



## 第20期（2025年3月期）第2四半期 決算説明資料

2024年11月8日

イシン株式会社 東証グロース：143A

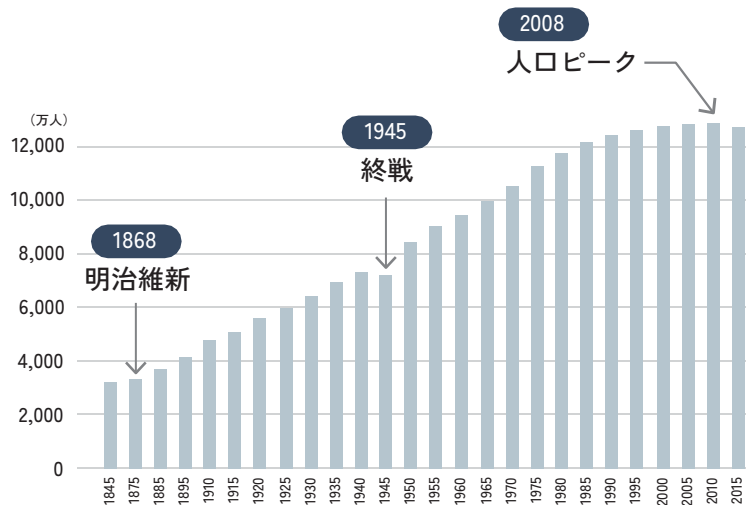
# 目次 CONTENTS

- 01 | 会社概要・事業内容
- 02 | 2025年3月期 第2四半期 決算概要
- 03 | 2025年3月期 通期業績予想
- 04 | 成長戦略
- 05 | 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〉



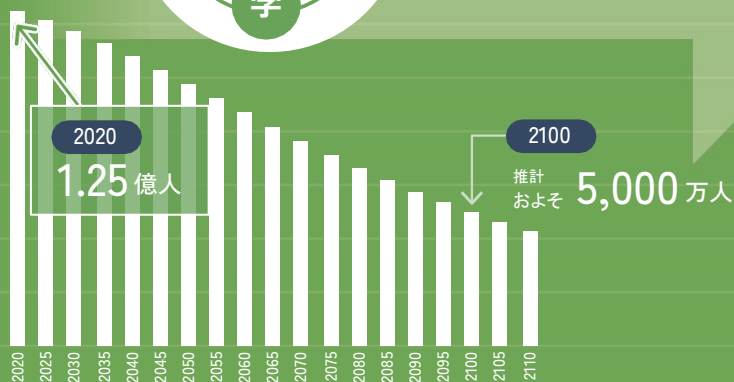
イノベーション

D X

スタートアップ振興

地方創生

創発型  
社会

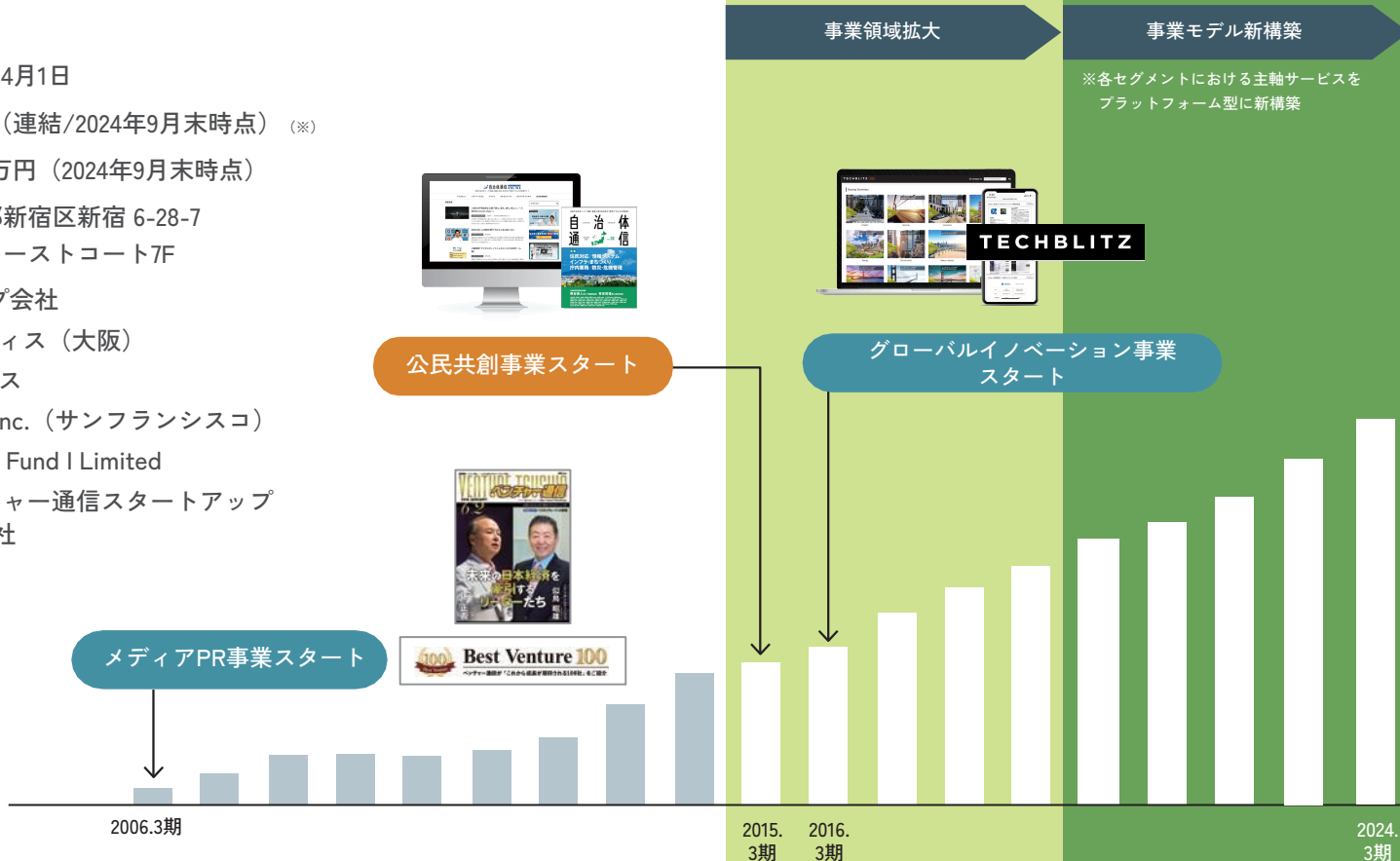


2020  
1.25 億人

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 104名（連結/2024年9月末時点）（※）
- | 資本金 164百万円（2024年9月末時点）
- | 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



Copyright© 2024 ishin Co.,Ltd. All Rights Reserved. (※) 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  
2025年3月期 2Q（累計）の実績

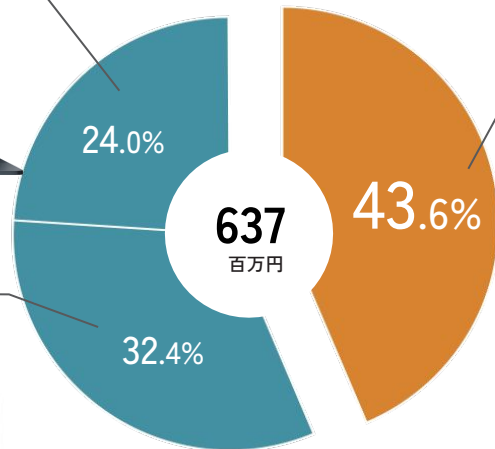
### グローバルイノベーション 事業

日系大手企業の  
オープンイノベーション支援



### 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



### 公民共創 事業

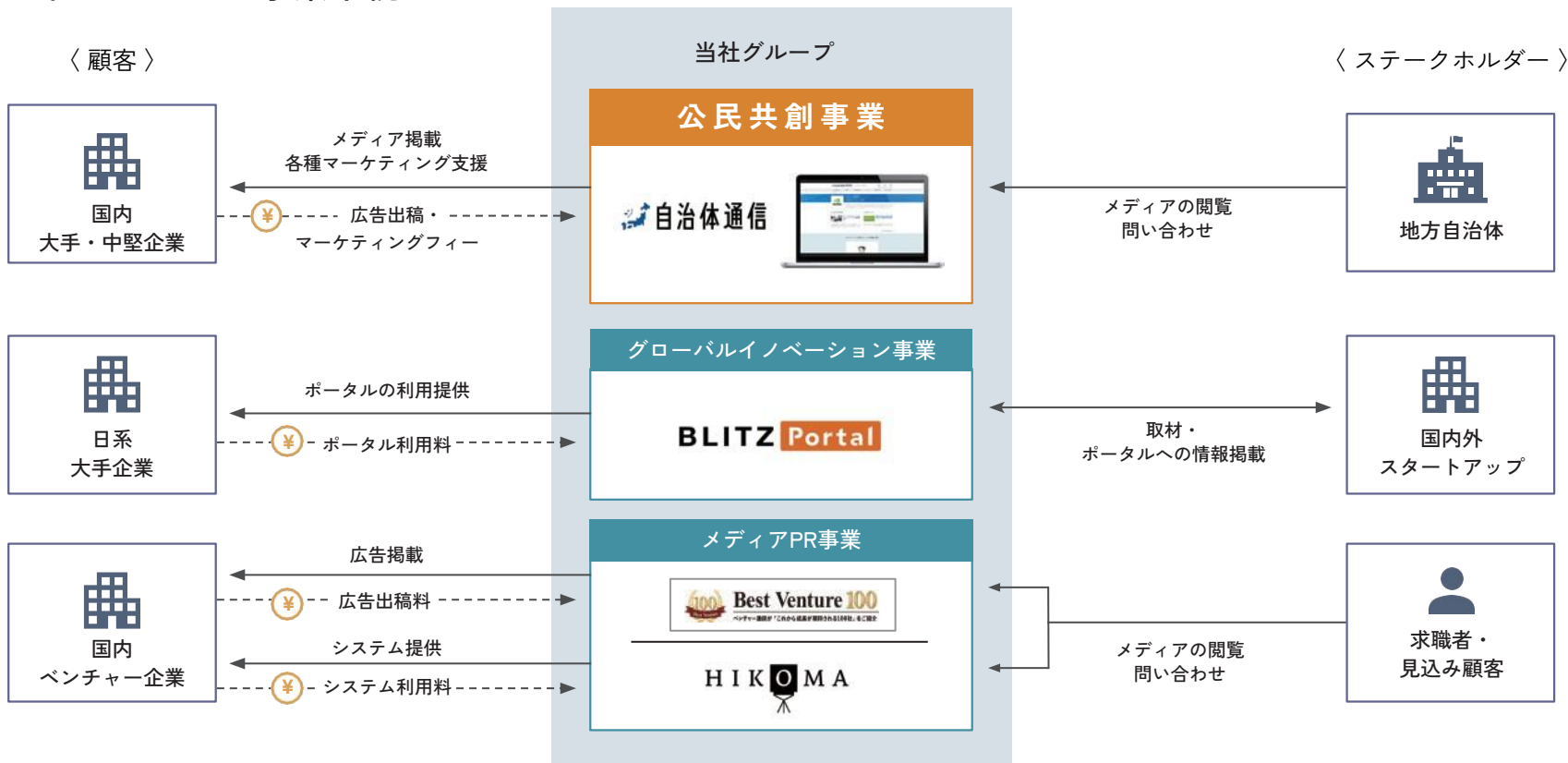
企業の自治体向けマーケティング・  
販促及び各種営業支援



各サービス区分ごとの定義は以下のとおり。

- ・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。
- ・ソリューション：メディア及びプラットフォームには含まれない、顧客ニーズに合わせたカスタマイズ性の高いサービス。
- ・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。

## 当社グループの事業系統図



- ・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。

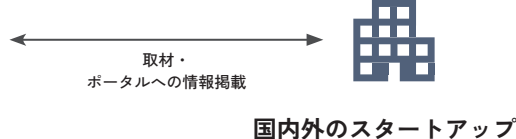
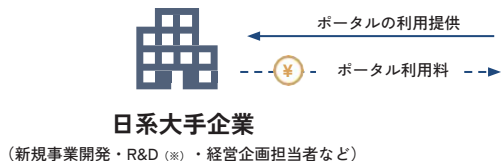
(※2) SPOT売上 : 都度の契約から生じる売上。

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か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340万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



- ・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)



- ・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 | 2025年3月期 第2四半期 決算概要

✓ **第2四半期業績は前年同期比で増収・減益となったが、概ね計画通りの進捗**

**前年同期比**

- ・売上高は増収、過去最高値を更新。売上総利益率も約80%と高い水準を維持。
- ・営業利益は減益。コーポレート関連費用に加え、増員や業務委託費など成長に向けた投資コストが増加した影響。

**計画比**

- ・売上高は各事業共に概ね計画通り進捗。
- ・営業利益は計画を上回った。売上総利益率の上昇に加え、各部門での生産性の向上により、採用費及び人件費が計画を下回った影響。

✓ **通期の業績予想は変更なし**

- ・売上高は計画通り増収見通し。公民共創事業における上期の増員は計画通り進捗。
- ・営業利益も、計画通り増益の見通し。

## 売上高は堅実に成長。公民共創事業が成長をけん引 事業成長に向けたコスト増加の影響もあり、営業利益は前年同期を下回る

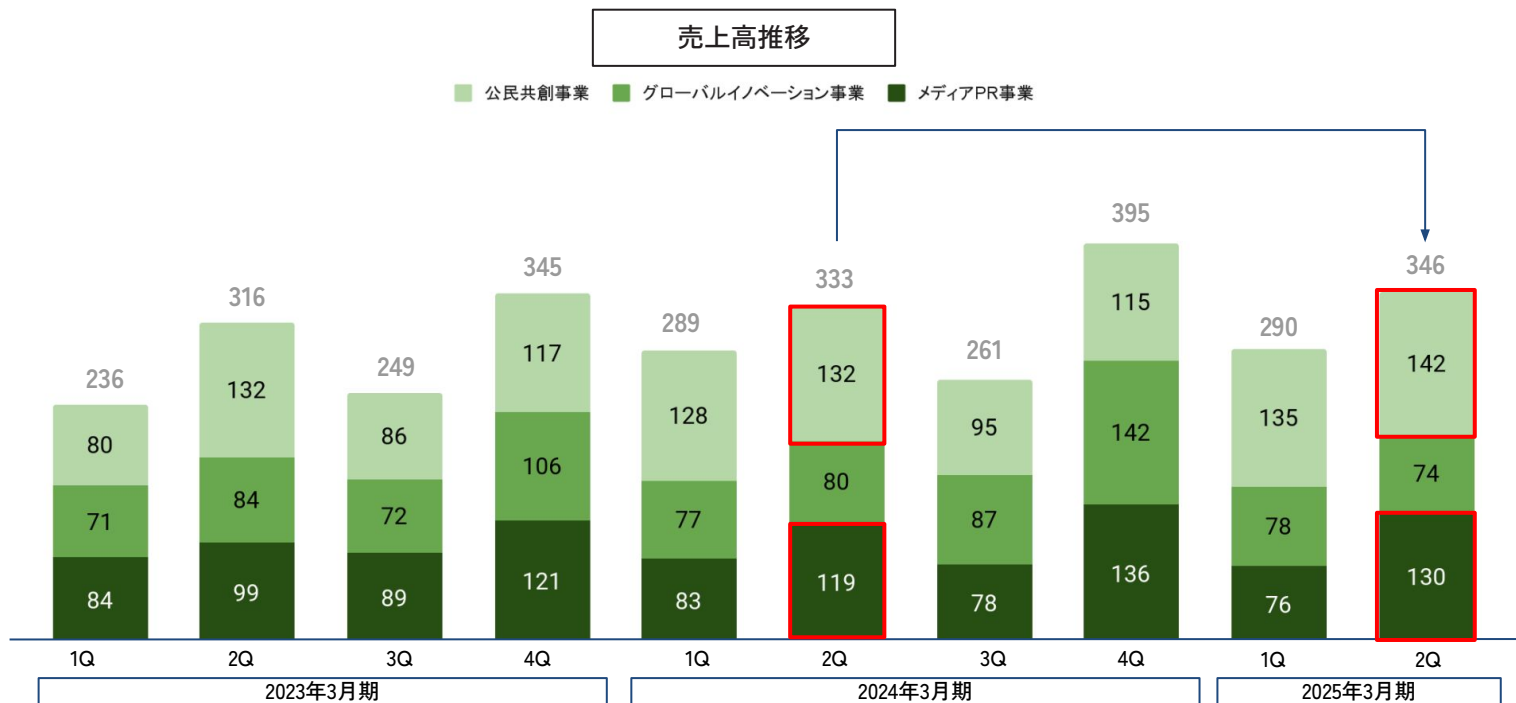
（百万円）	2024年3月期 2Q 実績	2025年3月期 2Q 実績	前期比	前期比 増減額	補足説明
売上高	623	637	2.3%	14	売上高は、公民共創事業が前年同期比6.2%増と成長をけん引。グローバルイノベーション事業は主に為替影響により、前年同期をわずかに下回った。
公民共創事業	261	277	6.2%	16	
グローバルイノベーション事業	158	152	△3.6%	△5	
メディアPR事業	203	206	1.7%	3	
売上総利益	481	496	3.2%	15	売上総利益率は、引き続き高い水準を維持。主に公民共創事業において収益性の高いBtoGプラットフォームの売上増加の影響。
（売上総利益率）	77.3%	78.0%	-	-	
販売費及び一般管理費	357	409	14.5%	51	営業利益は、前年同期を下回る。コーポレート関連費用に加え、増員や業務委託費など成長に向けた投資がコスト増加の要因。
営業利益	123	87	△29.5%	△36	
（営業利益率）	19.9%	13.7%	-	-	
経常利益	134	81	△39.1%	△52	経常利益は、投資利益を計上したものの、一時的な円高によりファンドでの為替差損が発生し、前年同期を下回った。
ファンド関連（※1）	11	△19	-	△30	
その他（※2）	0	14	-	14	
当期純利益	85	73	△14.3%	△12	—

（※1） ファンドで発生した為替差損益やイグジット等の影響額を記載。

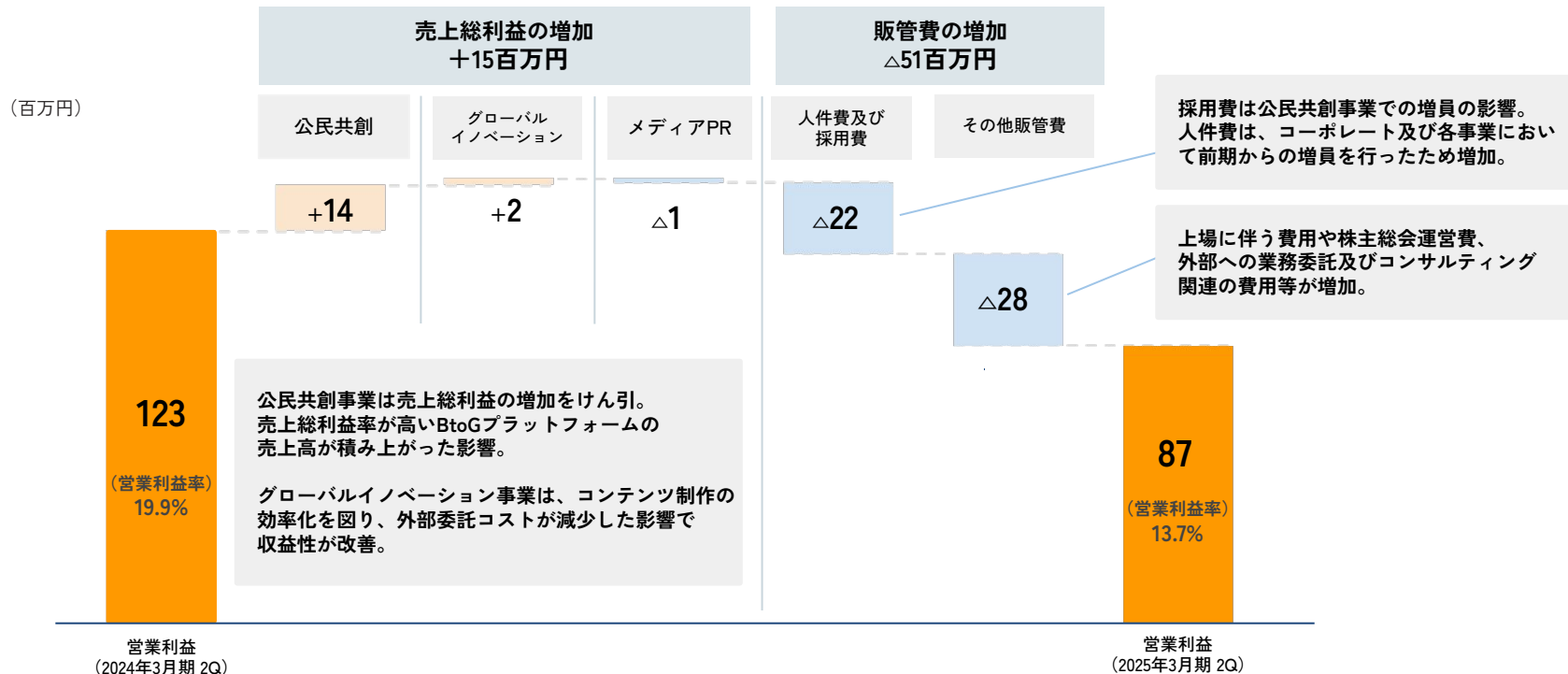
（※2） ライスカレー社の売却益及びUS法人で発生した為替差損益など、ファンド以外で発生した金額を記載。

## 成長領域である公民共創事業が堅調に成長

- 公民共創事業は、BtoGプラットフォームサービスの高単価プランが好調に推移。
- メディアPR事業は、イベントのスポンサー売上が過去最高を記録し、前年同期を上回る。
- グローバルイノベーション事業は、一時的な為替の影響により、前年同期をわずかに下回る。

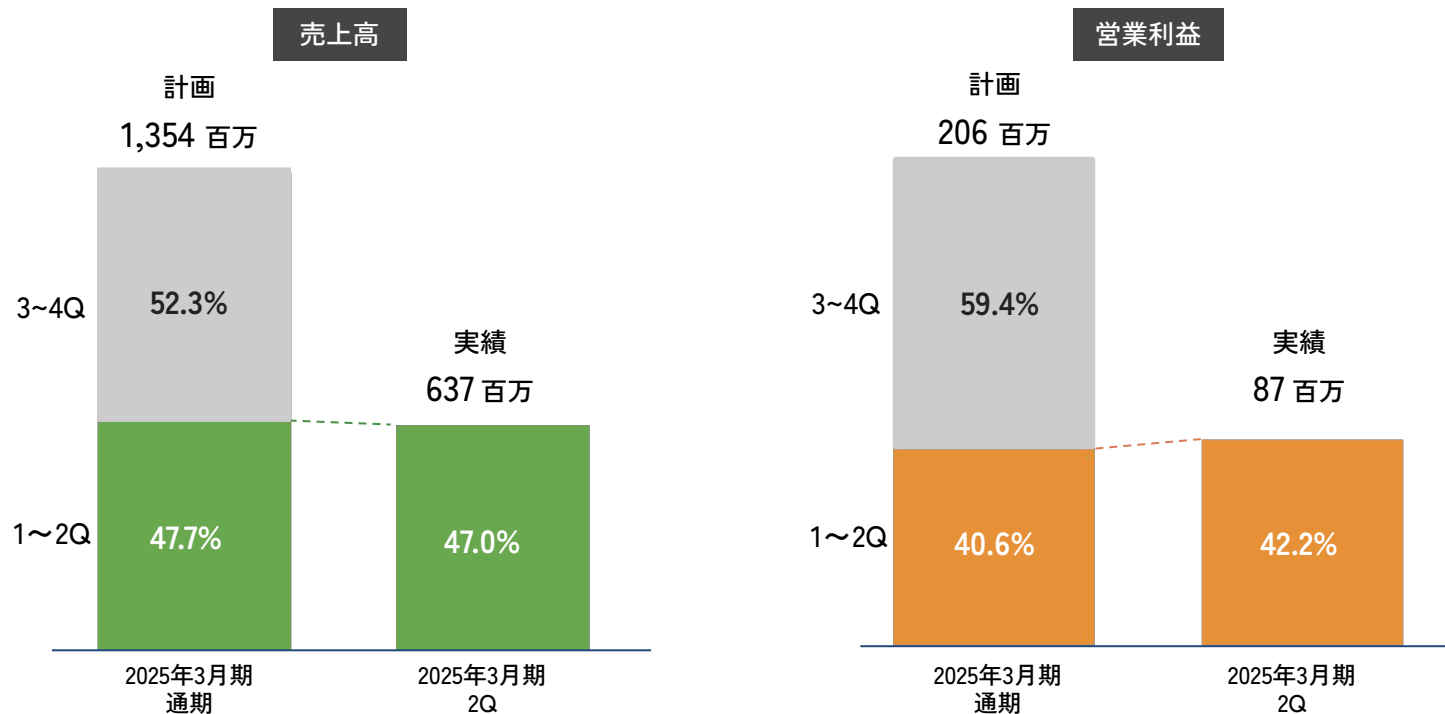


## 公民共創事業が売上総利益の増加をけん引 増員に伴う採用費・人件費及び業務委託に係るコストの増加により、営業利益は減少



## 売上高の進捗は、概ね計画通り。営業利益は計画を上回り着地

- 売上高は各事業部ともに、概ね計画通りとなった。
- 営業利益は、計画を上回った。BtoGプラットフォームが計画を上回り好調に進捗した結果、売上総利益率が上昇。また、生産性の向上により、採用費及び人件費が計画を下回った影響。

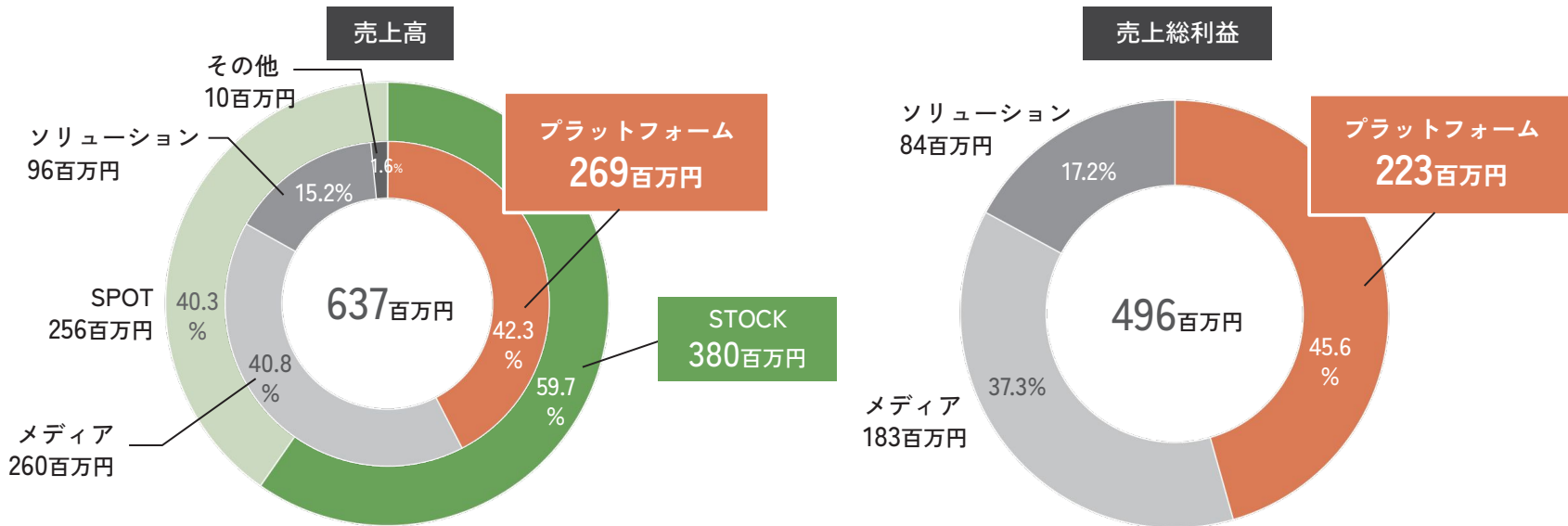




## STOCK売上高が約60%を占め、プラットフォームを中心に安定した収益基盤を構築

- 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45%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けん引。

2025年3月期 2Qのサービス区分別の売上高/売上総利益のシェア



(※1) STOCK売上のうち、ソリューションの売上高が約0.4百万円発生しておりますが、第2四半期累計期間の売上高に占める割合は約0.1%であるため上記円グラフにおいては記載を省略しております。  
なお、円グラフの中心に記載している売上高（637百万円）は、第2四半期累計期間の総売上高を記載しております。

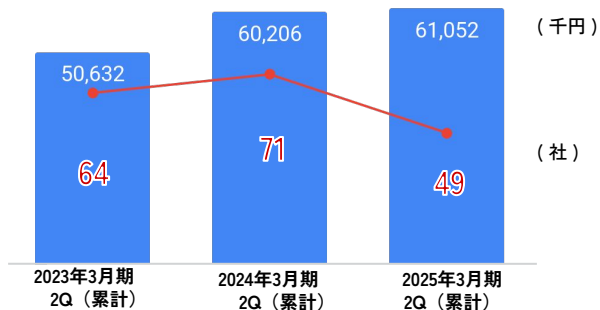
(※2) 各サービス区分に分類できない売上原価が約5百万円発生したため、上記円グラフに記載している売上総利益の割合（%）については、メディア、ソリューション、プラットフォームに区分される売上総利益の合計値に対する割合を記載しております。  
なお、円グラフの中心に記載している売上総利益（496百万円）は、分類できない売上原価分を含めた数値を記載しております。

## 公民共創事業の重要KPIは堅調に推移。プラットフォームのMRR<sup>(※1)</sup>は大幅に上昇

- ソリューションは、前期に実施した展示会型ウェビナーを今期は行わなかったため、契約社数は減少したが、1社単独開催の高単価プランが好調に進捗し、売上高は前年同期を上回る。
- プラットフォームは、引き続き高単価プランが進捗した影響で、MRRは前年同期を大きく上回る。

### ソリューション

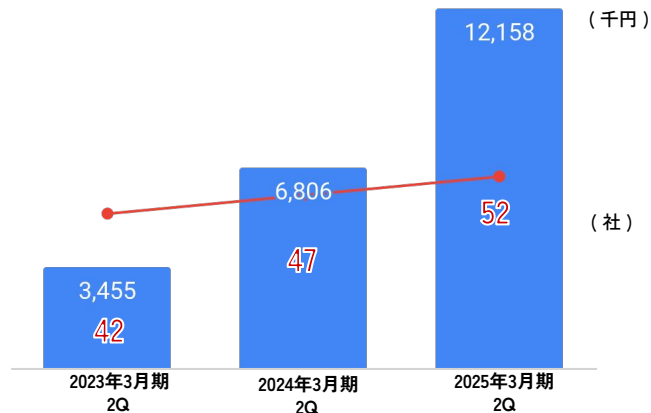
売上高、契約社数<sup>(※2)</sup>



(※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。

## 2025年3月期 第2四半期 トピックス

時期	関連部門	概要	補足説明
5月	グローバル イノベーション	「BLITZ Portal」のプロダクトリニューアル	ユーザビリティ向上の施策として、世界のスタートアップの資金調達動向が瞬時に分かる「ダッシュボード」機能を新たに無料で公開
	グローバル イノベーション	「SusHi Tech Tokyo 2024 Global Startup Program」アンバサダーに就任	情報メディア「TECHBLITZ」が、2024年5月に開催されたアジア最大規模・日本で唯一のグローバルイノベーションカンファレンスである「SusHi TechTokyo 2024 GSP」のアンバサダーに就任
6月	公民共創	「自治体・公共 Week 2024」への出展	東京ビッグサイトで開催された「自治体・公共 Week 2024」へ初出展
	グループ	出資先である株式会社ライスカレーが東証グロース市場へ上場	保有株の一部を売却したため、第2四半期に持分法による投資利益を計上
7月	グループ	東京都が運営する「Tokyo Innovation Base」のパートナーへ参画	「Tokyo Innovation Base」を会場として、2024年11月6日（水）に当社主催の「NEW JAPAN SUMMIT 2024 TOKYO」を開催
	公民共創	NECソリューションイノベータ株式会社との共催イベントを開催	NEC本社講堂にて、ヘルスケアをテーマとしたイベントを開催。経済産業省・厚生労働省・荒尾市による講演の他、パネルディスカッションなどを実施
	公民共創	株式会社タイミーへBtoGマーケティングサービスでの支援を開始	自治体に対する更なる認知拡大のため、『自治体通信』を基盤としてのプラットフォーム、ソリューションの支援を開始
9月	メディアPR	「Best Venture 100 Conference Autumn 2024」開催	成長企業の経営者に、学びと繋がり場を提供する大型カンファレンスを開催。過去最高の売上高を記録
	メディアPR	新たな事業として「HR事業（人材紹介事業）」の開始を決定	成長分野の人材の流動性を高めることでベンチャー企業の発展支援を目指す。10月1日より開始
	公民共創	教育特化型外部人材マッチングサービス『複業先生®』を運営するスタートアップLX DESIGNへ出資	自治体向けマーケティング支援を通じて、自治体開拓と教育現場のDX推進を目指す

## 6月19日に、投資先である株式会社ライスカレーが東証グロース市場に上場 保有株の一部を売出したため、第2四半期に持分法による投資利益を計上

当社持分法適用関連会社のGMOベンチャー通信スタートアップ支援株式会社において、当該関連会社の出資先である株式会社ライスカレー（証券コード：195A）が2024年6月19日に東証グロース市場に新規上場いたしました。これに伴い、当該関連会社が保有する同社株式の一部を売却した影響で、第2四半期連結累計期間に持分法による投資利益12,483千円を計上いたしました。

### 【株式会社ライスカレーについて】

自社で独自開発をしたコミュニティデータマネジメントツール群であるデータクラウドを基盤として、企業向けにサービスを提供するエンタープライズ領域と、一般消費者向けにブランドやサービスを提供するコンシューマ領域を展開しております。

### 【GMOベンチャー通信スタートアップ支援株式会社について】

当社とGMOインターネットグループ株式会社及びGMO VenturePartners株式会社が、シードステージのスタートアップ企業に対して投資育成を行う目的で、共同出資をし、2014年1月30日に設立した合併会社です。当社のスタートアップ企業のネットワーク力と、GMOインターネットグループのベンチャー企業への投資実績・支援力を活用し、スタートアップ支援プロジェクト「GMOTODOROKI」を運営、インターネット関連企業への投資、事業拡大への支援、企業価値向上支援を行っております。

## 株式会社タイミーの自治体に対する更なる認知拡大のため、 BtoGマーケティングサービスでの支援を開始

雑誌『自治体通信』をはじめとする BtoGマーケティングサービスが、タイミーの自治体における認知拡大を支援するために採用されました。地域が抱える人材課題解決の先進事例として、タイミーと連携協定を締結している地方自治体の取り組み及び、地方の仕事を経験したい人と労働力を求める地方事業者をマッチングする「タイミートラベル」の活用事例を、当社が発行する自治体職員向けの情報誌『自治体通信』へ掲載いたしました。



【タイミーについて】  
タイミーは、タグライン「はたらくに“彩り”を。」をテーマに、「働きたい時間」と「働いてほしい時間」をマッチングすることで、時間や場所に制約されない自由な働き方を提供するスキマバイトサービスです。

## 成長企業の経営者に、学びと繋がり場の提供を大型カンファレンス 「Best Venture 100 Conference Autumn 2024」開催

「Best Venture 100 Conference」とは、成長著しいベンチャー企業の経営者を対象に、学びと繋がり場の提供することを目的とした完全招待制のイベントです。

カンファレンスは2部構成で行われ、第1部では著名な起業家による基調講演とパネルディスカッションが行われました。第2部では、参加者の皆様に立食形式で一同にお引き合わせする「繋がり場」が設けられました。当日は、450名以上の成長企業の経営者が参加し、過去最大規模のイベントとなりました。

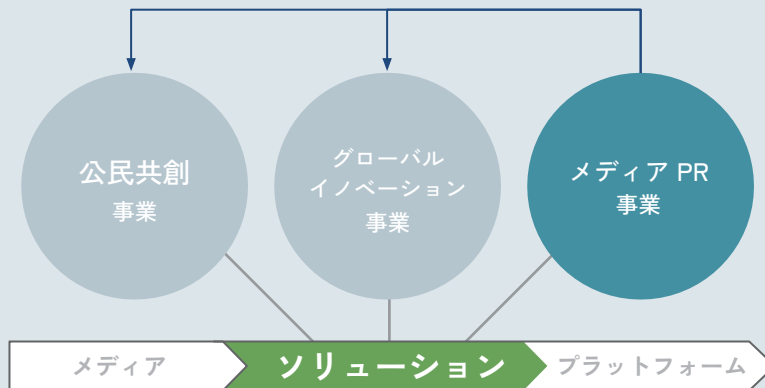


## 2024年10月より、新たに「HR事業（人材紹介事業）」を開始

2024年9月13日開催の取締役会において、新たにHR事業（人材紹介事業）の開始について決議いたしました。

当社は、長年にわたりベンチャー企業を紹介するメディアを運営してきたことにより、業界内での高い認知と信頼関係を築いており、多くの企業とネットワークを有しております。今回新たに開始するHR事業を通じて、成長意欲の高い「インベーター人材」に対しより多くの働く場や活躍の場を提供するとともに、ベンチャー企業の発展を支援し、成長分野の人材の流動性を高めることを目指しています。

本取り組みについては、成長戦略においてソリューション開発の位置づけであり、中長期的にはメディアPR事業領域だけでなく、他事業領域にも拡大したいと考えております。



## 教育特化型外部人材マッチングサービス『複業先生®』を運営する スタートアップ LX DESIGN へ出資

LX DESIGN は、学校や自治体、教育委員会を対象に、教育現場の総合的な課題解決サービスを提供しており、主力事業として教育特化型外部人材マッチングサービス『複業先生®』を運営しております。当社は、自治体と民間企業をつなぐ事業として、民間企業の自治体向けマーケティングを支援しており、これまで培ってきた自治体開拓のノウハウの提供や、自治体向けのマーケティング支援を通じて、LX DESIGN の自治体開拓を支援することにより、教育現場のデジタルトランスフォーメーション（DX）推進及び社会全体の教育環境の改善に寄与できるものと考え、この度の出資を決定いたしました。

今後も、官公庁と民間企業の共創を目指し、地域経済の活性化や課題解決に貢献してまいります。

The logo for LX DESIGN, featuring the letters 'LX' in a bold, sans-serif font followed by 'DESIGN' in a similar font, all in black on a white background.

### 【株式会社 LX DESIGNについて】

テクノロジーとコミュニティの力で社会の学びを共創する会社です。現在は、子どもたちが学校だけでなく地域やいままで関わったことのない大人たちと接し、自身の生き方（キャリア）を自ら切り拓いていけるようになることを目的に、学校の先生だけでは難しい授業を外部の専門家を講師に招いて授業を提供する『複業先生®』を運営しています。教育業界の革新から、すべての人が自分らしい人生をデザインできる世界を目指してまいります。



## 03 | 2025年3月期 通期業績予想

## 2025年3月期 通期業績予想

- 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%	-	-%	
	(ファンド関連)	27	-	△27	-%
	(その他)	4	2	△2	△54.6%
営業外収益	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	-%
	(その他)	2	0	△2	△88.8%
営業外費用	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けん引。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。

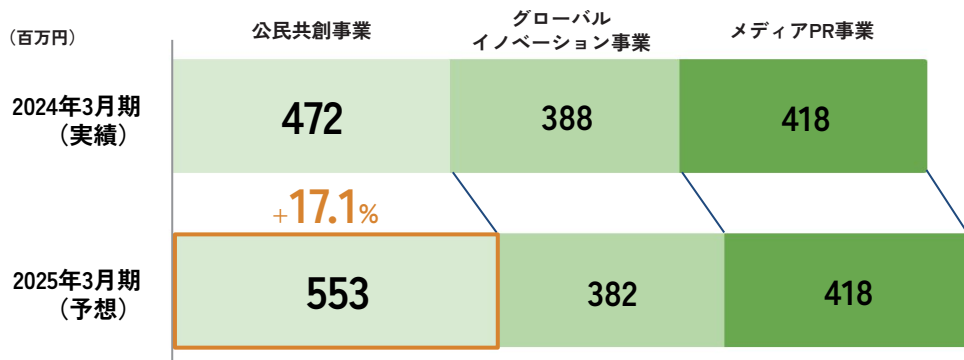
(※1) 24年3月期は、IGF (LP) において、為替差益及びイグジットによる営業外収益が約24百万円発生しましたが、25年3月期においては、不確実性の観点から計画には見込んでおりません。

(※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。

## セグメント別 通期業績予想

- 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けん引。
- 公民共創事業で上期に積極増員を実施、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

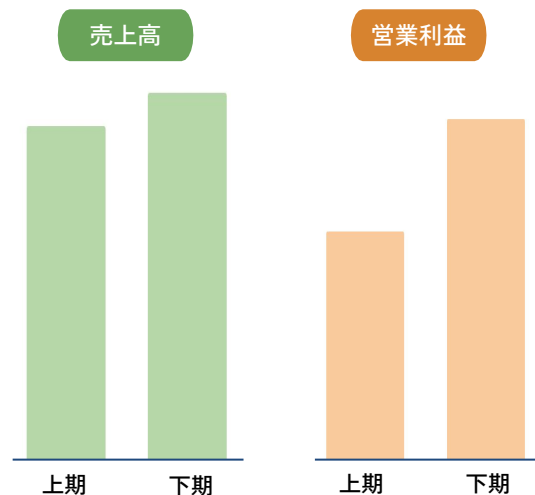
- 需要拡大に対応するため、上期に大幅な増員を計画

### 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)



- 下期にかけて売上高が伸びる計画。公民共創事業での上期の増員、及び、グローバルイノベーション事業で下期に大型のイベントや研修サービスの実施を計画しているため
- 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 | 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

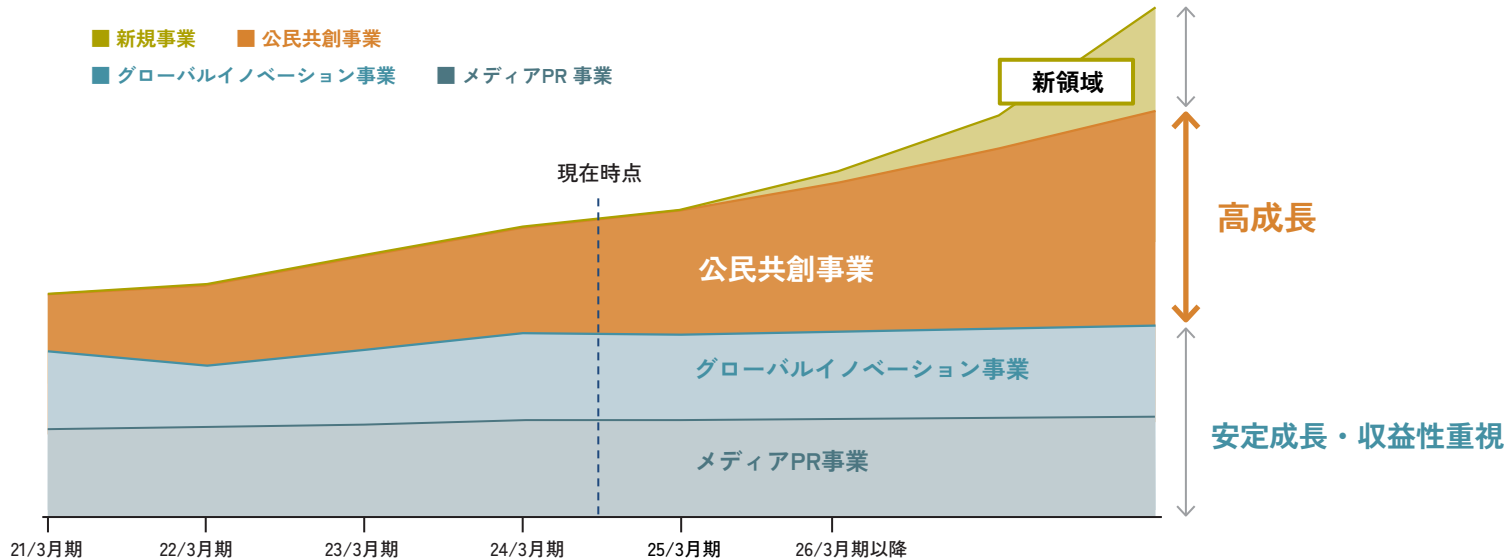
適切なコストコントロールによる、継続的な収益性向上

- 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

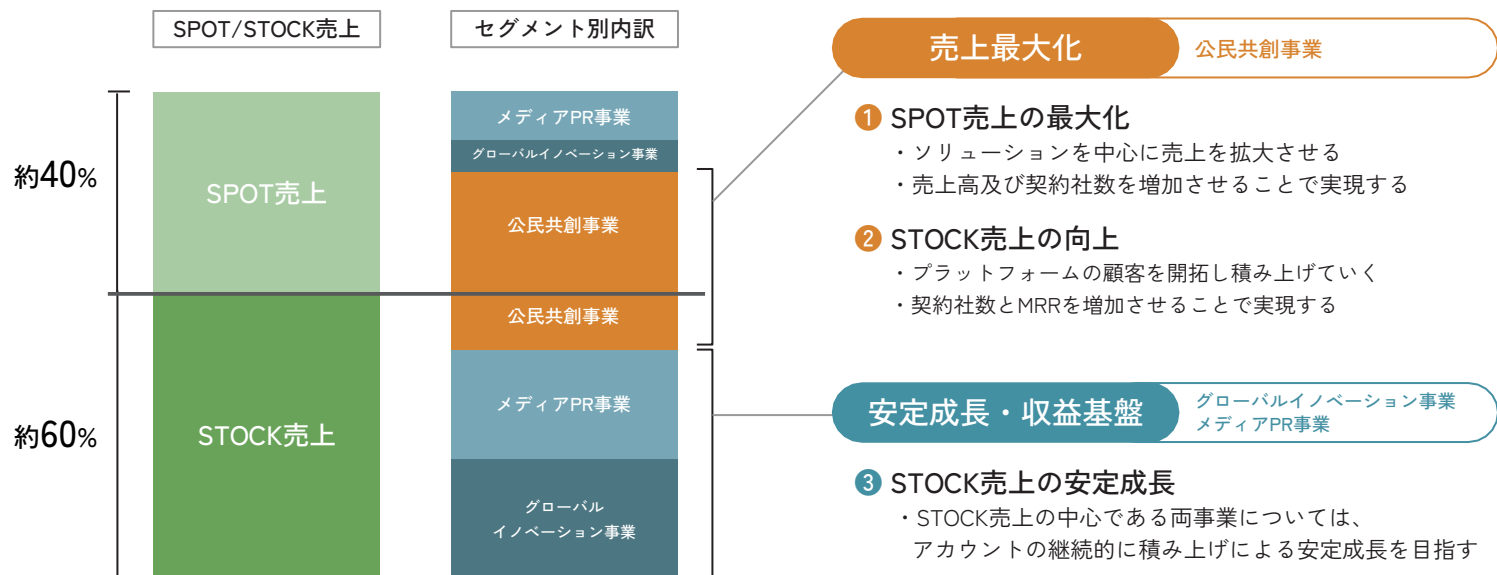
- 公民共創事業を成長領域として、BtoGマーケティング領域における業界リーダーとしてのポジションを確立させる。
- グローバルイノベーション事業及びメディアPR事業は安定成長事業として収益性を重視していく。
- 将来的には メディア → ソリューション → プラットフォーム の事業展開のメソッドを活かし、新たな領域開発を目指す。

(売上構成比のイメージ)



## 売上の構成

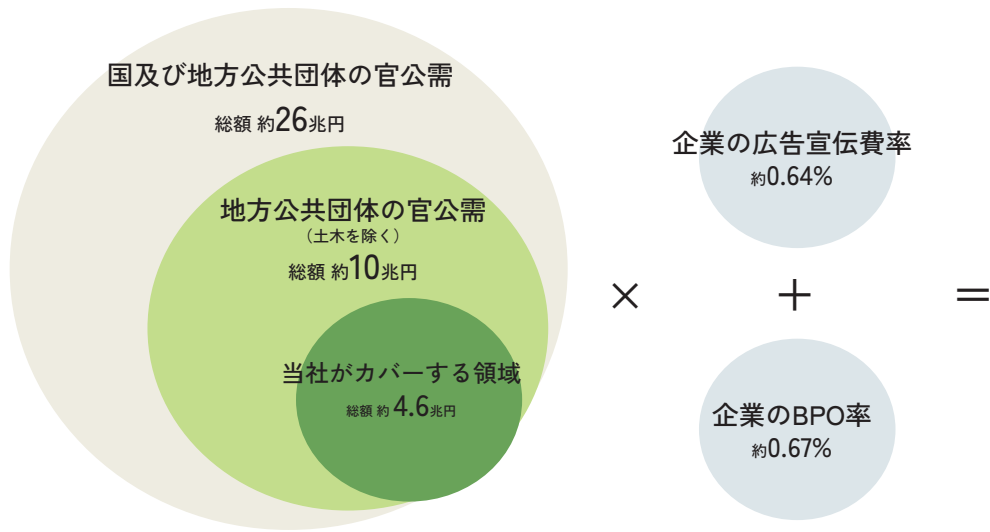
- 当社の成長事業である、公民共創事業のSPOT/STOCKの売上成長を目指す。
- グローバルイノベーション事業・メディアPR事業は、STOCK売上を中心に安定成長を目指す。



(※) 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（45.6%）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）

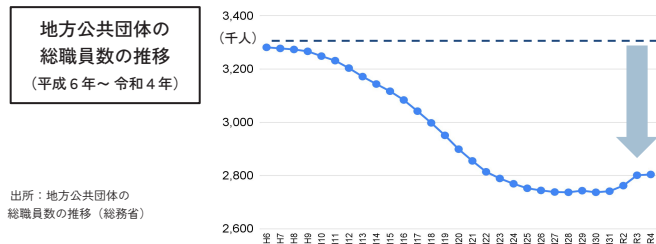


## 公民共創事業の市場の成長余地

- 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。

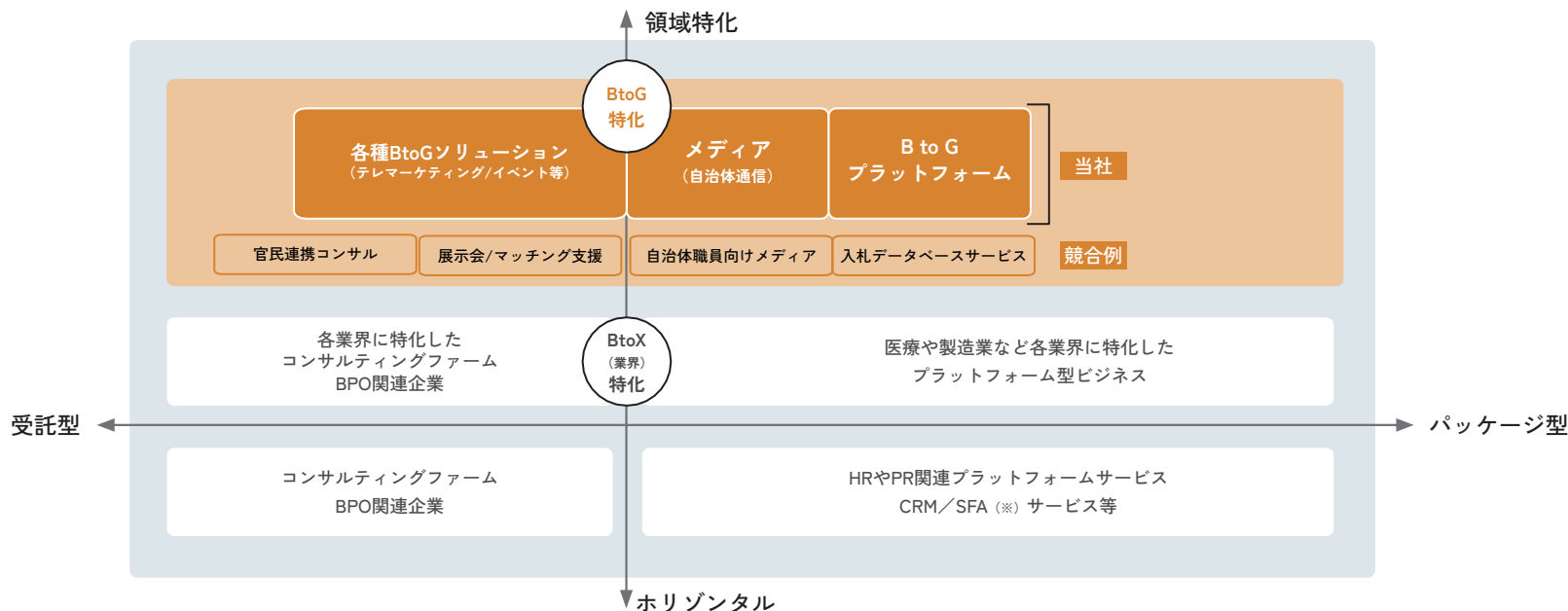
### ■ 官民連携の必要性の高まり

- ✔ 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。

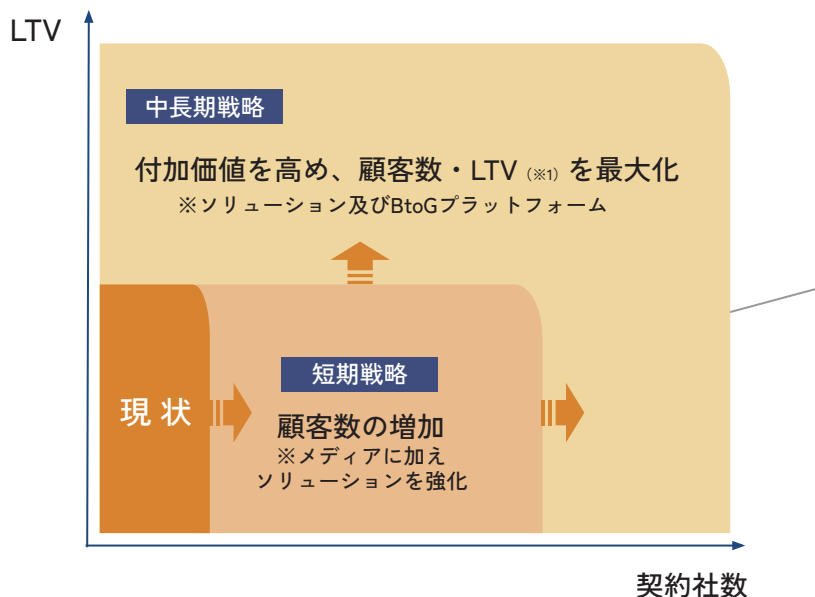


(※) CRM : Customer Relationship Managementの略称  
SFA : Sales Force Automationの略称

## 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

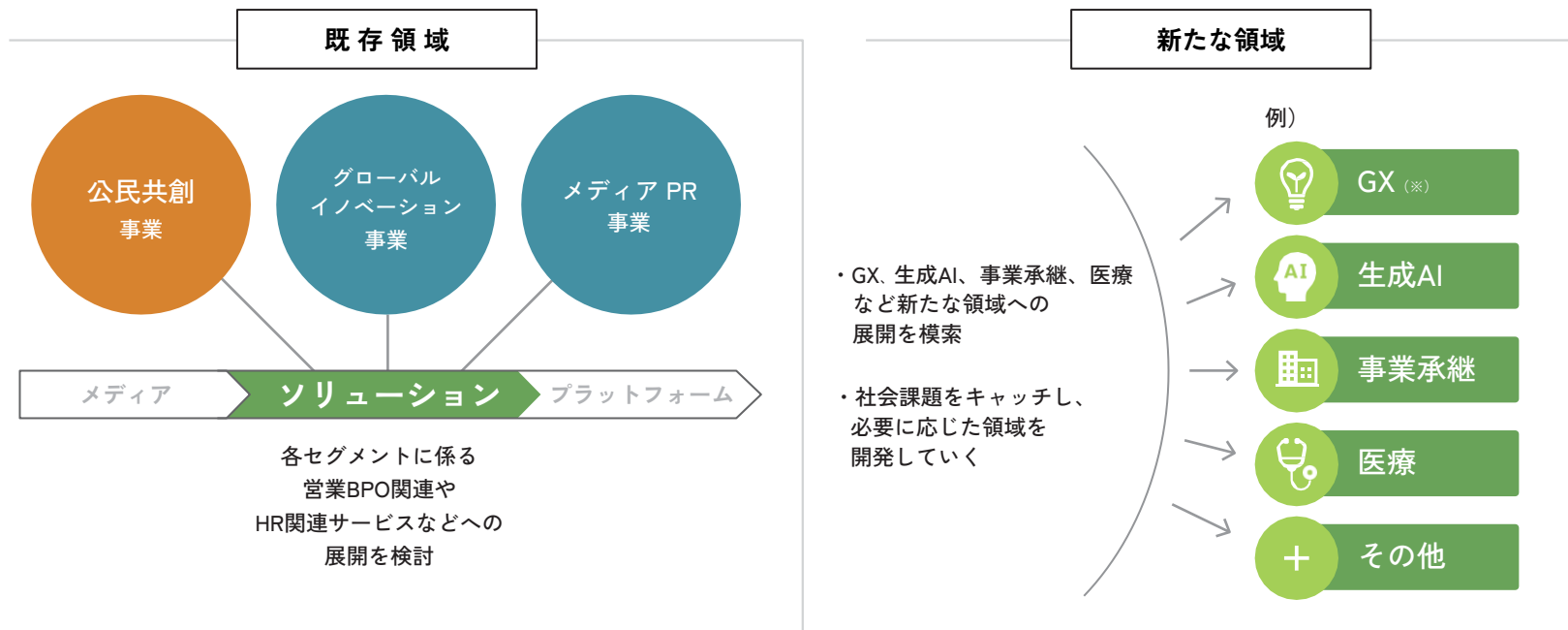
戦略		短期 (2024年3月期～2026年3月期)	中長期	重要KPI
施策	ソリューション テレマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コールセンター内製化(※2)による品質向上(※3)及び商品力強化</li> <li>● 営業支援領域の深耕</li> </ul>	● 架電結果のデータベース化による付加価値向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 売上高</li> <li>● 契約社数</li> </ul>
	ソリューション ウェビナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	● 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諾率等の向上

## 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

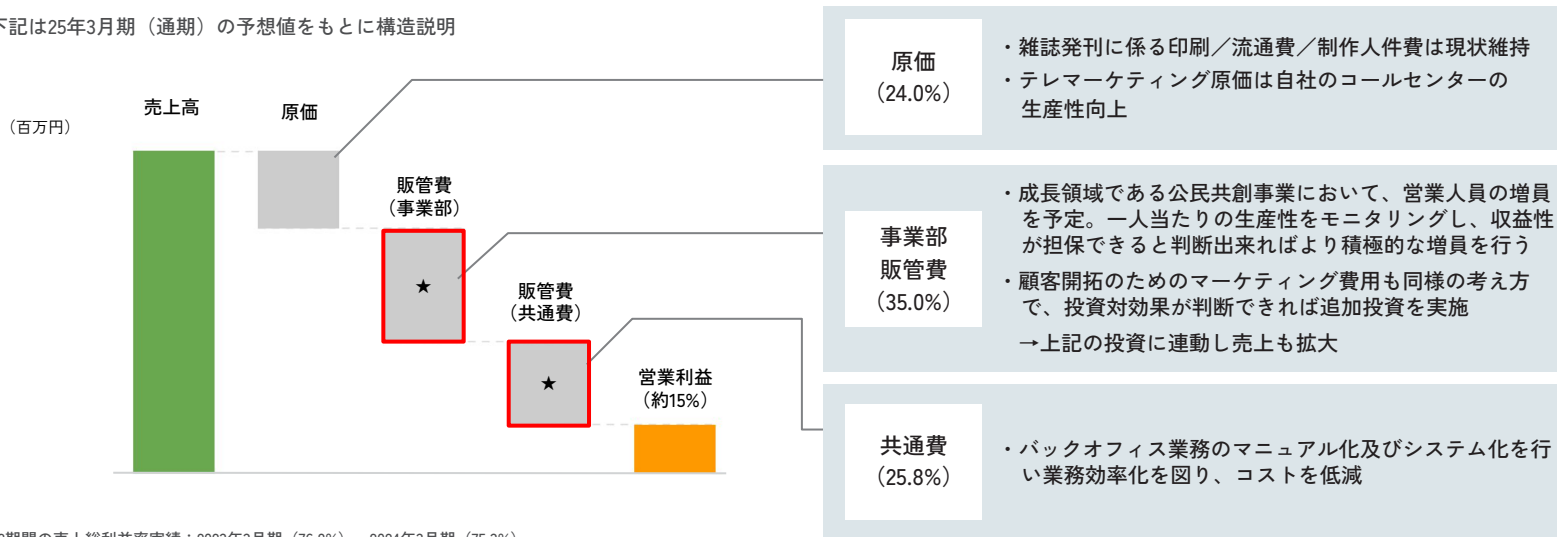
- 既存領域におけるソリューション開発については、メディアPR事業にて、2024年10月より「HR事業（人材紹介事業）」を開始。公民共創事業においては、営業支援サービスのラインナップの拡充を検討中。
- 新たな第4の市場開拓については、領域開発を引き続き模索。



## 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%）

# 05 | 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
- 2024年 ○ 東京証券取引所グロース市場に株式を上場
  - 新たな事業としてHR 事業（人材紹介事業）を開始





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）。



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 郭 翔愛

2002年に三井物産株式会社入社。2020年に合同会社Tasukiを設立し代表社員就任（現任）。2024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 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。2024年に常勤監査役に就任（現任）。



監査役 鵜田 英之

1998年に太田昭と監査法人（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）。

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

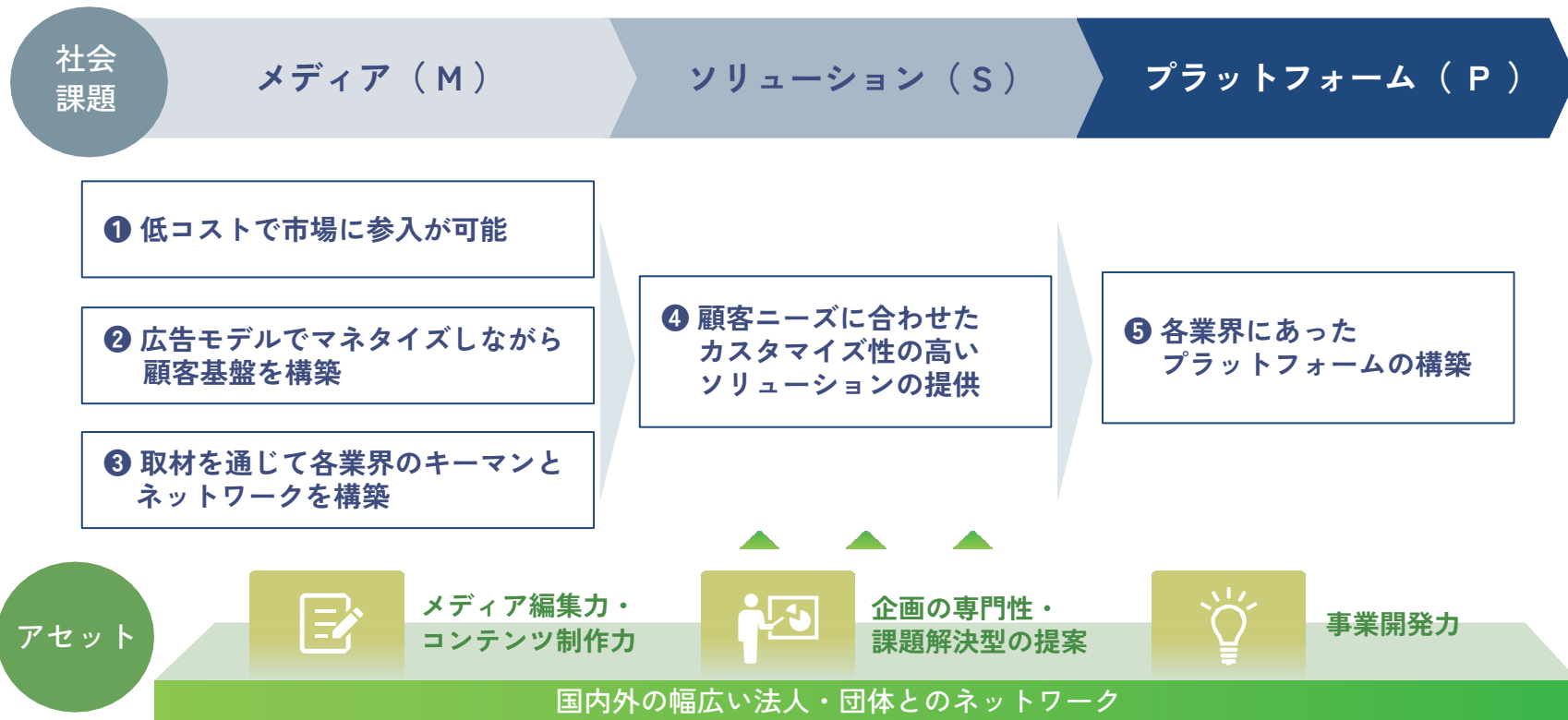


HIKOMA CLOUD



## 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、メディア参加。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

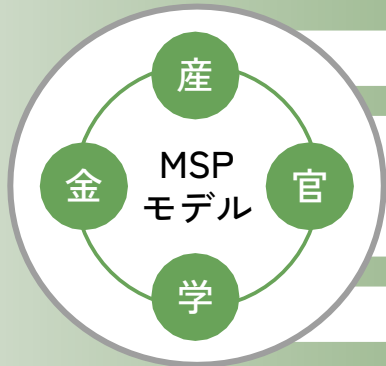
## 広範なネットワーク×MSPモデルは様々な社会課題に参入可能と認識

- 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）〉



事業承継



GX



医療



生成AI

## 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

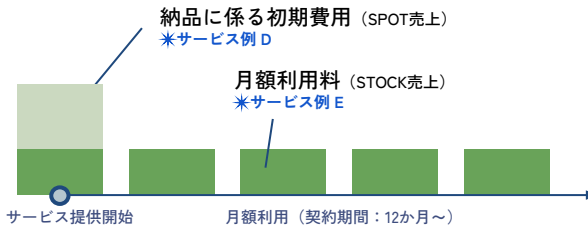
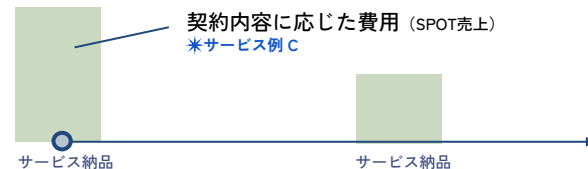
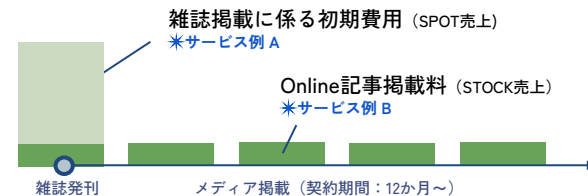
#### ソリューション

- ・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

## 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7900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。

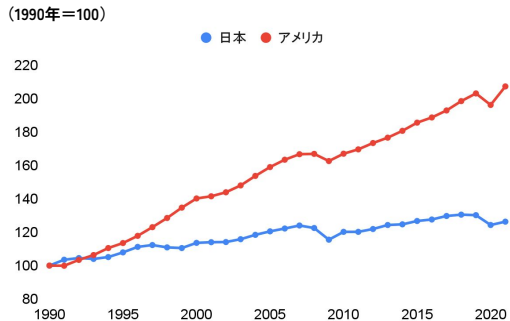
### 外部環境

✓ 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**

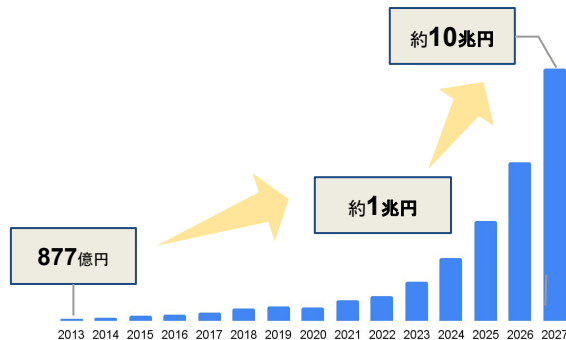
✓ スタートアップ投資を今後5年間で**10倍**、**投資額10兆円**を目指す。ユニコーン企業を今後5年間で**100社**を目指す

### 日本と米国の実質GDPの推移



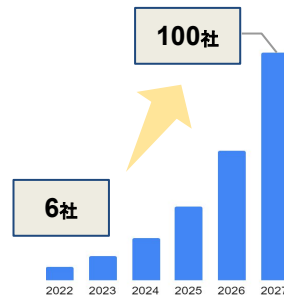
出所：「年次経済財政報告（内閣府）令和4年度」を元に当社作成。  
1990年を100とした場合の成長率。

### 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、既知及び未知のリスク、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/>