



2021年12月9日

各位

会社名 INCLUSIVE 株式会社
代表者名 代表取締役社長 藤田 誠
(コード番号：7078 東証マザーズ)
問合せ先 執行役員 CFO 本間 紀章
(TEL 03-6427-2020)

2022年3月期 通期業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2021年12月9日開催の取締役会において、以下のとおり、最近の業績の動向等を踏まえ、2021年5月14日に公表しました業績予想を修正することとしましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 業績予想（連結）

2022年3月期 通期業績予想の修正（2021年4月1日～2022年3月31日）

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想 (A)	1,530	43	40	11	1.46
今回発表予想 (B)	1,628	△73	△69	△97	△12.47
増減額 (B-A)	97	△117	△110	△109	
増減率 (%)	6.4%	-	-	-	
(参考) 前期実績 (2021年3月期)	1,376	31	42	22	3.12

(参考) 調整後 EBITDA

今回発表予想 2022年3月期 45百万円

※調整後 EBITDA は、減価償却費、のれん償却費や株式報酬費用の非現金支出項目、ならびに寄付金支出を控除した収益指標であり、当社グループの経常的な事業収益力を測る指標として今後継続的に開示していく方針です。

2. 業績予想の開示理由

当社グループは、「必要なヒトに、必要なコトを。」を企業ビジョンとして、メディア企業のデジタルトランスフォーメーションを支援しており、情報価値の高いインターネットメディアの運営、収益化支援ならびにインターネッ

トを活用したソリューション領域に対する投資を強化しております。また、関連サービス領域としてアドテクノロジーを活用した広告配信サービスの提供や広告プランニングサービスを提供することで、多様化するクライアントのコミュニケーションニーズに対応してまいりました。更には、個人課金ビジネスの展開を強化し、テキストメディアだけでなく多様なプラットフォームを通して事業化することで、新たな事業領域を拡大させていく方針です。

新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動の停滞の影響を受け、事業環境は未だ不安定な状況が継続しており、未だ昨年度の水準にまで回復はしておりませんが、広告支出は緩やかに回復基調を維持している状況です。2022年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続する仮定のもと、これらの環境下において、メディアマネジメントサービスについては、一部既存クライアントの解約等が発生したものの、新規クライアント開拓は想定以上に進捗いたしました。獲得したクライアントへのサービスのアップセル展開は、当初予想より進捗は遅いものの、引き続き新規の取り組みの獲得を進めるとともに、企画力・コンサルティング力の更なる強化を通して既存クライアントメディアの収益力強化を行うことで、顧客あたり売上高の維持を図っていくため、前回発表予想より上振れる見込みです。広告運用サービスにおいては、今年度改正となった薬機法の影響なども受け、広告単価の減少の影響が継続している結果、前回発表予想より下振れる見込みです。メディア各社の収益力強化ニーズは引続き強いことから、取引先メディア数を拡大させることで、売上高を再度成長基軸へ移行させております。前回発表予想から横ばいを見込むプロモーション企画・PRサービスについては、特に既存顧客へのコンサルティングを強化することで、アップセルの実施を行ってまいります。同様に横ばいを見込むエンジニアリングサービスについては、比較的広告市場の影響を受けづらい領域であることから、今期末にかけても引続き新規案件の獲得を進めてまいります。また、ニュースレターサービスとして、既存のメールマガジン事業の展開に加え、独自ニュースレタープラットフォームである『WISS』や『田端大学』の展開を開始したこと、ゴルフクラブフィッティングサービスを展開する株式会社OGSを2021年10月に子会社化したこと、マンガの電子書籍配信サービスを展開する株式会社ナンバーナインを2022年1月より子会社化する予定であることから、今回発表の業績予想への反映を行っており、これらの要因が売上高を押し上げる結果となりました。

コスト構造については、主に広告運用サービスにおける広告配信費用が減少した一方で、来期以降の成長の実現と中期経営計画目標達成に向けて、積極的に投資活動を行った結果、新規の株式取得や事業買収によるのれん償却費が大きく発生（前回発表予想比117.3%増）しました。また、メディアマネジメントサービス領域において、マネジメント人材の採用を強化したことに伴い、人件費及び採用研修費が増加（同8.5%増）したこと、従業員のインセンティブ強化目的でストック・オプションを実施したこと、企業版ふるさと納税の寄付を実施したこと、ニュースレターサービスにおける業務委託費が増加したことから、費用は当初想定を上回る結果となりました。今後は成長のための投資は継続しつつ、コスト構造の最適化に向けた取り組みを継続していく方針です。

以上の結果、2022年3月期通期業績（連結）といたしましては、売上高1,628,941千円、調整後EBITDA45,266千円、営業損失73,906千円、経常損失69,573千円、親会社株主に帰属する当期純損失97,850千円を見込んでおります。

3. その他

上記の業績予想につきましては、本資料の公表時点において入手可能な情報及びその業績に影響を与える不確実な要因に係る仮定を前提としております。実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

以 上