

株式会社WACUL

# 事業計画及び成長可能性に関する事項について

2021年4月14日 更新

## WACULのスナップショット

### 概要

- データの蓄積と分析をコアに「デジタル経営・顧客獲得の最大化」を支援するマーケティングDXカンパニー
- 高水準の売上成長率・売上総利益率を背景に利益を創出  
(18/2-21/2期 4期間売上高CAGR 40.9%、21/2期売上総利益率86.4%)

### 特徴

- 業種不問、中小～大企業まで幅広く提供可能なサービスラインナップ
- 「AIアナリスト」により顧客ごとの必要な施策を明らかにし、用意した運用・実装サービスでクロスセルを進めるビジネスモデル

### 強み

- 研究開発事業とプロダクト事業の相互連携により、持続的・構造的にサービス強化が可能な仕組み
- 仕組みを支える独自データと技術を保有し、高い事業発展性と参入障壁を実現

## 当資料に含まれるコンテンツ

WACULの概要	P. 4
財務ハイライト	P.17
WACULの特徴と強み	P.25
成長を続けるための戦略	P.32
Appendix	P.43

# WACULの概要

## 会社概要



会社名	株式会社WACUL（ワカル）
所在地	東京都千代田区神田小川町3-26-8 2F
設立日	2010年9月27日
資本金	4億7,430万円(2021年2月末時点)
社員数	70人(2021年2月末時点)
ミッション	知を創集して、道具にする
ビジョン	テクノロジーで、ビジネスの相棒を一人一人に
会社URL	<a href="https://wacul.co.jp/">https://wacul.co.jp/</a>
上場市場	東京証券取引所 マザーズ市場
証券コード	4173

## マーケティング・デジタルビジネスに強みを有する経営陣



※写真は左から、竹本・大淵・垣内・井口

### 取締役（執行）

#### 代表取締役CEO大淵 亮平

京都大学卒業後、ボストン・コンサルティング・グループ 入社。経営・マーケティングプロジェクトを多数経験。共同創業者としてWACULを設立。取締役COOを経て、2017年12月に代表取締役CEO就任。

#### 取締役CIO垣内 勇威

東京大学卒業後、ビービット 入社。コンサルタントとして多数のWebプロジェクトに参画。その後、WACULに入社、その後取締役。2019年2月、WACULテクノロジー&マーケティングラボを設立し、所長に就任。

#### 取締役CFO竹本 祐也

京都大学卒業後、ゴールドマン・サックス証券入社。投資調査部にてシニアアナリストに。その後、A.T. カーニーに入社、通信・メディア・テクノロジー担当マネージャー。2018年7月WACUL入社、取締役CFOに就任。

#### 取締役COO井口 善文

慶応義塾大学卒業後、ソニー、リクルートなどで事業戦略策定及び新規事業開発を行う。2012年4月に経営共創基盤入社。2015年11月よりウィルゲートの取締役を経て、2019年1月、WACUL取締役COO就任。

### 取締役（監査）

#### 取締役（常勤監査等委員）吉村 貞彦

南山大学大学院経済学科研究科修士課程修了。太田哲三事務所（現EY新日本）入所。同法人副理事長、ジャフコ取締役（常勤監査等委員）等を経て、19年6月よりミンカブ・ジ・インフォノイド取締役（非常勤監査等委員）。同11月WACUL常勤監査等委員就任。

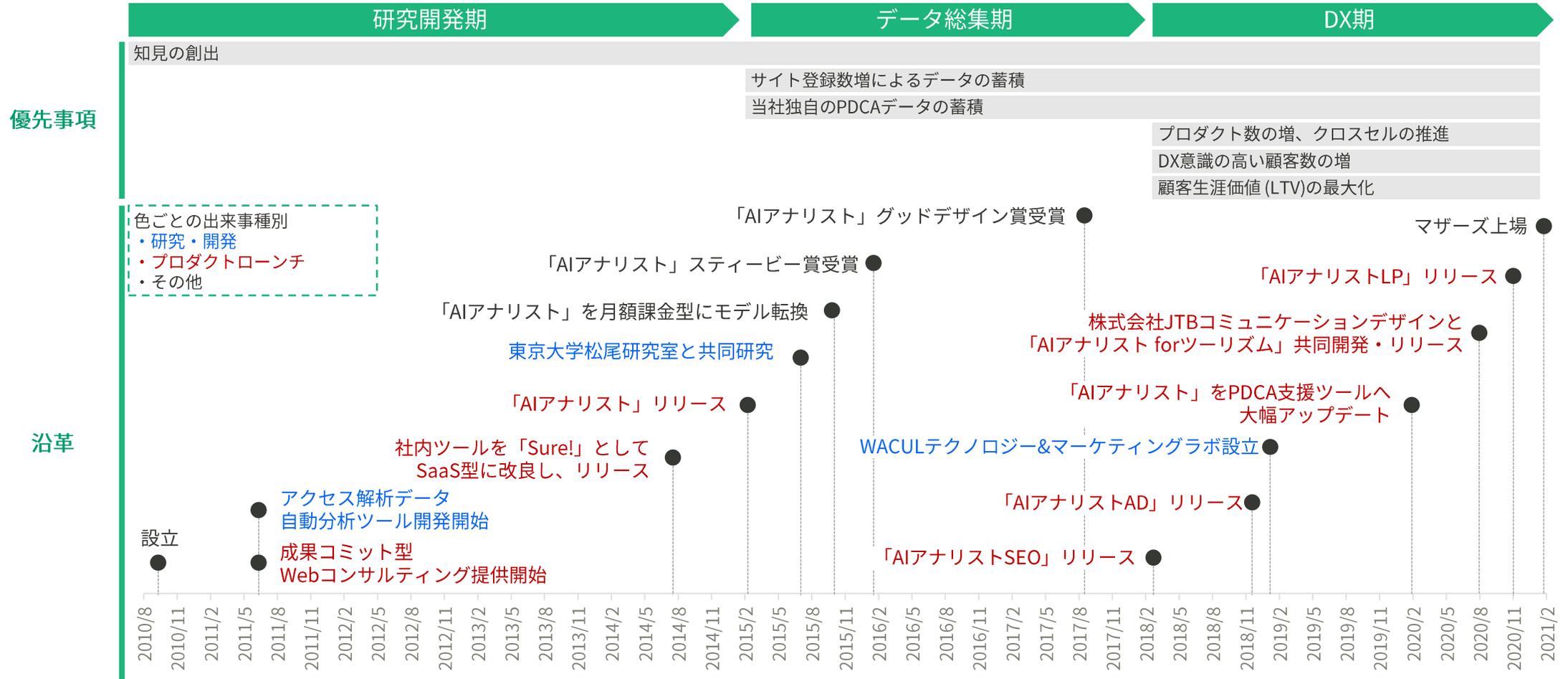
#### 取締役（非常勤監査等委員）梅本 大祐

英国レスター大学大学院法学修士課程修了。日本ヒューレット・パッカードにてエンジニアとして勤務。一橋大学法科大学院を経て、2009年弁護士登録、ブレイクモア法律事務所入所。2017年、総務省総合通信基盤局出向を経て、2019年に同事務所パートナー。2019年5月、WACUL 監査等委員就任。

#### 取締役 監査等委員（非常勤）井出 彰

慶應義塾大学卒業後、あずさ監査法人入所。2013年にフロンティア・マネジメントに入社。2015年より、うるるにて、経理・財務・IR・経営企画等に従事。2018年井出公認会計士事務所開所。2019年11月WACUL監査等委員就任。

# 知見とデータを“創り”・“集め”、ビジネスモデルを磨き込んでいる



# 複雑化する企業経営。データを軸としたデジタルトランスフォーメーション<sup>1</sup>が必要不可欠に

## 社会課題・背景

複雑化する社会に対し、人材やシステムを理由に遅々として進まないデジタル化

生活者の多様化

マーケティング手法の乱立

「ニューノーマル」への対応

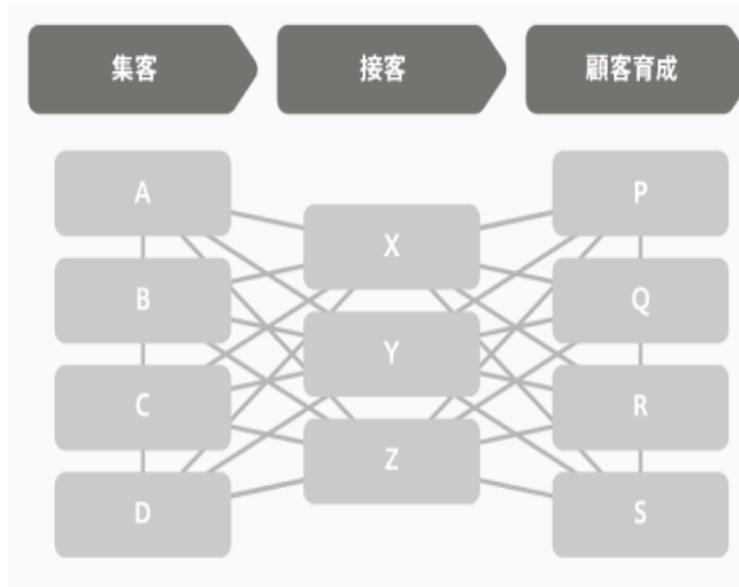
デジタル人材採用・育成の遅れ

老朽化する基幹システム



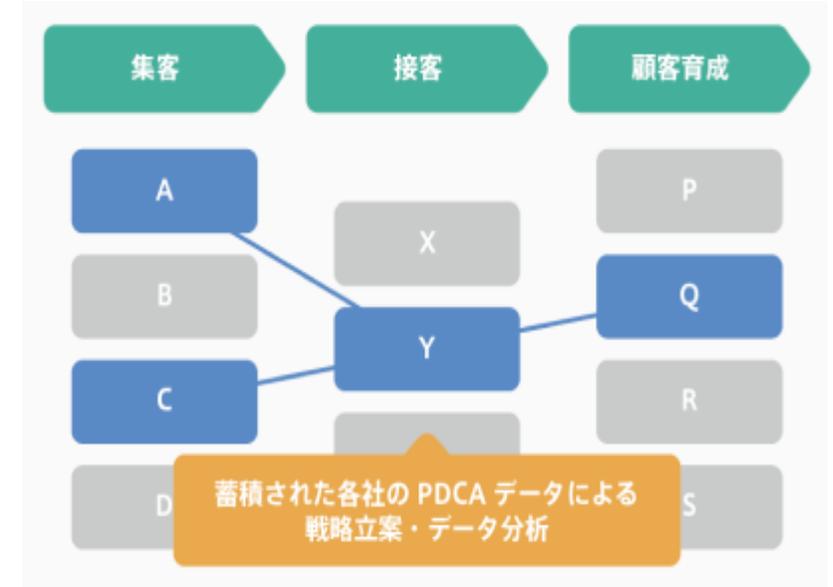
## 顧客企業 個社ごとの課題

煩雑の一途をたどる管理業務に追われ、本来やるべき戦略的な業務・意思決定が不可能に。未知の事項や未対応事項も徐々に増え続け、悪循環に陥る。



## 当社のソリューション

各社のデータを集約して管理・分析することで、規模・業界等、顧客ごとの特性に合わせた最適解を導出。シンプルな戦略設計と意思決定を実現。



<sup>1</sup> デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

## マーケティングのデジタルトランスフォーメーションを実現する事業を展開

### プロダクト事業

#### PDCA支援プラットフォーム



月額課金制のSaaSプロダクト。顧客企業のマーケティングデータを連携し、成果を最大化するために必要な施策を自動で発見・提案。また、レポート機能や効果測定機能などPDCAのすべてを提供するプラットフォーム。

#### 実行・実装ソリューション



AIアナリストの改善提案に対し、当社のノウハウを持った実行部隊がサポートする運用・実装サービス。月毎の提供本数/運用金額を定めて期間契約を行う、従量課金型を採用。

### インキュベーション事業

#### コンサルティング／PoC<sup>1</sup>



他社との先進的なプロジェクトや共同研究などを通じて新たな知見開発を行うデジタル分野での人的なコンサルティング/実証実験サービス。プロダクト事業のもととなる要素技術を産み出す。

#### 研究開発<sup>2</sup>／広報



マーケティングDXを研究対象に、内容に応じて顧問であるアカデミック・ビジネス領域の外部専門家と連携して研究を実施。他社との実証実験等から、様々な知見を獲得すべく活動。

<sup>1</sup> PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

<sup>2</sup> 研究開発組織は売上をあげることを目的とせず、機能開発・ソリューション開発のための研究を行うもの

# AIアナリストは、デジタルマーケティング上の改善策を、改善幅の予測とともに発見・提案。さらに成果測定まで自動で行う、PDCA<sup>1</sup>プラットフォーム



<sup>1</sup> PDCAとは、Plan（計画）・Do（実行）・Check（評価）・Action（改善）を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくサイクルおよび手法のこと

# AIアナリストは、アクセス解析データを連携することで、自動でデータを分析。改善提案から効果検証・レポートまで幅広く行う

## データ連携



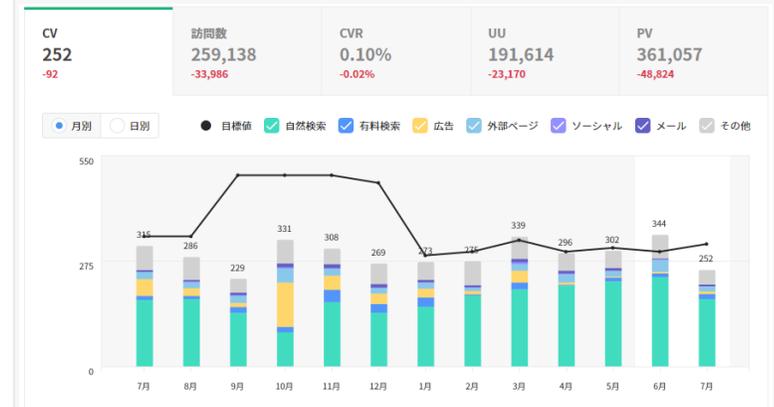
ユーザーのもつWebサイトのGoogleアナリティクス<sup>1</sup>にログインして、ワンクリックで連携すれば設定完了。そのほかGoogleサーチコンソール<sup>2</sup>等もオプションとして連携可能。

## 分析・改善提案



Googleアナリティクス、SEO関連データ、広告関連データなど、Webサイト運営者だけが持つデータに加え、検索結果などのWeb上にある一般的なデータもあわせて網羅的に分析を行い、改善提案を表示。

## 効果検証・レポート



自動で月次レポートを作成。また、実装したサイト改善施策がどれだけ成果が出たのかを測定する効果検証も搭載されている。

<sup>1</sup> GoogleアナリティクスとはGoogleの提供するアクセス解析ツールであり、Webサイトに訪れるユーザーがどのような経路で、何に興味を持って訪問しているのか、その数はどの程度であるかなどのデータを蓄積している。「Google」 「Google Analytics」 およびGoogle、GoogleAnalyticsのロゴマークは、Google Inc.の商標または登録商標です。

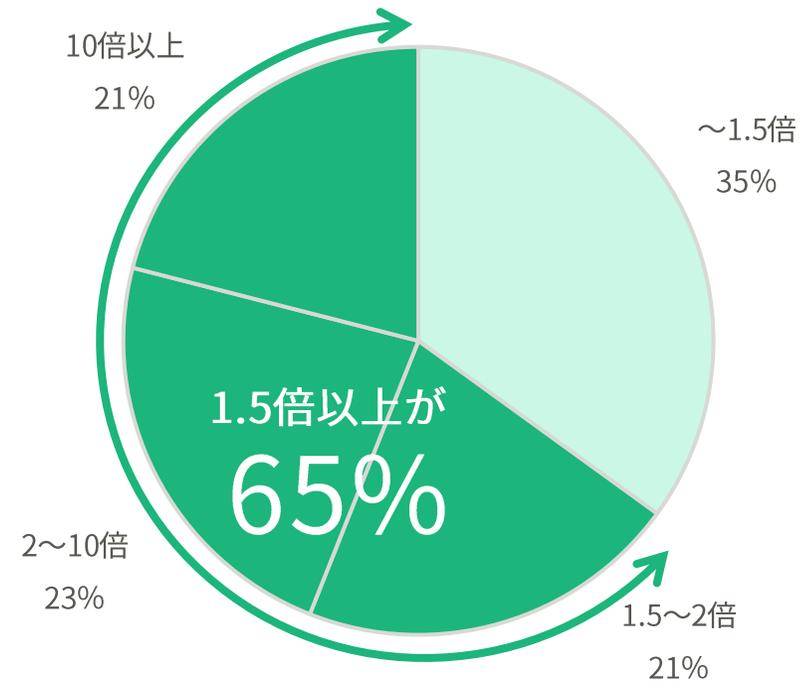
<sup>2</sup> GoogleサーチコンソールとはGoogleの提供するSEOツールであり、Googleの検索結果で自社のWebサイトがどれくらい表示されているかなどのデータを蓄積している。

## AIアナリストは、あらゆる業界で成果を創出し続けている

### 成果実績

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| CV1.4倍 資格参考書EC   | CV3.1倍 ご当地食品EC  |
| CV2.1倍 ダイビングショップ | CV1.8倍 会員登録システム |
| CV2.5倍 有料辞書      | CV1.8倍 アクセサリEC  |
| CV1.4倍 シールEC     | CV1.5倍 業務用エステ用品 |
| CV1.4倍 決済システム    | CV1.2倍 オフィスBGM  |
| CV2.8倍 菓子/食品EC   | CV2.1倍 フリーランス派遣 |
| CV1.4倍 女性下着EC    | CV2.7倍 不動産投資    |
| CV2.4倍 ステンレス部品   | CV1.2倍 賃貸物件紹介   |
| CV9.3倍 塗装会社紹介    | CV2.4倍 酒類EC     |
| CV1.4倍 行政書士事務所   | CV2.3倍 ファッションEC |
| CV2.3倍 TシャツEC    | CV1.5倍 カレンダーソフト |
| CV2.0倍 大手人材派遣    | CV1.8倍 ペット葬儀    |
| CV1.2倍 健康食品EC    | CV1.5倍 プロバイダ    |
| CV3.1倍 新電力会社     | CV1.9倍 ヨガウェアEC  |
| CV1.5倍 こども英会話    | CV1.8倍 ホテル結婚式場  |
| CV2.2倍 専門学校(愛知)  | CV1.8倍 少額不動産投資  |
| CV3.3倍 音楽専門学校    | CV1.4倍 Web制作会社  |
| CV1.8倍 中古本買取     | CV1.2倍 技術人材派遣   |
| CV1.9倍 医療専門学校    | CV8.0倍 専門学校(東京) |
| CV1.8倍 北欧雑貨EC    | CV1.7倍 エステサロン   |
| CV1.6倍 研磨機器      | CV1.2倍 芸能人グッズEC |
| CV1.4倍 分譲戸建て     | CV1.2倍 専門学校(東京) |
| CV2.0倍 大手分譲住宅    |                 |

### 成果創出幅



有料契約版でCVR改善がみられたサイトの伸び率分布<sup>1</sup>

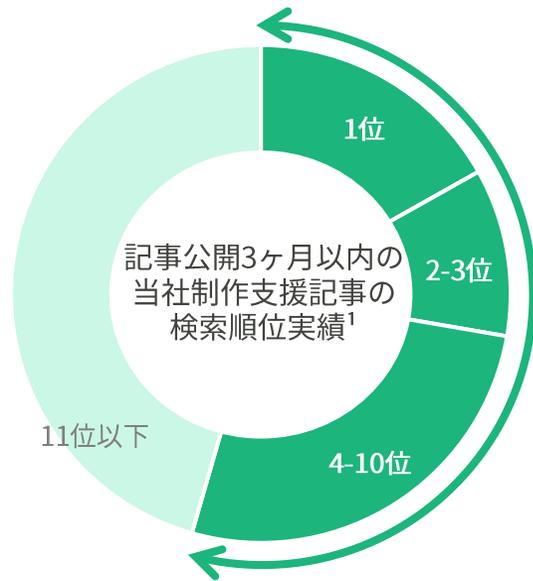
<sup>1</sup>この効果測定はGoogleアナリティクスのデータを用い、改善前と改善後の同期間のデータを用いた前後比較を、できる限り前提条件等を揃えた上で、コンバージョンレートの変化を調査しています。また、顧客にもデータの確認を行っていたいたうで改善の判定を行うことにより客観性を担保しています。成果調査の詳細は当社リリース『2.3万サイトが利用する「AIアナリスト」、施策の73%がサイト改善に成功』[https://wacul.co.jp/pressrelease/aia\\_marketing-7/](https://wacul.co.jp/pressrelease/aia_marketing-7/)参照

## AIアナリストの改善提案に対し、運用・実装を支援する周辺プロダクト群でも成果を創出

オウンドメディアの記事作成サービス  
CV獲得に特化した記事コンテンツを提供

AI analyst **SEO**

1本6万円からデータ分析による骨子作成で  
成果のせるコンテンツを提供



低価格でハイパフォーマンスな  
Web広告の運用代行<sup>2</sup>サービス

AI analyst **AD**

Web媒体の自動入札ツールの利用で  
様々な業界で約20%以上のCPA削減実績

- 【A社】 媒体予算 30~50万円 /月  
CPA : 21,600円→16,800円 (獲得単価30%減少)
- 【B社】 媒体予算 60万円 /月  
CPA : ¥143,804円→¥40,498円 (獲得単価72%減少)
- 【C社】 媒体予算 100万円 /月  
CPA : 25,000円→20,000円 (獲得単価20%減少)
- 【D社】 媒体予算 200万円 /月  
CPA : 7,200円→3,606円 (獲得単価50%減少)

<sup>1</sup> SEOの成果調査の詳細は当社リリース『「AIアナリストSEO」、SEOコンテンツの勝ちパターンを仕組み化したことで、3ヶ月目にはリスティング広告を上回る高いコスト効率を実現。検索順位も1位獲得が3割を超える：  
<https://wacul.co.jp/pressrelease/aianalyst-seo-achievement-2020/>』参照

<sup>2</sup> Web広告の運用代行とは、顧客にかわってGoogleやヤフー、facebook、Instagram等の広告媒体の買い付けと広告出稿を行うもの

## 他社とのPJを通じてデジタル分野での新規知見開発を行うインキュベーション事業

事業・組織開発	B2BメーカーDX	<ul style="list-style-type: none"><li>これまで対面営業のみであったB2Bメーカーにおいてデジタルマーケティング部署を立ち上げ</li></ul>
	O2O	<ul style="list-style-type: none"><li>店舗あり大手雑貨店のアプリ、EC、店舗といったO2O（Offline to Online）を意識したユーザーの最適導線の設計</li></ul>
	メディアの収益改善	<ul style="list-style-type: none"><li>大手新聞社における、記事ごとの有料・無料公開を最適化、それによる有料課金ユーザーの最大化</li></ul>
技術開発	スマホゲームの課金者獲得率の改善	<ul style="list-style-type: none"><li>ディープラーニングを活用したフリーミアムモデルのスマホゲームの広告CPAの改善と課金ユーザー増によるLTV最大化を提案</li></ul>
	WebページのAIによるグルーピング	<ul style="list-style-type: none"><li>「AIアナリスト」の分析・改善提案の精度向上のため、Webサイトの構造をAIが分析。同一の商品カテゴリや各事例紹介ページを自動でグループ化</li></ul>
	スマホサイト分析のデータ取得基盤構築	<ul style="list-style-type: none"><li>Webサイトを閲覧している人のスマホの、各センサーのデータをディープラーニングで分析することで、ユーザーの現在の状態を推計</li></ul>
	再購買予測モデルを活用したリテンション	<ul style="list-style-type: none"><li>東京大学阿部教授の再購買予測モデルに基づく、アパレルECの既存顧客の再購買率改善のための購買データ分析</li></ul>

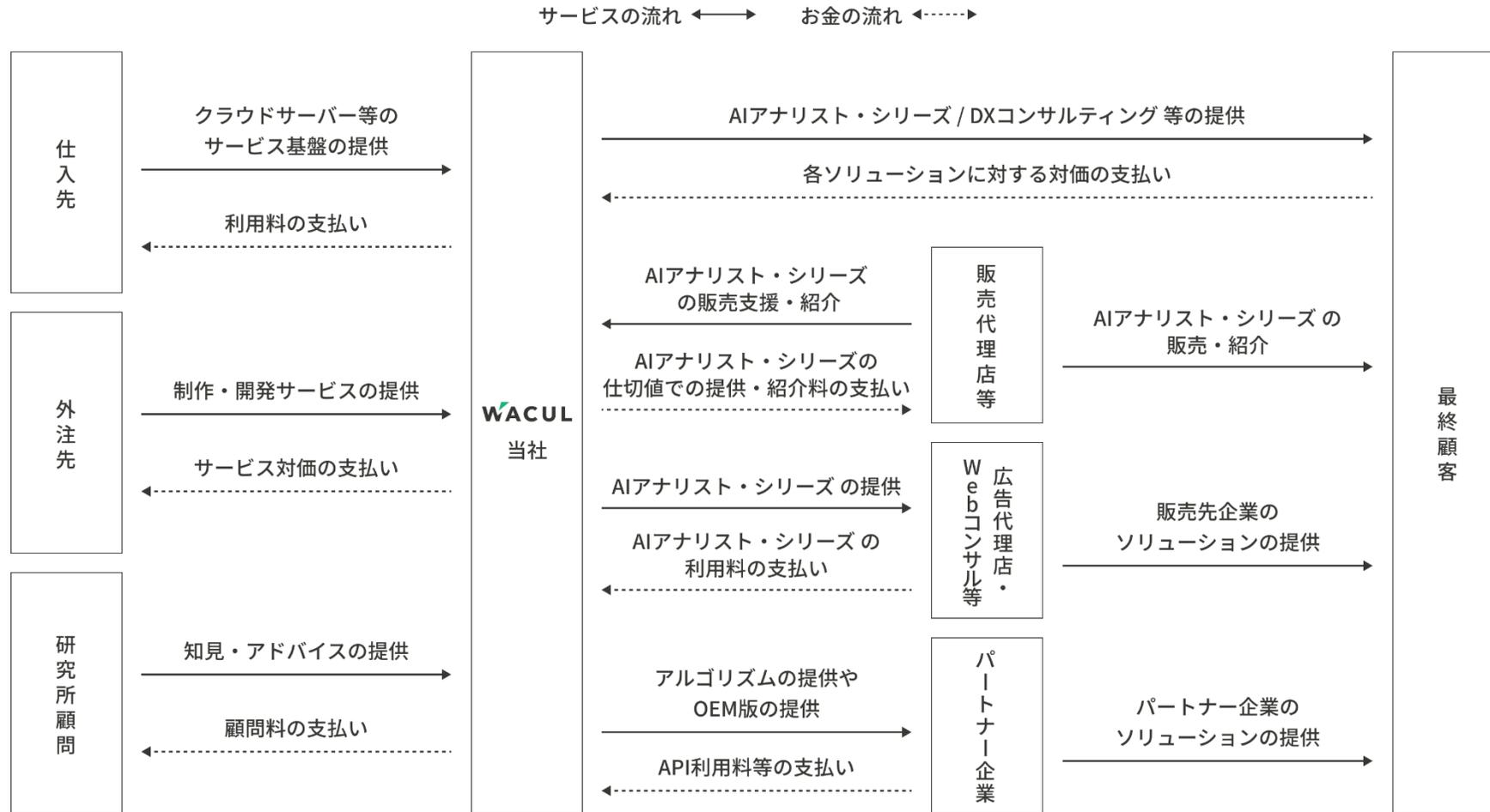
## 研究所では外部識者を招聘。外部知見もレバレッジしてテクノロジーとノウハウを進化

外部識者は当社の研究開発活動に対し、アドバイザーとして協力



**WACUL** TECHNOLOGY  
& MARKETING LAB

# 当社はDXソリューションのコアのみを担いながら、最終顧客のビジネス拡大に貢献。現在は直接販売が主も、パートナー活用などの他チャネルを育成中



# 財務ハイライト

※財務数値及び各種KPIの詳細については、2021/4/14開示の「2021年2月期第4四半期および通期決算説明会資料」をご参照ください。

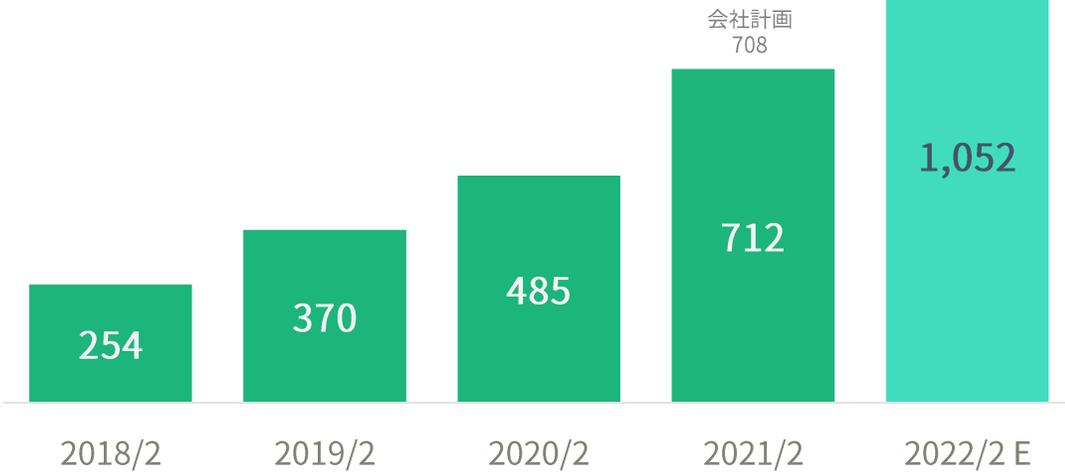
## 高水準の売上高成長率・売上総利益率

### 売上高の推移

2021/2期は市場の堅調な推移を背景に計画を上回り着地  
2022/2期はLTV及び契約数の増加から前期比+47.8%の成長を見込む

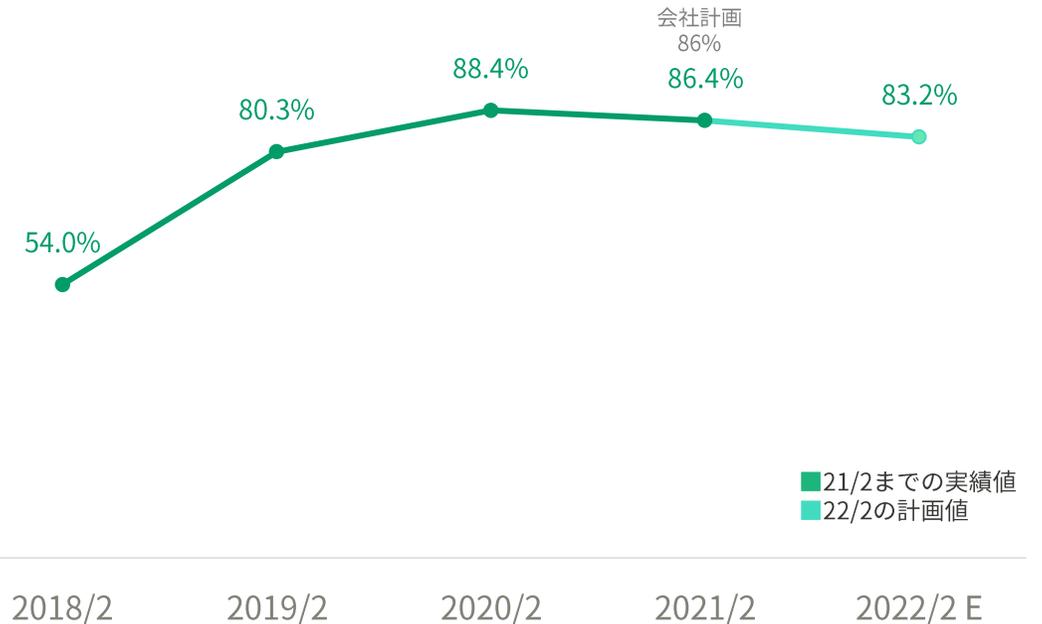
(百万円)

■ 21/2までの実績値  
■ 22/2の計画値



### 売上総利益率の推移

2021/2期は会社計画通りの着地  
2022/2期は実行・実装系商材の拡販から若干の低下を見込む



※業績予想の詳細については、2021/4/14開示の「2021年2月期決算短信〔日本基準〕(非連結)」をご参照ください。

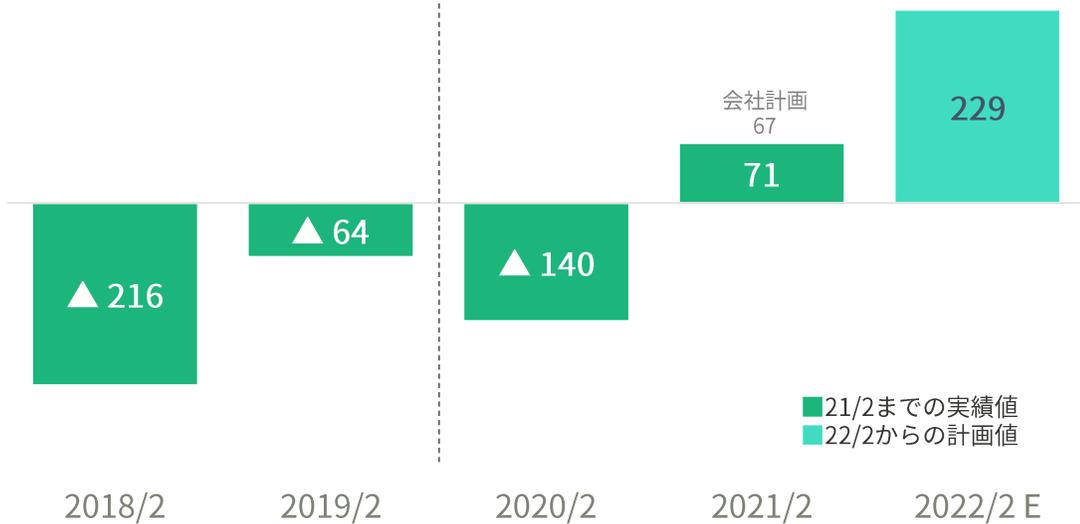
徹底した自動化により、人的リソースと蓄積した知見をレバレッジできる仕組みを構築。売上高の増加を利益に変える

営業利益の推移

2021/2期は売上の堅調な推移を背景に計画を上回り着地  
2022/2期は売上拡大を主因として前期比+220.7%の成長を見込む

(百万円)

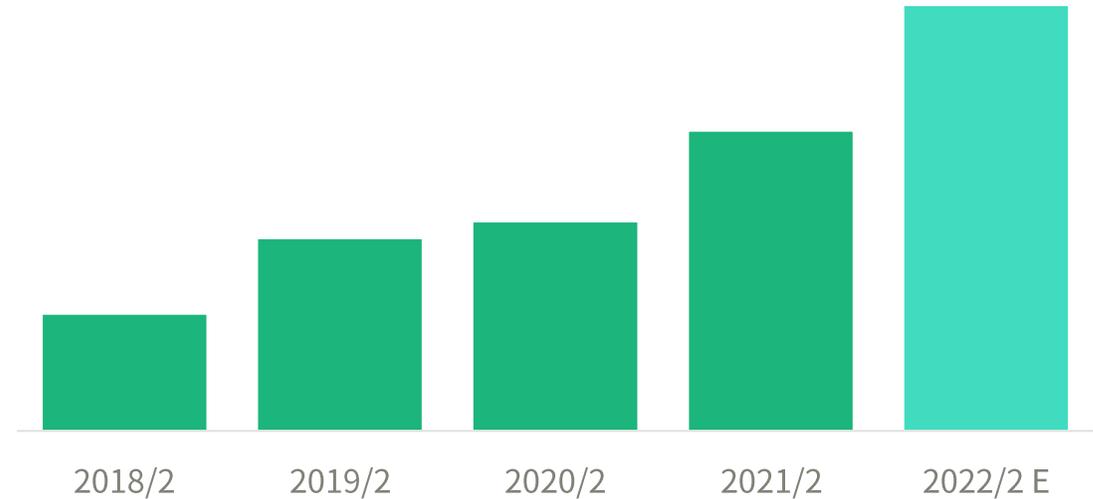
▼資金調達を実施し、中長期  
に向けた投資を再開



従業員1人あたり売上高の推移

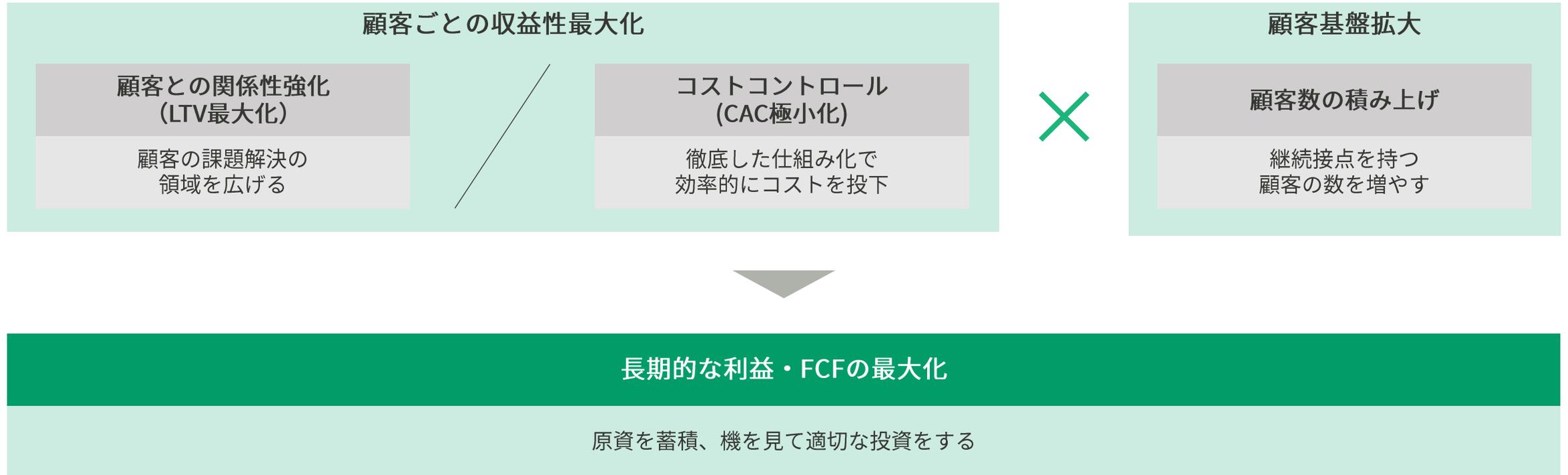
徹底した自動化により  
効率的に収益を生み出す仕組みを構築し向上中

■ 21/2までの実績値  
■ 22/2からの計画値



※業績予想の詳細については、2021/4/14開示の「2021年2月期決算短信（日本基準）（非連結）」をご参照ください。

## 長期的な成長を念頭に、顧客ごとの収益性を最大化しつつ顧客を積み上げ

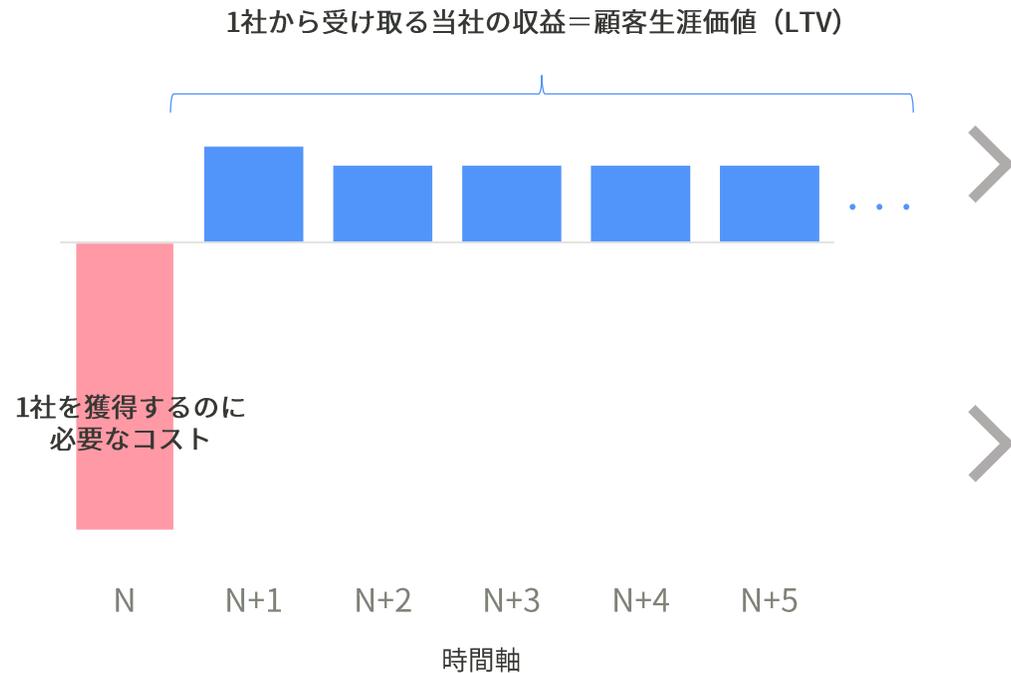


利益とバリュエーションとをバランスよく高めることで、長期的成長を目指す

## 当社は顧客獲得への投資を先行し、その後収益を積み上げるビジネスモデル

### 当社の展開するリカーリング・ビジネスの構造

1社から当社が受け取る収益が、1社を獲得するのに必要な先行投資を上回れば、当社は長期的に収益をあげることができるため、LTVの最大化と契約獲得コストの最小化を重視



最大化

1社から当社が受け取る  
収益

1社を獲得するのにかかる  
先行投資

最小化

#### 当社のLTV重視の考え方

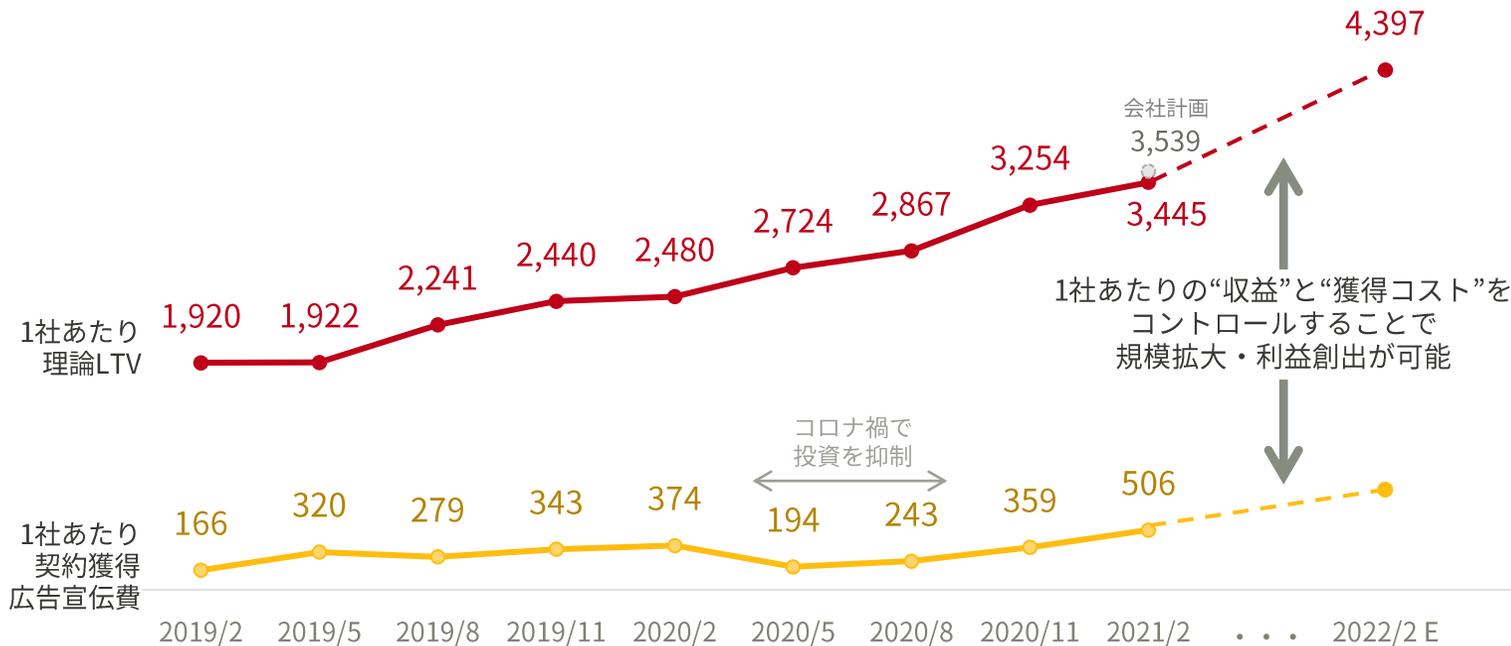
- ROIが測りやすいため、成果につながるのであれば単価上昇の受け入れ余地が顧客にも存在
- 一方、マーケティング市場は景気の波を受けやすい市場であり、かつ技術の発展が早く、変化の激しいジャンル
- 当社としては、常に環境および自社のプロダクトの関係値から、柔軟に動くことが重要であると認識
- 投資回収の最大化こそが重要であり、そのために価格と解約率をコントロールしていく方針

# 投資リターン<sup>1</sup>をコントロールすることで、高い売上高成長率と利益創出を両立させる

## 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

機能開発とソリューション強化による解約率低減・機能強化による値上げ・  
新商材の開発・カスタマーサクセス強化によるクロスセル率向上を通じてLTV最大化を推進する

(千円)



### KPIに影響を与えた施策

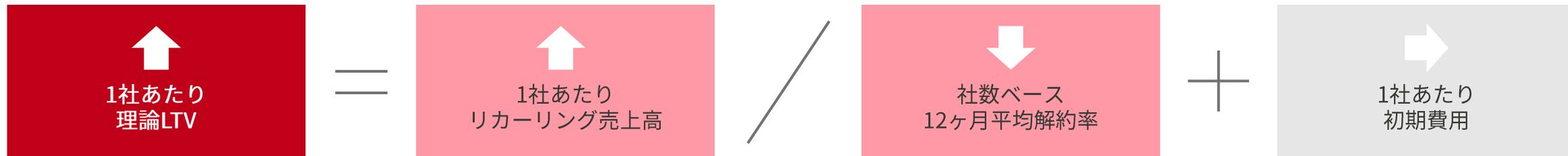
- 2020年2月のAIアナリストの機能アップデート。改善提案にとどまらない、PDCAプラットフォームへと進化
- 実行・実装ソリューションの強化と拡販でクロスセル率が向上
- 継続的に行うべき業務への貢献度合いが高まったことにより、解約率も低下
- 一方、新規顧客開拓のために初期費用無料のキャンペーンを行うなどしたことで、初期売上高は想定以下となり、会社計画に対して若干の未達に
- 利益計画の達成を前提として、上期に抑制した広告宣伝費を、来期成長にむけてQ4に大幅投資

<sup>1</sup> 1契約を獲得するのに掛けたコスト（先行投資）を、その後に取り取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、投資対効果を測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=リカーリング型商材について、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、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=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

## 1社あたりリカーリング売上高の増加と解約率の低減をドライバーにLTVの増加を推進する

### 1社あたり理論LTVの計算式



### 今後の注力領域

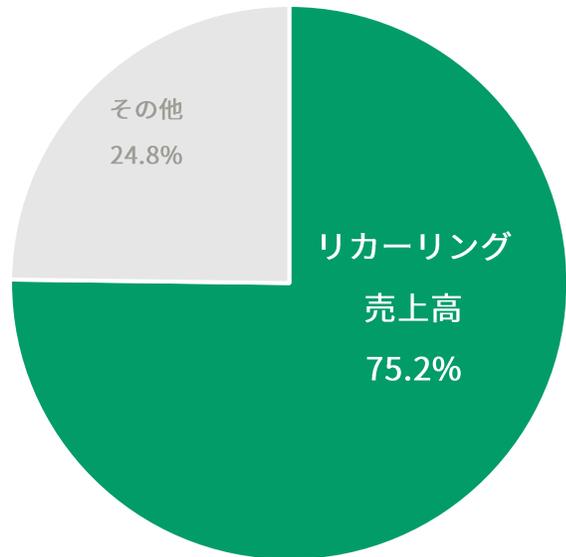
1社あたりリカーリング売上高	AIアナリスト売上高	1サイトあたり単価	「AIアナリスト」の単価上昇は一服。大きな変動は計画していない
	契約サイト数		DXに注力する中企業以上をターゲットとすることで、部署の横展開など、1社あたりの契約サイト数の増加を目指す
	クロスセル		DXに注力する中企業以上の顧客に対し、クロスセルを実行。ワンストップでの課題解決で価値を提供
	社数ベース12ヶ月平均解約率		「AIアナリスト」の機能改善および「AIアナリストSEO/AD」などのオペレーション業務の支援ソリューション強化、カスタマーサクセス人員の強化を通じて、当指標の低減を推進
	1社あたり初期費用		新規導入ハードルを高めないよう、当指標は現状の維持を計画

## 継続的接点を活かし、顧客との関係性強化を強めることで成長する

### リカーリングレベニュー<sup>1</sup>の比率

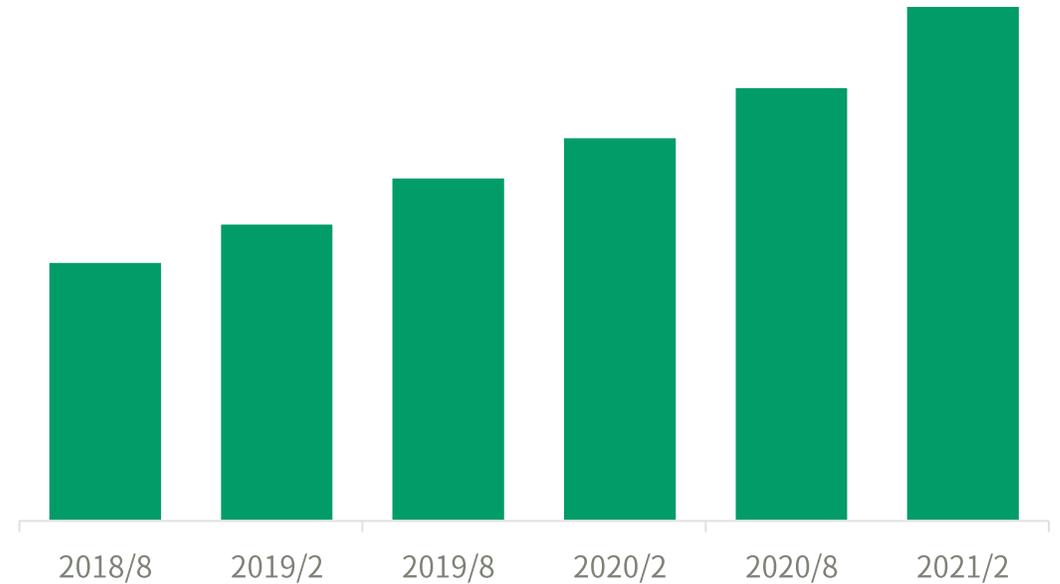
リカーリングビジネスが主である当社は  
継続的な顧客接点を活かし、クロスセル率を向上させる

(2021/2期実績)



### リカーリングレベニューの積み上げ

リカーリングレベニューを積み上げることで  
売上高を継続的に成長させる



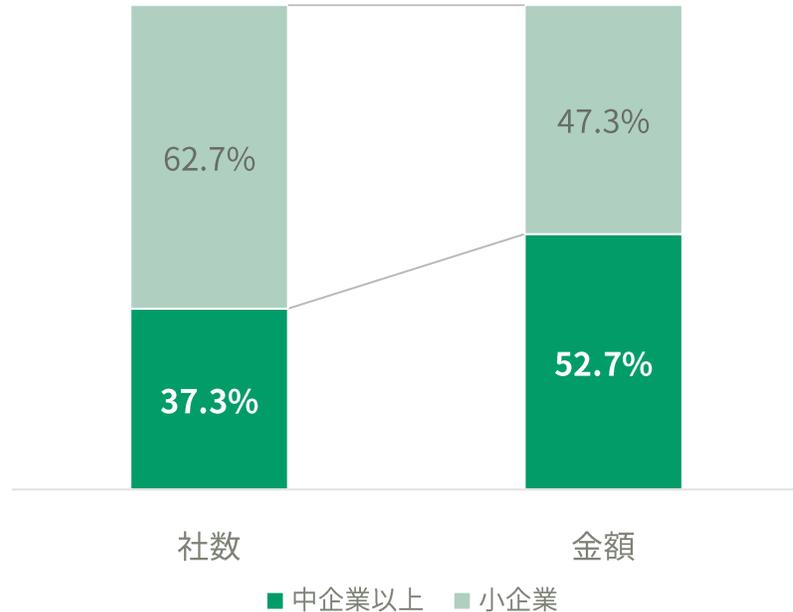
<sup>1</sup>リカーリングレベニューとは、AIアナリストおよびAIアナリストSEO/AIアナリストADなど、毎月継続して課金されるプロダクトからの売上高を示す。プロジェクトごとに課金されるのものについては、プロダクト事業・インキュベーション事業問わず、ここに含まない。

# WACULの特徴と強み

## 業種不問、中小～大企業まで幅広く提供可能なサービスラインナップを持つ

### 全売上高の占める顧客規模の比率

DXに積極的な中企業以上は1社あたり取引額が高いため  
今後積極的にアプローチしていく



### エンドユーザーの属する業界

BtoB/BtoC問わず、幅広い業種に対応をしている

農業、林業
漁業
鉱業、採石業、砂利採取業
建設業
製造業
電気・ガス・熱供給・水道業
情報通信業
運輸業、郵便業
卸売業、小売業
金融業・保険業
不動産業、物品賃貸業
学術研究、専門・技術サービス業
宿泊業、飲食サービス業
生活関連サービス業、娯楽業
教育、学習支援業
医療、福祉
複合サービス事業
サービス業（他に分類されないもの）
公務（他に分類されるものを除く）
分類不能の産業

※ 2021/2実績  
※ 中企業とは、従業員数200人以上もしくは売上20億以上のいずれかを満たす企業

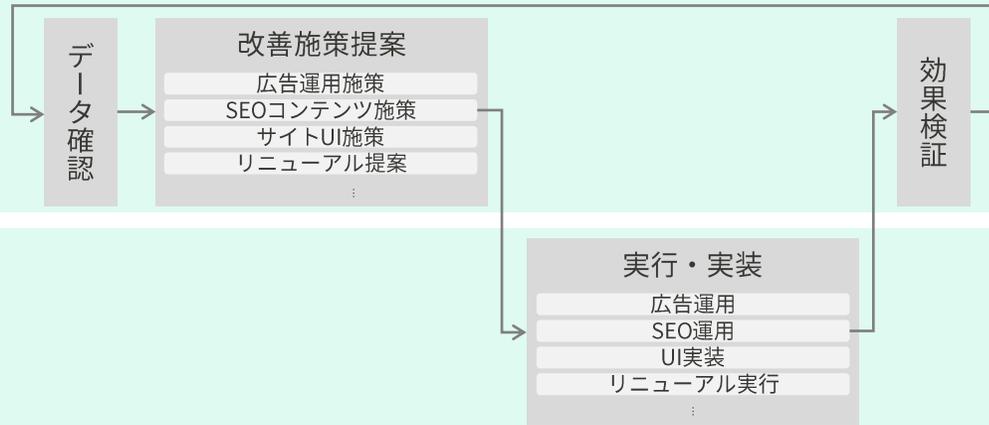
※ 総務省日本標準産業分類にもとづく

## 底堅いAIアナリストを「司令塔」に、付帯サービスのクロスセルを行うことで成長を実現

### 効率的にクロスセルを生み出す仕組み

AIanalyst

常にデータを蓄積・分析し、成果最大化のための施策を全体最適に自動で提案



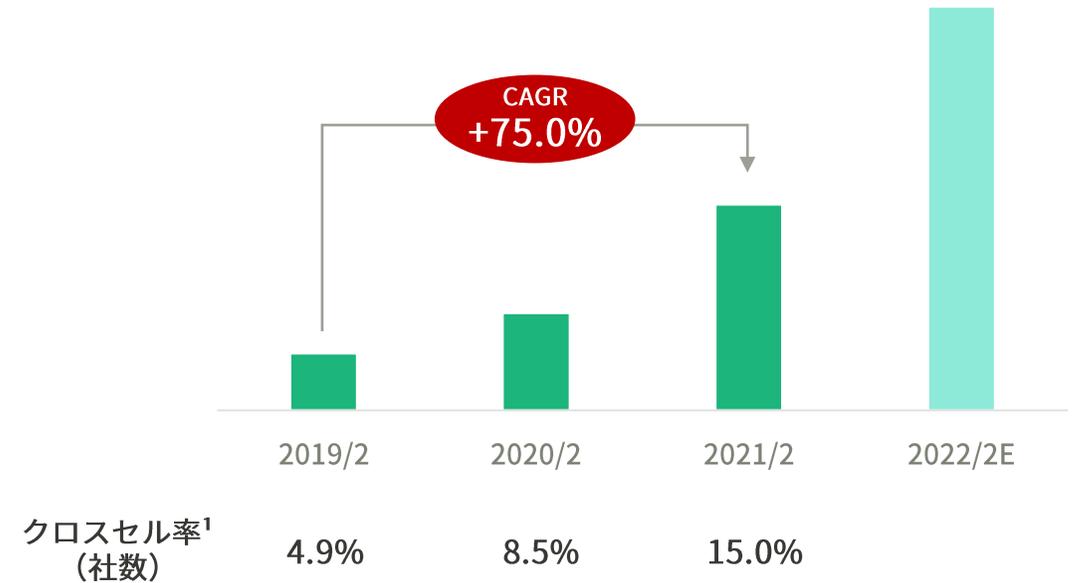
AIアナリストの改善提案に沿った、実行・実装メニューを今後さらに増やす

AIanalyst SEO

AIanalyst AD

### クロスセル領域の高い成長率

クロスセル率は中企業以上の顧客占有率を目指す



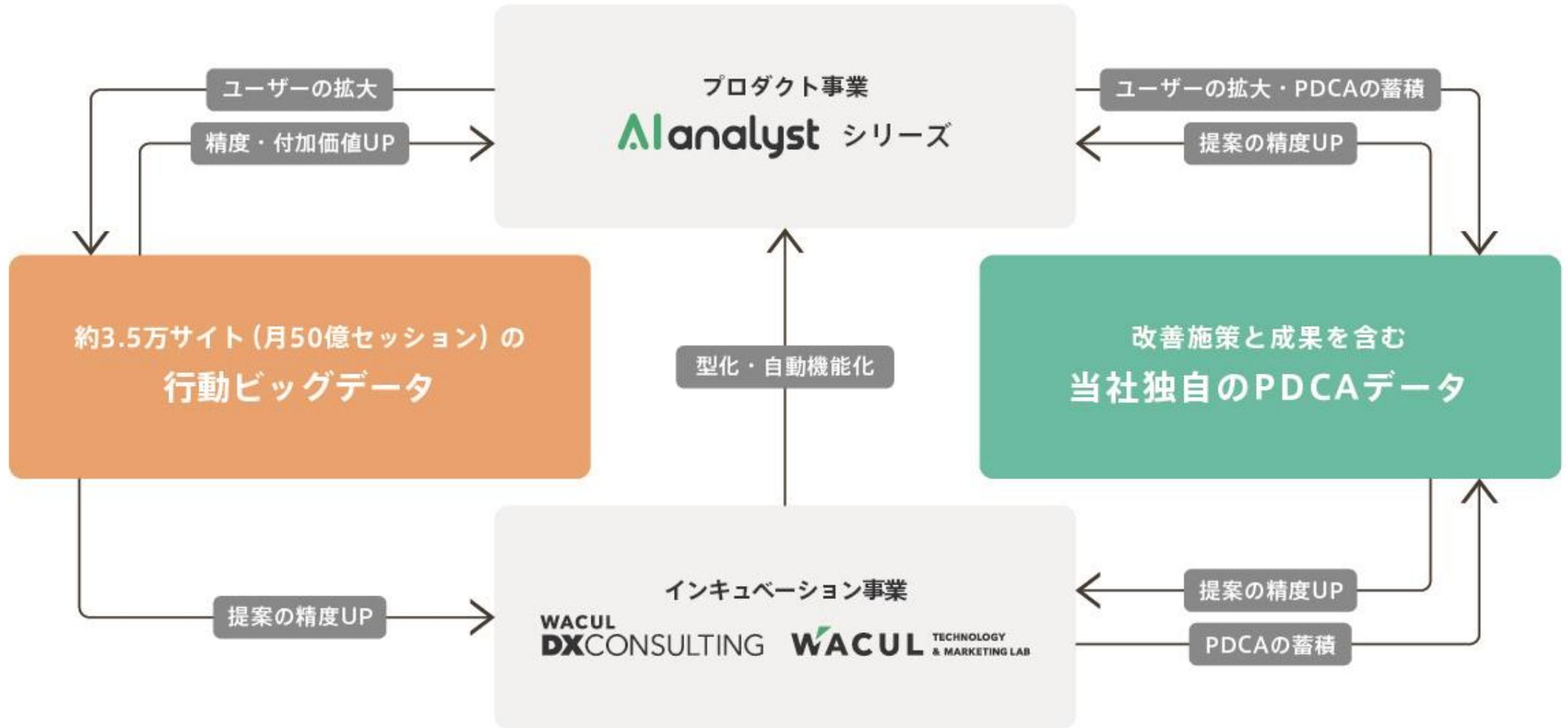
<sup>1</sup> クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADの3商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月3商材のいずれかを利用している全取引先社数)

## 研究開発機能とプロダクト機能を抱え、正のスパイラルでサービスの付加価値を強化

### インキュベーション事業とプロダクト事業との“正のスパイラル”



## 2種類の戦略的データ獲得で、高い事業成長性と参入障壁を実現

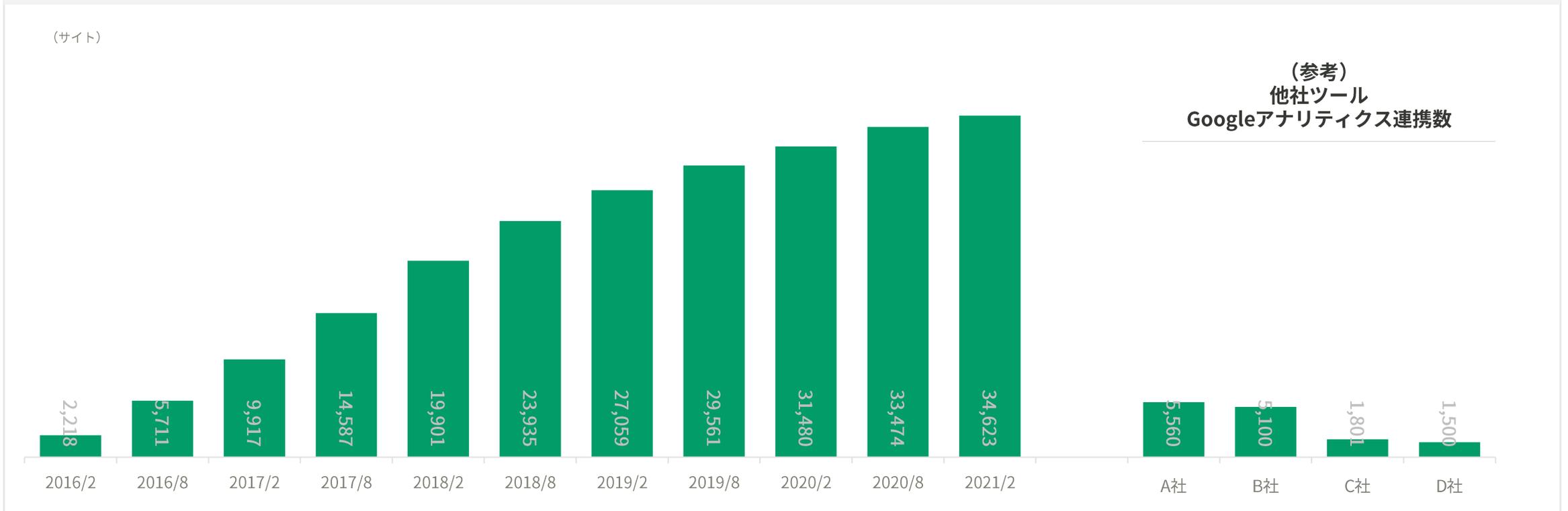


1 参考：連結されたビッグデータ数

すでに約3.5万サイトのGoogleアナリティクスが連携される。フリーミアムモデル\*で、数クリックですぐ連携・分析開始が可能のため、データが集まりやすい

### AIアナリスト登録サイト数\*の推移

登録サイトから連携されるセッション数が月間50億を超える



\*フリーミアムモデルとは、基本的な機能を無料で提供し、さらに高度な機能や特別な機能については料金を課金するサービスモデル。無料で一部サービスの利用ができるため、利用開始のハードルが低い

\*登録サイト数は、「AIアナリスト」へのGoogleアナリティクスの連携数

\*他社ツールはその用途を問わず、Googleアナリティクスを連携するツールでサイト数または社数の公表があるものを調査した（2021/4/1時点）

## 2 独自に蓄積されたデータ数

「改善施策と成果」を含む当社独自のPDCAデータはすでに1万回を超える。最短で成果を出すための“ベストプラクティス”が蓄積されている

蓄積したPDCAの回数

# 12,324

2021/2末時点

### AIアナリストの提案（例）

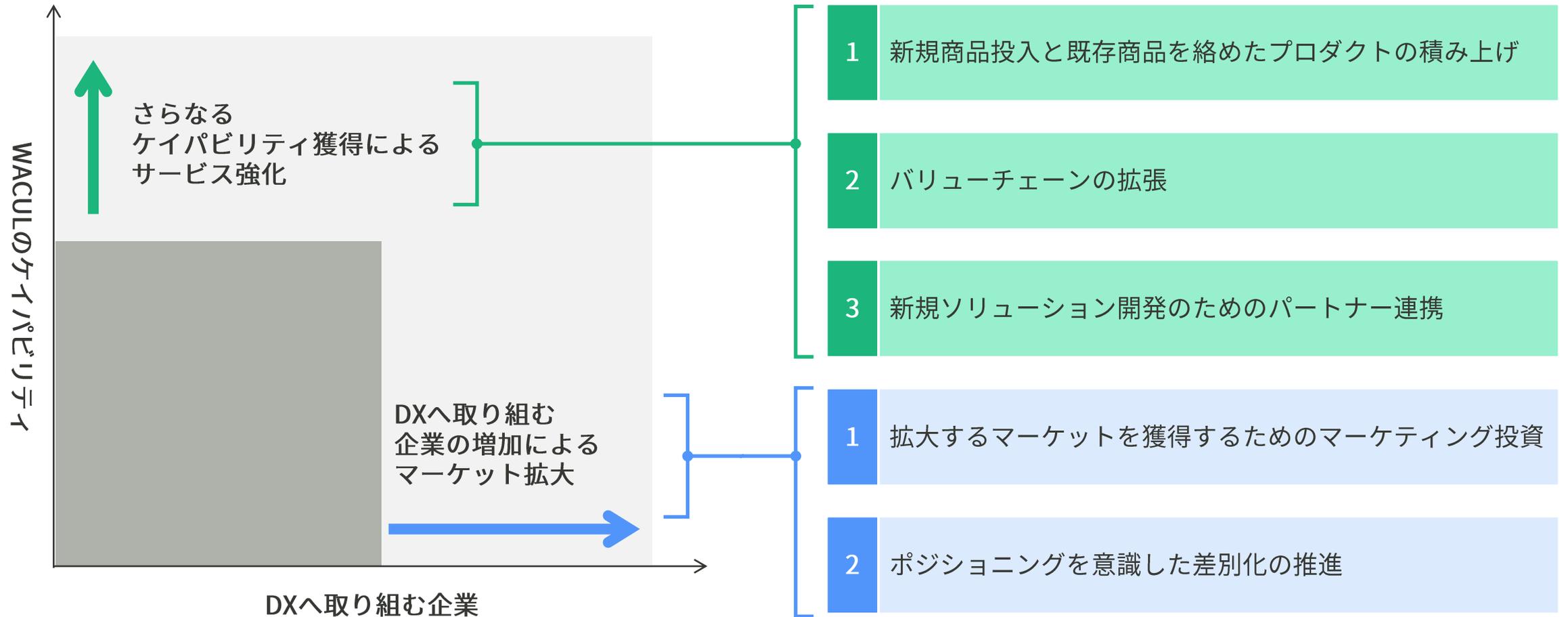
サイト属性	AIアナリストの提案に基づく改善施策	成果
通信会社 toCサイト	「企業情報」ページを見た訪問者の離脱が多いので改善を推奨 ▶ 問い合わせへのリンクを設置	CV 2.0倍
リノベーション 業者	フォームからの離脱率が高かったため、スマホのフォームの改善を推奨 ▶ フォームをシンプルに改修	CV 5.0倍
家具EC	「商品一覧」から「ランキング」へいくと購入率が高まるので誘導を推奨 ▶ 「ランキング」をページ上部に設置	CV 1.5倍
通信会社 toBサイト	「テレワーク」関連キーワードに関連するキーワードを狙うことを推奨 ▶ 関連のSEOコンテンツを増強	検索10位以内 +150記事
財団法人	地域別の広告予算である地域が無駄となっているため、削減を推奨 ▶ 地域別の予算配分を変更	CVR 5.9倍
食品メーカー	ある広告から来た訪問者が見るとCV数があがるページを発見 ▶ そのページへ誘導するよう広告内容を見直し	CV 1.4倍

# 成長を続けるための戦略

# マーケット拡大の機会を機敏に捉えるべく、マーケティング投資を積極的に推進。 自社ケイパビリティの拡大と合わせ2方向でサービスを強化

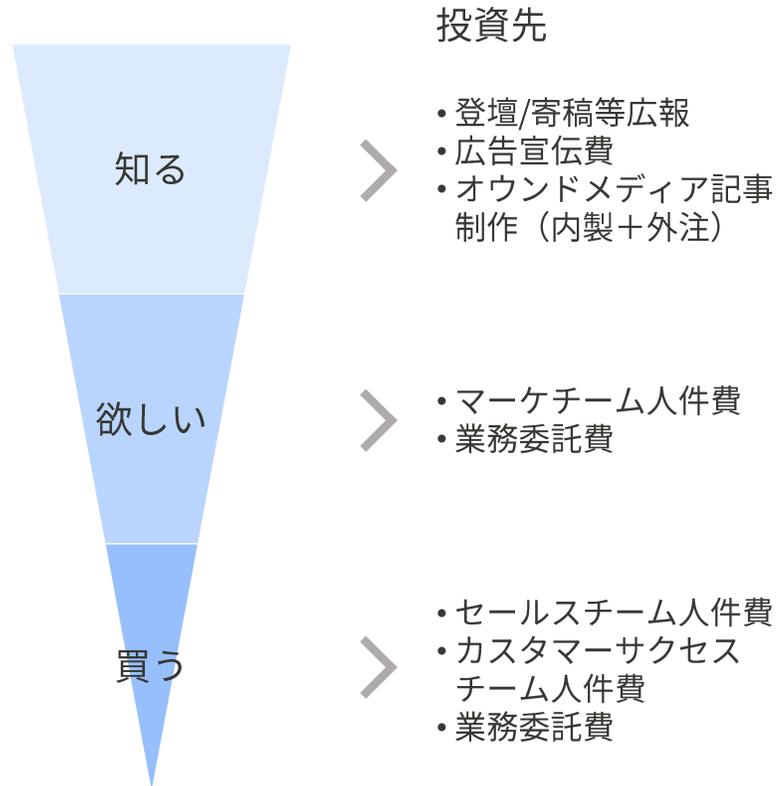
## 成長を続けるための基本的な考え方

## 投資を行う具体的な打ち手

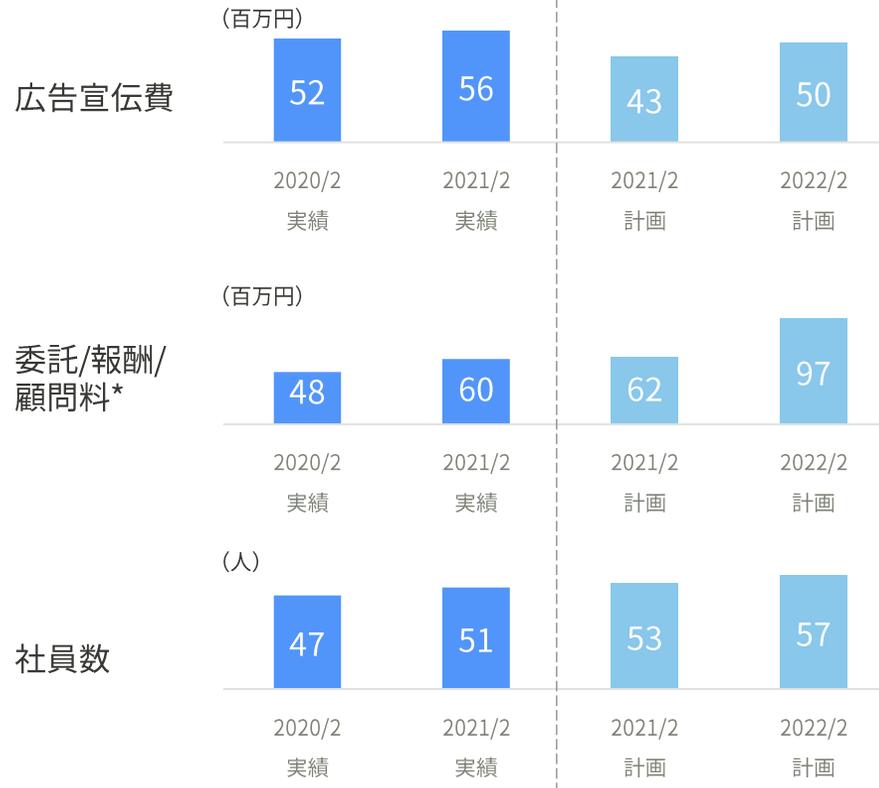


上場時の資金は、マーケティング&セールスに投下。広告宣伝費だけでなく人材投資を含み、成約までの各フェーズを強化することで新規契約獲得総額の増加につなげる

顧客獲得フェーズごとの当社の投資先



主な投資関連指標の推移

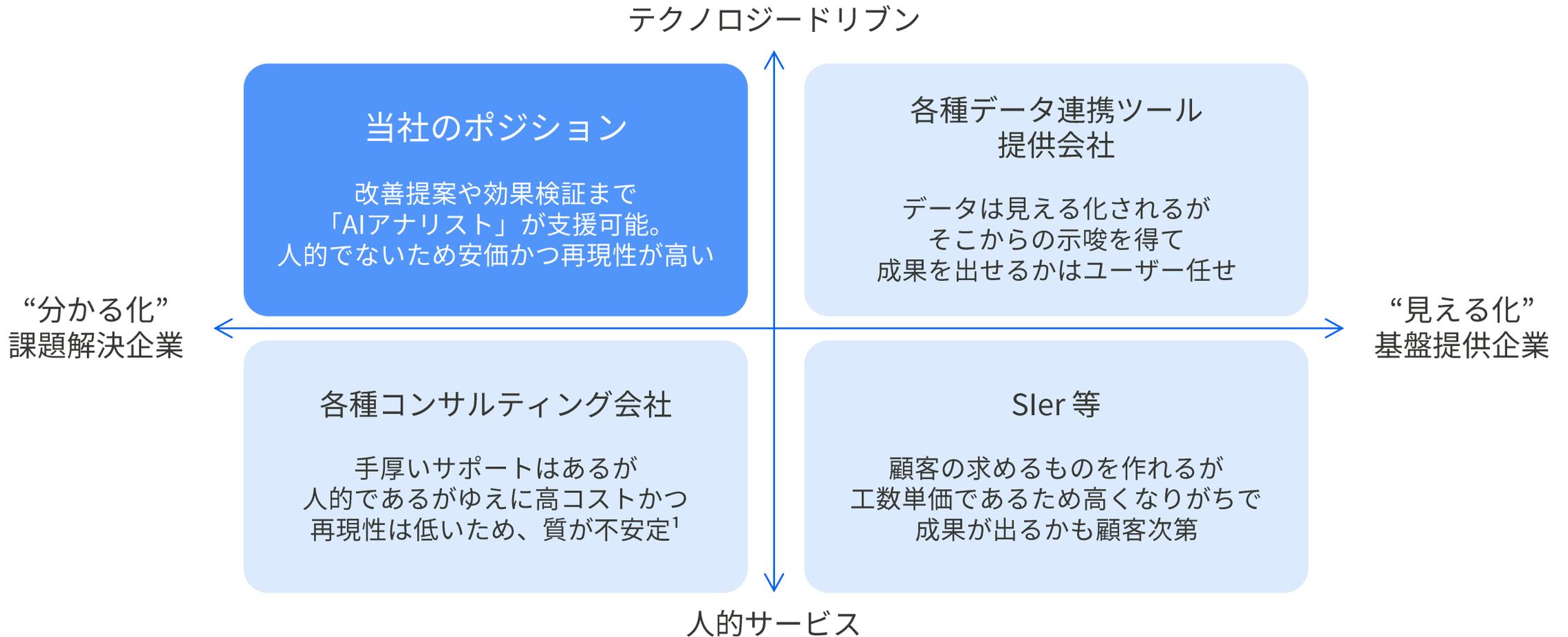


各種数値の動向

- DX需要が旺盛であったため、来期への先行投資として第4四半期に展示会費用等（広告宣伝費に該当）を追加で投入
- 案件紹介（広告宣伝費に該当）が多く発生。計画以上の紹介料が発生するも、売上高の押し上げに貢献
- 厳選採用および業務委託の活用などにより社員数の伸びは計画以下

※委託/報酬/顧問料は、業務委託費だけでなく監査法人や弁護士事務所等に対する費用も含むが、主たる増減要因は業務委託費によるもの

他社では人的に提供する「課題解決」ソリューションを、当社ではテクノロジーを活用して安価に・再現性高く実現。市場拡大をとらえる



<sup>1</sup> 当社のWebコンサルティングサービス提供時との比較

## ビッグデータとPDCAデータによる分析力を核に新プロダクトの展開に上場資金を投資。 顧客成果の最大化のためのDXプラットフォームに成長を目指す

2015年～

ツール提供

AIアナリストでデータの見える化・分かる化を支援

2018年～

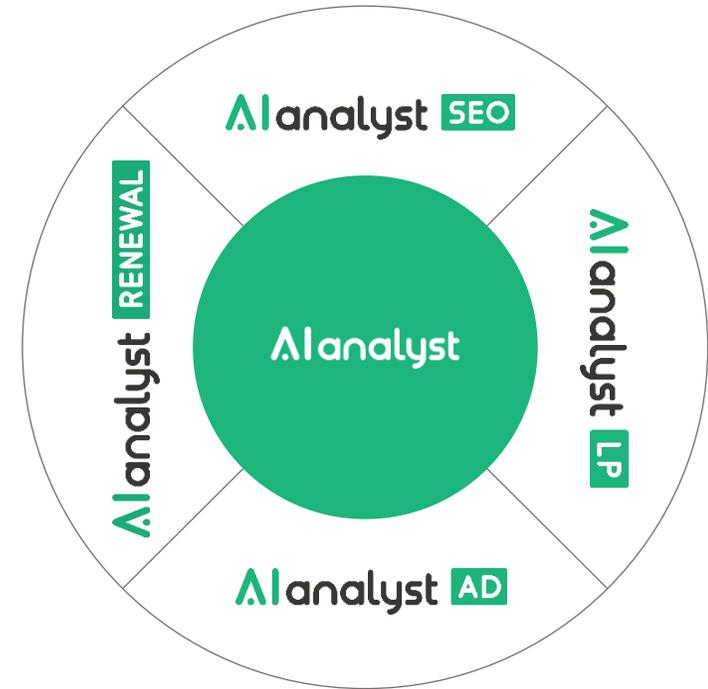
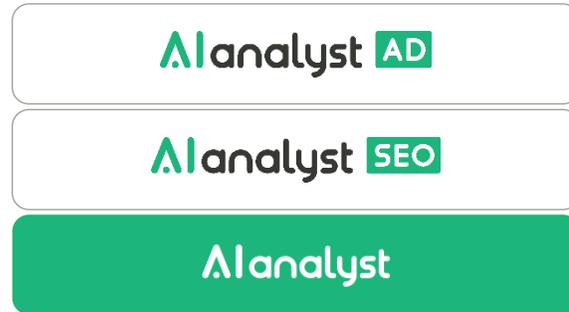
プロダクト群の提供

AIアナリストで培ったPDCAデータを元に効率的な実行を一部支援

2021年～

DXプラットフォームの提供

ベスト・プラクティスを元に、LP制作やサイトリニューアルも支援  
LPは21/2期に販売開始済。リニューアルはテストマーケ中

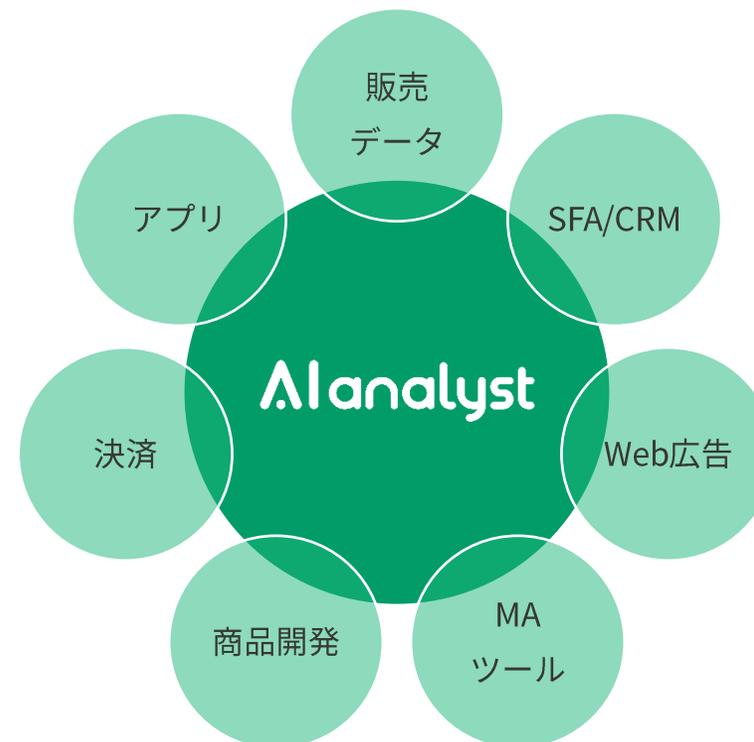
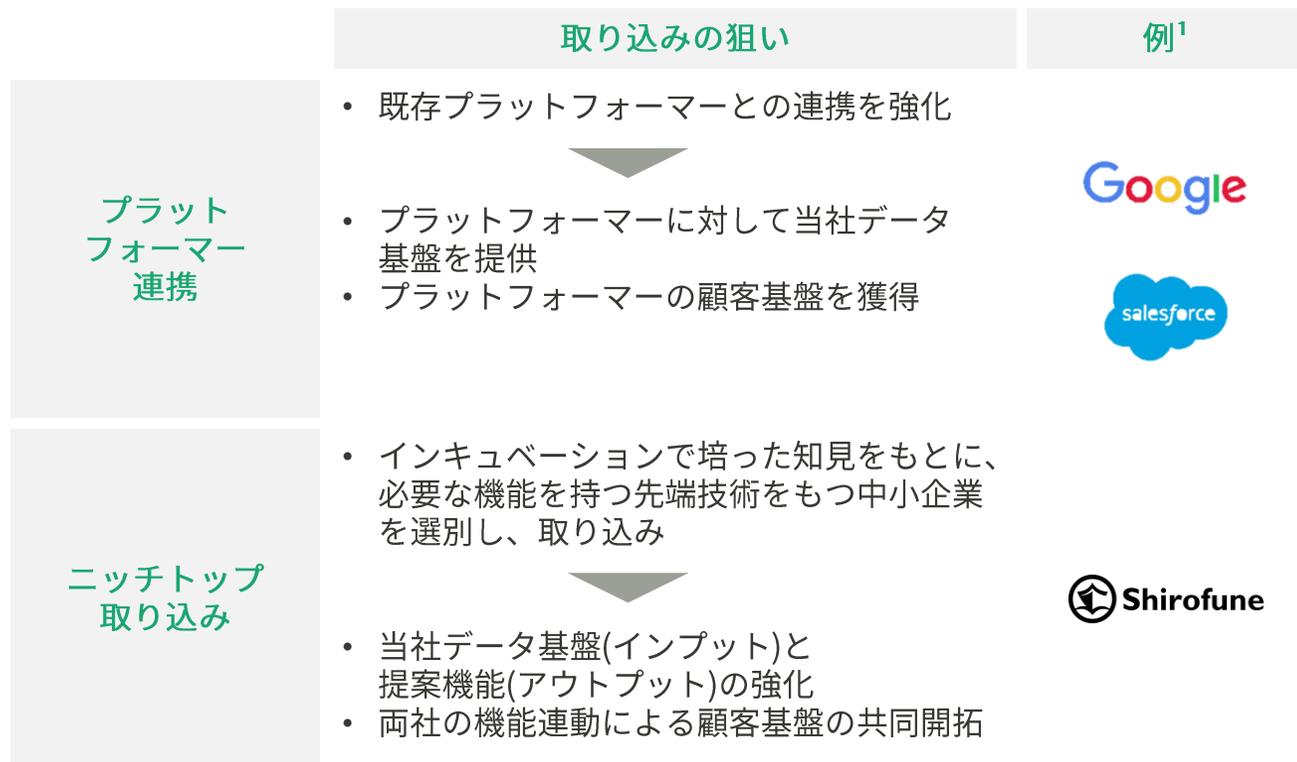


プラットフォーム化を通じて、企業のマーケティングDX全体を支援することでLTV最大化を図る

## カテゴリーリーダーとして大手・先端技術をもつスタートアップ両サイドとの連携を強化。当社として提供できる価値をバリュチェーン前後に拡大中

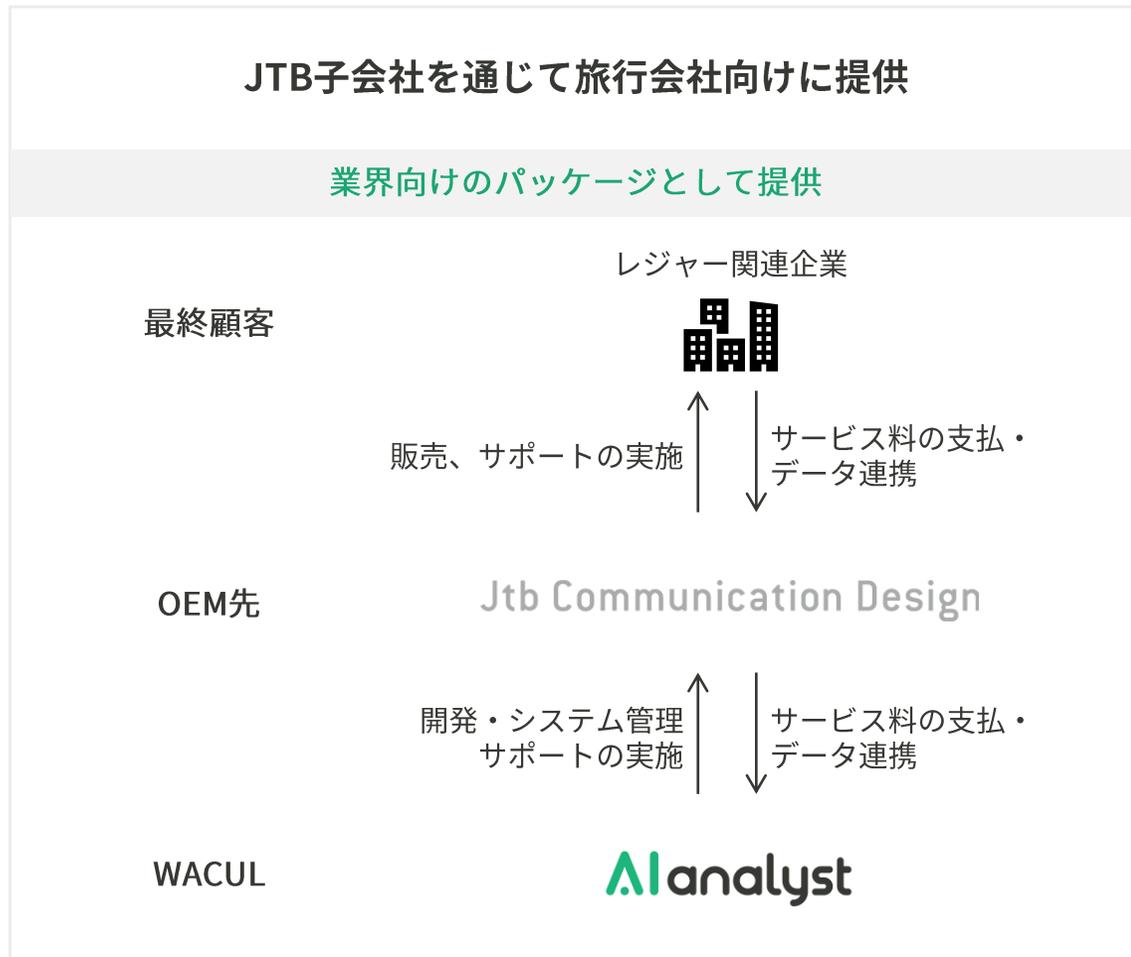
2方向で連携を積極的に推進することで…

当社の提供可能価値を拡張する



<sup>1</sup> Google、Shirofuneについては連携開始済み、Salesforceについては開発着手済み。「Google」およびGoogleのロゴマークは、Google Inc.の商標または登録商標です。「Salesforce」およびセールスフォース・ドットコムは、Salesforce.com,inc.の商標または登録商標です。「Shirofune」およびShirofuneのロゴマークは、株式会社Shirofuneの商標または登録商標です。

## パートナーとも積極連携することでデータと顧客基盤獲得をスピード感持って推進

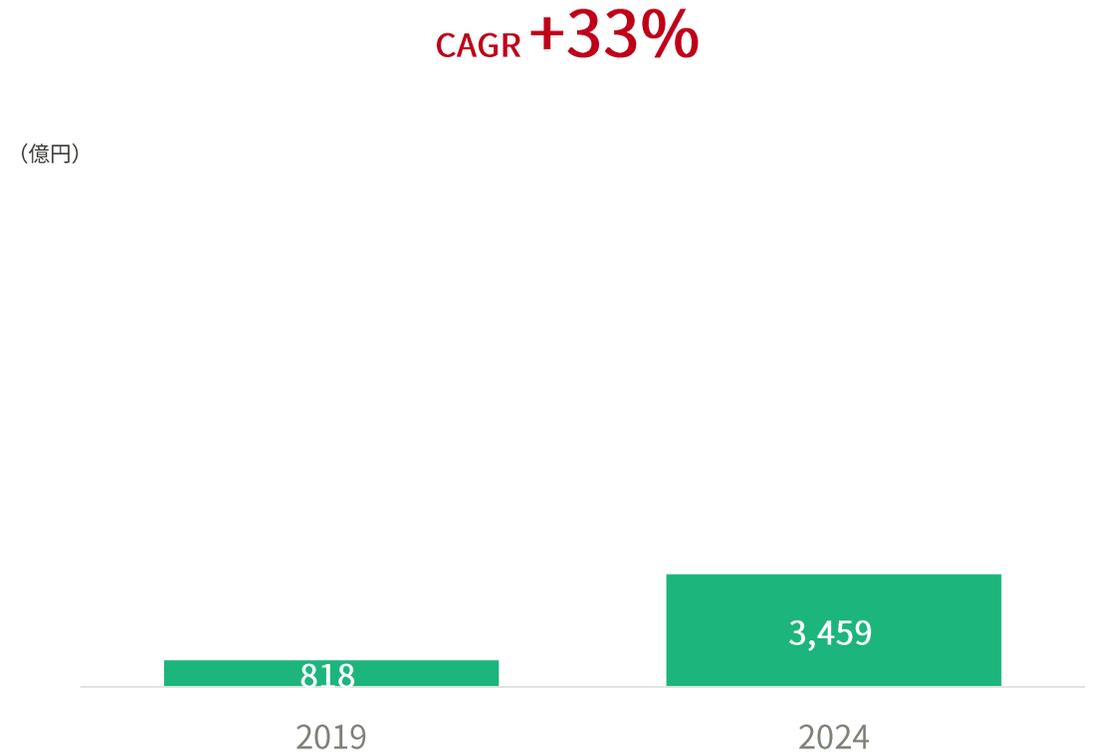
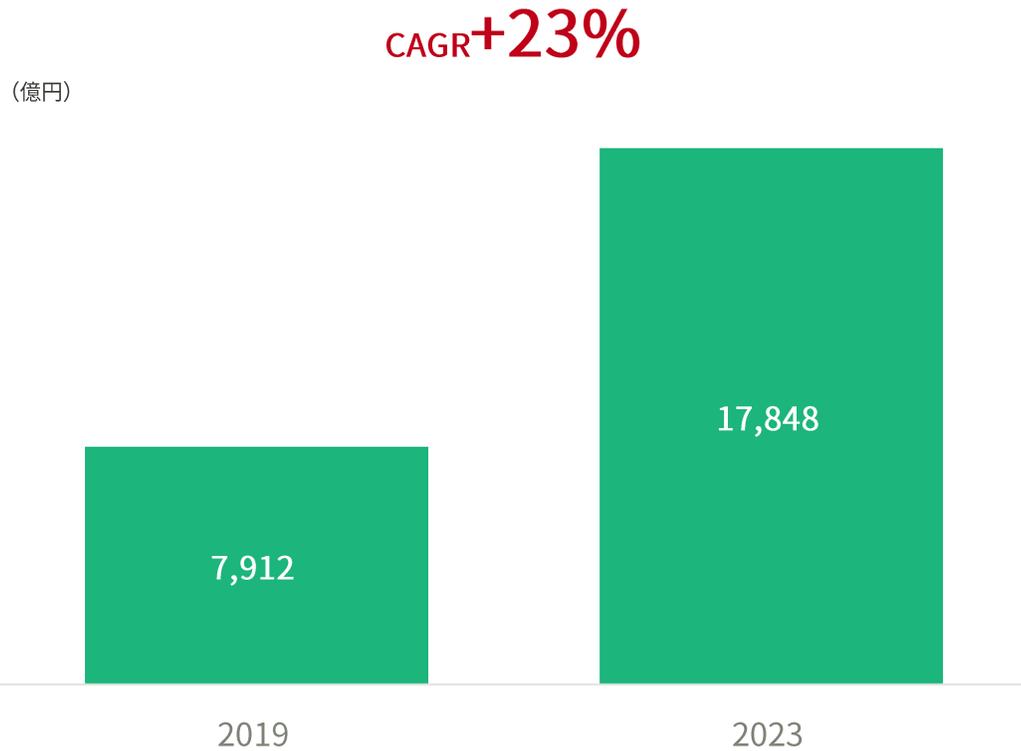


※上記2案件についてはすでに販売開始済み

デジタルトランスフォーメーション機運の高まりを受けて、当社の属するマーケットは拡大。この追い風を着実に獲得する

### 国内DX市場

### 国内AIシステム市場



出所：富士キメラ総研「2020デジタルトランスフォーメーションの市場の将来展望」、IDC Japan「国内AI（人工知能）システム市場」

さらに、長期的には保有するデータと知見をフル活用しマーケティングDXの周辺へ事業領域を拡大。パートナーも巻き込んで、実験的な取り組みから開始

インフラ 支援事業	人材	研修・認定	知見を活かした経営者・DX推進部署や マーケターへの研修・認定を提供	テスト提供中 21/2期Q3~
		人材派遣・人材紹介	人材派遣会社の人材等を当社知見で教育し、 マーケターを必要とする企業へ派遣・紹介	
バリューアップ事業	ファイナンス	ファイナンス支援	マーケティング費用の先行投資がいくらの リターンを生むか精緻なデータ分析を行い、 資金確保を必要とする企業を支援	
		Web運用代行	プロフィットシェアリングや成果報酬の 契約で、Webサイト運用を集客から リード獲得まですべてを代行	テスト提供中 21/2期Q4~
		サイト買収・売却	サイトを買収し、当社知見でCV増などの バリューアップを施したうえで売却	

## 事業のリスクと対応方針

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
市場等自社を取り巻くリスク	競争環境の激化	中	大	行動解析データの蓄積と当社独自のPDCAデータを他社に先駆けて多く蓄積し、成果に直結する知見を強みとした事業展開を進めます
	Google inc.との関係	低	大	現在GoogleアナリティクスのAPI制限等は上限を引き上げられるなど良好な関係にあります。今後も互恵関係となる事業展開を行います
	法的規制	低	中	現時点で個人情報の取り扱いは行っていないため規制を受けることはありませんが、今後も法規制の動向を注視して柔軟に対応します
ビジネスモデルのリスク	新規事業について	中	中	インキュベーション事業及び開発人員の人員強化等を通じて、新規事業創出を強く推進します
	1社あたりLTVについて	中	中	中堅企業以上のDX推進のニーズが強い層へ積極的にリーチし、マーケティングDXのトータルソリューションを提供していきます
	先行投資について	中	中	投資対効果を見極めることで中長期の企業価値最大化を行います。また、積極的なIR活動を通じて市場理解を醸成します

## 免責事項

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、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、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、他社との競争、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。

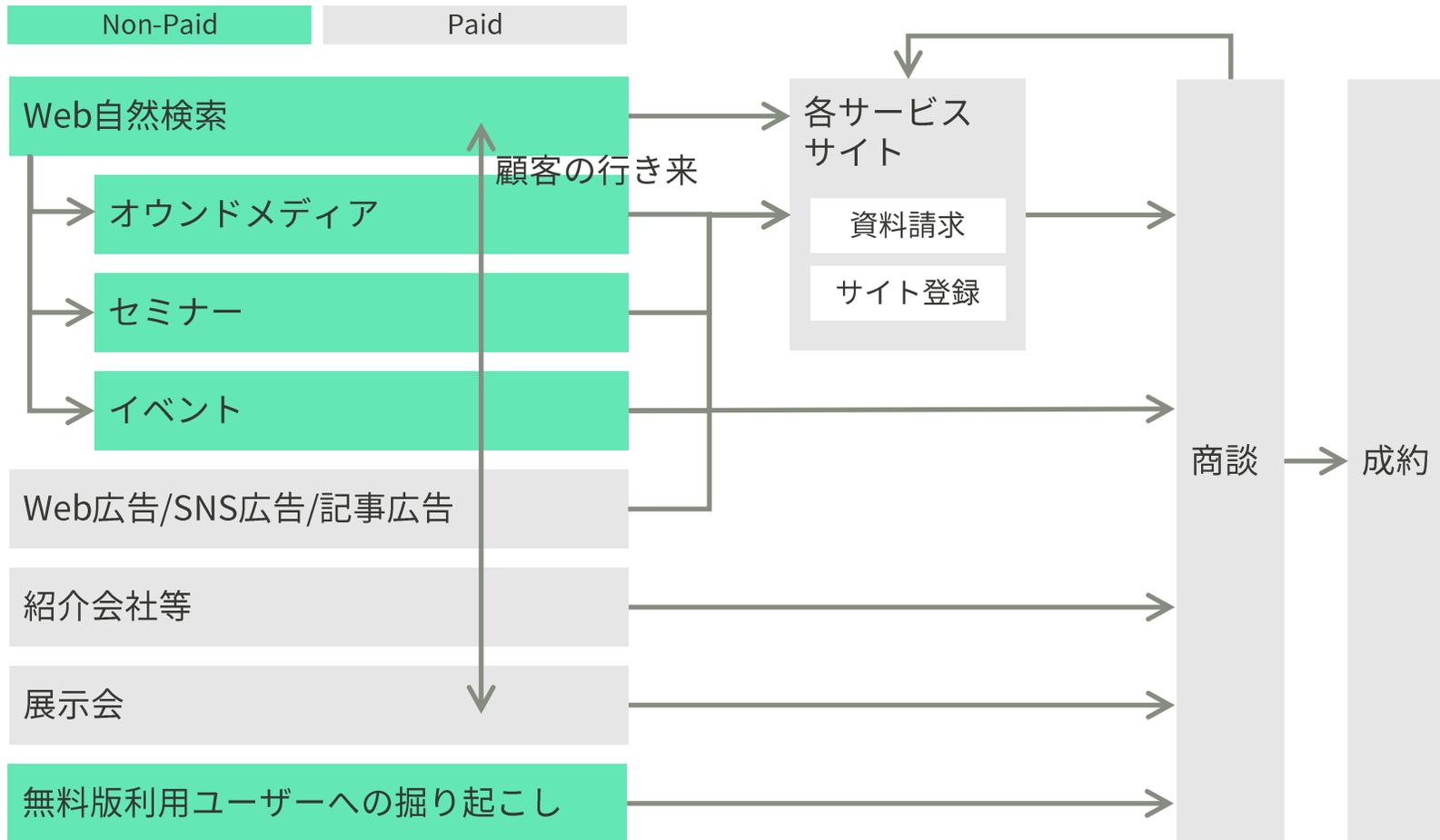
## 開示タイミング

当資料のアップデートは、年次決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。

# Appendix

# 自社の得意領域であるマーケティングは、広告などフロー型ではなく、SEO対策されたオウンドメディアなどストック型を中心に展開

## 当社の主な顧客獲得の経路



# 広告より低コストにリードを獲得できるオウンドメディアは主要チャネル。ターゲットを「AIアナリスト」関連語から「AIアナリストSEO」「AIアナリストAD」関連語に拡張中

## オウンドメディア記事の検索順位<sup>1</sup>

AIアナリスト以外のソリューションの見込み顧客向けを強化

AIアナリスト 関連語	<ul style="list-style-type: none"><li>• Googleアナリティクス 3位</li><li>• Googleアナリティクス 使いかた 1-2位</li><li>• Googleアナリティクス 設定 2位</li><li>• アクセス解析 1位</li><li>• SEM 1位</li><li>• 直帰率 1位</li><li>• CVR 2位</li><li>• アナリティクス 3位</li><li>•</li></ul>
AIアナリストSEO関 連語	<ul style="list-style-type: none"><li>• SEOコンテンツ 8位</li><li>• SEOとは 4位</li><li>• ワードサラダ 1位</li></ul>
AIアナリストAD 関連語	<ul style="list-style-type: none"><li>• ディ스플레이広告 3位</li></ul>

強化

## 当社関連語の検索結果（例）

Google search results for "googleアナリティクス 使い方". The search bar shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are filters for "すべて", "動画", "ショッピング", "画像", "ニュース", and "もっと見る". The search results show approximately 7,650,000 items in 0.34 seconds. The top results are from wacul-ai.com, with titles like "【今さら聞けない】Googleアナリティクスとは？導入手順 ..." and "【Googleアナリティクスの使い方】最初に絶対マスターして ...". A red bracket on the left side of the search results is labeled "上位独占".

<sup>1</sup> 2021/4/2にシークレットウィンドウで検索した際の、オウンドメディア「AIアナリストブログ」の記事のランキング

# テクノロジーで ビジネスの相棒を一人一人に

Create the business partner  
for each person with technology