

Summary of Financial Results

for the Second Quarter of Fiscal Year Ending May 31, 2023

2023年5月期

第2四半期

# 決算説明資料

株式会社Enjin <証券コード：7370>

2023年1月13日

Enjin



# 業績ハイライト

2023年5月期第2四半期累計

財務

Finance

売上高 **1,618** 百万円 前年同期比 **+16.4%**  
前年同期 1,390 百万円

営業利益 **567** 百万円 前年同期比 **+10.1%**  
前年同期 515 百万円

事業

Business

**1,316** 社  
前年同期 1,074社

顧客数



**1,021** 千円  
前年同期 1,017千円

平均契約単価



**1.59** 件  
前年同期 1.68件

平均契約件数

# 業績進捗率

2023年5月期



第1 四半期

第2 四半期

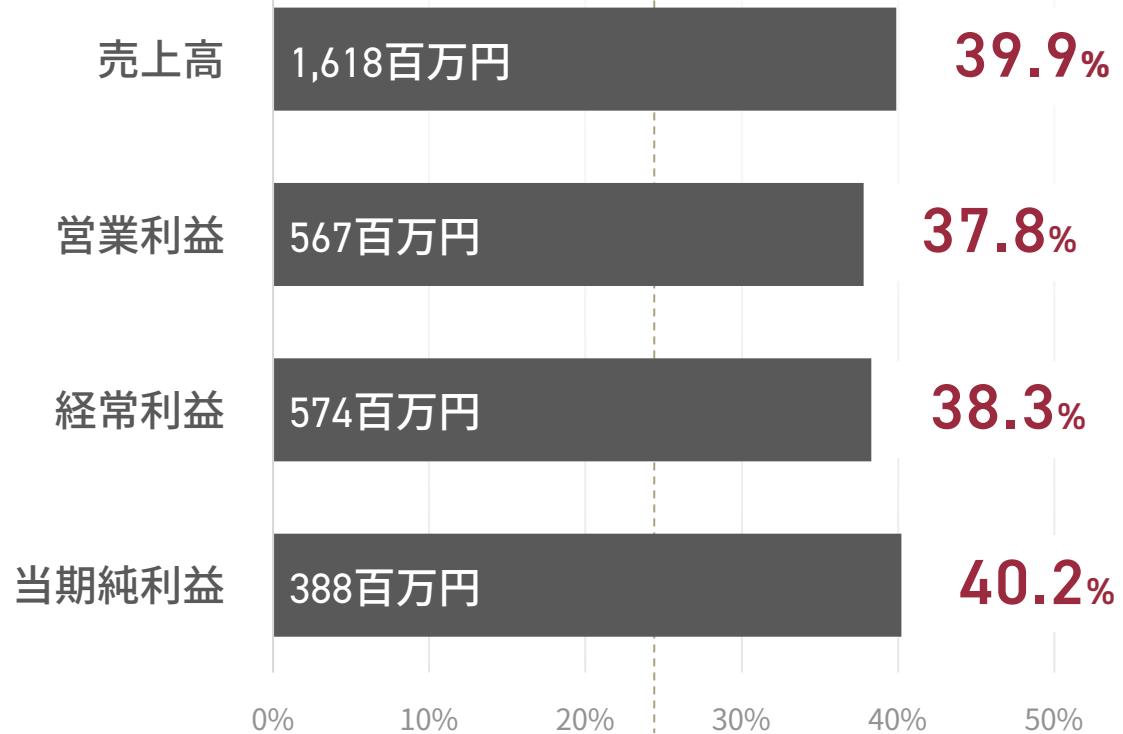
第3 四半期

第4 四半期

実績

進捗率

通期業績予想



売上高	4,055	百万円	(前期比+32.3%)
営業利益	1,500	百万円	(前期比+24.8%)
経常利益	1,498	百万円	(前期比+21.2%)
当期純利益	966	百万円	(前期比+16.6%)

# C o n t e n t s

1. 会社概要
2. 2023年5月期第2四半期 業績サマリー
3. 今後の成長戦略
4. Appendix

Company Overview

# 会社概要



## Mission

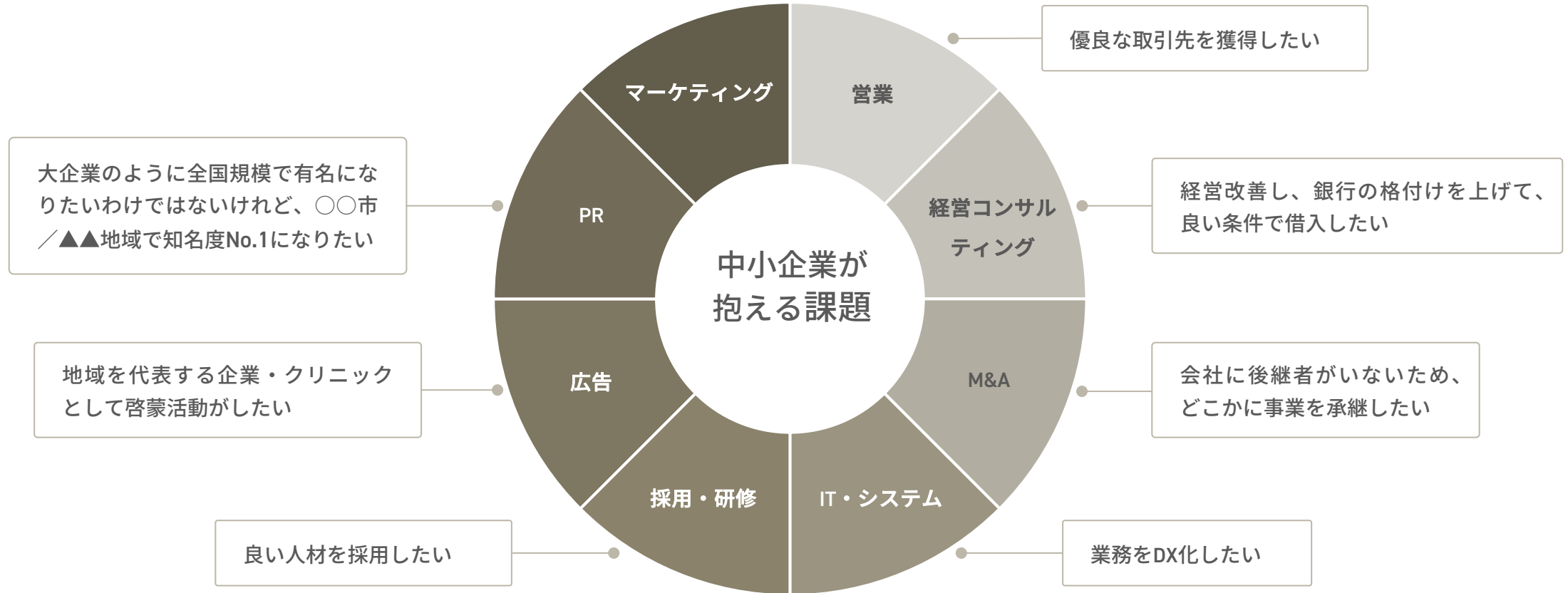
社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する

## Vision

中小・中堅企業 / 医療機関の事業を支援する



## 中小・中堅企業 / 医療機関の経営者・院長はどのような課題を抱えているのか？



## 中小・中堅企業 / 医療機関の経営者・院長はどのような課題を抱えているのか？

### 見受けられる取組み

課題に対して、場当たりの取組みが多く、戦略的かつ最適な投資ができない

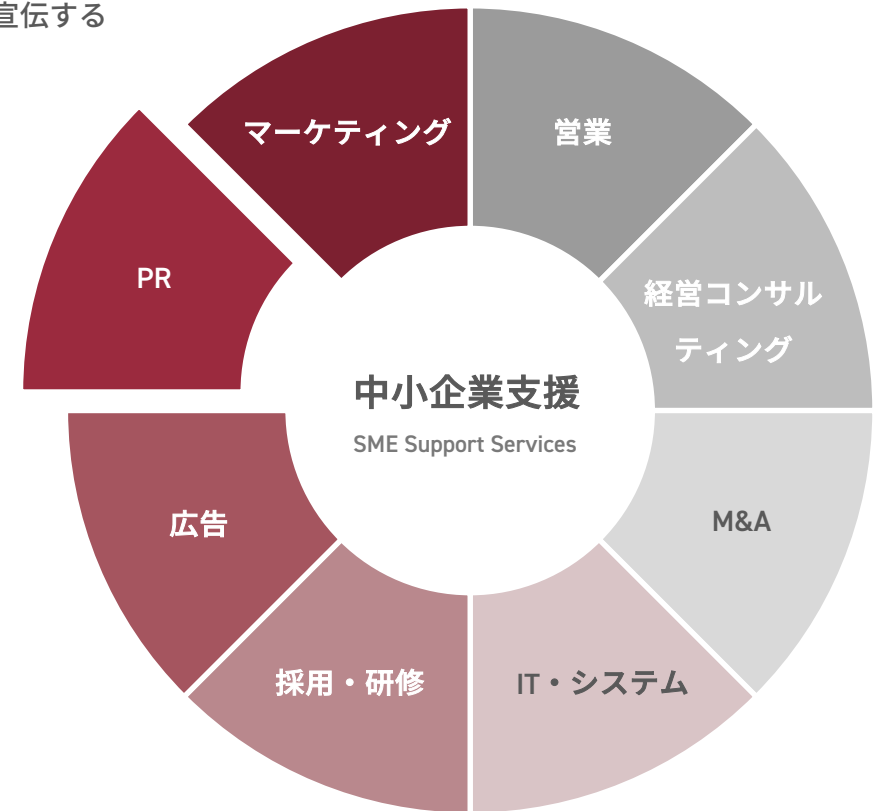
- ・地域の駅・電柱の看板、地方のTV CM、新聞広告、チラシなど、それなりの費用をかけて広告宣伝する
- ・イメージアップのために、オフィスやクリニックの内装に力を入れる

### 解決策

## 企業ブランディングによる事業支援

中小・中堅企業 / 医療機関の課題（認知度向上・採用強化など）に対し、当社は、企業ブランディングをPRの視点で支援します。

- ✓ 経営者・院長のメディア出演を**安価**に提供
- ✓ メディア掲載情報のWeb検索上位表示による**企業イメージ向上**
- ✓ 当社**紳士協定**に基づく、クライアントに寄り添った支援

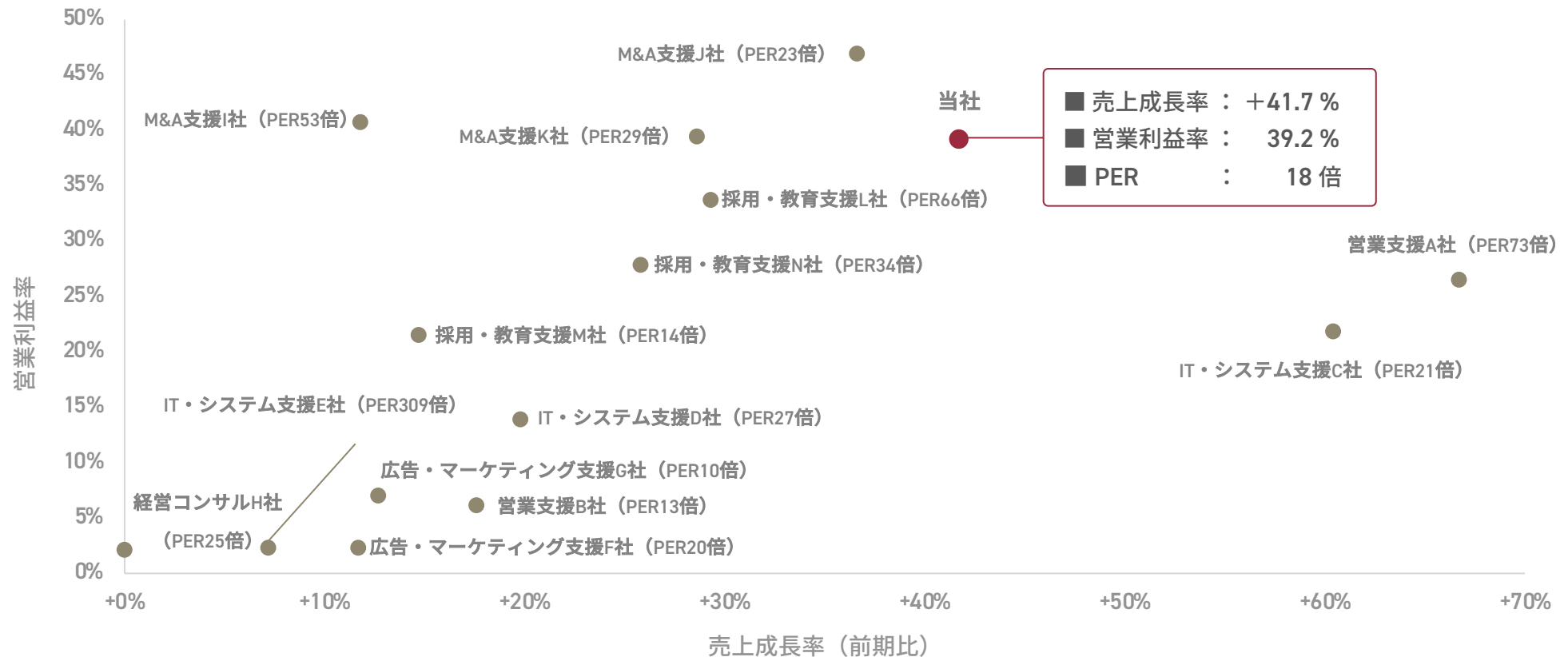




# 当社のポジション - 中小企業支援業界における優位性

中小・中堅企業 / 医療機関向けにPR支援サービスを展開  
 高成長率・高営業利益率にもかかわらず、割安なポジショニング

## 中小企業支援サービスを展開している上場企業



# 中小・中堅企業 / 医療機関の事業を支援する

## 会社情報

創業

**2006年6月**

創業者

代表取締役 **本田 幸大**

所在地

**東京都中央区銀座**

社員数

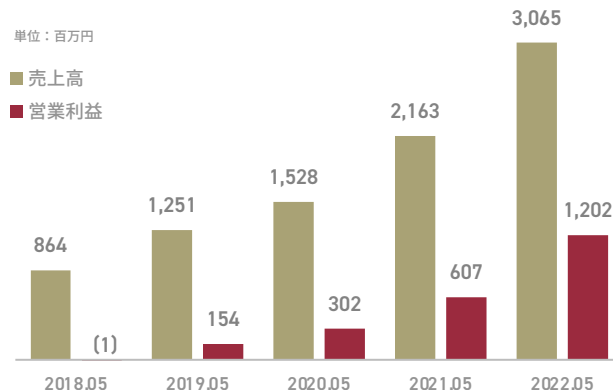
**176名** ※1

- ※1 2022年11月末日時点
- ※2 2018年5月期から2022年5月期までの売上高実績で算出

## 財務情報 (前期実績)

単位：百万円

■ 売上高  
■ 営業利益



売上高

**3,065** 百万円

売上CAGR ※2

**37.2%**

営業利益

**1,202** 百万円

営業利益率

**39.2%**

## 事業情報 (前期実績)

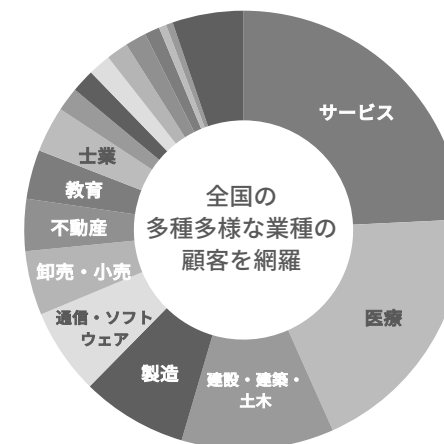
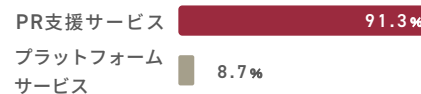
事業内容

PR事業 **100.0%**

顧客数

**1,985** 社

売上構成



## 企業ブランディングによる事業支援

### PR支援サービス

主に中小・中堅企業 / 医療機関をターゲットとして、経営者・院長のメディア出演による企業ブランディングのためのPR支援を行います。

#### Media

Web媒体 68.0%、TV媒体 19.2%、紙媒体 7.3%、  
ラジオ媒体 4.1%、その他 1.4% (※ 2023年5月期上期実績)

### プラットフォームサービス

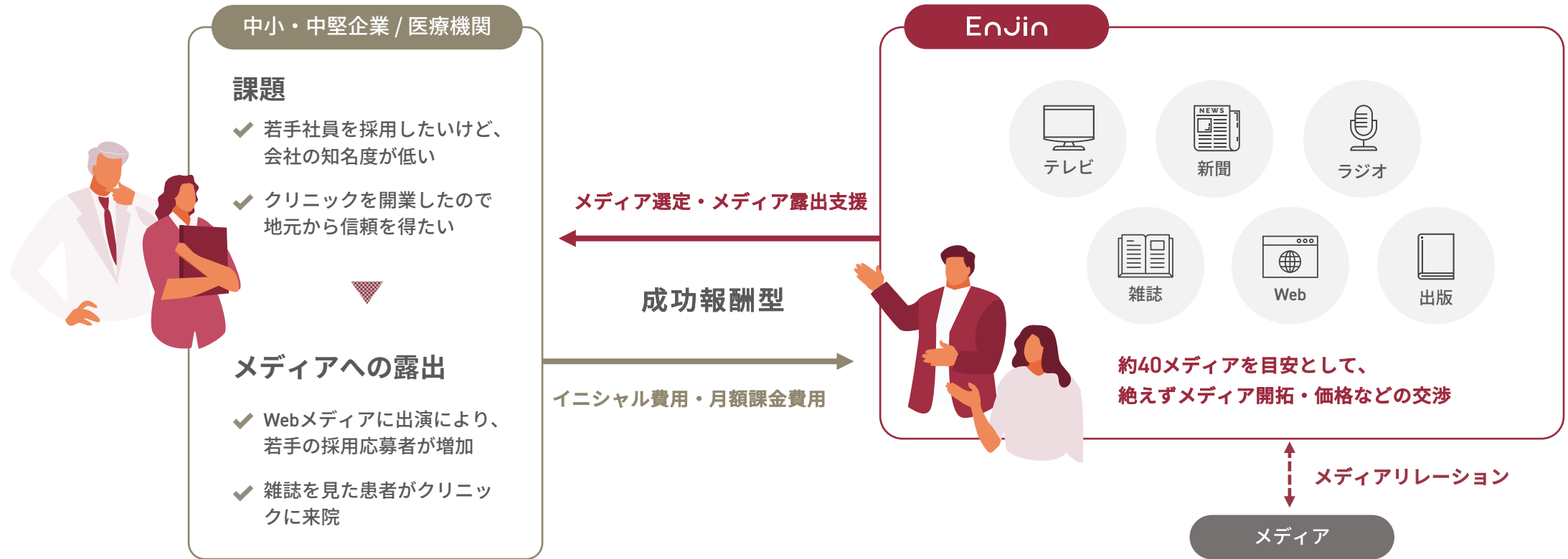
企業とメディア、企業と決裁者をマッチングするプラットフォームの提供を行います。





## PR支援サービス（法人／経営者向け・医療機関／医師向け）

独自のPRサービスを安価に提供し、中小・中堅企業 / 医療機関の経営者・院長のメディア（新聞・雑誌・TVなど）への露出を実現

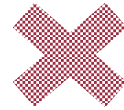


## Enjinだからこそ提供できる2つの強み

### Point 1



顧客層が中小・中堅企業 / 医療機関のため、  
クライアントの商圏が被りにくい



### Point 2



ノウハウのパッケージ化により、  
高品質かつ安価にサービスを提供

経営者・院長のメディア出演による企業ブランディングを  
限られた予算・時間の中で最大化します

Point 1

顧客層が中小・中堅企業 / 医療機関のため、  
クライアントの商圈が被りにくい

地域のクリニックの事例

📍 福岡の  
皮膚科クリニック



福岡在中の患者さん

📍 札幌の  
皮膚科クリニック



札幌在中の患者さん

競合しない

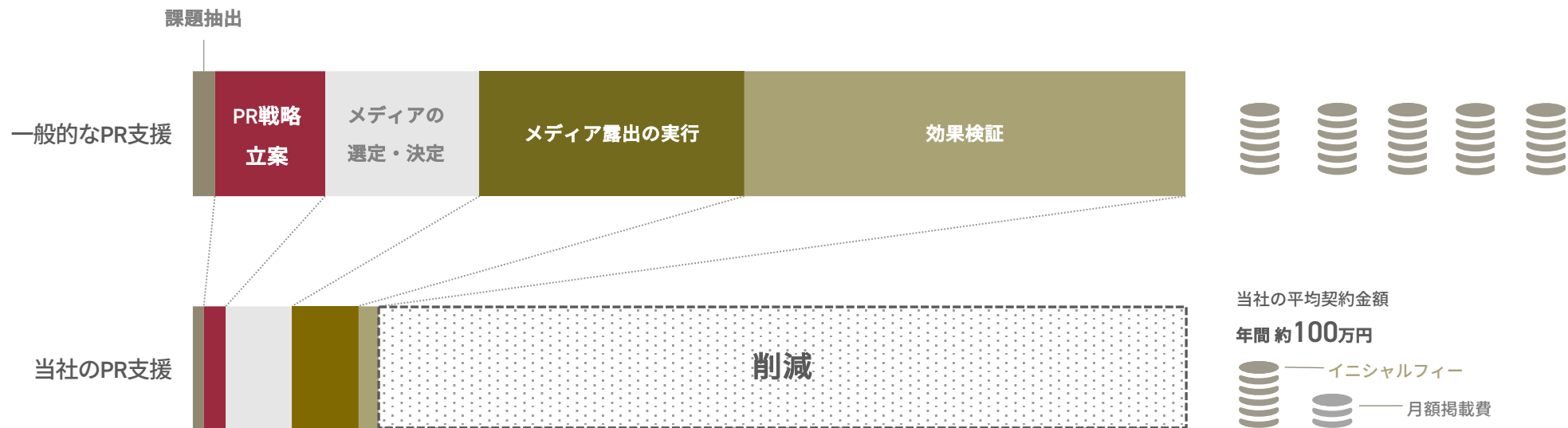


同じプロモーションを  
展開できる

## Point 2

ノウハウのパッケージ化により、  
高品質かつ安価にサービスを提供

— PR支援にかかる工数・費用のイメージ —





## メディアマッチングサービス「メディチョク」

取材ネタを探すメディアと取材されたい企業を結ぶマッチングプラットフォーム





個人でも企業でもあらゆる分野でマッチングプラットフォーム化が進む中、  
PR領域は未だ大規模に市場開拓されていない

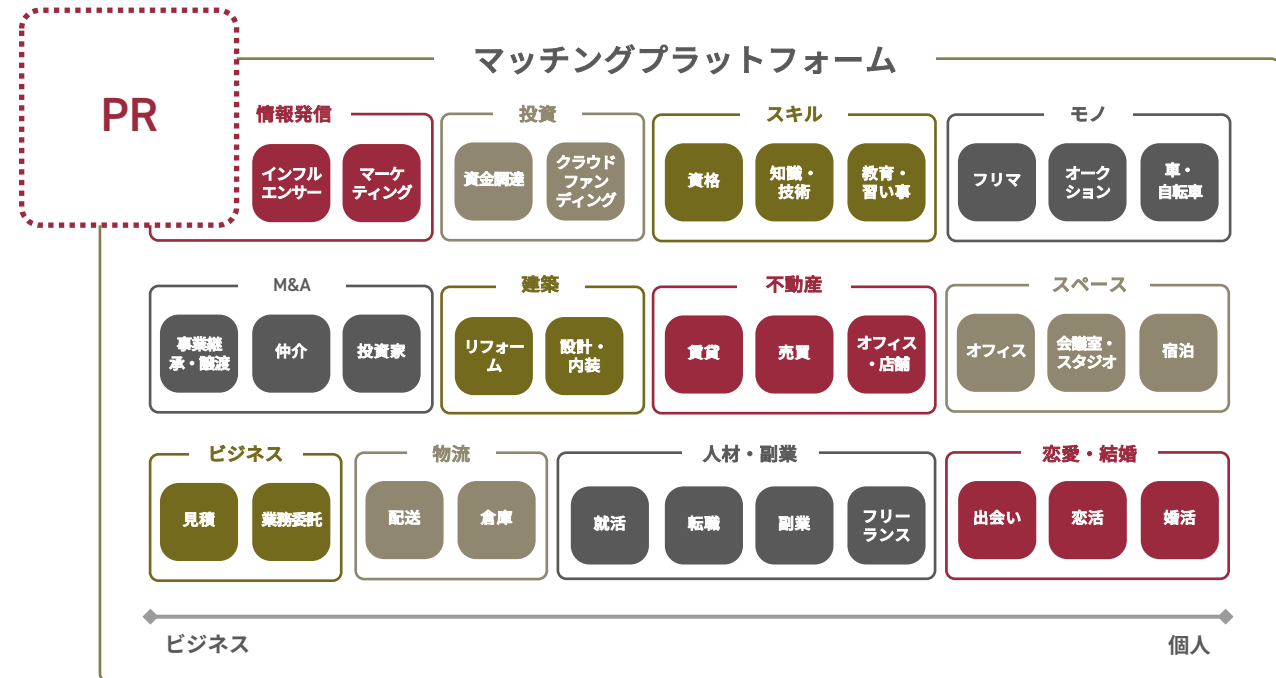
新方式 >>>

<<< 旧方式

PR市場1,111億（※）を  
ほぼ独占して開拓できる

- ✓ PR会社は、ここに参入すると、既存事業とトレードオフしてしまうため非常に参入障壁が高い
- ✓ 新たな第三のプレイヤーが参入してくる可能性もあるが、当社がその前にマーケットシェア独占を進めていく

※ 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2021年5月を参照



## 広報の1歩目をメディチョクで

### ネタ募集



メディア

雑誌やWebサイトの  
記事掲載のために  
取材したいネタを募集



### メディチョク掲載



メディアが  
募集しているネタが  
メディチョクに掲載



### ネタ応募・ネタ投稿



ユーザー企業

メディアが募集している  
ネタに応募 or  
発信したいネタを投稿



## メディチョクマッチングで記事掲載

## メディチヨク価値の見える化

ユーザとメディアは、それぞれの管理画面から  
メディチヨクの活動情報を見ることができます



### ユーザ

- ✓ ユーザの活動状況を確認することができます。
- ✓ メディチヨク経由で、「つながったメディア」も一目で分かります。



### メディア

- ✓ メディアは、何時でも何個でも、募集ネタを作成することが可能です。
- ✓ 投稿した募集ネタに対するユーザからの応募状況もチェックできます。

Business Contents

# 2023年5月期第2四半期 業績サマリー

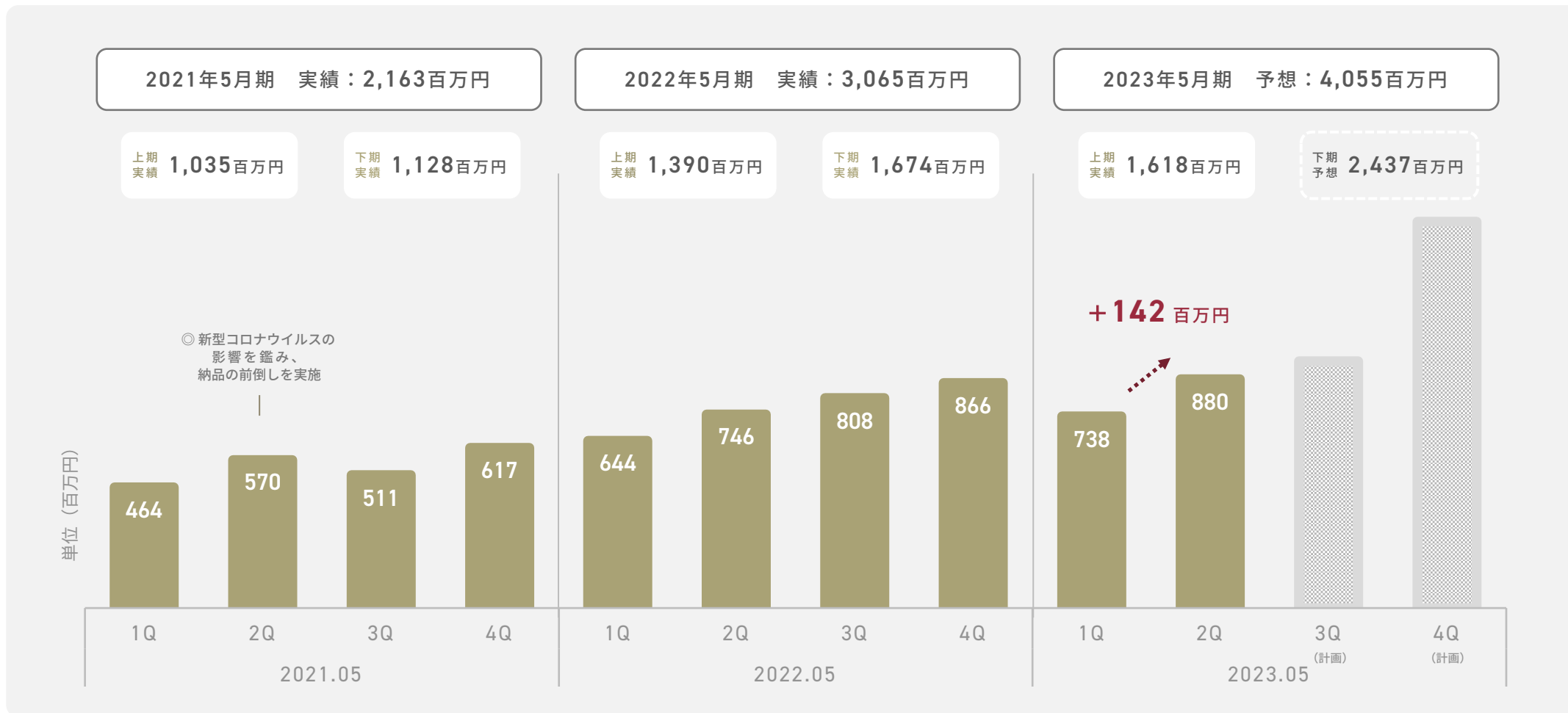


## 業績概況 - PL

	2022年5月期 第2四半期		2023年5月期 第2四半期	前年同期比
売上高	1,390 百万円	>	1,618 百万円	+ 16.4%
売上総利益	1,130 百万円	>	1,345 百万円	+ 19.1%
売上総利益率	81.3%		83.1%	—
営業利益	515 百万円	>	567 百万円	+ 10.1%
営業利益率	37.1%		35.1%	—
経常利益	546 百万円	>	574 百万円	+ 5.0%
経常利益率	39.3%		35.5%	—
当期純利益	376 百万円	>	388 百万円	+ 3.1%
当期純利益率	27.1%		24.0%	—

# 業績推移 - 売上高

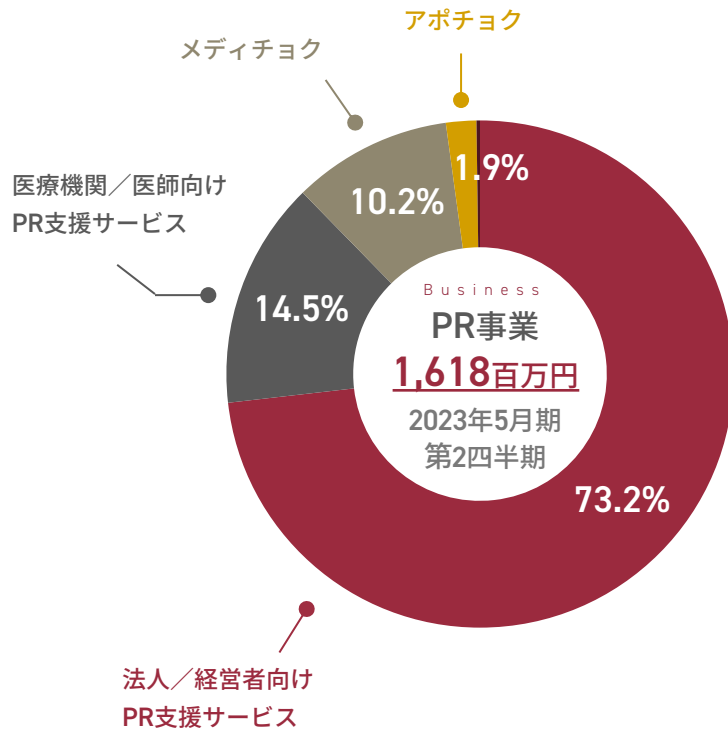
当期1Qの進捗が若干伸び悩んだものの、当期2Qは前四半期+142百万円で着地  
 例年どおり下期偏重型のビジネスモデルで通期業績予想を目指す



# 業績推移 - 売上高：サービス毎の割合

PR支援サービスを中心とした売上構成を維持しつつ、プラットフォームサービスが大きく伸展

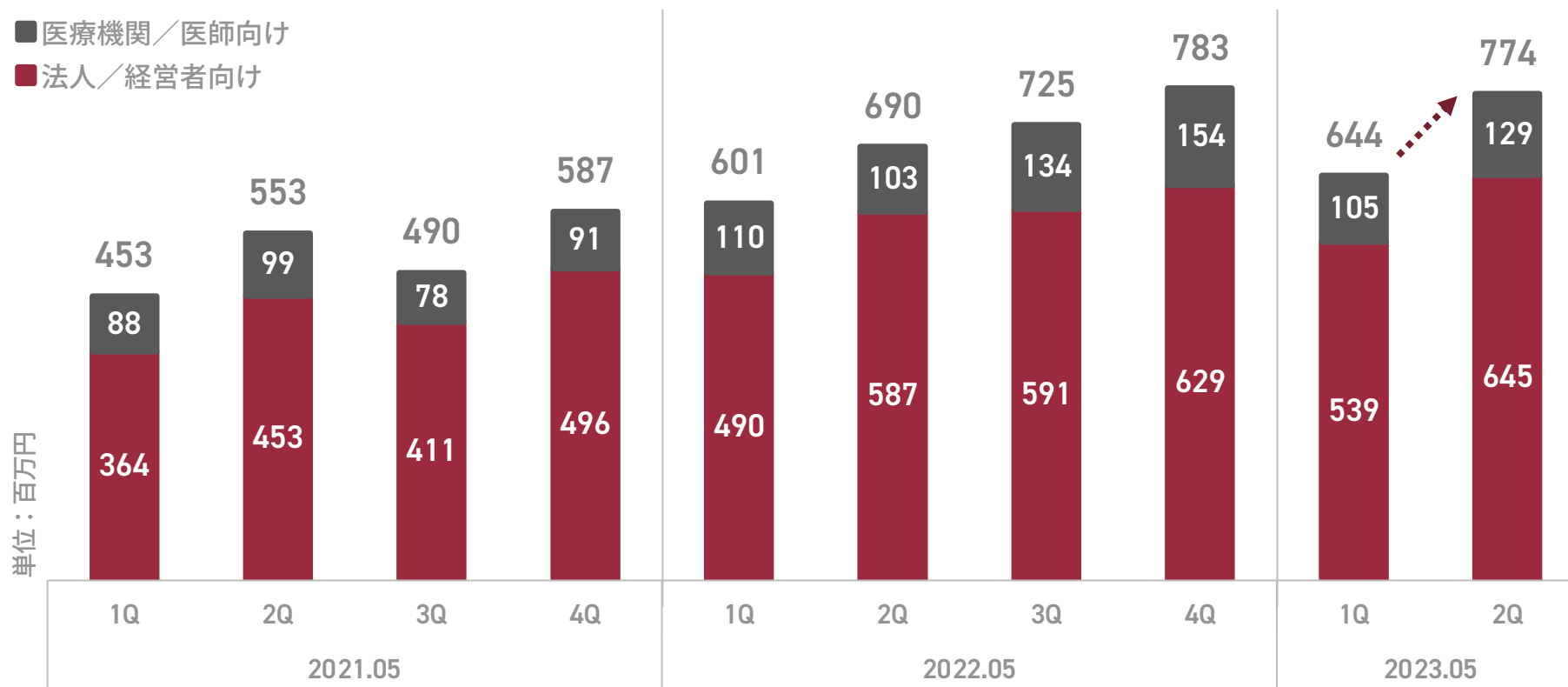
(括弧内は全体の売上高に占める割合)



	2022年5月期 第2四半期	2023年5月期 第2四半期	前年同期比
■ 法人／経営者向けPR支援サービス	1,078 百万円 (77.5%)	> 1,184 百万円 (73.2%)	+ 9.9%
■ 医療機関／医師向けPR支援サービス	213 百万円 (15.4%)	> 234 百万円 (14.5%)	+ 9.8%
■ メディアマッチングサービス「メディチヨク」	81 百万円 (5.9%)	> 164 百万円 (10.2%)	+ 101.6%
■ 決裁者アポイントマッチングサービス「アポチヨク」	17 百万円 (1.2%)	> 31 百万円 (1.9%)	+ 84.0%
■ その他	—	> 3 百万円 (0.2%)	—

売上高

当期1Qにおいて新入社員の教育に注力したことにより営業力が平準化し、売上高は回復基調





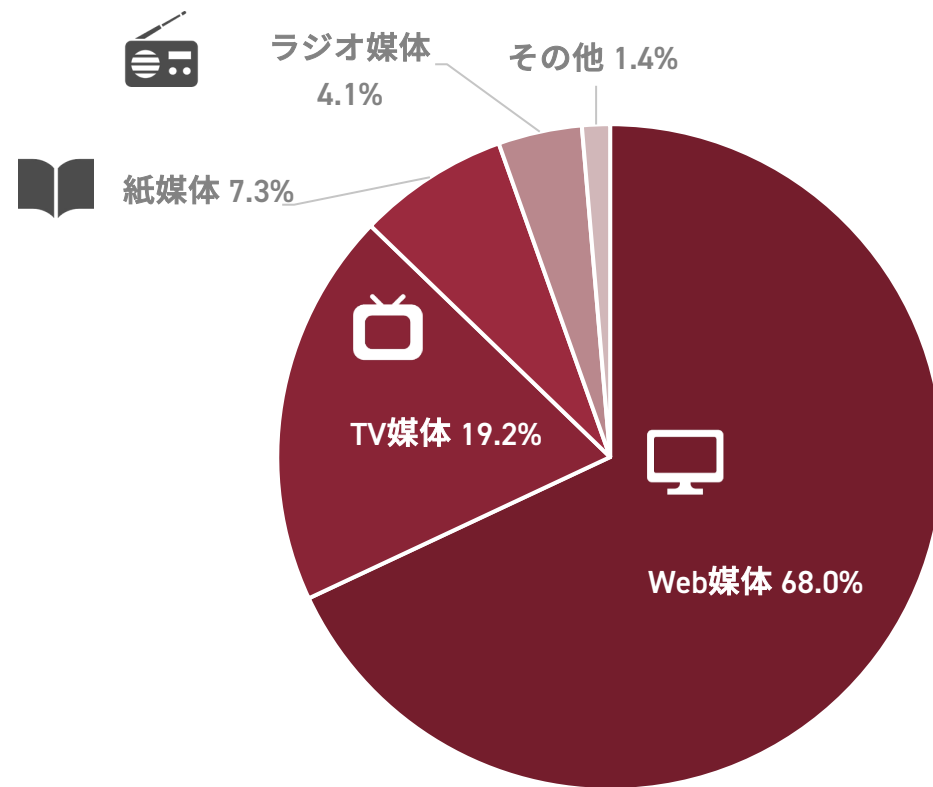


## 法人／経営者向け 医療機関／医師向け PR支援サービス

中小・中堅企業 / 医療機関の経営者・院長の  
メディア露出による企業ブランディングを実現

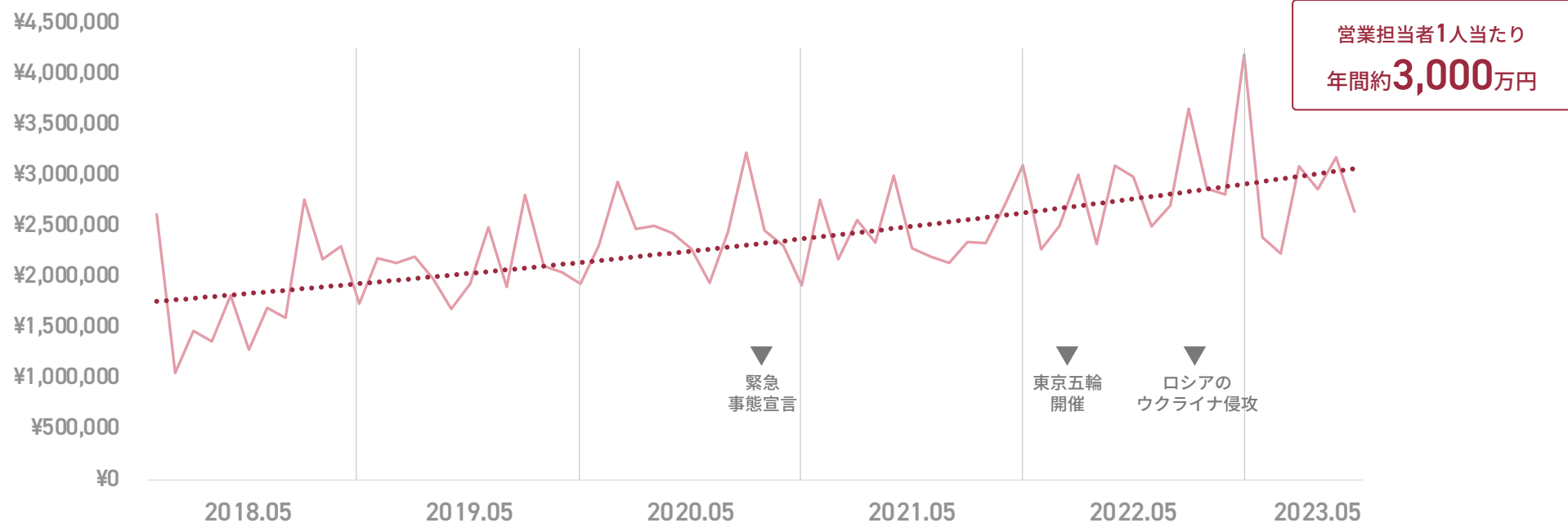
### 媒体分布

Web媒体を中心として、TVや雑誌など約40のメディア  
とリレーションを構築



創業から蓄積し続けている営業ノウハウにより、  
新型コロナウイルスなどの社会情勢に影響を受けることなく、  
営業担当者1人当たりの売上高推移は着実に成長

### 営業担当者1人当たりの売上高推移



## 当期下半期から営業体制を刷新

## 背景

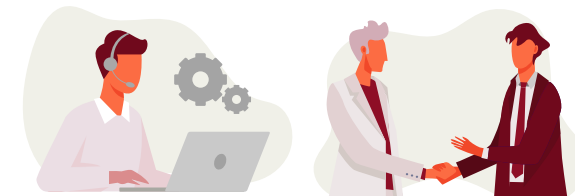
事業規模の拡大に伴う積極的な新卒採用により、若手社員（新卒を含む入社1～2年目の社員）の人数増加

- ▶ 社内教育における社員の成長が当社の求める水準に追いつかず、営業スキルが未熟な状態で営業活動を行う事態が発生
- ▶ 当社サービスに対する顧客の期待値コントロールが上手くいかないケースの増加により、キャンセル案件が増加

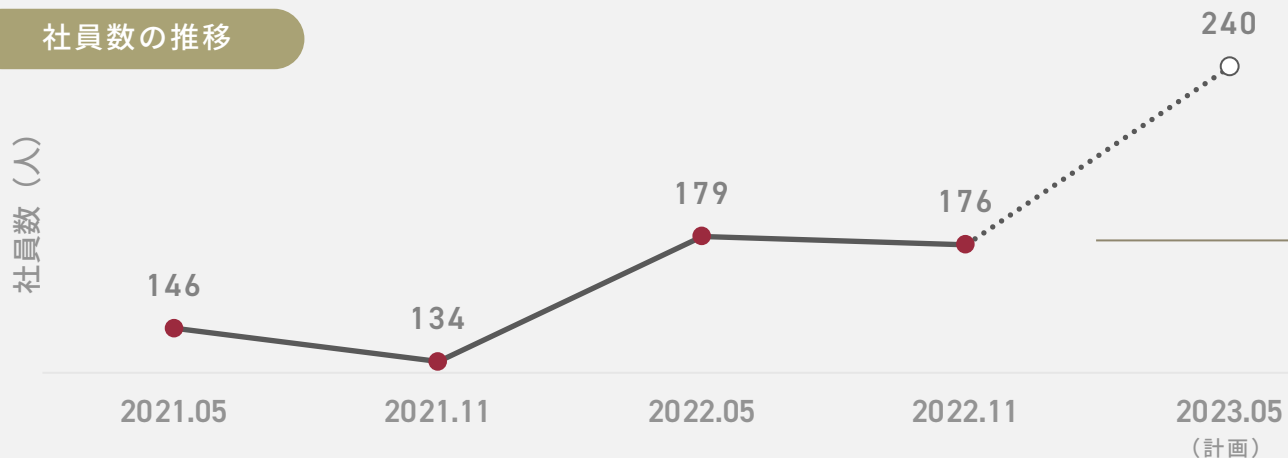
## 営業機能の切り分け

## 取組

- ✓ インサイドセールスとフィールドセールスの機能を分けた営業部門を新規に設置
- ✓ 各営業機能に適した人材を配置し、そこに特化した教育・実践により、営業スキルの習熟度および分業による生産性の向上が期待



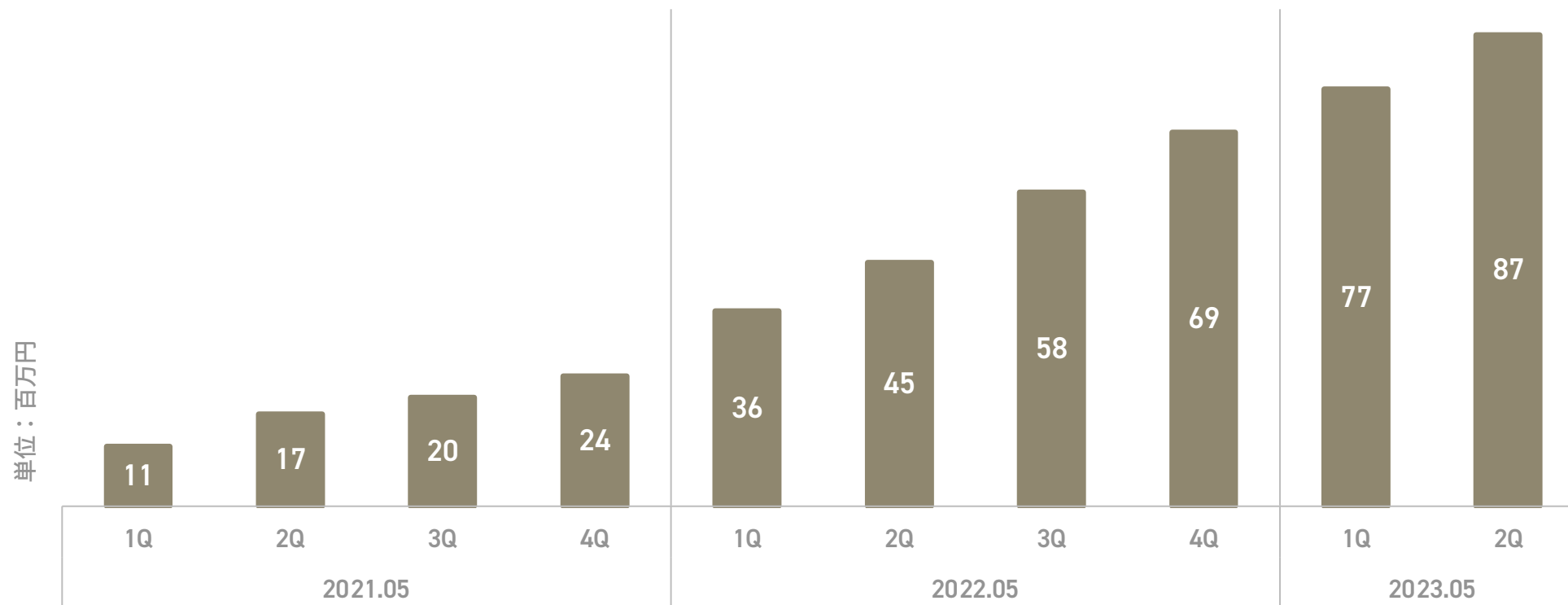
社員数の推移



前年同期はリモートワークの急加速の影響によるコミュニケーションロスに起因した社員数の減少は、サテライトオフィス開設などにより解消され、当期の離職率は一定水準まで改善

## 売上高

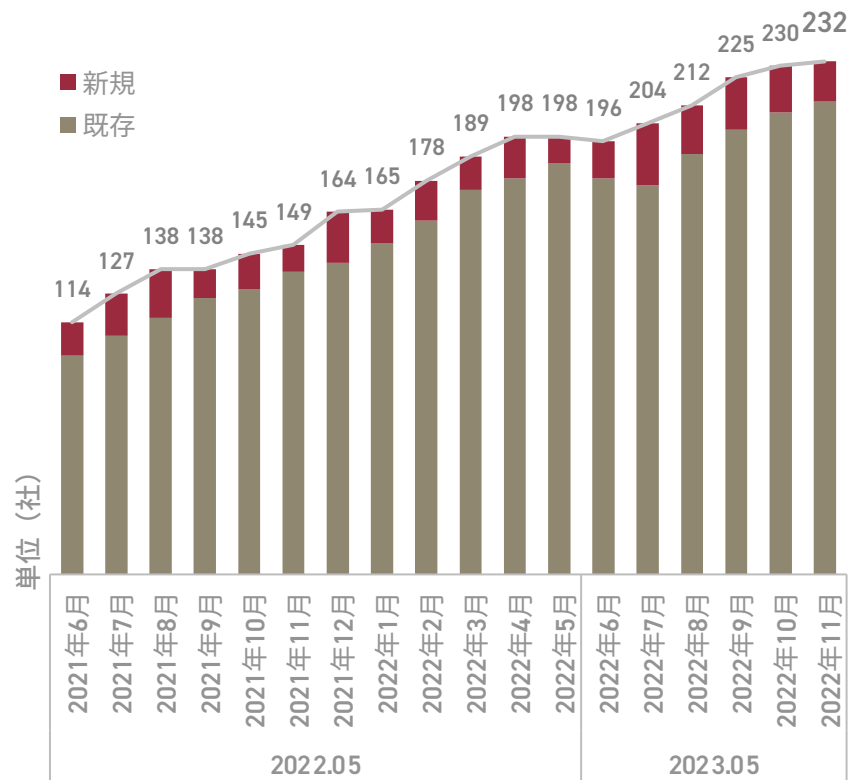
前年同期比 **+101.6%**と計画どおり順調に売上を積み上げ、  
PR業界のマッチングプラットフォームの先駆者として市場を開拓





## ユーザ企業数

- ✓ 一定数の解約はあるものの、新規顧客を獲得し、ユーザ企業数は増加傾向



## 平均契約単価

- ✓ 四半期毎の月額平均契約単価は一定水準を維持



## 月額10万円～プランを提供

### ベーシックプラン

月額10万円

低予算で広報をスタートすることが可能です。  
担当者1名で十分に活用いただけます。

#### こんな方にオススメ！

- ✓ 広報部門を立ち上げたばかりで、ノウハウがない
- ✓ PR代行会社に依頼するほど、予算がない
- ✓ メディアと接点がなく上手くメディア露出できない

### プレミアムプラン

月額15万円

ベーシックプランの機能に加えて、年4回のプレスリリース配信など、初めての広報業務を手厚く支援します。

#### こんな方にオススメ！

- ✓ 初めての広報なので、事務局に支援してほしい
- ✓ プレスレター作成などはアウトソースしたい
- ✓ 広報活動のやり方が分からず不安

### カスタマイズプラン

月額30万円～

メディチョクのプラットフォーム上だけでは実現できない要望に対して、完全にオーダーメイドで対応します。

#### こんな方にオススメ！

- ✓ 特殊な業界なので、プラスαのサポートがほしい
- ✓ 動画PRなど新しい取組みにチャレンジしたい
- ✓ 広報強化のためのコンサルティングをしてほしい

## メディチヨクユーザの声

※ 掲載している情報はインタビュー当時のものです。

### User's Voice

気軽に相談できる  
オンライン専門の税理士事務所

### 板山翔税理士事務所 様

📍 京都府

#### Q メディチヨクを始めてみていかがですか？

士業への需要が高かったです。

一般的に士業の方がメディア露出をしている例は少ないです。少ないということは需要がないのか、皆がやっていないだけで、やればいいのかを考えていたのですが、実際にやってみたら後者でした。需要はあるし成果も出たのでメディチヨクは広報ツールとして使えると思いました。

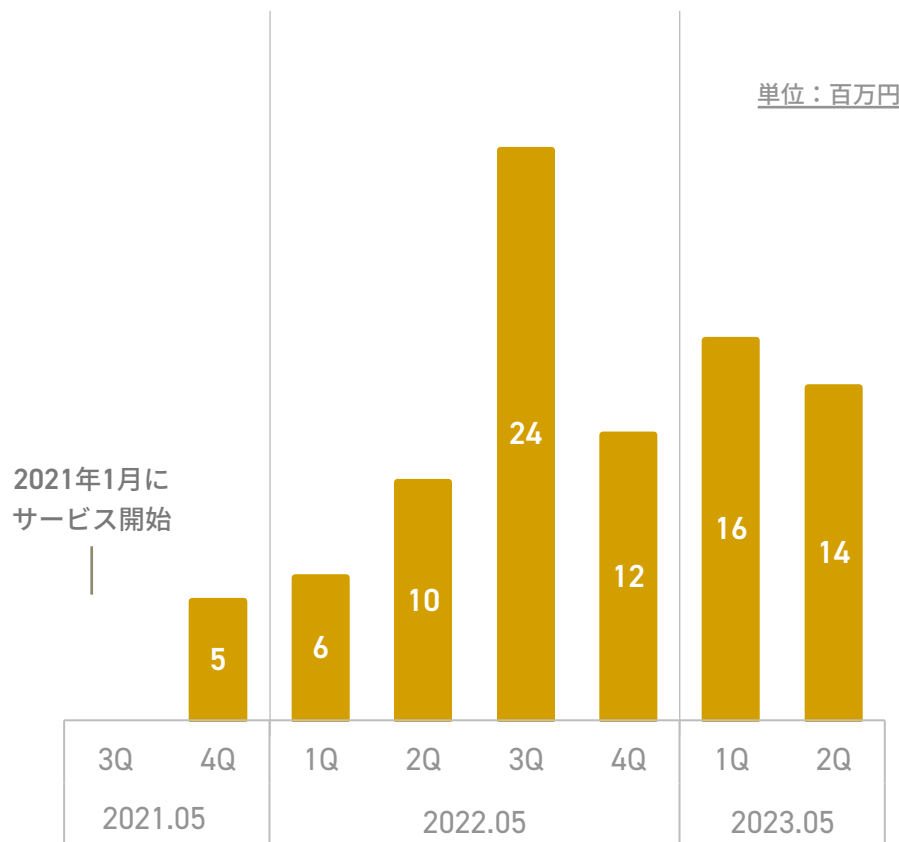
#### Q メディア露出をするようになってからお客様の反響はいかがですか？

情報の信頼性が高まったと思います。

顧問先では以前からメルマガやブログに好評をいただいていたのですが、より良いと言って頂けるようになりました。同じ文章であっても個人のブログ記事とYahoo!ニュースやビジネスメディアに載っているのでは印象が違います。また最近知り合った方でも、私の記事がYahoo!ニュースやビジネスメディアに載っているのを見て信頼して頂けている部分はあると感じます。直接売上に繋がった事例はまだないですが、間接的な部分では十分効果が出ています。

今後オンラインで集客するとなると関係性がゼロのところから始めるので、そこでメディア露出による信頼獲得や差別化ができるのは強みです。

## 売上高



## 今後の方向性

## | アポチョコの新規営業を一旦停止

以下の背景からアポチョコサービスの縮小を決定

- 競合が多い
- 他の当社サービスと比較して、クライアントの満足度が低い



## 今後の取組み

- ✓ メンバーを投資効果の高いサービス部門へ配置転換し、人的資源の投資先を変更
- ✓ アポチョコの仕組みと経営者・企業の顧客基盤を活用して既に成約した案件は継続してサービスを提供

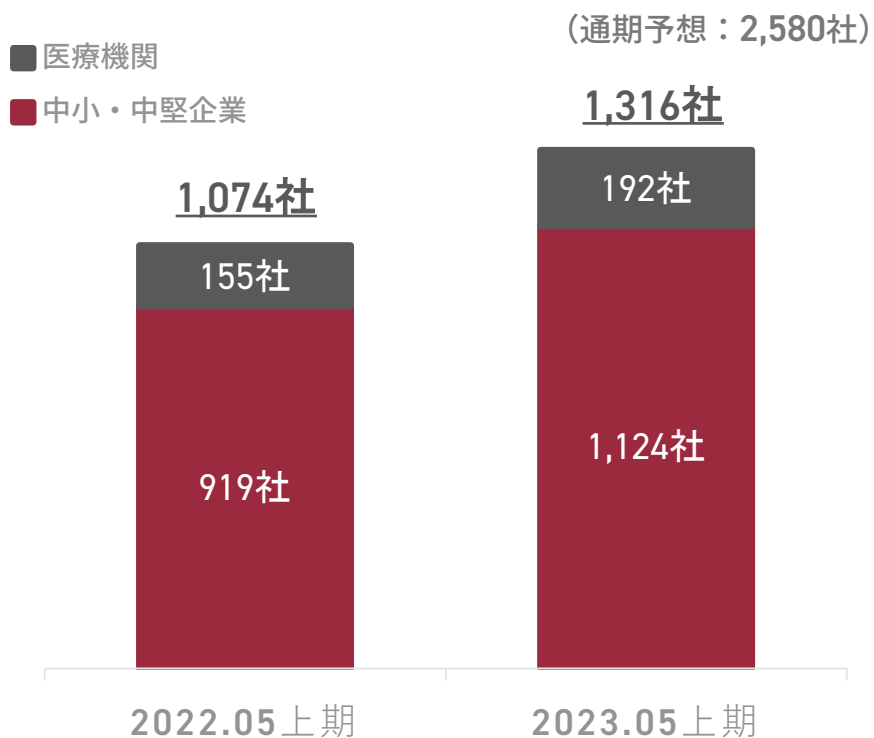
売上高のインパクトは小さいものの、  
引き続き、一定値は確保



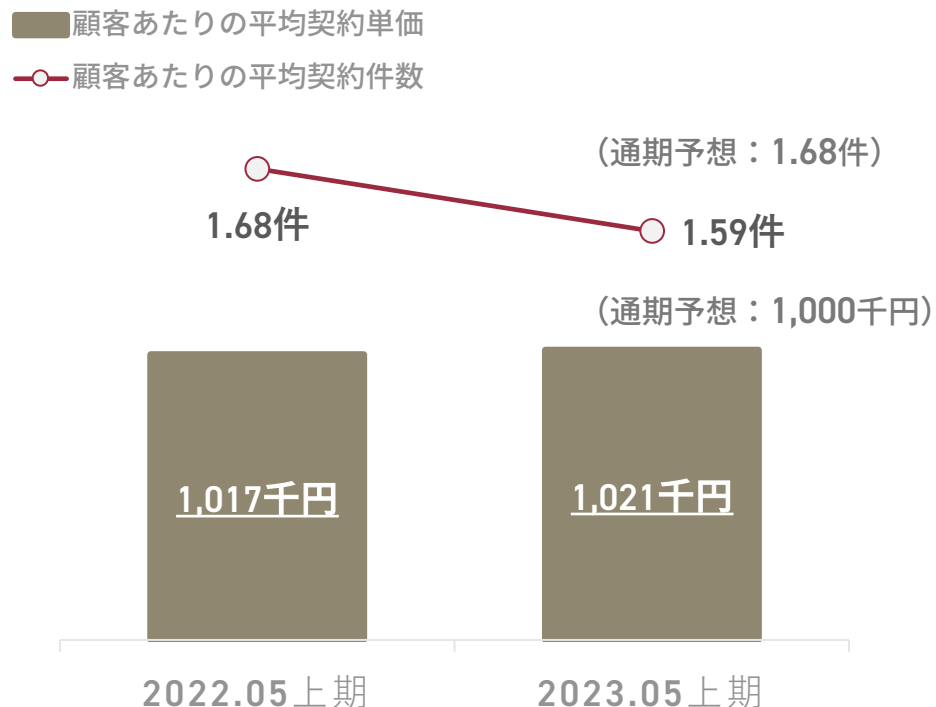
## 顧客数 × 収益

顧客数は**1,316社**（前年同期比+22.5%、242社増）となり、  
顧客あたりの平均契約単価・平均契約件数は通期予想の想定範囲内で着地

### 顧客数

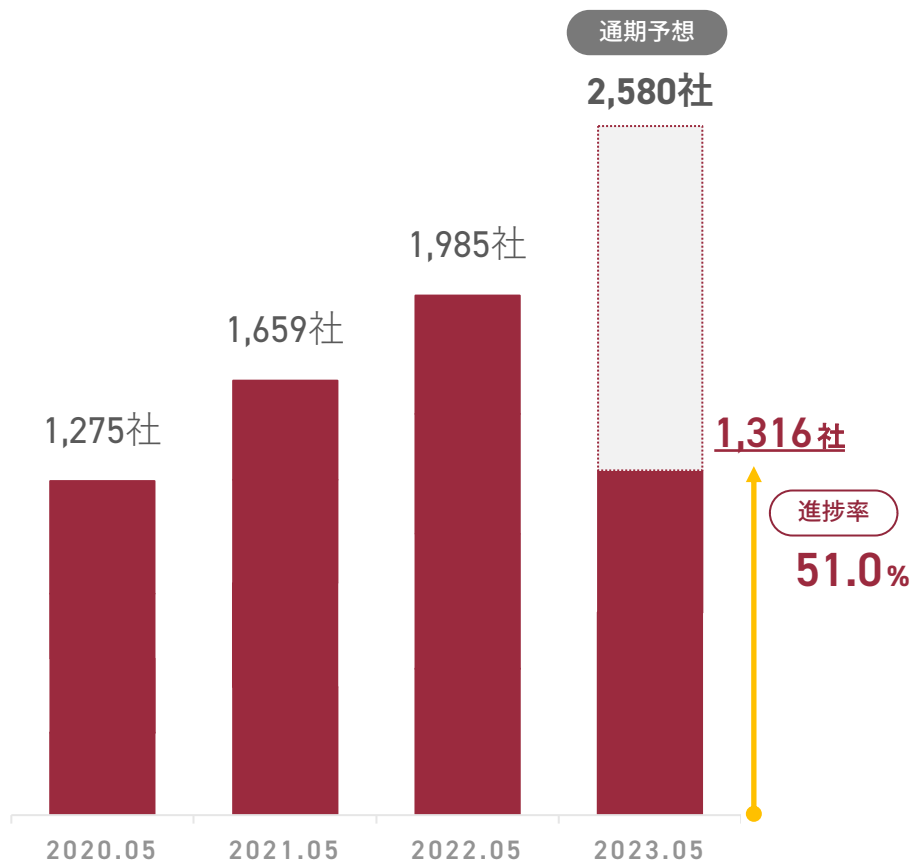


### 収益



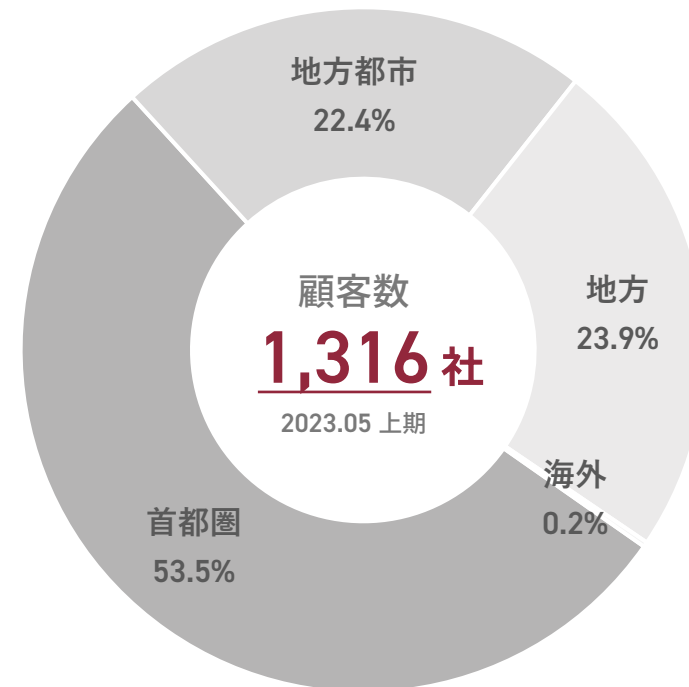
# 事業KPI - 顧客数

## 進捗率



## 地域分布

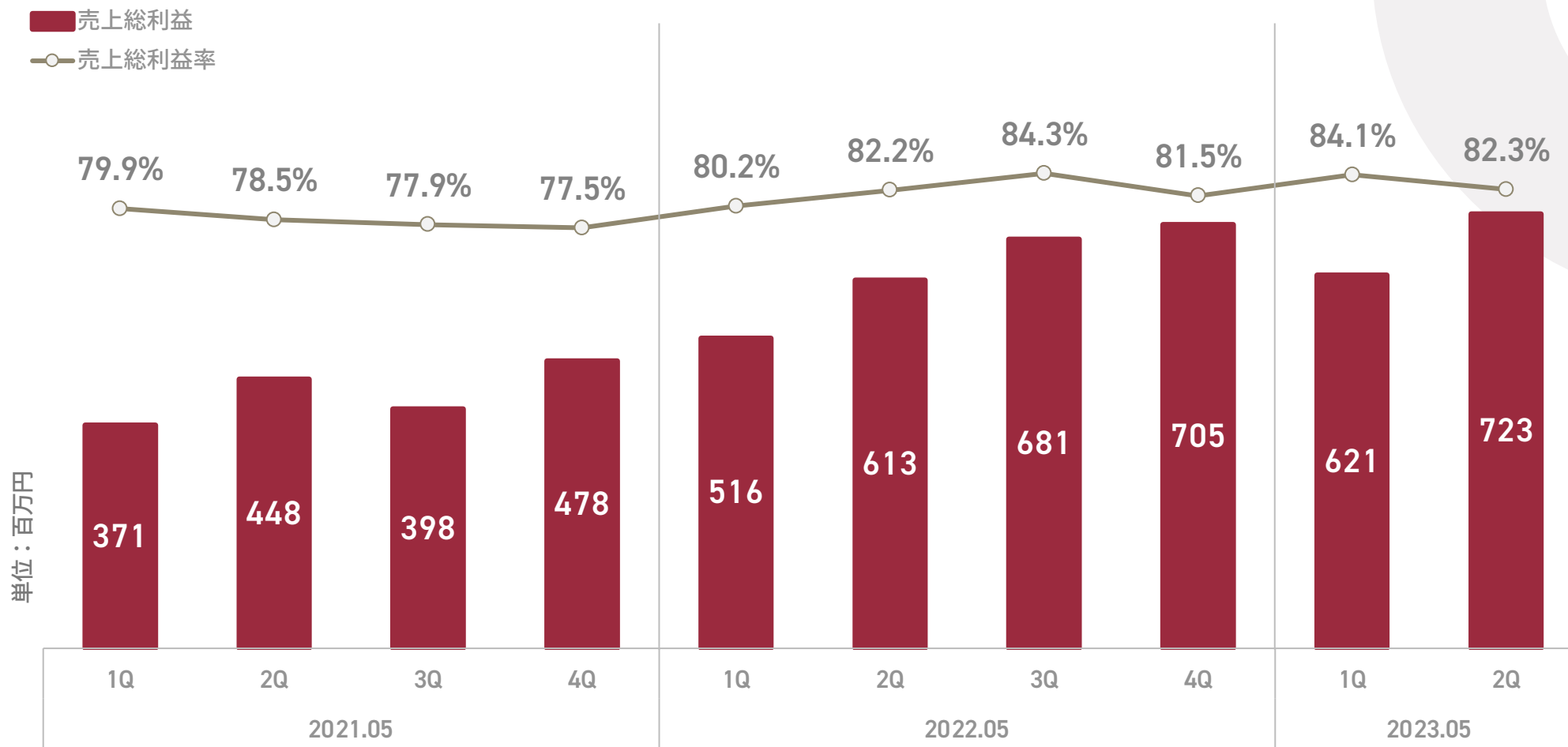
中小・中堅企業を中心とした全国の顧客に対し、課題解決のための企業ブランディングを展開



※首都圏とは、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県の一都三県とする。  
 ※地方都市とは、北海道、愛知県、大阪府、福岡県の一都道府二府二県とする。

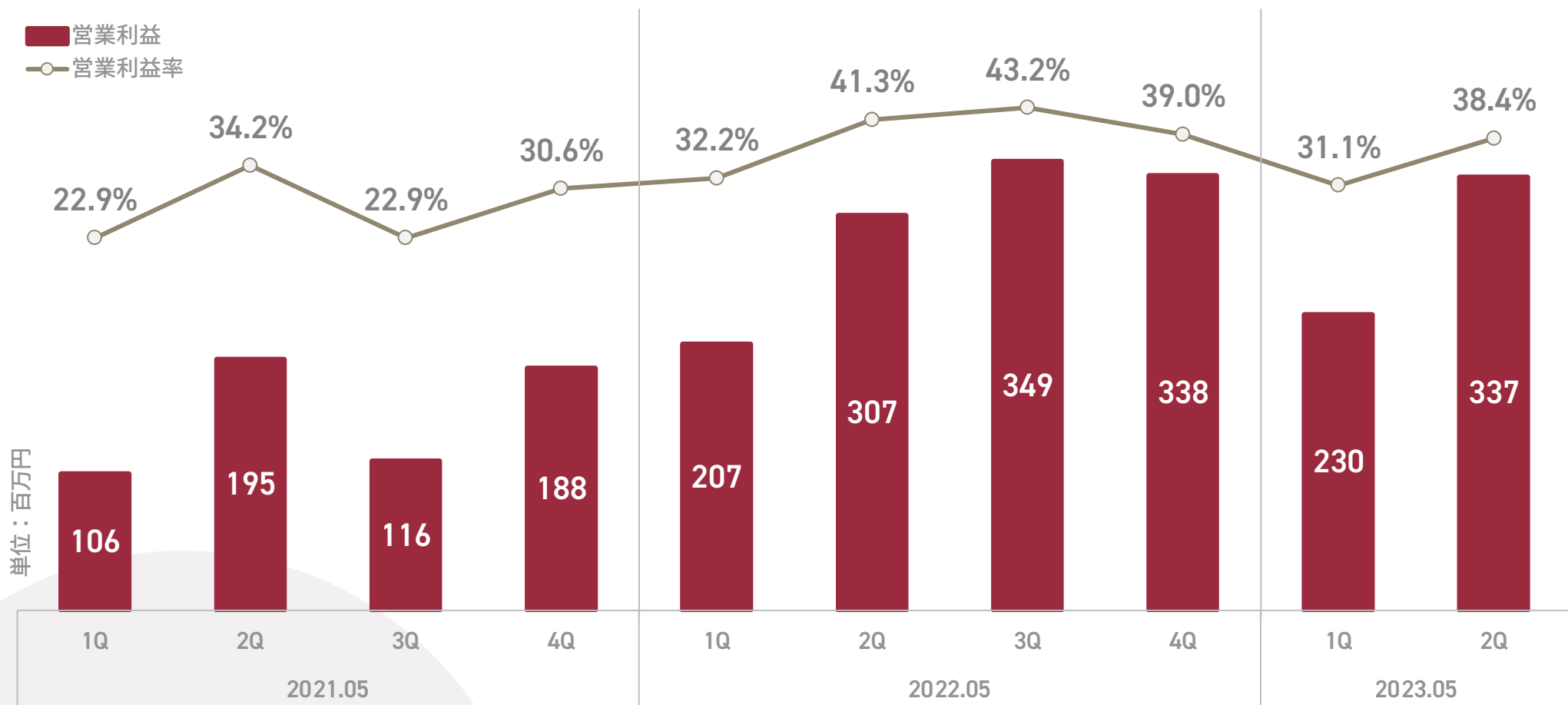
## 業績推移 - 売上総利益

安定した高い水準の売上総利益率を維持



# 業績推移 - 営業利益

引き続き、高い営業利益水準を確保  
 下期にかけては社員数増加に伴うコスト増を予定



現預金3,904百万円、純資産3,951百万円、  
着実に利益を拡充させ自己資本比率81.6%と、  
引き続き**借入のない強固な財務基盤**を維持

総資産  
4,832

(単位：百万円)



2022年11月末日時点

## 2023年5月期 中間配当

2022年11月30日を基準日とする中間配当を決定しました。

1株当たり配当金 **13.0** 円

### 株主還元方針

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと位置付けております。事業基盤充実のため、業績動向および財政状況等を総合的に勘案しながら、中間配当および期末配当による株主の皆様への利益還元に努めることを基本方針としております。

長期的視野に立った安定的な成果配分を継続していくために、財務基盤の強化を前提として、株主還元における基本方針を配当と自己株式の取得を含めた総還元性向といたします。総還元性向の目標値を当期純利益に対する30%とし、残りの70%は成長投資に振り分けます。

(ただし、大規模な資金需要が発生した場合にはこの限りではありません。)

配当と自己株式の取得の比率につきましては、市場環境等に基づき都度決定いたします。また、取得した自己株式は原則として消却いたします。

この方針は、資本市場の動向や今後の事業環境を勘案し、当社の将来の成長投資機会を考慮した上で、株主の皆様への還元を積極的に行おうとするものであります。

Growth Strategies

# 今後の成長戦略



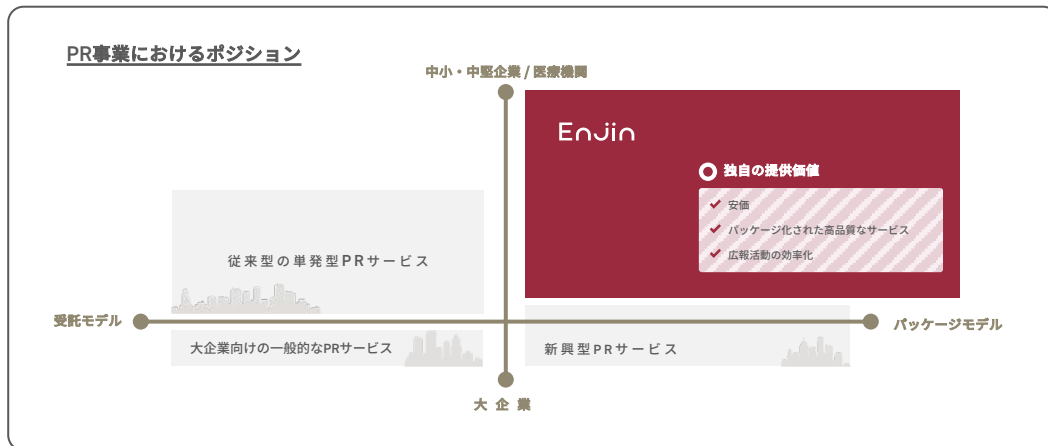
創業以来、蓄積されたノウハウによって統率された営業体制が成長基盤となる

属人化しない営業体制を構築

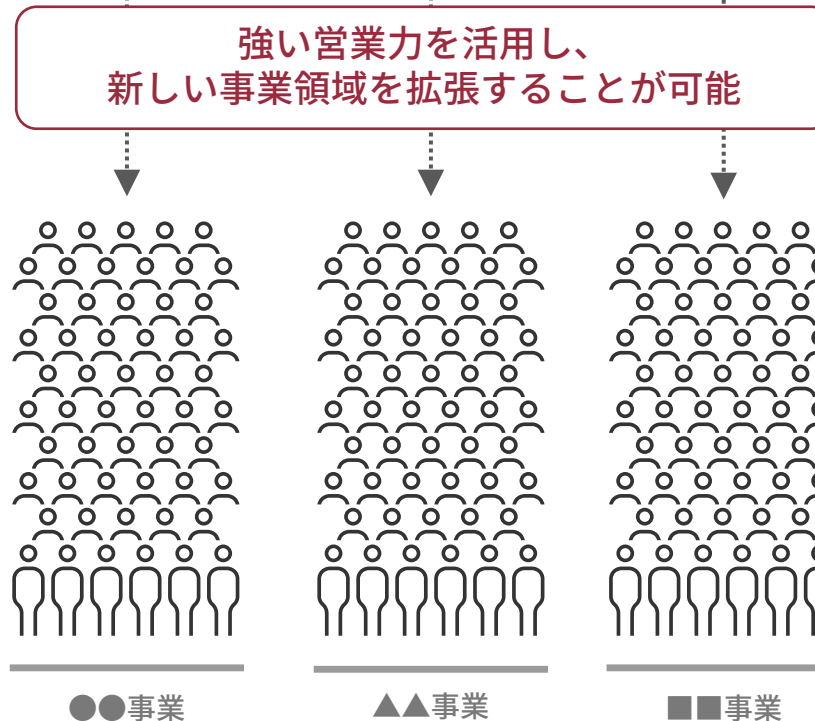
## Enjinの特長① 強い営業組織



## Enjinの特長② 独自のビジネスモデル



**PR事業** 独自の市場を開拓し、創業来ブルーオーシャンで競合がない





## PR領域の拡大と新たな領域の拡張を目指す

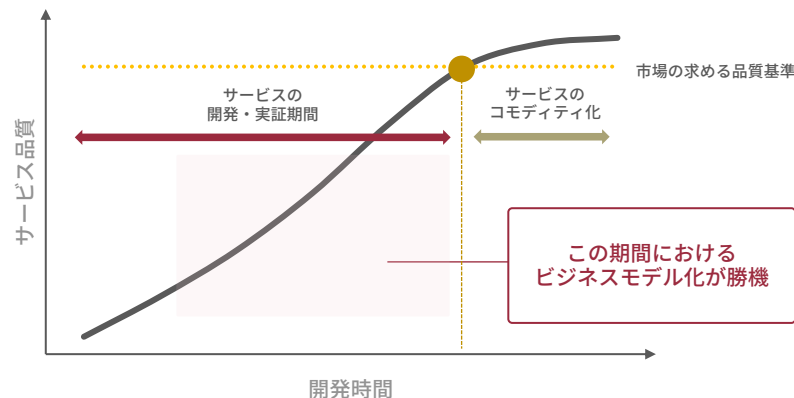
現在

さまざまな中小企業支援サービスがある中、PRの観点から事業を展開する

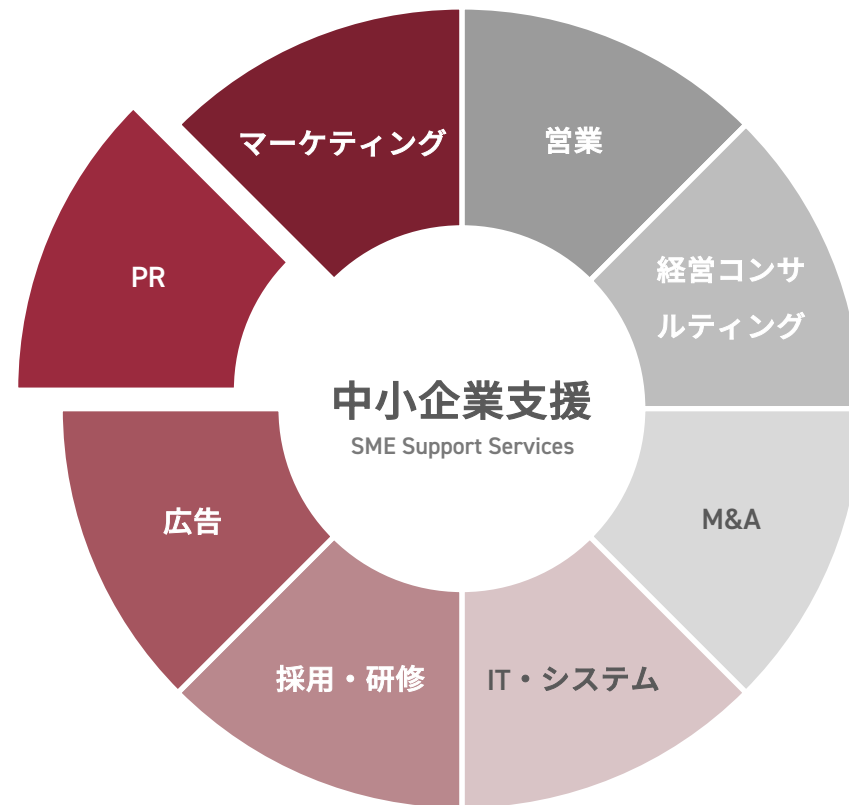


中長期的な展望

今後はM&Aなどを通して、  
既存のPR領域の拡大と中小企業支援の新たな事業領域を網羅していく

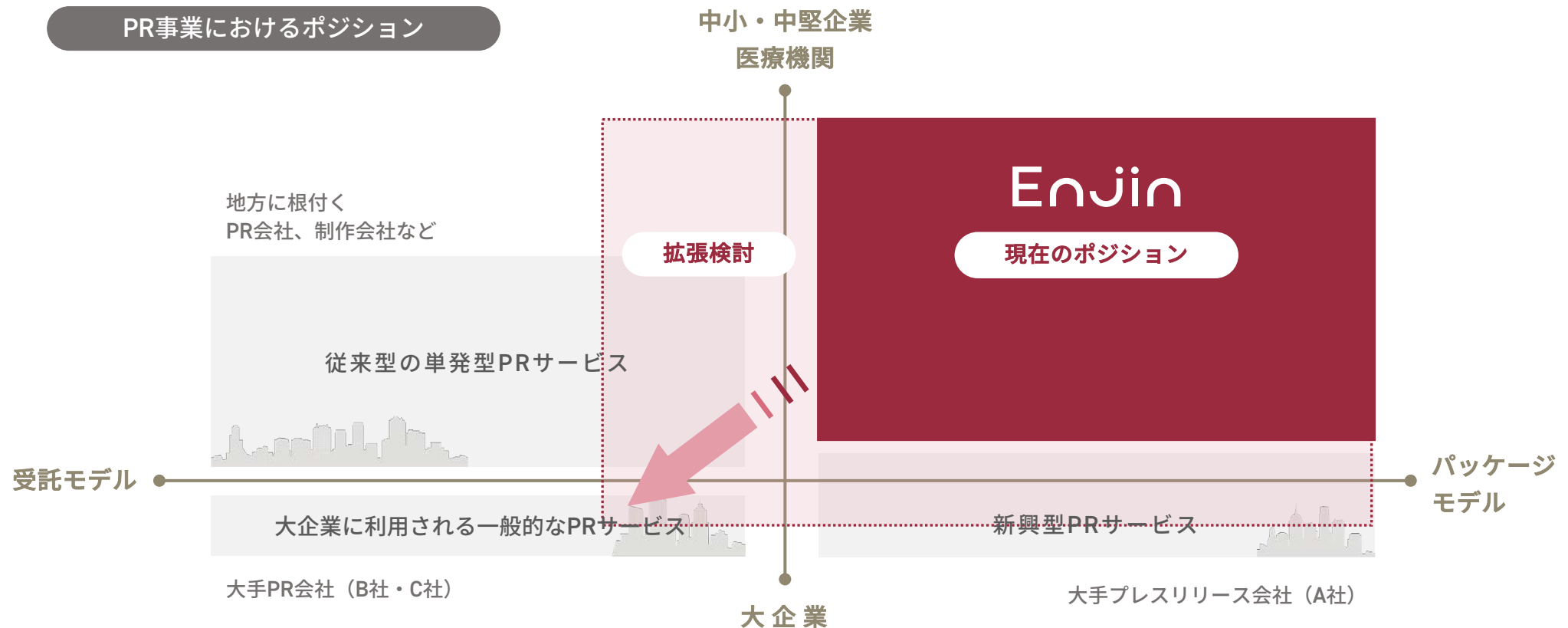


- ✓ 中堅・中小企業は、高額な一流の技術・高品質のサービスは求めている
- ✓ コモディティ化する前のサービスに目を向け、それをビジネスモデル化し、安価に提供する
- ✓ 当社には、新しい領域にも、すぐにマーケットインできる強い営業組織力がある

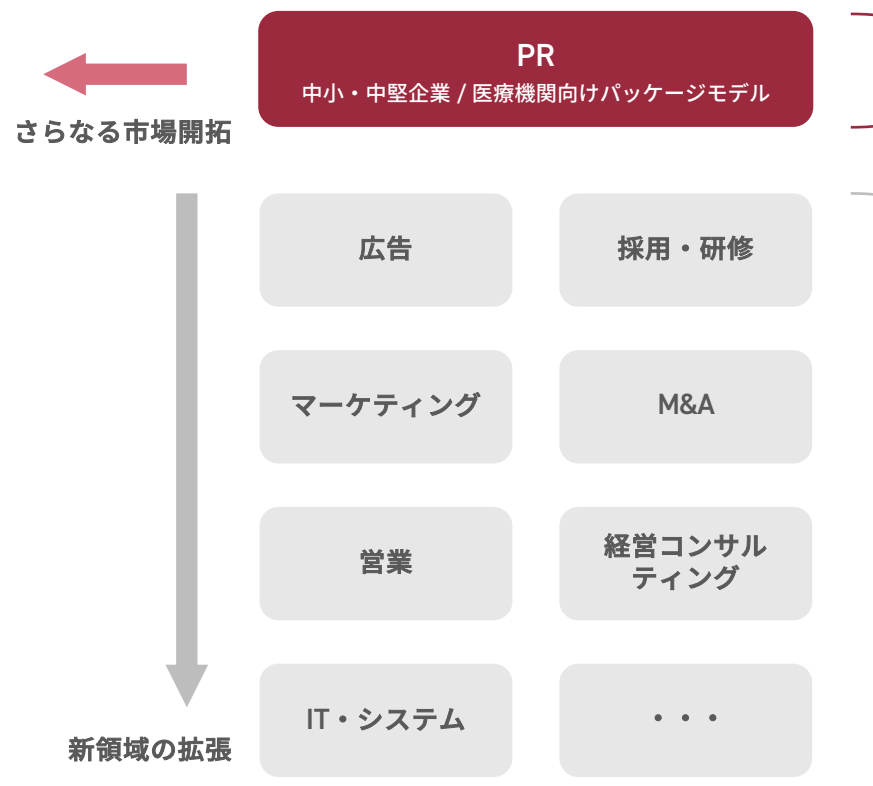


## 中長期的な展望 - PR事業の拡大

今後は、さらなるPR事業の成長拡大のために、  
市場ポジショニングの拡張（ターゲット層 / サービスモデルの追加）に向けて検討開始



現業のPR事業以外の新しい事業領域を拡張させることにより、  
 中小・中堅企業 / 医療機関に顕在化している様々な分野の課題を解決していく



## 現業

PR事業の市場を幅広く開拓しながら、引き続き、オーガニックの成長を目指す

## 今後の拡張領域

事業領域は特段限定せず幅広く、かつ積極的にM&Aを検討する

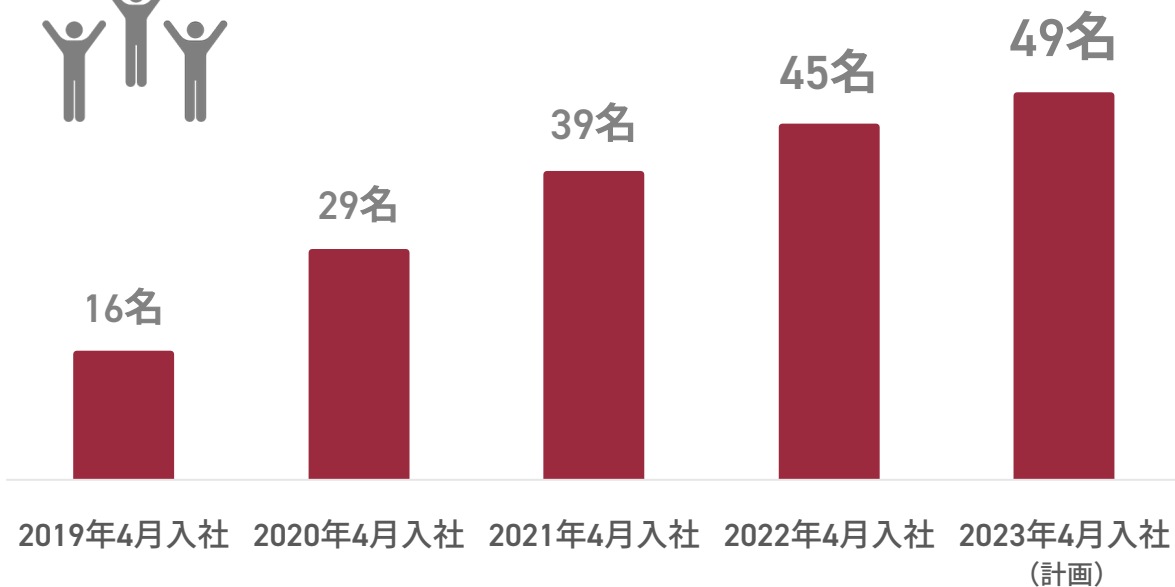
### M&A選定基準

- 相乗効果 - 当社の営業組織力を最大限に活かせる
- 成長性 - PR事業とシナジーがあり、既存事業のさらなる成長の可能性が見込める
- 規模 - 小さくても良い

## 当社の強み - 採用力

当社の特長である強い営業組織構築の重要なドライバーの基盤となる社員の採用力が高い

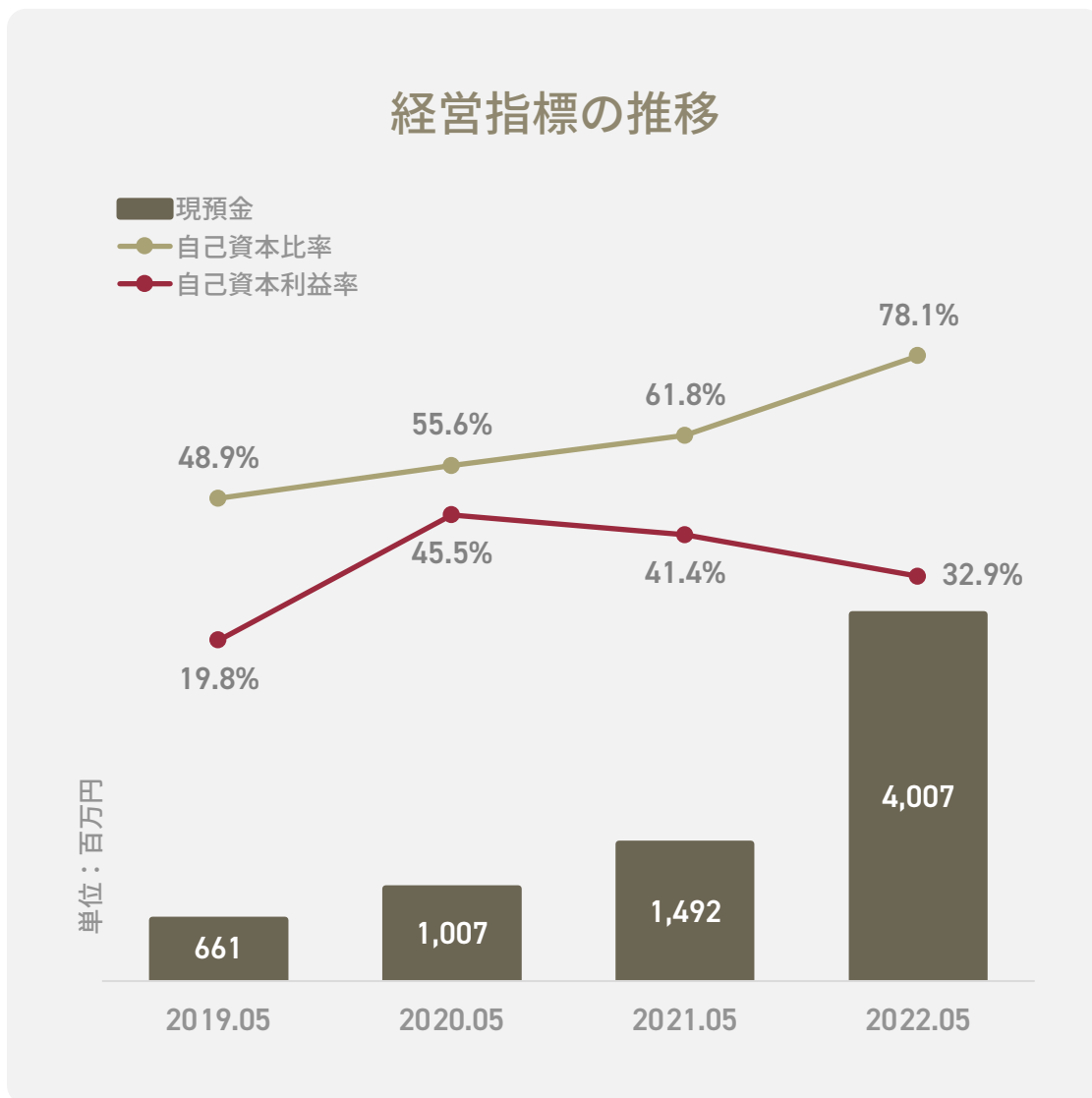
### 新卒採用人数



東洋経済新報社刊行書籍

「1300万件のクチコミでわかった超優良企業」  
において、

**社員の士気が高い企業** にランクイン



堅実な利益の積上げによる潤沢な現金預金の保持に加えて、高い水準で自己資本比率・ROEを維持できているため、追加での資金調達をすることなく、

**新しい領域へいつでも投資が可能**

# 今後の成長イメージ

## 創業期 - 現在

PRに特化した企業ブランディングを通して、  
中小企業支援を展開

### PR支援サービス



人員増強による成長  
既存のパッケージ化モデルの  
安定収益による着実な成長

+

### プラットフォームサービス



オートメーション化  
「人」を介さない形での受注を  
増やしていくことで成長

## 中長期的な展望

中小企業支援の新たな事業領域を網羅



# Appendix





Mission

## 社会の役に立つ立派な人間を 一人でも多く輩出する

共に歩めば一緒に解決ができる。  
クライアントが成長して、地域や社会で輝く存在として、  
社会の役に立って欲しい。

それは単なる取引先ではない。もし、自分の家族だったら。  
きっと真剣になる。本気で考える。

そんな想いを私たちは  
OHANAポリシーと呼んでいます。

“OHANA”とはつながりを大切にし、経済的・精神的に結びつき、  
互いに思いやり支え合う関係を表す言葉です。

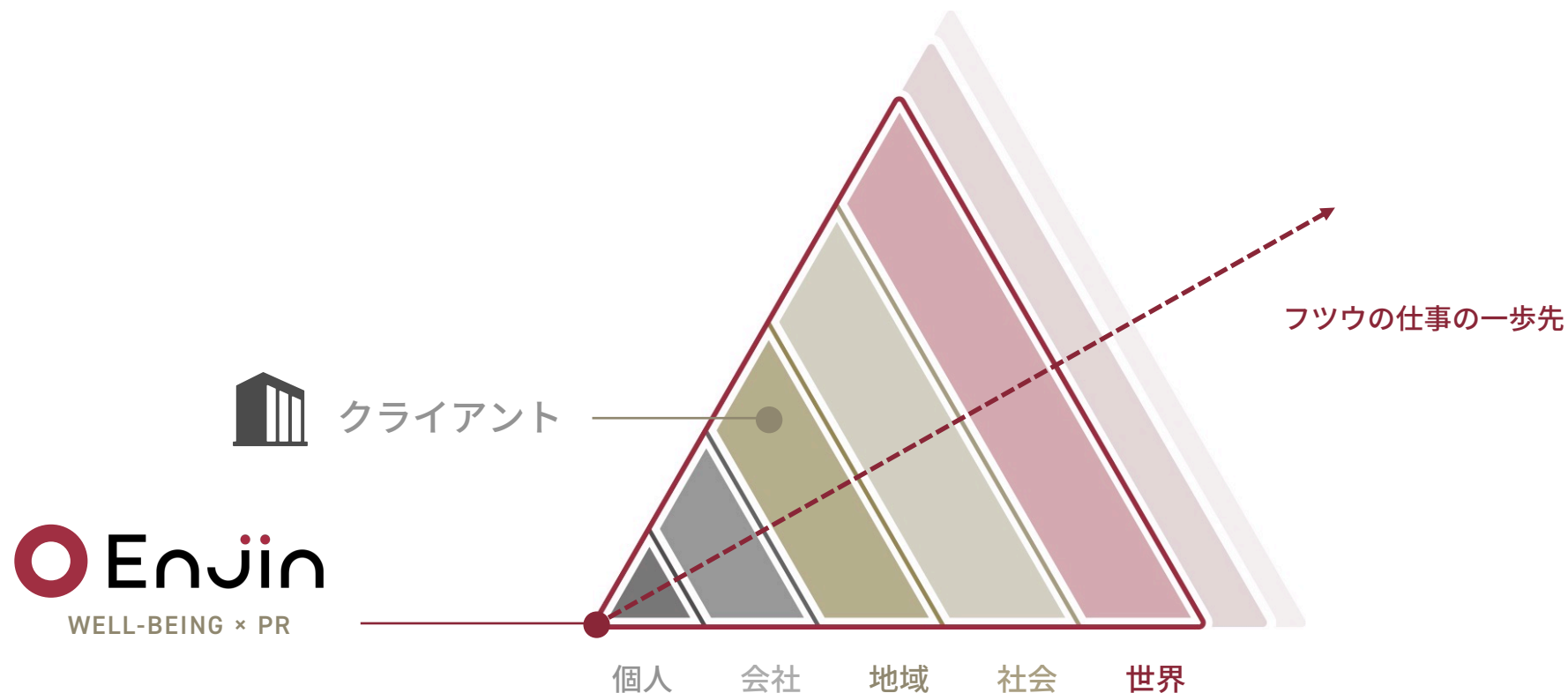
クライアントが成長し、地域社会で必要とされ、より輝く存在となっていく。  
そのために私たちは、「伝えるチカラ」を通じて共に寄り添い続けます。

フツウの仕事の一步先へ。

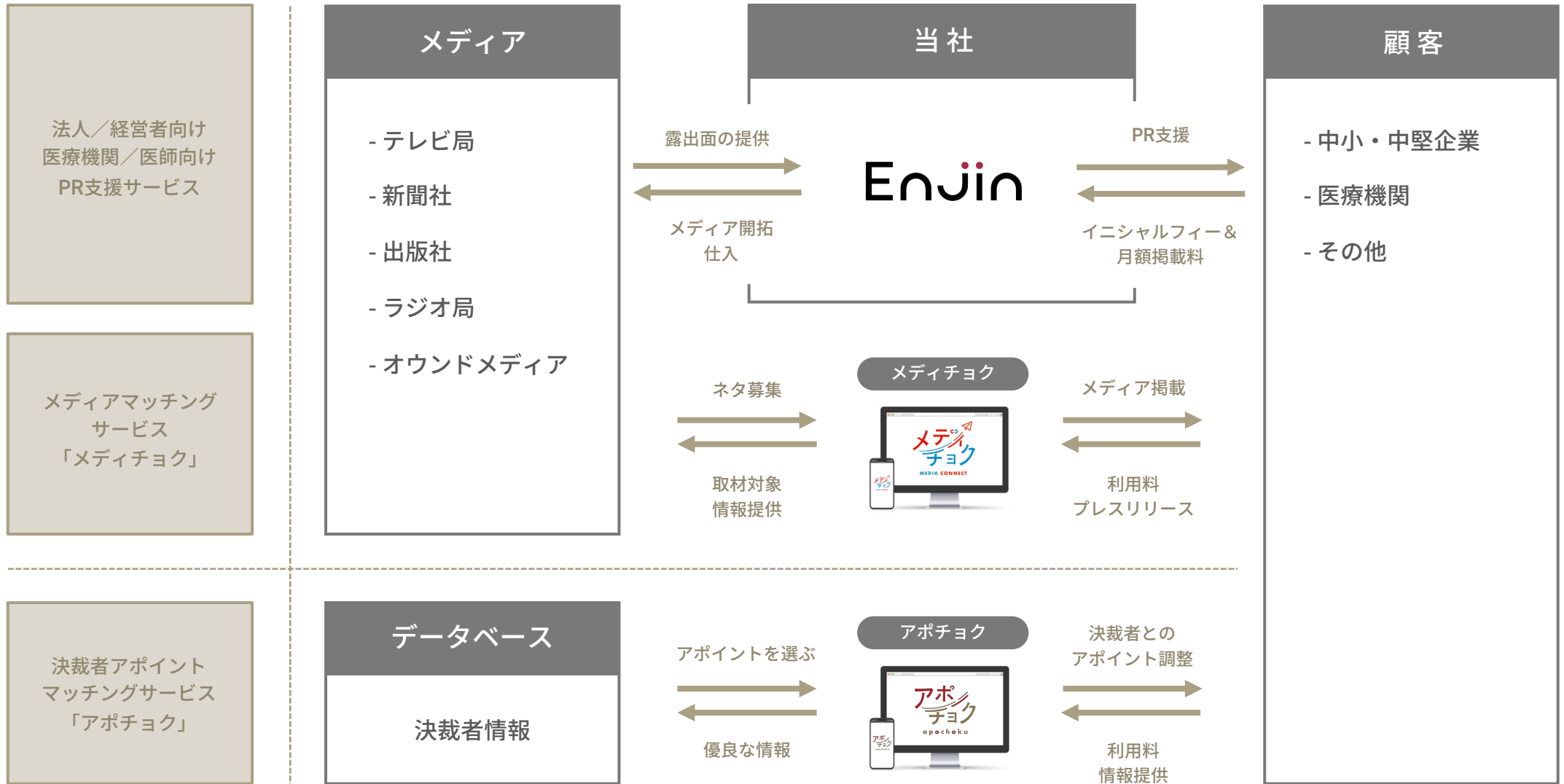


## 「ウェルビーイング経営」を通じて 社会の幸福度を上げていきます

個人の経済、健康、人間関係が満たされ、多幸感溢れる社員が、周囲の人に与える気持ちを持ちながら、日々の業務を通して社会に価値を提供する立派な人間を一人でも多く輩出することで、社会、世界を良くする

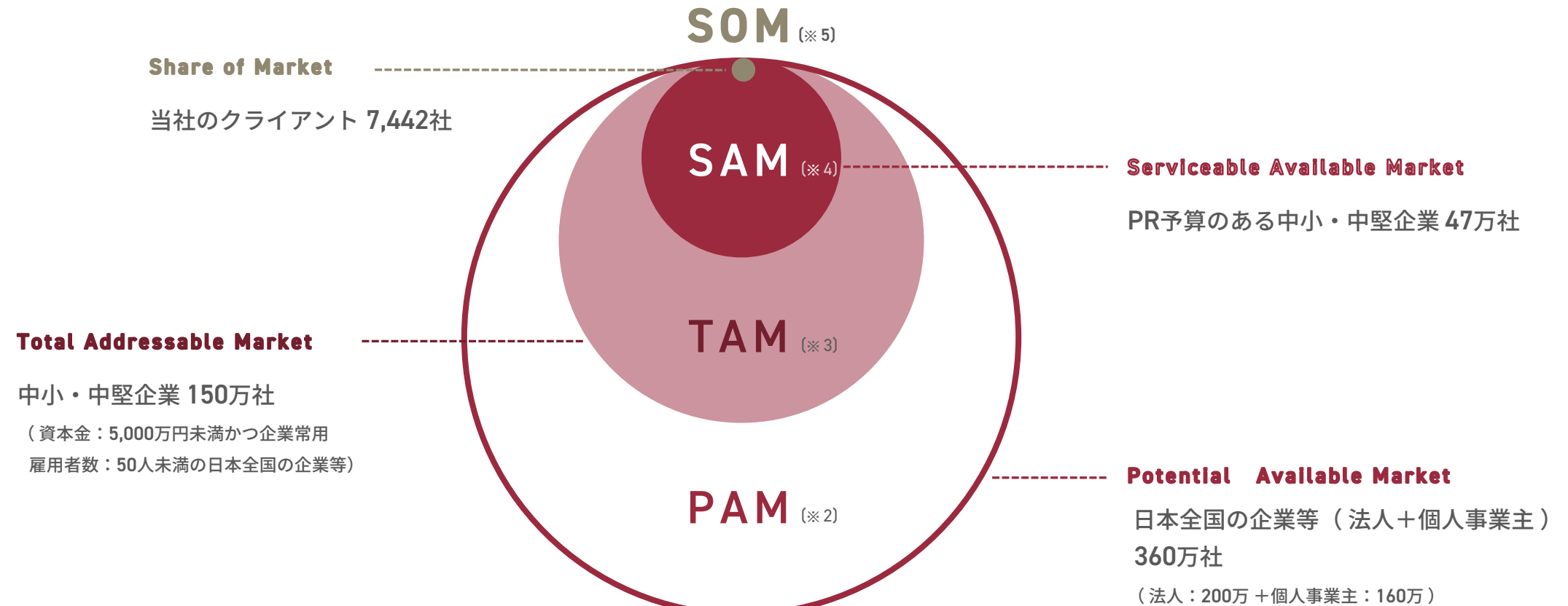


# ビジネスモデル



既存のPR業の売上市場は1,111億円<sup>(※1)</sup>

当社がターゲットとする中小・中堅企業および医療機関の市場ポテンシャルは45万社超



※1 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2021年5月を参照

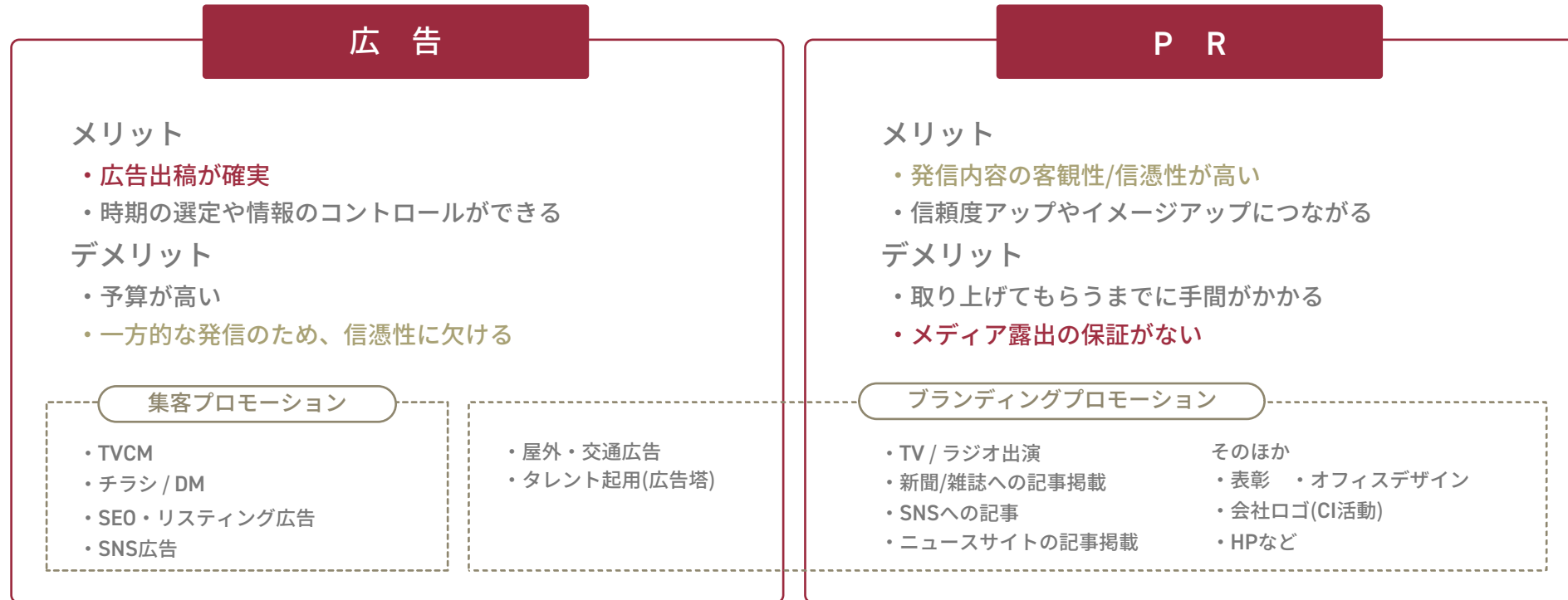
※2・3 総務省 令和3年経済センサス-活動調査を参照

※4 東京商工リサーチによる赤字法人率（2009年～2019年）を参照のうえ当社にて算出

※5 2022年11月末時点の当社クライアント数（企業：88.0%、医療：12.0%）

## 広告とPRは目的や効果が似ていても性質は異なります

広告は広告主がメディアを通して自社が発信したい内容を発信するのに対し、PRはメディアが発信者のため、第三者の客観的なメッセージが発信され、受け手である消費者の信頼度が広告と比べて格段と高くなります。



### POINT

広告代理店は、企業の「広告」を制作し、その広告が実際に掲載されるまでの業務を行います。  
これに対して、PR会社は、企業や商品、サービスなどの情報をメディア側が発信する情報として取り上げてもらう活動を行います。



## ESGの取り組み

ENVIRONMENT  
SOCIAL GOVERNANCE

企業として利益を上げ、日本経済に貢献することは当然の役割です。しかしそれ以外に、「社会に対し何ができるのか」を真剣に考え、確実に実行していくことが今の時代には求められています。社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、ESGを真剣に取り組む企業こそが、今後社会から必要とされていくと考えています。

## 免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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。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。このような将来予想に関する記述には、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。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、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、これらに限定さ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。