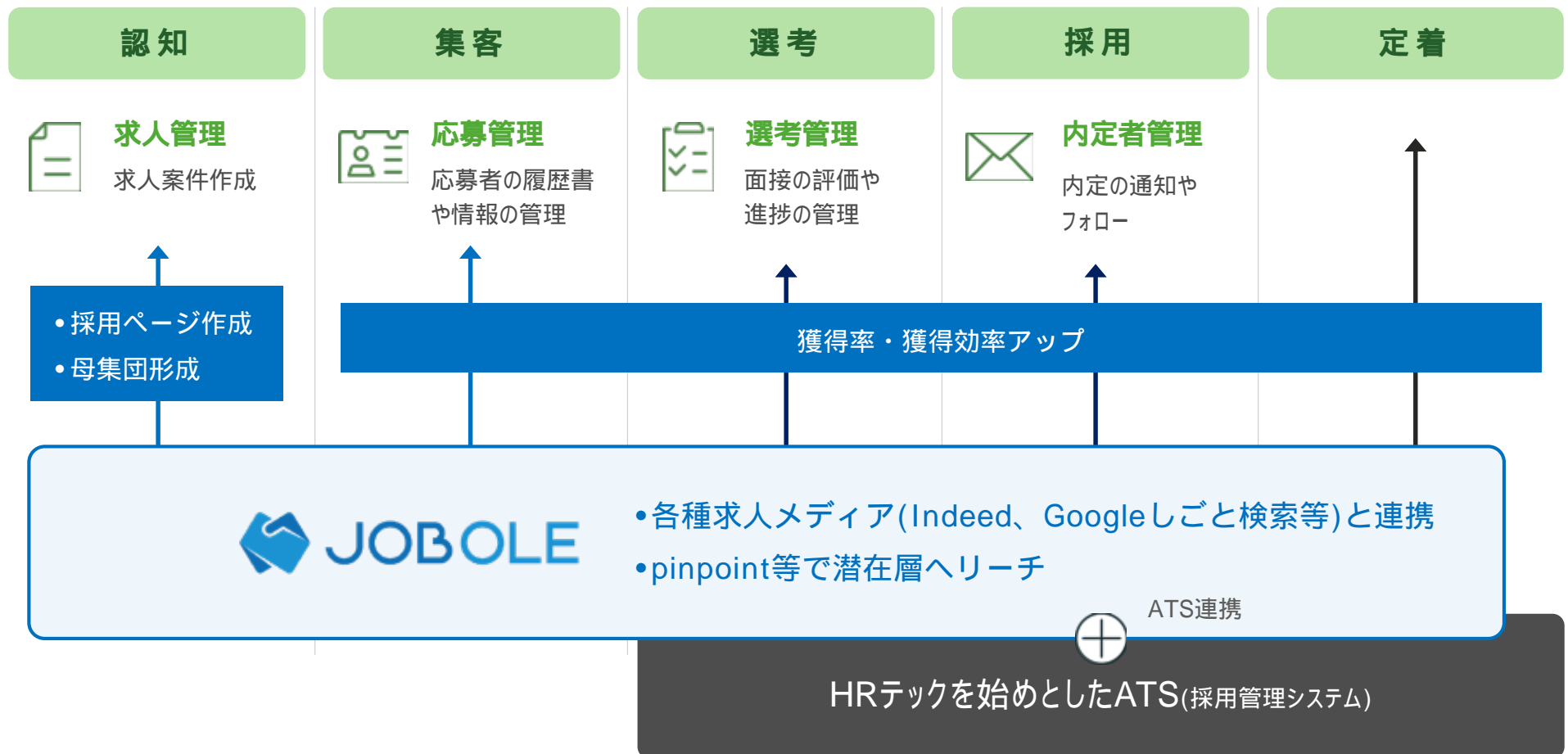
事 例

| 職種 | 雇用形態 | ジョブオレ導入前の月間応募数* | ジョブオレ導入後の月間応募数* | 応募増加状況 |
|-------------|-----------|-----------------|-----------------|--------|
| 医療事務 | アルバイト・正社員 | 10 | 62 | 6.2倍 |
| 施工管理 | 正社員 | 12 | 19 | 1.6倍 |
| 英語講師 | アルバイト・正社員 | 15 | 92 | 6.1倍 |
| アパレル | アルバイト・正社員 | 4 | 38 | 9.5倍 |
| 税理士・コンサルタント | 正社員 | 8 | 25 | 3.1倍 |
| 雑工 | アルバイト | 2 | 40 | 20.0倍 |

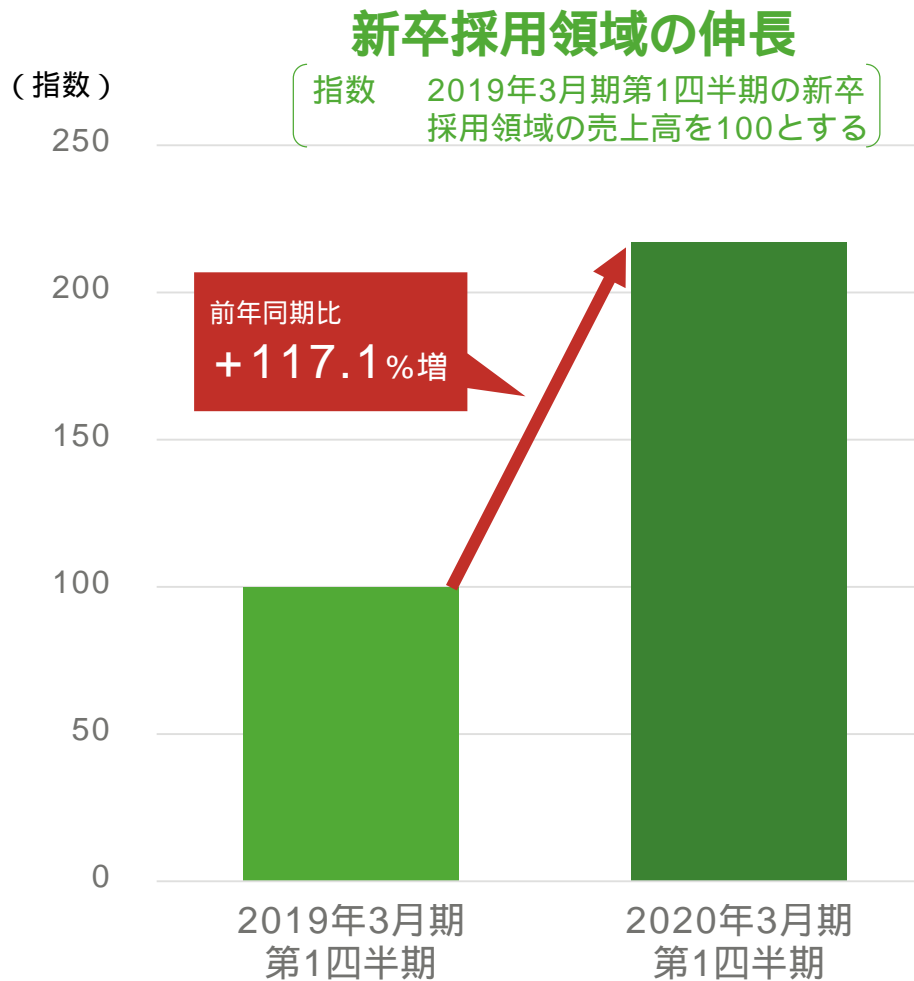
ジョブオレは2019年3月1日リリース後、お客様には既に効果を実感いただき、「理想としている方の採用ができた」とのお声をいただいている

* 自社採用ページへの応募に限る。

ATS（採用管理システム）は、採用活動における社内工程をサポートする観点から発生したものが多い。ジョボオレは採用広告の効果最大化を強みに、ATSと連携を図る。



「pinpoint及びその他運用型広告」全般では、特に、新卒採用領域での導入元年となった。



新卒採用領域での「pinpoint及びその他運用型広告」が伸長した理由

「就職率97.3%」にみられる、
就活の売り手市場の高まり

新卒採用における採用活動での
「**早期化**」と「**通年化**」の流れ

ナビサイト以外での集客需要の
増加による、大手企業を中心とした
SNS広告への注目の高まり

OEM代理店における
販売エリアの拡大

昨年からのリピート案件の増加と
利用効果の実感による、
予算の増額



2020年3月期 第1四半期
その他の取り組み状況

ガクバアルバイト

ガクバアルバイトのフルリニューアルを実施（2019年5月14日完成）



フルリニューアルの目的

- ｜ サイトセキュリティの強化
- ｜ システム保守や運用面での効率化
- ｜ 管理画面機能やUIの変更によるユーザビリティの向上

主な変更点と想定される効果

- ｜ 新掲載タイプ「プレミアムタイプ」設置。
販売単価アップや原稿閲覧数増加
- ｜ 応募フォーム改善による応募率、採用率の向上

ガクバアルバイトの特徴」その他のサービスとの相乗効果」

pinpoint

pinpoint及びその他運用型広告

当社が得意とするpinpointを中心とした運用型広告のノウハウを「ガクバアルバイト」での求職者集客に活用

ノウハウ



JOB OLE

ジョブオレ

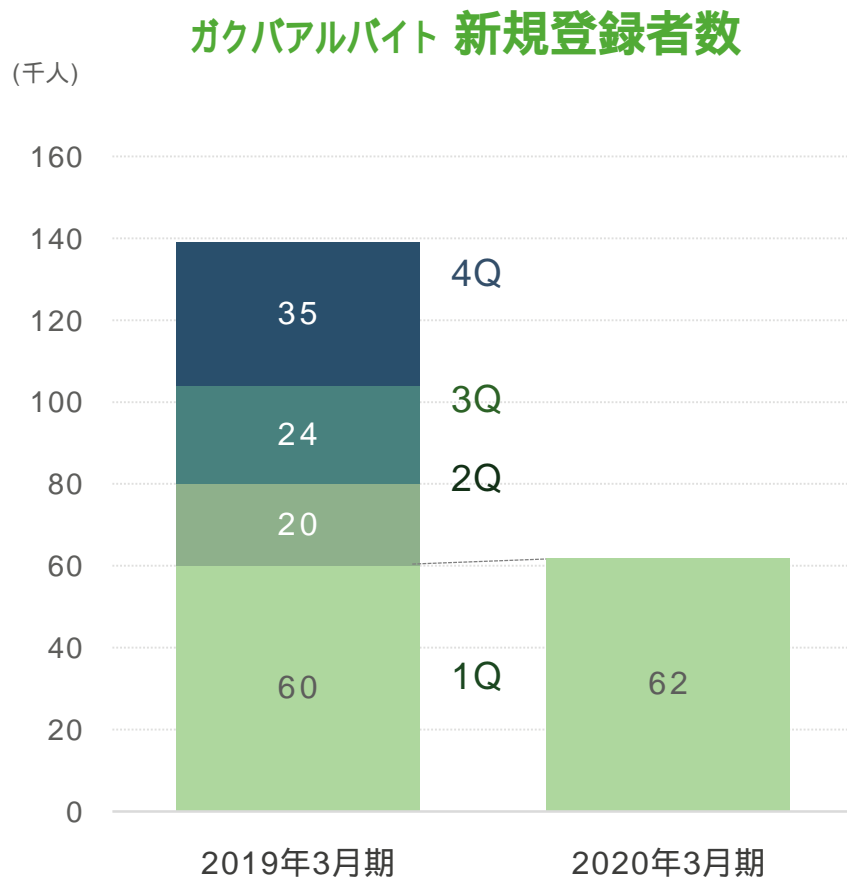
「ガクバアルバイト」に加え、ジョブオレを利用した“自社採用サイト”による求人を提案可能

ノウハウ

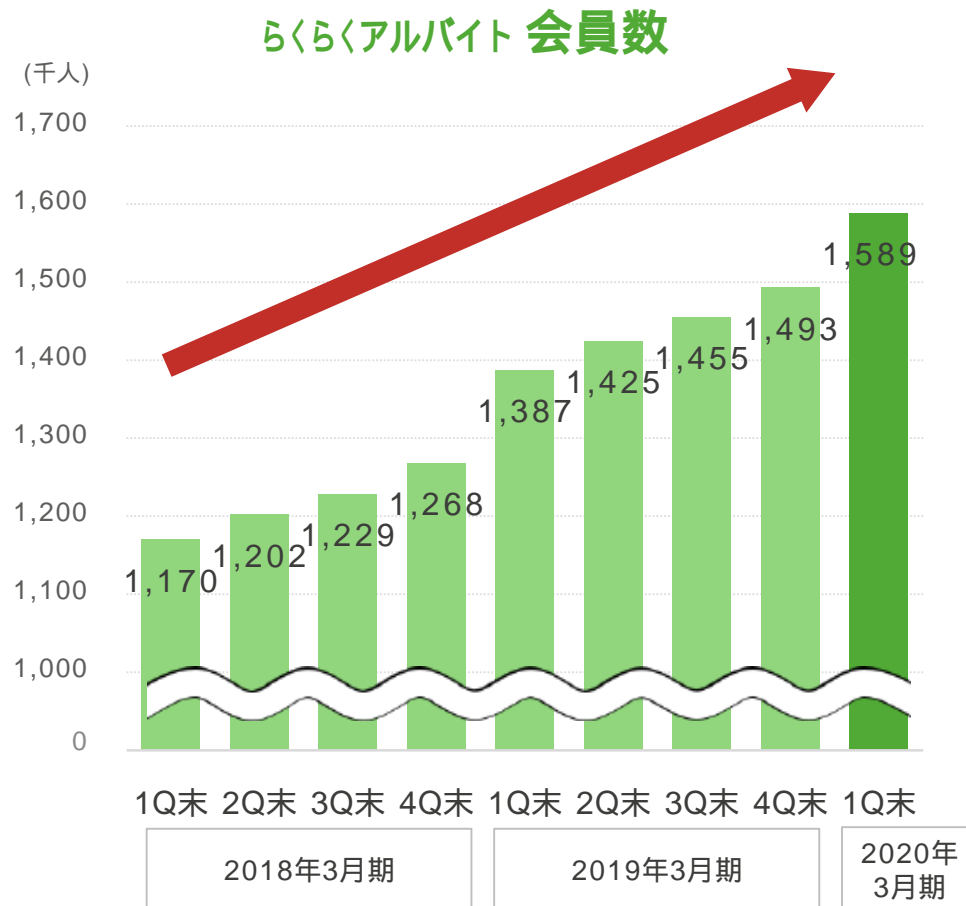
クロスセル

ガクバアルバイト

ガクバアルバイトの新規登録者数は、前年同期比+3.2%増加。らくらくアルバイトの会員数は、前年同期比で+14.6%増加。



新規登録者数は百の位を切り捨てております。



会員数は百の位を切り捨てております。

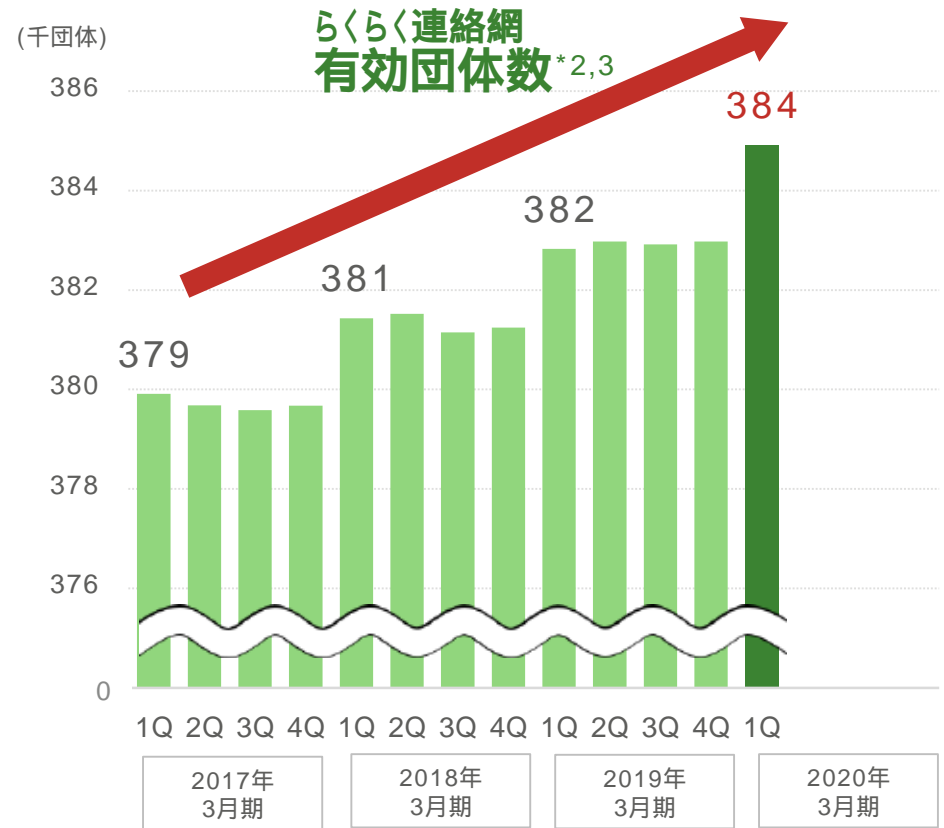
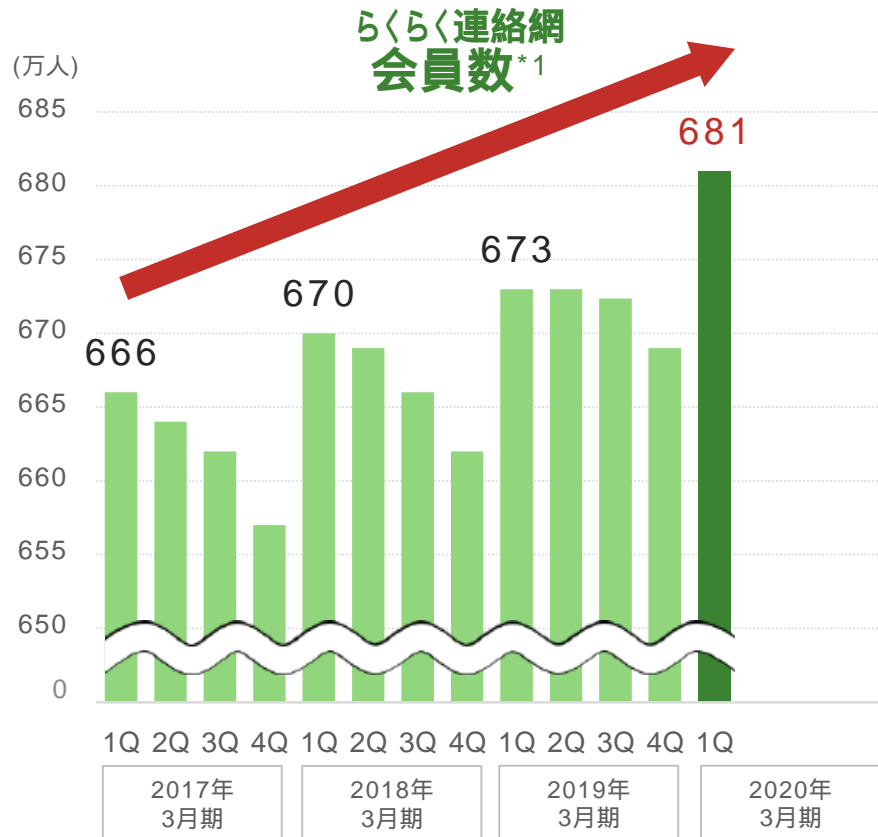
引き続きデータベース連携を進め、らくらく連絡網以外の利用可能なデータの量と質を高め
ていく... 現在、約2,000万人超のユーザー情報が活用可能。

【pinpoint DMP*におけるデータ連携】



* 巻末の「用語集」をご参照ください。

らくらく連絡網の会員数・有効団体数は、前年同期比で増加。



👉 新学期が始まる4～6月にかけて会員数並びに団体数は増加し、一方で、学校関係をはじめとする一部の団体活動が終了する年末から3月末にかけて減少する季節性動向がある。

^{*1} 会員数は千の位を切り捨てております。 ^{*2} 有効団体数は百の位を切り捨てております。 ^{*3} 有効団体数とは、会員が3名以上所属している団体数です。

| 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のこと。 |
| DMP (Data Management Platform) | サイトアクセスログや、購買データ、広告出稿データなど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などの多くの出稿面に、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。 |
| 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など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オークションシステム。 |
| SSP (Supply Side Platform) | ホームページやアプリなど媒体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、さらに媒体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、ブログなどの広告配信可能な媒体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など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などを用いたデジタル広告の運用を行う代行サービス。 |
| 匿名加工情報 | 特定の個人を識別することができないように個人情報を加工し、当該個人情報を復元できないようにした情報。（個人情報保護委員会HPより） |

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。