

第8回

IRグッドビジュアル賞 受賞事例



(掲載は証券コード順)

2021年4月
IRグッドビジュアル賞 実行委員会



【参考】生涯顧客価値（LTV）と顧客獲得費用（CAC）		SaaS企業の主要指標と当社のKPI	
用語解説		2019年度	2020年度1Q
ARR (Annual Recurring Revenue) 契約当たり売上	■ 契約1件当たりの年換算売上高	保有契約1件当たり年換算保険料 42,486円	保有契約1件当たり年換算保険料 42,452円
Life Time 顧客契約期間	■ 顧客が契約してから解約するまでの期間（解約率の逆数で算出）	× 平均保険期間 14.3年¹	× 平均保険期間 18.2年¹
Gross Margin Rate 粗利率	■ 売上高から売上原価を差し引き後の利益率	× 45%²	× 44%²
LTV (Life Time Value) 生涯顧客価値	■ 契約の開始から終結までの期間損益の累計	 (保有契約1件当たり年換算保険料 × 平均保険期間 × 粗利率) 273,397円	 (保有契約1件当たり年換算保険料 × 平均保険期間 × 粗利率) 339,956円
CAC (Customer Acquisition Cost) 顧客獲得費用	■ 顧客獲得のためのマーケティングコスト	1件当たり営業費用 75,970円³	1件当たり営業費用 53,541円³

1. 1 - 解約失効率
 2. (保険料 - 保険金・給付金等の支払金 - 責任準備金等繰入額) ÷ 保険料
 3. 営業費用 ÷ 新契約件数

<審査員コメントより>

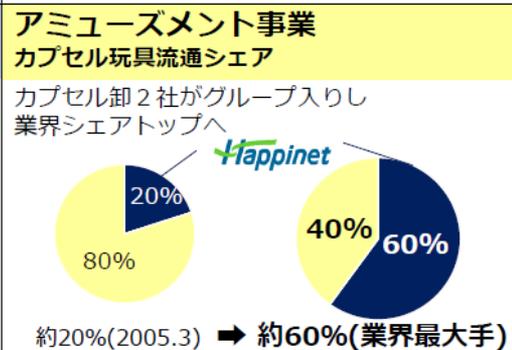
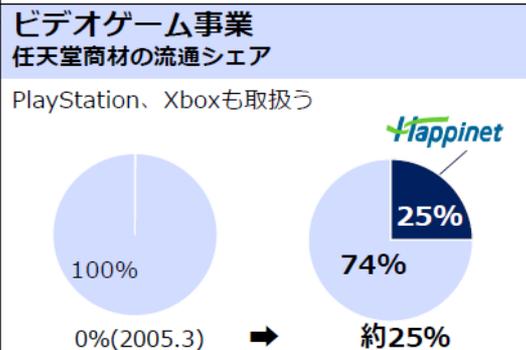
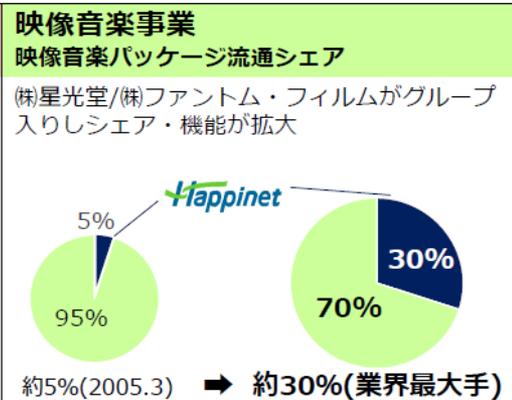
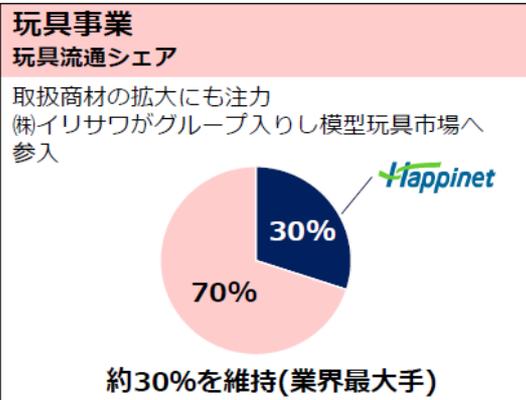
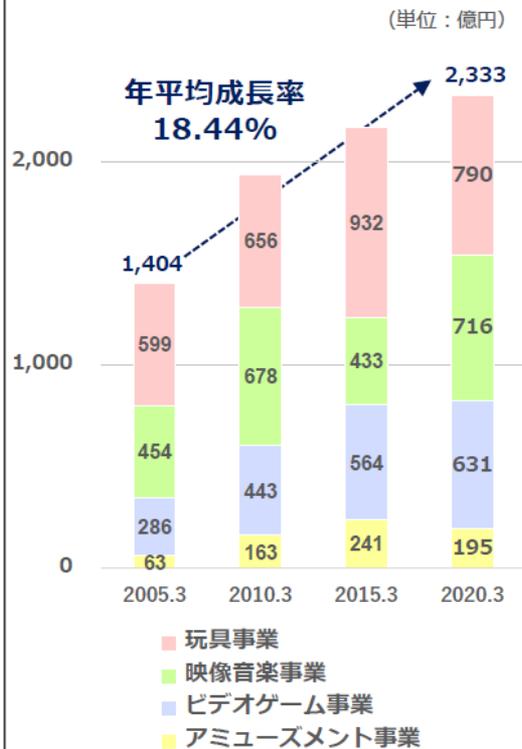
- 投資家が知りたいことがコンパクトにまとめられている。この1枚で十分ディスカッションができる。
- 理解を得るためにSaaSの主要指標に置き換えて説明しようとする姿勢が好ましい。目標値を知りたいが、きっかけ作りにとっても良い。
- サブスクモデルとして説明することで、業界になじみがない人でも理解しやすい資料になっている。用語解説がありわかりやすい。
- 保険事業の収益モデルをSaaSモデルと比較した手法、まとめ方など秀逸。文字情報も無駄を省きつつ、必要な情報は網羅してある。
- グラフィック的にあまり凝ったものではないが、変に凝って伝えたいことが伝わらないよりずっといい。



売上・流通シェアの拡大 ～エンタテインメントNo.1総合商社へ～



(シェアは当社調べ)

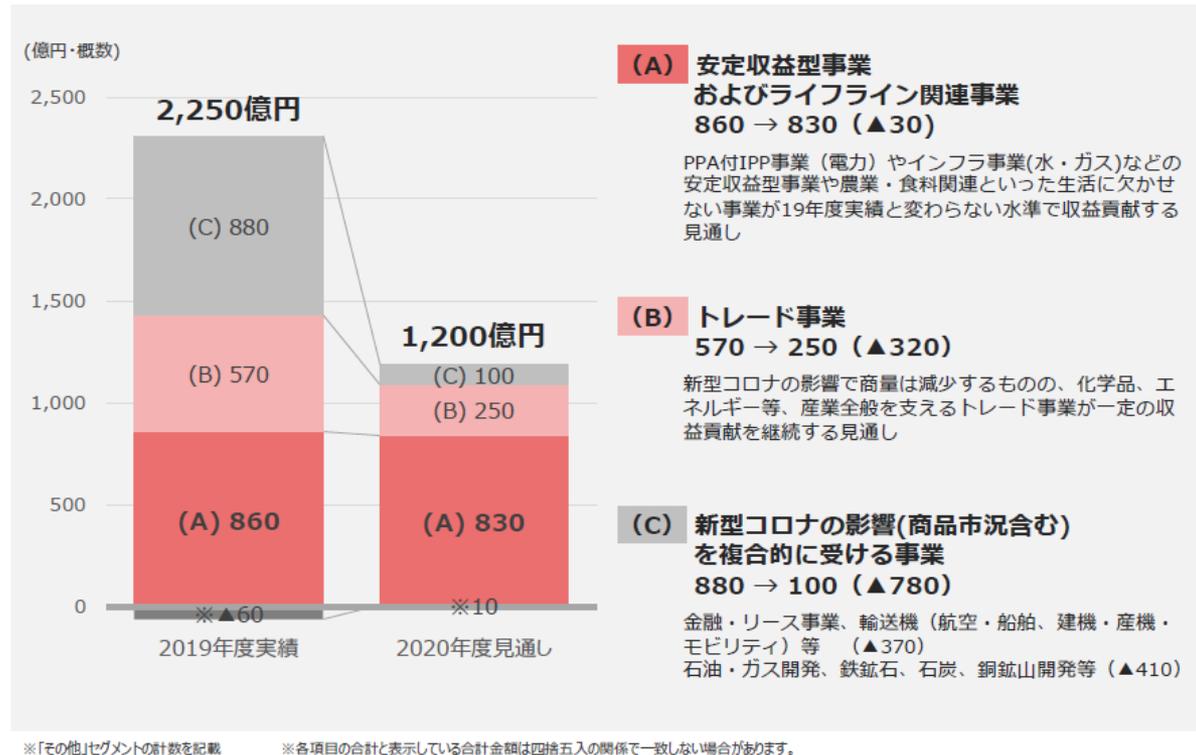


<審査員コメントより>

- 長期の変化、市場でのポジショニングを1枚で伝えている。御社について知らない投資家に興味を持たせるのに成功。
- とてもわかりやすい資料。2005年を基準に各事業の成長がよくわかる。棒グラフも毎年でなく5年おきに変化を見せておりとても良い。
- 現在の立ち位置と過去の戦略が上手くまとめられている。今後への示唆があればなお良い。
- 過去15年の成長の軌跡が良くわかる。CAGRを入れてあるのもよい。4事業部門の重要な出来事やシェアの変化も上手にビジュアル化。
- 前回応募時と同じ内容だったが大改善。審査員のアドバイスを取り入れ、長期の変化を目に優しい色使い、簡潔なコメントを添えアピール。



04 新型コロナウイルス状況下での収益構造について(実態純利益)



<審査員コメントより>

- シンプルだが、文字の強弱も良く、天地左右の空白が適度に見やすい。グラフがCBAで解説がABCなので揃えたほうがいい。
- 決算発表・情報開示のタイミングで投資家が知りたいことに分かりやすく答えており良いと思う。
- 投資家が知りたい内容を的確にまとめている。収益構造を新たな切り口で整合性をもってまとめた努力もすごいし、見せ方が秀逸。
- 「事業により影響度合いは異なる」「安定事業は安定」等の伝えたいメッセージを入れると、グレー部分の落差が目立つリスクが消える。
- 今回はコロナ影響ということで前期比だけでいいが、もっと長期でとらえて、外部影響への耐性についてアピールしたらなお良い。



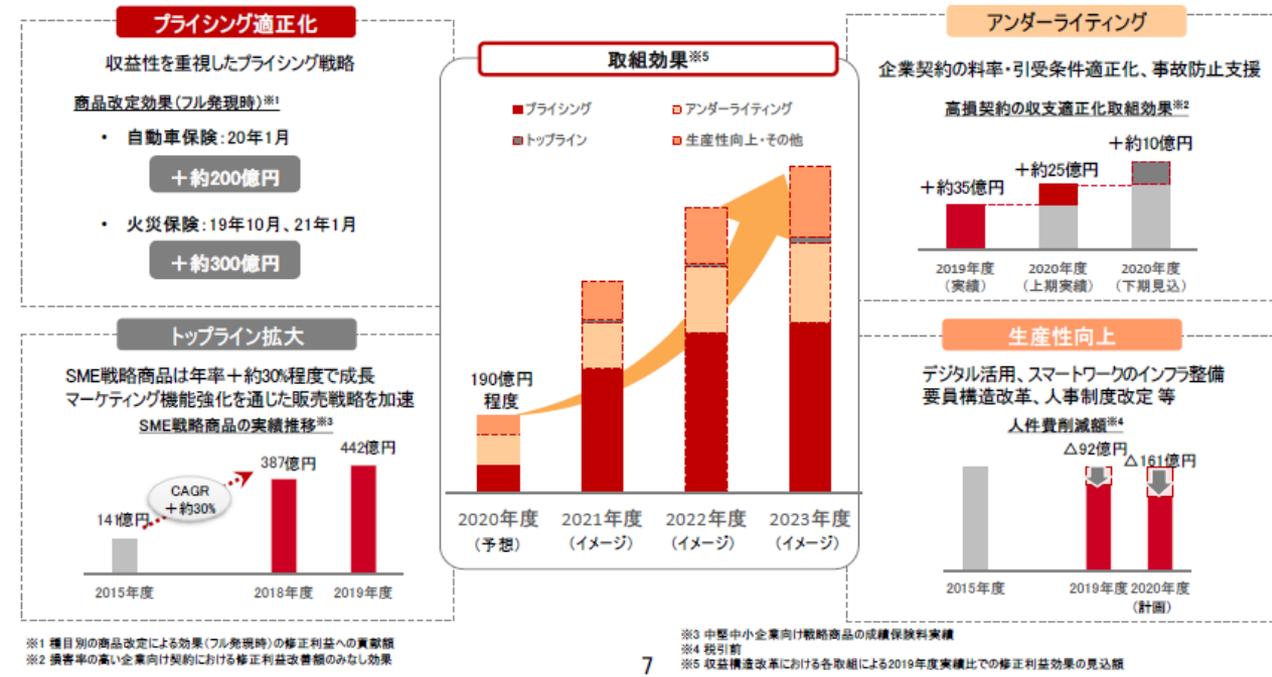
1.中期経営計画の進捗

国内損保事業のキープポイント



◆ 保険商品の収益性向上および効率化の徹底に加え、お客さまのニーズ変化を捉えた質的進化を推進

収益構造改革



<審査員コメントより>

- 多くの情報がよく整理されてポイントが1枚で伝わる。過去の数字とか将来予測とかのグラフ棒は色バタでなく、線囲みだけでもいい。
- うまく整理されている。取り組みの効果をセンターに配置するのもユニークで会社の意思が伝わる。
- 各項目とグラフの色使いを揃えていてわかりやすいが、グレーと赤の扱いにさらに注意を払うと読み手の混乱を避けられる。
- 豊富な情報量をわかりやすく構成。過不足ない文字情報、上手な色使い、裏付けとなるデータも入れて、説得力のあるスライドに。
- 最も伝えたい「取組効果」を中央に持ってきたのがいい。矢印より各取組の伸びを点線で結んだほうがそれぞれの成長がわかりやすい。



1. 本経営計画において目指す姿

【当社グループの基本使命】まちづくりを通じた真に価値ある社会の実現



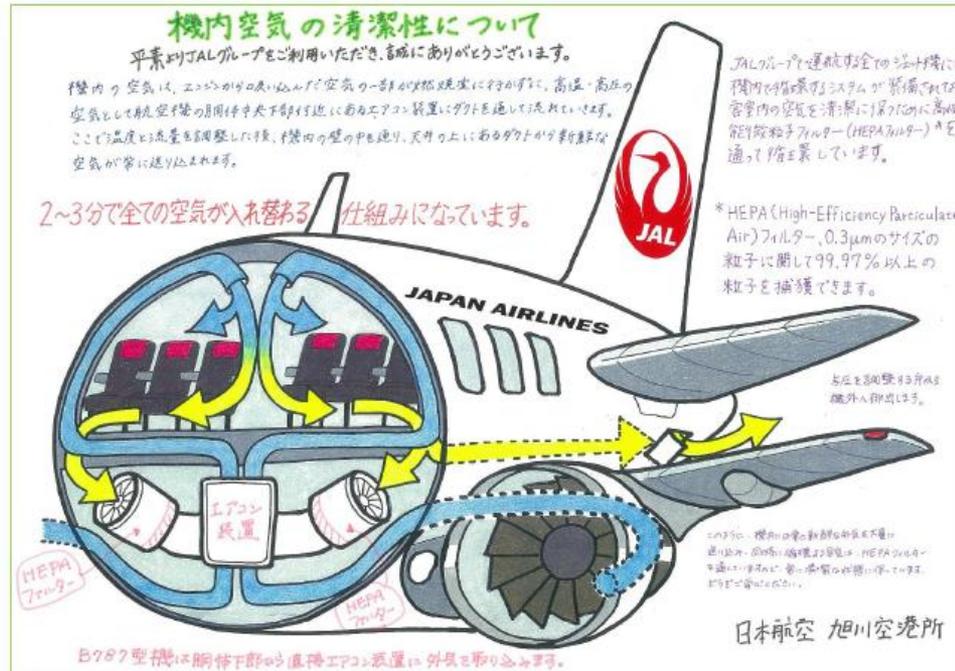
当社グループの基本使命と持続的成長の実現に向け
 社会価値向上と株主価値向上の戦略を両輪に据えた経営を実践

<審査員コメントより>

- 「戦略の両輪が相互に作用」「投資家の関心高いKPIを明記」等の工夫が生きている。パワフルでありながらわかりやすくまとめている。
- 株主価値に数字があり良いが、将来の数字を出すときは現在の数字もあるとなお良い。左の社会価値にも目標数字を設けるとより強くなる。
- スッキリまとまっていて読みやすい。一方、「目標」と「基本方針」の項目ベタが2つずつあり、さらに内容より目立ってしまっている点が惜しい。
- コンパクトにメッセージがまとまっており分かりやすい。目標値と現状の対比があるとより理解しやすい。
- 歯車は回転すると逆方向に回るので、「相互作用」のようなまわり方はしないが、そんなことははねのけて言いたいことが強く伝わる。



日本航空株式会社
2021年3月期 第1四半期 決算説明会



『チーム旭川』（JAL旭川空港所・JALEC旭川空港整備事業所）およびJAL客室乗務員有志による手製説明図

2020年8月3日
代表取締役専務執行役員 菊山英樹

©Japan Airlines, ALL rights reserved.

<審査員コメントより>

- メッセージ力が強い。手書きであることで社員の必死の思いが伝わってくる。応援したくなる。
- 社員の方の手書きというのがポイント。プロへの依頼だと伝わらない思いが伝わってくる。とてもメッセージ性があり、斬新なアイデア。
- 機内の空気の安全性についてとてもよく理解できる。また、社員の手書きであることで、社員の皆さんの意気込みが伝わってくる。
- 本社資料の表紙に地方の現場社員の手製の説明図を採用。極めて斬新、画期的。御社の伝えたいことを理解するのに効果的。
- 「機内の空気循環」をこれだけで済ませようというのではない。資料中に別スライドがある。だからこそユニークな表紙として価値が出る。