



2023年3月期

第1四半期決算説明資料

株式会社 コンフィデンス

証券コード：7374

INDEX

目次

01

P.3

エグゼクティブサマリー

Executive Summary

Appendix.1

P.20

ビジネスモデル・ 競争力の源泉・市場環境

Business model, Source of competitiveness
and Market environment

02

P. 6

当社の概要

Company Overview

Appendix.2

P. 30

成長戦略・ M&A戦略

Growth strategy and strategy of
M&A

03

P. 10

連結及びセグメント業績

Consolidated Financial Results and Segment Results

Appendix.3

P. 42

リスク情報

Risk Information

01



エグゼクティブサマリー

Executive Summary

2023年3月期 第1四半期 決算ハイライト

- クリエイター派遣配属数は前期末比+28名増加し、売上高は前年同期比で+20.0%の成長
- 営業利益率について、第1四半期は例年の傾向として比較的高水準となるも、適切なコストコントロールを実施し、目標の15%超を上回る

1Q 実績

売上高

1,250百万円

前年比
+20.0%

派遣
配属数

768名

前期末比
+28名

売上総利益

449百万円
売上総利益率: 35.9%

前年比
+21.5%

営業利益

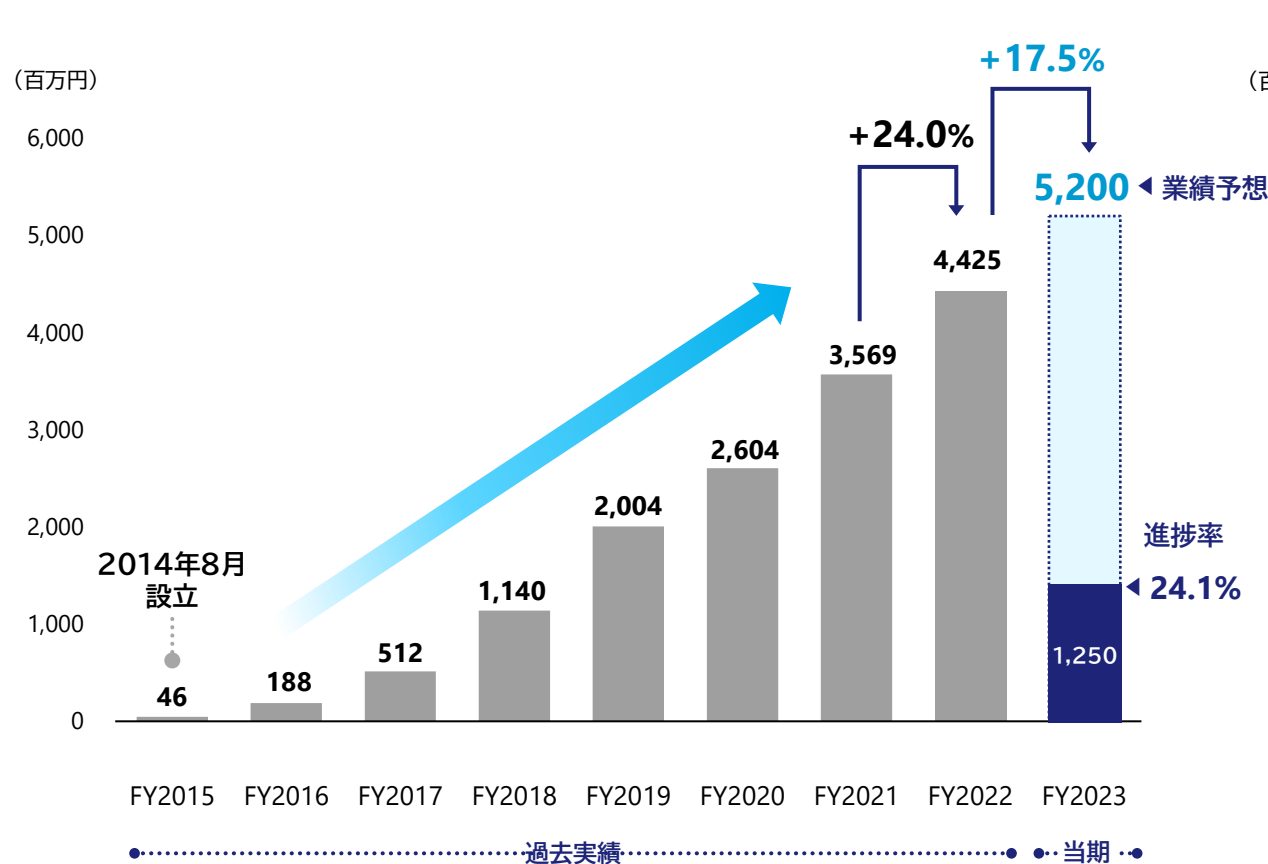
236百万円
営業利益率: 18.9%

前年比
+30.1%

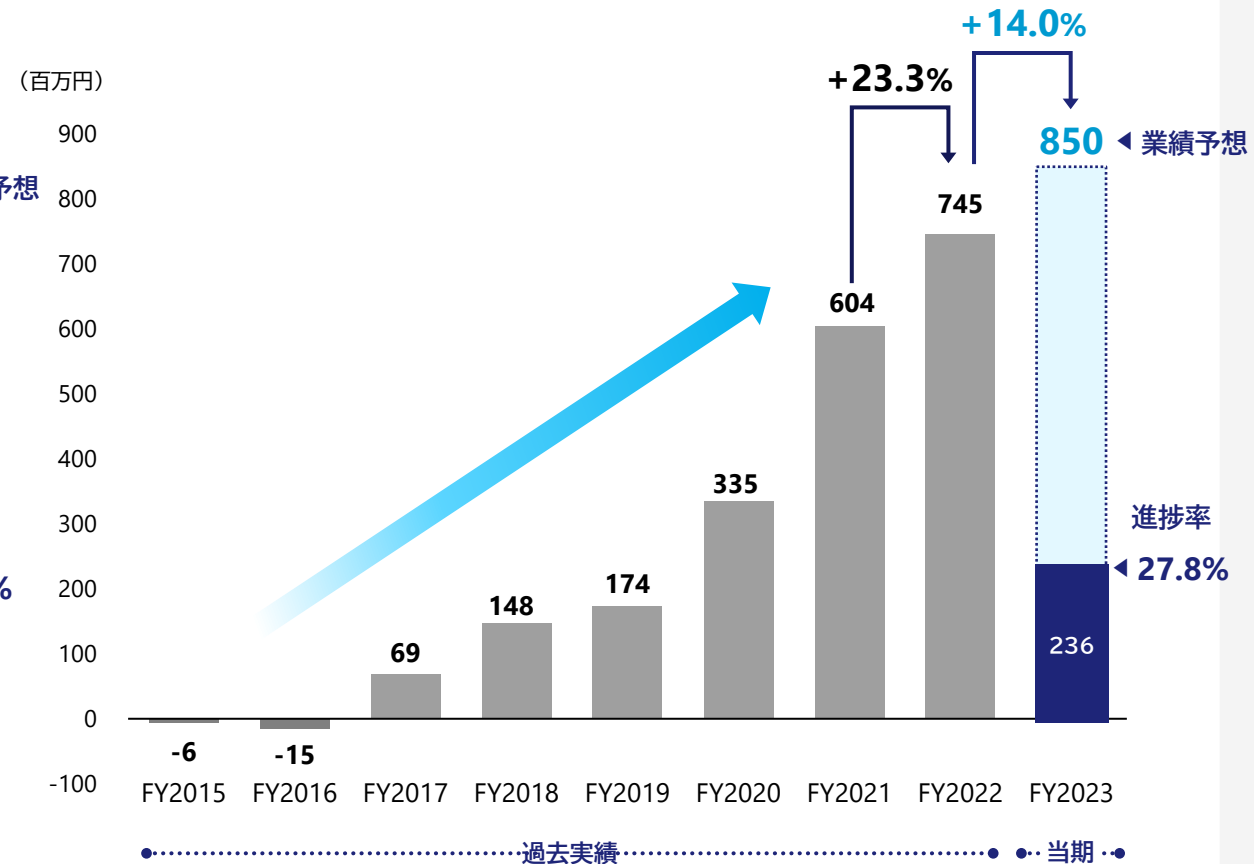
2023年3月期 第1四半期 業績推移

- 2023年3月期:売上高**52億円**、営業利益**8.5億円**を目標として、2022年5月12日「2022年3月期 決算短信」にて公表
- 当第1四半期は予定通りの進捗率で推移 → [進捗率] 売上高:**24.1%**(前年同期 23.8%) | 営業利益:**27.8%**(前年同期 25.2%)

売上高



営業利益



02



当社の概要

Company Overview

Vision

クリエイティブの最前線で 共に未来を描く

クリエイターが
キャリアアップにより自らの夢を実現し、
携わった作品が評価され、
所属する組織、業界、社会が発展する未来を
共に創りあげていく

会社名	株式会社 コンフィデンス			
代表者	代表取締役社長 澤岷 宣之 1996年(株)スタッフサービス(現 (株)スタッフサービス・ホールディングス)入社 営業マネージャー、人事部採用責任者を経て、(株)スタッフサービス・セールス マーケティング(現 (株)リンクエージェント)入社、取締役営業本部長として派遣・ 紹介・アウトソーシング等の各事業部の成長を牽引。 2015年より当社代表取締役に就任、現在に至る			
設立	2014年8月			
本社所在地	東京都新宿区新宿2丁目19番1号 ビッグス新宿ビル10階			
連結子会社	株式会社 Dolphin			
役員	代表取締役社長	澤岷 宣之	社外取締役	三木 寛文
	専務取締役	吉川 拓朗	社外取締役	青木 利則
	取締役	永井 晃司	社外監査役	谷地 孝
	社外取締役	雨宮 玲於奈	社外監査役	安國 忠彦
	社外取締役	水谷 翠	社外監査役	藤森 健也
資本金	4億9,748万円(2022年6月末時点)			
事業内容	ゲーム・エンタメ業界向け人材派遣・人材紹介・業務受託 メディア運営			
従業員数	885名(2022年6月末時点)			

1. 人材事業

人材派遣事業 | 人材紹介事業

各フェーズ/部門のニーズに対応



アウトソーシング事業

開発～運営フェーズまでアウトソーシング対応



2. メディア事業

メディアサイト運営

Lovely
女性向けメディア



Plush
占いメディア



GAMEMO
ゲームメディア



Webマーケティング事業

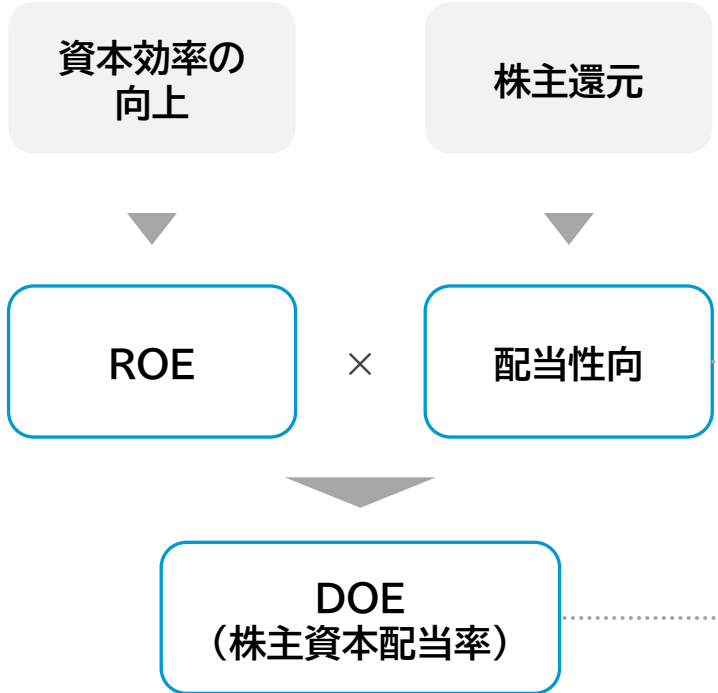
メディアサイトの運営ノウハウを基に
SNS運用代行等、プロモーション支援を実施
ゲーム業界のみならず、幅広い業種に対応



株主還元方針および状況

- 当社の株主還元方針として、①**配当性向:30%超**、②**DOE:10%超**を上回ることを目標とする
- 23/3月期の配当予想は、2022年5月12日「2022年3月期 決算短信」にて公表した予想から変わらず、1株当たり**45.0円**を予定

目標指標		予想/目標指標	2022年3月期 (実績)	2023年3月期 (予想)
1株当たり配当金	-	40.0円	45.0円	
(内、中間配当)	-	(0.0円)	(20.0円)	
配当性向	30.0%	33.8%	35.2%	
DOE (株主資本配当率)	10.0%	15.7%	11.6%	



03



連結及びセグメント業績

Consolidated Financial Results and Segment Results

[全社連結 | 1Q]2023年3月期 決算ハイライト

- 売上高及び各段階損益について、前年対比で順調に推移
- また、2023年3月期業績予想(通期)に関しても、予定通りの進捗率で推移

1Q 実績

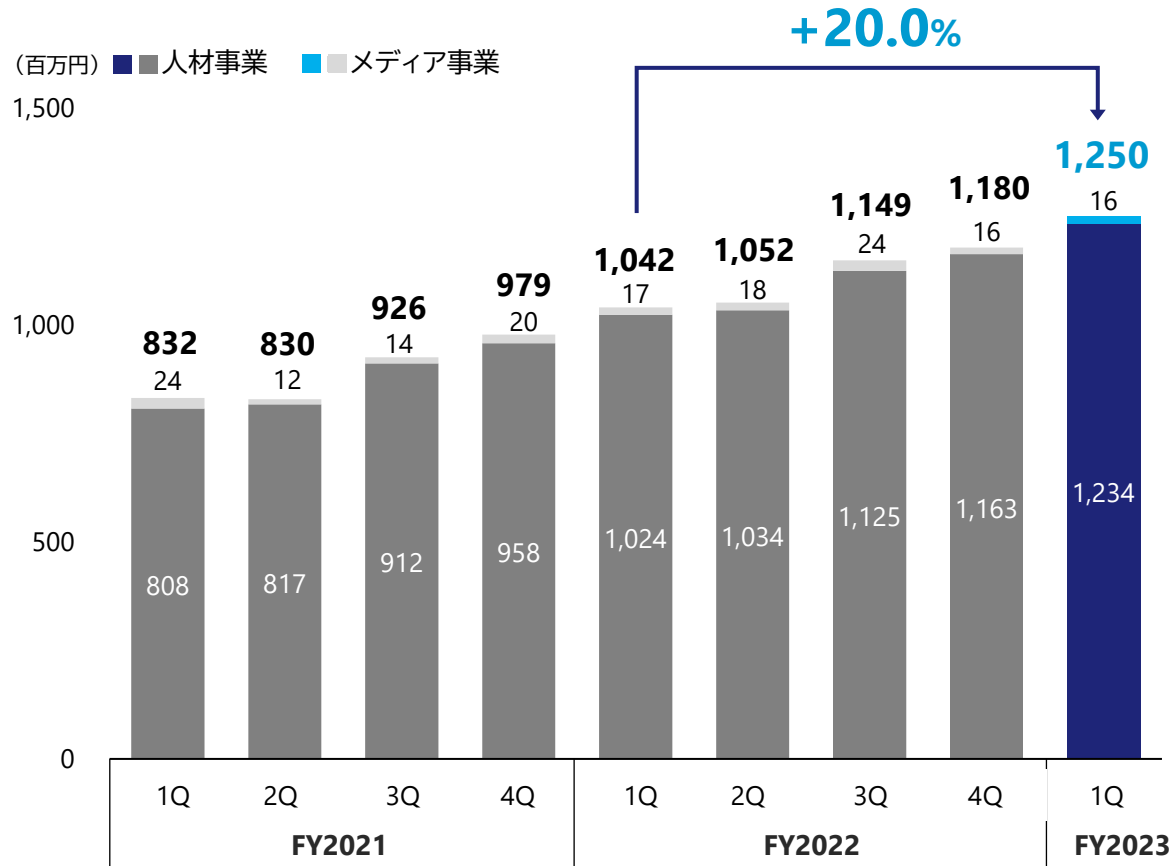
(百万円)	2022年3月期 (1Q)	2023年3月期 (1Q)	前年同期比	業績予想 (2022/5/12公表)	進捗率	2022年3月期 (通期)
売上高*	1,042	1,250	+20.0%	5,200	24.1%	4,425
売上総利益	369	449	+21.5%	1,787	25.1%	1,528
売上総利益率	35.5%	35.9%	+0.4pt	34.4%	-	34.5%
営業利益	181	236	+30.1%	850	27.8%	745
営業利益率	17.4%	18.9%	+1.5pt	16.3%	-	16.8%
経常利益	175	236	+34.8%	848	27.8%	737
当期純利益	116	156	+34.0%	585	26.6%	530

* 連結相殺消去後の数値を記載

[全社連結 | 四半期] 事業別業績推移

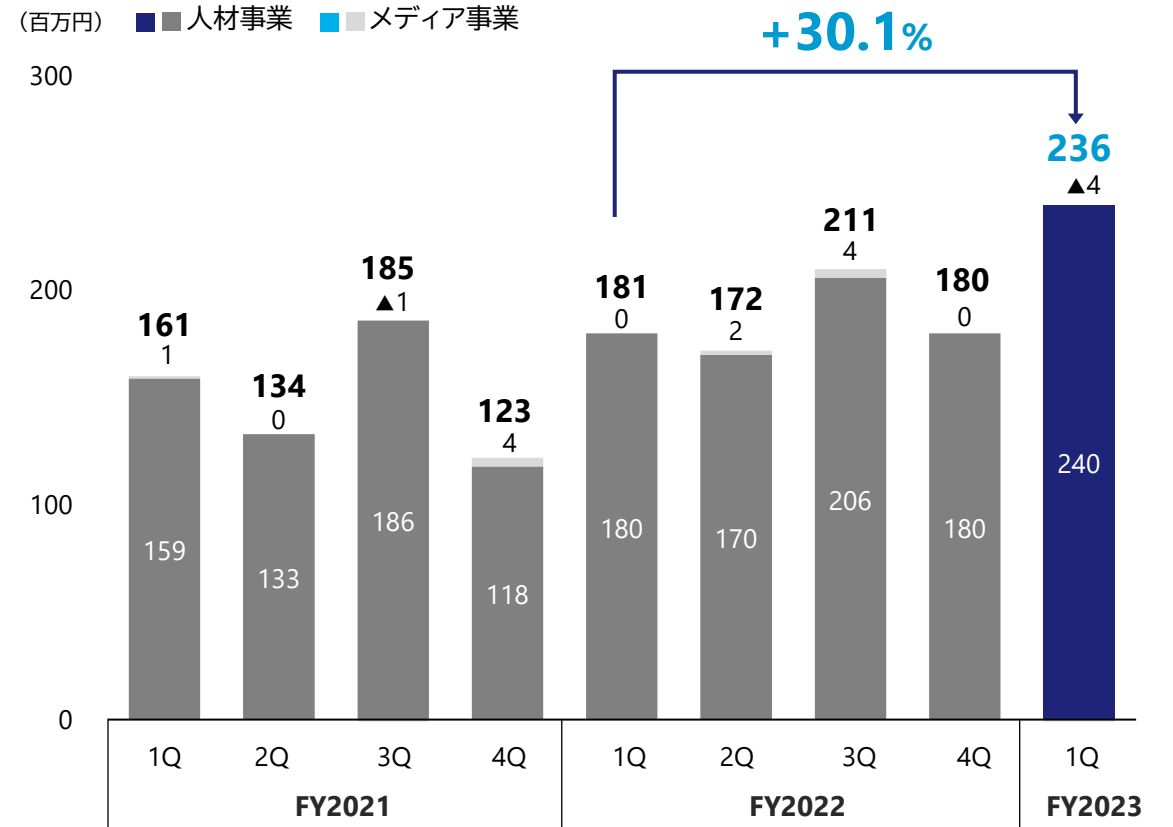
- 主に人材事業におけるクリエイター派遣配属数を順調に積み上げ、当第1四半期の売上高は、順調に右肩上がり推移
- 営業利益については、本社移転の影響や上場後初めてとなる株主総会、本決算関連費用を織り込んだ上で、前年同期比+30.1%増

売上高(四半期推移)



* 連結相殺消去後の数値を記載

営業利益(四半期推移)



[人材事業 | 1Q] 2023年3月期 決算ハイライト

- 高水準の利益率を維持しながら、堅調に右肩上がりで進捗

1Q 実績

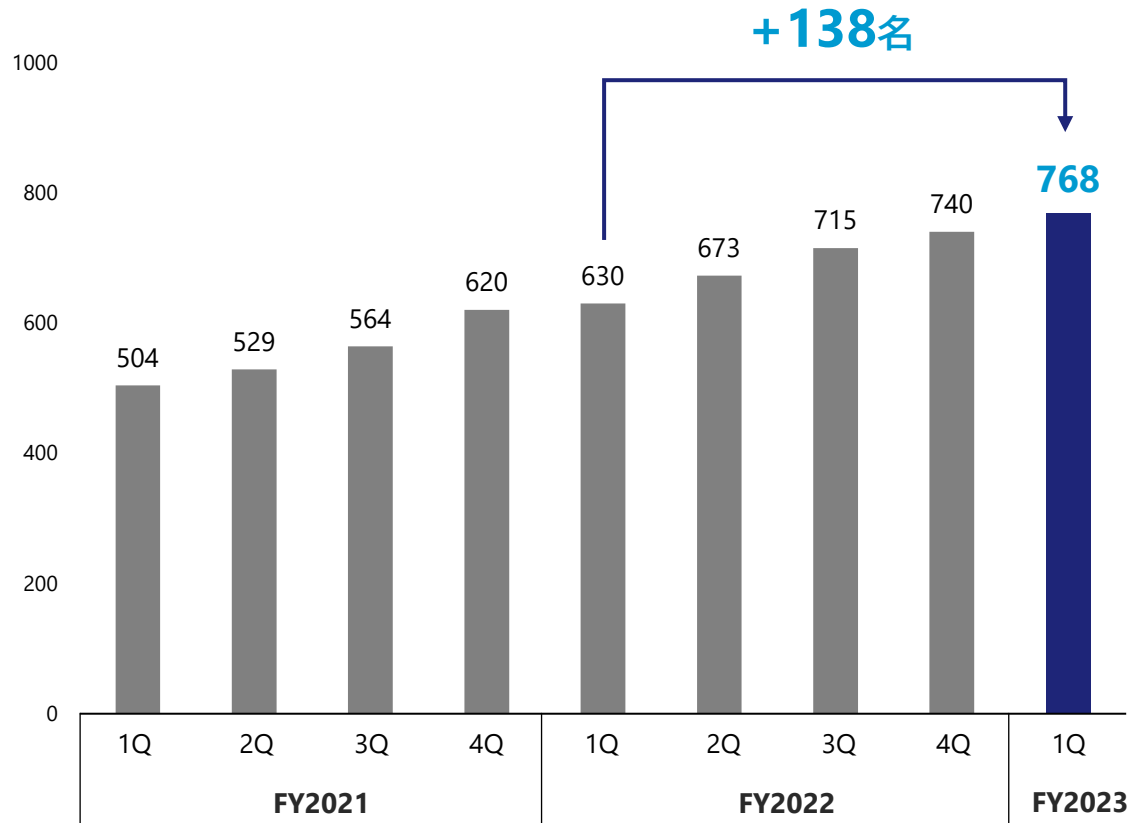
(百万円)	2022年3月期 (1Q)	2023年3月期 (1Q)	前年同期比	業績予想 (2022/5/12公表)	進捗率	2022年3月期 (通期)
売上高*	1,024	1,240	+21.1%	5,078	24.4%	4,353
売上総利益	358	444	+24.0%	-	-	1,481
売上総利益率	35.0%	35.8%	+0.8pt	-	-	34.0%
セグメント利益	281	372	+32.2%	-	-	1,166
セグメント利益率	27.5%	30.0%	+2.5pt	-	-	26.8%

* 連結相殺消去前の数値を記載

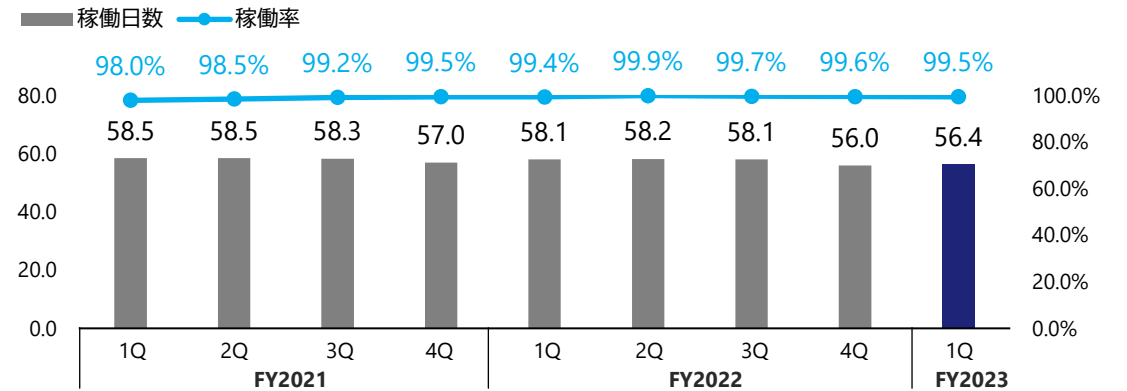
[人材事業]主要なKPIの推移

- スtock型収益モデルの基礎となるクリエイター派遣配属数を着実に増加させ、**768名**で着地。前年同期から**+138名**の増加
- 稼働率について、昨年から継続し、高い水準を維持

■ クリエイター派遣配属数

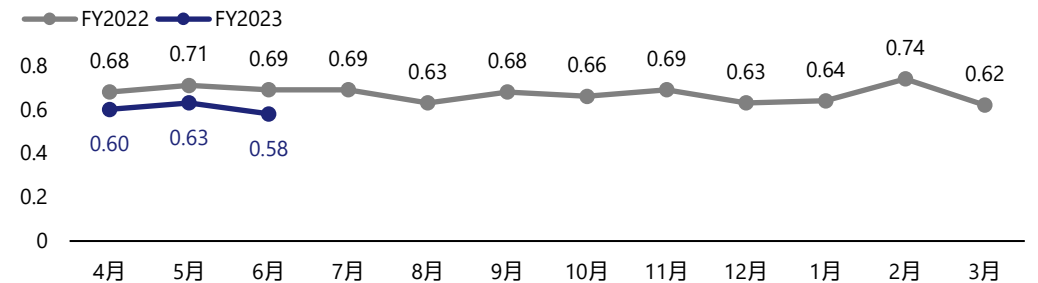


■ 稼働日数*1 / 稼働率*2



*1 稼働予定日数合計から欠勤日数・有給日数を差し引いた実稼働日数を基に、稼働人員数で除した割合
 *2 月末時点での非稼働人員を月末時点での派遣配属数合計で除した割合

■ 日次平均残業時間*の推移



*月間の平均累計残業時間を平均実稼働日数で除算した日次平均

[メディア事業 | 1Q] 2023年3月期 決算ハイライト

- メディア事業について、売上高は前年同期比で同水準で推移も先行投資によるコスト増加を踏まえ、粗利率が悪化
- 結果として、セグメント損失となるも全社に対するメディア事業の占める割合は僅少であり、全社への影響は限定的

1Q 実績

(百万円)	2022年3月期 (1Q)	2023年3月期 (1Q)	前年同期比	業績予想 (2022/5/12公表)	進捗率	2022年3月期 (通期)
売上高 [*]	17	16	△7.1%	130	12.5%	77
売上総利益	10	4	△52.5%	-	-	46
売上総利益率	59.1%	30.2%	△28.9pt	-	-	60.4%
セグメント利益	3	▲2	-	-	-	13
セグメント利益率	20.1%	▲16.5%	-	-	-	17.5%

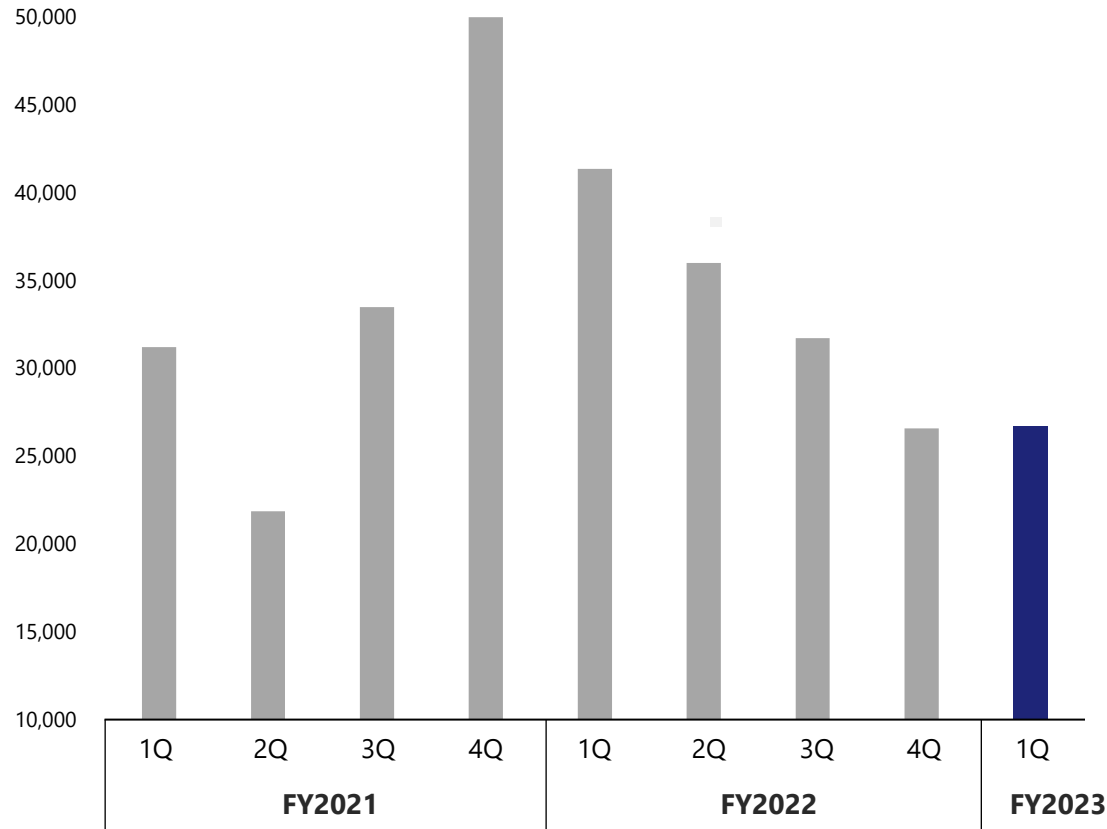
* 連結相殺消去前の数値を記載

[メディア事業]主要なKPIの推移および目指すべき姿

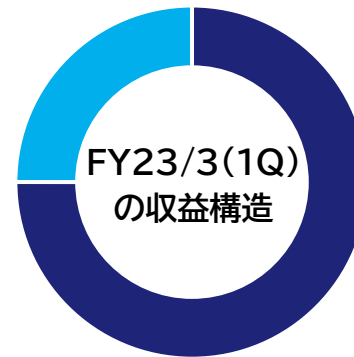
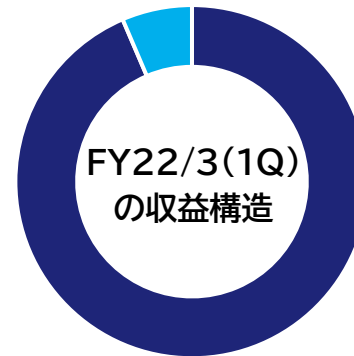
- PV数については、直前会計期間と同等の水準で推移
- 収益構造の転換と併せて、黒字化が急務

■ PV数の推移

(単位：千PV)



■ 現状の収益構造の改善状況 | 目指すべき姿



収益の柱をアドネットワーク収益からプロモーション受託収益に

目指すべき収益構造

なお、当第1四半期について、先行投資によるコスト増→セグメント損失計上
収益構造の転換に加え、黒字化が急務

- アドネットワーク収益
- プロモーション受託
- メディア制作・その他

[全社連結 | 四半期]販売費及び一般管理費の推移

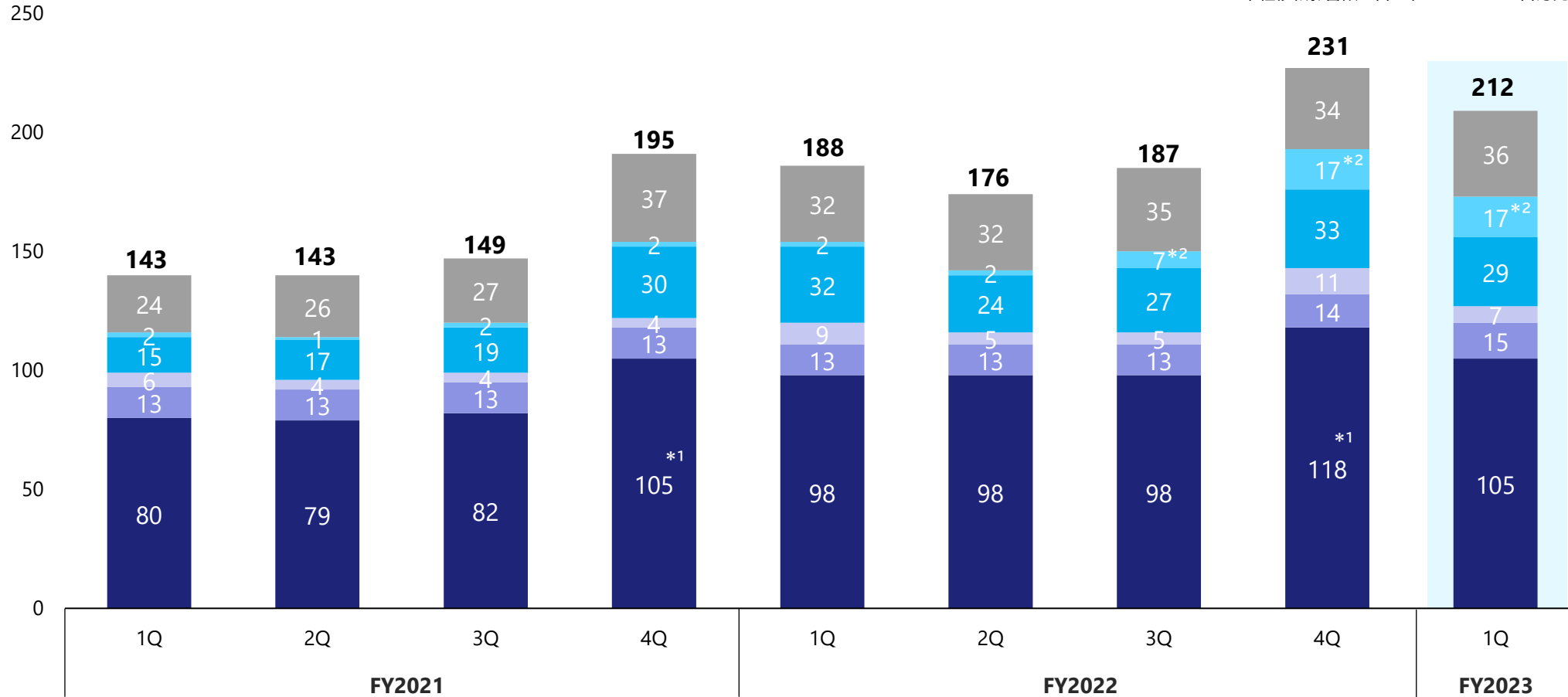
- 業容拡大に伴う人件費等の増加、および本社移転に伴う減価償却費の増加の影響により、前年同期比+13.1%増
- 他方、連結ベースでの売上高成長率+20.0%と比して、販管費の増加率は下回っており、適切にコストコントロールを実施

■ 四半期推移

(単位:百万円)

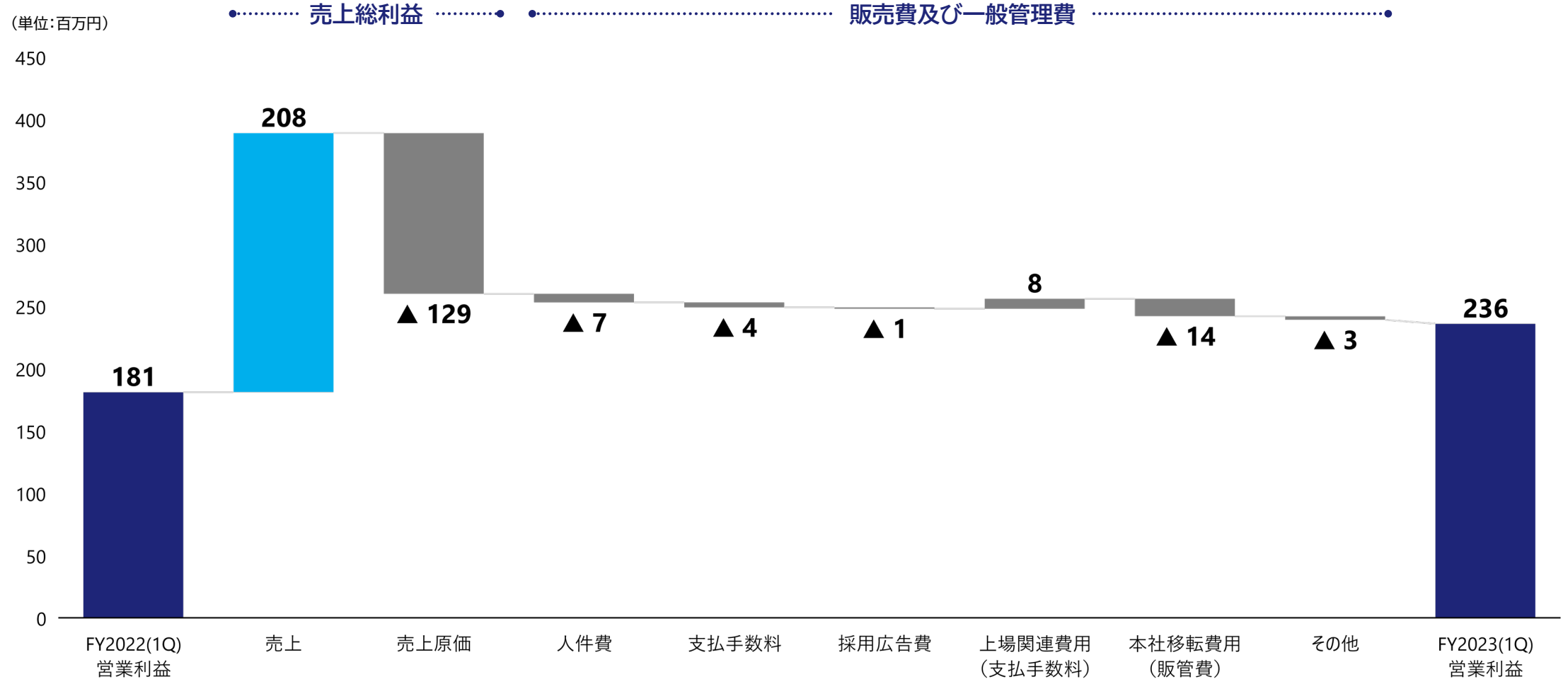
■ 人件費 ■ 地代家賃 ■ 租税公課 ■ 支払手数料 ■ 減価償却費 ■ その他

*1 業績賞与を含む(FY2021:15百万円 | FY2022:16百万円)
*2 本社移転影響額を含む(FY2022:19百万円 | FY2023:14百万円)



[全社連結] 営業利益の増減要因分析(対前年同期比)

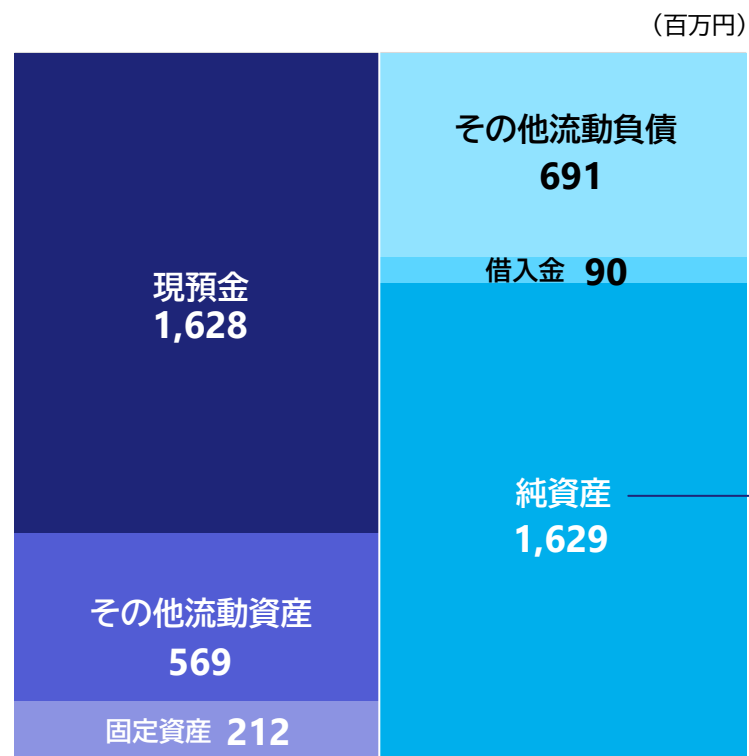
- 業容拡大に伴い、売上総利益は順調に増加し、営業利益拡大に貢献



[全社連結]貸借対照表・キャッシュフロー計算書

- 財務安全性についての懸念はなし(ネットキャッシュ:15.3億円 | 自己資本比率:67.2%)
- CFに関して、配当金の支払等の影響から、現預金残高は前期末比96百万円の減少

FY2023 1Q末 B/S



資本金	497百万円
資本剰余金	389百万円
利益剰余金	734百万円
新株予約権	8百万円

FY2023 1Q C/F

(百万円)

2022年3月末現預金残高	1,724
営業CF *	+162
投資CF	▲54
財務CF **	▲203
現預金増減額	▲96
2022年6月末現預金残高	1,628

* 営業CF小計+275百万円、法人税等の支払い▲105百万円、その他▲7百万円
 ** 配当金の支払額▲181百万円、借入金返済▲22百万円、その他+0百万円

財務指標

ネットキャッシュ	15.3億円
自己資本比率	67.2%

Appendix.1

ビジネスモデル・競争力の源泉・市場環境

Business model, Source of competitiveness and Market environment

当社の競争優位性と強み

事業戦略

求職者数最大化と求人数最大化により
マッチング総量の最大化を実現

当社の強み



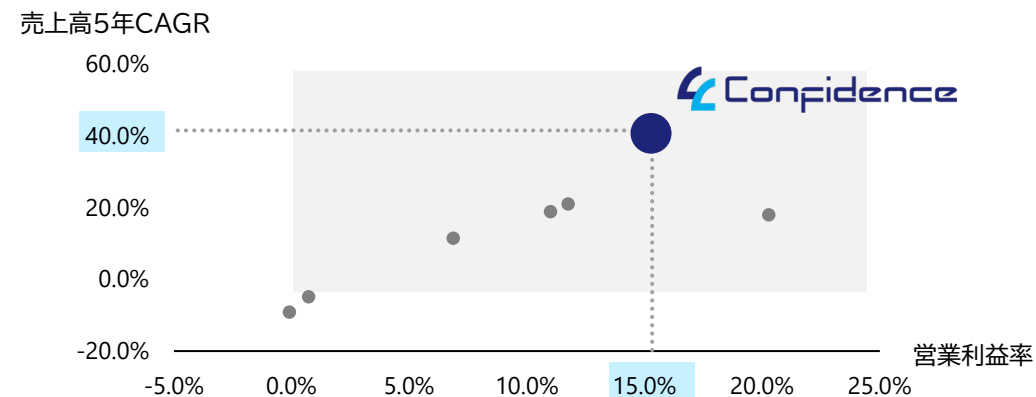
- 人気業界における能動的なエントリーによる集客
➔ 応募者数：約1万人/年
- 特定の顧客に依存しない企業開拓力
➔ 取引社数(延べ)：200社超
- 高精度のマッチングにより高水準の稼働率を維持
➔ 平均稼働率：99.7%

※ 2022年3月期までの実績データを基に集計

効率的な組織運営

分業化、標準化に基づき組織設計し、
オペレーションは極力簡易化

競合他社比較：成長率×利益率

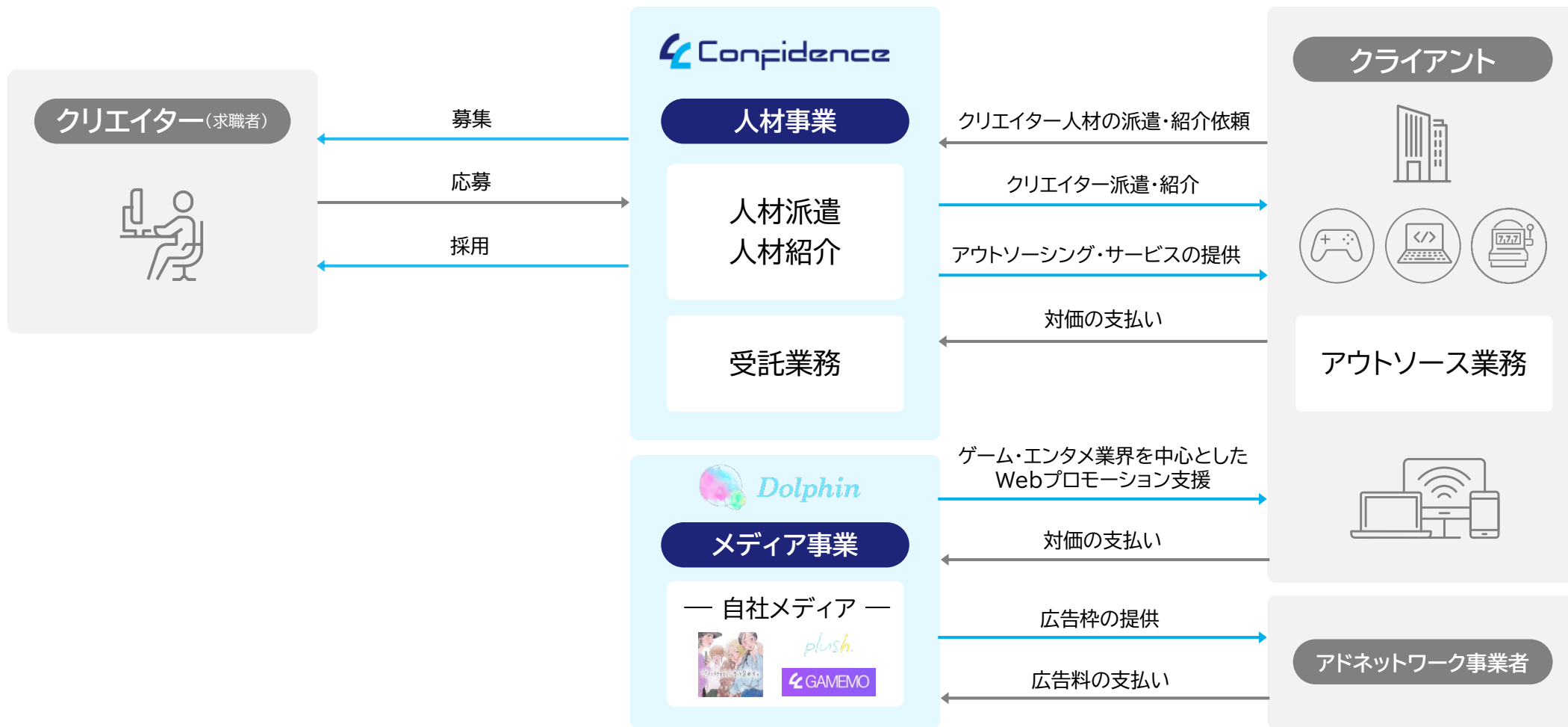


※ 同事業を展開している他社の公表情報をもとに当社にて作成
※ 売上高5年CAGRは、各社直近進行年度予測値を基に算定(当社はFY22.3月期実績を使用)

2014年8月設立以降、後発参入にもかかわらず
高い事業成長率、収益率を実現

事業系統図

- クリエイターを募集・採用し、ゲーム業界向けの派遣・紹介・受託業務サービスを提供
- 自社メディアの運用により広告収入を得るほか、メディア運営支援のサービスを提供



当社の主な収益構造とKPI -人材事業- (1/2)

- 当社の売上高の大半を占める、人材事業-派遣事業-の収益構造およびKPIは以下の通り
- 分解した項目の内、クリエイター配属数を特に重視した上で、グループ全体で、売上総利益率:30%、営業利益率:15%超を目標とする

- : 事業KPI
- : 当社が特に重視している指標

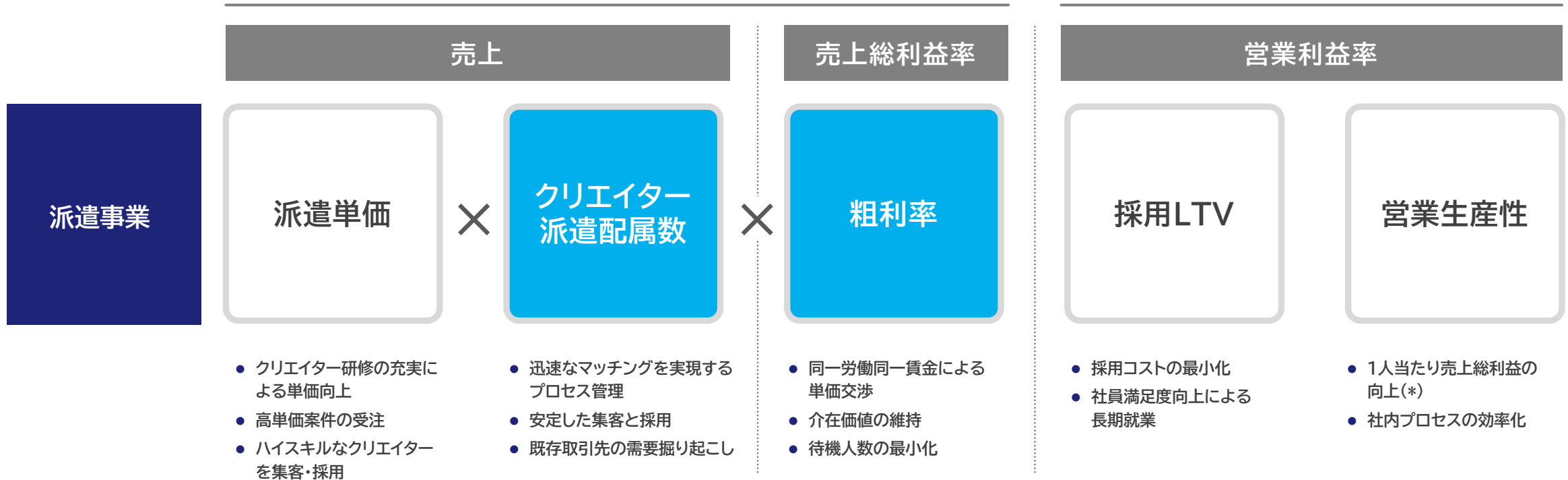


人材事業

メディア事業

売上総利益

営業利益



※ 1人当たり売上総利益の向上施策は、売上及び売上総利益率の向上施策と同様

当社の主な収益構造とKPI -人材事業- (2/2)

- 当社のコア事業である人材派遣事業と関連する人材事業-受託事業-、人材事業-紹介事業-に係る収益構造およびKPIは以下の通り

- : 事業KPI
- : 当社が特に重視している指標

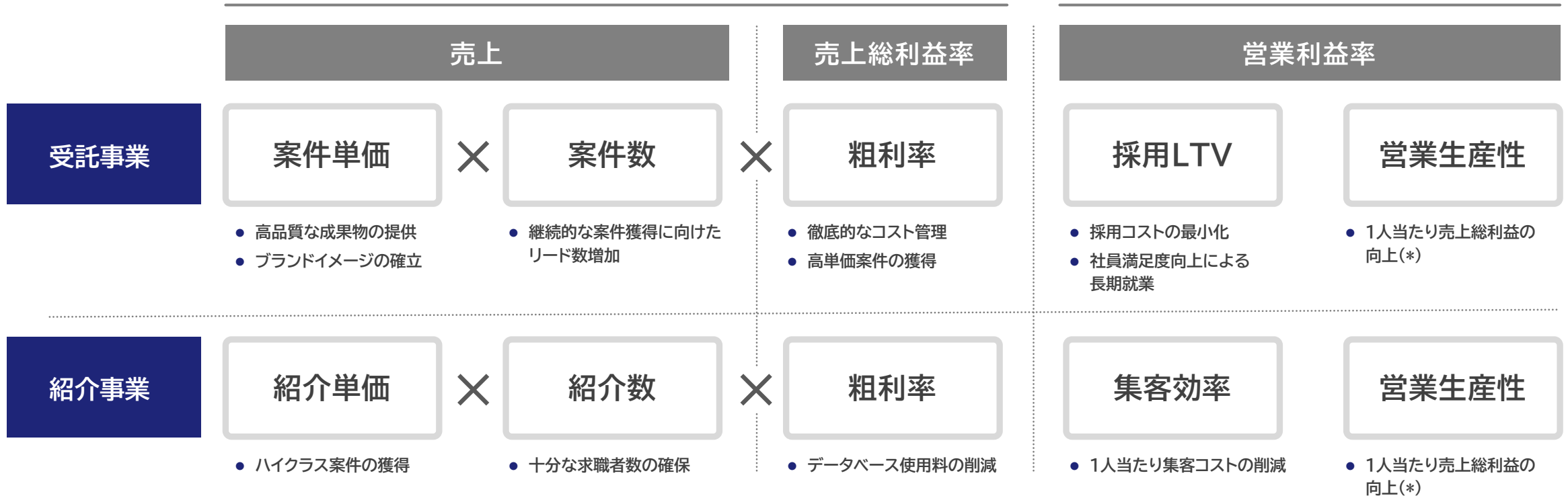


人材事業

メディア事業

売上総利益

営業利益



※ 1人当たり売上総利益の向上施策は、売上及び売上総利益率の向上施策と同様

当社の主な収益構造とKPI -メディア事業-

- メディア事業における収益構造およびKPIは以下の通り
- 既存のメディアサイト運営事業から、Webプロモーション事業を中心とした収益構造の転換を目指す

- : 事業KPI
- : 当社が特に重視している指標



人材事業

メディア事業

売上総利益

営業利益

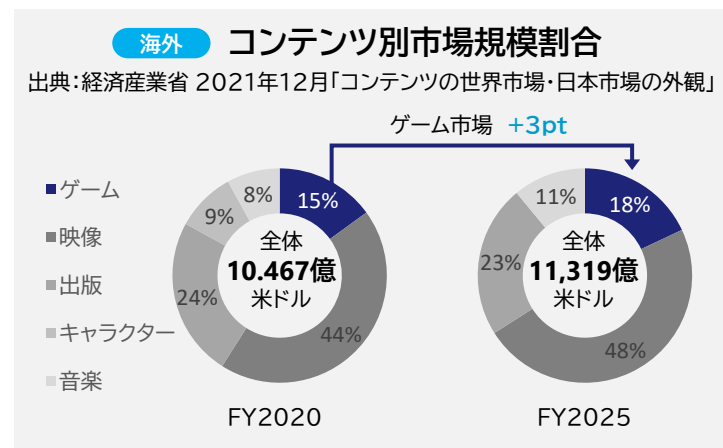
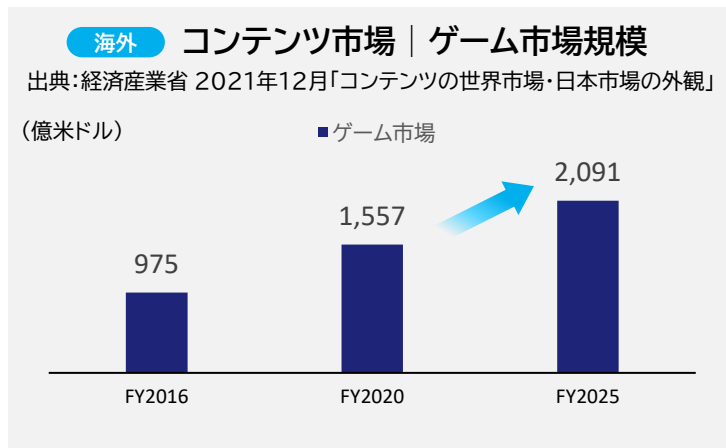
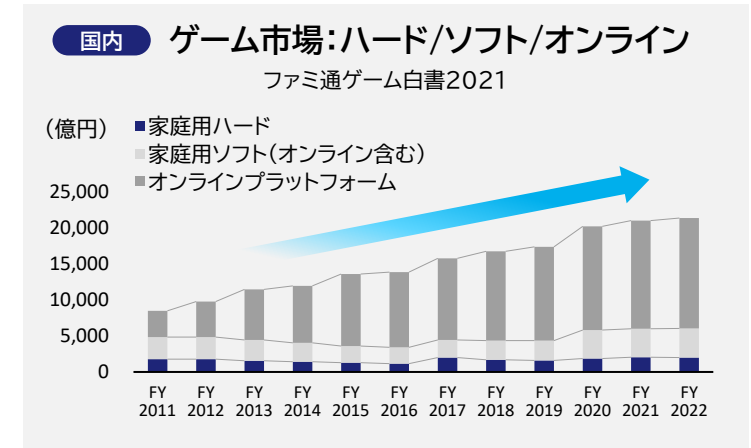
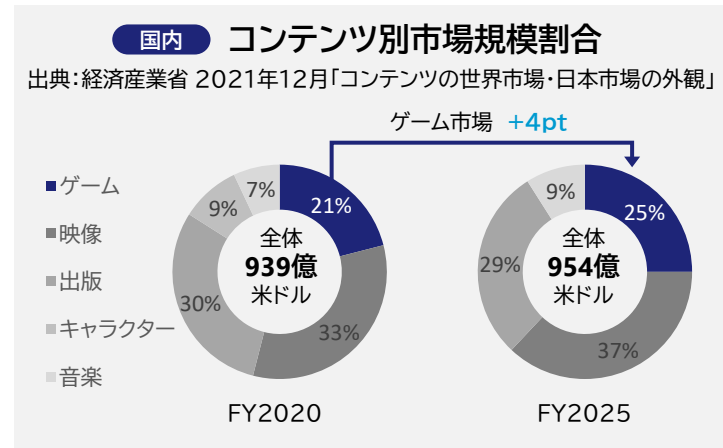
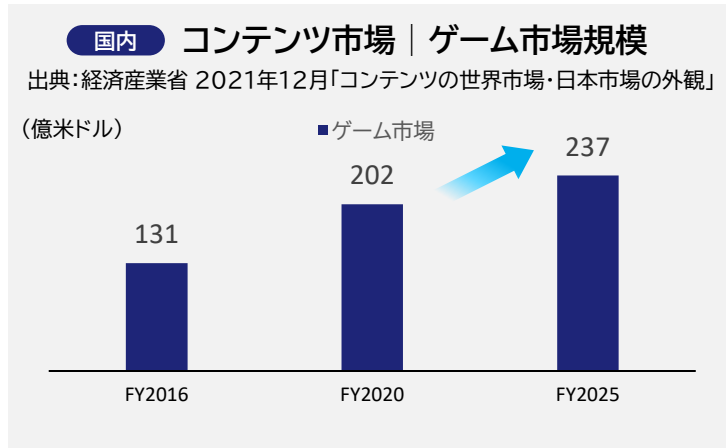


※ 1人当たり売上総利益の向上施策は、売上及び売上総利益率の向上施策と同様

[既存領域]コンテンツ市場 | ゲーム市場の動向

- コンテンツ市場の内、**ゲーム市場においては、国内・海外ともに市場規模拡大の傾向**が続くと予測される
- 結果、ゲーム会社に対する人材需要は継続して、高まっていくことを想定

■ ゲーム市場動向



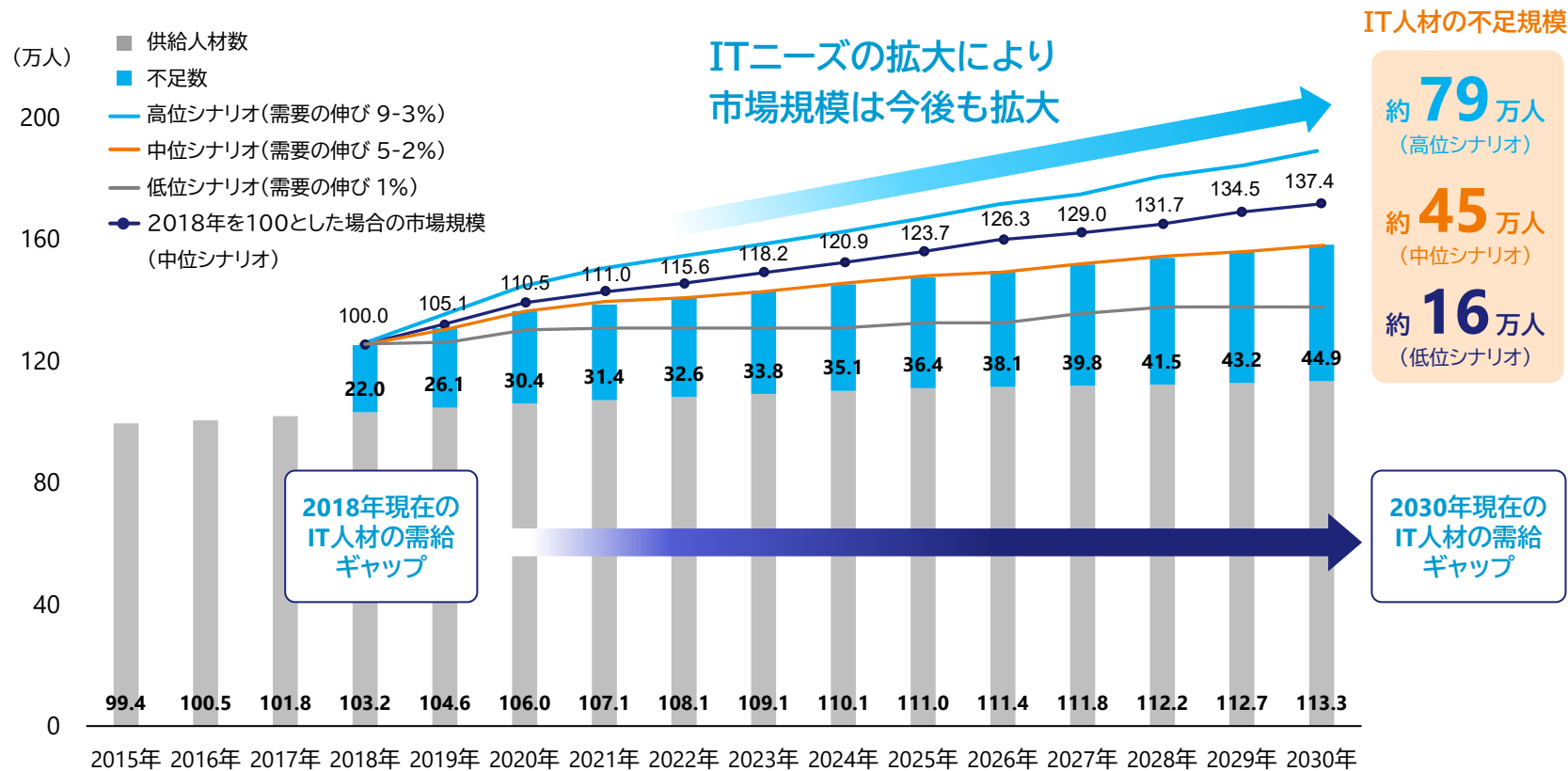
世界・国内市場ともにコンテンツ市場全体の伸びは、緩やかである一方で、ゲーム市場の存在感は、年々顕著に増加

ゲーム会社に対する人材需要は、継続して高まっていく傾向を想定

[既存領域] IT人材需給の状況

- 経済産業省の調査結果によると、ITニーズの拡大に対してIT人材の不足数が年々拡大傾向
- ゲーム業界も同様の傾向が続くことが想定 ➡ 持続的成長に対して人材採用はますます困難に

IT人材需給に関する試算結果

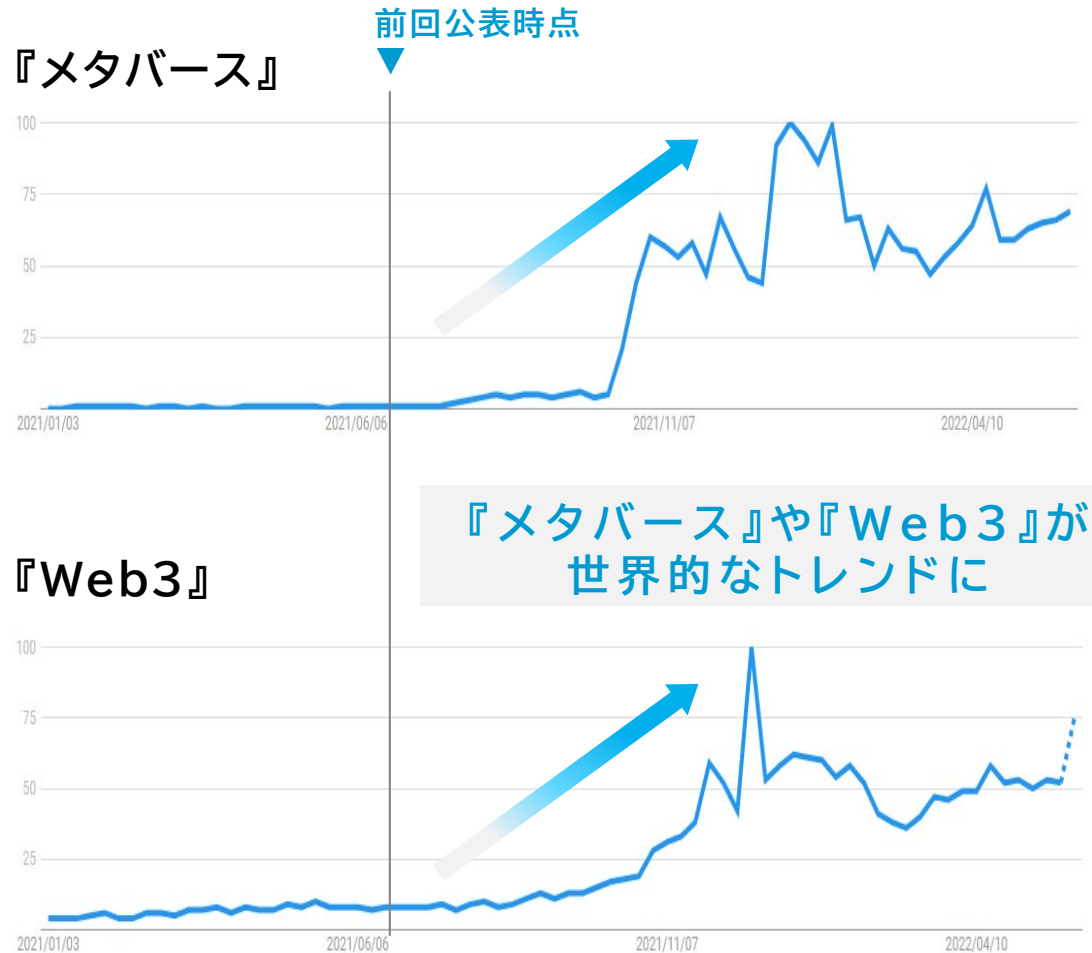


出所: 2019年3月 みずほ情報総研株式会社(経済産業省委託事業)-IT人材需給に関する調査- 調査報告書より抜粋

- ITニーズ拡大による市場規模拡大
- IT人材不足の深刻化
- ゲーム・エンタメ業界も同様の傾向が想定
- 人材採用はますます困難に

[新領域]昨今の業界トレンドの変化

■ 2021年6月公表時点から直近までの業界トレンドの変化



出典: Googleトレンド ▶ 検索対象: すべての国 | 2021/1/1~2022/5/31

■ ゲーム業界および他業界における各社の状況(例示)

海外

Facebook

- 社名をMetaへ変更 | メタバース初期構想「Horizon Home」の発表

NVIDIA

- メタバース制作プラットフォーム「Omniverse」を発表

Microsoft

- 複合現実プラットフォーム「Microsoft Mesh」発表
| Activision Blizzard(ゲーム会社)買収*

*買収総額約687億ドルで同社最大の買収案件(2022年6月時点)

国内

ソニー

- 成長が期待される「メタバース」領域において、
新しいライブエンターテインメント体験の創出のための取り組みを強化

バンダイナムコ

- IP軸戦略としての「IPメタバース」構築 | 国内外のVR/AR/xR、Web3
やメタバース関連企業等のスタートアップ企業に投資するファンド設立

サイバーエージェント

- GameFi事業への参入として、ブロックチェーンゲーム子会社を設立

KDDI

- 「渋谷5Gエンターテインメントプロジェクト」として、
仮想の「バーチャル渋谷」をオープン

出典: 各社HPおよびニュースリリースを基に当社にて作成

[新領域]ゲーム市場および今後のターゲット市場

■ デジタル化がもたらすコンテンツの創作・流通・利用の変化

— 産業構造の変革 —

- 市場のボーダレス化・グローバル化
- 流通経路の複線化・多様化
- 自らの作品の直接配信

— 個人の創作活動 —

- 制作/編集ソリューション普及による一般人のコンテンツ拡大

— 仮想空間上での新たな動き —

- メタバース空間上での商取引
- 現実世界とは異なる現実としての新たな生活等の可能性

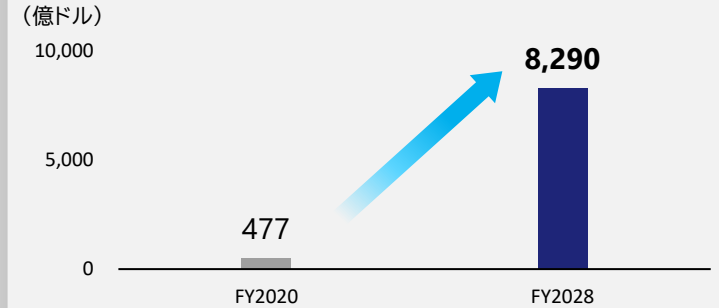
- ゲームにおける3DCG空間やコミュニティがメタバースの概念に近いため、メタバース関連事業への足掛かりとして、ゲーム事業への積極的な投資を実施

- **新たな労働市場の形成の可能性** → 当社の注力領域との親和性が高い領域

出典:内閣府 知的財産戦略推進事務局 2022年1月リリース『デジタル時代のコンテンツ戦略について』より抜粋の上、当社にて作成

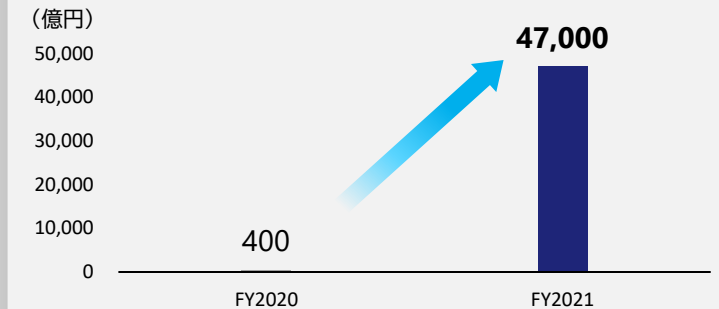
海外 メタバース市場

Emergen Research 2021年11月リリース
『GLOBAL METAVERSE MARKET 2018-2028』



海外 NFT市場

自民党NFT制作検討プロジェクトチーム 2022年3月リリース
『NFTホワイトペーパー(案)』



Appendix.2

成長戦略・M&A戦略

Growth strategy and strategy of M&A

将来の成長イメージ

- 既存領域である”ゲーム×人材”領域を堅実に成長させ、周辺領域と受託領域に進出
- また、外部環境の変化に応じて、新領域(Web3.0 | メタバース等)による新たな市場への展開を視野に

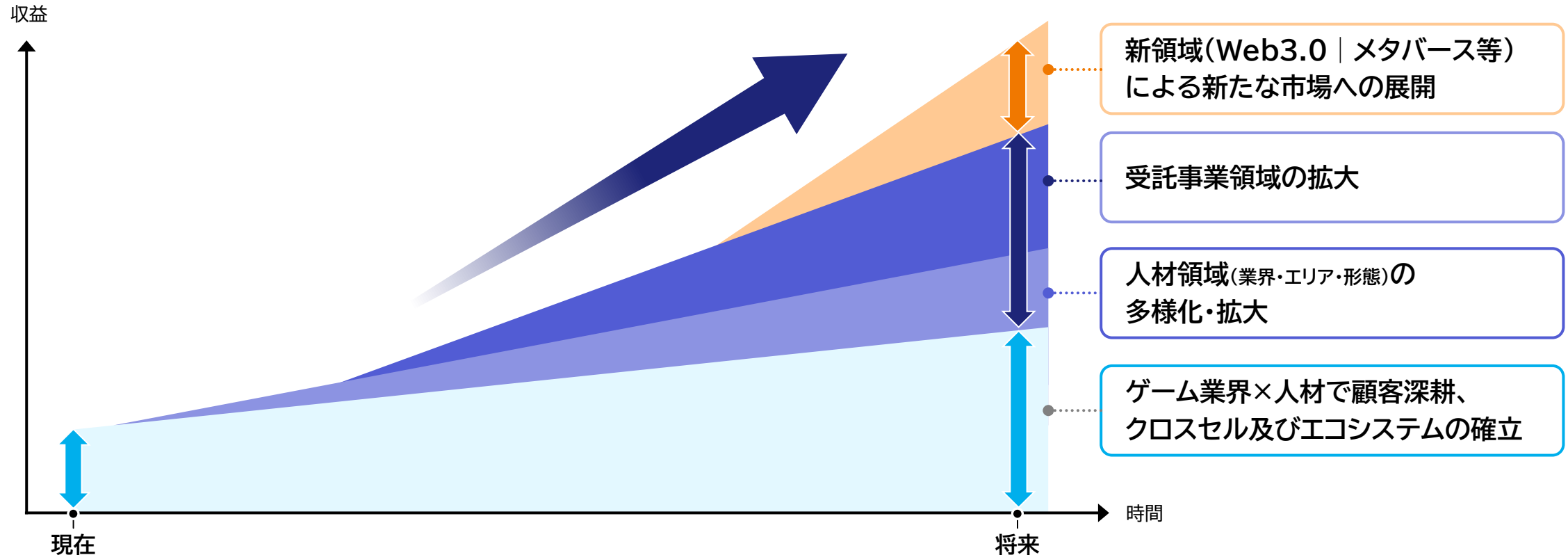
既存事業の深化・拡大

主力事業である
ゲーム領域での人材派遣を中心に



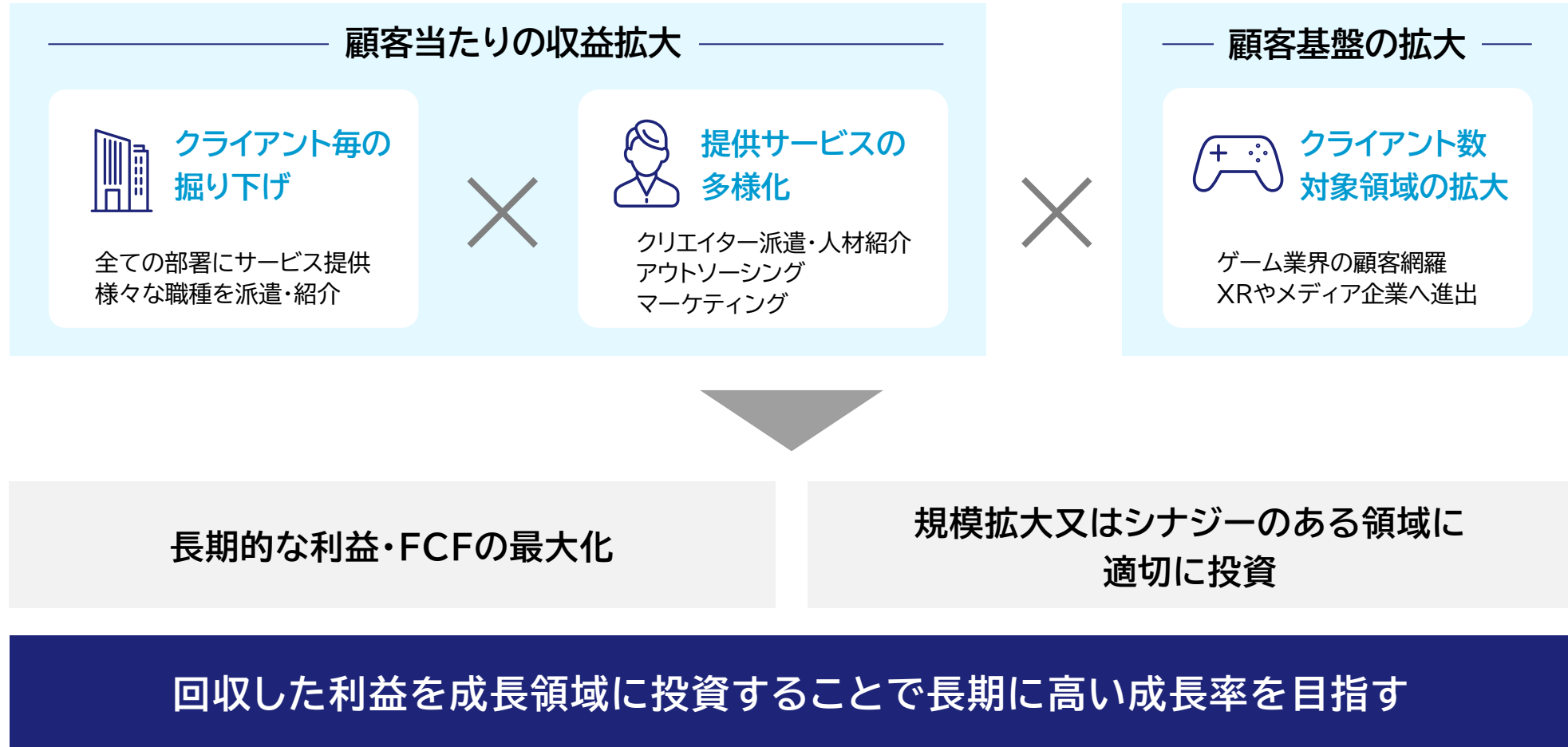
新領域への推進

注力事業と位置付ける
Webプロモーション領域および新領域への展開



将来の成長イメージに対する基本戦略と投資の考え方

- 当社の成長に関する基本的な戦略と投資として、
顧客当たりの収益と顧客基盤を最大化し、回収した利益を成長性の高い新領域へ積極投資



成長戦略(全体)

- 中期：顧客深耕及び事業連携の好循環(エコシステム)確立による事業拡大
- 長期：対象市場の拡大とマッチングソリューションによる新領域(Web3.0 | メタバース等)における新たな市場への展開

中期成長戦略

顧客深耕とエコシステムの確立



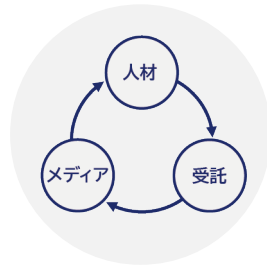
顧客深耕による
派遣事業の圧倒的
シェア獲得

顧客当たり派遣人数
の最大化



クロスセル強化
による取引機会の
最大化

提供サービス多様化
による一顧客当たり
収益の増大



エコシステムの
確立による
経営効率向上

人材事業とメディア事
業連携によるサービス
循環の確立

長期成長戦略

対象市場及び受託事業の拡大で知見を蓄積し、 新領域(Web3.0 | メタバース等)における新市場への展開



人材サービスの
業容拡大

業界/エリア/契約
形態の多様化



受託事業の拡大
による規模拡大と
知見蓄積

サービス範囲を拡大し、
知見の蓄積と多様な
人材をプール



マッチング
ソリューションの
拡大

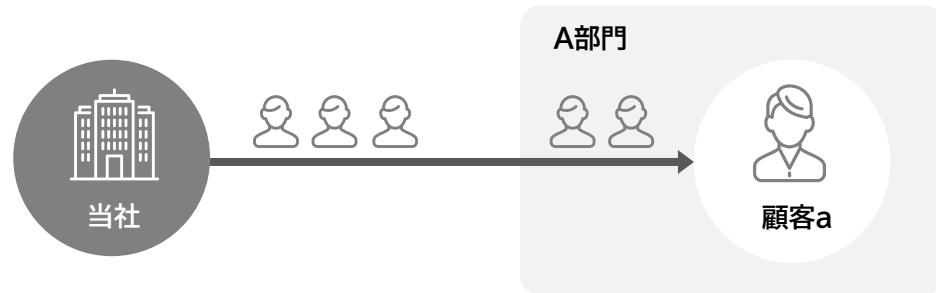
新領域(Web3.0 | メタ
バース等)における
新たな市場への展開

[中期成長戦略①]：顧客深耕による派遣事業拡大

- 一層の顧客深耕によりゲーム業界における派遣事業者として圧倒的No.1を目指す

顧客深耕前

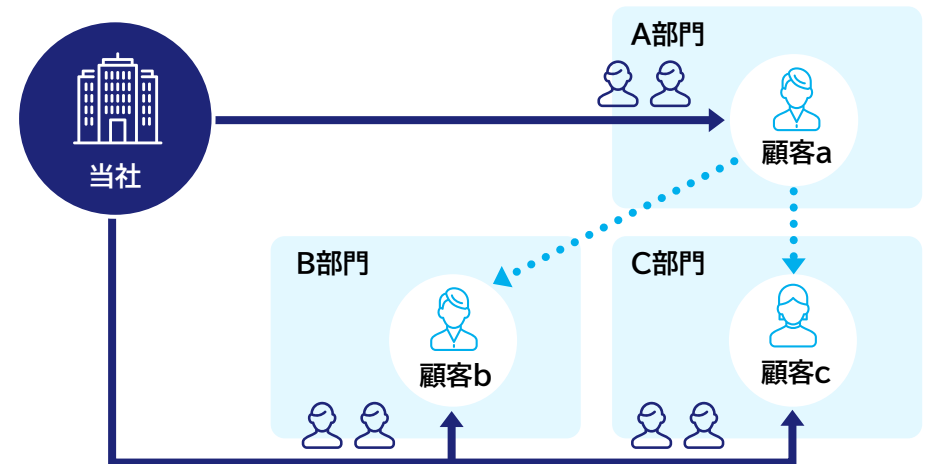
特定部署の人材ニーズが満たされると、人材が飽和状態になり、クリエイターの就業機会が限られる



顧客深耕後

- ・ 開発スケジュールのヒアリングによる将来ニーズの把握
- ・ 他部門の紹介により新たな人材ニーズの発掘
- ▶ **クリエイターの新たな就業機会を獲得**

顧客当たりの派遣人数の最大化



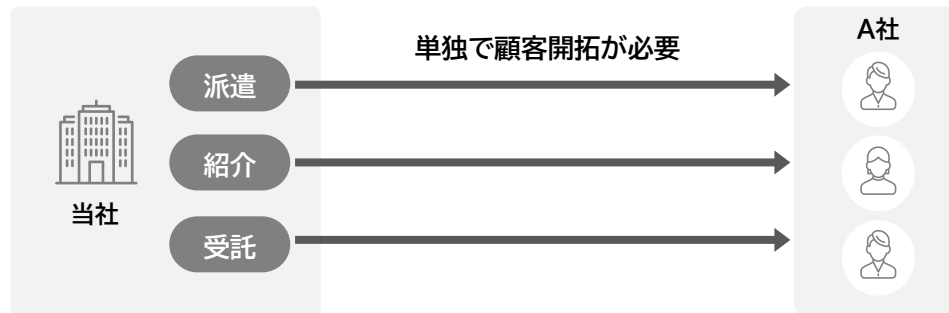
[中期成長戦略②]：既存顧客に対するクロスセル

- 派遣事業で構築したネットワークを活かし、人材紹介・受託業務のクロスセルにより収益を増大

クロスセル前

人材紹介部門と受託事業部門が独自で部署開拓を実施

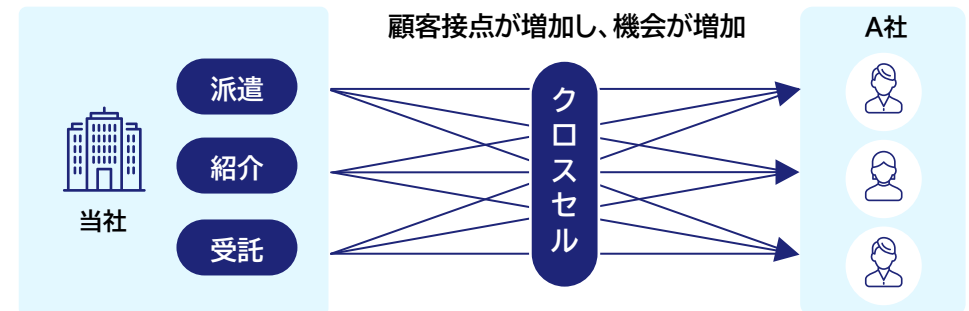
- ▶ 顧客ニーズを識別できず、潜在的な機会ロスの発生



クロスセル後

- 人材紹介：接点増加により魅力的な求人獲得が可能
- 受託業務：開発スケジュールを認識することで、ニーズの正確な把握や適切なタイミングでのサービス提供が可能
- ▶ 顧客との接点が増加し、サービス提供が効率化

顧客へのサービス提供の多様化により、
顧客当たりの収益の増大



[中期成長戦略③]：エコシステムの確立・拡大

- 派遣・紹介・受託・メディアによるエコシステムを確立・拡大し、経営効率を高め、ゲーム業界へのサービス提供機会を増大

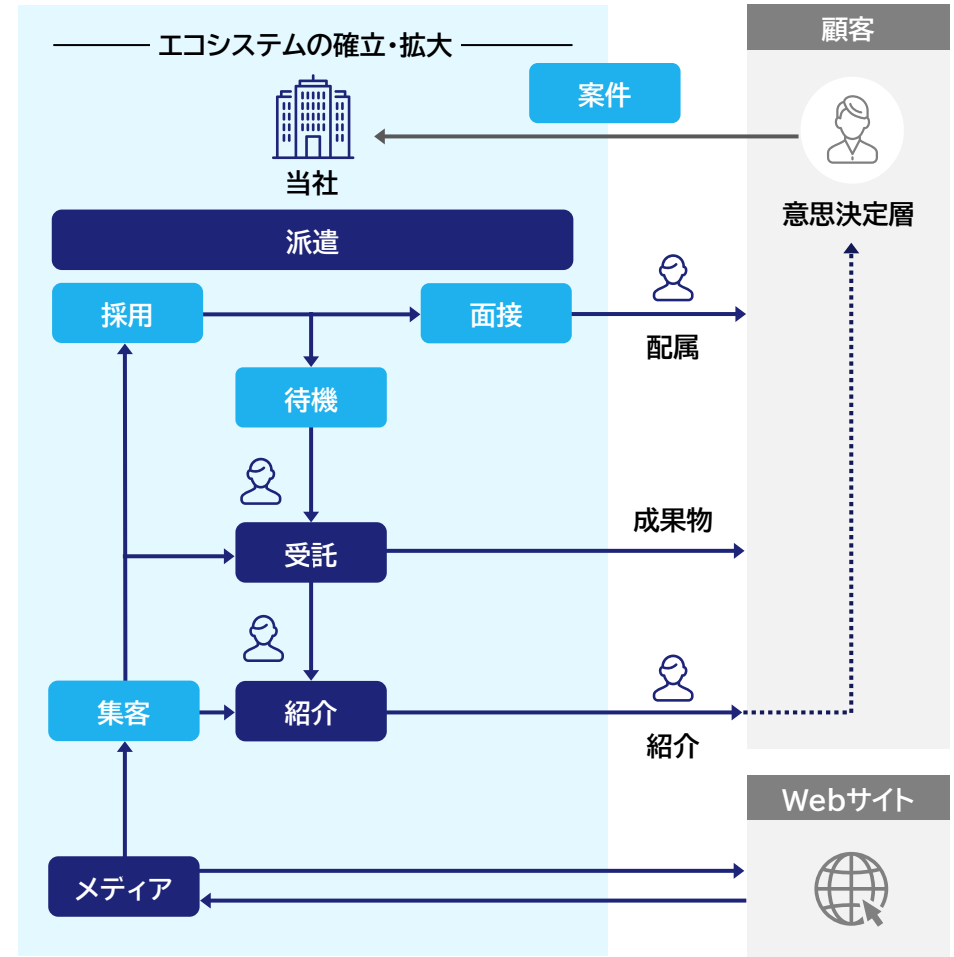
エコシステムの確立

- メディアの集客ノウハウを利用して**派遣・紹介の集客増大**
- 未就業のクリエイターの**受託案件での就業**
- 受託案件のOJTにより**クリエイターのスキルアップ**
- 高スキルのクリエイターの就業により**請求単価アップ**
または、紹介によりゲーム会社への**転職を支援**

エコシステムの拡大

- 派遣で構築したネットワークにより、**受託案件の増加、紹介実績の増加**
- 受託案件の増加や紹介による**キーマンが派遣先にいることで派遣機会が増加**
- メディア事業の集客ノウハウで**ゲーム会社のプロモーション支援を実施**

各事業が循環性をもつことで、
会社運営の効率UP

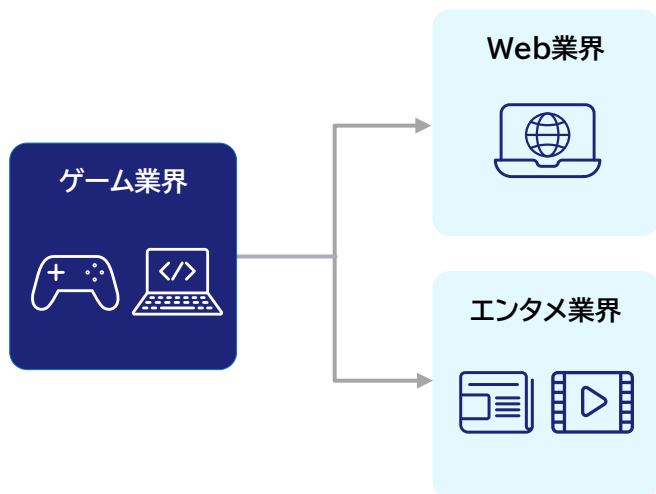


[長期成長戦略①]：人材領域(業界・エリア・形態)の多様化・拡大

- 業界・エリア・形態(フリーランス)の多様化・拡大を図り、ゲーム業界特化からWeb、エンターテインメント領域へ進出

業界の多様化

- ゲーム業界の周辺領域であるエンタメ・Web業界での人材ビジネスを展開
- エンタメ・Web業界の知見を蓄積



エリアの拡大

- 福岡・大阪に拠点を設置
- エリア拡大による知名度向上と事業規模の拡大

福岡・大阪に進出予定

将来的には海外展開も視野

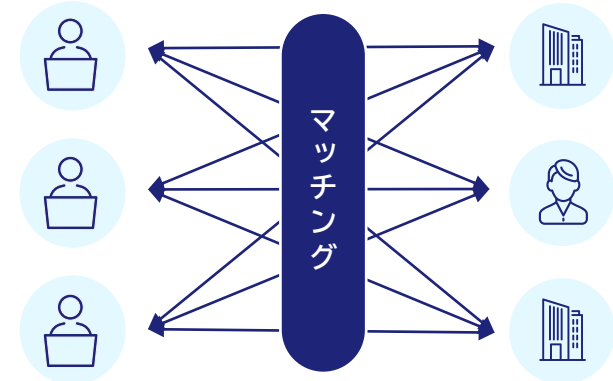


形態の多様化(フリーランス)

- 人材派遣・人材紹介と契約形態の異なるフリーランス領域に参入
- フリーランスとのネットワーク形成による高スキル人材のチーム組成と多様なサービス展開

フリーランサー

会社・個人

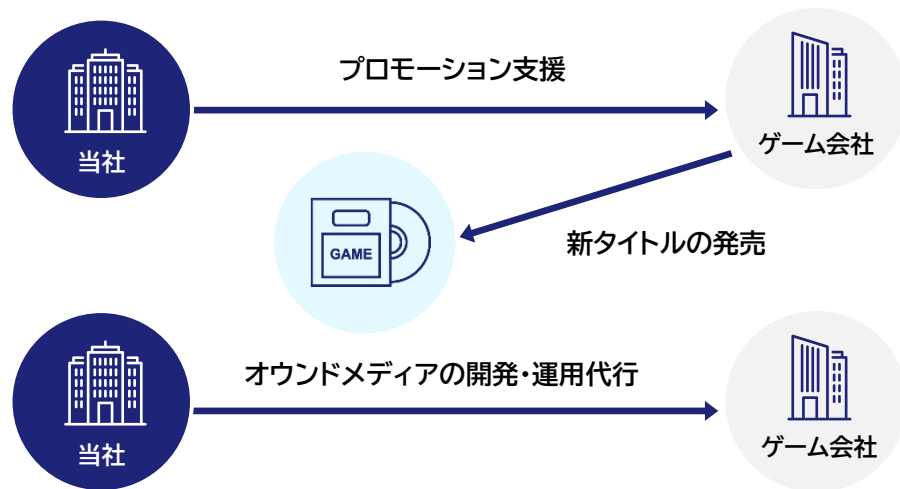


[長期成長戦略②]：受託事業領域の拡大

- メディア関連の受託サービスを拡大し、人材プールの規模・多様性の拡大により、多様な人材サービスを提供

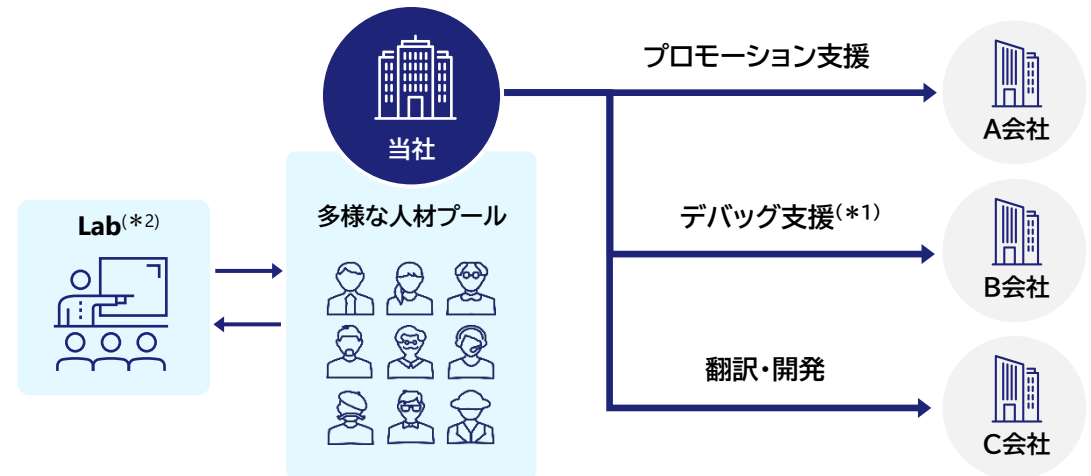
メディア関連の受託サービス

- ゲーム会社の新タイトルを発売する際のプロモーション支援（SNSによる集客、インフルエンサーによる集客）
- ゲーム会社またはゲームタイトルを対象にオウンドメディアを開発し、運用代行を実施



人材プールの規模・多様性の拡大

- プロモーション支援、デバッグ支援のほか、翻訳、開発など様々な受託業務をこなすことで、多様な人材プールを確保
- 多様な人材プールを確保することで、社員相互に新たなスキルを身につける機会を得られるようLabを設置
- Labで得たスキルを使って新たなサービスを提供



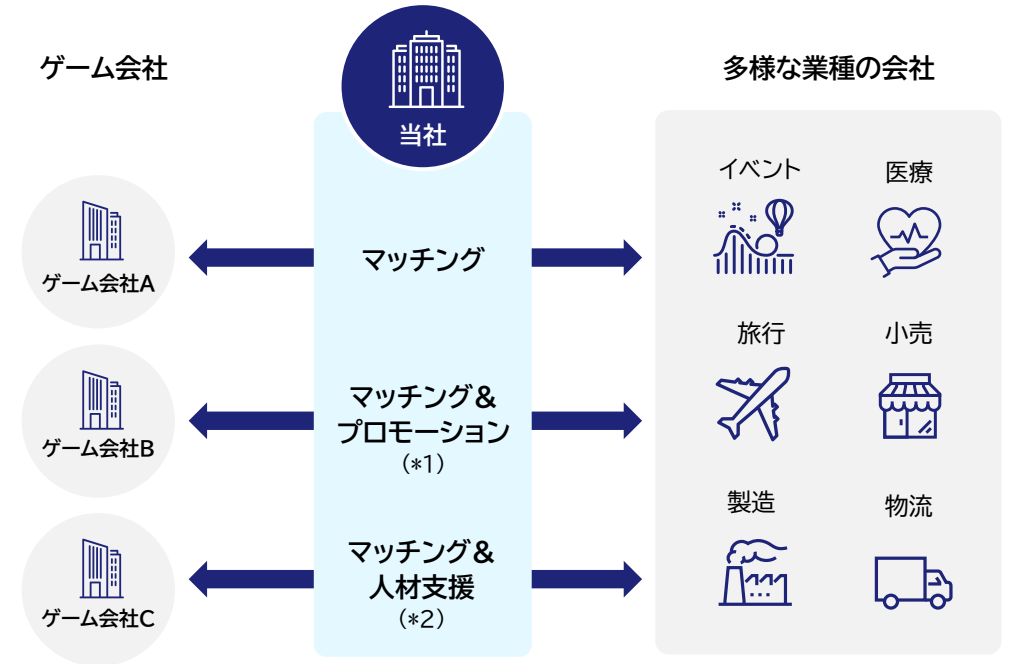
(*1)デバッグとは、コンピュータプログラムのバグ・欠陥を発見および修正し、動作を仕様通りのものとするための作業のこと
(*2)laboratoryの略

[長期成長戦略③]：新領域(Web3.0 | メタバース等)への展開について

- ゲーム会社とのネットワークを利用して、ゲーム業界の持つ技術と様々な業種の企業をマッチングするとともに、派遣・受託事業で蓄積したノウハウによりマッチング後の企業に対して知見を持った人材が支援
- 結果、様々な企業を対象にした新領域(Web3.0 | メタバース等)による新たな市場への参入を目標として事業活動を展開

ゲーム会社の技術と多様な業種をマッチング

- 多様な業種の会社に対してゲーム会社が持つ技術を利用できるように当社が窓口となってビジネスマッチングを実施
- マッチングのみならず、プロモーションや人材支援も併せて実施
- ゲーム会社の各部門・部署とのネットワーク



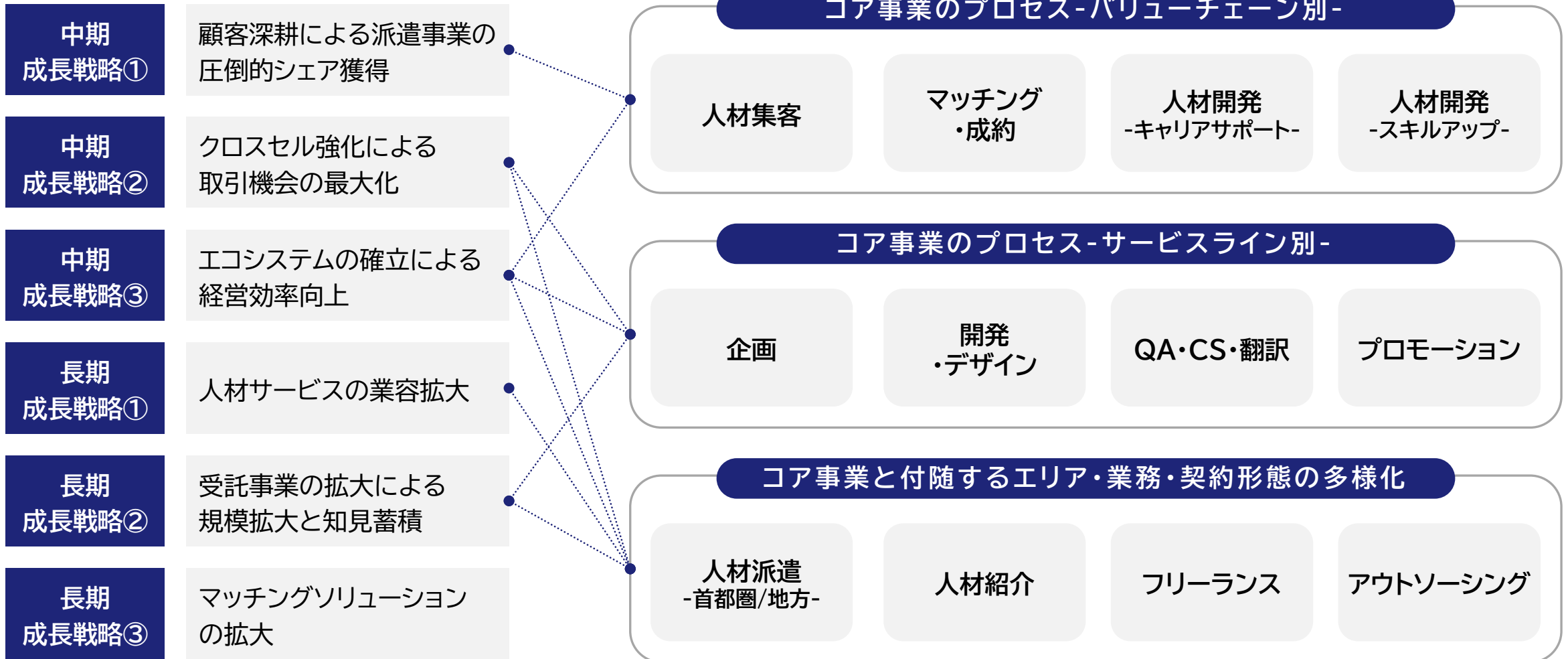
新領域(Web3.0 | メタバース)

(*1) ゲーム関連技術に興味のある多様な業種の会社に対してゲーム会社との窓口になり、提供できるサービスを選定・助言を行うことでマッチングを成立させることを想定

(*2) 多様な業種の会社に対してゲーム関連技術を通じてエンターテインメント性を具備したプロモーションを行うサービスを展開する等、新領域(Web3.0 | メタバース等)による新たな市場への参入を視野に

[M&A戦略]：成長戦略を踏まえた事業展開の考え方

■ 事業展開の考え方：コア事業(派遣)を軸に、注力領域を分解の上、各パーツを自力/他力(M&A)にて、新設・深堀・拡大



[M&A戦略]：M&A方針 | 財務規律 | ガバナンス

- 外部環境の流れを的確に捉え、将来の成長に必要な不可欠な部分について、時間軸を考慮の上で積極的にM&Aを活用する方向
- 当該M&A実施にあたっての規律を設定

M&A候補先 ターゲット

- 中長期成長戦略で掲げた対象業務および領域との整合性を重視
(前ページ参照)

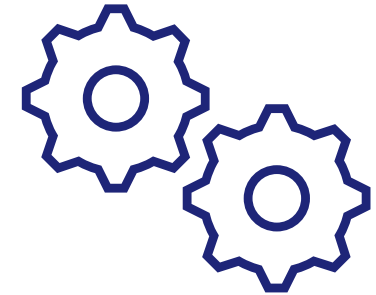
M&A実施の 財務規律

- 当社が目標とする営業利益率を意識し、原則、のれん負けをせず、利益貢献を見込むことができること
- 購入価格が割高でないこと(EBITDA倍率を意識した上で検討)

M&A実施後の ガバナンス

- 原則、当社人員による役員の派遣
- スケールメリット追及のためのバックオフィスの統合
- 投資実施後の定期的なモニタリング(当社にて展開する事業と同等のレベル)

既存事業の
オーガニックな成長



M&Aでの更なる
成長の加速

Appendix.3

リスク情報

Risk Information

主な事業環境に係るリスクについて

- 有価証券報告書(2022年6月30日提出)の事業等のリスクに記載した内容のうち、主なリスクは以下の通り

ビジネスリスク	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
人材 人材の確保	需要の増加による人材不足により、顧客企業からのニーズに対応できない恐れ	中	中	当社においては安定的な即戦力人材の確保に向けて、福利厚生、研修制度、社員交流制度等を充実させる対策を講じております
人材 競争の参入	市場拡大が招く競争の参入による派遣料金の低下	中	中	業界大手企業との強固なネットワーク、人材採用における優れたノウハウの蓄積、採用部門と営業部門における強固な連携体制により、顕在的・潜在的な競争他社に対して優位性を有しております
人材 特定業種(ゲーム業界)への依存	ゲーム市場の冷え込みによる市場の縮小	低	中	ゲーム業界の隣接分野であるIT・Web事業、動画配信事業、ライブ配信事業、AR・VR事業などに人材事業の裾野を拡大することで対応いたします
人材 法令違反	労働関連法令への抵触による認可の取消等	中	大	コンプライアンス研修の実施によって各種法令の遵守を徹底し、リスク管理委員会の開催により体制を強化するとともに、継続的に内部監査を実施することで法令違反を未然に防ぐよう努めております
メディア 検索エンジンのアップデート	検索順位の表示順序や報酬単価の低下	中	小	閲覧数・滞在時間等の各種指標を常に監視し、記事投稿数の増加や記事品質の向上等の施策を常に行っております



クリエイティブの最前線で共に未来を描く

本資料のお問い合わせ先： 管理本部 (ir@confidence-inc.jp)

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。これらの記述は、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たものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。