

Summary of Financial Results
for the Second Quarter of Fiscal Year Ending May 31, 2022

2022年 5月期

第2四半期

決算説明資料

株式会社Enjin <証券コード: 7370>

2022年1月14日

Enjin



業績ハイライト

2022年5月期第2四半期累計

財務

Finance

売上高 **1,390** 百万円 前年同期比 **+34.3%**
前年同期 **1,035** 百万円

営業利益 **515** 百万円 前年同期比 **+70.9%**
前年同期 **301** 百万円

事業

Business

1,074 社
前年同期 886社

顧客数



1,017 千円
前年同期 969千円

平均契約単価

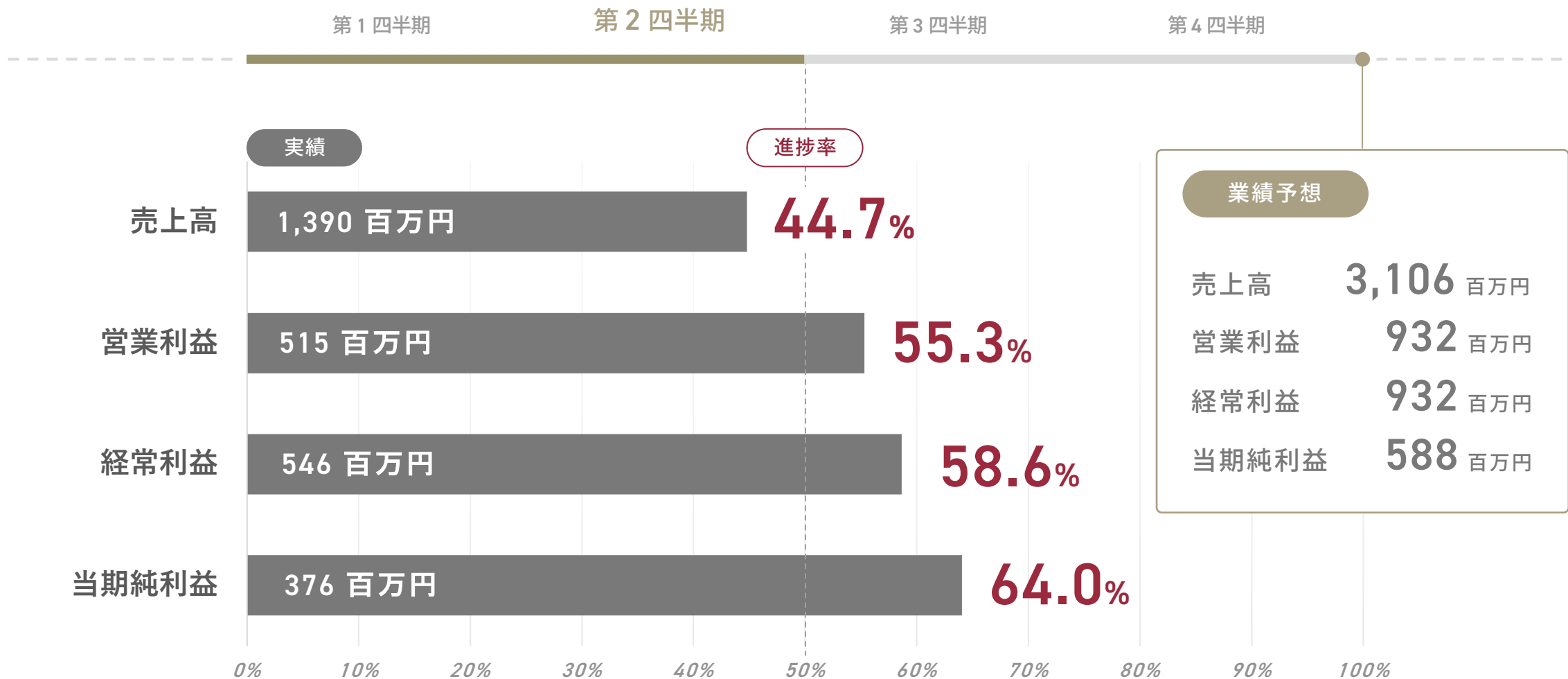


1.68 件
前年同期 1.64件

平均契約件数

業績予想と進捗率

2022年5月期



Business Contents

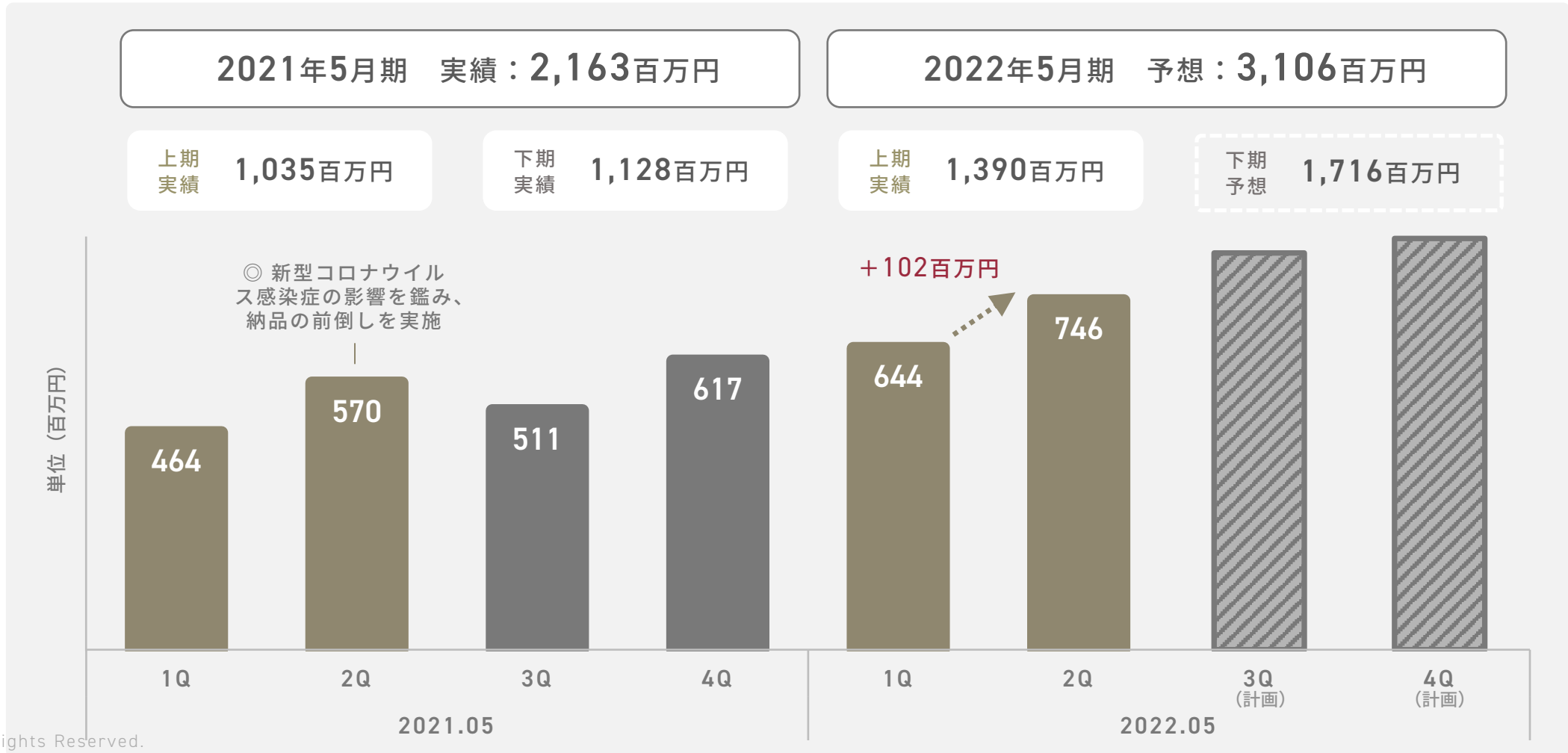
2022年5月期第2四半期 業績サマリー



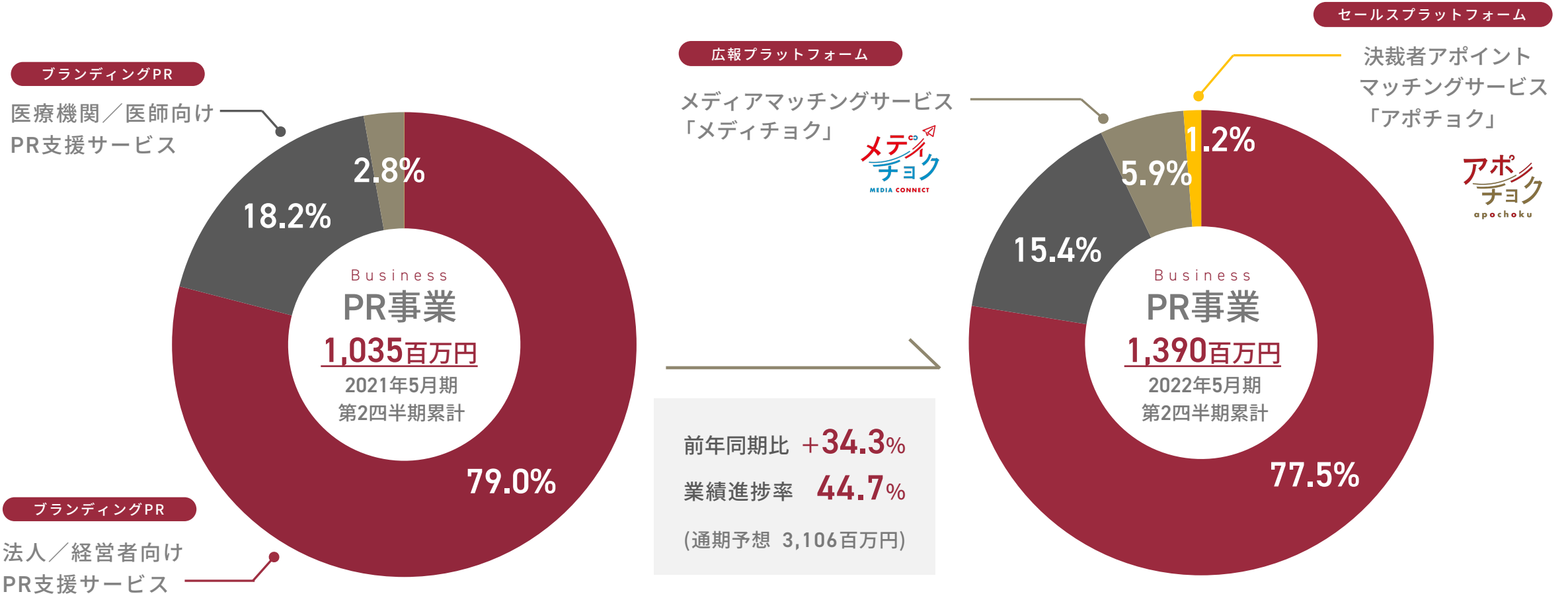
業績概況 - PL

	2021年5月期 第2四半期累計業績		2022年5月期 第2四半期累計実績	前年同期比
売上高	1,035 百万円	>	1,390 百万円	+ 34.3%
売上総利益	819 百万円	>	1,130 百万円	+ 37.9%
売上総利益率	79.1%		81.3%	—
営業利益	301 百万円	>	515 百万円	+ 70.9%
営業利益率	29.1%		37.1%	—
経常利益	297 百万円	>	546 百万円	+ 83.8%
経常利益率	28.7%		39.3%	—
当期純利益	193 百万円		376 百万円	+ 94.4%
当期純利益率	18.7%		27.1%	—

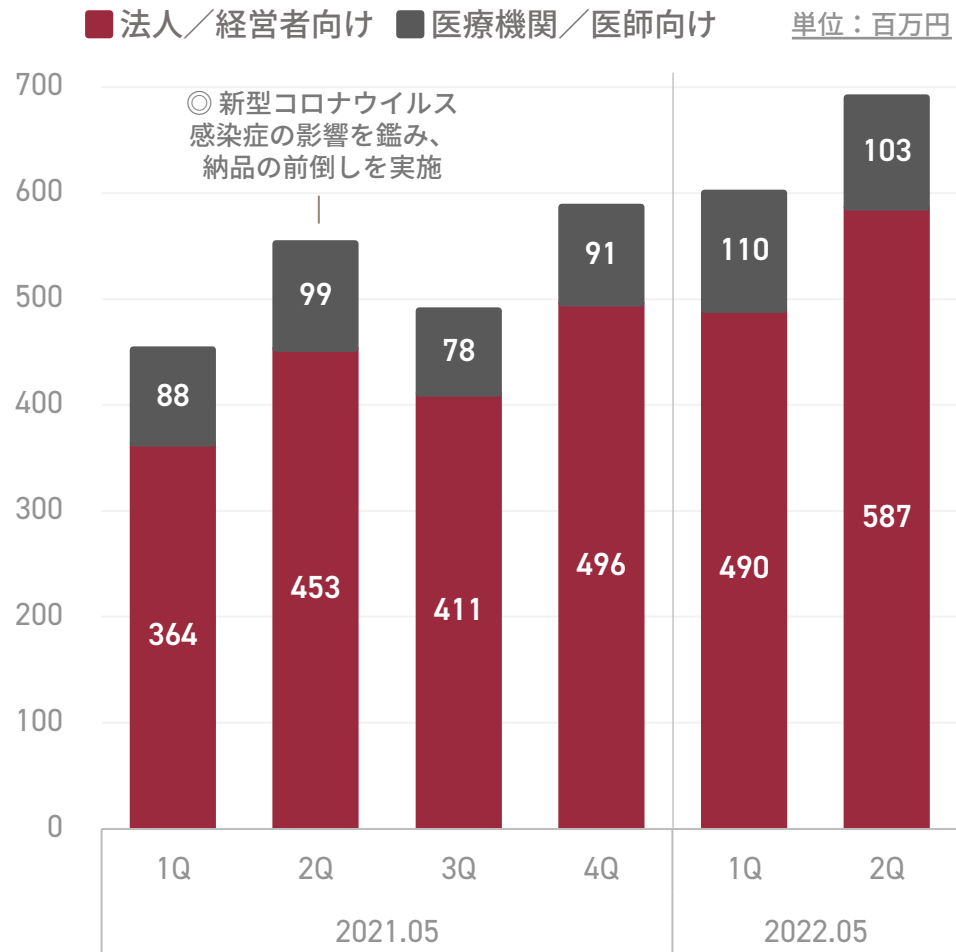
下期偏重型のビジネスモデルにもかかわらず、新入社員や若手層の成長および教育モデルの仕組化など
人材育成投資の効果が早めに体現したことにより、前年同期比**+34.3%**で着地



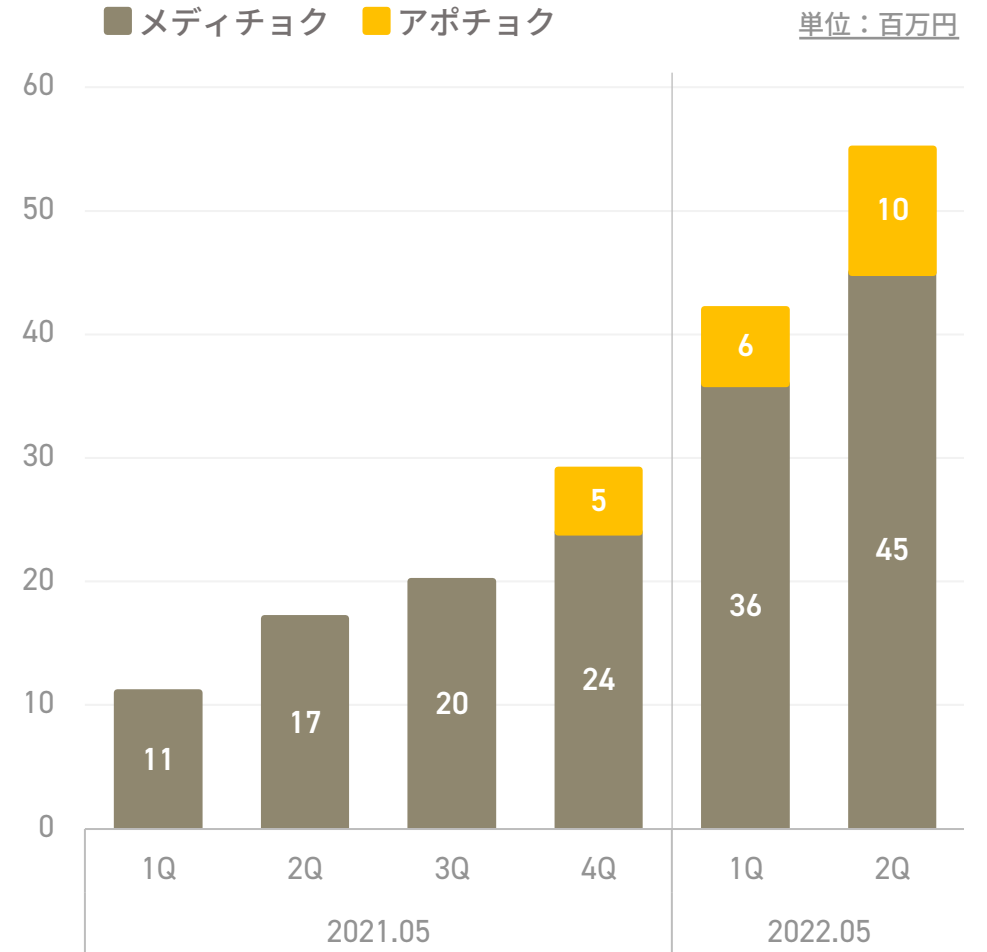
既存事業の売上基盤に加え、新規事業のプラットフォームサービスも順調に成長



PR支援



プラットフォーム



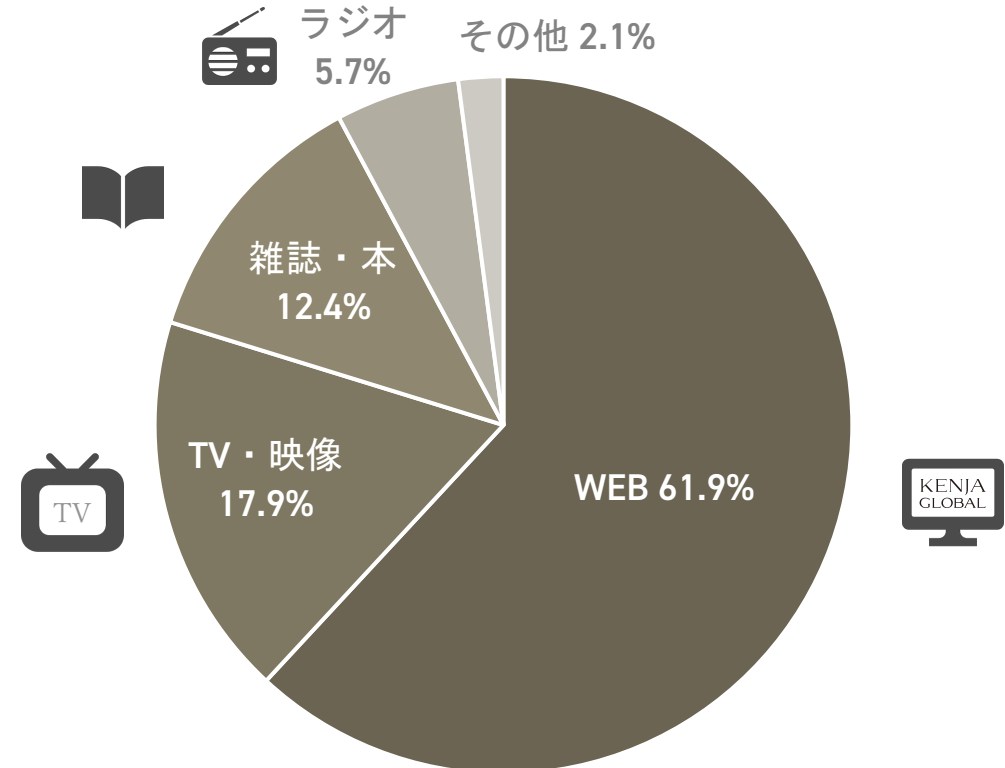


法人／経営者向け 医療機関／医師向け PR支援サービス

メディアとのリレーションおよび独自の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

媒体分布

オウンドメディアなどのWEB媒体を中心として、TVや雑誌など他の媒体も網羅しており、様々な顧客のニーズをカバー



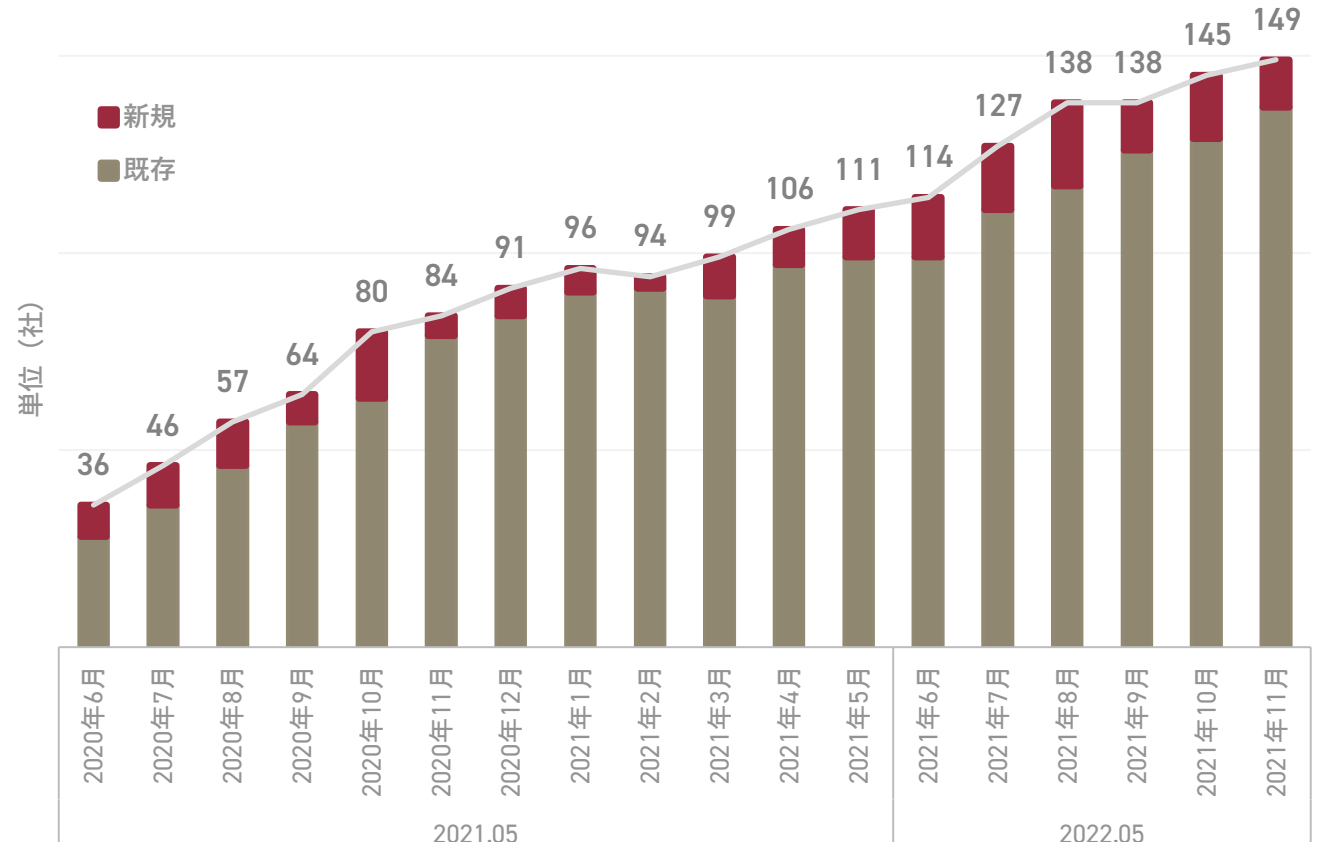


メディアマッチングサービス「メディチョコ」

新聞・TV・雑誌・WEBなどのメディア企業をマッチングするプラットフォーム

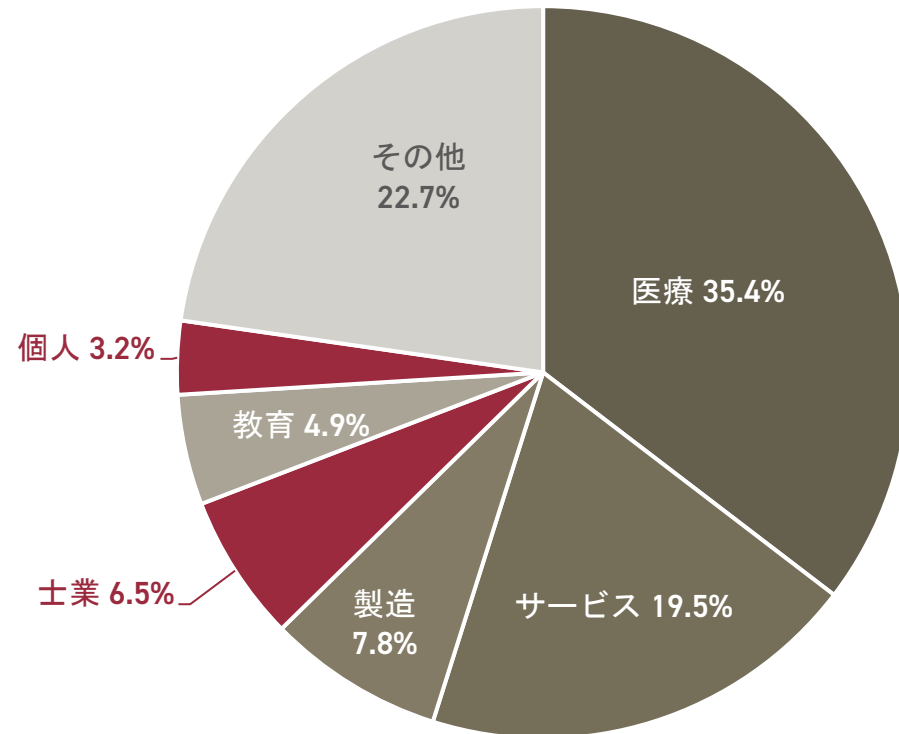
ユーザー企業数

新規ユーザ企業の開拓ができており、一部解約も発生しているものの、ユーザ企業数は右肩上がり推移



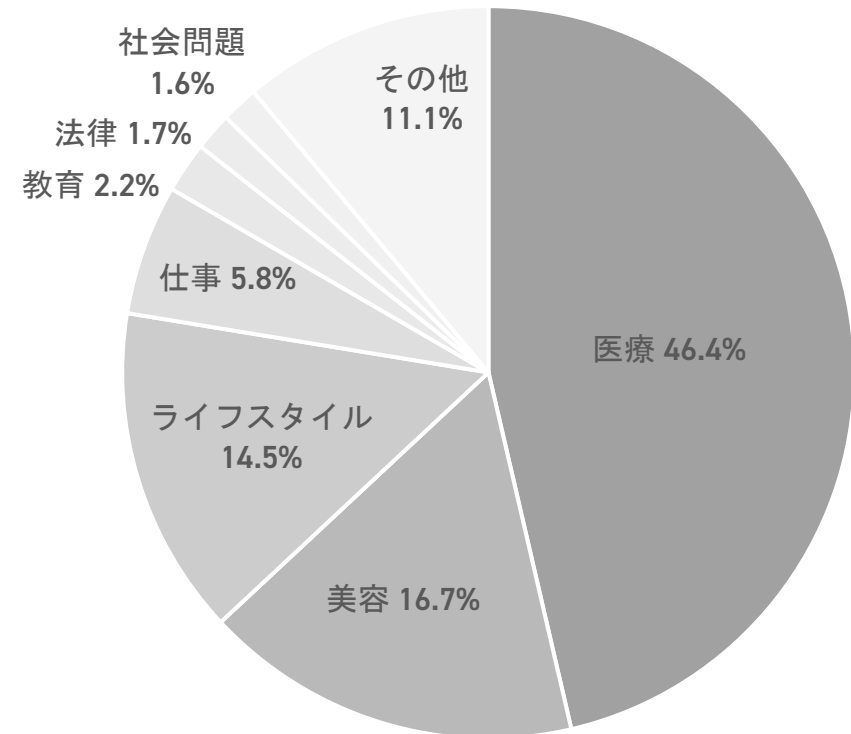
業種分布

既存事業で市場開拓した医療分野だけではなく、
士業や個人など新たな分野の顧客を獲得



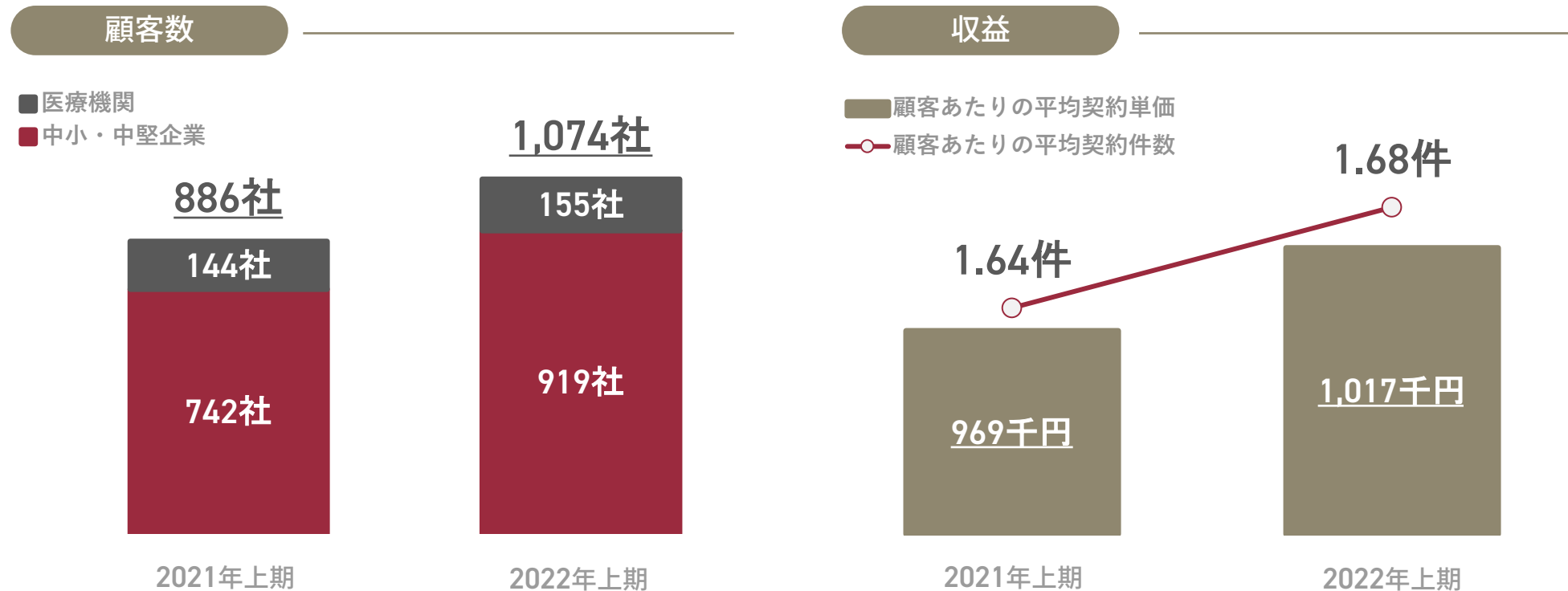
メディアのネタ

メディチヨクプラットフォーム上でメディアから
募集のあるネタは医療・美容などライフスタイル
関連からビジネス関連まで幅広



顧客数 × 収益

2022年上期累計の顧客数は**1,074社**。2021年上期累計よりも顧客数は伸び、かつ、顧客あたりの平均契約単価・平均契約件数は増加し、売上高の伸長に貢献



顧客地域分布

新型コロナウイルスの影響を受けることなく、

全国47都道府県

の顧客層を網羅

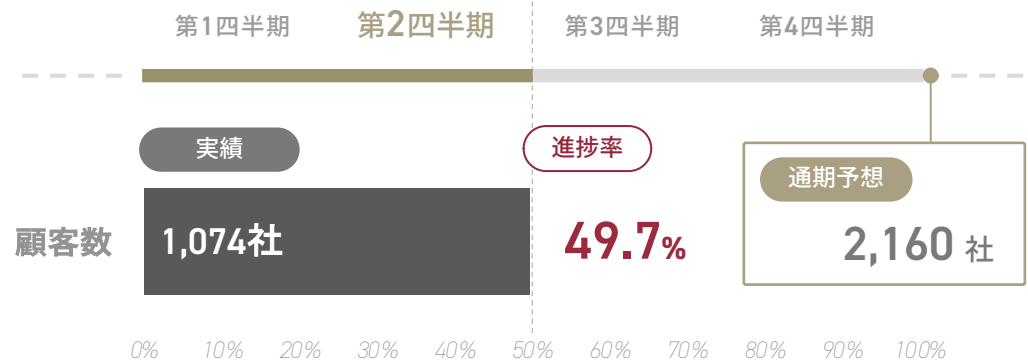


53% 首都圏	26% 地方都市	21% 地方
------------	-------------	-----------

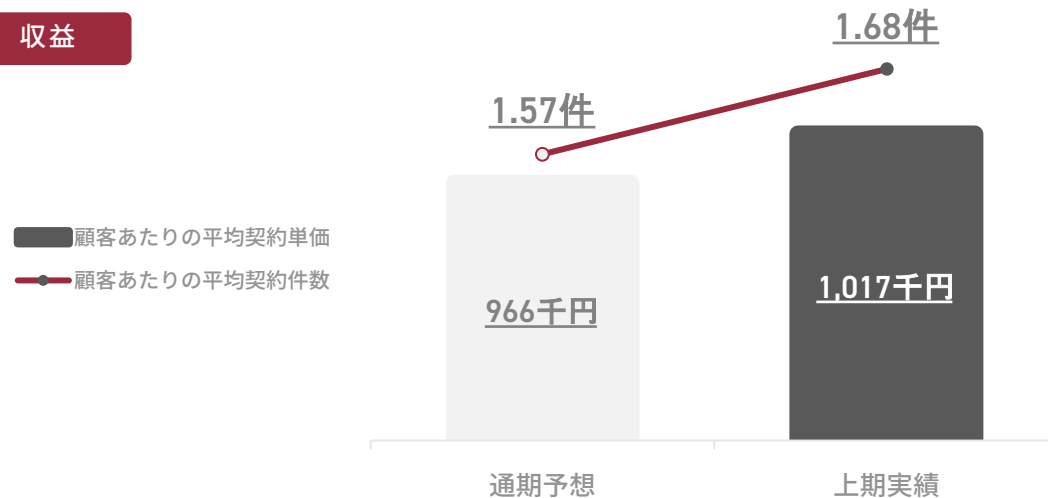
※首都圏とは、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県のみとする。
※地方都市とは、北海道、愛知県、大阪府、福岡県の1道1府2県とする。

進捗

顧客数

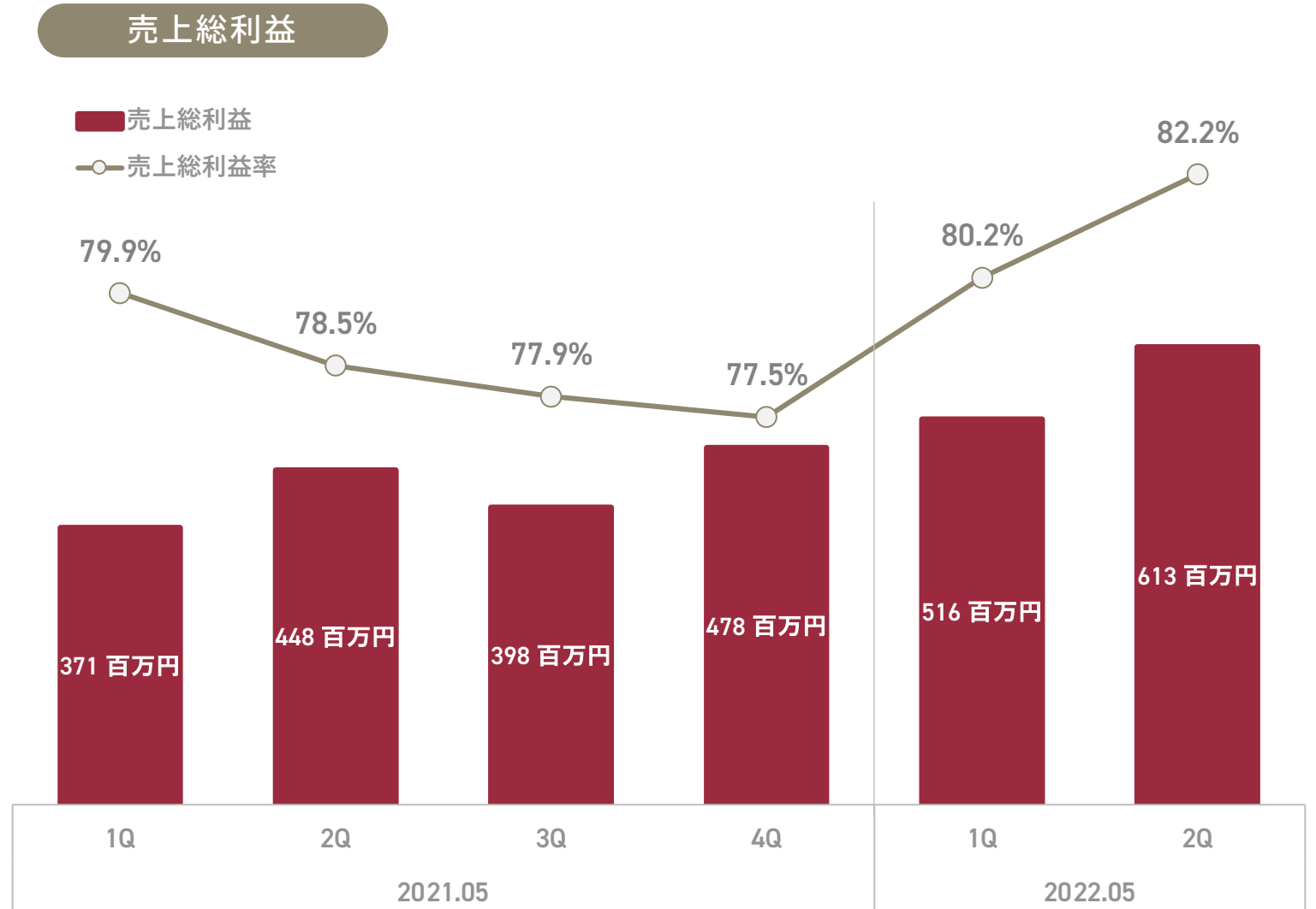


収益



メディア制作業務の仕組化による適切な原価の配賦に加え、プラットフォームサービスの売上規模の拡大により、

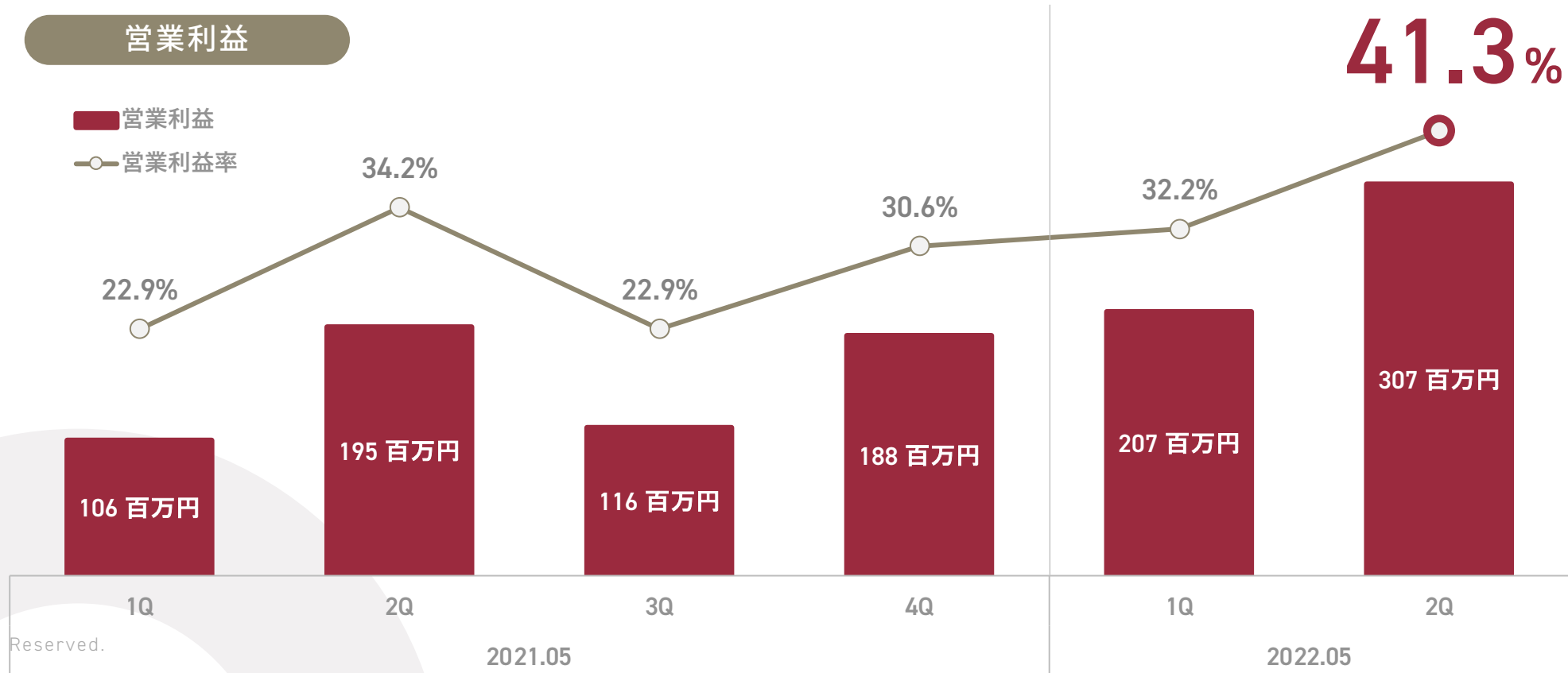
売上総利益率が向上



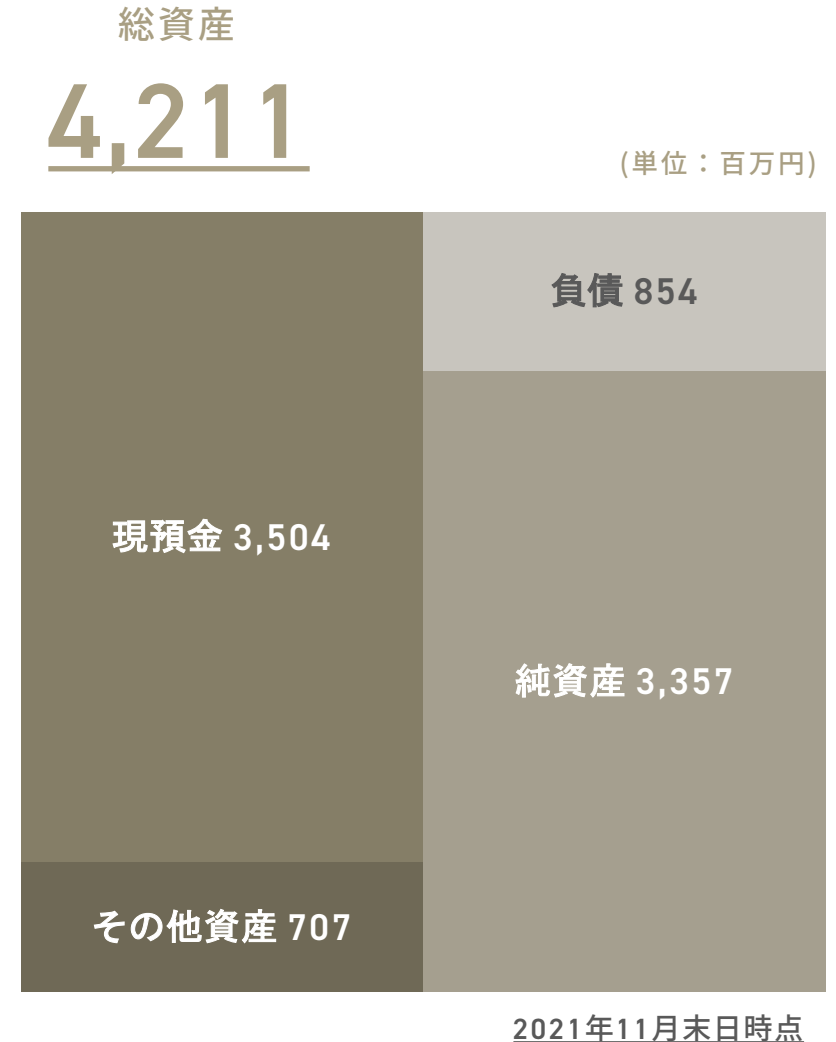
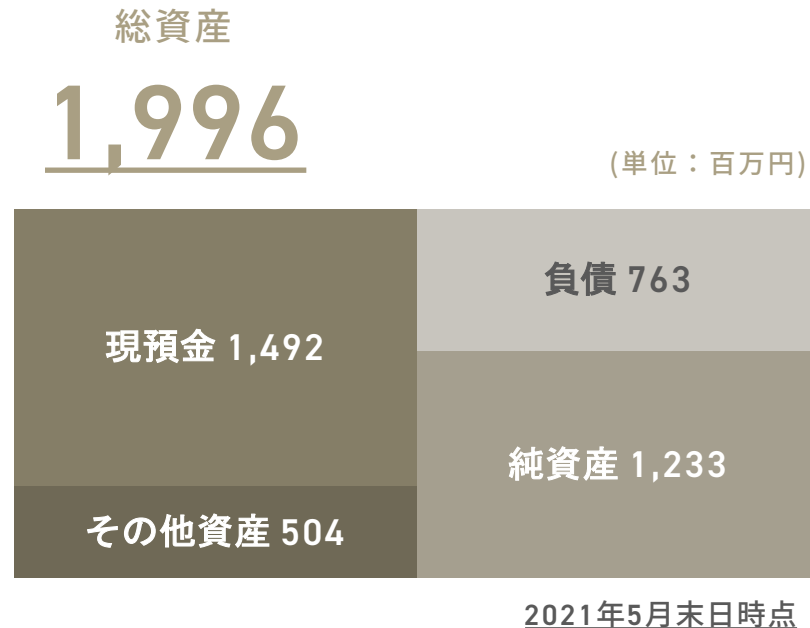
売上総利益率の上昇
コストの適正化

- ✓ 売上高の伸展と同水準の前四半期+100百万円で着地
- ✓ 営業利益率 **41.3%**、最高水準を達成

(2022年5月期 第2四半期累計：37.1%)



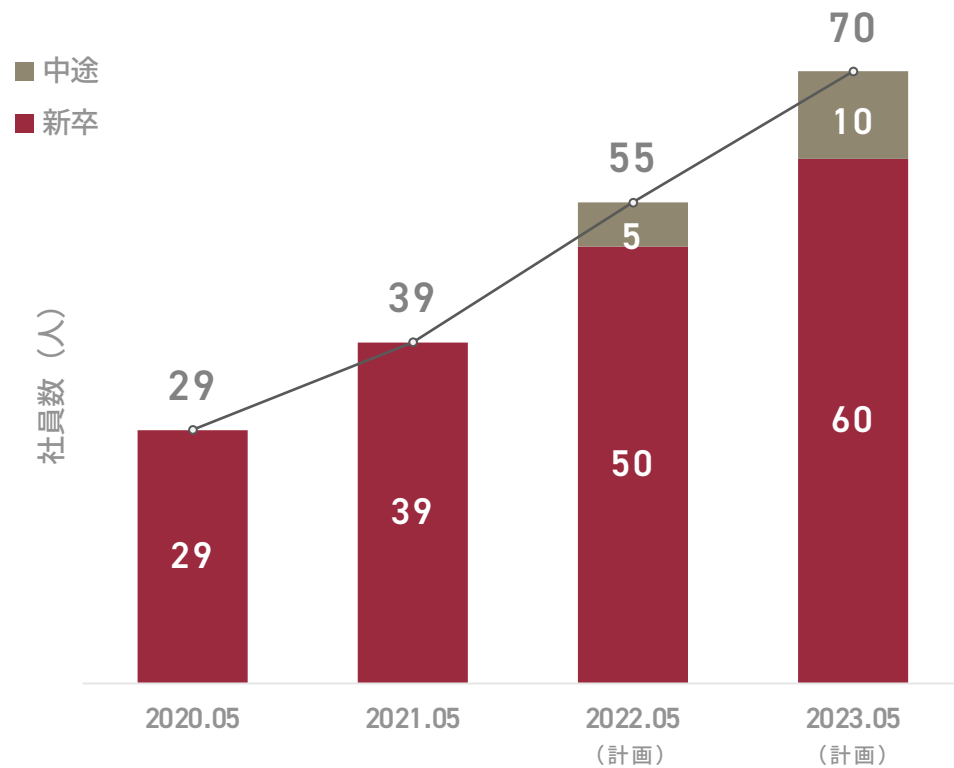
創業来積み上げた資金に加え、新規上場に伴う公募・第三者割当増資による**資金調達**、さらに**営業利益率の向上**により、**安定した経営基盤**を構築



Topic

採用計画

- 2022年4月、新卒50名が入社予定
- 下期にかけて中途採用も強化しており、さらなる事業発展へ加速



Topic

営業拠点の開設

- 新卒・中途の採用増強に向けて、研修施設の拡充など、働きやすい労働・職場環境を提供し、社員同士のコミュニケーションがより円滑になるよう、新しく営業拠点を開設
- 引き続き、リモートワークを効率よく併用することにより、**+150名**の営業担当者が活用可能に！

📍 東京都中央区築地2丁目 175坪

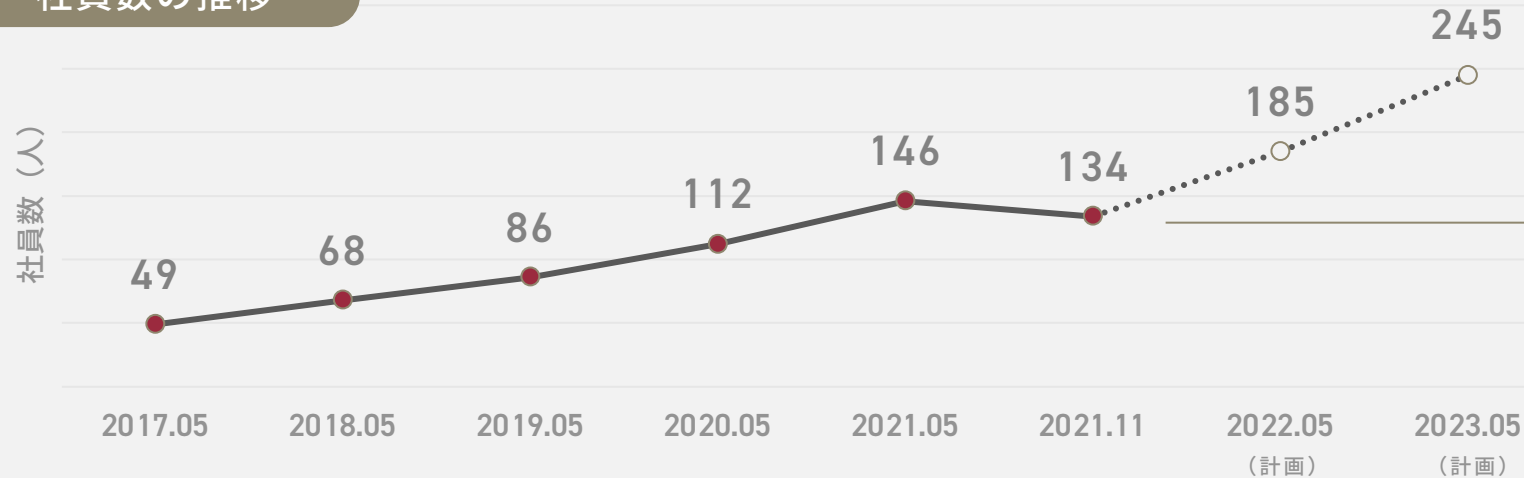


前期末と比較して社員数の減少

- 要因**
- リモートワークの急加速により、コミュニケーションロスが発生し、退職者が増加
 - 新型コロナウイルス感染症の影響により、入社前研修が従来どおり実施できず、2021年4月新卒社員の退職が想定外に発生
 - 中核となる3年目以上の営業メンバーの退職は 0 名

- 対策**
- ✓ サテライトオフィスの開設を決定
コミュニケーションロス解消・研修スペースの拡充
 - ✓ 採用組織体制の変更
営業部門管轄とし、営業人員の採用・教育を強化、入社前研修の仕組改善

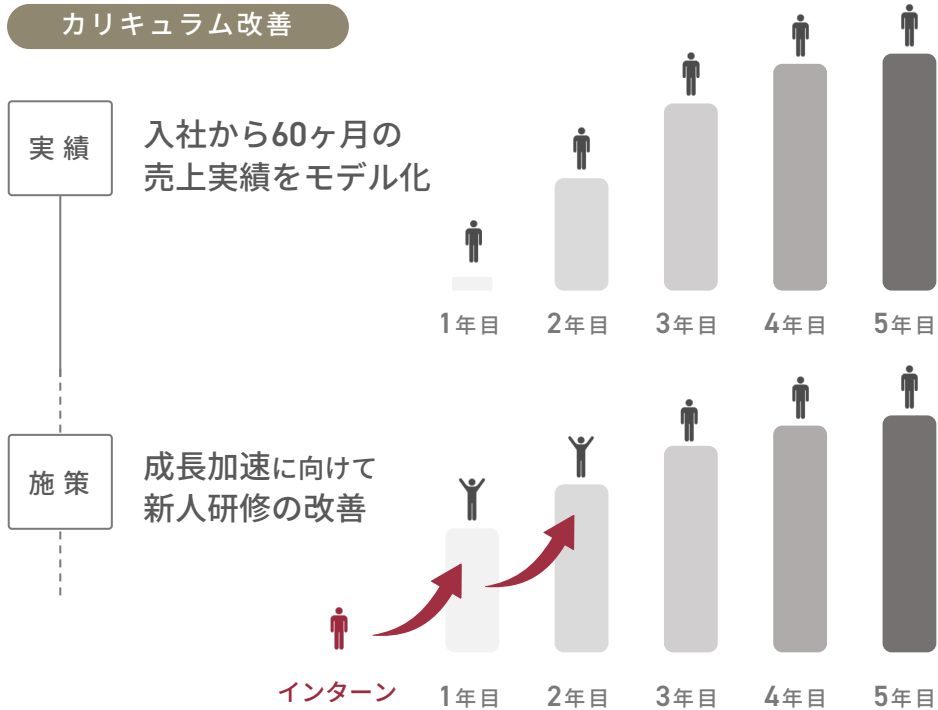
社員数の推移



新卒入社から3年で一人前！
2022年5月期の業績は、2年前に採用した2020年4月新卒のメンバーの成長がKEYとなる。

社員教育のさらなる拡充

- セールスマインドセットの強化
- 入社前インターンカリキュラムの改善
- オンライン研修の加速



顧客開拓加速のため共催セミナーを開催

医療クリニックの方向けに、PR（広報・メディア出演など）の重要性に関するオンラインセミナーを株式会社メドレーと共催



次回開催

2022
3/3
THU

株式会社ライトアップ
共催予定

<証券コード> 6580



Appendix





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。

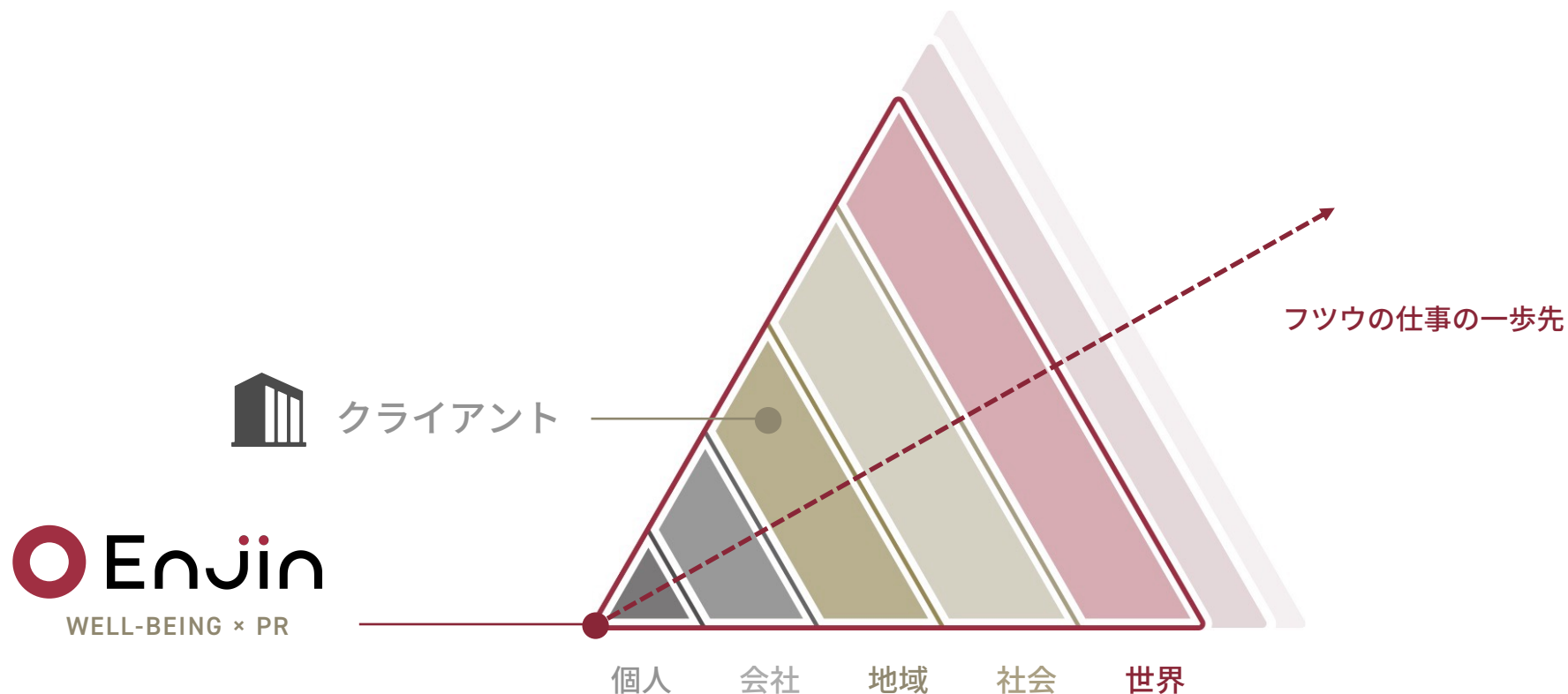
“OHANA”とはつながりを大切にし、経済的・精神的に結びつき、
互いに思いやり支え合う関係を表す言葉です。

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・新聞など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。当社はこれまで6,000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および独自の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 (1)

KENJA GLOBAL



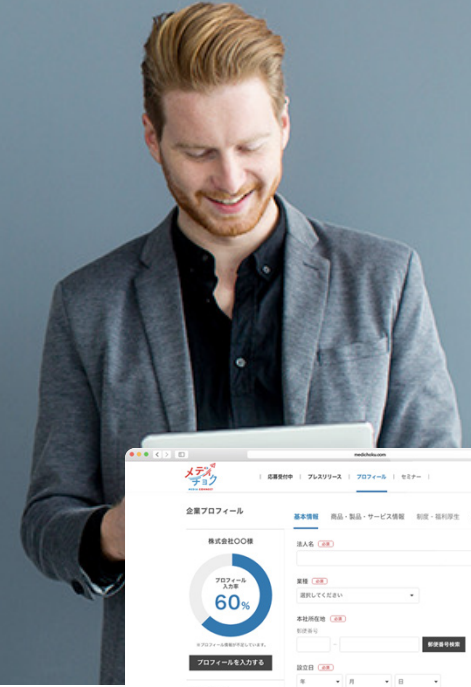
サービスモデル

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



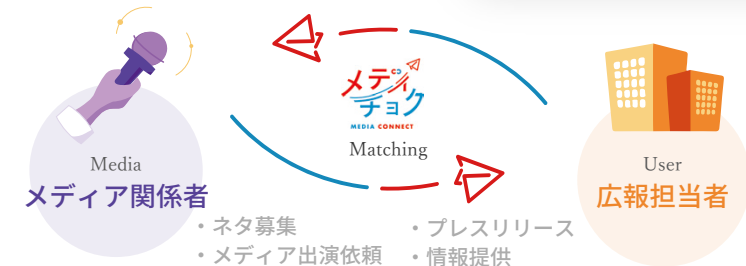
メディアと企業がチョクセツ繋がる



メディアマッチングサービス 「メディチョコク」

新聞・TV・雑誌・WEBなどのメディア企業を
マッチングするプラットフォーム

メディチョコクは今まで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、誰でもPC・スマートフォン上で簡単に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。



Service



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

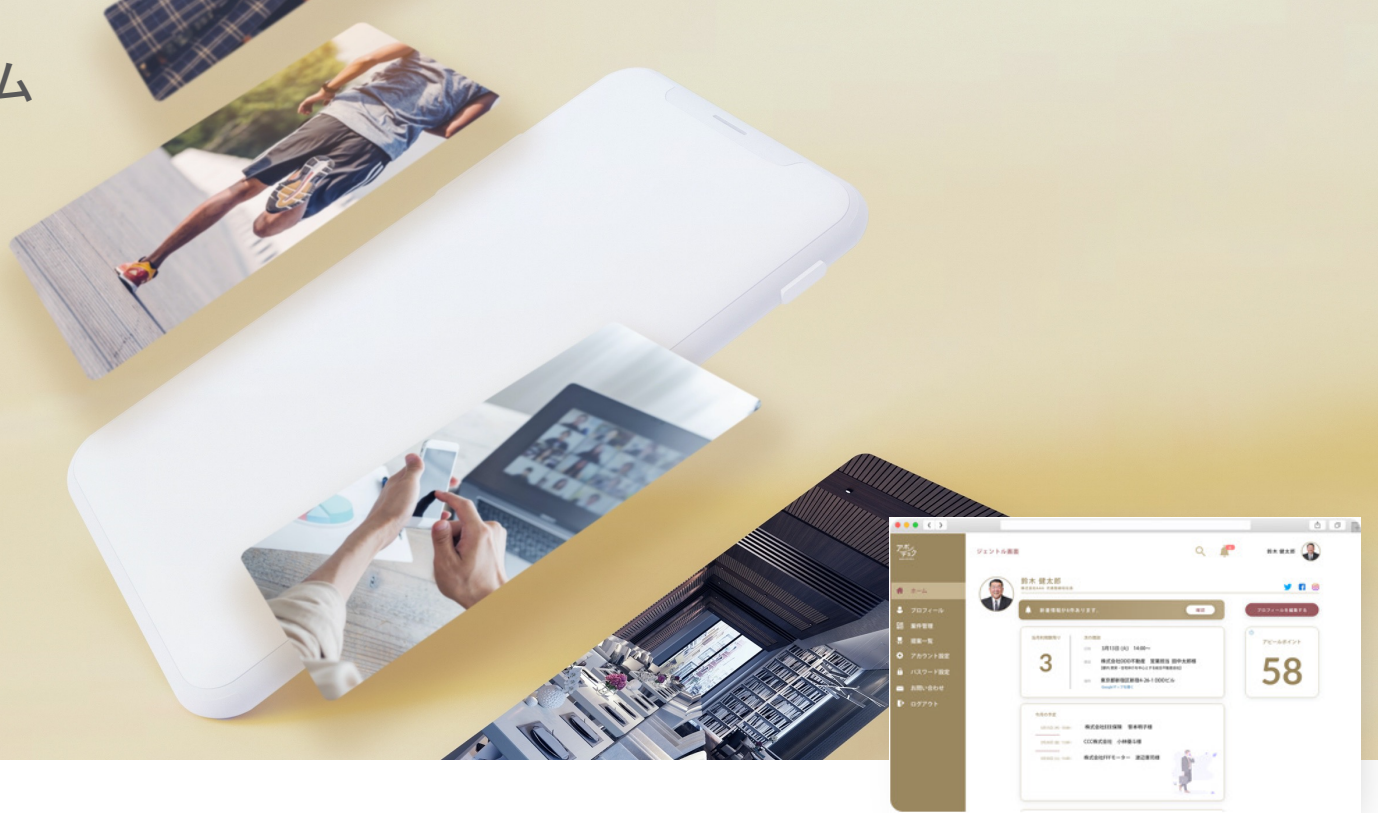


プレスライターでの情報配信



知見を広めるイベントへの参加

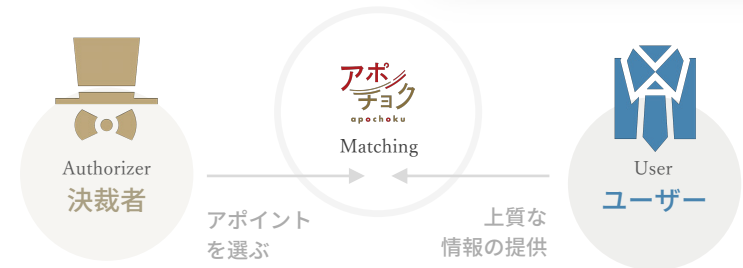
決裁者との 自動マッチング プラットフォーム



決裁者アポイント マッチングサービス「アポチョコ」

決裁者とのアポイントがマッチングされる、
審査制の新しい営業支援マッチングプラットフォーム

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、誰でもPC・スマートフォン上で簡単に行うことができるサービスです。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。アポチョコでは、当社の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。

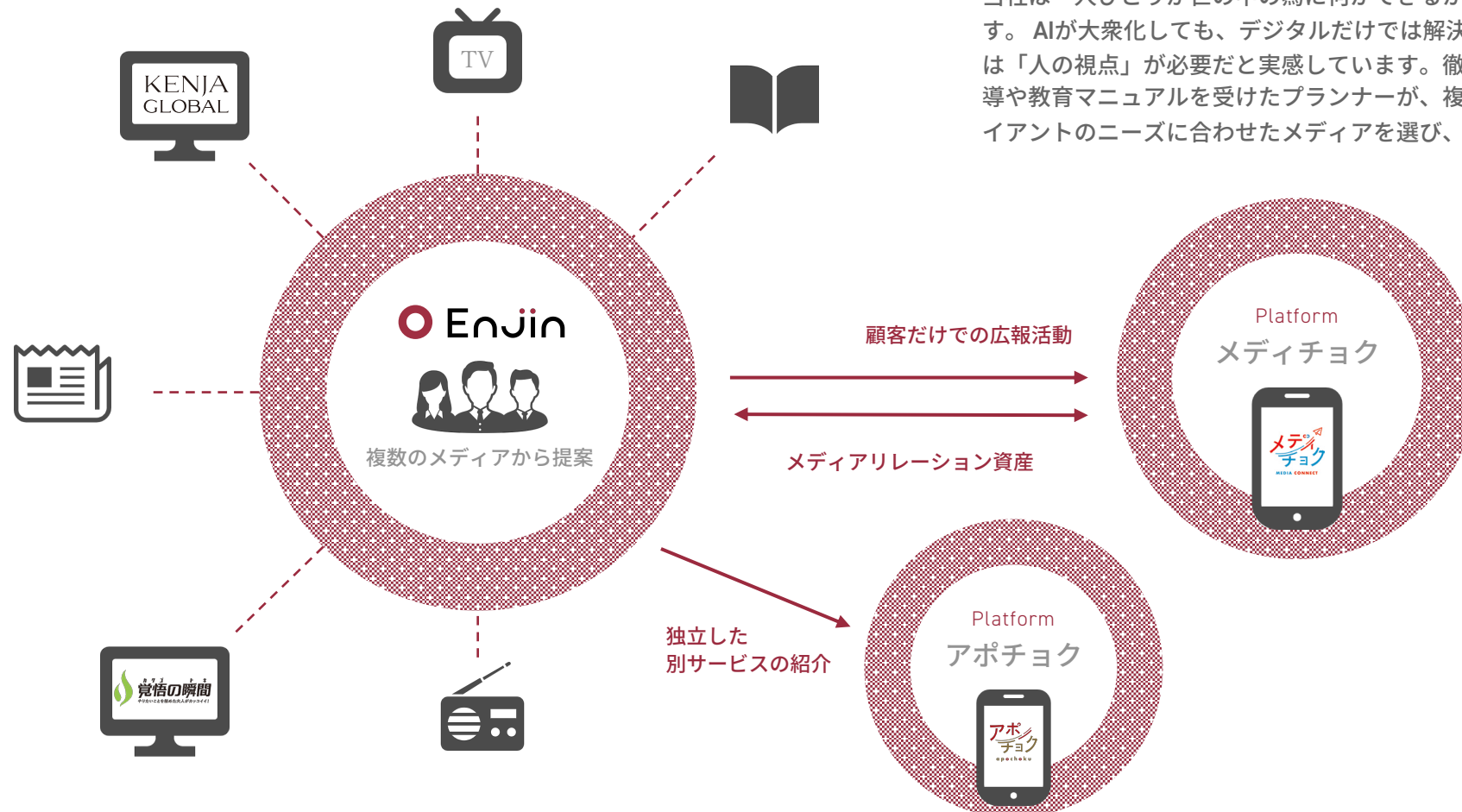


POINT

- 01 安心の審査制
- 02 紳士協定
- 03 アポイントの相互評価制度

当社の強み - サービス提供におけるパッケージ化

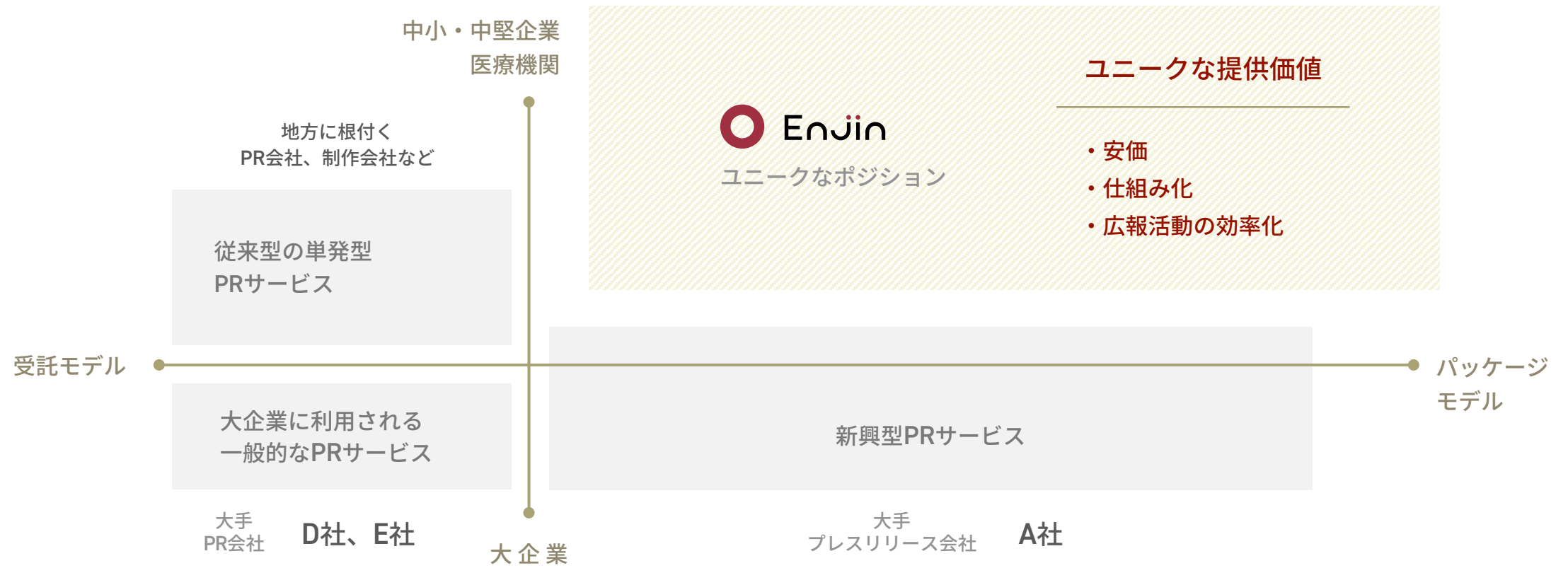
サービスの提供において徹底したマニュアルライズと運用のパッケージ化を行うことで、品質の高い安価に顧客に提供できる仕組みを構築



当社は一人ひとりが世の中の為になにができるかを考える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。

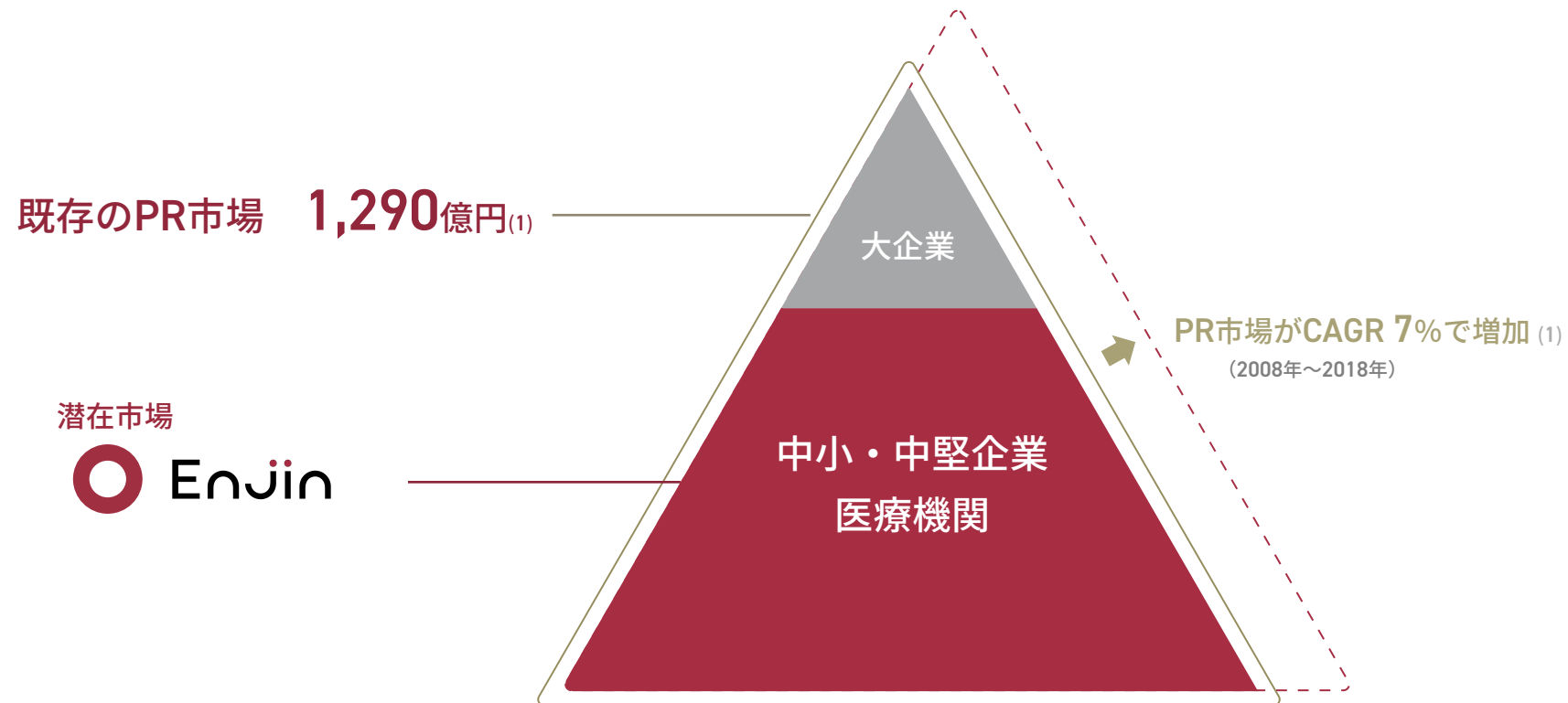
中小・中堅企業、医療機関向けPR事業を行う会社としてユニークな存在

PR事業におけるポジション



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

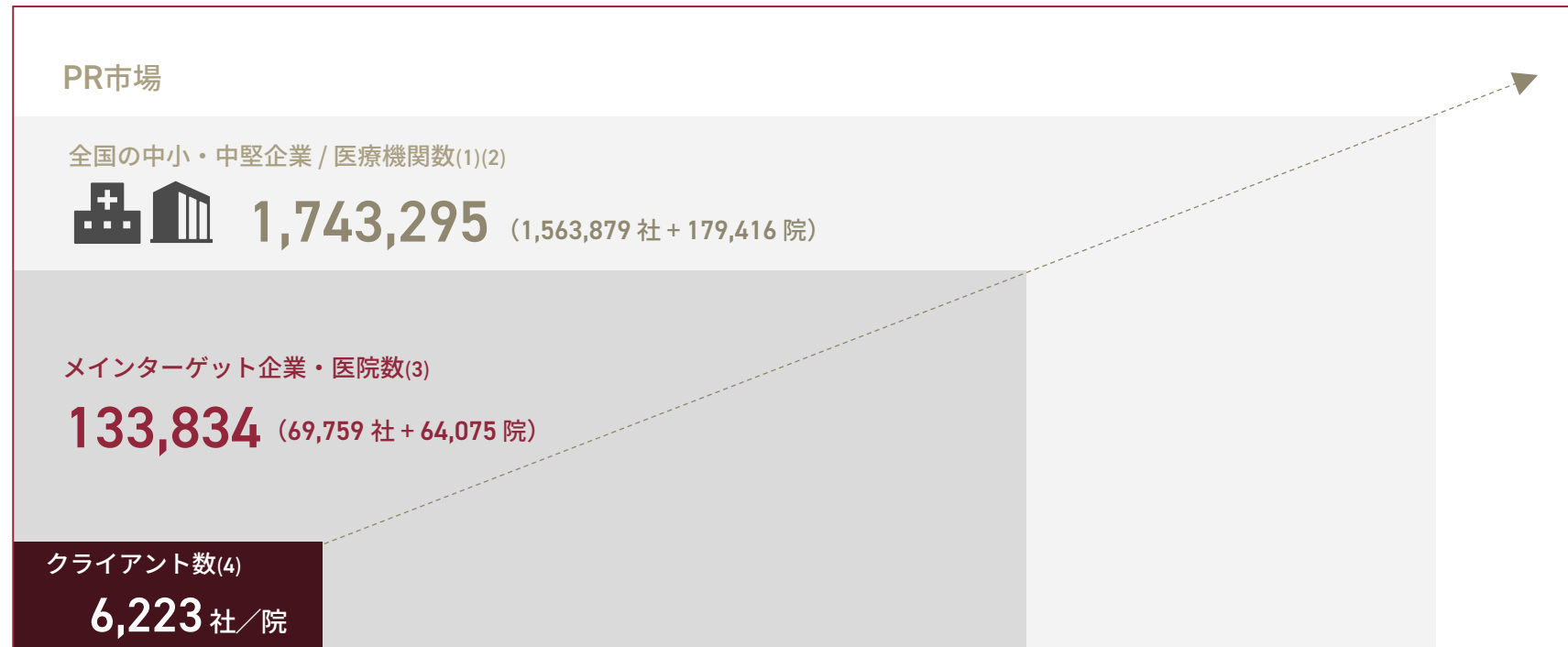


※ 1. 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2019年5月

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

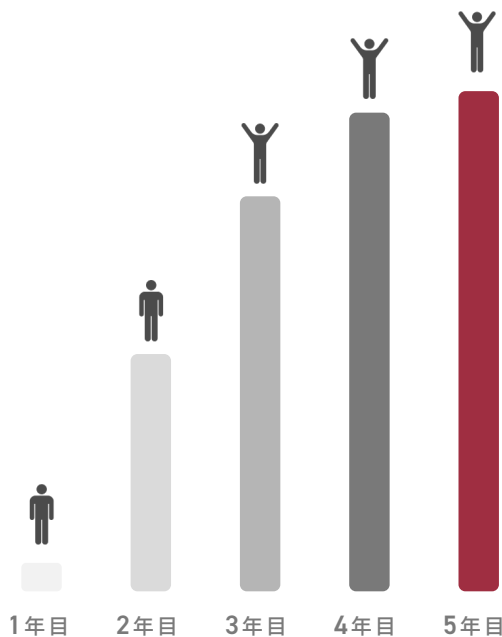


※1. 経済センサス - 基礎調査 令和元年経済センサス - 基礎調査 企業等に関する集計
 ※3. メインターゲットとは、資本金3,000～5,000万円の国内の企業数および医療法人

※2. 厚生労働省：令和元(2019)年医療施設（動態）調査・病院報告の概況
 ※4. 2021年11月期時点の当社クライアント数（企業：87.8%、医院：12.2%）

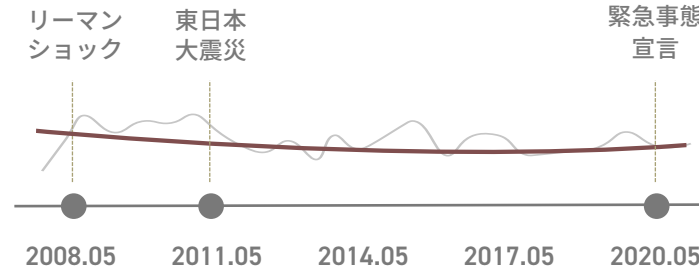
当社における他社への優位性は、「社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する」という当社理念を共有する**創造力と実行力を兼ね備えた多彩な人財**によって発揮

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

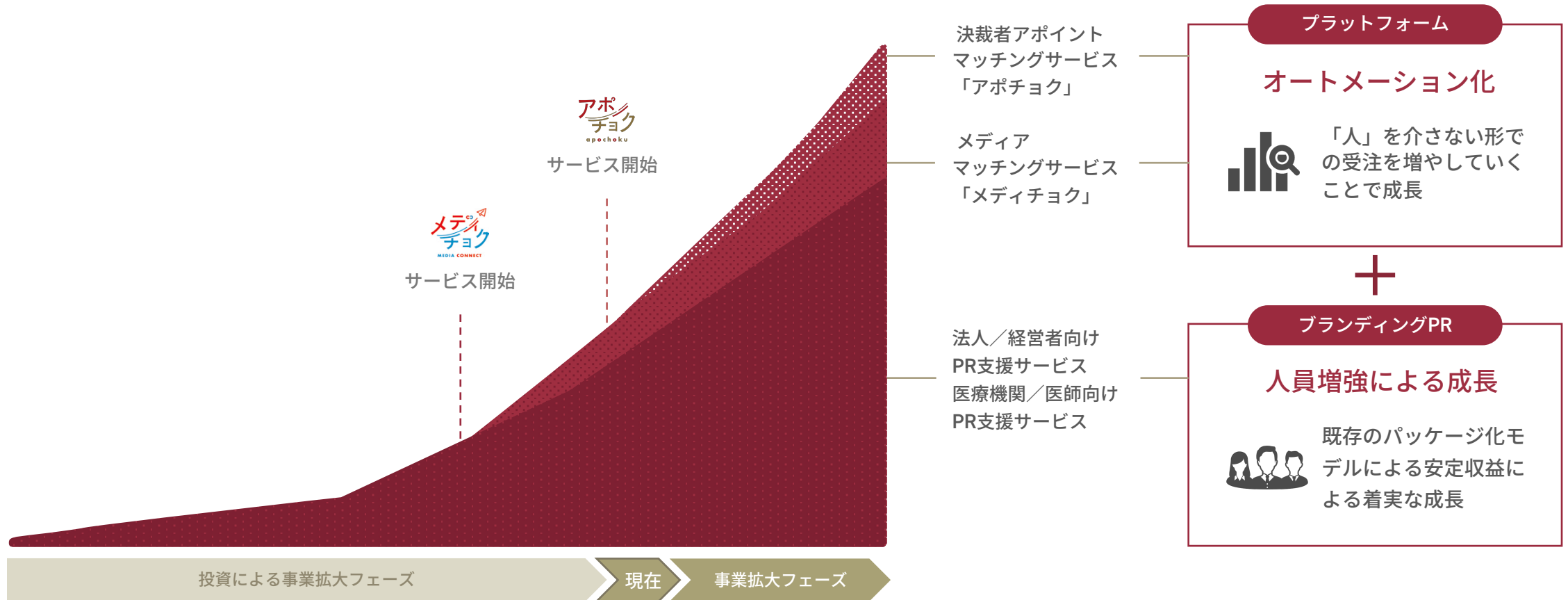


営業1名あたりが
担当できるクライアント数(※当社調べ)

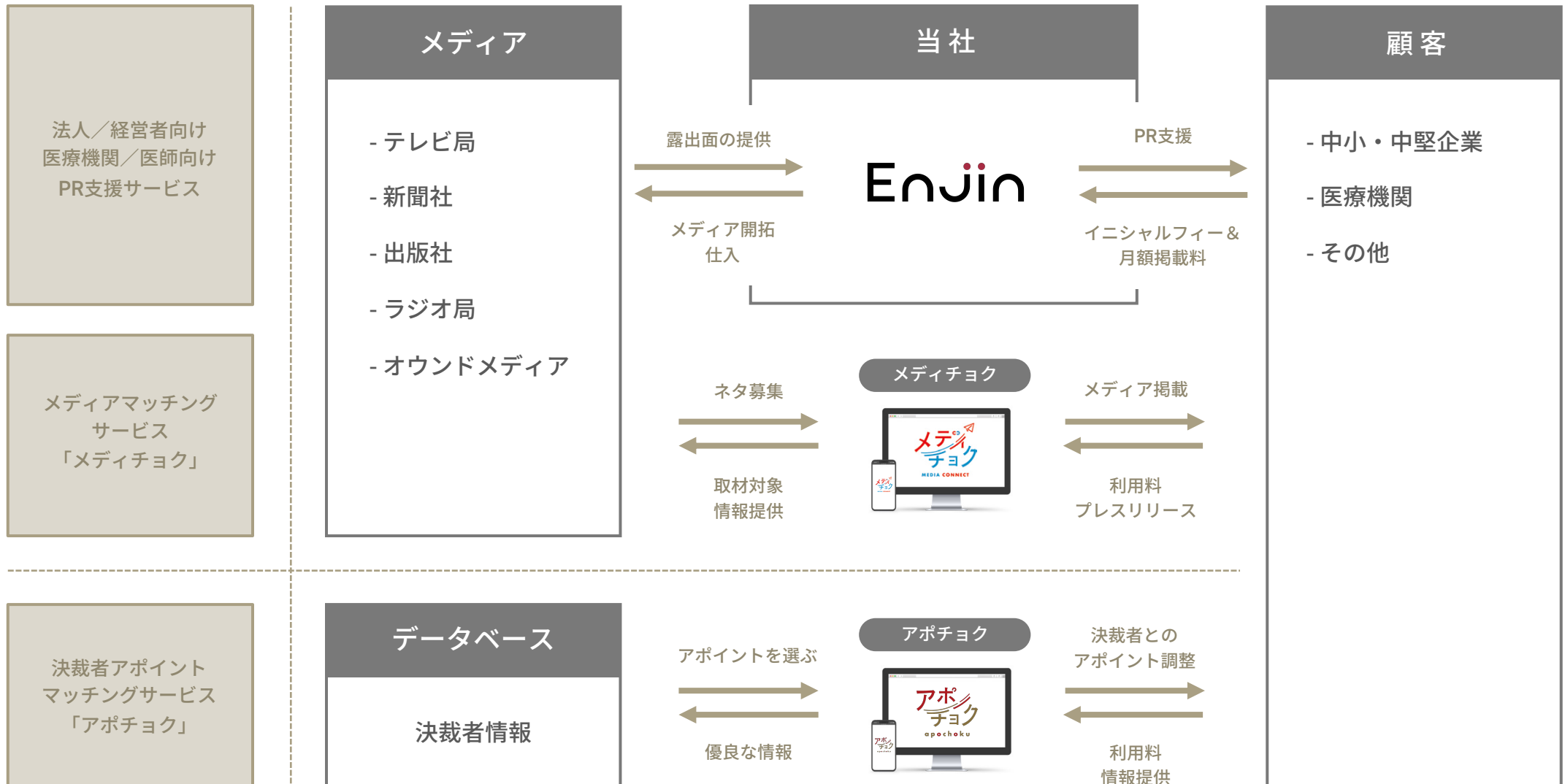
仕組化により工数を可能な限り削減。



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

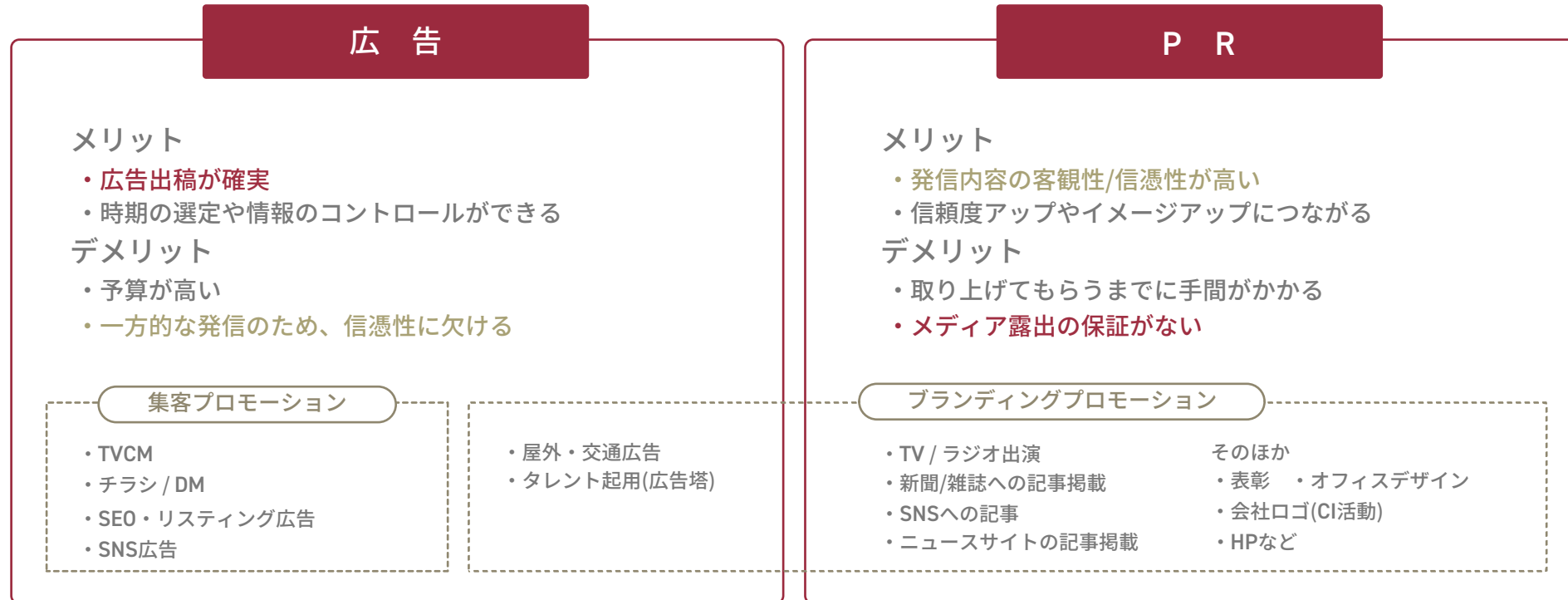


ビジネスモデル



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、サービスなど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。



ESGの取り組み

ENVIRONMENT
SOCIAL GOVERNANCE

企業として利益を上げ、日本経済に貢献することは当然の役割です。しかしそれ以外に、「社会に対し何ができるのか」を真剣に考え、確実に実行していくことが今の時代には求められています。社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、ESGを真剣に取り組む企業こそが、今後社会から必要とされていくと考えています。

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、保証しておりません。