

# GiXo

株式会社ギックス (東証グロース 9219)  
事業計画及び成長可能性に関する資料

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

また本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。今後、将来発生する事象などにより内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。

なお、本資料のアップデートは、每期本決算後の9月頃に実施する予定です。

## 1. 会社概要

2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場

3. 事業内容・ビジネスモデル

4. 競争優位性

5. 2023年6月期実績

6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット

7. 2024年6月期業績予想

8. リスク情報

名称	株式会社ギックス
設立	2012年12月12日設立
事業内容	データインフォームド事業
経営陣	代表取締役CEO : 網野 知博 取締役 : 花谷 慎太郎 取締役 : 田中 耕比古 取締役(社外) : 田村 誠一
資本金	資本金 : 2億8592万円 資本準備金含む : 14億4417万円
グループ会社	株式会社ギディア
事業場所	東京本社 (三田国際ビル) 大阪オフィス (グランフロント大阪)
事業提携先	BIPROGY株式会社 (資本業務提携契約) 西日本旅客鉄道株式会社 (資本業務提携契約) 株式会社ローランド・ベルガー (業務提携契約) 株式会社電通コンサルティング (業務提携契約) 株式会社ベーシック (業務提携契約) Beyondge株式会社 (業務提携契約)

2012年 12月	東京都渋谷区にて、株式会社ギックス設立
2014年 8月	東京都港区へ本社移転
2016年 2月	SBIインベストメント株式会社を引受先とする第三者割当増資の実施
2018年 12月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を締結
2019年 1月	西日本旅客鉄道株式会社と資本業務提携契約を締結併せて株式会社JR西日本イノベーションズを引受先とする第三者割当増資の実施
2019年 8月	大阪市北区に大阪オフィスを設立
2019年 8月	株式会社ローランド・ベルガーと業務提携契約を締結
2020年 1月	個客選択型スタンプラリー「マイグル」の提供を開始
2021年 4月	BIPROGY株式会社と資本業務提携を締結
2021年 4月	BIPROGY株式会社、株式会社JR西日本イノベーションズ、三菱UFJキャピタル株式会社を引受先とする第三者割当増資の実施
2022年 3月	東京証券取引所マザーズへ上場
2022年 3月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を強化し再締結
2022年 4月	東京証券取引所グロースへ市場変更
2022年 4月	株式会社電通コンサルティングと業務提携契約を締結
2022年 5月	株式会社ベーシックと業務提携契約を締結
2023年 3月	Beyondge株式会社と業務提携契約を締結
2023年 8月	株式会社ギディア (完全子会社) 設立
2023年 8月	Lab & Design株式会社のブランディング/クリエイティブデザイン事業を株式会社ギディアにて譲受
2023年 9月	西日本旅客鉄道株式会社との合併会社設立を発表



## 網野知博/代表取締役CEO

慶應義塾大学卒業。株式会社CSK（現SCSK株式会社）、アクセンチュア株式会社、日本アイ・ビー・エム株式会社を経て、2012年、株式会社ギックスを創業。「あらゆる判断を、データインフォームドに。」を企業のパーパスとして掲げ、様々な業界、領域のビジネス判断へのデータ活用を推進。長年の戦略コンサルティング経験に基づく事業構造の把握および事業拡大のための戦略策定能力に加え、社内に培われた機械学習などのデータサイエンス力や、クラウド技術をはじめとする最新テクノロジー活用力を組み合わせることで、クライアントの日々の業務を「データインフォームド」なものへと変化させ、再現性の高い事業成長を支援。



## 花谷慎太郎/取締役

京都大学大学院工学科土木システム工学修士課程修了。  
日本工営株式会社、IBM Business Consulting Services (IBCS、現在は日本アイ・ビー・エム株式会社と合併)を経て、現職。



## 田中耕比古/取締役

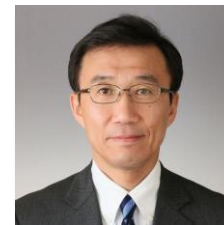
関西学院大学総合政策学部卒業。  
商社系SI企業、アクセンチュア株式会社、日本アイ・ビー・エム株式会社を経て、現職。

著書：一番伝わる説明の順番 など



## 田村誠一/取締役（社外）

**(株)ローランド・ベルガー シニアパートナー**  
アクセンチュアでの戦略コンサルティングを経て企業再生支援機構で融資先の経営を担当。その後、JVCケンウッド、日本電産での経営職を歴任した後、コンサルティングに回帰。  
期待スキル：経営経験、戦略



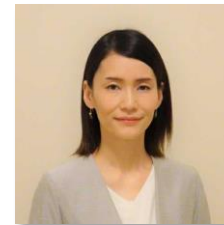
## 清水明/監査役

東京大学農学部農業生物学科卒業。麒麟麦酒株式会社に入社後、KIRIN AGRIBIO EC B.V.（在オランダ）、ジャパンアグリバイオ(株)の社長を歴任した後、関連会社の監査役を歴任。豊富な企業経営経験を持つ。  
期待スキル：経営経験、技術力



## 原澤敦美/監査役（非常勤）

慶應義塾大学理工学研究科応用化学専攻修士課程修了。弁護士。企業法務、知的財産権案件を専門とする。(株)ローソン銀行社外監査役、川崎汽船(株)社外監査役、リコーリース(株)社外取締役、日本トリアスロン連合の理事等を務める。  
期待スキル：法律



## 熊倉安希子/監査役（非常勤）


一橋大学経済学部卒業。公認会計士。有限責任あずさ監査法人にて法定監査業務、IPO支援業務等に従事。独立後、上場企業の内部監査支援等を行う。(株)バンク・オブ・イノベーション社外取締役監査役等委員、(株)やる気スイッチグループホールディングス社外取締役を現任。  
期待スキル：会計

# あらゆる判断を、Data-Informedに。

ギックスは、戦略コンサルティングの“データを用いて考える”という思考法と“データを考える材料に昇華する”高度なアナリティクス能力を組み合わせた、新しいタイプのプロフェッショナルサービス集団です。

クライアント企業の経営課題解決、競争力強化のために、データを用いて物事を理解・判断する「データインフォームド」を推進しています。

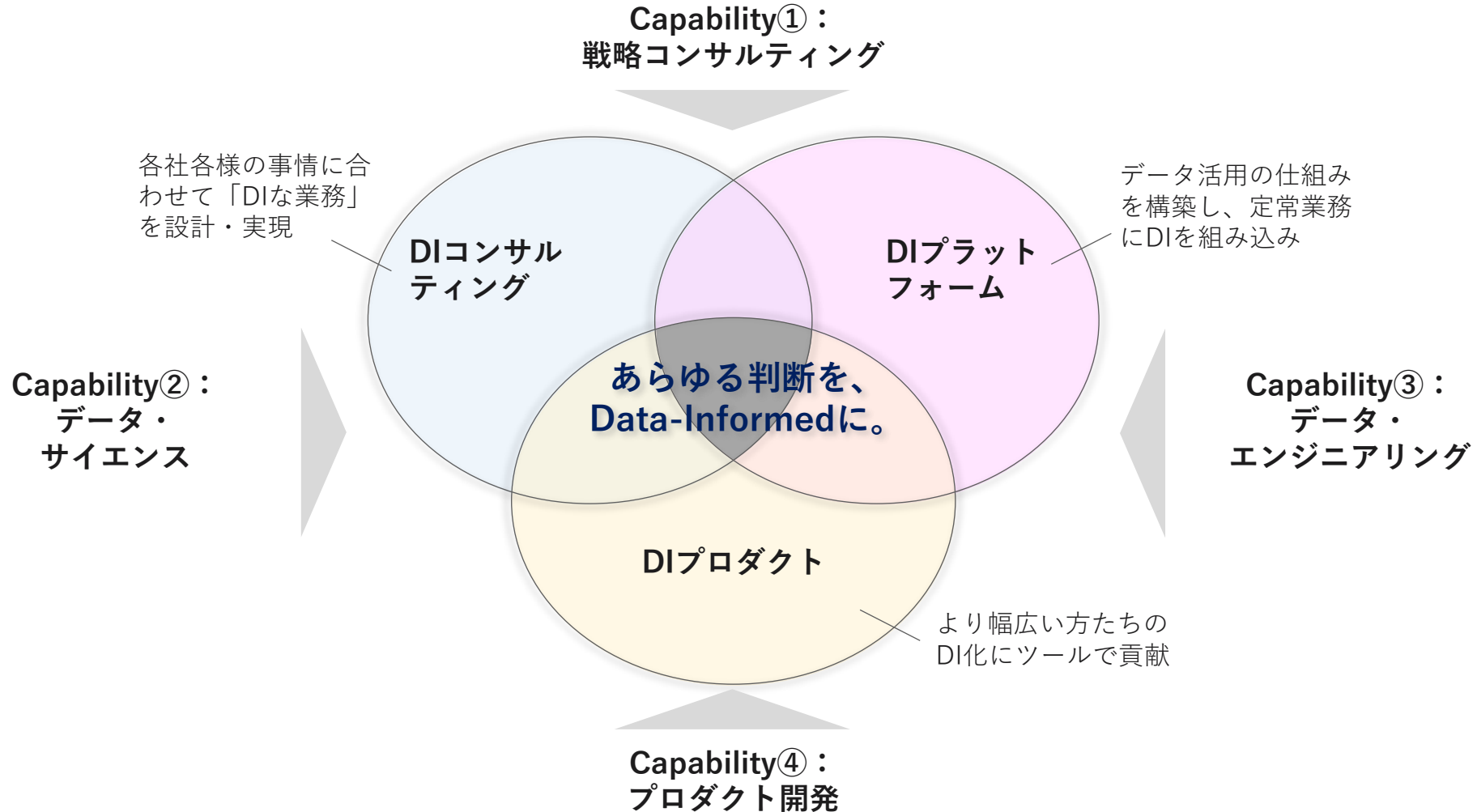
  
データを全く用いずに  
勘・経験・度胸で判断する

  
データに全てを委ねて  
考えることを放棄する

データから導き出される発見・示唆を  
人間の判断の材料として用いる

→ あくまでも、“**主役**”は人間。

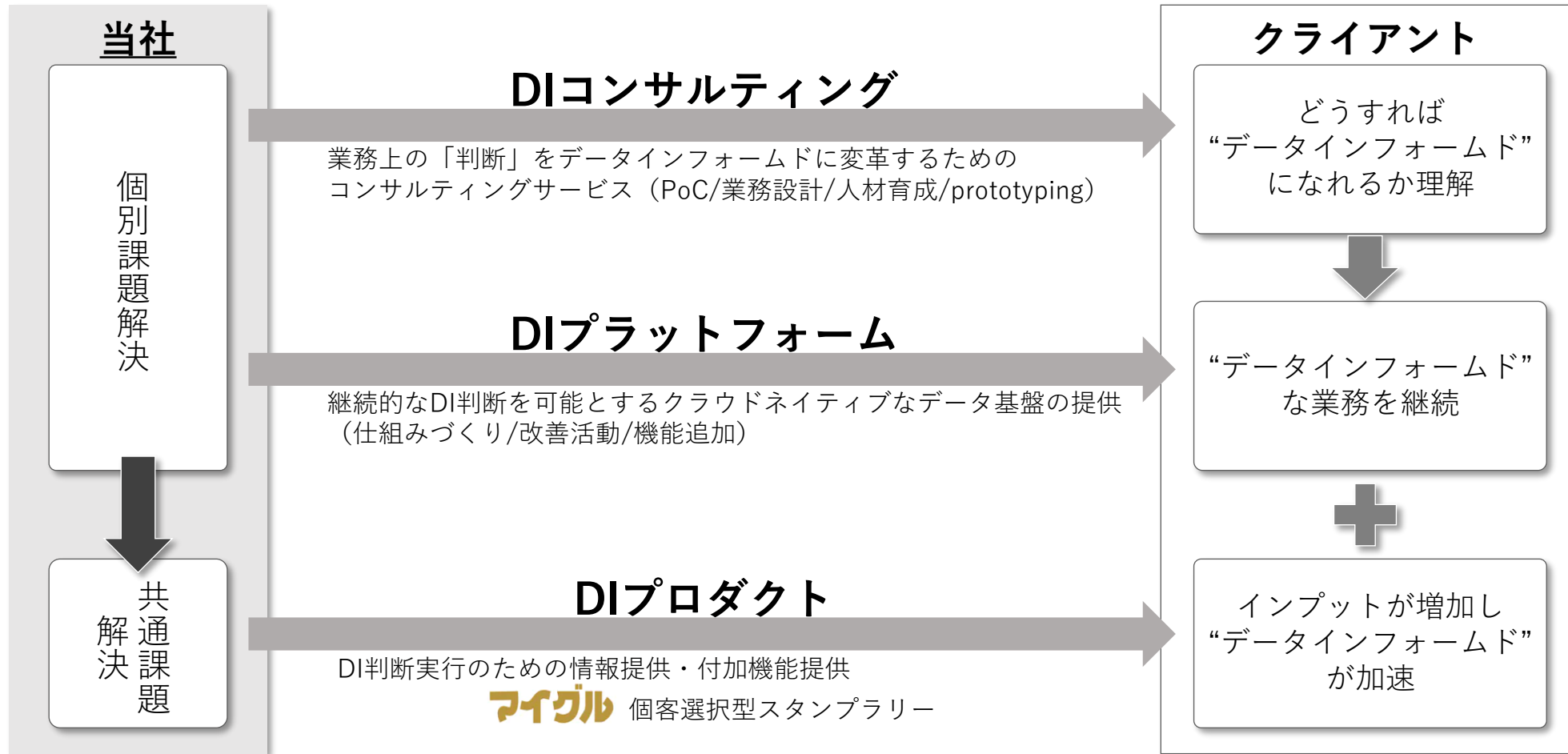
4つのケイパビリティに支えられた3つのサービスで、  
クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革





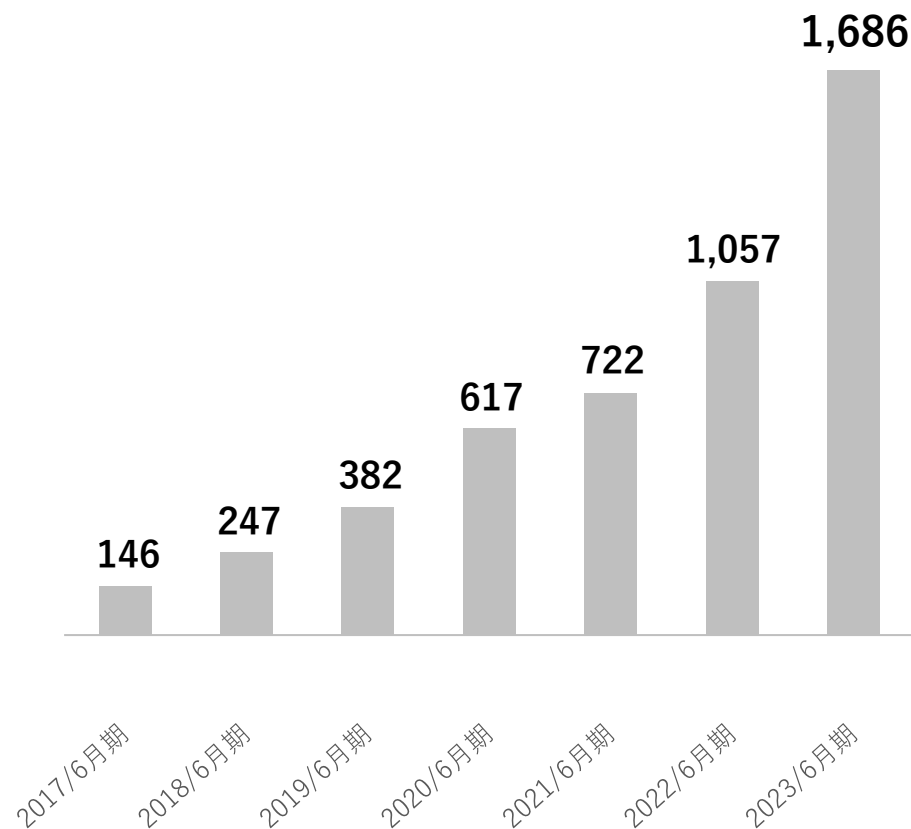
# 提供する各サービスの概要

ビジネス・コンサルティングファームという立ち位置から、クライアントが抱える様々な課題に対し、データの利活用による解決を伴走・支援

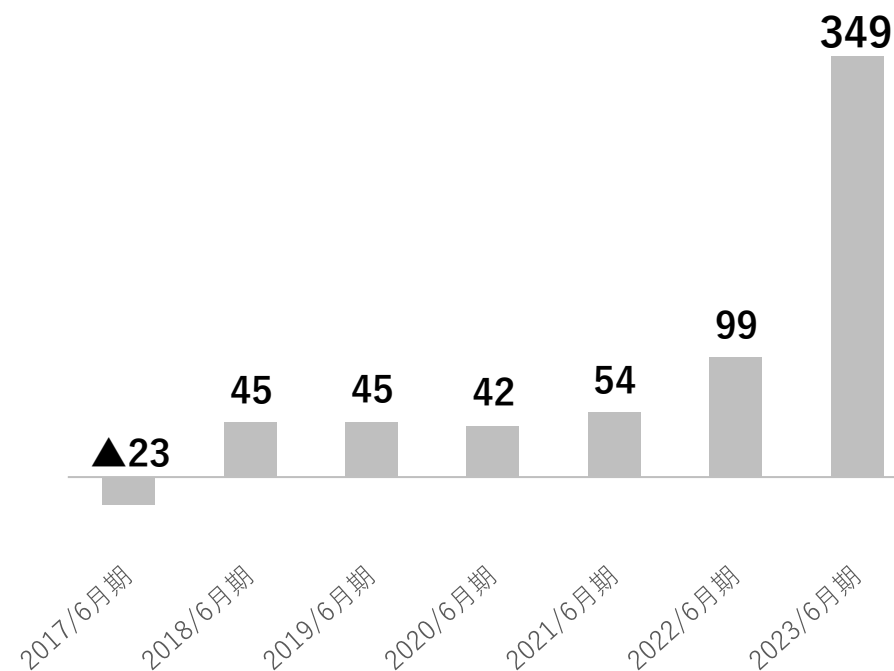


2017年6月期以降の売上高CAGRは50.3%。営業利益も着実に拡大中

売上高（単位：百万円）



営業利益（単位：百万円）



\*1 新規上場時に実施した(株)東京証券取引所の有価証券上場規程第211条第6項の規定に基づいた四半期レビューの数字を記載しております

\*2 決算数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

1. 会社概要

**2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場**

3. 事業内容・ビジネスモデル

4. 競争優位性

5. 2023年6月期実績

6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット

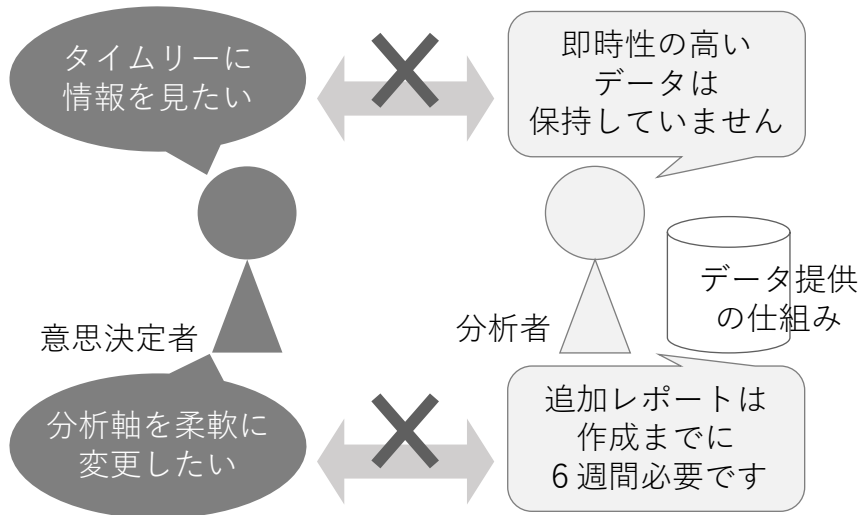
7. 2024年6月期業績予想

8. リスク情報

再現性の高い業務判断を行うためには、**勘・経験・度胸 (KKD)**を“データ”によって補強する必要がある。当社は、データの蓄積、加工および判断への活用方法を、一気通貫でサポートすることにより、クライアントの判断を“データインフォームド”なものへと変革する

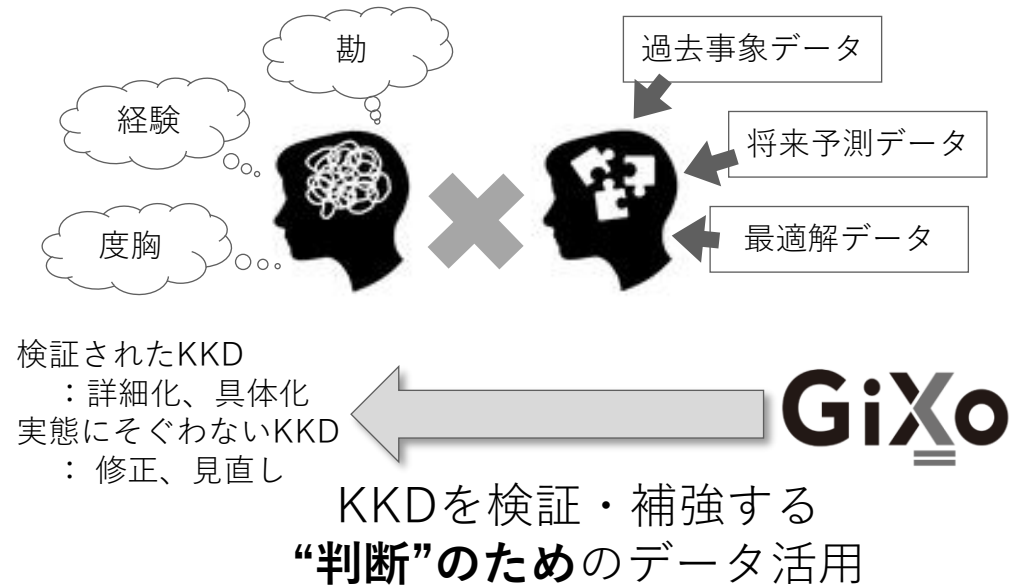
現在

**ビジネス判断に耐え得る  
速度/品質のデータが提供されない**



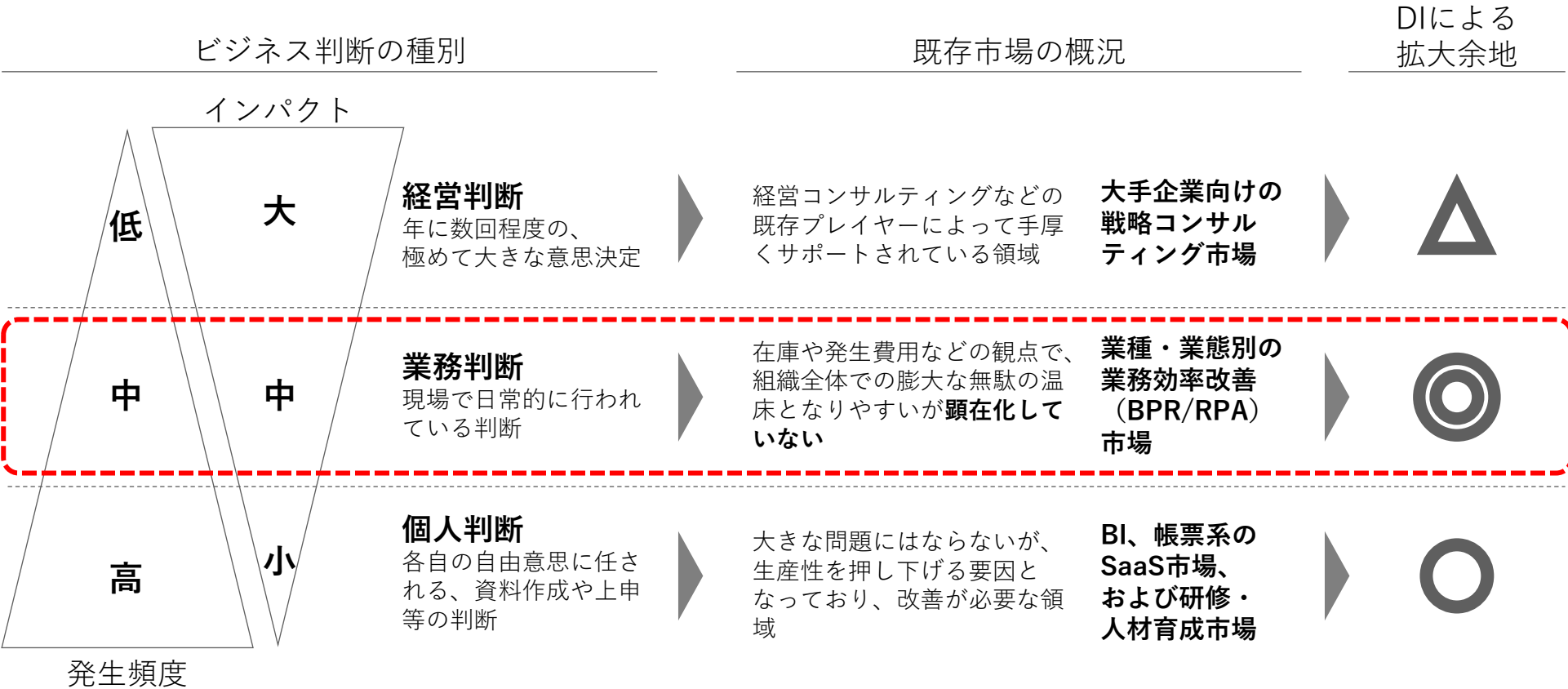
“データインフォームド”な世界

**データインフォームド = KKD × データ**



# ポジショニング：業務判断にデータ活用を織り込む

データを用いて論理的に考え、合理的に判断する「データインフォームド」の考え方を、日常的な業務判断領域に適用することで、大きな効果を発揮する



ポジショニング：  
BPR、RPAの領域に「人間がデータ“も”使って判断する」という「人間が主役のデータ活用」を適用することを目指す

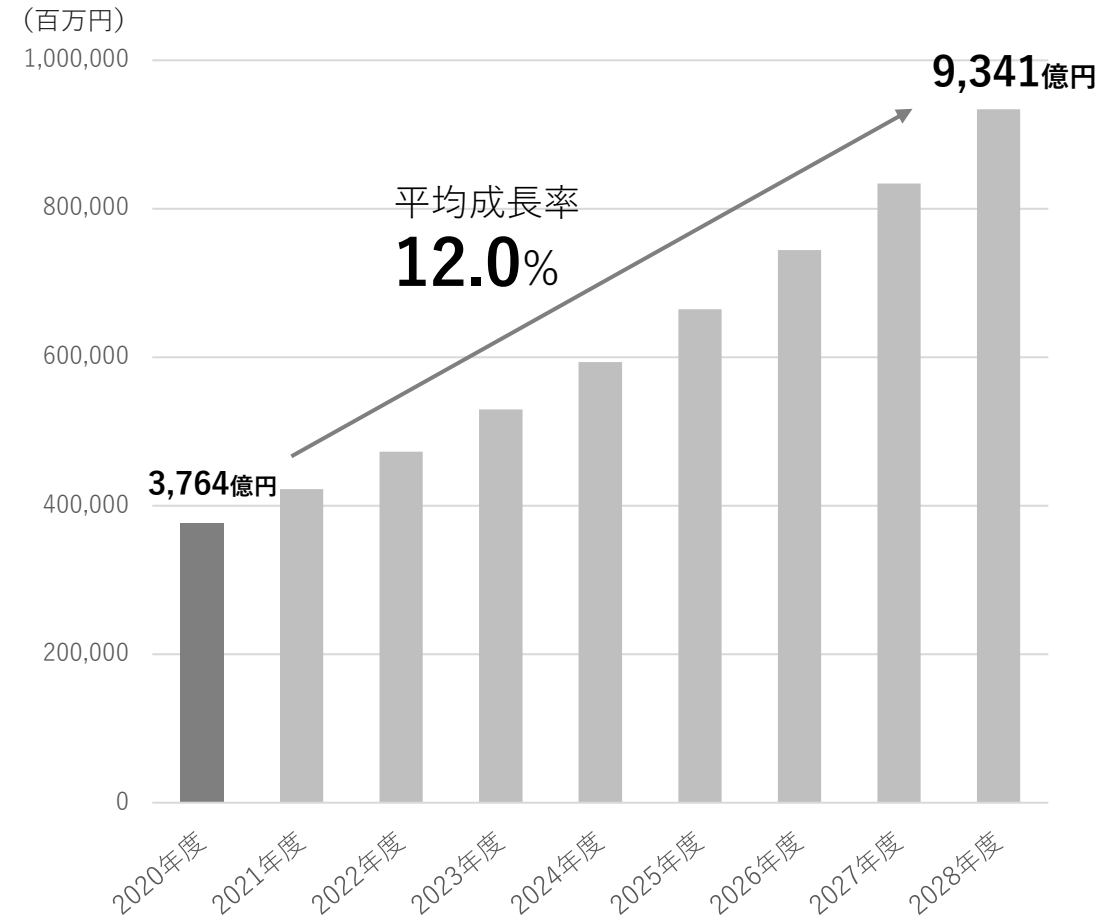
国内ビジネス・アナリティクス市場規模は、  
2020年度：3,764億円

今後もデータ駆動型の経営・マーケティングや需  
要予測に取り組むユーザーの増加を背景に

- 2028年度まで**年平均成長率12.0%**
- 市場規模は2028年度に**9,341億円**に達すると  
予測

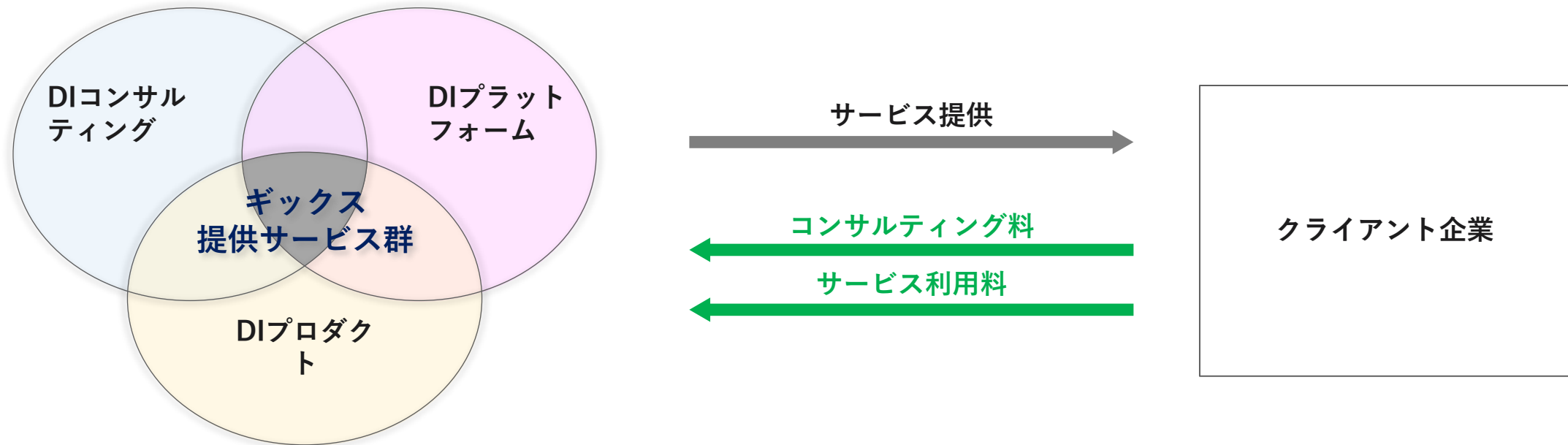
出典： 2022年2月4日デロイト トーマツ ミック経済研究所  
「ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」

国内ビジネス・アナリティクス市場規模



1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
- 3. 事業内容・ビジネスモデル**
4. 競争優位性
5. 2023年6月期実績
6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット
7. 2024年6月期業績予想
8. リスク情報

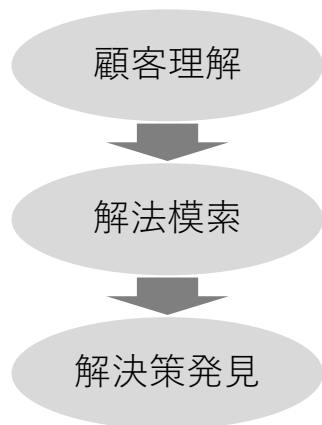
クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革するため、3つのサービスを複合的に提供し、コンサルティング料・利用料を売上として計上





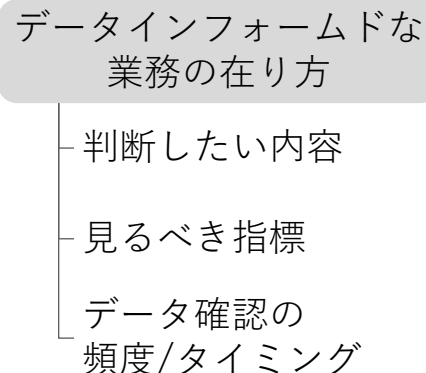
顧客の課題を理解し、「データを用いた数学的アプローチ」で解決を図り、クラウドネイティブなデータ基盤を提供することで、顧客の業務に**データインフォームドな判断**を組み込んでいく

## 方向性の模索



DIコンサルティング

## 業務設計



## 実装方針



DIプラットフォーム

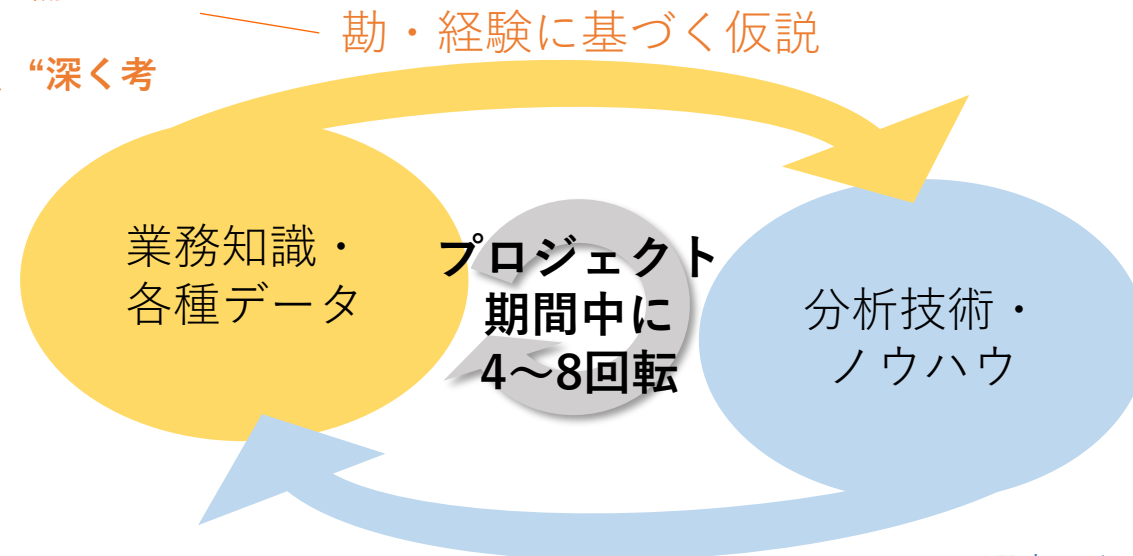
## 業務アプリ



# 個別課題解決①：DIコンサルティング

DIコンサルティングは、仮説検証型・試行錯誤型のデータ分析プロジェクトを通じて、データに基づいて考える「**データインフォームドな思考態度**」をクライアントにインストール

- 勘・経験をデータで検証・補強する  
「**仮説検証スタイル**」
- アウトプットがあるから、“**深く考える**”に注力できる



- 顧客の興味・仮説に応じて、動的な追加分析を行う「**試行錯誤スタイル**」
- 豊富な分析経験で培われたノウハウ、ツール群により**高速処理を実現**

全件・全量データを用いた、全粒度分析に基づいて、  
クライアントの業務知識に、**事実（データ）という裏付けを**

# 個別課題解決②：DIプラットフォーム

DIコンサルティングで見出された「分析要件」を、DIプラットフォームとして仕組み化。**データを用いる思考態度を、日々の業務に浸透**させる

DIコンサルティングを通じ、  
企業・事業・組織に適した**データインフォームドな業務の在り方**を見出す

データインフォームドな業務を  
実行するために必要な“**データ基盤**”を構築し、  
**DI推進を加速**



行いたい判断/  
見たいアウトプット  
が明確

使いたい  
データソース  
が明確

業務知識に対する  
理解が深い



**要件が明確だから、無駄がない**

- 過不足なく、業務要件を充足可能
- DIコンサルティングで開発したアルゴリズムを最大限に活用
- ”データを見る“という業務はパイロット済み



**業務が分かるから、理想を描ける**

- 将来の拡張性を見越したアーキテクチャ設計

# DI推進の取り組み例

当社の個別課題解決は、各業界のトップ企業様との取り組みが中心。その内容は、“現場”のDI推進と“企画”のDI推進に大別

	A	B
	<b>“現場”</b> に気付きを	<b>“企画”</b> に気付きを
DI化の対象	各種セールスパーソン、保険外交員、製薬MR、接客職種など	企画職（マーケター、事業企画、サービス企画、物流企画 など）
業務変革の規模	数百人～数万人	数人～数十人
DIの適用領域	“現場”の社員が、日常業務の中で発生する判断に際して、DI思想に基づくインプットを活用する 判断精度が上がり、顧客満足度および販売実績の向上につながる	“企画”担当者が、DI思想に基づいて、戦略立案、方針策定を行う 現場社員に向けた作業指示や、顧客/ユーザーの態度変容のための各種施策を、DI思想に基づいて設計

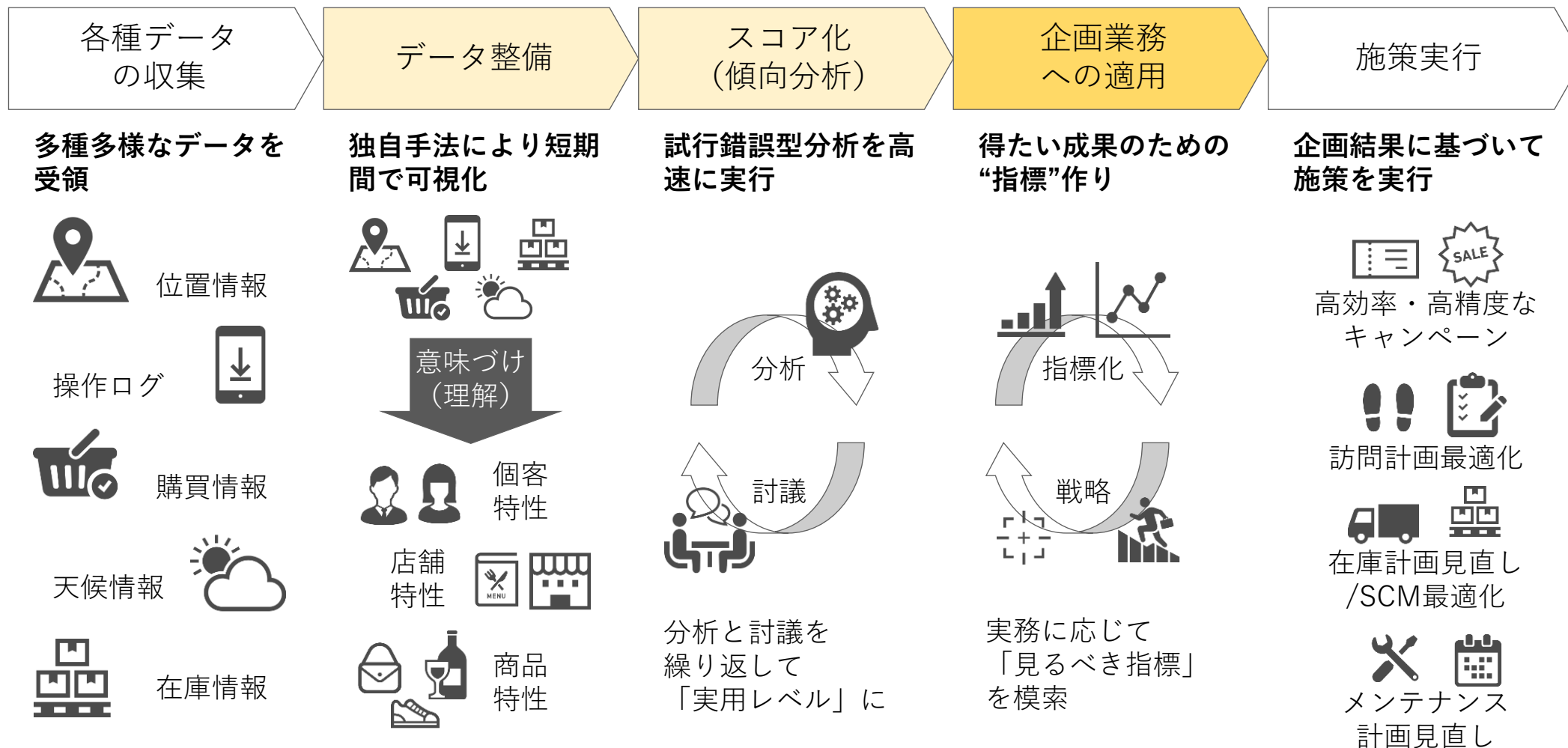
現場で働く**社員一人一人**がDI化され、日々の活動内容が変化

**会議室**がDI化され、より戦略的な作戦行動が可能に

多様なデータから「状態」を見極めてスコア化する。その結果を受けて、どのようなアクションをとるべきかを、“現場”で判断



インプットデータからヒト・商品・店舗などの特性を理解するための「属性」を導出。データに基づく打ち手検討を実現し、“会議室”をDI化

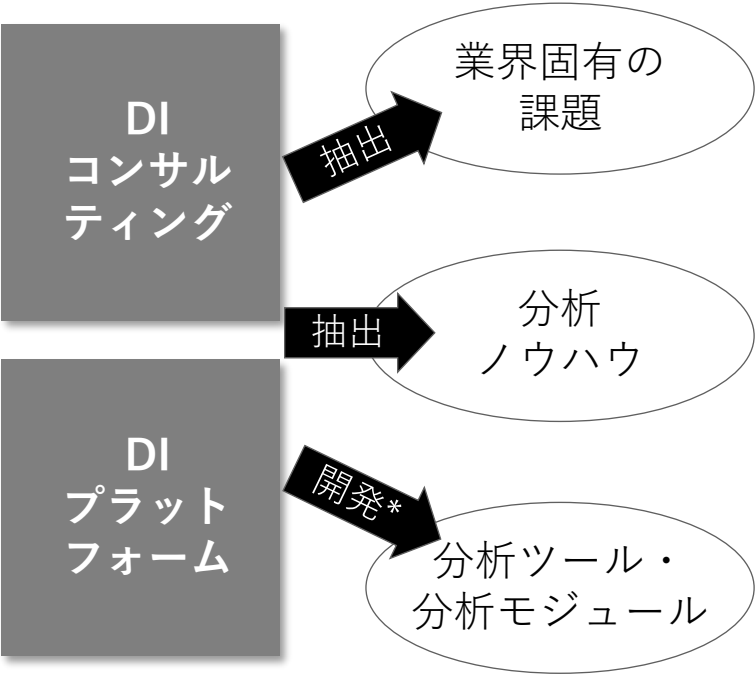


# 共通課題解決：DIプロダクト

個別企業向けの課題解決プロジェクトで培ったノウハウを用いて、共通課題解決に役立つ複数のプロダクトを開発・提供することにより、**より幅広い層におけるデータインフォームドな判断**を促進

## 個別課題解決

各クライアントの課題を解決する過程で、ノウハウ・モジュール・ツールを蓄積



## 共通課題解決

汎用性の高い課題に対して、社内に蓄積されたノウハウ・ツール群をベースに、プロダクトを開発



**DIプロダクト**

大企業から中小企業まで  
幅広いお客様にご提供

マイグル

来店・来訪されたお客様、  
ひとりひとりに、最適な  
スタンプラリーを提供

\*個別プロジェクトの推進時に、再利用性を意識したツール/モジュール開発を行います

## 従前より搭載されていた機能

### AIリコメンド機能

ユーザー属性や嗜好に応じて候補となるスタンプ（スポット）をリコメンド。また、ユーザーが参加するたびにその内容を学習していくアルゴリズムも搭載。固定化されがちな顧客の行動に対して新しい出会い・発見を提供し、回遊を促進

### スタンプ選択機能

各ユーザーは、スタンプ（スポット）を自身のニーズや嗜好により変更可能。「内発的動機づけ」の効果により、積極的なスタンプ獲得を促進

### リアルタイムダッシュボード

リアルタイムにエントリー状況や回遊状況が確認可能。キャンペーン実施中における追加の打ち手の検討等が可能に

## 2023/6期以降に追加された新機能

### LINE連携

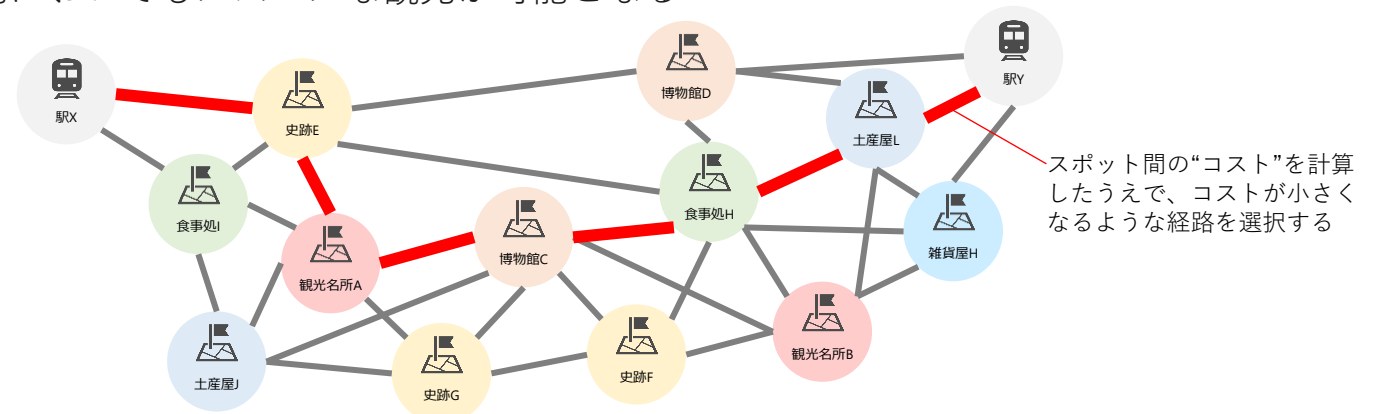
キャンペーンへの参加、スタンプラリーシート作成、スタンプの獲得などのキャンペーンにかかる一連の操作がLINE上で完結。利用者の多いアプリをプラットフォームとすることで、手続きもより簡易となり、より多くの参加が見込める

### サブスクリプション

定額でキャンペーンの運用・管理ができる新プラン。常設キャンペーン・期間限定キャンペーンを問わず複数実施でき、また、蓄積されたデータを次の施策に活かすCRM機能を活用することで、より効果的かつ連続性のある施策が実施可能

### アイテナリー

観光地におけるスポットをリコメンドするのみならず、その間の移動も併せてリコメンドする機能。ユーザーのニーズに沿った旅程表が自動で生成され、初訪問の土地においてもスムーズな観光が可能となる





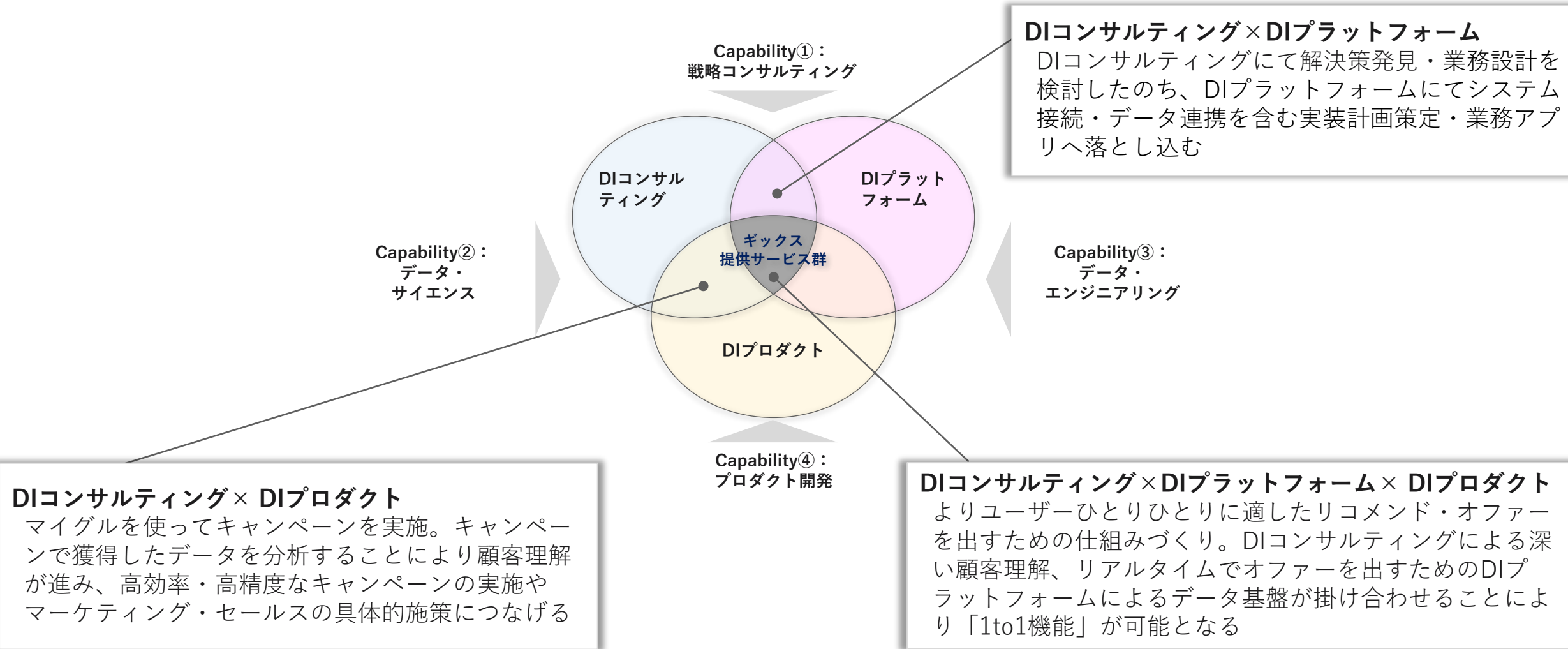
1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
3. 事業内容・ビジネスモデル

## **4. 競争優位性**

5. 2023年6月期実績
6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット
7. 2024年6月期業績予想
8. リスク情報

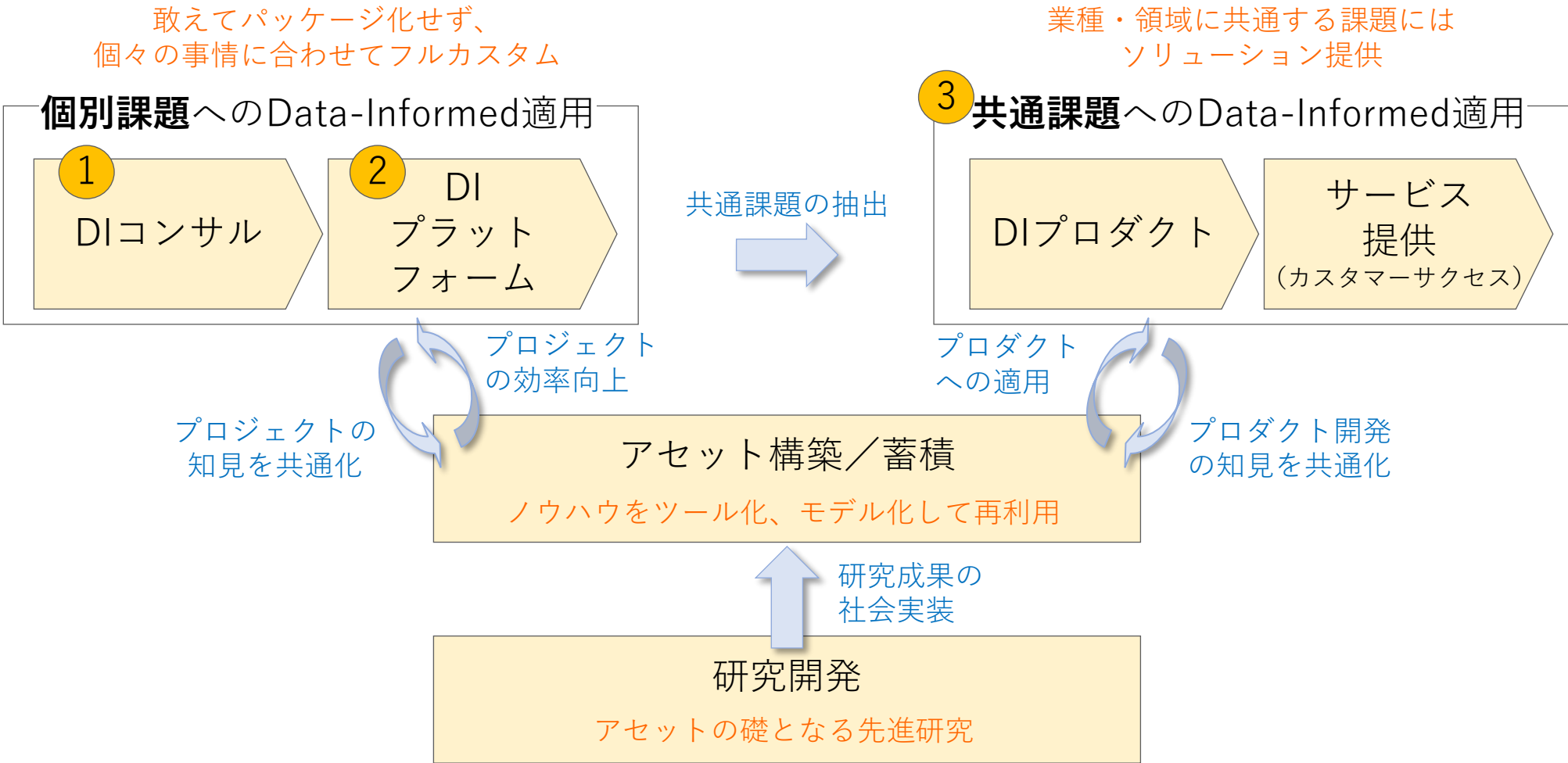
# ①一気通貫のサービス提供

4つのケイパビリティに支えられた3つのサービスを**高次元かつ複合的に提供**  
 重複領域での展開も拡大中



## ②アセット活用 | 提供価値の連鎖

個別課題に対しては、アセット活用で効率性を担保。得られた知見から共通課題を見出してパッケージ提供に繋ぐ、持続可能な価値連鎖を構築



## ②アセット活用 | 人材育成システム

長年に渡り培ってきたノウハウ・モジュール群を活用した教育方法により、短期間で、当社独自の分析手法を身に着けた「ギックス人材」を育成

➔ クライアントからの高い要求品質に応えられる体制を、効率的に構築



## ②アセット活用 | 特許・ノウハウ・ツール

顧客への価値提供を行う中で蓄積された当社ノウハウのツール化および特許化が競争力の源泉

### 特許

取得済

8件

\* 国際特許含む

出願中

12件

\*うち6件は  
クライアントとの  
共同特許

当社単独特許に加え、クライアント企業との共同特許化も積極的に推進

### 社内ツール群

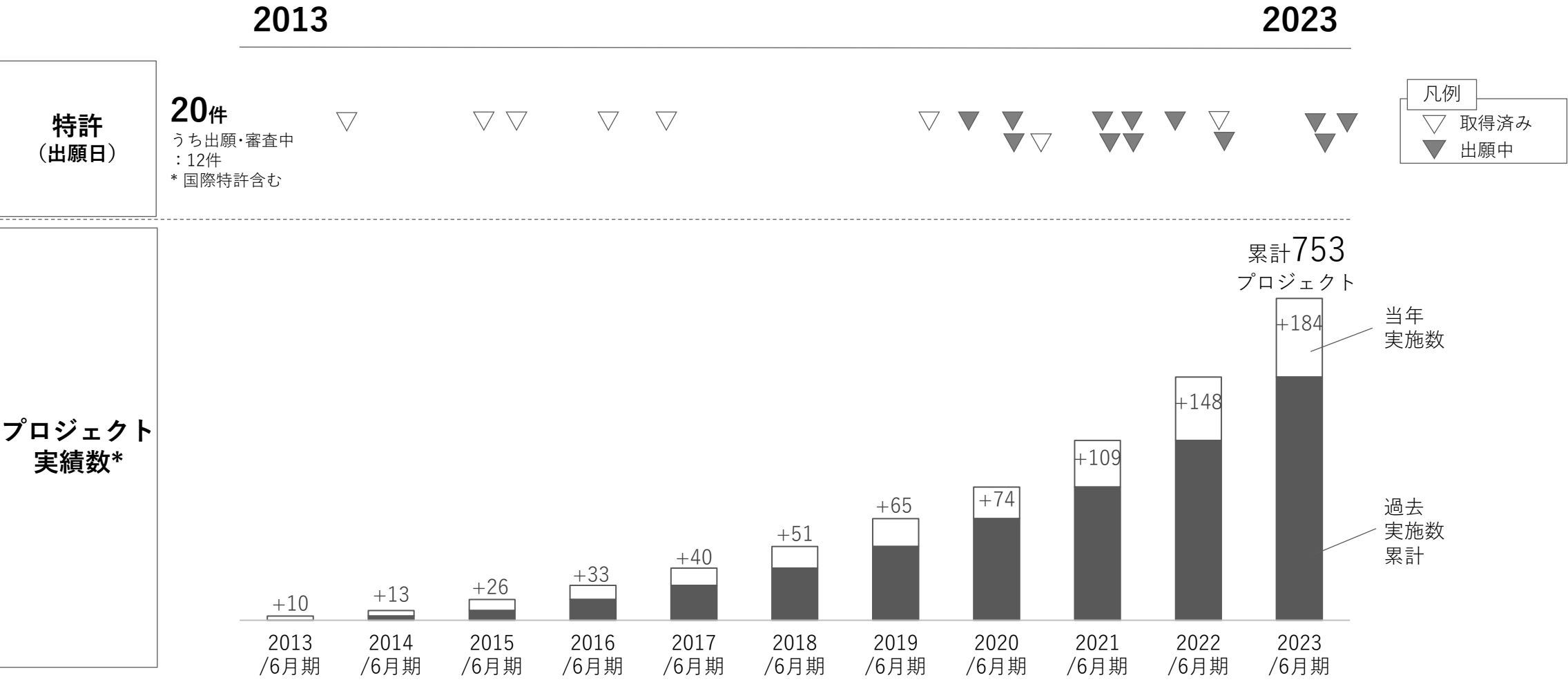
#### 当社保有モジュールの分類

- 分析前処理モジュール群
- マスタモジュール群
- 記述的分析モジュール群
- 診断的分析モジュール群
- 予測的分析モジュール群
- 処方的分析モジュール群
- 分析後処理モジュール群

7分類/35種以上のモジュールを活用中  
➔日々、追加開発中

## ②アセット活用 | 特許・プロジェクト実施実績

「あらゆる判断を、Data-Informedに。」の実現に向け、プロジェクト実施数を着実に積み上げると共に、その中で得られた知見を知財化し、生産性向上・付加価値向上を実現



\* 各年度における実施プロジェクト数 (DIコンサル/DIプラットフォーム/DIプロダクト合算)  
※同一クライアント内で2つの契約がある場合は、2としてカウント

1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
3. 事業内容・ビジネスモデル
4. 競争優位性
- 5. 2023年6月期実績**
6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット
7. 2024年6月期業績予想
8. リスク情報

大手クライアント企業における「縦横展開」が年度を通じて奏功し、過去最高の売上高・利益を更新

	第10期（2022年6月期） 通期 <small>（2021年7月1日から2022年6月30日まで）</small>		第11期（2023年6月期） 通期 <small>（2022年7月1日から2023年6月30日まで）</small>
売上高	1,057百万円	+628百万円 +59.5%	1,686百万円
売上総利益	486百万円	+364百万円 +75.0%	850百万円
営業利益	99百万円	+250百万円 +252.5%	349百万円
当期純利益	72百万円	+172百万円 +237.0%	245百万円

\* 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

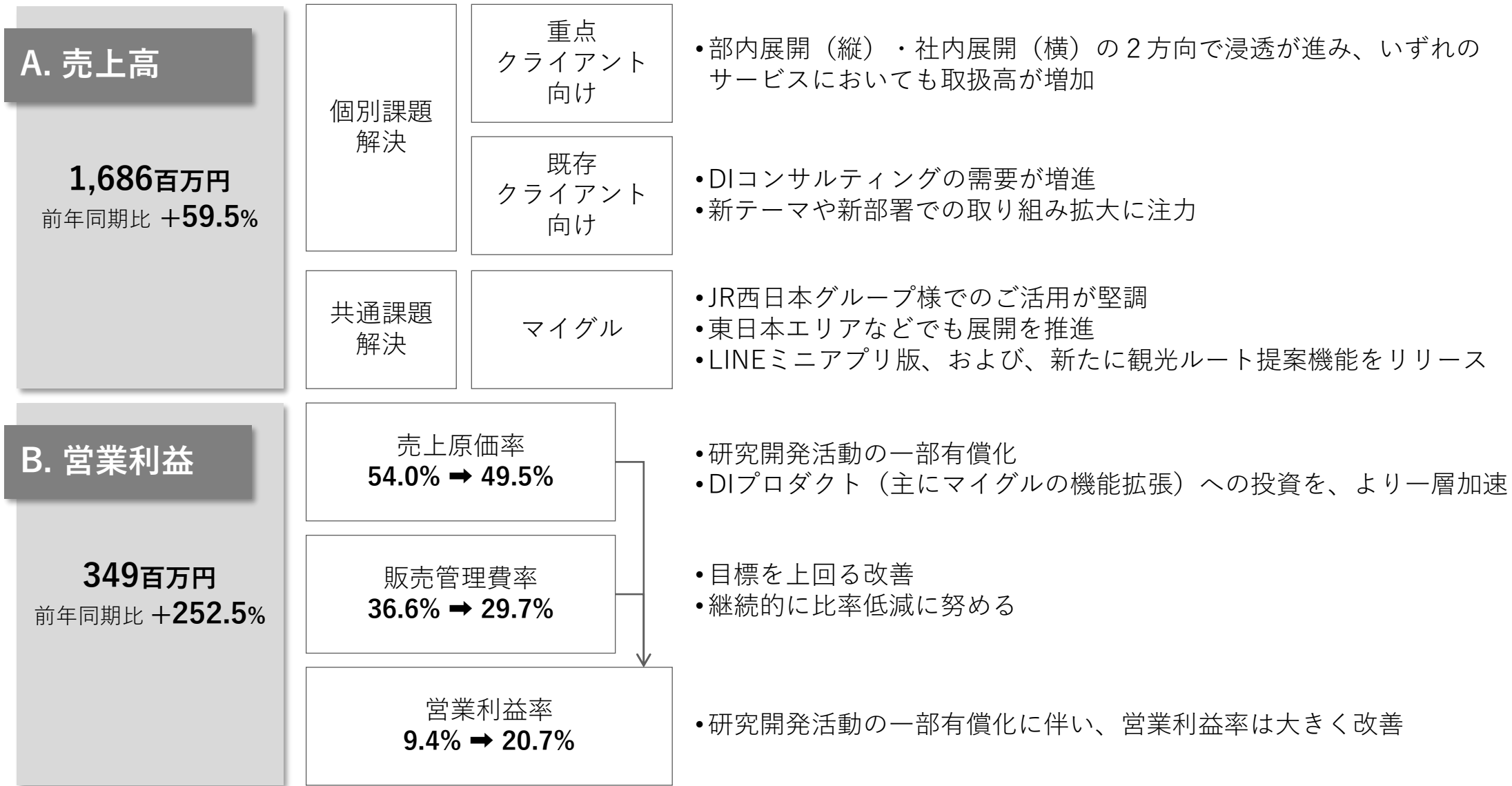


2022年8月公表の期初業績予想と比較し、顧客からの強い引き合いと研究開発活動の一部有償化により売上・利益とも上振れ

第11期 (2023年6月期)  
**期初予想** \*2022年8月12日開示

第11期 (2023年6月期)  
**実績**

売上高	1,470百万円	+215百万円 +14.6%	1,686百万円
売上総利益	684百万円	+166百万円 +24.3%	850百万円
営業利益	208百万円	+140百万円 +67.5%	349百万円
当期純利益	141百万円	+103百万円 +73.2%	245百万円

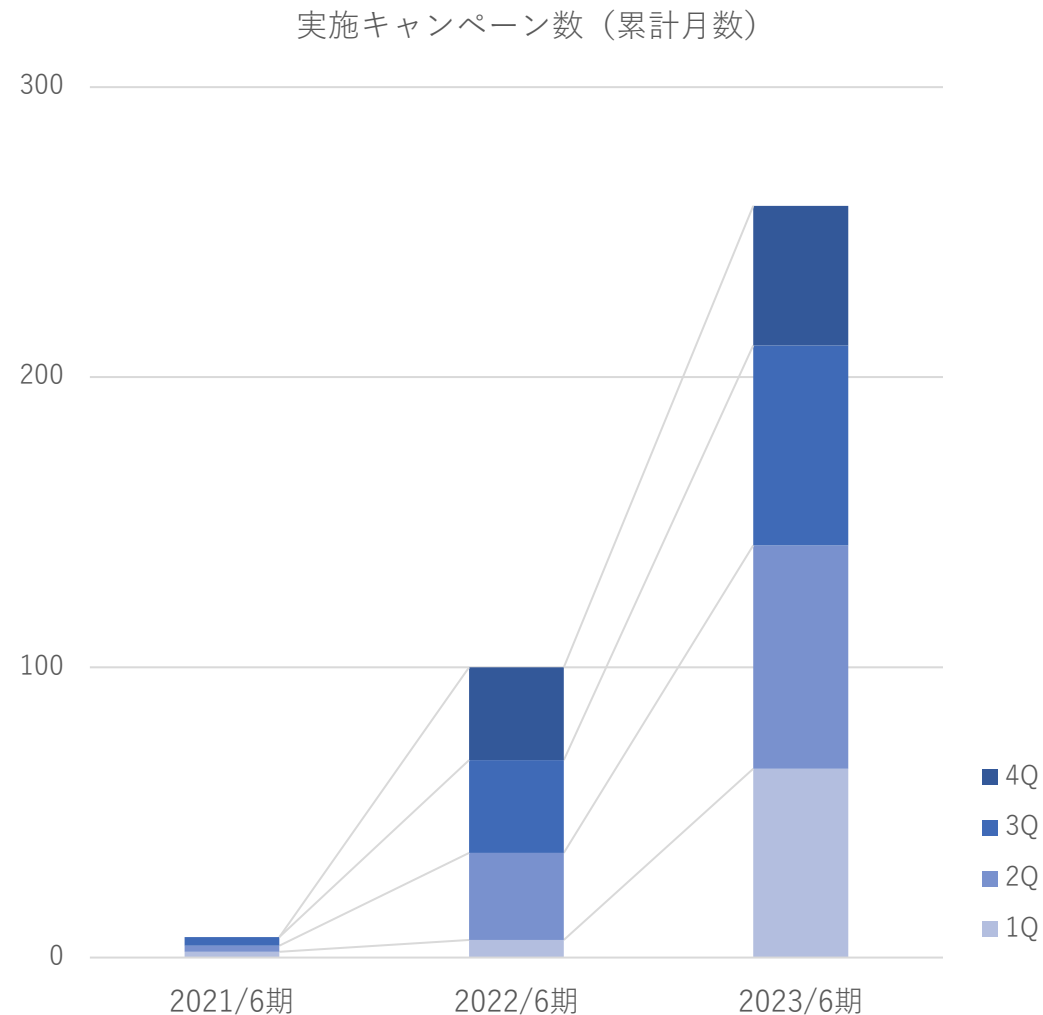


\* 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

2020年3月のサービス開始から、2023年7月末日までに195キャンペーン（企画中含む）にご採用いただき、累計101.9万人のエンドユーザー様にご利用いただきました。

## \* KPI変更のお知らせ

サービス立上げ期においては「どれだけ多くの人にご利用いただいたか」をKPIとし、市場への浸透状況を計測してまいりました。この度、累計ユーザー数が100万人を超えたのを契機に、単年/単Qベースでの情報開示に変更致します。また、より営業実態に近い「実施キャンペーン数（累計月数）」を開示致します



\* 実施キャンペーン数（累計月数）の数え方：  
3月25日～6月24日実施のキャンペーンの場合、3Qに「1」、4Qに「3」とカウント

## 損益計算書

単位：千円

	2022年 6月期	2023年 6月期
<b>売上高</b>	1,057,232	1,686,061
売上原価	571,053	835,096
<b>売上総利益</b>	486,178	850,964
販売費及び 一般管理費	387,073	501,572
<b>営業利益</b>	99,105	349,392
税引前当期純利益	99,817	351,878
法人税等合計	27,066	106,718
<b>当期純利益</b>	72,750	245,160

## 貸借対照表

単位：千円

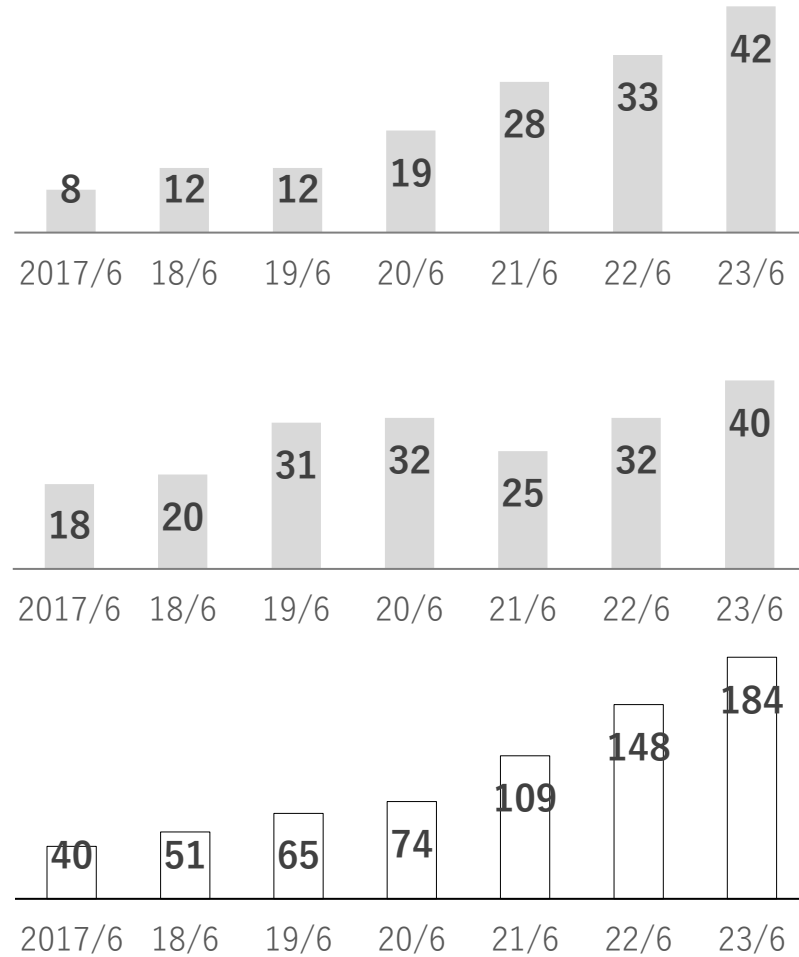
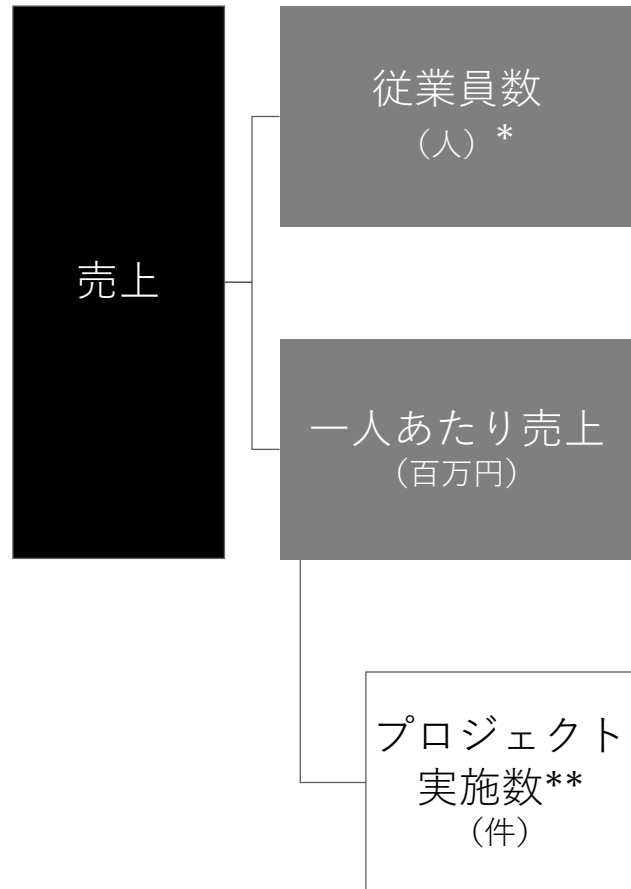
	2022年 6月期	2023年 6月期
流動資産合計	1,883,660	2,225,041
現金及び預金	1,623,400	1,899,346
固定資産合計	112,198	122,202
<b>資産合計</b>	1,995,858	2,347,244
流動負債合計	219,568	363,734
1年内返済予定の 長期借入金	50,004	50,004
固定負債合計	130,594	80,822
長期借入金	95,821	45,817
<b>負債合計</b>	350,163	444,556
純資産合計	1,645,695	1,902,687
<b>負債純資産合計</b>	1,995,858	2,347,244

## キャッシュ・フロー計算書

単位：千円

	2022年 6月期	2023年 6月期
<b>営業活動による キャッシュ・フロー</b>	68,737	329,479
<b>投資活動による キャッシュ・フロー</b>	△8,055	△3,349
<b>財務活動による キャッシュ・フロー</b>	327,908	△50,184
現金及び現金同等物 の増減額	388,589	275,946
現金及び現金同等物 の期首残高	1,234,810	1,623,400
<b>現金及び現金同等物 の期末残高</b>	1,623,400	1,899,346

# 経営上重視する経営指標（直近7年間）



- 2023/6期は期初予定通りの採用進捗
- 今後もサイエンティスト、エンジニアの採用を加速

- 2023/6期は、好調な案件獲得に加え、研究開発の一部有償化の一過性要因があり、高水準
- 短期的には多少のブレはあるものの、中長期的なトレンドとしては右肩上がりを目指す

- アセットの活用により実施効率向上
- 今後も、着実に遂行能力を高める

\* 従業員数は就業人員（当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者を含む。）  
 \*\* 各年度における実施プロジェクト数（DIコンサル/DIプラットフォーム/DIプロダクト合算）  
 ※同一クライアント内で2つの契約がある場合は、2としてカウント

1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
3. 事業内容・ビジネスモデル
4. 競争優位性
5. 2023年6月期実績
- 6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット**
7. 2024年6月期業績予想
8. リスク情報

祖業である「データを用いた個別企業の成長支援」の収益力を高めながら、マイグルをはじめとする「プロダクト」を活用した労働集約型モデルからの脱却による非連続的な成長を目指す

→ 個別課題解決と共通課題解決の**両輪**で**拡大・成長**を推進 = **“二兎を追う”方針**

	個別課題解決	共通課題解決
サービス	DIコンサルティング DIプラットフォーム	DIプロダクト
位置づけ	短期的な収益の柱 (= 根源的価値事業)	中長期的な成長の種 (= 戦略的投資領域)
ビジネスモデル	ハイ・マージン型 (= 人的リソースと一定程度相関)	ハイ・レバレッジ型 (= 人的リソースに依存しない)
展開方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存顧客内の縦横展開を継続</li> <li>事例に基づく業界内外への展開</li> <li>社内外リソースの継続的な拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マイグルを基軸にした機能強化 ⇒ サービス領域拡大</li> <li>新プロダクト開発</li> </ul>

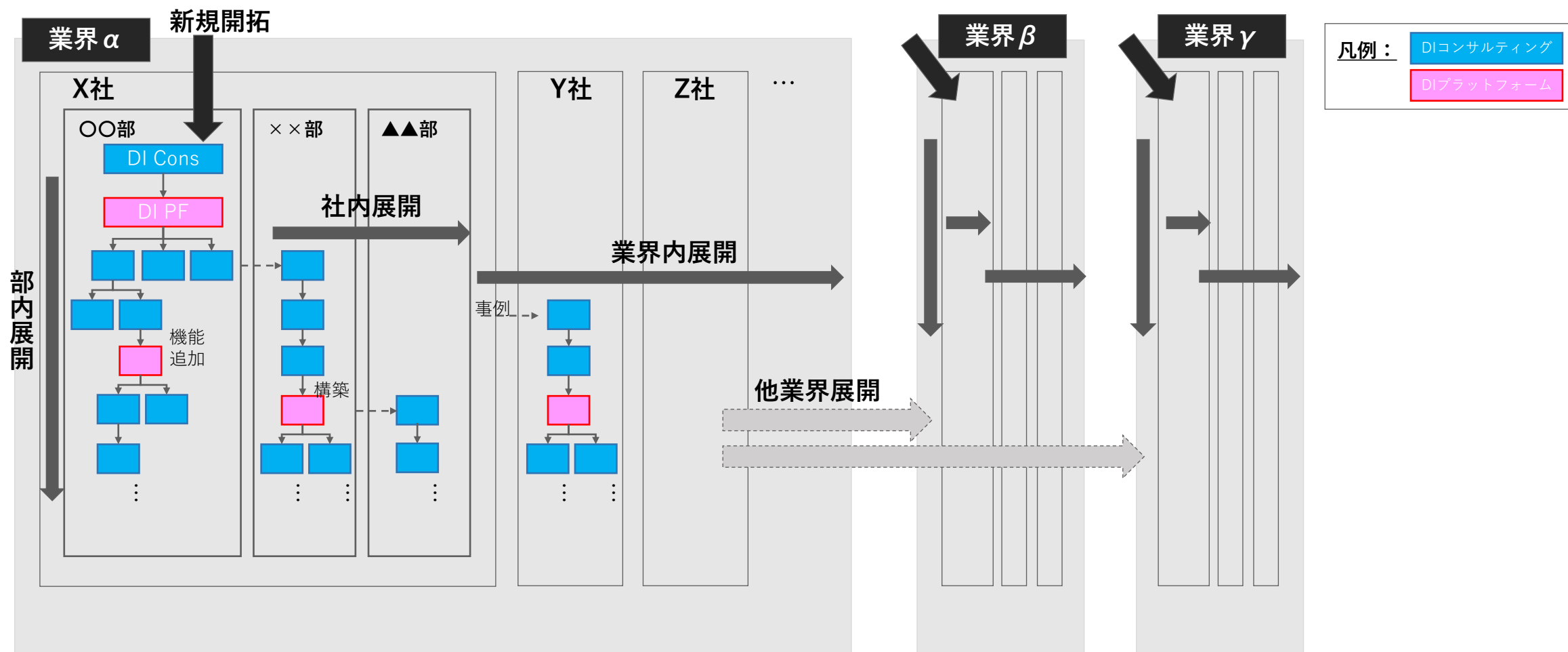
前頁記載の通り、両輪での拡大・成長（“二兎を追う”）の実現に向けた経営体制の強化を実施すべく、2023年9月29日より新役職および代表者2名体制へ変更

氏名	新体制における役職	職務分掌	役割（抜粋）
網野 知博	代表取締役CEO *変更なし	経営全般 および 管理本部にか かる業務（新規事業や将来の成 長戦略に関する業務を含む）	CEOとして、以下の役割を担う ・ 株主向け説明 ・ 資本政策などの成長戦略 ・ 協業、業務提携などの交渉 ・ 経営会議の議長 ➔ <b>中長期的な成長</b> を追う
花谷 慎太郎	<u>代表取締役COO</u> Date-Informed事業本部長 兼 Biz Planning Div. Leader	業務執行 および Date-Informed 事業本部にかかる業務	COOとして、以下の役割を担う ・ 案件獲得・推進責任者 ・ リソース確保・配分責任者 ・ プロダクト開発責任者 ・ 組織運営責任者 ➔ <b>短期的な収益拡大</b> を狙う



DI思想の部内展開・社内展開・業界内展開・他業界展開 (縦横展開) を、高速かつ効率的に推進

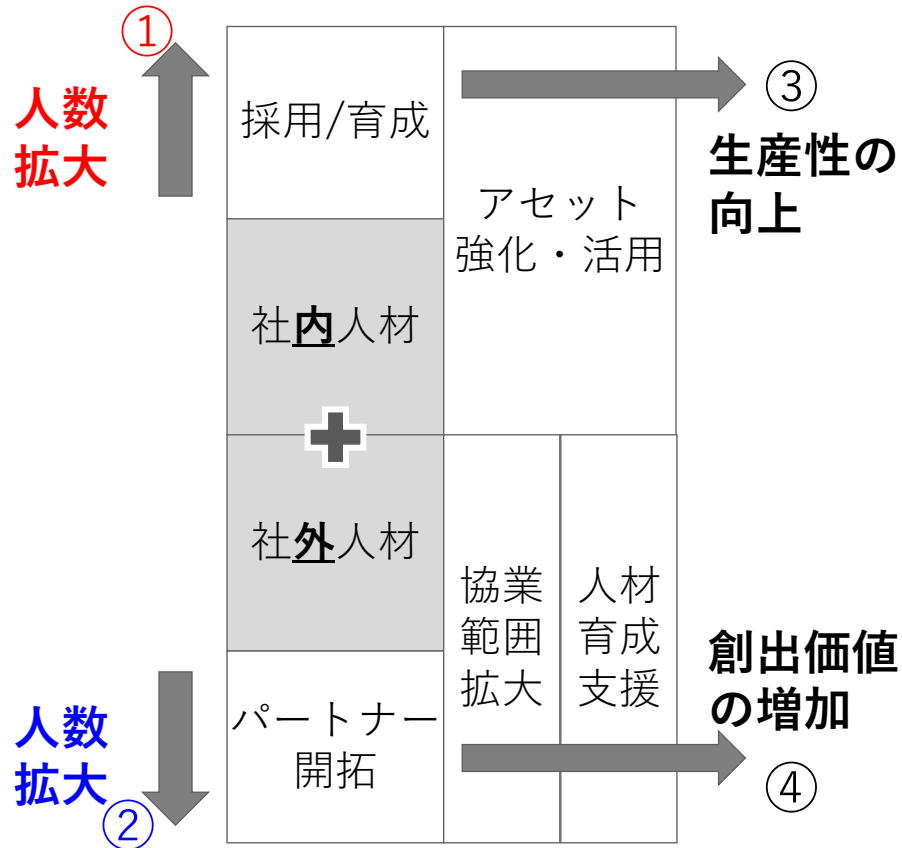
## 当社の顧客開拓の流れ (イメージ)



当社の成長には「人的リソース」の確保が必須

①②：人数の増加（社内外）と、③④：生産性向上/創出価値増加により、リソース・キャパシティの拡大を目指す

## 直近の強化領域



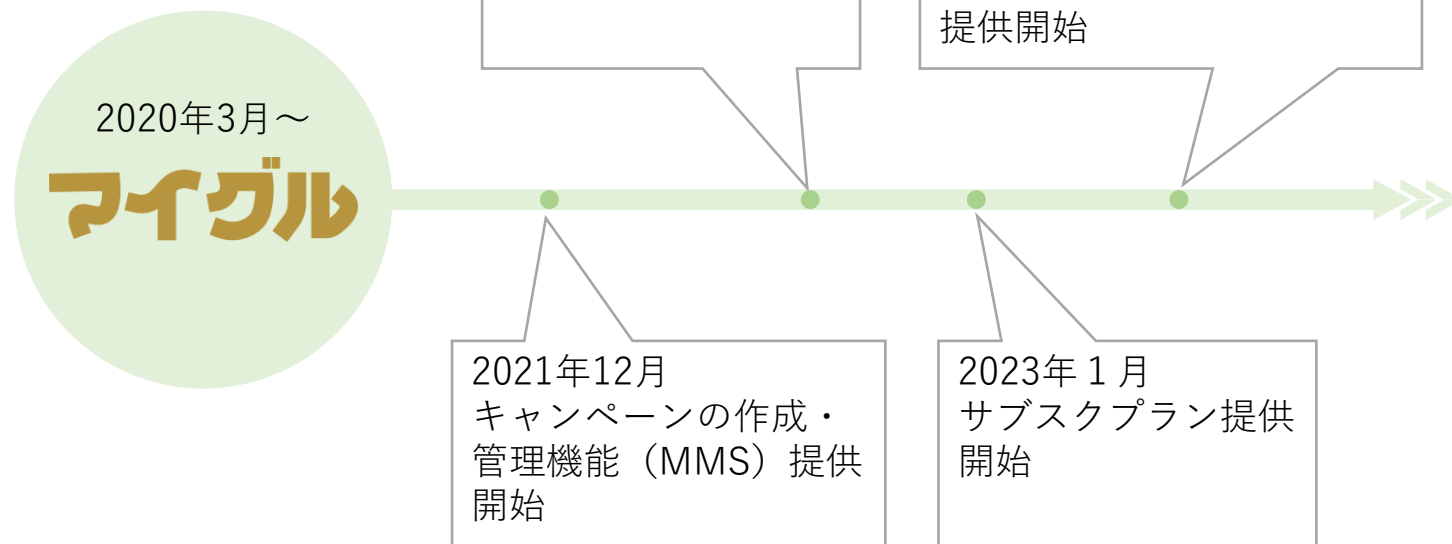
① 採用強化

- 採用チームの体制強化（社内リソースの強化に加えて、外部委託先も増員）
- KPIの見直し・再定義（採用リードタイム、応募者満足度、等）

② パートナー開拓

- プロフェッショナル人材ネットワークの構築・活用
- ※当社経営陣の人脈を中心に、戦略コンサルタント経験者、事業会社経営職経験者、トップコーダー、セールススペシャリスト等の独自ネットワークを構築。パートナー契約により当社プロジェクトにご参画頂く。

マイグルを中心とした機能強化・拡張を推進。多彩なサービスを提供すべく、開発投資を継続



## 今後の開発・機能拡張 (開示済み情報)

- ▶ 訪日外国人向けサービスの開発  
WeChatミニプログラム版の開発に向け  
Beyondge社、ルイスマーケティング社と  
業務提携を開始 (2023年5月)
- ▶ デザイン・マーケティング力強化  
Lab & Design株式会社のデザイン事業の譲  
受を決定 (詳細は次頁)  
デザインケイパビリティ獲得により、キャン  
ペーンの際にクライアントが使用するク  
リエイティブやデザイン企画の提供 (デザ  
インサポートサービス) が可能に

その他、**各種機能強化**に加え周辺領域を含  
む**サービス領域の拡張**も複数進捗中  
今後、適切なタイミングで開示を予定

## 2023年8月、新会社の設立、および新会社における Lab & Design株式会社のブランディング/クリエイティブデザイン事業の譲受を実施しました

### 新会社の概要

名称	株式会社ギディア
事業内容	ブランディング/クリエイティブデザイン事業（ブランディング/クリエイティブディレクション・デザイン、プランニング、企画展・空間演出、スチール撮影・映像制作等）
設立	2023年8月18日

### 相手先の概要

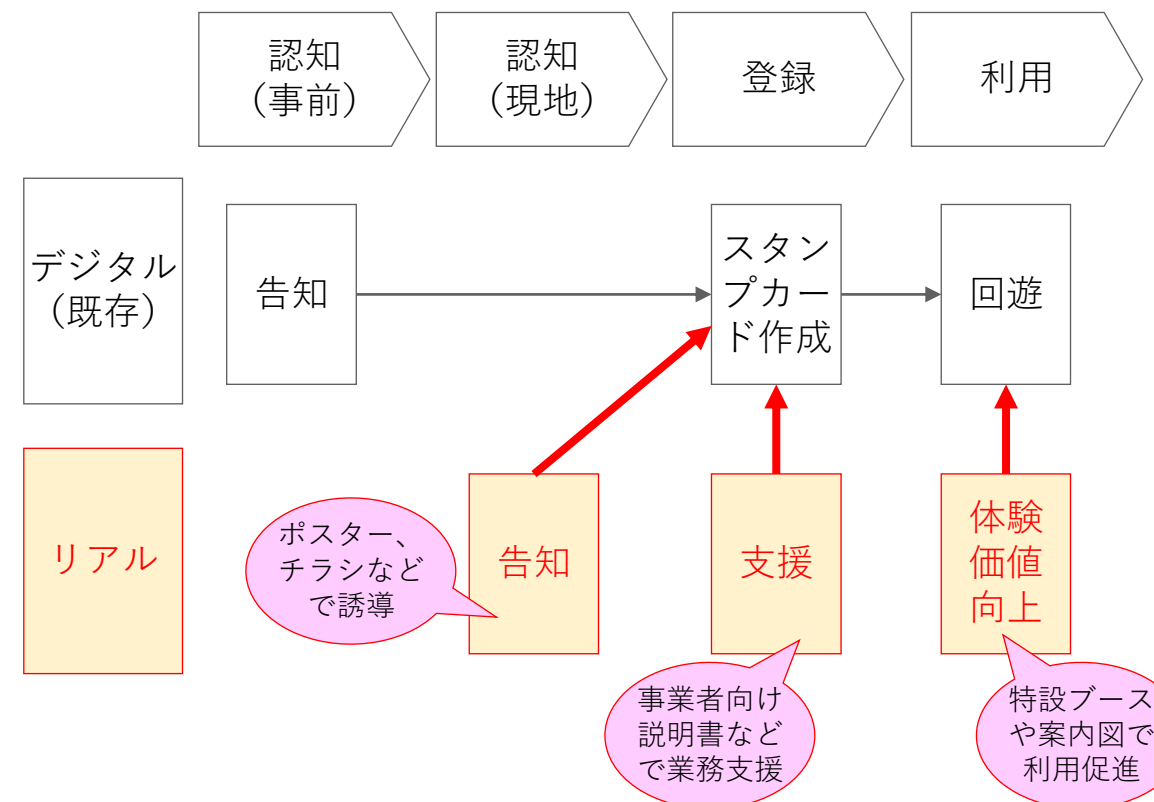
名称	Lab & Design株式会社
設立	2016年6月1日
譲受事業	ブランディング/クリエイティブデザイン事業

### 事業譲受の概要

目的	デザイン・ケイパビリティの獲得によるマイグル事業の機能強化
事業譲受日	2023年8月21日

### マイグルの機能強化イメージ

従来のデジタル機能に、リアルな“場”づくりを追加することで、より一層「ユーザーに寄り添う」サービスに



## 成長ターゲット：

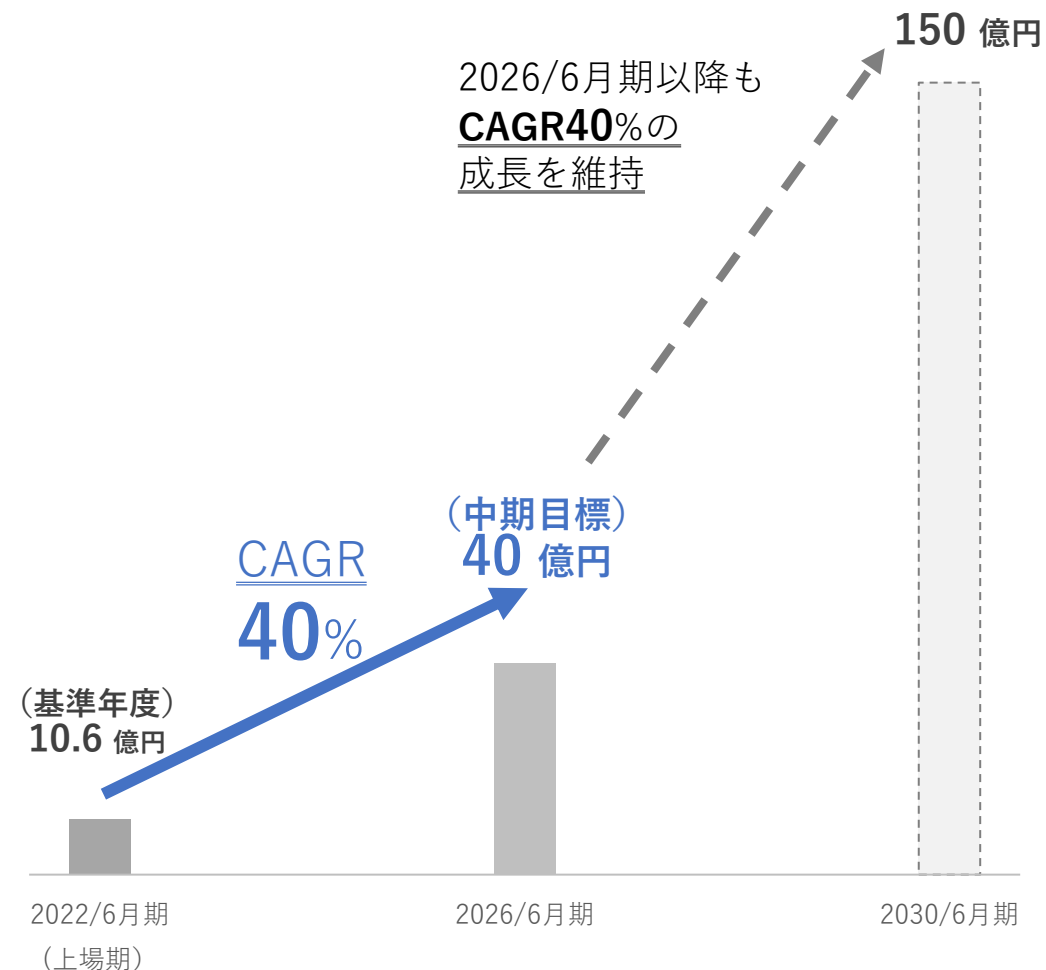
### 売上高成長率 **40%**（上場期起点）

上場時より掲げていた目標：CAGR40%を事業成長のターゲットと設定

上場期（2022年6月期業績）を基準とし、上記目標を達成することで、

2026年6月期に売上高40億円を目指します

- 当社はグロース企業です。そのため、現時点においては、事業規模の拡大に主眼を置いております。そのため、売上高を指標とし、利益目標を定めておりません
- また、同様の理由により、中長期的な成長の原資とすべく内部留保の充実に重きを置いております。従いまして、現時点においては、配当の計画はございません
- 目標数値は、M&A等を実施しないオーガニックな成長を前提としたものとなっております

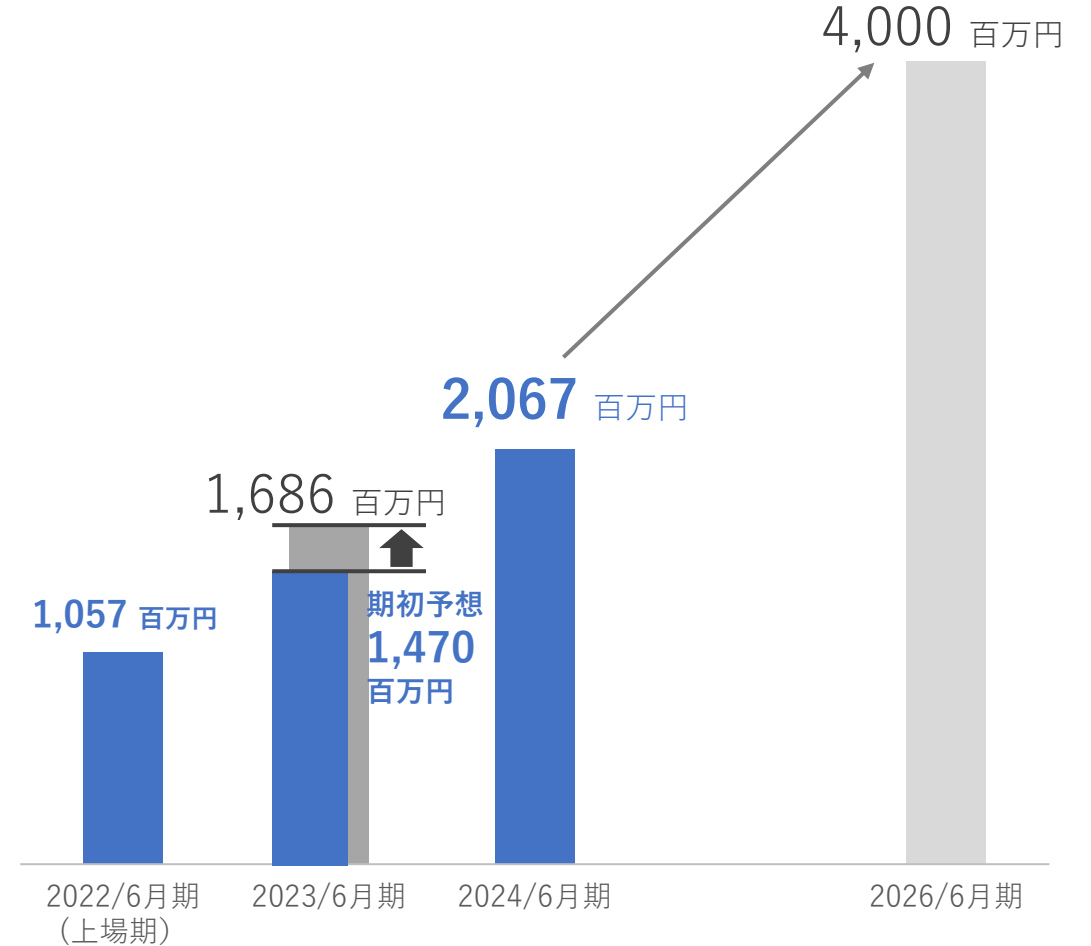


1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
3. 事業内容・ビジネスモデル
4. 競争優位性
5. 2023年6月期実績
6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット
- 7. 2024年6月期業績予想**
8. リスク情報

'26/6月期の売上高40億円達成に向けて、  
**'22/6月期起点でのCAGR40%**を目指す

→ 当該基準に基づき、  
**来期（'24/6月期）は売上高20.67億円**  
をターゲットとする

- 当期（'23/6月期）の案件獲得状況（研究開発活動の有償化を含む）が極めて好調であったため、期中に上方修正を行った
- 当社は、単年での成長よりも、中長期にわたる持続的な成長を志向する
- そのため当期の上方修正結果を反映することなく、'22/6起点での成長目標を維持する



中期的な成長に向けたさらなる研究開発投資を予定していることもあり、段階利益の増益率は小幅にとどまる見込み

	第11期 (2023年6月期) 通期 <small>(2022年7月1日から2023年6月30日まで)</small>		第12期 (2024年6月期) 通期 <small>(2023年7月1日から2024年6月30日まで)</small>
売上高	1,686百万円	+380百万円 +22.6%	2,067百万円
売上総利益	850百万円	+88百万円 +10.4%	939百万円
営業利益	349百万円	+26百万円 +7.5%	375百万円
当期純利益	245百万円	+19百万円 +7.8%	264百万円

\*1 2024年6月期より連結決算へ移行いたしますが、これによる業績への影響は軽微であり、影響はないものとして前年同期比の増減額・増減率を表示しております

\*2 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております



### A. 売上高

2,067百万円

前年同期比 +22.6%

既存クライアントを中心とした**縦横展開の推進**

- 重点クライアント内縦横展開を継続推進
- 既存クライアントの重点化（取引増大）

マイグル拡販

- 追加機能を活用しながらの既存／新規クライアントへの拡販に注力

### B. 営業利益

375百万円

前年同期比 +7.5%

売上原価率  
49.5% → 54.5%

- **DIプロダクトへの継続投資**
  - ✓ マイグルの機能強化投資（継続）
  - ✓ 新プロダクトへの研究開発投資（継続）

販売管理費率  
29.7% → 27.3%

- 前期と同水準の販売管理費をベースとして、若干の研究開発投資および採用関連費用を上乗せも、比率は低下

営業利益率  
20.7% → 18.2%

- 積極的な成長投資を継続
- 研究開発の有償化が一部発生した前期と比較すると低下する見込み

\*1 2024年6月期より連結決算へ移行いたしますが、これによる業績への影響は軽微であり、影響はないものとして表示しております

\*2 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

1. 会社概要
2. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
3. 事業内容・ビジネスモデル
4. 競争優位性
5. 2023年6月期実績
6. 中長期成長戦略・売上高ターゲット
7. 2024年6月期業績予想

## **8. リスク情報**

リスク分類	主要なリスク	発生可能性	影響の大きさ	当社の対応方針
DI事業固有の事業推進の不確実性	DI人材の確保・維持および育成	中	大	パートナー人材の受入れ アセット活用型育成モデルの強化
	特定の売上先への依存	中	中	クライアントの部内/社内展開による関係深化 業界内展開・他業界展開による顧客増
スタートアップに共通する事業推進の不確実性	技術革新による影響	低	大	積極的な研究開発投資
	新規事業の創出	中	中	アセット活用の強化 積極的な研究開発投資
法規制等の不可避の制約	規制強化の影響 / コンプライアンス対応	中	中	リスク・コンプライアンス規定の整備 および、新たな規制等への注視体制
一般的なリスク	外部クラウドサーバーへの依存	低	大	Google Cloud Platform、Microsoft Azure、 Amazon Web Serviceを併用

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。前回まで主要なリスクとして記載しておりました「コロナによる景気変動」につきましては5類感染症に変更されたこと等を受け、今回削除しております。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。



あらゆる判断を、  
Data-Informedに。

## DIコンサルティング

経営課題に全量データ分析でアプローチ

## DIプラットフォーム

クライアントの日常業務をDIに

## DIプロダクト

データを身近に、DIを身近に