



株式会社WACUL

2023年2月期第2四半期決算説明会書き起こし

2022年10月17日

大淵: 株式会社WACUL代表の大淵でございます。それでは、ただいまより昨日開示いたしました2023年2月期第2四半期の決算についてご説明いたします。

サマリー

エグゼクティブ・サマリー		
23/2期 第2四半期業績の概要		
売上高	営業利益	理論LTV
総売上高/リカーリング売上高ともに 四半期で過去最高	10四半期連続の営業黒字	クロスセル率と運用支援サービスが伸長 成長傾向が続く
2023/2期 第2四半期 305百万円 前年同四半期比+26.7%	2023/2期 第2四半期 26百万円 前年同四半期比+108.8%	2022/8 4,370千円 前年同月比+18.0%
※リカーリング売上高 184百万円 (同+16.8%)	※EBITDA 44百万円 (同+96.6%)	※クロスセル率 24.8% (同+6.2pp)
<ul style="list-style-type: none">リカーリング売上高: 前年同四半期比2桁%以上の大幅成長インキュベーション事業: 受注・稼働が安定し、売上を継続的に創出人材事業: 22/8末時点でARR*1億円を突破するなど、順調に進捗	<ul style="list-style-type: none">10四半期連続の営業黒字。投資をしながらもしっかりと収益を確保前年はプロジェクト型商材の納品がQ1に偏ったことでQ2は落ち込んだが、今期はその偏重が解消されたことによりQ2の前年同四半期比は2倍を超える大幅成長を達成	<ul style="list-style-type: none">前年同月比対比で10%以上の成長クロスセル率の上昇と運用支援サービスの平均単価の上昇で、1社あたりリカーリング売上高がアップ。理論LTVを押し上げた
<small>*ARRは、Annual Recurring Revenueの略で年間経常収益のこと。各月末時点におけるMRR(Monthly Recurring Revenue - 月間経常収益)を12ヶ月換算して年間ベースの数値を算出</small>		
WACUL	©WACUL	2

大淵: まずは、決算のサマリーになります。

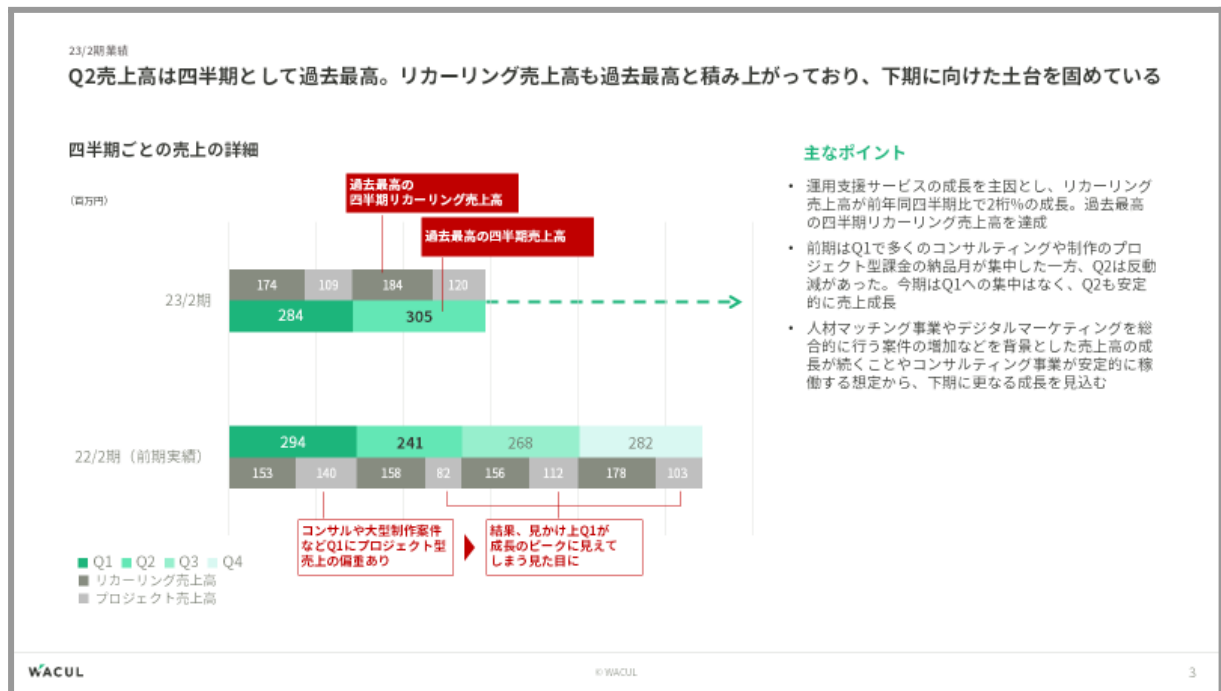
資料に記載ございます通り、売上高3億500万円、営業利益2600万円、理論LTV437万円で着地しております。

売上高に関しては、リカーリング売上が好調で前年同四半期比で+16.8%となり、過去最高のリカーリング売上高となっております。また、プロジェクト型の売上に関しては、Q1の説明会でお話した通り、稼働は平準化されており、売上計上のなされる納品タイミングが四半期ごとに偏りがなくなりつつあり、しっかりと既存案件の継続プロジェクトを積み上げることで成長を続けております。また昨年末に開始した新規事業である人材マッチング事業は順調に契約が積みあがり、理論上のARRが8月末時点で1億円を突破しております。

営業利益に関しては、10四半期連続の黒字で着地しております。さらなる成長のため、人材関連への投資は加速させておりますが、一方で収益もしっかりと確保しており、今後も成長と利益のバランスを取りながら経営・事業運営を行っていく所存です。

また、重要KPIである理論LTVは437万円と前年同四半期ベースで+18%の成長となっております。クロスセル率の上昇および1商材当たりの単価上昇が、1社あたりのリカーリング売上増加に貢献しております。

前期及び当期第2四半期の売上内訳



大淵: 売上高の詳細に関してご説明差し上げます。

今四半期の売上高に関しては3億5百万円と、初めて四半期売上高が3億円を超え、過去最高の売上高になっております。

Q1にご説明しました通り、プロジェクト型課金の偏重が解消されたことももちろんですが、それ以上にご注目頂きたいのはリカーリング部分の売上高で、こちらも1億8千4百万円と過去最高数値となり、業績を牽引しております。

財務ハイライト

大淵: それでは、より詳細な財務面での数値をここからはご紹介させていただきます。

損益計算書
過去最高の四半期売上を更新。リカーリング売上高も過去最高と積み上がっており、計画達成に向けて進捗

(単位: 百万円)	2023/2 Q2	前年同四半期 (2022/2 Q2)		前四半期 (2023/2 Q2)		業績予想	上期累計 進捗率
		実績	増減率	実績	増減率		
売上高	305	241	26.7%	284	+7.3%	1,388	42.5%
売上総利益	232	197	17.9%	228	+2.0%	1,066	43.2%
売上総利益率	76.2%	81.9%	△5.7pp	80.2%	△4.0pp	76.8%	-
販売管理費	206	184	+11.6%	201	+2.2%	886	46.0%
営業利益	26	12	+108.8%	26	+0.0%	179	29.5%
営業利益率	8.7%	5.3%	+3.4pp	9.3%	△0.6pp	13.0%	-
EBITDA	44	22	+96.6%	44	+0.0%	251	35.2%
EBITDA率	14.5%	9.4%	+5.1pp	15.6%	△1.1pp	18.2%	-
経常利益	26	12	+120.7%	25	+3.4%	177	29.8%
純利益	25	11	+126.4%	19	+31.6%	163	28.1%

WACUL © WACUL 16

大淵: まずは16ページ、PLです。

只今お伝えした通り、第2四半期の売上高は3億500万円となりました。売上総利益は2億3200万円となっております。販管費は先行投資を進め2億600万円で、着地しております。結果として営業利益は前四半期横ばいの2600万円の着地でございます。

損益計算書 | 販売管理費
人材確保（社員、業務委託）は順調に進捗し、人件費は増加。広告宣伝費は投資対効果を施策ごとに計算し、コントロールしている

(単位: 百万円)	2023/2 Q2	前年同四半期 (2022/2 Q2)		前四半期 (2023/2 Q1)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	110	98	+12.1%	96	+14.3%
業務委託費	33	18	+77.9%	32	+1.6%
採用費	2	2	△19.1%	7	△70.3%
広告宣伝費	19	26	△25.4%	16	+16.0%
家賃等	6	6	+0.9%	7	△3.0%
システム利用料	12	10	+26.2%	12	+0.7%
支払手数料等	14	14	△0.1%	21	△35.5%
その他	6	7	△7.5%	6	+8.8%
合計	206	184	+11.6%	201	+2.2%

※ 業務委託費のうち、事業運営に係る人件費相当のものを業務委託費として表示。また、プロフェッショナルフィーなどを支払手数料等で表示。

WACUL © WACUL 17

大淵: 販管費の内訳としては、人件費・業務委託費・採用費などいわゆる人材関連の費用がそれぞれ1.1億円・3300万円・200万円となっており、先行投資を進めている点がご理解いただけるかと存じます。

その他、広告宣伝費を1900万円と、諸所の社会情勢を見ながらバランスよく投資を続けております。

負債対照表
中長期に向けた投資も可能な手元資金を保持し、高い財務安全性を維持。金融機関の活用で運転資金の最小化に取り組む

(単位：百万円)	2023/2 Q2	前期末 (2022/2)	
		実績	増減
流動資産合計	1,009	964	+44
うち現金および預金	807	755	+51
うち売掛金等	189	194	△4
固定資産合計	341	287	+54
うちソフトウェア等	211	158	+52
流動負債合計	386	298	+87
うち未払金・前受金等	243	132	+110
固定負債合計	109	150	△40
純資産合計	855	803	+52
うち株主資本	852	801	+51

WACUL © WACUL 18

大淵: 次にBSです。ほぼ大きなトピックはございません。

強いて申し上げるとすれば、広告運用代行事業であるAIアナリストADの拡大に伴い媒体費の拡大がありますが、媒体費の支払いを顧客から受けたあとに遅らせているため未払金が増えております。この点は手元資金の充足につながっており、ポジティブといえます。

キャッシュフロー計算書
フリーキャッシュフローもプラスが継続

(単位：百万円)	2023/2 H1	参考値：前年通期 (2022/2)
営業キャッシュフロー合計	171	167
投資キャッシュフロー合計	△84	△91
財務キャッシュフロー合計	△35	232
うち長期借入による収入	-	199
うち株式の発行による収入*	5	110
キャッシュフロー合計	51	308
フリーキャッシュフロー	87	76

*注：収入に係る手数料等は差し引いた額を記載している

WACUL © WACUL 19

大淵: 次にキャッシュフローです。フリーキャッシュフローでプラスの状態が継続しております。

大淵: ここから、各種KPIと事業の状況を解説させていただきます。

売上高／売上高成長率

305百万円 / +7.3%
2023年2月期第2四半期 / 前Q対比

1社あたり理論LTV

4,370千円
2022年8月

売上総利益率

76.2%
2023年2月期第2四半期

クロスセル率

24.8%
2022年8月

営業利益／営業利益成長率

26百万円 / +0.0%
2023年2月期第2四半期 / 前Q対比

リカーリング売上高比率

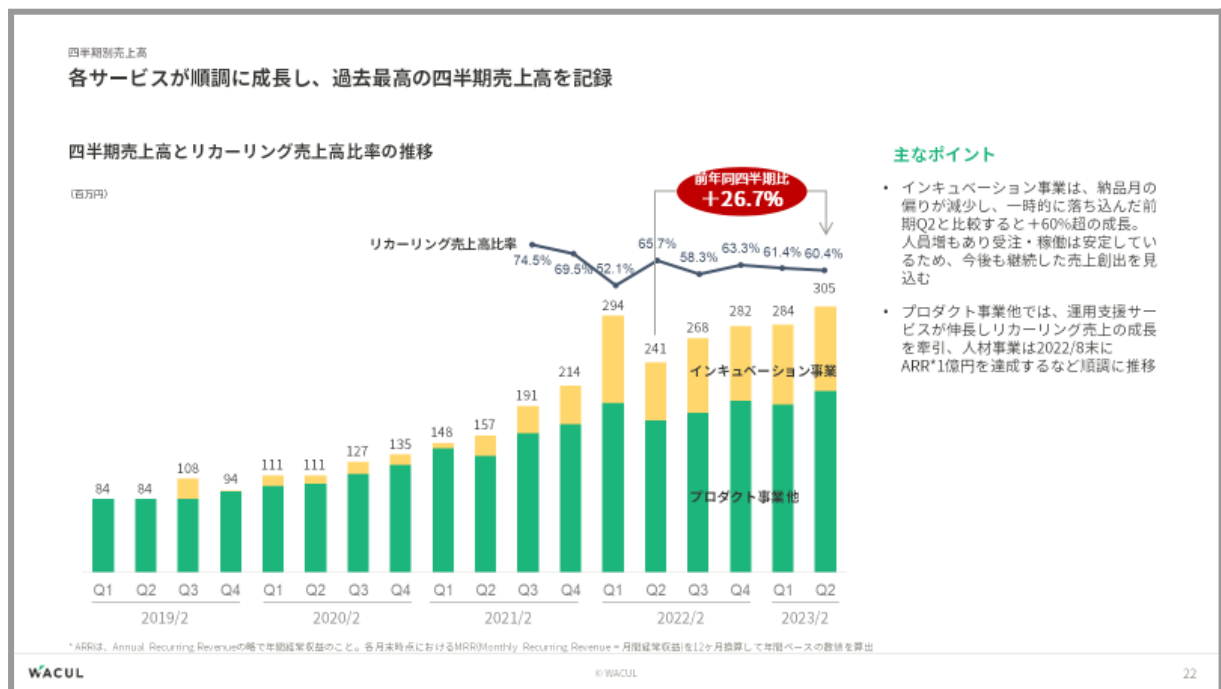
60.4%
2023年2月期 第2四半期

大淵: 事業KPIのサマリはご覧の通りとなっております。

四半期売上高は3億円を超え、過去最高を記録。売上総利益率は、プロダクトミックスの変化もあり、76.2%となっています。営業利益は26百万円で前四半期から横ばいとなっています。

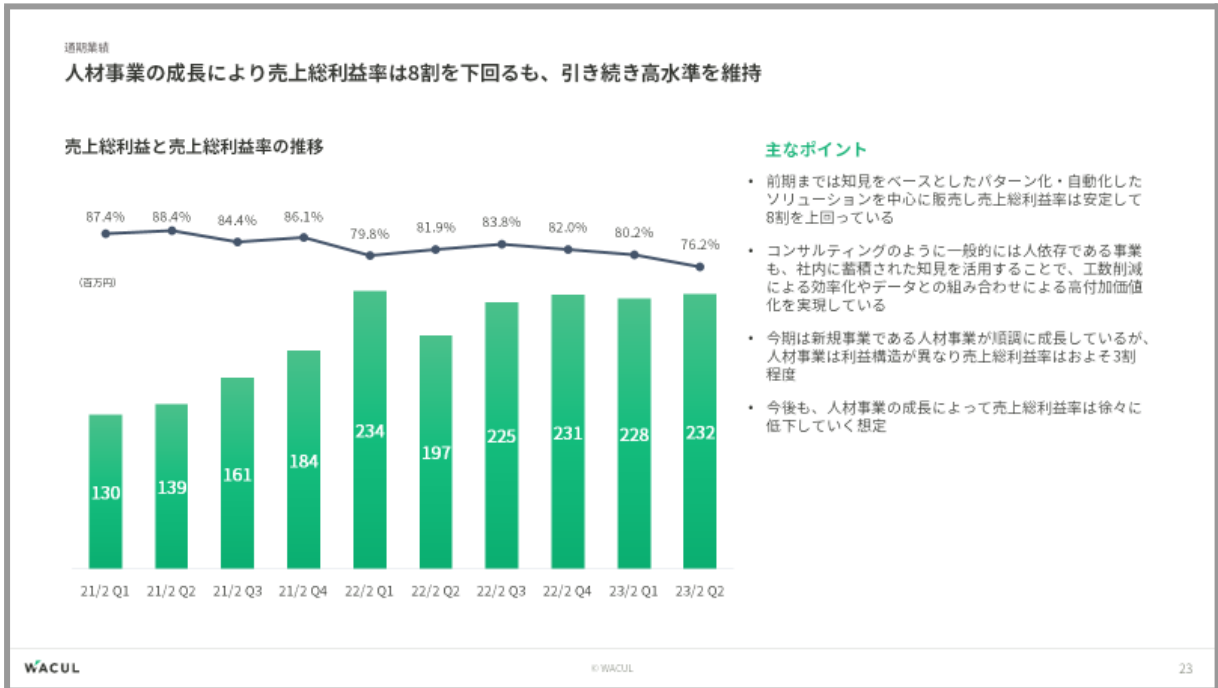
また、LTVは437万円と前四半期から上昇。これは主に24.8%となったクロスセル率の上昇による1社あたりリカーリング売上高の増加によるものです。

プロジェクト型課金のコンサルティング事業の安定した売上創出もあり、リカーリング型課金の比率は6割程度となっています。



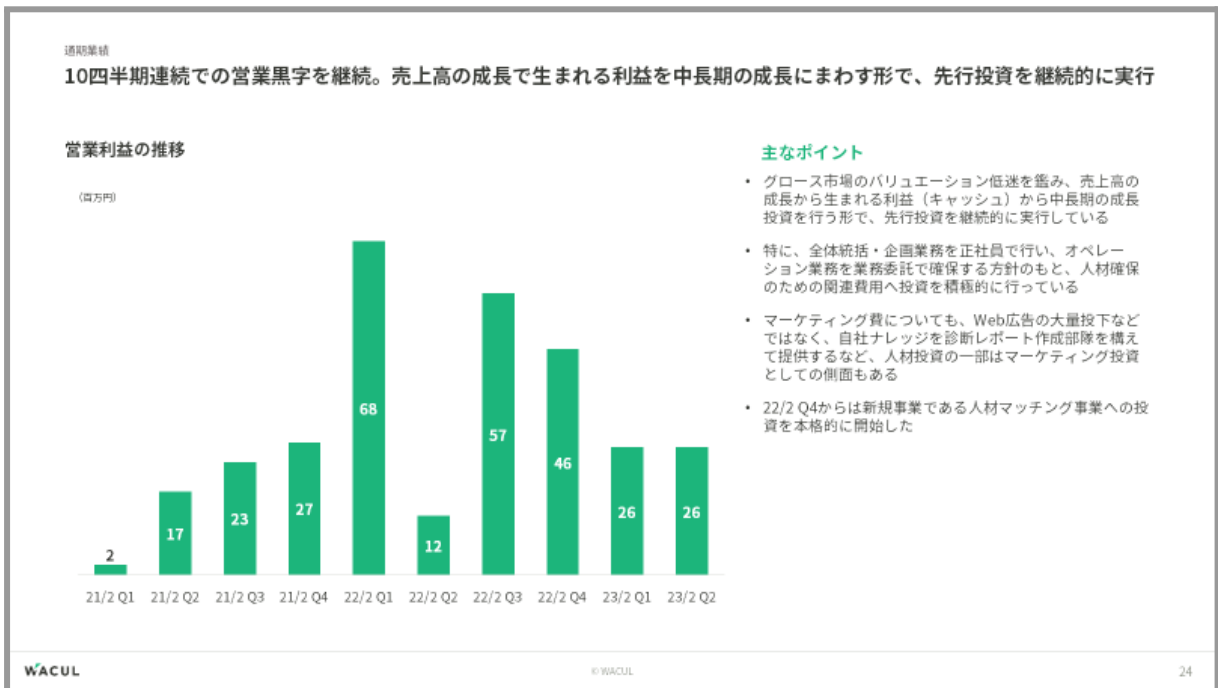
大淵: 改めまして、四半期ごとの売上高の棒グラフがこちらになります。

先ほど解説させていただいた通り、3億5百万円で着地、リカーリング売上・新規事業の人材事業と大きく成長し、過去最高の四半期売上高となっています。



大淵: 次に売上総利益です。売上総利益はほぼ売上げと連動する形で、推移しておりまして、今四半期は2億3千2百万円で着地しております。

昨年度Q1以来、売上総利益率は80%を下回りましたが、前回下回ったQ1と違い、これは人材事業の成長分となります。今後も人材事業の成長に合わせて徐々に緩やかに下がっていくことになると思いますが、大幅な利益構造の変化に至る事象は現時点では特にございません。

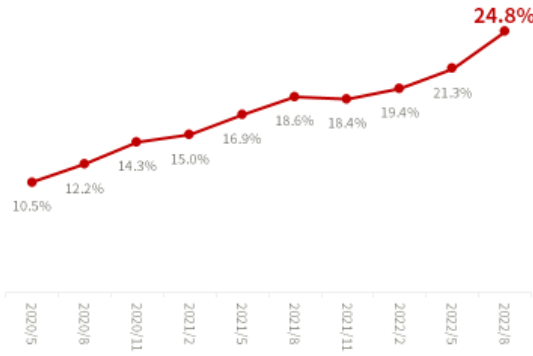


大淵: 次に営業利益です。

こちらにも先にご説明差し上げた通り、今四半期に関しては2600万円の着地となり、10四半期連続で黒字を継続しております。グロース市場のバリュエーション低迷を鑑み、売上高の成長から生まれる利益（キャッシュ）から中長期の成長投資を行う形で、先行投資を継続的に実行しております。

クロスセル率は24.8%に上昇。継続的な顧客接点を活かした早期の課題検知で上昇傾向が続く

クロスセル率¹⁾の推移



KPIに影響を与えた施策

- AIアナリストで得た情報および成果に関するリリースなどをきっかけとして、クロスセルする戦略を継続的に推進
- 顧客から接続されたデータを活かしつつ、カスタマーサクセス部門の人員が顧客とのタッチポイントとして、顧客の課題を早期に検知し、素早く課題解決の提案ができる
- 新規事業である人材マッチングサービスのクロスセルも発生
- 23/2 Q2はQ1から引き続きAIアナリストとAIアナリストADのクロスセルが好調に進展

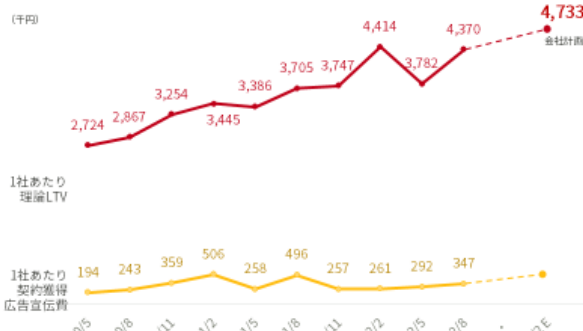
¹⁾クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストAD、MarketerAgentなどのリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月4商材のいずれかを利用している全取引先社数)

大淵: 次にクロスセル率です。こちらも24.8%と過去最高数値を更新しております。お客様からの信頼も厚く、複数のサービスをご利用いただくことによる単価増をこの四半期も継続できております。

また、地道なマーケティング戦略が功を奏し、昨年と比較しても新規契約時点で複数商材ご購入いただく事例も増えており、会社としてのブランドの積み上がりを実感しております。

短期的には増減あるものの、年単位では上昇傾向が継続

1社あたり理論LTVと1社あたり契約獲得広告宣伝費の推移



KPIに関する説明

- 22/5対比では、AIアナリストSEO・ADなど運用支援サービスの伸長を主因とした1社あたり売上高の増加がLTV成長に貢献
- 戦略的に、クロスセル等でLTV伸長が見込めない小企業に対する解約抑止施策よりも、中堅以上の顧客獲得およびクロスセル施策を優先している
- 1社あたり平均初期売上高は一桁万円のため、LTVに対する影響は軽微

	前年同四半期比	前四半期比
1社あたり理論LTV (千円)	3,705	3,782
当四半期実績との差異	+17.9%	+15.5%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	減少
1社あたりリカーリング売上高LTV	増加	増加
1社あたりリカーリング売上高	増加	増加
社数ベース12ヶ月平均解約率	悪化	悪化

¹⁾契約を獲得するのにかけたコスト（先行投資）を、その後に見込めるリカーリング収益（リターン）で回収するというビジネスモデルであるため、広告効果を得るための指標を示している。それぞれの定義は以下の通り。
 ・1社あたり理論LTV=リカーリング商材について、1社あたりの12ヶ月平均初期売上+1社あたり平均リカーリング売上(社数ベース12ヶ月平均解約率)
 ・1社あたりの平均初期売上は、単月の初期費用としての売上/単月の新規契約社数 を当月を含む12ヶ月平均したもとの
 ・1社あたり平均リカーリング売上高は、継続課金型の商材から生まれた単月売上高をその月に売上高の発生した契約社数で割って算出
 ・社数ベース12ヶ月平均解約率は、停止前月中を除く当月に売上が発生しなくなった社数/前月に売上の発生していた社数 を当月を含む12ヶ月平均して算出
 ・1社あたり契約獲得広告宣伝費=プロダクト事業費(MarketerAgentの毎月を含む)3ヶ月決算広告宣伝費(3ヶ月決算商数)/3ヶ月平均理論解約率

大淵: 結果として、理論LTVは437万円を着地いたしました。

前回決算説明会でもお話をいただいた通り、昨年度Q4には広告等の年度末駆け込み需要による予算拡大がありました。今期はそれもなくほぼ昨年度Q4と同水準までLTVを成長させており、会社としての地盤が順調に強化されていることをご理解いただけるかと存じます。

ビジネスアクション

大淵:ここからは、今四半期に実施したビジネスアクションからピックアップしたものをご紹介します。と存じます。

基本方針
“ナレッジ”の強化をしつつ、その“ナレッジ”を自社の顧客獲得からプロダクトまで最大限に活用し、事業の拡大を進める

ナレッジの強化

1. “頭脳の機械化”で差別化を徹底
2. インプット/アナリティクスの増強でアウトプットを拡大

ソリューションとしての展開

1. 知見の幅広いニーズへ適応させ、ソリューションを増加
2. 思考エンジンとして、他の企業へも提供

自社の顧客獲得への活用

1. 研究所レポートなどの情報提供で、マス露出を拡大
2. ドアノックを容易にし、見込み顧客を獲得
3. 提携先企業を通じて、顧客リーチを増強

WACUL © WACUL 29

大淵:具体的な話に入る前に、改めて当社の事業開発方針を解説させていただきます。当社では、ナレッジをもとに縦横2軸の方針に沿って事業の強化・運営を進めております。

横軸は拡大するマーケットを取り込むための、企業数・契約者数増加をしていくという考え方です。一方縦軸は、弊社のケイパビリティ・知見を増強することによる単価増・クロスセル増・1社あたりのLTV増を実現していくという考え方です。これらを推し進める上でコアとなってくるのが左下の当社のナレッジです。

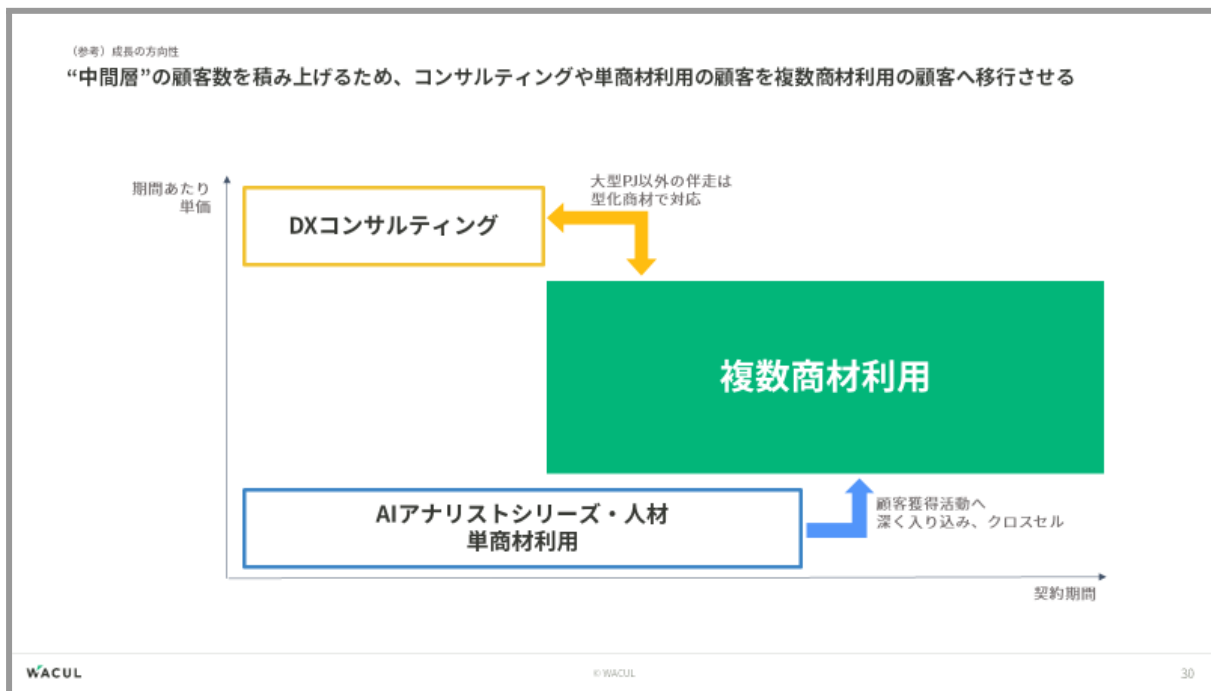
(参考) 成長の方向性
複数商材を利用する“中間層”を積み上げることで、中期的な収益性を高める

	主な提供プロダクト	スケラビリティ ²	顧客から支払われる総額	
			継続性 ³	社あたり単価 ⁴
大企業 1.1万 ¹	DXコンサルティング	プロジェクトごとの支援内容	プロジェクトごとの契約	とても高い
中堅～中小企業 53.0万 ¹	AIアナリストシリーズ・人材 複数商材利用	とても高い ・型化されたソリューションの組み合わせ	とても高い ・複数利用する仕様の高さ ・事業運営への深い関わり	高い
小規模事業者 304.8万 ¹	AIアナリストシリーズ・人材 単商材利用	とても高い ・型化されたソリューションの提供	高い ・継続利用前提の課金体系	低い

¹ 中小企業庁集計。中小企業数は、中小企業・小規模事業者から小規模事業者を除いた数。 ² 自社の12ヶ月平均解約率の比較。 ³ 当社内での比較。 ⁴ 当社過去実績の平均単価の比較。

WACUL © WACUL 29

大淵: 特に、具体的なターゲットといたしましてはスケラビリティ・収益性がともに高い中堅企業での契約数とLTV増を図っております。



大淵: 中間層の顧客数を積み上げるためにも、高単価なDXコンサルティングサービスでDX戦略を前さばきたうえで運用フェーズで弊社のサービスを複数商材利用していただいたりですとか、プロダクト事業の各サービスや人材サービスをご利用いただいたうえで、高い満足度を実現し2個め・3個めの商材を買っていただくことができると、単価×契約期間からなるLTV・つまりは収益性と、スケラビリティ両面が最大化するものと考えています。だからこそ、クロスセル率を重要なKPIの一つとさせていただいております。

この考え方に沿って実行いたしました、今四半期の取り組みをいくつかご紹介させていただきます。

ビジネスアクション | マーケティング投資

ナレッジの強化

サイトURLを入力するだけでWebサイトの改善ポイントが見つかる「BtoBトップページAI診断」を公開。深層学習などの先端技術を用いながら、当社にしかないデジタルマーケティング分析技術の開発を推進

Alanalyst

「B2BトップページAI診断」をリリース

NEWS!

主なポイント

- デジタルマーケティングの分析力を高めるために、AI技術を活用。分析力の改善を継続
- 単にプロダクトの機能開発に活かすだけでなく、広報でも活用。“勝ちパターン”との比較分析・改善提案機能の一部を無料開放
- AIがWebサイトのページ内のパーツ情報を収集。誘導導線の位置や文脈の一致度を判定している

AIのアルゴリズムの改善進捗

	開発当初 (2022年1月頃)	現在 (2022年7月頃)
適合率 (precision)	0.596	0.883
再現率 (recall)	0.818	0.680
F値	0.689	0.768

WebサイトのデザインをAIが抽象化 (分析の過程)

WACUL © WACUL 31

大淵: まずはテクノロジー開発における事例をご紹介させていただければと存じます。

この度当社では、画像認識技術と当社の勝ちパターンの知見を組み合わせ、実際のアクセスデータを連携いただかなくてもURLの入力のみで、顧客獲得に向けてサイトが理想的なデザインになっているかどうかを診断するトップページ診断サービスをリリースいたしました。

まだまだこれ単体でマネタイズするまでの機能には仕上がっておりませんが、リリース1週間で2000以上のサイトを診断するなど好評を博しており、リード獲得やブランド価値の向上に貢献しております。今後、この機能を磨きこむことでAIアナリスト本体に組み込むなど本格的なビジネス利用を進める想定しております。

ビジネスアクション | プロダクト事業 | AIアナリスト

ソリューションとしての構築

AIアナリストに勝ちパターンとの比較による改善ポイントの提案機能を追加

“勝ちパターン”との比較をツール上で実現



AIanalyst
これまでのナレッジを詰め込んだ
勝ちパターンとの比較による
改善ポイントの提案機能を追加

当社が蓄積してきたビジネスモデル別に型化した“勝ちパターン”との比較で、まだ実施していないが、同一ビジネスモデルの企業で成功実績がある施策を、伸びしろのある改善案としてツール上で提示できるようになった

AIアナリストで提示される提案の幅が拡大



自社の定数データ → 量的データの分析 → 改善提案
WACUL保有の定数データ（競合データ） → 勝ちパターンとの適合度分析 → 追加される改善提案

これまで対象サイトの数値データをもとに、CVIにつながらないボトルネックの抽出や他社との数値データの比較に基づくサイト改善ポイントの提案を行ってきた
しかし、今後は対象サイトに欠けているコンテンツやサイトデザインなど、数値データにとまらない点を分析して、改善提案が出せるようになった点が新しい

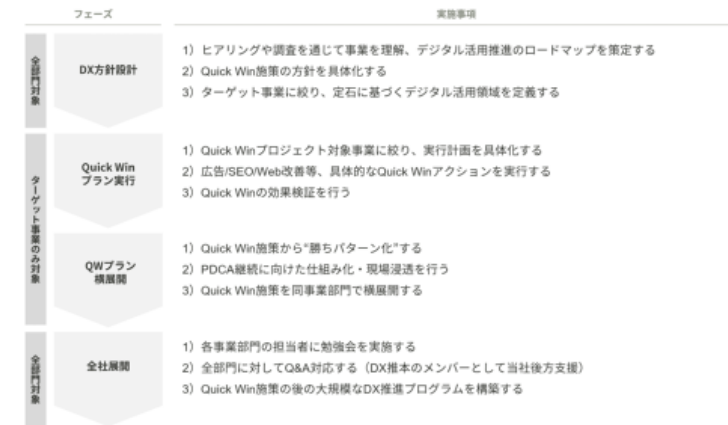
WACUL © WACUL 32

大淵:次に戦略の根幹であるAIアナリストの大幅なアップデートについてご説明します。

この度、AIアナリストに掲載され切っていなかった当社知見を大量に追加し、最大の強みである提案機能を大幅にグレードアップいたしました。

この機能追加により、お客様は理想のサイト・マーケティング活動に対し今できていること、できていないことをより視覚的に直感的にご理解いただけるようになりました。ユーザビリティの向上による単体サービスとしての理論LTVの向上の他、できていないことをシンプルに可視化することによる実行サービスのクロスセルの増加も期待できる開発となったかと存じます。

事業部横断でデジタル活用を推進する“DX統括部署”に対し、インキュベーション事業で支援パッケージを構築。プロダクト事業のソリューションによる事業部門への支援のきっかけにもなり、当社成長戦略にも合致



主なポイント

- 各企業で近年設置の進むDX統括部署のように、事業部横断でデジタル活用を推進するチームからの支援依頼が増えており、そうした部署に対する支援実績も蓄積されてきたことから、DX統括部署の支援パッケージをリリースした
- DX統括部署からの事業部支援に合わせて、事業部からコンサルティング以外のソリューションの直接発注をいただけるなど、クロスセル拡大にも貢献
- 三井不動産にはカンファレンス等で当社支援について語っていただいた¹⁾。そのほか、コンサルティング事例については当社研究所Webサイトに掲載²⁾

¹⁾ 「ビジネス・フォーラム専断 株式会社 EXPD 2022 for LEADERS DX Frontline 不確実性の時代に求められる理理」において、三井不動産のDX本部に対する当社の支援が紹介された。

²⁾ 「改革を進める三井不動産が見出した、DXの課題解決に必要なサイバリティとは?」 <https://www.mynavi.jp/techplus/article/2022/09/28-245259/>

³⁾ 本報告中のプロジェクトに関する対談を多数掲載している <https://wacul.co.jp/lab/diologue/>

大淵: 次は、インキュベーション事業のアップデートです。弊社インキュベーション事業では、大手企業の全社DXを統括する管掌の部署からコンサルティングをご依頼いただくことが多く、これまで個社ごとにご支援を続けてまいりましたが、各社へのコンサルティング活動を通じてDX統括部署に対する「ならでは」の支援方法にある程度の型を作ることができたため、このたび統括支援パッケージとして販売を開始いたしました。

これまで三井不動産やパナソニックインダストリーなど大手企業へのコンサルティングを通じて得てきた知見を、ポイントを絞った形でこうしてパッケージ化してご提供し、お悩みの企業さんに対してご支援できることをうれしく思います。

このパッケージを通じて、当社では先ほどお伝えした戦略コンセプトに沿って、コンサルティング後の運用サービスの販売拡大も合わせて見込んでいく所存です。

人材マッチング事業「Marketer Agent」がARR*1億円を突破。

人材マッチング事業の売上高推移



主なポイント

- デジタル人材不足とフリーランス人口の増加という追い風と当社「AIアナリスト」活用顧客の基盤を背景に、急速な事業拡大が続く
- 現在、Marketer Agentは月額契約でフリーランスとのマッチングを行う月額課金型。2022/8末時点でのARR(年間計上収益)は1億円を突破
- これまで主に業務委託者の紹介を企業向けに実施も、数々の企業とマーケティング体制構築の相談をする中で、フリーランスだけではなく、社内に深く長期的にノウハウを残していくために正社員を採用したいというニーズも多い
- 優秀なマーケティング人材をすでに多く抱えており、企業が求める人材の最適なマッチングを支援するノウハウを保有することから、今後は正社員候補者のご紹介も開始

*ARR(Annual Recurring Revenue = 年間収益)のこと。各月末時点におけるMRR(Monthly Recurring Revenue = 月間収益)を12ヶ月換算して年間ベースの数値を算出。

大淵: また、先ほどから何度か言及させていただいた通り、新規事業の人材事業は理論上のARRベースで1億円を突破し、順調に拡大を続けております。普段マーケティング・DXの支援業

界に身を置く人間としても人材不足は肌で感じるどころであり、今後も市場自体の拡大に合わせてサービスの成長は続いていくものと考えており、この事業がDXコンサルティング、AIアナリスト・シリーズに続く、第3の柱となることを確信しております。

自社の顧客獲得への活用

ビジネスアクション | マーケティング投資

登壇企業がリアルなデジタルマーケティング施策の分析と改善提案をおこなうオンラインセミナーを第3回まで開催。累計で1,800名以上が参加登録するなど、当社リード獲得に貢献



Web広告の診断結果

キーワード: 「カスタマーサクセス See5」

広告文: 「カスタマーサクセス See5」

URL: 「カスタマーサクセス See5」

※B2B: フォームを埋めているユーザーの属性でメール配信と関連させたい

※B2B: コミュニティマーケティングを強化したい

※顧客コミュニティとカスタマーサクセスの紐づきを一律で強制するのは難しい

※「コミュニティマーケティングならcommune」をシンプルにする

主なポイント

- 希望企業を募り、その企業のデジタルマーケティングの診断をするセミナーを実施
- 当社の分析・改善提案のクオリティを感じていただけるコンテンツとして認知獲得に活用
- 過去実施実績
 - 第1回 2022/4/26 ラクス社
メールマーケティングツール「配配メール」
 - 第2回 2022/6/30 コミュニ社
コミュニティサクセスプラットフォーム「commune」
 - 第3回 2022/8/9 ベーシック社
オールインワン型BtoBマーケティングツール「ferret One」
- 今後の予定
 - 第4回 2022/10/25・27 エフ・コード社
「CODE Marketing Cloud」



WACUL© WACUL35

大淵: また、当社のマーケティングにおいては、前回の説明会でご案内した企業のマーケティング実力値を実際のデータをもとに診断・ご紹介するセミナーが人気を博しております。開催を積み重ねており、ここまで3回の開催で計1800程度のリードを獲得するなど、広告投資等よりも圧倒的に高効率でリード獲得を行うことができっております

大淵: 最後に今期の見通しについてお話をさせていただきます。

今期の見通し

23/2期業績予想
下期に向けて事業成長を前提としている会社計画は、期初会社計画を維持

(単位：百万円)	2023/2 会社計画	2022/2	
		実績	増減率
売上高	1,388	1,086	+27.8%
売上総利益	1,066	888	+20.0%
売上総利益率	76.8%	81.8%	△5.0pp
販売管理費	886	703	+26.1%
営業利益	179	185	△3.3%
営業利益率	13.0%	17.1%	△4.0pp
EBITDA	251	225	+11.8%
EBITDA率	18.2%	20.7%	△2.5pp
経常利益	177	184	△3.7%
純利益	163	226	△27.8%

売上高／売上高成長率

プロダクト事業を中心として安定成長を想定
1,388百万円／27.8%
2023年2月期／前年対比

売上総利益率

人材事業などプロダクトミックスの変化を想定
76.8%
2023年2月期

EBITDA/EBITDA率

251百万円／18.2%
2023年2月期

WACUL © WACUL 37

大淵: 第2四半期終了時点で、今期の業績予想に変更はございません。

新型コロナウイルス感染症拡大が落ち着き、人々の生活は日常を取り戻しつつありますが、各国の政策金利の上昇や為替の急変動など、市場動向に関しては動きがございますが、予算策定・業績予想の開示時点で織り込んでいた以上の悪化はこれまでのところございません。

事業に対する為替影響は当社においてドル建ての取引は限定的で、直接的に大きなものはございません。経済環境の変動については今後も注視しつつ、マーケティング投資などを中心に柔軟かつ機動的に対応してまいります。現時点において、Q3以降案件も積みあがってきていることから、業績予想は維持とさせていただきます

ご説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

(以上)

免責事項

本資料で提供される内容の信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。