



## 第19期（2024年3月期）決算説明資料

2024年5月10日

イシン株式会社 東証グロース：143A

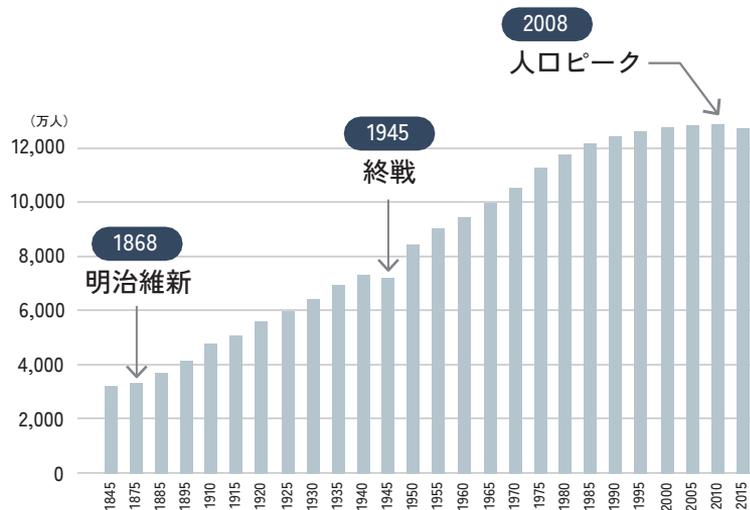
# 目次 CONTENTS

- 01 | 会社概要・事業内容
- 02 | 2024年3月期 決算概要
- 03 | 2025年3月期 業績予想
- 04 | カンパニーハイライト
- 05 | 成長戦略
- 06 | Appendix

# 01 | 会社概要・事業内容

## 今後の日本の課題と、当社が目指す社会。

- 日本の総人口は今後、長期的に急減
- 人口増に頼らない社会成長モデルを構築する必要性



出典：「国土の長期展望」最終とりまとめ（国土交通省）2021  
<https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001412278.pdf>

### 〈社会課題〉

人口減少

高齢化

生産性停滞

地域衰退

etc.

### 〈今後の社会成長モデル〉



イノベーション

D X

スタートアップ振興

地方創生

創発型  
社会

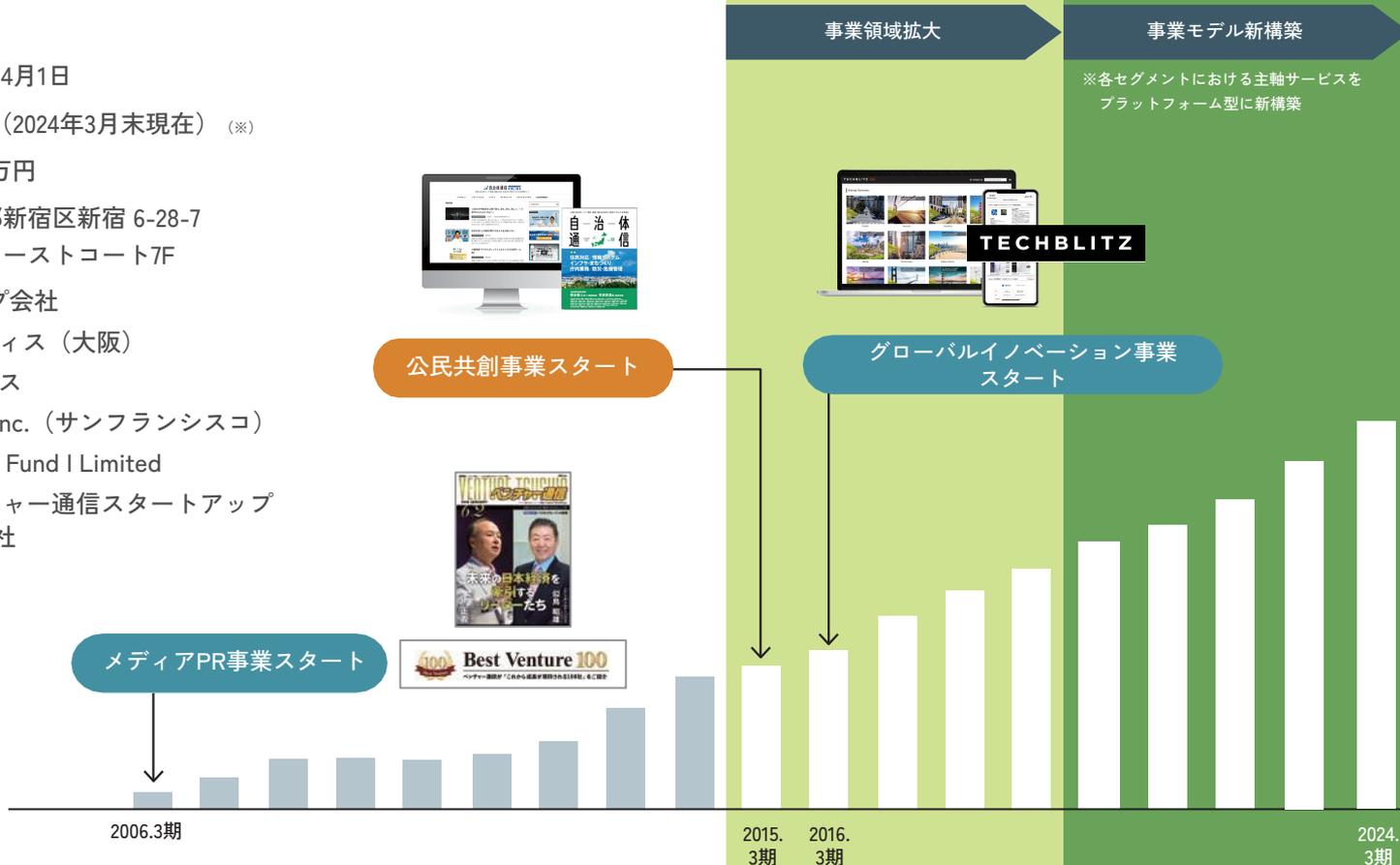


2020  
1.25 億人

2100  
推計  
およそ 5,000 万人

## 会社概要・事業内容 |

- | 創業 1999年
- | 設立 2005年4月1日
- | 従業員 108名（2024年3月末現在）（※）
- | 資本金 163百万円
- | 本社 東京都新宿区新宿 6-28-7  
新宿イーストコート7F
- | 拠点・グループ会社
  - － 西日本オフィス（大阪）
  - － 高知オフィス
  - － Ishin USA, Inc.（サンフランシスコ）
  - － Ishin Global Fund I Limited
  - － GMOベンチャー通信スタートアップ支援株式会社



（※）従業員数は就業人員(当社グループから当社グループ外への出向者を除き、当社グループ外から当社グループへの出向者を含む。)及び、臨時雇用者数(パートタイマーを含む。最近1年間の平均人員)の合計値を記載しております。

3つの領域で事業を展開。  
各事業において、メディア・ソリューション・プラットフォームの事業を展開し、  
事業を通じて領域の社会課題を解決。

売上高及び構成比率  
2024年3月期の実績

### グローバルイノベーション 事業

日系大手企業の  
オープンイノベーション支援



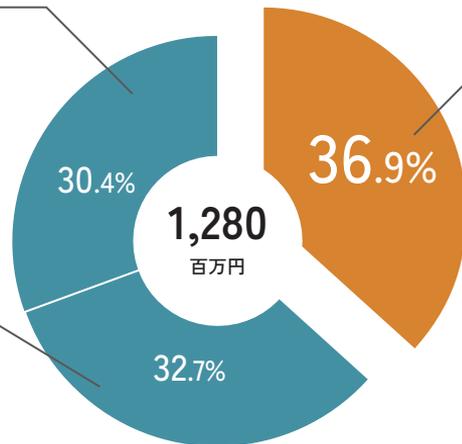
### 公民共創 事業

企業の自治体向けマーケティング・  
販促及び各種営業支援



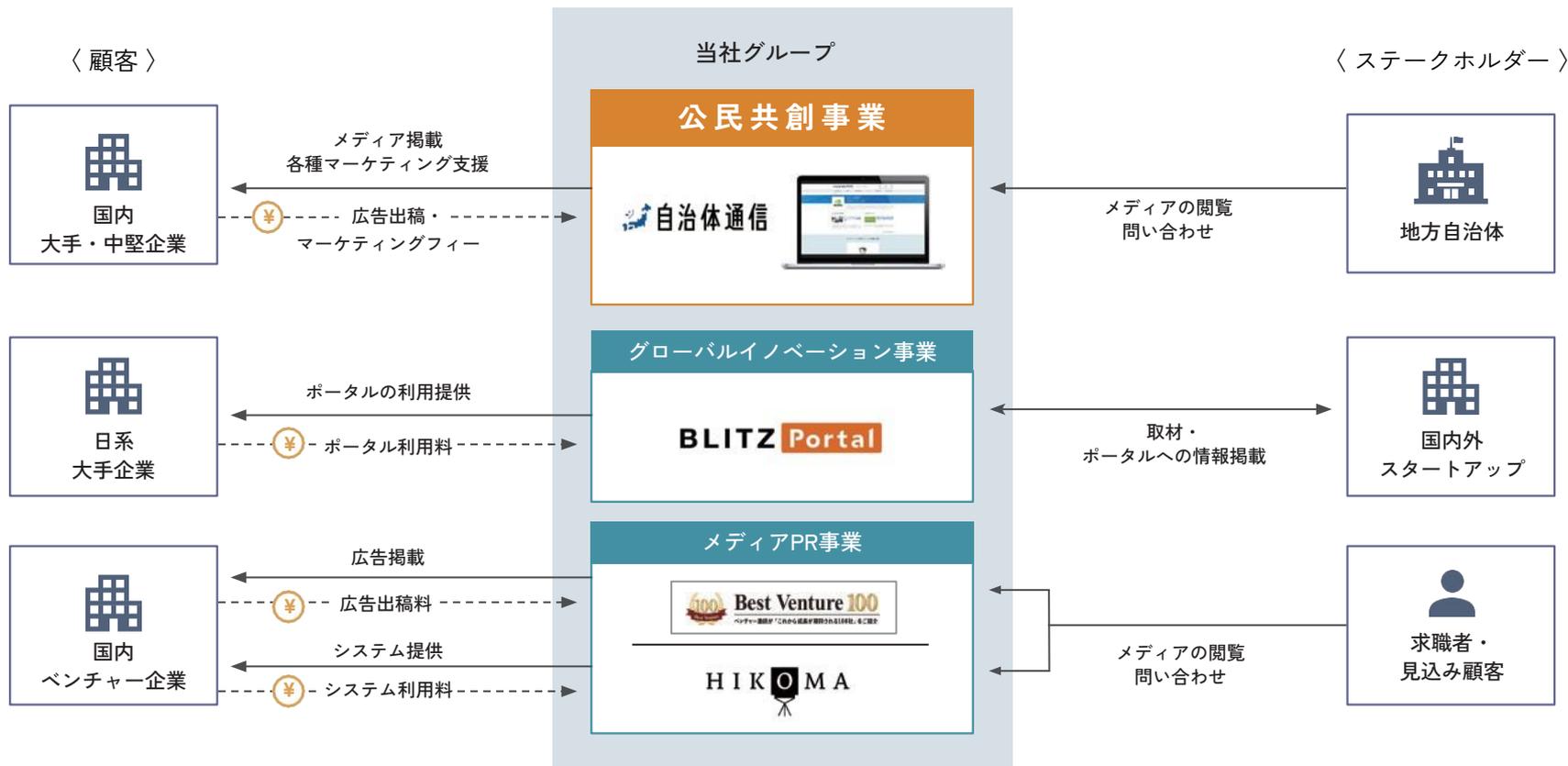
### メディアPR 事業

ベンチャー企業の  
ブランディング及び  
採用マーケティング支援



各サービス区分ごとの定義は以下の通り。

- ・メディア : 当社メディアに広告掲載することで収益を得るサービス。
- ・プラットフォーム : 主な収益はシステム利用料が中心で、同サービス上で顧客とステークホルダーの双方向性のあるサービス。
- ・ソリューション : 上記2区分には含まれない、顧客ニーズに合わせたカスタマイズ性の高いサービス。



- ・自治体への営業稼働が非効率だ
- ・自治体を開拓したいが、どうすればよいか分からない
- ・自治体に対してPRする手段があまりない



自治体へサービスを提供する民間企業



公民共創事業

自治体通信



- ・地域課題を解決したいが方法が分からない
- ・近隣自治体がどんなサービスを導入しているか知りたい
- ・有益な民間サービスを効率よく探すのが困難



自治体関係者

問い合わせ・資料のダウンロード

自治体通信  
(メディア)



各種BtoG (※1) ソリューション  
(ソリューション)



BtoGプラットフォーム  
(プラットフォーム)



- ・自治体向け無料情報誌として2014年に創刊
- ・全国約1,780か所の自治体に無料送付
- ・企業と自治体のインタビューをセットにした記事広告掲載費が主な収益

- ・自治体向けの ウェビナー開催や、企業の自治体に対する架電業務を代行
- ・企業のソリューションのPRや自治体職員のリードを提供
- ・テレマーケティングについては、荷電内容や荷電量に応じた費用が主な収益 (SPOT売上) (※2)
- ・ウェビナーはスポンサー費用が主な収益 (SPOT売上)

- ・企業の自治体向けのWEBマーケティングを支援
- ・商品カタログを掲載し自治体職員のリード獲得やプレスリリースの配信が可能
- ・プラットフォームの月額利用費が主な収益 (STOCK 売上) (※2)

(※1) BtoG : Business to Governmentの略称。

(※2) SPOT売上 : 都度の契約から生じる売上。

STOCK売上 : 継続的な契約から生じる売上。各サービスは基本的に12月以上の契約となっており、13か月目以降は解約が可能な契約となっております。

- ・今後伸びる市場や技術トレンドが分からない
- ・出資やM&Aを検討しているが、良いスタートアップを自分たちだけで探すのは限界がある
- ・英語の情報のため、工数がかかる

- ・日本マーケットへの進出を考えているが、良いパートナーがない（海外スタートアップ）
- ・会社や自社の技術を日本企業に知ってほしい（海外スタートアップ）
- ・日本の大手企業と資本/業務提携をしたい（国内外スタートアップ）



TECHBLITZ  
(メディア)



TECHBLITZ

- ・米国シリコンバレー発のテックメディア
- ・国内外のスタートアップ関係者を取材し独自コンテンツや分析レポートを多数掲載
- ・マネタイズはしておらず、メディアは無料で閲覧可能

イノベーション研修及びその他  
(ソリューション)



- ・スタンフォード大学やUCバークレー大学の教授と連携したグローバルイノベーション研修や、オープンイノベーションに特化した大型イベントの開催
- ・研修に係る費用や、イベントスポンサー費用が主な収益 (SPOT売上)

BLITZ Portal  
(プラットフォーム)



BLITZ Portal

- ・成長産業に特化した情報ポータルサイト
- ・約305万社の国内外の企業データベース、注目企業や業界トレンドレポートを多数掲載
- ・ポータルの月額利用費が主な収益 (STOCK売上)

(※) R&D : Research and Developmentの略称。

- ・自社の魅力が言語化できていない
- ・理念やビジョンが社内に浸透していない
- ・採用力を強化、自社をブランディングしたい



成長ベンチャー企業経営者

広告出稿料

メディアPR事業



HIKOMA

- ・想いやビジョンに共感する企業で働きたい (求職者)
- ・自社のビジョンや方向性が分からなくなった (従業員)



求職者



従業員

サイト閲覧・問い合わせ

ベンチャー通信及び各種メディア (メディア)



- ・『ベンチャー通信』等の各種メディアを通じた企業のブランディングを支援
- ・経営者インタビューを中心とした記事広告モデル
- ・雑誌掲載費 (SPOT売上) と、Onlineメディアへの継続的な掲載費用 (STOCK売上) が主な収益

大型カンファレンス (ソリューション)



- ・独自のネットワークを活かし成長企業経営者を集めた大型のカンファレンスを開催
- ・参加者へのプレゼン機会、参加者リードや経営者とのマッチング機会の提供
- ・スポンサー協賛が主な収益 (SPOT売上)

HIKOMA CLOUD (プラットフォーム)



HIKOMA

- ・採用ページ制作に特化したCMS (※) を提供し、採用オウンドメディア運営を支援
- ・サイト改善や求人広告の運用もサポート
- ・CMSの月額利用費が主な収益 (STOCK売上)

(※) CMS : Contents Management System (コンテンツマネジメントシステム) の略称。

## 02 | 2024年3月期 決算概要

増収・大幅増益を達成。

### 売上高

1,280 百万円

(前期比)  
+11.5%

- ・ 前期比で+11.5%と堅調な成長を維持
- ・ 公民共創事業とグローバルイノベーション事業が牽引

### 営業利益

200 百万円

(前期比)  
+110.7%

- ・ 前期比で+110.7%の大幅増益
- ・ 売上増に伴う売上総利益の増加に加え、外部委託業務の内製化やマーケティング費用の最適化により、コスト効率が改善し営業利益率も大幅に上昇

### 当期純利益

126 百万円

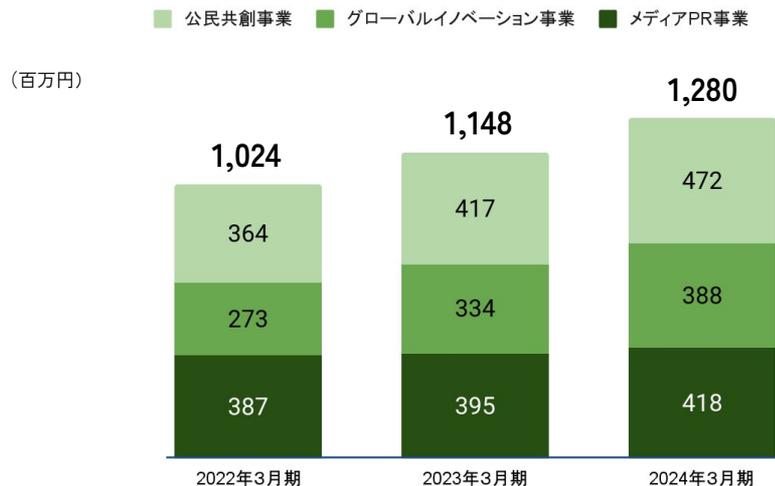
(前期比)  
+50.7%

- ・ 前期比で+50.7%の大幅増益
- ・ 営業利益の増加に伴い、純利益も大幅に成長

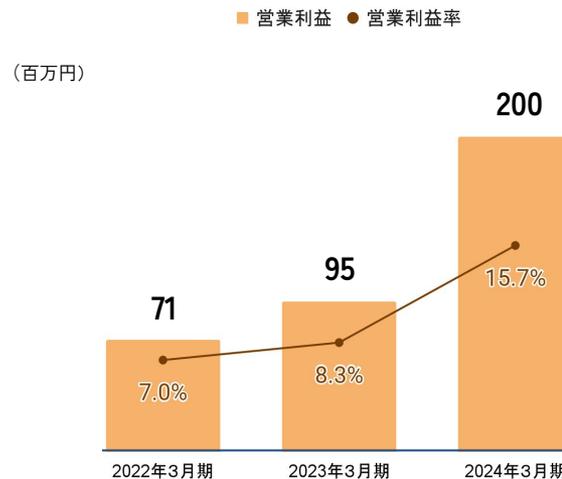
※23年3月期に比べ24年3月期の税負担率が増加したため、当期純利益の伸びは緩やかとなっております。

売上高、営業利益共に順調に成長。特に営業利益については大幅増益。

売上高推移（セグメント別）



営業利益（率）推移



## 増収による売上総利益増加とコスト最適化により、営業利益が前期比で倍増。

- 売上高は前期比二桁成長、営業利益は前期比+110.7%。売上総利益は75.3%と引き続き高い水準を維持
- 外部委託業務の内製化とマーケティング費用の最適化によりコスト効率改善  
販売費及び一般管理費は前期比で減少し、営業利益率は8.3%から15.7%へ大幅上昇
- 業績予想に対しても、計画通り着地。特に営業利益と経常利益は大きく上回った

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	前期比	2024年3月期 業績予想	業績予想対比
売上高	1,148	1,280	11.5%	1,278	0.2%
売上総利益	881	964	9.4%	957	0.8%
(売上総利益率)	76.8%	75.3%	-	74.9%	-
販売費及び一般管理費	786	763	△2.9%	788	△3.1%
営業利益	95	200	110.7%	168	19.1%
(営業利益率)	8.3%	15.7%	-	13.2%	-
経常利益	111	188	69.6%	165	13.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	83	126	50.7%	126	△0.4%

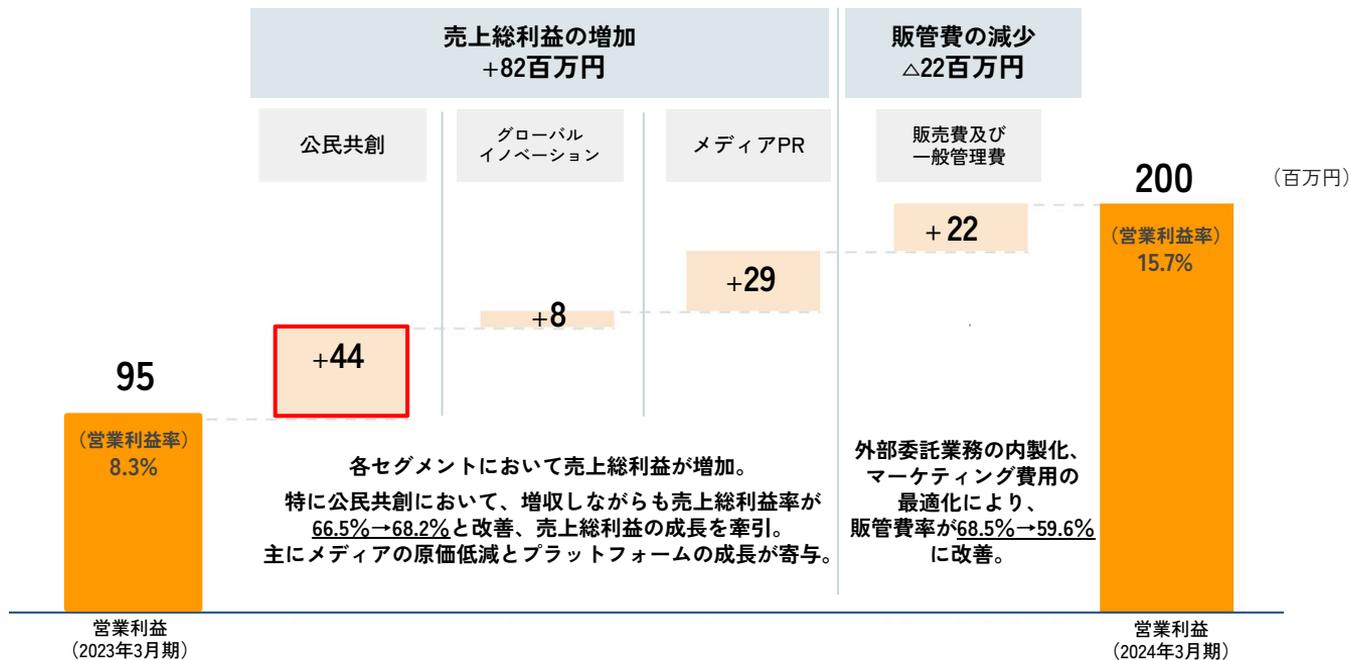
## 全セグメントで増収・増益。公民共創事業の収益性が大幅改善。

- 売上高は公民共創事業とグローバルイノベーション事業が成長  
グローバルイノベーション事業については、大型のグローバル研修案件が寄与
- 公民共創事業は、売上総利益率の上昇とマーケティング関連コストの最適化により、セグメント利益率が前期から+10%と大幅UP

(百万円)		2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	前期比 増減額	前期比
公民共創事業	売上高	417	472	55	13.3%
	セグメント利益	74	131	56	76.7%
	(セグメント利益率)	17.8%	27.8%	-	-
グローバルイノベーション事業	売上高	334	388	53	16.0%
	セグメント利益	114	138	24	21.3%
	(セグメント利益率)	34.1%	35.7%	-	-
メディアPR事業	売上高	395	418	22	5.8%
	セグメント利益	246	260	14	5.7%
	(セグメント利益率)	62.2%	62.2%	-	-

## 増収に伴う売上総利益の増加及び、費用の最適化により収益性が向上。

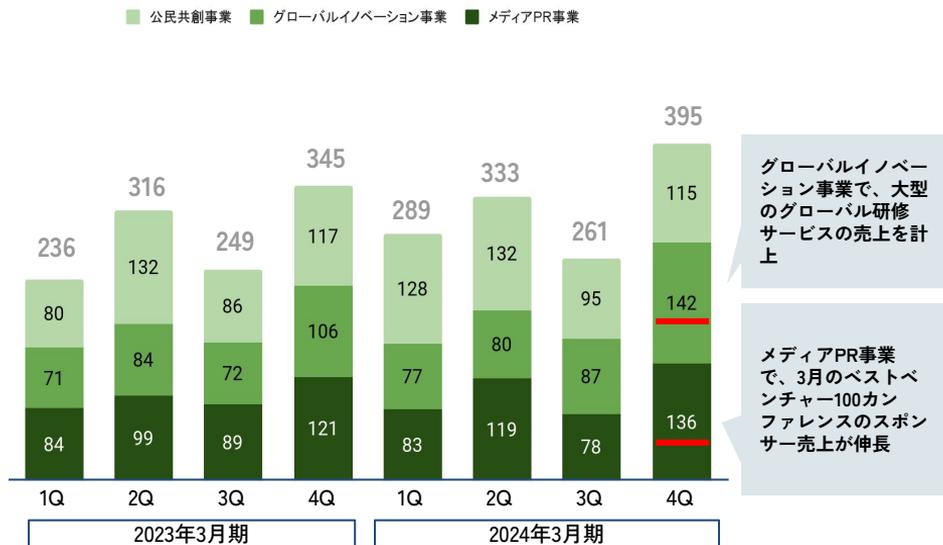
- 公民共創事業を中心にすべての事業の売上総利益が増加
- 外部委託業務の内製化及びマーケティング費用の最適化等により、販管費率が大きく改善し、収益性が向上



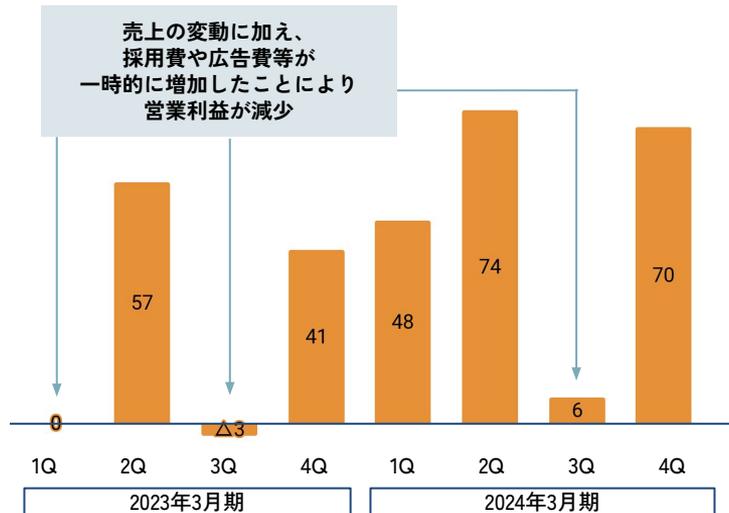
## 第2・4四半期に売上高及び営業利益が上がりやすい傾向にある。

- 年間を通じて、第2・4四半期は売上高が上がりやすく、伴い営業利益も近いトレンドとなっている
- 2024年3月期は、第4四半期にグローバル研修やイベントスポンサーが好調に推移したことで売上高が伸長上場にかかる費用などを3月末に計上したものの、前年同期を大きく上回る利益規模となった

売上高推移



営業利益推移



## 公民共創事業の重要KPIは概ね好調に推移。特にプラットフォームのMRR<sup>(※1)</sup>は大幅上昇。

- ソリューションの売上は前期を下回ったものの、テレマーケティングサービスでのトライアルプランの導入や、展示会形式のウェビナーなどが寄与し、契約社数の開拓は順調に推移
- プラットフォームは、特に高単価プランが進捗したことで、MRRが前期を大きく上回る

### ソリューション

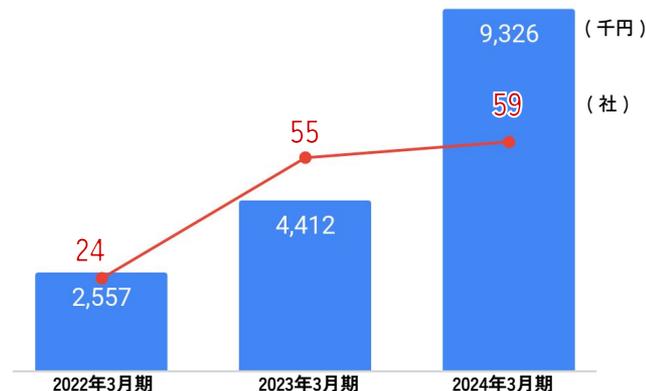
売上高、契約社数<sup>(※2)</sup>



(※2) 契約社数については、当該期間に契約した取引先の総数を記載しております。

### プラットフォーム

MRR、契約社数<sup>(※3)</sup>



(※1) MRR：Monthly Recurring Revenue（月次経常収益）の略称。

(※3) BtoGプラットフォームのスタンダードプランとプレミアムプランのSTOCK売上を対象とし、MRRは当該期末時点の各プランの合算数値、契約社数は当該期間に契約した取引先の総数を記載しております。

## 03 | 2025年3月期 業績予想

## 増収・増益を計画。

- 2025年3月期も引き続き増収増益を計画
- 経常利益は、ファンドの為替差益やイグジットを計画には織り込んでおらず微減（※1）
- 当期純利益は、IGF（LP）で発生した損失のうち約2%のみを計上するため、増益の計画（※2）

(百万円)		2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	前期比 増減額	前期比
売上高		1,280	1,354	74	5.8%
営業利益		200	206	5	2.8%
(営業利益率)		15.7%	15.3%	-	-%
営業外収益	(ファンド関連)	27	-	△27	-%
	(その他)	4	2	△2	△54.6%
		31	2	△29	△93.6%
	(ファンド関連)	27	23	△3	△12.5%
	(上場に係る一時費用)	14	-	△14	-%
営業外費用	(その他)	2	0	△2	△88.8%
		44	24	△19	△45.3%
経常利益		188	184	△3	△2.0%
非支配株主損益調整前利益		117	113	△4	△3.8%
非支配株主に帰属する当期純損失		△8	△29	△21	251.4%
親会社株主に帰属する当期純利益		126	142	16	13.2%

公民共創事業が売上成長率17.1%の計画となっており、グループ全体の成長を牽引。グローバルインベション事業及びメディアPR事業は、収益性を重視し売上は横ばいの計画。

公民共創事業で増員を計画。立ち上がりまでのタイムラグや採用費が増加するため、一時的に営業利益率は低下。

ファンドの為替差益及びイグジットについては、計画では見込まず。

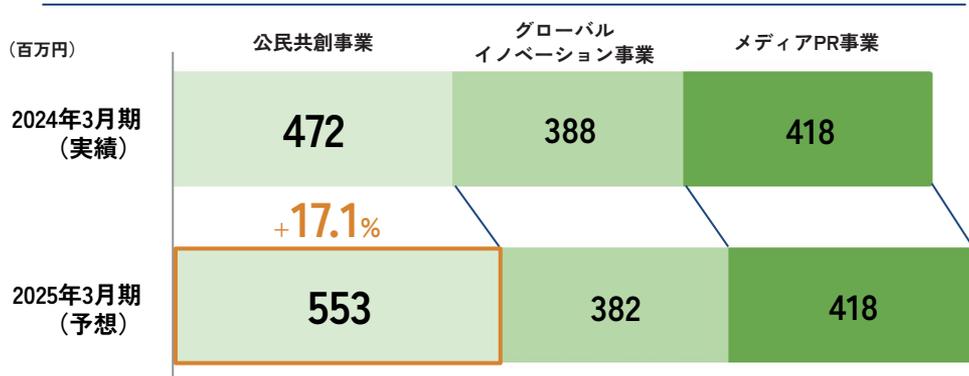
ファンド関連の損益のうち、IGF（LP）に関する損益は約2%のみを計上。

(※1) 24年3月期は、IGF（LP）において、為替差益及びイグジットによる営業外収益が約24百万円発生しましたが、25年3月期においては、不確実性の観点から計画には見込んでおりません。

(※2) 25年3月期は、IGF（LP）において営業外費用を約30百万円見込んでおりますが、当期純利益への影響は当社の持ち分（約2%）のみを取り込む処理を行うため、純利益への影響額は約0.6百万円となります。

成長領域である公民共創事業に注力、グループ全体の成長を牽引。  
 公民共創事業で上期に積極増員を予定、下期にかけて売上高・営業利益を伸ばす計画。

セグメント別の売上高推移



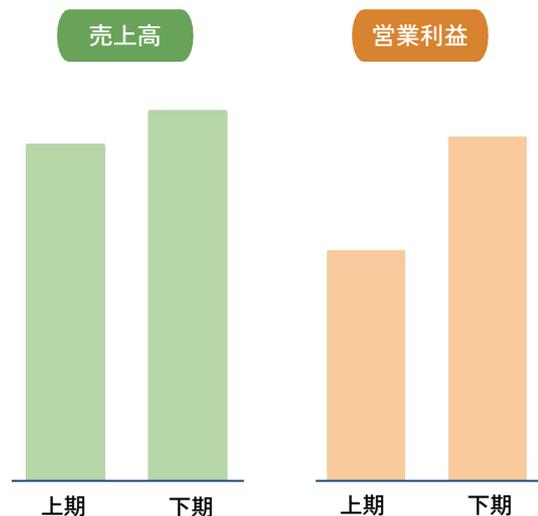
成長ドライバー

- 公民共創事業は売上成長率17.1%を計画
- 需要拡大に対応するため、上期に大幅な増員を計画

安定収益基盤

- グローバルイノベーション事業及びメディアPR事業は前期比でほぼ横ばいを計画
- 両事業とも、増員等の積極投資は行わず、収益性を重視
- グローバルイノベーション事業は、BLITZ Portalの新規開拓件数や大型のSPOT売上を保守的に設計

上期下期のバランス (イメージ)



- 公民共創事業では上期に増員を予定、下期にかけて売上高が伸びる計画
- 営業利益についても、売上高の伸びに連動し下期に偏重する計画

## 04 | カンパニーハイライト

1 独自の事業展開スタイル（MSPモデル）(※)

2 MSPモデルによる領域展開ポテンシャル

3 プラットフォーム（P）をベースとした安定収益基盤

(※) 当社が展開しているサービス区分（メディア・ソリューション・プラットフォーム）の頭文字

サービス区分

セグメント別のサービス

公民共創事業

グローバル  
イノベーション  
事業

メディアPR事業

メディア  
(M)

自治体通信



TECHBLITZ



各種メディア



ソリューション  
(S)

テレマーケティング



ウェビナー



グローバル  
イノベーション研修



オープンイノベーション  
イベント



大型カンファレンス



プラットフォーム  
(P)

BtoGプラットフォーム



BLITZ Portal

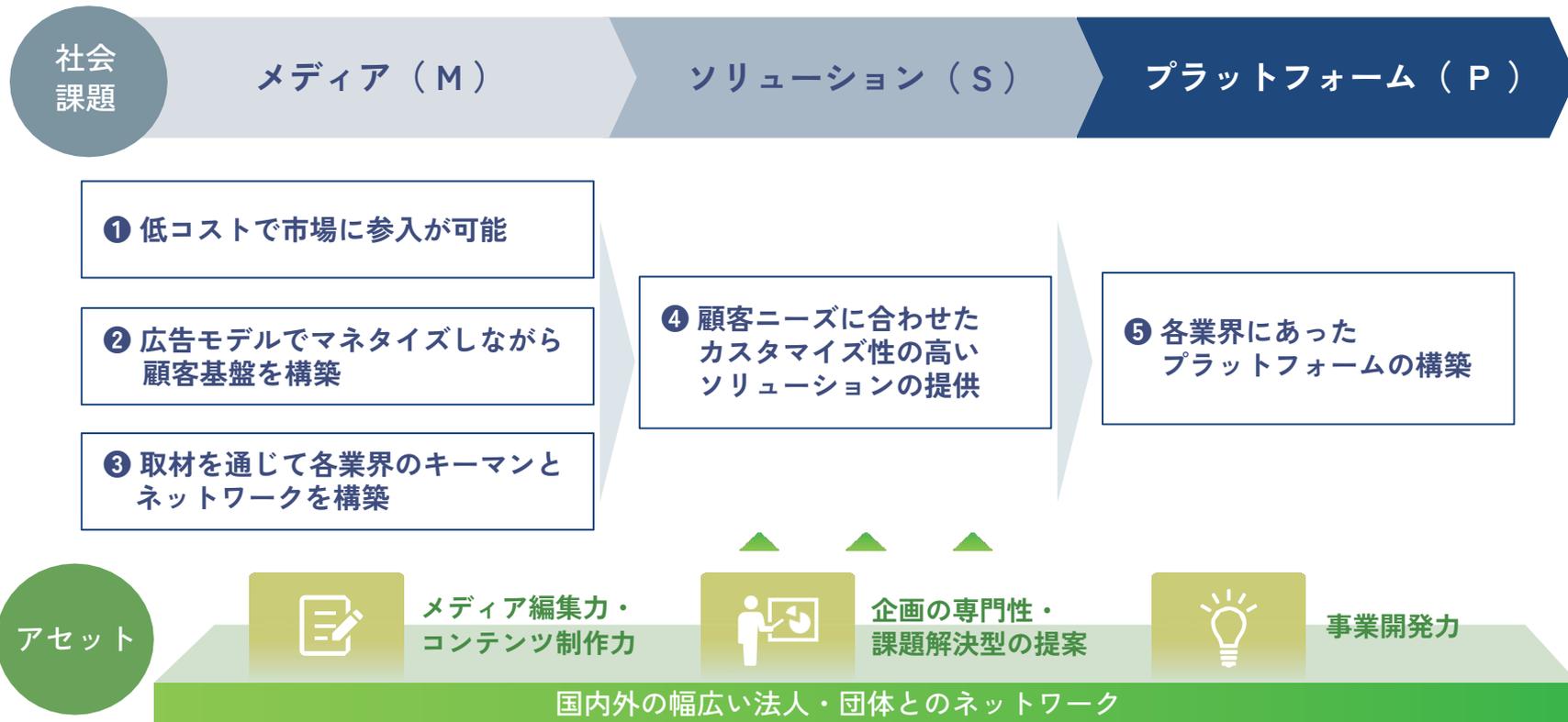


HIKOMA CLOUD



## MSPモデルでの事業展開。

- 各事業において、メディア・ソリューション・プラットフォームの事業を展開



## 【例】 公民共創事業の事業構築プロセス

- 自治体と民間企業をとりまく構造課題を把握し、メディア参入。顧客及び業界関係者とのネットワークを構築する
- ソリューションを通じて更に市場への理解を深め、自治体職員と民間企業双方に求められるプラットフォームへ昇華させる

### 社会課題

エコシステムの  
構造課題の把握

#### ① 情報流通

行政運営上の課題は類似性が高いにも関わらず自治体間での課題解決手法の**情報流通が限定的** (トレンド&事例ニーズ)

#### ② 文化

**紙文化・回覧文化が根強い**。雑誌メディアとの親和性、Webメディアの可能性

#### ③ 営業効率

自治体向けビジネスを展開する企業側も全国に点在する**自治体への営業非効率に悩んでいる**

### メディア (M)

業界ネットワーク・  
顧客基盤の構築



#### 『自治体通信』の 立ち上げ

- 全国約1,780か所の**都道府県市区町村**に雑誌を無料配布
- **自治体のトレンド・先進事例**を中心に広告コンテンツをメディアとして展開
- 取材を通じて全国の首長や行政職員との**リレーションを構築**

### ソリューション (S)

顧客課題の深耕・  
新たなソリューション開発



#### テレマーケティング・ イベントサービス開始

- 広告出稿以外の**顧客ニーズ**に対して新たなソリューションを開発
- テレマーケティングによる市場調査及びリード獲得支援、イベントを通じた**直接の接点の場の創出**

### プラットフォーム (P)

エコシステム全体に適した  
プラットフォームの立ち上げ



#### BtoGプラットフォーム サービス開始

- **顧客・自治体両者のニーズ**を捉えたプラットフォームサービスの立ち上げ
- **高収益かつSTOCK収益**が中心であり、中長期的に**安定した収益基盤**を構築

1

独自の事業展開スタイル（MSPモデル）

2

MSPモデルによる領域展開ポテンシャル

3

プラットフォーム（P）をベースとした安定収益基盤

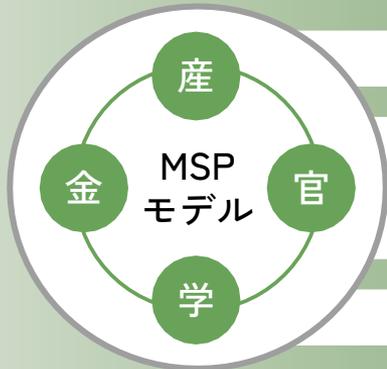
## 広範なネットワーク×MSPモデルは様々な社会課題に参入可能と認識。

- 既存3領域のみならず、第4以降の事業領域の開発も検討
- また、現在有している産官学金ネットワークを活かした融合的な取組も可能  
(例：2023年3月 脱炭素をテーマにスタートアップ・大企業・自治体・大学の連携を促進する大型サミットを京都府と共同主催)

〈社会課題〉

〈当社の事業領域と創出価値概念〉

- 人口減少
- 高齢化
- 地域衰退
- 生産性停滞
- 他



イノベーション

DX

スタートアップ振興

地方創生

創発型  
社会

〈未着手の領域 (例)〉



1

独自の事業展開スタイル（MSPモデル）

2

MSPモデルによる領域展開ポテンシャル

3

プラットフォーム（P）をベースとした安定収益基盤

## サービス区分ごとの収益モデルのイメージ。

- プラットフォーム及びメディアサービスは、SPOT売上だけではなく、STOCK売上も積み上げていくモデル

### サービス区分

#### メディア

- 雑誌発刊時に雑誌掲載に係る初期費用を計上
- 雑誌掲載された記事はOnlineメディアにも掲載、Online記事掲載料を掲載期間にわたって計上

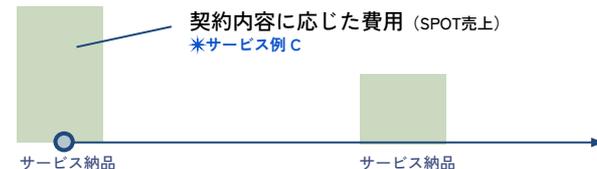
#### ソリューション

- サービス納品時に売上を計上
- カスタマイズ性が高いサービスのため案件によって単価は変動

#### プラットフォーム

- サービス提供開始月に、納品に係る初期費用と月額費用を計上
- 以降、月額利用料を役務提供期間にわたって計上

### 収益イメージ（売上の計上時期）



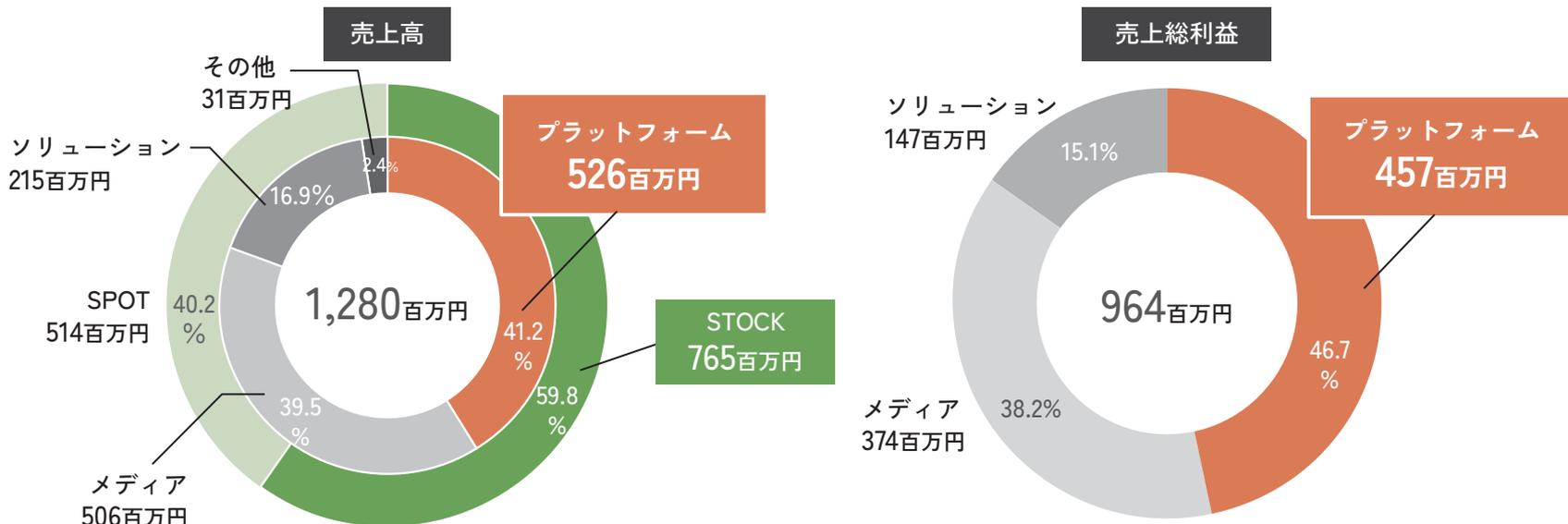
### サービス例

- A)
- 雑誌『ベンチャー通信』への掲載費用
- B)
- 「ベンチャー通信Online」への掲載費用
  - 「ベストベンチャー100」会員費用
  - 「ニッポンの社長」や「人財力」などの各種Onlineメディアへの掲載費用
- C)
- テレマーケティング費用
  - ウェビナーやイベントへのスポンサー費用
  - インノベーション研修に係る費用
- D)
- 「BtoGプラットフォーム」の初期費用
  - 「HIKOMA CLOUD」のサイト立ち上げ費用
- E)
- 「BtoGプラットフォーム」の月額利用料
  - 「BLITZ Portal」の月額利用料
  - 「HIKOMA CLOUD」の月額利用料

## STOCK売上高が約60%を占め、プラットフォームを中心に安定した収益基盤を構築。

- STOCK売上高は全売上の約60%を占め、引き続き安定した収益構造を維持
- 売上総利益の約47%がプラットフォームから創出、サービス区分別で最大となっており利益創出を牽引

2024年3月期のサービス区分別の売上高/売上総利益のシェア



(※) 各サービス区分に分類できない売上原価が約16百万円発生したため、上記円グラフに記載している売上総利益の割合(%)については、メディア、ソリューション、プラットフォームに区分される売上総利益の合計値に対する割合を記載しております。  
なお、円グラフの中心に記載している売上総利益(964百万円)は、分類できない売上原価分を含めた数値を記載しております。

# 05 | 成長戦略

## 成長戦略サマリ

1

公民共創事業で、マーケットシェア獲得と付加価値の向上により売上成長を最大化

- 公民共創事業のソリューション・プラットフォームを中心に高い成長を目指す
- グローバルイノベーション事業及びメディアPR事業はSTOCK売上の積み上げを中心に、安定成長と収益性を追求

2

既存領域において新たなソリューションを開発、新たな第4の市場開拓

- 既存領域において、新たなソリューションを開発
- メディア・ソリューション・プラットフォームの事業展開スタイルを他領域で展開し、第4の市場を開拓する

3

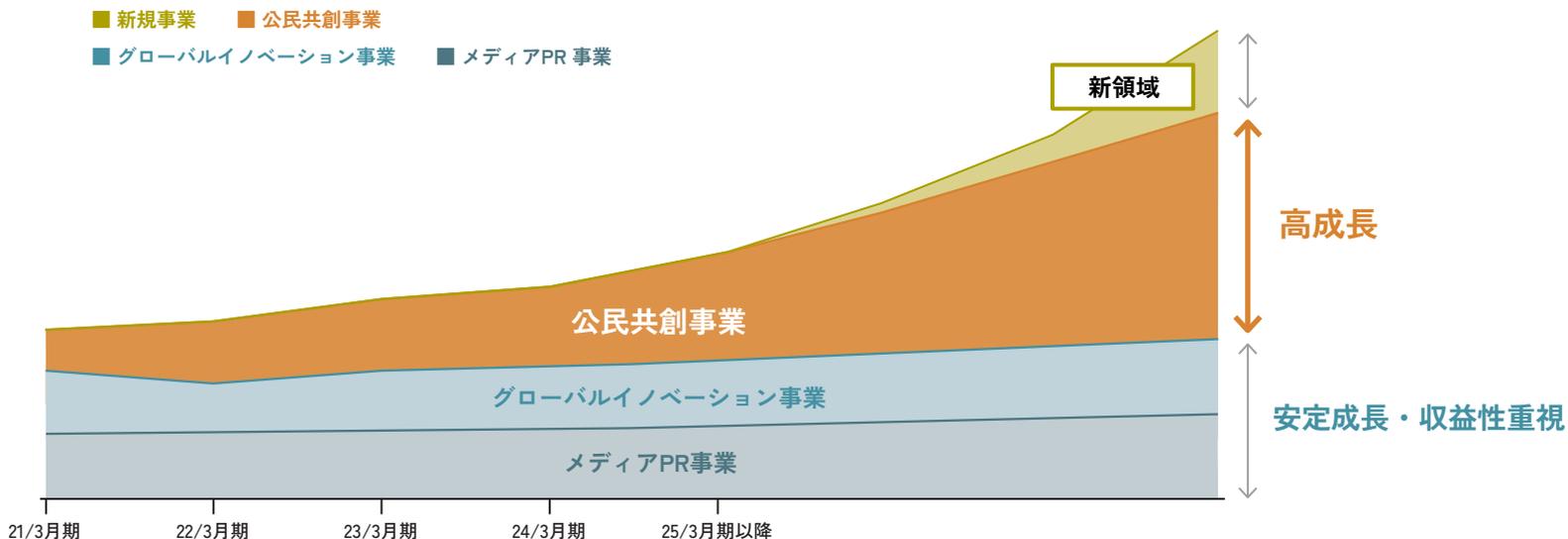
適切なコストコントロールによる、継続的な収益性向上

- 高い売上総利益率を維持し、販管費を適切にコントロール・最適化することで高い収益性を実現し続ける
- 公民共創事業には積極的に投資、グローバルイノベーション事業、メディアPR事業及びコーポレート部門（共通費）は最適化を図る

## 公民共創事業を成長領域として売上拡大を目指す。

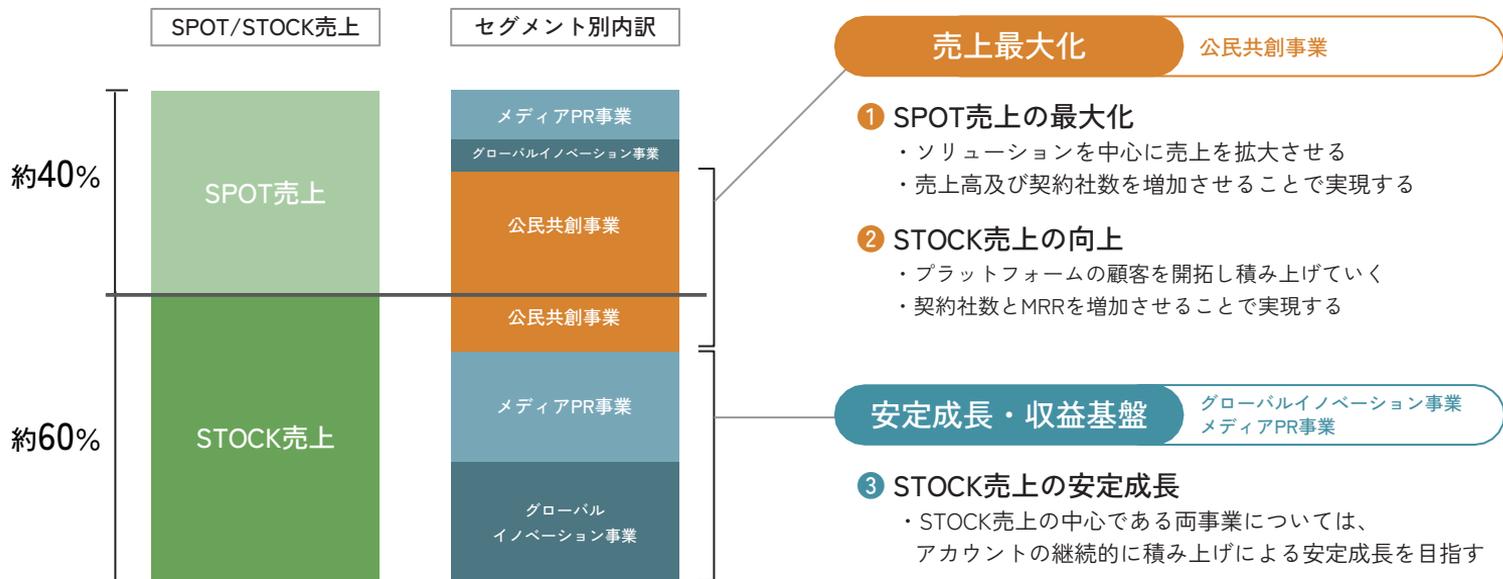
- 公民共創事業を成長領域として、BtoGマーケティング領域における業界リーダーとしてのポジションを確立させる
- グローバルイノベーション事業及びメディアPR事業は安定成長事業として収益性を重視していく
- 将来的には メディア → ソリューション → プラットフォーム の事業展開のメソッドを活かし、新たな領域開発を目指す

(売上構成比のイメージ)



## 売上の構成。

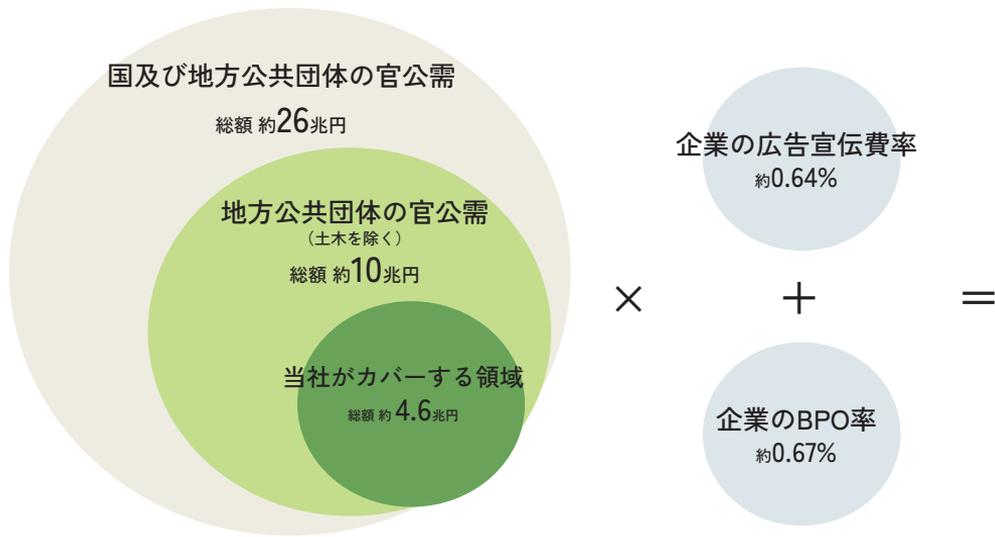
- 当社の成長事業である、公民共創事業のSPOT/STOCKの売上成長を目指す
- グローバルイノベーション事業・メディアPR事業は、STOCK売上を中心に安定成長を目指す



(※) 上記は25年3月期（通期）の予想値をもとに構造説明

## 関連する市場規模と今後のポテンシャル。

- 短期戦略として、プラットフォーム及びソリューションを中心にBtoGマーケティング及びBPO市場のシェアを拡大
- 中期的には、各サービスの付加価値を最大化し、業界リーダーとしてのポジションを確立させる



### 公共セクターに関するDX関連市場 (※1) (国及び地方公共団体の官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約3,300億円  $\left( \begin{array}{l} \text{BtoGマーケティング市場 [約1,600億円]} \\ + \text{BtoG特化のBPO市場 [約1,700億円]} \end{array} \right)$

### 今後のターゲット市場 (※2) (地方公共団体の土木を除く官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約1,310億円  $\left( \begin{array}{l} \text{BtoGマーケティング市場 [約640億円]} \\ + \text{BtoG特化のBPO市場 [約670億円]} \end{array} \right)$

### 現在のターゲット市場 (※3) (当社がカバーしている地方公共団体の官公需を対象としたマーケティング及びBPO市場)

約600億円

(※1) 将来は地方自治体だけでなく、国(省庁、独立行政法人、国立大学法人等)を対象とする事業展開の可能性があると考えております。また、当社サービスは、企業のマーケティング・販促及び営業活動の代替となるソリューション展開していることから、広告宣伝(BtoGマーケティング市場)及びBPO市場(BtoG特化のBPO市場)に係る市場に拡大できると考えております。そのため、国及び地方自治体の官公需の総額に対して、当社が算出した広告宣伝費率及びBPO率を乗じて算出しております。国(省庁、独立行政法人、国立大学法人等)及び地方公共団体の官公需約26兆円(出所:中小企業庁「官公需法に基づく「令和5年度国等の契約の基本方針」の概要等について」)に対して、全産業に占める広告宣伝費率0.64%(出所:経産省「2022年企業活動基本調査確報-2021年度実績-」データより、各業種の売上高における広告宣伝費率を算出)、全産業の売上におけるBPO市場の割合0.67%(出所:経産省「2022年企業活動基本調査確報-2021年度実績-」における全産業の売上の合計に対して、矢野経済研究所「BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場に関する調査(2022年度)」の市場規模の割合を元に算出)を、それぞれ乗じて算出しております。

(※2) 主に支援しているのが地方自治体の中でも土木を除く業種において、マーケティング・販促及びBPO支援の領域であり、地方公共団体の土木を除く官公需約10兆円(出所:中小企業庁「令和3年度地方公共団体による中小企業者の受注機会の増大のための措置状況等調査結果」)に対して、上記(※1)に記載している広告宣伝費率及びBPO率を乗じて算出。

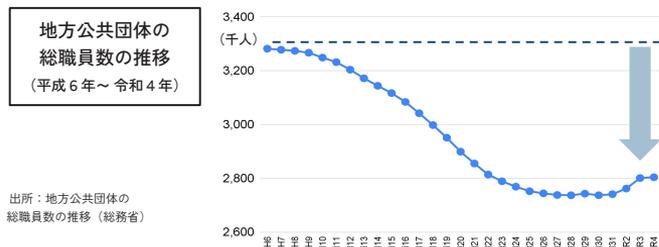
(※3) 今後のターゲットで試算した数値に対して、現在当社が支援している業種に限られており、直近1年間の公示案件を元に試算した当社のカバー割合(45.8%)を乗じて算出。(株式会社うるる「入札リサーチセンターの入札動向マンスリーレポートの直近1年間(2022年9月~2023年8月)の公示案件を対象に当社にて算出)

## 公民共創事業の市場の成長余地。

- 行政の課題の増加・多様化する中で、官民連携の必要性の高まり
- 自治体業務の効率化や住民サービス向上のため、自治体DX<sup>(※)</sup>市場は今後拡大が見込まれる

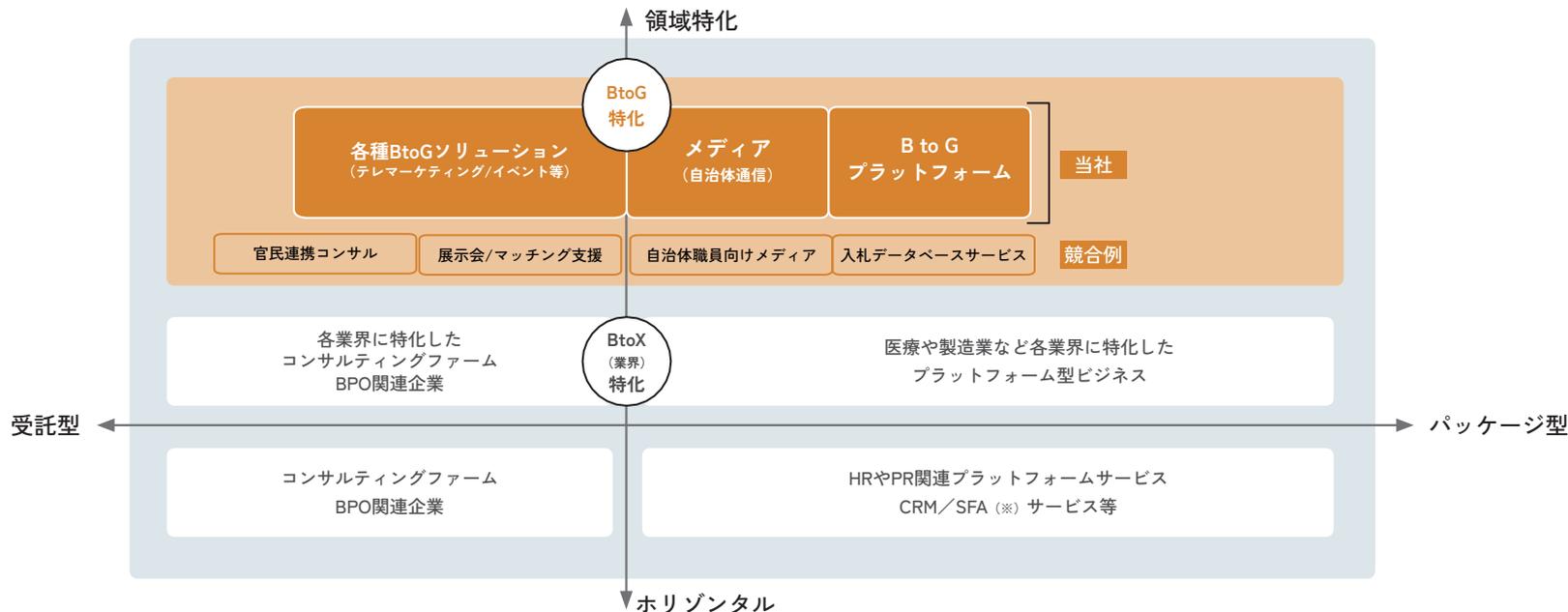
### ■ 官民連携の必要性の高まり

- ✔ 自治体職員は減少する一方で、利用できる財源は限られたまま推移
- ✔ 社会ニーズが多様化する中で、質を担保した住民サービス提供の難易度が高まる
- ✔ 民間企業のノウハウ・アセットを活用した効率的・効果的な行政運営が求められている



## BtoG領域に特化したマーケットで、独自のポジションを確立。

- 巨大な営業・マーケティング支援市場において、当社はBtoG領域特化型のサービスを展開
- 当社は早期に市場に参入し、BtoGプラットフォームを中心に、メディア及び各種ソリューションを展開  
特にBtoG領域におけるプラットフォームは当社独自のサービスであり、同サービスを起点に今後も領域を開発していくことが可能

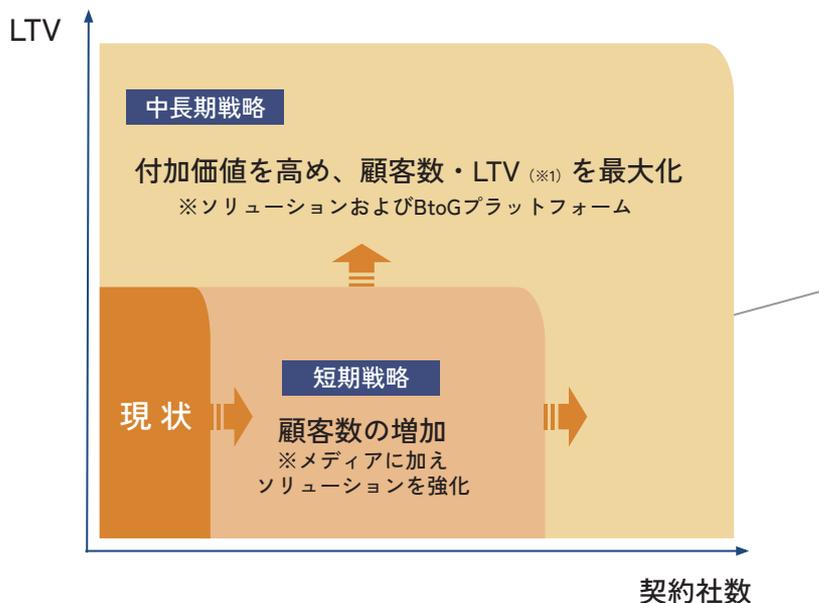


(※) CRM : Customer Relationship Managementの略称  
SFA : Sales Force Automationの略称

## ソリューションとプラットフォームを中心とした成長を目指す。

- メディア『自治体通信』の認知度や顧客基盤として、成長余地の大きいソリューション&プラットフォームを成長させる
- 短期戦略では、顧客数を重要KPIとして社数増加を図り、中長期戦略では各サービスの付加価値を高め、顧客数・単価を最大化させる

### ◆ 成長のイメージ



(※1) LTV : Life Time Value (顧客生涯価値) の略称

### ◆ 戦略実現のための具体的な施策と、施策ごとの重要KPI

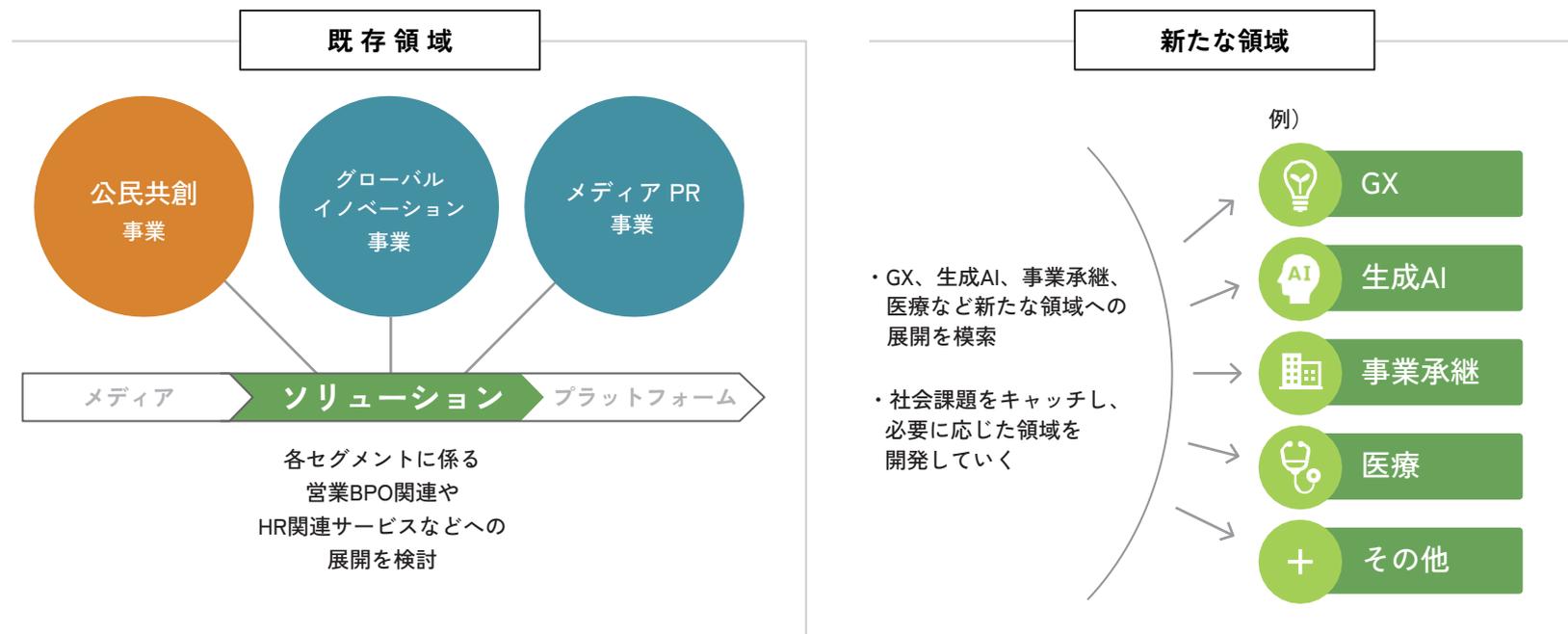
戦略		短期 (2024年3月期～2026年3月期)	中長期	重要KPI
施策	ソリューション	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コールセンター内製化<sup>(※2)</sup>による品質向上<sup>(※3)</sup>及び商品力強化</li> <li>● 営業支援領域の深耕</li> </ul>	● 架電結果のデータベース化による付加価値向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 売上高</li> <li>● 契約社数</li> </ul>
	ウェビナー	● 展示会形式のウェビナーにも注力し、参画する自治体や職員数を増加	● 参加自治体の集客を増やし、イベントを大規模化	
施策	BtoGプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ソリューション顧客へのクロスセル</li> <li>● 機能・コンテンツ拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● カスタマーサクセスの強化</li> <li>● 継続的な機能・コンテンツ拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● MRR</li> <li>● 契約社数</li> </ul>

(※2) 2023年4月高知県香南市にて開設完了

(※3) コールスタッフの熟練度を高めることにより、自治体からの回答回収率や資料提供の快活率等の向上

## 新しい領域への展開、既存領域での新たなソリューションの開発。

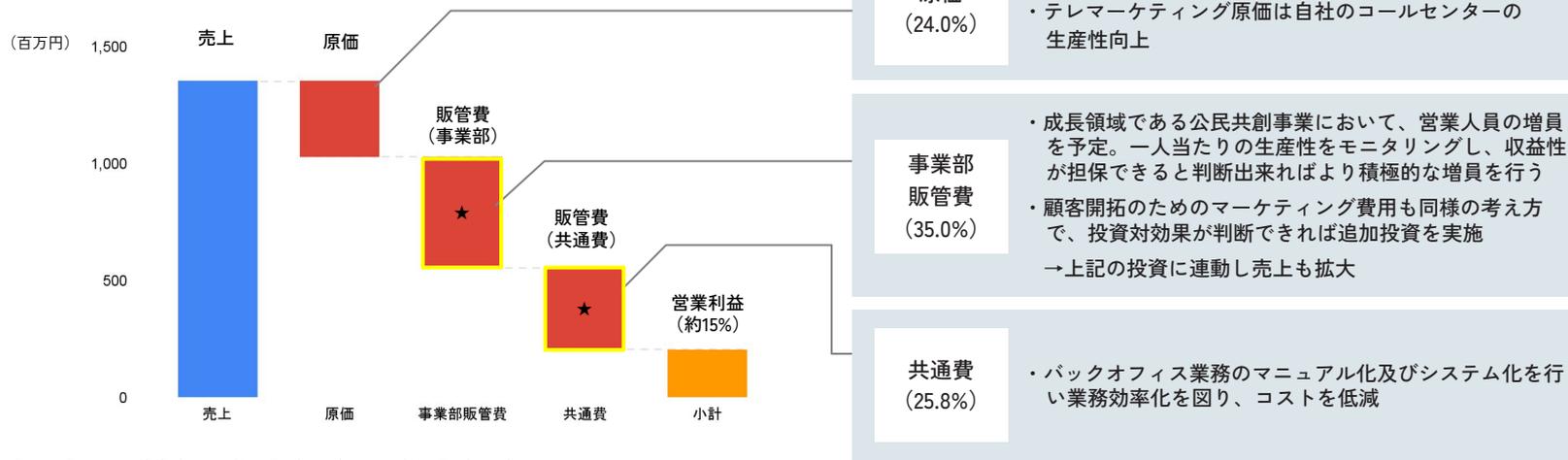
- 既存領域における顧客基盤を起点に、各領域で新たなソリューションの開発を検討
- 社会課題を起点として、新たな第4の市場を開拓



## メリハリのある投資により、収益性を改善し続ける。

- 売上総利益率は70%台を維持(※)しながら、販管費については柔軟で機動的な設計が可能
- 販管費(事業部)は、主に公民共創事業の営業(主に人員)・マーケティングに対する投資コントロールを重視
- 販管費(共通費)は、各バックオフィス業務の業務効率化を図る

●下記は25年3月期(通期)の予想値をもとに構造説明



(※) 過去2期間の売上総利益率実績：2023年3月期(76.8%)、2024年3月期(75.3%)

# 06 | Appendix

# 創発 (※)

イシンは事業を通じて、未来を創るイノベーション機会を提供しています。

(※) 主体同士の相互作用から想定を超える価値が生まれる現象

## 社是

# 事業家創発

事業家が生まれる創発的企業文化

## ビジョン

世界的視野を持った  
事業家たちが差別化された事業を通じて  
社会の進化に貢献する

## 沿革

- 1999年 ○ ベンチャー業界メディア『フロンティア（現ベンチャー通信）』を創刊
- 2005年 ○ 東京都渋谷区神南にて株式会社幕末を設立  
○ 成長が期待されるベンチャー企業向けの有料会員制サービス「ベストベンチャー100」の提供を開始
- 2014年 ○ イシン株式会社に商号変更  
○ 自治体の“経営力”を上げる情報メディア『自治体通信』を創刊
- 2015年 ○ アメリカ現地法人Ishin USA, Inc.を設立  
○ Ishin Global Fund | Limitedを設立
- 2019年 ○ 採用オウンドメディア制作サービス（※）「HIKOMA CLOUD」の提供を開始  
○ 企業の自治体向けのテレマーケティングサービスの提供を開始
- 2020年 ○ 自治体と民間企業の情報流通プラットフォーム「RABAN」の提供を開始
- 2021年 ○ イノベーション情報ポータル「BLITZ Portal」の提供を開始
- 2022年 ○ 「BtoGプラットフォーム」の提供を開始
- 2023年 ○ 高知県香南市に高知オフィスを開設



代表取締役会長  
明石 智義

1999年、慶應義塾大学在学中に『ベンチャー通信』を創刊。2005年に株式会社幕末（現イシン株式会社）を設立し、代表取締役社長に就任。2011年に代表取締役会長に就任（現任）。



代表取締役社長  
片岡 聡

2004年に株式会社リクルート（現株式会社リクルートホールディングス）入社。2013年にイシン株式会社に入社。取締役、専務取締役を経て、2015年に代表取締役社長に就任（現任）。



専務取締役 吉田 秀明

2007年にイシン株式会社入社。2015年にIshin SG Pte. Ltd. Managing Directorに就任。2018年にイシン株式会社 専務取締役に就任（現任）。



取締役 丸山 広大

2008年にイシン株式会社入社。2015年にIshin USA, Inc. CEOに就任。2018年にイシン株式会社 取締役に就任（現任）。



取締役 西中 大史

2011年に三井住友銀行入行。2015年にIshin USA, Inc.入社。2017年にイシン株式会社に転籍入社。2023年に取締役に就任（現任）。

## 社外取締役



社外取締役 上山 亨

2000年に野村證券株式会社入社。2017年にカケルパートナーズ合同会社を設立し、代表社員就任（現任）。2022年にイシン株式会社 社外取締役に就任（現任）。



社外取締役 田中 真衣

2005年にあずさ監査法人（現有限責任あずさ監査法人）入所。2023年に公認会計士田中真衣事務所を設立し、代表就任（現任）。2023年にイシン株式会社 社外取締役に就任（現任）。

## 監査役



常勤監査役 藤井 千敏

1975年に三井化学株式会社入社。2016年にリビン・テクノロジー株式会社 常勤監査役に就任。2021年にイシン株式会社 監査役に就任（現任）。



監査役 鵜田 英之

1998年に太田昭和監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）入所。2018年に鵜田公認会計士・税理士事務所を設立し、所長に就任（現任）。2021年にイシン株式会社 監査役に就任（現任）。



監査役 重岡 裕介

1998年に監査法人トーマツ（現有限責任監査法人トーマツ）入所。2012年に重岡法律会計事務所を開設し、所長に就任（現任）。2021年にイシン株式会社 監査役に就任（現任）。

## グローバルイノベーション事業とメディアPR事業の市場規模と成長余地について。

### 〈グローバルイノベーション事業の市場規模〉

- ・短期的には、「BLITZ Portal」の掲載データを拡充しながら、独自の取材コンテンツや業界・トレンドレポートなど当社ならではの強みを活かして、企業データベースサービス市場のシェア拡大を目指す
- ・中長期的にはソリューションを含めたサービスラインナップを増やすことで、広範な企業戦略立案に関する市場へのリーチ拡大を狙う

企業の戦略立案に関する市場 約**3,800**億円 ※1

(情報サービス業のうち「データベースサービス」と「各種調査」の市場規模)

今後のターゲット市場

(情報サービス業のうち「データベースサービス」の市場規模)

約**1,500**億円 ※2

現在ターゲット市場

(売上100億円以上の企業)

約**350**億円 ※3

※1) 成長産業に特化した情報ポータルサイト「BLITZ Portal」を主軸に展開しておりますが、将来的に掲載データの拡大や、顧客の要望に対応した調査サービスの展開が可能と考えられており、「情報サービス業」のうち「データベースサービス」と「各種調査」の市場規模(出所:経済産業省「特定サービス産業動態統計調査2022年」)を対象としております。

※2) 「BLITZ Portal」が主にデータベースサービスであることから、「情報サービス業」のうち「データベースサービス」の市場規模(出所:経済産業省「特定サービス産業動態統計調査2022年」)を対象としております。

※3) 当社の顧客ターゲットである国内の売上100億円以上の企業数約1.4万社(中小企業庁「成長志向の中小企業の創出を目指す政策の検討成果と今後の方向性2023年」)と、主力サービス「BLITZ Portal」の顧客単価約250万円(2023年8月実績)を乗じて算出しております。

### 〈メディアPR事業の市場規模〉

- ・短期的には、『ベンチャー通信』や「ベストベンチャー100」等の業界特化メディアのブランド力や、成長企業経営者との独自のネットワークを活かし、新興産業における採用ブランディング市場のシェアの拡大を目指す
- ・中長期的にはソリューションを含めたサービスラインナップを増やすことで、新興産業における人材採用サービスの拡充を通して、市場へのリーチ拡大を狙う

新興産業における人材採用市場 約**2,900**億円 ※4

(IT系企業に係る採用市場)

今後のターゲット市場

(IT系企業に係る採用ブランディング市場)

約**200**億円 ※5

現在ターゲット市場

約**50**億円 ※6

※4) 同事業の主な顧客が、中小企業から上場前の成長企業が対象であり、特に情報通信に係る顧客が中心であるため、「経済センサス-活動調査」(令和3年)、経済産業省「2021年企業活動基本調査速報-2020年度実績-」より推定した従業員数が10名以上の情報通信業の企業数約37,500社に対して、「中途採用状況調査2021年版」(株式会社マイナビ)に基づき推計した非上場企業の採用平均予算約775万円を乗じて算出しております。

※5) 上記で算出した、従業員数10名以上の情報通信業の企業に対して、同事業が主に企業の採用ブランディング支援を行っていることから、「中途採用状況調査2021年版」(株式会社マイナビ)に基づき推計した、非上場企業の採用ブランディングに係る平均予算の約53万円を乗じて算出しております。

※6) 特許庁「スタートアップが直面する知的財産の課題に関する調査研究報告書(令和3年度)」の未上場のベンチャー企業数約790社に対して、メディアPR事業の顧客単価約64万円(2023年3月期の実績)を乗じて算出しております。

## 国策としてスタートアップへの投資を拡大。オープンイノベーションの重要性も高まっていく。

- 大手企業の変革とともに、新興企業の成長が求められる。また、その効果的な手段としてオープンイノベーションが求められる
- 政府の重要施策として、スタートアップエコシステムを強化していく計画

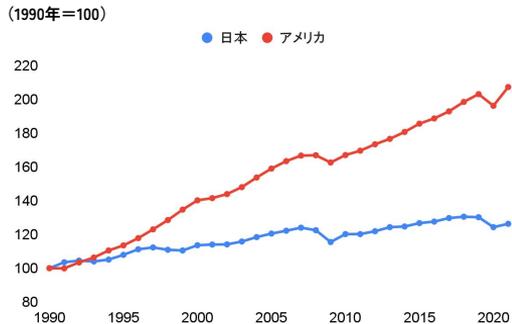
### 外部環境

✓ 大手企業に求められる**非連続型成長**と、**オープンイノベーション**の重要性の高まり

✓ **国をあげて**、既存民間企業とスタートアップの**連携を促進**

✓ スタートアップ投資を今後5年間で**10倍**、**投資額10兆円**を目指す。ユニコーン企業を今後5年間で**100社**を目指す

### 日本と米国の実質GDPの推移



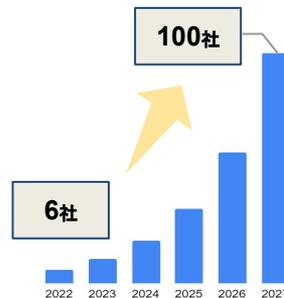
出所：「年次経済財政報告（内閣府）令和4年度」を元に当社作成。  
1990年を100とした場合の成長率。

### スタートアップ投資額計画



出所：「スタートアップの力で社会課題解決と経済成長を加速する（経済産業省）2023年3月」を元に当社作成

### ユニコーン企業の社数創出計画



## 【免責事項】

- ・本資料は情報提供のみを目的として作成しており、当社の有価証券の販売の勧誘や購入に勧誘を目的としたものではありません。
- ・本資料には、将来の見通しに関する記述は、本資料の作成時点において当社が入手可能な情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスク、不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、予測とは大きく異なる可能性があります。
- ・これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性及び適性を検証しておらず、保証していません。

## お問合せ先

管理本部 IR担当

ir\_contact@ishin1853.co.jp

IR情報：<https://ishin1853.co.jp/ir/>