



第29期 事業戰略說明

感謝

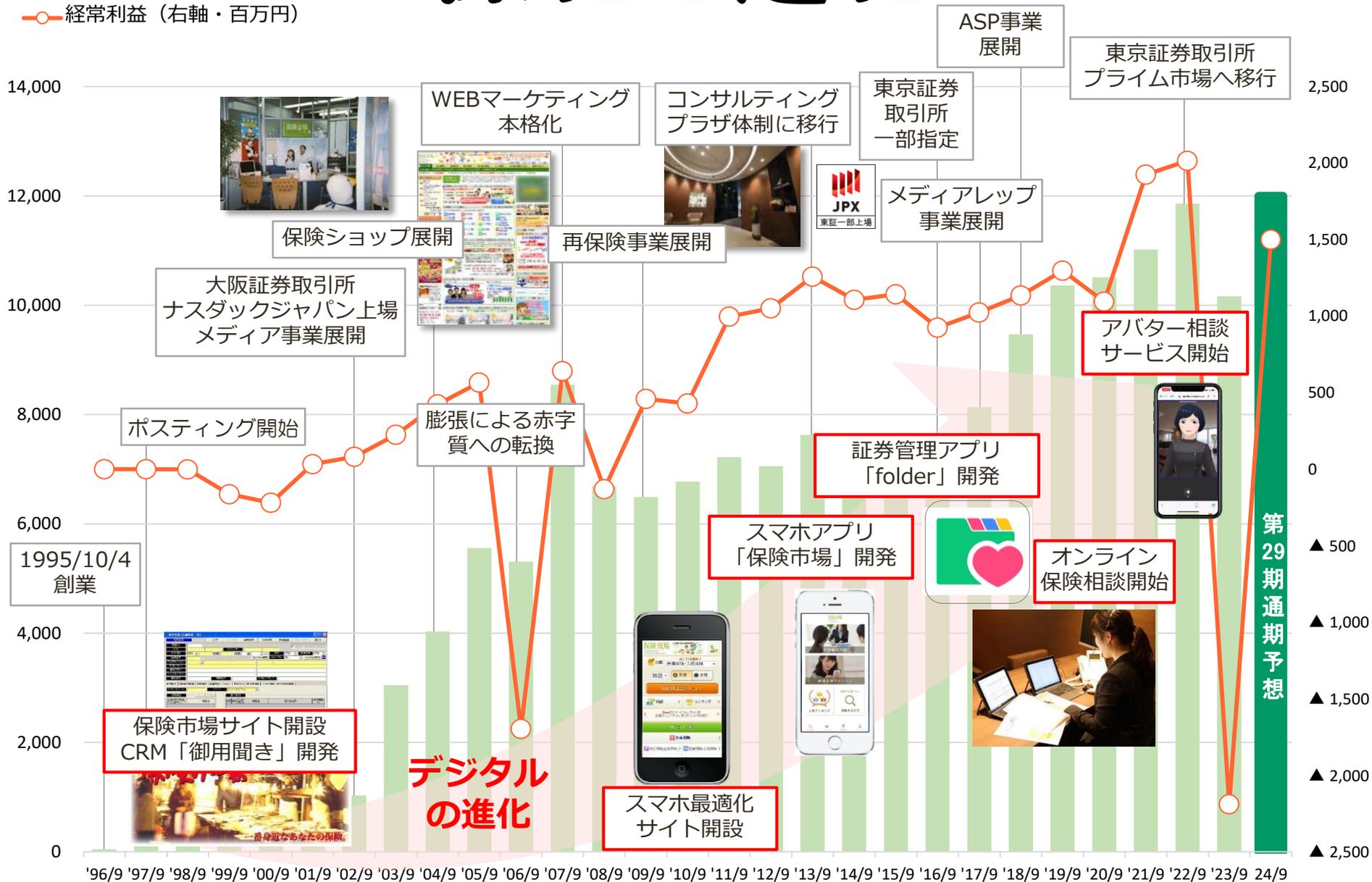
おかげさまでアドバンスクリエイトは、2022年4月4日に、株式会社東京証券取引所における市場再編に伴い、東京証券取引所市場第一部から同プライム市場へ移行しております。

また、2025年10月には、創業30周年を迎えます。

これもひとえに、株主様、お客様、お取引先様のご支援の賜物と深く御礼申し上げます。誠にありがとうございます。

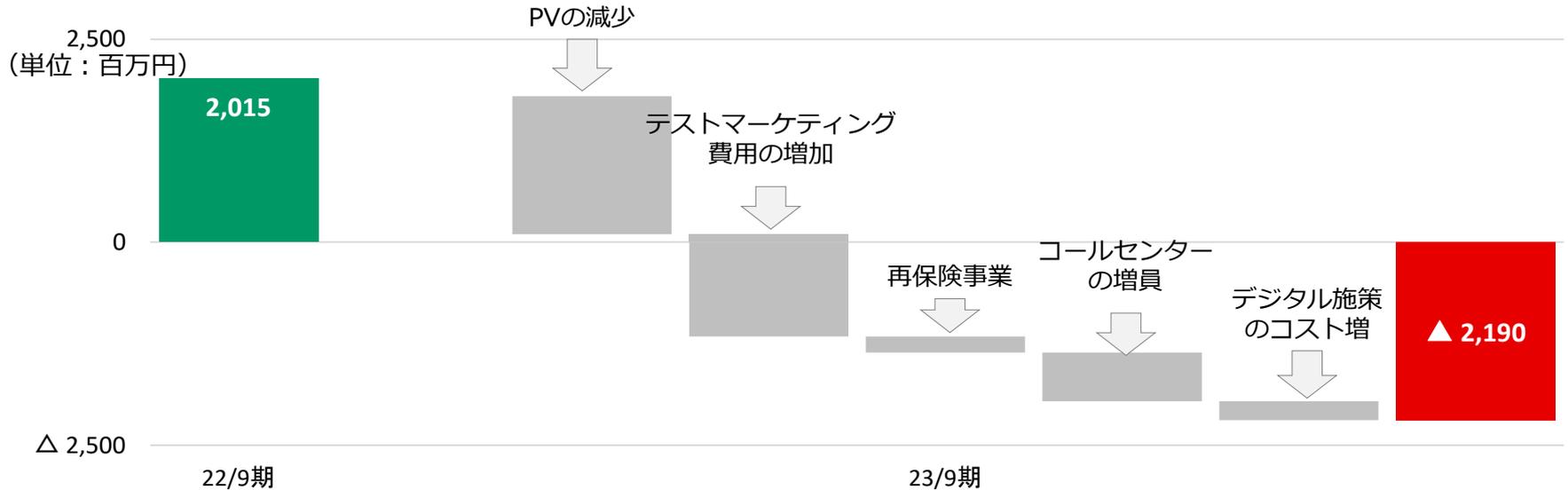


深化と進化



2023年9月期の主な減益要因

経常利益の推移



▶ 2023年9月期の主な減益要因

- ① PVの減少による売上減
- ② テストマーケティング費用の増加
- ③ コロナのみなし入院給付金支払による再保険事業の費用増
- ④ コールセンターの増員
- ⑤ デジタル施策のコスト増加

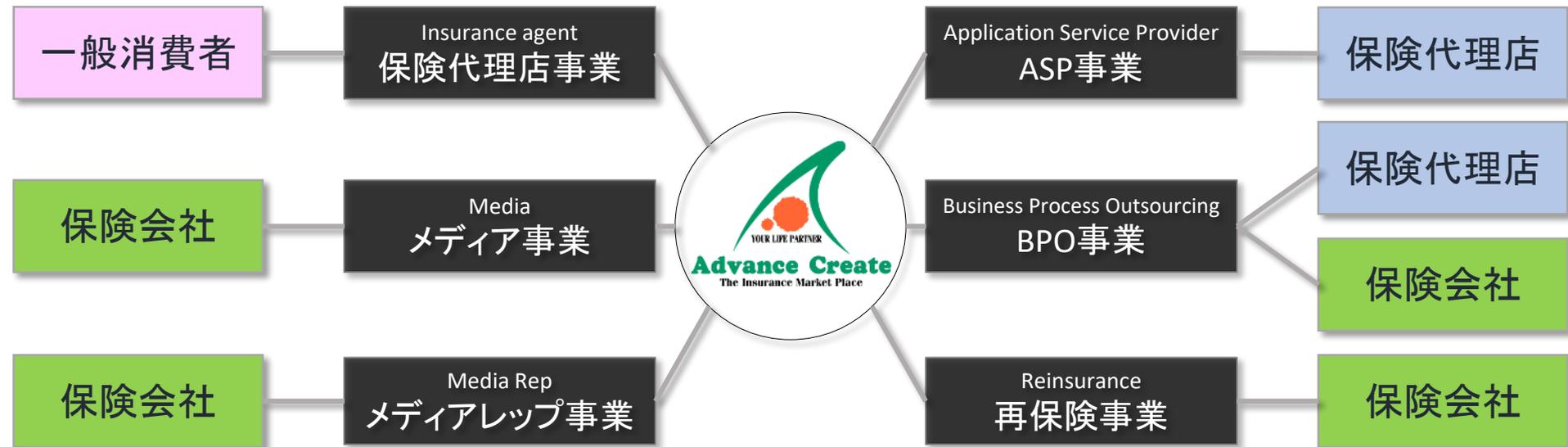
経営としての対応

- ① ファイナンス・スキーム見直しにより影響を極小化
- ② マーケティング費用を効率化
- ③ コロナの影響は収束
- ④ コールセンターの人員を適正化
- ⑤ デジタル施策の投資完了

特殊要因を除いた28期の実態業績

(単位：百万円)	当期実績	当期の実態業績	特殊要因	
売上高	10,163	11,863	①PVの減少	1,700
売上原価	3,964	2,704	②テストマーケティング費の増加	▲1,260
営業費用	8,219	7,189	③コロナのみなし入院給付金に伴う再保険事業の費用増 ④コールセンター増員の人件費および間接費の増加 ⑤デジタル施策のコスト増加	▲1,030
営業損益	▲2,020	1,970		
経常損益	▲2,190	1,800		

収益とチャネルのポートフォリオ



お客様



対面販売

通信販売

ネット完結

協業

当社の強みと事業別ハイライト



保険専門ソフトウェア開発の
内製化



独自の
WEBマーケティング手法



変化にスピーディに対応する
企業文化

生命保険

- ・オペレーターとして、保険に精通した社員をDC（コールセンター）に集約。より生産性の高いアポイントを獲得。
- ・従来の研修に加えてアバタートレーニングを活用、研修体制を強化。若手を率先的に育成し、即戦力化。



損害保険

- ・創業以来積み上げてきたストック収入が伸張。引き続き堅調に業績を下支え。



再保険

- ・コロナによるみなし入院給付金の支払いが収束、来期より黒字予想。



ACP

- ・アバターシステムに加え、アバタートレーニングをAVITAと共同開発。当社で若手営業社員の育成強化において大きく寄与、外販をスタート。
- ・当社が開発したオンライン保険相談に特化したシステム「Dynamic OMO」に新機能追加。利便性の高さより、保険業界からの外注についても引き続き順調。

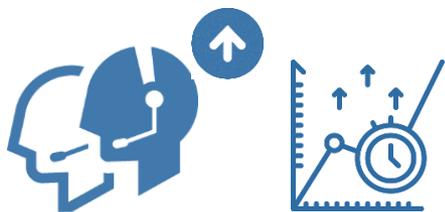


アポイントの質と生産性の向上

- デジタルアポイントにより、保険の購入に意欲を持つお客さまのアポイントを獲得。
- 保険に関する経験と知見を持った社員をオペレーターとして増員し、AIチャット接客トレーニングサービスなどを活用し研修、教育。より生産性の高いアポイントの獲得をはかる。

オペレーター

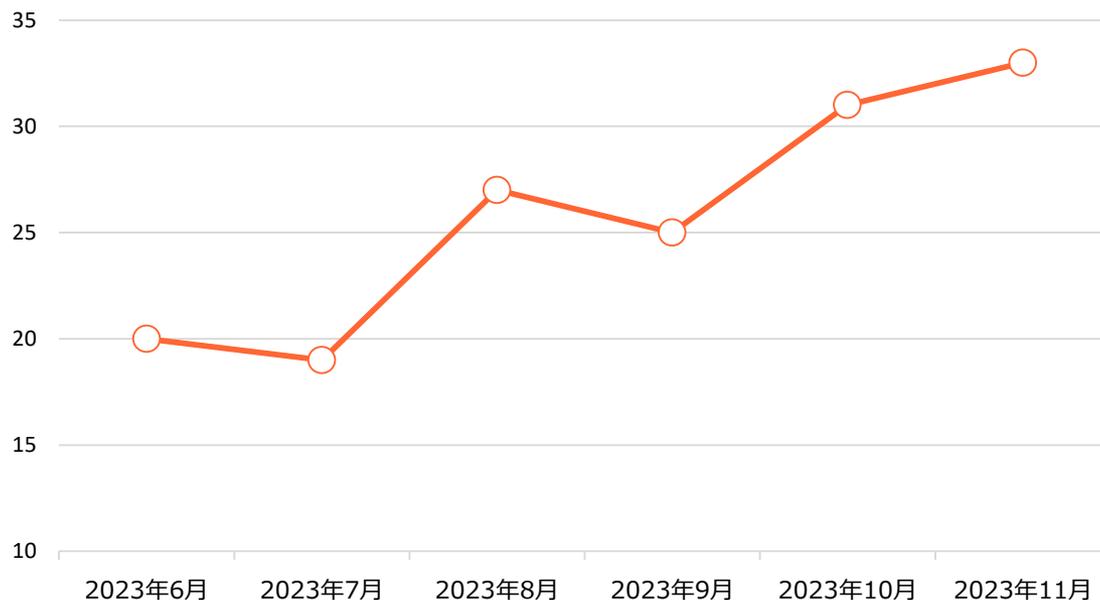
- ・一人当たり生産性の向上



- ・デジタルアポの獲得



DC（コールセンター）正社員数推移



若手社員の育成とテクノロジー

○若手社員を積極的に営業現場に配属。従来の研修に加え、2023年6月より導入した「AIアバター接客トレーニングサービス(β)」を活用して、ロールプレイング研修を繰り返し行うことで即戦力化。

人財

・新卒採用の強化



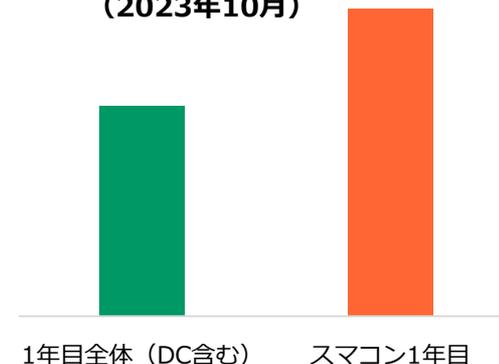
・デジタルリテラシーの強化



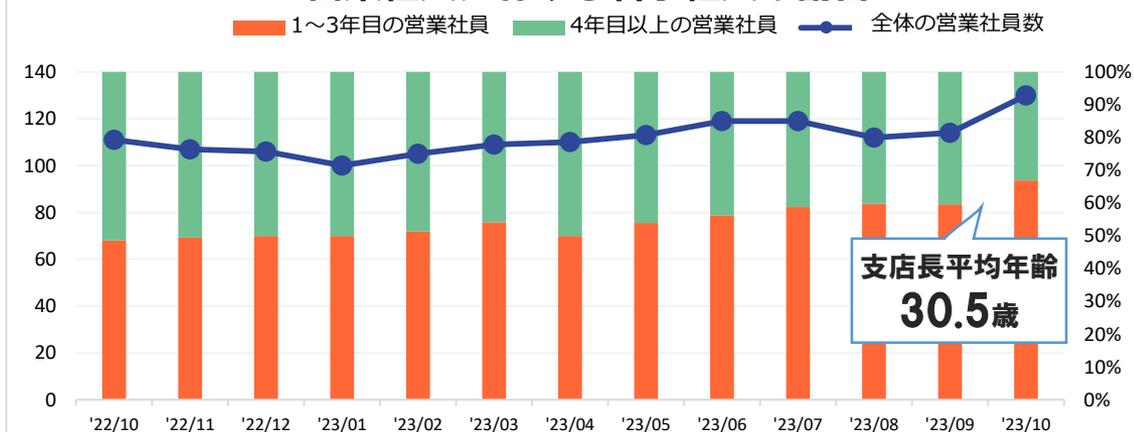
・若年層の成長



新卒社員1人当たりANP
(2023年10月)



営業社員における若手社員の割合 ※月に5商談以上の社員を対象とする。



マーケティング手法の試行の連続

- 仮説検証と試行錯誤を繰り返し、独自のマーケティング手法を確立。
- お客さまと「つながる」ツールは電話からテキストやAIに変化。中でもLINEに改めて注目、WEBマーケティング×テキストによるアポイント取得手法を確立。

AIチャットアバターによる
質問への自動対応



保険に入りたいと考えてます。

送信済

それは素晴らしい考えですね。
保険は、将来のリスクに備える大切な手段です。しかし、どの保険に加入するかは、あなたのライフスタイル、ニーズ、予算などによります。具体的な保険商品の選択については、専門の保険アドバイザーに相談することをおすすめします。また、保険料のシミュレーションや保険商品のランキングなど、参考になる情報がウェブサイトにありますので、ぜひご覧ください。



AIチャットに質問

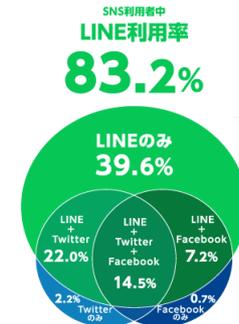
アバターの
ショート動画による
プロモーション活動



うさ部長の
ひとりごと(TikTok)



LINEを用いた
WEBマーケティングの確立



出典：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-ads/>
(表記は2021年7月時点のもの)

テクノロジー戦略

- WEBプロモーションからの集客とともにfolderのDL数、LINE友だち数が増加。
- プロモーション施策と当社のマーケティングノウハウを、他社にもご活用いただけるビジネススキームとして販売できる体制を構築。多数の保険会社、代理店にご検討いただく。

テクノロジー

- ・folderダウンロード数、LINE友だち数増加

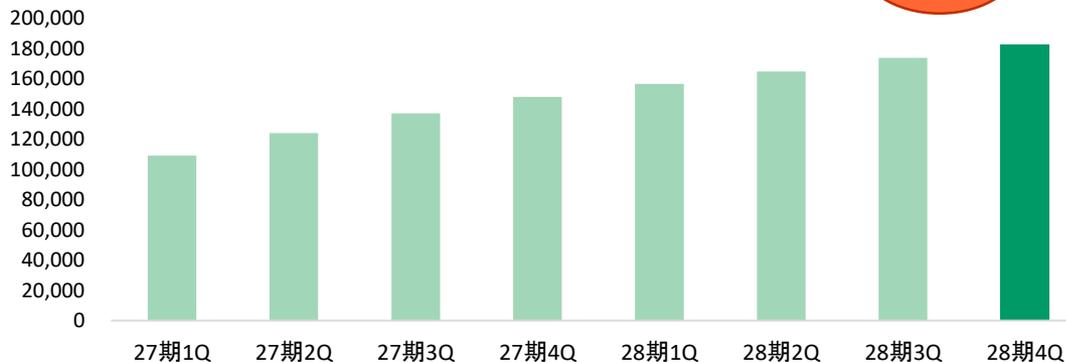


- ・アプリの機能をさらに充実



folderダウンロード数推移

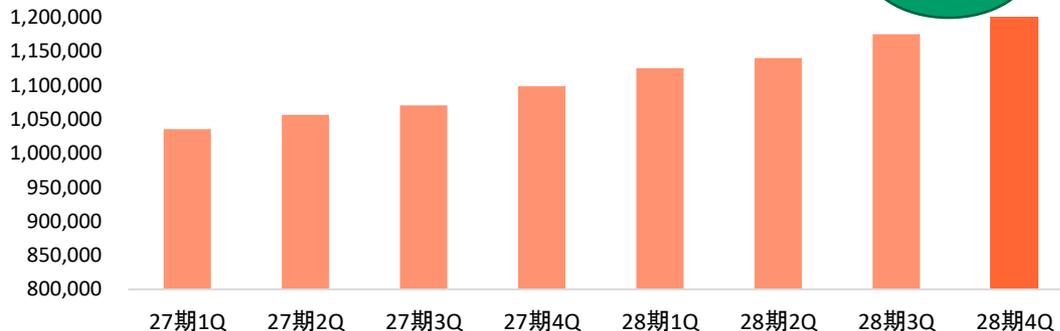
(単位：件)



18万件

LINE友だち数推移

(単位：人)



120万人

アバター戦略

- AVITAと共同で提供を開始したアバターシステムが、保険会社にて高く評価され、すでに6社で導入済み。
- 2023年6月より「AIアバター接客トレーニングサービス(β)」を導入し、AIによる社員教育を開始。保険業界での販売も予定しており、数社が導入をご検討中。



アバター導入社数推移



經營目的

繼續

經營戰略

進化

