

株式会社WACUL
2022年2月期
第1四半期
決算説明会資料

2021年7月12日

22/2期 第1四半期業績の概要

過去最高の四半期売上高

2022/2期 第1四半期

294百万円

前年同四半期比+97.7%

- 前年同四半期比倍増で過去最高
- コロナ禍以降のDX機運の高まりをうけ、DXコンサルティング事業の拡大が顕著
- 通期計画進捗率28.0%

四半期営業利益も過去最高

2022/2期 第1四半期

68百万円

前年同四半期比+2,564.3%

- 四半期として過去最高益を達成
- DXコンサルティング事業の好調をうけ、大幅な営業増益を達成
- 通期計画進捗率29.8%

クロスセル率の成長

2021/5末

16.9%

前四半期末比+1.9pp

- 既存顧客への接点を活かしたクロスセル戦略が進展

事業概要

当社の展開する事業について

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¹が必要不可欠に

社会課題・背景

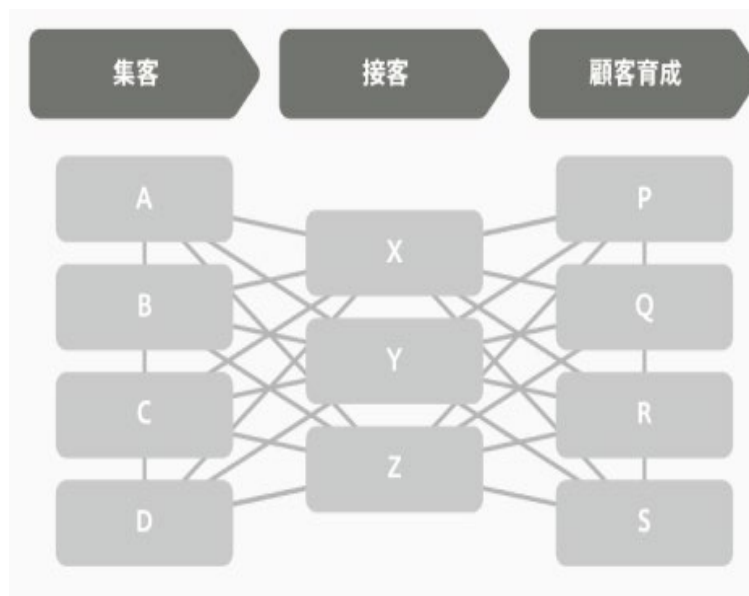
複雑化する社会に対し、人材やシステムを理由に遅々として進まないデジタル化

- 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



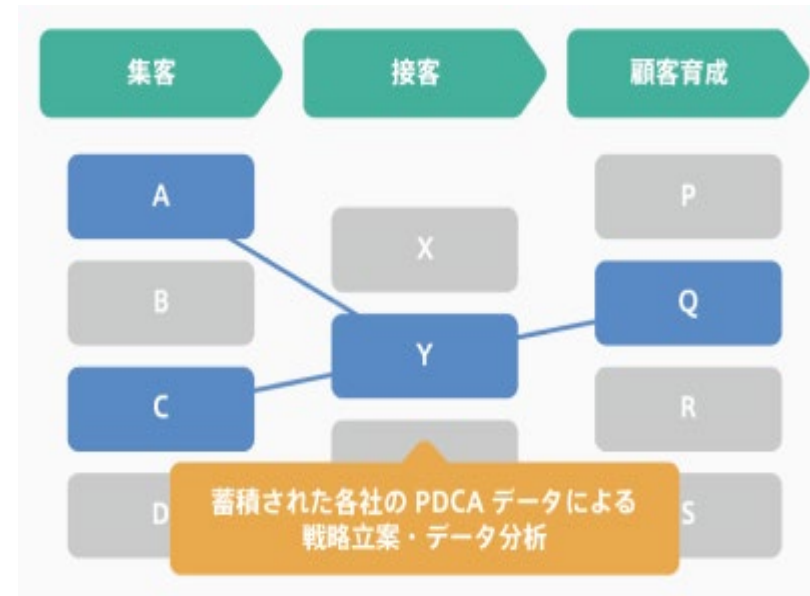
顧客企業 個社ごとの課題

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。



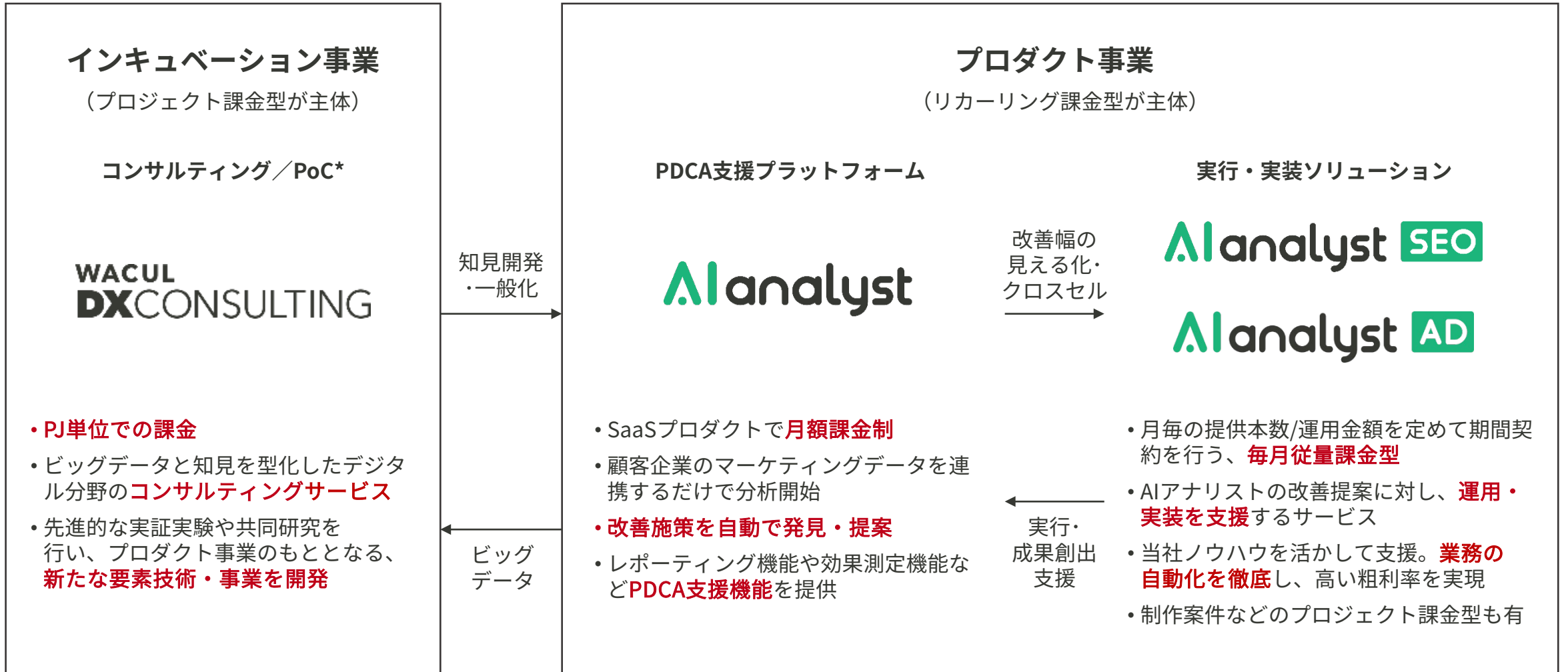
当社のソリューション

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。



¹ 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、上流から下流まで展開



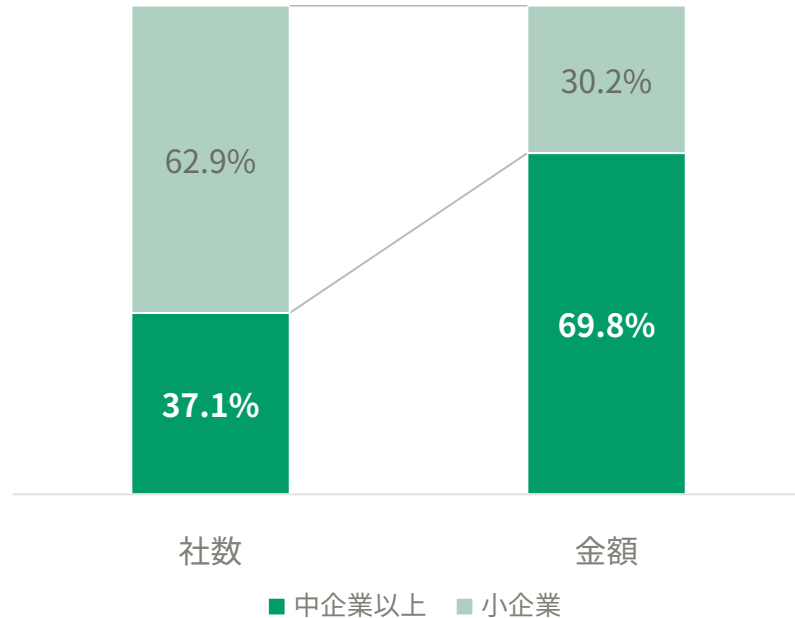
¹ PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

² 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

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（22/2Q1）

DXコンサルの好調もあり、中企業以上の売上高比率が大幅に上昇



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

※ 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

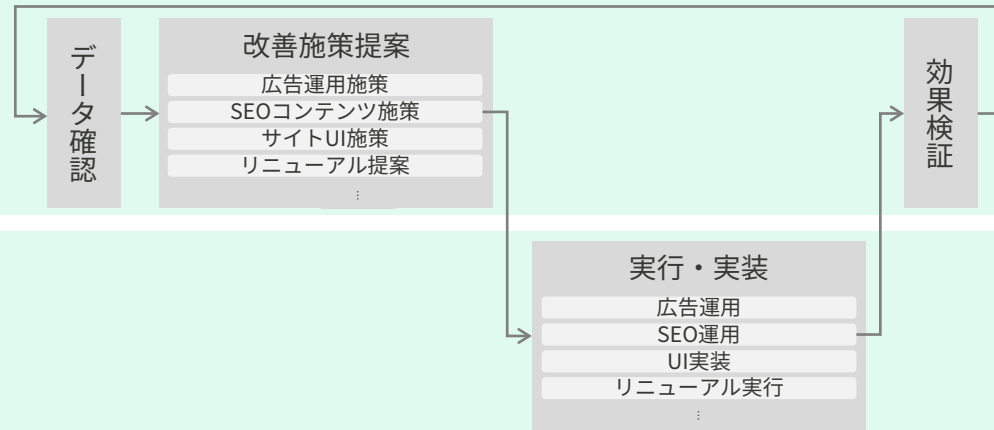
※ 総務省日本標準産業分類にもとづく

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



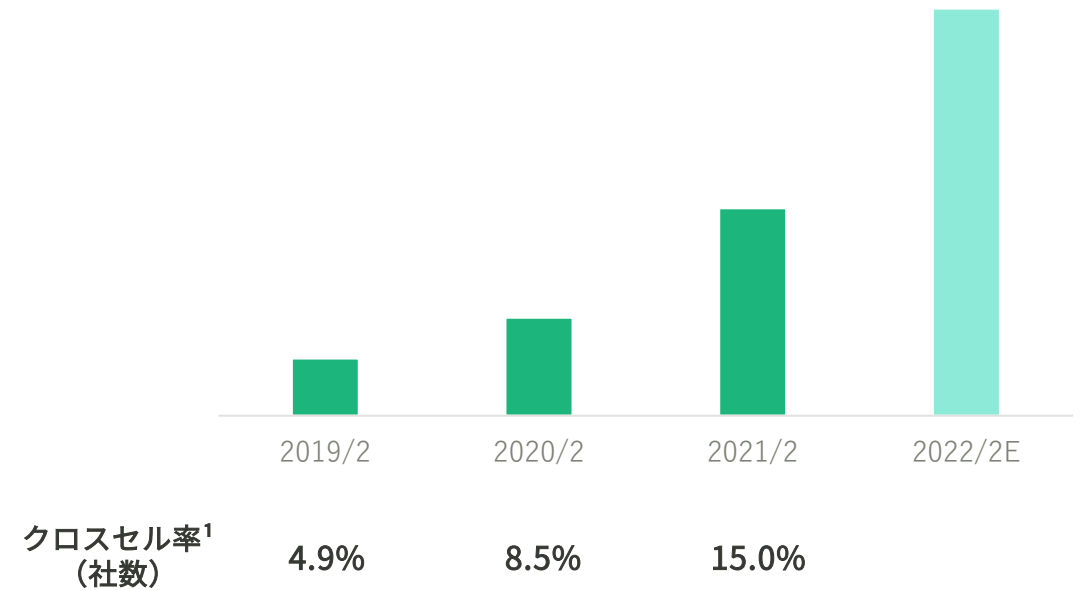
AIアナリストの改善提案に沿った、実行・実装メニューを今後さらに増やす

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



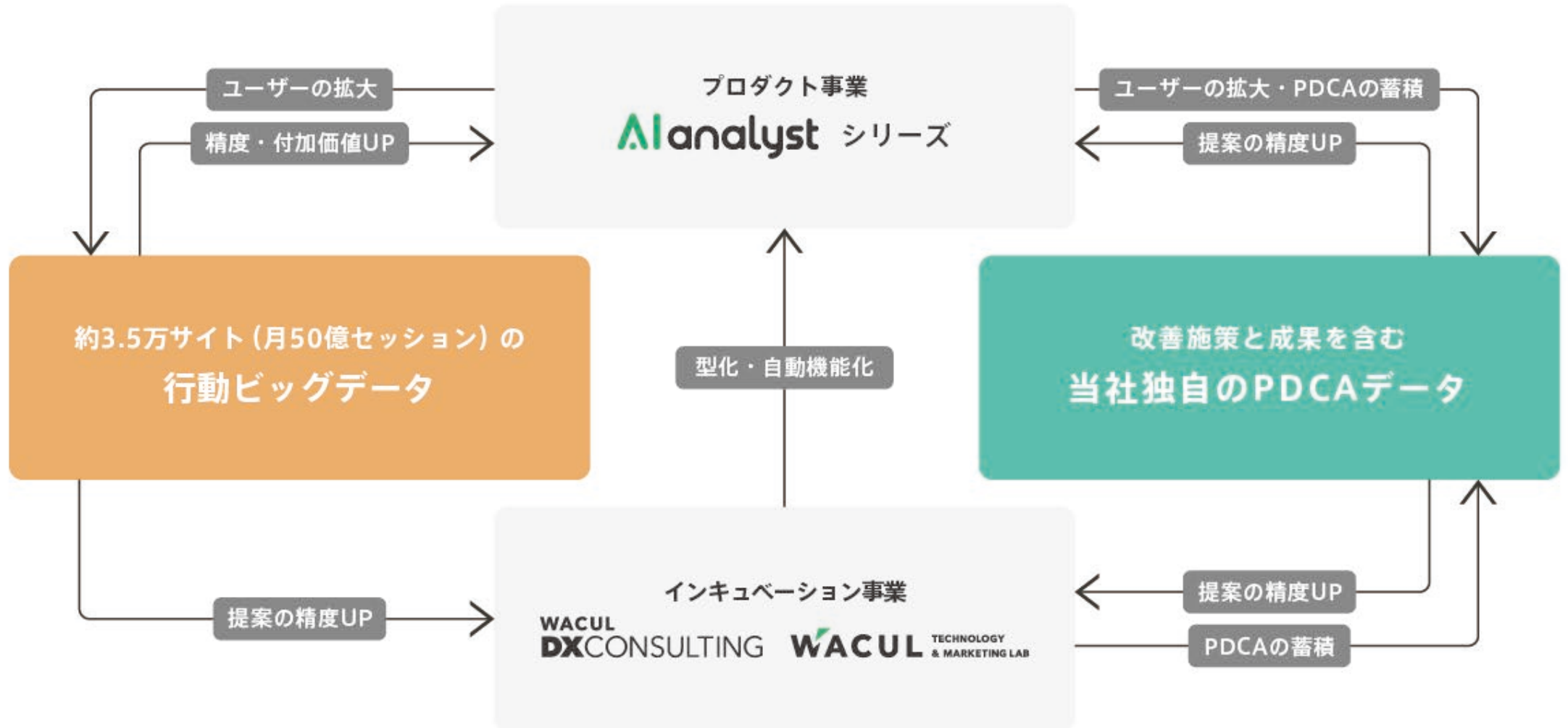
¹ クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADの3商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月3商材のいずれかを利用している全取引先社数)

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



財務ハイライト

2022年2月期第1四半期の実績について

マーケティングDX市場の拡大を追い風に、DXコンサルティングの大幅拡大。営業黒字が拡大。進捗率は約3割に

(単位：百万円)	2022/2 Q1	前年同四半期 (2021/2 Q1)		前四半期 (2021/2 Q4)		業績予想 (2021/4/14開示)	進捗率
		実績	増減率	実績	増減率		
売上高	294	148	+97.7%	214	+37.4%	1,052	28.0%
売上総利益	234	130	+80.2%	184	+27.1%	875	26.8%
売上総利益率	79.7%	87.4%	△7.7pp	86.1%	△6.5pp	83.2%	-
販売管理費	166	127	+30.2%	156	+6.0%	645	25.7%
営業利益	68	2	+2,564.3%	27	+145.6%	229	29.8%
営業利益率	23.3%	1.7%	+21.6pp	13.0%	+10.2pp	21.9%	-
経常利益	67	2	+2,972.2%	13	+384.7%	228	29.7%
純利益	55	1	+3,143.1%	46	+19.8%	225	24.7%

DXコンサルティングの案件獲得・実行のためのマーケティング費および業務委託費が増加。

(単位：百万円)	2022/2 Q1	前年同四半期 (2021/2 Q1)		前四半期 (2021/2 Q4)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	89	87	+1.7%	86	+3.9%
採用費	2	0	+428.3%	4	△42.1%
広告宣伝費	20	7	+165.7%	24	△15.1%
業務委託等	27	12	+130.8%	18	+49.1%
家賃等	7	7	△0.5%	7	△0.4%
システム利用料	9	6	+37.7%	7	+25.0%
その他	9	5	+70.0%	8	+6.9%
合計	166	127	+30.2%	156	+6.0%

自己資本比率は74.4%と、財務安全性は高い。

(単位：百万円)	2022/2 Q1	前期末 (2021/2)	
		実績	増減
流動資産合計	678	550	+128
うち現金および預金	515	446	+69
うち売掛金等	151	87	+64
固定資産合計	169	160	+9
うちソフトウェア等	109	99	+10
流動負債合計	148	174	△26
うち未払金・前受金等	79	88	△9
固定負債合計	66	70	△4
純資産合計	632	466	+166
うち株主資本	630	464	+166

各種KPIと事業の状況

2022年2月期第1四半期および通期のKPIとその背景について

DXコンサルティングの大幅な拡大で売上高は倍増も、売上総利益率は高水準を維持

売上高／売上高成長率

294百万円／**+97.7%**
2022年2月期 第1四半期／前年同四半期対比

1社あたり理論LTV

3,386千円
2021年5月

売上総利益率

79.8%
2022年2月期 第1四半期

クロスセル率

16.9%
2021年5月

サイト登録数

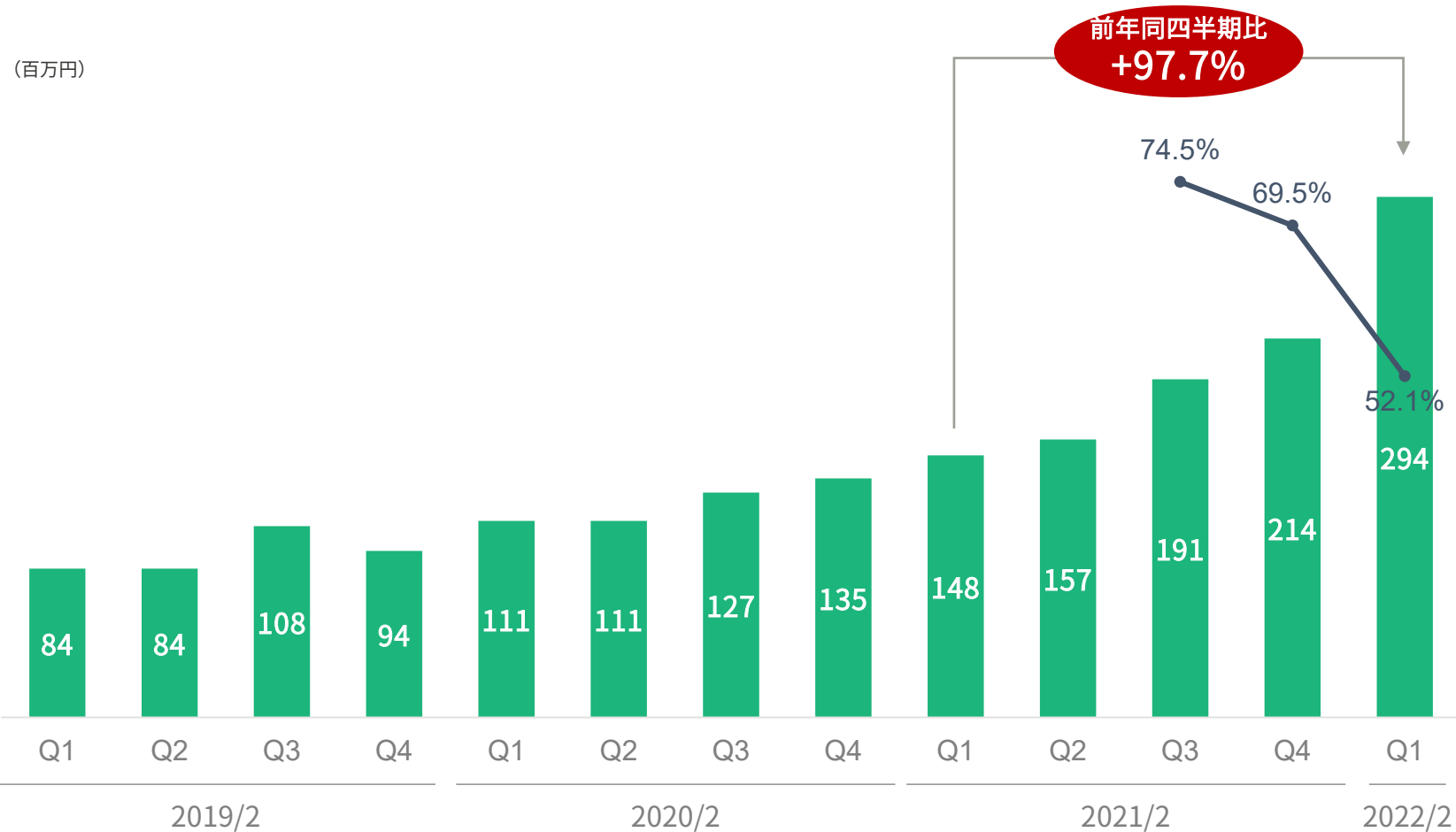
35,079サイト
2021年5月末

リカーリング売上高比率

52.1%
2022年2月期 第1四半期

前年同四半期比+97.7%の大幅成長。インキュベーション事業の売上増が寄与

四半期売上高とリカーリング売上高比率の推移

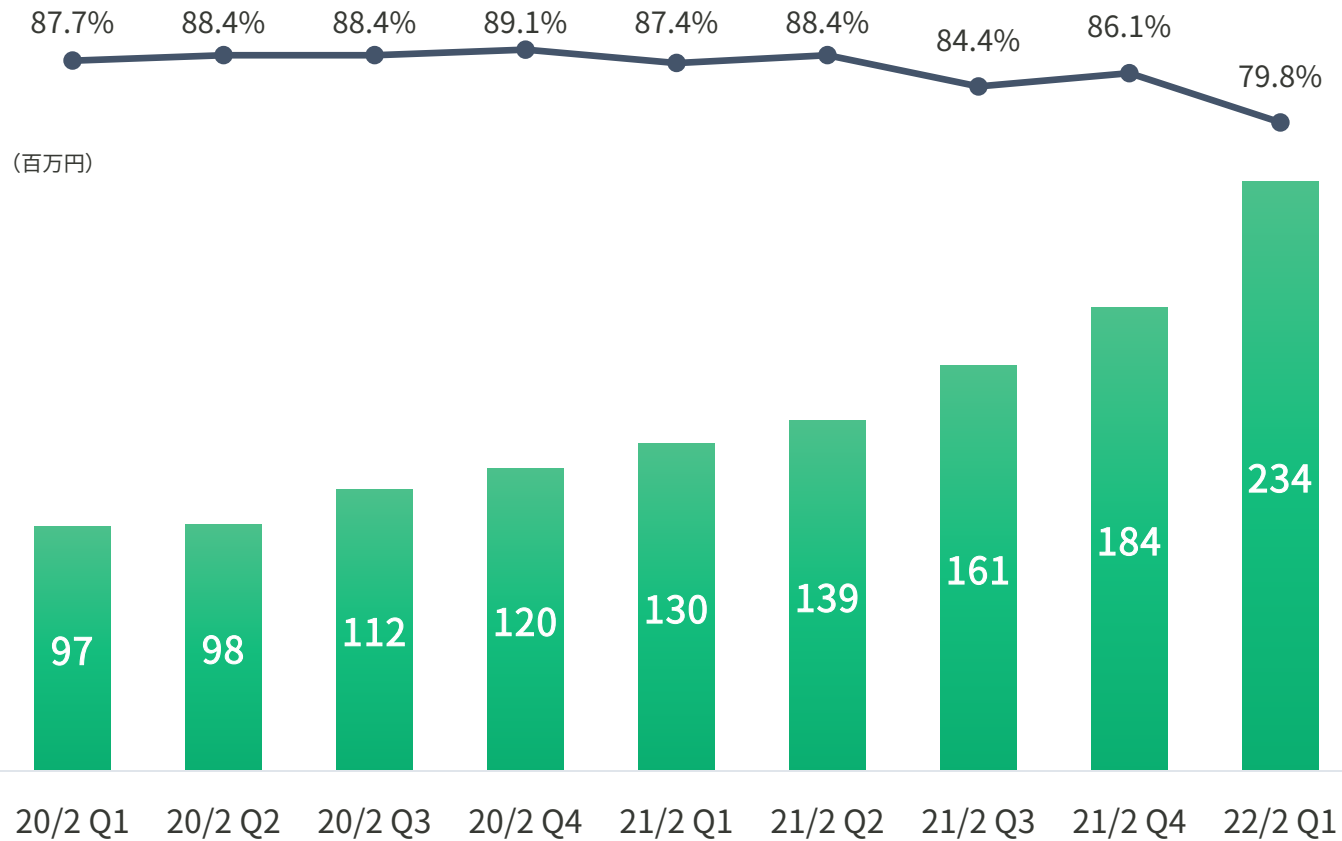


主なポイント

- 前年同四半期比で2倍弱成長
- インキュベーション事業のDXコンサルティングのプロジェクトの大幅な需要増加が貢献
- 上記をうけて、一過性だが、リカーリング売上高比率は52%に
- 継続課金型のソリューションから生まれるリカーリング課金型売上高も増加

売上総利益率は79.8%と依然として高い水準を維持

売上総利益と売上総利益率の推移



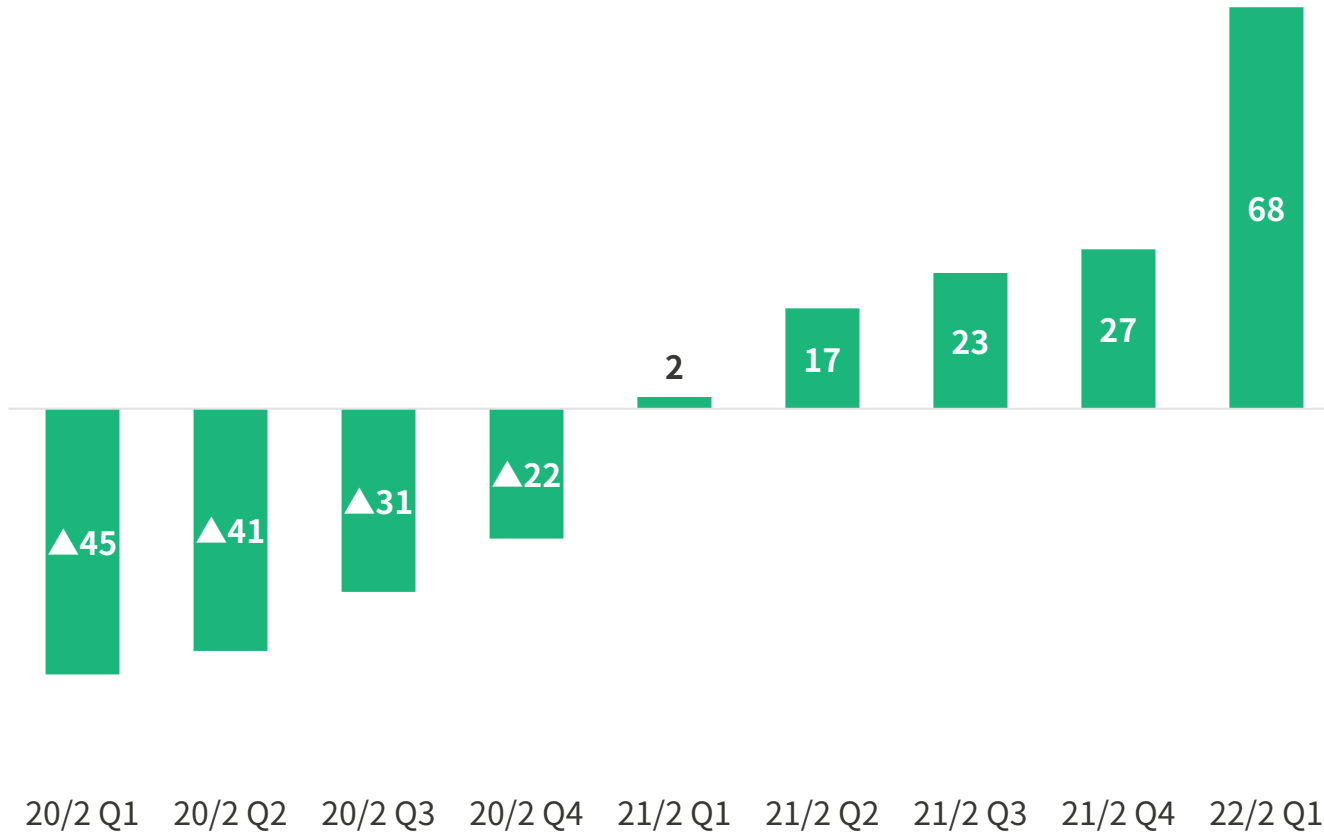
主なポイント

- インキュベーション事業が一時的に増加したことで、売上総利益率が80%を割るも、依然として高い水準で着地
- 高い水準を維持できる要因は、コンサルティングやBPOといった一般的に人的リソースを必要とする事業も、徹底した業務フローの仕組み化と保有データの活用によるパターン化、RPAツールの開発・利用による自動化をしているため

高い利益率を背景に、過去最高益である68百万円を記録。通期計画に対する進捗率は29.8%

営業利益の推移

(百万円)



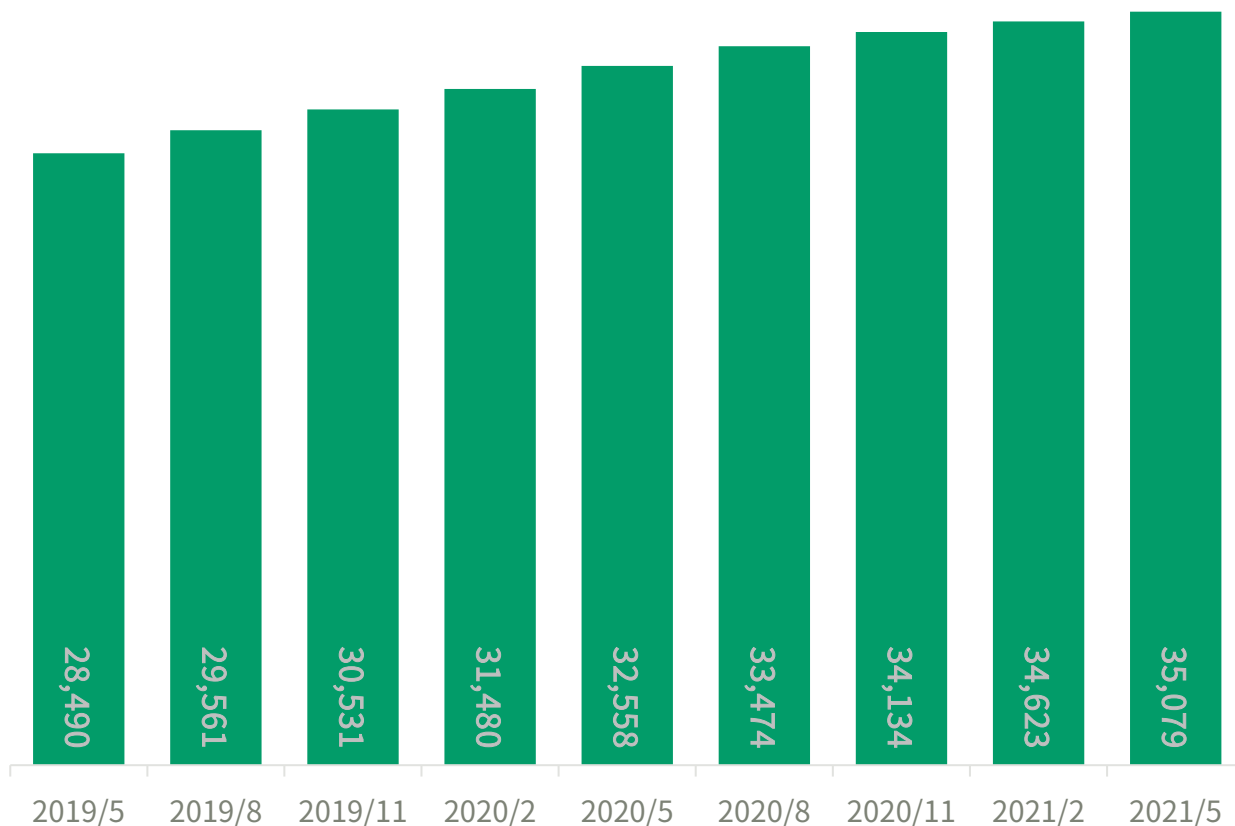
主なポイント

- 四半期ベースで過去最高益を達成
- マーケティング費用を増加させながらも、前四半期比で、売上高84百万円増に対して営業利益41百万円増を実現
- 通期計画に対する進捗率は29.8%と順調な立ち上がり

AIアナリストの登録サイト数は35,000サイトを突破

AIアナリスト 登録サイト数¹の推移

(サイト)



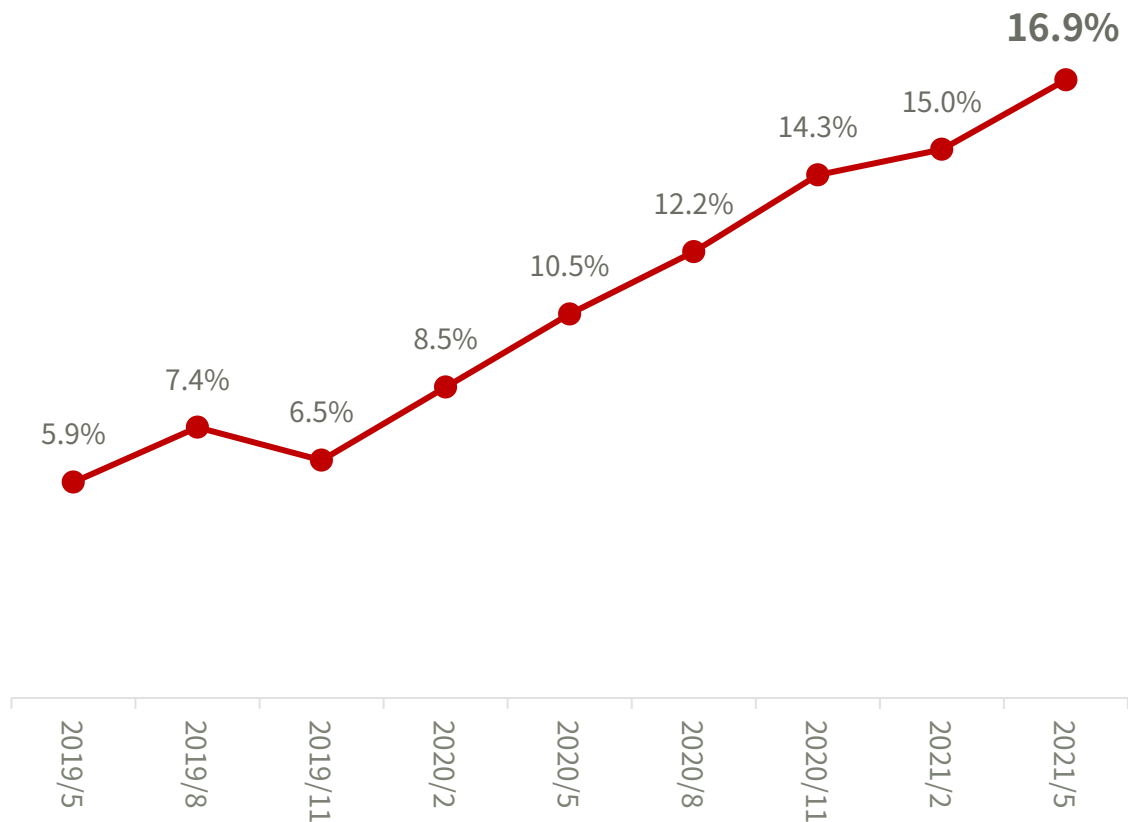
KPIに影響を与えた施策

- データ総集期からDX期へと移り、AIアナリストSEO / AIアナリストADといった実行・実装系ソリューションの販売促進を重視する戦略を継続
- AIアナリスト登録サイト数の伸びは巡航速度が続く

1. 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

クライアントの視点にそった提案と新規商材の投入により、クロスセルが進展

AIアナリスト以外のプロダクト事業売上高とクロスセル率¹の推移



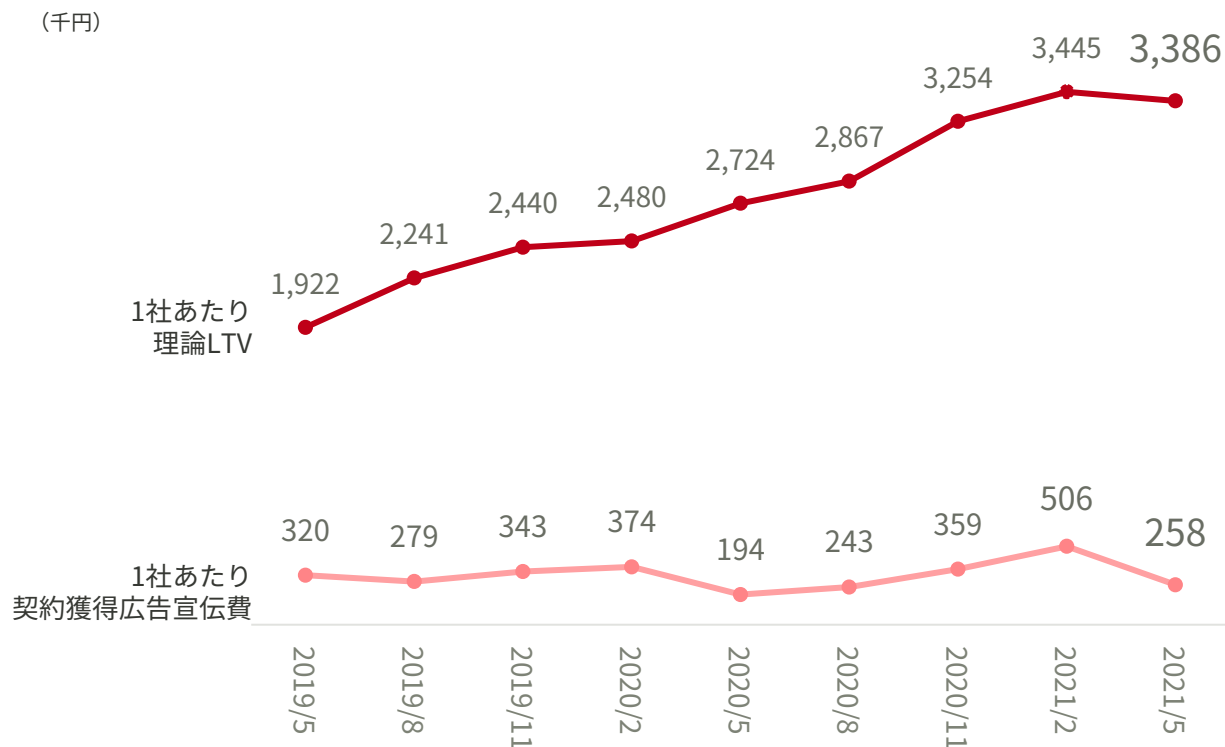
KPIに影響を与えた施策

- AIアナリストで得た信頼および成果に関するリリースなどをきっかけとして、クロスセルの営業を推進
- AIアナリストとAIアナリストADを重ねて契約するクライアントが主に増加

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)

1社あたりリカーリング売上高が横ばいとなり、理論LTVは3,386千円と足踏み

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



¹ 1契約を獲得するのに掛けたコスト（先行投資）を、その後を受け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=プロダクト事業の当月を含む(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に影響を与えた事象

- ・ 契約ハードルとなる初期費用の割引を継続。前年同四半期比および前四半期比ともにLTVを押し下げ
- ・ 前年同四半期比では1社あたりリカーリング売上高および解約率ともに改善したことで、LTVは増加
- ・ 前四半期比では、2月の先行投資から新規獲得が先行。1社あたりリカーリング売上高は横ばいに

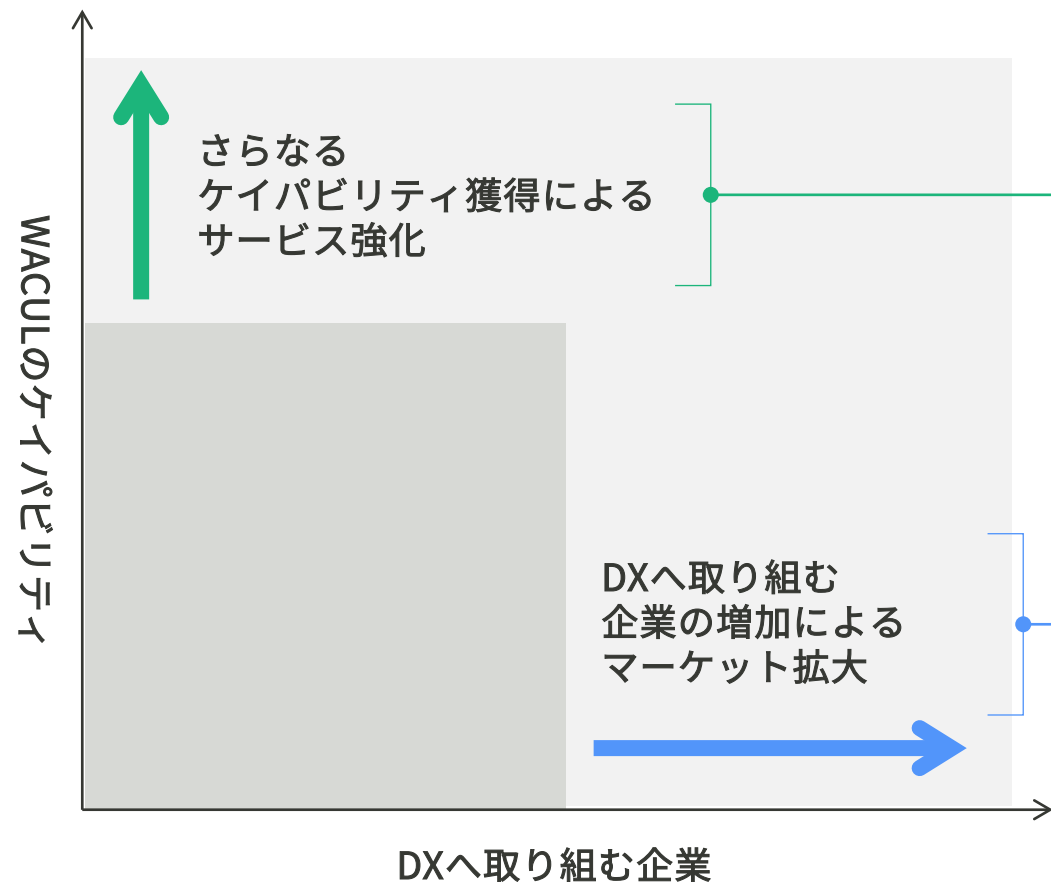
	前年同四半期比	前四半期比
1社あたり理論LTV (千円)	2,724	3,445
当四半期実績との差異	+24.3%	△1.7%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	減少
1社あたりリカーリング売上高LTV	増加	横ばい
1社あたりリカーリング売上高	増加	横ばい
社数ベース12ヶ月平均解約率	改善	横ばい

ビジネスアクション

2022年2月期 第1四半期の取り組みについて

2軸での成長を推進。そのための5つの打ち手を継続して打ち続けていく

成長を続けるための基本的な考え方

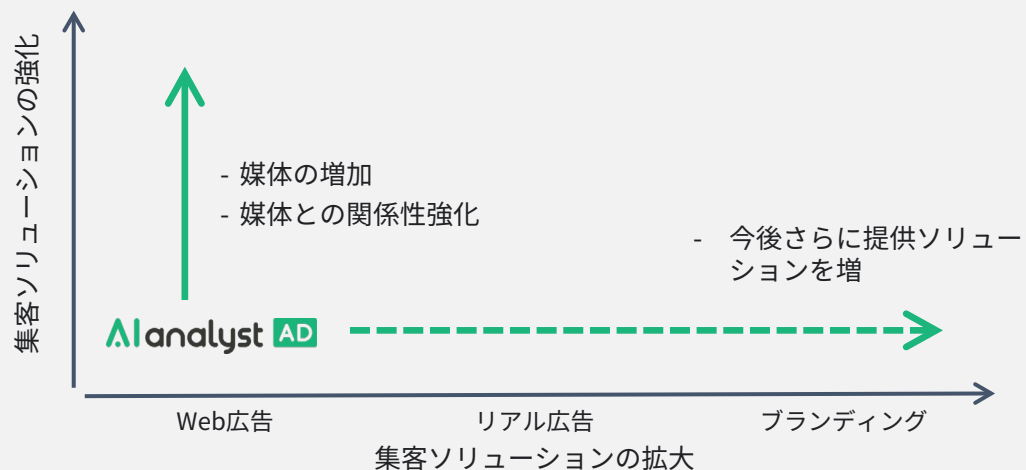


投資を行う具体的な打ち手

- 1 新規商品投入と既存商品を絡めたプロダクトの積み上げ
- 2 バリューチェーンの拡張
- 3 新規ソリューション開発のためのパートナー連携
- 1 拡大する市場を獲得するためのマーケティング投資
- 2 ポジショニングを意識した差別化の推進

集客ソリューション強化・拡大の一環として、AIアナリストADの提供サービスやマーケ施策を強化

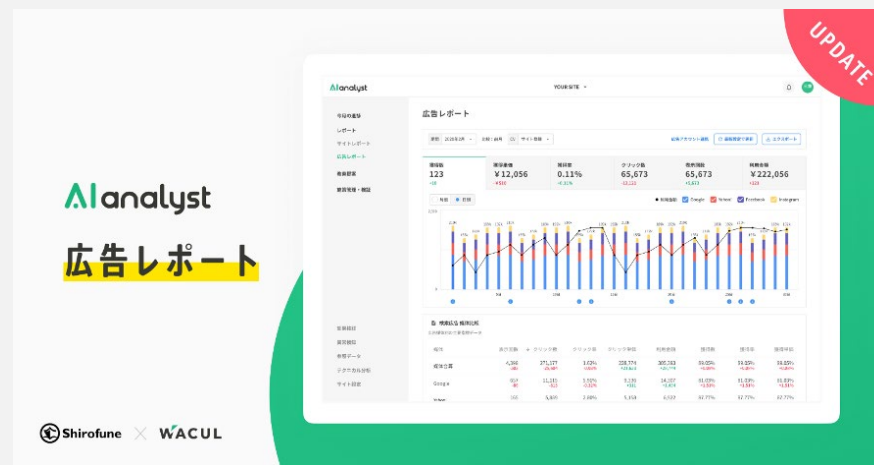
集客ソリューション強化・拡大の一環で、AD事業に媒体を追加



施策の狙い

- 現在、集客ソリューション強化・拡大をすすめている
- 22/2期Q1には「AIアナリストAD」のソリューションの深さを取り扱い媒体として、Criteoプラットフォームを追加。効率性の高いリターゲティング広告についても支援が可能に

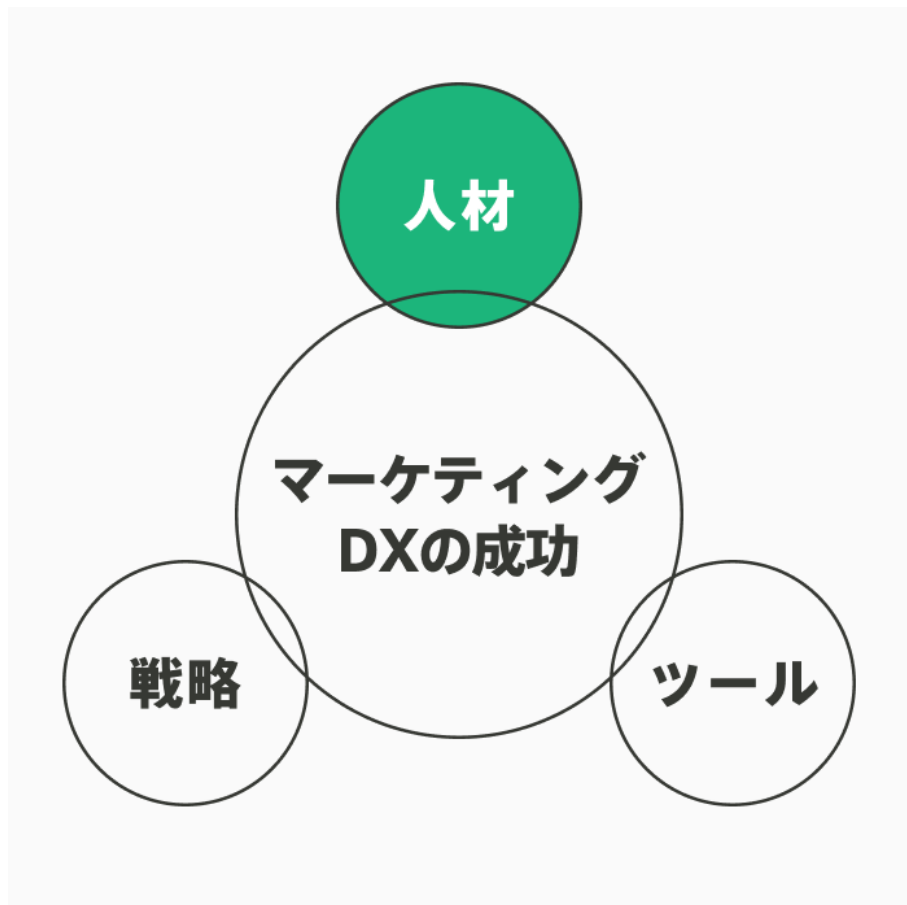
広告レポートの無料提供をフックにAIアナリストADを拡販



施策の狙い

- AIアナリストの広告レポート機能を強化し、データ分析にかかる工数をさらに減らし、マーケターへの利便性を向上
- 広告レポートの無料提供をフックに見込み顧客獲得を推進中
- AIアナリストADとのソリューションのつながりも強化。クロスセル率の向上へ貢献を期待

“人材”領域サービスを開始。当社の知見、1社あたり売上高の増加と解約率低減を目指す



施策の狙い

- “戦略”や“ツール”だけでなく、“人材”もマーケティングDXの成功に欠かせない。しかし、多くの企業がデジタルマーケティング人材の不足に悩んでおり、マーケティングDXを行えていない
- 当社は、これまで提供してきた戦略コンサルティングやツールの提供に加え、人材面でも行うことで、顧客のマーケティングDXの実現に貢献していく
- まずは、BtoB企業向けに、マーケティングDXのオンライン研修¹を提供
- 新規顧客だけでなく、既存顧客へも当該人材サービスをクロスセルすることで、当社の知見にもとづく“勝ちパターン”を実現
- それにより1社あたり売上高の増加や解約率の低減を目指す



BtoBマーケティングDXオンライン研修の参加申し込みサイト

¹ オンライン研修は6月に募集開始を行い、第1期を7-8月におこなう

DXコンサルの顧客蓄積が進むと同時に案件規模も拡大したことが売上増に貢献

順調な新規獲得と既存顧客への継続案件獲得が進展

新規大型案件の
獲得

- 大企業とコネクションのある紹介元の獲得



信頼獲得からの
PJ拡大

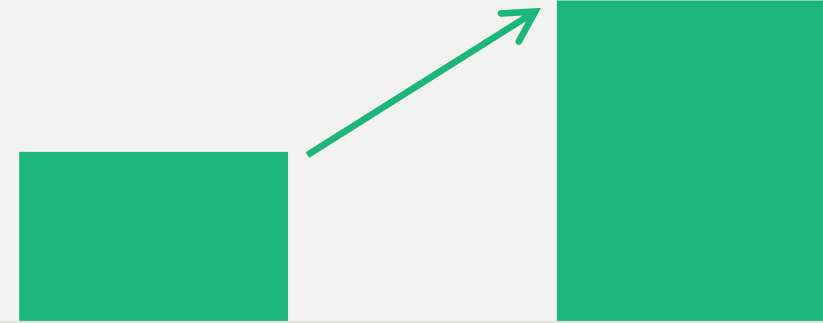
- 戦略立案から実行支援フェーズへの移行
- プロジェクトを支援後の、別部署への横展開

施策の狙い

- DX市場拡大とともに、紹介案件が増加
- 1プロジェクト(PJ)で信頼を獲得後、実行フェーズの伴走や同様のプロジェクトの別部門への横展開を進めるなど、顧客との関係性を育成

値上げや選別受注で、案件規模が前期平均¹から約1.9倍に拡大

1案件の金額規模
約1.9倍



21/2 Q1-4

22/2 Q1

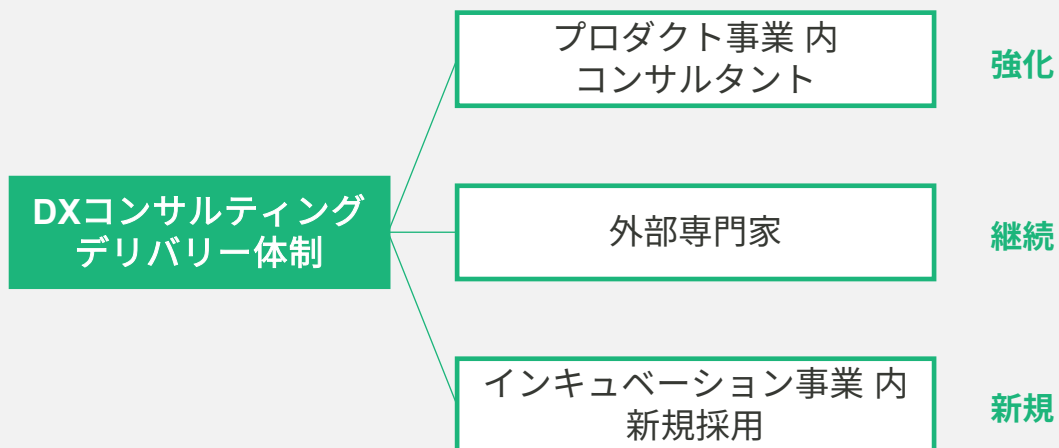
施策の狙い

- 需要の高まり、上場や書籍出版による信頼性の高まりを受け、DXコンサルティングのプロジェクト単価を値上げ
- 受注の際に、収益性の高い大型案件を優先して受注
- 上記をうけ、案件ごとの金額規模が拡大

¹契約終了日ベース

今後も需要の見込めるDXコンサルのデリバリー強化と徹底した効率化に着手

採用による内部組織強化でデリバリー体制を強化



施策の狙い

- DX市場拡大を好機と捉え、デリバリー体制の強化を進める
- 「AIアナリスト」の顧客支援を行うカスタマーサクセスチームのメンバーからのアサイン/引き上げや、外部の優秀な業務委託コンサルタントを組み入れることで、キャパシティを拡大
- インキュベーション事業本体への採用での組織強化にも着手

AIアナリスト搭載前の知見を提供する新ソリューションを開発



施策の狙い

- DXコンサルティングは、知見開発など尖った案件を高単価に行う一方、「AIアナリスト」のツールによるサポートのあいだに空白が存在
- DXコンサルティングで生み出された知見が「AIアナリスト」に機能として搭載されるまで、“型化されたコンサル”として効率的に提供
- 「AIアナリスト」の機能化までのスピードアップにも資する

今期の見通し

2022年2月期通期業績予想について

コロナ感染症拡大の動向などDX市場の第2四半期以降の見通しは不透明なため、22年2月期従来業績予想を維持

(単位：百万円)	2022/2 業績予想	2021/2	
		実績	増減率
売上高	1,052	712	+47.8%
売上総利益	875	615	+42.2%
売上総利益率	83.2%	86.4%	△3.2pp
販売管理費	645	543	+18.7%
営業利益	229	71	+220.7%
営業利益率	21.9%	10.1%	+11.8pp
経常利益	228	56	+301.3%
純利益	225	83	+170.0%

売上高／売上高成長率

1,052百万円／47.8%
2022年2月期／前年対比

売上総利益率

83.2%
2022年2月期

1社あたり理論LTV

4,397千円
2022年2月

Appendix

会社概要

当社の成り立ちと事業の概要

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	5億2963万円(2021年5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	https://wacul.co.jp/
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 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月に代表取締役就任

取締役 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。イノベーションを推進

取締役 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、取締役就任。ファイナンスを推進

取締役 井口 善文

慶應義塾大学卒業後、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取締役就任。ビジネス拡大を推進

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

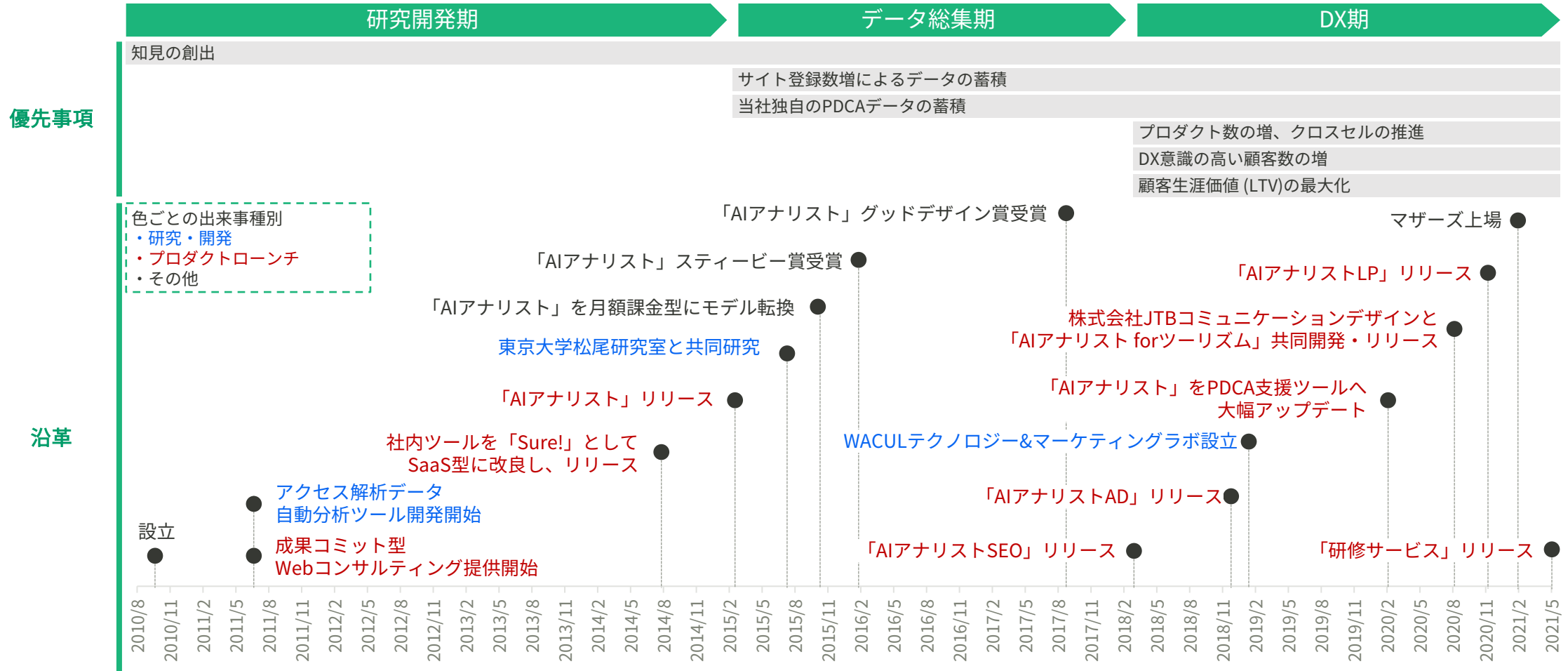
取締役（非常勤監査等委員）梅本 大祐

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¹が必要不可欠に

社会課題・背景

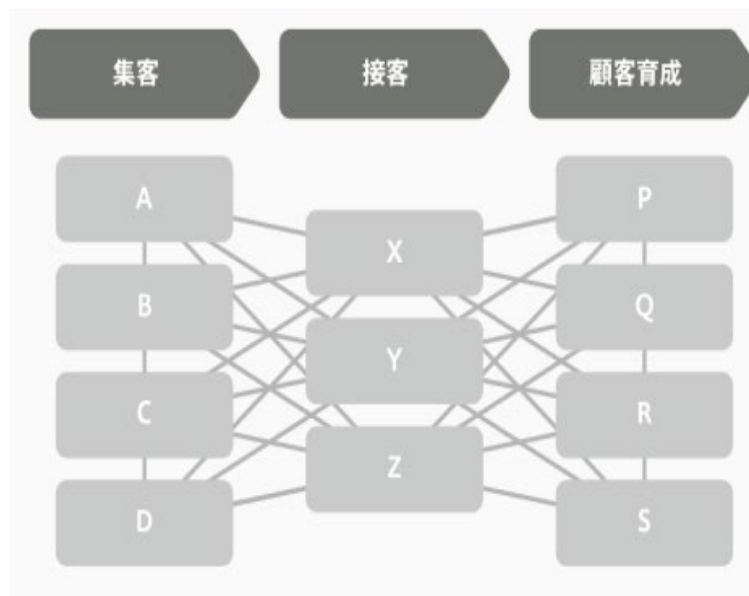
複雑化する社会に対し、人材やシステムを理由に遅々として進まないデジタル化

- 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



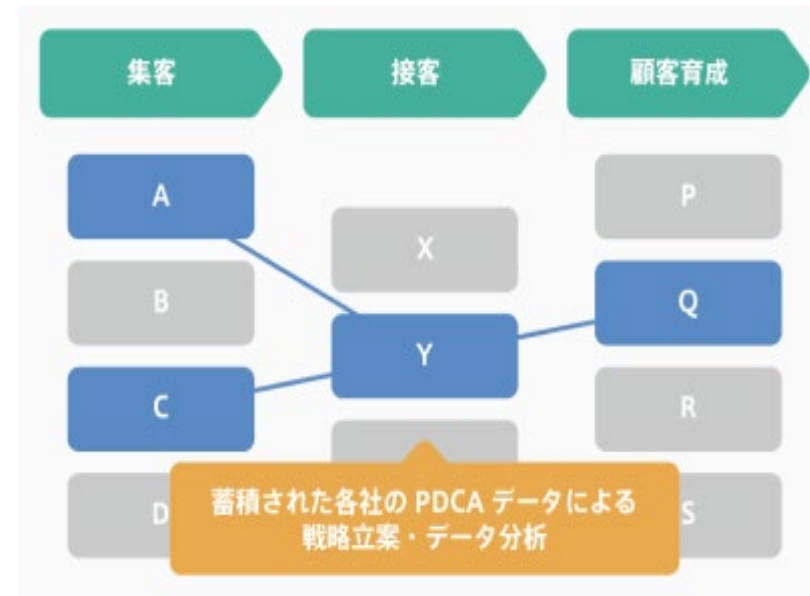
顧客企業 個社ごとの課題

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。



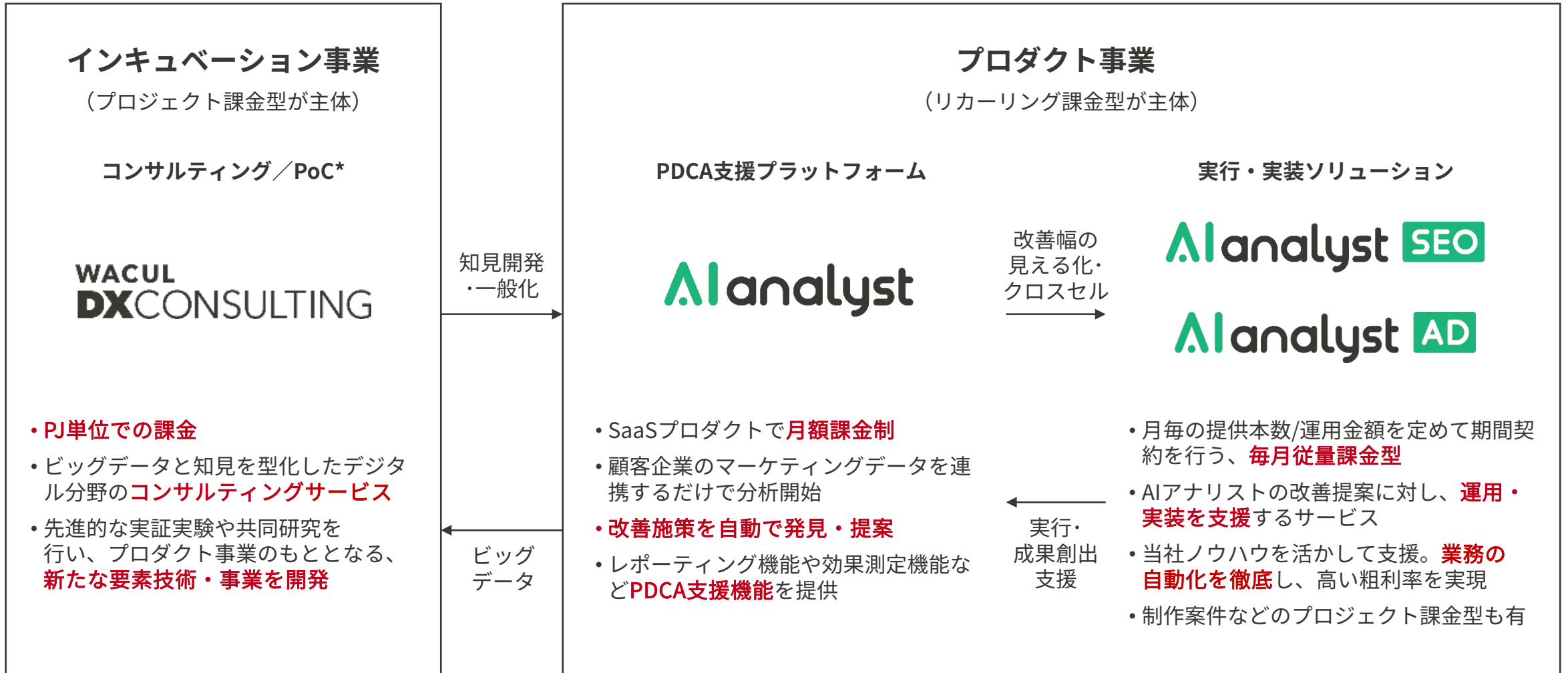
当社のソリューション

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。



¹ 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、上流から下流まで展開



¹ 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

² 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、PDCA¹プラットフォーム



¹ 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



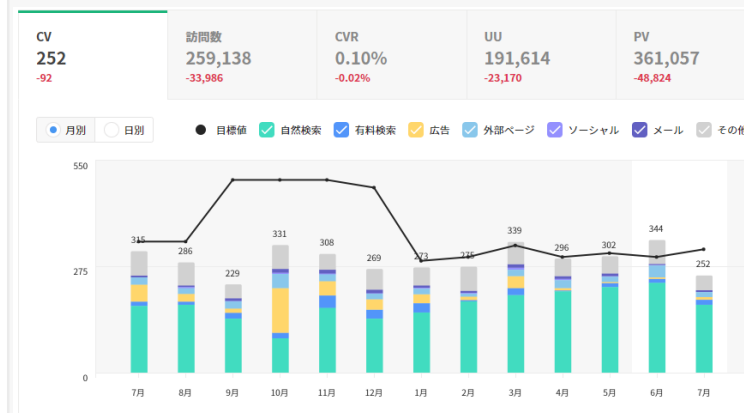
ユーザーのもつWebサイトのGoogleアナリティクス¹にログインして、ワンクリックで連携すれば設定完了。そのほかGoogleサーチコンソール²等もオプションとして連携可能。

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。

¹ 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。

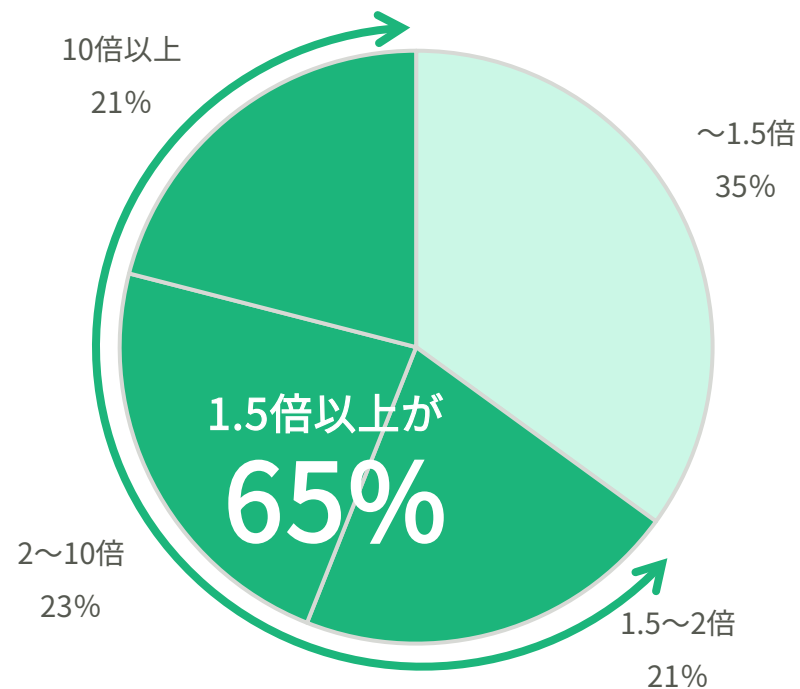
² GoogleサーチコンソールとはGoogleの提供するSEOツールであり、Googleの検索結果で自社のWebサイトがどれくらい表示されているかなどのデータを蓄積している。

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 アクセサリー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¹

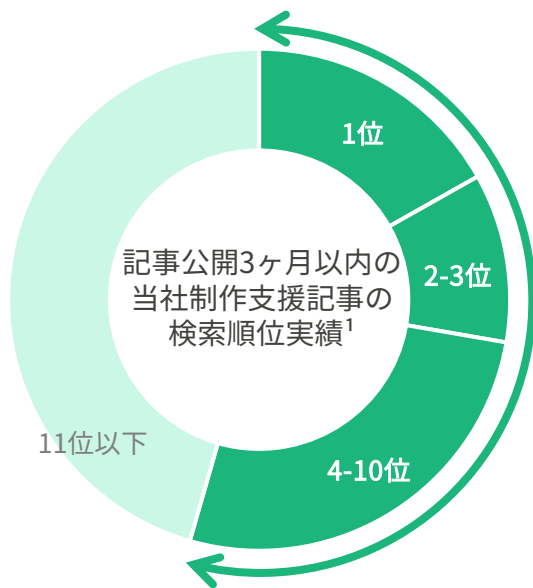
¹この効果測定はGoogleアナリティクスを用い、改善前と改善後の同期間のデータを用いた前後比較を、できる限り前提条件等を揃えた上で、コンバージョンレートの変化を調査しています。また、顧客にもデータの確認を行っていたうえで改善の判定を行うことにより客観性を担保しています。成果調査の詳細は当社リリース『2.3万サイトが利用する「AIアナリスト」、施策の73%がサイト改善に成功』https://wacul.co.jp/pressrelease/aia_marketing-7/ 参照

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²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)

¹ 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

² 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コンサルティングおよび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	KPI設計と実行施策検討	楽天投信投資顧問	<ul style="list-style-type: none"> 複雑な業界構造への理解にあわせた、適切なKPI設計 KPIの改善にむけた施策の提案と実行
	O2OビジネスのKPI設計	スタイリングライフHD	<ul style="list-style-type: none"> 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行動の解明 店舗売上高も含めた事業全体の売上高向上をゴールとした、ECサイトやアプリのKPI設計
	EC戦略立案	読売新聞東京本社	<ul style="list-style-type: none"> 読売巨人軍のEC売上高の増加をめざし、ファン行動の解明とそれにそった戦術設計までを含めたファンマーケティング戦略の立案
	顧客獲得フローのDX	エムエスティ保険サービス	<ul style="list-style-type: none"> 数百社もの買収により複雑化した顧客獲得までのフローの可視化 フローのうち共通化可能な部分の選定およびDXすべきポイントの明確化
技術開発	AIによるWebページのグルーピング	(自社向け開発)	<ul style="list-style-type: none"> 「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
	スマホゲームの課金者獲得率改善	オプト	<ul style="list-style-type: none"> 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
	再購買予測モデルによるリテンション率予測	(非公開)	<ul style="list-style-type: none"> 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

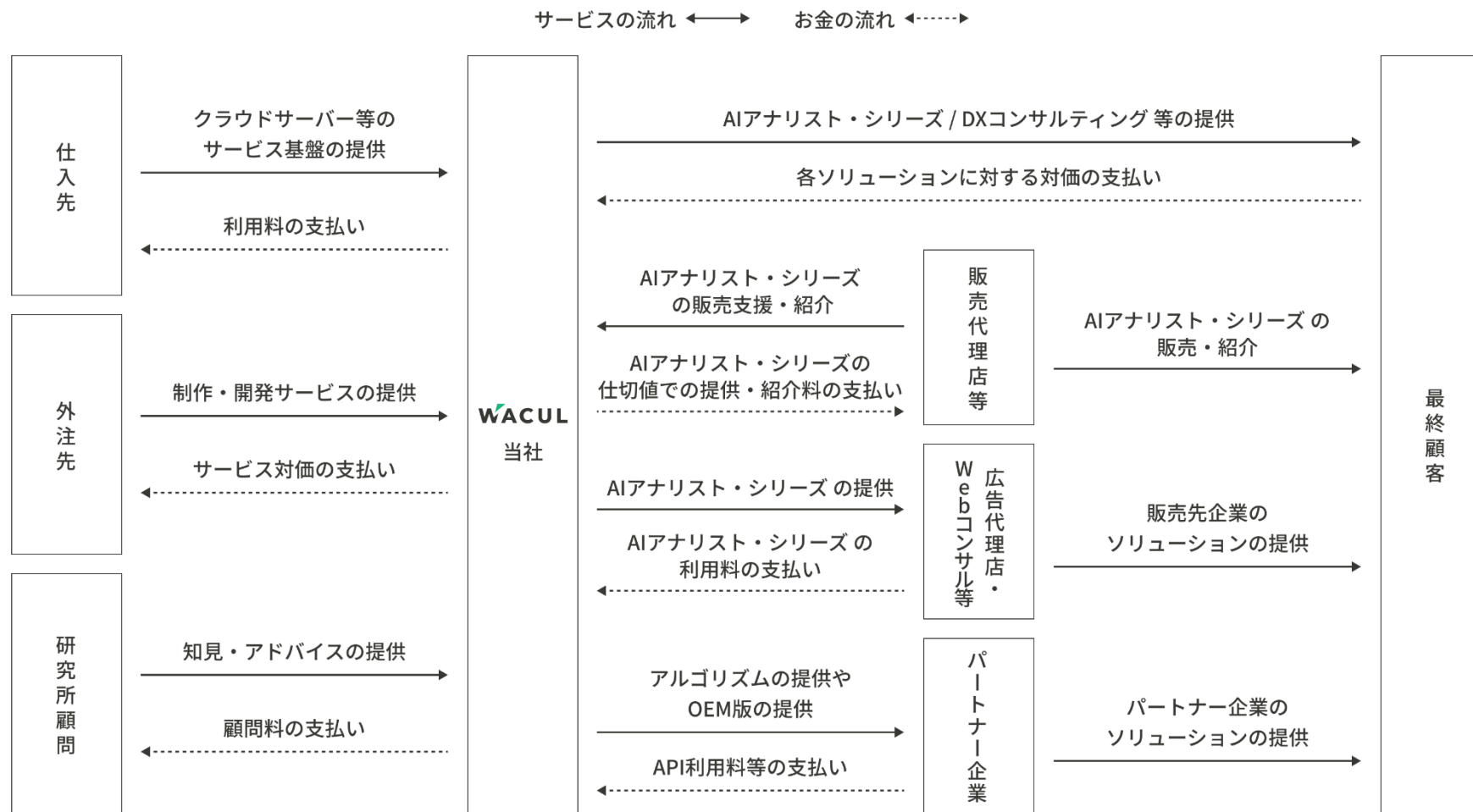
研究所では外部識者を招聘。外部知見もレバレッジしてテクノロジーとノウハウを進化

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



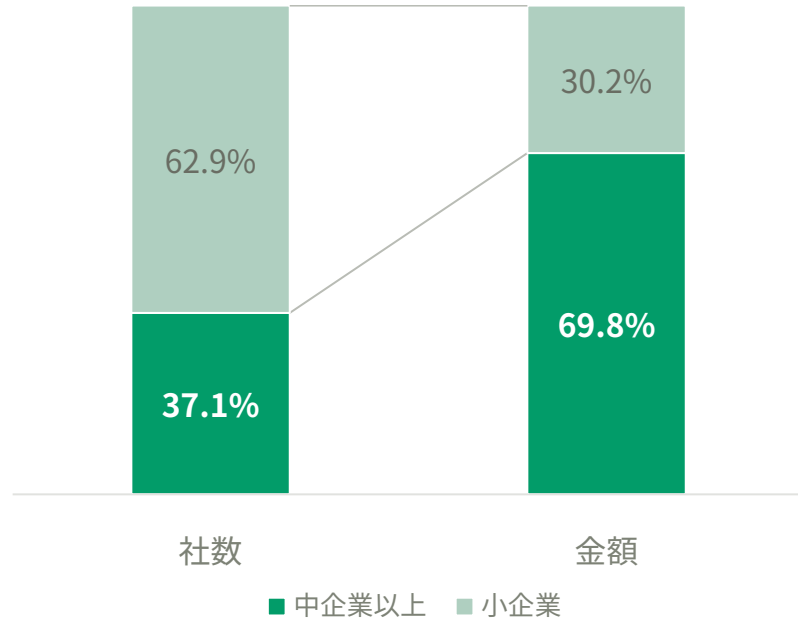
WACULの特徴と強み

当社の事業成長を支える4つの特徴と強み

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（22/2Q1実績）

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

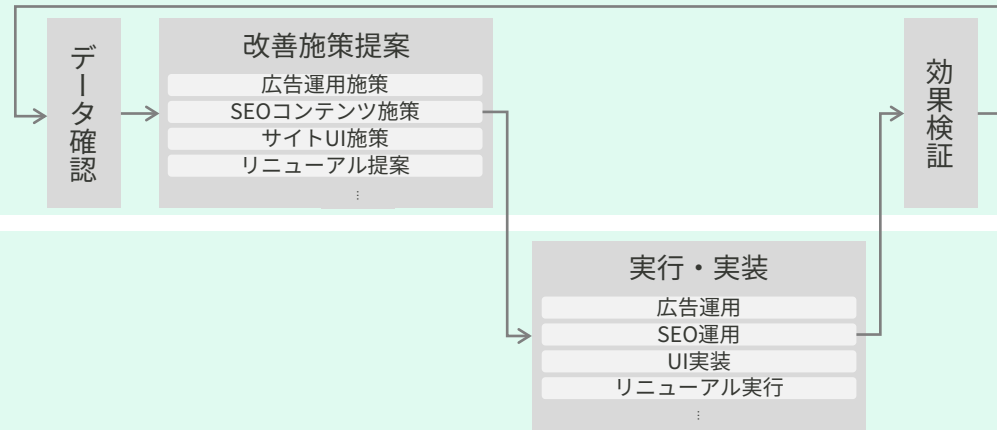
※ 総務省日本標準産業分類にもとづく

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



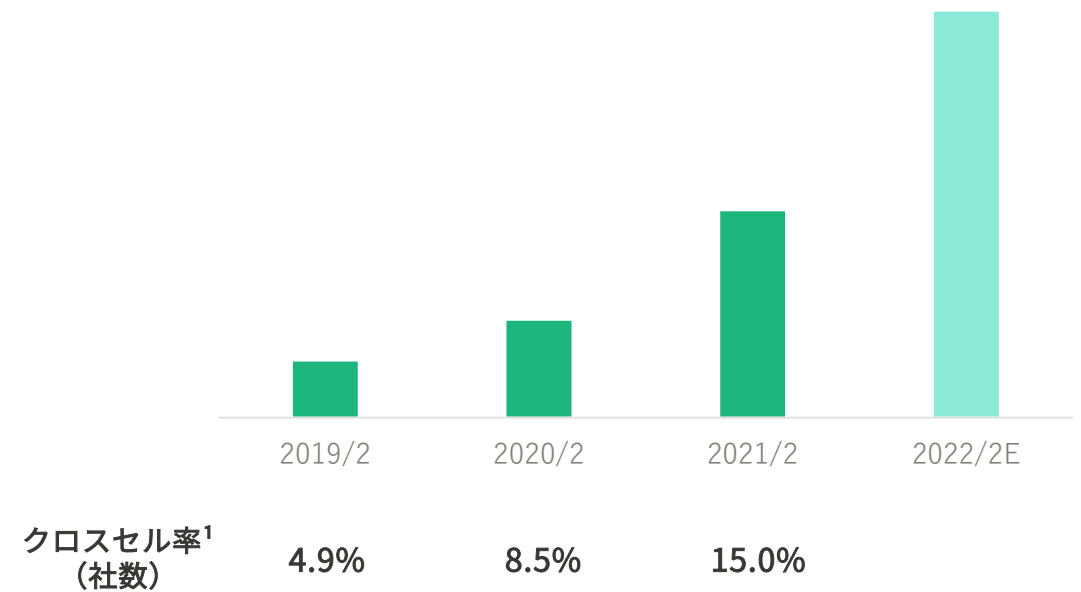
AIアナリストの改善提案に沿った、実行・実装メニューを今後さらに増やす

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



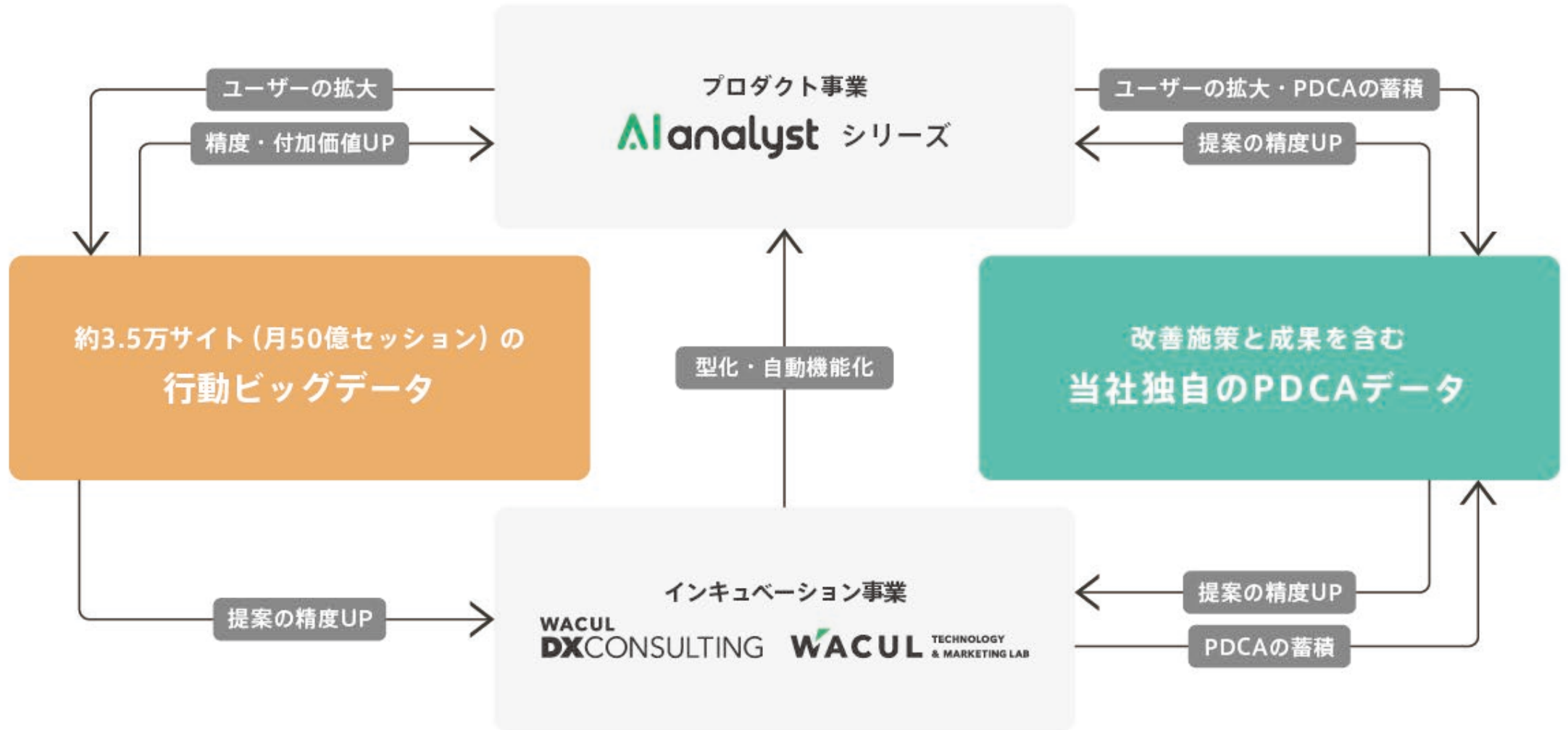
¹ クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADの3商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月3商材のいずれかを利用している全取引先社数)

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

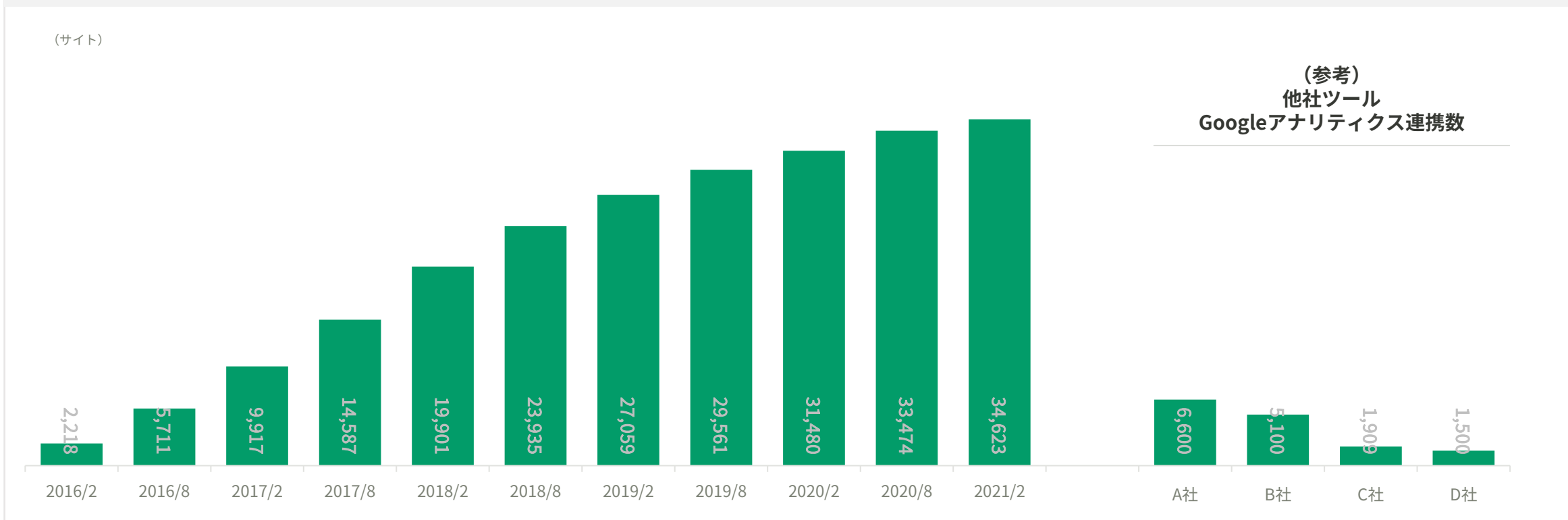


1 参考：連結されたビッグデータ数

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（2021/7/7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

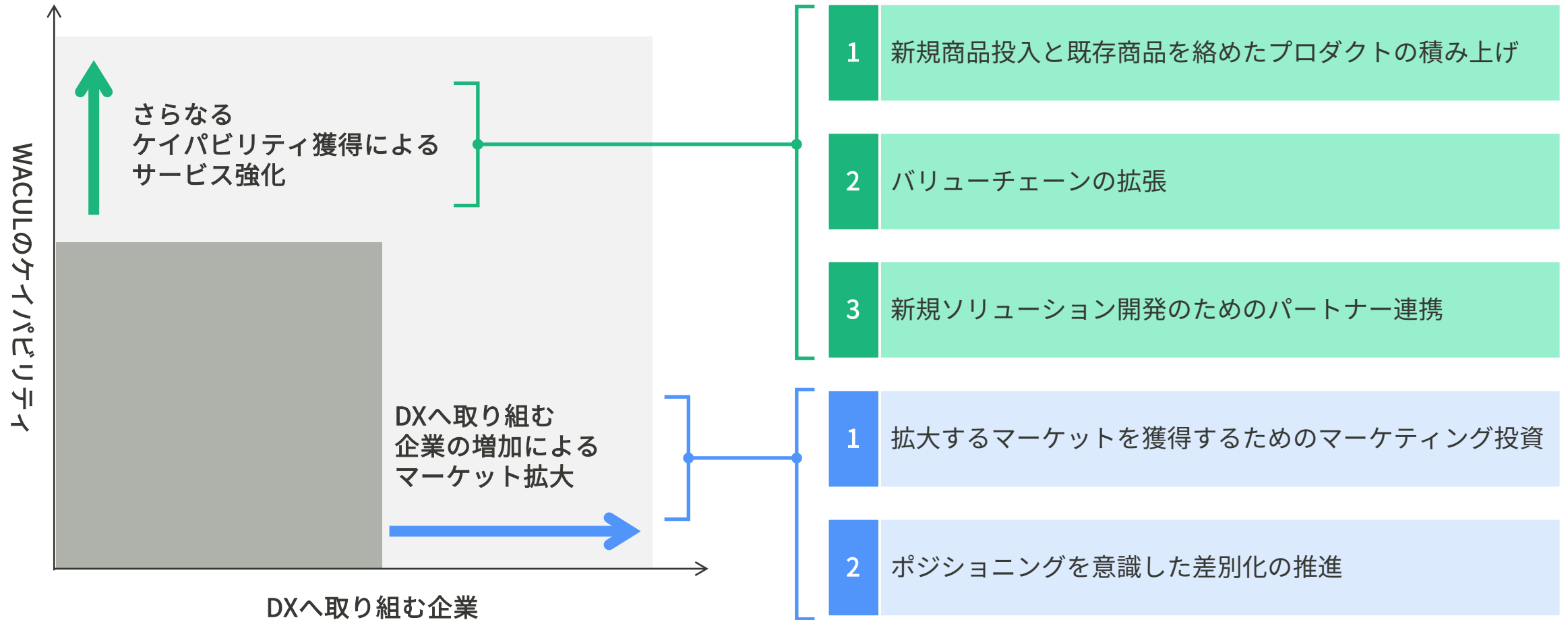
成長を続けるための戦略

当社が目指す2軸での成長、およびそれを実現する5つの方針

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

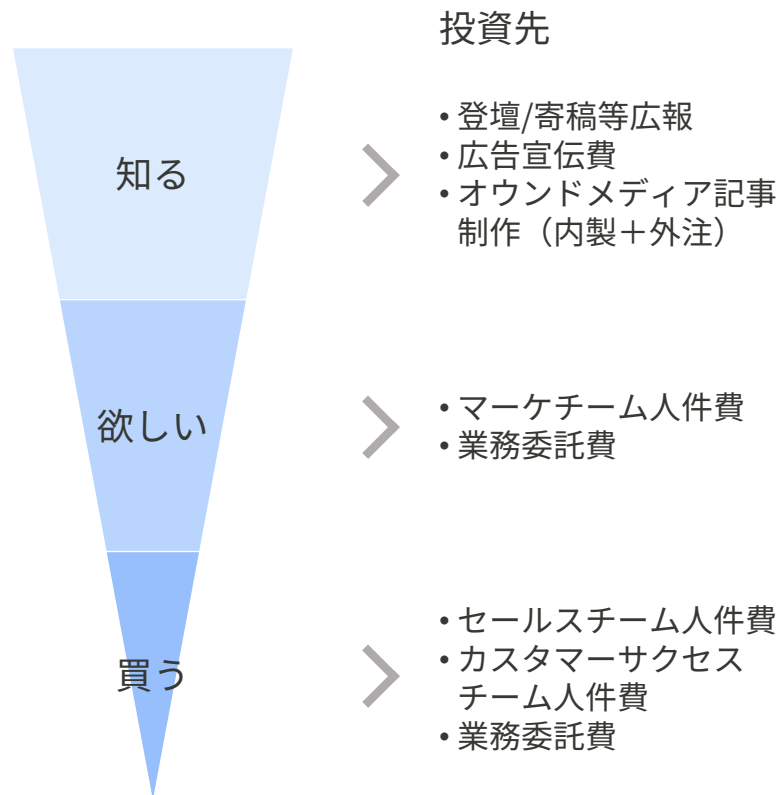
成長を続けるための基本的な考え方

投資を行う具体的な打ち手

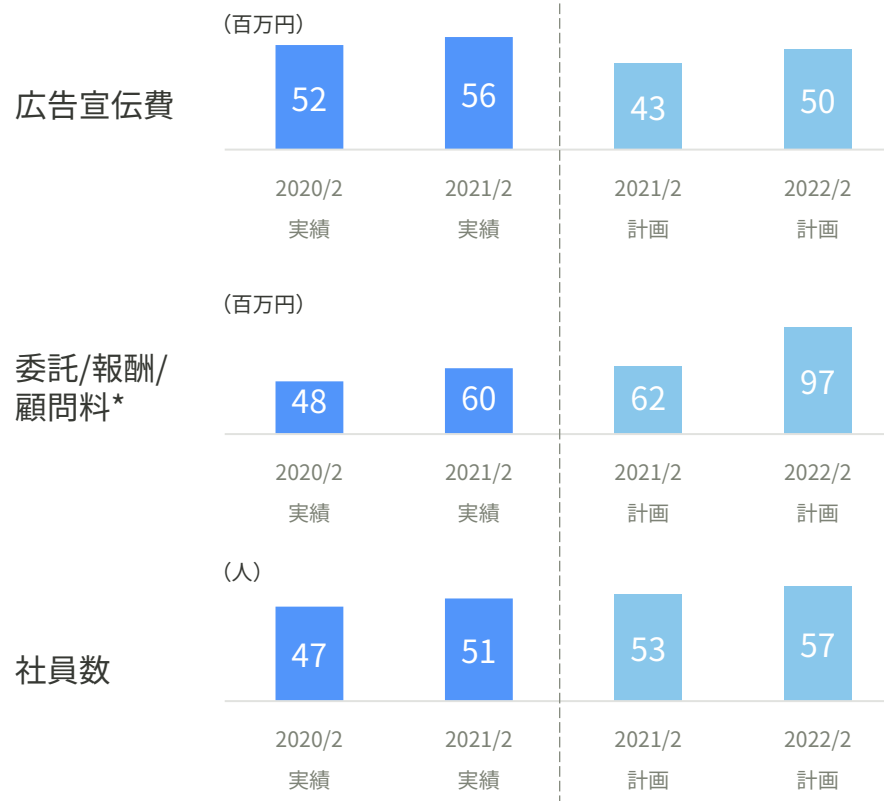


上場時の資金は、マーケティング&セールスに投下。広告宣伝費だけでなく人材投資を含み、成約までの各フェーズを強化することで新規契約獲得総額の増加につなげる

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

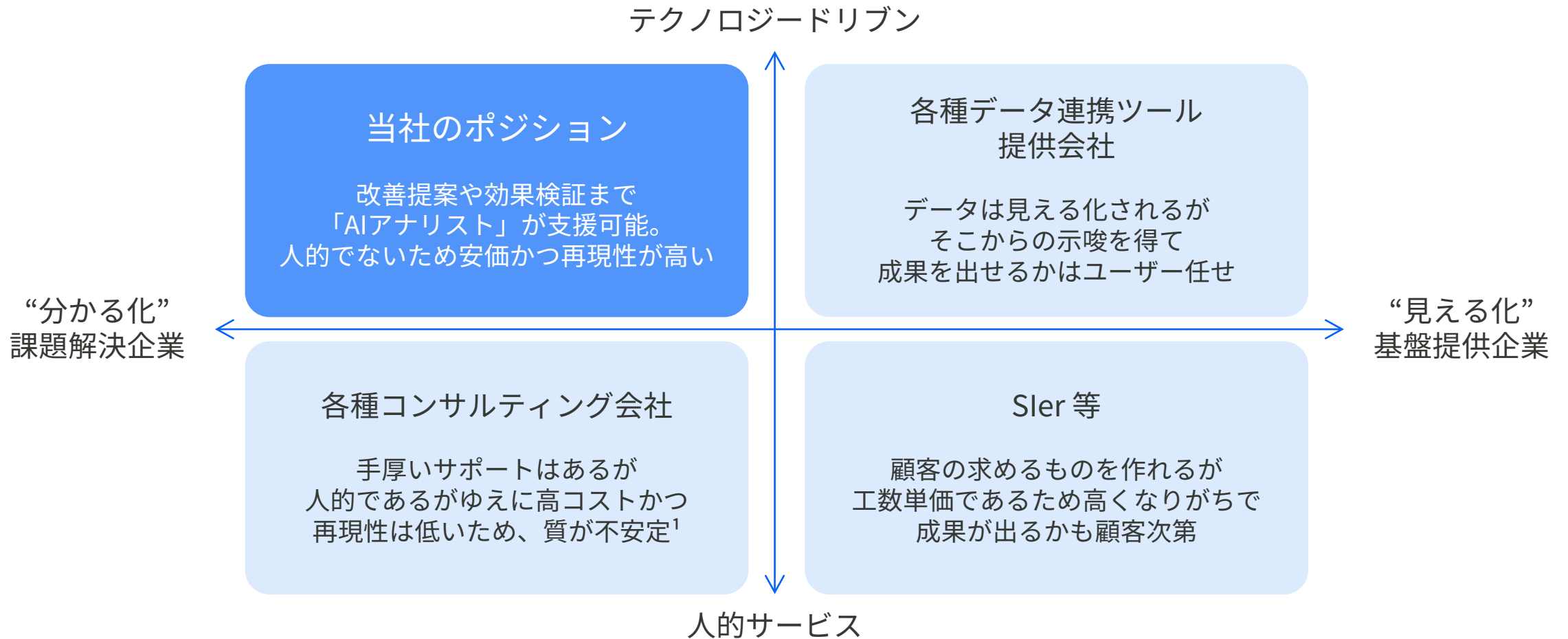


各種数値の動向

- ・ DX需要が旺盛であったため、来期への先行投資として21/2期は広告宣伝費を当初計画対比増額
- ・ 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



¹ 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～

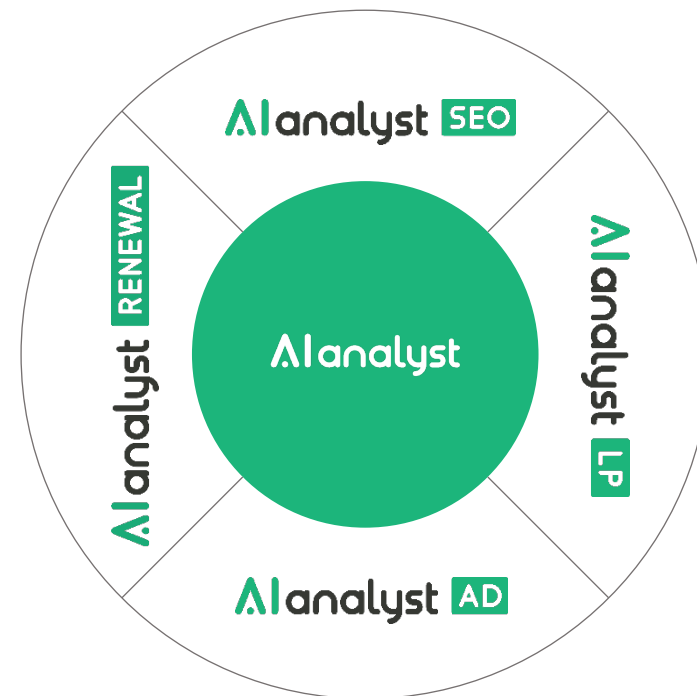
プロダクト群の提供

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

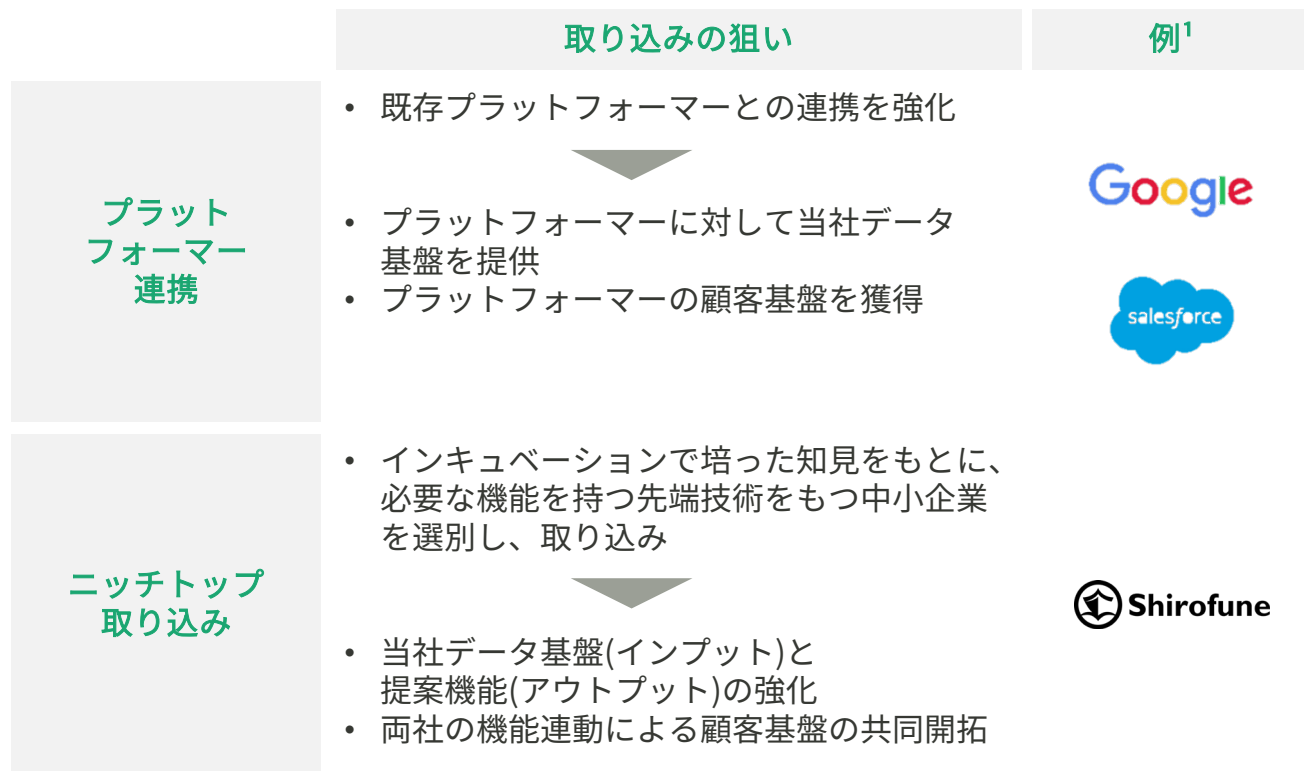
ベスト・プラクティスを元に、LP制作やサイトリニューアルも支援
LPは21/2期に販売開始済。リニューアルはテストマーケ中



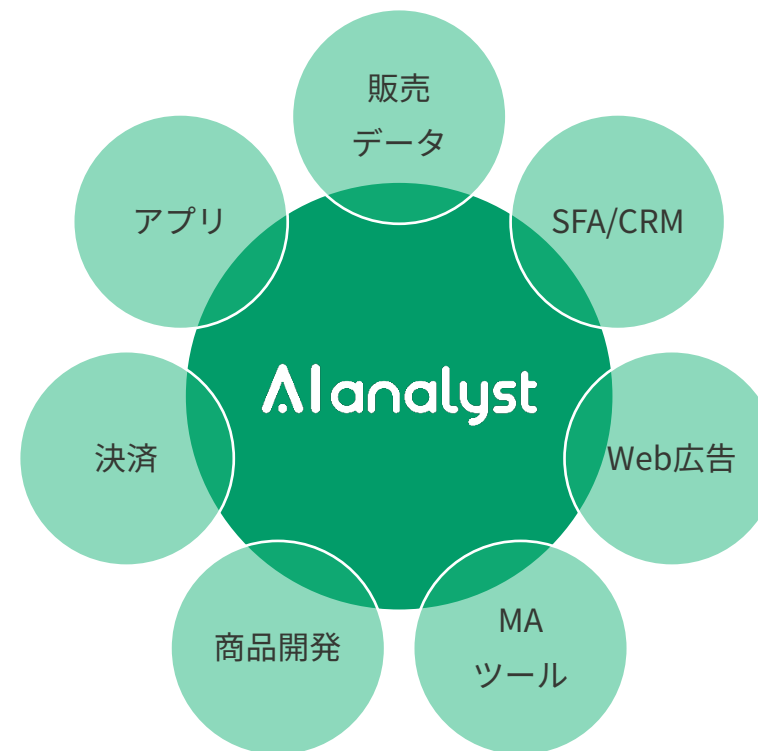
プラットフォーム化を通じて、企業のマーケティングDX全体を支援することでLTV最大化を図る

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ー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…

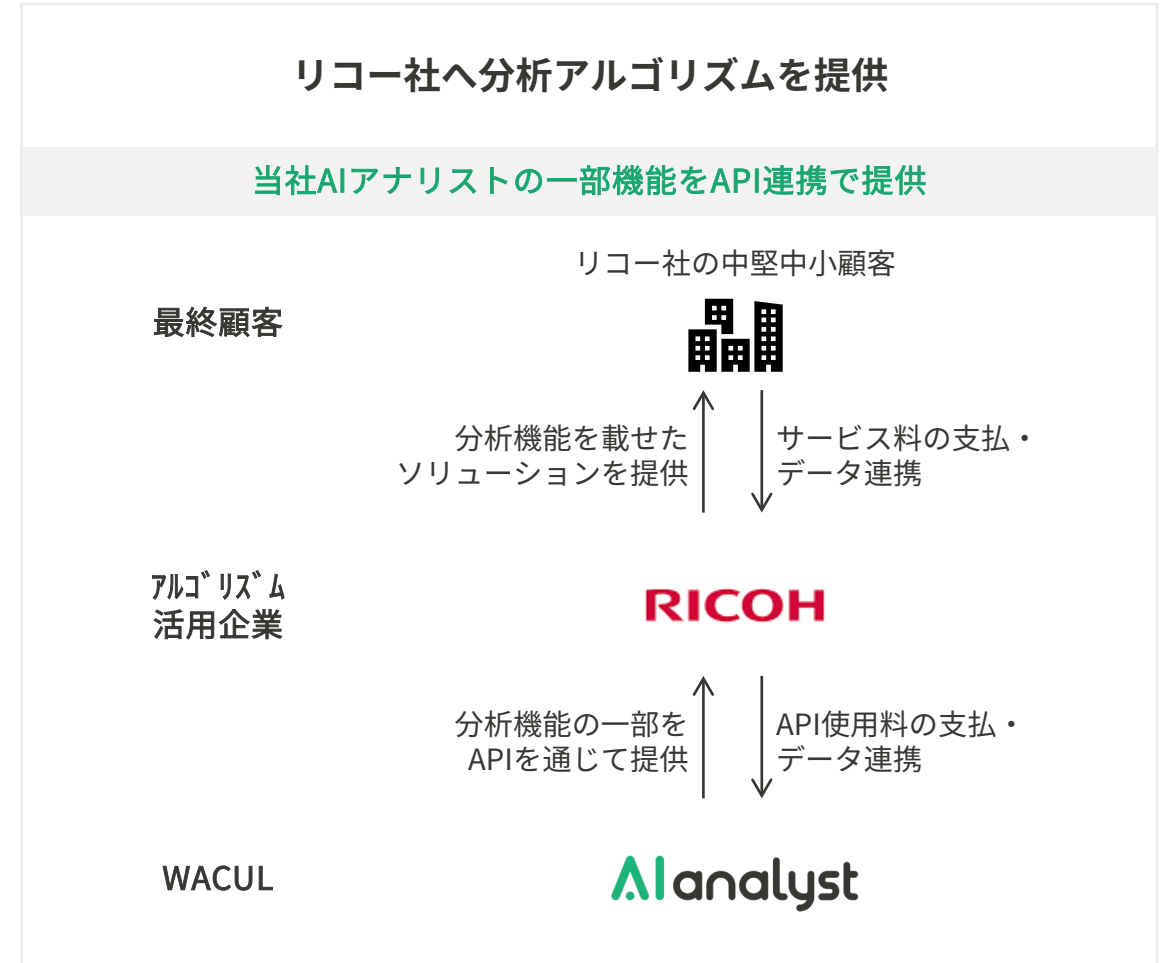
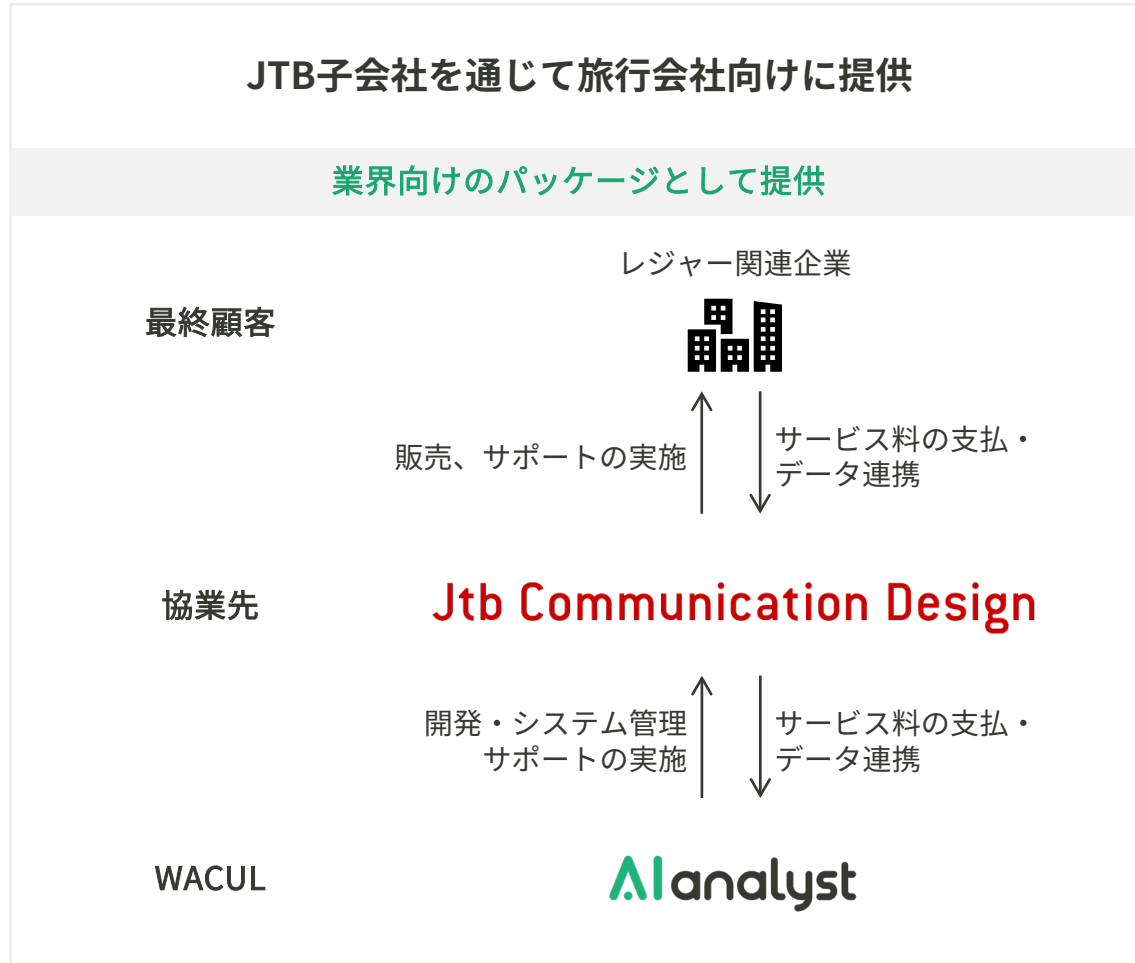


当社の提供可能価値を拡張する



¹ 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.のロゴマークは、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

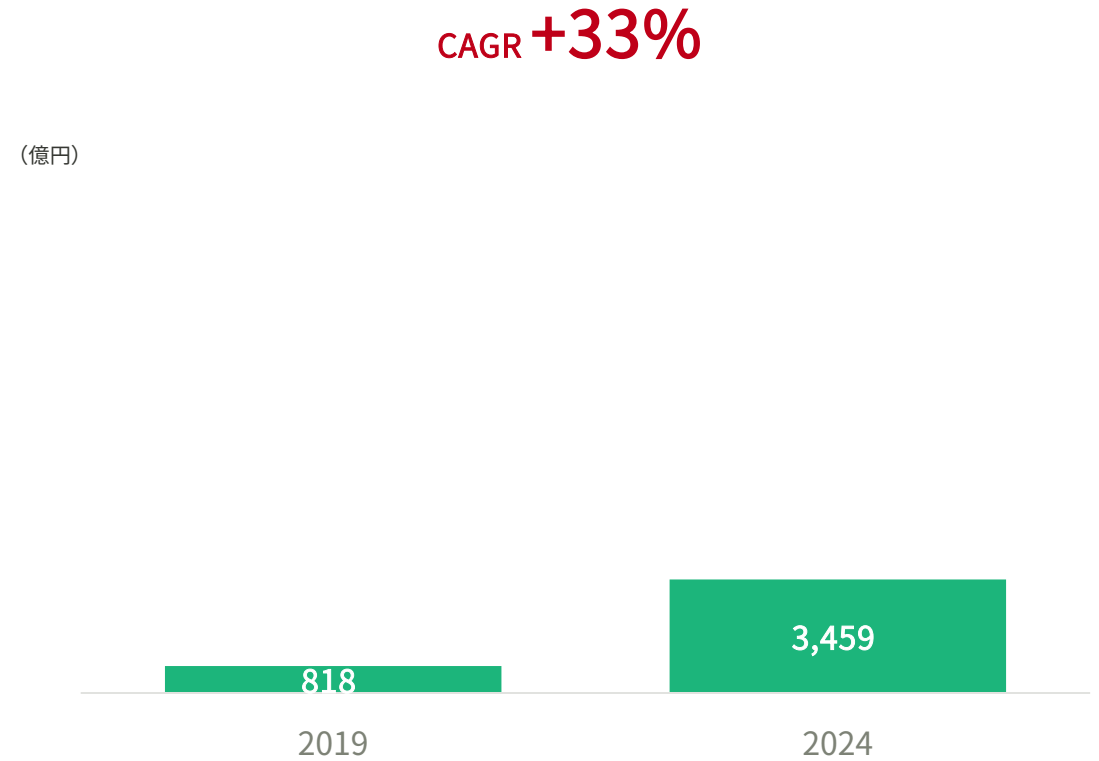
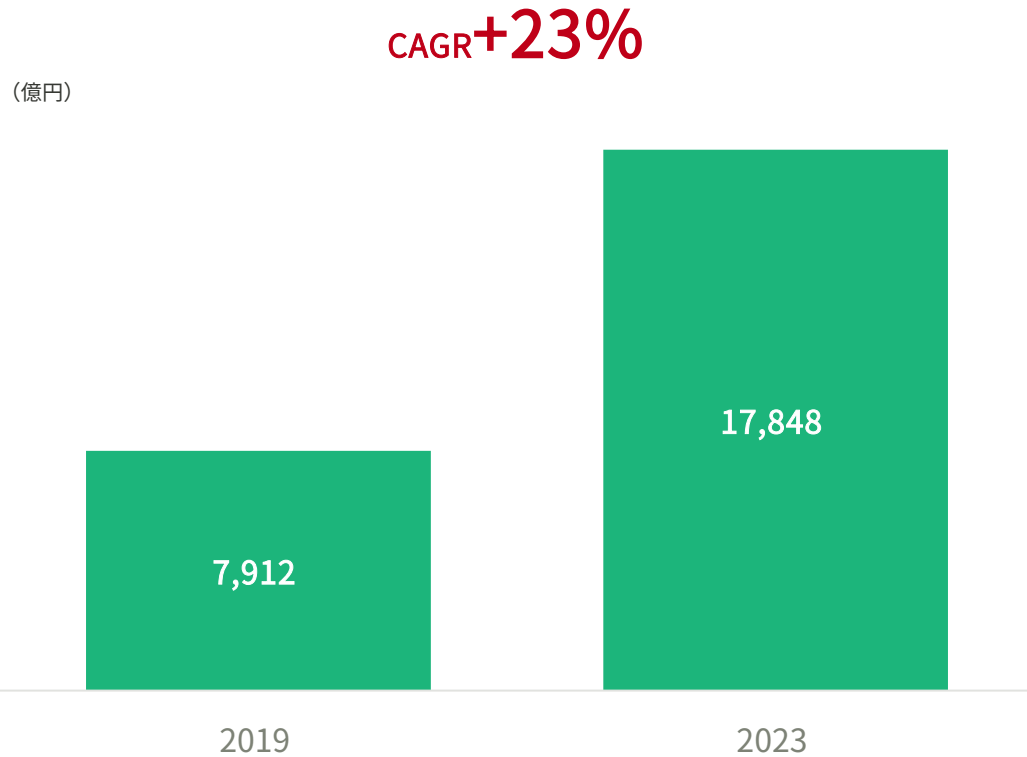


※上記2案件についてはすでに販売開始済み

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	<p>研修・認定</p> <p>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</p>	<p>提供開始</p> <p>22/2期Q1~</p>
		<p>人材マッチング ・派遣・紹介</p> <p>マーケティング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</p>	
	ファイナンス	<p>ファイナンス支援</p> <p>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</p>	
バリューアップ事業		<p>運用代行</p> <p>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</p>	<p>テスト提供中</p> <p>21/2期Q4~</p>
		<p>サイト買収・売却</p> <p>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</p>	

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

本資料について

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。

テクノロジーで ビジネスの相棒を一人一人に

Create your business partner
with technology