

THE LEADER in DIGITAL SHIFT

～デジタルシフトカンパニーへ～

2020年7月1日 社名を変更
「株式会社オプトホールディング」から「株式会社デジタルホールディングス」へ

株式会社オプトホールディング グループ執行役員 グループCFO、事業統括担当

加藤 毅之

(1979年生まれ)

オプトグループでのこれまでの取り組み/実績

- | | |
|-------|---|
| 2004年 | 専門商社を経て、株式会社オプト（現 株式会社オプトホールディング）入社
SEM部立ち上げ参画、営業部長などを経験 |
| 2007年 | 連結子会社のクロスフィニティ株式会社取締役就任 |
| 2011年 | クロスフィニティ株式会社代表取締役社長就任
SEOの売上拡大、アフィリエイト事業、ソーシャルマーケティング事業の立ち上げ、海外進出などを実行 |
| 2017年 | 当社グループ執行役員就任
海外事業のポートフォリオ整理後、デジタルシフト事業の管掌として、
内外環境の調査、分析、事業開発、投資、グループ全体戦略の立案を担当 |
| 2020年 | グループCFO就任（4月1日付） |

- | 1. 2020年Q1連結決算概要
- | 2. 2020年Q1事業別概要
- | 3. 新型コロナウイルス感染症の対応と影響
- | 4. 目指す姿とデジタルシフト事業の進捗
- | 5. Appendix



| 1. 2020年Q1連結決算概要

当社グループは、日本会計基準（J-GAAP）を採用しておりますが、業績内容及び財務状況をより正確に判断するために、以下のNon-GAAP指標を経営指標としております。

【Non-GAAP指標と算出方法】

1. EBIT (Earnings before Interest and Taxes : 利息及び税金等控除前利益)

税金等調整前当期純利益 + 支払利息 - 受取利息

2. EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization : 金利支払前、税金支払前、減価償却費及び償却費控除前利益)

EBITDA = EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 償却費 + 株式報酬費用 + 減損損失

3. FCF (Free Cash Flow : フリーキャッシュフロー)

営業キャッシュフロー + 投資キャッシュフロー ± 一時的なキャッシュフロー項目

(ご参考) 2020年度より指標の有用性向上を図るためEBITDAの定義を変更しております。

変更前		変更後
EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 長期前払費用償却費 + 非資金損益	➔	EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 償却費 + 株式報酬費用 + 減損損失

- 連結売上高 前年比同期比**8.6%増** 連結EBITDA 前年同期比**103.3%増**

売上高	23,405 百万円	前年同期比	8.6 %増
営業利益	473 百万円	前年同期比	16.4 %増
EBITDA	1,311 百万円	前年同期比	103.3 %増
四半期純利益	682 百万円	前年同期比	181.2 %増

- デジタルシフトKPI

売上高	487 百万円	前年同期比	(19.2) %
粗利構成比	5.6 %	前年同期比	1.9 pts増

- 売上高 前年比同期比8.6%増、EBITDA 前年同期比103.3%増、高成長でスタート

売上/利益の大部分を占めるマーケティング事業が好調に進捗

-大手領域：売上高 前年同期比 **8.4%増**、EBITDA 前年同期比**13.7%増**

-地方中小領域：売上高 前年同期比 **32.6%増**、EBITDA 前年同期比**209.6%増**

- 期初公表マーケティング事業ガイダンスに対して順調な進捗もQ2以降ダウンサイドリスク内包

売上ガイダンス進捗率25.4%：Q1は大手領域、地方中小領域ともに想定どおりに進捗

EBITDAガイダンス進捗率36.7%：営業活動経費・採用費用等のコストコントロールにより利益は売上よりも高い進捗

一方Q2以降、感染拡大に伴う特定業種における広告予算の縮小の動きが加速する可能性があり、現時点で業績予想を合理的に見積もることが困難なため、2020年通期マーケティング事業予想を「未定」に変更

- 自己株式取得の状況（2020年2月13日～4月16日）

資本効率の向上及び柔軟な資本政策の遂行により株主への一層の利益還元を図る目的として実施

-取得した株式の総数：705,900株（発行済株式総数に対する割合：3.0%）

-取得価額総額：999,886,685円

* 2020年4月16日上限に到達したため取得終了

(単位：百万円)

	2020年Q1	前年比		2019年Q1
		増減額	成長率	
売上	23,405	1,849	8.6%	21,555
売上総利益	4,021	(156)	(3.7)%	4,178
営業利益	473	66	16.4%	406
EBIT	1,087	644	145.5%	443
EBITDA*1	1,311	666	103.3%	644
親会社株主に帰属する四半期純利益	682	439	181.2%	242
ROE(LTM)*2*3	8.74%	1.51pts	-	7.23%
フリーキャッシュフロー	(439)	(111)	-	(327)
1株当たり 四半期純利益(円):EPS	29.96	19.36	182.6%	10.60
潜在株式調整後1株当たり 四半期純利益(円):EPS	29.94	19.35	182.7%	10.59

*1 2020年度より指標の有用性向上を図るためEBITDAの定義を変更しております。

なお、従前の定義によるEBITDAは2020年Q1 1,224百万円（成長率78.5%増）、2019年Q1 685百万円（成長率45.8%減）となります。

*2 ROE=親会社株主に帰属する四半期純利益(LTM) ÷ (算定期間中の自己資本期首期末平均)

*3 LTM=Last Twelve Months(直近四半期末から過去12ヶ月)



| 2. 2020年Q1事業別概要

- **売上高 前年同期比13.7%増、EBITDA 前年同期比37.2%増**
- 大手領域：昨年開拓した大口顧客及び既存長期顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗、コストコントロールの効果もあり増収増益
- 地方中小領域：EC関連顧客を中心とした既存顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗し増収増益

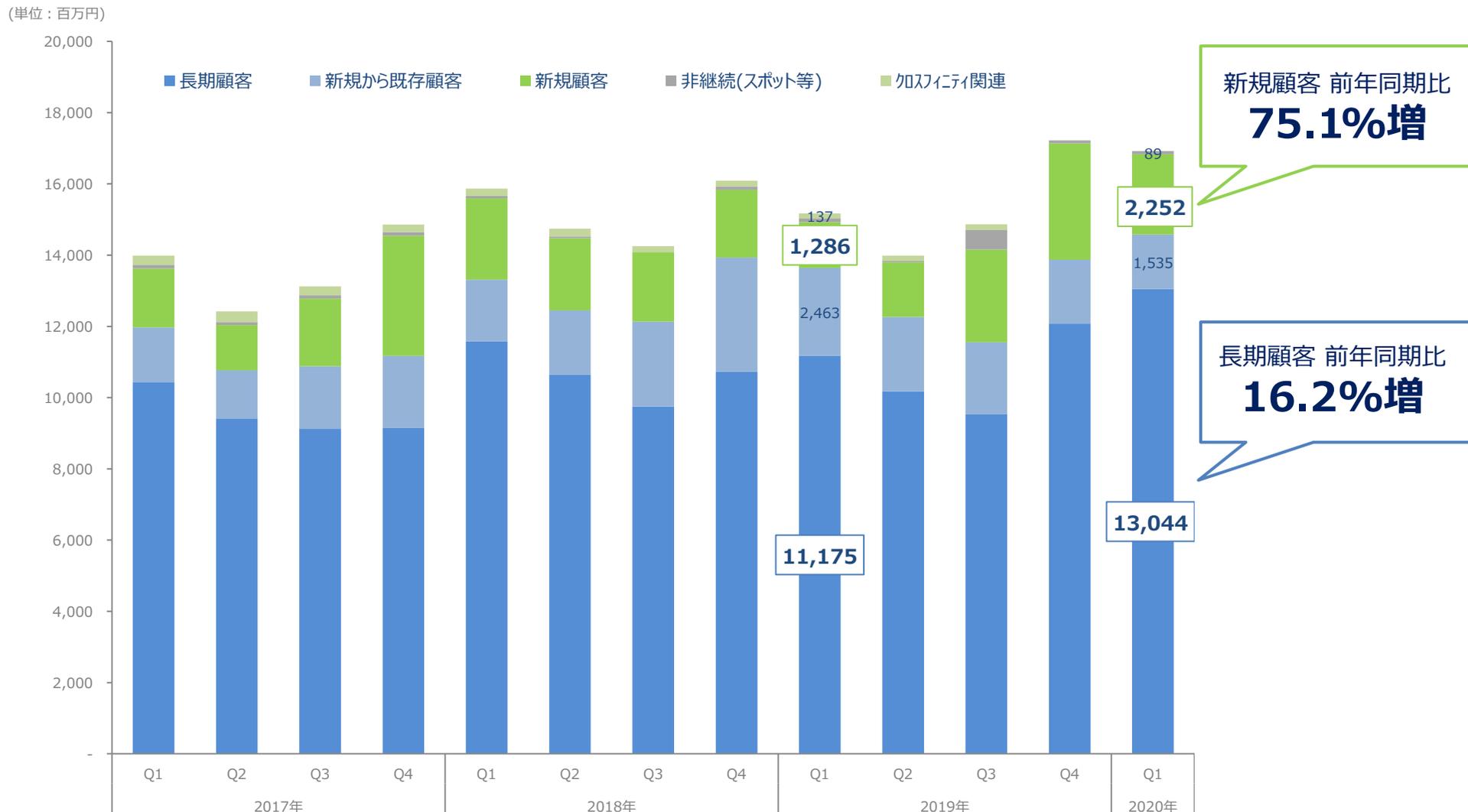
(単位：百万円)

	大手領域			地方中小領域			マーケティング事業合計		
	2020Q1	成長率	2019Q1	2020Q1	成長率	2019Q1	2020Q1	成長率	2019Q1
売上	17,535	8.4%	16,177	5,654	32.6%	4,263	23,077	13.7%	20,298
売上総利益	2,841	4.3%	2,725	1,121	33.5%	839	3,962	11.1%	3,564
販売費及び一般管理費	(1,964)	(0.3)%	(1,958)	(817)	(7.8)%	(758)	(2,781)	(2.7)%	(2,709)
営業利益	877	14.3%	767	303	274.5%	81	1,181	38.0%	855
EBIT	909	18.0%	771	304	272.9%	81	1,214	41.3%	859
EBITDA	963	13.7%	846	357	209.6%	115	1,320	37.2%	962

* 営業利益/EBIT/EBITDA：HD管理コスト配賦前数値

* マーケティング合計：大手領域と地方中小領域のセグメント間調整を含んだ数値

● 長期既存顧客、新規顧客ともにデジタルマーケティング支援好調 売上高 前年同期比11.5%増



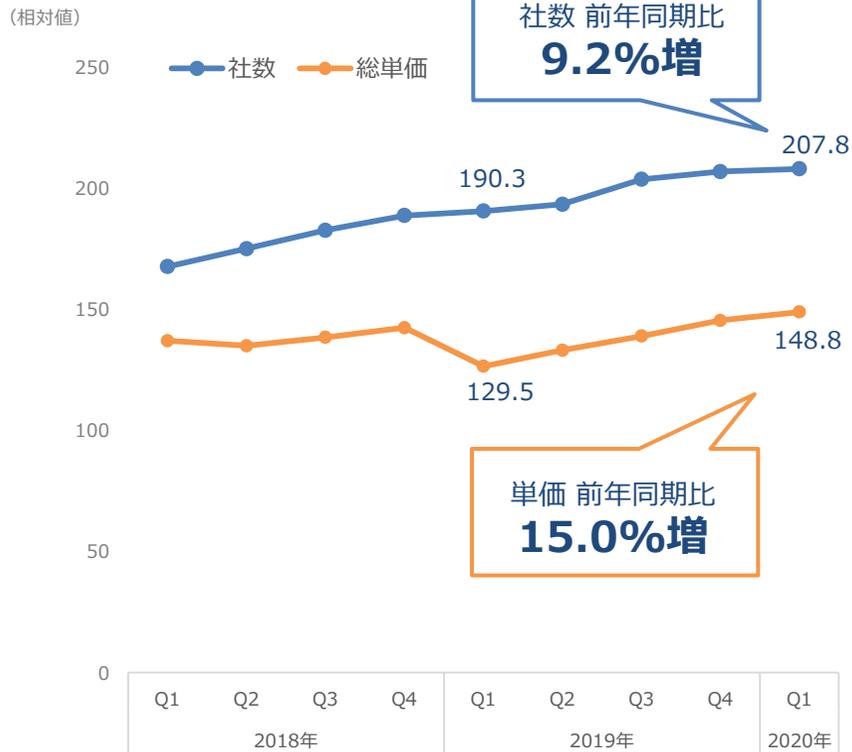
* 長期顧客：24ヶ月以上継続取引ある顧客、新規から既存：12ヶ月以上 24ヶ月未満の継続取引ある顧客、新規顧客：1ヶ月以上 12ヶ月未満の顧客、非継続(スポット等)：継続取引が1ヶ月未満の顧客
 * クロスフィニティ関連：マーク大手内子会社の組織再編の影響により、クロスフィニティ株式会社の事業の一部を株式会社オプトへ吸収合併した影響による売上額の影響額

・ 昨年獲得した顧客を中心に単価上昇

[社数×単価]

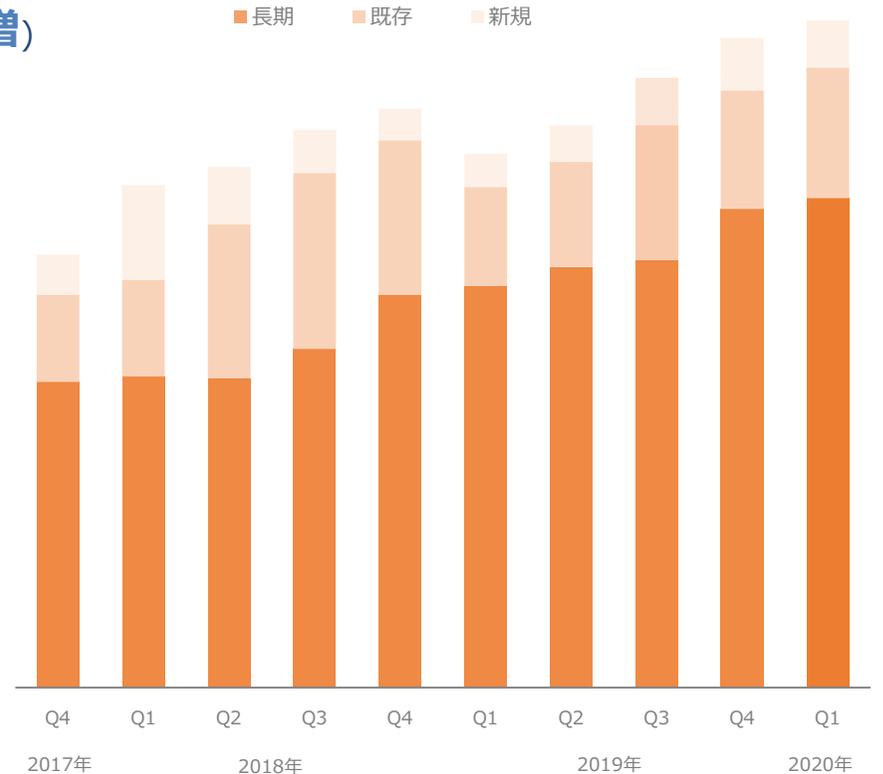
- ・取扱社数：新規顧客獲得により好調に推移（前年比同期比 **9.2%増**）
- ・単価：昨年獲得した顧客を中心に単価上昇（前年比同期比 **15.0%増**）

2016年Q1を100とした際の社数・単価の推移



[取引期間(継続性)]

・昨年同期に獲得した顧客の売上がけん引



構成比	新規	既存	長期
2017年	9.2%	20.2%	70.6%
2018年	18.8%	19.3%	61.9%
2019年	11.0%	29.6%	59.5%
2020年	7.7%	31.5%	60.7%
2020年	6.0%	26.7%	67.8%
2020年	6.2%	18.6%	75.2%
2020年	6.6%	18.7%	74.8%
2020年	7.7%	22.0%	70.3%
2020年	8.7%	18.1%	73.2%
2020年	6.0%	21.9%	72.2%

*デジタルマーケティング事業のうち、メインビジネスである広告運用支援を行っている会社を抽出して開示
(その為「総売上」の伸びは、売上の伸びと異なる)

*デジタルマーケティング事業のうち、メインビジネスである広告運用支援を行っている会社を抽出して開示
*1-3ヶ月連続=[新規]、4-12ヶ月連続=[既存]、13ヶ月以上連続=[長期]と定義

- **売上高 前年同期比(73.9)%、EBITDA 前年同期比292.7%増**
- 売上：前年同期に計上した営業投資有価証券売却益と海外連結子会社売却による連結除外の影響等により減収
- EBITDA：持分法適用会社ジモティーのIPOに伴う一部株式売却益（特別利益）計上により増益

(単位：百万円)

	2020年Q1	前年比		2019年Q1
		増減額	成長率	
売上	329	(930)	(73.9)%	1,260
売上総利益	61	(555)	(90.1)%	617
販売管理及び一般管理費	(197)	(333)	(62.7)%	(531)
営業利益	(136)	(222)	(258.7)%	86
EBIT	445	330	286.9%	115
EBITDA	489	364	292.7%	124

* 営業利益/EBIT/EBITDA：HD管理コスト配賦前数値

- **販売費及び一般管理費 前年同期比(6.7)%、EBITDA 前年同期比(13.6)%**
- 本社管理部門の業務生産性改善や専門性向上への投資（一時的な外注費用等）により販売管理費増加も、中長期的にはHD管理コスト抑制へ

(単位：百万円)

	2020年Q1	前年比		2019年Q1
		増減額	成長率	
販売理及び一般管理費	(574)	(36)	(6.7)%	(538)
営業利益	(574)	(36)	(6.7)%	(538)
EBIT	(575)	(41)	(7.7)%	(534)
EBITDA	(501)	(60)	(13.6)%	(441)

【HD管理コストの定義】

2018年よりHD管理コストの定義を以下のとおり変更しております。

- ✓ オプトホールディング管理部門の人件費
- ✓ オプトホールディング管理部門が実質的に負担する人件費以外のHD維持コスト
- ✓ オプトホールディング管理部門がグループ会社に提供する人件費以外の一部サービスコスト

* 販売費及び一般管理費とEBITに差分が発生している理由は、営業外損益等の影響となります。

* EBITとEBITDAに差分が発生している理由は、株式報酬費用(2018年Q3より発生)等の影響となります。

3. 新型コロナウイルス感染症の対応と影響

この度、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に罹患された方々およびご関係者の皆様、また感染症の拡大により影響を受けている皆様に、心よりお見舞いを申し上げます。

また、医療機関の皆様をはじめ、新型コロナウイルス対策に関連し、最前線で対応していただいている皆様に心より感謝申し上げます。

このような状況であるからこそ、オプトグループのデジタルノウハウや知見を活かし、オプトグループ一丸となり、お客様に寄り添いデジタルシフト支援に努めて参ります。

■ 新型コロナウイルス感染拡大防止対応

- ・グループ内に対策本部を設置
- ・感染拡大防止と従業員の安全・健康確保を最優先に、政府の発生段階区分に合わせた行動計画に基づき、全社の対応方針を迅速に決定

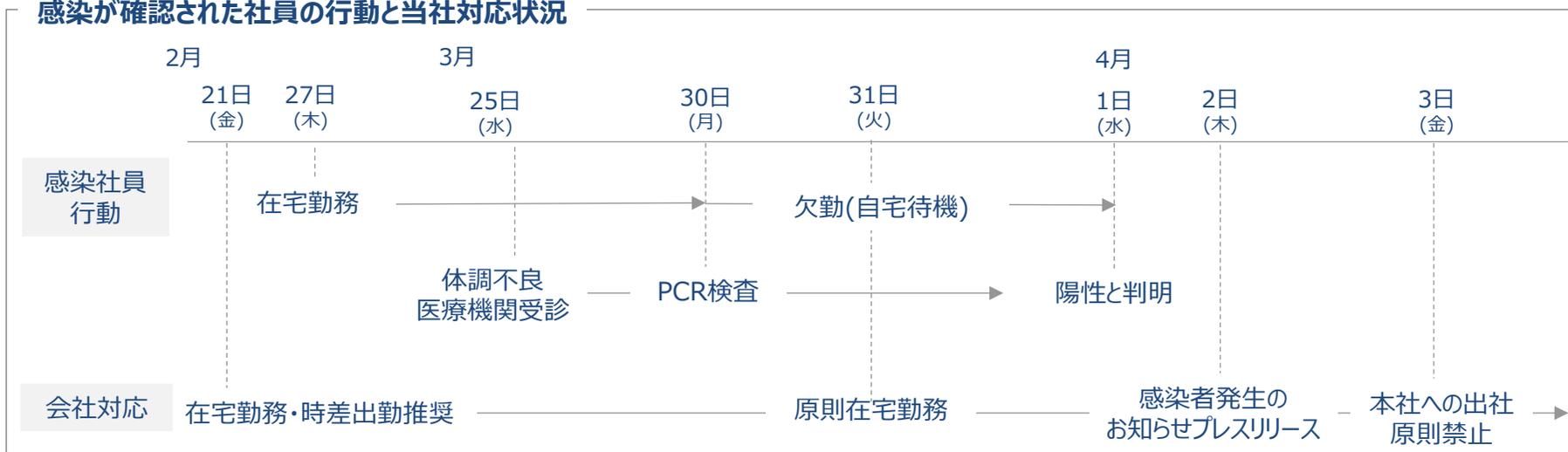
従業員・お客様・パートナー企業様の安全を最大限に配慮しつつ、オンラインツール等を活用し業務を継続

	働き方	社内外打ち合わせ	安全配慮・予防策 等
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・21日から在宅勤務の推奨 ・フレックス制度による時差出勤の推奨 	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模会議 オンライン開催に変更 	<ul style="list-style-type: none"> ・予防活動 (小まめな手洗い・うがい・マスク着用の励行)
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・31日から原則在宅勤務へ変更 	<ul style="list-style-type: none"> ・社内外打ち合わせ 原則オンラインへ ・採用説明会/面接をオンラインへ 	<ul style="list-style-type: none"> ・出張/社外セミナー等への参加禁止 ・特別休暇を導入(子育て支援)
4月	<ul style="list-style-type: none"> ・3日からオフィスへの出社を原則禁止 		
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・4日 緊急事態宣言延期にともない、当社方針を31日まで延期へ 		

■ グループ内における新型コロナウイルス感染者への対応

- グループ対策本部において所管保健所と連携を図り、迅速に対応策を検討・実施
- 感染の陽性反応を受け社員の安全確保対策措置実施、翌日プレスリリース、お客様・パートナー企業様等関係各所へご連絡
- 現在は所管保健所の指示に従い自宅療養中、容体は安定

感染が確認された社員の行動と当社対応状況



所管保健所の判断と当社の対応

- 当該社員は、2月末から在宅勤務を実施しており、お客様・当社役職員に濃厚接触者の該当者がいないことが判明
- 本社オフィスは消毒等は所管保健所より不要と判断
- 本社オフィスの出社禁止を継続、社内外での感染拡大防止対策の強化を継続

事業領域別の想定される影響と取り組み

領域	想定される影響	取り組み
マーケティング事業	広告予算縮小・停止	比較的影響を受けにくい顧客へ支援継続と拡大
	広告から企業全体のデジタルシフト需要の拡大	広告支援を超え企業全体のデジタルシフト支援をより注力 (例 コールセンター業務改善等)
シナジー投資事業	スタートアップ企業の業績低迷	金融市場動向を見極め厳選した新規投資の実行と支援
	中国事業の低迷	中国事業戦略の見直し
	デジタルシフト需要の拡大	デジタルシフト支援問い合わせ急増 経営層向けにデジタル活用等のオンラインセミナー開催 オンラインAI学習プログラム(SIGNATE Quest)好反響 法人向けサービスに加え4月から個人向けサービスを開始
全社	経済停滞の長期化によるCF悪化 キャッシュ減少	銀行借り入れ拡大、コストコントロールの実施
	M&Aを含む新規事業投資の遅延	手元キャッシュ、経済状況、対象企業、 事業の状況を慎重に見極めながらタイミングを判断

■ ガイドスの考え方と影響

ガイドスの考え方

- Q1は大手領域、地方中小領域ともに想定どおりに進捗
- 一方Q2以降、感染拡大に伴う特定業種における広告予算の縮小の動きが加速する可能性があり、現時点で業績予想を合理的に見積もることが困難なため、2020年通期マーケティング事業予想を「未定」に変更
- 業績予想が可能となった時点で、速やかに公表いたします

現時点で想定される業績への影響

ダウンサイド

- 景気的大幅な後退等による顧客の更なる広告予算縮小、停止
- 顧客の倒産等による貸倒リスク

アップサイド

- 影響を受けない顧客（EC、ソーシャルアプリ等）の広告予算拡大
- デジタル広告支援を超えた企業全体のデジタルシフトニーズ拡大



| 4. 目指す姿とデジタルシフト事業の進捗

“DXをゴールとした一連の流れ”を支援する デジタルシフトの新たな世界観の提供

“デジタルシフト”は
企業や経済が持続的な成長をしていくための重要な要素

“デジタルシフト”により社会課題の解決へ

【解決したい社会課題】

- 少子高齢化による労働生産人口の減少
- 従来型の働き方による低生産性
- 感染症との戦い（After Coronaでビジネス環境が大きく変わる）

“アナログ”の世界から
 “業務プロセス”を変え、“ビジネス・戦略のデジタル化”を実現する

デジタルトランスフォーメーションをゴールとした一連の流れ



* DX (Digital Transformation) : デジタル技術を浸透させることで人々の生活をより良いものへと変革すること。既存の価値観や枠組みを根底から覆すような革新的なイノベーションをもたらすもの

デジタルシフト加速に向け新たな会社/組織を設立

OptDigital

企業のデジタルシフトを実現させるモノ作り企業
株式会社オプトデジタルを設立

大手プラットフォームと連携し、
デジタルシフトに必要なソリューションをアジャイル型で提供

(重要KPI：MRR)

L.I.C

企業のデジタルシフトを推進する
LINE Innovation Centerを設立

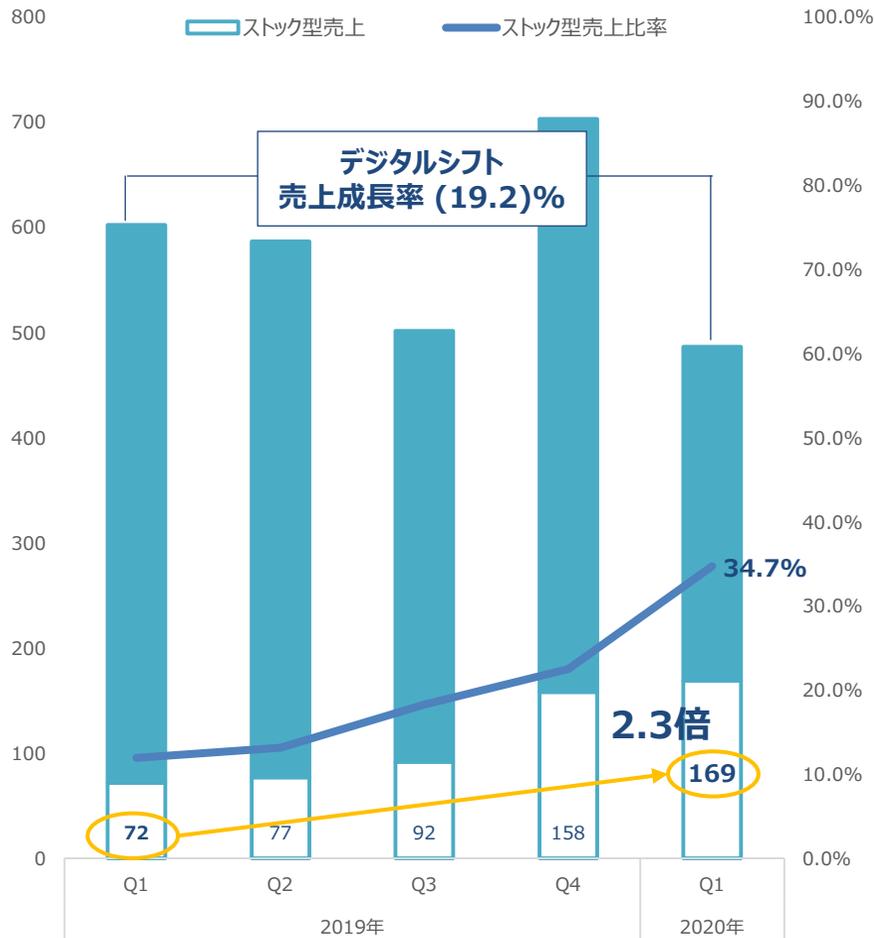
LINEと協業を強化
国内では唯一無二の業界別エンタープライズ化の実現へ

(重要KPI：業界DXの実績数)

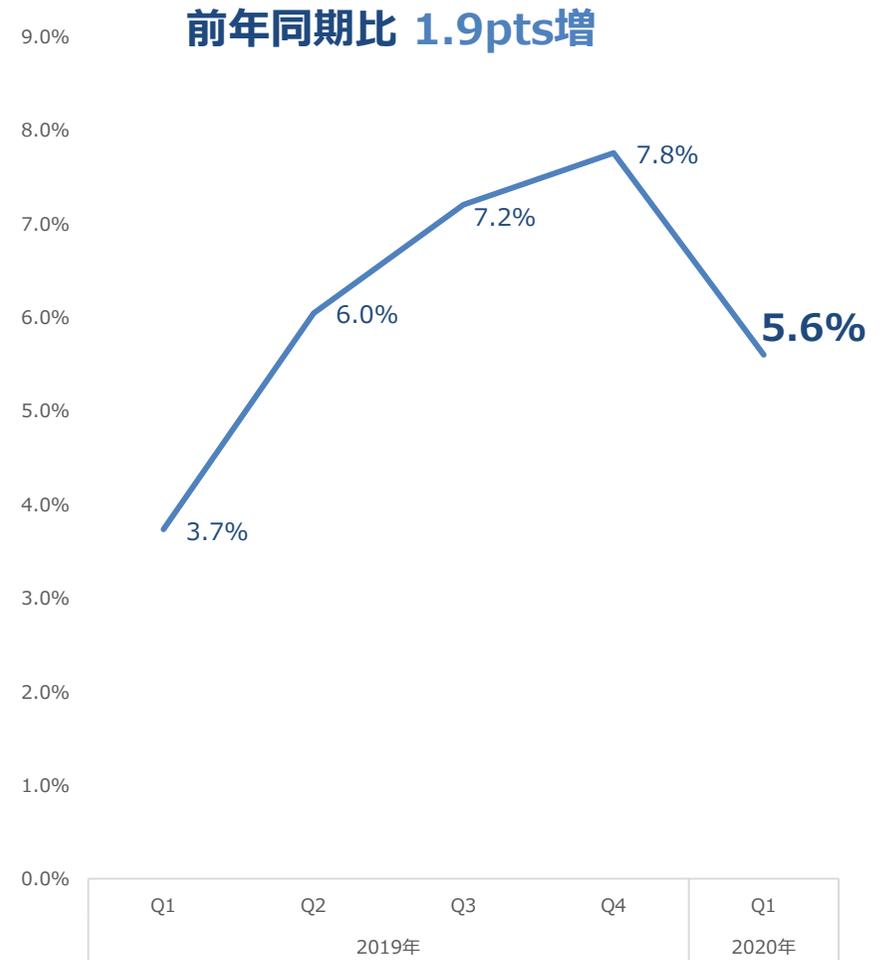
前年同期比に大型受注発生及び新型コロナウイルスによる中国事業低迷の影響により売上減少も、

ストック型売上順調に進捗 前年同期2.3倍、粗利は前年同期1.5倍 粗利構成比1.9pts増

[デジタルシフト売上/成長率]



[デジタルシフト粗利構成比]



* デジタルシフトの定義見直しにより2019年実績は最新定義で算定しております。



| 5. Appendix

事業構造の改革

“広告代理メイン”から“デジタルシフトメイン”へシフト

	これまで	これから
目指す指標	2030年 売上1兆円	2030年 企業価値1兆円 (EBITDA500億×20倍で想定)
主要事業	広告代理事業	デジタルシフト事業
社名	株式会社オプトホールディング	株式会社デジタルホールディングス (7月1日変更予定)
重要KPI	広告代理売上成長率 投資事業のAUM、IRR	デジタルシフト事業売上成長率 デジタルシフト事業粗利構成比



代表取締役会長
鉢嶺 登



代表取締役社長
グループCEO 野内 敦



取締役
蓼田 秀策



取締役（社外取締役/独立役員）
水谷 智之



取締役（社外取締役/独立役員）
柳澤 孝旨



取締役（社外取締役/独立役員）
荻野 泰弘



取締役 監査等委員長
（社外取締役/独立役員）

四宮 史幸



取締役 監査等委員
（社外取締役/独立役員）

岡部 友紀



取締役 監査等委員
（社外取締役/独立役員）

山上 俊夫



取締役 監査等委員
（社外取締役/独立役員）

山本 昌弘



グループ執行役員
グループCEO
野内 敦



グループ執行役員
会長
鉢嶺 登
(株式会社デジタルシフト 代表取締役社長)



グループ執行役員
グループCFO、事業統括担当
加藤 毅之



グループ執行役員
グループCHRO
石綿 純



グループ執行役員
マーケティング大手・準大手担当
金澤 大輔



グループ執行役員
テック&ソリューション担当
石原 靖士

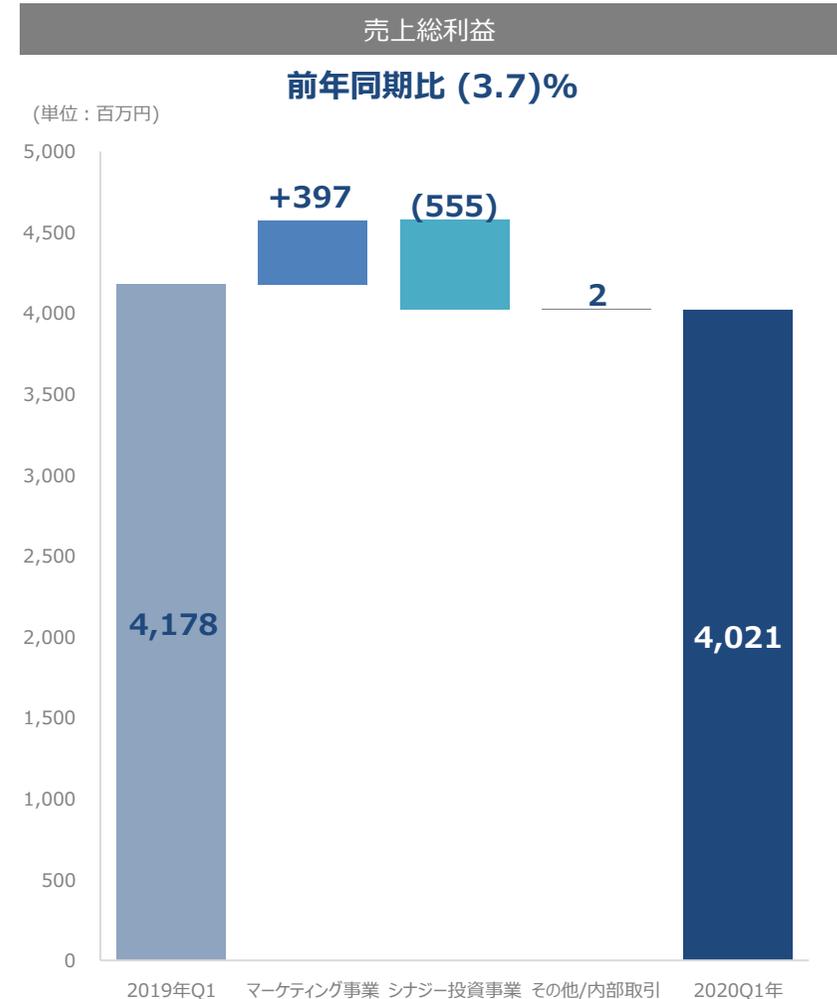
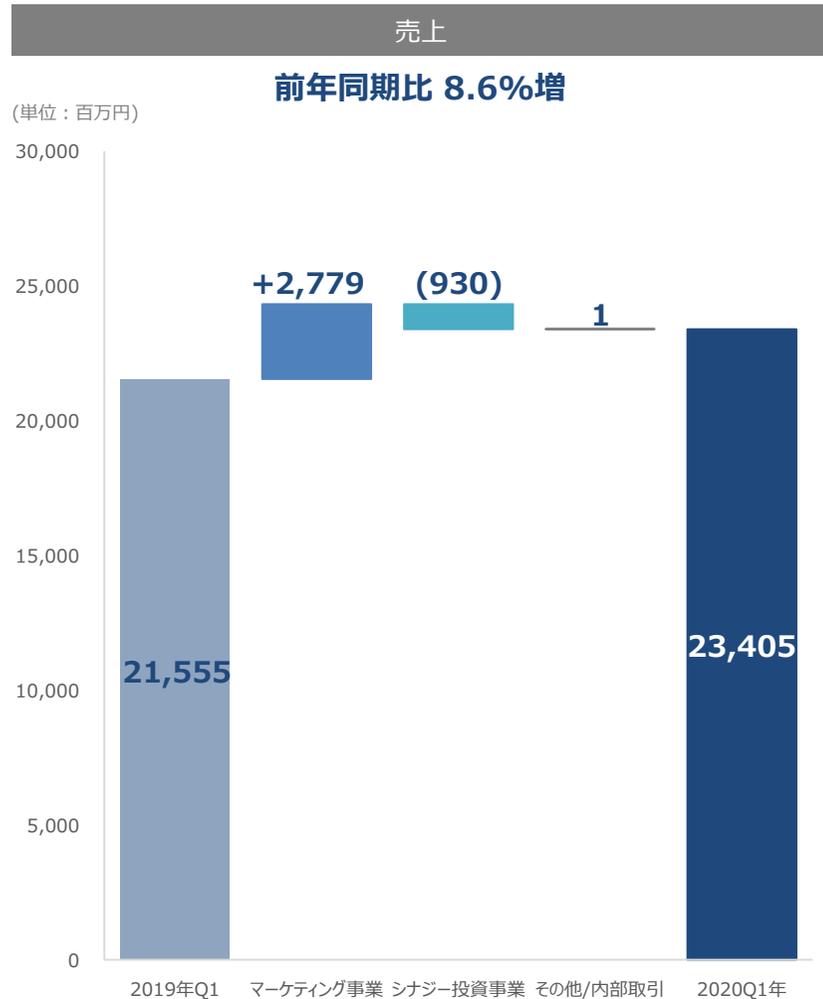


グループ執行役員
株式会社デジタルシフト取締役
投資育成・中国事業担当

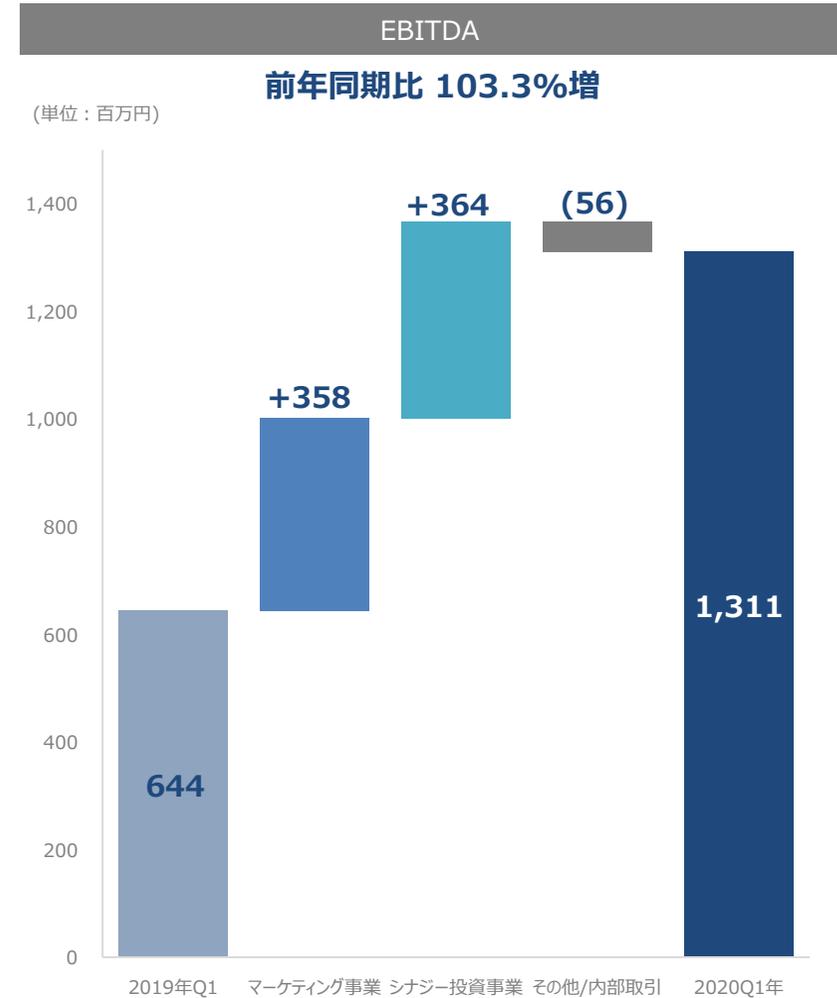
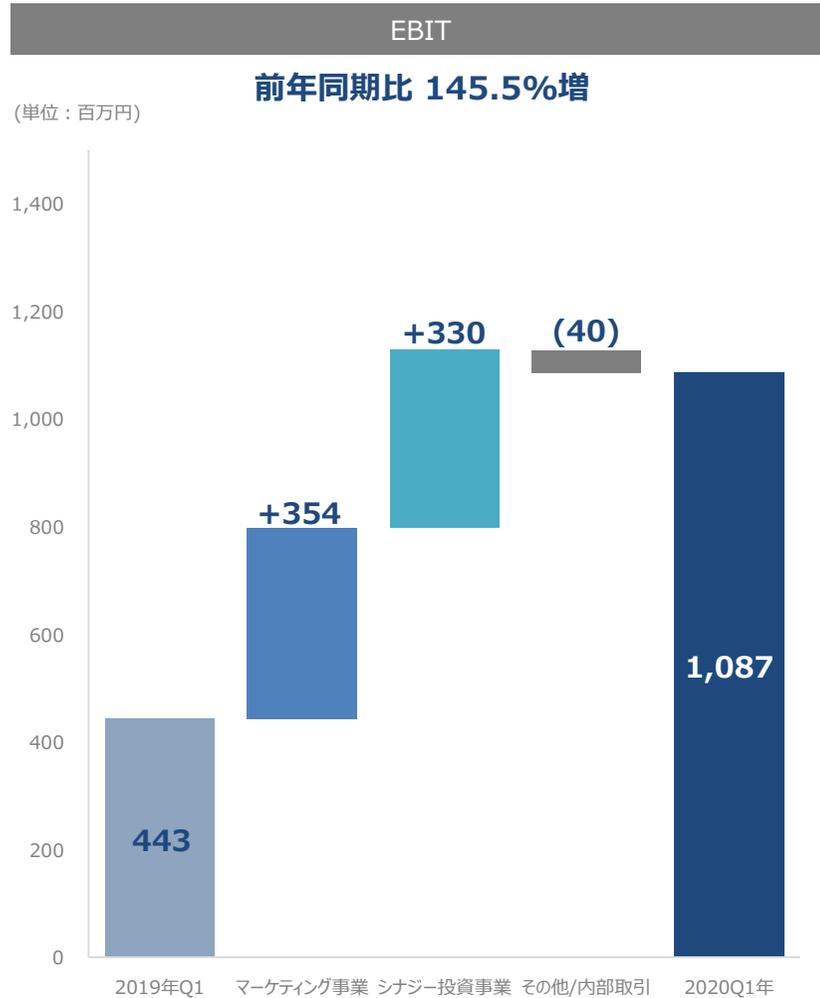


グループ執行役員
AI事業担当
齋藤 秀

- ・マーケティング事業：昨年開拓した顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗し増収増益
- ・シナジー投資事業：前年同期にキャピタルゲイン発生と海外連結子会社売却による連結除外の影響により減収減益



- ・マーケティング事業：昨年開拓した顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗し増益
- ・シナジー投資事業：持分法適用会社ジモティーのIPOによる株式売却売却益（特別利益）計上により増益

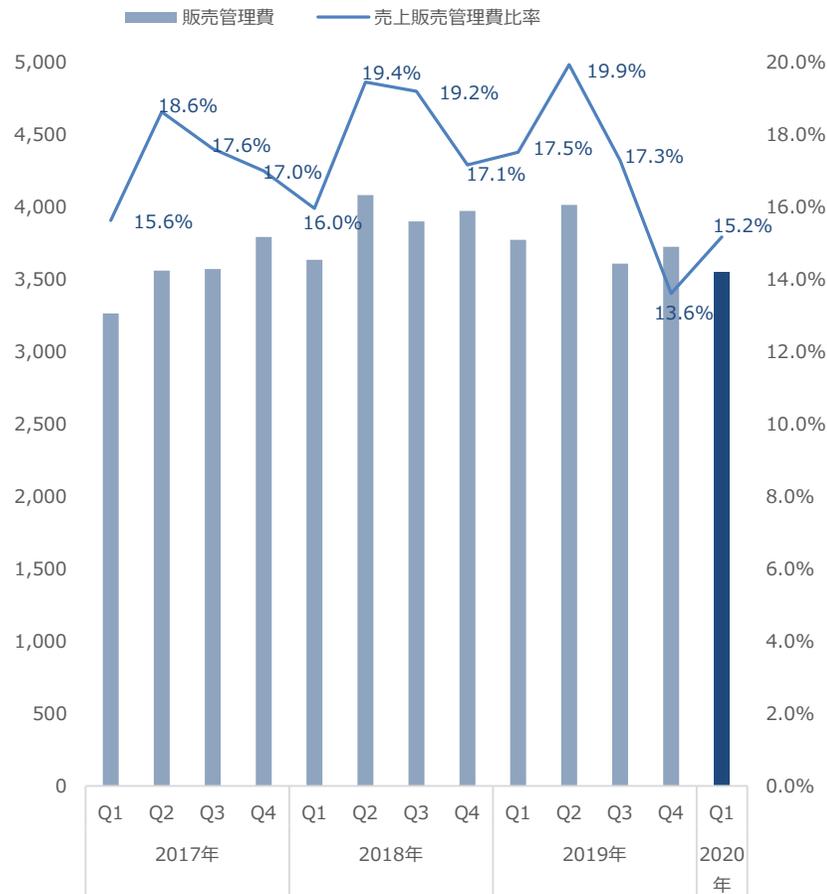


・コストコントロール（主に営業活動経費・採用関連費用等）により販売管理費抑制

販売管理費推移

前年同期比 223百万円減、前四半期比 175百万円減

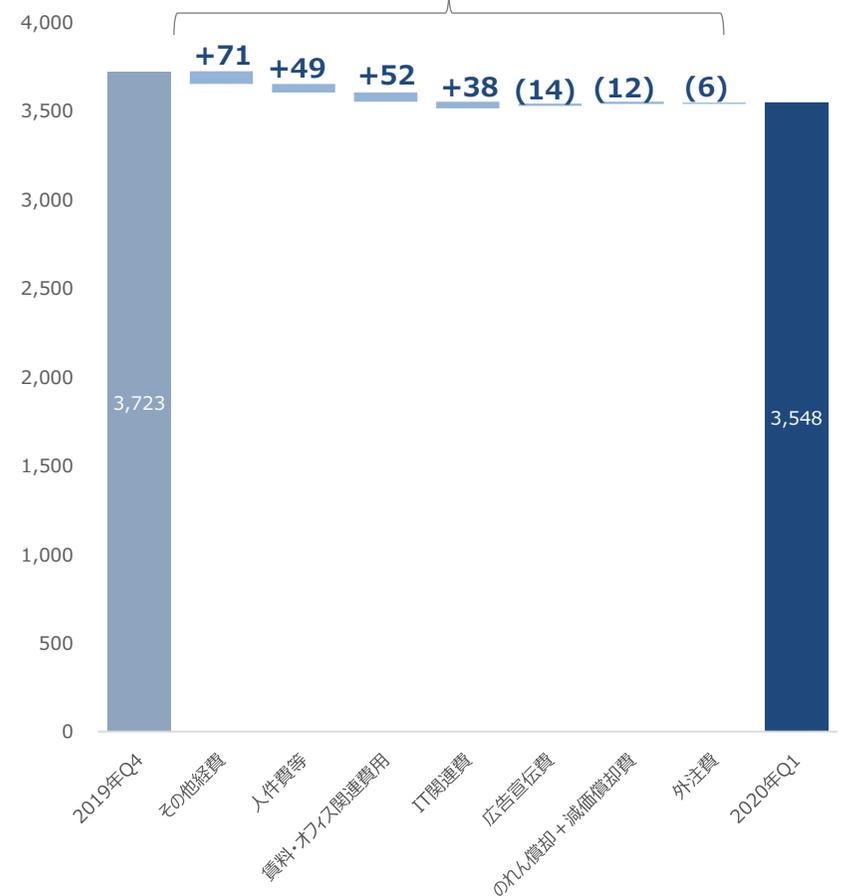
(単位：百万円)



対前四半期比 増減内訳

175百万円減

(単位：百万円)



(単位：百万円)

	2020年Q1	前年比 増減額	2019年Q1
営業キャッシュフロー	(702)	(570)	(131)
税金等調整前当期純利益	1,083	645	438
営業投資有価証券の増減額	(851)	(882)	31
法人税等の支払額	(321)	180	(501)
投資有価証券売却損益（△は益）	(497)	(497)	-
賞与引当金の増減額	(341)	143	(484)
運転資本の増減額	495	309	186
その他	(269)	(468)	198
投資キャッシュフロー	262	636	(373)
投資有価証券の売却による収入	603	552	51
投資有価証券の取得による支出	(197)	(130)	(67)
無形固定資産取得による支出	(192)	(19)	(172)
その他	49	233	(184)
フリーキャッシュフロー	(439)	65	(505)
調整額	-	(177)	177
調整後フリーキャッシュフロー	(439)	(111)	(327)

* 運転資本の増減額 = 売上債権の増減額 + たな卸資産の増減額 + 仕入債務の増減額 + 未払消費税等の増減額

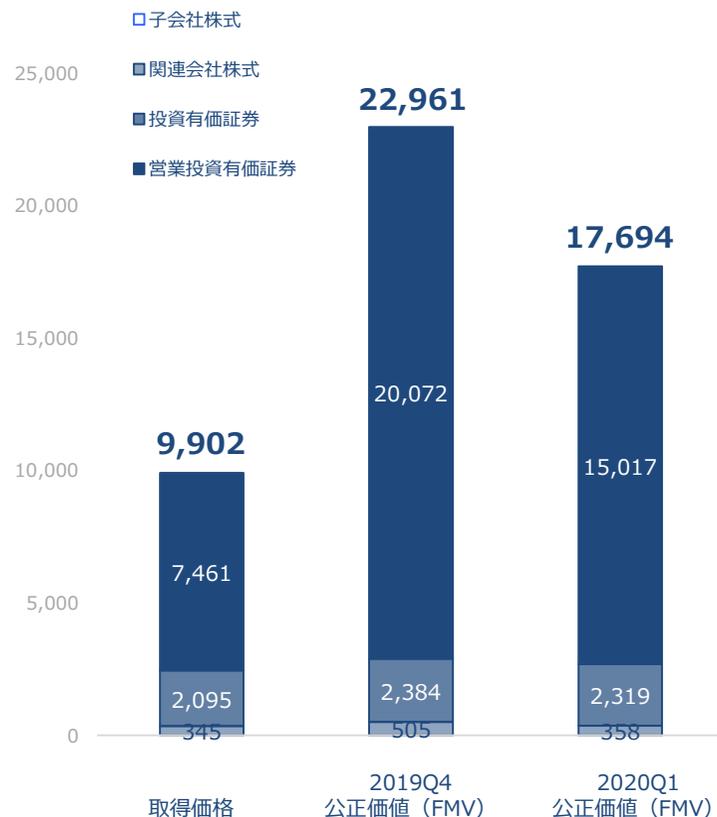
* 調整額 = 一時的な調整項目（2019年Q1：株式会社リレイド（旧スキルアップ・ビデオテクノロジー株式会社）動画配信事業の分割譲渡に係る違約金の支払額）

(単位：百万円)

[AUM (公正価値)]※1

・ **2020年Q1末AUM : 17,694百万円**
(取得価額比 7,792百万円増、78.7%増)

・ 営業投資有価証券ラクシル株式会社株価下落等により、2019年Q4末比 (5,267)百万円



[IRR (内部収益率)]※2

上場企業（ラクシル株式会社等）の時価総額下落等の影響により前Q比減少

2020年Q1	(参考) 2019年Q4末
10.4%	11.8%

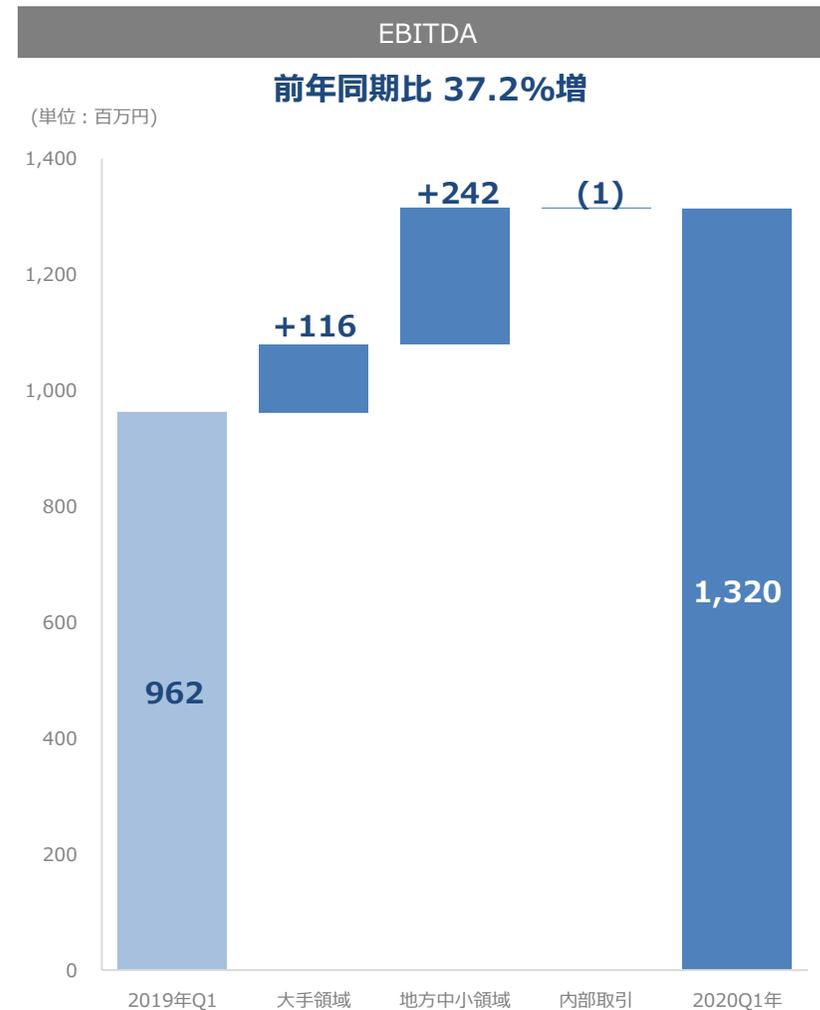
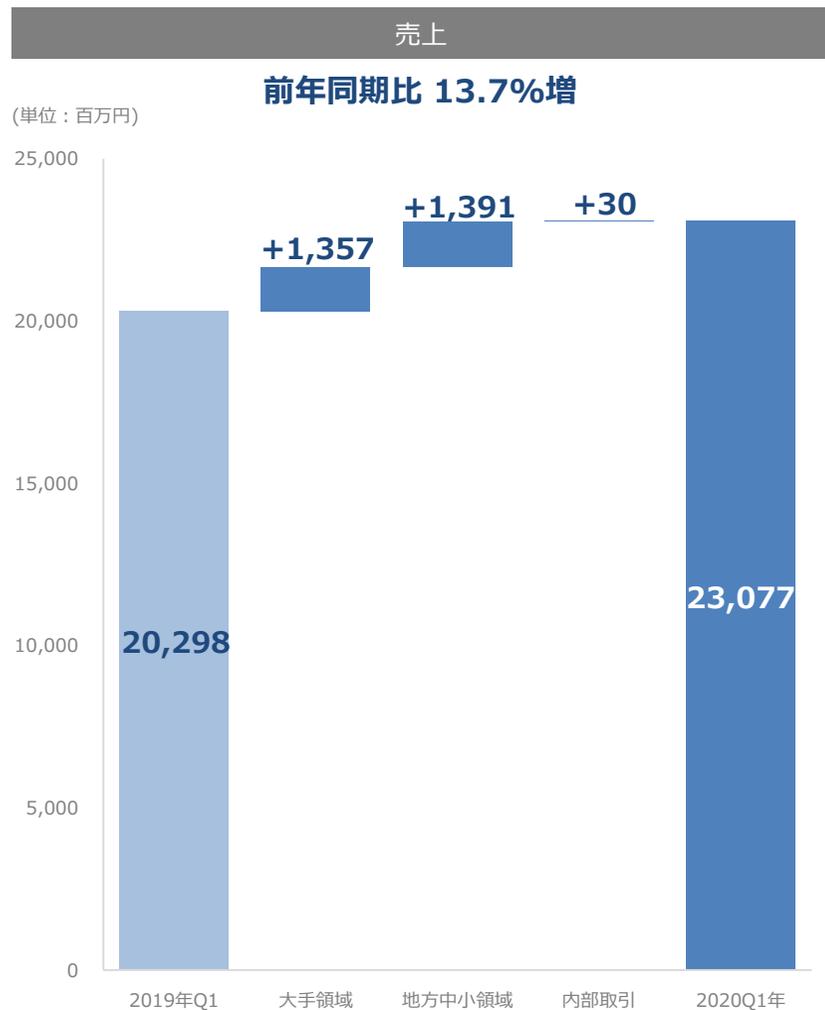
投資成果の透明性を高めることを目的として、2018年Q2より当社投資に係るIRRを開示

* 1 AUM : 子会社株式・関連会社株式の帳簿価額及び営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値(※3)の合計額

* 2 IRR : Internal Rate of Return、内部収益率、定義の詳細はP44参照

* 3 公正価値 : 取引の知識がある自発的な当事者が独立の第三者間取引において資産を交換又は負債を決済する場合の金額

- ・大手領域：昨年開拓した大口顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗
- ・地方中小領域：EC関連顧客を中心とした既存顧客のデジタルマーケティング支援が好調に進捗

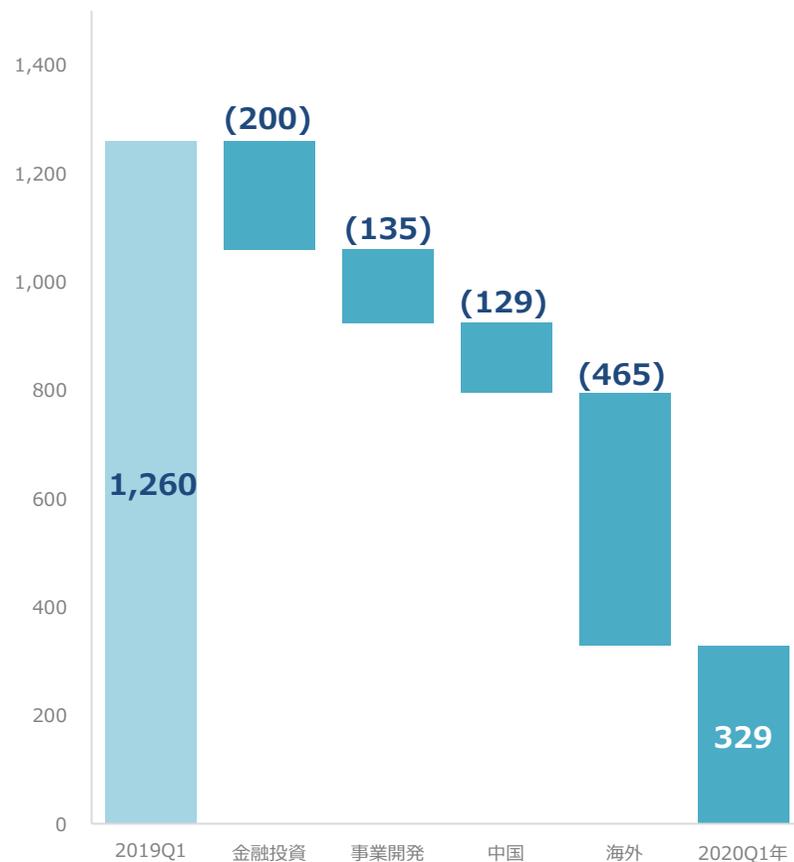


- ・金融投資：売上は前年同期に計上した営業投資有価証券売却益の影響により減収も、持分法適用会社ジモティーの株式売却益(特別利益)計上により増益
- ・事業開発：前年同期に大型案件計上の影響により減収減益も、SIGNATEのオンライン教育は好調に進捗中
- ・中国事業：売上は新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により減収も、前年同期に在庫評価損を計上したことにより増益
- ・海外事業：連結子会社売却による連結除外のため減収減益

売上

前年同期比 (73.9)%

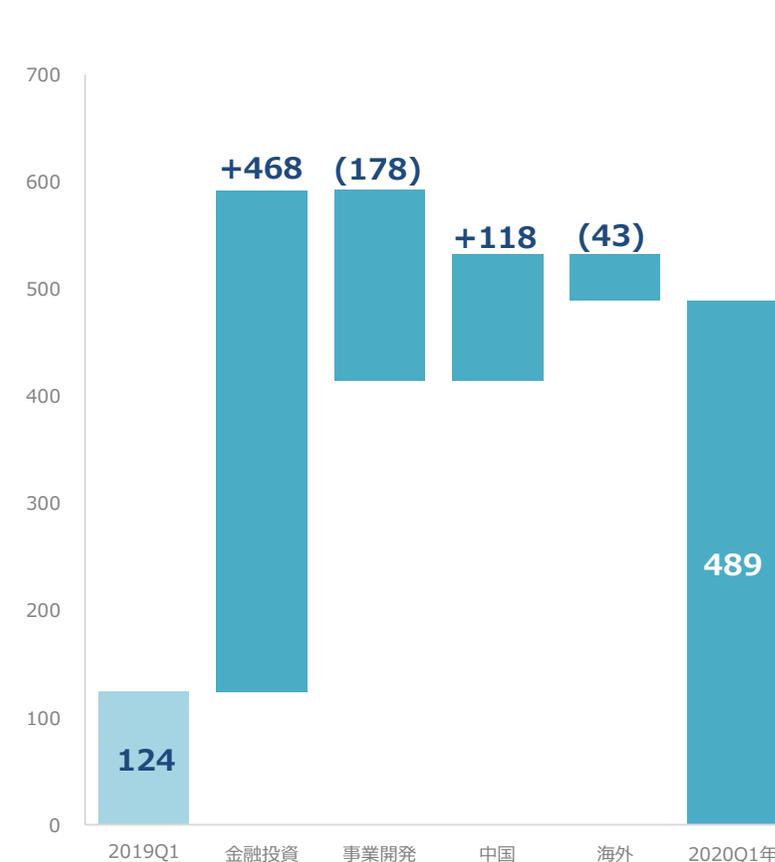
(単位：百万円)



EBITDA

前年同期比 292.7%増

(単位：百万円)



メディア	表彰名	ステータス	
		株式会社オプト	ソールドアウト株式会社
Google	Search Innovation Award※1	—	検索広告部門 受賞
	Growing Businesses Online Awards※2	—	日本国内最優秀賞
	Premier Partner Awards 2019※3	—	ショッピング広告部門 最優秀賞
Yahoo!JAPAN	特別認定パートナー※4	広告運用パートナー	広告運用パートナー
	Yahoo!マーケティングソリューション パートナープログラム※5	★★★★パートナー	★★★パートナー
	検索広告賞※6	—	北海道エリア 1位
	Preferred Partner Program※7	—	ATOM 認定
Criteo	Criteo Certified Partners※8	フォースター(★★★★)	ツースター(★★)
LINE	LINE Ads Platform部門 Sales Partner※9	Silver	・Silver ・Best SMB Partner認定
	LINE Account Connect部門 Technology Partner※9	Diamond	—
	LINE Account Connect部門 Sales Partner※9	Silver	—
Facebook	フェイスブック ジャパンと神戸市が締結した「地域経済・地域コミュニティ活性化に関する事業連携協定のビジネスパートナー」※10	—	ビジネスサポートパートナー 認定
Indeed	2019年上期 戦略商品賞 Featured Employer部門※11	—	第1位

※1 : Google Partners が主催する Premier Partner Awards 2018における Search Innovation Award
 ※2 : 世界規模で行われるGoogle AdWords代理店のコンテストで、代理店の中でもプレミアバッジ保有の代理店を対象にしたAward
 ※3 : デジタルマーケティングにおいて、検索広告、アプリ広告、動画広告、ディスプレイ広告、ショッピング広告、オンライン ビジネスの成長などの領域で、革新をもたらした企業を表彰するアワード
 ※4 : ヤフー株式会社が認定する「Yahoo!マーケティングソリューション パートナープログラム」内の専門性が必要なマーケティング手法・広告運用を実行している「特別認定パートナー」
 ※5 : ヤフー株式会社が、広告効果の最大化に向けてYahoo! JAPANの広告商品・サービスを総合的に活用し、広告主のマーケティング活動を支援した実績のあるパートナーに対して認定するプログラム。
 ※6 : ヤフー株式会社が主催する、広告商品を継続的に販売した代理店を認定する「検索広告賞」
 ※7 : ヤフー株式会社が展開する、Yahoo!プロモーション広告の運用効率化支援制度「Preferred PartnerProgram(プリファード・パートナー・プログラム)」
 ※8 : CRITEO株式会社が提供する広告商品を継続的に販売し認定テストをクリアした代理店を認定するCriteoCertified Partners (スター代理店制度)
 ※9 : LINE株式会社が提供する各種法人向けサービスの販売・開発のパートナーを認定する「LINE Biz-SolutionsPartner Program」部門の賞
 ※10 : フェイスブック ジャパンと神戸市が締結した「地域経済・地域コミュニティ活性化に関する事業連携協定のビジネスサポートパートナー」
 ※11 : Indeed Japan株式会社が提供する「Featured Employer(注目の企業)」の提案/運用における功績を表彰する賞

■ グループにおける活動（1 / 3）

COVID-19 Challenge

SIGNATE COVID-19 Challengeを開催

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染対策や治療方針の策定支援のため、
データサイエンティストの叡智を結集したチャレンジを開催

プロジェクト概要

データサイエンティストの叡智を結集し、日本国内のCOVID-19罹患者と患者間の関係データに関する、マシンリーダブルかつデータ分析に適した最大規模のデータセットの構築と、そのデータの分析により導かれる感染実態等のインサイト抽出を目指す

スケジュール

2020年3月19日にチャレンジ開始し、データ整備はCOVID-19の日本国内収束（新規罹患者数0）になった時点まで実施を継続する予定

* 本活動における成果は営利・非営利を問わず自由に利用可能なライセンス形態で公開中

COVID-19 Challenge <https://signate.jp/covid-19-challenge>

■ グループにおける活動（2 / 3）

DIGITAL SHIFT

緊急開催 経営者向けオンラインセミナー開催

「明日からすぐできるリモートワーク／テレワーク対策はこれだ」

～新型コロナウイルス対策の支援として、
グループの実践事例に基づいたノウハウをご紹介～

デジタルシフト支援の問い合わせ/引き合い急増

緊急開催にも関わらず、緊急開催にも関わらず、100名を超える申し込みで大反響

4月1日新体制でスタートした株式会社デジタルシフトにてオンラインセミナー開催

セミナー参加者の声

- ・オプトグループの実践事例を紹介していただきイメージが沸いた。（人材・教育関連）
- ・環境は整っているものの有効活用が出来ていなかった。早速明日から実践してみようと思う。（メーカー）
- ・まず出来ることから始めることが大事だと実感した。（不動産関連）
- ・中長期視点で本格的にデジタルを活用し働き方を改革する必要性を感じた。（サービス関連）

会社概要

- ・会社名：株式会社デジタルシフト
- ・役員：代表取締役社長 鉢嶺登
- ・事業内容：デジタルシフトに関わる各種支援業務
- ・事業開始：2020年4月1日

株式会社デジタルシフトアカデミーから社名変更、
新体制でスタート

■ グループにおける活動（2 / 3）

DIGITAL SHIFT

ポストコロナを見据えた経営・ビジネスセミナー

デジタルシフトニーズ急増により、 株式会社デジタルシフトでは今後も継続してセミナーを開催

5月13日16時より開催

WithコロナとAfterコロナ時代におけるデジタルシフト戦略



▼本セミナーのポイント

- ・アメリカ、中国の最新の潮流から日本の進むべき活路とそのヒントを見出す
- ・「ポストデジタル資本主義」の本質と、経営者として取るべき行動を理解する
- ・経営者自身と組織をアップデートする具体的な方法を知る

ご参加希望の方は以下からご参加ください。

https://zoom.us/webinar/register/1715883206670/WN_XofEiB1SRdu-_64-hakXJg

5月15日17時より開催

グローバルメガテック「アリババクラウド」による最新事例をご紹介



DIGITAL SHIFT 5/15開催!
ポストコロナを見据えた**世界最先端**
ビジネストrendセミナー
(-) Alibaba Cloud
グローバルメガテック「アリババクラウド」による
最新事例をご紹介

▼本セミナーのポイント

- ・中国を牽引するメガテック「アリババクラウド」による中国の最先端事例の紹介
- ・ポストコロナに自社がどう対応すべきか？のヒントを得ることができる
- ・アリババクラウドを活用した具体的なデジタルシフトの方法を理解することができる

ご参加希望の方は以下からご参加ください。

https://zoom.us/webinar/register/6415888290732/WN_zJHdlZ6iTdKFsB5QOrhIow

■ グループにおける活動（3 / 3）



その変革に勇気と希望を

DIGITAL SHIFT TIMES

Digital Shift Timesでは、企業の変革を進めていく上で必要な情報提供に加え、
新型コロナウイルスに関連した働き方・生活・世界の動向等の情報を積極的に配信

【働き方】 リモート面接関連記事

リモート実現・効率化だけじゃない、
ライブ面接/録画面接で人はもっと全機現できる



リモート面接・説明会の副次効果、学生の質問数が
10倍に—コロナがもたらした採用活動の変化とは？



【生活】 家での過ごし方関連記事

人気急上昇中のおうちフィットネススタジオ
「SOELU」。
既存のビジネスモデルを、デジタル化で新しい事業に。



お家から出られない今、オンラインでできる楽しみ方



【世界の動向】 中国医療教育関連記事

新型コロナウイルス感染症に対抗する中国の
教育現場 デジタル活用は怎么样了？



コロナウイルス問題にデジタルで挑む中国の医療現場



- 1) 子会社株式及び関連会社株式は帳簿価額とする。
- 2) 営業投資有価証券及び投資有価証券は以下の区分に基づいて評価算定を行う。

区分	評価方法
① 投資額が少額な銘柄	取得価額で評価
② 上場銘柄	市場価格で評価
③ 直近でファイナンスのある銘柄(①～②を除く)	当該ファイナンス価額で評価
④ 上記以外の銘柄	事業状況によりマルチプル法※1/DCF法※2/純資産法※3に分類して評価

※1 マルチプル法

情報分析ツール等で競合他社が設定されている銘柄はマルチプル法で評価

※2 DCF法

情報分析ツール等で競合他社が設定されていない銘柄でかつ、KPI等を算定基礎とした合理的な事業計画が取得できる銘柄はDCF法で算定し、実績と事業計画に乖離がある場合は計画達成率を乗じて評価

※3 純資産法

明確な事業計画が入手できない銘柄、又は継続企業的前提に疑義ある銘柄、マルチプル法/DCF法を用いた算定結果が持分純資産を下回る銘柄は純資産法で評価

なお、2020年度より公正価値については、あずさ監査法人の助言は受けておりません。

項目		内容
算定対象銘柄		2003年から2020年3月末までに投資した営業投資有価証券、投資有価証券、子会社株式、関連会社株式を対象
算定基準日		2020年3月末
算定方法	減損銘柄	減損時の純資産額で売却したと仮定して算定
	ファイナンスがある銘柄	直近1年以内にある銘柄は当該ファイナンス価額で売却したと仮定して算定
	上場銘柄	算定基準日の時価で売却したと仮定して算定
	ファンド銘柄	2020年3月末までの回収額と2020年3月末の簿価を用いて算定
	上記以外の銘柄	売却/減損/ファイナンス/IPO等により取得価額に変動がない銘柄は、算定基準日に取得価額で売却したと仮定して算定
法人税の取り扱い		法人税を考慮

本資料に掲載されている情報は、当社の事業内容、経営方針・計画、財務状況等をご理解いただくことを目的として、細心の注意を払って掲載しておりますが、その正確性、完全性、有用性、安全性等について、一切保証するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、いかなる情報も投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資等に関する最終ご判断は、利用者ご自身の責任において行われるようお願いいたします。なお、本情報を参考・利用して行った投資等の一切の取引の結果につきましては、当社では一切責任を負いません。

本資料に掲載されている情報のうち、過去または現在の事実以外のものについては、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断による将来の見通しであり、様々なリスクや不確定要素を含んでおります。したがって、実際に公表される業績等はこれら種々の要因によって変動する可能性があることをご承知おきください。