

Summary of Financial Results

for the Third Quarter of Fiscal Year Ending February 28, 2025

2025年5月期

第3四半期

決算説明資料

株式会社Enjin <証券コード:7370>

2025年4月14日

Enjin



売上高 (通期累計)

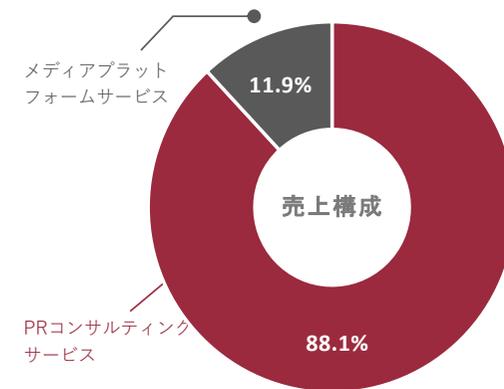
前年同期比 $\Delta 15.6\%$ **1,986**百万円

営業利益 (通期累計)

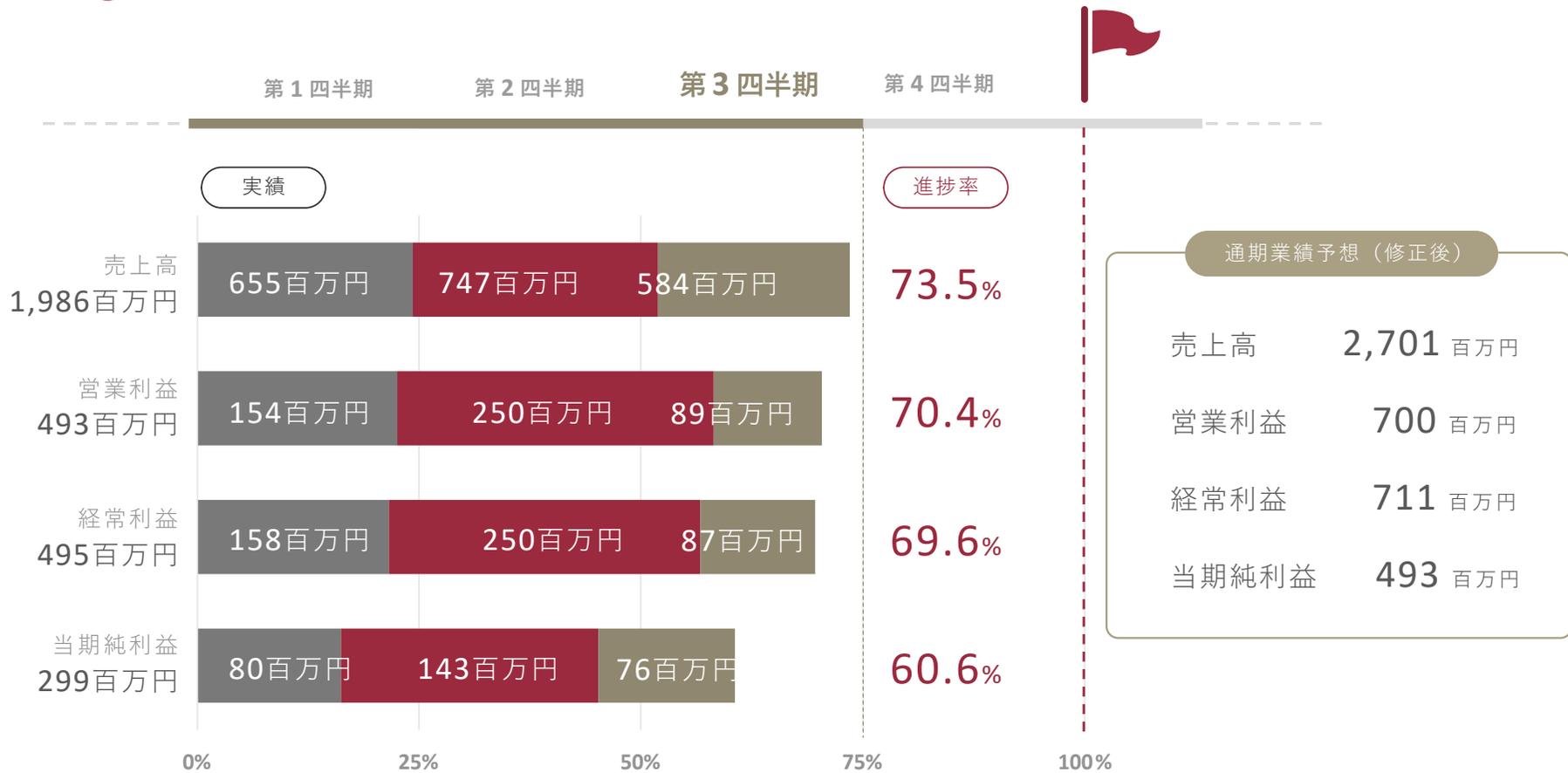
前年同期比 $\Delta 31.4\%$ **493**百万円
(EBITDA : 554百万円)

サービス別売上進捗

	2025年5月期予算	2025年5月期3Q累計	進捗率
PRコンサルティングサービス	2,316 百万円	1,751 百万円	75.6%
メディアプラットフォームサービス	385 百万円	234 百万円	60.7%
その他	—	0 百万円	—



業績進捗率（連結） 2025年5月期



◎ ビジネスハイライト（連結）

	2024年5月期 第3四半期		2025年5月期 第3四半期	前年同期比
売上高	2,355 百万円	>	1,986 百万円	△ 15.6%
売上総利益	1,923 百万円	>	1,631 百万円	△ 15.2%
営業利益	720 百万円	>	493 百万円	△ 31.4%
経常利益	750 百万円	>	495 百万円	△ 33.9%
当期純利益	511 百万円	>	299 百万円	△ 41.3%
ROE ※（自己資本当期純利益率）	18.4 %		9.1 %	—
ROA ※（総資産経常利益率）	22.3 %		12.9 %	—

※四半期ROEは、下記計算式により年換算して算出しております。

$$\text{ROE (年換算)} = (\text{四半期純利益} / 3 \times 4) \div ((\text{期首自己資本} + \text{四半期期末自己資本}) \div 2) \times 100$$

※四半期ROAは、下記計算式により年換算して算出しております。

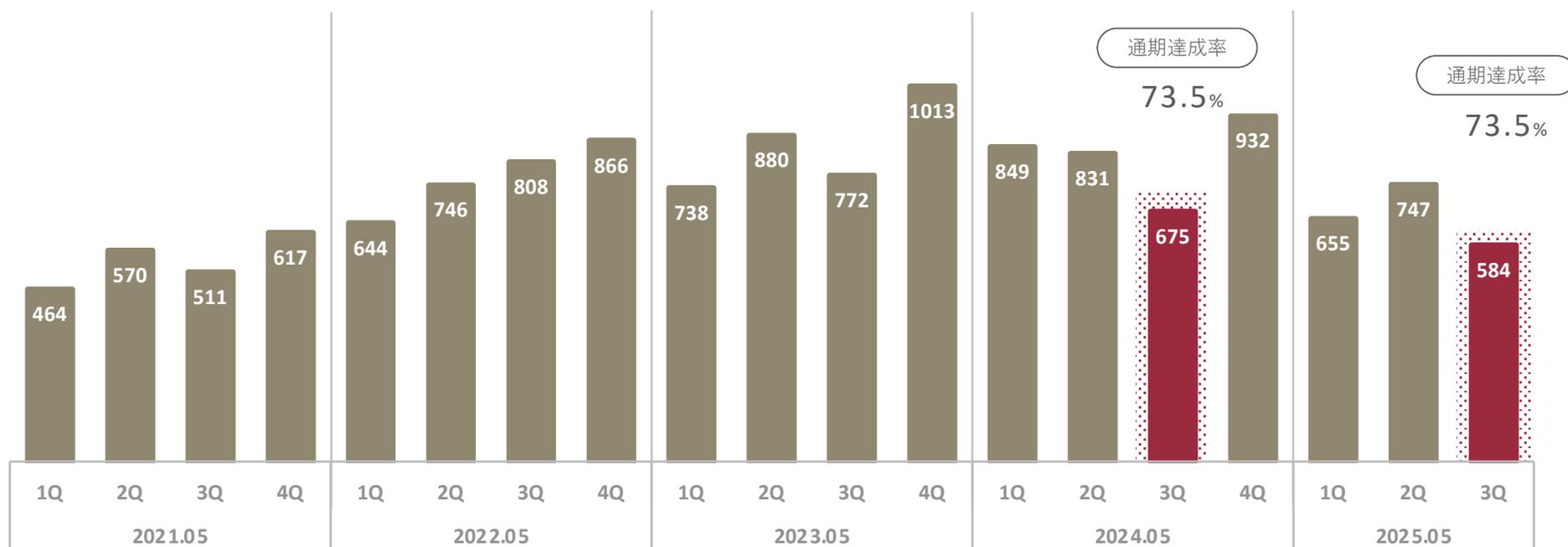
$$\text{ROA (年換算)} = (\text{四半期経常利益} / 3 \times 4) \div ((\text{期首総資産} + \text{四半期期末総資産}) \div 2) \times 100$$

Consolidated Financial Highlights

01 連結業績ハイライト

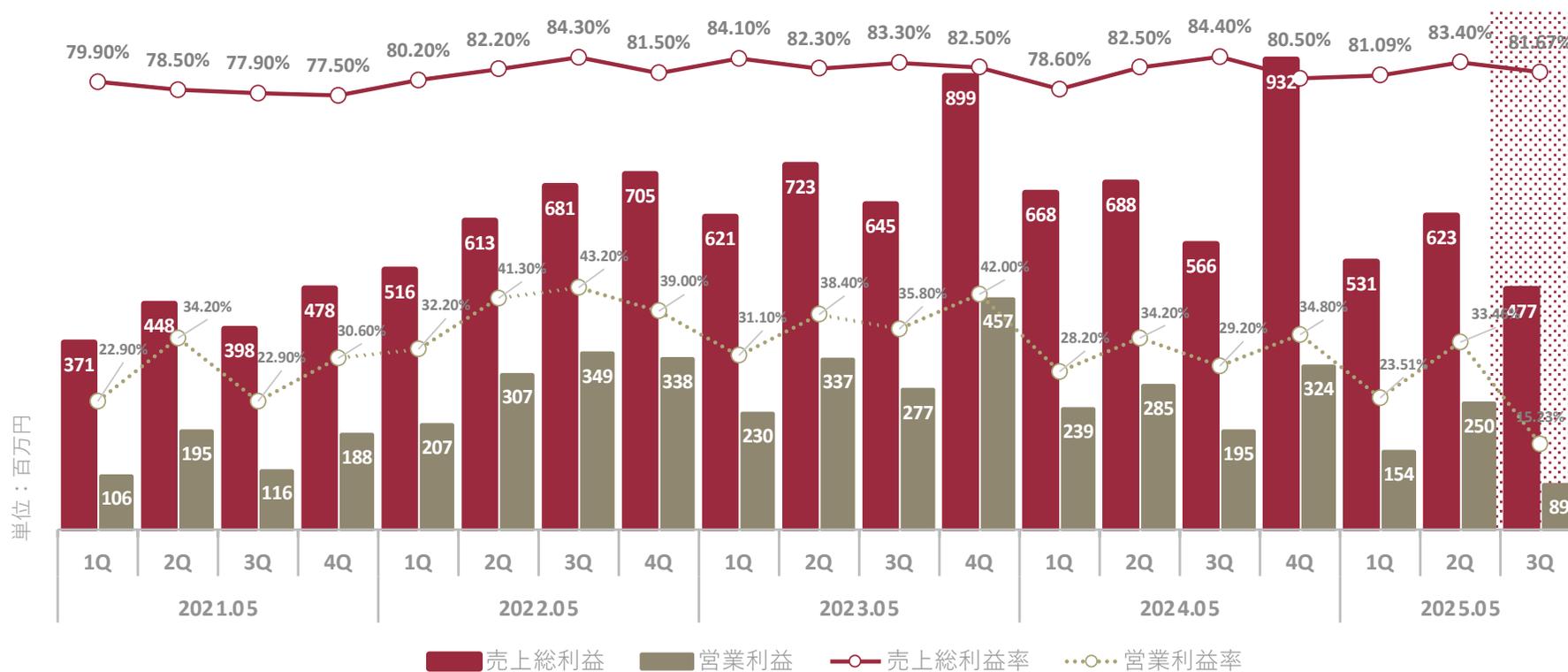
売上高の推移（連結）

当四半期の売上高は**計画通り**で着地



売上総利益・営業利益の推移（連結）

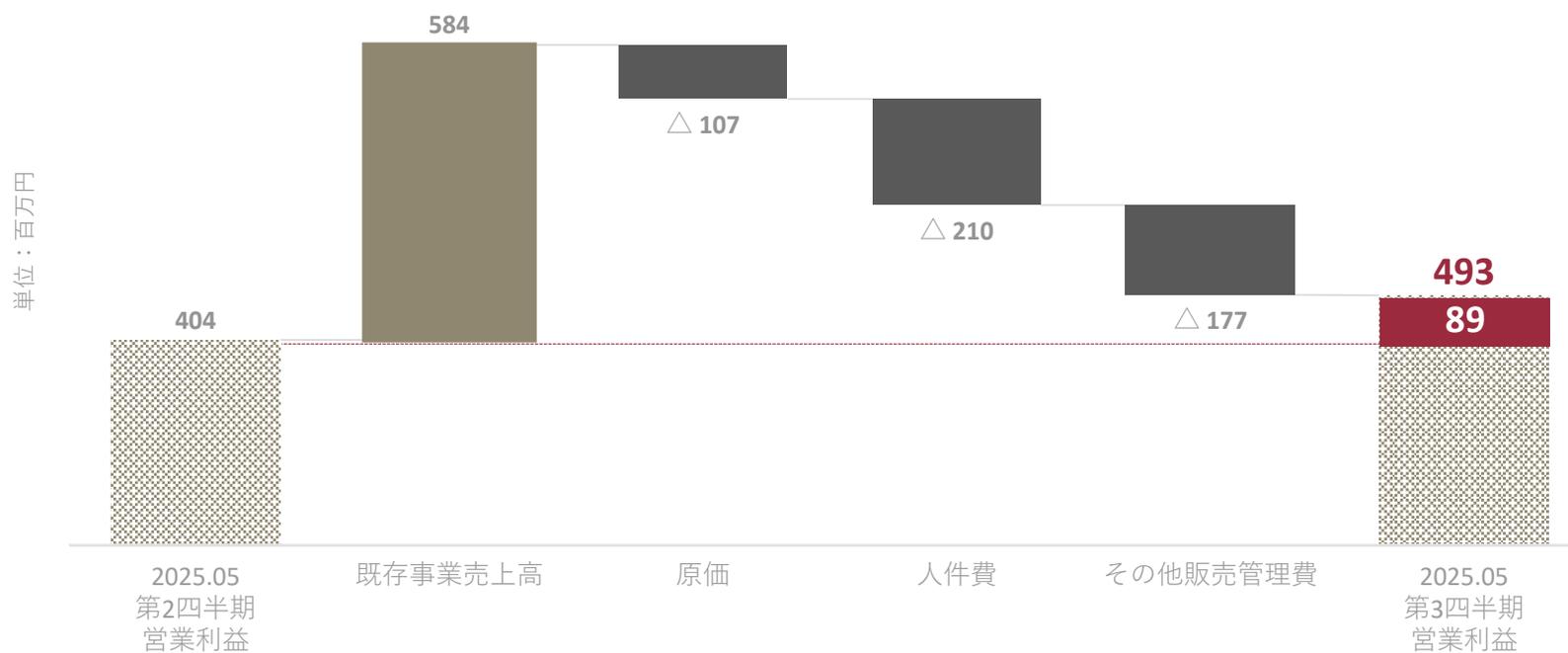
売上総利益率 **81.67%**と高い水準を維持



営業利益（連結）

第3四半期における営業利益は、**89百万円**

コスト構造に大きな変化はなく着実に利益を積み上げている



業績概況（連結） - BS

総資産

5,159

(単位：百万円)

高いキャッシュポジションを維持し、
自己資本比率**85.1%**（前期末**86.0%**）と

健全な財務基盤を保持



2025年2月末日時点

現状の課題と打ち手

課題

打ち手

営業力

- スキルアップ（新規→継続）
 - 下半期から評価制度をより業績連動型に近づけるとともにインセンティブを強化。同時に営業スタッフのスキルアップのために「社内アカデミー」を設置。全社を挙げて「面倒を見る」体制に。アカデミーは1期生が全員卒業。25年新入社員対象の第2期を準備中
- 採用力の強化（継続）
 - 人事・採用部門は安定稼働中。25年新入社員のオンボーディングを推進中
- 営業効率の向上（継続）
 - カンパニー制の導入による組織活性化が奏功。全社制度である「アカデミー」と各「カンパニー」による両輪により営業手法の浸透と強化。AIの活用による効率化も継続中

媒体力

- 媒体力の強化（継続）
 - 主要媒体の媒体キャスティングの見直しが完了し販売のテコ入れへ。その他、複数の新規媒体開発を検討中
- 営業施策との連携強化（継続）
 - 制作サイドによる『販売力のある媒体作り』と、営業サイドによる『効果的な販売・営業計画』を両輪として連動させる仕組み化に成功
- 「ステマ規制」への対応（済）
 - **2025年1月**からの対応には目処がつく。クオリティコントロールの観点から引き続き要注視

経営力

- 戦略策定力の強化（継続）
 - 人事・採用部門が安定稼働中（再掲）→人事・採用戦略を起点とした全社戦略の策定へ
- 事業ウイングの拡大（継続）
 - 投資候補先とのコミュニケーションを継続中。M&Aだけでなく事業・一部資本提携も含めた様々な事業拡大の機会を模索中
- その他（継続）
 - 「新規案件獲得数」を起点とし、「売上（納品）」をツリーの頂点としたKPI体系を設計中。経営見通しの可視化・精度強化

Company Overview

02 会社概要

当社は、ビジネスを通じてクライアントのあらゆる「価値」を「可視化」することがすべてのサービスの根幹となるミッションと位置付けています

PURPOSE

“社会の役に立つ立派な人間を一人でも多く輩出する”

MISSION

“あらゆる価値を「可視化」する”

Enjin

社名	—	株式会社Enjin
英文表記	—	Enjin Co., Ltd.
代表者	—	代表取締役社長 本田 幸大
事業所所在地	—	〒104-0061 東京都中央区銀座5-13-16 ビューリック銀座イーストビル8F（7F：スタジオ/受付）
電話番号	—	03-4590-0808
事業内容	—	PRコンサルティングサービス メディアプラットフォームサービス
創業	—	2006年6月
設立	—	2007年3月
資本金	—	17億7930万円
グループ従業員数 連結	—	164名（2025年2月現在）

役員紹介

代表取締役CEO

本田 幸大 Kodai Honda

甲南大学卒業後、広告代理店に2004年入社。約3年間営業部門に従事した後、2007年3月に株式会社Enjin設立。代表取締役に就任。PR事業を中心とした事業を行う。

取締役COO

原口 博光 Hiromitsu Haraguchi

東京大学法学部卒業、2003年に経済産業省入省。ダントーホールディングス株式会社代表取締役、有限責任監査法人トーマツ、三井農林株式会社執行役員等を経て2023年8月に当社社外取締役に就任。東京農業大学客員教授。

取締役CFO

コーポレート本部長

平田 佑司 Yuji Hirata

税理士事務所勤務を経て、2006年12月に管理部門の担当として参画。経理財務の責任者として従事しながら、複数の新規事業の立ち上げなどを経験。管理部長、社長室長を歴任後、2019年5月に取締役に就任。コーポレート本部長を務める。

取締役（監査等委員）

多鹿 晴雄 Haruo Tajika

ソフトバンクBB株式会社（現 ソフトバンク株式会社）にて営業として従事。2007年3月大学の同期である本田の誘いで株式会社Enjinの設立に参画。2020年1月まで代表取締役を務め、2020年1月より常勤監査役を務める。

社外取締役（監査等委員）

のぞみ総合法律事務所 弁護士（パートナー）

吉田 桂公 Yoshihiro Yoshida

東京大学法学部卒業、2004年に弁護士登録、のぞみ総合法律事務所入所。日本銀行決済機構局、金融庁検査局出向。MBA（経営修士）、CFE（公認不正検査士）、CIA（公認内部監査人）、農林水産省農漁業保険審査会委員。

社外取締役（監査等委員）

TMI総合法律事務所 弁護士（パートナー）

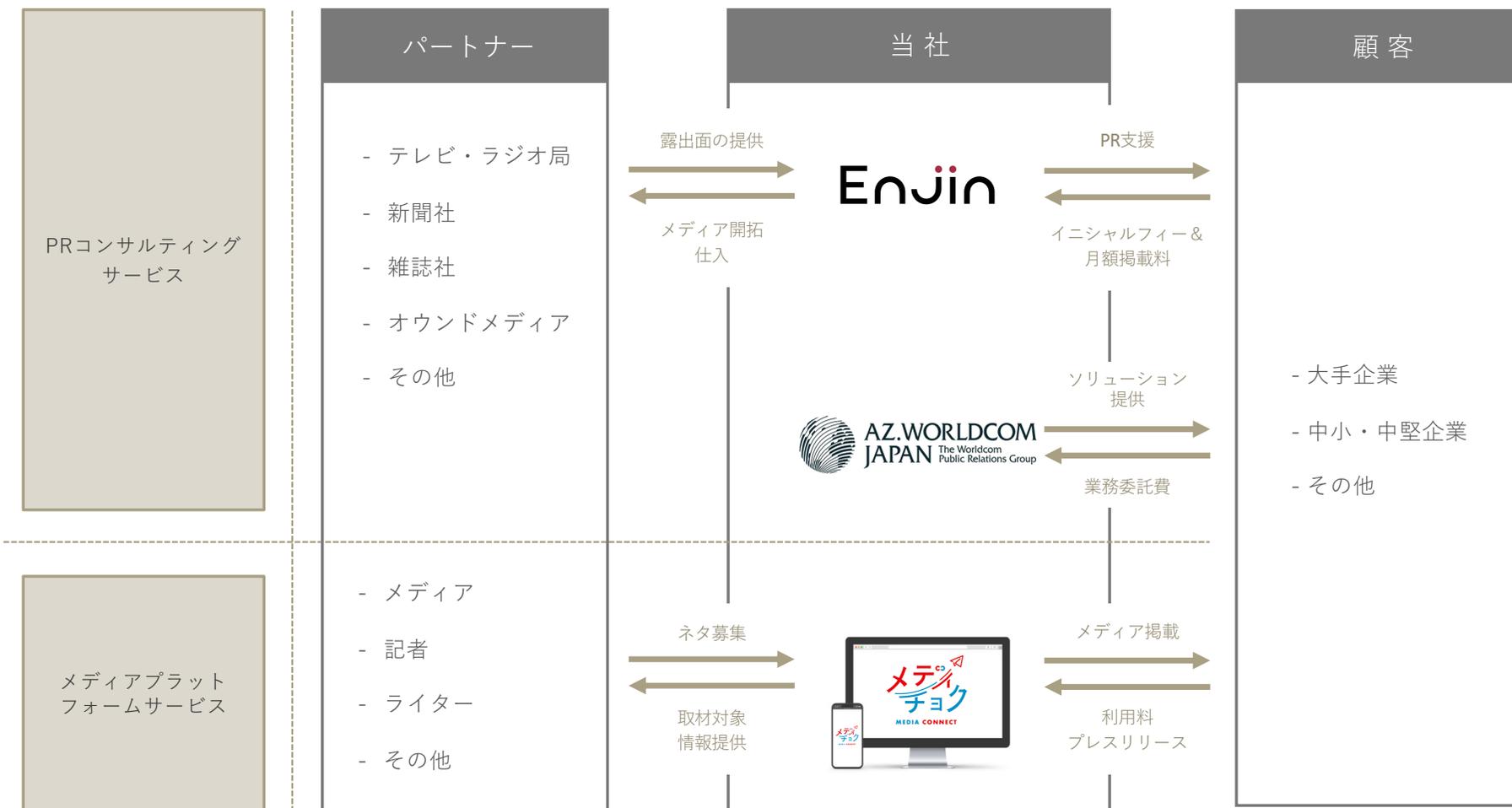
工藤 竜之進 Ryunoshin Kudo

京都大学法学部卒業、京都大学法科大学院修了、2008年に弁護士登録。2009年にTMI総合法律事務所に入社し、2017年にパートナー就任。企業買収実務やコーポレートガバナンスを専門とする。2019年7月に監査役に就任。

Business Model

03 ビジネスモデル

ビジネスモデル



各提供サービスの概要

PRコンサルティングサービス

世界49カ国115都市を結ぶグローバルネットワーク（WORLDCOM）の基盤を活かして、PRやメディア対策などのコンサルティングや業務支援をオーダーメイドで行う。

また、当社が有するメディアとの強固なリレーションを駆使して、企業や経営者による情報発信を支援。クライアントの価値創造を支援するサービス。



取引社数

特徴

6,000社以上 ※1
※2

メディアプラットフォームサービス

新聞・TV・雑誌・WEBなどのメディア関係者と企業や広報責任者とをマッチング。

情報の発信者と掲載者とのニーズを媒介し、メディアへの露出機会の向上を実現するサービス。



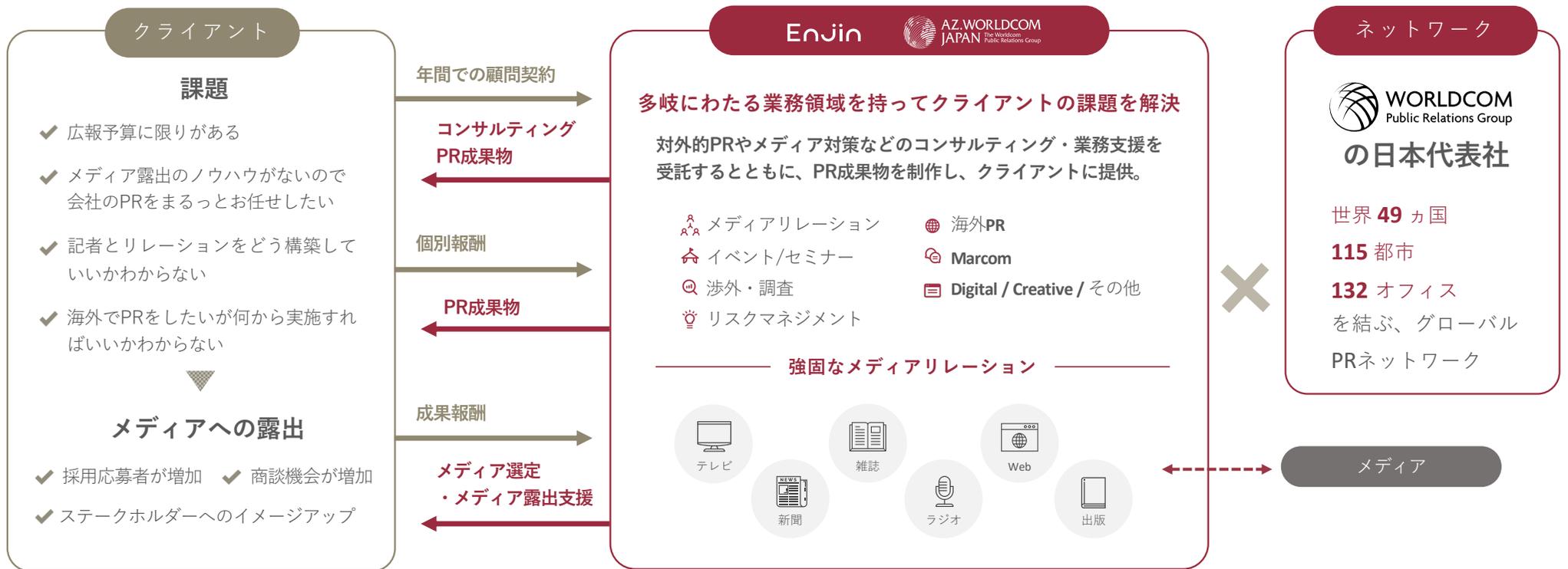
メディア数

特徴

1,000以上 ※2

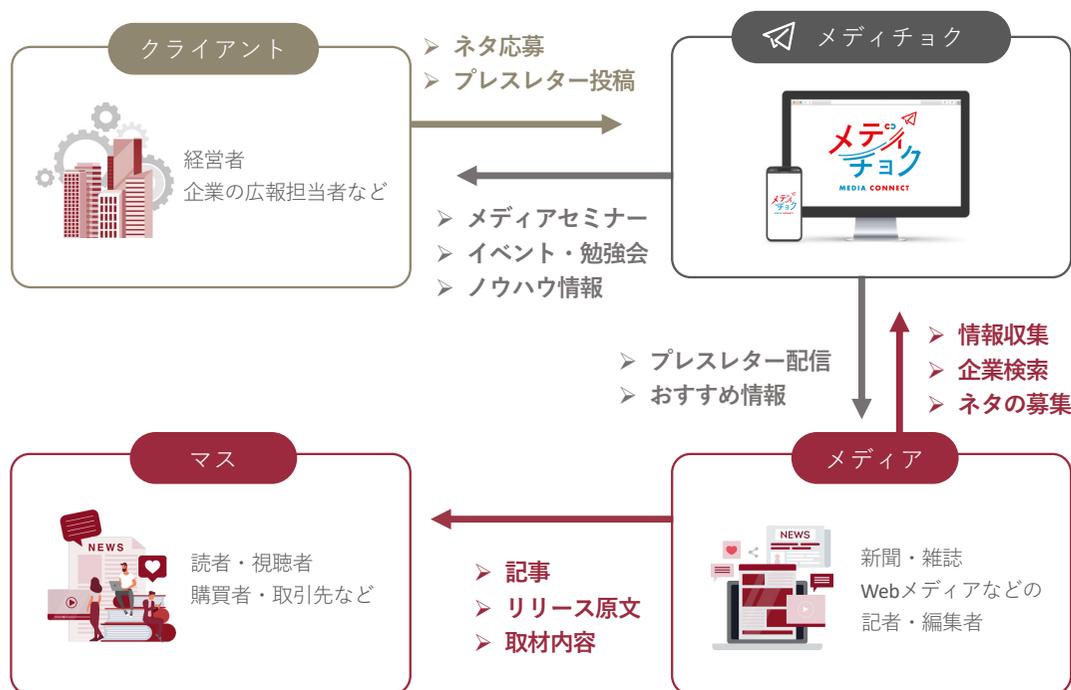
PRコンサルティングサービス

- 対外的なPRやメディア対策などのコンサルティング・業務支援に対応
- 世界49カ国115都市を結ぶグローバルPRネットワークが強み
- 強固なメディアリレーションを駆使してダイレクトブランディングを実現



メディアプラットフォームサービス

取材ネタを探すメディアと取材されたいクライアントを結ぶPRマッチングプラットフォーム



POINT

1つのメディアに露出するまでにかかる作業時間が圧倒的に短いので低価格で提供が可能

一般的にかかる作業時間
約**155**時間

メディチョク導入後の作業時間
約**11**時間

メディアとのアポ (20件)	20時間
メディアへのアプローチ (電話・メールなど400件)	35時間
ニュース作り (媒体に合わせて最低3種類)	40時間
メディアリスト作成 (400件)	60時間

プロフィールの入力 (企業と個人の入力)	1時間
募集に対する応募 (月10件)	10時間

約**93%**削減

Market Environment

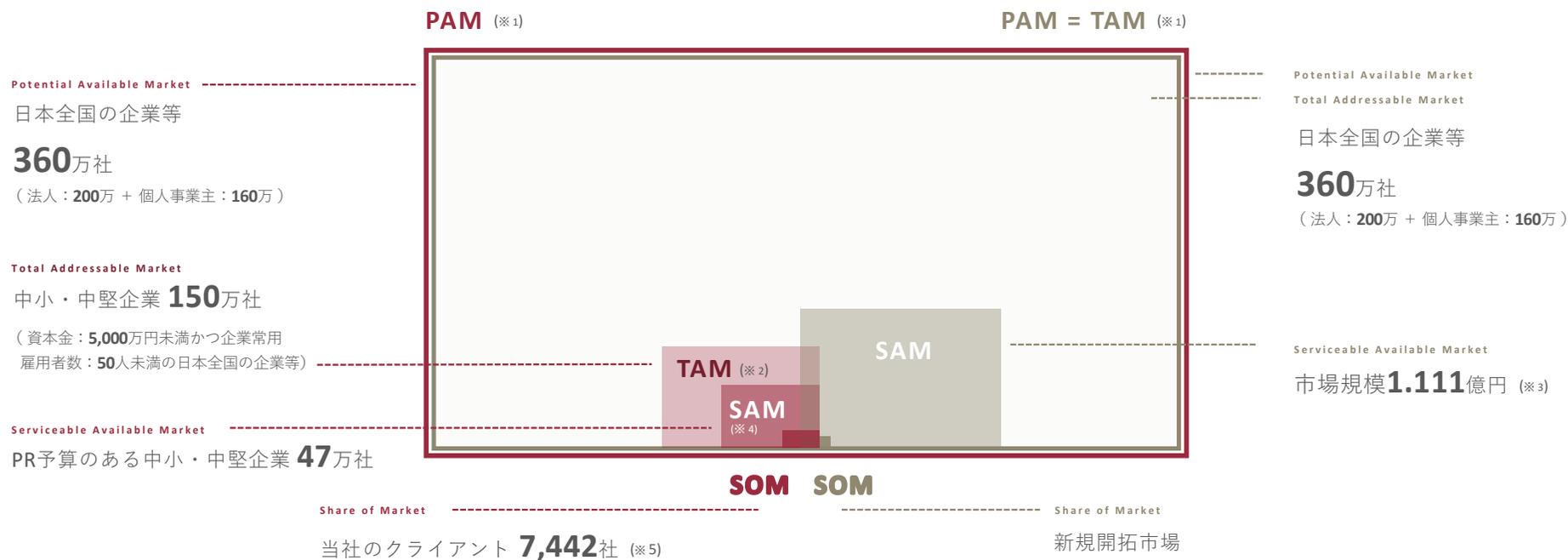
04 市場環境

「価値の可視化」を実現する事業ポートフォリオ

「旧来型」「単発型」のPRサービス形態とは一線を画した独自のポートフォリオを形成



既存ターゲットと中小・中堅企業の市場ポテンシャルに加え、 戦略PRの市場も含めることでサービスの提供領域を拡大



※1・2 総務省 令和3年経済センサス-活動調査を参照

※3 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「PR業実態調査」2021年5月を参照

※4 東京商工リサーチによる赤字法人率（2009年～2019年）を参照のうえ当社にて算出

※5 2022年11月末時点の当社クライアント数（企業：88.0%、医療：12.0%）

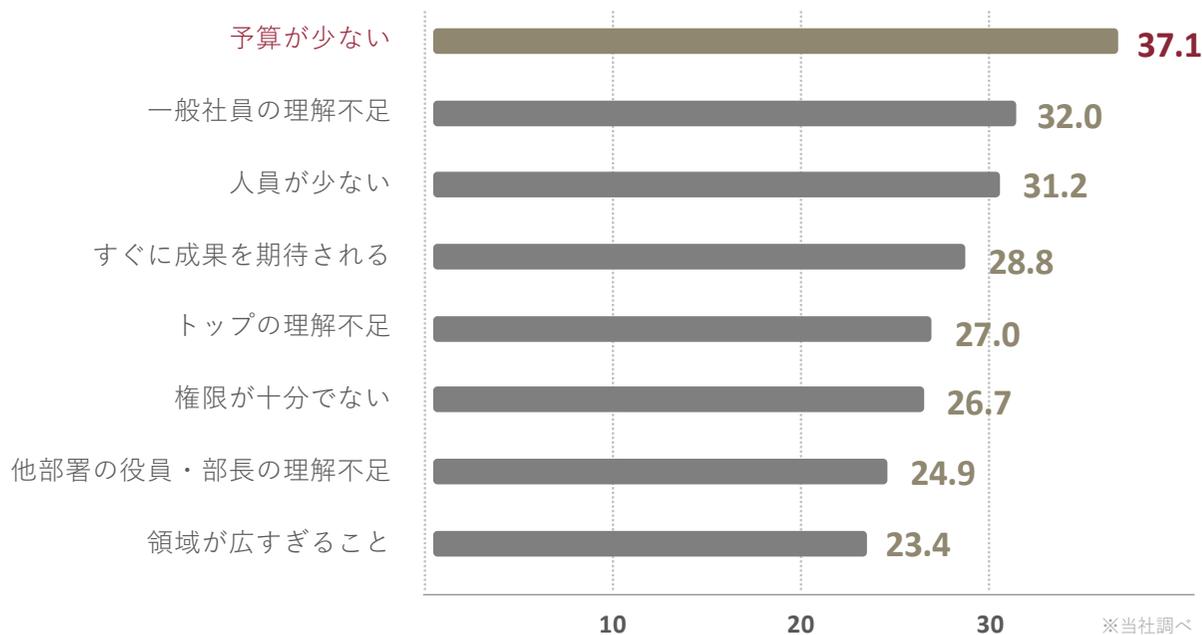
Source of Competitiveness

05 競争力の源泉

PRサービス導入の課題

「PR」のニーズはあっても実行に至らないケースが多く、サービス導入はハードルが高いイメージが根強い。

大企業は当たり前のように広報部が存在し、日々広報活動を行っていますが、それ以外ではまだまだそこまで手を伸ばせていないところも少なくありません。一口に「広報の仕事とは」と定義することが難しいくらい、広報の仕事は多岐に渡ります。会社の業種や規模、成長フェーズによって広報の内容も変わってきます。



広報担当の年収は、平均400万～600万と広報専任は人件費が高く、効果測定が難しいという現状は事実としてあります。

PRと広告の違い

認知拡大のための情報発信という点から同じように見えても、 PRと広告は目的や効果が似ていても明確に違う

広告は広告主がメディアを通して自社が発信したい内容を発信するのに対し、PRはメディアが発信者のため第三者の客観的なメッセージが発信され、受け手である消費者の信頼度が広告と比べて格段と高くなります。



POINT

広告代理店は、企業の「広告」を制作し、その広告が実際に掲載されるまでの業務を行います。
これに対して、PR会社は、企業や商品、サービス等の情報を「記事」として取り上げてもらう活動を行います。

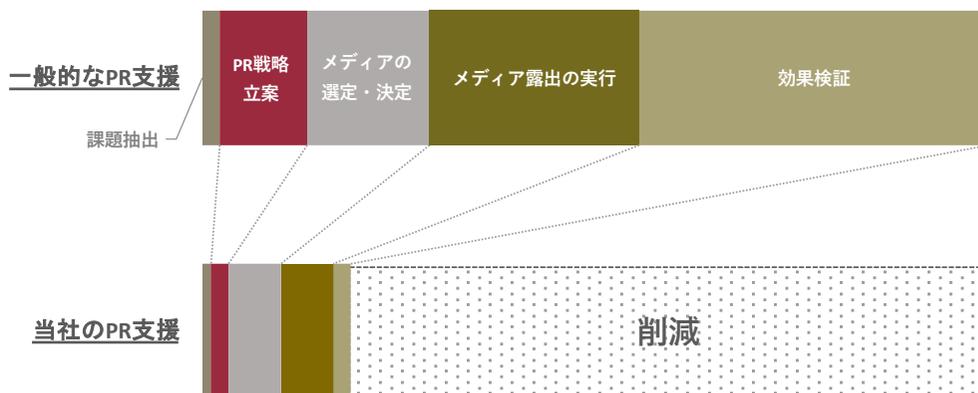
当社の強み（一般的なPRの契約形態との比較）

中長期的なブランディング・認知向上のための通常のリターナーフィーとスポット契約におけるPRサービスは、いわゆる注文住宅のように、顧客ごとにオリジナルにカスタマイズしたアウトプットを必要とすることから、高額になりやすくまた効率も悪くなることが課題となっていました。

当社は時代の変化にいち早く対応し、幅広い業界に対するPRのノウハウを、TV・新聞等の他社既存メディアや自社で開発・運営しているプラットフォームと組み合わせることで、品質の高いPRノウハウを安価に顧客に提供できる仕組みを構築しております。

契約期間	年単位の中長期契約
費用	業界平均 月額 50万～200万円
PR目的	企業のブランディング・認知向上など
メリット	効果検証を常に
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディングや認知向上には時間がかかるため、実感するまでに期間を要する ・PR露出の有無に関わらず費用が発生

PR支援にかかる工数・費用のイメージ



当社の強み（全国に渡る多様な顧客群）

クライアントは、全国に分散し、 多様な顧客群からリカーリング収益を蓄積して成長中

業種や地域を問わず、全国で導入が拡大中。中小企業・クリニックの企業が顧客全体の過半数を占めている。

業種別顧客割合

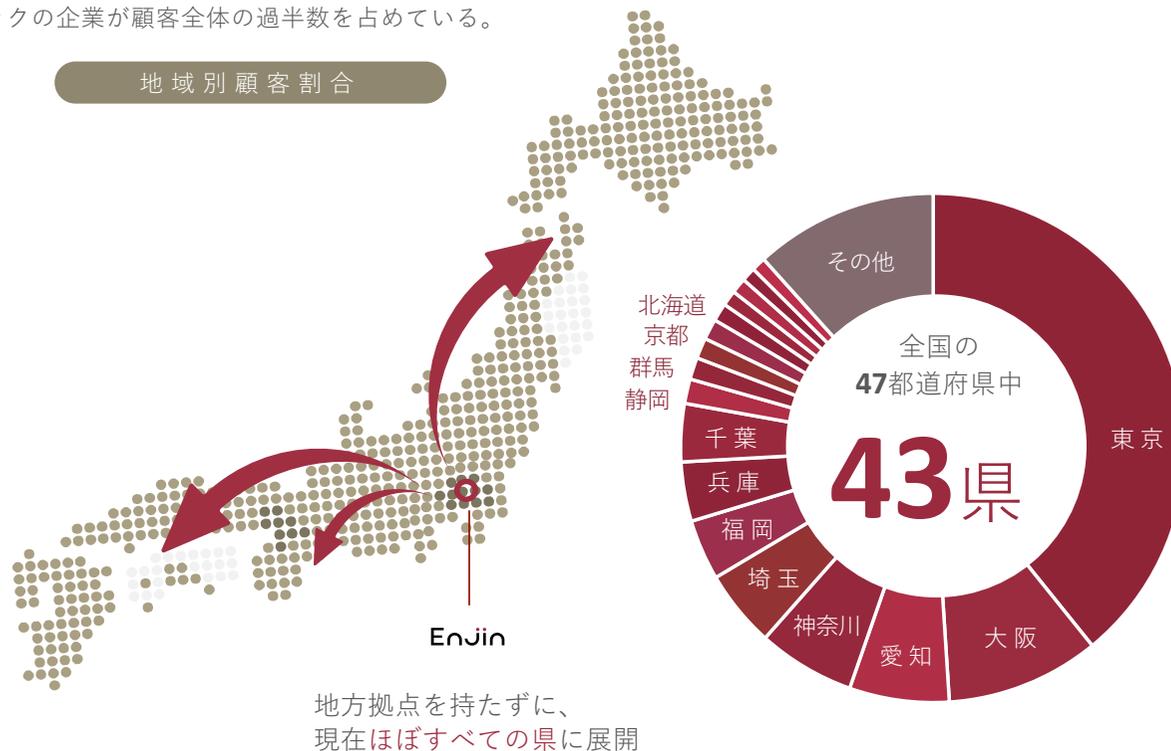
企業 70.1% / 医療 11.5%

個人 10% / 士業 3.2% / 他 5.2%

40 業種
以上

主な業種(1)	飲食
建設・建築・土木	労働者派遣
製造	個人
サービス	美容外科
通信・ソフトウェア	広告・PR
卸売・小売	農林水産
歯医者	眼科
不動産	美容皮膚科
一般診療クリニック	冠婚葬祭関連
コンサル	行政書士
教育・学習支援	鍼灸・整体
運輸	映像制作
福祉・介護	社会保険労務士
医療関連	獣医
弁護士	ファイナンシャル・プランナー
エステ・リラクゼーション	公認会計士
人材紹介	司法書士
金融・保険	薬剤
産婦人科	税理士
税理士	その他

地域別顧客割合



※1. 2021年4月時点における顧客業種の多い順

Enjin だからこそ提供できる2つの強み

Point 1



顧客層が中小・中堅企業が中心のため、
クライアントの商圏が被りにくい



Point 2



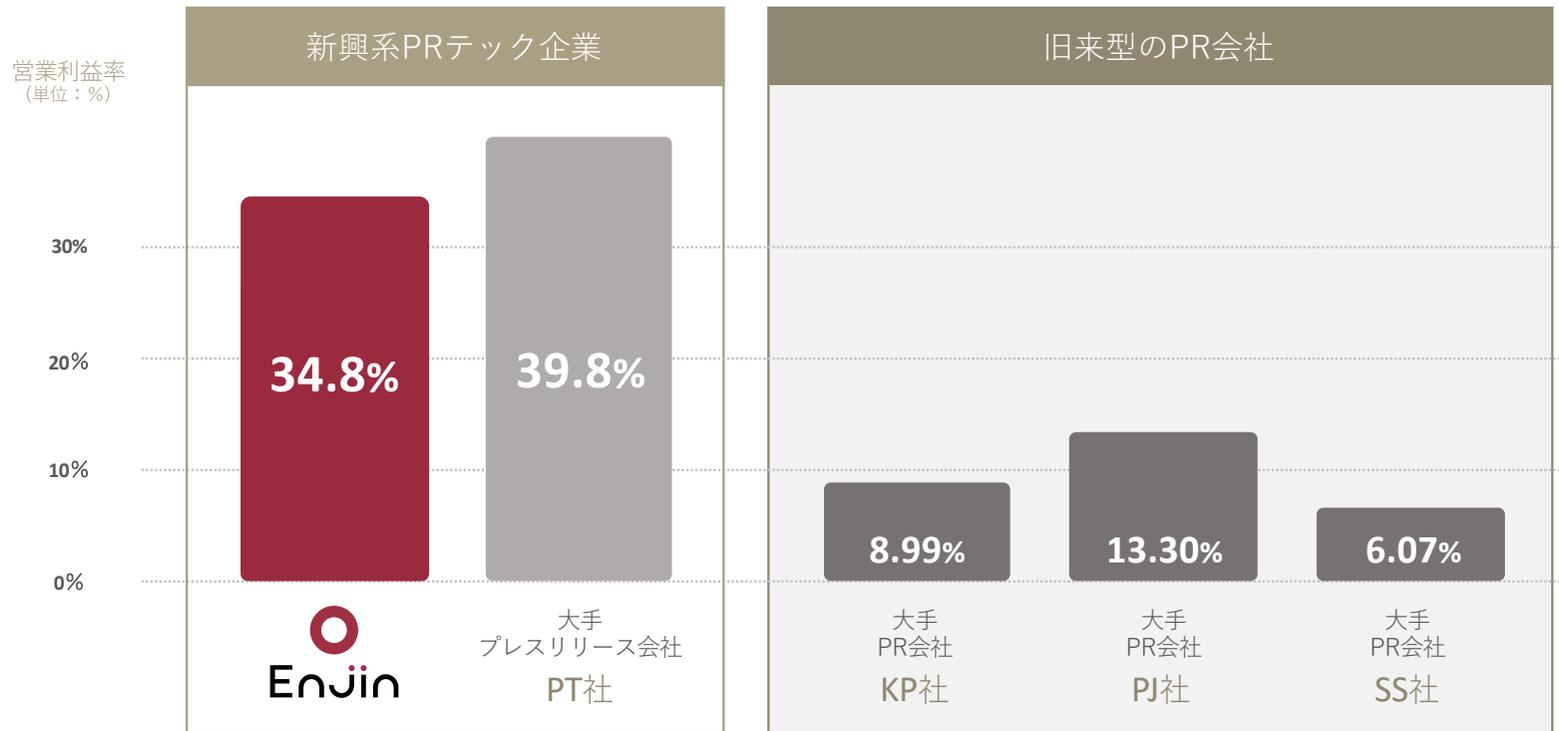
ノウハウのパッケージ化により、
高品質かつ安価にサービスを提供

経営者レベルのメディア出演による企業ブランディングを
限られた予算・時間の中で最大化します

当社の強み（高収益モデル）

競合と比較して優位性を持つ**高い利益率**

プラットフォームを活用することで、旧来型のPRサービスと比べて高い利益率を実現。



※ 直近期の第3四半期決算短信参照

2025年5月期にむけて、**中長期的な成長及び収益性向上のための**
対象顧客の拡大や改善、効率化など様々な施策を実施していきます。

主な取り組み	PRコンサルティングサービス	メディアチョク
対象顧客の拡大	営業活動の強化	
	ターゲットに合わせたサービス展開	事業領域の拡大
リカーリング収益の改善	既存クライアントへの付加サービスの検討	成果保証プランの検討
		オプション機能の追加
効率化	営業組織の再構築	ウェビナーによる顧客接点の拡大
	AIツールによる営業効率改善	
戦略	経営戦略部門の強化 新卒・中途人材採用の強化	システム開発 広告

弊社IRに関する情報・ご質問は下記IRページからお願いいたします。



<https://www.y-enjin.co.jp/ir/inquiry/>

免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、有価証券の販売の勧誘や購入の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が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の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、必ずしも既知および未知のリスクや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、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の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、国内およ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や適切性を検証しておらず、保証していません。