

成長可能性に関する説明資料

バーチャレクス・コンサルティング株式会社
証券コード：6193

2016.6



Contents

- 1 会社紹介
- 2 事業と業績の推移
- 3 事業の特徴
- 4 今後の成長戦略

1

会社紹介

当社の概要および企業理念についてご紹介いたします

Our Philosophy

『消費者・企業・働く人が満足するビジネスの仕組みを創造すること』により、
働いて満足、消費して満足という好循環の社会作りに貢献する

Our Mission

クライアント企業のビジネスの結果に貢献する

Our Vision

顧客接点領域の最適化企業としてNo.1になる

1.2 会社概要および代表者

会社概要

- 商号 バーチャレクス・コンサルティング(株)
Virtualex Consulting, Inc.
- 主な事業 企業と顧客の接点（チャンネル）の最適化のための
ソリューション提供
- 代表者 丸山栄樹（代表取締役社長）
丸山勇人（代表取締役）
- 主要株主 シンプレクス(株)
丸山栄樹
丸山勇人
従業員持株会、他
- 設立 1999年6月
- 資本金 493,783,200円（2016年3月31日現在）
- 本社所在地 東京都港区虎ノ門
- 従業員人数 700名(2016年3月31日現在)
※契約社員、アルバイト、連結従業員数含む
- グループ会社 バーチャレクス九州(株)
コールセンターを中心としたアウトソーシング
サービス提供（所在地：佐賀県佐賀市）



代表取締役社長 CEO

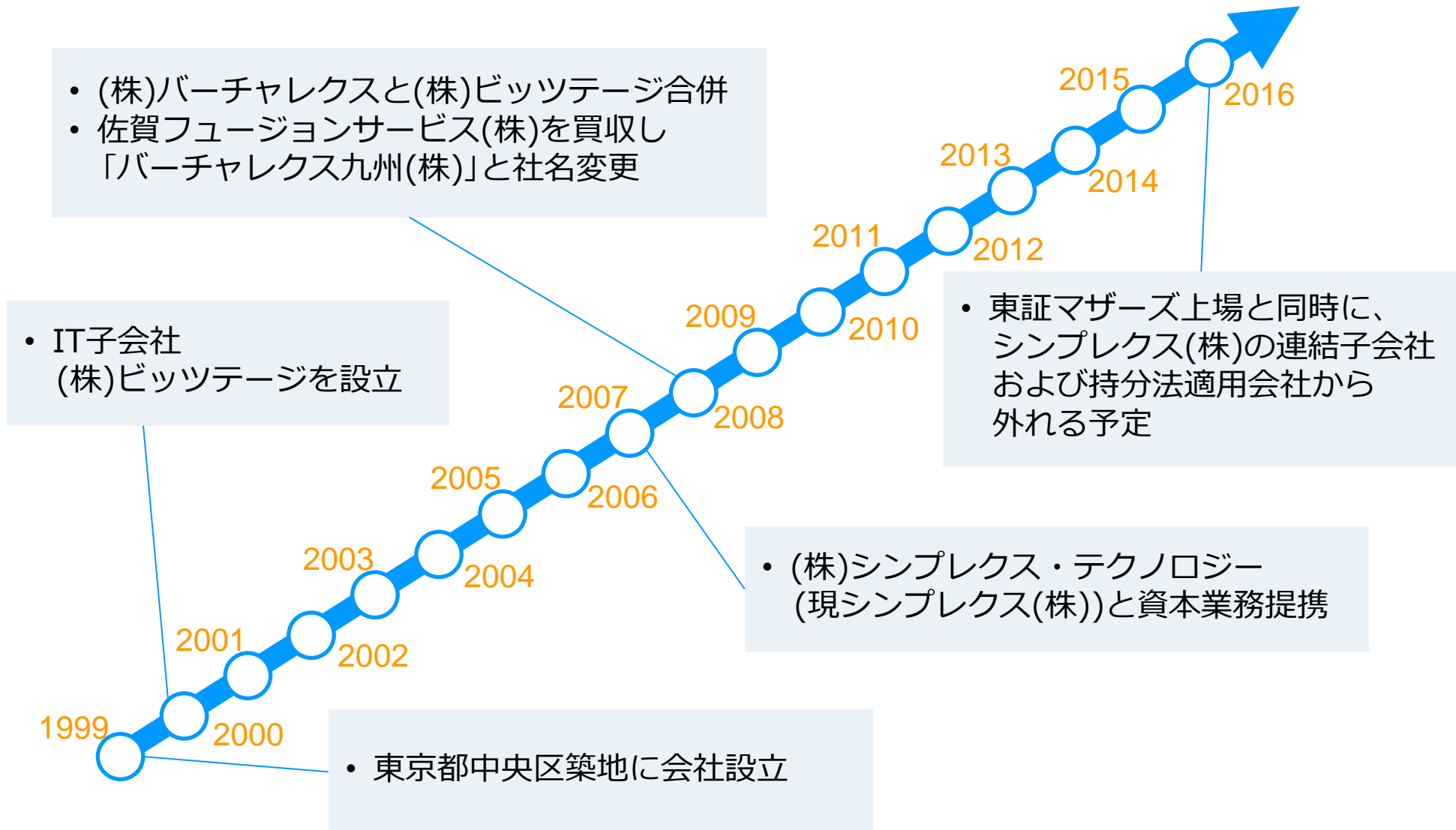
丸山 栄樹（まるやま えいき）

東京理科大学工学部卒業。

アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア)入社後、主にIT化、業務・組織改革に関するコンサルティングに従事。独立後、1999年に(株)バーチャレクス設立。

2008年、(株)バーチャレクス、(株)ビッツページ合併により、バーチャレクス・コンサルティング(株)代表取締役社長就任。

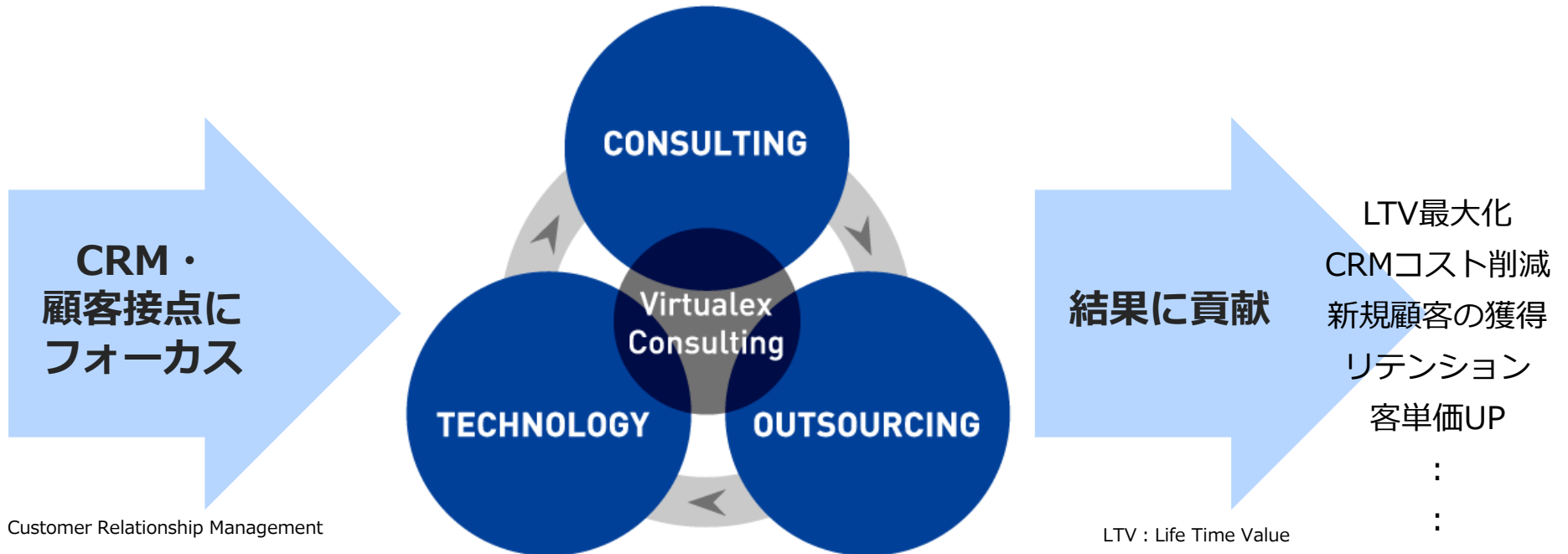
1.3 会社沿革



1.4 事業概要

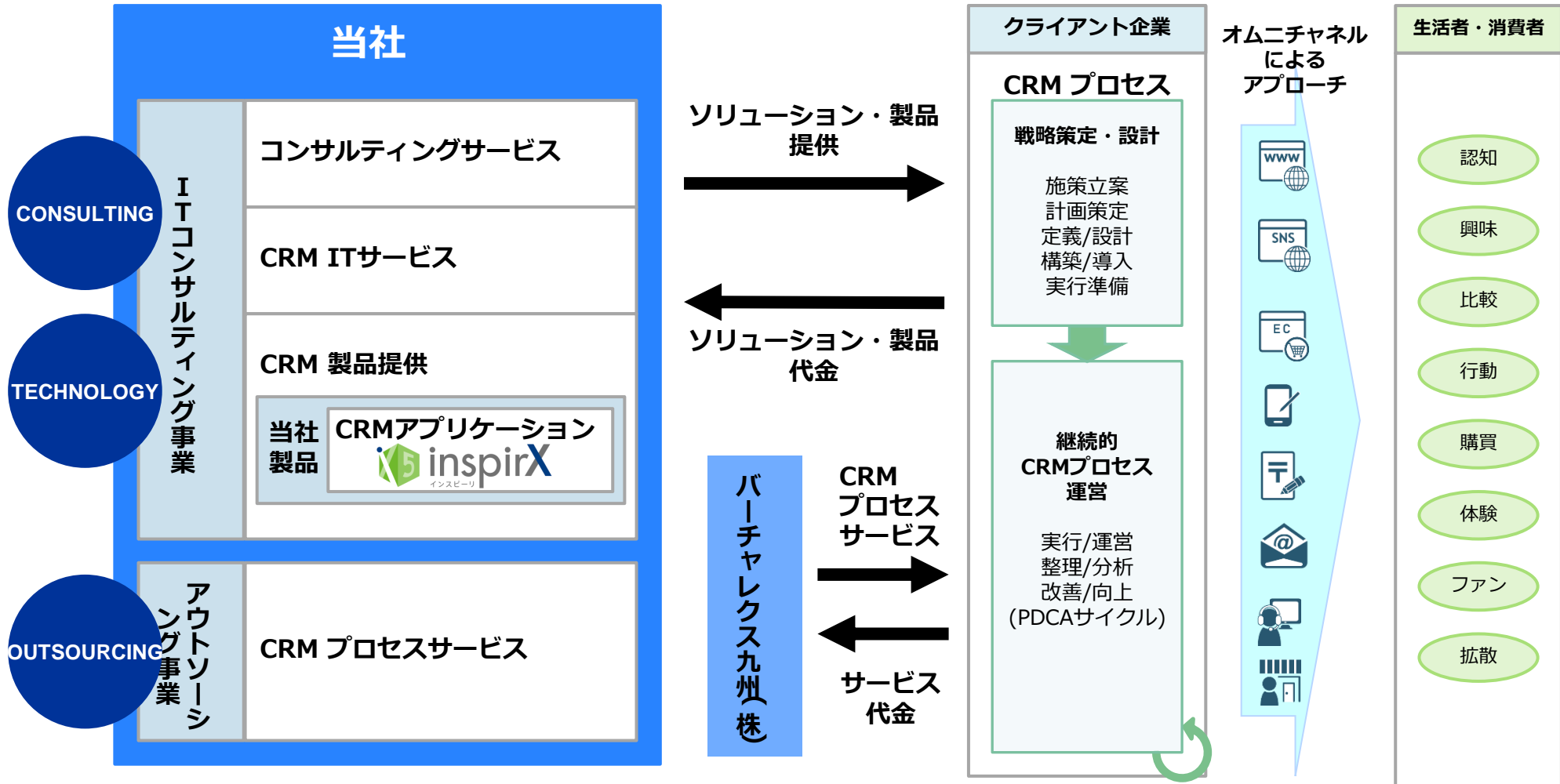
- 企業と顧客の接点（CRM）領域で「クライアント企業のビジネスの結果に貢献」
 - ✓ 顧客接点とは？ コールセンターを中心とした企業と顧客がやりとりを行うチャネル
電話、Web、携帯・スマホ、メール、ショートメッセージ、Lineなど
 - ✓ 結果とは？ 企業が求める結果とは顧客単価の増加、顧客対応コストの削減、解約率の低減など
- Virtualexは「コンサルティング」「テクノロジー」「アウトソーシング」の3つのスキルを融合
 - ✓ コンサルティング：上流工程で行うCRM戦略計画などを策定することなど
 - ✓ テクノロジー：主にコールセンターで企業が使うソフトウェアを自社製品として開発して販売
 - ✓ アウトソーシング：主にコールセンターを中心として現場業務を受託し当社社員が顧客対応を実施

3つのコアスキルを融合



1.5 事業系統図

- クライアント企業のCRMプロセスを4つのサービスラインでトータルに支援



1.6 現在およびこれまでの取引先

■ 大手有名企業の実績が豊富

某大手通信会社

3000名以上で当社ソフト製品を活用

某大手
証券会社

某大手
電機メーカー

某大手カード会社

600人以上が当社ソフト製品を活用

某大手
旅行会社

オンライン証券

某大手鉄道会社

利用者向けコールセンターの企画構築
コンサルティング
駅の業務負担軽減と利用者サービスの向上

某大手
コピー会社

自動車メーカー

当社ソフトウェアパッケージは累計200以上に導入
コンサルティングの上流からアウトソーシングの実施までワンストップで実施できる唯一の企業として
大企業から指名されビジネスを実行

2

事業と業績の推移

当社の事業と業績の推移をご説明いたします

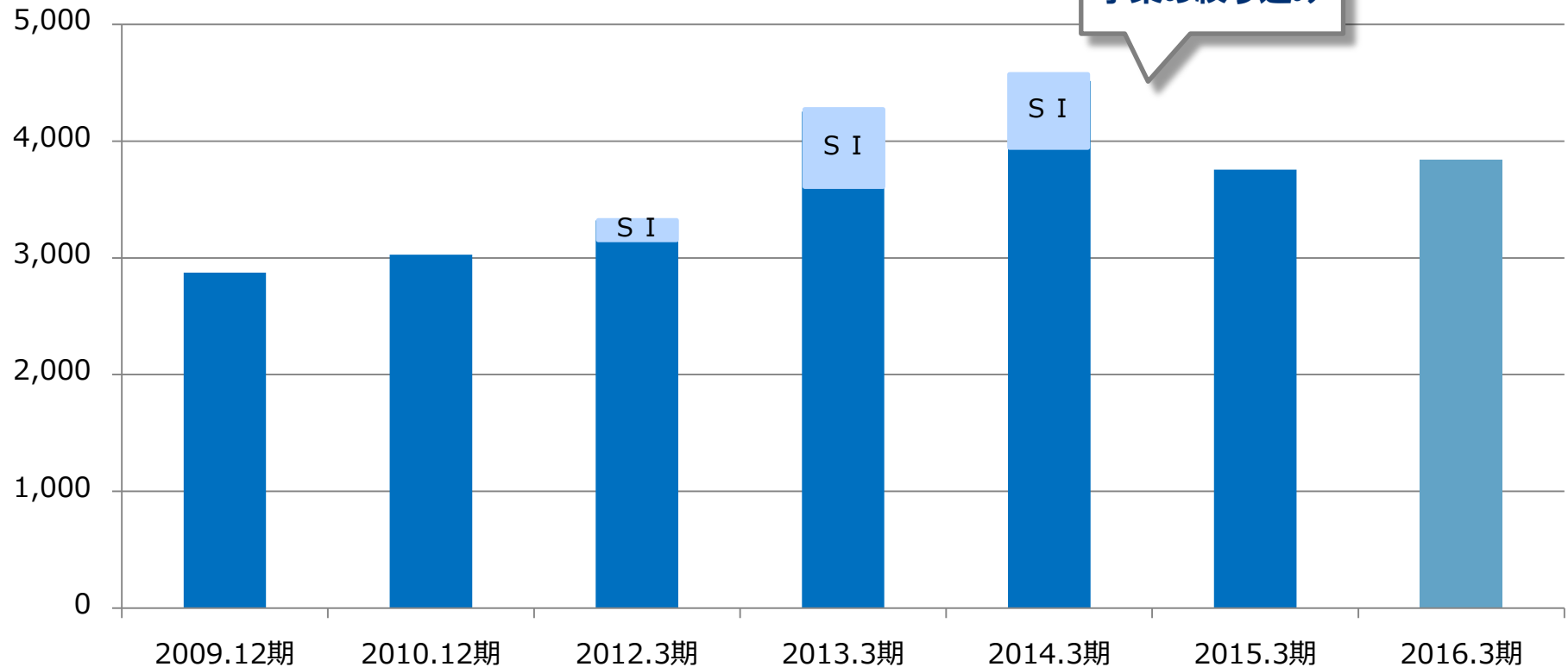
2.1 事業絞り込みと売上高推移

■ 2014.3期からの売上の落ち込みは積極的/前向きな事業の絞り込みを行った結果

- ✓ S I 事業からの撤退 S I ビジネスは収益性が悪く、不採算化するリスクが存在 → 撤退
- ✓ C R M 領域に集中 そもそも当社の強みである C R M 領域に経営資源を集中させる施策を実施
- ✓ 売上の減少 結果として売上は縮小したが、集中した C R M 関連事業は 3 倍に成長 (次ページ)

売上高推移

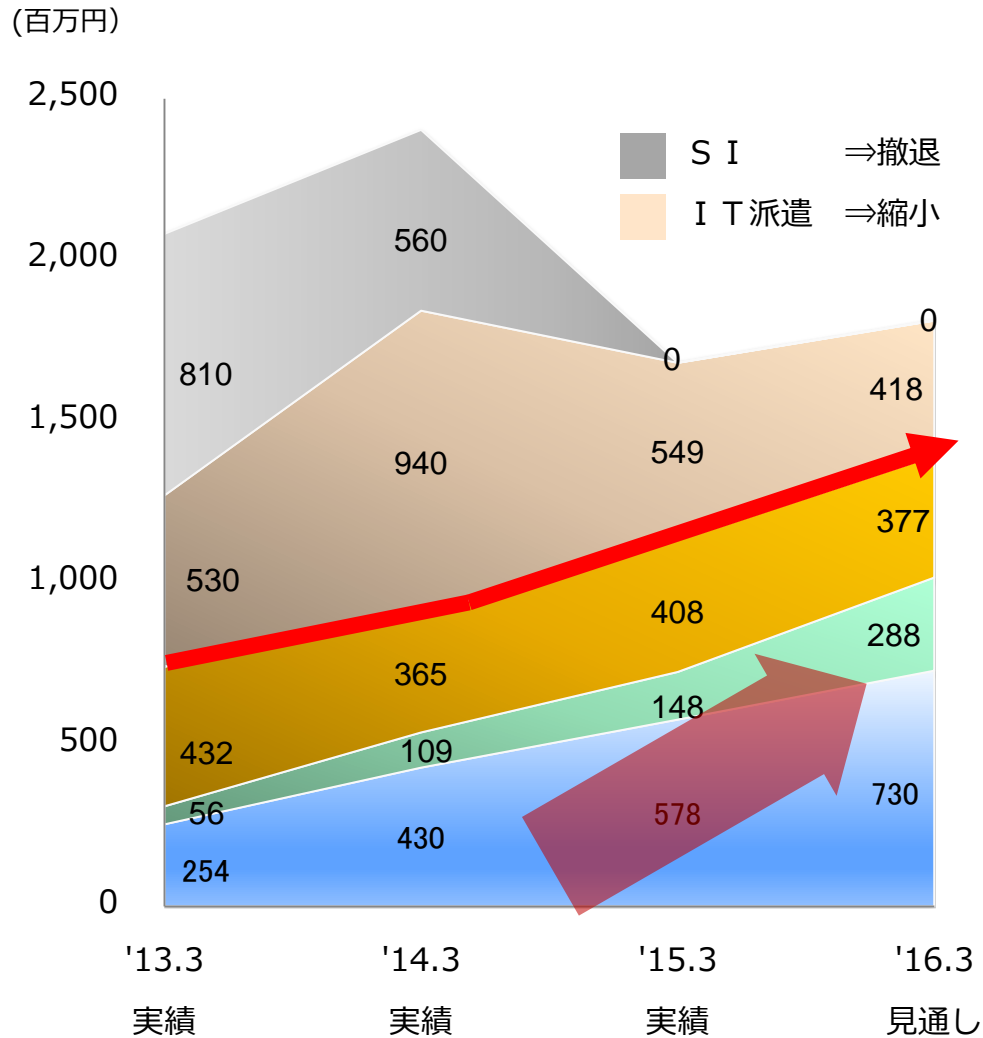
単位：百万円



※2014年3月期から連結決算作成

2.2 CRM事業の業績成長

売上構成推移 - IT&コンサルティング事業 -



3年間で売上3倍

13.3期： 310百万円



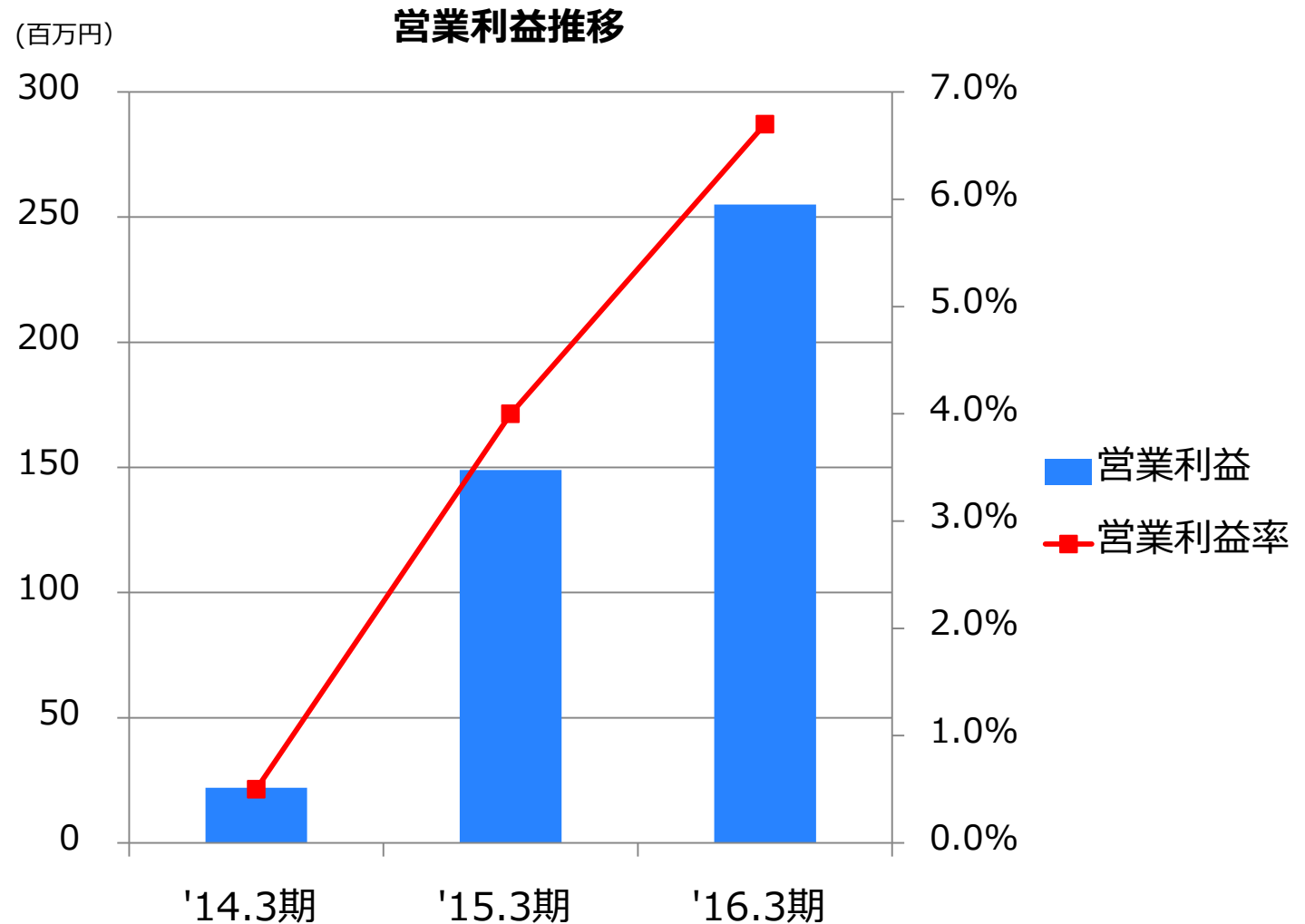
16.3期： 1,018百万円

(■ デジタルマーケ+ ■ CRM/製品・コンサル)

- CRM/ITサービス
- デジタルマーケ
- CRM/製品・コンサル

2.3 連結業績推移

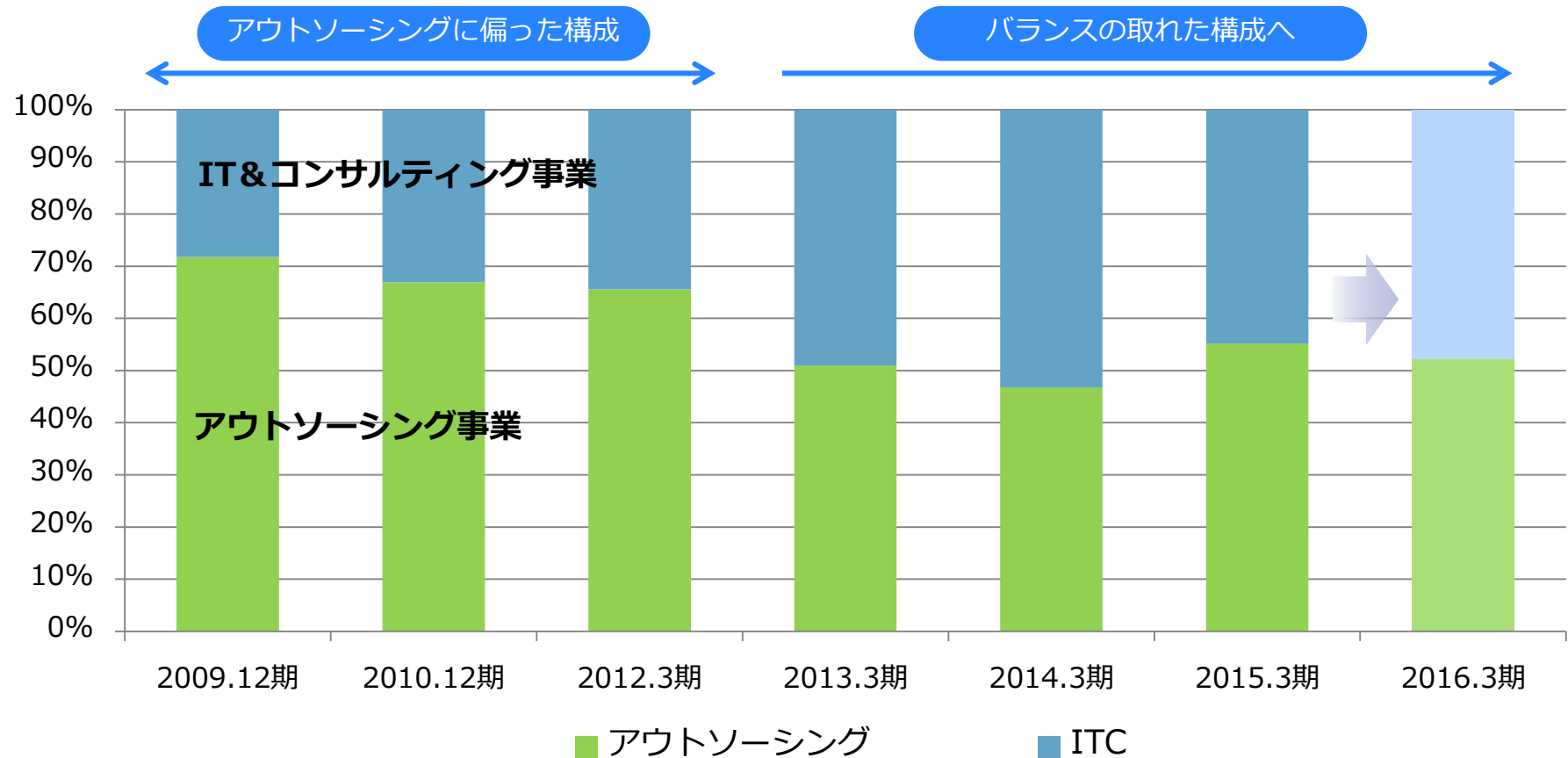
- CRM絞り込み施策により、マザーズ上場に見合う成長性や収益性を持った企業体質への転換成功



2.4 事業構成比率の推移

- ITC事業の強化および絞り込みによりアウトソーシング事業との事業構成比率はほぼ半々にバランス

売上高構成比率の推移



3

事業の特徴

当社の事業の特徴をご説明いたします

3.1 事業の特徴

- CRM関連市場において3つのコアスキルを融合化させることにより、当社事業は以下の特徴を有する。

当社コアスキルセット



事業の特徴	
①	サービスの連続性とワンストップサービス
②	企業課題に応じた仮説検証の短サイクル運営
③	ストックとフローのハイブリッド型ビジネスモデル

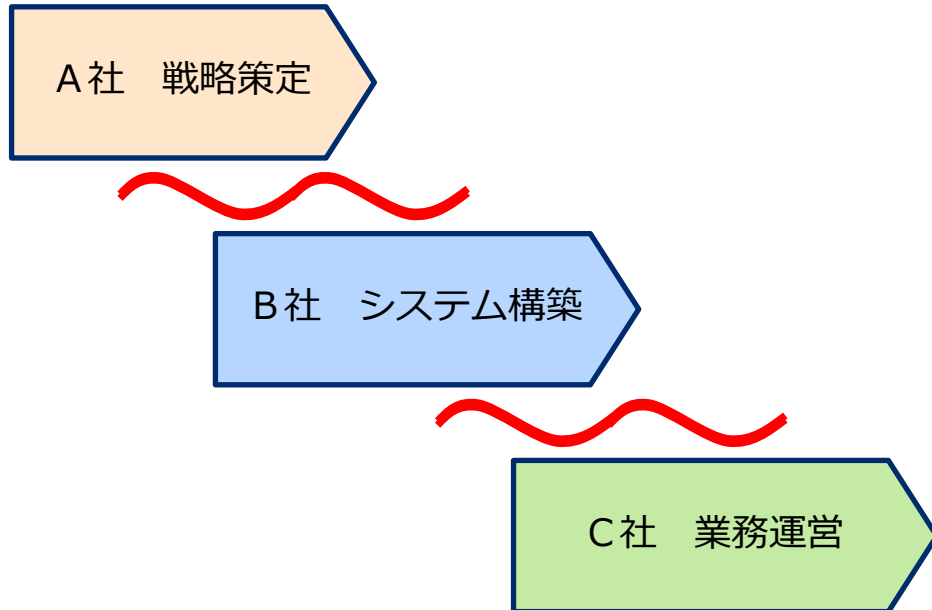
3.2

事業の特徴① サービスの連続性とワンストップサービス (1/2)

- 当社はワンストップでのサービスでクライアントに期間とコストの両面のメリットを提供

一般的なアプローチ

各領域のプレイヤーは別々
それぞれコンペして業者選定



ワンストップでのアプローチ (当社)

3スキルを持つ当社は
ワンストップでサービス提供

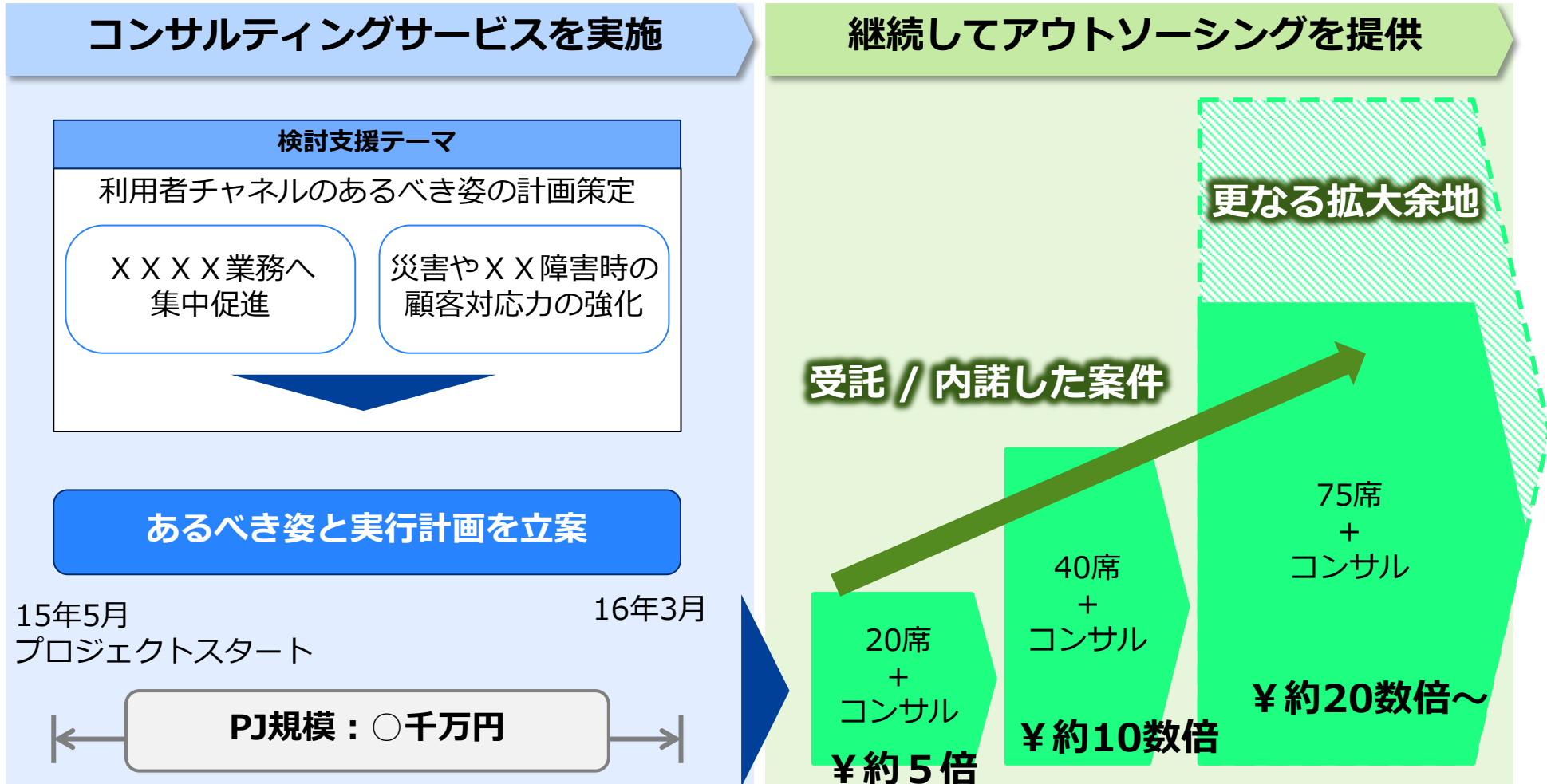


- ⇒ プロジェクト期間の短縮
- ⇒ 重複調整コストの削減
- ⇒ 戦略の高速回転化

3.2

事業の特徴① サービスの連続性とワンストップサービス (2/2)

- **事例**
 - ✓ 少人数のコンサルタントでクライアント事業の深い理解とあるべき顧客対応チャネルの計画作りを実施
 - ✓ コンサルティング会社としてコンサルティングビジネスの拡大が狙いではなく後のストックビジネスの受注獲得につなげる
 - ✓ アウトソーシングはストックビジネスとして積み上がるビジネスであり、コンサルティングの売上の数十倍



3.3 事業の特徴② 企業課題に応じた仮説検証の短サイクル運営

■ チャンネル・コンテンツ・タイミングの最適化には仮説検証サイクルが必須

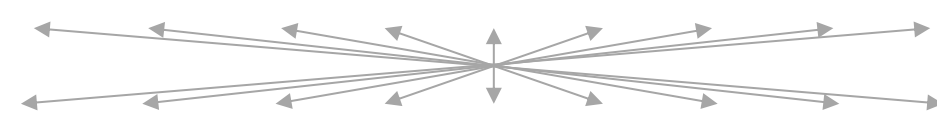
生活者・消費者



認知 興味 比較 行動 購買 体験 拡散



多様化するチャンネル



企業



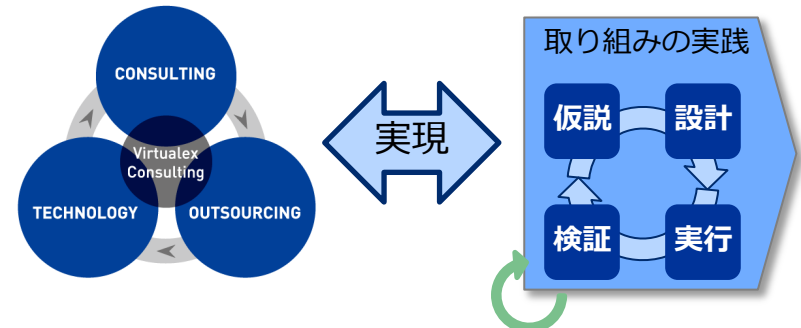
顧客戦略
計画・設計

CRM業務プロセス実施

IT基盤整備

評価・分析

デジタルマーケティングには
チャンネル・コンテンツ・タイミングの
最適化が必須



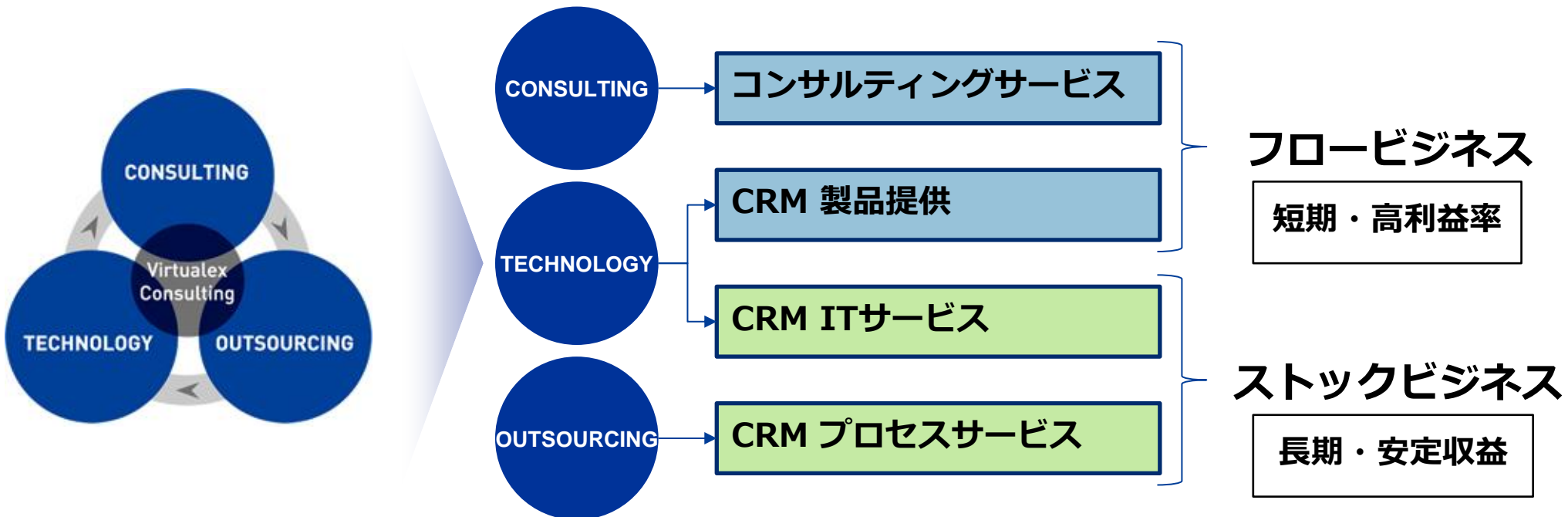
仮説検証型で業務を実施しなければ
最適な答えにたどり着かない
仮説検証型のチーム編成には
3つのコアスキルが必要

3.4 事業の特徴③ ストックとフローのハイブリッド型ビジネスモデル (1/2)

■ フロービジネスとストックビジネスのハイブリッド型

3つのコアスキル

ストックとフローの事業構成



フロービジネス : 売上は契約単位で計上されるが継続的なビジネスにはならない
 ストックビジネス : 解約されない限り毎月売上が立つビジネス

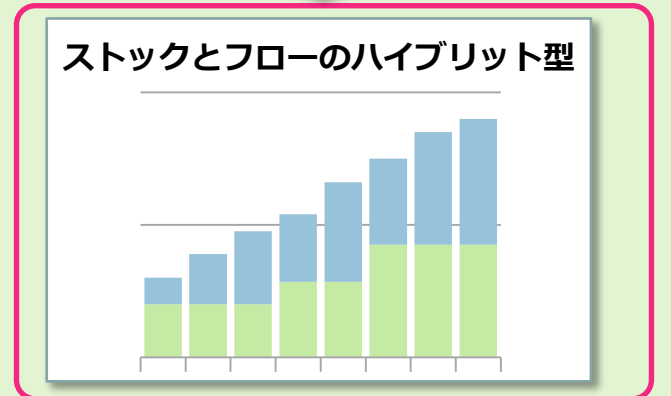
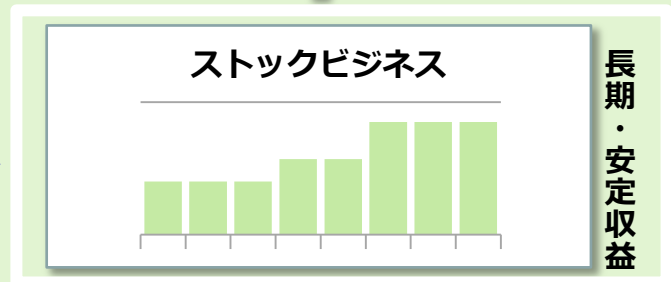
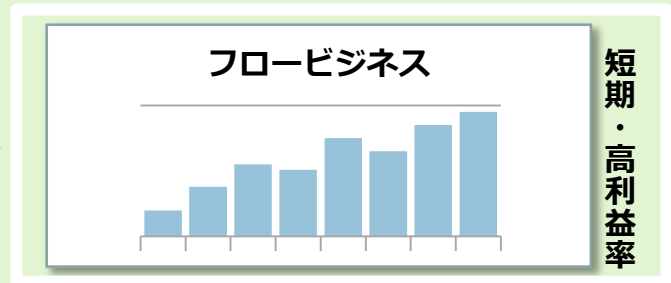
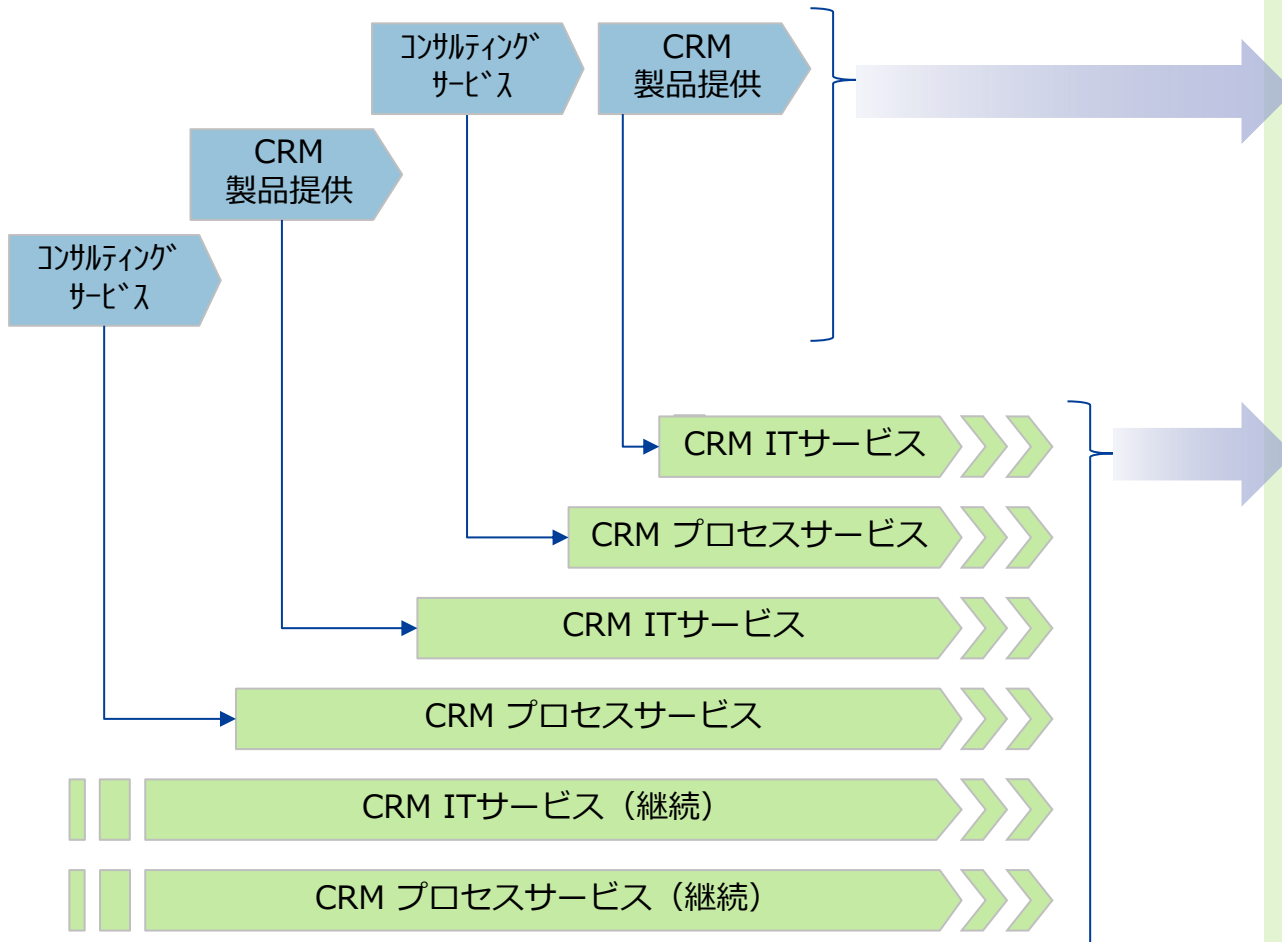
- ✓ ストックビジネスは当社の安定的な収益基盤
- ✓ フロービジネスは当社の成長をけん引しながらストックビジネスの足掛かりとなっている

3.4 事業の特徴③ ストックとフローのハイブリッド型ビジネスモデル (2/2)

- フロービジネスをストックビジネスに結び付け、安定しながら成長を目指すビジネスモデル

収益積み上げのイメージ

ストックとフローの事業構成



4

今後の成長戦略

当社が考える今後の事業戦略をご説明いたします

4.1

今後の成長戦略 ビジネスチャンス：パレートの法則と当社の戦略

日本のコールセンターの6割は問合せ 概算で**1兆円強**が問合せ対応コスト

直接的に売上につながらない問合せ対応 (企業の悩み)

✓ パレートの法則にのっとった製品開発戦略

～ 80% ほぼ同じ内容 → 処理効率 ～

- ・ 同じような内容を毎回入力する必要のないコピー機能
- ・ 毎回の電話でスクロールなどの無駄な操作を排除
- ・ (例) 1本の電話を30秒効率化することができれば年間数億の人的費削減

～ 20% ロングテール → ナレッジカ ～

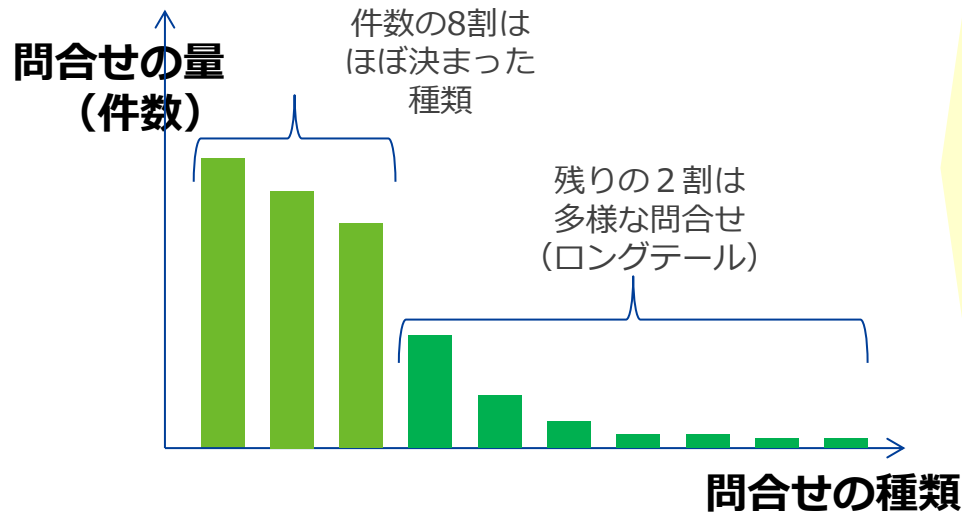
✓ 大手アウトソーサーの逆張り戦略

～ 問合せを減らす (当社) VS 人数拡大で儲ける (大手テレマ会社) ～

- ・ 当社は人数を増やすモデルではなく、全体の人数を減らす施策を立案

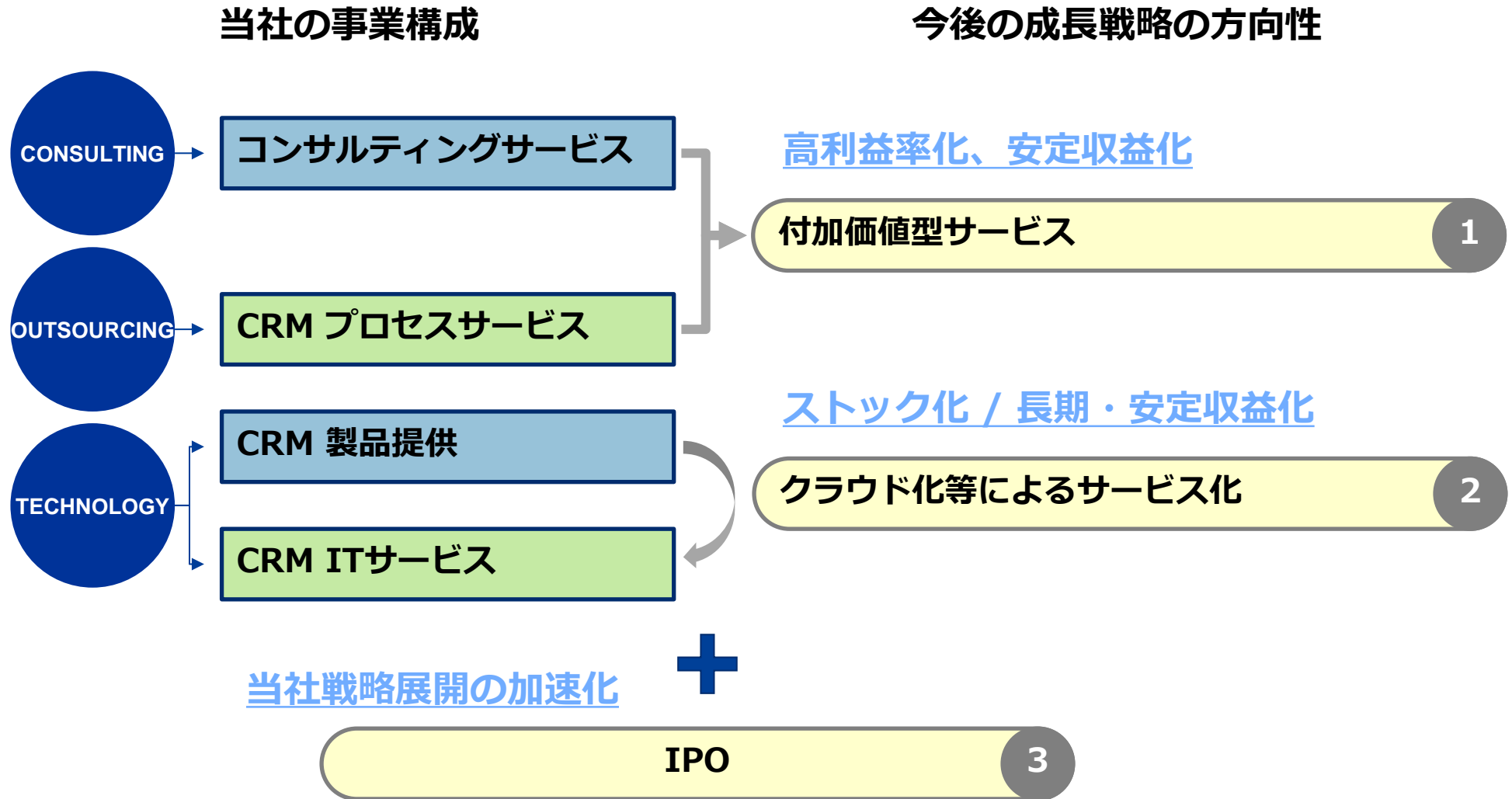
- ・ (例) 問合せが1割減れば全体のコストは1割減
年間100億のコスト投入中の企業では10億削減
- ・ 将来は、全体のコスト削減額の一部を成功報酬型で
- ・ 電話削減の次はAI等で自動化などが今後の対応

◆ パレートの法則



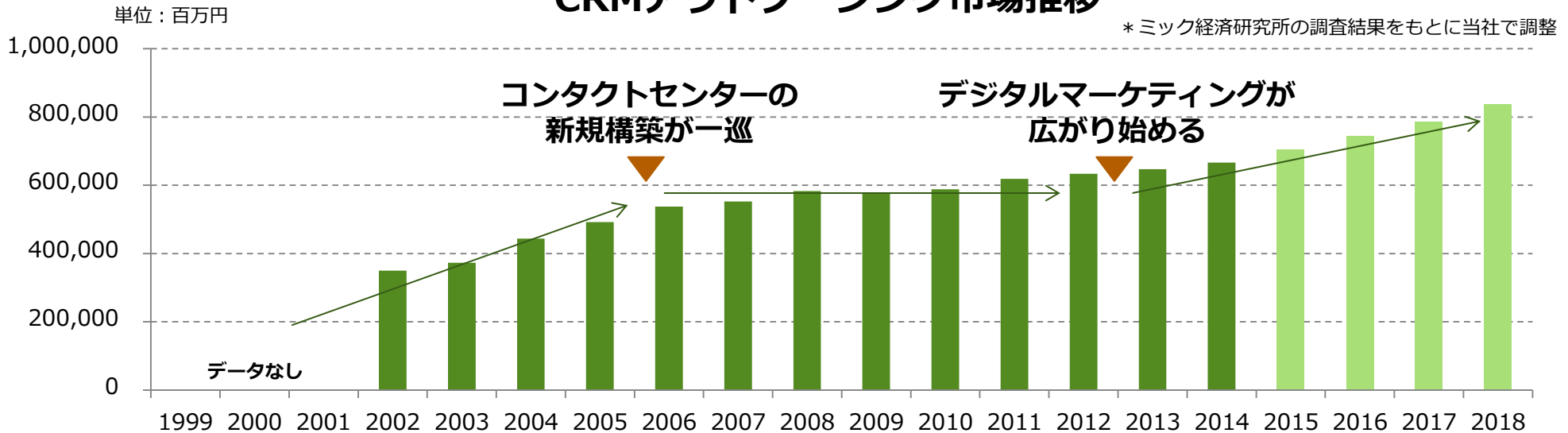
毎日同じような問合せを
大量に処理しているのが現状

- 高利益率化と安定収益化を両立させるモデルヘシフト



■ 市場は第二の成長期

CRMアウトソーシング市場推移



コールセンターが乱立

問合せ中心の巨大なコストセンターが完成

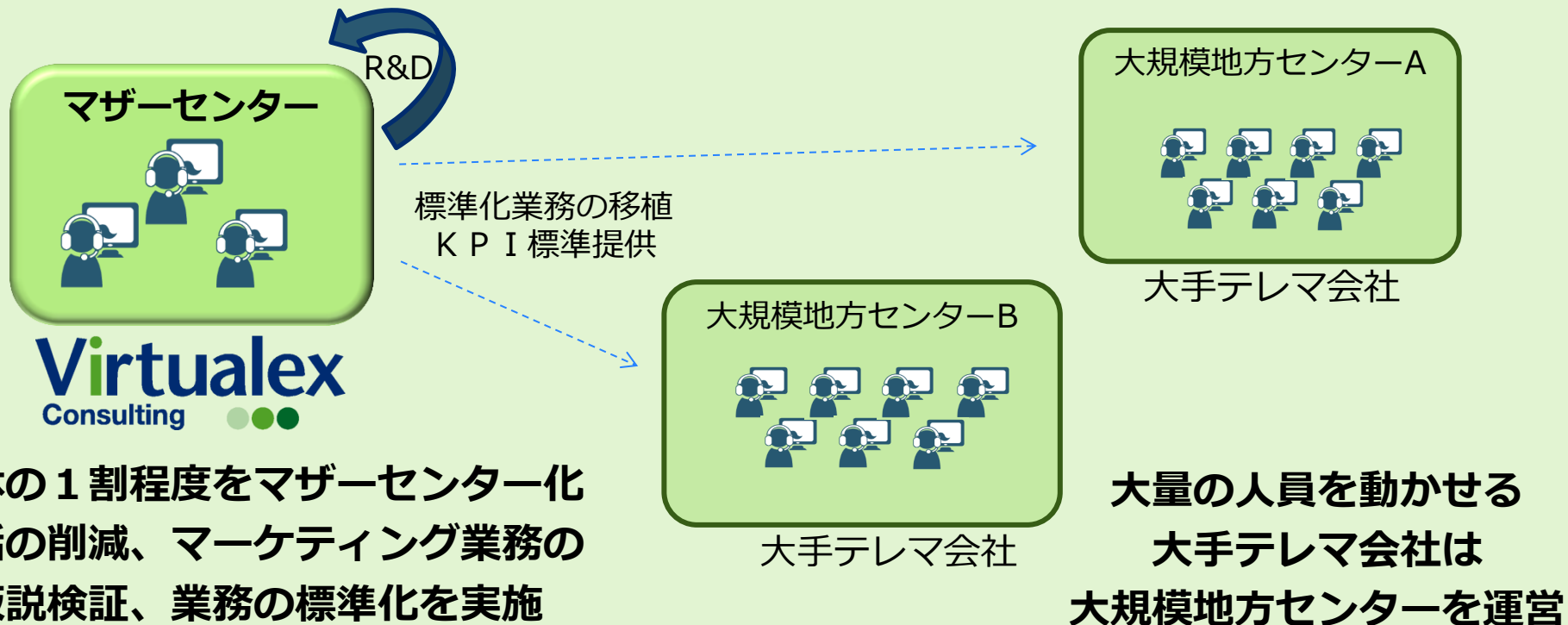
単なる問合せは削減すべき時代
(電話対応から自己解決化へ)

マーケティング機能を強化し
プロフィットセンター化の時代

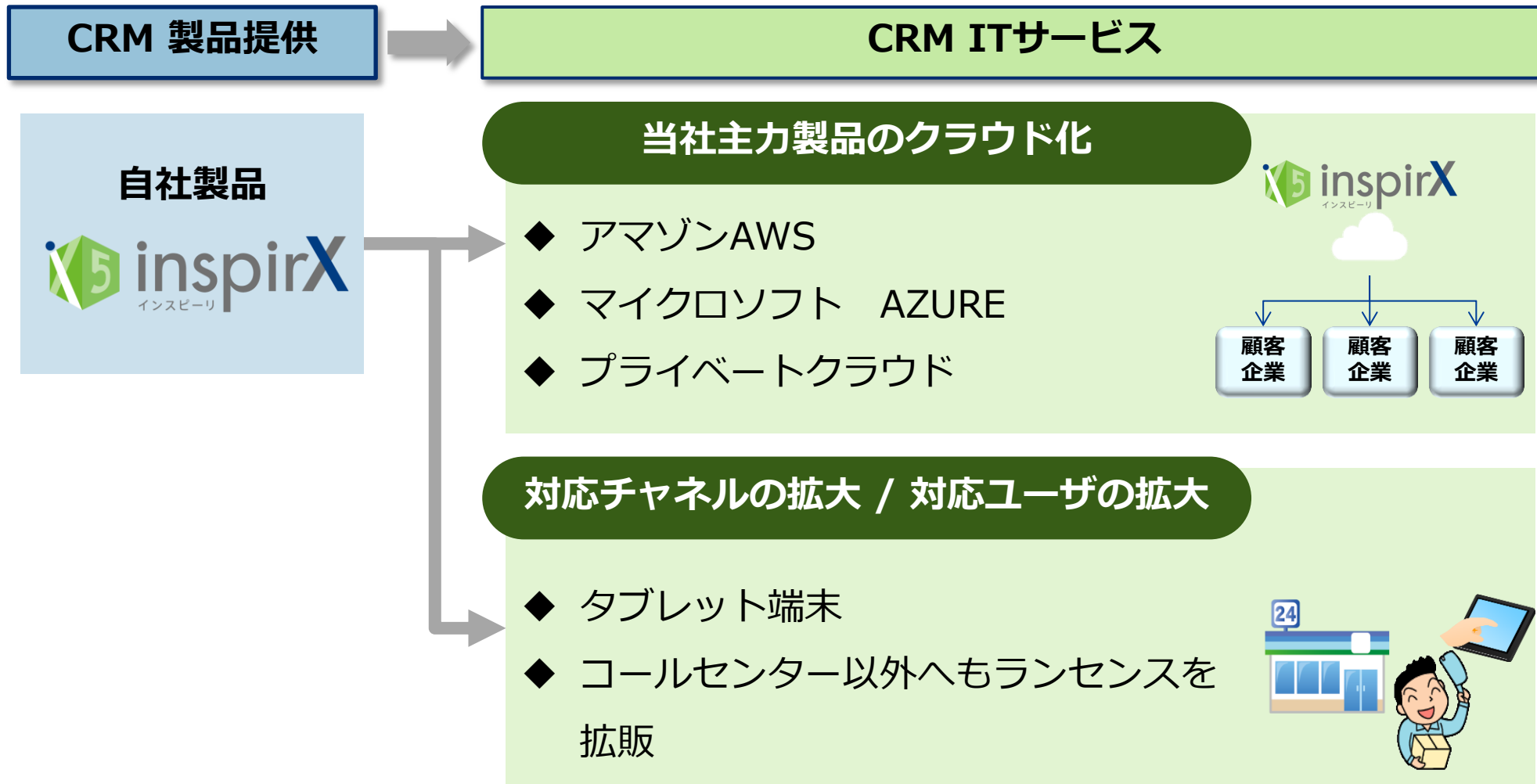
- マザーセンターを運営、3つのコアスキルをMixし付加価値の高い領域をサポート

マザーセンター ソリューション

製造業のマザー工場型のアウトソーシング
地方の大規模センターとの役割分担を明確化



- クラウド化によりストックビジネス化、対象端末拡大によりライセンス販売の拡大



コンサルティング・ノウハウをクラウド化

CRM 製品提供

CRM ITサービス

KPIクラウド



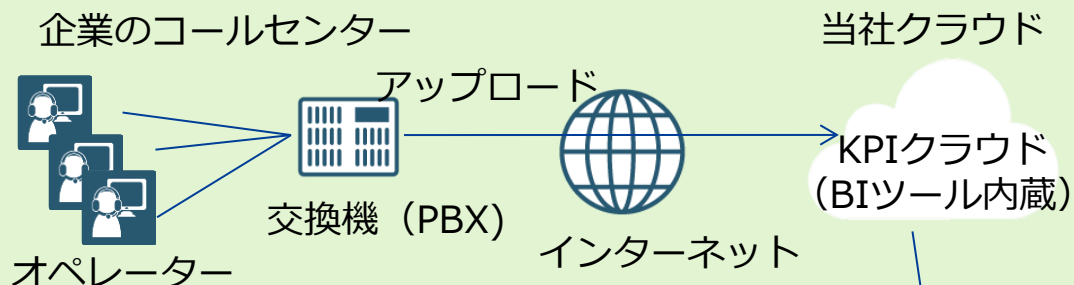
(現状)

企業は交換機のデータを
エクセルで加工

(当社提案)

データを当社のクラウドに
アップロードするだけで
翌日から多面的に分析可能

当社主力製品のクラウド化

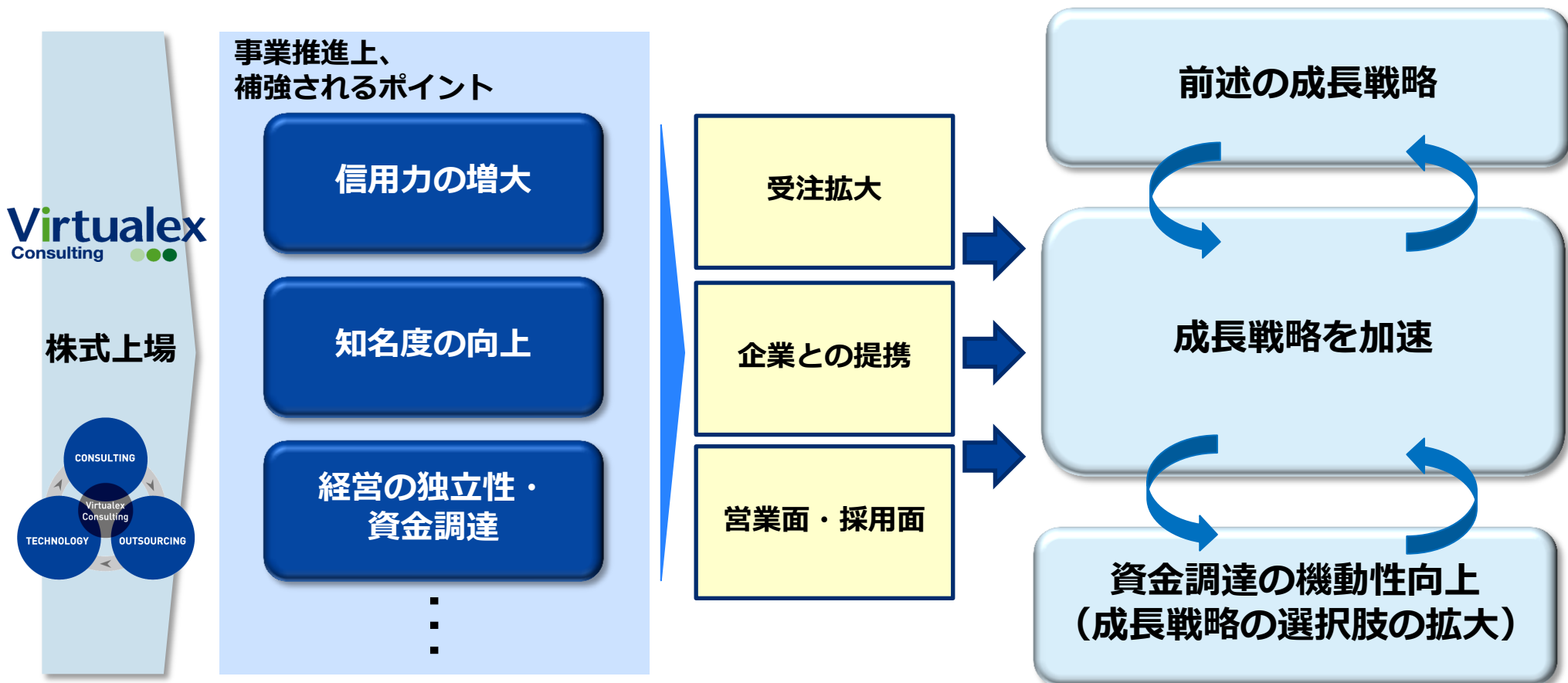


企業の管理者



(将来) 契約企業が増えると当社のクラウドに日本のコールセンターのベンチマークデータが蓄積される。
そのデータに付加価値をつけて更にサービス化を検討。

- 株式上場によって高められる信用力等を活かし、受注拡大とパートナーリングやアライアンスの強化・拡充



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

