

ソーシャルワイヤー株式会社
2022年3月期 決算説明資料

2022年5月11日

売上

- ▶ デジタルPR : 依然コロナ影響あるものの、通年で増収を維持
- ▶ シェアオフィス : 国内市場はサテライト需要回復の鈍化、海外拠点整理で微減

利益

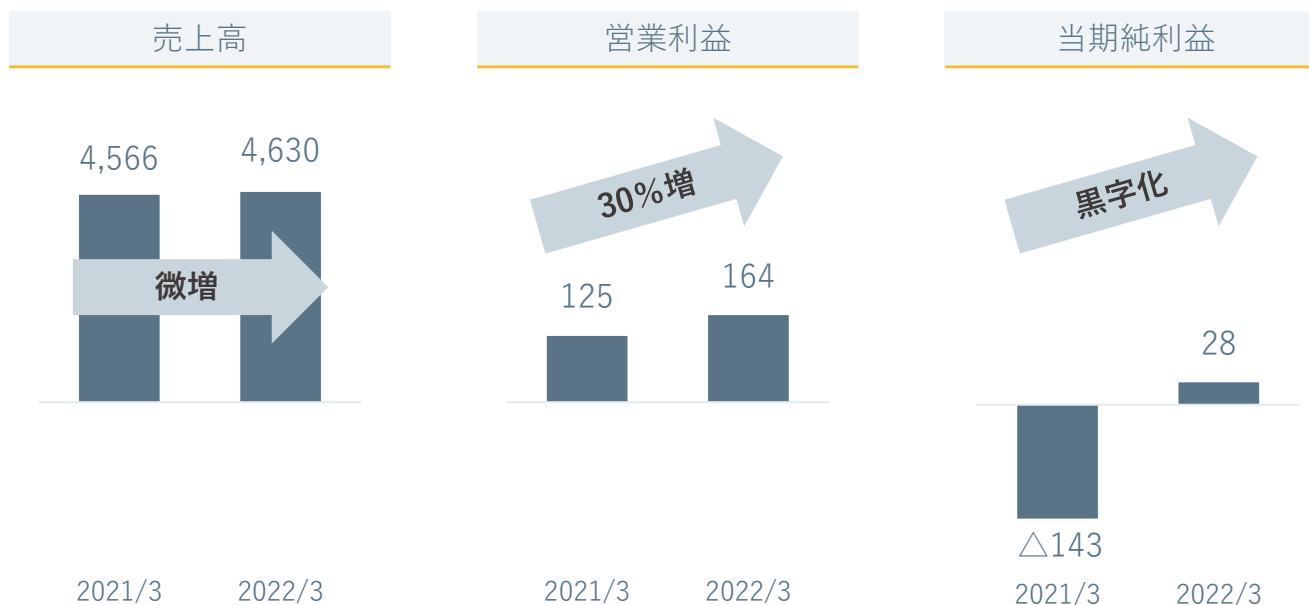
- ▶ デジタルPR : 売上伸長と生産性向上で過去最高益
- ▶ シェアオフィス : 順調に回復も新拠点開設による先行費用あり赤字着地



連結業績

連結業績（通期）

売上高	4,630百万円	（前期比 101.4%）
営業利益	164百万円	（前期比 130.9%）
EBITDA*1	588百万円	（前期比 92.4%）
当期純利益*2	28百万円	（前期 △143百万円）



*1 EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費（EBITDAについては監査レビューを受けておりません）

*2 海外シェアオフィス事業の撤退・縮小による費用計上及び、税効果会計適用による法人税等の一時費用増加

セグメント内訳（通期）

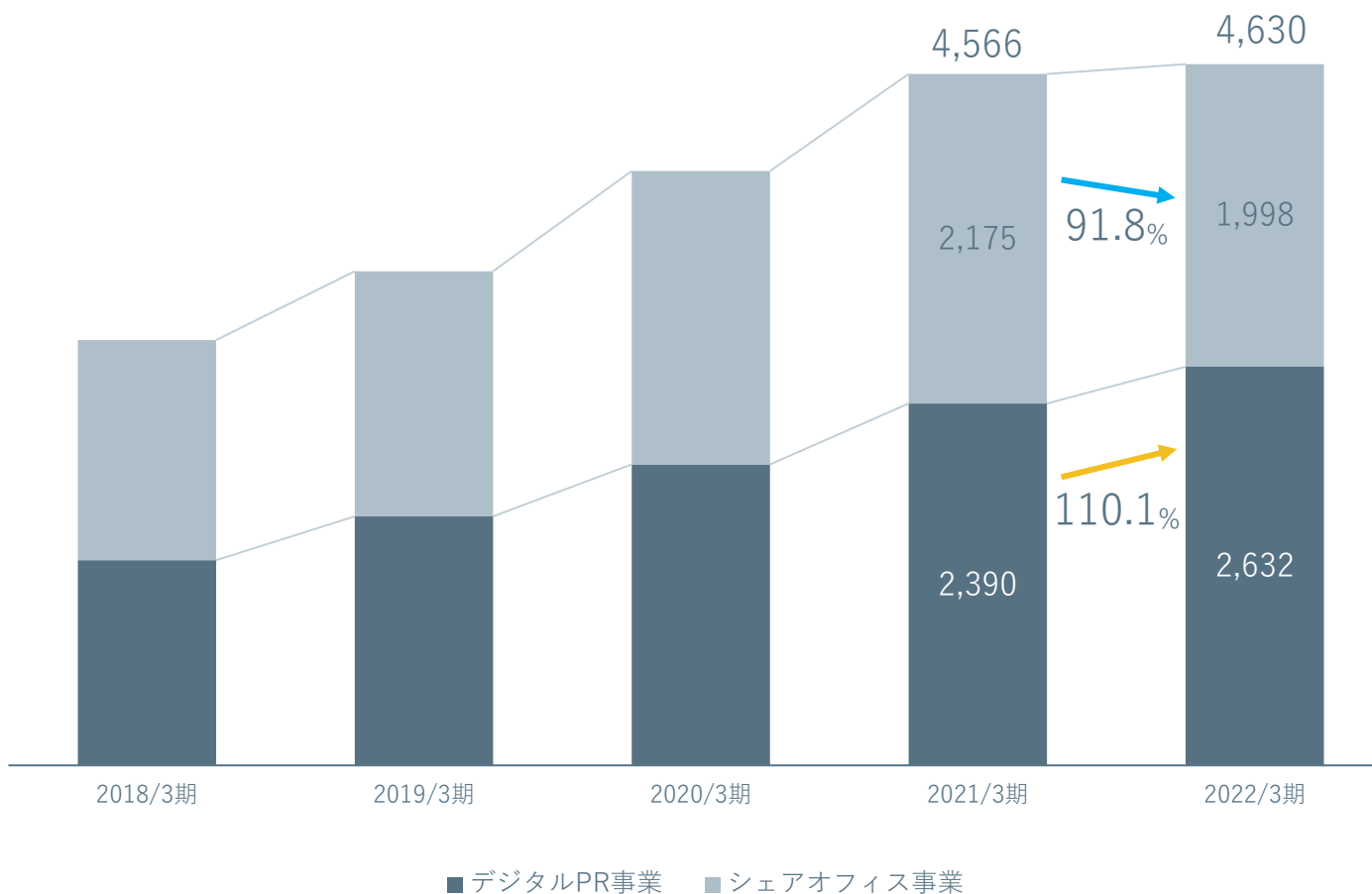
	デジタルPR	シェアオフィス	全社共通費	連結業績
売上高 前期比	2,632百万円 110.1%	1,998百万円 91.8%	— —	4,630百万円 101.4%
セグメント利益 前期比	593百万円 127.9%	△32百万円 —	△397百万円 —	164百万円 130.9%
セグメント利益率	22.5%	△1.6%	—	3.5%
EBITDA*	692百万円	279百万円	△383百万円	588百万円

* EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費（EBITDAについては監査レビューを受けておりません）

売上高 (百万円)

- デジタルPR事業 : 年間では軟調な市況の中、着実に成長
- シェアオフィス事業 : 海外拠点統廃合の影響に加え、国内はマーケットの動き鈍く減少トレンド

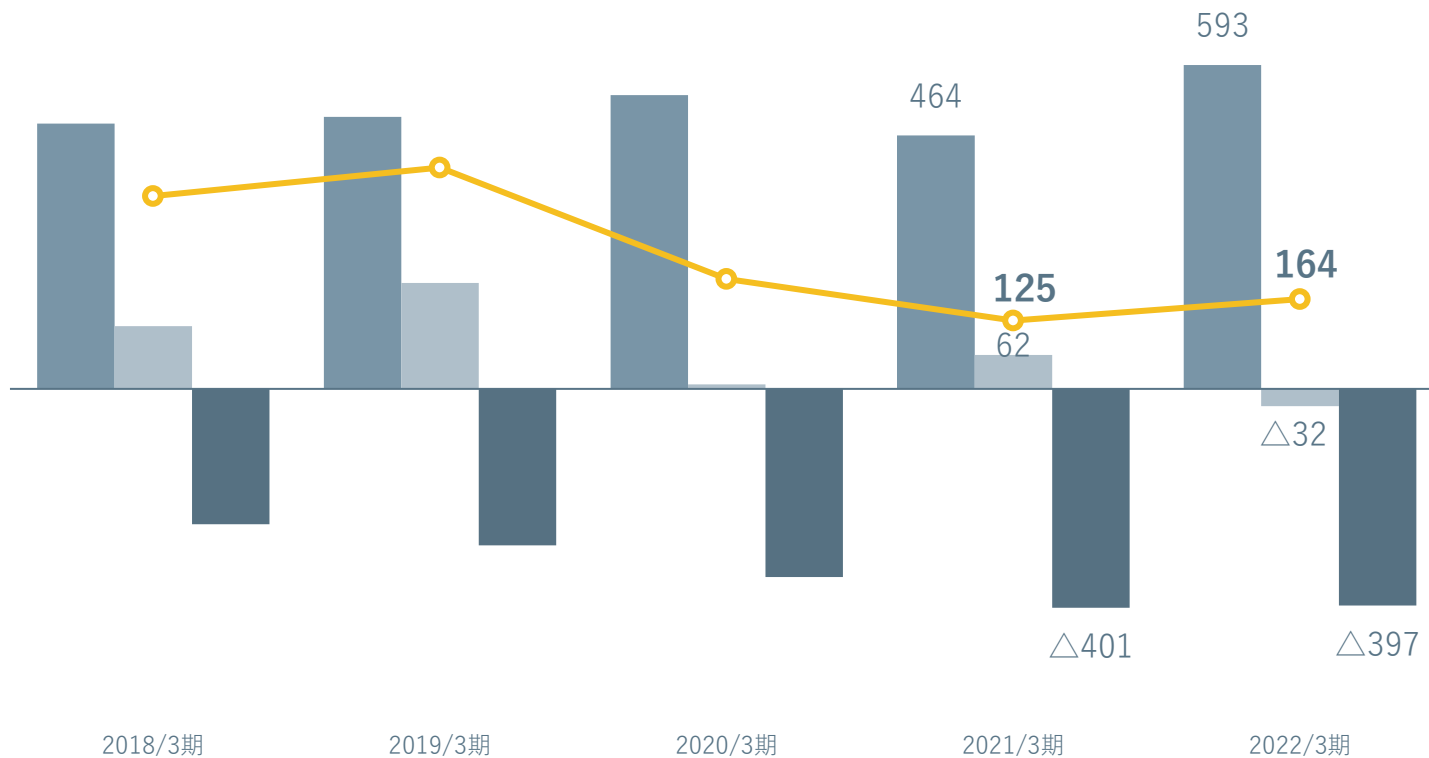
売上高 (年間)



営業利益 (百万円)

- デジタルPR事業 : 売上増加と生産性向上により過去最高益
- シェアオフィス事業 : コストダウン進捗も4Qの新拠点開設により赤字化

営業利益 (年間)



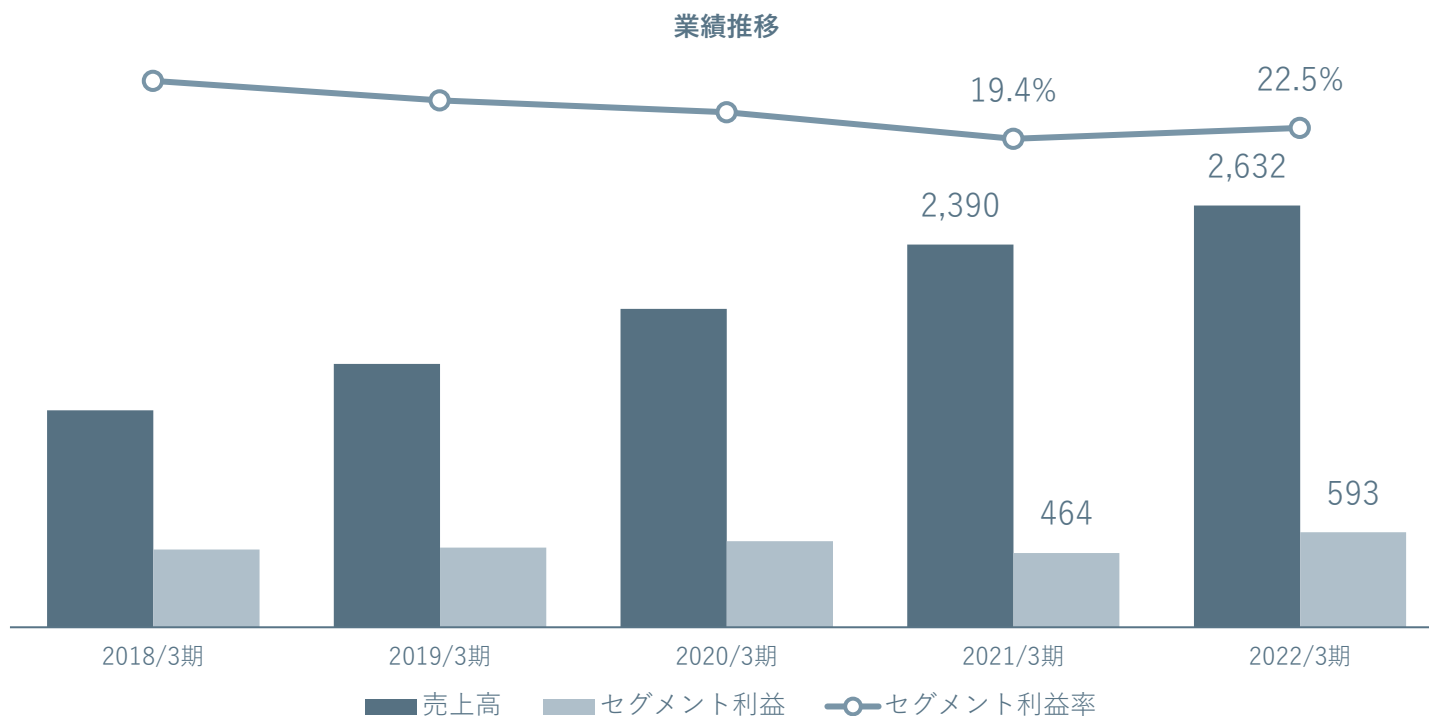
デジタルPR事業
 シェアオフィス事業
 全社経費
 全社営業利益

デジタルPR事業



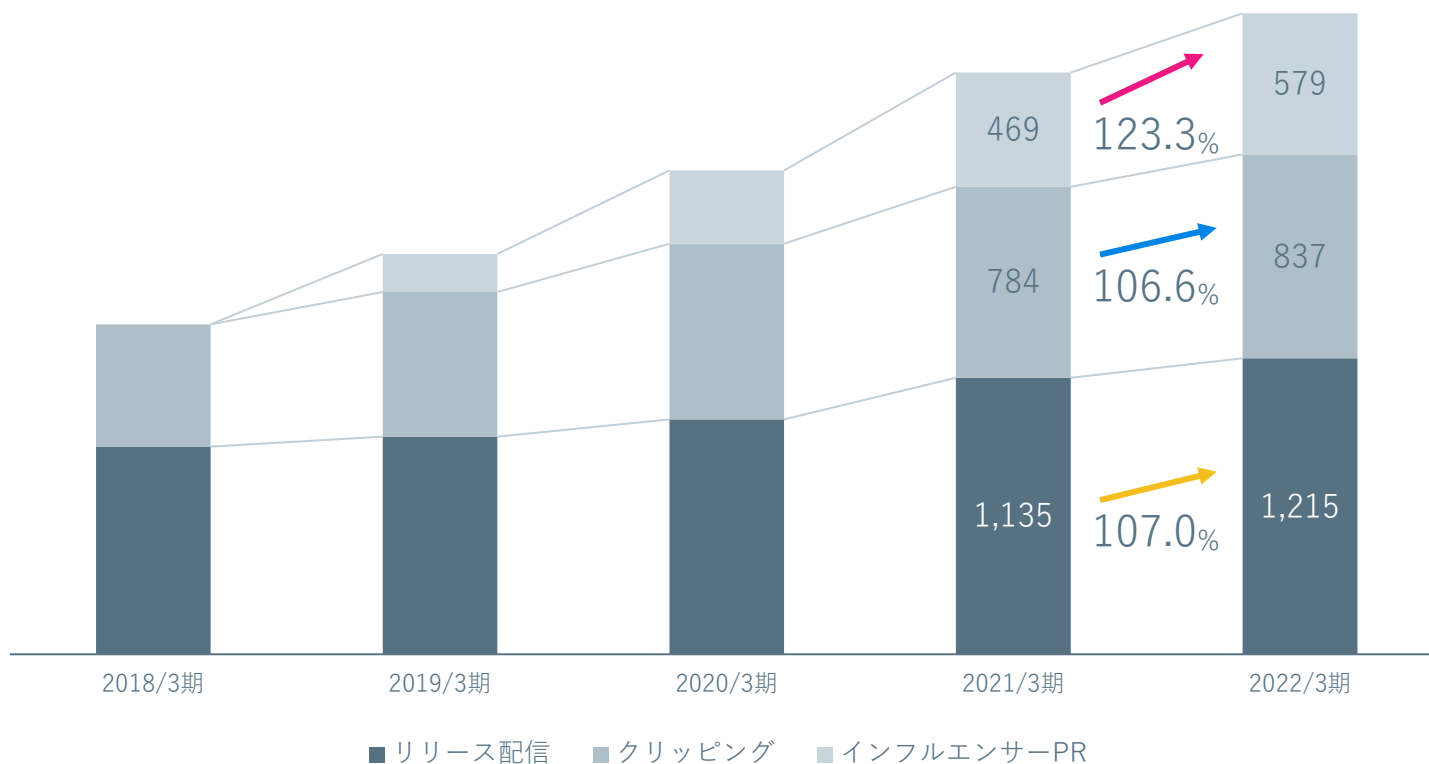
業績（通期）

売上高	2,632百万円	（前期比 110.1%）
セグメント利益	593百万円	（前期比 127.9%）
セグメント利益率	22.5%	（前期比 +3.1ポイント）



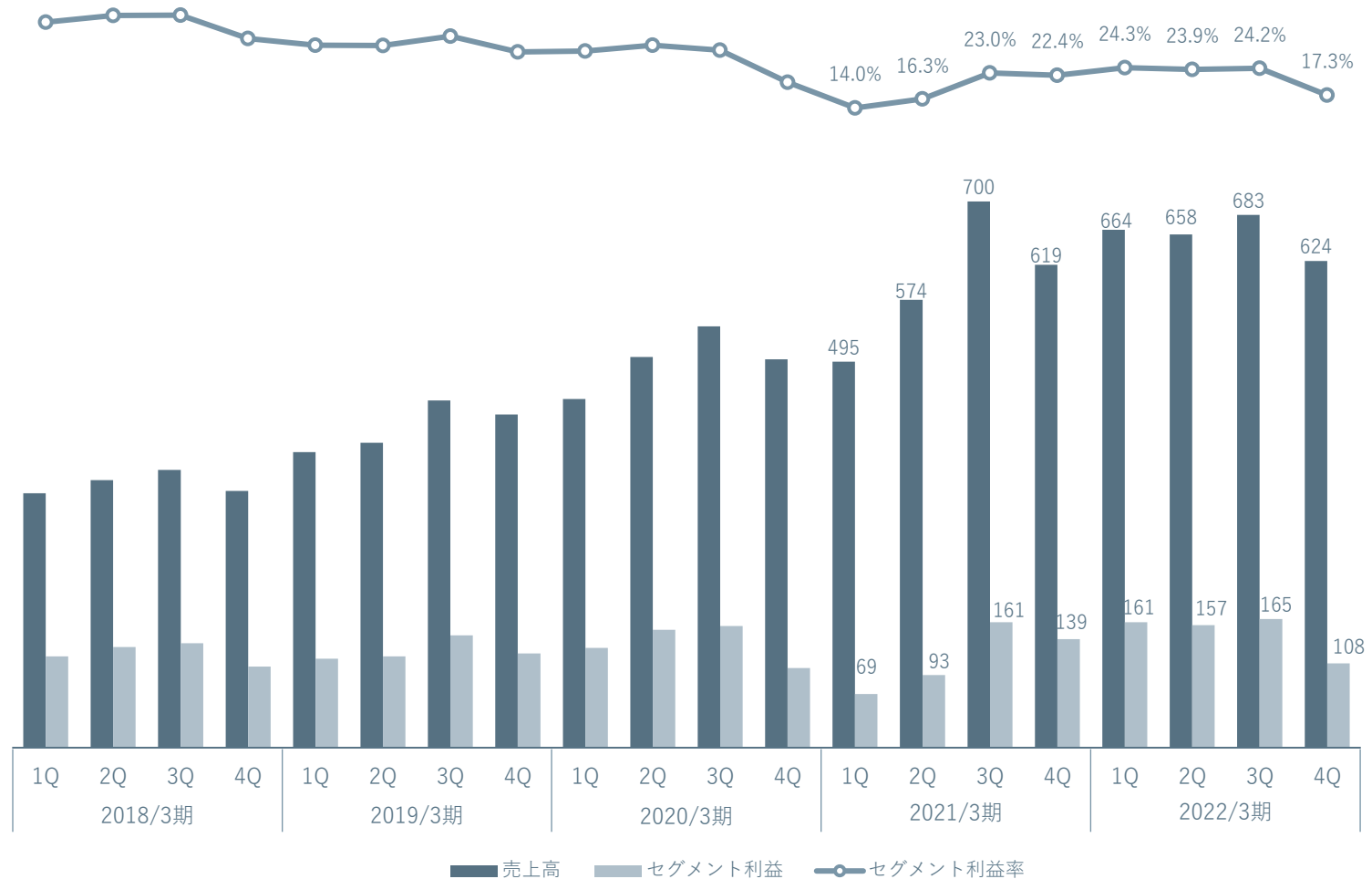
コロナ禍からの回復・生産性改善傾向により、売上高・セグメント利益・利益率とも前年比増加（売上高、セグメント利益は過去最高を更新）

売上高内訳 (百万円)



全サービス共に前年比増収を達成
 インフルエンサーPRは前年比123.3%とコロナ禍の影響はあるものの、マーケット拡大に応じて成長中

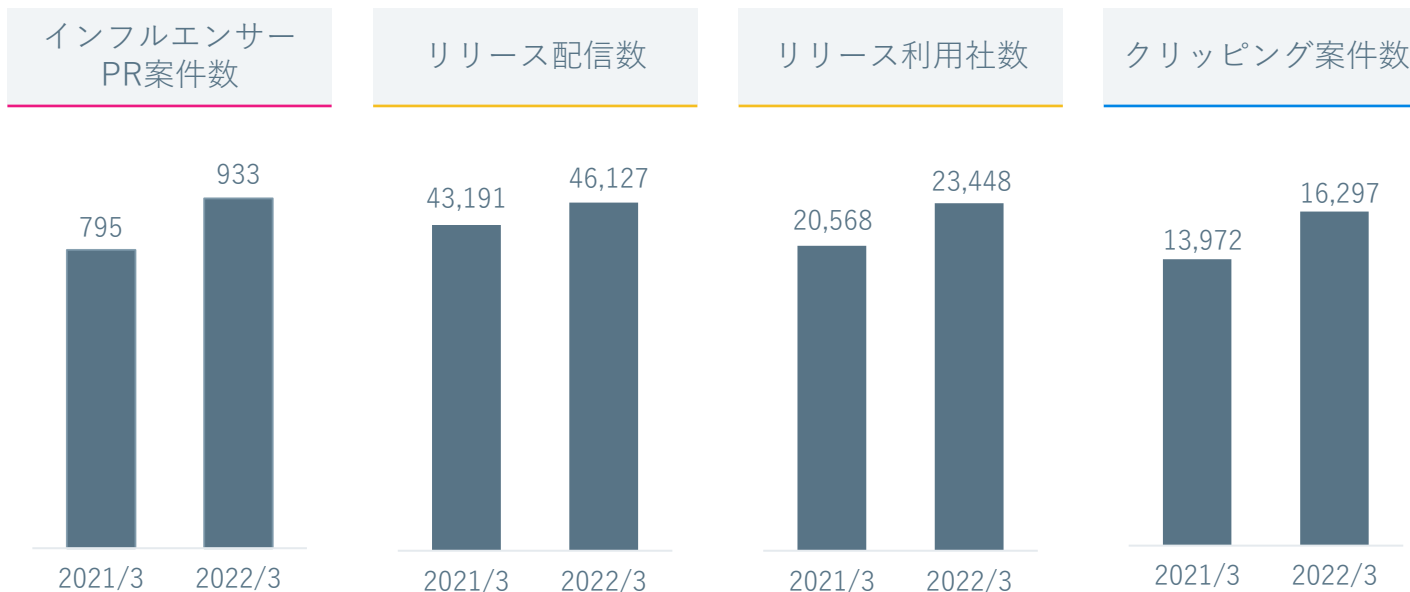
売上高／セグメント利益／セグメント利益率（百万円）



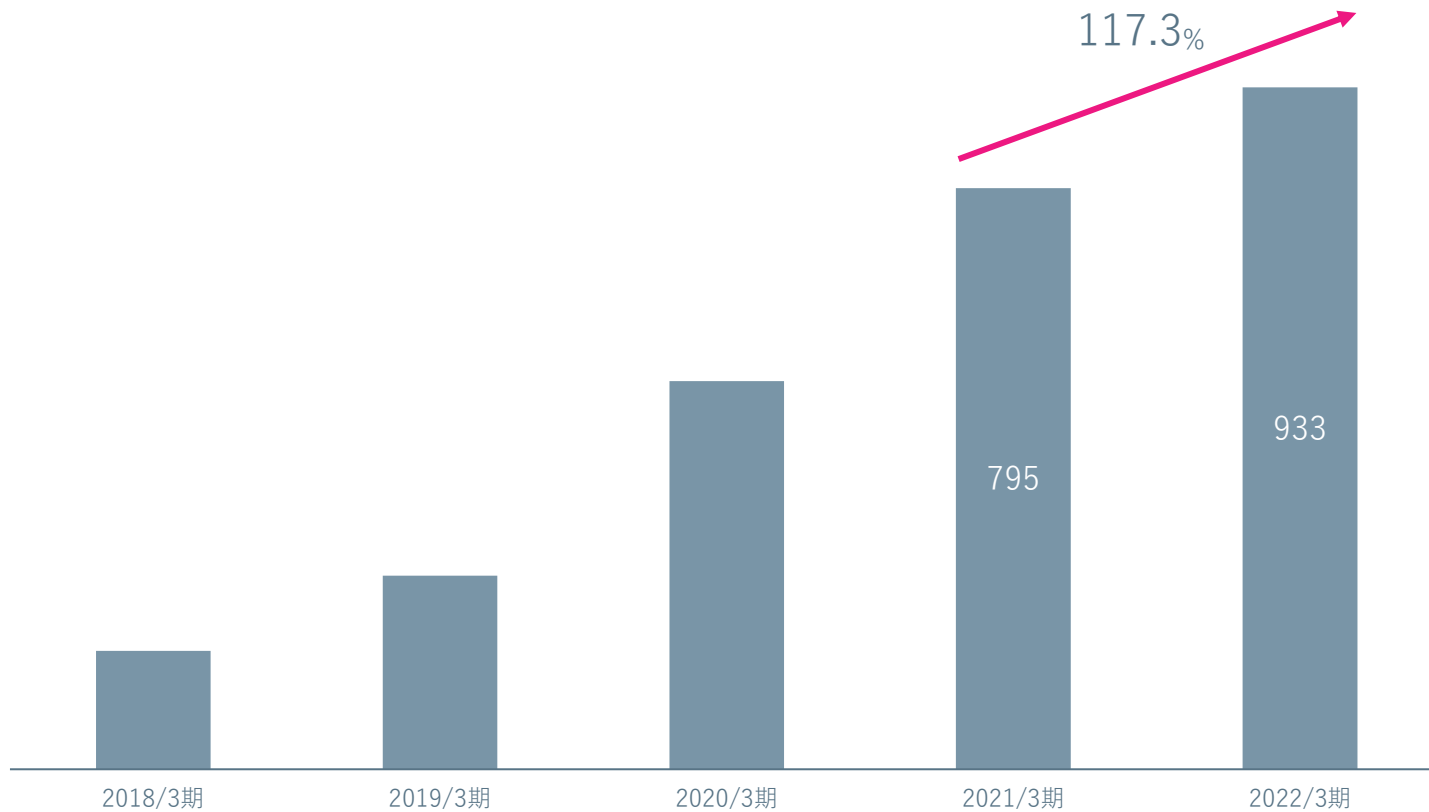
QoQでは売上高は季節性により減少
セグメント利益は売上連動に加え一時費用増もあり減少（セグメント利益率も同様にダウン）

KPI (通期)

インフルエンサーPR案件数	933件 (前期比 117.3%)
リリース配信数	46,127件 (前期比 106.7%)
リリース利用社数	23,448社 (前期比 114.0%)
クリッピング案件数	16,297件 (前期比 116.6%)

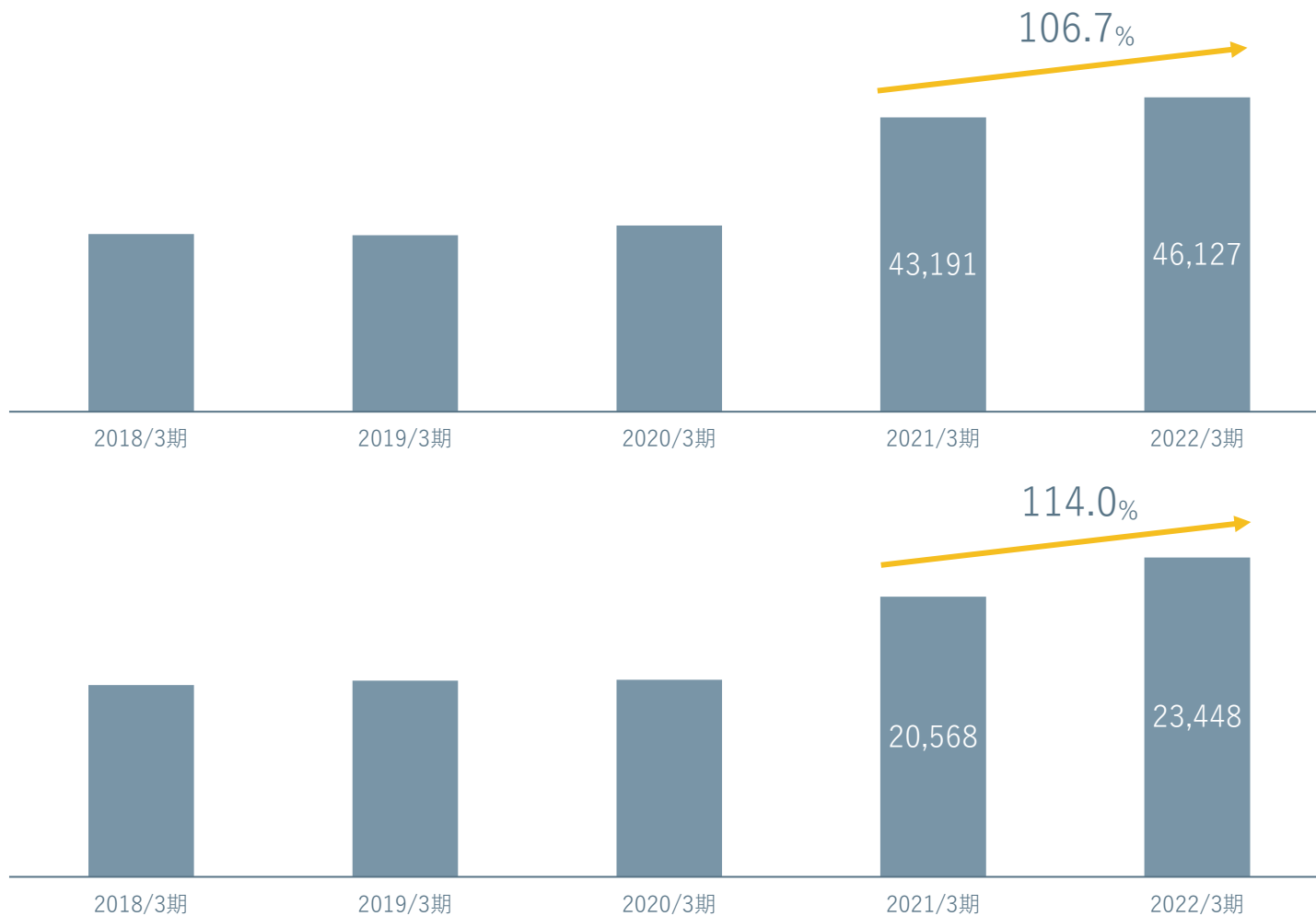


コロナ禍影響の大きかった前年と比較すると、通期ではいずれの指標も拡大

インフルエンサーPRサービス (案件数)

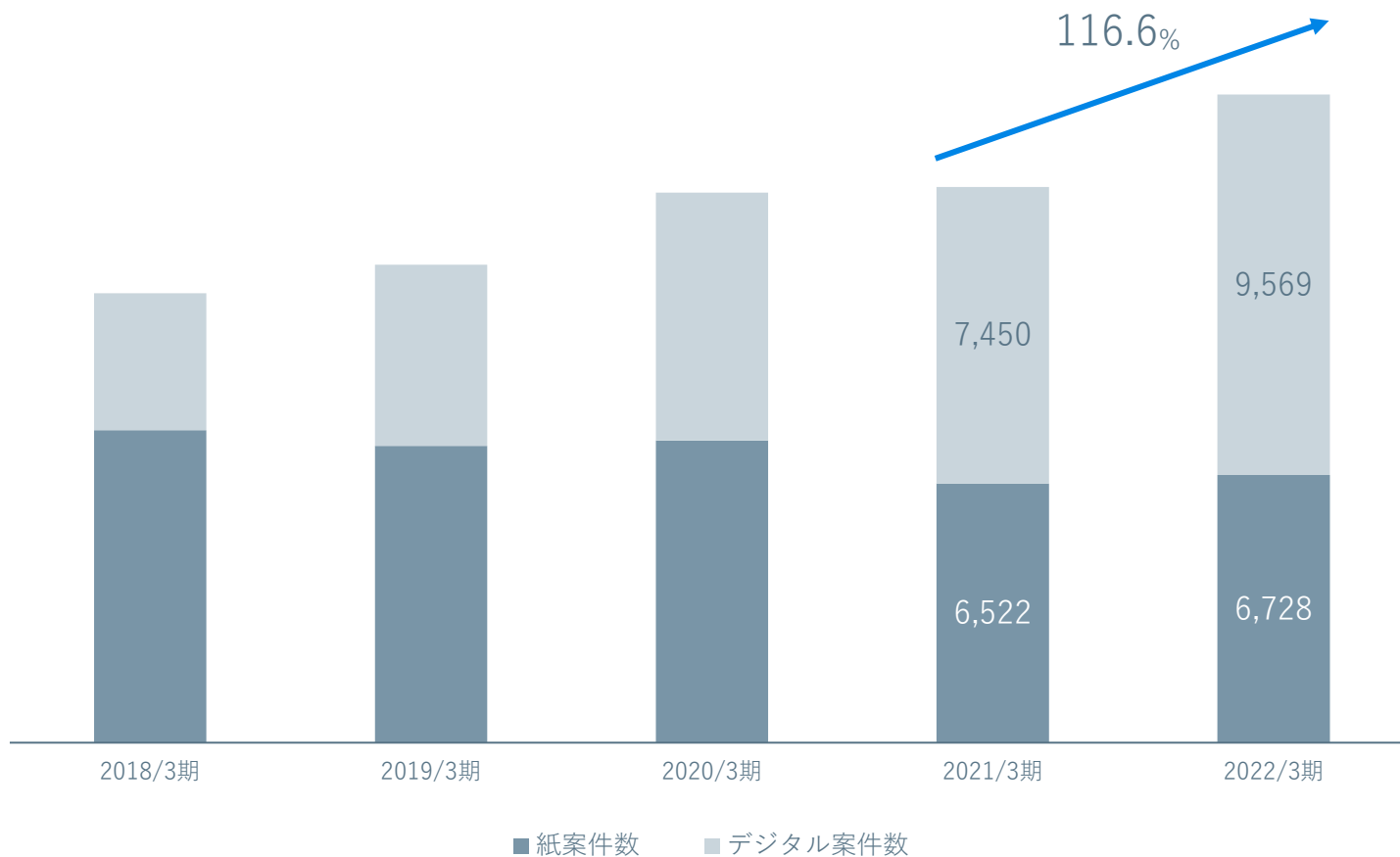
コロナ禍影響ありながらも、アカウント運用による積み上げ等もあり前年比117.3%

リリース配信サービス（上段：配信数／下段：利用社数）



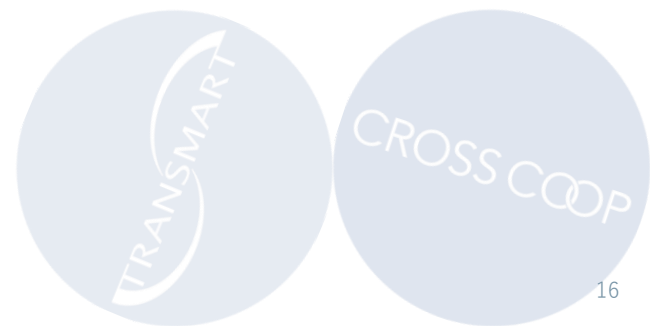
経済活動軟調な中、前年の営業注力効果の継続と緊急事態宣言明けの配信ニーズ等あり堅調な伸び

クリッピングサービス (案件数)



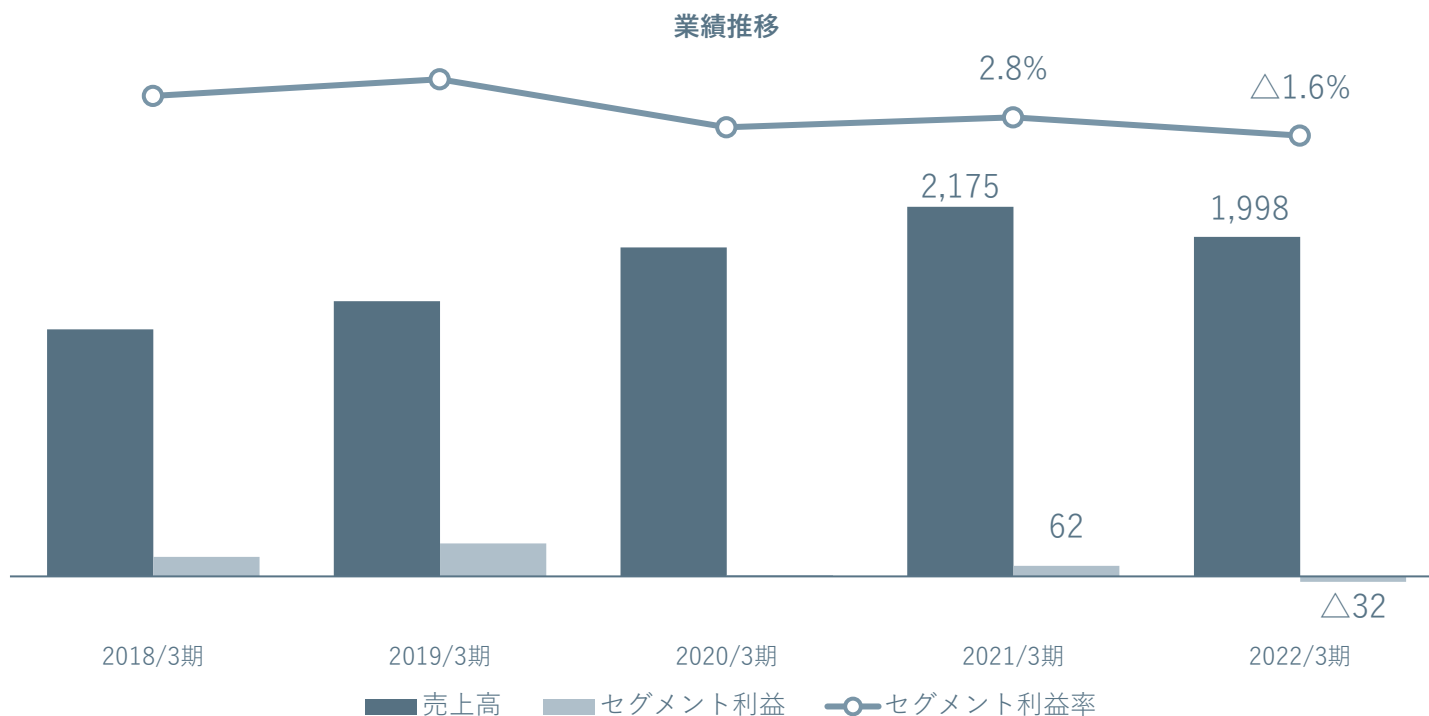
紙案件数は横ばい (103.1%) も、取引先チェックサービス (デジタル案件数) は前年比128.4%と拡大

シェアオフィス事業



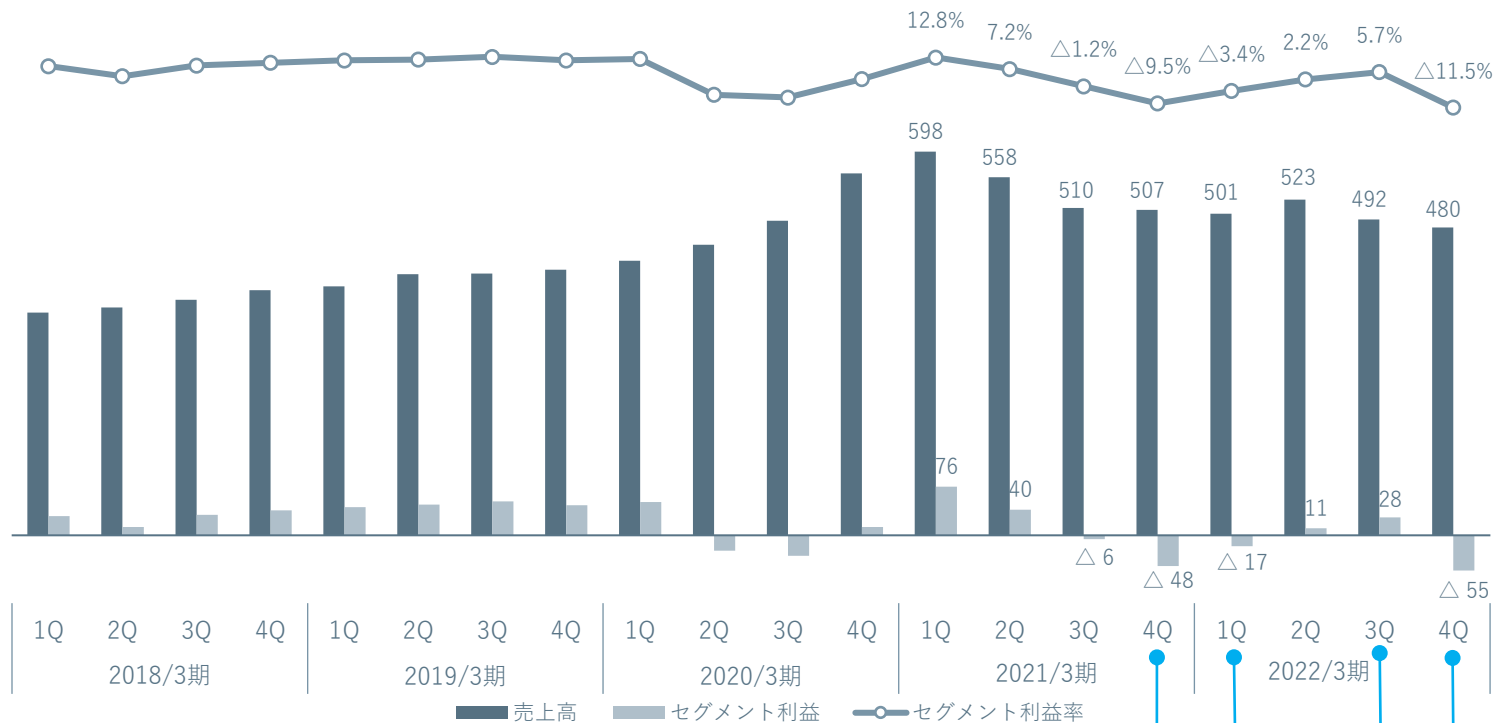
業績（通期）

売上高	1,998百万円	（前期比 91.8%）
セグメント利益	△32百万円	（前期セグメント利益 62百万円）
セグメント利益率	△1.6%	（前期セグメント利益率 2.8ポイント）



昨年度からのコロナ禍影響及び海外拠点縮小影響により売上高は減少
セグメント利益は、特に新拠点の開設に伴う費用負担による影響大きく赤字着地

売上高／セグメント利益／セグメント利益率 (百万円)



2021年1月 横浜開設

2021年2月 フィリピン撤退

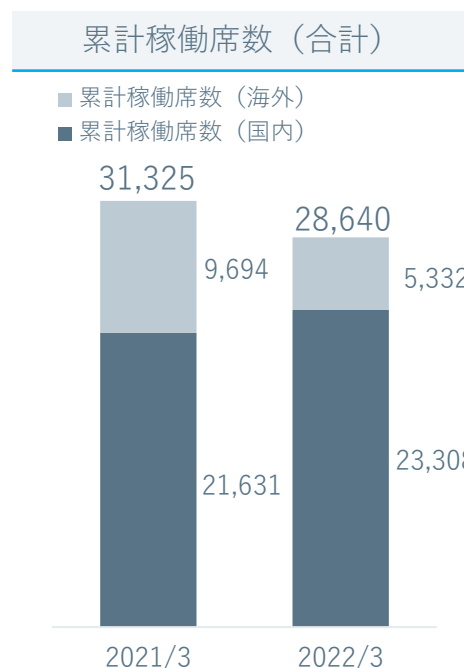
2021年7月 インド撤退

2021年10月 ベトナム撤退
2022年1月 日本橋開設

QoQでは売上高は海外拠点統廃合により減少
セグメント利益は統廃合効果により順調に回復しながらも国内新拠点開設に伴う費用負担増で赤字化

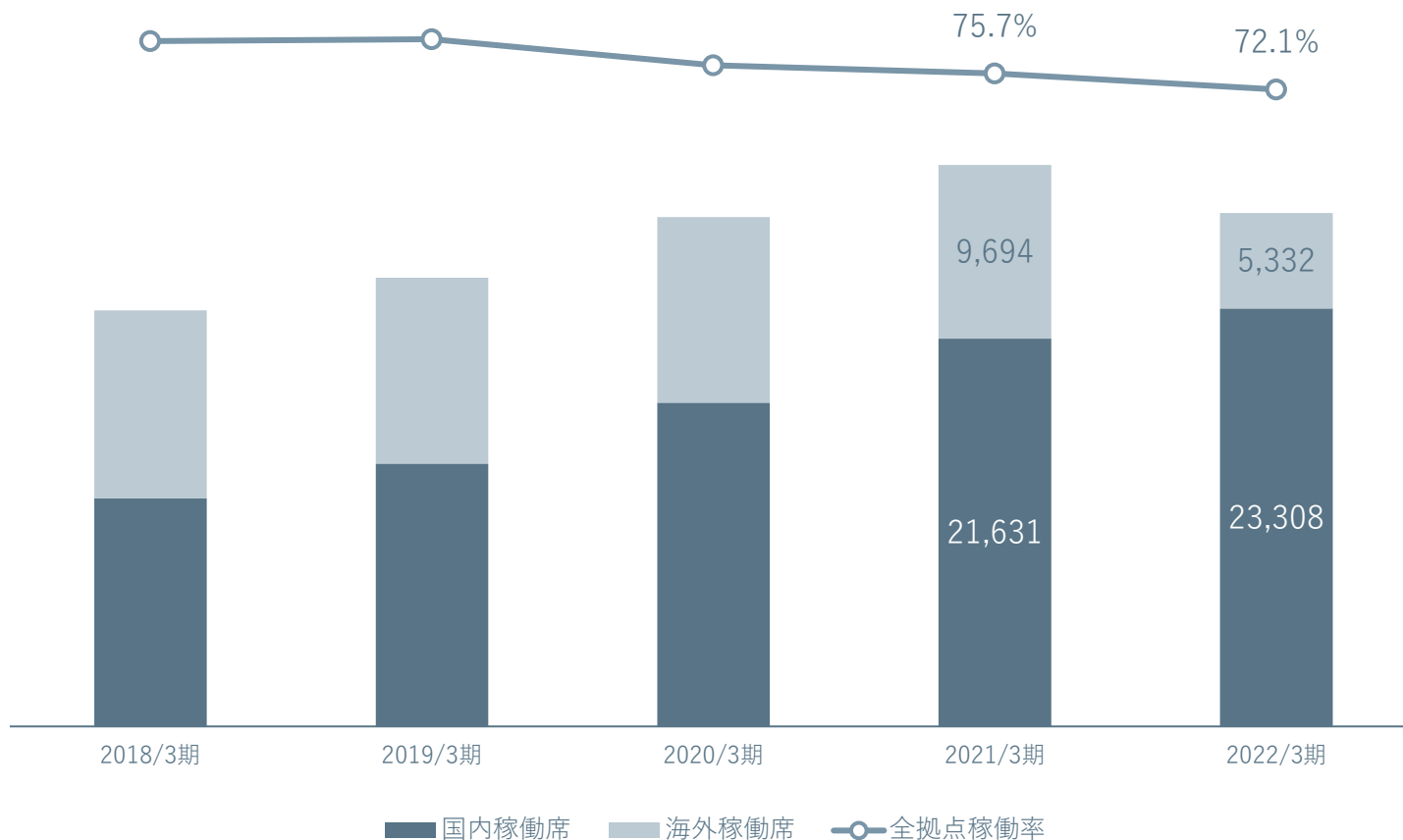
KPI (通期)

累計稼働席数 (国内)	23,308席	(前期比 107.7%)
累計稼働席数 (海外)	5,332席	(前期比 55.0%)
累計稼働席数 (合計)	28,640席	(前期比 91.4%)



国内は新拠点開設の効果もあり増加 (ただし、顧客のオフィス統廃合活動に伴う価格交渉は継続)
海外は撤退・縮小が順調に進捗

累計稼働席数／稼働率



稼働席数は新拠点開設もあり国内は増加、海外拠点は拠点統廃合による規模縮小が順調に進捗
稼働率は新拠点開設による席母数増加もあり低下

連結財務諸表

	2021/3月期	2022/3月期	
	通期 (百万円)	通期 (百万円)	前期比
売上高	4,566	4,630	101.4%
売上総利益	2,064	2,160	104.6%
EBITDA ^{*1}	636	588	92.4%
営業利益 (営業利益率)	125 (2.7%)	164 (3.5%)	130.9% (+0.8ポイント)
経常利益	109	137	125.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益 ^{*2}	△143	28	—

*1 EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費 (EBITDAについてはレビューを受けておりません)

*2 海外シェアオフィス事業の撤退・縮小による費用計上及び、税効果会計適用による法人税等の一時費用増加

	2021/3期末		2022/3期			主たる変動要因
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期末比 (%)	
流動資産	1,577	30.5	1,423	28.6	90.2	・ 現預金、売掛債権が減少
固定資産	3,595	69.5	3,554	71.4	98.8	
資産合計	5,172	100.0	4,977	100.0	96.2	
流動負債	1,799	34.8	1,779	35.6	98.8	
固定負債	2,292	44.3	2,133	42.9	93.0	・ 長期借入金返済により減少
負債合計	4,092	79.1	3,913	78.6	95.6	
株主資本	1,073	20.8	1,040	20.8	96.8	
（自己株式）*	(△45)	(△0.9)	(△83)	(△1.7)	—	
非支配株主持分	10	0.2	12	0.3	119.2	
その他	△3	△0.1	11	0.2	—	
純資産合計	1,080	20.9	1,064	21.4	98.4	
負債・純資産合計	5,172	100.0	4,977	100.0	96.2	

* 自己株式金額は株主資本金額の内数

	2021/3期	2022/3期	
	累計 (百万円)	累計 (百万円)	主たる変動要因
営業活動によるCF	659	557	<ul style="list-style-type: none"> 減価償却費が減少 減損損失計上額が減少
投資活動によるCF	△817	△260	<ul style="list-style-type: none"> 差入保証金の差入額減少 有形固定資産の取得額減少
財務活動によるCF	164	△353	<ul style="list-style-type: none"> 借入返済支出により借入残高減少 自己株式の取得による支出
現金及び現金同等物 期末残高	942	898	

配当

1年半に渡るシェアオフィス事業の統廃合、デジタルPR事業での生産性改善等の施策を実施し、2022年3月期につきましては黒字着地となりました。

しかしながら、当期純利益の水準は未だ低く、現時点では内部留保を優先し、新たな経営方針の下、付加価値向上に向け適切に投資することが適当と判断し、大変恐縮ながら配当については見合わせることに致しました。

事業成長に向け邁進してまいりますので、ご理解のほどよろしくお願い致します。

2023年3月期業績予想

【前提】

変異株を含む新型コロナウイルスの世界的パンデミックにより、消費活動における価値観は不可逆的に変化

⇒デジタルPR、シェアオフィス業界においてもパラダイムシフト

⇒プロダクトマーケットフィットの推進が不可欠

【運営方針】

◆ 新経営体制発足

社長の交代ならびにコーポレートビジョン・経営方針の刷新

新コーポレートビジョン：**全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ**

新経営方針：**付加価値の追求による企業価値の向上**

◆ 中期経営計画の初年度として位置づけ

2025年3月期までの3ヵ年にて新たなコーポレートビジョン及び経営方針に沿った『中期経営計画』を策定

2023年3月期については**中期的なプロダクト価値向上を見据えた助走期間**とみなし、トップライン成長は保守的に見積るとともに、新経営方針に準じた費用増も織り込み

<デジタルPR>

プロダクト価値向上施策として、メディアリレーション費用等の費用増あり

<シェアオフィス>

プロダクト価値向上施策として、ハイグレード拠点（日本橋、福岡）開設に伴う先行費用負担あり

業績予想

	2022/3月期	2023/3月期	
	通期 (百万円)	通期 (百万円)	前期比
売上高	4,630	5,000	107.9%
営業利益	164	△155	—
経常利益	137	△170	—
当期純利益*	28	△180	—

* 親会社株主に帰属する当期純利益

セグメント内訳

		2022/3月期	2023/3月期	
		通期 (百万円)	通期 (百万円)	前期比
売上高	デジタルPR	2,632	2,770	105.2%
	シェアオフィス	1,998	2,230	111.6%
セグメント利益	デジタルPR	593	505	85.0%
	シェアオフィス	△32	△225	—
	全社	△397	△435	—

2023年3月期は中期的なプロダクト価値向上を見据えた助走期間とし
 短期的には利益は悪化するものの、2025/3期には過去最高の利益水準を目指す

	2022/3月期 (百万円)	2023/3月期 (百万円)	2024/3月期 (百万円)	2025/3月期 (百万円)
売上高	4,630	5,000	5,400	6,000
営業利益	164	△155	400	650
営業利益率	3.5%	△3.1%	7.4%	10.8%
当期純利益*	28	△180	280	460
ROE	2.6%	△18.6%	27.7%	32.7%

* 親会社株主に帰属する当期純利益

配当

当社の配当方針につきましては、「配当性向30%を目標とした持続的配当の拠出」に変化はありません。

しかしながら、今期につきましては新経営方針の下、ニューノーマルの市場変化に対応した各プロダクト付加価値向上に経営資源を集中し、来期以降の持続的な利益増大を実現したく、大変恐縮ながら配当については見合わせる見込みです。

株主の皆様には、大変に心苦しいかぎりではございますが、時代の変化を機会ととらえ、事業成長を推進してまいりますので、ご理解のほどよろしくお願い致します。

全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ

