

株式会社WACUL
2024年2月期
第2四半期
決算説明会資料

2023年10月10日

24/2期第2四半期業績の概要

売上高

リカーリング売上高が
過去最高を達成

2024/2期 第2四半期

424百万円

前年同四半期比+38.8%

※リカーリング売上高 251百万円
(同+35.9%)

- 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+38.8%の成長を達成
- 人材事業の拡大もあり、継続性の高いリカーリング売上高が過去最高に

EBITDA

第2四半期として過去最高のEBITDA

2024/2期 第2四半期

55百万円

前年同四半期比+23.4%

※営業利益 27百万円
(同+2.7%)

- 第2四半期は閑散期であるが、第2四半期としては過去最高の利益を実現
- 上期として計画対比の進捗率50%と、計画達成に向けて順調

理論LTV

理論LTVは4四半期連続で
過去最高を達成

2023/8

5,447千円

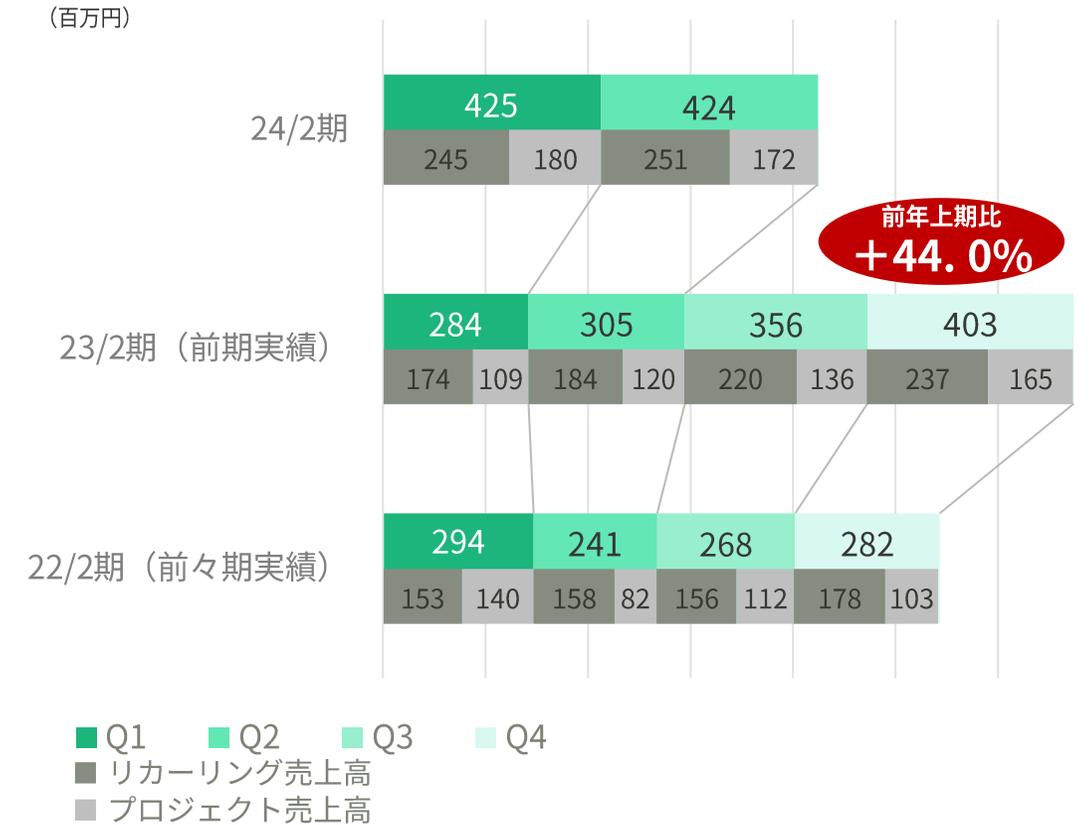
前年同月比+24.6%

※クロスセル率 19.9%
(同▲4.9pp)

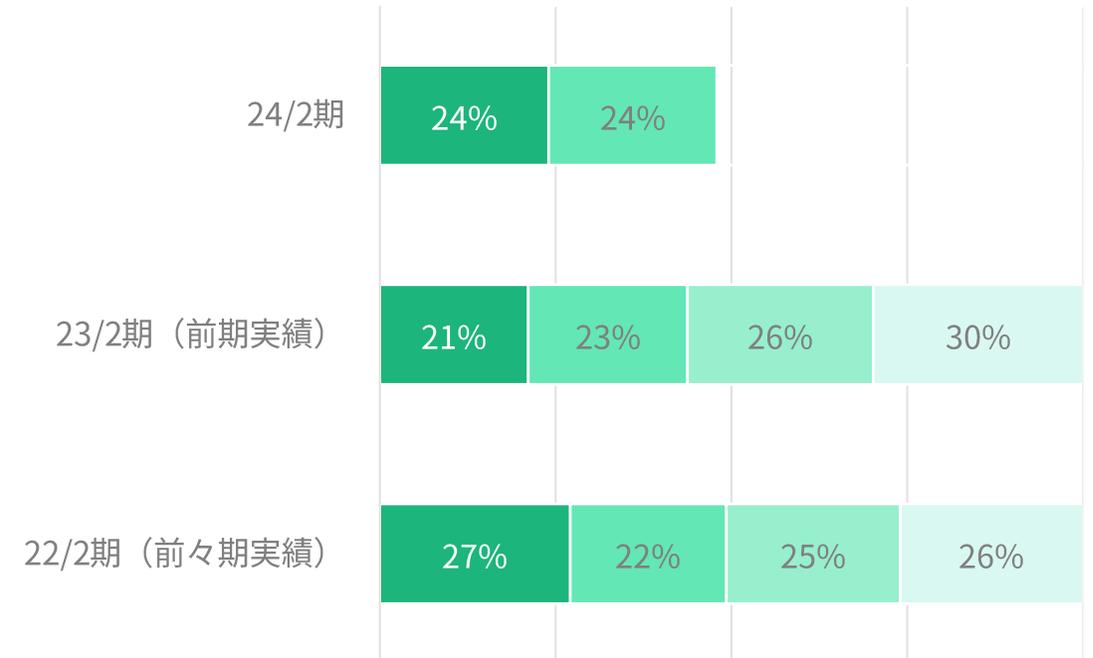
- 理論LTVは、1社あたり売上高が拡大し、前年同月比で+24.6%成長
- クロスセル余地のある企業群から中企業以上へのフォーカスを続けたことで、4四半期連続で過去最高を更新

会社計画に対する売上高進捗率はほぼ5割と、計画達成に向けて順調

四半期ごとの売上高推移



四半期ごとの売上高の進捗率*

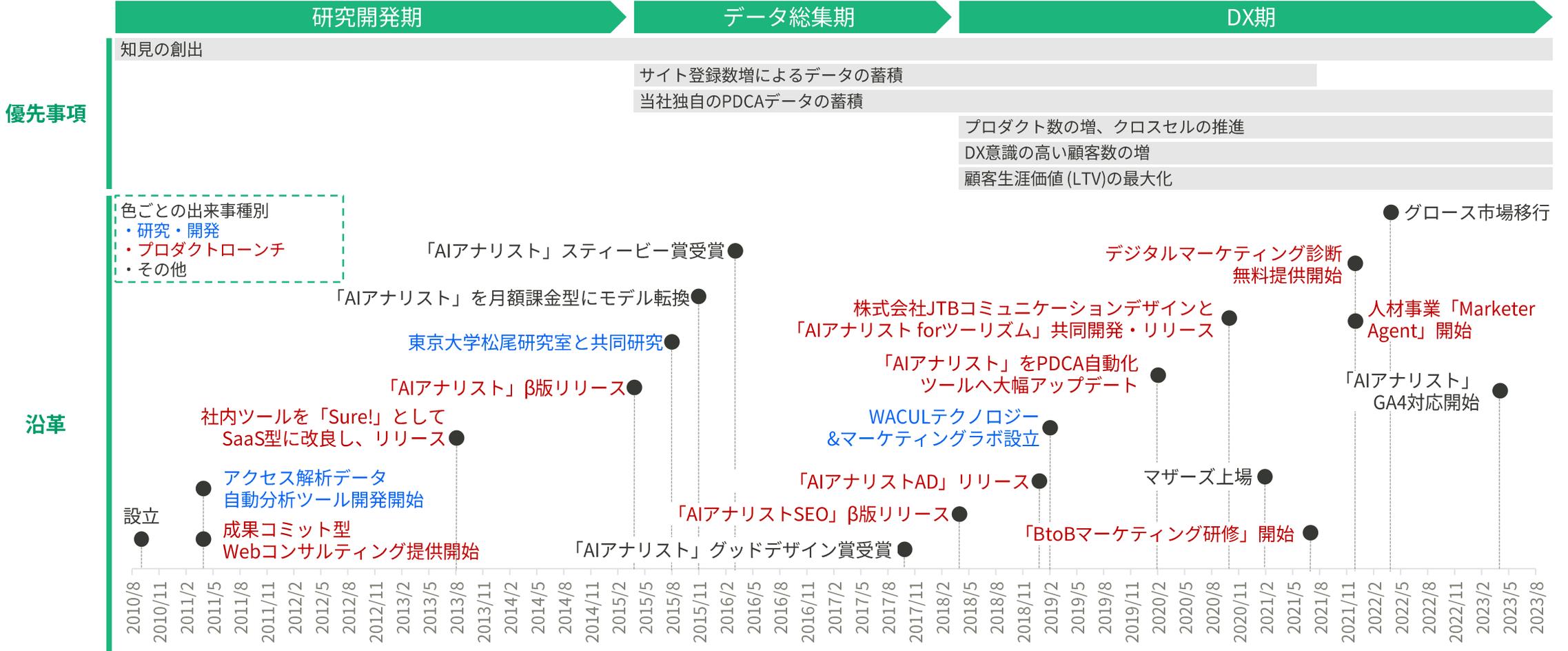


*22/2期および23/2期は当該会計年度の実績に対して、24/2期は期初会社計画に対しての比率

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



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¹が不可欠。しかし、知見とデータ理解の不足が障壁に

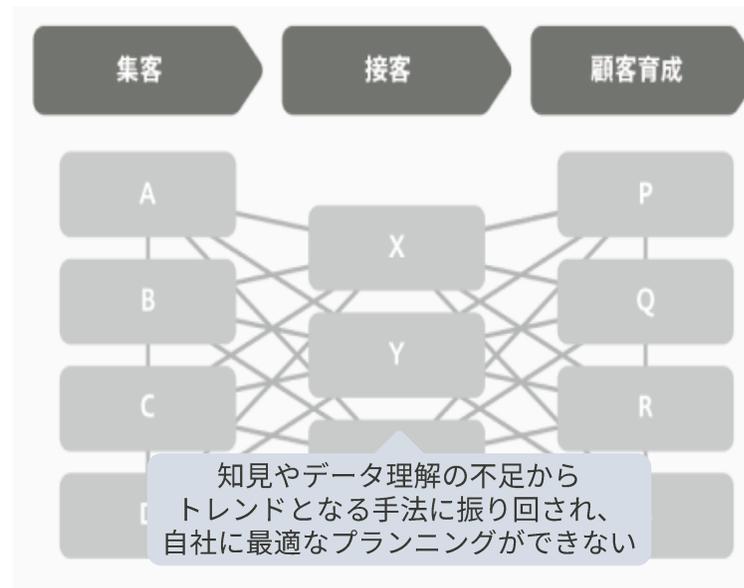
社会課題・背景

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



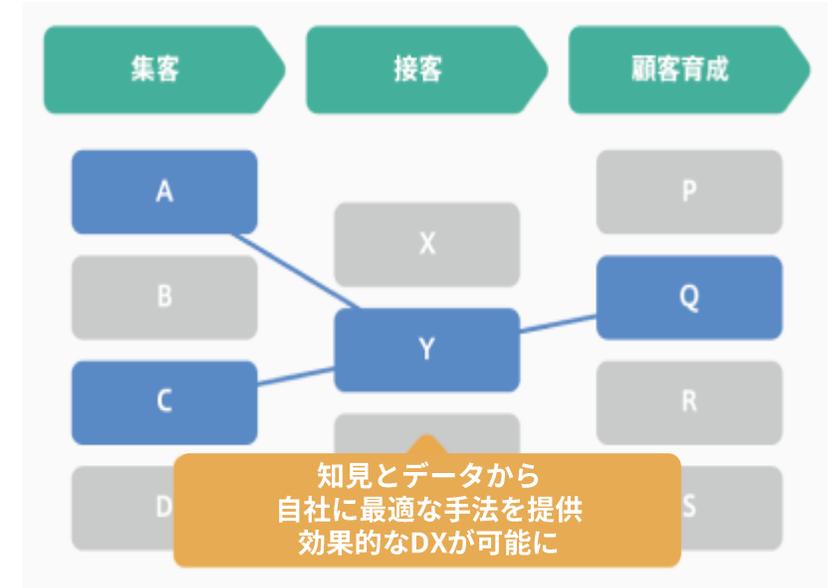
顧客企業 個社ごとの課題

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。



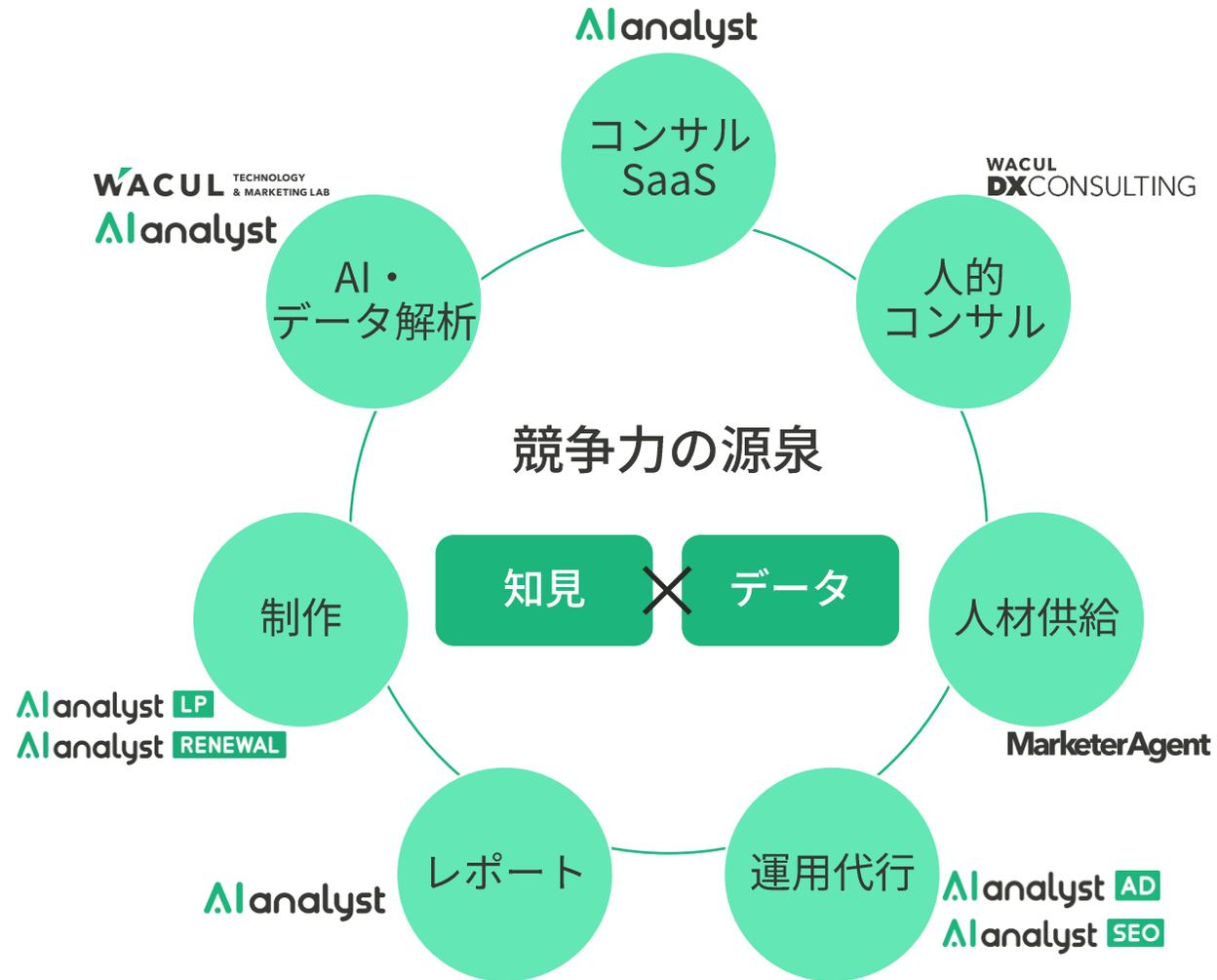
当社のソリューション

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。



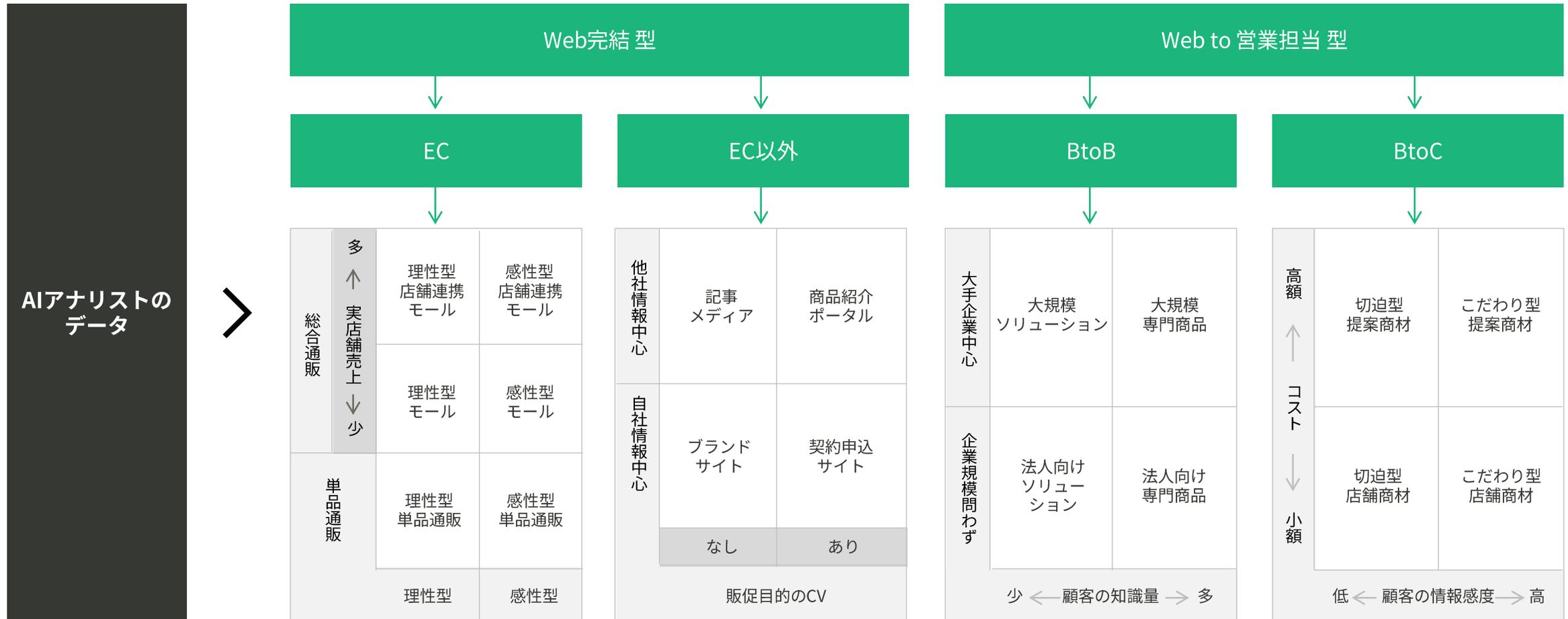
¹ デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

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」

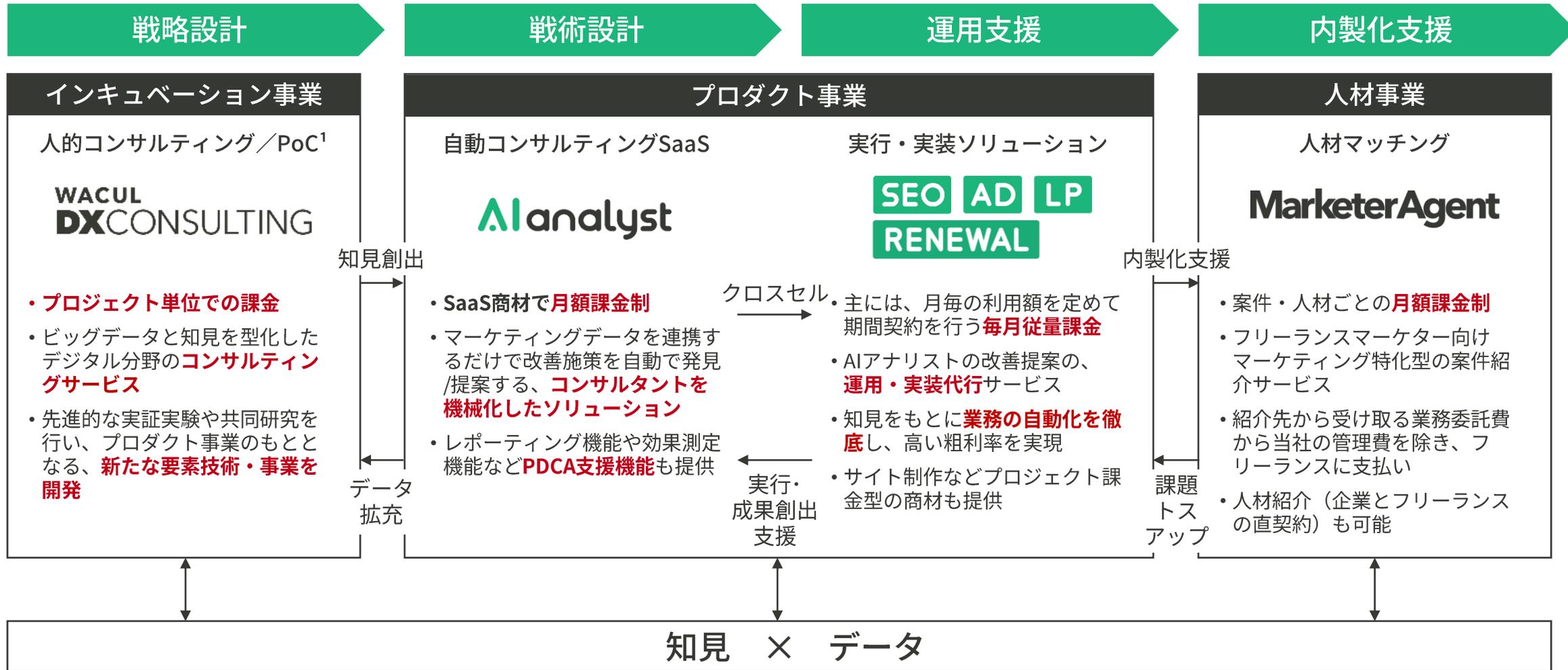


※サイトタイプは、AIアナリストが分析したサイトのうち、占有率の大きいものを分類している
 ※店舗連携モールは「Web to 営業担当」の特性も持つが、Web完結のEC機能を持つためECカテゴリに分類している

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

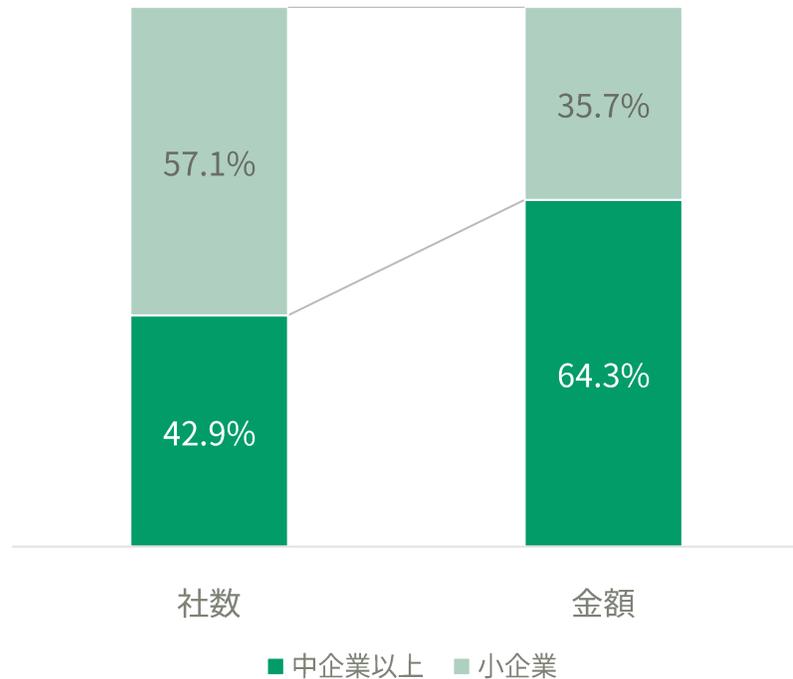


¹ PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

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

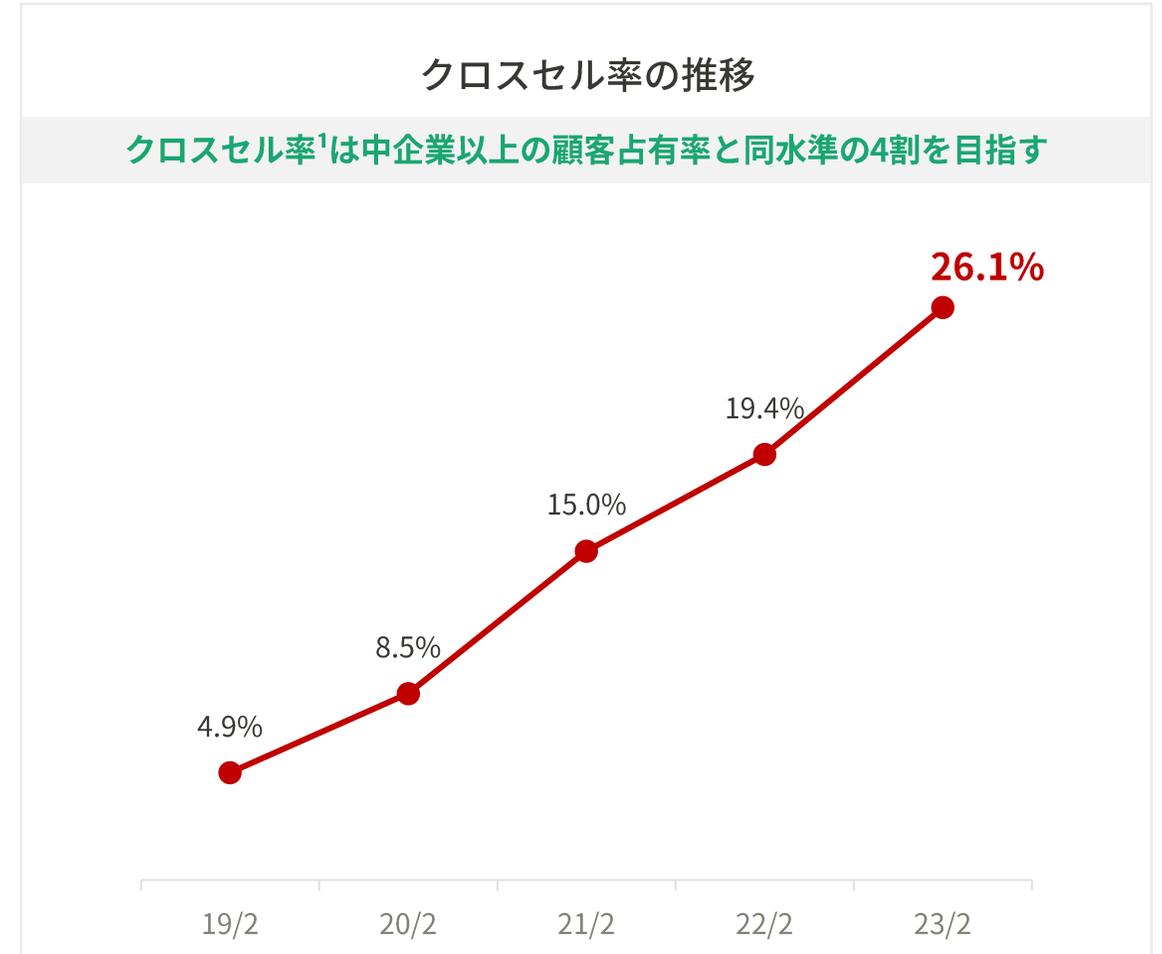
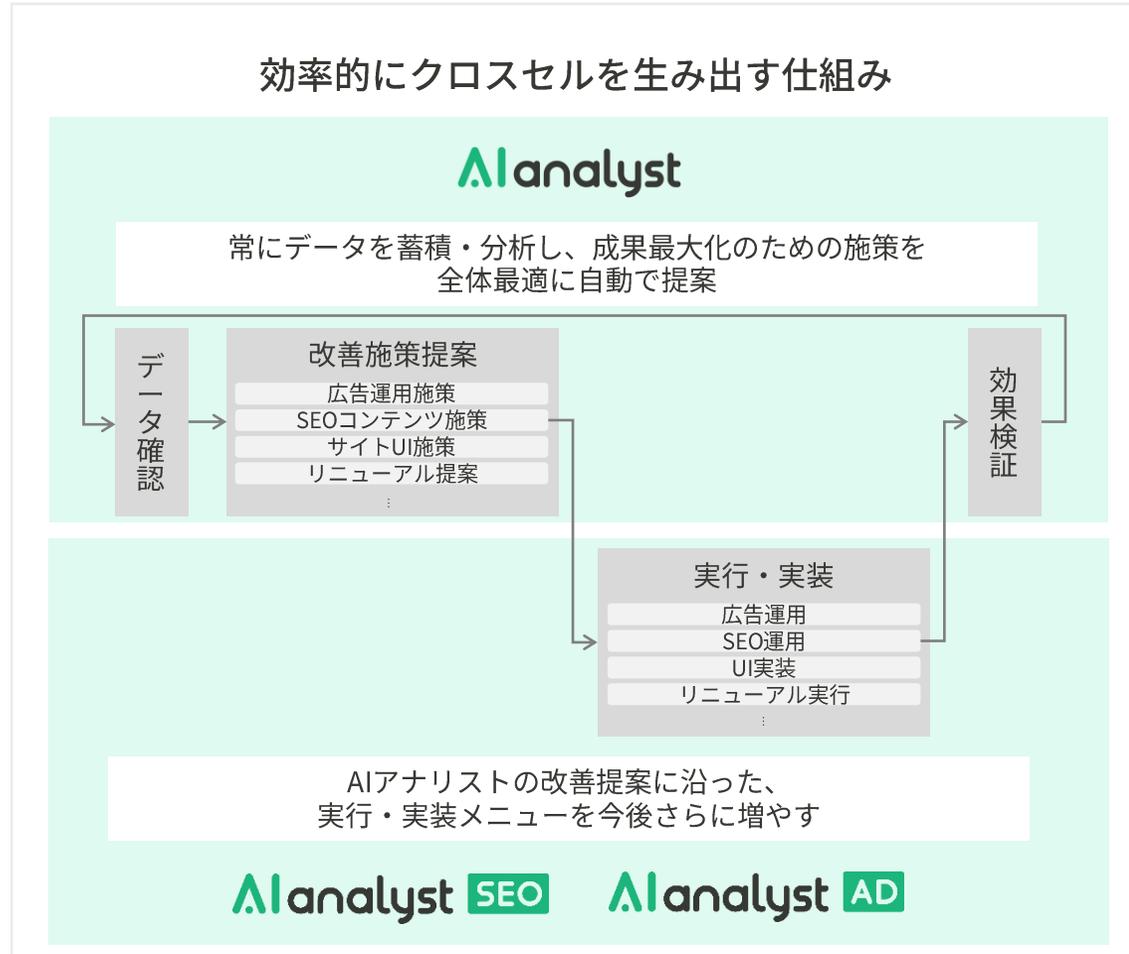
BtoB／BtoC問わず、公共以外すべての業種で採用の実績がある

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



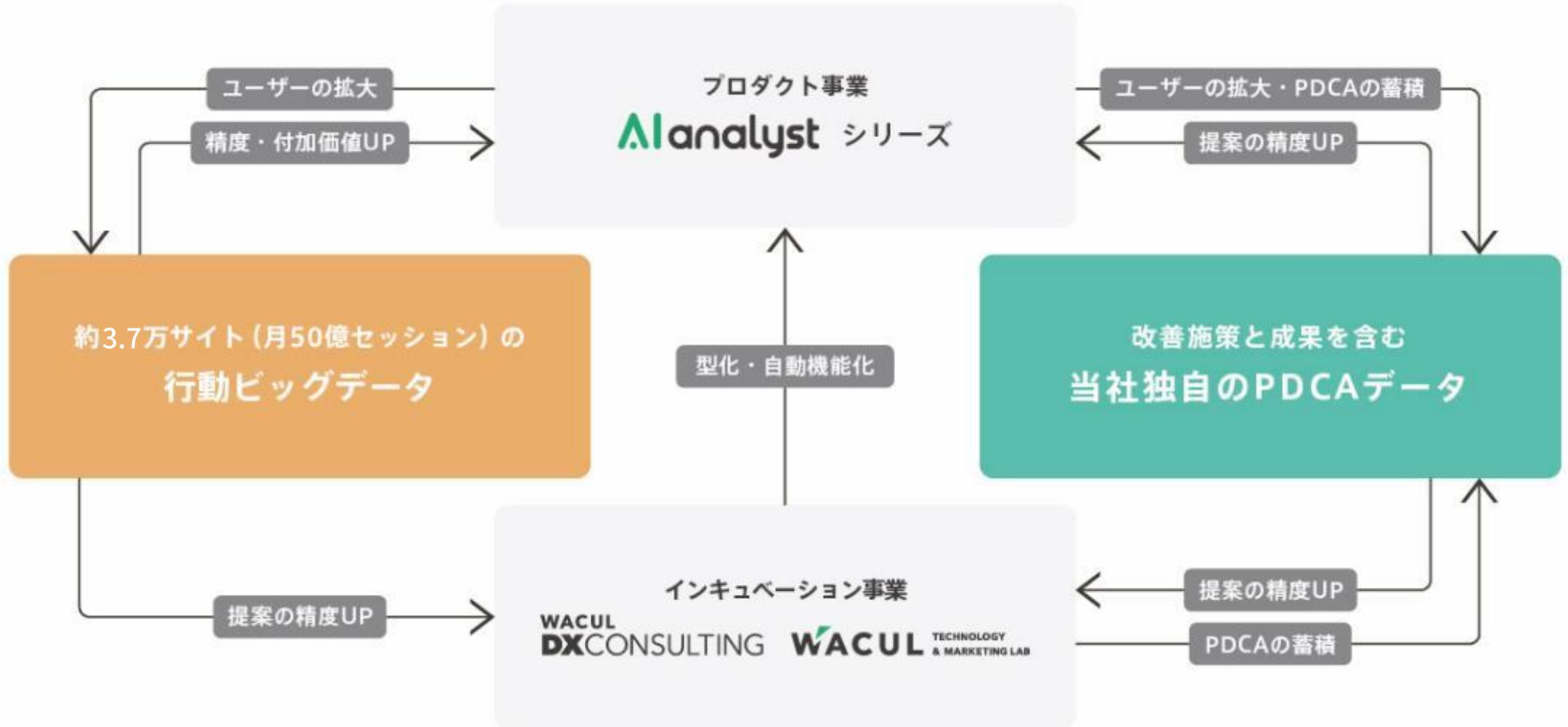
¹ クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADなどリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

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2四半期の各種KPIとその背景について

第2四半期は前年同四半期比4割の成長を実現。積み上げ型収入であるリカーリング売上高が過去最高を記録した

売上高／売上高成長率

424百万円 / +38.8%
2024年2月期第2四半期 / 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

5,447千円 / +24.6%
2023年8月 / 前年同月比

過去最高

売上総利益率

60.7%
2024年2月期第2四半期

クロスセル率

19.9%
2023年8月

EBITDA／EBITDA成長率

55百万円 / +23.4%
2024年2月期第2四半期 / 前年同四半期比

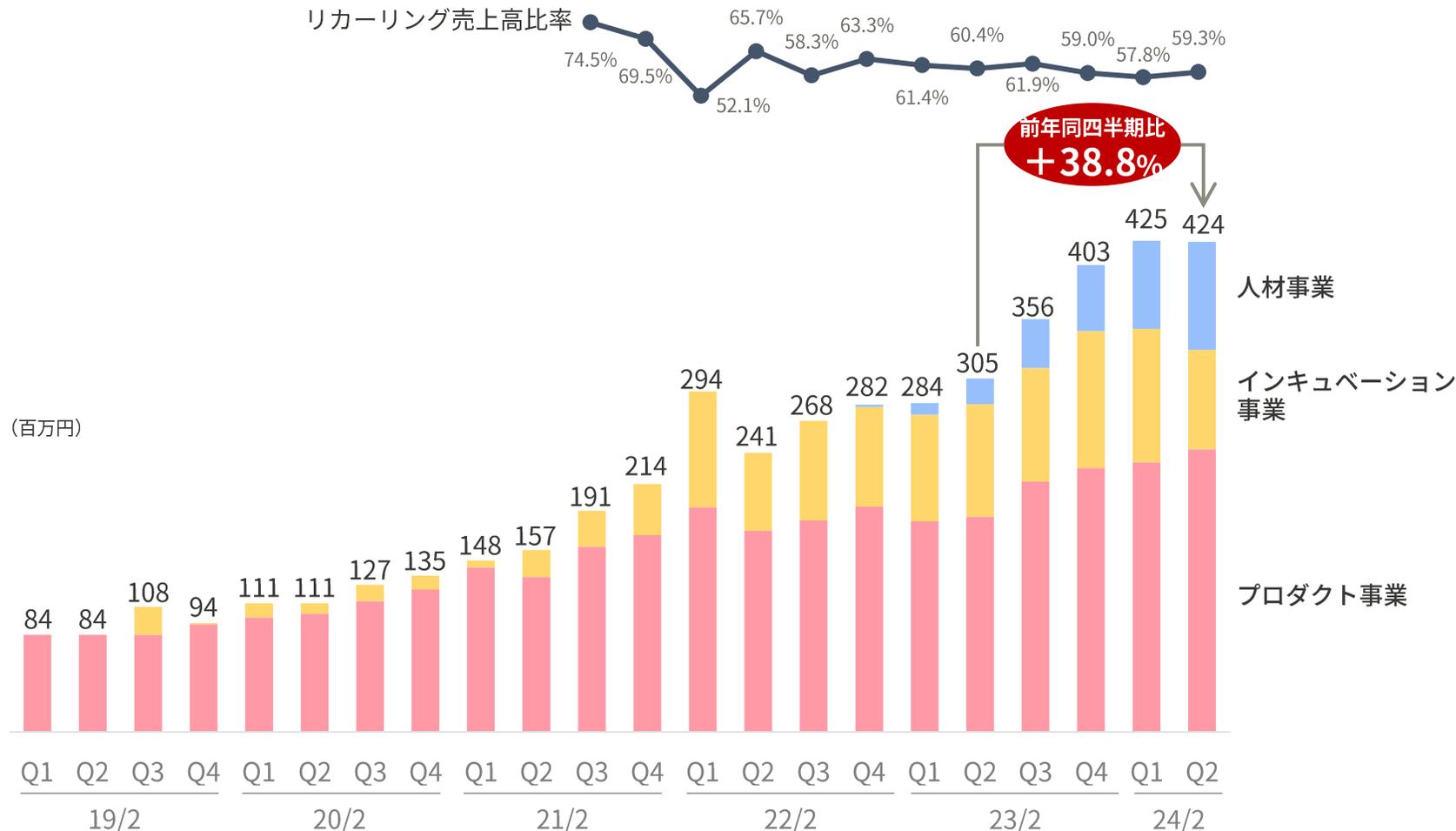
リカーリング売上高／リカーリング売上高比率

251百万円 / 59.3%
2024年2月期 第2四半期

過去最高

インキュベーション事業で大型案件の納品がなかった影響があるも、プロダクト事業および人材事業は順調に拡大した

事業別売上高とリカーリング売上高比率の推移



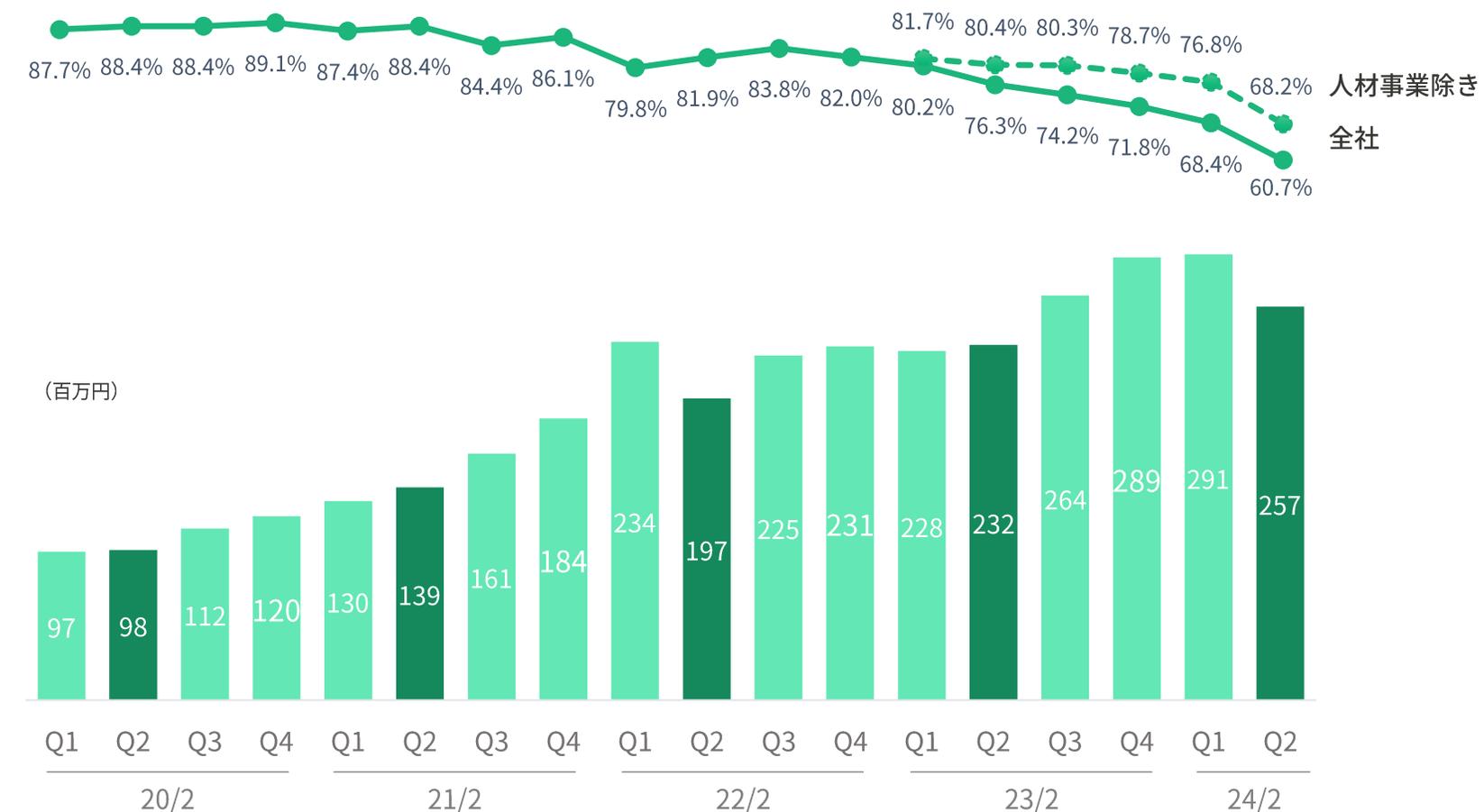
主なポイント

- プロダクト事業は、中企業以上へのアプローチが貢献し、事業拡大が順調。Webサイト制作などクリエイティブ系の案件獲得を強化を実施した結果、制作系の売上が増加
- インキュベーション事業は、人員採用がなく稼働率は高止まり。大型案件の納品がなく、第2四半期の収入としては足踏み。社内のAIアナリスト事業のコンサルタントも含め、リソース確保に努める
- 人材事業はリカーリング型のフリーランス導入に加え、Googleアナリティクスの新バージョンであるGA4への対応などの一時的な需要もあり、大幅な成長が継続した

※クリエイティブ系の売上高はプロダクト事業に含まれる

総利益率の高いインキュベーション事業の減収と、総利益率の低い人材事業・クリエイティブ案件の拡大が率下落に影響

売上総利益および売上総利益率の推移



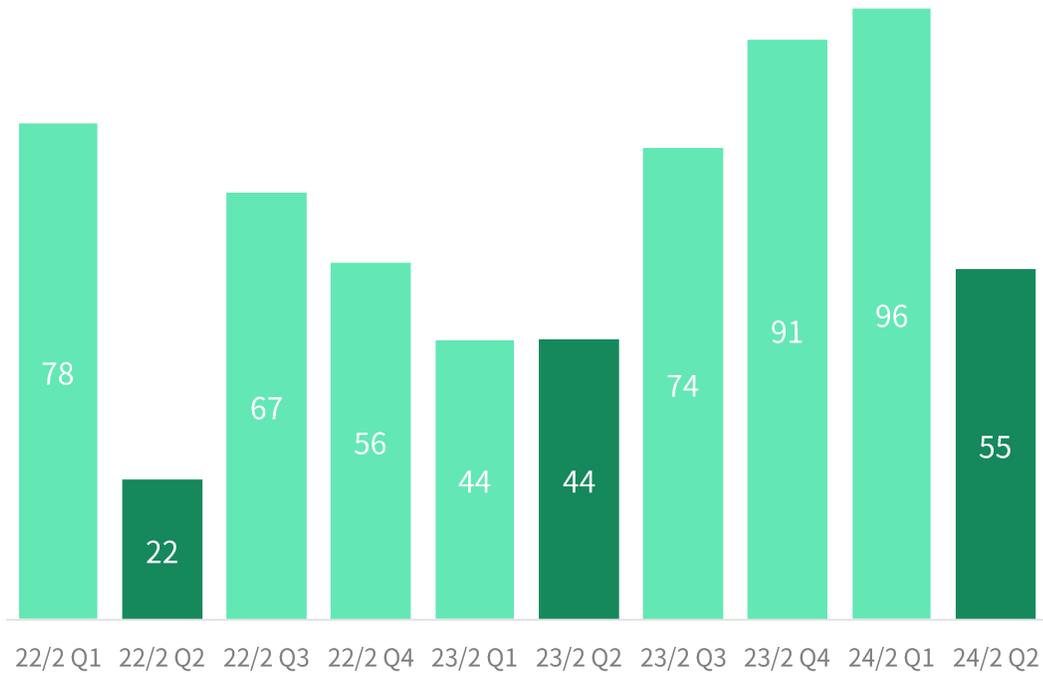
主なポイント

- インキュベーション事業で売上高の減少と人材事業の拡大、クリエイティブ系案件の増大が、売上総利益率を押し下げた
- インキュベーション事業およびAIアナリスト事業が最も高売上総利益率であり、次にAIアナリストAD、AIアナリストSEOと続き、人材事業が最も低い。現在案件獲得を進めているクリエイティブ系案件も粗利率が低い
- クリエイティブ系案件については、コンスタントに案件が獲得できる状態になってきているため、クリエイティブ組織の増強を図り、原価低減に努める

第2四半期は大型案件の少ない閑散期だが、過去最高の利益を創出した

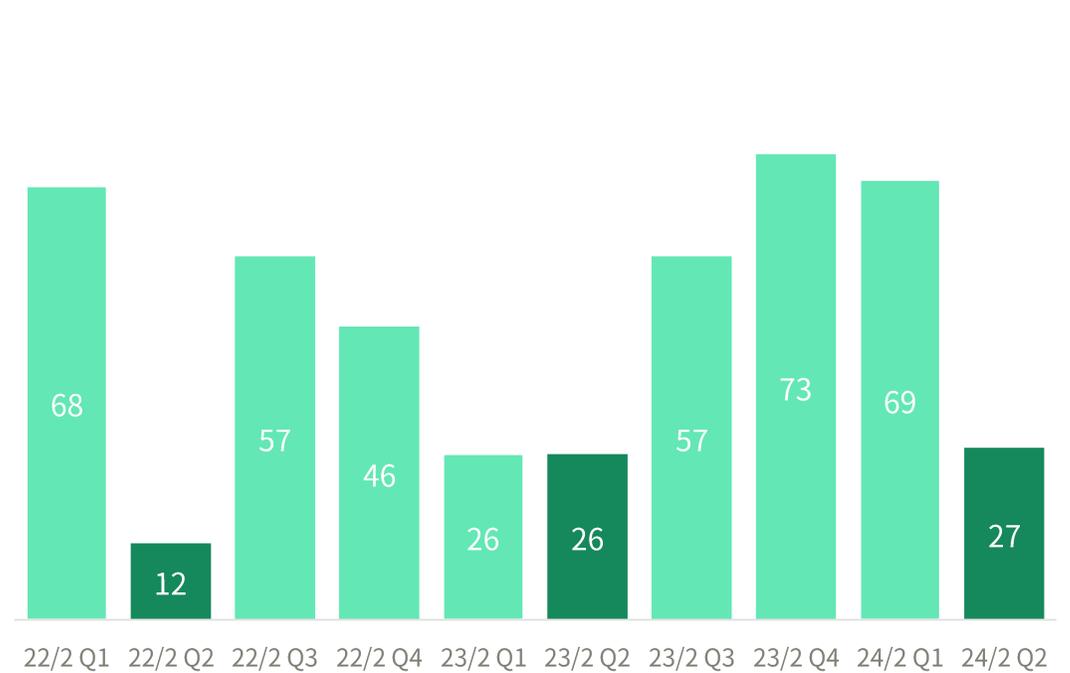
EBITDAの推移

(百万円)



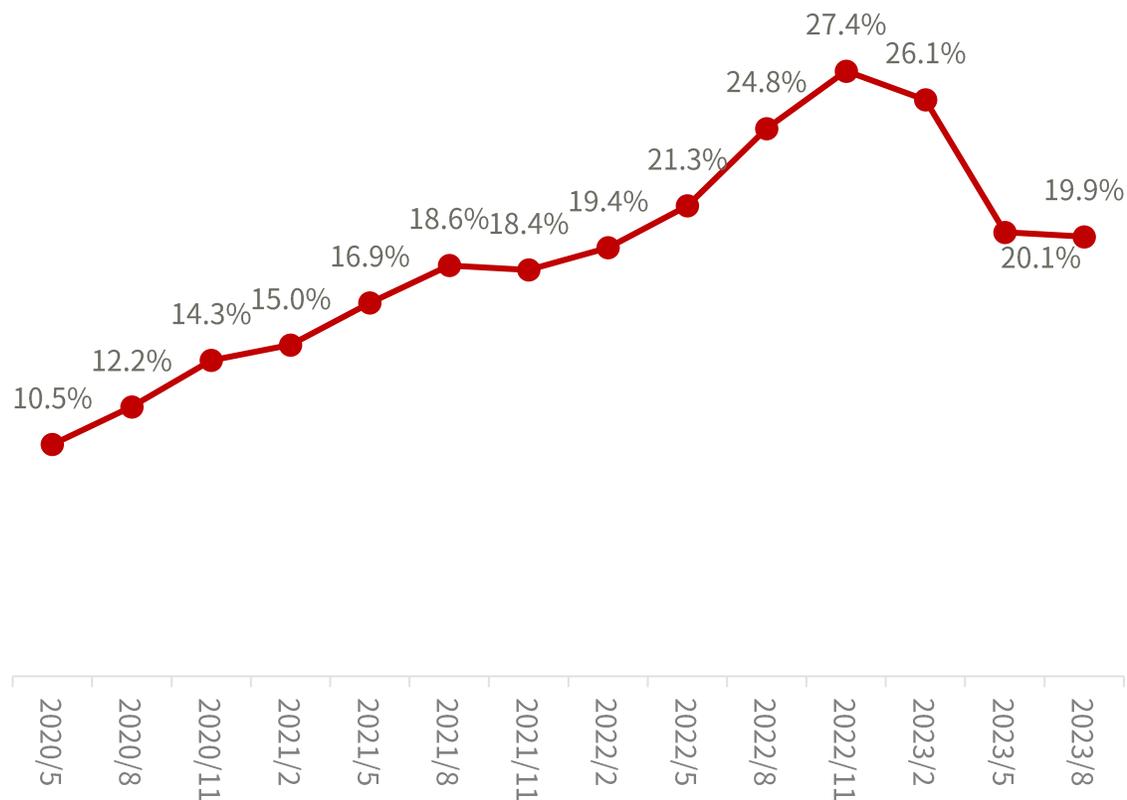
営業利益の推移

(百万円)



プロダクト事業のクロスセル率向上とクロスセル率の低い人材事業の拡大が打ち消しあい、クロスセル率は横ばい

クロスセル率¹の推移



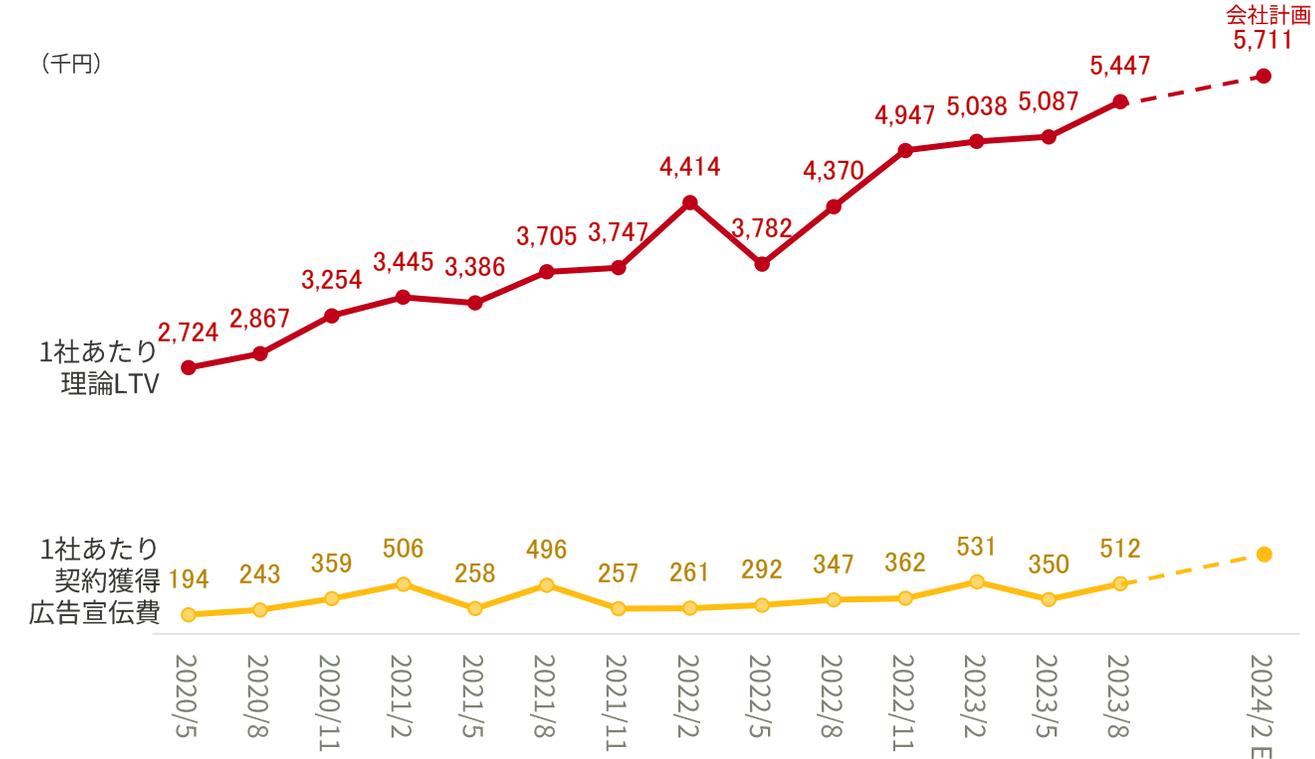
KPIに影響を与えた施策

- 人材事業では、クロスセル率の向上より単商材としての顧客開拓の優先度を高く設定しているため、人材事業の拡大はクロスセル率押し下げの要因に
- 一方、プロダクト事業ではクロスセルが望めず将来的な拡大の見込みづらい小粒案件の整理と中企業以上へのクロスセルの働きかけから、クロスセル率が向上
- 上記が打ち消し合ったことで、クロスセル率は横ばいに

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)

中企業以上へのフォーカスを継続したことで、着実に理論LTVが伸長。過去最高の理論LTVを達成

1社あたり理論LTV¹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。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)	4,370	5,087
当四半期実績との差異	+24.6%	+7.1%
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	増加
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	改善	横ばい

¹ 1社あたり理論LTVは、1社あたり平均初期売上高を12ヶ月平均して算出したものと、1社あたり平均リカーリング型売上高を12ヶ月平均して算出したものとを合計したものである。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する。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ヶ月平均して算出する。1社あたり契約獲得広告宣伝費は、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

財務ハイライト

2024年2月期第2四半期の実績について

売上高は前年同四半期比38.8%増と成長。上期の会社計画に対する進捗は47.9%と、計画達成は射程圏内

	2024/2 Q2	前年同四半期 (2023/2 Q2)		前四半期 (2024/2 Q1)		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	424	305	+38.8%	425	▲0.4%	1,773	47.9%
売上総利益	257	232	+10.4%	291	▲11.7%	1,183	46.3%
売上総利益率	60.7%	76.3%	▲15.6pp	68.4%	▲7.7pp	66.7%	-
販売管理費	229	206	+11.4%	221	+3.5%	992	45.5%
営業利益	27	26	+2.7%	69	▲60.4%	191	50.6%
営業利益率	6.5%	8.8%	▲2.3pp	16.3%	▲9.8pp	10.8%	-
EBITDA	55	44	+23.4%	96	▲43.2%	302	50.2%
EBITDA率	13.0%	14.6%	▲1.6pp	22.8%	▲9.8pp	17.1%	-
経常利益	31	27	+16.4%	69	▲53.9%	188	53.5%
純利益	30	26	+15.0%	57	▲47.1%	199	43.7%

第2四半期は採用が進み、人件費は増大した

(単位：百万円)	2024/2 Q2	前年同四半期 (2023/2 Q2)		前四半期 (2024/2 Q1)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	126	110	+14.5%	119	+6.4%
業務委託費	32	33	▲2.2%	31	+2.0%
採用費	8	2	+269.2%	5	+50.5%
広告宣伝費	20	19	+4.9%	17	+16.8%
家賃等	7	6	+5.2%	7	▲3.0%
システム利用料	11	12	▲7.2%	12	▲8.2%
支払手数料等	16	14	+19.8%	17	▲2.4%
その他	5	6	▲15.3%	10	▲43.6%
合計	229	206	+11.4%	221	+3.5%

※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。

手元現金は順調に積み上がり、高い財務安定性を維持。戦略投資も可能に

(単位：百万円)	2024/2 Q2	前期末 (2023/2)	
		実績	増減
流動資産合計	1,272	1,173	+99
うち現金および預金	936	823	+112
うち売掛金等	321	326	▲5
固定資産合計	421	406	+14
うちソフトウェア等	255	246	+8
流動負債合計	553	505	+48
うち未払金・前受金等	392	349	+43
固定負債合計	35	68	▲33
純資産合計	1,105	1,005	+99
うち株主資本	1,097	1,001	+96

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)	2024/2 上期	参考値 2023/2 上期	参考値 2023/2 通期
営業キャッシュフロー合計	205	171	301
投資キャッシュフロー合計	△63	△84	△160
財務キャッシュフロー合計	△29	△35	△72
うち長期借入による収入	0	0	0
うち新株予約権に関する収入*	10	5	8
キャッシュフロー合計	112	51	68
フリーキャッシュフロー	142	86	140

*注：新株予約権の発行による収入および新株予約権の行使による株式の発行による収入の合算値を記載している

ビジネスアクション

2024年2月期 第2四半期の取り組みについて

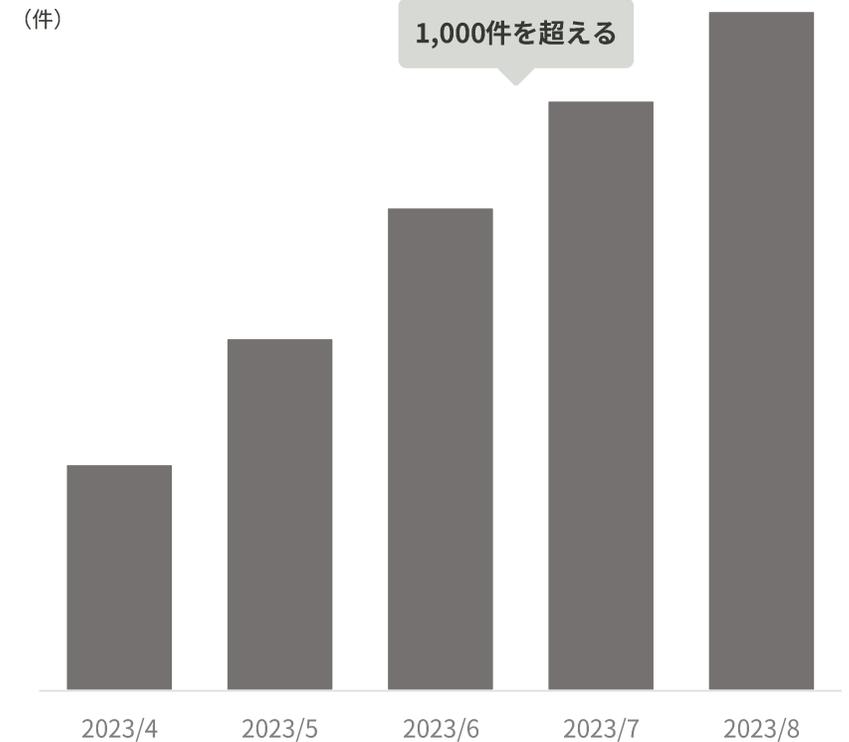
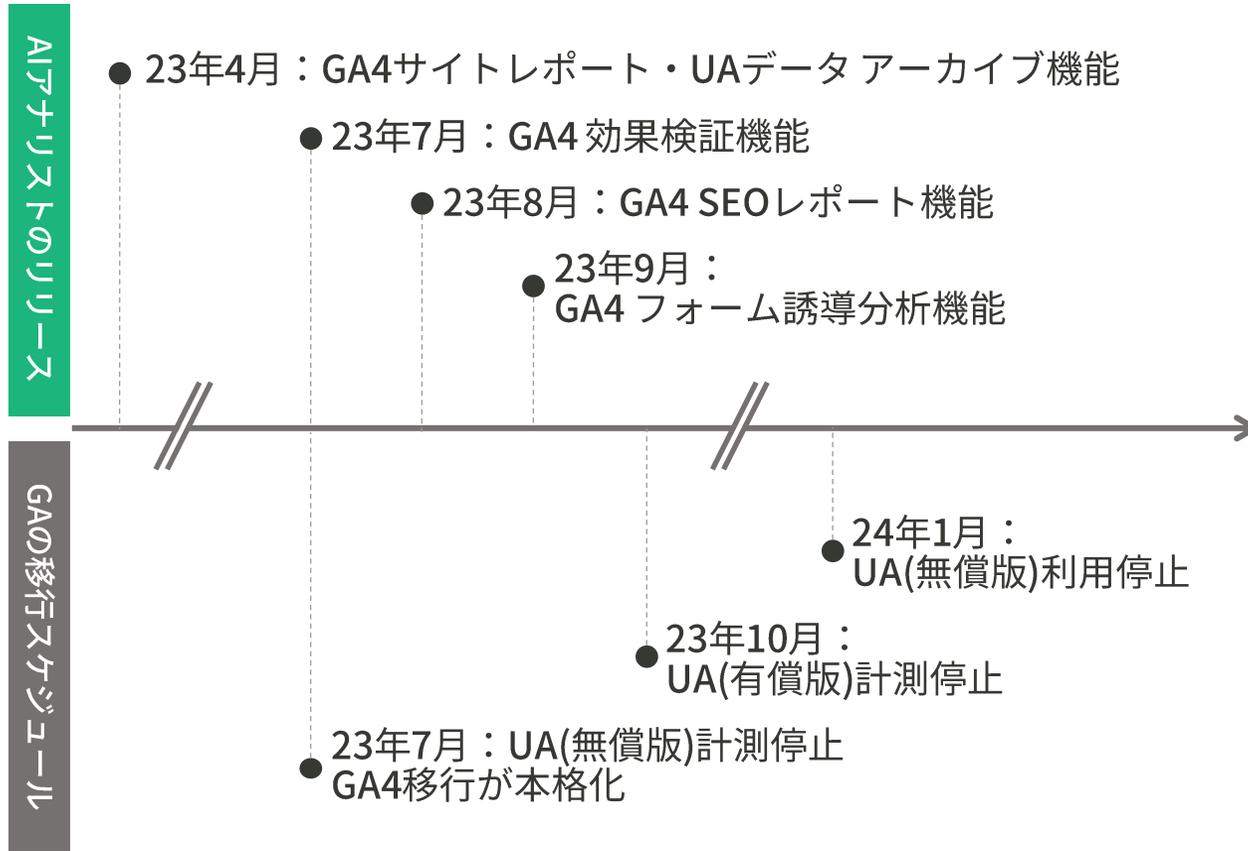
プロダクト事業・人材事業とも既存提供領域と相性のよいクリエイティブ領域を強化

	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">GA4を活用した機能のさらなる拡充を実施コンサルティングとの掛け合わせで、中企業向けの案件獲得を進め、単価アップを継続
	AIアナリストAD	<ul style="list-style-type: none">さらなる効率化のための内部システムを開発継続取り扱い媒体の拡充を進める
	AIアナリストSEO	<ul style="list-style-type: none">サイト制作+コンテンツ制作をセットで提供する“オウンドメディア構築パッケージ”を作成。販売開始予定
	その他 (AIアナリストLP等)	<ul style="list-style-type: none">クリエイティブ人材の採用および協力会社・業務委託の発掘によるキャパシティ拡大
人材事業	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">クリエイター領域のマッチングを開始事業拡大速度アップのための広告投資を開始人材プールの幅の拡大と優秀層の囲い込みを実施
インキュベーション事業	<ul style="list-style-type: none">既存顧客向けの案件が伴走フェーズで長期化稼働率の高位安定で四半期毎の売上高計上が安定	<ul style="list-style-type: none">稼働率はすでに高く、支援案件数のさらなる増に向けて人員採用を継続書籍出版で新たな層にリーチし新規顧客を開拓

AIアナリストのGA4対応機能を断続的にリリースしたことで、GA4のAIアナリストへの連携数が増加

GAのバージョン移行より前にAIアナリストの機能をリリース

GA4のAIアナリストへのAPI連携数が順調に増加



※GA...Googleアナリティクス、UA...ユニバーサルアナリティクス。第3世代のGoogleアナリティクスの名称、GA4...新たに提供されているGoogleアナリティクスの最新版の名称。

LTVマーケティングをテーマに、新たに書籍を出版。WACULのサービスが広範囲に渡っていることの認知獲得に活用

代表取締役の垣内が「LTVの罠」を日経BP社より上梓

ライフ
タイム
バリュー
の罠に
注意せよ

amazon 売れ筋ランキング
経営戦略部門
1位
※2023.6.30時点

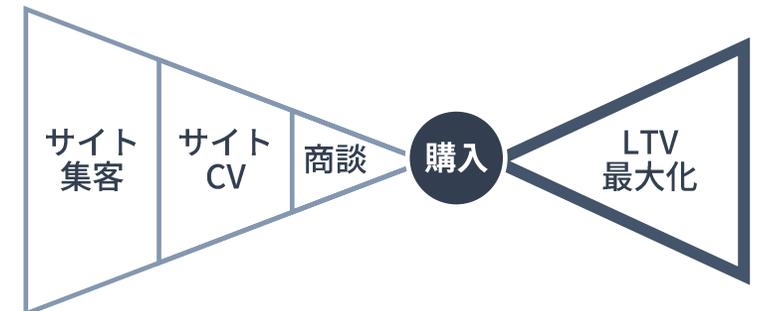
2023年7月20日発売

著者 垣内勇威
定価 2,200円 + 税

WACUL

今後のアクション

- WACULが「AIアナリスト」というWebサイト改善から、集客領域の広告・SEO、さらにはナーチャリング領域のCRM/MA/SFAといった顧客管理まで手を広げていることの認知が不足
- “LTV”をキーワードに、「AIアナリスト」の強いイメージに引っ張られた、これまでの狭い事業領域イメージを払拭し、広範な支援が可能であることを伝えていく施策として実施



顧客の事業領域イメージ

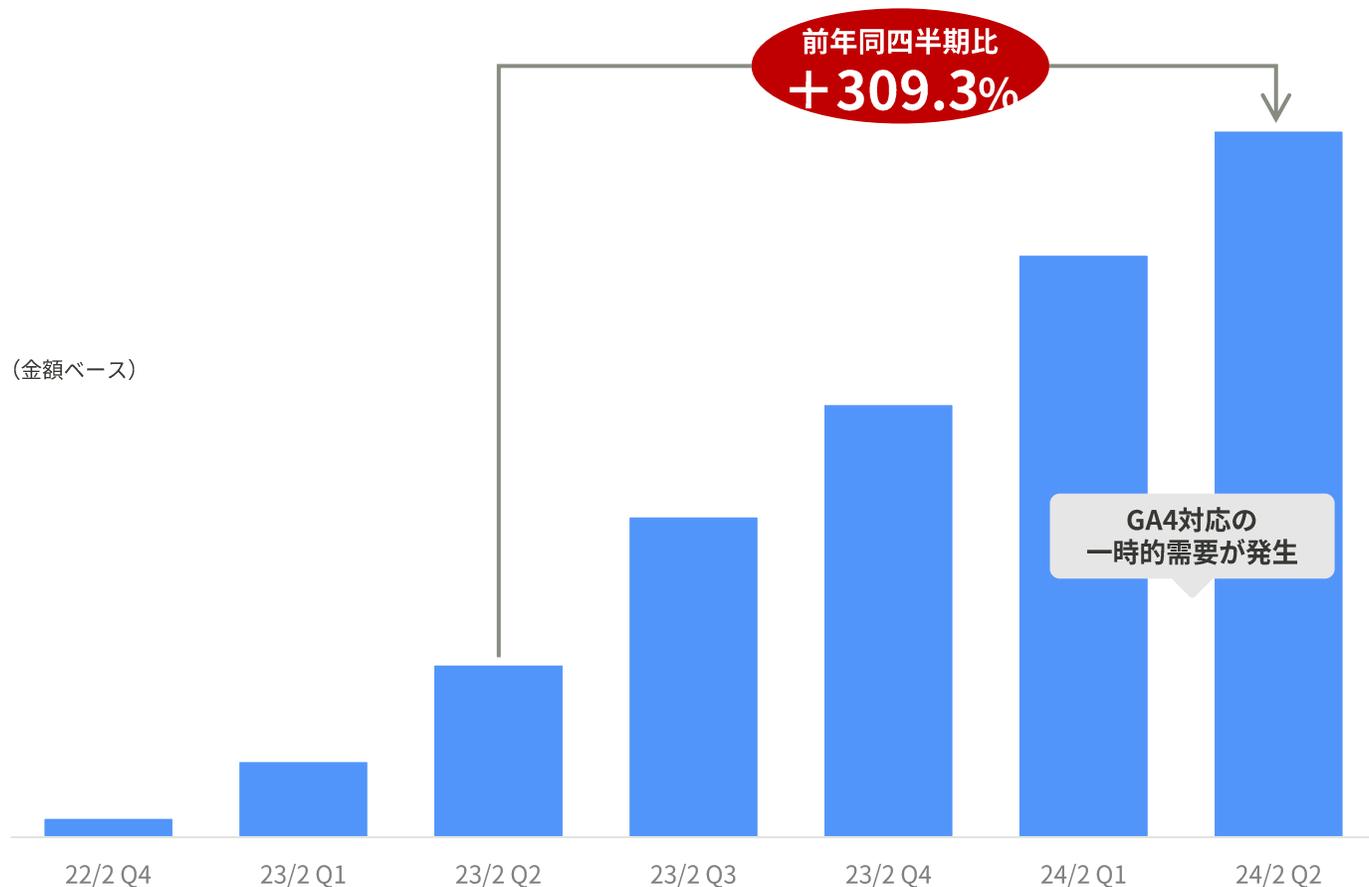


認知させたい事業領域のイメージ



人材事業は、前年同四半期比で4倍超に拡大。成長スピードは拡大

GA4対応の一時需要もあり、24/2期 第2四半期は売上高が前年同四半期比4倍に



今後のアクション

- 上期はGoogleアナリティクスのGA4への更新への対応という一時的な需要もあり、成長スピードが加速
- これまでデジタルマーケティングの戦略立案および広告運用やSEO対策の指南などのフリーランスを企業とマッチングしてきたが、今後はさらにクリエイティブ系人材にも広げていくべく、テストを開始
- 成長を維持・加速するために、広告宣伝費を緩やかに投下していく

今期の見通し

2024年2月期通期業績予想について

順調な進捗率を背景として、期初計画は維持

(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%	▲2.8pp
EBITDA	302	255	+18.5%
EBITDA率	17.1%	18.9%	▲1.8pp
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。

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 想定年収	×	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
Google アナリティクス4	Googleアナリティクス4 (GA4) は、次世代版のGoogleアナリティクス。前世代のユニバーサルアナリティクス (UA) に代わるメインアナリティクスとして提供されていたが、データ計測は2023年7月に終了し、データは2024年1月に削除が予定されている
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

当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、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