

Mid-term Management Plan

for the Fiscal Year Ending May 31, 2023

事業計画及び成長可能性に関する事項

(中期経営計画)

株式会社Enjin <証券コード: 7370>

2023年 3月14日

Enjin





Company Overview

会社概要

Enjin



Mission

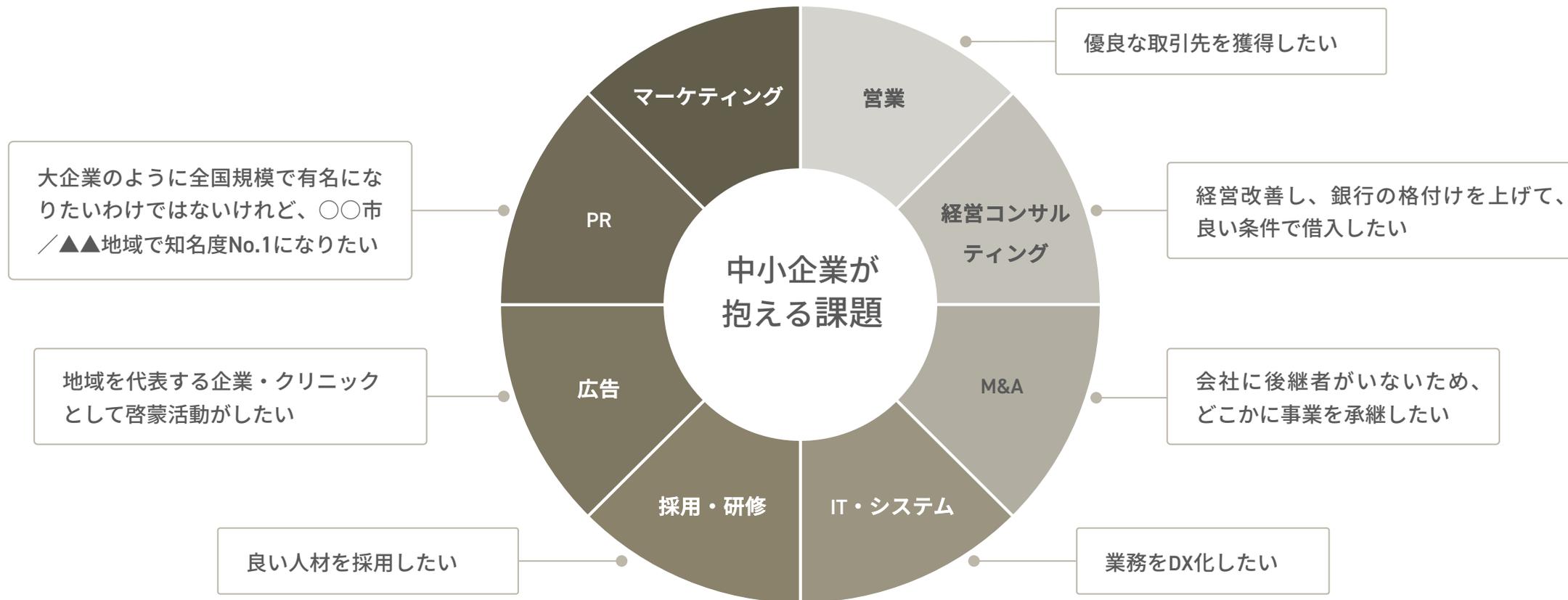
社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する

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

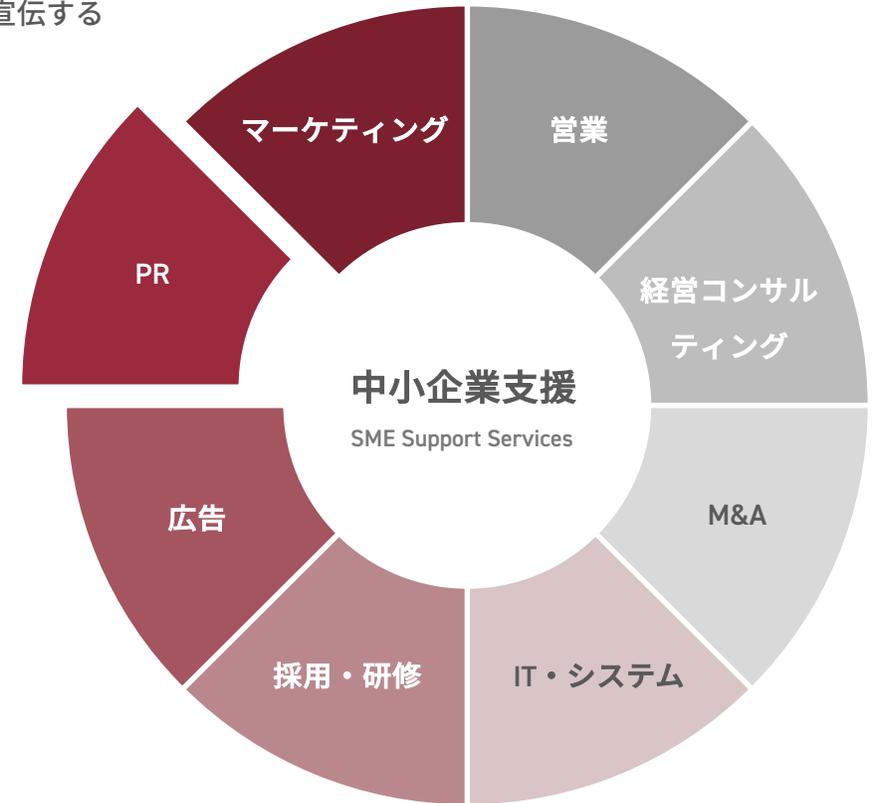
- ・地域の駅・電柱の看板、地方のTV CM、新聞広告、チラシなど、それなりの費用をかけて広告宣伝する
- ・イメージアップのために、オフィスやクリニックの内装に力を入れる

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



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

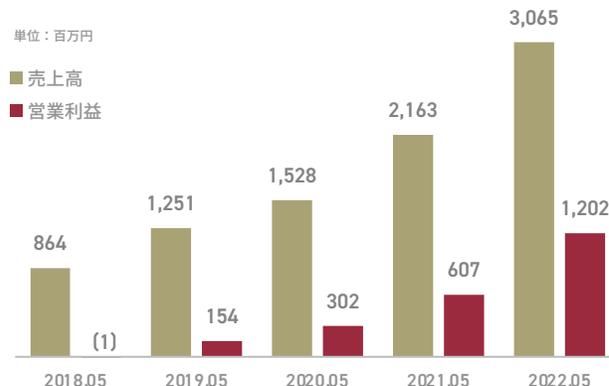
176名 ※1

- ※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)

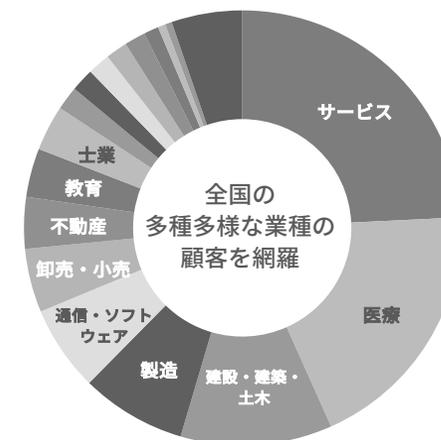
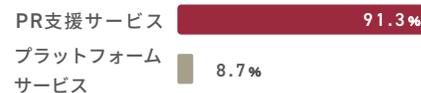
事業内容

PR事業 **100.0%**

顧客数

1,985社

売上構成



Enjinグループ 子会社について

株式会社 Enjin

- PR支援サービス
- プラットフォームサービス

100% 出資

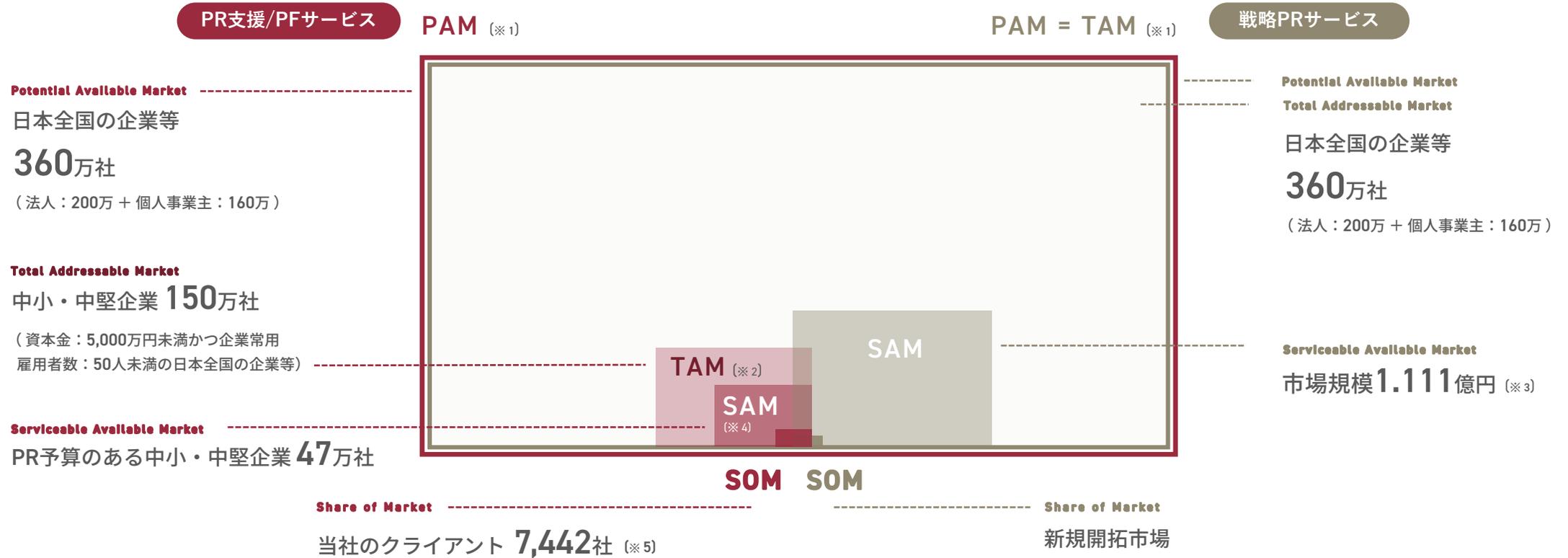
アズ・ワールドコムジャパン株式会社

- 戦略PRサービス



市場環境と当社の優位性

既存ターゲットと中小・中堅企業および医療機関の市場ポテンシャルに加え、
戦略PRの市場も含めることでサービスの提供領域を拡大



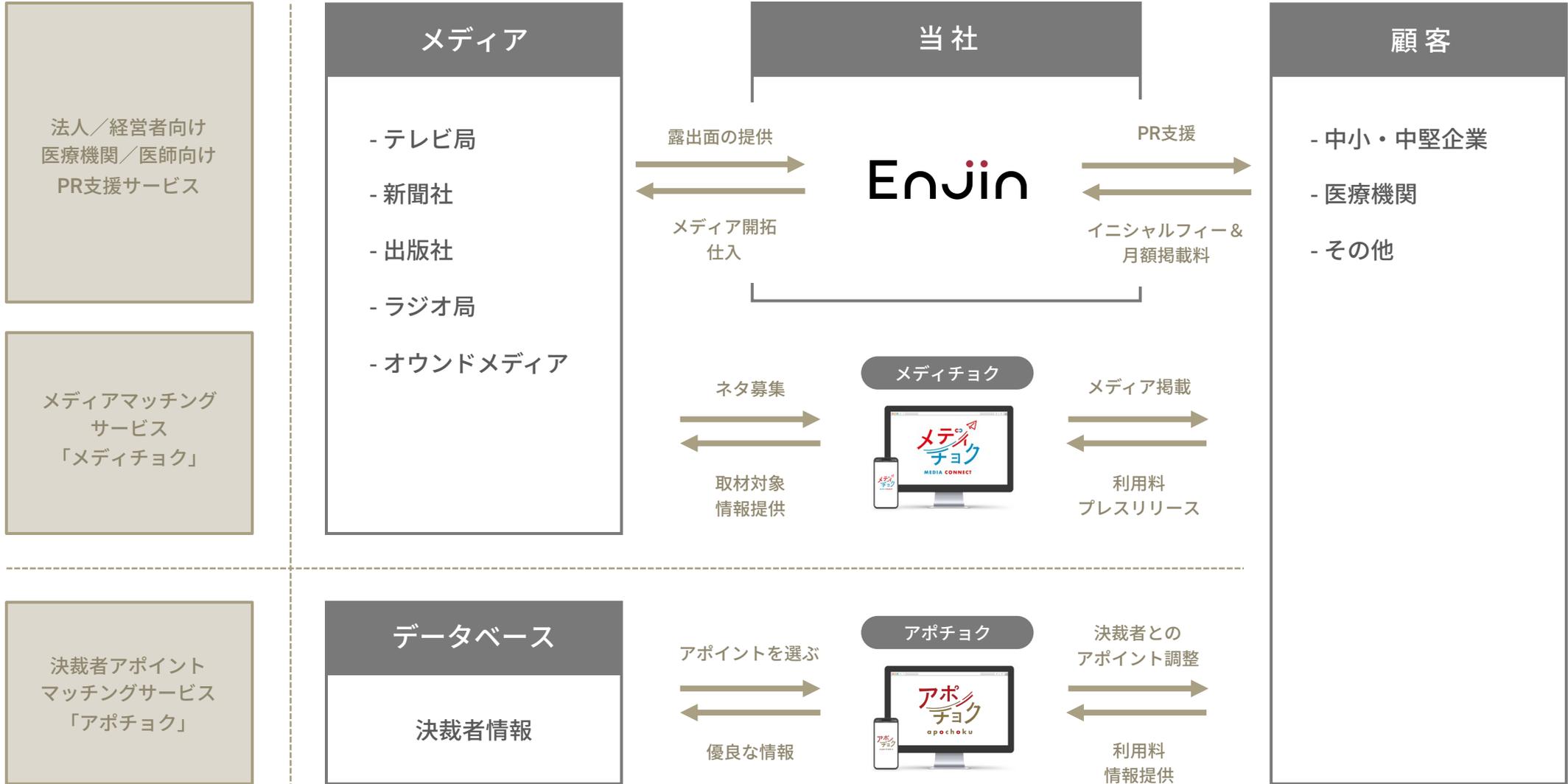
※1・2 総務省 令和3年経済センサス-活動調査を参照

※3 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

※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%)

ビジネスモデル



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

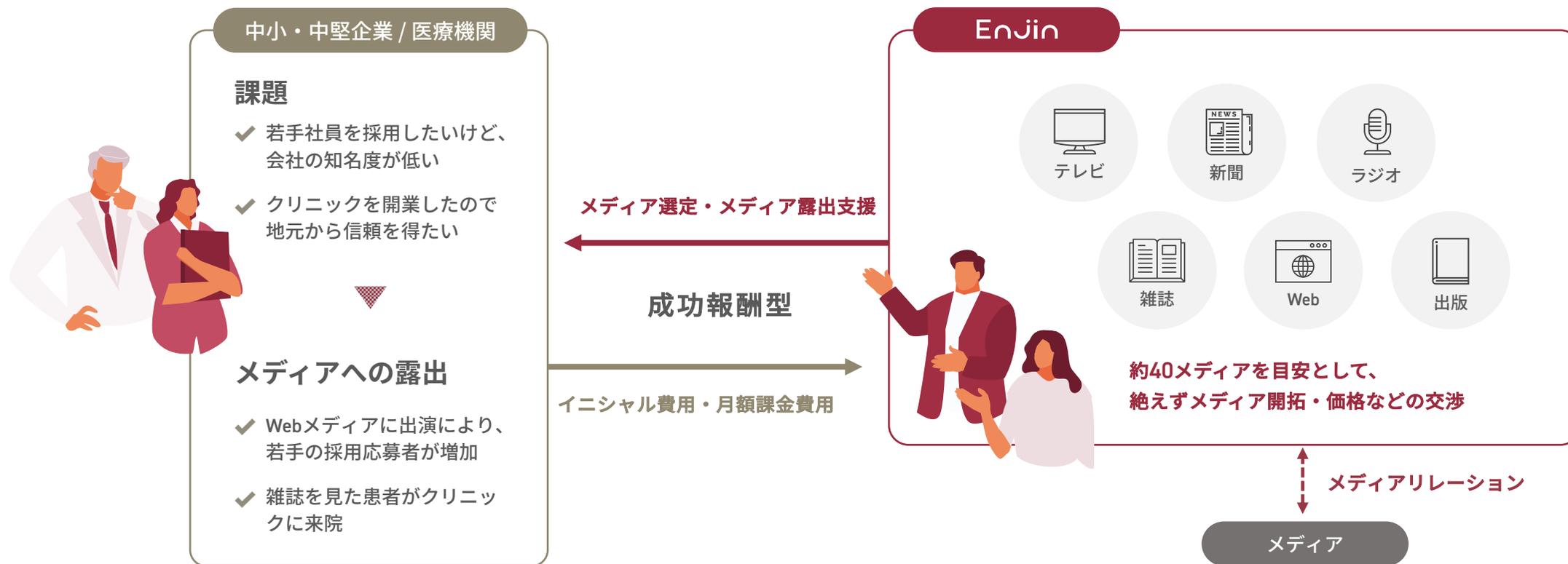
企業とメディア、企業と決裁者をマッチングするプラットフォームの提供を行います。





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

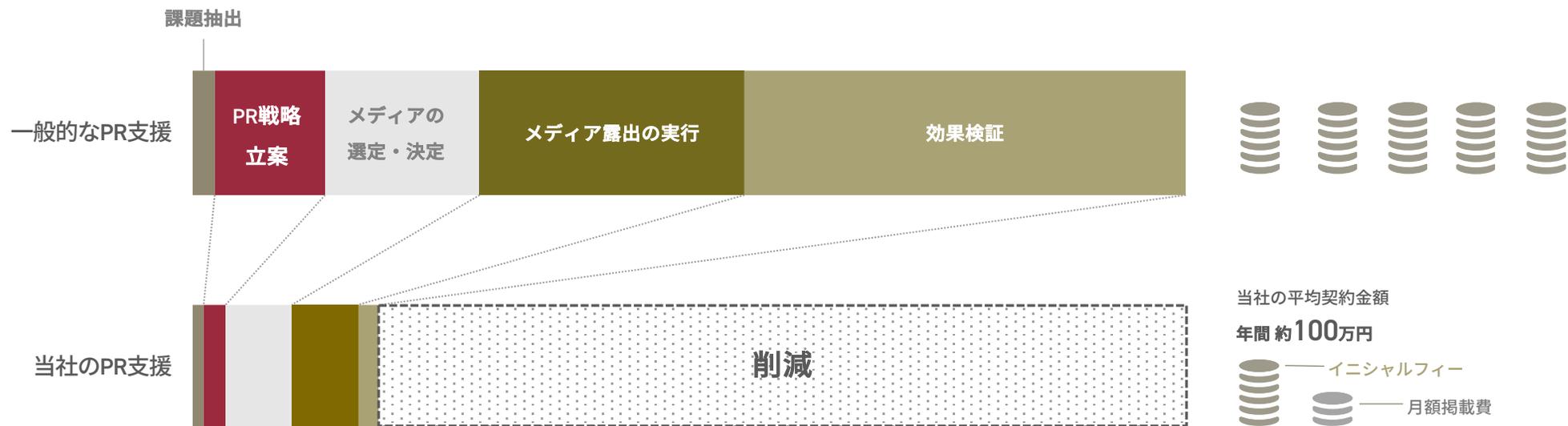


同じプロモーションを
展開できる

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

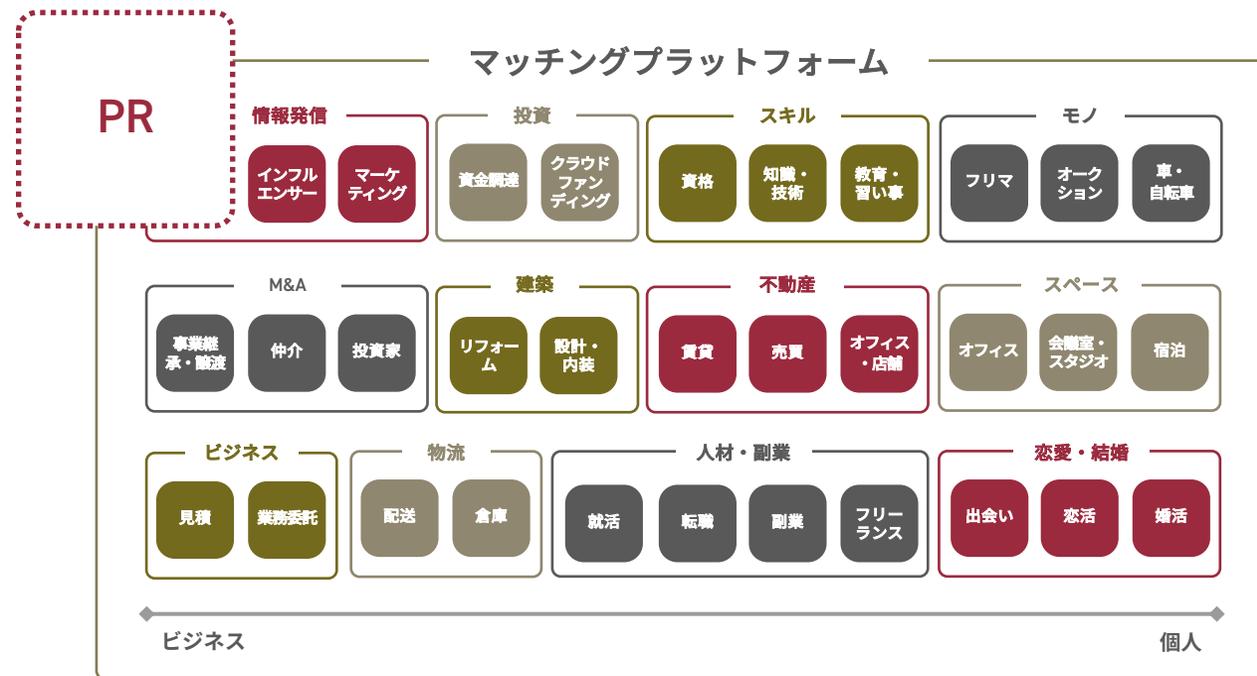
新方式 >>>

<<< 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



募集ネタを投稿する

タイトル

掲載予定日

募集締め切り

募集内容

回答フォーマット

ジャンル 医療 ビジネス

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



募集情報

【記事監修】「今後の投資戦略」についての記事監修の募集

募集終了まであと12日

【Yahooニュース転載あり!!】バイキングとビューフェの違いとは？

募集終了まであと16日

ネタ応募・ネタ投稿



ユーザ企業

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



【記事監修】「今後の投資戦略」についての記事監修の募集

募集終了 12 日まであと

募集内容

記事内容：投資家として持つべき視点、成功のポイントについて解説します。

監修いただいた方は監修者として紹介し、お名前を掲載させていただきます。ご応募お待ちしております。

掲載予定日 2023年2月1日

この募集へ応募する

応募フォーマットに沿って項目を入力して下さい

担当者名 : 田中

添付ファイル

メデイチョクマッチングで記事掲載

メディチョク価値の見える化

ユーザとメディアは、それぞれの管理画面から
メディチョ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。
- ✓ メディチョク経由で、「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、いつでも何個でも、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。

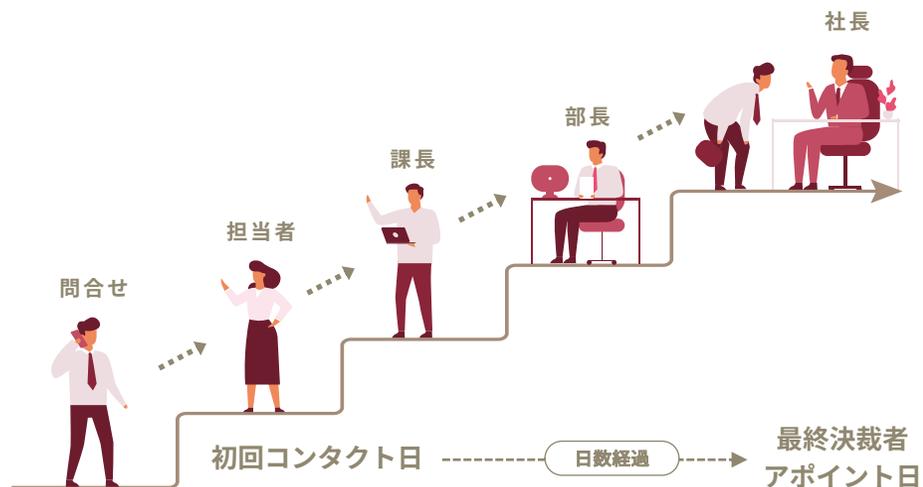


決裁者アポイントマッチングサービス「アポチョコ」

決裁者とのアポイントがマッチングされる、審査制の新しい営業支援マッチングプラットフォーム

Before

- × 営業活動において最終決裁までのプロセスが多い
- × 最終決裁者とのアポイント獲得までに時間がかかる



アポチョコ

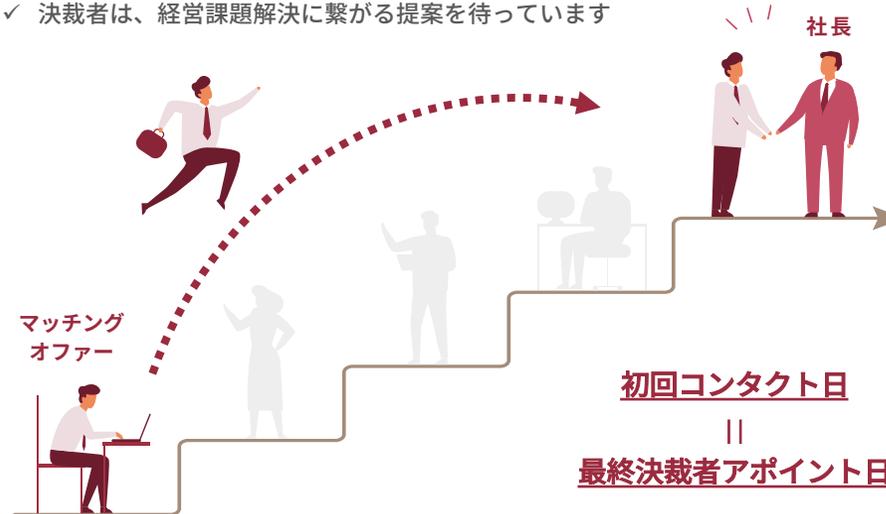


▶▶▶
導入すると

After

◎ 直ぐに、決裁者とのアポイントを獲得

- ✓ 創業来、経営者の方々を中心にPR支援サービスを提案してきており、良好な関係性のある経営者・決裁者の顧客基盤（データベース）があります
- ✓ 決裁者は、経営課題解決に繋がる提案を待っています





戦略PRサービス

コミュニケーションを起点に課題を解決する、PRをスキームとしたコンサルタントです

全国の企業

課題

- ✓ 会社のPRをまるっとお任せしたい
- ✓ 記者とリレーションをどう構築していいかわからない
- ✓ 海外でPRをしたいが何から実施すればいいかわからない

コンサルティング・PR成果物

年間での顧問契約

PR成果物

スポット報酬

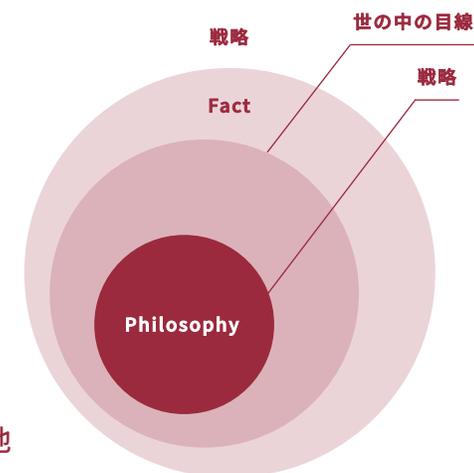
Enjin

AZ.WORLDCOM
The Worldcom
JAPAN Public Relations Group

対外的PRやメディア対策などのコンサルティング・業務支援を受託するとともに、PR成果物を制作し、クライアントに提供。

世界44カ国92都市を結ぶ独立系PRコンサルタントのネットワークが強み。

- 👥 メディアリレーション
- 🏠 イベント/セミナー
- 🔍 渉外・調査
- 💡 リスクマネジメント
- 🌐 海外PR
- 💬 Marcom
- 📅 Digital / Creative / その他



2023年5月期 通期業績予想

| | 2023年5月期 第2四半期進捗 | 2023年5月期 (修正前) | 2023年5月期 (修正後) | 増減 |
|-------|---------------------|-------------------|-------------------|---------|
| 売上高 | 1,618 百万円 | 4,055 百万円 | > 3,404 百万円 | △16.1 % |
| 営業利益 | 567 百万円 | 1,500 百万円 | > 1,223 百万円 | △18.5 % |
| 経常利益 | 574 百万円 | 1,498 百万円 | > 1,233 百万円 | △17.7 % |
| 当期純利益 | 388 百万円 | 966 百万円 | > 801 百万円 | - |

業績予想の修正について

人員の減少に伴う人員数不足、および教育の精度の低下によるキャンセルの発生などの影響及び、売上計画の見直しに伴い、PR支援サービス、プラットフォームサービスともに目標値を下回る可能性が高くなったため。

中期経営計画

A g e n d a

01. 中期経営計画にむけて

01. 概況

02. 課題の対応

02. 中期経営計画

03. 投資について

04. 配当について

05. 今後の方針

06. Appendix

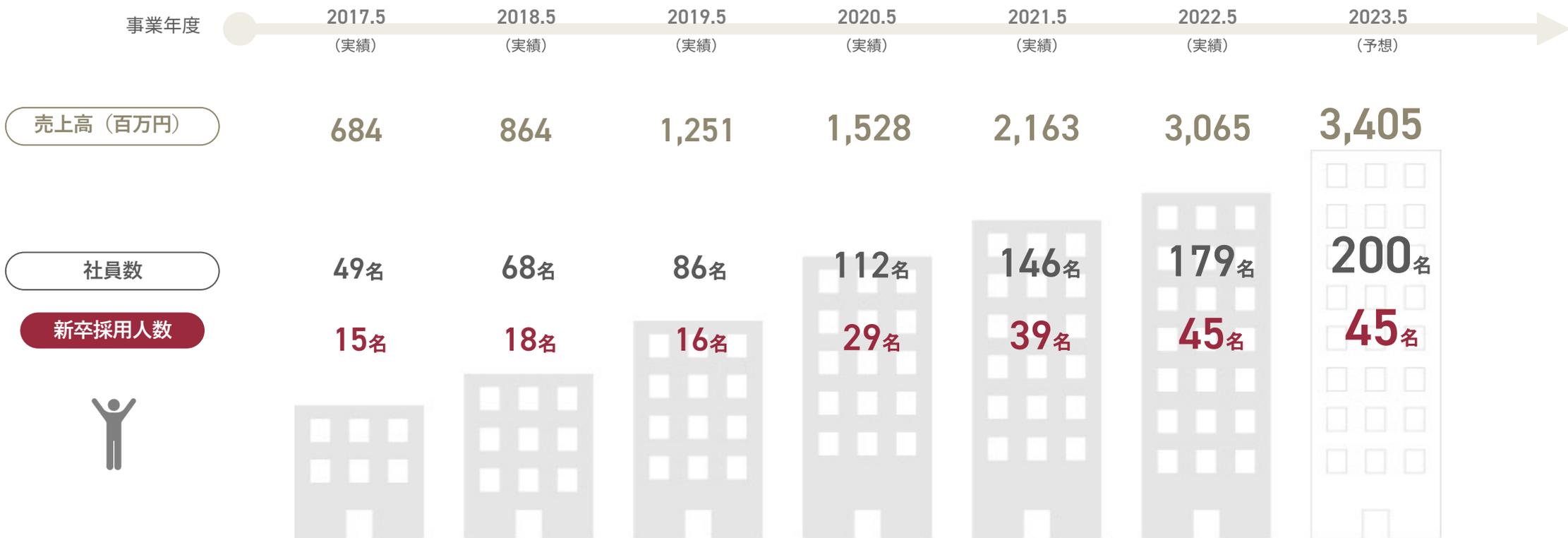
Mid-term Management Plan Overview

01 中期経営計画にむけて

概況



2015年より一貫して新卒を中心とした採用を継続、
事業拡大に合わせて毎期採用人数を増加しながら企業規模を拡大



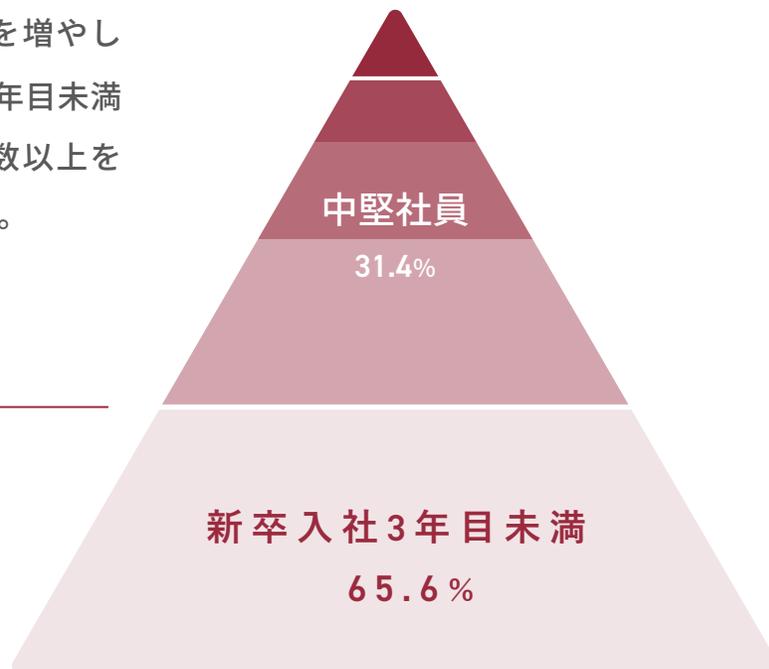
企業規模の拡大

若手社員が増加することにより

会社全体としてエネルギッシュな体制を作ることには成功したが一方で課題も散在

新卒を中心として採用数を増やした結果、人員構成が入社3年目未満の社員数が全社員数の半数以上を超えた状況が続いています。

平均年齢 **27.5歳**



ポジティブ

- ・若手社員の増加
- ・人員数増加による組織力の増加
- ・新卒社員を中心とした文化形成の浸透

ネガティブ

- ・社会人経験の少ない社員が増加
- ・教育が行き届かずスキルが低下
- ・離脱率が増加

Mid-term Management Plan Strategy

01 中期経営計画にむけて

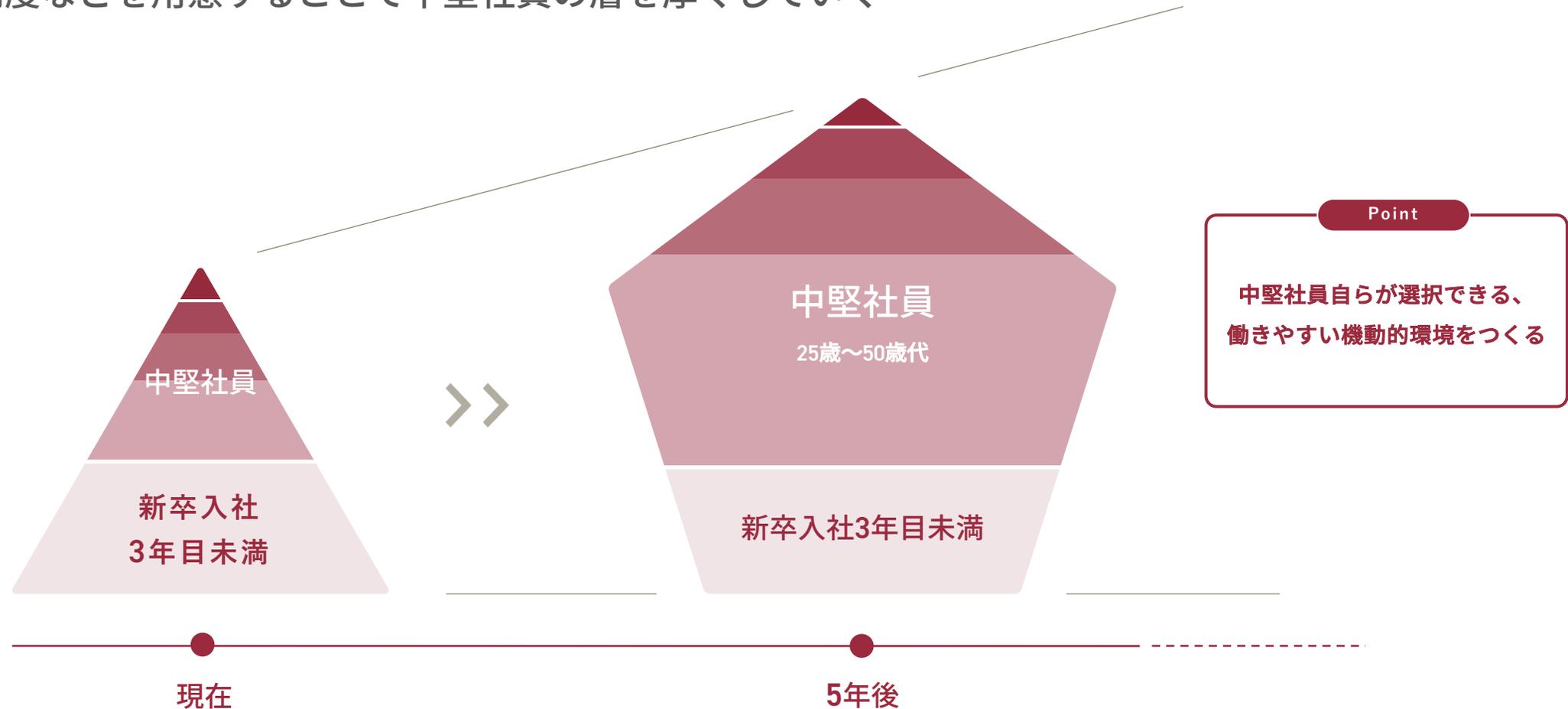
課題への対応



人員ピラミッドの再構築

安定して長期間働ける環境を作ることで、四半世紀働ける職場を目指す。

育児休業からの復帰のしやすさなど、機動的に自らが選択することができる多様性に合わせた制度などを用意することで中堅社員の層を厚くしていく



01

大量採用を見直し

しっかりと教育できる人数に
絞った採用に一旦変更

- ✓ 新卒採用を年35名に限定
- ✓ 採用基準はハードルを上げる

02

教育とマネジメントの徹底

教育とマネジメントをしっかりと
行うことで離職率を低減し
中堅人材の増加につなげる

- ✓ マイクロマネジメントの再徹底
- ✓ Enjin Wayの浸透（風土/文化）
- ✓ ビジネスパーソンモデルの再設計

03

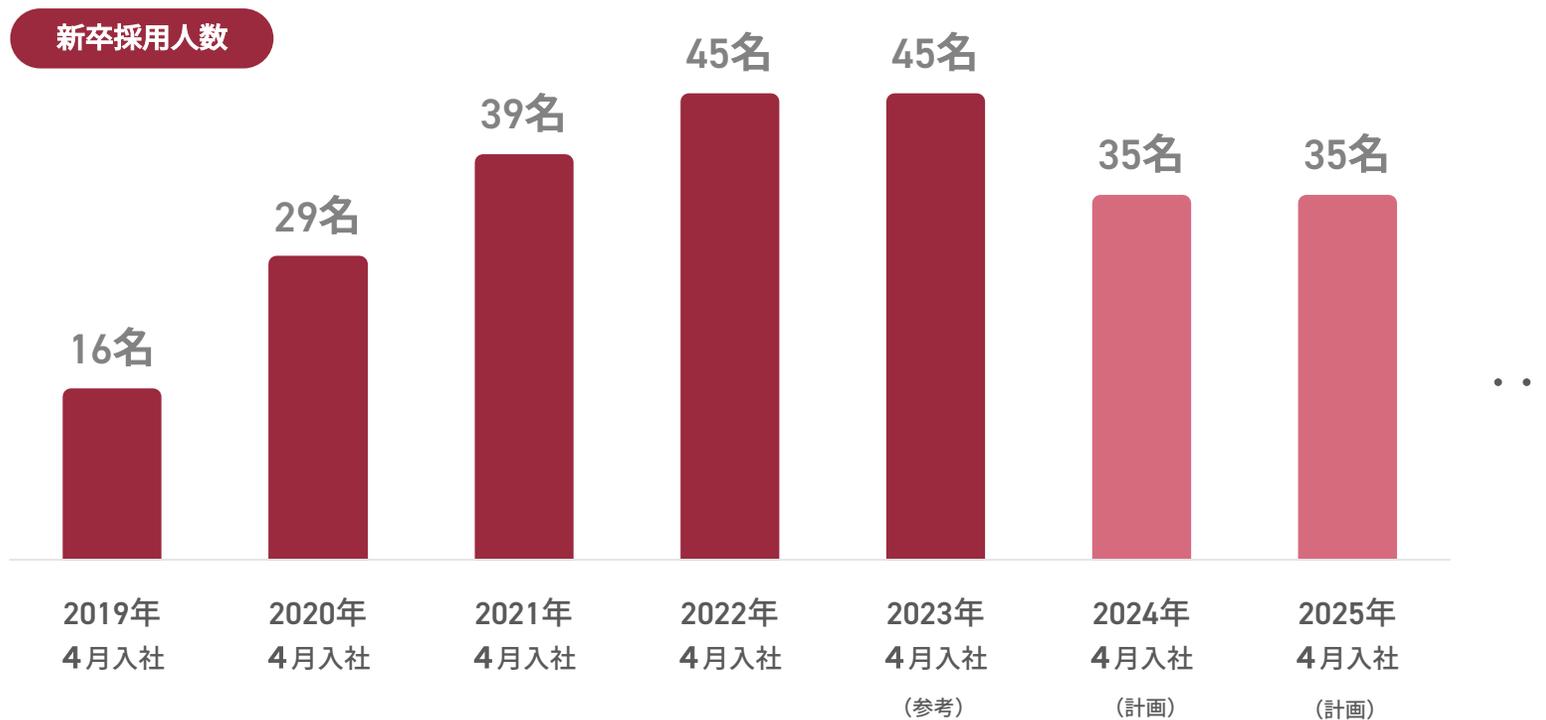
社内制度の見直し

社員がより長く安定して働ける
環境構築を行う

- ✓ 働き方の多様性への対応
- ✓ インセンティブ制度の見直し

大量採用を見直し、当面の期間は一定数の採用へシフトする方針

採用したメンバーをしっかりと受け入れられる土台を構築することを第一に考え、体制が整うまでの間は採用人数を一定数に抑えます。

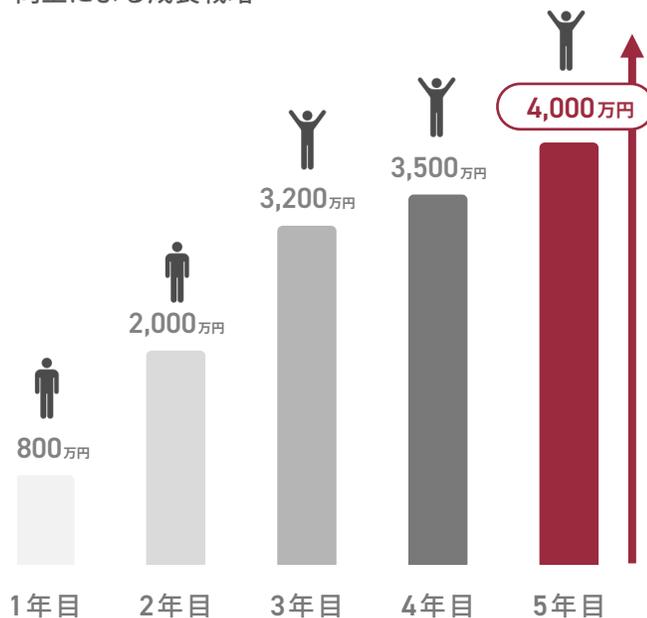


営業の仕組み化

「社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する」という当社の理念を共有する
創造力と実行力を兼ね備えた多彩な人財によって成り立つ営業パーソンモデル

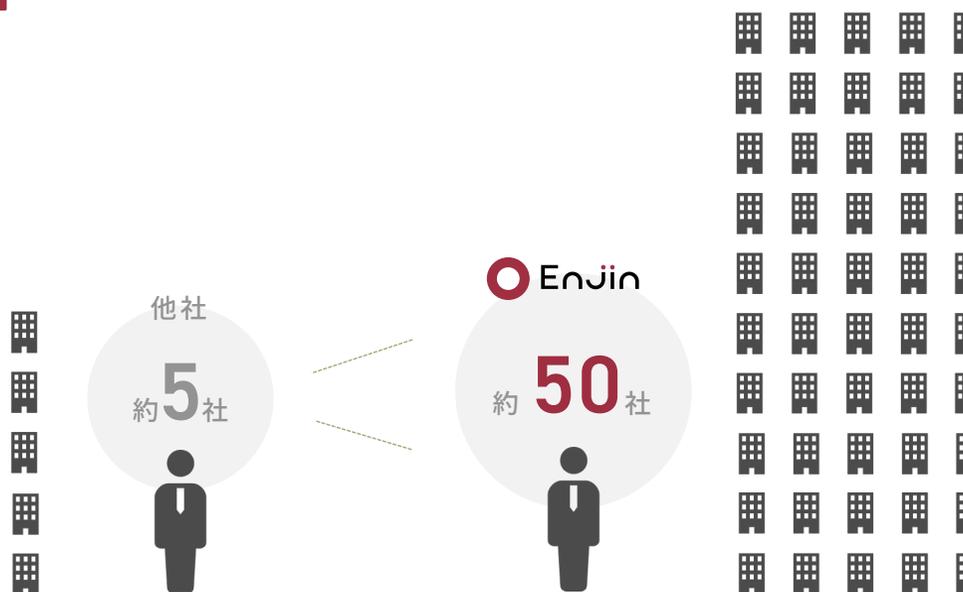
入社から60ヶ月の売上実績をモデル化

ヒューマンパワーに依存しない、プランナーのスキル向上による成長戦略



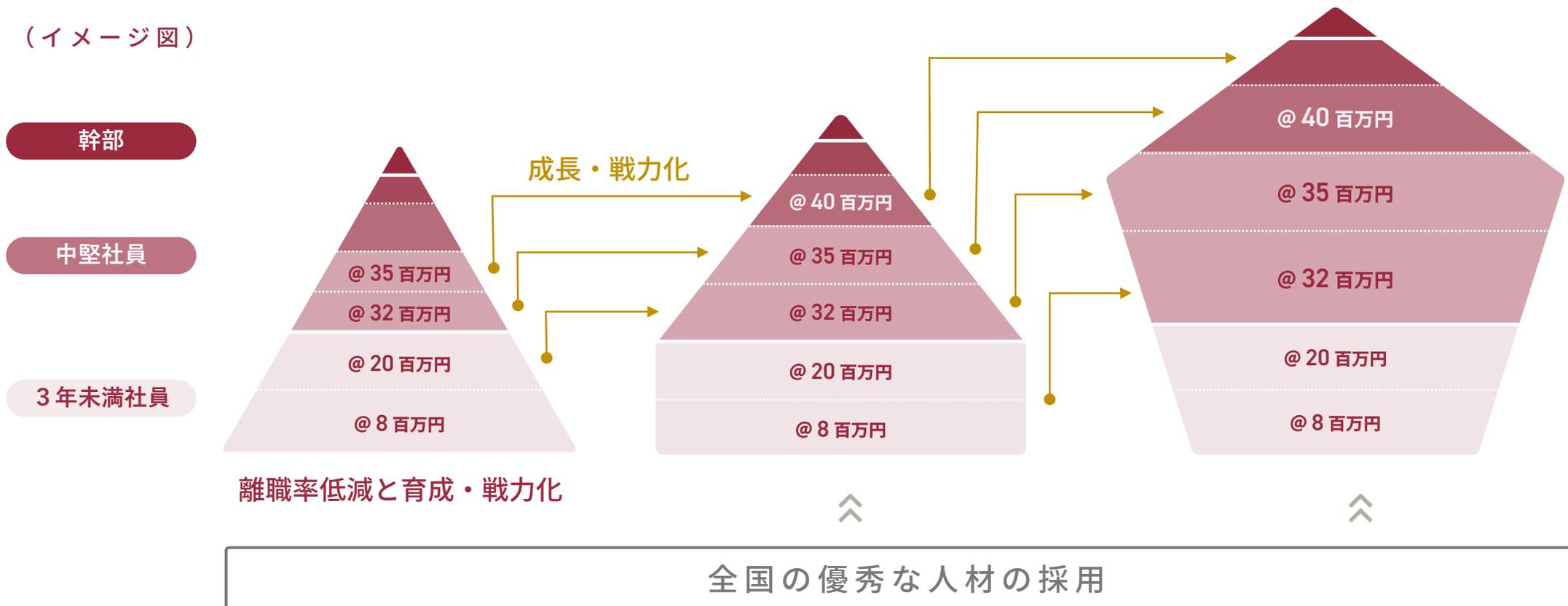
営業1名あたりが担当できるクライアント数(*当社調べ)

仕組化により工数を可能な限り削減



人材の定着を図り、しっかりと教育することで長期活躍人材を増加させる

(イメージ図)



Mid-term Management Plan

02 中期経営計画



持続可能な成長を目指し、
毎期安定的に利益を創出し続ける安定成長の方針

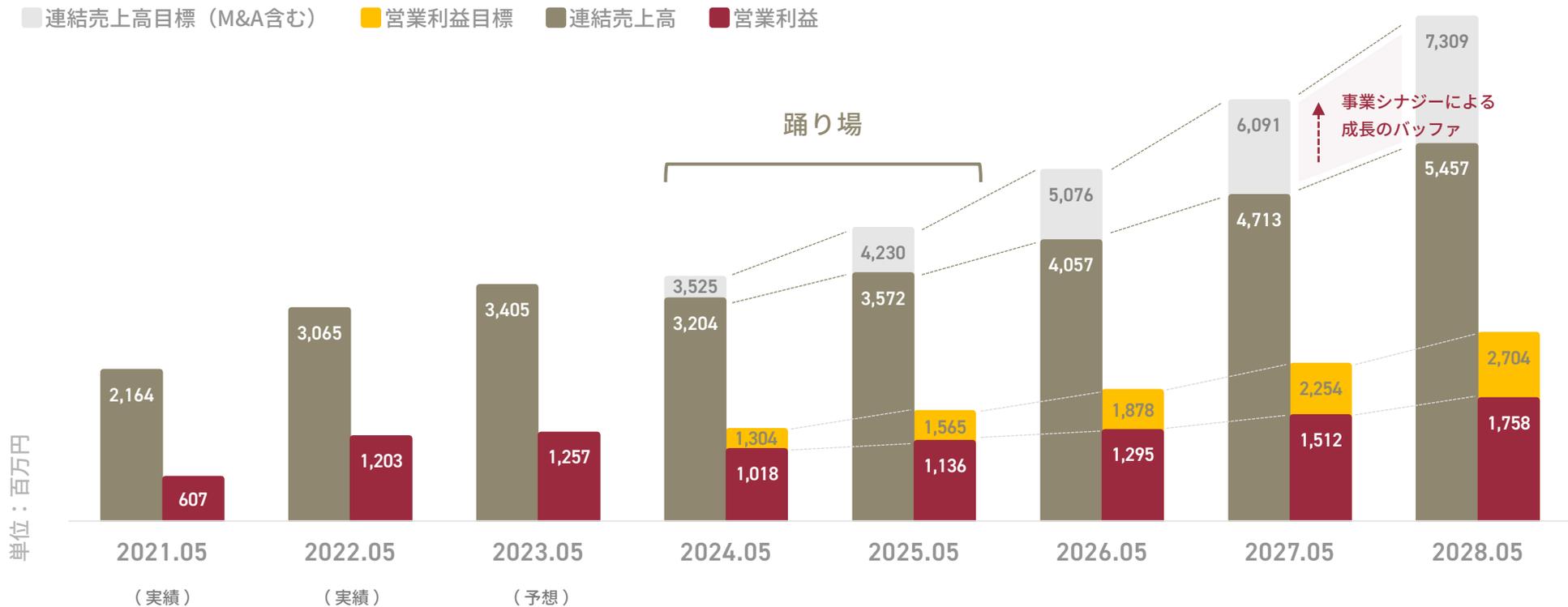
中期経営計画の背景

2021年6月のマザーズ市場（現グロース市場）への上場から2年目を迎え、現状の自社の状況や市場の状況、外部環境などを鑑みた結果として、今後の長期的な安定成長のための準備期間が必要であるとの判断いたしました。

2024年5月期～2025年5月期の2年間を準備期間として組織の再編成を含めて実施していきます。

計画

2024年5月期および2025年5月期を成長の踊り場として課題対応の期間と設定し、2028年5月期にむけた成長の準備を行います。



Service



PR支援

パッケージ



法人向けPR



医療機関向けPR



プラットフォーム

テクノロジー



戦略PR

コンサルティング

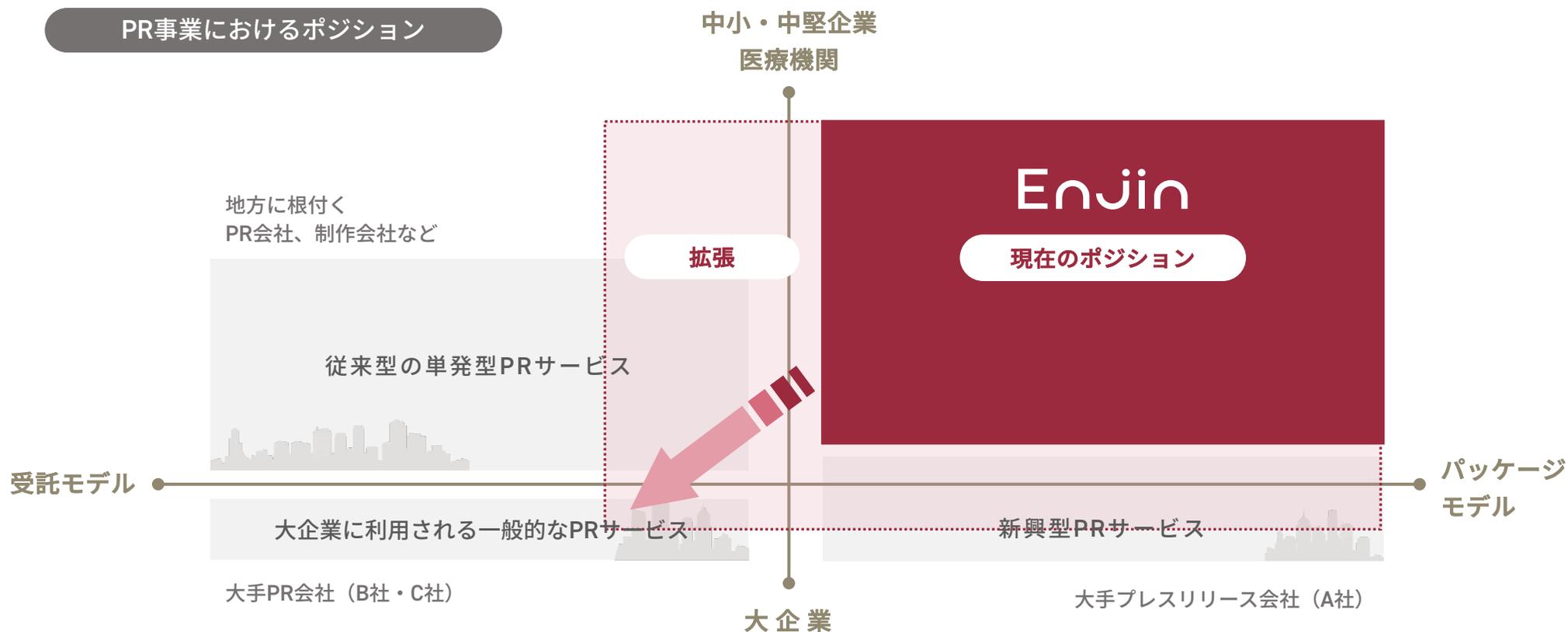


新たに戦略PRサービスを加えることでターゲット層に大企業も含めた
リテーナー型のサービス提供が可能な体制を構築

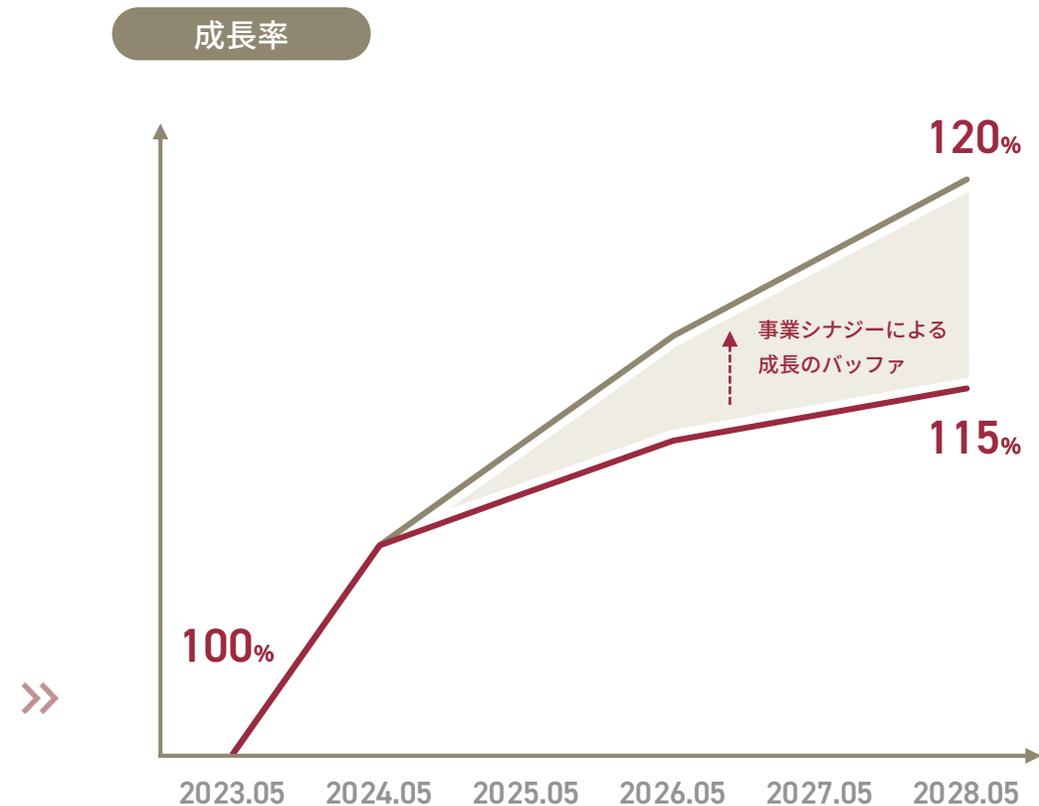
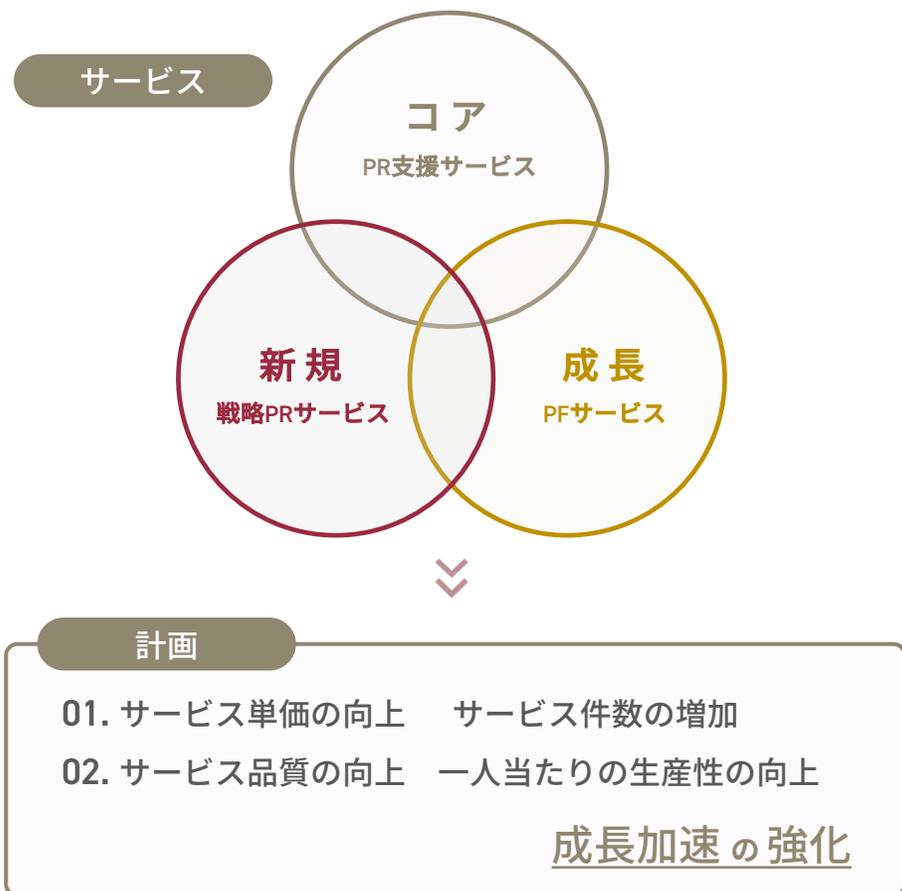
| | 事業 | サービス | サービス対象 | 収益モデル | 概要 |
|----|------|----------|--------|--------------------------|--|
| 新規 | PR事業 | 戦略PRサービス | toB | リテーナー契約 (ストック) + スポット | 大企業を対象とした リテーナーの戦略PRを提供 |
| 成長 | | PFサービス | | PFフィー (ストック) | プラットフォーム を提供 |
| コア | | PR支援サービス | | 月額報酬 (ストック) + スポット | 中小中堅企業/医療機関・ クリニック向け成功報酬 サービスを提供 |

PR事業の拡大 - 戦略PR領域への参入

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）



成長事業および新規事業を展開することで、①既存顧客への新たなサービスの提供 ②新たな顧客群の創出 ③事例が形成され、事業シナジーによってコア事業の成長を加速させることが可能



売上および営業利益だけではなく、
サービスごとの利益およびEBITDAも新たに重要指標として認識

指標

売上



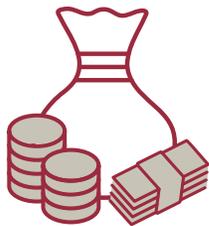
事業成長を図る指標

売上総利益



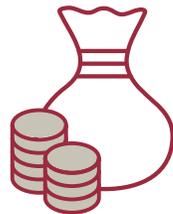
事業区分に利益が異なるため、事業収益性の指揮

営業利益



当社グループの収益性の基礎となる指標

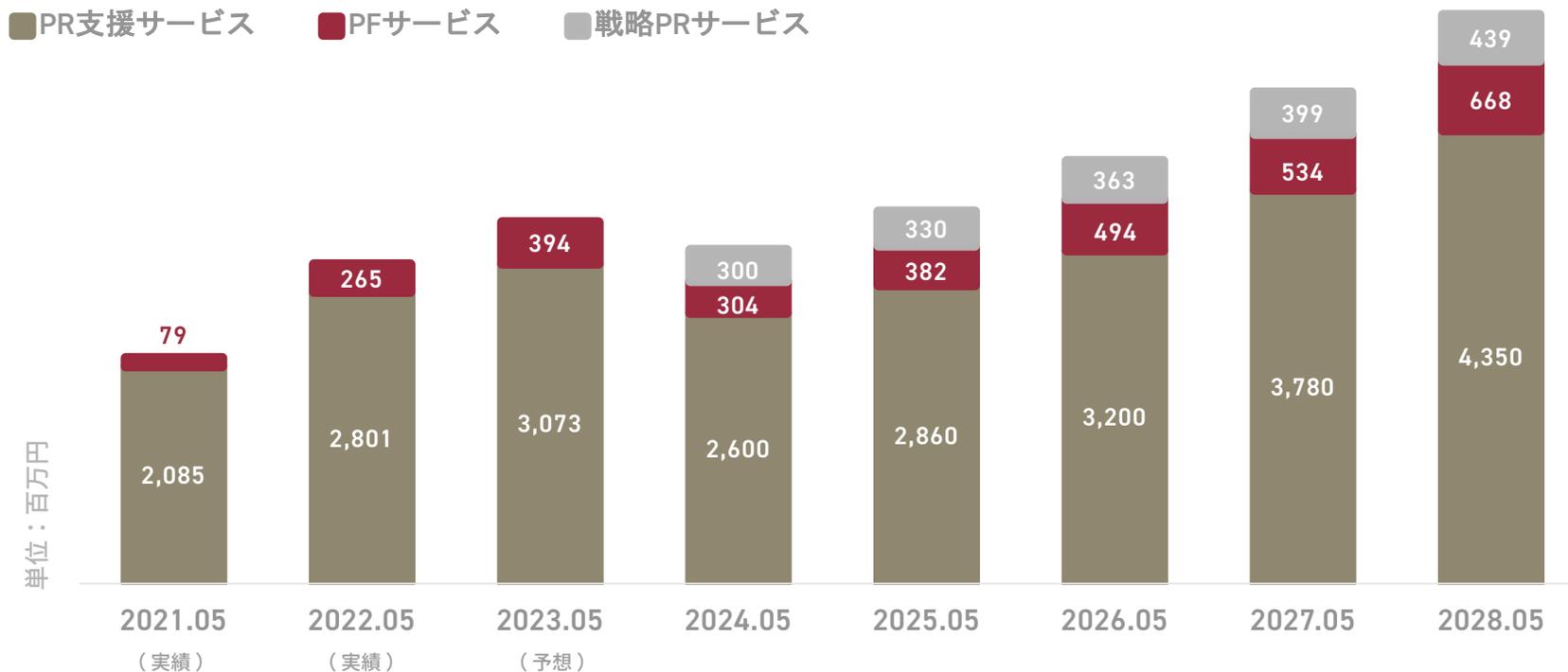
調整後EBITDA



M&Aによるのれん発生等の指標

売上高

コア事業の「PR支援サービス」をベースとして「プラットフォームサービス」「戦略PRサービス」による事業拡大を実現します。



売上公式

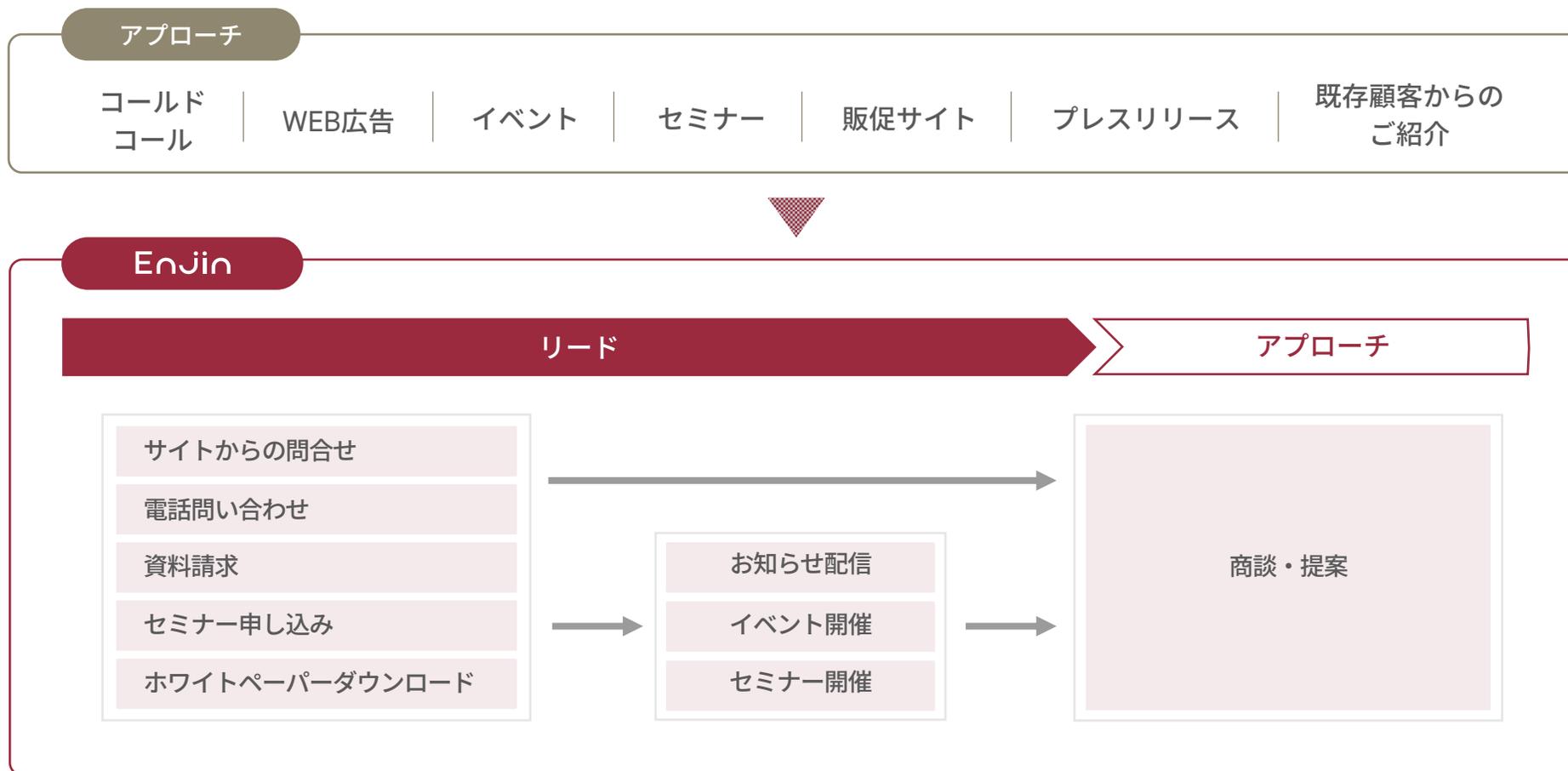


数値目標 (連結)

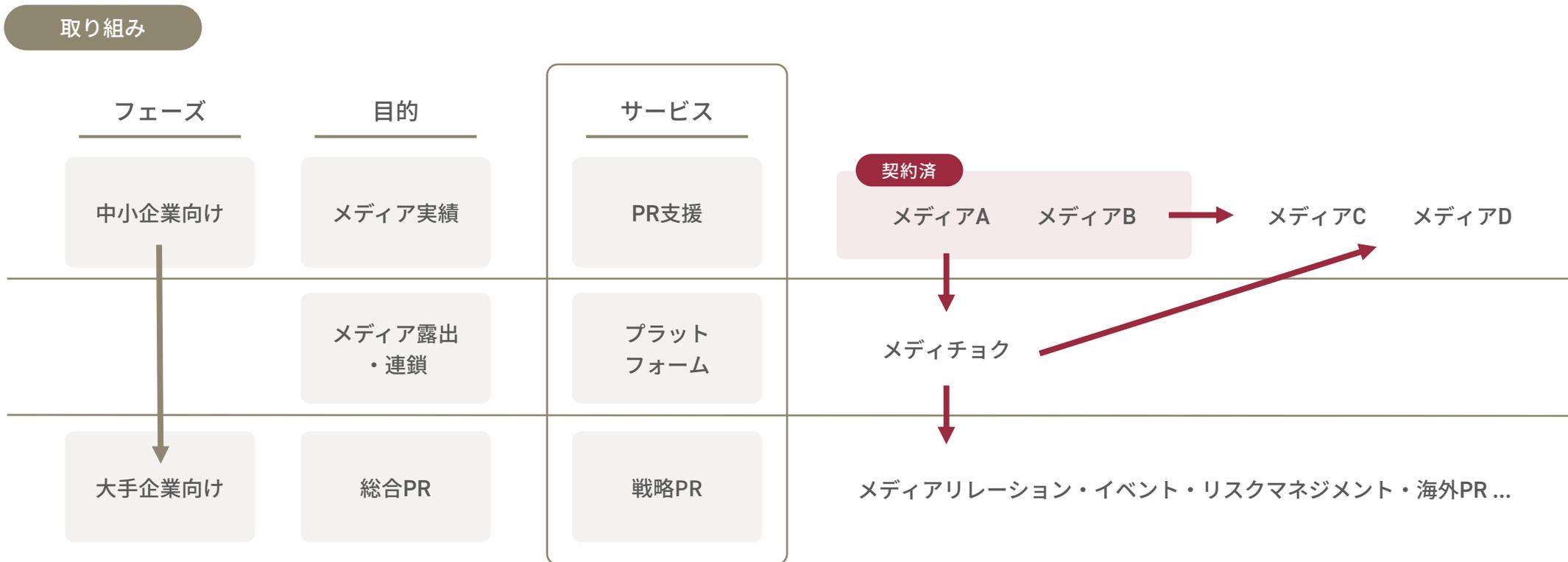
| | 売上 | | 営業利益 | |
|----------|------------|------------|--------------|--------------|
| | 2024年5月期目標 | 2028年5月期目標 | 2024年5月期目標 | 2028年5月期目標 |
| PR支援 | 26.0億 | 43.5億 | 10.2億 | 17.6億 |
| プラットフォーム | 3.0億 | 6.7億 | | |
| 戦略PR | 3.0億 | 4.4億 | | |

顧客数増加に向けた取り組み

様々な見込み顧客に対し、
各状況に合わせたアプローチ方法、商材を分けて提案を行なっている



PR支援サービス、プラットフォームサービス、戦略PRサービスの多角展開を拡充することでクロスセルを実現し、平均契約件数向上を実現

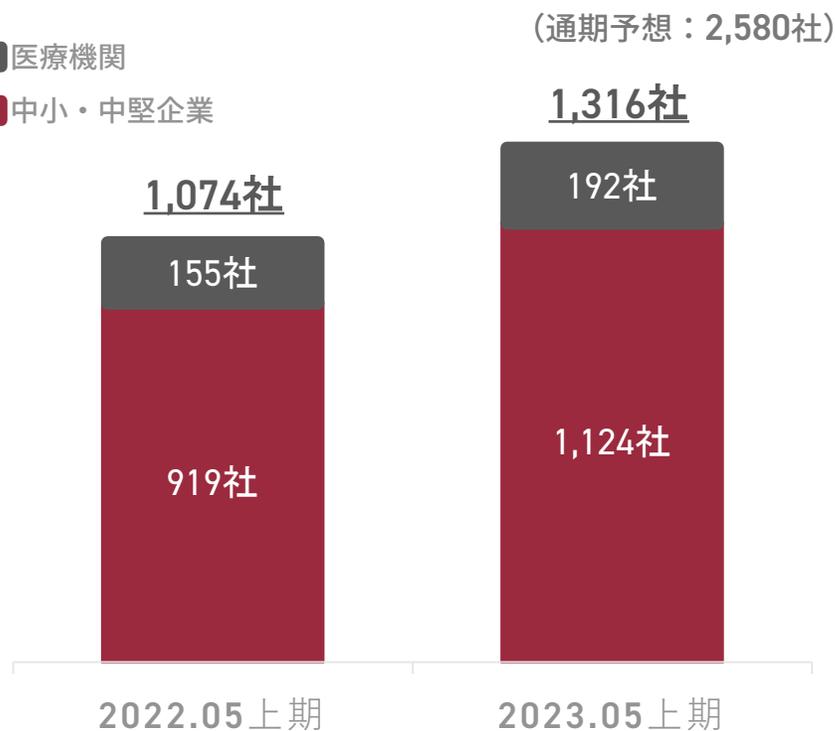


顧客数 × 収益

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

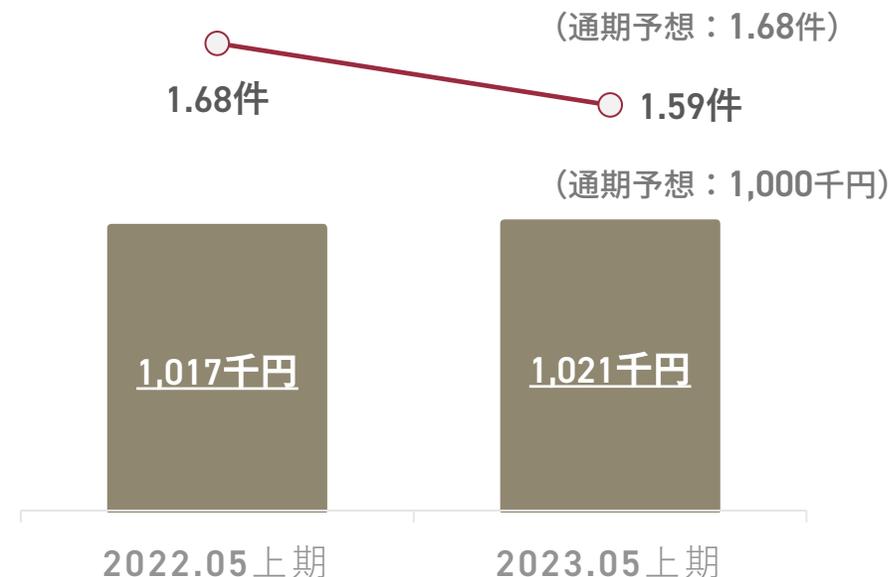
顧客数

- 医療機関
- 中小・中堅企業



収益

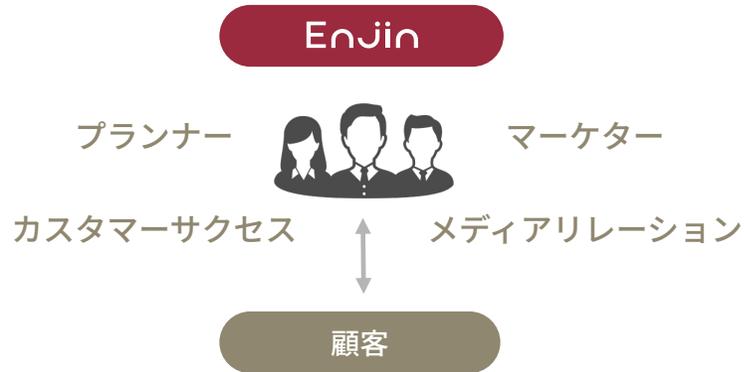
- 顧客あたりの平均契約単価
- 顧客あたりの平均契約件数



顧客、メディア各社より頂戴した意見を分析し、
提供サービスの質の向上やサービスの改善に繋げ、利用継続率の向上に取り組んでいる

Quality

サービスの質



当社の各役割における専門人材が支援事例のデータベースと直接お伺いするお客様の声を合わせて分析を行い、サービスの質向上・改善を行っています

Nationwide

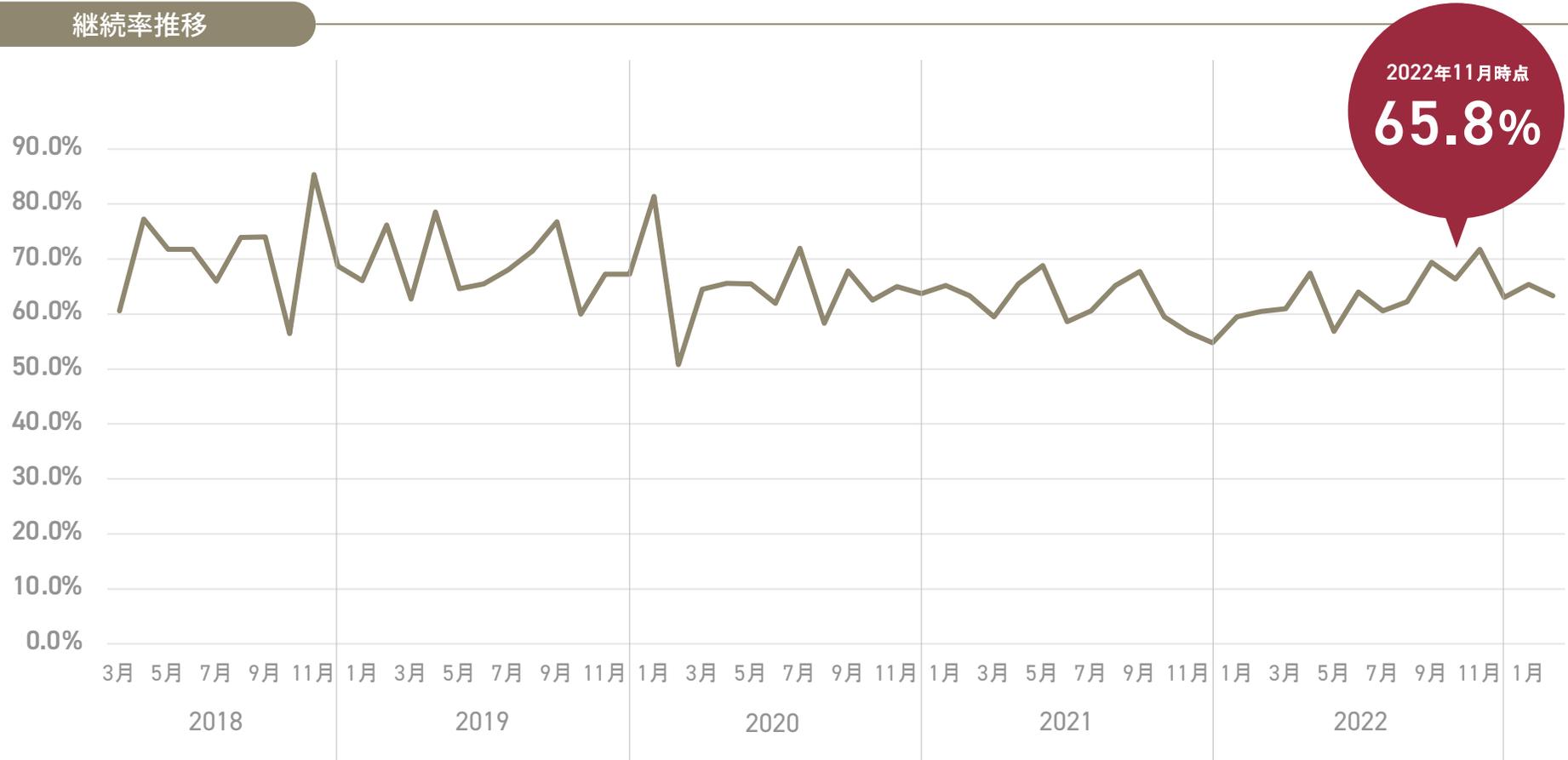
全国対応

全国 47 都道府県
の顧客にサービスを提供



定継続率については一定水準となっている。引き続き継続率向上のための施策を実施

継続率推移



メディアリレーション

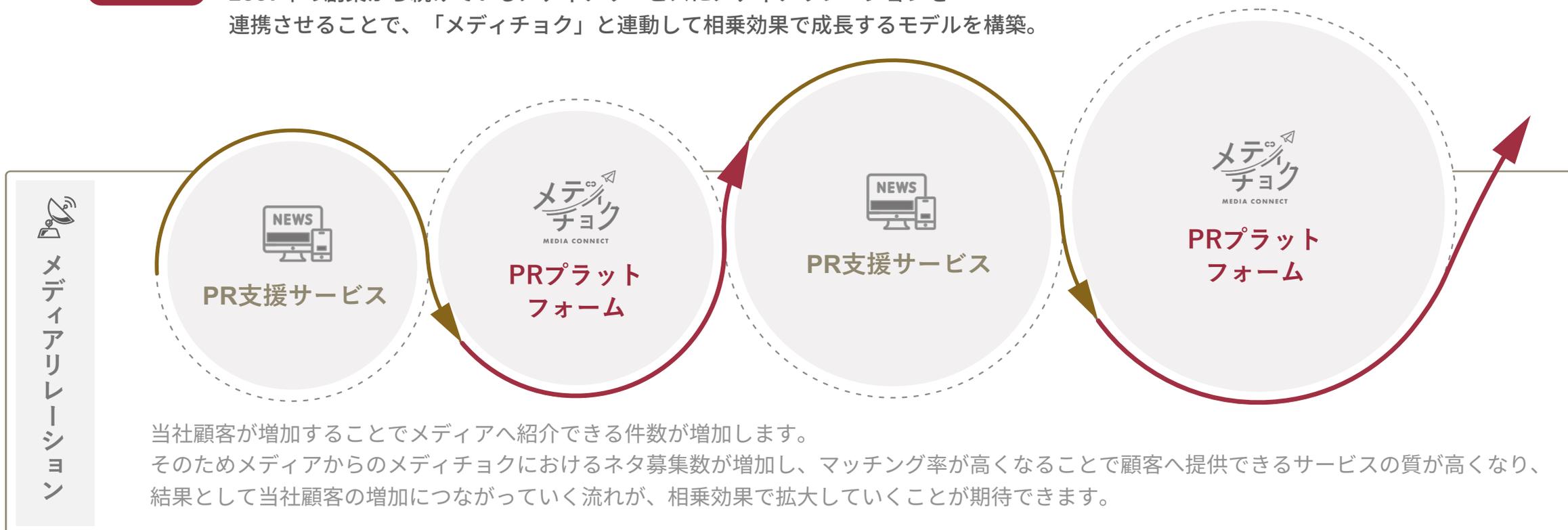
PR支援サービスの相互作用による相乗効果

「メディアリレーション」＝「企業との関係性」であり、広報上における“マスコミ対応”とも言えます。

多くのメディアと良好な関係性を築き続けることが重要ですが、信頼関係の構築は時間がかかるため、中小・中堅企業では地道なリレーションに時間を割くことが難しいです。そのため、弊社が長年培ってきたメディアリレーション資産を各サービスに展開し、サービスの拡充をしています。

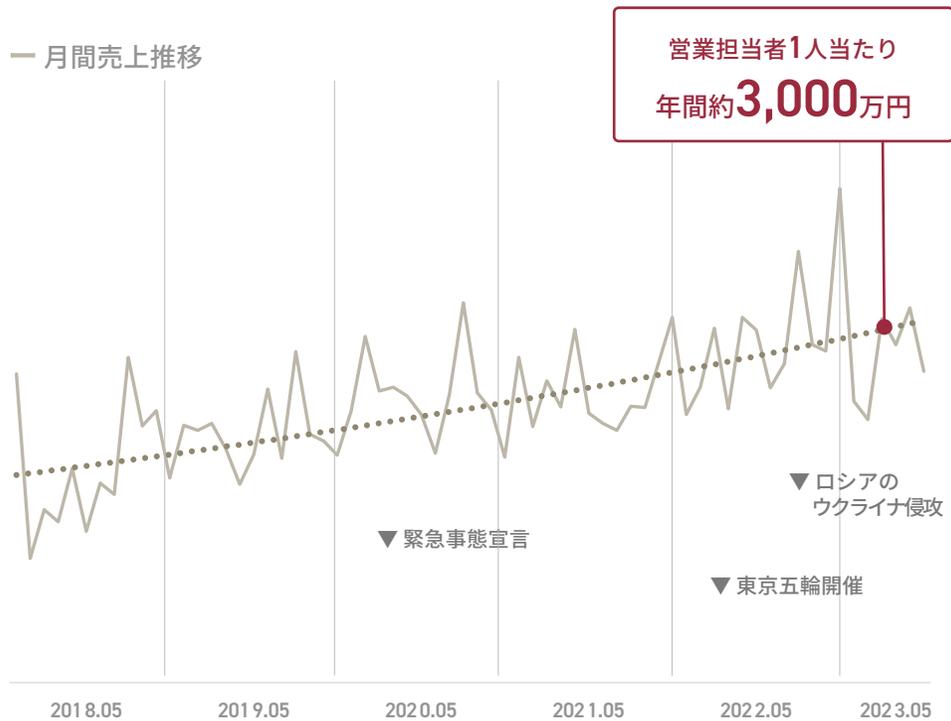
POINT

2007年の創業から続けているメディアサービスにメディアリレーションを連携させることで、「メディチョク」と連動して相乗効果で成長するモデルを構築。

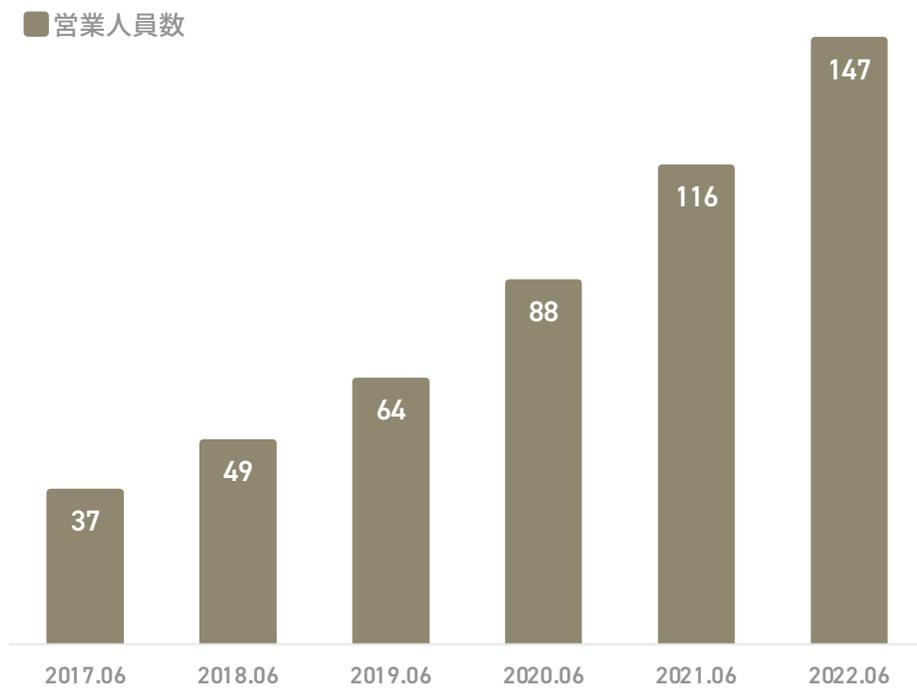


順調な採用により営業人員数は約150名に。営業担当一人当たり年間売上高は緩やかに上昇傾向

営業担当者1人当たりの売上高推移

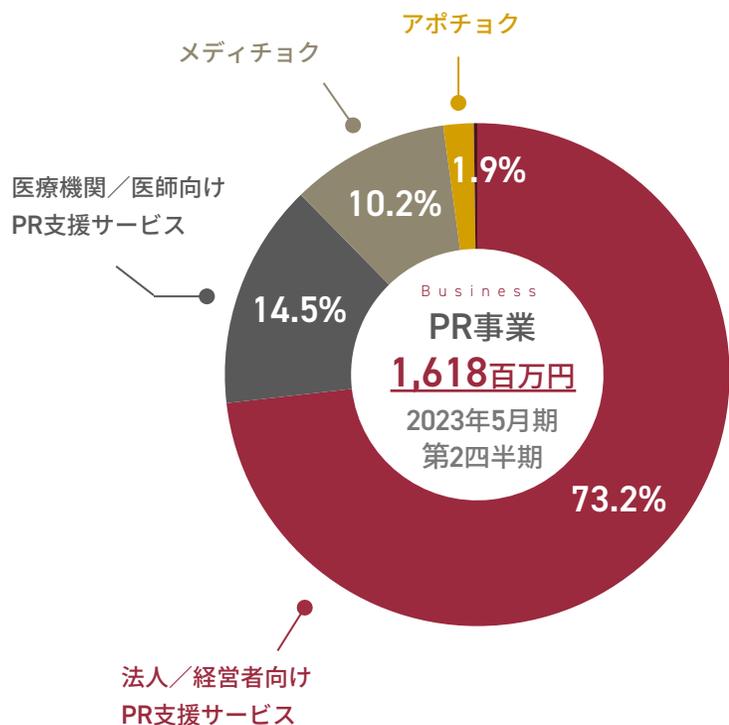


営業人員数推移



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

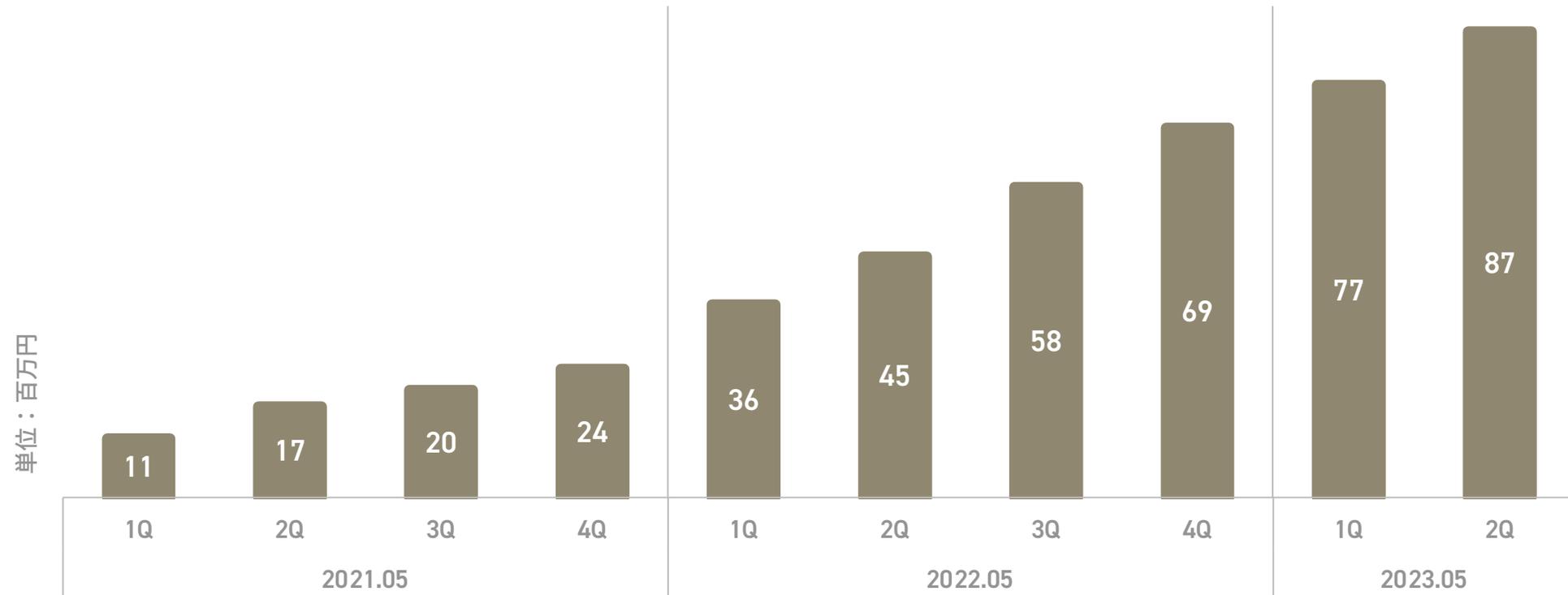
(括弧内は全体の売上高に占める割合)



| | 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「メディチョク」 | 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「アポチョク」 | 17 百万円 (1.2%) | > 31 百万円 (1.9%) | + 84.0% |
| ■ その他 | — | > 3 百万円 (0.2%) | — |

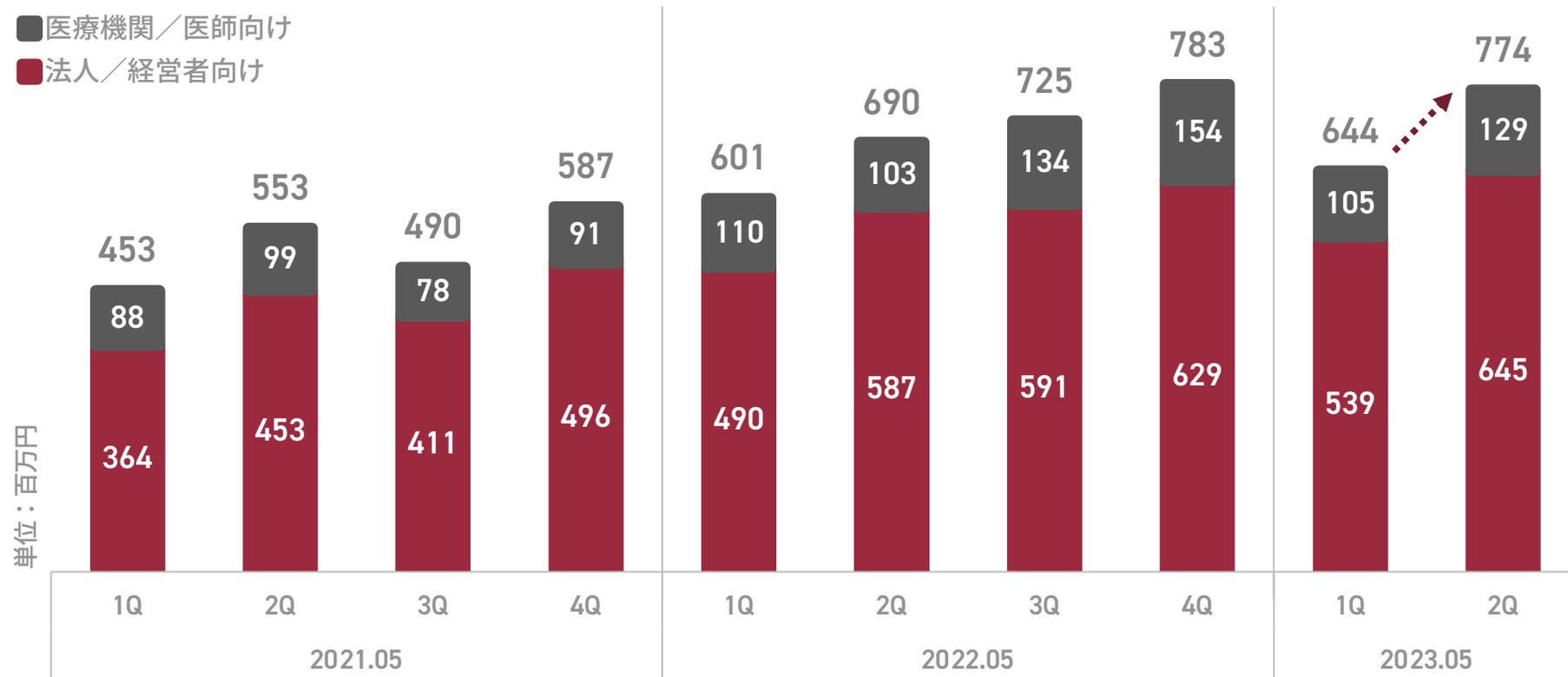
売上高

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



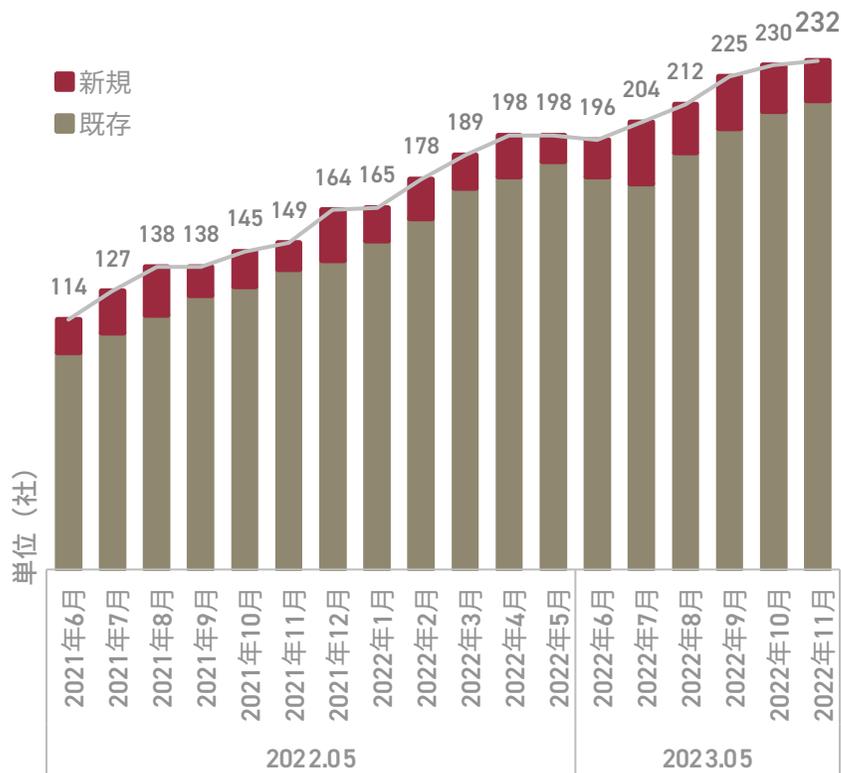
売上高

当期1Qから2Qにかけては法人/経営者向け、医療機関/医師向けともに回復基調で推移



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

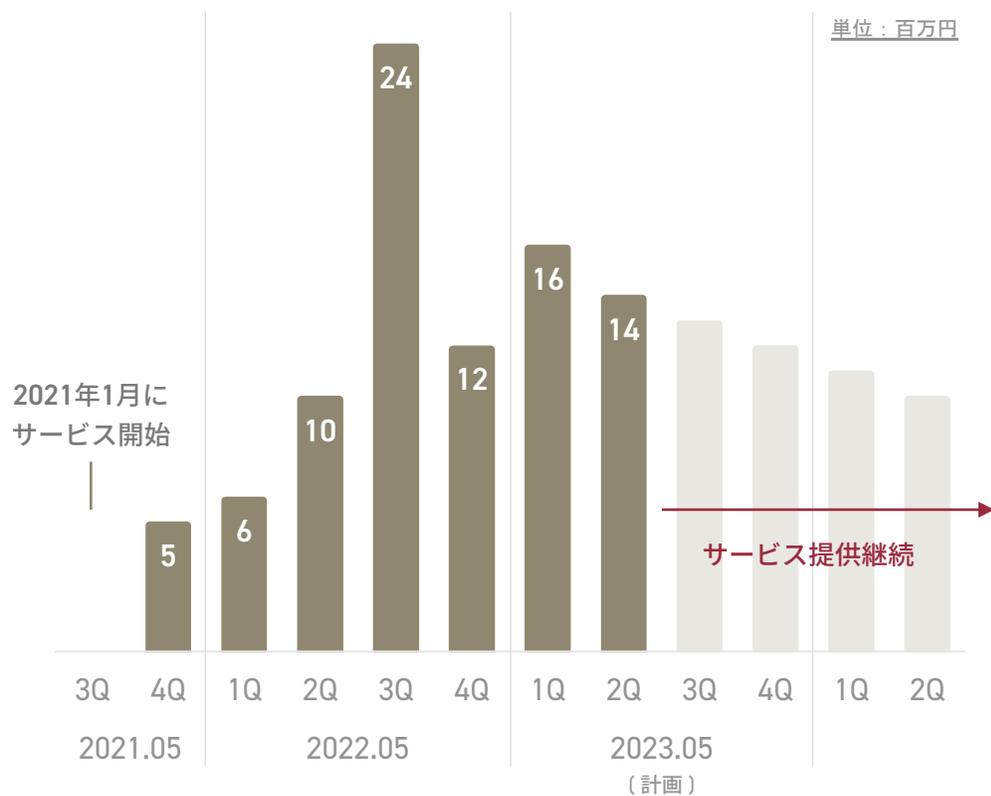


平均契約単価

✓ 四半期毎の月額平均契約単価は一定水準を維持



売上高



今後の方向性

アポチョコクの新規営業を一旦停止

以下の背景からアポチョコク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

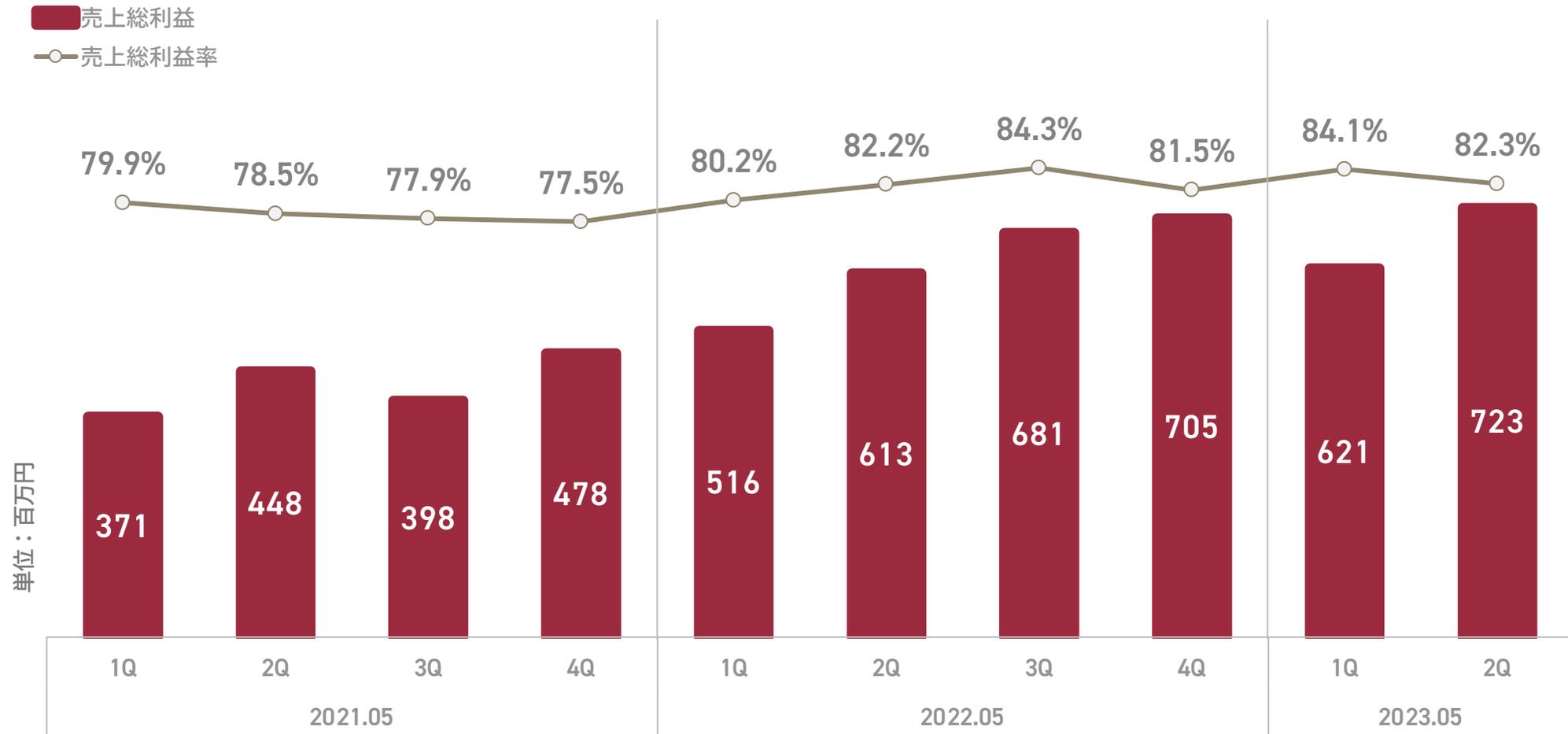


今後の取組み

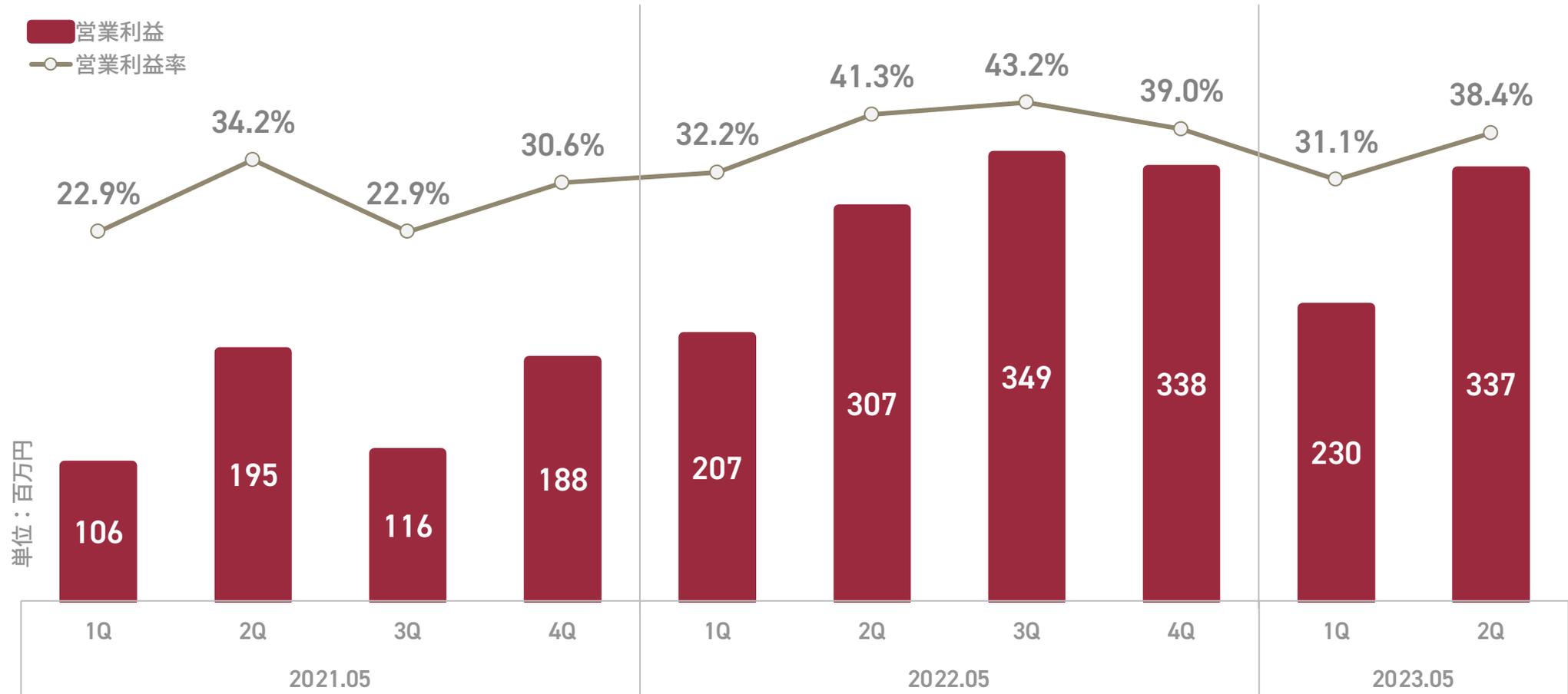
- ✓ メンバーを投資効果の高いサービス部門へ配置転換し、人的資源の投資先を変更
- ✓ アポチョコクの仕組みと経営者・企業の顧客基盤を活用して既に成約した案件は継続してサービスを提供

売上高のインパクトは小さいものの、引き続き、既存顧客へのサービス提供は継続

安定した高い水準の売上総利益率を維持



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

Investment

03 投資について



中期成長戦略の達成のため、2024年5月期は中長期の持続的な成長のための投資初年度であると位置づけています。コア事業、成長事業への投資は、2025年5月期以降での効果発現を目指しています。

新規事業への投資は、当社の新しいビジネスモデルの構築に向け、2024年5月期以降も継続的に投資を実施してまいります。また、ビジネスモデルの拡張のためのM&Aについても積極的に行っていく方針です。

安定成長のための戦略コストの積極投入

2024年5月期は5億円程度の戦略コストを積極的に投入することで
長期的に安定した成長を実現するための土台作りを実施する。

M&A費用として10億円の投資枠を準備

| | 事業 | サービス | 人件費 | その他投資 | 期待効果 | M&A |
|----|--------|----------|------|-------|-------------------|-----------|
| 新規 | PR事業 | 戦略PRサービス | 0.5億 | 0.5億 | ビジネスモデルの 多様化 | + ~10億 |
| 成長 | | PFサービス | 0.5億 | 0.5億 | 成長速度加速 +利益率向上 | |
| | | PR支援サービス | 2億 | | さらなる集積拡大 +人事投資 | |
| | 経営インフラ | | 1億 | 業務効率化 | | |

PR領域の拡大と新たな領域の拡張を目指す

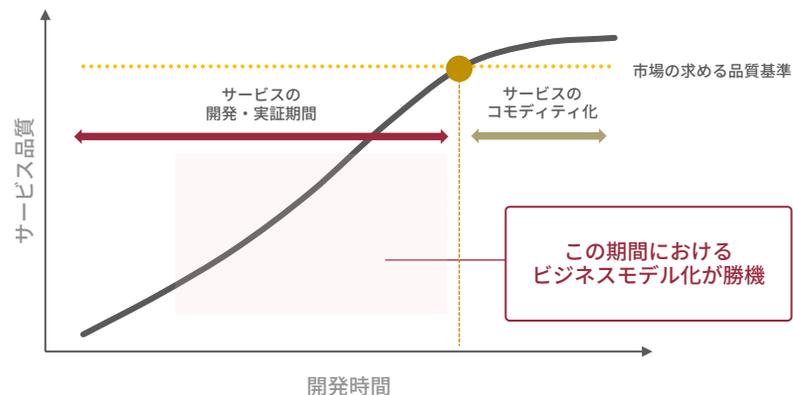
現在

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

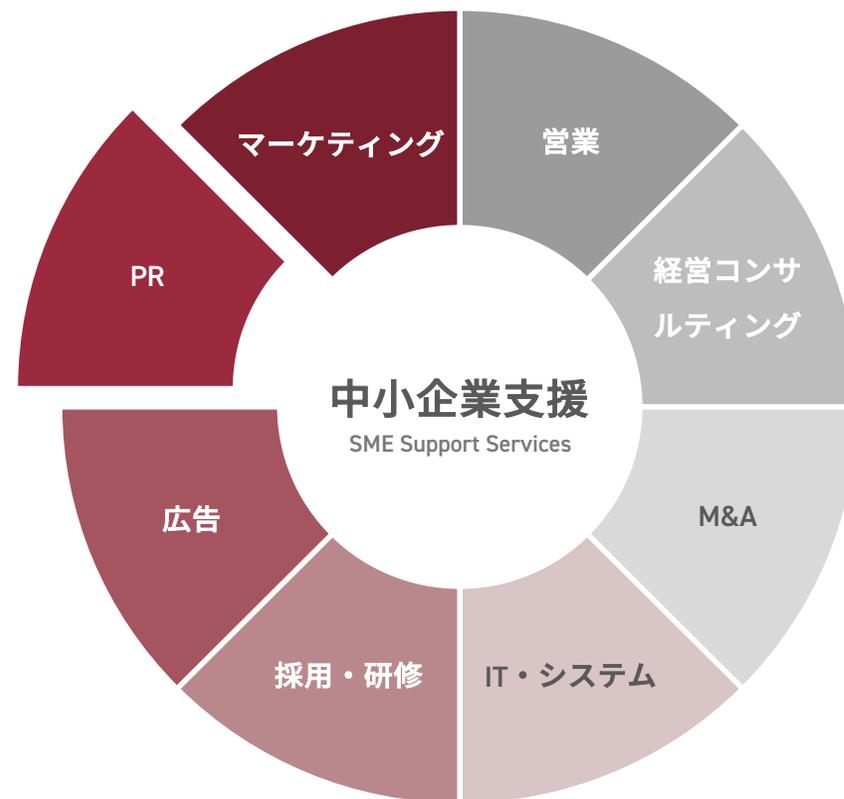


中長期的な展望

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



創業以来、蓄積されたノウハウによって統率された営業組織を
グループ企業へ投下することで事業成長を加速させることが期待できる

属人化しない営業体制を構築

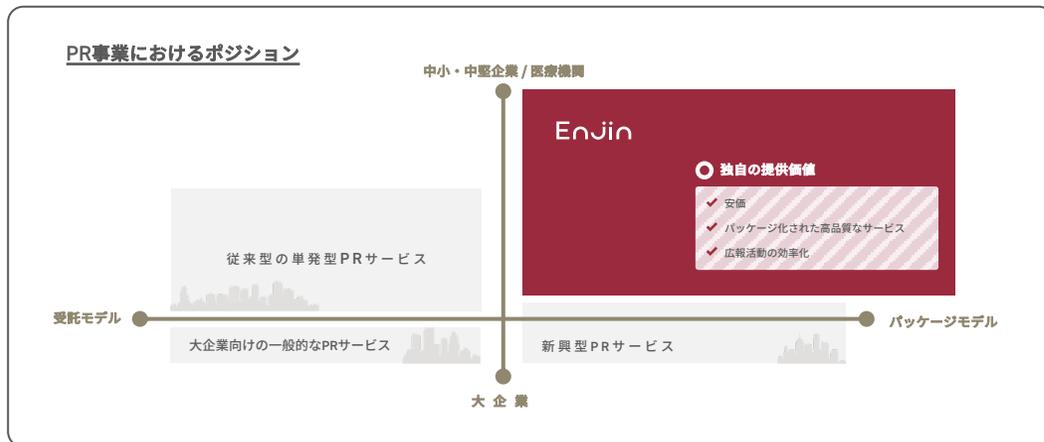
Enjinの特長①

強い営業組織



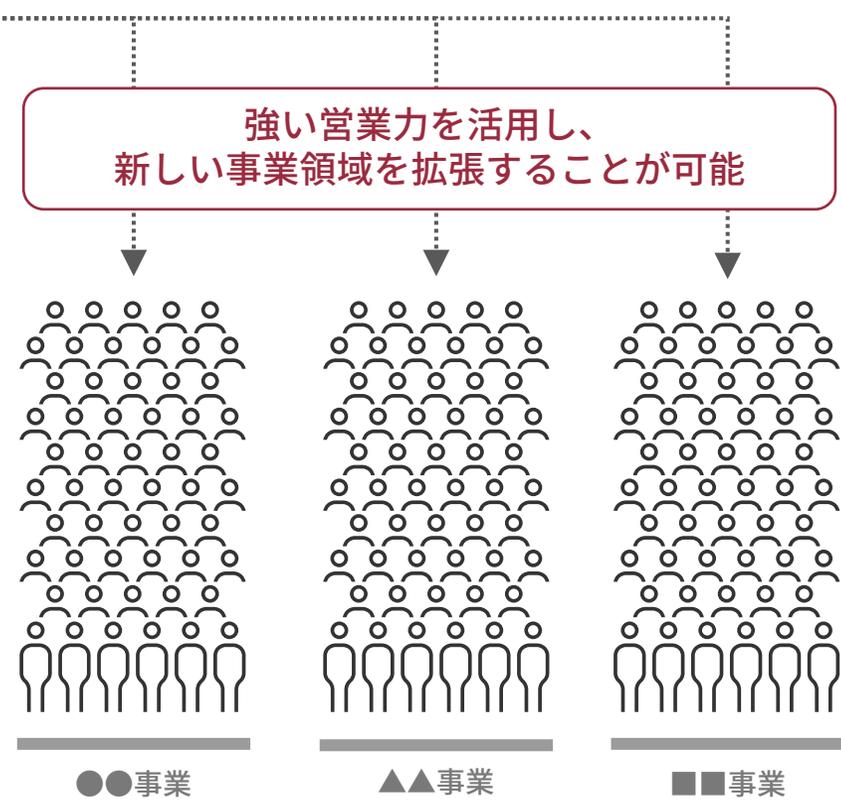
Enjinの特長②

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



M&A候補先選定基準

- Enjinグループにとって新しい商材を持っている企業
- コア事業とのシナジーが期待されるサービスを持っている企業

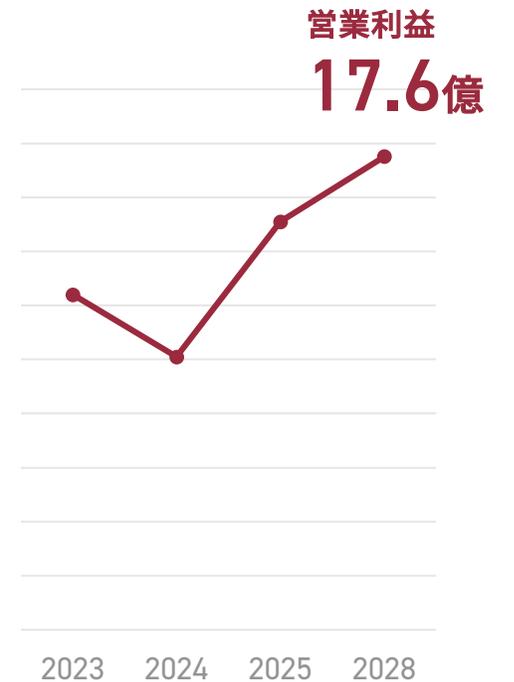
M&A実施判定基準

M&A実施に関する意思決定について、下記の項目についても考慮しています。

- 付加価値が高く、今後の単価向上が見込めるか
- 顧客母集団を活用できるか
- のれん負けせず利益貢献ができるか
- 購入価格が適正か（EVITDA10倍以下を目安）

成長費用を積極的に投資することで、成長速度を加速する

| | 事業 | サービス | 人件費 | その他投資 | 2028年5月期目標 |
|----|----------|----------|------|-------|----------------------|
| 新規 | PR事業 | 戦略PRサービス | 0.3億 | 0.5億 | 売上4.4億 |
| 成長 | | PFサービス | 0.5億 | 0.5億 | 売上6.7億 |
| | | PR支援サービス | 2億 | | 売上43.5億 |
| | 経営インフラ投資 | | 1億 | | 売上54.6億 営業利益17.6億 |



Dividend

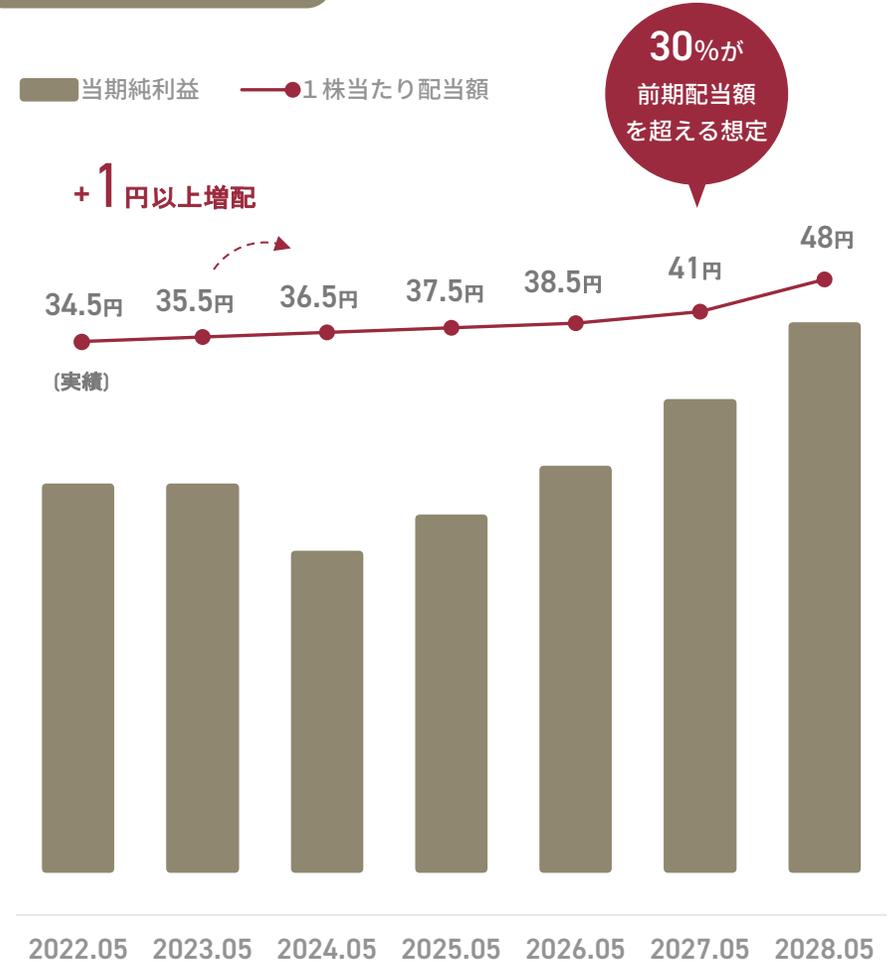
04 配当について



今後の剰余金の配当につきましては、内部留保の確保とのバランスを考慮した上で実施していくことを基本方針としておりますが、投資家および株主の皆様により長期的な目線でご支援いただくことを目的として、配当性向として設定しております30%が前期配当額を上回るまでの期間においては**每期1円以上の増配**を行ってまいります。

当中期経営計画における、配当イメージは右の図の通りです。

配当イメージ



※営業外損益や特別損益がない場合に限る

Future Policy

05 今後の方針

安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント



投資家の皆様に安心して応援していただくために
以下の2つの特徴を堅持し、今後も継続してまいります。

Commitment **01**

安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

Commitment **02**

成長を継続する経営方針とコミットメント

Commitment **01**

安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造を構成する要素は以下の3点です。

Element

01

毎年獲得した売上が安定的に詰みあがるストック型モデル

Element

02

高単価の特定顧客や業種、地域に依存していない構造

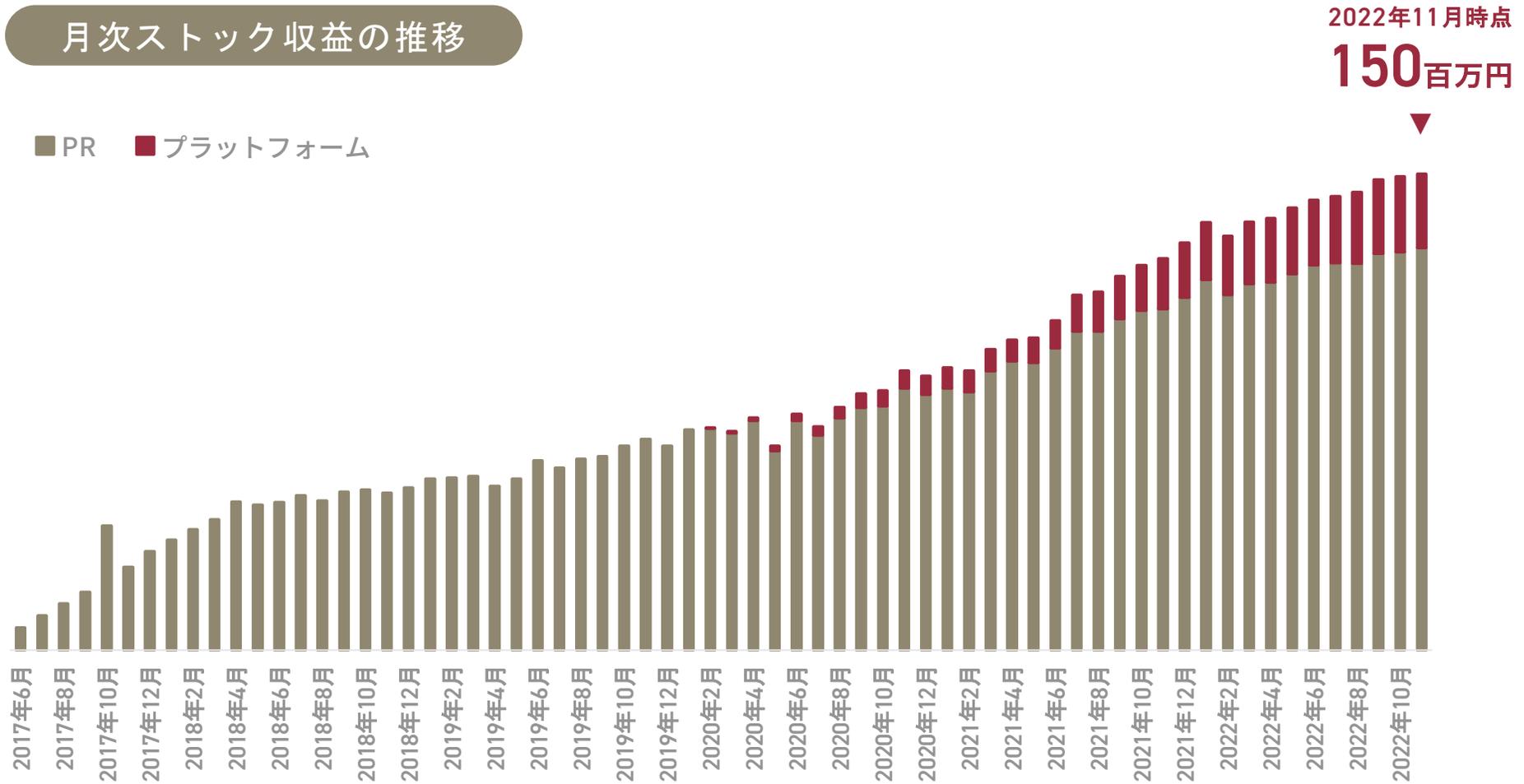
Element

03

外部環境の変化があっても乱高下しない顧客構造

月次ストック収益の推移

■ PR ■ プラットフォーム



顧客ごとの取引高分布

約1,500社の顧客基盤がロングテール構造となっており、特定の顧客に依存がない

顧客数

PR支援サービス **1,351社**

プラットフォームサービス **232社**

上位10社の売上が全体売上に占める割合

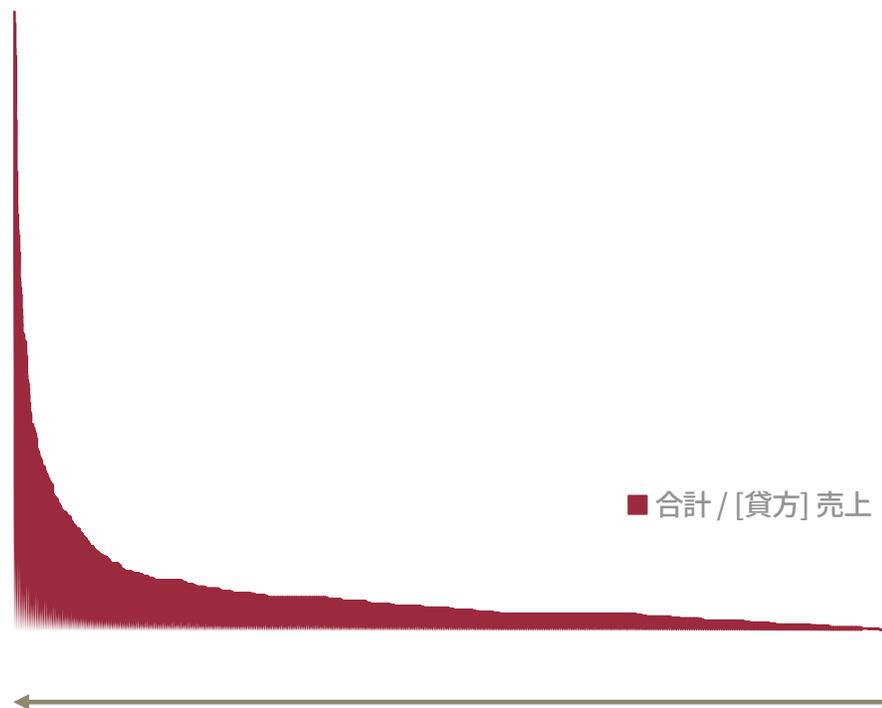
約**5.6%**

顧客あたりの分布イメージ

顧客単価
高

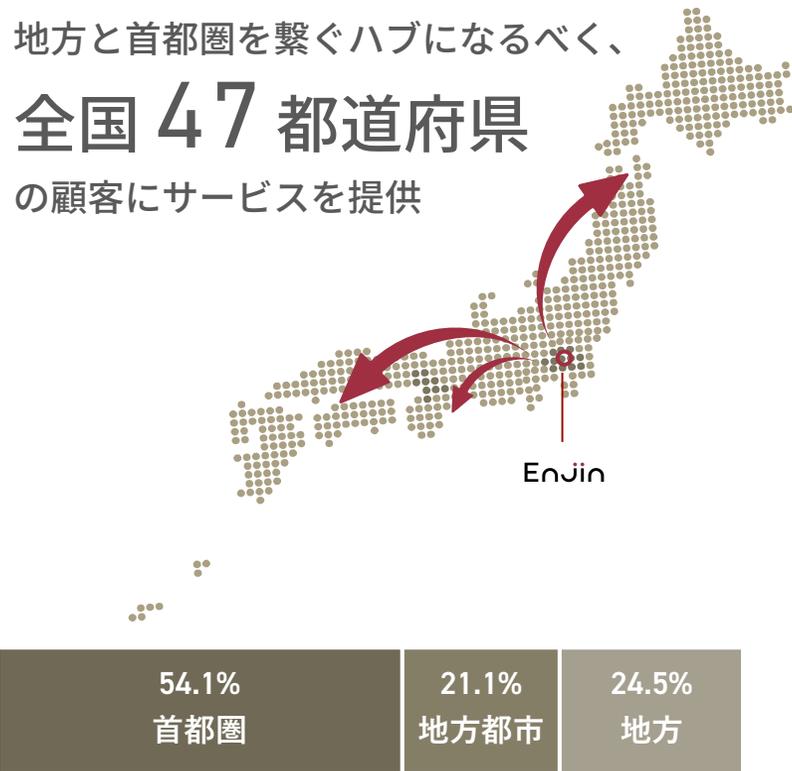


顧客単価
低



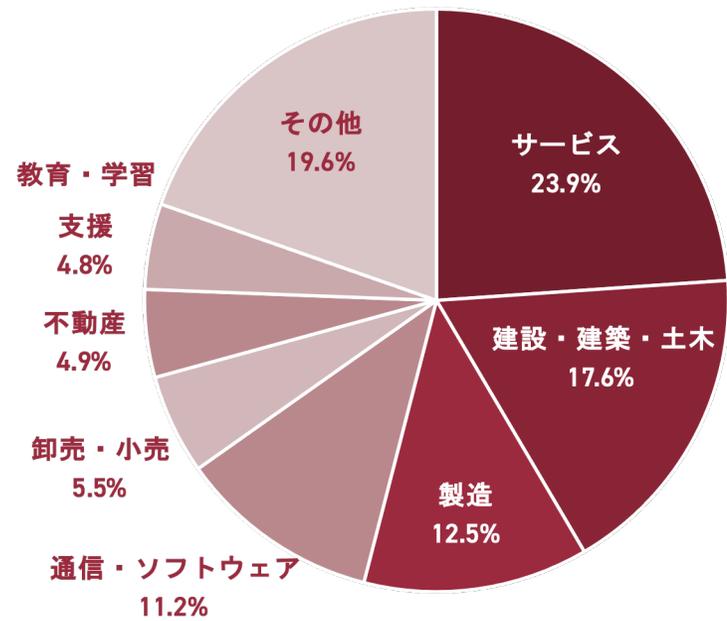
約1,500社の顧客

様々な地域、多種多様な分野の顧客を網羅しており、経済情勢に左右されにくい構成

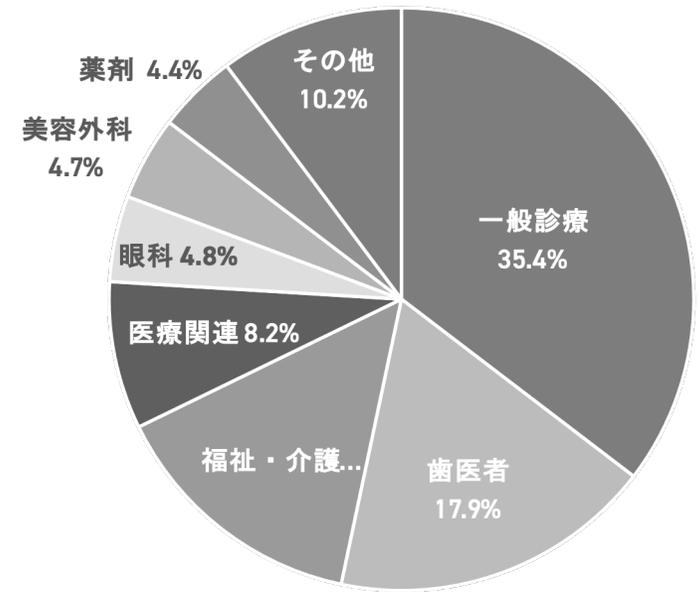


*首都圏とは、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県のみとする。
 *地方都市とは、北海道、愛知県、大阪府、福岡県の1道1府2県とする。

法人／経営者向け

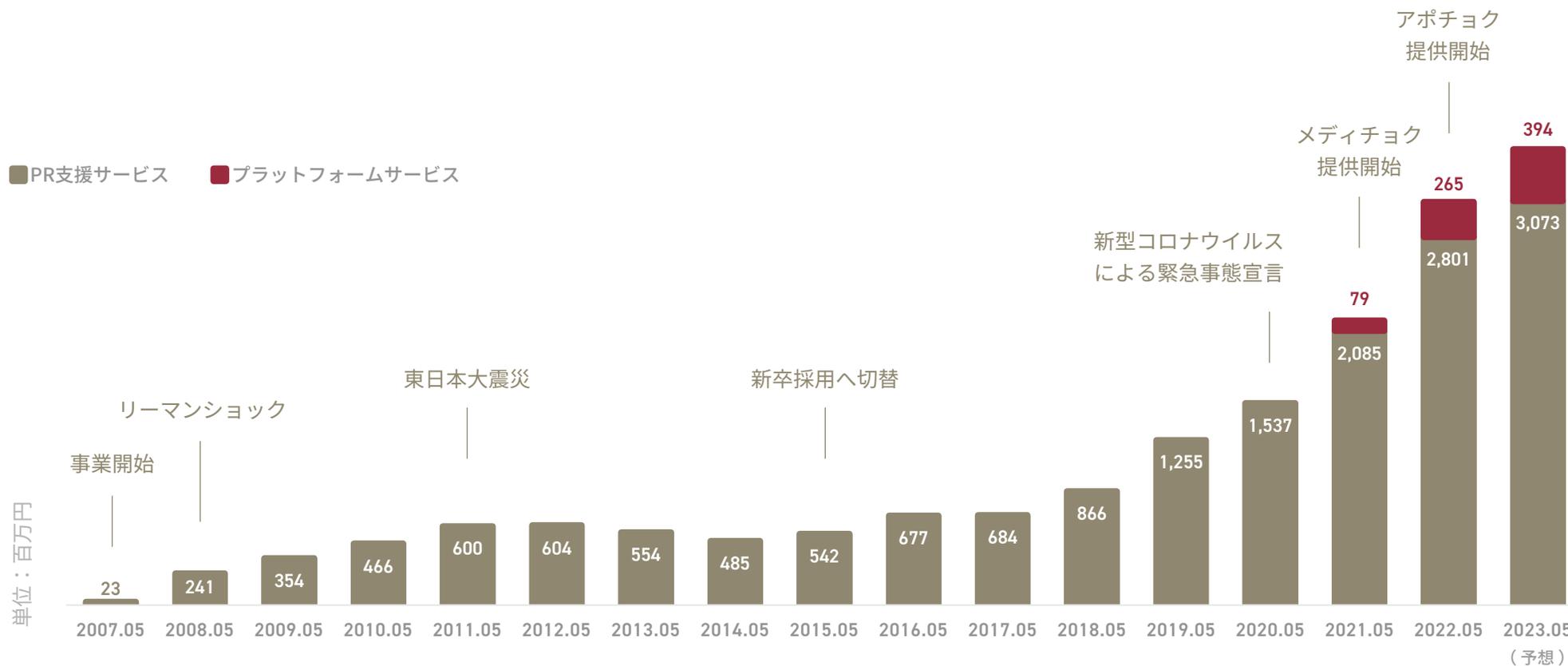


医療機関／医師向け



様々な社会情勢の変化の中においても変わらず成長を継続

売上推移



Commitment **02**

成長を継続する経営方針とコミットメント

現状抱えている課題への対応などを織り込んだことで一次的な減収減益の計画として策定

期初における成長計画の前提

前期における離職の課題はクリアされており、
当期においては離脱は減少する想定



人材採用は順調であるため、過去の統計から
しっかりと成長が見込める想定



2023年3月時点での結果

離脱率は減少したが、想定よりも多くの離脱が
引き続き継続



既存社員への負荷が増加することで離脱が増加
する負のスパイラルが発生



離脱における業績を担保するために既存社員の
高負荷状況が続いたことで教育の精度が低下



期待値コントロールの不備による想定外の
キャンセルが増加



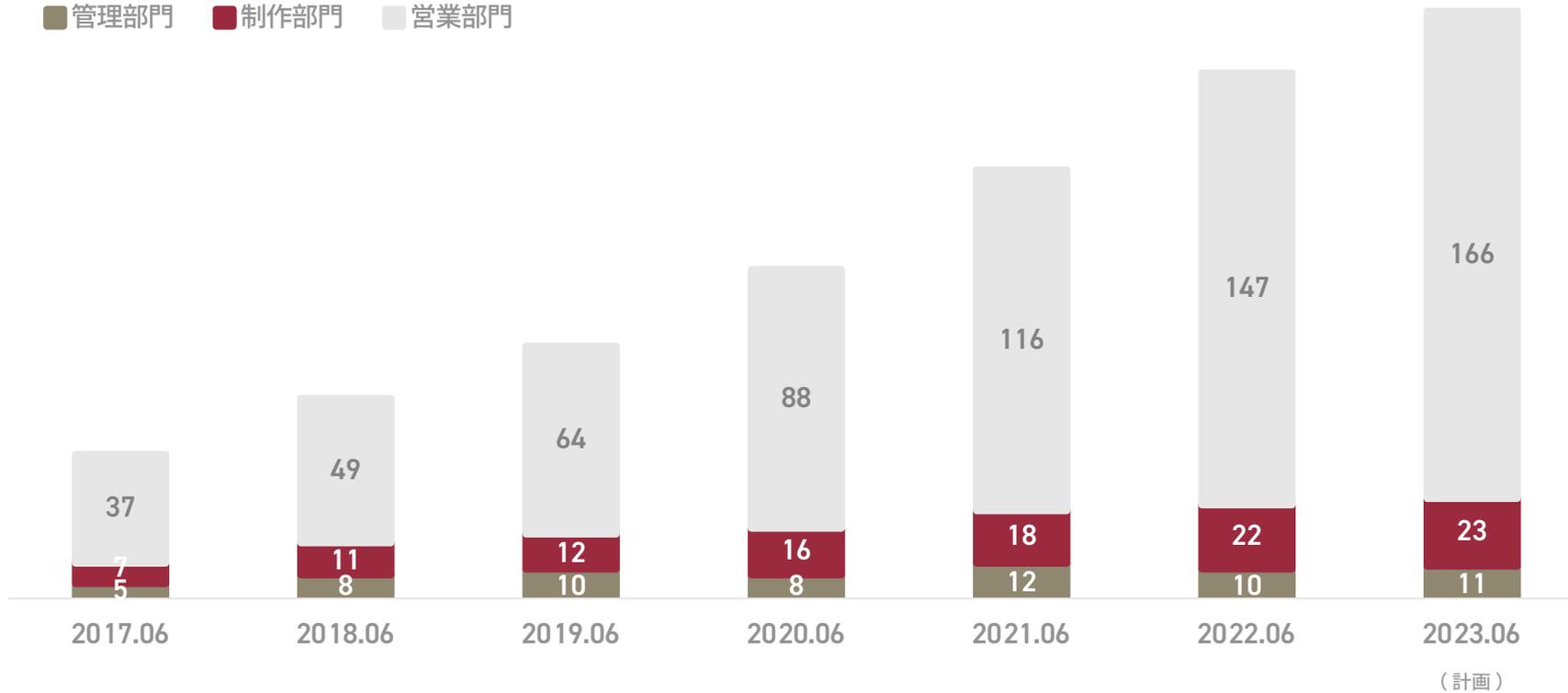
当社の財産は「人」と考えています。引き続き人材採用に注力をしていきます。

| | | |
|----|----|---|
| 人事 | 採用 | <ul style="list-style-type: none">✓ 引き続き、カルチャーフィットを最重視✓ 2015年より行っている新卒採用を重視✓ 大量採用ではなくしっかりと教育できる人員数を採用✓ 中途採用は事業戦略に応じて必要な人材をスカウトを中心に採用 |
| | 教育 | <ul style="list-style-type: none">✓ 新卒社員を中心に、アカデミー組織によるハイクラス人材からの学びを促進✓ 営業社員を中心に、マネージャークラスがしっかりと伴走する形での教育体制へ変更✓ KPIの見直しを実行 |

職種別従業員数推移

事業拡大に寄与する営業人員を中心に増員しながら、
制作部門、管理部門においては安定した人員を確保することで企業成長の土台を固めていきます。

■ 管理部門 ■ 制作部門 ■ 営業部門



※それぞれの期間における期首時点での人員数

安定した財務基盤の構築と投資家の皆様に誠実に向き合います。

| | | |
|----|--------|--|
| 財務 | 資金調達方針 | <ul style="list-style-type: none">✓ 資金調達は現在不要✓ 現預金は約39億円を保持し、増え続けている✓ 増資は行わない |
| | IR方針 | <ul style="list-style-type: none">✓ 透明性高く、投資家の皆様の投資判断に資する情報をお伝えする✓ 出来高向上に再注力し、あらゆる施策を徹底的に行う |

一時的な減収の計画となりご心配をおかけいたします。

中期経営方針に則り、今後も安定的な長期成長を達成するためにしっかりとした経営を継続してまいります。

経営陣一同、断固たる決意をもって、企業成長のため経営判断を実行します。

安定した利益を出し続けていますが、より利益成長をすることでしっかりと投資家・株主の皆様へ還元をしていくよう努めてまいります。

上場時の調達資金の 使途内訳

2021年6月18日開示情報

(単位：千円)

| 項目 | 予定金額 | 使途予定時期 | | |
|---------|-----------|----------|----------|----------|
| | | 2022年5月期 | 2023年5月期 | 2024年5月期 |
| 運 転 資 金 | 1,735,700 | 550,000 | 880,000 | 305,700 |
| 採用活動費 | 110,000 | 30,000 | 40,000 | 40,000 |
| 人件費 | 1,525,700 | 500,000 | 800,000 | 225,700 |
| 広告宣伝費 | 100,000 | 20,000 | 40,000 | 40,000 |

充当状況

IPO調達資金1,735,700千円のうち、2023年5月期（11月末時点）において1,040,247千円（消化率：59.9%）を充当。

2023年5月期以降も、当初予定どおり、主に事業拡大のための採用活動費、人件費および広告宣伝費に充当予定。

| | 2023年5月期 予定 | 2023年5月期 実績（11月末時点） | 残高 |
|---------|-------------|---------------------|------------|
| 運 転 資 金 | 880,000 千円 | 497,713 千円 | 695,453 千円 |
| 採用活動費 | 40,000 千円 | 19,626 千円 | 60,374 千円 |
| 人 件 費 | 800,000 千円 | 466,015 千円 | 559,685 千円 |
| 広告宣伝費 | 40,000 千円 | 12,072 千円 | 75,394 千円 |

主にプラットフォームサービスへの広告宣伝費の投下を予定していたが、サービス開発進捗に合わせて投資を後ろ倒しに

*当社が属する業界の環境が急激に変化することも考えられるため、その場合、現時点で計画している資金使途以外へ充当する可能性があります。

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実施しました。

1株当たり配当金 **13.00** 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。

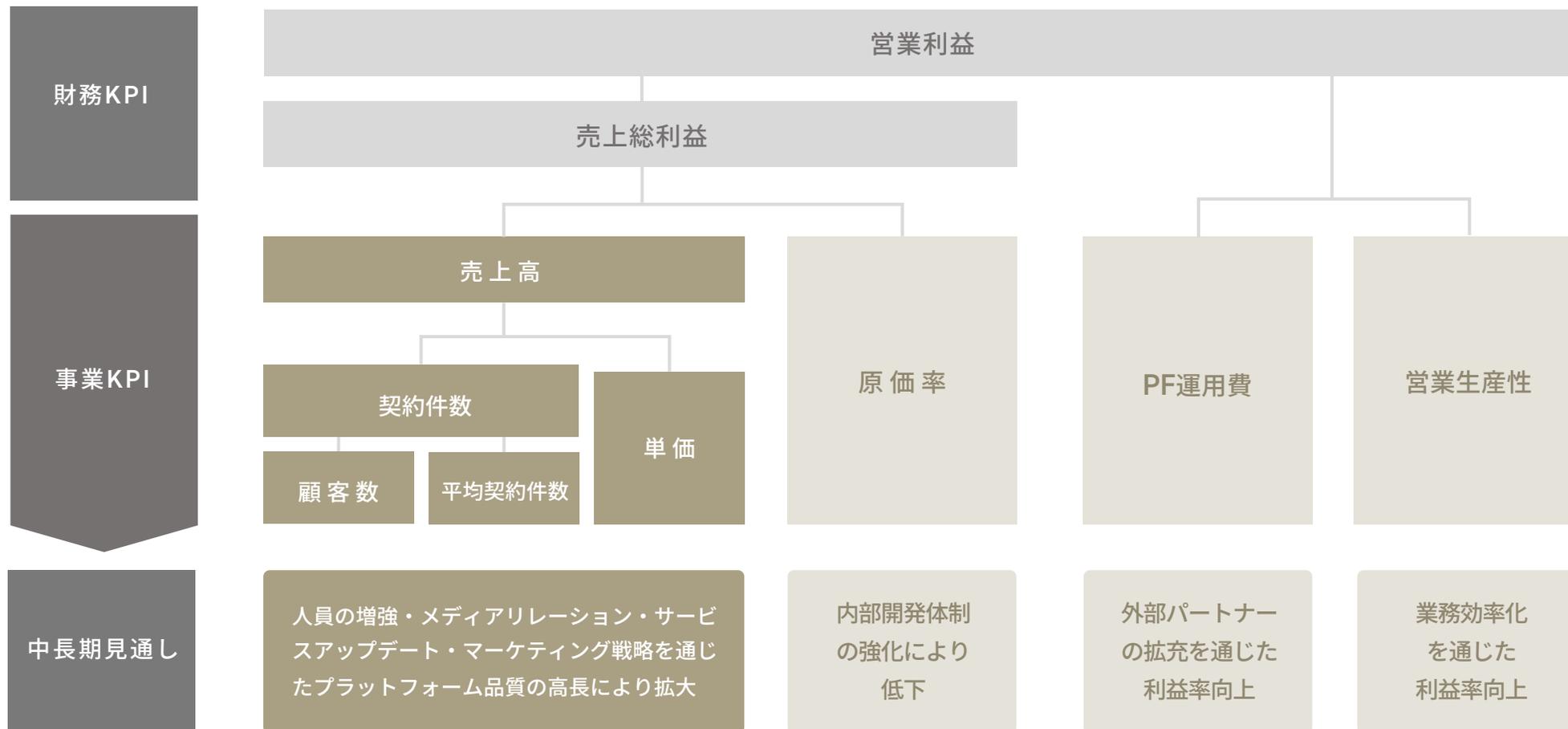
ターゲット顧客の拡大等のための施策

PR事業の中長期的な成長に向けて、
ターゲットとなる顧客の拡大・収益の改善・業務の効率化など様々な施策を実施していきます

| 主な取り組み | PR支援サービス | プラットフォームサービス | 戦略PRサービス |
|------------------|--|--|--------------|
| ターゲット顧客の拡大 | メディアリレーションの強化 | | 企画力の強化 |
| | toC領域を対象としたサービス展開 | 広告展開における認知度向上と訴求の強化 | |
| 収益の改善 | クライアントレポートの提供開始 | マッチング精度の向上 | パッケージ化の促進 |
| | | オプション機能の追加 | 事業シナジーの促進 |
| 業務の効率化 | オンライン商談の導入 | ウェビナーの開始 | SFA / CRMの導入 |
| | マーケティングによるPull型の導入 | プラットフォーム機能の強化による導入プロセスの改善 | |
| 戦略 | 人材採用 | システム開発 広告 | 新規開拓 |
| | ⋮ | ⋮ | |
| 2023年5月期 進捗状況 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新卒社員：45名 ✓ 中途社員：20名 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ サービス向上のためのシステム改修を実施 ✓ 認知度向上のための広告宣伝費の投下 | |

今後の開示KPIの中期的見通し

当社の市場ポテンシャルは高く、まだまだ十分に市場開拓できる余地があると考えているため、引き続き、顧客数をKPIとして設定しています



高品質のサービスを安価に 顧客に提供できる仕組みを構築

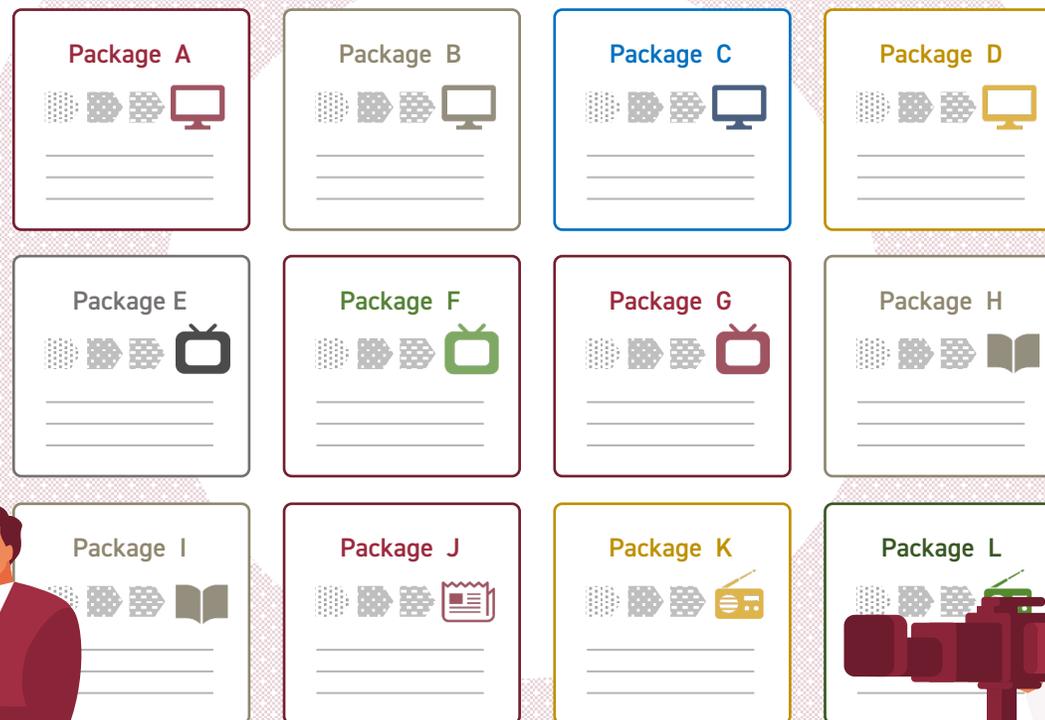
社内ノウハウの蓄積・活用に裏付けられた高い利益率

- ✓ サービス提供における徹底したマニュアルライズ
- ✓ メディアリレーションによって様々な媒体をパッケージ化



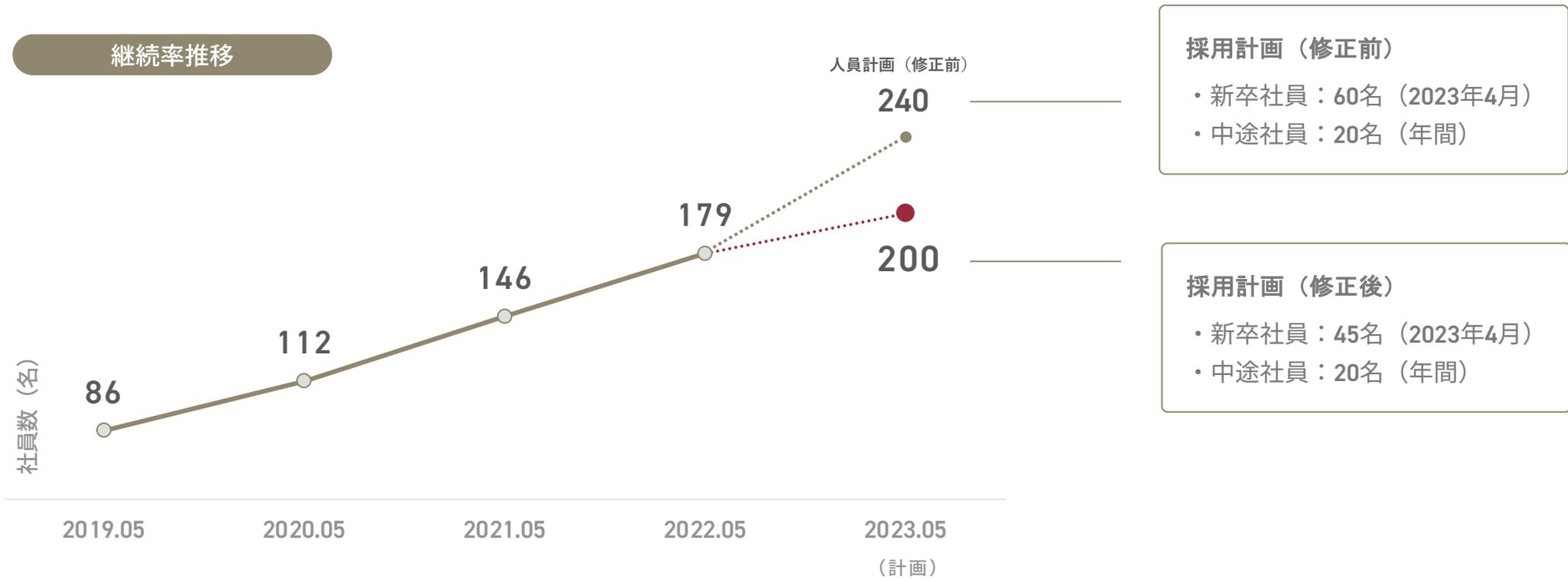
MEDIA

数多くのメディアから提案

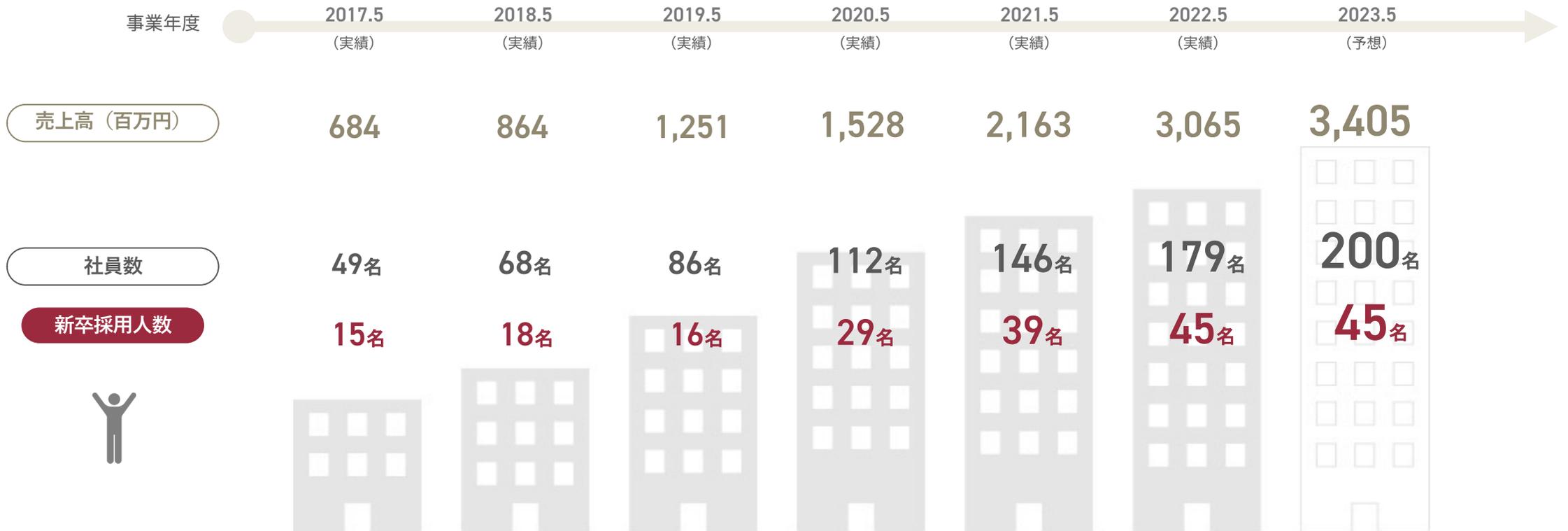


当社の重要な経営資源の1つは人財であり、2023年5月期は社員数200名体制を目指す

- ✓ 受入体制を考慮し、採用予定数を縮小
- ✓ 教育体制や環境整備により離脱を減少させる



2015年より一貫して新卒を中心とした採用を継続、
事業拡大に合わせて毎期採用人数を増加しながら企業規模を拡大



主な事業リスクと対応方針 (1/2)

事業計画の実現において影響を与える可能性があるリスクを把握し、適切に対応を図ります

| | 主要なリスク | 顕在化の可能性 / 時期 | 顕在化した場合の影響度 | リスク対策案 |
|------------------|---|--------------|-------------|---|
| 事業環境： 景気動向 | 景気の後退により、当社顧客のPR予算への影響が想定を超えて拡大した場合、事業成長が阻害される可能性 | 中 / 中長期 | 中 | 幅広い市場に対してサービスを提供することで景気後退時に強いビジネスモデルを構築することで対応します。 |
| 事業環境： 市場環境 | インターネット環境、モバイル機器の進化の状況など情報環境の劇的な変化により顧客ニーズが大きく変化した場合、既存事業の成長鈍化が生じる可能性 | 低 / 中長期 | 大 | インターネット、クラウドなど関連市場の変化に応じたサービス・メディア開発を加速させることで市場ニーズへ対応します。 |
| 事業環境： 検索エンジン | アルゴリズムの急激な変化や顧客ニーズに適時に対応できない可能性または変化への対応のためにシステム投資や人件費など多くの費用を要する可能性 | 低 / 中長期 | 中 | 検索エンジンにおける検索結果を継続的にモニタリングすることで、変化に対して迅速に対応します。 |
| 事業内容： 競合他社の状況 | 競合の参入により、当社の事業領域における競争激化により、当社が効果的な差別化を行うことができない場合、事業成長が阻害される可能性 | 低 / 中長期 | 中 | 健全な競争のもとで、現在の市場優位性を保つために、顧客ニーズにあったサービスを展開していくことで対応します。 |

※ 上記は、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる事項について記載しております。その他のリスクに関しては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において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。

事業計画の実現において影響を与える可能性があるリスクを把握し、適切に対応を図ります

| | 主要なリスク | 顕在化の 可能性 / 時期 | 顕在化した場合の 影響度 | リスク対策案 |
|-------------------------|---|------------------|-----------------|---|
| 事業環境： 人材の採用・教育 更新 | 当社の経営理念を理解し、賛同できる人材の採用・教育が計画どおり進捗しない場合、安定的な事業成長が阻害される可能性 | 大 / 長期 | 大 | 新卒社員を中心としつつ、異業種を含めた中途社員の採用など、優秀な人材の獲得し、実践を通じた教育により、プロフェッショナルとなり得る人材を育成することで対応します。 |
| 事業環境： 法令規制 | 事業に関連する法令等において新たな規制が制定されるなど規制が厳しくなった場合、既存のサービスを継続することができず、事業成長が阻害される可能性 | 低 / 長期 | 中 | 法改正に関する継続的なモニタリングや専門家を交えた情報交換を積極的に行い、チェック体制を整備することにより迅速に対応します。 |
| その他： 新型コロナウイルス感染症 | 新型コロナウイルス感染症の流行長期化により、度重なる緊急事態宣言の発令や過移出自粛など、当社顧客への業績影響が想定を超えて拡大する可能性 | 低 / 不明 | 低 | 地方で活動が可能な外注先を確保するなどの対策により、コロナ禍においても業績悪化が生じない事業展開を行うことで対応します。 |

※ 上記は、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる事項について記載しております。その他のリスクに関しては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において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。

06 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。

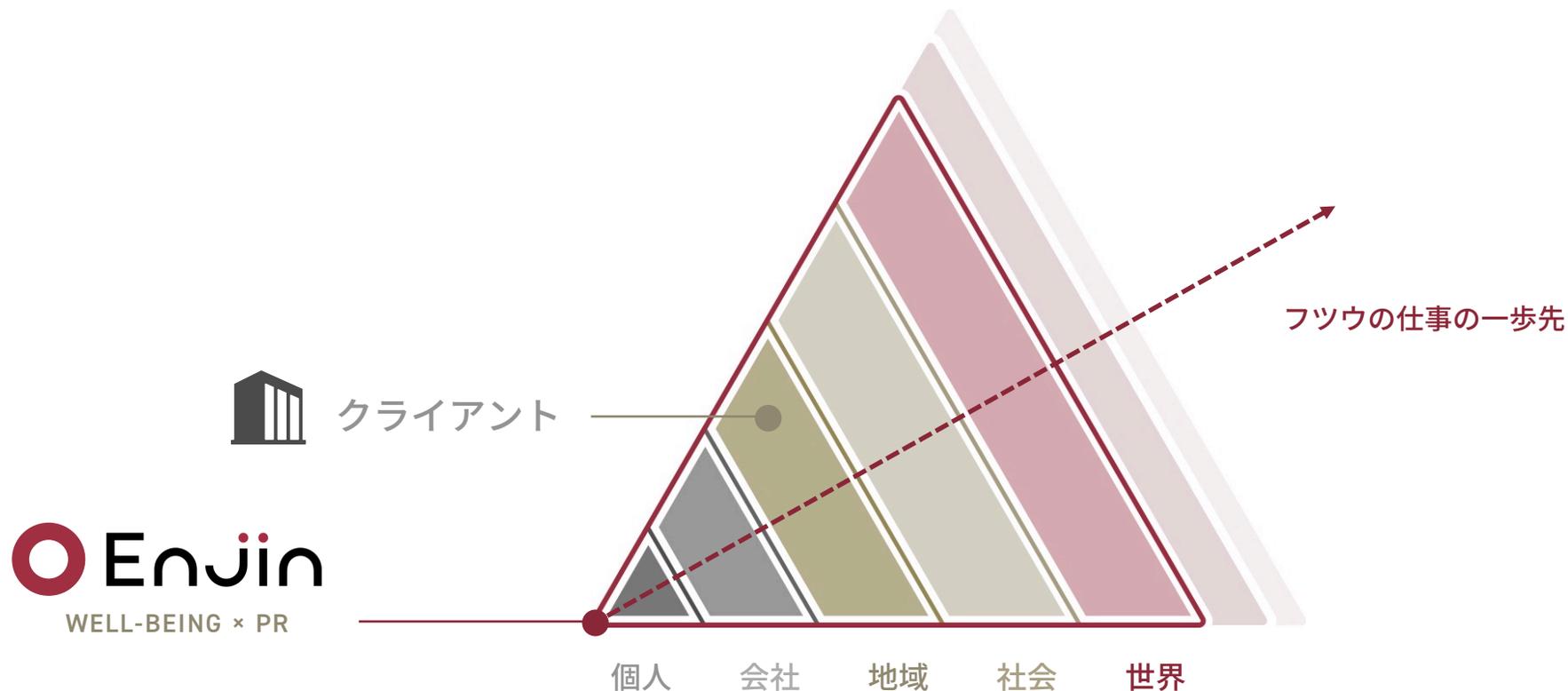
“OHANA”とはつながりを大切にし、経済的・精神的に結びつき、
互いに思いやり支え合う関係を表す言葉です。

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。

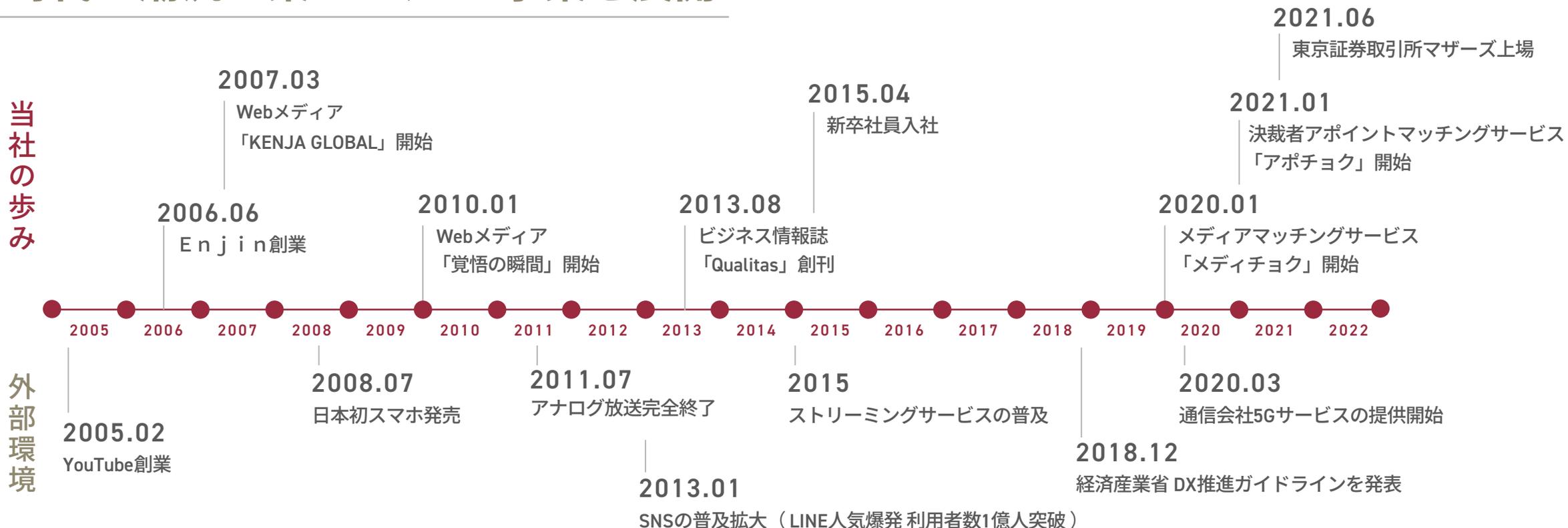
フツウの仕事の一步先へ。

「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



時代の潮流に乗って、PR事業を展開



創業フェーズ

YouTube誕生により、インターネット上で動画が世界中に配信される時代となる。これまでPRはTV CMなどの高価な媒体が中心だったが、Webを活用した安価なサービス展開が主流になると着想し、代表取締役の本田幸大がEnjinを創業。

成長フェーズ

新卒採用を始め、人材育成に注力することにより、創業来のPR支援サービスを拡大していく。これに加えて、プラットフォームサービスも開始し、さらなる拡大を目指す。

concept

顧客のPR戦略を総合的にサポートすることによって 地方と首都圏を繋ぐハブになる

PRブランディングは、大企業や中小・中堅企業ばかりではなく、これまで需要の少なかった医療機関まで、多種多様な顧客のニーズが高まっています。従来はTV・新聞などによるメディア露出が主流でしたが、インターネットの普及により、SNSや動画配信など自ら情報発信できるようになり、より多くの人たちが多様なメディアへ露出する機会が急増しました。その一方で、ただメディアに露出するだけではなく、どのメディアに露出し、何を発信していくのが重要になってきました。当社は、全国の中小・中堅企業、そして医療機関をはじめとする顧客のニーズを汲み取り、適切なメディアを繋ぎ、有益なPRブランディングを提供いたします。顧客のPR戦略を総合的にサポートすることにより、地方を含む全国の企業・医療機関と首都圏のメディアや情報などを繋ぐハブとしての役割を果たしてまいります。



ESGの取り組み

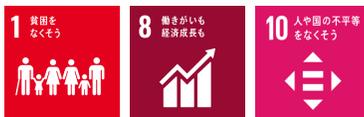
ENVIRONMENT
SOCIAL GOVERNANCE

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。

業績拡大による企業価値向上を前提にしながらも、同時に社会課題の解決を行うことで持続的に継続可能な社会の実現へと貢献する方針

ESG/SDGsに対する方針

Enjinグループ



「社会の役に立つ立派な人材を一人でも多く輩出する。」という理念を前提に、社会的課題を解決することで、社会全体の持続的な発展と自社の成長の両輪を実現する方針

ESG/SDGsとして取り組む事項

日本経済の基盤を築く中小中堅企業のPRを通じ勤務環境の整備を実現するとともに、地方創生による地域活性化を実現することによる就業環境の整備

弊社 IR に関する情報・ご質問は下記IRページからお願いいたします。

<https://www.y-enjin.co.jp/ir/inquiry/>

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、保証しておりません。