

Summary of Financial Results

for the Third Quarter of Fiscal Year Ending May 31, 2022

2022年5月期

第3四半期

# 決算説明資料

株式会社Enjin <証券コード：7370>

2022年4月14日

Enjin



# 業績ハイライト

2022年5月期第3四半期累計

財務

Finance

売上高 **2,199** 百万円 前年同期比 **+42.2%**  
前年同期 **1,546** 百万円

営業利益 **864** 百万円 前年同期比 **+106.6%**  
前年同期 **418** 百万円

事業

Business

**1,531** 社  
前年同期 1,281社

顧客数



**1,050** 千円  
前年同期 945千円

平均契約単価



**1.71** 件  
前年同期 1.64件

平均契約件数

# 業績ハイライト

2022年5月期第3四半期累計

## 2022年5月期第3四半期実績

売上高 2,199百万円  
(前年同期比+42.2%)

営業利益 864百万円  
(前年同期比+106.6%)

### ポジティブ要因

- 若手営業メンバーの成長に連動した下期偏重型のビジネスモデルによる着実な積上
- プラットフォームサービス事業の売上高割合の伸展

### ネガティブ要因

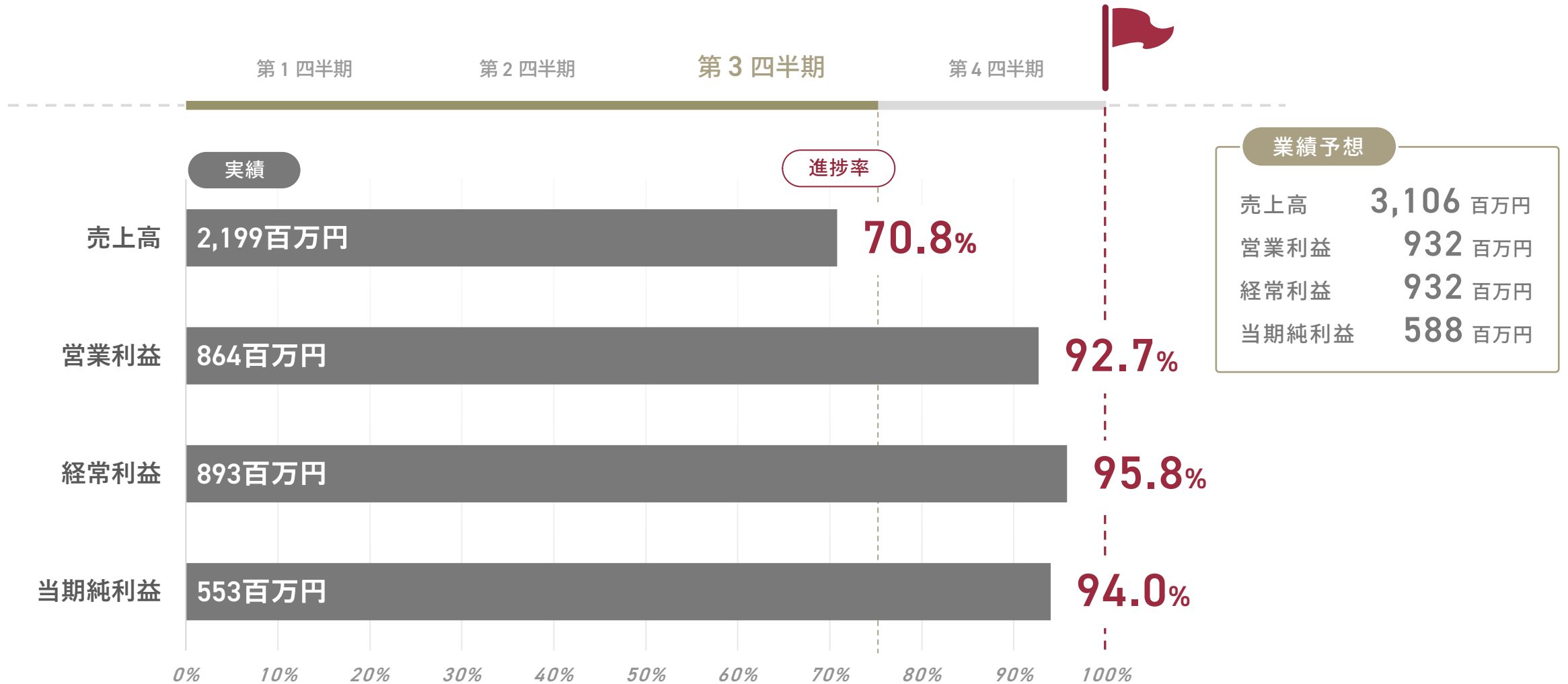
- 退職に伴い人件費が減少したことにより、高い営業利益水準を維持

## 2022年5月期通期業績見通し

- 新型コロナウイルスの影響を受けることなく、売上高は順調に推移
- 引き続き、原価・販管費の適正化を継続
- 第4四半期にかけて販管費は増加する見込み  
(営業拠点の新設に伴う費用・新入社員の人件費・採用関連費用など)

# 業績進捗率

2022年5月期



Business Contents

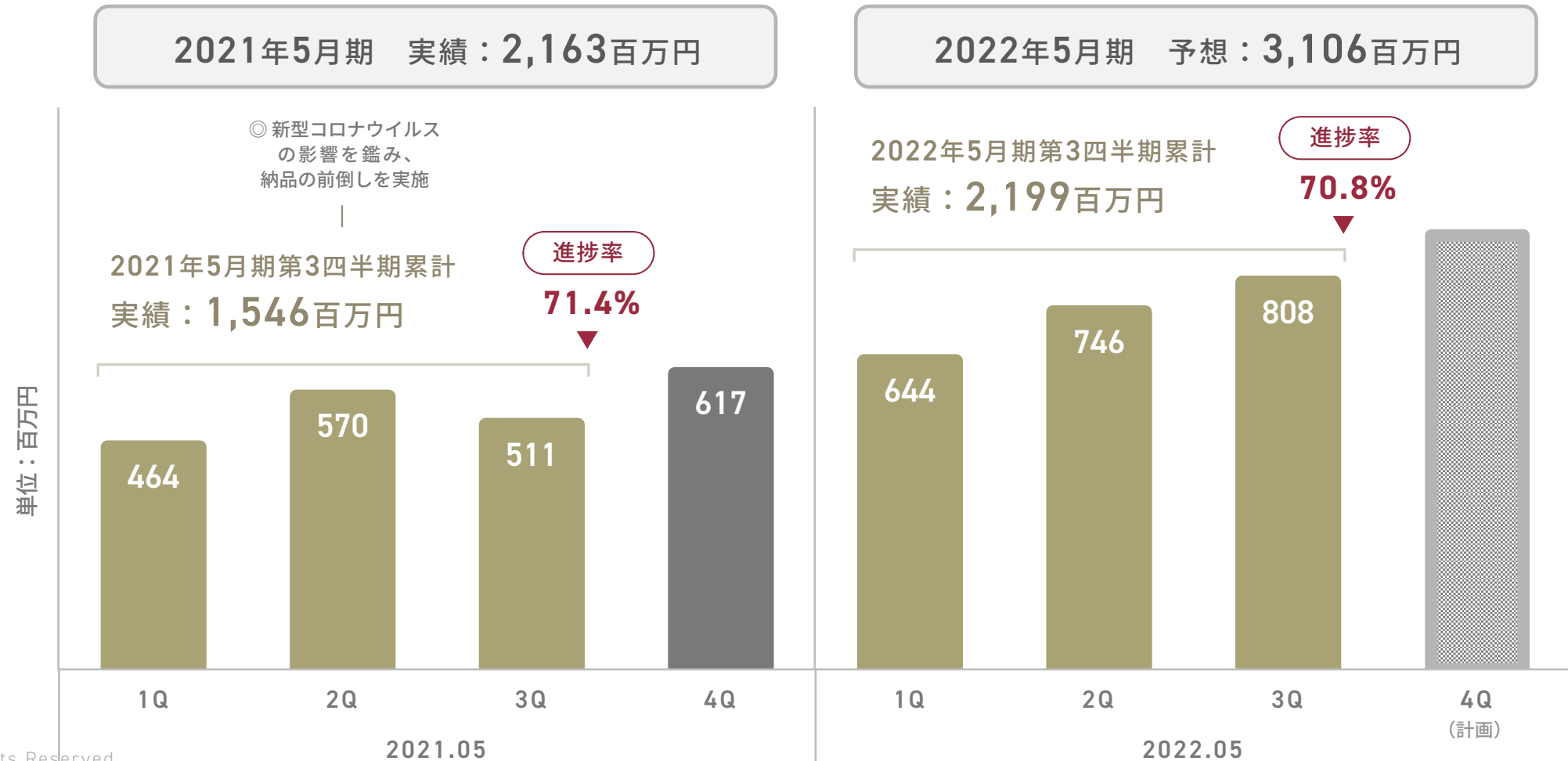
# 2022年5月期第3四半期 業績サマリー



## 業績概況 - PL

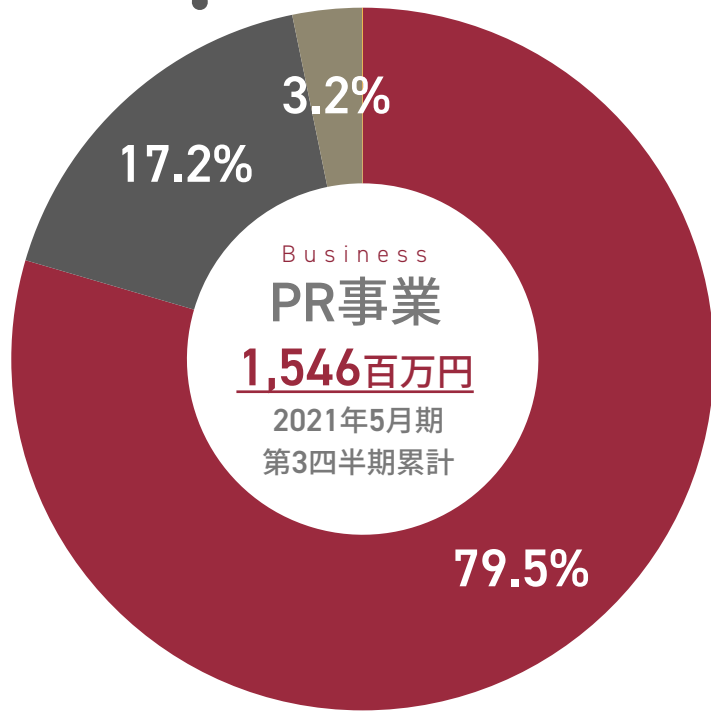
	2021年5月期 第3四半期累計業績		2022年5月期 第3四半期累計実績	前年同期比
売上高	1,546 百万円	>	2,199 百万円	+ 42.2%
売上総利益	1,217 百万円	>	1,811 百万円	+ 48.8%
売上総利益率	78.7%		82.4%	—
営業利益	418 百万円	>	864 百万円	+ 106.6%
営業利益率	27.1%		39.3%	—
経常利益	414 百万円	>	893 百万円	+ 115.4%
経常利益率	26.8%		40.6%	—
当期純利益	270 百万円		553 百万円	+ 104.5%
当期純利益率	17.5%		25.2%	—

新型コロナウイルスの影響を受けることなく、下期偏重型のビジネスモデルを実現させ、  
着実に四半期ごとの売上高を積み上げたことにより、前年同期比+42.2%で着地



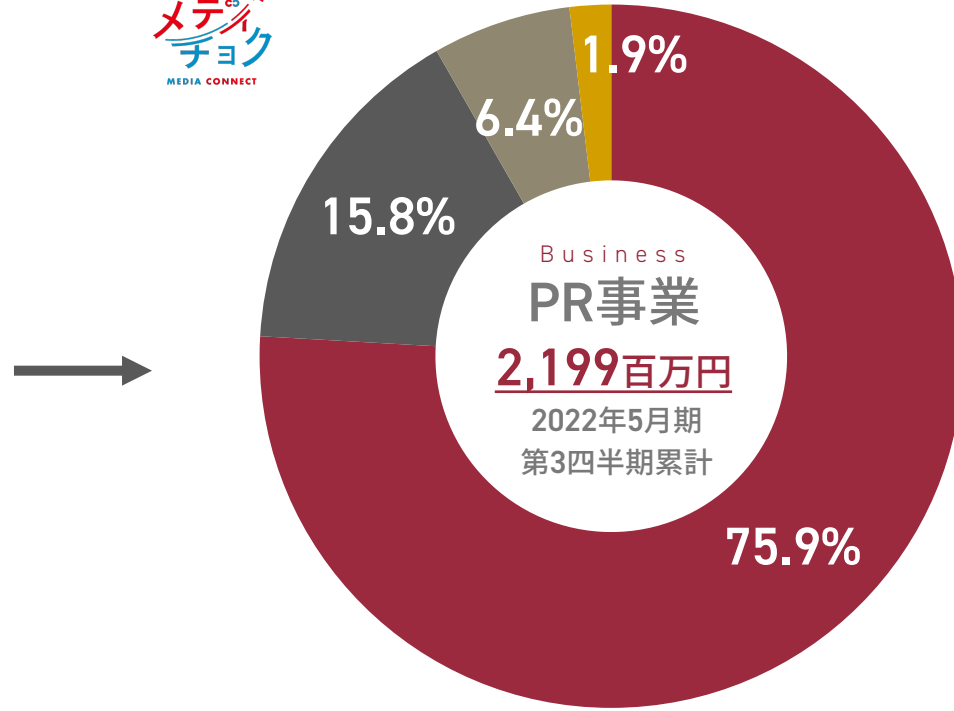
# 業績推移 - 売上高：サービス毎の割合

医療機関／医師向け  
PR支援サービス



法人／経営者向け  
PR支援サービス

メディアマッチングサービス  
「メディチョク」



決裁者アポイント  
マッチングサービス  
「アポチョク」

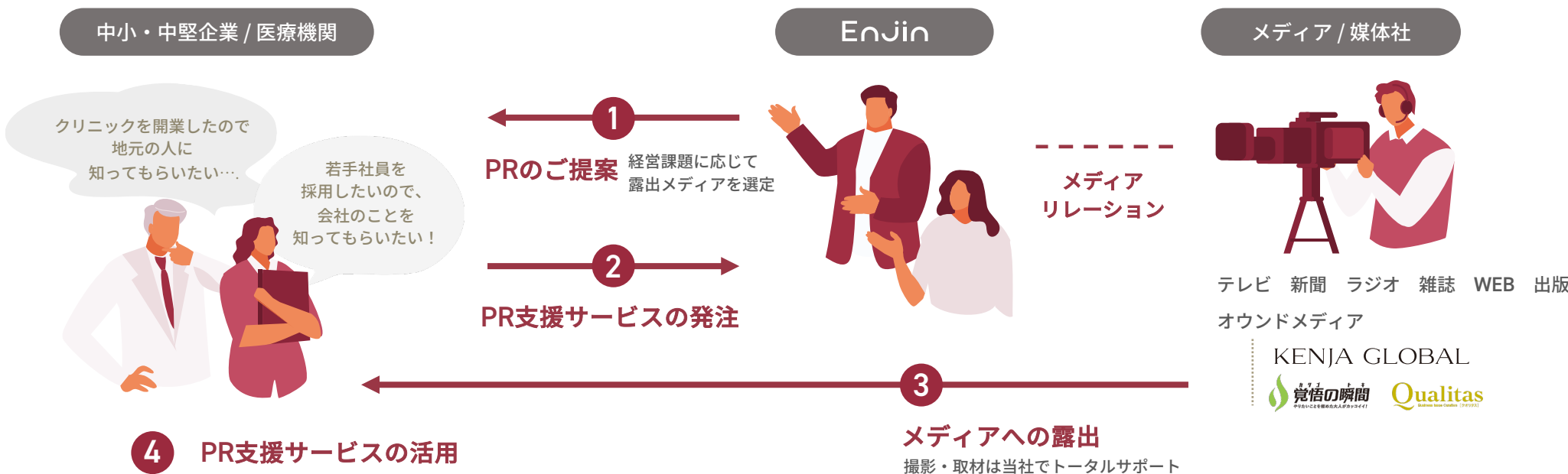






## PR支援サービス（法人／経営者向け・医療機関／医師向け）

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



- 雑誌を見た患者が来院してくれた！
- WEBメディアに掲載されたことにより、会社を検索してもらいやすくなり、採用の応募者が増えた！

**継続課金サービス**

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

イニシャルフィー  
月額掲載費

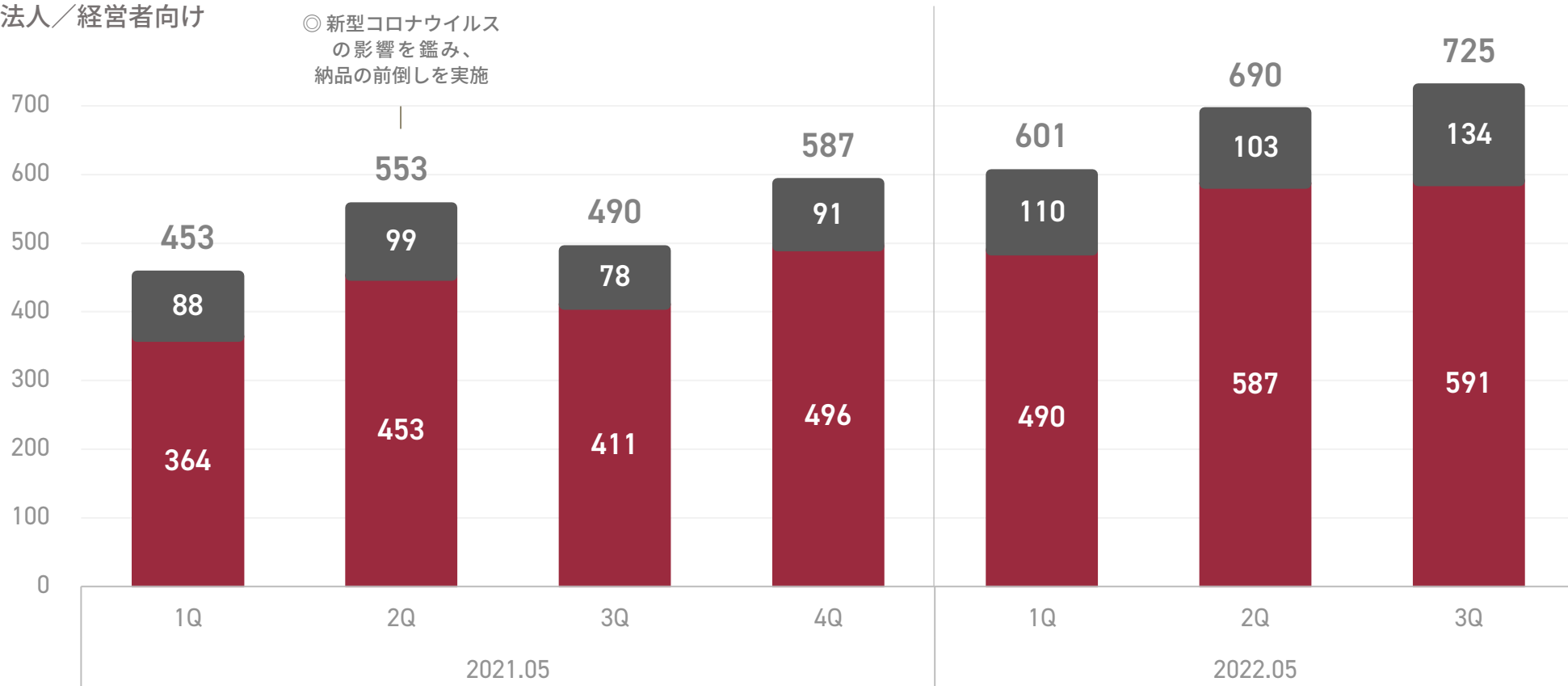
# PR支援サービス - 業績推移 (売上高)

## PR支援

- 医療機関／医師向け
- 法人／経営者向け

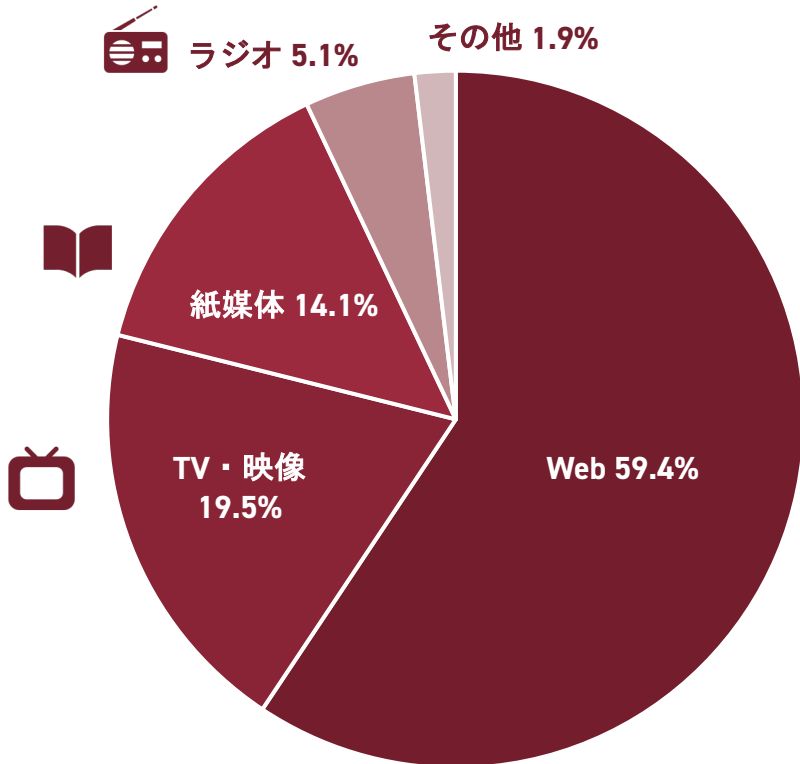
◎ 新型コロナウイルス  
の影響を鑑み、  
納品の前倒しを実施

単位：百万円



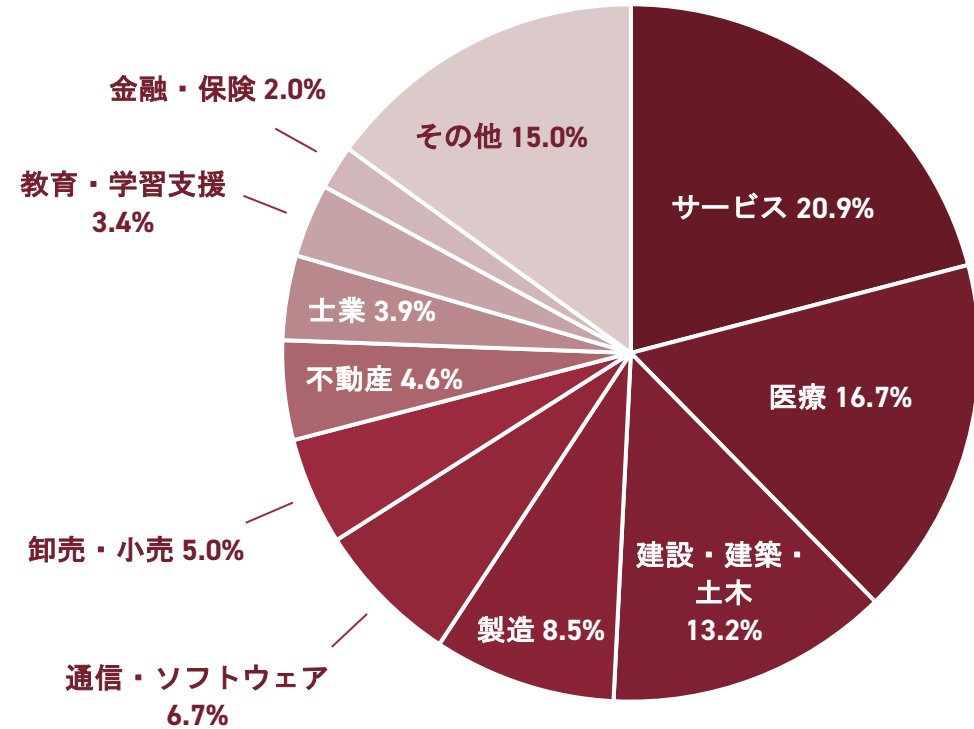
## 媒体分布

約40のメディアとのリレーションを保持し、顧客のブランディングの要望に合わせて露出媒体を選定



## 業種分布

中小・中堅企業を中心として、その業種を問わず様々な企業にPR支援サービスを提供





## メディアマッチングサービス「メディチョク」

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

メディア

メディチョク

メディチョクユーザー



1  
取材したいネタを募集

- 女性誌の紫外線ケアに関する特集企画で、専門家に記事を監修してほしい!
- 新たなトレンド商品の特集記事を掲載したい!



2  
発信したいネタを投稿

- メディアとの接点がないが、潜在的な患者さんにスキンケアに関する専門的な情報を発信したい!
- 新規開発商品を宣伝したい!



3  
ネタのマッチング



4  
ネタのメディア掲載

雑誌の記事を見て、新しい患者さんが来院してくれた!

新商品に関して、通常の2倍の問合せがあった!

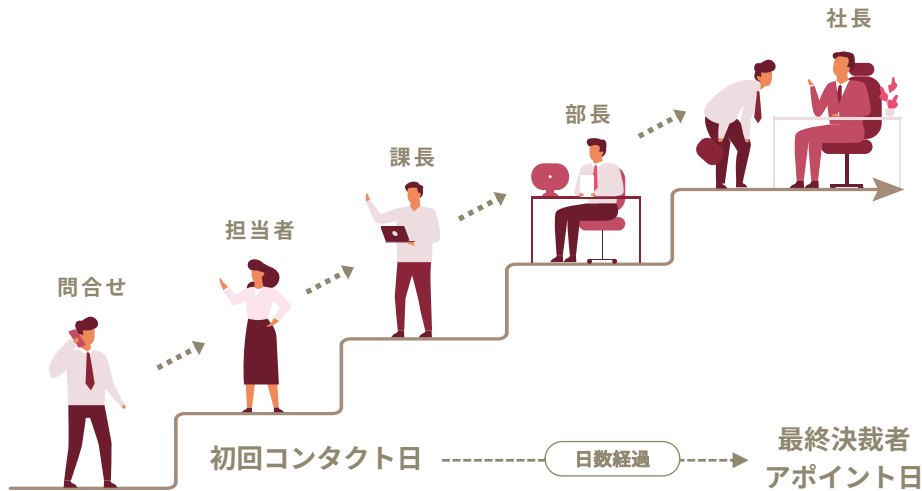


## 決裁者アポイントマッチングサービス「アポチョコ」

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

Before

- × 営業活動において最終決裁までのプロセスが多い
- × 最終決裁者とのアポイント獲得までに時間がかかる



アポチョコ

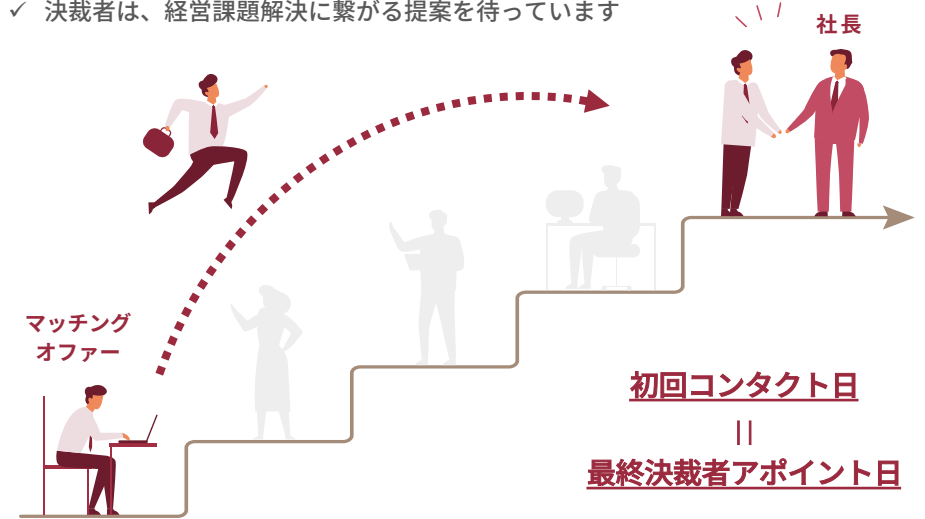


導入すると

After

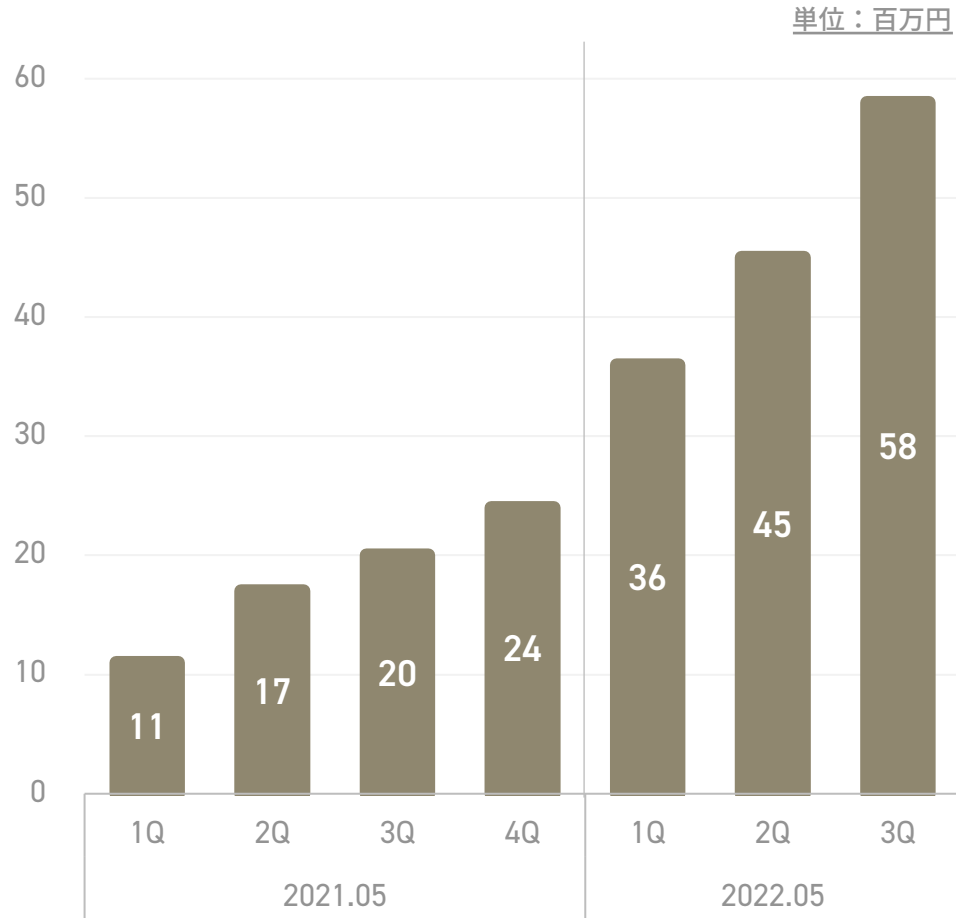
- ◎ 直ぐに、決裁者とのアポイントを獲得

- ✓ 創業来、経営者の方々を中心にPR支援サービスを提案してきており、良好な関係性のある経営者・決裁者の顧客基盤（データベース）があります
- ✓ 決裁者は、経営課題解決に繋がる提案を待っています

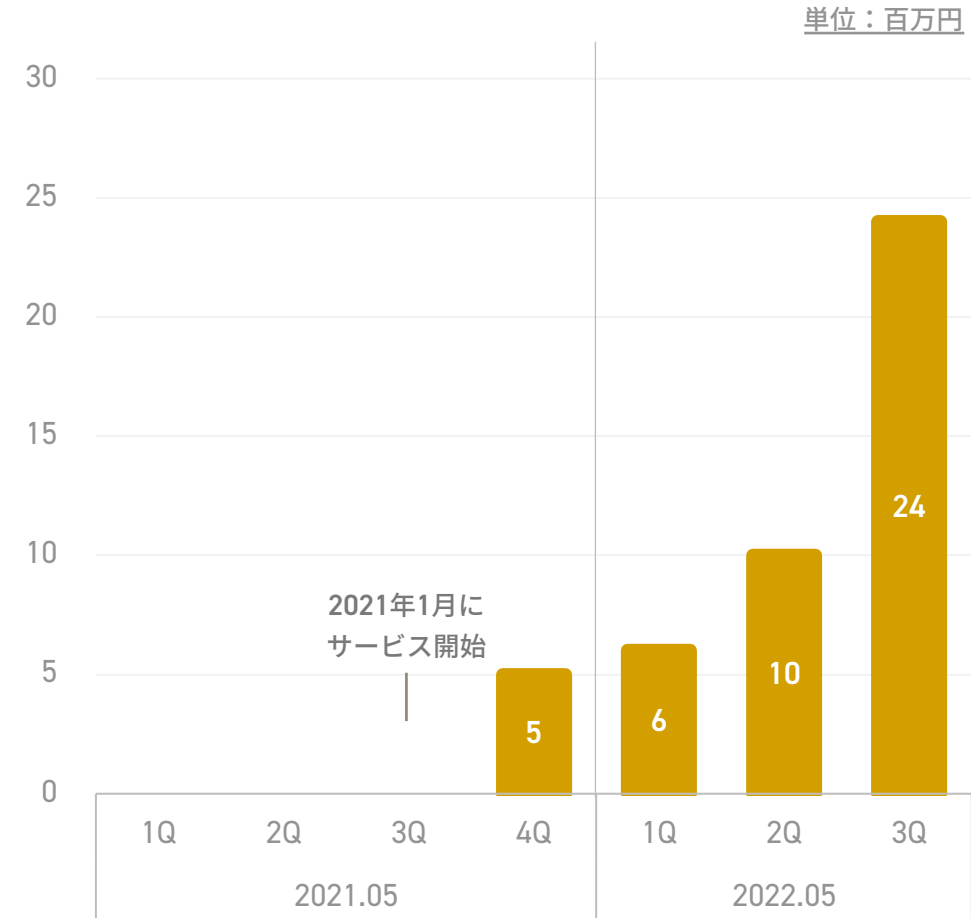


# プラットフォームサービス - 業績推移 (売上高)

## メディチョコ

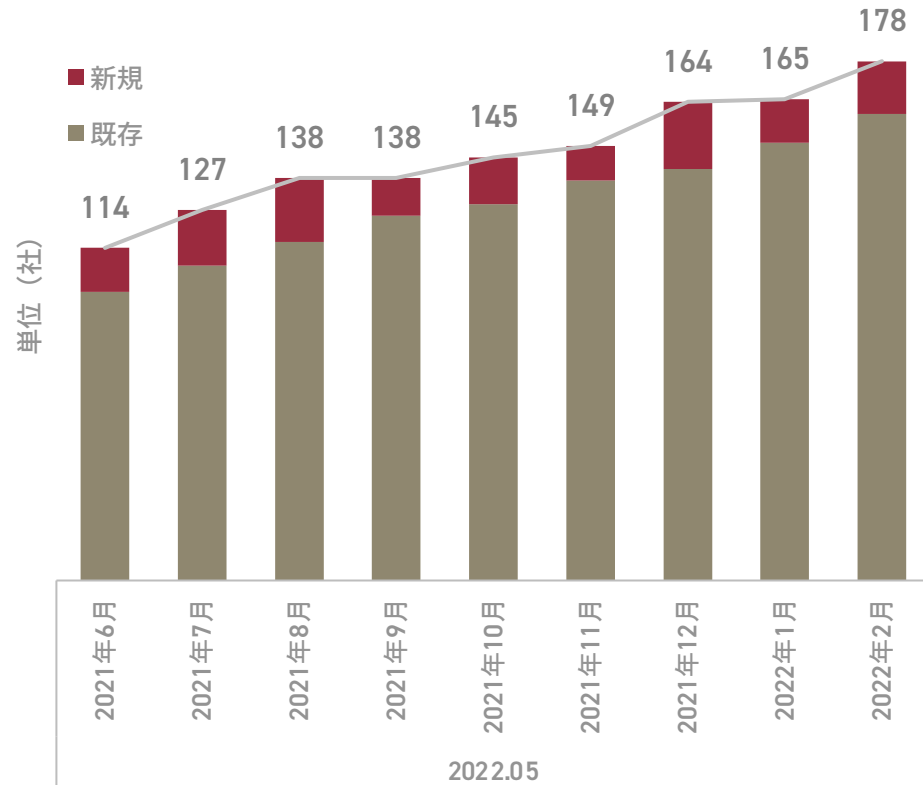


## アポチョコ



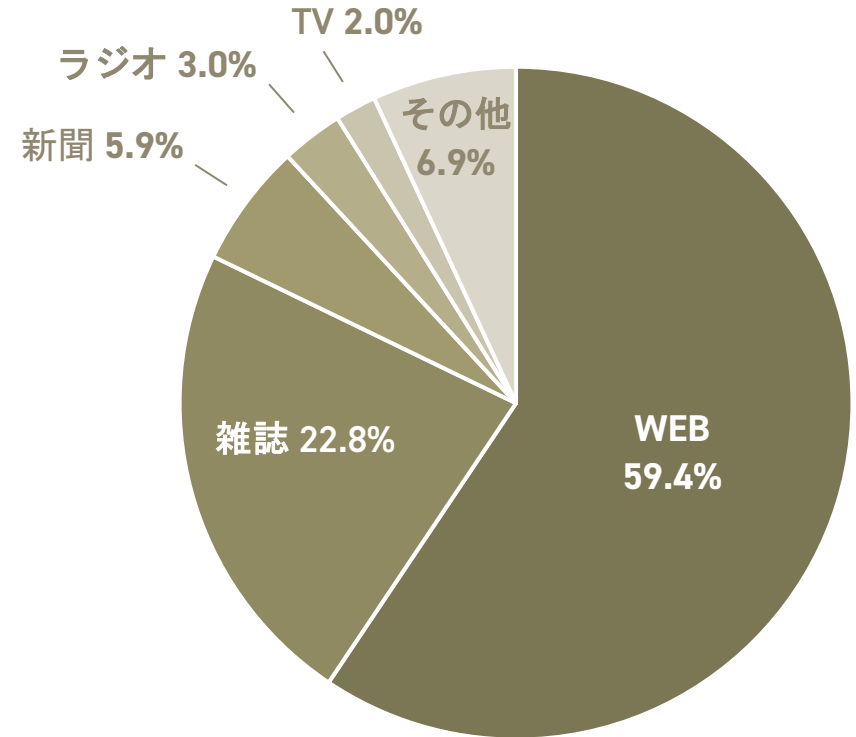
ユーザ企業数

- ✓ ユーザ企業数は順調に推移
- ✓ 新規のユーザ企業は月間平均17社増加  
(2022.05 3Q時点)



マッチング

ユーザ企業は、メディチョクの活用により、WEBを中心として、様々なメディアとのマッチングが実現



## メディチョクユーザの声

※掲載している情報はインタビュー当時のものです。

情報発信も情報収集もメディチョクでできる  
よりの確で効果的な広報活動を実現

User's Voice

天下茶屋  
あみ皮フ科クリニック様

📍 大阪府



### ◎ 世間のニーズを知ったうえで情報発信できるのが メディチョクの強味

メディチョクを使えば、メディアや世間が何を求めているのかをキャッチしながら情報発信ができそう。  
トライできる案件が多く、こちらの都合で取捨選択できるのも魅力。

### ◎ メディアに出ることで既存の患者様の満足度も向上

メディアへの露出がきっかけで新規の患者様も増えるかもしれませんが、それ以上に既存の患者様の満足度が上がることを実感しています。

ブランディングは長期戦  
メディア掲載で読者の潜在意識に働きかける

User's Voice

よしくりニック様

📍 東京都



### ◎ コンスタントなメディアとのマッチング

潜在的な患者さん達にどうやって自院の情報を発信すればいいか分からなかった。  
伝えたいことがあるのに発信するすべがない人とメディアをつなげるサービスは  
とても有意義で面白い。

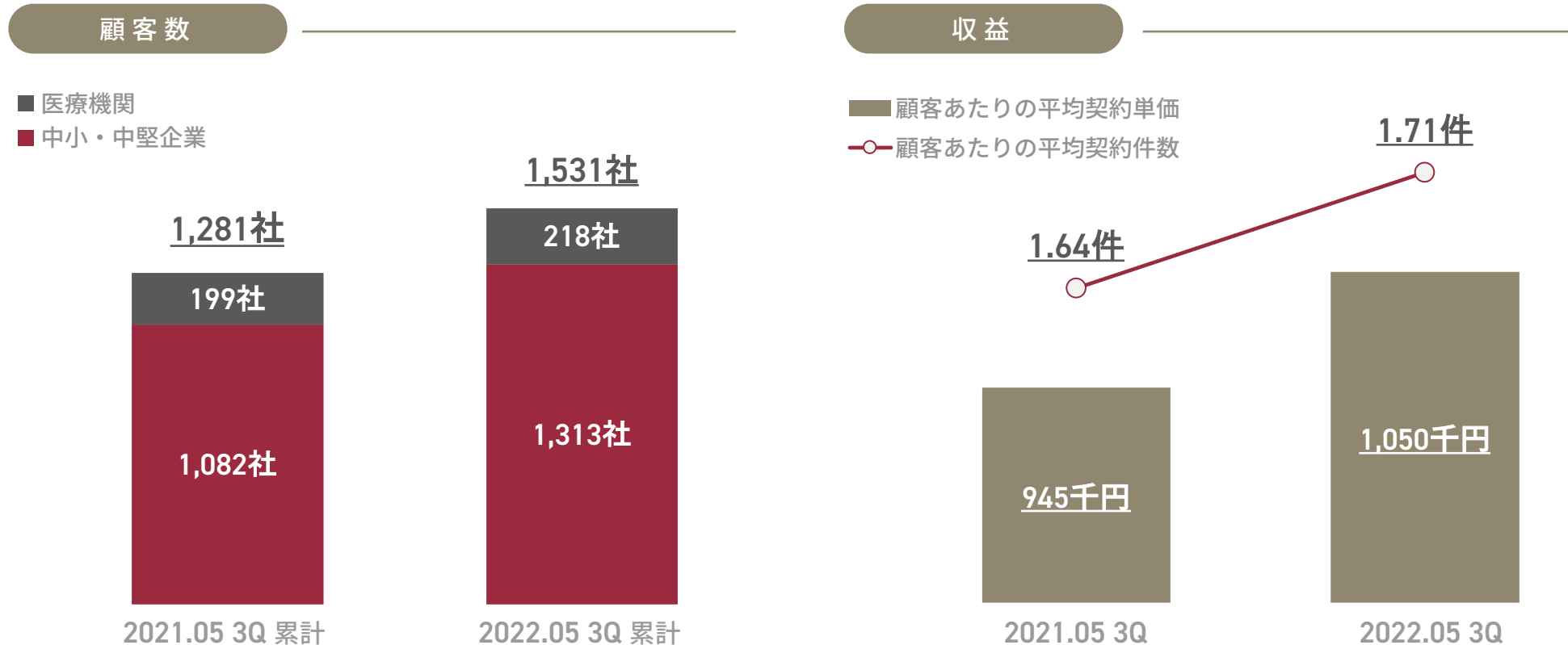
### ◎ メディチョクを活用して、多くの方の目に触れる機会を どんどん増やしていきたい

監修記事やインタビューを見て「このクリニックは良さそうだな、信頼できそうだな」  
と読んでくださる方が増えたら嬉しい。



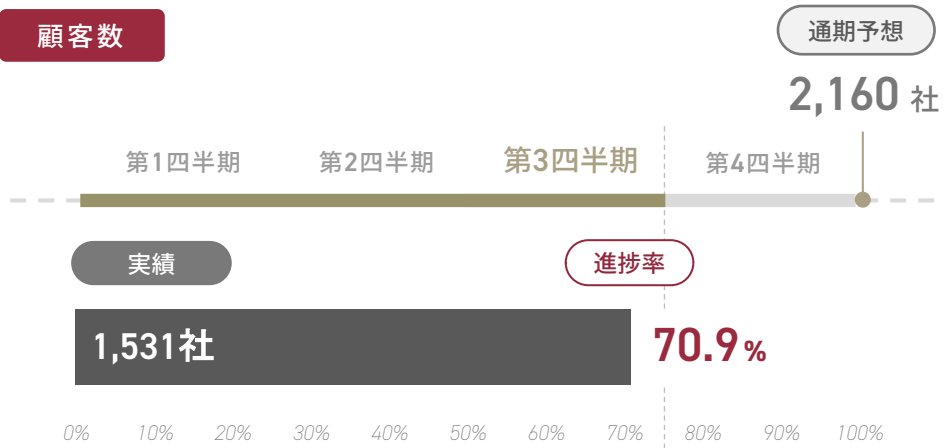
# 顧客数 × 収益

2022年第3四半期累計の顧客数は**1,531社**となり、  
顧客あたりの平均契約単価・平均契約件数は前年同期を上回り躍進

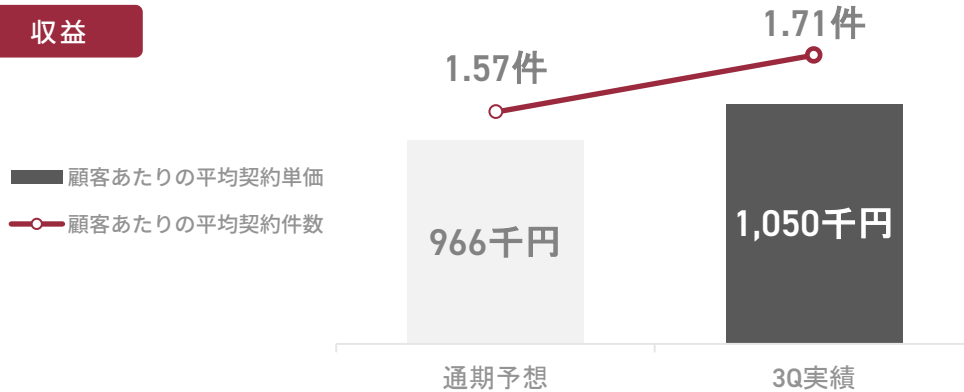


進捗

顧客数

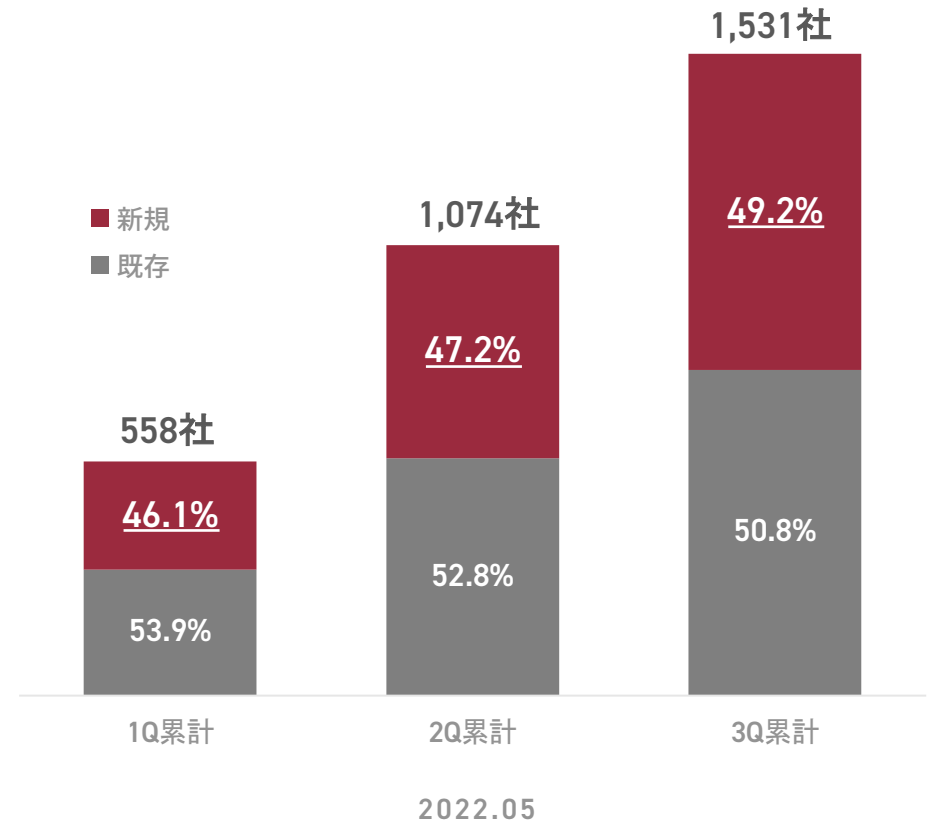


収益



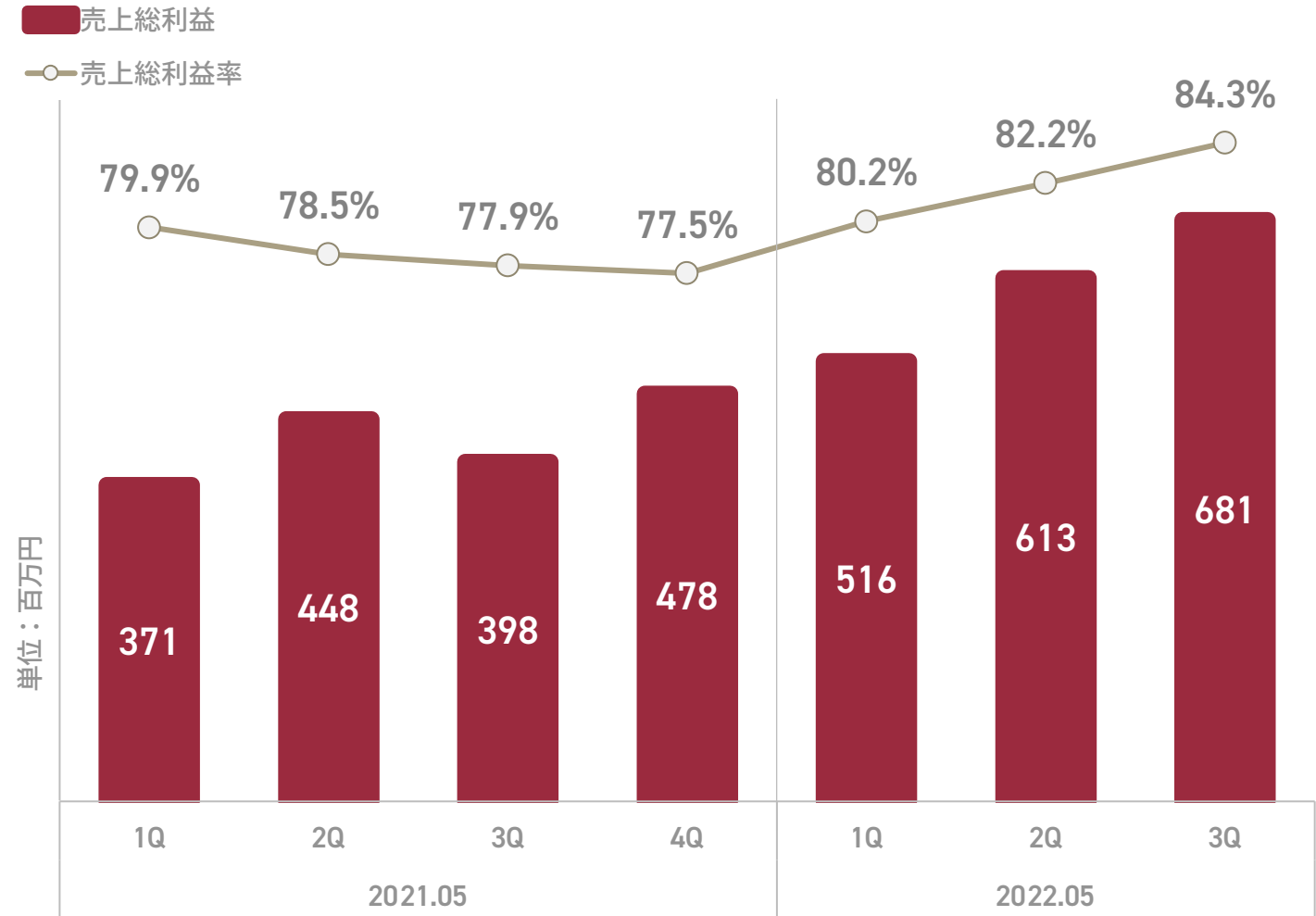
顧客分類

若手社員の成長とともに、顧客の新規開拓が進み、新規顧客の比率が着実に伸展



## 安定した売上総利益

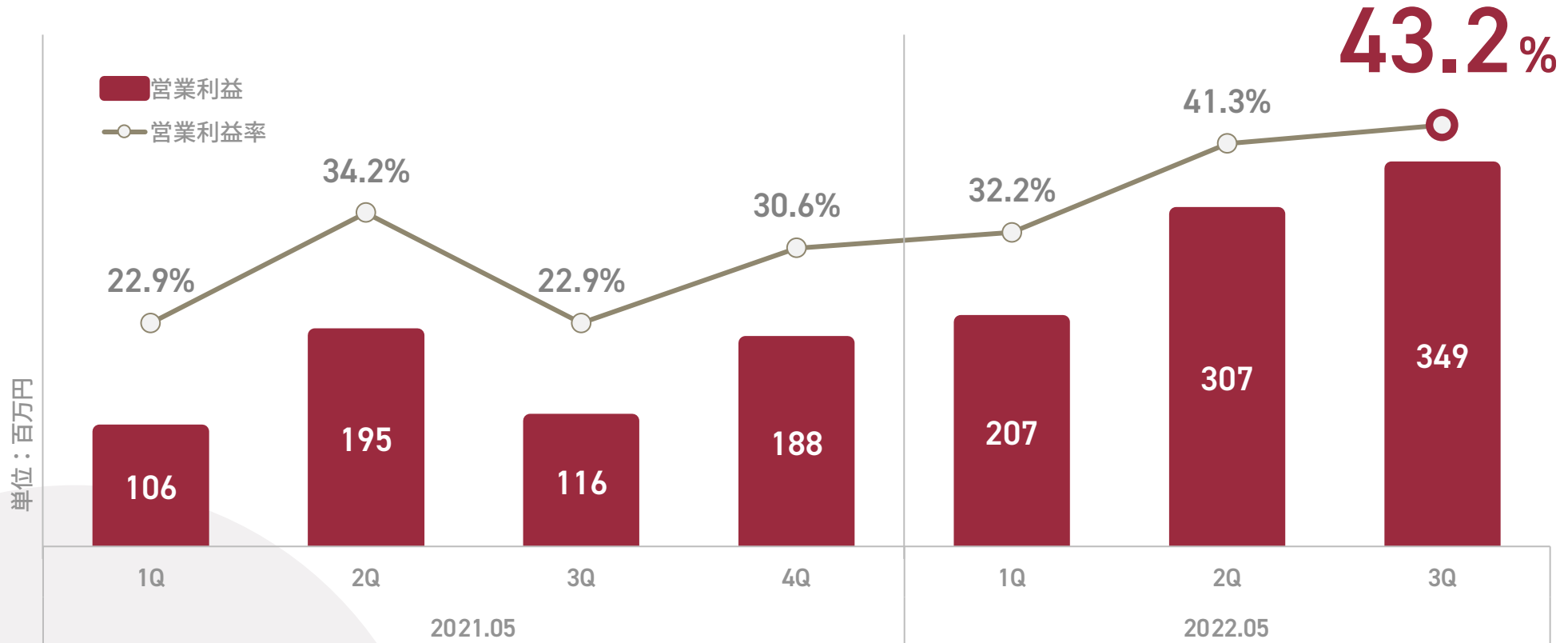
プラットフォームサービスの売上成長に加え、PR支援サービスにおける既存顧客の継続課金サービスにより安定した収益基盤を構築



**営業利益率 43.2%**

(2022年5月期第3四半期累計：39.3%)

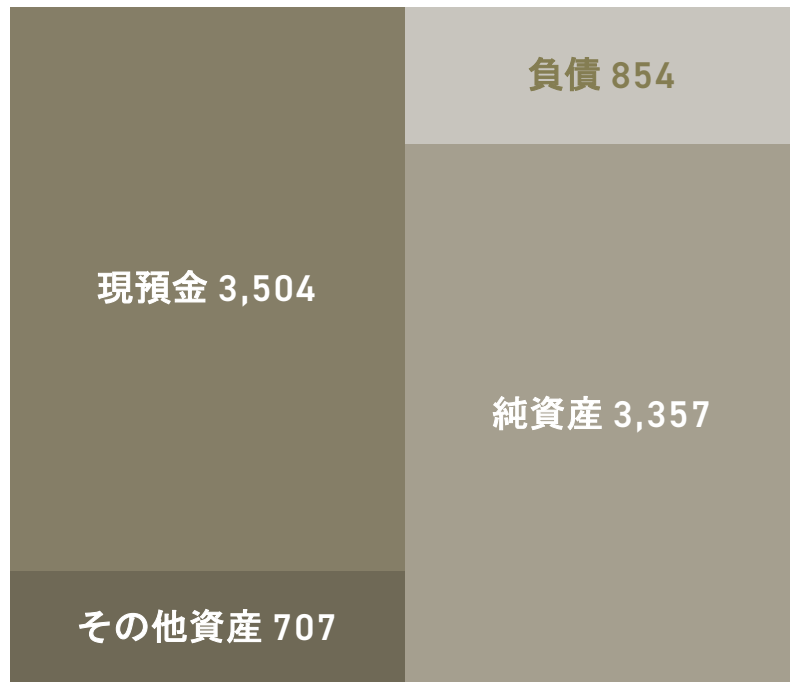
営業拠点の開設により、一部固定費が増えたものの、人件費が減少したことに加え、売上総利益の積上が要因となり、高い営業利益水準を維持



## 引き続き、健全な財務基盤を維持

総資産  
**4,211**

(単位：百万円)



2021年11月末日時点

総資産  
**4,561**

(単位：百万円)



2022年2月末日時点

## 株主還元方針

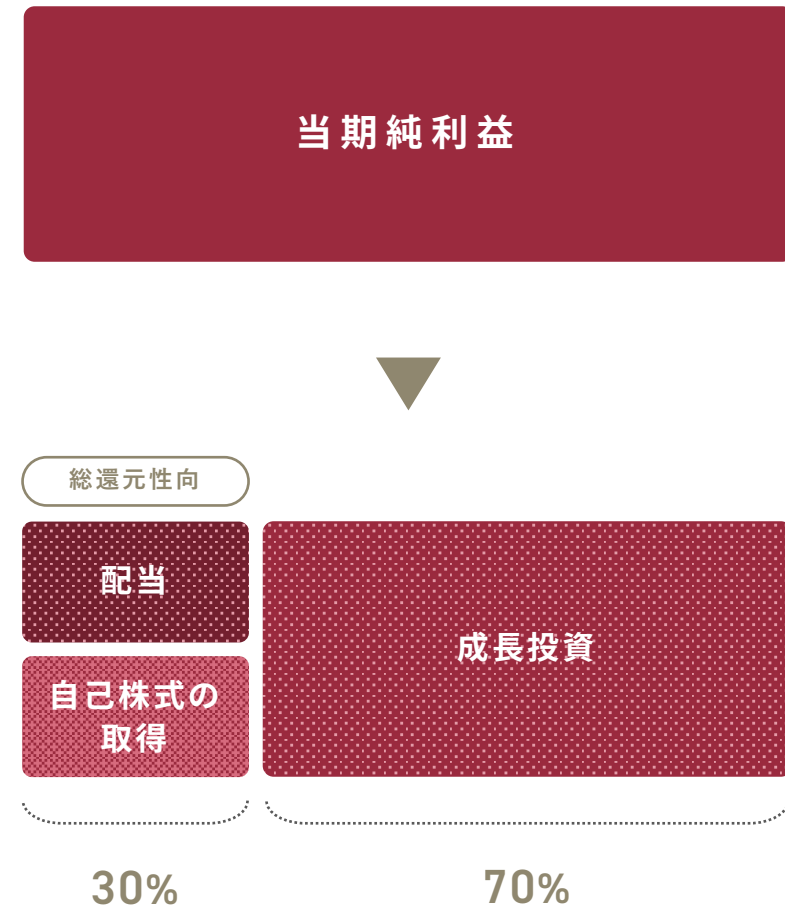
当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと位置付けております。事業基盤充実のため、業績動向および財政状況等を総合的に勘案しながら、中間配当および期末配当による株主の皆様への利益還元に努めることを基本方針としております。

長期的視野に立った安定的な成果配分を継続していくために、財務基盤の強化を前提として、株主還元における基本方針を配当と自己株式の取得を含めた総還元性向といたします。総還元性向の目標値を当期純利益に対する30%とし、残りの70%は成長投資に振り分けます。

（ただし、大規模な資金需要が発生した場合にはこの限りではありません。）

配当と自己株式の取得の比率につきましては、市場環境等に基づき都度決定いたします。また、取得した自己株式は原則として消却いたします。

この方針は、資本市場の動向や今後の事業環境を勘案し、当社の将来の成長投資機会を考慮した上で、株主の皆様への還元を積極的に行おうとするものであります。



# 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。

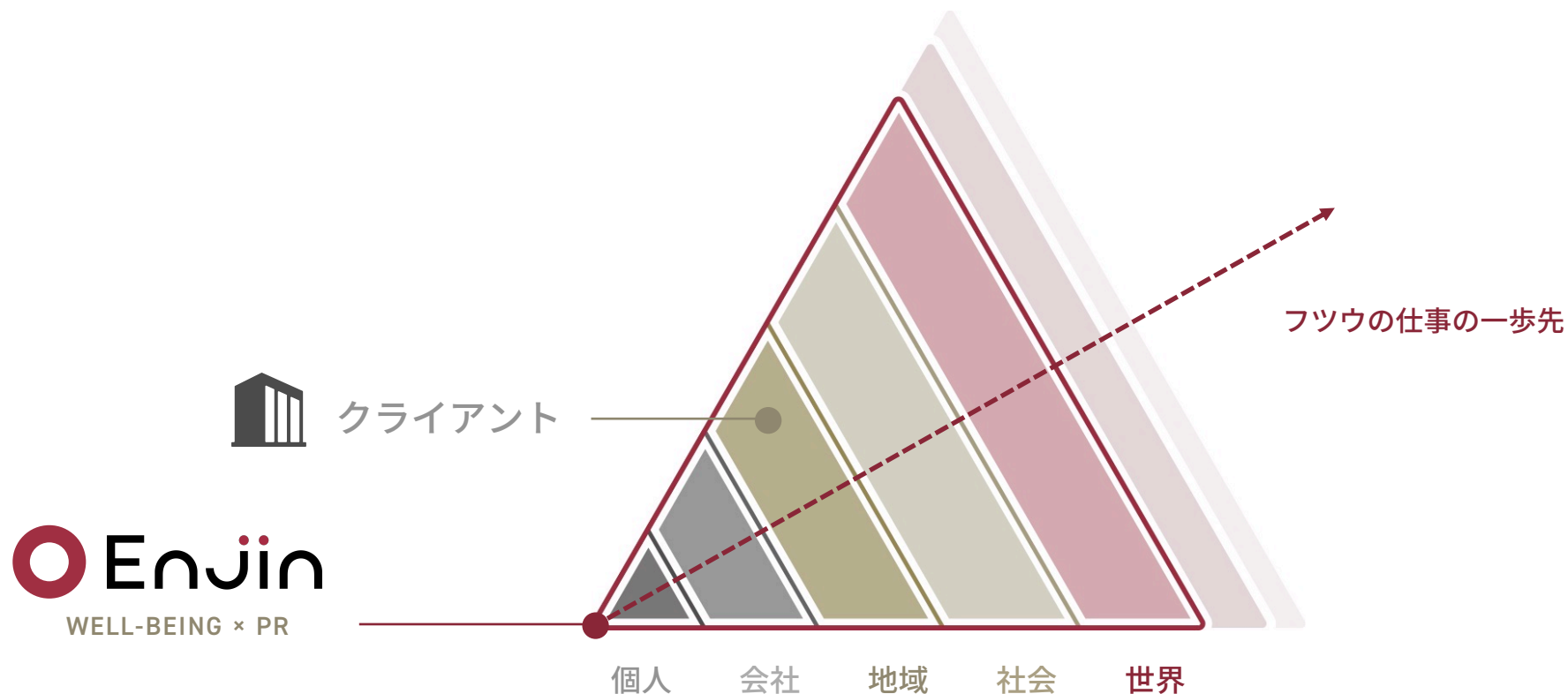
クライアントが成長し、地域社会で必要とされ、より輝く存在となっていく。  
そのために私たちは、「伝えるチカラ」を通じて共に寄り添い続けます。

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



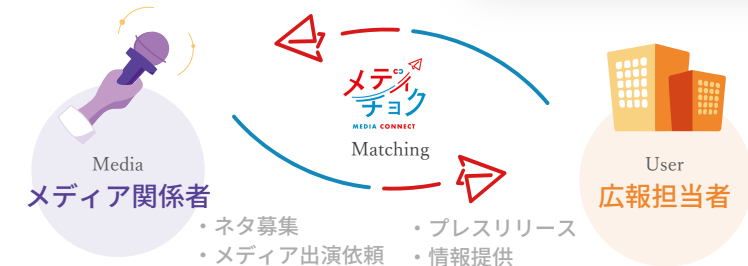
メディアと企業がチョクセツ繋がる



## 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する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。

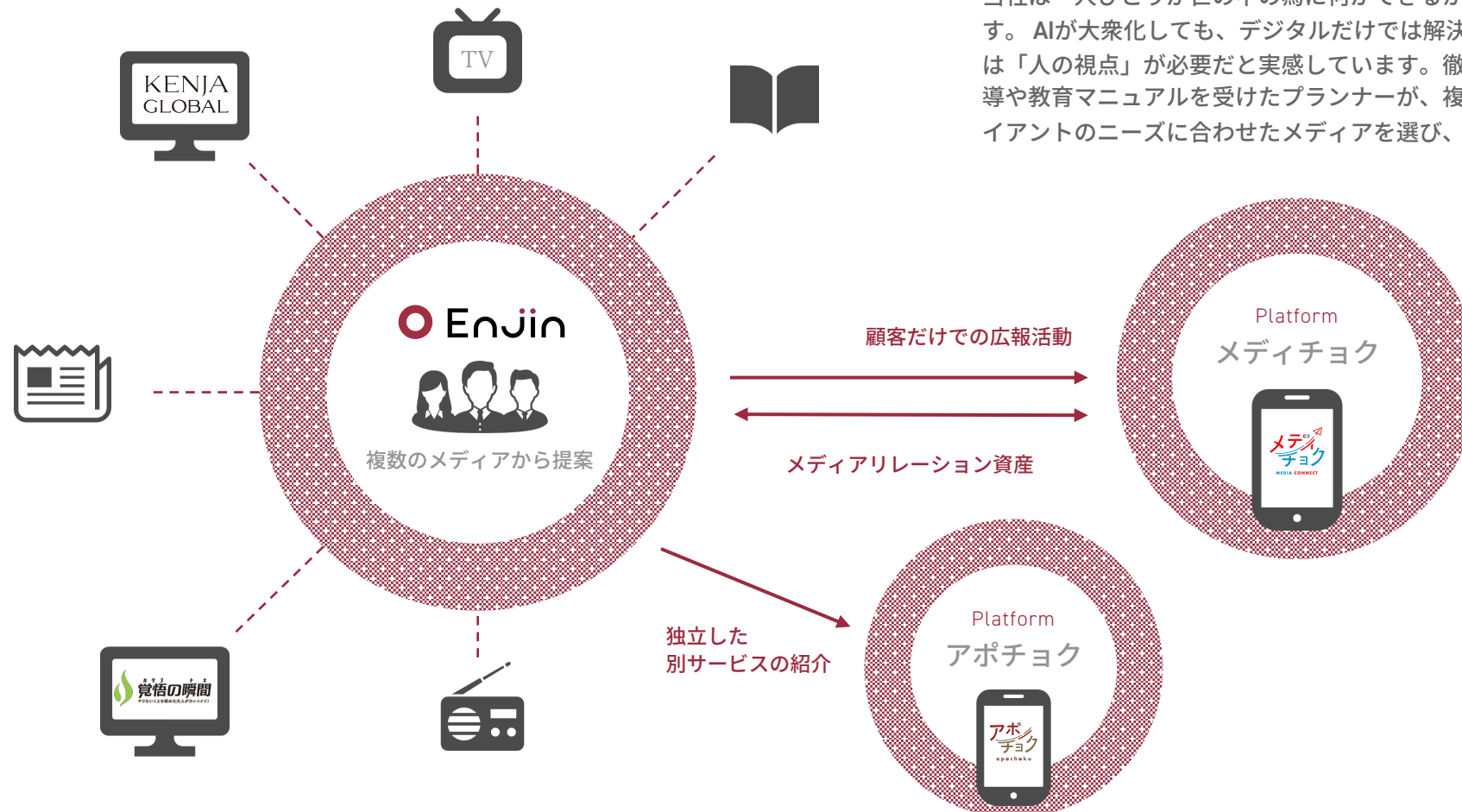


### POINT

- 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

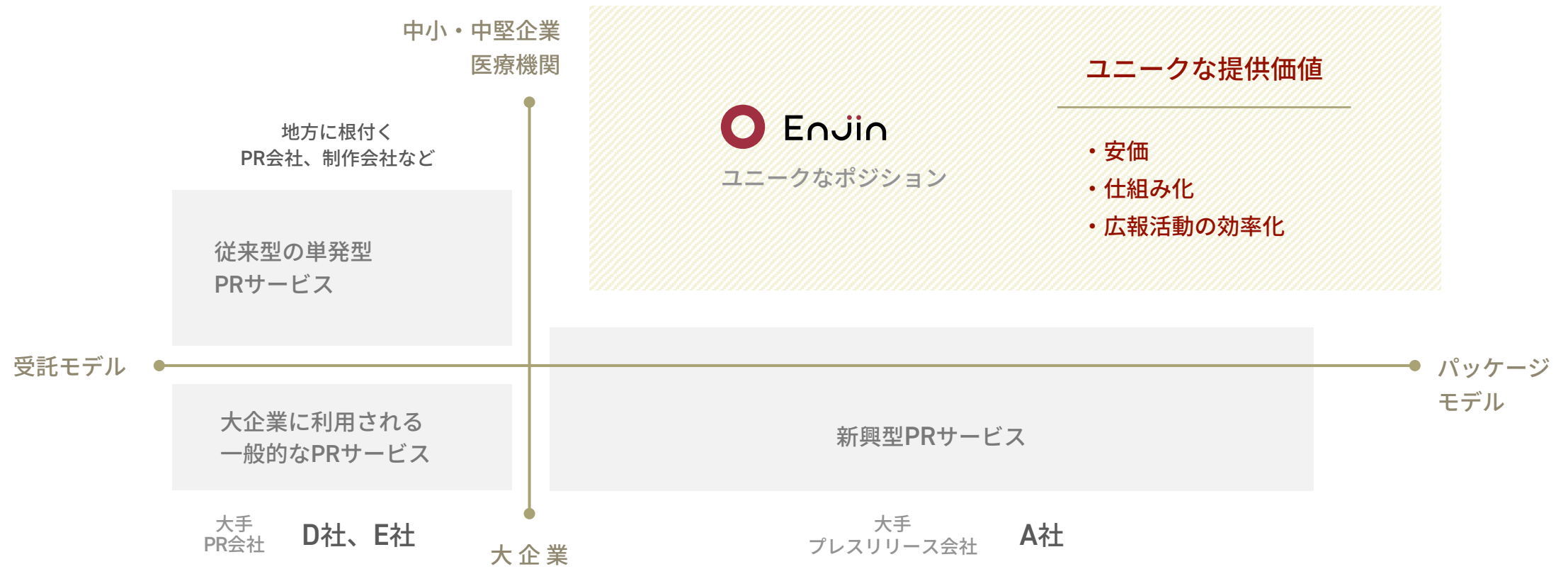
サービスの提供において徹底したマニュアルライズと運用のパッケージ化を行うことで、品質の高い安価に顧客に提供できる仕組みを構築



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

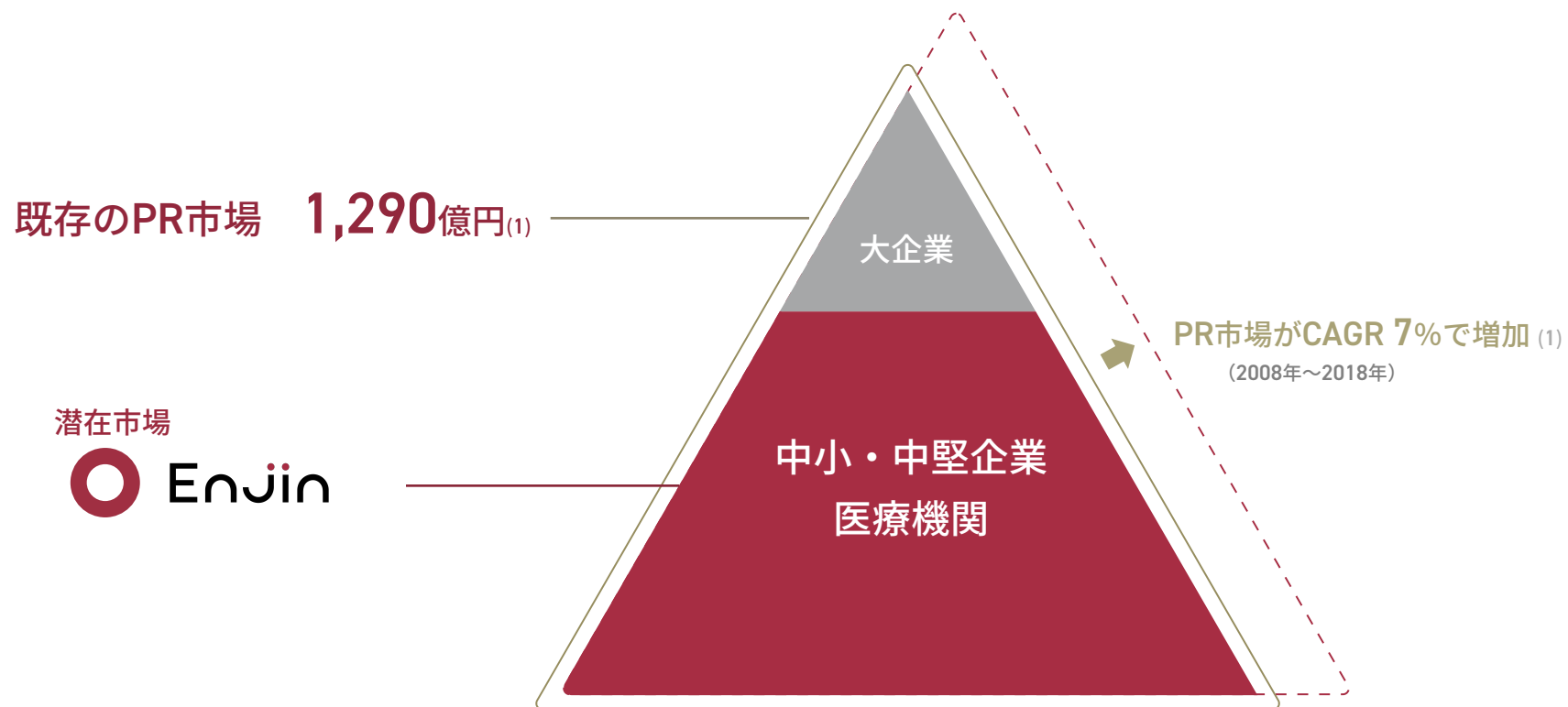
### PR事業におけるポジション





## 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

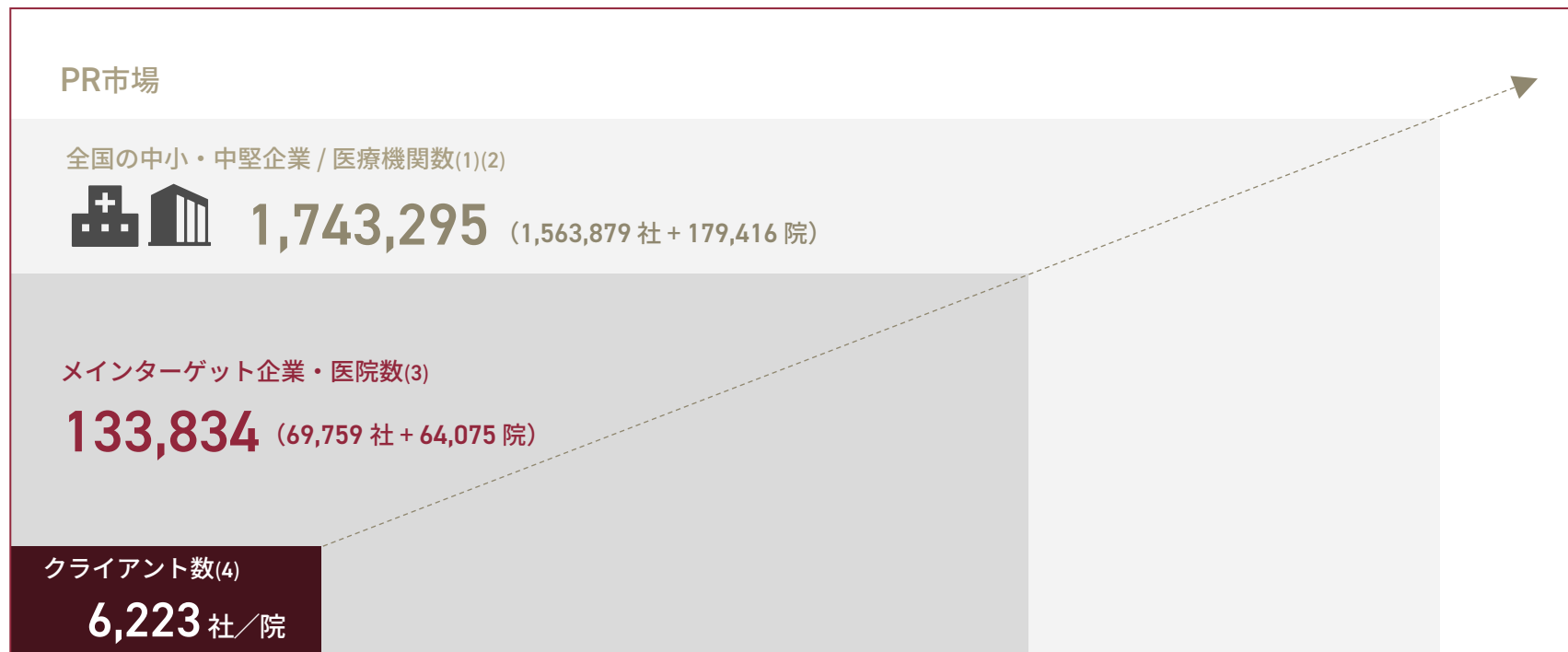


※ 1. 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2019年5月

## 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



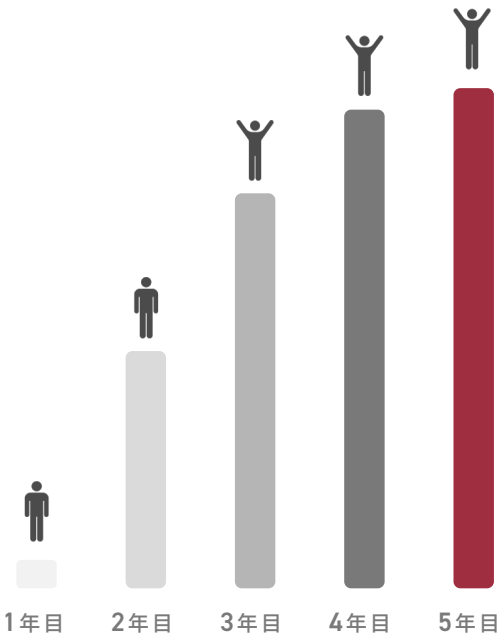
※1. 経済センサス - 基礎調査 令和元年経済センサス - 基礎調査 企業等に関する集計  
 ※3. メインターゲットとは、資本金3,000～5,000万円の国内の企業数および医療法人

※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%）

# 営業の仕組み化

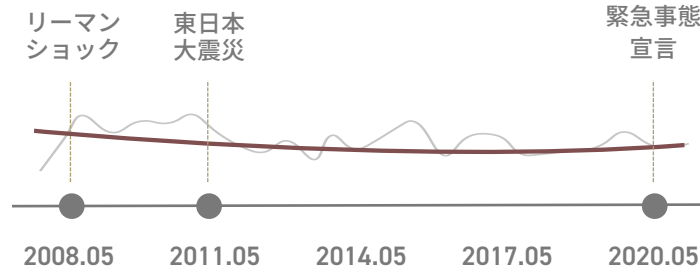
当社における他社への優位性は、「社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する」という当社理念を共有する**創造力と実行力を兼ね備えた多彩な人財**によって発揮

## 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

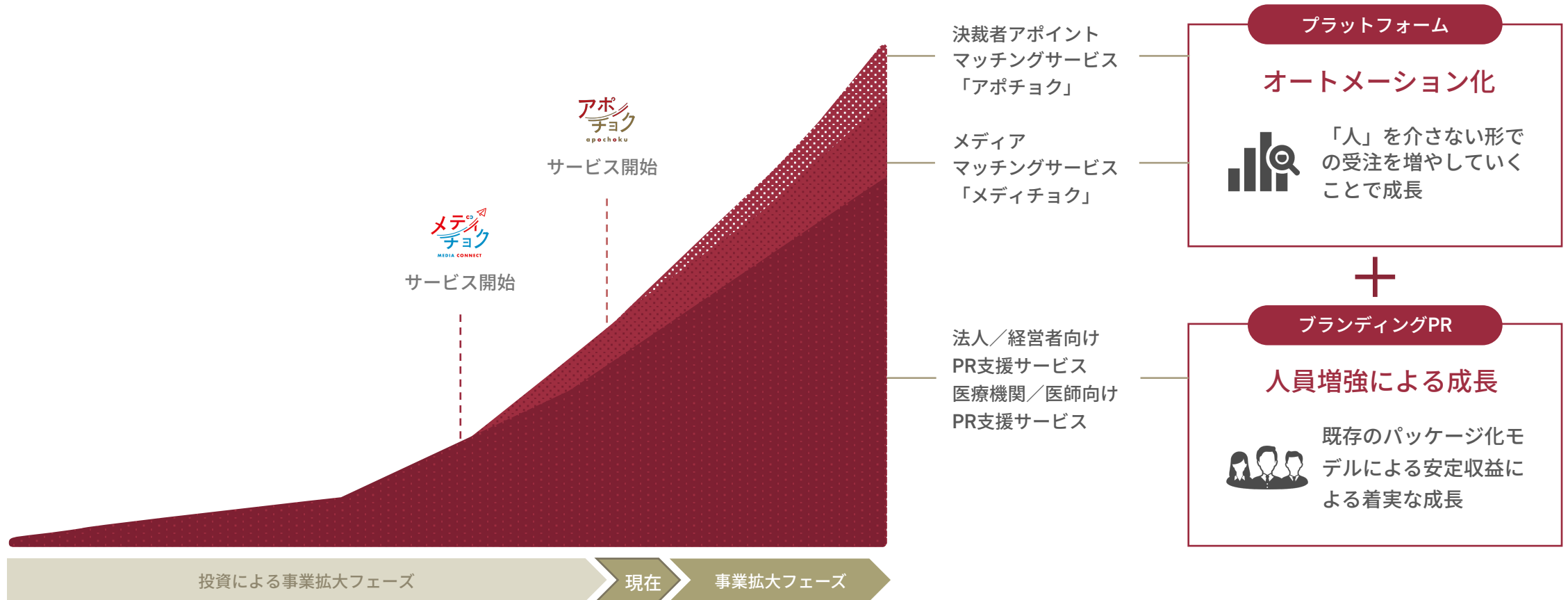
- WEBマニュアル
- アカデミー教育
- テキストマニュアル
- カリキュラム

## 営業1名あたりが担当できるクライアント数

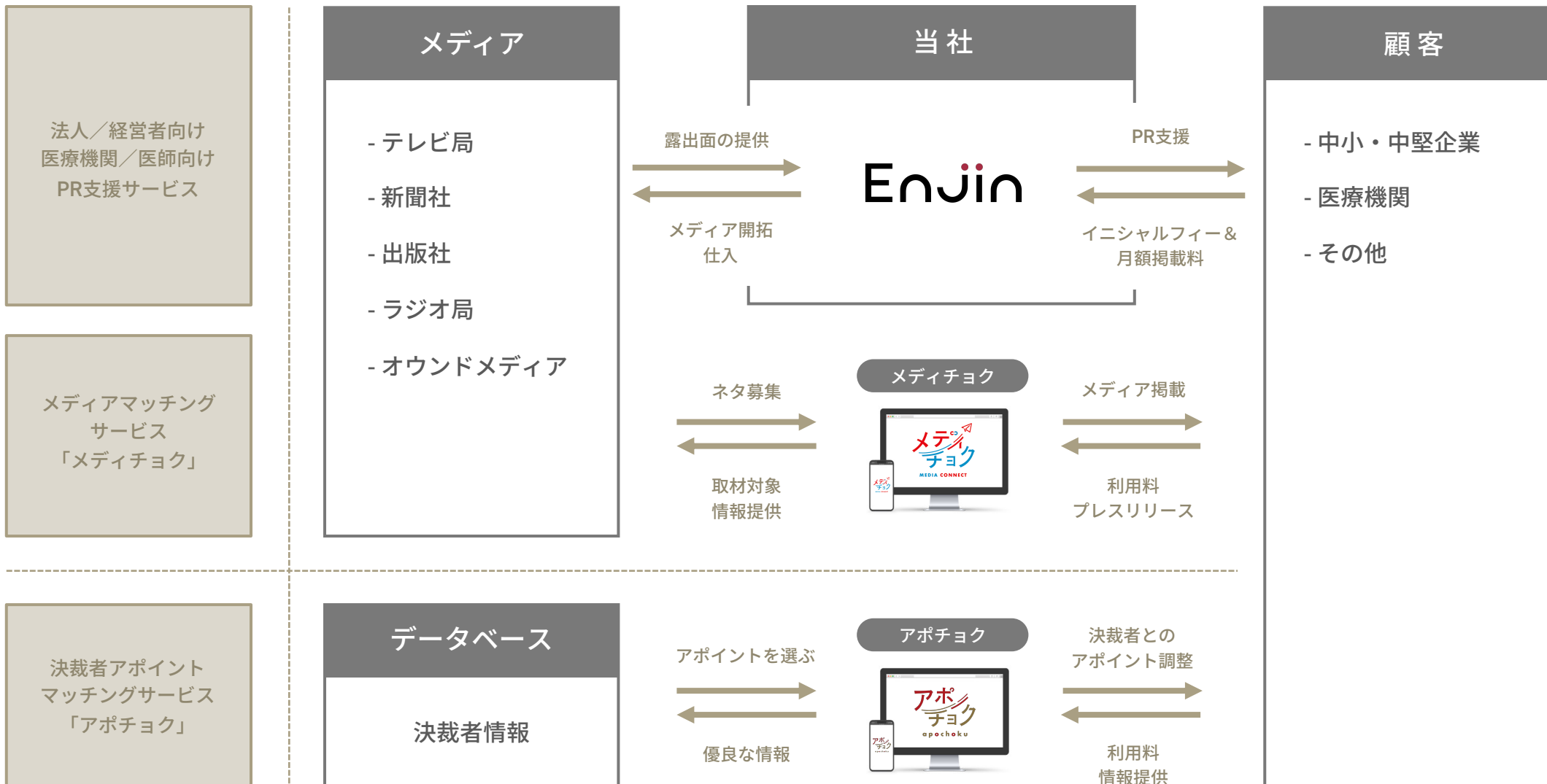
仕組化により工数を可能な限り削減。



## 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

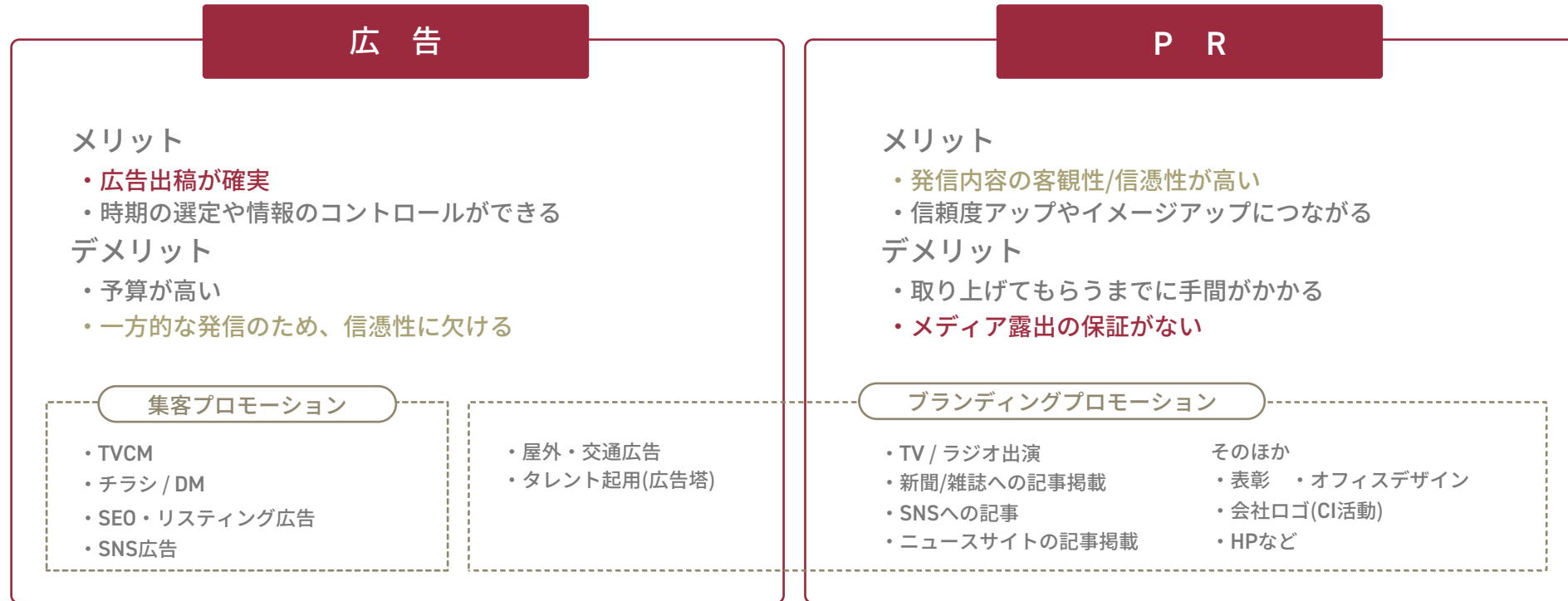


# ビジネスモデル



## 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。