

2023年3月期 決算説明資料

2023年5月15日



INCLUSIVE

2023年3月期 連結業績の概要

- 売上高は旧メディアマネジメントサービスにおける広告収益の悪化および個別プロジェクト別売上の減少、収益性も悪化。一方、旧プロモーション企画・PRサービスにおいては新規クライアントの獲得と個別プロジェクト別売上および収益性の向上、また(株)OGSや(株)ナンバーナイン、(株)オレンジを子会社化したことにより、対前期比大幅増収で着地
- (株)ナンバーナイン、(株)オレンジがグループ入りしたことによる売上3倍増、関連会社10社以上のグループ統治を安定させるべく新卒・中途の強化などの管理コストの上乗せ、新規株式取得や事業買収に伴うのれん償却費増加等により、売上原価・販管費ともに大幅増加
- これらの結果により、営業利益は対前期比減益で着地。のれん償却費等を加味した調整後EBITDA (※)においても対前期比で減益
- 直近で開示した業績対比では、広告出稿減速とコスト増加が想定以上に進捗したことから、営業利益、経常利益は予想を下回る。一方で、減損損失等の計上により、最終利益も下回る。

(単位：千円)

	2022/3期 実績	2023/3期 実績	対前期増減		業績予想	対業績予想	
				(%)			(%)
売上高	1,743,880	4,805,677	+3,061,797	+175.6%	5,046,185	▲240,508	▲4.8%
売上原価	927,082	2,704,618	+1,777,536	+191.7%	2,787,616	▲82,998	▲3.0%
売上総利益	816,798	2,101,058	+1,284,260	+157.2%	2,258,569	▲157,511	▲7.0%
販売費及び一般管理費	861,354	2,465,722	+1,604,368	+186.3%	2,529,610	▲63,888	▲2.5%
調整後EBITDA (※)	71,431	▲35,422	▲106,853	-	34,547	▲69,969	-
営業利益	▲44,555	▲364,663	▲320,108	-	▲271,041	▲93,622	-
経常利益	▲32,913	▲357,426	▲324,513	-	▲245,774	▲111,652	-
親会社株主に帰属する当期純利益	▲115,904	▲881,388	▲765,484	-	▲365,698	▲515,690	-

(※) 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費 + 株式報酬費用 + 寄付金

2023年3月期 セグメント別業績の概要

INCLUSIVE

■ メディア&コンテンツ事業

- 株式会社OGSを2021年10月に、株式会社ナンバーナインを2022年1月に子会社化したことにより売上高及びコストが増加。また、前述2社の株式取得に伴うのれん償却費の発生、業容拡大に伴い採用を強化したことに伴う人件費の増加やグループ規模拡大に伴う販売管理費が増加。旧メディアマネジメントサービスにおけるアップセルの進捗の計画未達、及び巣ごもり需要の減少に伴う旧クリエイターエージェントサービスにおける計画未達が発生。旧クリエイターエージェントサービスにおける成長領域のWEBTOONについては積極的な投資フェーズ

■ 企画&プロデュース事業

- 株式会社オレンジ・アンド・パートナーズ、株式会社ジョージクリエイティブカンパニーを2022年5月より子会社化したことにより売上高及びコストが増加。また、旧プロモーション企画・PRサービスはほぼ想定通りに事業が進捗し、新規クライアントの獲得が順調に推移したことにより、売上高は増加。一方、前述2社の株式取得に伴うのれん償却費が発生

■ 食関連事業

- 株式会社下鴨茶寮を2022年5月より子会社化したことによる純増加。下期に繁忙期となる食領域に関連するコマース事業がほぼ計画どおりに推移。同社の株式取得に伴うのれん償却費が発生

(単位：千円)

		2022/3期 実績	2023/3期 実績	対前期増減	
					(%)
メディア&コンテンツ	売上高 (※)	1,284,938	1,860,586	575,648	44.8%
	セグメント利益	▲144,491	▲447,137	▲302,646	-
企画&プロデュース	売上高 (※)	621,104	1,385,351	764,247	123.1%
	セグメント利益	99,936	▲45,650	▲145,586	-
食関連	売上高 (※)	-	1,788,968	1,788,968	-
	セグメント利益	-	132,378	132,378	-
その他	売上高 (※)	-	-	-	-
	セグメント利益	-	▲4,254	▲4,254	-
調整額 (売上高)		▲162,161	▲229,228	▲67,067	-
合計	売上高	1,743,880	4,805,677	3,061,797	175.6%
	営業利益	▲44,545	▲364,563	▲320,018	-

(※) セグメント間の内部売上高又は振替高を含んだ金額

連結BSの状況

	2022/3期		2023/3期		増減 (千円)	主な増減要因
	金額 (千円)	構成比 (%)	金額 (千円)	構成比 (%)		
流動資産	1,801,995	56.0%	2,615,698	47.5%	+ 813,703	・現金及び預金 +536,309千円 ・売掛金及び契約資産 +139,590千円
固定資産	1,415,100	44.0%	2,886,798	52.5%	+1,471,698	・建物 +974,393千円 ・土地 +472,857千円
繰延資産	847	0.0%	282	0.0%	▲565	
資産合計	3,217,943	100.0%	5,502,779	100.0%	+2,284,836	
流動負債	870,875	27.1%	1,223,406	22.2%	+352,531	・買掛金 +98,931千円 ・未払法人税等 +51,370千円
固定負債	399,080	12.4%	1,217,685	22.1%	+818,605	
負債合計	1,269,956	39.5%	2,441,091	44.4%	+1,171,135	
純資産合計	1,947,986	60.5%	3,061,688	55.6%	+1,113,702	・新株発行 +1,437,846千円 ・利益剰余金 ▲881,387千円 ・非支配株主持分 +545,687千円
負債・純資産合計	3,217,943	100.0%	5,502,779	100.0%	+2,284,836	

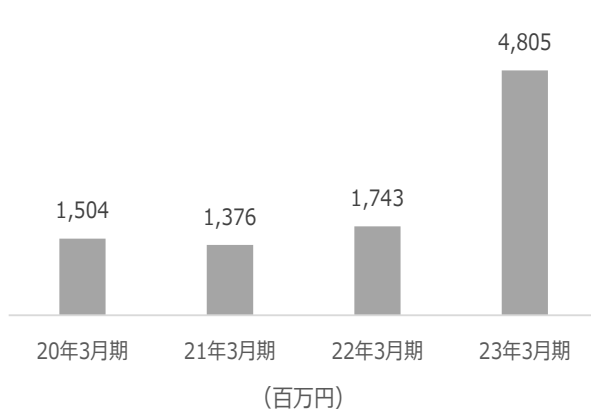
	2022/3期	2023/3期	増減 (千円)
現金及び預金	1,248,527	1,784,836	536,309
借入金 (社債含む)	▲614,564	▲999,490	▲384,926
ネット現預金	633,963	785,346	151,383

<財務指標>

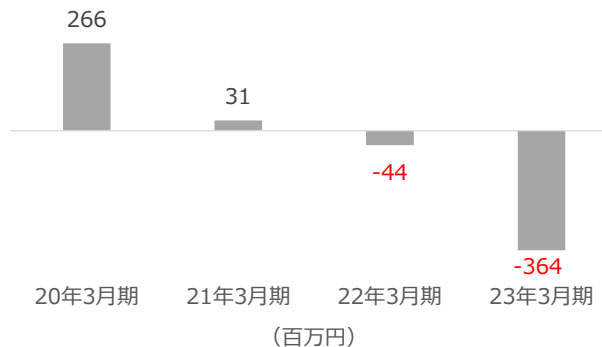
手元流動性比率	8.6 ヶ月	4.5 ヶ月	▲4.1 ヶ月
自己資本比率	58.2%	44.1%	▲14.1%

※ (期末現金及び預金残高÷
期中の月平均売上高)で算出

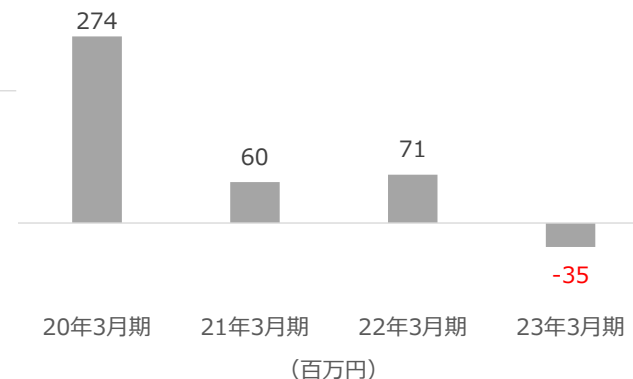
連結売上高



連結営業利益



連結調整後EBITDA



連結売上高

- 23年3月期の売上実績は、当社上場直後の20年3月期売上実績の約3.2倍の4,805百万円で着地。

連結営業利益

- 上場直後に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、21年3月期は前期比で減益。
- 22年3月期以降は、グループ企業数の拡大に伴う新卒・中途の強化などの管理コスト増大、買収に伴うのれん償却費の増加により赤字となる。

連結調整後EBITDA

- 23年3月期は、管理コスト増大の負担が大きく、連結調整後EBITDAはマイナスとなる。

今期の業績計画について

2024年3月期 通期業績予想（連結）

- メディア&コンテンツ事業領域においては、オウンドメディア運営支援を重点活動領域と設定。また、成長領域のWEBTOON領域への投資を継続。
- 企画&プロデュース事業領域においては、オウンドメディアや企業ブランドのSNS運用支援、デジタルマーケティングにおける内製化支援サービスに注力。
- 食関連事業領域においては、リアル店舗での高単価高付加価値サービスの提供、ならびにEC領域の商品開発力と販促力の強化と自治体や地域生産者などの話題性のあるコラボレーション販促施策を実施
- 宇宙関連においては、昨期同様に各種実証実験に取り組むとともに、これらの取り組みをもとにした農業・酪農・畜産・林業・防災分野での事業化を推進。
- 費用については、引続き新規サービス開発・管理体制強化を行うことから、今期についてもこれらの領域に対して積極的に費用を投下していく方針。
- 上記事業の推進と収益性の回復を図っていくと共にグループ内の経営資源の見直しや再配分についても積極的に取り組む。

(単位：千円)

	2023/3期 実績	2024/3期 業績予想	対前期増減	
				(%)
売上高	4,805,677	5,750,000	+944,323	+19.7%
調整後EBITDA	▲35,422	38,714	+74,136	-
営業利益	▲364,663	▲220,000	+144,663	-
経常利益	▲324,513	▲226,933	+97,580	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲881,388	▲247,925	+633,463	-

直近売上3倍増の当グループを
「企業統治」と「収益性」の面で筋肉質な組織へと変換する

1. メディア・コンテンツ事業の方向転換

2. 地域ブランディング（地域創生）事業の推進

3. 宇宙関連（衛星データ関連）事業の着実な実績づくり

選択と集中。収益力改善と注力領域の投資を強化する

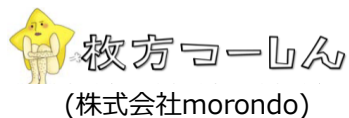
**1. のれん償却負担・事業ポートフォリオ改革を考慮し、
営業利益・最終利益の赤字着地**

2. 地域ブランディング（地域創生関連）案件の強化

3. 食関連事業の強化（EC推進・ブランド事業展開）

4. 宇宙関連領域の実績づくり（実証実験→事業化へ）

メディア&コンテンツ事業



Newsletter Asia
株式会社



企画&プロデュース事業



GEORGE
CREATIVE
COMPANY

食関連事業



その他新規事業 (宇宙関連)

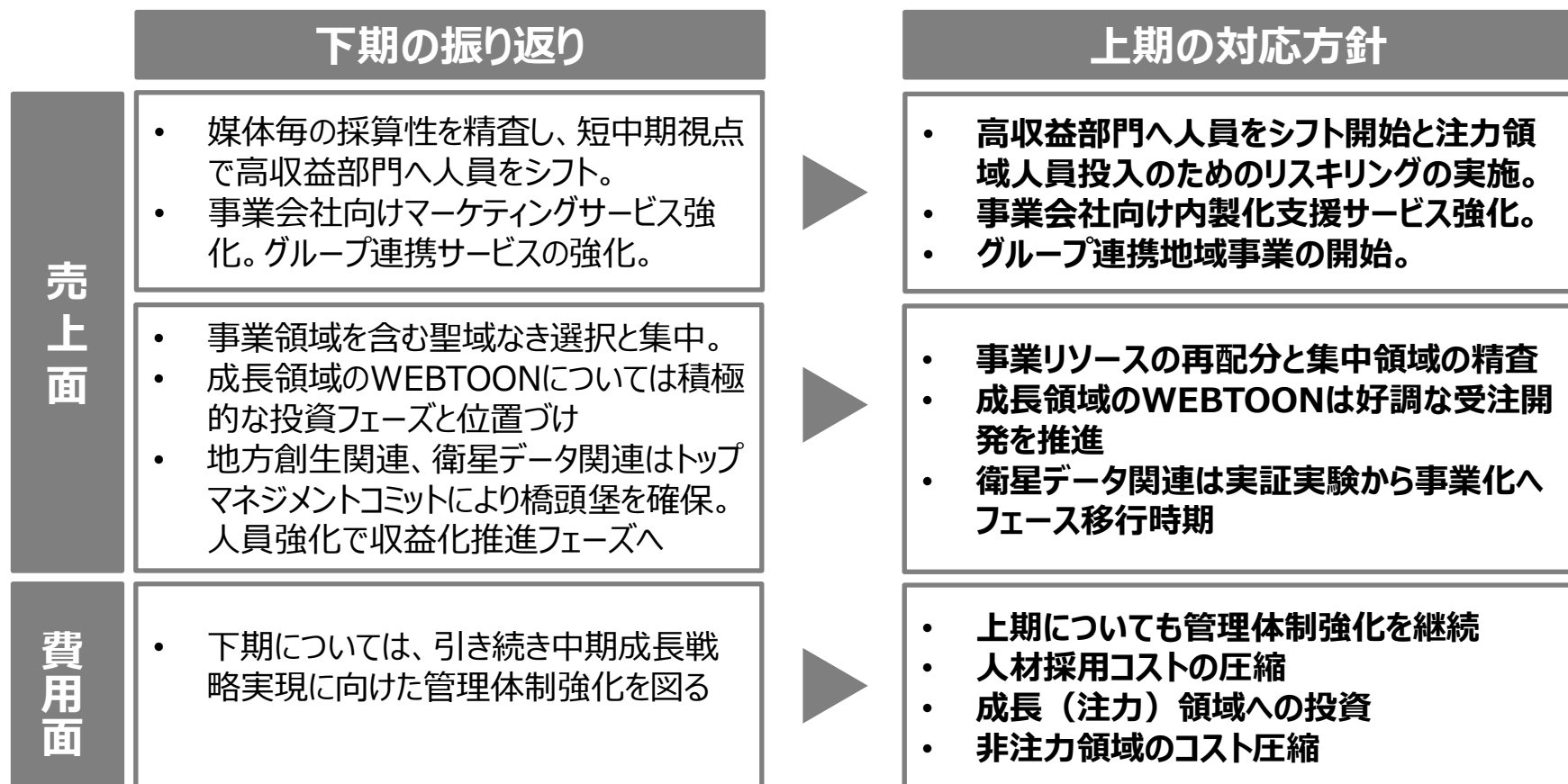
INCLUSIVE
SPACE
CONSULTING

各事業セグメントについて

事業セグメント	事業範囲	主な収益モデル
メディア &コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">従来のサービス領域のうち、広告運用サービス、プロモーション企画・PRサービス、エンジニアリングサービスを除く各サービスが含まれるデジタルメディア、漫画に関連する一切の事業	<ul style="list-style-type: none">メディアコンサルティングフィー広告収益からのレベニューシェア制作支援・ディレクションフィー個人課金
企画 &プロデュース	<ul style="list-style-type: none">従来のサービス領域のうち、広告運用サービス、プロモーション企画・PRサービス、エンジニアリングサービスと、オレンジ・アンド・パートナーズとジョージクリエイティブカンパニーが含まれる企画、広告に関連する一切の事業	<ul style="list-style-type: none">ブランディングコンサルティングフィー企画開発・デザイン納品売上アドネットワーク運用収益広告実施・代理店手数料システムの受託・開発収益は下期に偏る傾向
食関連	<ul style="list-style-type: none">現在のところ、下鴨茶寮ブランドを活用したサービス・商品提供に関する一切の事業	<ul style="list-style-type: none">主な展開チャネル<ul style="list-style-type: none">レストラン（京都、銀座）EC・通販百貨店ででの販売ライセンス収益は下期に偏る傾向
その他	<ul style="list-style-type: none">上記に含まれない宇宙関連事業を含む新規の事業	<ul style="list-style-type: none">衛星データ利活用コンサルティングフィー

23/3期下期の振り返りと24/3期上期の対応方針

- 23/3期下期については、メディア&コンテンツ事業における採算性と成長性を鑑みた精査を実施。
- 24/3期上期は高収益部門と注力領域への人員シフト、併せてリスクリング施策も実施予定。
- 事業リソースの再配分と事業精査も継続的に実施していく
- 昨下期同様、グループ管理体制強化を継続していく



中長期の成長に向けた施策への着手

短期（1年内）

中期（2～3年）

長期（3年～）

メディア &コンテンツ

- メディア社との連携強化
- 事業会社オウンドメディア案件の受注加速
- WEBTOON制作体制の強化

- 多メディア連携事業開始
- オウンド事業の横展開
- オリジナルIP事業

- 地域の周辺事業の参入
- 総合コンテンツクリエイティブ支援事業化
- オリジナルIP事業拡大

企画 &プロデュース

- 事業会社マーケティング自立支援事業
- 地域関連プロモーション企画のサービス「型化」
- 各種「場」づくり

- 事業会社マーケ支援の（SaaS）化
- 地域関連プロモーションサービスの「型化」
- 大阪万博パビリオン関連

- マーケSaaSの地域展開
- 地域ブランドプロデュースのプラットフォーム化
- プロデューサー育成事業

食関連

- 既存EC事業の強化
- 地域産品開発

- EC事業強化（海外）
- 地域産品開発加速

- 下鴨ブランド多事業化

その他 (宇宙関連)

- 農業/酪農関連衛星データサービス収益化
- カーボンクレジット関連サービス

- 農業関連衛星データサービス強化
- 漁業/土木関連衛星データ利活用実証実験
- カーボンクレジットサービスの強化

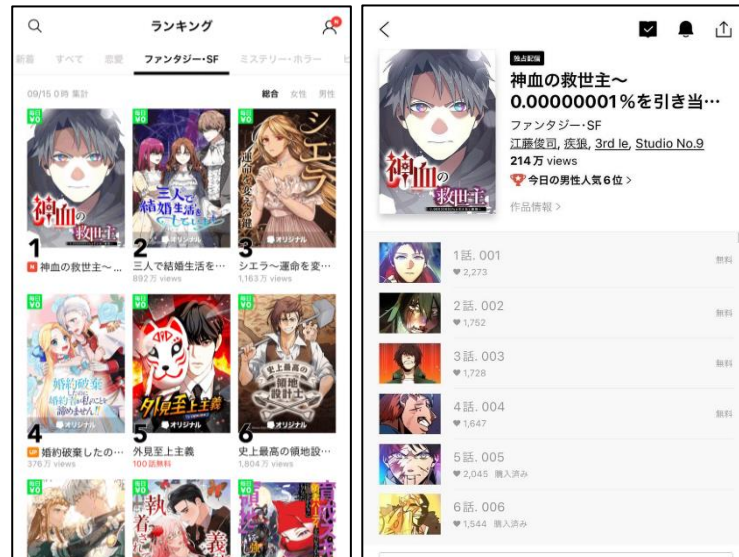
- IST社との連携による独自衛星サービス強化
- 衛星関連事業の上場

各セグメントにおける 実績事例と関連資料について

●『神血の救世主～0.00000001%を引き当て最強へ～』



2022年9月にナンバーナインが手掛けるWEBTOON作品第一弾として配信開始。
LINEマンガで公開初週に「新着」 「ファンタジー・SF」カテゴリーで総合1位を獲得。
また、公開後1ヶ月で200万viewsを突破。



●『晴天のデルタバイ』



2023年2月リリース予定（2022年9月に開催された「北海道宇宙サミット2022」にて、イベント参加者限定で先行リリース）。

宇宙産業とロケット開発の理解促進と認知拡大を目的に、人気漫画作品『左ききのエレン』の作者であるかっぴー氏を原作者として、インターステラテクノロジズ株式会社やSPACE COTAN株式会社、北海道大樹町の協力のもと、現在制作中。

WEBTOON製作企画が多数進行中。体制強化の投資フェーズと位置づけ先行投資を予定

文化観光事業
山梨ワインの高付加価値化企画
—「Open Winery 2022」—



地域資源を活用した
新たなシンボル創り
— S BRICK（淡路島）—



東京・八重洲の「美味しさの
ターミナル」を通じた食の企画・開発
— 全国首長丼プロジェクト —



思いやりを増す。交通事故を減らす
市民主体型交通安全プロジェクト
—「JAPAN SMART DRIVER」—



京都・八瀬で、
生まれ変わりを体感する宿
— MOKSA —



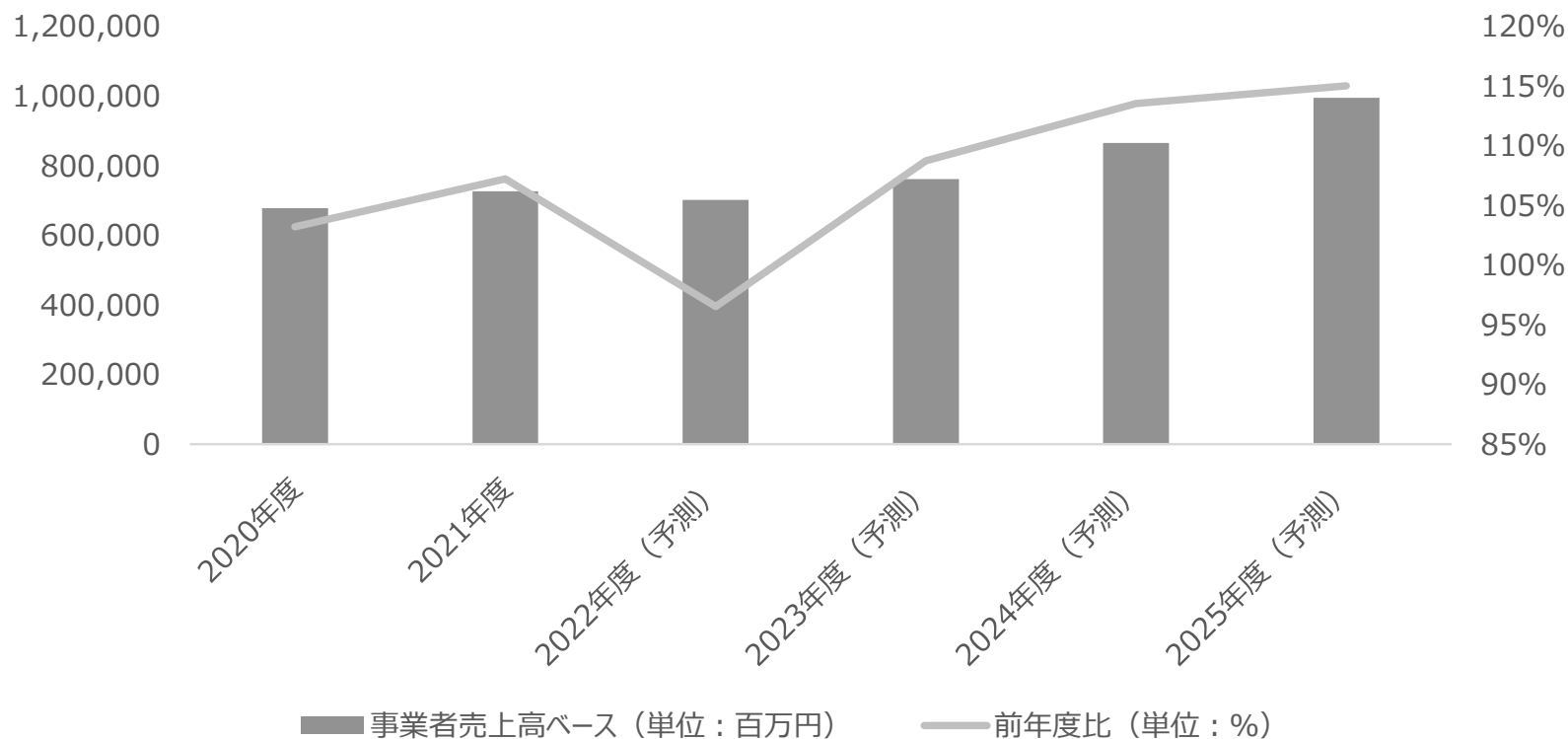
活用方法が見出せなかった
リゾート施設の空間を再生
— レタールーム —



オレンジが手掛けてきた地域活性化施策に特化した専門会社を設立。Z世代を中心に事業を推進

自治体DXや、国が推し進めているデジタル田園都市国家構想などの流れを踏まえ、2025年度までは自治体向けソリューション市場の拡大が見込まれる。

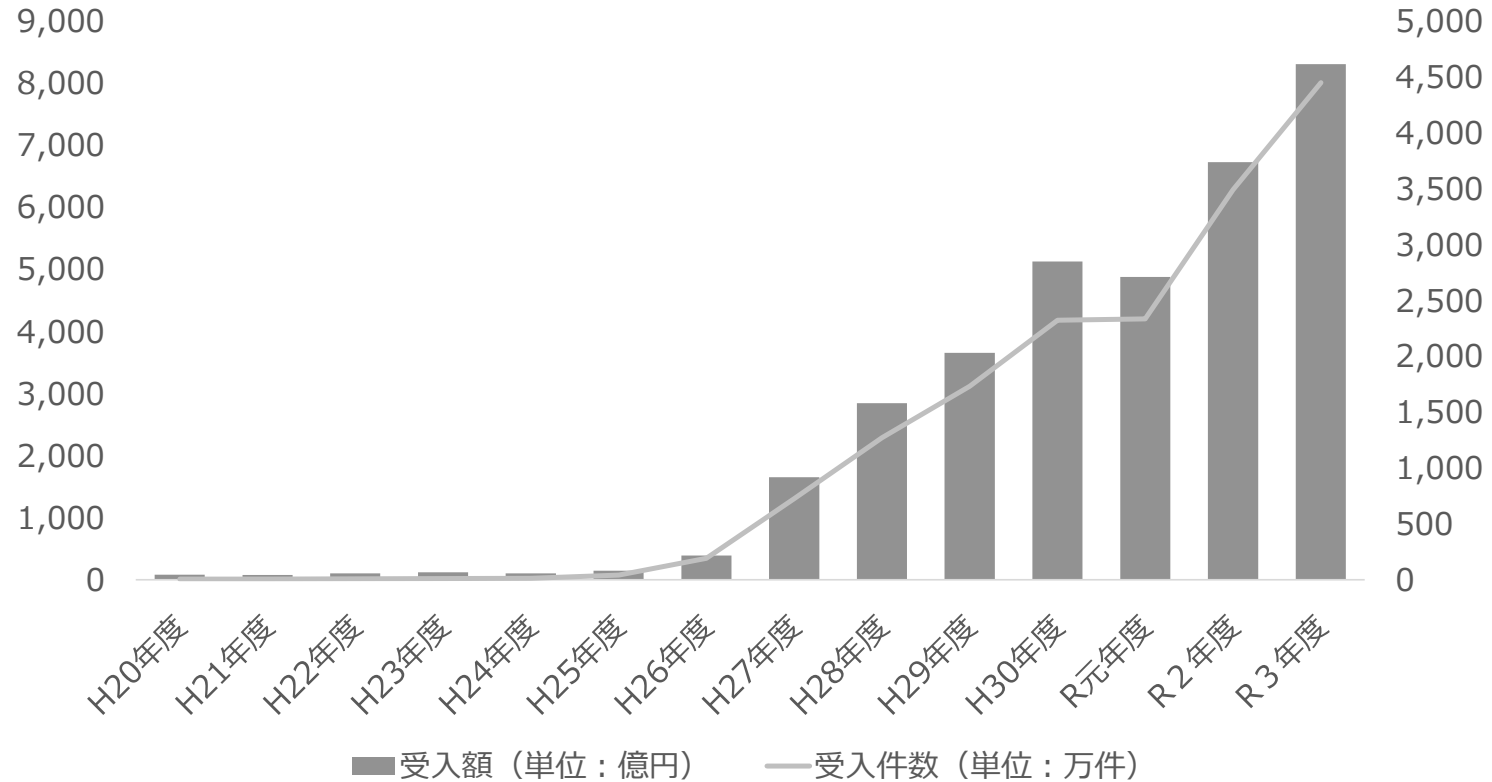
自治体向けソリューション市場規模推移・予測



出典：矢野経済研究所「2023 自治体向けソリューション市場の実態と展望 ～デジタル・ガバメント、自治体DXの最新動向～」

ふるさと納税の受入額及び受入件数（全国計）の推移は、下表のとおりであり右肩上がり
で推移。令和3年度の実績は、約8,302億円（対前年度比：約1.2倍）、約4,447万
件（同：約1.3倍）。更なる伸びが期待できると共に商品企画力が求められるフェーズに

ふるさと納税の受入額及び受入件数の推移（全国計）



出典：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和4年度）」

『ミシュランガイド京都・大阪2023』にて一つ星を獲得（3年連続）。世界遺産・下鴨神社の“包丁人”として160年以上の歴史を紡いできた「下鴨茶寮」のブランドを軸に事業多角化を推進



コロナ禍明けによるインバウンドを含む来店意向が急加速。
高価格商品開発と共にEC事業やふるさと納税返礼品開発など店舗外売上も強化

衛星データ利活用による新規サービス 「LAND INSIGHT」の開始

LAND INSIGHT

INCLUSIVE
SPACE
CONSULTING



活用事例 農業

家にいながら農地毎の生育状況把握などが可能に。



光学衛星画像
Powered by AxelGlobe

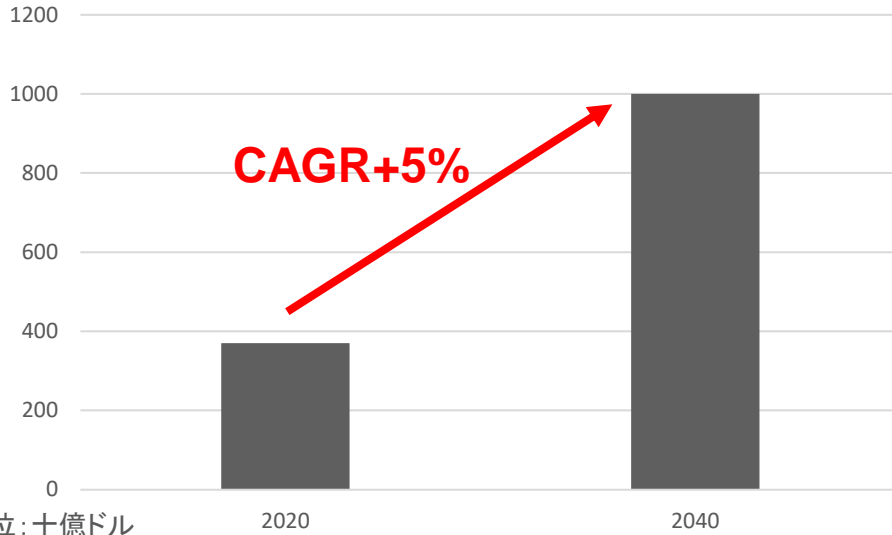


NDVI解析
アクセルスペース社の画像データを基に弊社にて解析

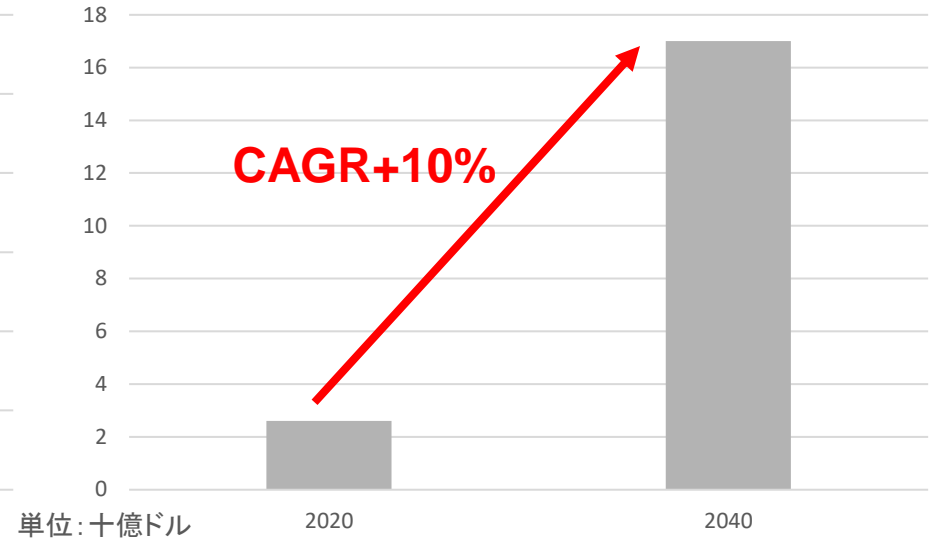
生育状況の遠隔把握のほか、最適な収穫時期の予測、収量の予測、病気等の早期発見など様々な用途への活用可能性がございます。

2023年3月に衛星データ利活用コンサルティングサービス「LAND INSIGHT」をリリース。
アクセルスペース社「Axel Globe」の活用によって、農業、林業、災害の分野における衛星データ利活用を推進。
2023年度は、北海道大樹町、北海道釧路市、福島県南相馬市などにおいて各種実証利用を予定。

宇宙産業全体



地球観測市場



宇宙産業市場は、2020年～2040年の期間に年平均5%の成長が予想されており、2040年には1兆ドル超となる見込み。INCLUSIVE SPACE CONSULTINGにおいて実証を進めてきた衛星データによる地球観測（リモートセンシング）市場については、宇宙産業全体を上回る年平均10%の成長が予想されている。

出典：宇宙産業、地球観測市場共に Citigroup 「SPACE The Dawn of a New Age」

地球観測市場の成長要因

小型衛星の打ち上げ増加

ビッグデータ解析ツールの進歩

アプリケーションの拡大

温室効果ガス排出・森林破壊等への衛星画像利用

「Space-as-a-Service」ビジネスモデルの出現

高度なりモートセンシングデータを活用したよりデータドリブンな市場となり、2040年には2020年比で約6.5倍の市場規模になることが予想される。

Disclaimer

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 当社の過去数値または将来予測に関する記述によって表示又は示唆される将来の業績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、実際の業績は記述によって表示又は示唆されるものから大きく乖離する可能性があります。当社は、当社グループの財務上の予想値の達成可能性について明示的にも黙示的にも何ら保証するものではありません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。本資料に含まれる市場情報等は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。



INCLUSIVE