

会員限定

2021年11月度合同研究会

金融マーケティング研究会

金融システム研究会


2021年11月8日～11月19日

金融機関とそのクライアント企業における デジタル（DX）時代のIR戦略のあり方

講師：前田 雄大

株式会社矢動丸プロジェクト 取締役副社長

テレビ番組「賢者の選択」プロデューサー

 金財情報システム 研究会事務局

CONTENTS

目次

金融機関とそのクライアント企業におけるデジタル（DX）時代のIR戦略のあり方

第1部	4
Slide 3 自己紹介	6
Slide 4 矢動丸プロジェクトについて	6
Slide 5 テレビ番組「賢者の選択」	8
Slide 6 「賢者の選択」で出演企業	8
Slide 7 「賢者の選択」とIRの関係性	10
金融機関とそのクライアント企業におけるデジタル（DX）時代のIR戦略のあり方	10
第1章 投資環境の変化	12
Slide 10 第1章の結論	12
Slide 11 東証再編	14
Slide 12 東証再編のポイント	14
Slide 13 プライム市場の上場基準	16
Slide 14 東証再編に向けた金融機関の対応	16
Slide 15 ダイヤモンド・オンライン	18
Slide 16 金融機関の対応実例（横浜銀行）	18
Slide 17 1. 投資家の変化 個人投資家の売買代金の増加と若年層の参加	20
Slide 18 1. 投資家の変化	20
Slide 19 ロビンフッドとは？	22
Slide 20 2. 投資環境の変化	22
Slide 21 2. 投資環境の変化 求められる中長期視点とIRのあるべき姿	24
Slide 22 ★ ESG投資とは	24
Slide 23 金融機関とESG	26
Slide 24 3. IRのDX	26
Slide 25 オンライン株主総会①	28
Slide 26 オンライン株主総会②	28
Slide 27 オンライン株主総会③	30

Slide 28	3. IR の DX (MacbeePlanet 社のソリューション事例)	30
Slide 29	3. IR の DX (MacbeePlanet 社のソリューション事例)	32
Slide 30	実例紹介	32
Slide 31	IR・SR 活動実績 (2020 年度実績)	34
第一章まとめ		34
Slide 33	IR 手法の変化が必要	36
Slide 34	IR 手法の変化が必要	36
Slide 35	アンケート	38
第 2 部		40
第 2 章 変化への対応／求められるこれからの IR 戦略		42
Slide 40	第 2 章の結論	44
Slide 41	企業が伝えるべきことの本質	44
Slide 42	多様なステークホルダーへの対応	46
Slide 43	関西みらい銀行	46
Slide 44	多角化するメディアへの対応	48
Slide 45	IR における変化への対応	48
Slide 46	DX 時代のメディア戦略	50
Slide 47	実例紹介 RareJob	50
Slide 48	バフェット・コード	52
Slide 49	今後の IR のあり方	52
第二章 まとめ		54
Slide 51	IR のマーケティング化	54
Slide 52	ポイント	56
Slide 53	留意すべき点	56
Slide 54	宝印刷株式会社	58
Slide 55	野村インベスター・リレーションズ株式会社	58
Slide 56	テレビ番組「賢者の選択」	60
Slide 57	動画・音声コンテンツについて	60

Slide 58 「賢者の選択」の映像	62
Slide 59 実例紹介 大垣共立銀行	62
Slide 60 番組告知	64
Slide 61 実例紹介 大垣共立銀行	64
第3章 金融機関とIR	66
Slide 64 第3章の結論	68
Slide 65 金融機関とIR	68
Slide 66 なぜ金融機関がIR コンサル？	70
Slide 67 なぜ金融機関がIR コンサル？	70
Slide 68 ご紹介	72
Slide 69 IR パッケージプラン	72
Slide 70 認知調査	74
Slide 71 認知調査実例	74
Slide 72 IR コンサルティング	76
Slide 73 コンサルティング実例	76
Slide 74 動画制作・配信	78
Slide 75 多様な収録パターン	78
Slide 76 メディアリレーション	80
Slide 77 メディア展開プラン	80
Slide 78 矢動丸 プロデュース実績	82
第三章 まとめ	82
Slide 80 金融機関が実施するIR コンサルのイメージ	84
Slide 81 まとめ	84
Slide 82 ご相談	86
Slide 83 アンケート	86

第 1 部

皆さん、こんにちは。

株式会社矢動丸プロジェクトの前田と申します。

本日は、「金融機関とそのクライアント企業におけるデジタル (DX) 時代の IR 戦略のあり方」というテーマで講演をさせていただきます。

皆様にとっては釈迦に説法という内容も非常に多いかと思いますが、優しい目で聞いていただいて、でもその分、少しでも皆様のお役に立てればいいなと思っておりますので、今日はよろしく願いいたします。

本日の講演の概要についてお伝えさせていただきます。

第 1 部、Vol.1 として、私どもの「矢動丸プロジェクト紹介」の後に、「投資環境の変化」、「IR 関連トピックス」というテーマでお話しさせていただきます。

第 2 部は「変化への対応」、「求められるこれからの IR 戦略」、そしてそれに対応した「IR ソリューション」という形でお話をさせていただければと思っております。

金融機関とそのクライアント企業における デジタル（DX）時代のIR戦略のあり方

2021年11月

株式会社矢動丸プロジェクト
前田雄大

1

Yadoumaru Project Confidential.

金融機関とそのクライアント企業における デジタル（DX）時代のIR戦略のあり方

Vol.1

矢動丸プロジェクト紹介
投資環境の変化
IR関連トピックス

Vol.2

変化への対応
求められるこれからのIR戦略
IRソリューション

2

Yadoumaru Project Confidential.

Slide 3 自己紹介

早速ですが、自己紹介をさせていただきます。

私は、株式会社矢動丸プロジェクトという会社で副社長をやっている、前田雄大と申します。

私自身は、広告代理業である矢動丸プロジェクトで長らくアカウント、クライアントのサポート等をさせていただいてはいますけれども、少し変わったポジションとしては、「賢者の選択」というテレビ番組のプロデューサーを務めております。

Slide 4 矢動丸プロジェクトについて

話が前後しますが、この矢動丸プロジェクトの事業領域について簡単にお伝えしますと、今申し上げたとおり総合広告代理店であり、テレビ番組のプロデューズであり、経営者コミュニティの運営という、そんなことをやっている会社です。

詳しくはホームページ等を御覧いただければ幸いです。

自己紹介



前田雄大（まえだ たけひろ）

株式会社矢動丸プロジェクト
取締役副社長
テレビ番組「賢者の選択」プロデューサー



【略歴】

1984年生まれ。2006年京都府立大学農学部卒業。2009年矢動丸プロジェクト入社。大手が寡占している広告業界の中で、独立系の広告代理店として、特に上場/BtoB企業を中心に10年間で100社以上のクライアントを開拓し、広告/ブランディング戦略立案を中心としたコンサルティング業務に従事。テレビ番組プロデューサー、新規事業開発、経営者コミュニティの立ち上げ/事務局長なども歴任する中で、企業経営者の様々な課題に向き合い、コミュニケーションの力で解決してきている。

3

Yadoumaru Project Confidential.

矢動丸プロジェクトについて



事業領域

総合広告代理店

PLANNING AND CREATIVE
企画・制作

MEDIA BUYING
メディアバイイング

SALES PROMOTION
セールスプロモーション

CONTENTS
ウェブコンテンツ

TV番組プロデュース

賢者の選択
FUSION

この国は行かぬ2

成功する経営者は、皆「志」を持っている。

日本の JAPAN MOVE



経営者コミュニティ

賢者の選択
LEADERS
CLUB

4

Yadoumaru Project Confidential.

Slide 5 テレビ番組「賢者の選択」

お話した、テレビ番組「賢者の選択」というのが私どもの大きな特徴で、2004年から17年にわたって放送している番組です。

この番組は毎週ゲストの経営者の方にスタジオにお越しいただいて、ビジョンとか思いというのをかなりしっかりとロングで聞いていくというものをコンセプトにして、毎週毎週、800回ほど放送を重ねてまいりました。

Slide 6 「賢者の選択」ご出演企業

800回ですので、もうこの一部抜粋では書き切れないですけども、第1回、2004年の楽天の三木谷さんを皮切りに、多くの経営者に御出演いただき、ここまでやってまいりました。

テレビ番組「賢者の選択」



賢者の選択 スタジオ対談企画

一人の思いが世界を変える

経営者のトップインタビューだけではなく、
第一線で活躍する社員やお取引先様、
サービス・商品のユーザーへの取材なども交え、
より多面的に、より深く企業の魅力や強みに迫ります。

賢者の選択
FUSION

5

Yadamaru Project Confidential.

「賢者の選択」ご出演企業



6

Yadamaru Project Confidential.

Slide 7 「賢者の選択」とIRの関係性

今日、なぜこんなお話をしたかという、私どもが今日お話しさせていただくIRというテーマがどう関連があるかということです。なぜ広告代理店でTV番組のプロデューサーであるこの前田がIRのお話をするかと申しますと、実は、「賢者の選択」で17年間、800名の経営者に出させていただいて、真の企業情報といますか、彼らのビジョンだったり、思いだったり、成長戦略というのを生の声でずっと聴かせていただきました。

これが実はIRという分野で非常に大切なことである、企業の、ある意味「素の経営情報を公正にしっかり伝える」というものと役割としては非常に近くて、多くの御出演いただいたゲストの方から、「IRにすごい役に立ったよ」という声をいただくようになりまして、そうやってくる中で、我々自身の業容も実は企業様がIR戦略についてサポートさせていただくというほうに深化してきたという歴史がございます。

なので、私ども自身は金融機関の皆さまと比べると、株式市場というところの真のプロフェッショナルだというわけではないのですが、企業が世の中に対してどのようなことを伝えてメッセージングしていくことがIR的にマーケットにどのような反応を及ぼすのかということに関しては、広告代理店というちょっと変わった立場からそれに関わってきたという経歴だと思っておりますので、本日、このような機会をいただくことができました。

金融機関とそのクライアント企業におけるデジタル(DX)時代のIR戦略のあり方

少し長くなりましたが、私自身のお話はこのくらいにさせていただきます。ここから、本日の本題である「金融機関とそのクライアント企業におけるデジタル(DX)時代のIR戦略のあり方」ということでお話をさせていただきます。