



2022年2月期
通期決算説明資料

株式会社エヌリンクス
東証スタンダード（証券コード：6578）

2022年4月13日

1 決算ハイライト

2 2022年3月期決算概要

3 事業ポートフォリオの変革

4 成長戦略

1 決算ハイライト

- 1 決算ハイライト
- 2 2022年3月期決算概要
- 3 事業ポートフォリオの変革
- 4 成長戦略

通期（2021年3月～2022年2月）通期業績予想に対する実績

業績予想差異

単位:百万

	2022年2月期 業績予想	2022年2月期 通期決算	差異
売上高	5,000	4,824	-175
営業利益	-264	-172	+92
経常利益	-268	-60	+207
純利益	-395	-371	+23

業績トピック

事業全体



既存事業はすべて黒字。
デジタルメディア領域が大きく伸長し、
利益のポートフォリオも37%以上を占める。

セールスアウトソーシング領域



NHK事業が復調。
NHK以外のBPO案件、営業代行案件が増加し
新規BPO案件は昨年から100人程度を増員。

デジタルメディア領域



全メディアが好調に推移し、不動産店舗送客
は大きく進捗。
新規メディアも拡大し、特に不動産メディア
とシナジーのあるライフライン系が急成長。

その他



投資を続けていたマッチングアプリ事業の
広告宣伝費の見直しを行い、大幅に圧縮。
ゲーム開発費用として、275百万円を先行投
資。

市場関連

- 株式会社東京証券取引所の市場区分において「東証スタンダード市場」を選択

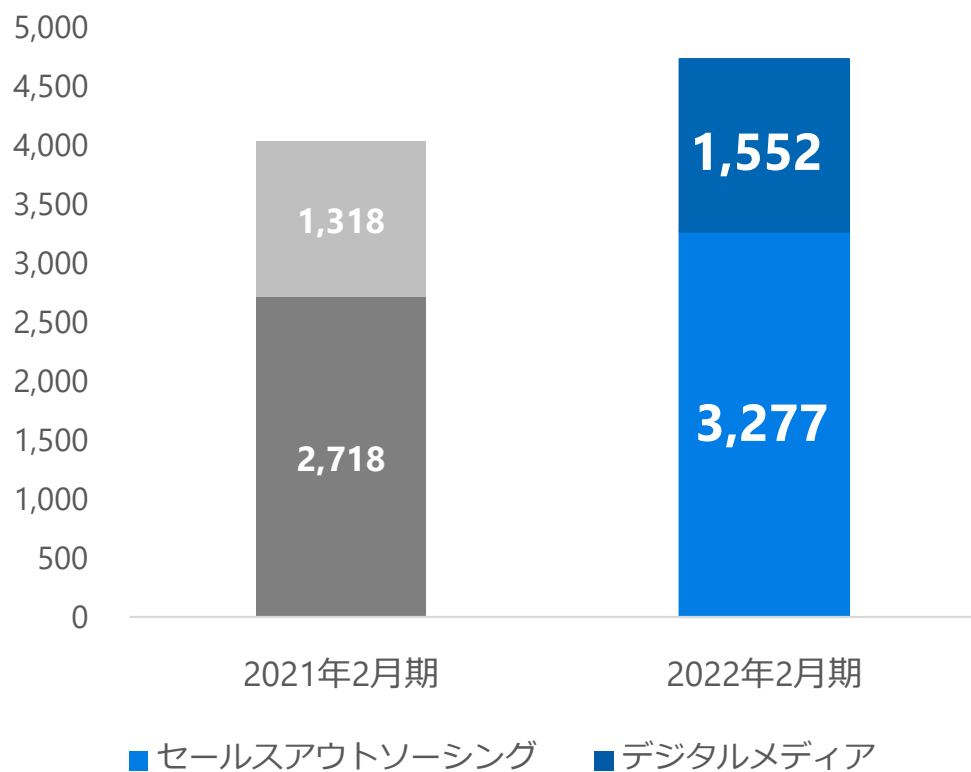
2022年3月期 決算概要

- 1 決算ハイライト
- 2 **2022年3月期決算概要**
- 3 事業ポートフォリオの変革
- 4 成長戦略

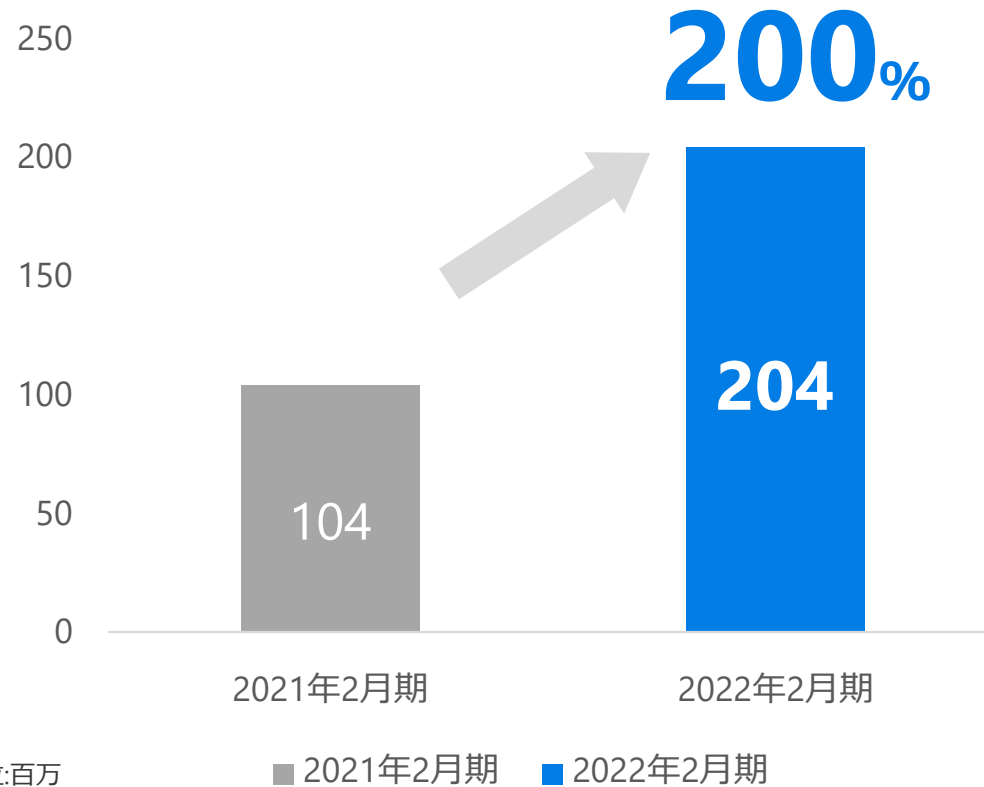
デジタルメディア事業の利益率が劇的に改善。単月で営業利益6,000万円を突破

ASPとの連携以外にメーカーとの流通経路を確保。単価を大きく向上させ、利益率を改善

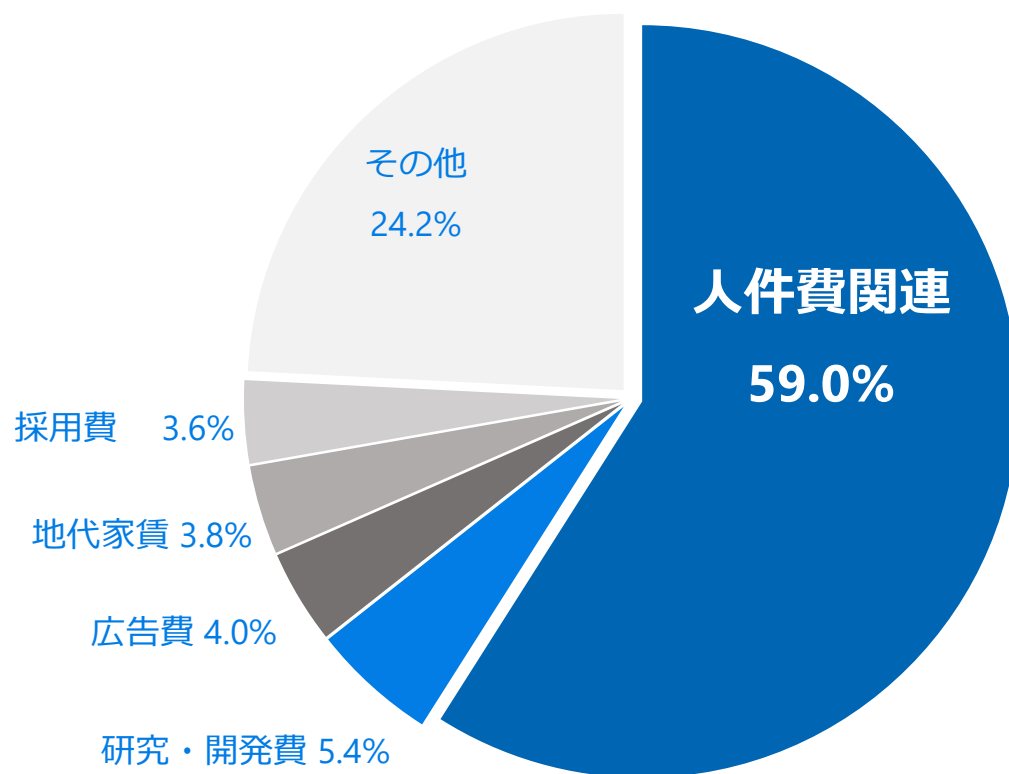
売上高



デジタルメディア営業利益



販売管理費の内訳



単位:百万

前期比

人件費関連	:	3,014百万円	10.6%減
研究・開発費	:	275百万円	5.1%増
広告費	:	206百万円	9.3%増
地代家賃	:	195百万円	18.9%減
採用費	:	182百万円	17.9%減
その他	:	960百万円	1.9%増
販売費及び 一般管理費合計	:	4,835百万円	8.3%減

事業ポートフォリオ の変革

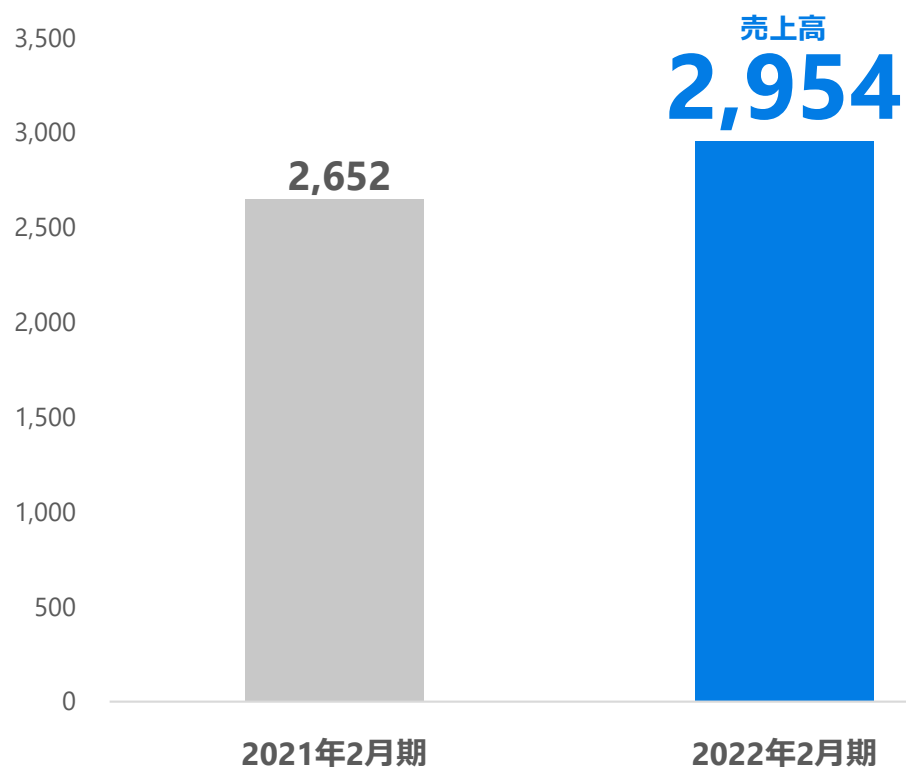
- 1 決算ハイライト
- 2 2022年3月期決算概要
- 3 **事業ポートフォリオの変革**
- 4 成長戦略

既存事業の概況

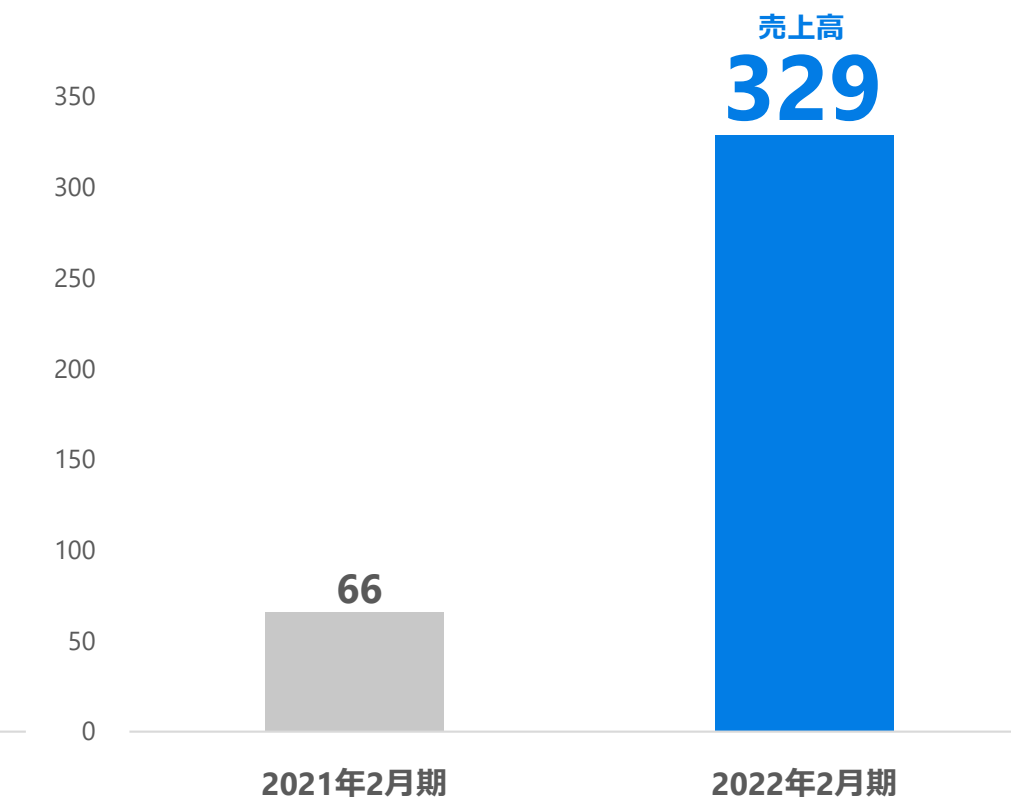
事業	領域	コメント
 <p>セールス アウトソーシング</p>	<p>NHK契約収納業務 ライフライン</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 契約、収納業務はの売上前期比111%。 ● 新規営業代行事業拡大。売上前期比494%
 <p>デジタルメディア</p>	<p>不動産領域 ゲーム攻略領域 マッチングアプリ領域 光回線領域</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 不動産メディアが復調成長し、1億円の黒字に改善。 ● 今期スタートした光回線メディア「ヒカリク」が月売上1,000万円突破。
 <p>その他</p>	<p>マッチングアプリ ゲーム開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● マッチングアプリの積極投資を止める。 ● 当社開発ゲームアプリ「メモリア」を3月30日にリリース。収益化を図る。

セールスアウトソーシングの売上高

契約収納業務



契約収納業務以外



単位:百万

変革のポイント

契約・収納業務は
売上前期比 **111%**

新型コロナウイルスの影響も軽減し
かつ一人あたり生産性が
向上したことにより業績復調。



新規営業代行事業
の拡大

契約、収納業務以外の新規営業代行事業の売上拡大。
営業マン一人あたり生産性の向上。

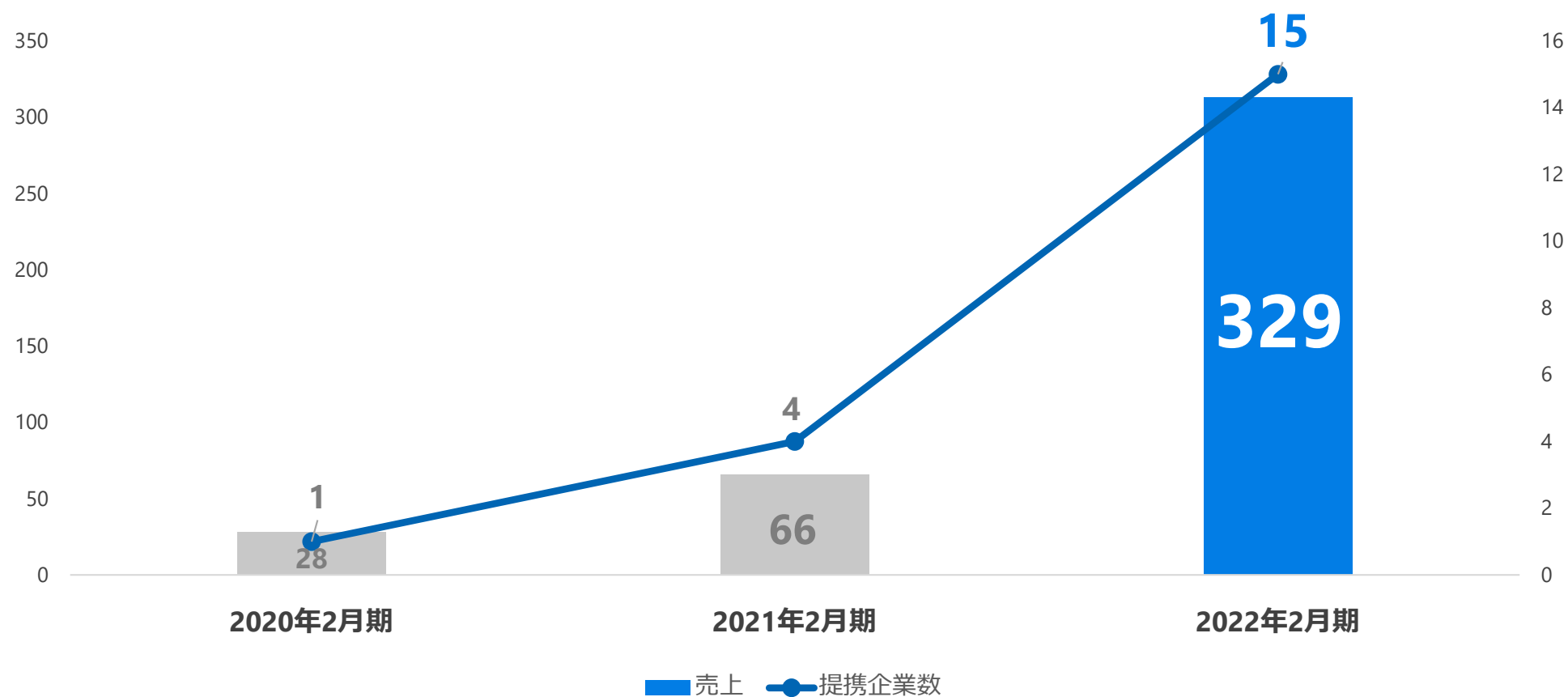
売上前期比 **474%**。



セールスアウトソーシングの売上高(新規)

単位:百万

売上高と提携企業数推移



提携企業数と売上が比例成長

時代にマッチした アウトソーシング

各企業の営業アウトソーシング化が本格化。引き合いが非常に多く、提携企業が一気に増加。それに伴い、売上が顕著に増加。



営業手法の拡大

訪問営業のみの営業手法からテレマーケティングやオンラインセールスも開始。



デジタルメディア との連携

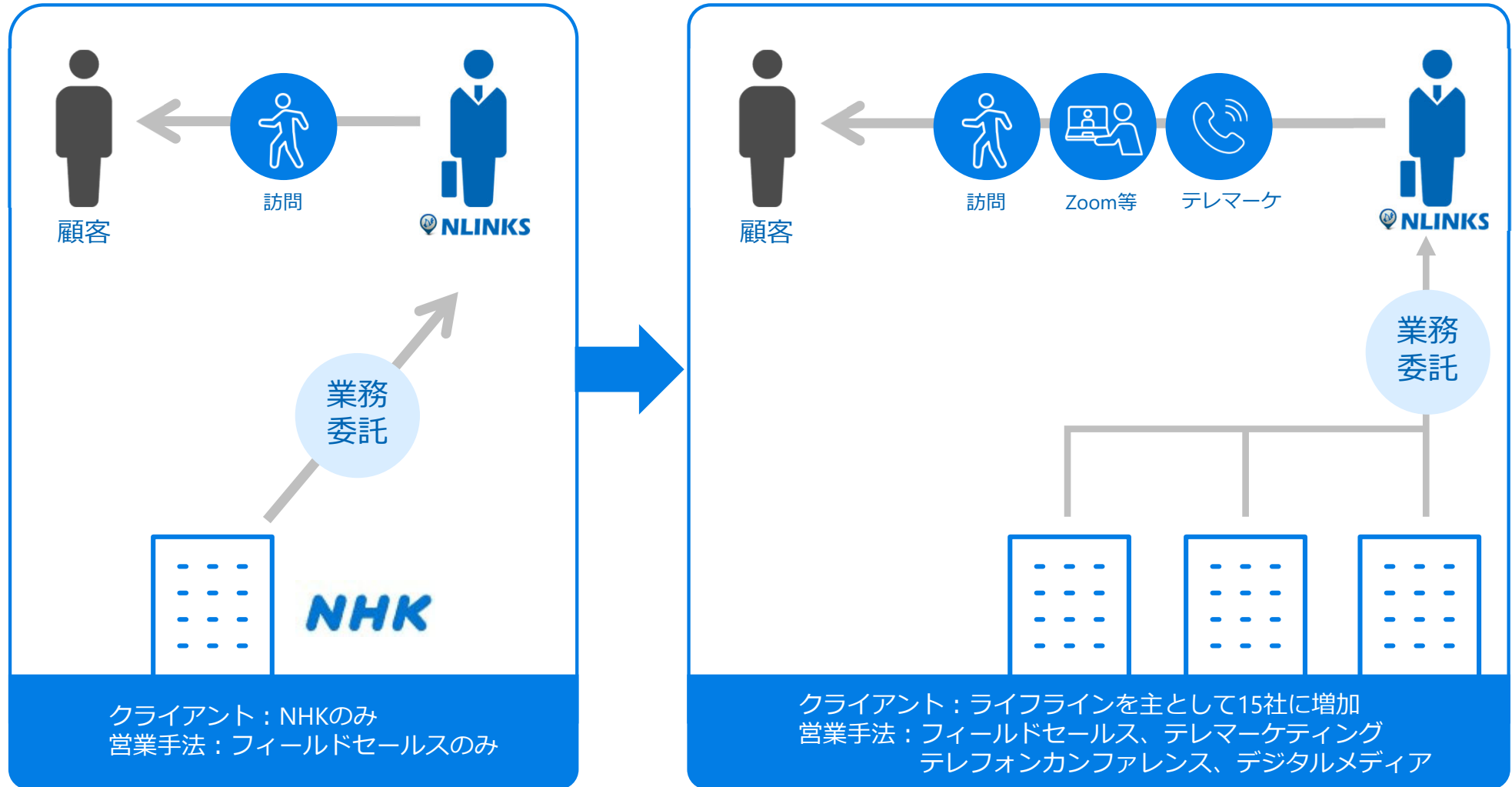
自社運営デジタルメディアとの連携。ヒカリク、でんきーの等をリリース。インターネット上で集客を行い、自社と提携企業に対して最適化して送客。



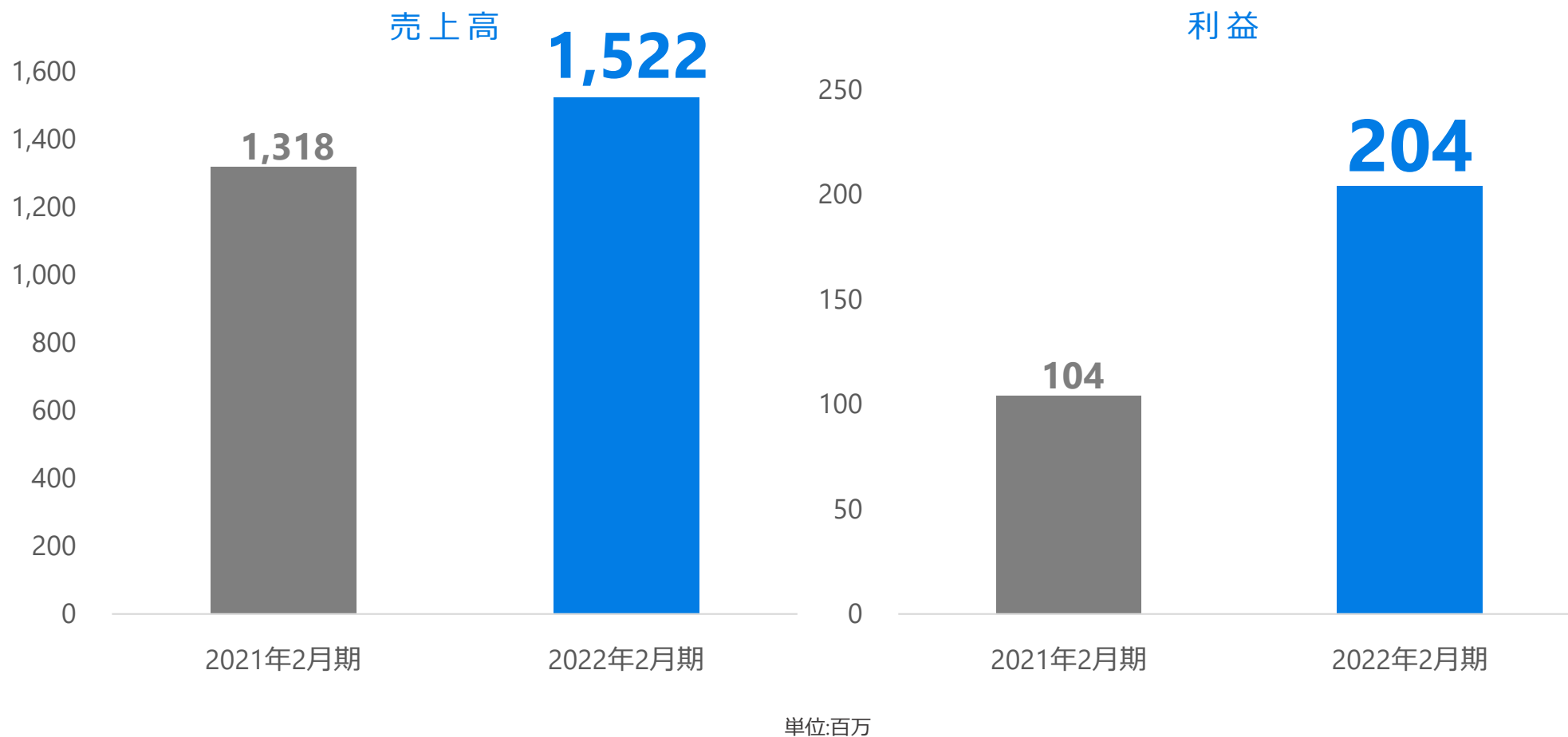
企業提携の成功要因

- 1 営業人員を早期アテンド可能な組織体制
- 2 提携企業が持たなかった多様な営業手法
- 3 自社雇用→アウトソーシングへの市場潮流

セールスアウトソーシングのビジネスモデルと変革図



デジタルメディアの売上高



変革のポイント

単価の向上

メディア群を抱えることで、
全体の獲得件数が上昇し
交渉優位に変化。
獲得件数を満たし続け
単価が大きく向上。



業務提携による 事業グロース

M&A以外の事業提携を推進。
事業立ち上げの高速化と
高単価案件の獲得に直結。
NTTデータスマートソーシング様
含む大手企業様と提携を推進。



メディアの横展開

SEOノウハウを横展開。
新たに複数のメディアを
立ち上げ。
全メディア好調に推移。
特にHR領域は市場に連動し
好調。



メディア増加とクライアントとの直契約で単価が向上

カスタマーへの最適なマッチングを図るメディアを運営し引き続き価値向上に努める

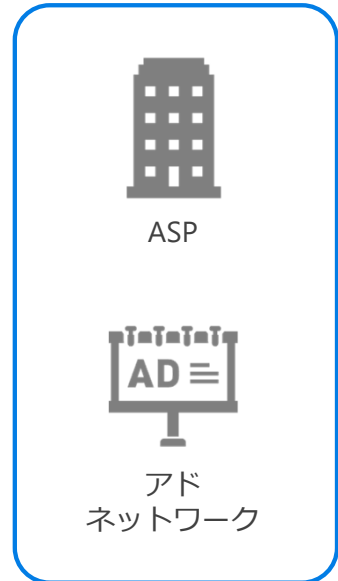
デジタルメディアの運営状況



2021年2月度



2022年2月度



単価向上

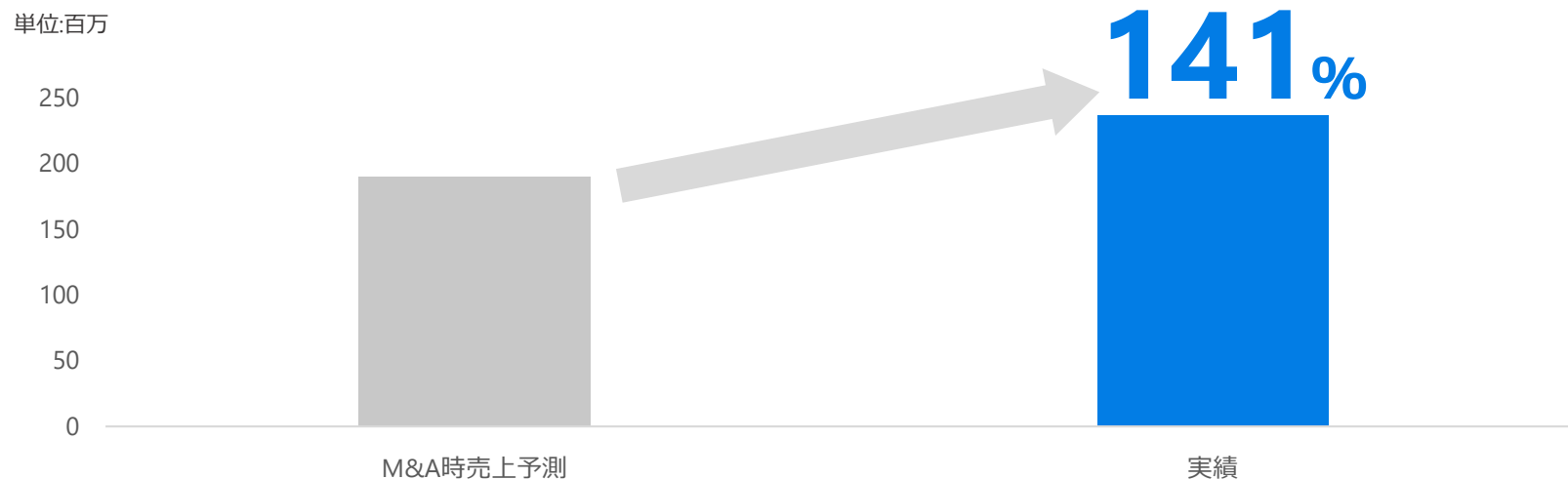


カスタマーの増加

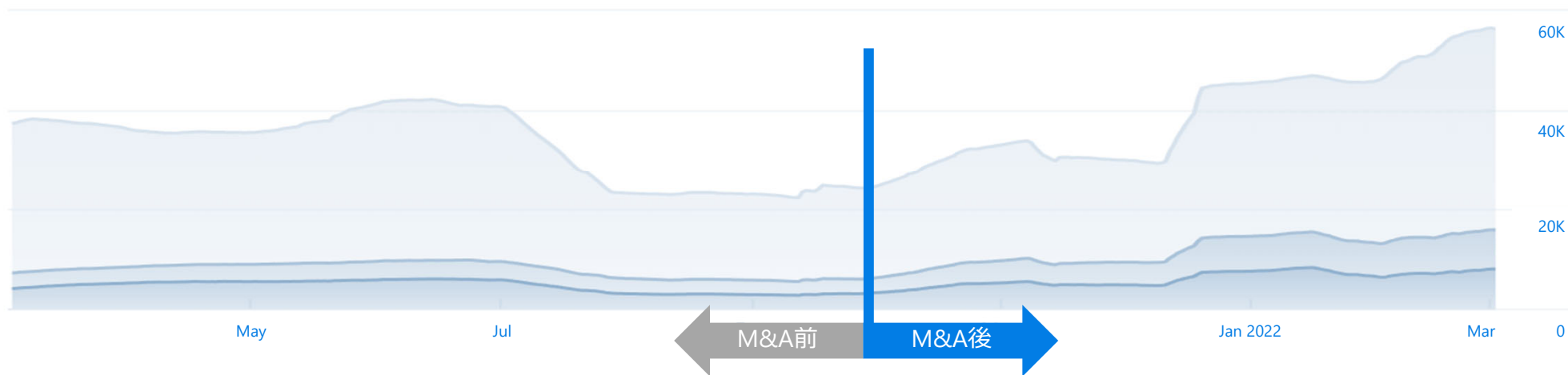


大手メーカーとの直契約

M & A 時の売上計画と実績比較



M & A 前後の数値



メルセンヌ社のM&A

M&A当初予測の
141%成長

初のHR領域進出に向けて
資本提携を決断。
SEOノウハウと
既存顧客を掛け合わせ。
買収当初予測を
大きく上回る成長を実現。

エンジニアなどの
専門職転職需要を強化

M&A後に専門職の転職需要に対応。
メディア知名度を活かした
専門職への直接ヒアリングにより
転職者の課題を解決し業績貢献。

フリーランス市場
への展開も予定

メルセンヌ社のコネクションを
活かし、正社員雇用以外にも対応。
市場拡大を続けるマーケットに
アプローチ開始。

デジタルメディア成功要因

- ① 150名超えのライター及びディレクターの内製化
- ② 月間1.8億PVのメディア運営経験の横展開
- ③ 広告運用ノウハウ転用によるマネタイズ強化

過去のメディアM&A実績

恋愛メディア
事業譲受後

PV 140%増加

営業利益 190%増加

事業ポートフォリオが上場当時より大きく変化

2022年現在

セールスアウトソーシング事業を基盤とし
デジタルメディア事業の売上を伸ばし
安定と飛躍を実現



デジタルメディア

セールスアウトソーシング

4 成長戦略

- 1 決算ハイライト
- 2 2022年3月期決算概要
- 3 事業ポートフォリオの変革
- 4 **成長戦略**

2023年2月期からの3年間数値目標とロードマップ

	2023/2期	2024/2期	2025/2期	2029/2期
売上高	55億円	62億円	70億円	営業利益 30億円以上
営業利益	2億円	2億円	5億円	

黒字化

BPOシェア拡大&メディア横展開

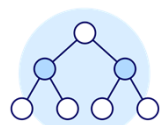
M&Aおよび企業提携

黒字化

再成長期

変革のポイント

早期黒字化



全社的なコストコントロールを行い、筋肉質な組織、事業づくりを徹底する。2022年4月までに大型の先行投資項目は出し尽くしになる。

BPO領域のシェア拡大



働き方改革やDX推進を通じた業務変革に取り組む企業が増えた結果、BPO業務の打診が殺到している状況。市場が安定していて中長期的に成長する領域に参入予定。

デジタルメディアの市場横拡大



2022年度2月期で得意としていたゲーム領域や不動産領域以外へのトライに成功。自社とシナジーのある領域を含め、新規市場に向けてメディアの横展開を行う。

その他



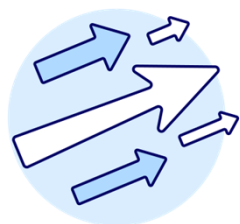
得意領域に関してはM&Aや資本提携を通じて、大きくグロースアップさせる。黒字化自体は現行のコストを圧縮するだけで容易だが、今後ともチャレンジを継続する。

先行投資フェーズの事業が完了し、収益フェーズに移行

	2010年 (創業年)	2011年~2014年	2015年~2018年 (2018年上場)	2018年~2021年	2022年2月期
営業代行	→	↗	↗	↗	↗
デジタルメディア		↘	→	↗	↗
マッチングアプリ				↘	↘
ゲームアプリ				↘	↘

スマートフォンゲームの開発を完了。
 ゲーム、マッチングアプリへの先行投資の抑制。
 2023年2月期の黒字化に向けて、会社全体のコストコントロールを行う。

セールスアウトソーシング事業を非IT系BPO市場全体へ展開

営業人員数×1人当たり売上＝総売上高

強みである販売力（訪販、テレマ、デジタルメディア）を活かすために、提携商品やサービスを拡充。

総合商社化することによってBPO市場でのシェアを拡大し成長する。

営業人員数の確保

- 1,000名企業を作り上げた採用ノウハウと実績
- 自社デジタルメディアからの直接採用手法
- NHK業務のみの採用から他業務の採用で訴求アップ

一人当たり売上高

- 取扱商品サービス数増加によるアップセル及びクロスセル
- 自社デジタルメディアからのインバウンドセールス
- 太陽光発電など高単価商材の確保

契約・収納代行の市場規模

契約・収納代行

332億

※1



当社シェア

約37億 ※2

※1 日本放送協会 2019年度 決算概要 「営業経費の状況 契約収納促進費等」
※2 当社2020年2月期実績

非IT系BPOの市場規模

非IT系BPO

1兆773億円

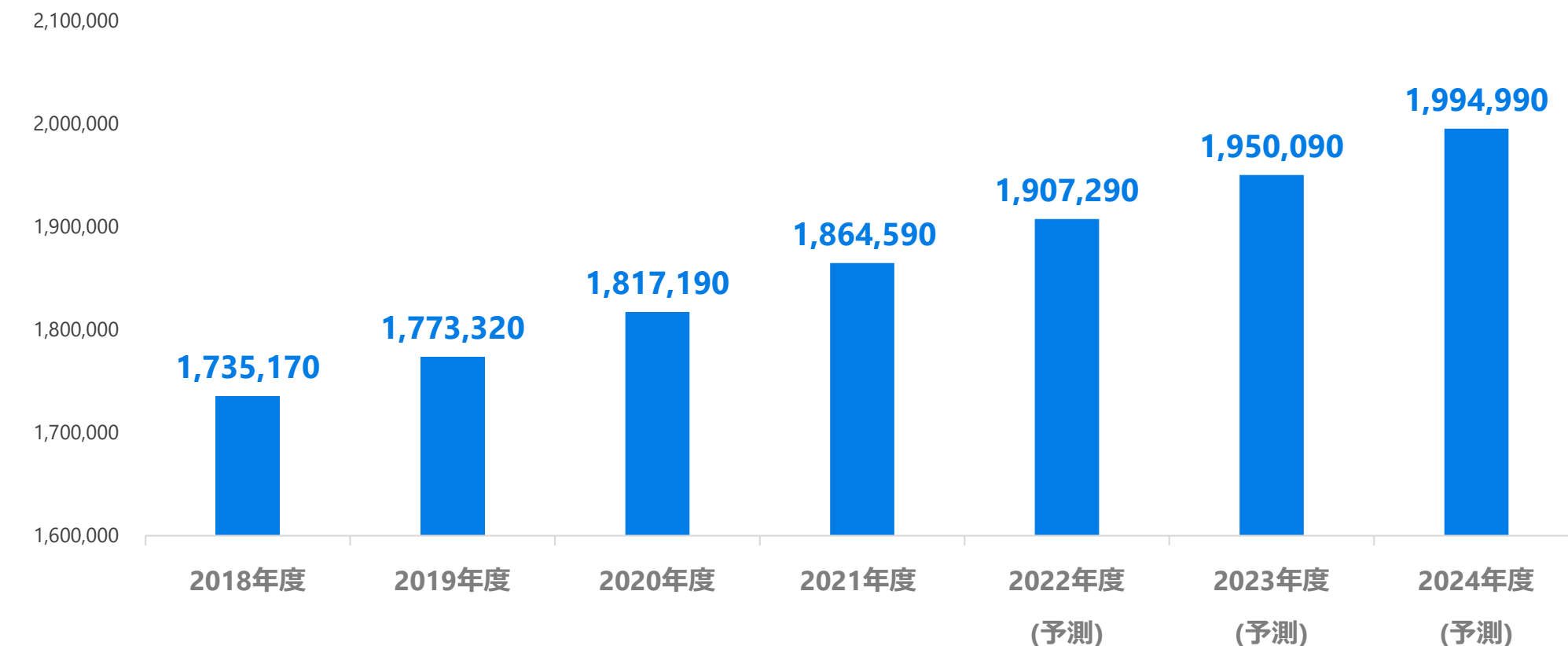
※3

※3 矢野経済研究所 国内BPO市場規模推移予測

BPOの市場環境

単位：百万円

国内非IT系BPO市場規模推移予測



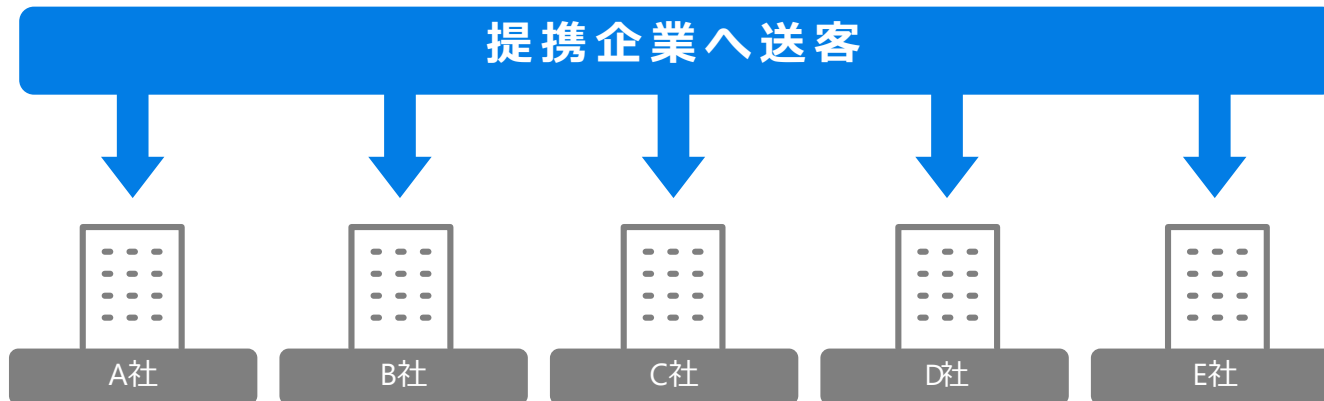
出典：矢野経済研究所 国内BPO市場規模推移予測

市場横展開と自社連携を進める

既存デジタルメディア



提携企業へ送客

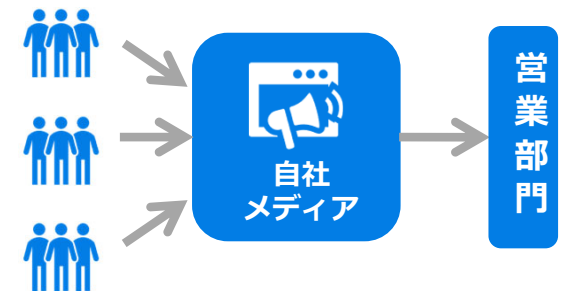


成長イメージ

自社メディアを増やしていく



自社メディアで集客し、
営業部門の契約につなげる



市場への横展開

- デジタルメディア1つにつき売上1億、

利益3,000万以上をベースに、

新しい市場に積極的にチャレンジ。

- 完全内製化している

100名以上のライティング組織

を活かし、市場横断的にメディアを企画開発。



デジタルメディアの自社への集客化

- 現時点ではデジタルメディアの

顧客の9割以上は提携企業への送客。

- 自社で顧客の課題解決できる体制を構築し、

自社への送客に切り替えを行い、

利益向上と顧客価値の最大化を図る。



M&A戦略は引き続き重要事項

M&Aの考え方

大型M&Aの実施を含めたポートフォリオの入れ替え、
拡大は継続的に実行。利益体質にした後のジャンプアップに必要不可欠。
「デジタルメディア」「顧客基盤や独自サービスを持つ事業会社」がターゲット。

デジタルメディアの対象

- 1億~20億規模を対象にダイレクト・ソーシングと仲介会社を併用し資本提携。
- 金融領域など、自社のみでは一次情報に触れにくいノウハウをもつ会社と提携を行い弊社のSEOノウハウおよび100名を超えるライティング組織で企業価値の向上を実現。

顧客基盤や独自サービスを持つ事業会社の対象

- 2022年2月期にライフラインサービスを中心にワンストップでサービス提供できるまでに事業構造が変化。顧客基盤を整え、アウトバウンドなしでソリューションを提供可能。
- また、独自の開拓方法を活かし、ストック型モデルなどのサービス展開を行う企業と資本提携を行うことで、サービスのシェアを大きく拡張する。

直近3年のM&A実績

マッチングアプリの比較メディア

マッチLife

譲渡前の月間平均売上：5,315千円
譲渡後の月間平均売上：19,126千円
売上向上比率：359.8%

転職プラットフォーム

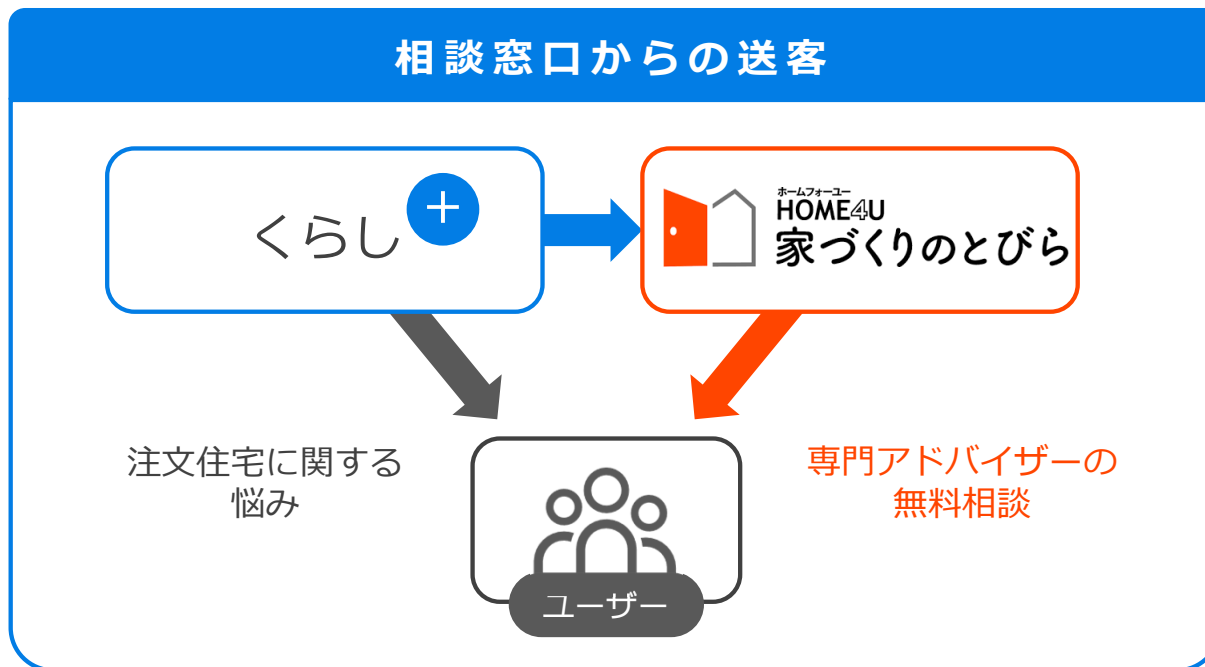
キャリアハイ転職

譲渡前の月間平均売上：2,871千円
譲渡後の月間平均売上：4,059千円
売上向上比率：141.4%

企業提携、資本提携を推進

トピックス：(株)NTTデータスマートソーシングとの業務提携について

NTT Data
株式会社NTTデータスマートソーシング



エヌリンクスのSEO技術や不動産ノウハウとNTTデータ・スマートソーシングの注文住宅のオンライン相談を掛け合わせ、両社が運営するサイトを最大限に活用し、利用者の注文住宅に関する課題解決を目的としています。両社が注文住宅に対する利用者の悩み解決に向けて、ポテンシャルを最大限に発揮できると考え、今回の業務提携に至りました。

単位:百万	2022年2月期 通期決算	2023年2月期 業績予想	前期比
売上高	4,824	5,500	+675
営業利益	△172	208	+381
経常利益	△60	208	+269
純利益	△362	192	+563



会社名 株式会社エヌリンクス 証券コード6578（東証スタンダード）

所在地 東京都豊島区南池袋2-32-4 他33拠点

設立日 平成22年3月11日

代表者 栗林 憲介

従業員数 779 名（2022年2月時点）

子会社 ドワーフワークス株式会社
株式会社C-clamp 等

- 事業内容
- 営業代行 受信料の契約収納
求人広告代理店
 - メディア ゲーム攻略メディア「アルテマ」
マッチング比較メディア「Life」
お部屋探しメディア「Rooch」
 - アプリ開発 お部屋探しチャット「イエプラ」
 - 不動産仲介 出張不動産「家AGENT」

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

実際の業績等は、今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる場合があります。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

