



**2019年3月期 第3四半期
決算補足説明資料**

株式会社イオレ

(東証マザーズ、証券コード:2334)

2019年2月14日

I

2019年3月期 第3四半期概況

- i. 第3四半期累計期間 業績ハイライト
- ii. 戦略進捗状況
- iii. その他の取り組み状況
- iv. 今後の成長イメージ

II

参考データ

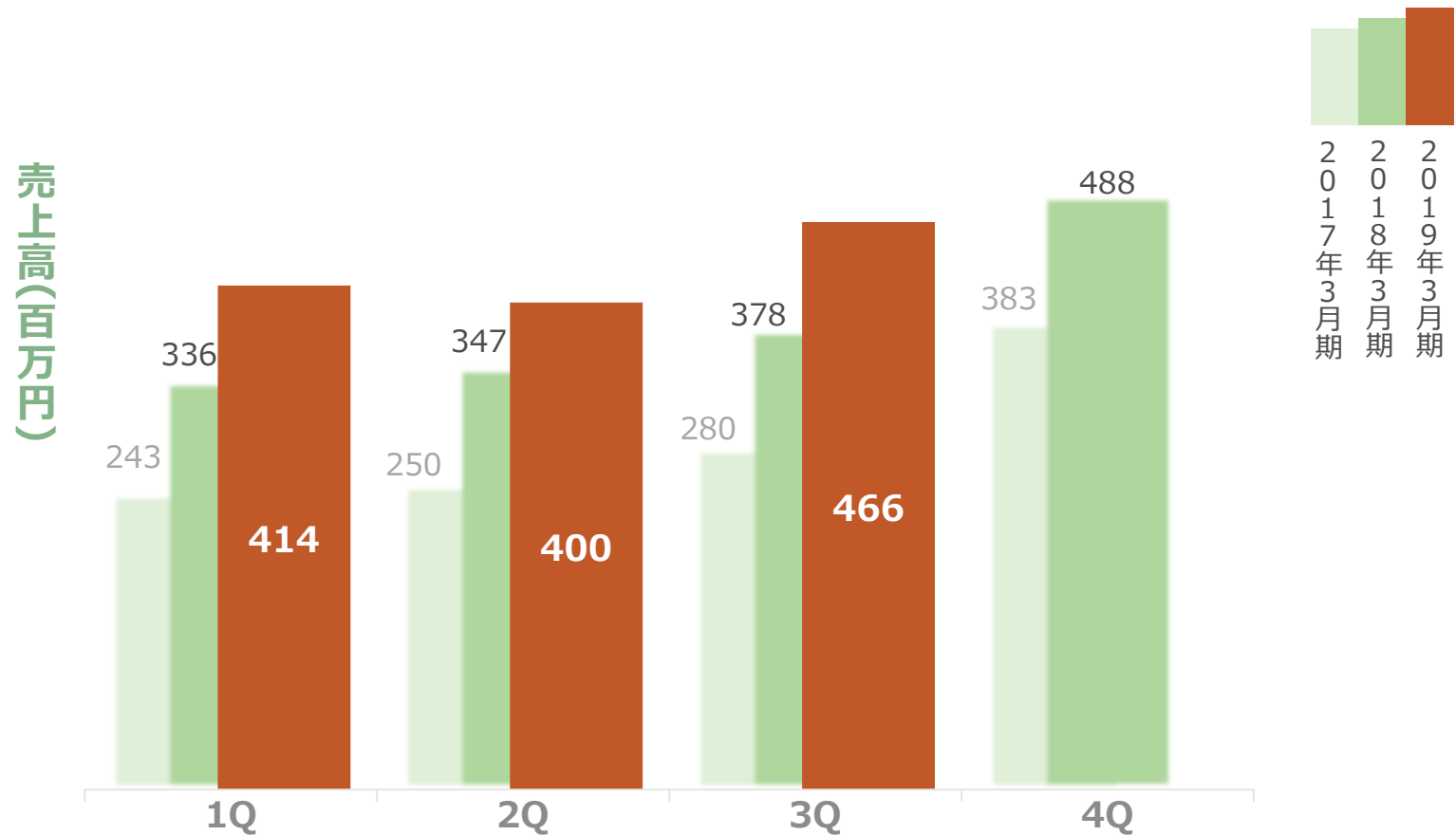
- i. BSサマリ
- ii. 市場環境
- iii. イオレについて

eole Inc.

I | 2019年3月期 第3四半期概況

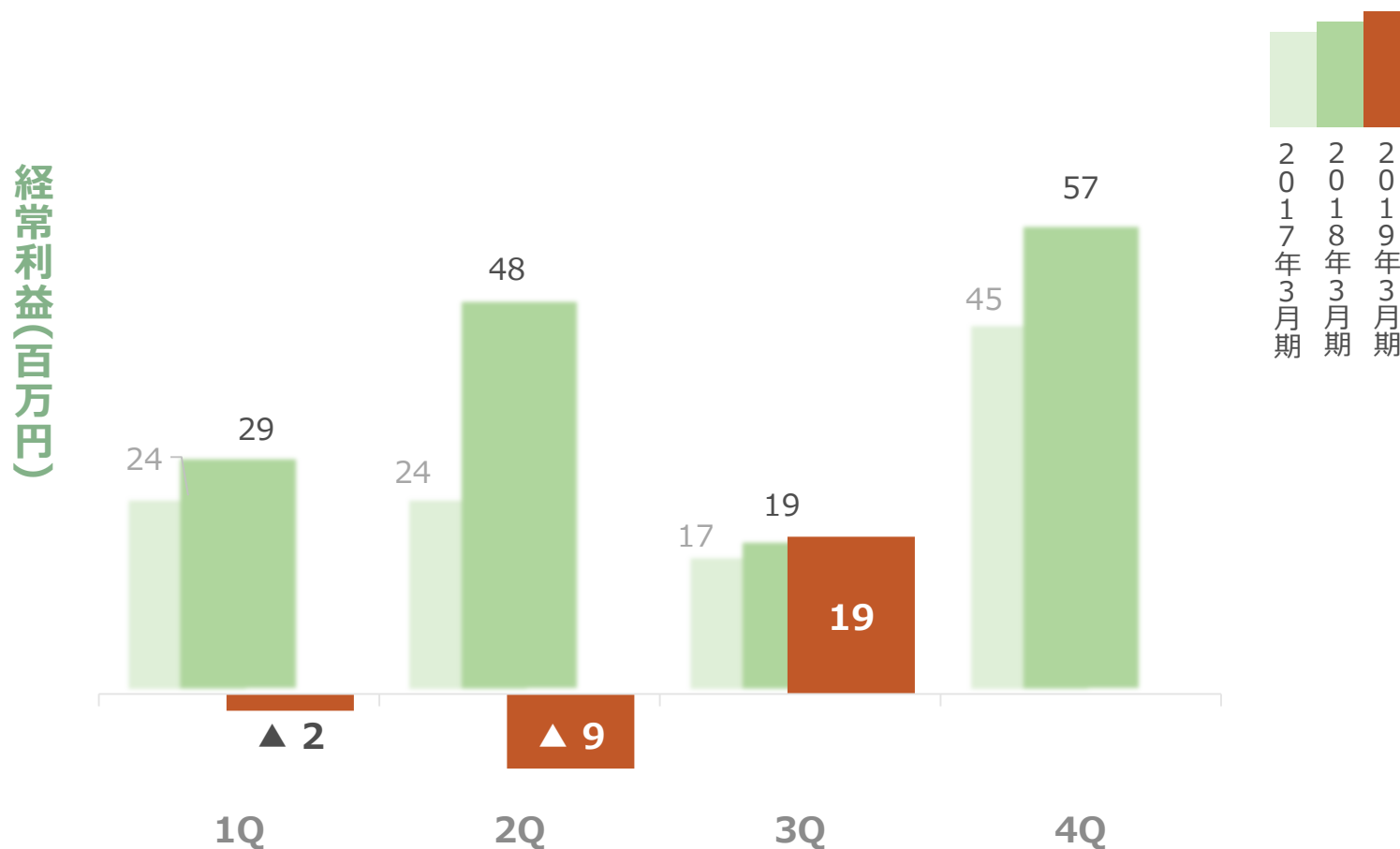
i. 第3四半期累計期間 業績ハイライト

今期は、「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトを優先。サービスミックスを変えながらも、市場性の高い分野に注力することにより、売り上げは順調に推移。



※ 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。

新たな売上の伸びに伴い、第3四半期(2018年10月～12月)からは利益も回復し、事業構造の転換は成功。



※ 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。

今期は、「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトを優先し、前年に対し、通期で増収減益の計画をしていたが、前述の通り、直近数値は堅調に拡大。

(百万円)	2018年3月期 第3四半期 累計期間実績	2019年3月期 第3四半期 累計期間実績	前年 同期比
売上高	1,061	1,281	+20.6%
営業利益	111	9	▲91.4%
経常利益	97	7	▲92.2%
四半期純利益	79	4	▲94.1%

2019年3月期	
通期予想	前回予想からの増減額
1,900	—
30	—
27	—
15	—

eole Inc.

I | 2019年3月期 第3四半期概況

ii. 戰略進捗状況

【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

1. 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。
・ ネット専業広告代理店の参加による競争の激化。

2. OEM代理店*2の営業支援体制の強化

- <理由> ・ 新卒採用広告市場での運用型広告によるマーケットシェアの確立。
・ 直販だけではない効率的な拡販体制の強化。

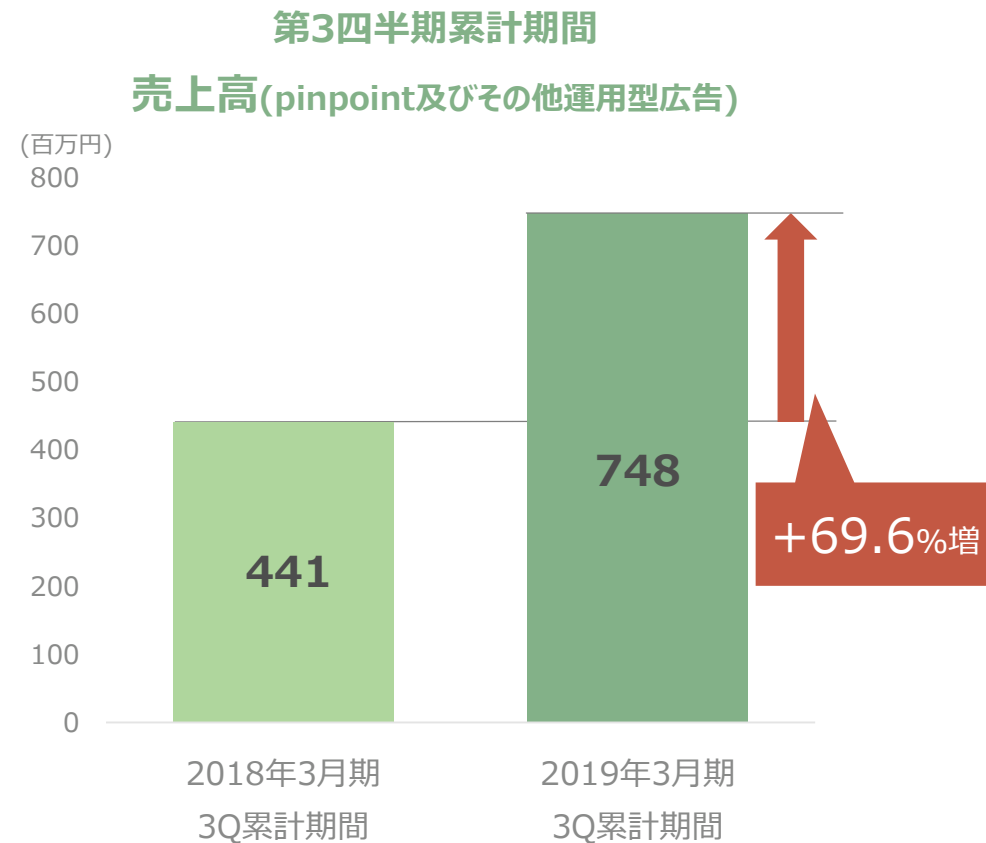
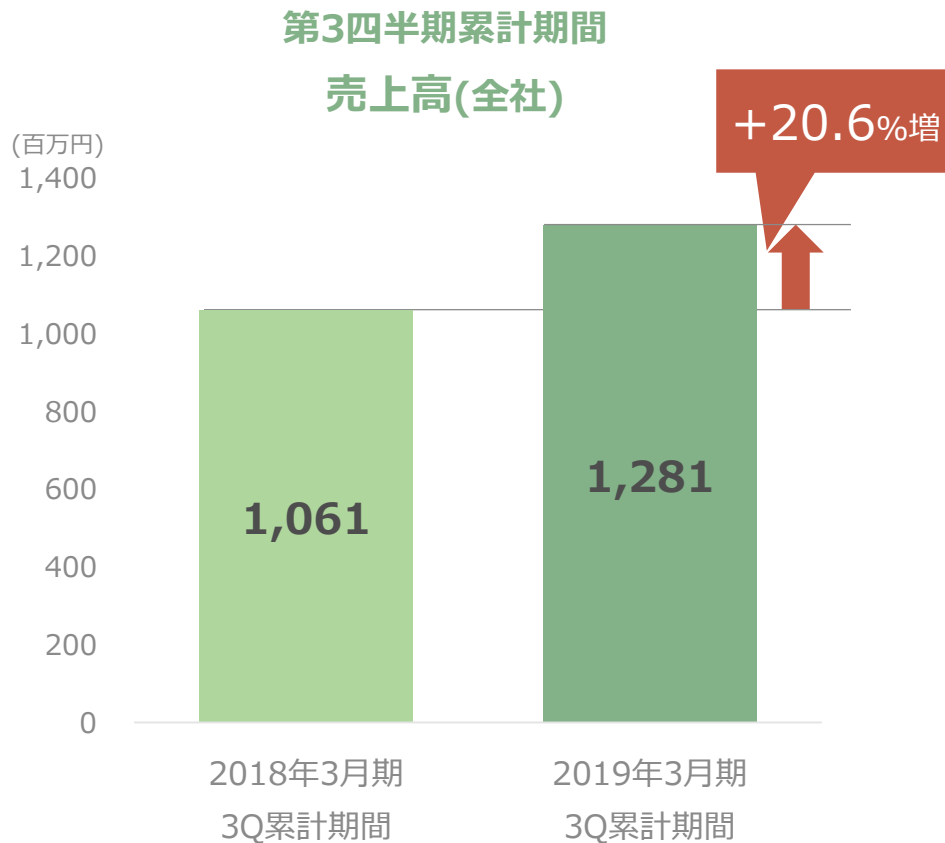
3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

- <理由> ・ 他社データベースとの連携による新たな顧客層の開拓。

*1 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

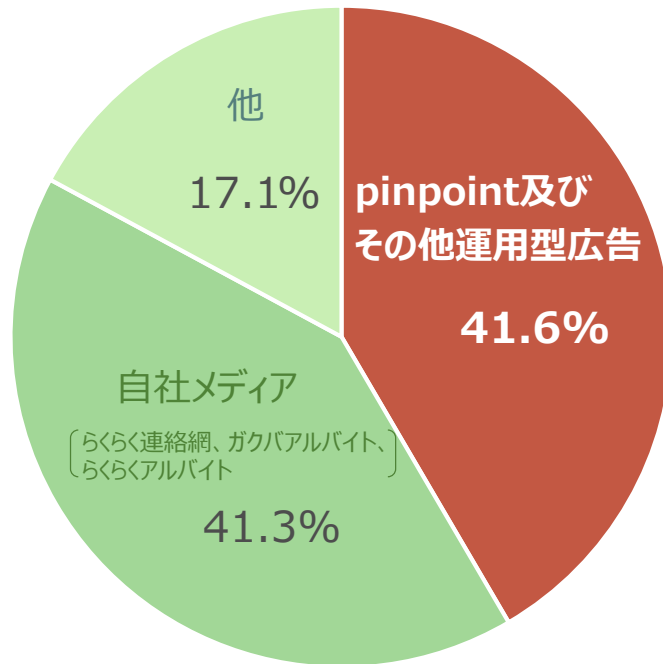
*2 2019年3月期より、それまで使用しておりました「特殊代理店」という呼称を、より分かりやすい「OEM代理店」と改めております。なお、次ページ以降も同様となります。

2019年3月期第3四半期累計期間は、前年同期比+20.6%の増収と順調に推移。特に、「pinpoint及びその他運用型広告」が伸長。

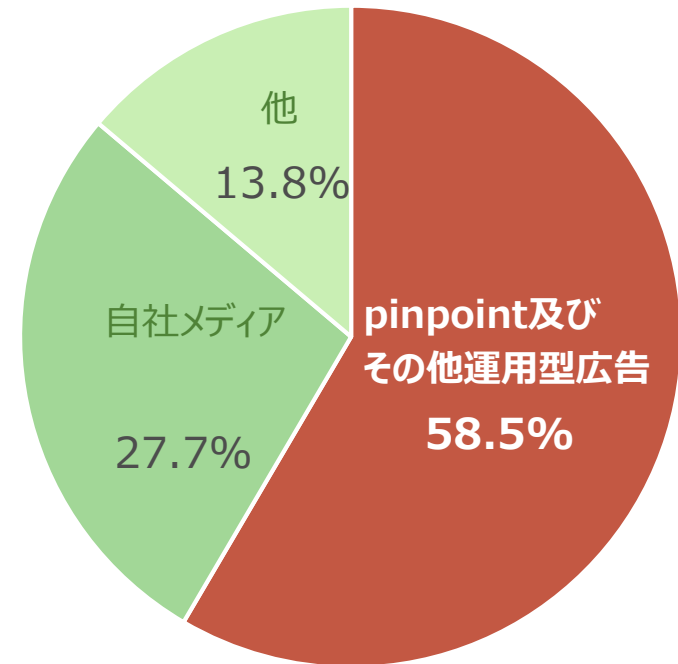


2019年3月期期初からの、ストック型の「pinpoint及びその他運用型広告」へのシフトは順調に進み、事業構造の転換は完了。

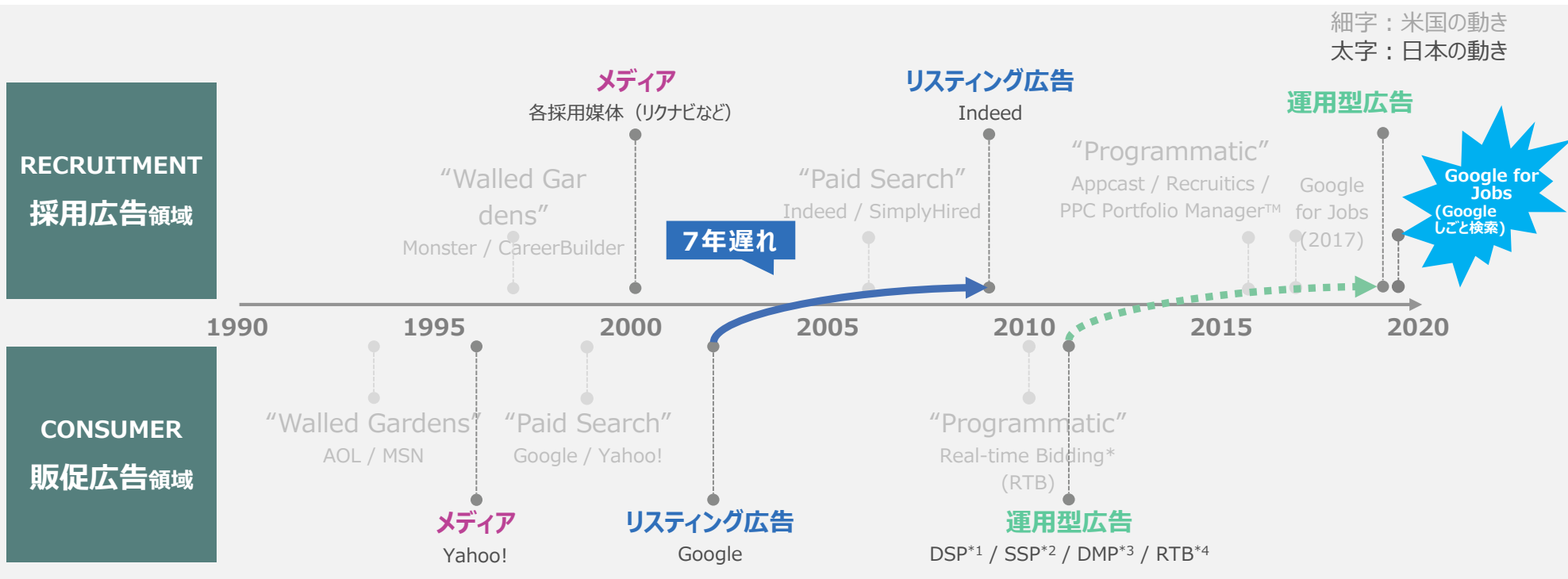
2018年3月期第3四半期累計期間
売上構成比率



2019年3月期第3四半期累計期間
売上構成比率



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、期初の予想通り、急速に進展している。2019年1月の「Google for Jobs (Googleしごと検索)」の参入で、その勢いは加速すると思われる。



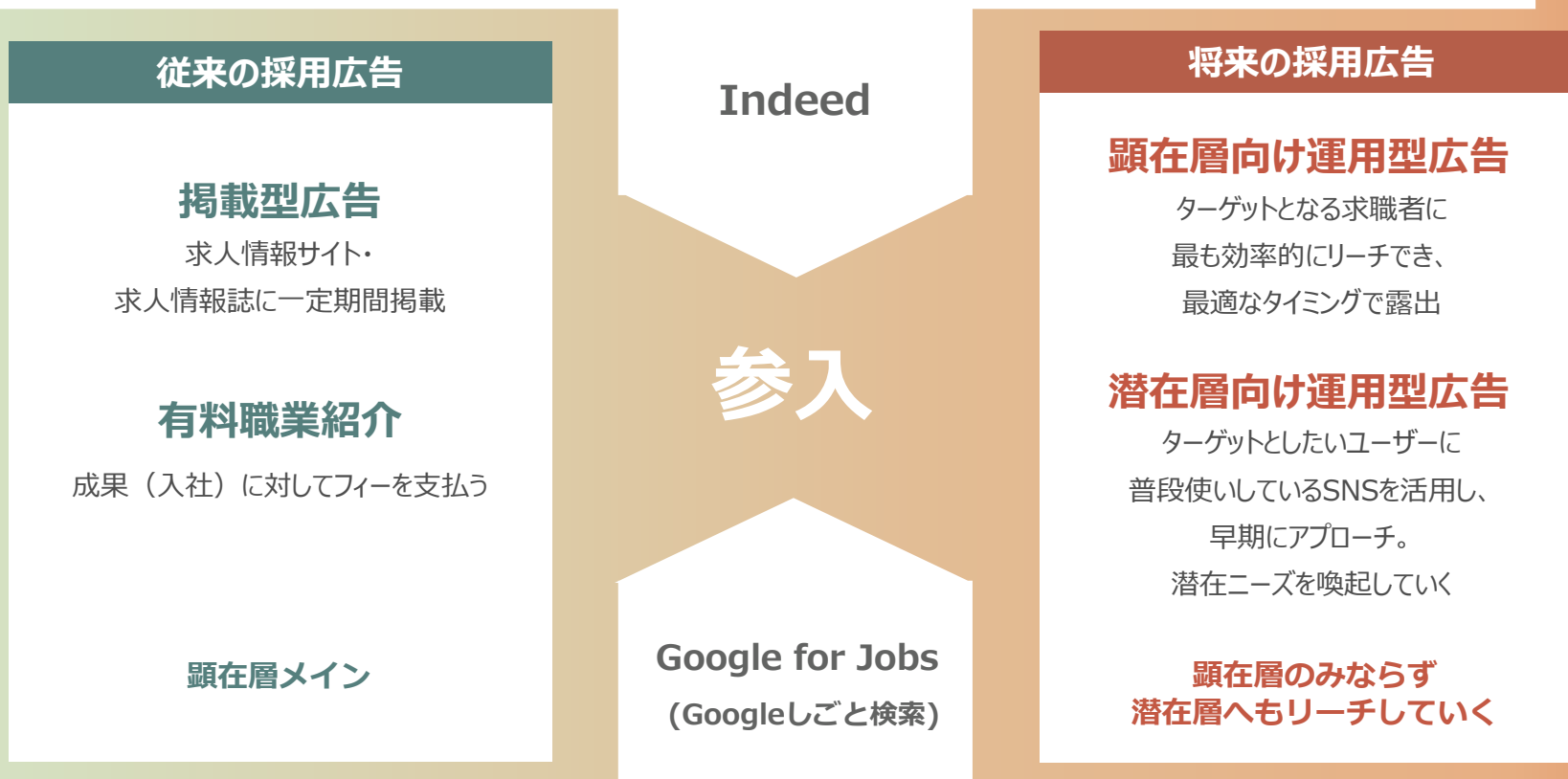
市場変化の背景

- ・ 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

*1,2,3,4 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

出典：広瀬信輔『アドテクノロジーの教科書』(翔泳社、2018)をもとに当社作成

当社は、2019年3月期期初より運用型広告にシフトし、シェア獲得と実績作りを進めてきた。



顕在層… 今まさに求職活動中で、企業検索をしたり求人サイトへの登録をしている人/就活中の大学3・4年生など

潜在層… キャリアやステップアップを意識している人/現職への不満を感じている人/就活が気になる大学1・2年生など

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」をリリース予定（2019年3月1日β版）。



* 2020年3月期第1四半期までに接続予定

pinpoint DMPとの組み合わせにより、潜在層にもリーチ可能となるのが強み。



* 2020年3月期第1四半期までに接続予定

【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にフォーカスして早期シェアの確立へ

1. 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。
・ ネット専業広告代理店の参加による競争の激化。

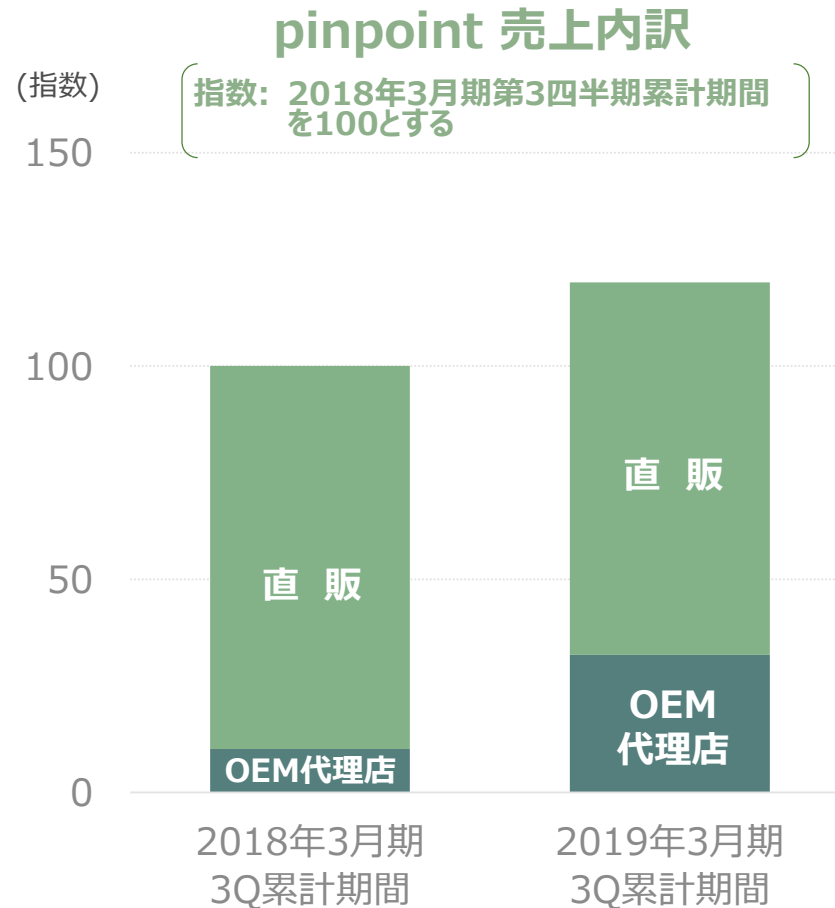
2. OEM代理店*2の営業支援体制の強化

- <理由> ・ 新卒採用広告市場での運用型広告によるマーケットシェアの確立。
・ 直販だけではない効率的な拡販体制の強化。

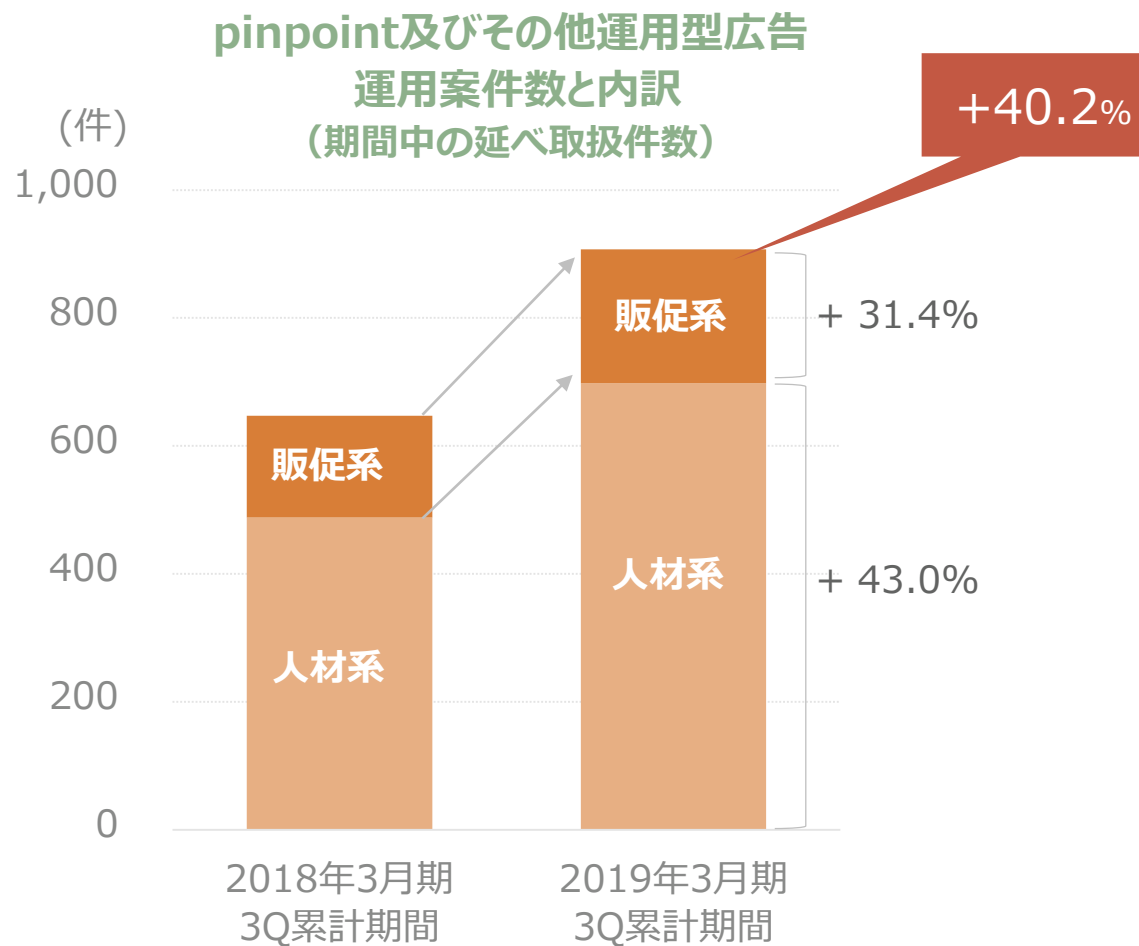
3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

- <理由> ・ 他社データベースとの連携による新たな顧客層の開拓。

販売リソースをOEM代理店に選択と集中をした結果、OEM代理店の売上における比重が高まり、伸長。



凸版印刷株式会社(Shufoo!) とのOEM代理店での取り組みなどにより、主に流通・消費財メーカーを中心に伸長。



【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にフォーカスして早期シェアの確立へ

1. 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。
・ ネット専業広告代理店の参加による競争の激化。

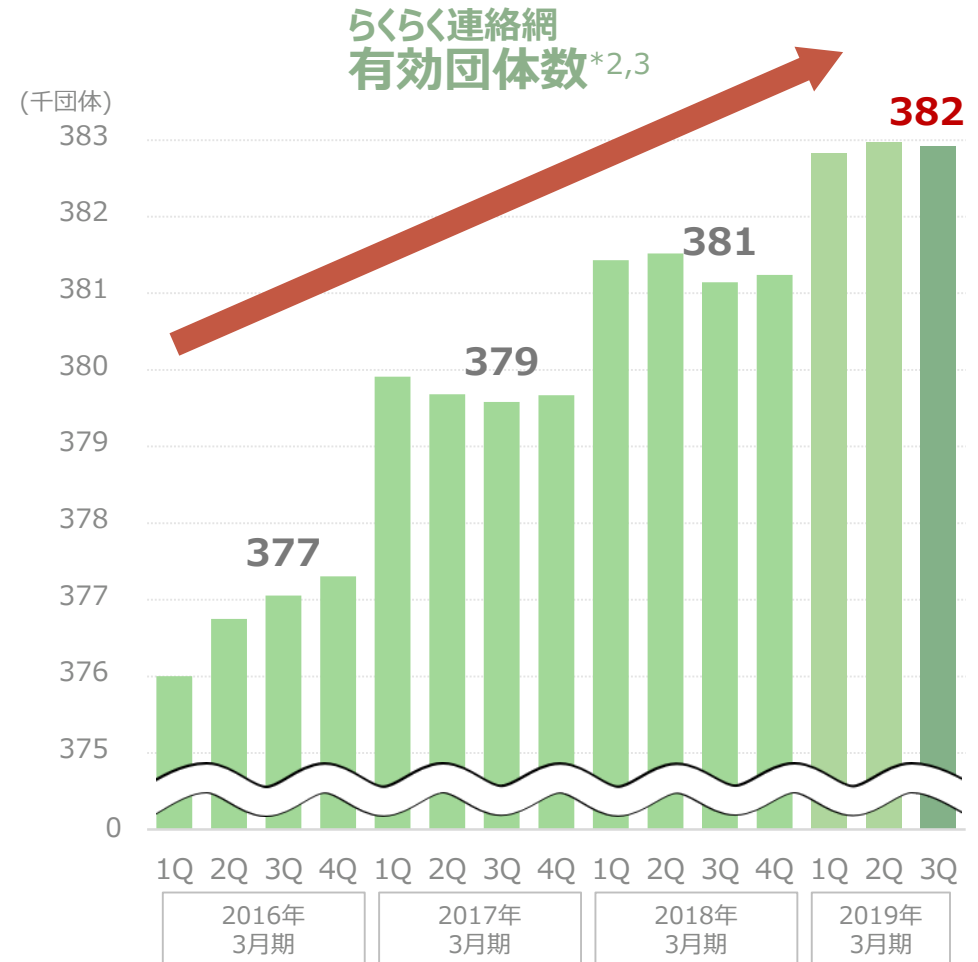
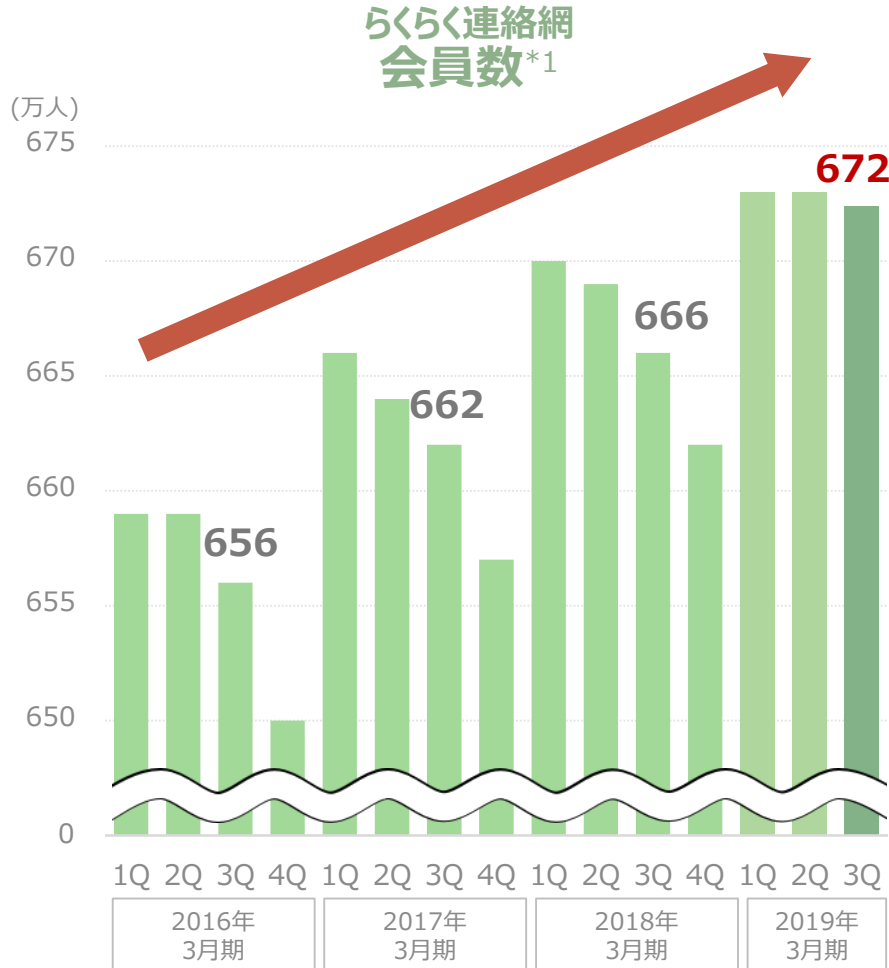
2. OEM代理店*2の営業支援体制の強化

- <理由> ・ 新卒採用広告市場での運用型広告によるマーケットシェアの確立。
・ 直販だけではない効率的な拡販体制の強化。

3. データベースの連携を強化し、アドテクノロジーを推進

- <理由> ・ 他社データベースとの連携による新たな顧客層の開拓。

らくらく連絡網の会員数・有効団体数は、季節性のトレンドがある中でも、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。

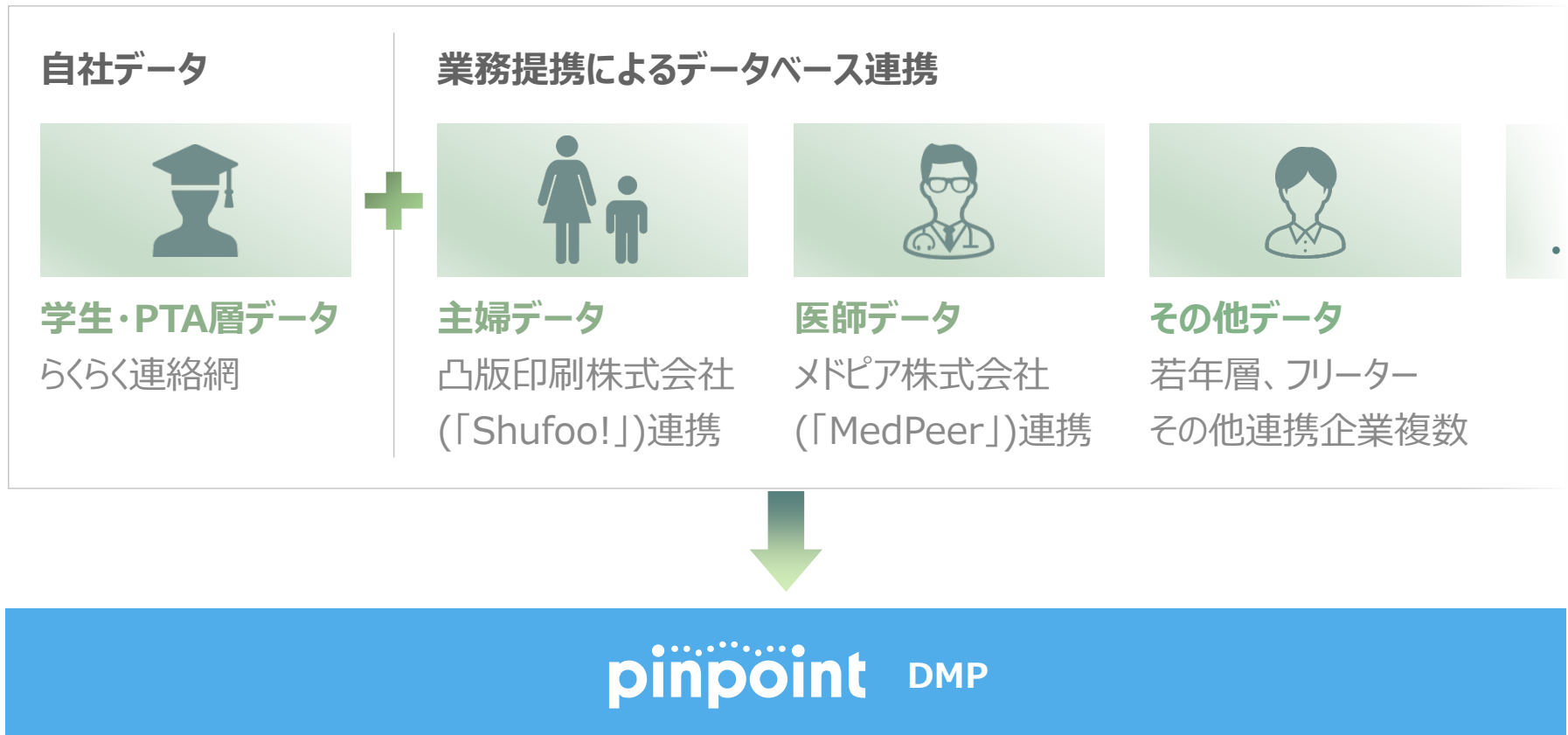
*1 会員数は千の位を切り捨てております。

*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。

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、提携データにより約2,000万人超のユーザー情報を格納。

【pinpoint DMP*におけるデータ連携】



* 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

eole Inc.

I | 2019年3月期 第3四半期概況

iii. 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
実行中(2020年3月期上期リリース予定)



ユーザーの利便性と運用効率が向上

● 中途採用ポータル

(らくらくアルバイトに続き) 中途採用
ポータルの開発を、ジョブオレとの連携を
ベースに検討予定 (2020年3月期予定)



新しいメディア構築

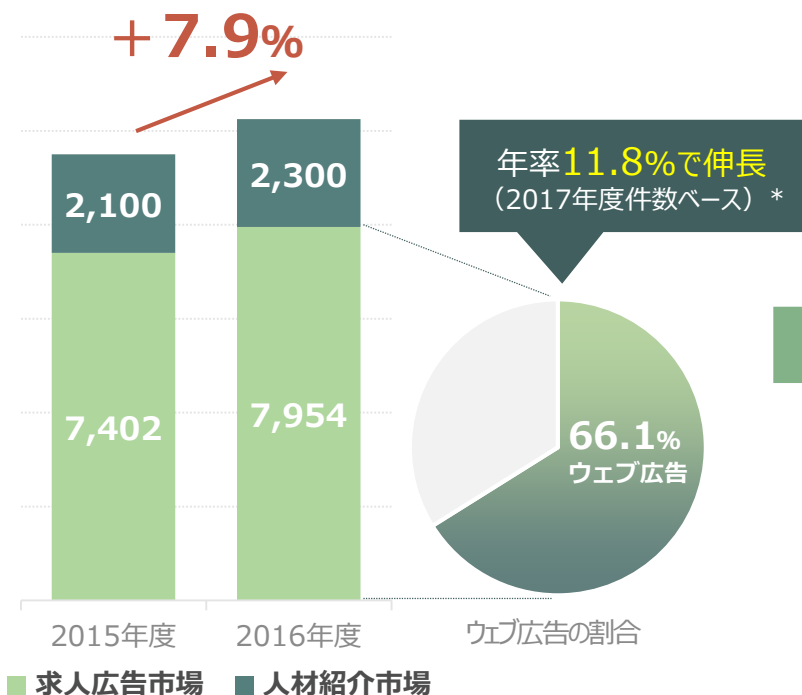
eole Inc.

I | 2019年3月期 第3四半期概況

iv. 今後の成長イメージ

特に、採用広告における運用型広告 (pinpoint DMP含む) をターゲット市場として、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)



採用広告市場における運用型広告イメージ(億円)



出典：人材紹介市場…株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査」(2017年10月25日発表)、求人広告市場…公益社団法人全国求人情報協会「求人情報提供サービスの2016年度の市場規模について」(2017年12月28日発表)

* 公益社団法人全国求人情報協会「求人広告掲載件数等集計結果 (2018年3月分)」より当社計算

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

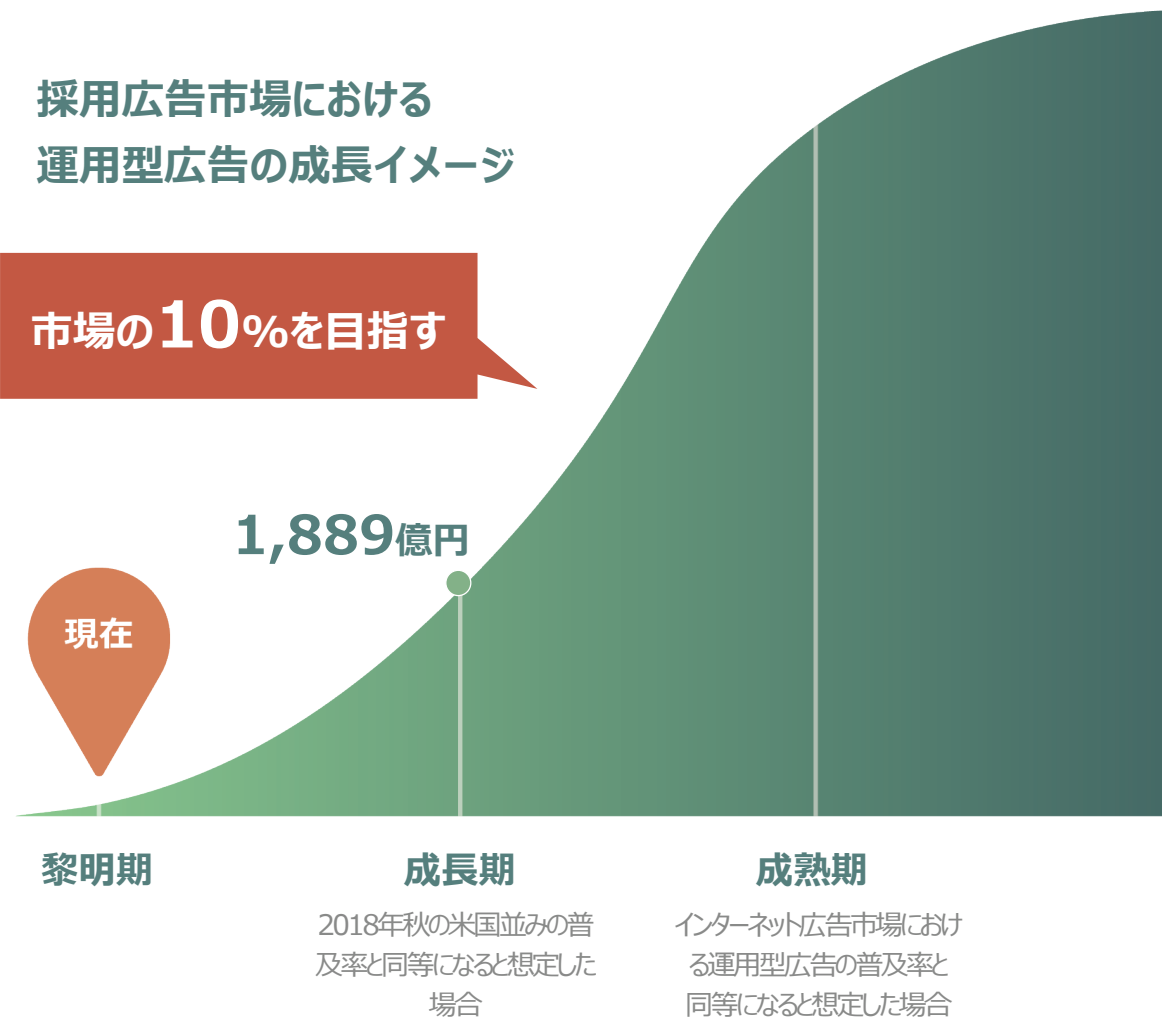
採用広告市場で黎明期よりプレゼンスを確立。市場の拡大とともに成長し、当該市場でのリーディングカンパニーを目指す。

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%。当社は人材採用広告市場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。

採用広告市場における運用型広告の成長イメージ

市場の**10%**を目指す



eole Inc.

Ⅱ | 参考データ

i. BSサマリ

(百万円)	2018年3月期 期末 (2018年3月31日)	2019年3月期 第3四半期 (2018年12月31日)	増減
資産の部			
流動資産			
現金及び預金	790	731	△58
売掛金	246	175	△71
その他	12	18	6
流動資産合計	1,049	925	△123
固定資産			
有形固定資産	8	8	0
無形固定資産	282	292	10
投資その他の資産	90	90	0
固定資産合計	381	391	9
繰延資産	2	0	△1
資産合計	1,433	1,317	△116

(百万円)	2018年3月期 期末 (2018年3月31日)	2019年3月期 第3四半期 (2018年12月31日)	増減
負債の部			
流動負債			
買掛金	109	90	△18
1年内償還予定の社債	50	30	△20
1年内返済予定の長期借入金	4	—	△4
その他	135	105	△29
流動負債合計	298	226	△72
固定負債			
固定負債合計	50	—	△50
負債合計	349	226	△122
純資産の部			
株主資本	1,081	1,088	6
新株予約権	2	2	—
純資産合計	1,084	1,090	6
負債純資産合計	1,433	1,317	△116

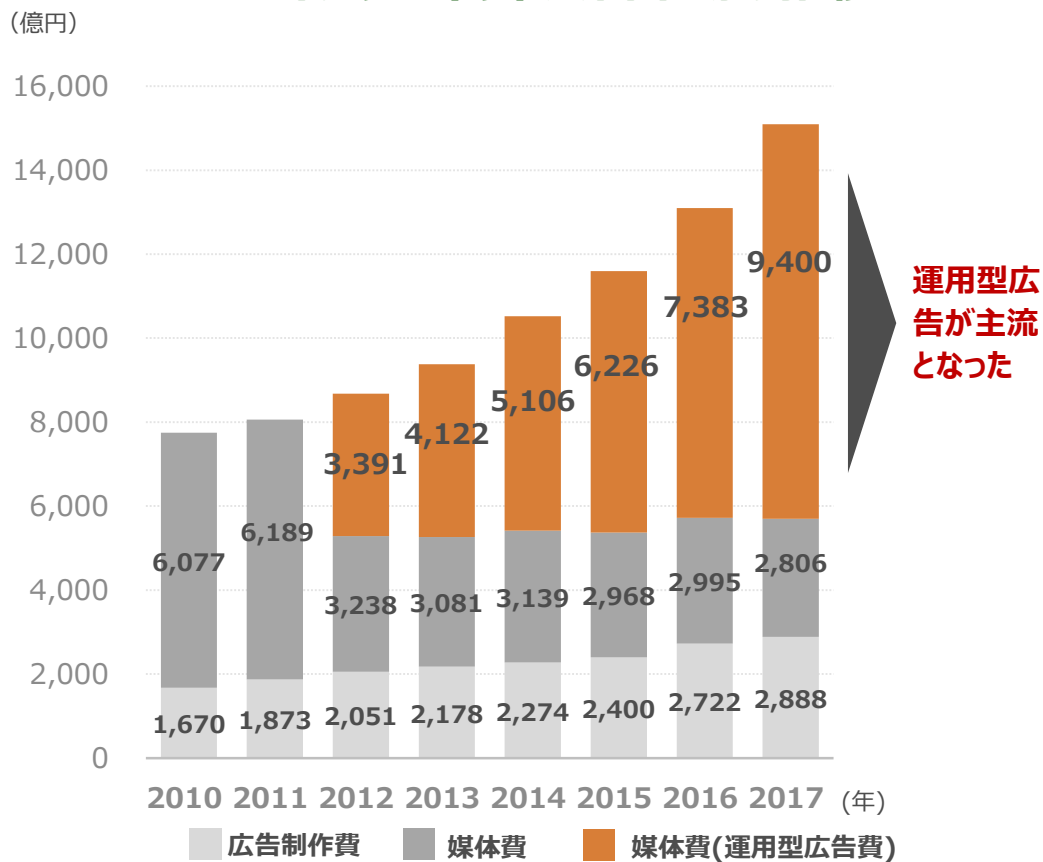
eole Inc.

Ⅱ | 参考データ

ii. 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。活発な人材採用広告市場でも運用型広告が拡大すると考えられる。

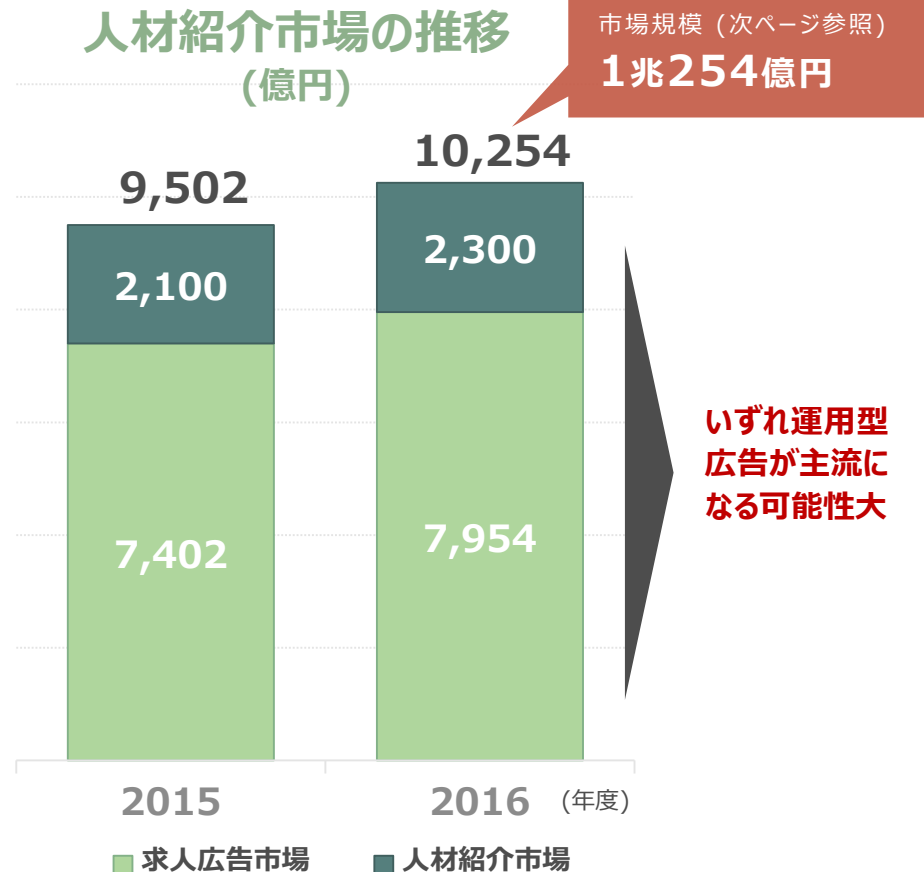
インターネット広告市場の推移



※ 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」

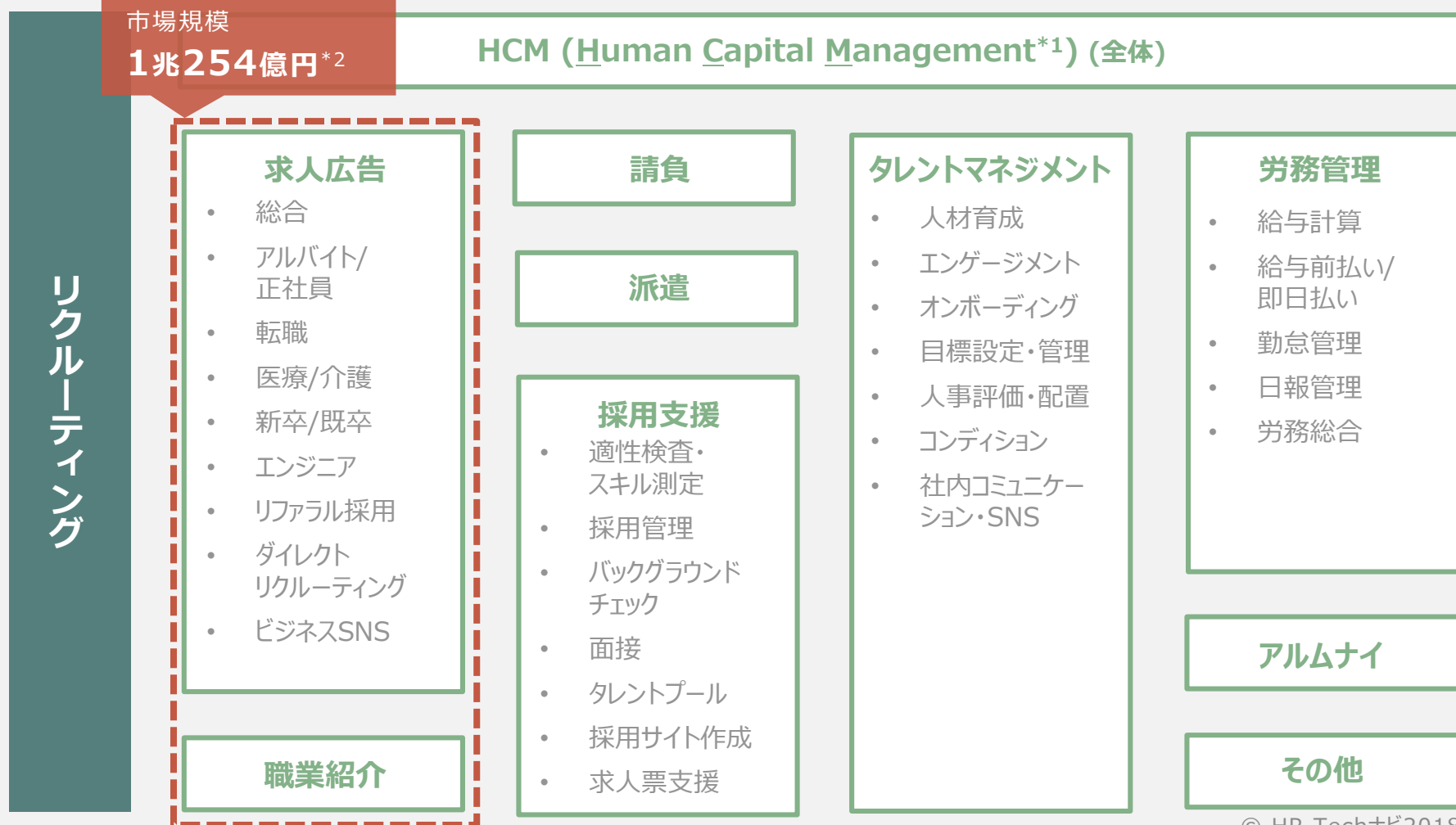
求人広告市場及び人材紹介市場の推移 (億円)



市場規模 (次ページ参照)
1兆254億円

出典：人材紹介市場…株式会社矢野経済研究所「人材ビジネス市場に関する調査」〔2017年10月25日発表〕、求人広告市場…公益社団法人全国求人情報協会「求人情報提供サービスの2016年度の市場規模について」〔2017年12月28日発表〕

当社が強みとする採用広告市場は、約1兆254億円。



© HR Techナビ2018

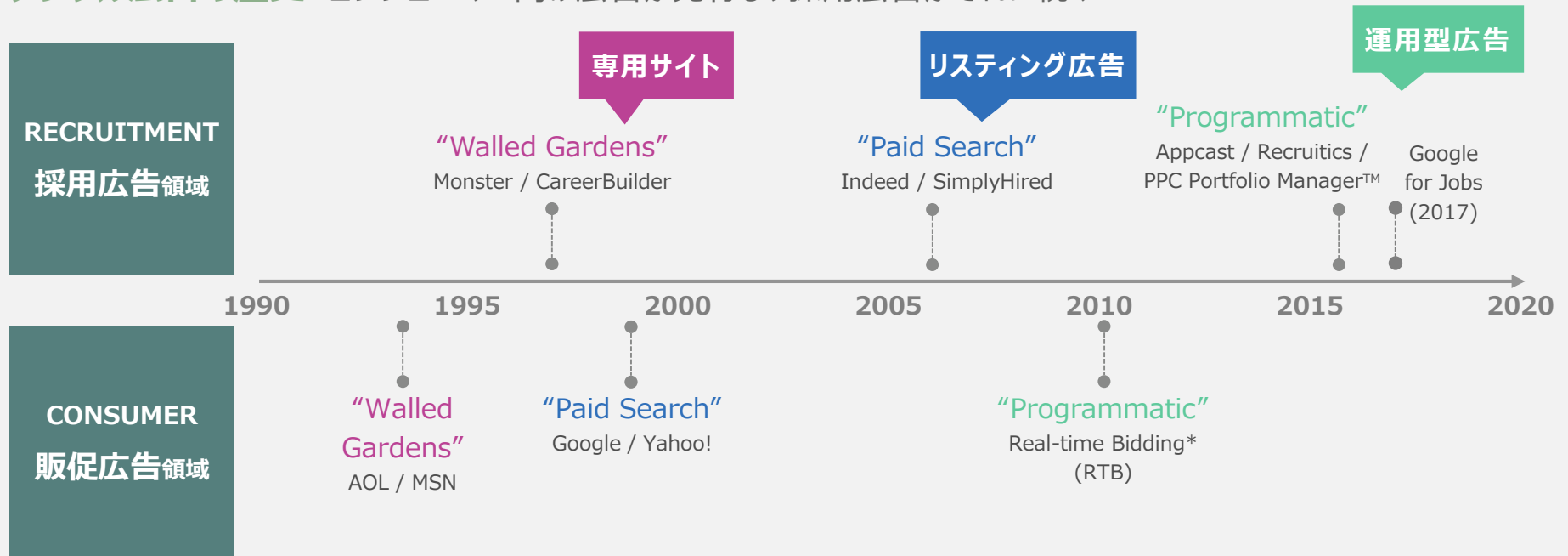
*1 社内教育や研修参加、職業訓練などの教育を施すことで人材という資本を拡大し、その資本を実験的プロジェクトの実施やイノベーションの創出などの組織内活動に対して積極的に投資することで、リターン(業績)の最大化を目指す。

*2 株式会社矢野経済研究所・公益社団法人全国求人情報協会、前掲資料(P. 16)

出典：一般社団法人日本中小企業情報化支援協議会(JASISA)「HR Tech業界カオスマップ(2018年10月1日現在)」をもとに当社作成

既に米国では、日本に先行して採用広告市場の構造変化が進み、運用型広告が2018年秋で25パーセントとも言われている。

デジタル広告の歴史 コンシューマー向け広告が先行し、採用広告がそれに続く



* 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

出典: Appcast, Inc. 「What is Programmatic Job Advertising?」のデータをもとに当社作成,
[<https://appcast.wistia.com/medias/gyfgtcy3dk>] (検索日 2018-11-12)

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

今期は、当社の強みと実績のある人材採用広告市場にて、拡大する運用型広告の伸長に傾注。スポット型からストック型にシフトしている。

● 市場

人材採用広告市場が、メディア掲載型広告からSNSや自社HPを活用した運用型広告へシフト

● 競争

イオレは、従来、自社データベースを活用した人材採用広告に強み。運用型広告代理店参入の前に実績作り

● 自社

LTV*の高い運用型広告の案件にシフト。スポット型からストック型へ

**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**

* Life Time Valueの略。顧客生涯価値。

LTV
高

運用型広告 ストック型

●粗利/回 低 × ●継続性 長期

+

●運用工数 高
●開発工数 低
●営業工数 低

長期で見ると収益性が高い

LTV
低

自社メディア広告 スポット型

●粗利/回 高 × ●継続性 短期

+

●運用工数 低
●開発工数 高
●営業工数 高

1回当たりの粗利は高いが継続性に課題

eole Inc.

Ⅱ | 参考データ

iii. 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	7億3,411万円 ※2018年12月31日現在	電 話	03-4455-7092(代表)
従業員	79名 ※2018年12月31日現在	FAX	03-5793-3533
役 員	代表取締役社長 吉田 直人 代表取締役副社長 小川 誠 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
資本金を599百万円に増資
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
資本金を723百万円に増資
- 2018年 ● 資本金を725百万円に増資
資本金を733百万円に増資
資本金を734百万円に増資

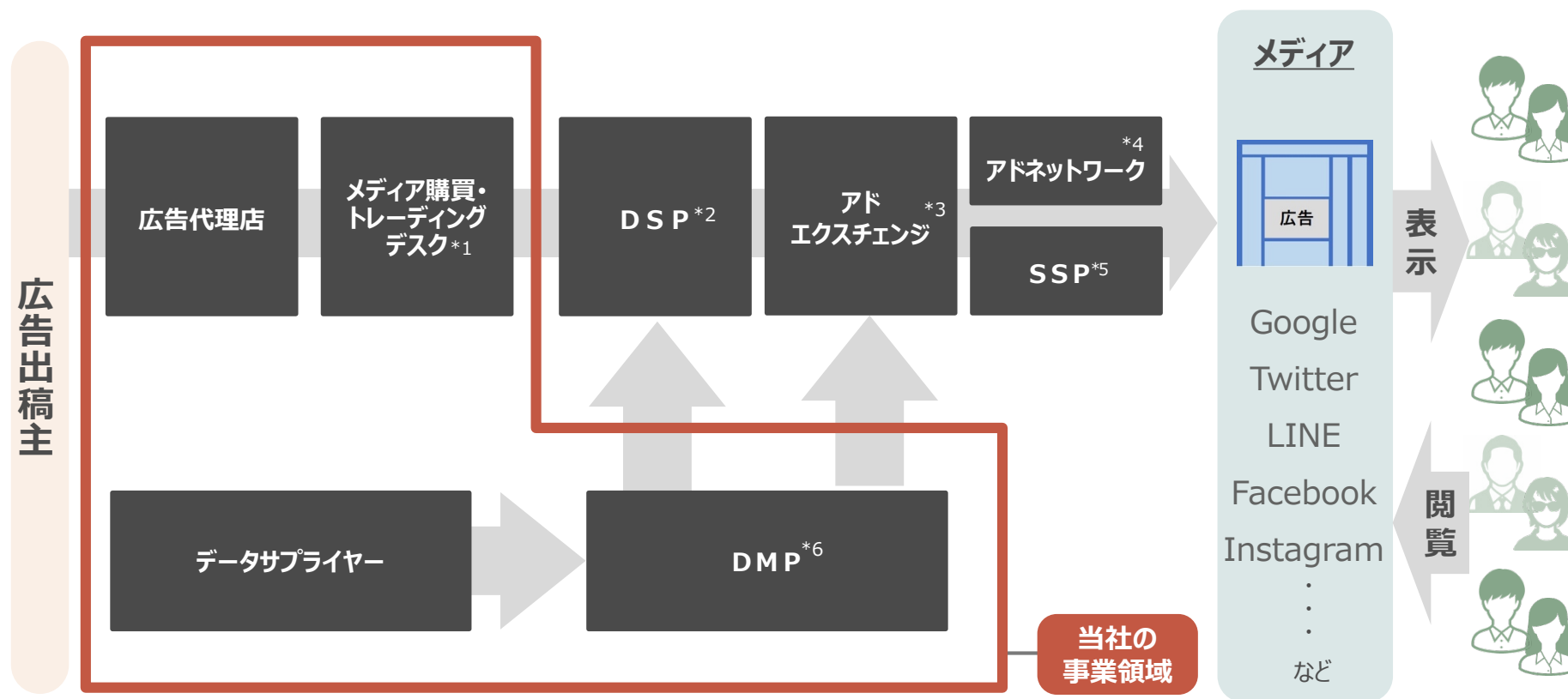
* 1,2 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

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	「Indeed」をはじめとした広告代理・運用型事業	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 ①SP(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 ②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 『Ⅱ. 参考データ』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)

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

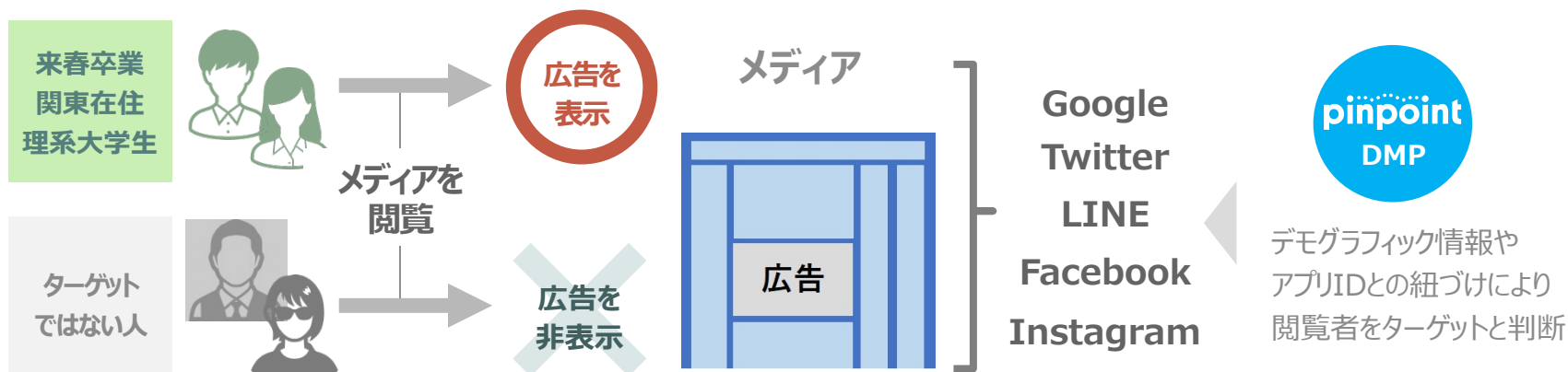


*1~*6 『Ⅱ. 参考データ』の「用語集」をご参照ください。

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)



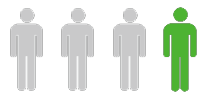
利用例：来春卒業で、関東在住の理系の大学生に採用情報の広告を配信したい場合



団体活動を支援する、日本最大級の連絡網サービス

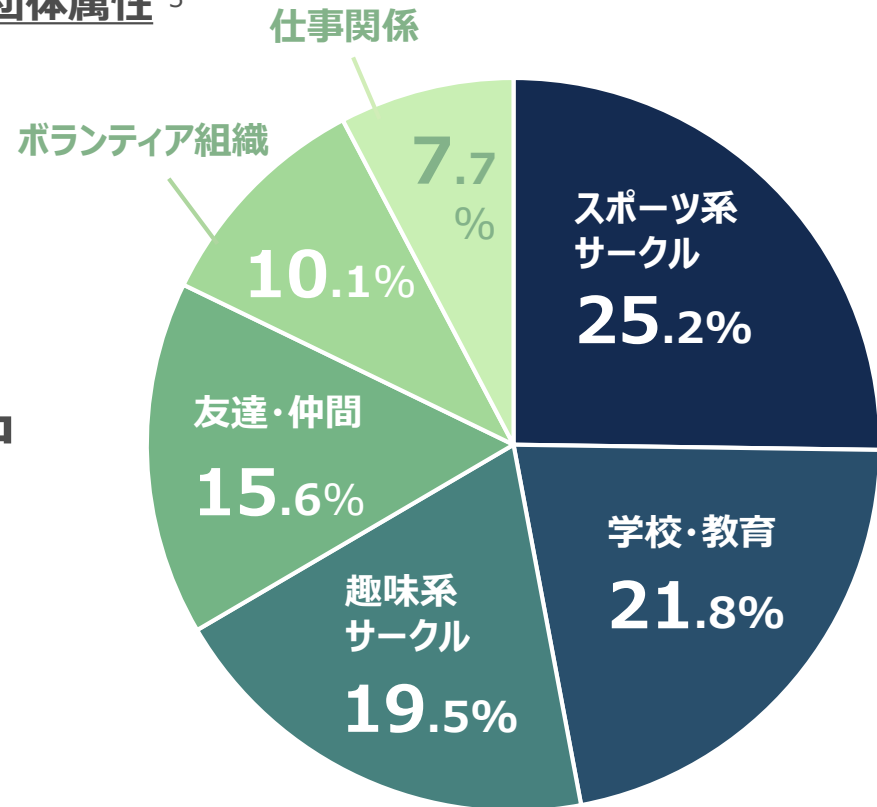


38.2万団体 672万人^{*1}が利用中
スケジュール調整や出欠確認など便利な機能で
団体活動をサポート。



大学生・院生セグメントでは、
4人に1人が利用。^{*2}

団体属性^{*3}



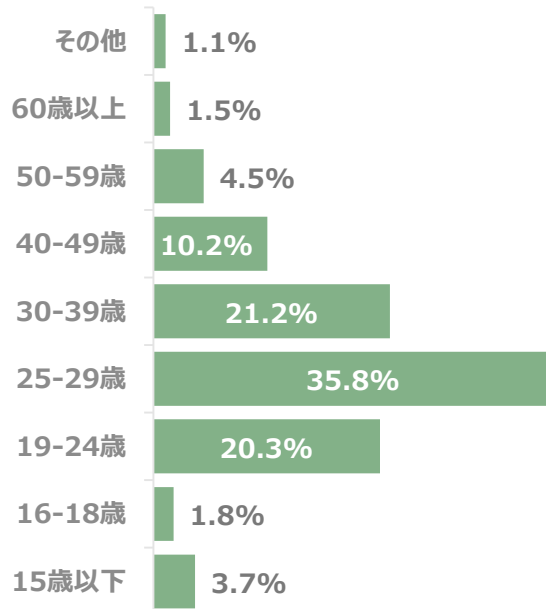
*1,3 2018年12月31日時点

*2 全国の大学生・大学院生：2,909,135名(文部科学省 2018年調べ) らくらく連絡網登録人数：約76万人(2018年調べ)

多様で詳細、明確なデータを保有

会員属性*

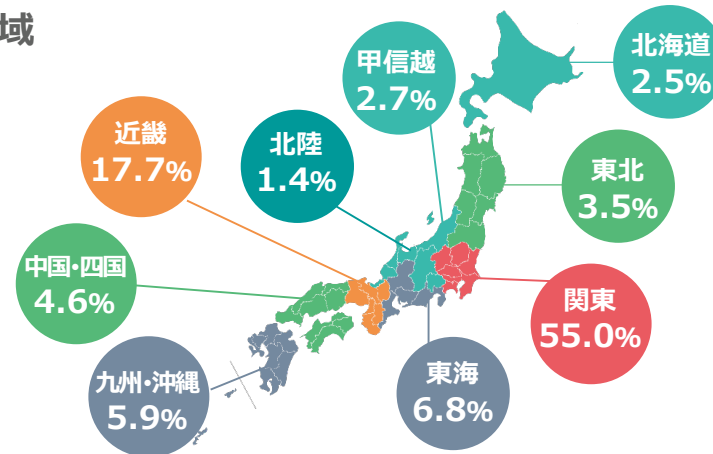
年齢



性別



居住地域



会員登録時に入力する主な情報



* 2018年12月31日時点

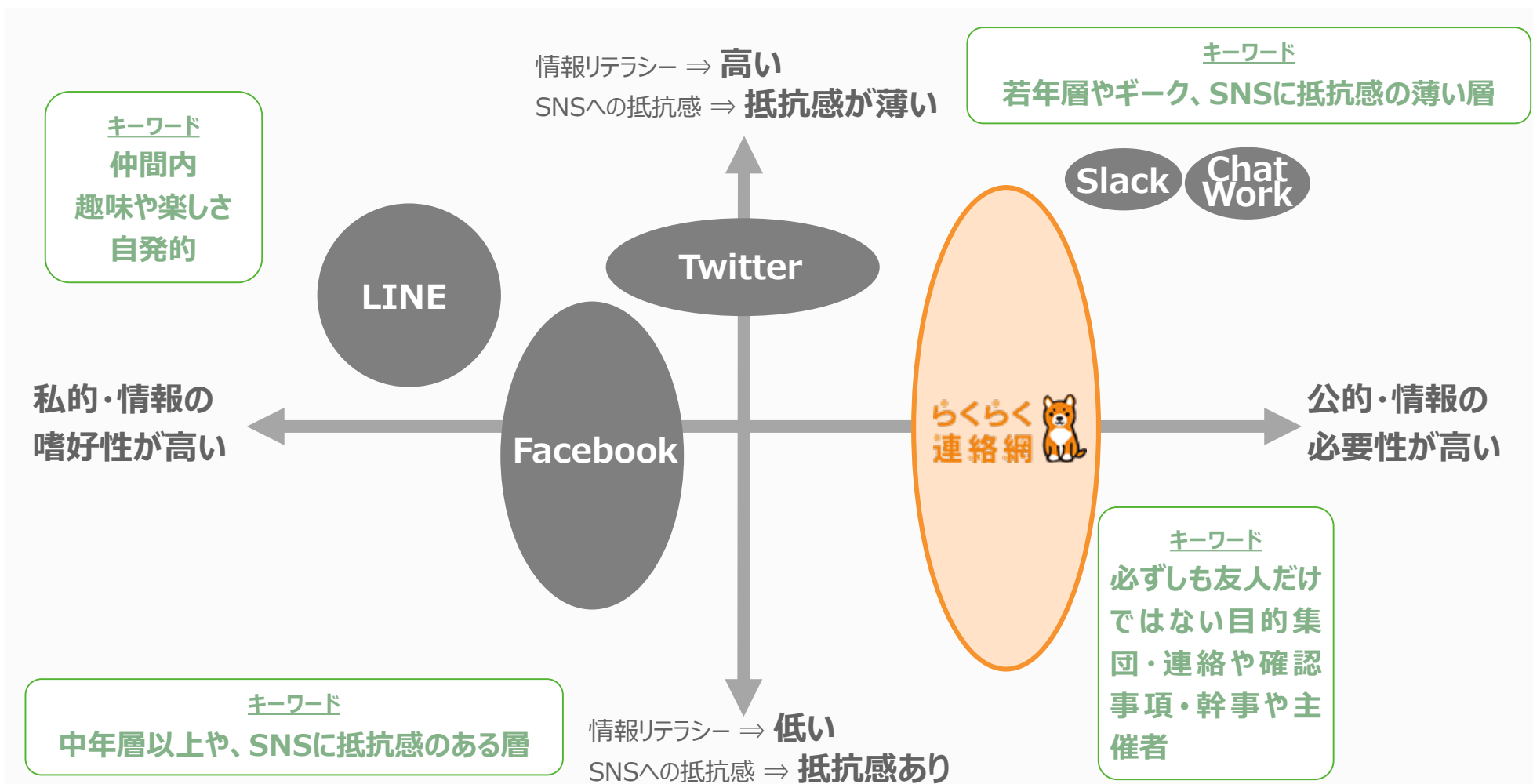
らくらく連絡網は、基本無料*で利用でき、広告収益が中心
(SSP、ターゲティングメール、タイアップ広告ほか)



* 一部、広告表示のない有料版もございます。

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。

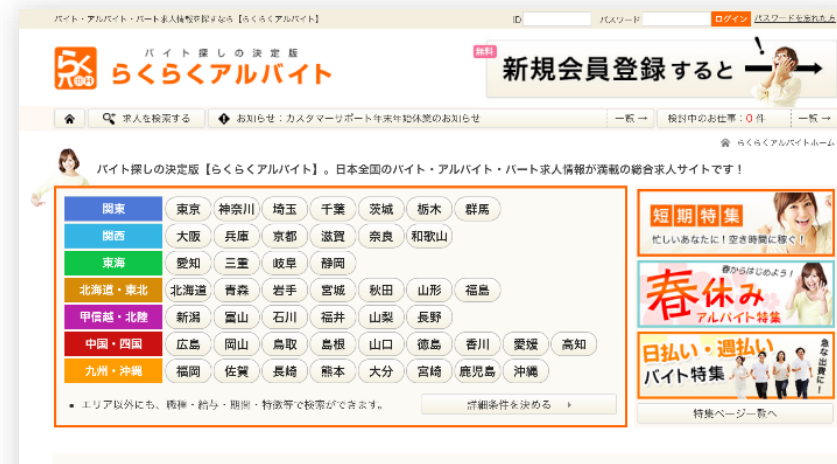
「らくらくアルバイト」は、連携求人メディアへ送客を行う求人情報ポータルサイト。

ガクバアルバイト



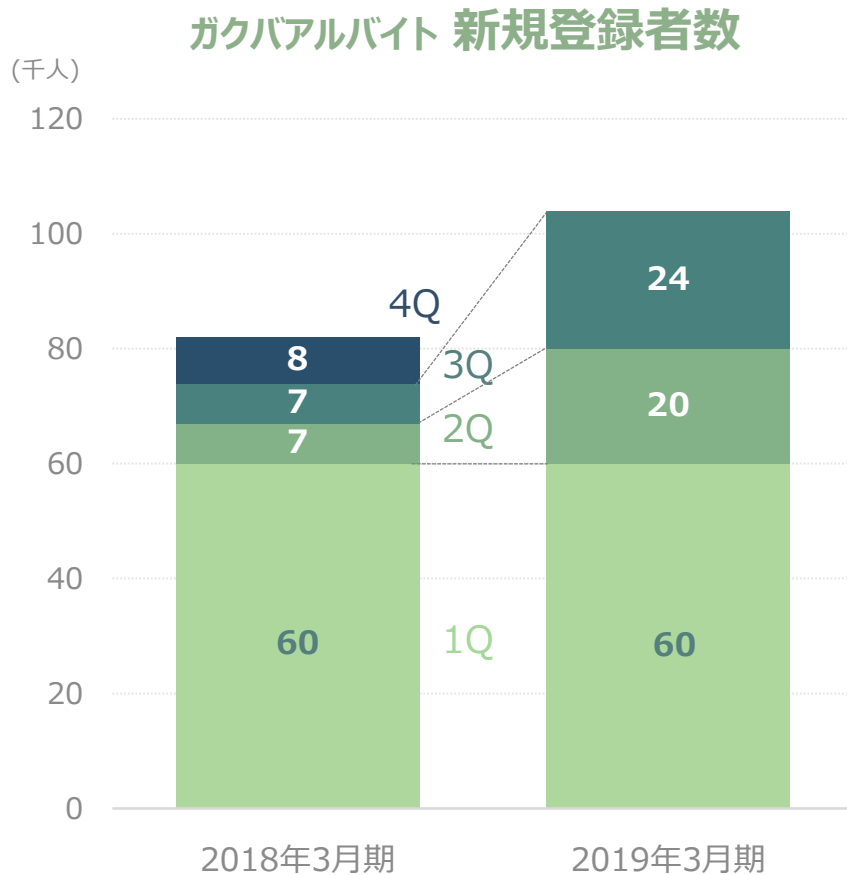
- らくらく連絡網を入口とした、大学生に特化したアルバイト求人情報提供サイト。
- 収益モデルは、**掲載型**。

らくらくアルバイト

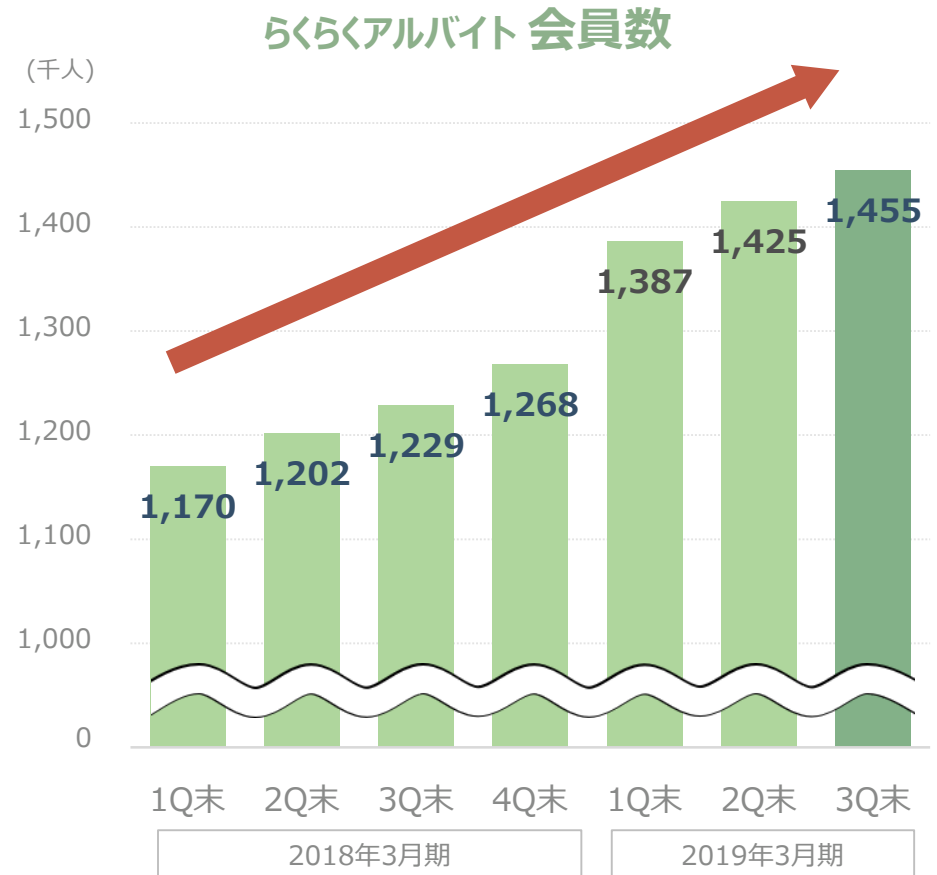


- 仕事情報提供元の連携求人メディアからの案件を幅広く搭載し、一括応募ができるアルバイト求人情報ポータルサイト。
- 収益モデルは、**送客成果報酬型**。

ガクバアルバイトの新規登録者数は、第3四半期累計期間で前年同期比+41.0%増加。らくらくアルバイトの会員数は、前年同期比で+18.4%増加。



※ 新規登録者数は百の位を切り捨てております。

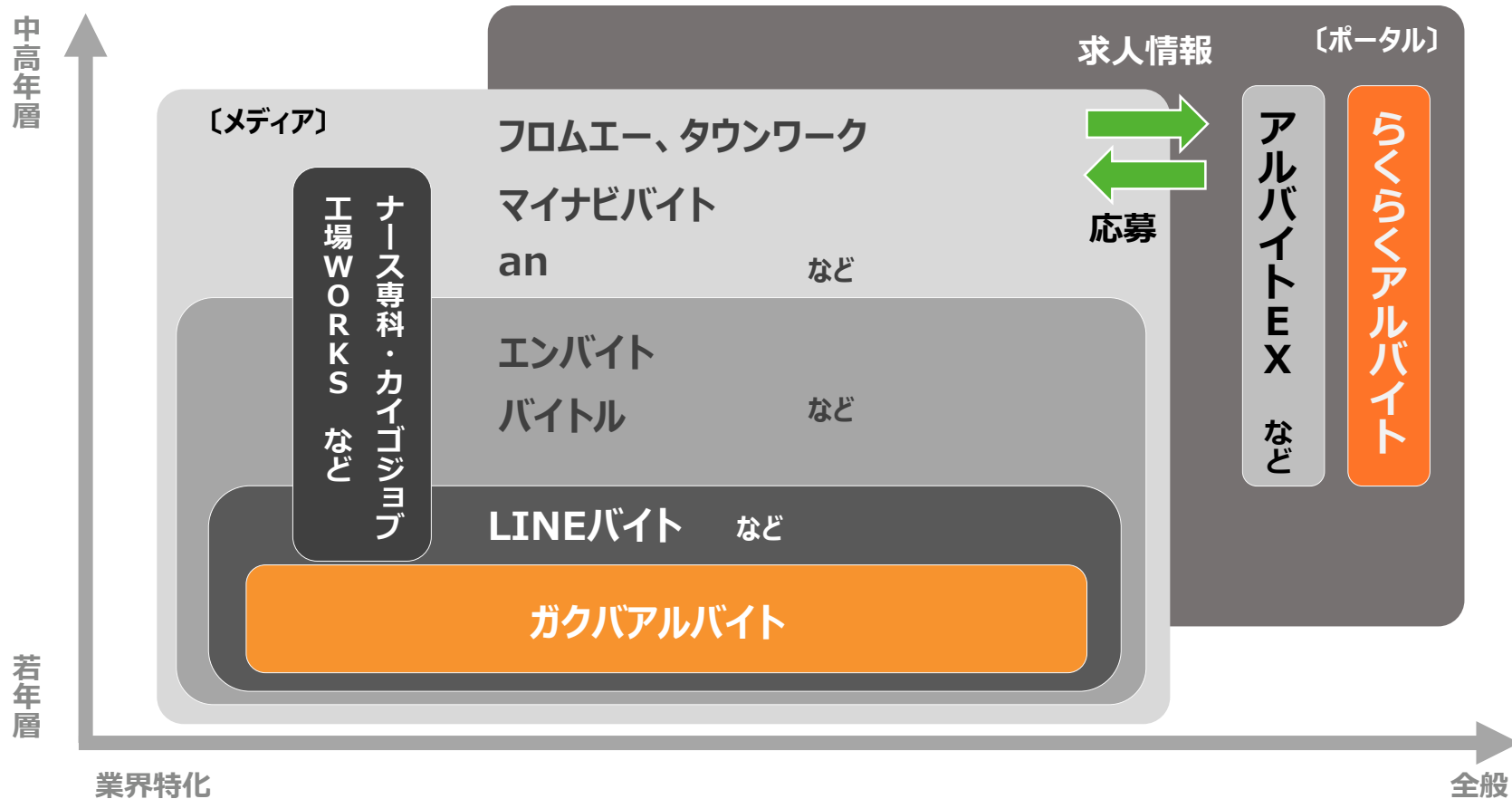


※ 会員数は百の位を切り捨てております。

求人メディア領域におけ

「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)

両サービスは、若手層でのアルバイト分野に特化し、展開。



SP
(セールスプロモーション)

大学生セールスプロモーション

- 大学生のリアルプロモーションにも対応
- 大学構内広告スペース
 - 大学学園祭広告
 - 大学サンプリング
 - 大学生新歓チラシ広告 など

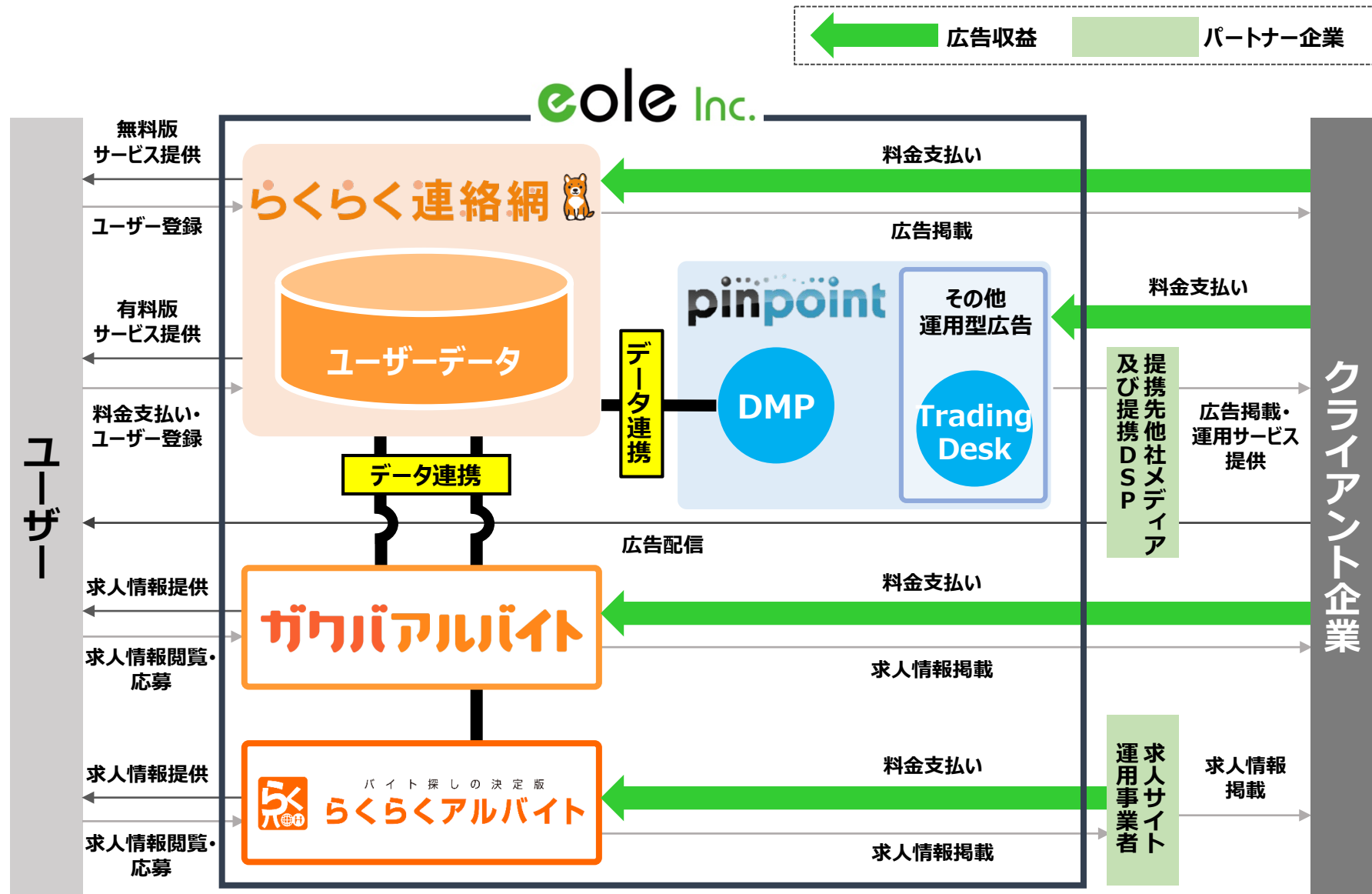
サークル・学生団体への企業協賛

- リアルな学生団体も囲い込み
- 全国の学生団体・サークルなど各種団体の活動の協賛支援を実施。（「学園祭物品協賛」やドリンク等の「団体プレゼント」など）

その他

他求人広告

- 学生アルバイト以外のニーズにも対応
- anやバイトル、DODAなど、目的に応じた最適な各種求人広告メディアによるプランを提案。



用語	説明
CPC (Cost Per Click)	広告の露出によって得られるユーザーの広告クリック1回あたりの費用。また、クリック課金型の広告取引の場合におけるクリック単価。
CPM (Cost Per Mille)	広告到達または広告露出1,000回あたりの費用。
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クッキーによる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に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。

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ございません。

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。