

株式会社チェンジ 2021年9月期第2四半期決算説明会(機関投資家向け)

No.	Question	Answer
1	LoGoチャットの収益モデルを教えてください。収益化された後にさらに伸びる余地はあるか。	基本的な考え方はアカウント数×ライセンス単価です。LoGoチャットは基本のライセンス単価にオプションを追加し、単価が上がっていくような仕組みになっています。
2	有償化された143,000アカウントですが、アカウント数自体はさらに広がる余地はあるのか。	自治体によりますが、県庁等大規模なところでは職員数に対し一部に留まっているところもあります。現時点でターゲットにしている一般行政職員は約90万人おり、それに対し有償で約14万ライセンス確保できているという状況です。無料ユーザーについては新年度予算となる2022年4月以降に有償としていくべく計画を実行しています。
3	M&Aについて、次はどのような会社を対象に考えているのか。	M&Aは大きく3つの目的で考えています。 1つ目は人材拡充のため、ITコンサルタントやエンジニアを獲得するためのもの。上場企業で優秀な人材を抱えている時価総額400億～1000億くらいの会社をターゲットにしています。 2つ目は顧客基盤を獲得するため、自治体向けの営業・マーケティング力を完成させるためのもの。現状9割の自治体と取引がありますが、リソースまだまだ足りず、政令指定都市については強いリレーションが無い部分もあります。建設・医療といった地方のマーケットを獲得する上でそれらを顧客基盤に持つような会社も考えています。 3つ目はプロダクトの獲得で、先日買収したビーキャップのような会社が該当します。良いプロダクトを持つスタートアップで、AI、IoT、データサイエンスなどの領域において、バリエーションはまだ高くないがこれから我々のパワーで成長させられるポテンシャルのある会社です。これらの中で最優先は1つ目のリソースの獲得で、人材の拡充ができれば一気にマーケットを広げることができると考えています。
4	海外ファイナンスの投資家からの声 ビジネスモデルふるさと納税が稼ぎ頭になっているが、競争が激化し心配されていることについて。バリエーションが難しいという声についてどのような対応を考えているか。	ふるさと納税は楽天様やソフトバンク様が競合なのでシェアが失われるのではということですが、我々の目的はふるさと納税ビジネスそれ自体ではなく、自治体向けのプラットフォームサービスですので、大きな問題と捉えていません。ふるさと納税事業から生み出される利益をITビジネスに再投資するのが我々のビジネスの基本的な考えなので、収益率を高めることを重視していきたいです。 政府の制度変更によってふるさと納税のマーケットがなくなるリスクはありますが、地方の事業者等にお金が出る現状の仕組みを大きく変える政治の決断は出来ないと考えています。ただコロナ禍を経て財務省が収収を増やす施策として、ふるさと納税に見直しが入る可能性は有り得ます。 バリエーションについては、銘柄としてSaaSやEC、コンサルティングといった一括りにして評価することが難しいという話がありました。事業セグメント毎に細かく見ていただくのが良く、また実績として5年で30倍の利益成長した会社は他には多く存在しないという話をしました。
5	現中期計画は上半期でほぼ達成しており、下半期は次期中期計画に向けて準備に入っていると思うが、進捗や課題はどこになるのか。	NewITでいえば地方へのアクセスが大事だと考えており、KDDI株式会社様との事業や地方銀行とのアライアンスを進めています。トラストバンクのSaaSビジネスは順調ですが、課題は優秀な人材の確保です。現状それがボトルネックになっており、その解決のためにM&Aを実行していきます。さらにふるさとチョイスではプラットフォーム強化、広告宣伝費を抑えつつGMVを維持・拡大させるための施策を考えています。
6	人材育成ビジネスは本業だが、コロナ禍が当初より長引いており、教育に対するマーケットは大きいと考える。参入者もあり競争は激化しているがチェンジのマーケットにおけるポジショニングは？	現状では先日発表したSMBCグループ様に提供したDXプログラムのような大きな会社の高付加価値マーケットで顧客を獲得しているが、今後の課題はマーケットの裾野を広げていくことであり、例えば30,000円のコースを1万人に提供するのはなく300円のコースを100万人に、かつ毎月収入があるといったビジネスモデルへの転換をジョイントベンチャー含め形にしていきたいです。