



**2024年9月期 第1四半期  
決算説明資料**

**2024年2月  
株式会社 A V i C**

**証券コード：9554**

# ディスクレイマー

---

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。



# 目次

---

1. 決算概要
2. トピックス
3. 成長戦略
4. 会社概要
5. 事業環境と当社の強み

## Appendix

# At a Glance

若い力が提供する高いサービス品質を背景に、デジタルマーケティング業界において業界随一の成長率・利益率を実現

創業

2018年3月（4年3ヶ月でIPO）

売上高成長率（注.1）

42.2%

営業利益率（注.2）

17.3%

社員数（注.3）

63人

社員数の増加率（注.4）

23.5%

社員の平均年齢（注.3）

32.0歳

社員の平均年間給与（注.3）

6,751千円

社員に占める昇給者の割合（注.5）

57.9%

女性管理職率（注.6）

15.4%

注.1：売上高成長率は2023/9期1Qと2024/9期1Qとを比較した成長率です。

注.2：営業利益率は2024/9期1Qの数値です。

注.3：社員数、社員の平均年齢（株式会社AViC単体）、社員の平均年間給与（株式会社AViC単体）は2023年12月末の数値です。

注.4：社員数の増加率は2022年12月末から2023年12月末の増加率です。

注.5：社員に占める昇給者の割合は、2022年12月～2023年12月の期間に通年在籍した社員のうち、2023年12月の基本給が2022年12月の基本給と比べ昇給した社員数の比率を算出しています。

注.6：管理職の対象者は役員、本部長、部長、マネージャーです（2024月1月1日時点の数値）。



# 決算概要



# ハイライト

## ・ 創業来最高の売上高、売上総利益を達成

引き続き新規クライアントの獲得が順調に進捗し、YoYで、売上高は+42.2%（内オーガニック成長で+約25%）、売上総利益は+46.6%（内オーガニック成長で+約30%）

なお、今期から連結対象となったFACT社については、買収時から想定していた事業転換を含めたPMI中につき、利益貢献は今後

## ・ 1Qは社内計画を上回る順調な進捗

通期計画に対する進捗率は、売上高25.0%、売上総利益23.2%、営業利益23.3%

## ・ 成長戦略（注.1）の着実な遂行により、2Q以降も堅調な進捗となる見込み

パートナー協業のための体制構築が進展したことにより、新規クライアントの獲得が加速（成長戦略①）

オンボーディング人材の増加・マネジメントレイヤーの内部登用をはじめとする人材育成が順調に進捗（成長戦略②）

これらにより、今後の安定成長サイクルのための基盤構築が大きく進展

結果、2Qも社内計画を上回る着地となる見込みで、通期計画に対し堅調に進捗

なお、2Qは、創業来最高の四半期営業利益、営業利益率は25%超となる見込み

## ・ 重要な成長ドライバーの一つである人員採用は一定進捗

社員数は1Q末時点で63名（YoYで+23.5%、+12名）

## ・ 自社開発ツールの活用浸透、社員の順調な育成の進展により、高生産性を維持

社員1人当たりの売上高（注.1）は7.5百万円と、YoYで+15.4%

注.1：成長戦略の詳細についてはP20以降をご参照ください。

注.2：1Qの売上高を1Q末の人員数で除した数値を指します。



# 2024年9月期1Q業績 1/2

## ・ YoY

新規クライアントの獲得が順調に進捗し、売上高、全段階利益で大幅増収増益

## ・ QoQ

将来的な業容拡大に向けた費用の計上で減益となったものの、社内計画対比では上振れの着地  
新規クライアントの獲得加速により、2Qは前年度4Qを上回る創業来最高の営業利益となる見込み

(百万円)	2023/9期1Q	2023/9期4Q	2024/9期1Q	YoY	QoQ
売上高	334	402	475	+42.2%	+18.2%
売上総利益	175	229	257	+46.6%	+12.3%
販売管理費および一般管理費	123	116	175	+42.6%	+51.2%
営業利益	52	113	82	+56.2%	△27.4%
営業利益率	15.8%	28.2%	17.3%	+1.5pt	△10.9pt
経常利益	53	85	74	+39.6%	△12.8%
当期/四半期純利益	39	63	53	+35.1%	△16.6%



# 2024年9月期1Q業績 2/2

社内計画対比で想定以上の進捗

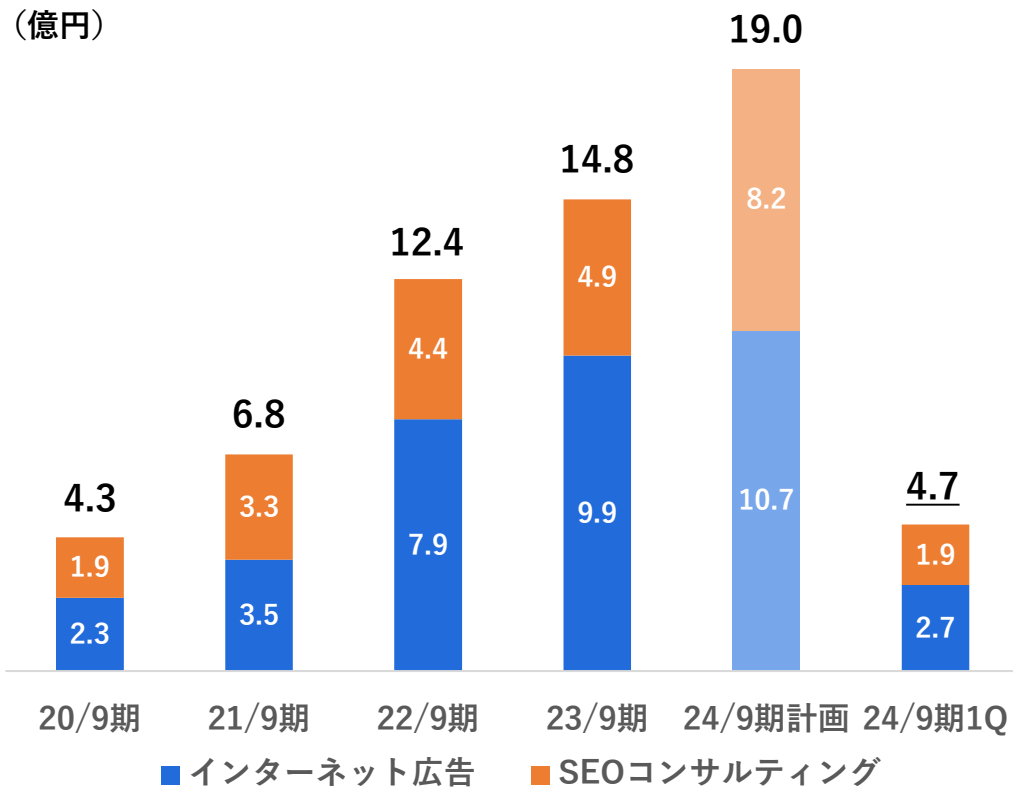
(百万円)	2024/9期1Q	2024/9期計画	進捗率
売上高	475	1,902	25.0%
売上総利益	257	1,111	23.2%
販売管理費および一般管理費	175	757	23.2%
営業利益	82	353	23.3%
経常利益	74	344	21.6%
当期/四半期純利益	53	255	20.8%



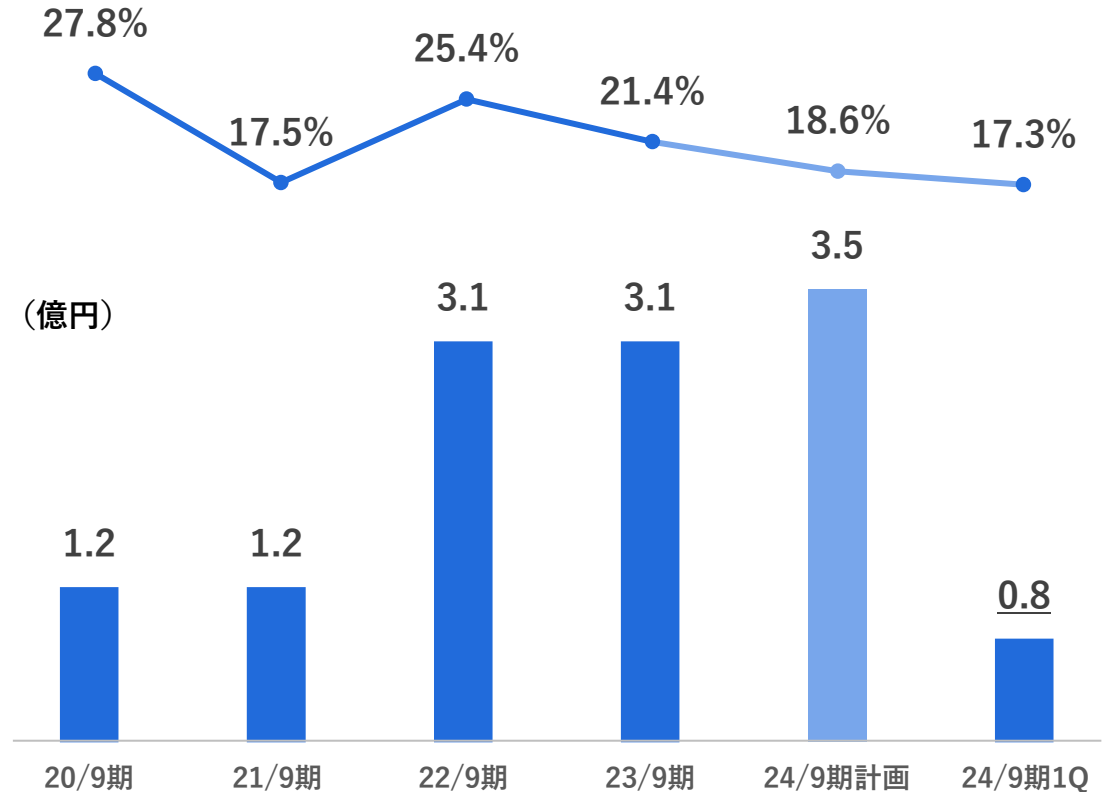


# 財務ハイライト 1/3

## サービス別売上高の推移



## 営業利益・営業利益率の推移

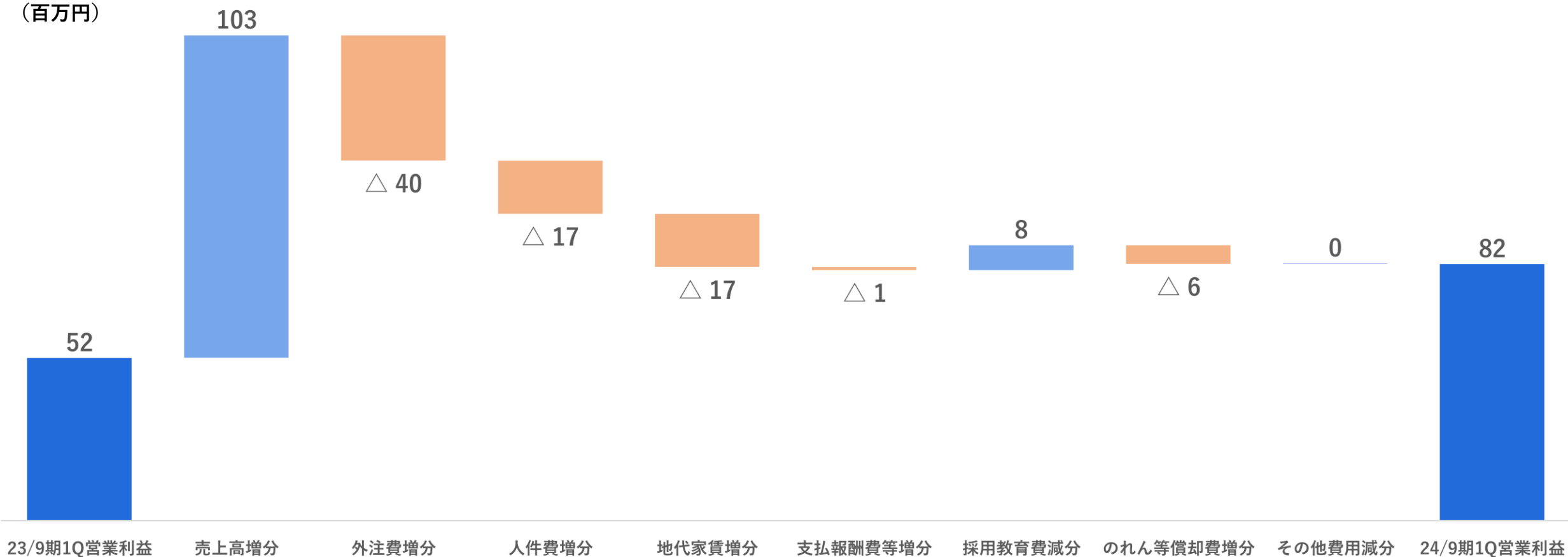


注1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2020/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

# 財務ハイライト 2/3 | YoYでの営業利益の増減分析

各種費用の増加がありながら、引き続き新規クライアントの獲得が順調なことと、前年度3Qを底にインターネット広告サービスにおける新興系顧客の予算減額・離反がなくなり同4Qから利益率が改善したことで、YoYで+56.2%の増益を達成

(百万円)

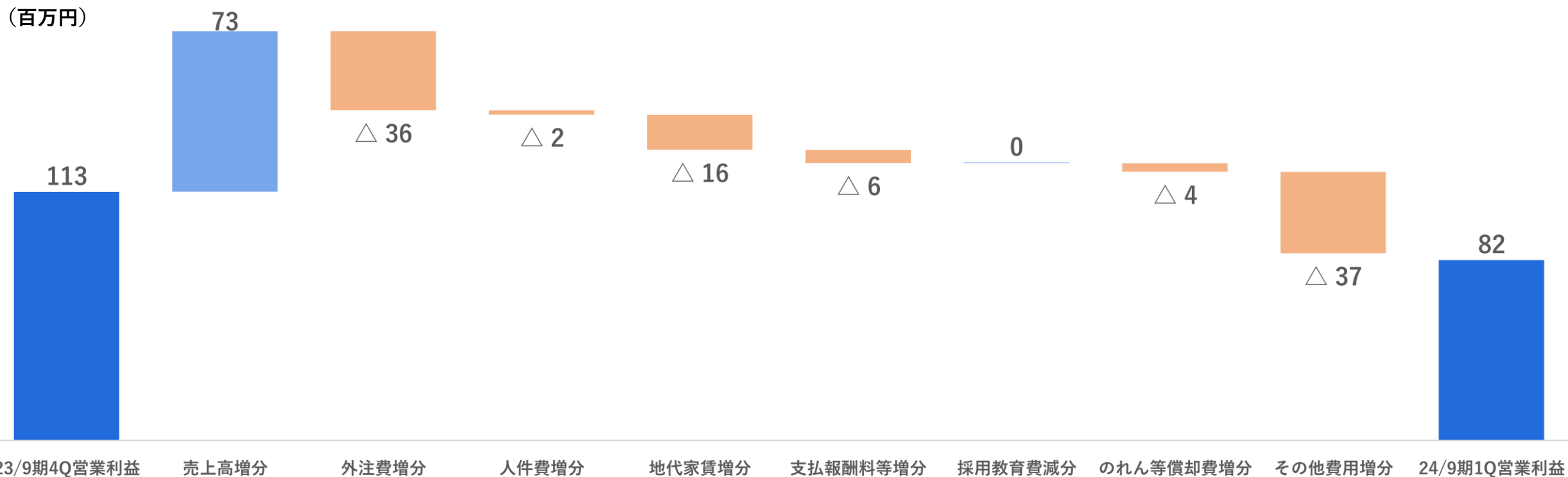


# 財務ハイライト 3/3 | QoQでの営業利益の増減分析

引き続き新規クライアントの獲得は順調に推移

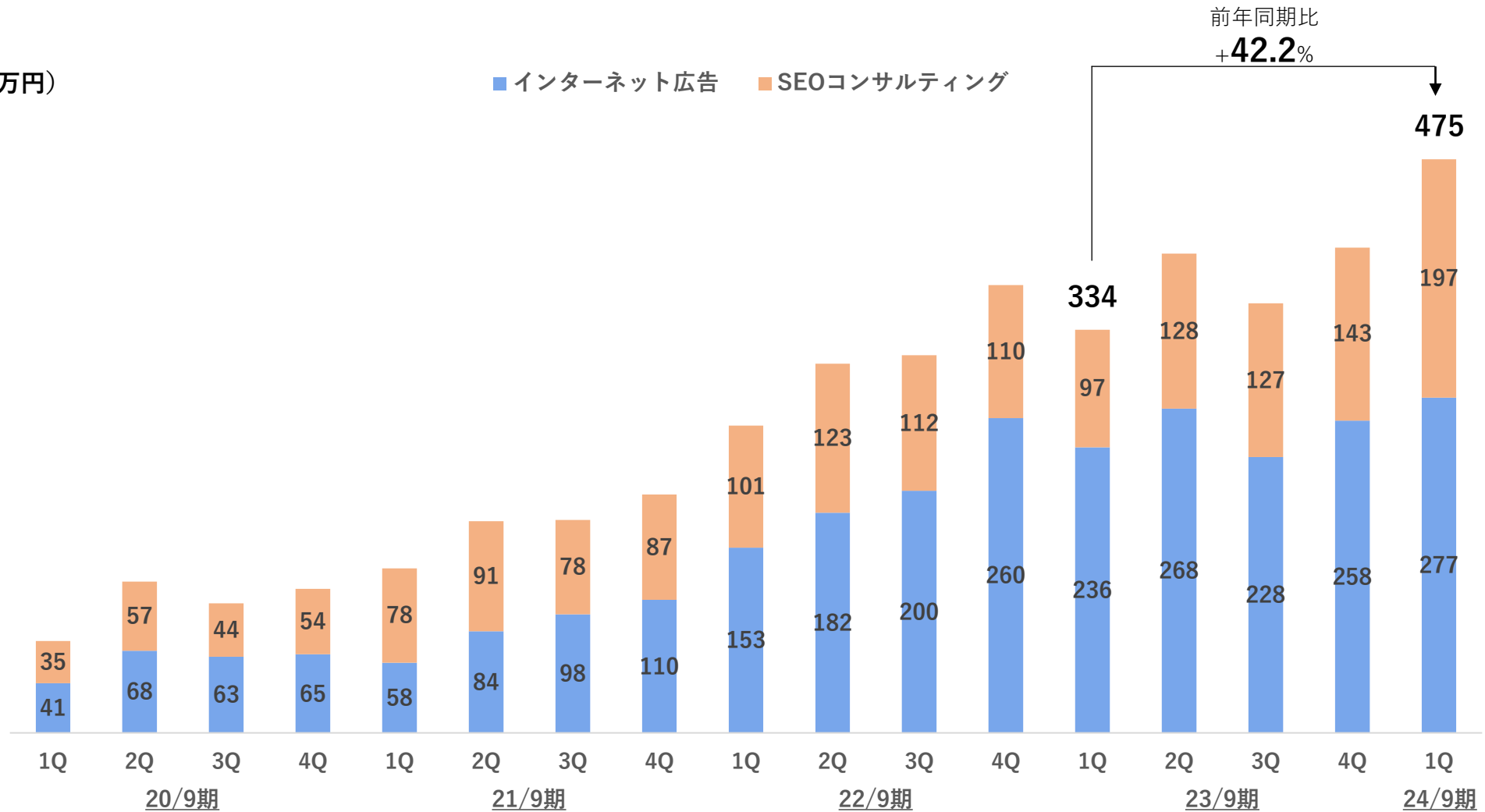
将来的な業容拡大に向けた費用の計上により、QoQでは△27.4%の減益

なお、今年度2Qは、新規クライアントの獲得の加速により、前年度4Qを上回る創業来最高の四半期営業利益となる見込み



# 業績の進捗 | 売上高

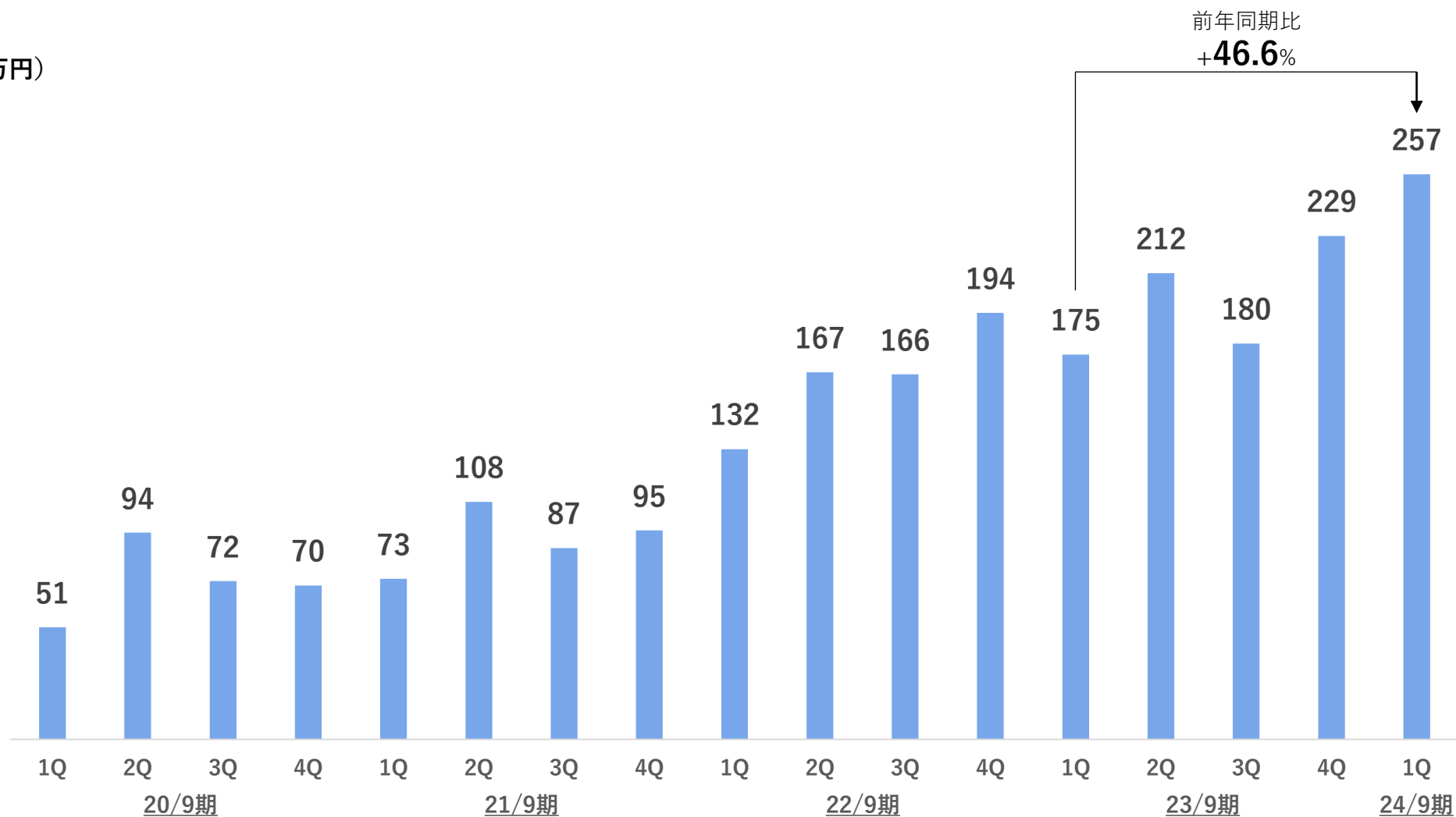
(百万円)



注.1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2020/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

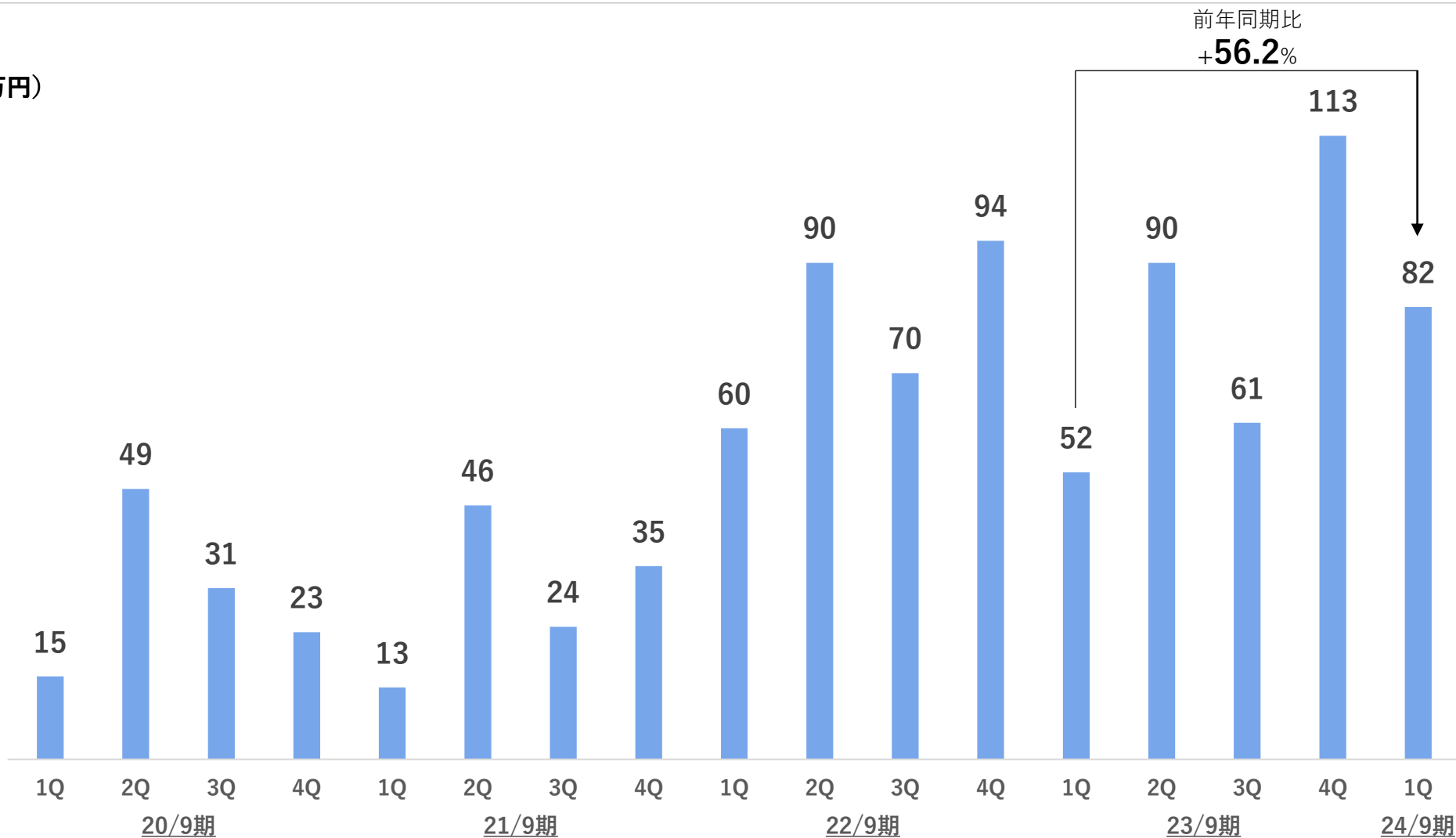
# 業績の進捗 | 売上総利益

(百万円)



# 業績の進捗 | 営業利益

(百万円)

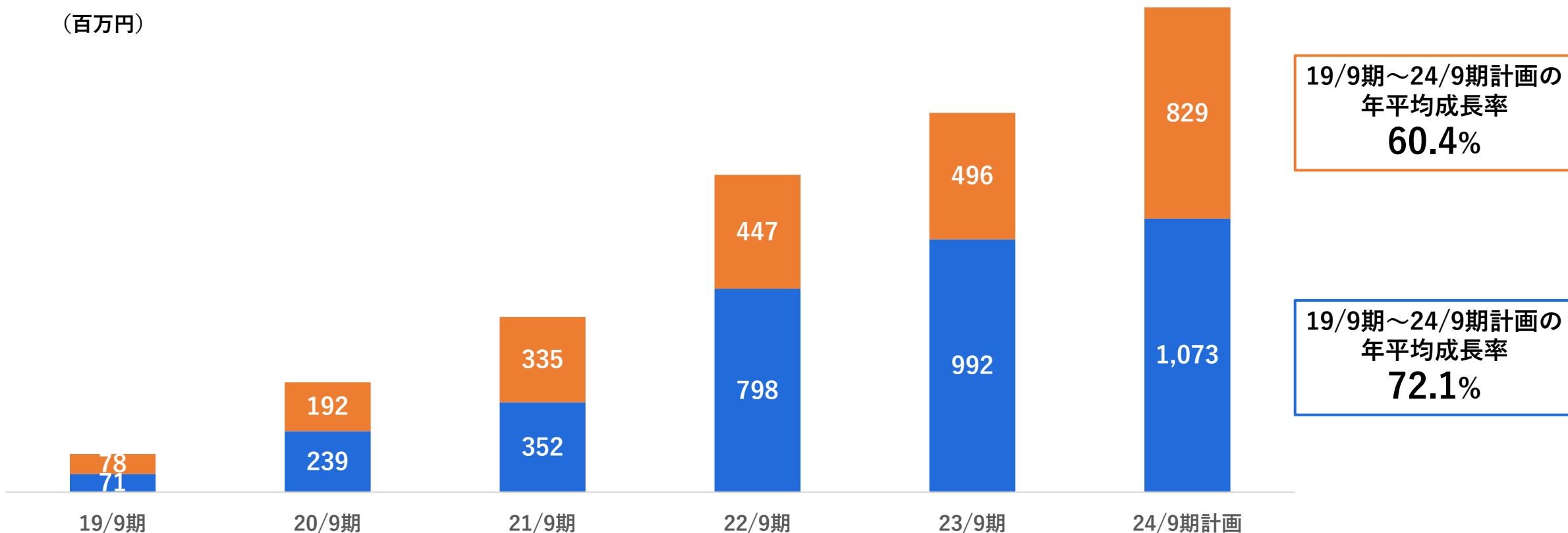


# サービス別売上高の推移と計画

1Q時点で、インターネット広告サービスが25.2%、SEOコンサルティングサービスが24.0%の進捗

■ インターネット広告 ■ SEOコンサルティング

(百万円)



注.1： SEOコンサルティングの2024/9期計画にはFACT社の数値を含んでおります。

注.2： 2019/9期の実績は未監査の数値を記載しております。



# 重視している経営指標

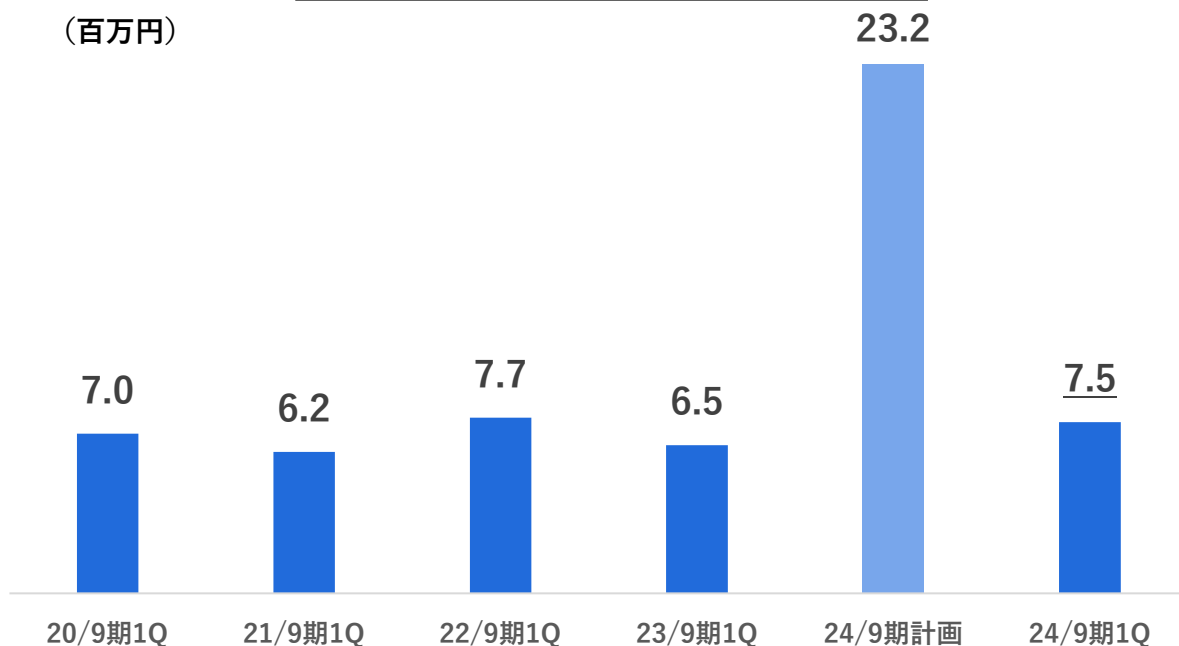
自社開発ツールの活用と仕組み化されたアプローチに基づく育成により、未経験社員がスピーディに戦力化し、会社としての生産性（社員1人当たりの売上高（注.1））が継続的に維持・向上

年度計画に対し、社員1人当たりの売上高は順調に進捗

2024/4に10名の新卒社員が入社予定

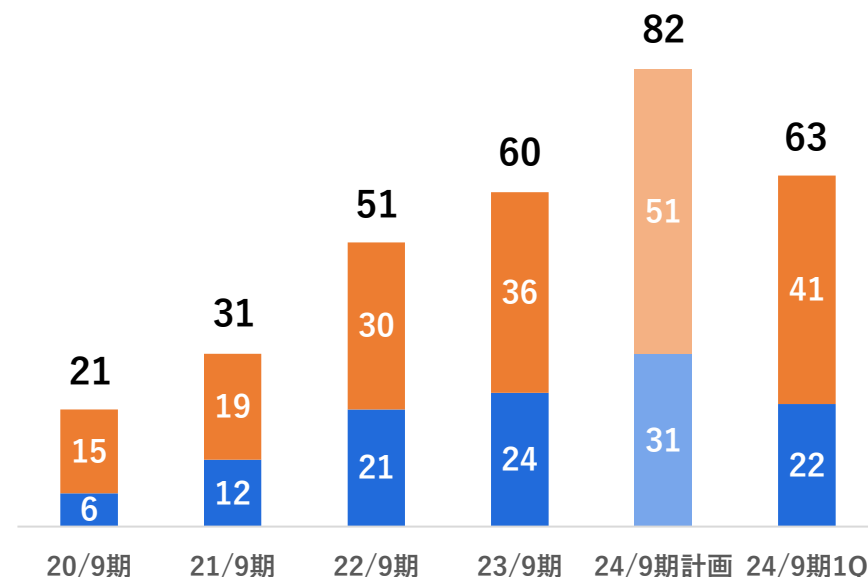
① 社員1人当たりの売上高の推移

(百万円)



② 社員数（注.2）の推移

■ 新卒入社 ■ 中途入社



注.1：1Qの売上高を1Q末の人員数で除した数値を指します。

注.2：期末人員数をカウントしております。ただし、10月入社の新卒社員は前年度の新卒入社社員としてカウントしております。



# トピックス



# LINE公式アカウントを活用したCVR（注.1）改善ソリューションを提供開始

当社社員で「LINE Frontliner」である奥川（注.2）が開発した、LINE公式アカウントを活用することによってCVRを改善する、新たなソリューションの提供を開始

2024年に廃止が予定されているサードパーティーCookieを使わずにユーザーとコミュニケーションを行うことで、クライアントの広告効果向上を実現

## LINEを活用した新たなCVR改善ソリューション

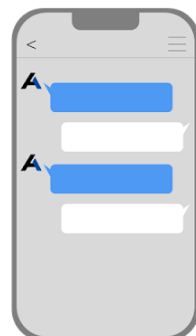
### 1 LINEナーチャリング

サイトから離脱しようとするユーザーに対してバナーを表示してLINEへ誘導した後、チャットボットとの会話によってCVへ

離脱時にバナーを表示



チャットボットと会話



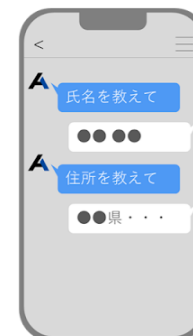
### 2 LINEフォーム

ユーザーがサイトで申し込みをする際などに、LPからLINEに誘導  
離脱後もLINEから再度アプローチが可能

LPでLINEに誘導



LINEでフォーム入力



注.1： Webサイト訪問者のうち、購入や問い合わせなどそのWebサイトの最終成果に至った件数の割合を指します。

注.2： 日本に9人しかいない、LINEへの高い知識レベルと豊富な経験を兼ね備えているとLINEが認定する講師です。詳細は以下をご参照ください。

AViC Co., Ltd.

# AIライティングと人の力を融合したSEOコンサルティングサービスを提供開始



株式会社Insight scienceが提供するAIコピーライティングサービス「UniCopi（ユニコピ）（注.1）」をベースに、当社の知見を付加した新たなSEOコンサルティングサービス「SEORY ARTICLE（セオリーアークル）」の提供を開始

AIの力だけで書いた記事よりも読み応えがあり、かつ人の力だけで書いた記事コンテンツよりも深く分析の加わった良質な記事コンテンツが生成できるため、結果として検索結果の上位表示や、ユーザーの態度変容KPIの向上が期待できるもの

注.1：株式会社Insight scienceが提供する、AIの力で、訴求アイデア生成から各種媒体に合わせた広告文の作成、さらには記事コンテンツの執筆までをサポートするサービスです。



# AIを活用した動画広告ソリューション「Cre Tech Force」を本格提供開始



Creative Force × Technology for Video Ads

株式会社Shirofuneと共同開発した、動画広告の広告効果を上げるための分析からプランニング及び制作までを、最新AI技術を駆使して高精度に行うことができるソリューションサービス

動画内に存在する、物体情報・テキスト情報・音声情報の内容の自動解析が可能で、これにより、情報量の多い動画を、人による感覚的な分析ではなく、科学的・統計的に分析することが可能となり、その結果、動画制作のプランニング精度が格段に向上するもの

昨年4月のベータ版提供開始以降、サービスの開発を継続しておこなってきたことによって分析の精度が向上し、実際の案件において大きな広告効果の改善につながる実績も得られるようになったため、この度本格提供を開始

導入事例は以下をご参照ください。

- [株式会社鎌倉新書様導入事例](#)
- [坂井建設株式会社様導入事例](#)



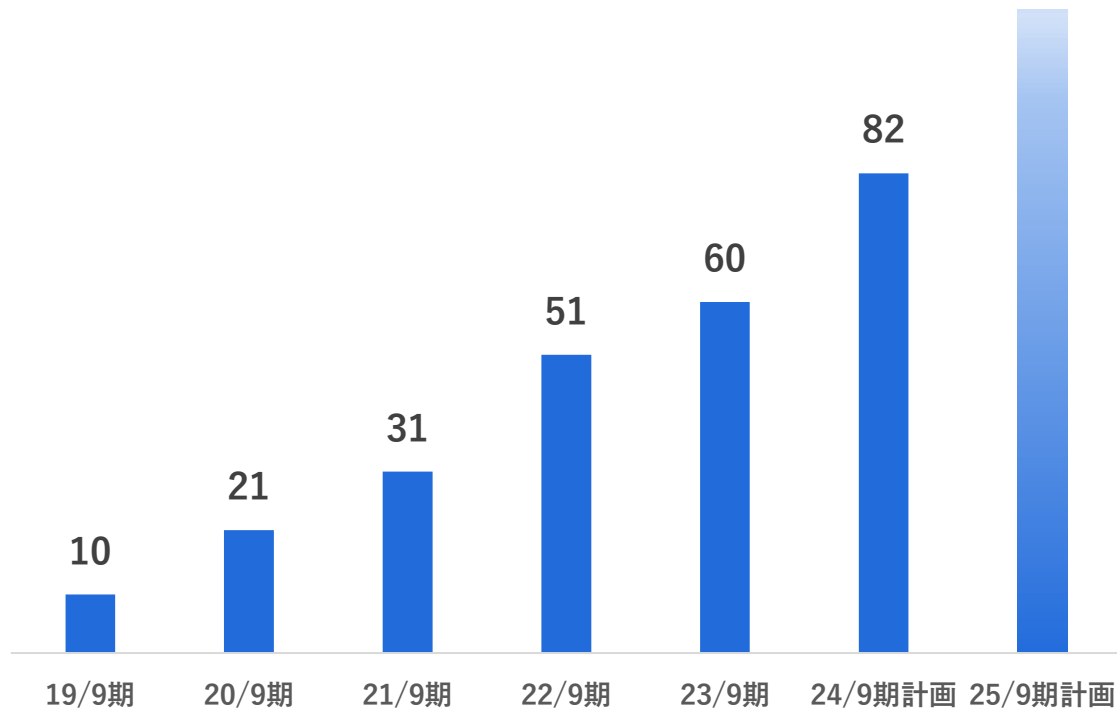
# 成長戦略



# 成長戦略①：人材の採用と育成

社員数の拡大と、社員の育成・自社開発ツールの活用による生産性の維持・向上を、最重要視

## 要員計画



## イネーブルメント・プロジェクトの進捗 （「オンボーディング人材」の人員数）

※コーポレート部門を除く

23/9期1Q末

37名

24/9期1Q末

53名

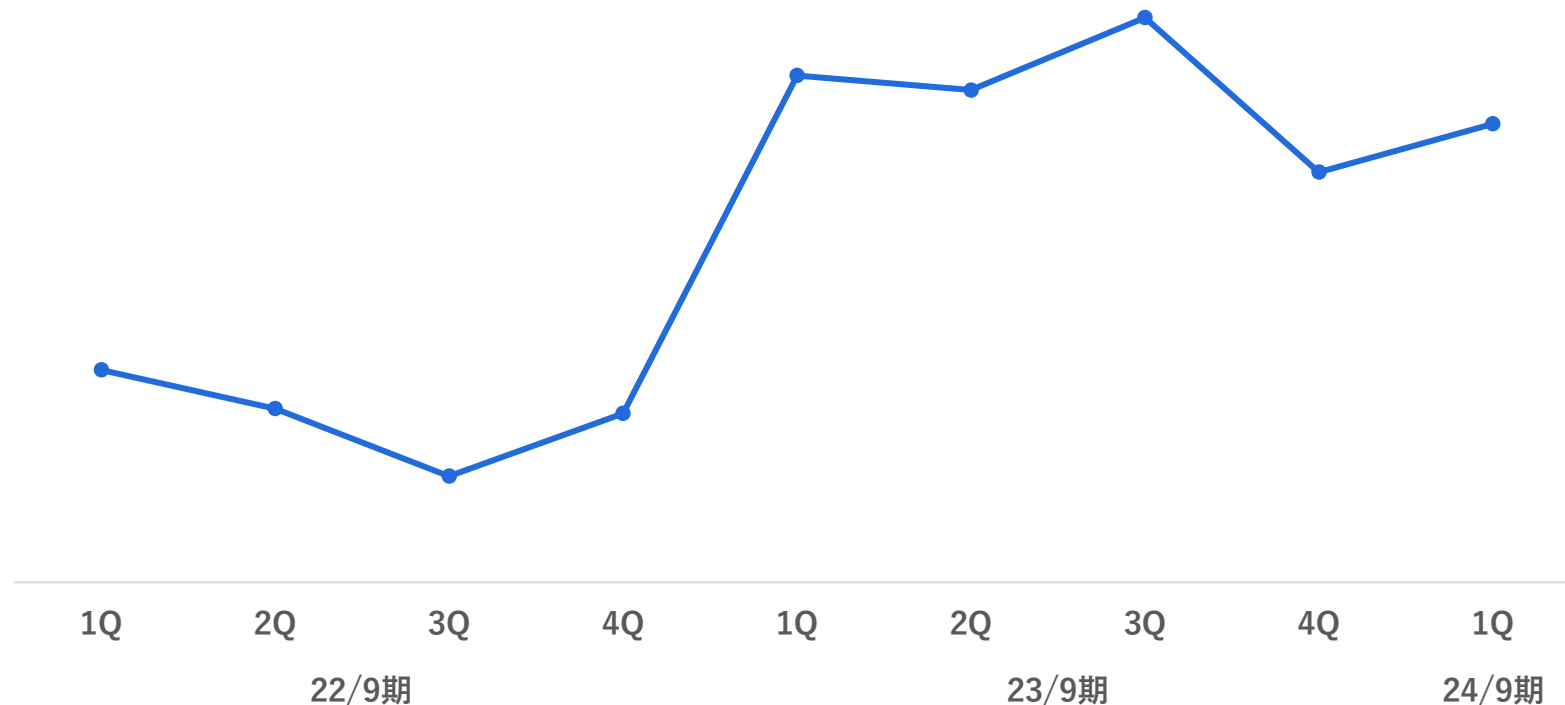
## 「オンボーディング人材」の定義抜粋

- ・標準化された業務の遂行ができる。業務上必要な連絡や情報収集をスムーズに行える（社内外）。基礎的な業界知識を体得できている。
- ・メンターが外れ、自身が未経験メンバーのメンターとなることができる。

## 成長戦略②：クライアント基盤の更なる拡充

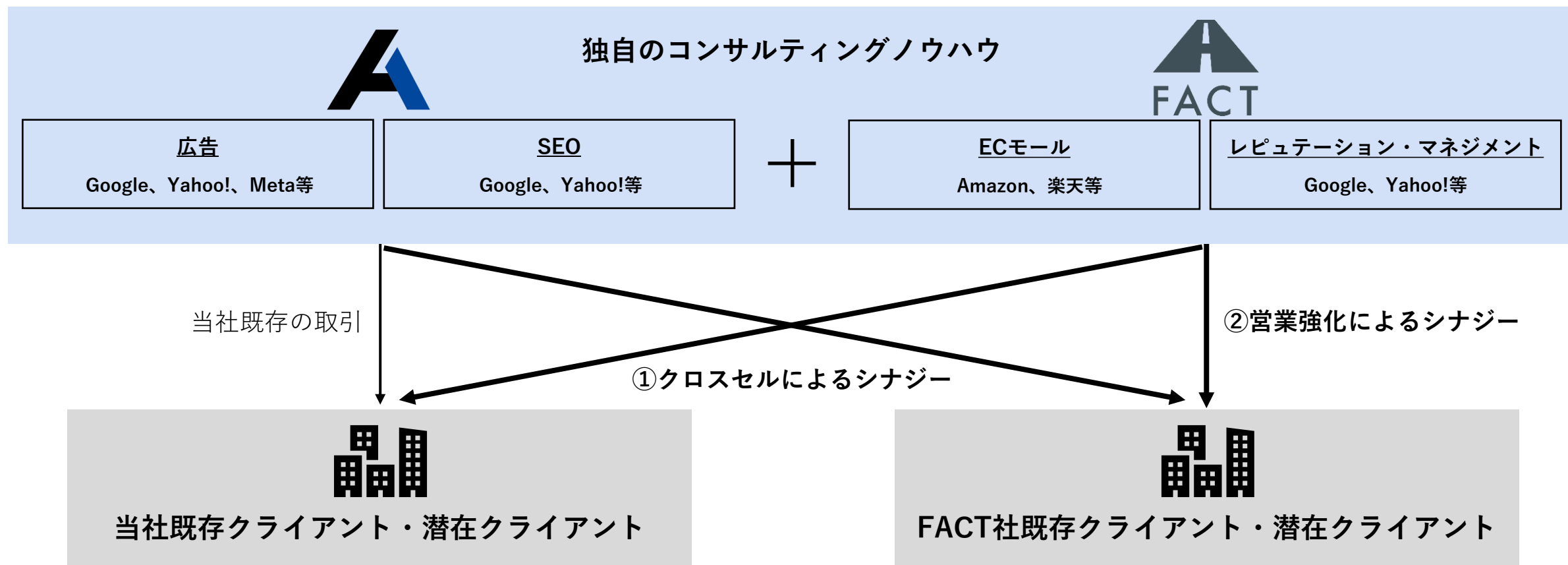
当社単独でのクライアント開拓、大手総合系広告代理店やマーケティング・コンサルティング事業者等との協業を更に拡大することで、クライアント基盤を拡充

営業リードの件数推移



# 成長戦略③：株式会社FACTのM&Aによるシナジーの発現

2023/10/1より連結子会社となった株式会社FACTとのシナジーとして、①両社独自のコンサルティングノウハウに基づくサービスのクロスセル、②当社の営業リソースの投下及び営業チャネルの活用によるFACT社の更なる成長を期待



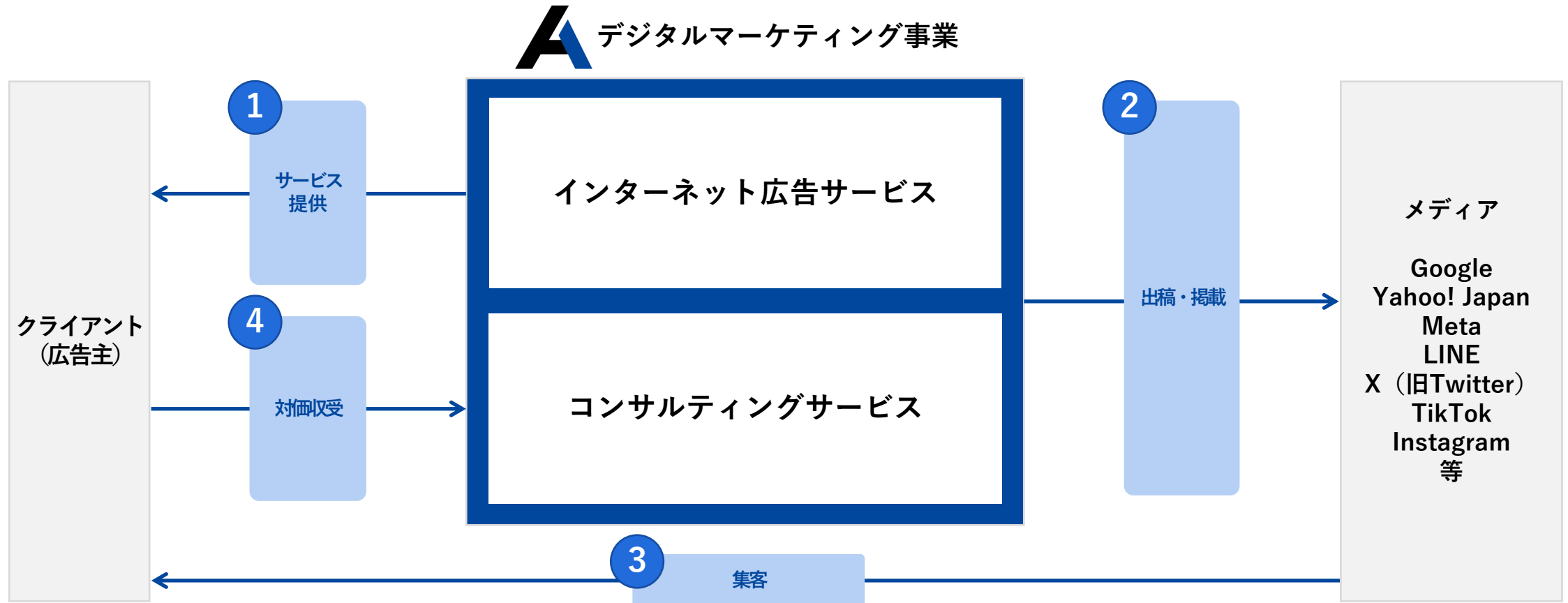


# 会社概要



# 事業内容

マーケティング戦略のプランニングから実行まで一気通貫したサービスを提供することで、クライアント（広告主）のインターネットにおける集客を支援



# マネジメントチーム

代表取締役社長

**市原 創吾**

SOGO ICHIHARA



2009年青山学院大学理工学部卒業。株式会社サイバーエージェントに入社し、一貫して運用型広告を中心としたインターネット広告事業に従事。2018年3月当社を創業、代表取締役社長に就任。

社外取締役 常勤監査等委員

**安生 あづさ**

AZUSA ANJO

1994年関西学院大学社会学部卒業。監査法人入所後会計監査に従事。ベンチャー企業でのIPO関連業務や会計事務所を経て、三優監査法人にて会計監査・財務DD等に従事。2006年あんじょう会計事務所代表就任。ベンチャー企業の経理・財務サポート、管理体制の構築支援等を実施。2023年12月当社社外取締役常勤監査等委員に就任。

取締役CFO

**笹野 誠**

MAKOTO SASANO



2010年東京大学卒業。株式会社みずほ銀行にて大企業営業に従事した後、2015年にみずほ証券株式会社にてテレコム・メディア・テクノロジーセクターのカバレッジとして投資銀行業務に従事。2020年1月にCFOとして当社に入社、2月より取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

**山元 雄太**

YUTA YAMAMOTO

2007年京都大学卒業。株式会社ボストンコンサルティンググループに入社。NKリレーションズ株式会社（現 ノーリツ鋼機株式会社）、株式会社JMDC取締役副社長兼CFO等を経て、2020年8月に当社社外取締役に就任。2021年12月より現任。2014年弁護士登録。

社外取締役

**長利 一心**

KAZUSHI OSARI

2006年京都大学大学院修了。ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド、株式会社セガゲームス（現 株式会社セガ）社長室長等を経て、2018年株式会社メルカリに入社。2022年より同社マーケットプレイス事業 COO（現任）。2022年12月当社取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

**阿久津 操**

MISAO AKUTSUI

1980年早稲田大学商学部卒業。株式会社リクルート（現 株式会社リクルートホールディングス）に入社し、人事業務に10年半従事。その後株式会社ココブリーズを設立し、組織・人事コンサルティングを始動。並行してベンチャー企業の監査役を通算9社務める（現職は4社）。2022年12月当社取締役監査等委員に就任。

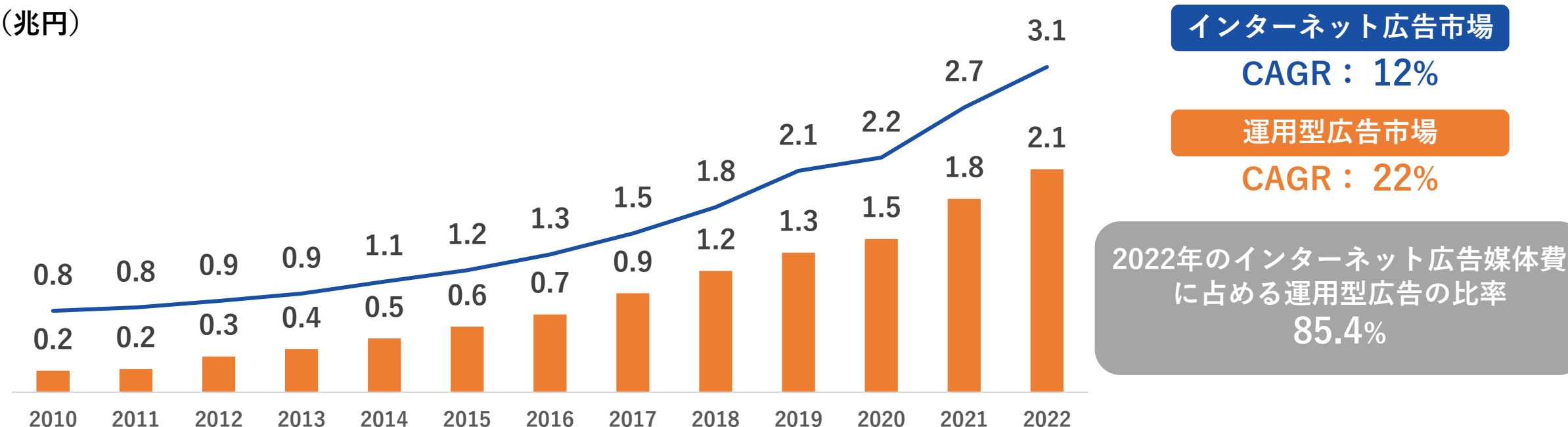
# 事業環境と当社の強み



# 日本のインターネット広告市場の規模 (注.1)

当社事業が属する約3.1兆円のインターネット広告市場は、年率2ケタ%の高い成長が続く肥沃な市場  
あらゆる産業のDX化の推進で、今後も同市場は堅調に拡大するものと当社は予想

(兆円)



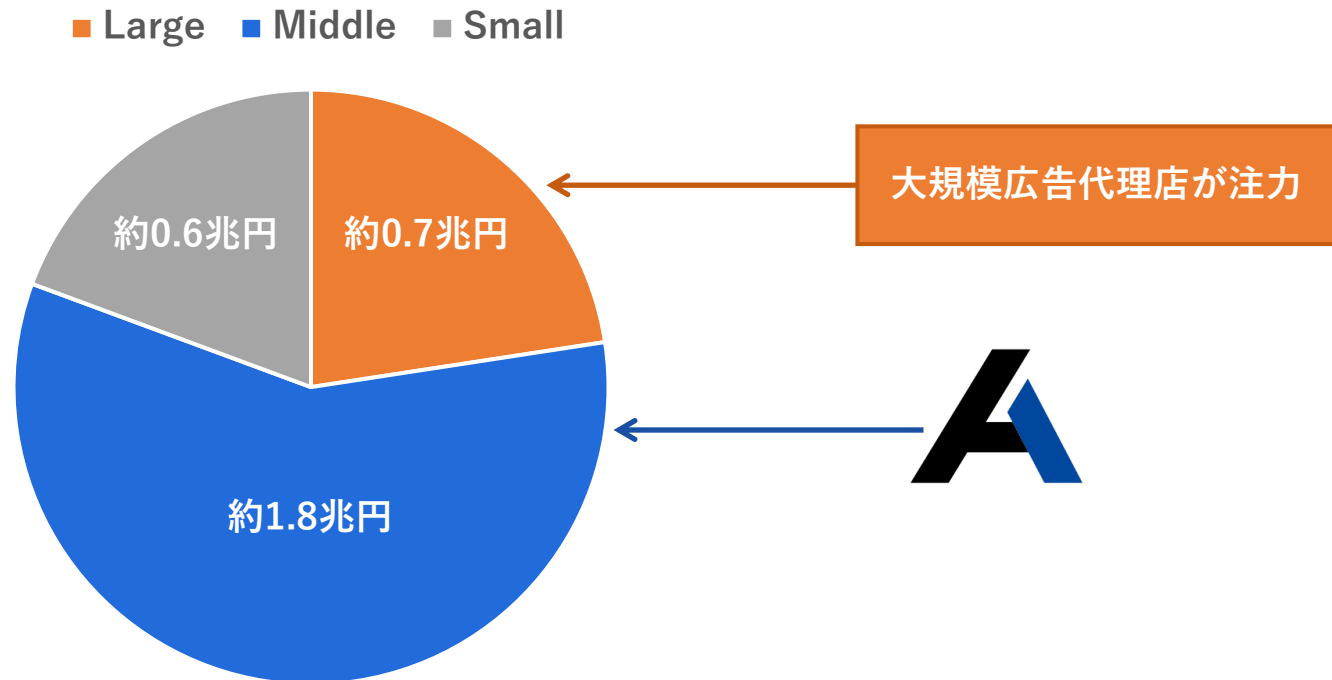
注.1: 株式会社電通「2022年 日本の広告費」をもとに当社が作成しています。2010年、2011年は、モバイル端末は調査の対象外となっております。



# デジタルマーケティング市場における当社のポジショニング

インターネット広告市場の中でも、特に大きなマーケットであるミドルマーケットが当社の主戦場

広告主の広告予算別のインターネット広告市場概況（合計3.1兆円）（注.1）

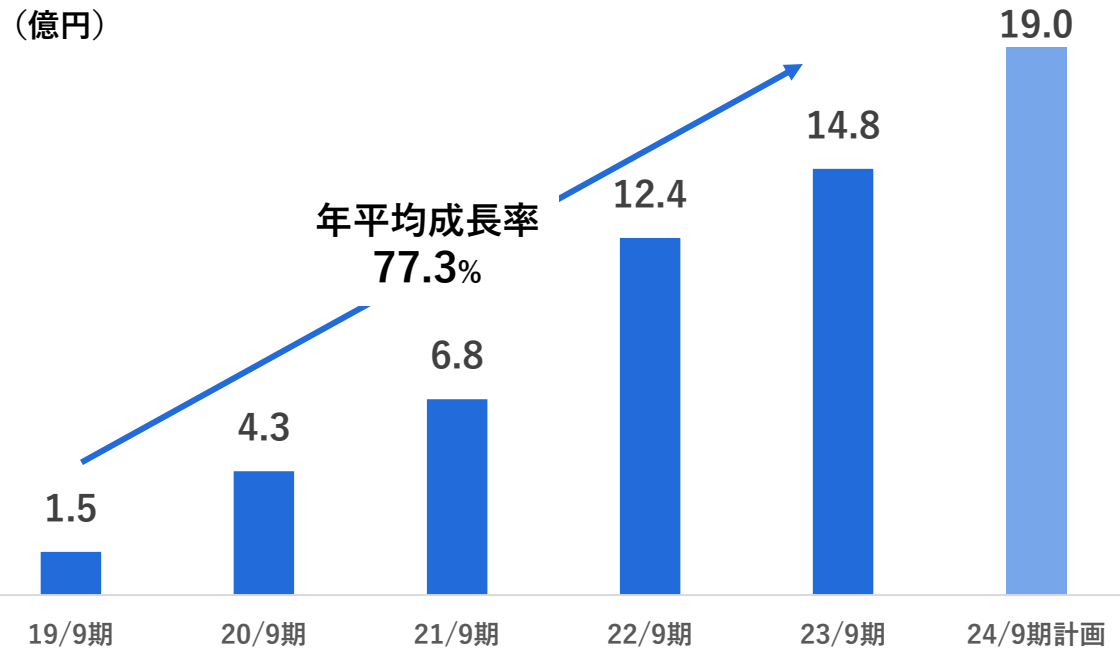


注.1：広告主の広告予算が、年間6億円以上の広告主をLarge、年間6千万円以上年間6億円未満の広告主をMiddle、年間6千万円未満の広告主をSmallと定義しています。

# 実績と強み

当社の強みを活かし、ミドルマーケットに特化して事業を展開した結果、業界最高水準の業績の成長を実現

## 実績（売上高の推移）（注.1、2）



## 強み

- ✓ マネジメントバックグラウンド
- ✓ 若い人材によるエネルギッシュな事業運営
- ✓ 生産性高く高品質なサービス提供が可能な仕組みの構築
  - 自社開発ツールの活用（P32）
  - 優秀な人材が継続的に入社する仕組みの構築（P33）
  - 未経験人材が早期に育成される仕組みの構築（P34）

注.1：2019/9期の実績は未監査の数字を記載しております。

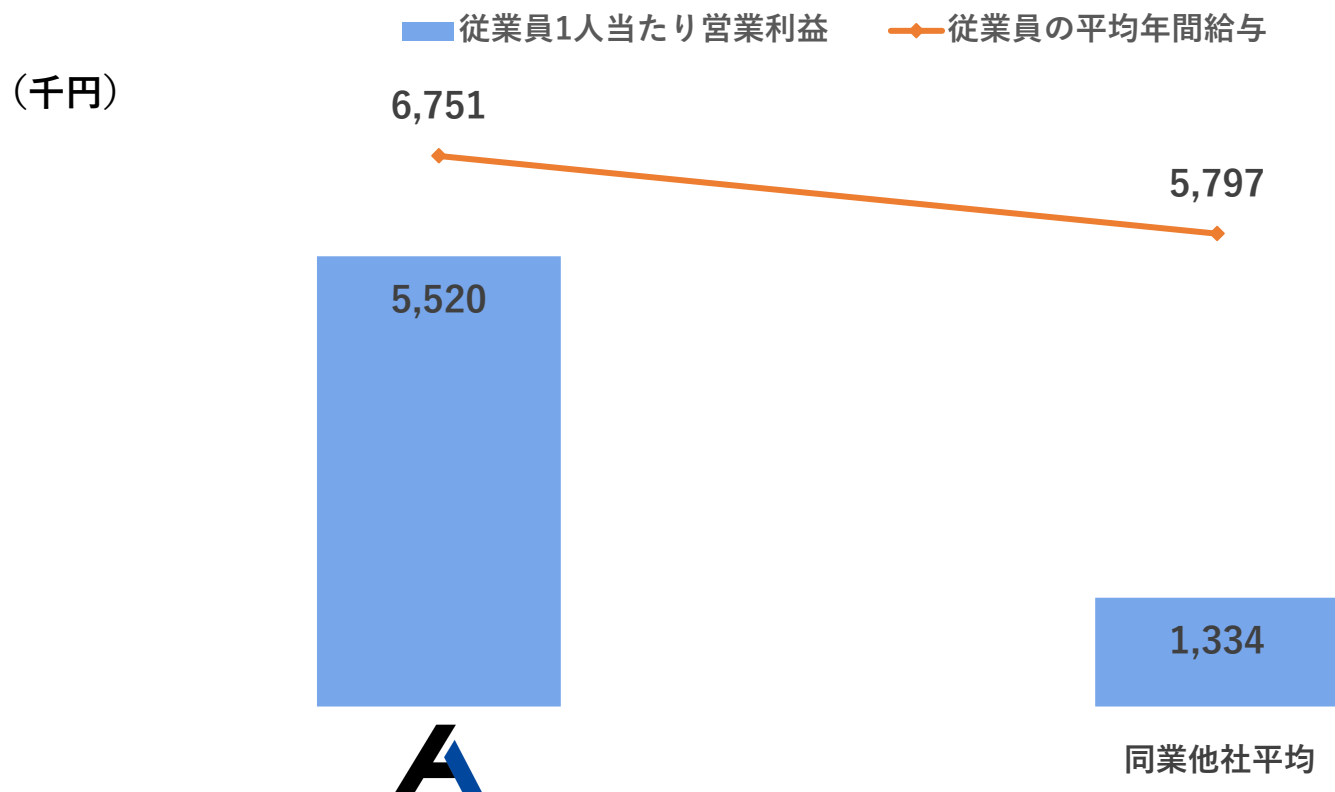
注.2：年平均成長率は2019/9期から2023/9期実績のCAGRを指しております。



# 生産性高く高品質なサービスの提供 1/2

自動化・仕組み化に最注力した結果、高い生産性を実現

## 当社と同業他社の従業員1人当たり営業利益（注.1）と平均年間給与（注.2）



注.1：当社の選定する同業他社8社（ミドルマーケット・スモールマーケットを主戦場とする上場企業）の直近の四半期決算を起点としたLTMの各社開示資料に記載の営業利益を社員数（直近有価証券報告書に記載の従業員数、臨時雇用者を含まず）で除した 数値の平均値です。

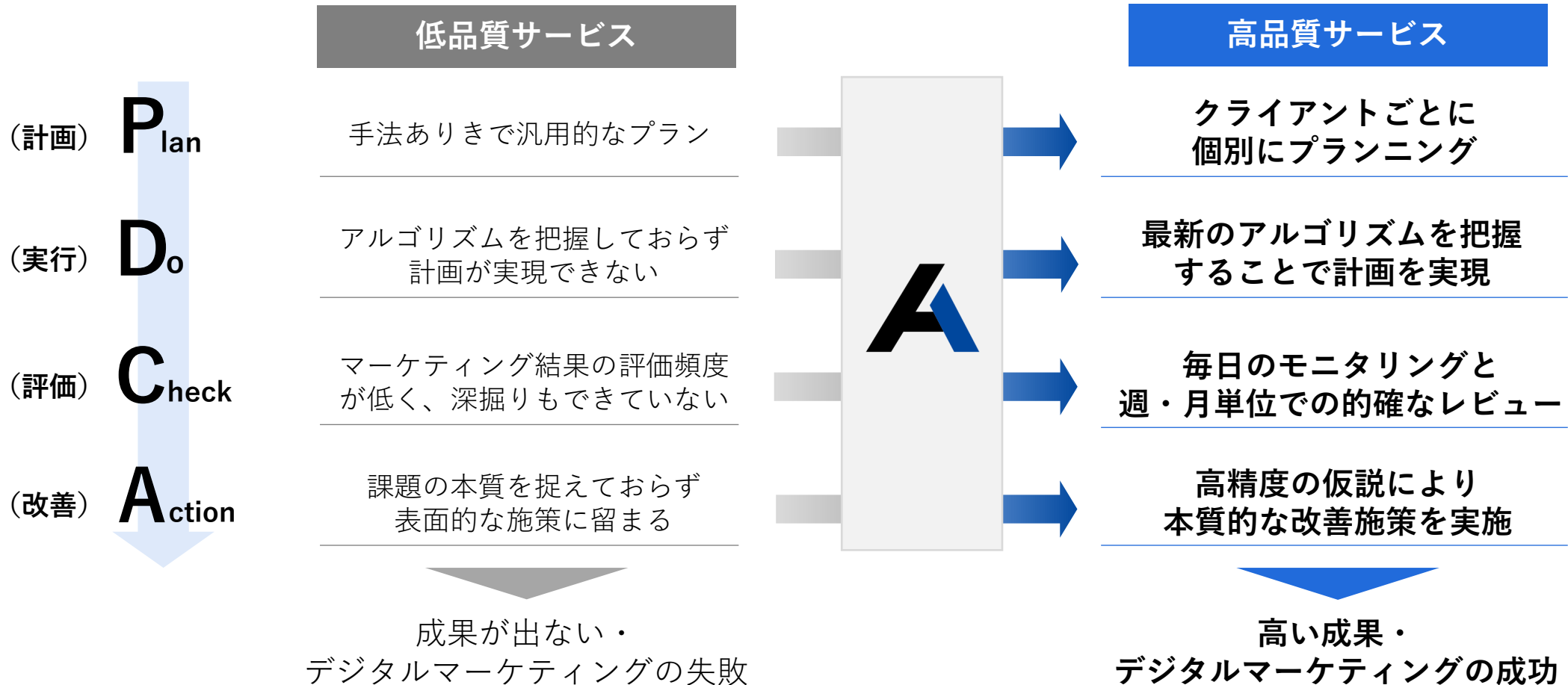
注.2：直近の有価証券報告書に記載の数値です。当社の平均給与は2023年12月末（単体）までの1年間の平均給与です。





# 生産性高く高品質なサービスの提供 2/2

高品質なサービスを提供することの難易度は高いが、当社はそれを属人化させることなく組織として実現



# 自社開発ツールの活用

ミドルマーケットに属するクライアントに特化した自社開発ツールを利用することで、生産性高く高品質サービスを提供可能に

## インターネット広告



- ✓ モニタリングすべき項目を設定・指標化・数値化
- ✓ 膨大な数の指標を、人力で実施する約1/10の時間 (注.1) でリアルタイムモニタリング



迅速な打ち手の実行が可能に

## SEOコンサルティング



- ✓ 当社トップコンサルタントの思考をツールにより自動化
- ✓ ツールが自動で高精度の分析・戦略設計・打ち手設計・シミュレーションをアウトプット



アウトプットまでの時間 (注.1) が短縮  
(手動：108時間→ツール活用：8時間)

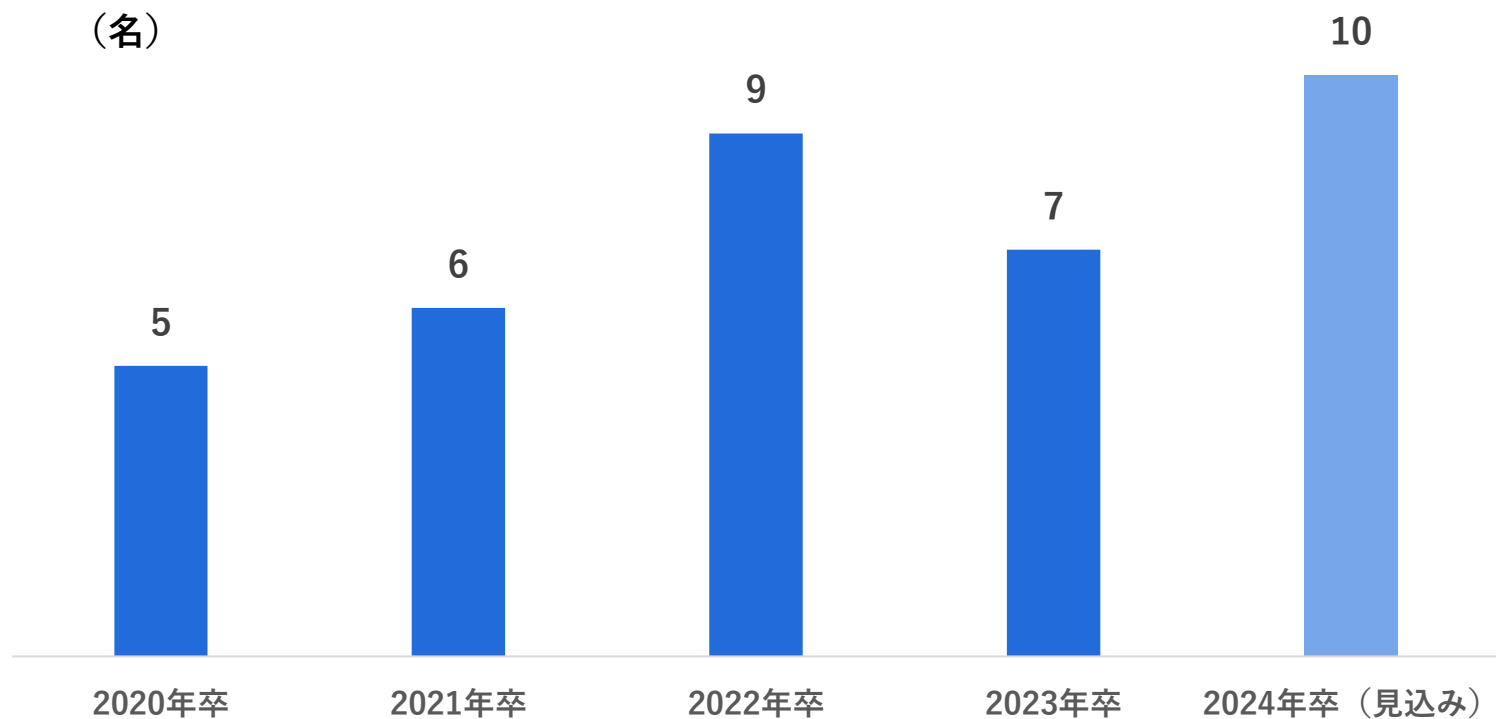
注.1：紹介例はあくまで一例で、同ツールを活用した場合における事例の中央値程度の数値を指しております。



# 新卒採用 | 優秀な人材が継続的に入社する仕組み

新卒社員の離職がほとんど発生しておらず、育成・昇給の実績を有していることから、人材エージェントや学生からのブランド認知を獲得

新卒採用の採用数実績 (注.1)



注.1 : 2023年10月末の数値になります。



# 人材の育成 | 人材が早期に育成される仕組み

戦力化人材の育成において、属人的・感覚的ではなく、「科学的」なアプローチをすることにより、着実かつスピーディに多能化人材が育つ環境・仕組みを確立

## イネーブルメント・プロジェクト (注.1)

下記の ①→②→③→②→① サイクルを繰り返すことで育成の精度を上げ続ける

① 状態や行動を  
言語化・項目化

② ①で明確化された定義に基づき  
各メンバーを項目毎に採点

③ ギャップが大きい項目に対し  
仕組みとして育成施策を打つ

トッププレイヤー



育成対象



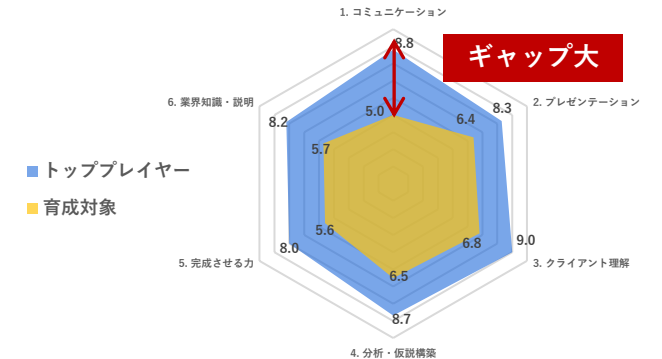
ギャップ



言語化・項目化

採点表サンプル

大カテゴリ	小カテゴリ															
営業スキル	1. コミュニケーション															
KDI 合意取得	詳細 定例MTGの中で、発注提案（アップセル、継続）の内容について共有し、予めクライアントの合意をとっておく															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>0</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。</td> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。</td> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。</td> <td>先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。</td> </tr> </tbody> </table>		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。	先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。	定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。	先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。													



### ■実施策・仕組化の例

- ・クライアント理解を上げるためのテンプレートの作成
- ・クライアントとの認識齟齬を生まないための行動管理表の作成（見るべき、伝えるべき項目の明確化）

注.1： 当社独自の呼称で、当社の費用の過半以上を占める人件費を「有効化（イネーブルメント）」するための取組みを指します。2022/9期中から開始しました。



# Appendix



## 会社概要

会社名	株式会社 A V i C （英表記 AViC Co., Ltd.）
所在地	東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル19階
創業日	2018年3月
代表者	代表取締役社長 市原 創吾
社員数	63名 ※ 2023年12月末時点
資本金 （資本準備金を含む）	644,902,900円 ※ 2023年12月末時点
事業内容	デジタルマーケティング事業



## マーケティングで 人・企業・社会をより良くする

我々が進めているのは、マーケティングにおける企業のデジタル・デバイド（格差）を無くすこと。

マーケティングにおいてもデジタルシフトが益々進む中で、潤沢な予算を有さない企業が受けられるデジタルマーケティングサービスは決して高い品質であるとは言えず、予算を有する企業と比較するとマーケティングの成果に大きな格差が発生しているのが現状であると考えております。

企業がどんなに良い製品・サービスを提供していても、期待通りのマーケティングを行えず、世の中から姿を消してしまう事例が少なくないと考えております。

我々は、良質なデジタルマーケティングサービスを受けられていない企業に対して、当社が有する、国内トップクラスの環境で研鑽・蓄積してきたノウハウ、最高峰のデジタルマーケティング技術を駆使して、質の高いサービスを提供することにこだわり、お客様のマーケティング成果に真摯に向き合います。

# 損益計算書の推移

(百万円)	2020/9期 実績	2021/9期 実績	2022/9期 実績	2023/9期 実績	2024/9期 計画	2024/9期 1Q実績
売上高	431	687	1,245	1,488	1,902	475
売上総利益	289	364	660	798	1,111	257
営業利益	120	120	316	318	353	82
経常利益	122	111	305	291	344	74
税引前当期純利益	122	111	306	294	344	74
当期/四半期純利益	86	78	226	219	255	53



# 貸借対照表の推移

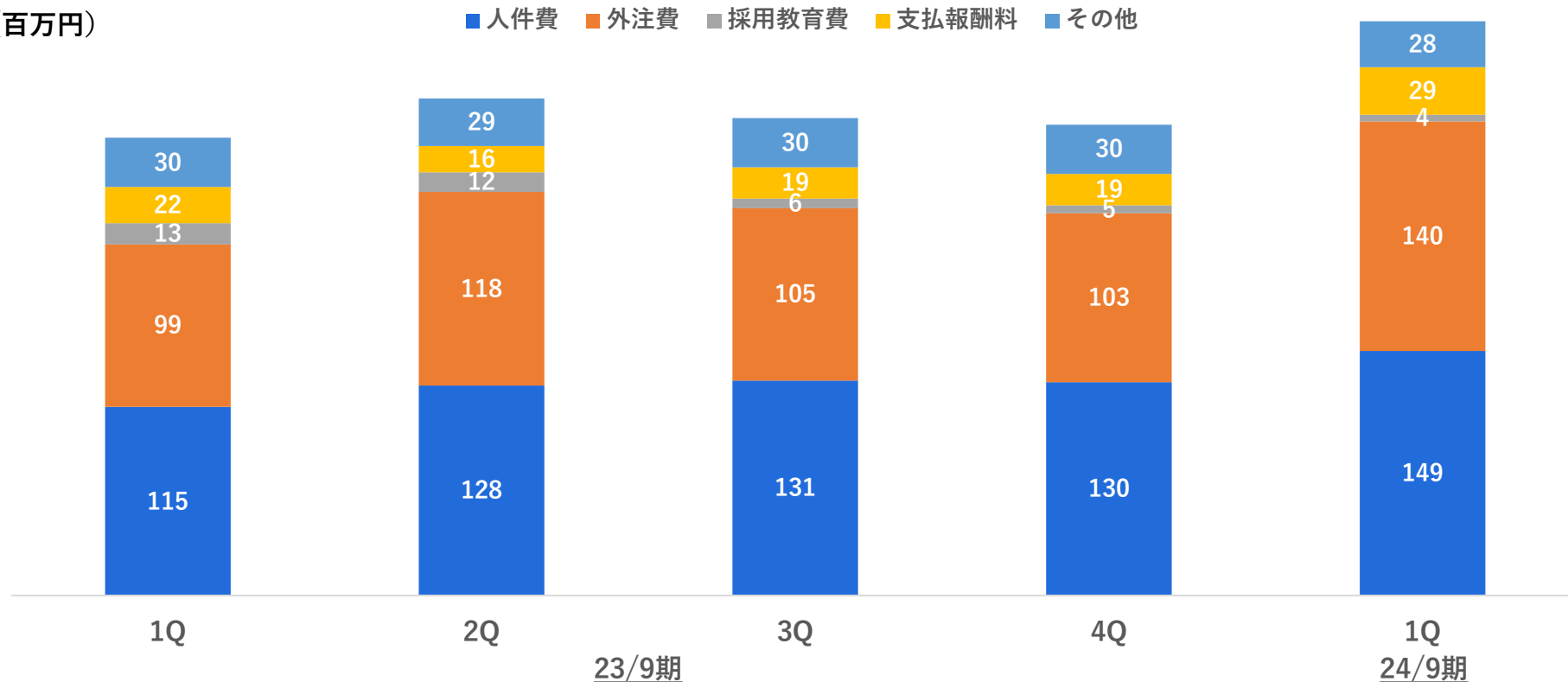
(百万円)	2022年12月末	2023年9月末	2023年12月末	前期比	前四半期比
流動資産	1,025	1,408	1,419	+394	+10
現金及び預金	568	749	629	+61	△119
固定資産	211	256	590	+378	+333
総資産	1,237	1,655	2,010	+773	+344
流動負債	469	581	607	+138	+25
固定負債	10	105	97	+87	△7
純資産	757	978	1,305	+548	+327

# 費用の内容・構成

受注案件は豊富にあり、かつ経験のある中途社員は元より未経験社員が即戦力化するため、人員が増加しても高い利益率を維持できる構造

外注費は一定売上高に連動

(百万円)



注.1：人件費は、役員報酬、労務費（売上原価）、給料手当（販管費）、法定福利費の合計値を指します。支払手数料は、銀行の振込手数料、会計・労務管理等の業務ツールの費用が主たるものです。支払報酬料は、監査報酬等の専門家費用が主たるものです。



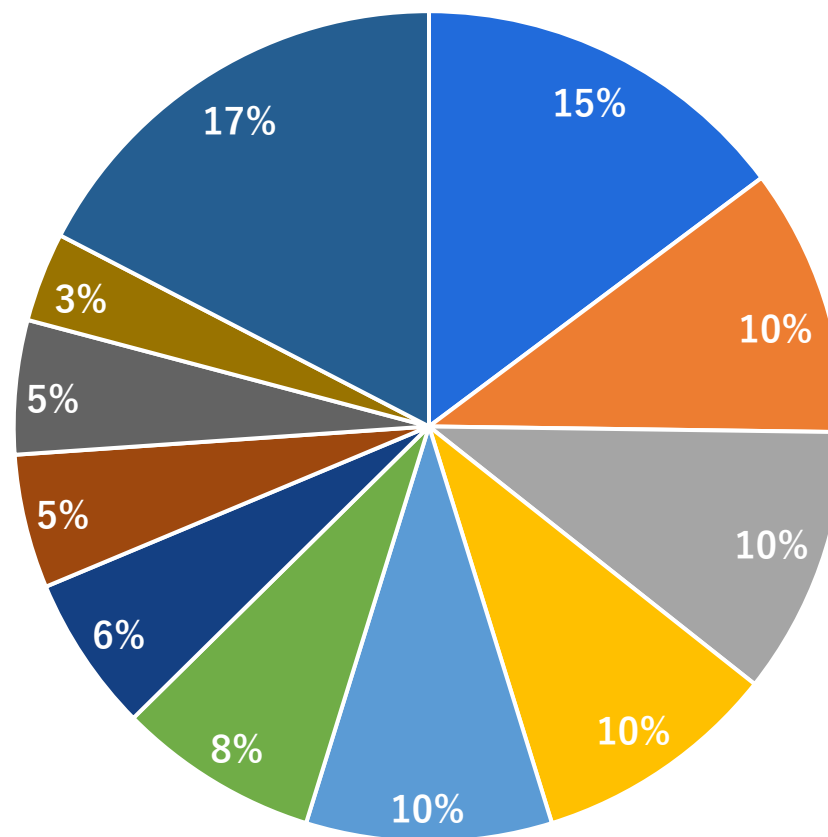
# 事業概要に関するFAQ

#	Q	A
1	社名の由来は？	A（最上級の）Vista（景色）Create（創る）、から作成した造語になります。小文字の「i」をアクセントにしています。「i」は人のアイコンで、新しい景色の中に「人=i」が立っているイメージになります。
2	業績に季節性はあるのか？	マーケティングの需要期に当たる3月を含む2Qが強含みますが、季節性以上に成長性が業績に与えるインパクトは大きいため、過年度は1Q<2Q≦3Q<4Qという傾向がございました。
3	本資料P28に記載のある、「ミドルマーケット」の市場規模の算出方法は？	当社が営業活動をする中で実感するもの、上場企業の開示資料、各種媒体社とのコミュニケーションで得られた情報を総合的に勘案し、算出しております。
4	本資料P31に記載のある、従業員1人当たり営業利益と平均年間給与の算出に用いている同業他社名は？	具体的な社名を申し上げることはできませんが、デジタルマーケティングサービス（インターネット広告、SEO関連）を主業としている上場会社をピックアップしております。
5	貴社サービスに価格競争力はあるのか？	フィーやマージンの水準は同業他社比一般的な水準ですが、高いマーケティング効果（同一予算でのCPAやCVの水準等）により、実質的に価格競争力が高くなっているものと考えます。
6	「イネーブルメント・プロジェクト」による未経験者のオンボーディングまでの期間は？	平均して約6ヶ月間になります。
7	人材の定着についてどのような工夫をしているのか？	高付加価値化・生産性を重視した経営、社員がマーケティングの面白さを感じられるような健全な組織体制の構築、フェアな人事評価制度制定・運用、業界内で高い平均給与水準、社内コミュニケーション・エンゲージメントの重視、コンプライアンスの重視等の取組みを行っております。
8	M&Aの取組みについての考え方は？	クライアント基盤、従業員等案件執行体制、事業運営ノウハウ等の獲得やM&A後の各種シナジー創出を目的として取り組んでおります。EV/EBITDAの上限を設定することで適切なバリュエーション水準を堅持し、P/L影響に配慮（対象を原則、株式取得・経営統合後に安定的にキャッシュ・フローを創出できる企業に限定）した形での実行をしております。



# クライアント業種の分散の状況（2023年12月時点、社数ベース）

■ IT・メディア ■ 人材 ■ 自動車・バイク ■ 飲食・製薬 ■ 美容・理容・医療 ■ 教育 ■ 情報通信 ■ 不動産 ■ エンタメ ■ 金融 ■ その他



注.1： その他は、エネルギー、旅行、電子機器販売、宝飾品販売、土業等の様々な業種を指します。

# ESG・SDGsへの取り組み

当社の成長による持続可能な社会の実現を展望



女性管理職比率 (注.1) : 15.4%  
女性社員比率 (注.2) : 34.2%

高付加価値化・生産性を重視した経営  
社員がマーケティングの面白さを感じられるような組織体制の構築  
無理なアウトバウンド営業の必要がない健全な組織体制の構築  
積極的な未経験者（新卒）採用

フェアな人事評価制度  
業界内で高い平均給与水準

法令遵守・ガバナンス重視の経営  
高度な情報セキュリティ体制の構築

注.1：管理職の対象者は役員、本部長、部長、マネージャー（2024年1月1日時点の数値）。

注.2：女性社員の対象者には役員、内定承諾者アルバイトを含む（2024年1月1日時点の数値）。

