



2024年2月期
第3四半期 決算説明資料

株式会社エヌリンクス
東証スタンダード（証券コード：6578）

2024年1月12日

<u>1</u>	事業概要	P.3
<u>2</u>	決算ハイライト	P.11
<u>3</u>	セグメント別業績	P.17

1 事業概要

1 事業概要

2 決算ハイライト

3 セグメント別業績

会社概要

<会社概要>

会社名	株式会社エヌリンクス
本社所在地	東京都豊島区南池袋2-32-4
設立日	2010年3月
資本金	326,090千円
従業員数	369名（2023年11月）

<代表者>

**代表取締役社長 栗林憲介**

- 大学時代より起業を経験したアントレプレナー
- 大学卒業後は後の起業に備えて、不動産会社と営業会社で経験を積む
- 2010年に双子の兄弟と共に（株）エヌリンクスを創業
- 弟は栗林圭介（現副社長）

<スローガン>

「ウェブ」と「リアル」この両輪を駆使するマーケティングを推進し、最高の『リアル×ウェブ』カンパニーを創造する。

<ビジョン>

変わり続ける、進み続ける、ともに愉しみを創り出す

<ミッション>

みんなでメガベンチャーを創ろう、「チーム・エヌリンクス」という意識を絶対に忘れない。

本音の対話を繰り返し、組織改善を行い続け、選ばれる会社づくりを徹底的に実現しよう。

継続的な企業成長を目指し、利益追求することで一生働ける環境を実現しよう。

自由を勘違いせず、規則や枠の中で工夫や創造を行い、組織人として自由を創ろう。

家族にいつまでも誇れるよう、礼節を重んじ、法令を順守し、モラルの高い会社にしよう。

選択肢に困ったら、変化を続ける選択、前に進める選択、拡大につながる選択をする。それが艱難辛苦だとしても、その先にある圧倒的成果を愉しもう。

長所を生かす人材教育を徹底し、ともに成長できる環境を創り、成果を称賛で迎えよう。

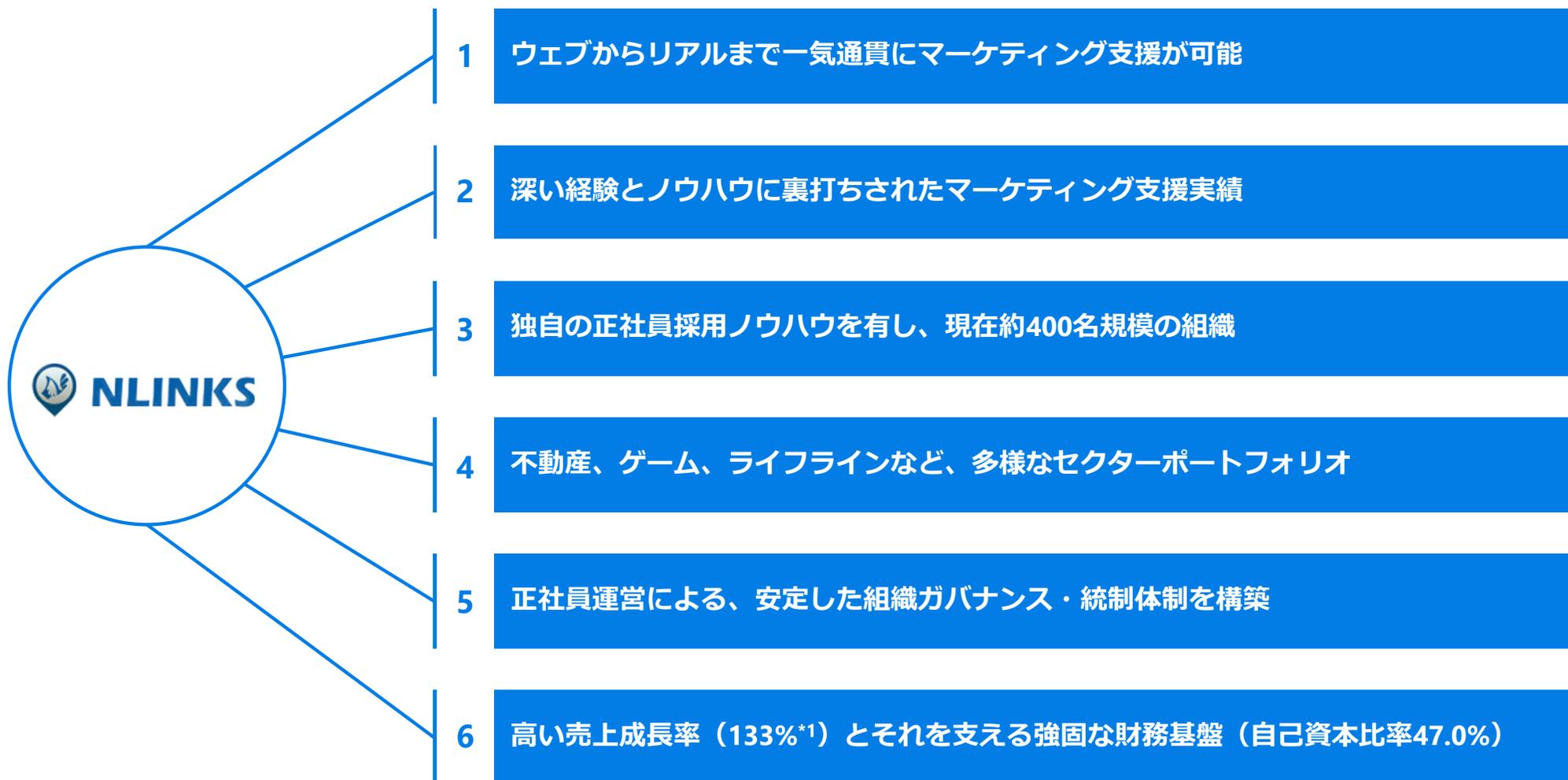
ビジネスモデル

クライアントと顧客を繋ぐ 『ハイブリッド型マーケティング支援事業』



*1: Face to Face Marketing: 個人宅訪問におけるダイレクトマーケティング
 *2: Tele Marketing: 電話によるダイレクトマーケティング
 *3: Webメディアを利用したダイレクトマーケティング

弊社の強み・特徴

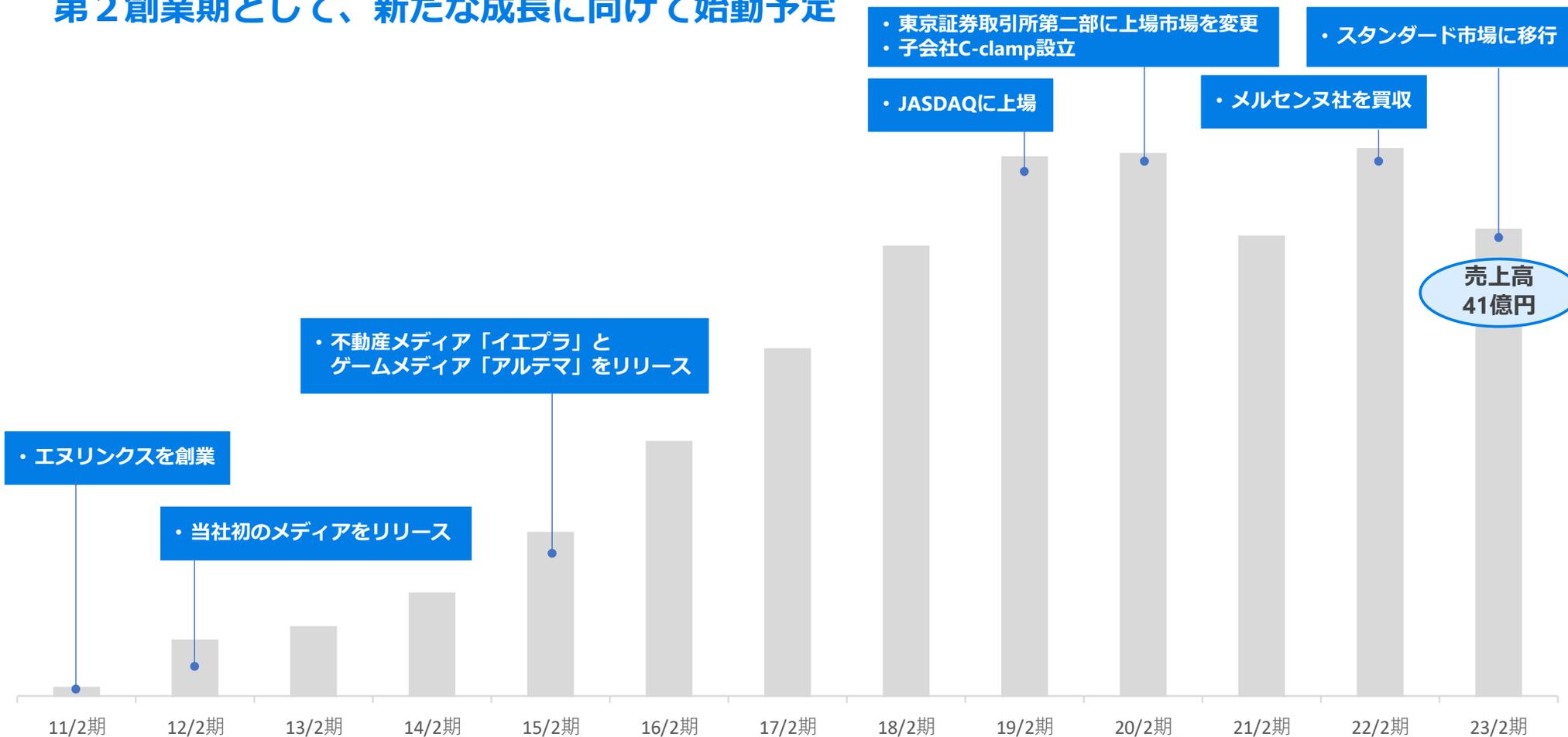


*1: NHK業務を除いた売上成長率、数字は3Q累計金額に基づく

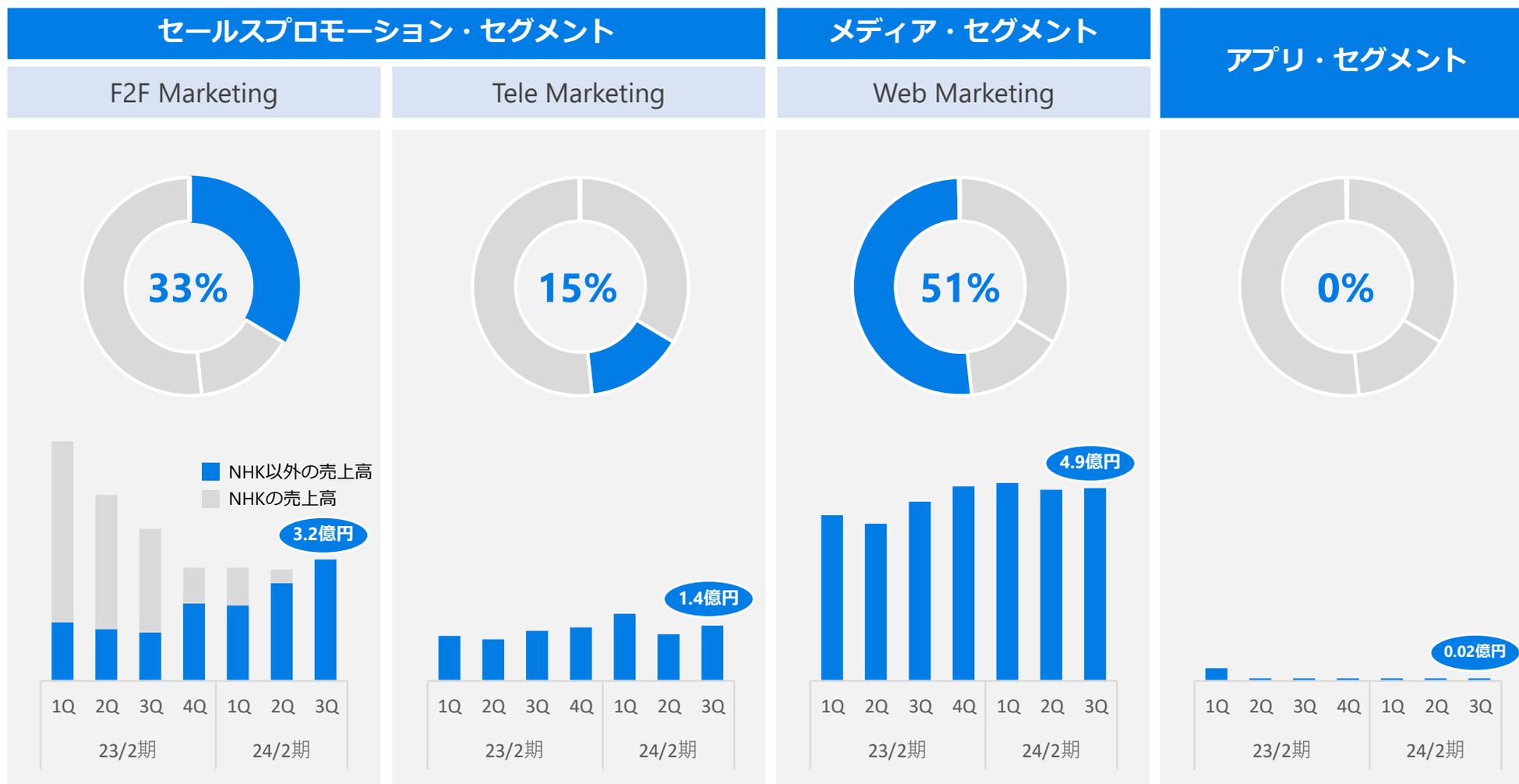
これまでの歩み

**2024年3月、株式会社コレックに商号変更予定
第2創業期として、新たな成長に向けて始動予定**

■ エヌリンクスグループの売上高



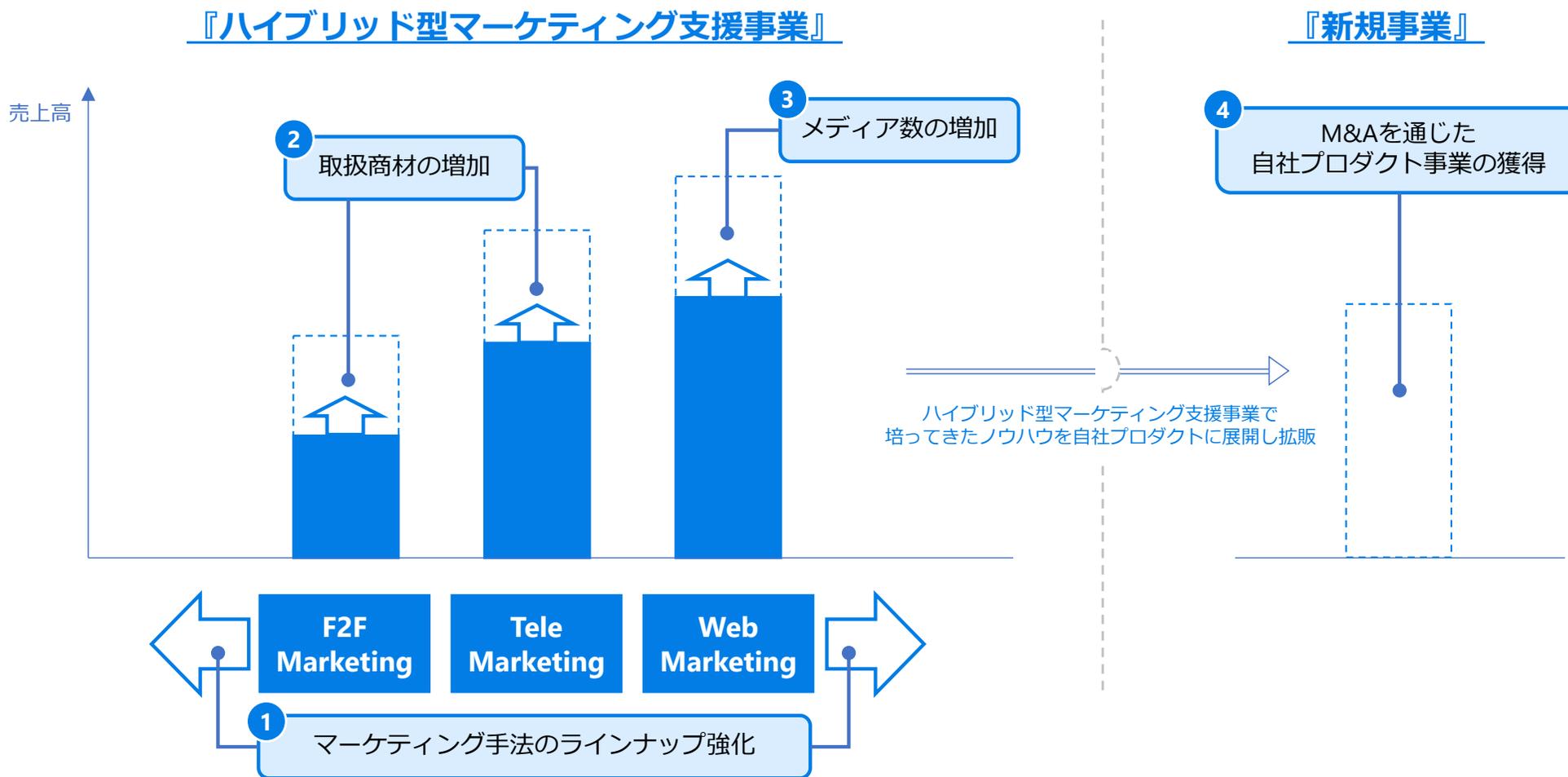
事業ポートフォリオ（売上高構成*1と推移）



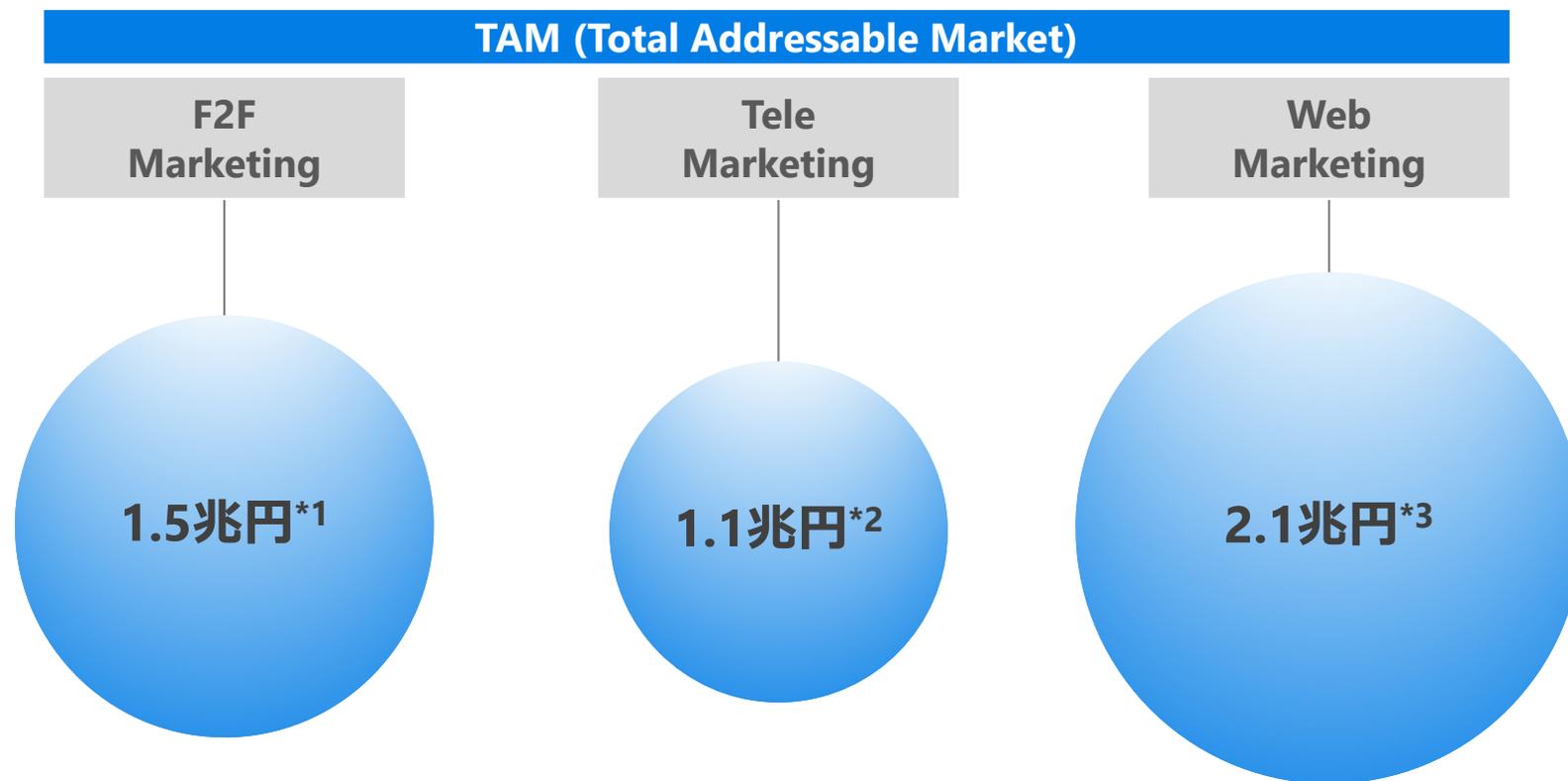
*1: 売上高構成は2024年2月期第3四半期の数字に基づく

成長戦略の骨子

弊社のコア・コンピタンスであるマーケティングノウハウを最大限に活かす



弊社ビジネスの潜在的市場規模



*1: 公益社団法人 日本訪問販売協会の調査を参考に推定

*2: 矢野経済研究所の調査を参考に推定

*3: 電通の調査を参考に推定

決算ハイライト

- 1 事業概要
- 2 決算ハイライト
- 3 セグメント別業績

第3四半期決算のポイント

NHK業務を除いた売上高成長率はYoY133%となり、過去最高売上高を記録

1

NHK業務を除いた四半期売上高は「過去最高売上」を記録

- NHK業務を除いた第3四半期売上高はYoYで133%成長を遂げており、大きく成長途上にある
- 第3四半期は季節性の影響があるといえど、商材の多角化や顧客数の拡大により、過去最高売上高を記録
- NHK業務以外のセールスプロモーションセグメントの売上増加率はYoYで183%、メディアセグメントにおいてはYoY107%

2

ポートフォリオの転換により、メディアセグメントが柱に

- 祖業であった放送受信料の契約収納業務（NHK業務）は、想定通り2023年9月にて終了
- 2023年第3四半期（9月～11月）におけるNHK業務が占める売上割合は1.2%となっており、影響は微少
- 売上高の過半数をメディアセグメント（比率51%）で稼ぎ出しており、ポートフォリオの入れ替えは完了

3

M&Aの実施

- 2023年10月末にライフライン系メディアサイト「ネットの教科書」を取得
- 当社の既存ライフライン系メディアサイト「ヒカリク」との相乗効果を狙う
- 今後もM&Aを重点戦略と位置づけ、社内におけるM&Aノウハウの確立を図り、企業価値向上を目指す

2024年2月期 第3四半期連結業績（第3四半期累計期間）

ポートフォリオ転換期を図りつつ、3Q累計で黒字を維持

(単位:百万円)

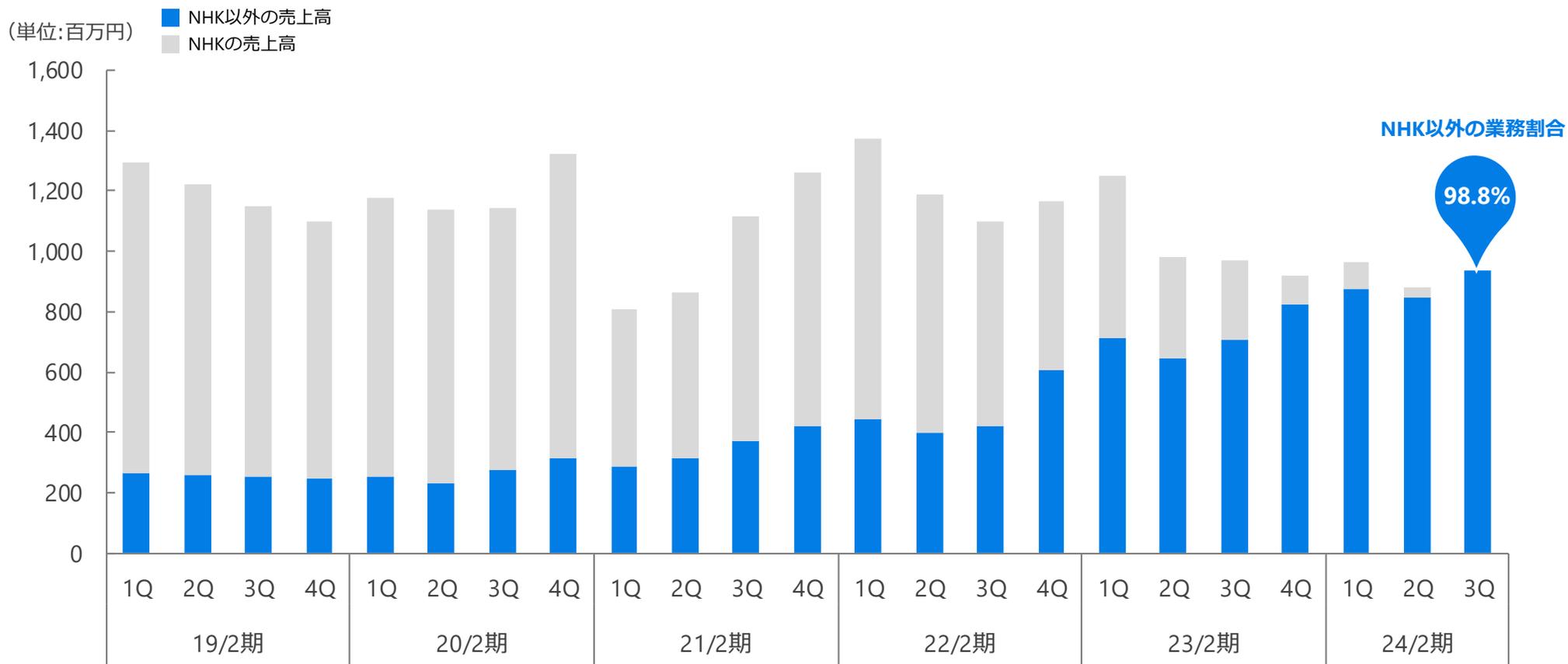
	2024年2月期 3Q累計期間	2023年2月期 3Q累計期間	前年比/差	
売上高	2,794	3,201	87%	▲407
EBITDA ^{*1} (率)	84 (3.0%)	254 (7.9%)	33%	▲170
営業利益 (率)	55 (2.0%)	208 (6.5%)	26%	▲153
当期純利益 ^{*2} (率)	40 (1.4%)	85 (2.7%)	46%	▲46

*1: EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

*2: 親会社の所有者に帰属する当期利益

四半期別業績の推移

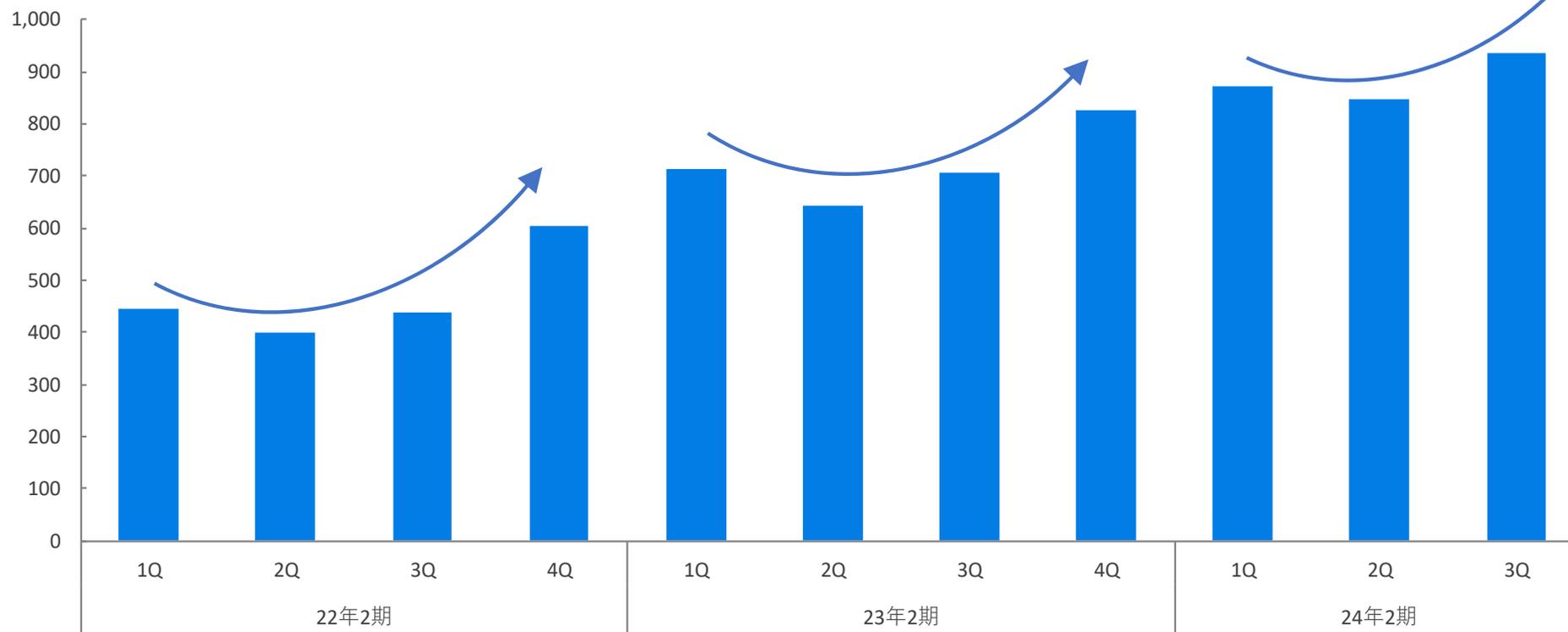
NHK以外の売上高は過去最高の売上高を記録



売上高の季節性変動（NHK業務以外）

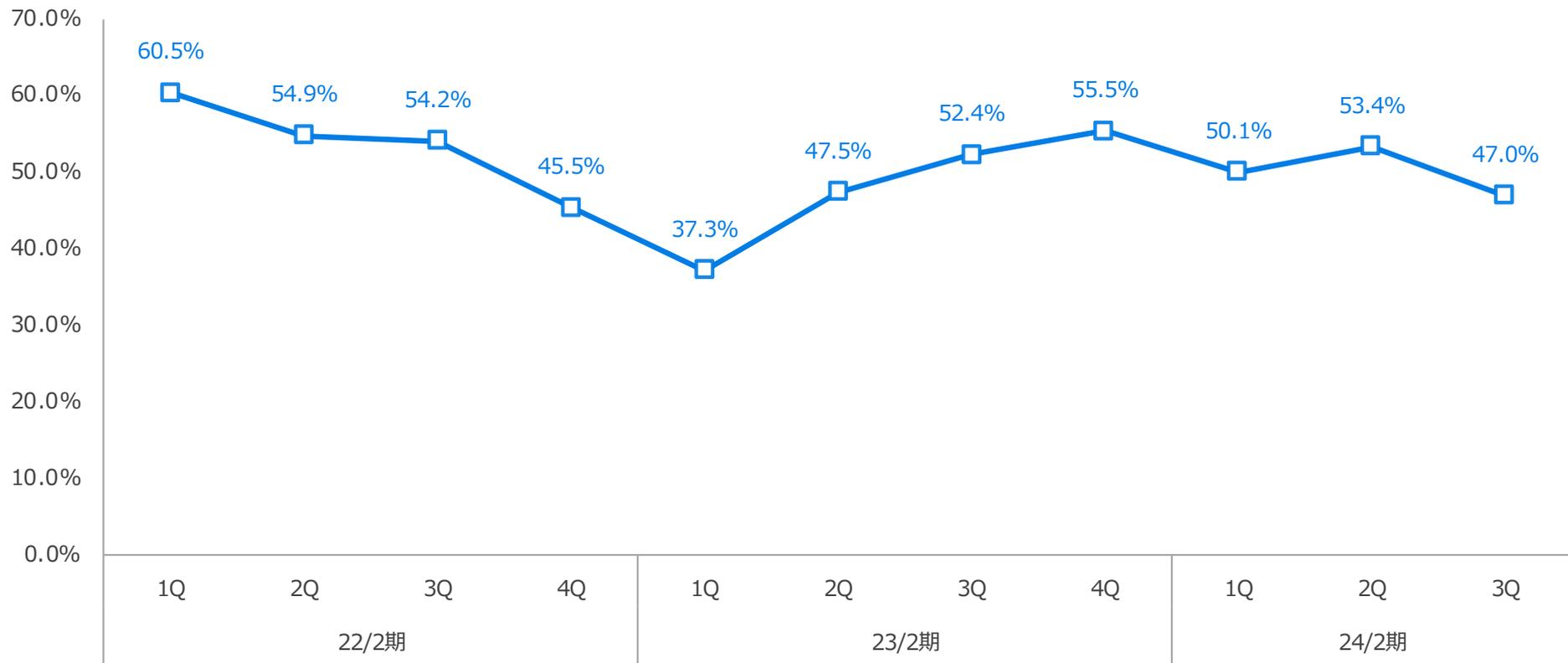
弊社はお客様の新生活をサポートする商品（不動産賃貸、電気・ガス・水などのライフライン系商品）を多数扱っているため、年末年始から新年度（12月～4月）にかけて（弊社の場合、1Qと4Q）に売上高が集中する傾向にある

（単位：百万円） ■ NHK以外の売上高



自己資本比率の推移

自己資本比率は50%前後で安定しており、財務安定性を保持



3 セグメント別業績

- 1 事業概要
- 2 決算ハイライト
- 3 セグメント別業績**

セグメント別売上高

メディアセグメントが成長を牽引し、前年比で116%の売上増

(単位:百万円)

	2024年2月期 3Q累計期間	2023年2月期 3Q累計期間	前年比/差	
全社合計	2,794	3,201	87%	▲407
セールス プロモーション	1,300	1,883	69%	▲583
メディア	1,467	1,270	116%	+197
アプリ	7	37	19%	▲30
その他共通費	19	11	179%	+9

セグメント別EBITDA

メディアセグメントが安定した収益を生み出し、大きく利益貢献

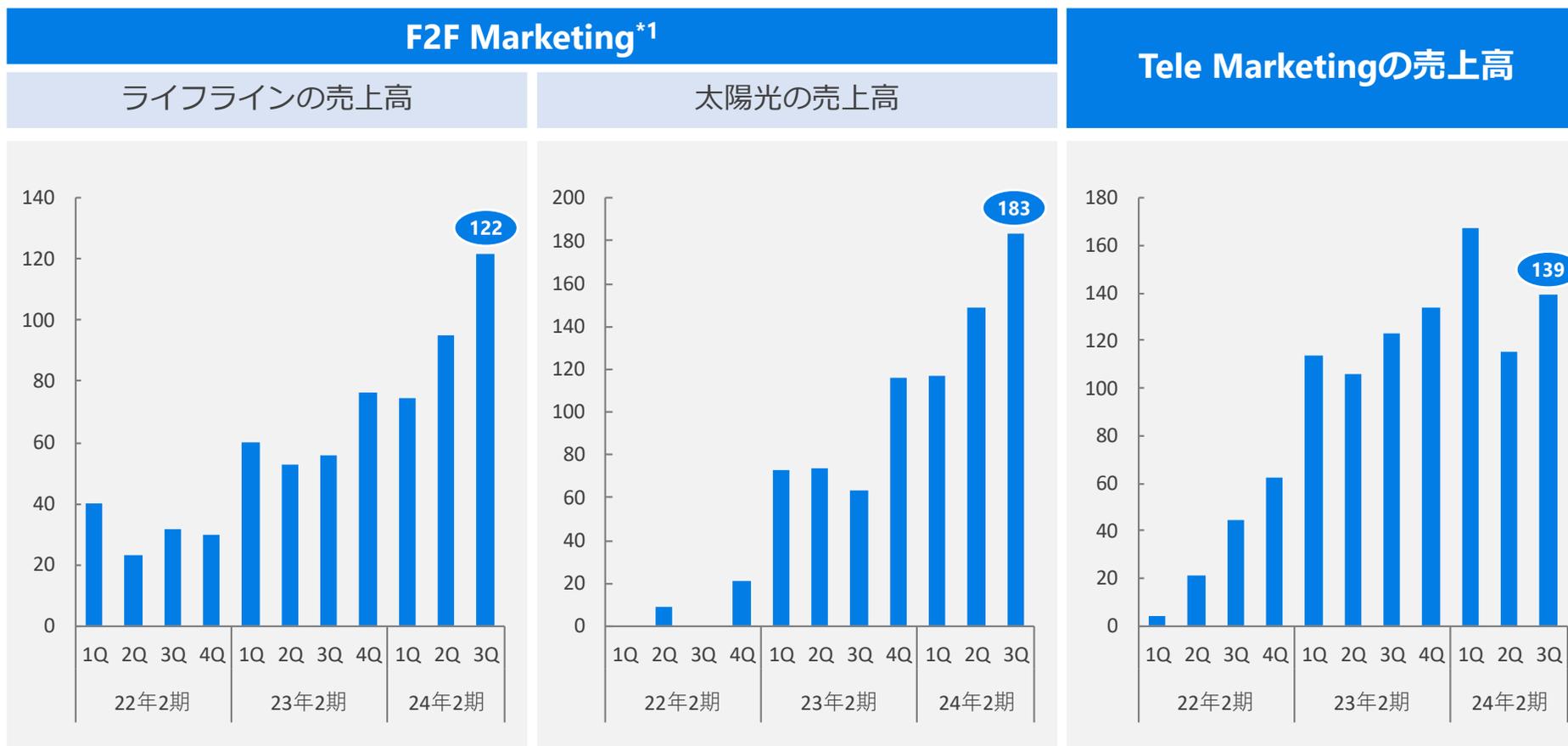
(単位:百万円)

	2024年2月期 3Q累計期間	2023年2月期 3Q累計期間	前年比/差	
全社合計 (率)	84 (3.0%)	254 (7.9%)	33%	▲170
セールス プロモーション (率)	▲15 (-%)	338 (18.0%)	-	▲353
メディア (率)	218 (14.8%)	185 (14.6%)	118%	+33
アプリ (率)	▲1 (-)	▲178 (-)	-	+178
その他共通費 (率)	▲118 (-)	▲91 (-)	-	▲28

セールスプロモーション・セグメントの詳細

F2F Marketingの生産性向上に伴い、売上高が著しく増加

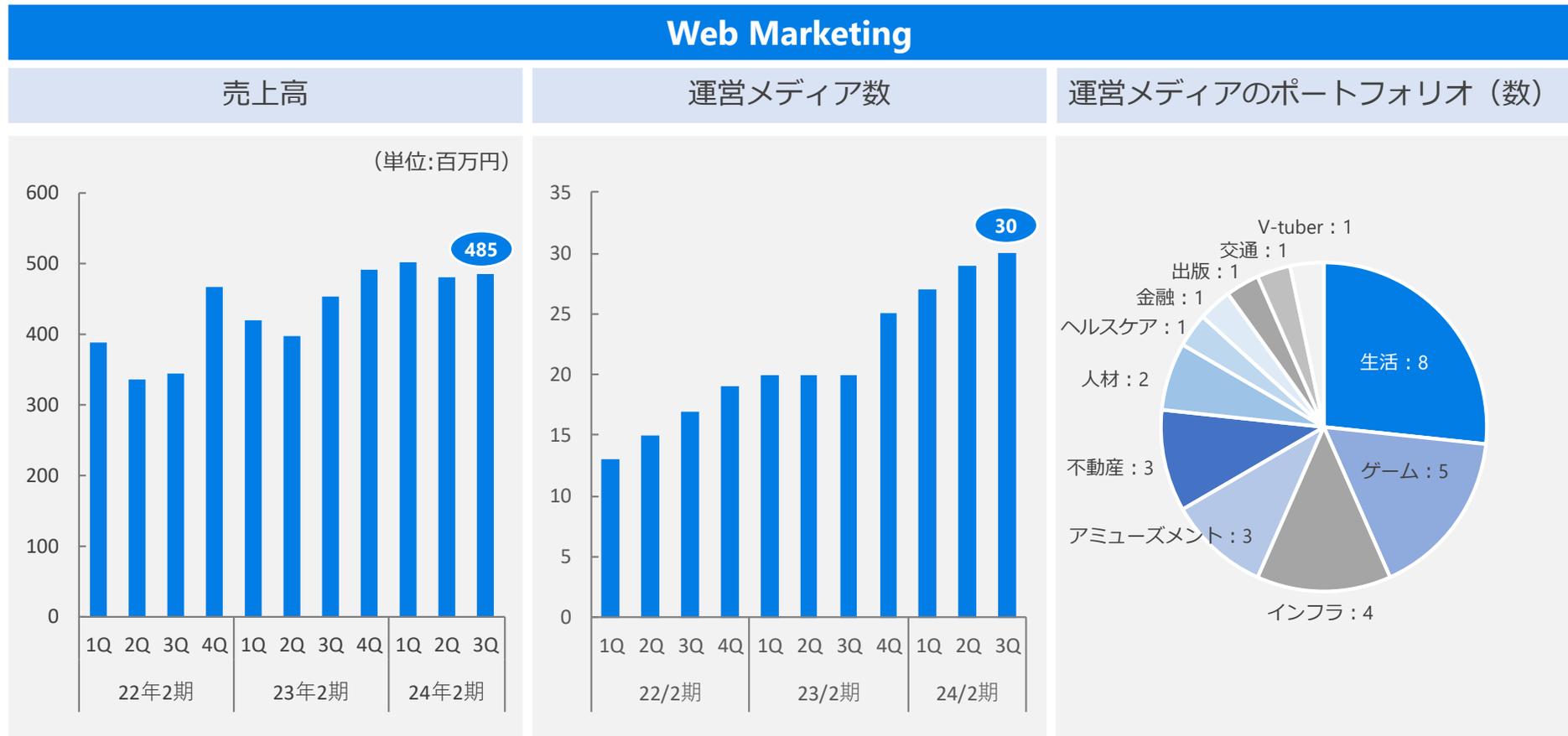
(単位:百万円)



*1: NHK業務は除く

メディア・セグメントの詳細

メディア・ポートフォリオの多様化によるリスク分散



本資料の取り扱いについて

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。実際の業績等は、今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる場合があります。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる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、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

お問い合わせ先
広報・IR部
Email: ir@n-links.co.jp

