

2019年7月6日 IR セミナー 質疑応答内容

(主な質問を抜粋し、理解促進のために、一部内容の加筆修正をおこなっています)

質問 1 競争事業以外は競争がないのか。

回答 1 全ての事業に競争はある。社内の用語として「競争事業」はこういうものだと定義して使用している。競争事業とそれ以外との違いは、皇室関連がご臨席になれる大型案件であるかどうかであり、一般的な「競争」を意味しているわけではない。

質問 2 競合はどこになるのか。電通などの下請けになることも多いのか。

回答 2 競合会社は、案件の規模・性質により異なる。大きな案件であれば大手の広告代理店（電通・博報堂）とも競合し、地域のイベントなどは地元の制作会社になる。全面的にぶつかる企業はない。大手の広告代理店（電通）の下請けになることはそれほど多くない。主催者から直接受注することが多い。

質問 3 イベントは一回限りのものも多いと思うので、継続的に受注するのは大変だと思う。一回きりのイベントと継続的なイベントの受注比率はどれくらいか。

回答 3 一概には答えられない。案件単位で考えると毎回リセットされるが、そういったイベントを継続的に発注いただける企業を増やそうとしている。

質問 4 今日の説明を聞くと、競争事業以外は当然取れるという解釈になる。セレスポに匹敵する会社がなく、スポーツ事業も取れる。ところが皇室関連は負けることもあるのはなぜか。

回答 4 セレスポに匹敵する企業がないのではなく、事業が丸かぶりする企業がない。競争事業も勝率は高いが、事業の性質上一社が独占的に受注し続けられるものでもない。スポーツ事業についても（シミズオクト）などの自分たちの強みがある企業もある。スポーツを全て仕切っているわけではない。

質問 5 総合イベント企業を実践できる企業はなかったということか。

回答 5 ほとんどない。特に全国にまたがってできる会社はほとんどない。私たちも、総合的とはまだ言い切れないが、現場に強みがある。プランニングに近い業務は広告会社の企画力には勝てない面もあるが、現場を仕切れることは高く評価されている。

質問 6 従業員の質が高くないといけませんが、この辺りは大丈夫か。

回答 6 最近労働に関わる環境が厳しくなってきているので、頭を悩ませている。マラ

ソンの開始時間が6時になると、準備は何時からすれば良いのかなど、難しい面もある。

質問7 例えば、テレビ局と直接仕事をすることもあるか。

回答7 ある。

質問8 3事業について、それぞれのマーケット、市場規模はどれくらいあるのか。どれくらいのシェアを持っているのか。

回答8 中期経営計画を立てたりしているが、それでも当たるわけではない。

質問 当たらなくてもいい。自分たちが見ている市場として、どれくらいの規模があるのか、自分達をどれ位にしていきたいのかを教えて欲しい。

回答 自分たちの意思で左右できる分類として3事業を設定した。能動的に働きかけ、結果に影響を与えられるのはスポーツ事業。数値は一応出しているが、それぞれどれくらいなのかは控えさせていただきたい。

質問9 スポーツ産業の市場規模が2025年に15兆ということだが、遠すぎてピンとこない。2020年位の数字はどれくらいか。

質問9 正確な数字ではないが、約10兆円位だと記憶している。
(政府資料では2020年に10.9兆円)

質問10 大株主のスマイルはどういった会社か。

回答10 創業者の資産管理会社です。

以上