

●●Atrae

決 算 説 明 資 料

2023年9月期第3四半期

株式会社アトラエ
(東証プライム：6194)

Agenda

1. 会社概要
2. 2023年9月期第3四半期実績
3. 事業について
4. ご参考資料

Agenda

1. 会社概要
2. 2023年9月期第3四半期実績
3. 事業について
4. ご参考資料

Our Vision

世界中の人々を 魅了する会社を創る

全ての社員が誇りを持てる組織と事業の創造にこだわり、
関わる人々がファンとして応援したくなるような魅力ある会社で
あり続けます。そして日本を代表するグローバルカンパニーとして、
世界中の人々から必要とされる存在を目指します。

本邦初のPeople Tech

People Tech Company

“テクノロジーによって人の可能性を拡げる事業を創造していく”
という想いを込めてアトラエを再定義

アトラエが大切にしている考え方

会社 = 関わる全ての人々が
幸せになるための仕組み



社員



顧客



株主



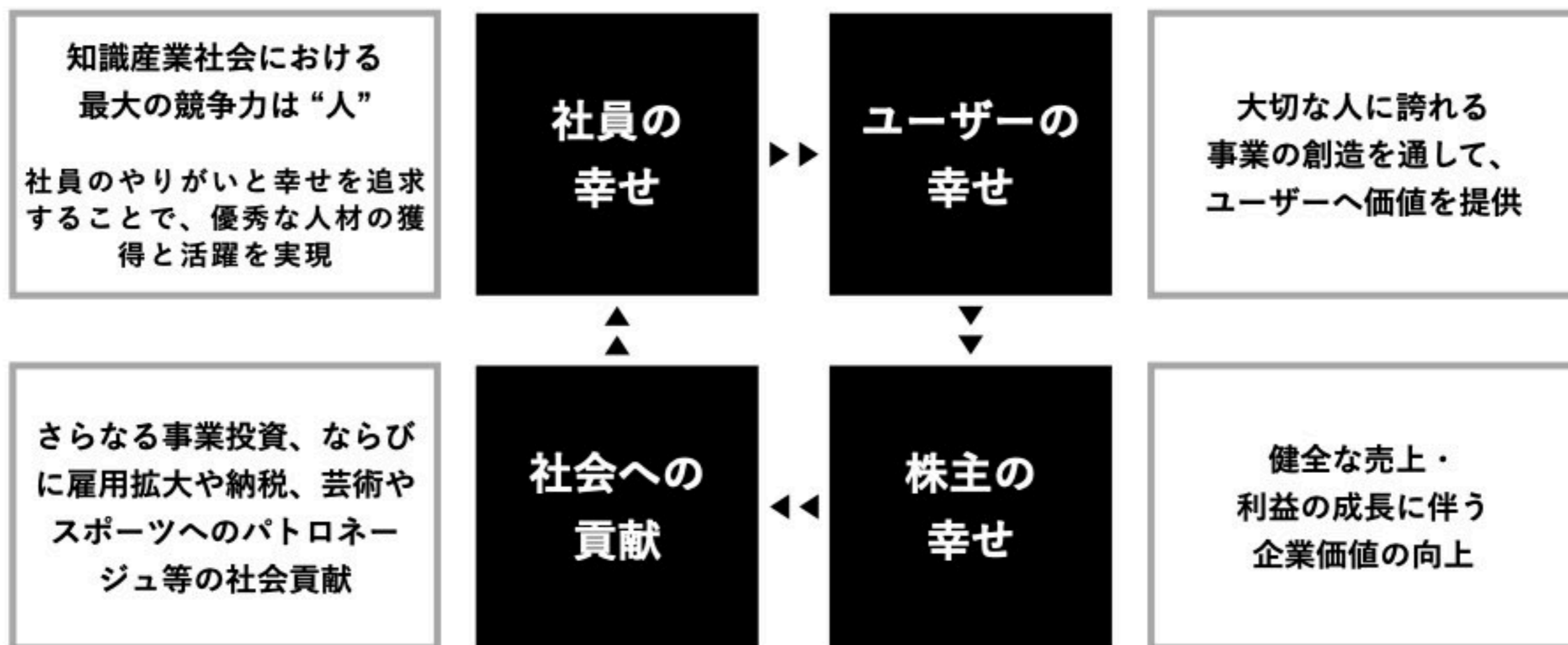
パートナー



… 社会そのもの

関わる全ての人々を幸せにするためのサイクル

このサイクルを回し続けながら、関わる人の輪を拡げていくことで
持続可能な組織づくりを追求し「世界中の人々を魅了する会社」を実現します。



Agenda

1. 会社概要
- 2. 2023年9月期第3四半期実績**
3. 事業について
4. ご参考資料

2023年9月期 第3四半期 実績

2023年9月期
3Q累計

| | | | | |
|------|------------------|---------------------|---------|---------------|
| 売上高 | 5,690 百万円 | YonY +17.4 % | 修正後計画進捗 | 75.9 % |
| 営業利益 | 782 百万円 | YonY △19.5 % | 修正後計画進捗 | 96.5 % |

Business

Greenの売上高は成功報酬単価の上昇によりYonY +18.4%

継続開示しているGreenのアクティブユーザー数は過去最高を更新
応募人数は再び成長局面へ

Wevoxの売上高はYonY +31.6%の成長を実現

Wevox会員の月次チャーンレートは1%未満を維持（4月は一時的に悪化）

Topics

三井住友フィナンシャルグループと合併会社設立に向けた基本合意書を締結
FY2024のWevoxの売上高成長率のターゲットは50%以上
来期以降営業利益率上昇局面へ

FY2024のWevoxの成長戦略

Wevoxの売上高成長率のターゲットは50%以上
来期以降営業利益率上昇局面へ

成長戦略

1. 顧客に提供する付加価値向上

- ・ 導入企業数増加
 - ・ Standardプラン、オプションメニューの販売増加によるARPU上昇
-

2. 人的資本開示におけるWevoxエンゲージメントスコアの活用需要増加

- ・ 大企業の導入加速
-

3. 三井住友フィナンシャルグループと合併会社設立に向けた基本合意書を締結

- ・ 組織力向上のデジタルソリューション「SMBC Wevox」の提供
 - ・ 従業員エンゲージメントを始めとする組織力のデータをもとにした組織課題解決提案
 - ・ 非財務情報と財務情報の相関分析等による企業価値向上のアドバイザー
-

ESG開示では人的資本の指標として Wevoxのエンゲージメントスコアを活用

:Atrae

| | 2020年9月期 | 2021年9月期 | 2022年9月期 |
|------------------------------|----------|----------|----------|
| 育休・産休含む長期休暇取得率 | 8.9% | 9.0% | 7.7% |
| 離職率 | 5.9% | 2.6% | 4.3% |
| 社員の国籍数 | 3 | 4 | 3 |
| 期中平均エンゲージメントスコア | 90 | 91 | 91 |
| 全社員参加の組織に関する ディスカッション（時間） | 38 | 44 | 46 |

他の上場会社においても人的資本の開示について
Wevoxのエンゲージメントスコアを活用する事例が増加



前年同期・前四半期比較

Greenの売上高は成功報酬単価の上昇によりYonY +18.4%

Wevoxの売上高は一部大手企業の解約がありながらもYonY +31.6%の成長を実現

| (百万円) | 前年同期比 | | | 前四半期比 | | 前年同期比 | | |
|-------------|--------------|--------------|--------|--------------|----------|----------------|----------------|--------|
| | FY2023 3Q | FY2022 3Q | 増減率 | FY2023 2Q | 増減率 | FY2023 3Q累計 | FY2022 3Q累計 | 増減率 |
| 売上高 | 2,149 | 1,745 | +23.2% | 1,828 | +17.6% | 5,690 | 4,848 | +17.4% |
| Green | 1,523 | 1,286 | +18.4% | 1,209 | +26.0% | 3,910 | 3,613 | +8.2% |
| Wevox | 491 | 373 | +31.6% | 483 | +1.7% | 1,423 | 975 | +45.9% |
| 新規事業 | 22 | 25 | △12.0% | 25 | △12.0% | 78 | 76 | +2.6% |
| Sports Tech | 113 | 61 | +85.2% | 111 | +1.8% | 279 | 184 | +51.6% |
| 営業費用 | 1,685 | 1,439 | +17.1% | 1,815 | △7.2% | 4,908 | 3,877 | +26.6% |
| 営業利益 | 464 | 306 | +51.6% | 13 | +3469.2% | 782 | 971 | △19.5% |
| 営業利益率 | 21.6% | 17.5% | +4.1pt | 0.7% | +20.9pt | 13.7% | 20.0% | △6.3pt |

前年同期比較 (売上高対比)

FY2023 3Qの営業利益率は21.6%へ上昇

| (百万円) | 前年同期比 | | | | | 前年同期比 | | | | |
|-----------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------|----------------|-----------|----------------|-----------|--------|
| | FY2023 3Q | 売上高 比率 | FY2022 3Q | 売上高 比率 | 増減率 | FY2023 3Q累計 | 売上高 比率 | FY2022 3Q累計 | 売上高 比率 | 増減率 |
| 売上高 | 2,149 | 100.0% | 1,745 | 100.0% | +23.2% | 5,690 | 100.0% | 4,848 | 100.0% | +17.4% |
| People Tech売上高 | 2,036 | 94.7% | 1,684 | 96.5% | +20.9% | 5,411 | 95.1% | 4,664 | 96.2% | +16.0% |
| Sports Tech売上高 | 113 | 5.3% | 61 | 3.5% | +85.2% | 279 | 4.9% | 184 | 3.8% | +51.6% |
| 営業費用 | 1,685 | 78.4% | 1,439 | 82.5% | +17.1% | 4,908 | 86.3% | 3,877 | 80.0% | +26.6% |
| People Tech営業費用 | 1,356 | 63.1% | 1,238 | 70.9% | +9.5% | 3,989 | 70.1% | 3,233 | 66.7% | +23.4% |
| 売上原価 | 26 | 1.2% | 27 | 1.5% | △3.7% | 81 | 1.4% | 75 | 1.5% | +8.0% |
| 販管費 | | | | | | | | | | |
| Web広告 | 705 | 32.8% | 657 | 37.7% | +7.3% | 2,056 | 36.1% | 1,337 | 27.6% | +53.8% |
| TV広告等 | 64 | 3.0% | 91 | 5.2% | △29.7% | 228 | 4.0% | 533 | 11.0% | △57.2% |
| 人件費 | 315 | 14.7% | 287 | 16.4% | +9.8% | 915 | 16.1% | 752 | 15.5% | +21.7% |
| その他 | 246 | 11.4% | 176 | 10.1% | +39.8% | 709 | 12.5% | 536 | 11.1% | +32.3% |
| Sports Tech営業費用 | 329 | 15.3% | 201 | 11.5% | +63.7% | 919 | 16.2% | 644 | 13.3% | +42.7% |
| 営業利益 | 464 | 21.6% | 306 | 17.5% | +51.6% | 782 | 13.7% | 971 | 20.0% | △19.5% |

参考資料：四半期別業績推移

| (百万円) | FY2020 | | | | FY2021 | | | | FY2022 | | | | FY2023 | | |
|-----------------|--------|------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
| 売上高 | 842 | 911 | 875 | 802 | 886 | 998 | 1,221 | 1,359 | 1,504 | 1,599 | 1,745 | 1,740 | 1,713 | 1,828 | 2,149 |
| People Tech売上高 | 842 | 911 | 875 | 802 | 886 | 998 | 1,221 | 1,359 | 1,455 | 1,525 | 1,684 | 1,673 | 1,658 | 1,717 | 2,036 |
| Green | 745 | 804 | 758 | 655 | 713 | 802 | 990 | 1,067 | 1,131 | 1,196 | 1,286 | 1,209 | 1,178 | 1,209 | 1,523 |
| Wevox | 83 | 94 | 107 | 132 | 156 | 176 | 206 | 264 | 298 | 304 | 373 | 435 | 449 | 483 | 491 |
| 新規事業 | 14 | 13 | 10 | 15 | 17 | 20 | 25 | 28 | 26 | 25 | 25 | 29 | 31 | 25 | 22 |
| Sports Tech売上高 | - | - | - | - | - | - | - | - | 49 | 74 | 61 | 67 | 55 | 111 | 113 |
| 営業費用 | 647 | 848 | 565 | 638 | 608 | 684 | 850 | 1,312 | 1,055 | 1,383 | 1,439 | 1,651 | 1,408 | 1,815 | 1,685 |
| People Tech営業費用 | 647 | 848 | 565 | 638 | 596 | 674 | 835 | 1,271 | 882 | 1,113 | 1,238 | 1,443 | 1,186 | 1,447 | 1,356 |
| 売上原価 | 15 | 14 | 10 | 13 | 12 | 16 | 20 | 23 | 23 | 25 | 27 | 30 | 25 | 30 | 26 |
| 販管費 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Web広告 | 399 | 461 | 302 | 288 | 270 | 287 | 339 | 353 | 278 | 402 | 657 | 765 | 577 | 774 | 705 |
| TV広告等 | 0 | 138 | 0 | 57 | 17 | 56 | 139 | 441 | 201 | 241 | 91 | 89 | 73 | 91 | 64 |
| 人件費 | 137 | 137 | 147 | 145 | 154 | 172 | 195 | 283 | 206 | 259 | 287 | 371 | 294 | 306 | 315 |
| その他 | 96 | 98 | 106 | 135 | 143 | 143 | 142 | 171 | 174 | 186 | 176 | 188 | 217 | 246 | 246 |
| Sports Tech営業費用 | - | - | - | - | 12 | 10 | 15 | 41 | 173 | 270 | 201 | 208 | 222 | 368 | 329 |
| 営業利益 | 195 | 63 | 310 | 164 | 278 | 314 | 371 | 47 | 449 | 216 | 306 | 89 | 305 | 13 | 464 |
| 営業利益率 | 23.2% | 6.9% | 35.4% | 20.4% | 31.4% | 31.5% | 30.4% | 3.5% | 29.9% | 13.5% | 17.5% | 5.1% | 17.8% | 0.7% | 21.6% |

Agenda

1. 会社概要
2. 2023年9月期第3四半期実績
- 3. 事業について**
4. ご参考資料

HR Techとは一線を画すアトラエの事業

～生きがい・働きがいの創造～



Green



Greenの名前の由来

転職者にとって自分だけの「青信号(Green Light)」を見つけられるサイトという意味を込めている

IT系人材に強みを持つ 成功報酬型求人メディア

Point1 業界初の成功報酬型求人メディア

先行優位性から、利用企業・ユーザー共に高い認知度を誇る、業界のリーディングサービス

Point2 一律の固定料金により安価な採用を実現

職種ごとに設定された一律の固定料金システム。競合サービスと比較しても安価に優秀な人材の採用を実現

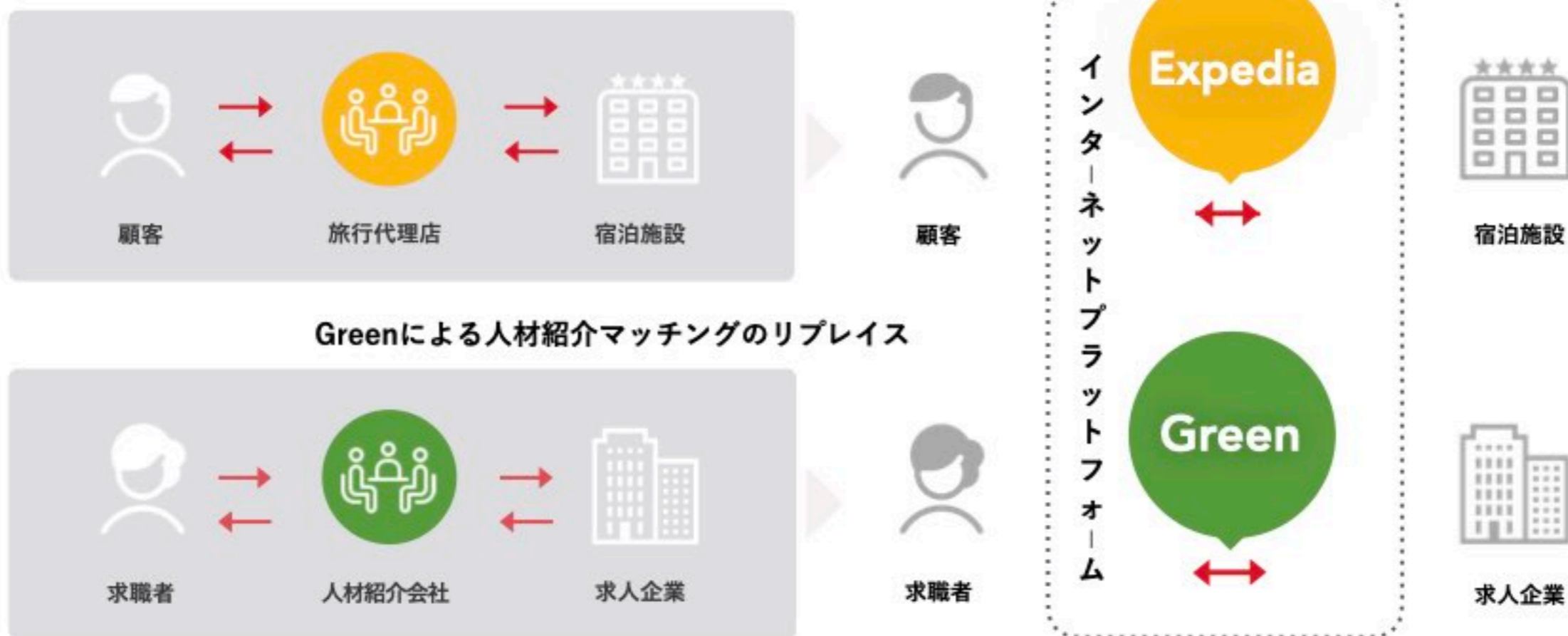
Point3 ダイレクトリクルーティングを可能とする プラットフォーム型サービス

求人企業ならびに求職者が自身のニーズに基づき自発的かつ双方向にアクション&コミュニケーションが可能なプラットフォーム型のサービス

テクノロジーで効率的なマッチングを実現

あらゆる業界において、従来の労働集約的なビジネスモデルはITの活用でリプレイスされている
Greenは人材紹介会社が行ってきた求職者と求人企業のマッチングをITによってリプレイス

例：Expediaによる旅行代理店業務のリプレイス

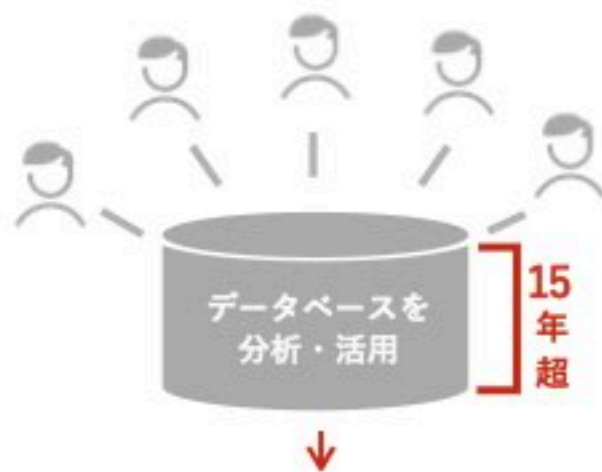


独自のポジションを確立したGreen

テクノロジー × 低コスト × 先行優位

ビッグデータの蓄積・活用

Greenを通して
ビッグデータ^{※1}を蓄積、活用



ビッグデータの活用により
高精度のマッチングを実現

価格競争力

アドバイザーや施設コストは
不要であるため低コストを実現



固定費を抱えないビジネス
圧倒的なコスト競争力を有する

圧倒的な先行優位

成功報酬型モデルは
Greenが先駆け（運営15年超）

累計登録企業数

9,600 社超

登録ユーザーID数

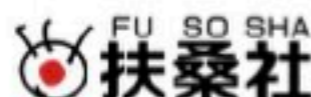
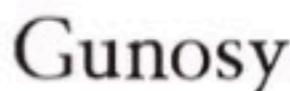
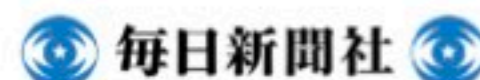
118 万人超

利用企業・ユーザー共に
Green認知度は極めて高い

※1 アクションデータ、プロフィールデータ、選考データなど

様々な業界×IT化による追い風

IT業界における成長著しい企業の参画が中心でありつつも
様々な業界でデジタル化が進んでいる。上場に伴う知名度や信用力の向上により
各業界における著名企業など、利用企業の裾野がますます拡大している



KPIの定義

| KPI | 定義 | 期間 |
|---------------|---|------------------|
| アクティブユーザー数 | Greenに登録する求職者のうち1ヶ月に1回以上ログインを行っている求職者の数 | 月次（四半期の最後の月）ユニーク |
| 四半期アクティブユーザー数 | Greenに登録する求職者のうち四半期に1回以上ログインを行っている求職者の数 | 四半期（3ヶ月）ユニーク |
| 応募人数 | Greenに登録する求職者のうち四半期に1回以上応募を行っている求職者の数 | 四半期（3ヶ月）ユニーク |
| 応募率 | 応募人数 ÷ 四半期アクティブユーザー数 | 四半期（3ヶ月）ユニーク |
| 書類選考通過率 | 書類選考通過件数 ÷ 応募件数 | 四半期（3ヶ月）合計 |
| 入社人数 | Greenに登録する求職者のうち四半期に入社をした求職者の数 | 四半期（3ヶ月）合計 |

※ 「ユニーク」の説明：1人の求職者が、四半期の各月にログインを行った場合、四半期アクティブユーザー数では1人と数える

マーケティング施策の見直しにより アクティブユーザー数は過去最高を更新

アクティブユーザー数

前年同期比 +52.0%

(単位：人)



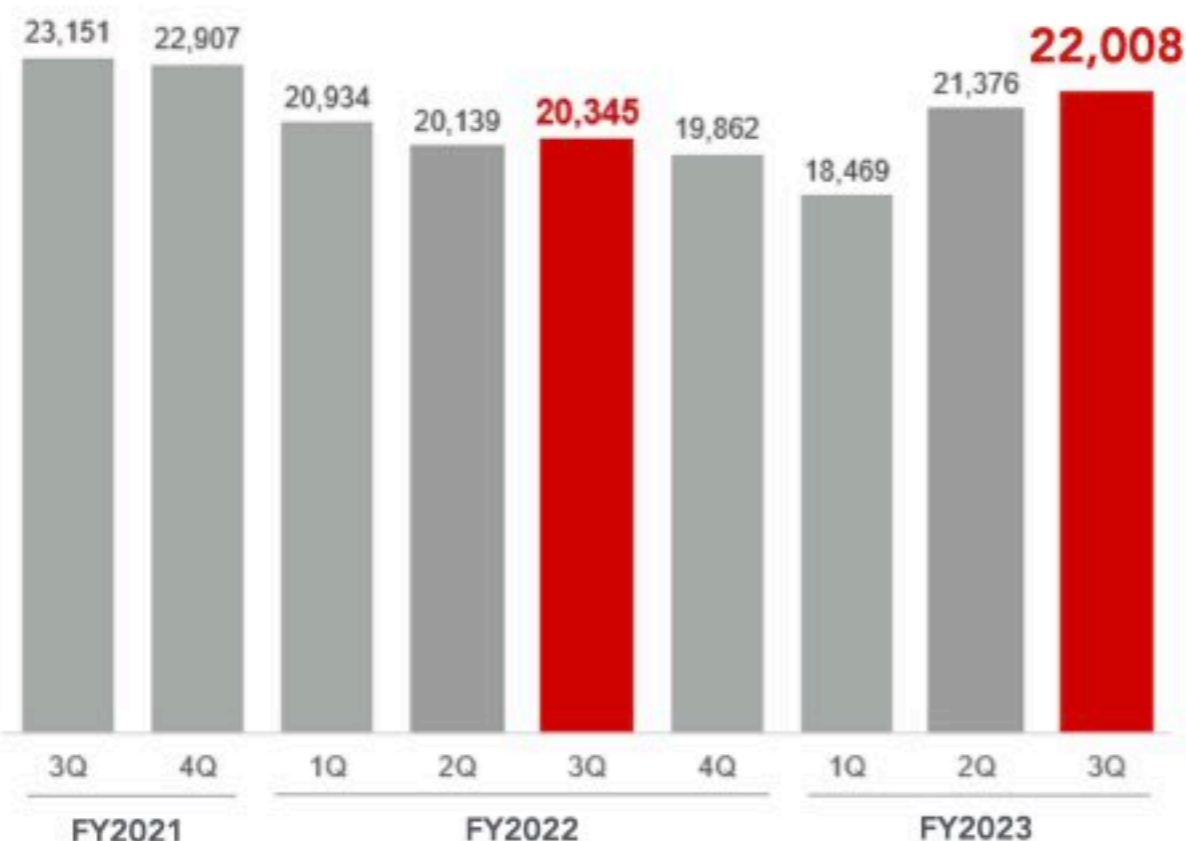
※アクティブユーザー数：Greenに登録する求職者のうち1か月に1回以上ログインを行っている求職者の数
グラフの数値は四半期の最後の月のアクティブユーザー数

アクティブユーザー数の増加により応募人数は再び成長局面へ
 応募率の低下については、改善に向けた施策を継続

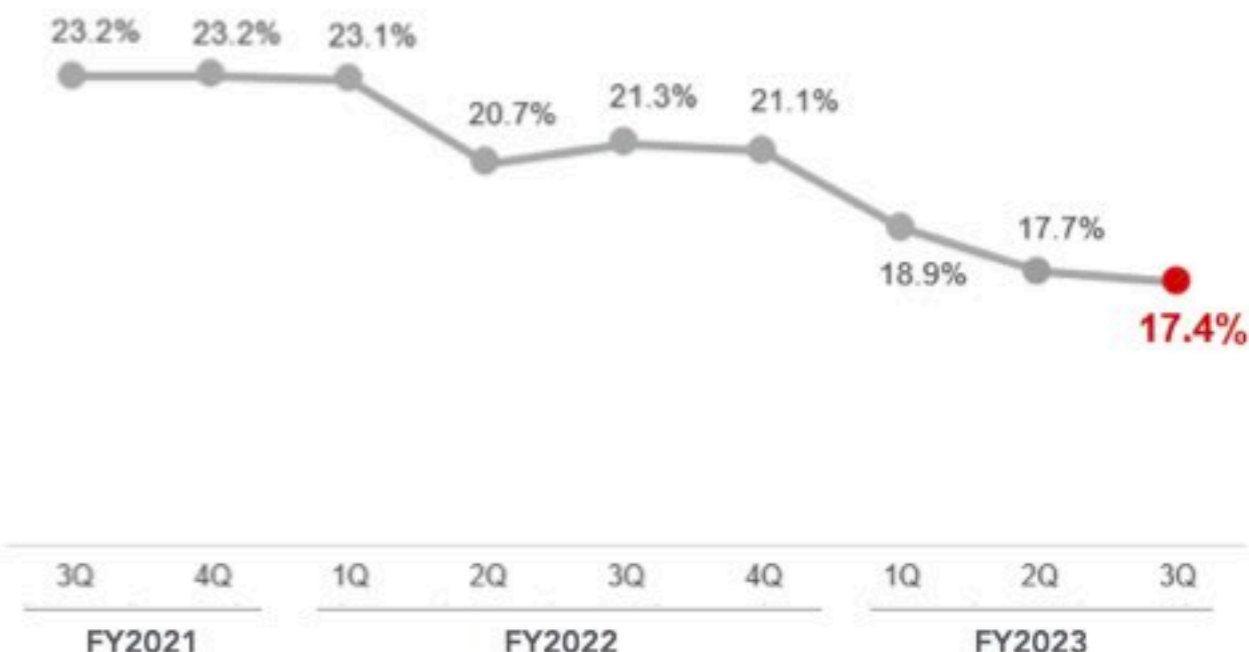
応募人数

前年同期比 +8.2%

(単位：人)



応募率



※1 応募人数：Greenに登録する求職者のうち四半期に1回以上応募を行っている求職者の数（ユニーク）

※2 応募率：応募人数÷四半期アクティブユーザー数

※3 四半期アクティブユーザー数：Greenに登録する求職者のうち四半期に1回以上ログインを行っている求職者の数（ユニーク）

書類選考通過率はコロナ前の平常時の水準で推移

書類選考通過率



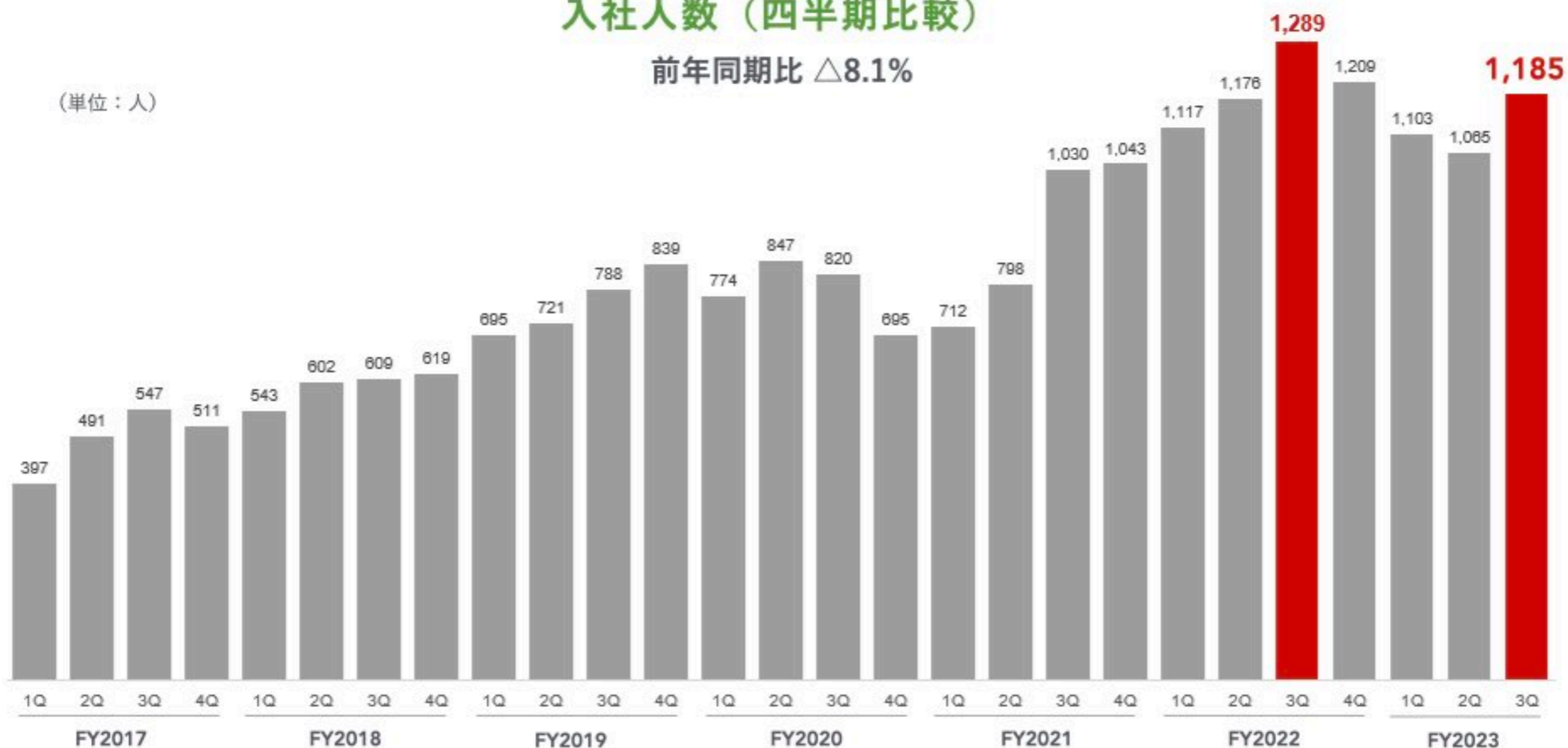
※ 書類選考通過率：書類通過件数÷応募件数

マーケティング施策の見直しが奏功し入社人数は底打ち

入社人数（四半期比較）

前年同期比 $\Delta 8.1\%$

(単位：人)



成功報酬の平均単価は約83万円から約100万円となる見込み

旧成功報酬 勤務地ごとに一律固定

東京都・フルリモート **90万円**

埼玉県・千葉県・神奈川県
愛知県・大阪府・福岡県 **70万円**

北海道・兵庫県・京都府・海外 **50万円**

その他 **30万円**

新成功報酬 職種ごとに一律固定

・エンジニア・技術職（システム/ネットワーク）
・経営・CXO職 **120万円**

・営業職
・企画・マーケティング職
・経理・管理・バックオフィス職
・専門職（金融/不動産/コンサルタント/士業）
・クリエイティブ職（Web/ゲーム/マルチメディア）
・エンジニア・技術職（電気/電子/機械/半導体） **90万円**

・アシスタント・事務職・オフィスワーク
・サービス職（人材/店舗/医療）
・建築設計・土木・プラント職 **60万円**

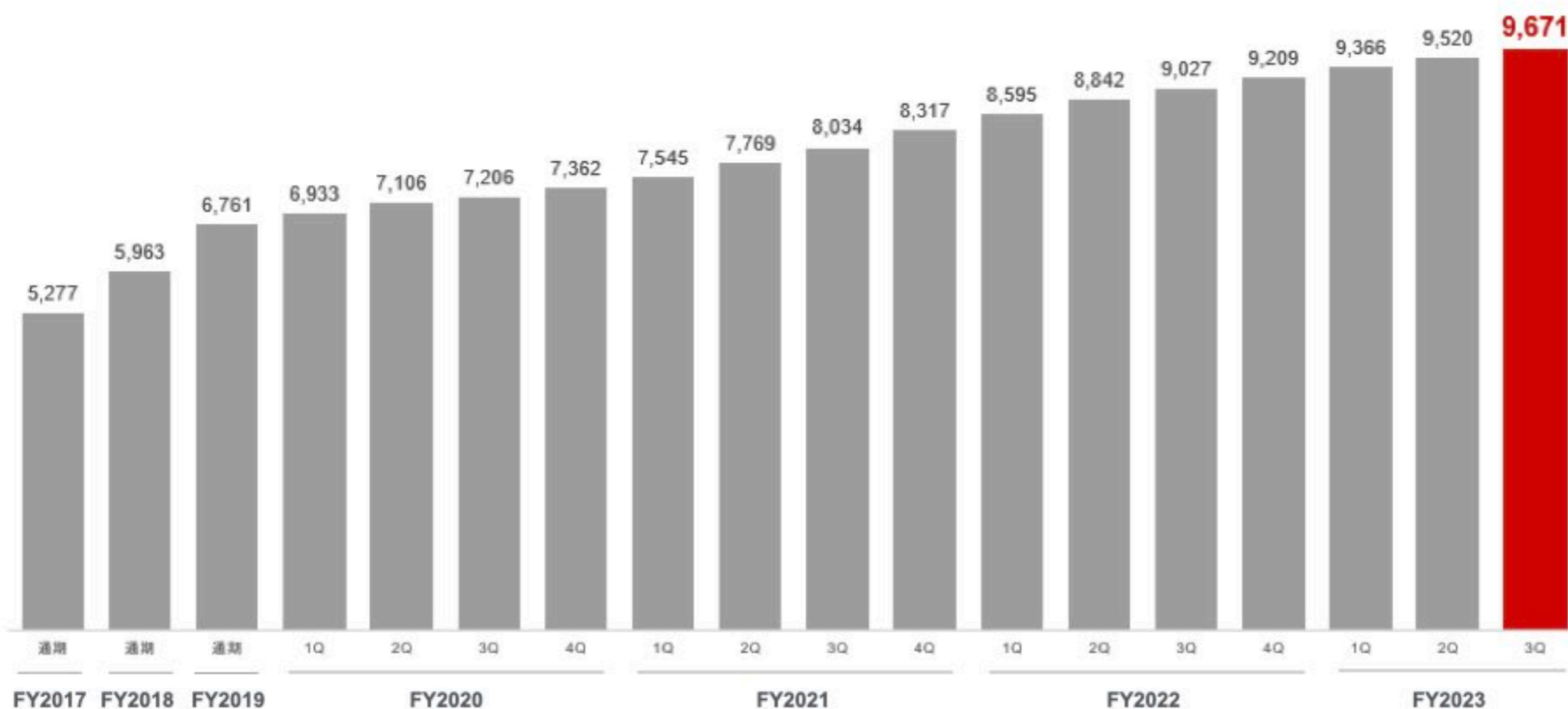
※1 2022年11月1日以降に応募した求職者が新料金体系の対象

※2 転職後の年収が300万円以下の場合、成功報酬単価のディスカウントを適用
（各職種ごとの単価から30万円のディスカウント）

登録企業数の着実な積み上げに成功

(単位：社)

累計登録企業数



求職者の体験価値向上のため、掲載求人の精査を実施
それにより期末掲載求人数は減少

期末掲載求人数

(単位：件)



Greenの成長性

人材紹介市場規模はコロナ前水準まで回復し、再び成長局面へ
Greenの売上高は2Qで底を打ち、再び市場シェア拡大へ

| | 人材紹介市場規模 | Green換算市場規模 ^{※1} | Greenの占有率 ^{※2} |
|------|--|---------------------------|-------------------------|
| 全業界 | 2,960億円 ^{※3} (2,520億円) ^{※4} | 1,770億円 (1,510億円) | 2.3% (1.9%) |
| IT業界 | 880億円 ^{※5} (750億円) | 520億円 (450億円) | 7.7% (6.4%) |

※1 Greenは人材紹介のディスカウントモデル（約60%）

※2 Greenの成功報酬売上40億円（FY2022実績）として算定

※3 出典：株式会社矢野経済研究所「2022年版 人材ビジネスの現状と展望」

※4 下段括弧書きは前年実績

※5 全人材紹介市場のうち約30%がIT関連と当社推定

wevox



エンゲージメント

組織に対する自発的な貢献意欲や、主体的に仕事に取り組んでいる心理状態を評価したもの。学術的に企業業績との因果関係が立証されている



パルスサーベイと機械学習を用いた 組織力向上プラットフォーム

Point1 エンゲージメントの可視化

エンゲージメントに関して、国内第一人者である慶應義塾大学島津教授の監修に基づき、日本で初めてエンゲージメントの可視化を実現

Point2 テクノロジーの活用

収集した膨大なデータを自動で分析し、組織の課題を即時に把握可能に

Point3 SaaSモデルによる低価格の実現

SaaSモデルとすることで月額一人あたり300円という低価格での提供を実現

組織力とは

従業員の心理状態や特性、相性、組織カルチャー等の要素から構成される
組織のビジョンや戦略を実現する力



Wevoxの競争優位性

1 パルスサーベイ

月に1回の定点観測によって、リアルタイムに組織課題の把握が可能

2 ユーザビリティ



多様なデバイスに対応し
使い勝手に秀でたデザイン

(PC/タブレット/スマートフォン)



3 データアナリティクス

1億9,400万件以上の回答データの蓄積を機械学習に応用

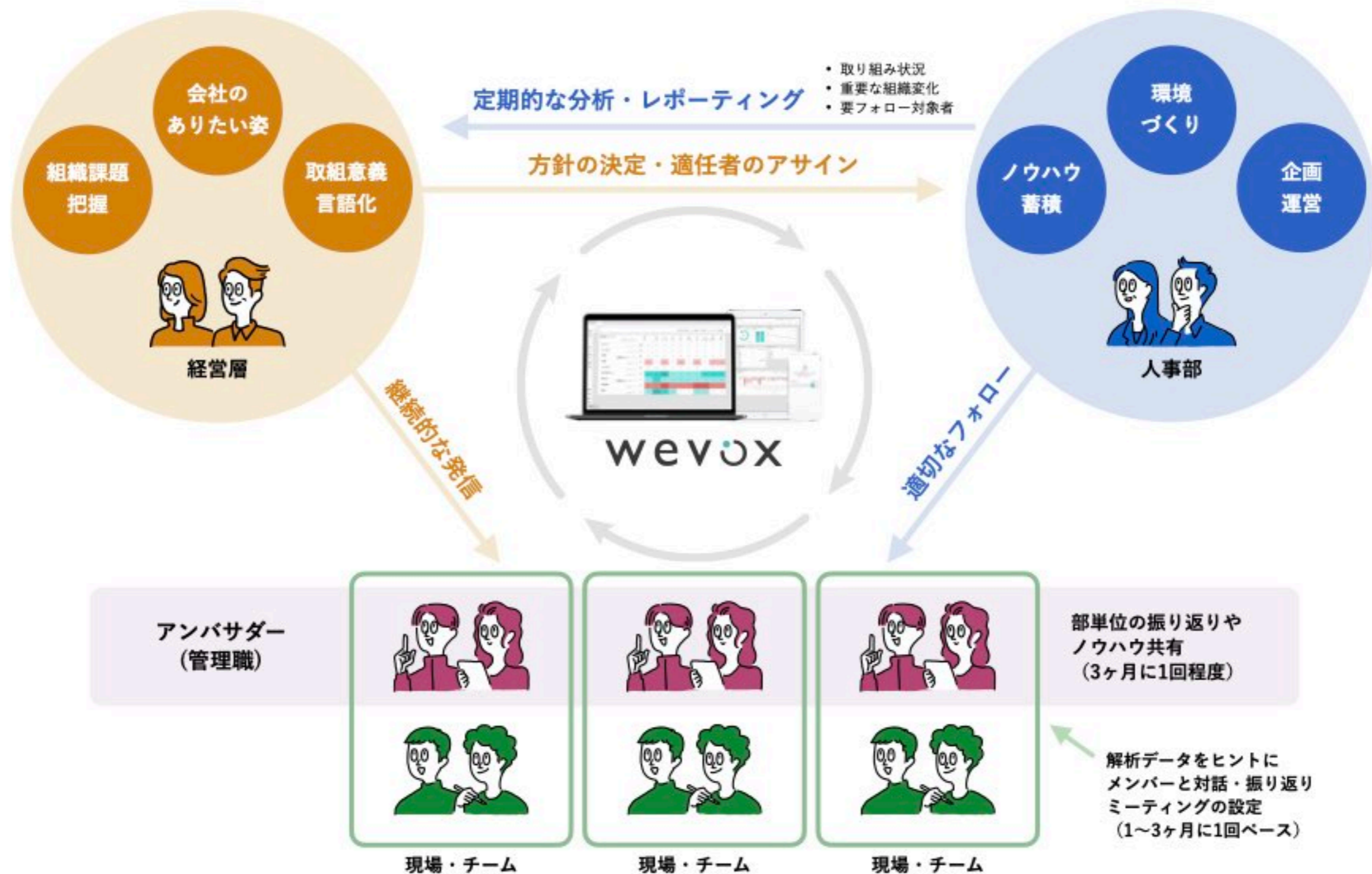


4 学術的裏付け

エンゲージメント研究の第一人者
慶應義塾大学 島津明人教授が
アドバイザーとして参画



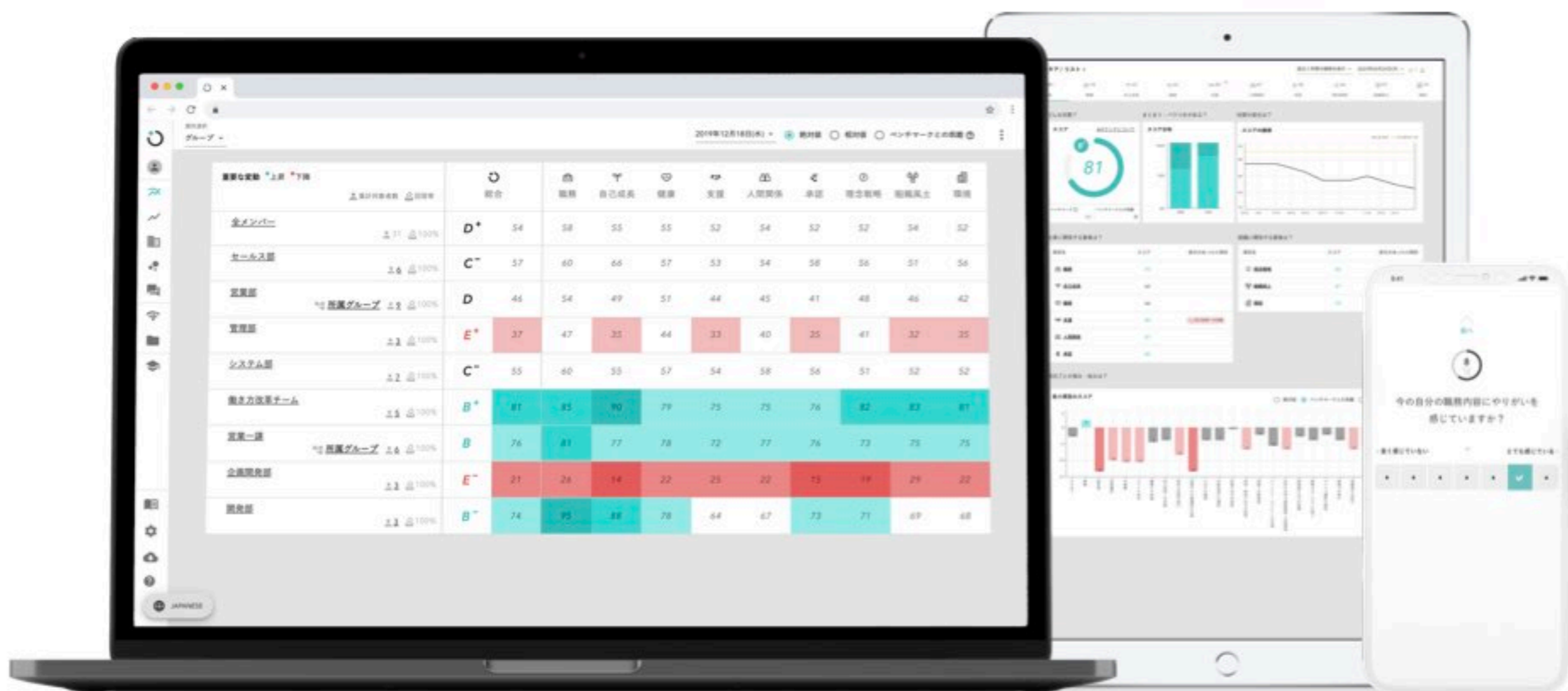
Wevoxが提唱する組織力向上サイクル



パルスサーベイでエンゲージメントスコアを可視化

リアルタイムでの結果の集計・分析が実現

過去の推移と比較する事で、組織の状態をより詳細に把握することが可能



AIによる組織課題の分析及び要約

AIサポート機能を活用することで、定期的な分析やレポートが容易に

スコアから読み取れることは？



1.自己成長における達成感の向上

自己成長に関するスコアは前回結果と比較して、達成感が7ポイントも向上しています。これはあなげていることを示しています。この成果を更に伸ばすためには、目標を定め、達成感を得られるようす。目標は力量に合わせて設定し、達成感を得られるようにサポートしてもらうことが必要です。

2.裁量に関する課題への取り組み

裁量に関するスコアは前回結果と比較して、大きく下がっています。このことから、適切な裁量を持のような課題に取り組むためには、裁量を持てるような環境づくりや、するガイドラインの整備や、上司とのコミュニケーションの改善も必要

3.上司との関係構築の重要性

上司との関係に関するスコアは前回結果と比較して、良好な関係が築けん。上司との関係が良好であることは、仕事の生産性を高める上で非常ドバックを積極的に求めることが、関係構築につながると考えられます



各部門でのスコア分析 (第一階層)

部門別にエンゲージメントスコアを分析すると、部門により傾向が大きく異なるようです。エンゲージメントを改善していくためには、部門別に最適な改善策を実施していく必要性がございます。

| 部門名 | エンゲージメント | 裁量 | 自己成長 | 達成感 | 支援 | 人間関係 | 承認 | 働きやすさ | 組織風土 | 総平均 |
|----------|----------|----|------|-----|----|------|----|-------|------|-----|
| 人事部 | B (70) | 73 | 67 | 65 | 80 | 84 | 81 | 76 | 67 | 75 |
| 営業部 | B (72) | 74 | 72 | 63 | 75 | 80 | 72 | 74 | 70 | 71 |
| 開発部 | C (57) | 66 | 64 | 52 | 71 | 71 | 66 | 74 | 67 | 63 |
| 企画部 | C (58) | 66 | 61 | 57 | 71 | 73 | 67 | 71 | 64 | 65 |
| 総務部 | C (58) | 65 | 58 | 61 | 70 | 71 | 65 | 72 | 67 | 62 |
| システム部 | C (53) | 64 | 61 | 59 | 76 | 79 | 65 | 62 | 55 | 64 |
| マーケティング部 | C (53) | 60 | 52 | 62 | 70 | 73 | 64 | 69 | 59 | 60 |
| 総務部 | C (50) | 53 | 43 | 67 | 64 | 70 | 64 | 68 | 60 | 61 |
| 営業部 | C (51) | 56 | 43 | 63 | 62 | 64 | 58 | 71 | 52 | 52 |
| 企画部 | C (51) | 54 | 54 | 64 | 69 | 77 | 62 | 51 | 51 | 59 |

メンバーサポート解析機能により

個人のパフォーマンス向上を促し、離職の未然防止をサポート

蓄積されたユーザー回答データを元に、未来予測に特化した機械学習モデルを用いることで優先的にサポートすべきメンバーを抽出

メンバーサポート

絞り込み検索

配信日: 2023年8月5日(木)

名前、メールアドレスで検索
名前、メールアドレス

グループ: 全メンバー

職種

役職

雇用区分

入社年

トレンド

サポート優先度: 以上

注目メンバー

算出不可能なメンバーのみ

クリア 検索

回答期間終了後に、メンバー・数値が更新されます

検索結果 1 - 20 / 100人

検索結果を出力 参考資料

☹️ : サポート優先度が10以上のメンバー

| 注目 | メンバー | グループ | サポート優先度 | 変化 | トレンド | 詳細 |
|--------------------------|------------------------------|------------------|---------|------|--------------------------|----|
| <input type="checkbox"/> | 鈴木えいせい dummy@example.com | 営業部 / 営業1課 中速 | ☹️ 21.9 | +2.8 | 努力見合わない 支援不足 評価不透明 | 🔗 |
| <input type="checkbox"/> | 鈴木せいきょう dummy@example.com | 開発・デザイン | ☹️ 15.0 | 0.0 | | 🔗 |
| <input type="checkbox"/> | 田中しん dummy@example.com | 総務部 中速 | ☹️ 14.3 | -2.0 | 努力見合わない 働きすぎ対策 | 🔗 |
| <input type="checkbox"/> | 佐藤ぎょうかい dummy@example.com | 企画/システム部 | ☹️ 12.2 | +3.0 | 褒められ不足 | 🔗 |
| <input type="checkbox"/> | 中村昌平 dummy@example.com | 営業部 / 営業2課 中速 | ☹️ 10.5 | +1.0 | 研修欠乏 | 🔗 |
| <input type="checkbox"/> | 壁はなこ dummy@example.com | 営業部 / 営業1課 | 9.8 | -2.0 | ビジョンとずれあり | 🔗 |

個人の「特性」「価値観」「相性」解析により 効果的なチーム編成をサポート

自己理解や相互理解の促進により、コミュニケーションも円滑化

Courtney Henry エネルギッシュなコミュニケーション

エネルギッシュなコミュニケーション

キーワード

- 議論好き
- クリエイティブ
- 動きっぱい
- 常に良い方法を模索
- 人当たりがいい
- 自由な発想
- 思考力と記憶力
- 課題と仕組みに専念
- 意欲と熱量が高い
- 自分勝手

サマリー

ENFPタイプの人には、好奇心旺盛で、愛想よく理想を抱けて人を巻き込む
情熱に満ちたコミュニケーションタイプです。

仕事そのものよりも人との関係を重視し、肯定的な職場を求める傾向があ
ります。

感情的に熱意を持って人を助ましたり、積極的、可能性、普遍性を熱意を
持って明確にすることで、人を説得したりします。

元気な子どものように、見聞きすること全てを不思議に思い、理解できた
ときには驚きや喜びを強く感じられる特徴がある一方で、成熟した大人の
ように、物事をシリアスに受け取り熟考する面も持ち合わせます。

| | | |
|----|-----|-----|
| 外向 | 60% | 47% |
| 楽観 | 52% | 42% |
| 感情 | 52% | 48% |
| 機敏 | 52% | 48% |

Courtney Henry 物に導いてこそリーダー

同じタイプだからすぐ仲良くなれる

【同一関係】
エネルギッシュなコミュニケーション
好奇心旺盛で、愛想よく理想を抱けて人を巻き込むタイプ

関心事は同じでも捉え方が全然違う

【事同一関係】
熱意あるチームプレーヤー
情熱に満ちたコミュニケーションスキルを駆使してリーダー、彼
れが得意なタイプ

これが本当の最高の相性

【反対関係】
効率化上手の努力家
目標が明確で、しっかりと仕事をこなす

懸かれ反発し和解しては懸かれ合う

【事反対関係】
思いやりで溢れた守護者
情熱的かつ冷静な思考が得意なタイプで、人に寄り添う思い
やりにもあふれているタイプ

精神的に変えて元気してくれる

【活性化関係】
ストイックな現実主義者
情熱的かつ、冷静な思考が得意なタイプで、物事を現実的に
考え、実行力が高いタイプ

双子みたいに似ているけど少し違う

【類似関係】
最新の理想主義者
他人の理想が強く、高い理想を掲げたいタイプ
情熱的なタイプ

自分の理想形に見える相手

【自分対関係】
問題解決のプロフェッショナル
情熱的に取り組む理想を現実化するプロフェッショナル

情熱に水を差し合う二人

【対立関係】
調整力に優れた共感者
情熱的なタイプで、冷静な思考が得意で、理想を現実化するタイプ、情
熱な理想が得意なタイプと、冷静な思考が得意なタイプ

距離を近づけられれば学ぶことが多い

【類似関係】
ピンチに強い実践家
情熱的に取り組む理想を現実化するタイプ、冷静な思考が得意なタイプ

顧客に提供する付加価値向上へ

上位プランの提供を開始
顧客のニーズに合わせたオプションメニューも提供

| | Basic 組織～チーム単位で エンゲージメントを継続分析 | Standard 組織～チーム～個人単位で 質の高いエンゲージメント向上活動を継続実施 |
|--------------|-------------------------------------|---|
| 月額料金/人 | 300円/月 | 600円/月 |
| 従業員データの管理 | ○ | ○ |
| API利用 | | ○ |
| エンゲージメント | ○ | ○ |
| 組織カルチャー | | ○ |
| 個人特性 | | ○ |
| カスタム | ○ | ○ |
| 組織分析 | ○ | ○ |
| メンバーサポート | | ○ |
| チーム改善のAIサポート | | ○ |



オプション

セキュリティオプション

より高度な
セキュリティ環境を提供

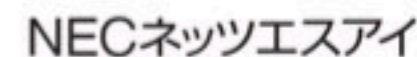
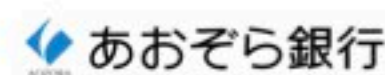
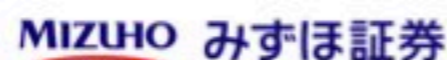
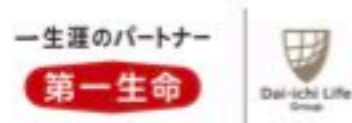
活用支援オプション

Wevoxの導入効果を最大化し、組織力を向上させるための各種トレーニング（研修）やプロジェクト推進サポートなど

様々な業界でWevoxの導入が促進

Wevox導入企業はIT、証券、銀行、医療、飲食、スポーツチームなどの様々な業界・業種にわたり

※ **2,940**を超える企業・組織が導入。導入社数の増加以上に会員数の成長が加速

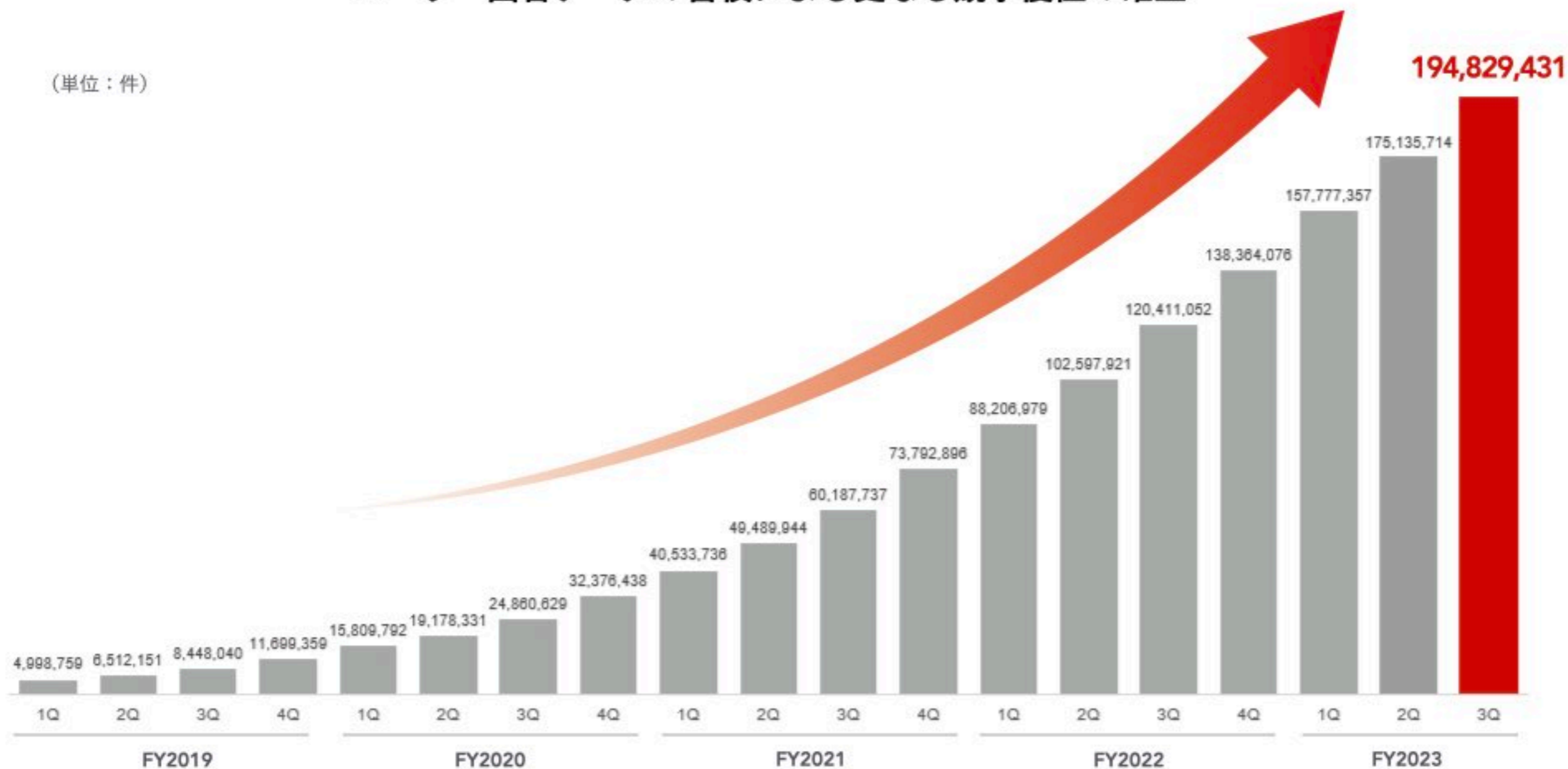


※ Wevoxランディングページより抜粋（2023年8月10日現在）

ユーザー回答データが加速度的に蓄積

ユーザー回答データの蓄積による更なる競争優位の確立

(単位：件)

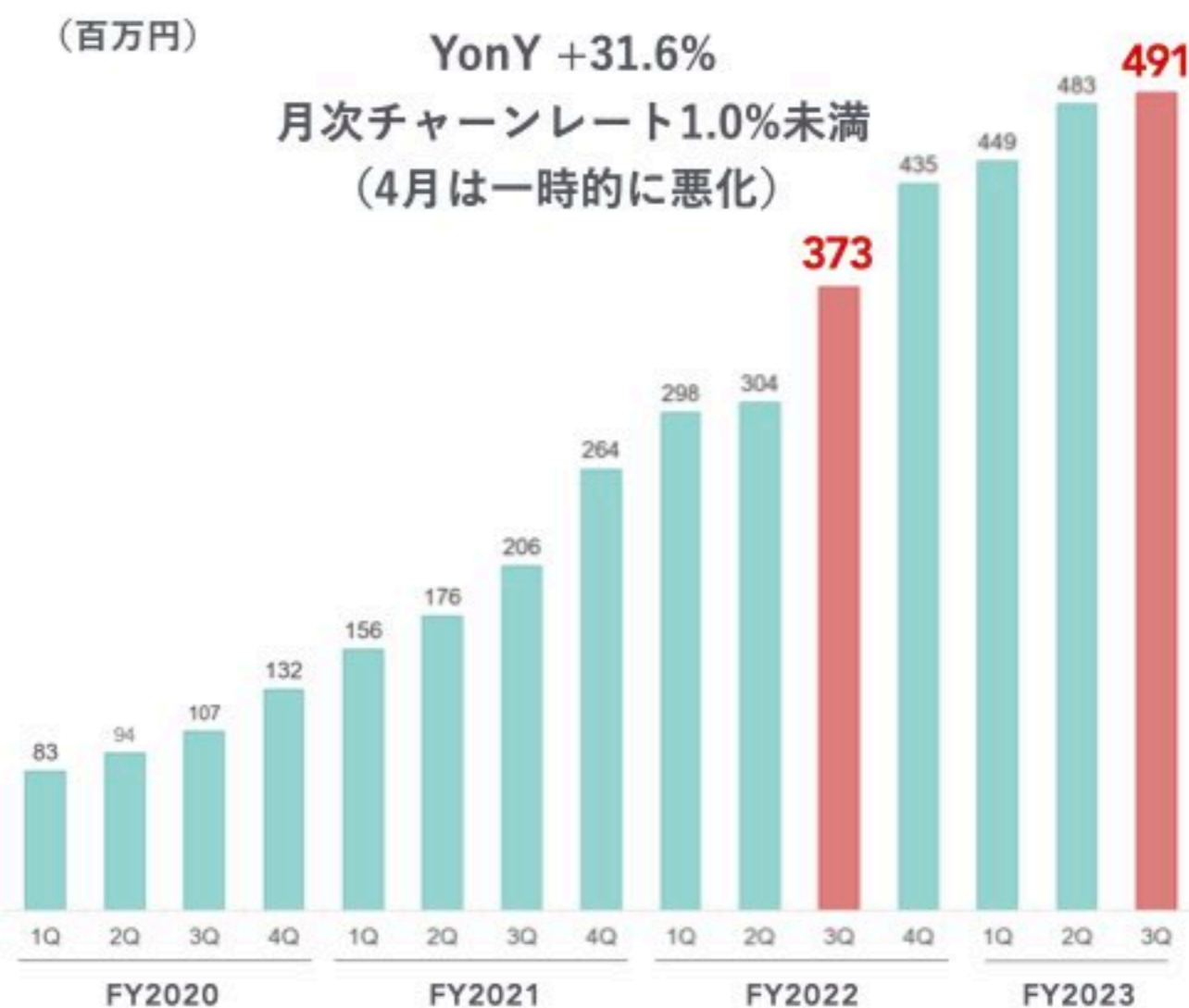


高い成長性を備えた サブスクリプションモデルを実現

導入社数の推移



売上高の推移



Wevoxの成長性

対象者

全ての就業者

6,725 万人^{※1}

幅広い業界のみならず、
スポーツ、教育機関にも拡大

圧倒的な価格競争力

月額 **300** 円
という低単価

SaaSモデルにより、
幅広い顧客の獲得を目指す

潜在的な市場規模

年間 **2,400**
億円超^{※2}

Wevoxの単価上昇に
よる市場規模拡大も追求

※1 総務省統計局

※2 全就業者人数6,725万人×単価300円×12ヶ月=2,421億円として試算



“世界中の人々を魅了するクラブを創る”
プロバスケットボールクラブ
アルティーマーリ千葉



プロバスケットボールクラブ「アルティーマーリ千葉」を創設
千葉県千葉市を本拠地に2021-22シーズンよりB3リーグに参入

実力と集客力はB2リーグトップクラスへ成長

B2リーグ成績

2022-23 B2リーグレギュラーシーズン

| | | | | |
|---|------|------|-------|--------|
| レギュラーシーズン 最終順位 1 位 / 14位 | 試合数 | 勝率 | 勝利 | 敗戦 |
| | 60 戦 | .783 | 47 勝 | 13 敗 |
| | 平均得点 | 平均失点 | ホーム勝率 | アウェイ勝率 |
| | 86.4 | 79.2 | .800 | .766 |

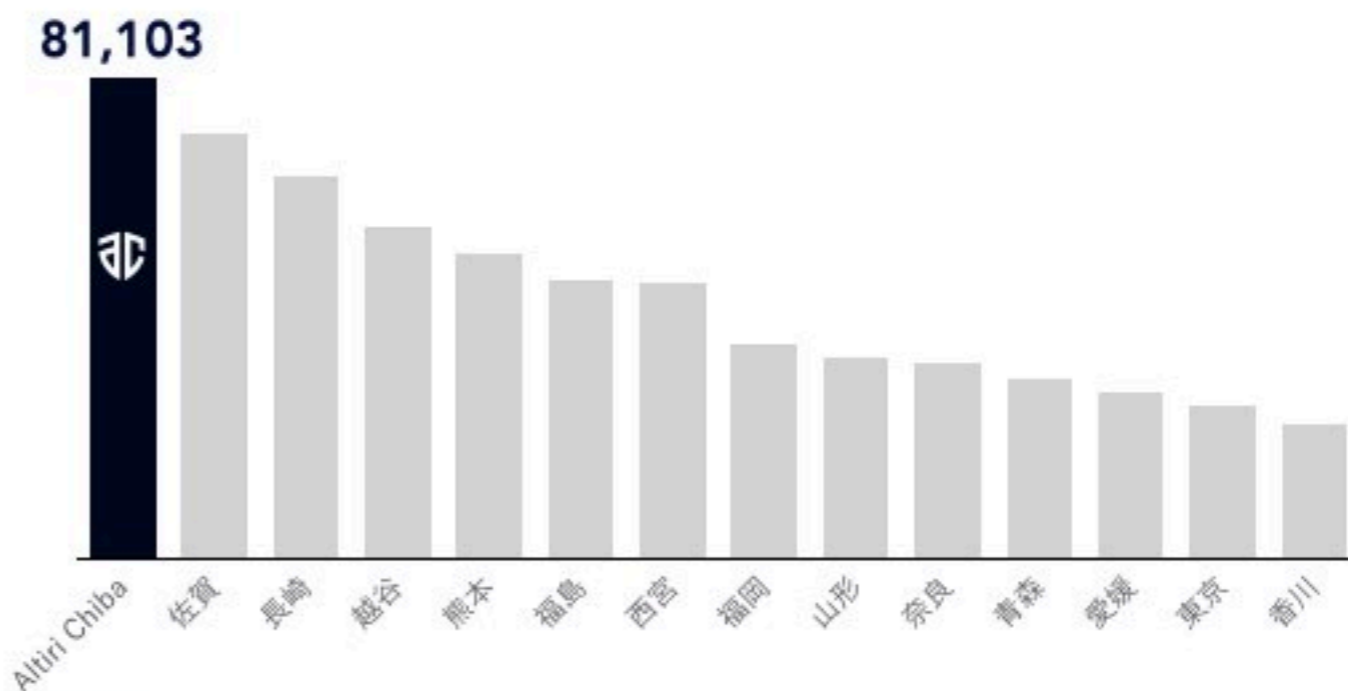
東地区順位

| 順位 | チーム名 | 試合数 | 勝率 | 勝利 | 敗戦 | ゲーム差 | 得点 | 失点 | 得失点差 |
|----|--------------|-----|------|----|----|------|-------|-------|------|
| 1 | Altiri Chiba | 60 | 0.78 | 47 | 13 | - | 5,182 | 4,752 | 430 |
| 2 | 越谷アルファーズ | 60 | 0.75 | 45 | 15 | 2 | 4,857 | 4,388 | 469 |
| 3 | 西宮ストークス | 60 | 0.48 | 29 | 31 | 18 | 4,830 | 4,712 | 118 |
| 4 | 福島ファイヤーボンズ | 60 | 0.47 | 28 | 32 | 19 | 4,694 | 4,577 | 117 |
| 5 | 青森ワッツ | 60 | 0.47 | 28 | 32 | 19 | 4,583 | 4,693 | -110 |
| 6 | 山形ワイヴァンズ | 60 | 0.43 | 26 | 34 | 21 | 4,621 | 4,754 | -133 |
| 7 | アースフレンズ東京Z | 60 | 0.23 | 14 | 46 | 33 | 4,260 | 5,110 | -850 |

2022-23 SEASON B2リーグ総観客動員数

- 2022-23シーズン総観客動員数は、B2リーグでトップとなった（プレーオフの観客動員数含む）
- B1昇格をかけたプレーオフセミファイナル長崎ヴェルカ戦の観客動員数は、合計11,607人（1試合目:3,368人、2試合目:4,092人、3試合目:4,147人、3試合平均:3,869人）

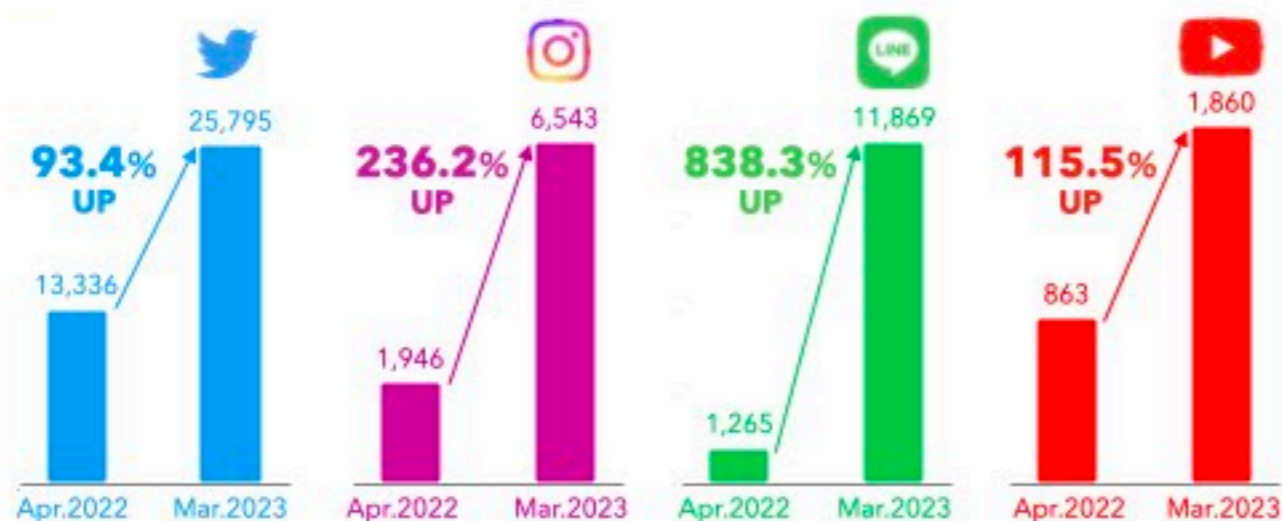
2022-23 SEASON B2リーグ総観客動員数（単位：人）



ファンの輪が着実に拡大

SNSのフォロワー・登録者数が拡大

(単位：人)

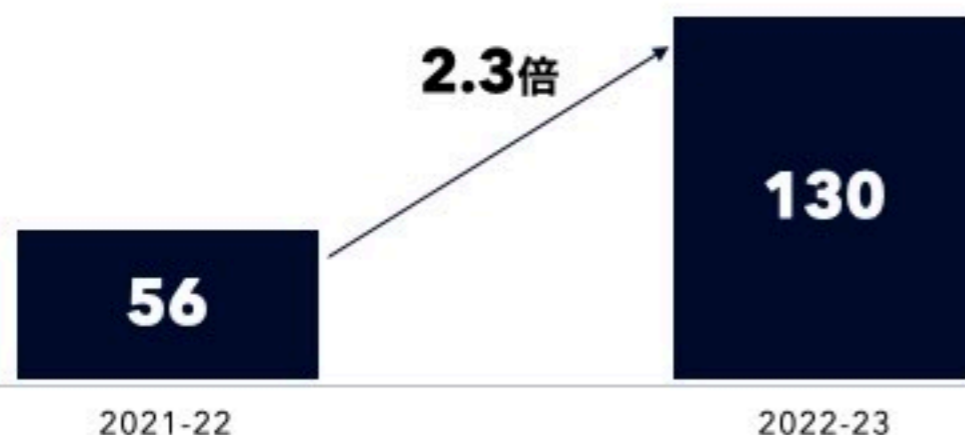


千葉市内に浸透



パートナー企業は昨シーズン対比2倍超

(単位：社)



スポーツを通じた社会課題の解決

スポーツを通じた青少年育成や、地域社会への貢献を目指し
子ども向けバスケットボール教室、清掃活動等の地域貢献活動に積極的に参加



Agenda

1. 会社概要
2. 2023年9月期第3四半期実績
3. 事業について
4. **ご参考資料**

2023年9月期 通期業績予想の下方修正

Greenの売上高は2Q末で底打ち

Wevoxは大型案件の期ずれと一部企業の解約を反映

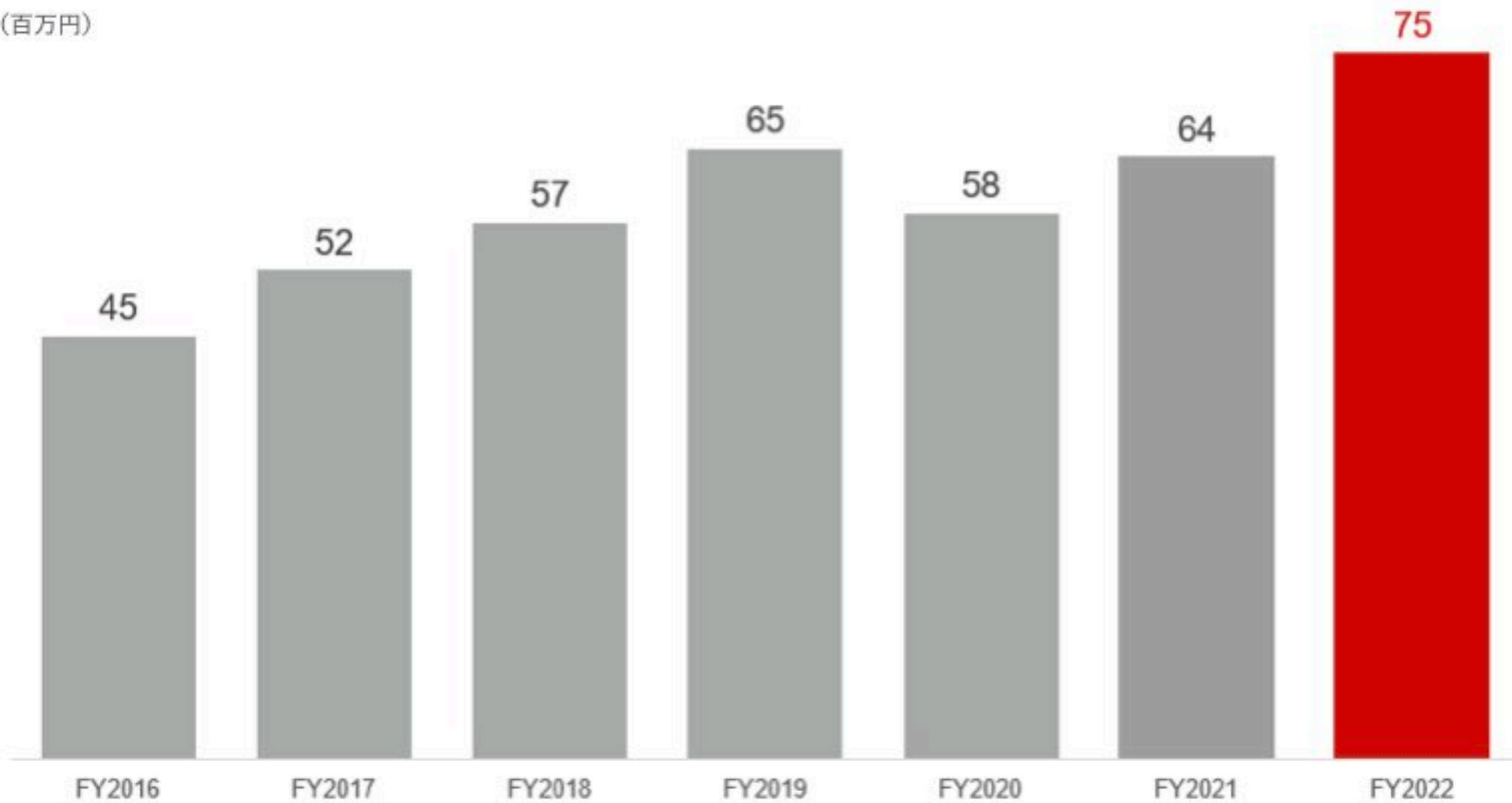
新規事業のコスト削減分をGreenとWevoxに集中投資し、早期に成長軌道に戻す

| (百万円) | 修正後 | | 修正前 (2022年11月11日) | | 前年実績比較 | |
|-------------|--------------|--------------|-------------------|--------|--------------|--------|
| | FY2023 通期 | FY2023 通期 | 増減額 | 増減率 | FY2022 通期 | 増減率 |
| 売上高 | 7,500 | 8,150 | △650 | △8.0% | 6,588 | +13.8% |
| People Tech | | | | | | |
| Green | 5,100 | 5,625 | △525 | △9.3% | 4,822 | +5.8% |
| Wevox | 1,900 | 2,100 | △200 | △9.5% | 1,410 | +34.8% |
| 新規事業 | 90 | 105 | △15 | △14.3% | 105 | △14.3% |
| Sports Tech | | | | | | |
| Altiri | 410 | 320 | +90 | +28.1% | 251 | +63.3% |
| 営業費用 | 6,690 | 7,030 | △340 | △4.8% | 5,528 | +21.0% |
| People Tech | | | | | | |
| 株式報酬費用 | 295 | 305 | △10 | △3.3% | 246 | +19.9% |
| 新規事業 | 310 | 581 | △271 | △46.6% | 219 | +41.6% |
| Sports Tech | | | | | | |
| | 1,160 | 1,070 | +90 | +8.4% | 852 | +36.2% |
| 営業利益 | 810 | 1,120 | △310 | △27.7% | 1,060 | △23.6% |
| 営業利益率 | 10.8% | 13.7% | - | △2.9pt | 16.1% | △5.3pt |

社員一人当たり売上高の推移

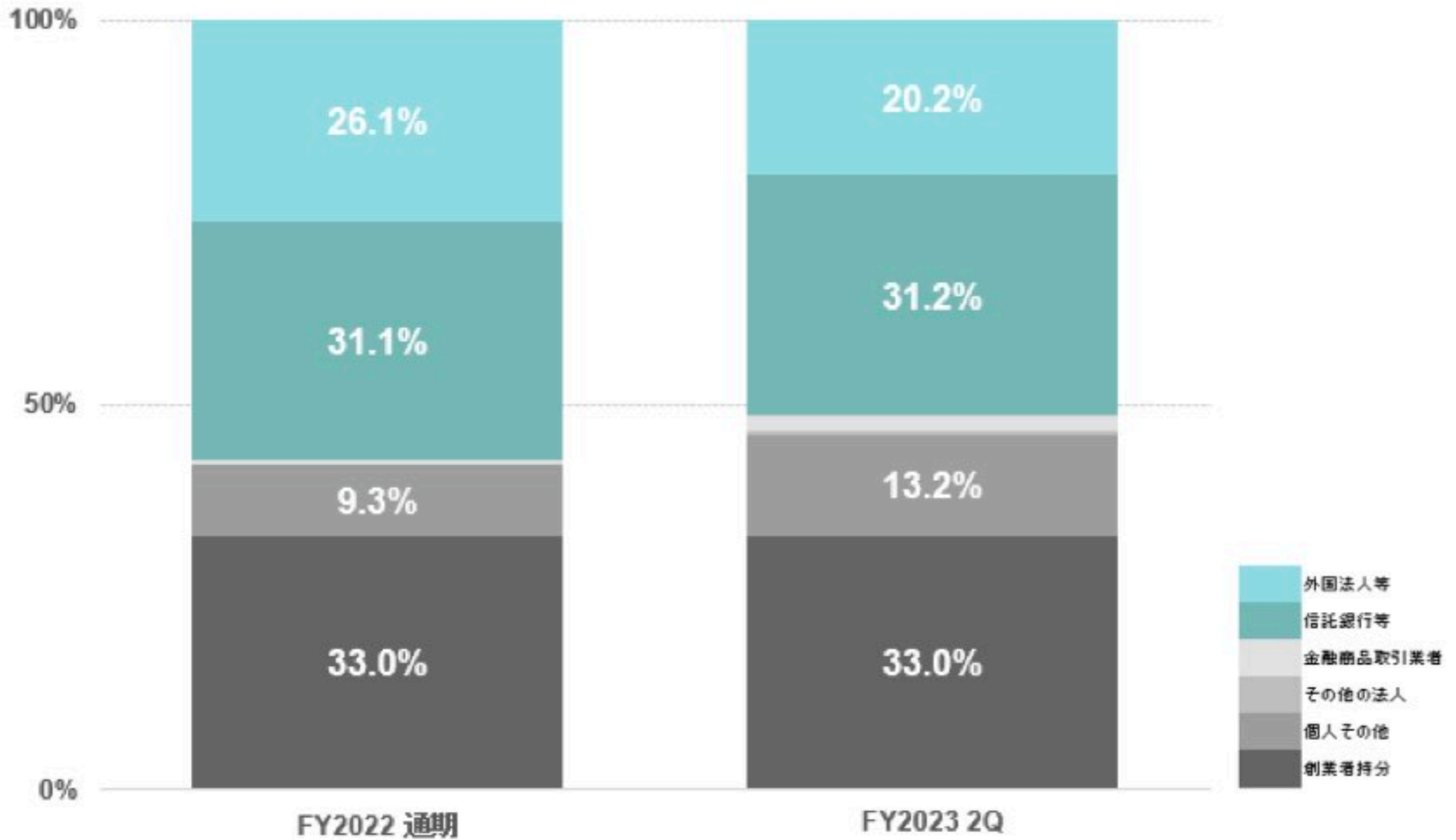
新規事業への積極投資を行いながらも過去最高の生産性を実現

(百万円)



株主構成

国内外の機関投資家が50%超保有



:Atrae

| | |
|--------|--|
| 会社名 | 株式会社アトラエ |
| 主な事業内容 | 成功報酬型求人メディア「Green」の運営 組織力向上プラットフォーム「Wevox」の運営 ビジネス版マッチングアプリ「Yenta」の運営 プロが集まるジョブ型マッチングプラットフォーム「Inow」の運営 その他新規事業の企画・開発 |
| 設立年月日 | 2003年10月24日 |
| 代表者 | 代表取締役 新居 佳英 |
| 正社員数 | 102名（2023年6月末） |
| 資本金 | 1,268百万円（2023年6月末） |
| 所在地 | 東京都港区麻布十番一丁目10番10号 |

本説明会および説明資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです。将来発生する事象などにより内容に変更が生じた場合でも、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。

また、本説明会および説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、実際の業績などは、様々な要因の変化により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承下さい



:Atrae

©2023 Atrae, Inc.