

2021年5月期 (第23期)

決算補足資料



アウンコンサルティング株式会社

2021年7月14日(水)

本資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関する情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で為した判断に基づくものです。しかしながら、現実には、通常予測しえないような特別事情の発生または、通常予測しえないような結果の発生等により、本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社と致しましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の業績見通しのみ全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願い致します。尚、いかなる目的であれ、当資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願い致します。



ヤフー株式会社
パートナー



グーグル株式会社
正規代理店



バイドゥ株式会社
基幹代理店

© 2021 AUN CONSULTING, Inc. All Rights Reserved.

連結業績

売上高

1,032百万円

対前年同期比

▲46.4%

インバウンド関連減少

コロナの影響により、民間企業を中心に広告出稿の多くが停止
越境EC等のアウトバウンドに注力

売上総利益

279百万円

対前年同期比

▲48.8%

売上減少に伴い、売上総利益も減少

原価率の改善に向けて、付加価値の高いサービス開発・提供を行っていく

営業損失

162百万円

前年同期営業損失

10百万円

積極的投資の継続

売上利益は減少したものの、採用・教育・販促活動について今後を見据え、積極的に投資を継続していく

セグメント別業績

マーケティング 事業

売上高

前年同期比

1,005百万円 ▲**47.4%**

セグメント利益

前年同期比

1百万円 ▲**99.4%**

アセット 事業

売上高

前年同期比

27百万円 **53.4%**

セグメント損失

前年同期セグメント損失

27百万円 **35**百万円

売上高：インバウンド関連を中心とした広告出稿停止により▲895百万円

	実績		前年同期比	
	2021年5月期 (連結累計)	2020年5月期 (連結累計)	増減額	増減率
売上高	1,032	1,927	▲ 895	▲ 46.4%
売上総利益	279	546	▲ 266	▲ 48.8%
売上総利益率 (%)	27.1%	28.3%	-	-
販管費	442	557	▲ 115	▲ 20.7%
販管费率 (%)	42.8%	28.9%	-	-
EBITDA	▲ 157	▲ 7	-	-
営業利益	▲ 162	▲ 10	-	-
経常利益	▲ 147	▲ 7	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲ 110	▲ 48	-	-
EPS (円)	▲ 14.79	▲ 6.41	-	-

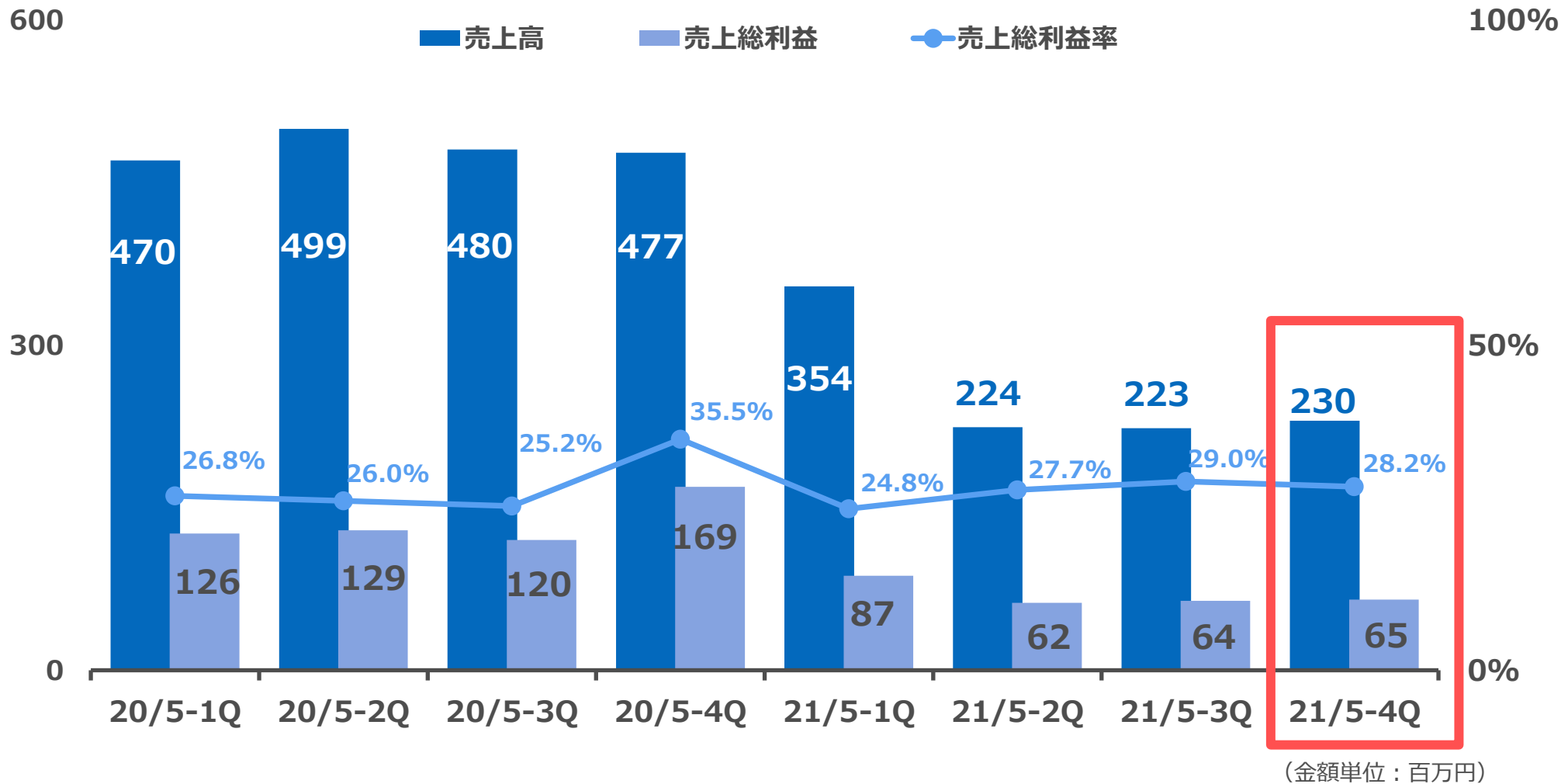
(金額単位：百万円)

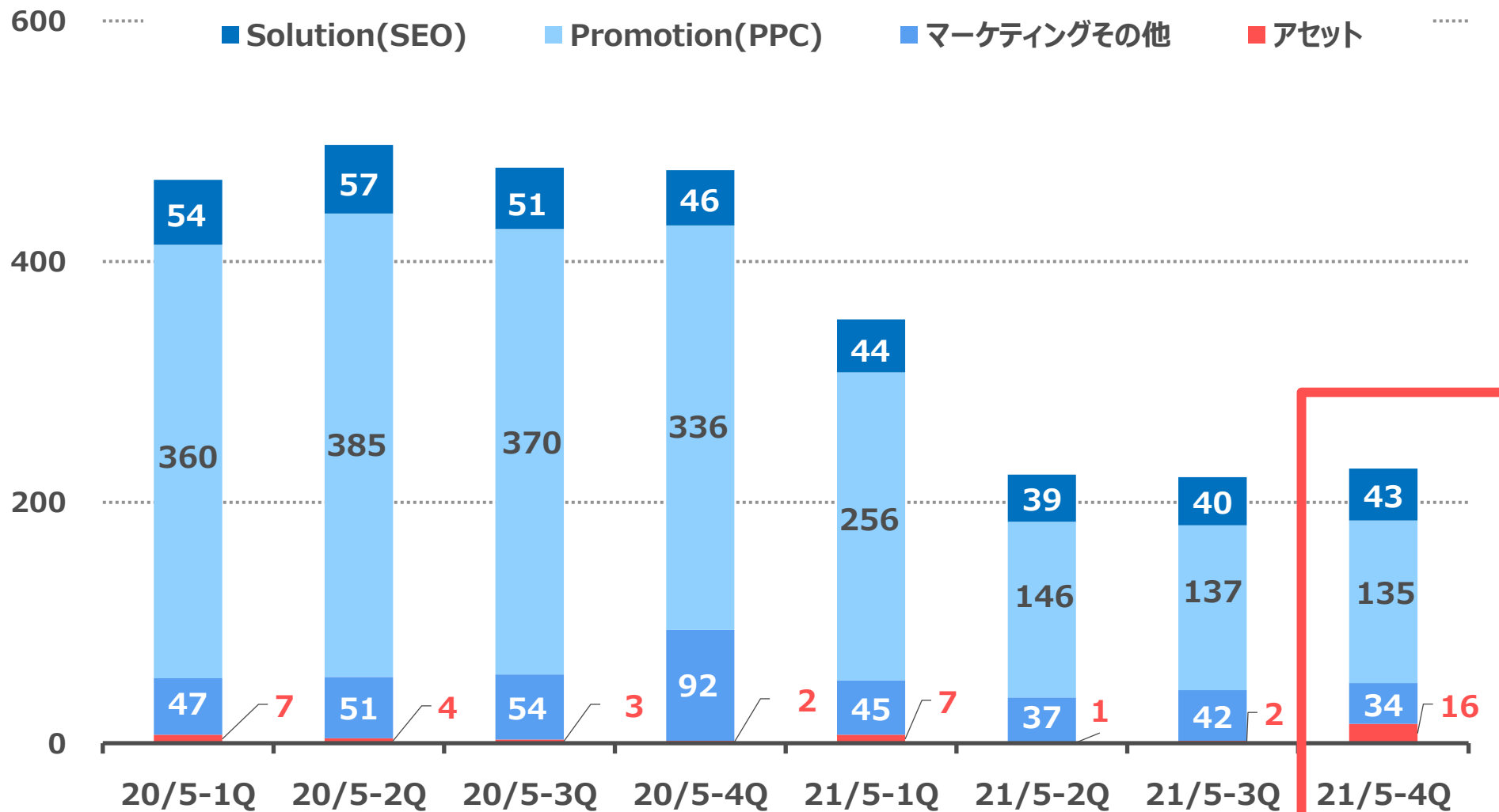
流動資産：現預金・売掛金等の減少等により ▲142百万円

	実績		前期末比	
	2021年5月期	2020年5月期	増減額	増減率
流動資産	665	807	▲ 142	▲17.6%
▪ 現預金	459	523	▲ 63	▲ 12.2%
固定資産	251	282	▲ 31	▲ 11.1%
▪ 有形固定資産	57	71	▲ 13	▲ 19.1%
▪ 無形固定資産	7	6	0	12.7%
▪ 投資その他の資産	185	204	▲ 18	▲ 9.2%
総資産	916	1,090	▲ 173	▲ 15.9%
▪ 流動負債	174	276	▲ 102	▲ 37.0%
▪ 固定負債	127	110	16	15.2%
負債合計	301	386	▲ 85	▲ 22.1%
純資産	615	704	▲ 88	▲ 12.6%

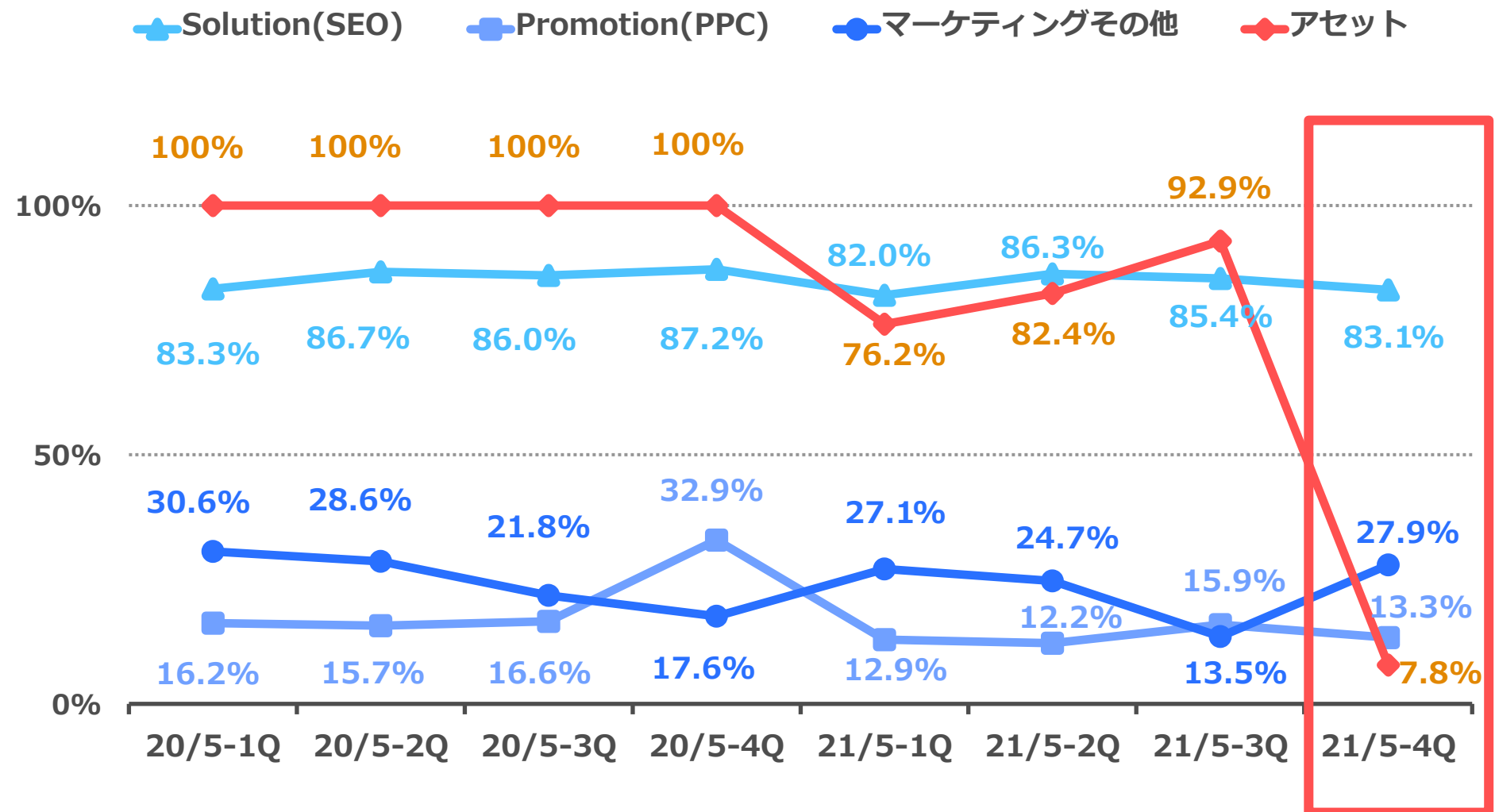
(金額単位：百万円)

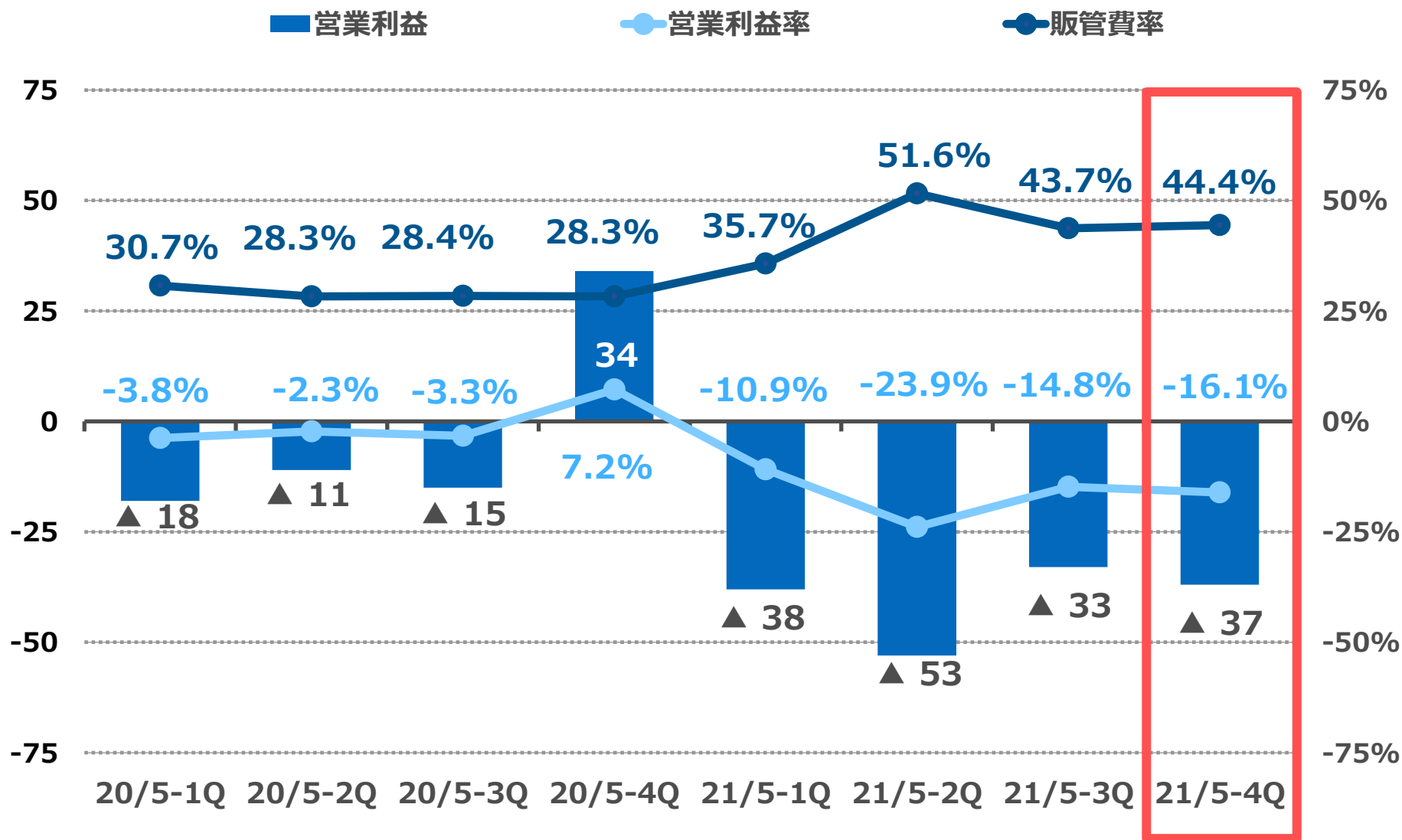
マーケティング事業：インバウンド関連を中心とした広告出稿停止により
前年対比で売上・売上総利益減少





(金額単位：百万円)





(金額単位：百万円)

マーケティング 事業

インバウンド関連の 広告出稿停止が発生

- 民間企業を中心にインバウンド関連の広告出稿の多くが停止。
- インバウンド市場の本格的な回復には時間を要することを想定。
- 越境EC関連やグローバルBtoB企業のオンラインマーケティング等、**多言語アウトバウンド領域に注力し支援の強化を行う。**

アセット 事業

海外渡航制限等による 新規物件販売の停滞

- フィリピン不動産業務について、ロックダウンの長期化等により、日本から自由に渡航ができない状況を受け、**現地の日系不動産会社へ業務移管を決定。**オーナー様の利益最大化を図る。
- 投資マインドの冷え込みが懸念されるが、アセット周辺領域での**新たなビジネスモデル創出**により、**収益源の多様化**を進めていく。



事業の取り組み

- business activities -

収益力の回復・拡大

1

多言語・海外向けサービス需要の取り込み強化

- ・アウトバウンドマーケティングの強化とインバウンドマーケティングの準備
- ・海外法人のネットワークを活用し、多言語サービス展開のさらなる拡充
- ・2022年5月期は、前期に受注済みの自治体等の大型案件を売上計見込み

2

イノベーションによる新たなビジネスモデルの創出

- ・今後の収益の柱となる事業の創出及び、サービスの開発に注力

3

先進的な働き方の実現による生産性向上

- ・リモートワークをメインとした新しい働き方
- ・幹部人材・グローバル人材の採用・教育の強化、次世代リーダーの育成

グローバル・マーケティングのマイスターへ
海外・多言語マーケティング支援に注力

インバウンド

&

アウトバウンド



マーケティング事業
サービス
(SEO/PPC/SNS/その他)



日本のマーケティング
品質



豊富な
実績と経験



ローカル・
ネイティブリソース

PPC

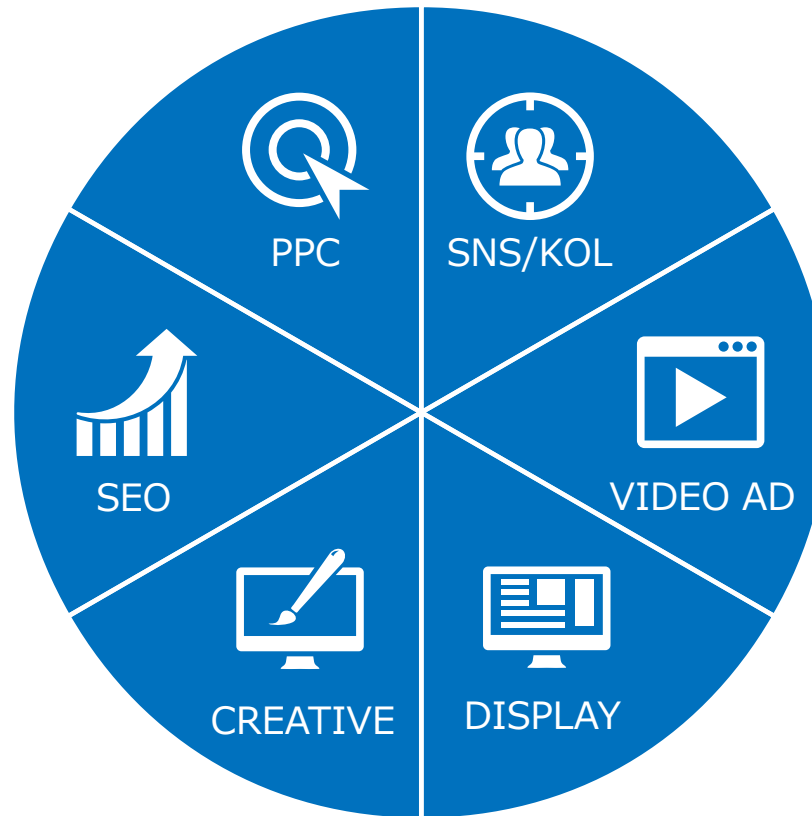
様々な国/言語/デバイスに対応した検索連動型広告

SEO

世界中の検索エンジンに対応した自然検索結果、上位表示サービス

クリエイティブ

様々なデバイス・言語に対応したWEB制作
広告デザイン



SNS/KOL

様々な国、ターゲットに対応したSNS広告、ブロッガー施策

動画広告

YouTube/Facebook等への
動画広告出稿

ディスプレイ広告

DSP/ネイティブアド/純広告
等のバナー形式の広告

上記領域の広告エージェンシー&コンサルティング

新サービス【YouTube SEO】提供開始

20年以上のSEOに関するノウハウを活かし、
通常のGoogle検索とは異なるアルゴリズムで形成されていると
される評価項目を分析し、プロモーションを支援

YouTube

YouTube の日本での月間利用者数は 6,000万人を超えており、2020年現在、世界では17億人が利用し、その数は年々増加傾向にある。

昨今のコロナ過の状況においても、動画の視聴時間は益々増加しており、今後の更なる需要増が想定される。YouTube は国内のみならず、海外向けのプロモーションにも適したプラットフォームといえる。

YouTube利用者推移（全世界）



出典

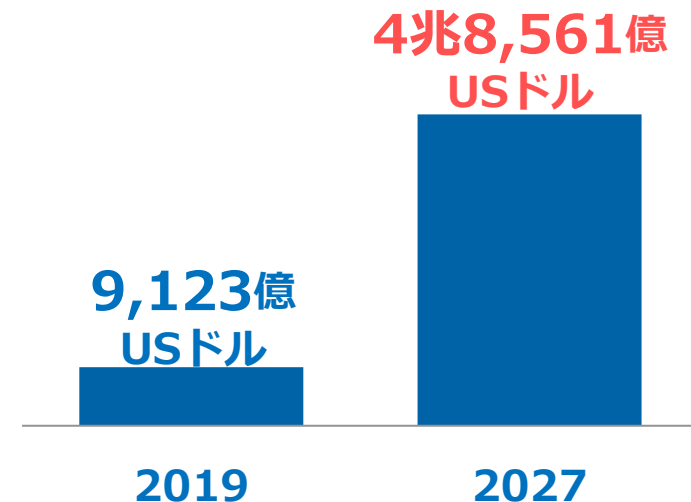
- ・ニールセンデジタル株式会社「2018年日本におけるトータルデジタル利用者数TOP10」
- ・Statista「Number of YouTube users worldwide from 2016 to 2021」

多言語アウトバウンドに注力

インバウンド市場は減少しているものの、当社の強みを活かし、越境ECなど、今後の市場規模拡大が見込まれる多言語アウトバウンドに注力！

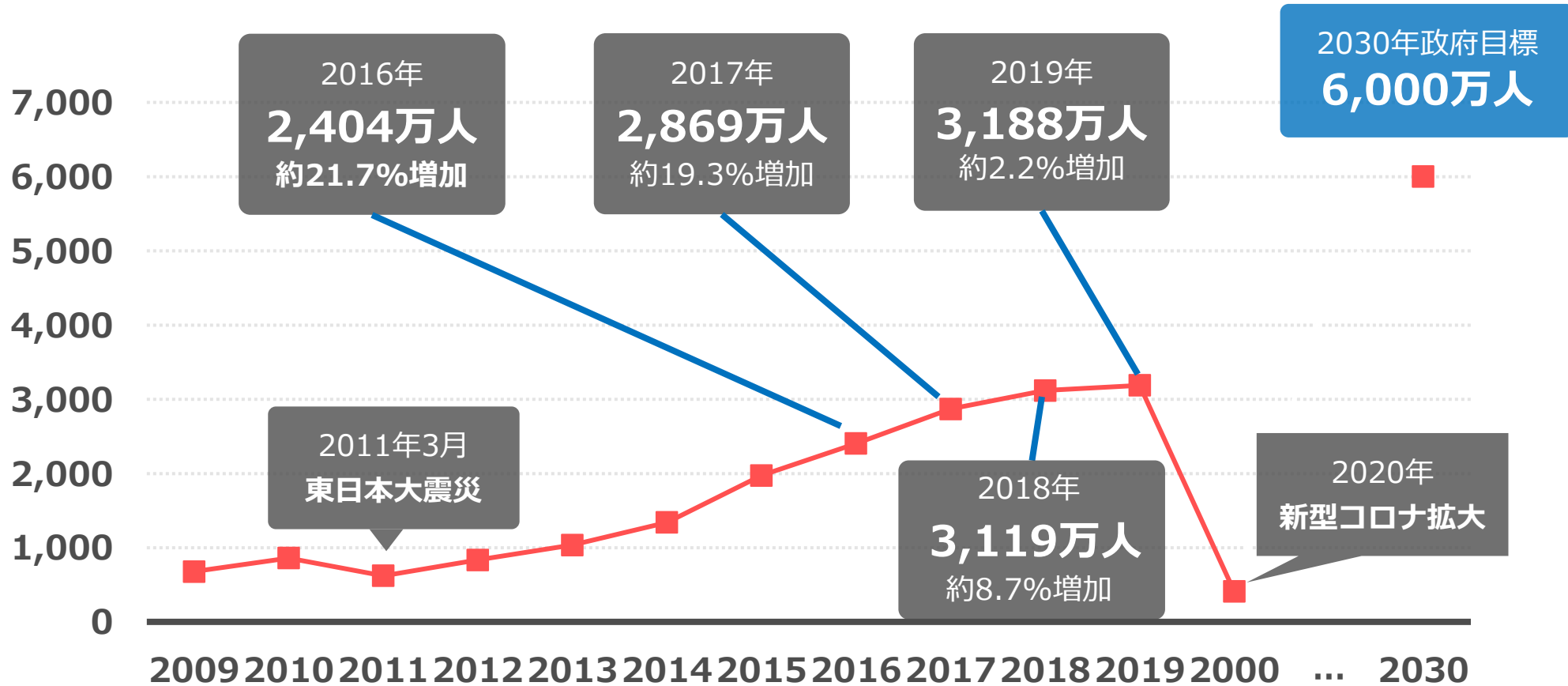
世界の越境EC市場規模の 拡大予測

世界の越境EC市場規模は、2027年には4兆8,561億USドルまで拡大すると予測。その間の年平均成長率は約27%。世界のBtoC EC市場規模の拡大を上回るペースで越境ECの市場規模は拡大すると見られている。



※出典：ZION Market Research 発表データを元に作成

訪日外国人旅行者数推移



※出典：日本政府観光局（JNTO）

※新型コロナウイルスの影響で、今後の訪日外国人旅行者数の目標が変更されることも想定されます。

（単位：万人）

インバウンドマーケティング提供を民間事業者様だけでなく、官公庁・自治体様へ

観光客の身になった海外向け情報発信

東京を持続可能な観光地に

「世界から選ばれる続けるTOKYO」を掲げ、ネットを活用し観光客の誘致に取り組む東京観光財団。限られた人員で多くの訪問者を呼び込むべく、インバウンドマーケティングのサポートも得意ながら、中長期視野で安定的・継続的な成長を目指し、プロモーションに取り組んでいます。

経理部長 東京観光財団 佐藤 隆生 第2代 代表

過去5年で日本の観光産業は大きく成長した。観光は、地の利を活かす。観光客が増えれば、地味に観光客の誘致も必要。しかし、地味に観光客の誘致を必要とするのは情報発信が得意な地域が多い。東京観光財団は国内の観光と行政の連携を促して、東京部、東京観光財団、民間企業、地味に観光客の誘致を必要とする地域と連携して、アジア向けデジタルマーケティングでは、アフィリエイトマーケティングの活用が得意。東京の外資系企業や観光客を取り込むためのプロモーションのサポートが、同財団が提供する海外向けサービス。

GO TOKYO。実は、同財団が運営する主要観光プロモーションサイトもこのサービス。東京観光財団の「Tokyo Tokyo」は、観光事業者の協力を得て、観光客の誘致に特化したサービス。同財団が「Tokyo Tokyo」から「GO TOKYO」へ名称変更した理由を、佐藤氏に聞いた。日本を訪問する外国観光客数は過去5年間で約1億人増加している。観光客の誘致は観光客の誘致に不可欠な要素として認識されています。これに対し「GO TOKYO」は観光客の誘致に特化したサービスを提供しています。同財団が「Tokyo Tokyo」から「GO TOKYO」へ名称変更した理由を、佐藤氏に聞いた。日本を訪問する外国観光客数は過去5年間で約1億人増加している。観光客の誘致は観光客の誘致に不可欠な要素として認識されています。これに対し「GO TOKYO」は観光客の誘致に特化したサービスを提供しています。

経路が主眼かつ得意分野を伸ばす

同財団が、自身の強みである観光客の誘致に特化したサービスを提供しています。同財団が「Tokyo Tokyo」から「GO TOKYO」へ名称変更した理由を、佐藤氏に聞いた。日本を訪問する外国観光客数は過去5年間で約1億人増加している。観光客の誘致は観光客の誘致に不可欠な要素として認識されています。これに対し「GO TOKYO」は観光客の誘致に特化したサービスを提供しています。

観光客の誘致に不可欠な要素として認識されています。

AUN CONSULTING

アフィリエイトマーケティングの活用が得意。東京の外資系企業や観光客を取り込むためのプロモーションのサポートが、同財団が提供する海外向けサービス。

地方のインバウンド対策は 繊細なマーケティングを

「知名度が高い」「アクセスが良い」等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外マーケティング

地方のインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外マーケティング

地方のインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外マーケティング

地方のインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外の潜在的顧客に、情報をどう届けるか？

海外向けのインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外の潜在的顧客に、情報をどう届けるか？

海外向けのインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外の潜在的顧客に、情報をどう届けるか？

海外向けのインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

海外の潜在的顧客に、情報をどう届けるか？

海外向けのインバウンド対策は、繊細なマーケティングを。知名度が高い、アクセスが良い等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に力を入れ、北海道自然美へのDMO（観光振興の推進機関）に、「観光地としての」として取り組む。

「東京観光財団」様との取り組み事例 記事 月刊 事業構想 2019年8月号

「一般社団法人ひがし北海道自然美へのDMO」様との取り組み事例 記事 ジチタイワークス 2019年6月号



ポストスケイプ社と業務提携 インハウスLP制作/LPO支援ツール「CVX」 タイ・ベトナムの海外展開を支援

CVX (CONVERSION X)

➤ CVXとは・・・
マーケティング効率を最大化する
「インハウスLP制作/LPO支援ツール」

➤ 特徴・・・
デザインテンプレートの活用で制作工数を圧縮
ランディングページの制作・分析・改善運用が
手軽・スピーディーにでき、内製化を可能する
ことで、生産性アップを叶える。



「アイジェント・レコメンダー」 シルバーエッグ社と業務提携/ベトナムの海外展開を支援



アイジェント・レコメンダーとは・・・

独自のAI技術による緻密な行動分析により、ユーザーの嗜好や目的によりマッチしたレコメンド機能が可能なツール。

リアルタイム性

リアルタイム処理により、「行動計測」「分析」「レコメンド」の一連のプロセスを、「ミリ秒以下」の間に実施。

ユーザー導線分析

AIがユーザー毎の導線（行動）を蓄積し、その人の目的や嗜好性をより正確に理解し、『何を探しているのか』『何に興味を持ちそうか』『意外性のある、ただし好みに合いそうな商品/コンテンツとの出会い』を演出。

Financial Gym

女性向けお金を知って自由な生活を手に入れる
 ~ Know money, No worry ~

女性向けお金学習

×

習慣化パーソナルジム

▼2020年10月7日発売
 マガジンハウス「anan」掲載



Financial Gym

「Financial Gym(フィナンシャルジム)」で
 “お金を知って自由な生活を手に入れる”

「Financial Gym」は、投資初心者の女性向けに特化したオンライン教育サービス。独学ではつまづいてしまう場面でも、SNSグループチャット等でいつでも質問できる環境を整え、学習の継続をサポートします。月額会費は9,800円。新規開校記念の入会金(9,800円)無料キャンペーンや無料オンライン説明会、未入会の方でも受講できる税込1,000円のトライアルサロンも開催中。詳しくは下記URLへ。📧アウンコンサルティング
 financial.gym@ auncon.co.jp <https://www.auncon.co.jp/fg/>

▼You Tubeチャンネル開設「ゼロからはじめる投資学習【Financial Gym】」



初心者のための投資学習

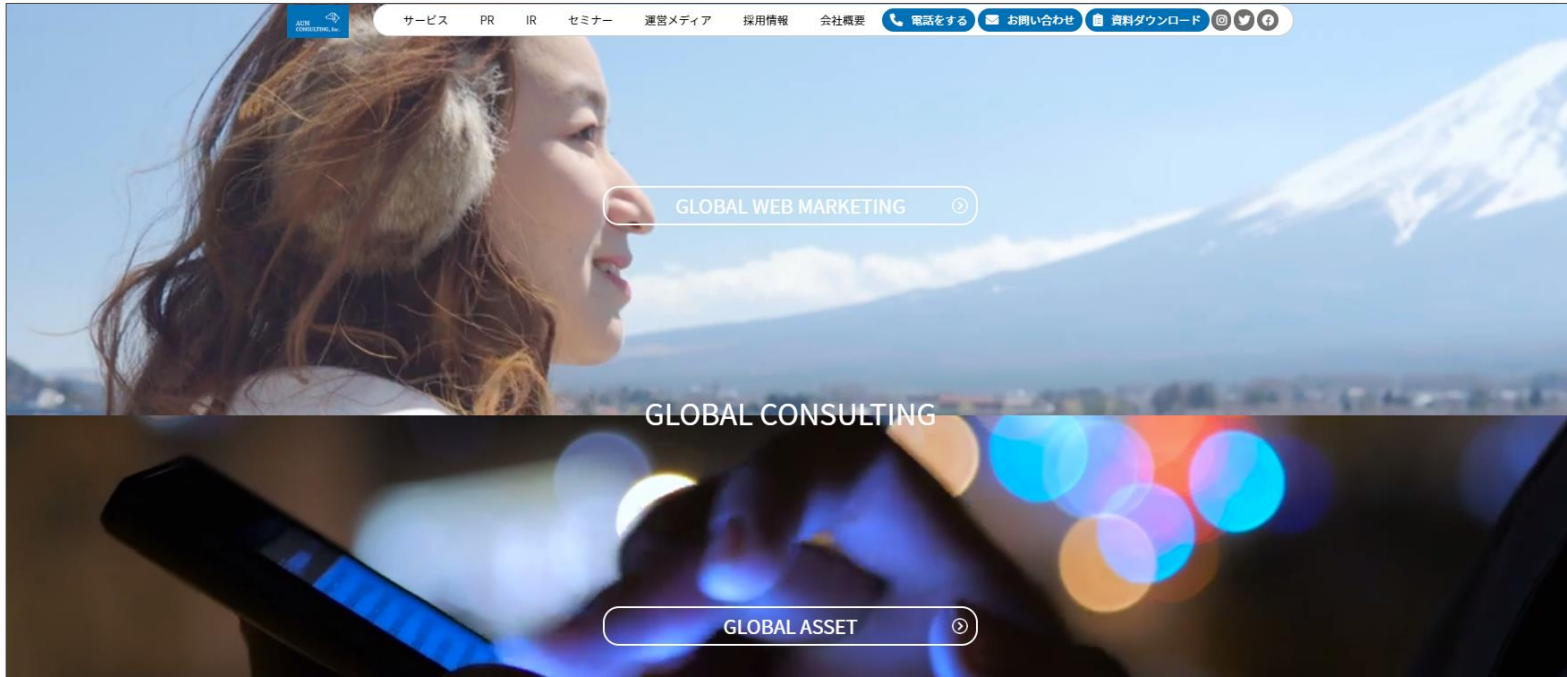
Financial Gym

ゼロからはじめる投資学習【Financial Gym】
 チャンネル登録者数 784人

ホーム 動画 再生リスト チャンネル 概要

アップロード済み すべて再生

<p>【1分でご案内】 Financial Gym ムービー会員 1:05</p> <p>【1分でご案内内】 Financial Gym ムービー会員 32 回視聴・2 週間前</p>	<p>【3分でご案内】 Financial Gym ムービー会員 2:49</p> <p>【3分でご案内内】 Financial Gym ムービー会員 19 回視聴・2 週間前</p>	<p>【1分でご案内】 Financial Gym スタンダード会員 1:05</p> <p>【1分でご案内内】 Financial Gym スタンダード会員 17 回視聴・2 週間前</p>	<p>今注目のESG投資って？ 投資のトレンドを知る！ 楽天証券の必見コンテンツ パロンスダイジェスト 4:29</p> <p>ESG投資って？パロンスダイジェストは楽天証券の必見... 43 回視聴・1 か月前</p>	<p>投資の勉強もながら学習！ オーディオブックサービス について解説 4:46</p> <p>【聞く本口】投資の勉強も明日からは「ながら学習！... 48 回視聴・1 か月前</p>	<p>投資初心者向け/ 毎日見る！ おすすめニュース番組 3:05</p> <p>投資初心者向け！毎日見ると良いお勤めのニュース番組... 83 回視聴・1 か月前</p>
---	---	---	---	--	--



コーポレートサイト 会社案内、決算情報、最新ニュース <https://www.auncon.co.jp/>



SEO情報サイト (SEO-ch)

<https://www.seo-ch.jp/>



**グローバルマーケティング
情報サイト (GM-ch)**

<https://www.globalmarketingchannel.com/>



Financial Gym

<https://www.auncon.co.jp/fg/>



設立	1998（平成10）年 6 月 8 日		 東 証 上 場
資本金	341,136千円（2021年5月末現在）		
役員	代表取締役社長CEO	信太 明	（証券コード：2459）
	取締役副社長	菊池 明	
	取締役副社長	坂田 崇典	
	社外取締役	藤原 徹一	
	社外取締役（監査等委員）	加藤 征一	
	社外取締役（監査等委員）	松村 卓朗	
	社外取締役（監査等委員）	田中 克洋	
本社	東京都文京区本郷四丁目24番8号 春日タワービル 7F		
支店	沖縄県那覇市久米2-4-14 JB・NAHAビル4F		
連結子会社	AUN PHILIPPINES INC. AUN Thai Laboratories Co., Ltd. AUN Vietnam Co., Ltd. AUN Global Marketing Pte. Ltd.		
提携会社	AUN Korea Marketing, Inc.（韓国） 誠貫有限公司（台湾） AsiaPac Net Media Limited.（香港）		
社員数	88名〔正社員のみ72名（グループ会社含む・役員含まず）〕 （2021年5月末現在）		