

株式会社WACUL

2023年2月期  
第4四半期および通期  
決算説明会資料

2023年4月12日

## 23/2期業績（累計期間）の概要

### 売上高

総売上高/リカーリング売上高が過去最高を更新

2023/2期 通期

**1,349百万円**

前期比+24.2%

※リカーリング売上高 818百万円  
(同+26.5%)

- 売上高は、前期比+24.2%と事業拡大が継続
- リカーリング売上高は、前期比+26.5%の成長。前四半期に続き過去最高を更新。AIアナリストシリーズの販売が好調で、下期に大きく拡大
- 人材事業は成長が続く

### EBITDA

先行投資を行いながらも12四半期連続の黒字を継続

2023/2期 通期

**255百万円**

前期比+13.4%

※営業利益 184百万円  
(同△0.9%)

- EBITDAは前期比で+13.4%と順調に伸長。利益だけでなくキャッシュフロー創出にも注力
- 12四半期連続で安定的に黒字創出。投資をしながらもしっかりと収益を確保

### 理論LTV

理論LTVは過去最高

2023/2

**5,038千円**

前年同月比+14.1%

※クロスセル率 26.1%  
(同+6.7pp)

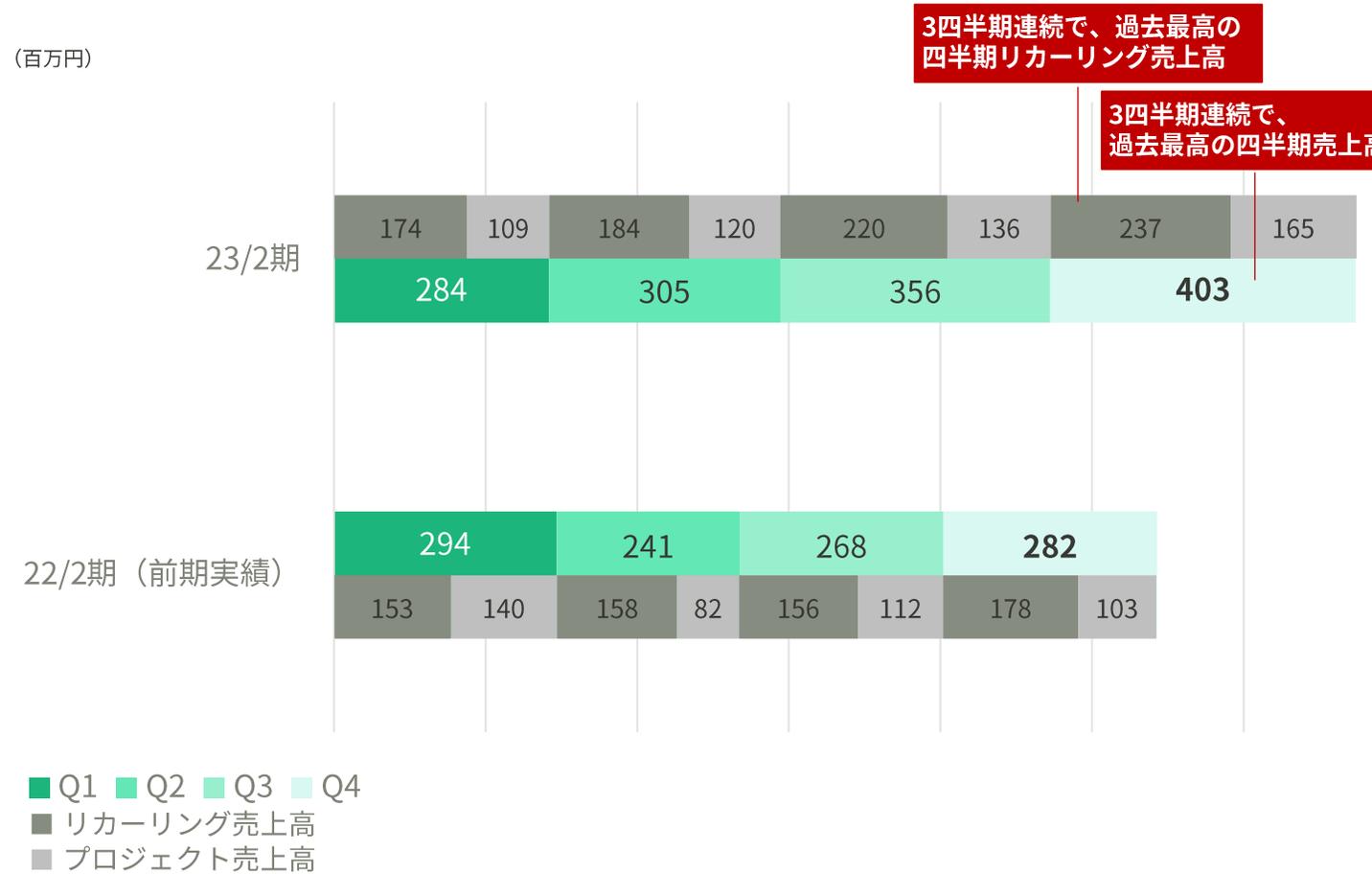
- 理論LTVは、1社あたり売上高の拡大で前年同月比対比で+14.1%成長
- 特に、中企業以上の既存顧客への信頼獲得が進んだことで、1社あたり売上高が拡大したことが要因

\* ARRは、Annual Recurring Revenueの略で年間経常収益のこと。各月末時点におけるMRR(Monthly Recurring Revenue = 月間経常収益)を12ヶ月換算して年間ベースの数値を算出

## Q4売上高は、四半期売上高・リカーリング売上高ともに過去最高を更新。23/2期は前年比+24.2%の成長

### 四半期ごとの売上の詳細

(百万円)



### 主なポイント

- 人材事業と運用支援サービスの成長を主因とし、リカーリング売上高が前年同四半期比で33.1%の成長。過去最高の四半期リカーリング売上高を3四半期連続で更新
- 人材事業は総契約額およびテイクレイトは計画線で順調に推移。ARR1億円達成後も成長が続き、全社の売上高成長に貢献
- デジタルマーケティングを総合的に行う案件(上流コンサルティング～下流デリバリー)の増加などを背景に、運用支援を行うAIアナリストADやAIアナリストSEOが成長
- 今期は制作組織を中心に体制を強化したことで、Q1への売上集中は起きず、制作案件を中心にQ1・Q2・Q3・Q4と体制強化による売上上昇が継続

業績予想対比では、売上高はほぼ想定どおりの着地も、コストマネジメントで各段階利益は計画対比上振れ

(単位：百万円)	2023/2 実績	2023/2業績予想 (2022/4/12開示)		2022/2	
		予想	増減率	実績	増減率
売上高	1,349	1,388	△2.8%	1,086	+24.2%
売上総利益	1,015	1,066	△4.8%	888	+14.1%
売上総利益率	75.2%	76.8%	△1.6pp	81.8%	△6.6pp
販売管理費	830	886	△6.3%	703	+18.1%
営業利益	184	179	+2.4%	185	△0.9%
営業利益率	13.6%	12.9%	+0.7pp	17.1%	△3.5pp
EBITDA	255	251	+1.4%	225	+13.4%
EBITDA率	18.9%	18.1%	+0.8pp	20.7%	△1.8pp
経常利益	187	177	+5.7%	184	+1.7%
純利益	192	163	+17.9%	226	△14.9%

### ポイント

- クオリティ・グロースの指標として当社が設定している“40%ルール”には、わずかに未達(売上高成長率24.2%+営業利益率13.6%=37.8%)
- 売上高は、3,900万円(△2.8%)の未達も前年比では+24.2%を達成
- 売上高の変化に柔軟に対応し、コストコントロールを行ったため、営業利益およびEBITDAは会社計画を上回る着地に

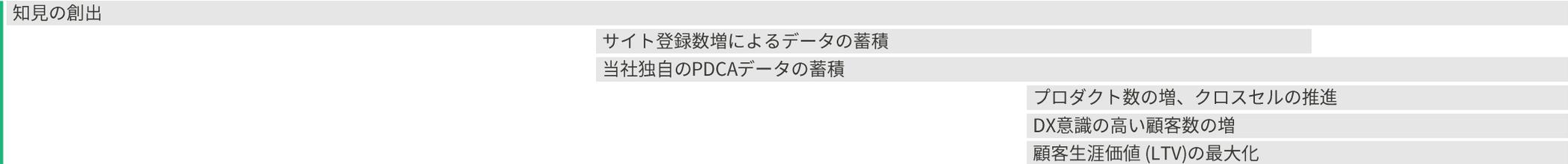
# 会社概要

当社の概要について

# ナレッジとデータを“創り”・“集め”、ビジネスモデルを磨き込んでいる

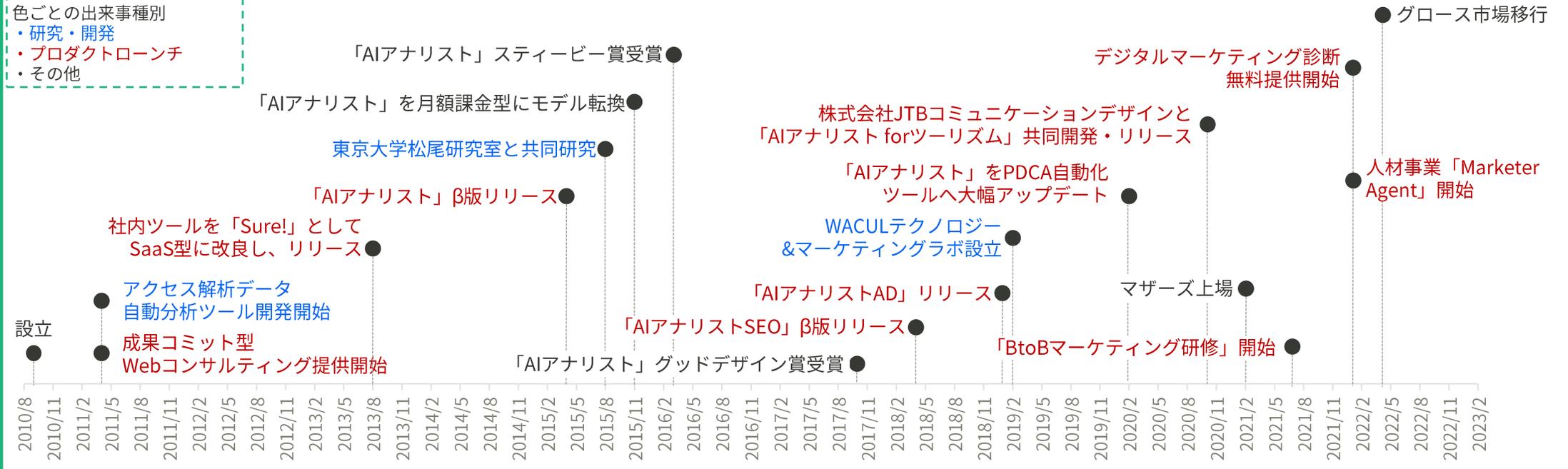


優先事項



- 色ごとの出来事種別
- ・研究・開発
- ・プロダクトローンチ
- ・その他

沿革



# 複雑化する企業経営にはデジタルトランスフォーメーション<sup>1</sup>が不可欠。しかし、知見とデータ理解の不足が障壁に

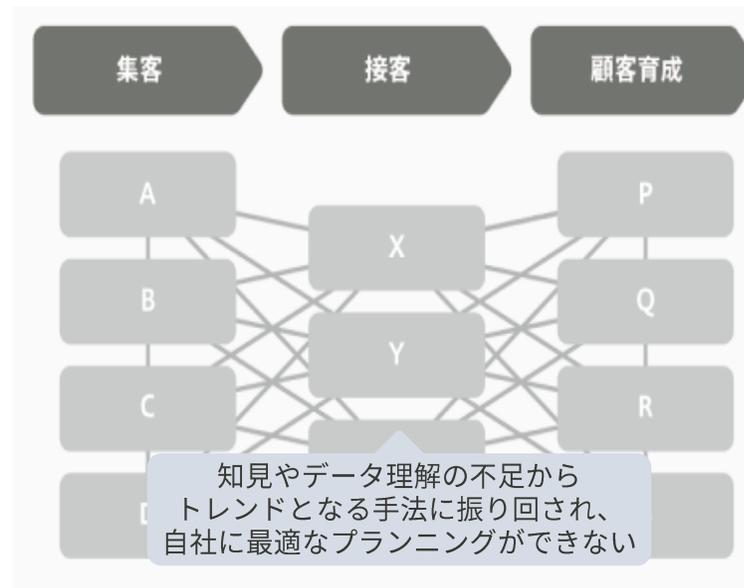
## 社会課題・背景

複雑化する社会に対し、人材やシステムを理由に遅々として進まないデジタル化



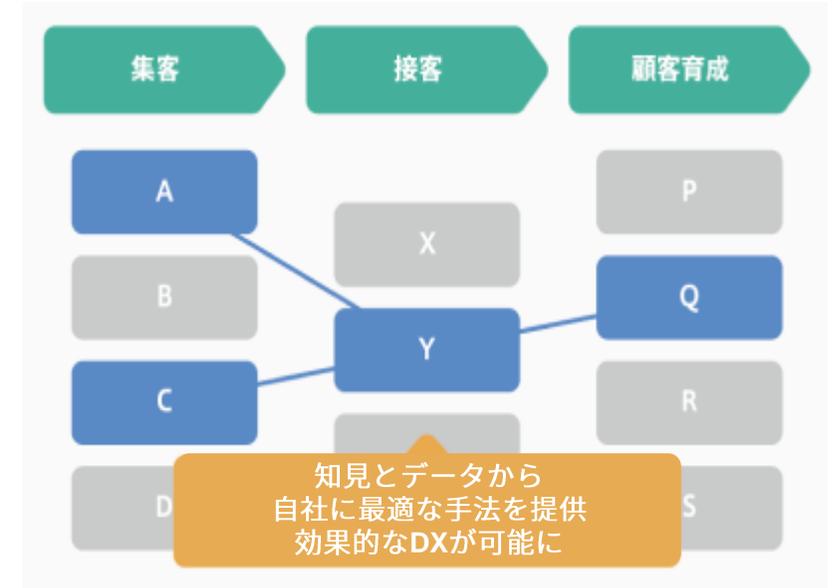
## 顧客企業 個社ごとの課題

煩雑の一途をたどる管理業務に追われ、本来やるべき戦略的な業務・意思決定が不可能に。未知の事項や未対応事項も徐々に増え続け、悪循環に陥る。



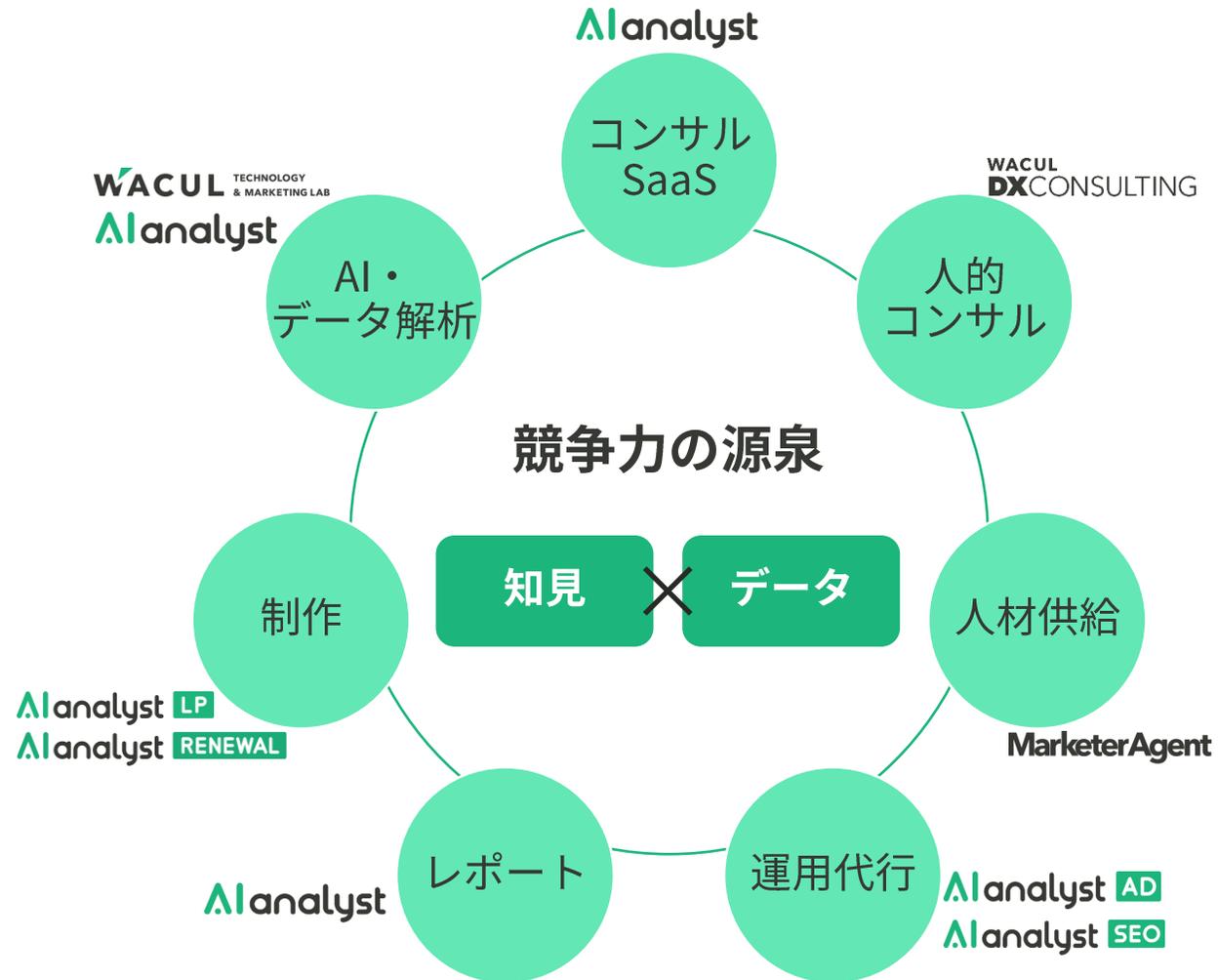
## 当社のソリューション

各社のデータを集約して管理・分析することで、規模・業界等、顧客ごとの特性に合わせた最適解を導出。シンプルな戦略設計と意思決定を実現。



<sup>1</sup> デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

知見とデータを当社の競争力の源泉として、「全体最適」なマーケティングDXを実現するソリューションを提供

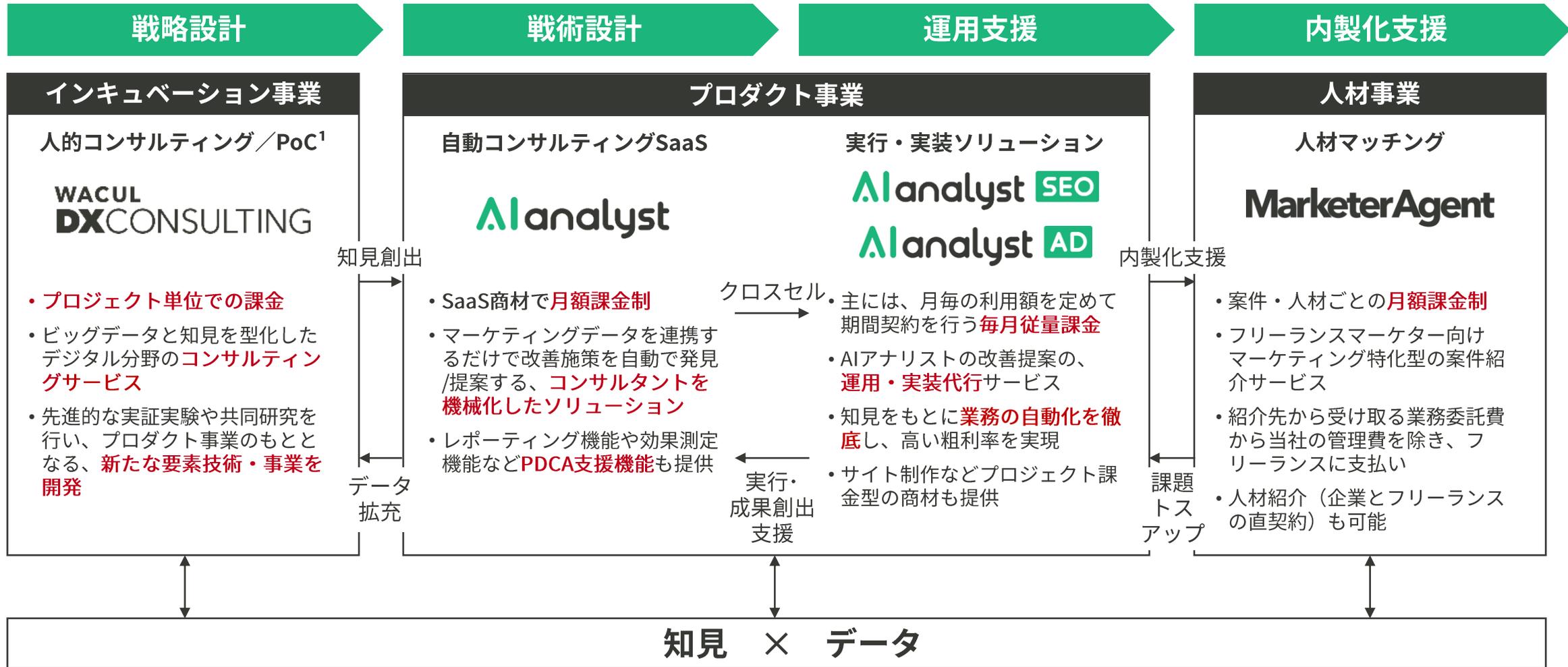




# 事業概要

当社の展開する事業について

# マーケティングのデジタルトランスフォーメーションを実現する事業を上流から下流まで支援

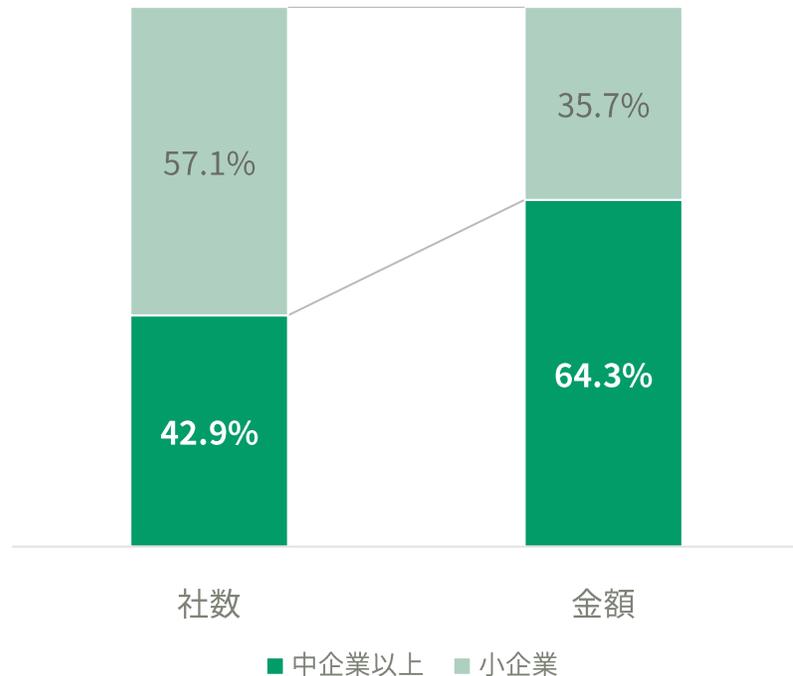


<sup>1</sup> PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

## 業種不問、中小～大企業まで幅広く提供可能なサービスラインナップを持つ

### 全売上高の占める顧客規模の比率

DXに積極的な中企業以上は1社あたり取引額が高いため  
今後積極的にアプローチしていく



### エンドユーザーの属する業界

BtoB/BtoC問わず、幅広い業種に対応をしている

農業、林業
漁業
鉱業、採石業、砂利採取業
建設業
製造業
電気・ガス・熱供給・水道業
情報通信業
運輸業、郵便業
卸売業、小売業
金融業・保険業
不動産業、物品賃貸業
学術研究、専門・技術サービス業
宿泊業、飲食サービス業
生活関連サービス業、娯楽業
教育、学習支援業
医療、福祉
複合サービス事業
サービス業（他に分類されないもの）
公務（他に分類されるものを除く）
分類不能の産業

※ 2023/2実績  
※ 中企業とは、従業員数200人以上もしくは売上20億以上のいずれかを満たす企業

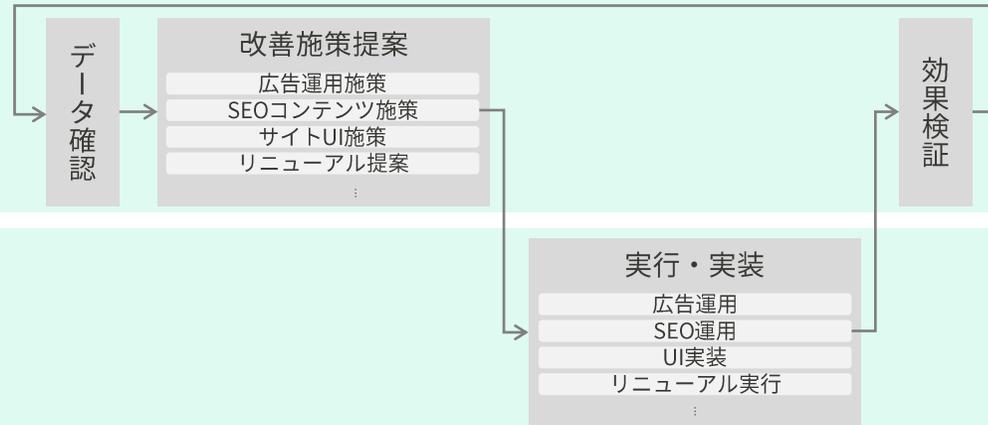
※ 総務省日本標準産業分類にもとづく

## 底堅いAIアナリストを「司令塔」に、付帯サービスのクロスセルを行うことで成長を実現

### 効率的にクロスセルを生み出す仕組み

AIanalyst

常にデータを蓄積・分析し、成果最大化のための施策を全体最適に自動で提案



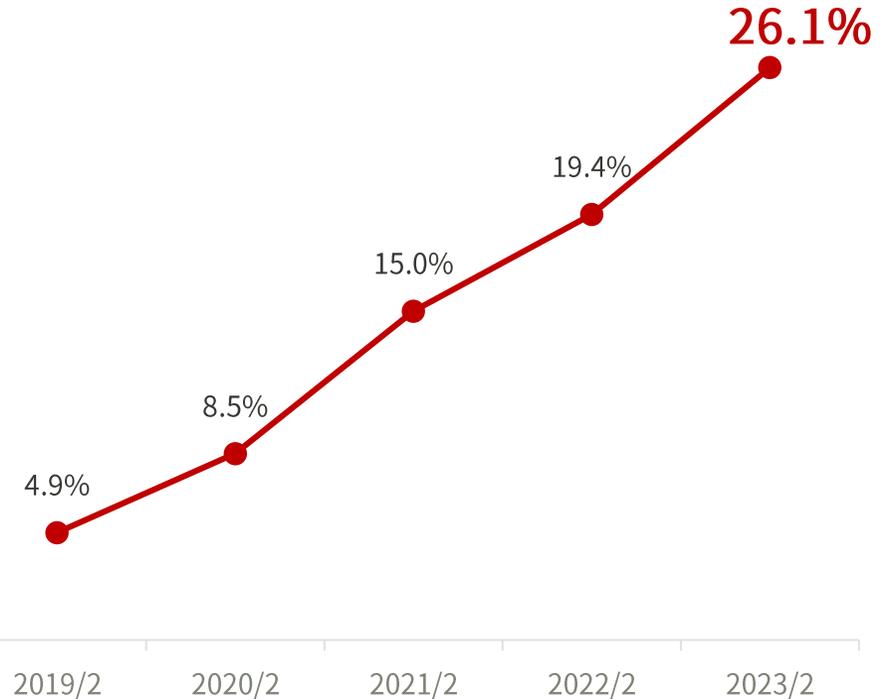
AIアナリストの改善提案に沿った、実行・実装メニューを今後さらに増やす

AIanalyst SEO

AIanalyst AD

### クロスセル率の推移

クロスセル率<sup>1</sup>は中企業以上の顧客占有率を目指す



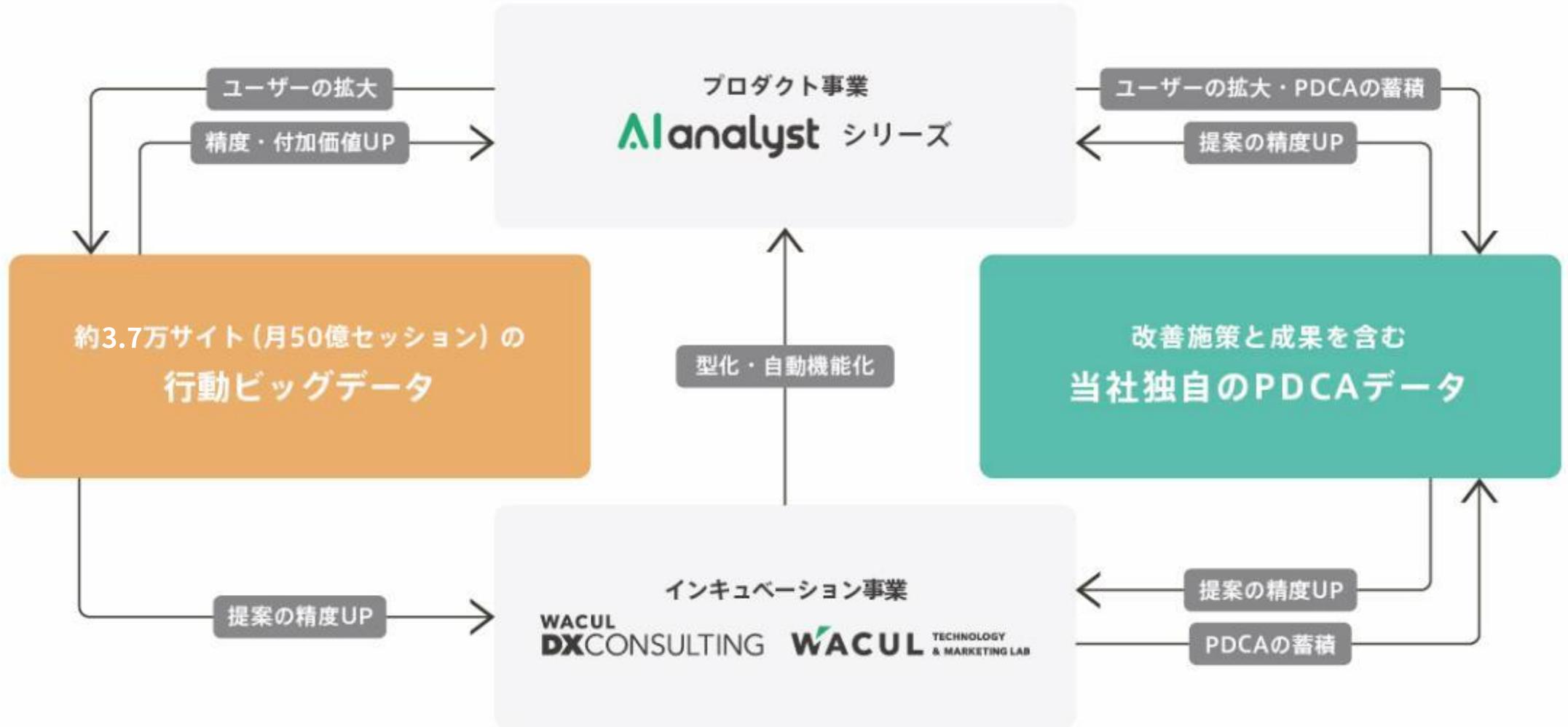
<sup>1</sup> クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADなどリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

## 研究開発機能とプロダクト機能を抱え、正のスパイラルでサービスの付加価値を強化

### インキュベーション事業とプロダクト事業との“正のスパイラル”



## 2種類の戦略的データ獲得で、高い事業成長性と参入障壁を実現



# 各種KPIと事業の状況

2023年2月期第4四半期および通期の各種KPIとその背景について

第4四半期は、中企業以上への1社あたり売上高をドライバーに四半期売上高・理論LTVなどが過去最高を記録

売上高 / 売上高成長率

過去最高

**403百万円 / +42.7%**  
2023年2月期第4四半期 / 前年同四半期比

1社あたり理論LTV

過去最高

**5,038千円 / +14.1%**  
2023年2月 / 前年同月比

売上総利益率

**71.8%**  
2023年2月期第4四半期

クロスセル率

**26.1%**  
2023年2月

EBITDA / EBITDA成長率

**91百万円 / +61.7%**  
2023年2月期第4四半期 / 前年同四半期対比

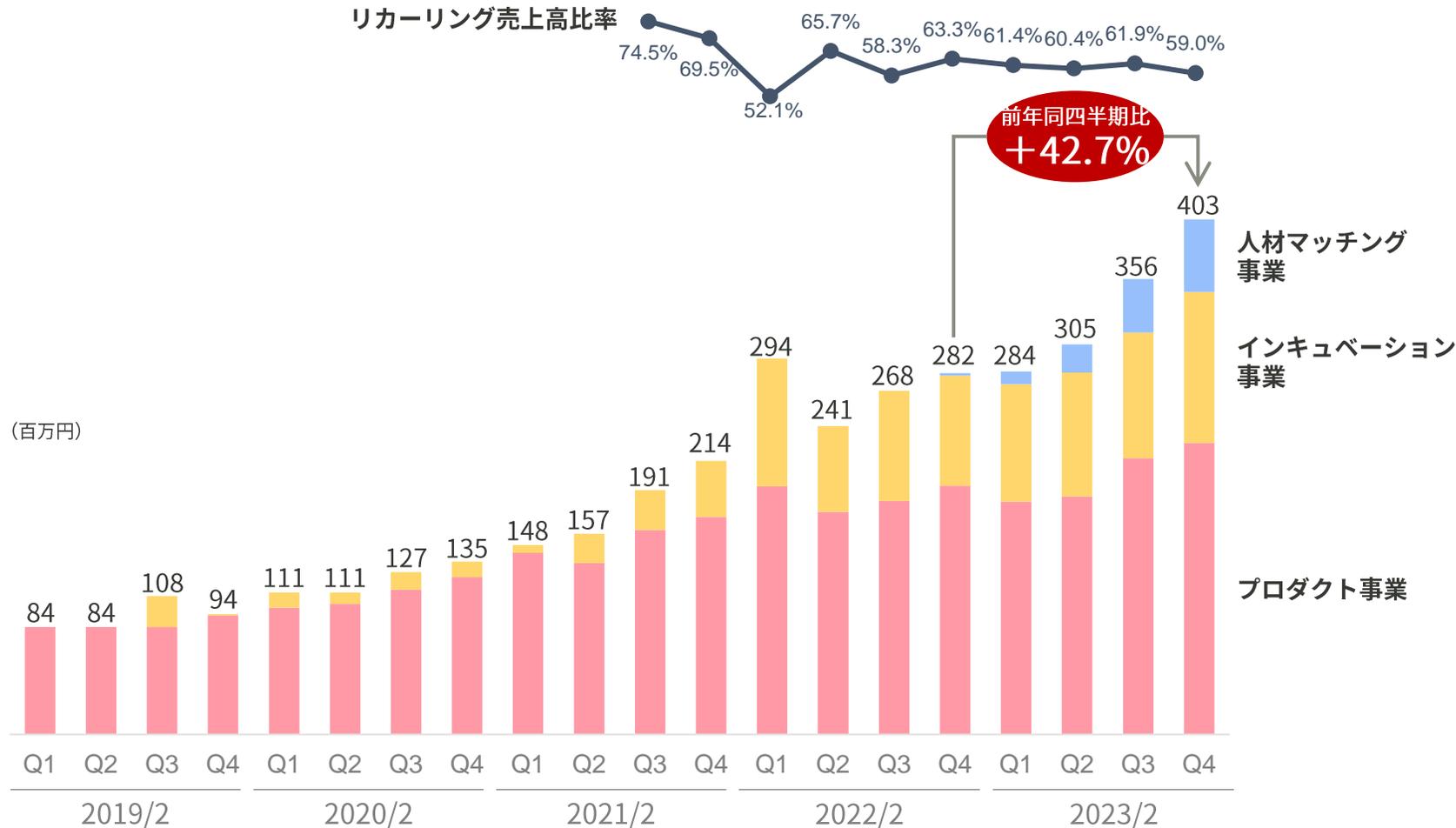
リカーリング売上高 / リカーリング売上高比率

過去最高

**237百万円 / 59.0%**  
2023年2月期 第4四半期

## 人材事業とプロダクト事業の運用支援サービスが伸長。3四半期連続での過去最高売上高を更新

### 事業別売上高とリカーリング売上高比率の推移

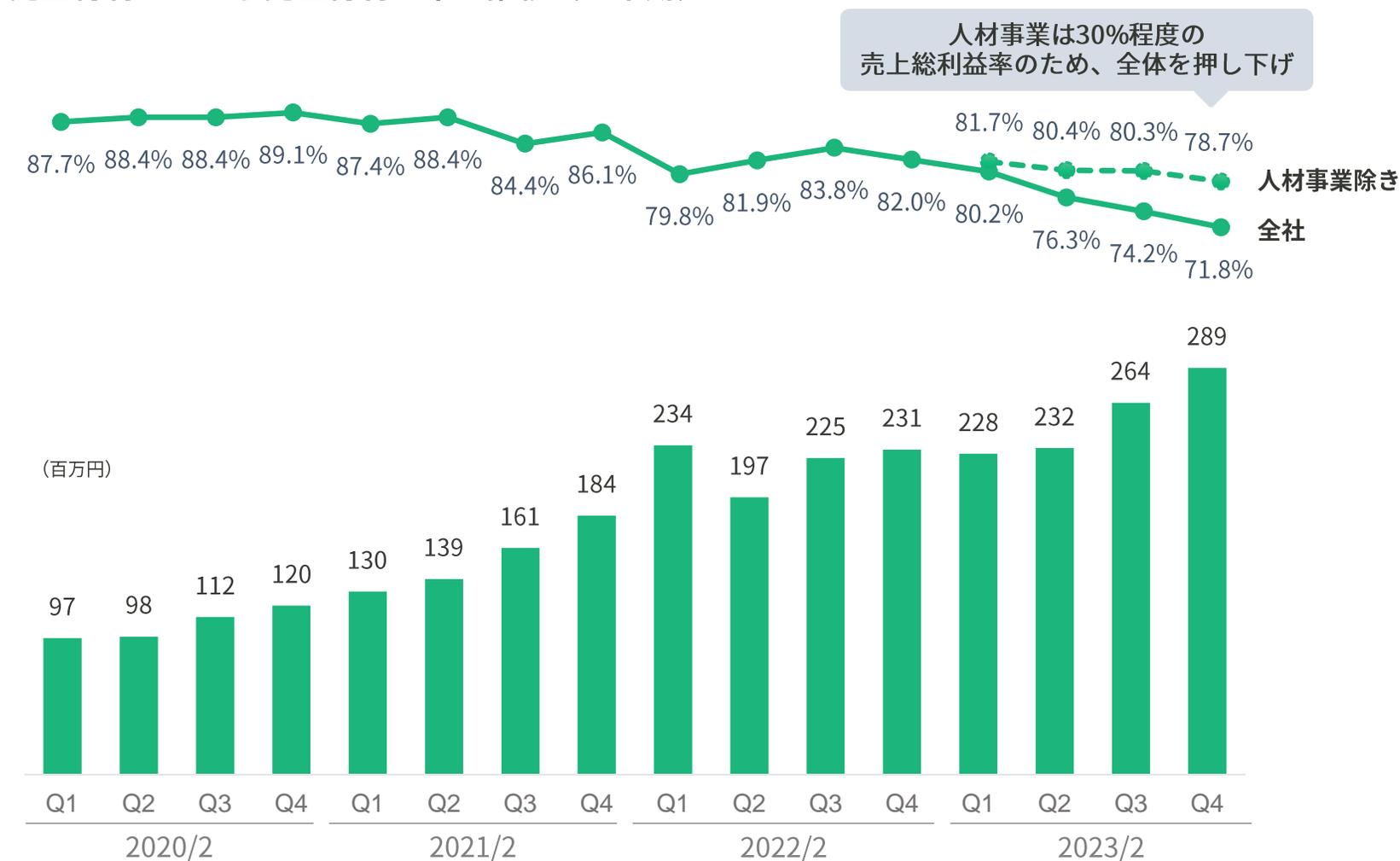


### 主なポイント

- 人材事業が順調に拡大し、売上高の増加に貢献。開始1年で3本目の柱となりつつある
- インキュベーション事業は、受注は好調で、高稼働率が続いている。既存顧客からのリピート案件や長期に及ぶプロジェクトが多い。四半期ごとの稼働と売上高の連動が高まるようプロジェクトのフェーズを区切ることで対応しており、今後も四半期ごとの安定的に売上高を創出する。人材確保は競争が激しい
- プロダクト事業では、クロスセルを重視するかつ中企業以上へのアプローチを強化する戦略を継続した結果、運用支援サービスが四半期ごとに過去最高を更新する流れが継続

## 売上総利益率は人材事業の拡大に伴い低下も、成長トレンドを維持

### 売上総利益および売上総利益率の推移（四半期）



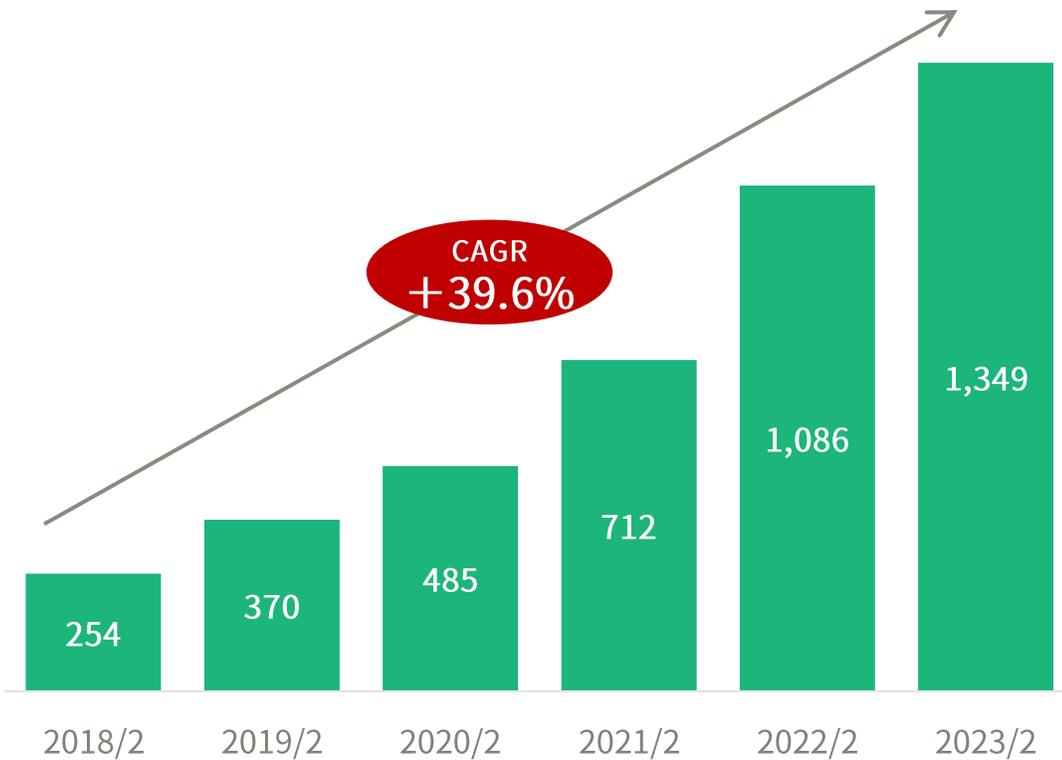
### 主なポイント

- プロダクトミックスの変化が、売上総利益率の変化の主要因である。今期は利益率の低い人材事業が順調に成長したため、占有率が上がるのに伴って利益率が低下していく。今後も人材事業の拡大を見込んでいるため、緩やかに低下していくことは想定内
- 人材事業を除いた粗利率についても緩やかに低下しているのは、23年2月期から拡大した制作事業が主要因である
- コンサルティング事業は労働集約型と一般的には考えられているが、当社は、社内に蓄積された知見を活用することで、工数削減による効率化やデータとの組み合わせによる高付加価値化を実現しており、高利益率を維持している。人材と案件の獲得バランスを取ることで、収益性は維持しながら事業拡大を進めている

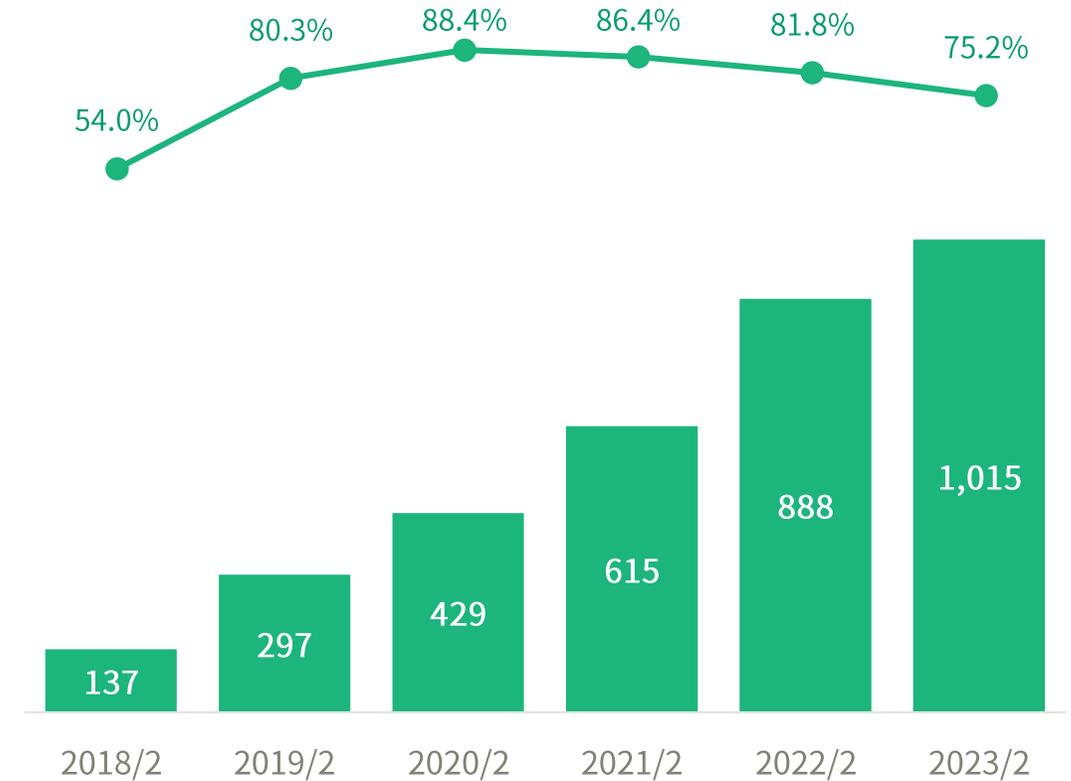
## デジタル市場の拡大を追い風に、年平均成長率は39.6%と順調な売上高拡大が続く

### 売上高の推移

(百万円)



### 売上総利益・売上総利益率の推移

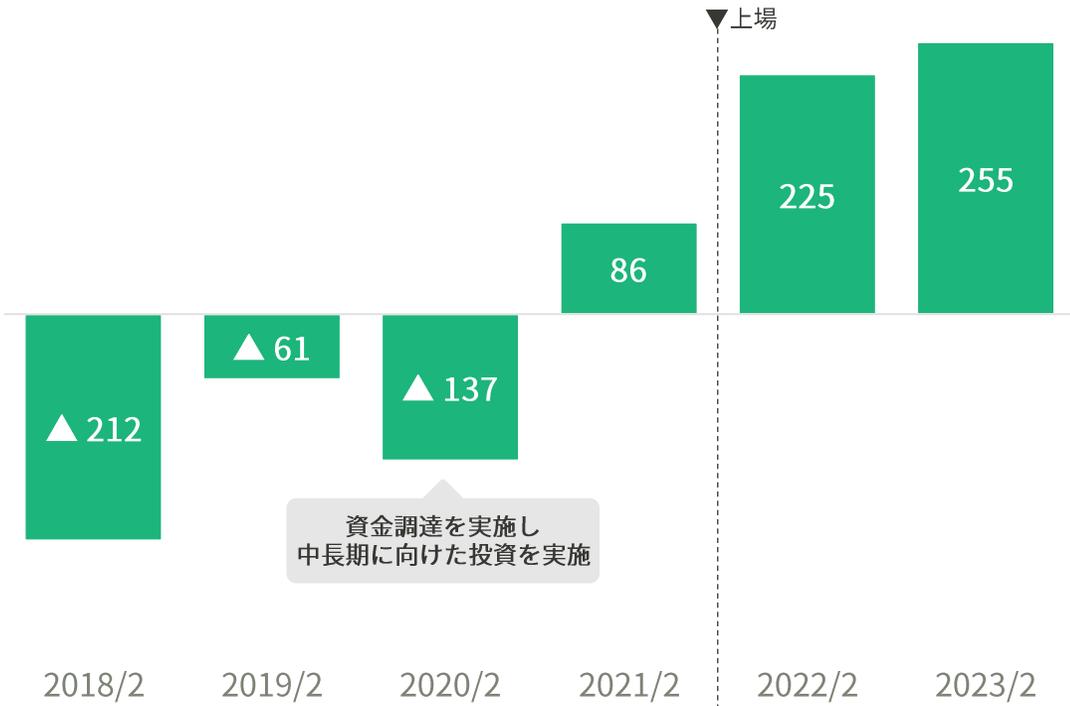


※業績予想の詳細については、2023/4/12開示の「2023年2月期決算短信〔日本基準〕(非連結)」をご参照ください。

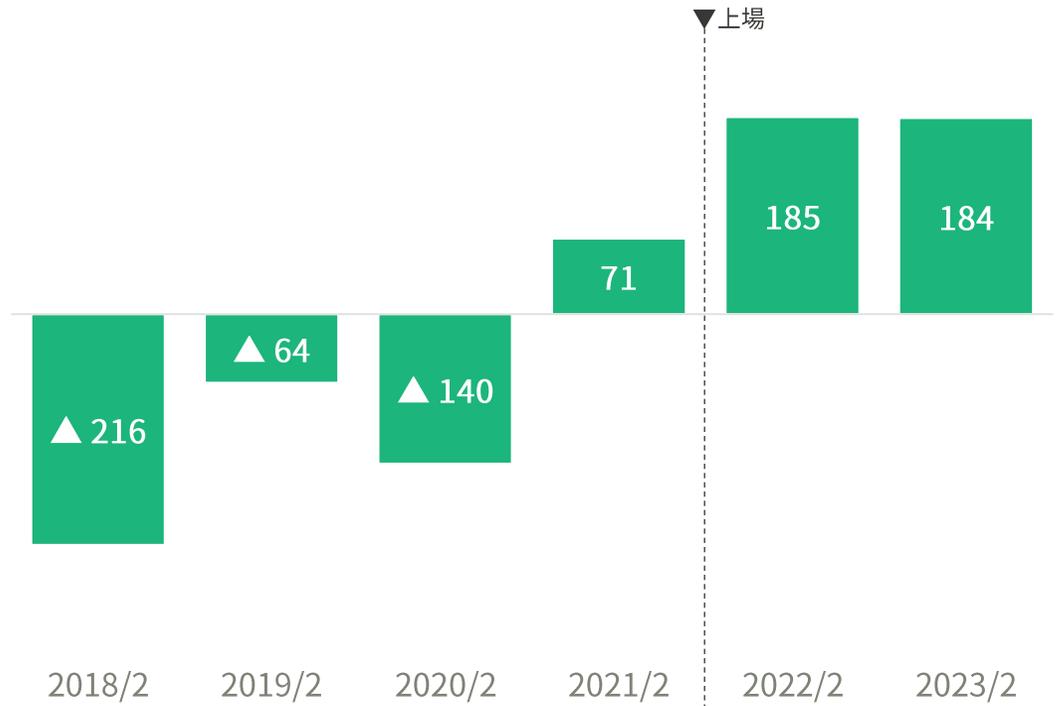
期初に提示したとおり、EBITDAの絶対値での増加を維持しつつ売上高の拡大で生まれた営業利益は成長投資へとまわす活動を実行しきった

### EBITDAの推移

(百万円)

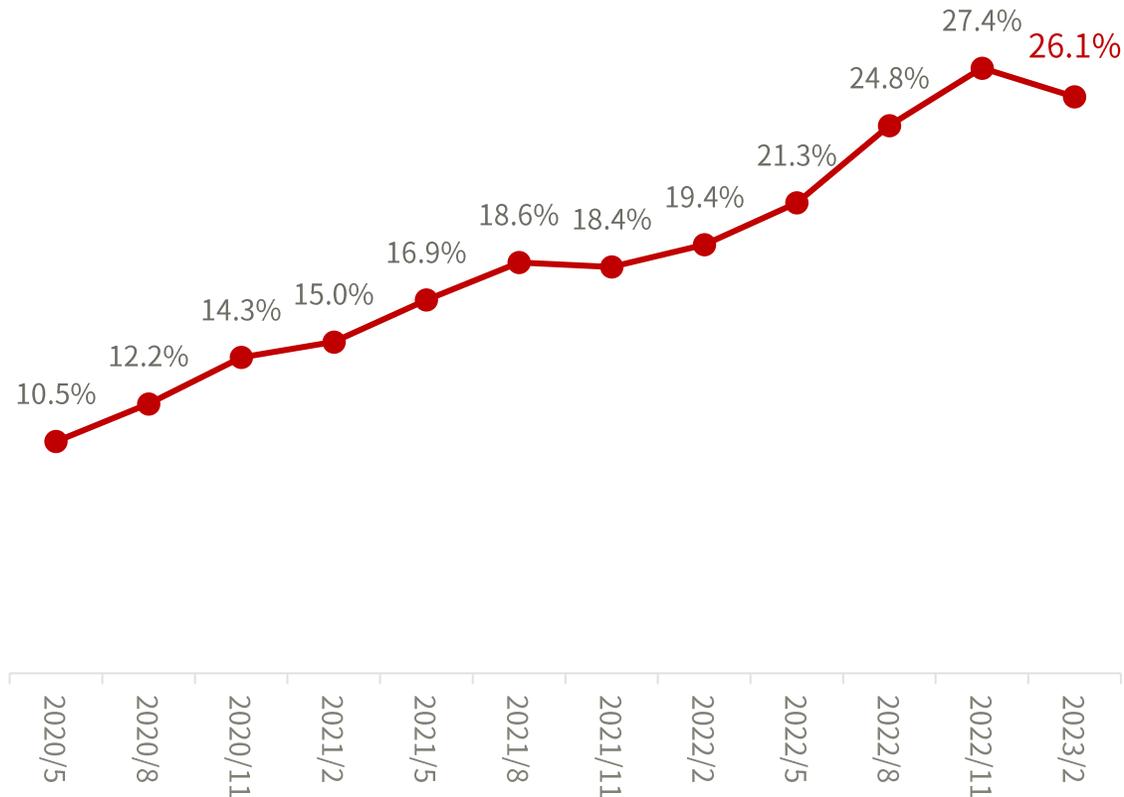


### 営業利益の推移



## クロスセル率は26.1%。3商材の同時利用など、大型案件への営業リソース集中を進めている

### クロスセル率<sup>1</sup>の推移



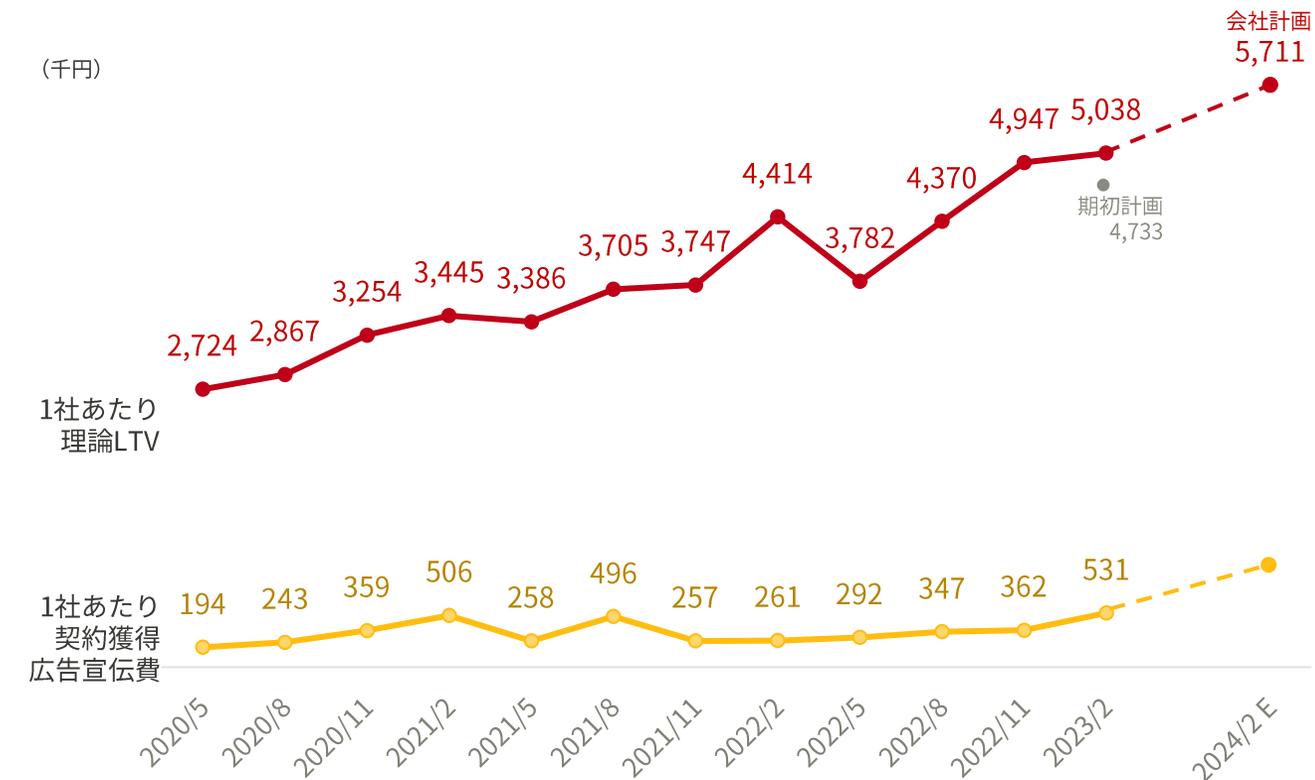
### KPIに影響を与えた施策

- 中規模案件の大型化を推進する中で、2商材以上を購入する顧客の率であるクロスセル率は2022年11月から2023年2月で下がったが、3商材を契約する社数は伸びている
- 引き続き、AIアナリストとAIアナリストADのクロスセルが最多
- 現在は人材事業とプロダクト事業のクロスセル率が低いため、クロスセル率が押し下げられている。紹介するフリーランス個人とプロダクト事業との連携強化を進める

1.クロスセル率= (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストAD、MarketerAgentなどのリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

# クロスセル優先の施策が進み、1社あたりリカーリング型売上高の上昇が大きく成長をドライブ

## 1社あたり理論LTV<sup>1</sup>と1社あたり契約獲得広告宣伝費の推移



<sup>1</sup> 1社あたり理論LTVは、1社あたり平均リカーリング型売上高/社数ベース12ヶ月平均解約率

1社あたり平均初期売上高は、単月の初期費用としての売上/単月の新規契約社数を当月を含む12ヶ月平均したもの

1社あたり平均リカーリング型売上高は、継続課金型の商材から生まれた単月売上高をその月に売上高の発生した契約社数で割って算出

社数ベース12ヶ月平均解約率は、休止期間中を除く当月に売上が発生しなくなった社数/前月に売上の発生していた社数を当月を含む12ヶ月平均して算出

1社あたり契約獲得広告宣伝費＝プロダクト事業及びMarketerAgentの当月を含む(3ヶ月合算広告宣伝費/3ヶ月合算商談数)/3ヶ月平均商談契約率

## KPIに関する説明

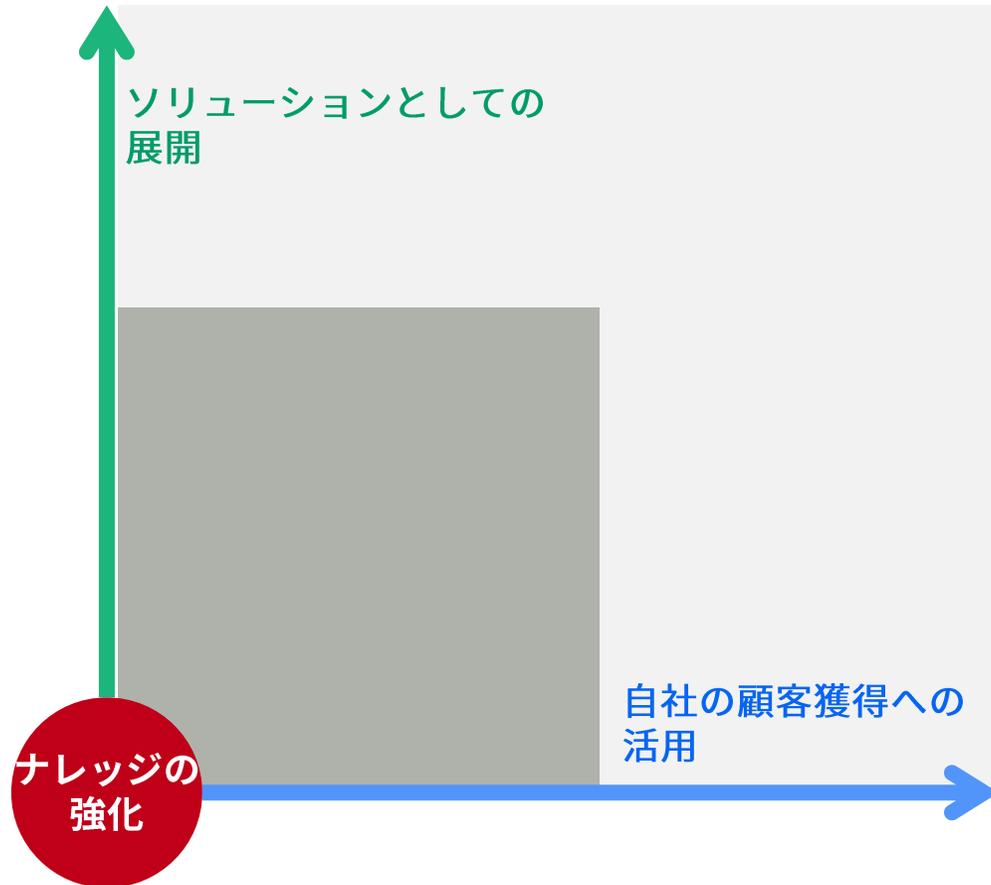
- クロスセル等でLTV伸長が見込めない小企業に対する解約抑止施策よりも、中堅以上の顧客獲得およびクロスセル施策を優先する戦略を続けている
- 前年同四半期比では、1社あたりリカーリング型売上高の増大の影響が大きく、理論LTVが+14.1%と大きく伸長した
- そのため、前四半期比でも、解約率は悪化した但那を上回る1社あたりリカーリング型売上高の増が勝り、1社あたりリカーリング型売上高によるLTVは微増

	前年同月比	前四半期末比
1社あたり理論LTV (千円)	4,414	4,947
当四半期実績との差異	+14.1%	+1.8%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	減少
1社あたりリカーリング型売上高LTV	増加	微増
1社あたりリカーリング型売上高	増加	増加
社数ベース12ヶ月平均解約率	悪化	悪化

# ビジネスアクション

2023年2月期の取り組みについて

“ナレッジ”の強化をしつつ、その“ナレッジ”を自社の顧客獲得からプロダクトまで最大限に活用し、事業の拡大を進める



### ナレッジの強化

1. “コンサルティングの機械化”で差別化を徹底
2. インプット/アナリティクスの増強でアウトプットを拡大

### ソリューションとしての展開

1. 知見の幅広いニーズへ適応させ、ソリューションを増加
2. 思考エンジンとして、他の企業へも提供

### 自社の顧客獲得への活用

1. 研究所レポートなどの情報提供で、マス露出を拡大
2. フリーミアムなどドアノック容易な施策で、見込み顧客を獲得
3. 提携先企業を通じて、顧客リーチを増強

## プロダクト事業ではクロスセルとさらなる自動化の実現に集中。人材事業とインキュベーション事業は事業拡大に向けた礎を築く時期に

### 23/2期の進捗

### 今後の実施事項

プロダクト事業	AIアナリスト	<ul style="list-style-type: none"><li>単体での収益獲得から、実行実装ソリューションのクロスセルのきっかけとしての新機能を追加</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>今年のGA4へのGoogleアナリティクスのアップデートに対応中</li><li>クロスセルを生み出す機能を中心に開発</li></ul>
	AIアナリストAD	<ul style="list-style-type: none"><li>事業拡大に対応した採用を実施</li><li>AIアナリストをセットとしたプランを提供開始</li><li>大手の大規模案件の育成が成長をドライブ</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>さらなる効率化のための内部システムを開発中。業務委託などの外部プロ人材を活用しながら広告運用の質を担保できる仕組みづくりを推進</li></ul>
	AIアナリストSEO	<ul style="list-style-type: none"><li>コンテンツSEO以外である、内部対策などテクニカルSEO領域の支援を開始</li><li>過去最高月次売上高を23/2Q4でも更新し底堅く成長</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>直近の技術革新にも対応し、コンテンツ制作のための分析・執筆・校閲のシステム化を徹底</li></ul>
	その他 (AIアナリストLP等)	<ul style="list-style-type: none"><li>AIアナリストシリーズの提供にあわせて依頼の多い制作を中心として、外注を活用しながら対応</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>一定規模でコンスタントに案件獲得ができる状態となったため、専任者を採用するなど強化</li></ul>
人材事業	<ul style="list-style-type: none"><li>フリーランスだけでなく正社員採用を支援する人材紹介業を本格化</li><li>広告費は最小限。既存顧客/社内人員で立ち上げ</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>事業拡大投資（採用および広告投資）を積極化</li><li>人材プールの幅の拡大と優秀層の囲い込みを実施。クリエイティブ系人材にも拡大を計画</li></ul>	
インキュベーション事業	<ul style="list-style-type: none"><li>既存顧客向けの案件獲得による案件数増を中心に売上が拡大</li><li>稼働率の高位安定で四半期毎の売上高計上が安定</li></ul>	>	<ul style="list-style-type: none"><li>稼働率はすでに高く、支援案件数のさらなる増に向けて新規顧客開拓と人員採用を同時並行で進めるフェーズに</li></ul>	

## AIアナリストの機能アップデートを9月/12月に実施。広告運用のスコアリングと改善提案は、自社運用の改善はもちろん委託先の運用監視にも活用可能

### サイト・SEO・広告の軸で改善提案する機能を追加

AIanalyst

これまでのナレッジを詰め込んだ  
勝ちパターンとの比較による  
改善ポイントの提案機能を追加



類似サイトの「勝ちパターン」との比較から改善ポイントを提案する新機能を実装。サイト・SEO・広告を総合的に分析し全体の改善提案ができる点が特徴

これまで人力で行わざるを得なかった作業もシステムが自動で実行

### 広告運用のスコアリング・改善提案機能を追加

AIanalyst

「Google広告」の  
アカウント構成と運用品質を  
評価する新提案機能をリリース



Googleの検索広告、ディスプレイ広告において、適切な設定で広告運用が実施されているかの診断をシステムが自動で行い、スコアと具体的な改善策を提示する「広告運用のスコアリング・改善提案機能」をリリース

自社運用だけでなく広告運用委託先の代理店の監視にも活用できる

SEOソリューションとして、コンテンツ制作だけでなく内部対策などを行うテクニカルSEOの支援サービスを開始。22年5月より内部対策の課題抽出サービスである「SEOサイト調査レポート」をローンチ

## SEOサイト調査レポートの提供開始

対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策に取り組んでいる/これから取り組みたいすべての企業</li> <li>これまで内部施策をあまりしたことがない、包括的に調査してほしいという方におすすめ</li> </ul>
提供内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>普遍的に内部対策として必要な「サイト整備」「ユーザー体験」「リンク」の3つの観点で14項目を調査</li> <li>調査レポートにまとめ、貴社サイトの状況を弊社コンサルタントが説明</li> </ul>
価格	30万円(税別)
提供開始日	2022年5月25日（一部先行提供実施済み）

網羅的にテクニカルSEOでの問題点を炙り出し、対応策を知ることができたので、今後のサイト運用の方針を固めることができました



先行利用企業  
ウォンテッドリー株式会社  
Marketing Squad Leader 伊藤佑介 氏

フリーランスマッチングのみでなく正社員紹介を行う「Marketer Agent転職」を上場マーケティング企業として初めて開始。人材事業の稼ぎ方の幅を広げる

人材事業の稼ぎ方



※上場マーケティング企業初：マーケティング支援を本業とする上場企業で、マーケター専門の有料職業紹介事業を提供する企業として初めて（当社調査、2022/10/31時点）

信頼性を大事にする大手企業にリーチするため、新たな書籍を発行。コンサルティング事業では、DX実現に必要なマーケティングと営業の連携に踏み込むプロジェクトが増加しており、書籍発行によって同種案件の当社リード獲得を目指す

「BtoBマーケティングの定石」出版

主なポイント

- 自社コンサルティングの顧客獲得に貢献した「デジタルマーケティングの定石」の第2弾を11月に発刊
- 今回のテーマは、近年デジタルマーケティングへ取り組む大企業が増えてきたBtoB企業を主な対象にし、コンサルティングテーマとして注力している“マーケティングの後工程であるセールスとの連携”にフォーカスした内容
- “WACULといえばWebマーケティング”という印象をもつ方が多いが、Webだけでなく、デジタルとリアルの最適化や営業連携まで知見をもつことを示し、企業ブランドイメージの拡張を意図した
- 前著の「デジタルマーケティングの定石」は第8刷に達するなどヒットし、書籍を読んだ企業担当者からの直接のお問い合わせから生まれたコンサルティング等の受注は数千万円以上。間接効果を含むと1億円規模に及ぶとみている

# 財務ハイライト

2023年2月期第4四半期および通期の実績について

下期に売上高成長が加速。前年対比は+24.2%にとどまるも、前年同四半期比は+42.7%で、過去最高の四半期売上高(3ヶ月)を更新

	2023/2	前期 2022/2		2023/2 Q4	前年同四半期 2022/2 Q4	
		実績	増減率		実績	増減率
(単位：百万円)						
売上高	1,349	1,086	+24.2%	403	282	+42.7%
売上総利益	1,015	888	+14.1%	289	231	+25.0%
売上総利益率	75.2%	81.8%	△6.6pp	71.8%	82.0%	△10.2pp
販売管理費	830	703	+18.1%	215	184	+16.7%
営業利益	184	185	△0.9%	73	46	+57.5%
営業利益率	13.6%	17.1%	△3.5pp	18.3%	16.6%	+1.7pp
EBITDA	255	225	+13.4%	91	56	+61.7%
EBITDA率	18.9%	20.7%	△1.8pp	22.7%	18.4%	+4.3pp
経常利益	187	184	+1.8%	77	46	+65.7%
純利益	192	226	△14.9%	100	113	△11.5%

コストマネジメントの一環で第4四半期に広告宣伝費を増加。人材確保（社員、業務委託）は順調に進捗し、人件費は増加も、社員紹介により採用費は抑制できている

(単位：百万円)	2023/2	前期 2022/2		2023/2 Q4	前年同四半期 2023/2 Q4	
		実績	増減率		実績	増減率
人件費	431	373	+15.3%	109	94	+16.8%
業務委託費	126	64	+96.7%	31	28	+12.5%
採用費	24	17	+39.4%	6	9	△36.8%
広告宣伝費	78	66	+18.2%	24	9	+143.5%
家賃等	28	28	+2.3%	7	7	+5.2%
システム利用料	47	42	+13.8%	11	11	△0.8%
支払手数料等	67	80	△16.3%	17	17	+4.3%
その他	26	30	△12.4%	6	6	△0.7%
合計	830	703	+18.2%	207	184	+16.7%

※業務委託費のうち、事業運営に係る人件費見合いのものを業務委託費として表示。また、プロフェッショナルフィーなどを支払手数料等で表示。

中長期に向けた投資も可能な手元資金を保持し、自己資本比率6割超の高い財務安全性を維持

	2023/2	前四半期末 (2023/2 Q3)		前期末 (2022/2)	
		実績	増減	実績	増減
(単位：百万円)					
流動資産合計	1,173	1,048	+124	964	+208
うち現金および預金	823	749	+73	755	+68
うち売掛金等	326	288	+38	194	+132
固定資産合計	406	356	+50	287	+119
うちソフトウェア等	246	229	+17	158	+88
流動負債合計	505	411	+94	298	+207
うち未払金・前受金等	349	286	+62	132	+216
固定負債合計	68	89	△20	150	△81
純資産合計	1,005	903	+101	803	+202
うち株主資本	1,001	900	+101	801	+200

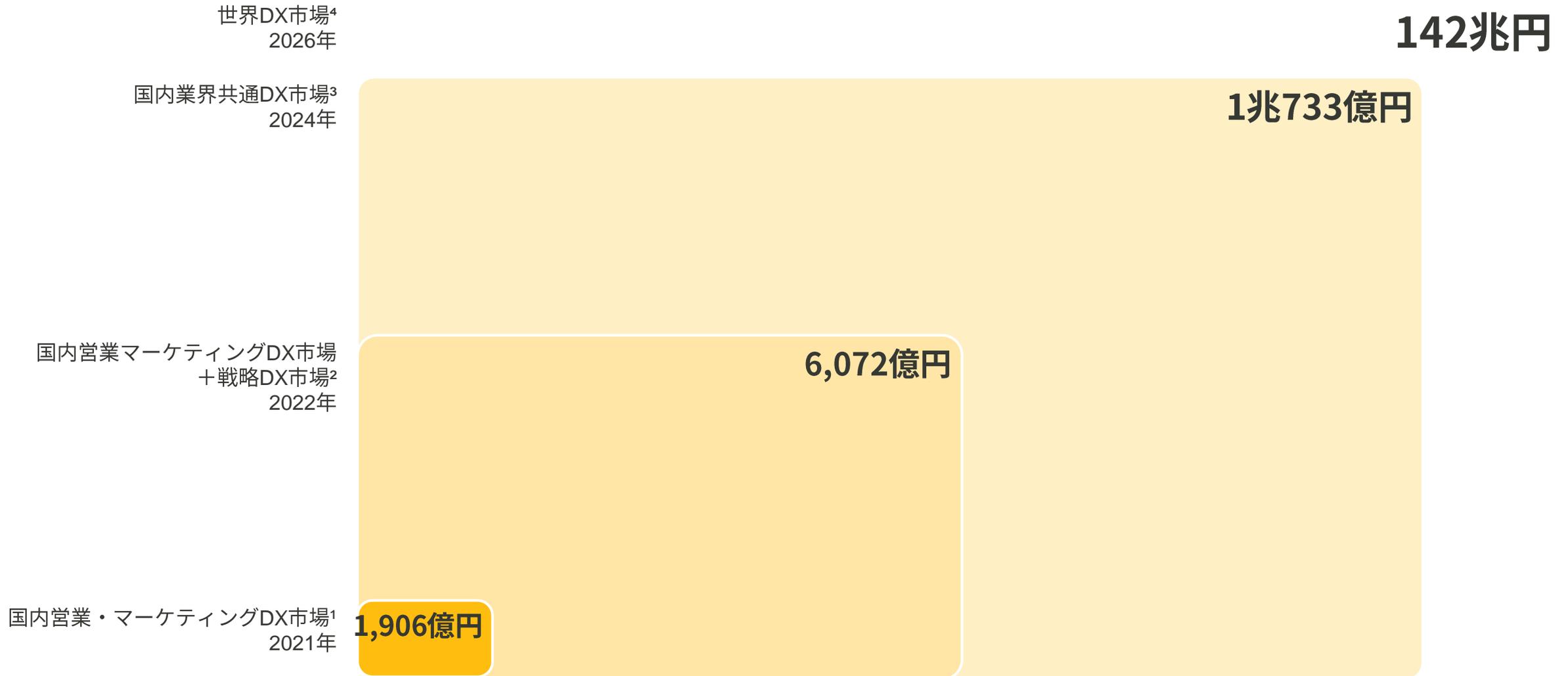
先行投資と利益確保のバランスを取りつつ、フリーキャッシュフローを拡大

(単位：百万円)	2023/2	参考値：前年通期 (2022/2)
営業キャッシュフロー合計	301	167
投資キャッシュフロー合計	△160	△91
財務キャッシュフロー合計	△72	232
うち長期借入による収入	0	199
うち株式の発行による収入*	8	110
キャッシュフロー合計	68	308
フリーキャッシュフロー	140	76

\*注：収入に係る手数料等は差し引いた値を記載している

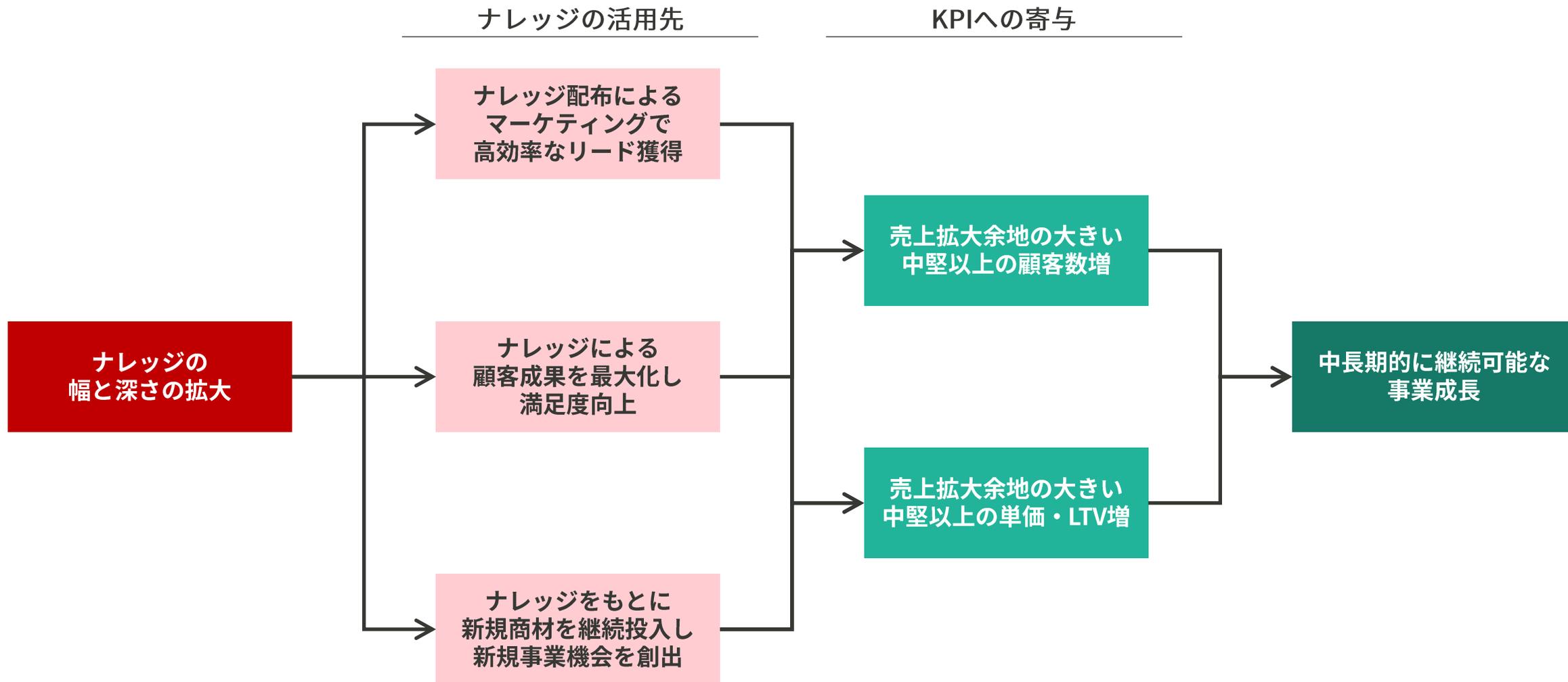
# 成長を続けるための戦略

# デジタルトランスフォーメーション機運の高まりと当社の事業領域の拡大で、当社が将来的にリーチ可能な市場は莫大

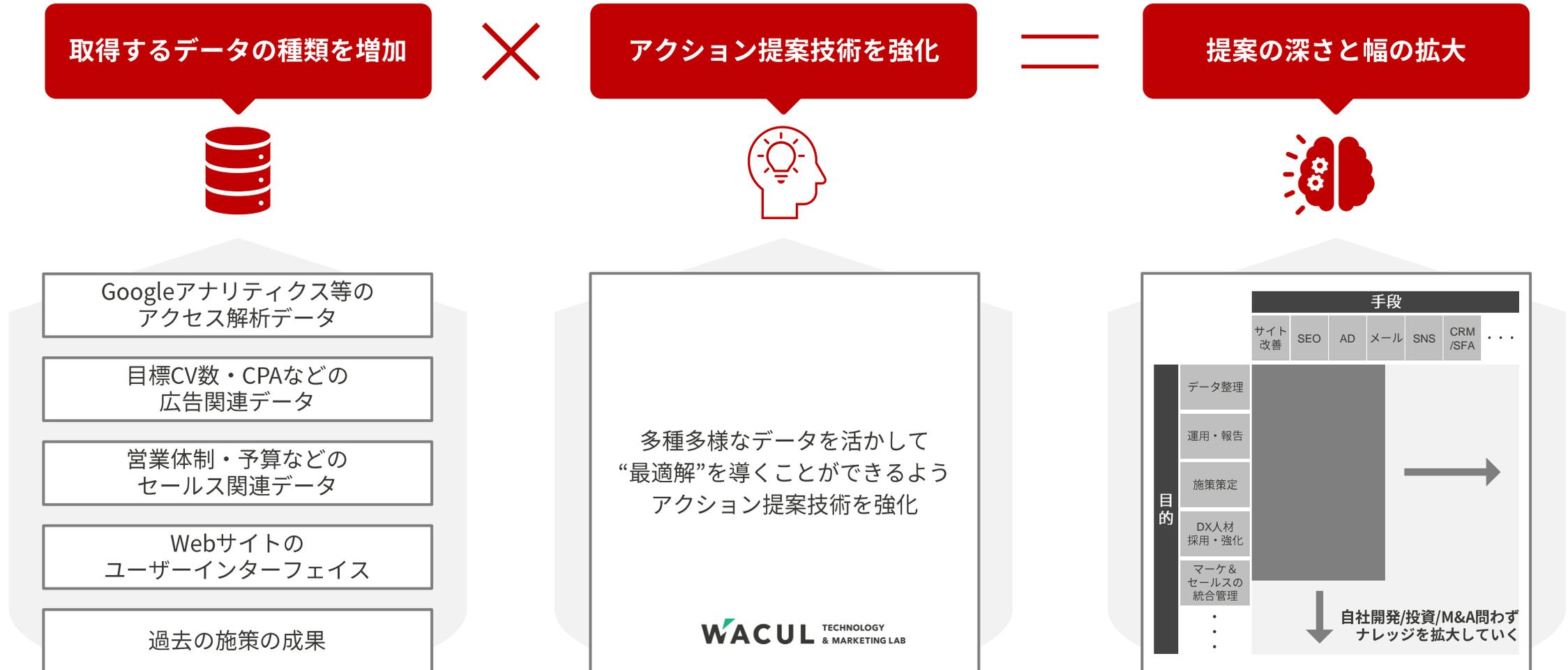


出所：<sup>1</sup>富士キメラ総研「2022デジタルトランスフォーメーションの市場の将来展望」の現在の主軸領域である営業・マーケティングに関する2021年(見込)のDX市場規模。<sup>2</sup>同、現在拡大している当社のDXコンサルティング事業がカバーする戦略/基盤DX市場を加えた市場の2022年(予測)の規模。<sup>3</sup>同、当社が将来的に目指す業界共通部分のDXの2024年(予測)の市場規模。<sup>4</sup>米MarketsandMarkets「デジタルトランスフォーメーションの世界市場（～2026年）」2026年市場予測

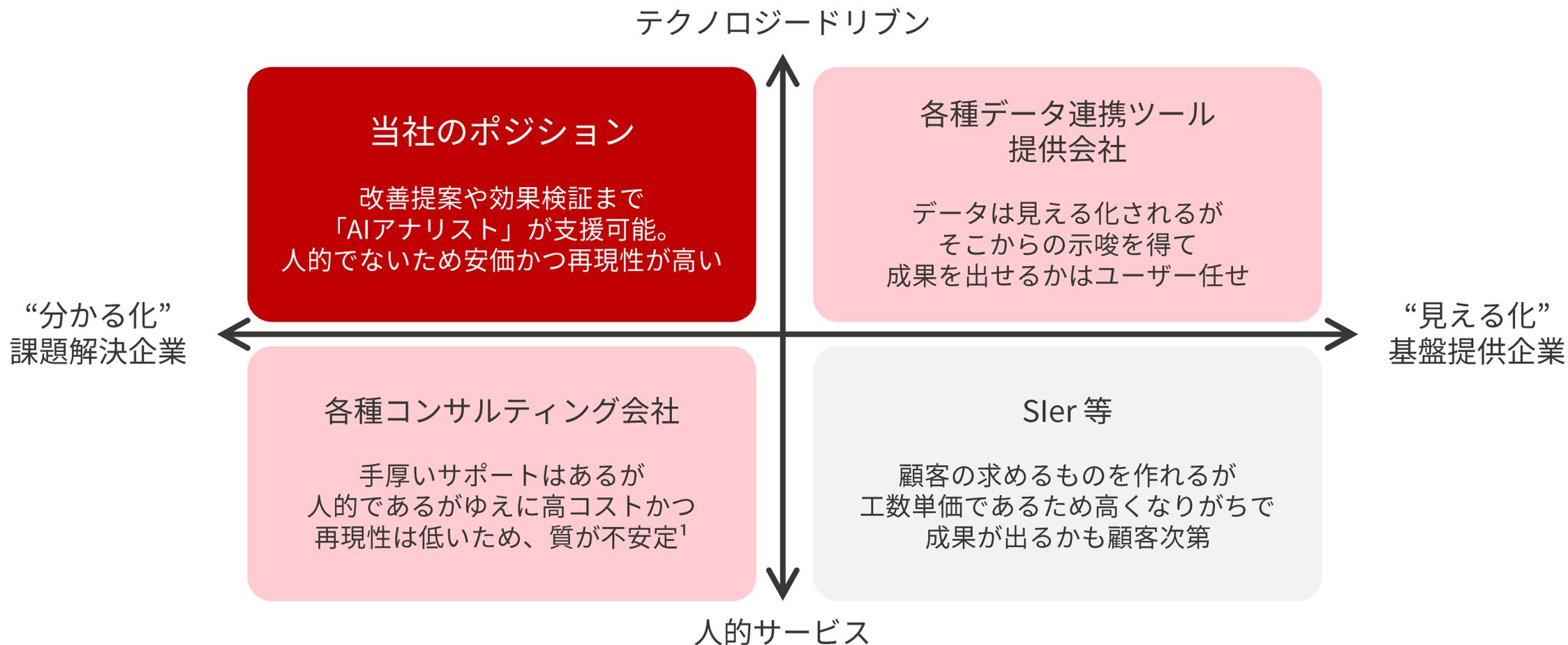
# ナレッジを中長期的に継続可能な事業成長につなげていくのが当社の事業モデル



# インプットの種類とアナリティクス技術を強化し、より深い“提案”のためのナレッジ開発を行う



他社では人的に提供する「課題解決」ソリューションを、当社ではテクノロジーを活用して安価に・再現性高く実現し、当社独自のポジションをより強固にする



<sup>1</sup> 当社のWebコンサルティングサービス提供時との比較

成長を続けるための戦略

外部識者を顧問に迎え、当社の研究開発活動にアドバイザーとして協力いただいている。ChatGPT活用のアドバイスなどもいただいている



### アドバイザーとの取り組み事例

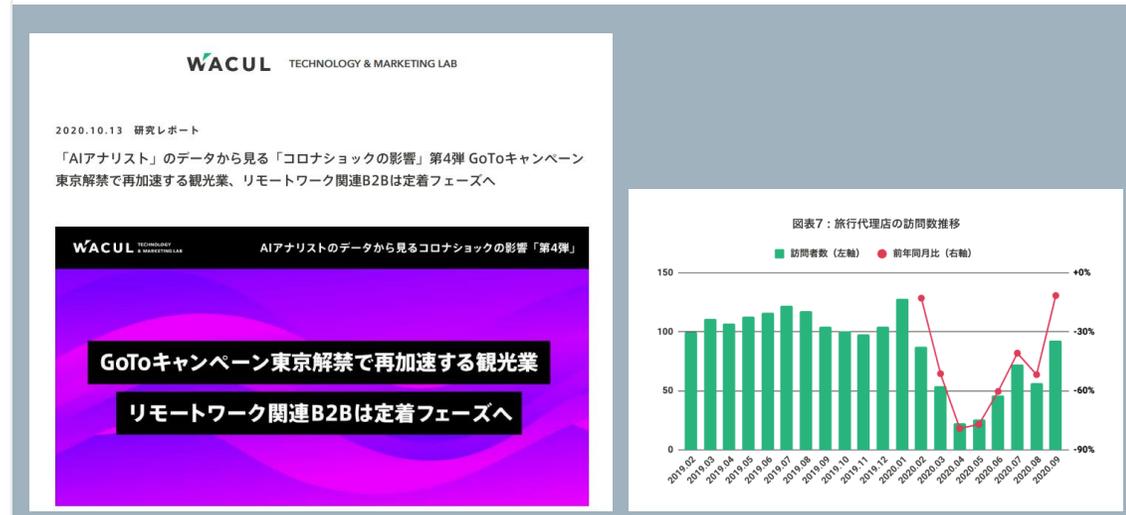
- 自社サービスへのChatGPTの活用検討
- 大手企業とのCMS連携
- 再購買予測モデルの精度検証
- マーケティングオートメーションの人工知能活用
- スマホゲームの課金者予測モデルの構築

等

成長を続けるための戦略

“知見”や“データ”を活かしたマーケティングを行い、広告宣伝費の投下を抑制。これまでもリードの約半数がインバウンドから発生し、コンペとならないケースが多数

## 当社の持つ知見やデータをもとに発信を実施



研究所にて、マーケティングDXやデジタル関連の調査レポートを発行。

知見の発表を定期的に行うことで「WACULといえば、データと知見のある会社だ」という第一想起を取りにいくことを目指す。

## 「デジタルマーケティングの定石」が第8刷のヒットに

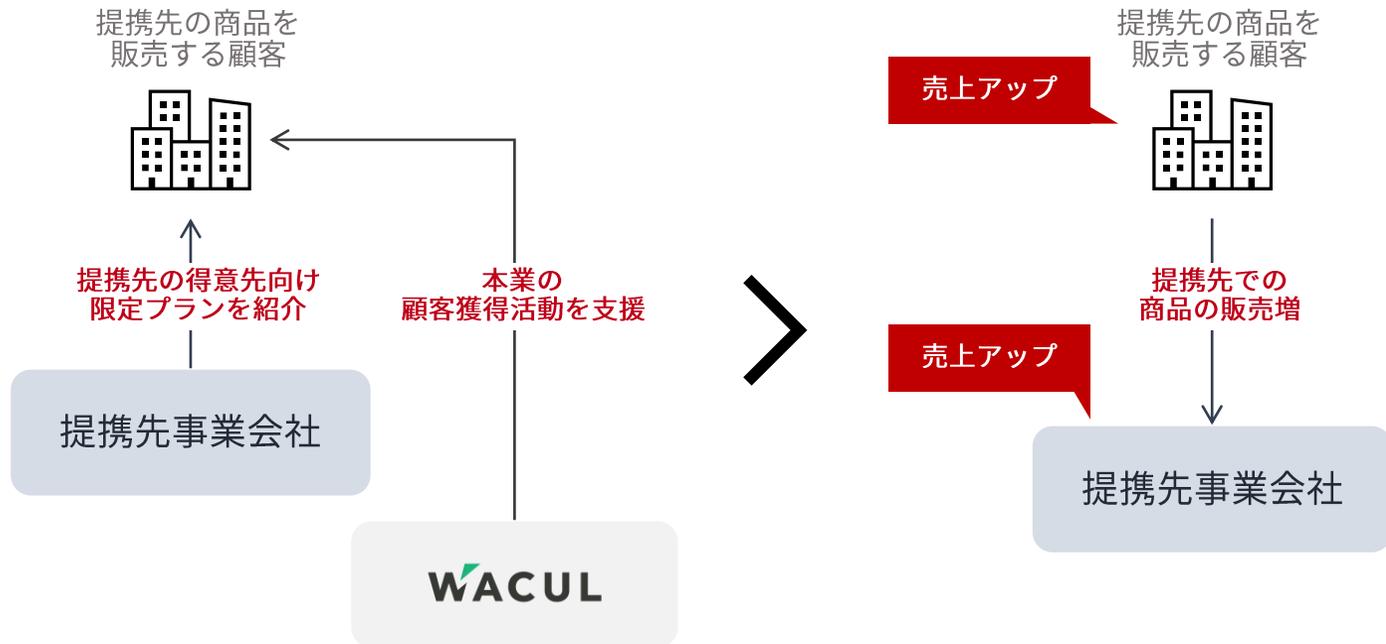


「デジタルマーケティングの定石」が第8刷のヒットに。当該書籍の読者となった大手企業からの問い合わせも多数あった。

今後は、「定石」という知見を広める書籍のシリーズ化や当社の狙う領域に関する書籍など、当社がターゲットとする層に向けて、デジタルだけでは補えない「権威性」の獲得も行う。

ドアノックツールを、提携企業にも提供。自社のみでは届きづらい企業にまで当社サービスを届ける

## 大手企業との協業事例



### 施策の狙い

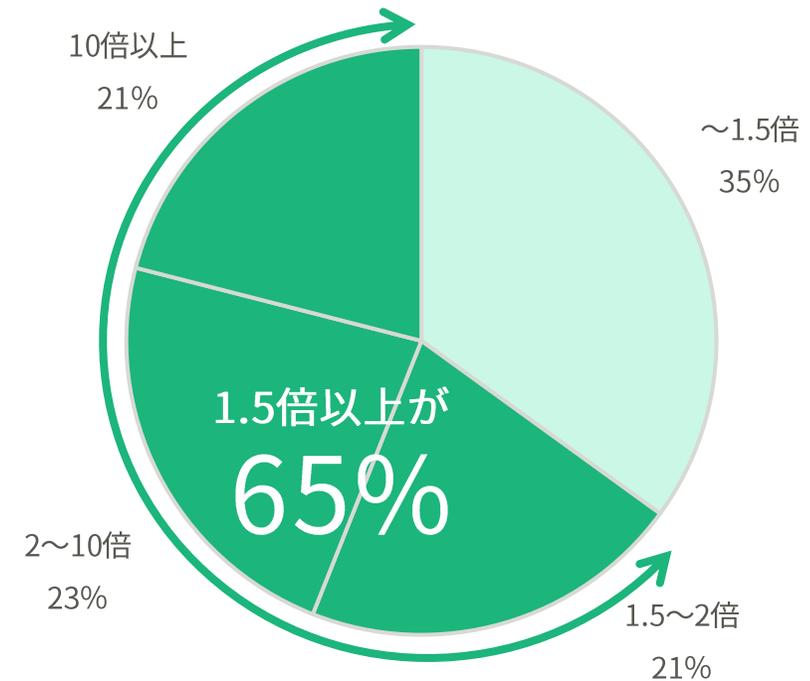
- ある提携先のみを提供する限定プランを作成・提供
- 提携先は、提携先の商品を販売する顧客に対して、限定プランを紹介・提供
- 当社が提携先の顧客に対して、デジタルによる顧客獲得活動を支援
- 提携先の顧客の売上アップに伴い、提携先の商品も拡販されるため、提携先の売上も増加
- 結果として、3社がそれぞれ恩恵を受けられる関係となる

ナレッジを用いることでこれまであらゆる業界で成果を創出しており、成果で得た信頼からクロスセルが可能に

成果実績

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| CV1.4倍 資格参考書EC   | CV3.1倍 ご当地食品EC  |
| CV2.1倍 ダイビングショップ | CV1.8倍 会員登録システム |
| CV2.5倍 有料辞書      | CV1.8倍 アクセサリーEC |
| CV1.4倍 シールEC     | CV1.5倍 業務用エステ用品 |
| CV1.4倍 決済システム    | CV1.2倍 オフィスBGM  |
| CV2.8倍 菓子/食品EC   | CV2.1倍 フリーランス派遣 |
| CV1.4倍 女性下着EC    | CV2.7倍 不動産投資    |
| CV2.4倍 ステンレス部品   | CV1.2倍 賃貸物件紹介   |
| CV9.3倍 塗装会社紹介    | CV2.4倍 酒類EC     |
| CV1.4倍 行政書士事務所   | CV2.3倍 ファッションEC |
| CV2.3倍 TシャツEC    | CV1.5倍 カレンダーソフト |
| CV2.0倍 大手人材派遣    | CV1.8倍 ペット葬儀    |
| CV1.2倍 健康食品EC    | CV1.5倍 プロバイダ    |
| CV3.1倍 新電力会社     | CV1.9倍 ヨガウェアEC  |
| CV1.5倍 こども英会話    | CV1.8倍 ホテル結婚式場  |
| CV2.2倍 専門学校(愛知)  | CV1.8倍 少額不動産投資  |
| CV3.3倍 音楽専門学校    | CV1.4倍 Web制作会社  |
| CV1.8倍 中古本買取     | CV1.2倍 技術人材派遣   |
| CV1.9倍 医療専門学校    | CV8.0倍 専門学校(東京) |
| CV1.8倍 北欧雑貨EC    | CV1.7倍 エステサロン   |
| CV1.6倍 研磨機器      | CV1.2倍 芸能人グッズEC |
| CV1.4倍 分譲戸建て     | CV1.2倍 専門学校(東京) |
| CV2.0倍 大手分譲住宅    |                 |

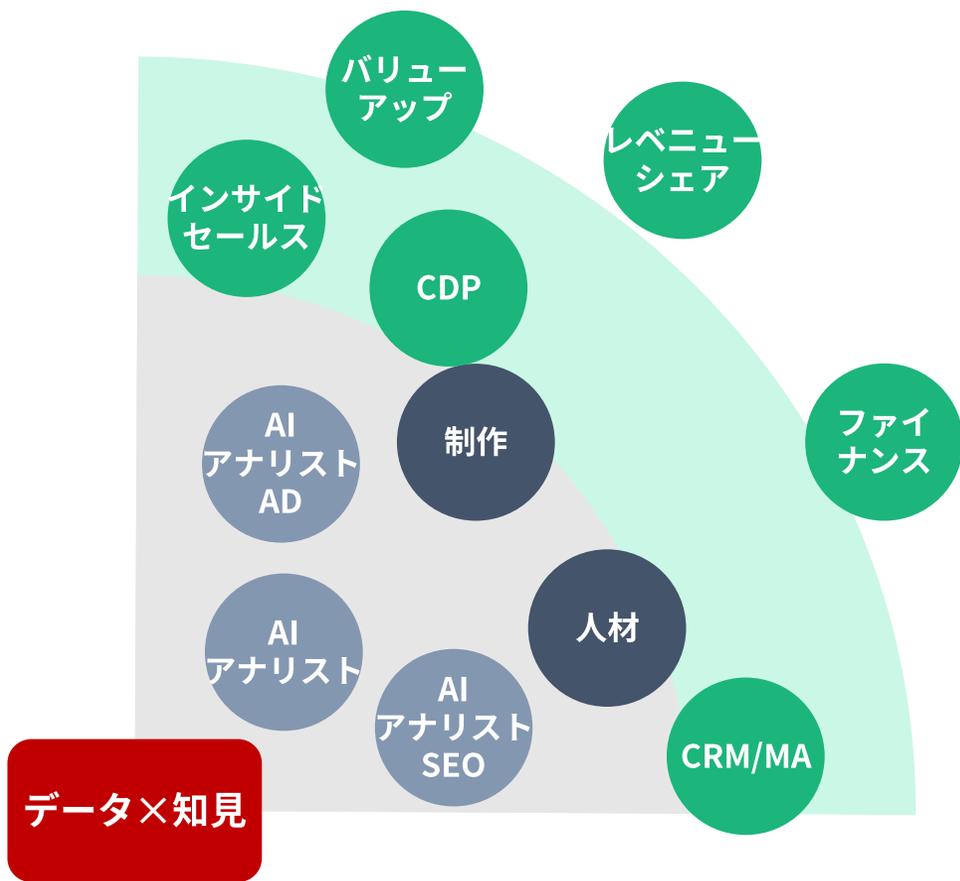
成果創出幅



有料契約版でCVR改善がみられたサイトの伸び率分布<sup>1</sup>

<sup>1</sup>この効果測定はGoogleアナリティクスのデータを用い、改善前と改善後の同期間のデータを用いた前後比較を、できる限り前提条件等を揃えた上で、コンバージョンレートの変化を調査しています。また、顧客にもデータの確認を行っていたうえで改善の判定を行うことにより客観性を担保しています。成果調査の詳細は当社リリース『2.3万サイトが利用する「AIアナリスト」、施策の73%がサイト改善に成功』[https://wacul.co.jp/pressrelease/aia\\_marketing-7/](https://wacul.co.jp/pressrelease/aia_marketing-7/)参照

## 商材の逐次投下を実施。現在、クリエイティブサービスと人材マッチングの強化を実施中



人材事業 2022/2期Q4提供開始	マーケティングDXに関する経験を持つフリーランス人材を集め、ナレッジを元に案件とリソースを差配し、企業とのマッチングを行う
レベニューシェア事業 テスト案件実施済み	デジタルマーケティングを自社ナレッジを活用してまるごと代行。売上に連動する形で収益をあげる
インサイドセールス事業 テスト案件実施中	コンバージョンした見込み顧客へ架電を行い、ふるいにかけてながら営業担当者につなぐ
バリューアップ事業	Webサイトを買取り、自社ナレッジを活用して、そのWebサイトの価値を高めた上で売却。バリューアップした差益で稼ぐ
ファイナンス事業	データを元に、精度の高い将来予測を実現。レベニューベースドファイナンスの基盤を提供する

“ナレッジのサービス化”を通じて、企業の様々なニーズに適応していく

成長を続けるための戦略

クロスセルは、ポテンシャルのある中企業以上の企業で進みやすいため、その層にフォーカスをする



<sup>1</sup> 中小企業庁集計。中小企業数は、中小企業・小規模事業者から小規模事業者を除いた数、<sup>2</sup> 自社の12ヶ月平均解約率の比較、<sup>3</sup> 当社内での比較、<sup>4</sup> 当社過去実績の平均単価の比較。

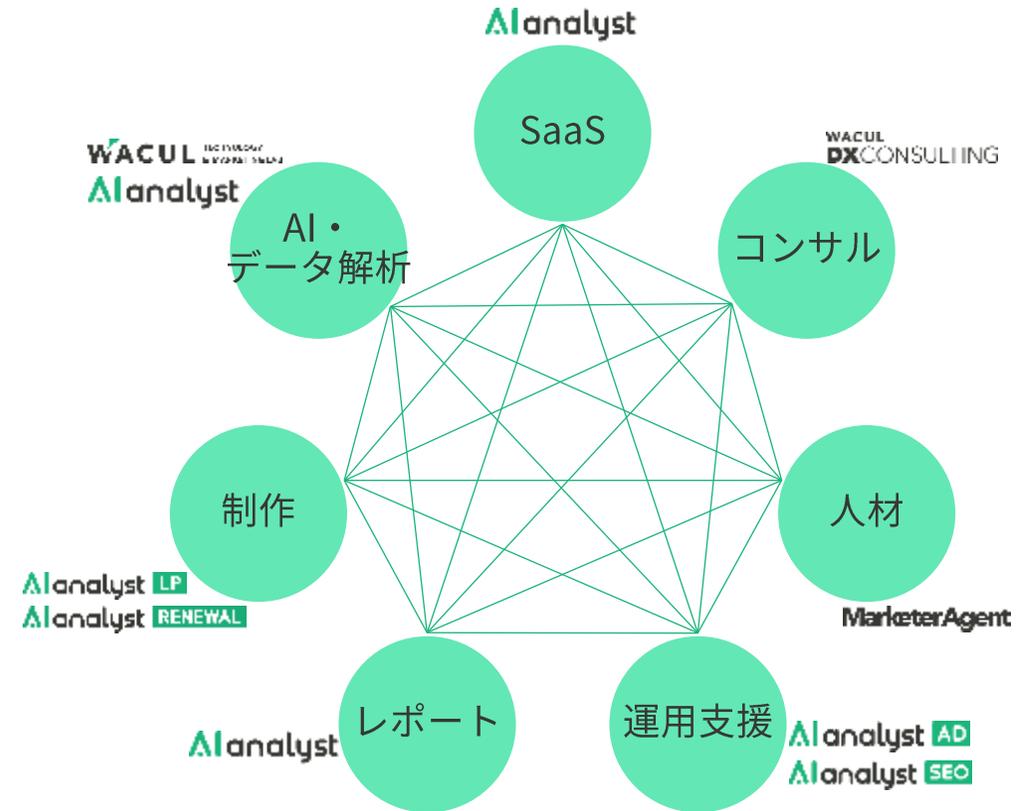
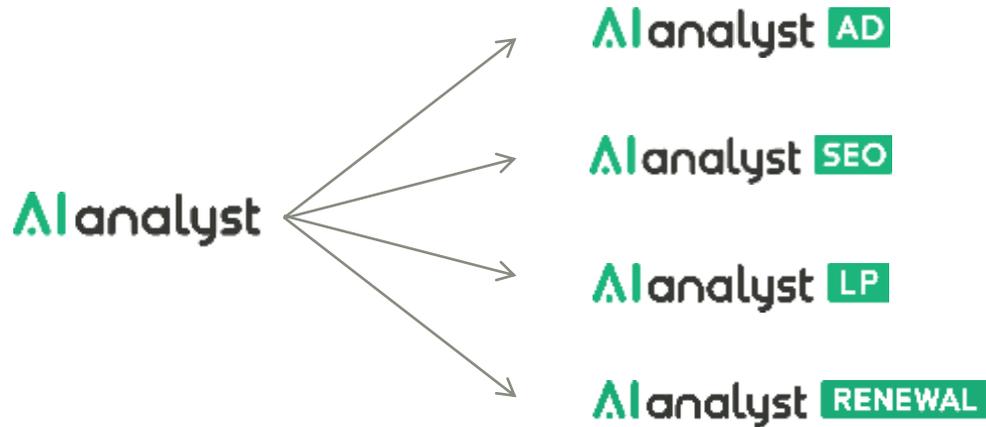
新規商材があることで、様々な課題が入口となって顧客獲得ができ、様々な商材を起点にクロスセルが実現できている

2022年2月期まで：入口がAIアナリストに限定される

- AIアナリスト導入後に、その他の商材をクロスセル

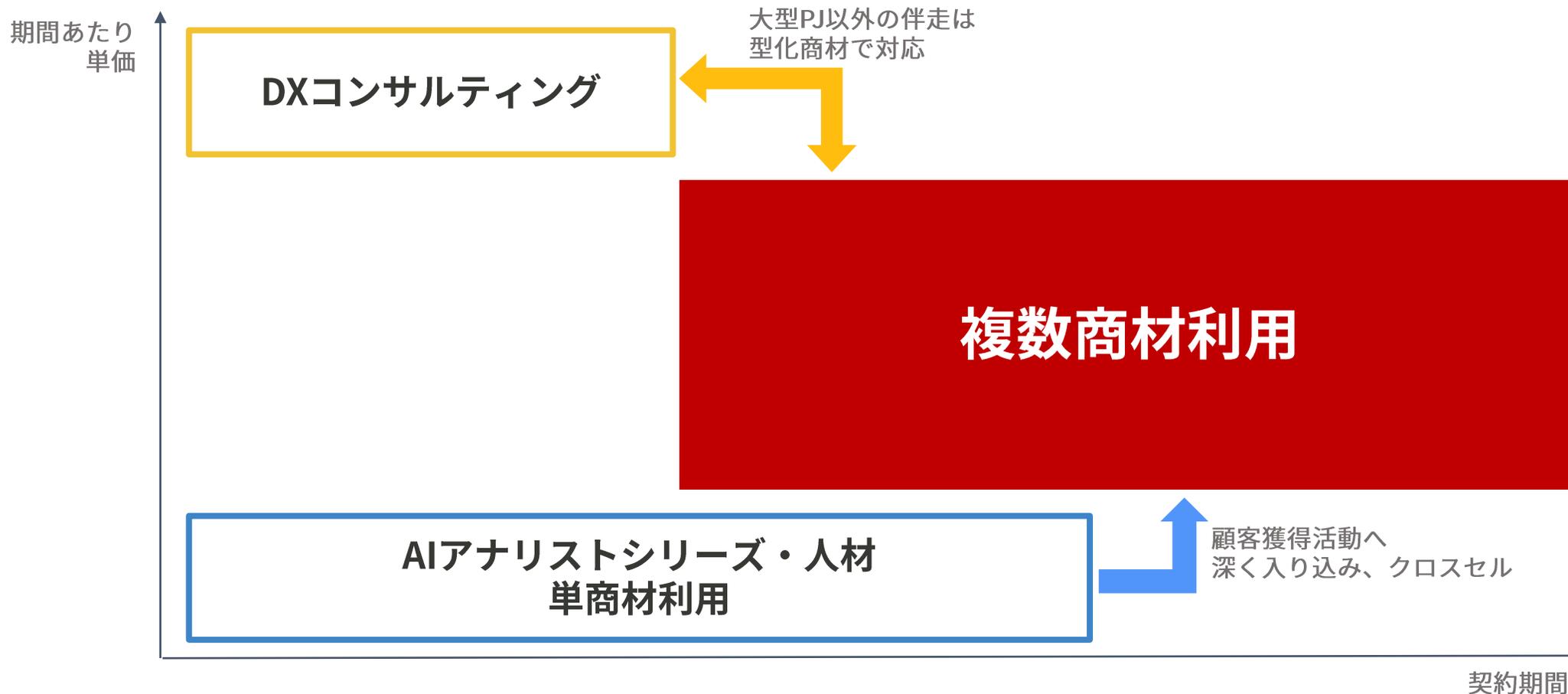
2023年2月期以降：AIアナリスト依存が解消し、入口が多様化

- 入口となる商材はAIアナリストに限らず多様になることで、様々な課題感をもつ顧客に入り込むことができる
- 初めから複数商材が導入されることも増えている



成長を続けるための戦略

クロスセル推進のため、コンサルティングや単商材利用の顧客を複数商材利用の顧客へ引き上げることに特化したカスタマーサクセスチームを組成して強化



## 知見とデータに基づく確実な成果創出で顧客満足度を高めることと同時に、顧客の求める商材を新たに追加することにより、クロスセル率の上昇を推進

### クロスセル率<sup>1</sup>の推移

クロスセル率の上昇は、1社あたり売上高の上昇と解約率の低減につながるため、1社あたり理論LTVのアップに貢献する



#### KPIに影響を与える施策

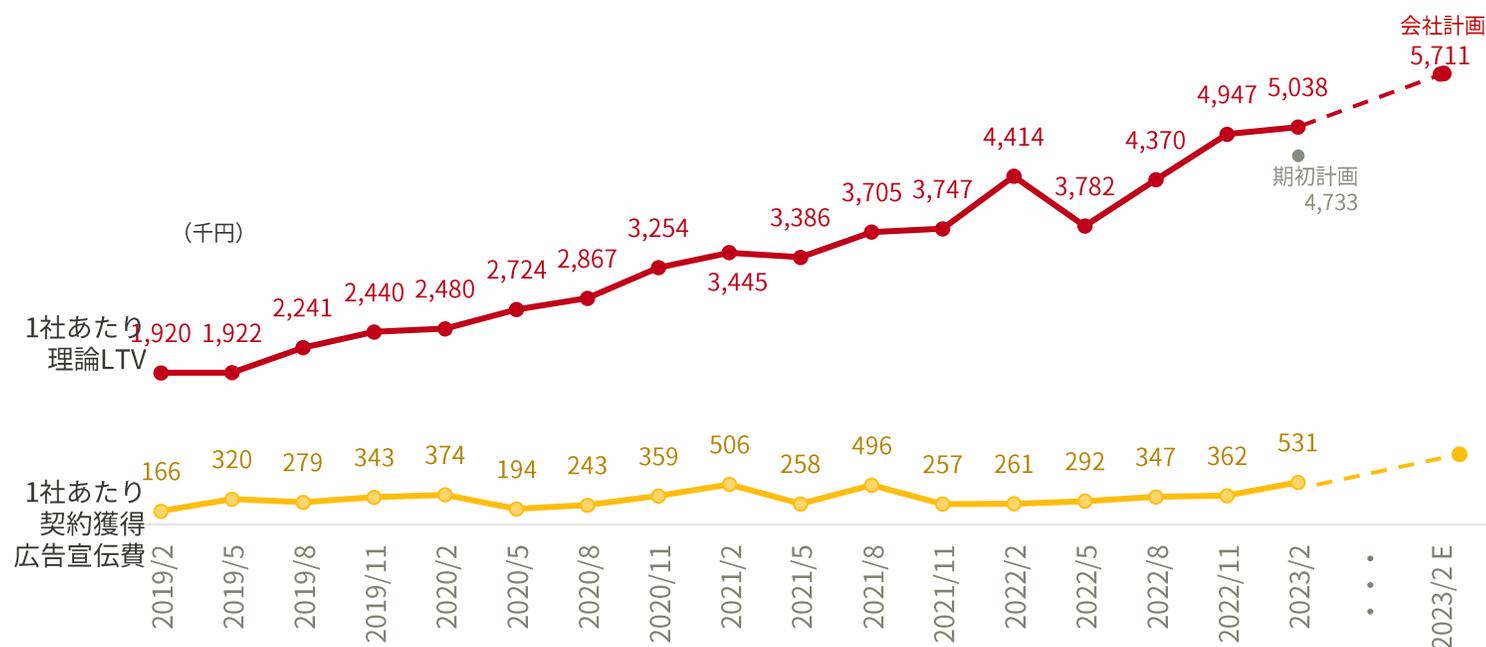
- 継続課金型のソリューションであるため、カスタマーサクセスチームが顧客と接点を継続的に持ち、顧客課題の拾い上げを行うことで、クロスセル率を改善
- 継続的な顧客接点を活かして、クロスセル可能なソリューションの投入を継続的に実施していく計画。顧客の新たな課題にも触れることとなり、新たに生むべきソリューションの開発にも役立てる
- 現在は人材事業とプロダクト事業のクロスセル率が低いため、クロスセル率が押し下げられている。紹介するフリーランス個人とプロダクト事業との連携強化を進める

<sup>1</sup>クロスセル率 = (AIアナリストなどリカーリング型の商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月リカーリング型の商材のいずれかを利用している全取引先社数)

# 理論LTVを最大化し、投資対効果を上げることで、マーケ投資や人材投資、新規プロダクト開発の原資を生み出すことができる

## 1社あたり理論LTV<sup>1</sup>の推移

1社あたり理論LTVは中企業以上のクロスセルが進んだことで増加トレンド



### KPIに影響を与える施策

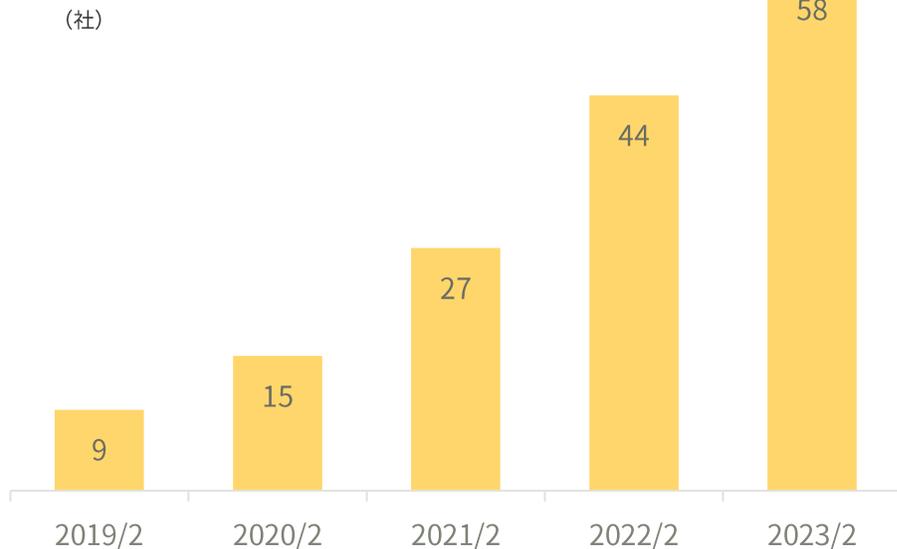
- AIアナリストの機能を随時アップデート。特に実行・実装ソリューションのクロスセルにつながる分析機能を強化することで、クロスセル率へ貢献
- 中企業以上のクロスセルポテンシャルの高い顧客を手厚くサポートするチームを立ち上げ、同時に売れる商材を増やした結果、単商材利用で1社あたりリカーリング売上高の低い新規顧客の平均押し下げ効果を吸収しながら、LTVは増加トレンド
- 1社あたり契約獲得広告宣伝費は施策ごとの効率性を鑑みてのコントロールを継続。ナレッジの一部を活用したコンテンツを提供することで、広告宣伝費をあまり使うことなく、顧客獲得ができています

<sup>1</sup> 1社あたり理論LTVを算出するに掛けたコスト（先行投資）を、その後に取り返すというビジネスモデルであるため、投資対効果を測るための指標を示している。それぞれの定義は以下の通り。

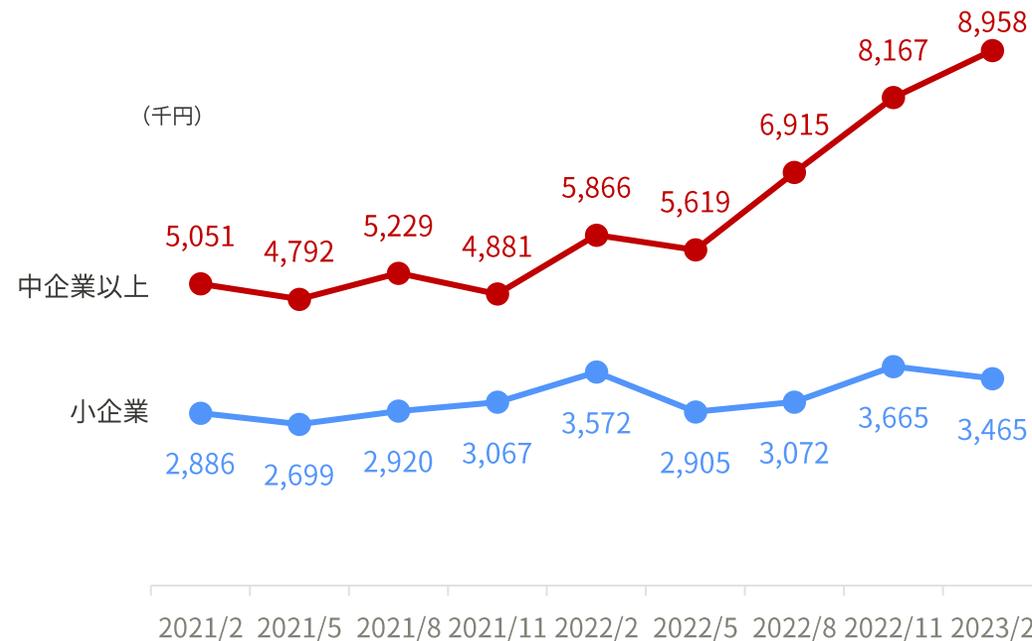
- 1社あたり理論LTV=リカーリング型商材について、1社あたりの12ヶ月平均初期売上+1社あたり平均リカーリング売上高/社数ベース12ヶ月平均解約率
- 1社あたりの平均初期売上は、単月の初期費用としての売上/単月の新規契約社数を当月を含む12ヶ月平均したもの
- 1社あたり平均リカーリング売上高は、継続課金型の商材から生まれた単月売上高をその月に売上高の発生した契約社数で割って算出
- 社数ベース12ヶ月平均解約率は、休止期間中を除く当月に売上が発生しなくなった社数/前月に売上の発生していた社数を当月を含む12ヶ月平均して算出
- 1社あたり契約獲得広告宣伝費=プロダクト事業の当月を含む(3ヶ月合算広告宣伝費/3ヶ月合算商談数)/3ヶ月平均商談契約率

結果的に、拡大ポテンシャルの大きい顧客へリーチでき、理論LTVの増大も起きている

過去12ヶ月の売上高500万円以上の社数



企業規模別の1社あたり理論LTV推移



# 今期の見通し

2024年2月期通期業績予想について

基本方針として「売上高成長率＋営業利益率の合算で40%」と「EBITDAのプラス成長」の継続を目指す。

(単位：百万円)	2024/2 業績予想	2023/2	
		実績	増減率
売上高	1,773	1,349	+31.4%
売上総利益	1,183	1,015	+16.6%
売上総利益率	66.7%	75.2%	△8.5pp
販売管理費	992	830	+19.4%
営業利益	191	184	+3.9%
営業利益率	10.8%	13.6%	△2.9pp
EBITDA	302	255	+18.5%
EBITDA率	17.1%	18.9%	△1.9pp
経常利益	188	187	+0.8%
純利益	199	192	+4.0%

### 当社の考えるクオリティグロース

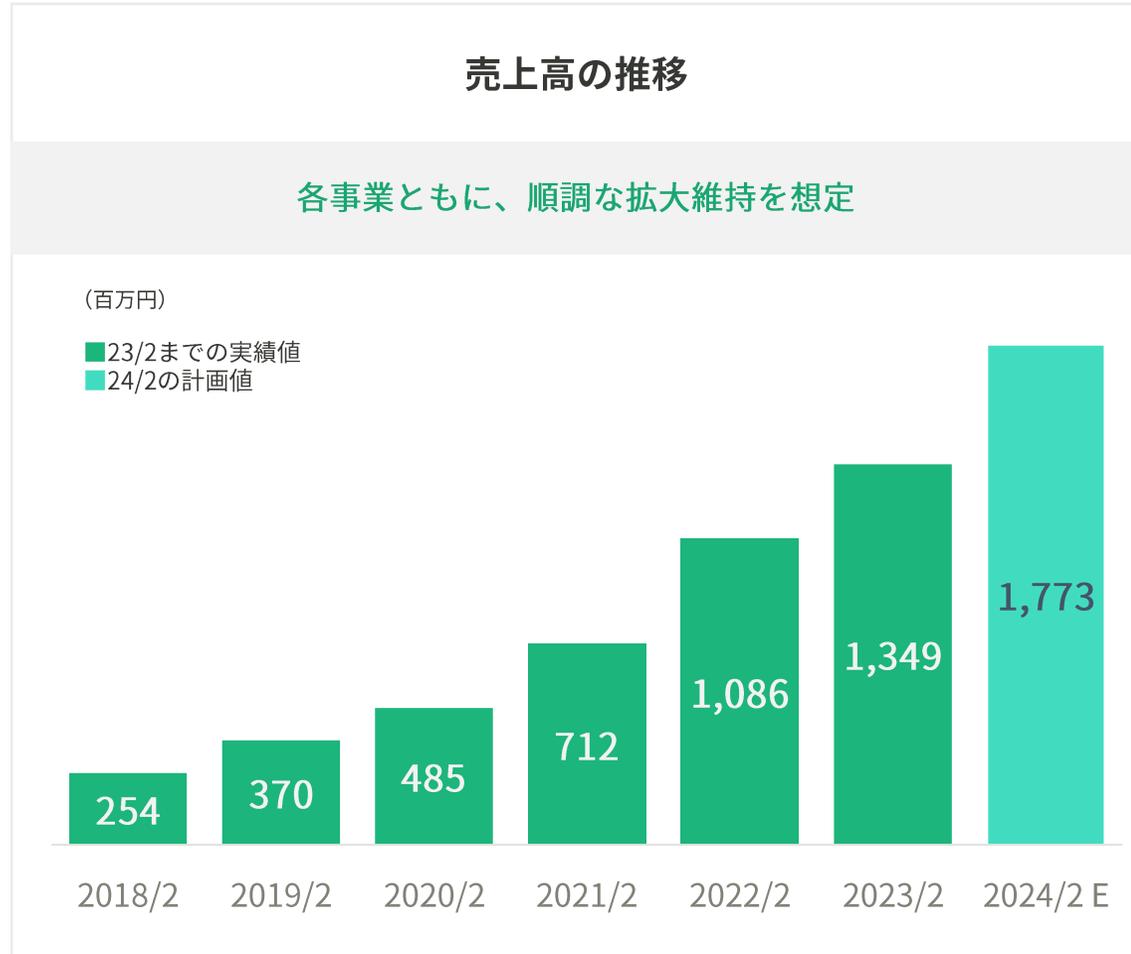
- 金融引き締めの方角に進む世界経済において、売上高と利益の両方をバランスよく生み出し、“長期的/継続的な成長”を実現することが重要
- 売上高と利益の成長バランスとして「売上高成長率＋営業利益率の合算で40%」、健全性/安定性を担保する「EBITDAのプラス成長」の2点の両立を目指す
  - 投資すれば利益は減るが、売上はその分伸びるべきであるし、同時に投資を抑制すれば売上高は伸びないが利益率は高まるため、そのバランスをとる
  - キャッシュフローが赤字になるほどの投資を行うと、財務健全性が損なわれるため、EBITDAのプラス成長を維持する

※業績予想の詳細については、2023/4/12開示の「2023年2月期決算短信〔日本基準〕(非連結)」をご参照ください。

新たに育成中の人材マッチングや制作関連の売上高伸長を織り込み、売上高は3割成長を計画

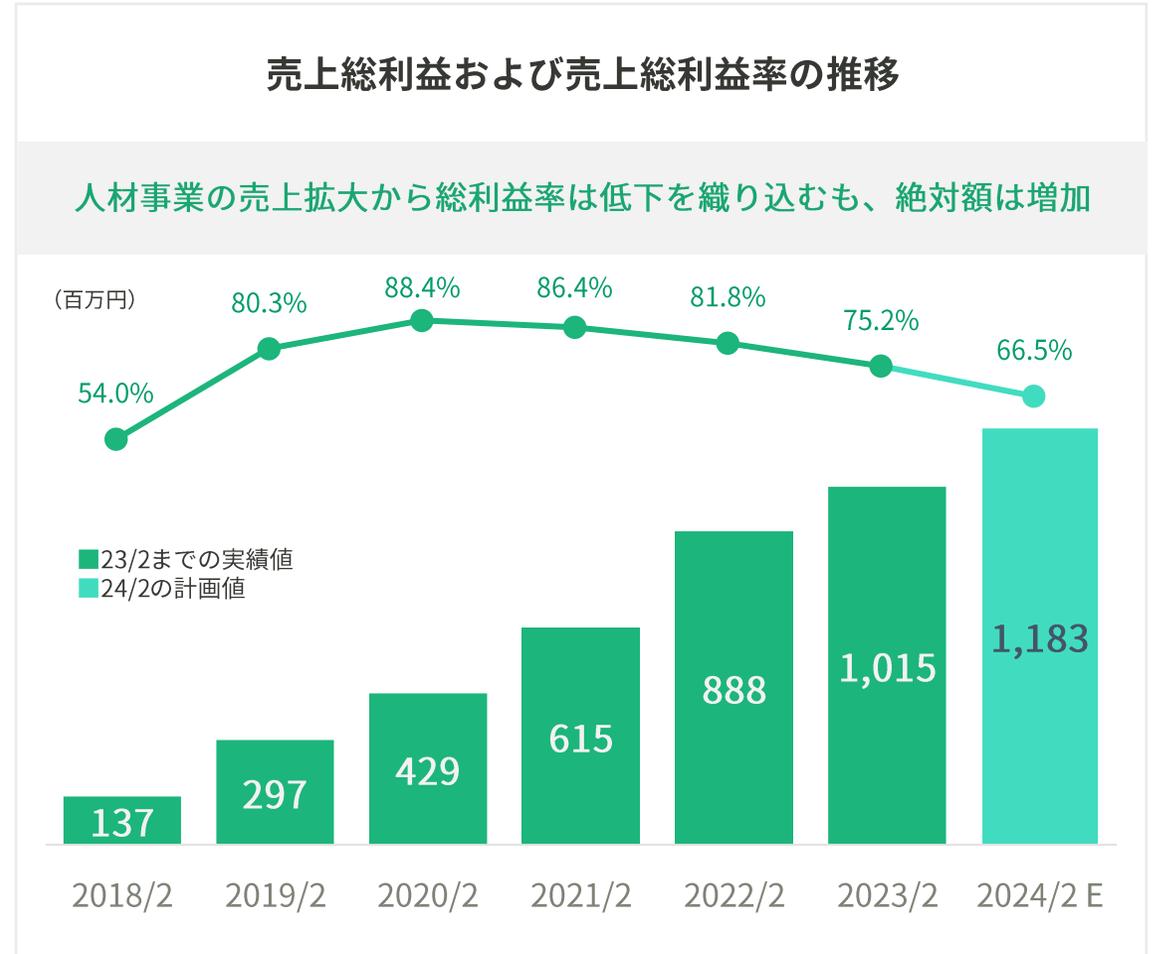
売上高の推移

各事業ともに、順調な拡大維持を想定



売上総利益および売上総利益率の推移

人材事業の売上拡大から総利益率は低下を織り込むも、絶対額は増加



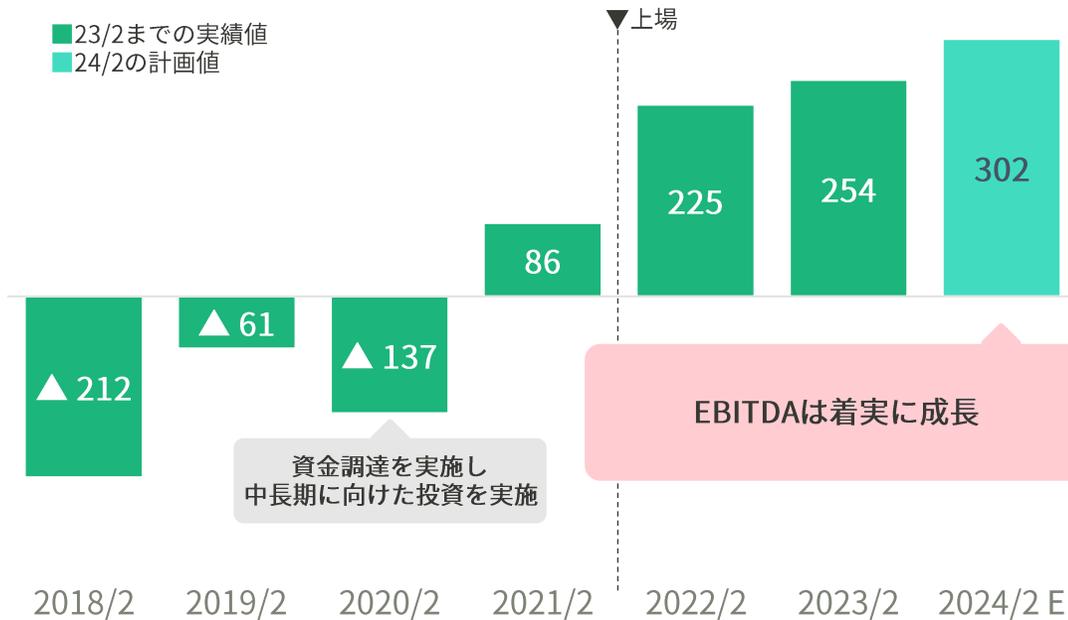
新たに生まれた売上総利益を育成中の事業へ投資し、将来の営業利益増への礎を築きつつもEBITDAは順調に成長

### EBITDAの推移

キャッシュフローの増加を重視するため、EBITDAの成長を維持

(百万円)

■ 23/2までの実績値  
■ 24/2の計画値

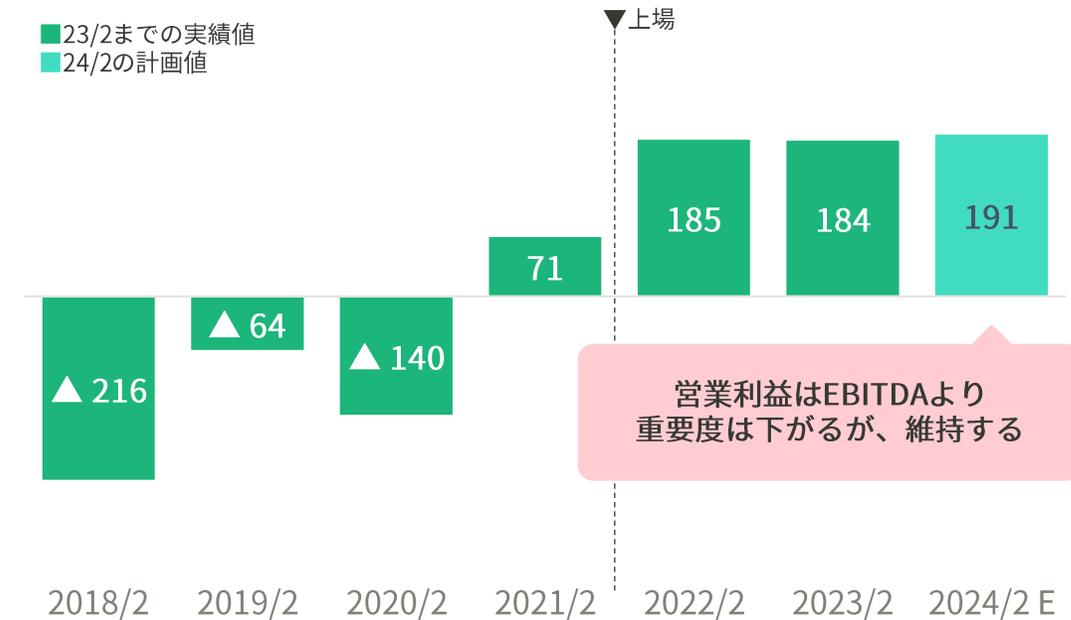


### 営業利益の推移

新規ソリューション開発のため  
収益を維持しながら、積極的な人材関連投資を実施

(百万円)

■ 23/2までの実績値  
■ 24/2の計画値



# Appendix

## 事業のリスクと対応方針

以下には、当社が事業展開その他に関して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。その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、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。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
市場等自社を取り巻くリスク	競争環境の激化	中	大	行動解析データの蓄積と当社独自のPDCAデータを他社に先駆けて多く蓄積し、成果に直結する知見を強みとした事業展開を進めます
	Google inc.との関係	低	大	現在GoogleアナリティクスのAPI制限等は上限を引き上げられるなど良好な関係にあります。今後も互恵関係となる事業展開を行います
	法的規制	低	中	現時点で個人情報の取り扱いが行っていないため規制を受けることはありませんが、今後も法規制の動向を注視して柔軟に対応します
ビジネスモデルのリスク	新規事業について	中	中	インキュベーション事業及び開発人員の人員強化等を通じて、新規事業創出を強く推進します
	1社あたりLTVについて	中	中	中堅企業以上のDX推進のニーズが強い層へ積極的にリーチし、マーケティングDXのトータルソリューションを提供していきます
	先行投資について	中	中	投資対効果を見極めることで中長期の企業価値最大化を行います。また、積極的なIR活動を通じて市場理解を醸成します

## 各事業における一般的なマネタイズ手法

		リカーリング型 売上高			プロジェクト課金型 売上高							
AIアナリスト		1サイトあたり 単価	×	1社あたり契約 サイト数	×	契約社数	+	初期費用				
AIアナリストSEO		月あたり 契約本数	×	1本あたり単価	×	契約社数	+	レポート等	※売上認識は納品ベース			
AIアナリストAD		1社の月あたり 運用媒体費	×	運用代行 手数料率	×	契約社数	+	初期費用	LP制作費等 ※売上認識は代行手数料 部分のみ			
プロダクト事業その他								1社あたり 追加発注単価	×	1社あたり 案件数	×	クロスセル社数
Marketer Agent	人材 マッチング	月あたり 委託料	×	契約件数	×	テイクレート		※売上高はテイクレート前 の委託料×件数で認識				
	人材紹介	年間 想定委託料	×	紹介件数	×	テイクレート		※売上高はテイクレートを 加味した数値で認識				
DXコンサルティング								プロジェクト 単価	×	プロジェクト数	※売上認識はプロジェクト 終了時点、納品ベース	

用語	意味・解説
デジタルトランスフォーメーション (DX)	デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること
PoC	Proof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと
SaaS	「SaaS」とは「Software as a Service」の略で、「サービスとしてのソフトウェア」を意味する。クラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネットを経由して利用できるサービスで、パソコンにソフトウェアをインストールする必要はない。インターネット上へのデータ保存、マルチデバイスに対応、複数人のユーザーで利用が可能といった点がSaaSの特徴として挙げられる。
PDCA	PDCAとは、Plan（計画）Do（実行）Check（評価）Action（改善）の頭文字を取ったもの。Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）のサイクルを繰り返し行うことで、継続的な業務の改善を促す技法。
CV	コンバージョン（Conversion）の略称。Webサイト上で設定される成果指標のこと。例えば法人向けサイトであれば問い合わせ数や資料請求数、個人向けサイトであれば来店予約数、商品購入数など。
CVR	コンバージョンレート（Conversion Rate）の略称。Webサイト全体のセッションのうち、どれくらいのセッションがCVしたかを表す割合。
SEO	Google/Yahoo等の検索エンジン表示順位最適化（Search Engine Optimization）の略称。検索エンジンでの表示順位の向上を狙う取り組みの総称
ランディングページ (LP)	検索エンジンなどから最初に着地する先のページの略称（Landing Page）
Google アナリティクス	Googleが提供しているアクセス解析ツールで、Webサイトに訪れたユーザーの行動を記録し、蓄積することができる。頭文字をとってGAとも呼ばれる
CPA	CV獲得単価の略称（Cost Per Action）。広告費÷CV数で算出される
セッション	ウェブサイトへの訪問数（厳密にいうとサイトに訪問してから離脱するまでの一連の行動を1セッションとして数える）

## 本資料について

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、当社以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

# テクノロジーで ビジネスの相棒を一人一人に

Create your business partner  
with technology