

2021年5月期 通期決算説明資料

Enjin

証券コード：東証マザーズ 7370

Agenda

01. 会社概要
02. 2021年5月期 通期業績サマリー
03. 2022年5月期 通期業績予想
04. Appendix

01. 会社概要





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。

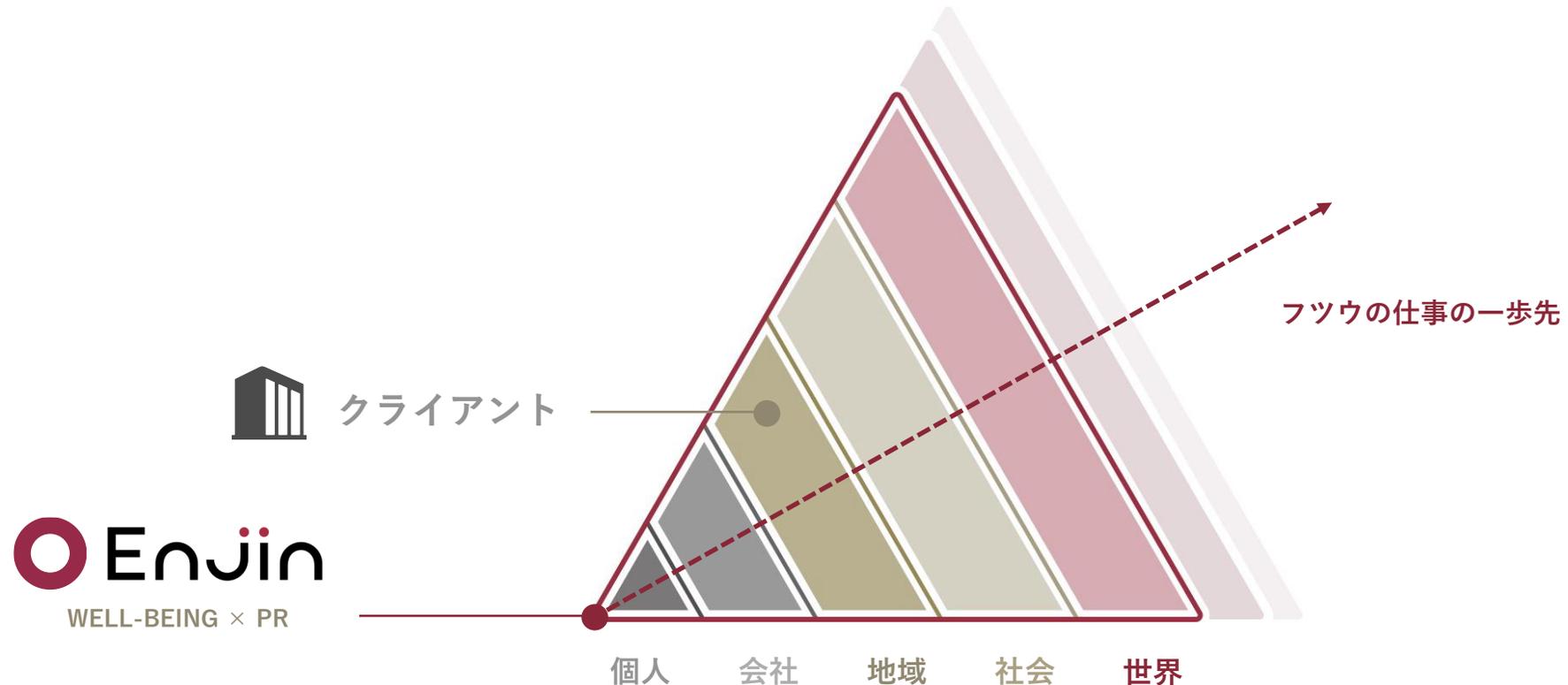
“OHANA”とはつながりを大切にし、経済的・精神的に結びつき、
互いに思いやり支え合う関係を表す言葉です。

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



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。

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

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

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

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

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

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



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

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ニシャルフィーと
掲載費の安定した継続的な収益



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。

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

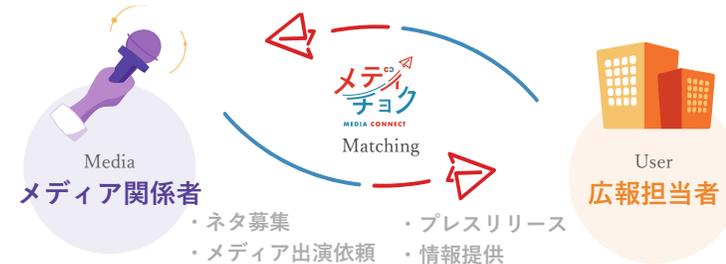
一般的にかかる作業 155時間

- ・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
- ・募集に対しての応募 10 時間

約155時間から
約11時間に **93%** 削減!
(※当社調べ)



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

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

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。

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。



経営者・富裕層へのアクセス力

5,000件以上
(当社実績)

決裁者例

- ・ 経営者 ・ 開業医
- ・ 大手企業勤務ビジネスパーソン

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

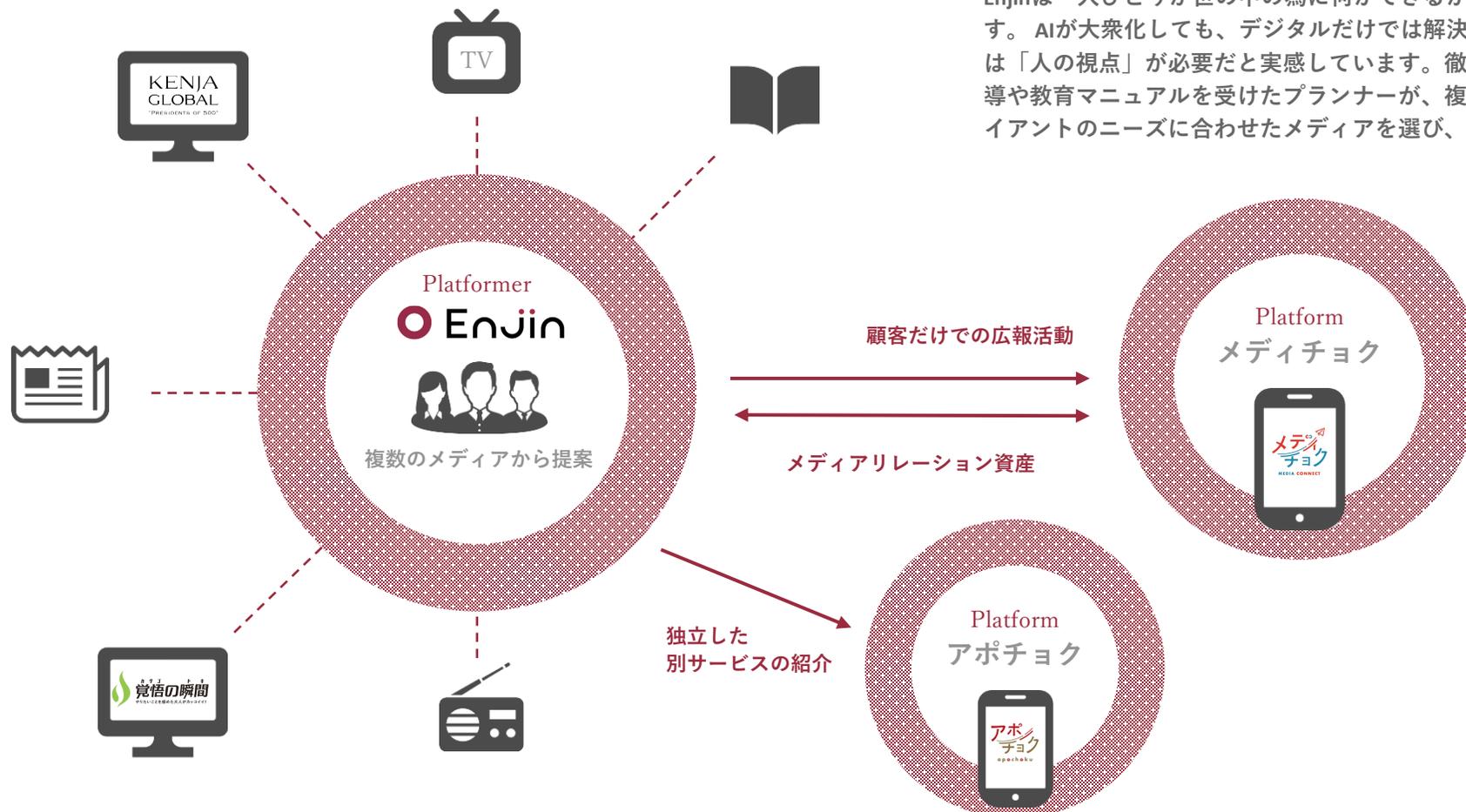
サービスモデル

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 当社の強み：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。

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



02. 2021年5月期 通期業績サマリー



売上高 **2,163** 百万円 前期比 + **41.5%**

POINT

新型コロナウイルス感染症の蔓延による緊急事態宣言発動に起因し、地方における取材活動の一部中止や延期、経済活動の低迷等の市場環境の悪化があったものの、営業活動のオンライン化等の対策を迅速に講じたことによりPR事業の運営に特段の影響はなく、顧客数および契約件数も順調に伸び、安定して成長

営業利益 **607** 百万円 前期比 + **100.5%**

POINT

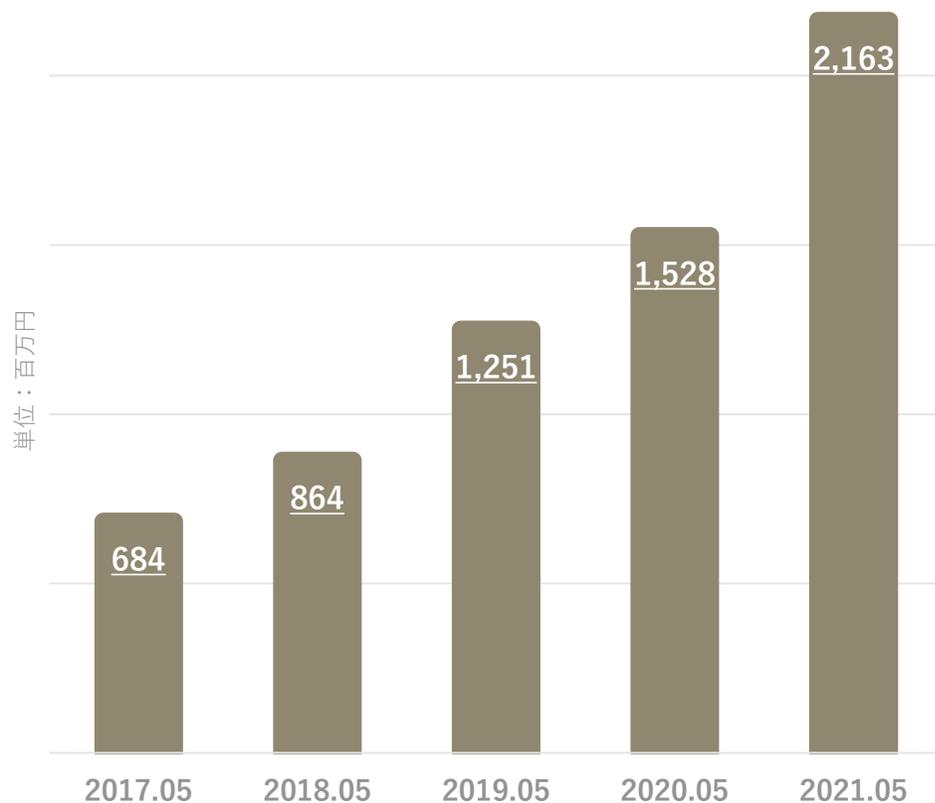
人員拡大に伴う人件費の増加は発生するものの対売上高比率は維持しており、かつオンラインによる採用活動の仕組化等による採用費および旅費交通費の削減を図ることができ、また先行き不透明感な外部環境の継続を見据えて諸経費を抑制できたことにより、営業利益率 **28.1%**（前年同期19.8%）を達成

(単位：百万円)

	2021年5月期 実績	2021年5月期 業績予想	2021年5月期 業績予想比	前期実績	前期比
売上高	2,163	2,122	+ 1.9%	1,528	+ 41.5%
売上総利益	1,696	—	—	1,194	+ 42.0%
売上総利益率	78.4%	—	—	78.1%	—
営業利益	607	499	+ 21.6%	302	+ 100.5%
営業利益率	28.1%	23.5%	—	19.8%	—
経常利益	604	498	+ 21.3%	309	+ 95.1%
経常利益率	27.9%	23.5%	—	20.3%	—
当期純利益	423	324	+ 30.6%	300	+ 40.9%
当期純利益率	19.6%	15.3%	—	19.7%	—

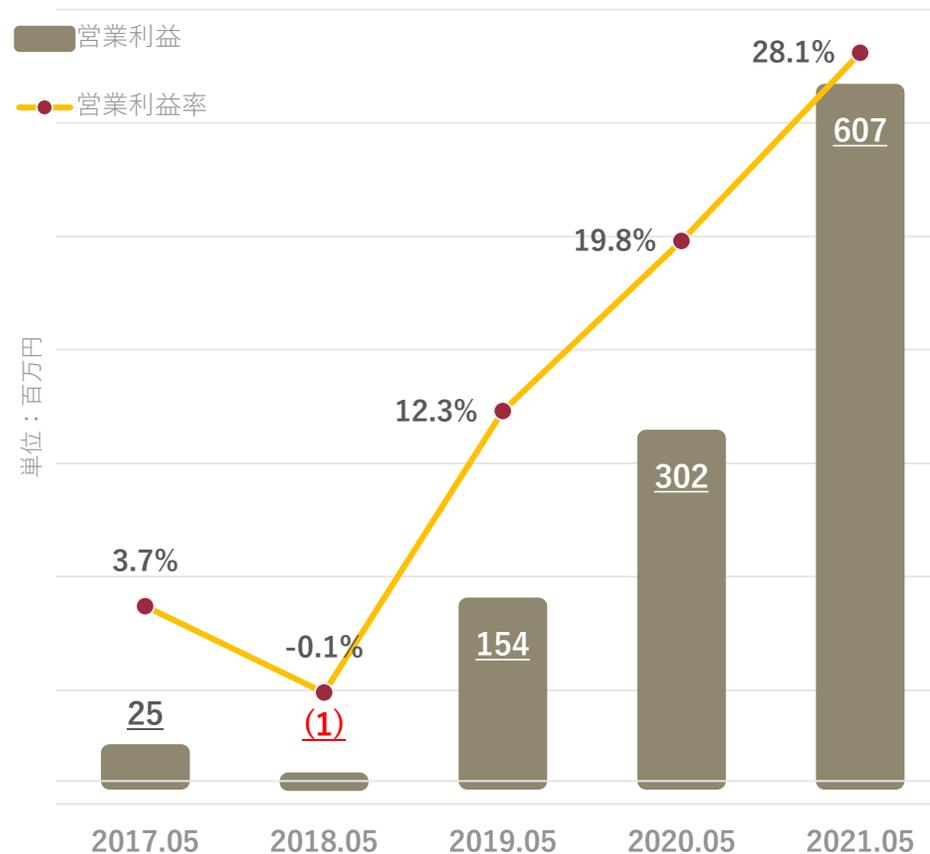
売上高

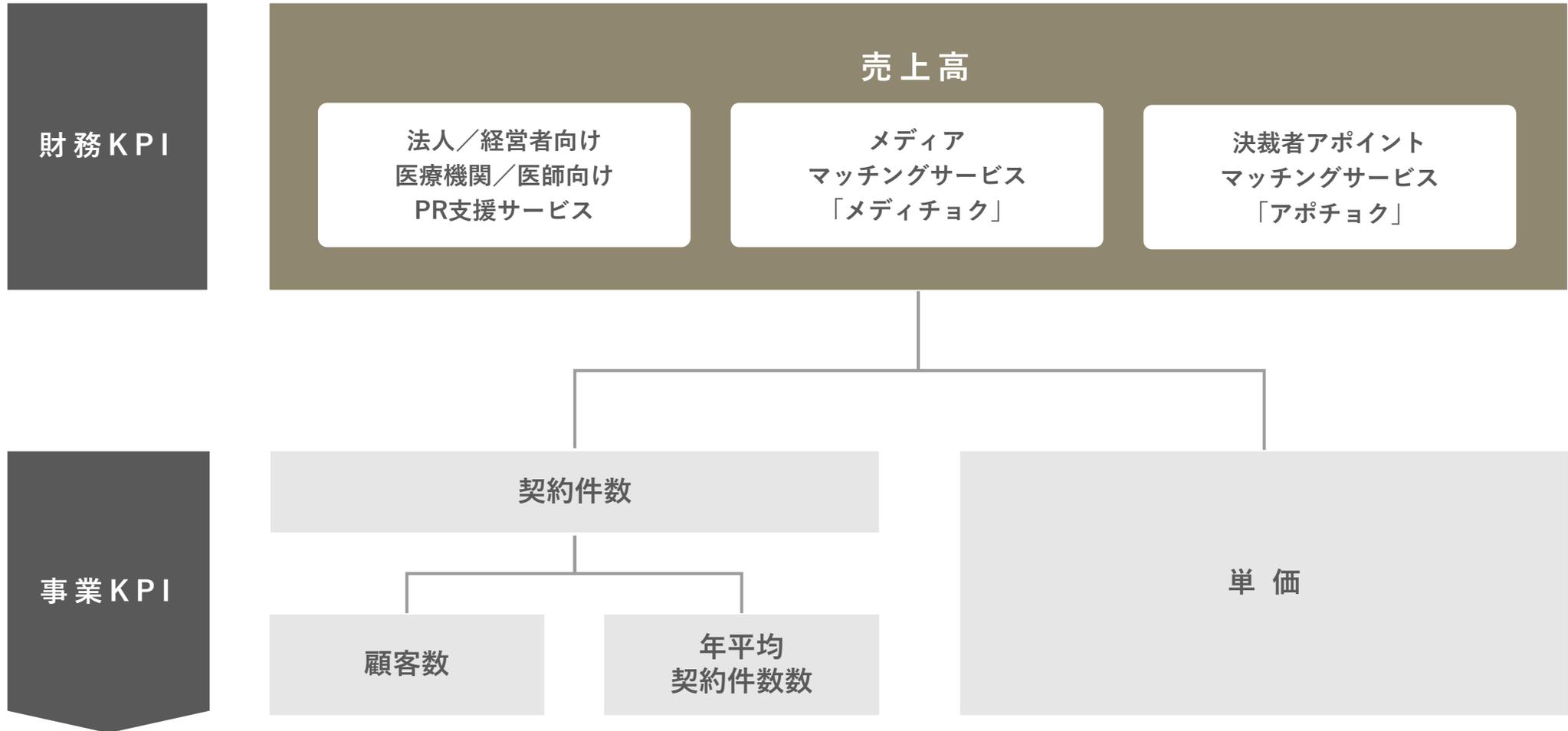
堅実に売上高を伸ばし続け、直近5期のCAGRは
+33.4%を達成



営業利益

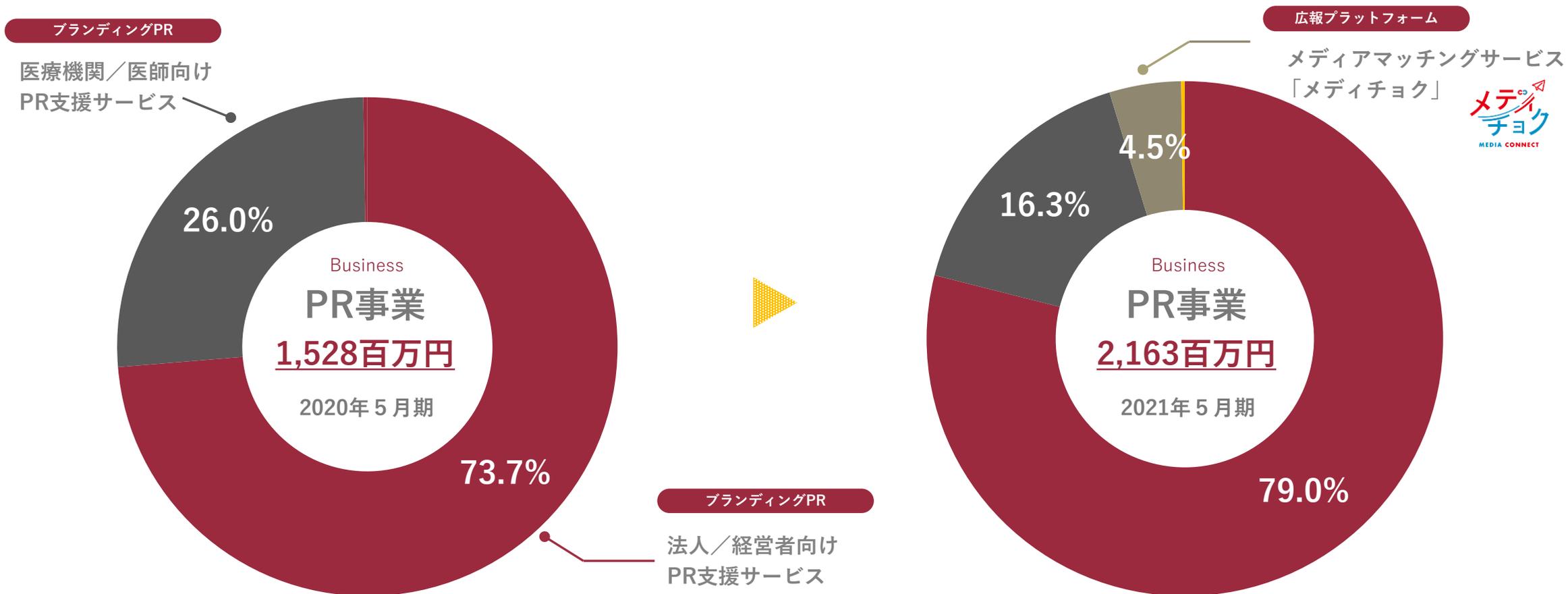
コスト削減に加え、高収益モデルにより営業利益
の向上を維持し、営業利益率 28.1%までに成長





法人／経営者向け・医療機関／医師向けPR支援サービスを中心とする安定した売上構成

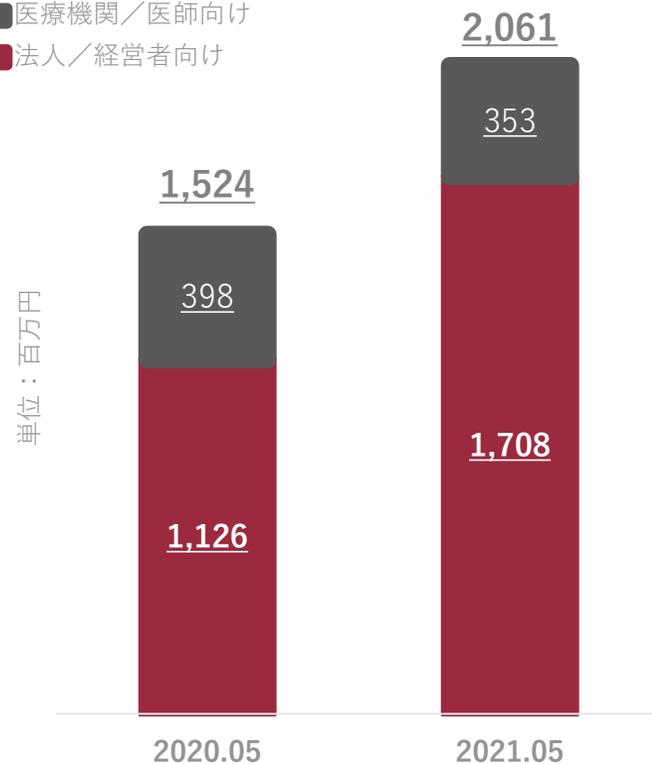
当社の売上の軸となるPR支援サービスは堅実に成長させながら、
新事業であるプラットフォームサービス（メディチョク・アポチョク）における売上高も創出



PR支援サービス

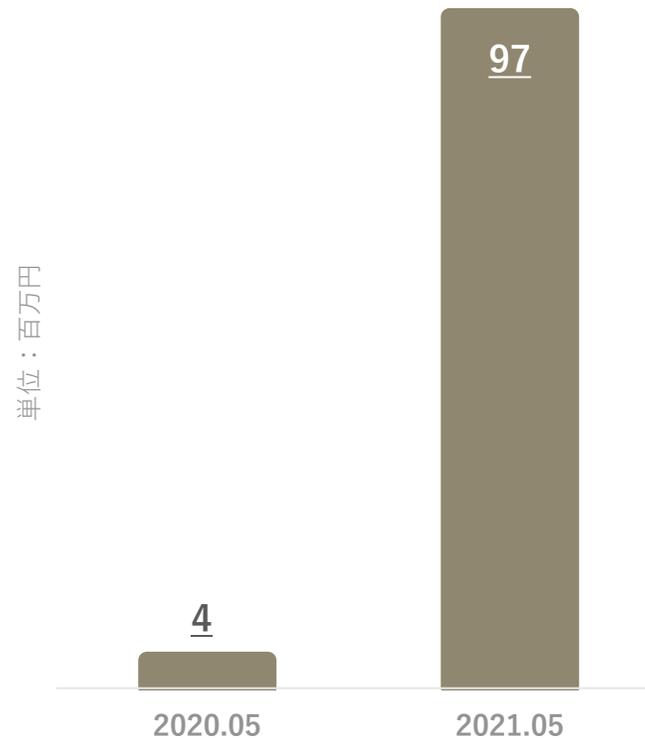
医療機関／医師向けは、情勢を考慮し、医療機関等への営業を控えたため、前期▲11.3%となったものの、中小・中堅企業を主軸とした法人／経営者向けは、前期比+51.7%と躍進

■医療機関／医師向け
■法人／経営者向け



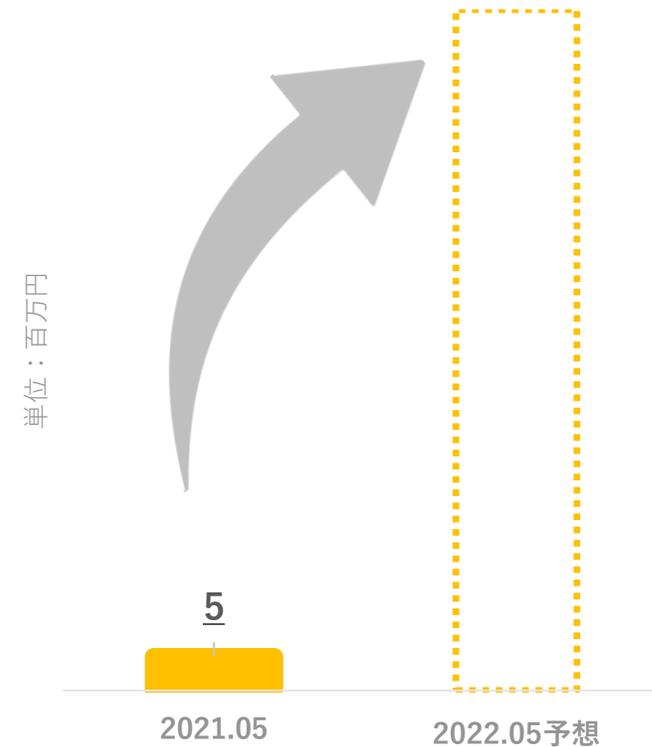
メディック

2020年1月のサービス開始後、順調に伸展し、前期比+92百万円



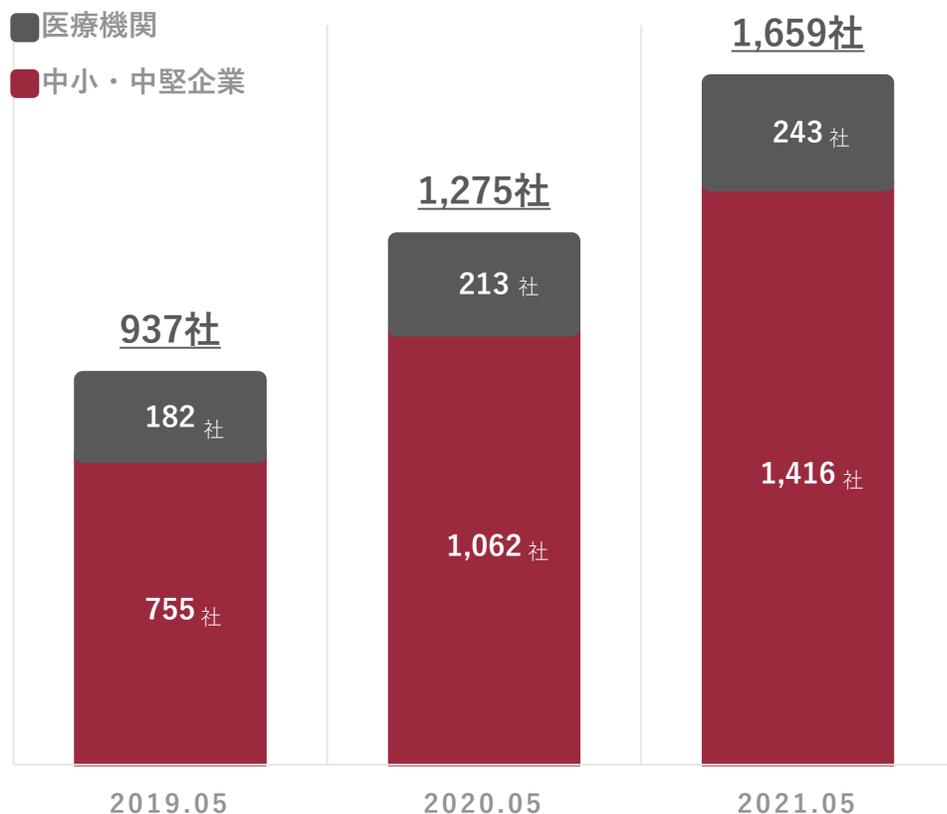
アポック

2021年1月にサービスを開始し、前年同期のメディックと同水準の売上を達成

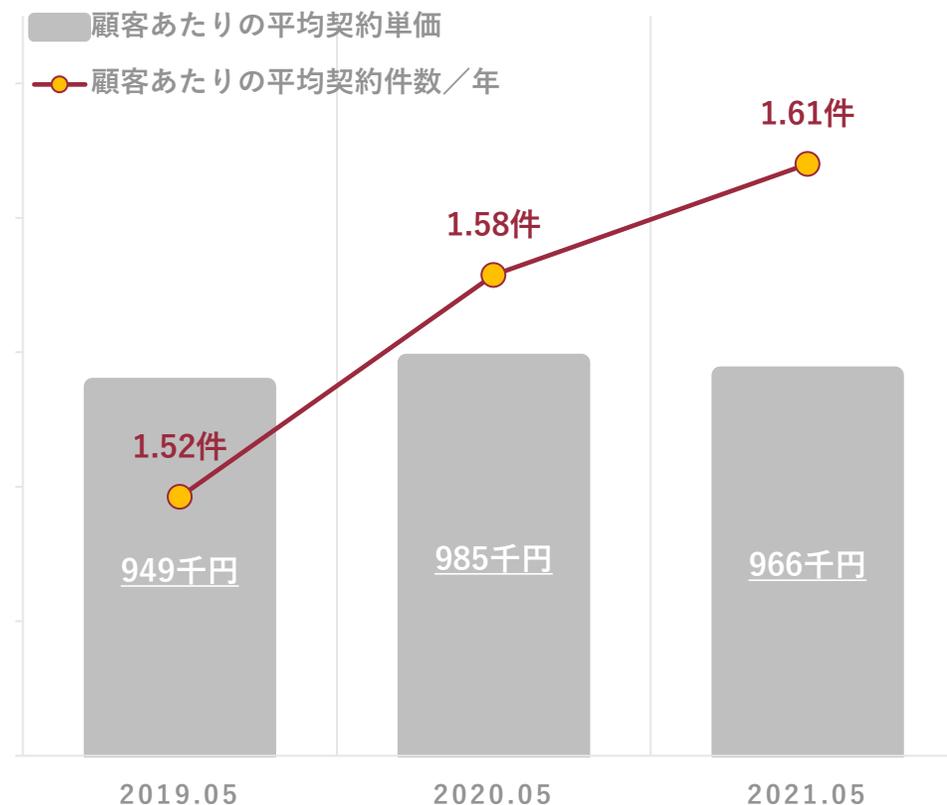


新型コロナウイルス感染症の影響下においても順調に顧客数は増加し、顧客あたり平均の契約単価の維持および契約件数の増加を達成

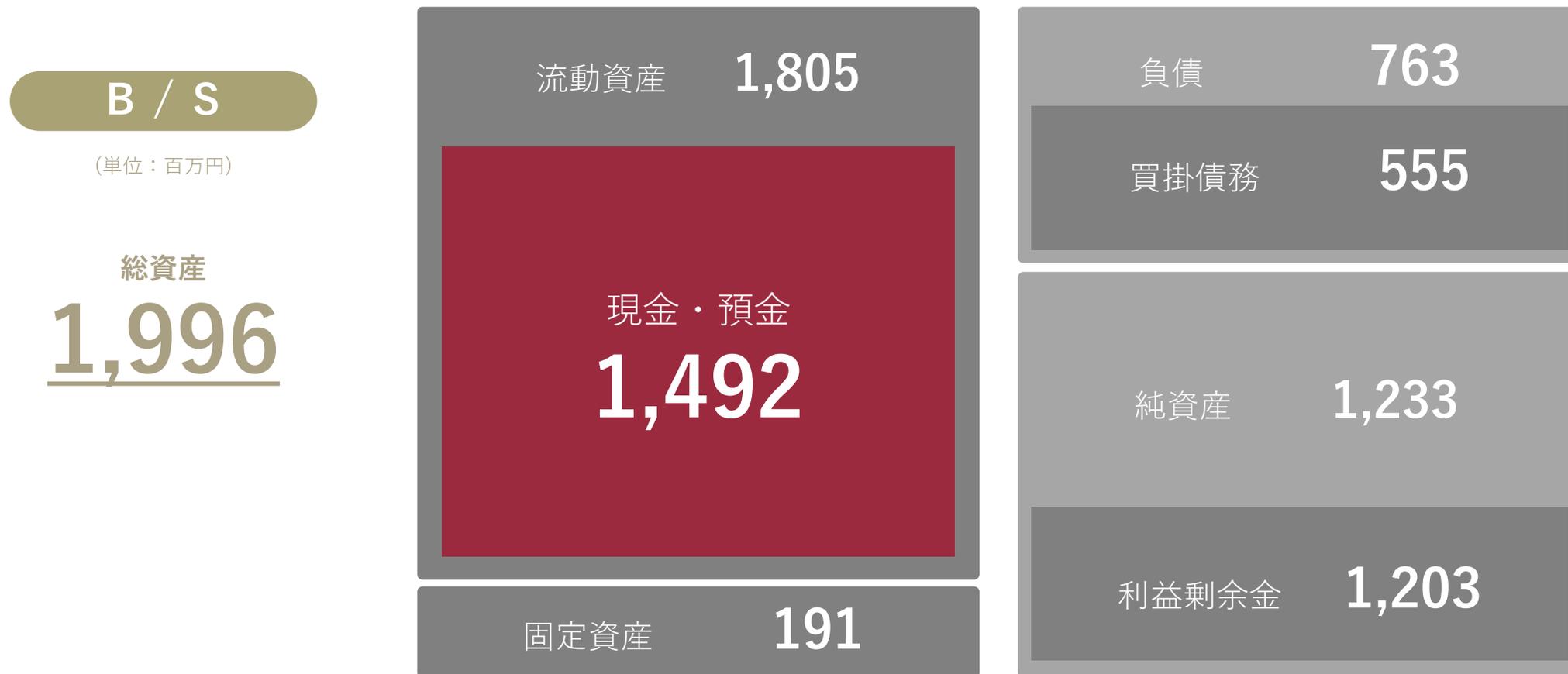
顧客数



収益



創業以来、着実に利益を積み上げ、**十分な資金を確保した安定した経営基盤を構築**

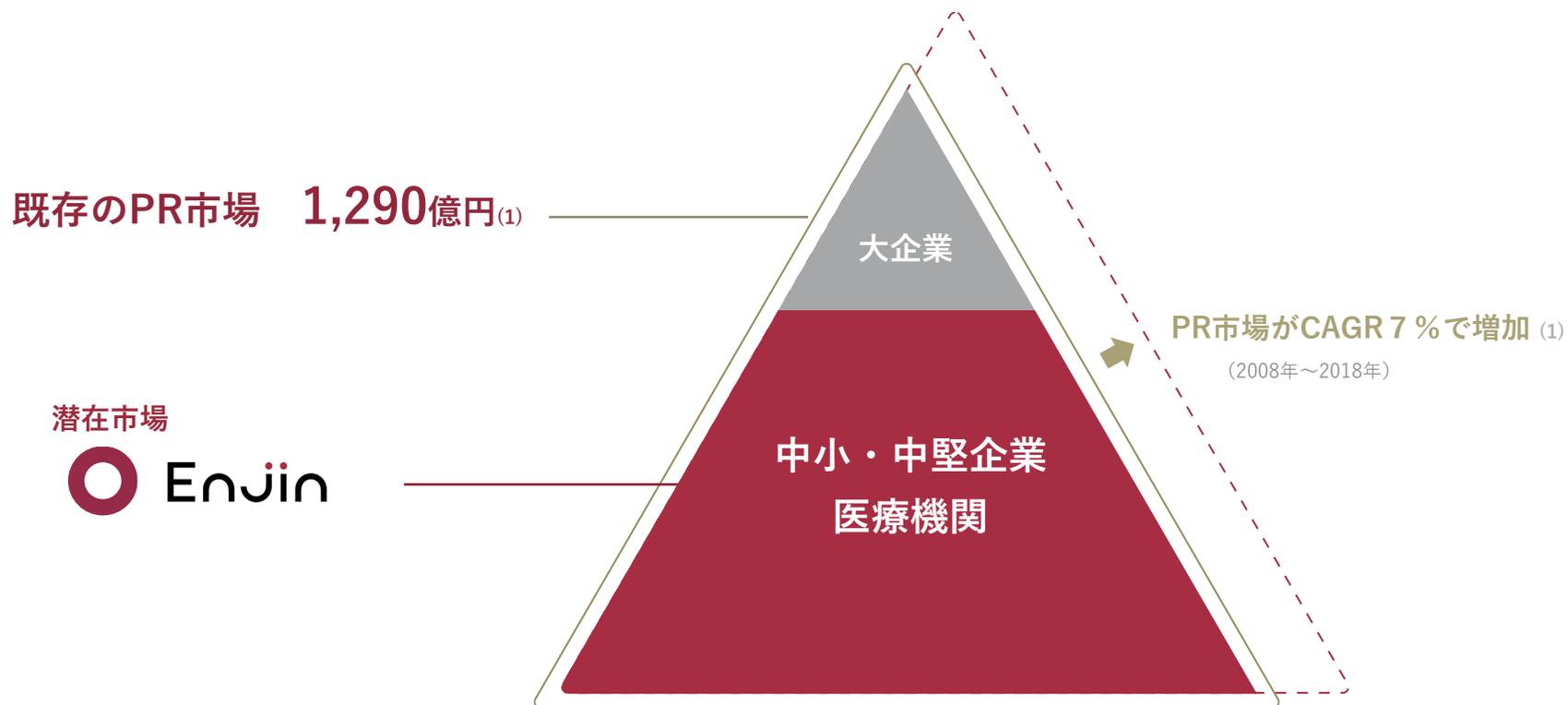


03. 2022年5月期 通期業績予想



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

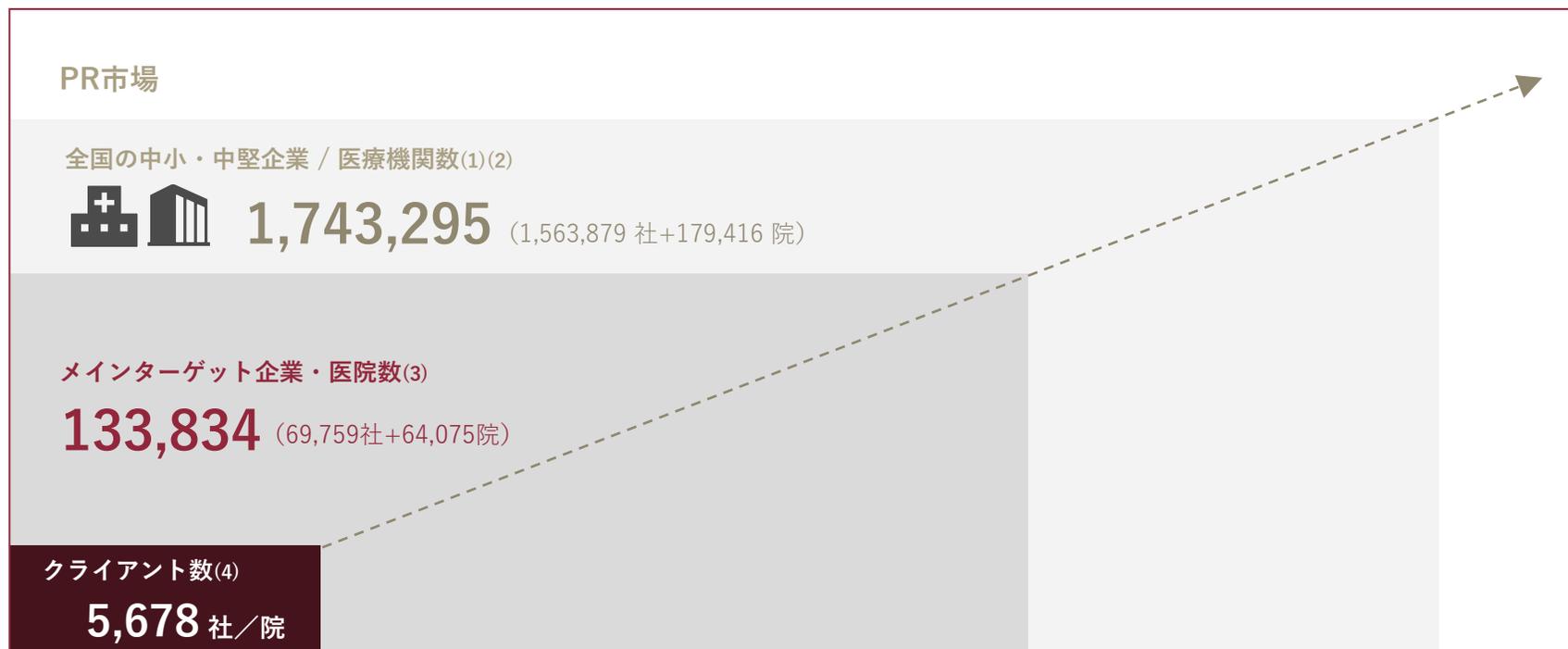


※ 1. 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2019年5月

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

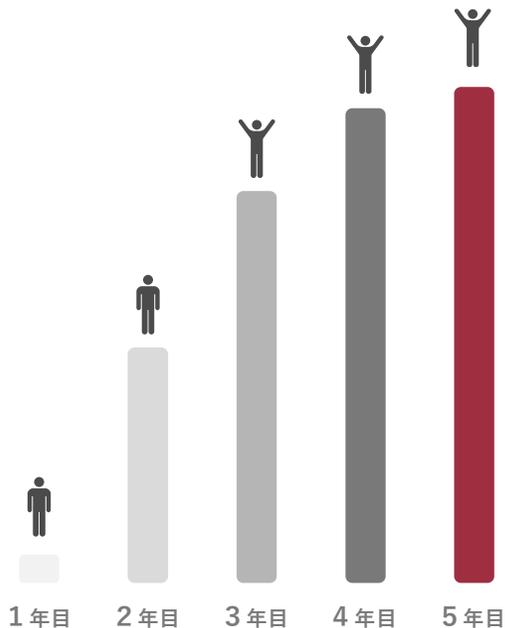


※1. 経済センサス - 基礎調査 令和元年経済センサス - 基礎調査 企業等に関する集計
 ※3. メインターゲットとは、資本金3,000～5,000万円の国内の企業数および医療法人

※2. 厚生労働省：令和元年(2019) 医療施設(静態・動態)調査・病院報告の概況
 ※4. 2021年5月期時点の当社クライアント数 (企業：88.4%、医院：11.6%)

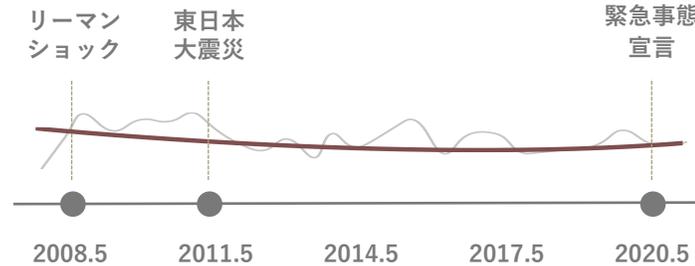
当社における他社への優位性は、「社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する」という当社理念を共有する**創造力と実行力を兼ね備えた多彩な人財**によって発揮

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

創業からの営業担当者一人あたりの売上高の推移は安定。 社会情勢や経済ショックに左右されないモデルを実現。

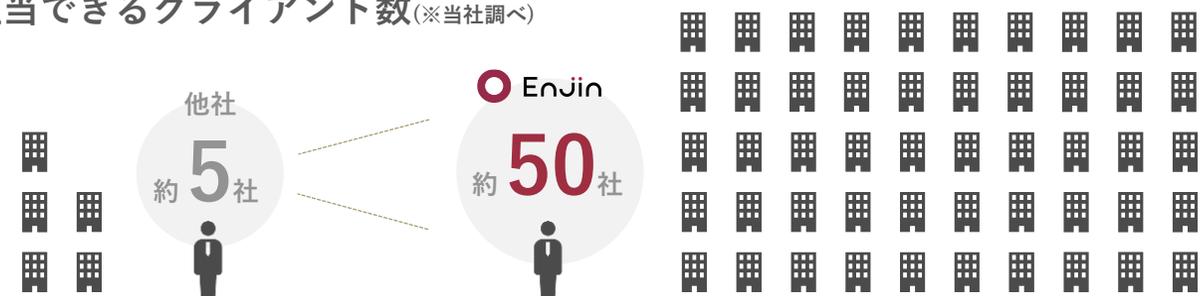


細部まで徹底したマニュアル化



営業1名あたりが 担当できるクライアント数(※当社調べ)

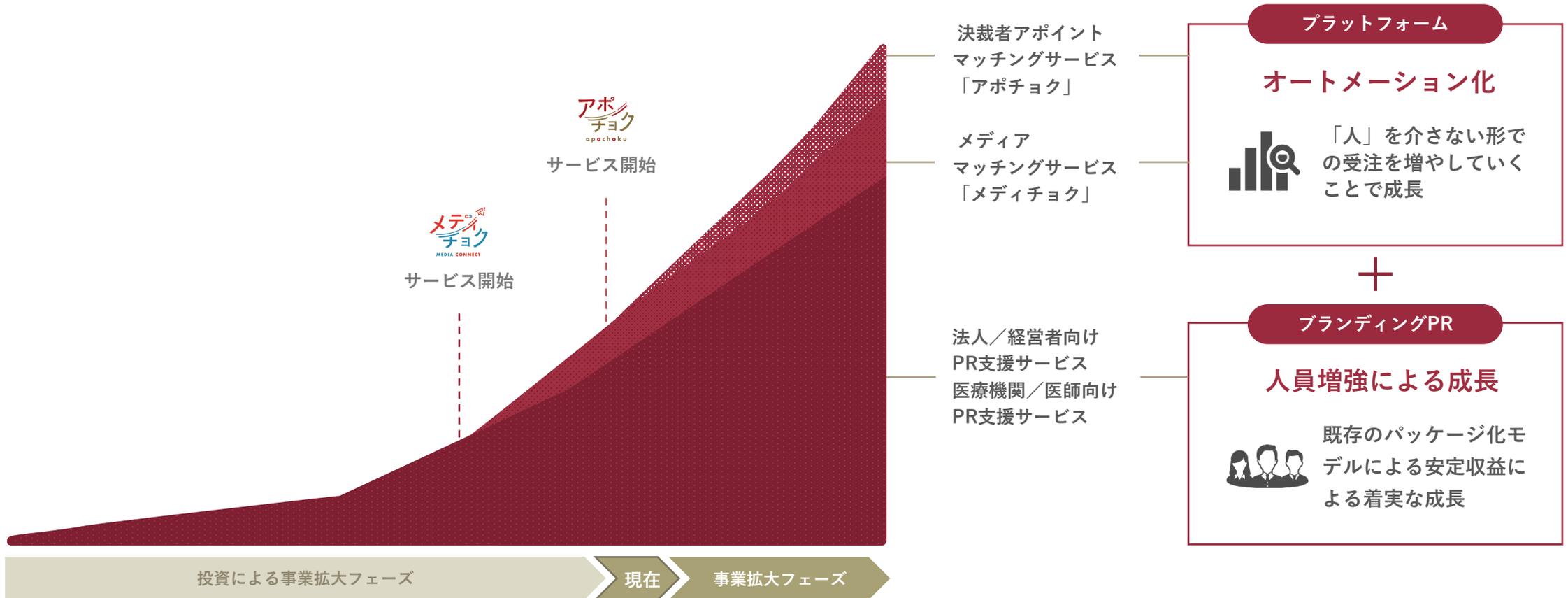
仕組化により工数を可能な限り削減。



PR事業の**中長期的な成長**および**収益性向上**のための
ターゲット顧客の拡大や営業活動の効率化など様々な施策を実行していきます

主な取り組み	PR支援サービス	メディチョコ	アポチョコ
ターゲット顧客の 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

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



PR支援サービスの相互作用による相乗効果

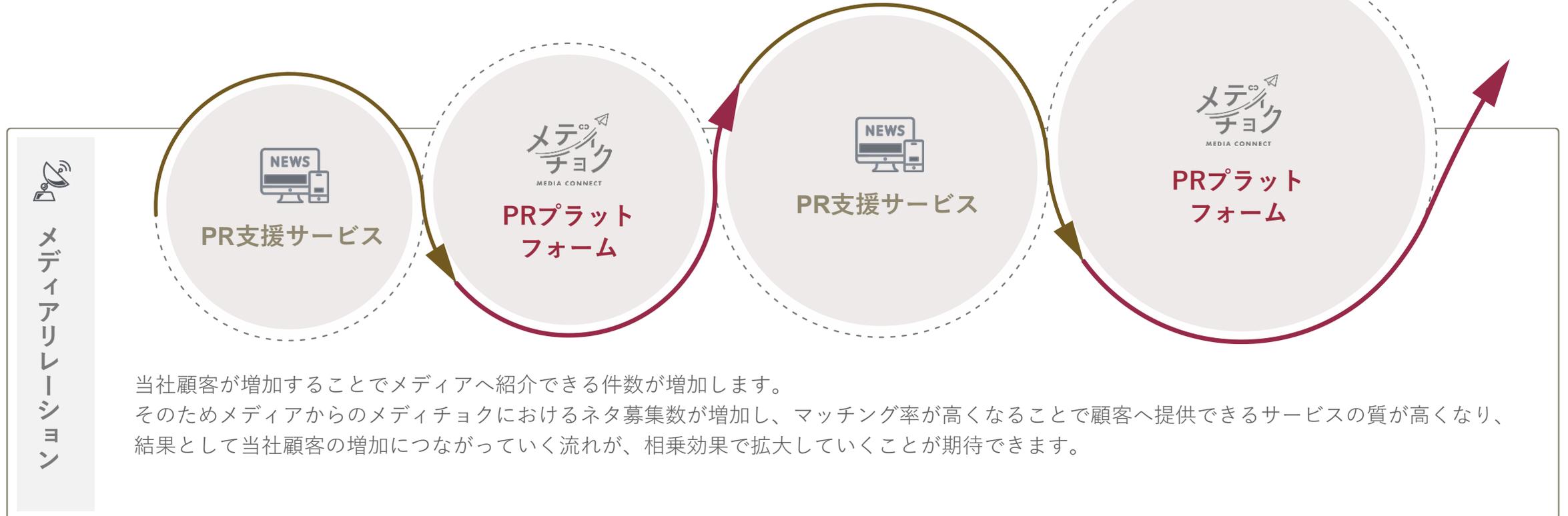
「メディアリレーション」＝「企業との関係性」であり、広報上における「マスコミ対応」とも言えます。

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。



売上高 **3,106** 百万円 前期比 + **43.5%**

営業利益 **932** 百万円 前期比 + **53.5%**

経常利益 **932** 百万円 前期比 + **54.3%**

当期純利益 **588** 百万円 前期比 + **39.0%**

■ PR支援サービス

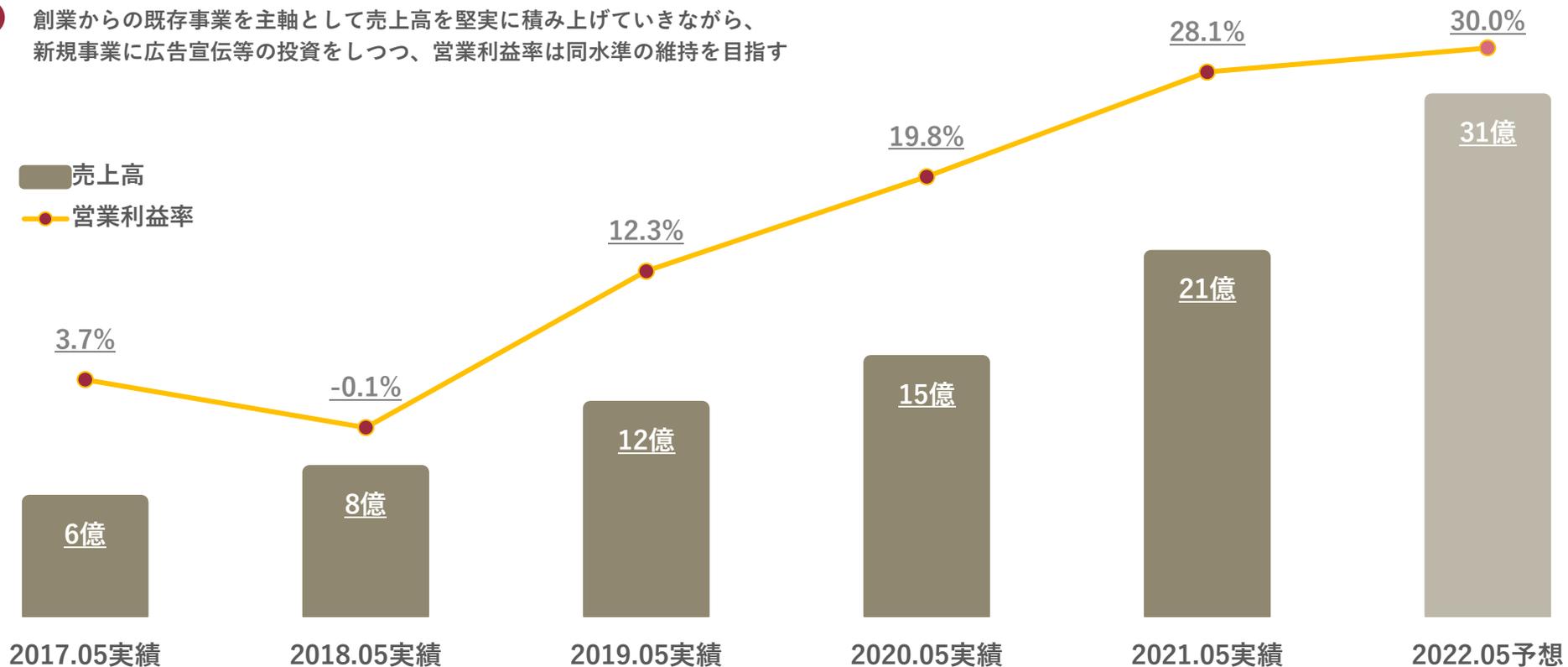
PRプランナーの人材採用・人材育成の強化を図り、1次関数の売上を積上げていく

■ プラットフォームサービス

PR業界におけるプラットフォームのパイオニア的な存在として、認知度を向上を図り、2次関数の売上の拡大およびオートメーション化による工数削減を目指す

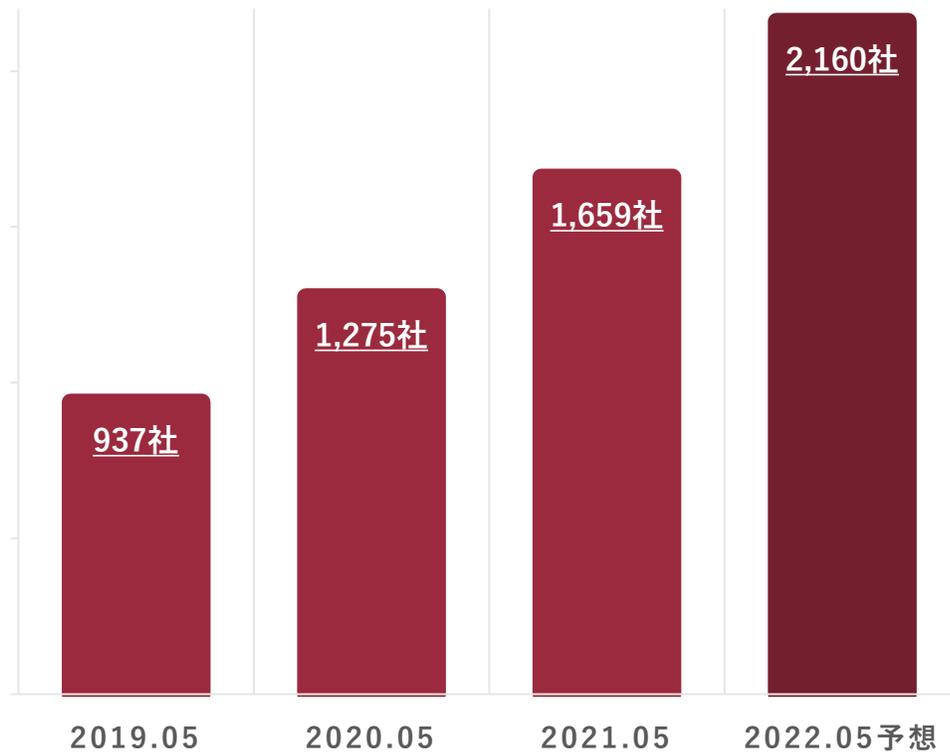
POINT

創業からの既存事業を主軸として売上高を堅実に積み上げていきたがら、新規事業に広告宣伝等の投資をしつつ、営業利益率は同水準の維持を目指す

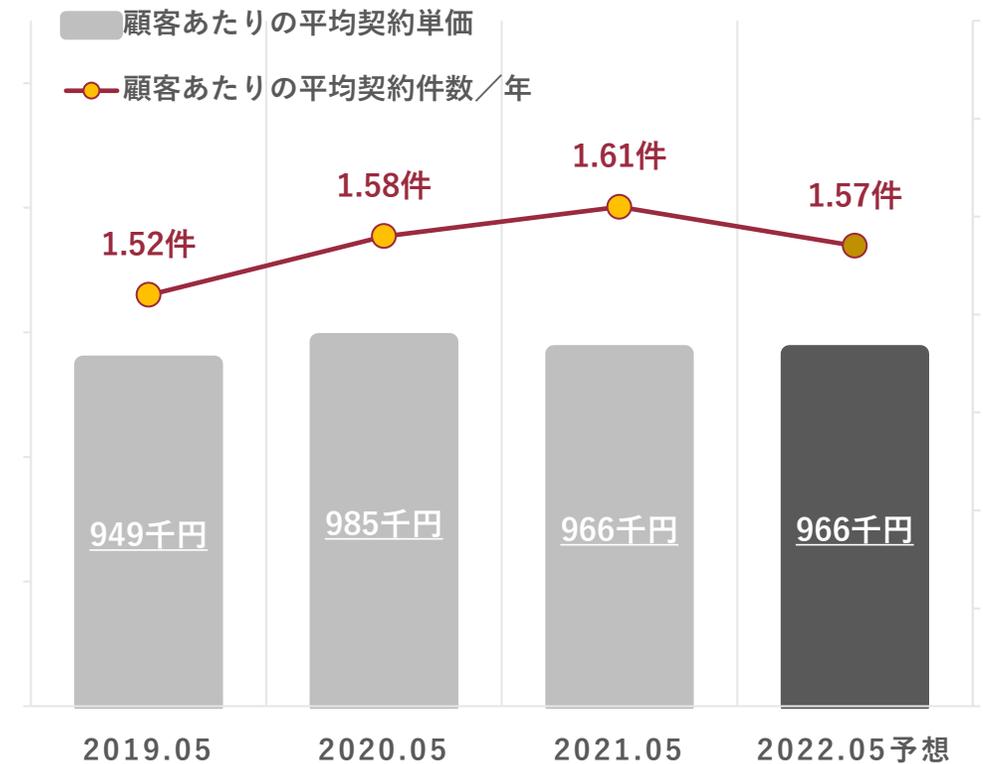


顧客あたり平均の契約単価および契約件数は一定水準を維持し、
顧客数を増加させることにより、安定した収益基盤の確保を目指します

顧客数



収益

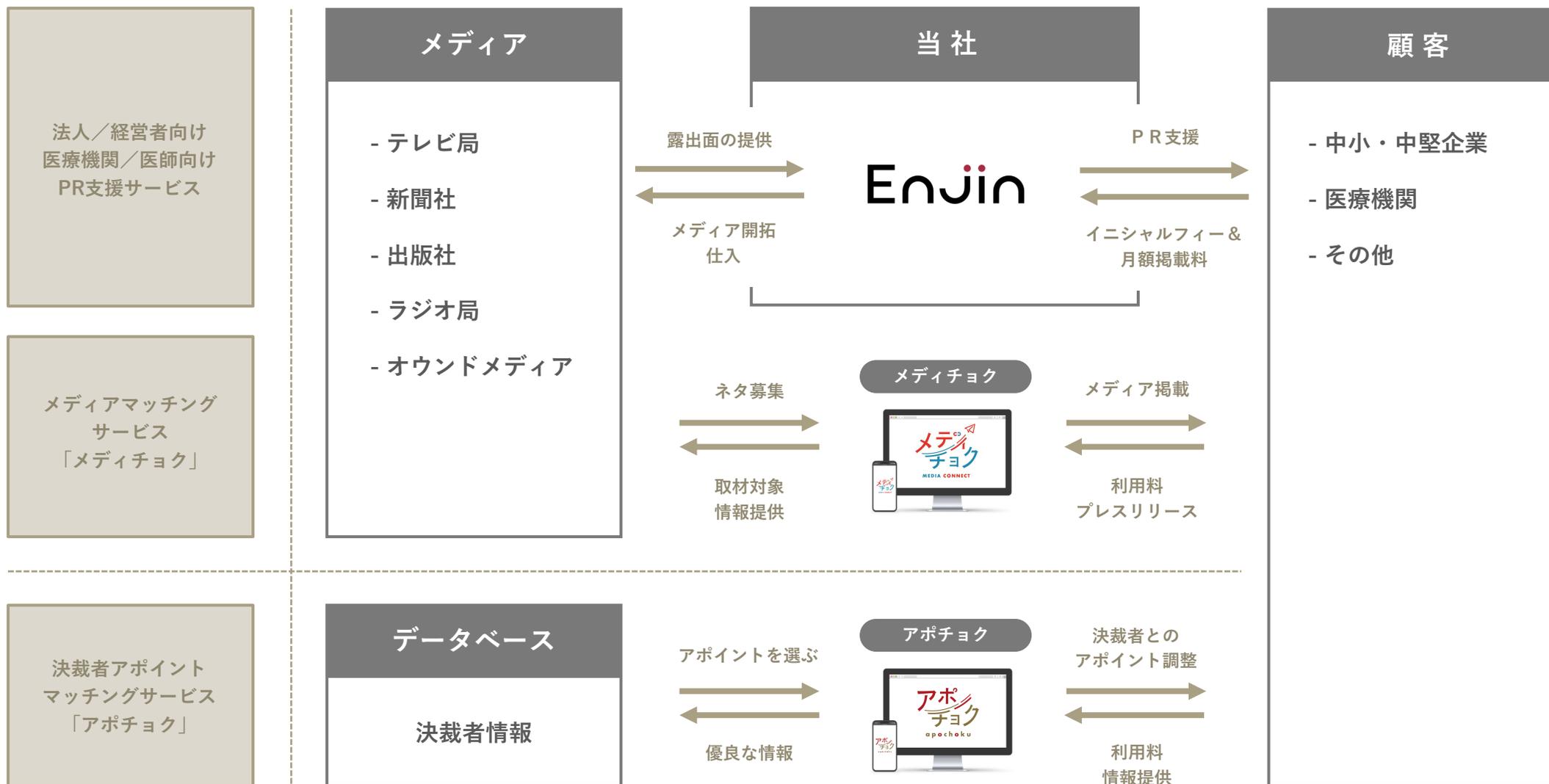


	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対策案
対事業環境： 景気動向について	景気の後退により、当社顧客のPR予算への影響が想定を超えて拡大した場合、事業成長が阻害される可能性	低/中長期	低	幅広い市場に対してサービスを提供することで景気後退時に強いビジネスモデルを構築することで対応します。
事業環境： 市場環境	インターネット環境、モバイル機器の進化の状況など情報環境の劇的な変化により顧客ニーズが大きく変化した場合、既存事業の成長鈍化が生じる可能性	低/中長期	大	インターネット、クラウド等関連市場の変化に応じたサービス・メディア開発を加速させることで市場ニーズへ対応します。
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剰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あります。当社株式に関する投資判断は、本項および本項以外の記載内容ならびに新株式発行並びに株式売出届出目論見書「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。

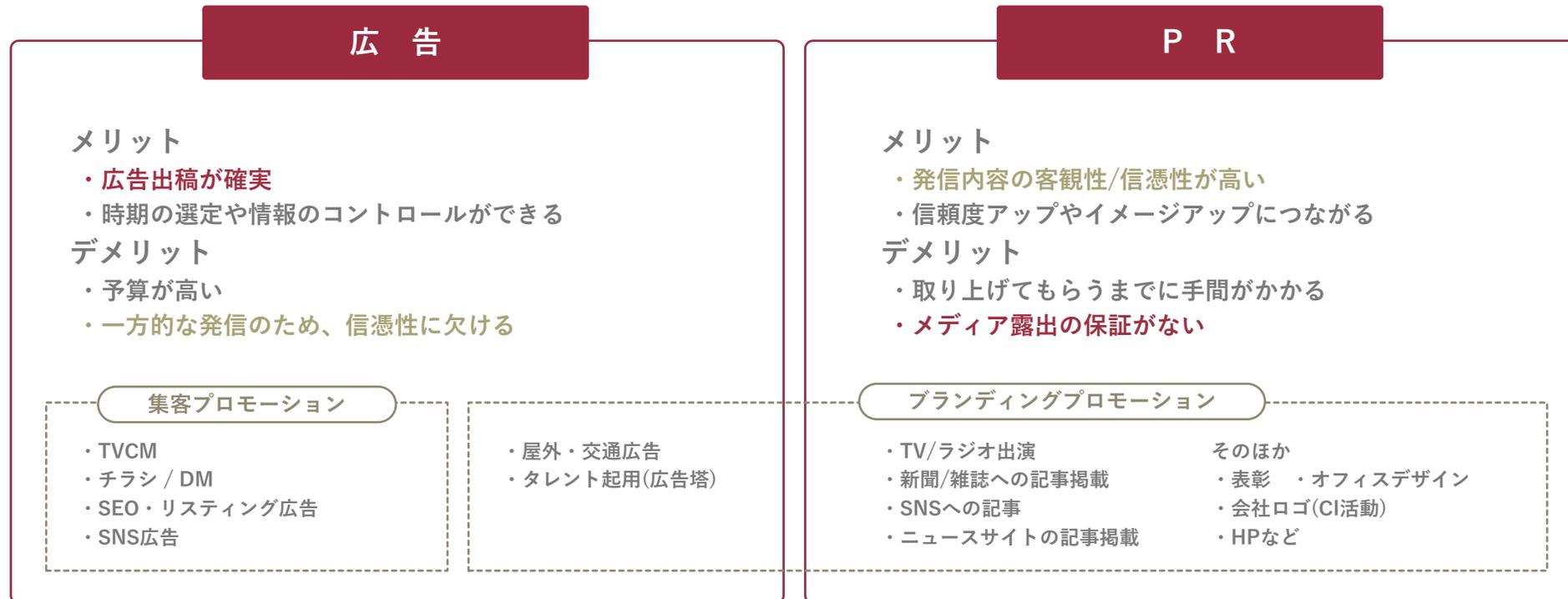
04. Appendix





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。

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



▶ 世間の平均よりも
高い給与水準

2020年11月現在



▶ 栄養バランスの
考えられた食事の提供

社員福利厚生



▶ 瞑想ルームの完備
運動部 支援制度

社員福利厚生



▶ 女性社員比率50%

2021年1月現在



▶ まちの清掃活動
Canday

免責事項

- 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