

2023年12月期

# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

株式会社グラッドキューブ | 証券コード：9561

2023.2.22



# 1 | 決算ハイライト



## — 2022年12月期 通期決算 ハイライト

2022年度（1月～12月）実績

業績概要  
トピックス

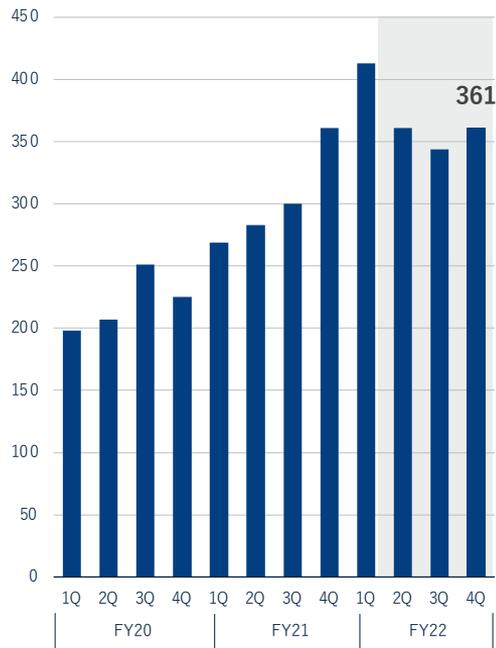
- 成長ドライバーであるSaaS事業がけん引。1Qのマーケティングソリューション事業の好調も相まって売上高・営業利益・経常利益すべての項目において過去最高を記録
- 営業利益率は前期24.0%から当期31.1%へ大幅UP

# 第4四半期 通期決算 ハイライト 業績推移

\*2022年12月期 通期決算資料にて開示済み

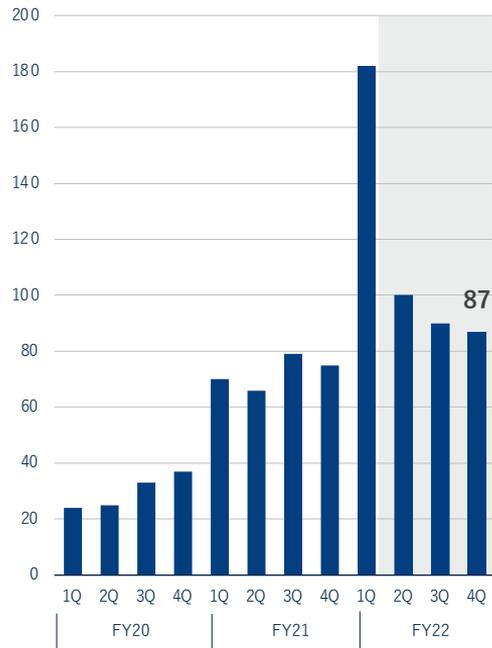
## 売上高

(百万円)



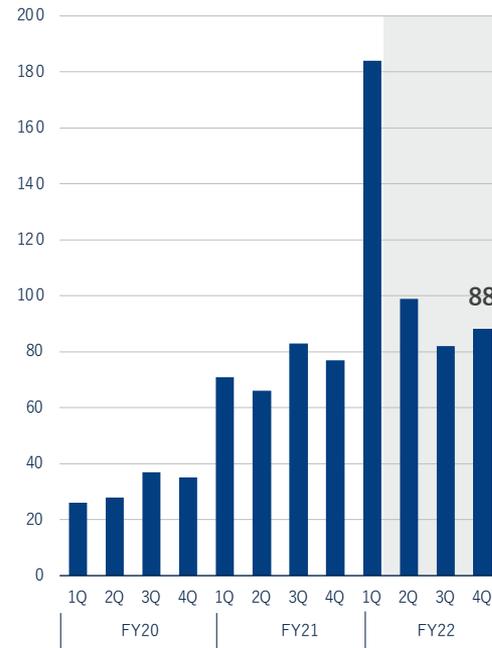
## 営業利益

(百万円)



## 経常利益

(百万円)



前年同期比 100.0%

116.4%



115.2%



2022年12月期 通期決算 ハイライト (事業別)

SaaS事業



売上高	前年比
<b>579</b> 百万円	<b>134.2%</b>
第4四半期 売上高	前年同期比
<b>158</b> 百万円	<b>125.3%</b>

マーケティングソリューション事業



売上高	前年比
<b>748</b> 百万円	<b>110.5%</b>
第4四半期 売上高	前年同期比
<b>169</b> 百万円	<b>89.7%</b>

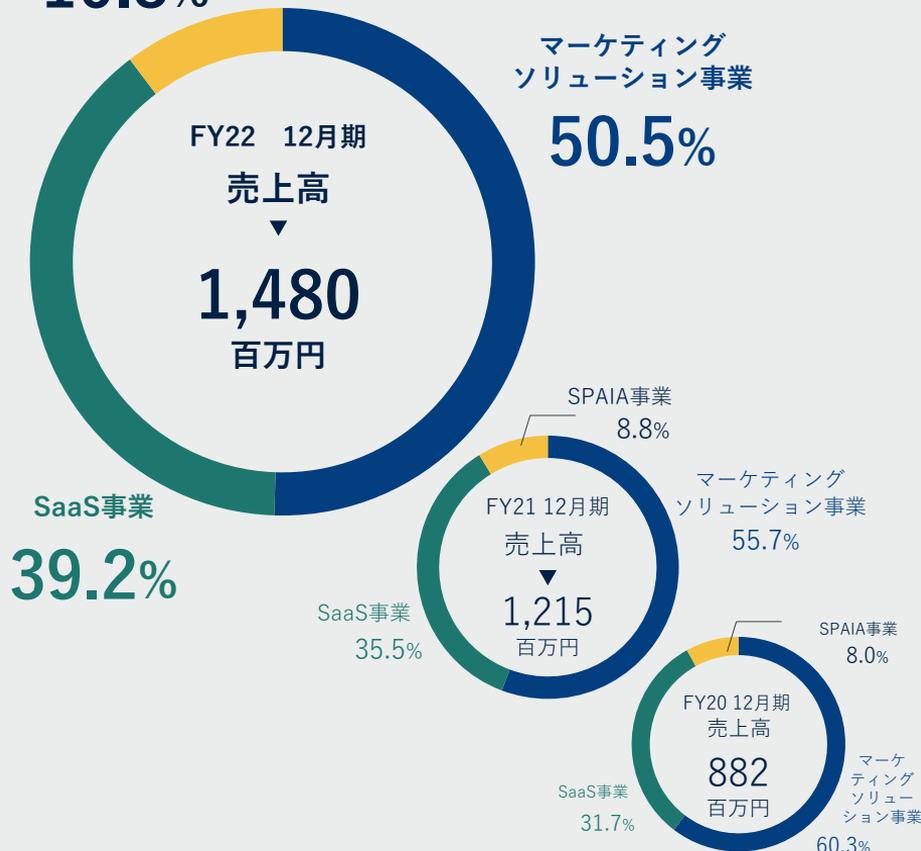
SPAIA事業



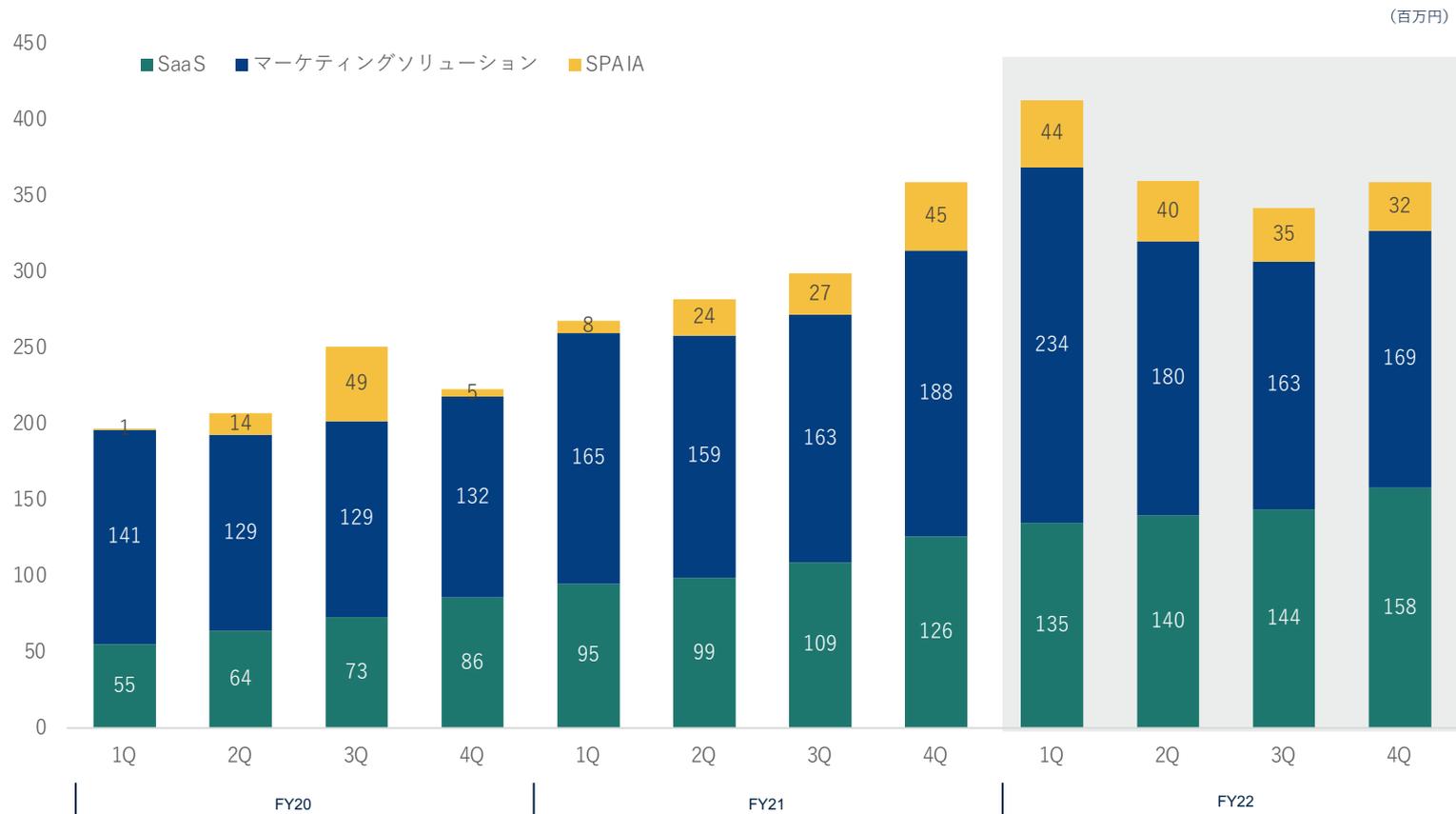
売上高	前年比
<b>152</b> 百万円	<b>143.5%</b>
第4四半期 売上高	前年同期比
<b>32</b> 百万円	<b>71.8%</b>

SPAIA事業

10.3%



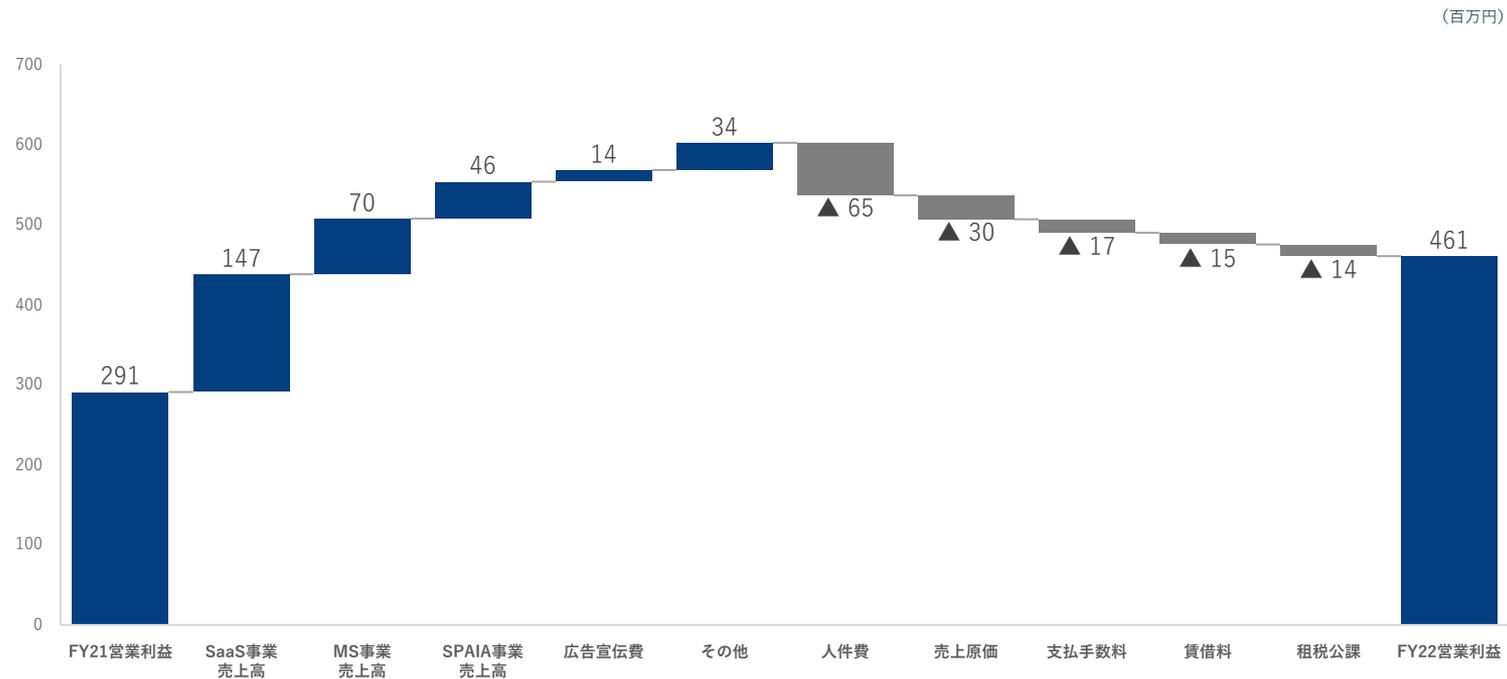
# 2022年12月期 売上高四半期推移



## 前年同期比営業利益分析

### トピックス

- SaaS事業売上増加による影響がプラス要因の中では最も大きく、マーケティングソリューション事業がこれに続く
- マイナスの影響のうち最も大きいのは積極的な人材投資による人件費増加
- 売上原価増加の主な要因は、制作案件の増加により外注費も増加した



— 2022年12月期 通期決算

	FY21 累計	FY22 累計	前期比		通期予想	進捗率
			増減額	増減率		
売上高	1,215	1,480	264	+ 21.8%	1,501	98.6%
売上総利益	1,157	1,391	233	+ 20.2%	1,432	97.1%
(利益率)	95.2%	94.0%	△1.2%		95.4%	
販売費及び一般管理費	866	930	64	+ 7.5%	951	
営業利益	291	461	169	+ 58.0%	481	95.8%
(利益率)	24.0%	31.1%	7.1%		32.0%	
経常利益	298	455	156	+ 52.6%	479	94.9%
(利益率)	24.6%	30.8%	6.2%		32.0%	
当期純利益	201	297	95	+ 47.1%	312	95.0%

— 2022年12月期 通期決算

	FY20 期末	FY21 期末	FY22 期末
<b>流動資産</b>	<b>1,161</b>	<b>1,835</b>	<b>2,764</b>
現金及び預金	796	1,169	2,158
売掛金	238	500	414
前渡金	103	146	160
その他	22	17	31
<b>固定資産</b>	<b>147</b>	<b>128</b>	<b>134</b>
有形固定資産	17	15	15
無形固定資産	37	43	71
投資その他の資産	92	69	48
<b>繰延資産</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>8</b>
<b>資産合計</b>	<b>1,308</b>	<b>1,963</b>	<b>2,908</b>

	FY20 期末	FY21 期末	FY22 期末
<b>流動負債</b>	<b>802</b>	<b>1,286</b>	<b>1,158</b>
買掛金	244	486	394
一年以内返済 長期借入金 等	120	110	179
未払金	164	254	171
その他	274	434	412
<b>固定負債</b>	<b>256</b>	<b>226</b>	<b>432</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,059</b>	<b>1,512</b>	<b>1,591</b>
<b>純資産合計</b>	<b>249</b>	<b>451</b>	<b>1,316</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>1,308</b>	<b>1,963</b>	<b>2,908</b>

## 2 | 事業計画及び成長可能性可能性に関する事項

2-1. 事業概要 P.12

2-2. ビジネスモデル P.16

2-3. 市場環境 P.24

2-4. 競争力の源泉 P.29

2-5. 事業計画 P.37



## 2-1 | 事業概要

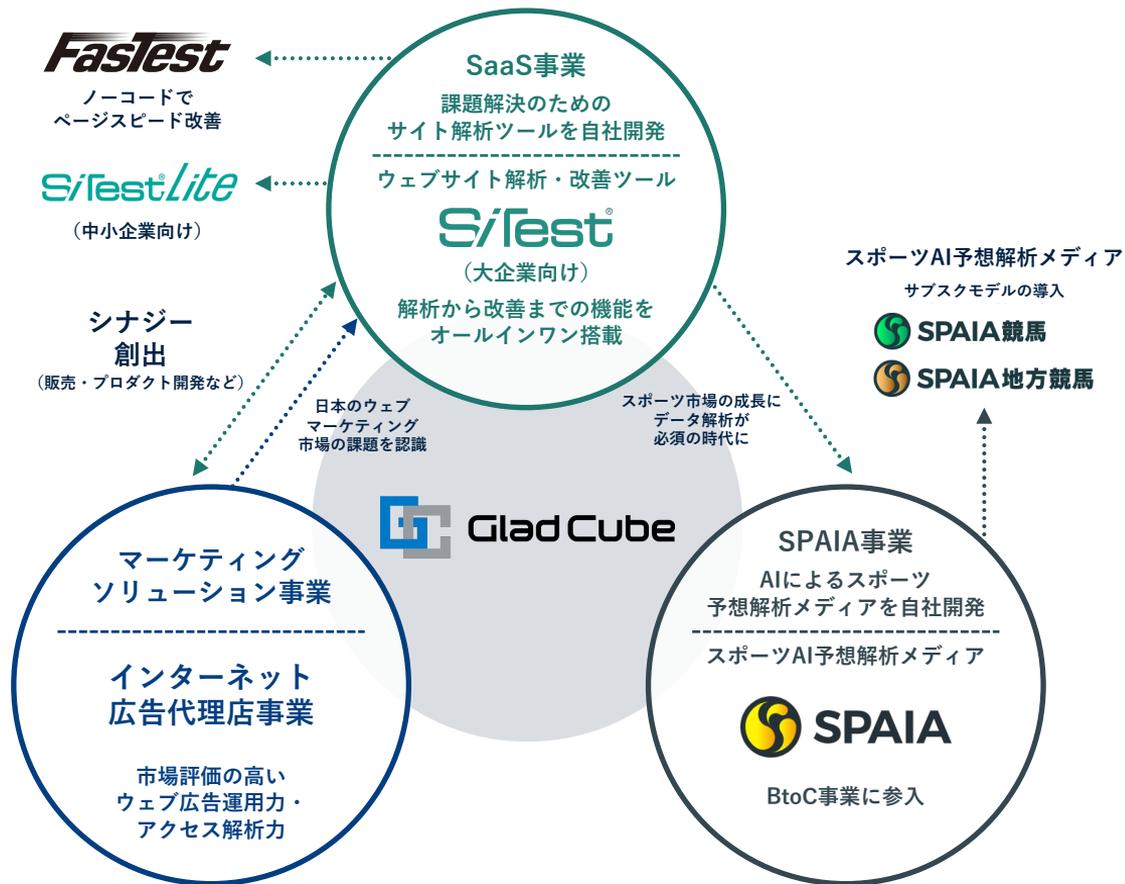


## データ × 解析の力でSaaS企業として 世界中のプラットフォームとなる

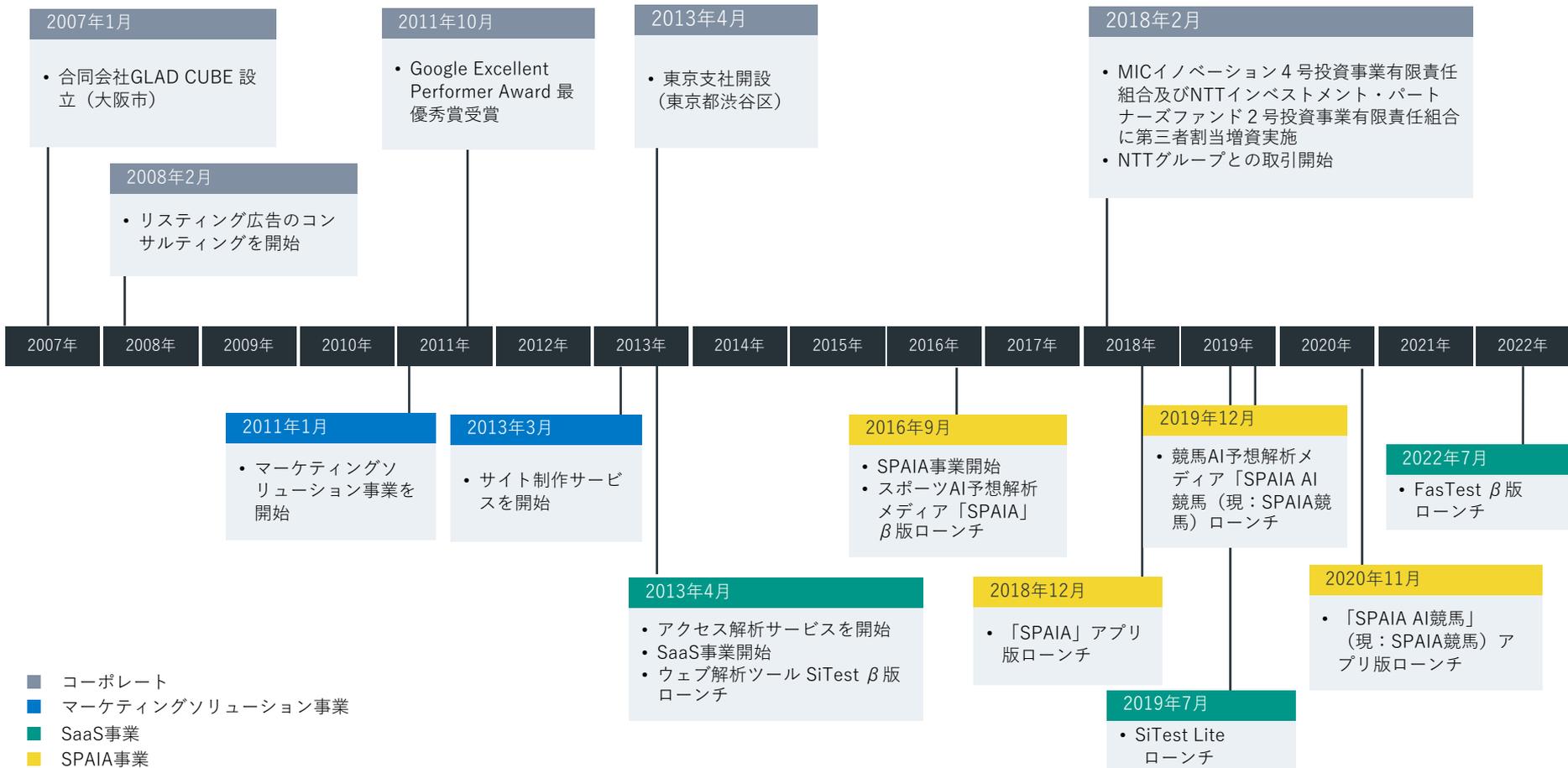
私たちの最大の貢献はデジタルサービスを通じて喜びをカタチにすること、  
そして原理原則に倣い、感謝を通じて幸せと笑顔を生み出します。

主要3事業を展開し、  
デジタルマーケティングによる  
解析と開発の強みを  
活かして成長

市場ニーズに合わせて新規プロダクトの  
創出を提供し、世界中のSaaS企業の  
プラットフォームとなることを目指す



## 事業概要 主な沿革



## 2-2 | ビジネスモデル



# SaaS事業 自社開発の解析ツール『SiTest (サイテスト)』



- 広告代理店としての課題認識をもとにサイト解析ツールを自社開発
- サイト解析から改善まで一気通貫で実施できるのは SiTest (サイテスト) だけ (2023年2月現在)

月額課金制  
5万円～

付随する有料サービス  
コンサルティング・サイト制作等

## 開発の背景・課題認識

ウェブ広告  
出稿における  
**課題**

着地先ウェブサイトと広告の整合性がない

ウェブサイトのUI/UXが悪く改善点も不明

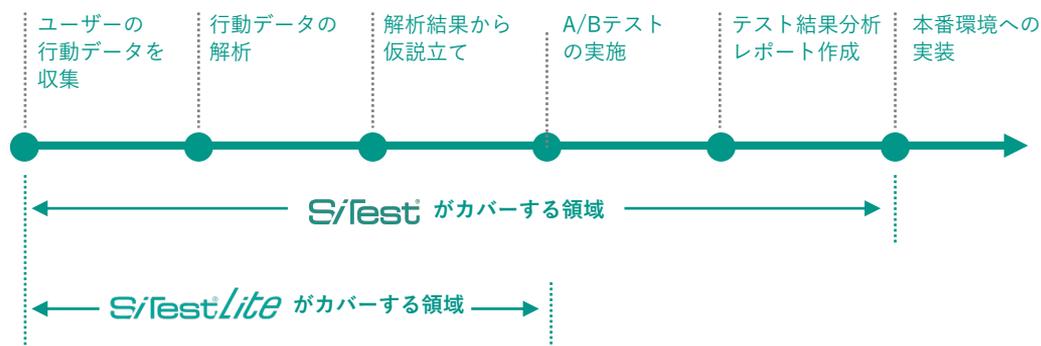
離脱率が高く、広告効果が薄い

解析ツール  
SiTestを  
**自社開発**

サイトを解析し、A/Bテスト等を実施  
**UI/UX 改善されたウェブサイトへ**

## 特徴

解析から改善までトータルで実施できるので、コストや期間を短縮でき、効果測定も行いやすく、改善の効果を得やすい



導入企業例



アジアでの導入数  
**700,000**  
サイト突破

# SaaS事業 SiTest の主な機能

## ヒートマップ解析 ・ 定量分析

### スクロールデータ (パソコン・スマートフォン・タブレット)



各ページの到達数・到達率・離脱数・離脱率・平均滞在時間の数値をグラフで表示

### マウスグラフィ (スマートフォン・タブレット)



パソコンを使用しているサイト訪問者の「マウスの動き」を視覚化

### タッチアクション (スマートフォン・タブレット)



スマートフォンを使用しているサイト訪問者の「フリック・スワイプ・拡大縮小などを行った位置」を視覚化

## その他の サイト改善 機能

### ポップアップ機能 (パソコン・スマートフォン・タブレット)



任意の画像を、指定したページにリンク付きのポップアップとして表示

### A/Bテスト・スプリットテスト機能



「A/Bテスト」と「スプリットテスト」で、ヒートマップ解析から導き出した仮説を検証

### パーソナライズ機能



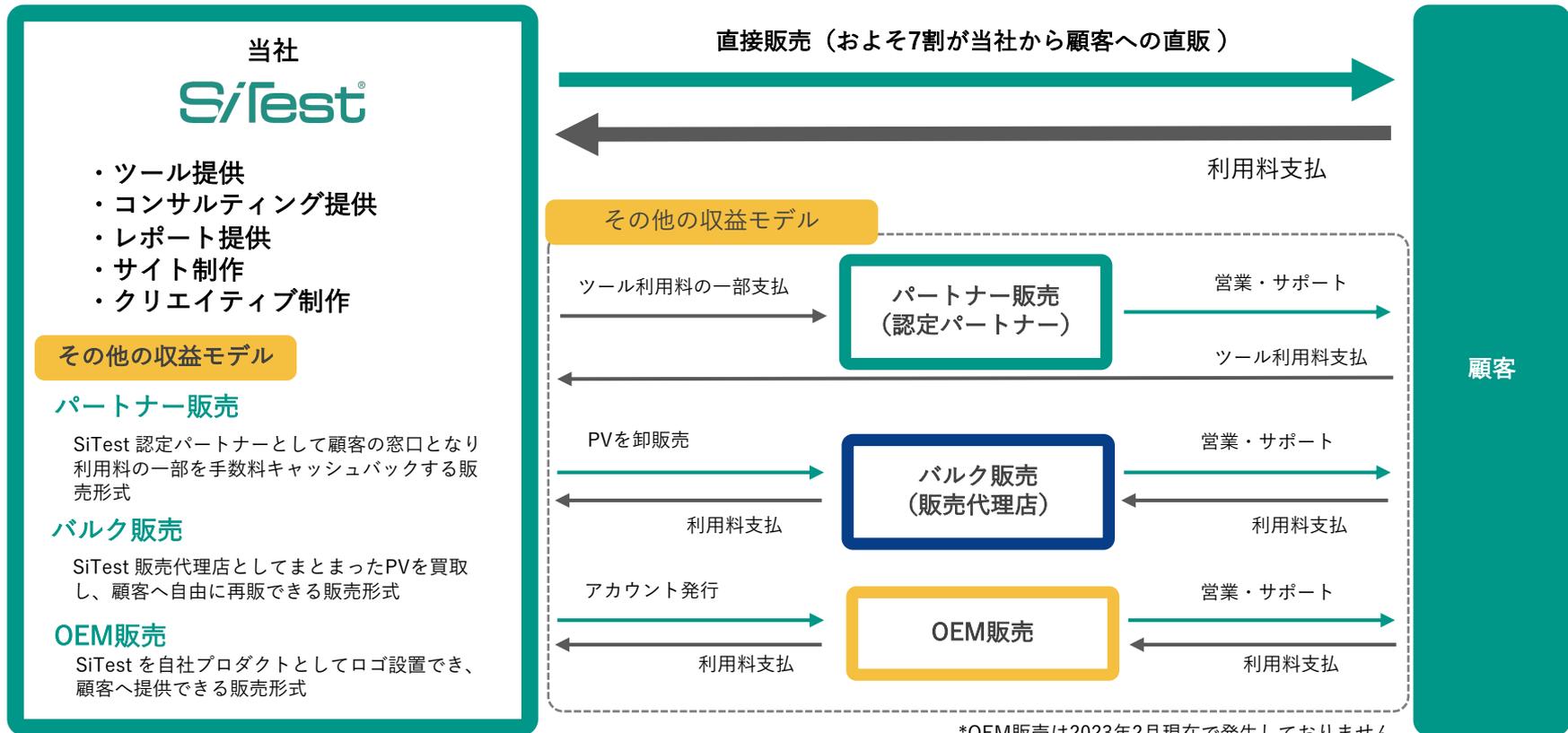
サイト訪問者の属性・行動に合わせて設定した「条件」ごとに「パーソナライズしたページ」を作成・編集

## 知的財産

特許：正式番号 (特開2016-021212) 解析サーバ装置、解析プログラム・期間比較

特許：正式番号 (特開2016-224583) 解析サーバ装置、解析プログラム・セグメント比較

# SaaS事業 ビジネスモデルと収益構造



\*OEM販売は2023年2月現在で発生しておりません。

## SaaS事業 自社開発の解析ツール『Fastest（ファーステスト）』



- SiTest ユーザーのニーズからページ高速化ツールを開発
- 誰でも簡単に「ノーコード」でサイトを高速化
- ユーザーの離脱を防ぎ、CV を最大化

月額課金制  
5万円～

付随する有料サービス  
コンサルティング・サイト制作等

### 主な特徴

#### 2ステップの操作で、ページスピードを高速化できる

HTMLの編集やサーバーへのアップロードなど、専門的な作業は一切不要です。

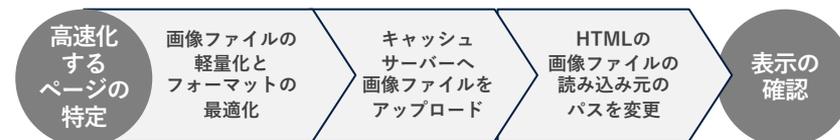
#### 高速化したページのURLを、広告運用に利用できる

高速化したページ固有のURLを、ウェブ広告のランディングページのリンク先にそのまま指定できます。

#### ページスピードの向上を、数値で証明できる

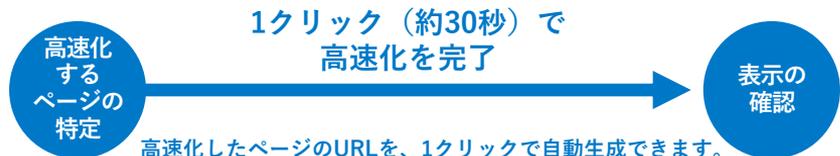
管理画面からスピードを高速化したページと、オリジナルページ・過去の計測結果とのパフォーマンスの比較を、Google PageSpeed Insights の計測にもとづいた数値で確認できます。

### 従来（画像ファイルの軽量化・HTML書き換え）のページ高速化の流れ



社内外へ依頼・作業で最低1～3営業日程度

### Fastest ページ高速化の流れ



オリジナルページのURL

<https://fastest.jp/>

高速化したページのURL

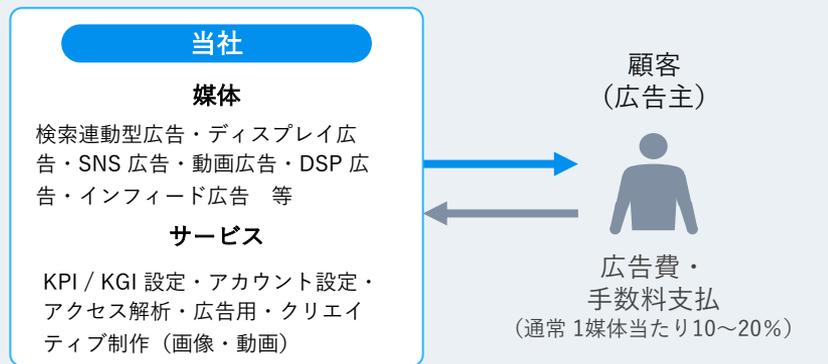
<https://sub.fastest.jp/index.html>

※独自ドメインを使用するには、契約ドメインでの設定が必要です。

マーケティングソリューション事業 ビジネスモデルと収益構造

検索連動型広告・ディスプレイ広告・SNS 広告等の運用型広告の提供を主流とするサービス

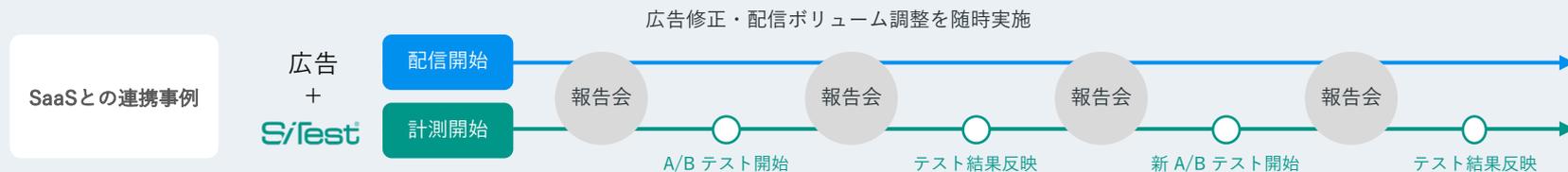
運用手数料が収益のモデル



大手企業から中小企業まで、規模や予算に対応できる



広告の先に着地するウェブサイトの改善をSaaS事業との連携で提供できる





# Sports を AIで Analyze する



## 「データありきの世界」を 日本のスポーツメディアに展開

スポーツにおいて「データ」が欠かせない時代が来る

『SPAIA』メディアでは既存の試合成績だけでなく、セイバーメトリクス(\*)をはじめとした豊富なデータを取りそろえ、AIによる試合予想やデータ記事などのコンテンツを提供。

米国

スポーツが大きな産業となって、  
データの重要性が高まっている

スポーツが大きな産業であるアメリカ。スポーツはもちろんスポーツ以外の日常においても詳細なデータによる解析やダイナミックな映像が使われていることが多く、大きなニーズが生まれている。

日本

日本でもスポーツにデータが必要になることを見据え『SPAIA』を開発

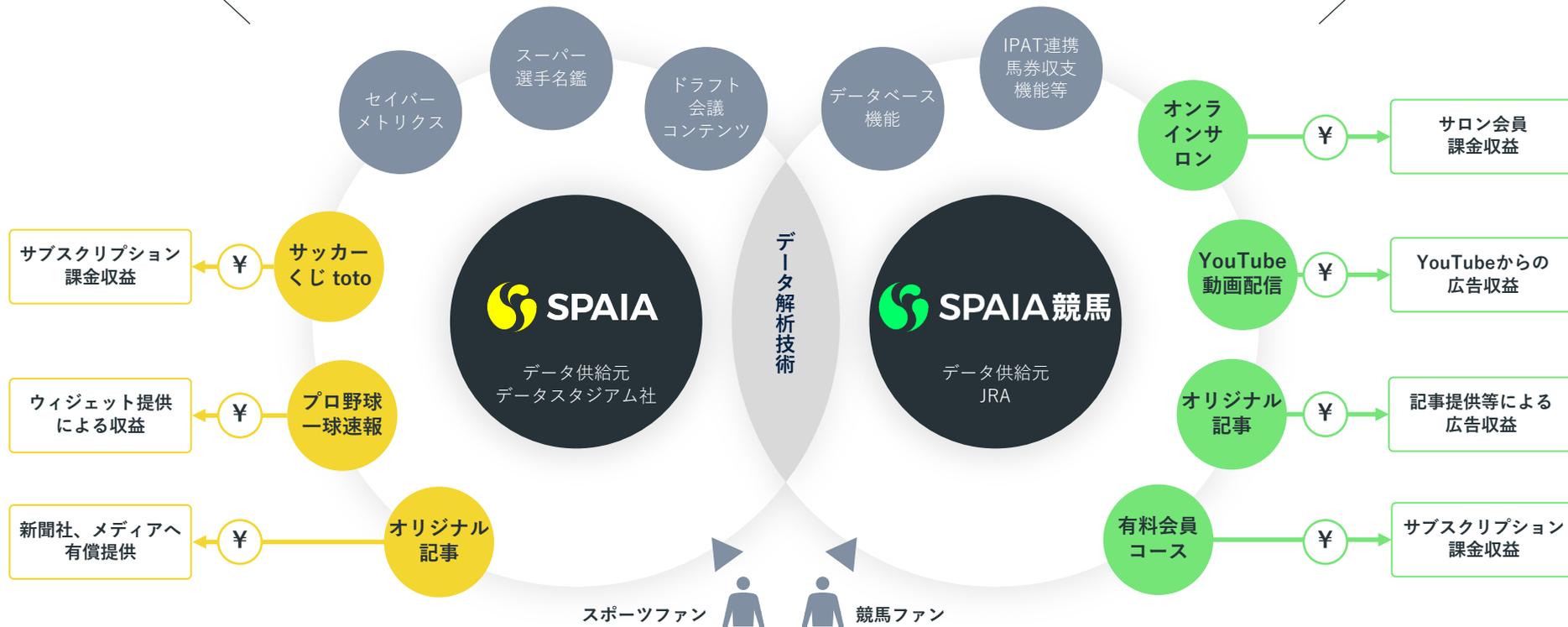
日本でもプロスポーツの世界でトレーニングや対戦相手の分析でデータ解析が必須であり、アマチュアやファンもデータをもとにスポーツを楽しむ時代がくると予想。

\*セイバーメトリクス：野球においてデータを統計学的見地から客観的に分析し、選手の評価や戦略を考える分析手法

SPAIA事業 ビジネスモデルと収益構造

スポーツファンに魅力的な無料コンテンツでユーザーを呼び込み、一部コンテンツを有償で新聞社やメディアに提供

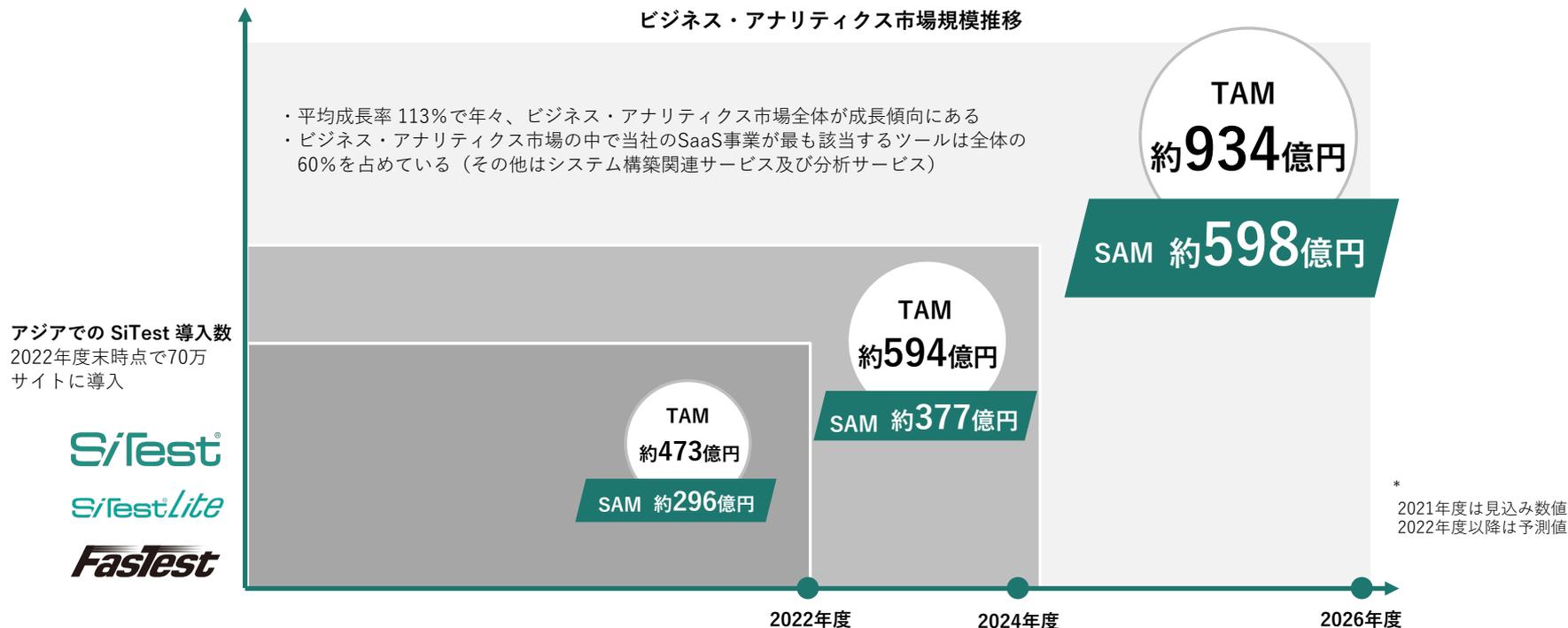
2019年に『SPAIA』から人気のあった競馬コンテンツを別サイトでスピノフ





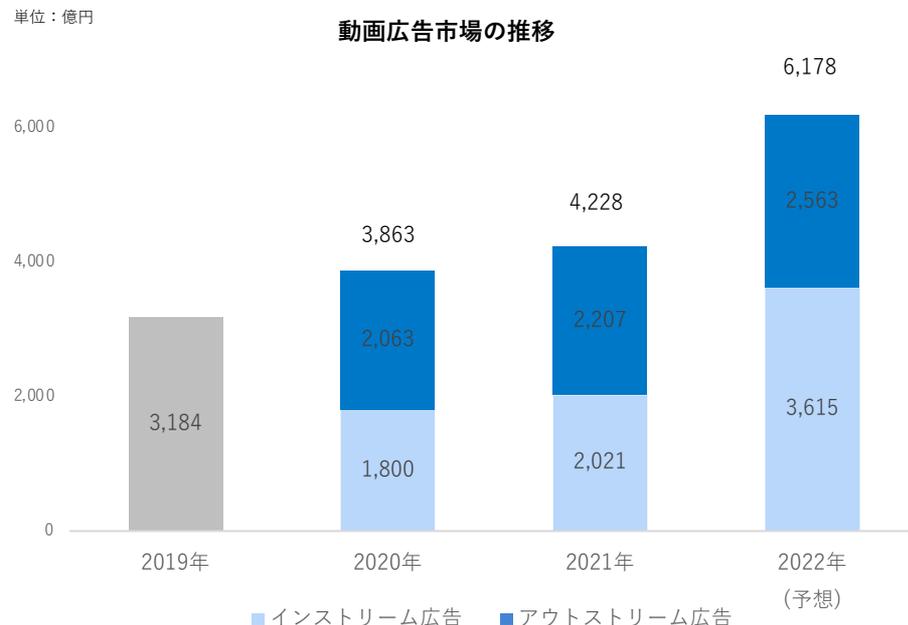
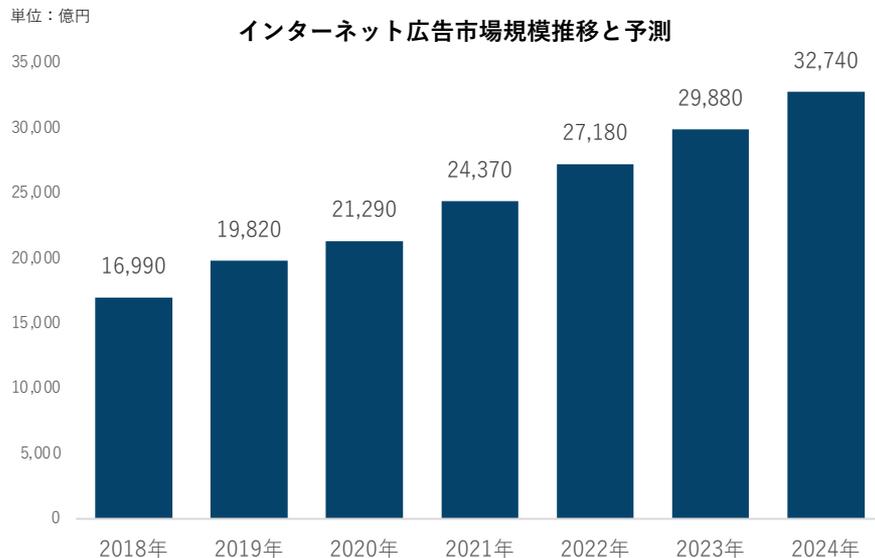
## 市場環境 SaaS事業におけるTAMとSAM

ビジネス・アナリティクス市場（TAM：商品・サービスの総需要）の中で当社の提供プロダクトが該当する分析ツール市場（SAM：ターゲットした需要）は今後も拡大している  
 2023年9月にGoogleオプティマイズのサポートが終了するためサービス提供拡大を狙える可能性あり



## 市場環境 マーケティングソリューション事業におけるTAM

ネット広告市場は拡大傾向にあり、当社が注力している動画広告市場の需要が高まっている  
 Google Premier Partner Awards 2019 動画広告部門 国内最優秀賞 実績もあり、当社の動画広告制作を主としたクリエイティブの受注が増加傾向にある背景もあり、動画広告市場は今後も伸びていくことが想定される

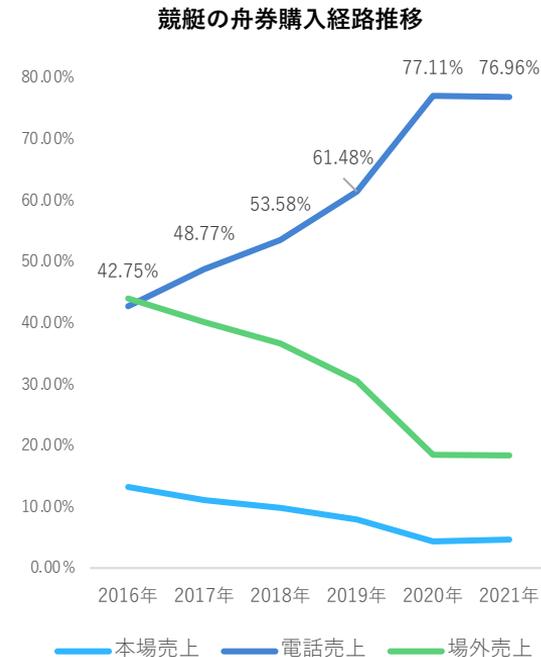
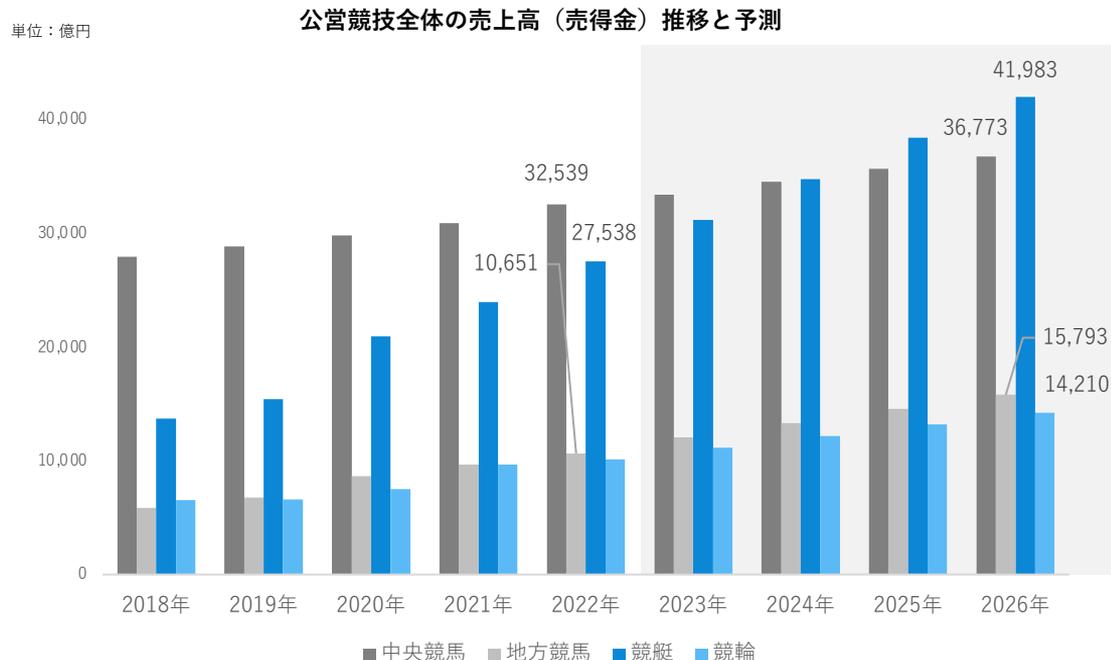


出典：矢野経済研究所調べ [https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2839](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2839)

出典：電通 2021年日本の広告費調べ (<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0309-010503.html>)

## 市場環境 SPAIA事業におけるTAM

SPAIA事業で展開している「SPAIA競馬」は2026年までに他の公営競技へ水平展開予定  
 過去実績からの予想値によるが、既に展開している中央競馬は3.7兆円、地方競馬は1.6兆円の見込み  
 開発予定の競艇、競輪を合わせると11兆円にのぼる  
 いずれの公営競技もオンライン購入の割合が増加しており、競艇においては顕著である

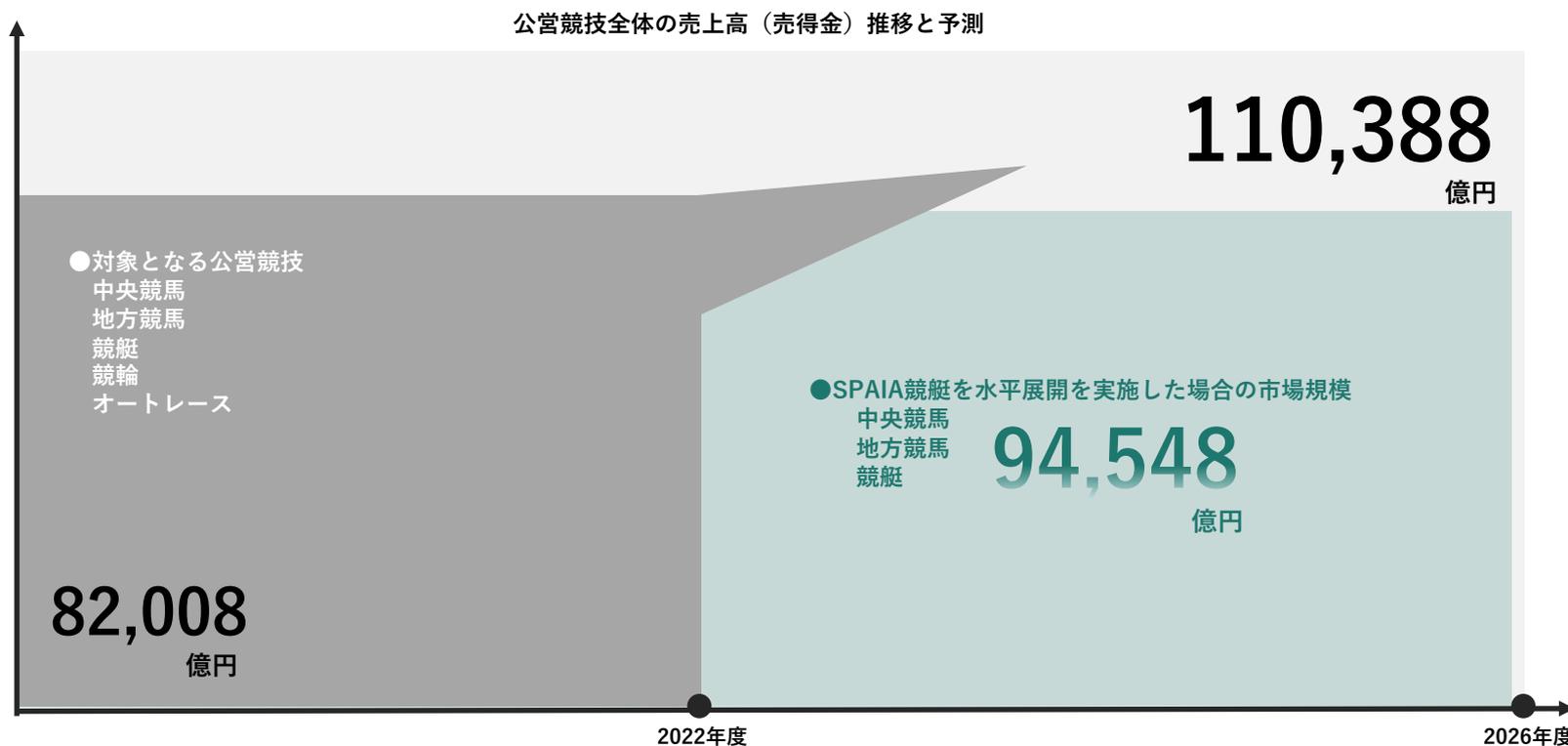


予想値の算出方法：2022年までの公開されている実績値をもとに、TREND関数を用いて売得金・総売上および参加人数から算出  
 出典：日本中央競馬会・地方競馬全国協会・一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会・公益財団法人 J K A

電話売上=テレボート（オンライン）

## — 市場環境 SPAIA事業におけるTAMとSAM

公営競技全体をあわせた場合、その市場は2026年に11兆円を超える見通し（予想値は前ページの計算方法と同一）  
SPAIA競馬で展開している中央競馬、地方競馬に続き、競艇を展開した場合



予想値の算出方法：2022年までの公開されている実績値をもとに、TREND関数およびFORECAST関数を用いて売得金・総売上および参加人数から算出  
出典：日本中央競馬会・地方競馬全国協会・一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会・公益財団法人 J K A

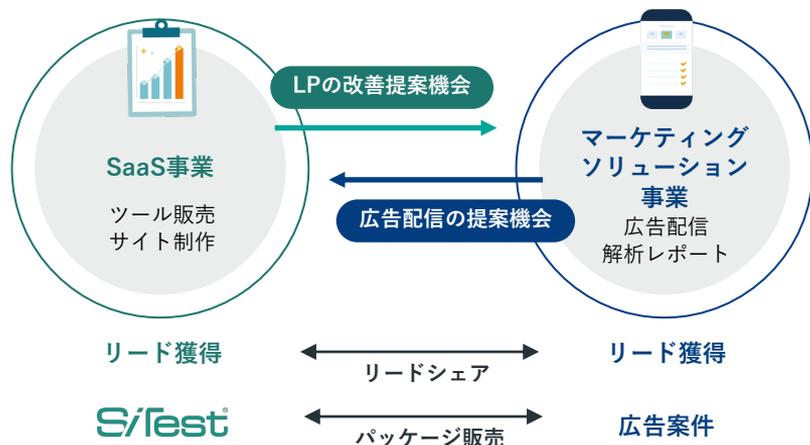
## 2-4 | 競争力の源泉



1. SaaS事業とマーケティングソリューション事業のクロスセルによるシナジー最大化
2. トップクラスの営業利益率
3. 従業員推移・人材育成の仕組み
4. DE&Iが実現された職場環境
5. バランスのとれた経営体制

# SaaS事業を核に マーケティングソリューション事業との シナジー効果を最大化

パッケージ販売につながる仕組み



- 1 SaaS (Software as a Service) と SaaS (Subscription as a Service) による **積み上げ型の収益モデル**

---

- 2 自社開発プロダクトのため **顧客目線での開発**が実現できる環境

---

- 3 創業時からのコンテンツマーケティング等により 営業コストがかかりづらい **インバウンド営業**が実現

---

- 4 市場分析による新サービスを展開し、**収益化させていける経営力**

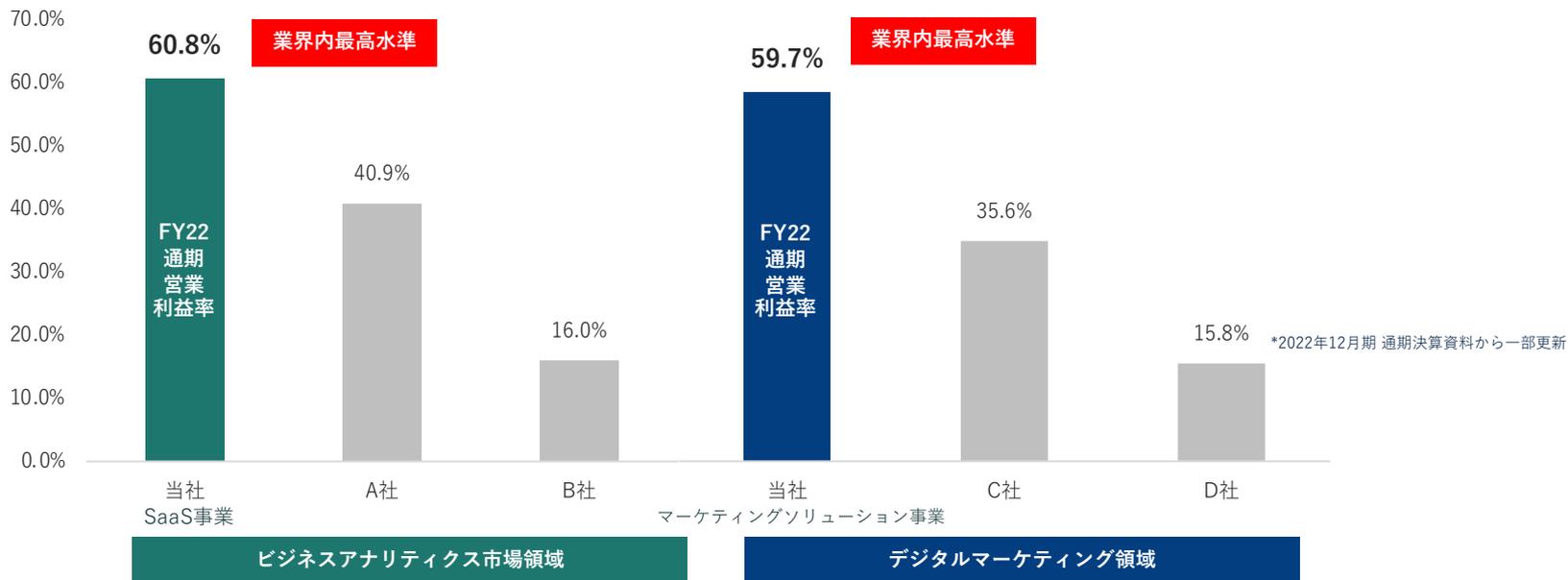
---

- 5 事業間シナジーによる**売上の相乗効果**

## 競争優位性 類似業界の中でもトップクラスの営業利益率

### 分析概要 トピックス

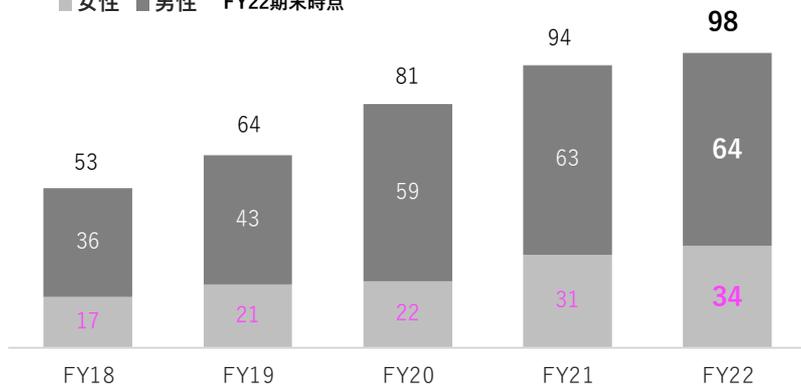
- SaaS事業領域とデジタルマーケティング領域でそれぞれ比較しても当社の利益率が圧倒的に高い
- マーケティングソリューション事業比較は収益認識基準でネット広告代理店事業を展開する企業及び、セグメント別で開示されている企業から選択
- SaaS事業比較は当社と同じくビジネスアナリティクス市場でSaaSを展開する企業を選択
- 比較企業の営業利益率は最新の開示資料から抜粋（通期以外も含む）



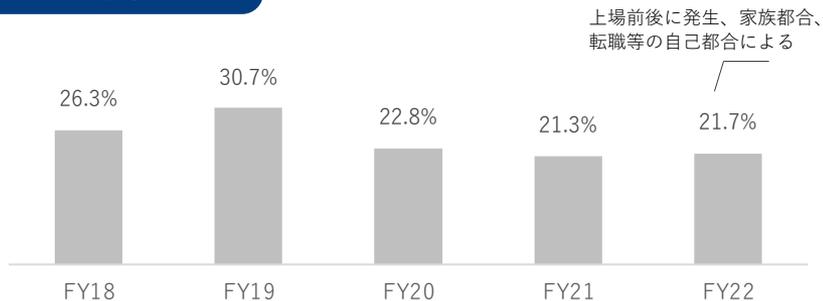
## 経営資源 従業員数の推移

### 従業員推移（正社員のみ）

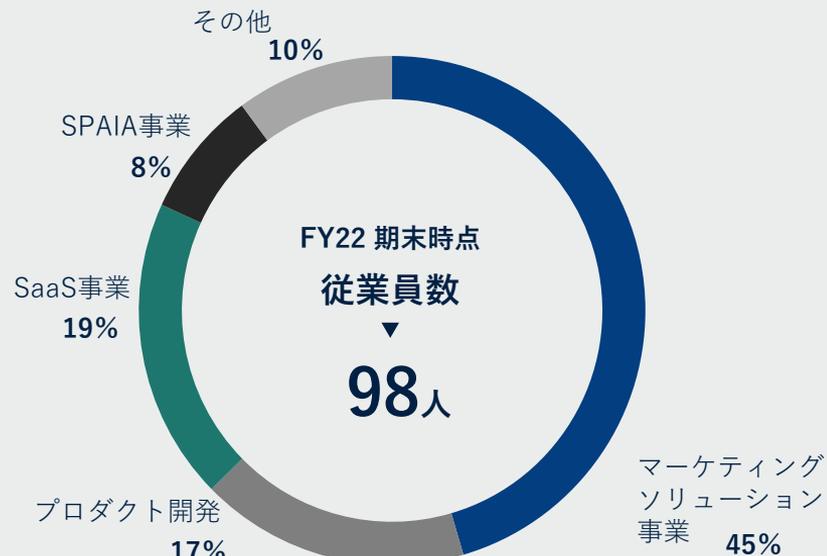
■ 女性 ■ 男性 FY22期末時点



### 退職率



### 人員構成



## ユニークな新卒採用制度

インターンやプレゼン、内定者アルバイトなどを通じ、入社までの期間にも成長できるプロセスを用意

\*主にマーケティングソリューション事業部従業員は未経験の場合、業務習得まで6ヶ月～12ヶ月の期間を要する



## 誰もがチャレンジできる『リーダー公募制度』

年1回行われる『リーダー公募制度』は誰もが参加できる独自プログラム  
 会社に貢献したい、よりよい会社を目指していきたいなど、  
 志のある従業員が自ら手を挙げて参加し、  
 課題図書、公募者同士のディスカッション、  
 プレゼンテーションを経てリーダーへの昇格が決まります

### ■過去応募実績

2016年度	6名
2017年度	5名 (うち新卒2年目 2名)
2018年度	5名 (うち新卒1年目 1名、新卒2年目 2名)
2019年度	3名
2020年度	6名 (うち新卒2年目 1名)
2021年度	12名 (うち新卒1年目 1名、新卒2年目 3名)
2022年度	8名 (うち新卒1年目 1名)

### モデルケース 1

2016年	新卒入社でマーケティングソリューション事業部配属
2018年	2017年のリーダー公募を経て、リーダー昇格
2020年	マーケティングソリューション事業部マネージャー昇格

### モデルケース 2

2017年	中途採用入社でSaaS事業部配属
2019年	2017年のリーダー公募を経て、リーダー昇格
2020年	SaaS事業部マネージャー昇格
2022年	プロモーション統括本部 シニアマネージャー

## 経営資源 社会的責任（SDGs・ESG）への取り組み

### ビジョン

年齢・性別・国籍・学歴といった差別を排除して、  
21世紀型経営を体現する

### 私たちの目標

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定しています

女性がさらに活躍できる雇用環境を整備するため、令和4年4月1日～令和8年12月31日までの4年間に於ける一般事業主行動計画を策定

1 女性管理職比率を30%以上にする

2 育児・介護休業法に基づく育児休業等、雇用保険法に基づく育児休業給付、労働保険法に基づく産前産後休業などの諸制度の周知を行い、両立支援制度のサポート体制を構築する

### 女性活躍状況

FY22期末時点

役員比率	_____	22%
常勤役員比率	_____	50%
正社員比率	_____	32%
管理職比率	_____	21%
(管理職内訳)		
マネージャー比率（課長相当）	_____	8%
リーダー比率（係長相当）	_____	25%

\*リーダー職は労基法上の「管理監督者」ではないものの、チームを管理する役職者、すなわち「管理職」として扱っています。

当社は『DE&I』を創業時から意識しているため女性活躍推進に関して特別な措置をとっていないことが最大の特徴です。多様性のみならず昇進の機会、男女差による給与差がなく公平性を担保しています。

# 経営資源 事業ノウハウ、会計、ガバナンス等 バランスのとれた経営陣体制



金島 弘樹 代表取締役CEO

2002年 大阪商業大学商経学部卒業  
2007年 金融業界を経て 合同会社GLAD CUBE 設立



財部 友希 専務取締役CIRO

2000年 ケンコーコム株式会社 入社  
2006年 イケア・ジャパン株式会社 入社  
2012年 株式会社Catch設立  
2014年 株式会社グラッドキューブ 取締役COO 就任  
2022年 株式会社グラッドキューブ 取締役CIRO 就任  
2023年 株式会社グラッドキューブ 専務取締役CIRO 就任



西村 美希 取締役CFO

2002年 新日本監査法人入所  
2016年 株式会社グラッドキューブ入社  
2019年 株式会社グラッドキューブ 執行役員就任  
2020年 株式会社グラッドキューブ 取締役就任  
2022年 株式会社グラッドキューブ 取締役CFO 就任



金島 由樹 取締役COO

2011年 株式会社グラッドキューブ入社  
2020年 株式会社グラッドキューブ 執行役員就任  
2022年 株式会社グラッドキューブ 取締役就任  
2023年 株式会社グラッドキューブ 取締役COO 就任



マイク 上杉 社外取締役

1987年 Apple Computer (USA)  
1991年 IBM (USA)  
1993年 Global Micro Solutions, Inc. 設立 CEO  
2010年 Social Rewards, Inc. 設立 CTO  
2015年 株式会社グラッドキューブ 社外取締役 就任



森住 曜二 社外取締役

1999年 太田昭和監査法人入所  
2003年 国際協力銀行プロジェクト開発部出向  
2003年 公認会計士登録  
2016年 森住曜二公認会計士事務所を創業  
株式会社グラッドキューブ 社外取締役 就任

奥田 和良 常勤監査役

2001年 日本金銭機械株式会社入社  
2018年 株式会社グラッドキューブ  
常勤監査役 就任

池原 浩一 社外監査役

2001年 新日本監査法人入所  
2005年 公認会計士登録  
2011年 池原公認会計士事務所を開設  
2011年 税理士登録  
2016年 株式会社グラッドキューブ社外監査役就任

北口 正幸 社外監査役

1997年11月 センチュリー監査法人入所  
2003年6月 北口公認会計士事務所を創業  
2013年1月 大阪弁護士会弁護士登録、北口法律事務所開設  
2015年1月 昭和法律事務所開設 (代表)  
2016年6月 日本ハム株式会社補欠監査役  
2019年3月 株式会社グラッドキューブ社外監査役 就任

## 2-5 | 事業計画



## 1. 何に投資して2023年12月期の営業利益が△25.2%となるのか

- ・ 前年同期比営業利益分析 (P.39)
- ・ 成長戦略 人的投資と採用計画 (P.40-41)

## 2. なぜ売上が大きく伸びない数値になっているのか

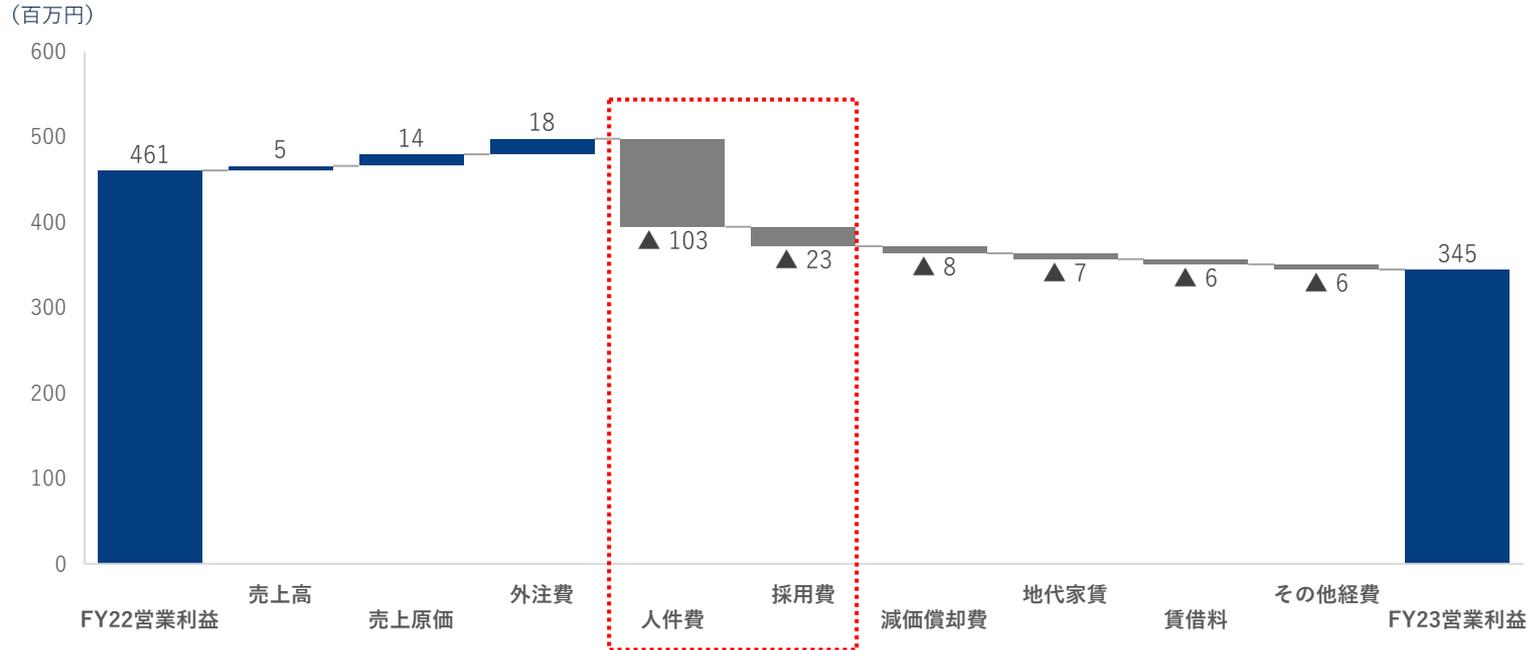
- ・ マーケティングソリューション事業のFY22の1Qであった大型案件の受注に関して、今期は未確定であるため予算に含めず新規採用は業務習得まで6ヶ月～12ヶ月の期間を要す
- ・ SaaS事業は上記理由と連動して保守的な予算組み
- ・ SPAIA事業はシェア拡大に舵取りしているため保守的な予算組み

## 3. 今後どのように成長するのか

- ・ 業務資本提携、M&Aに向けた取り組み (P.42)
- ・ 各事業別の成長戦略 (P.46-49)
- ・ 年間売上100億円以上を目指すための成長イメージ (P.50)

## 前年同期比営業利益分析

- FY23は積極的な「人的リソース」への投資が必須（P.40 以降の詳細説明参照）
- 積極的に採用を行うことにより外注費は減少する見込み



## 全従業員を対象に平均15%、最大60%以上の賃上げを実施

### 目的

#### 従業員満足度を高め、顧客満足度を上げるため

- ・可能な限り正しく評価される仕組みを取り入れることで、従業員満足度を高め優秀な人材の流出を防ぐ
- ・今後の事業拡大に伴う従業員数増大に備えた体制をFY23初期から構築していく
- ・採用を強化し、優秀なIT人材の確保をする

### 方法

#### 透明性が高い独自の評価制度「グレード制度」を導入

- ・FY22よりプロジェクトを発足し、役員、全事業部の役職者で自社に適した**独自の評価制度を構築**
- ・全従業員が目標に沿って取り組むことができ、なにを目指すべきか、なにを行うべきか明確化される仕組み

### 期待すること

**SaaS事業** ・カスタマーサクセス強化による受注率、解約率の改善  
・コンサルティングや制作受注への体制強化

**マーケティングソリューション事業** ・多くの問合せに対応できる営業体制強化  
・クリエイティブ人材の確保

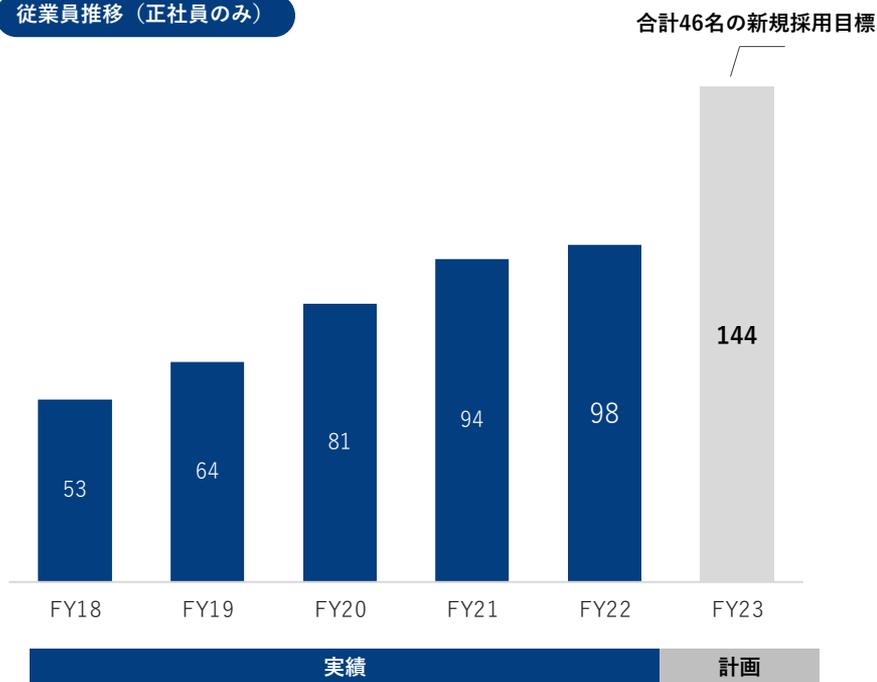
**SPAIA事業** ・水平展開に向けた体制強化

**プロダクト開発部** ・既存事業のプロダクト改善、新規開発案件のスピード化

**その他** ・業務資本提携やM&Aに備えた人員体制構築

## 成長戦略 人的投資と採用計画

## 従業員推移（正社員のみ）



## 採用目標内訳

SaaS事業	18名
マーケティングソリューション事業	14名
*クリエイティブ人材含む	
SPAIA事業	5名
プロダクト開発	5名
その他	4名

- マーケティングソリューション事業では人員補充するものの、業務を覚え独り立ちするまでに平均で6ヶ月～12ヶ月の期間を要す

## その他の人的投資

## エンジニア専用 サテライトオフィスの設置

- エンジニアが開発に集中しやすい環境をつくる
- 主にSPAIAの開発をサテライトオフィスで行うため SPAIA事業部全体が近隣オフィスへ移転

## SaaS事業

対象企業：ビジネスアナリティクス市場領域  
サイト解析サービス等で当社事業とシナジー効果が期待されるビジネスモデル

目的：プロダクト及びサービスの拡販  
マーケティングソリューション事業における顧客基盤の拡大

## マーケティング ソリューション事業

対象企業：インターネット広告代理店  
当社事業とシナジー効果が期待されるビジネスモデル

目的：マーケティングソリューション事業及びSaaS事業における顧客基盤の拡大

## SPAIA事業

対象企業：スポーツ関連提供サービス  
当社SPAIA事業とシナジー効果が期待されるビジネスモデル

目的：計画しているサービス領域拡大に向けたシナジー効果

## サイト解析・改善ツールの プラットフォーム化を目指し、 顧客の新規開拓を推進



ファーステスト

進捗状況：テストマーケティング期間を終え、新機能を実装

2022年12月27日にページ内の動画ファイルを圧縮・軽量化し、高速化サーバーから配信する機能を追加したことにより、画像のみならず動画コンテンツの多いページでも一括でかんたんに最適化し、ページを高速化することを実現。  
今後もユーザーニーズに応える追加機能を実装予定。

23/12期以降 リリース予定

動画の解析を行い改善につなげる  
ツール



ムーベスト

新プロダクトにより、さらなるクロスセル拡大が見込まれる

SaaS 事業



マーケティング  
ソリューション事業

## 積極的なM&A戦略

デジタルマーケティング領域を広げる

23/12期に既存のSaaS事業と親和性のあるサービスを展開している企業との資本提携、M&Aを行うことを目指す。

営業活動のタッチポイントを増やすことで、既存プロダクト及び新規開発予定プロダクトの拡販を狙い、FY23中にSaaS事業全体の平均単価12万円以上を目指す。

\*現在の平均単価については45ページに記載

## ChatGPT or Bardを実装した カスタマーサクセスの展開を目指す

独自のサイト解析AIと併用した活用

- ・レポート等で活用している自社開発のAIに加えて複雑なデータを分析し、結果を人間が理解しやすい形で表現させる
- ・高品質なチャットボットを提供することによるカスタマーサクセス、カスタマーサポートの実施
- ・自社のインバウンド営業活動に活かせるコンテンツの大量生成

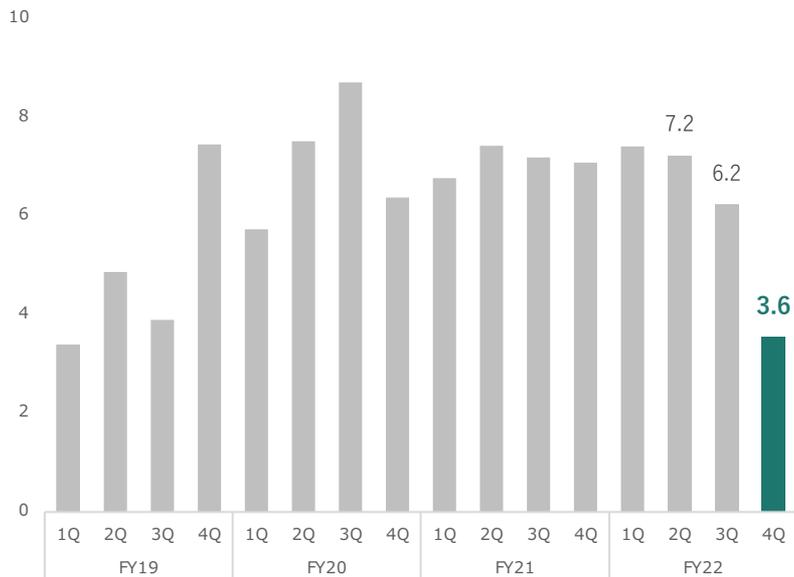


## 経営指標 SiTest KPIの推移

\*2022年12月期 通期決算資料にて開示済み

### 四半期ごとのLTV/CAC平均値推移

(単位：X)



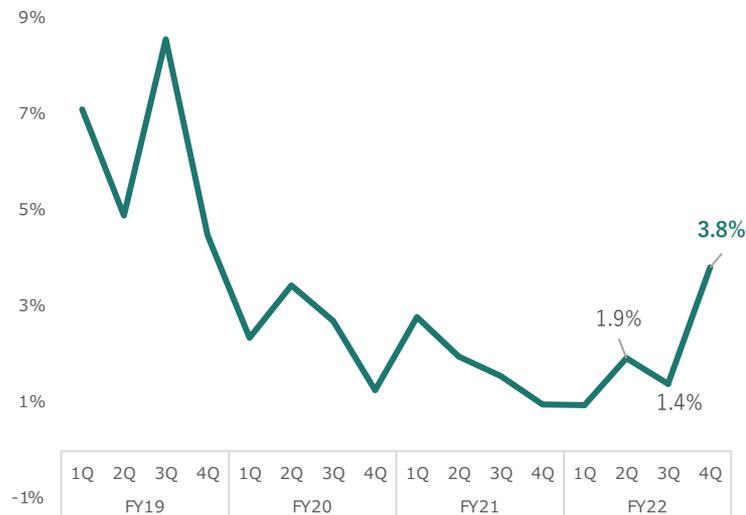
#### ●進捗状況

- ・FY22 2Q から4Qにかけて展示会出展に伴うマーケティングコスト増加、リード獲得のためのマーケティング費用等によりCACが一時的に悪化

定義：LTV/CAC…顧客生涯価値 / 顧客獲得コスト

### 四半期ごとの平均解約率推移 (Net Revenue Churn Rate)

(単位：%)



#### ●進捗状況

- ・10月と12月に大型案件のダウングレード及び停止が発生した影響により一時的に悪化したのがFY23以降は改善傾向にある

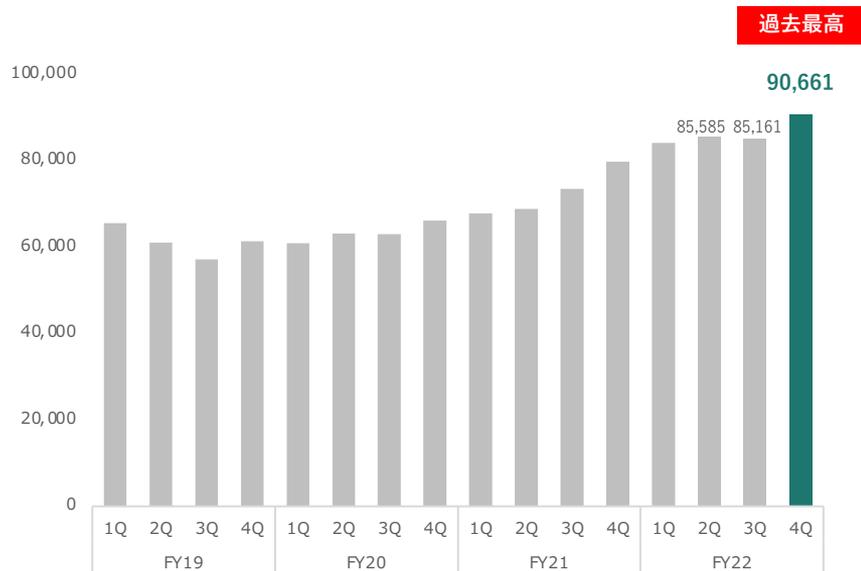
定義：(失った月次経常収益 - 増額した既存顧客分の月次経常収益) / 月初(先月末)の月次経常収益

# 経営指標 SiTest KPIの推移

\*2022年12月期 通期決算資料にて開示済み

## 四半期ごとの平均単価推移

(単位：円)



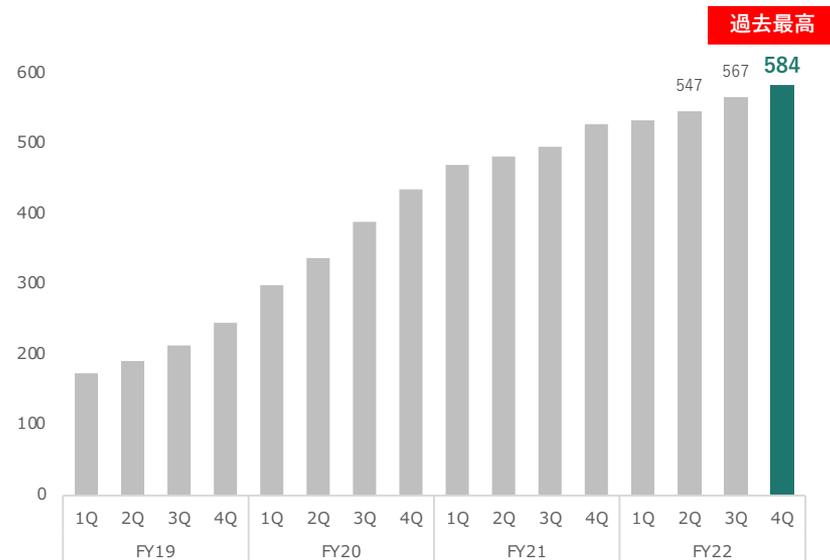
●進捗状況

- ・ツール費、付随する制作費等が順調に増加
- ・年内に平均単価12万円を目指す
- ・FasTest の成長も伴いクロスセルで単価を引き上げる

定義：平均単価…月末時点の単価をQ単位で平均した数

## 四半期ごとの平均稼働アカウント数推移

(単位：件)



●進捗状況

- ・セールス、カスタマーサクセスによりSiTest のアカウント数が順調に増加

定義：月末時点の稼働アカウント数をQ単位で平均した数

## SaaS事業とマーケティングソリューション事業のシナジー効果を最大化し、継続的な売上高の成長を実現

SaaS 事業

マーケティング  
ソリューション事業

クロスセル売上比率を上げる施策



1. 事業間のパッケージ販売強化によるクロスセル売上高の向上
2. ウェビナー、セミナー開催による新規リードの獲得
3. SaaS事業のパートナー連携によるアカウント数拡大
4. SaaS事業のパートナー向けカスタマーサクセスチームの体制強化
5. マーケティングソリューション事業の既存顧客へアプローチ

## 子会社の設立、M&A

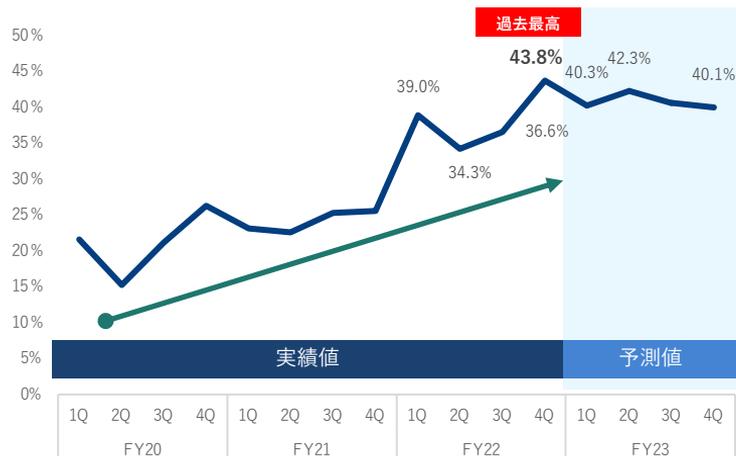
体制の一部を分散することで効率化を目指す

広告運用に特化した子会社設立を視野に入れながら、2023年内に既存のマーケティングソリューション事業と親和性のあるサービスを展開している企業との資本提携、M&Aを行う。

上記の取り組みにより、広告費の取扱高を拡大し、SaaS事業との連携も強化。

# 経営指標 マーケティングソリューション事業

四半期ごとの平均クロスセル売上比率 \*2022年12月期 通期決算資料にて開示済み

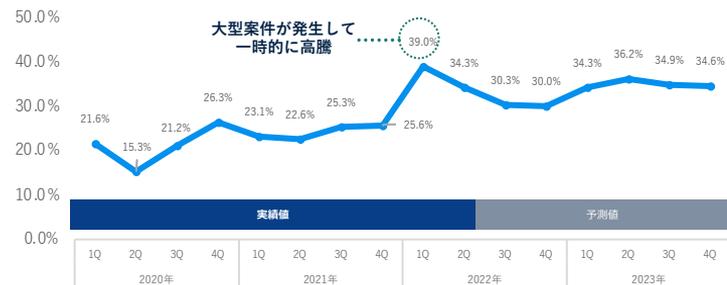


FY22 9月時点の計画値30.0%に対し実績値は43.8%となった

差異発生要因はクロスセル売上の効果が増幅したことによる

今期はコンサバティブな予想値で設定しているが、40%以上の水準を保ちながら60%を目指していく

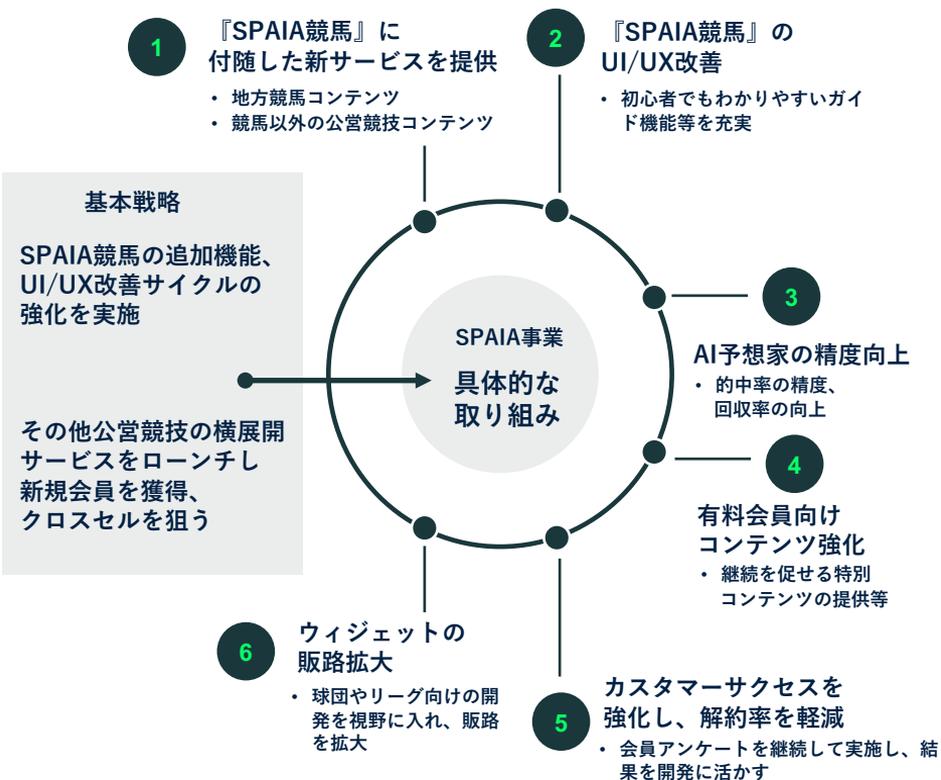
FY22に開示した四半期ごとの平均クロスセル売上比率



## クロスセル売上比率計算方法

- 分母をSaaS事業全体とマーケティングソリューション事業全体の売上合計とし、分子は、SaaS事業とマーケティングソリューション事業両方で取引のある顧客の売上高の合計です。
- クロスセルの成長戦略を開始した2020年12月期から計算しています。
- クロスセル売上比率はQの平均値で計算しています。
- 23/12期 1Q以降の数値は前年比を勘案し、保守的な数値で予測を立てています。

## 成長戦略 SPAIA事業



## アプリ開発

豊富なデータとAI予想を展開するSPAIAブランドは左図の基本戦略のまま、特徴が異なる新たな価値提供をする競馬予想アプリを開発予定。

## 公営競技の水平展開

ユーザーも多く、オンラインの活用が認知されている公営競技の開発に2023年から開発着手予定。

## ChatGPT or Bardを下記に実装予定

- 自動応答やFAQの回答
- 大量のコンテンツ生成
- リードジェネレーション
- バーチャル・アシスタント
- 言語翻訳など

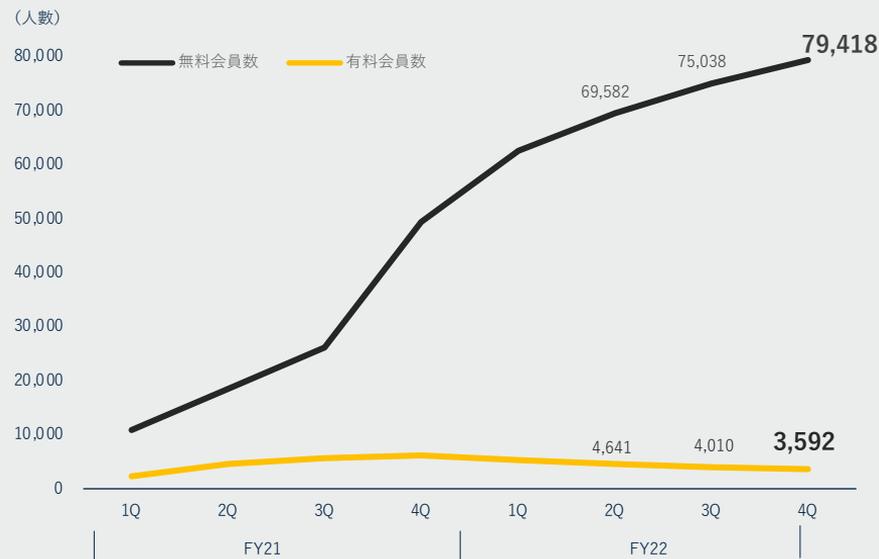
## 経営指標 SPAIA事業

\*2022年12月期 通期決算資料にて開示済み

有料会員は減少したが引き続きUI/UX改善を行う  
無料会員は堅調に推移している

SPAIAは認知活動を強化し、新たなアプリ開発や水平展開に向けた開発に注力する

### SPAIA競馬 四半期ごとの平均会員数

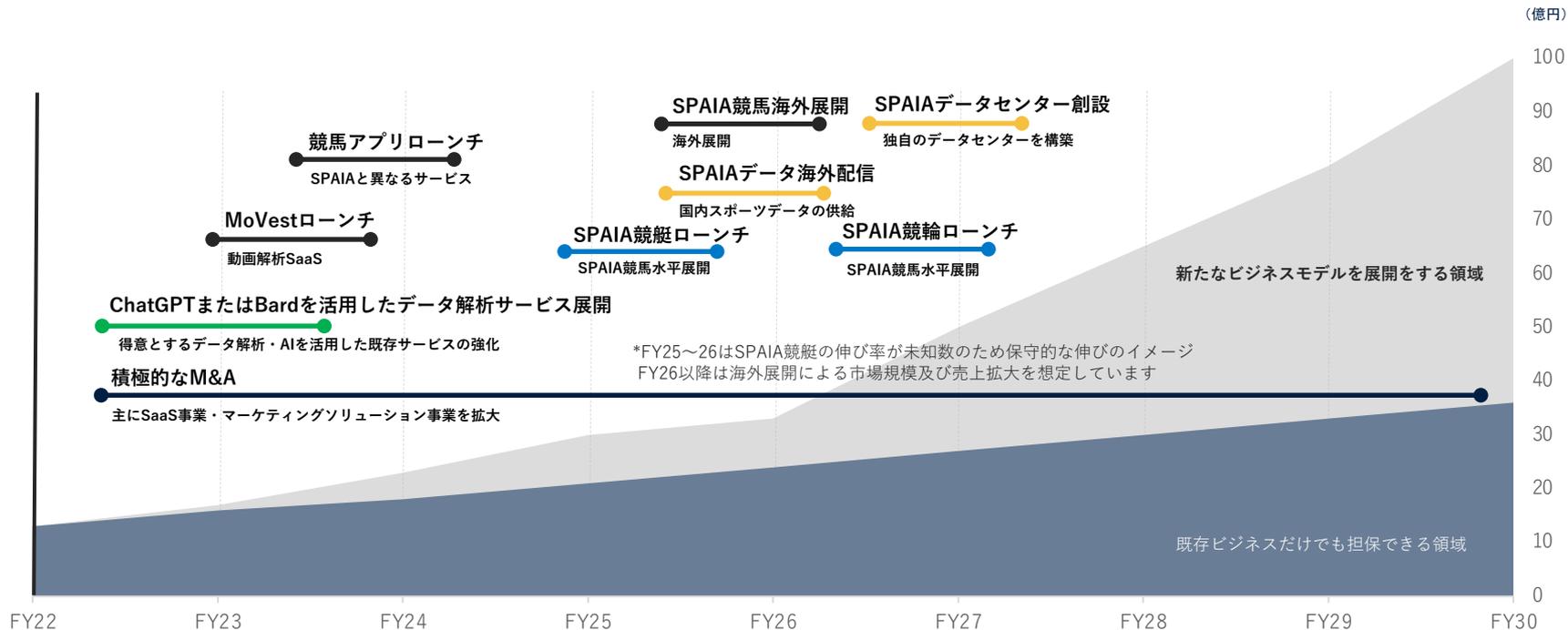


#### SPAIA競馬会員の動き

- 2022年12月に有料会員の価格設定を変更
- ゴールドコース、プラチナコースは2021年8月時点の値上げ前に近い価格設定
- 価格改定後より主にプラチナコースが増加している
- ポイント制度を導入し、継続を促す施策等を実施

## 年間売上100億円以上を目指すための成長イメージ

規模拡大に向けてシナジーの効くM&Aや事業連携を積極的に行い、SaaS事業・マーケティングソリューション事業の高い利益率を維持しながら新たなプロダクト展開、SPAIA事業の新サービスを展開していく。  
 新たなスポーツデータの取得及び海外へのデータ提供、公営競技の水平展開を視野にいれて2023年より取り組んでいく。



\* 中長期的な成長イメージは、あくまで経営上の目標を示したものです。  
 実現の時期を示唆するものではなく、実現を保証するものでもありません。



## 競合の状況

- ・ 包括的なデジタルマーケティング支援をしている観点かつ比較対象になりやすい企業を選定
- ・ 顧客がウェブ上で集客から売上拡大まで包括的な支援を望んでいる場合に当社のカバー領域がマッチしていると言える

	 Glad Cube	広告代理店系	国内解析系A	国内解析系B
対象企業規模	小規模・中小・大手	大手	中小・大手	小規模・中小・大手
主な支援範囲	広告・サイト解析・制作	広告・リサーチ・制作	サイト解析・SNS解析・データ解析	EFO・サイト解析・データ解析
支援ツールの有無	サイト解析・サイトスピード改善	なし	サイト解析・SNS解析 AIチャットボット提供等	EFO・ウェブ接客 DX支援
コンサルティング提供	広告からサイト解析・改善	戦略立案から有り	サポート体制あり	顧客獲得支援 サポート体制あり
メディアの有無	スポーツデータ解析サイト SPAIA	デジタルマーケティング メディア	なし	なし

\*デジタルマーケティング課題に対する支援に関して、商談を行った企業の担当者から直接ヒアリング、および公開されている対象企業のウェブサイト等をもとに、当社作成

## 資金使途

(単位：千円)

項目		内容	調達資金	22/12期までの 利用状況	
成長投資	新規開発	新規プロダクト創出のための開発費及び設備への充当	231,600	7,854	SPAIA競馬とSPAIA toto開発のための外注費として2022年10月～12月の間に7,854千円を使用
	社内システム	社内会計システム等の強化及び開発に充当	135,000	0	現時点において未使用
	広告宣伝費	認知向上、売上拡大を目的としたマーケティング費用に充当	159,360	0	現時点において未使用
事業拡大に伴う費用	セキュリティ強化	従業員の安全確保のためオフィスのセキュリティシステムの追加、情報漏えい防止等に充当	6,000	0	現時点において未使用
	合計		531,960	7,854	

## 認識するリスクと対応方針

項目	リスク概要	可能性	時期	影響度	対応方針
インターネット 関連市場	インターネット利用に関する新たな規制やその他予期せぬ要因により、インターネット利用環境が急激な変化に見舞われ、インターネット利用の発展が阻害される可能性があります	中	短期	大	インターネット関連市場の動向の影響を受けにくくなるような様々なビジネスモデルの事業に参入する等のリスクの分散を行っております
競合について	SaaS事業とマーケティングソリューション事業にはすでに複数の競合が存在しており、今後インターネット市場拡大に伴い新規参入が予想されま	中	短期	中	独自の教育体制により企画から制作、運用、コンサルティングに至るまでをワンストップで提供できる体制の構築、競合優位性の確保を行います
法的規制の変化	インターネットやソーシャルメディアの事業に係る法的規制または自主規制の強化、GDPR等規制の強化がなされた場合、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります	低	長期	大	法規制の動向に注視し柔軟に対応します
SPAIA事業について	開発やクリエイティブ人材、開発の外注等先行投資が必要なため継続していますが、想定通りに進まない場合は事業及び業績等に影響を及ぼす可能性があります	低	長期	小	投資対効果を見極めながら開発及びクリエイティブ人員の採用と育成、マーケティング施策の強化と広報活動による収益性の向上に向けた取り組みを継続します

当社が認識するリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。本ページに記載されていないリスクについては有価証券届出書等「事業等のリスク」を参照願います。また、現在において当社が判断したものであり、将来発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

## 想定質問と回答



## — 想定質問と回答

カテゴリ	想定される質問	回答
SaaS事業 売上	<p>来期以降の売上について</p> <p>クロスセル売上比率を上げるためにどう取り組んでいるか</p>	<p>ツール導入だけではなく、コンサルティングや関連するクリエイティブ制作など、包括的な支援を想定しており、セールスやカスタマーサクセス、コンサルチームの拡充など、採用や教育、体制見直しを行っています。質の高いサービスを提供することで継続的な売上高の向上と顧客単価の向上に期待できると捉えています。</p> <p>マーケティングソリューション事業との連携強化のため、新規提案の際は顧客ニーズに応じて広告/SiTest/FasTest/制作/コンサルティングの提案機会を伺っています。既存顧客に対しても同様、定期的なアプローチを行い提案を行っています。</p>
SaaS事業 解約・ ダウングレード	<p>解約やアカウント伸び率の低下の要因として外部環境の影響があるか</p>	<p>景気懸念等からマーケティング投資のコストカットや事業縮小が影響しているケースは存在します。一方で新規事業立ち上げのフェーズで利用いただくケースもあるため、市場のシフトに柔軟に対応しながら提案してまいります。</p>
SaaS事業 市場環境	<p>クラウドのSaaSに関しても、節約志向、コストダウン志向で伸び率が低下しているという話があるがどのような認識か</p>	<p>市場全体としては、節約志向・コストカットする企業は出始めていますがオンラインで収益を上げている事業者や広告代理店などは解析ツールを導入いただくニーズもあります。</p>
SaaS事業 SPAIA事業 コスト	<p>サーバー費用に関して為替や電気代高騰などによりコスト上昇の影響は心配しなくて良いか</p>	<p>急激に円安が進むとコストアップ要因につながるが、現時点で基本的に高い利益率が維持できています。またコスト削減やパフォーマンス向上につながるインフラ改善は常に行っているため、直近で大きく原価増となる心配はありません。</p>
SPAIA事業 営業活動	<p>ウィジェットの拡販の可能性はあるのか？</p>	<p>未導入の新聞社やメディアなどに対して営業活動を継続して行う予定です。</p>
SPAIA事業 事業展開	<p>公営競技の水平展開はいつから開始するのか？</p>	<p>提供時期は未定ですが、今期より開発に着手する予定でおります。</p>



## 免責事項

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、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。

## 開示のタイミング

本資料は今後、通期決算発表時期の2024年2月中を目処として開示を行う予定です。

社名に込めた我々のミッション

喜びをカタチにする