



どんな課題でも、  
プロがいれば解決できる。



CIRCULATION  
2021年7月期 通期決算発表 FAQ  
株式会社サーキュレーション

## はじめに

この質疑応答集は、2021年9月13日(月)に開催したアナリスト・機関投資家向け決算説明会および決算発表後の1on1ミーティングにて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。

ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

## 目次

P.3-7	業績関連
P.8	新領域／新サービス関連
P.9-10	プロ人材データベース関連
P.11	配当関連

## 業績関連

**Q1 2022年7月期予想ですが、売り上げの伸びに比較して利益の伸びが低いようです。具体的に何に投資するのかと、その投資対効果を教えてください。**

2022年7月期は中長期的な成長を鑑み、組織と仕組みの強化に積極的な投資を行っていきたいと思っています。

利益率の伸びが抑え気味となっている具体的な理由は主に2つです。

1つ目は、2021年7月期対比でコンサルタント人員数を約30%増員することに伴う採用費、及び人件費の増加です。これまでの投資により構築されたリカーリング型ビジネスモデルの仕組みに加え、蓄積されたデータの活用により、新規入社者(新卒/中途問わず)の早期キャッチアップは可能であると考えています。

2つ目は、社内のDX、データマネジメントにおけるシステム関連の投資です。データマネジメントへのシステム投資とは、リカーリング型ビジネスモデルを構成するマーケティング、インサイドセールス、コンサルタント、カスタマーサクセスを強化するための「顧客、プロ人材、プロジェクト等のデータ」を各組織が、KPI向上により効果的に活用できるよう、Add-on開発を進めることです。

以上、上記2項目が主な要因で、利益率は若干低く抑えられます。

ただ、新規採用者は現状、1年から1年半程度の期間で戦力化します。良い方を採用できれば、既に同期間で育成可能な仕組みを有しておりますので、2023年7月期には投資に対する効果は見込まれるものと考えております。

なお、2022年7月期の売上高人件費比率および売上高マーケティング費率は、2021年7月期とほぼ同等で、生産性の高い営業活動及び効率的なマーケティング活動は引き続き維持、強化していきます。

**Q2 中長期的なトップラインの成長率と営業利益率の目安を教えてください。**

2023年7月以降に関しては、これまで以上の事業拡大を見込んでいます。

利益率については、売上成長に付随するものと考えています。売上成長率は、まだまだ更なる期待ができると思っており、まずは売上を伸長させることに傾注していきたいと考えています。2022年7月期の人的投資が翌期以降に戻ってくるイメージです。

ご期待ください。

## 業績関連

**Q3 2023年7月期には投資回収期に入るとのことですが、一方で、一定の投資は続くと思います。2023年7月期の営業利益率の目線について教えてください。**

基本的な投資対象は、一番生産性を担保できる「人と仕組み」です。まず、人と仕組みへの投資のギアを上げることで、生産性が一段上がり、営業利益率が現状よりも上がってくるという状況はつくれると思います。

そして、この「人と仕組み」への投資は継続して行っていく予定ですが、投資に対するリターンが大きいと考えており、2桁の営業利益率を出せるビジネスモデルは既に構築できているという認識でいます。

ただ、現状、営業利益率以上にトップラインの成長率を重視しています。プロシェアリングという未開の「プロ領域のスキルシェアマーケット」をより速く開拓していくことを優先しているためです。

**Q4 請求単価、粗利率の動向を教えてください。**

請求単価ないしは粗利率については、これまでと同等の横ばいで見込んでいます。

**Q5 コンサルタントの採用ペースはどのくらいでしょうか。また、生産性への影響を教えてください。**

コンサルタントの人員数は、2021年7月期対比で約30%増員見込みです。また、今期の採用は、採用強化に伴う人事部の拡張及びリカーリング型ビジネスモデルの最適な人員構成を維持するためのマーケティング、インサイドセールス、カスタマーサクセスの採用も含んでいます。

なお、当社は創業して7年で200名近くまで従業員数を増やしてきました。また、創業一年目から新卒採用を実施、経営陣にもHR領域出身者が複数名おり、採用には手応えを感じています。

あと、コンサルタント生産性は、これまでとほぼ変わらない見込みです。

## 業績関連

**Q6 コロナや緊急事態宣言の影響はどのくらい織り込んだ計画となっているのでしょうか。**

当社のCOVID-19の影響は、緊急事態宣言一回目の発出時のみです。それ以降、影響は軽微であり、テレワークが促進されたという意味では、却って、当社にとってはフォローになると期待しています。

これまで対面で行われていたプロジェクト稼働が、Web上で推進されるケースが増大、とりわけ地方の中小企業のプロシエアリング活用が促進されたためです。

まさに、プロシエアリングサービスの構造自体が、テレワーク等の働き方の変化やジョブ型・DX化というビジネスの潮流にマッチしていると考えています。

**Q7 2022年7月期の業績予想を実現するに当たって、社長が考えるリスクを教えてください。**

対処すべきリスクは2つだと考えています。

1つ目は、増え続けるリードに対応すべく、リカーリング型ビジネスモデルを最適化し続けていくことです。

そのためには、「リカーリング型ビジネスモデルを構成するマーケティング、インサイドセールス、コンサルタント、カスタマーサクセスが適正な人員バランスで設計され、組織運営がなされていること」、また、「各組織が蓄積されたデータを元に組織間連携を高いレベルで有機的にマネジメントできていること」が必要だと考えています。

2つ目は、採用実現です。

まず、採用費用については、一般的な市場感よりも割高に設計しています。良い人材を採用するにはコストとマンパワーを相応に投資する必要があると考えているからです。よって、今期は人材採用に積極的な投資を行い、良い人材を厳選して目標数採用していくと同時に、当社自体が複数のプロ人材と契約し、社内プロジェクトへの協力を力を借り、事業成長を図っていきたいと思っています。

## 業績関連

**Q8** プロジェクト数の増加が成長ドライバーだと思いますが、ビジネス全般、DXのプロおよびビジネステーマのプロについて、それぞれの成長性について教えてください。

### 1. ビジネステーマのプロに関して

顧客からいただく要望、課題は時流とともに変化しています。例えば、ビジネステーマの成長性に関して言えば、最近、特に多いテーマには、OMOやオムニチャネルマーケティング等が挙げられ、オンラインとオフライン双方に強みを有する Webマーケティングのスペシャリスト需要が高まっています。左記のような方々であれば、アサイン可能な案件はいくらでもあるイメージです。

### 2. DXのプロに関して

DXのプロ人材はニーズが強いです。とりわけ、CTOは引く手数多です。ついですが、当社にはWeb・インターネット業界のTech領域において、日本でも非常に知名度の高い有名な方々をご登録いただいています。

また、最近では先端技術に関する専門性を有したプロの需要も増えています。例えば、AI、VR、MR。本領域については、刻々と新しい言葉が生まれてくるので、その都度、該当のプロをソーシングし、登録者を集めています。まさに成長性を感じる領域と言えます。あと、UI、UXのデザインのプロも今まさに需要が増えてきている状況です。

プロシェアリングは、各業界、業種で起きている喫緊の課題に対して、最速で最先端のプロの経験・知見を提供しているだけに、このDXというテーマは特にスピード感を実感していますが、とにかく正社員では採用が困難であり、トップレベルのプロの採用に至っては、至難の業である領域です。こうした背景もあり、DXのトッププロのスキルをシェアして活用いただくプロシェアリングというサービスへのニーズが、非常に高まっていると感じています。

(次頁へ続く)

## 業績関連

**Q8** プロジェクト数の増加が成長ドライバーだと思いますが、ビジネス全般、DXのプロおよびビジネステーマのプロについて、それぞれの成長性について教えてください。

(前頁からの続き)

### 3. ビジネス全般のプロに関して

ビジネス全般に言えることですが、各領域におけるテーマの移り変わりが早いです。例えば、人事領域においては、制度設計、採用戦略、研修設計等、一領域内でも、その詳細なテーマはかなり多岐にわたっていて、大体、当社全て合わせると、700~800テーマになります。そういう意味では、プロシェアリングだからこそ、人事領域で刻々と変化するニーズに柔軟に対応可能であると言えます。あと、プロ人材活用と相性の良い広報の領域も需要が伸びています。

さらに、COVID-19の影響でグローバルに関する領域の成長性が鈍化していると思われるかもしれませんが、現在、Zoom等を活用し、オンラインで海外進出も実現可能な時代となっていることから、徐々に海外進出のプロジェクトも増えてきました。

総じて、ビジネステーマ、DX、その他全般、それぞれ順調な成長率でプロジェクト数は伸びています。

**Q9** 稼働プロジェクト数+300は、前期+350に対して減少します。コンサルタントが増えるのに積み上げが減少する見込みの背景を教えてください。

平均月次稼働プロジェクト件数の推移につきまして、2020年7月期Q4:702件は当社が唯一影響を受けたCOVID-19に伴う緊急事態宣言の発出1回目の時期と合致し、一時休止となったプロジェクトが少なからず発生致しました。

上記により、前期(2021年7月期)の平均月次稼働プロジェクト件数が+350件と増幅し、例年に比べて大きくなっています。

## 新領域／新サービス関連

**Q10** **PROBASE、「人が繋ぐ事業承継」などの新しい分野の案件の動向を教えてください。**

### 1. PROBASEに関して

PROBASEは、リリースしてまだ一か月ですが、既に契約数が 50件です。順調に当初の目標を少し上回る進捗で、契約数は推移しています。堅調です。

### 2. 人が繋ぐ事業承継に関して

「人が繋ぐ事業承継」サービスは、前期の本格的な立上げ期を経て、急速に成長拡大期の事業に移行してきていると実感しています。

本サービスは、まず、プロシェアリングでプロをアサインすることが特徴です。事業承継において顧客が抱える課題は、事業承継に関するあらゆるプロセスで、それを遂行する人材が不足していることです。当社の約 300名のファイナンス・プロフェッショナルのデータベースを活用すれば、その課題解決を支援できます。

当社サービスは「人が繋ぐ事業承継」であり、継ぐ人、継ぎたくなる会社を創ることがコンセプトのため、売却を目的とした営業活動はしていませんが、プロシェアリングサービスに付随し、結果として、M&Aのマッチングフィーも創出されます。そして、既に複数件の成約実績が生まれています。

今期は、2サービスとも大いに成長すると期待しています。

## プロ人材データベース関連

**Q11 御社は案件の1次請けしかやらず、案件の質が高く、結果、人材プールに優秀な方が流入すると理解しています。御社の強みの根幹はどこにあるのでしょうか。**

まさにプロ人材データベースと顧客及びその課題データが紐づいていて、そのデータを元に、数多くの顧客—中小企業様であれば経営者、中堅・大手企業様であれば事業責任者の方々と、直接関係性を構築してきたことが、強みだと思っています。

現在、ご登録者は17,814名です。ご登録いただく際には、ご本人の履歴書や職務経歴書等を提出いただき、アセスメント専門の部署がその方の強みを引き出すとともに、これらのデータを正規化したスキルデータへと変換(対面でインタビューする場合も多数)、日々、データベースに蓄積し続けています。

なお、ご登録者の数を追うことはしていません。なぜならば、顧客の課題をデータベース化しているため、「どのような顧客・プロジェクトが、どのような課題を抱えていて、どういう専門性を有したプロであれば解決可能か」を把握しているからこそ、マーケットインの発想でプロ人材をソーシングし、データベースの充実化を図っているためです。

よって、このプロ人材データベースそのものが、他社にはない独自固有の強みだと思っています。当社は顧客の経営課題から稼働したプロジェクトの評価までをデータ化しています。この一連のDX推進の絵自体が、サービス化戦略になっています。

プロ人材データベースは、今後もバージョンアップされていきますので、ご期待ください。

## プロ人材データベース関連

**Q12** プロ人材についてです。質の備わった人材の獲得が重要と思いますけれども、獲得手法について、より具体的に教えてください。

プロ人材は、プロにプロを紹介していただくネットワーク効果が働き、集められ、ワークシフト、オープンイノベーションの文脈におけるインフラとなっていきました。

現在では、一部、DXのプロ人材は別ですが、ほぼコストを掛けずに月次で 200名程度のプロの方々に恒常的にご登録いただいています。その最大の理由は、プロにとって魅力的な良い案件を当社が保有していることです。

当社の案件は、自分自身では見つけることが困難である契約期間 6～9カ月の高単価なプロジェクトが大半で、内容もチャレンジングでありながら、稼働頻度は主に週 1～2回と、まさにプロの方々が抱える時代のニーズにマッチしたプロジェクトを提供しています。

**Q13** DXのプロ人材は十分確保されているのでしょうか。

現状の顧客ニーズについては、マーケティングと連携し、強化しているので、満たせています。ちなみに、当社が、BtoC、個人(プロ)の獲得向けの投資で、唯一実施しているのが、このDX領域のマーケティング費になります。

DX領域のプロ人材は、現状のニーズに対する需給の過不足も重要ですが、顧客課題やニーズ、テクノロジーの変遷スピードが速いので、X-Techも含めて、常にソーシングし続ける必要があると認識しています。

そのため、DX領域のプロ人材については、現状確保はできてはいますが、マーケティングを着実に実行し、強化し続けていきたいと思っています。

## 配当関連

### Q14 2022年7月期の配当計画を教えてください。

2022年7月期の配当計画については、基本的にこの上場1期の業績を見ながら、株主の方々との対話、ご意向を伺うことから始まりますので、しっかりとお聞きしながら、検討していきたいと思っています。

今、成長戦略に投資しているという状況ではございますので、今期についてはしっかり成長戦略をより高いところに一段ギアチェンジしていこうと考えております。そのようにご理解いただければと考えています。