



2022年2月17日

各 位

会 社 名 株式会社プロジェクトカンパニー
代 表 者 名 代表取締役社長 土井 悠之介
(コード番号：9246 東証マザーズ)
問 合 せ 先 専 務 取 締 役 松 村 諒
(TEL 03-6459-1025)

(訂正) 「2021年12月期 決算説明資料」の一部訂正について

2022年2月14日に開示いたしました「2021年12月期 決算説明資料」において、記載内容の一部に下記のとおり誤りがありましたので訂正いたします。

記

1. 訂正の理由

2022年2月14日に開示いたしました「2021年12月期 決算説明資料」のうち、「2022年12月期業績見通しサマリー ～60%増収/30%増益の予想～」(29ページ)において、増減額及び増減率(売上原価、売上総利益、販売費及び一般管理費)の数値に転記誤りがありましたので、訂正を行うものです。なお、開示済みの個別財務諸表に変更はございません。訂正後の「2021年12月期 決算説明資料」については、当社IRサイトに掲載いたします。

2. 訂正の内容

訂正箇所は赤枠で囲った数字です。

【訂正前】

2022年12月期業績見通しサマリー ～60%増収 / 30%増益の予想～

	単位：百万円	FY2021 (実績)	FY2022 (業績予想)	増減額	増減率 (%)
▶ 既存顧客からの追加受注などで新規案件獲得を進める方針であり、FY2022の売上高は前年度対比+63.6%の3,500百万円となる予想	売上高	2,139	3,500	+1,360	+63.6
	うちコンサルティングサービス	1,194	2,170	+975	+81.7
	うちマーケティングサービス	550	820	+269	+49.0
	うちUI/UXサービス	393	500	+106	+26.9
▶ 短中期的に売上成長を重視し、共同参画パートナーの活用を一層加速させることから、FY2022の売上総利益率はFY2021対比低下、約40%となる見通し	売上原価	1,131	2,120	+1,070	+102.0
▶ 売上総利益率の低下に加えて、中長期的な成長を見据えた採用加速による採用費の増加などを要因として、FY2022の営業利益率は20%を僅かに下回る見通し	売上総利益 (売上総利益率)	1,008 (47.1%)	1,380 (39.4%)	+289	+26.6
▶ 営業利益、当期純利益ともに、FY2021対比+30%強の増益にて着地見込み	販売費及び一般管理費	497	710	+130	+22.5
	営業利益 (営業利益率)	510 (23.9%)	670 (19.1%)	+159	+31.2
	経常利益	502	660	+157	+31.4
	当期純利益 (当期純利益率)	359 (16.8%)	470 (13.4%)	+110	+30.6

【訂正後】

2022年12月期業績見通しサマリー ～60%増収 / 30%増益の予想～

	単位：百万円	FY2021 (実績)	FY2022 (業績予想)	増減額	増減率 (%)
▶ 既存顧客からの追加受注などで新規案件獲得を進める方針であり、FY2022の売上高は前年度対比+63.6%の3,500百万円となる予想	売上高	2,139	3,500	+1,360	+63.6
	うちコンサルティングサービス	1,194	2,170	+975	+81.7
	うちマーケティングサービス	550	820	+269	+49.0
	うちUI/UXサービス	393	500	+106	+26.9
▶ 短中期的に売上成長を重視し、共同参画パートナーの活用を一層加速させることから、FY2022の売上総利益率はFY2021対比低下、約40%となる見通し	売上原価	1,131	2,120	+988	+87.4
▶ 売上総利益率の低下に加えて、中長期的な成長を見据えた採用加速による採用費の増加などを要因として、FY2022の営業利益率は20%を僅かに下回る見通し	売上総利益 (売上総利益率)	1,008 (47.1%)	1,380 (39.4%)	+371	+36.9
▶ 営業利益、当期純利益ともに、FY2021対比+30%強の増益にて着地見込み	販売費及び一般管理費	497	710	+212	+42.7
	営業利益 (営業利益率)	510 (23.9%)	670 (19.1%)	+159	+31.2
	経常利益	502	660	+157	+31.4
	当期純利益 (当期純利益率)	359 (16.8%)	470 (13.4%)	+110	+30.6

2021年12月期決算説明資料

株式会社プロジェクトカンパニー
2022年2月14日

1. 会社概要
2. 2021年12月期 第4四半期決算ハイライト
3. 2021年12月期 通期決算ハイライト
4. 2022年12月期 通期業績見通し
5. 中期成長戦略
6. 参考資料

売上高**21.3億円**

前年度対比

+94%

ストック売上***19.0億円**

ストック売上比率

約89%

従業員数**64名**

前年度末対比

+60%

営業利益**5.1億円**

前年度対比

約3倍

クライアント数*²

117社

顧客単価0.3億円以上の
大口クライアント**14社**

従業員平均年齢

約27歳

経営メンバー*³の
平均年齢**約30歳**

*1 ストック売上：6か月以上の連続受注を獲得したクライアントからの売上のうち、スポットの性質が強い広告出稿やユーザーテスト等を除いたもの

*2 クライアント数：当社の3サービスのいずれかについて契約関係が存在し、実際にサービスの対価が当事業年度中に支払われた顧客企業の数

*3 経営メンバー：常勤取締役及び執行役員（社外役員は除く）。なお、平均年齢は2021年12月末時点

1. 会社概要

会社概要

社名 株式会社プロジェクトカンパニー（英語名 ProjectCompany, Inc.）

代表者 代表取締役社長 土井悠之介

設立 2016年1月

本社所在地 東京都港区六本木1-6-1泉ガーデンタワー39F

役員構成	代表取締役社長	土井 悠之介	常勤監査役	清水 光貴
	取締役会長	伊藤 翔太	監査役	桃崎 有治
	専務取締役	松村 諒	監査役	川添 丈
	社外取締役	山中 卓		
	社外取締役	松本 勇氣		

事業内容 デジタルトランスフォーメーション事業
（コンサルティングサービス、マーケティングサービス、UI/UXサービス）

従業員数 64名（2021年12月末時点）

VISION

プロジェクト型社会の創出

硬直した日本社会を「プロジェクト型」に変革し、
プロジェクト型人材を輩出することで、企業と個の成長を共に実現

OUR SERVICE

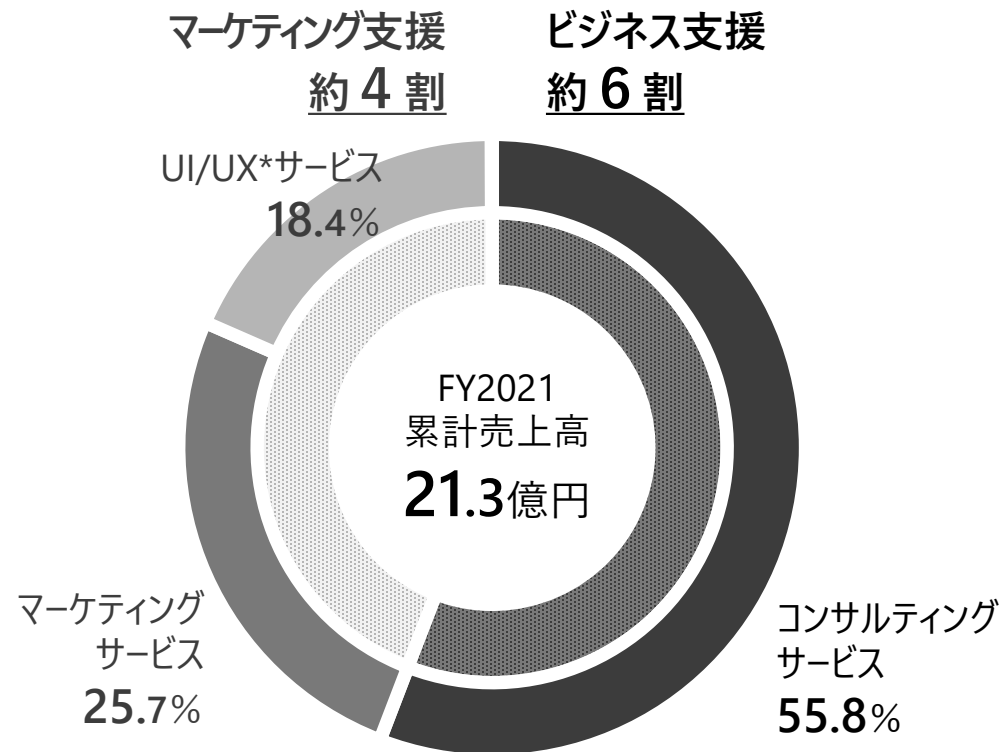
デジタルマーケティング/DX推進の総合アドバイザリーファーム

あらゆる構造的課題を抱えた企業に対し、
豊富なソリューションを用いてデジタルトランスフォーメーションの実現を支援

売上高構成・業績推移

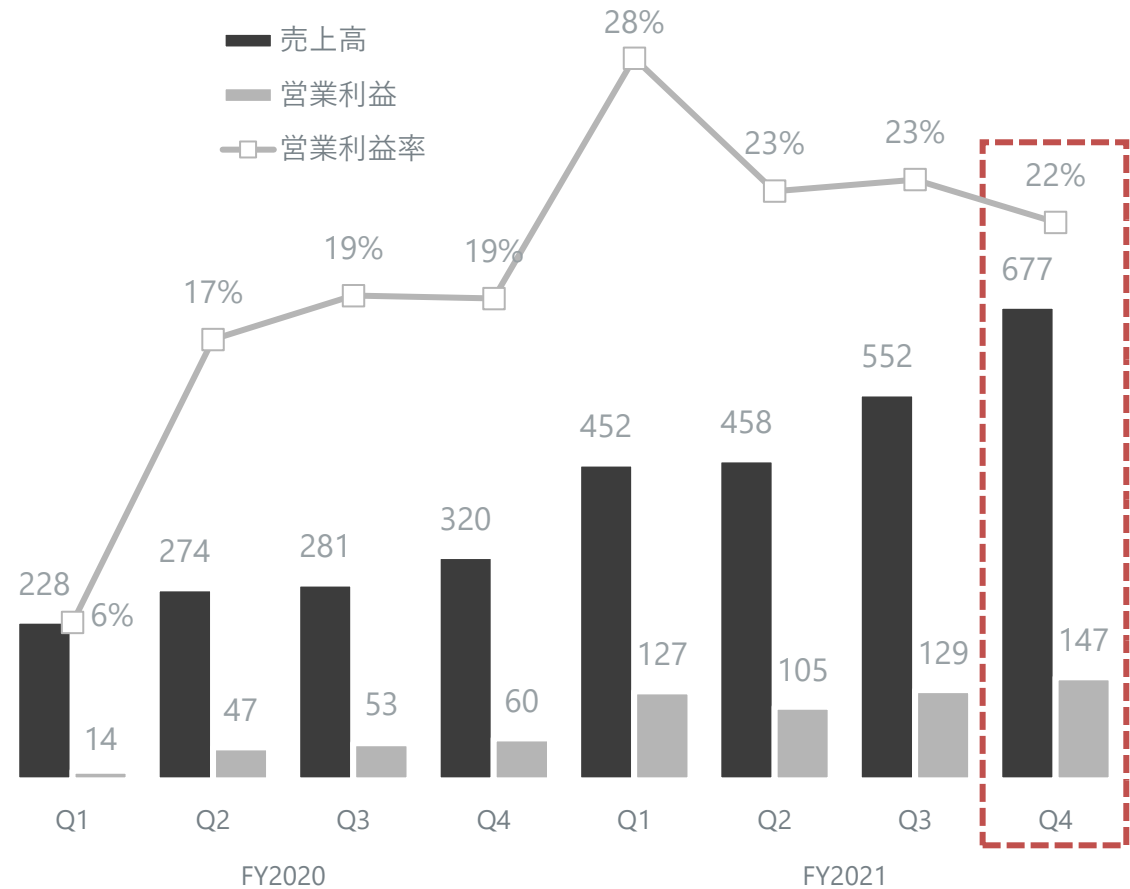
- ▶ 当社の売上高構成は、コンサルティングによるビジネス支援が6割弱、UI/UXを含む広義のマーケティング支援が4割強を占める
- ▶ 業績は、売上高・営業利益ともに概ね前四半期対比での増加を継続しており、高い成長率と収益性確保を両立できている状況
- ▶ FY2021Q4は、売上高が前四半期対比+22.7%/業績予想対比+6.2%、営業利益が前四半期対比+14.0%/業績予想対比+40.5%にて着地

売上高構成



*UI：ユーザーインターフェース、UX：ユーザーエクスペリエンス

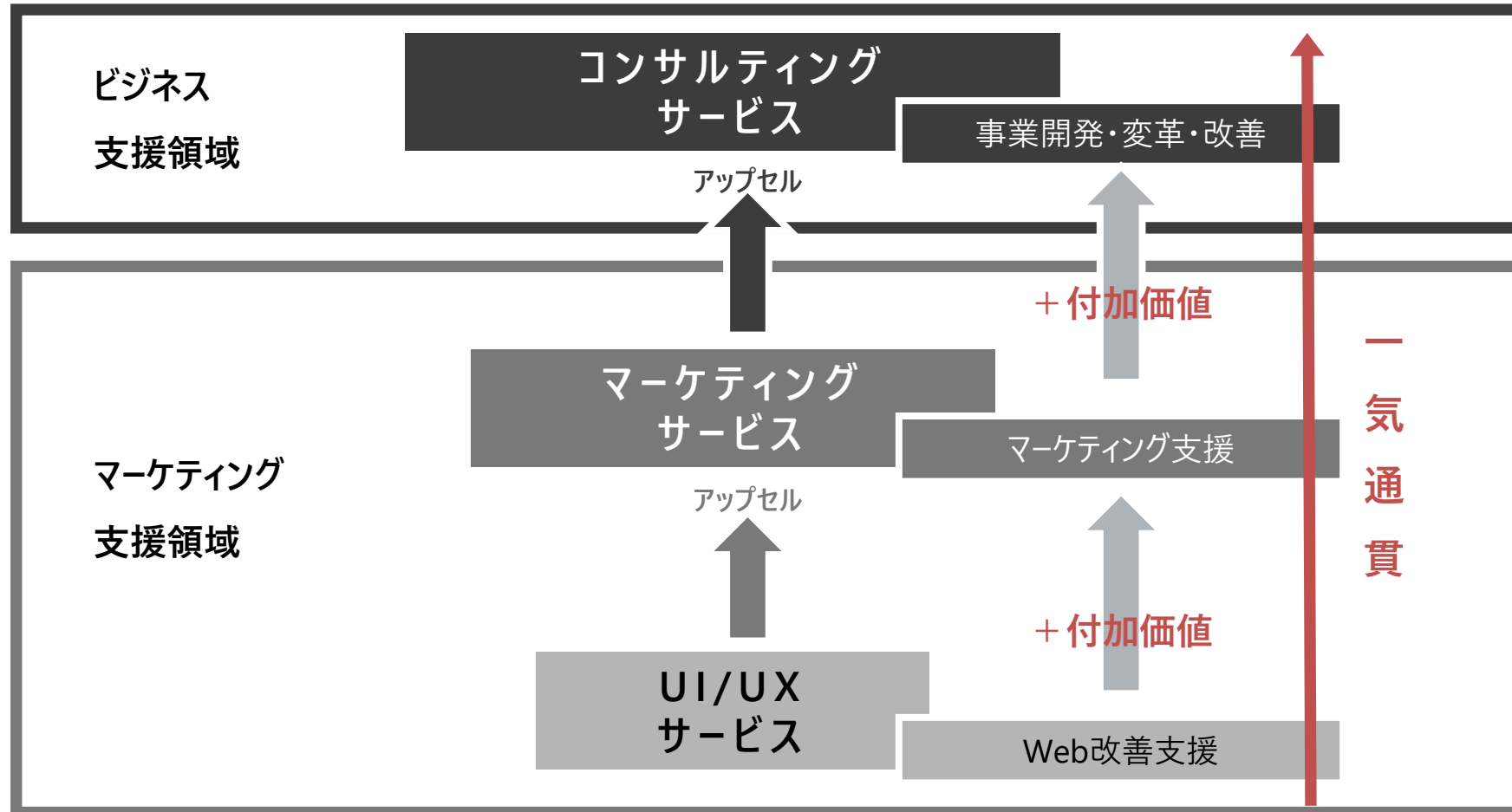
業績推移 (百万円)



強み・特徴 1 DX化の一気通貫型アドバイザーシステム

- ▶ ユーザーインターフェイスとなるWeb改善支援からマーケティング支援、さらには新規事業開発などのビジネス支援まで一気通貫でサービスを提供
- ▶ 顧客はワンストップで支援を受けられることから、効率的・効果的なDXの実現が可能に
- ▶ 当社提供の各サービスにおいては競合も少なくないが、一気通貫で対応できる企業は限定的と当社は認識

∞ ProjectCompany



強み・特徴 2 起点としてのUIScope

- ▶ 一気通貫モデルの起点は、ユーザビリティ検証・改善のUIScope。モニターを活用したUI/UX調査により、客観的かつ網羅的なアプリ/Webの改善支援を提供
- ▶ FY2021では、UI/UXサービス案件の73%をインバウンド*で獲得するなど、UI/UX領域で高い認知度を誇る
- ▶ UIScopeのモニター数は3万人以上（2021年6月末時点）

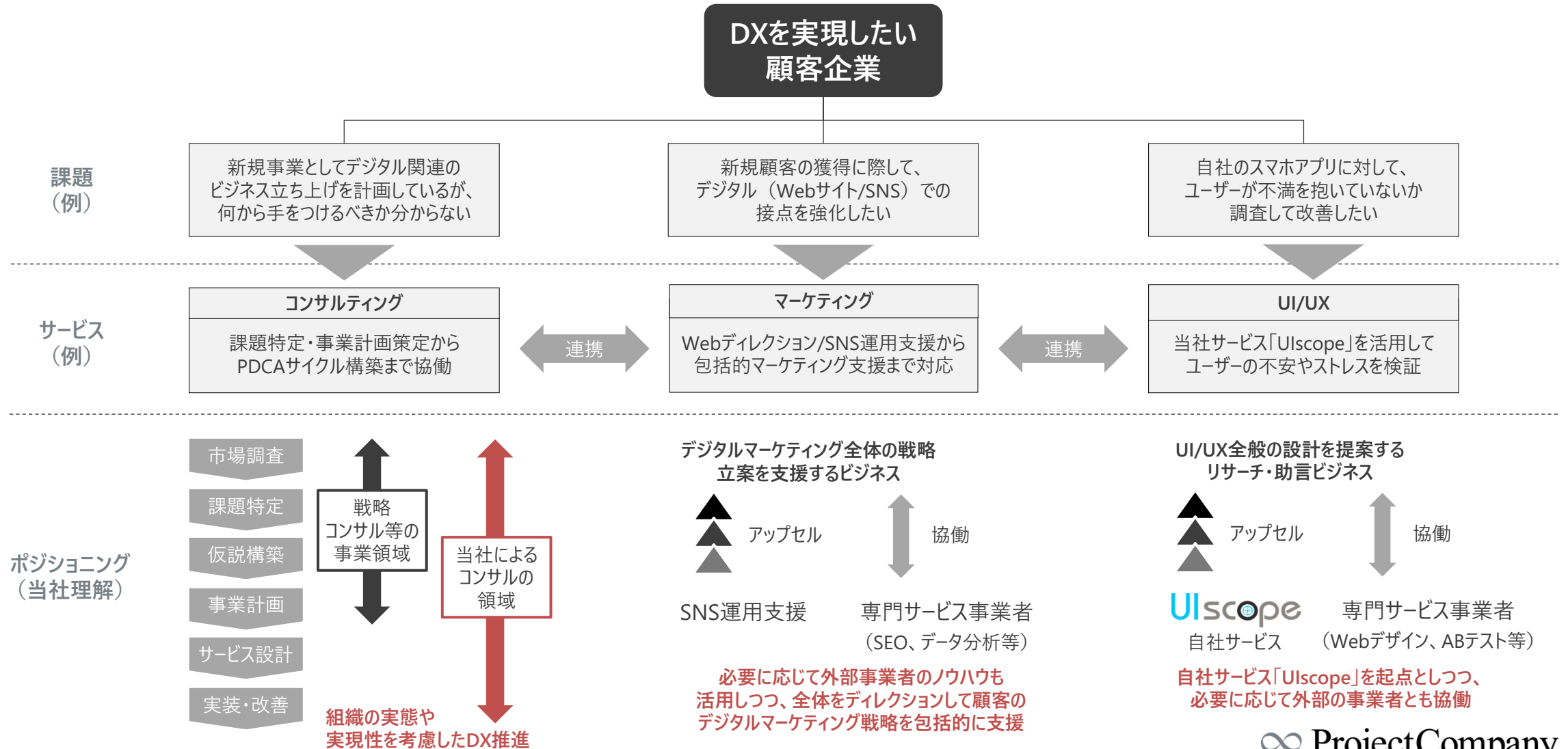


The UIScope logo is displayed at the top. Below it is a screenshot of the UIScope website. The website header includes 'UIScope', '資料DL', '利用事例', 'はじめての方へ', and 'ヘルプ'. The main content area features the headline 'ユーザーの本音を聞いてほしい' (We want to hear your true voice) and a sub-headline 'ユーザーがどのようにサービスを使っているのか。利用シーンが最短1日で届く、ユーザーテストサービス。' (How are users using the service? User test service that delivers usage scenarios in the shortest 1 day). A yellow button says '今すぐ無料で試してみる >' (Try for free now >). A video player shows a hand holding a smartphone. Below the video is a red button 'サービス説明を再生する' (Play service explanation). To the right of the screenshot is a large grey arrow pointing to three blue circular icons: '動画' (Video) with a play button icon, '音声' (Voice) with a mouth icon, and 'アンケート' (Survey) with a clipboard icon. Above these icons is the text '「高品質なユーザーテストを安く・早く・簡単に」' (High-quality user tests at low cost, fast, and easy).

*インバウンド：企業への営業ではなく、顧客からの問い合わせにより受注へ結びつくこと

DX支援における当社のポジショニング

- ▶ DXをアウトソーシングしたい顧客企業に対して、当社は一気通貫でのDX化支援サービスを提供
- ▶ ビジネス支援のコンサルティングでは、顧客組織に入り込み、組織の実態に合わせてDX事業推進などで顧客と協働する点が特徴的
- ▶ 広義のマーケティング支援（マーケティング、UI/UX）では、外部事業者の専門性も活用しつつ、顧客企業のデジタルマーケティング戦略推進を支援



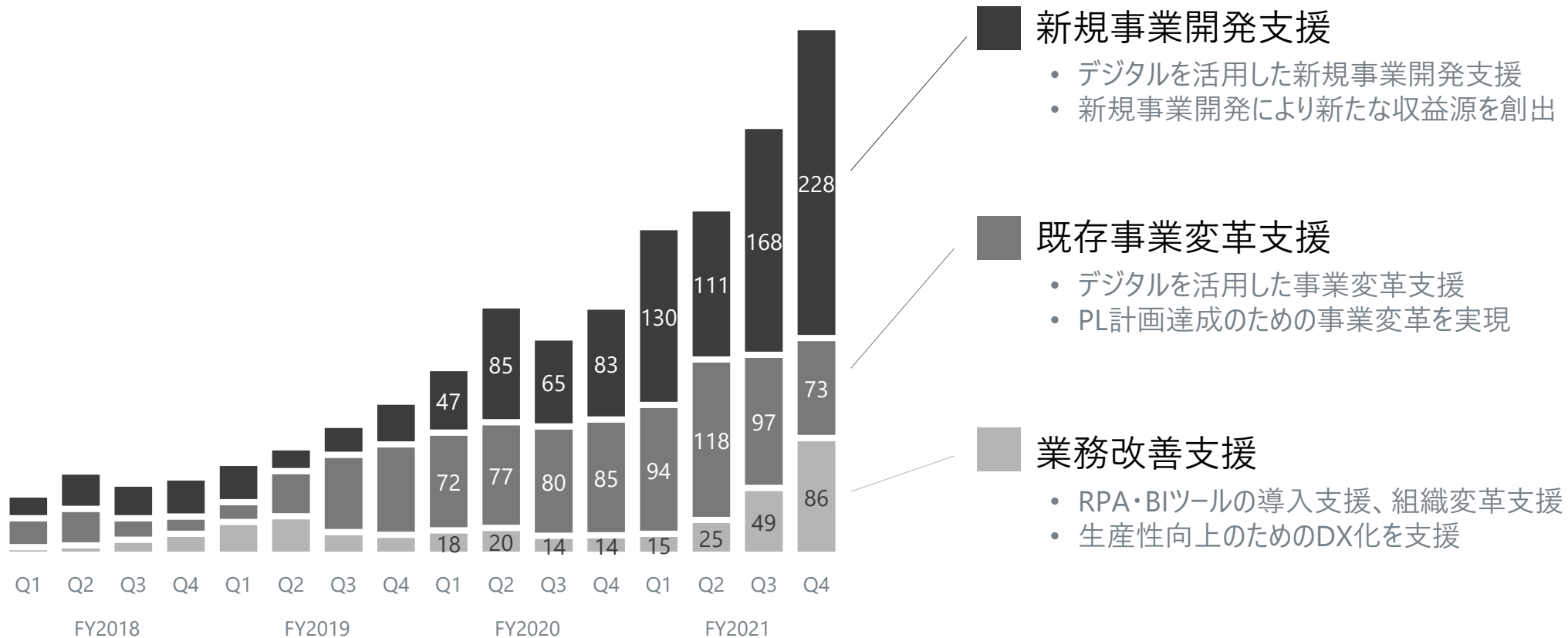
2. 2021年12月期 第4四半期決算ハイライト

サービス別推移 1 コンサルティングサービス

- ▶ コンサルティングサービスでは、デジタルを活用した新規事業開発支援が売上の約6割を占める主力業務。新たな収益源確保のための新規事業開発へのニーズが引き続き強く、売上拡大を牽引
- ▶ FY2021については、全体に占める比率は小さいものの、業務改善支援関連の売上も前四半期対比で高い成長率を維持

コンサルティングサービス売上高 (百万円)

サービス内容



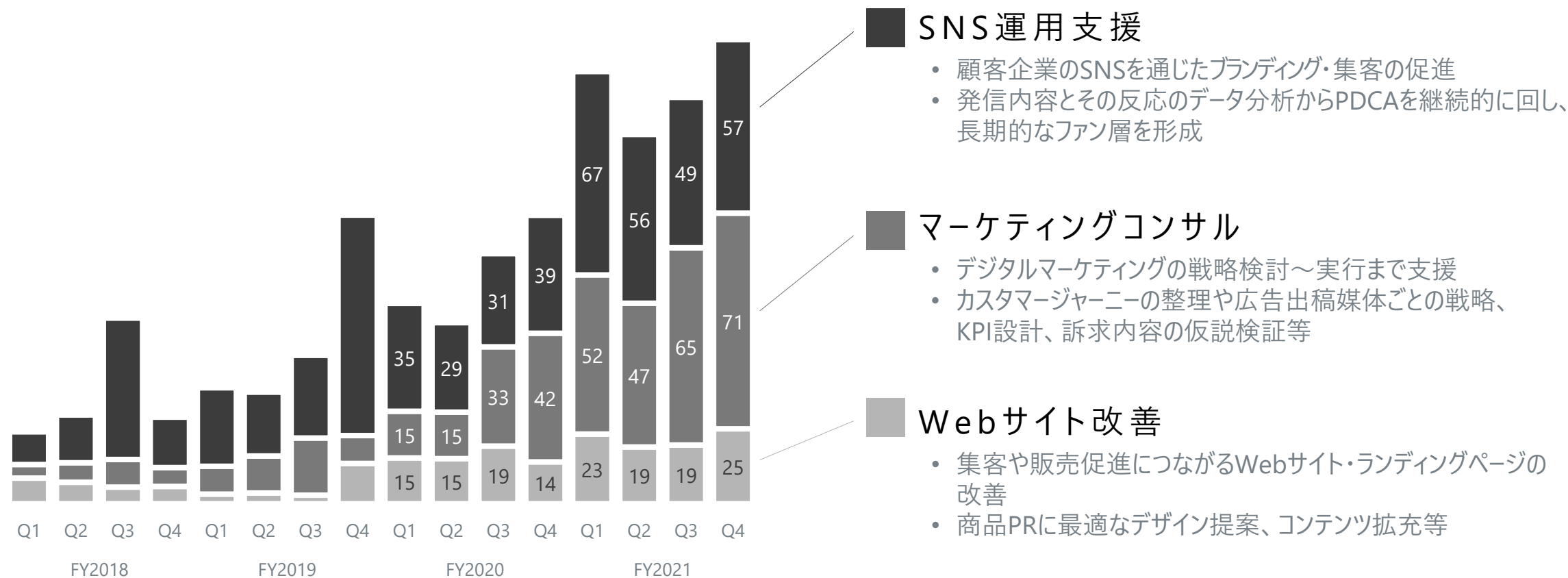
- **新規事業開発支援**
 - デジタルを活用した新規事業開発支援
 - 新規事業開発により新たな収益源を創出
- **既存事業変革支援**
 - デジタルを活用した事業変革支援
 - PL計画達成のための事業変革を実現
- **業務改善支援**
 - RPA・BIツールの導入支援、組織変革支援
 - 生産性向上のためのDX化を支援

サービス別推移 2 マーケティングサービス

- ▶ SNS運用支援とマーケティングコンサルが売上の中心。SNS運用支援で成果を出し、より広範なデジタルマーケティング全体の戦略立案（マーケティングコンサル）の需要獲得に繋げる構造
- ▶ FY2021Q4は、SNS運用支援、マーケティングコンサル、Webサイト改善の各々の売上が伸長している状況

マーケティングサービス売上高 (百万円)

サービス内容

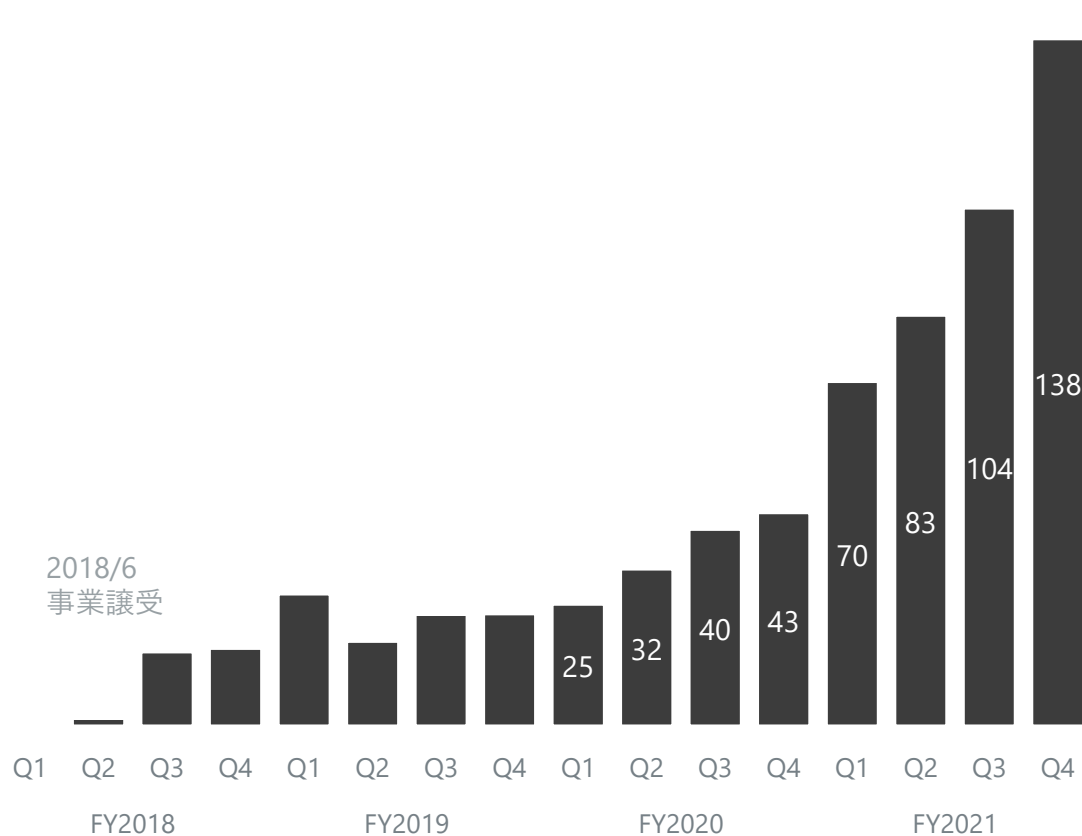


- SNS運用支援**
 - 顧客企業のSNSを通じたブランディング・集客の促進
 - 発信内容とその反応のデータ分析からPDCAを継続的に回し、長期的なファン層を形成
- マーケティングコンサル**
 - デジタルマーケティングの戦略検討～実行まで支援
 - カスタマージャーニーの整理や広告出稿媒体ごとの戦略、KPI設計、訴求内容の仮説検証等
- Webサイト改善**
 - 集客や販売促進につながるWebサイト・ランディングページの改善
 - 商品PRに最適なデザイン提案、コンテンツ拡充等

サービス別推移 3 UI/UXサービス

- ▶ UI/UX改善のためのユーザービリティテストサービス「Ulscope」。スマホアプリやWebサイトのユーザーテストを通じ、サービス体験の設計を提案するリサーチ・助言ビジネス（2018年6月に事業譲受）
- ▶ ユーザーテスト導入企業へのコンサルティング提案で取引を拡大し、FY2020より売上成長が加速。FY2021Q4も成長基調を継続

UI/UXサービス売上高（百万円）



サービス内容

Ulscope（ユーアイスコープ）

- 新規顧客開拓の起点となるログインツール
- 導入実績は累計162社（事業譲受～FY2021迄）
- ユーザーの操作を録画し、その動画・音声、及びアンケートで調査結果を把握してUI/UX改善を提案していくユーザービリティテストサービス

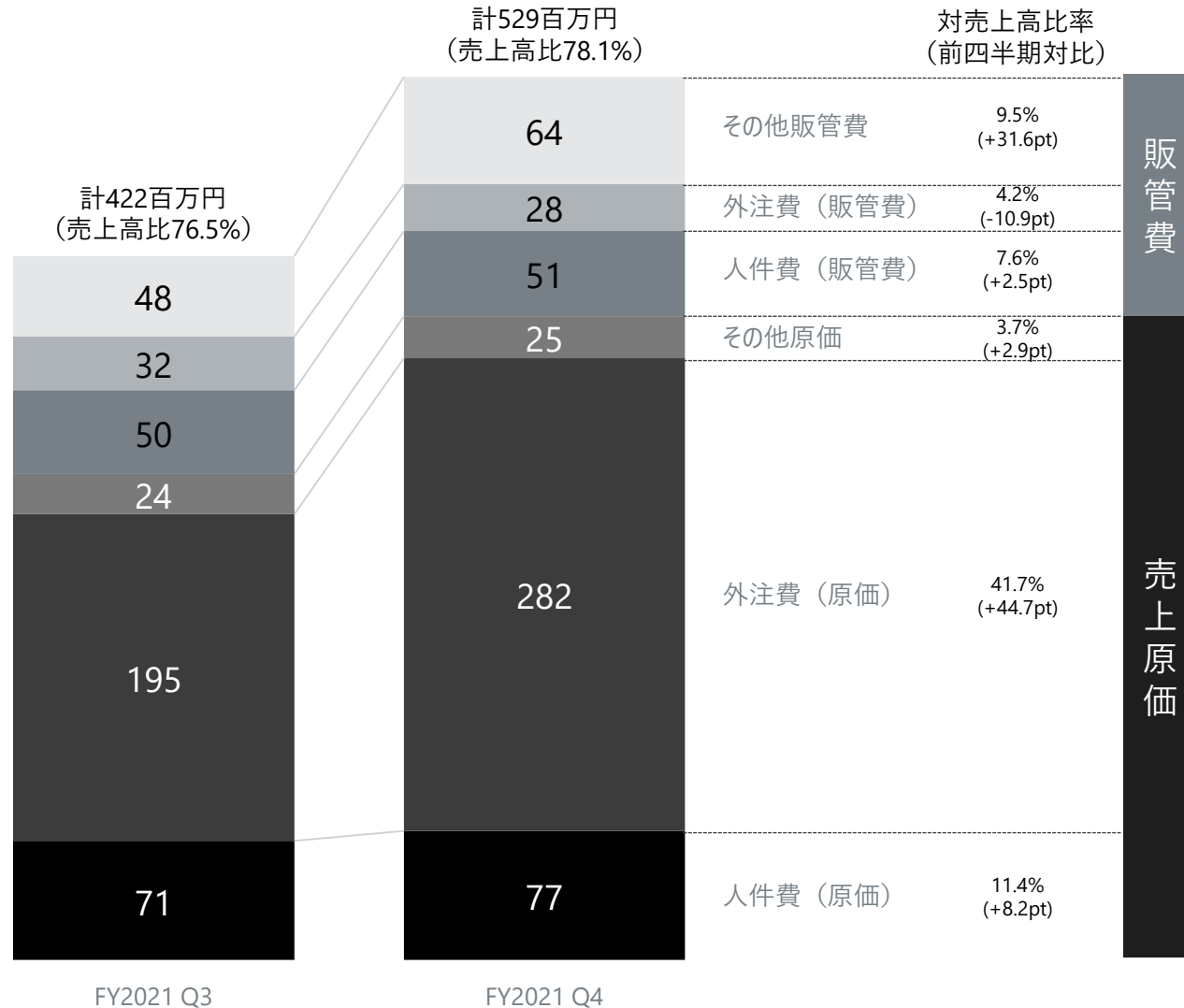
ユーザーテストの様子



営業費用の推移

▶ 複数の新規案件獲得成功により共同参画パートナーを積極的に活用したことを主因として、売上原価の外注費が前四半期対比+44.7%増加

営業費用の構造 (前四半期対比・百万円)



販管費の対売上高比率：Q3 23.8% → Q4 21.3%

- その他販管費は、採用拡大による採用費+4百万円、季節要因による交際費+4百万円等により増加
- 外注費（販管費）は、Q3に計上した上場関連費用の影響が剥落したことを主因として減少

売上原価の対売上高比率：Q3 52.7% → Q4 56.8%

- 外注費（原価）は、複数の新規案件獲得成功による共同参画パートナー活用の拡大が+60百万（+57.6%）となったことを主因として、前四半期対比+44.7%の増加
- 組織拡大にともない、人件費（原価）についても増加

四半期業績サマリー（前四半期対比）

	単位：百万円	FY2021 Q3	FY2021 Q4	増減額	増減率（%）
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新規案件獲得が順調に進捗し、FY2021Q4の売上高は前四半期対比+22.7%の677百万円にて着地 ▶ サービス別では、コンサルティングサービスの売上高増加額及びUI/UXサービスの売上高増加率が大きい 	売上高	552	677	+125	+22.7
	うちコンサルティングサービス	314	386	+72	+23.0
	うちマーケティングサービス	133	152	+19	+14.3
	うちUI/UXサービス	103	137	+33	+32.4
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 売上高の前四半期対比増加額が売上原価及び販管費の増加額を上回ったため、FY2021Q4の売上総利益、営業利益はともに増益 	売上原価	290	384	+93	+32.2
	売上総利益 (売上総利益率)	261 (47.3%)	292 (43.2%)	+31	+12.0
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 四半期純利益は前四半期対比+30.6%の113百万円にて着地 	販売費及び一般管理費	131	144	+13	+10.0
	営業利益 (営業利益率)	129 (23.5%)	147 (21.9%)	+18	+14.0
	経常利益	128	144	+16	+12.6
	四半期純利益 (四半期純利益率)	87 (15.8%)	113 (16.8%)	+26	+30.6

四半期業績サマリー（業績予想対比）

	単位：百万円	FY2021 Q4 (業績予想)	FY2021 Q4 (実績)	増減額	増減率 (%)
▶ FY2021Q4の売上高は、業績予想対比で+39百万円の上振れ	売上高	637	677	+39	+6.2
▶ サービス別では、コンサルティングサービスが+18百万円、マーケティングサービスが+10百万円、UI/UXサービスが+8百万円	うちコンサルティングサービス	368	386	+18	+4.9
	うちマーケティングサービス	141	152	+10	+7.7
	うちUI/UXサービス	129	137	+8	+6.7
▶ 売上高の上振れに対して、売上原価・販管費が概ね業績予想通りの着地となったため、営業利益は業績予想対比+42百万円と大幅に上振れ	売上原価	384	384	+0	+0.0
	売上総利益 (売上総利益率)	252 (39.7%)	292 (43.2%)	+39	+15.7
▶ 売上高・利益上振れの要因は、SNS運用支援案件やUI/UXのリリース案件を新規に獲得したこと及び新規案件への社員のアサインが順調に進捗したことなど	販売費及び一般管理費	147	144	△2	△2.0
	営業利益 (営業利益率)	105 (16.5%)	147 (21.9%)	+42	+40.5
	経常利益	102	144	+42	+41.4
	四半期純利益 (四半期純利益率)	70 (11.0%)	113 (16.8%)	+43	+62.4

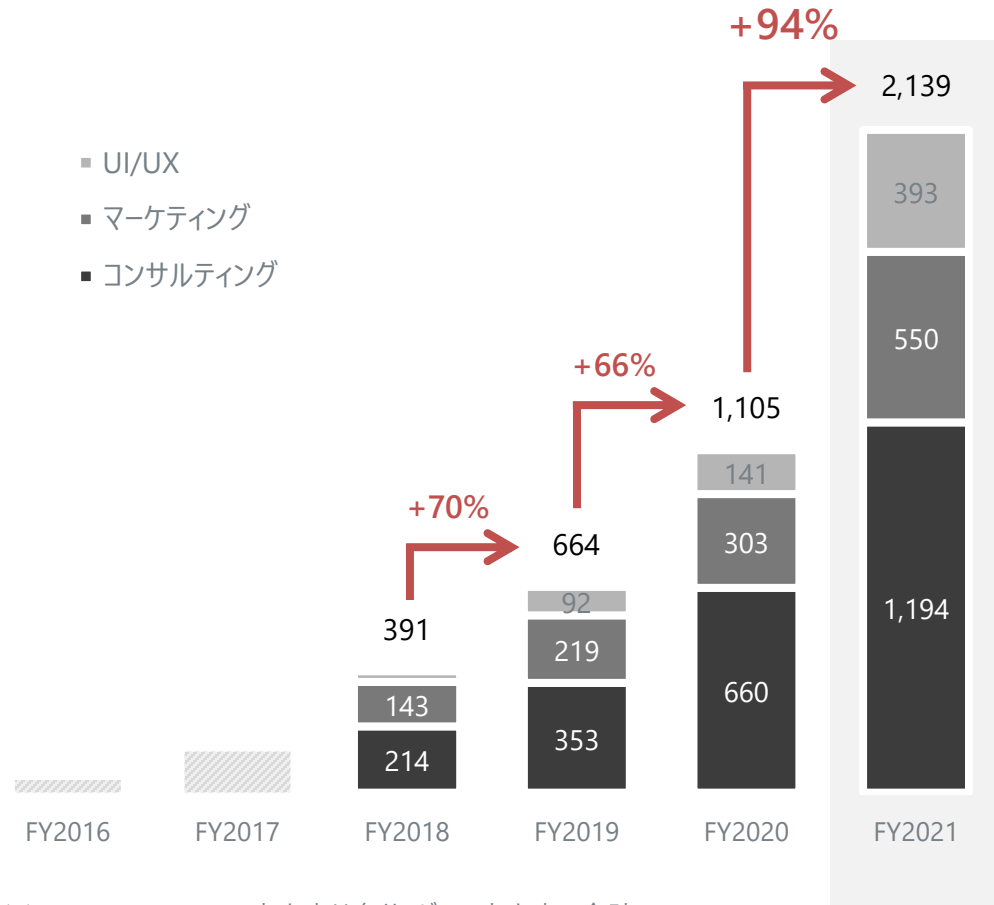
※サービスごとの売上高及び売上原価、売上総利益、販管費の業績予想値は、2021年11月14日の業績修正公表時には非開示の数値情報

3. 2021年12月期 通期決算ハイライト

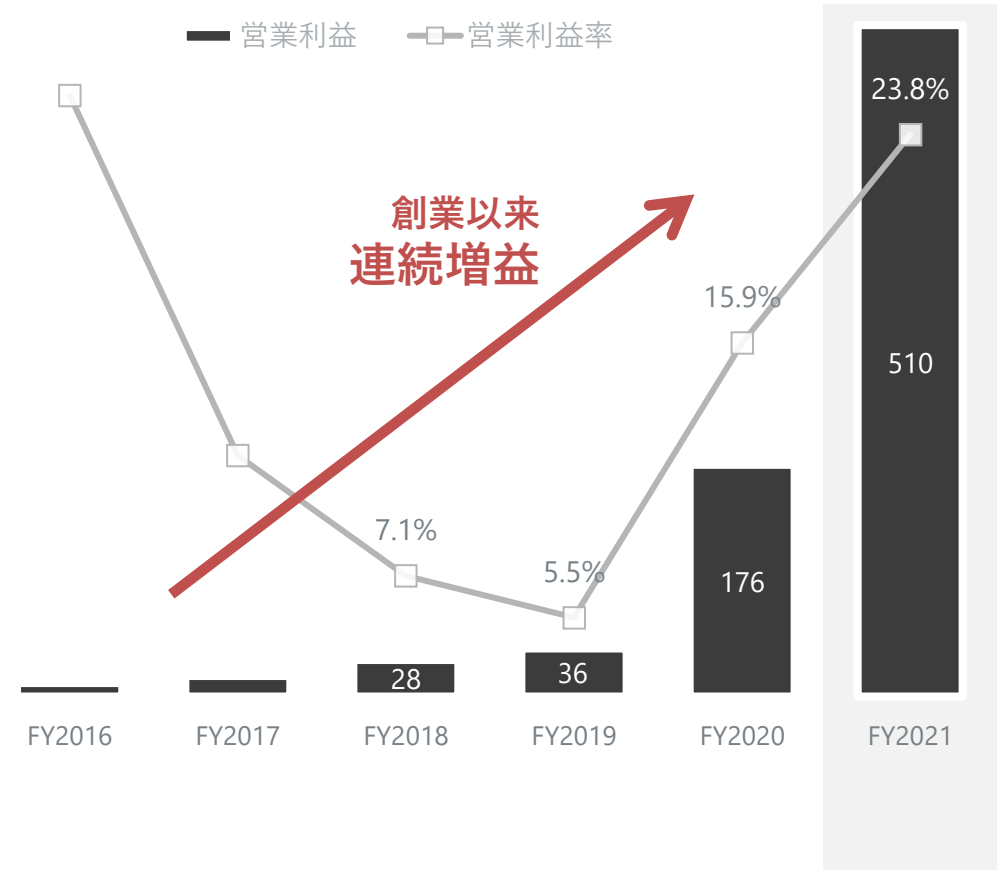
決算ハイライト

- ▶ FY2021通期決算は、売上高2,139百万円、営業利益510百万円にて着地
- ▶ DX市場への追い風などを要因として、今期の売上高成長は、過去2期の成長率と比較しても高い水準
- ▶ 営業利益については、売上高拡大にともなう固定比率低減などによるFY2020からの改善傾向が継続

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円・%)

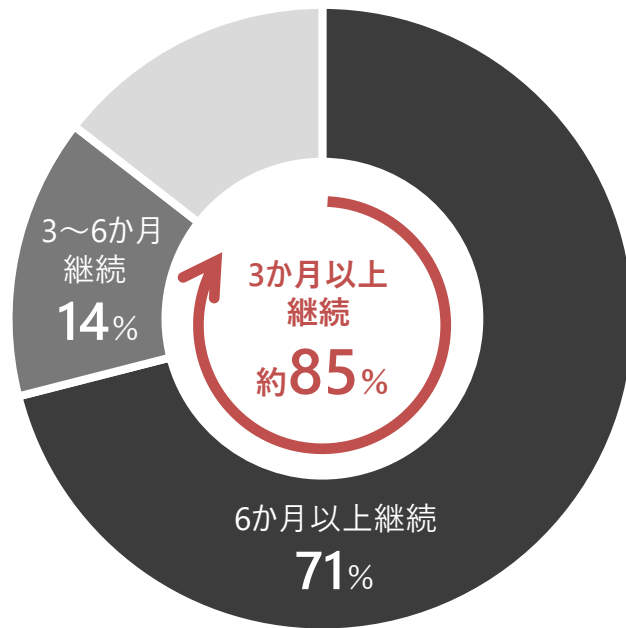


業績好調の背景 1 スtock型ビジネスモデル ～継続受注による売上高の積み上がり～

- ▶ コンサルティング会社は、一般的にスポット/フロー案件偏重の売上構成となっているケースが多いと当社は認識
- ▶ 一方で、当社は一気通貫サービスなどを背景とする継続支援を前提としたstock型ビジネスモデルを構築することで、売上高が積み上がって推移
- ▶ FY2021のstock売上比率は約89%

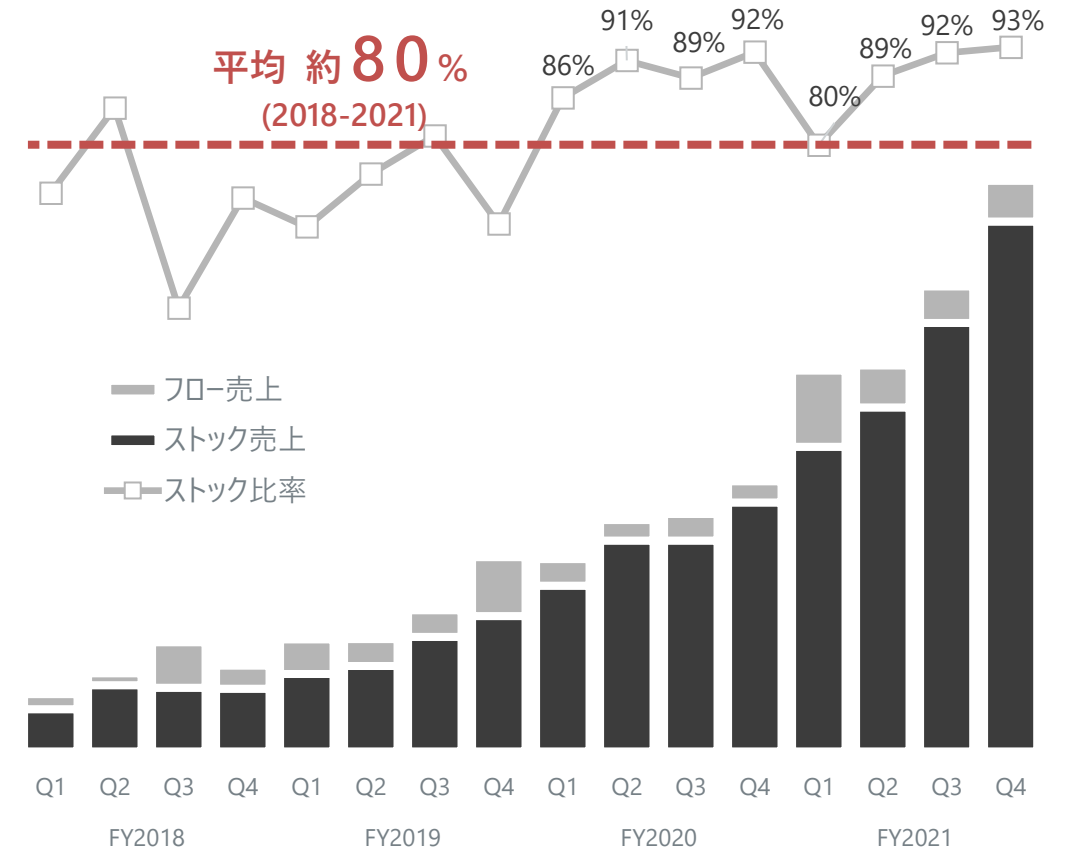
受注継続率* (%)

*売上規模100億円以上のクライアントのうち、2018年1月～2021年12月で複数月連続契約が発生したクライアントの割合



※Ulscopeのショット案件のクライアントを除く

stock売上*比率



*stock売上：6か月以上の連続受注を獲得したクライアントからの売上のうち、スポットの性質が強い広告出稿やユーザーテスト等を除いたもの

業績好調の背景 2 組織体制 ～パートナー活用などにより機動的な案件受注と1人当たり売上高増加を実現～

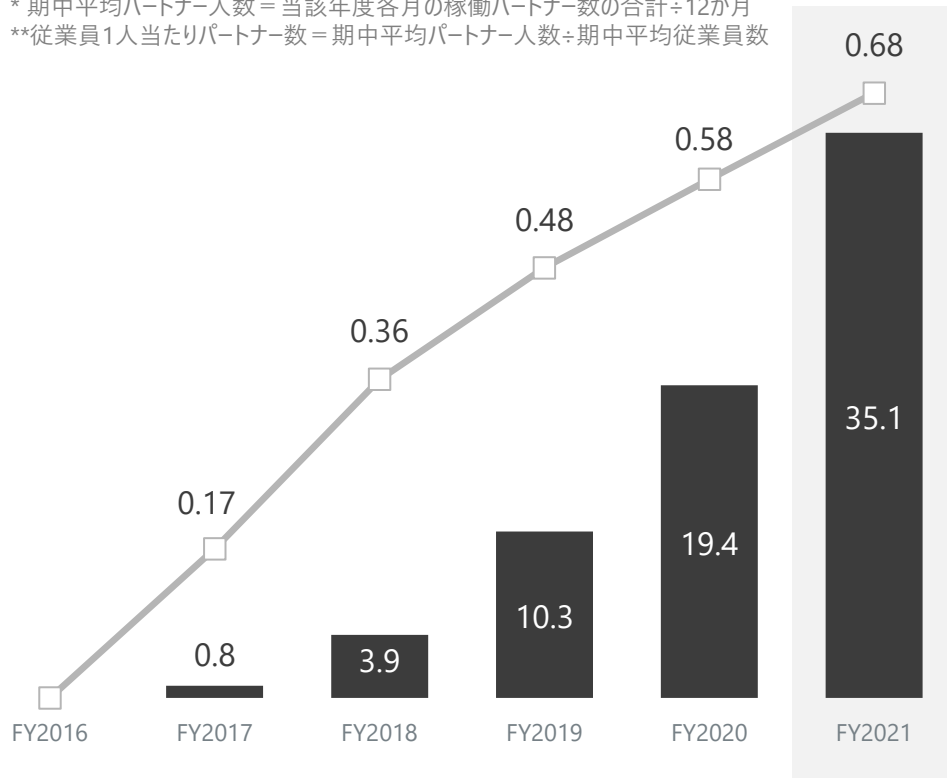
- ▶ 機動的な案件受注のため共同参画パートナーの活用を拡大したことで、従業員1人当たりのパートナー数が上昇
- ▶ 従業員数は急増しているものの、共同参画パートナーの活用や、属人的対応を回避するための社内ノウハウの共有知化などを背景として、従業員1人当たりの売上高は増加基調で推移

パートナー数

■ 期中平均パートナー人数*

—□— 従業員1人当たりパートナー数**

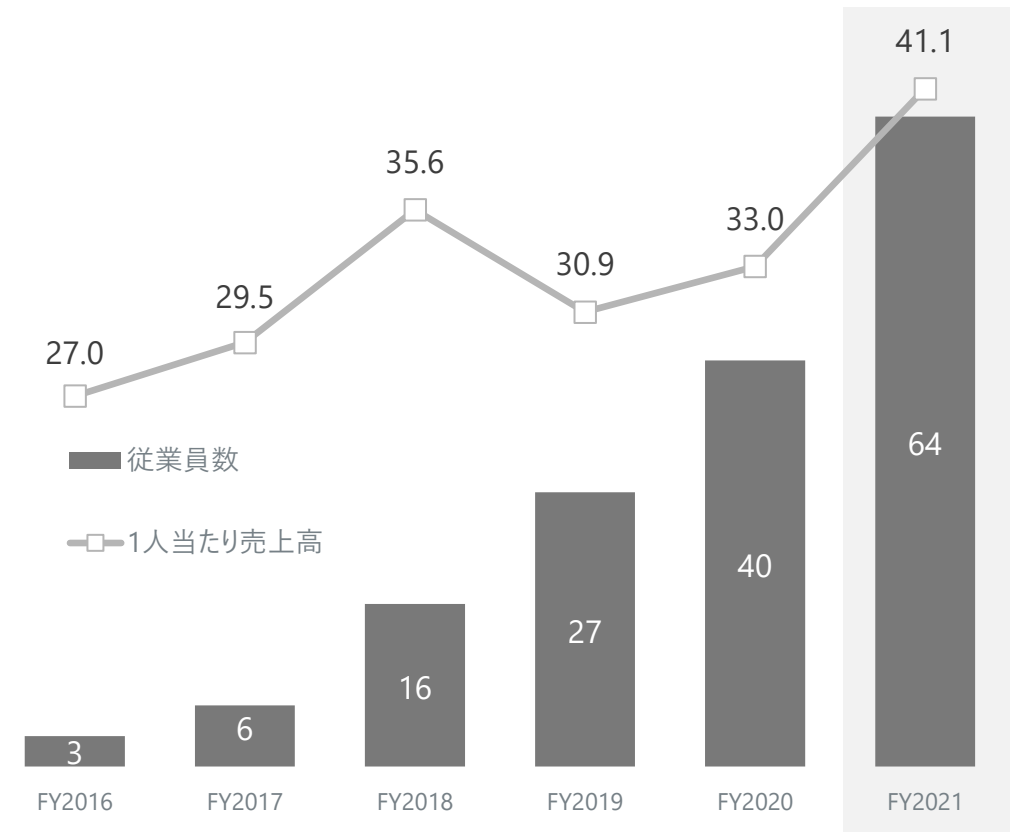
* 期中平均パートナー人数 = 当該年度各月の稼働パートナー数の合計 ÷ 12か月
 ** 従業員1人当たりパートナー数 = 期中平均パートナー人数 ÷ 期中平均従業員数



従業員1人当たり売上高*

(百万円/人・人)

* 1人当たり売上高 = 売上高 ÷ 期中平均従業員数

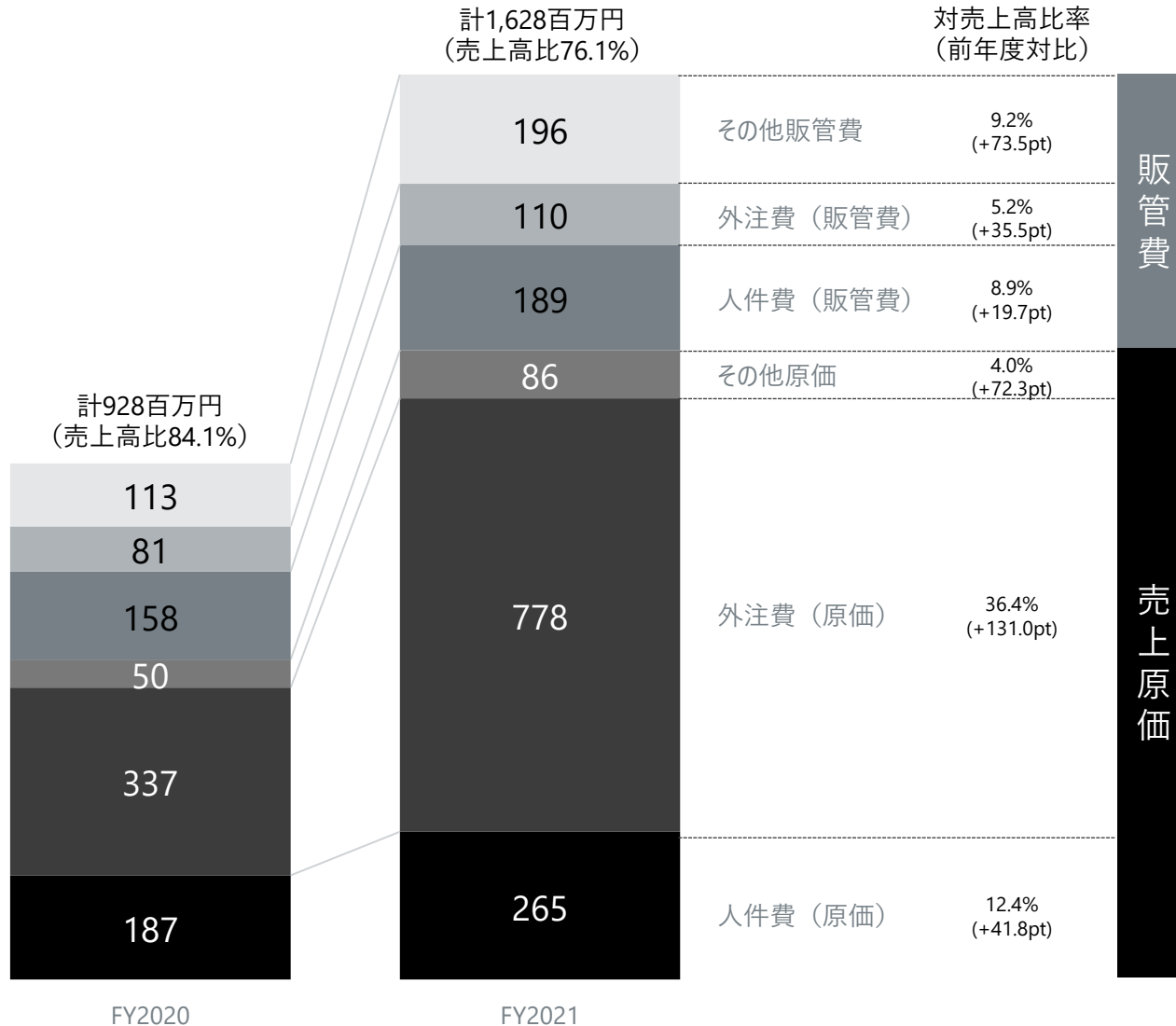


※FY2016-FY2017については、監査証明を受けていない実績値となります

業績好調の背景 3 営業費用の推移 ～販管費の対売上高比率が低下～

▶ 売上高拡大により販管費の対売上高比率が前年度対比低下したことが、FY2021の営業利益率改善に貢献

営業費用の構造 (前年度対比・百万円)



販管費の対売上高比率：FY2020 32.0% → FY2021 23.3%

- その他販管費は、採用拡大による採用費+21百万円、オフィス増床にともなう費用+15百万円等により増加
- 売上対比で緩やかな費用増加となったため、販管費の対売上高比率は前年度より低下

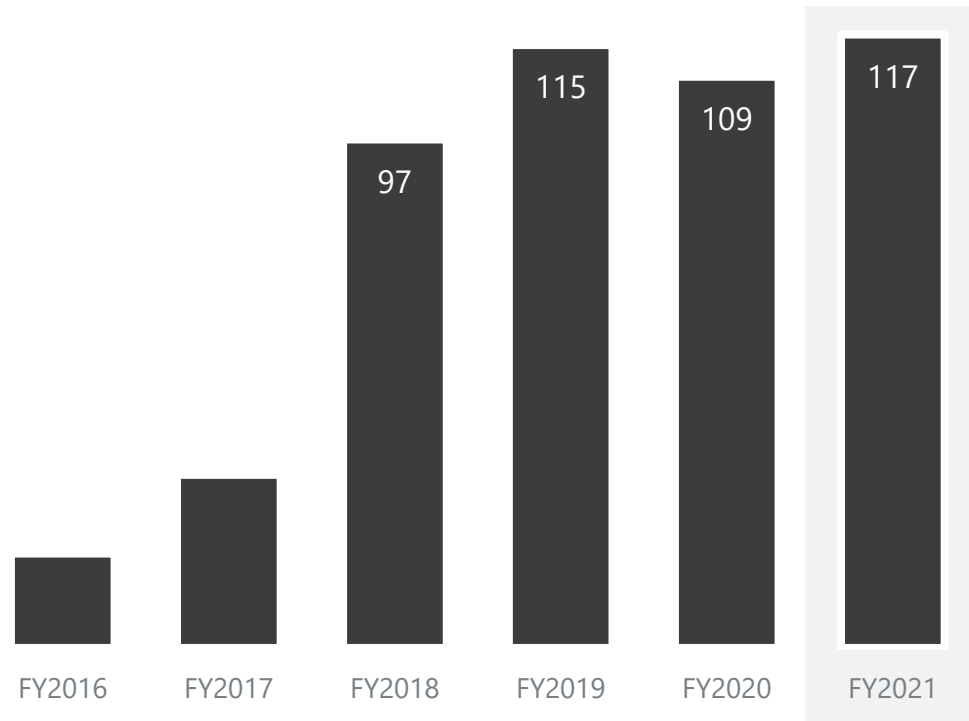
売上原価の対売上高比率：FY2020 52.0% → FY2021 52.9%

- 外注費（原価）は、複数の新規案件獲得成功による共同参画パートナー活用の拡大が+208百万円（+86.7%）となったことを主因として、前年度対比+131.0%の大幅増加
- 新規採用により期末人員が前年度末比+24名増加した結果、人件費（原価）についても増加

クライアント数

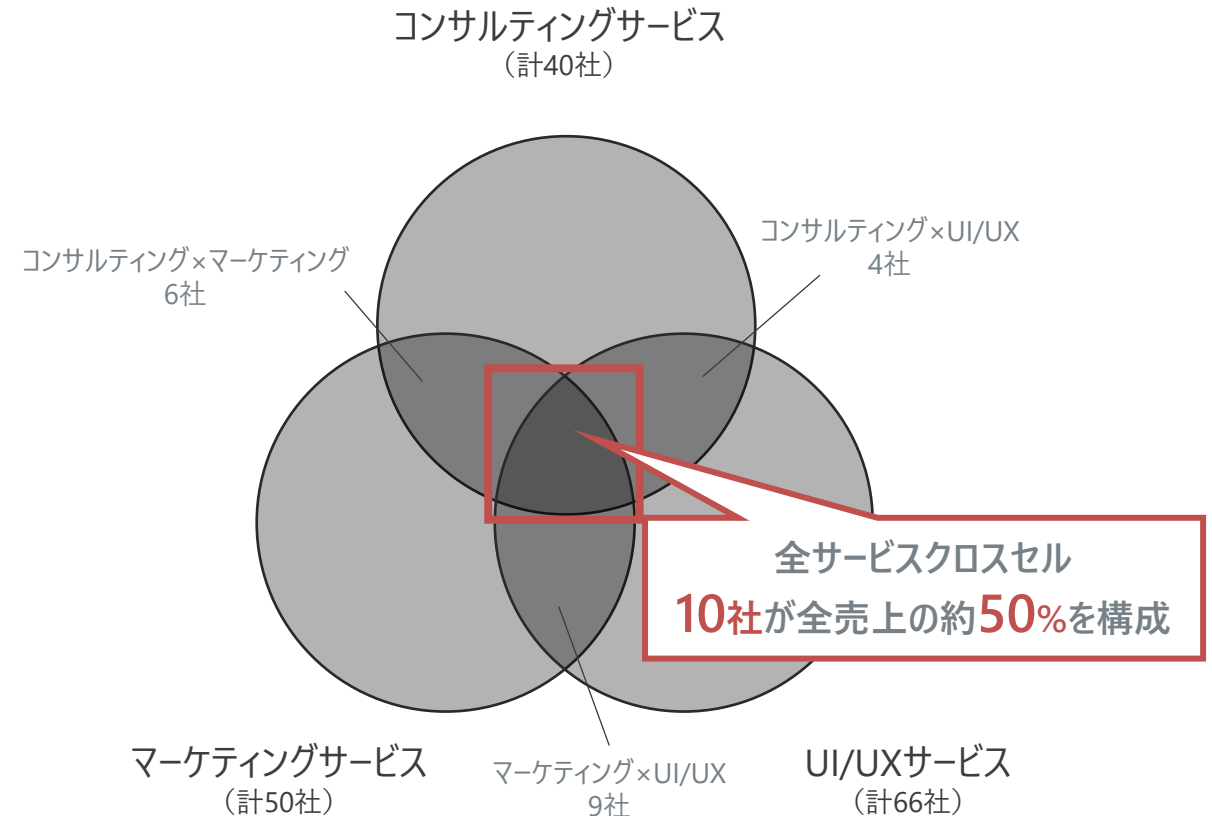
- ▶ FY2019からFY2020にかけては、当社のビジネススタイルと相性のよいクライアントに一部絞り込みをしたためクライアント数が微減となったものの、FY2021のクライアント数*は117社と再び増加に転じた
- ▶ 各サービスが独自に顧客を抱えるものの、全サービス一気通貫で支援をしているクライアントからの売上高が全体の約50%を占める

クライアント数推移



*クライアント数：当社の3サービスのいずれかについて契約関係が存在し、実際にサービスの対価が該当事業年度中に支払われた顧客企業の数

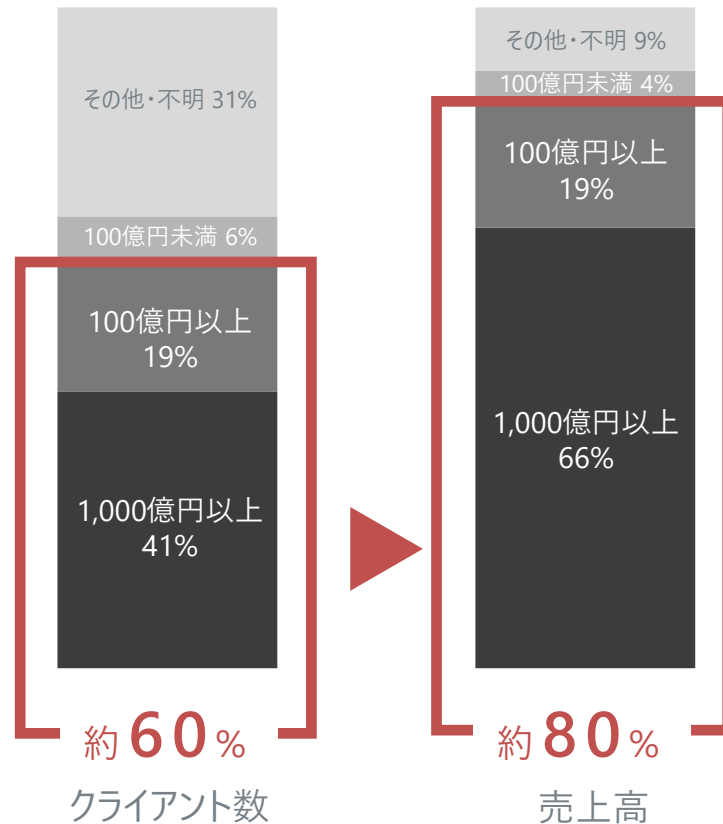
サービス別クライアント数



大手企業中心のクライアント

- ▶ クライアント全体の約60%は売上規模100億円以上の大手企業。これらの企業群が、売上高全体の約80%を占める構成
- ▶ IT/通信/金融などをはじめ、特定の業界に偏らず幅広く業界主要企業と取引

顧客売上規模別割合 (FY2021)



取引実績

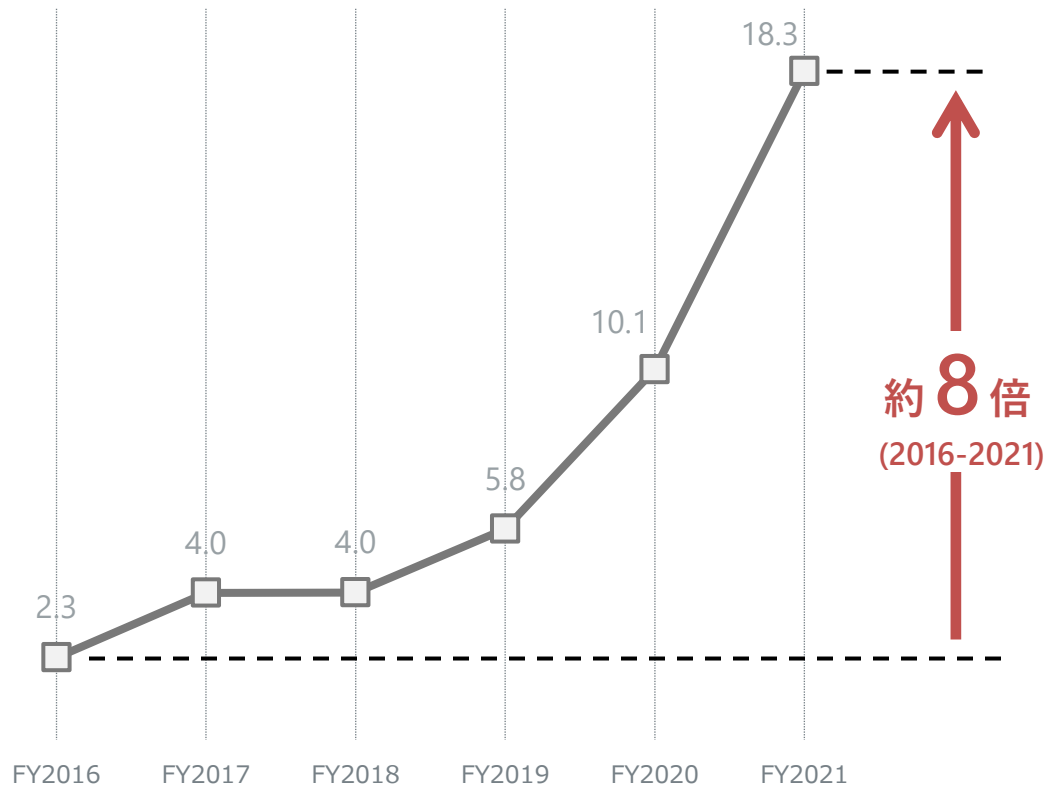


クライアント当たり売上高

- ▶ 既存顧客へのアップセルが奏功した結果、クライアント当たり売上高は6年間で約8倍に上昇
- ▶ 1社当たりの売上高0.3億円以上の大口クライアントは14社。顧客の内部に入り込み、大口クライアント数を伸ばすことが売上拡大のために重要

クライアント当たり売上高

(百万円/クライアント)



※FY2016-FY2017については、監査証明を受けていない実績値となります

単価別クライアント数

顧客単価

小

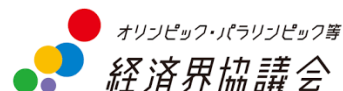
大

顧客単価	小	中	大	特大
1社当たり売上高	~0.1億円	~0.3億円	~1.0億円	1.0億円~
該当するクライアント数	74社	29社	11社	3社
売上高合計	1.8億円	5.5億円	6.5億円	7.6億円
全社売上に占める比率	8.4%	25.7%	30.6%	35.3%

大口クライアント数を伸ばすことが売上拡大のために重要

事例紹介

オリンピック・パラリンピック等 経済界協議会 様



「2020東京大会機運醸成プロジェクト」

- ▶ IOC・政府・自治体と連携し、2020東京大会の機運醸成を経済界で支援するビッグプロジェクト
- ▶ 全国の企業アセットを活用し、地方での各種イベントを開催、2020年2月までに累計1,000以上の活動を展開。参加企業は650以上、連携自治体数は430に上る
- ▶ 当社はデジタルチャネルを活用したプロジェクトのブランディング、広報活動を幅広く支援

支援領域 マーケ：SNS運用・マーケコンサル

トランスコスモス 様



「両社のノウハウを結集した協業DX支援」

- ▶ 同社は年間600社以上のDXプロジェクトを支援、CX向上におけるチャネル横断型ワンストップサービスを提供、特にEC/コールセンターの構築に強みを持つ
- ▶ 両社の得意とする領域を掛け合わせ、顧客のデジタルマーケティングや事業変革について共同で幅広く支援
- ▶ グローバルCRMシステムの構想検討、1to1マーケティングの戦略検討・実行等、複数のプロジェクト支援実績あり

支援領域 コンサル：既存事業変革・業務改善

SBIネオモバイル証券 様



「Tポイントを使った株式購入サービスの立上げ支援」

- ▶ 若年層および投資初心者の獲得のため、スマートフォンで取引できる新規サービスを立ち上げるプロジェクトを支援、サービスリリースから1年間で約30万口座獲得に成功
- ▶ ジョイントベンチャーの立ち上げ、ロボアドバイザーやチャットボット等のテクノロジーを活用したサービス設計検討
- ▶ サービス訴求のためのデジタルマーケティング戦略の立案及び実行
- ▶ ユーザーテスト（UIScope）を活用したサービスLP制作

支援領域 コンサル：新規事業開発 マーケ：マーケコンサル UI/UX

ソニービズネットワークス 様



「デジタルチャネルを活用した集客最適化の支援」

- ▶ 勤怠管理サービス「AKASHI」を展開する同社の集客を支援
- ▶ デジタルチャネルにおけるカスタマージャーニーを設計、バックオフィス人材向けオウンドメディアからの流入最大化に注力
- ▶ 当社参画後半年間でメディアのPVを約9倍に、サイト運用全体を担当後は1年で約40倍に伸長。「総務」「労務」「法務」等のキーワードで検索エンジンの表示順1位を獲得
- ▶ デジタルチャネルにおけるリード獲得からナーチャリング、コンバージョンまでの最適化を実現

支援領域 マーケ：マーケコンサル・Webサイト改善

通期業績サマリー（前年度対比）

	単位：百万円	FY2020	FY2021	増減額	増減率（%）
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 既存顧客におけるアップセル奏功及び新規顧客の獲得が順調に進捗したことから、FY2021の売上高は前年度対比+93.6%の2,139百万円にて着地 ▶ 共同参画パートナーの活用拡大により、売上原価の増加率が売上高の増加率を上回ったことから、売上総利益率は若干の低下 	売上高	1,104	2,139	+1,034	+93.6
	うちコンサルティングサービス	660	1,194	+534	+80.9
	うちマーケティングサービス	302	550	+247	+81.7
	うちUI/UXサービス	140	393	+252	+179.5
	売上原価	574	1,131	+556	+96.8
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 売上増加及び売上高に占める販管費率低下などを要因として、FY2021の営業利益は前年度対比約3倍の510百万円と5億円の大台に到達 	売上総利益 (売上総利益率)	530 (48.0%)	1,008 (47.1%)	+478	+90.2
	販売費及び一般管理費	354	497	+143	+40.6
<ul style="list-style-type: none"> ▶ FY2021の当期純利益は359百万円にて着地 	営業利益 (営業利益率)	176 (15.9%)	510 (23.9%)	+334	+190.0
	経常利益	170	502	+331	+194.7
	当期純利益 (当期純利益率)	113 (10.3%)	359 (16.8%)	+245	+215.6

4. 2022年12月期 通期業績見通し

2022年12月期業績見通しサマリー ～60%増収 / 30%増益の予想～

	単位：百万円	FY2021 (実績)	FY2022 (業績予想)	増減額	増減率 (%)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 既存顧客からの追加受注などで新規案件獲得を進める方針であり、FY2022の売上高は前年度対比+63.6%の3,500百万円となる予想 ▶ 短中期的に売上成長を重視し、共同参画パートナーの活用を一層加速させることから、FY2022の売上総利益率はFY2021対比低下、約40%となる見通し ▶ 売上総利益率の低下に加えて、中長期的な成長を見据えた採用加速による採用費の増加などを要因として、FY2022の営業利益率は20%を僅かに下回る見通し ▶ 営業利益、当期純利益ともに、FY2021対比+30%強の増益にて着地見込み 	売上高	2,139	3,500	+1,360	+63.6
	うちコンサルティングサービス	1,194	2,170	+975	+81.7
	うちマーケティングサービス	550	820	+269	+49.0
	うちUI/UXサービス	393	500	+106	+26.9
	売上原価	1,131	2,120	+988	+87.4
	売上総利益 (売上総利益率)	1,008 (47.1%)	1,380 (39.4%)	+371	+36.9
	販売費及び一般管理費	497	710	+212	+42.7
	営業利益 (営業利益率)	510 (23.9%)	670 (19.1%)	+159	+31.2
	経常利益	502	660	+157	+31.4
	当期純利益 (当期純利益率)	359 (16.8%)	470 (13.4%)	+110	+30.6

5. 中期成長戦略

中期展望

創業来の国内大企業のDX実現支援により蓄積されたノウハウの形式知化を加速させることで、サービス提供体制を質的・量的に拡大して企業価値向上を実現

戦略1. 「一気通貫サービスのさらなる強化」

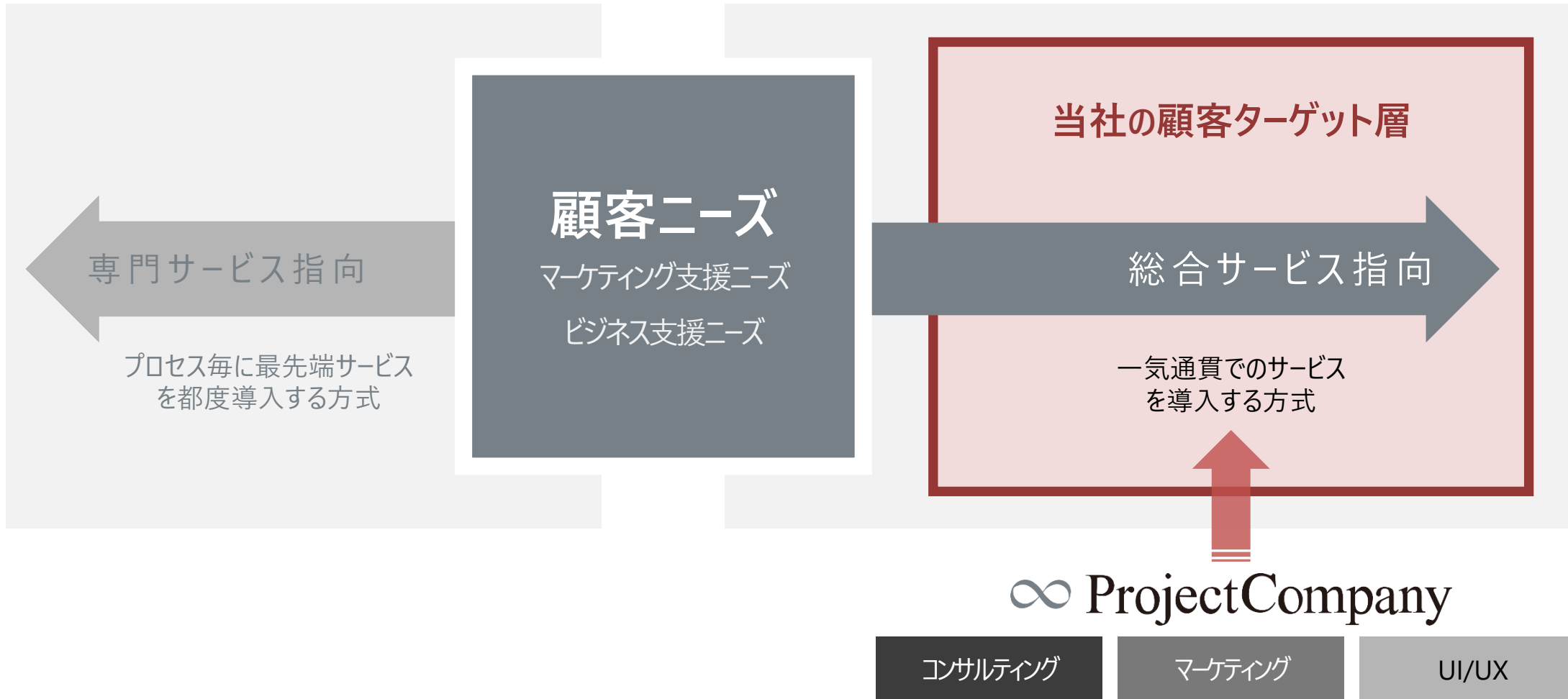
戦略2. 「マネージャー人材の育成」

戦略3. 「共同参画パートナーの拡充」

成長戦略 1 一気通貫サービスのさらなる強化①

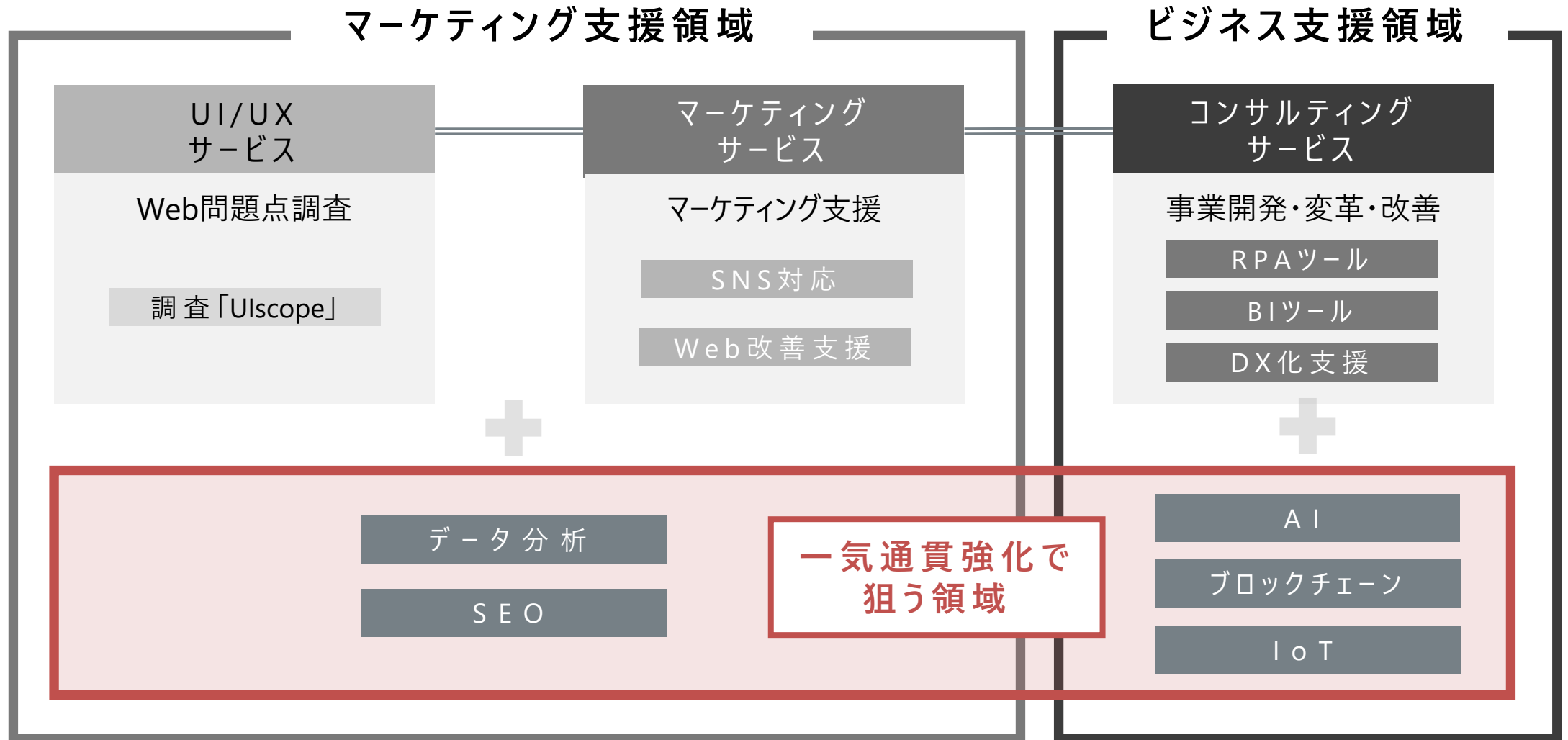
- ▶ 今後の顧客ターゲット層を、必要に応じて各プロセスに最先端サービスを導入する「専門サービス指向」ではなく、一気通貫でのDX化支援サービスを期待する「総合サービス指向」の顧客に明確化。当社のビジネススタイルと相性のよい顧客の発掘を推進

『顧客のニーズは今後二極化が鮮明に』



成長戦略 1 一気通貫サービスのさらなる強化②

- ▶ これまで効率性の観点から外注していたデータ分析・SEO領域について内製化を進め、一気通貫での支援をさらに強化
- ▶ ビジネス支援領域においては、AI等最新技術を活用したプロジェクトを積極的に支援していく



成長戦略 2 マネージャー人材の育成

- ▶ 売上目標に合わせてマネジメント層の育成を図り、成長につなげる
- ▶ リファラル採用などの人材採用強化によるマネージャー候補の拡充に加え、研修強化により組織内部の人材を最大限活用できる体制を整備
- ▶ プロジェクトマネジメントスキルを「個人の挑戦」「平準化」「マインドセット」の3点から向上させる

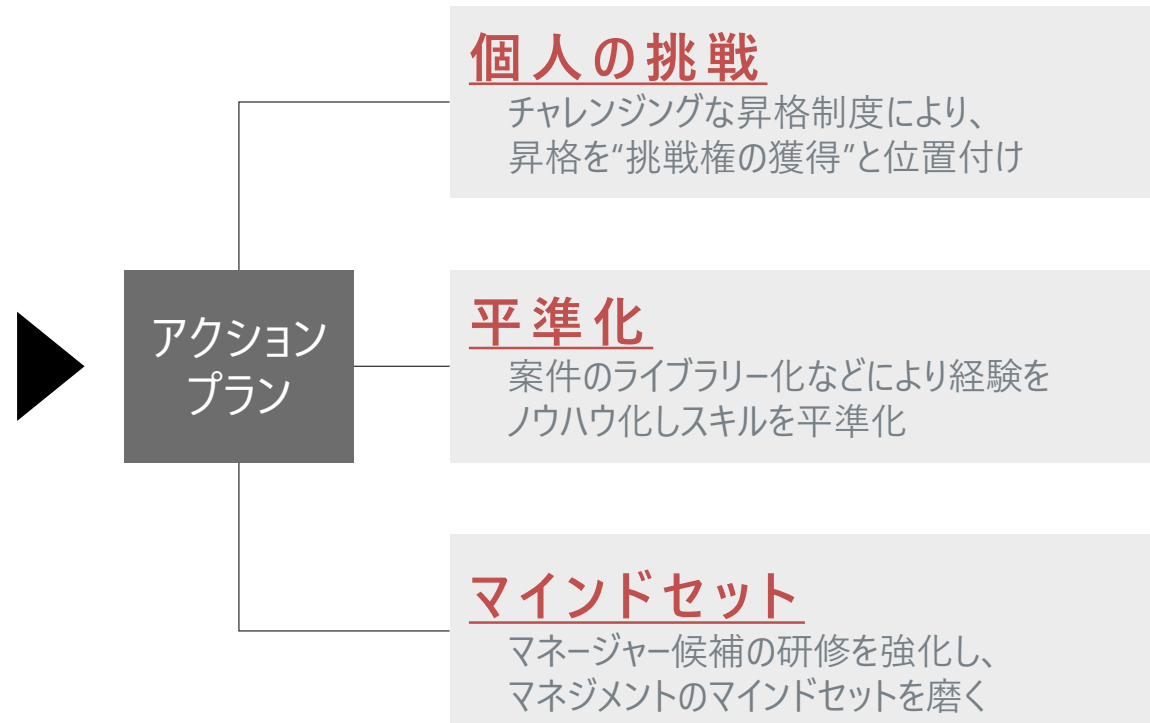
優秀なマネージャー層の充実/PMO*機能の充実

マネージャー層/PMOに求められるスキル

- クライアントとの折衝
- パートナー・マネジメント
- リスク管理とサービスクオリティ管理



ストック型ビジネスに適応した組織体制の構築



*Project Management Office：プロジェクトが円滑に運営されることを目的に、プロジェクトマネジメントの支援を実施する組織または役割

成長戦略3 共同参画パートナーの拡充

- ▶ コンサルティングファーム出身者や新規事業立上げ経験者など幅広いパートナーと連携し、機動的に人材を投入できる組織体制を構築
- ▶ 案件にパートナーと共同参画し、プロジェクトマネジメントのノウハウ提供などのメリットを供与することにより、パートナー数を拡充
- ▶ FY2021の期中平均パートナー数は約35名。引き続きネットワークを拡充することで、FY2024には約150-200名の水準まで増やしていく方針

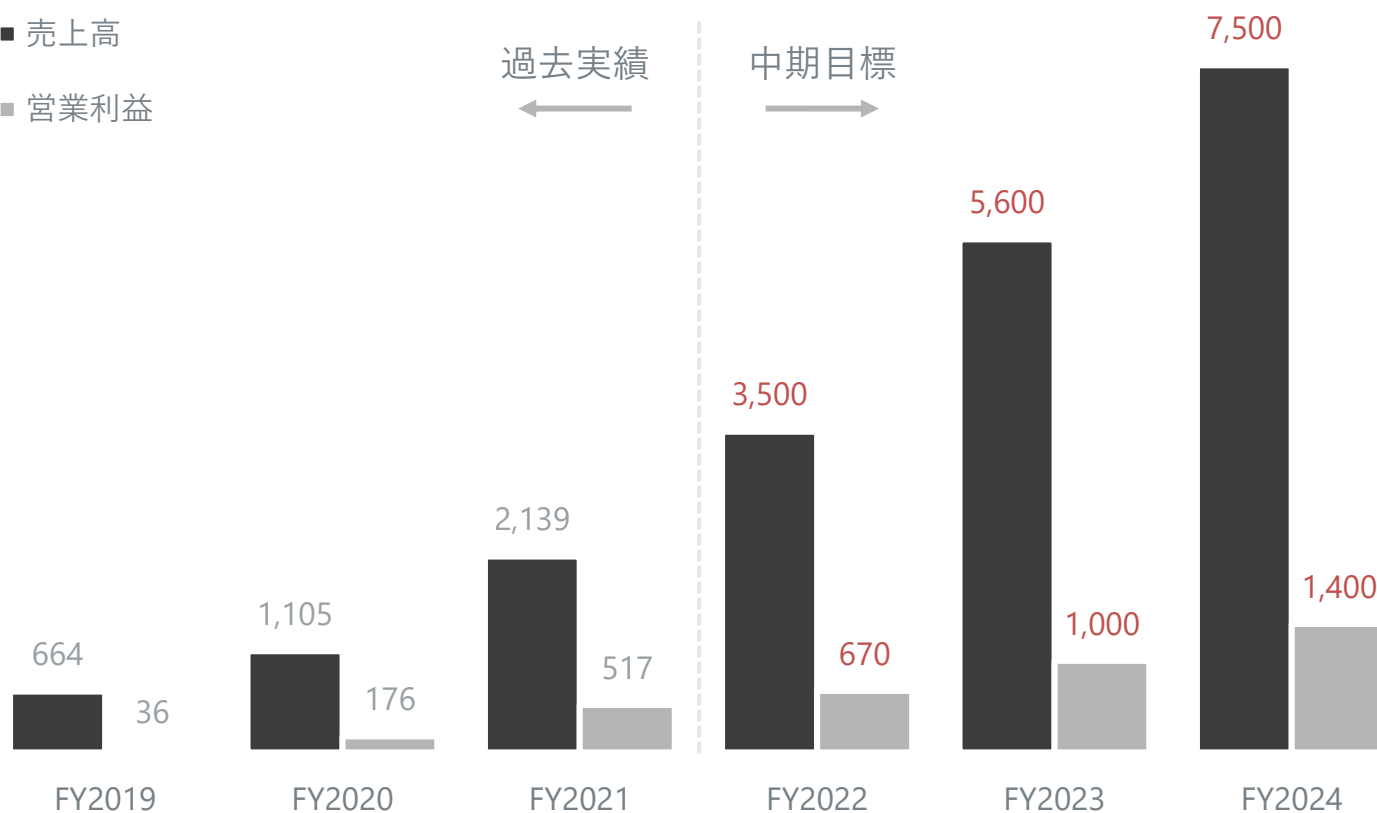


中期業績目標 “TARGET100”

- ▶ FY2024までの今後3年間について、FY2025に売上高100億円、営業利益20億円の実現を目指すための準備期間と位置付け
- ▶ 当該期間の中期業績目標である“TARGET100”を設定。今後2年間について売上高成長率60%以上の成長スピードを維持し、その後も可能な限り高い成長率を実現することに注力

売上高・営業利益 (百万円)

- 売上高
- 営業利益



FY2025には
売上高
100億円
営業利益
20億円
の実現を展望

6. 参考資料

代表者挨拶



株式会社プロジェクトカンパニー
代表取締役社長 土井 悠之介

当社は、「プロジェクト型社会の創出」を企業理念に掲げて2016年に創業し、以来、クライアント企業のデジタルトランスフォーメーション実現をサポートするビジネス支援／マーケティング支援サービスを提供してきました。

日本経済は、バブル期を頂点として長い下り坂に転じており、このままでは衰退の一途を辿ることが危惧されています。私は、日本企業が旧来型の縦割り・上意下達の「タスク型」の組織構造を脱却し、ミッションに基づいて個々人が有機的に結びつき、目的に向かってチームとして結集する「プロジェクト型」の体制に変革されることが、日本経済が活力を取り戻す唯一の道だと考えます。

「プロジェクト型社会の創出」という当社の企業理念には、このような思いが込められています。

理念の具体化として、まずは、新規事業の立ち上げや生産性向上、企業変革などのプロジェクトをともに推進して、日本企業のデジタルトランスフォーメーションを実現し、日本企業の競争力を再び世界に通じる水準まで向上させることを目指しています。

あらゆる構造的課題を抱えた企業に対し、競争力向上の支援を提供するためには、デジタルトランスフォーメーションにおける全領域をラインナップとして取り揃えることが重要と考えます。当社は、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、UI/UXサービスの3本柱体制で、一気通貫型アドバイザリーシステムを構築して、クライアントに対するワンストップでの支援を提供しております。

私たちは、これからも、デジタルトランスフォーメーションの実現を通じた「プロジェクト型社会の創出」に向けて尽力します。

株主・投資家の皆さまにおかれましては、今後とも、より一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

経営メンバー紹介

代表取締役社長 土井 悠之介

スカイライトコンサルティング株式会社にて、大手経済メディアのIT化推進プロジェクト、日本最大級メディア企業の新規事業立ち上げプロジェクトに従事
2016年1月に当社創業、代表取締役社長（現任）

東京大学大学院農学生命科学研究科修士課程修了
東京大学農学部卒業

取締役会長 伊藤 翔太

東京大学在学中に起業、株式会社メディロムに事業売却、同社にて執行役員
当社には2016年1月の創業時より参画、取締役副社長として経営管理全般の統括を経て、取締役会長として主に投資・M&A戦略等を担当（現任）

東京大学教養学部中退



専務取締役 松村 諒

株式会社みずほ銀行にてエネルギー業界の大企業法人営業、産業調査を担当
レポート執筆や事業戦略提案に加え、投資案件のオリジネーションや中期経営計画策定支援等に従事
当社には2021年6月に参画、専務取締役として経営管理を担当（現任）

東京大学公共政策大学院修士課程修了
東京大学教養学部卒業



常務執行役員 新宅 央

株式会社セブテックにて、スマートフォンアプリの継続率や課金率の向上に向けたグロースハックを推進、
マス広告とデジタル広告を組み合わせた広告効果の最適化プロジェクト等にも従事
当社には2017年2月に参画、常務執行役員としてマーケティング事業を担当（現任）

慶應義塾大学総合政策学部卒業



常務執行役員 藤嶋 祐作

スカイライトコンサルティング株式会社にて、大手求人メディアの新規顧客獲得戦略の立案並びに実行支援、
テスト運営会社の基幹システム刷新、商社の上場支援等、多岐に渡るプロジェクトを経験
当社には2019年1月に参画、常務執行役員としてコンサルティング事業を担当（現任）

東京大学大学院新領域創成科学研究科修士課程修了
大阪大学基礎工学部卒業



執行役員 鹿島 祐希

スカイライトコンサルティング株式会社にて、金融業界における事業戦略立案や通信社の新規事業立案、
その他複数の業界の業務改革、大規模システム刷新の計画立案等、多岐に渡るプロジェクトを経験
当社には2018年1月に参画、執行役員として組織開発を担当（現任）

上智大学経済学部卒業



執行役員 埴岡 瞬

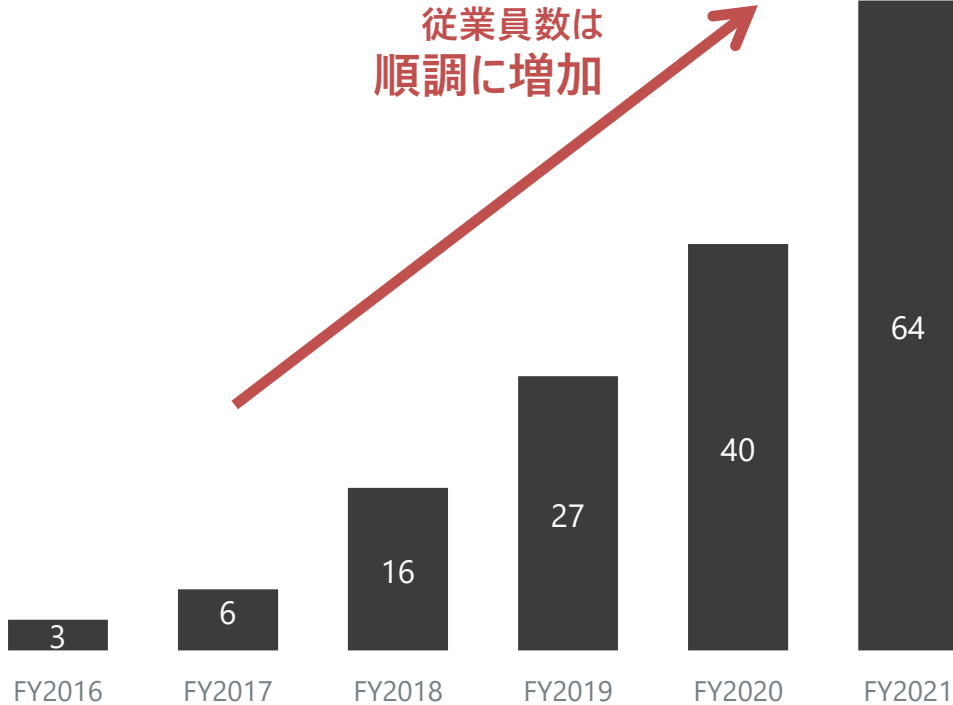
IT系ベンチャー企業において、複数のWebメディアの立ち上げや収益改善戦略の立案並びに実行推進を経験
その後、小売業界向けのOMOサービスのスタートアップ企業にて事業・マーケティング戦略の企画/推進に従事
当社には2020年2月に参画、執行役員としてコンサルティング事業を担当（現任）

神戸大学国際文化学部卒業

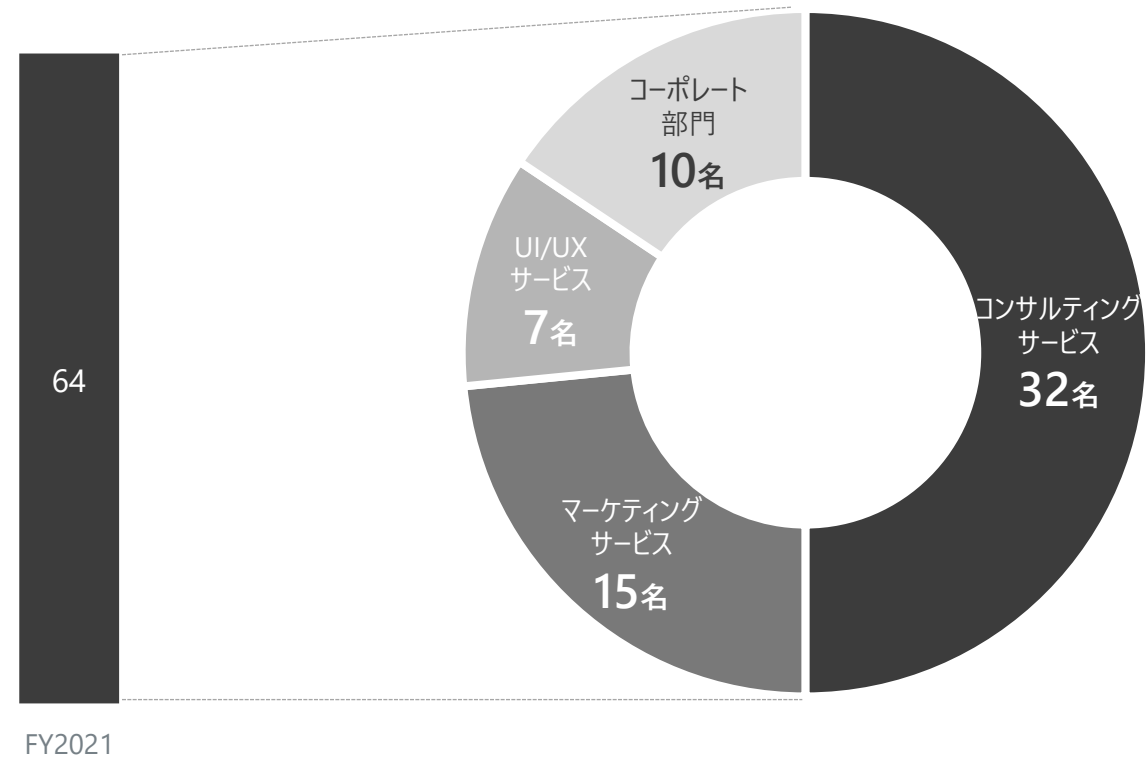
従業員の状況

- ▶ 事業の成長にともない、従業員数は創業以来順調に増加する傾向
- ▶ 部門別の従業員数構成では、コンサルティングサービスを担当する従業員が概ね半数程度という状況

従業員数の推移 (期末時点)



従業員の構成 (FY2021末時点)



財務データ

回次 決算年月		第1期 2016年12月	第2期 2017年12月	第3期 2018年12月	第4期 2019年12月	第5期 2020年12月	第6期 2021年12月
売上高	(千円)	40,533	132,676	391,446	664,066	1,104,923	2,139,581
経常利益	(千円)	10,072	15,161	24,374	31,380	170,405	502,223
当期純利益	(千円)	7,495	10,299	16,224	19,645	113,998	359,744
資本金	(千円)	900	16,500	98,000	150,700	311,950	945,522
発行済株式総数	(株)	401,000	411,350	445,390	461,590	504,590	5,637,150
純資産額	(千円)	8,895	34,795	135,619	203,865	479,114	2,088,220
総資産額	(千円)	36,210	86,799	380,343	555,776	1,061,676	2,784,773
1株当たり純資産額	(円)	22.18	84.59	304.63	44.19	94.99	370.44
1株当たり当期純利益	(円)	18.73	25.33	38.07	4.35	23.96	69.58
自己資本比率	(%)	24.6	40.1	35.7	36.7	45.1	75.0
自己資本利益率	(%)	161.3	47.1	19.0	11.6	33.4	28.0
営業キャッシュ・フロー	(千円)	—	—	—	17,231	155,620	428,698
投資キャッシュ・フロー	(千円)	—	—	—	△36,658	△83,170	△26,564
財務キャッシュ・フロー	(千円)	—	—	—	85,239	307,264	1,135,506
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	—	—	—	330,693	710,407	2,248,013
従業員数	(人)	3	6	16	27	40	64

※当社は、2021年5月14日開催の取締役会決議により、2021年6月2日付で株式1株につき10株の分割を行っております。第4期の期首に分割が行われたと仮定して1株当たり純資産額及び1株当たり当期（四半期）純利益を算定しております。

ご留意事項

- ▶ 本資料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おりますが、その真実性、正確性または完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- ▶ 本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- ▶ これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- ▶ 当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。