

2022年12月期 第1四半期 決算説明資料

2022年5月

株式会社エフ・コード
(東証グロース：9211)



目次

1 会社概要・ハイライト

2 2022年12月期 第1四半期 決算概要

3 市場環境・成長戦略

Appendix

目次

1 会社概要・ハイライト

2 2022年12月期 第1四半期 決算概要

3 市場環境・成長戦略

Appendix

社名	株式会社エフ・コード [英語名：f-code Inc.]																
代表者	代表取締役社長 工藤 勉																
設立年月	2006年3月																
本社所在地	東京都新宿区市谷八幡町2-1 DS市ヶ谷ビル 5F																
資本金	263,592千円（2022年3月末）																
役員構成	<table><tr><td>■ 代表取締役社長</td><td>工藤 勉</td><td>■ 取締役（社外）</td><td>雨宮 玲於奈</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>荒井 裕希</td><td>■ 監査役（常勤・社外）</td><td>今村 元太</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>山崎 晋一</td><td>■ 監査役（非常勤・社外）</td><td>梅澤 康二</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>平井 隆仁</td><td>■ 監査役（非常勤）</td><td>山岡 佑</td></tr></table>	■ 代表取締役社長	工藤 勉	■ 取締役（社外）	雨宮 玲於奈	■ 取締役	荒井 裕希	■ 監査役（常勤・社外）	今村 元太	■ 取締役	山崎 晋一	■ 監査役（非常勤・社外）	梅澤 康二	■ 取締役	平井 隆仁	■ 監査役（非常勤）	山岡 佑
■ 代表取締役社長	工藤 勉	■ 取締役（社外）	雨宮 玲於奈														
■ 取締役	荒井 裕希	■ 監査役（常勤・社外）	今村 元太														
■ 取締役	山崎 晋一	■ 監査役（非常勤・社外）	梅澤 康二														
■ 取締役	平井 隆仁	■ 監査役（非常勤）	山岡 佑														
事業内容	「CODE Marketing Cloud」等のCX向上SaaSの提供 DX戦略設計・実行支援、デジタルマーケティング支援																
総資産	1,054,005千円（2022年3月末）																

OUR MISSION

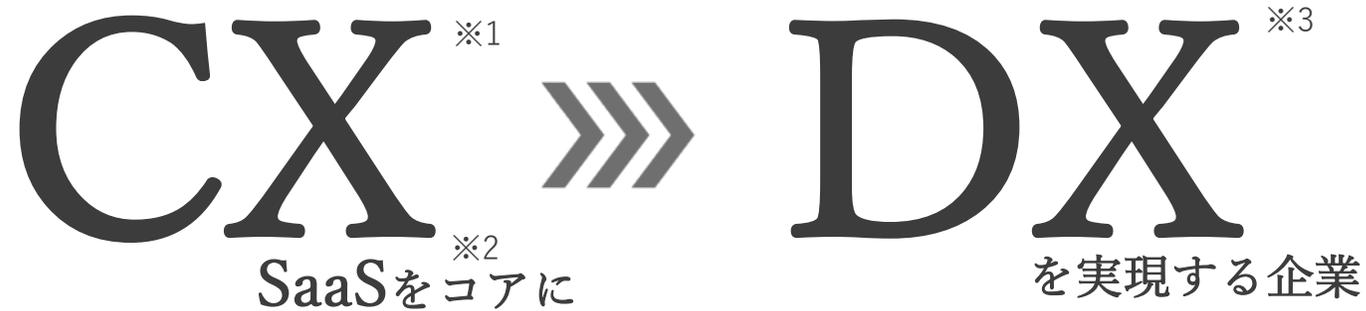
マーケティングテクノロジーで 世界を豊かに

進化し続けるデジタルテクノロジーとマーケティングノウハウ

デジタル時代では、経営の根幹でのデジタル技術活用が企業の盛衰を分けます
それにも関わらず、未だ多くの企業ではDXの推進度合には差が見られ
その差が企業間の競争力に大きな影響を与えています

我々エフコードは、企業の立地も業種も問わず
最先端のデジタルテクノロジーを駆使し、マーケティング革新に寄与することで
日本そして世界の企業においてDXを推進し、ミッションを実現して参ります

私たちは長年に渡って培ったCX領域のSaaSとデータ・知見をコアとして
広範なデジタルサービスを展開することでお客様のDXを実現する企業



サービスの概要

①様々なユーザーデータを蓄積

②顧客課題に即して解析

③顧客に最適なサービス・ソリューションを提供

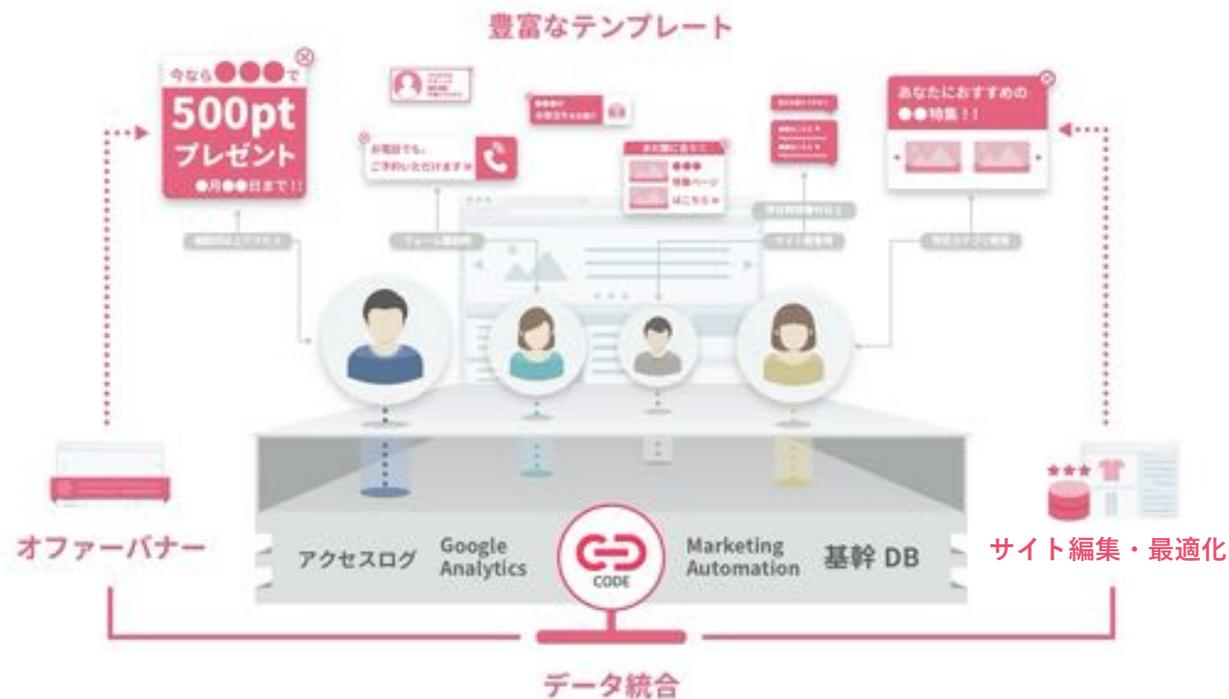


※1 Customer Experience (カスタマーエクスペリエンス) : webサイトや店舗体験など、企業から生活者が受け取る製品にまつわる全ての体験のこと

※2 Software as a Serviceの略で、「サース」または「サーズ」と呼び、ベンダーが提供するクラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネット経由してユーザーが利用できるサービスのこと

※3 Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション) : 企業のビジネスモデルや業務フローをデジタル化し非連続的な成長を図ること

CODE Marketing Cloudは、全てのデジタル上の顧客体験を変革する
サイト解析やMAデータと連携し、ユーザー1人1人に対し、個別最適化された異なる体験を提供する



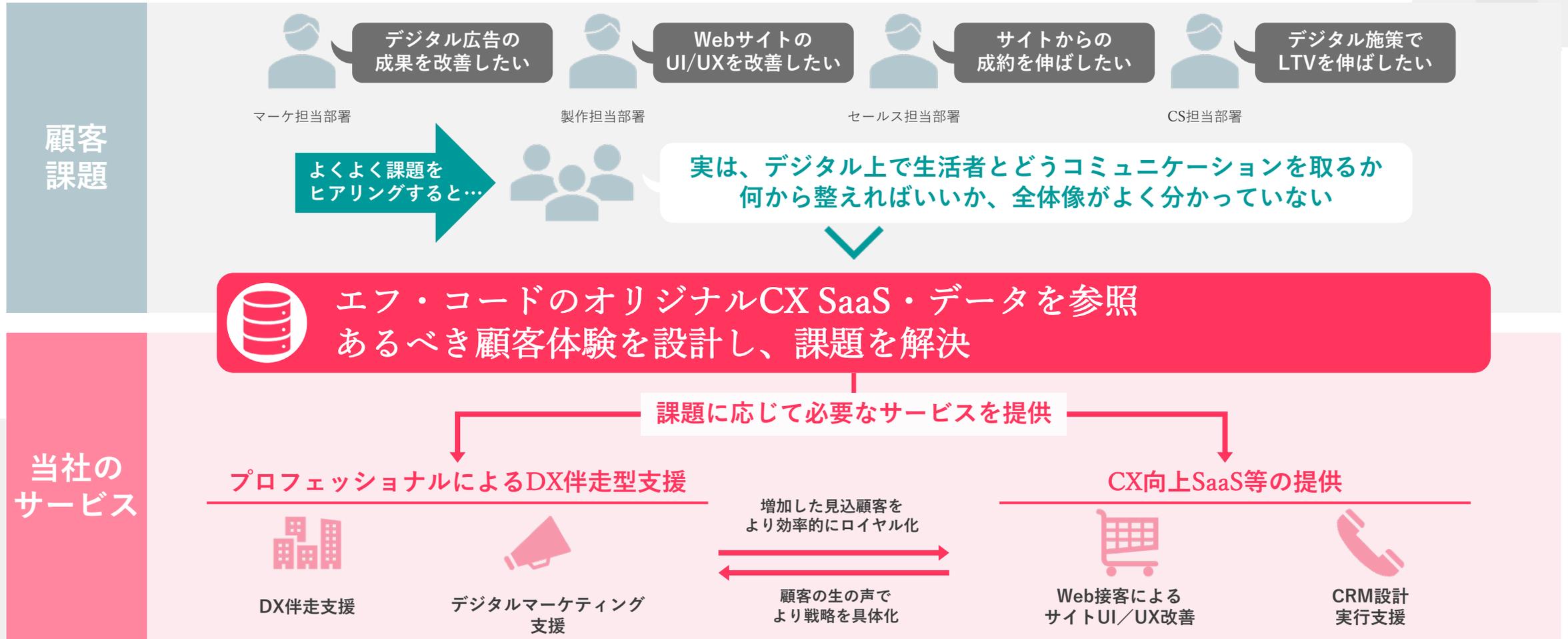
データを活用した顧客体験の改善・創造

行動履歴や志向性に応じた1to1コミュニケーションを提供、
より良い顧客体験を提供し、ロイヤリティの向上に寄与

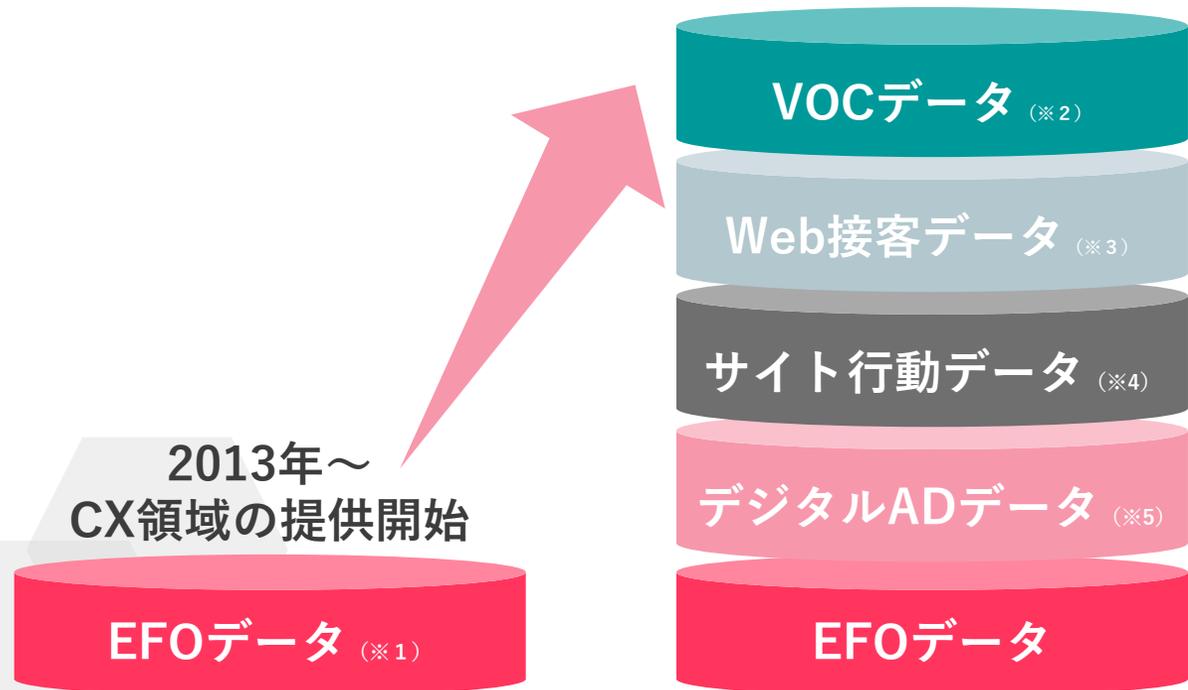
ユーザーデータの収集・統合

CODE自体で取得するサイト内の行動データをはじめ
解析ツールやMA、あるいは、顧客が蓄積してきた顧客情報を
利活用するために収集・統合

エフ・コードは長年培った業界別・課題別のCX SaaS及びデータを所有
複雑なDXニーズに対し、当該データによるワンストップなサービス提供を強みに成長してきた



2021年現在 CXに係る 多様なデータを完備



累計社数

1,000社超



アカウント数

3,000件超

デジタルの黎明期より CXの専門家として解析・ノウハウを蓄積

スマートフォンの普及が本格化し、PCだけでなく日常生活のあらゆるシーンでデジタル上の顧客体験が発生し始めた頃。その頃から、サイトの最深部である「フォーム」の重要性に着目しCX改善を続けてきた。その後、ソリューション領域は拡大し続け、認知から獲得まで、あらゆる種類のノウハウを完備するまでに。

※1 Entry Form Optimization (エントリーフォーム最適化)：購入等のフォームのユーザービリティを改善する活動やデータのこと
※2 Voice of customer (ヴォイスオブカスタマー)：顧客(お客様)の声や顧客の見方のこと
※3 Web接客データ：CODE Marketing Cloudに収集されるユーザーのWebサイト上での行動・Web接客への反応等のデータのこと
※4 サイト行動データ：顧客企業のWebサイト上で収集されるユーザーのWebサイト上での行動データのこと
※5 デジタルADデータ：デジタル広告の配信に対するユーザーの閲覧・クリック・コンバージョン等のデータ

各個別のサービス領域の提供プレイヤーは存在するも、事業主側のディレクション負担が増大
DX全体を主体的に推進しうる人材の不足によって
各領域をワンストップで推進しうるサービス提供プレイヤーの必要性が増大している

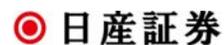


f-code

フォーム等のサイト階層の深いデータを起点に
「実購入に近い」マーケティングがワンストップで提供可能

主要取引先実績

多種多様な業種及び業態のお取引様との取引実績があり、今後も取引の拡大を目指す



2022年12月期 1Q業績

前年同期比で**増収増益**、業績予想進捗も**良好**

- 売上高：229百万円（前年同期比：+52.7%）
- EBITDA※：66百万円（前年同期比：+74.3%）
- 営業利益：62百万円（前年同期比：+68.5%）
- 売上総利益率 60.9%、営業利益率 27.4%

2022年12月期 通期業績予想の修正

1Q業績及び事業譲受の影響を勘案し、通期業績予想を**上方修正**

- 売上高：959百万円（前回差額：+100百万円）
- EBITDA※：210百万円（前回差額：+33百万円）
- 営業利益：180百万円（前回差額：+13百万円）

市場環境 成長戦略

既存事業における事業成長に加え、**M&A**により成長加速

- DX・デジタルコンサルティング市場は継続的に成長
- 特にBtoBのDXニーズが急速に拡大
- 既存事業への投資に加え、M&Aも積極的に活用し成長を加速

※：EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費等

目次

1 会社概要・ハイライト

2 2022年12月期 第1四半期 決算概要

3 市場環境・成長戦略

Appendix

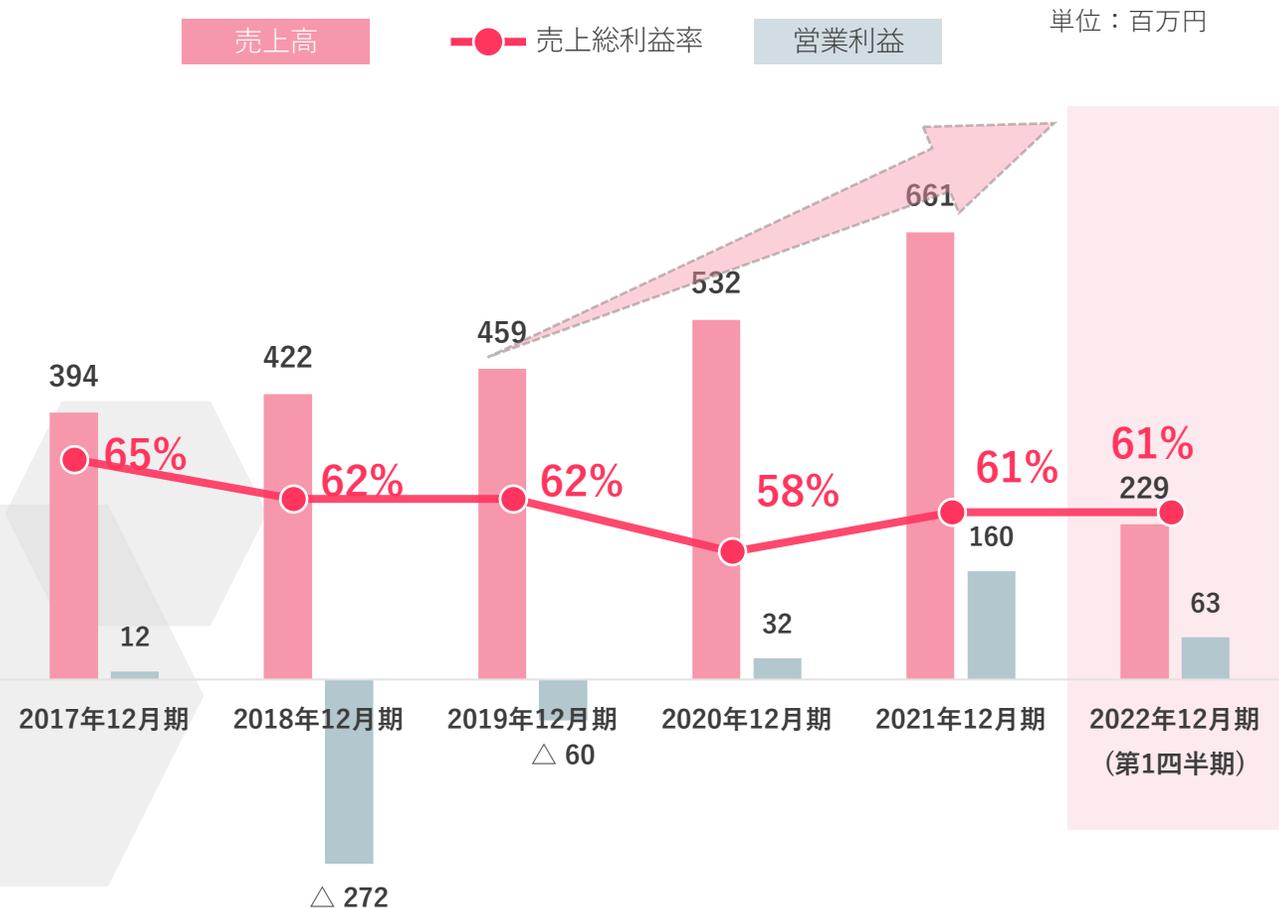
顧客数の増加及び顧客単価の上昇に伴い売上高が前年同期比 +52.7%の増加
同様に **EBITDA**が前期比+74.3%、**営業利益**が前期比 +68.5%の増加

(単位：百万円)	2021年12月期 第1四半期	2022年12月期 第1四半期	前期比
売上高	150	229	+ 52.7%
売上総利益	94	139	+ 48.3%
EBITDA	38	66	+ 74.3%
営業利益	37	62	+ 68.5%
経常利益	37	61	+ 64.9%
当期純利益	35	64	+ 81.0%

業績：売上高及び利益額の推移

継続型取引による売上高の積み上げに伴い着実に増収傾向を維持
売上総利益率は安定的に推移、売上規模拡大に伴い利益獲得フェーズに入っている

売上高／利益額の推移



売上総利益率

60.9%

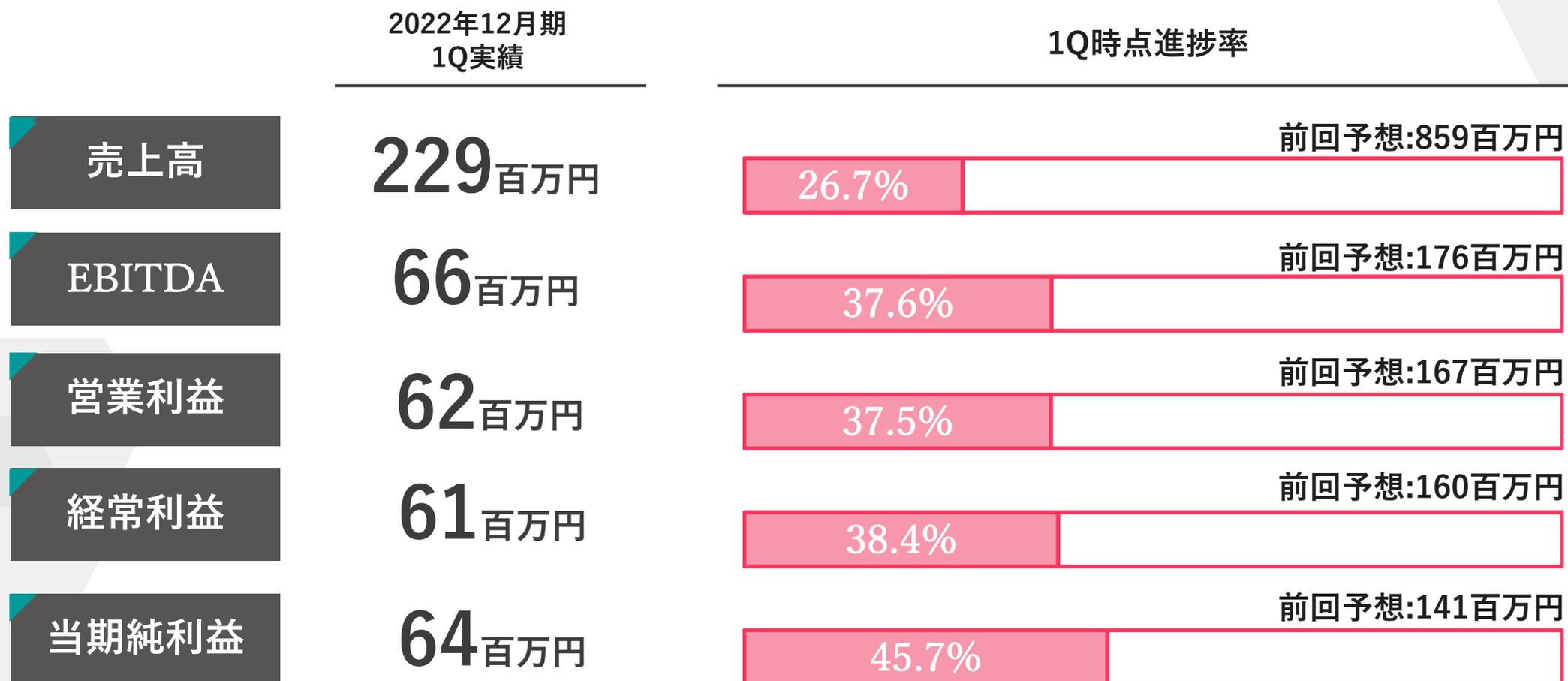
営業利益率

27.4%

堅調に事業を拡大し、前期は増収増益にて着地
当期においても増収増益を目指す

売上総利益は高水準を安定的に維持できており
営業利益のボラティリティは開発費投資等の販管費変動が主因となる

顧客数の増加及び顧客単価の上昇に伴い、第1四半期末時点で売上および各段階利益25%を超える良好な進捗
当四半期における業績進捗と事業譲受の影響を踏まえ、通期業績予想を上方修正(後述)



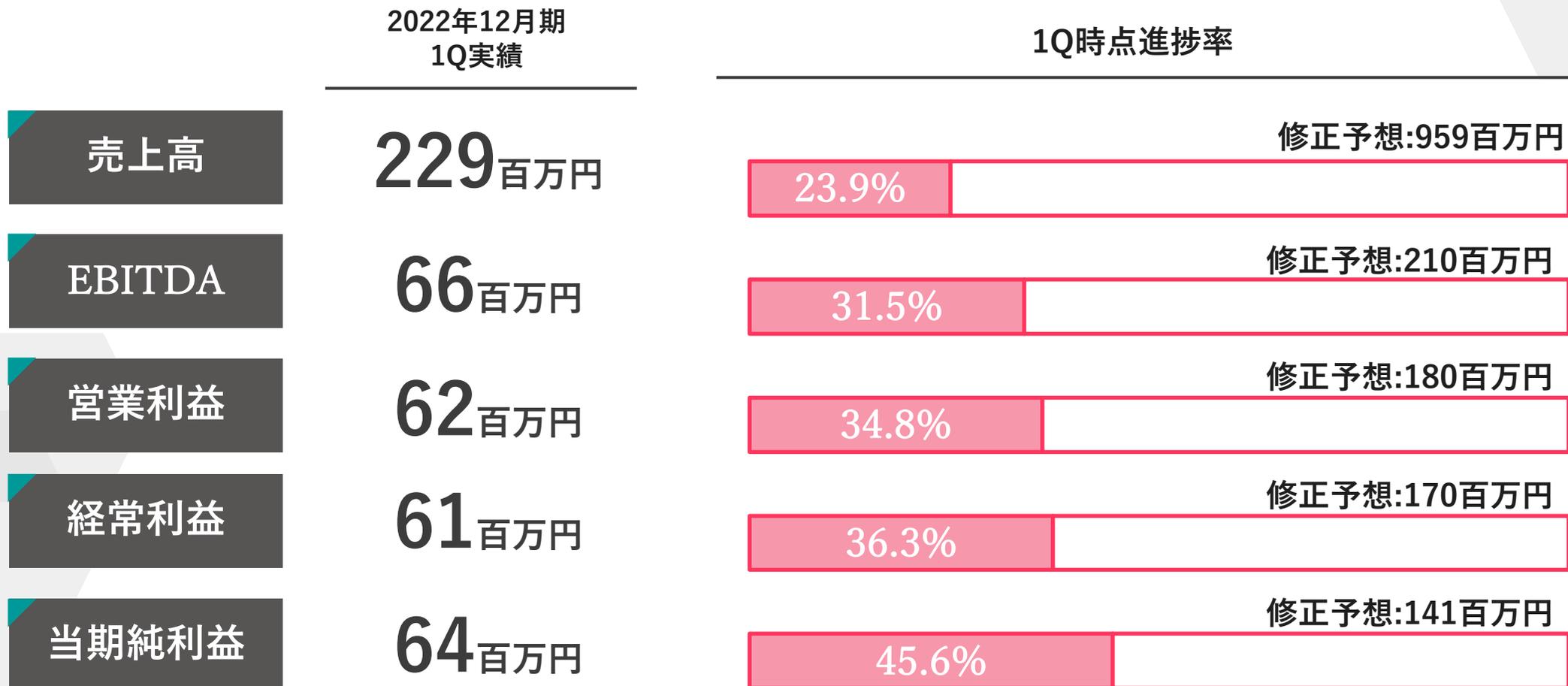
事業譲受及び既存事業の成長により**10%以上の売上規模増加**が見込まれることから業績予想を上方修正
売上増加に伴う獲得利益は事業への投資及び今後のM&A実施のための先行投資を予定

(単位：百万円)	2022年12月期 前回業績予想	2022年12月期 修正業績予想	差額
売上高	859	959	+100
EBITDA	176	210	+33
営業利益	167	180	+13
経常利益	160	170	+9
当期純利益	141	141 [※]	+0

※ 2022年7月の本社移転により移転損失費用12百万円程度が特別損失として発生することを見込んでおります。

2022年12月期 修正通期業績予想進捗 (第1四半期時点)

修正後の業績予想に対しては売上高を除く各段階利益は25%を超える進捗
売上高に関しては事業譲受の影響等により十分達成が可能な水準
獲得した利益の一部を事業投資(開発・採用・マーケティング)とM&A予算(各種DD費用等)へ投下予定



主要KPI：顧客数、顧客単価実績の推移

主要KPIとして顧客数・顧客あたり平均単価・売上総利益率を管理し、それぞれの良化を目指す
特にDXニーズ拡大や独自の強みを起点に顧客数の増加及び平均単価の上昇を志向する

売上高

KPI

顧客数



顧客あたり
平均単価



売上総利益率

直近60%程度
で推移

方針

- 高まるDXニーズの取込
- 首都圏/大企業事例から成長性のある地方中堅企業やBtoB企業のデジタルシフトニーズのキャッチ
- 営業体制の拡充

- 複数サービスの提供/複数サイトでの導入
- ワンストップでのサービス提供

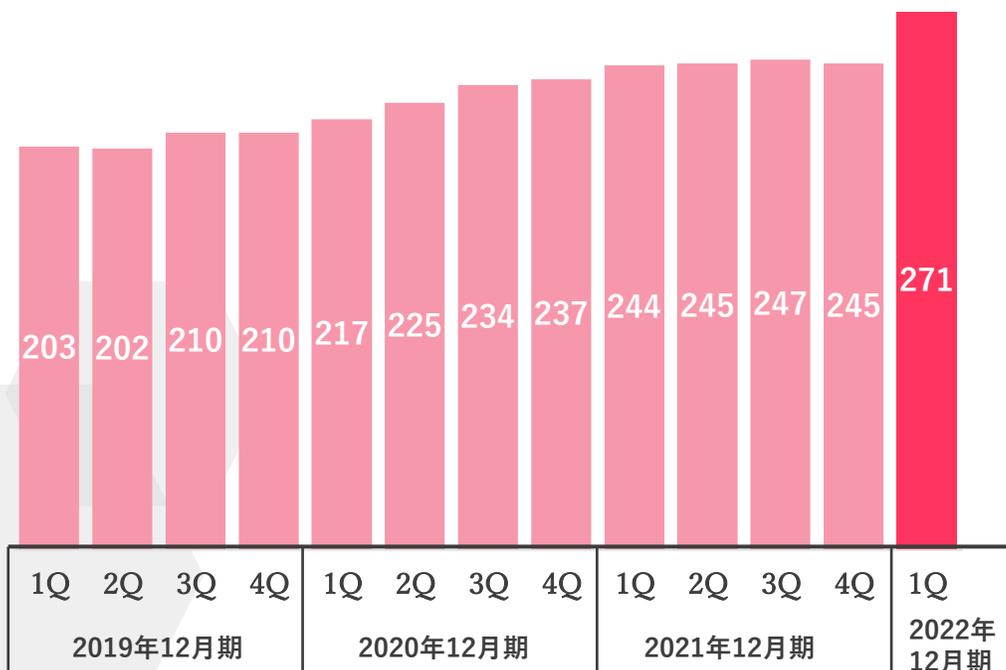
- 人材獲得/教育による外注比率の低減
- 売上規模増加に伴う原価低減

主要KPI：顧客数、顧客単価実績の推移

売上高の構成要素、顧客数・単価はともに上昇トレンドを継続している

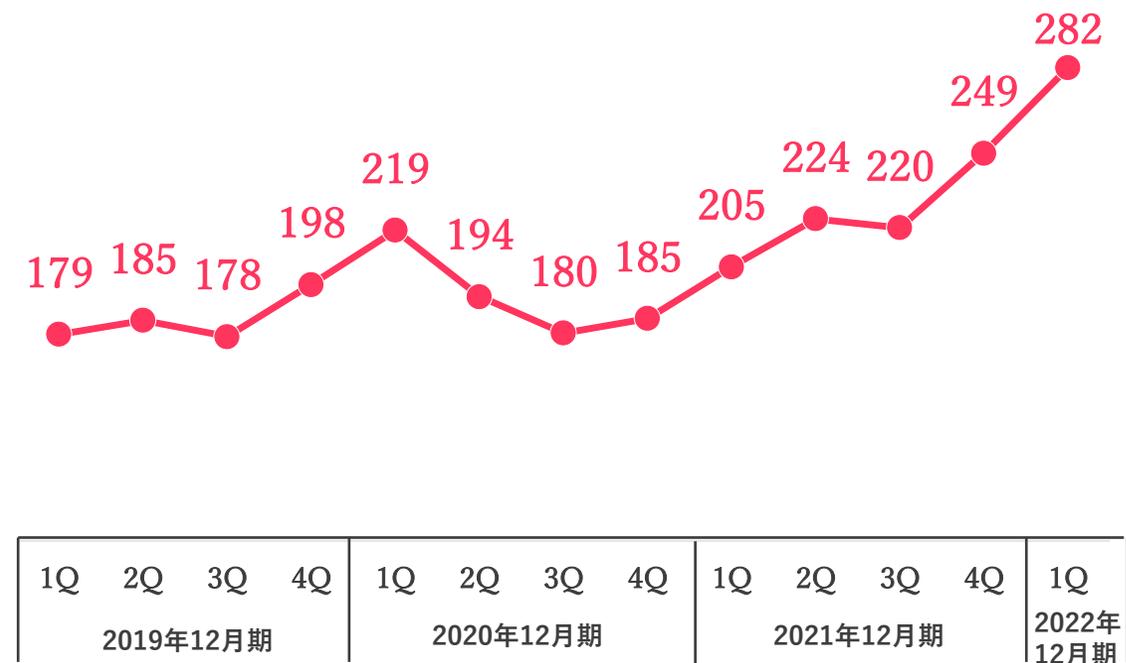
月次平均顧客数 (※1)

単位：社数



月次平均顧客単価 (※2)

単位：千円



※1 四半期ごとの平均月次顧客数

※2 四半期売上高を上記月次平均顧客数で除し、更に四半期月数である3で除した金額

目次

1

会社概要・ハイライト

2

2022年12月期 第1四半期 決算概要

3

市場環境・成長戦略

Appendix

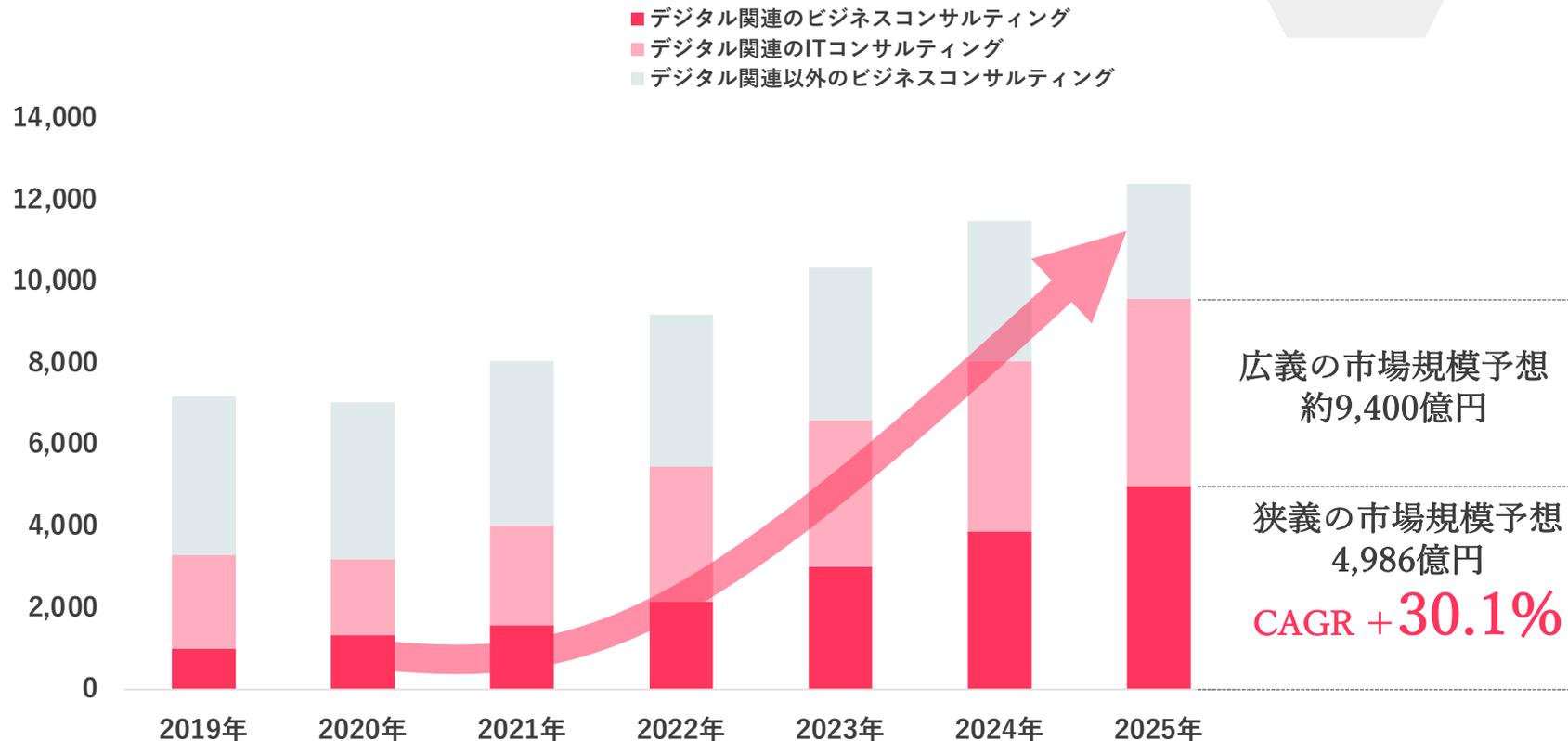
デジタル関連ビジネスコンサルティング及びITコンサルティング市場は当面高成長が期待される領域
世界的な新型コロナ禍拡大により、DXニーズは更に加速している状況

DX市場の成長性

単位：億円



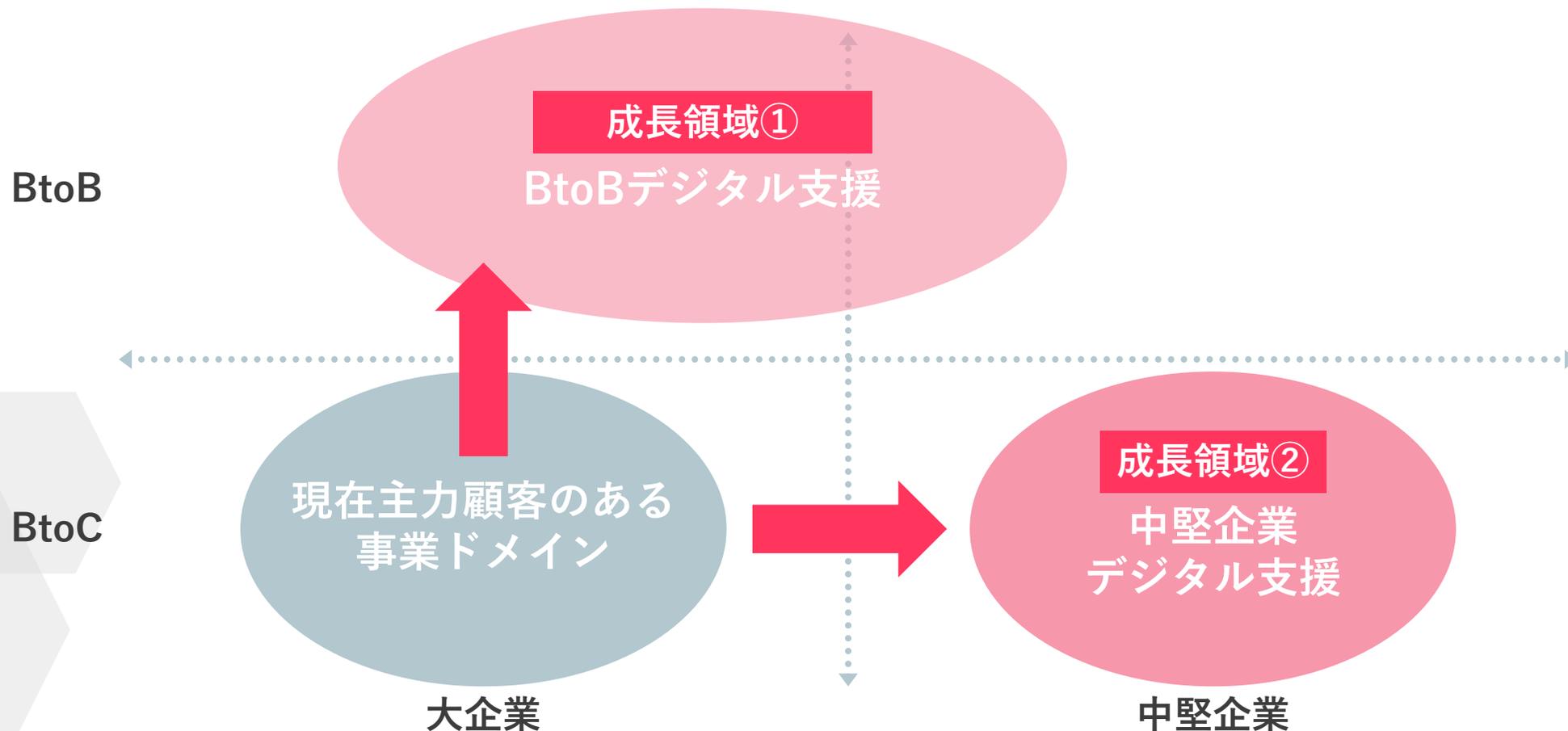
デジタル関連コンサルティング市場規模と成長性



(出所) 富士キメラ総研(2020年)「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

(出所) IDCJapan：国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年

現在の中心顧客を占める首都圏の大企業B2C支援を通じて培ったノウハウを強みに
BtoB領域や中堅企業へと販路を広げていくシナリオを予定している



成長著しいDX領域においても、特にBtoB領域は継続的に拡大する市場
当該領域の伸びが当社事業加速の一端を担っており、今後も注力すべき領域の一つ

BtoB企業のDX化ニーズ加速

背景

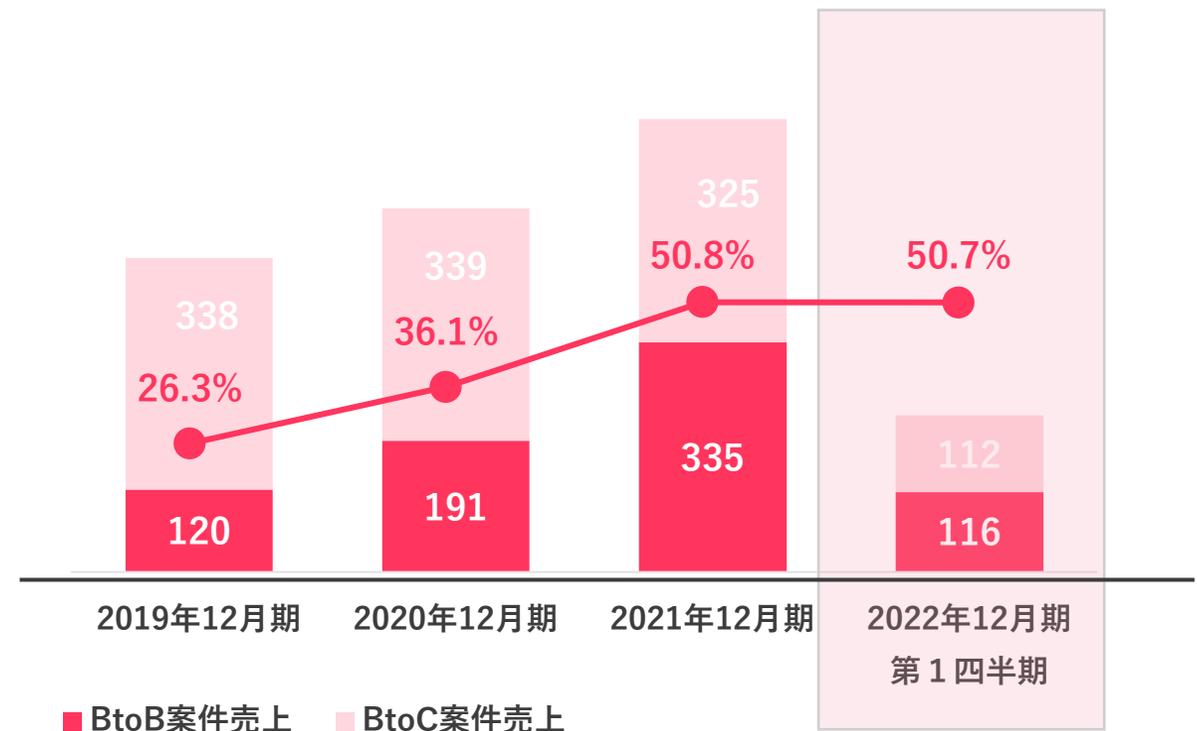
- コロナ禍による展示会、訪問営業等の従来型の営業手法に制約が課され、インサイドセールス中心へ移行
- 営業活動の見える化が進む結果
訪問型営業よりも事前マーケティングプロセスの重要性が浮き彫りに



BtoB企業の
セールス／マーケティング領域の
デジタル化が急速に進展

BtoB・BtoC案件別売上内訳 及び BtoB売上比率の推移

単位：百万円



※ 過年度に遡り、代理店売上を案件ベースで調整した数値を公表しております

成長性の高いDX市場ではあるが、企業規模によりニーズや予算規模は多岐にわたる
「投資予算があり市場性もある」中堅企業市場をホワイトスペースとして重点攻略を図る

地方・中堅企業のDX推進

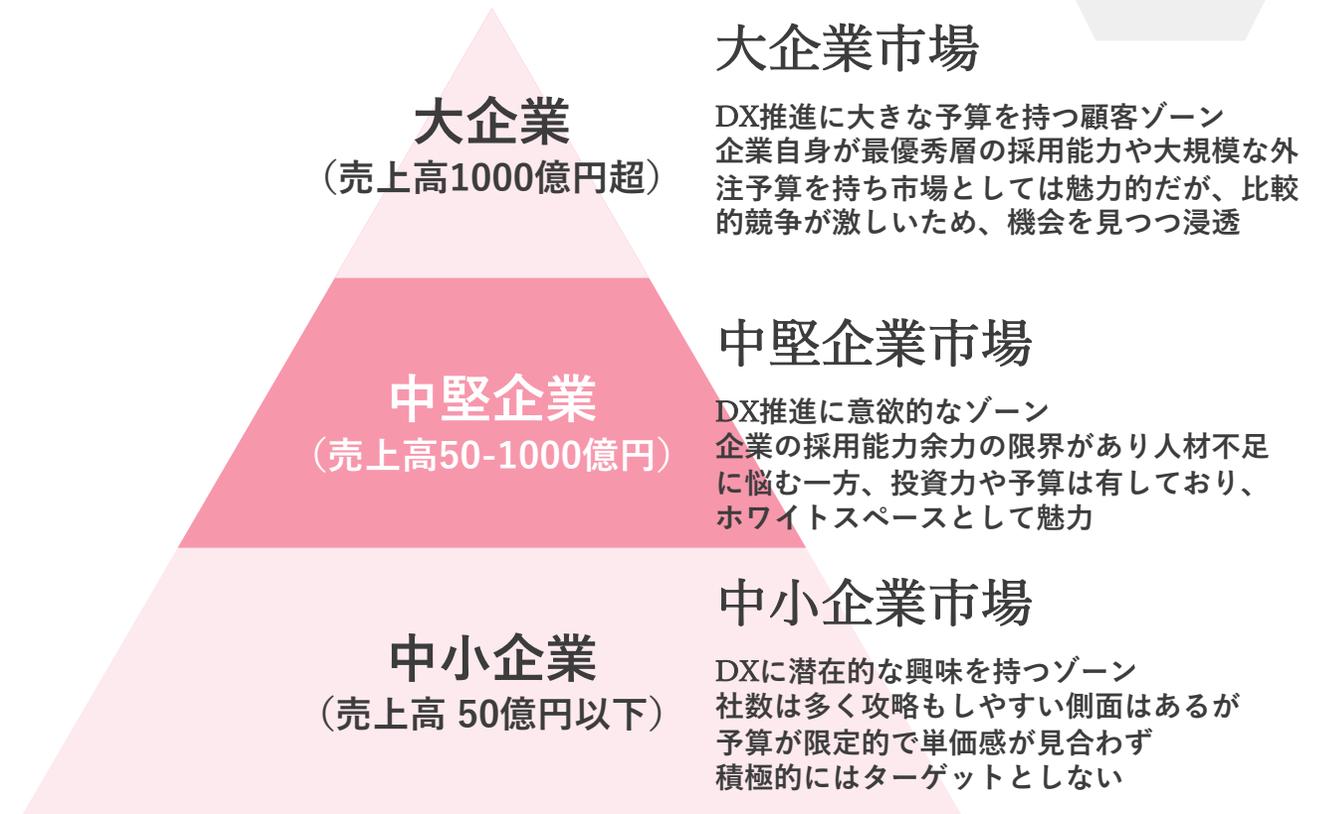
背景

- 首都圏/大企業におけるDXに関するノウハウ/ベストプラクティスの醸成
- DX推進を支援する各種クラウド型サービスの台頭
- 地方中堅企業におけるDX推進の遅れ
- コロナ禍におけるDXニーズの高まり



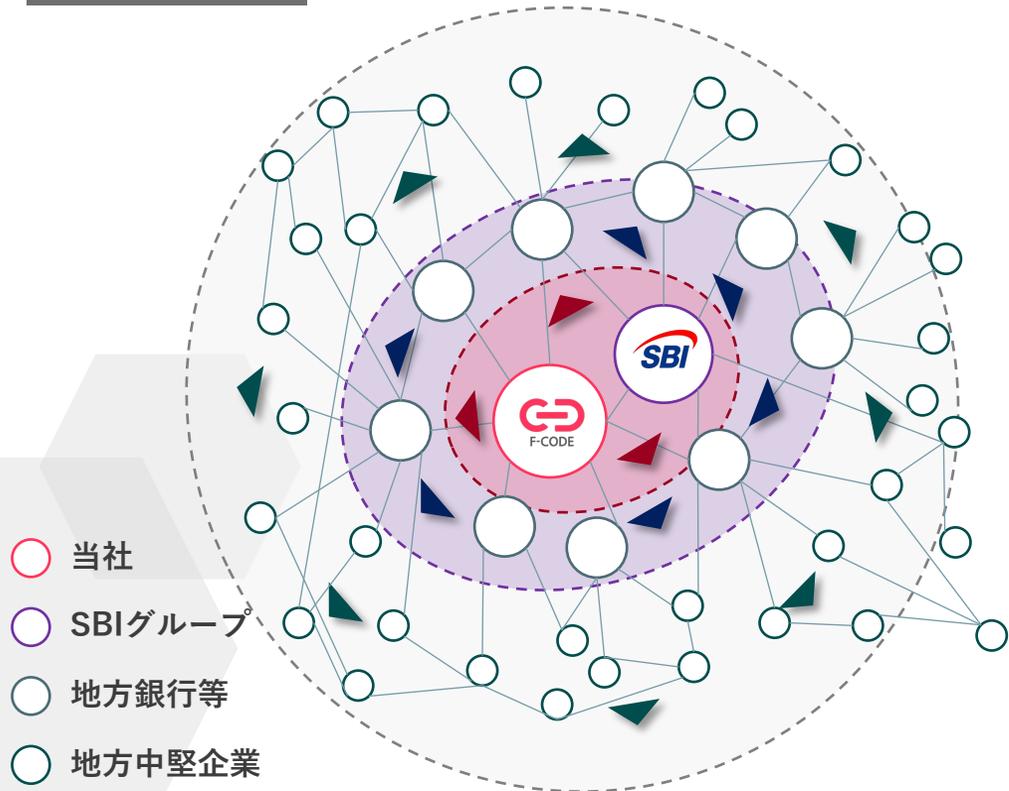
地方／中堅企業でも
急速にDX推進の裾野が
広がると想定

市場のホワイトスペース



中堅企業は「地方名門企業」として金融機関との結びつきが非常に強い
事業成長による融資拡大を望む地方銀行等とのアライアンスにより
地方銀行様自体へのDXサービス提供も含め、中堅名門企業攻略を強化していく

提携拡大のイメージ



SBIグループとの パートナーシップ

多数の地方金融機関とのパイプラインを
お持ちのSBIグループとの業務提携により
地方金融機関のDXCX改善に本格的に着手

SBIホールディングスとエフ・コード、 包括的業務提携に関するお知らせ

企業のデジタルマーケティングを中心としたデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）支援及び顧客体験最適化支援（以下、CX）を行う株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、以下、エフ・コード）は、このたびSBIホールディングス株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：北尾 吉孝、以下SBIホールディングス）と包括的業務提携契約を締結いたしました。これにより、SBIホールディングスおよびSBIグループ、ならびに当社が出資・業務提携する地方銀行等に、デジタルマーケティングを中心としたDXとCX最適化を推進していくことを発表いたします。



地方銀行の DX支援と業務提携

地方銀行等の金融機関様
ご自身のDX化をご支援していくとともに
その融資先へのDX拡大へとつなげ
地方中堅企業様へサービス展開

島根銀行とエフ・コード、CX改善に 関する業務提携に関するお知らせ

企業のデジタルマーケティングを中心としたデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）支援及び顧客体験最適化支援（以下、CX）を行う株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、以下、エフ・コード）は、このたび株式会社島根銀行（本店：島根県松江市、取締役頭取：鈴木 良夫、以下島根銀行）と、CX改善に関する業務提携契約を締結いたしました。これにより、島根銀行、ならびに当該銀行の法人のお客様にCX最適化を推進していくことを発表いたします。



当社のM&A戦略について

既存事業の拡大に加え、M&A活用によりプロダクト・データ・人材の充実を図り、事業成長加速を目指す当社が得意とするCX領域を中心に、シナジーのある上流及び下流のマーケティングソリューションを強化

当社M&A投資の概要

目的

- 提供プロダクト及び取得データ拡充による顧客価値の増大
- クロスセルによる業績貢献
- 優秀な人材の獲得

原資

手元現預金及び金融機関による借入、その他案件規模によってはエクイティ調達スキームも柔軟に検討
なお、原則黒字企業/事業を一定のEBITDA倍率で買収する想定

対象領域

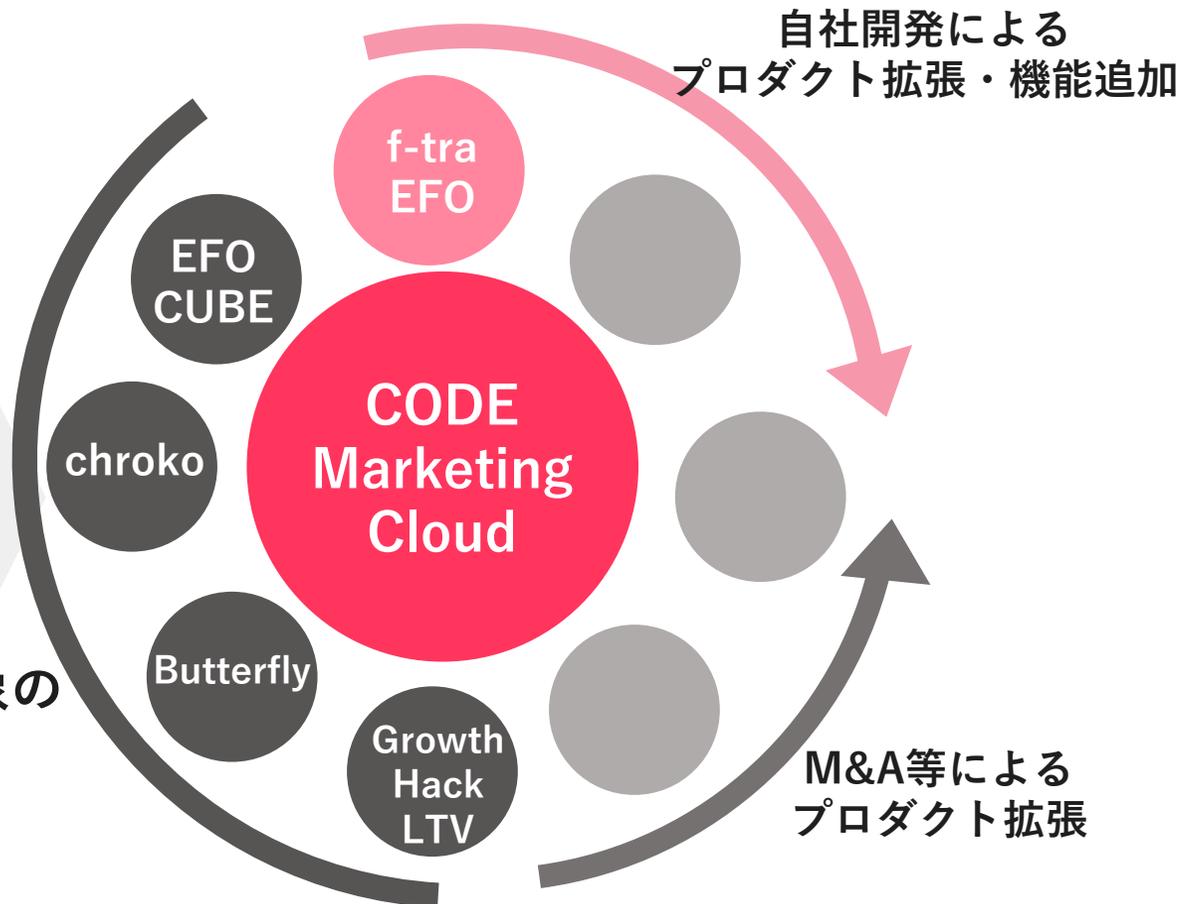
当社事業とシナジーの有る下記領域を中心に検討

- マーケティングSaaS領域
- デジタルマーケティング領域
- セールス支援領域

株式会社コミクスが運営するSaaS事業の譲受について

2022年2月28日に株式会社コミクスが運営するSaaS事業の譲受を実施、3月から当社による事業運営が開始
M&Aの実施による製品の獲得を通じて、顧客ニーズへの対応力強化と製品シナジーの発揮を志向する

CODE製品群拡張イメージ



譲受事業の経営成績

売上高

約84百万円

売上総利益

約79百万円

※ 売上・売上総利益いずれも2020年9月～2021年6月の10ヶ月分の経営成績を記載しております

本件取引の主なメリット

- ・ 提供製品及びサービスの拡大
- ・ CXデータの質および量の強化
- ・ 当社既存顧客への買収事業の提供
- ・ 買収事業の顧客への当社既存サービスの提供

今回譲受対象の
SaaS事業

目次

1 会社概要・ハイライト

2 2022年12月期 第1四半期 決算概要

3 市場環境・成長戦略

Appendix

貸借対照表

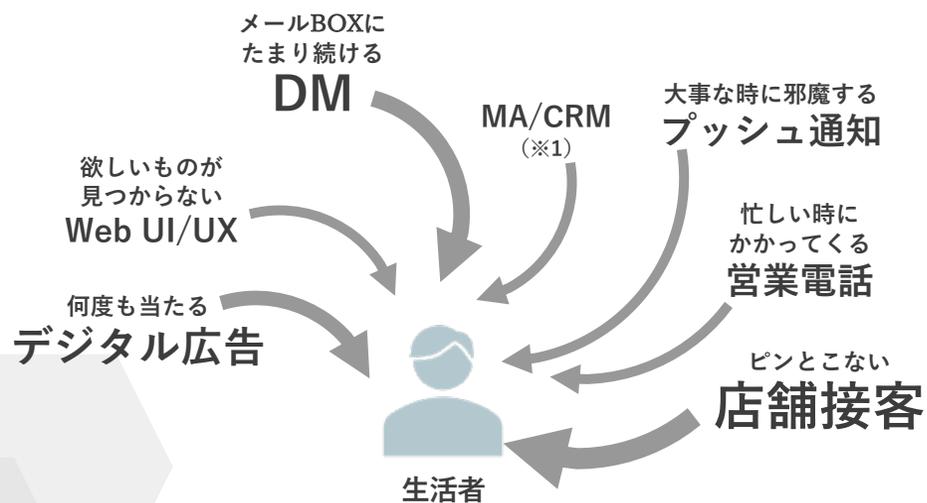
(単位：百万円)	前期末 (2021年12月末)	当四半期末 (2022年3月末)	前期比
流動資産	752	723	△ 3.8%
現金及び預金	601	504	△ 16.2%
固定資産	90	330	+ 264.1%
総資産	843	1,054	+ 25.0%
流動負債	205	205	△ 0.1%
固定負債	145	248	+ 70.1%
純資産	491	600	+ 22.1%

損益計算書

(単位：百万円)	2020年12月期 第1四半期 (前年同四半期)	2021年12月期 第4四半期 (前四半期)	2022年12月期 第1四半期 (当四半期)	増減	
				前年同四半期比	前四半期比
売上高	150	182	229	+79	+46
売上総利益	94	101	139	+45	+37
売上総利益率	62.7%	55.7%	60.9%	△1.8%	+5.2%
販売費及び一般管理費	56	79	76	+19	△3
対売上高比率	37.9%	43.7%	33.5%	△4.4%	△10.2%
EBITDA	38	23	66	+28	+43
EBITDAマージン	25.4%	12.7%	29.0%	+3.6%	+16.3%
営業利益	37	21	62	+25	+40
営業利益率	24.8%	12.0%	27.4%	+2.6%	+15.4%
営業外収益	0	0	1	+0	+1
営業外費用	0	9	2	+2	△7
経常利益	37	12	61	+24	+49
特別利益	-	-	-	-	-
特別損失	-	-	-	-	-
当期純利益	35	15	64	+28	+49

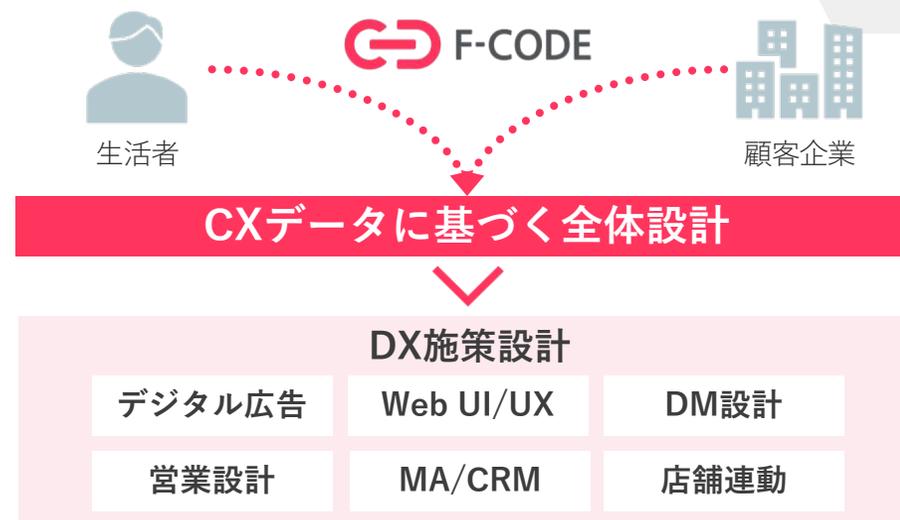
現在のDX推進は各領域に閉じた部分最適に陥りCXを損なうことも多い
これに対し**CX全体を設計し企業のDX推進を図る**サービスを提供

DX推進で頻発していること



様々なデジタル施策が乱立した結果生活者にとってはバラバラに各施策が届き **かえってCXを毀損すること**に

エフコードの提供するDX推進



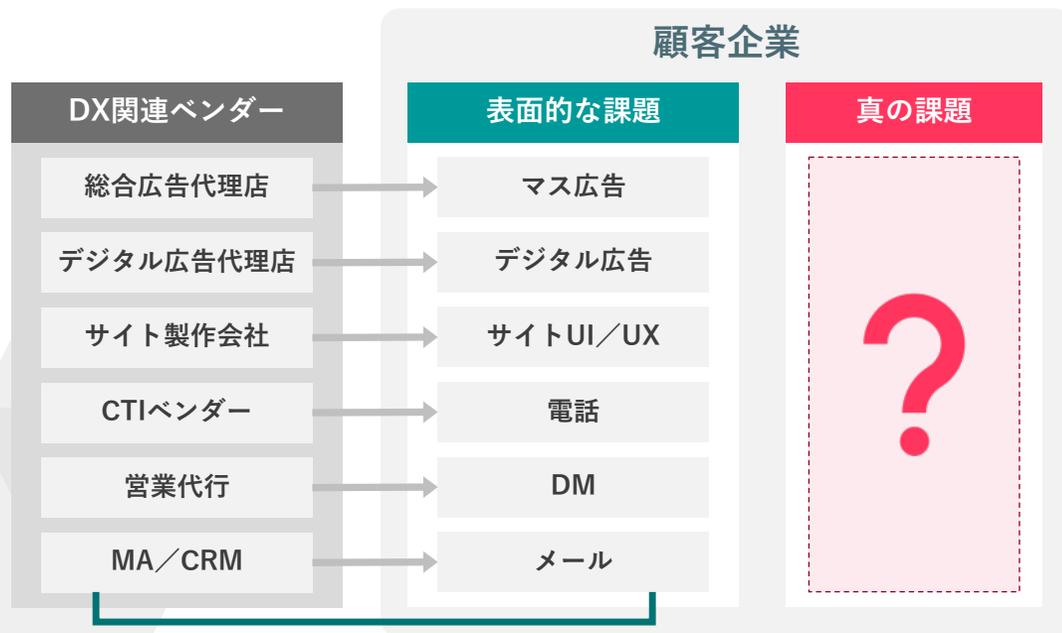
改めてCX観点に則って全施策を俯瞰
CXデザインを行った上でDXを俯瞰的にデザインする

※1 Marketing Automation (マーケティングオートメーション) : マーケティング活動を仕組み化すること / Customer Relationship Management (カスタマーリレーションシップマネジメント) : 顧客関係管理のこと

事業概要：他社主要DXサービスとの違い

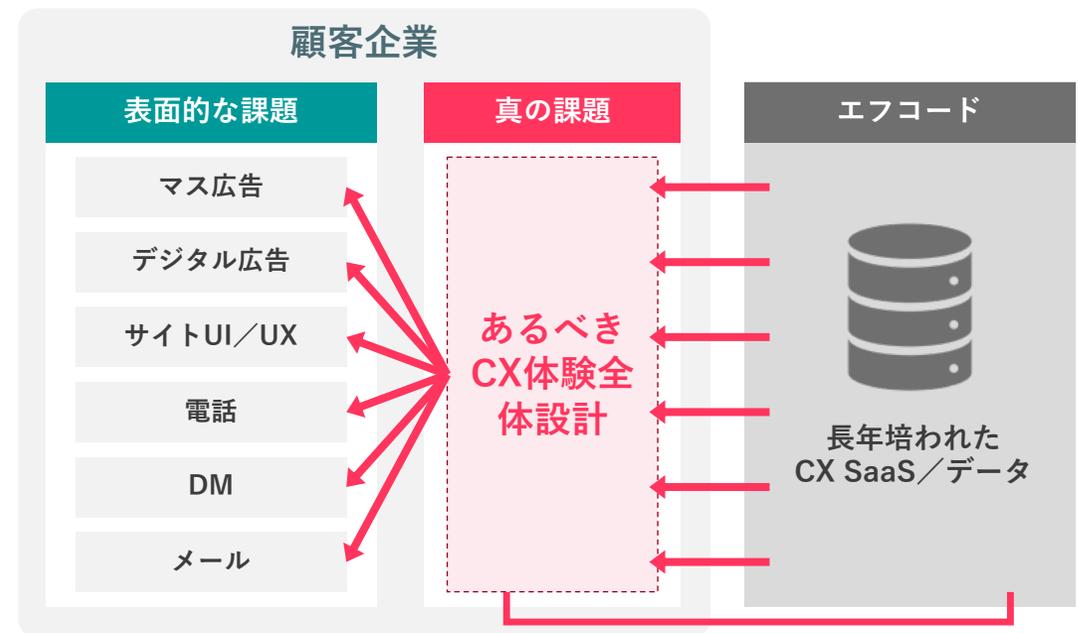
DX領域は顕在した課題領域が多種多様であるため、提供ベンダー等も多い
 他方で、真にCXを解析し多様な領域を横断してサービス提供の出来るプレイヤーは僅少
 当社は、まずCX体験を設計し、それに立脚してDXサービス提供を行うことで事業成長を実現

主要DXサービスの提供フロー



具体化・顕在化した課題に対する
個別のアプローチ

当社の提供フロー



DX全体を俯瞰し
あるべきCXからDX施策を設計



テーマ

資本調達間もないSaaSスタートアップ
事業成長を最大化するためのデジタル設計

概要

- 直近に大型資本調達に成功しているテックベンチャーのSaaS企業
- 調達資本をマーケティングに投下し、最速で事業成長を果たしたいが、専門性の高いBtoBツールのため、設計が難解

プロジェクトの進行



CX解析Tips：
BtoBのCX体験は、情報収集の担当者と、
決裁者の確認の2つの意図が存在。これらを
共に受け止める全体設計が重要。



マーケティング全体へ

サイト側で受け止められる来訪者ニーズが多様化したことで、比較サイトやマスコミュニケーション等の裾野が拡大、成長速度が抜本的に加速。



CODEのサイト改善

CODEMarketingCloudを用い、来訪者の流入経路や属性に合わせ、ホワイトペーパーを出す層やツール資料を遡及する体験をサイト上に実現。



CXデータ・ノウハウ

BtoBでは担当者から決裁者まで、課題啓蒙～市場の基礎情報収集～具体的なツールの問い合わせに至るというフローから、比較資料整備等の必要性を見出す。



課題の具体化・再定義

クライアントは「決裁者からの直接問合せ」をKPIと設定し事業成長を設計。実際のツール導入は担当者から稟議過程を経るが、担当者対策観点が不足。



Step1 課題の深堀



Step2 CX体験の設計



Step3 サイト体験の改善



Step4 全体DX改善

f-codeを支える強み

累計1,000社を超す
圧倒的な
データベース

2013年のSaaS事業開始以来、10年近くに渡り
独自のCXデータを蓄積、他社に類を見ないDBを構成



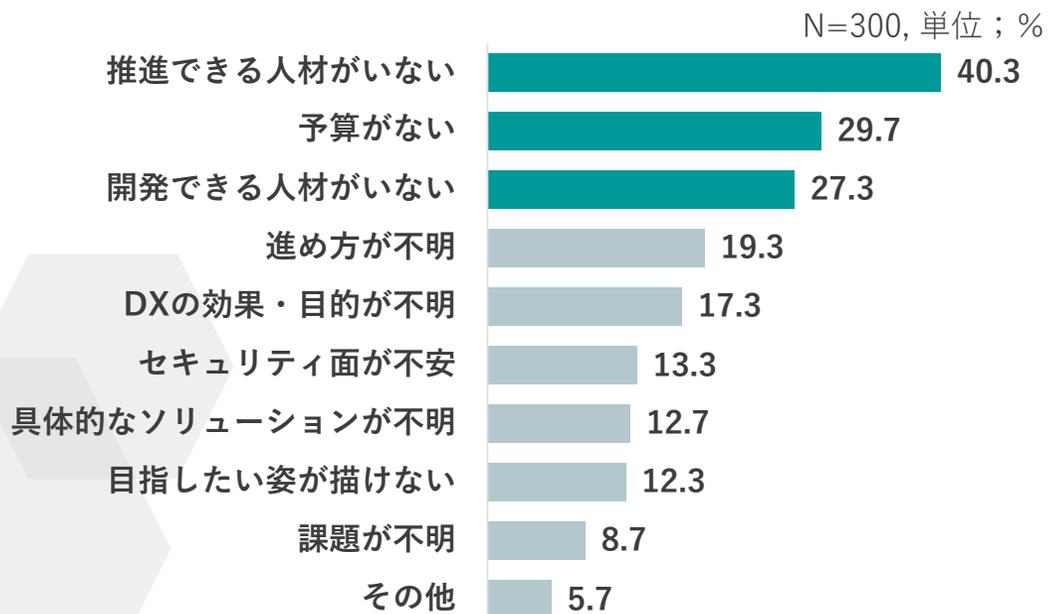
幅広い領域を設計可能な
デジタル人材の
再生産

デジタル領域の全般へ対応できる人材を輩出
他社提供可能な育成プログラムを有し人材を再生産

従前、DXニーズは市場に溢れているが、市場で提供されるサービスは各種個別施策が中心
各事業会社にとっては真にDXを統合し、推進する人材が慢性的に不足している状況

DX推進で課題と感じていること

Q DXを進めるにあたって課題と感じていることは何ですか。
(お答えはいくつでも)



現在の市場で必要とされる存在



DXを統合設計し
推進する人材が不足

DXの市場は需要に恵まれる一方「人材不足」が深刻。当社は他社にも提供可能な「DX人材育成ノウハウ」を所有、早期に各人員を戦力化し、高い労働生産性を実現している



15年かけて培われた DX人材育成ノウハウ



デジタル人材の早期育成



豊富なデータ



戦略型化BOOK



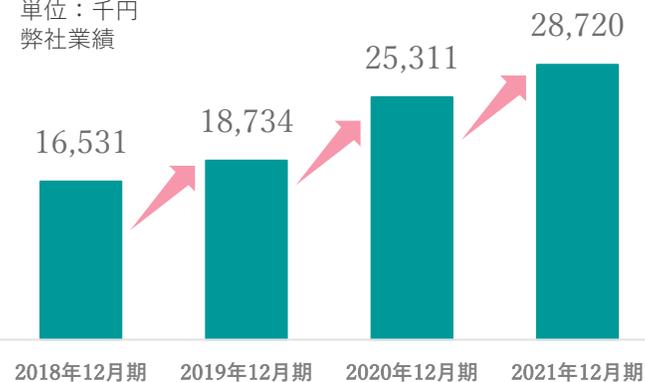
専門講師研修

自社参照可能なデータを豊富に持つことに加え、それらの実施内容のベストプラクティスをまとめた「戦略型化BOOK」としてノウハウ化。若手担当者でも熟練したコンサルタントの知見を参照できる。更に外部専門家を招いた研修も定期的実施し、自社の知見に偏り過ぎない幅広い観点を持った専門人材を育成。



1人当たり売上高の拡大

単位：千円
弊社業績



若手人材の育成により一人当たりの売上高は継続的に成長。早期戦力化するノウハウが完備されていることで経験年数に寄らず高難度・高付加価値のプロジェクト進行が可能に。それにより中堅以上の職員が若手教育に更にリソースを使用でき、教育効果の上昇する好循環が発生している。

※ 一人当たり売上高計算における参照人員数を期末人員数から期首・期末平均人員数に変更しております。

DX領域は真の課題に即した解決を目指すならば、多種多様な領域についての深い知見が必要
 当社は、確かなデータ基盤・ノウハウに加え、多くの領域でデータを使いこなす人材育成ノウハウを有する
 この点で他社と徹底的に差別化・幅広のサービス提供を可能としている



※1 Sales Force Automation (セールスフォースオートメーション)：営業支援システムのこと

本資料の取り扱いについて

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。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における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。このような将来予測に関する記述には、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。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、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、これらに限ら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、保証していません。