



株式会社グラッドキューブ

2023年12月期 事業計画及び成長可能性に関する事項書き起こしレポート

動画撮影日:2023年2月22日

登壇者:代表取締役 CEO 金島 弘樹

2023年2月14日に発表された、株式会社グラッドキューブ 2022年12月期通期決算説明動画の内容を書き起こしでお伝えします。



目次

1. 2022年12月期 決算 ハイライト	P. 5
2. 事業別業績推移	P.13
2-1. SaaS事業	P.14
2-2. マーケティングソリューション事業	P.17
2-3. SPAIA事業	P.20
3. 今後の成長戦略に関する事項	P.22

金島弘樹氏: こんにちは。株式会社グラッドキューブ代表取締役社長、金島弘樹です。よろしくお願ひします。

[2月14日に決算を発表](#)させていただきましたが、今回は、その際にお伝えしていた事業計画及び成長可能性に関する事項をご説明します。2月14日の決算発表の動画も残していますので、こちらもあわせてご覧ください。

— 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

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 4

まず、売上高、営業利益、経常利益ともに過去最高を達成しています。売上高は21.8パーセントアップの14億8,000万円、営業利益は58パーセントアップの4億6,100万円、経常利益は52.6パーセントアップの4億5,500万円と、それぞれ大幅な増収増益となっています。

— 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%

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 9

ただし、売上高の前期のコミットメントラインは15億10万円でしたので、進捗率は96.8パーセントと、予想より1.4パーセントのマイナスとなりました。また、経常利益は4億7,900万円のコミットメン

トラインでしたが、4億5,500万円となりましたので、進捗率は94.9パーセントと、予想より5.1パーセントのマイナスとなりました。

このあたりは非常に評価が分かれるところではありますが、コミットメントラインを達成できなかったことに関しては、自分自身も悔しい思いをしていますし、期待していただいた株主の方々やステークホルダーの方々の信頼を失いかねないと考えています。

今期の決算に関しては、非常にコンサバに、十分に達成できるラインを出しつつ、未来の話になっていきますので、我々も成長性を期待されているグロース市場であることは重々承知しています。より上方修正を出していける企業として邁進していきたいと思えます。

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

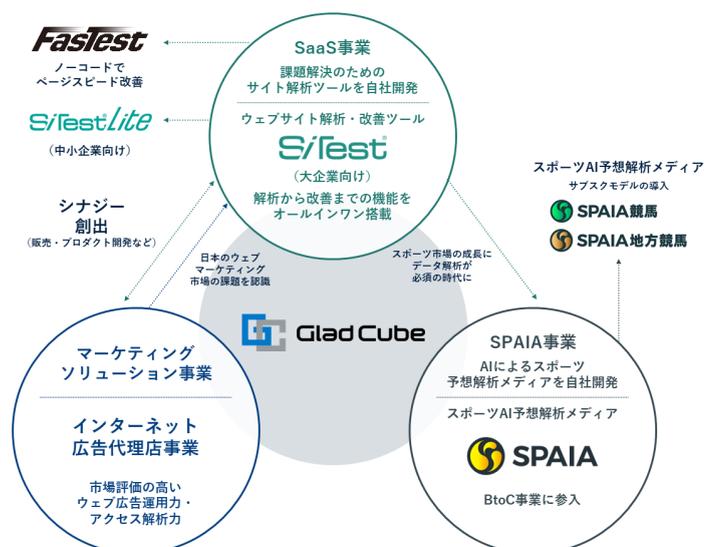
私たちの最大の貢献はデジタルサービスを通じて喜びをカタチにすること、
そして原理原則に倣い、感謝を通じて幸せと笑顔を生み出します。

事業概要についてご説明します。あらためてになりますが、ビジョンは「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」ということを考えています。

— 事業概要 ビジネスモデル

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



Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 14

ビジネスモデルについてです。当社は主要事業を3つ展開しています。1つ目はSaaS事業です。こちらは「SiTest」という、Webサイトを解析するシステムやWebサイトを高速化するシステムを展開している事業です。

2つ目はマーケティングソリューション事業です。こちらは広告代理店事業や動画制作、サイト制作のクリエイティブチームであり、お客さまの売上に関する課題解決などの支援を行っています。

3つ目はSPAIA事業です。こちらはスポーツをAIで解析する事業です。プロ野球やJリーグ、Bリーグ、そしてスピンオフした公営競技も1つのスポーツとして、「SPAIA競馬」や「SPAIA地方競馬」というサービスを展開しています。

— SaaS事業 自社開発の解析ツール『SiTest (サイテスト)』

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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) 	<p>月額課金制 5万円～</p> <p>付随する有料サービス コンサルティング・サイト制作等</p>
--	---	---

開発の背景・課題認識	特徴
<p>ウェブ広告出稿における課題</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>↓</p> <p>解析ツール SiTest を 自社開発</p> <p>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</p>	<p>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</p> <p>← SiTest がカバーする領域 →</p> <p>← SiTest Lite がカバーする領域 →</p>
<p>導入企業例</p>	<p>アジアでの導入数 700,000 サイト突破</p>

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 17

ビジネスモデルについて簡単にご説明します。まず「SiTest」に関しては、資料に記載のとおり、月額5万円から、ページビューの数に応じて月額課金(サブスクリプション)による料金をお支払いいただいています。

また、2022年9月28日に、この事業のARPU(平均売上単価)を8万5,000円から15万円にするとお話ししていましたが、コンサルティングやサイト制作などのクリエイティブに関しても別途費用をいただくことにより、結果として通期決算で9万円まで上げることができました。

— SaaS事業 SiTest の主な機能

<p>ヒートマップ解析 ・ 定量分析</p>	<p>スクロールデータ (パソコン・スマートフォン・タブレット)</p> <p>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</p>	<p>マウスグラフィ (スマートフォン・タブレット)</p> <p>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</p>	<p>タッチアクション (スマートフォン・タブレット)</p> <p>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</p>
	<p>その他のサイト改善機能</p>	<p>ポップアップ機能 (パソコン・スマートフォン・タブレット)</p> <p>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</p>	<p>A/Bテスト・スプリットテスト機能</p> <p>「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</p>
<p>知的財産</p>	<p>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</p>		

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 18

「SiTest」の主な機能です。資料に記載のとおり、ヒートマップの定性的な分析や、その他のサイト改善機能として定量的な分析を行い、サイトの課題解決に取り組んでいます。

— 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

ユーザーの行動データを収集
行動データの解析
解析結果から仮説立て
A/Bテストの実施
テスト結果分析レポート作成
本番環境への実装



← SiTest がカバーする領域 →

← SiTest Lite がカバーする領域 →

導入企業例



アジアでの導入数
700,000
サイト突破

Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 17

ビジネスモデルと収益構造です。パートナー販売、バルク販売、OEM販売があります。従前は自社による直接販売が99パーセントと非常に多かったのですが、昨年度からパートナーが増加し、現在は売上の約7割が自社での直販になっています。

現在パートナーとしては、広告代理店やサイト制作企業のようなクリエイティブ会社があります。そのような企業から我々に広告を振っていただき「SiTest」を用いたり、広告代理店に「SiTest」を使用していただいたりしています。

— SaaS事業 自社開発の解析ツール『Fastest（ファーステスト）』

	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>月額課金制 5万円～</p> <p>付随する有料サービス コンサルティング・サイト制作等</p>
---	---	---

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



 ページ高速化の流れ


Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 20

「Fastest」についてです。先日、日経新聞でも取り上げられましたが、サイトを高速化することで、非常に大きな話題になっているアメリカの会社があります。その会社はAPIを使って各会社のWebサイトを高速化しており、今後上場していくことが想定されます。

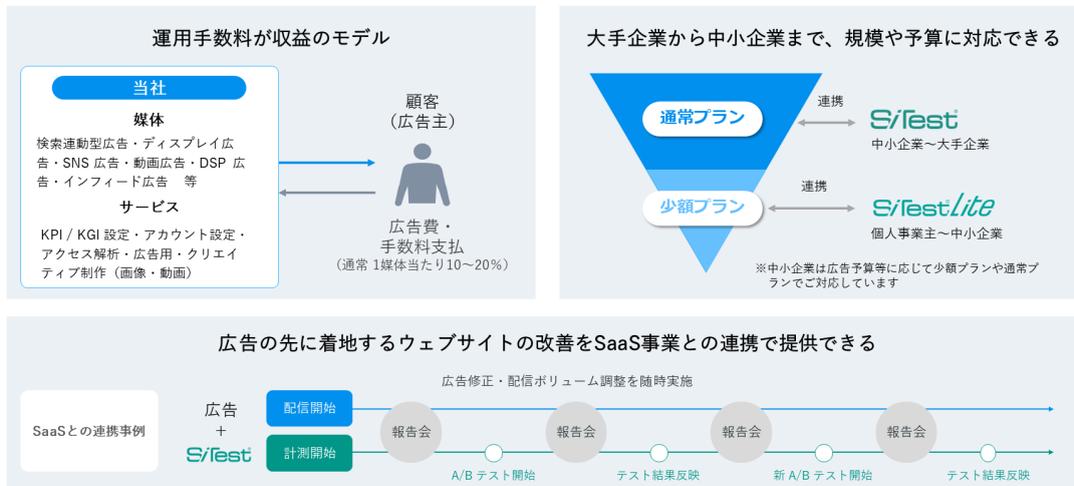
一方、我々は独自の手法を用いており、サイトにコードを入れるだけでWebサイトを高速化することができます。

なぜこの高速化が重要かと言いますと、日本の場合「Google」や「Yahoo!」などの検索エンジンは、サイトの閲覧速度によってWebサイトの順位表示(SEO)が上に上がりやすくなるという点があります。さらに、ユーザーが1秒間ほどWebサイトを閲覧し、遅いと感じると、そのうちの30パーセントが離脱してしまう傾向にあります。

そのような観点から、EC事業者、またはBtoBのお客さまに関しても、どれだけ速くサイトを見せるかが離脱の防止につながり、売上アップにも非常に加味してきます。したがって、今後はこのツールを広く展開していきたいと考えています。

— 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



Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 21

マーケティングソリューション事業です。こちらはネット広告の運用となります。広告主から広告費をいただき、「Google」や「Yahoo!」「Facebook」「Instagram」など、日本のさまざまな媒体でインターネット広告を取り扱い、マーケティングを支援しています。

— SPAIA事業 概要

SPAIA
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、セイパームトリクス(*)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おり、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。

※セイパームトリクス：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事業についてです。「SportsをAIでAnalyzeする」ということで、頭文字を取ってSPAIA事業と名付けました。今後さらに認知度を上げていくことが大切ですが、日本のスポーツ、そして海外のスポーツに関しても、これからはデータというものが欠かせない時代が来ると考えています。

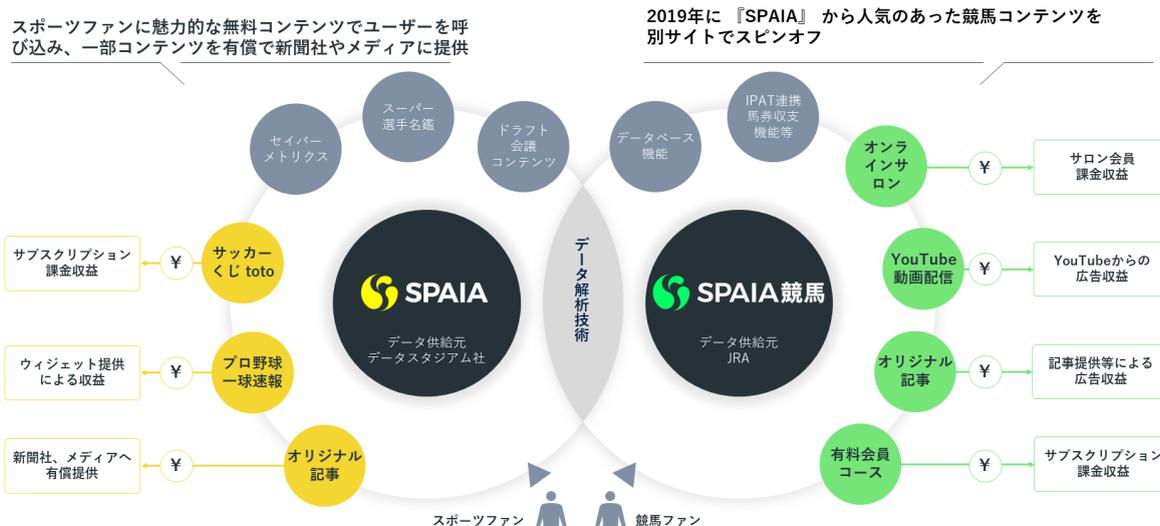
スポーツとデータ、AIにどれだけ価値があるのかについては、まだ評価が割れているところではありますが、今後、日本の法律が変わった際のスポーツベッティングに限らず、競馬や競艇、競輪、オートレースなどのすべての公営競技にも、AIで支援できる部分がいろいろあると考えています。そのため、我々は「SPAIA」を開発し、サブスクリプションで提供しています。

また、3月にはWBC(ワールドベースボールクラシック)が行われます。先日のプレスリリースにも出しましたが、海外や侍ジャパンのデータ提供、さらに今後はAIによる勝敗予想などを行います。短い期間にはなりますが、WBCも盛り上げていきたいと思っています。

すでにプロ野球のオープン戦もスタートしていますが、3DCGによって、一球速報で次に投げるボールがどこにぶつかるかなどをすべてAIで展開していきます。今後はそれらを参考に、プロ・アマ含め、このデータをうまく活用していきたいと思っています。



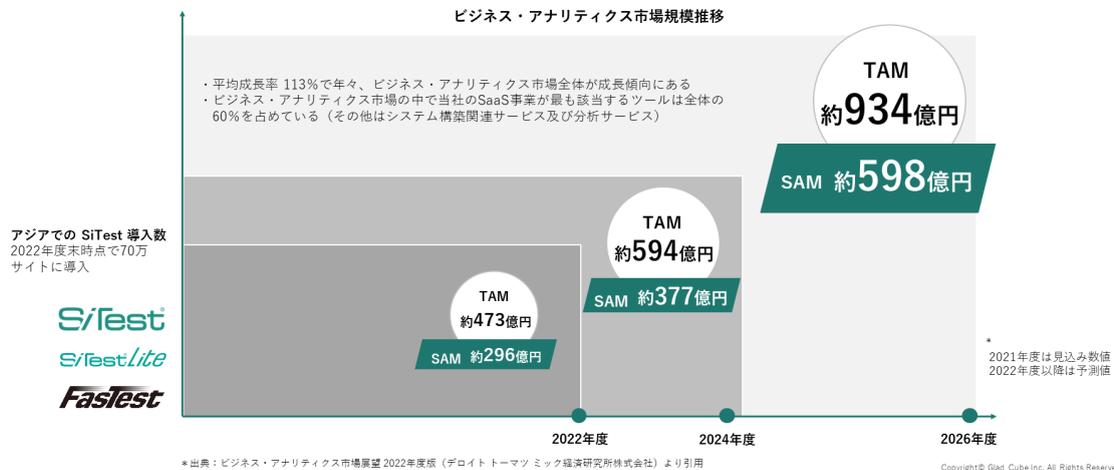
— SPAIA事業 ビジネスモデルと収益構造



収益構造としては、「SPAIA」と「SPAIA競馬」の2つに分かれています。「SPAIA」はBtoB、「SPAIA競馬」はBtoCで展開しています。

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：ターゲティングした需要）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

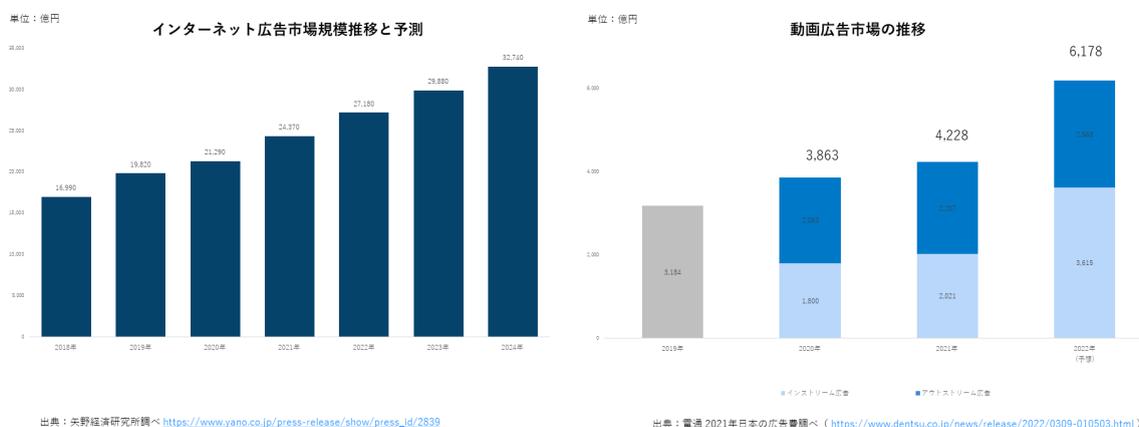


市場環境です。SaaSに関するTAMとSAMに分けています。TAMは市場規模で、SAMはその中にある、自分たちがターゲットにできる事業になります。ビジネス・アナリティクスの市場規模は約934億円で、我々がターゲットとする需要は598億円です。これらは2026年に向けて成長していきます。

この300億円から1,000億円の市場というのは、なかなか大手が参入してこない市場であり、中小企業やベンチャー企業が大きく収益を上げられる事業だと考えています。今後はこのSaaSの売上を2倍、3倍、10倍にしていきたいと考えています。

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



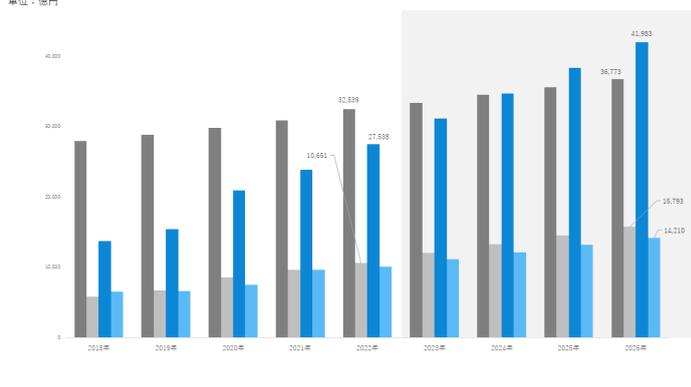
マーケティングソリューションのTAMです。矢野経済研究所の調査では、2023年の時点で2兆9,880億円の市場となっています。動画広告については、昨年度で6,178億円という市場規模です。



市場環境 SPAIA事業におけるTAM

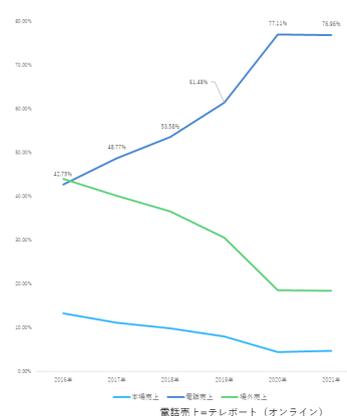
SPAIA事業で展開している「SPAIA競馬」は2026年までに他の公営競技へ水平展開予定
過去実績からの予想値によるが、既に展開している中央競馬は3.7兆円、地方競馬は1.6兆円の見込み
開発予定の競艇、競輪を合わせると11兆円にのぼる
いずれの公営競技もオンライン購入の割合が増加しており、競艇においては顕著である

単位：億円 公営競技全体の売上高（売得金）推移と予測



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、一般社団法人全国オートレース協会の協賛会、公益財団法人 J K A

競艇の舟券購入経路推移

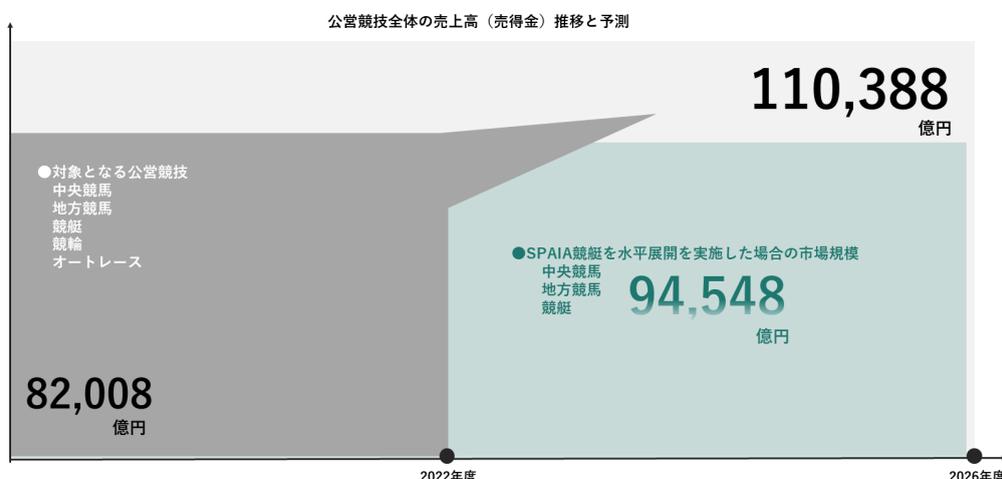


Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 27

SPAIA事業の市場規模です。スライドのグラフでは、中央競馬、地方競馬、競艇、競輪を表示しています。2023年は中央競馬が微増ながらも少しずつ右肩上がりとなっており、売得金も現時点で4兆円近くまで戻ってきています。また、今後さらに成長が期待されているのが競艇と競輪ですので、現在はAIによる開発をどんどん進めています。

— 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・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・一般社団法人全国オートレース協会の協賛者協議会・公益財団法人 J K A

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 28

SPAIA事業のTAMとSAMについてです。今回はあくまでも公営競技全体の売上高の推移と予測になっていますが、我々が対象としている中央競馬、地方競馬、競輪、競艇、オートレースは、2026年度に約11兆円の市場規模になる見通しです。

「SPAIA競艇」の水平展開を実施した場合の市場規模は9兆4,548億円です。2022年は8兆2,008億円でしたので、売得金としては非常に大きな市場規模となっています。インターネット広告よりも3倍近い市場規模であることは間違いありません。

ただし、我々は30年以上後発のサービスとなっていますので、まずは認知からスタートしていく戦略です。無料ユーザーを大量に集めて20万ユーザーを達成し、そこからサブスクリプションへ移行させたいと考えています。

— 市場環境から見る当社の強み

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

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 30

競争力の源泉についてです。市場環境から見る当社の強みは5つあります。1つ目は、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です。2つ目はトップクラスの営業利益率、3つ目は従業員推移・人材育成の仕組みです。

4つ目はDE&Iが実現された職場環境で、こちらはESGやSDGsにも関係しています。そして5つ目はバランスのとれた経営体制となっています。

— 競争優位性 当社の強み

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



- 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**

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 31

当社の強みについて、1つ目からご説明します。資料に記載のとおり、SaaSの解析と広告は非常に親和性が高いビジネスとなっており、多くの広告代理店がさまざまな機能のある解析ツールを導入し、顧客にパッケージで提供しています。

我々は自社でSaaSの解析システムを持っています。競合にはあたりませんが、その解析システムをパートナーの広告代理店に使っていただいているということで、売上の相乗効果は非常に大きくなっています。現在、広告を使っている我々のクライアントの43.2パーセントが「SiTest」を使っています。

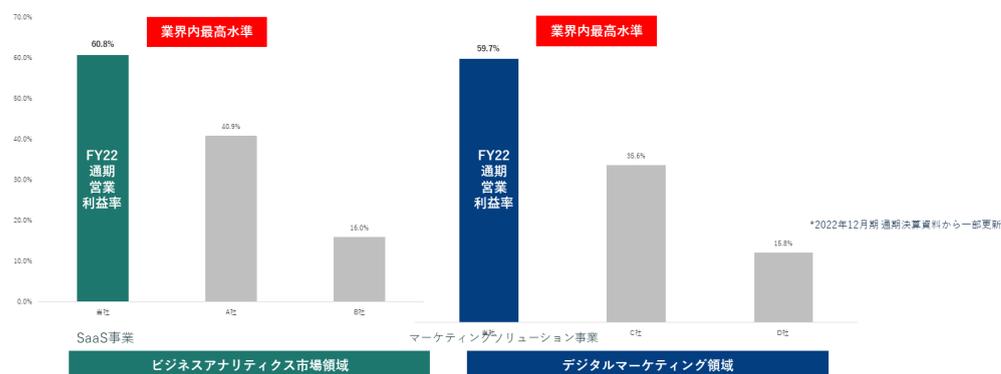
今後は、新しくできたWebサイトを高速化させるシステムである「FasTest」をパッケージとしてバンドリングして販売していくことを推し進めていきます。

— 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）



Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 32

競争優位性についてです。業界内でもトップの営業利益率を誇っているビジネスアナリティクス市場とデジタルマーケティング領域の2つを調べました。

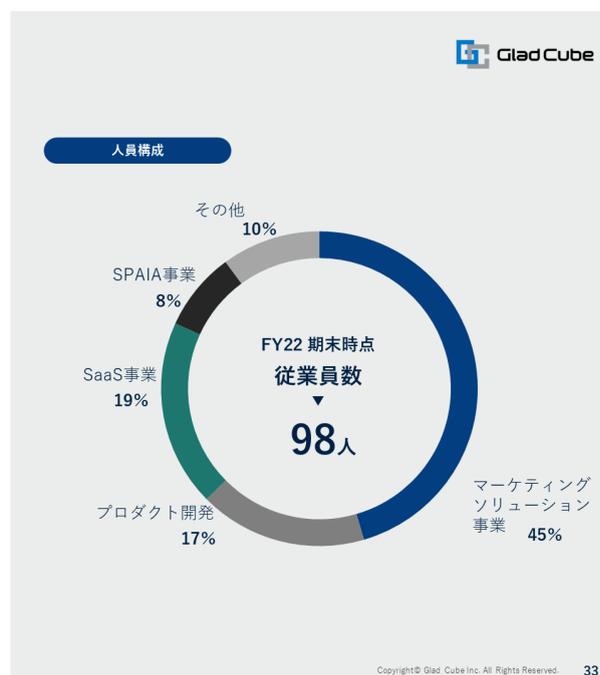
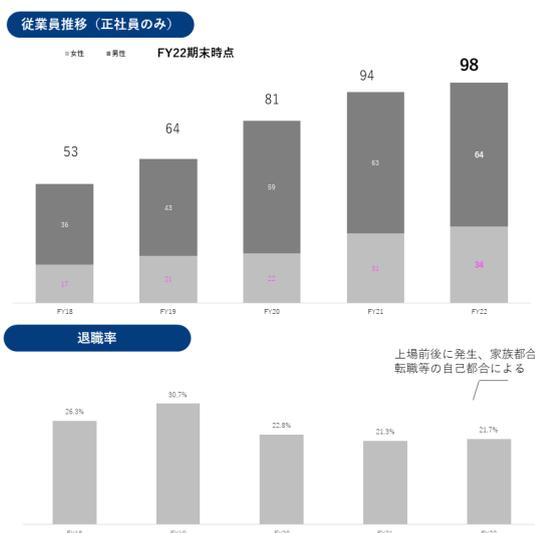
スライドに記載のとおり、ビジネスアナリティクス市場に関しては、業界内の最高水準である60.8パーセントとなっており、大手の上場会社と比較しても約1.5倍となっています。

さらに、デジタルマーケティング領域は広告に関するものですが、こちらは59.7パーセントと、最大手の企業と比較しても2倍近くあります。

我々が類似企業の中でもトップクラスの営業利益率を誇っていることに関しては、生産性の高いオペレーションの独自のノウハウや教育もそうですが、インターネット広告を使った集客や、営業担当をたくさん使ってアポイントしていくというスタンスに加えて、お客さまが自動的に我々を選んでいただけるようなビジネスモデルを構築してきたことが関係しています。

結果として、営業コストがほとんどかからず、その分お客さまへの支援に集中できるため、お客さまの固定率も高くなっています。昨年には、Googleの「Premier Partner Awards」の見込み客の発掘とオンライン販売部門で5年連続で日本一になりました。このようなことから、我々の運用広告の能力の高さが評価されている次第です。

— 経営資源 従業員数の推移



従業員数の推移です。スライドでは、正社員のための推移を記載しています。昨年度は役員を除いて98人となりました。退職率は21.7パーセントですが、優秀な社員の離職率は非常に低いです。

しかし、退職する方が優秀ではないかという、そうではありません。我々は非常にストイックに事業を展開していますので、そこについてこられない方も存在します。また、社内間競争も非常に激しい状況ですので、十分に成果が出せないと思った方が離職してしまうかたちになっています。

一般的には、離職率は15パーセントから20パーセントくらいが風通しがよいと言われていますので、今後はさらに働きやすい環境へと改善するために、4月から新しい制度も導入していきます。

— 経営資源 人材採用・育成における当社の特徴と強み

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

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 34

人材採用・育成における当社の特徴と強みに関しては、ユニークな新卒採用制度を用いています。また、管理職になる人を役員が選ぶよりも、自分たちで手を挙げて、責任と覚悟と意思を持ってリーダークラス・マネージャーになる、「リーダー公募制度」という独自のプログラムを作っています。

社内間で議論したり、役員の前でプレゼンテーションしたりなど、自分からチャレンジする方たちが役職者になるべきだという制度です。そのような方たちが候補者同士で社内間で競争しながら高め合っていく中で昇格が決まり、給与も上がっていくかたちです。

ただし、リーダーになれば給料が上がるというわけではなく、もちろん能力給という面も用意するなど、我々のほうでもうまく取り組んでいます。

— 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年間にお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。

Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 35

SDGs・ESGに関する取り組みについてです。当社ではビジョンとして2011年から掲げており、すでに進めていましたが、SDGs・ESGは今、非常に重要視されています。もともと年齢・性別・国籍・学歴などによる差別を排除していく方針で経営しており、社内にはさまざまな国籍の方がいます。

また、私たちの目標として、女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、女性がもっと活躍できる雇用環境の実現を目指しています。具体的には、女性管理職比率を30パーセント以上に上げていくことや、育児休業や育児休業給付、産前産後休業などの諸制度の周知を行い、女性がより働きやすくなるようにサポート体制を整えることを進めています。

現在、女性の常勤役員比率はすでに50パーセントです。その他、正社員の女性比率は32パーセントであり、リーダー、マネージャー、シニアマネージャーなどの管理職の女性比率は20パーセントを超えています。これは他社と比べると非常に高い水準にあります。

これらの数字は、先ほどビジョンでお伝えしたように、年齢・性別・国籍・学歴などに関係なく、気概を持った社員を大切に評価していることが、結果として表れていると考えています。ただし、今後は女性管理職比率は30パーセント以上なければいけないと思っていますし、将来的には50パーセントにまで伸びていくかたちがよいと思っています。

DE&Iについては、当社は創業時から意識しているため、特段、新しく設定してチャレンジしていく方針は持っていません。もともと取り組んできたことが、今の結果に表れていると考えてください。

— 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 株式会社グッドキューブ 取締役COO 就任
2022年 株式会社グッドキューブ 取締役CIRO 就任
2023年 株式会社グッドキューブ 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 株式会社グッドキューブ入社
2019年 株式会社グッドキューブ 執行役員就任
2020年 株式会社グッドキューブ 取締役就任
2022年 株式会社グッドキューブ 取締役CFO 就任



金島 由樹 取締役COO
2011年 株式会社グッドキューブ入社
2020年 株式会社グッドキューブ 執行役員就任
2022年 株式会社グッドキューブ 取締役就任
2023年 株式会社グッドキューブ 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 株式会社グッドキューブ 社外取締役 就任



森住 隼二 社外取締役
1999年 太田昭と監査法人入所
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 森住隼二公認会計士事務所を開業
株式会社グッドキューブ 社外取締役 就任

奥田 和良 常勤監査役
2001年 日本金銀機械株式会社入社
2018年 株式会社グッドキューブ
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業
2011年 税理士登録
2016年 株式会社グ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開業
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 沼和法律事務所開設 (代表)
2016年6月 日本ハム株式会社補充監査役
2019年3月 株式会社グッドキューブ社外監査役 就任

事業ノウハウ、会計、ガバナンス等のバランスのとれた経営陣体制については、スライドを見ていただければおわかりかと思えます。

— 2023年12月期の業績予想に関して

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)

今期の事業計画です。2023年12月期(第17期)の売上予想は、微増収減益の見込で、昨年度の売上高14億8,000万円に対し、今期は14億8,600万円と、600万円だけの増収としました。これに関して、株主の方から「なぜなのか?」というご意見やご質問なども多数いただいていますし、いただいたお話にはしっかりと目を通しています。

そこで、2023年12月期の業績予想に関して、あらためて簡単にお話しします。まず、減益部分は今後の成長戦略の一環にかかる費用であり、採用などの人的な投資やシステム投資などを行っていくものです。これは上場した際にお伝えしている内容であり、減益になる部分は、今後の我々の成長への投資だと捉えてください。

次に、なぜ売上が大きく伸びないかについてですが、これは2022年12月期第1四半期におけるマーケティングソリューション事業での大型案件受注という、比較対象の前年実績に起因しています。

広告事業を営んでいる方であればご理解いただけると思いますが、この業界では、急に案件が来ることが多々あります。この足元の状況に対し、非常に保守的に考えた結果、今期の売上高に関しては、そのような大型案件の受注を見込まない方針としました。先が読めないものとして、売上高には入れないということで堅く読んでいます。

また、広告が伸びないという前提で捉えると、SaaS事業は上記のとおり連動して成長できない可能性もあり、保守的な予算に組んでいます。

ただし、社内での売上高に関するコミットメントラインは非常に高く設定しています。売上高や経常利益などをお伝えすることはできませんが、今回みなさまに出した2023年度の業績予想をはるかに超える売上高と経常利益を社内で目標としています。

したがって、我々としては、社内を実態的に設定している目標値の達成に向けて取り組んでいき、達成した後に上方修正することで、応援してくださっている株主さまに還元していく方針です。さまざまな経営資源と時間を使ってしっかりと体現した後、みなさまへ還元したいと考えています。

また、今後の成長戦略については、業務資本提携やM&Aに向けた取り組みを挙げています。その中で、上場前に出資していただいていたモバイル・インターネットキャピタルというベンチャーキャピタルに対しては、ファンドとして参加することになりました。

今後スタートアップ企業やベンチャー企業に対して、その企業がイグジットすればキャピタルゲインもありますが、我々はそのような収益に着目しているわけではありません。それよりも、そのような企業のマーケティング部分などをソリューションできるのではないかというシナジーを目的としたビジネスを考えており、このようなかたちで今回ファンドとして出資することになりました。また、他のさまざまな企業ともすでに連携しています。

さらに、どのような業種・業態かは今すぐにお伝えできませんが、多くの事業主と直接お話し、今後のM&Aに向けた取り組みも検討しています。

我々はこれから2030年に向けて100億円以上の企業になることをコミットメントラインにしています。非常に高いハードルだと思われるかもしれませんが、そこは必ず達成していきたくと考えています。



— 成長戦略 人的投資

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		

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 40

人的投資についてです。当社は全従業員を対象に、平均15パーセント、最大60パーセント以上の賃上げを実施します。今、日本はインフレや利上げなどを含め、非常に厳しい状況にあることはみなさまもご承知のとおりだと思います。

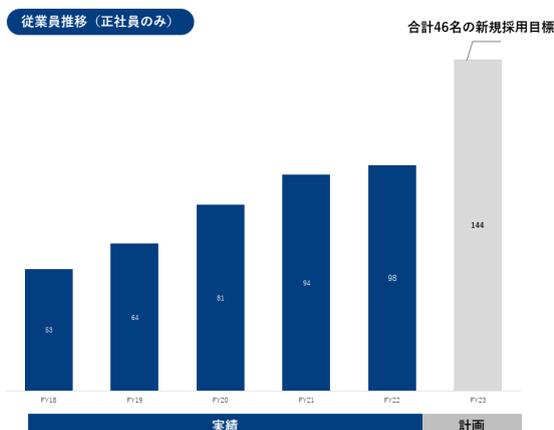
現在、新型コロナウイルス感染症などの影響から、インバウンドも2019年に比べてかなり減っており、国内の市場環境は厳しい状況ですが、我々は従業員満足度を高めて顧客満足度を上げるということに今までずっと取り組んできました。

国として経済力が成長していないのに賃上げを実施するというのは、実は経営判断としては非常に難しいことではあります。しかし、我々としては、まず社員が生きがいと働きがいを持ってしっかりと満足して働けることで、お客さまによりよいサービスを提供していけると考えています。そこはみなさまにご理解いただければと思います。

そのため、透明性の高い独自の「グレード制度」を今後導入していきます。これは、社員に向けて給与体系を明確にし、どのような給料体系で、今後どのように自分を伸ばせばよいかなどをわか

りやすくしていく制度です。この結果、全従業員が目標に沿って取り組むことができるようになります。

成長戦略 人的投資と採用計画



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、業務を覚え立ち上げるまでに平均で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

Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 41

今後の人的投資と採用計画についてです。今期は46人を採用する目標を立てています。その内訳は、スライド右側に記載しているとおりです。

業務資本提携・M&Aに向けた取り組み



SaaS事業	<p>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</p> <p>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</p>
マーケティング ソリューション事業	<p>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</p> <p>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</p>
SPAIA事業	<p>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</p> <p>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</p>

Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 42

業務資本提携・M&Aに向けた取り組みについてです。SaaS事業では、ビジネスアナリティクス市場領域の企業が対象となります。マーケティングソリューション事業では、インターネット広告代理店が対象です。SPAIA事業では、スポーツ関連のサービスを提供する企業が対象で、今後、SPAIA事業とシナジーが期待されると考えられる事業などと、すでにいろいろとお話を進めています。

— 成長戦略 SaaS事業

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

FasTest
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。

MoVest
ムーベスト

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

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

 Glad Cube

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

SiTest

独自のサイト解析AIと併用した活用

- ・レポート等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

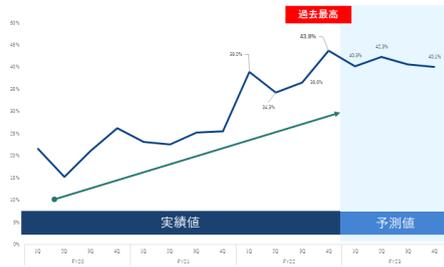
Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 43

SaaS事業の成長戦略についてです。スライド右側に、積極的なM&A戦略として、デジタルマーケティング領域を広げていくと記載していますが、具体的には、この2023年12月期に既存のSaaS事業と親和性の高いサービスを展開している企業と、資本提携やM&Aを行うことを目指しています。

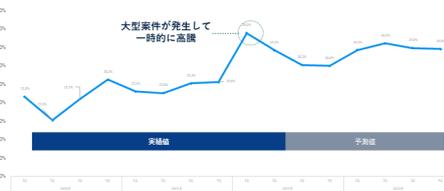
また、現在「SiTest」や「FasTest」を展開しているSaaS事業と、インターネット広告代理店事業、後ほどお話しするSPAIA事業の主力3事業のそれぞれで、すでに「ChatGPT」やGoogle社の「Bard」でテストしながら、カスタマーサポートやカスタマーサクセス記事の量産、またジェネレーションの実装など、さまざまな機能の開発に取り組んでいます。

— 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に開示した四半期ごとの平均クロスセル売上比率



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

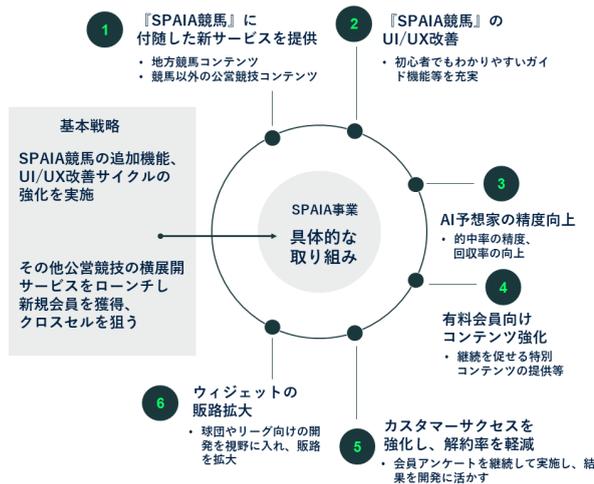
今期はコンサバティブな予想値で設定しているが、40%以上の水準を保ちながら60%を目指していく

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。

経営指標の重要な点としては、今後、クロスセル売上比率の予想値として40パーセント以上を保ちながらも、社内目標としては60パーセント以上のクロスセル実現を目指す方針であることをご理解いただければと思います。

— 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

SPAIA事業の成長戦略です。「SPAIA競馬」に付随した新サービスとして、今後は先ほどお伝えした競馬以外の競艇、競輪、オートレースなどの開発を行っていきます。

また、「SPAIA」や「SPAIA競馬」のUI/UXをより改善していきたいと考えています。実は2022年2月時点での解約率は40パーセントもあったのですが、現時点では10パーセントまで減らすことができています。

アプリ開発も含めたUI/UXの改善は、我々にとって非常に価値がある対応だと考えていますので、こちらに1年半パワーを費やしています。今後よりいっそうエンドユーザーにとって使いやすく楽しめるインターフェースにするべく、さらに1年以上時間をかけるかたちで引き続き解約率を減らし、入会率を高めていく施策を行っていきます。

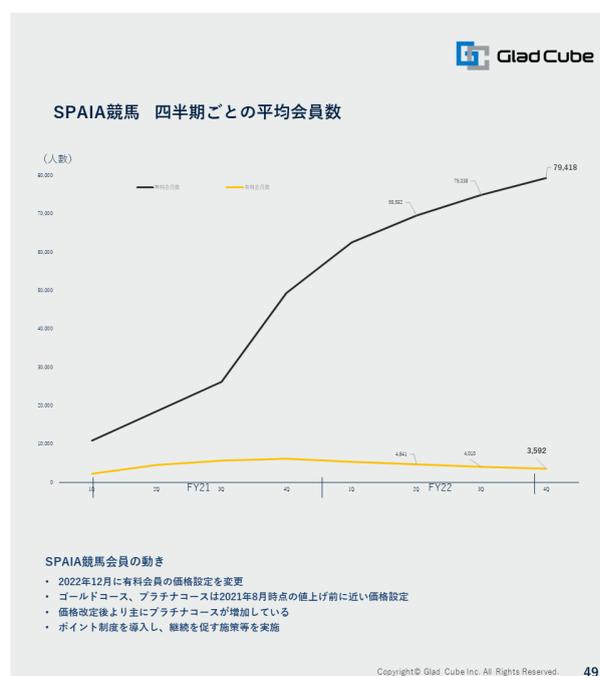
また、先ほどもお話したとおり、自動応答やFAQの回答、大量のコンテンツ生成、リードジェネレーション、またはバーチャル・アシスタント、言語翻訳など、オープンAIの「ChatGPT」を使うか「Bard」を使うかを検証しながら、現在、実装を準備しています。おそらく「ChatGPT」のほうが使いやすいのではないかとの方針ですが、実装化の時期についてはまた発表します。

— 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



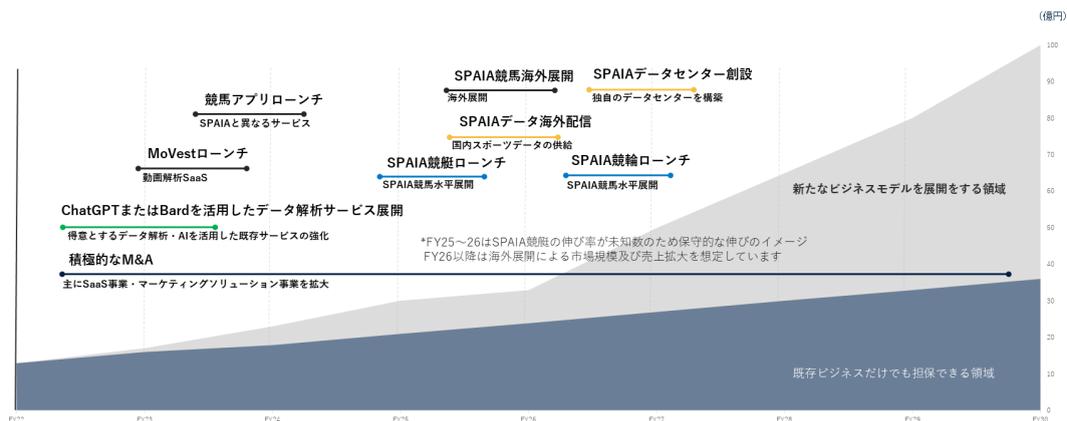
SPAIA事業の経営指標についてです。現在、有料会員は減少していますが、我々はまずシェアを奪うことを考えています。値上げやいろいろな企画の実施など、小手先の手法で売上高を上げることはいくらでもできるのですが、定着したユーザーにより長く利用していただくためには、コアなファンを作ることが重要だと考えています。まずは無料でも、また1コインでも、ユーザーに満足いただけるようなシステムの開発・サービスの改善を進めています。

技術面に関しては、30年以上後発ではありますが、AIやブロックチェーン、「ChatGPT」などを使い、他の競馬サイトが手掛けていないような試みを、我々が新しい技術とデータでどんどん進めていきます。



— 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、実現を保障するものでもありません。

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 50

年間売上高を100億円以上に目指すための成長イメージについてお話しします。当社は、2030年までに売上高を100億円にしたいと考えています。これに関して、M&Aの連結決算で100億円にすると考えている方もいらっしゃると思いますが、我々はM&Aだけで100億円にすることを考えているわけではありません。

事業シナジーを持って、我々の売上を上げながら、今後M&Aした会社も含めてグループ会社として、ともに売上高を100億円以上伸ばしていくかたちを描いています。その中で、この2023年から永続的に積極的なM&Aを仕掛けていくことであったり、「ChatGPT」を使っていくことを進めています。

その他、動画の解析サービスや競馬の新しいアプリの開発なども手掛けており、これらは2024年にローンチできるように準備を進めています。また、競艇、競輪などに関する各データ、「SPAIAデータ」の海外配信も行う予定です。

さらに今後、スポーツのプロとアマを含めた全データを保有していこうと考えています。全データを保有し、今後未来に起こりうるスポーツベッティングの解禁に際し、そのプラットフォームとなるデータセンターを作ります。

ベッティングにはスポーツデータが非常に必要になってきます。そのためのスポーツデータプラットフォームを作り、さまざまなお客さまやメディアに対してデータを提供していく事業も営んでいきたいと思っています。

今後は、M&Aなどによる収益によって新しいビジネスモデルを展開していき、未来のデータセンター事業、スポーツベッティング事業、さらにSPAIA事業におけるデータのサブスクリプション事業などの売上を伸ばすことで、売上高を7年間で100億円にしたいと考えています。

なお、SPAIA事業におけるサブスクリプション事業とは、今は無料で提供しているサービスですが、データがお客さま側に必要になってきた段階でサブスクリプション化を検討し、ユーザーに有料展開する部分も広げていくというものです。

51ページ以降はAppendix、競合の状況、資金使途、リスク情報などを記載しています。こちらは、後ほどご覧ください。

以上で、2023年度の事業計画及び成長可能性に関する事項のご説明を終わります。最後までご覧いただき、ありがとうございました。