

2022年12月期 第3四半期 決算説明資料

2022年11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 +67.9%の増収^(※)と
高水準の営業利益率(24.5%)を両立

- 1Qに上方修正した業績予想に対し、
3Q時点で**営利/経常/純利益達成、売上高も達成ペース**で進捗
- 注力しているBtoB領域売上高が**前年同期比で78.3%増**
- ブルースクレイ・ジャパン社から譲り受けた「**GORILLA EFO**」の
事業運営を9月より開始、更なる顧客基盤強化とMRR積み上げを実現
- メディアリンク社から**チャットボットツール「sinclo」**を譲り受け、
11月より事業運営開始することを公表

※ 2021年12月期 第3四半期：売上高 477百万円→ 2022年12月期 第3四半期：売上高802百万円 (+67.9%)

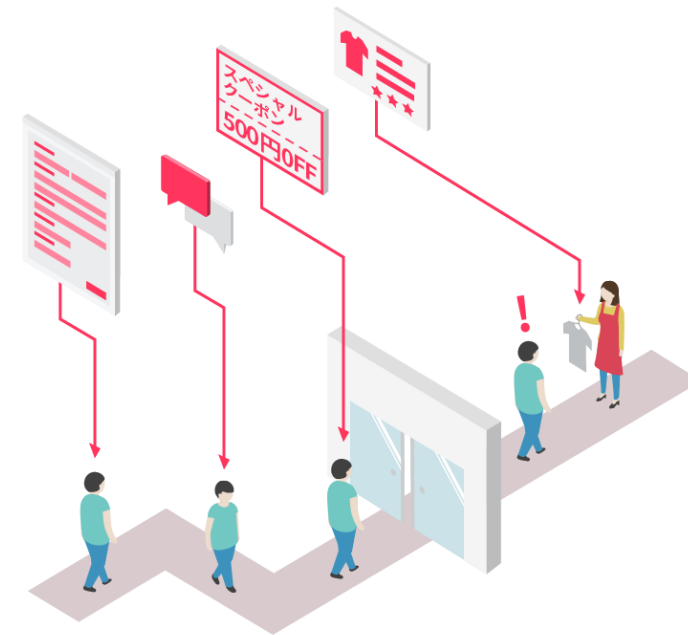
「CODE Marketing Cloud」は、サイト閲覧ユーザーに本当の店舗で店員が接客するような、快適なお買い物体験をご提供するイメージ

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

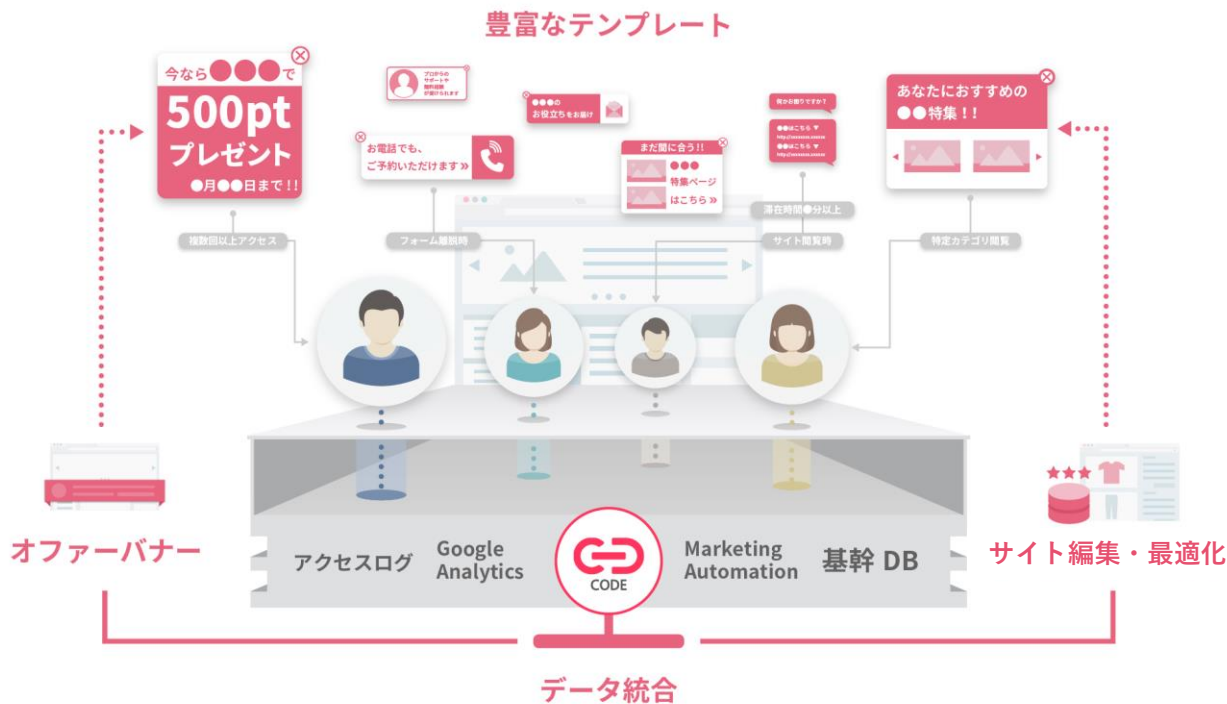
「CODE Marketing Cloud」の導入サイト



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

ご利用企業の傾向

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

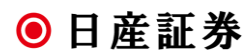
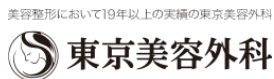
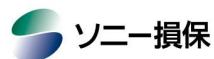


③ BtoB領域

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

エンバーポイント株式会社

多くのサービスを掲載するウェブサイトの利便性向上を目的に、迅速にサイト改善できる「CODE Marketing Cloud」「f-tra EFO」を導入

ジンジブ

高卒採用を検討する企業の採用担当者に、採用支援コンテンツを適切にお届けできるよう「CODE Marketing Cloud」「f-tra EFO」を導入

SBIホールディングス株式会社との**包括的業務提携**の中、
直近では下記のグループ会社様に「CODE Marketing Cloud」を導入

モーニングスター株式会社



SBIマネープラザ株式会社



SBIアラプロモ株式会社



SBI大学院大学



「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

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

F-CODE × nene × wiz

リアルタイム配信 11/10 (木) | 録画配信 11/17 (木) | 14:00~15:00
ZOOMによる無料オンライン配信

Webサイトからの売上を伸ばす
3つの方法
— UI・UX・Web接客の心得 —

株式会社エフ・コード 荒井 裕 氏 | 株式会社nene 花岡 良 氏 | 株式会社Wiz 山崎 優 氏

▶ Online Event

GladCube VITALIFY F-CODE 共催オンラインセミナー

Webマーケ担当者に告ぐ! 90分で丸わかり

**流入～CVまで顧客を逃さない
最新Webサイト運用ノウハウ**

無料オンライン開催
9/29 (木)
14:00-15:30

株式会社グッドキューブ 西川 諒 | 株式会社バイタリファイ 一畑 雪 氏 | 株式会社エフ・コード CX事業部 濱田 薫 氏

F-CODE × OWNLY

SNS活用×Web接客でコンバージョン獲得を実現する
マーケティング手法と最新事例を大公開

10/27 2022
木
12:10~13:00 ONLINE

スマートシェア株式会社 Field Sales Team Leader 瀧口 新一 | 株式会社エフ・コード CX事業部 カスタマーサクセス 濱田 薫

BtoCマーケター必見

**顧客起点の
広告クリエイティブ改善**
最新事例と遷移サイトのUI/UX改善

無料オンラインセミナー
2022年10月19日 水 12:00-13:00

株式会社エフ・コード CX事業部 濱田 薫 | 株式会社ガラハロス VP of Sales 内藤 太郎 | AIR Design

EC担当者必見!

EC成功に必須の4つの視点とは?

売上増加へ!
スムーズな購入に導く
Web接客と検索の強化

無料 | オンラインセミナー

株式会社エフ・コード CX事業部 濱田 薫 氏 | ビジネスサーチテクノロジー株式会社 取締役 兼 営業本部長 光安 紀 臣

2022.10.5 WED 14:00~15:00 | F-CODE × search

BtoBでも問い合わせ数**1.5倍!** NYLE F-CODE

インサイドセールス×SEOで
効率的に良質なリードを増やす方法を徹底解説

無料オンラインセミナー
10/4 14:00-15:00
(火) @Zoom

株式会社エフ・コード インサイドセールス事業統括 阿部 朱美 | ナイル株式会社 デジタルマーケティング事業部 マーケティングユニットリーダー 大澤 心咲

代表取締役 工藤が経済メディアに出演。
エフ・コードの事業内容や成長戦略を視聴者に分かりやすく発信



日経CNBC 「～攻めのIR～ Market Breakthrough」
(2022年8月31日公開)



ラジオ NIKKEI 「ザ・マネー～火曜日 櫻井英明のかぶてつ」
(2022年9月6日公開)

当社の事業・業績などについて推奨・論評を行う証券会社のアナリスト一覧。

2022年11月14日現在

証券会社	アナリスト名
岩井コスモ証券株式会社	饗場 大介
Jトラストグローバル証券株式会社	経済調査室

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9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	1,779,242千円（2022年9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

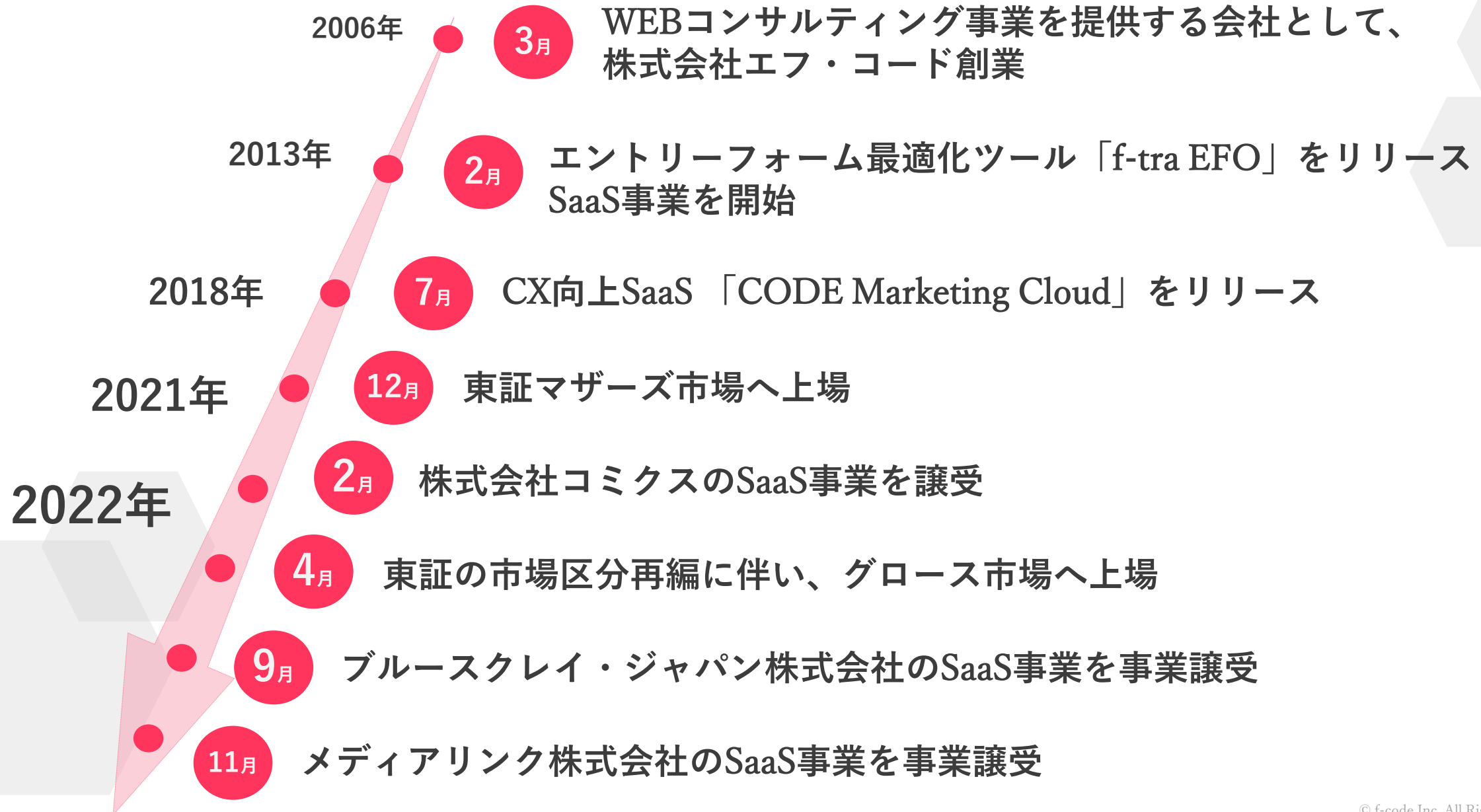
デジタル時代では、経営の根幹でのデジタル技術活用が企業の盛衰を分けます

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 \ggg DX

SaaSをコアに を実現する企業

サービスの概要

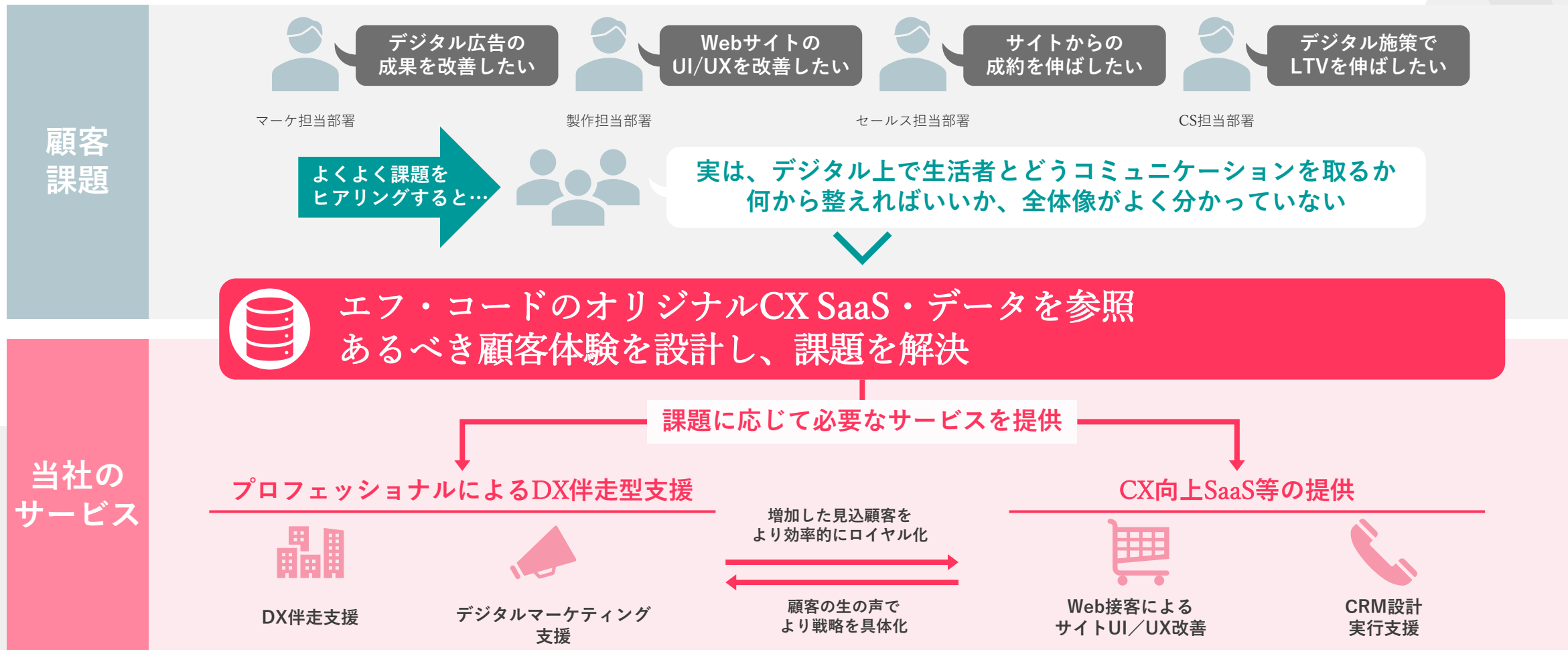
① 様々なユーザーデータを蓄積

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



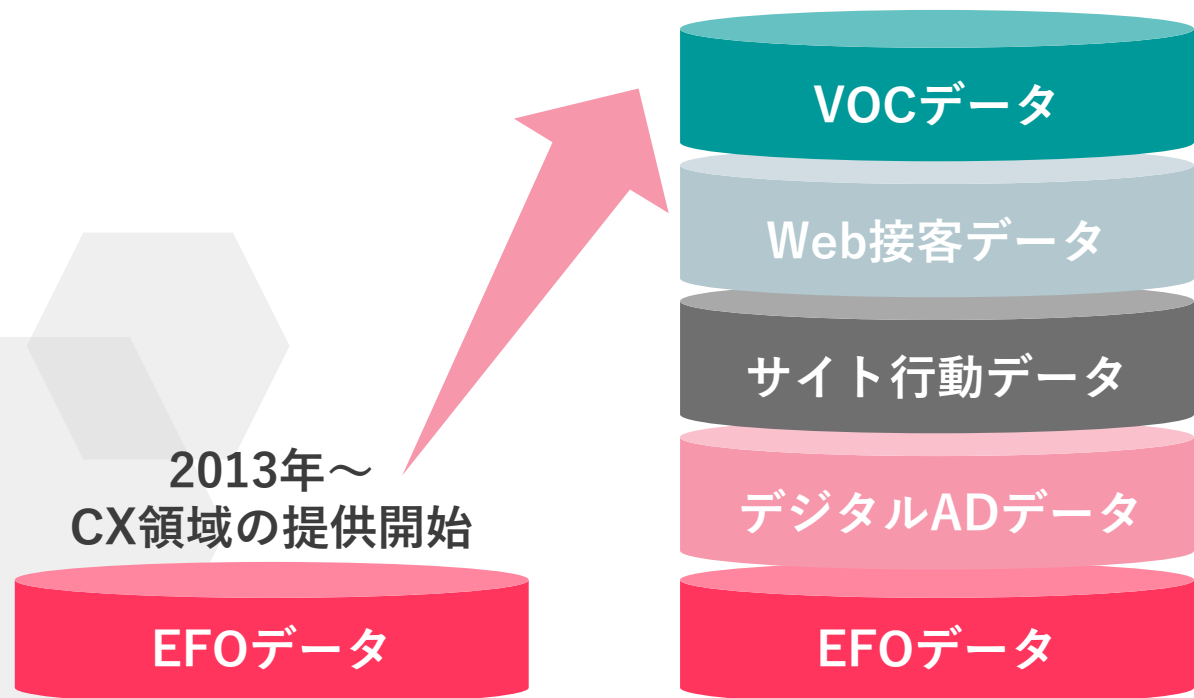
エフ・コードは長年培った業界別・課題別のCX SaaS及びデータを所有
複雑なDXニーズに対し、当該データによるワンストップなサービス提供を強みに成長してきた



当社の強み：希有な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

2022年現在 CXに係る 多様なデータを完備



累計社数

1,000社超

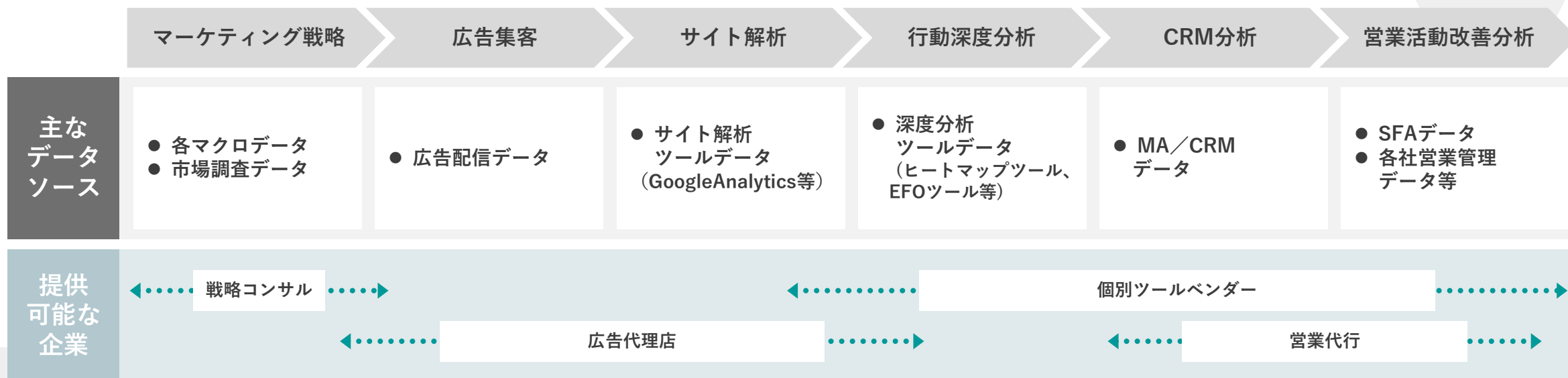


アカウント数

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

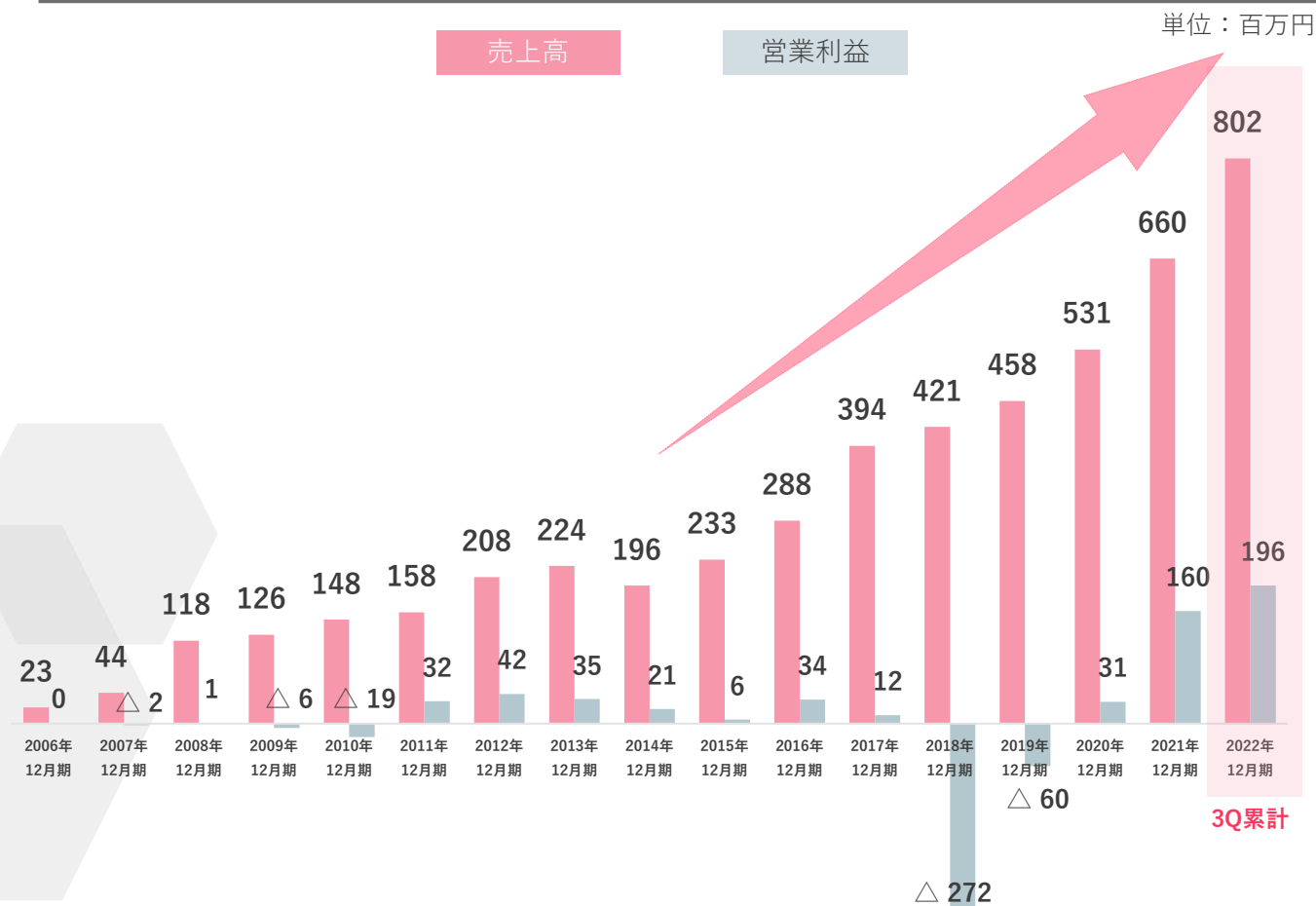
4 成長戦略

Appendix

業績：売上高及び利益の推移

継続収益型のビジネスモデルにより売上高は着実に増加
事業規模の拡大と利益獲得を両立

売上高／利益の推移



2022年3Q累計

売上高成長率
(前年同期比)

+67.9%

営業利益率

24.5%

2022年12月期 第3四半期累計業績サマリ(前年同期比較)

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 **+67.9%**の増加
同様に **EBITDA**(※)が前年同期比**+52.6%**、**営業利益**が前年同期比 **+41.8%**の増加

(単位：百万円)	2021年12月期 第3四半期	2022年12月期 第3四半期	前年同期比
売上高	477	802	+67.9%
売上総利益	303	467	+53.8%
EBITDA	141	215	+52.6%
営業利益	138	196	+41.8%
経常利益	136	193	+41.5%
四半期純利益	137	174	+27.4%

※EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費等

【再掲】 2022年12月期 通期業績予想の修正 (2022/5/13公表)

既存事業の成長及びコミクス事業の譲受により**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

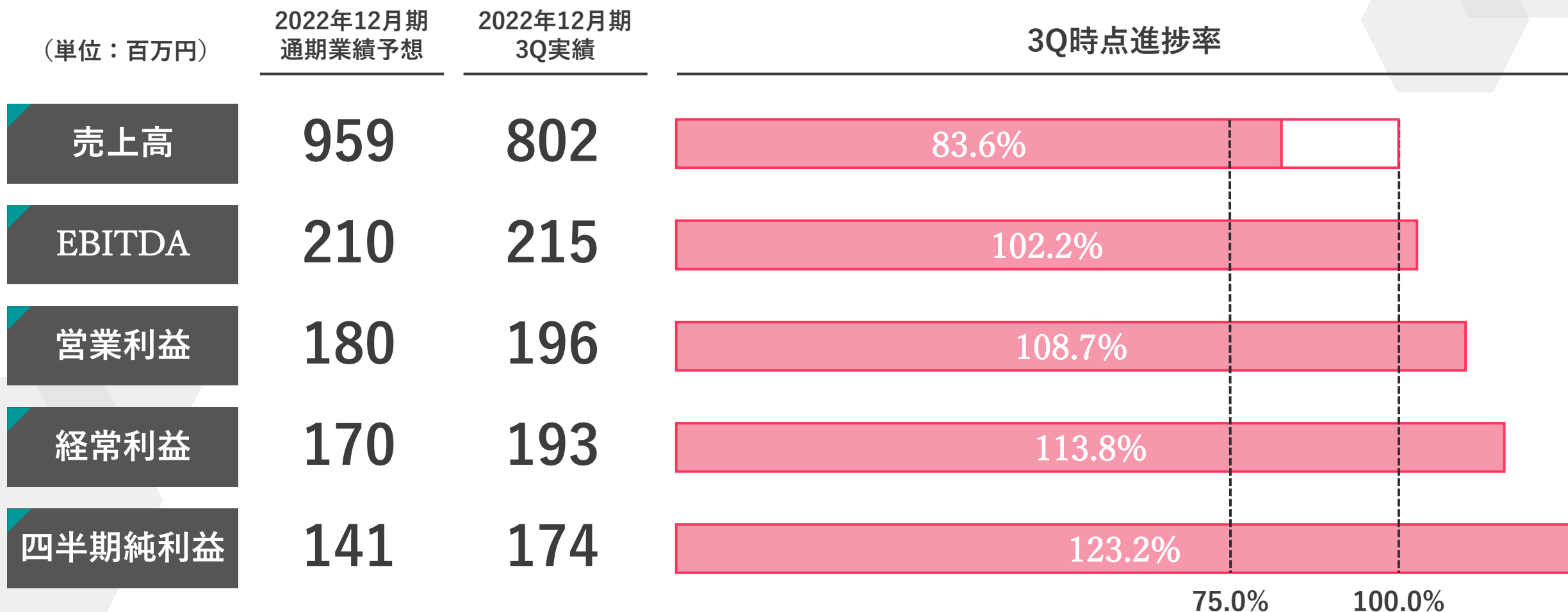
(単位：百万円)	2022年12月期 前回業績予想	2022年12月期 修正業績予想	差額
売上高	859	959	+100
EBITDA	176	210	+33
営業利益	167	180	+13
経常利益	160	170	+9
当期純利益	141	141 [※]	+0

※ 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 通期業績予想進捗 (第3四半期時点)

業績予想に対し、売上高は80%を超える良好な進捗。各利益は達成。

第4四半期は事業投資(開発・採用・マーケティング)やM&A関連費用(各種DD費用等)の一時的費用発生を想定



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

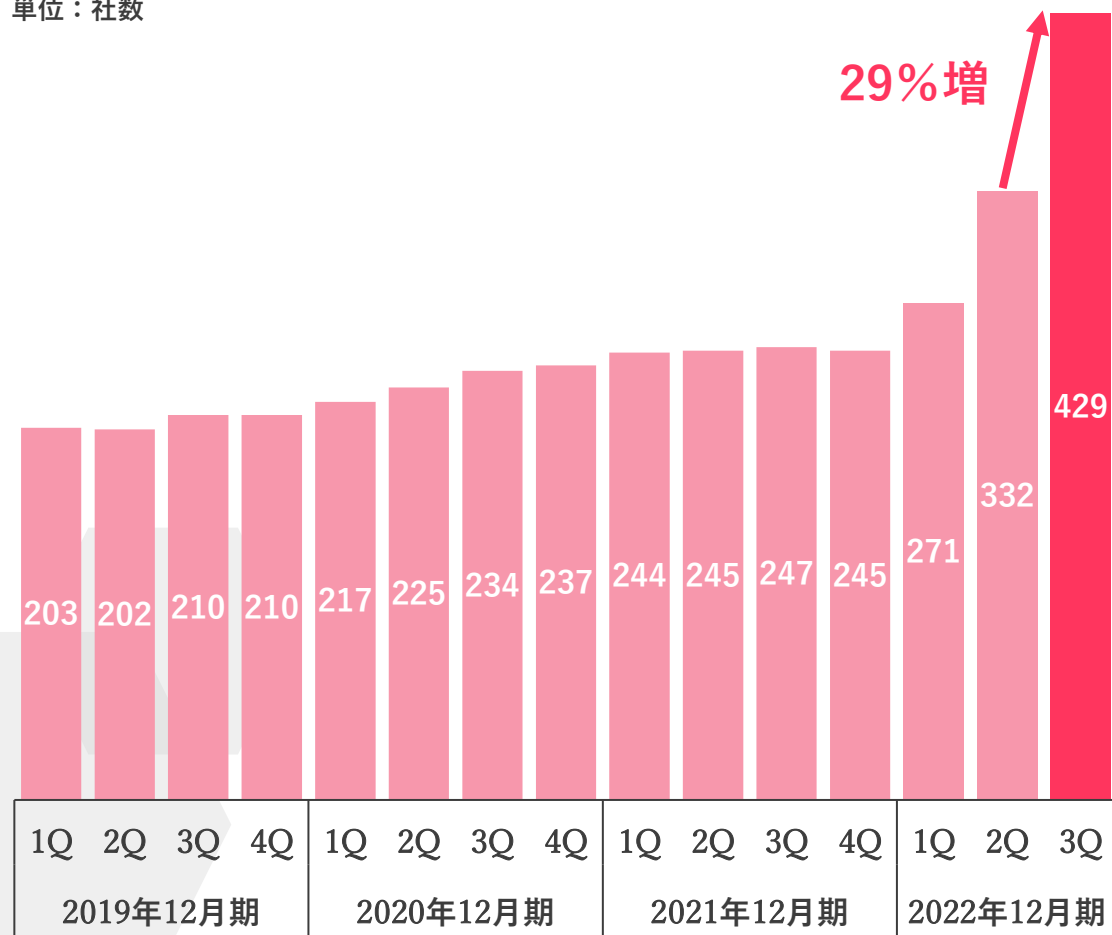
- 高まるDXニーズの取込
- BtoB企業のデジタルシフトや成長性のある地方中堅企業開拓
- 営業体制の拡充

- 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

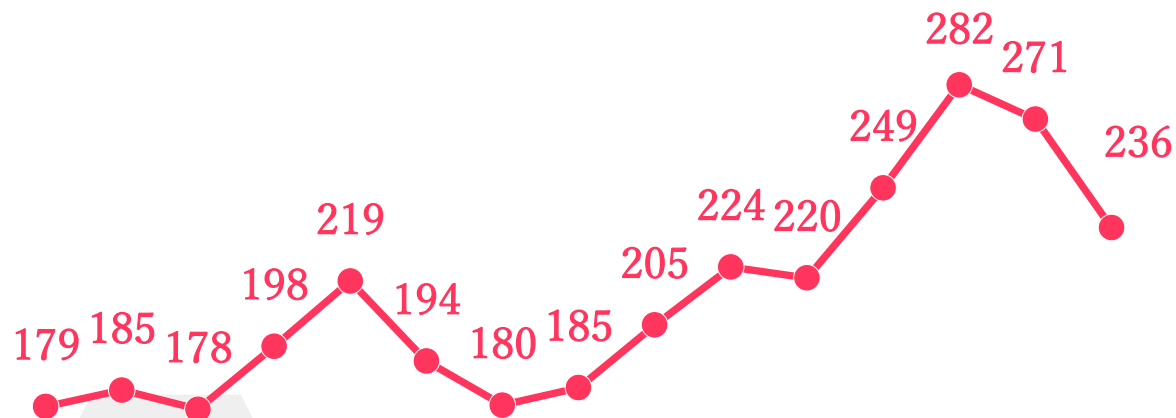


- 既存事業の伸長と事業譲受の影響により、当期を通じて顧客数が大きく増加
- 2022年9月からSaaS事業(GORILLA EFO)の運営開始、3Q顧客数に1ヶ月分の影響あり

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	3Q
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

×

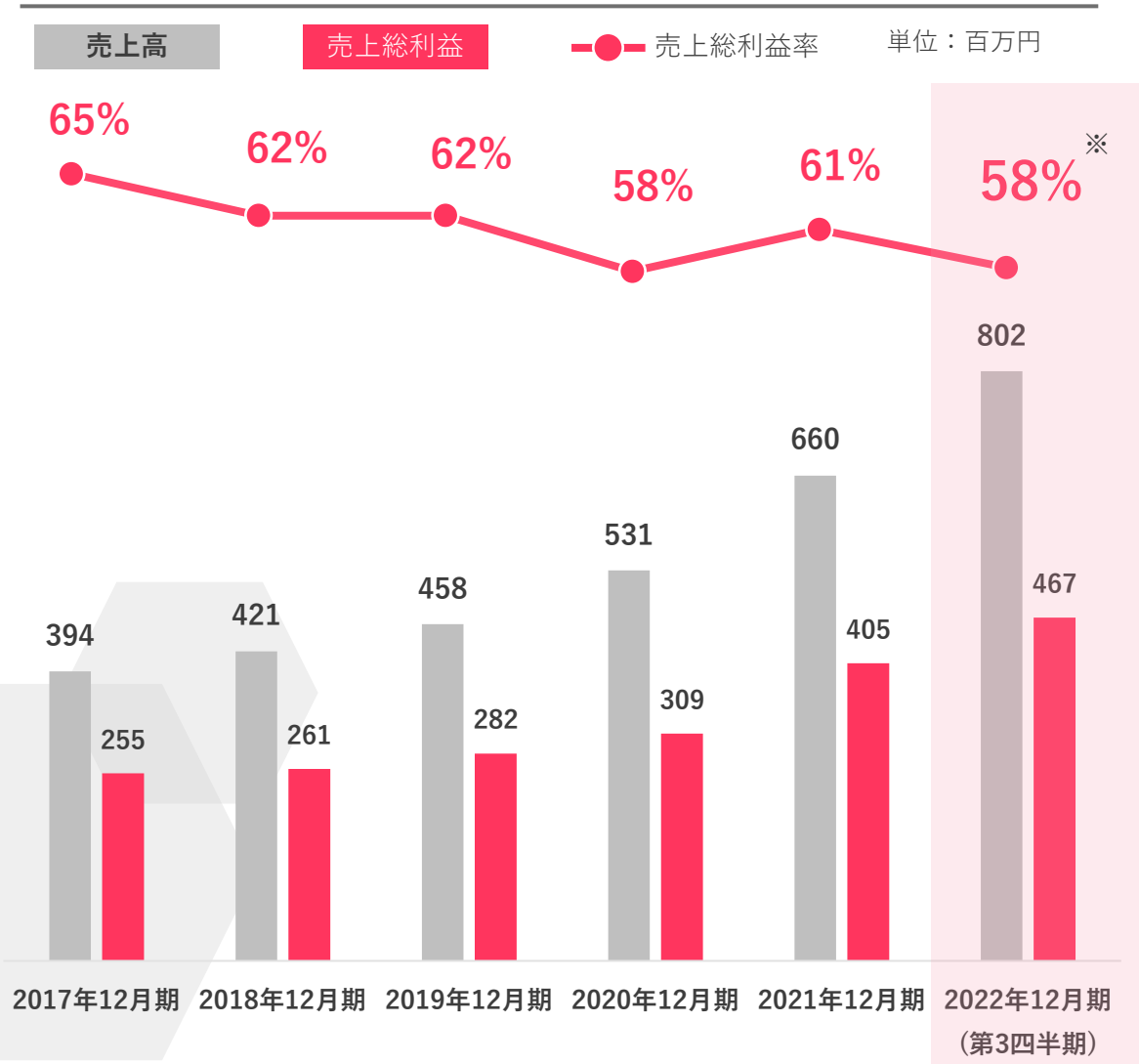
顧客あたり
平均単価

×

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
- 事業譲受により低単価の顧客数が増加したことにより、3Q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%前後の良好な水準を維持
- 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

※3Qは売上高1,000万円超・比較的低粗利率のスポット案件が複数あり
これらを除外した場合の当期3Q累計の正常売上総利益率は61%

目次

1 ハイライト

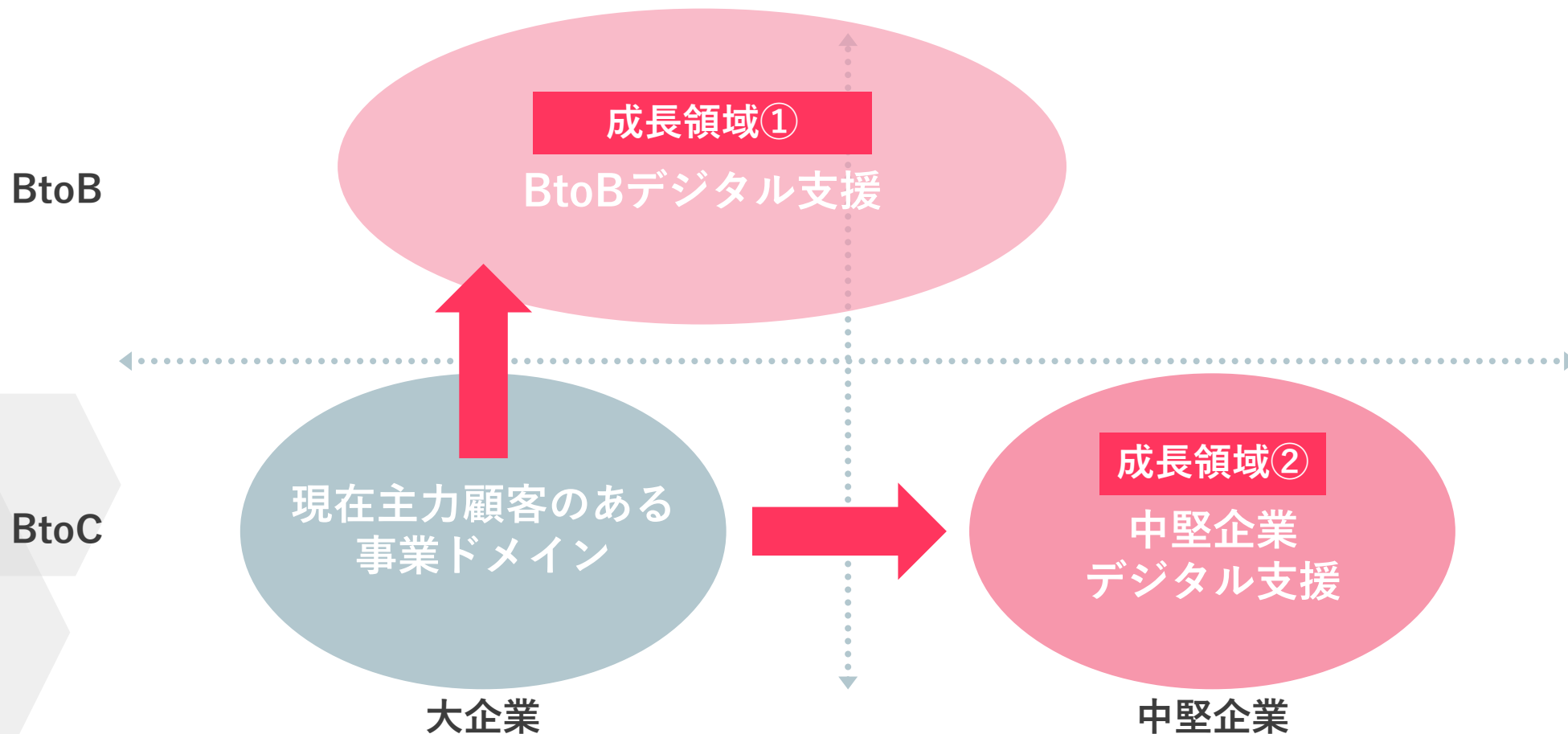
2 会社概要

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

コロナ禍により特に**BtoB企業のDXニーズ**が急速に拡大

前年同期比78.3%増と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が制約され、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

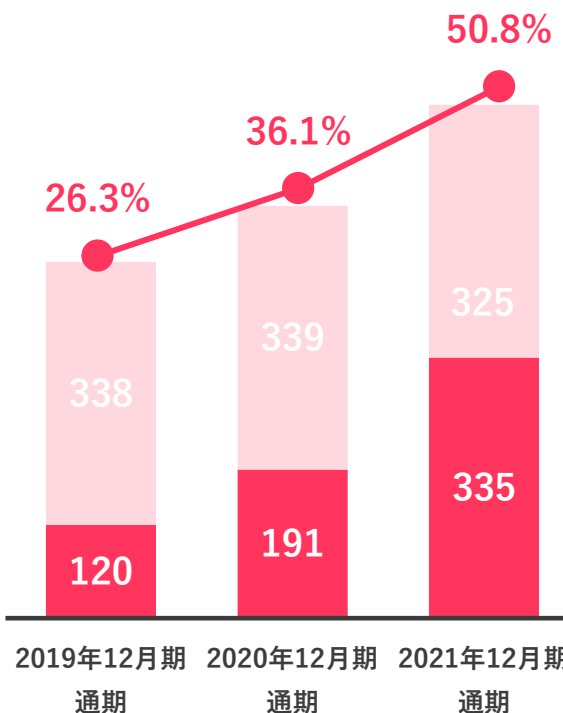


BtoB企業のセールス／マーケティング領域
デジタル化が急速に進展

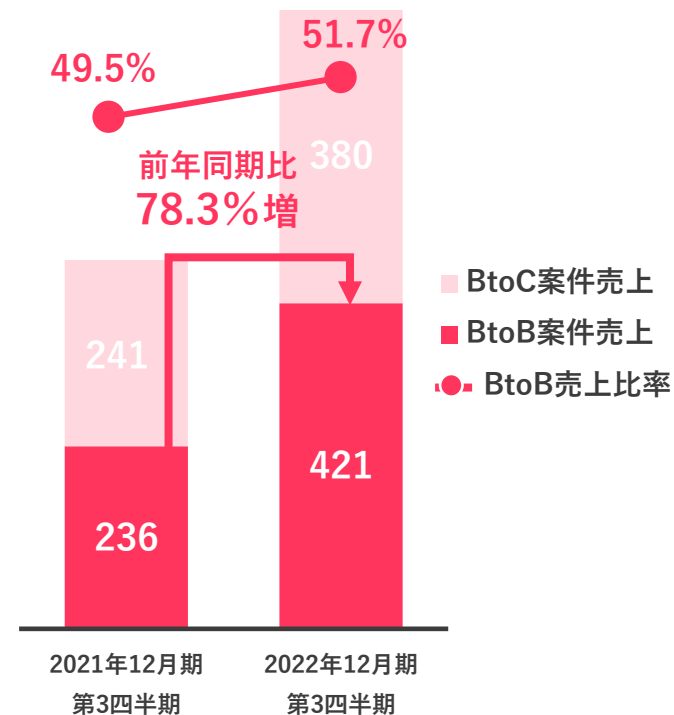
BtoB・BtoC案件別売上内訳 及び BtoB売上比率の推移

単位：百万円

通期推移



YoY比較



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

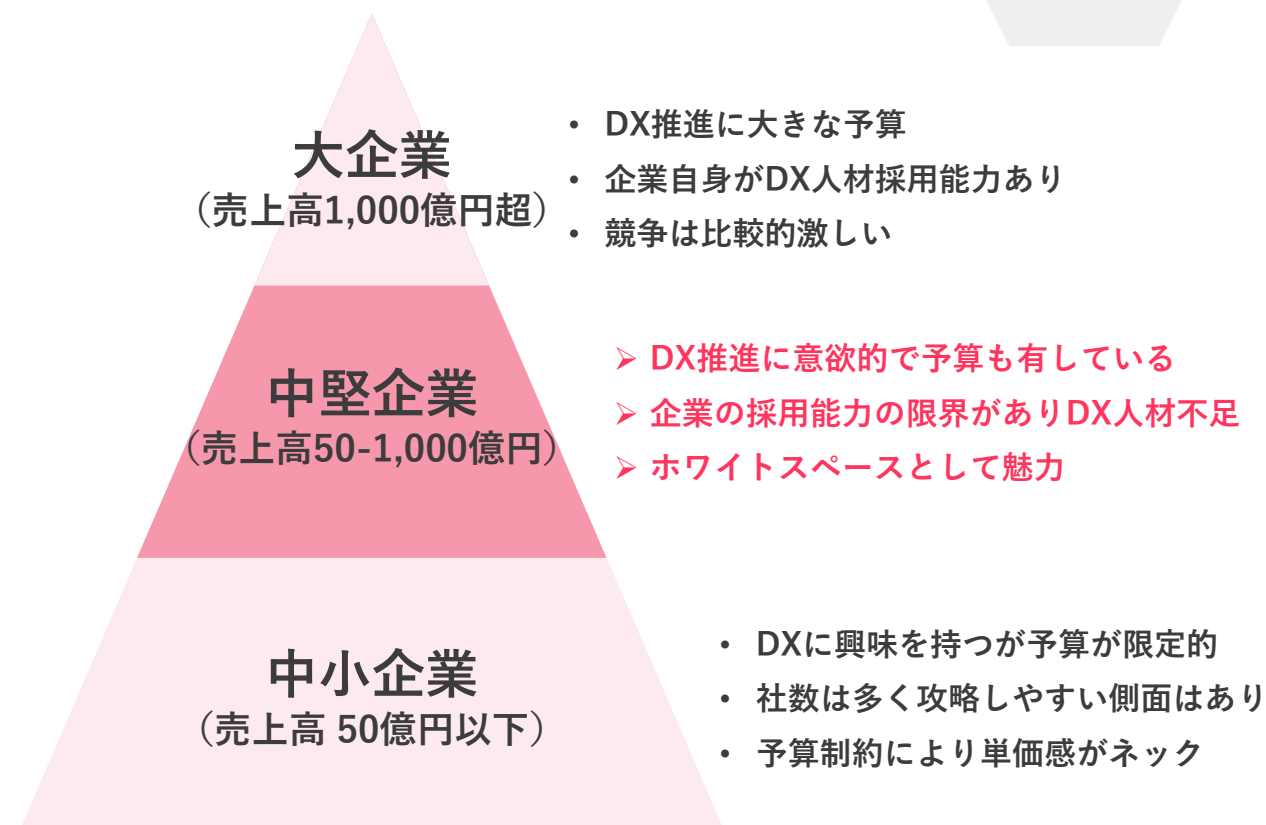
背景

- 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



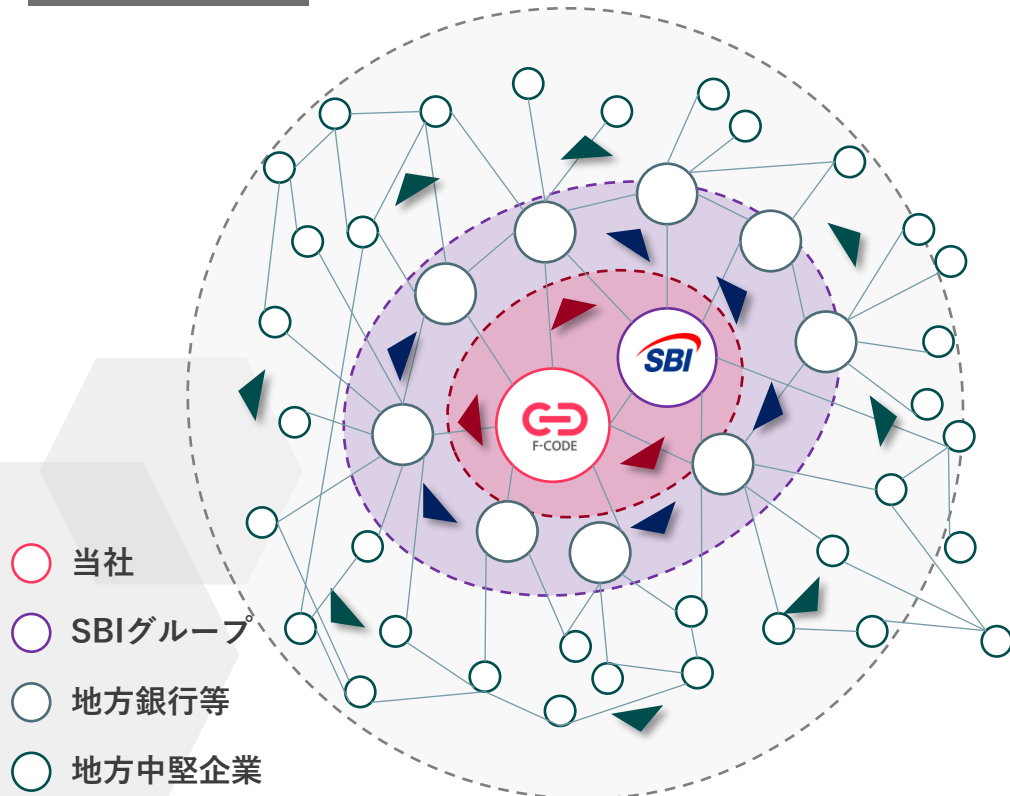
地方／中堅企業でも
 急速にDX推進の裾野が広がると想定

市場のホワイトスペース



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

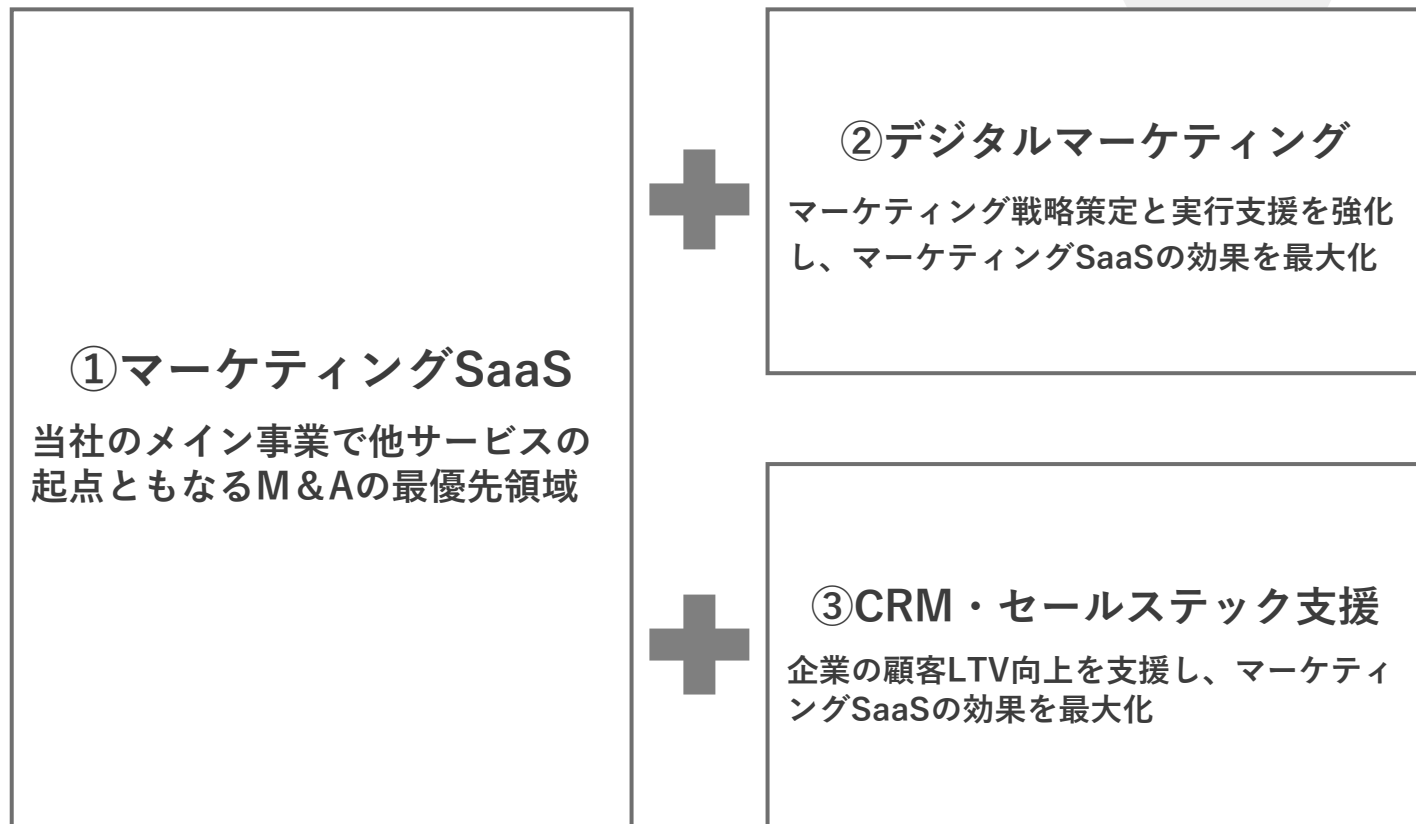
既存事業の拡大に加え、M&A活用によりプロダクト・データ・人材の充実を図り、事業成長加速を目指す

M&Aの考え方

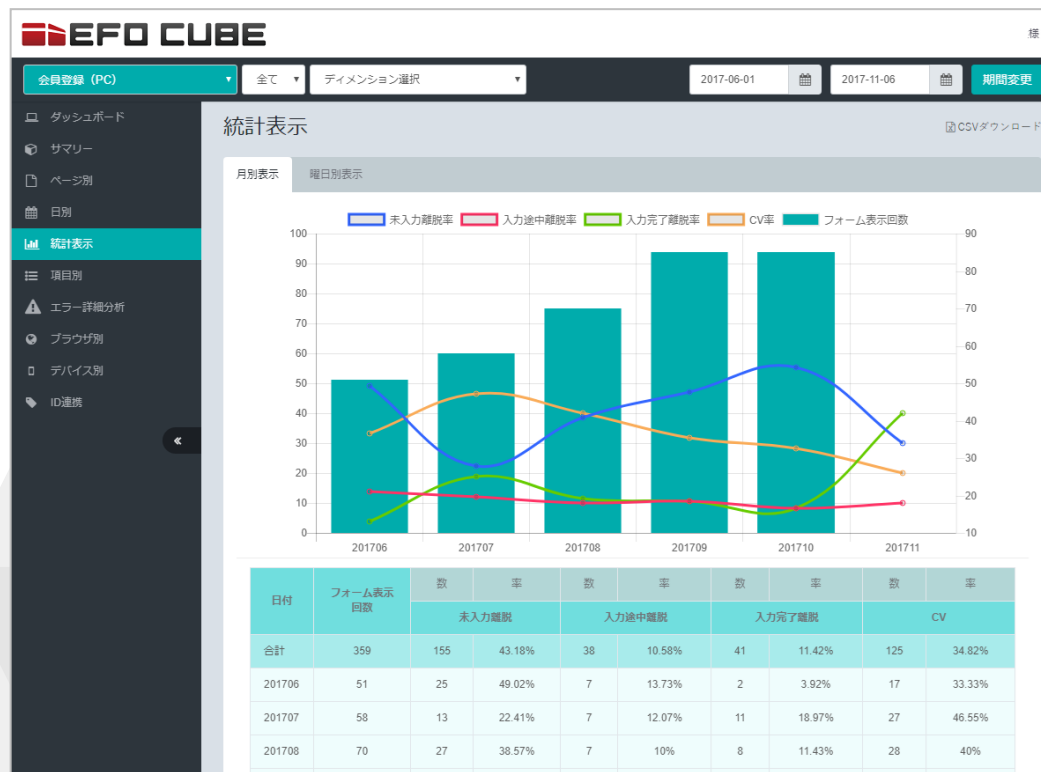
- ✓ **CX領域**を中心に、シナジーのある周辺領域のソリューションを強化
- ✓ 黒字企業/事業を**合理的なEBITDA倍率**でM&A
- ✓ 多様な資金調達方法を活用し、**資本コスト最小化と財務安全性確保**を企図



3つの対象領域



2022年2月28日に株式会社コムクスが運営するエン트리フォーム最適化ツール「EFO CUBE」等のSaaS事業を譲り受け、3月1日より当社による事業運営を開始



事業譲受取引の概要

事業譲受日

2022年2月28日

譲受事業
売上高

約84百万円 ※1

譲受価額

2.4億円 ※2

※1：2020年9月～2021年6月の10ヶ月分の売上高を記載しております

※2：当該事業の契約上の地位及び権利義務の承継や承継顧客に対する売上高の状況等に応じて最大で6千万円の追加譲渡代金が発生し、2023年3月末までに支払う可能性があります。

強力な「データ解析機能」によりクライアント様のCVR最大化に寄与

2022年9月1日にブルースクレイ・ジャパン株式会社が運営する **エントリーフォーム最適化ツール「GORILLA EFO」** の SaaS事業を譲り受け、同日から当社による事業運営を開始

最適化されたエントリーフォーム

全角で入力してください

必須項目に入力の上、送信ボタンを押して下さい。入力が必要な項目は、残り4件です。

お名前 **必須** 伍利良 江富夫 ✓

ふりがな **必須** ごりら えふお ✓

ご住所 **必須**

メールアドレス **必須** gorilla@d

メールアドレス (確認用) **必須** docomo.ne.jp
d.vodafone.ne.jp

電話番号 **必須**

半角またはマイナス (-) で入力してください。

チャットフォームテスト

残り必須項目数：8

こちらはチャットフォームのテストです。

14:06

まずはお名前を入力してください。(フリガナは自動入力されます。)

14:06

テスト 太郎

テスト タロウ

OK

充実した「入力支援機能」や「チャットフォーム機能」によりCVR最大化に寄与

事業譲受取引の概要

事業譲受日	2022年9月1日
譲受事業売上高	約45百万円 ※1
譲受価額	約93百万円 ※2

※1：2021年1月～12月(1年間)の12ヶ月分の売上高を記載しております

※2：当該事業の契約上の地位及び権利義務の承継や承継顧客に対する売上高の状況等に応じて最大で9,307万5千円の追加譲渡代金が発生し、2023年9月29日までに支払う可能性があります。

2022年10月17日にメディアリンク株式会社が運営するチャットボットツール「sinclo」の譲受を公表
2022年11月1日に当該SaaS事業を譲り受け、同日から当社による事業運営を開始



お問い合わせはこちら！

こんにちは！
なにかお困りことはございますか？

sincloとは？

sincloは顧客満足度No.1の
ノーコードでできるチャットボット
型Web接客ツールです！

- 資料請求する
- メニューに戻る

資料請求する

メッセージを入力してください

送信

事業譲受取引の概要

事業譲受日

2022年11月1日

譲受事業
売上高

約86百万円^{※1}

譲受価額

3.5億円^{※2}

※1：2021年7月～2022年6月の12ヶ月分の経営成績を記載しております。
なお、本事業は記載の期間を通じて拡大・MRRの積み上げを継続しており、
事業譲受後のMRR8百万円程度で、今後も成長継続することを想定しております。

※2：当該事業の契約上の地位及び権利義務の承継や承継顧客に対する売上高の状況等
に応じて最大で1億5千万円の追加譲渡代金が発生し、譲渡から1年以内のいず
れかの時期において支払う可能性があります。

「わかりやすく直感的なUI」と「チャットフォーム機能」
でCVR最大化に寄与

その使いやすさと顧客満足度の高さから数々の賞を受賞

■ ITreview Grid Award

- 「チャットボット」「Webチャット」「オンライン商談」の3部門で春/夏は4年連続、秋/冬は3年連続受賞
- 顧客満足度と認知度が優れた製品として表彰
- Itreview内のレビュー件数200件以上。上記3部門の他ツールと比較し圧倒的な投稿数と満足度4.0(5点満点)の高評価

■ BOXIL SaaS AWARD Autumn 2022

- チャットボット部門で口コミ項目9種類中4種類、「機能満足度」「使いやすさ」「サービスの安定性」「お役立ち度」でNo.1評価を受賞

■ ゼネラルリサーチ社のチャットボットツールイメージ調査(2019年)

- 「顧客対応満足度」「顧客満足度」「使いやすさ」でNo.1評価を受賞



「チャットボットを初めて
導入する企業にオススメ」



教室・スクール
人事・教育職

「UIが優れており、パワポ
感覚で設定できました」



ソフトウェア・SI
IT管理者

「低コストで導入可能でシ
ンプルな操作」



建築・鉱物・金属
営業・販売・サービス職

「コンバージョンが
増えた」



旅行・レジャー
経営・経営企画職

「問い合わせから成約率
アップ」



情報通信・インターネット
製品企画

「電話対応工数が減り、問
い合わせの質があがりました」

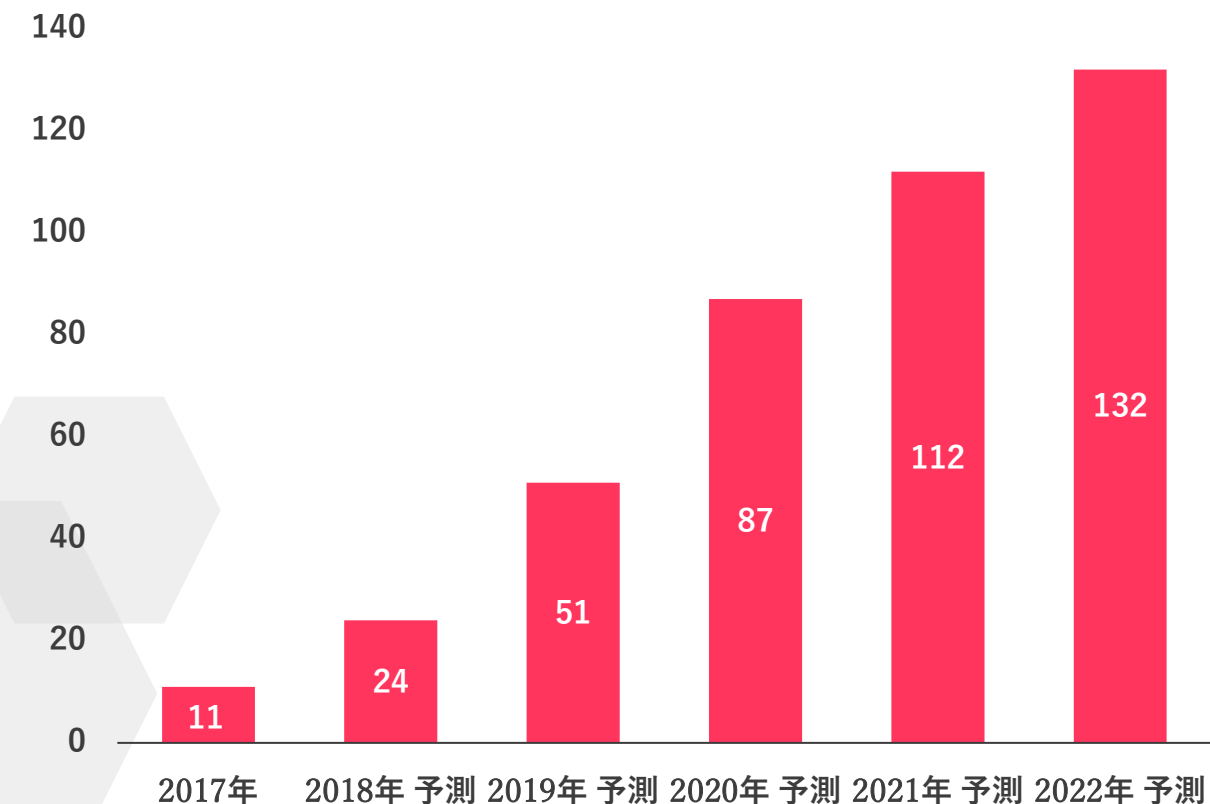


情報通信・インターネット
営業・販売・サービス職

チャットボットの市場環境

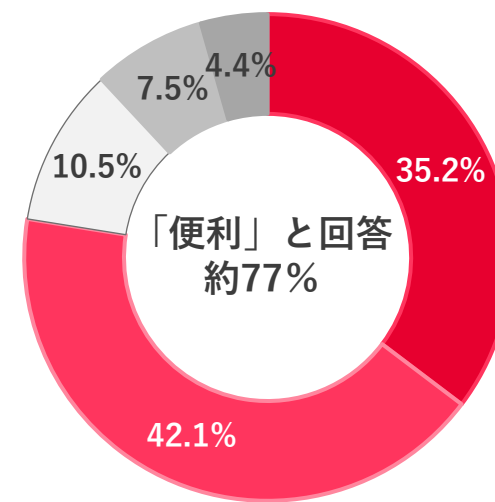
チャットボットはサポート業務の効率化ツールとしてだけでなく、CX向上ツールとしてユーザーにも浸透。増加するオンライン需要に対して、チャットボット等のコミュニケーションツールを活用したDXニーズは加速している状況

(億円) 国内の対話型AIシステム市場規模推移と予測



(出所) 矢野経済研究所：国内の対話型AIシステム市場規模推移と予測 (2018年)

チャットボットを利用して便利だと思いましたが？
(チャットボットの利用経験者1,030名に対する質問)



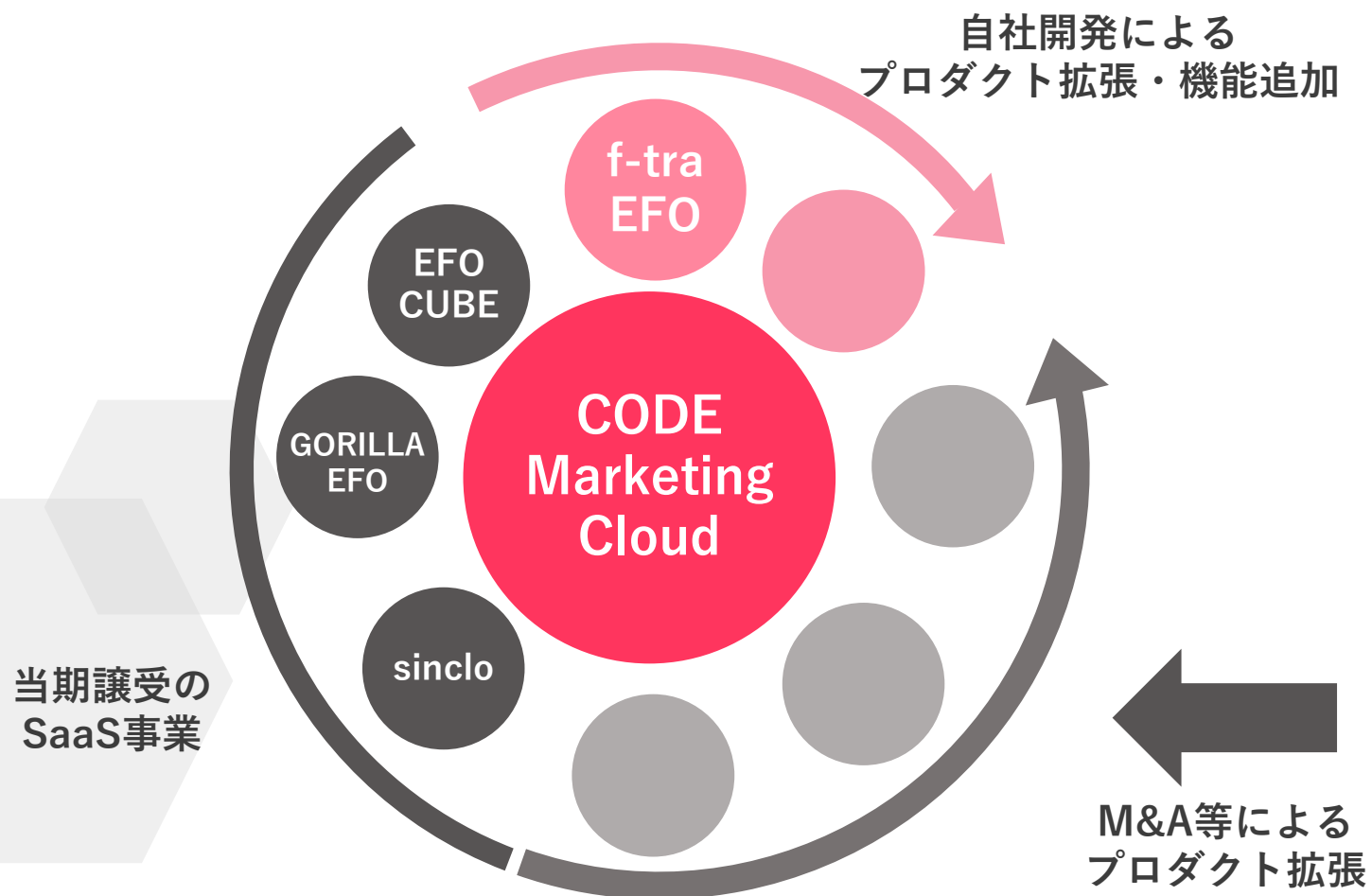
- 便利だと思った
- 少し便利だと思った
- どちらでもない
- あまり便利だとは思わなかった
- 便利だとは思わなかった

(出所) goo AI x DESIGN：「チャットボット利用実態調査」レポート2022

SaaS事業と譲受プロダクトの期待シナジー

M&Aの実施によるプロダクトの獲得を通じて、**プロダクト群の強化**と**クロスセリング**によるシナジーを発揮

CODEプロダクト群拡張イメージ



SaaS事業獲得のシナジー効果

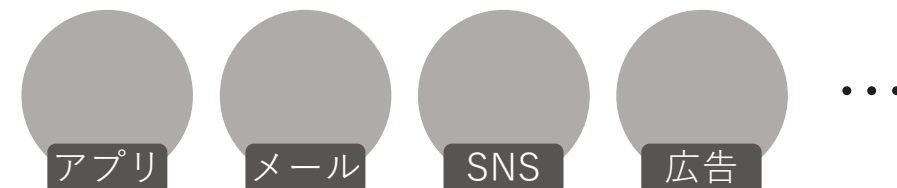
商品強化

- ・提供プロダクト及びサービスの拡充
- ・CXデータの質および量の強化

営業強化

- ・当社既存顧客への譲受事業の提供
- ・譲受事業の顧客への当社既存サービスの提供

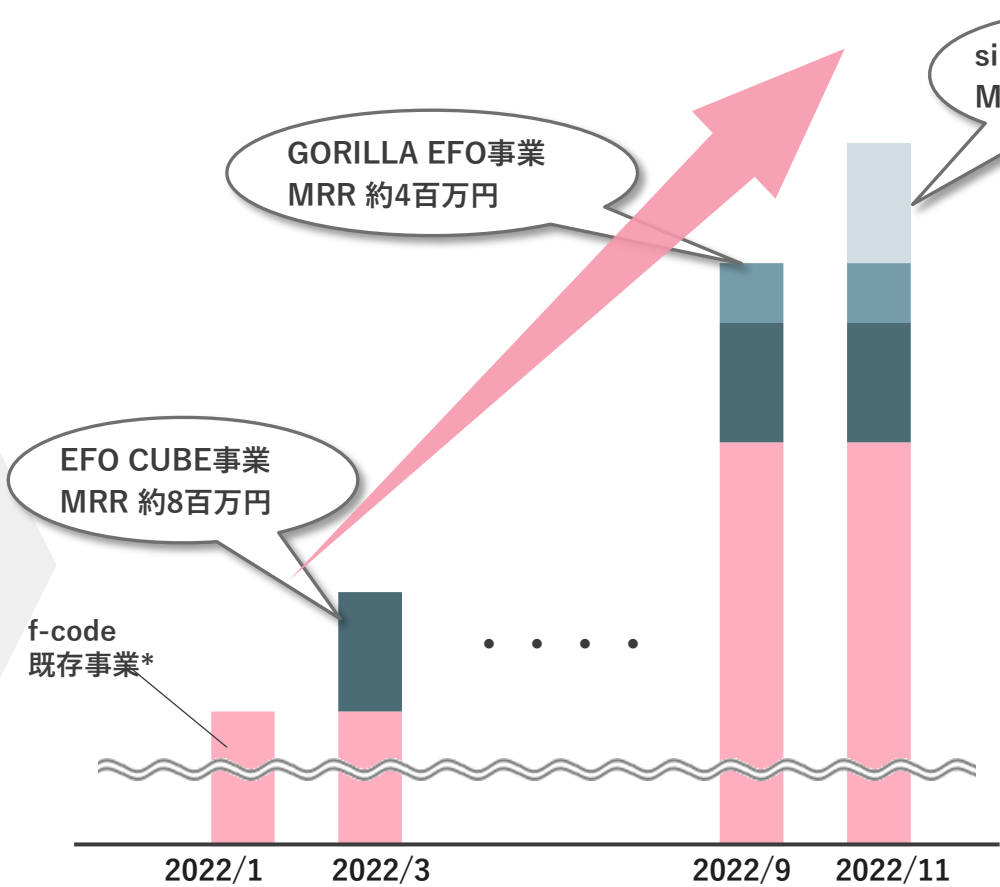
拡張候補のプロダクトイメージ



既存事業成長とM&A実行によるMRR積み上げ

既存事業におけるMRR成長に加え、当期3件のSaaS事業のM&A実行により更なるMRRの積み上げを実現
 今後も**既存事業の成長**と**SaaS事業のM&A実行**の両面から継続型収益を伸ばす方針

2022年12月期 既存事業およびM&Aによる収益拡大 → 2023年12月期 見通し・方針



① 既存事業

引き続き、収益拡大に必要な人材/プロダクト/セールスマーケ投資を継続し、MRRの積み上げに注力

② M&A

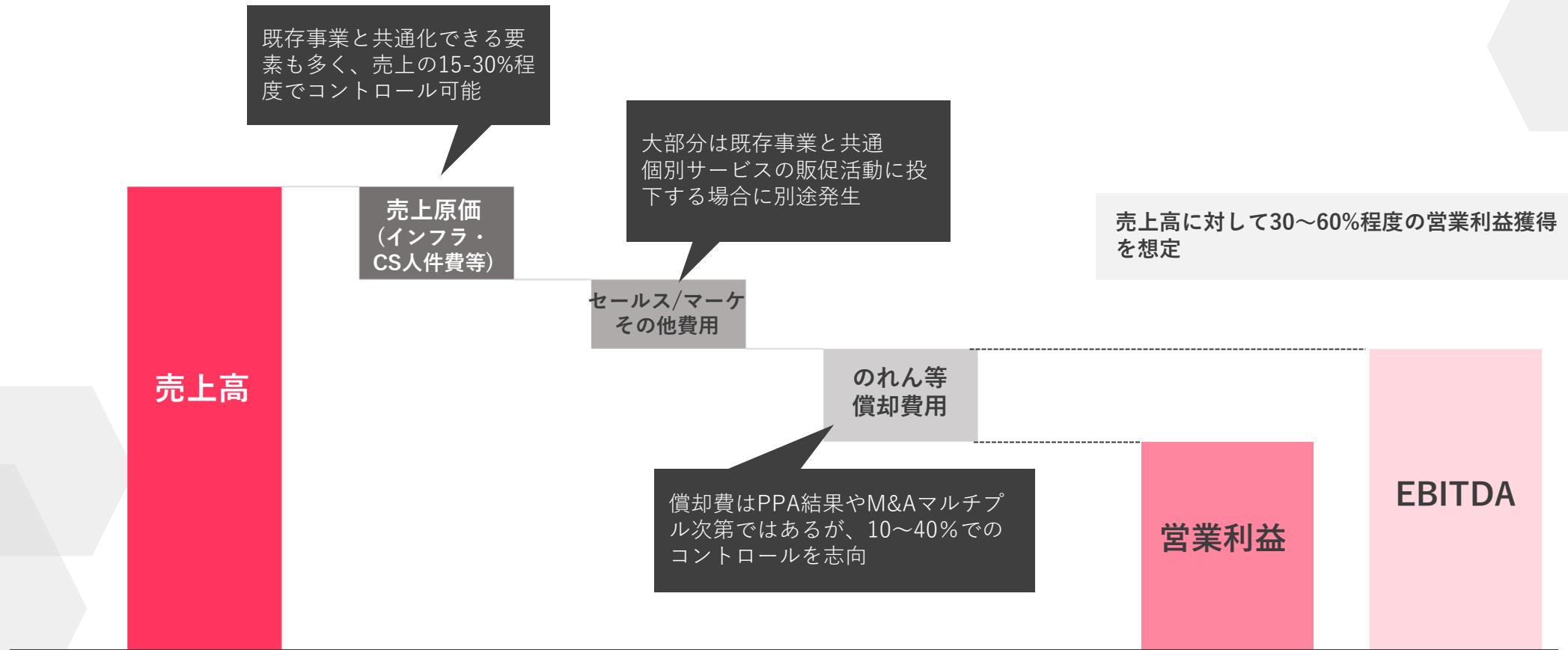
今後もSaaS型のM&A実施によりMRRを積み上げる方針
 体制強化によりソーシング/検討/投資実行を加速し、
 規律ある投資と投資実行加速の両立を志向

* : f-code既存事業について、1・3月は1Qの月次平均での記載、9月は3Qの月次平均での記載、11月は3Q月次平均が継続した前提での記載になっております

譲受事業の収益及び利益貢献(月次イメージ)

SaaS事業の譲り受けにより**継続型収益**を獲得

原価(インフラ・CS)および販売管理費(セールス・マーケ費用等)は**既存事業と共通**の部分も多く、効率的な事業運用が可能



目次

1 ハイライト

2 会社概要

3 決算概要

4 成長戦略

Appendix

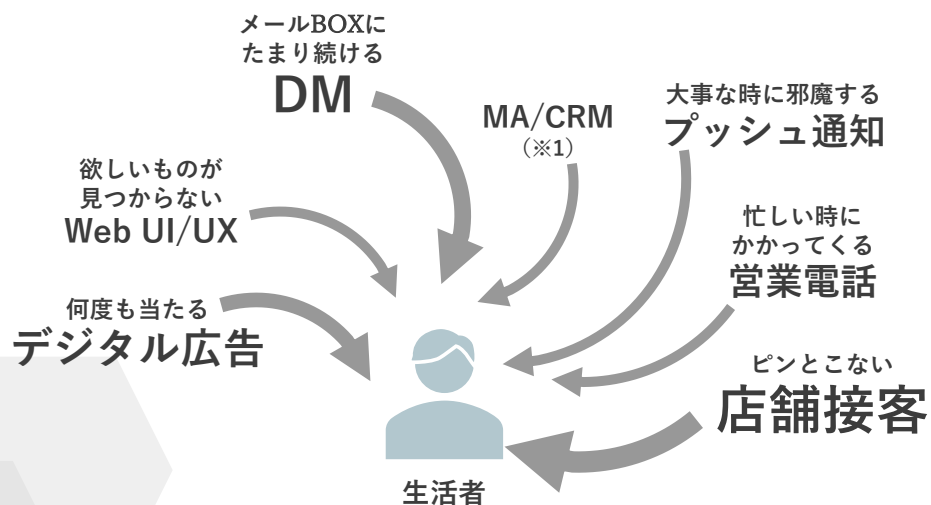
貸借対照表

(単位：百万円)	前期末 (2021年12月末)	当四半期末 (2022年9月末)	前期比
流動資産	752	1,329	+ 76.7%
現金及び預金	601	1,086	+ 80.7%
固定資産	90	449	+ 396.0%
総資産	843	1,779	+ 111.0%
流動負債	205	516	+ 151.1%
固定負債	145	552	+ 278.5%
純資産	491	710	+ 44.5%

(単位：百万円)	2021年12月期 第3四半期 (前年同四半期)	2022年12月期 第2四半期 (前四半期)	2022年12月期 第3四半期 (当四半期)	増減	
				前年同四半期比	前四半期比
売上高	163	268	304	+140	+35
売上総利益	99	166	161	+62	△5
売上総利益率	60.8%	61.9%	53.1%	△7.7%	△8.9%
販売費及び一般管理費	55	95	98	+42	+2
対売上高比率	34.2%	35.6%	32.4%	△1.7%	△3.2%
EBITDA	44	77	71	+27	△5
EBITDAマージン	27.2%	28.8%	23.5%	△3.6%	△5.3%
営業利益	43	70	62	+19	△7
営業利益率	26.6%	26.3%	20.6%	△6.0%	△5.7%
営業外収益	△0	1	1	+1	△0
営業外費用	1	1	2	+1	+0
経常利益	42	70	61	+19	△9
特別利益	0	-	-	△0	-
特別損失	-	4	2	+2	△1
当期純利益	44	44	65	+21	+21

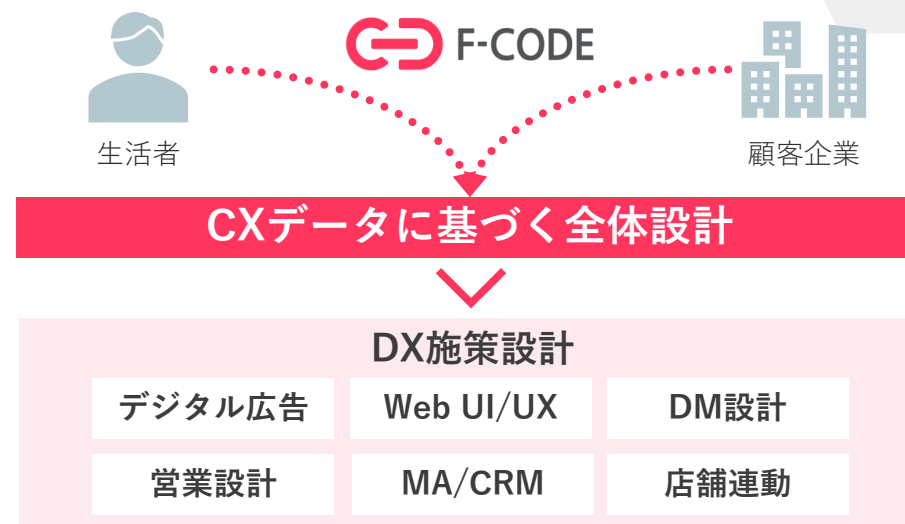
現在のDX推進は各領域に閉じた部分最適に陥りCXを損なうことも多い
これに対し**CX全体を設計し企業のDX推進を図る**サービスを提供

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



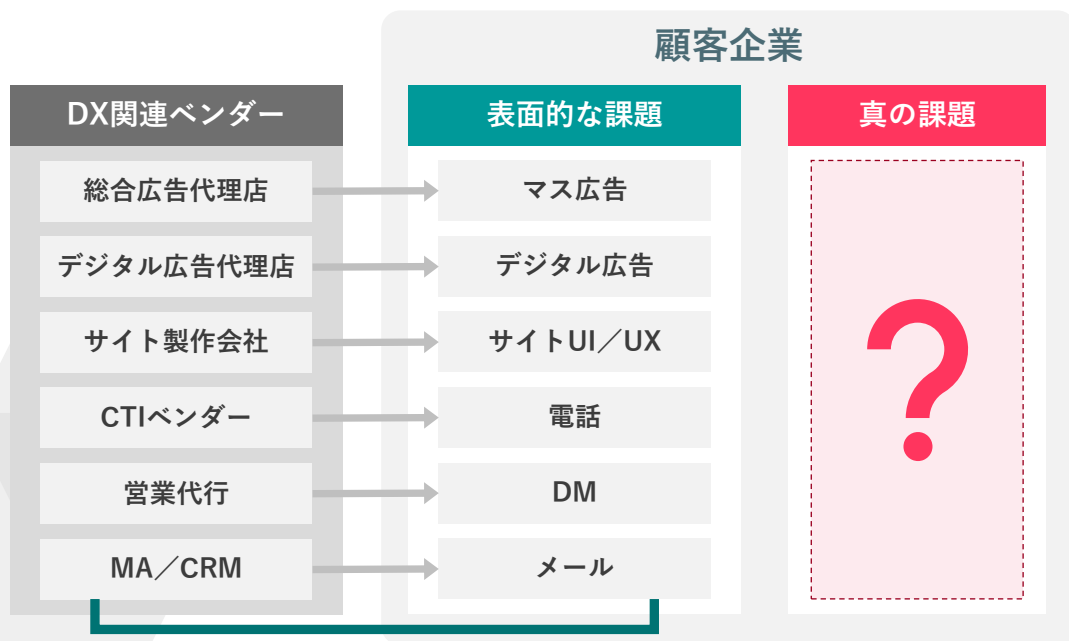
改めてCX観点に則って全施策を俯瞰
CXデザインを行った上でDXを俯瞰的にデザインする

※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

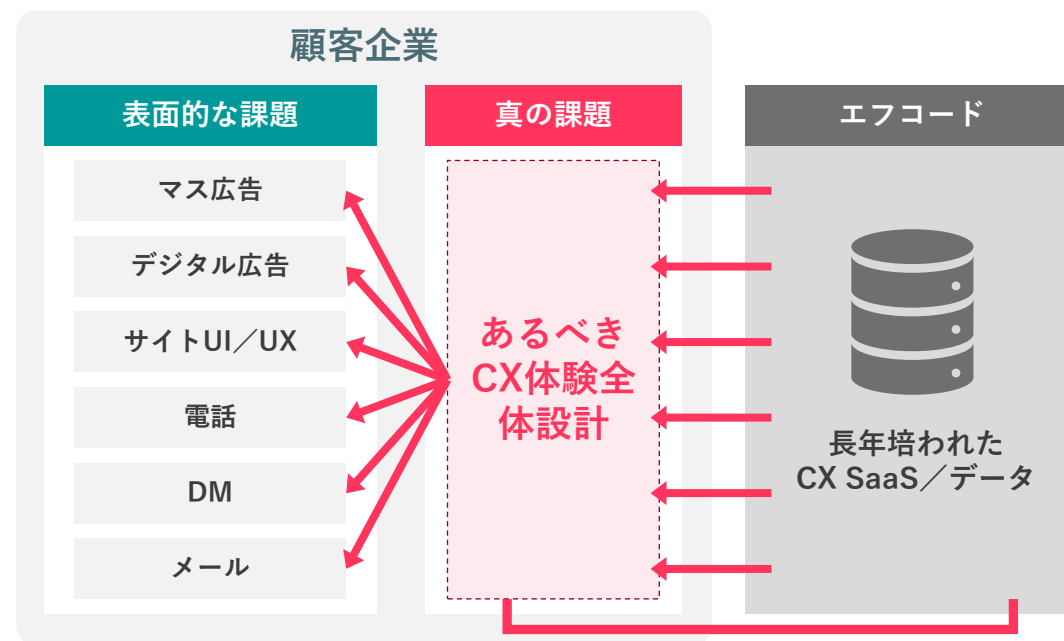
DX領域は顕在した課題領域が多種多様であるため、提供ベンダー等も多い
 他方で、真にCXを解析し多様な領域を横断してサービス提供の出来るプレイヤーは僅少
 当社は、まずCX体験を設計し、それに立脚してDXサービス提供を行うことで事業成長を実現

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

「CODE Marketing Cloud」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。



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

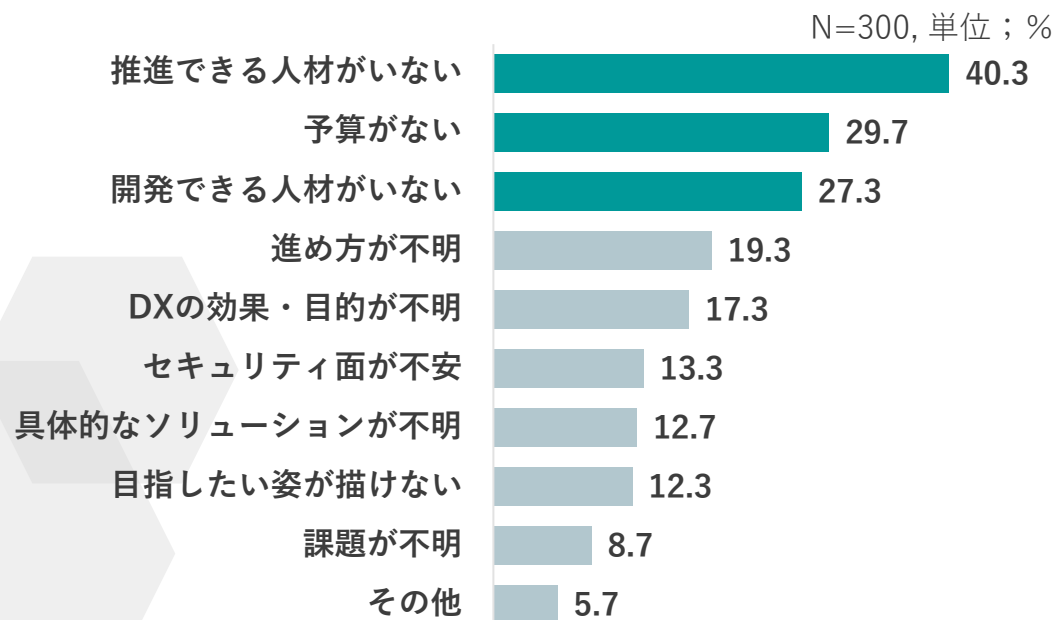
デジタル領域の全般へ対応できる人材を輩出
他社提供可能な育成プログラムを有し人材を再生産

当社の強み：市場ニーズ

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



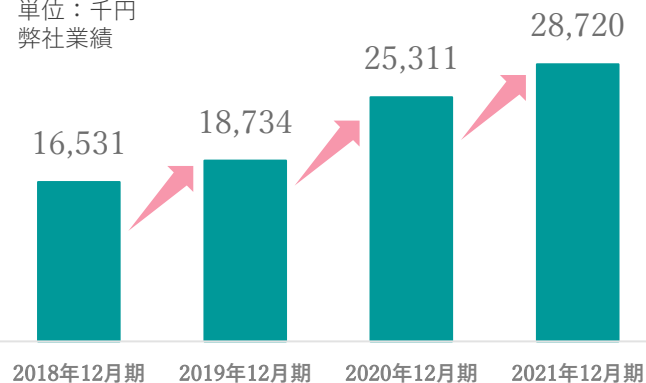
専門講師研修

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

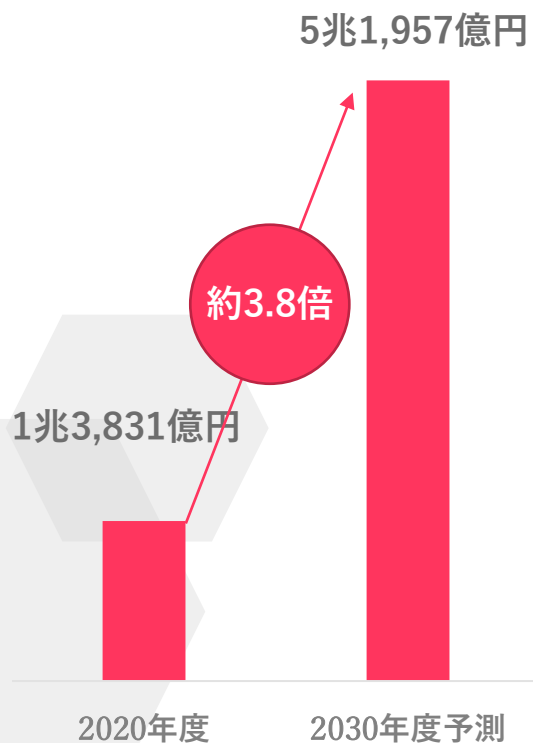


※1 Sales Force Automation (セールスフォースオートメーション)：営業支援システムのこと

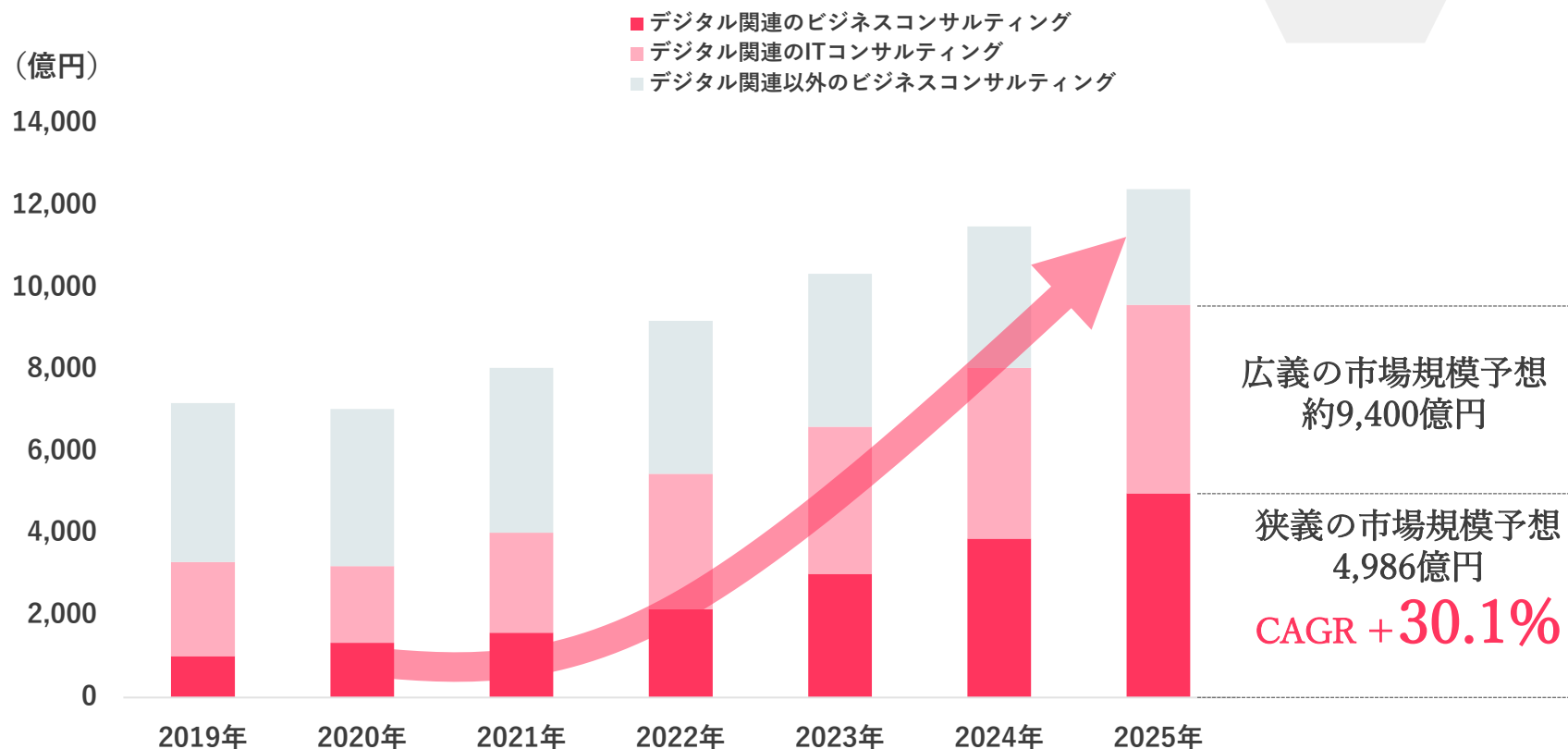
市場環境：当社の所属する市場全体の成長性

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