

株式会社WACUL
2024年2月期
第3四半期
決算説明会資料

2024年1月10日

24/2期第3四半期業績の概要

売上高

リカーリング売上高が
過去最高を達成

2024/2期 第3四半期

451百万円

前年同四半期比+26.9%

※リカーリング売上高 254百万円
(同+15.4%)

- 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+26.9%の成長を達成
- 人材事業の拡大もあり、売上発生継続性が高いリカーリング売上高は過去最高に

EBITDA

安定収益を確保しながら投資を実施

2024/2期 第3四半期

53百万円

前年同四半期比▲29.2%

※営業利益 25百万円
(同▲55.4%)

- 人材事業の成長が想定以上で、人材データベースの開発を前倒して開始し、研究開発費支出が発生
- 将来的に内製を目指す現時点では自社内で完結しないクロスセル商材（サイト制作、CRM/SFA支援等）の受注が拡大し、利益率は悪化

理論LTV

理論LTVは5四半期連続で
過去最高を達成

2023/11

5,800千円

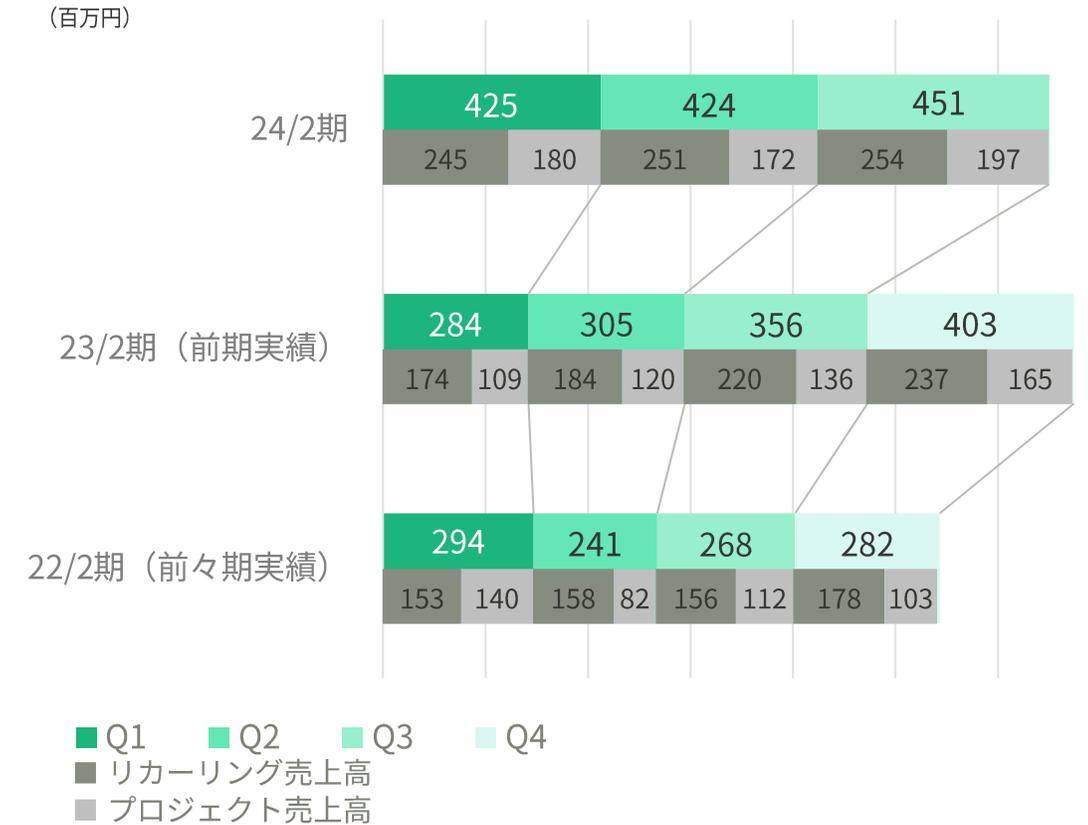
前年同月比+17.3%

※クロスセル率 19.6%
(同▲7.8pp)

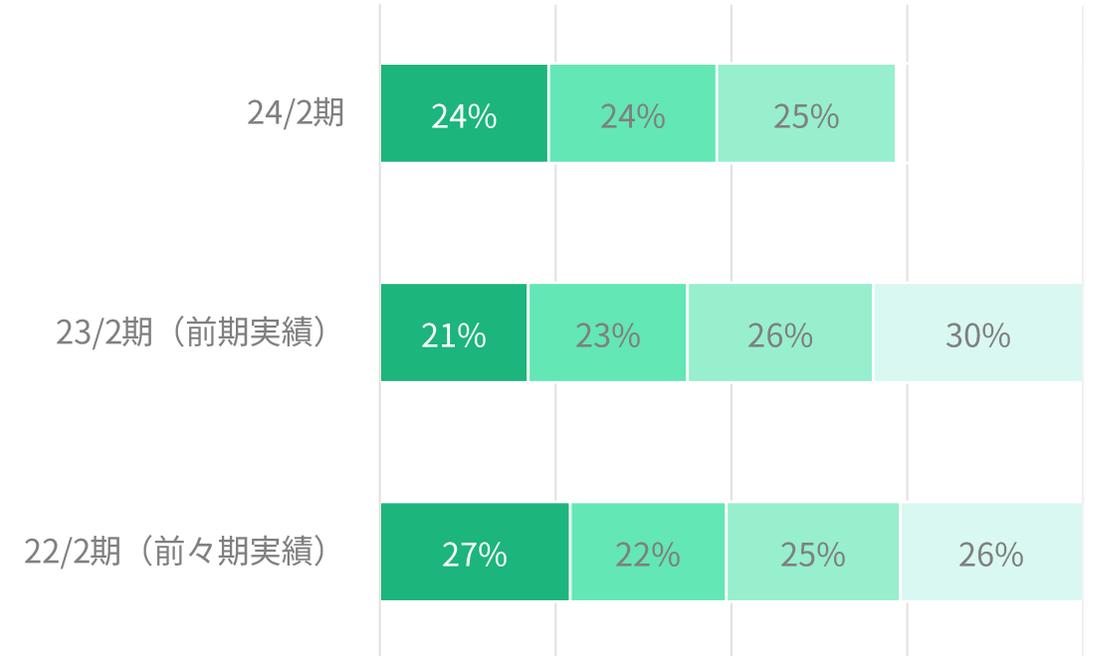
- 理論LTVは、1社あたり売上高が拡大し、前年同月比で+17.3%成長
- クロスセル余地のある企業群から中企業以上へのフォーカスを続けたことで、5四半期連続で過去最高を更新

会社計画に対する売上高進捗率は年度計画の3/4と、計画達成に向けて順調に積み上がった

四半期ごとの売上高推移



四半期ごとの売上高の進捗率*

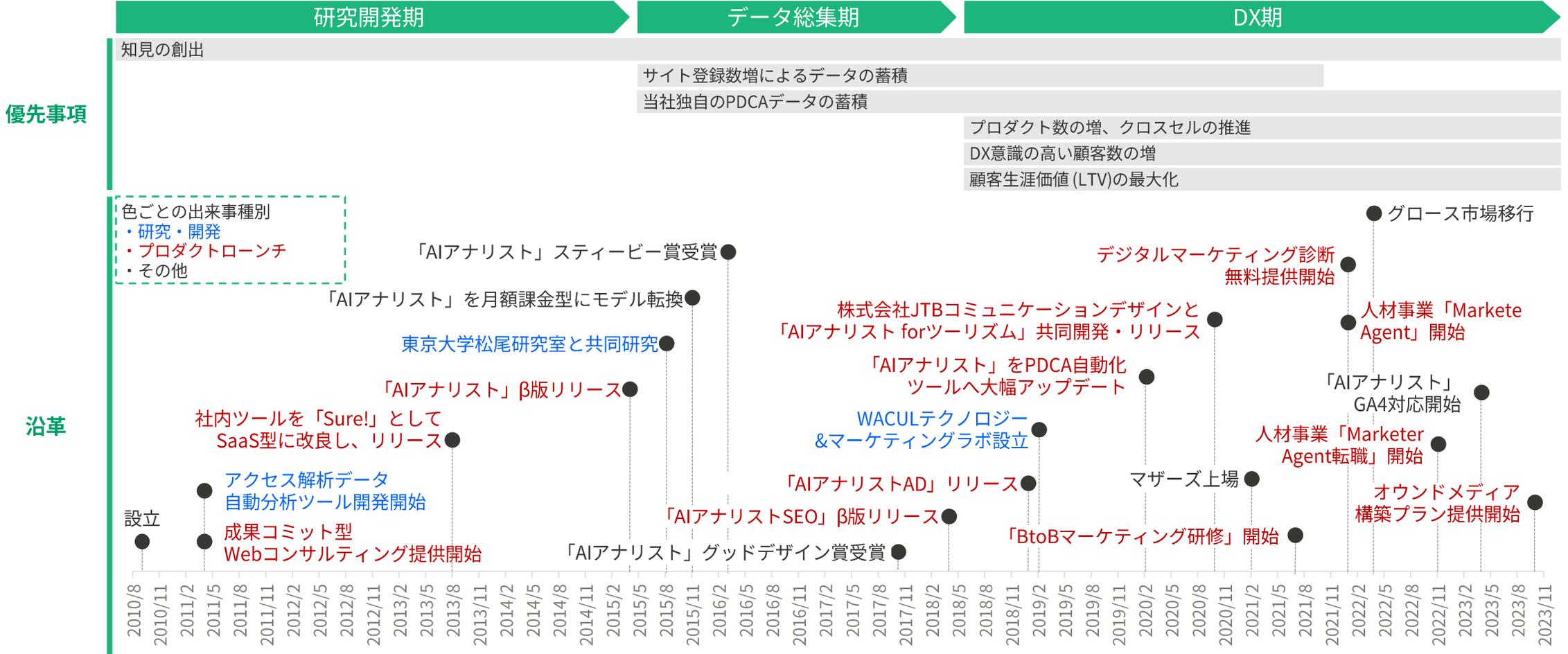


*22/2期および23/2期は当該会計年度の実績に対して、24/2期は期初会社計画に対しての比率

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



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

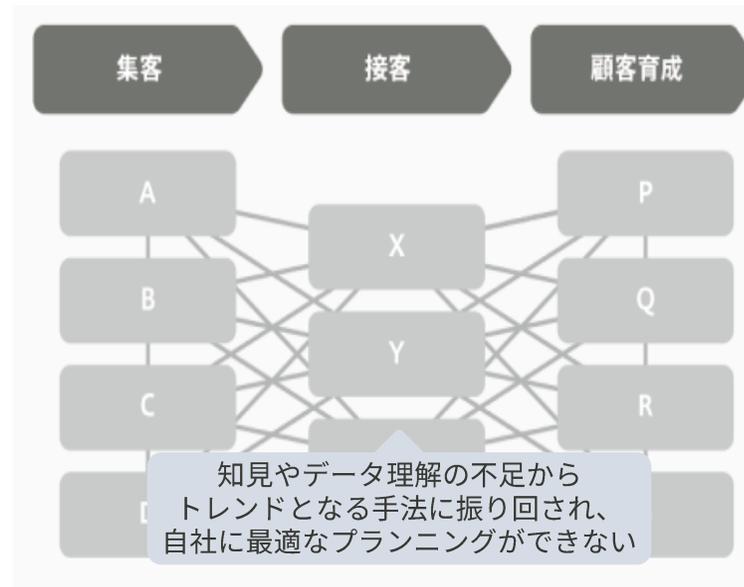
社会課題・背景

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



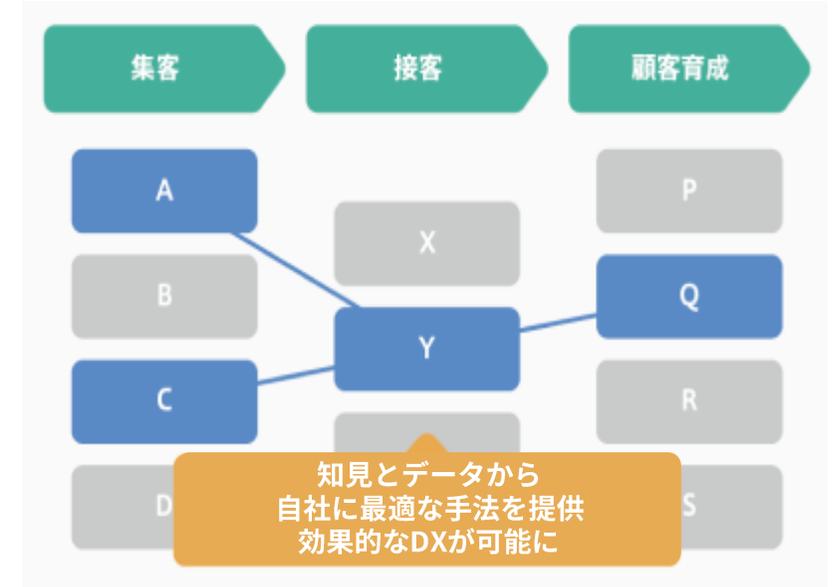
顧客企業 個社ごとの課題

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。



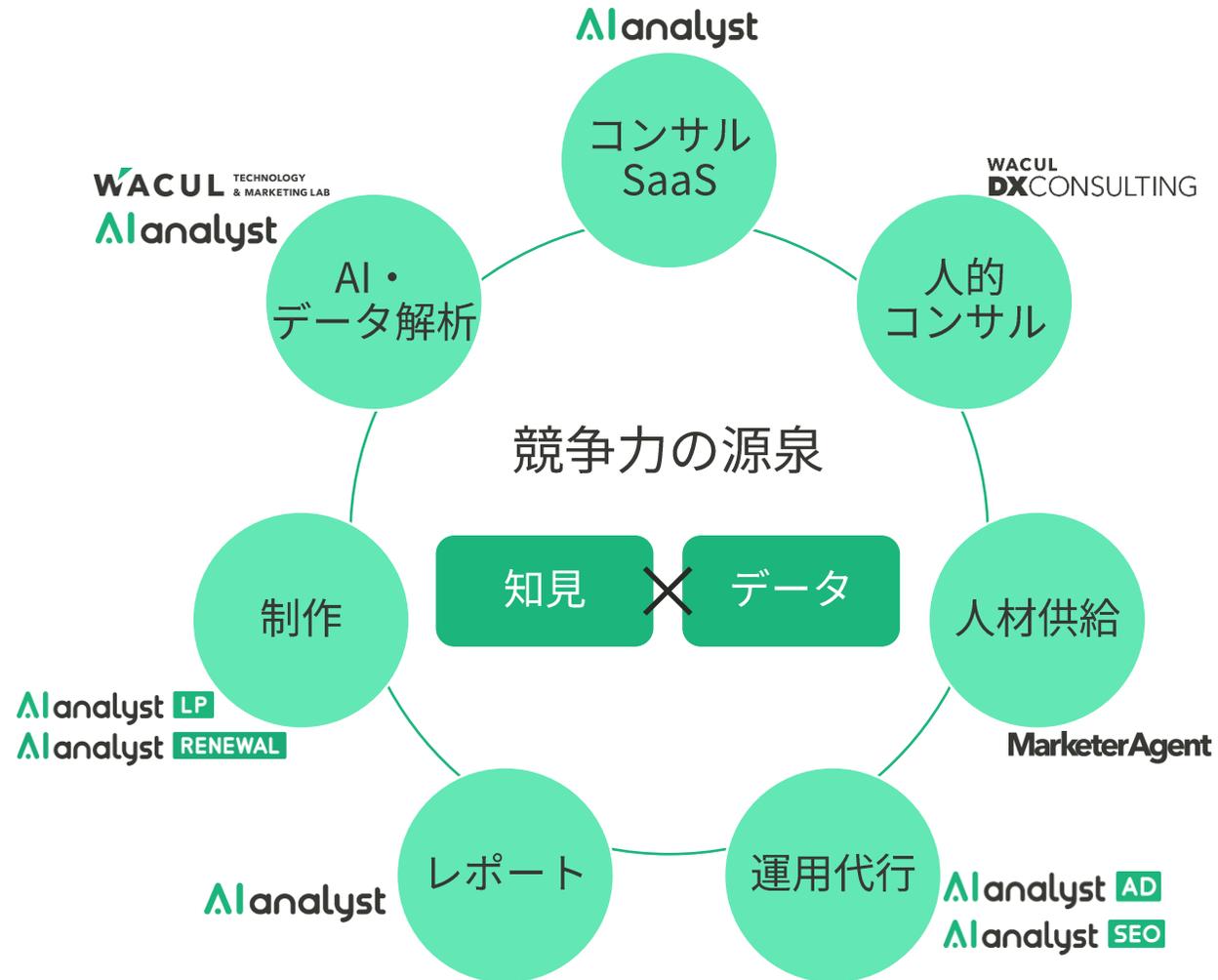
当社のソリューション

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。



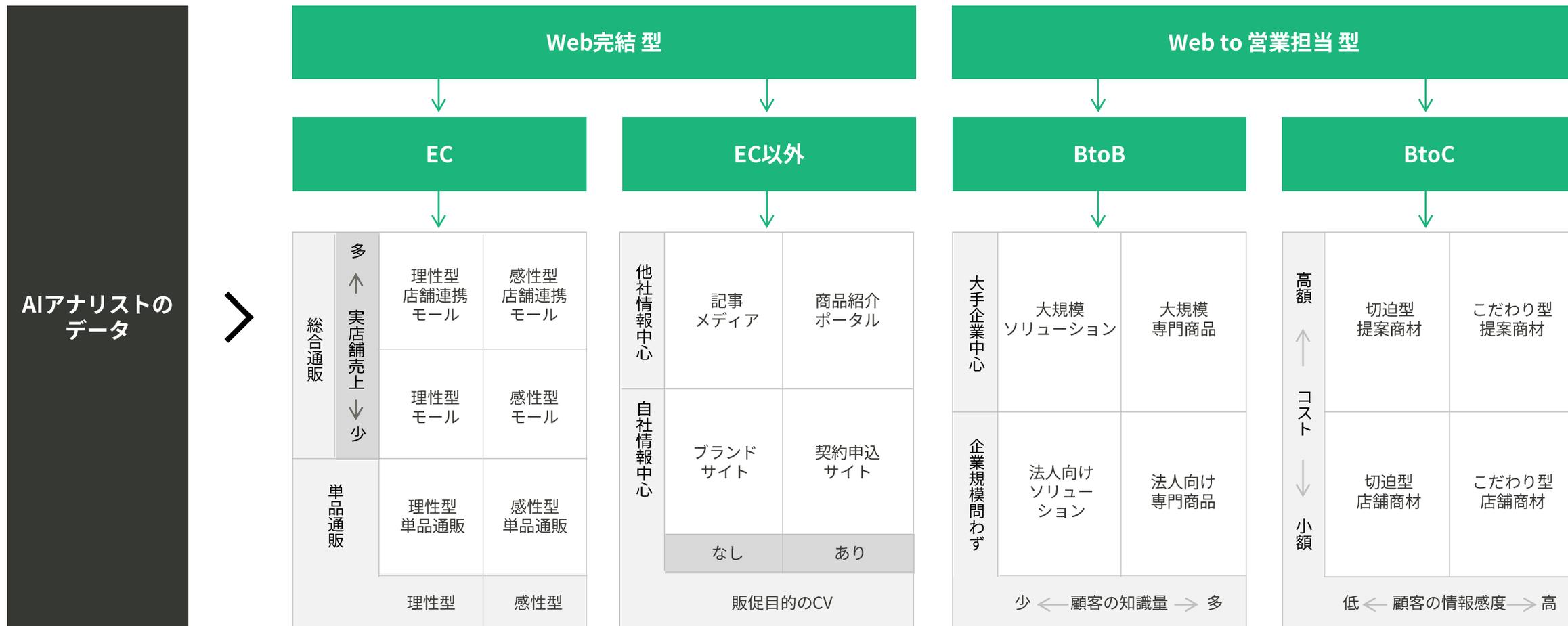
¹ デジタルトランスフォーメーションとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

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」

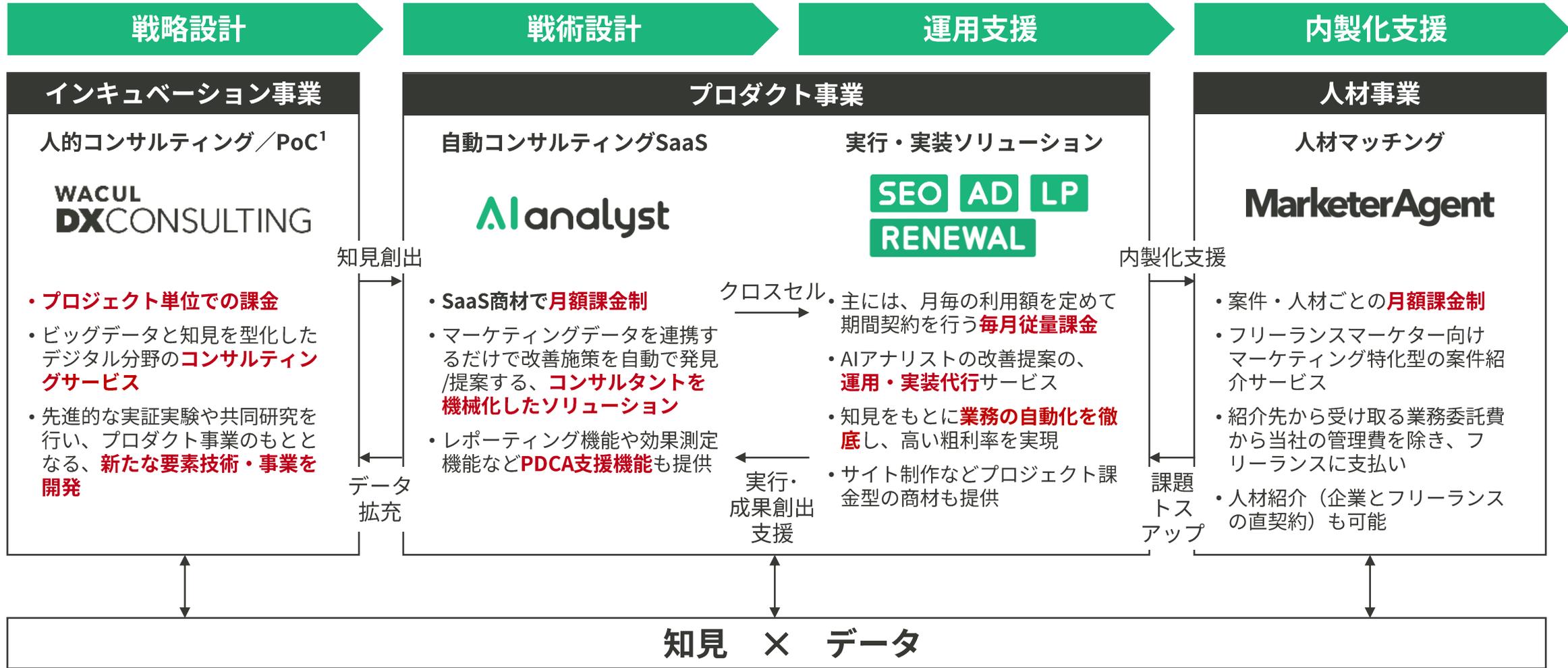


※サイトタイプは、AIアナリストが分析したサイトのうち、占有率の大きいものを分類している
 ※店舗連携モールは「Web to 営業担当」の特性も持つが、Web完結のEC機能を持つためECカテゴリに分類している

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

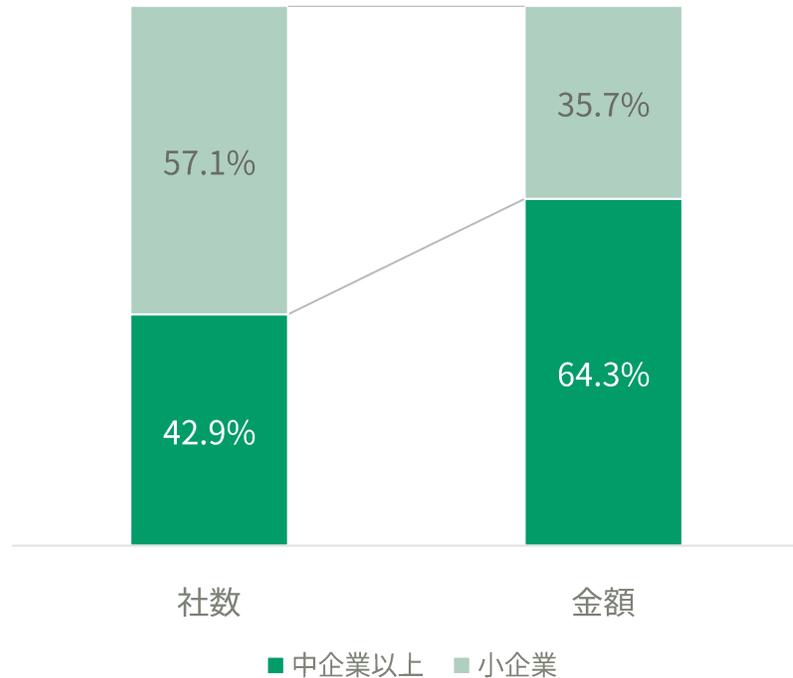


¹ PoCはProof of Conceptの略称。新規アイデアのフィジビリティ・スタディなどの検証・実証のトライアル活動のこと

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

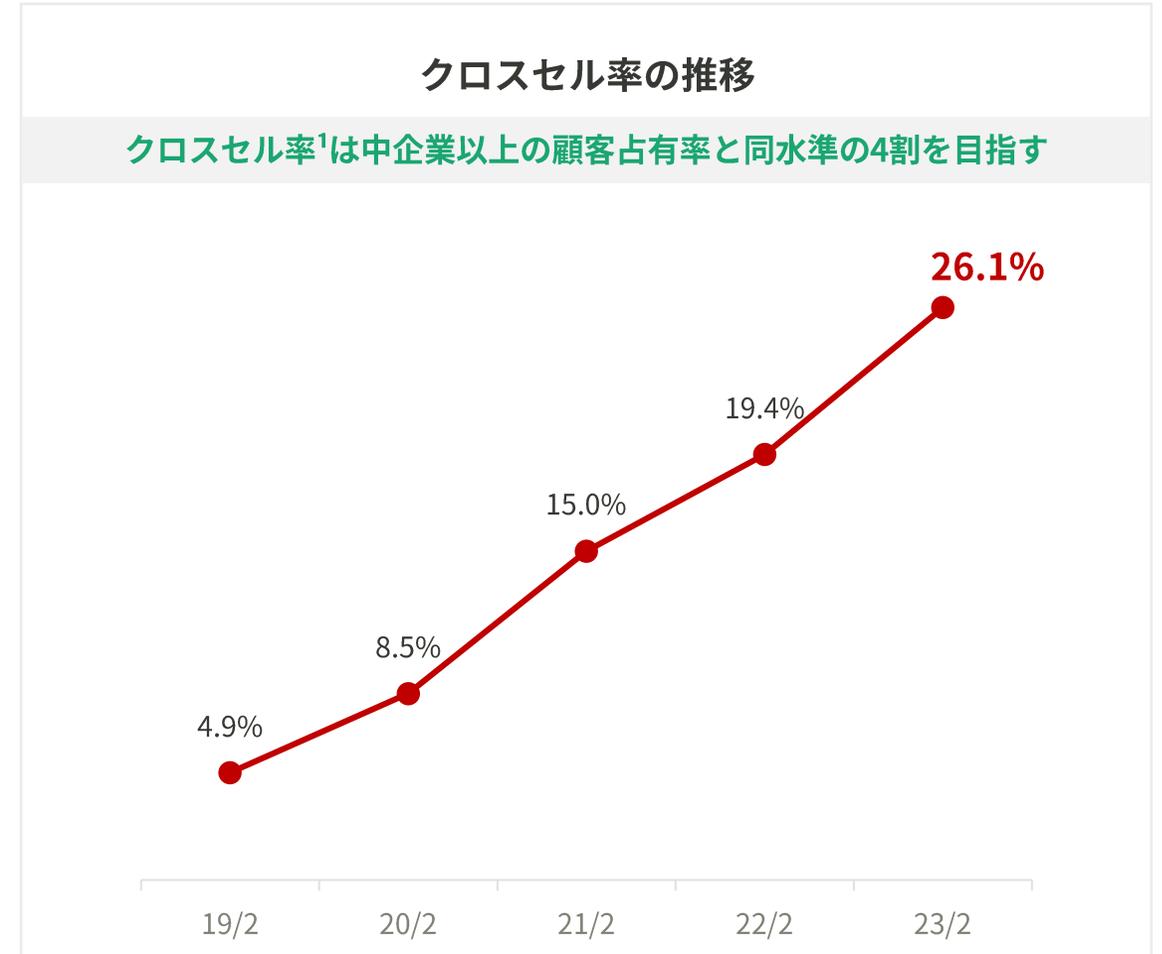
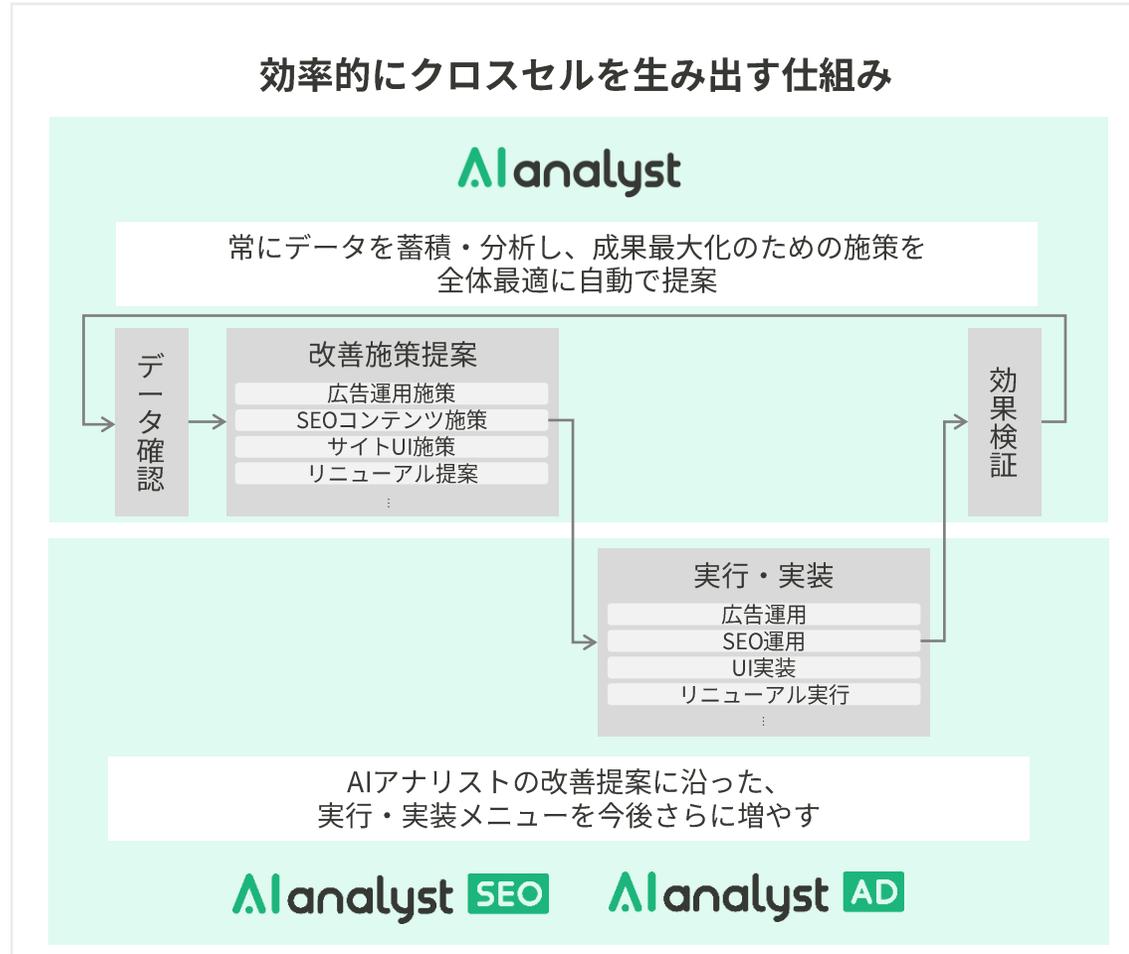
BtoB／BtoC問わず、公共以外すべての業種で採用の実績がある

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



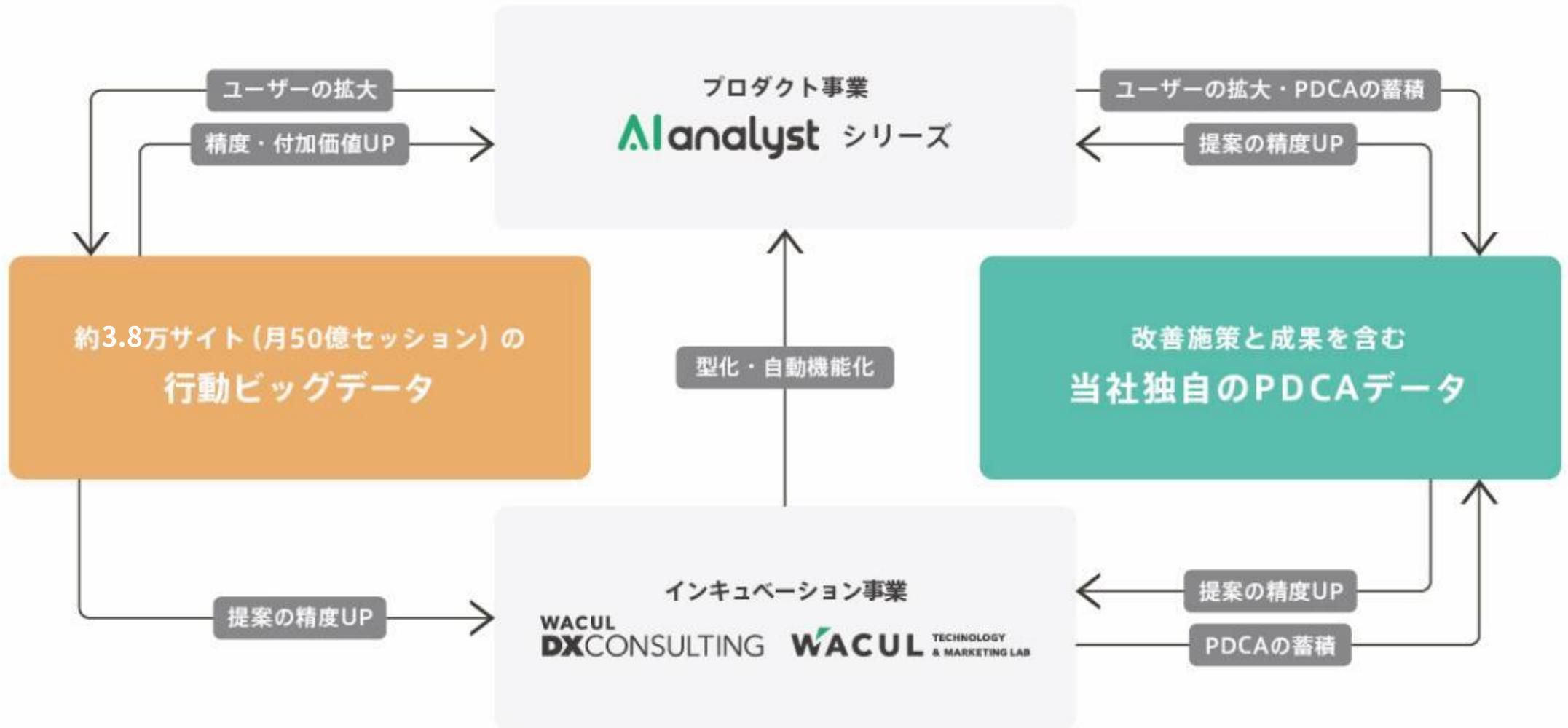
¹ クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストADなどリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

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3四半期の各種KPIとその背景について

第3四半期は人材事業・インキュベーション事業が共に過去最高で、全社売上高としても過去最高に

売上高／売上高成長率

過去最高

451百万円 / +26.9%
2024年2月期第3四半期 / 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

5,800千円 / +17.3%
2023年11月 / 前年同月比

売上総利益率

56.0%
2024年2月期第3四半期

クロスセル率

19.6%
2023年11月

EBITDA／EBITDA成長率

53百万円 / ▲29.2%
2024年2月期第3四半期 / 前年同四半期比

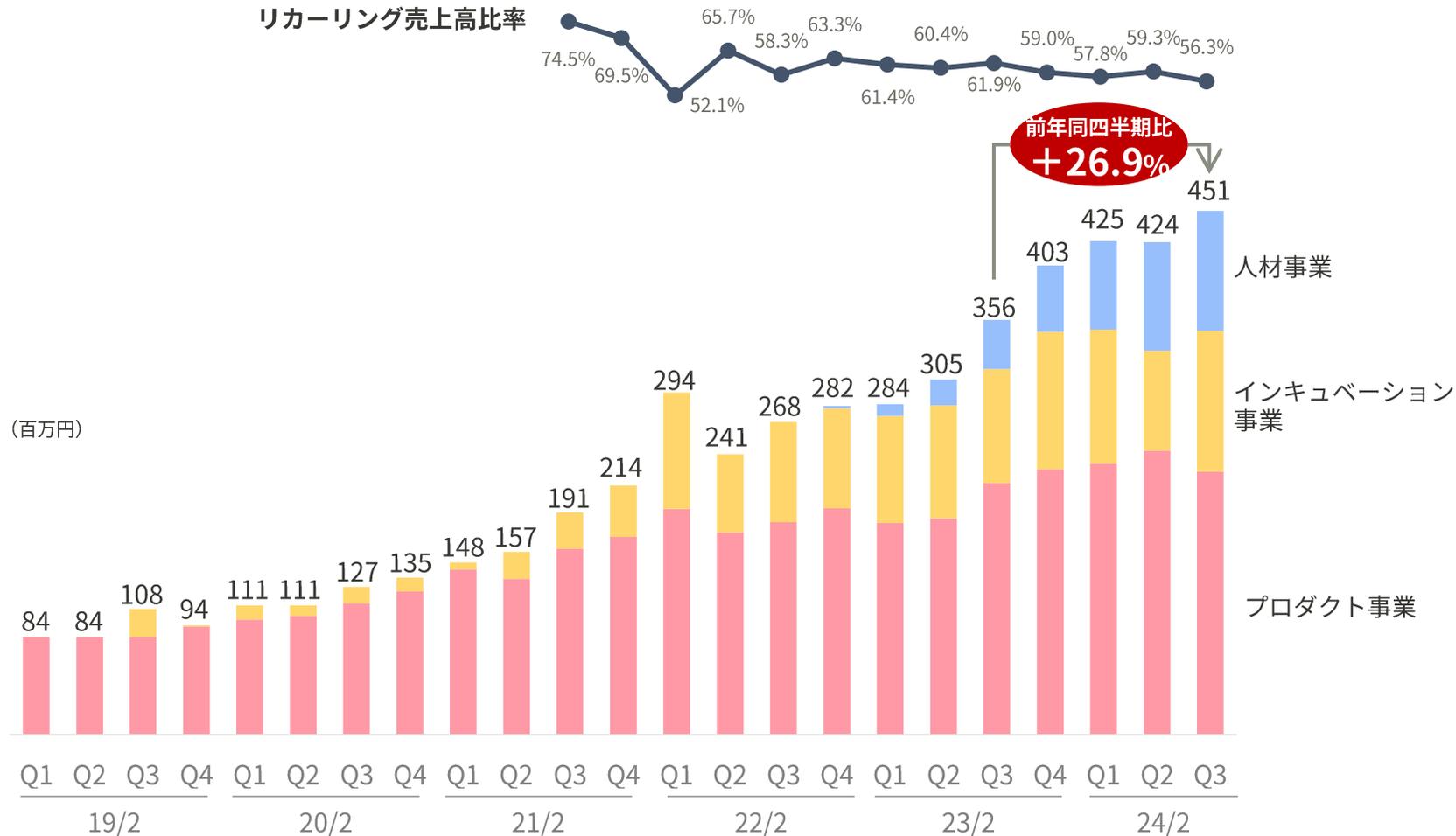
リカーリング売上高／リカーリング売上高比率

過去最高

254百万円 / 56.3%
2024年2月期 第3四半期

人材事業・インキュベーション事業が四半期売上高過去最高となったことで、全社売上高が過去最高に

事業別売上高とリカーリング売上高比率の推移



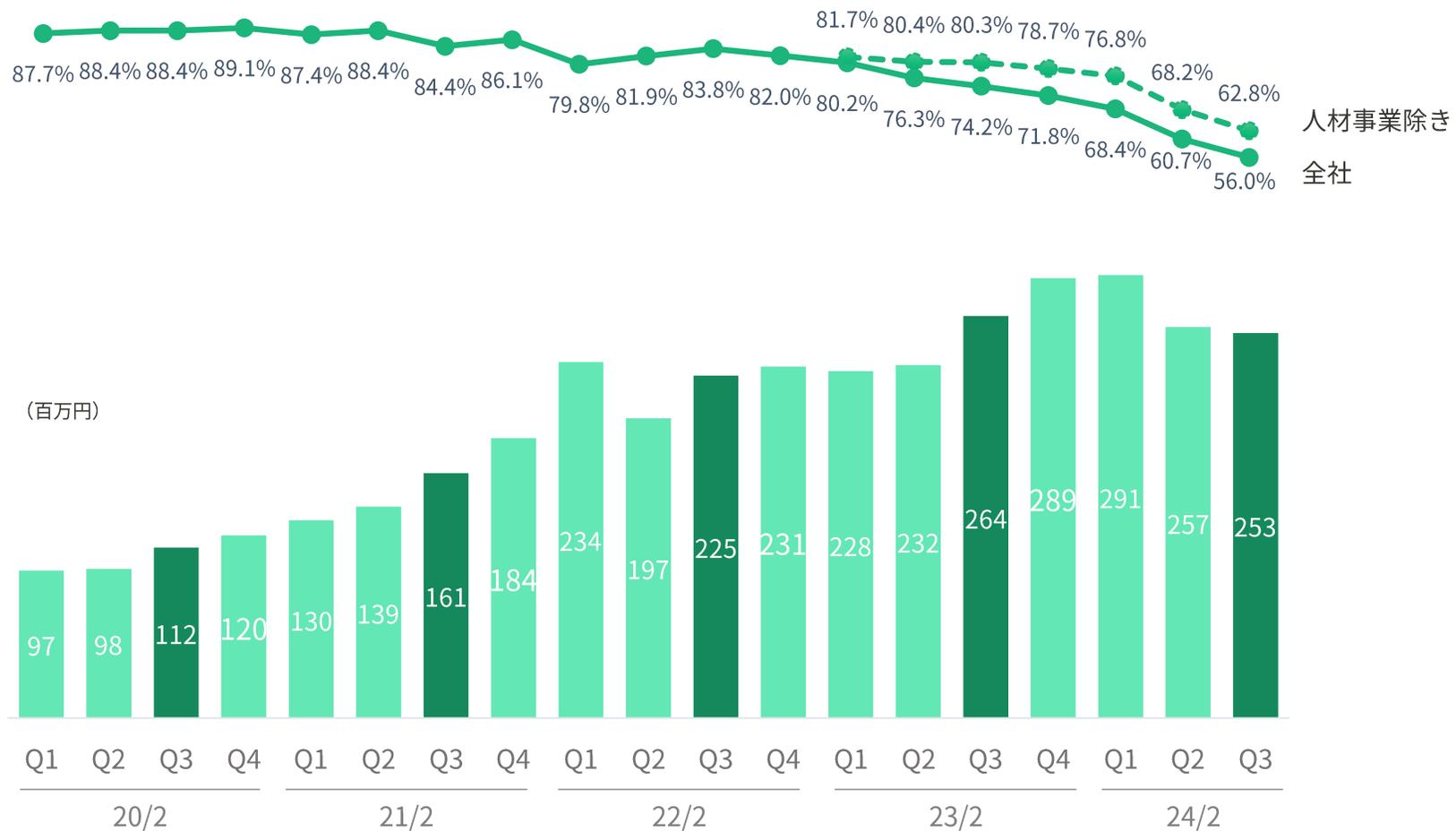
主なポイント

- プロダクト事業は、Q2にあったAIアナリストのOEM先に対するGA4対応開発からの売上高がなかったために前四半期比では減収となった
- インキュベーション事業は、伴走支援を行う案件が拡大。利益率は低いものの、伴走している顧客事業の拡大があったことから当社の支援規模も拡大。過去最高の売上高となった
- 人材事業は、GA4の設定を行うための一時的な marketer 特需がQ1から発生している。その規模はQ3には縮小したが、その縮小幅を補ってあまりあるオーガニックな成長が続き、過去最高の売上高となった

※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

インキュベーション事業の利益率低下と、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



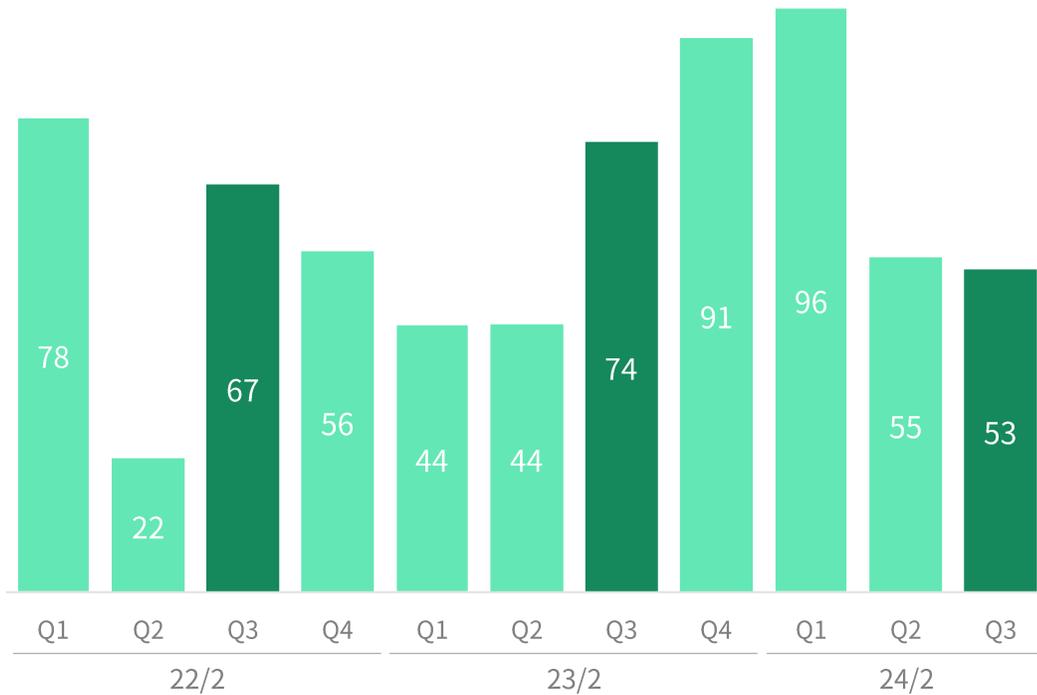
主なポイント

- インキュベーション事業では、人員投下が必要で原価率の高い伴走型案件の売上高が増加したことで利益率が低下
- 加えて、プロダクトミックスの面でも、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

人材事業の成長が著しく、人材管理のためのソフトウェア開発への投資を開始。利益額は横ばいに

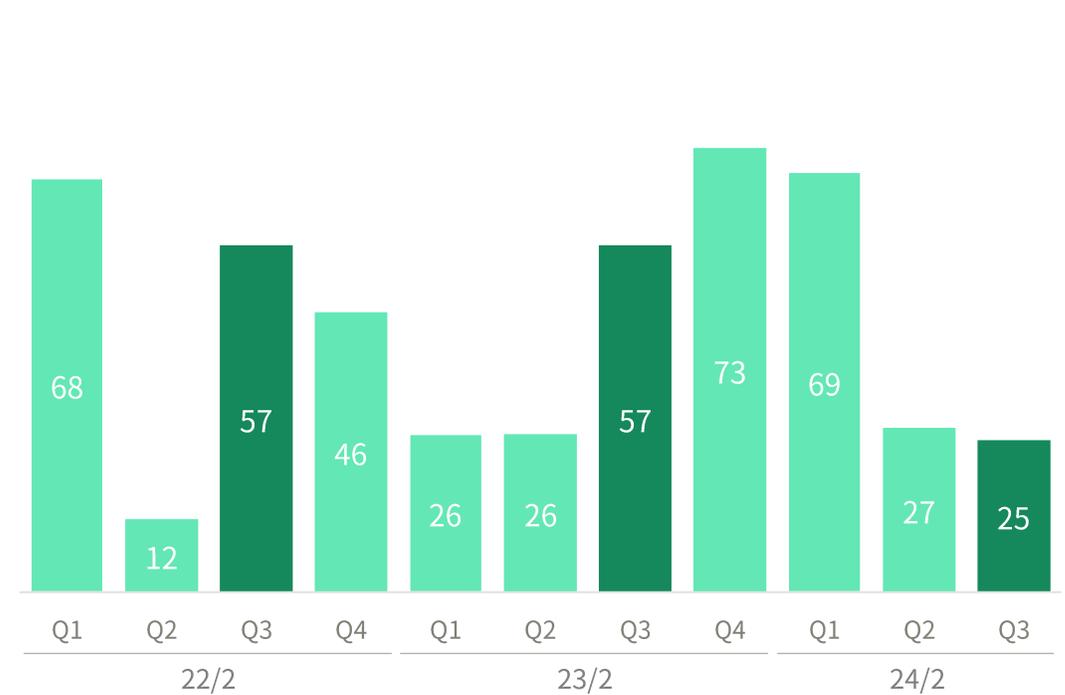
EBITDAの推移

(百万円)



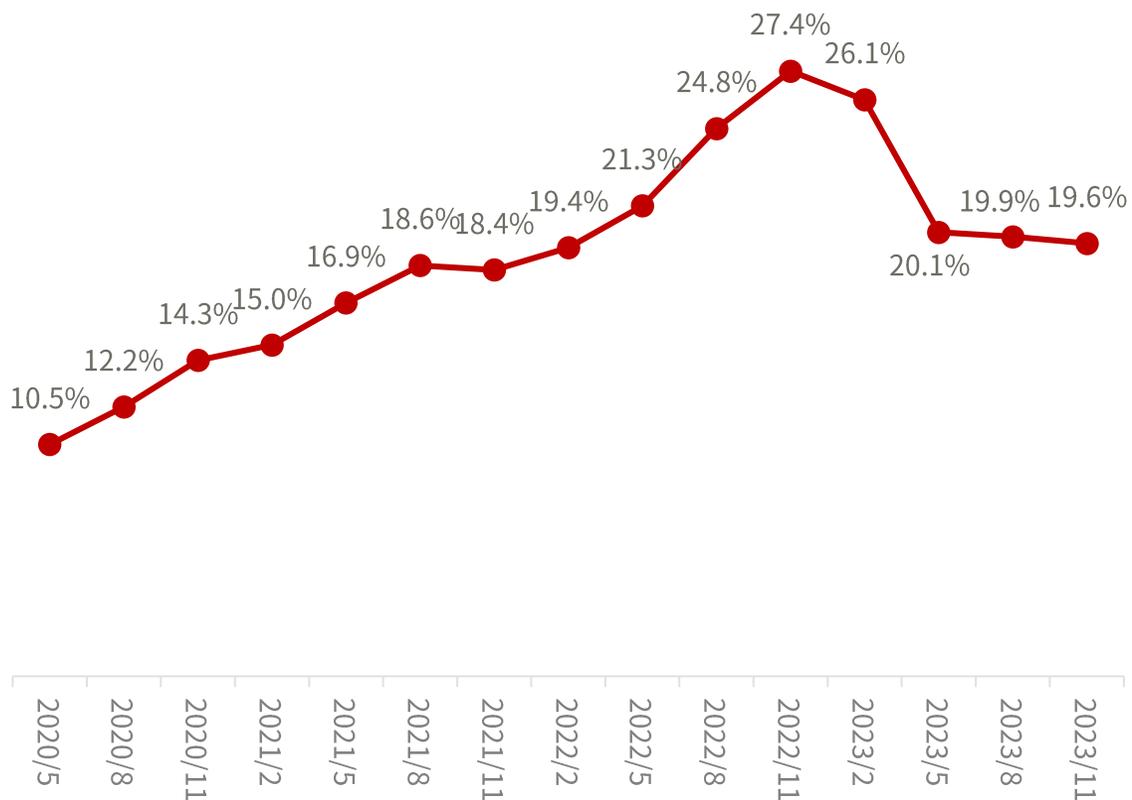
営業利益の推移

(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



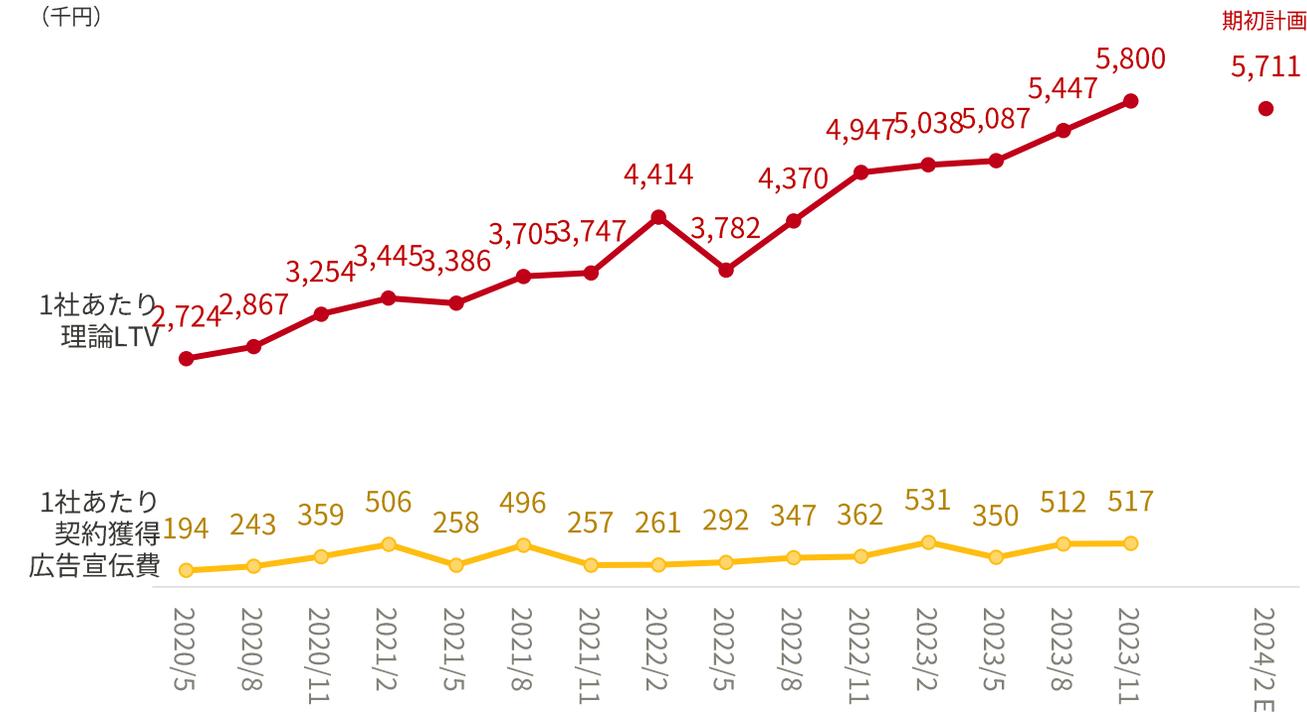
KPIに影響を与えた施策

- 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を継続。クロスセル率にはポジティブに影響
- 人材事業とプロダクト事業のクロスセルは、人材事業単体での拡大が先行。クロスセル率にはネガティブに影響
- 上記の結果、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)

予算極小案件を避ける選別受注が進み、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



¹ 1社あたり理論LTVは、1社あたり平均初期売上高/12ヶ月平均解約率で算出する。そ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

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
- 予算規模の大きい企業にフォーカスした受注の選別を行ったことで、受注も解約もしやすい予算規模の小さな案件が減少。結果として、解約率を悪化させることなく1社あたり平均売上が増加
- 理論LTVは、期初計画を上回るペースで拡大している

	前年同月比	前四半期末比
1社あたり理論LTV (千円)	4,947	5,447
当四半期実績との差異	+17.3%	+6.5%
変動要因		
1社あたり平均初期売上高	減少	微増
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

財務ハイライト

2024年2月期第3四半期の実績について

売上高は前年同四半期比26.9%増と成長。会社計画に対する進捗は73.4%と、計画達成は射程圏内

	2024/2 Q3	前年同四半期 (2023/2 Q3)		前四半期 (2024/2 Q2)		会社計画 2024/2	進捗率 2024/2 Q1-3
		実績	増減率	実績	増減率		
(単位：百万円)							
売上高	451	356	+26.9%	424	+6.6%	1,773	73.4%
売上総利益	253	264	▲4.1%	257	▲1.5%	1,183	67.7%
売上総利益率	56.0%	74.2%	▲18.2pp	60.7%	▲4.7pp	66.7%	-
販売管理費	227	207	+10.0%	229	▲0.8%	992	68.5%
営業利益	25	57	▲55.4%	27	▲7.3%	191	63.9%
営業利益率	5.6%	16.0%	▲10.4pp	6.5%	▲0.9pp	10.8%	-
EBITDA	53	74	▲29.2%	55	▲3.6%	302	67.7%
EBITDA率	11.7%	21.0%	▲9.3pp	13.0%	▲1.3pp	17.1%	-
経常利益	25	56	▲54.9%	31	▲19.0%	188	66.8%
純利益	21	46	▲53.0%	30	▲28.3%	199	54.5%

第3四半期は、人材事業の好調を受け、来期以降に計画していた人材データベースの開発を前倒して開始。研究開発費として計上される

(単位：百万円)	2024/2 Q3	前年同四半期 (2023/2 Q3)		前四半期 (2024/2 Q2)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	122	113	+7.8%	126	▲3.5%
業務委託費	34	28	+20.1%	32	+6.5%
採用費	5	8	▲30.7%	8	▲33.1%
広告宣伝費	21	18	+16.4%	20	+5.1%
家賃等	7	7	+3.5%	7	+1.7%
システム利用料	11	10	+7.9%	11	▲0.4%
支払手数料等	13	13	+3.3%	16	▲17.2%
研究開発費	3	-	-	-	-
その他	7	6	+2.8%	5	+21.7%
合計	227	207	+10.0%	229	▲0.8%

※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。

第3四半期に取引先金融機関より5億円の借入を実施。財務レバレッジを高め、戦略投資をできる状態に

	2024/2 Q3	前期末 (2023/2)	
		実績	増減
(単位：百万円)			
流動資産合計	1,747	1,173	+574
うち現金および預金	1,453	823	+630
うち売掛金等	275	326	▲50
固定資産合計	420	406	+14
うちソフトウェア等	256	246	+9
流動負債合計	613	505	+107
うち未払金・前受金等	390	349	+41
固定負債合計	426	68	+357
純資産合計	1,128	1,005	+123
うち株主資本	1,119	1,001	+117

ビジネスアクション

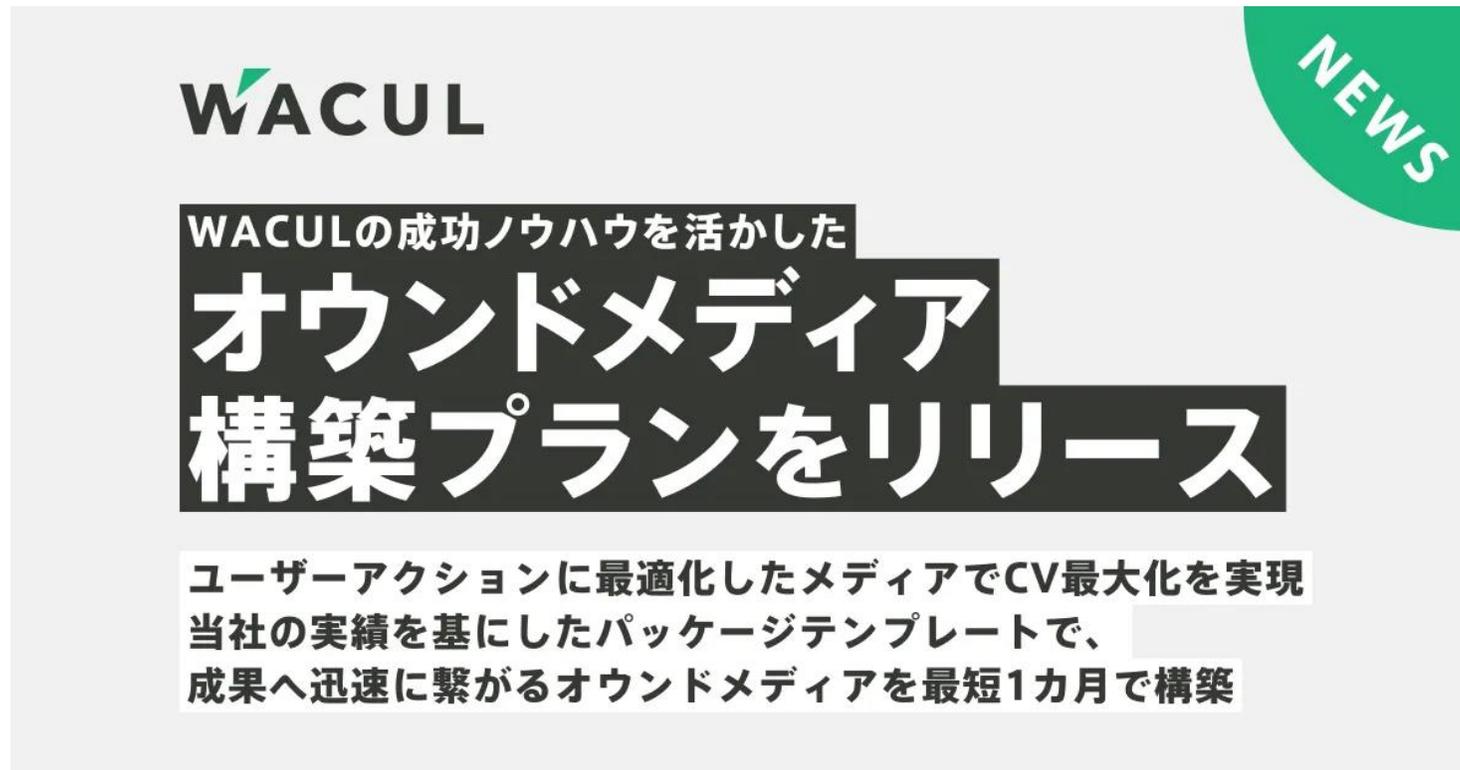
2024年2月期 第3四半期までの取り組みについて

サイト制作が順調に拡大。インキュベーション事業では、CV後の支援を行う事業を拡張中

	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">Googleアナリティクスの最新版GA4対応が完了高単価案件を開拓。平均単価が上昇	<ul style="list-style-type: none">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、単価アップを継続インキュベーション事業の案件へ人材を供給
	AIアナリストAD	<ul style="list-style-type: none">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	<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">SEOコンサルティングの提供を開始ChatGPTを社内ツールに導入して効率化を推進サイト制作+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プラン”の販売を開始	<ul style="list-style-type: none">ChatGPTのAPIを社内ツールに接続し、より人的な工数減の実現を継続コンテンツSEO・テクニカルSEOを分けて提供するのではなく、SEO全体を支援するサービスを組成
	その他 (AIアナリストLP等)	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">ADやSEOとサイト制作を組み合わせで提供拡大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書籍出版で新たな層にリーチし新規顧客を開拓	<ul style="list-style-type: none">支援案件数のさらなる増に向けて外部人材の活用および社内人材の育成・配置転換を行うCRM/CDP構築やインサイドセールスなどの新事業を育成	

オウンドメディア構築プランを販売開始。3rd Party Cookie規制強化を見据えてSEOに取り組もうとする企業をサポート

オウンドメディア構築プランを販売開始



The graphic features the WACUL logo at the top left. A green curved banner in the top right corner contains the word 'NEWS' in white. The main headline is 'オウンドメディア構築プランをリリース' (Release of ODM Plan) in large white text on a black background. Above it, in smaller white text on a black background, is 'WACULの成功ノウハウを活かした' (Leveraging WACUL's success know-how). Below the headline, a white box contains the text: 'ユーザーアクションに最適化したメディアでCV最大化を実現 当社の実績を基にしたパッケージテンプレートで、成果へ迅速に繋がるオウンドメディアを最短1カ月で構築' (Achieving CV maximization with user-action optimized media, using a package template based on our performance, to quickly connect to results with ODM in just 1 month).

WACUL

NEWS

WACULの成功ノウハウを活かした
**オウンドメディア
構築プランをリリース**

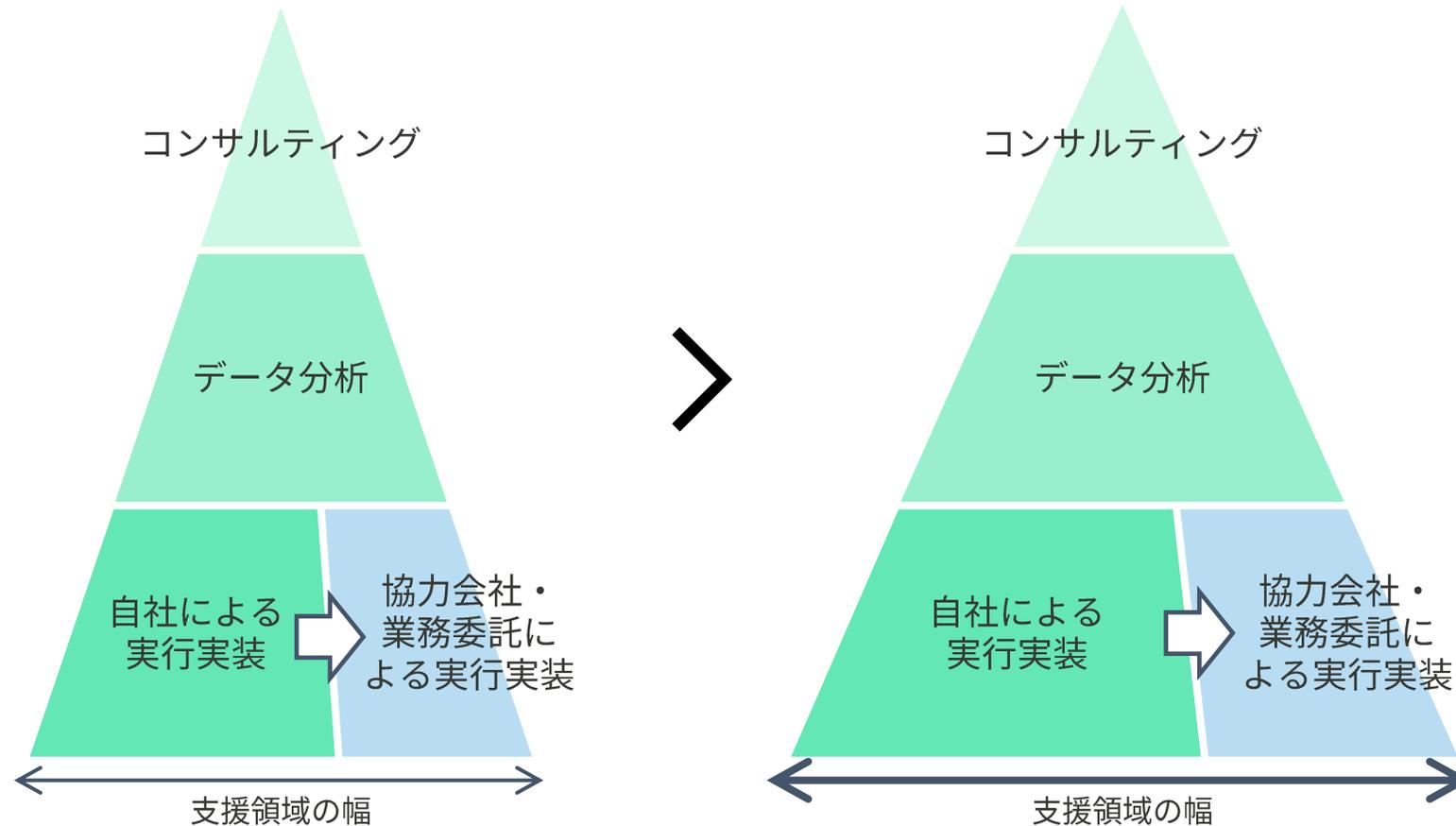
ユーザーアクションに最適化したメディアでCV最大化を実現
当社の実績を基にしたパッケージテンプレートで、
成果へ迅速に繋がるオウンドメディアを最短1カ月で構築

アクションのポイント

- 3rd Party Cookieの規制強化に伴い、SEOを含む旧来型のマーケティング手法への回帰が想定される
- SEOのためのオウンドメディア構築を開始する企業に対して、当社が長年に渡り培ってきた成功ノウハウを駆使し、オウンドメディアの構築から運用までのトータルサポートを提供するパッケージの販売を開始
- 当社の成功事例を基盤としたパッケージテンプレートを使用することで、スピーディーかつ成果に結びつきやすいメディアの構築が可能に
- 主な購入想定企業は、これからSEOを開始するスタートアップやこれまでデジタルマーケティングに投資をしてこなかったBtoB企業、ネット広告の効果が落ち込みSEOのほうが効率性が高まる可能性のある商材を持つ企業

インキュベーション事業とプロダクト事業での協働案件を意識的に増やし、支援領域拡大へつなげる

コンサルティングを強化しながら、実行支援領域を拡大

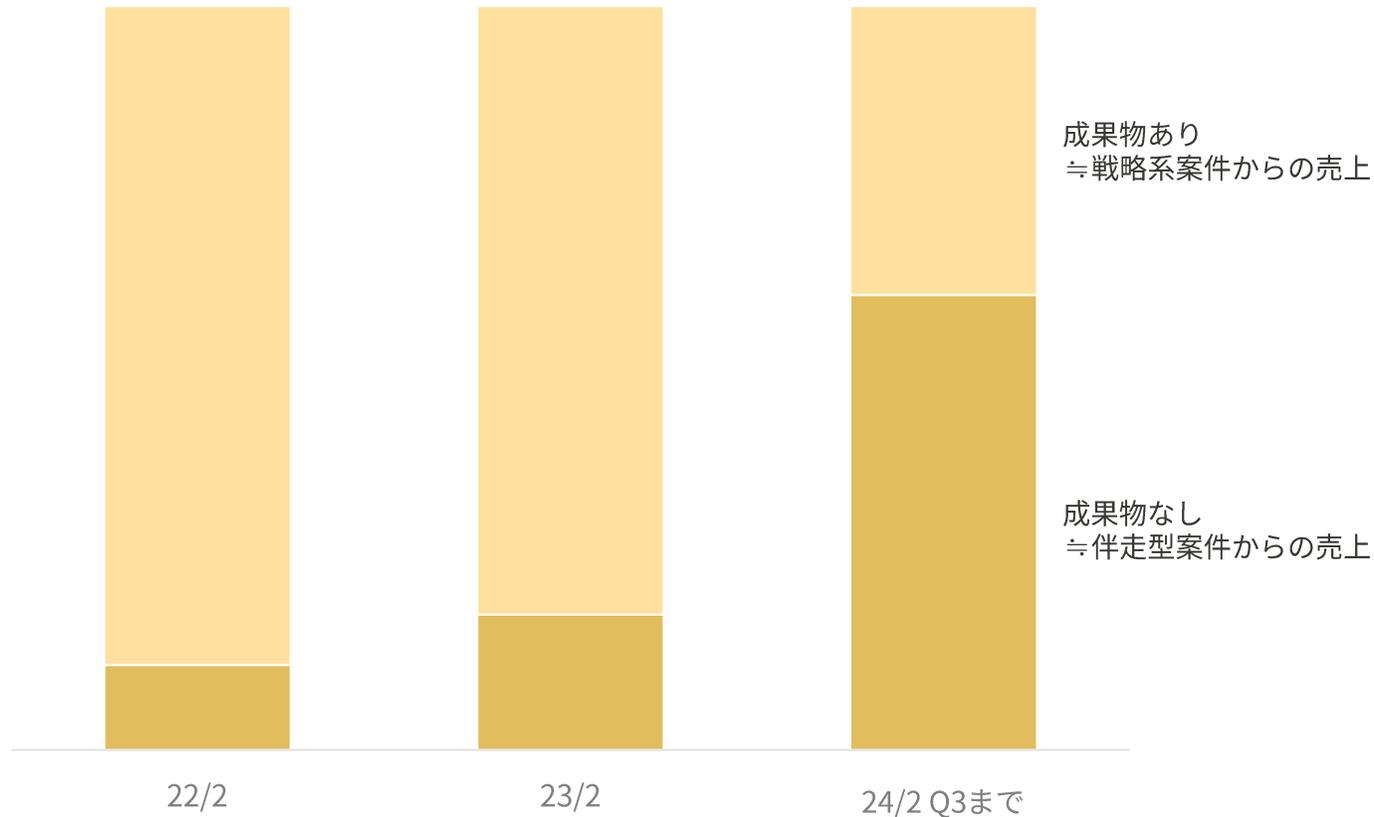


アクションのポイント

- コンサルティングで上流から支援し、下流の実行実装支援まで獲得していく
- そのために、インキュベーション事業とプロダクト事業の協働を広げると同時に、AIアナリストの担当者をコンサルタントへと育成して上流のキャパシティを拡大中
- 下流の実行実装支援は、現在自社内リソースでは完結しない領域について、協力会社や業務委託と共に取り組みながら、自社での実行実装可能な領域を拡張していく方針
- 協力会社・業務委託による実行実装領域については、M&Aや出資、自社事業であるMarketerAgentの活用、自社内でのゼロからの立ち上げ含め、多様なアプローチでクイパビリティ獲得を行っていく方針

インキュベーション事業では、将来のプロダクト化を見据えてコンサルティングと共にプロダクト事業にないサービスを提供・育成中。戦略案件に比べて収益性は低いが、顧客事業の拡大と共に売上拡大が期待できる

インキュベーション事業の売上高に占める成果物有/無の比率



アクションのポイント

- 23/2期までに短期・ワンショットでご支援した企業から、その後に成果物を要しない伴走型の案件を数多く受注。伴走案件は戦略案件に比べて利益率は低い一方、安定収益の基盤を構築できている
- 24/2期には大手企業の新規事業の立ち上げ期からのマーケティングに伴走。クライアントの事業拡大にあわせて、当社の支援も拡大
- ワンストップでの支援を実現するために、プロダクト事業に既に存在するサービスはプロダクト事業に、プロダクト事業にないサービスはインキュベーション事業の中で業務委託や協力会社と共に支援にあたる。これを種として育て、M&A・出資なども含めた形で内製化・新事業化を目指している

人材事業は前年同四半期比約2.5倍に。導入企業およびマーケター登録数も順調に拡大

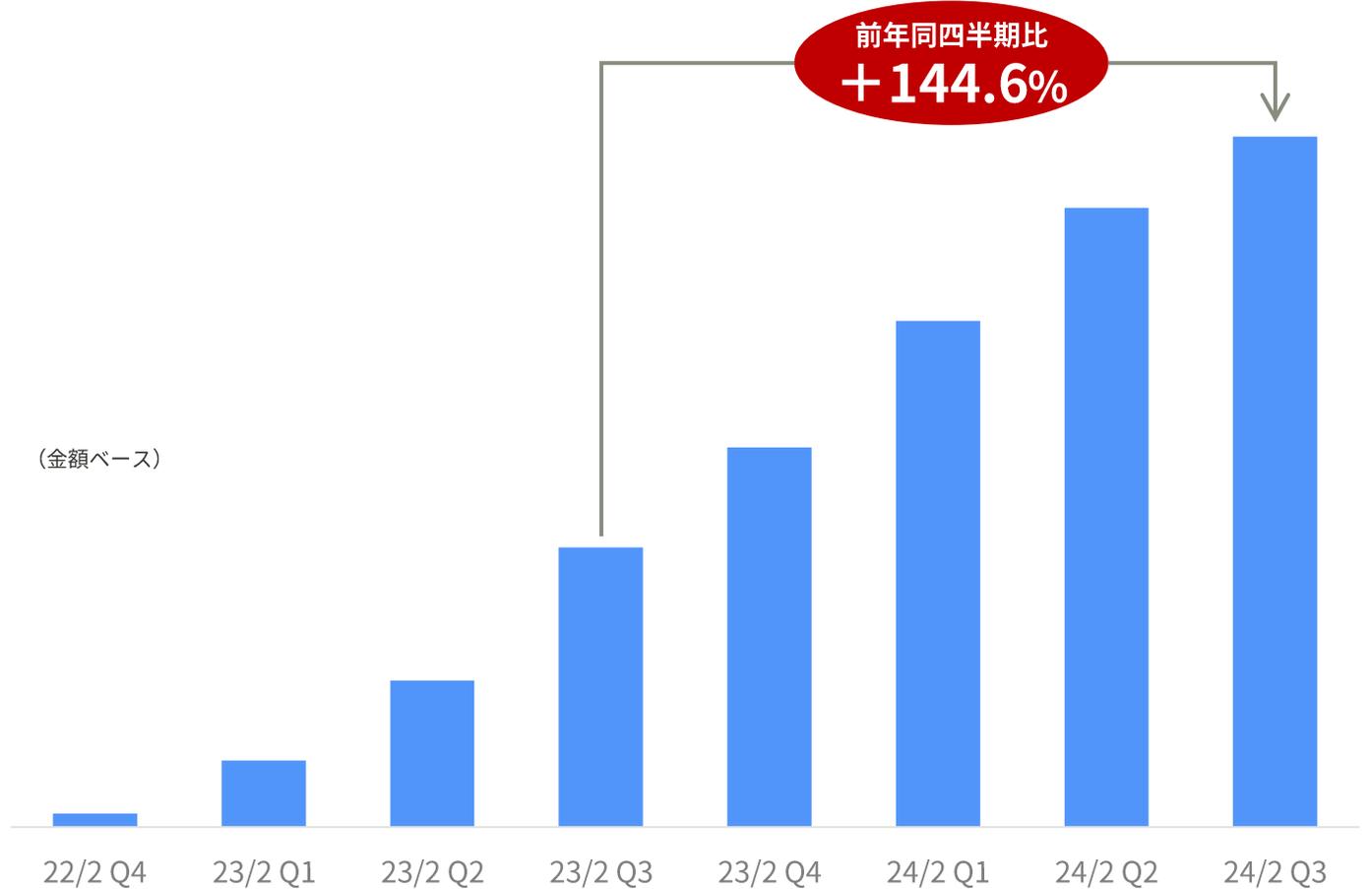
累積契約企業数

140社以上

マーケター登録数

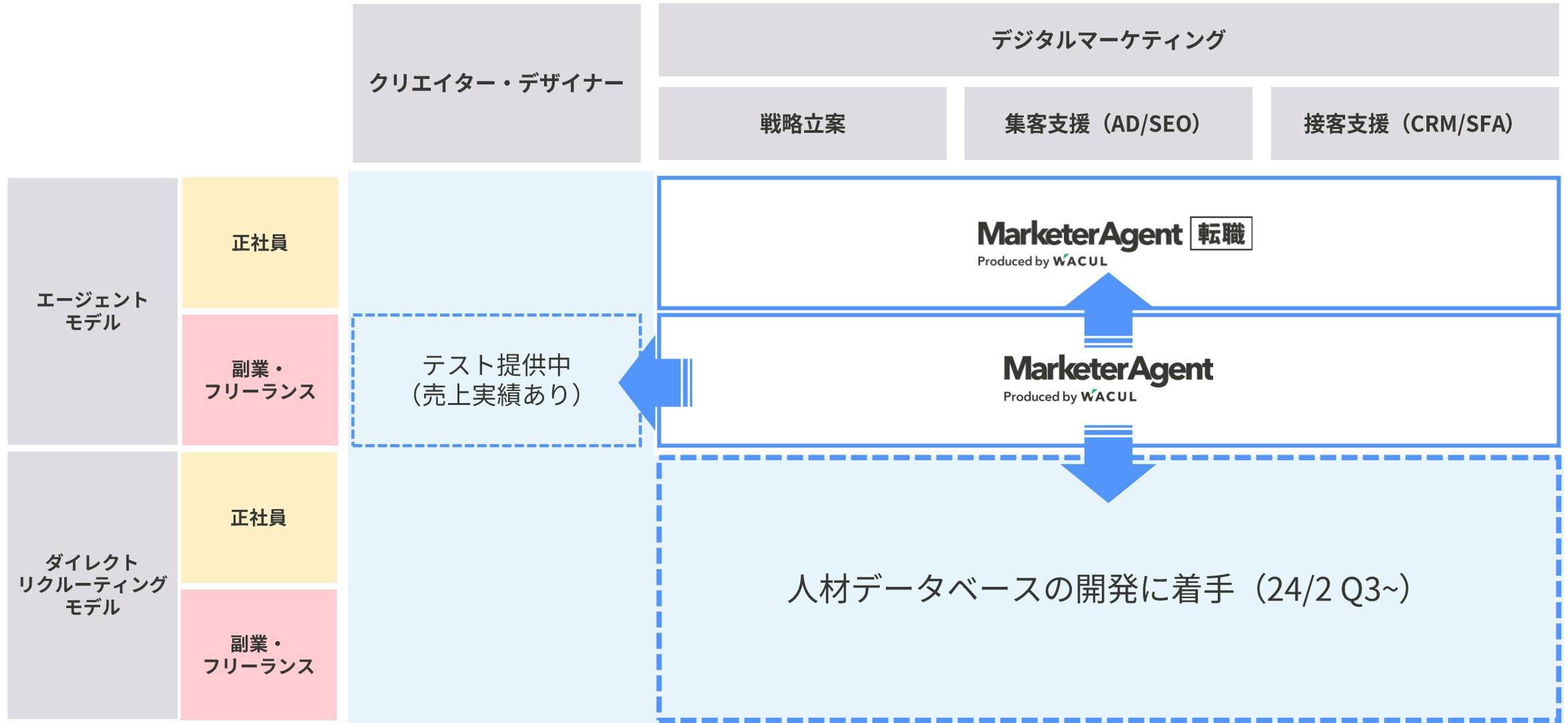
750人以上

当社の人材事業の売上高の推移



※数値は2023年11月末時点

さらなる成長のため、隣接する領域への事業拡大を進めている。人材データベースの開発はQ3より開始



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%

会社計画に関する見通し

- “長期的/継続的な成長”を実現するべく、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点の両立を目指している
 - 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
- 人材事業やプロダクト事業のサイト制作、インキュベーション事業の伴走型プロジェクトなど、売上高は大きくなりやすい一方で利益率は低いプロダクトの占有率が計画対比で上昇も、トータルでは想定範囲内で進んでいる
- コストの大宗を占める人件費(業務委託費含む)や広告宣伝費は、市場動向および当社の売上高の変化にあわせて柔軟にコントロールを実施している

※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

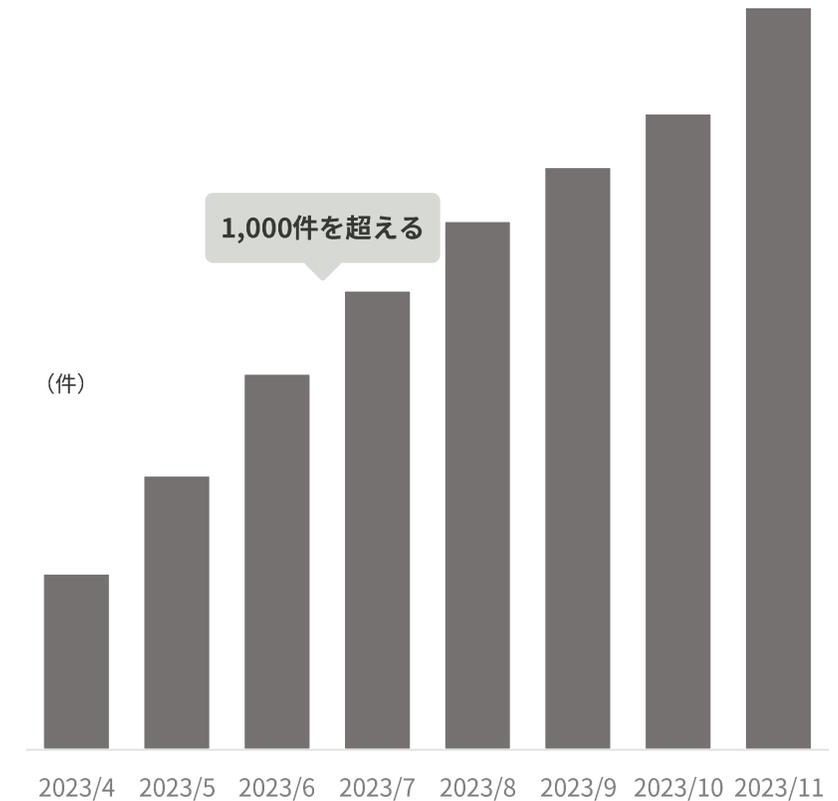
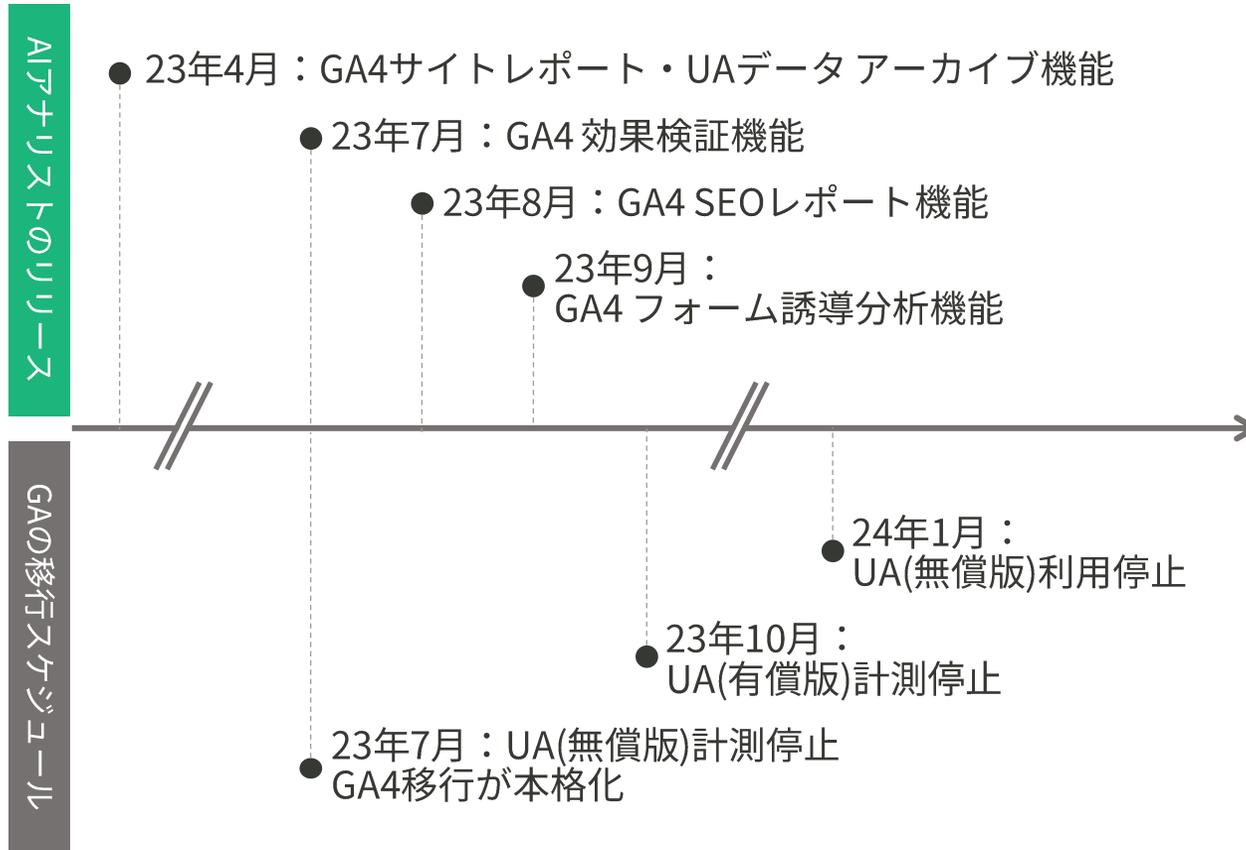
以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

	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	Googleアナリティクスのメジャーアップデートに機敏に対応して、当社サービスもアップデートを行っております。また、Googleとは友好的関係を築き、互恵関係となる事業展開を行います
	法的規制	低	中	プライバシーポリシーや情報セキュリティ基本方針を制定し、関係法令とともにこれら指針を遵守し事業展開を進めます。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

GoogleアナリティクスのGA4への移行にスムーズに対応したことでGA4連携数は拡大

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。

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	※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 案件単価	×	1社あたり 案件数	
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