

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

---

Enjin

株式会社Enjin

東証マザーズ上場 7370

DATE / 20210618

Ver.2106-18-01



Mission

## 社会の役に立つ立派な人間を 一人でも多く輩出する

共に歩めば一緒に解決ができる。  
クライアントが成長して、地域や社会で輝く存在として、  
社会の役に立って欲しい。

それは単なる取引先ではない。もし、自分の家族だったら。  
きっと真剣になる。本気で考える。

そんな想いを私たちは  
OHANAポリシーと呼んでいます。

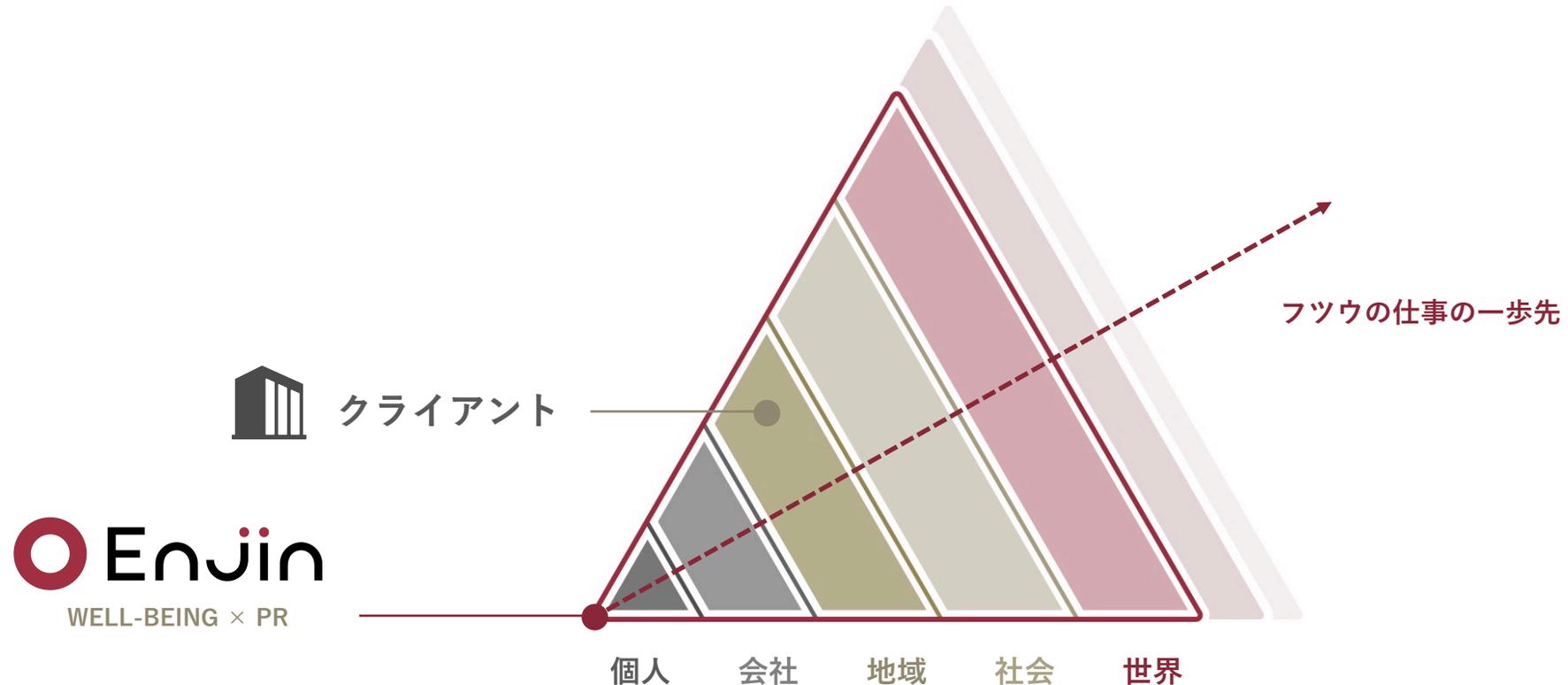
“OHANA”とはつながりを大切に、経済的・精神的に結びつき、  
互いに思いやり支え合う関係を表す言葉です。

クライアントが成長し、地域社会で必要とされ、より輝く存在となっていく。  
そのために私たちは、「伝えるチカラ」を通じて共に寄り添い続けます。

フツウの仕事の一步先へ。

## 「ウェルビーイング経営」を通じて 社会の幸福度を上げていきます

個人の経済、健康、人間関係が満たされ、多幸福感溢れる社員が、周囲の人に与える気持ちを持ちながら日々の業務を通して社会に価値を提供する立派な人間を一人でも多く輩出することで、社会、世界を良くする



# 会社概要

ENJIN

GROWTH POTENTIAL



— 0	Introduction ミッション	2P
— 1	Company Profile 会社概要	4P
— 2	Business Contents 事業内容	8P
— 3	Financial Highlight 財務ハイライト	26P
— 4	Growth Strategy 成長戦略	33P
— 5	Appendix おわりに	43P

The logo for Enjin, featuring the word "Enjin" in a bold, sans-serif font. The letter "j" is stylized with a red dot above it.

社名	株式会社Enjin
英文表記	Enjin Co., Ltd.
代表者	代表取締役社長 本田 幸大
本店所在地	〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田 1 丁目11番 4 号 大阪駅前第四ビル9F923-470 <sup>(1)</sup>
事業所所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座5-13-16 ヒューリック銀座イーストビル8F (7F:スタジオ/受付)
電話番号	03-4590-0808
事業内容	PR事業
創業	2006年6月
設立	2007年3月
資本金	3,000万円
従業員数	152名 (2021年4月現在)

- 2006 / 06 大阪にて事業開始
- 2007 / 03 WEBメディア「KENJA GLOBAL」オープン
- 2007 / 04 東京本社開設
- 2010 / 01 WEBメディア「覚悟の瞬間」オープン
- 2010 / 03 本社移転
- 2013 / 08 ビジネス情報誌「Qualitas」創刊
- 2014 / 02 新卒採用開始
- 2015 / 02 大阪支社開設
- 2017 / 05 東京本社移転
- 2020 / 01 メディアマッチングサービス「メディチョク」開始
- 2020 / 05 リモートワーク転換のため大阪支社を閉鎖
- 2021 / 01 決裁者アポイントマッチングサービス「アポチョク」開始

KENJA GLOBAL  
"PRESIDENTS OF 500"



Qualitas  
Business Issue Curation [クオリタス]



## 役員紹介



代表取締役社長

### 本田 幸大

甲南大学卒業後、広告代理店に2004年入社。約3年間営業部門に従事した後、2007年3月に株式会社Enjin設立。代表取締役就任。PR事業を中心とした事業を行う。



取締役

コーポレート本部長

### 平田 佑司

税理士事務所勤務を経て、2006年12月に管理部門の担当として参画。経理財務の責任者として従事しながら、複数の新規事業の立ち上げなどを経験。管理部長、社長室長を歴任後、2019年5月に取締役就任。コーポレート本部長を務める。



常勤監査役

### 多鹿 晴雄

ソフトバンクBB株式会社（現 ソフトバンク株式会社）にて営業として従事。2007年3月株式会社Enjinの設立に参画。2020年1月まで代表取締役を務め、2020年1月より常勤監査役を務める。



社外取締役

松田綜合法律事務所 弁護士

### 高垣 勲

中央大学法学部卒業、2005年に弁護士登録。2011年4月-2012年4月、KNM & Partners Law Offices（インド共和国）にて勤務後現職へ復帰。松田綜合法律事務所に所属。



監査役（非常勤）

TMI綜合法律事務所 弁護士

### 工藤 竜之進

2008年に弁護士登録、2009年にTMI綜合法律事務所に入社し、2017年にパートナー就任。企業買収実務やコーポレートガバナンスを専門とする。2019年7月に監査役に就任。



監査役（非常勤）

株式会社AGSコンサルティング 取締役副社長

### 軒澤 篤志

立教大学経済学部卒業。株式会社AGSコンサルティングへ入社後、管理部門を経て、2008年取締役就任、2021年4月に代表取締役副社長へ就任。

# 事業内容

ENJIN

GROWTH POTENTIAL



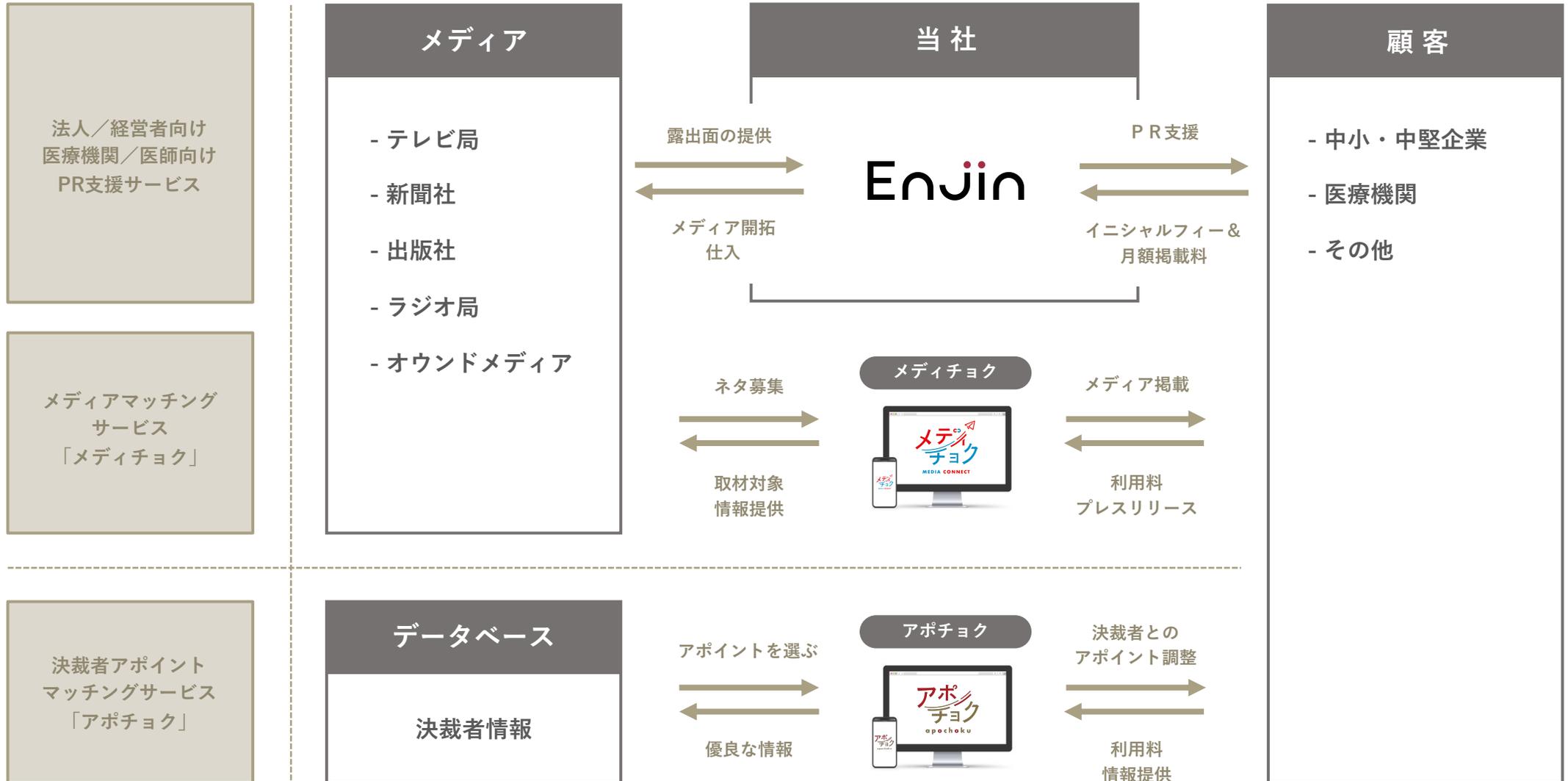
— 0	Introduction ミッション	2P
— 1	Company Profile 会社概要	4P
— 2	Business Contents 事業内容	8P
— 3	Financial Highlight 財務ハイライト	26P
— 4	Growth Strategy 成長戦略	33P
— 5	Appendix おわりに	43P

## 中小・中堅企業、医療機関とメディアをつなぐ

事業を通してクライアントの社会的影響力を高め  
グロース支援を行います

ビジネスにおいて中小・中堅企業だけでなく、今までブランディングの需要の少なかった医療法人、医療機関など、多様な顧客層でのニーズが高まっております。インターネットが普及し、モバイル機器が進化した結果、ほぼ全ての国民がスマートフォンを持ち様々な情報にリアルタイムで触れることができるようになり、SNSや動画配信といった、生活者が自ら情報を発信できる場が急増したことで、従来のTV・新聞等によるメディア露出に限らない、多様なメディア露出が可能になったことがあげられます。そのため、一方的な情報発信ではなくメディアなどの第三者からの評価が重要になってきました。弊社はこれまで5,000社を超える企業や医療機関のグロース支援を通し、広報パートナーとして寄り添い、共に成長し続けてきました。

# ビジネスモデル



## Service 01

### ブランディングPR

法人／経営者向けPR支援サービス  
医療機関／医師向けPR支援サービス



特徴 支援実績 **5,000** 社以上 (1)

当社プランナーが複数のメディアのハブとなり、顧客のニーズに合わせた、オウンドメディアやタイアップメディア露出への企画を行います。

サービスモデル **成功報酬型**

費用 **50万円～ / 出演**  
イニシャルフィー+掲載費

## Service 02

### 広報プラットフォーム

メディアマッチングサービス  
「メディチョク」



特徴 取引社数 **144** 社 (1)

新聞・TV・雑誌・WEBなどのメディア関係者と企業をマッチングし、低コストでメディア出演を実現する、メディアマッチングプラットフォームです。

サービスモデル **月額課金型プラットフォーム**

費用 **約15～30万円 / 月**  
導入コスト+選べる多数のサポートプラン

## Service 03

### セールスプラットフォーム

決裁者アポイントマッチングサービス  
「アポチョク」



特徴 取引社数 **15** 社 (1)

決裁者とのアポイントがマッチングされる審査制マッチングプラットフォームで、新しい営業支援を行います。

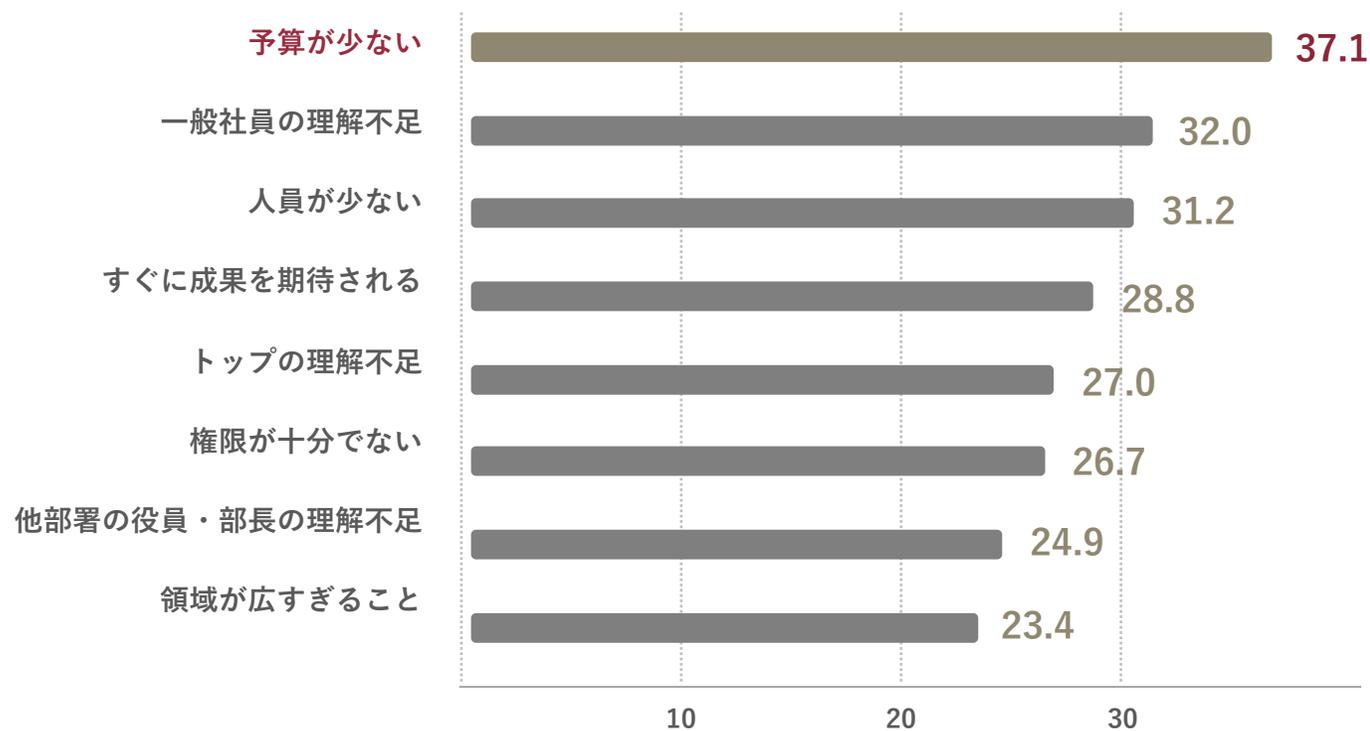
サービスモデル **月額課金型プラットフォーム**

費用 **約20万 / 月～**  
月額課金型のシンプルな料金形態

## 中小・中堅企業、医療機関におけるPRの現状

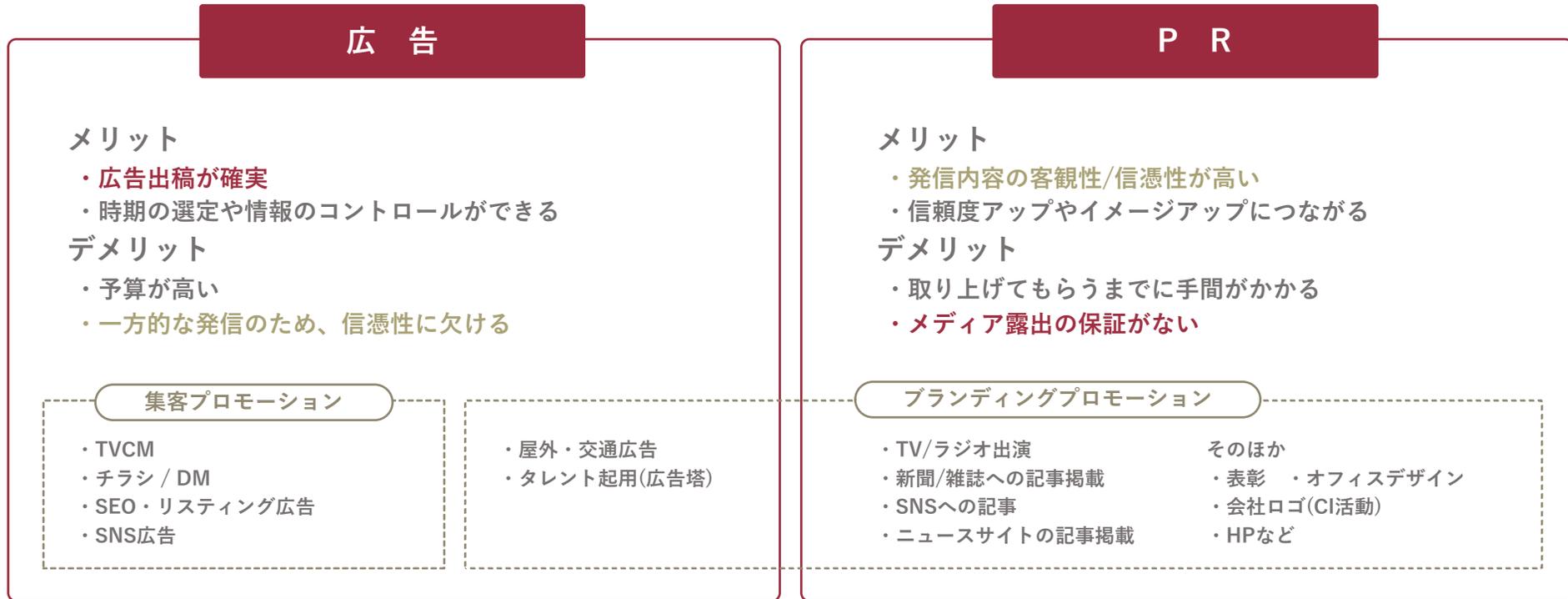
### 「PR」のニーズはあってもコストパフォーマンスが見込めないため、 中小・中堅企業、医療機関での導入はハードルが高いイメージが強かった

大企業では当たり前のように広報予算が生まれ、日々広報活動を行っていますが、中小・中堅企業、医療機関ではまだまだそこまで手を伸ばせていないところも少なくありません。成果が見えにくい広報活動に対して、安価にサービスを提供することで導入のハードルを下げることに成功しました。



## 広告とPRは目的や効果が似ていても性質は異なります

広告は広告主がメディアを通して自社が発信したい内容を発信するのに対し、PRはメディアが発信者のため第三者の客観的なメッセージが発信され、受け手である消費者の信頼度が広告と比べて格段と高くなります。

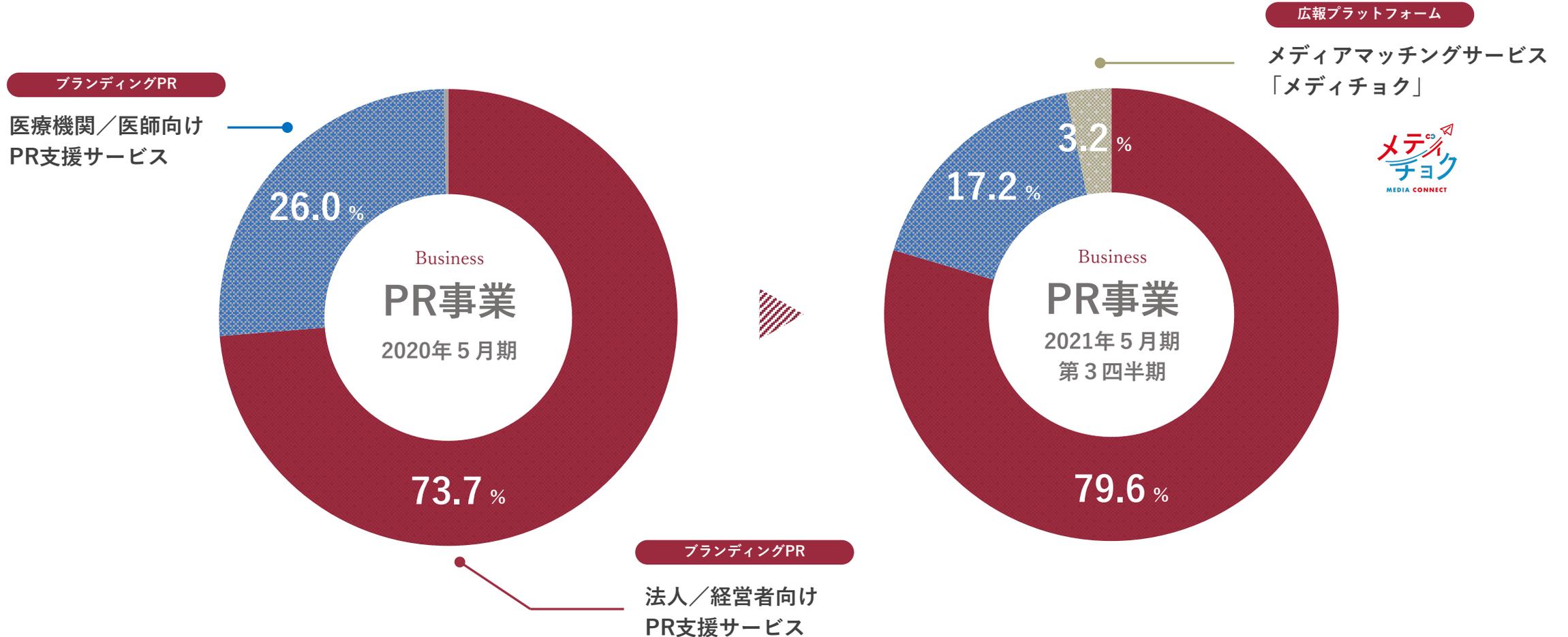


**POINT**

広告代理店は、企業の「広告」を制作し、その広告が実際に掲載されるまでの業務を行います。これに対して、PR会社は、企業や商品、サービス等の情報をメディア側が発信する情報として取り上げてもらう活動を行います。

## ブランディングPRサービスを中心とした安定した売上構成

当社の売上の軸となるブランディングPRは堅実に成長しながら、  
あたらしいプラットフォームサービスによる売上高の成長を目指します。



※2021年5月期第3四半期時点

# Service 01 ブランディングPR



## 法人／経営者向け 医療機関／医師向け PR支援サービス

メディアとのリレーション及び独自のPRサービスを提供し、安価に中小・中堅企業、医療機関のメディア露出を実現

創業から培ったメディアネットワークを駆使し、中小・中堅企業、医療機関を対象としてPR支援サービスを提供しております。外部CMO(Chief Marketing Officer、最高マーケティング責任者)として、オウンドメディアである「KENJA GLOBAL」、「覚悟の瞬間」、「Qualitas」などを中心とした、メディア媒体の中から顧客のニーズに合わせて露出のサポートを行います。



### メディア媒体

#### タイアップメディア例

テレビ WEB 雑誌  
新聞 出版 ラジオ

#### オウンドメディア例 (1)(2)

KENJA GLOBAL  
"PRESIDENTS OF 500"



#### 目的例

- ・採用における学生に向けた情報発信
- ・ステークホルダーに向けた情報発信
- ・営業活動における情報発信

#### サービスモデル

#### 成功報酬型モデル

メディア露出に伴うインシャルフィーと掲載費の安定した継続的な収益



## Service 02 広報プラットフォーム

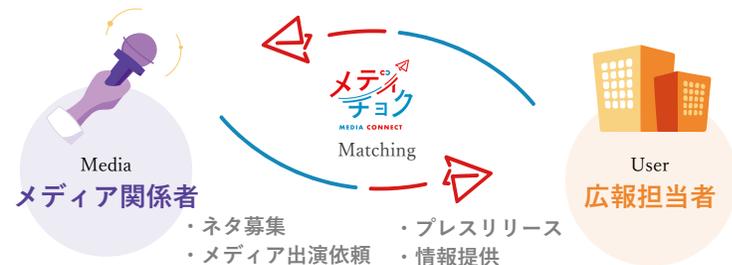
メディアと企業が  
チョクセツ繋がる



## メディアマッチングサービス 「メディチョク」

新聞・TV・雑誌・WEBなどのメディアと企業をマッチングし  
低コストでメディア出演を実現するプラットフォームです

メディチョクは今までPR会社の担当者が間に入って仲介していたメディアとのマッチングを、PC・スマートフォン上で行うことができるサービスです。各メディアの記者は、視聴者や読者にとって本当に興味・関心の高いニュースを日々探しています。そのようなメディア関係者にとって情報探しプラットフォームとなり、「すぐに取材したい」「月末に〇〇特集を組む」などのネタ募集をユーザーへ直接届けることができます。広報担当のユーザーは非公開の募集に応募することや、ブログ感覚の新しいプレスリリース作成の機能により、メディア露出の機会を創出します。毎月開催のメディアセミナーでは、新聞、テレビ、雑誌、web、ラジオとそれぞれ媒体によって異なるアプローチ方法を各媒体の特徴と共に学ぶことができます。



### メディチョクでできること

- メディアからの出演依頼受領
- 募集情報（ネタ）への応募機能
- プレスライターでの情報配信
- 知見を広めるイベントへの参加

### POINT

1つのメディア露出までにかかる作業時間が  
圧倒的に短いので低価格で提供が可能

#### 一般的にかかる作業 155時間

- ・メディアとのアポイント 20件 20 時間
- ・メディアへのアプローチ 400件 35 時間
- ・ニュース作り 3種類 40 時間
- ・メディアリスト作成 400件 60 時間

#### メディチョク導入後の作業 11時間

- ・プロフィールの入力 1 時間
- ・募集に対する応募 10 時間

約155時間から  
約11時間に **93%**削減！(2)

- 対象企業 : 中小・中堅企業、医療機関
- 概要 : メディアと企業を自動でマッチングする  
広報プラットフォームサービス
- 導入社数 : 144社（2020年1月サービス開始）(1)

#### サービスモデル

#### 月額課金型プラットフォーム

メディアで報道された際の追加料金はなし。メディチョク利用費以外の費用は発生いたしません。

ライフスタイルも  
ビジネスも  
一級のセレクトを。

アポ  
チョコ  
apochoku



## ○ 決裁者アポイント マッチングサービス「アポチョコ」

審査制マッチングプラットフォーム。決裁者とのアポイントがマッチングされる新しい営業支援サービスです

今までは自社の営業担当がインサイドセールスなどによって行っていた決裁者とのアポイントのマッチングを、PC・スマートフォン上で行うことができるサービスです。BtoB向けサービスを提供する企業、富裕層ビジネスを展開する企業などにおいて、決裁者へのアポイントが取りにくいという課題がありました。顧客を開拓し、担当者や責任者との打ち合わせを経て、決裁者と商談するというプロセスは、時間もコストもかかります。さらに近年のリモートワークの加速などによりインサイドセールス自体が難しくなっていることも、営業活動の課題の一つです。アポチョコでは、弊社のPR支援サービスを通じて構築された影響力の高い方々との関係の中から、質の高い情報を希望される方とアポイントをマッチングすることが可能です。



経営者・富裕層へのアクセス力

5,000件以上<sup>(1)</sup>

決裁者例

- ・経営者 ・開業医
- ・大手企業勤務ビジネスパーソン

### POINT

#### 01 安心の審査制

安心してマッチングしていただけるよう、審査制をとっております。審査に通過していただいた方のみご登録可能です。

#### 02 紳士協定

お互いに与え合うギバーコミュニティの実現を目指します。紳士協定を制定し、コミュニティ内の秩序を保つ仕組みを設計しております。

#### 03 アポイントの相互評価制度

プラットフォーム内の品質向上のため、マッチング後に相互評価の機能も搭載しております。

対象企業 : 中小・中堅企業

概要 : アポイントが欲しい企業と決裁社をマッチングする営業プラットフォームサービス

導入社数 : 15社 (2021年1月サービス開始) <sup>(2)</sup>

サービスモデル

月額課金型プラットフォーム

アポチョコでは、月額利用料のみをいただいております。実際に商談が成立した際において、追加の手数料などの負担は一切ありません。

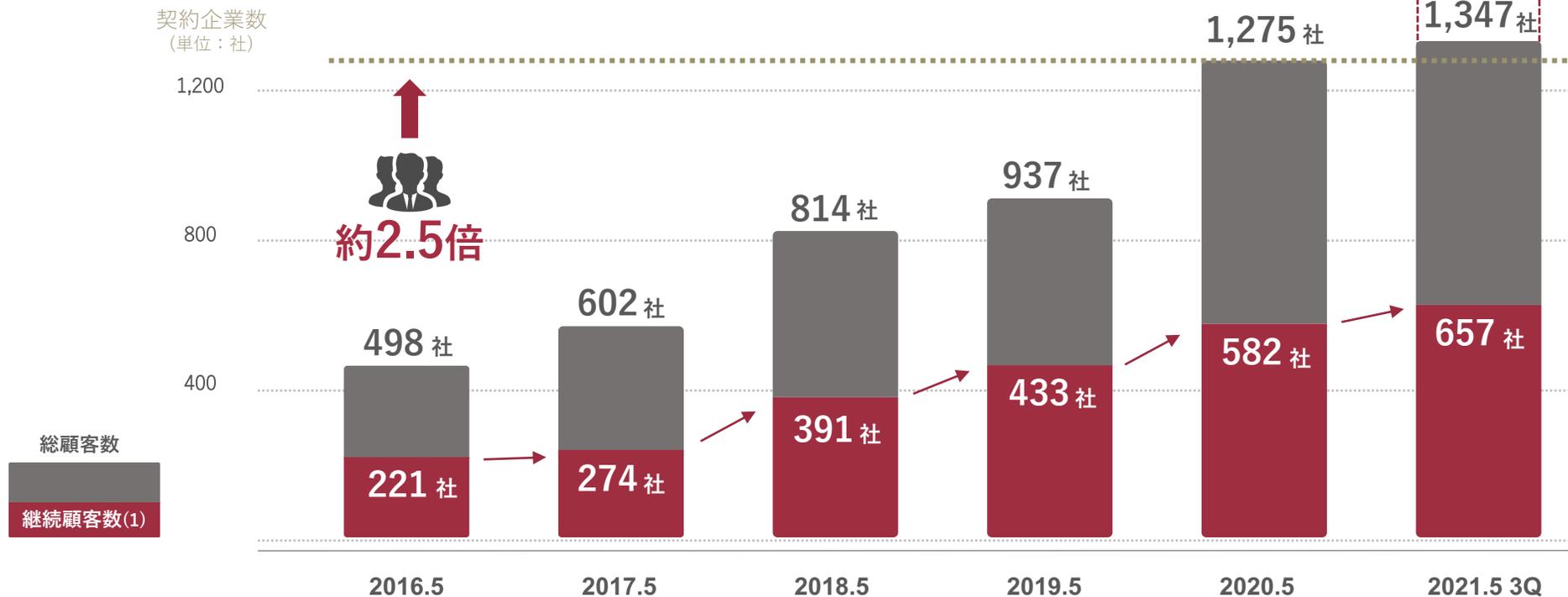
01. / ・ 安定性と成長性を両立するビジネス
02. / ・ 競合に対して優位性を持つ高い利益率
03. / ・ PR事業領域での優位なポジショニング

## 当社の強み01-1 安定と成長性

### 新型コロナウイルス感染症の影響下においても、新規顧客を中心に顧客数は順調に増加

中小・中堅企業、医療機関におけるRPニーズが高まる中において、契約企業数が安定的に増加を続けている。

#### 契約企業数の推移



※ 1 前会計年度以前に新規取引口座を開設した顧客のうち、当会計年度に契約がある顧客数の推移

# 当社の強み01-2 多様な顧客群

## クライアントは**全国に分散し**、**多様な顧客群**から**収益**を蓄積して**成長中**

業種や地域を問わず、全国で導入が拡大中。中小・中堅企業と医療機関が顧客全体の過半数を占めている。

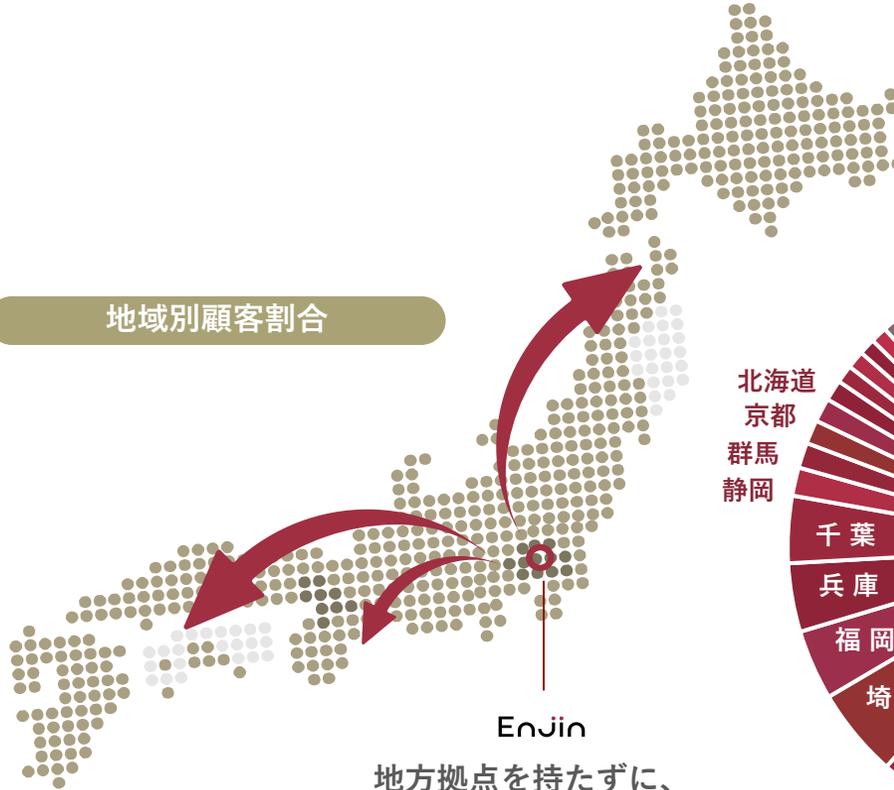
### 業種別顧客割合

# 40

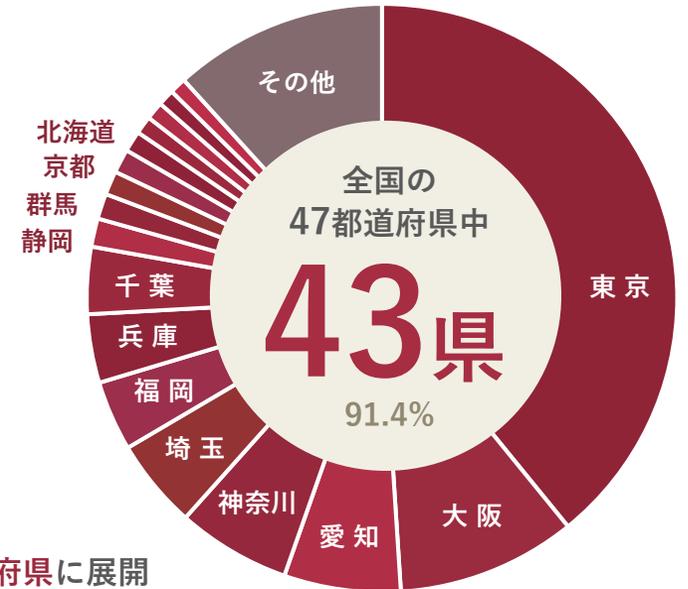
業種以上

- 主な業種(1)
- 建設・建築・土木
- 製造
- サービス
- 通信・ソフトウェア
- 卸売・小売
- 歯医者
- 不動産
- 一般診療クリニック
- コンサル
- 教育・学習支援
- 運輸
- 福祉・介護
- 医療関連
- 弁護士
- エステ・リラクゼーション
- 人材紹介
- 金融・保険
- 産婦人科
- 税理士

### 地域別顧客割合



地方拠点を持たずに、  
現在**ほぼすべての都道府県**に展開

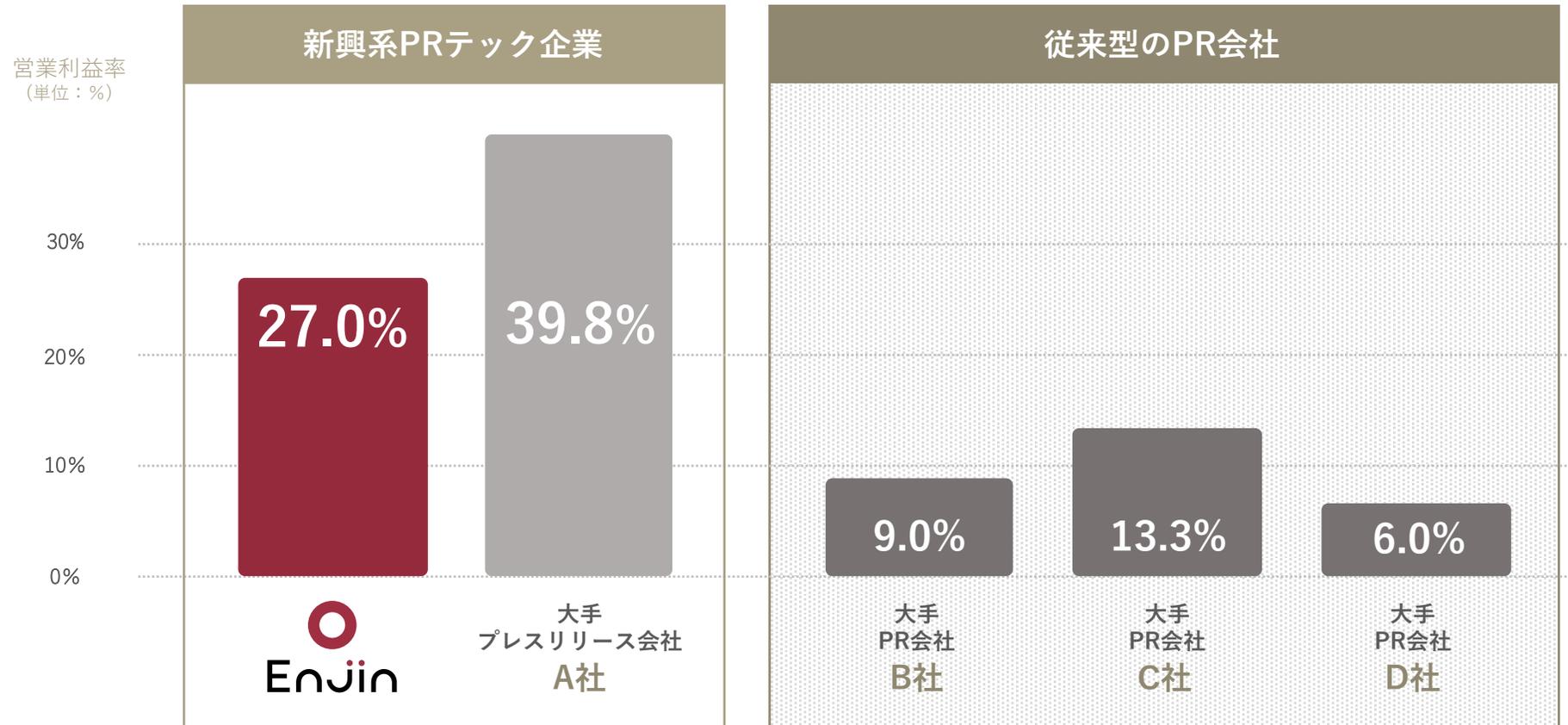


※ 1. 2021年5月期第3四半期時点における顧客業種の多い順

## 当社の強み02-1 高い利益率

### 競合と比較して優位性を持つ**高い利益率**

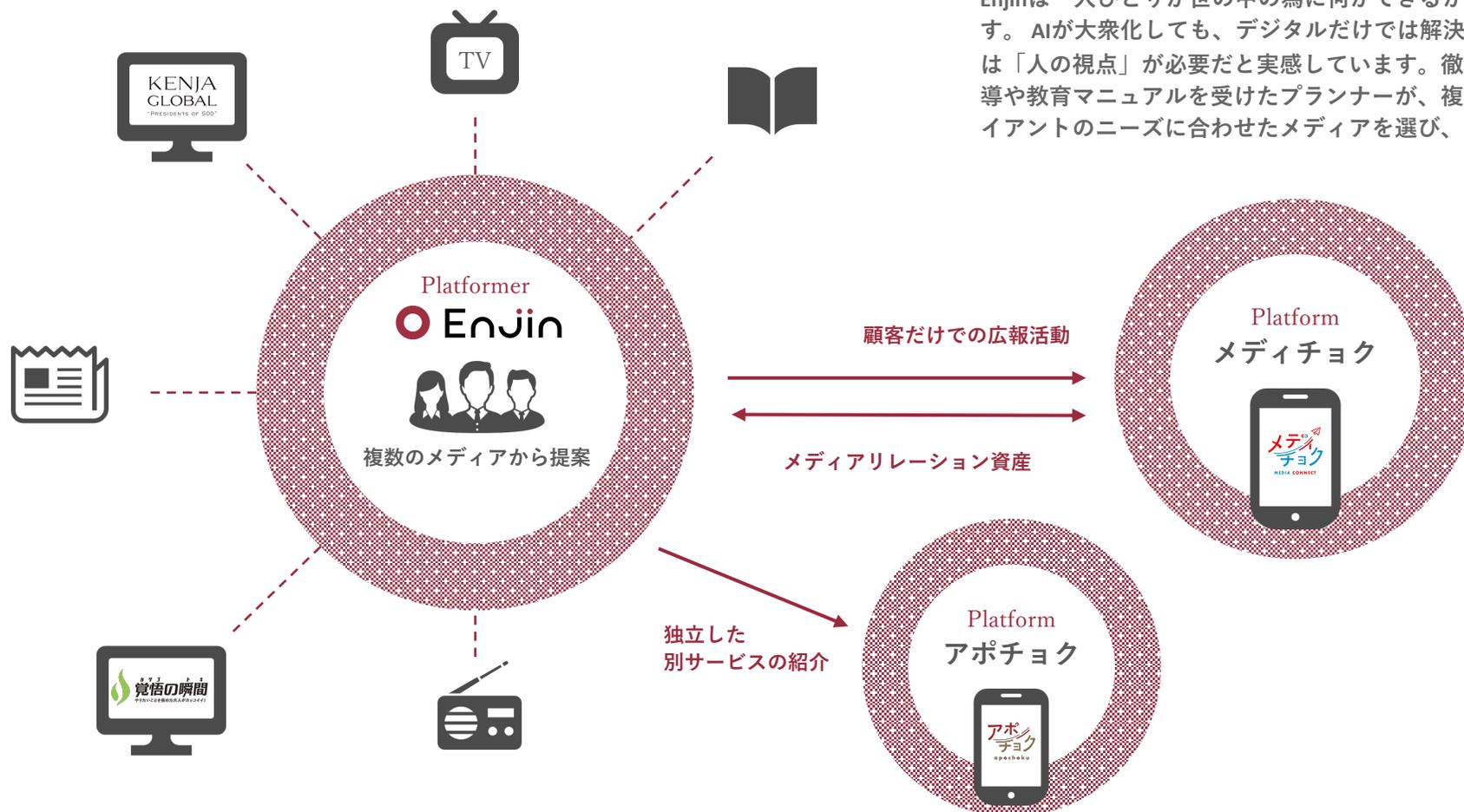
従来型のPRサービスと比べて高い利益率を実現。



※ 直近期の第3四半期決算短信参照

## 当社の強み02-2 サービス提供におけるパッケージ化

サービスの提供において徹底したマニュアルライズと運用のパッケージ化を行うことで、品質の高い安価に顧客に提供できる仕組みを構築



Enjinは一人ひとりが世の中の為に何が出来るかを考えるPRパーソンの集団です。AIが大衆化しても、デジタルだけでは解決できない課題があり、そこには「人の視点」が必要だと実感しています。徹底化されたマニュアルでの指導や教育マニュアルを受けたプランナーが、複数のメディアの中から、クライアントのニーズに合わせたメディアを選び、提案をします。

# 当社の強み02-3 従来型のPRサービスとの比較

	従来型のPRリテナー	Enjin ブランディングPR	Enjin メディチョク
契約期間	年単位の中長期契約	メディアにより異なる	月々利用
サービス形態	受託型	パッケージモデル	プラットフォーム型
メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中長期スパンで大きな成果が期待できる</li> <li>・ 柔軟ではないが自由度は高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成功報酬のため確実な露出が期待できる</li> <li>・ パッケージのため安価で短期間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プラットフォーム上で自動マッチング可能</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 費用対効果を実感するまでに期間を要する</li> <li>・ PR露出の有無に関わらず費用が発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自由なオーダーが難しい</li> <li>・ パッケージのためオリジナリティは低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者側に稼働が発生する</li> <li>・ メディアに積極的なアプローチが必要</li> </ul>
	⋮	⋮	⋮
	<p>中長期的なブランディング・認知向上のための通常のリテナーフィーにおけるPRサービスは、いわゆる注文住宅のように、顧客ごとにオリジナルにオーダーしたアウトプットを必要とすることから、高額になりやすくまた効率も悪くなるのが課題となっていました。</p>	<p>当社は時代の変化にいち早く対応し、幅広い業界に対するPRのノウハウを、TV・新聞等の他社既存メディアやオウンドメディアと組み合わせることで、PRノウハウを安価に顧客に提供できる仕組みを構築しております。</p>	<p>実際にメディアにマッチングした際の、追加の手数料などの負担は一切ありません。マッチングの回数制限なども設けていないことから、月額利用料のみで何度もマッチングすることも可能となっており、情報発信を行えば行うほど顧客にインセンティブが生まれます。</p>

# 当社の強み03-1 優位なポジショニング

## 中小・中堅企業、医療機関向けPR事業を行う会社としてユニークな存在

### PR事業におけるポジション



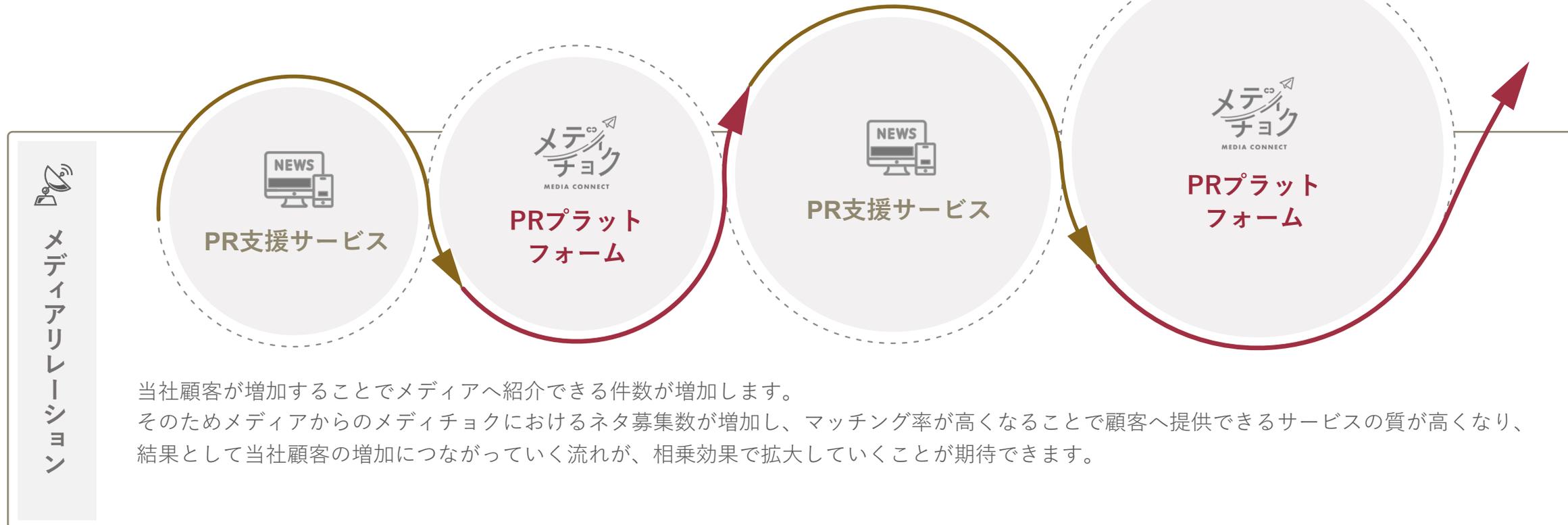
## 当社の強み03-2 メディアリレーション資産

### PR支援サービスの相互作用による相乗効果

「メディアリレーション」＝「企業との関係性」であり、広報上における「マスコミ対応」とも言えます。多くのメディアと良好な関係性を築き続けることが重要ですが、信頼関係の構築は時間がかかるため、中小・中堅企業では地道なリレーションに時間を割くことが難しいです。そのため、弊社が長年培ってきたメディアリレーション資産を各サービスに展開し、サービスの拡充をしています。

#### POINT

2007年の創業から続けているメディアサービスにメディアリレーションを連携させることで、「メディチョク」と連動して相乗効果で成長するモデルを構築。



# 財務ハイライト

ENJIN

GROWTH POTENTIAL

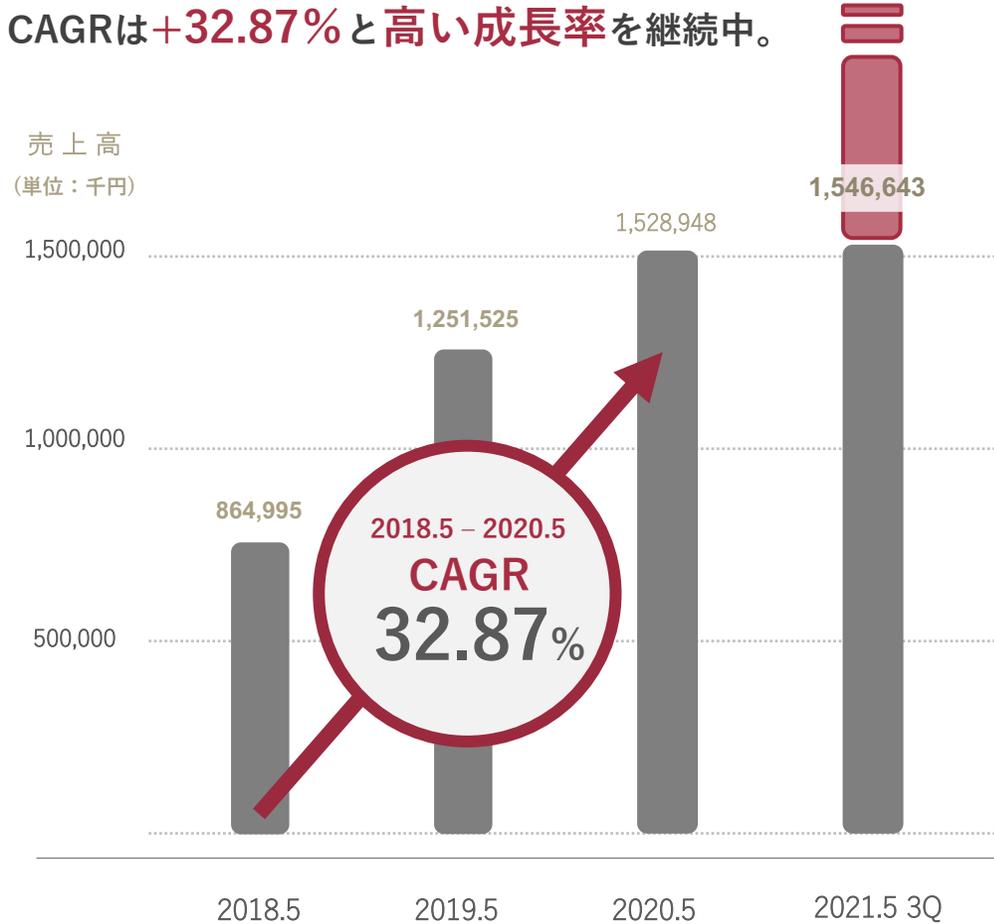


— 0	Introduction ミッション	2P
— 1	Company Profile 会社概要	4P
— 2	Business Contents 事業内容	8P
— 3	Financial Highlight 財務ハイライト	26P
— 4	Growth Strategy 成長戦略	33P
— 5	Appendix おわりに	43P

# 業績サマリー

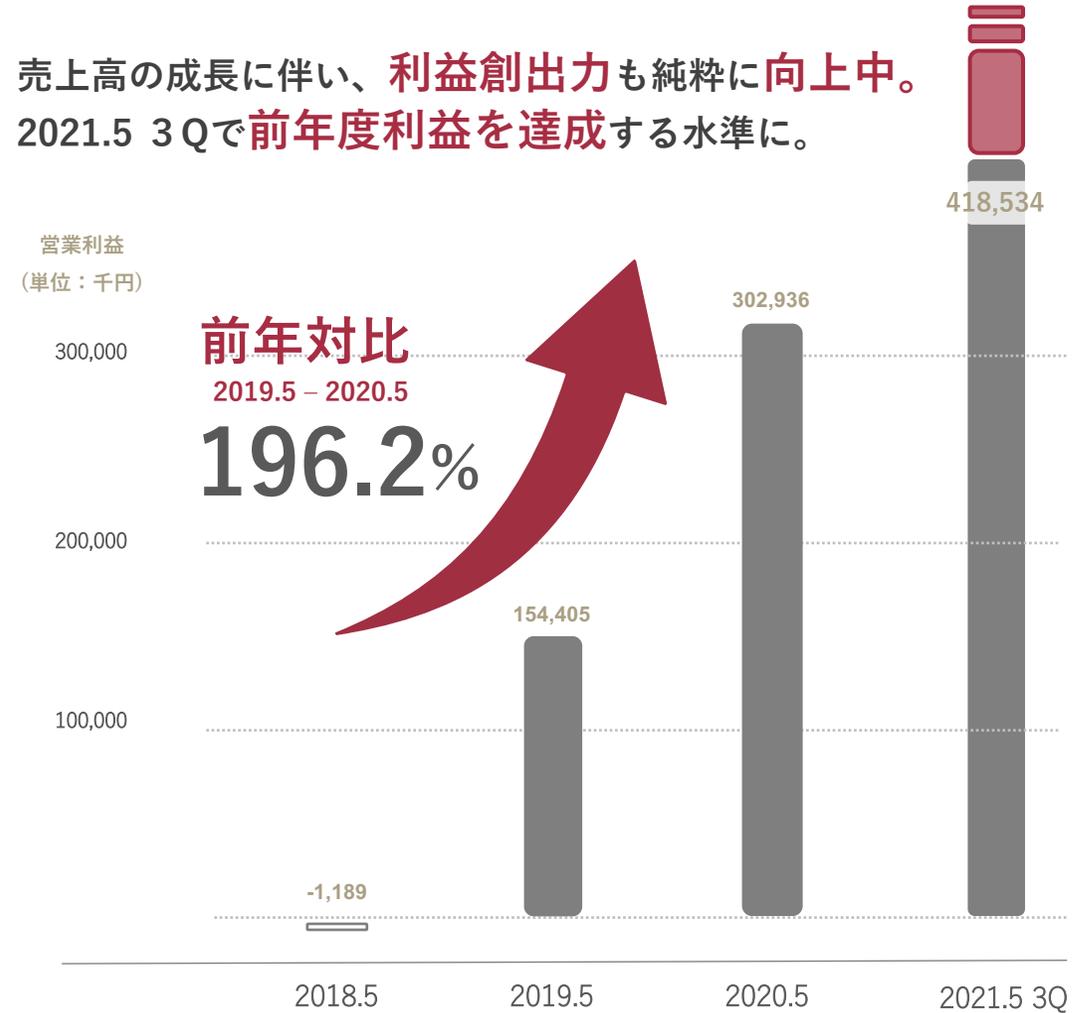
## 売上高推移

売上高は年次ごとに順調に**増加**、直近3期のCAGRは**+32.87%**と**高い成長率**を継続中。



## 営業利益推移

売上高の成長に伴い、**利益創出力**も純粋に**向上中**。  
2021.5 3Qで**前年度利益**を達成する水準に。



## 徹底したサービスの効率化による高収益モデル

売上高<sup>(1)</sup> / 前期比成長率

**15.2** 億円 / **122.1** %

契約件数<sup>(1)(2)</sup> / 前期比成長率

**1,551** 件 / **118.4** %

売上高総利益<sup>(1)</sup> / 売上高総利益率

**11.9** 億円 / **78.2** %

契約単価<sup>(1)(3)</sup> / 前期比成長率

**98.5** 万円 / **103.8** %

契約社数<sup>(1)</sup> / 前期比成長率

**1,275** 件 / **136.1** %

※ 1.2020年5月期末時点 ※ 2.2020年5月期における全サービスの契約数の合計。  
※ 3.2020年5月期における全サービスの契約の平均値。

## 業績サマリー（年度）

## PLサマリー推移

（単位：千円）

P / L	2016.5	2017.5	2018.5	2019.5	2020.5
売上高	676,799	684,115	864,995	1,251,525	1,528,948
売上原価	86,111	169,222	151,921	258,174	334,167
売上総利益	591,228	514,892	714,078	993,350	1,194,781
売上総利益率（%）	<b>87.28%</b>	<b>75.26%</b>	<b>82.55%</b>	<b>79.37%</b>	<b>78.14%</b>
販管費	483,868	489,770	715,268	838,944	891,844
営業利益	107,360	25,122	△1,189	154,405	302,936
営業利益率（%）	<b>15.85%</b>	<b>3.67%</b>	<b>△0.13%</b>	<b>12.55%</b>	<b>20.75%</b>
当期純利益	23,475	△12,214	△7,835	91,694	300,476

# BSサマリー

創業以来、着実に利益を積み上げ、内部留保を厚くしてきたことで、  
**十分な資金を確保した安定した経営基盤を構築**

B / S

(単位：千円)

総資産<sup>(1)</sup>

1,809,470

流動資産 1,612,737  
売上債権 57,402

現金・預金  
1,315,503

固定資産 196,733

負債 728,515

買掛債務  
603,523

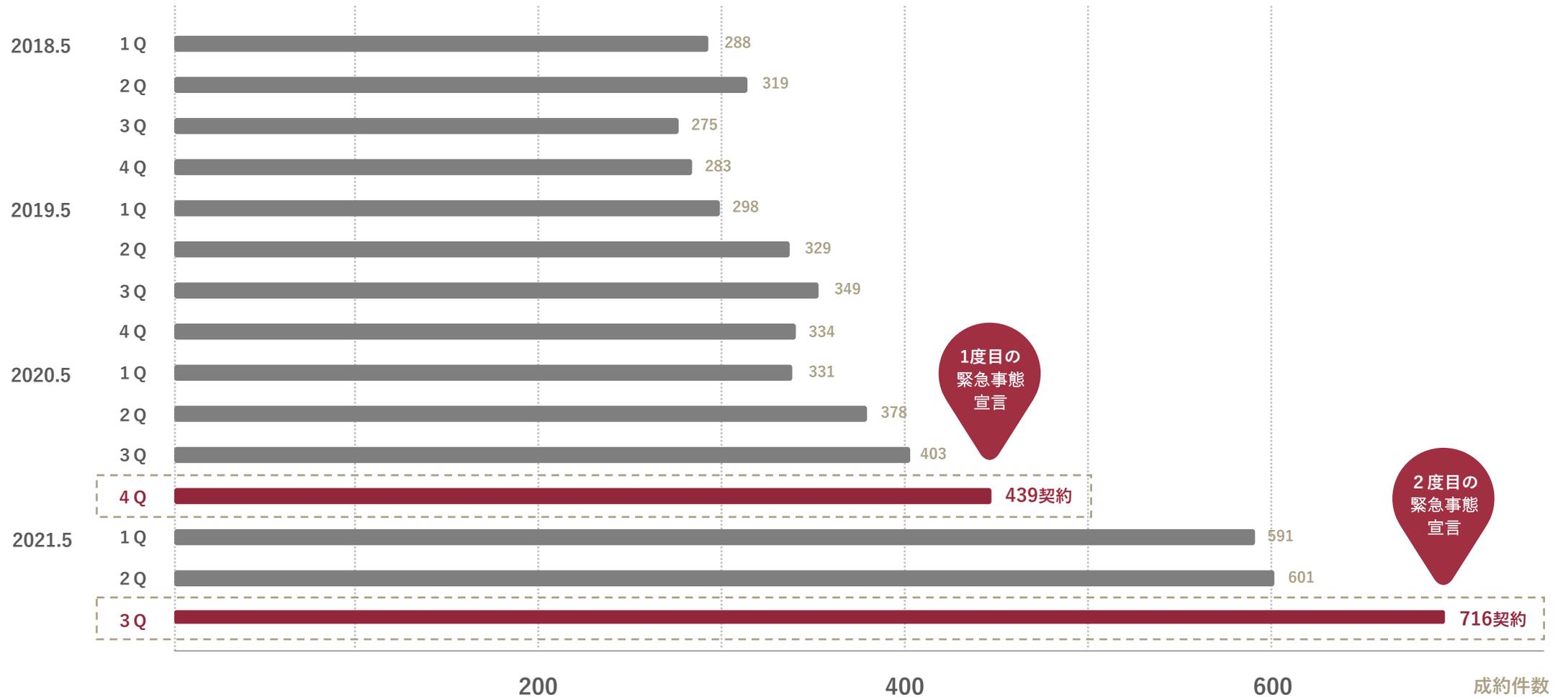
純資産  
1,080,954

利益剰余金  
1,050,954

※1. 2021年5月期第3四半期時点

## 成約件数の推移（四半期ベース）

コロナ禍においても成約件数は順調に増加していることから、  
営業面において大きな**影響は受けておりません。**

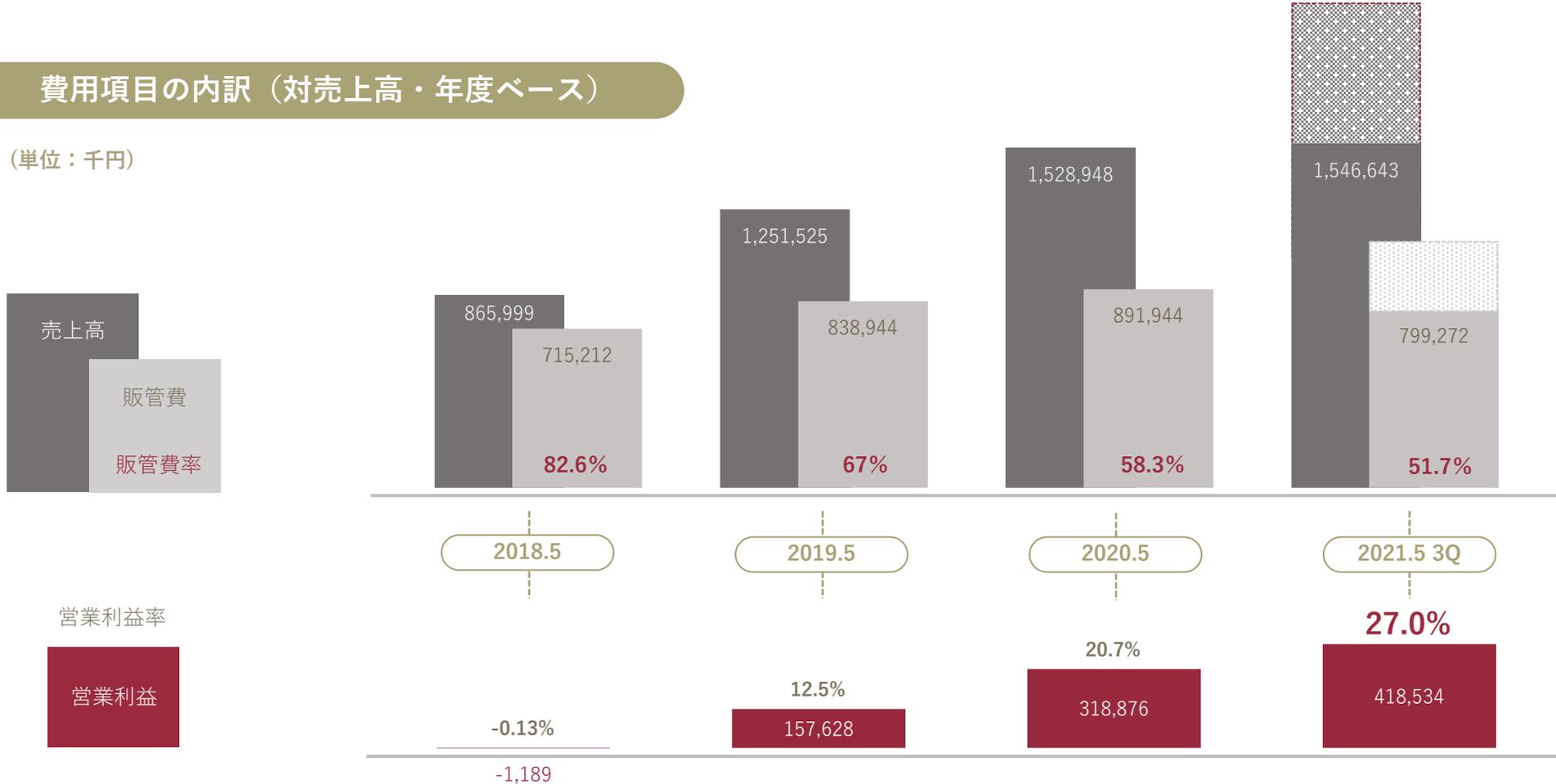


# 財務モデル

対売上高に占める販管理費の割合を減らしながら、  
**営業利益率**を順調に改善し、2021年5月期3Q実績で**27.0%**まで上昇。

## 費用項目の内訳（対売上高・年度ベース）

(単位：千円)



# 成長戦略

ENJIN

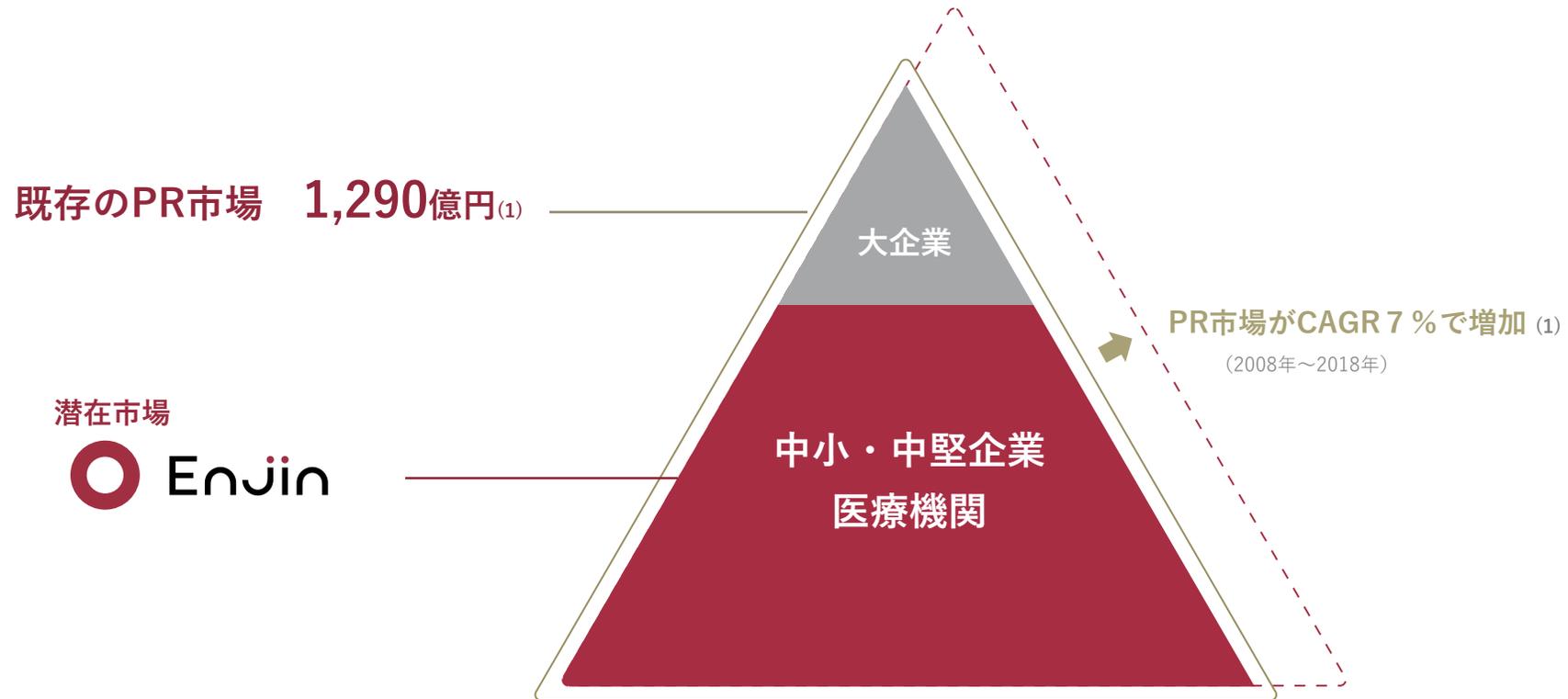
GROWTH POTENTIAL



— 0	Introduction ミッション	2P
— 1	Company Profile 会社概要	4P
— 2	Business Contents 事業内容	8P
— 3	Financial Highlight 財務ハイライト	26P
— 4	Growth Strategy 成長戦略	33P
— 5	Appendix おわりに	43P

## 中小・中堅企業、医療機関のPR領域における潜在市場を開拓

独自のPRサービスによる差別化により、従来のPRに比べ、安価にサービスを提供できることから、中小・中堅企業、医療機関の市場においてPRニーズを創出することで潜在市場を開拓。



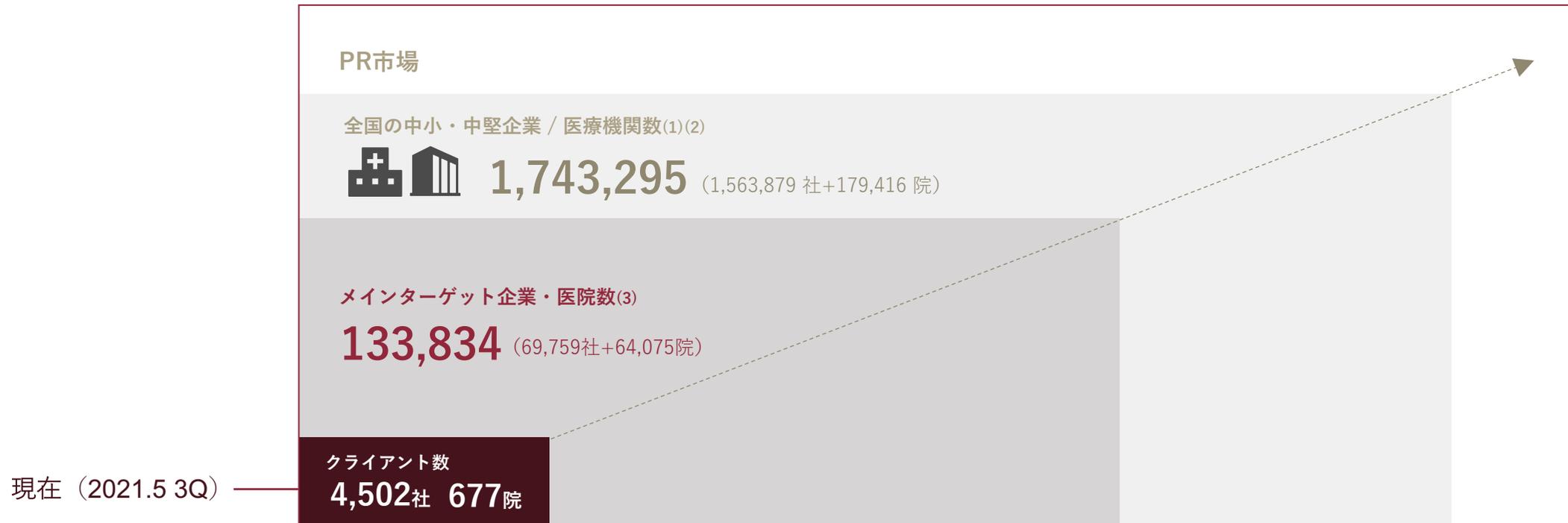
※ 1. 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2019年5月

# 潜在力の高い当社の顧客ターゲット

## 開拓余地の大きい潜在市場におけるシェアのさらなる拡大

中小・中堅企業、医療機関における市場はまだまだ開拓の余地が多くあり、ポテンシャルは高い。

### 市場規模

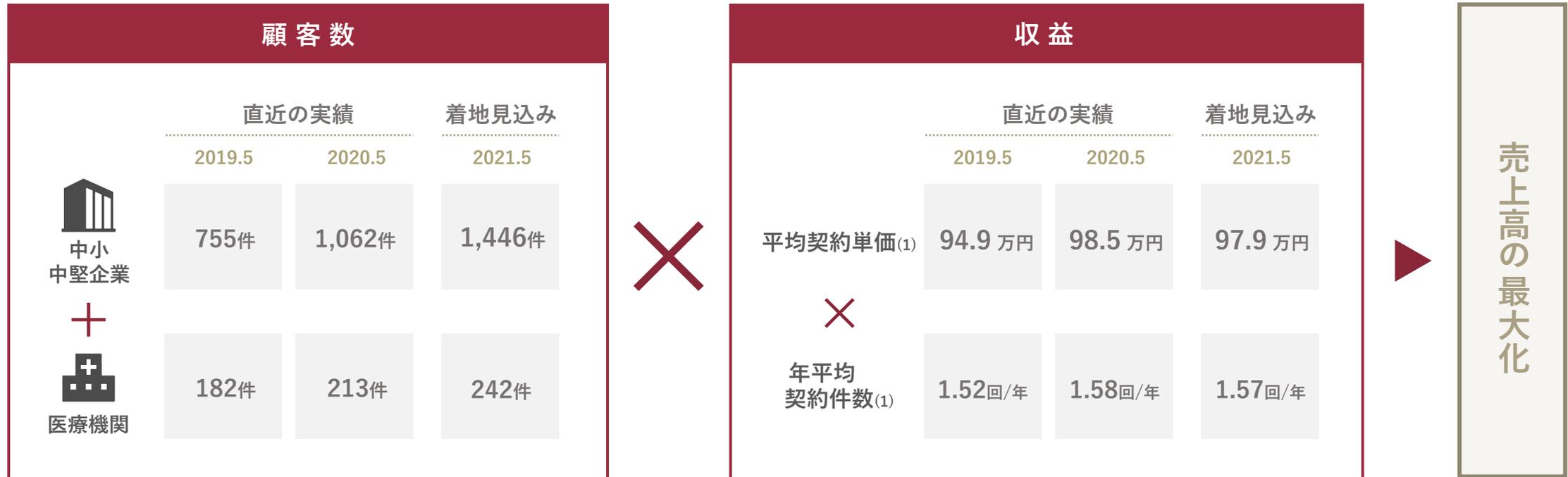


※1. 経済センサス・基礎調査 令和元年経済センサス・基礎調査 企業等に関する集計 ※2. 厚生労働省：令和元年 年(2019) 医療施設(静態・動態)調査・病院報告の概況  
※3. メインターゲットとは資本金3,000～5,000万円の企業数、国内の医療法人

# サービス拡充による売上高の最大化

人員の増強により積極的な事業展開を行うことが可能。  
顧客数の増加にあわせて安定的に収益を伸ばすことができます。

従来の広報活動や営業活動の運用を仕組み化することでより利益率の向上が期待できます



※ 1.2021年5月期における全サービスの合計における平均値

# 対象顧客拡大と営業活動効率化のための施策

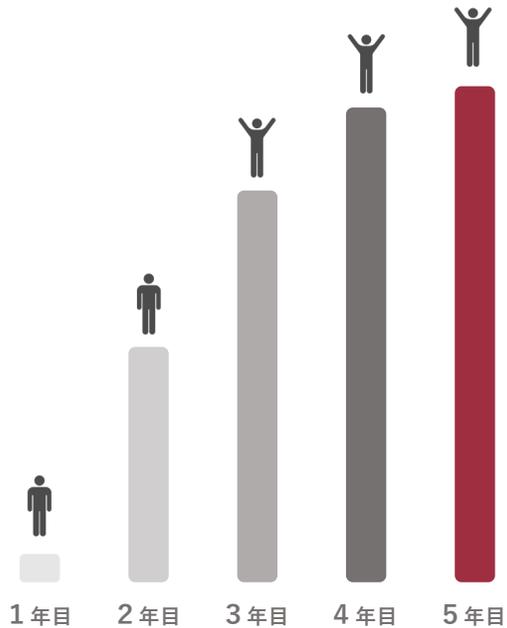
2022年5月期にむけて、PR事業の**中長期的な成長**及び**収益性向上**のための対象顧客の拡大や営業活動の効率化など様々な施策を実施していきます。

主な取り組み	PR支援サービス	メディチヨク	アポチヨク
対象顧客の拡大	メディアリレーションの強化		マッチング後の成約実績の訴求強化
	toC領域を対象としたサービス展開	広告展開における認知度向上と訴求の強化	
収益の改善	クライアントレポートの提供開始	成果保証プランの導入	マッチング精度の向上
		オプション機能の追加	CSによるサポート体制の許可
効率化	オンライン商談の導入	ウェビナーの開始	
	マーケティングによるPull型の導入	プラットフォーム機能の強化による導入プロセスの改善	
戦略	人材採用	システム開発 広告	システム開発

# 営業の仕組み化

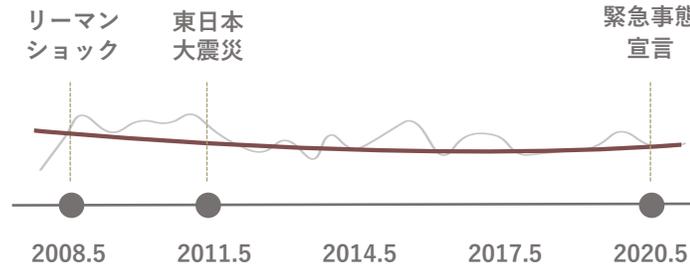
当社における他社への優位性は、「社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する」という当社理念を共有する**創造力と実行力を兼ね備えた多彩な人財**によって発揮

## 入社から60ヶ月の売上実績をモデル化



ヒューマンパワーに依存しない、プランナーのスキル向上による成長戦略

創業から現在まで営業パーヘッド<sup>(1)</sup>の推移は安定。社会情勢や経済ショックに左右されないモデルを実現。

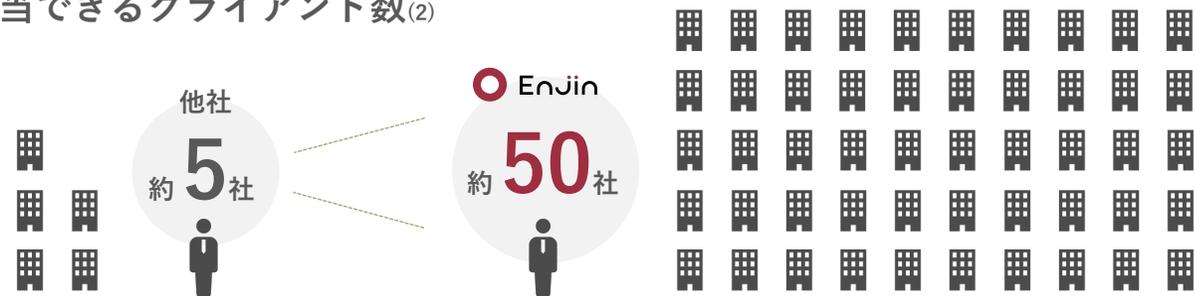


## 細部まで徹底したマニュアル化



営業1名あたりが担当できるクライアント数<sup>(2)</sup>

仕組化により工数を可能な限り削減。

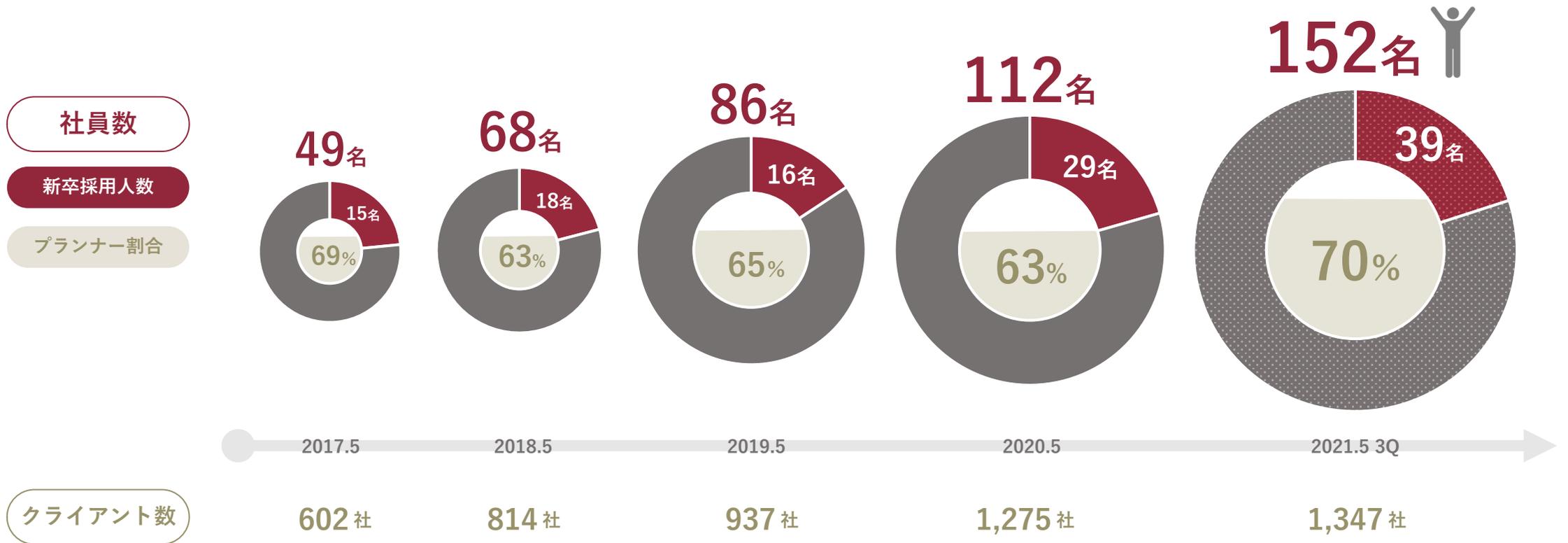


※1. 営業担当者一人あたりの売上高 ※2. 当社調べ

## 人員推移と今後の展望

プランナーの営業売上実績を仕組み化したことによって、  
CAGR 約30%の業績予測が可能となり、予測値通りに売上拡大と増員を達成

今後は、積極的な採用活動(新卒・中途)を継続しながら、若手層の即戦力化を推進するトレーニングメニューの拡充とミドルレンジ層のマネジメント力強化、次世代経営層向けエキスパートプログラムの稼働等、全ての層における育成強化を図ることで、当社の今後の成長を見据えた組織体制の盤石化を図ってまいります。



## 上場時の調達資金の使途内訳

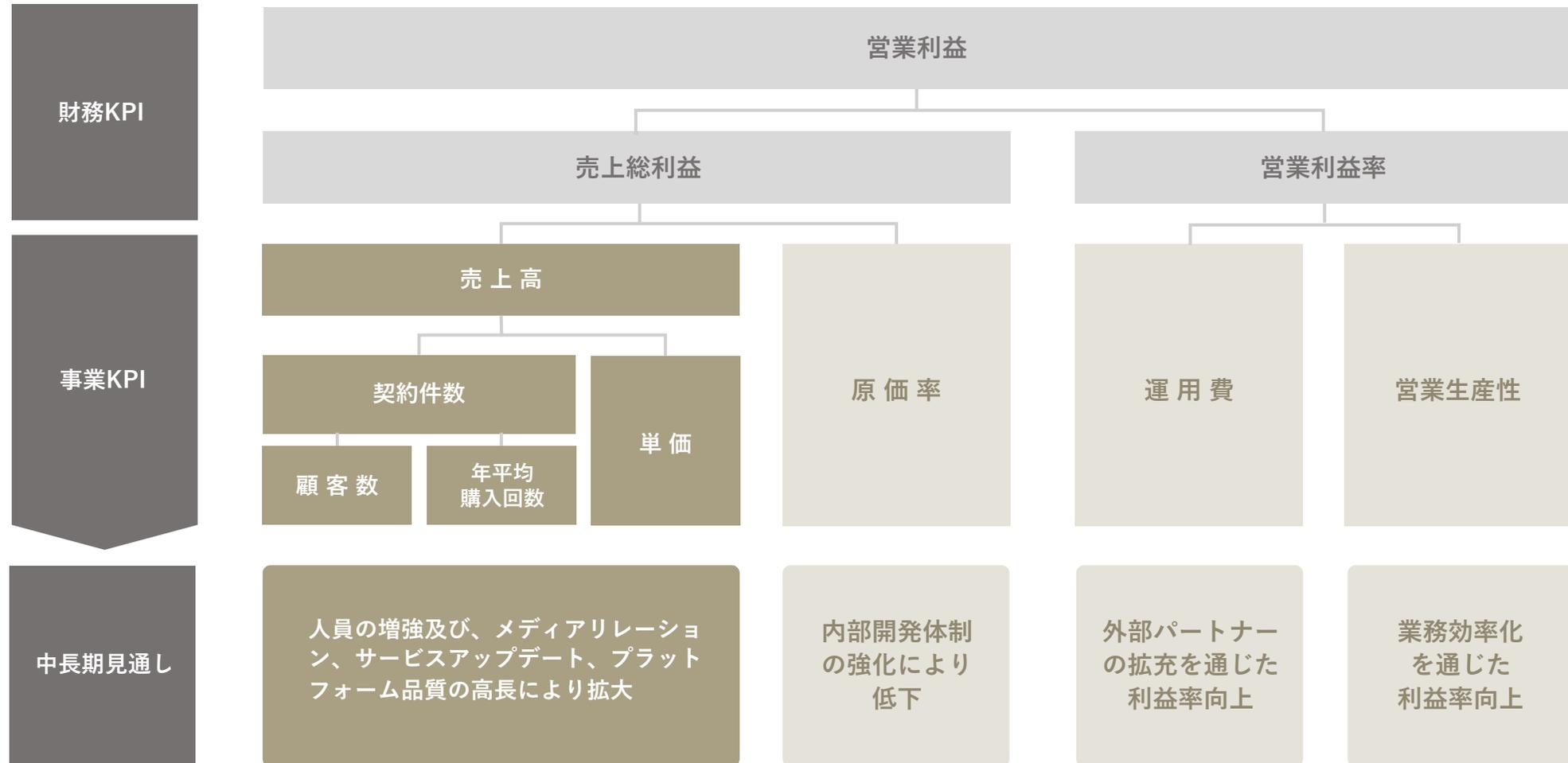
(単位：千円)

項目	予定金額	使途予定時期		
		2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期
運転資金	1,735,700	550,000	880,000	305,700
採用活動費	110,000	30,000	40,000	40,000
人件費	1,525,700	500,000	800,000	225,700
広告宣伝費	100,000	20,000	40,000	40,000

当社が計画している公募増資による資金調達については、主に事業拡大のための採用活動費、人件費及び広告宣伝費に充当する予定であります。当社が属する業界の環境が急激に変化することも考えられるため、その場合、現時点で計画している資金使途以外へ充当する可能性があります。

# 今後の開示KPIの中期的見通し

当社のマーケットシェアは市場に対してまだ大きな伸びしろがあると考えていることから、まずはマーケットシェアの拡大を目的とするために、顧客数をKPIとして設定しています。



おわりに  
ENJIN  
GROWTH POTENTIAL



— 0	Introduction ミッション	2P
— 1	Company Profile 会社概要	4P
— 2	Business Contents 事業内容	8P
— 3	Financial Highlight 財務ハイライト	26P
— 4	Growth Strategy 成長戦略	33P
— 5	Appendix おわりに	43P

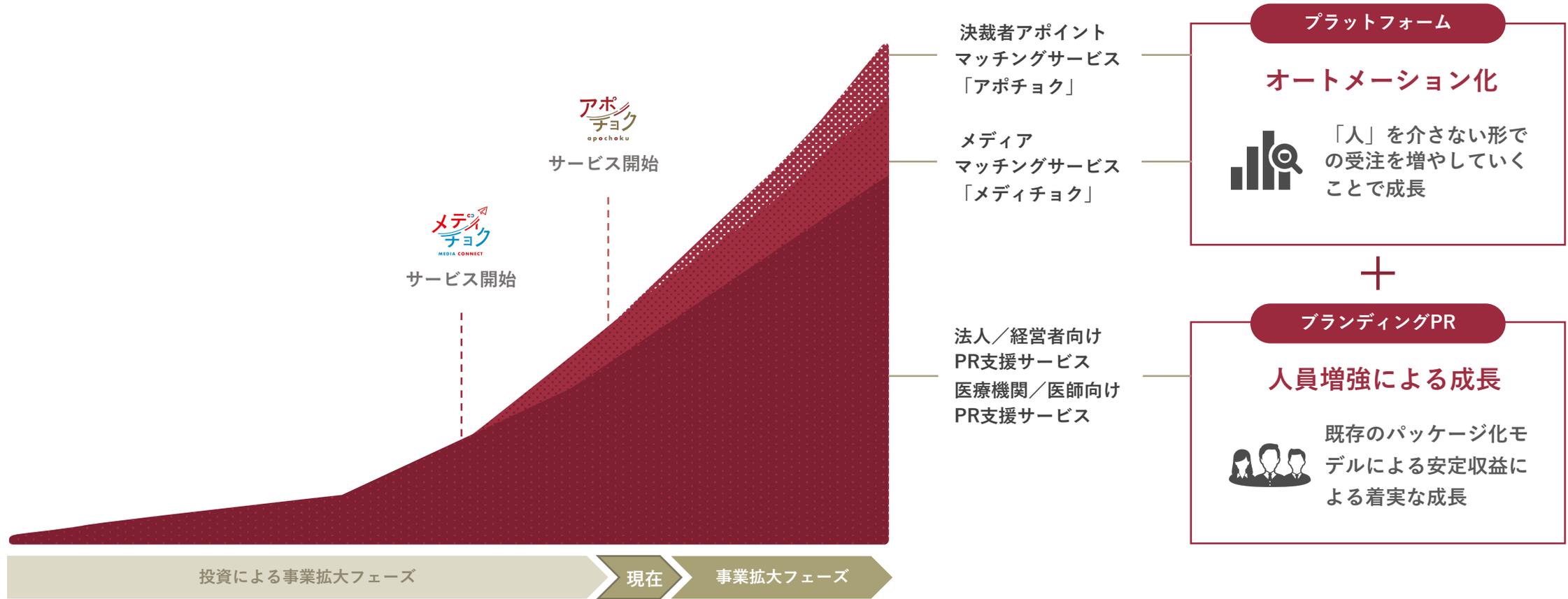
# 主な事業リスクと対応策

	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対策案
対事業環境： 景気動向について	景気の後退により、当社顧客のPR予算への影響が想定を超えて拡大した場合、事業成長が阻害される可能性	低/中長期	低	幅広い市場に対してサービスを提供することで景気後退時に強いビジネスモデルを構築することで対応します。
事業環境： 市場環境	インターネット環境、モバイル機器の進化の状況など情報環境の劇的な変化により顧客ニーズが大きく変化した場合、既存事業の成長鈍化が生じる可能性	低/中長期	大	インターネット、クラウド等関連市場の変化に応じたサービス・メディア開発を加速させることで市場ニーズへ対応します。
事業環境： 検索エンジンについて	アルゴリズムの急激な変化や顧客ニーズに適時に対応できない可能性、または、変化への対応のためにシステム投資や人件費等多くの費用を要する可能性	低/中長期	中	検索エンジンにおける検索結果を継続的にモニタリングすることで、変化に対して迅速に対応します。
事業内容： 競合他社の状況	競合の参入により、当社の事業領域における競争激化により、当社が効果的な差別化を行うことができない場合事業成長が阻害される可能性	低/中長期	中	健全な競争のもとで、現在の市場優位性を保つために、顧客ニーズにあったサービスを展開していくことで対応します。
その他： 新型コロナウイルス感染症	新型コロナウイルス感染症の流行長期化により、度重なる緊急事態宣言の発令や過移出自粛等により当社顧客への業績影響が想定を超えて拡大する可能性	低/不明	低	地方で活動が可能な外注先を確保する等の対策により、コロナ禍においても業績悪化が生じない事業展開を行うことで対応します。

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生の回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針ではありますが、当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券届出書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。

# 事業拡大

既存サービスを中心に新たなプラットフォーム構築やサービス拡充で今後の成長に向けて**事業の拡大**を進める。



## 幸せトライアングルを大きくする当社のSDGsの取り組み

1.経済的に自立していること 2.心身ともに健康であること 3.精神的に満たされていること（人間関係）  
これらのバランスが等しく正三角形である時に最も「幸せ」を感じ、周囲への「影響力」も培われていくと考えています。

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT GOALS

1 貧困をなくそう



➤ 世間の平均よりも  
高い給与水準

2020年11月現在

2 飢餓をゼロに



➤ 栄養バランスの  
考えられた食事の提供

社員福利厚生

3 すべての人に健康と福祉を



➤ 瞑想ルームの完備  
運動部 支援制度

社員福利厚生

5 ジェンダー平等を実現しよう



➤ 女性社員比率50%

2021年1月現在

11 住み続けられるまちづくりを



➤ まちの清掃活動  
Canday

## Disclaimer

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

次回開示予定：2022年5月期通期決算発表時

