



**KAIZEN PLATFORM**

# 2021年12月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社Kaizen Platform 証券コード 4170

2021年8月13日

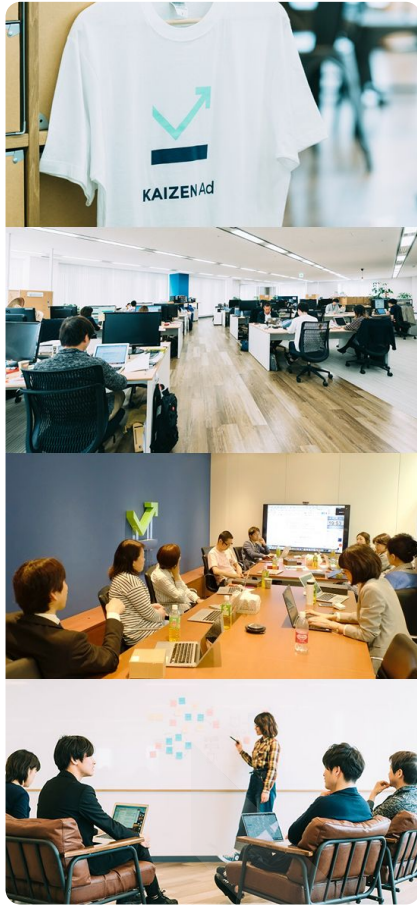
© 2021 KAIZEN PLATFORM INC. All Rights Reserved.

## 1 会社およびサービスの概要

## 2 2021年12月期 第2四半期の業績

## 3 中長期の経営方針

# 会社概要



- 会社名** : 株式会社Kaizen Platform
- 設立** : 2017年4月 (前身となる米国KAIZEN platform Inc.は2013年3月設立 \*)
- 所在地** : 東京都港区
- 従業員数** : 62名 (2021年6月末時点)
- 資本金** : 1,721,726千円 (2021年6月末時点)
- 経営陣** :
- |       |                              |
|-------|------------------------------|
| 須藤 憲司 | 代表取締役CEO                     |
| 海本 桂多 | 取締役COO                       |
| 高崎 一  | 取締役CFO                       |
| 渡部 拓也 | 取締役CTO                       |
| 杉山 全功 | 社外取締役                        |
| 松山 知英 | 社外取締役 (株式会社 エヌ・ティ・ティ・アド 取締役) |
| 小田 香織 | 監査役                          |
| 五宝 滋夫 | 監査役                          |
| 林 依利子 | 監査役                          |
- 関係会社** : Kaizen Platform USA, Inc.  
株式会社DX Catalyst

\* KAIZEN platform Inc. と、当社の子会社であるKaizen Platform USA, Inc. との間で、KAIZEN platform Inc. を吸収合併消滅会社、Kaizen Platform USA, Inc.を吸収合併存続会社とし、その対価として、当社の株式をKAIZEN platform Inc.の株主に割当交付する三角合併を実施するとともに、日本事業をKaizen USA, Inc.から当社へ譲渡し (2017年7月)、現在に至る

## SaaSで生産性を高めつつ 世界中の才能をクラウド上に集めて顧客のDXを実現する

### 市場環境

- 日本の大企業退職率は**2.4%\***  
人材ポートフォリオを変えずらく、  
専門家を育成しづらい
- 開発受託などITサービスには  
巨大アウトソース市場が既に存在

DXは巨大なアウトソーシング  
市場を生み出す

### これまでの状況

- 正規雇用重視 × 解雇規制から  
多重下請構造で雇用弾力性を担保
- オフィス常駐型での業務は通勤や  
ムダな会議など生産性が低く、  
働き方の自由度が低い

これまでのアウトソーシング  
は生産性が低い

### 創業の仮説

- SaaSを通じたアウトソーシング  
で高度なサービスをリモート提供
- 単発でのタスクマッチング  
ではなく、複雑なプロジェクト  
をリカーリングで請け負う

SaaS+高度専門人材チーム  
でDXのBPOを実現

※日経「スマートワーク経営」調査 2018



# DX市場における当社の事業機会

UXにつながるDXはデジタル時代の新しい競争戦略だが  
大企業はレガシーシステムでDX投資が遅れており、このGAPが当社の事業機会

## UXに繋がるDXは 新しい時代の競争戦略

€1のデザイン投資に対し、  
営業利益€4、売上€20、輸出額€5  
増加

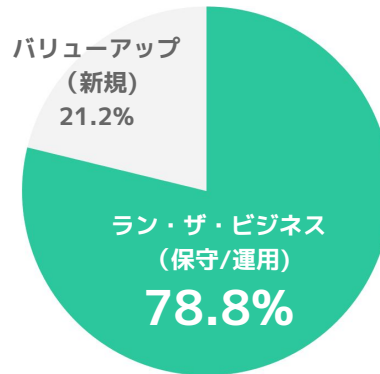


**4**倍のリターン

※出典：British Design Council “Design Delivers for Business Report 2012”

## システム投資の8割は レガシーシステムの保守

エンジニア不足に併せて、  
リソースの約8割は既存のレガシーシ  
ステムの保守運用に割かれている

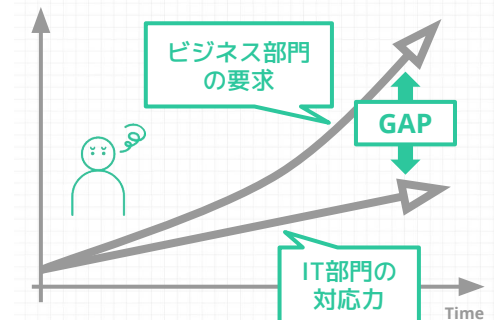


**8**割のIT予算が保守に

バリュー・アップ：新たな付加価値をつくるためのIT投資  
ラン・ザ・ビジネス：既存システムの維持/運営のための保守費用

## ビジネス部門とIT部門の GAPが当社の事業機会

大企業におけるDX化に向けた最大の  
問題点はビジネス部門とIT部門の  
組織のもつれ

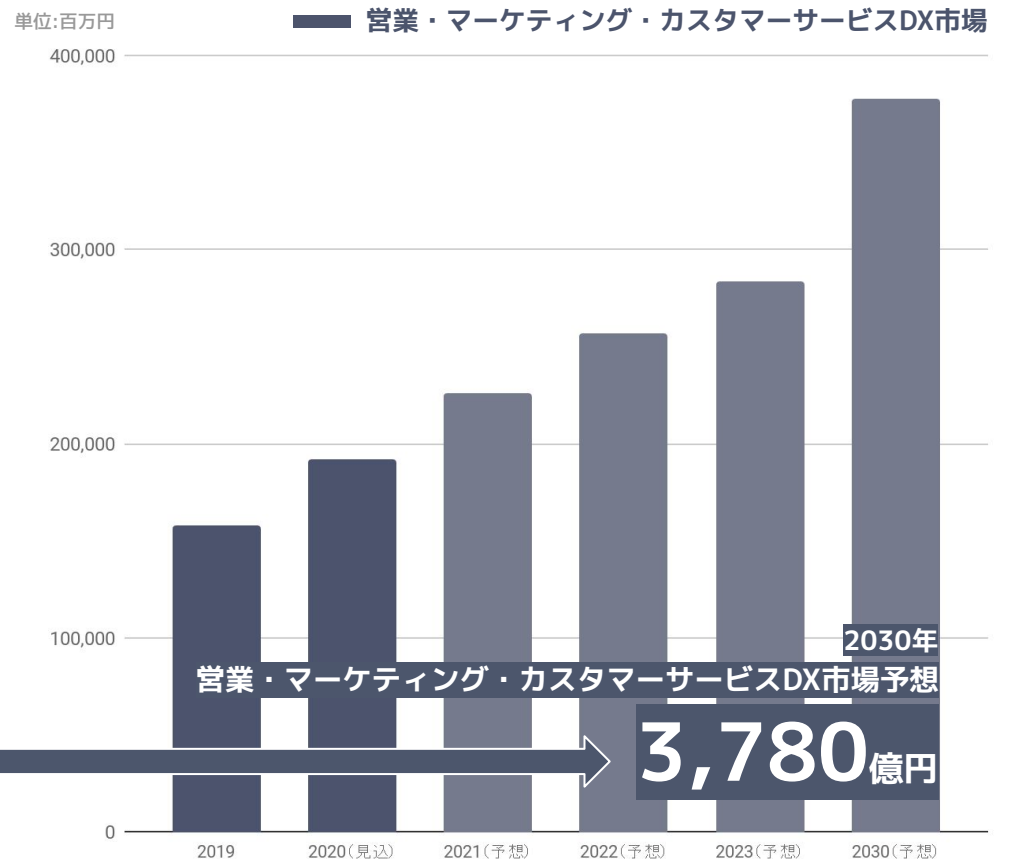
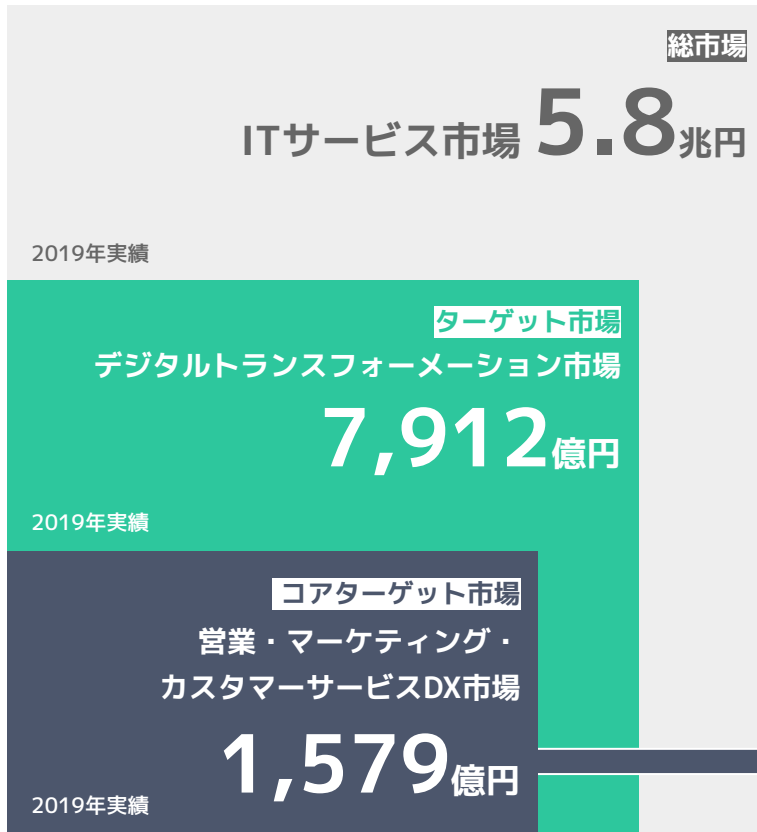


**12**兆円の損失可能性

2025年以降もDX化が進まない場合、日本全体で毎年12兆円の損失を生む可能性  
※出典：経済産業省「DXレポート」

# 急速に拡大するDX市場

COVID-19後の環境変化により大企業を中心にDXニーズが加速  
 対象市場も営業・マーケティング・カスタマーサービスDX市場を皮切りに  
 広義のDX市場へ拡大していく



## DXで顧客体験をKaizenするプラットフォーム

- 1 DXに関する巨大アウトソーシング市場を狙う
- 2 エンタープライズ中心のハイエンドSaaS+プロフェッショナルサービス
- 3 レガシーシステムを回避し、リードタイムとコストを抑えてDX推進
- 4 SaaSおよびそのデータを活用し高い生産性と高いテイクレートを両立
- 5 コロナ耐性の高さや5Gに伴うDXニーズの加速によるARPU向上

## 企業のDX推進を支援するプラットフォームとサービスを提供



顧客  
体験 **DX**



サイトのUX改善で  
売上UP



販促物のデジタル化で  
集客UP



営業資料の動画化で  
商談成功UP

### UXソリューション

サービスをわかりやすく  
つかいやすく  
する事で、KPIを改善

×

### 動画ソリューション

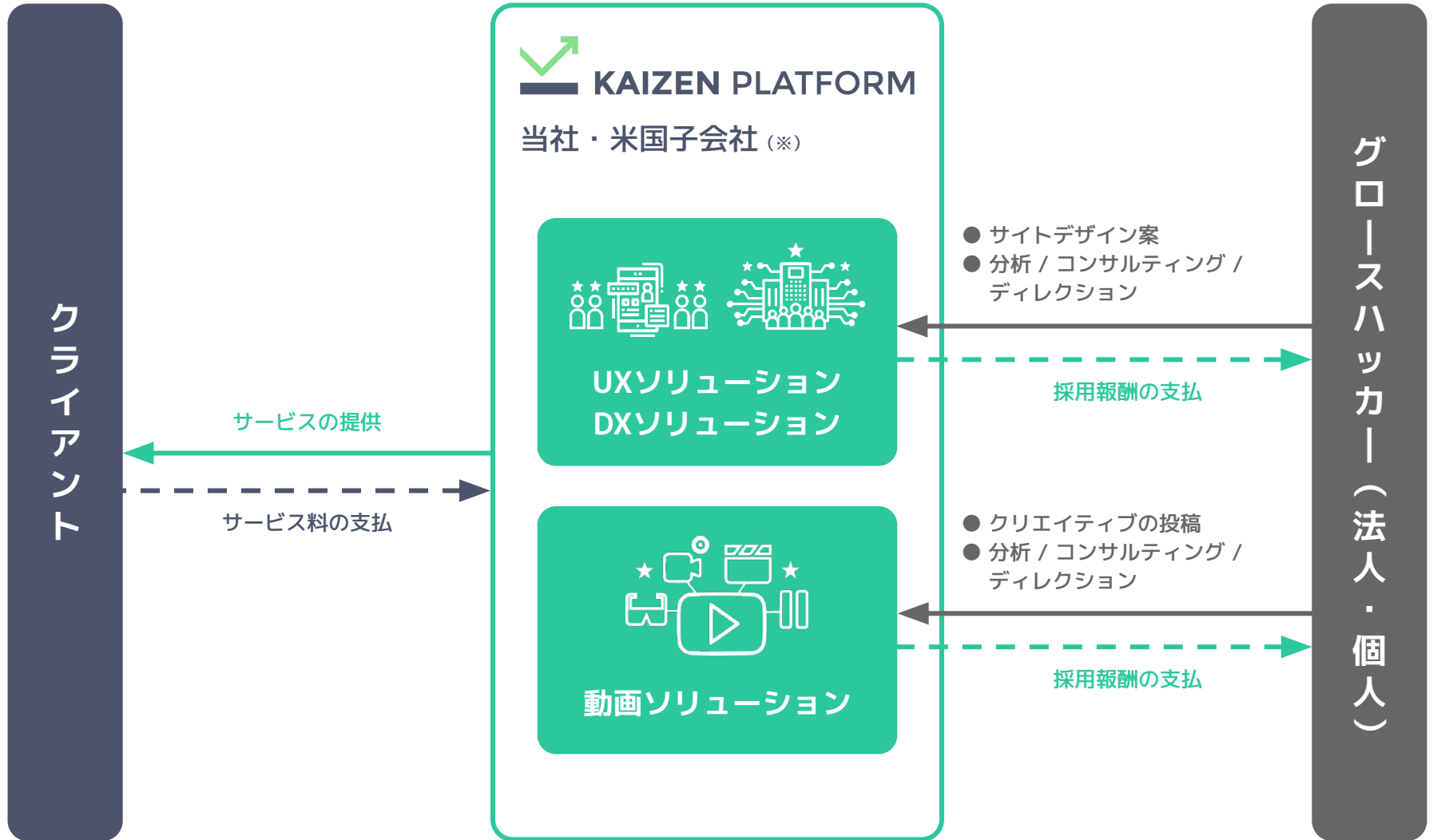
5G時代の  
動画制作プラットフォーム

×

### DXソリューション

企業のデジタル  
トランスフォーメーション  
をトータルサポート

# 取引構造



サービスの流れ →      お金の流れ →

# プラットフォームの強み

ソフトウェアも人材もデータも全てプラットフォーム上に揃っているため  
**実行スピードとノウハウが優位性**



**SaaSで最新のUI/UXの開発  
&制作環境を提供**

**KaizenVideo**  
 動画発注、制作管理から広告/サイト/営業へのシームレスな活用連携が可能な無償SaaS

**KaizenAd**  
 動画広告プラットフォームと連携してクリエイティブ管理を助けるSaaS

**KaizenEngine**  
 サイトにタグ1ついれるだけで、レガシーシステムに影響を与えることなくUI改善を可能に

**KaizenSales**  
 動画を活用した営業活動を支援するツール

**豊富なDX専門人材を  
変動費でチーム構築可能**

- 1万人を超えるデジタル専門人材が登録コンサルから実行までプロフェッショナルサービスをフルリモートで提供可能
- カタログ・DM・チラシまで**既存素材**から**動画化**が可能
- 日英だけでなく、アジアから中南米まで**多言語対応**が実現
- 制作会社/人材派遣会社/コンサルなど**50以上の法人と提携**し、当社プラットフォーム上でサービス提供

**データを活用した  
生産性向上と品質管理**

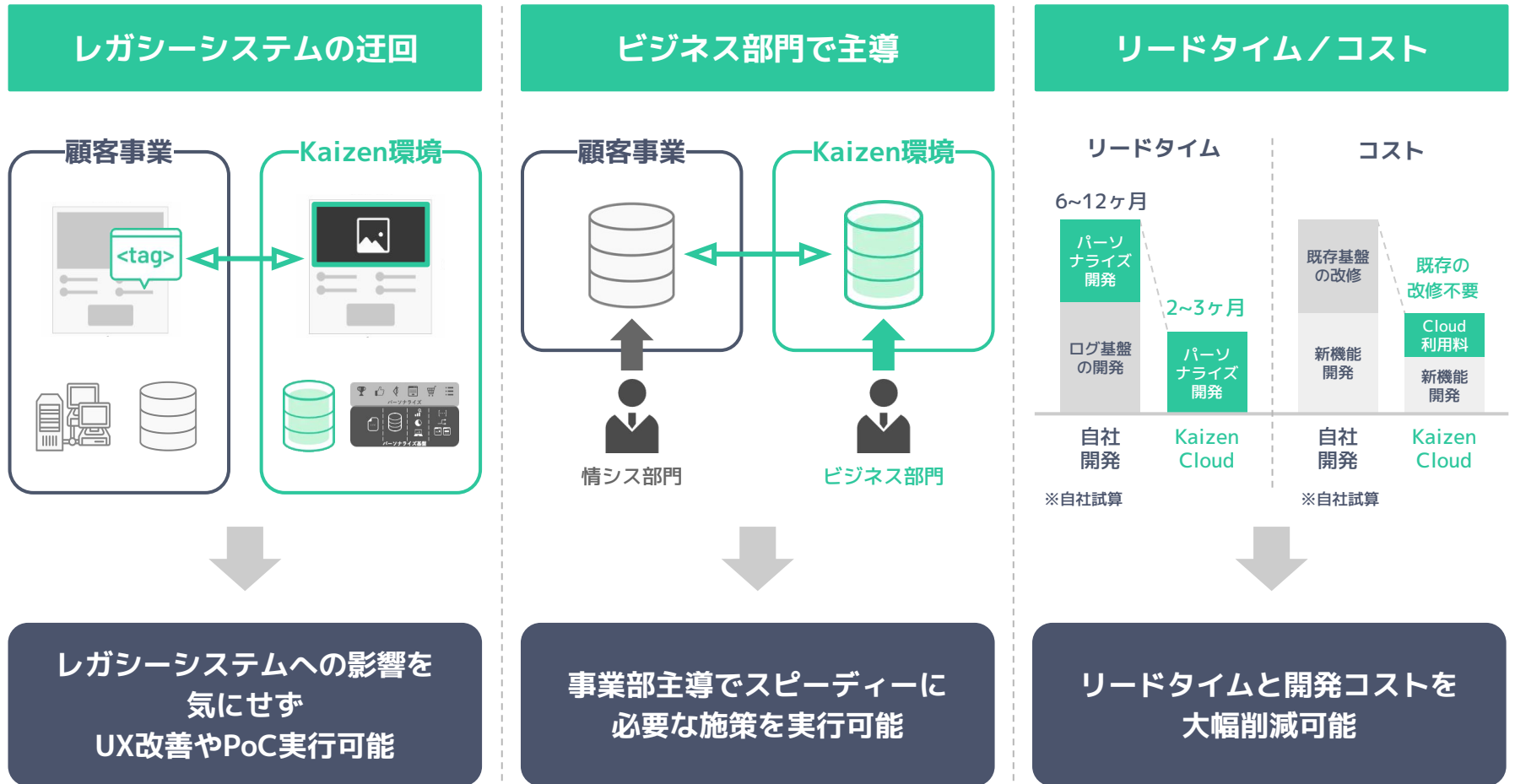
- 豊富な実績データを活用し、コンサルティングから品質管理まで**あらゆるワークフローにデータを活用**
- Facebook/Instagram/Google/YouTube/Amazonなど主要プラットフォームの**公式パートナー認定**を受け**APIによるデータ連携**を実現制作物の品質/成果も**高い評価**を得る
- データを基にした教育コンテンツを教育機関に提供し、**卒業生に登録**してもら**うスキーム**を構築



# 顧客企業から見た時のメリット

「レガシーシステムへの影響を気にせず」

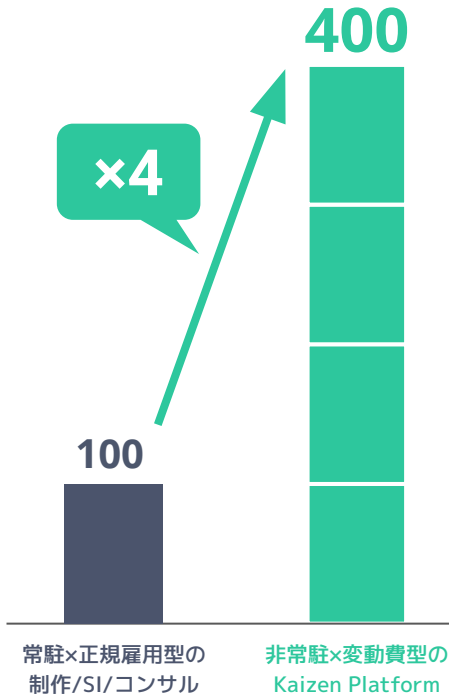
「ビジネス部門主導で」「リードタイム・コストを抑えて」DXやUX改善が可能に



# 強固な競争力を持つ事業構造

## 1人あたりの生産性

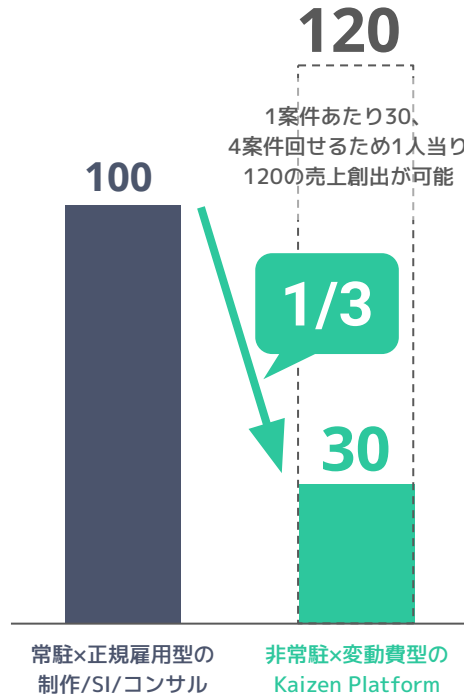
非常駐で、無駄な会議や社内調整が不要  
業務特化・効率化し4倍のアウトプットを実現  
=1人当たり**約4倍の案件**が担当可能



※ 顧客およびグロースハッカーへのインタビュー調査より自社試算

## 顧客への価格

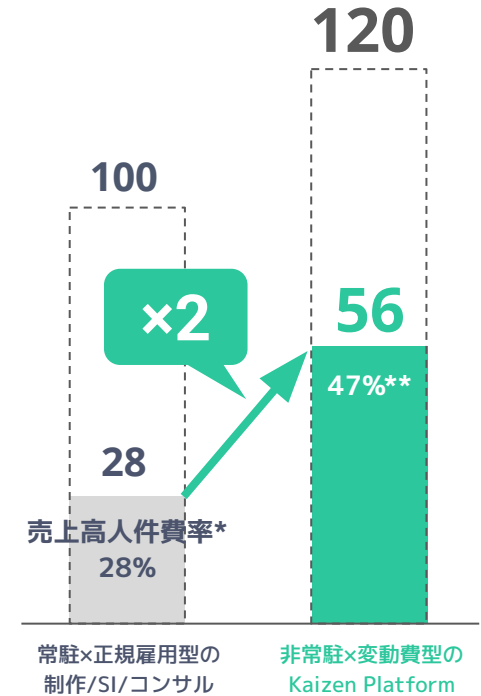
高い生産性と変動費率の高さをテコに  
同工数での**価格を約1/3**に



※ 顧客およびグロースハッカーへのインタビュー調査より自社試算

## 報酬単価

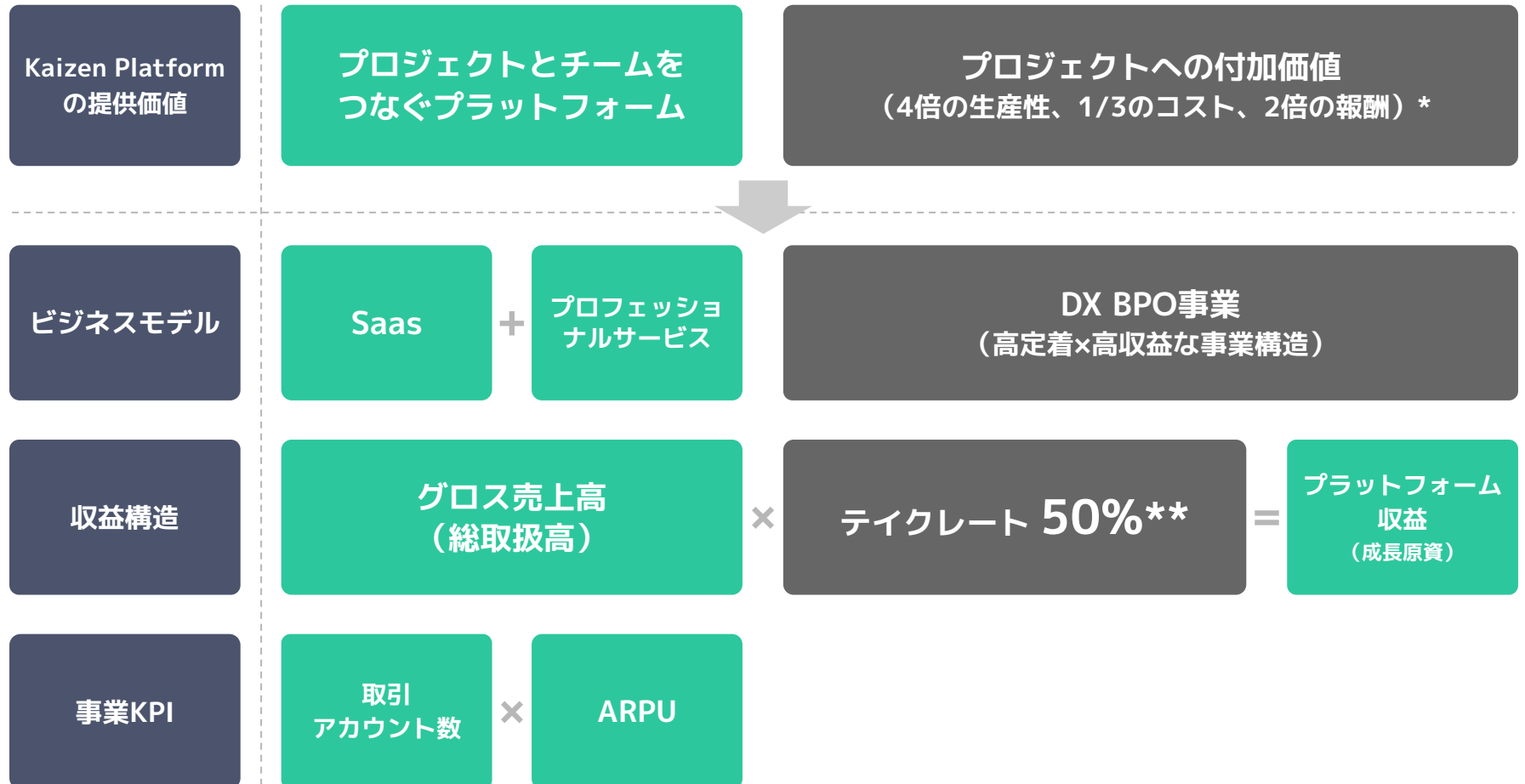
業種別売上高人件費率と比較すると  
報酬で**約2倍**の差  
採用競争力を高めることが可能



\*TKC経営指標 (BAST) 2019年参照  
広告制作業29.1%、インターネット付随サービス業24.4%  
\*\*2019年度実績

# KAIZEN PLATFORMの価値創造メカニズム

DXのワンストップBPOサービスをクラウドを通じて提供し、5割のテイクレートを  
実現する高収益・高付加価値な事業モデル



\* 生産性/費用/報酬に関してはP12の試算に基づく

\*\* テイクレート = (総取扱高 - 取扱高に連動する原価) ÷ 総取扱高

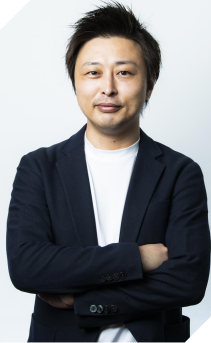
\*\*\* 取扱高に連動する原価 = プラットフォーム開発費用等取扱高連動しない固定的な原価を控除した売上原価

# 取引実績

各業種・業界のリーディングカンパニーの顧客体験を改善し続けてきた  
**データとノウハウを保有**

# 経営メンバー



**須藤 憲司 代表取締役**  
Chief Executive Officer

2003年株式会社リクルートホールディングス入社後、マーケティング部門、新規事業開発部門を経て、リクルートマーケティングパートナーズ最年少執行役員（当時）として活躍。  
2013年に Kaizen Platform を創業。  
著書「ハック思考」「90日で成果をだすDX入門」



**海本 桂多 取締役**  
Chief Operating Officer

国際電信電話株式会社（現KDDI）入社。  
2014年関連子会社の株式会社mediba 代表取締役社長に就任。  
退任後、JapanTaxi株式会社取締役 / 株式会社IRIS代表取締役社長を歴任。  
Kaizen Platformには2018年9月参画。  
2020年4月より現職。



**高崎 一 取締役**  
Chief Financial Officer

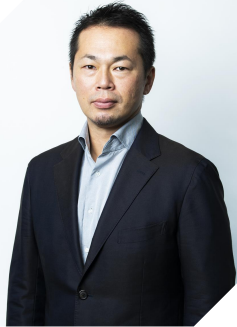
大学卒業後株式会社リクルートホールディングス入社。  
マクロミルで経営戦略と財務管轄の上席執行役員、グライダーアソシエイツにて取締役CFOを務め、  
2019年Kaizen Platformに参画しCFOに就任。



**渡部 拓也 取締役**  
Chief Technology Officer

2004年NTTコミュニケーションズ株式会社入社。2010年グリー株式会社にてNative Game事業本部で開発と事業責任者、  
2014年スマートニュース株式会社にて広告プロダクト責任者を歴任。  
2016年Kaizen Platformに参画。  
2018年4月より現職。

# 経営メンバー



## 栄井 徹 執行役員

### Chief Growth Officer

ソフトバンクを経て、2006年ネットエイジ入社。  
デジタル広告事業の管掌として、複数の事業の立上げや、グループ会社の社長を兼務。

2013年Kaizen Platform創業期から参画、  
2016年に動画事業を立ち上げ  
2020年6月より現職。



## 石橋 利真 執行役員

### Chief Culture Officer

1999年リクルートコミュニケーションズ入社、Webシステム開発に従事。  
2007年リクルートホールディングス社  
Media Technology Lab 創設メンバー。

2013年 Kaizen Platform を共同創業し  
CTOに就任、プロダクト開発及び  
エンジニア組織作りを牽引し、  
2021年1月より現職。





## KAIZEN the World

### 21世紀のなめらかな働き方で 世界をカイゼンする

私たちは、あらゆる人の創造性を信じている。  
しかし現実には、それを阻む摩擦が絶えない。  
だからこそ、世界をなめらかに変える  
プラットフォーマーになりたい。

デジタル時代のやり方で、あらゆる人や  
データをつなぎ、個人の情熱や  
才能を解き放つ場を創出する。  
個人も企業も分け隔てなく、  
得意技を持ち寄り成長し合う、好循環に満ちた  
ノンフリクシオンな社会の実現に貢献する。

もちろん、カイゼンに終わりはない。  
昨日より今日、今日より明日。  
現状に満足せず、ひたむきに大胆に  
改善し続ける挑戦者こと、改善者だ。

KAIZEN PLATFORMは、  
働く人も、サービスも、そして社会も、  
すべてをなめらかにつなぎ、  
世界を改善し続ける存在でありたい。

# 1 会社およびサービスの概要

## 2 2021年12月期 第2四半期の業績

# 3 中長期の経営方針

## 2021年12月期 第2四半期 業績ハイライト

1

第2四半期累計売上高は1,049百万円、**前年同期比40.8%増**  
進捗率は**47.7%で堅調に推移**

2

営業利益30百万円、経常利益-30百万円、当期利益-47百万円  
売上高の季節性の影響と事業拡大への体制構築にコストを投下  
経常利益、当期利益は第1四半期での為替変動の影響が残る  
第3四半期以降の為替リスクはヘッジ対応を完了

3

2020年12月22日東証マザーズに上場  
2,048百万円\* を調達して財務基盤を強化し、事業展開を加速

# 2021年12月期 第2四半期 連結業績

売上高は**前期比40.8%増**、営業利益の業績予想進捗率は**19.3%**  
 新規需要が強く業績拡大基調を維持

(百万円)	2021年12月期 第2四半期 (2021年1月 - 2021年6月)			通期業績予想 (2021年2月12日発表)	
	実績	前年同期		業績予想	進捗率
		実績	増減率		
売上高	1,049	745	+40.8%	2,200	47.7%
営業利益	30	-62	-%	160	19.3%
経常利益	-30	-50	-%	160	-%
当期利益	-47	-58	-%	160	-%

# 2021年12月期 第2四半期 事業トピックス

市場成長が想定以上に強く、新規顧客獲得は依然として好調に推移  
 今後の新型コロナワクチン接種率増加に伴う需要回復に向け、採用を大幅強化

## UXソリューション

サービスをわかりやすく  
 つかいやすくする事で、  
 KPIを改善

- 緊急事態宣言等の影響で小売/サービス業の**大型取引停止**が発生  
 抱えていたマイナス材料を出し切った形、今後の需要回復に向け体制強化
- 金融/BtoB顧客/高単価BtoCを中心に  
**非対面チャネル強化が主要テーマとなり強い新規需要が続いている**

## 動画ソリューション

5G時代の  
 動画制作プラットフォーム

- Amazonを中心に**米国からECの動画化が本格化**
- 動画広告の復調基調が継続

## DXソリューション

企業のデジタル  
 トランスフォーメーション  
 をトータルサポート

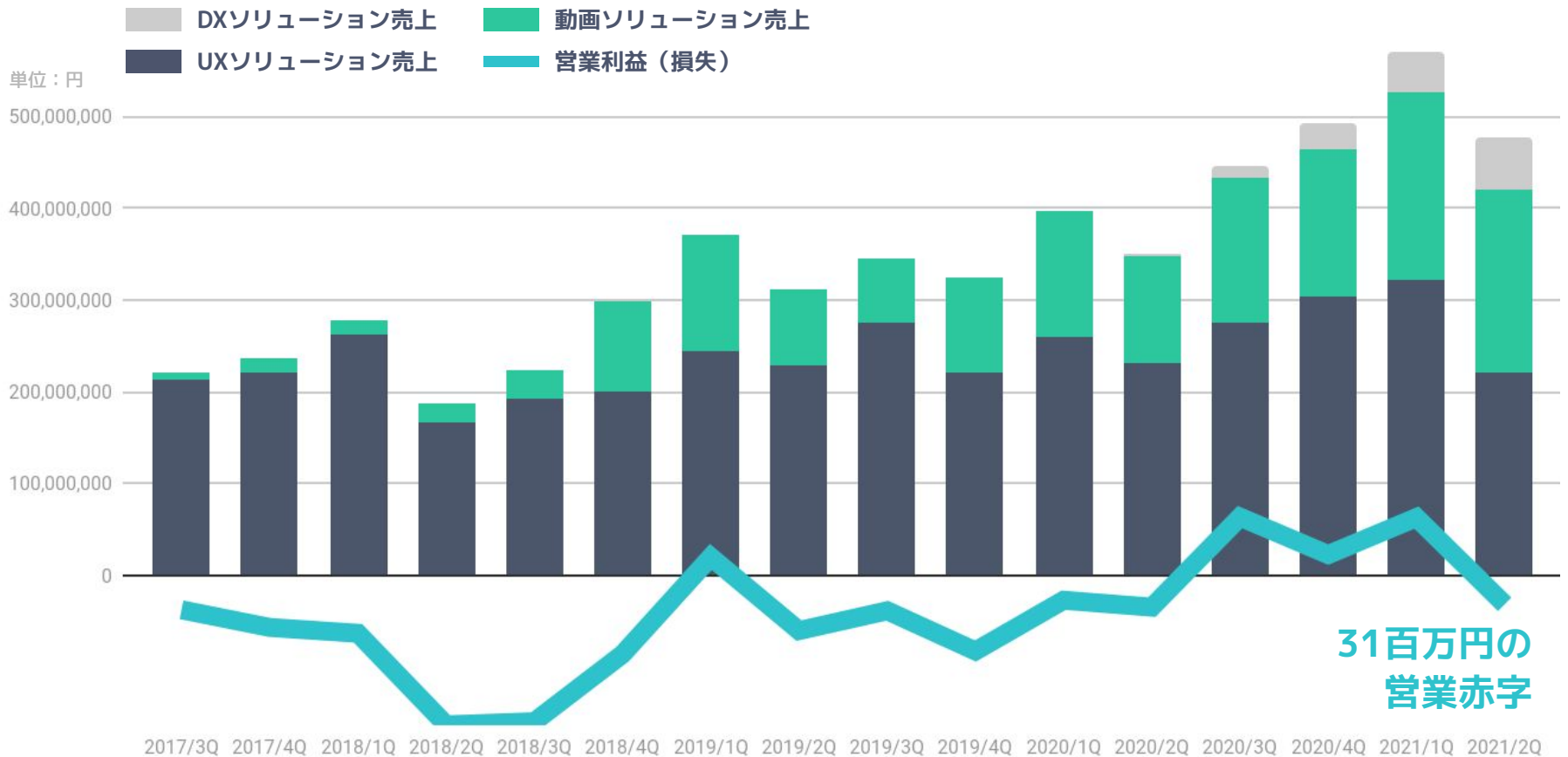
- DXの上流工程を伴走していくコンサルニーズの強化に向けて  
**Kaizen Consultingをリリース**
- 非対面非接触での営業を支援するKaizen Salesが**IT導入補助金の対象に  
 提携企業と連携しながら中小企業のニーズ取込も本格開始**



# 業績推移（ソリューション別）

動画/DX 通常の季節トレンドを超えて成長中

UX 緊急事態宣言等の影響で小売・サービス業の大口顧客のダウンセルが発生



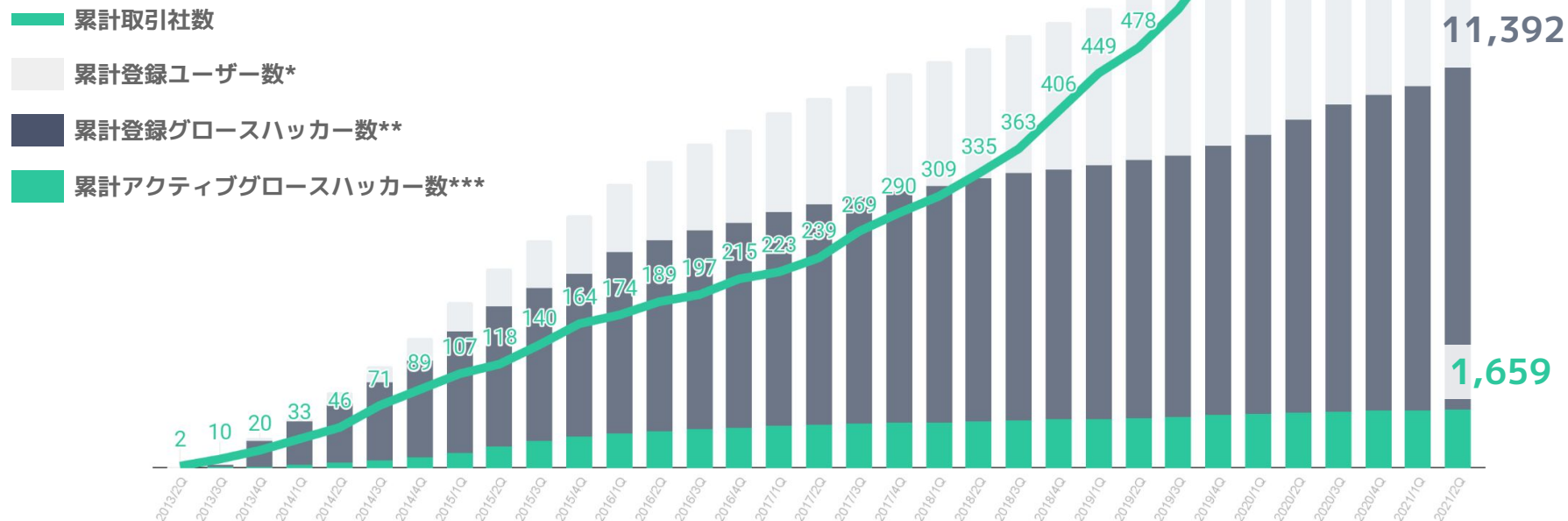


# 拡大するサービス/顧客/ユーザー

大企業を中心に顧客基盤を拡大し、取引社数・ユーザー数共に成長

累計取引社数  
**900社突破**

累計登録ユーザー数  
**1.8万人突破**



\*プラットフォームを活用する顧客及び専門人材の累計登録数

\*\*プラットフォームを活用する専門人材の累計登録数

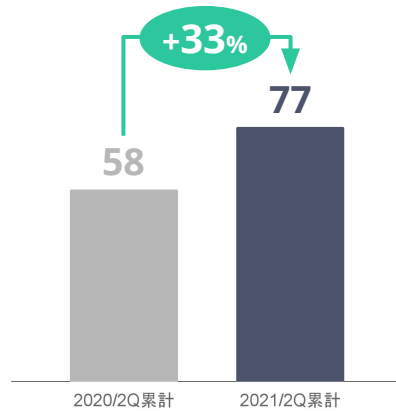
\*\*\*過去にクリエイティブ改善案の投稿実績があるグロースハッカーの累計数

# 事業別 取引アカウント数とARPU

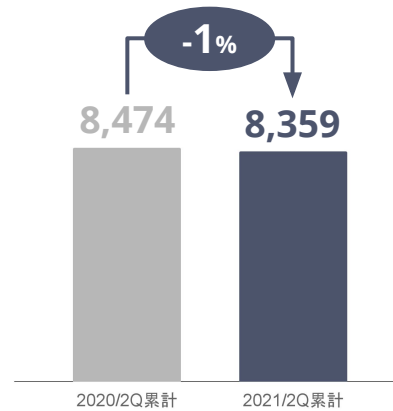
UX/DXは新規取引アカウントの力強い伸びが事業成長を牽引、ARPUも戻しつつある  
 動画は、ARPUが昨年より大幅に伸びて成長速度が加速

UX/DX  
ソリューション

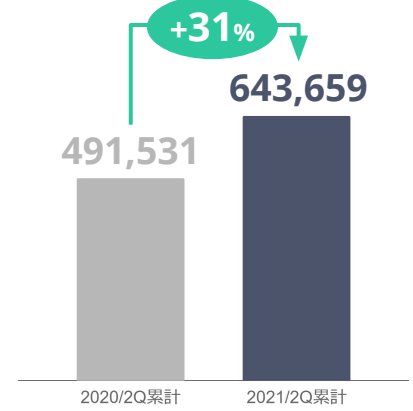
取引アカウント数 \*



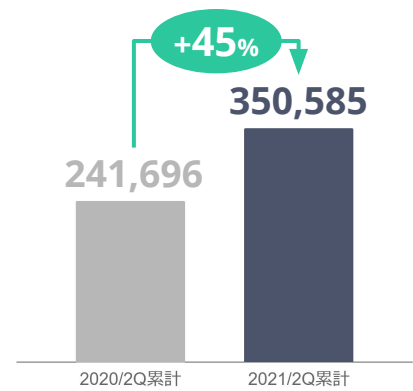
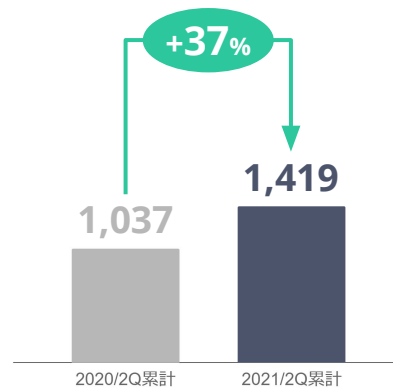
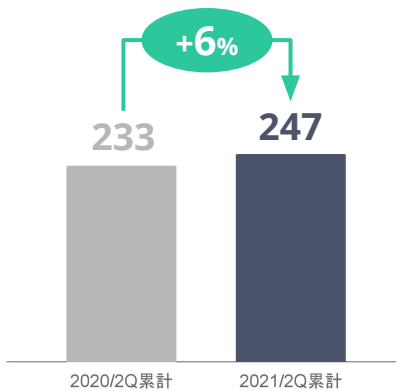
ARPU (2Q累計) 単位：千円



売上 (2Q累計) 単位：千円



動画  
ソリューション



# 財務と株式の状況

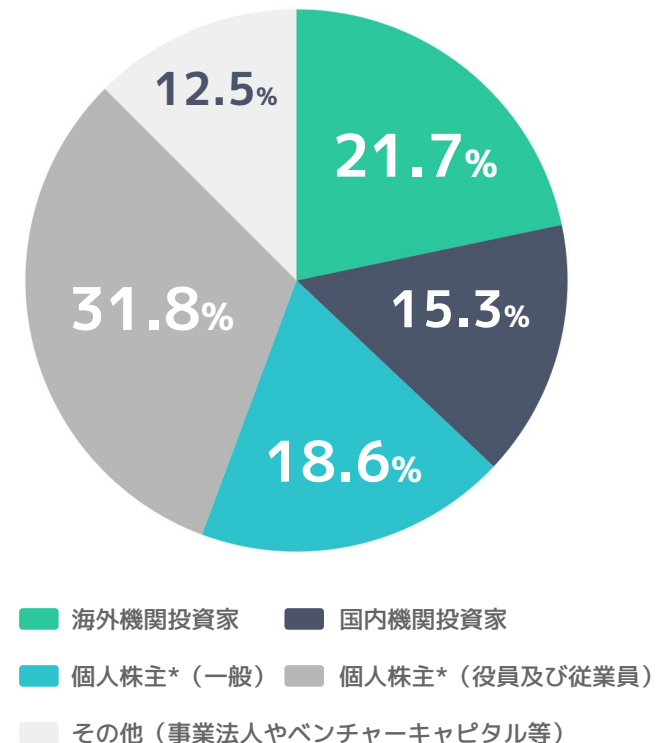
東証マザーズ上場により現預金・純資産が増加し、財務基盤強化  
 機関投資家の保有比率は37.0%、一般個人株主は18.6%を占め、いずれも前期末より増加

貸借対照表（連結）

百万円	2020/12	2021/6	増減
現金及び預金	2,660	3,014	353
流動資産	2,908	3,250	341
有形固定資産	4	4	0
無形固定資産	323	371	48
投資その他資産	152	129	-22
資産	3,388	3,756	367
短期借入金	-	-	-
長期借入金	250	250	-
負債	534	480	-53
純資産	2,854	3,275	420
負債純資産	3,388	3,756	367

株式の分布状況

(2021年6月30日時点)



\*個人株主の内訳は概算値

# 1 会社およびサービスの概要

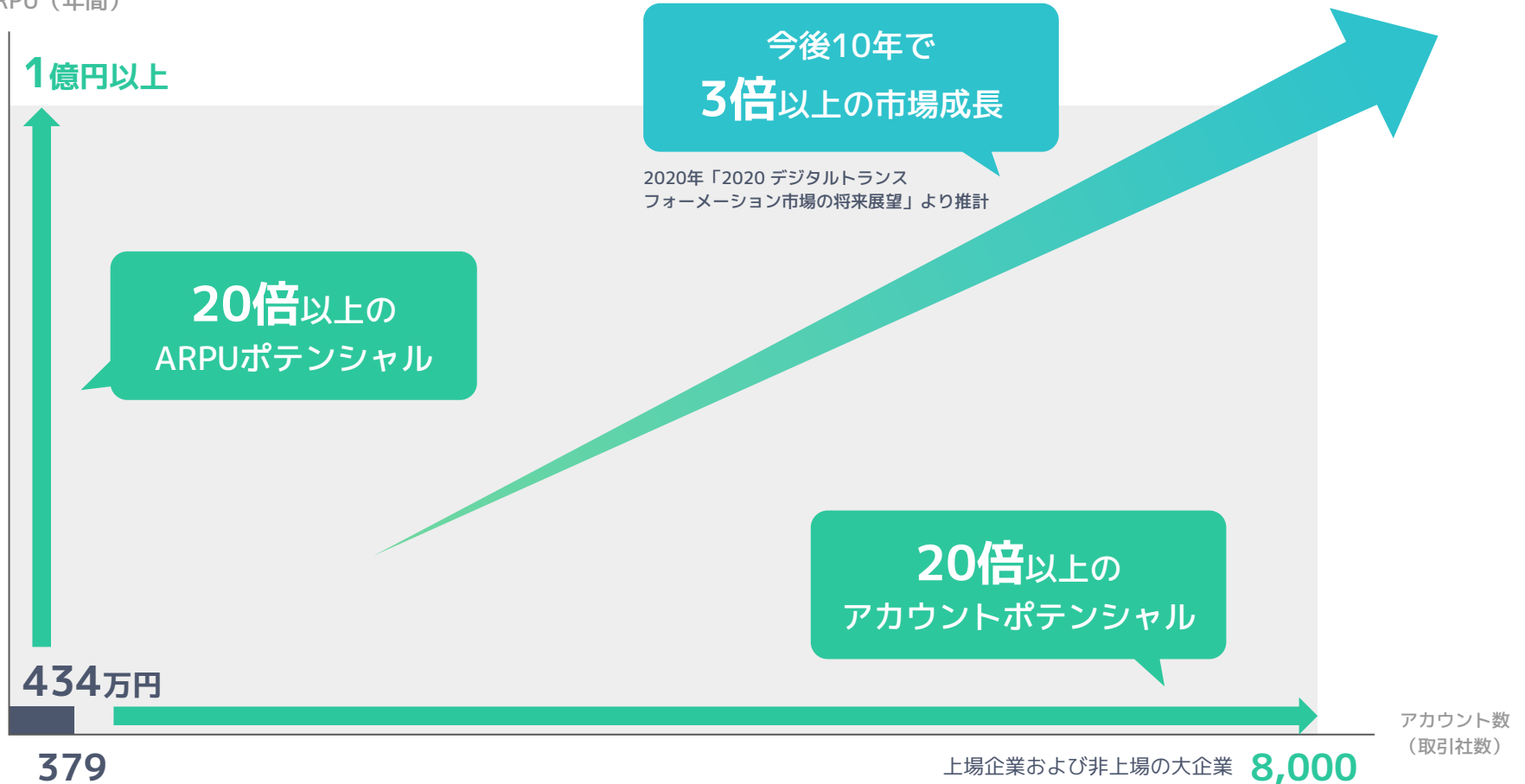
## 2 2021年12月期 第2四半期の業績

## 3 中長期の経営方針

# DXのマーケットポテンシャル

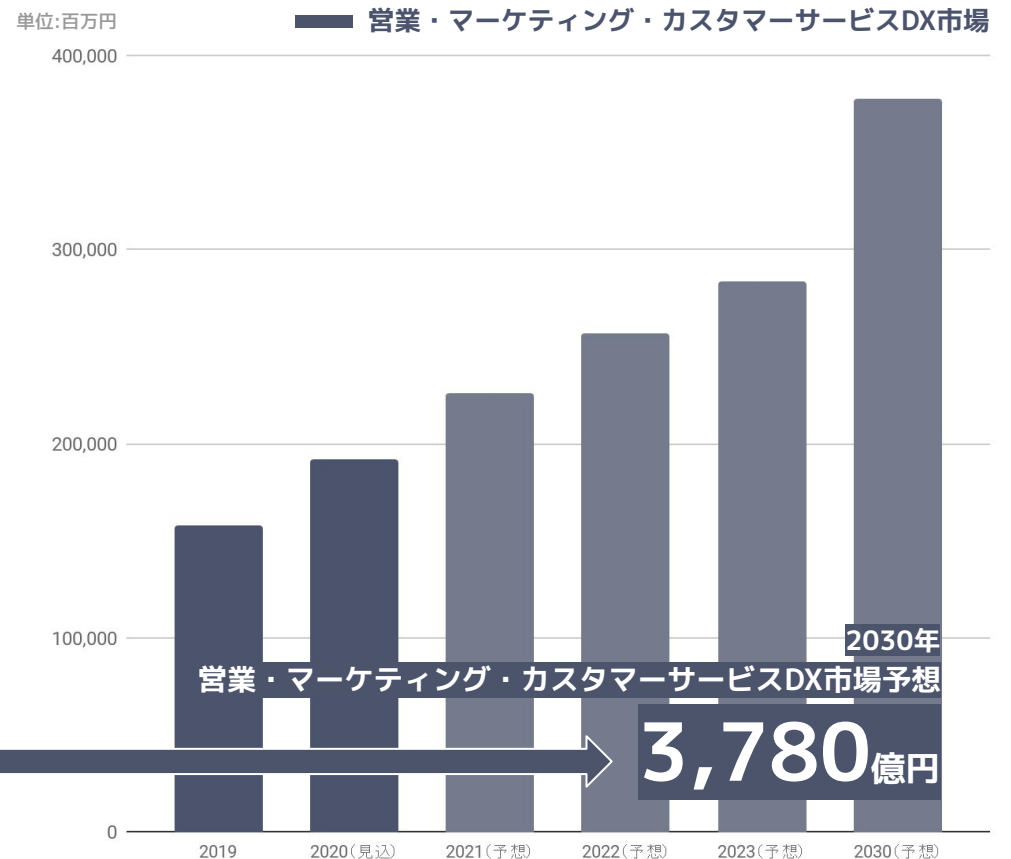
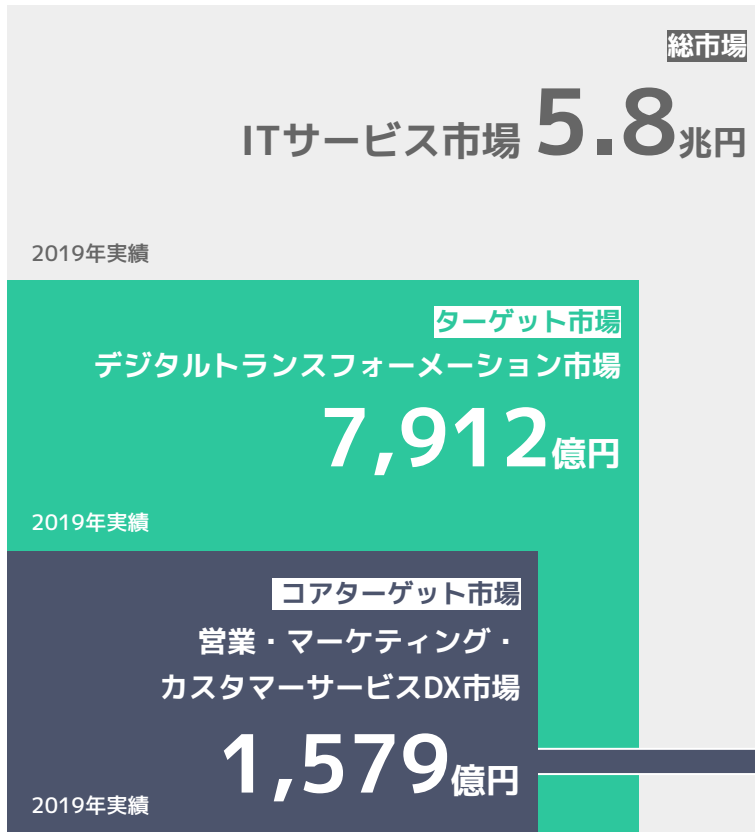
現在でも**大きな拡大余地**があり、急成長している超巨大市場  
当社が取り込める事業機会は依然として大きい

ARPU (年間)



# 急速に拡大するDX市場

コロナ禍で営業・マーケティング・カスタマーサービスDX市場が急速に成長している中、**早期に当該市場に関するフルサービスを揃えることが中長期の成長にとって望ましいと判断**

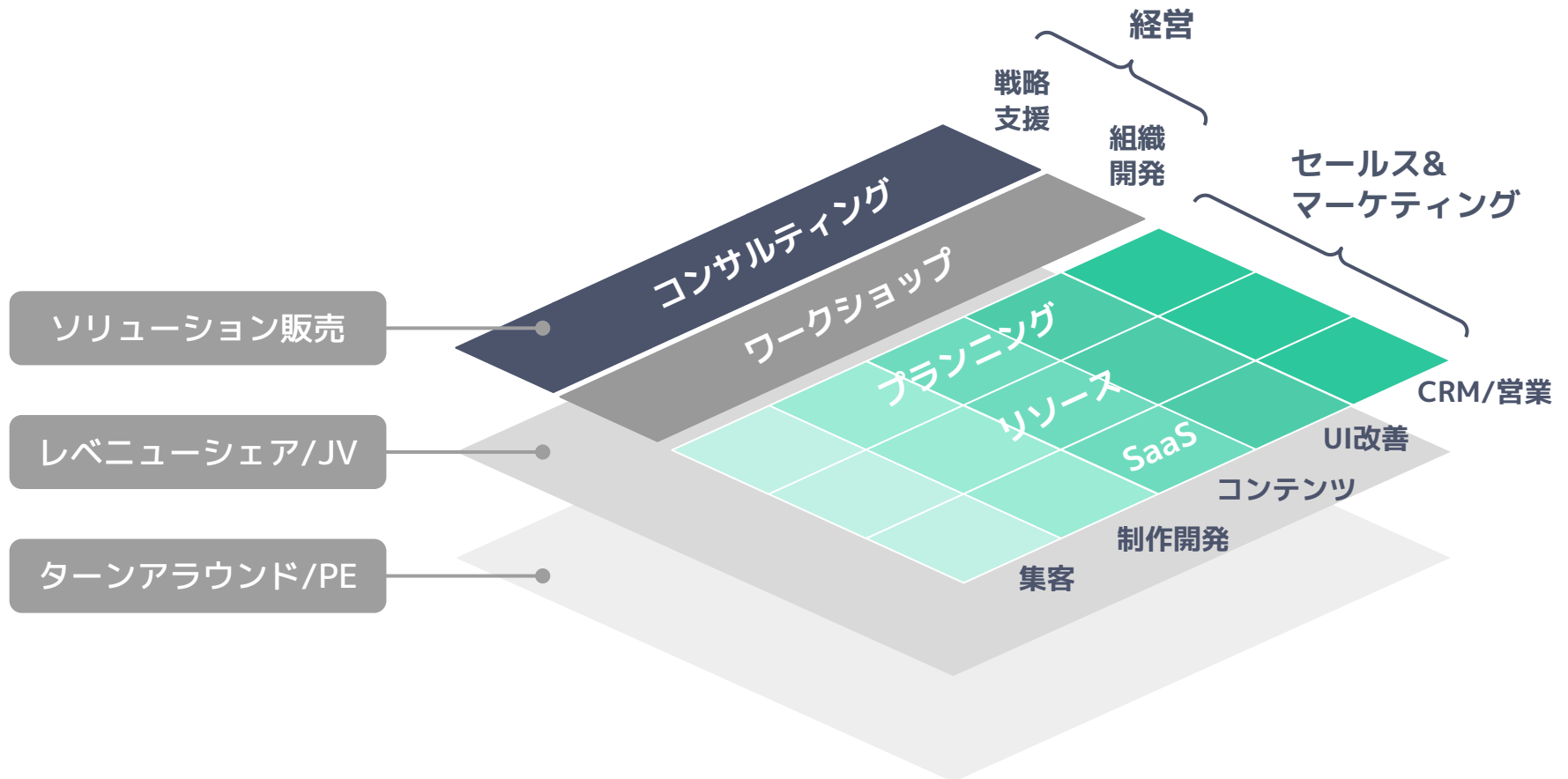




# セールス&マーケティングのDX市場における戦い方

今後のセールス&マーケティング領域のDX市場成長を機会と考えた際に、  
 大手企業を顧客基盤とした当社にとって、

「ソリューションを揃える」×「ビジネスモデル」の掛け合わせでさらなる展開が可能に



# 戦略ステップ

## STEP1

上流となるコンサルティング機能の強化

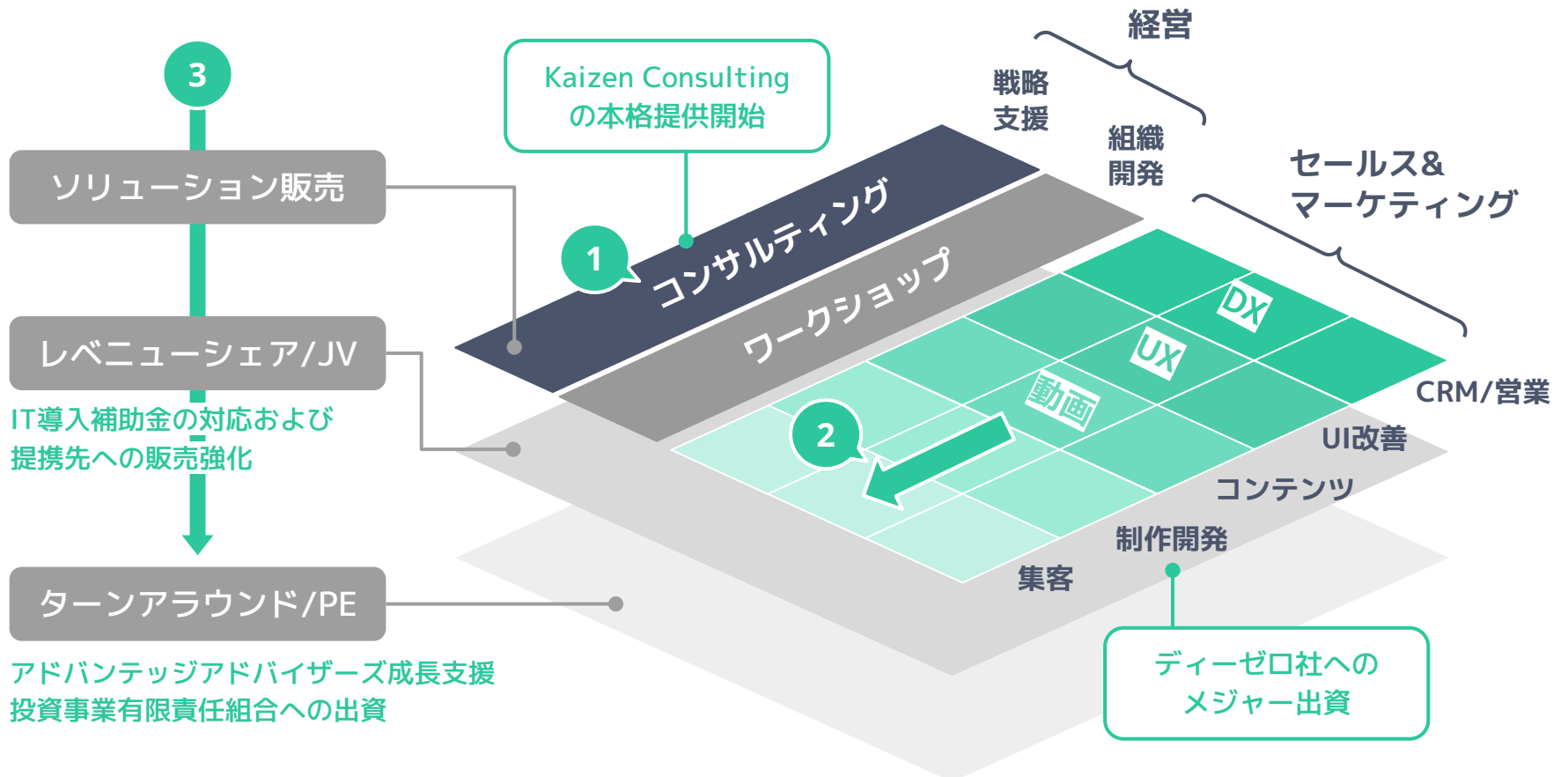
## STEP2

セールス&マーケティングDXの提供ケーパビリティの拡大

## STEP3

ビジネスモデルを拡張してより収益のレバレッジを高める

STEP2までを3年間で完了。DXをフルサポートできるサービスが揃った上でSTEP3を本格化



# 株式会社ディーゼロの子会社化サマリー

創業21年、福岡県最大級のWeb制作専門クリエイティブ集団  
「ディーゼロ社」の株式を**70.2%**取得し、**子会社化**

契約締結日	2021年7月21日
株式取得日	2021年8月11日
株式取得価額	421百万円
取得持分	70.2%
取得資金の調達方法	金融機関による借入金

## 残株式（29.8%）について

残りの株式について、当社のコールオプション、及び、2023年7月21日以降に行使可能な残株保有株主のプットオプションが設定されており、当該コールオプション又はプットオプションが行使された場合、当社はその残り146株を取得し完全子会社化する予定。  
なお、上記のオプション行使による株式の取得は、会社法上の株式交換によって実施する場合がある。

## 2021年12月期業績への影響

今期業績への影響については、現在精査中。公表すべき事項が生じた場合には速やかに開示予定。

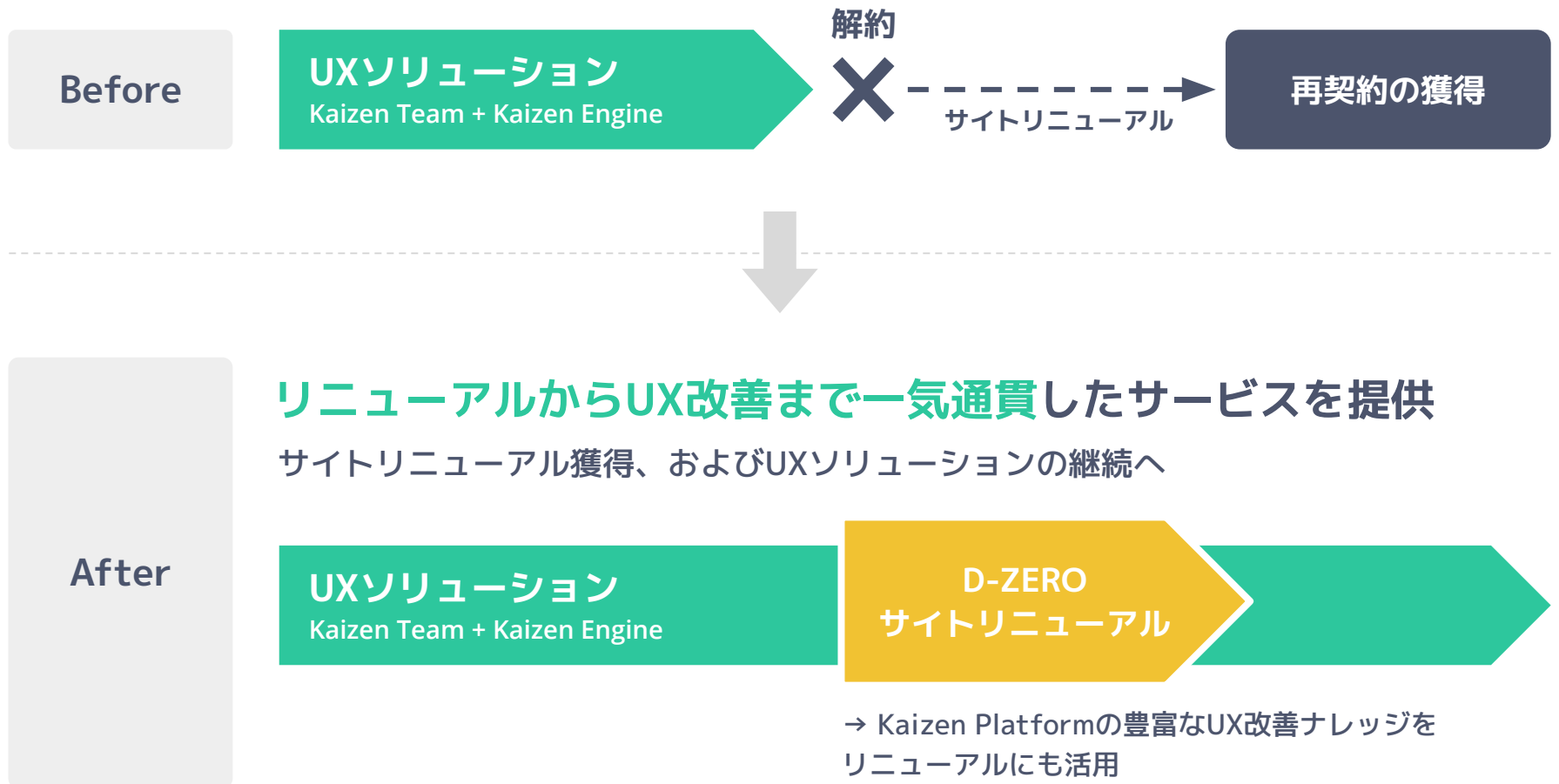
# ディーゼロ社について



社名	株式会社ディーゼロ
所在地	福岡県福岡市
代表取締役	矢野 修作
設立	2000年8月1日
資本金	45百万円
売上高	537百万円（2020年7月期）
従業員数	54名（2021年4月1日時点）
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webサイト企画・制作</li> <li>- スマートフォンサイト/アプリ企画・制作</li> <li>- モバイル（フィーチャーフォン）サイト企画・制作</li> <li>- キャンペーンサイト/ランディングページ企画・制作</li> <li>- サイトデザイン・インタフェース設計・制作</li> <li>- Facebookページおよびアプリの企画・制作</li> <li>- Facebook、Twitterなどのソーシャルプロモーション企画・制作</li> <li>- デジタルサイネージコンテンツ企画・制作/その他デジタルコンテンツ制作</li> <li>- Webサイト運用支援・教育/Webサイトコンサルティング</li> <li>- Webプロモーション企画・制作/Web販売促進の企画・制作</li> </ul>

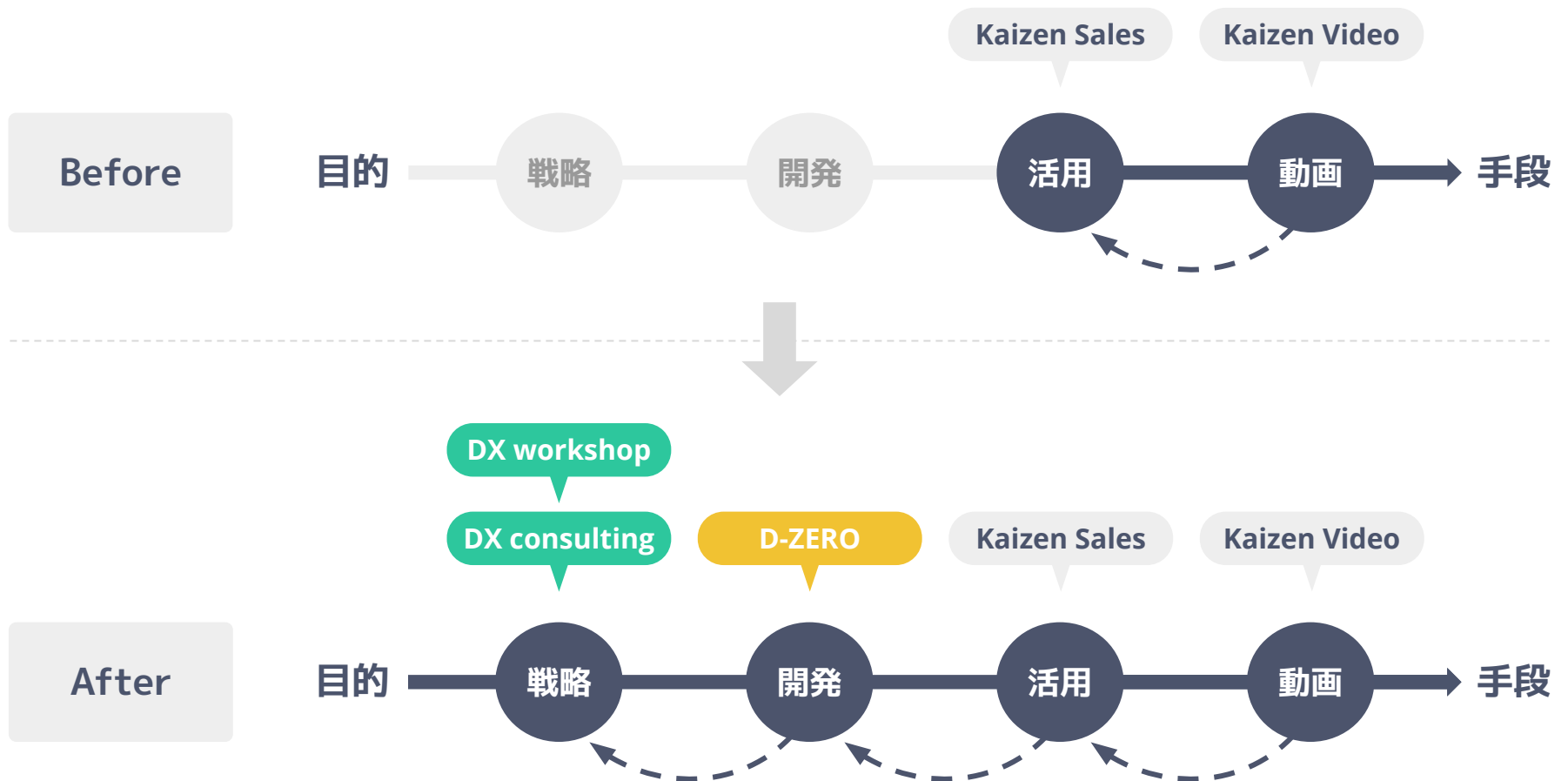
# 本件の狙い①：UXソリューションのサービス強化

UXソリューションにおける最大の解約理由は、3~4年毎に実施されるサイトリニューアル  
 ディーゼロ社の子会社化により**一気通貫したUXソリューション**へサービス強化



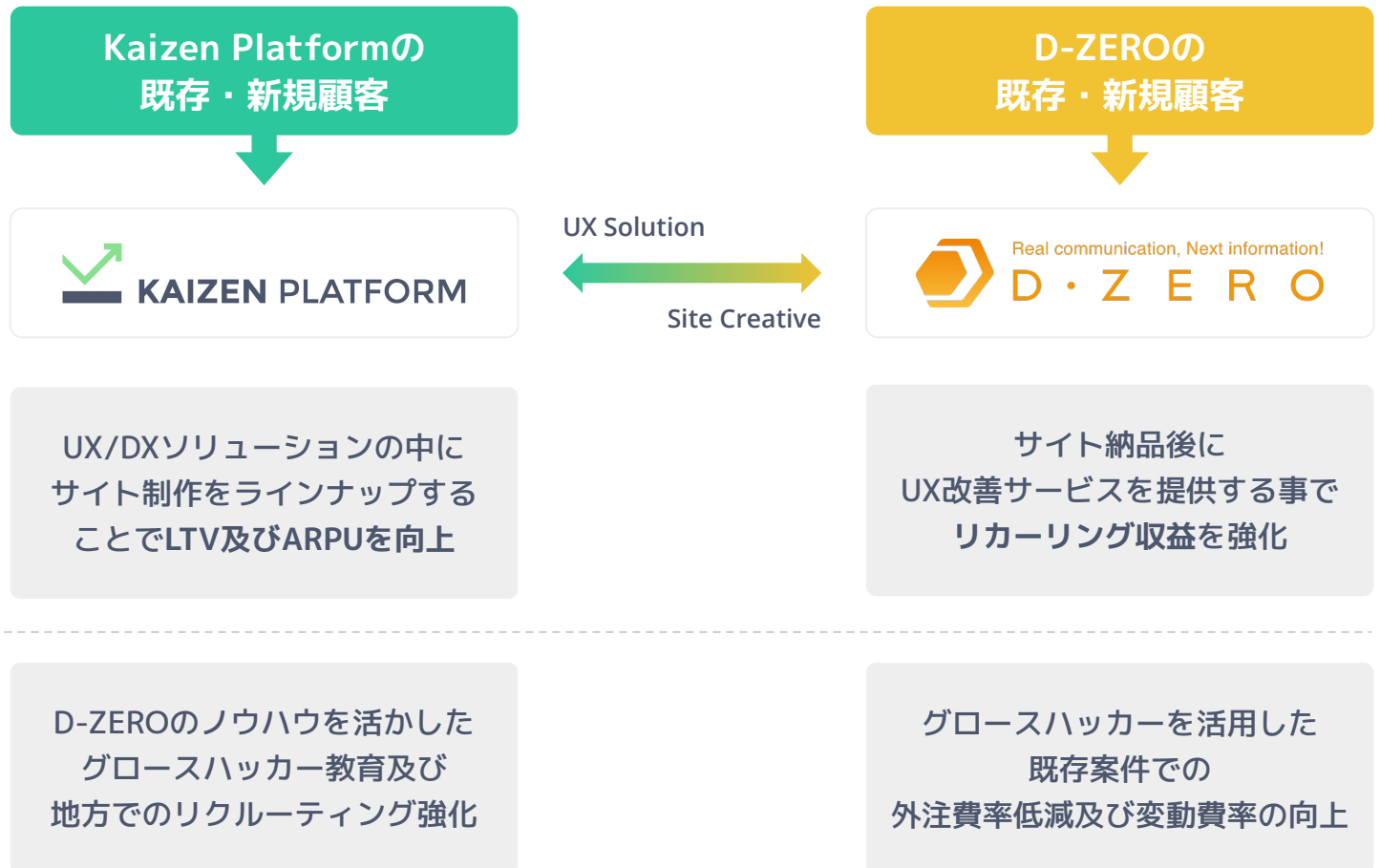
# 本件の狙い②：DXソリューションのサービス強化

より上流の問題を解決していくためには0→1のサービス開発も重要に  
 D-ZERO DXの企画・制作・開発力を活かし **上流から下流まで一気通貫したサービス**へ強化



# 両社のバリューアップ

両社ともに長期にわたるUX/DXサービスを提供することでシナジーを追求し収益構造を強化  
顧客基盤もほぼ重複がないため、相互に大きな白地が広がっている





# セールス&マーケ領域のDXにおけるフルサービスを目指す

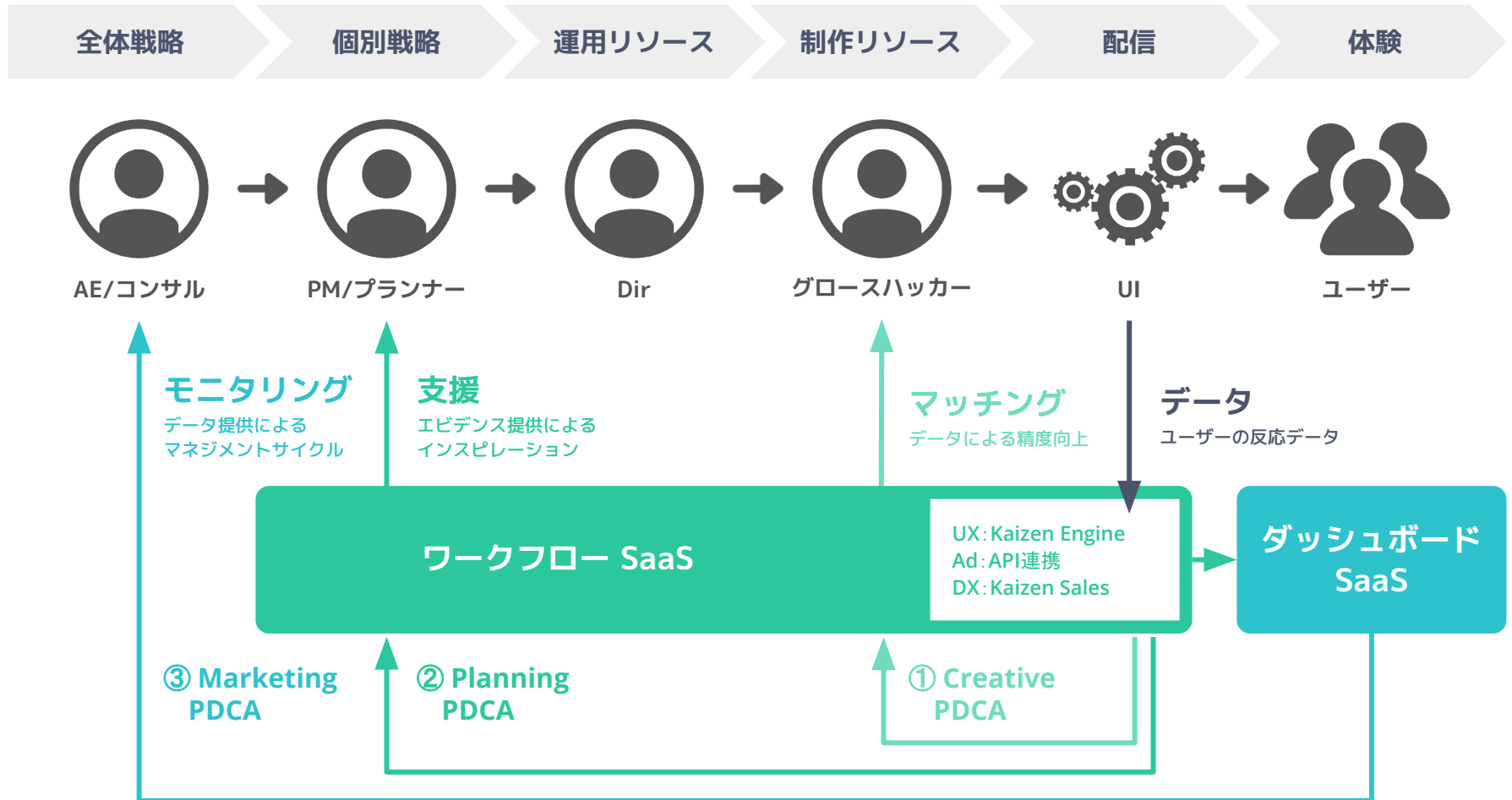
顧客課題を解決するためには、上流から下流までのフルサービスが必要



我々のユニークネスを最大限に活かし  
既存のビジネスモデルとは異なる収益/コスト構造を構築

# プラットフォームによる収益性向上

従来の制作会社のビジネスモデルに必要な**固定費を変動費化**させて弾力性を保ちつつ、**データドリブンに改善できるSaaS**を提供することでリカーリングモデル化し、収益性を強化



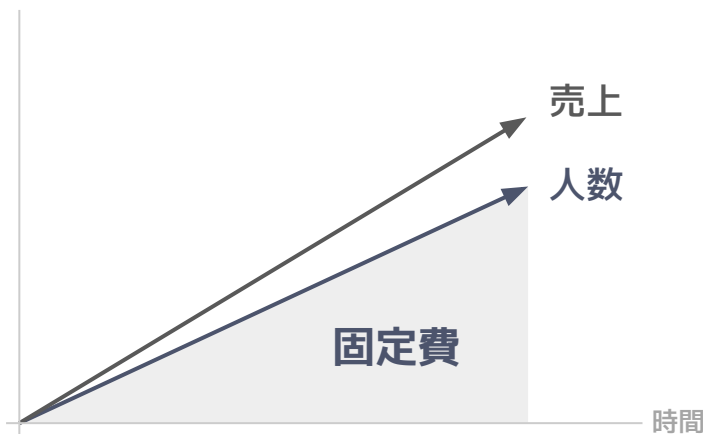
# 労働集約型ビジネスの構造変革

DX市場成長を取り込んでいる制作会社/開発会社/Sier/コンサルなどのプレイヤーの  
**ビジネスモデルそのものをDXしながら提供できるサービスを拡張していく戦略**

## 5年以内に売上100億規模を目指す

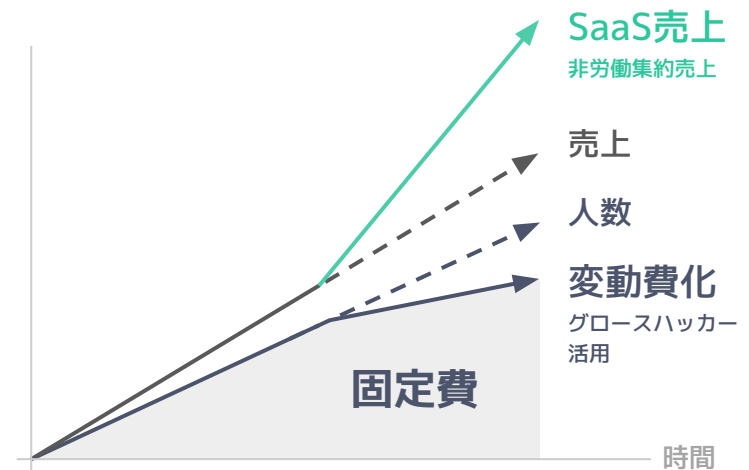
### 労働集約型モデルの事業構造

売上に比例して人数が必要になる  
 日本の場合、人=固定費となり  
 事業成長と共に固定費が増大していく



### 我々の狙い

人数に連動しないSaaS売上の構築  
 および当社グロースハッカーのさらなる活用による  
 変動費率の向上で、収益/コスト構造を変革



## 2021年12月期 通期業績予想

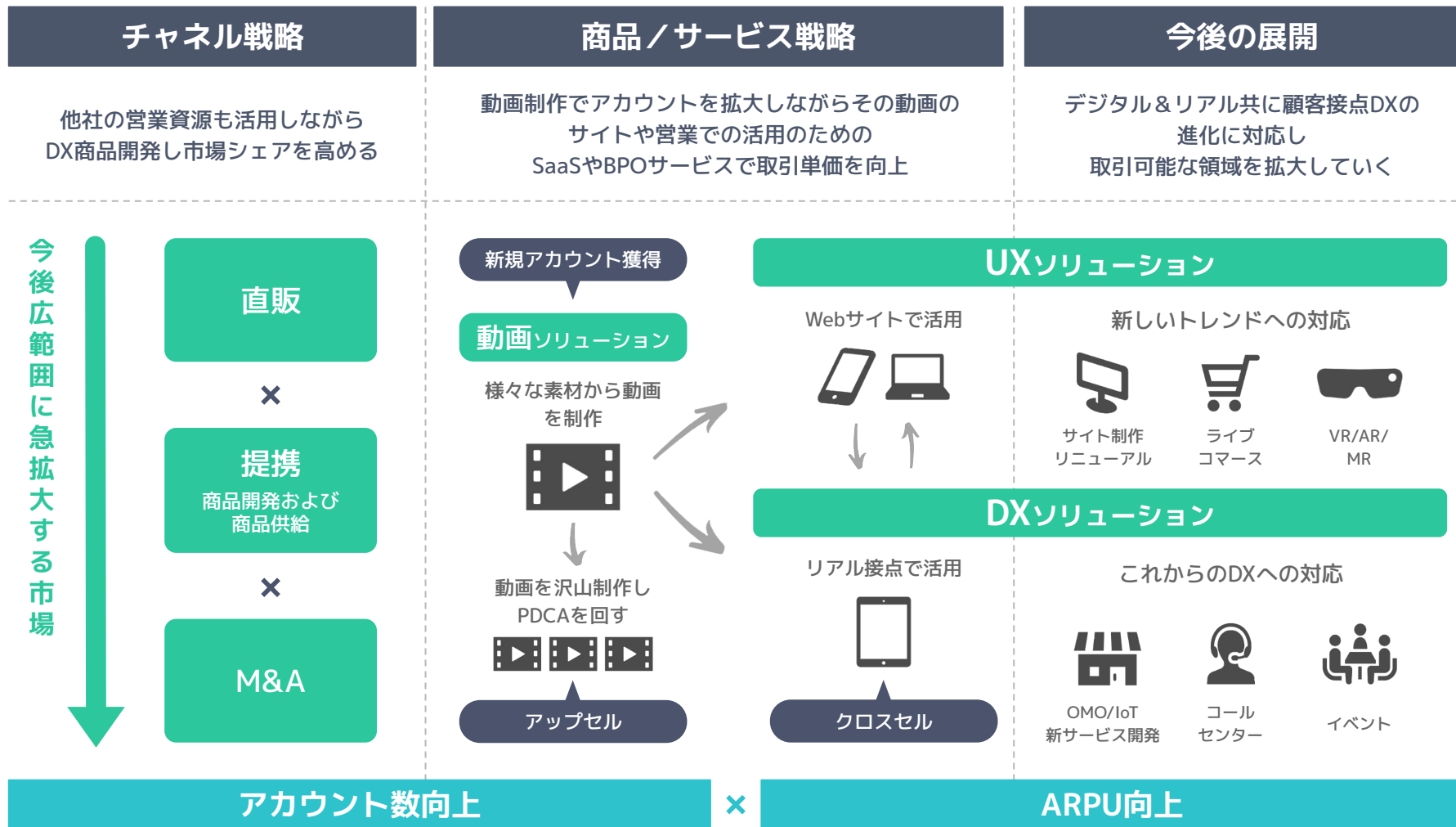
今期の通期業績予想は、売上高で**前期比30.5%増**の2,200百万円  
 営業利益で**前期比6.8倍**の160百万円の増収増益を計画

※期中に発生したM&Aの影響等を精査し、開示が必要な場合は、速やかに業績予想修正を開示予定

(百万円)	2020年12月期 通期	2021年12月期 通期	
	実績	業績予想	増減率
売上高	1,686	2,200	+30.5%
営業利益	23	160	+584.6%
経常利益	36	160	+339.1%
当期利益	107	160	+49.0%
EBITDA	119	320	168.4%

# これからの成長戦略

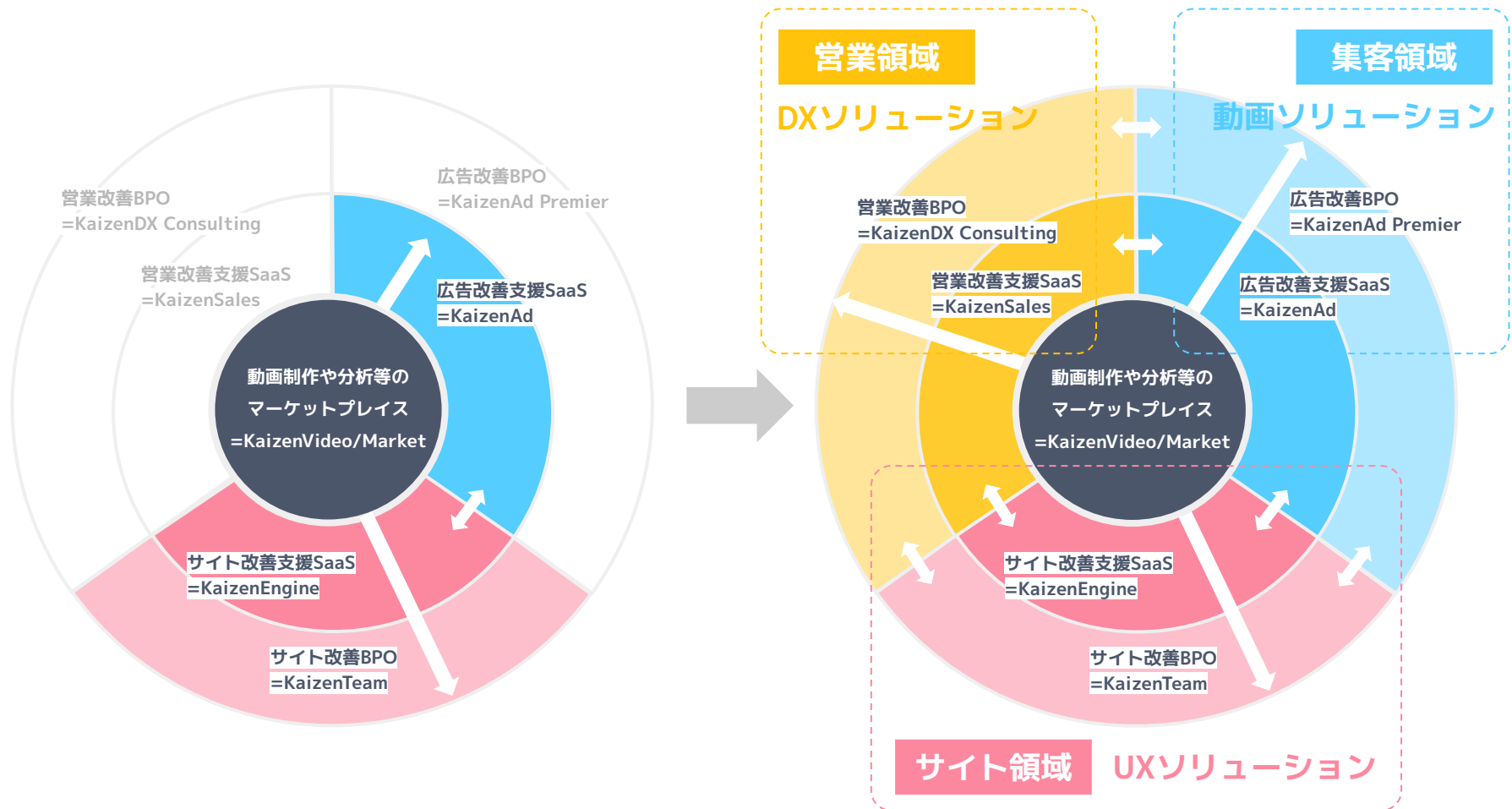
急成長していくDX市場におけるプラットフォームとしてのポジションをより強固なものにするための投資を行い、DXのEMS\*を目指す



# Appendix

# 顧客単価向上のシナリオ

動画制作で取引開始し、その動画をサイトや広告、営業に活用するための SaaSやBPOサービスでアップセル&クロスセルを展開





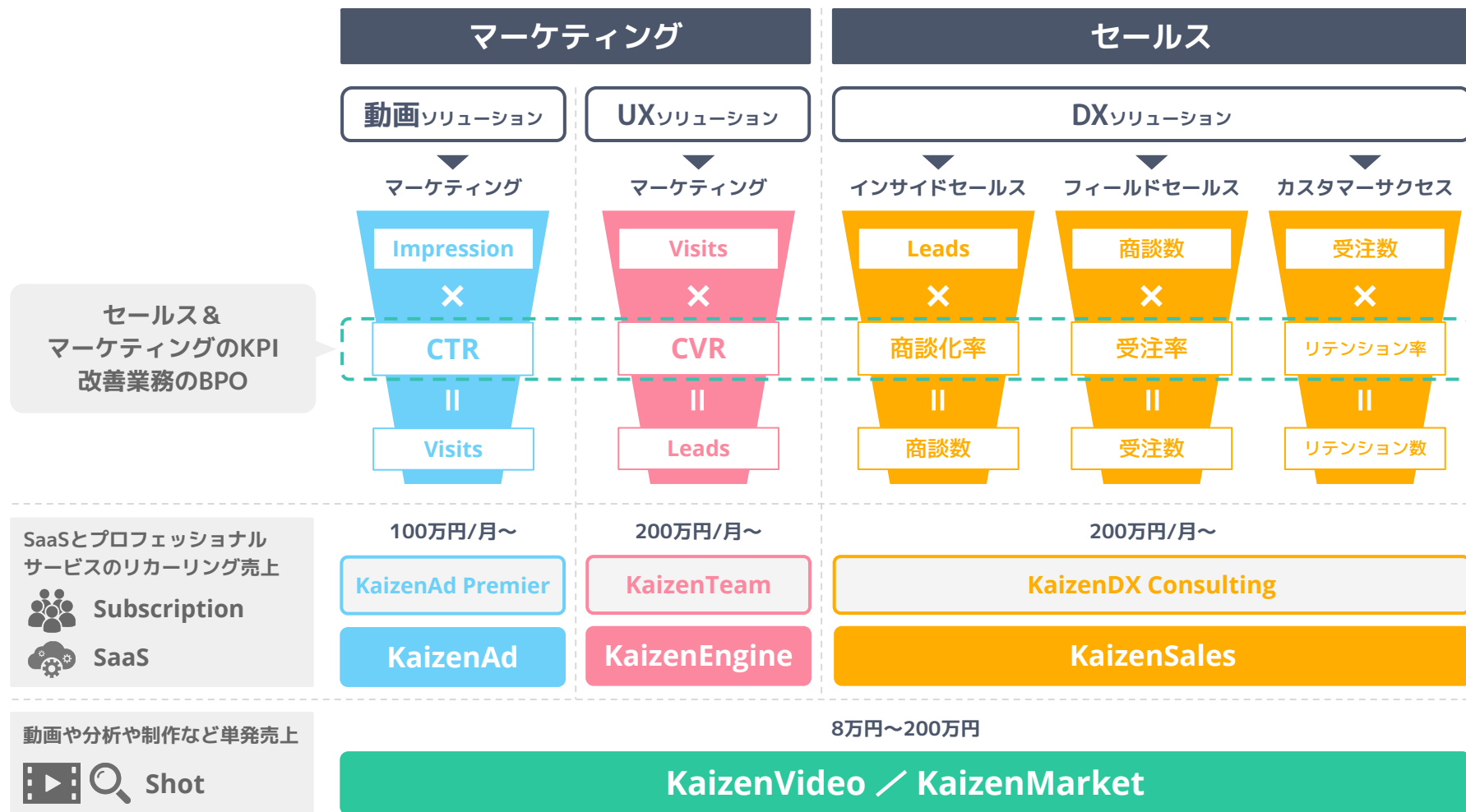
# 市場獲得に向けた戦略

各業界のトップ企業と提携し、巨大な販促/広宣市場のDXに対応する  
商品サービスを開発し、供給していく事で効率的に市場を開拓



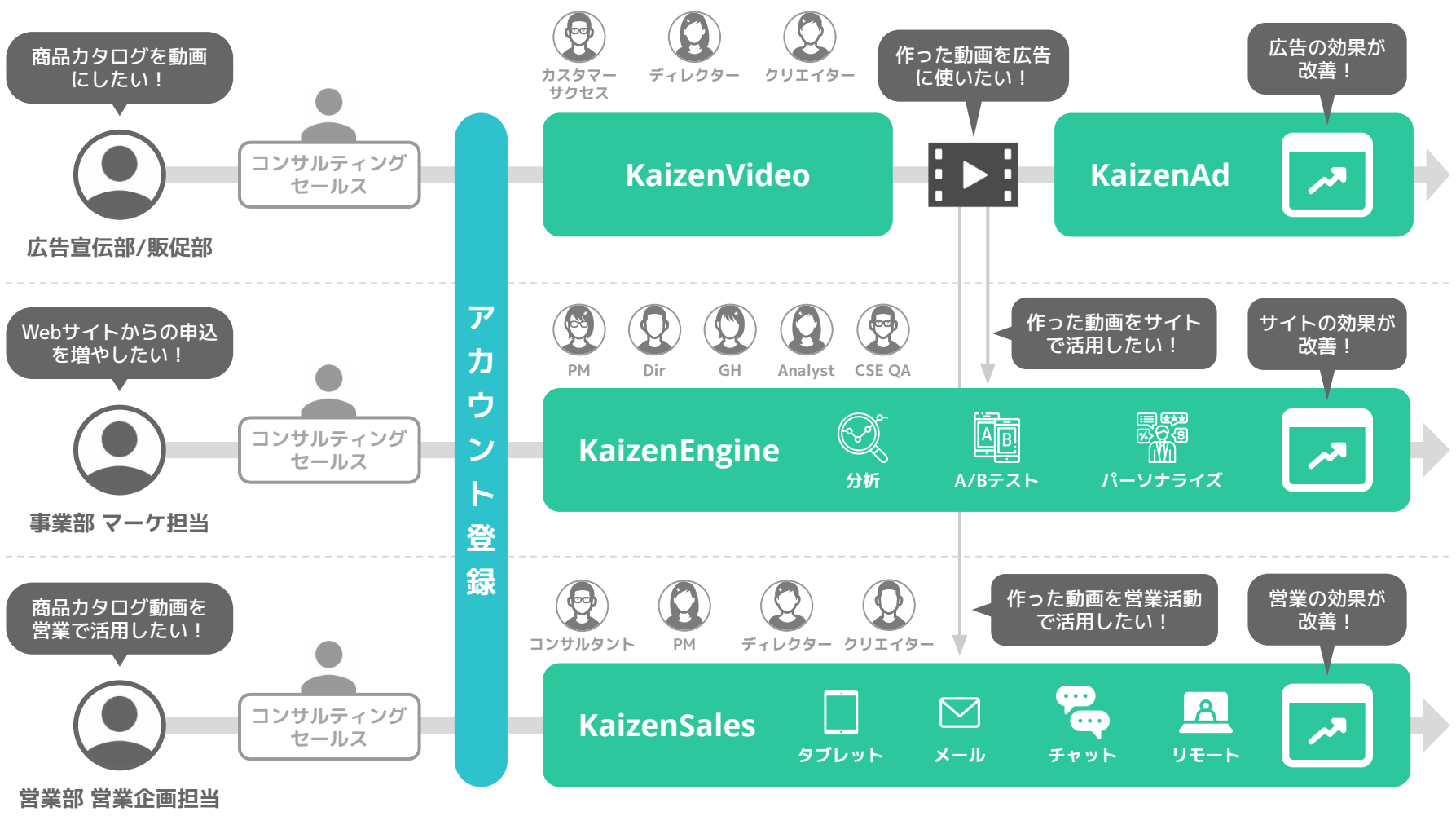
# サービス概要

セールス&マーケティングのDXを通じてKPIを改善するBPOサービスを  
SaaS+プロフェッショナルサービスのサブスクを組み合わせて提供



# カスタマージャーニー

セールス&マーケティング活動の効果を改善するための各SaaSを  
**同一プラットフォーム上で提供** その上で様々なアウトソースサービスが提供される



# 提供価値

動画やWebページなど様々なクリエイティブの効果データをプラットフォームを通じて  
グロースハッカー※にフィードバックし改善すると

報酬に跳ね返ってくるインセンティブ設計により**投資対効果を改善し続ける**

このスキームによる効果が高評価を受け**Google/Facebook/Amazonの公式パートナーに認定**

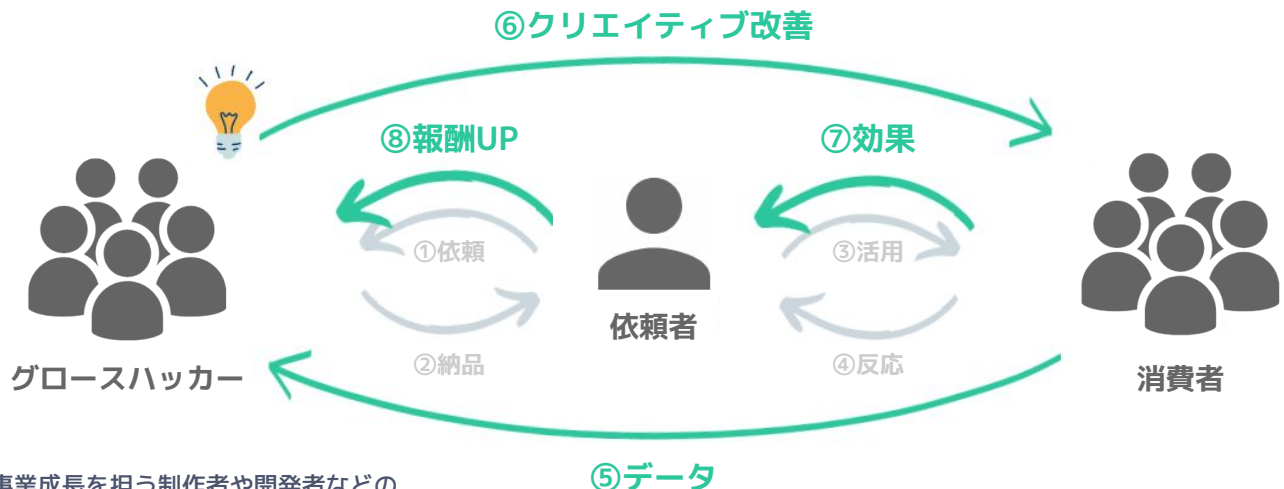
これまでの制作/運用  
(制作会社/SI/コンサル)

つくって納品し  
終わり



KAIZEN PLATFORM  
のやり方

つくってからが  
勝負



※ KAIZEN PLATFORMでは、顧客の事業成長を担う制作者や開発者などのデジタル専門人材を**グロースハッカー（成長請負人）**と呼んでいます

# 強固な競争力を実現する仕組み

## チームをシェア

フルリモートによる高い生産性とコロナ耐性  
高度専門人材をタイムリーにアサイン

×

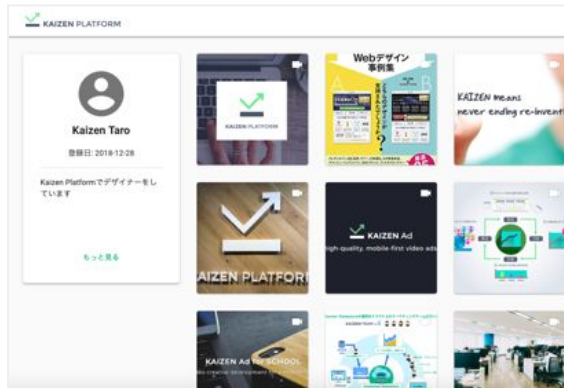
## データで品質向上

産業別/課題別/得意不得意領域の蓄積  
ナレッジを横展開できる

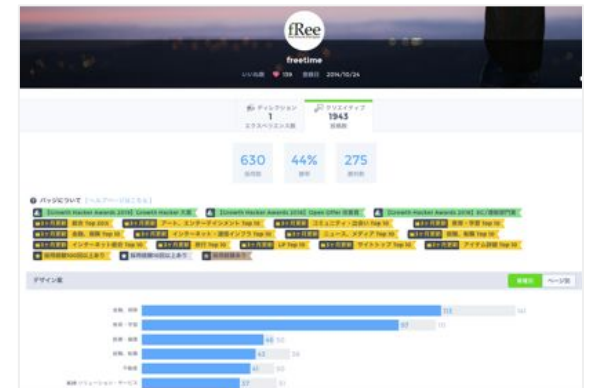
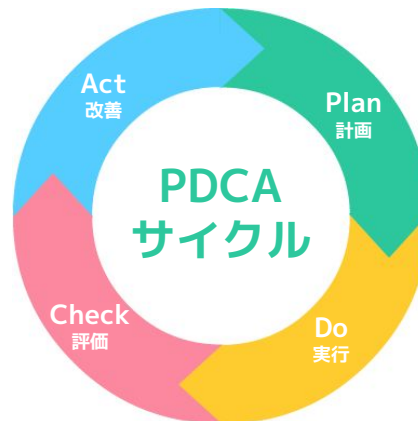


## データから生み出されるフィードバックサイクル

DX専門人材のパフォーマンスをクラウド上にデータを蓄積  
実績データが次の案件のマッチングやトレーニングに活かされ、ユーザー全体にポジティブな  
フィードバックサイクルをもたらす



制作したクリエイティブを  
実績としてポートフォリオに蓄積



実績データから  
業種毎/課題毎に強みを可視化

# 5G時代における動画市場

5Gの普及によりコンテンツのリッチ化が一層進んでいく

## 5G時代におけるユーザー行動の変化

① 通信コストがさがることにより、  
通信環境・容量を気にしなくなる

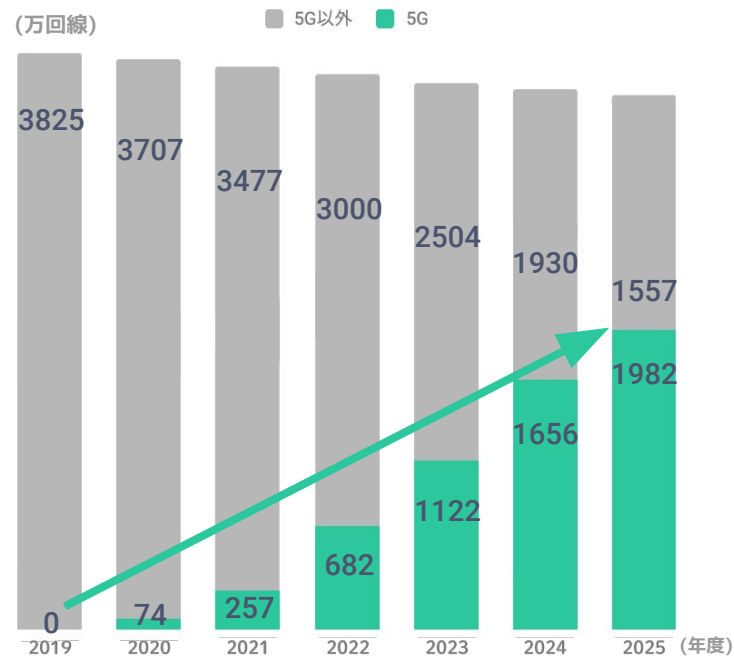
- リッチコンテンツへのストレスが低下
- パケット容量を気にせず使える

② コンテンツのリッチ化に慣れる

- オンラインのみならず、リアルでも動画活用が進む

## 5G携帯電話端末販売台数予測

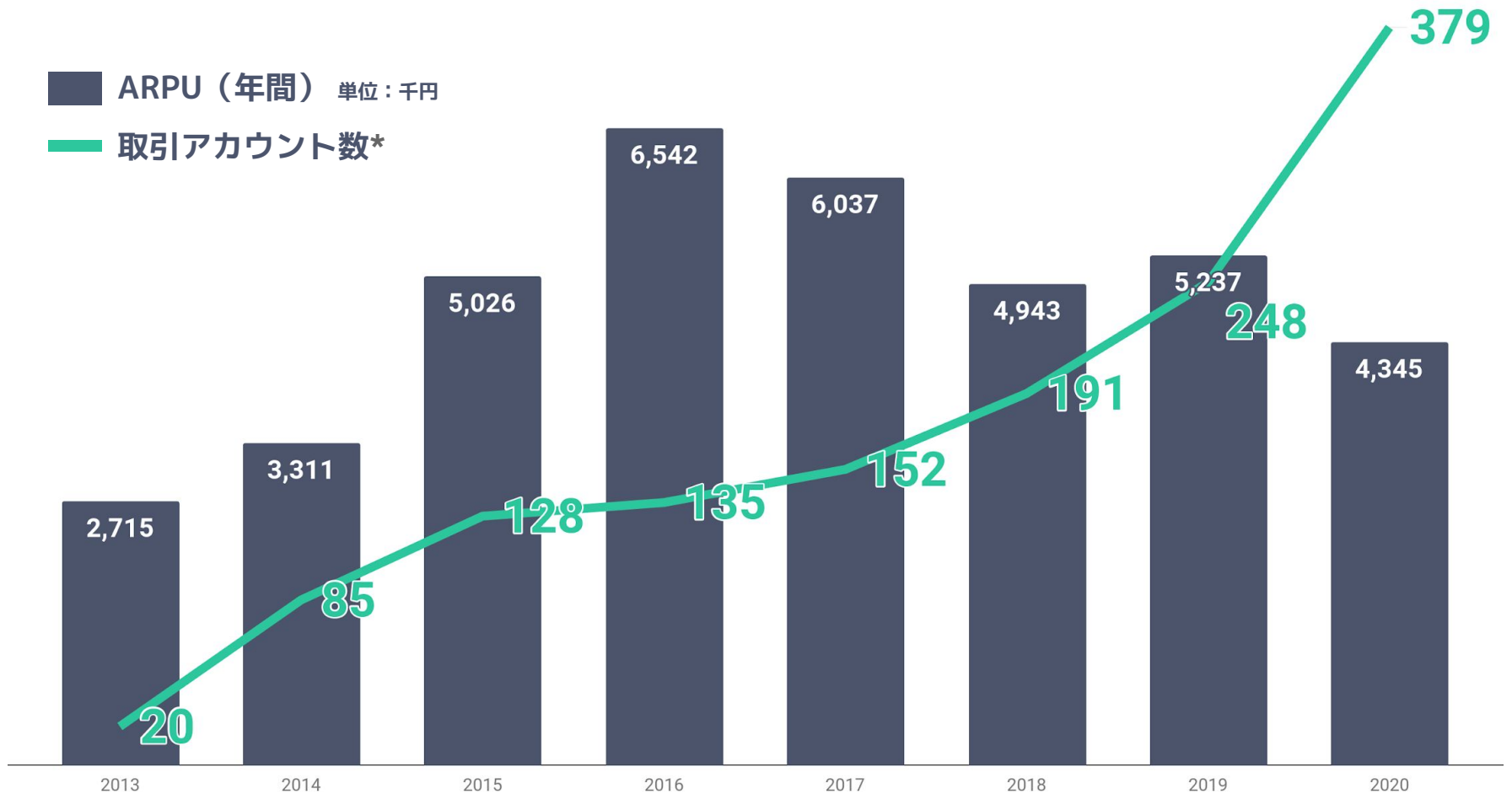
2025年には**1,982万回線**に大幅増



\*年度は全て、4月から翌3月を指す

# 取引アカウント数とARPU

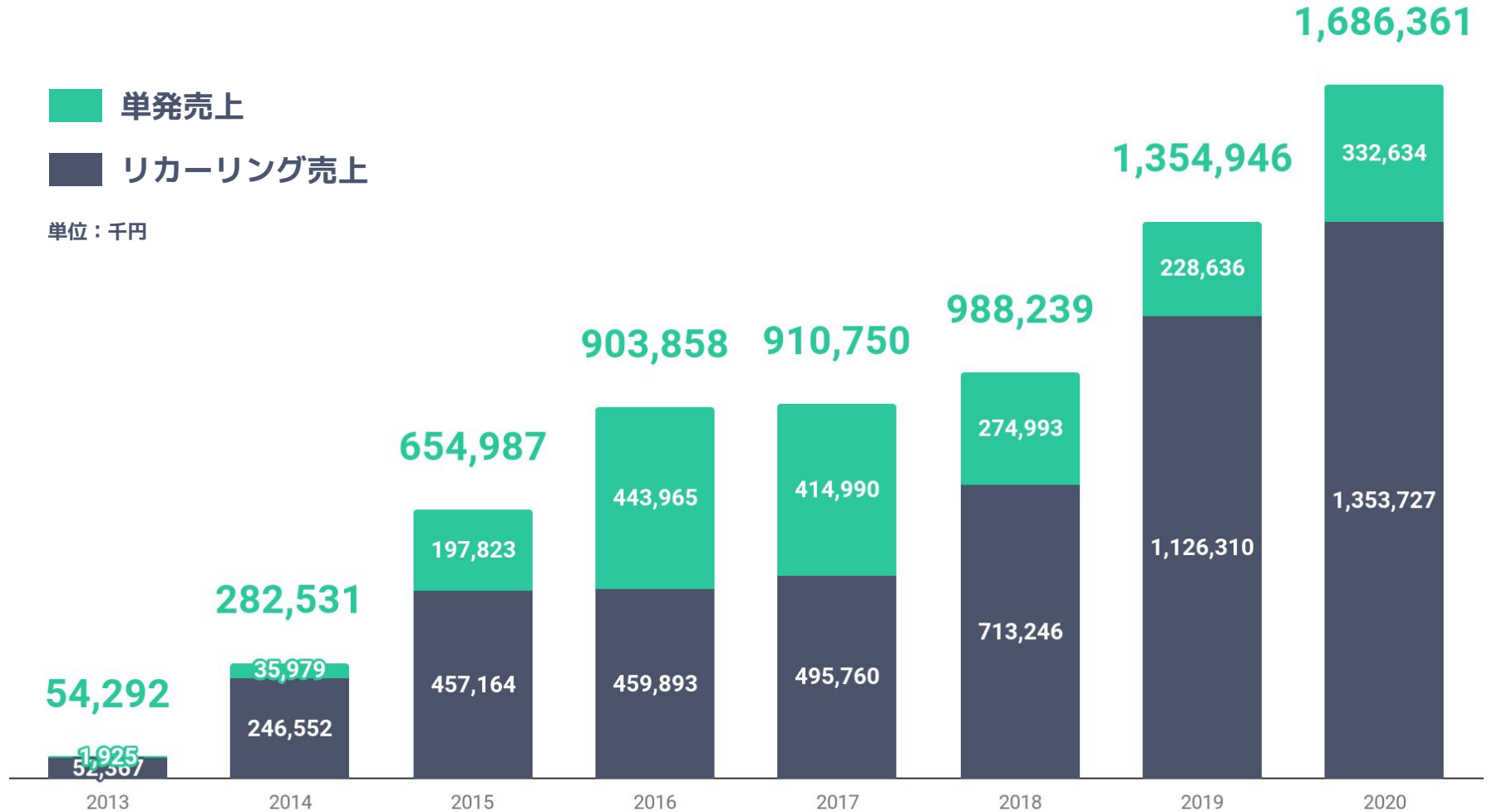
動画をフックに取引アカウント拡大が加速  
 そこからのアップセル・クロスセルによるUXやDXソリューション販売が加速





# リカーリングモデルによる収益積上

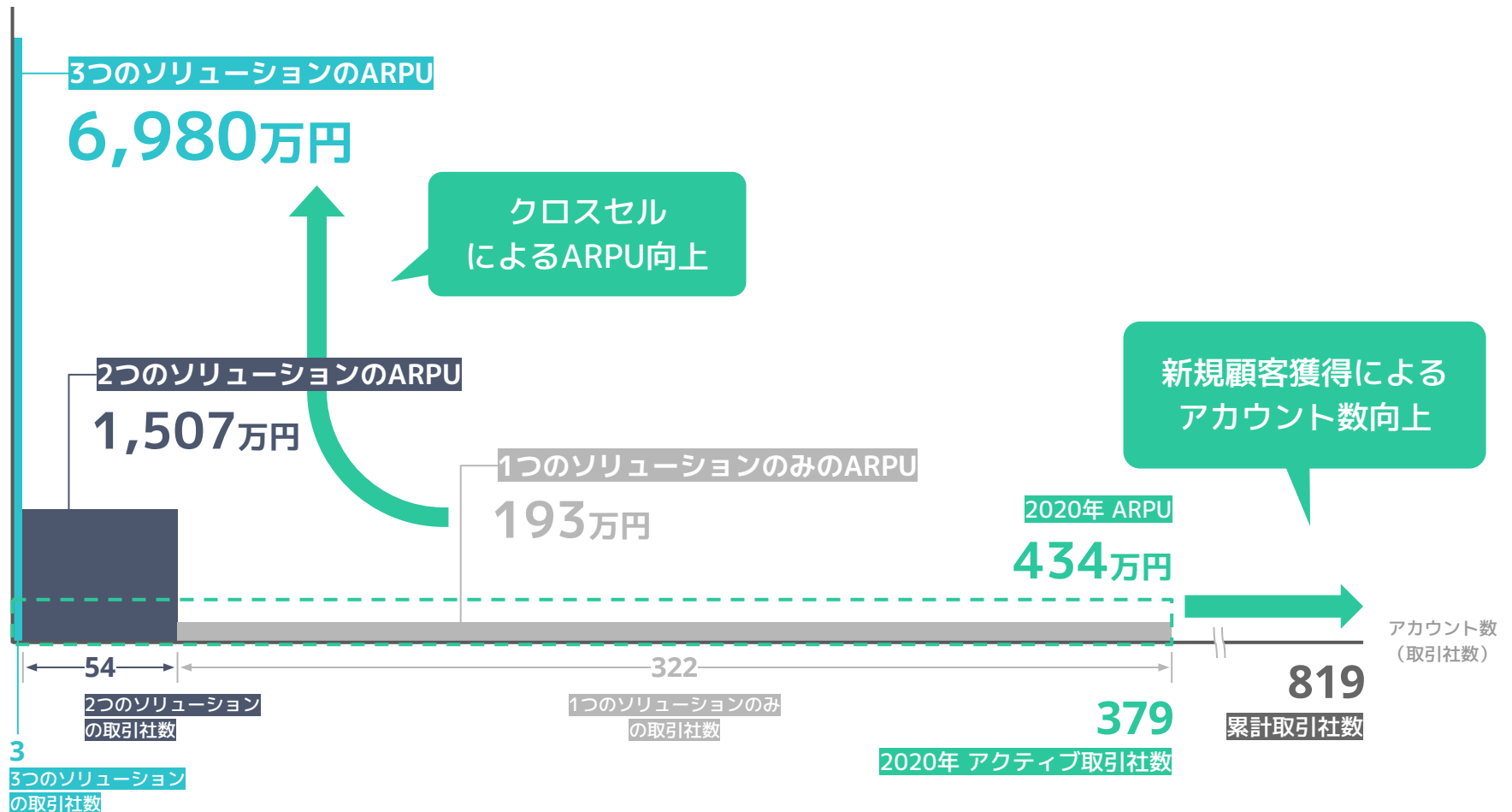
単発売上による新規取引アカウントから  
リカーリング売上への転換は順調に進捗



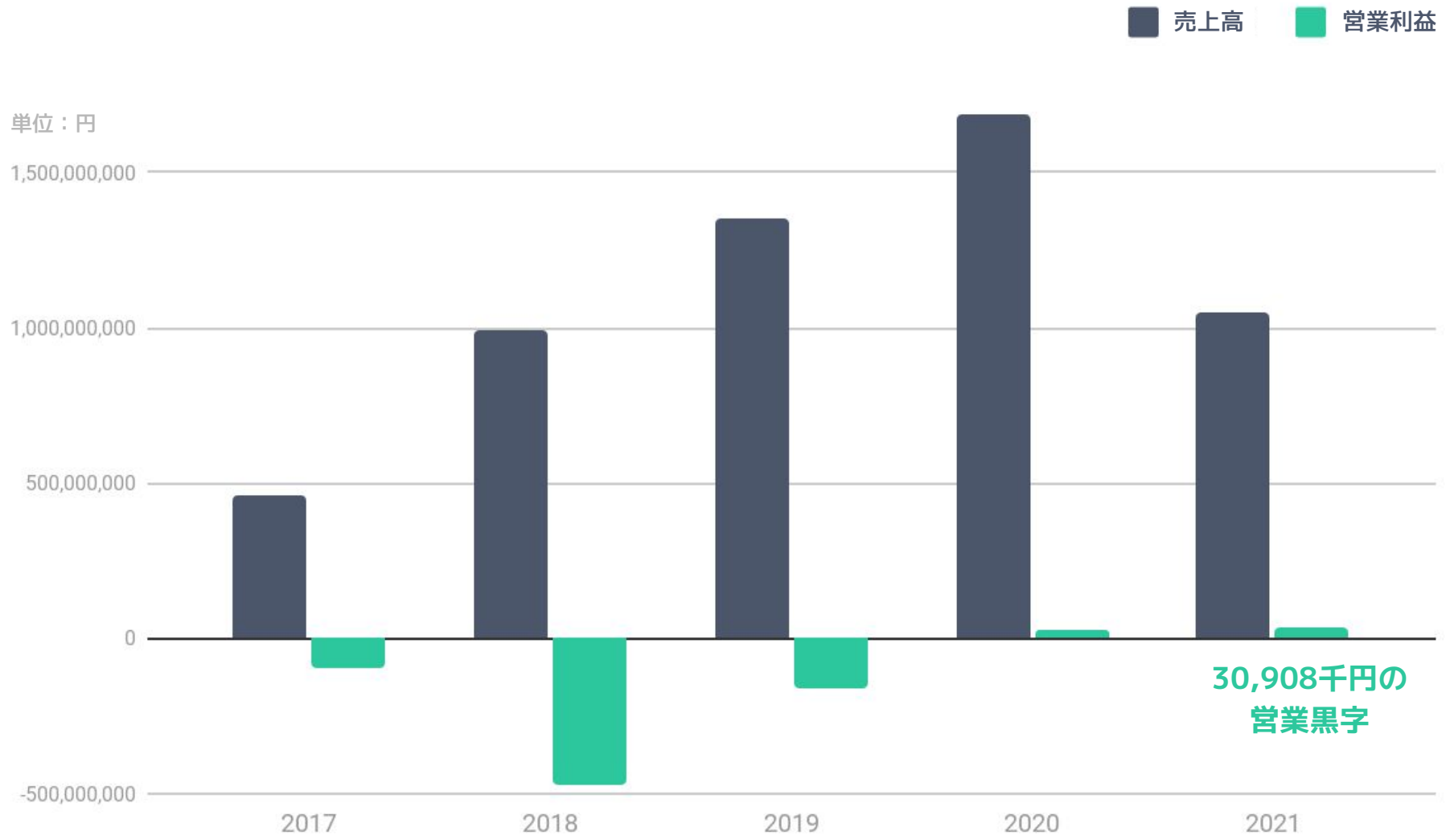
# 2020年12月期 取引ポートフォリオ

顧客のDXの進化に合わせた、UX・動画・DX各ソリューションの  
クロスセルによりARPUを高める事が可能

ARPU (年間)



# 業績推移



# 損益計算書（連結）

千円	2019/12	2020/12	2021/6
売上高	1,354,946	1,686,361	1,049,596
売上総利益	582,145	822,194	444,322
販売費及び一般管理費	744,430	798,824	413,413
給料及び手当	184,450	199,235	113,106
外注費	176,372	177,151	85,000
営業利益（損失）	(162,284)	23,369	30,908
経常利益（損失）	(150,475)	36,435	(30,628)
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	(162,646)	107,382	(47,598)

# 損益計算書（セグメント別）

## UX/DXソリューション\*

千円	2019/12	2020/12	2021/6
売上高	969,579	1,112,984	643,659
営業利益（損失）	(28,583)	111,380	2,972

## 動画ソリューション\*

千円	2019/12	2020/12	2021/6
売上高	385,367	573,376	405,937
営業利益（損失）	(133,700)	(88,010)	27,935

\* 当第1四半期連結会計期間より、「サイトソリューション事業」を「UX/DXソリューション」に、「Kaizen Video事業」を「動画ソリューション」に名称変更いたしました。当該変更は名称変更のみであり、セグメント情報に与える影響はありません。

## 貸借対照表（連結）

千円	2019/12	2020/12	2021/6
現金及び預金	930,148	2,660,345	3,014,234
流動資産	1,145,488	2,908,598	3,250,195
有形固定資産	7,604	4,643	4,120
無形固定資産	211,561	323,591	371,756
投資その他資産	20,550	152,122	129,958
資産	1,385,204	3,388,956	3,756,030
短期借入金	—	—	—
長期借入金	—	250,000	250,000
負債	232,980	534,154	480,998
純資産	1,152,224	2,854,801	3,275,032
負債純資産	1,385,204	3,388,956	3,756,030

# ディスクレーマー

本プレゼンテーションに記載されている情報は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としていますが、その真実性、正確性または完全性について、当社は何ら表明および保証するものではありません。

本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。

将来の業績に関して本書に記載された記述は、将来予想に関する記述です。

将来予想に関する記述には、以下に限りませんが「信じる」「計画する」「戦略をもつ」「期待する」「予想する」「予期する」「予測する」または「可能性がある」というような表現および将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。

将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。

そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来予想に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

開示原則により求められる場合を除き、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更または訂正する一切の義務を当社は負いません。

本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っており、何らその責任を負うものではありません。



**End**