



株式会社WACUL

2024年2月期第4四半期/通期 決算説明会書き起こし

2024年4月16日

大淵：株式会社WACUL代表取締役社長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2024年2月期通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		
24/2期第4四半期業績の概要		
売上高 リカーリングおよびプロジェクト売上高の 双方が過去最高を達成	EBITDA 25/2期以降の投資原資も安定的に獲得	理論LTV 理論LTVは6四半期連続で 過去最高を達成
2024/2期 第4四半期 515百万円 前年同四半期比+27.9%	2024/2期 第4四半期 102百万円 前年同四半期比+12.2%	2024/2 5,952千円 前年同月比+18.1%
※リカーリング売上高 255百万円 (同+7.7%)	※営業利益 75百万円 (同+2.0%)	※クロスセル率 21.7% (同▲4.4pp)
<ul style="list-style-type: none">売上高は、リカーリングおよびプロジェクトともに好調で、前年同四半期比+27.9%の成長を達成インキュベーション事業・人材マッチング事業が過去最高売上高を達成	<ul style="list-style-type: none">人材マッチング事業の成長をうけ、3Qから人材データベースの開発を開始し、通期で9百万円の研究開発費を支出	<ul style="list-style-type: none">理論LTVは、1社あたり売上高が拡大し、前年同月比で+18.1%成長クロスセル余地のある企業群から中企業以上へのフォーカスを続けたことで、6四半期連続で過去最高を更新

大淵：まずは、決算のサマリーになります。

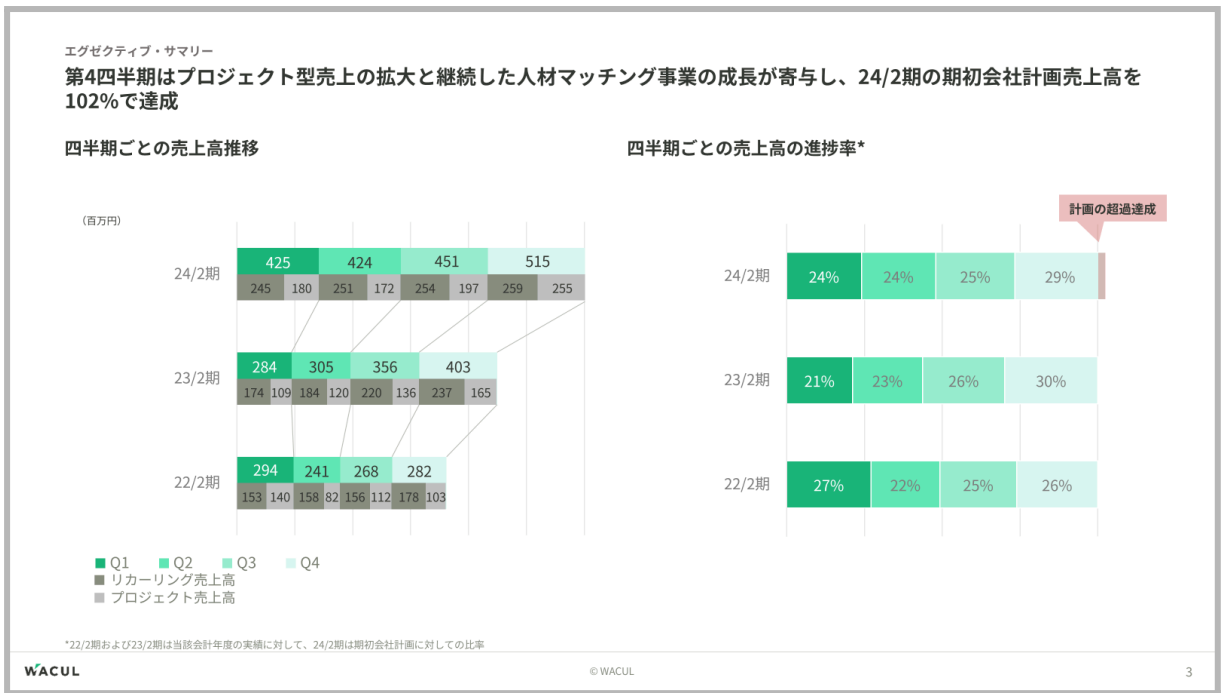
第4四半期は売上高 5億1500万円、EBITDA 1億200万円、また重要KPIと位置付けている理論LTV 595万円を着地しております。

まず一番左に記載ございます売上高ですが、前年同四半期比で売上成長率27.9%となり、過去最高を達成しました。第4四半期はプロジェクト型案件の積み上げが大きく寄与しましたが、リカーリング売上高も同時に過去最高となっており、事業拡大を継続しております。

中央記載のEBITDAに関しては、前年同四半期比で1100万円の増収となり、営業利益も7500万円と安定して黒字を継続しております。

また、重要KPIである理論LTVは約590万円と前年同月比でプラス18.1%成長しており、こちらも過去最高を達成しております。マーケティング関連予算の大きい中企業以上へフォーカスする戦略を推し進めた結果、顧客ポートフォリオの転換が進んでおり、1社あたり平均売上高が増加しました。

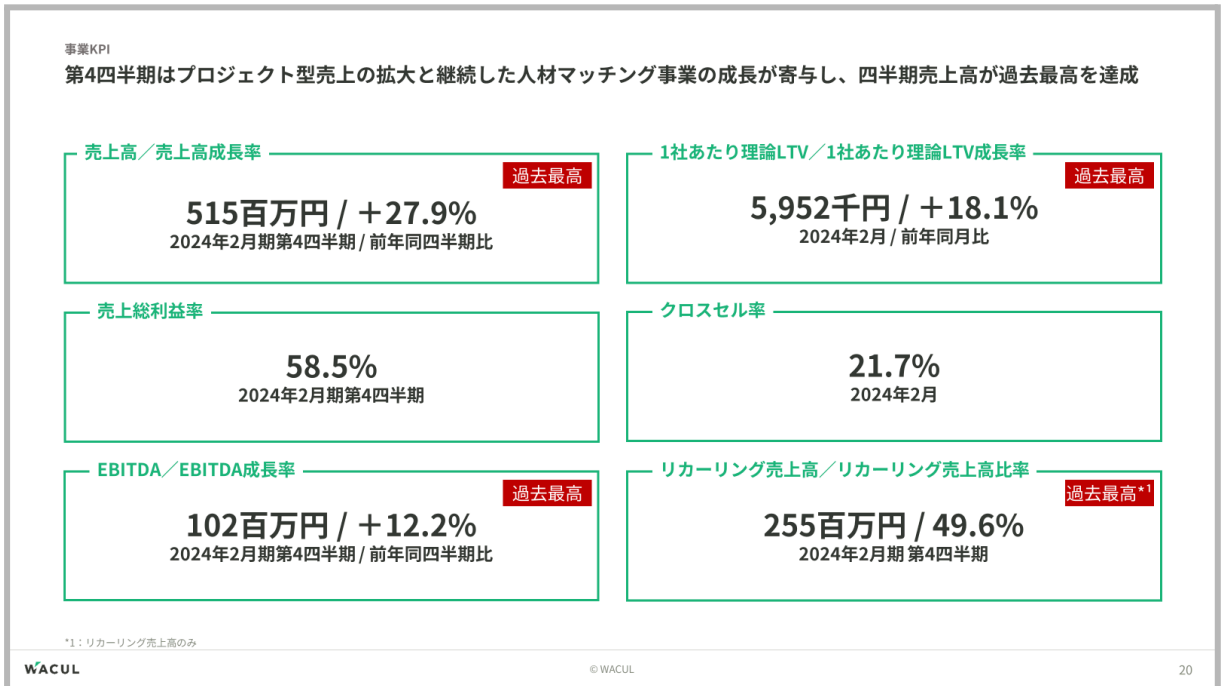
前期まで及び当期の売上高内訳



大淵：こちらは、四半期別で見たリカーリング売上・プロジェクト売上の実績比較です。

四半期ごとの売上高は、すべての四半期として過去最高の売上高を実現し、5億円を突破しております。24/2期の期初計画についても計画対比で102%達成で着地しております。

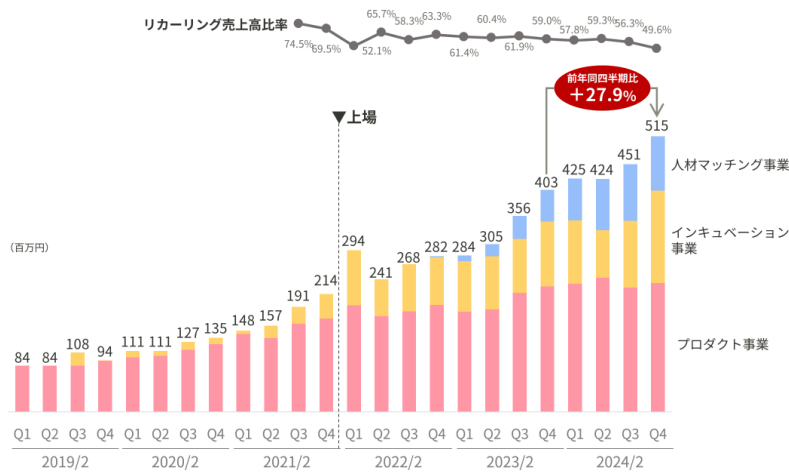
4ページから18ページの会社概要等については割愛させていただき、このままKPIについてのご説明に移れればと存じます。



大淵：当社が開示している各種KPIは、それぞれご覧のような状況となっております。6つのKPIのうち、4つで過去最高となっております。次ページ以降、ひとつずつ詳細に解説させていただきます。

インキュベーション事業・人材マッチング事業の四半期売上高が過去最高となったことで、全社売上高が過去最高に

事業別売上高とリカーリング売上高比率の推移



主なポイント

- プロダクト事業は、Q4に期末需要を取り込みSEOや制作サービスが前四半期比で伸長（対Q2では、AIアナリストのOEM先に対するGA4対応開発の売上高がQ2に計上されているため減収に）
- インキュベーション事業は、伴走型案件が引き続き拡大し、売上は拡大するものの利益率を押し下げた。一方で、Q4に納品時期を迎える大型案件が多く、過去最高の売上高となった
- 人材マッチング事業は、引き続き順調な市況を受け、堅実に成長し過去最高の売上高となった

※クリエイティブ系の売上高はプロダクト事業に含まれる

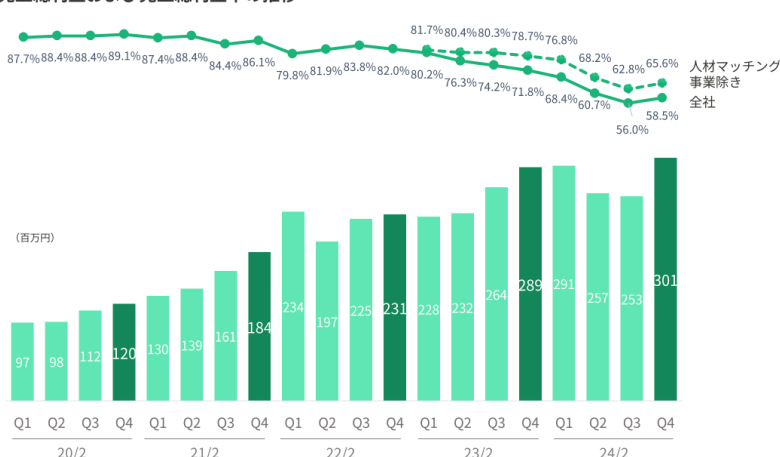
大淵：まずは四半期別の売上高の詳細です。

プロダクト事業は期末需要を取り込み、SEOや制作サービスが前四半期比で伸長しました。プロダクト事業が第2四半期比で減収となったように見えますが、これはAIアナリストのJTBコミュニケーションデザイン社にOEM供給をしているAIアナリストforツーリズムをGA4対応にするための開発受注という大型ショット案件が計上されているためです。インキュベーション事業では、戦略系に加え引き続き伴走型のプロジェクトの拡大が継続していること、また第4四半期に納品時期を迎える大型案件も多く、過去最高となりました。また、人材マッチング事業では、デジタルマーケティング人材の不足感が今も強く、成長が継続しています。

その結果、プロダクト事業は安定的に売上を計上し、インキュベーション事業および人材マッチング事業が過去最高となったことで、全体として初めて四半期売上高が5億円を超えて過去最高となりました。

プロダクトミックスの変化から売上総利益率は悪化傾向であるものの、絶対額では過去最高金額を更新

売上総利益および売上総利益率の推移

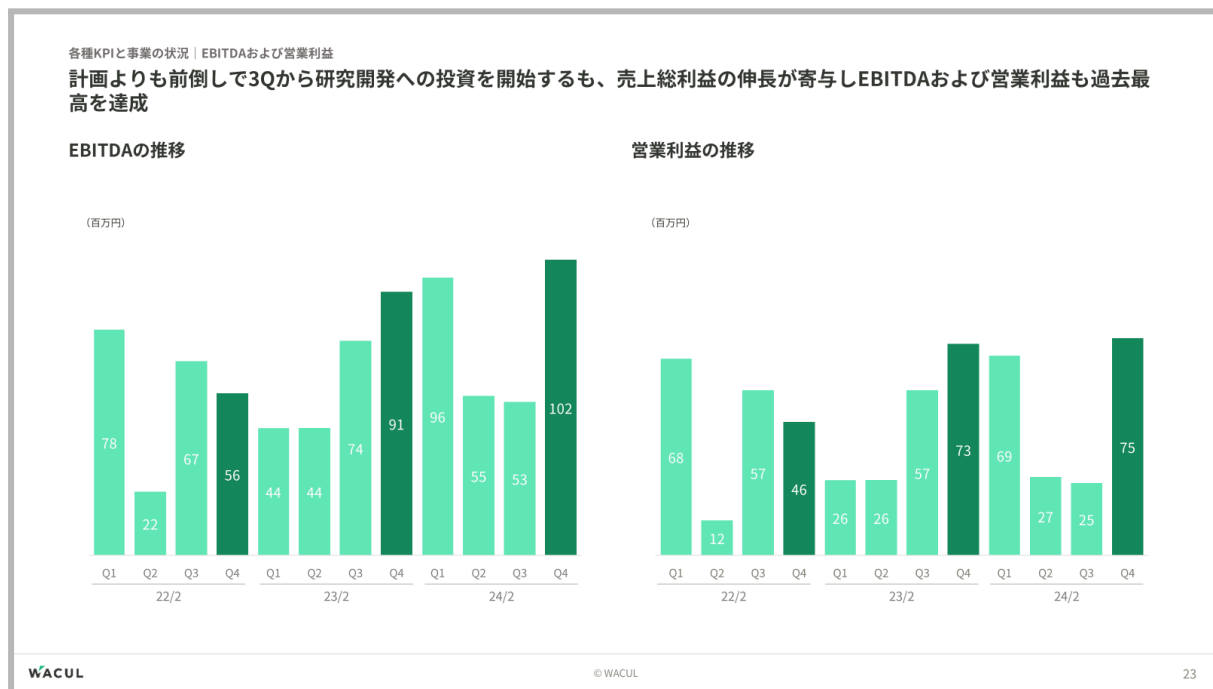


主なポイント

- インキュベーション事業では、外部リソースも含めた人員投下が必要な原価率の高い伴走型案件の売上高が増加したことで利益率が低下傾向。一方で研修型案件など、社内の人的リソースのみでデリバリー可能な案件の増加に伴い、前Q対比で利益率は良化
- 加えて、プロダクトミックスの面でも、人材マッチング事業の拡大、制作サービス系案件の増大が、売上総利益率を押し下げた

大淵：次に、売上総利益および売上総利益率の推移になります。

第4四半期の売上総利益は3億100万円となりました。人材マッチング事業およびクリエイティブ案件の増大などから売上総利益率は悪化傾向であるものの、絶対額では過去最高金額を更新しております。



大淵：続いてEBITDAおよび営業利益です。

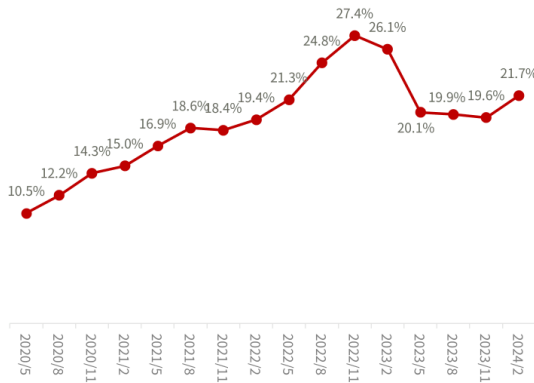
販売管理費については売上成長および先行投資のバランスを見ながらコントロールをしています。ただし、順調に拡大している人材マッチング事業に対しては積極的に投資を行っています。

人材マッチング事業では、広告宣伝費投資や人員数を徐々に増やしており、また、第3四半期からはフリーランス人材の管理のために新たに人材データベースの開発に着手しました。これに伴い、第3四半期からその開発費用を研究開発費として支出しております。しかし、第4四半期には、それらを吸収して上回るだけの売上総利益の伸長が寄与し、EBITDAおよび営業利益も過去最高を達成しております。

この研究開発費支出は将来の構想としてはあったものの、24/2期の期初計画には織り込んでおりませんでした。人材マッチング事業が順調に拡大する中でその成長をさらに後押しすべく、24/2期の第3四半期および第4四半期で約9百万円の投資を期中に意思決定したものです。

中企業以上の案件へのフォーカスからクロスセル率は回復傾向

クロスセル率¹の推移



※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) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

KPIに影響を与えた施策

ポジティブ

- ・ プロダクト事業では、クロスセルが望めず将来的な拡大の見込みづらい小企業案件の整理と、中企業以上へのクロスセルの働きかけを継続
- ・ クロスセル案件の残存率が高く、クロスセル率を押し上げ

ネガティブ

- ・ 人材マッチング事業とプロダクト事業のクロスセルは、人材マッチング事業単体での拡大が先行

大淵：続いてクロスセル率です。

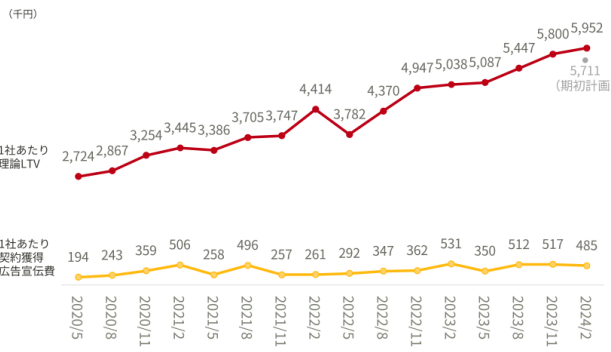
2024年2月末時点でのクロスセル率は21.7%となり、23年5月末から続いていた横ばい傾向から一定回復しております。

人材マッチングを行うMarketerAgentが、他商材とクロスセルされずクロスセル率を押し下げる一方、プロダクト事業では小企業案件の整理とクロスセル可能な予算を持つ中企業以上へのアプローチに集中しております。

人材マッチング事業のクライアントでプロダクト事業のサービスがまったく導入できない、ということはなく、これまでもご説明のとおり、現在は人材マッチング事業のチームのリソースをクロスセルより新規案件獲得を優先しております。

クロスセル率と同様、中企業以上の案件へのフォーカスから1社あたりリカーリング型売上高が増加し過去最高の理論LTVを達成

1社あたり理論LTV¹と1社あたり契約獲得広告宣伝費の推移



¹ 1社あたり理論LTV = リカーリング型売高 / 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高 / 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ヶ月平均したもの
 1社あたり平均リカーリング売上高は、継続資金型の商材から生まれた単月売上高をその月に売上高が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、休止期間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 = プロダクト事業及びMarketerAgentの当月を含む(3ヶ月合算広告宣伝費/3ヶ月合算商談数)/3ヶ月平均商談契約率

KPIに関する説明

- ・ 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、中企業以上の顧客獲得およびクロスセル施策を優先する戦略を続けていた
- ・ 予算規模の大きい企業にフォーカスした受注の選別を行ったことで、受注も解約もしやすい予算規模の小さな案件が減少
- ・ 結果として、解約率を悪化させることなく1社あたりリカーリング型売上高が増加

	前年同月比	前四半期末比
1社あたり理論LTV (千円)	5,038	5,800
当四半期末実績との差異	+18.1%	+2.6%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	微減
1社あたりリカーリング型売上高LTV	増加	増加
1社あたりリカーリング型売上高	増加	増加
社数ベース12ヶ月平均解約率	改善	横ばい

大淵：続いて、理論LTVです。

こちらは、595万円と過去最高値を更新しております。クロスセルが可能なだけの予算規模を持つ企業群への営業に集中した結果、1社あたりの平均リカーリング型売上高が伸び続けています。一方、クロスセルの難しい小企業顧客は維持、または解約とならざるをえません。きちんとポートフォリオの転換を進めることができおり、解約率そのものを悪化させるほどではありません。そのため、理論LTVを伸ばし続けることができます。

財務ハイライト

損益計算書

24/2期会社計画に対して、売上高・営業利益以下の各段階損益は計画達成。“40%ルール”についても売上高成長率34.7% + 営業利益率10.9% = 45.6%とクリア

(単位：百万円)	2024/2	計画 (2024/2)		前期 (2023/2)	
		計画	達成率	実績	増減率
売上高	1,817	1,773	102.5%	1,349	+34.7%
売上総利益	1,103	1,183	93.2%	1,015	+8.7%
売上総利益率	60.7%	66.7%	▲6.0pp	75.2%	▲14.5pp
販売管理費	905	992	91.3%	830	+9.0%
営業利益	197	191	103.3%	184	+7.3%
営業利益率	10.9%	10.8%	+0.1pp	13.6%	▲2.7pp
EBITDA	307	302	101.7%	255	+20.5%
EBITDA率	16.9%	17.1%	▲0.2pp	18.9%	▲2.0pp
経常利益	208	188	110.5%	187	+11.4%
純利益	200	199	100.3%	192	+4.3%

WACUL

© WACUL

27

損益計算書

第4四半期はインキュベーション事業および人材マッチング事業で過去最高の売上高となったことから、前四半期比でも大幅な売上・利益成長に

(単位：百万円)	2024/2 Q4	前年同四半期 (2023/2 Q4)		前四半期 (2024/2 Q3)	
		実績	増減率	実績	増減率
売上高	515	403	+27.9%	451	+14.1%
売上総利益	301	289	+4.1%	253	+19.0%
売上総利益率	58.5%	71.8%	▲13.3pp	56.0%	+2.5pp
販売管理費	226	215	+4.8%	227	▲0.7%
営業利益	75	73	+2.0%	25	+195.7%
営業利益率	14.6%	18.3%	▲3.7pp	5.6%	+9.0pp
EBITDA	102	91	+12.2%	53	+94.0%
EBITDA率	20.0%	22.7%	▲2.7pp	11.7%	+8.3pp
経常利益	82	77	+6.2%	25	+221.8%
純利益	91	100	▲8.6%	21	+322.5%

WACUL

© WACUL

28

大淵：ここからは財務ハイライトです。売上高は前期比34.7%増で、24/2期期初会社計画を102%で達成しております。期初計画に対してプロダクトミックスが変化したため、売上総利益は未達となりました。しかし、コストコントロールをシビアに実施し、営業利益以下の段階損益についてはしっかりと計画達成をしております。

第4四半期は24/2期計画達成にむけて大胆な投資はせず、25/2期以降の投資原資を確保

(単位：百万円)	2024/2 Q4	前年同四半期 (2023/2 Q4)		前四半期 (2024/2 Q3)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	122	109	+11.6%	122	+0.2%
業務委託費	33	31	+6.1%	34	▲3.3%
採用費	3	6	▲46.8%	5	▲40.5%
広告宣伝費	16	24	▲30.0%	21	▲21.2%
家賃等	7	7	▲1.6%	7	▲1.7%
システム利用料	12	11	+6.1%	11	+6.6%
支払手数料等	17	17	▲0.3%	13	+28.6%
研究開発費	5	-	-	3	+59.4%
その他	6	6	▲8.9%	7	▲10.7%
合計	226	215	+4.8%	227	▲0.7%

※業務委託費のうち、事業運営に係る人件費見合い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。

大淵：販売管理費の内訳です。前四半期からは大きな動きはありませんが、先ほどご説明した通り、第3四半期から新たに人材データベース開発のための研究開発費支出が始まったことがポイントです。研究開発費は、第3四半期および第4四半期の合算で約9百万円となっております。

第3四半期に取引先金融機関より5億円の借入を実施。財務レバレッジを高め、戦略投資をできる状態に

(単位：百万円)	2024/2	前期末 (2023/2)	
		実績	増減
流動資産合計	1,795	1,173	+622
うち現金および預金	1,461	823	+637
うち売掛金等	307	326	▲18
固定資産合計	439	406	+32
うちソフトウェア等	255	246	+8
流動負債合計	627	505	+121
うち未払金・前受金等	375	349	+25
固定負債合計	385	68	+316
純資産合計	1,221	1,005	+216
うち株主資本	1,210	1,001	+209

大淵：貸借対照表です。第3四半期に5億円を銀行から借り入れました。ご覧の通りではございますが、手元キャッシュに問題があるということでは決してありません。今後機動的に成長投資を行うことができるように、これまで積み重ねた利益について成長投資へ、その分だけ手元資金は銀行借入によって厚めに持っておきたいという考えです。エクイティに対し、デットでの調達には資本コストが安いので、デットを選択しております。

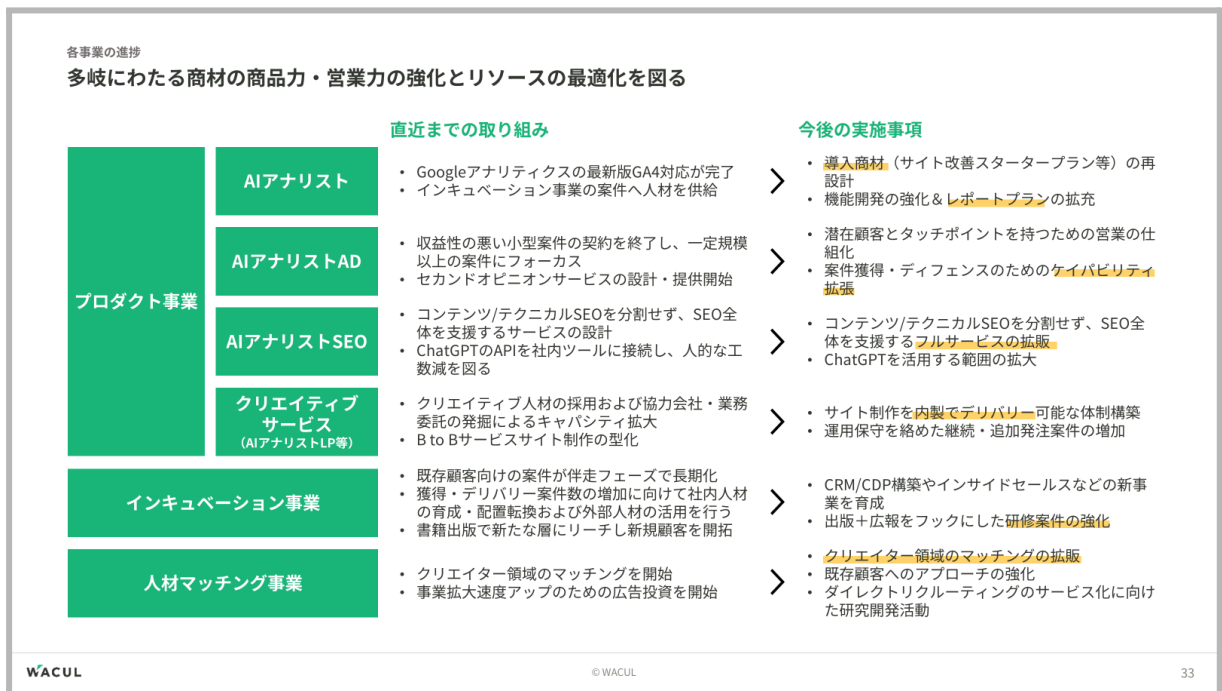
(単位：百万円)	2024/2	前期 (2023/2)
営業キャッシュフロー合計	355	301
投資キャッシュフロー合計	△118	▲160
財務キャッシュフロー合計	401	▲72
うち長期借入による収入	500	0
うち長期借入金の返済による支出	△109	▲81
うち新株予約権に関する収入 ¹	8	8
キャッシュフロー合計	637	68
フリーキャッシュフロー	236	140

¹ 新株予約権の発行による収入および新株予約権の行使による株式の発行による収入の合算額を記載している

大淵：キャッシュフロー計算書です。事業拡大により営業CFを増加させつつ、先行投資として主にソフトウェア開発等に投資しております。先行投資と利益確保のバランスをとりながら、フリーキャッシュフローをしっかりと産み出していく方針です。

ビジネスアクション

大淵：続いて、今期ならびに今後のビジネスアクションに関してお伝えいたします。



大淵：まずはビジネスアクションのサマリです。

2024年2月にサービスサイトトップページのリニューアルを実施し、当社の多岐にわたるDXソリューションを改めて明示しております。今後も企業のDX推進を戦略設計から実行まで一気通貫でサポートしていきます。

ChatGPTを始めとする生成AIの活用については、投資家の皆様を中心によくお問い合わせをいただきます。こちらはすでに最も相性のよいSEO事業で、社内ツールにChatGPTのAPIを接続し、SEOコンテンツの制作に取り入れております。今後は生成AIの活用範囲をさらに拡大し、コンテンツ作成の原価低減を推進します。

また、これまでインキュベーション事業ではコンサルタントの採用に苦戦しておりましたが、AIアナリストとインキュベーション事業の2事業の人材交流を行うことで、コンサルティング人材の拡充を進めております。

人材マッチング事業については、投資を積極化しており、広告宣伝費の増加、人材データベースの研究開発、そしてクリエイターマッチングについてもテストマーケティングの立ち上がりは上々であるため、今後本格的に拡販を図っていきます。

WACUL

NEWS

広告運用の「セカンドオピニオン」サービス開始

**現状分析のうえ最適な改善策を
広告運用のプロがアドバイス**

アクションのポイント

- ・社内でのノウハウが不足しているため、「インハウス化にあたりなにかから着手すればよいか分からない」、「既存代理店の運用が適正か見極められない」といった課題を解決
- ・広告運用の専門家ならではの視点で、客観的にクライアントの現状把握を行い、広告アカウント設計支援や改善施策の提案などを実施
- ・当社視点では、従来の「広告運用代行」サービスにおいて、競合比較による失注やニーズの不一致などから機会損失が起きていたところに対して、キャッチポイントを増やしていく狙い

WACUL © WACUL 34

大淵：プロダクト事業では、広告運用の「セカンドオピニオンサービス」をリリースしました。これまで当社が培ってきた「ナレッジ」を活用し、社内でのノウハウが不足しているため、「インハウス化にあたりなにかから着手すればよいか分からない」、「既存代理店の運用が適正か見極められない」といった課題を解決するものです。

当社としましては、広告に関する知見を、運用代行以外でもマネタイズしていく狙いです。情報の非対称性から広告代理店に任せきりになってしまい、結果として成果創出ができていない企業の皆さまから、「自分たちのサイドに立って広告運用をより良くしたい」といったご依頼をいただくことが多くあり、そこから生まれたサービスです。

WACUL

NEWS

企業の採用力を向上する「採用マーケティング支援サービス」開始

**採用活動にマーケティングの技術や戦略を取り入れ、
優秀人材を安定的に獲得！**

アクションのポイント

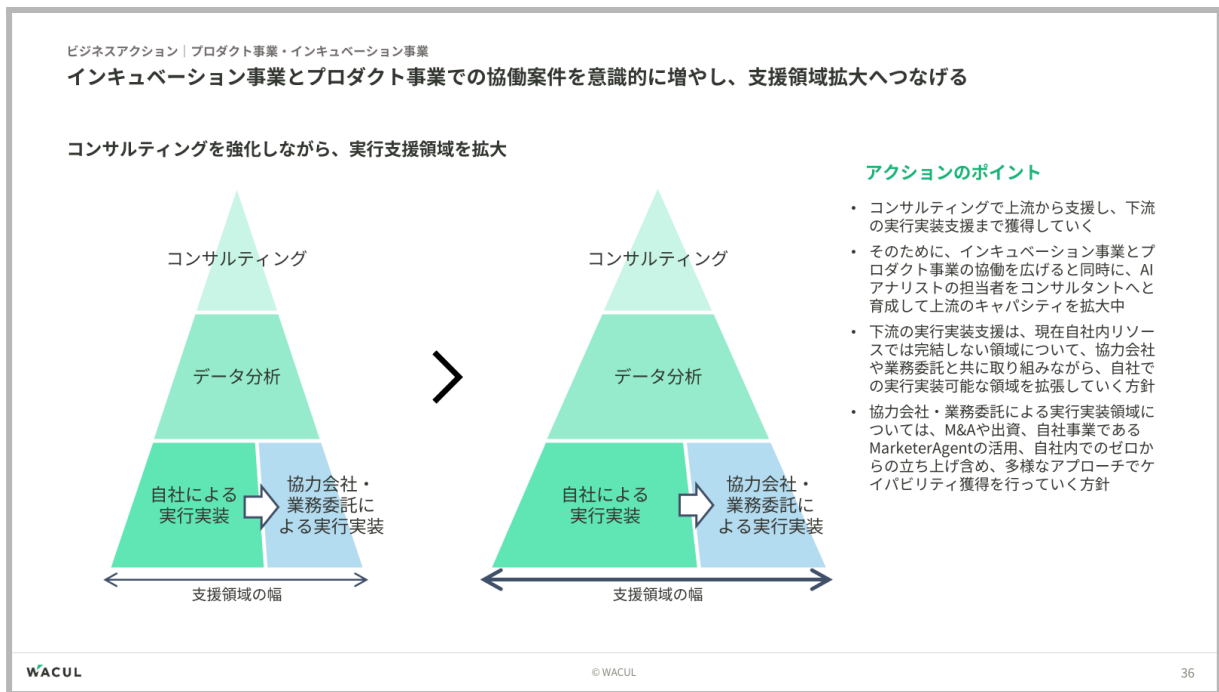
- ・人材獲得の競争が激化している採用市場において、採用活動にマーケティングの技術や戦略を取り入れ、優秀な人材を安定的に獲得する「採用マーケティング」が重要性を増している
- ・当社は、これまで「AIアナリスト」を軸に1,000社超の企業を支援し培った、企業のマーケティング課題の「特定力」、また約40,000のサイト分析に基づく成果を出すための「方法論」などを活かして、2021年より人材マッチング事業を立ち上げ事業拡大を推進している
- ・上述のノウハウを活用し、採用ペルソナの設計・競合分析から採用サイト制作・広告運用代行まで採用マーケティングを包括的に支援

WACUL © WACUL 35

大淵：インキュベーション事業では、採用活動にマーケティングの技術や戦略を取り入れ、企業の採用力を向上する「採用マーケティング支援サービス」をリリースしました。

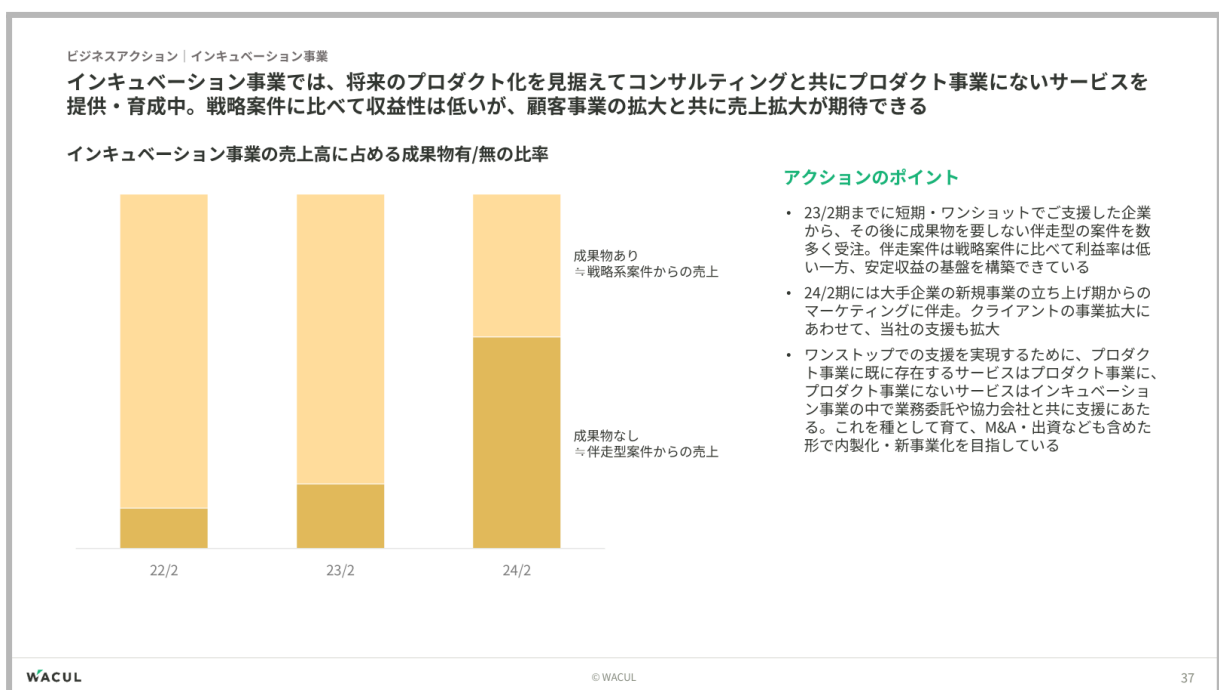
こちらでも当社が培ってきた「マーケティング」と「人材マッチング」のナレッジを活用し、人材獲得の競争が激化している採用市場において、企業の採用ペルソナの設計・競合分析から採用サイト制作・広告運用代行まで採用マーケティングを包括的に支援するものです。当

社としましては、人材マッチング事業同様に、従来通り企業のマーケティング予算へアプローチしながらその他の人件費・採用費へと裾野を広げていく狙いです。



大淵：また、現在進めているインキュベーション事業とプロダクト事業との協働案件を増やし、上流から下流まで一気通貫でのサービス提供を本格化しております。同時に、下流にある実行実装サービスの拡充も進めています。

現在はこの実行実装サービスは、広告運用・SEO対策・サイト制作が主体で、新たにCRM/SFA構築やメールマーケティングの支援などを広げているところです。案件数の少ない分野については、自社サービスのMarketerAgentに登録しているフリーランス人材を支援チームに参加いただいたり協力会社と共に支援にあたったりしながら、自社採用も進めて内製化を進めています。この支援領域の幅の拡大およびその内製化には、自社採用だけではなく、M&Aや出資といった手段についても検討しています。

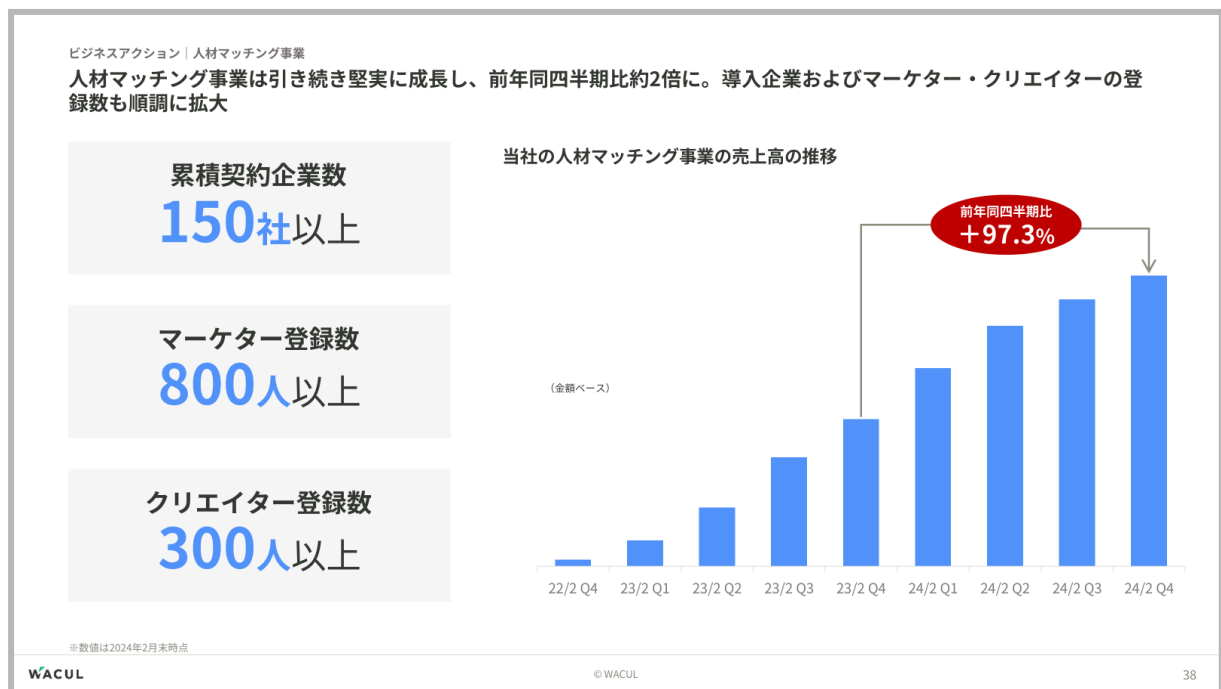


大淵： インキュベーション事業はこの名称のとおり、DXコンサルティングだけでなくコンサルティングを通じた事業育成を行う役割を担っています。先ほどご説明したように、一貫通貫で、かつ支援の幅を広げるための事業を育成しています。

立ち上げから戦略系案件からの売上がほとんどを占めていたのですが、戦略立案だけにとどまらず、その後の伴走型の案件まで獲得し、長期でご支援するお客様が増えています。そのため、伴走型案件からの売上比率が高まっています。

その伴走型案件は、プロダクト事業でご支援可能なものについてはプロダクト事業のチームと共に支援にあたるのですが、そちらのサービスラインナップにないものについてはインキュベーション事業内で事業化を見据えながらサポートをしています。CRM/SFA構築やインサイドセールスといったものは、こちらにあたります。これらの支援は戦略系案件に比して利益率は低くなるものの、戦略系案件に比べて成果が売上に直結し、顧客事業が拡大するとそれに合わせて当社の支援の量も拡大する点が特徴です。

特に24年2月期は大きく成長した案件がありました。今後も戦略設計からその実現までを伴走することで、顧客とともに成長する案件を増やしていきたいと考えています。

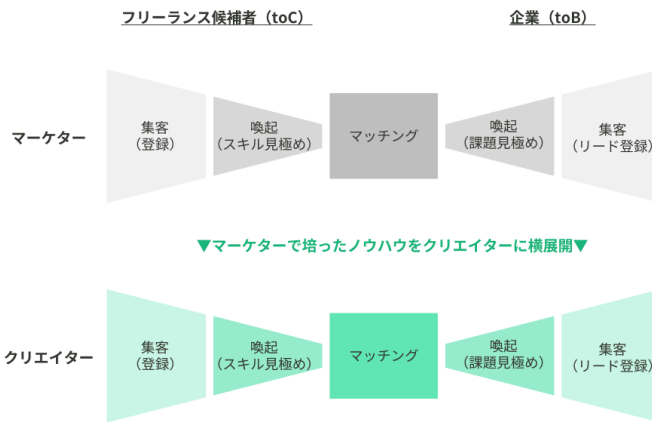


大淵： 続きまして、人材マッチング事業の成長と投資についてです。

上期はGoogleアナリティクスのGA4への更新への対応という一時的な需要もあり、成長スピードが加速していました。その需要は落ち着きをみせてはいますが、順調に売上拡大を達成しています。

すでに累計契約企業は150社を超え、マーケターの登録数は800人、クリエイター登録数も300人を突破しております。

マーケターで培ったノウハウをクリエイターに横展開したテストマーケティングの立ち上がりも好調、来期以降も拡販を図る

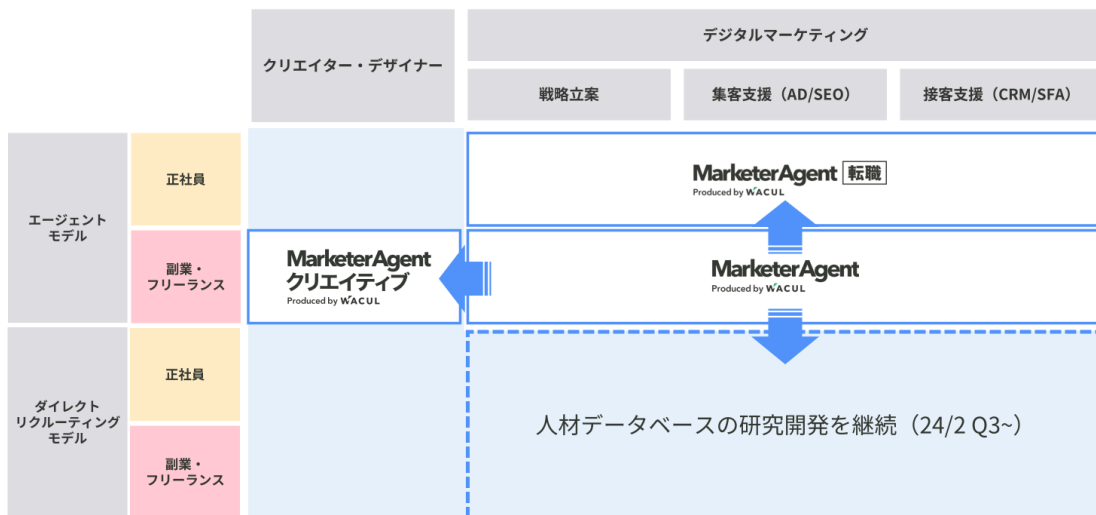


アクションのポイント

- マクロ環境では、フリーランスの労働環境の保護を目的とした「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律（フリーランス・事業者間取引適正化等法）」が可決されるなど、フリーランス市場は引き続き拡大するものと思案
- 業務経験豊富なディレクター、デザイナーを中心にフリーランスのプール拡大を推進中
- 今後はクリエイター領域の拡販とマーケター×クリエイターのシナジー効果波及を推進

大淵：24/2期に開始したクリエイター領域のマッチングにつきましても、フリーランス候補者 (to C) 向けには「スキルの見極めノウハウ」を、企業 (to B) 向けには「課題の見極めノウハウ」をそれぞれ横展開したテストマーケティングの立ち上がりは好調です。良好な市場環境も追い風に、25/2期以降も拡販を図っていきます。

クリエイター領域のマッチングを本格化。さらなる成長のため、人材データベースの開発を継続



大淵：人材マッチング事業はデジタルマーケティング分野のフリーランスを企業とマッチングすることで大幅に拡大してきています。そこから、デジタルマーケティング分野の正社員採用の支援に領域を広げ、さらにデジタルマーケティングの実行には必須のクリエイティブ系フリーランスのマッチングにも領域を広げてきました。

そして第3四半期から、人材データベースの研究開発を開始しております。この人材データベース開発は、増え続ける登録人材の活用をより活性化させるためのもので、エージェントモデルでの活用はもちろんのこと、将来的にはダイレクトリクルーティングモデルの展開、つまり当社人材データベースのユーザー企業への開放も見据えたものです。

デジタルマーケティング人材の需要は強いため、当社は積極的にこの事業への投資を継続していきます。24/2期は通期で9百万円の研究開発費を支出しており、25/2期も25百万円の研究開発費の支出を予定しております。

今期の見通し

大淵：最後に、今期の業績見通しをご説明させていただきます。

業績予想
コンサルティング+実行・実装+人材という3本柱での事業展開を推進しながら、健全性/安全性の担保として「EBITDAのプラス成長」を掲げる

(単位：百万円)	2025/2 業績予想	2024/2	
		実績	増減率
売上高	2,233	1,817	+22.9%
売上総利益	1,239	1,103	+12.3%
売上総利益率	55.5%	60.7%	▲5.2pp
販売管理費	1,038	905	+14.7%
営業利益	200	197	+1.6%
営業利益率	9.0%	10.9%	▲1.9pp
EBITDA	326	307	+5.9%
EBITDA率	14.6%	16.9%	▲2.3pp
経常利益	215	208	+3.1%
純利益	215	200	+7.5%

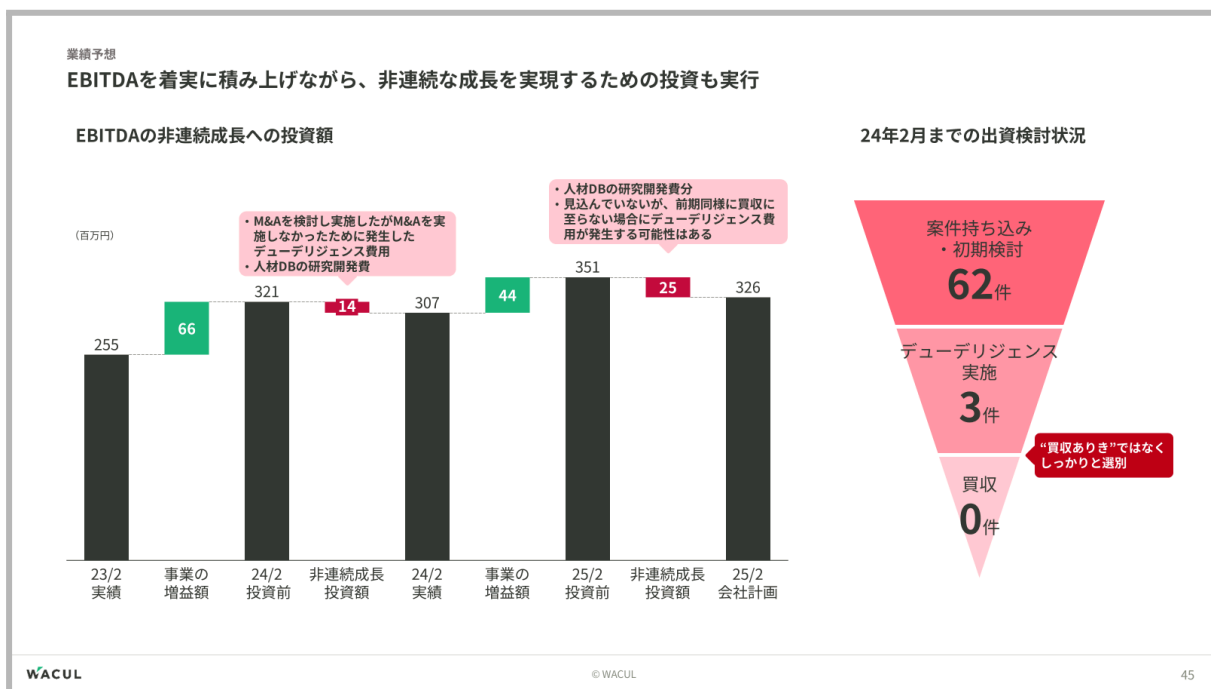
会社計画に関する見通し

- プロダクト事業のサイト制作や、インキュベーション事業の伴走型プロジェクト、人材マッチング事業など、売上高は大きくなりやすい一方で利益率は低いプロダクト・サービスの占有率は上昇
- 当社のコストは人件費と販促費が大部分を占めるが、市況やプロダクトMIXの変化などを鑑み、適切にコストコントロールを実施
- 24/2期から開始した人材データベース開発の研究開発投資は、25/2期も継続して実施想定。現時点の開発範囲は、既存プロセスの効率化、マッチング精度向上を目指すものだが、将来的にはフリーランスプールを開放するダイレクトリクルーティングサービスへの展開も視野に
- 24/2期に追加借入した資金による運転資金の手当はできていることから、これまで蓄積してきた資金を元手に、非連続な成長のためのM&Aや資本業務提携などのコーポレートアクションも積極的に検討（当該関連費用は不確実性が高い事案であり、業績予想への織込はしていない）

※業績予想の詳細については、2024/4/11開示の「2024年2月期決算短信（日本基準）（非連結）」をご参照ください。

WACUL © WACUL 42

大淵：今期の業績予想は、売上高22億3300百万円、EBITDA3億2600万円、当期純利益2億1500万円を想定しております。多角化するプロダクト・サービスへの投資と利益の積み上げをバランスよく行うため、「EBITDAのプラス成長」を掲げ、事業を推進してまいります。



大淵：こちらは23/2期からのEBITDA、ならびに非連続な成長を遂げるために投資した金額の推移です。

事業の増益とのバランスをとりながら、非連続な成長を遂げるため、成長率・利益率の高い領域に投資をおこなっております。M&Aというものは、相手方のあることで、不確実性が高いことから、今期の業績予想には織り込んでおりませんが、M&Aや資本業務提携などのコーポレートアクションも積極的に検討していきます。

以上、長くなりましたが2024年2月期通期の決算説明とさせていただきます。ご清聴誠に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、当社は一切の契約不適合責任及び補償責任を負いません。

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をしてはなりません。

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。