

株式会社WACUL  
2024年2月期  
第1四半期  
決算説明会資料

2023年7月11日

## 24/2期第1四半期業績の概要

### 売上高

総売上高/リカーリング売上高が過去最高を達成

2024/2期 第1四半期

**425百万円**

前年同四半期比+49.5%

※リカーリング売上高 245百万円  
(同+40.7%)

- 売上高は、リカーリングおよびプロジェクトともに好調で、前年同四半期比+49.5%の成長を達成
- 前四半期に続き、売上高およびリカーリング売上高ともに過去最高を更新

### EBITDA

前年同四半期比2倍超の過去最高を達成

2024/2期 第1四半期

**96百万円**

前年同四半期比+118.7%

※営業利益 69百万円  
(同+162.0%)

- EBITDAは、人員数が微増ながらもしっかりと増収したことで前期比+118.7%と大幅増益
- 第1四半期は収益をしっかりと確保したことで会社計画に対して32.0%と進捗。第2四半期以降の事業拡大のための先行投資となる採用費支出増に向けて準備

### 理論LTV

理論LTVは過去最高

2023/5

**5,087千円**

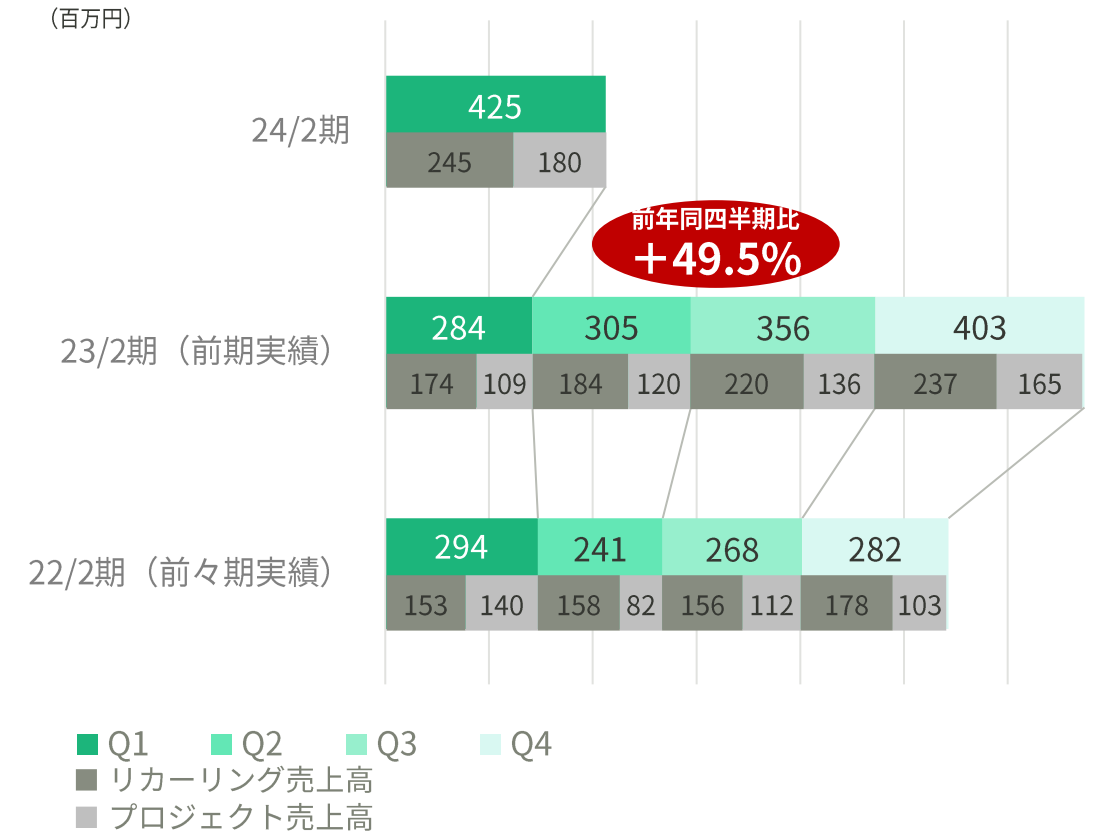
前年同月比+34.6%

※クロスセル率 20.1%  
(同▲1.2pp)

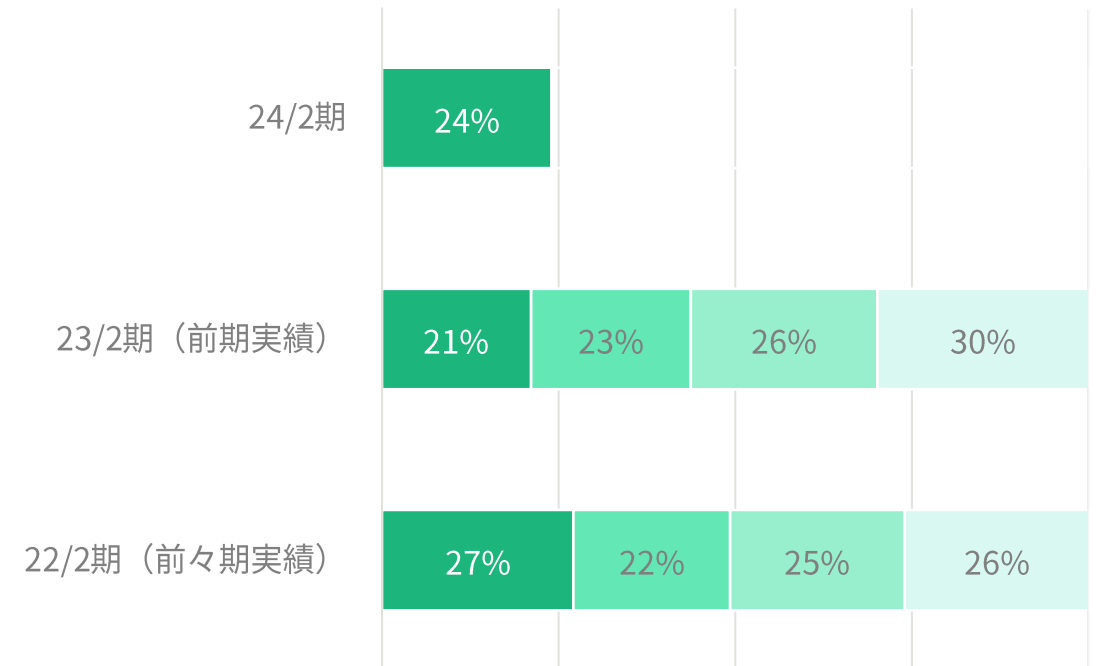
- 理論LTVは、1社あたり売上高が拡大し、前年同月比で+34.6%成長
- クロスセル率は、人材事業が拡大する一方、人材事業の顧客へのプロダクト事業等へのクロスセルが進んでいないため微減に

## 第1四半期は順調なすべりだしとなり、会社計画に対する進捗率も過去2年度と同等水準となった

### 四半期ごとの売上高推移



### 四半期ごとの売上高の進捗率

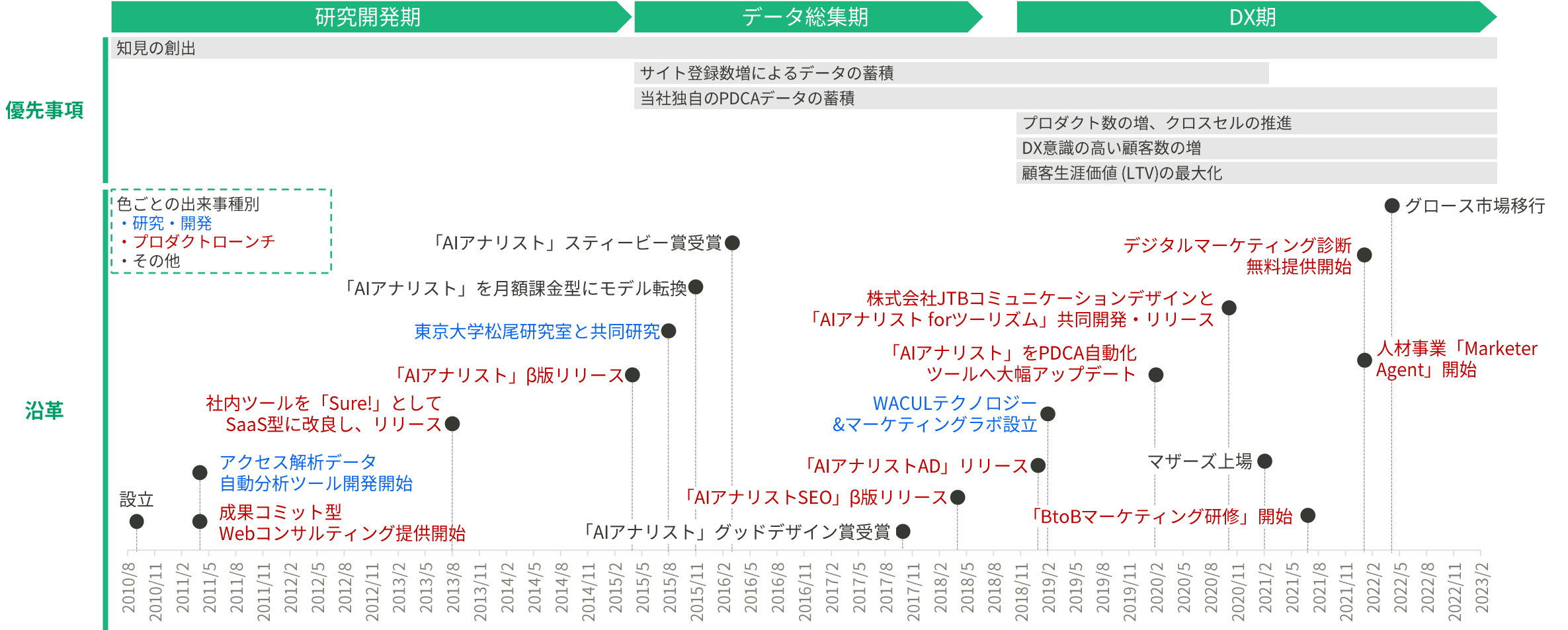


※22/2期および23/2期は当該会計年度の実績に対して、24/2期は期初会社計画に対しての比率

# 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



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

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

生活者の多様化

マーケティング手法の乱立

「ニューノーマル」への対応

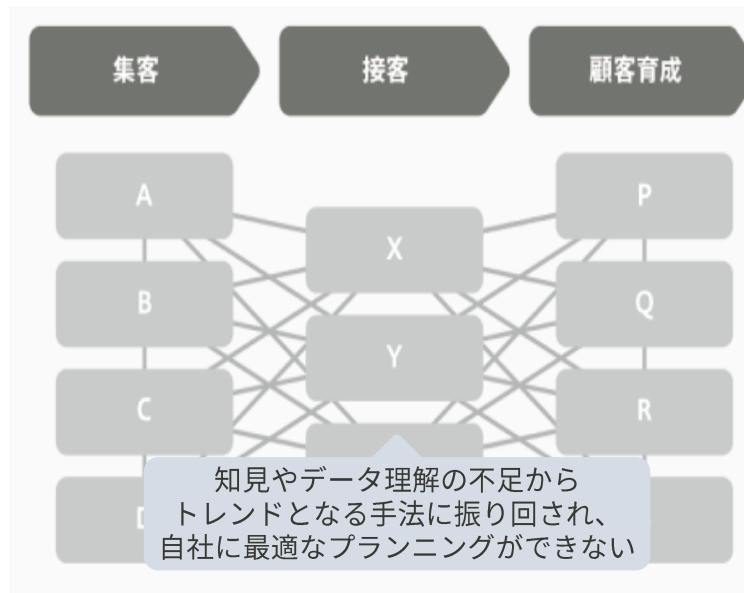
デジタル人材採用・育成の遅れ

老朽化する基幹システム



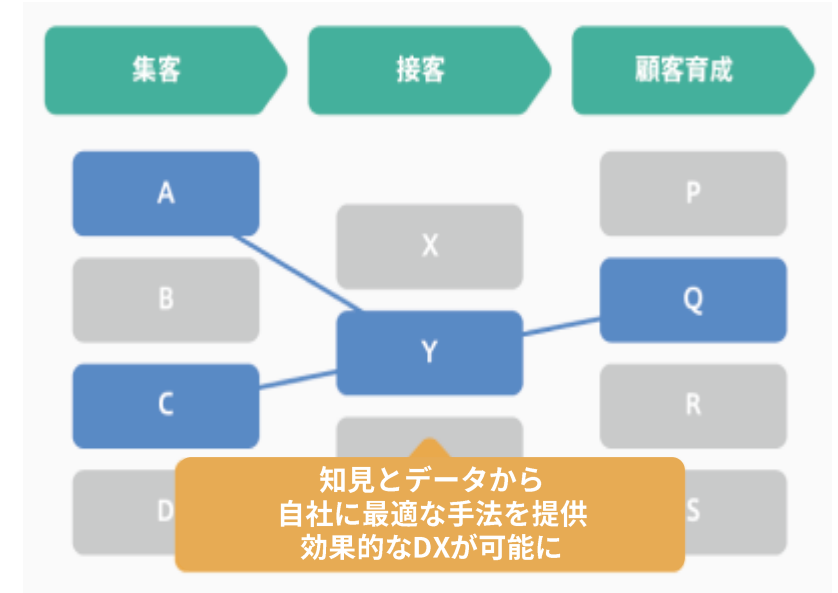
## 顧客企業 個社ごとの課題

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。



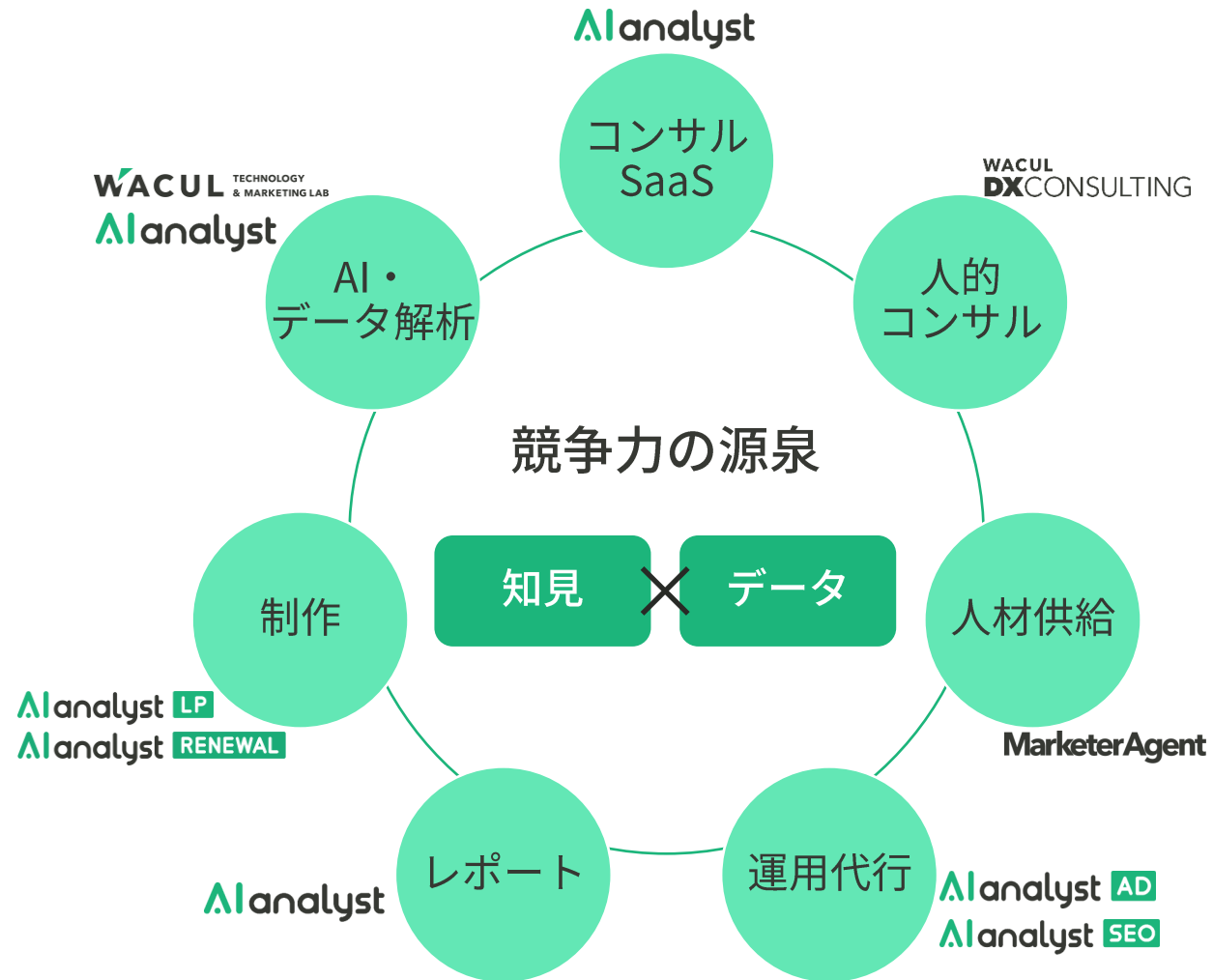
## 当社のソリューション

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。



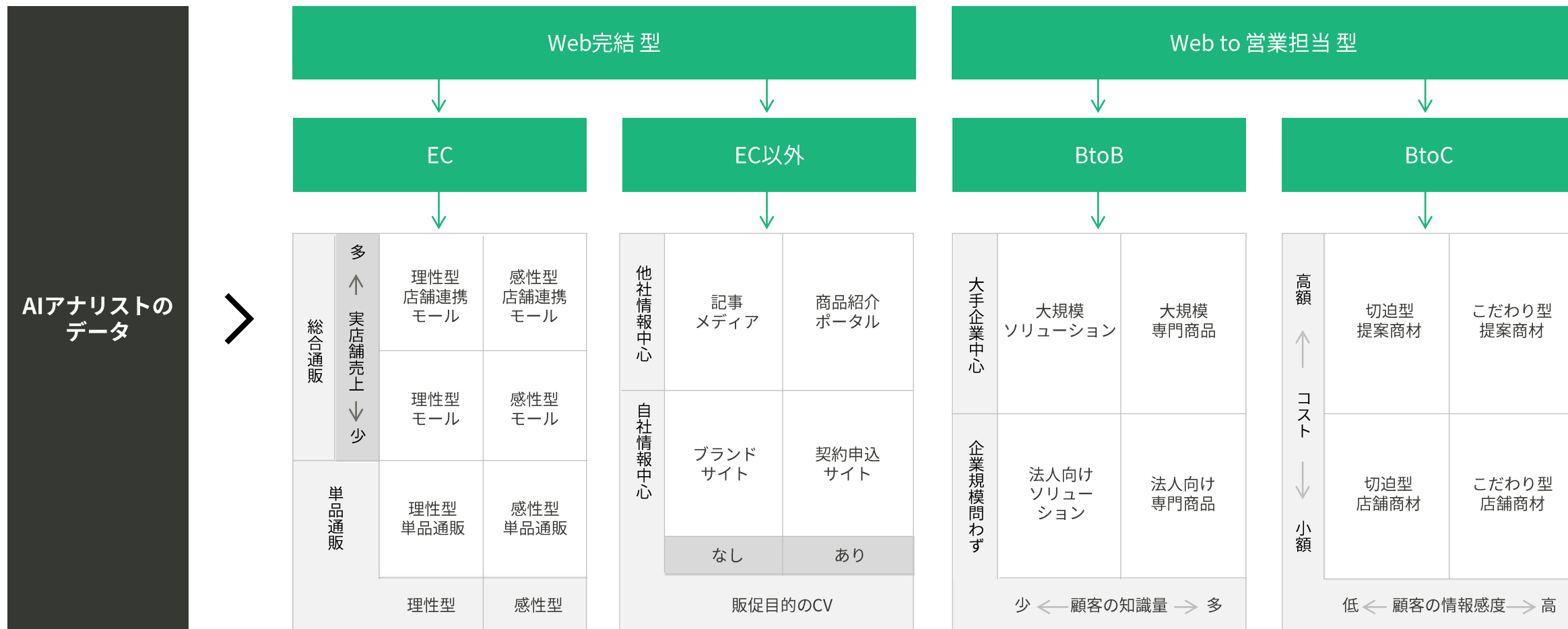
<sup>1</sup> デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

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



実績データと成果の出る施策を型化した「勝ちパターン」を蓄積しており、当社ソリューションを選ぶ理由となっている

データから生み出したデジタルマーケティング 18種類の「勝ちパターン」



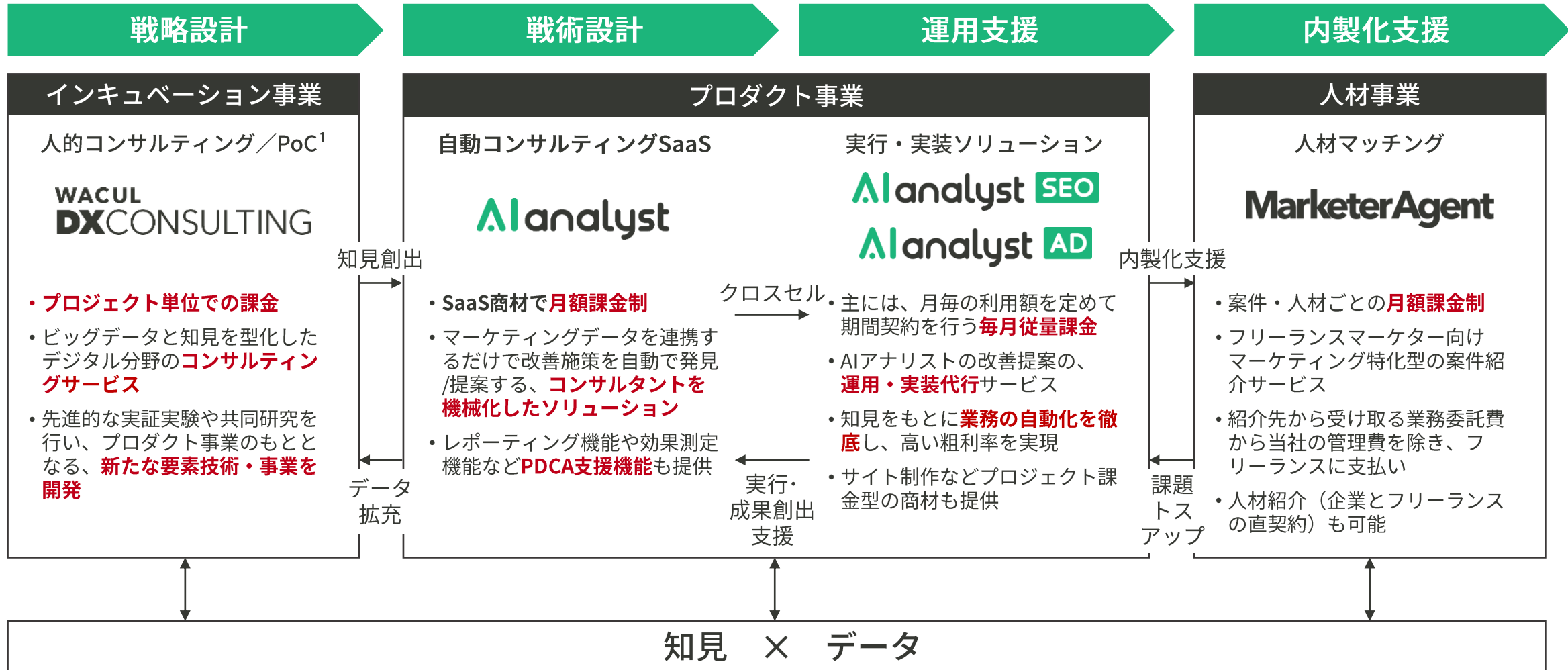
※サイトタイプは、AIアナリストが分析したサイトのうち、占有率の大きいものを分類している  
 ※店舗連携モールは「Web to 営業担当」の特性も持つが、Web完結のEC機能を持つためECカテゴリに分類している



# 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

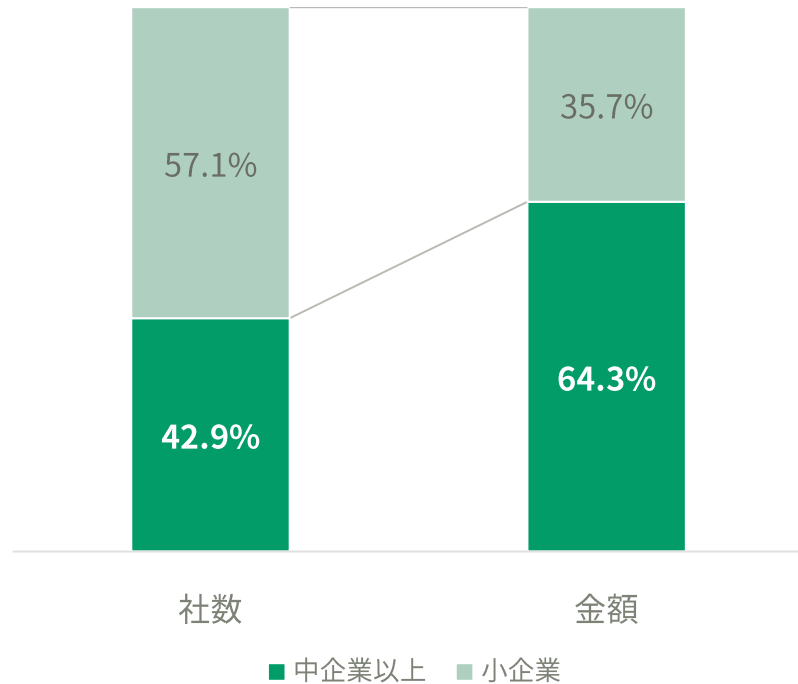


<sup>1</sup> PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

## 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

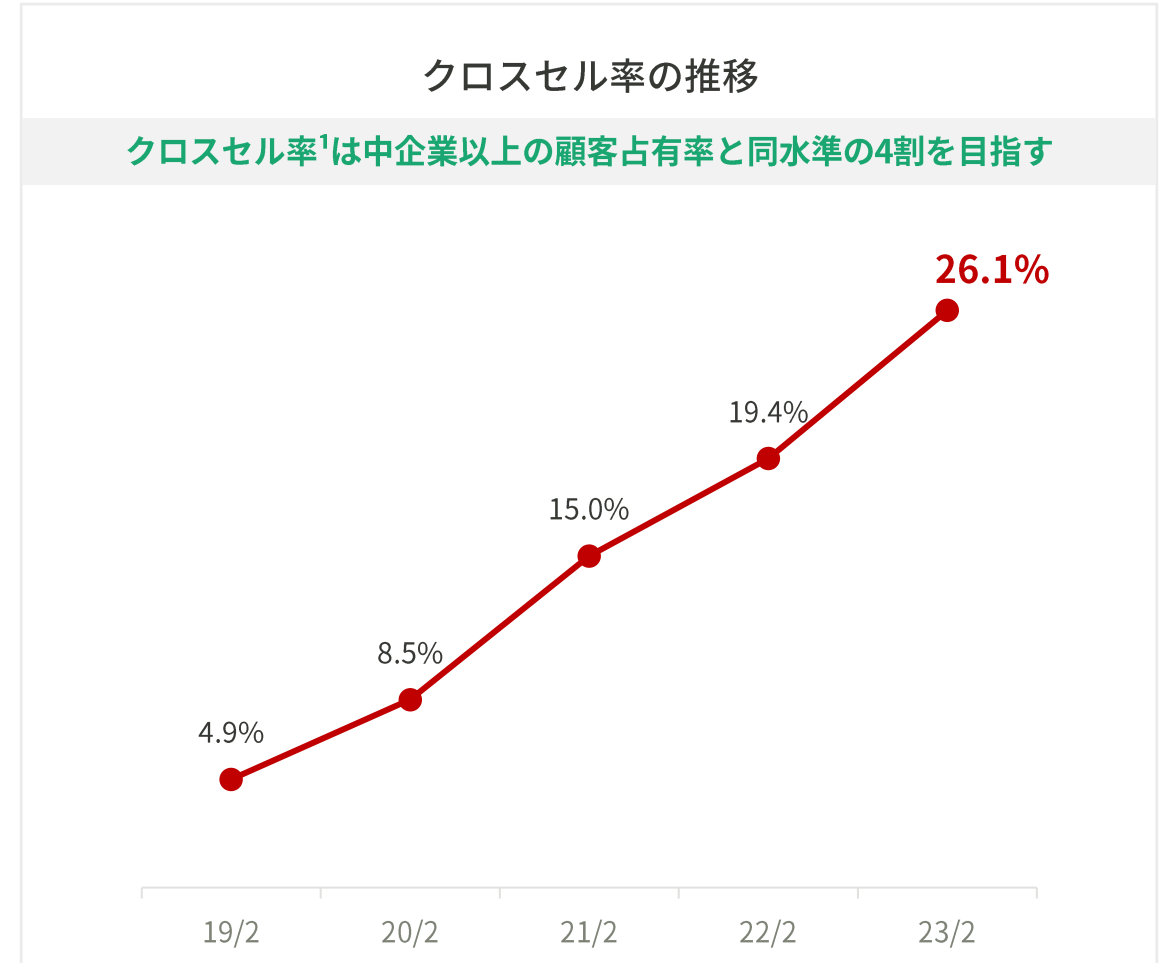
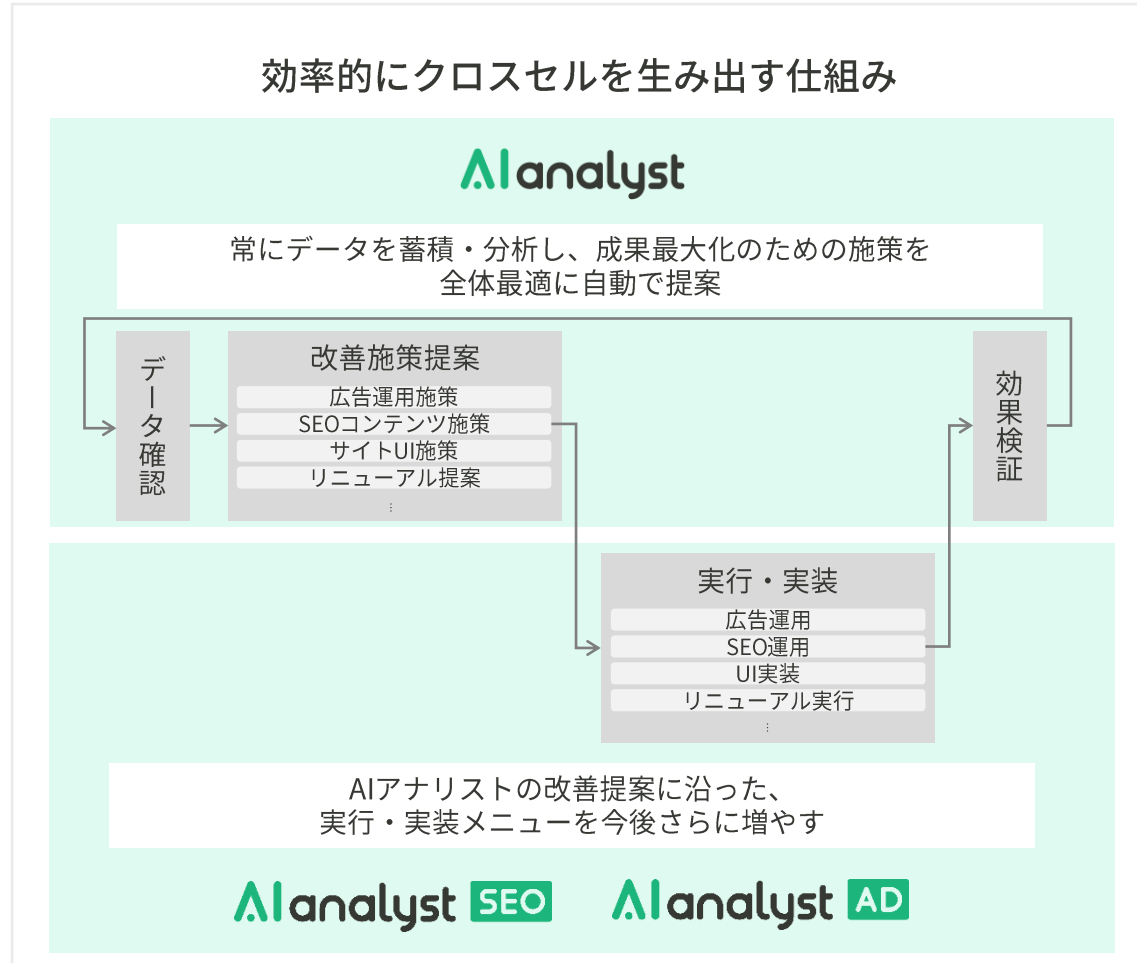
BtoB／BtoC問わず、公共以外すべての業種で採用の実績がある

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

## AIアナリストシリーズで、データの分析と施策の実行をセットにし、効率的に顧客に成果を創出する仕組みを構築



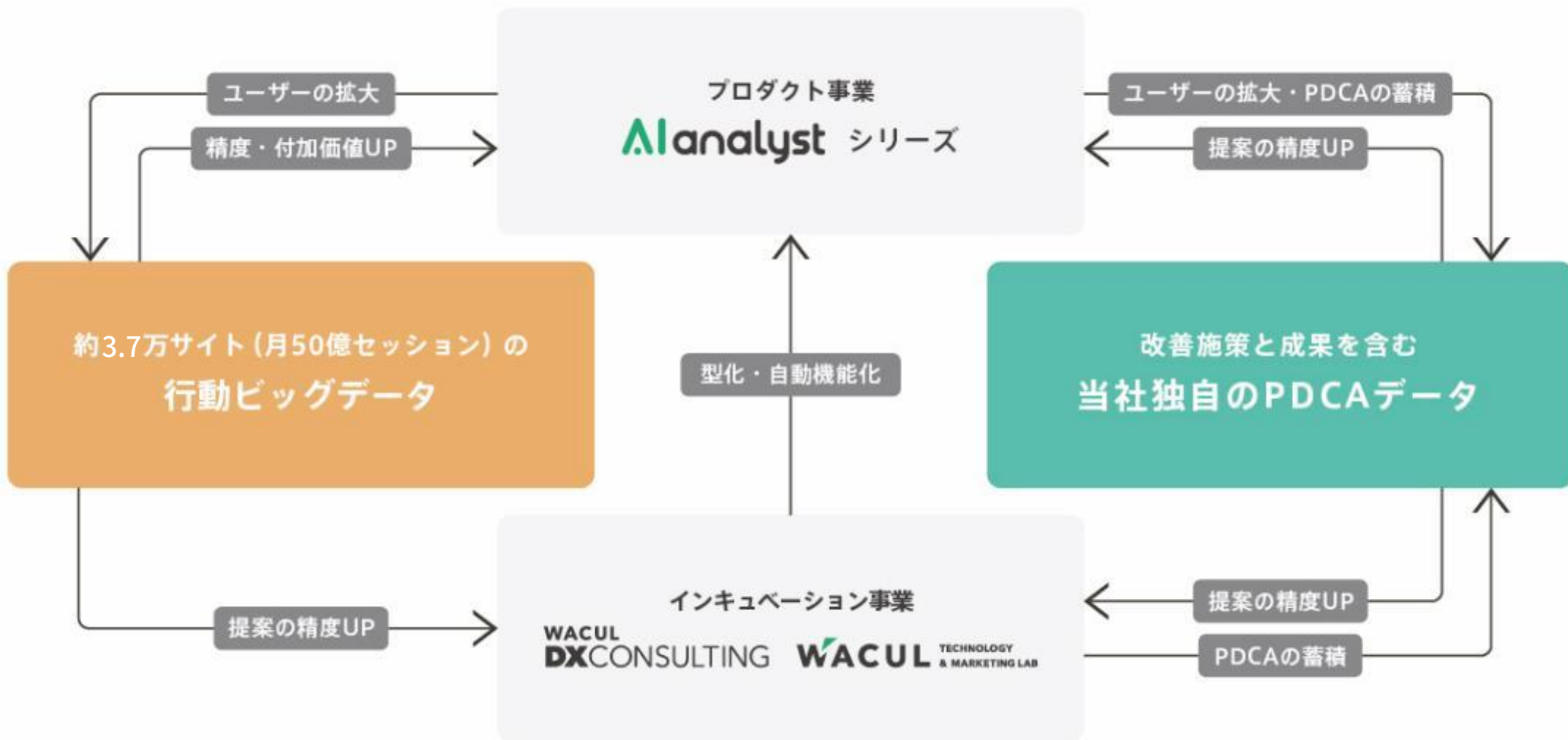
<sup>1</sup> クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADなどリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

## 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

2024年2月期 第1四半期の各種KPIとその背景について

第1四半期は順調に売上高は推移。人材採用への投資が後ろ倒しとなったことでEBITDAが過去最高に

売上高／売上高成長率

過去最高

425百万円 / +49.5%  
2024年2月期第1四半期 / 前年同四半期比

1社あたり理論LTV／1社あたり理論LTV成長率

過去最高

5,087千円 / +34.6%  
2023年5月 / 前年同月比

売上総利益率

68.4%  
2024年2月期第1四半期

クロスセル率

20.1%  
2023年5月

EBITDA／EBITDA成長率

過去最高

96百万円 / +118.7%  
2024年2月期第1四半期 / 前年同四半期比

リカーリング売上高／リカーリング売上高比率

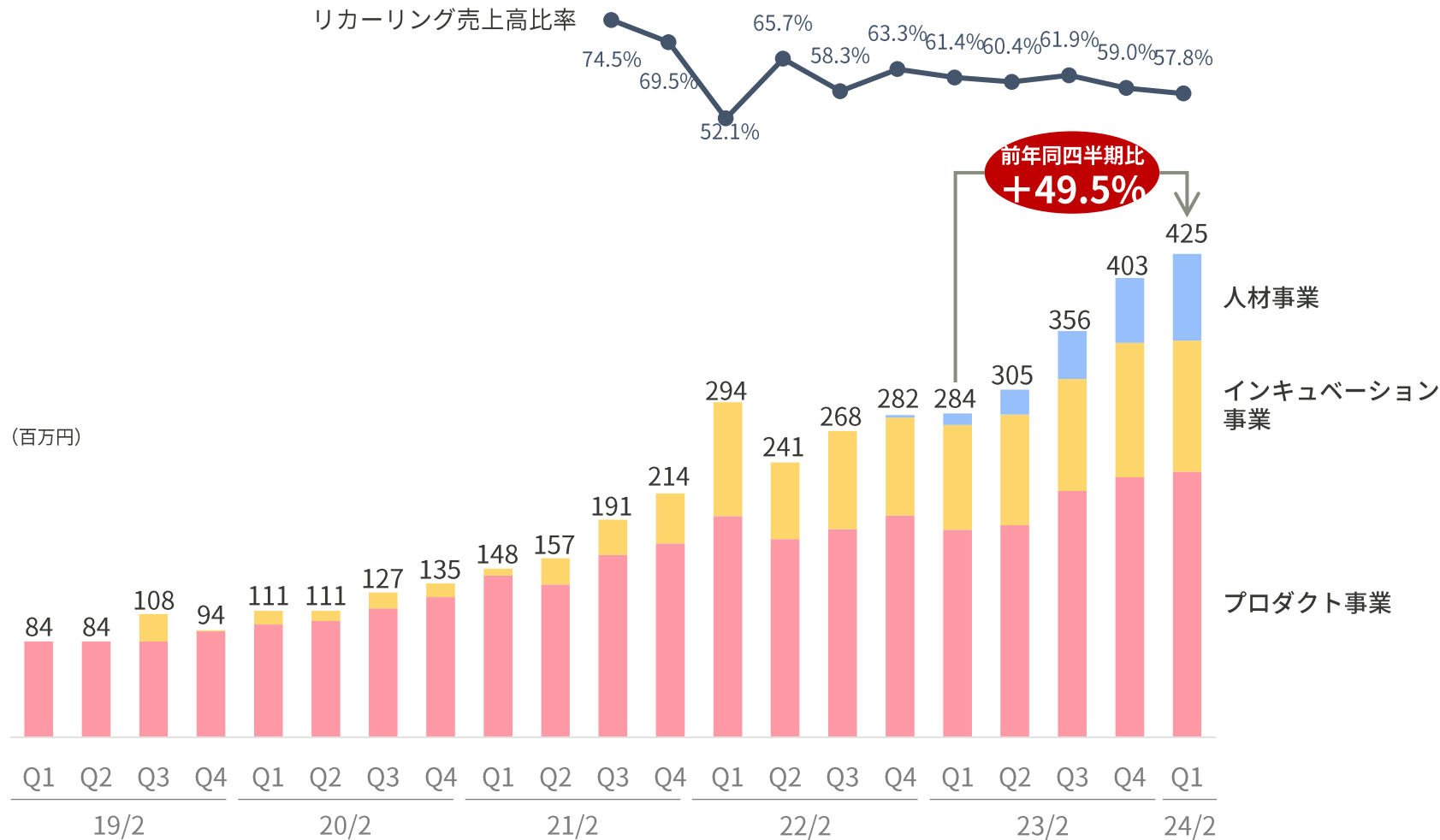
過去最高

245百万円 / 57.8%  
2024年2月期 第1四半期



## 既存事業が作り出した顧客アセットを背景に人材事業の拡大が続き、4四半期連続で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

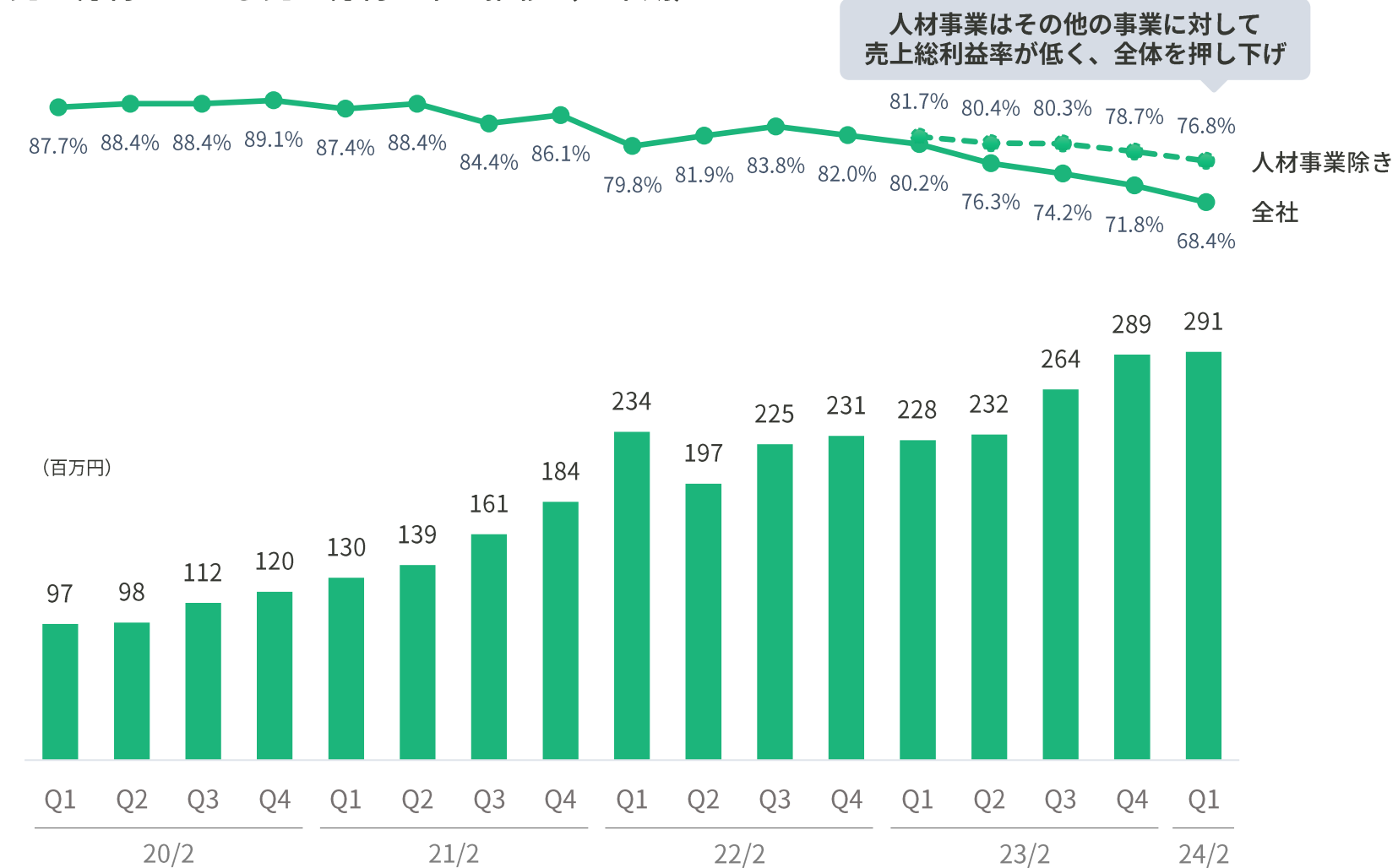


### 主なポイント

- プロダクト事業は、中企業以上へのアプローチを強めた結果、1社あたり売上高の拡大が進んで事業拡大が進んだ
- インキュベーション事業は、コンサルティング需要が強い中、既存顧客からのプロジェクトを安定して獲得。インキュベーション事業としては横ばいも、プロダクト事業とのクロスセルがゆるやかに進んでいる
- 人材事業は立ち上げから1年が経ったことで解約も出るようになったものの、高い市場の需要を追い風に、順調に拡大。第1四半期にARR2億円を突破した

## 売上総利益率は人材事業の拡大に伴い低下も、売上総利益額としての成長トレンドは維持

### 売上総利益および売上総利益率の推移（四半期）



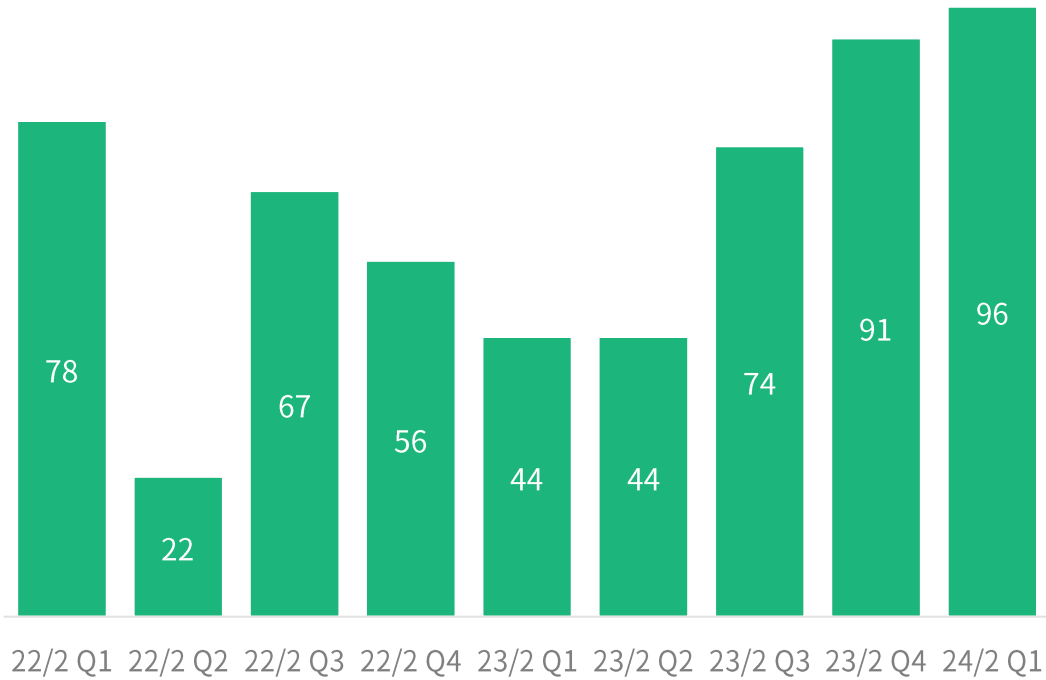
### 主なポイント

- プロダクト事業およびインキュベーション事業に比べると人材事業の売上総利益率は低い。そのため、全社に占める人材事業の割合が増すことで、全社の売上総利益率は押し下げられている
- 人材事業を除いた粗利率も若干悪化しているが、これはプロダクト事業は中企業以上をターゲットとしたカスタマーサクセスの強化を行ったため

## 第1四半期は利益を確保し、会社計画対比3割超の進捗。第2四半期以降の先行投資の原資を確保

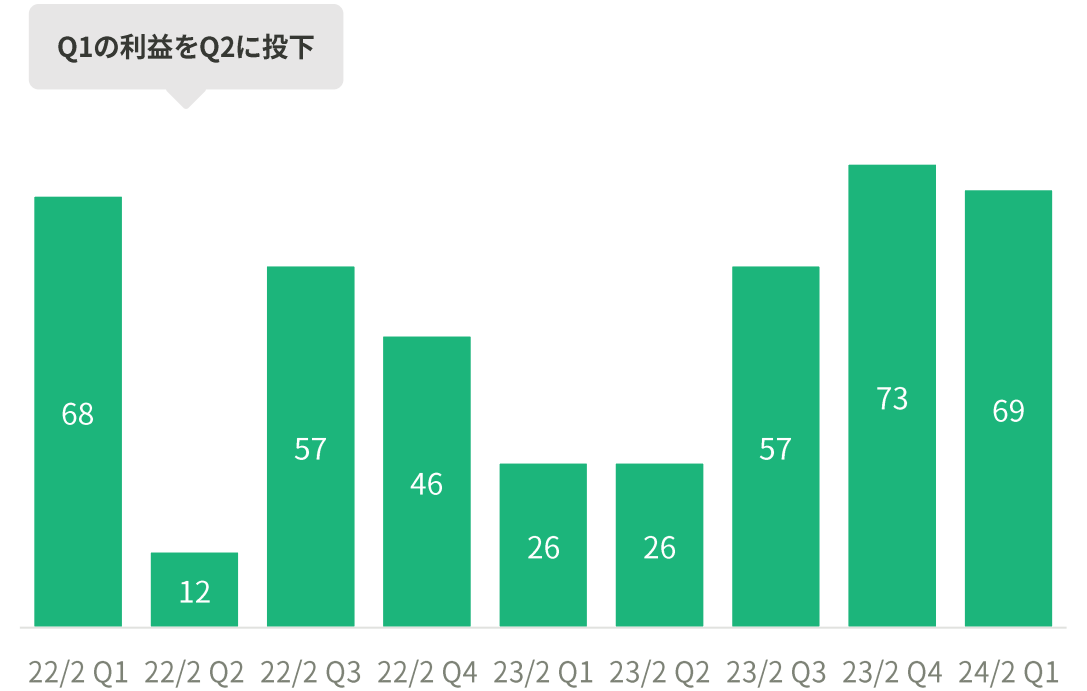
### EBITDAの推移

(百万円)



### 営業利益の推移

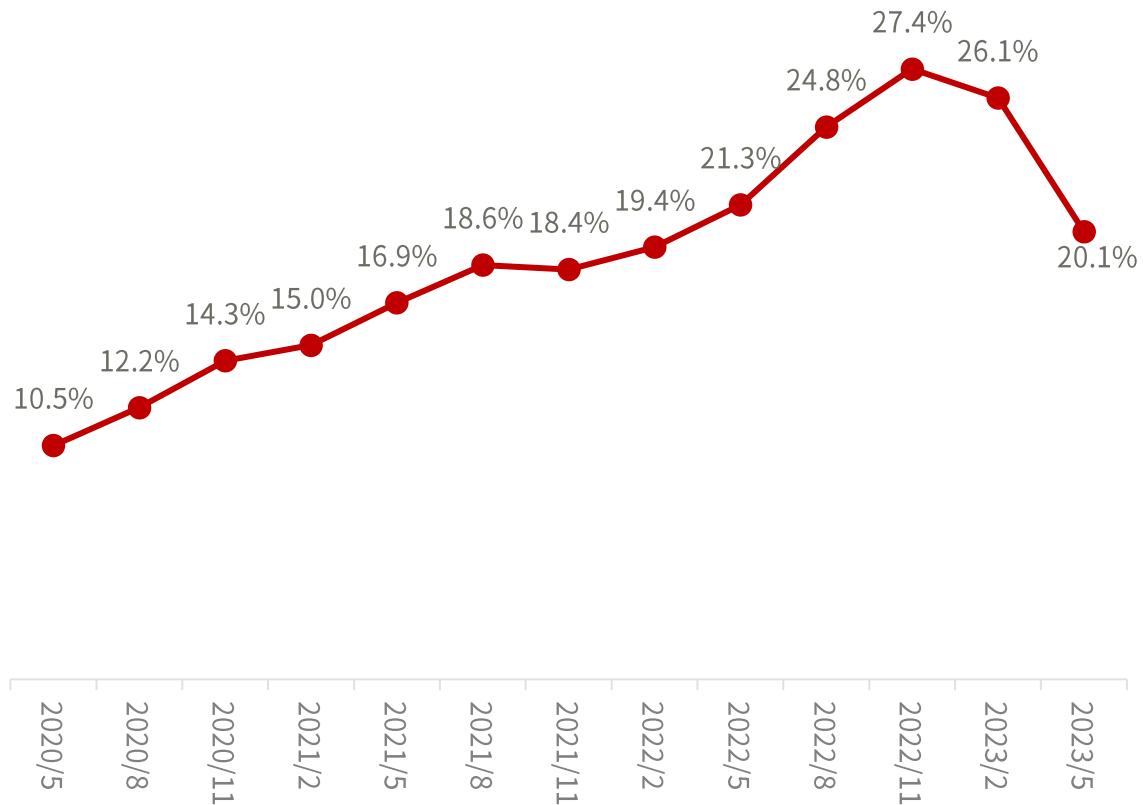
(百万円)



Q1の利益をQ2に投下

## クロスセル率の低い人材事業の拡大とAIアナリストADの小粒案件撤退で、クロスセル率は20.1%に悪化

### クロスセル率<sup>1</sup>の推移



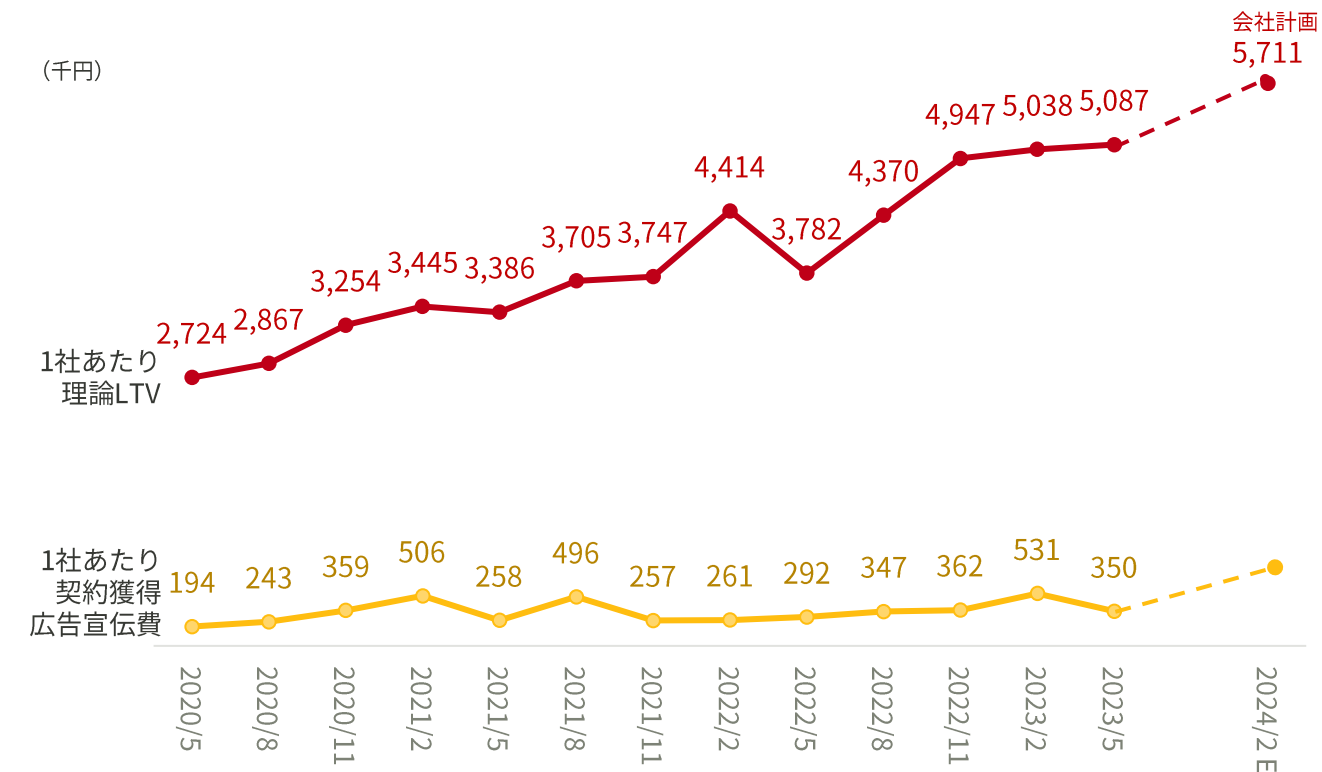
### KPIに影響を与えた施策

- 他商材とのクロスセル推進より、単体としての顧客獲得を優先して進めている人材事業と、1顧客ごとの大型化を重視する戦略の中で、収益性の低い小粒案件の撤退を進めて粗利率を改善させたAIアナリストADのクロスセル減少から、クロスセル率は低下
- 人材事業はこれまでAIアナリスト・シリーズの契約には至らなかったリードの掘り起こしを中心に拡大しているため、クロスセルは後回しとなっている

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)

## 過去2年、5月の理論LTVは前期末比で減少していたが、今期は増加させることができた

### 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



### 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
- クロスセル率の低下もあって1社あたりリカーリング型売上高の増加ペースは鈍化したが、安定的な取引関係を築くことのできる中企業以上が増えたことで、解約率は改善傾向にある

	前年同月比	前四半期末比
1社あたり理論LTV (千円)	3,782	5,038
当四半期実績との差異	+34.6%	+1.0%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	微減
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	減少
社数ベース12ヶ月平均解約率	横ばい	改善

<sup>1</sup> 1契約を獲得するのに掛けたコスト（先行投資）を、その後を受け取るリカーリング収益（リターン）で回収するというビジネスモデルであるため、投資対効果を図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

# ビジネスアクション

2024年2月期 第1四半期の取り組みについて

プロダクト事業では機能強化とコスト低減による収益性改善を継続。人材事業ではクリエイターのマッチングを拡大へ

	直近までの取り組み	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>Googleアナリティクスの最新版GA4への対応を実施しリリース</li> <li>高単価案件の開拓を行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GA4を活用した機能のさらなる拡充を実施</li> <li>Googleアナリティクスの旧来版であるUA(GA3)のデータ消失対策としての価値もマーケに活用</li> </ul>
	AIアナリストAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>収益性の悪い小型案件の契約を終了し、一定規模以上の案件にフォーカス</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継続。</li> <li>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>SEOコンサルティングの提供を本格開始</li> <li>原価低減を目指し、ChatGPTを記事校閲領域への活用テストを開始</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>強い需要に耐えられるオペレーションを構築</li> </ul>
人材事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>フリーランスクリエイターを募集開始。マーケティングに欠かせない人材であるクリエイターのマッチングにも進出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイターのマッチング領域を始めるにあたり、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</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継続</li> </ul>	

松尾龍が取締役に就任。AIアナリストADを立ち上げてきた経験を活かし、さらなる事業拡大を牽引



新任取締役（ビジネス管掌）

## 松尾 龍

横浜国立大学卒業後、楽天株式会社へ入社。営業・ECコンサルタントのマネージャーを歴任。2015年にデジタル分野のコンサルティングに特化したオンサイト株式会社に入社し、大手食品メーカー・大手化粧品メーカーなどをクライアントとして、ECサイトの基盤構築からブランディング戦略の立案、マーケティング全般の支援を実施。2018年株式会社WACULに参画。マーケティング部部長、AIアナリストAD事業の立ち上げ、ビジネス本部担当執行役員などを経て、2023年に取締役就任



## Yahoo!マーケティングソリューション パートナープログラム セールスパートナーに認定

「セールスパートナー」において、2つ星に認定

The logo for WACUL, featuring the word "WACUL" in a bold, black, sans-serif font. A green triangle is positioned above the letter "A".

### 主なポイント

- 「Yahoo!マーケティングソリューションパートナープログラム」の「セールスパートナー」において、2つ星に認定された
- 「Yahoo!マーケティングソリューションセールスパートナー」とは、Yahoo!広告 検索広告とディスプレイ広告（運用型）において高い実績を誇る正式な代理店を指し、Yahoo! JAPANによる厳正な審査を経て認定されるもの
- 認定された代理店には、Yahoo! JAPANから最新のサーチトレンドやツールなどの情報が提供され、広告主に対して高品質なマーケティング支援が可能になる

「AIアナリスト」 GA4対応の新機能をリリース。消失の危険があるUAのデータ保存のため、データアーカイブ機能は継続

GA4に対応した新機能「GA4サイトレポート」をリリース

**AI analyst**

**GA4対応の新機能をリリース**

**今後消失の危険がある**

**UAのデータ保存のため**

**UAデータのアーカイブ機能は継続**

### 主なポイント

- 「AIアナリスト」はGoogleアナリティクスの新しいバージョンであるGA4に対応した「サイトレポート」をリリース
- 既存のUAデータを基にした「サイトレポート」は、GA4サイトレポートとは別の機能として残存。UAの計測終了後も、過去の分析済みデータは引き続きAIアナリスト上にて参照できるので、データのアーカイブ先として利用することも可能。例えば、前年同期比などの比較がGoogleアナリティクス上ではできなくなるが、AIアナリスト上では可能となる

※ GA4はGoogleアナリティクスの新しいバージョンであり、既存のユニバーサルアナリティクス（UA）からの移行が進められています。UAでの計測は2023年7月1日に停止するとアナウンスされており、以降はGA4を用いてWebサイトのデータを計測していく必要があります。

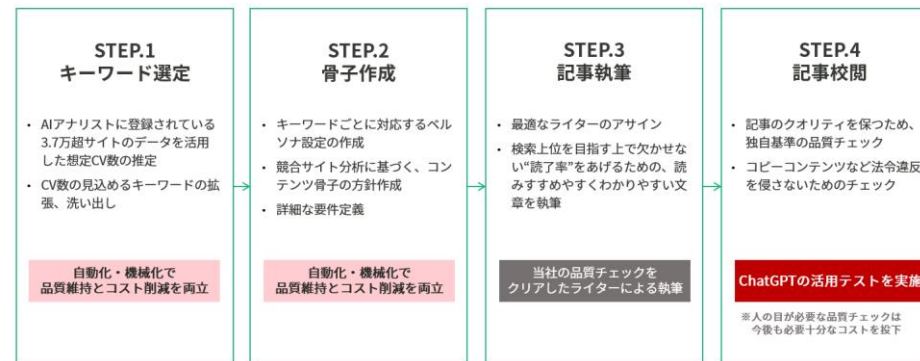
# ChatGPTの利活用だけでなく、自社開発の分析機能を持つAI開発など、プロダクトの機能向上・コスト削減のための研究開発を継続

## CVR改善余地の有無を判定できるAIを独自に開発



人工知能がフォームを評価する「B2BフォームAI診断」を無料提供。累計利用数3,813件の「B2BトップページAI診断」に続く、AIによるマーケティング診断の第2弾。自然言語処理技術等を用いて“成果を出すポイント”を押さえているかを判定、トップページとフォームの最適化で問い合わせ数増加へ

## AIアナリストSEOでChatGPTの記事校閲への活用テストを開始



データ分析に強みをもつ当社は、CV獲得のためのデータ分析や骨子作成などのSEOコンテンツを自動化・機械化することで、品質の維持とコスト削減を両立。SEO対策記事制作サービス「AIアナリストSEO」のコンテンツSEO制作サービスにおいて、ChatGPTの活用に向けたテストを開始

# 財務ハイライト

2024年2月期第1四半期の実績について

## 第1四半期は売上・利益とも過去最高で、会社計画に対しても高い進捗率となった

	2024/2 Q1	前年同四半期 (2023/2 Q1)		前四半期 (2023/2 Q4)		会社計画	進捗率
		実績	増減率	実績	増減率		
(単位：百万円)							
売上高	425	284	+49.5%	403	+5.6%	1,773	24.0%
売上総利益	291	228	+27.6%	289	+0.6%	1,183	24.6%
売上総利益率	68.4%	80.2%	▲11.8pp	71.8%	▲3.4pp	66.7%	-
販売管理費	221	201	+10.0%	215	+2.8%	992	22.4%
営業利益	69	26	+162.0%	73	▲6.1%	191	36.2%
営業利益率	16.3%	9.3%	+7.0pp	18.3%	▲2.0pp	10.8%	-
EBITDA	96	44	+118.7%	91	+5.7%	302	32.0%
EBITDA率	22.8%	15.6%	+7.2pp	22.7%	+0.1pp	17.1%	-
経常利益	68	25	+165.3%	77	▲11.3%	188	36.5%
純利益	57	19	+189.3%	100	▲43.0%	199	28.6%

積極採用を行っているが、第1四半期は採用費は大きくなりすぎず

(単位：百万円)	2024/2 Q1	前年同四半期 (2023/2 Q1)		前四半期 (2023/2 Q4)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	119	96	+23.0%	109	+8.6%
業務委託費	31	32	▲2.6%	31	+1.0%
採用費	5	7	▲27.1%	6	▲11.3%
広告宣伝費	17	16	+4.3%	24	▲27.6%
家賃等	7	7	+5.2%	7	+1.5%
システム利用料	12	12	+1.8%	11	+8.8%
支払手数料等	17	21	▲20.7%	17	▲4.1%
その他	10	6	+63.4%	6	+48.6%
合計	221	201	+10.0%	215	+2.8%

※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。

事業拡大局面でも運転資金を最小化しているため、借入金の返済が進むも手元資金は拡大

	2024/2 Q1	前期末 (2023/2)	
		実績	増減
(単位：百万円)			
流動資産合計	1,198	1,173	+25
うち現金および預金	900	823	+76
うち売掛金等	276	326	▲49
固定資産合計	408	406	+2
うちソフトウェア等	250	246	+4
流動負債合計	488	505	▲16
うち未払金・前受金等	346	349	▲3
固定負債合計	48	68	▲20
純資産合計	1,070	1,005	+65
うち株主資本	1,066	1,001	+64

# 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

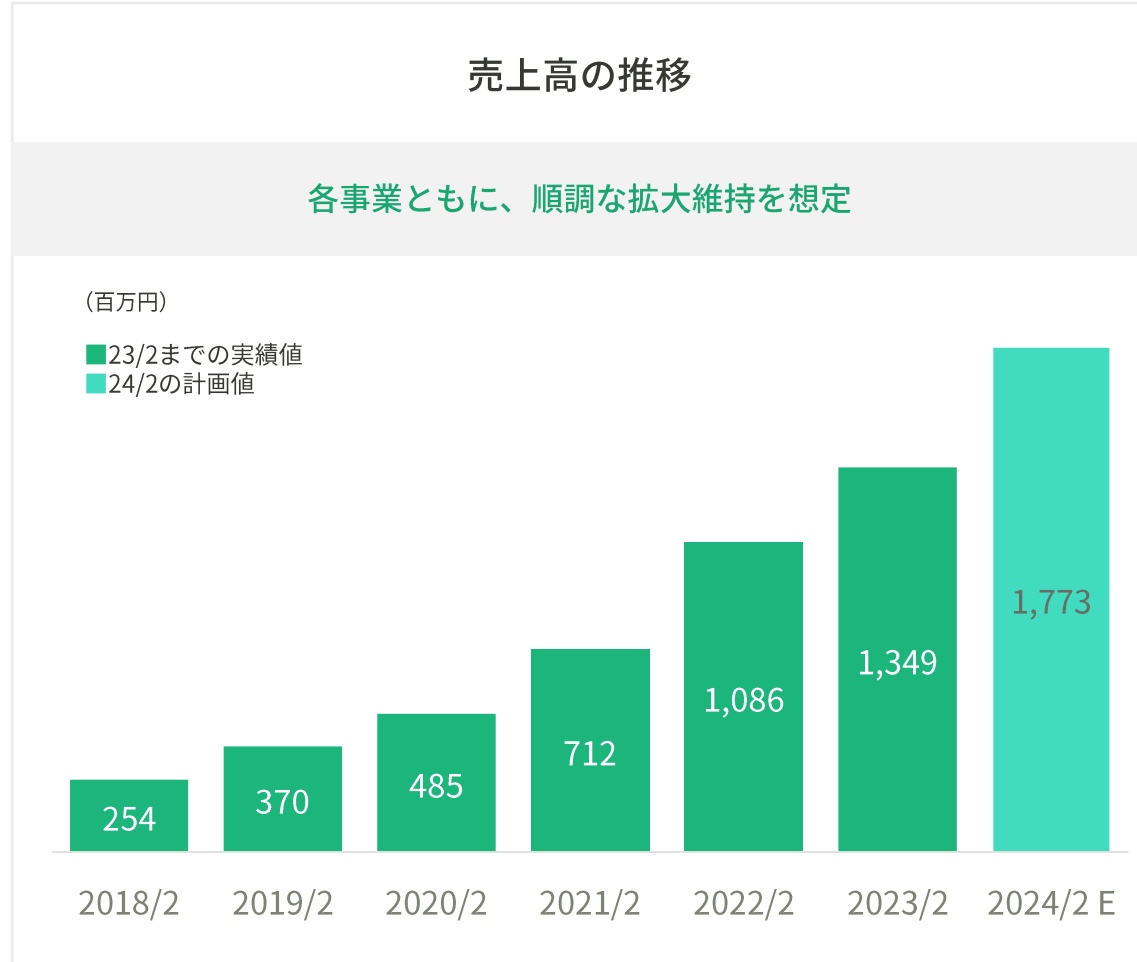
- 金融引き締めの方角に進む世界経済において、売上高と利益の両方をバランスよく生み出し、“長期的/継続的な成長”を実現することが重要
- 売上高と利益の成長バランスとして「売上高成長率＋営業利益率の合算で40%」、健全性/安定性を担保する「EBITDAのプラス成長」の2点の両立を目指す
  - 投資すれば利益は減るが、売上はその分伸びるべきであるし、同時に投資を抑制すれば売上高は伸びないが利益率は高まるため、そのバランスをとる
  - キャッシュフローが赤字になるほどの投資を行うと、財務健全性が損なわれるため、EBITDAのプラス成長を維持する

※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、売上高は前期+30%増収を見込む

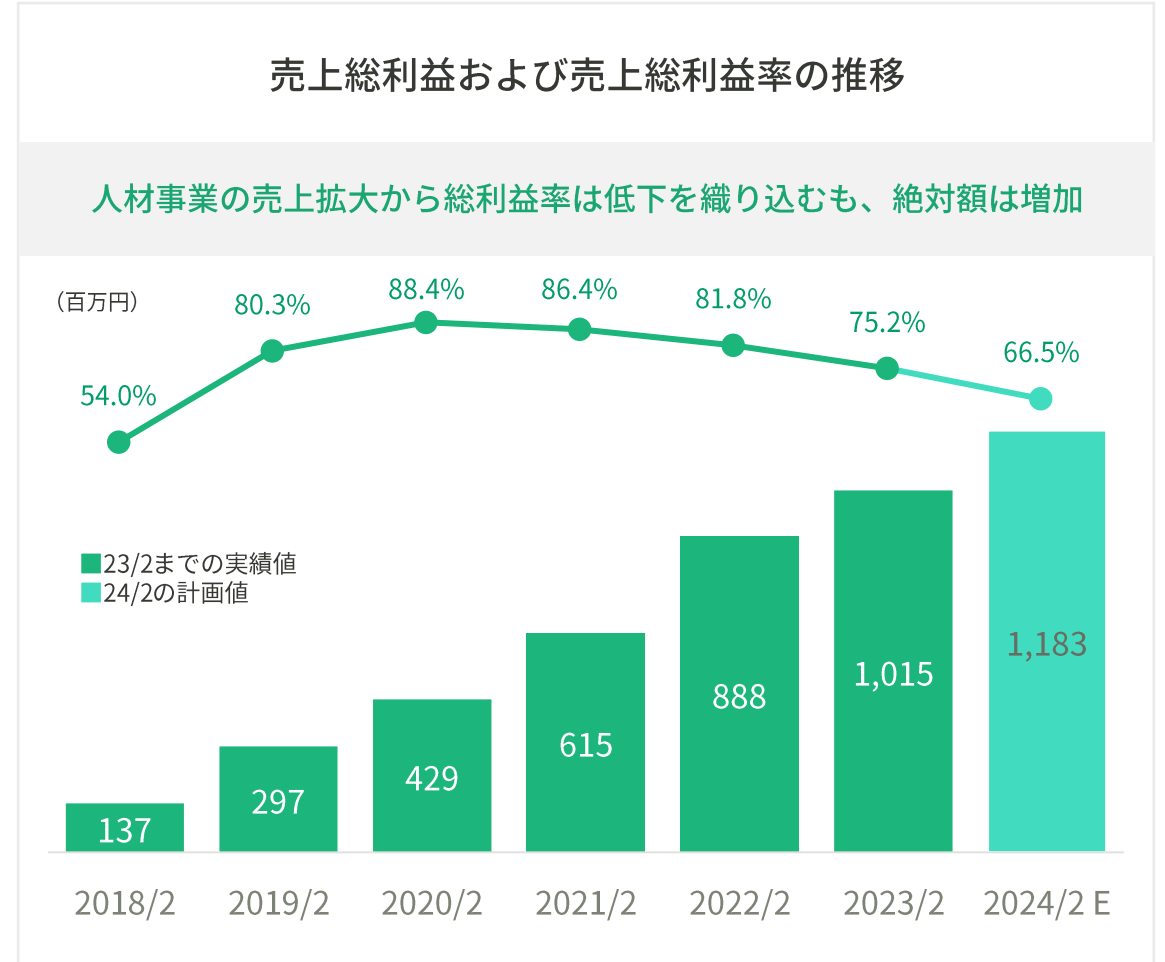
### 売上高の推移

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

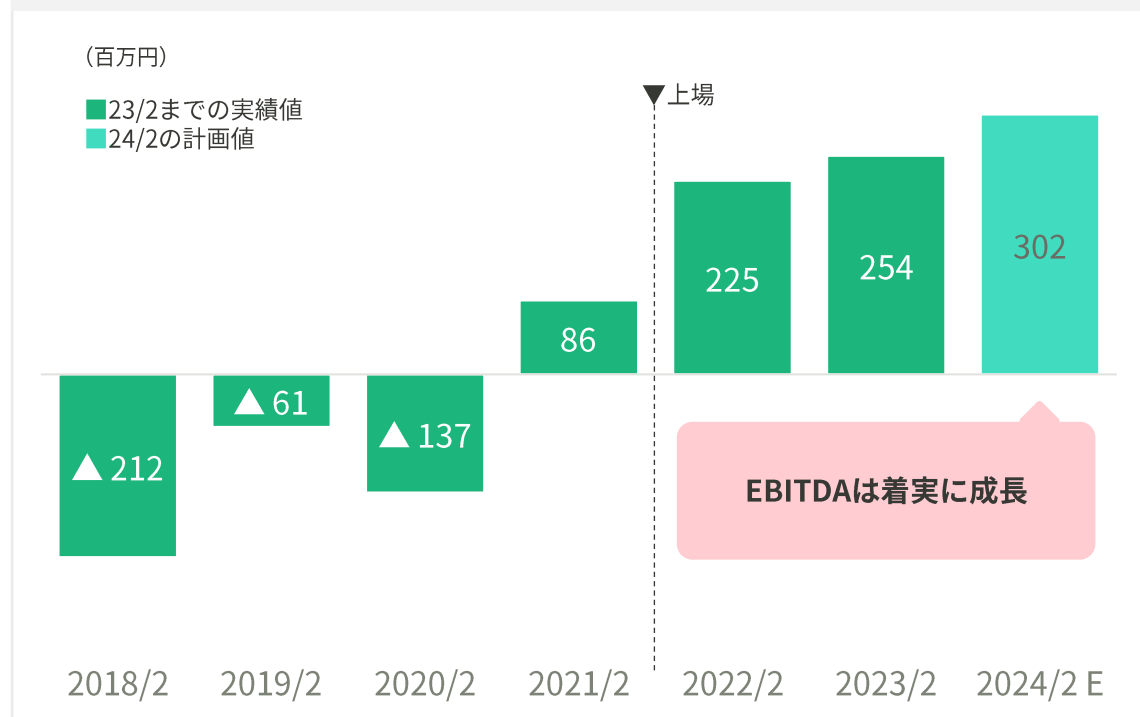
人材事業の売上拡大から総利益率は低下を織り込むも、絶対額は増加



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

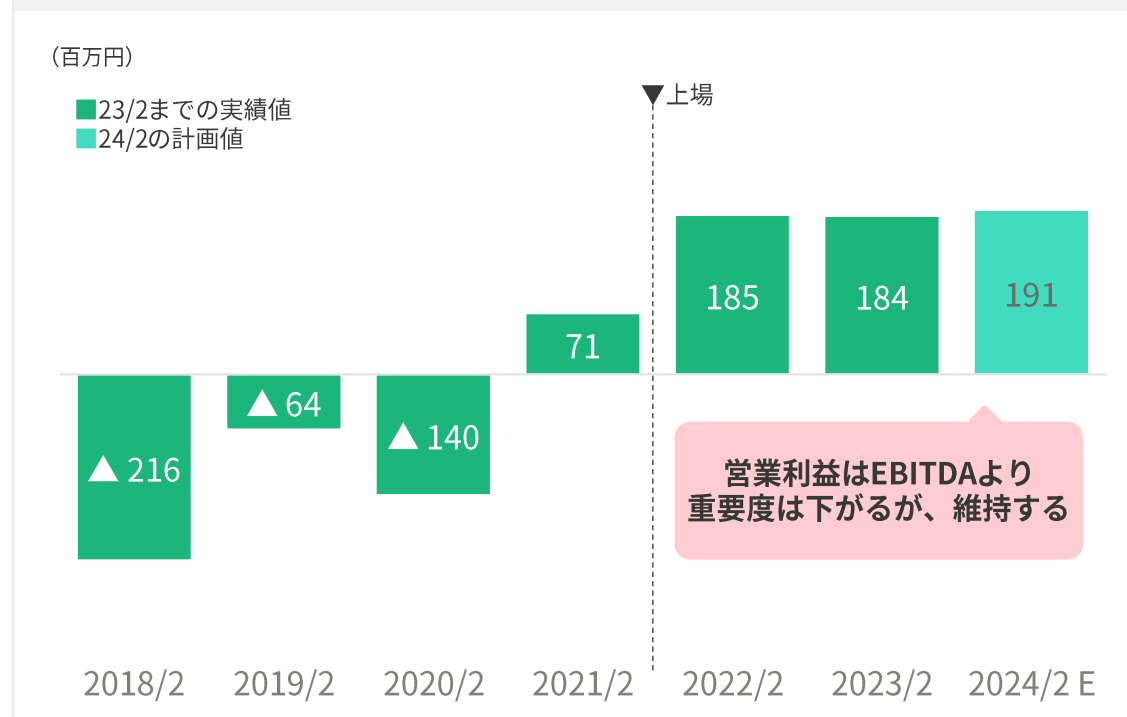
### EBITDAの推移

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



### 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



# 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は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	※売上高は短期PJは納品、 長期PJは役務提供で認識	

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）
ARR/MRR	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

## 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