



# (2023年3月期-第1四半期) 決算説明資料

株式会社フレクト (証券コード : 4414)

2022年8月12日

# 会社概要

**社名** 株式会社フレクト (FLECT Co., LTD.)

**設立** 2005年8月

**資本金** 684百万円 (2022年6月末時点)

**従業員数** 194人 (2022年6月末時点)

**所在地** 東京都港区芝浦1丁目1番1号 浜松町ビルディング11階

**事業内容**

- ・クラウドインテグレーションサービス
- ・Cariot (キャリオット) サービス





代表取締役CEO  
黒川幸治

## あるべき未来をクラウドでカタチにする

当社はクラウド先端テクノロジーとデザインで企業のDXを支援する、マルチクラウド・インテグレーターです。

あらゆるヒト、モノがデジタルでつながる社会において、デジタルに最適化された新しい顧客体験をカタチにし、顧客中心型のビジネス変革を支援していきます。

# サービス概要

## クラウドインテグレーション

### DX支援のプロフェッショナルサービス

クラウド先端テクノロジーで新しい顧客体験をカタチにする「攻めのDX」を支援します。

既存事業や新規事業のデジタル変革をサービス企画からデザイン、マルチクラウド開発、運用までをワンストップで提供するサービスです。



partner network



HEROKU



MuleSoft Partner



tableau

## Cariot

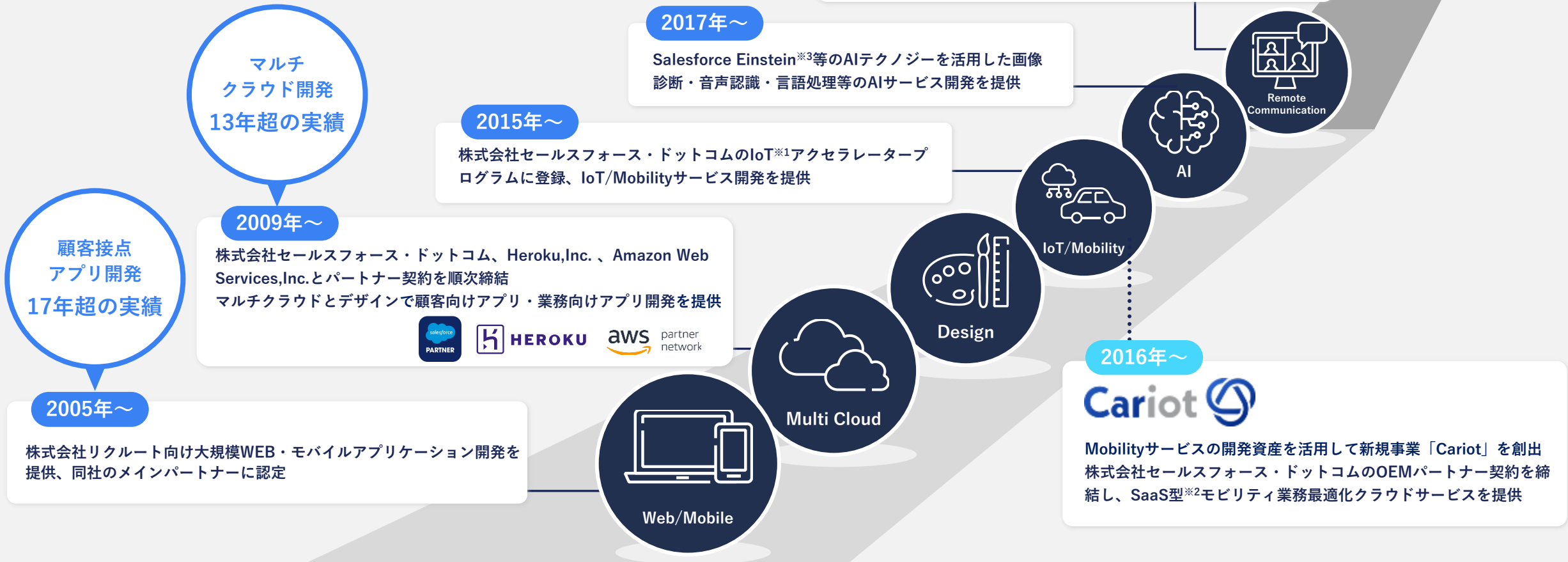
### クルマと企業をつなぐドライバー働き方改革クラウド

「物流」「訪問サービス」「営業」等で利用する商用車のリアルタイム情報活用と管理業務のDXにより、現場の業務効率化と安心・安全を提供するクラウドサービスです。

ドライバーを中心に管理者やスタッフ、顧客などクルマに関わる全ての人の働き方改革を支援します。



# 先端テクノロジーを取り入れた提供サービスの変遷



※1 IoT (Internet Of Thingsの略) モノのインターネット

※2 Software as a Serviceの略。パッケージとして提供されていたアプリケーションをインターネット上で提供するサービス

※3 Salesforce Einstein (アインシュタイン) salesforce.com, Inc.が提供するAI (人工知能) サービスの名称

※4 AR (Augmented Realityの略) 実在する風景にバーチャルの視覚情報を重ねて表示することで、目の前にある世界を仮想的に拡張する (拡張現実)

※5 株式会社セールスフォース・ドットコムは2022年2月に株式会社セールスフォース・ジャパンに社名変更

## グローバルでも評価される先端DX実績

国内AIサービスのDX事例を評価され、2019年Salesforceグローバルでのイノベーションアワードを日本の企業として初めて受賞しました。

2015年5月 Salesforce Partner Award “特別賞”

IoT案件における実績を評価され受賞

2017年12月 SORACOM SPS Partner Award 2017

“年間最優秀パートナー”

SORACOMパートナービジネスの年間実績を評価され受賞

2018年5月 Salesforce “Innovation Partner of the year”

Einstein(AI)案件における実績を評価され受賞

2018年10月 株式会社小松製作所 代表取締役社長によるCEATEC基調講演にて

高い技術力を持つIoTインテグレーターとして紹介される  
スマートコンストラクションサービスTRUCK VISION構築パートナーとして

2019年11月 Salesforce Partner Innovation Award

国内Einstein(AI)案件における実績を評価され日本企業として初受賞

2020年5月 Salesforce “Innovation Partner of the year”

MultiCloud開発案件における実績を評価され受賞

2022年3月 MuleSoft Japan

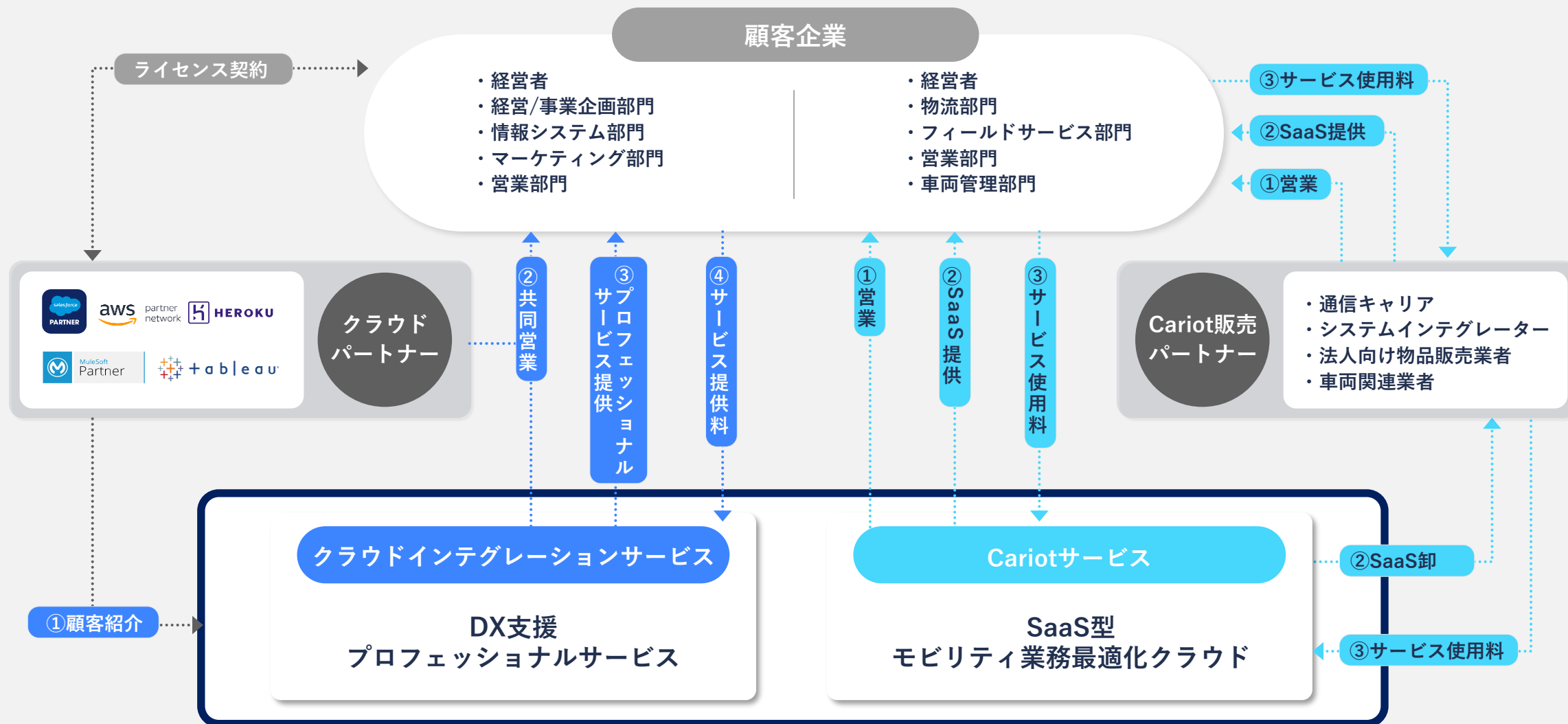
“MuleSoft Japan Partner Enablement Award 2022”

MuleSoftビジネスにおける実績が評価され受賞



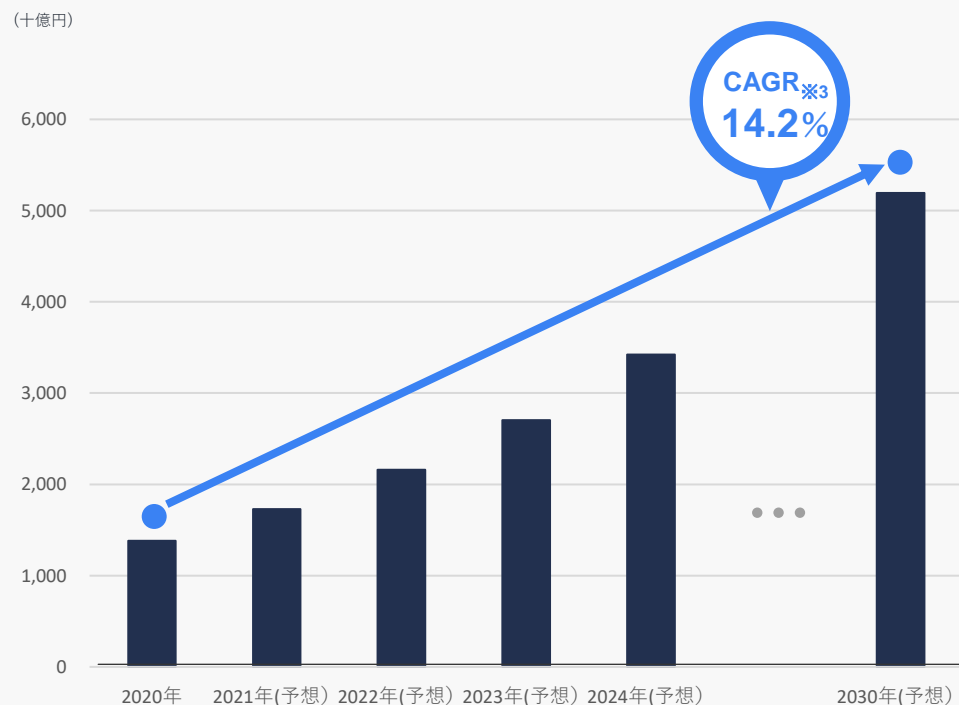
# サービスの流れ

クラウドインテグレーションサービスは、クラウドパートナーとの共同営業を行い、顧客企業に直接プロフェッショナルサービスを提供します。Cariotサービスは、直販活動を中心に顧客企業に対してSaaSライセンスを提供するサブスクリプション型のビジネスモデルとなっています。

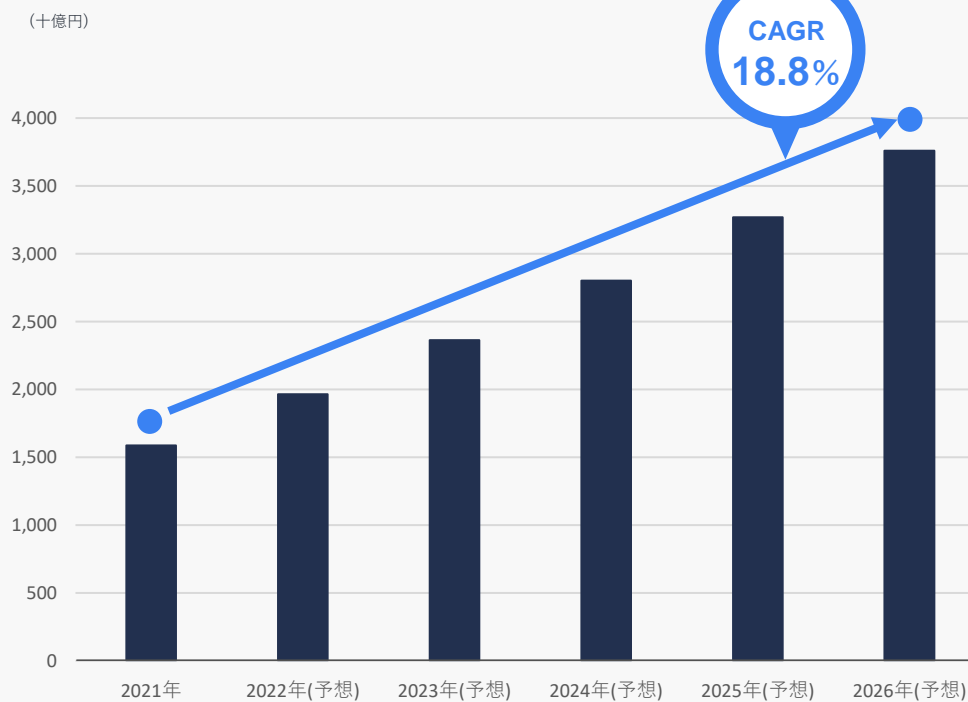


# コロナ禍においても日本のDX市場とクラウド市場はともに拡大

国内DX市場は  
2020年～2030年のCAGR14.2%で拡大※1



国内パブリッククラウド市場は  
2021年～2026年のCAGR18.8%で拡大※2

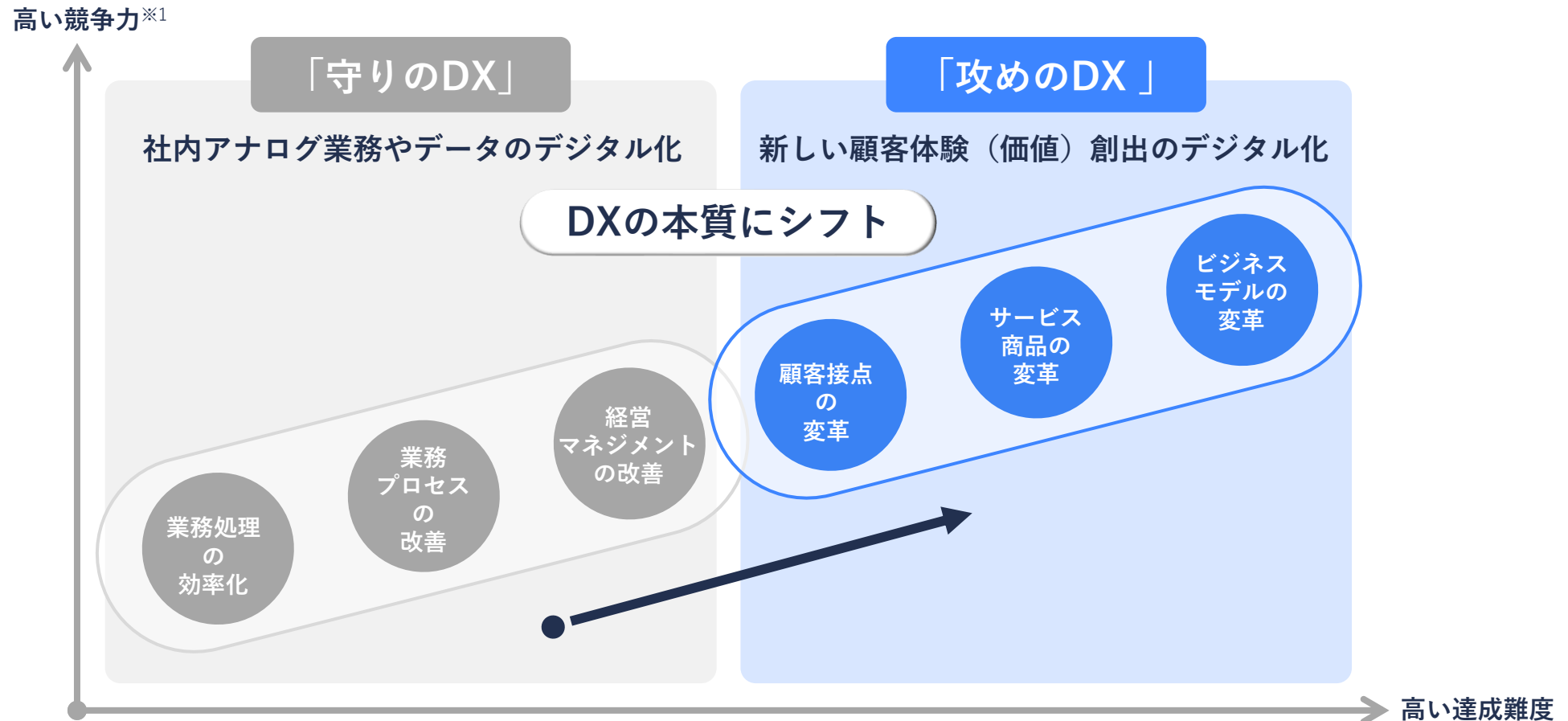


※1 (株)富士キメラ総研「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」を引用  
※2 IDC Japan (株)「国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測」を引用  
※3 CAGR (年平均成長率)とは、複数年にわたる成長率から、1年あたりの幾何平均を求めたもの



# DXの本質は、企業の競争力を高める「攻めのDX」

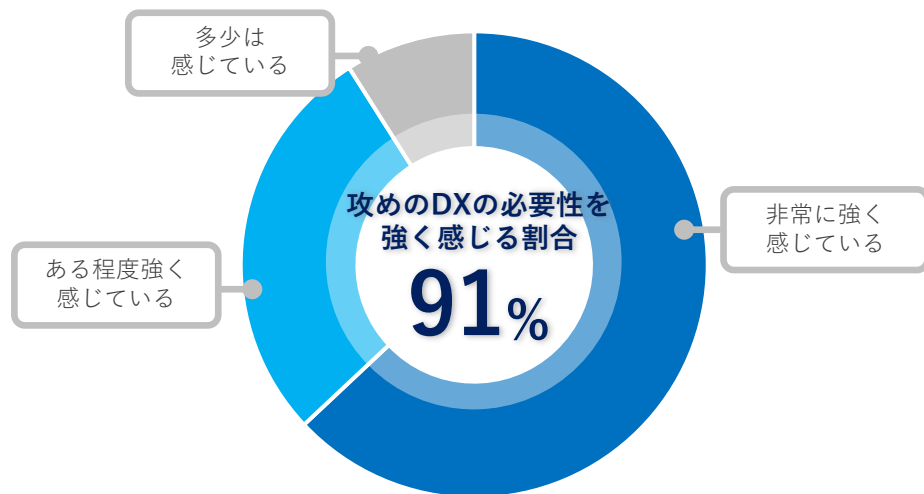
コスト削減を目的とした、紙からデジタルへの置き換えといった社内のアナログな業務やデータをデジタル化する「守りのDX」から、収益や顧客エンゲージメントの向上を目的とした新しい顧客体験を創出する「攻めのDX」にシフトすることが企業の高い競争力の獲得につながります。



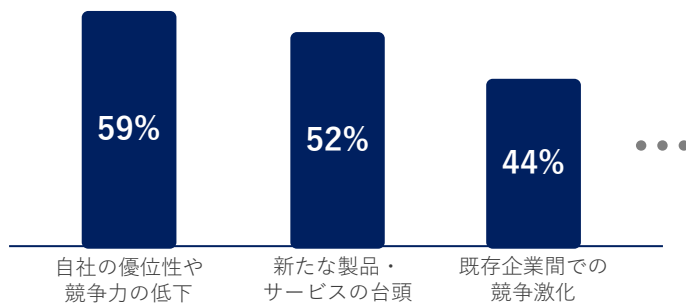
※1 株式会社NTTデータ経営研究所「日本企業のデジタル化への取り組みに関するアンケート調査」を基に当社で作成

# 日本におけるDXの実態

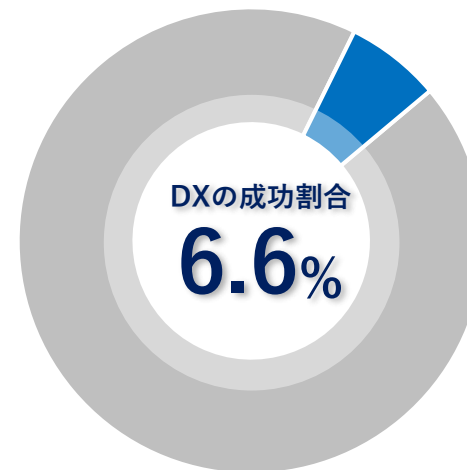
「攻めのDX」の必要性を強く感じる割合が約9割  
自社の優位性や競争力が低下することの懸念が背景に※1



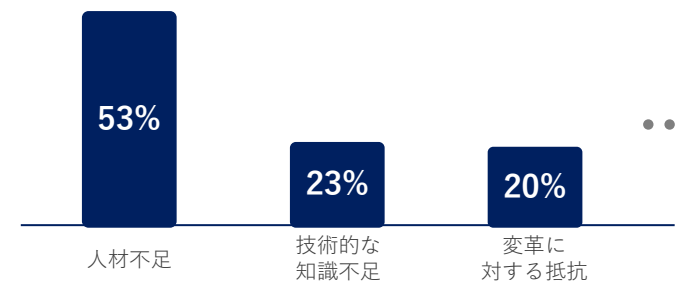
デジタル技術の普及による影響として懸念される課題



一方でDXが成功した企業の割合はわずか6.6%※2  
DX推進の課題に「デジタル人材・スキルの不足」といった人や組織の課題※3



DXを進める際の課題



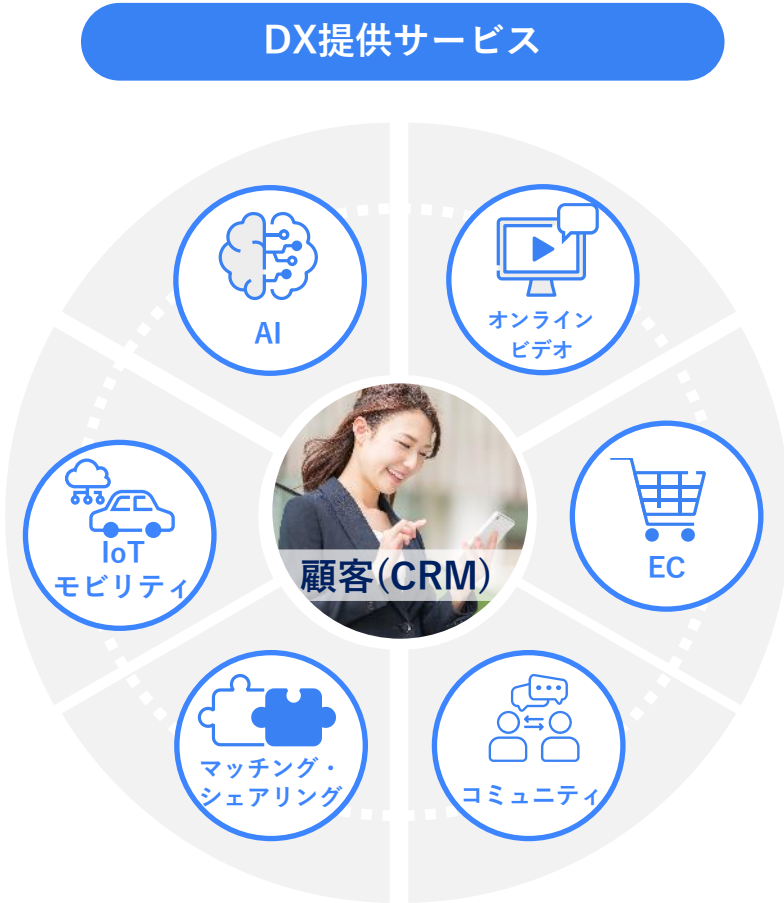
※1 独立行政法人情報処理推進機構(IPA)「デジタル・トランスフォーメーション推進人材の機能と役割のあり方に関する調査(2019年5月17日)」<https://www.ipa.go.jp/files/000073700.pdf>を基に当社で作成

※2 アビームコンサルティング株式会社「日本企業にとってのDXの本質(2020年度)」を基に当社で作成

※3 総務省「令和3年版情報通信白書(2021年7月30日)」を基に当社で作成

## クラウド先端テクノロジーで新しい顧客体験をカタチにする「攻めのDX」支援

IoT/Mobility、AI、E-Commerce、オンラインビデオ、コミュニティ、シェアリングやマッチングサービス等、企業の既存事業や新規事業のデジタル変革を支援します。顧客基盤は、積極的にDXを推進する大手企業※1が中心※2となっております。



※1 大手企業：日経225、日経400、日経500のいずれかに採用されている企業、または当該企業のグループ企業や当該企業に準ずる売上（1,000億円以上）規模の企業  
 ※2 23年3月期第1四半期累計期間における大手企業の売上比率は95%

## デジタルサービスづくりのワンストップサービス

攻めのDX実現のための「クリエイティビティ」と「マルチクラウド・エンジニアリング」のケイパビリティ（組織の能力）を有し、価値を創出する顧客接点（フロントエンド）の開発を強みとします。

### DXに必要なケイパビリティ

クリエイティビティ



マルチクラウド・  
エンジニアリング



### DXサービスの階層構造

デジタルサービス企画

UI/UXデザイン

顧客アプリケーション

業務アプリケーション

クラウド先端テクノロジー  
(IoT/AI等の要素技術)

クラウド・プラットフォーム

クラウド・インフラストラクチャー

顧客接点の  
開発が強み

## 変化に適応する高いアジリティ(俊敏性)

プロジェクト期間は平均で約3ヶ月となり、初期構築で終わらずに繰り返しのデリバリ・サイクルを回してDXサービスの成長を支援します。



※1 QCD (Quality品質・Costコスト・Delivery納期の略)

## DXによるビジネス変革を実現するマルチクラウドの高い技術力

1つのデジタルサービス構築に留まらない、複数のデジタルサービスを開発しそれらを束ねてビジネスモデルの変革を支援します。



※1 Application Programming Interfaceの略でソフトウェア同士が互いに情報をやりとりするのに使用するインタフェース仕様

※2 Enterprise Resource Planningの略で、統合基幹業務システム

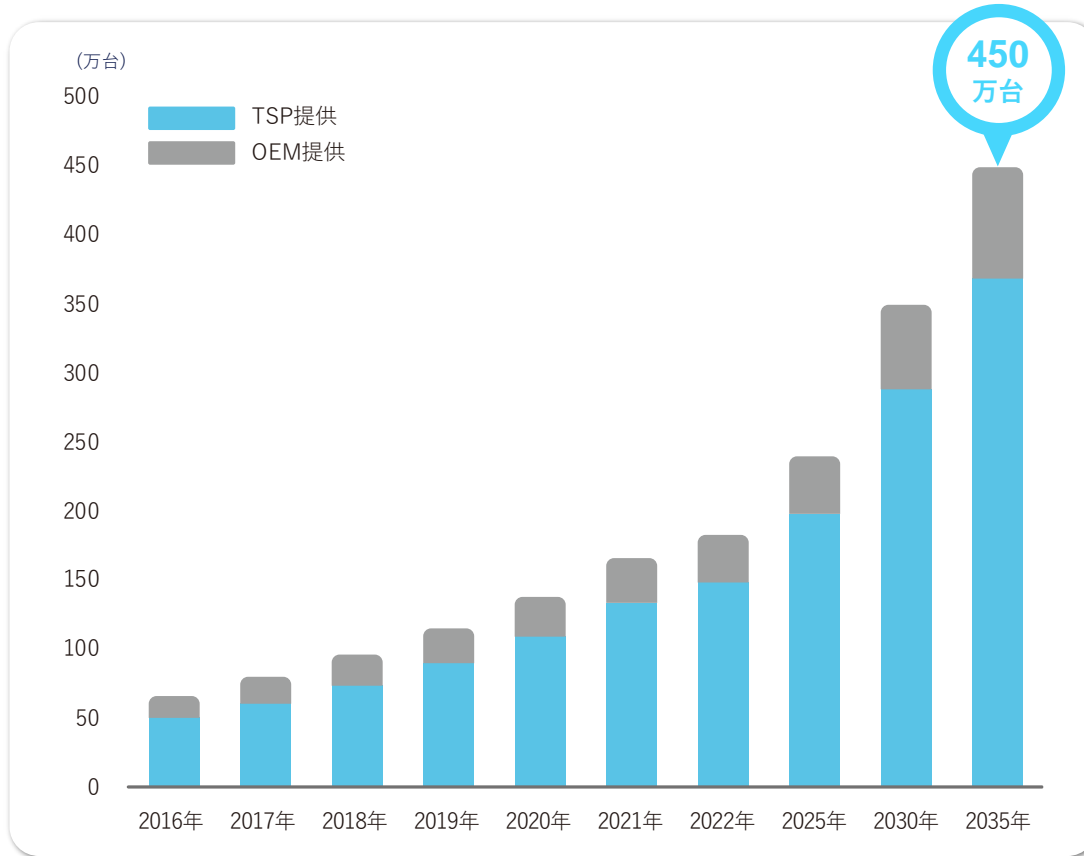
※3 Marketing Automation (マーケティングオートメーション) マーケティング活動を自動化するツール

※4 Business Intelligence (ビジネス・インテリジェンス) 大量データを収集・蓄積・分析・加工し、経営戦略の意志決定を支援するツール

## 商用車テレマティクスにおける日本市場ポテンシャル

国内商用車テレマティクス加入累計台数は2035年までに450万台に拡大する見込みです。

日本の商用車テレマティクス加入台数累計※1



2021年

国内商用車台数 (TAM ※2)  
1,600万台 / 5,760億円

2035年

国内商用車テレマティクス  
450万台 / 1,620億円

2021年

国内商用車テレマティクス  
166万台 / 598億円

※1 富士経済「コネクテッドカー関連市場の現状とテレマティクス戦略2019」を基に当社で作成。TSP (Telematics Service Providerの略) はサードパーティ、OEM (Original Equipment Manufactureの略) は自動車メーカーとなります。

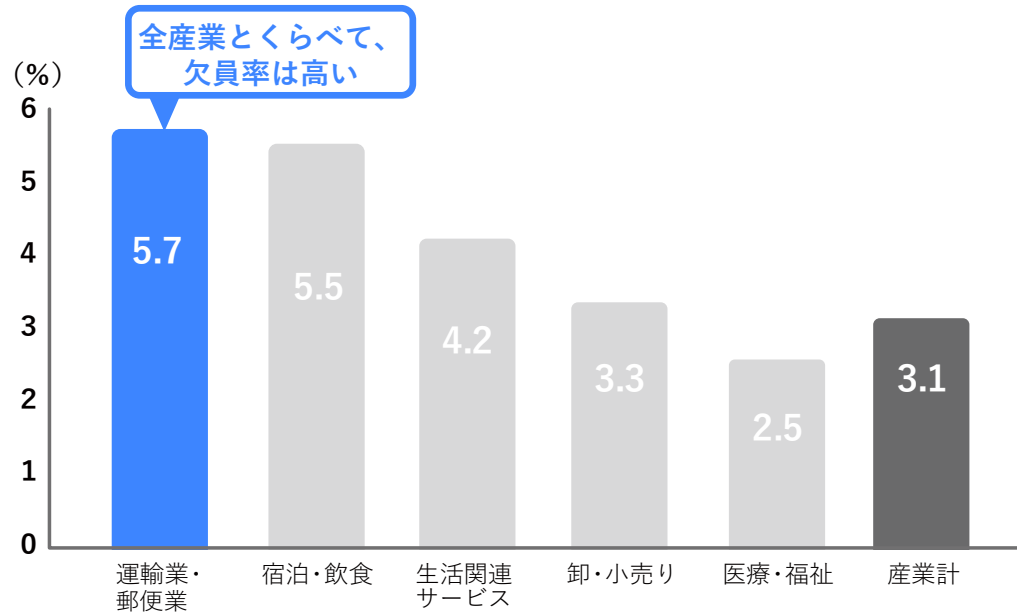
※2 Total Addressable Marketの略で獲得可能な最大市場規模。金額換算は当社月額平均サービス単価×12か月×台数にて当社で試算。

台数は一般財団法人自動車検査登録情報協会「自動車保有車両数」の貨物車両数(令和元年10月末現在)と一般社団法人日本自動車リース協会連合会「車種別・全国リース車保有台数の年別推移と対前年比」記載の乗用車数から個人リース車両数を差し引いて算出

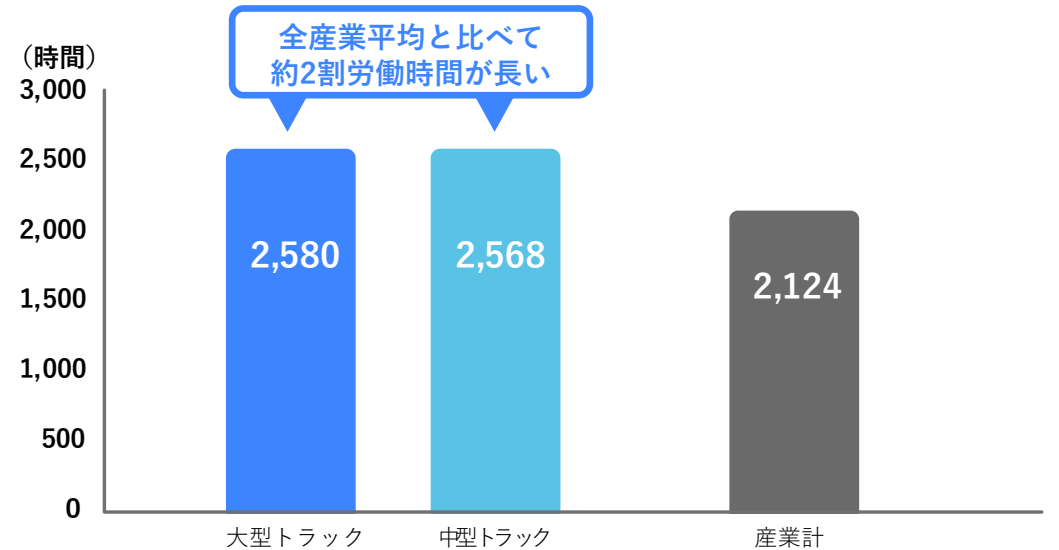
## モビリティ業界の問題

トラックドライバー不足等を背景とした物流危機（クライシス）の問題が顕在化しています。また2024年には「働き方改革」に基づき、自動車運転業務に対して「時間外労働時間の年間960時間上限規制」の適用が予定されています。

### トラック運転者の欠員率※1



### トラック運転者と全産業全職種の平均労働時間の比較※1







## クルマと企業をつなぐドライバー働き方改革クラウド「Cariot」

車載デバイス・スマホアプリを用いて、クルマのデータをリアルタイムに取得・可視化し、クルマに関わる業務の効率化を支援します。



### Cariotの特徴

 **クルマの今どこ、いつ着く、安全がカンタンすぐに分かる（問合せ対応削減）**

 **クルマの管理業務や走行のムダを抽出し、改善・効率化を支援**

 **強固なセキュリティ  
（Salesforce.com/AWSクラウド基盤活用）**

 **API連携によるモビリティ・エコシステム**

2023年3月期第1四半期決算

## (2023年3月期-第1四半期) 決算サマリー

### 1 旺盛なDX支援需要により過去最高の四半期売上高

一過性のコスト増により、当期純損失を計上

売上高 **1,172**百万円

+56.2%  
(前年同期比)

当期純損失  $\Delta$ **20**百万円

$\Delta$ 54百万円  
(前年同期比)

### 2 既存大手顧客の取引注力により、ARPAが上昇

大手企業  
四半期契約顧客数

**34**社

$\Delta$ 5社  
(22年3月期4Q比)

大手企業  
顧客あたりの四半期  
平均売上高(ARPA)

**30.8**百万円

+6.1百万円  
(22年3月期4Q比)

### 3 エンジニア等従業員数が大幅増

理系院卒の新入社員18人の入社に加え、中途採用が計画を上回って進捗

エンジニア等  
従業員数<sup>※1</sup> **148**人

+46人  
(前年同期比)

+30人  
(22年3月比)

### 4 売上高・採用堅調のため、業績予想は維持

売上高 **4,772**百万円

+31.0%  
(22年3月期比)

当期純利益 **275**百万円

+3.3%  
(22年3月期比)

※1 事務職を除いたクラウドインテグレーションサービス部門のエンジニア、マネージャー等の専門職人材 (2022年3月末時点)

## (2023年3月期-第1四半期) トピックス

大手企業の本流ビジネスのDX支援案件が、クラウドインテグレーションサービスの成長をけん引しました。

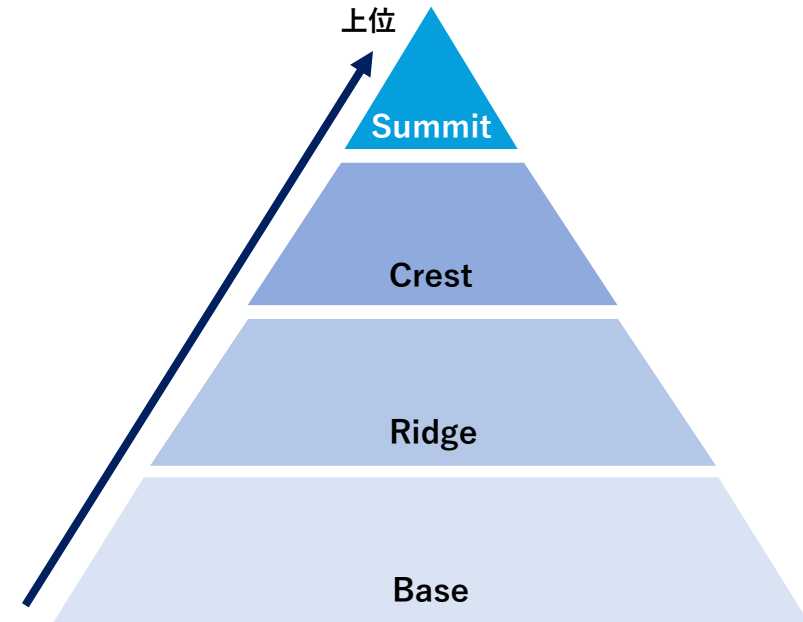
### Salesforceマルチクラウド案件が大型化

大手企業の本流ビジネスにおける攻めのDX支援において、Salesforceプラットフォームを採用したマルチクラウド案件が大型化、既存顧客のクロスセルが伸長しました。



### Salesforceパートナーランク最上位「Summit<sup>※1</sup>」認定

Salesforceプラットフォームを採用した豊富な開発実績等が評価され、Salesforceコンサルティングパートナープログラムにおける最上位ランクとなる「Summit」に認定されました。



※1 Salesforceコンサルティングパートナープログラムにおいてパートナーをランク付けしたもの。製品・業界における専門能力、顧客満足度調査、資格者数等、多様な指標から総合的に評価されるもの

## (2023年3月期-第1四半期) 業績ハイライト

旺盛なDX支援の引き合いを背景に、売上高は1,172百万円（前年同期比+56.2%）で過去最高の四半期売上高となりました。一方で、今後の更なる成長を見据えた組織体制へ移行したタイミングで案件受注が過多となり、一部の案件で品質担保のため予定の開発工数を超過したりリソースを追加したことでコストが増加しました。そのため、売上総利益率は38.5%（前年同期比△4.1pt）、営業利益は△26百万円と減益となりました。2Qで好転させ、3Qにおいて計画通りの利益率水準への回復を見込んでおります。

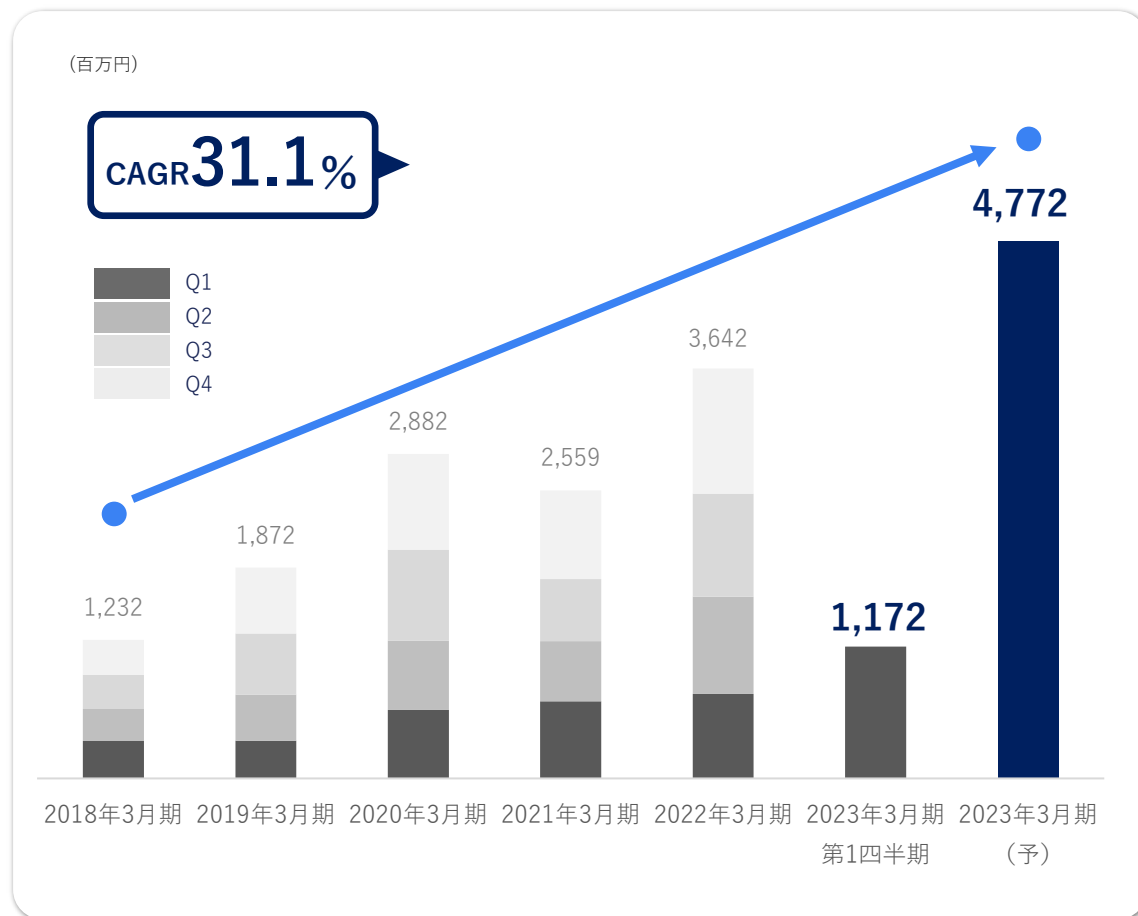
(百万円)

	2022年3月期 第1四半期	2023年3月期 第1四半期	前年比		2023年3月期 通期業績予想	予実進捗率
			増減額	増減率		
売上高	750	1,172	+422	+56.2%	4,772	+24.6%
売上総利益	320	451	+131	+41.1%	2,148	+21.0%
(%)	42.6%	38.5%	△4.1pt		45.0%	
営業利益 (営業損失)	41	△26	△68	-	386	-
(%)	5.5%	-	-		8.1%	
当期純利益 (当期純損失)	34	△20	△54	-	275	-
(%)	4.6%	-	-		5.8%	

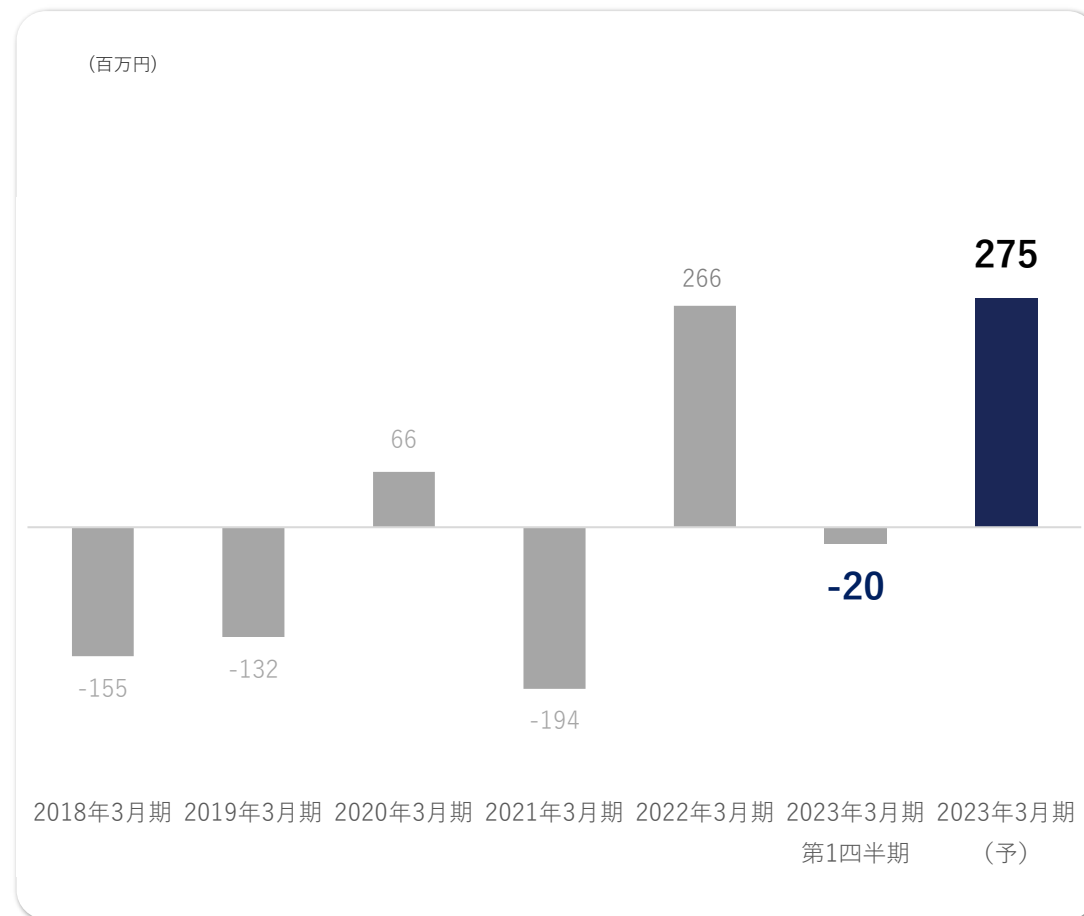
## 業績推移

新型コロナウイルスの影響により21年3月期は一時業績が低下しましたが、22年3月期においては業績回復し、23年3月期には更なる売上高の拡大を見込み、売上高CAGRは31.1%※1の成長予定となります。

### 売上高



### 当期純利益



※1 CAGRは2018年3月期～2023年3月期（予）の年平均成長率

## (2023年3月期-第1四半期)貸借対照表

主な増減について、流動資産が182百万円減少、流動負債が128百万円減少しています。自己資本比率は50.2%と健全な財務基盤となっています。

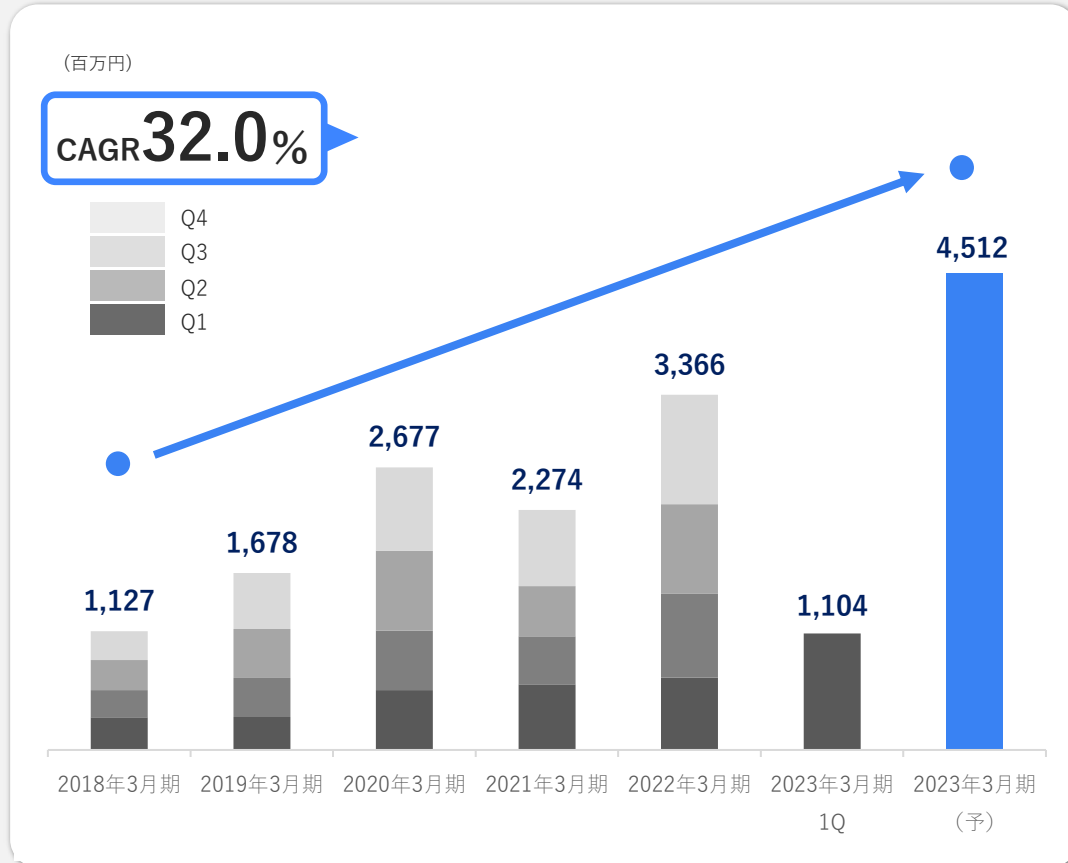
(百万円)

	2022年3月期 (期末時点)	2023年3月期 (第1四半期時点)	増減額
<b>資産合計</b>	<b>2,692</b>	<b>2,537</b>	<b>△155</b>
流動資産	2,425	2,242	△182
固定資産	267	294	+26
<b>負債合計</b>	<b>1,400</b>	<b>1,263</b>	<b>△136</b>
流動負債	766	638	△128
固定負債	633	625	△8
<b>純資産</b>	<b>1,291</b>	<b>1,273</b>	<b>△18</b>
<b>総資産</b>	<b>2,692</b>	<b>2,537</b>	<b>△155</b>
現預金	1,639	1,287	△351
有利子負債	691	673	△18
自己資本比率	48.0%	50.2%	+2.2pt

## 業績推移

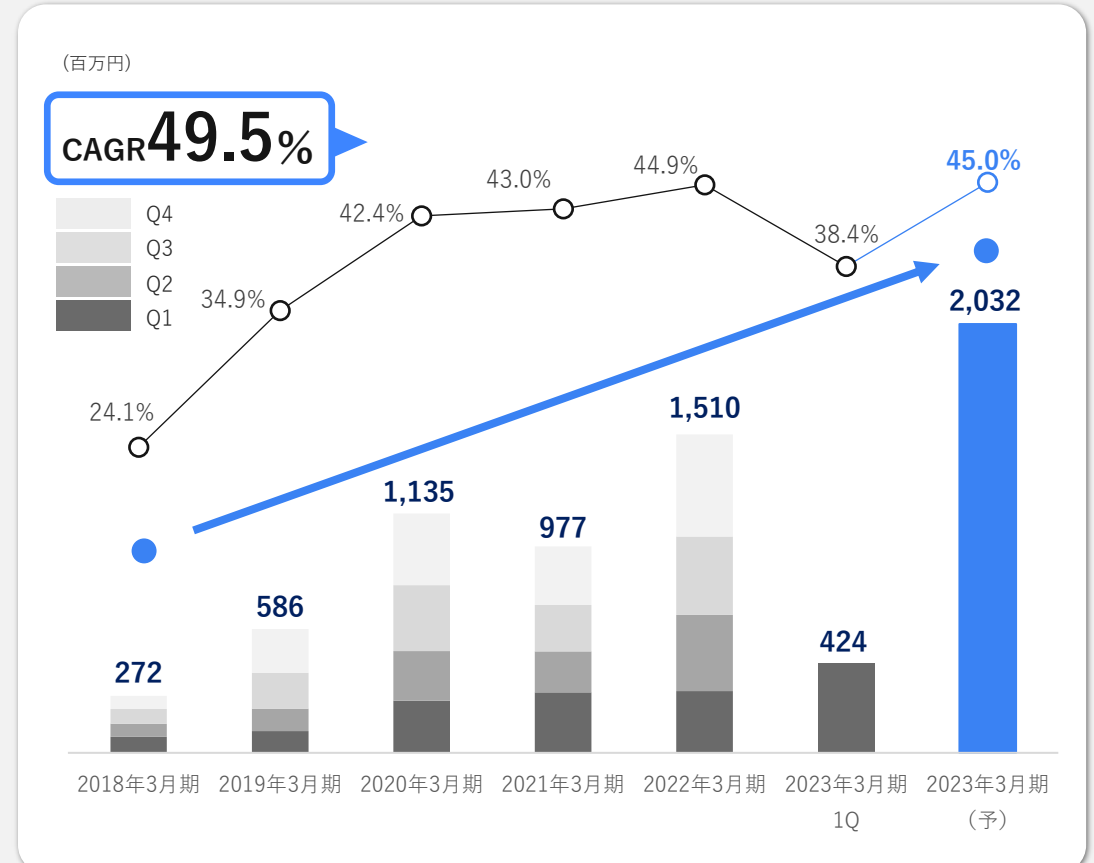
## 売上高

23年3月期1Qにおいて、過去最高の四半期売上高を達成しました。計画以上に売上進捗しており、通期においても過去最高の売上高を見込み、CAGR32.0%※1の成長予定です。



## 売上総利益（率）

23年3月期1Qは一過性のコスト増により、売上総利益率が低下しましたが、過年度並みの進捗率となっており、通期の売上総利益はCAGR49.5%※1の成長予定です。



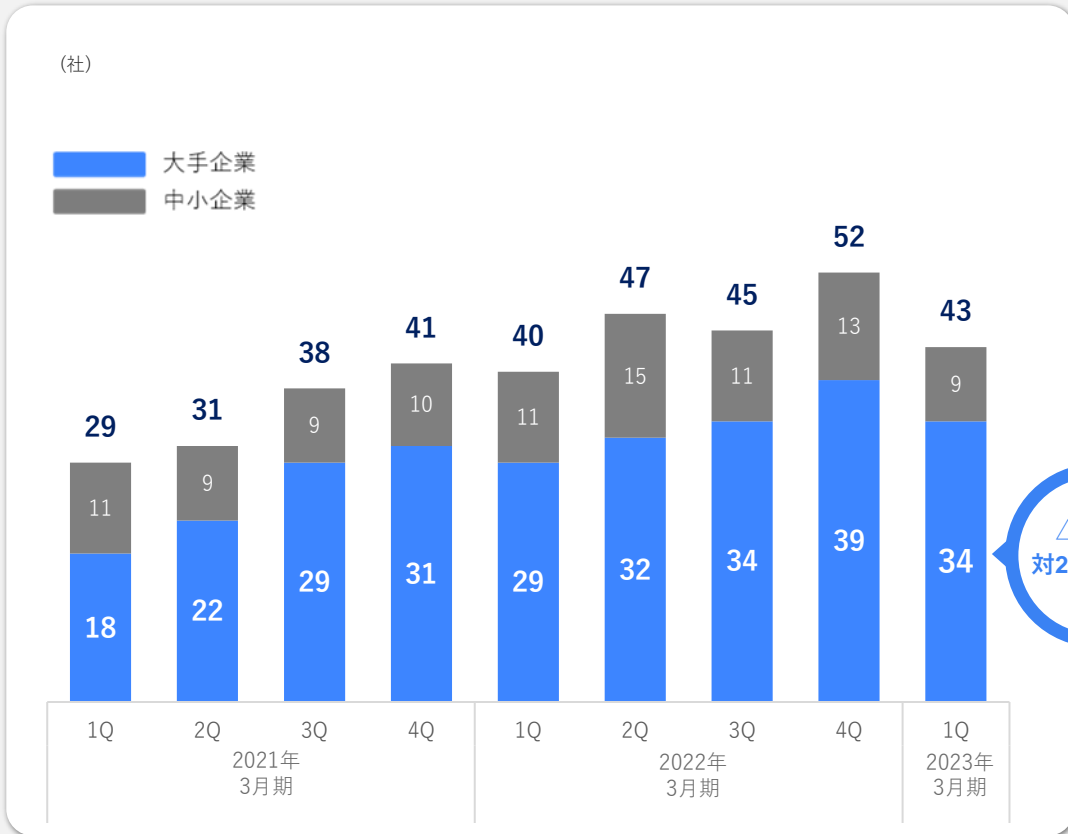
※1 CAGRは2018年3月期～2023年3月期（予）の年平均成長率



## KPI推移（四半期ベース）

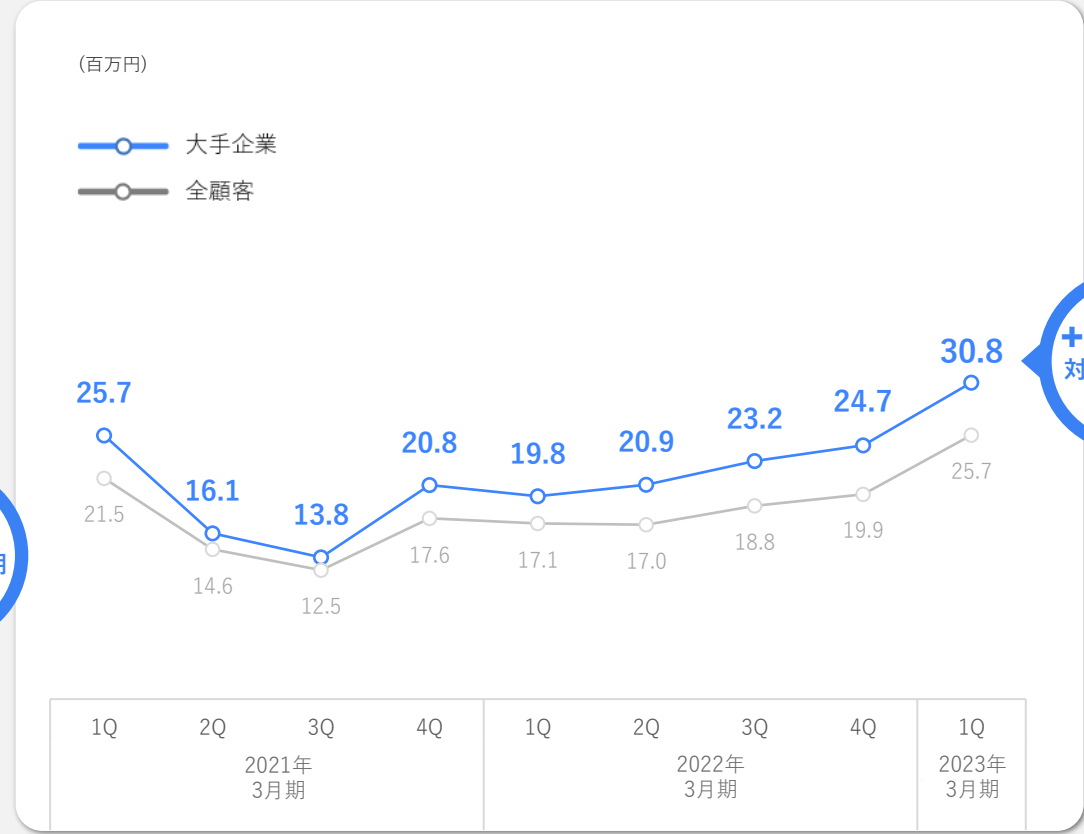
### 四半期契約顧客数※1

大手企業の四半期契約顧客数は23年3月期1Qにおいて、22年3月期4Q比で5社減少し、34社となりました。



### 顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA※2)

既存大手顧客の取引拡大に注力した結果、大手企業のARPAは、23年3月期1Qにおいて6.1百万円増加し、30.8百万円まで上昇しました。



※1 再販案件を除いた四半期会計期間における契約顧客数。再販案件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販売するリセールにあたり、当社においては金額が僅少なため、当該顧客は除く

※2 Average Revenue per Account の略（顧客当たりの平均売上高）で、再販案件を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出

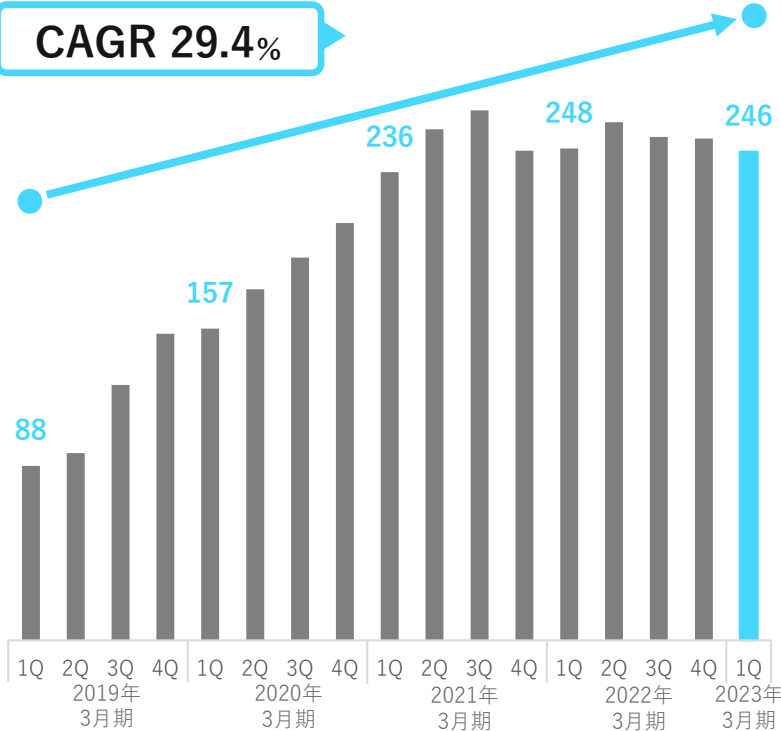
## KPI推移

ARRは新型コロナウイルスの影響を受けて21年3月期4Qから減少後、22年3月期2Qには一時回復したものの、23年3月期1Qでは燃油高にみられる原価高騰を原因とした顧客業績悪化によって解約が発生し、前Q対比で7百万円減少し246百万円となりました。契約数は同じく新型コロナウイルスの影響を受けて21年3月期2Qから減少しましたが、回復基調にあり、23年3月期1Qでは過去最高の217件の契約数に増加しました。

ARR※1

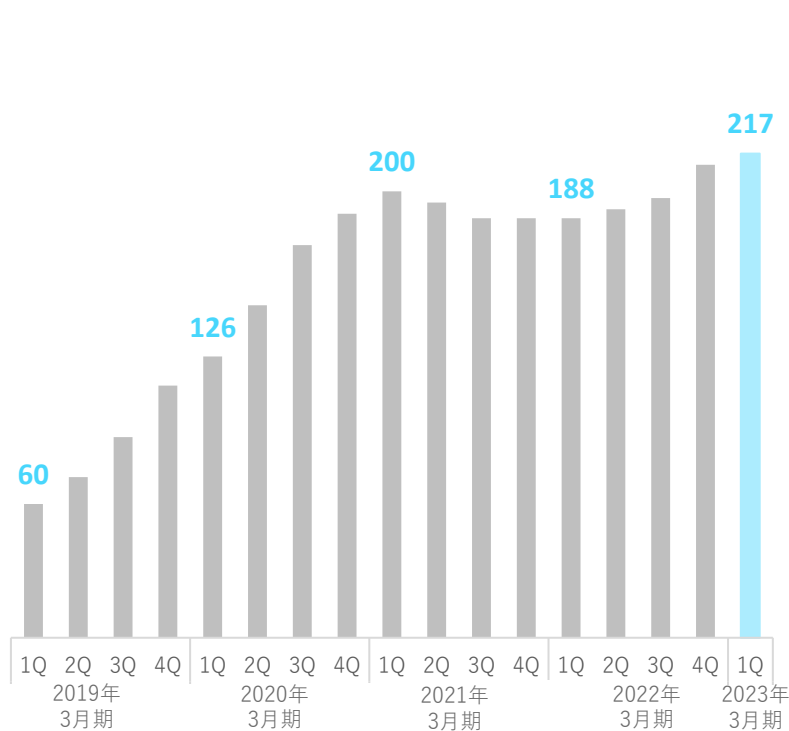
(百万円)

CAGR 29.4%



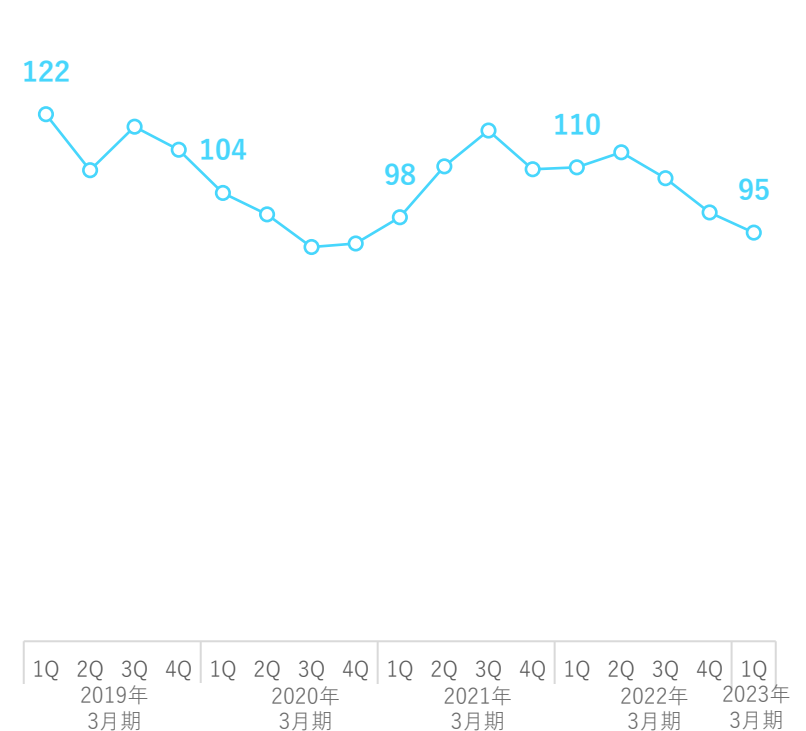
契約数※2

(件)



ARPA※3

(千円)



※1 Annual Recurring Revenueの略。月末のMRR（Monthly Recurring Revenueの略で月間経常収益）を12倍して算出した年間経常収益

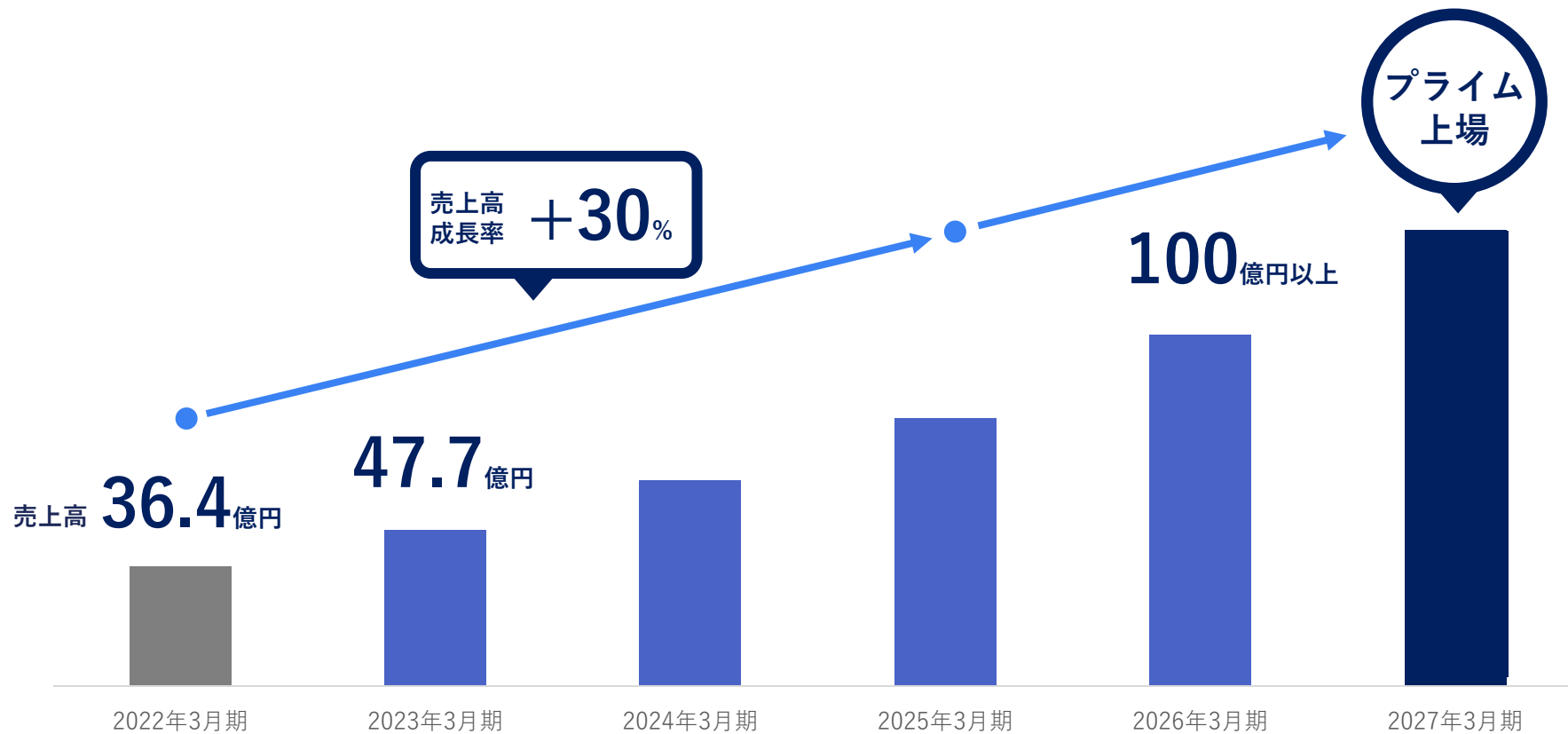
※2 四半期末時の月当たりの契約数

※3 Average Revenue per Accountの略。契約数当たりの平均MRR

# 成長戦略

## プライム上場を目標に据えた中長期成長計画

「マルチクラウドの強化および発展」「人材投資（教育・採用）」「研究開発投資」「Cariot投資」の成長戦略を推進することで、クラウドインテグレーションサービス中心に3か年の売上高成長率は前年比30%増を継続し、26年3月期は売上高100億円以上、27年3月期に東証プライムへの上場を目指していきます。



## マルチクラウドの強化および発展

大手企業を中心に、契約顧客数の増加と顧客あたりの月次平均売上高（ARPA）の増加で、安定かつ継続的な成長を行います。

### 契約顧客数の増加 (新規顧客の獲得フェーズ)



新型コロナウイルス感染症を背景に、自社製品やサービスに組み込むオンラインビデオサービスのカスタム需要が堅調に拡大。



Amazon Chime SDK and Chime Voice Connector Partnersは日本国内で当社のみ



IoT/モビリティ



AIサービス



マッチング等  
新規サービス



### ARPAの増加 (既存顧客のクロスセルフェーズ)

顧客を中心に360° でつながるSalesforceのクラウドサービスを幅広くカバー。また、Mulesoftによりクラウドやオンプレミス統合、API管理を実現し、あらゆるシステムをつなげることで、クロスセルを推進。



コミュニティ  
サービス



ECサービス



MA/BIサービス

# マルチな専門性を育む仕組みと人づくりの推進

教育イネーブルメント（推進）の専門チームを中心に、従業員の教育推進及び仕組みの改善活動を継続的に実施しています。

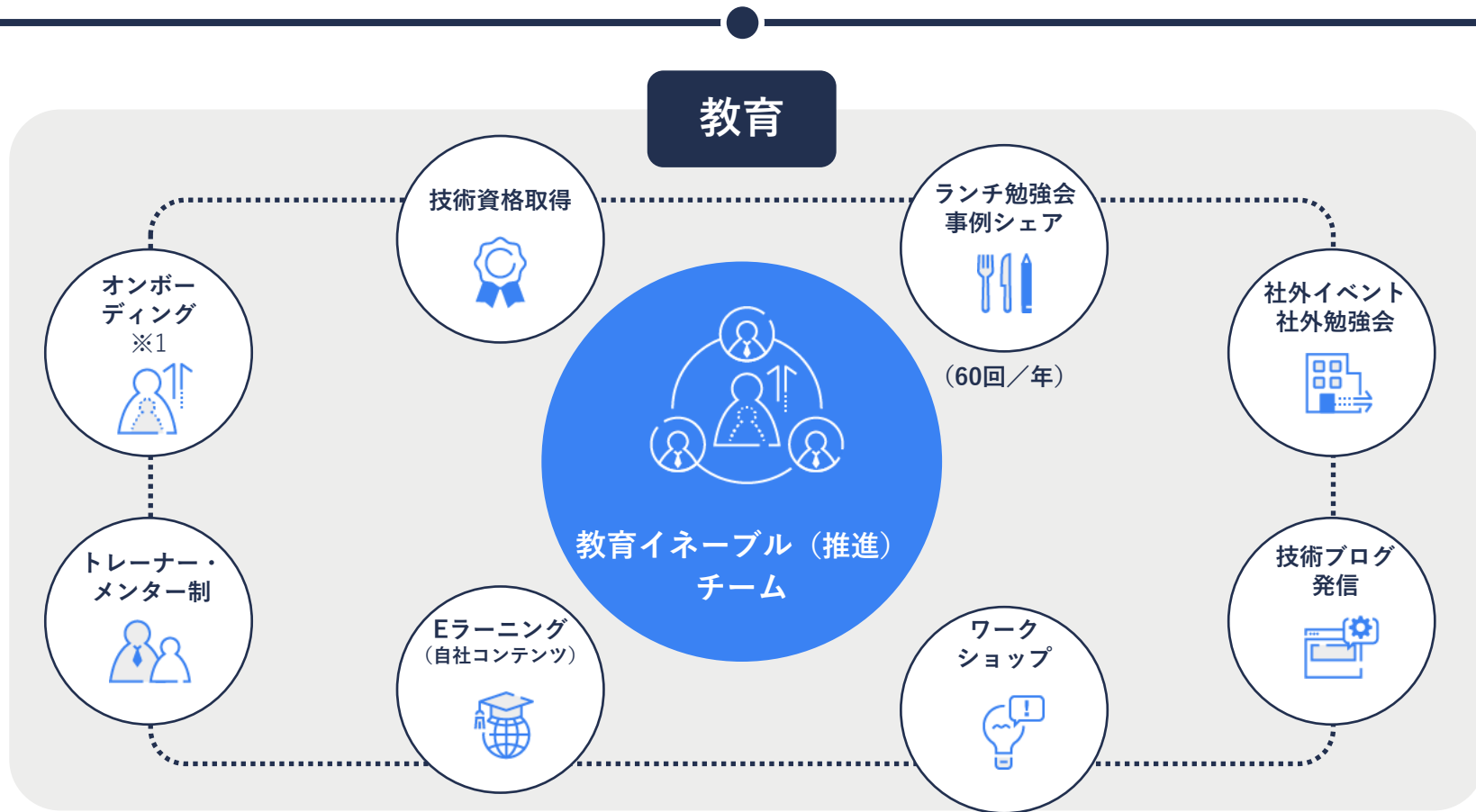
入社から  
プロジェクト  
アサインまで  
**1ヶ月**

## 入社

キャリア採用の  
クラウド未経験割合  
**9割**



## 教育



## 実践

フィードバック  
サイクルを  
回して継続改善

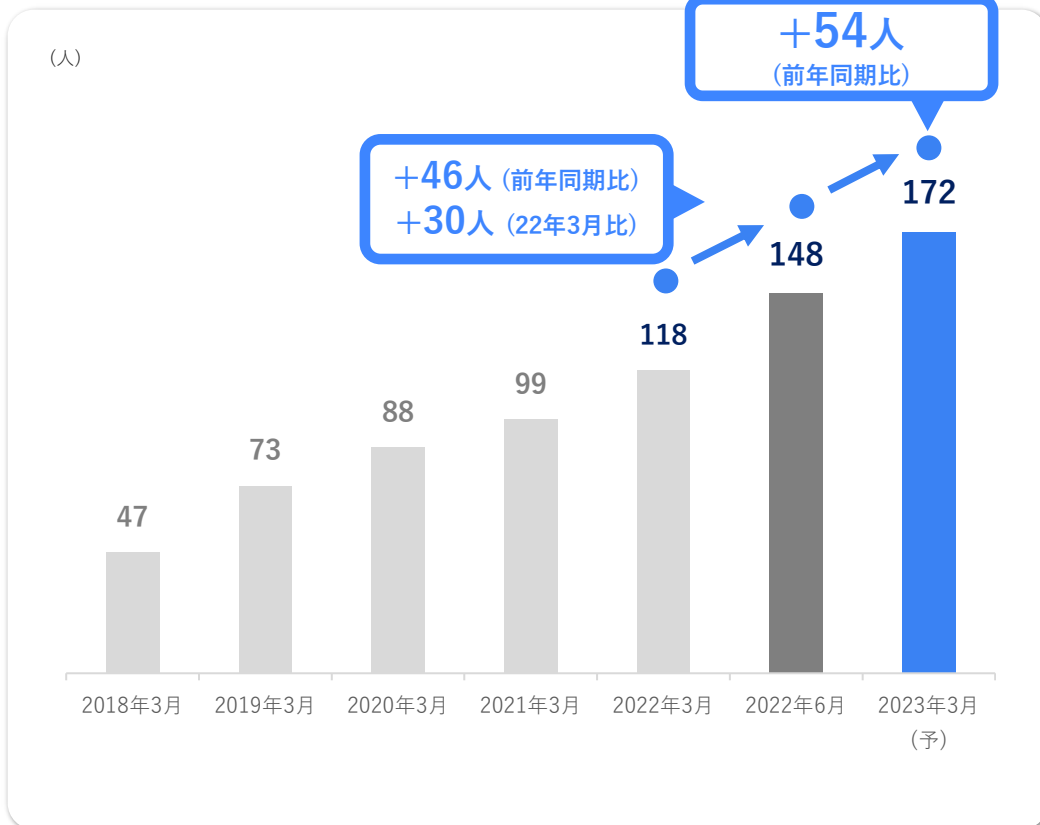


※1 キャリア採用者を組織の一員として定着させ、戦力化させるまでの一連の受け入れプロセス

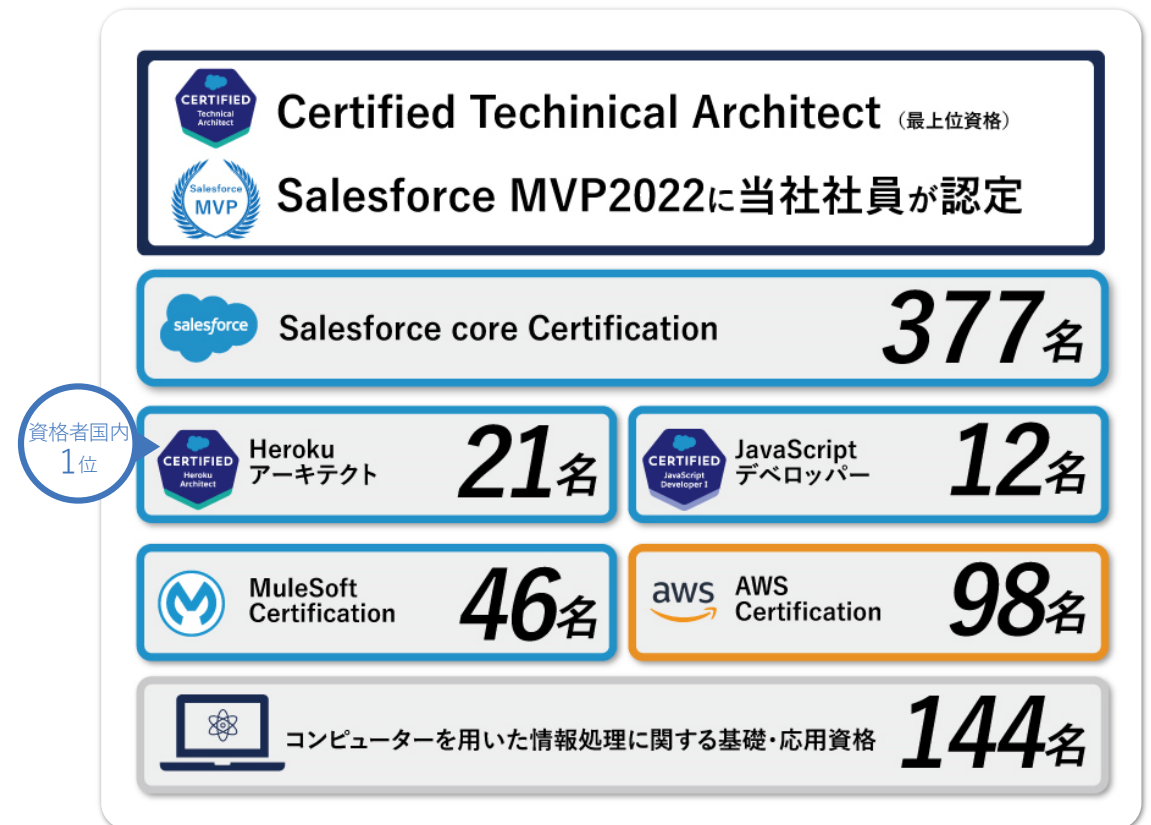
## クラウドエンジニア等の専門職従業員を中心とした組織拡大

クラウドエンジニア等従業員数は前年同期比で46人増加、22年3月末時対比では30人増加し、23年6月末時点で148人となりました。理系院卒の新入社員18人の受け入れに加え、中途採用も計画を上回って進捗しています。23年3月末の172人体制に向けて引き続き採用を強化していきます。

### エンジニア等従業員※1の推移



### マルチクラウド資格※2の取得推進



※1 事務職を除いたクラウドインテグレーションサービス部門のエンジニア、マネージャー等の専門職人材  
 ※2 2022年6月末時点、のべ資格取得者数の集計

## 先端テクノロジーによる高付加価値を創出する研究開発への投資

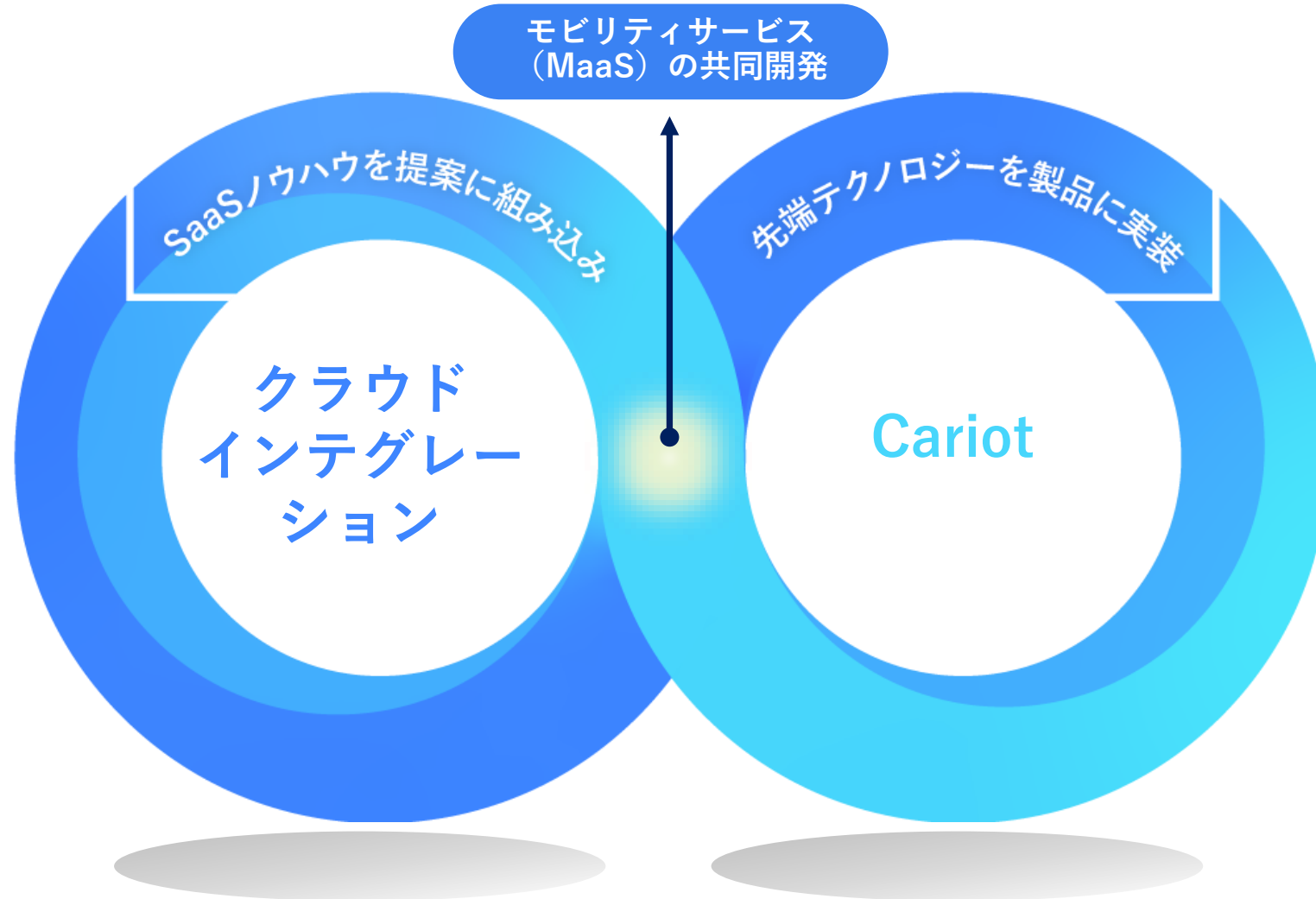
研究開発で得たクラウド先端テクノロジーを、企業や社会で発生する 이슈に対して一早く適用していきます。このノウハウを蓄積し、クラウド先端テクノロジーをパッケージ化することで、同様な 이슈へ横展開し、他の企業が知見を持たない特定領域において先行して競争優位性を確立していきます。





## CariotへのSaaSビジネス投資

Cariotサービスの成長とあわせて、両サービス間連携によるシナジー効果を創出します。



# Appendix

## 経営陣の紹介



Founder/代表取締役CEO  
**黒川 幸治** Koji Kurokawa

学生起業家でIT企業経営20年

前身IT会社の起業を経て、2005年に株式会社フレクトを設立。代表取締役CEOとしてクラウド事業へ参入とその事業基盤を構築、現在に至るまで当社経営の舵取りを行う。「インターネットを通じてみんなの人生満足を追求する」をミッションに掲げて、当社に関わるステークホルダーへの幸せと価値提供の最大化を目指す。



取締役COO  
**大橋 正興** Masaoki Ohashi

日本のIoTを変える99人に選出

2004年ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズ入社、携帯電話のミドルウェア開発に従事。2007年フレクト入社。2009年より取締役に就任。クラウド事業の責任者としてその成長を牽引する。その後、IoTへの取り組みを開始し、コネクテッド・カー事業 Cariotを立ち上げ、成長に導く。2017年より事業全般を統括。



社外取締役監査等委員

**鍔川 陽介** Yosuke Tetsukawa

税理士法人インプルーブ代表社員  
公認会計士



社外取締役監査等委員

**藤原 章一** Akihito Fujiwara

元(株)リクルートホールディングス常勤監査役



社外取締役監査等委員

**小川 周哉** Shuya Ogawa

TMI総合法律事務所パートナー弁護士

## 本資料の取り扱いについて

- 本資料は情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付または売付の勧誘を目的としたものではありません。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が、将来に関する記述は、多様なリスクや不確実性が含まれており、将来の結果や業績を保証するものではありません。また、当社以外に関する情報に関して、その情報の正確性、適切性等について検証を行っておらず、その情報の正確性、適切性等について保証するものではありません。