

2022年5月期(第24期)

第3四半期決算補足資料



アウンコンサルティング株式会社

2022年4月13日(水)

本資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関する情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で為した判断に基づくものです。しかしながら、現実には、通常予測しえないような特別事情の発生または、通常予測しえないような結果の発生等により、本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社と致しましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の業績見通しのみ全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願い致します。尚、いかなる目的であれ、当資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願い致します。



ヤフー株式会社
パートナー



グーグル株式会社
正規代理店



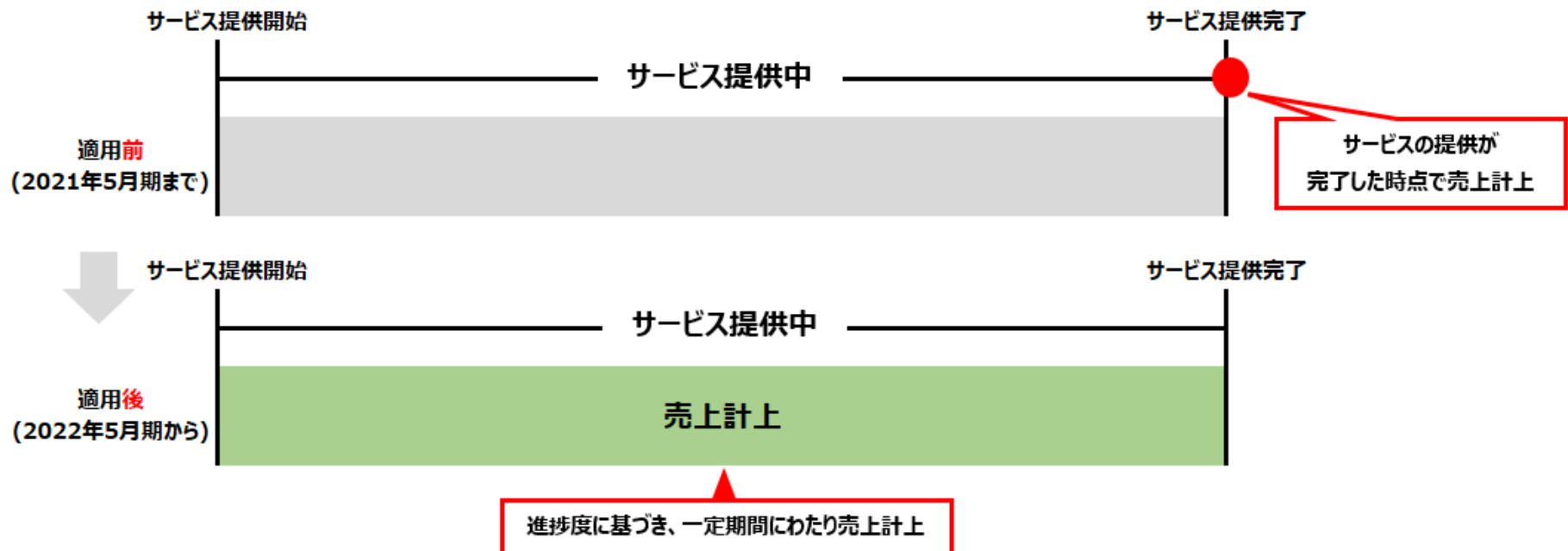
バイドゥ株式会社
基幹代理店

© 2022 AUN CONSULTING, Inc. All Rights Reserved.

2022年5月期の期首より「収益認識に関する会計基準」 （企業会計基準 第29号 2020年3月31日）等を適用

売上高

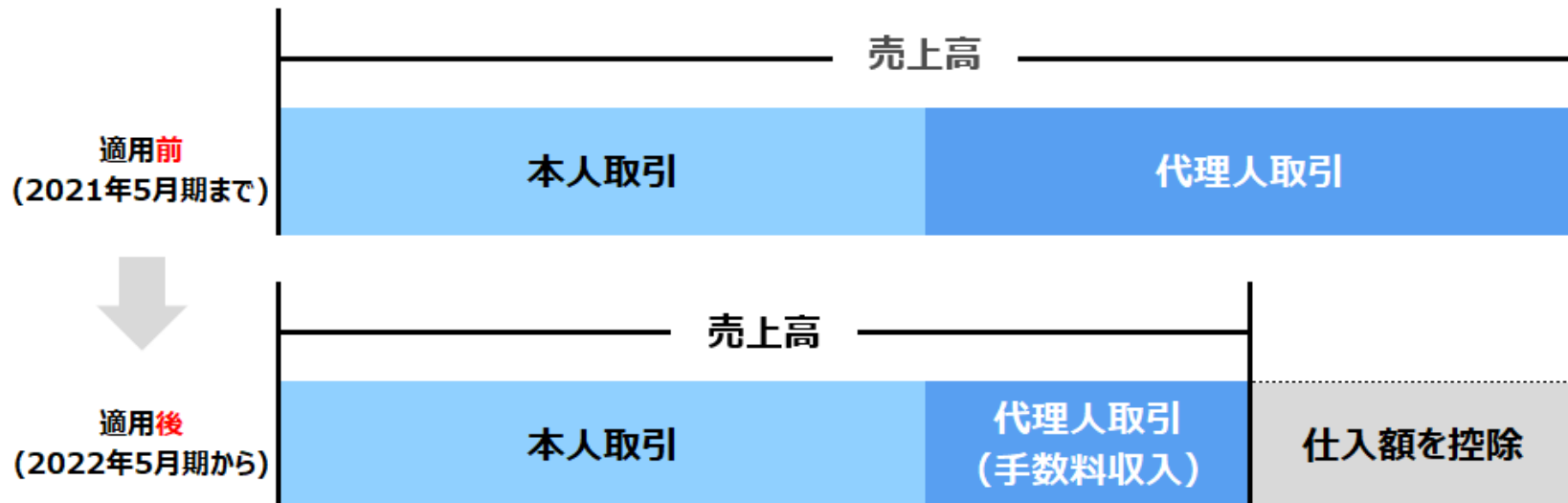
従来、一部の案件に係る業務又はサービスの提供が完了した時点で売上計上を行っていたサービスについて、一定の期間にわたり充足される履行義務については、履行義務の充足に係る進捗度を見積り、当該進捗度に基づき売上を一定期間にわたり計上する方法に変更。
主にマーケティング事業が対象。



2022年5月期の期首より「収益認識に関する会計基準」 （企業会計基準 第29号 2020年3月31日）等を適用

売上高

顧客への財又はサービスの提供における当社グループの役割が代理人としての性質が強いと判断されるものについては、顧客から受け取る額から仕入先に支払う額を控除した純額（手数料収入のみ）を売上として計上。
主にマーケティング事業が対象。



※本資料において、収益認識基準適用前の売上高に近似する金額は「取扱高」として記載しております。

連結業績

官公庁・自治体向けのグローバルプロモーション領域へ注力

前期に受注した自治体等の大型案件のサービス提供開始。引き続き、自治体向けや越境ECなど多言語ニーズの高い領域に注力していく。

売上高

381百万円

※収益認識基準適用後

前年同期売上高

802百万円

売上総利益

270百万円

対前年同期比

+26.0%

営業利益

▲23百万円

前年同期営業利益

▲125百万円

【参考】

収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高 1,052百万円（前年同期比 +31.2%）

セグメント別業績

マーケティング 事業

売上高 : 379百万円 (前年同期売上高 791百万円)

【参考】収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高 1,050百万円 (前年同期比 +32.8%)

セグメント利益 : 77百万円 (前年同期
セグメント損失 1百万円)

アセット事業

売上高 : 2百万円 (前年同期比 ▲77.5%)

※当事業は「収益認識会計基準」の適用による影響はありません。

セグメント損失 : 10百万円 (前年同期
セグメント損失 20百万円)

	実績		前年同期比	
	2022年5月期3Q (連結累計)	2021年5月期3Q (連結累計)	増減額	増減率
売上高	381	802	-	-
売上総利益	270	214	55	26.0%
売上総利益率 (%)	70.8%	26.7%	-	-
販管費	294	340	▲ 45	▲ 13.4%
販管费率 (%)	77.1%	42.4%	-	-
EBITDA	▲ 20	▲ 121	-	-
営業利益	▲ 23	▲ 125	-	-
経常利益	▲ 17	▲ 115	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲ 11	▲ 77	-	-
EPS (円)	▲ 1.56	▲ 10.31	-	-

(金額単位：百万円)

【参考】 収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高

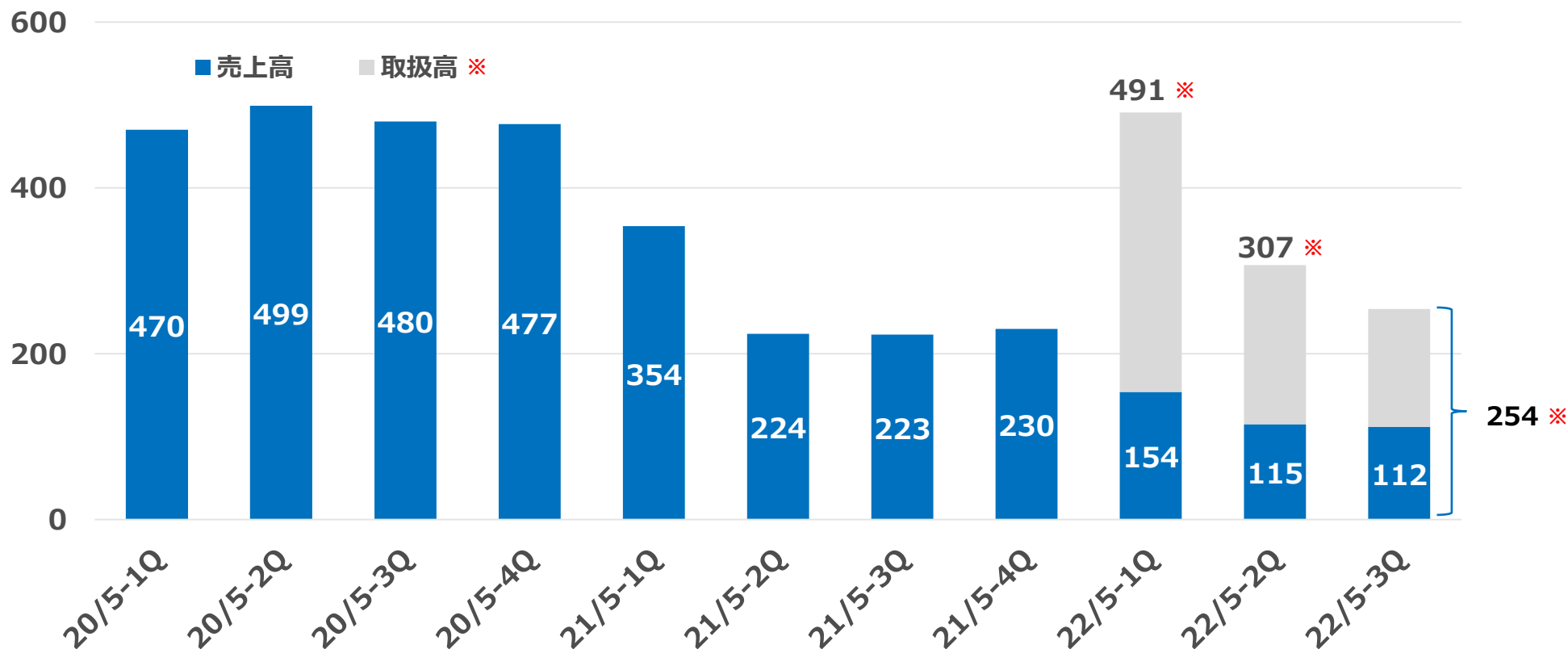
取扱高	1,052	802	250	31.2%
-----	-------	-----	-----	-------

現預金/負債：金融機関からの借入により増加

	実績	前期末比		
	2022年5月期3Q	2021年5月期	増減額	増減率
流動資産	1,159	665	493	74.2%
▪ 現預金	672	459	213	46.4%
固定資産	238	251	▲ 12	▲ 4.9%
▪ 有形固定資産	49	57	▲ 8	▲ 14.8%
▪ 無形固定資産	5	7	▲ 2	▲ 27.3%
▪ 投資その他の資産	184	185	▲ 1	▲ 0.9%
総資産	1,398	916	481	52.5%
▪ 流動負債	597	174	423	243.3%
▪ 固定負債	201	127	74	58.3%
負債合計	799	301	497	165.2%
純資産	599	615	▲ 16	▲ 2.6%

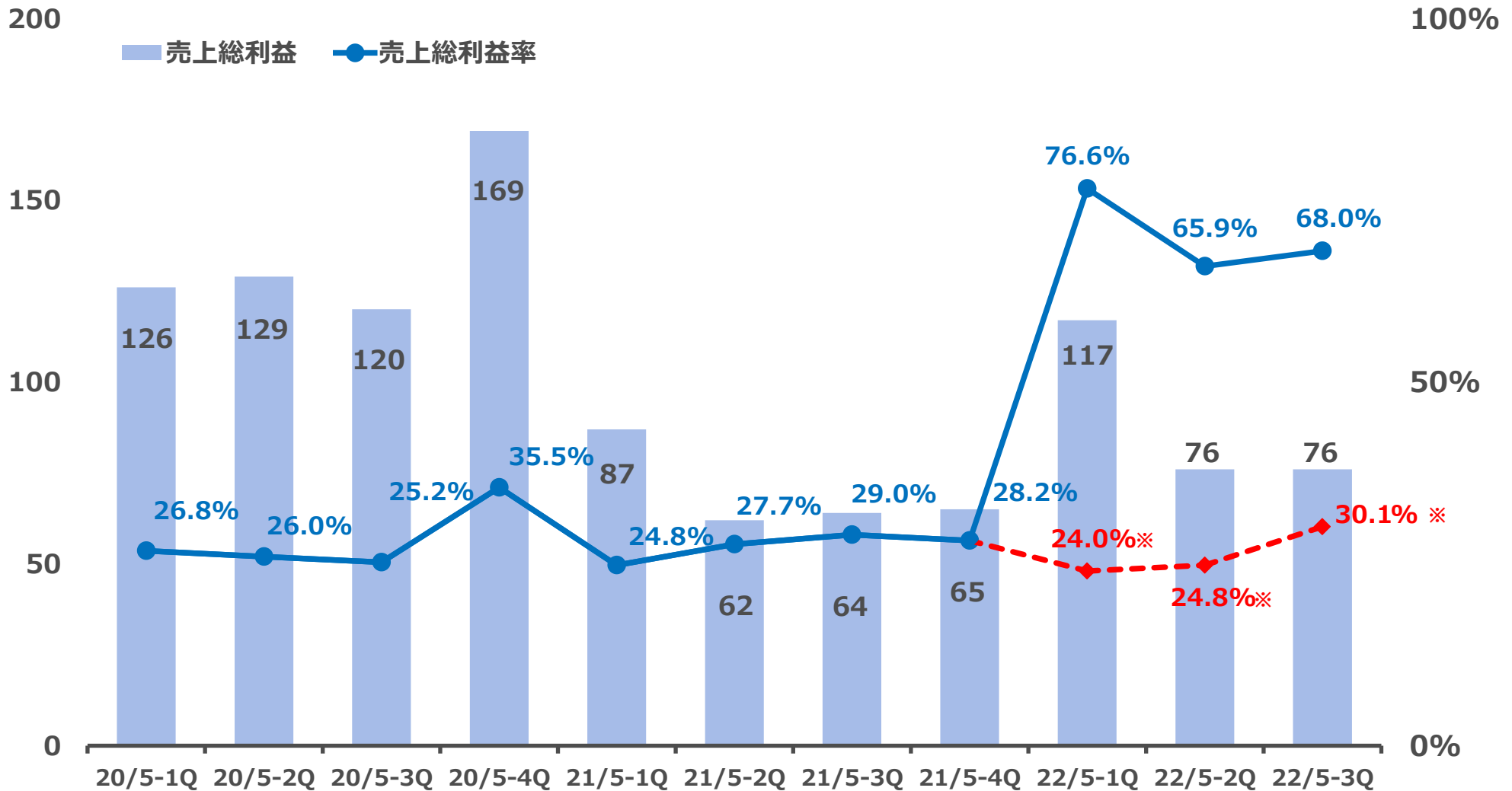
(金額単位：百万円)

官公庁・自治体向けに注力したことで、22/5-1Qの取扱高※は実質的にコロナ前の水準まで回復したものの、22/5-2Q,3Qにおいては、広告出稿停止により、1Q対比で売上高・取扱高※が減少



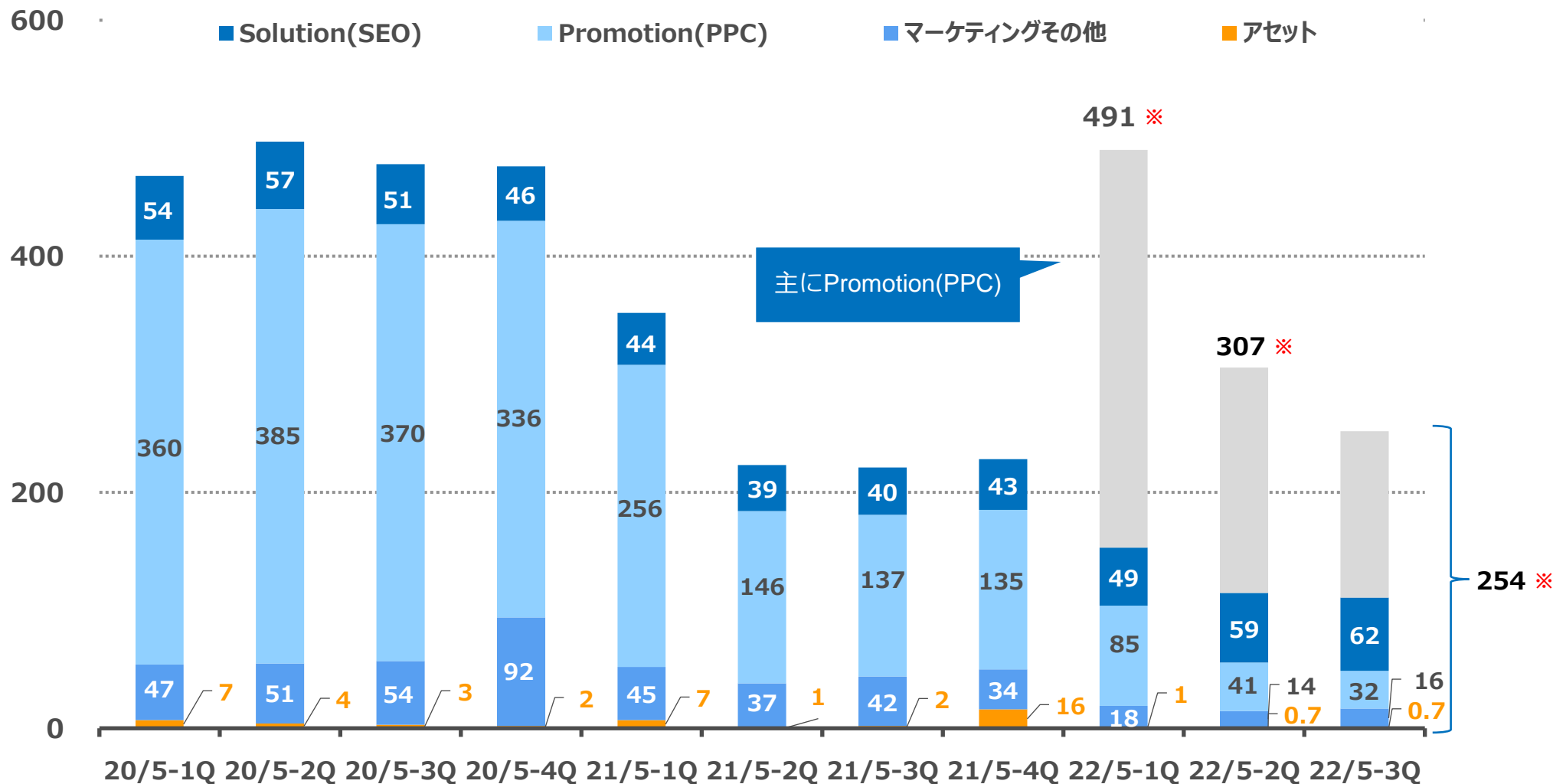
※取扱高：収益認識基準適用前の売上高に近似する金額

(金額単位：百万円)



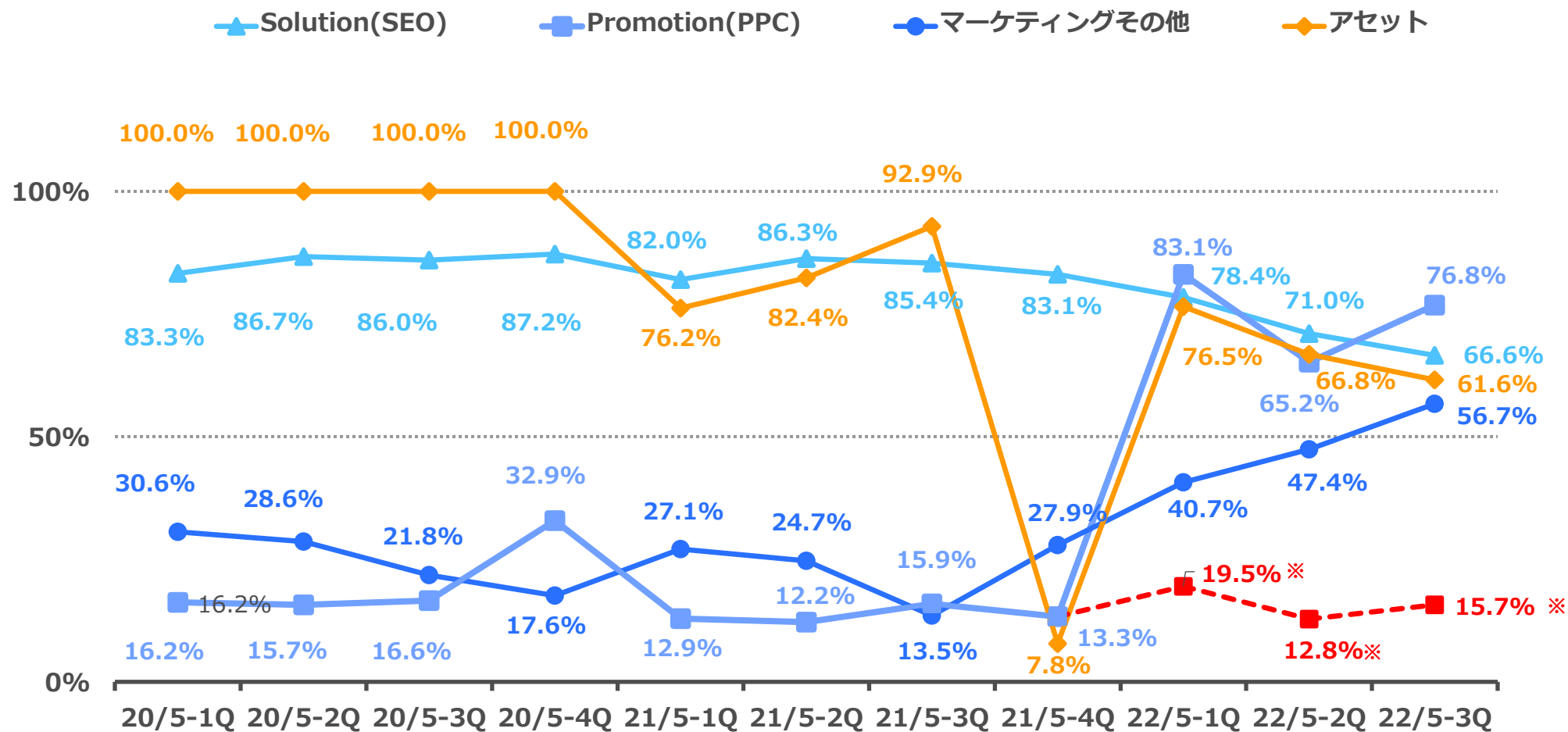
※参考：収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高で売上総利益率を算出

(金額単位：百万円)

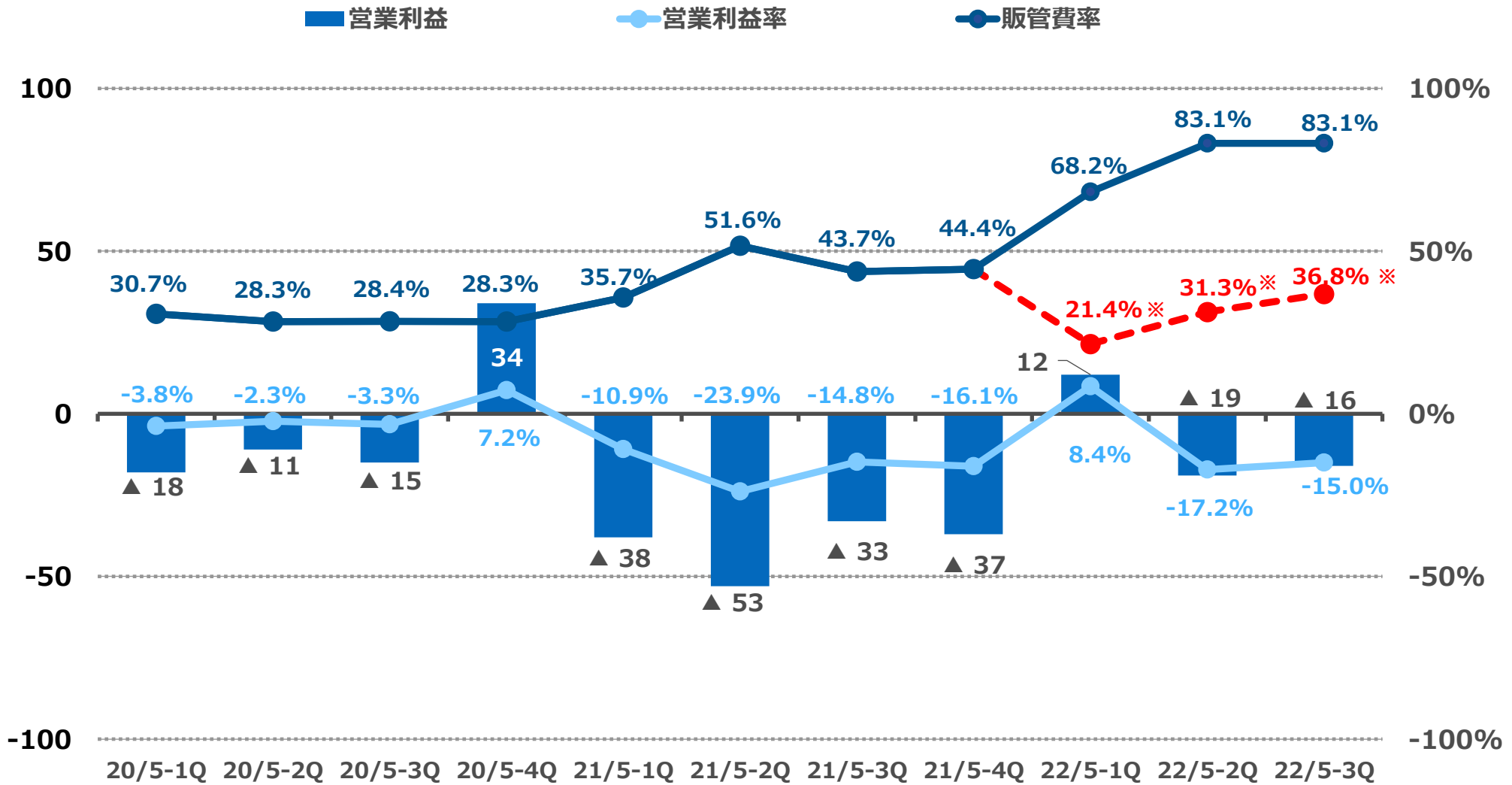


※取扱高：収益認識基準適用前の売上高に近似する金額

(金額単位：百万円)



※参考：Promotion(PPC) 収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高で売上総利益率を算出



※参考：収益認識基準適用前の売上高に近似する取扱高で販管費率を算出

(金額単位：百万円)



事業の取り組み

- business activities -

収益力の回復・拡大

1

多言語・海外向けサービス需要の取り込み強化

- ・アウトバウンドマーケティングの強化とインバウンドマーケティングの準備
- ・海外法人のネットワークを活用し、多言語サービス展開のさらなる拡充
- ・2022年5月期は、前期に受注済みの自治体等の大型案件を売上計見込み

2

イノベーションによる新たなビジネスモデルの創出

- ・今後の収益の柱となる事業の創出及び、サービスの開発に注力

3

先進的な働き方の実現による生産性向上

- ・リモートワークをメインとした新しい働き方
- ・幹部人材・グローバル人材の採用・教育の強化、次世代リーダーの育成

グローバル・マーケティングのマイスターへ
海外・多言語マーケティング支援に注力

インバウンド

&

アウトバウンド



マーケティング事業
サービス
(SEO/PPC/SNS/その他)



日本のマーケティング
品質



豊富な
実績と経験



ローカル・
ネイティブリソース

PPC

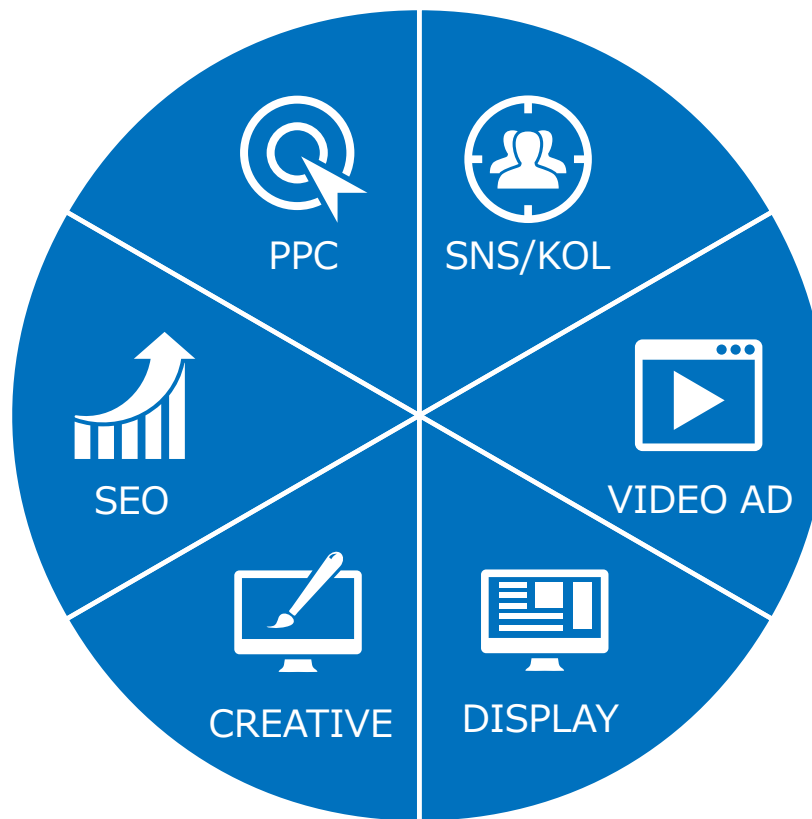
様々な国/言語/デバイスに対応した検索連動型広告

SEO

世界中の検索エンジンに対応した自然検索結果、上位表示サービス

クリエイティブ

様々なデバイス・言語に対応したWEB制作
広告デザイン



SNS/KOL

様々な国、ターゲットに対応したSNS広告、ブロッガー施策

動画広告

YouTube/Facebook等への
動画広告出稿

ディスプレイ広告

DSP/ネイティブアド/純広告
等のバナー形式の広告

上記領域の広告エージェンシー&コンサルティング

インバウンドマーケティング提供を民間事業者様だけでなく、官公庁・自治体様へ

観光客の身になった海外向け情報発信

東京を持続可能な観光地に

「世界から選ばれる『TOKYO』」を核と、ネットを活用し観光客の誘致に取り組む東京観光財団。限られた人員で多くの訪問者を呼び込むべく、インバウンドマーケティングのサポートも得意ながら、中長期視野で安定的・継続的な成長を目指し、プロモーションに取り組んでいます。

経理部長 東京観光財団 佐藤 隆生 第2期 代表

過去5年で日本の観光産業は大きく成長した。観光客は、地の利を活かして、観光客が「帰るともなる。地味にならざるを得ない。しかし、地味な観光客の誘致を促すための情報発信は必要という地帯が多い。東京観光財団は国内の観光と行政の連携を促して、東京部、東京観光財団、民間企業、地味観光財団が連携して、プロモーションを推進している。アジアデジタルマーケティングでは、デジタルマーケティングのノウハウを、東京観光財団に提供し、海外からの観光客を呼び出すためのプロモーションのサポートを行っています。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

地方のインバウンド対策は 繊細なマーケティングを

「知名度が高い」「アクセスが良い」等のローカルならではの強みを、活用する一歩のマーケティングである。一層観光客の誘致に北海道自然美へのDMO(観光振興局)の協力を得ながら、「観光地としての」として取り組んでいる。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外の潜在的顧客に、情報をどう届けるか?

海外向けの情報は、インターネットを通じて届ける。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

海外向け情報発信の重要性

海外向け情報発信の重要性は、国内の観光客が、多国籍化の進むウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。海外からの観光客は、ウェブサイトを構築している。

「東京観光財団」様との取り組み事例 記事 月刊 事業構想 2019年8月号

「一般社団法人ひがし北海道自然美へのDMO」様との取り組み事例 記事

ジチタイワークス 2019年6月号

Financial Gym サービス終了

アセット事業では、2020年7月よりアセットマネジメントのリテラシー向上を目的として、オンライン金融学習サポート「Financial Gym（フィナンシャルジム）」を提供してまいりました。

2021年9月末に緊急事態宣言が解除されて以降、リモートワークからオフィスへ入社する方が増加する中で、新規会員獲得の鈍化及び、退会者数の増加等により、収益化までに時間を要すること、また、コロナ禍の環境の中で収益力の回復と拡大のためには、選択と集中が重要であると判断し、2021年11月末をもって新規加入受付を終了し、2022年7月末に全てのサポートを終了することを決定いたしました。

これまでのFinancial Gymに対するご愛顧に心から感謝申し上げます。

SEO情報サイト (SEO-ch)

<https://www.seo-ch.jp/>

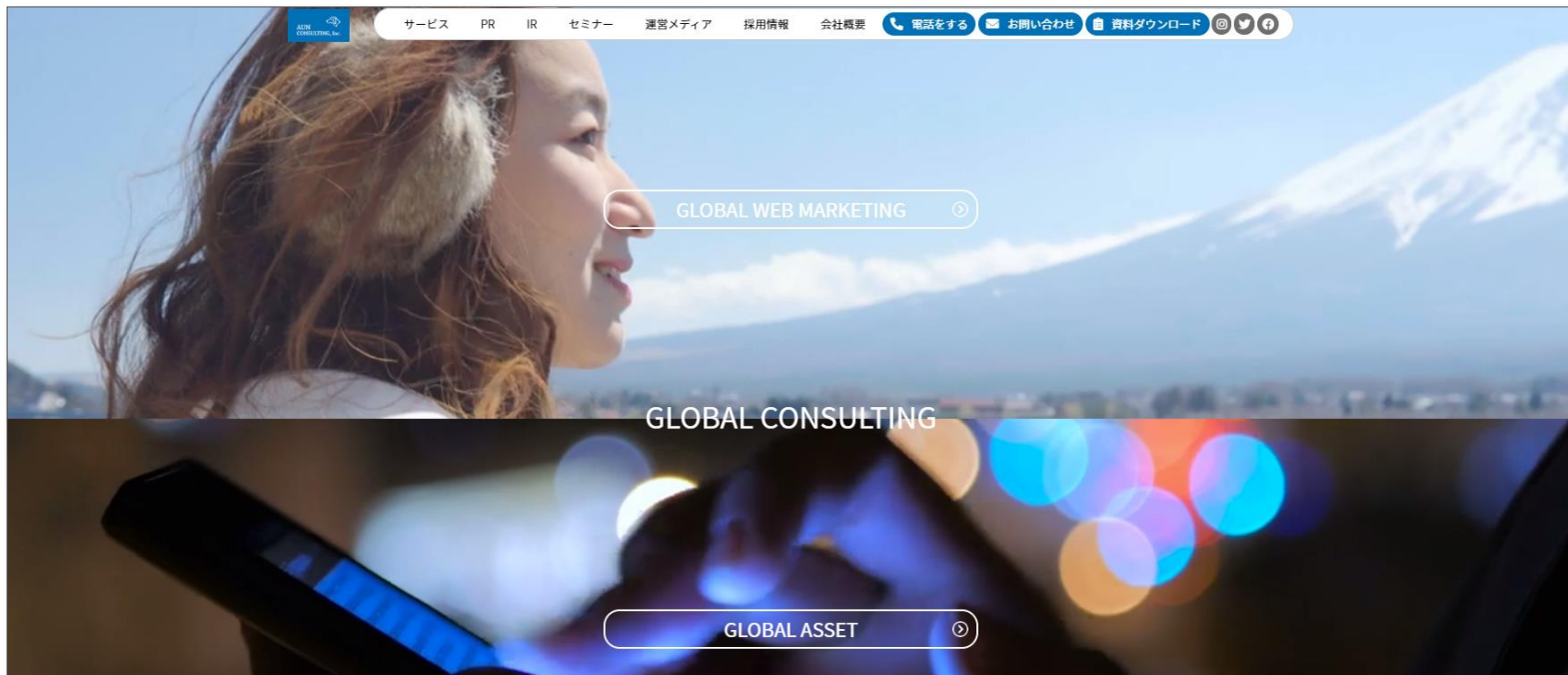


グローバルマーケティング情報サイト (GM-ch)

<https://www.globalmarketingchannel.com/>



コーポレートサイト 会社案内、決算情報、最新ニュース <https://www.auncon.co.jp/>



設立	1998（平成10）年 6 月 8 日	
資本金	341,136千円（2022年2月末現在）	
役員	代表取締役社長CEO 取締役副社長 取締役副社長 社外取締役 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員） 社外取締役（監査等委員）	信太 明 菊池 明 坂田 崇典 藤原 徹一 加藤 征一 松村 卓朗 田中 克洋
本社	東京都文京区本郷四丁目24番8号 春日タワービル 7F	
支店	沖縄県那覇市久米2-4-14 JB・NAHAビル4F	
連結子会社	AUN PHILIPPINES INC. AUN Thai Laboratories Co., Ltd. AUN Vietnam Co., Ltd. AUN Global Marketing Pte. Ltd.	
提携会社	AUN Korea Marketing, Inc.（韓国） 阿物科技股份有限公司：awoo Intelligence, Inc.（台湾） 誠貫有限公司（台湾） AsiaPac Net Media Limited.（香港）	
社員数	81名〔正社員のみ65名（グループ会社含む・役員含まず）〕 （2022年2月末現在）	



（証券コード：2459）