

12月3日開催アナリスト向け決算説明会 質疑応答内容

質問 1 来期以降に売上面で期待が持てるということは分かったが、今期の懸念材料でもある人件費や材料費の上昇傾向も続いていくように思う。イベントが集中すれば、経費増の方が上回り、仕事を取っても利益が残らない可能性もあるが、どのように対応していくのか。

回答 1 小さな案件も断らずに数多く請け負っていく体制から、大きな案件を集中的に対応するようにシフトすることで、制作全体のコストを抑えるようにしていく。

質問 2 大きな案件に集中的に対応していくということは、従来の顧客の案件を受注しないことにはならないか。

回答 2 定期的に頂く案件を疎かにするとその顧客を失うことになる。小さな案件と一括りにするのではなく、継続的に仕事が発生する顧客を定めていくことで、案件単位ではなく顧客単位で判断するように慎重に進めている。

質問 3 P.7「業務内容と特徴」について、表中の◎と○の意味合いを説明してほしい。

回答 3 ◎は業種と特定のイベントが密接に結びついているものを表している。「競技団体とスポーツ」「プロモーションと広告代理店・制作会社」「セレモニーと建設式典」などが該当する。○は特別強いわけではないが、定期的に案件が発生するものが該当する。

質問 4 2021年以降に伸ばしていきたい部門はどれになるのか。

回答 4 日本国内のスポーツ産業全体が成長し、イベントにおいても国際大会の開催が続くことも見込まれているため、スポーツの出番が増えると認識している。その他にも大阪万博が決まったことなどもプラスの要因。社会の変化に合わせていくように準備を進めていく。

質問 5 コンベンションは売上規模が小さいが、他の部門とはノウハウが異なるのか。

回答 5 コンベンションについてはその構造なども独特であり、業務内容やそれに必要な機能も他の部門とは異なる。コンベンション専門会社の優位性は高く、参入してすぐに成果が出る感じでもない。

質問 6 資材の高騰など外注コストが上がっているようなので、自分たちで企画し、運営する自主興行は考えられるのか。将来的な展望の中で、受注型の事業形態ではなく、自らイベントを主催していくことは考えているか。イベントを制作・運営するノウハウはあるのだから、**情報管理や契約関係の問題はあるかもしれないが、参加者情報なども蓄積し、定期的にイベントを主催することで、業績の安定につながるようにも思える。ビジネスはより内側に入った方が安定すると思う。ビジネスガイド社やリードエグジビションジャパンのようにもっと販売に即効性のある分野に新規事業として入っていくことは考えているか。**

回答 6 これまでにさまざまな業務に挑戦してきており、主催事業については現在も検討テーマの1つにあるが、今のところ良い展開が見えてこない。社会の変化や自社のリソースを見ながら、今後も検討を進めていく。

以上