

2022年12月期 第2四半期 決算説明資料

2022年8月

株式会社エフ・コード
(東証グロース：9211)



目次

1 ハイライト

2 会社概要

3 決算概要

4 成長戦略

Appendix

DX市場拡大、CX改善ニーズの高まりを受け

前年同期比で**50%**超の増収^(※)

- ・ 1Qに上方修正した業績予想に対しても**達成ペース**で進捗
- ・ 既存事業の伸びと事業譲受の影響で**顧客数が増加**
- ・ **M&A**による事業統合と**BtoB**顧客開拓も順調な進捗

※2021年12月期 第2四半期：売上高 314百万円→ 2022年12月期 第2四半期：売上高497百万円（+58.4%）

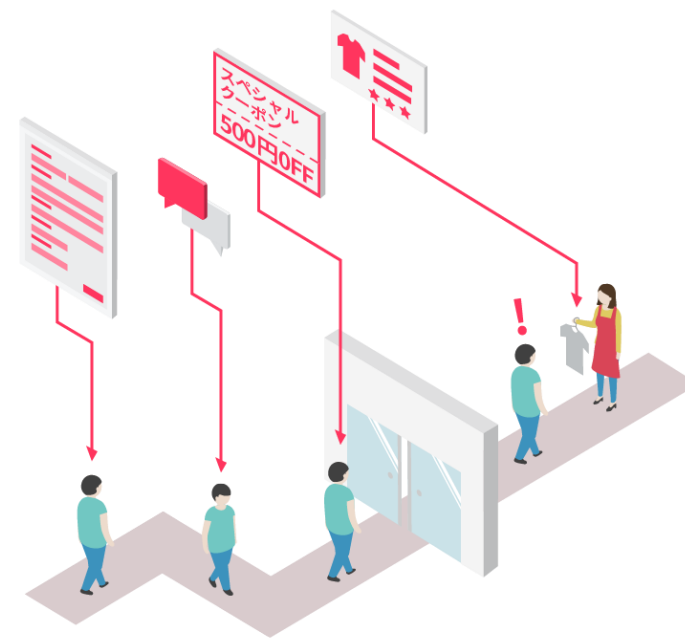
CODE Marketing Cloudは、サイト閲覧ユーザーに本当の店舗で店員が接客するような、快適なお買い物体験をご提供するイメージ

一般的なサイト



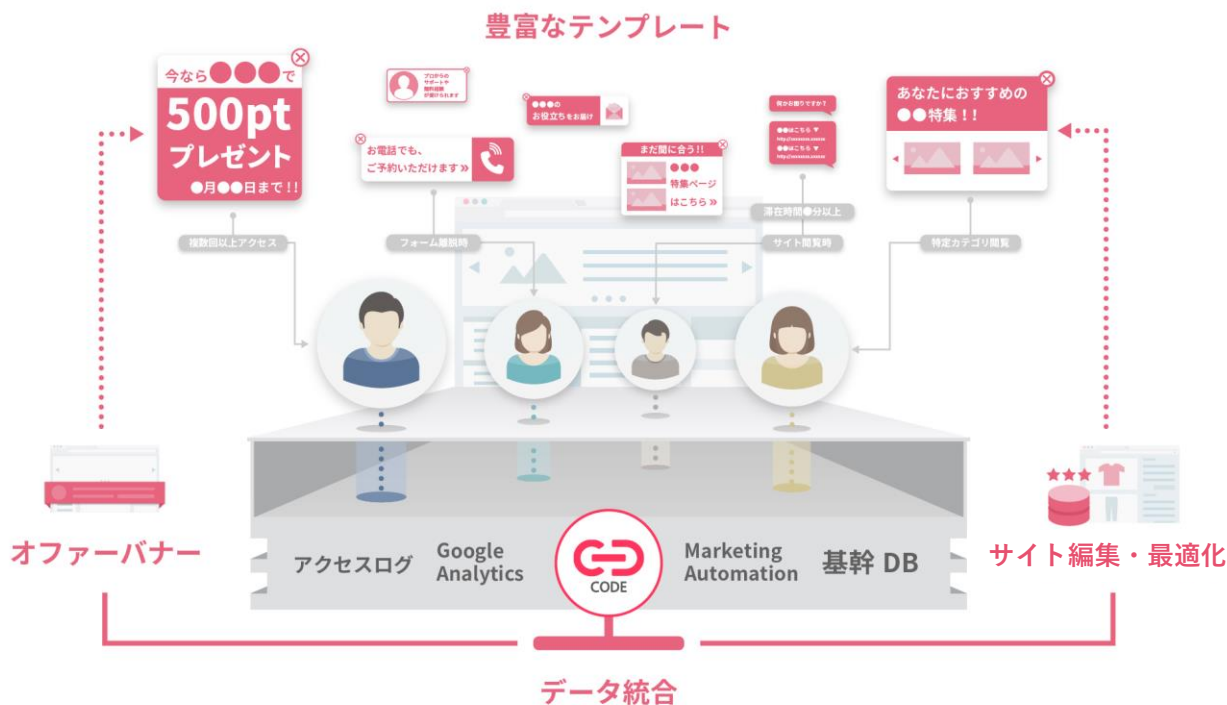
サイトは、多くの方にとって有意義な内容を掲載
ユーザーに閲覧をお任せする

CODE Marketing Cloudの導入サイト



サイト側から能動的に声をかけるイメージ
「店員さんがお客様に声をかけるなら、いつどんな案内をするか？」
という観点でシステムがリアルタイムに声がけする

「CODE Marketing Cloud」は生活者(※)が興味を持っていること、過去に買った商品、お困りごとなどを自動的に検知し、ホームページ上で一人一人にあった見せ方をすることができる



データを活用した顧客体験の改善・創造

- 生活者の行動履歴や志向性に応じてより良い顧客体験を提供
- サイト内の行動データと、解析ツールやMA、企業が蓄積してきた顧客データを利活用するために収集・統合

継続型収益のビジネスモデル

- 収益が積みあがっていく継続課金モデルのサービス
- 企業が長く使うほどデータが蓄積されて提供価値が高まっていくサービス

※世の中一般の不特定多数の人々を「生活者」と表記

従前よりBtoC領域を中心に累計1,000社以上のお客様にご利用いただいております、
直近数年はBtoB領域のお客様が増加傾向

① EC・旅行・金融など

主に多品種・少額・継続型のサービスを提供する企業

nissen, dinos



イオン銀行



② 不動産/自動車/人材など

主に高単価・単発型のサービスを提供する企業



③ BtoB領域

主に法人向けのサービスを提供する企業



ご利用企業の例

DXニーズが高まっているBtoB領域において取引を拡大

SBIベネフィットシステムズ株式会社様

企業型DCご案内サイトの利便性向上を目的に、迅速なサイト改善と多くの接客施策が実行できる「CODE Marketing Cloud」を導入



株式会社eWeLL(イーウェル)様

電子カルテ・レセプトサービス公式サイトで、お客様がスムーズにストレスを感じずご入力できるよう、「f-tra EFO」を導入

シェアNo.1^{*} 電子カルテ

進化した
New iBow!
求める機能が希望のままに。

カンタン3分入力
今すぐ資料を見てみたい

デモンストレーション
iBowの画面を見てみたい

システムが苦手な人でも、
管理者・事務員・看護師、役割に応じた情報を簡単取得!

だから誰もが使いやすい。
だから生産性が上がる。

導入件数 全国47都道府県**2,000**事業所以上!^{*}
※2021年12月時点の累計導入事業所数

お電話でのお問い合わせ
0120-49-0333
受付時間 9時～22時
平日18時以降と土日祝は受付のみ

BtoC領域においても多様な業種の企業様のサイトで導入

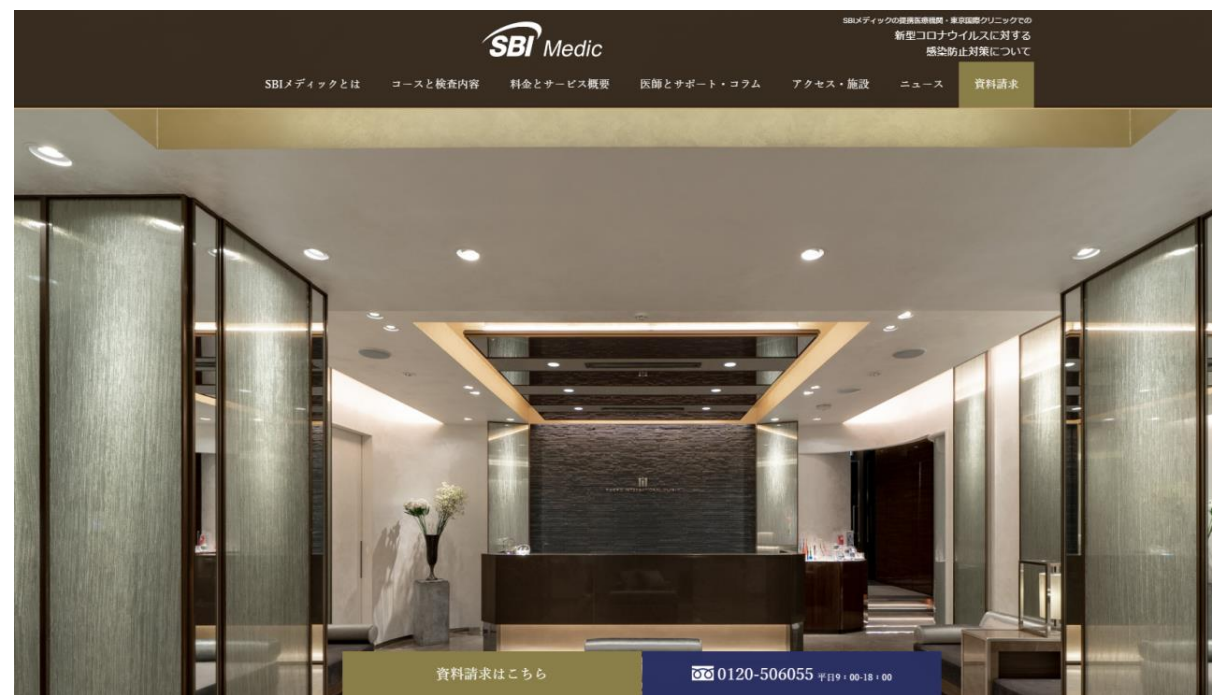
EXPO観覧車合同会社様

オオサカホイール公式ウェブサイトの利便性向上を目的に、低コストで接客施策が実行できる「CODE Marketing Cloud」を導入



SBIウェルネスバンク株式会社様

会員制健康管理支援サービスサイトの利便性向上を目的に、迅速なサイト改善と接客施策が実行できる「CODE Marketing Cloud」を導入



長年にわたりCX改善・デジタルマーケティング支援に取り組んだ成果や知見を
各種セミナーや展示会でご紹介

無料オンラインセミナー

DIGITAL SHIFT × F-CODE

リテールECが押さえておきたい
多様化する顧客接点からの顧客理解と
UI/UX改善のスマートフォンテストの手法論

2022.4.21 Thu 16:00

株式会社デジタルシフト
UXグループ 長谷川 敏

株式会社エフ・コード
取締役CX事業部長 荒井 裕希

EC担当者必見！

2022.6.14 (Tue) 13:00~15:00

サイトの改善施策を一挙公開！

ECサイトUI改善・スマホアプリ対応
独自ペイ発足・マルチチャネルの最適管理

第一部 株式会社w2ソリューション株式会社
マーケティング部 戎井 亮一

第二部 株式会社キャム
取締役COO 下川 貴一朗

第三部 株式会社エフ・コード
CX事業部 濱田 薫

第四部 株式会社ヤブリ
マーケティング部 神田 静麻

第五部 株式会社バリューデザイン
営業企画部 八木 浩敏

小売強化ドットオンライン展示会
ネットショップ支援
EXPO

新しい販売の形がここに

2022 05.25 - 05.27 出展・来場無料

SalesZine Day 2022 Summer

Sales Data Matters

データドリブン組織
で叶えるBtoB CXの実現

2022.7.26 TUE オンライン開催

明日を変える営業戦略がここに

規模が2倍に！ 330社*が出展！

第9回 営業支援 EXPO 夏

7/6 (水) - 8 (金) 10:00 - 18:00 ※最終日のみ 17:00

東京ビッグサイト 東展示棟

「導入2カ月で成果が
出始めました」



旅行・レジャー業
経営・経営企画職

「対応のスピードと提案力
の素晴らしさ感激です！」



食堂・レストラン業
経営・経営企画職

「提案・設定・実施・検証
のスピード感がすごい」



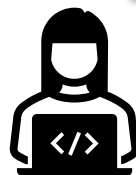
ファッション・洋服
宣伝・マーケティング

「Webサイトの直帰
率を改善できた」



外国語会話業
宣伝・マーケティング

「業界別テンプレが豊富」



情報通信・インターネット
生産管理・工程管理

「使いやすさが魅力です」



ソフトウェア・SI
IT管理者

目次

1 ハイライト

2 会社概要

3 決算概要

4 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	東京都新宿区神楽坂一丁目1番地 日本生命神楽坂外堀通りビル 2F ※2022年7月11日に移転しております																
資本金	263,592千円（2022年6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（非常勤・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（非常勤・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（非常勤・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	1,278,509千円（2022年6月末）																

『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



Connect, Delight



代表取締役社長
工藤 勉

東京大学在学中に経営コンサルティング会社に参画。ベンチャー企業支援や大企業向けプロジェクトを経て、自動車学校のポータルサイト運営会社に役員として参画。2006年、株式会社エフ・コード創業。



取締役 事業本部長
荒井 裕希

大学在学中に経営コンサルティング会社に参画。セールス・マーケティング領域を中心に担当。創業期からの事業立ち上げを経験。2007年、株式会社エフ・コードに参画、現職就任。



取締役 経営企画室長
平井 隆仁

日本政策金融公庫入庫。創業ファイナンスへ従事した後、スタートアップの事業責任者を経て博報堂 DY デジタルへ。大手EC等のマーケティングを統括。2020年エフ・コードへ参画、2021年現職就任。



取締役 経営管理本部長
山崎 晋一

株式会社リクルートスタッフィング総務人事部長、エン・ジャパン株式会社取締役管理本部長、スリープログループ株式会社取締役常務執行役員等を歴任。2018年当社入社、2021年取締役就任。

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

CX SaaSをコアに DDXを実現する企業

サービスの概要

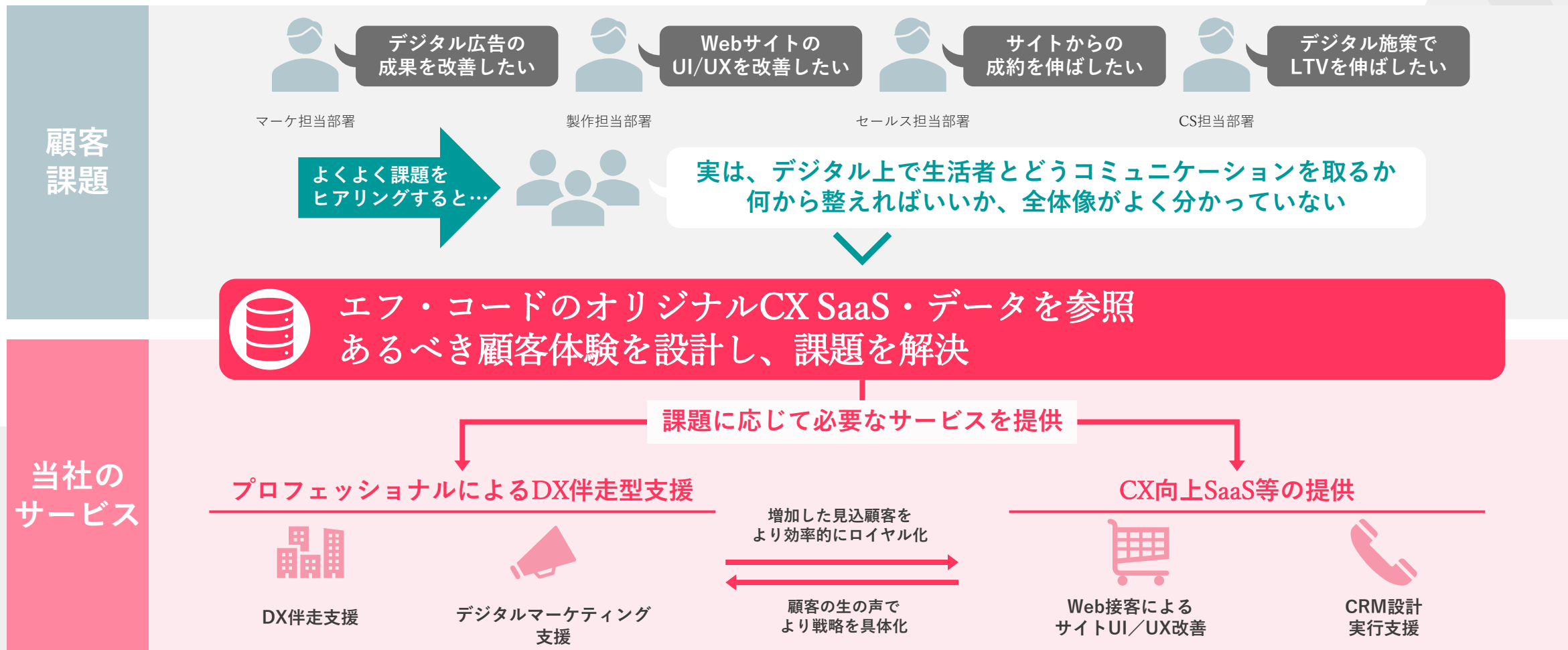
① 様々なユーザーデータを蓄積

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



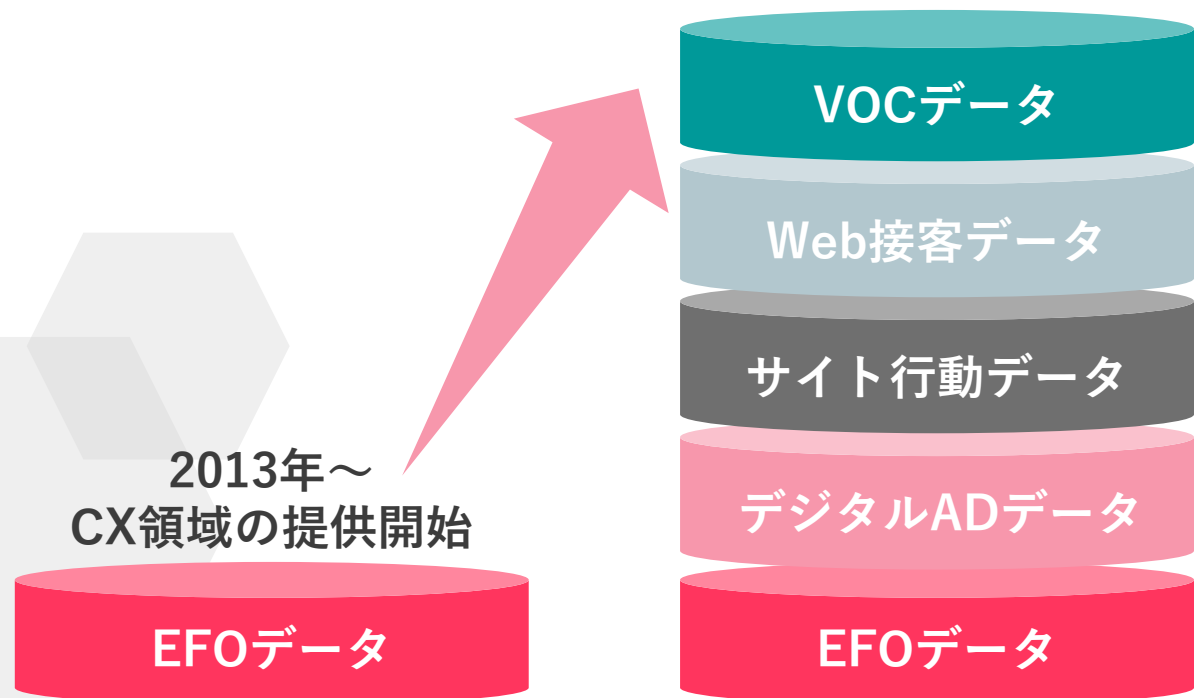
エフ・コードは長年培った業界別・課題別のCX SaaS及びデータを所有
複雑なDXニーズに対し、当該データによるワンストップなサービス提供を強みに成長してきた



当社の強み：稀有なCXデータ

スマートフォン普及でデジタル上の顧客体験が日常化した頃から、サイト最深部「フォーム」の重要性に着目しCXを改善
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

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

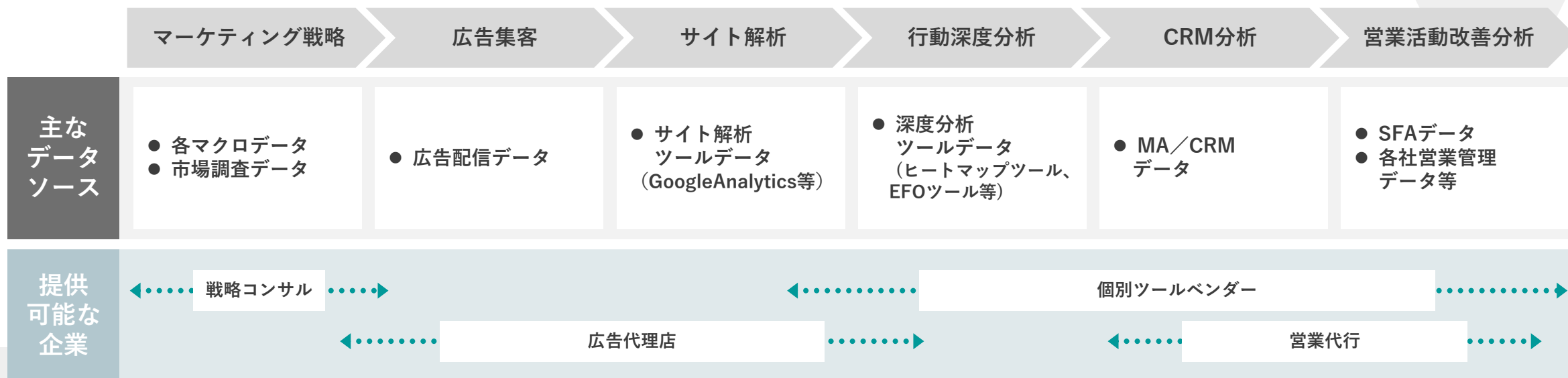


アカウント数

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

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

「実購入に近い」CXデータを起点にマーケティング全体を
ワンストップで提供可能

目次

1 ハイライト

2 会社概要

3 決算概要

4 成長戦略

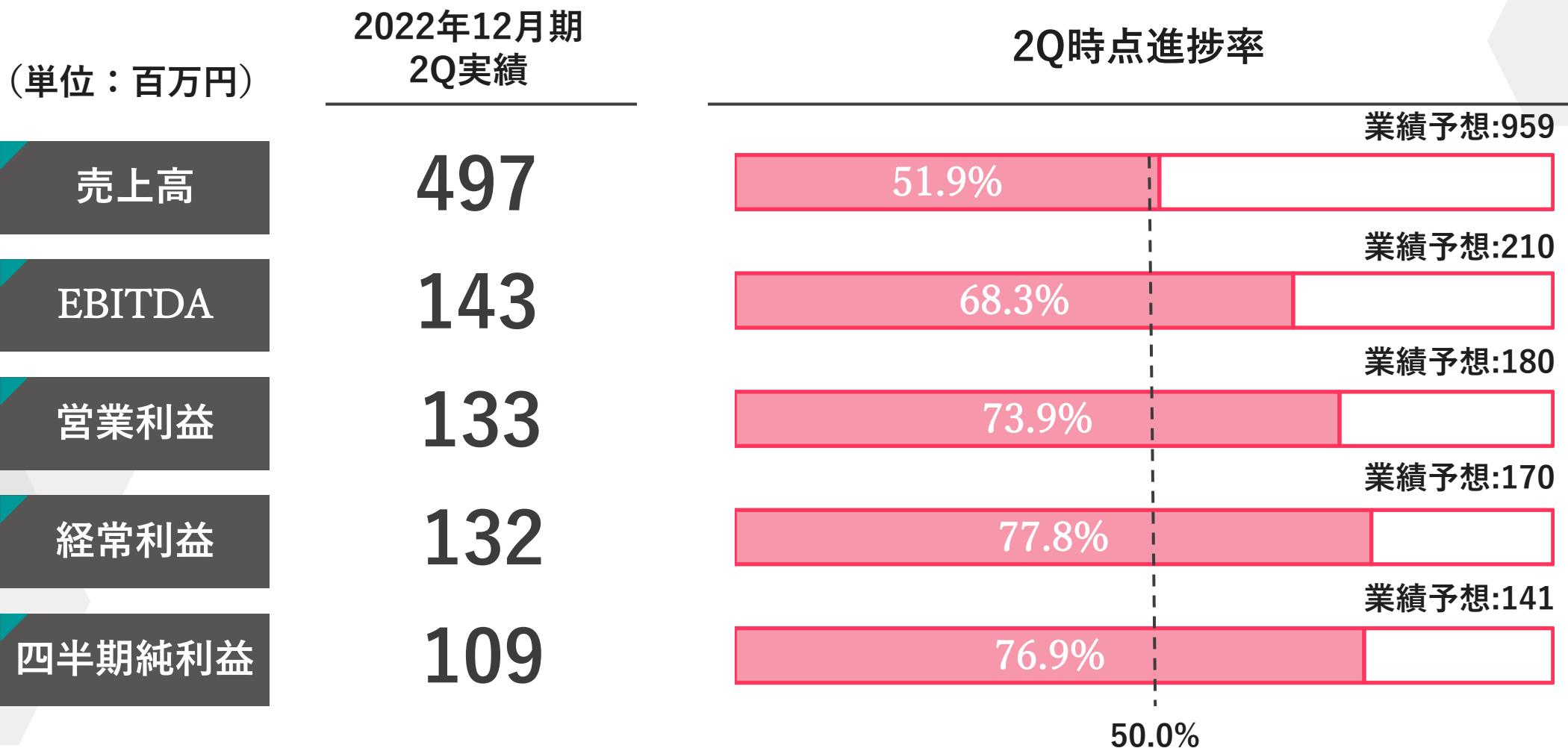
Appendix

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 +58.4%の増加
同様に EBITDA(※)が前年同期比+48.8%、営業利益が前年同期比 +40.6%の増加

(単位：百万円)	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期	前年同期比
売上高	314	497	+58.4%
売上総利益	204	306	+49.6%
EBITDA	96	143	+48.8%
営業利益	94	133	+40.6%
経常利益	94	132	+39.6%
四半期純利益	92	109	+17.5%

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費等

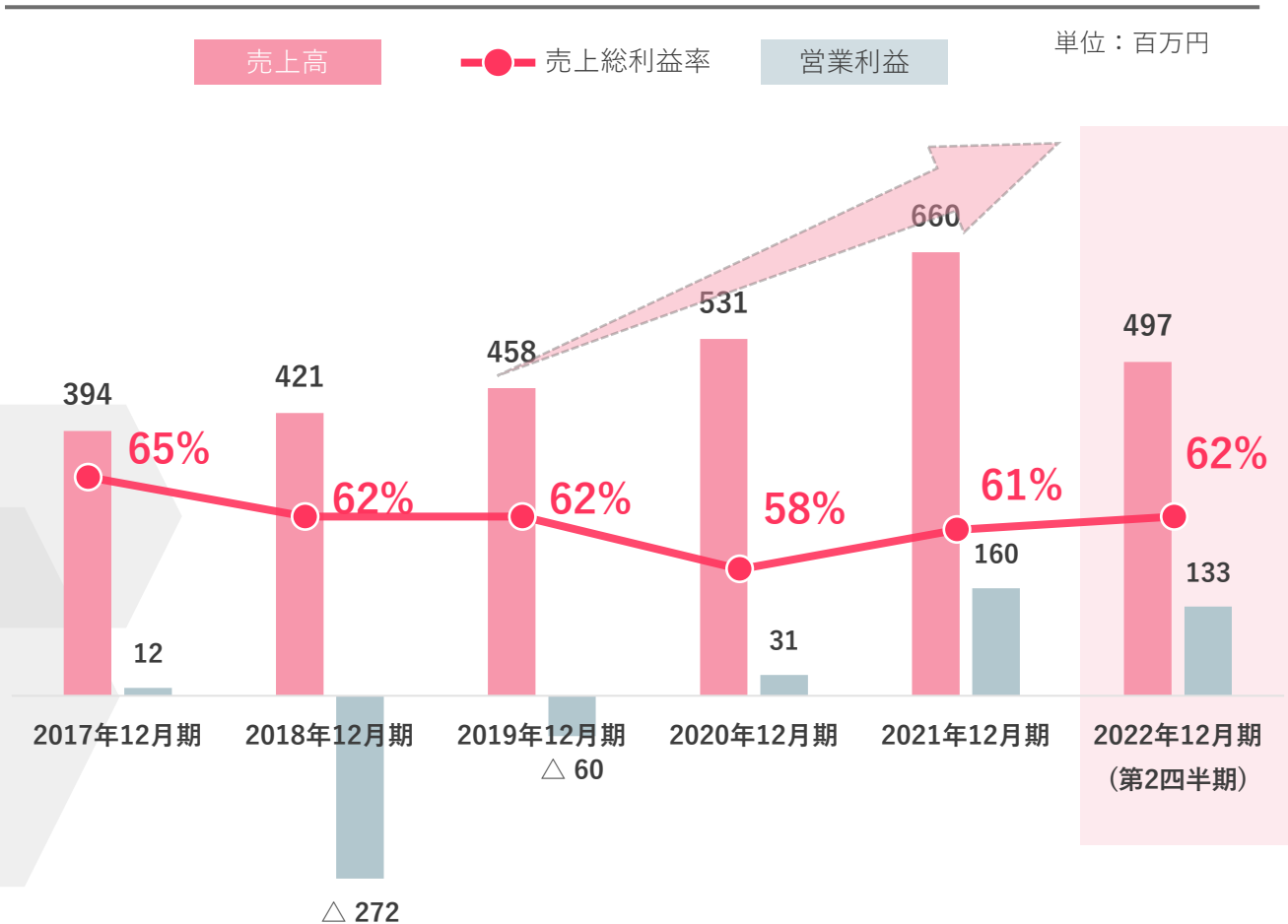
業績予想に対し、売上高および各利益は50%を超える良好な進捗
 下期は事業投資(開発・採用・マーケティング)やM&A関連費用(各種DD費用等)の支出を予定



業績：売上高及び利益の推移

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、**利益獲得**と**事業規模の拡大**を両立

売上高／利益の推移



売上総利益率

61.5%

営業利益率

26.8%

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

KPI

顧客数



顧客あたり
平均単価



売上総利益率

方針

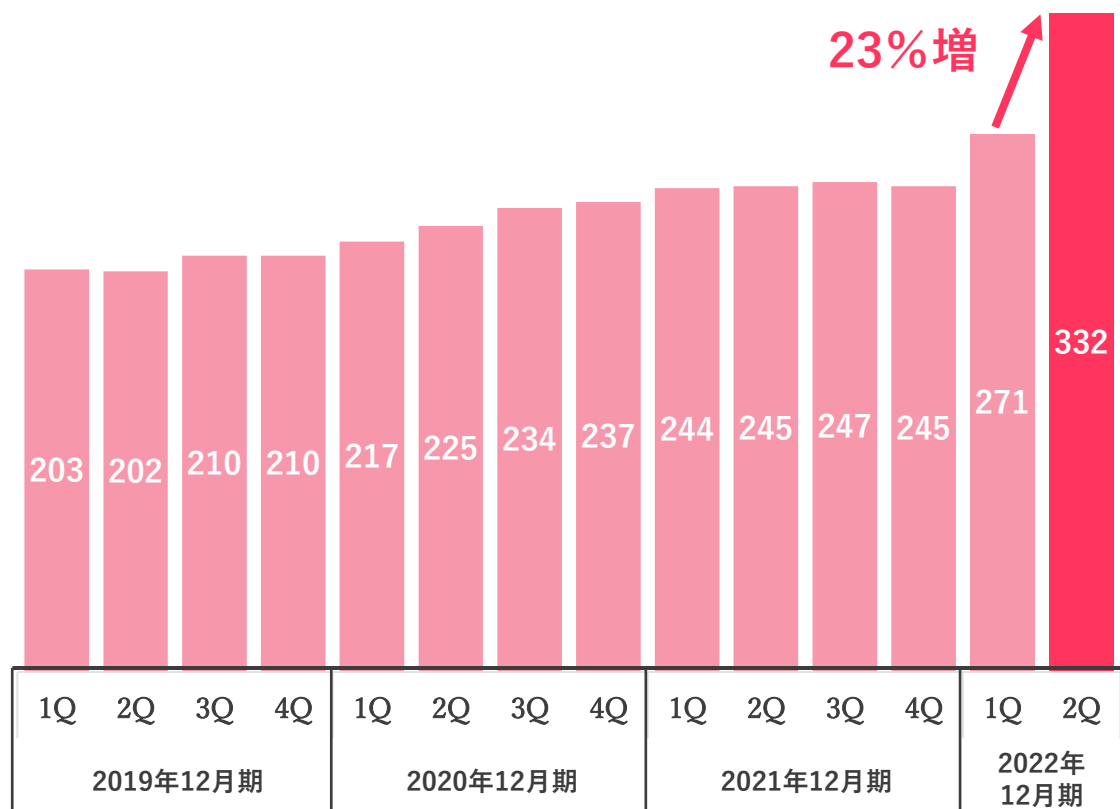
- 高まるDXニーズの取込
- BtoB企業のデジタルシフトや成長性のある地方中堅企業開拓
- 営業体制の拡充

- 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

月次平均顧客数(※)

単位：社数



※四半期ごとの平均月次顧客数

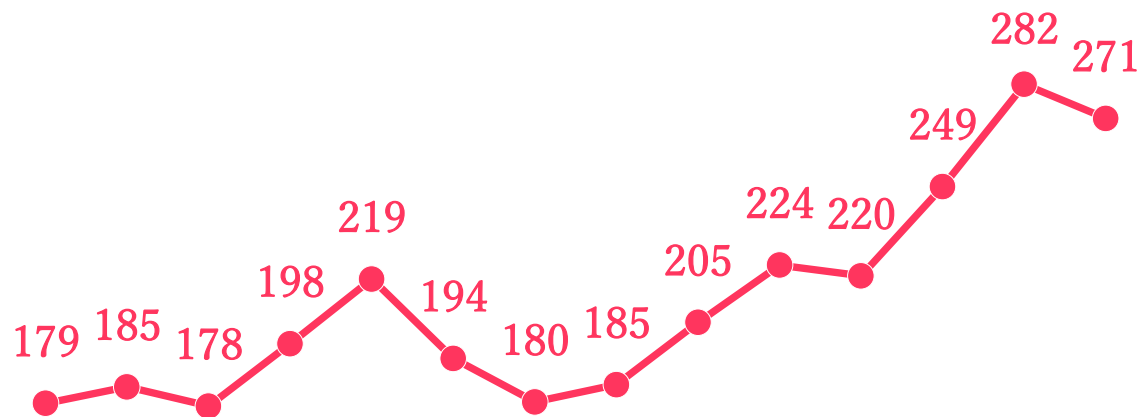


既存事業の伸長と事業譲受の影響により、顧客数は1Q→2Qで大きく増加

主要KPI：顧客あたり平均単価

月次平均顧客単価(※)

単位：千円



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
2019年12月期				2020年12月期				2021年12月期				2022年12月期	

※四半期売上高を月次平均顧客数で除し、更に四半期月数の3カ月で除した金額

KPI

顧客数

×

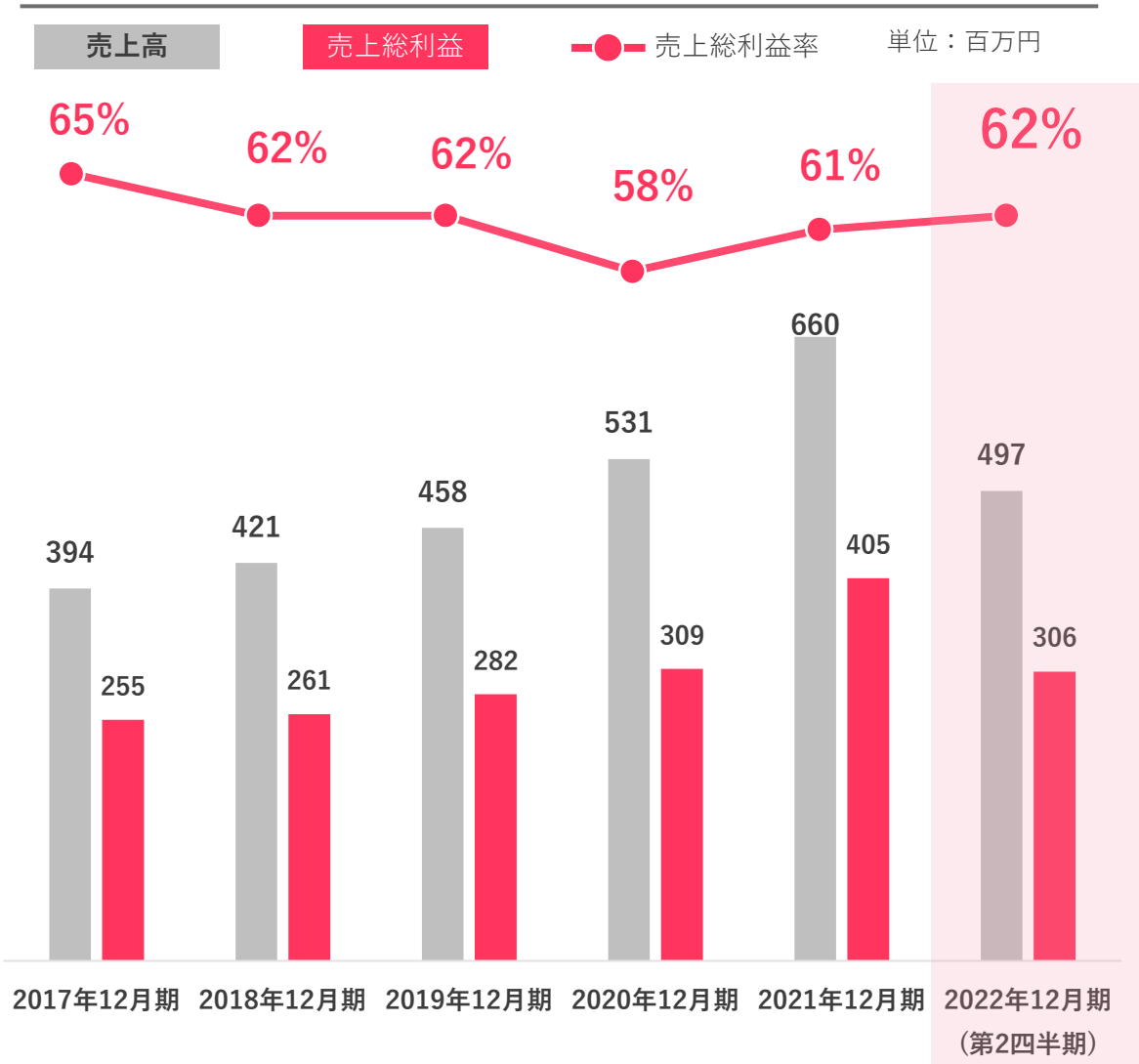
顧客あたり
平均単価

×

売上総利
益率

- 中長期のトレンドで顧客あたり平均単価は上昇傾向
- 事業譲受の影響もあり、1Qと比較して2Qの顧客あたり平均単価は減少

売上総利益率の推移



- 引き続き60%を超える良好な水準を維持
- 中長期的には人材獲得/教育での外注比率低減による売上総利益の改善を目指す

目次

1 ハイライト

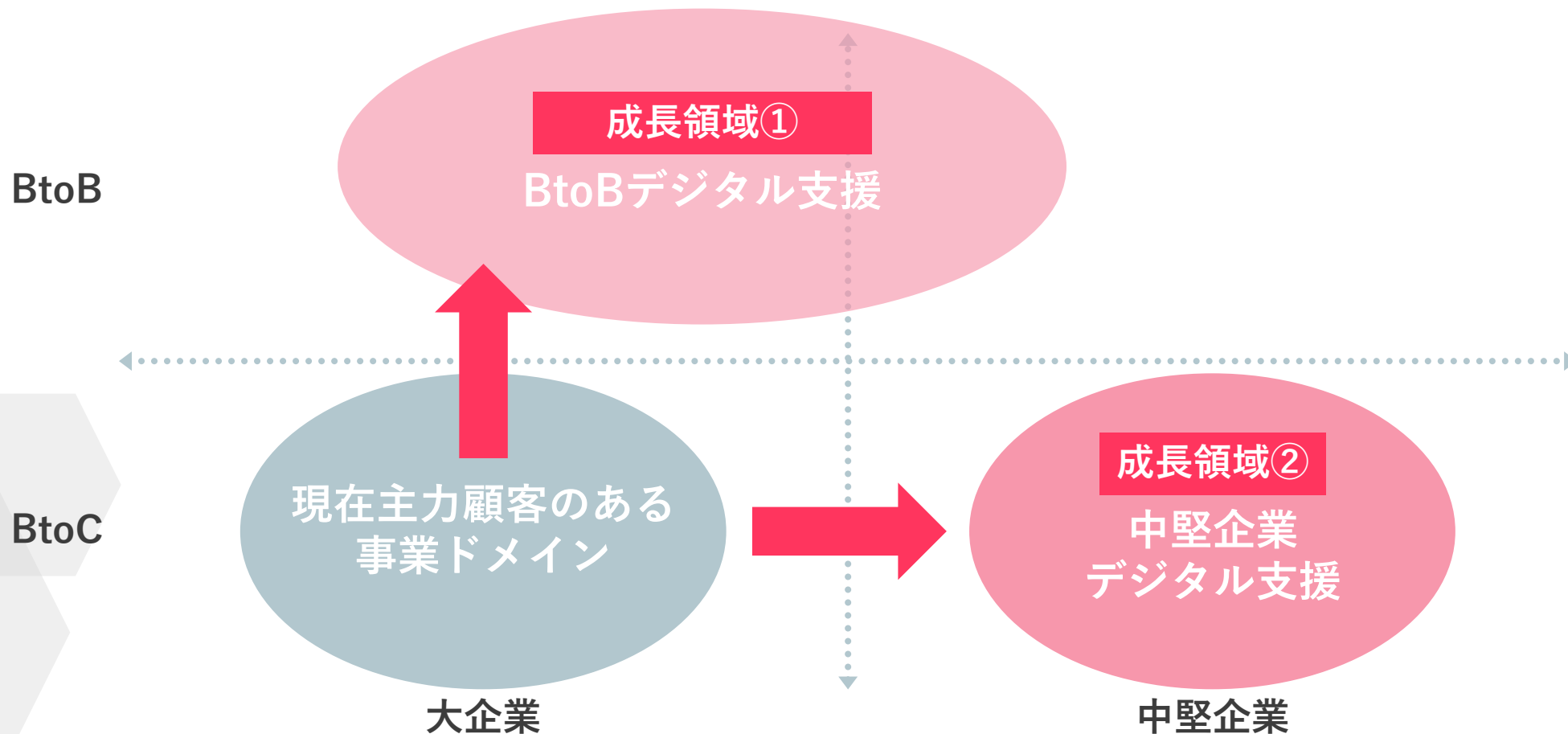
2 会社概要

3 決算概要

4 成長戦略

Appendix

首都圏/BtoC/大企業へのご支援を通じて培ったノウハウを強みに
BtoB領域および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



成長戦略：成長領域① BtoBデジタル支援

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

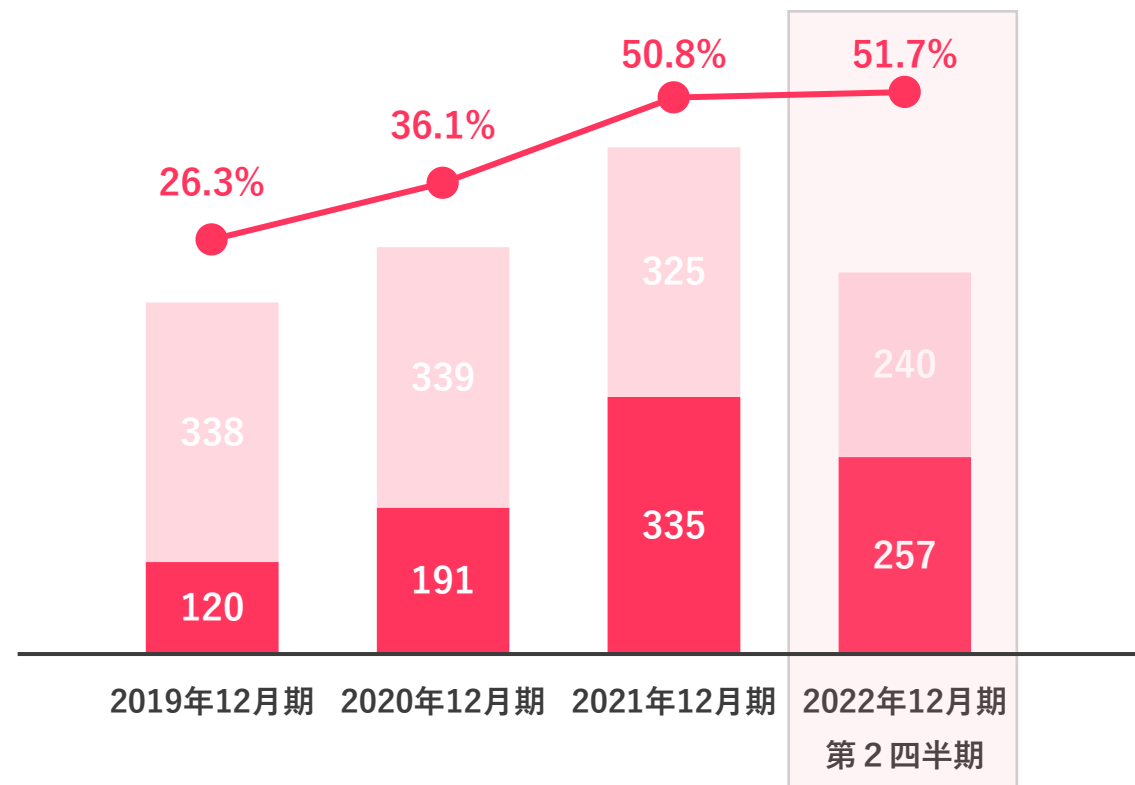
- コロナ禍による展示会・訪問営業等の従来型の営業手法に制約が課され、インサイドセールス中心へ移行
- 営業活動の見える化が進む結果、訪問型営業よりも事前マーケティングプロセスの重要性が浮き彫りに



BtoB企業のセールス／マーケティング領域
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

■ BtoB案件売上 ■ BtoC案件売上 ● BtoB売上比率 単位：百万円



成長戦略：成長領域② 中堅企業デジタル支援

成長性の高いDX市場だが、企業規模で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

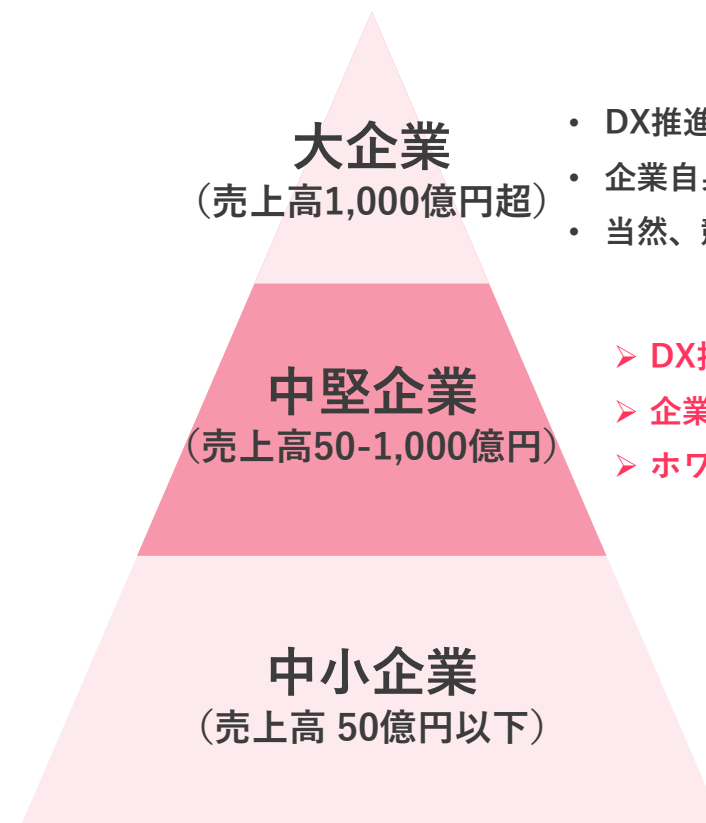
背景

- 首都圏/大企業のDX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台頭
- 地方中堅企業でのDX推進の遅れ
- コロナ禍での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



大企業
(売上高1,000億円超)

- DX推進に大きな予算を持つ
- 企業自身がDX人材採用能力もあり市場は魅力的
- 当然、競争が激しいため機会を見つつ浸透

中堅企業
(売上高50-1,000億円)

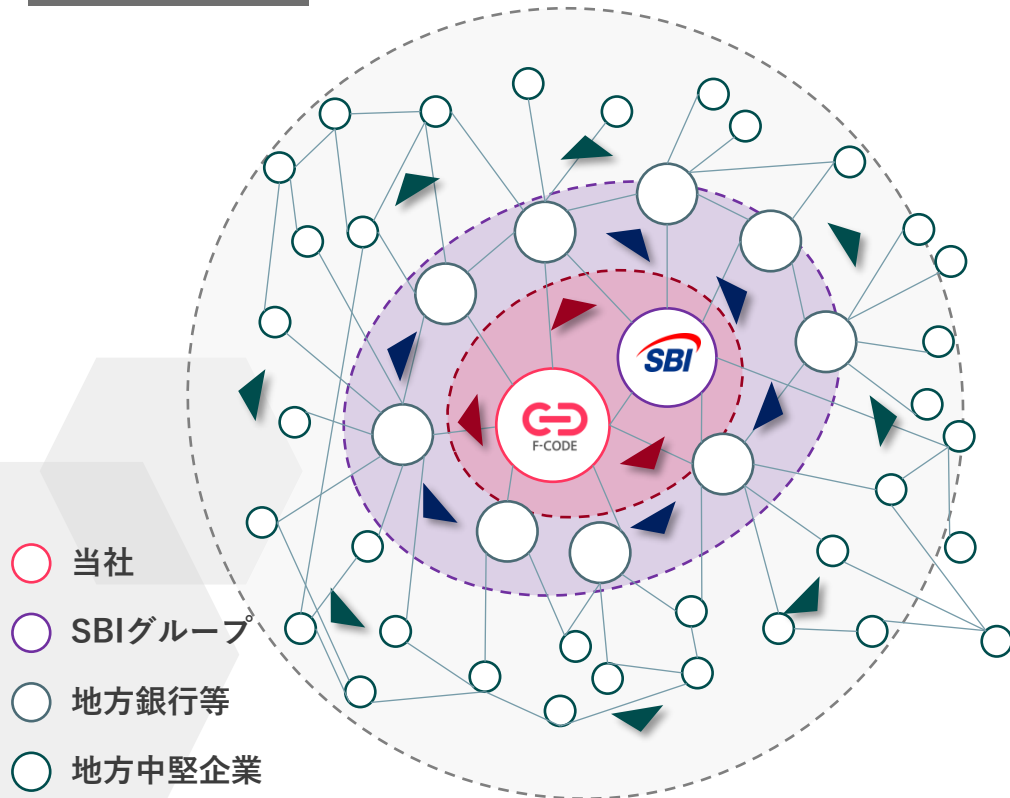
- DX推進に意欲的で予算も有している
- 企業の採用能力の限界がありDX人材不足
- ホワイトスペースとして魅力

中小企業
(売上高 50億円以下)

- DXに興味を持つが予算が限定的
- 社数は多く攻略しやすい側面はあり
- 予算制約で単価感が合わず積極的にはターゲットとしない

SBIグループおよび地方銀行とのアライアンスにより
SBIグループ/地方銀行/その先の地方中堅企業へのDX支援を強化していく

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、ならびに同社が出資・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のDX化をご支援し
ていくとともに、その融資先の地方中堅企業
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

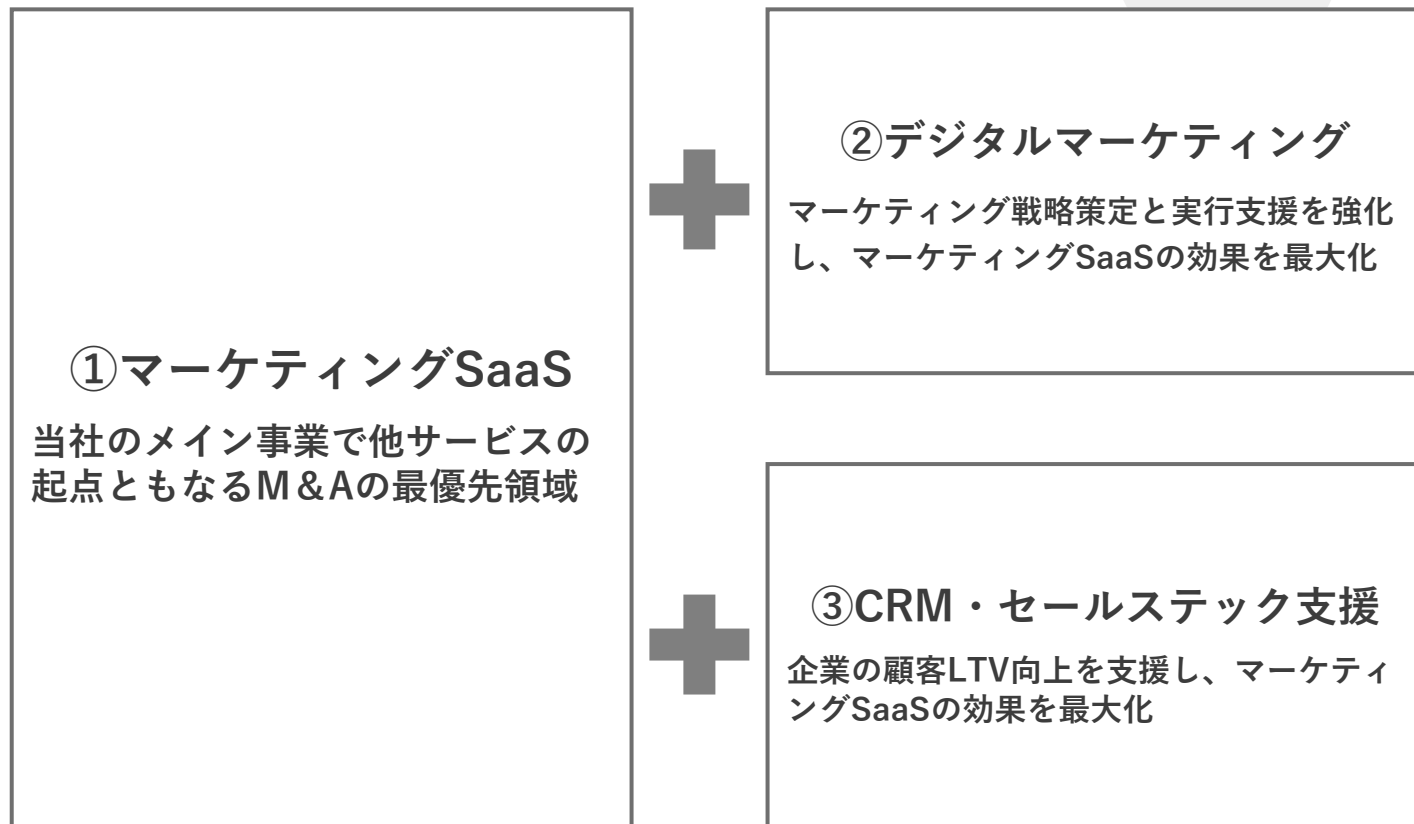
既存事業の拡大に加え、M&A活用によりプロダクト・データ・人材の充実を図り、事業成長加速を目指す

M&Aの考え方

- ✓ CX領域を中心に、シナジーのある周辺領域のソリューションを強化
- ✓ 黒字企業/事業を合理的なEBITDA倍率で買収
- ✓ 原資は現預金、金融機関借入、エクイティ調達スキームを柔軟に検討



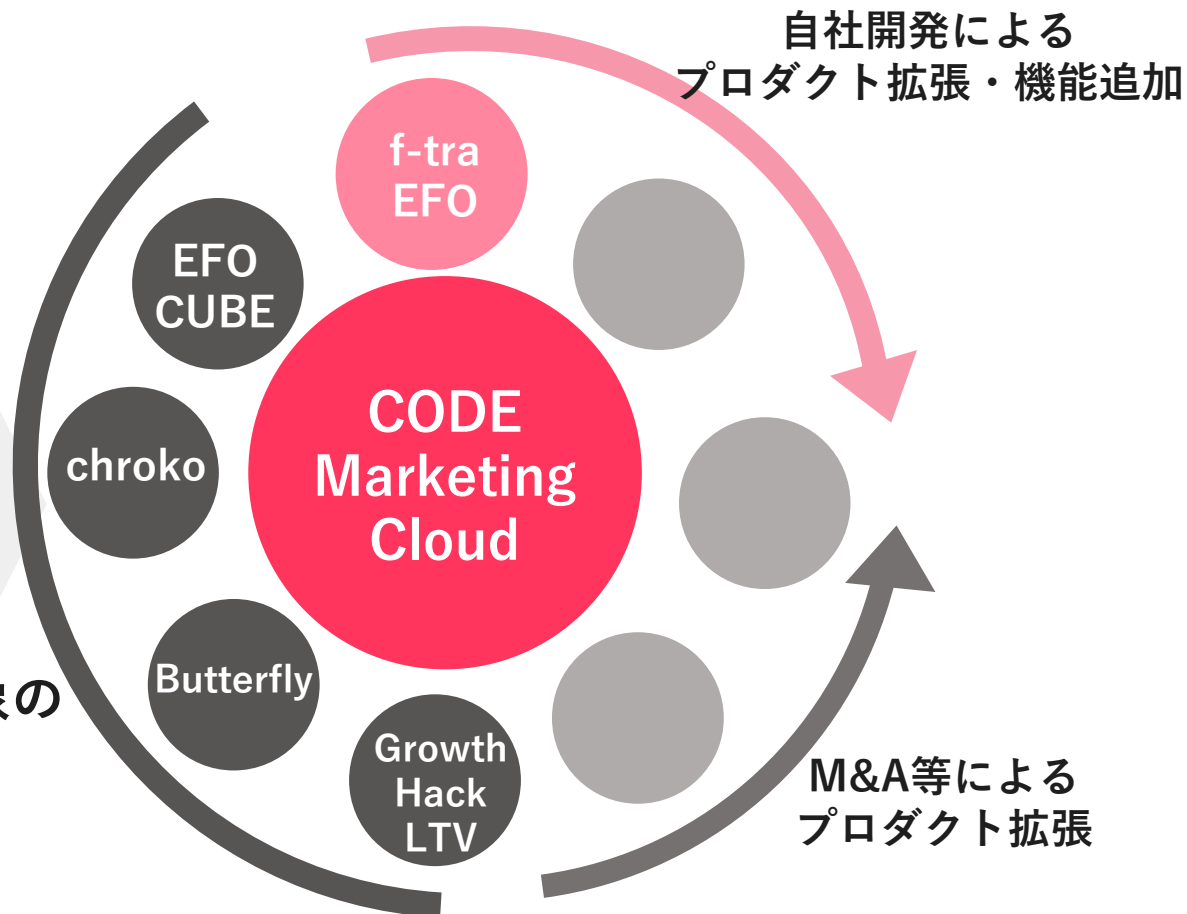
3つの対象領域



株式会社コミクスが運営するSaaS事業の譲受

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



今回譲受対象の
SaaS事業

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

目次

1 ハイライト

2 会社概要

3 決算概要

4 成長戦略

Appendix

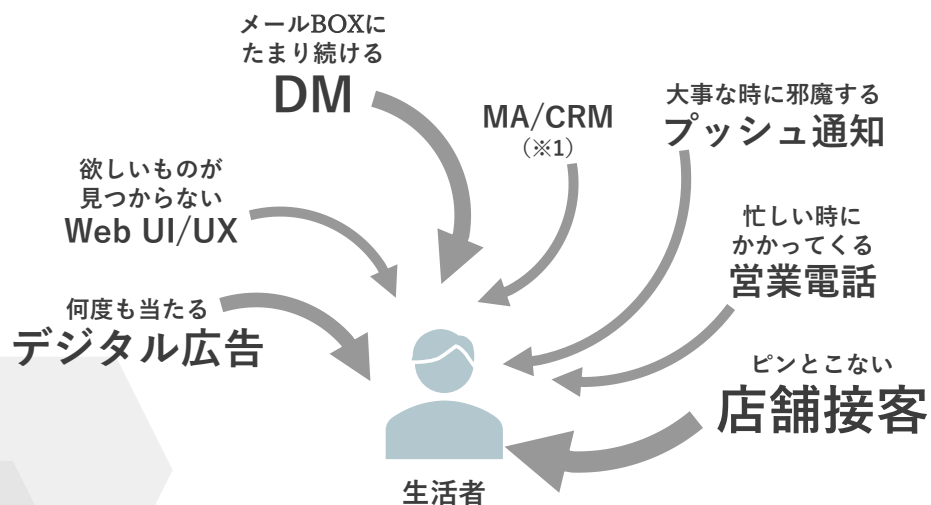
(単位：百万円)	前期末 (2021年12月末)	当四半期末 (2022年6月末)	前期比
流動資産	752	925	+ 23.0%
現金及び預金	601	696	+ 15.8%
固定資産	90	352	+ 289.0%
総資産	843	1,278	+ 51.6%
流動負債	205	272	+ 32.3%
固定負債	145	361	+ 147.6%
純資産	491	645	+ 31.2%

損益計算書

(単位：百万円)	2021年12月期 第2四半期 (前年同四半期)	2022年12月期 第1四半期 (前四半期)	2022年12月期 第2四半期 (当四半期)	増減	
				前年同四半期比	前四半期比
売上高	164	229	268	+104	+39
売上総利益	110	139	166	+55	+26
売上総利益率	67.2%	60.9%	61.9%	△5.3%	+1.0%
販売費及び一般管理費	52	76	95	+42	+18
対売上高比率	32.1%	33.5%	35.6%	+3.5%	+2.1%
EBITDA	58	66	77	+18	+10
EBITDAマージン	35.6%	29.0%	28.8%	△6.8%	△0.2%
営業利益	57	62	70	+13	+7
営業利益率	35.1%	27.4%	26.3%	△8.8%	△1.1%
営業外収益	0	1	1	+1	+0
営業外費用	0	2	1	+1	△0
経常利益	57	61	70	+13	+9
特別利益	-	-	-	-	-
特別損失	-	-	4	+4	+4
当期純利益	57	64	44	△12	△20

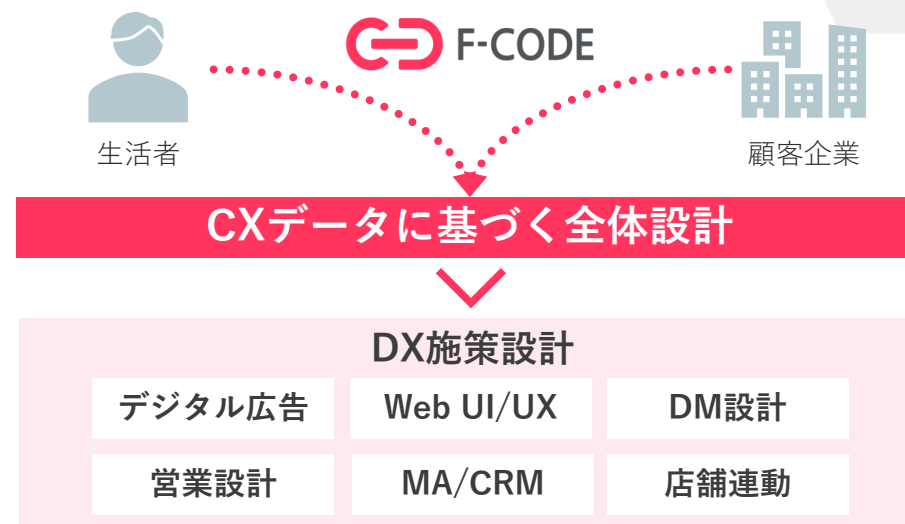
現在のDX推進は各領域に閉じた部分最適に陥りCXを損なうことも多い
これに対し**CX全体を設計し企業のDX推進を図る**サービスを提供

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



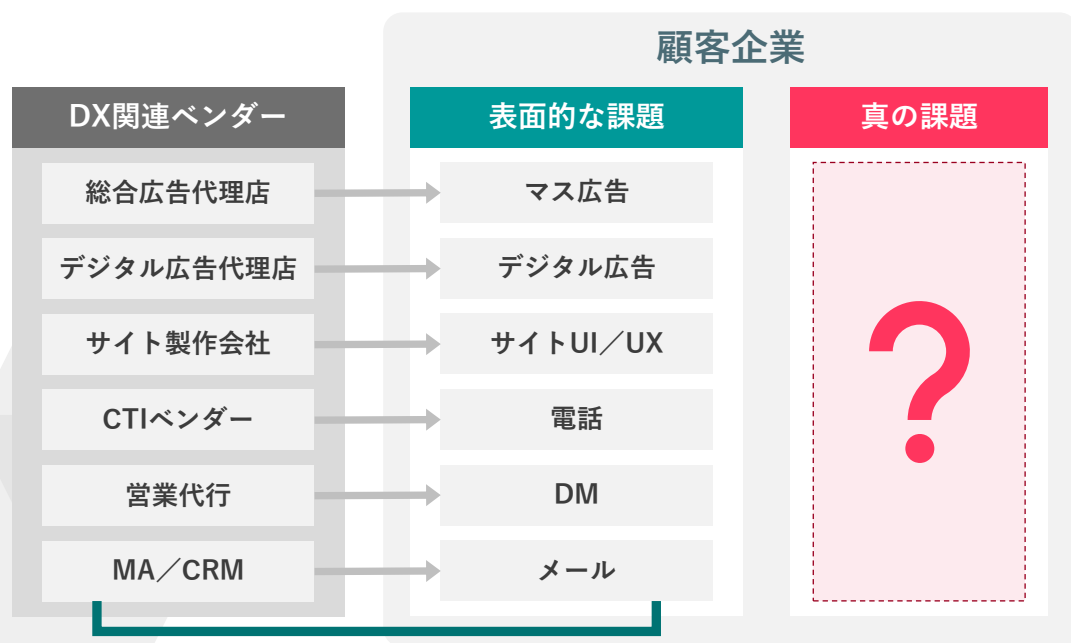
改めてCX観点に則って全施策を俯瞰
CXデザインを行った上でDXを俯瞰的にデザインする

※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

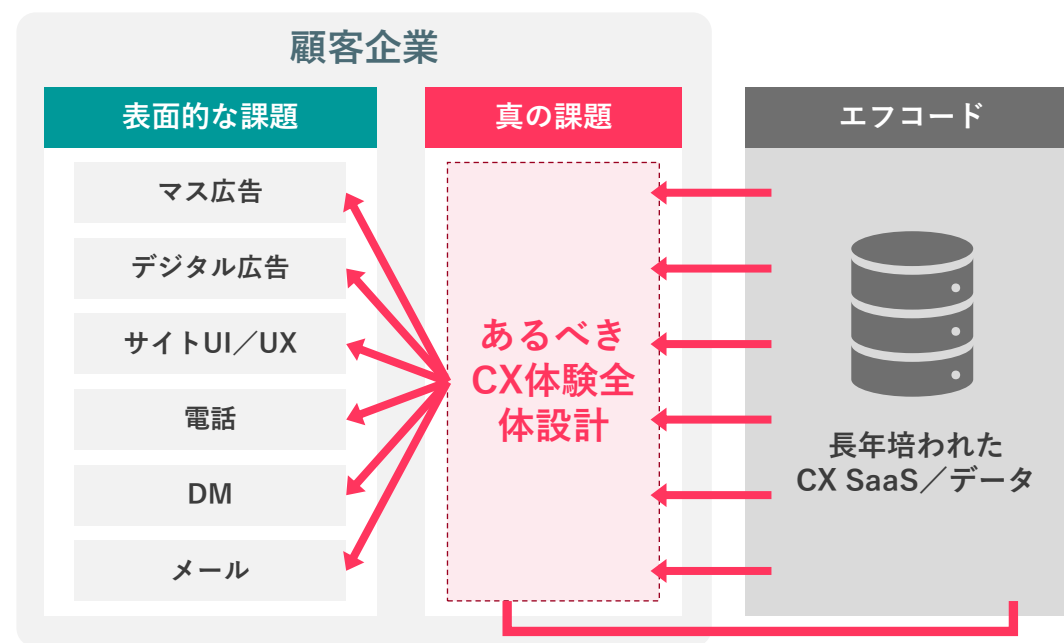
DX領域は顕在した課題領域が多種多様であるため、提供ベンダー等も多い
 他方で、真にCXを解析し多様な領域を横断してサービス提供の出来るプレイヤーは僅少
 当社は、まずCX体験を設計し、それに立脚してDXサービス提供を行うことで事業成長を実現

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



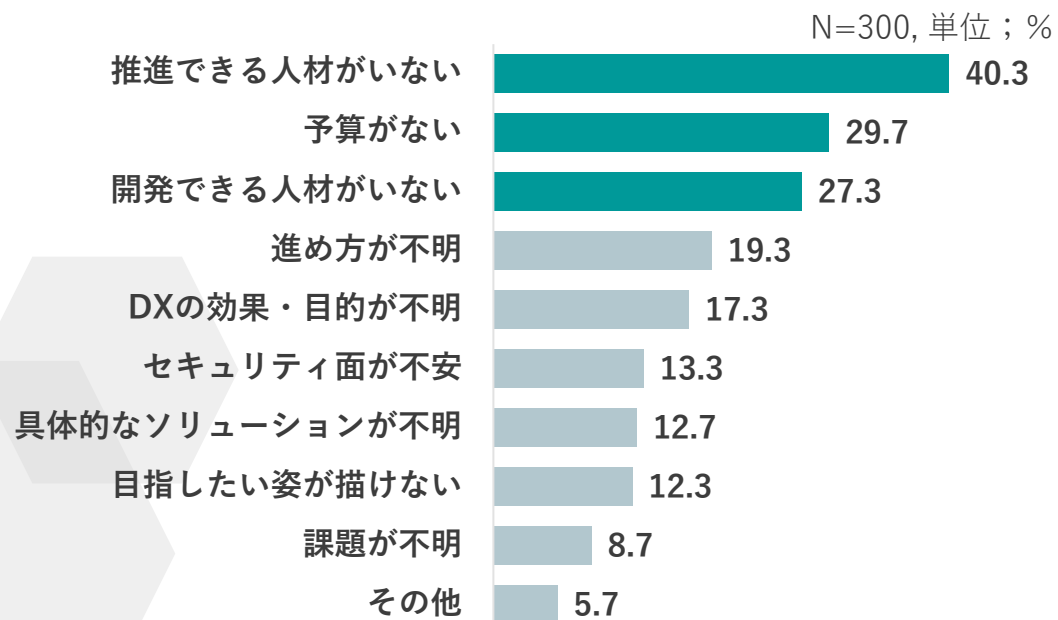
幅広い領域を設計可能な
デジタル人材の
再生産

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



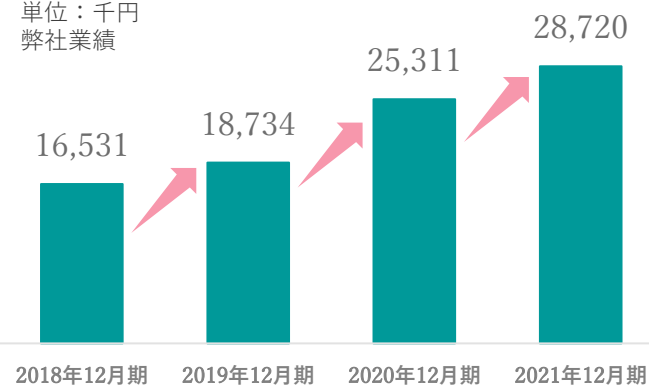
専門講師研修

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

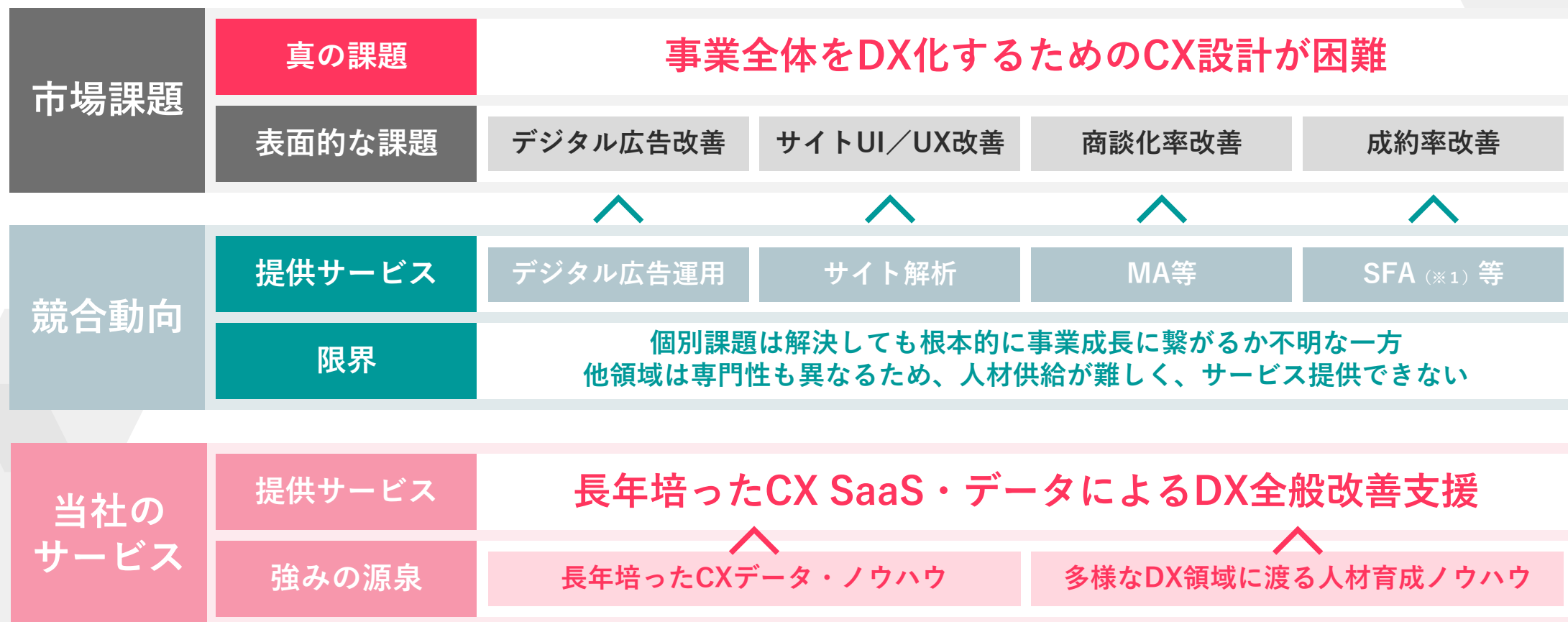


若手人材の育成により一人当たりの売上高は継続的に成長。早期戦力化するノウハウが完備されていることで経験年数に寄らず高難度・高付加価値のプロジェクト進行が可能に。それにより中堅以上の職員が若手教育に更にリソースを使用でき、教育効果の上昇する好循環が発生している。

※ 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。

当社の強み：市場課題とサービス提供のまとめ

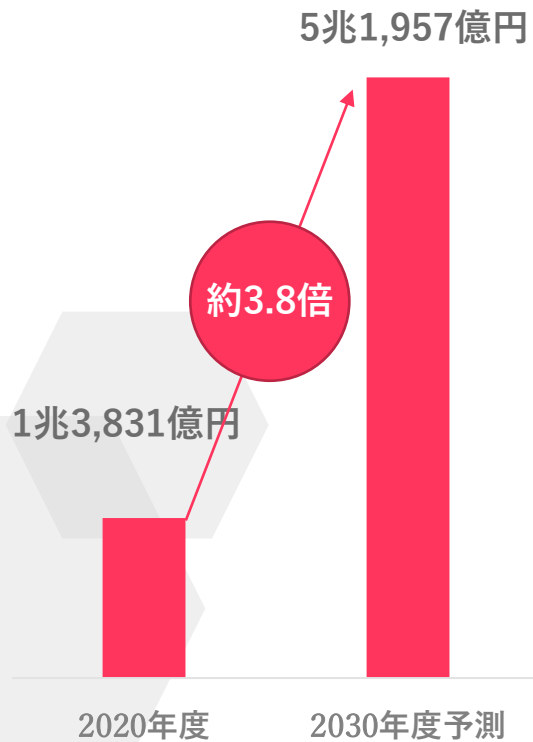
DX領域は真の課題に即した解決を目指すならば、多種多様な領域についての深い知見が必要
 当社は、確かなデータ基盤・ノウハウに加え、多くの領域でデータを使いこなす人材育成ノウハウを有する
 この点で他社と徹底的に差別化・幅広のサービス提供を可能としている



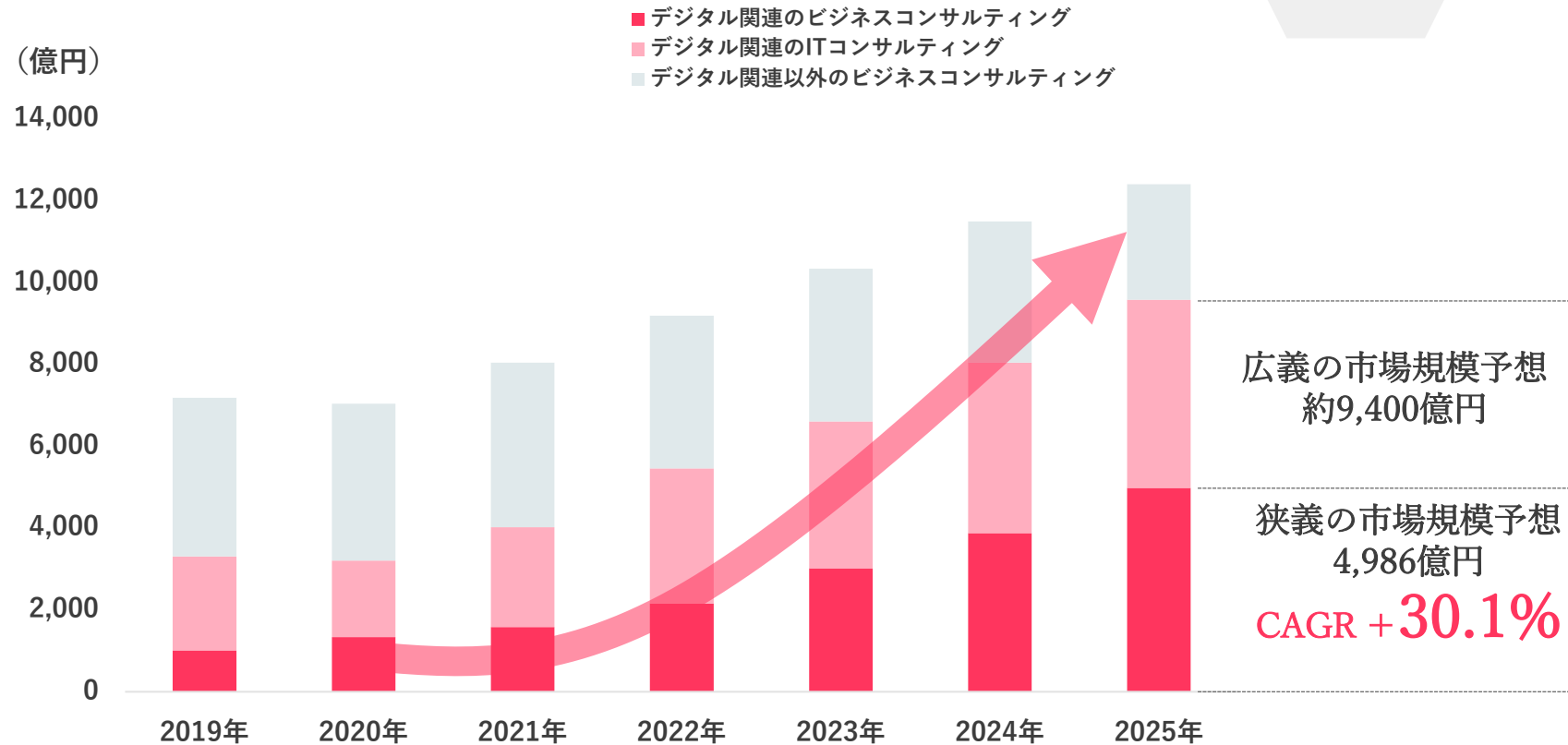
※1 Sales Force Automation（セールスフォースオートメーション）：営業支援システムのこと

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



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(2023年)「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編、ベンチャー戦略編」

(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

DX	Digital Transformationの略で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 ※TransformationのTransは交差の意味があり、英語圏では交差を1文字で表す「X」を用いるためDXと略される
CX	Customer Experienceの略で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
SaaS	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
EFO	Entry Form Optimizationの略で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
VOC	Voice of customerの略で企業が顧客から得た意見・要望・クレーム
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
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
デジタルADデータ	ADはadvertisingの略で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
CRM	Customer Relationship Managementの略で「顧客関係管理」「顧客関係性マネジメント」と訳される
LTV	Life Time Valueの略で「顧客生涯価値」と訳される。
インサイドセールス	見込顧客に対して電話、メール、ウェブ会議などを活用して非対面で行う営業活動。一方、対面で営業活動を行うことをフィールドセールスという
UX	User Experienceの略で「顧客体験」と訳される。ユーザーが商品やサービスを通じて得られる体験を指す
UI	User Interfaceの略で「顧客接点」と訳される。Webサイトであれば、表示されるデザインやレイアウト、フォントなどを指し、商品であれば外観などを指す

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。

株式・IR情報に関するお問い合わせは、
下記連絡先までお願いいたします。

株式会社エフ・コード
経営管理本部 IR担当
ir@f-code.co.jp