

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

intloop

2022年10月

INTLOOP株式会社

(証券コード: 9556 / 東証グロース)

会社概要



「Introduction」 + 「Loop」

INTLOOPという社名は「Introduction」+「Loop」を組み合わせた造語です

企業も人間も、周囲の支えがなければ存在し得ません
当社の企業理念の根底はここに 있습니다

Pay it forward

「恩送り」— この古くて新しい言葉が、INTLOOPの企業理念です。誰かから受けた恩を、その人ではなく、また別の人に贈る。それを繰り返すことで“感謝”が、紡がれていきます。

Vision

in the loop

人と企業の成長が循環する社会へ

Mission

自らが「成長」のシンボルとなり、
人と企業の価値を最大化する



1-3. 会社概要

社名 INTLOOP株式会社
Company Name

設立日 2005年2月25日
Foundation

資本金 10億1600万円
Capital

代表取締役 代表取締役 林 博文
Representative Director

事業内容 事業戦略・業務改革コンサルティング
Contents of Business
ITコンサルティング
プロジェクトマネジメント支援
プロコンサル派遣・人材紹介
新規事業開発・営業推進支援

売上高 131億円(2022年7月期)
Annual Sales

社員数 287名(2022年7月末日現在)
Number of Employees

本社所在地 東京都港区赤坂2-9-11オリックス赤坂2丁目ビル
Headquarters

拠点 六本一丁目オフィス : 東京都港区六本木
Offices
札幌オフィス : 北海道札幌市
名古屋オフィス : 愛知県名古屋市
大阪オフィス : 大阪府大阪市
福岡オフィス : 福岡県福岡市
北九州オフィス : 北九州市
沖縄オフィス : 沖縄県宜野湾市

企業CM
Corporate Commercial





代表取締役

社長 林 博文

1996年アクセンチュア入社、主に製造業のコンサルを担当。ベンチャー企業での経営企画経験を経て2005年にINTLOOPを設立



取締役

管理本部長/ 内野 権

1996年アクセンチュア入社、複数の事業会社での取締役を経て2017年よりINTLOOPに参画 2019年に取締役就任



社外取締役 (監査等委員)

川端 章夫(常勤)

1967年東芝入社
2021年INTLOOP取締役監査等委員



社外取締役 (監査等委員)

小山 史夫(非常勤)

1979年アクセンチュア入社
2021年INTLOOP取締役監査等委員



社外取締役 (監査等委員)

下稲葉 耕治(非常勤)

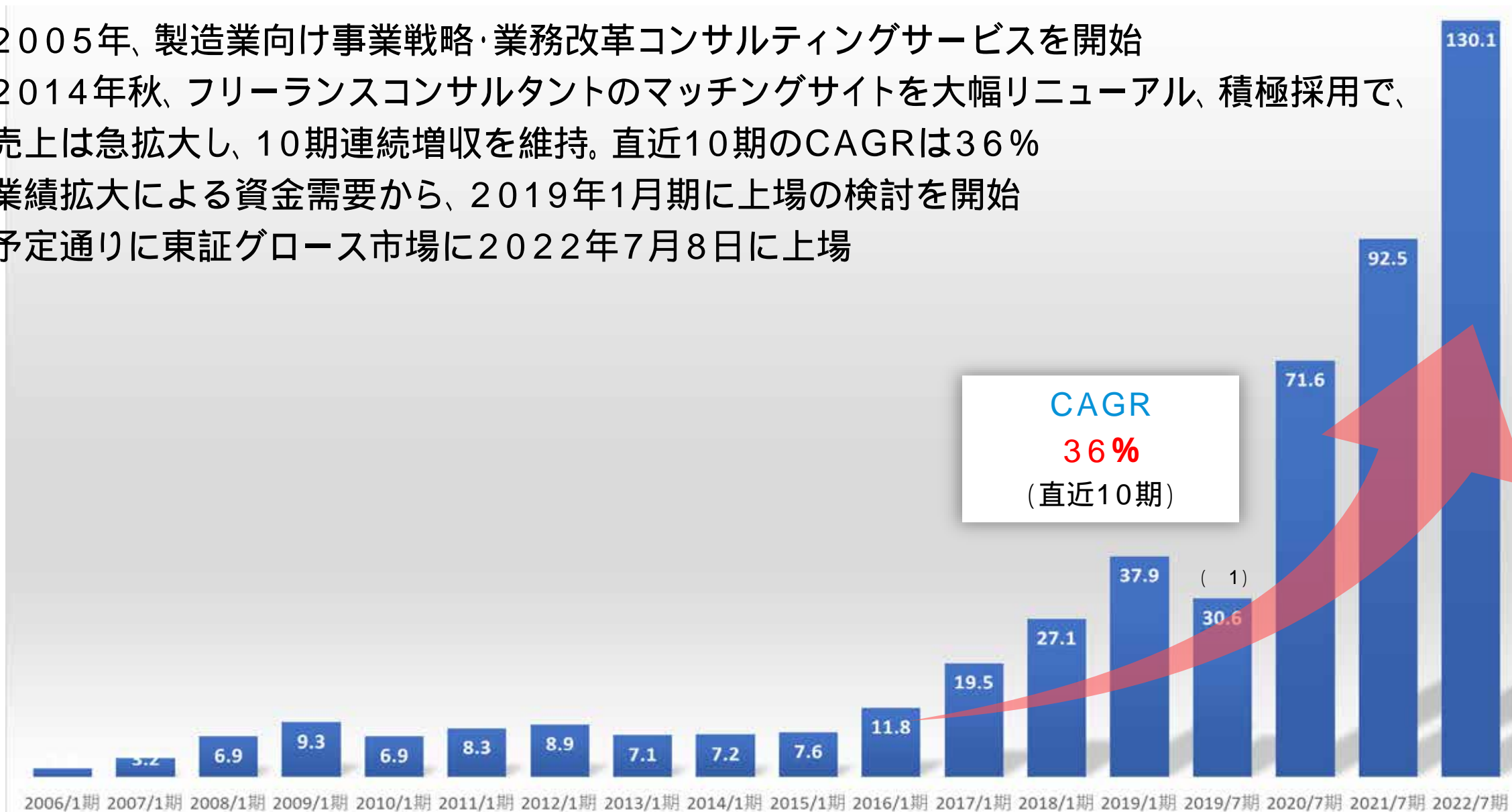
1977年住友銀行入行、
2021年INTLOOP取締役監査等委員

アクセンチュア出身者中心のガバナンスの効いた経営体制

- アクセンチュア時代の同期でもある業務執行取締役2名に加え、取締役監査等委員3名の合計5名にて構成
- 社外取締役(監査等委員)が過半数を占める

1-5. 創業からの売上推移

- | 2005年、製造業向け事業戦略・業務改革コンサルティングサービスを開始
- | 2014年秋、フリーランスコンサルタントのマッチングサイトを大幅リニューアル、積極採用で、売上は急拡大し、10期連続増収を維持。直近10期のCAGRは36%
- | 業績拡大による資金需要から、2019年1月期に上場の検討を開始
- | 予定通りに東証グロース市場に2022年7月8日に上場



CAGR

36%

(直近10期)

事業概要および弊社の強み

2-1. ビジネスモデル

- 1 当社は、顧客企業の人材不足やデジタル化に向けた課題解決のために、約27,700名¹の人材データベースを活用したコンサルティングを軸としたサービス提供を行っている
- 1 顧客ニーズに合わせ、繁忙期等のスポット案件から大規模案件までや、上流から下流までのワンストップサービスが可能

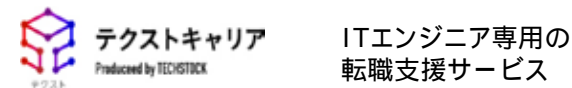
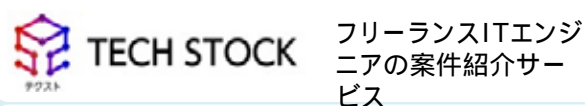


I 売上構成は、(1)プロフェッショナル人材ソリューションサービス及び(2)コンサルティングサービスが、99%⁽¹⁾を占める

(そのうち、(2)における、当社社員とフリーランスとのハイブリッドチームでの支援は売上の約20~30%⁽²⁾)

(1) プロフェッショナル人材ソリューションサービス

顧客のニーズに応じた、プロフェッショナルのフリーランス人材を1名から提供
以下はフリーランス向けのプロフェッショナル人材支援の案件紹介サイトの一覧



(2) コンサルティングサービス

当社社員1名の支援から当社社員を中心としたフリーランスとのハイブリッドチーム構成での支援を実施

戦略コンサルティング
(新規事業開発/M&A/PMI)^(*)

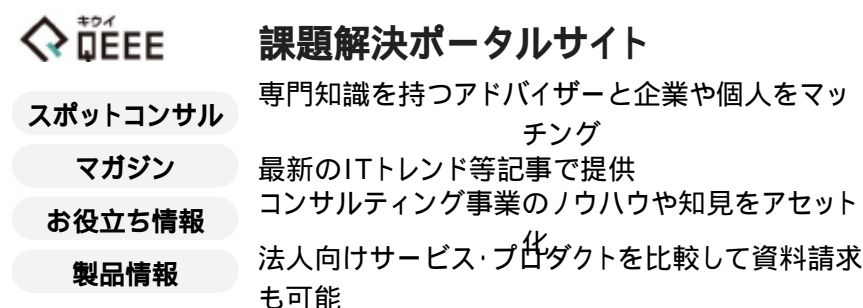
業務コンサルティング
(SCM/CRM/ERP/BPR/BPM/RPA)^(*)

ITコンサルティング
(システム導入/PMO/プリセール支援)

DXコンサルティング
(デジタル施策立案/デジタルマーケティング)

(3) Webサービス

営業先の候補開拓およびフリーランス人材の獲得を目的とした情報サービスを提供



1)売上高内訳(1),(2)が、13,044百万円、(3)が75百万円(2022/7期実績)

2)ハイブリッドチームの売上は月商で約250~400百万円(同上)

^{*}後述の「用語説明」をご参照ください。以下同じ。

2-3. ビジネスモデル: サービスラインアップ

I 正社員とフリーランス(約27,700人¹⁾)を組合せる事で、国内大手IT企業と同規模の提案が可能
(当社はプロフェッショナル人材ソリューション&コンサルティング事業の単一セグメントだが、具体的なサービス内容は以下²⁾)

コンサルティング

- 戦略コンサルティング
(新規事業開発/M&A/PMI)
- ITコンサルティング(システム導入/プリセールス支援)
- 業務コンサルティング
(SCM/CRM/ERP/BPR/BPM/RPA)

テクノロジーソリューション

- システム開発/導入支援(SE/PG)
- SES支援
- 先端技術導入支援(AI/IoT/ビッグデータ)
- ニアショア/ラボ開発

Webサービス

- デジタル戦略
- デジタルマーケティング
- データ活用
- デジタルを活用した新規事業/サービス等



PMOソリューション

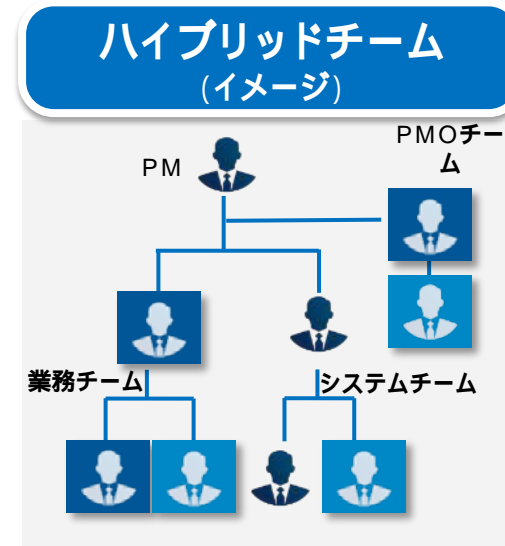
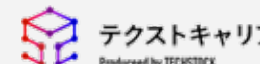
- 個別PMO/部門PMO/全社PMO/ユーザーPMO支援
- PMO×業界知見(金融、製造、化学等)
- PMO×出身企業指定(大手コンサル等)
- PMO×パッケージ知見(SAP,SFDC等)
- PMO×開発方法論知見(Agile、等)
- PMO×テック知見(DX,クラウド、等)



プロ人材活用サービス

- プロフェッショナルコンサルタント(フリーランス)
- プロフェッショナルエンジニア(フリーランス)
- プロフェッショナルマーケター(フリーランス)

プロ人材転職支援サービス



【凡例】

- クライアント
- 当社正社員
- フリーランス

1: 2022年7月末現在 2: 当社の事業は、プロフェッショナル人材ソリューション、コンサルティング、Webの3つのサービスで構成され、には、プロ人材活用サービス、プロ人材転職支援サービスを、には、コンサルティング、テクノロジーソリューション、PMOソリューションを含む

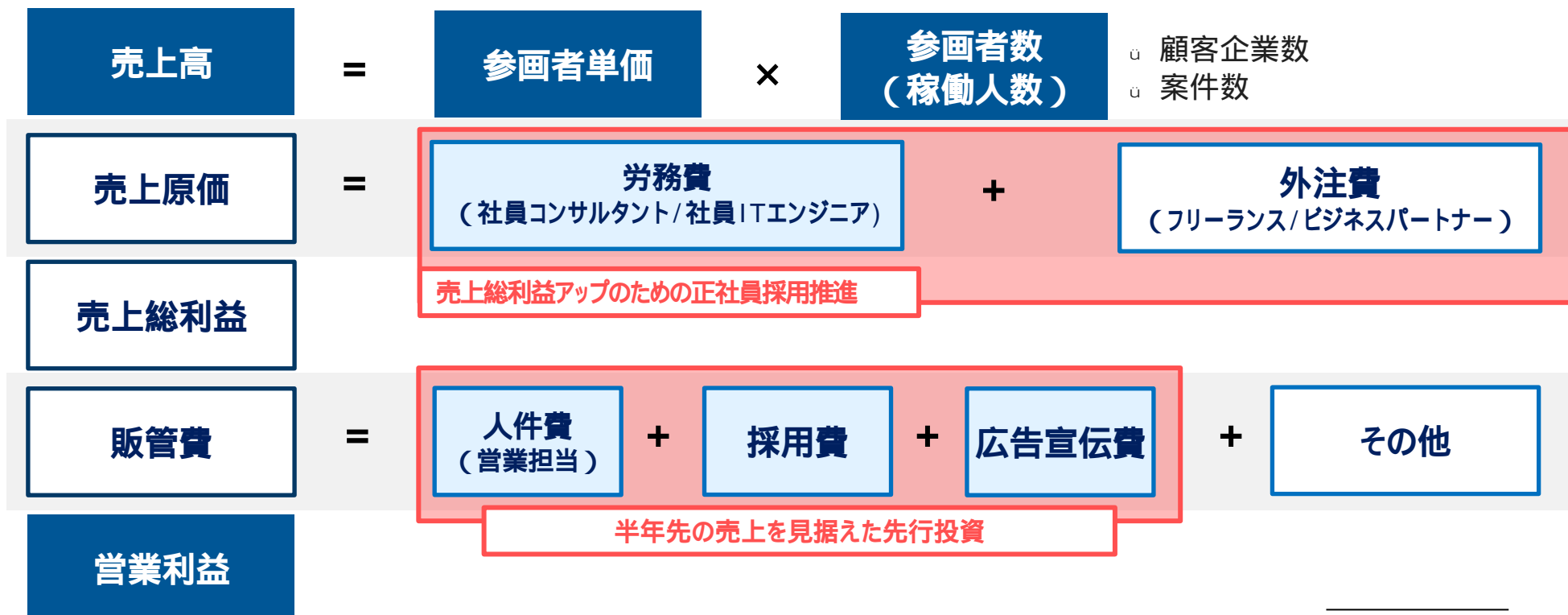
2-4. 当社の収益構造

I 稼働人数⁽¹⁾ × 単価が売上高になる

- プロフェッショナル人材ソリューションサービス: 稼働人数の大多数を占めるフリーランスの希望報酬に対し、当社内で目標粗利率を遵守する形で単価を設定
- コンサルティングサービス: 正社員を中心としたチーム構成により、経験・知見のある上司等を品質保証担当として参画させることで、付加価値代を盛り込めるため、フリーランスよりも高単価に設定

I フリーランスの集客や案件獲得のための「広告宣伝費」と社員増のための「採用費」が成長への先行投資

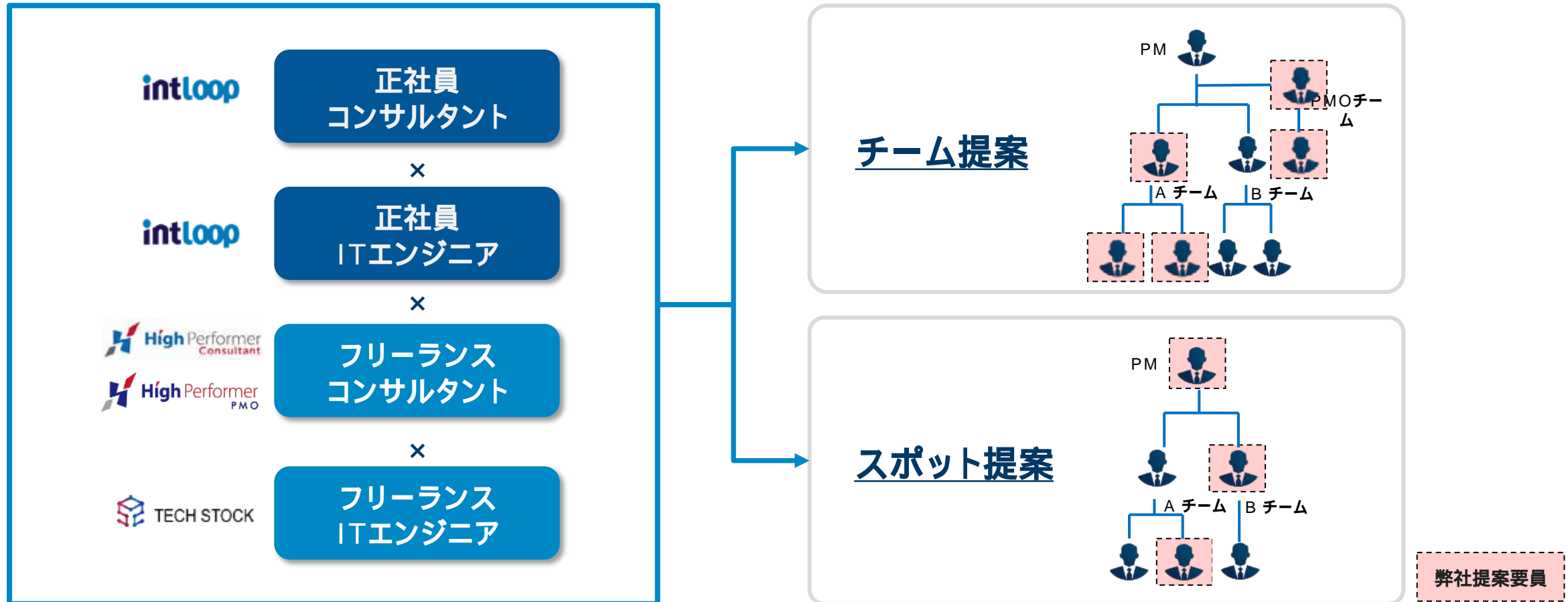
(詳細は、「4.成長戦略 4-2.半年先の売上を見据えた先行投資」参照)



1) 稼働人数には社員も含む

2-5. 弊社の強み: 正社員とフリーランスのハイブリッドでのサービス提供 **intloop** - Pay it forward -

- | 当社の特徴として、自社社員が中心となりフリーランスとのハイブリッドでサービス提供
- | 結果として、フリーランスだけではなくビジネスパートナー(BP)の活用も可能
- | チーム提案では「大規模プロジェクトのサブプロジェクト」や「専門性が高い横断的な領域」等のニーズにも対応

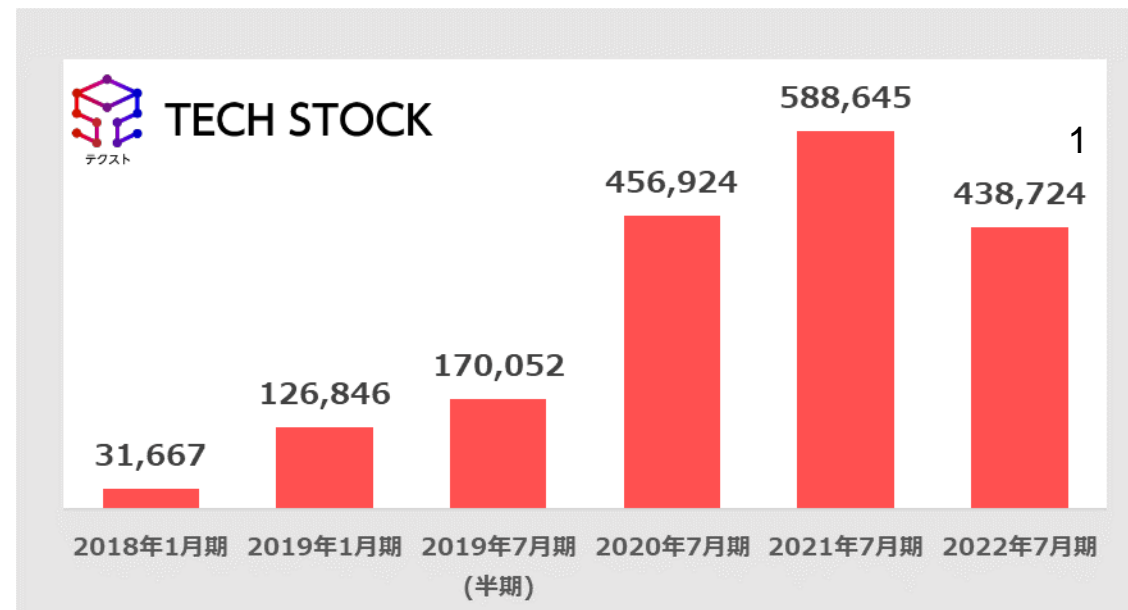
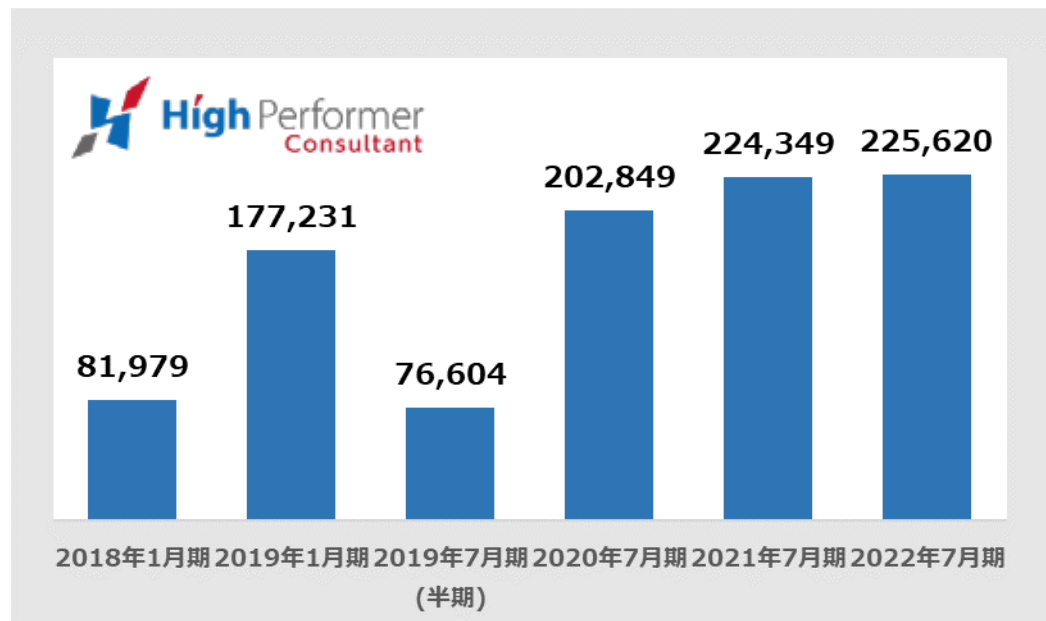


2-6. 弊社の強み: Webマーケティングによる集客基盤の形成

- フリーランスの集客はサイトの検索上位表示がキーファクター
- 自社でSEO対策等を講じ、費用対効果に優れたWebマーケティングを実践している事が集客基盤形成上の強み

主力案件紹介サービスサイトへの訪問ユニークユーザー数(UU)推移

27,700名の人材DBを構築できている要因として、Webマーケティングを駆使した下記2サイトの集客力にある。高い専門性が必要とされるSEO対策、運用型広告のノウハウの蓄積が集客基盤形成上の強みとなっている



* 上記数値はGoogle Analyticsから算出

* ユニークユーザー数とは決まった計測期間内にウェブサイト、ページに訪問したユーザーの数

1) サイト訪問者の流入経路と登録者の相関を分析した結果、獲得効率の悪い媒体があったため、会員獲得効率の良い広告媒体に絞り込みを実施。その結果として流入母数(ユニークユーザー数)は減ったが会員登録数は昨対比で上昇

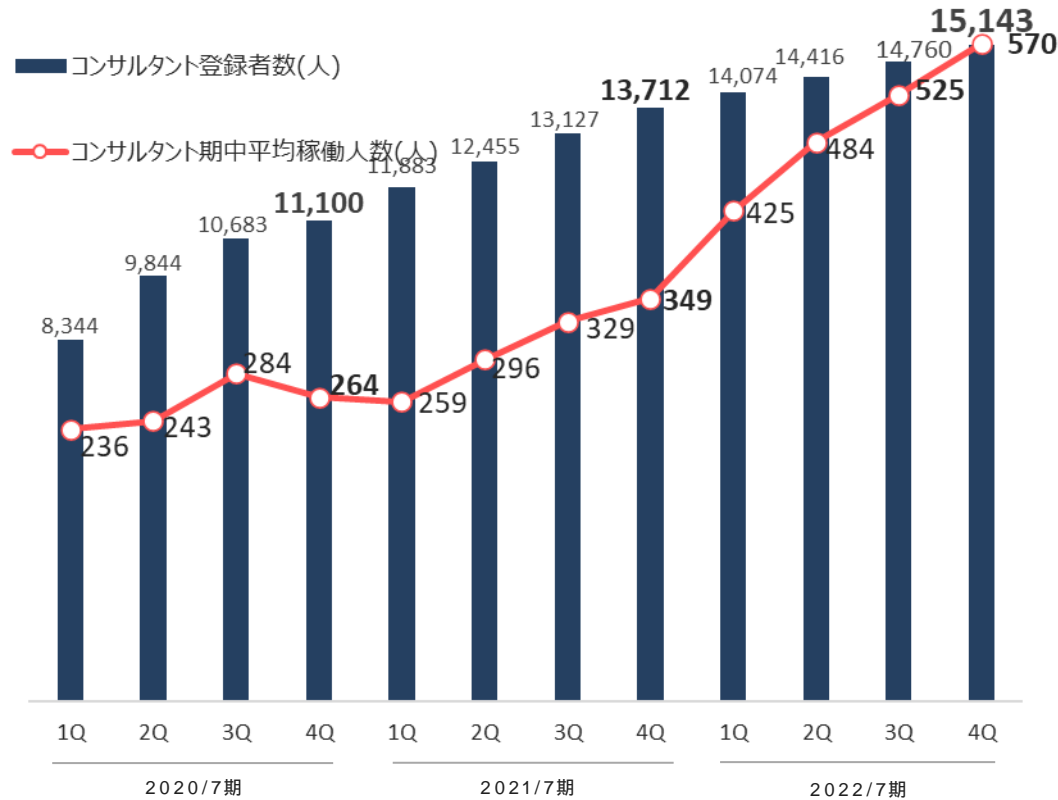
2-7. 弊社の強み: Webマーケティングにより増加する登録者/稼働人数 ※1 **intloop**

- Pay it forward -

I フリーランスのコンサルタント/ITエンジニアを継続的に獲得し、稼働人数も着実に増加

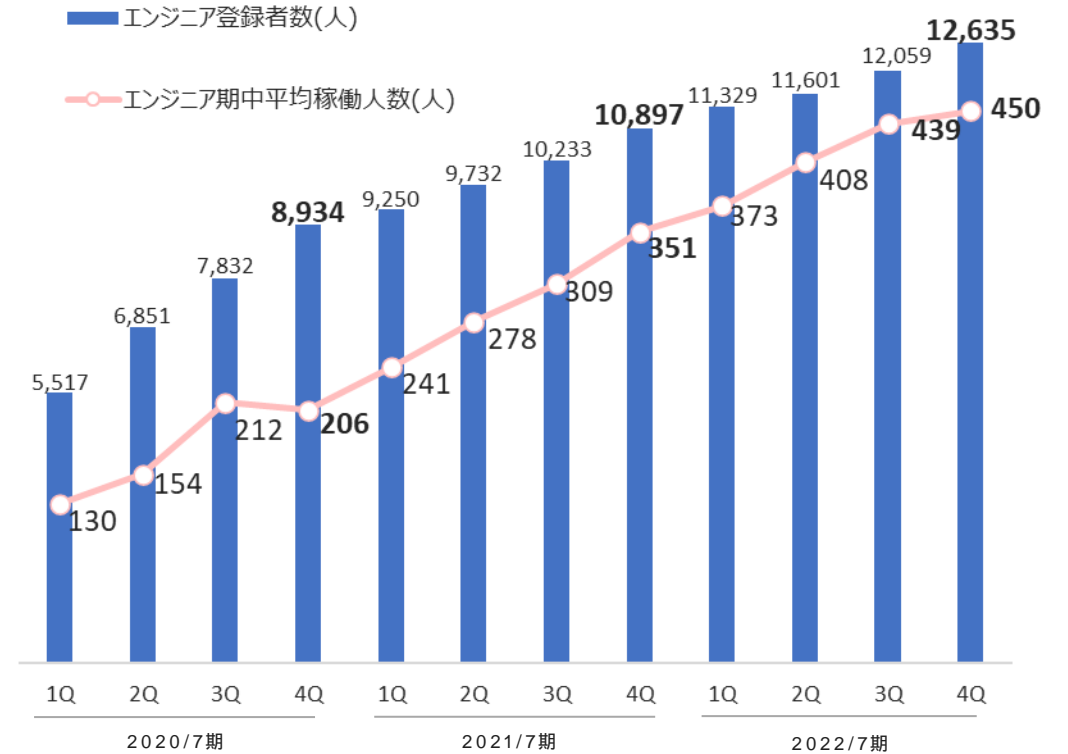
コンサルタント数

(単位:人数)



ITエンジニア数

(単位:人数)



1: 稼働人数には当社社員含まず、四半期ごとの月当たりの稼働人数平均値

2-8. 弊社の強み: 日々拡張される人材DB

フリーランスコンサルタント/ITエンジニアのの人材DBは約27,700名(1)に達する

フリーランスコンサルタント/ITエンジニアの専門性別構成

主力案件紹介
サービスサイト



主力案件紹介
サービスサイト

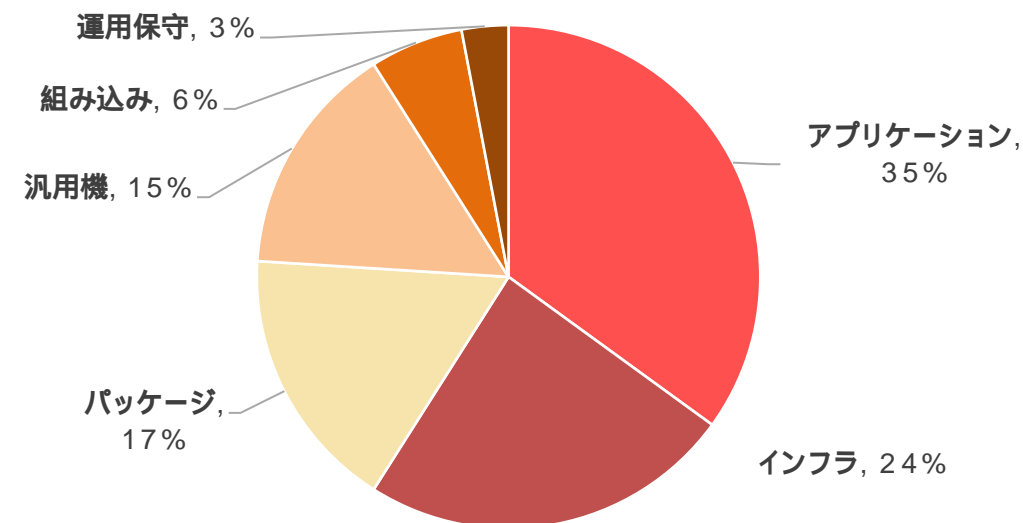
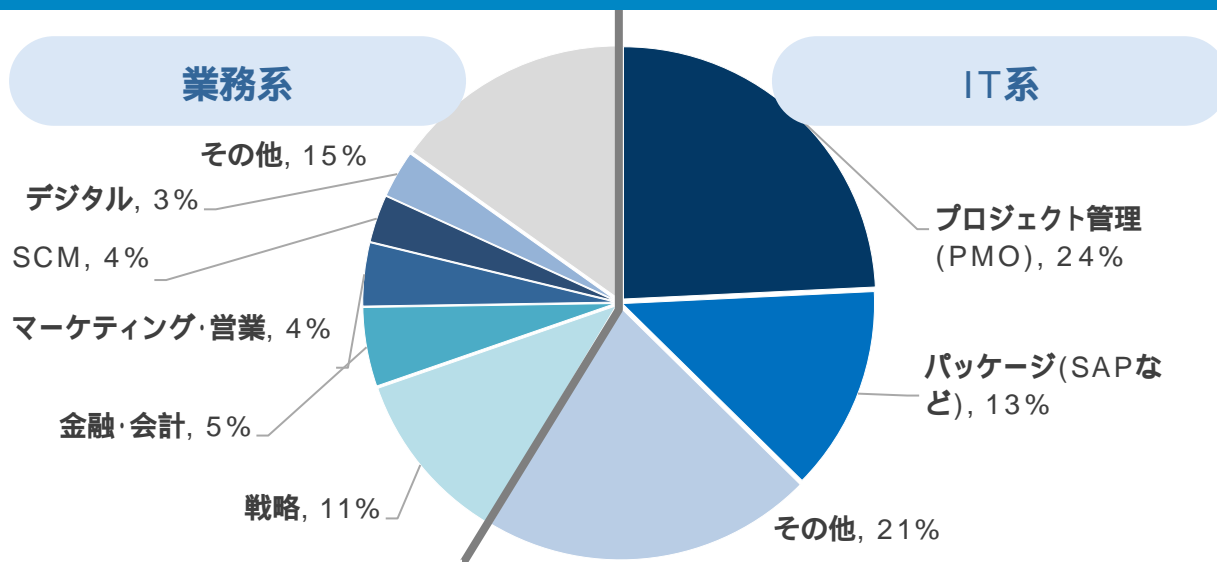


コンサルタント

約15,100名

ITエンジニア

約12,600名



1) データベース内訳には当社のサイトへの登録者に加えて、ビジネスパートナーからの紹介者を含む (2022年7月末現在)

2-9. 弊社の強み: コンサルを祖業とした事業の特徴

- | 当社はコンサルティングを祖業としているため、上流工程からの参画に強みを持つ
- | 顧客企業にとってクリティカルな基幹システム導入を得意としており、下流工程も比較的高単価で獲得
- | 設立以来、開拓した顧客企業は数多く、業界に偏りのない多様な顧客層を持つ

上流工程への強み



コンサルティングノウハウを活用した、上流工程へ参画するため、下流工程までもカバー

基幹システム導入など高単価の案件

コンサルタント: 140 ~ 300万円

ITエンジニア: 100万円以上

充実した顧客基盤

顧客企業数(累計)

1,000 社以上

参考: 年間の取引企業数は約400社(2022年4月末時点)

顧客企業の割合

約 3 : 3 : 4

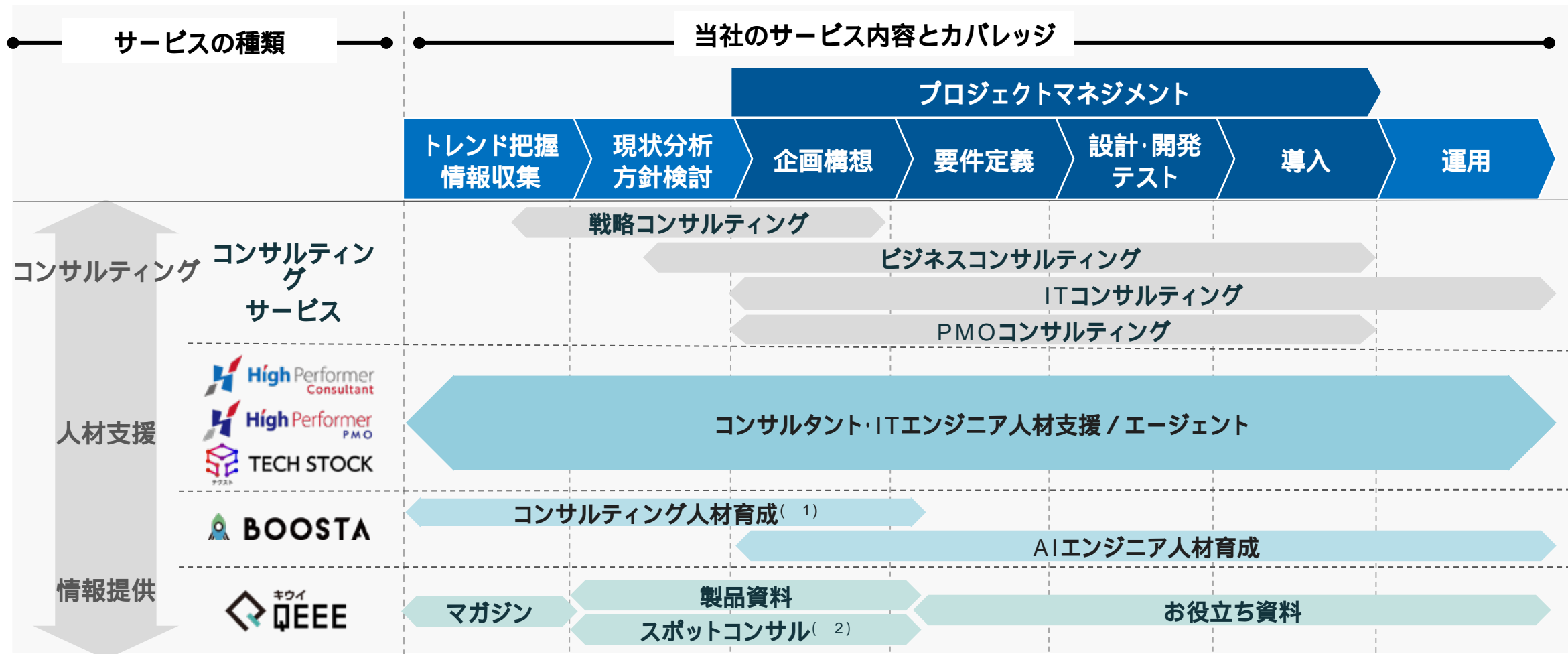
売上高2,000億以上の大手Sierすべてとの取引あり

大手外資系コンサルティングファームすべての取引あり

製造業を中心とした事業会社の大型案件も受注

2-10. 当社のサービスのカバー範囲

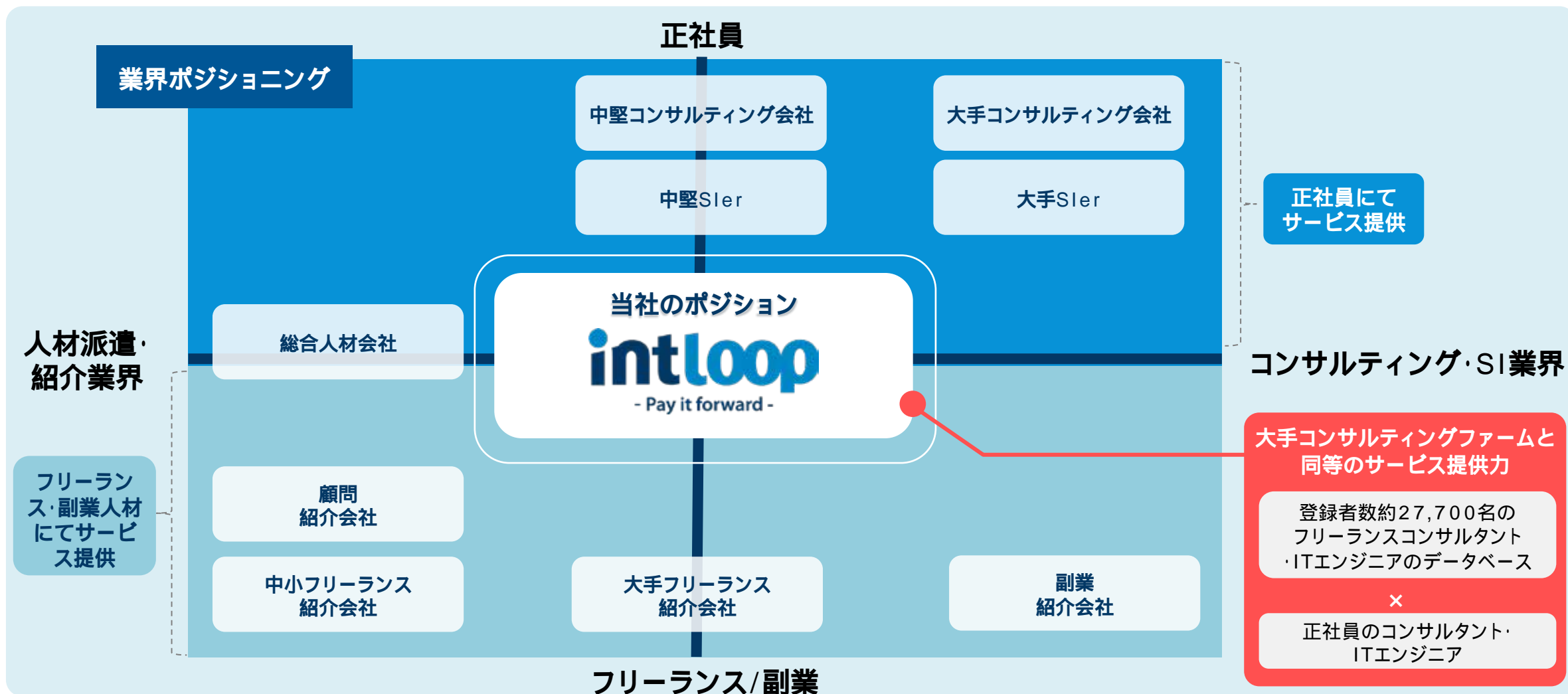
- 当社はデジタル課題の解決に向けたプロセス各々で、顧客企業に活用できるサービスを提供
- トレンド把握であれば、QEEEのマガジン、要件定義ならばコンサルティングサービス等の活用が可能



今後に向けた課題 1) BoostaはDX研修に特化の方向で改善予定。 2) QEEEのスポットコンサルは今後の注力ポイント

2-11. 当社のポジショニング

- 1 当社がターゲットする業界内におけるポジションは、一名から複数名までの人材ニーズへの対応ができるだけでなく、フリーランスだけでなく、当社社員との組み合わせでのサービス提供が選択肢となる



2-12. 成長循環モデルの実現

- 1 正社員増により、ハイブリッドチーム等の対応領域を広げ、当社の強みを活かして上流、高単価案件を獲得、フリーランスへの報酬還元も行うことで、人材のストックモデルを強化し、事業拡大につなげる成長循環モデルを実践、さらなる深化を目指す



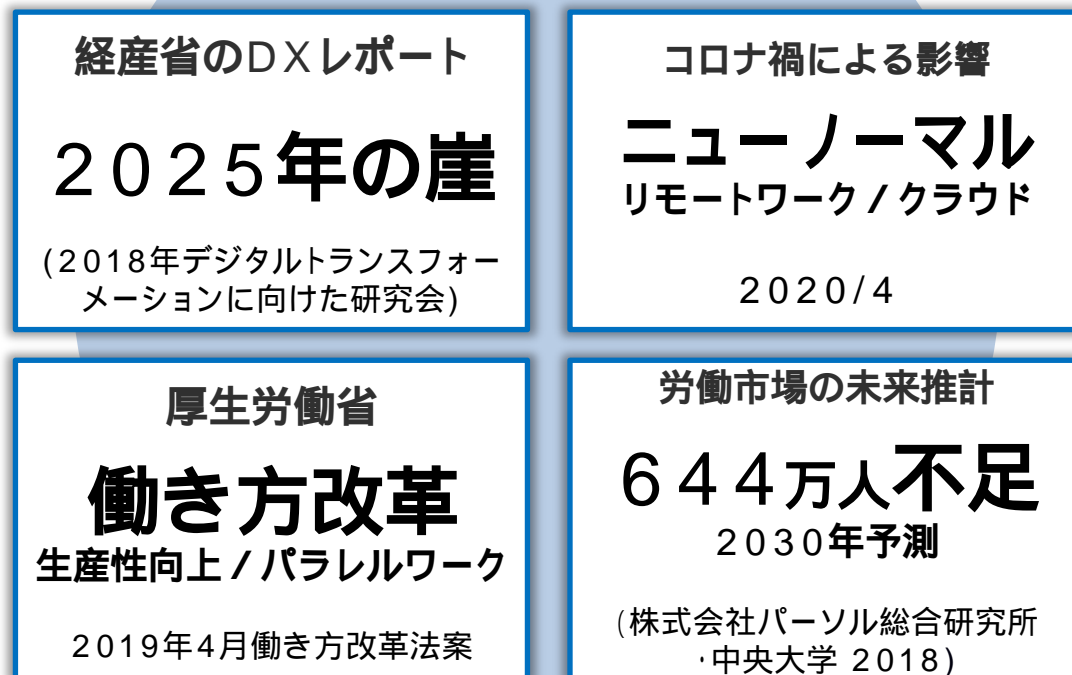
市場環境

3-1. 市場環境:市場規模と社会のニーズ

I 現在の当社を取り巻くITサービス市場、DX市場は拡大。事業の成長可能性は非常に高い

市場規模

社会のニーズ



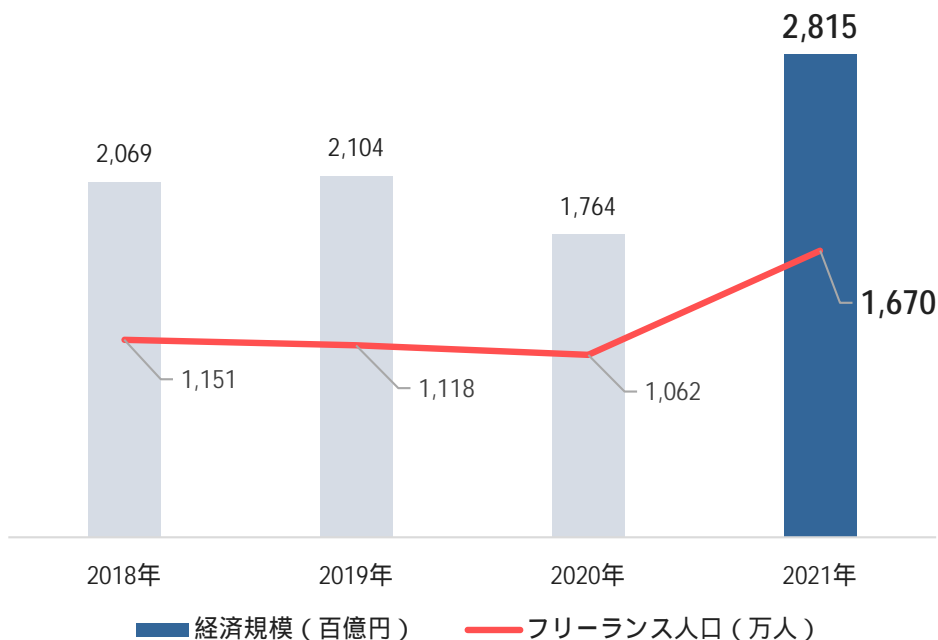
(出典)

- 1) IDC Japan株式会社、「国内ITサービス市場予測を発表」、2022年5月
- 2) IDC Japan株式会社、「国内コンサルティングサービス市場予測を発表」、2021年7月
- 3) 株式会社富士キメラ総研、「デジタルトランスフォーメーションの国内市場(投資金額)を調査」、2022年3月
- 4) IDC Japan株式会社、「国内ビジネスコンサルティングサービス市場予測を発表」、2022年5月

3-2. フリーランス市場と国内コンサルティング市場

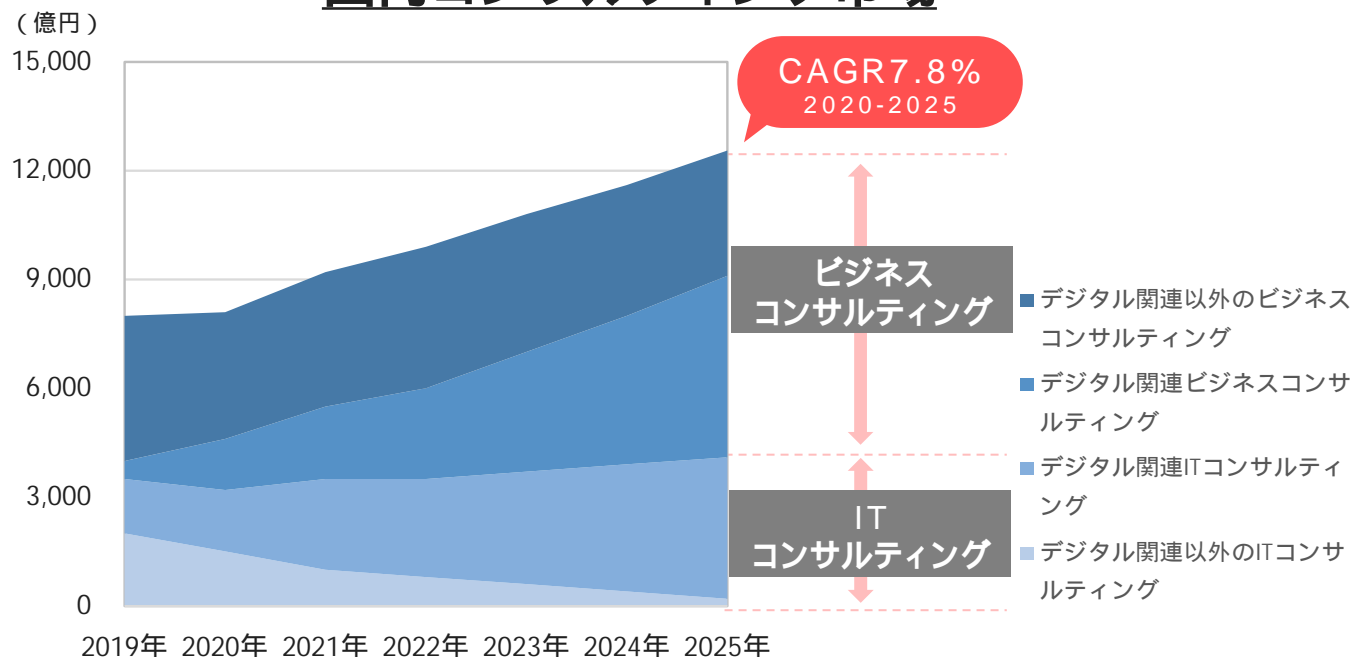
- Ⅰ 当社の事業拡大に重要なフリーランスの市場については、ランサーズ(株)の「フリーランス実態調査」によると、フリーランス人口(IT業界以外のフリーランスも含む)は、全ての労働人口の24%を占める1,670万人となり、フリーランスの経済規模も28兆円と過去最大となっている
- Ⅰ また、当社のコンサルティングサービスがターゲットとする国内コンサルティング市場は、2025年に1兆2,551億円に達するとみられている

フリーランスの人口と経済規模



(出典:ランサーズ(株)、「フリーランス実態調査 2021」)、2021年3月)

国内コンサルティング市場

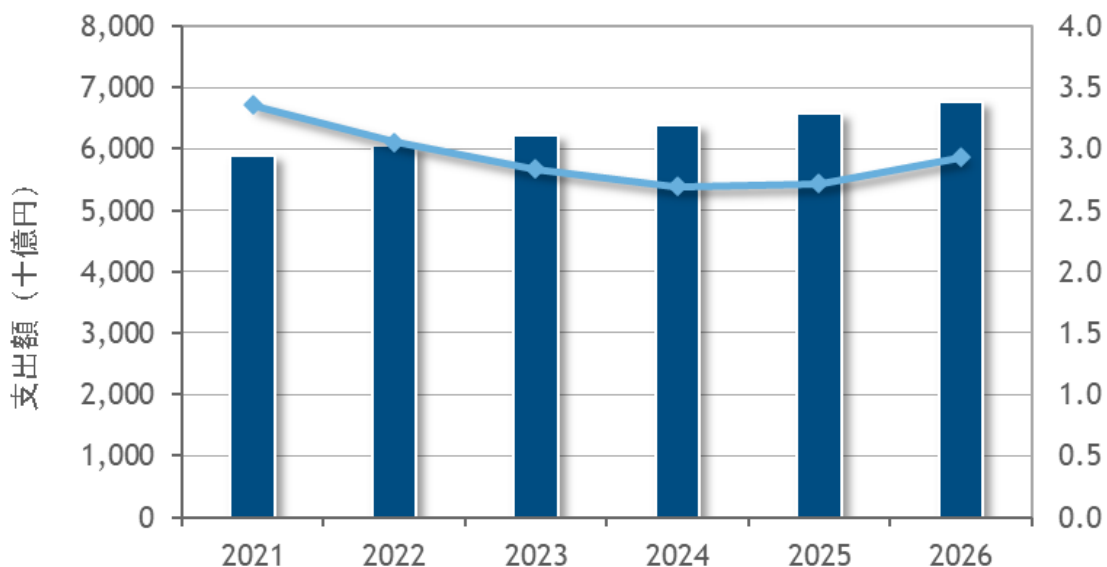


(出典:IDC Japan(株)、「国内コンサルティングサービス市場予測を発表」、2021年7月)

3-3. 市場環境:国内ITサービス市場とDX市場の概況

- I 国内ITサービス市場は、2020年に新型コロナウイルスの影響を受けたものの、2021年以降はプラス成長に回帰し、2026年には**6兆7,667億円**になる見通し
- I 2030年度のDX国内市場(投資金額)¹は、**5兆1,957億円**(2020年度対比3.8倍)と見込まれている

国内ITサービス市場



(出典: IDC Japan(株)「国内 IT サービス市場 産業分野別予測、2021年～2026年」、2022年5月)

投資金額ベースのDXの業界別の国内市場

	2020年度	2030年度予測	2020年度比
製造	1,620億円	5,450億円	3.4倍
流通 / 小売	441億円	2,455億円	5.6倍
金融	1,887億円	6,211億円	3.3倍
医療 / 介護	731億円	2,115億円	2.9倍
交通 / 運輸	2,780億円	1兆2,740億円	4.6倍
不動産	220億円	970億円	4.4倍
自治体	409億円	4,900億円	12.0倍
社会インフラ / 建設	499億円	2,078億円	4.2倍
営業・マーケティング	1,564億円	4,500億円	2.9倍
カスタマーサービス	410億円	802億円	195.60%
コミュニケーション	760億円	2,290億円	3.0倍
戦略 / 基盤	2,500億円	7,446億円	3.0倍
合計	1兆3,821億円	5兆1,957億円	3.8倍

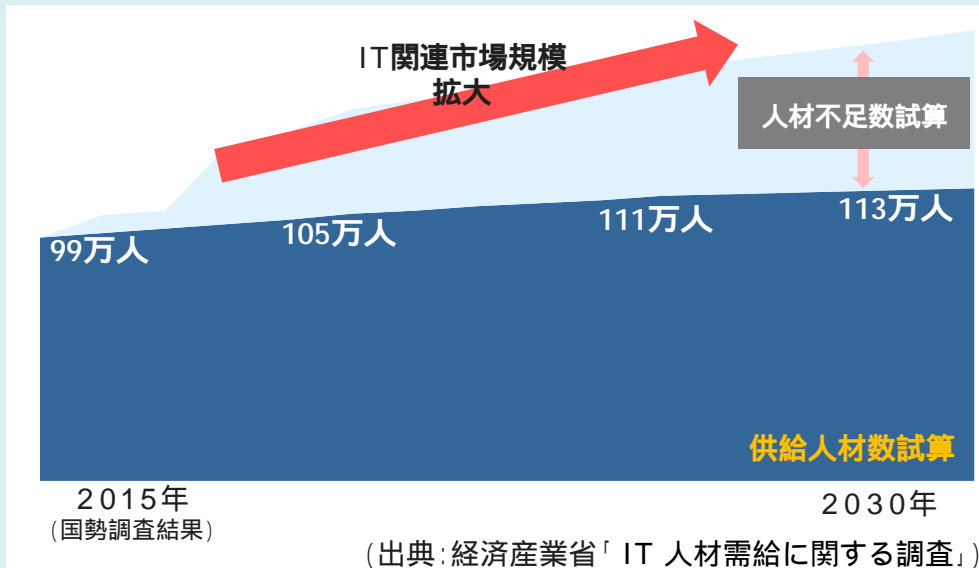
(出典: (株)富士キメラ総研、「デジタルトランスフォーメーションの国内市場(投資金額)を調査」、2022年3月)

3-4. フリーランスのコンサルタント/ITエンジニアの人口

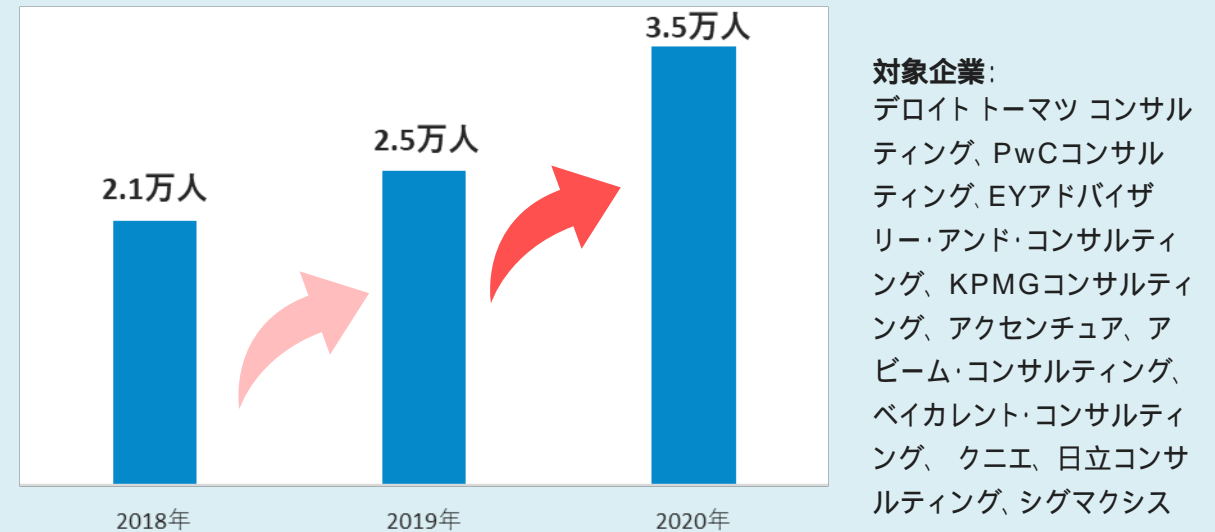
I 当社にとって重要なフリーランス人材の確保に関しても、伸びしろは十分にある

- フリーランス人材は労働人口の24%であることから類推すると、フリーランスのITエンジニアの人口は25~27万人⁽¹⁾は存在しうる 当社でITエンジニア人材の稼働実績は数百名程度であり、伸びしろがある
- フリーランスのコンサルタントの供給元である大手コンサルファームの社員数は増加傾向であり、退職率を8%とした場合は、過去3年間で6,500名⁽²⁾の候補者が存在する 当社への新規流入は500名未満であり、今後もコンサルファームの拡大は続く傾向を踏まえると、当社にとっては、社員採用や転職も含めると拡大余地がある

IT 人材供給数の推移



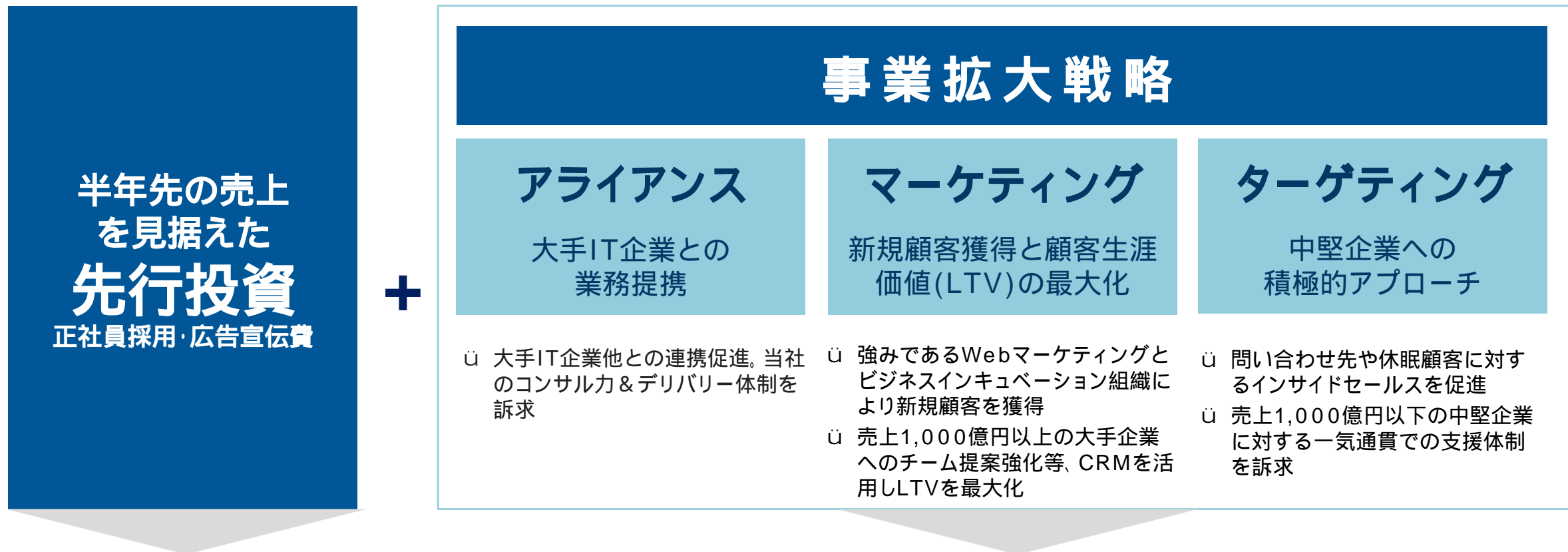
大手コンサルファームの社員数(コーポレートサイト等から概算)



1) 経産省「IT人材需給に関する調査」のIT人材数の推移の2022年~30年の推測値に対して、フリーランス人材の24%を掛け合わせて算出
2) 過去3年間の大手コンサルファーム社員数延べ8.1万人×退職率8%

成長戦略

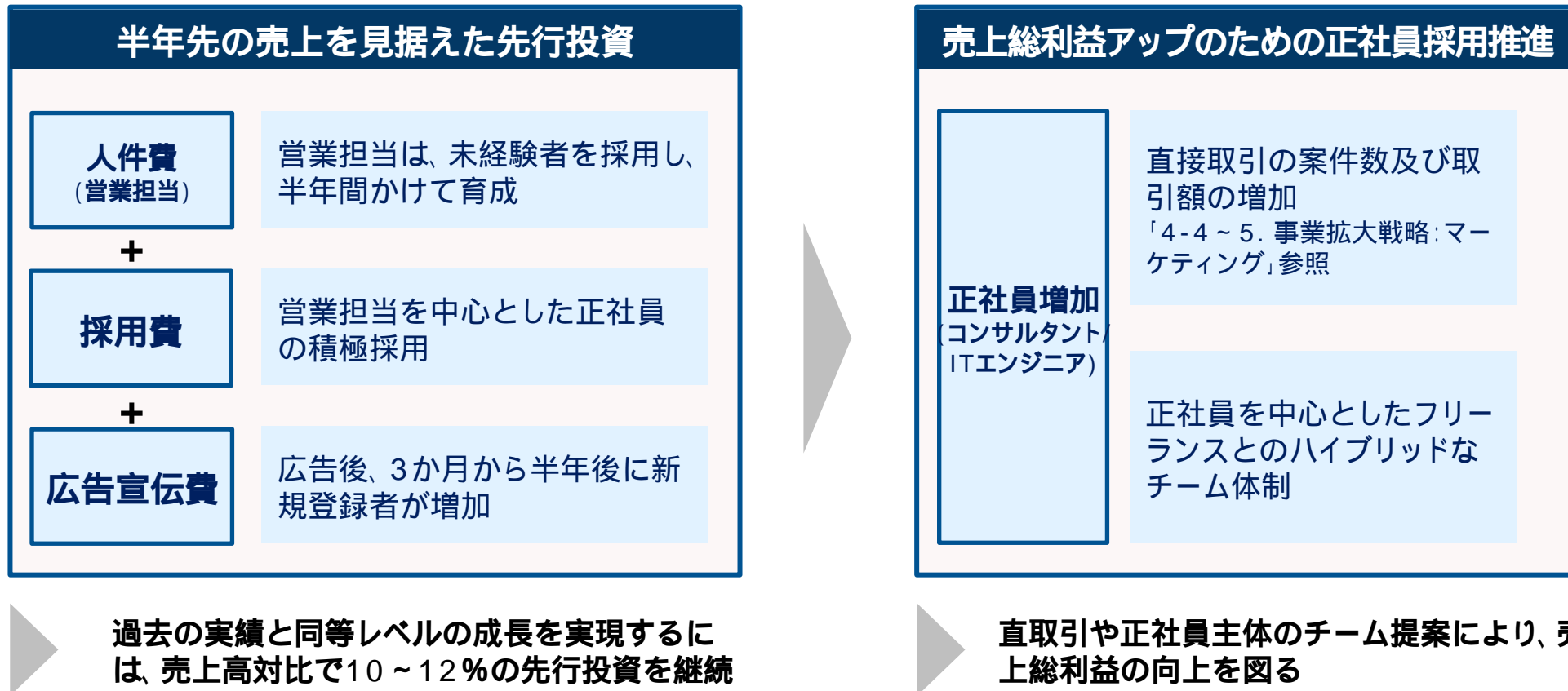
- 1 売上拡大に向け、先行投資として、正社員採用及び広告宣伝費への集中投資と同時に、既存顧客拡大並びに新規顧客獲得のために、アライアンス、マーケティング、ターゲティング等の戦略により企業価値向上を目指す



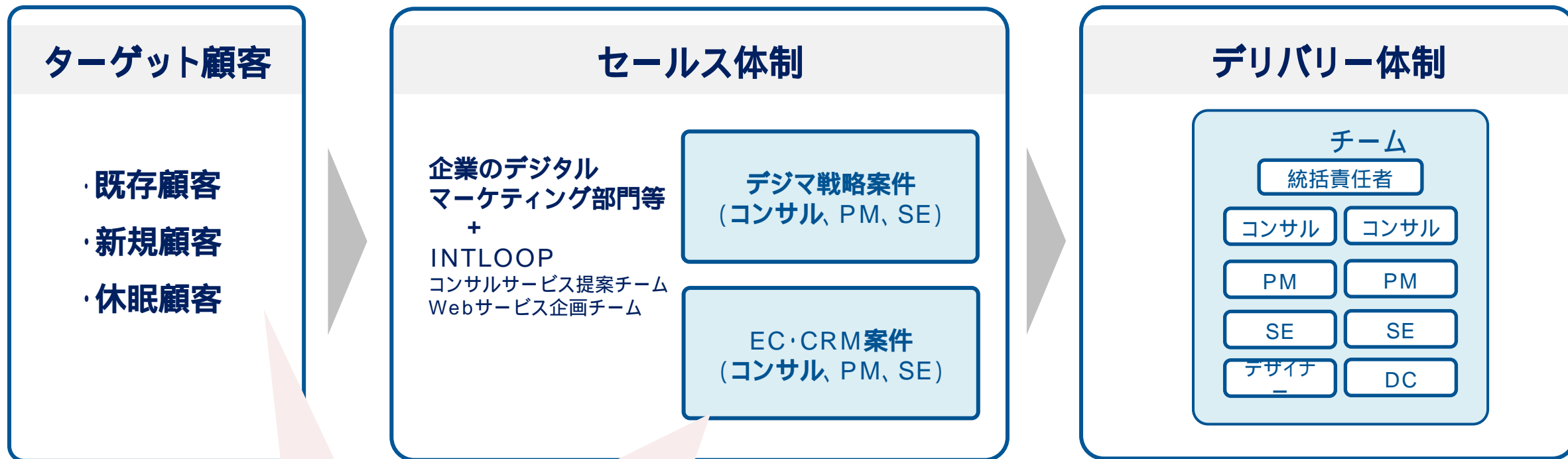
サステイナブルな企業価値向上

4-2. 半年先の売上を見据えた先行投資

- 1 半年先の売上を見据えた、成長への先行投資として、フリーランスの集客や案件獲得のための「広告宣伝費」と社員増のための「採用費」への集中投下と共に、その結果としての正社員の増加により、売上総利益の向上を図る



1 大手コンサルファームが競合先となる大手IT企業と、当社のコンサル力(ソリューション営業力)を活かした協業モデルを構築。ターゲット顧客攻略のために、セールス・デリバリーを支援



支援内容

1. 営業・企画提案支援

- ターゲット顧客に対する訪問同行

2. コンサル支援

- 戦略立案レベルでのソリューション営業検討
- 企画提案書作成のサポート

3. PMO・ITエンジニア人材支援

- 協業先側で責任者や技術者等で体制構築
- 不足要員を当社コンサルティングサービスやプロフェッショナル人材ソリューションサービスで補充

- | 当社の強みであるWebマーケティングと、新規事業やニーズの立上げをサポートする組織とが協力し新規顧客を獲得
- | 顧客へは、CRMを活かして個社別に最適化された顧客体験を生み出し、高付加価値なサービスを提供

オンラインマーケティング

- | オンラインセミナー
- | オウンドメディア運営
- | コンテンツマーケ
- | SNSマーケティング
- | メールマーケティング
- | リスティング等広告
- | アフィリエイト
- | etc.....

オフラインマーケティング

- | オフラインセミナー
- | 書籍出版
- | イベント・展示会
- | チラシ・広告
- | FAX、手紙
- | テレアポ
- | etc.....

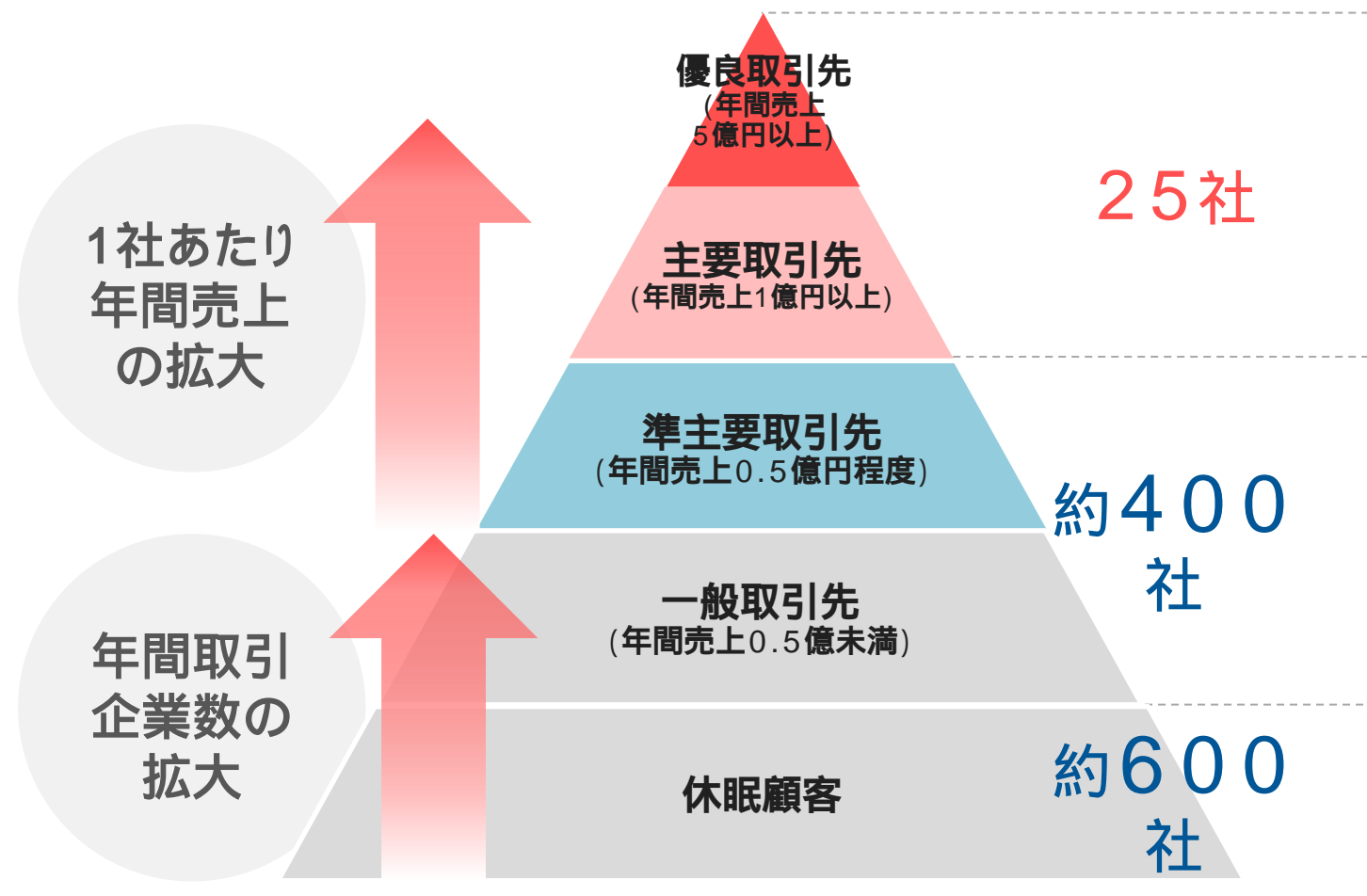
OMO (Online Merges with Offline)

新規顧客獲得

個社に最適化された顧客体験の提供(CRM)
高付加価値なサービス ファン化へつなぐ

4-5. 事業拡大戦略: マーケティング(CRM) - 顧客のLTV最大化

- 1 充実した顧客基盤を活用するべく、休眠顧客の掘り起こしを強化
- 1 社あたりの年間売上の拡大を目的として、課題解決型ソリューション提案やチーム提案を実施

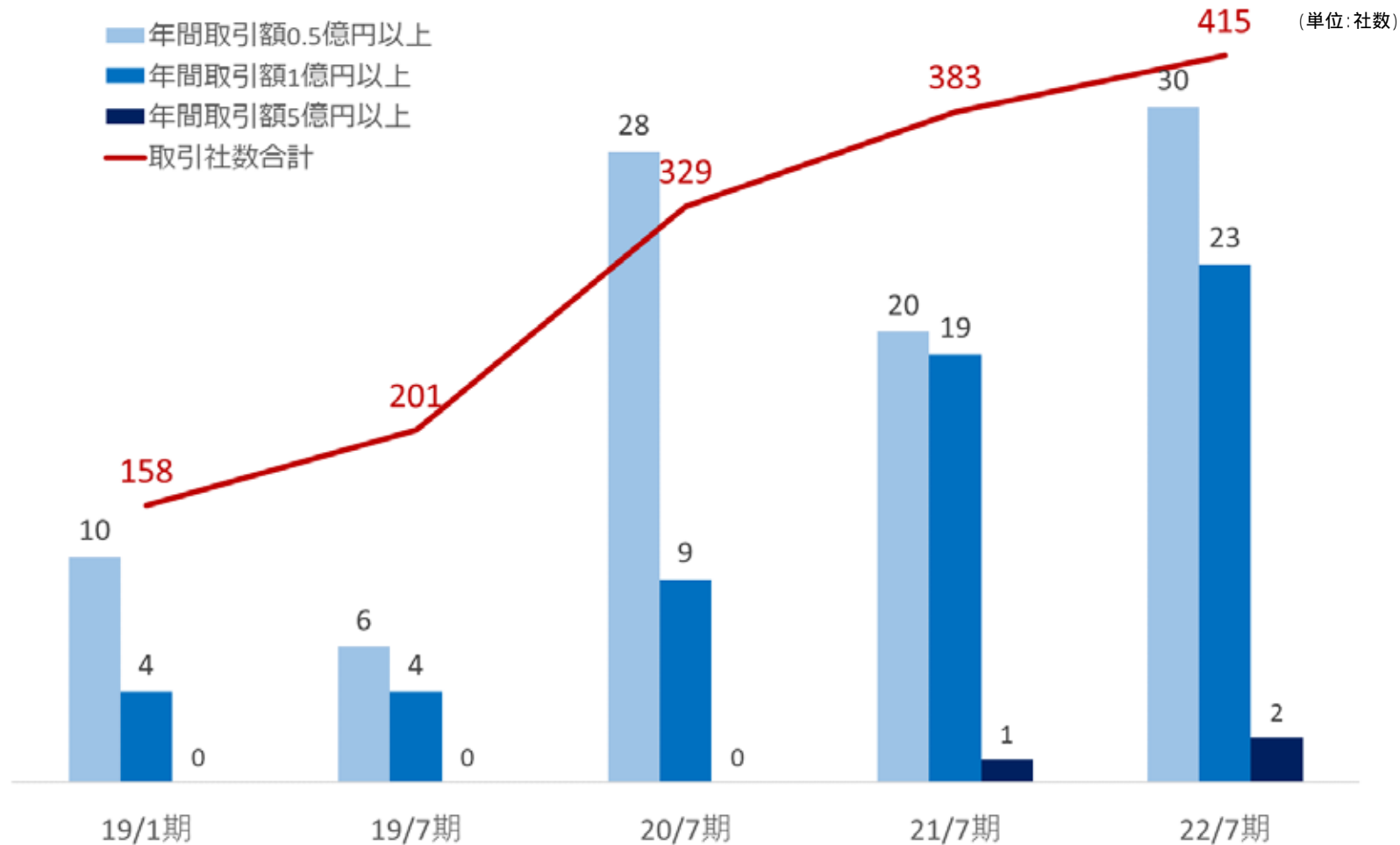


基本戦略

- コンサルティング営業専任組織による、課題解決型ソリューション提案の実施
- ソリューション提案型営業活動の推進に伴う、顧客企業・プロジェクト内でのコアパートナーとしてのポジションを確立、高単価案件・チーム案件の継続的な増加を推進
- 上記実現のための、重要アカウント別営業・提案戦略の定期レビューの実施
- インサイドセールスチームによる休眠顧客アポイント
- 顧問契約による案件獲得のリードタイム短縮

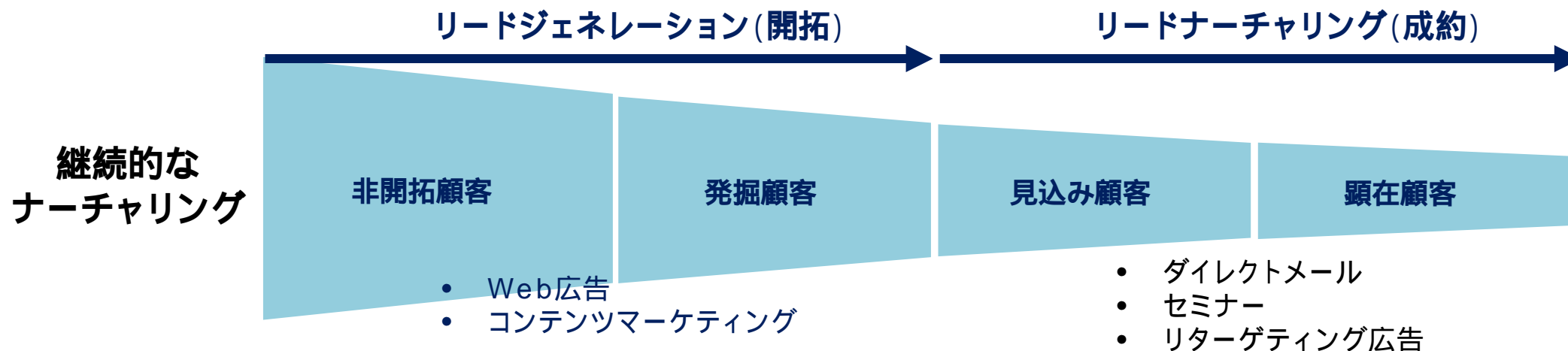
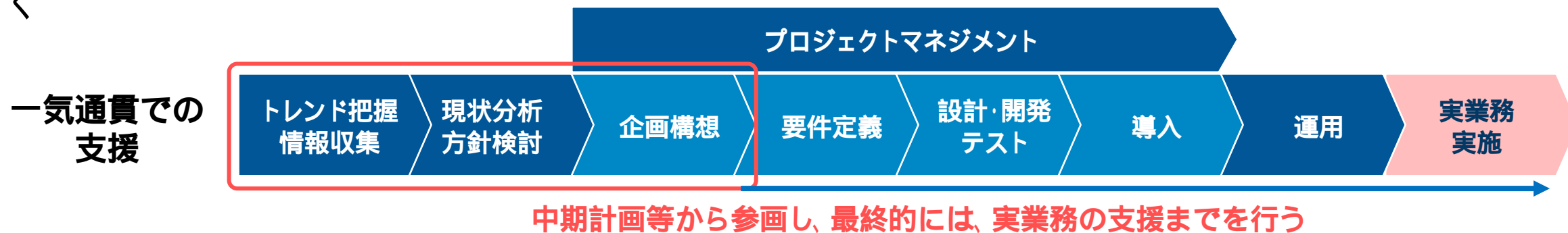
4-6. 1社あたり年間売上0.5億以上の顧客数の推移

- 顧客企業との関係を強化し、着実に顧客企業1社あたりの年間売上高は上昇傾向(19/7期は半期決算のため半年間の売上高)
- また、顧客からの問合せを着実に新規顧客開拓につなげ、結果的に取引社数も増加



4-7. 事業拡大戦略: ターゲティング – 一気通貫での支援

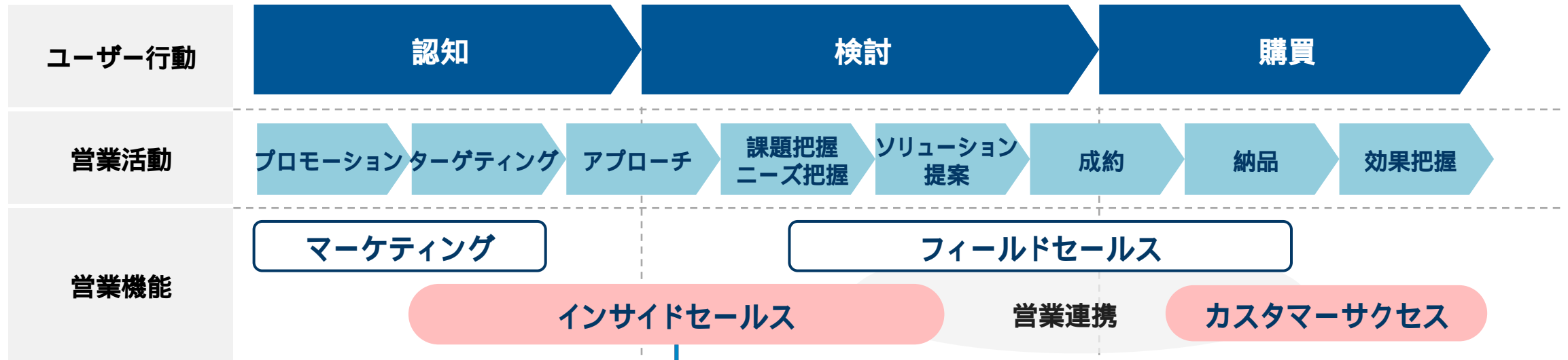
- 意思決定が迅速な中堅企業に対する長期経営戦略のコンサルティングを実施
- その後もITエンジニア領域をカバー、加えて実業務のアウトソーシング案件の獲得にも注力し、**一気通貫での支援**を目指す
- 過去の取引先も含めて、顧客企業の最終意思決定者に達するためのリードジェネレーションを行っていく



4-8. 事業拡大戦略: ターゲティング - CRM構築/インサイドセールスの拡充 **intloop**

- Pay it forward -

- これまでの顧客の問い合わせやコンタクト履歴も踏まえ、顧客との接点を維持、進化させるためのインバウンド型およびアウトバウンド型のインサイドセールスを推進する
- 今後は、アウトバウンド型のインサイドセールスを推進し、顧客企業への積極的なアプローチを推進する



【インバウンド】

<ul style="list-style-type: none"> ü 各問合せの一次対応 ○ ホームページ ○ HPコンサル問合せフォーム ○ HPコンサルホワイトペーパーDL ○ ハイパフォキャリア ○ テックストック問合せフォーム 	<ul style="list-style-type: none"> ○ QEEEスポットコンサル ○ QEEEテレワーク診断 ○ QEEEホワイトペーパーDL ○ QEEE問合せフォーム ○ BOOSTA問合せフォーム ○ BOOSTA無料体験 	<ul style="list-style-type: none"> ○ BOOSTA申込登録 ○ バチグマ問合せフォーム ○ WEB制作LP ○ 広告運用LP
---	---	--

【アウトバンド】

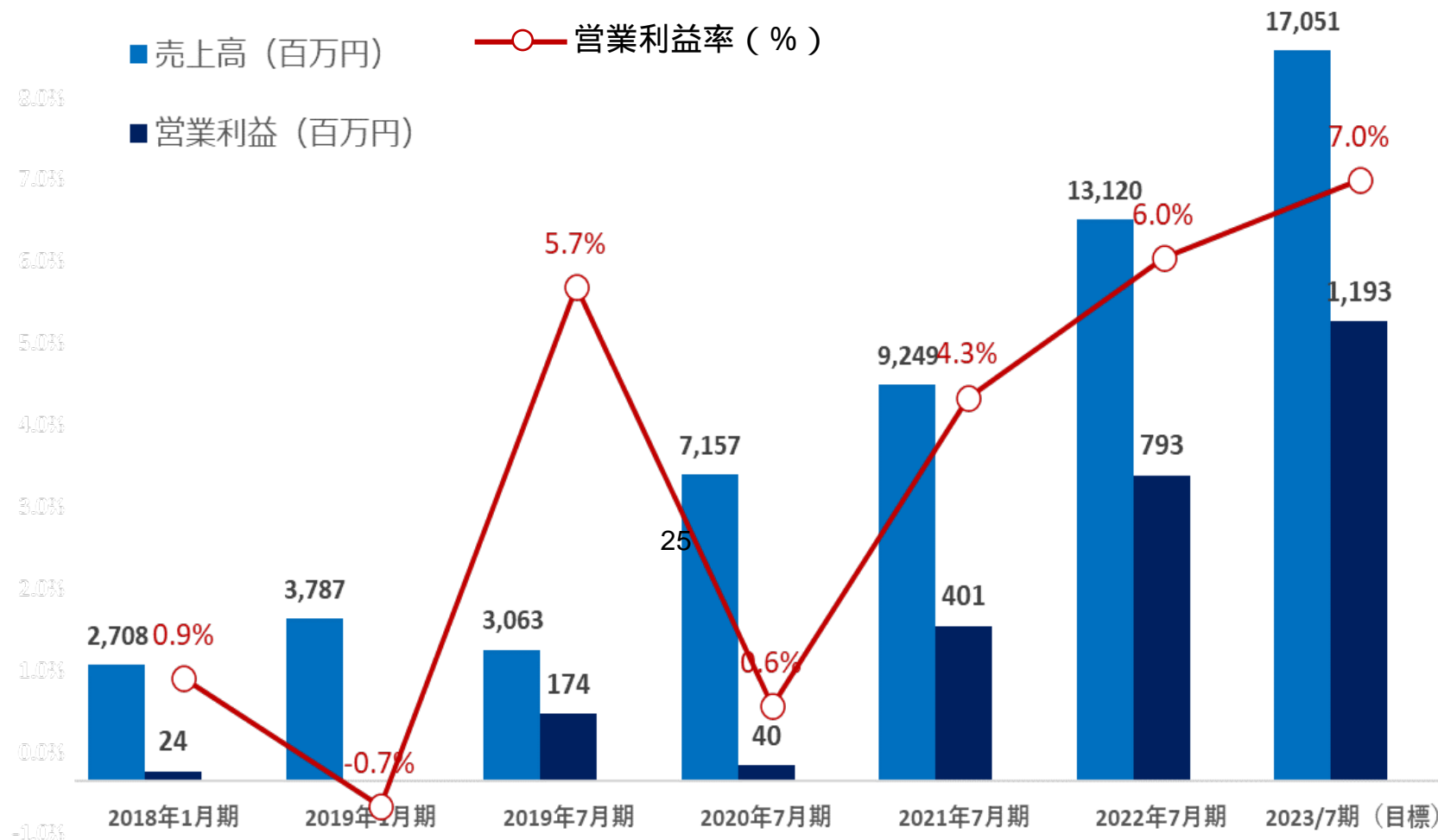
<ul style="list-style-type: none"> ü 新規顧客アプローチ ○ 手紙、メール、DM ü 休眠顧客アプローチ ü メールマガジン配信 <ul style="list-style-type: none"> ○ サービス案内 ○ 役立ち情報 ○ プレスリリース 	<ul style="list-style-type: none"> ü セミナー/イベント案内 ü カスタマーサクセス
--	--

青字: 2022年7月より順次導入予定

経営指標

5-1. 財務ハイライト

- トップラインは高成長を維持、2023/7期も同様の見込で、前年対比30%成長を継続
- 営業利益も2021年7月期より改善を継続



5-2. 損益計算書(2022年7月期通期)

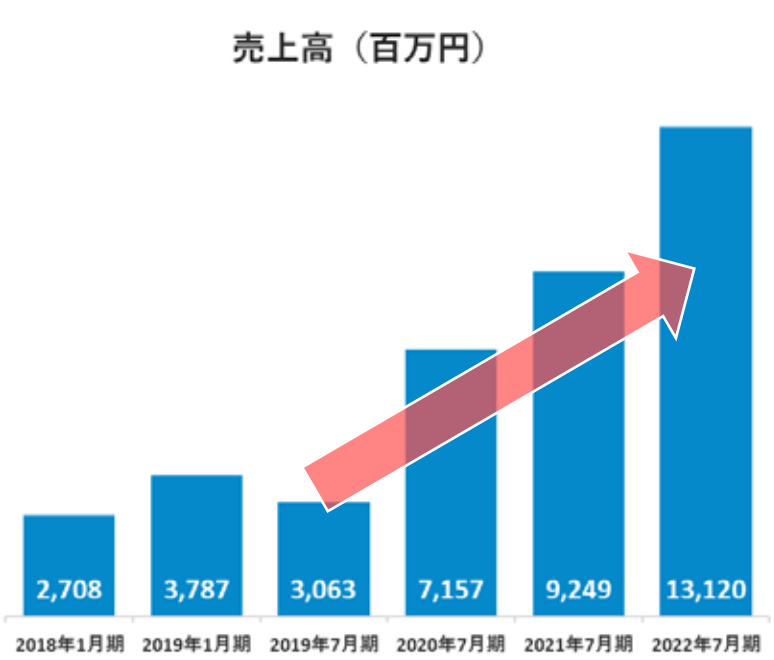
I 前年同期比で大幅な増収増益(売上高 + 41.9%、営業利益 + 97.6%)

	2022年7月期 累計	前年同期 (2021年7月期累計)		業績予想 (2022年7月期 通期)	達成率
		実績	増減率		
(単位: 百万円)					
売上高	13,120 (100.0%)	9,249 (100.0%)	41.9%	13,099 (100.0%)	100.2%
売上原価	10,062 (76.7%)	7,183 (77.7%)	40.1%	9,993 (76.3%)	100.7%
売上総利益	3,058 (23.3%)	2,065 (22.3%)	48.1%	3,106 (23.7%)	98.5%
販管費	2,265 (17.3%)	1,664 (18.0%)	36.1%	2,313 (17.7%)	97.9%
先行投資 (人件費/採用費/広告宣伝費)	1,519 (11.6%)	1,019 (11.0%)	49.1%	1,568 (12.0%)	96.9%
営業利益	793 (6.0%)	401 (4.3%)	97.6%	793 (6.1%)	100.0%
経常利益	772 (5.9%)	418 (4.5%)	84.3%	747 (5.7%)	103.3%
当期純利益	517 (3.9%)	341 (3.7%)	51.3%	500 (3.8%)	103.4%

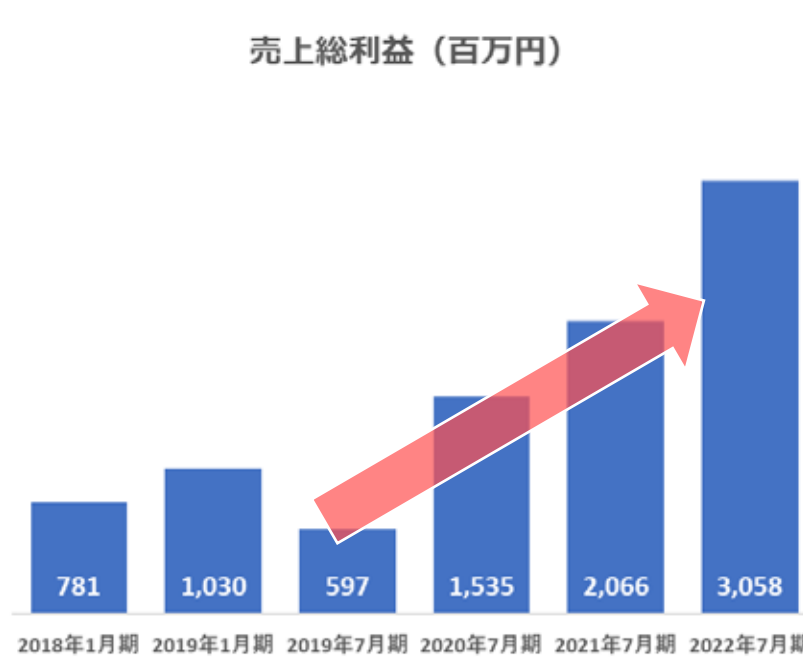
5-3. 売上高、売上総利益、営業利益の推移

- 2018年1月期以降、売上高、売上総利益は右肩上がりを継続
- 営業利益については、直近2期で大幅に改善

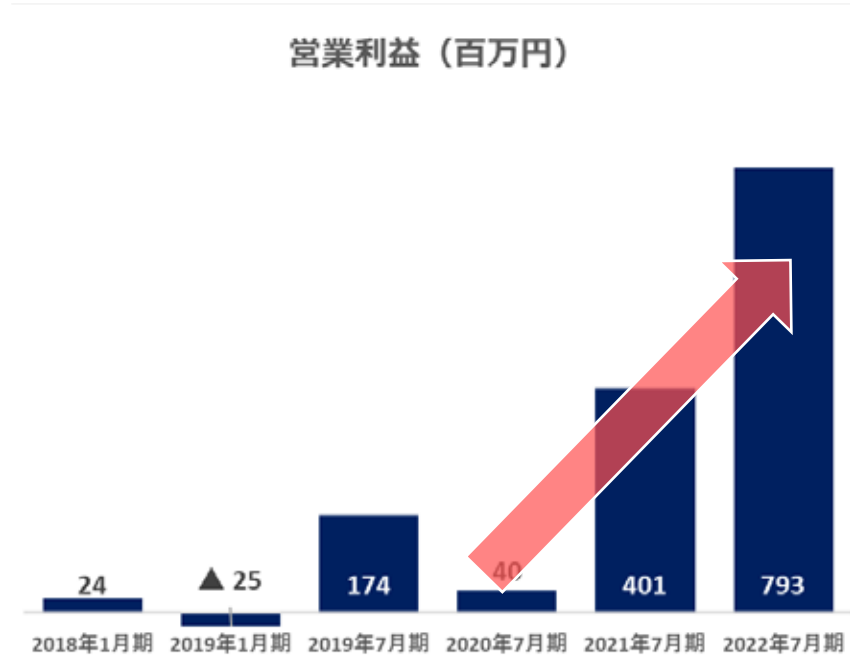
売上高（百万円）



売上総利益（百万円）



営業利益（百万円）



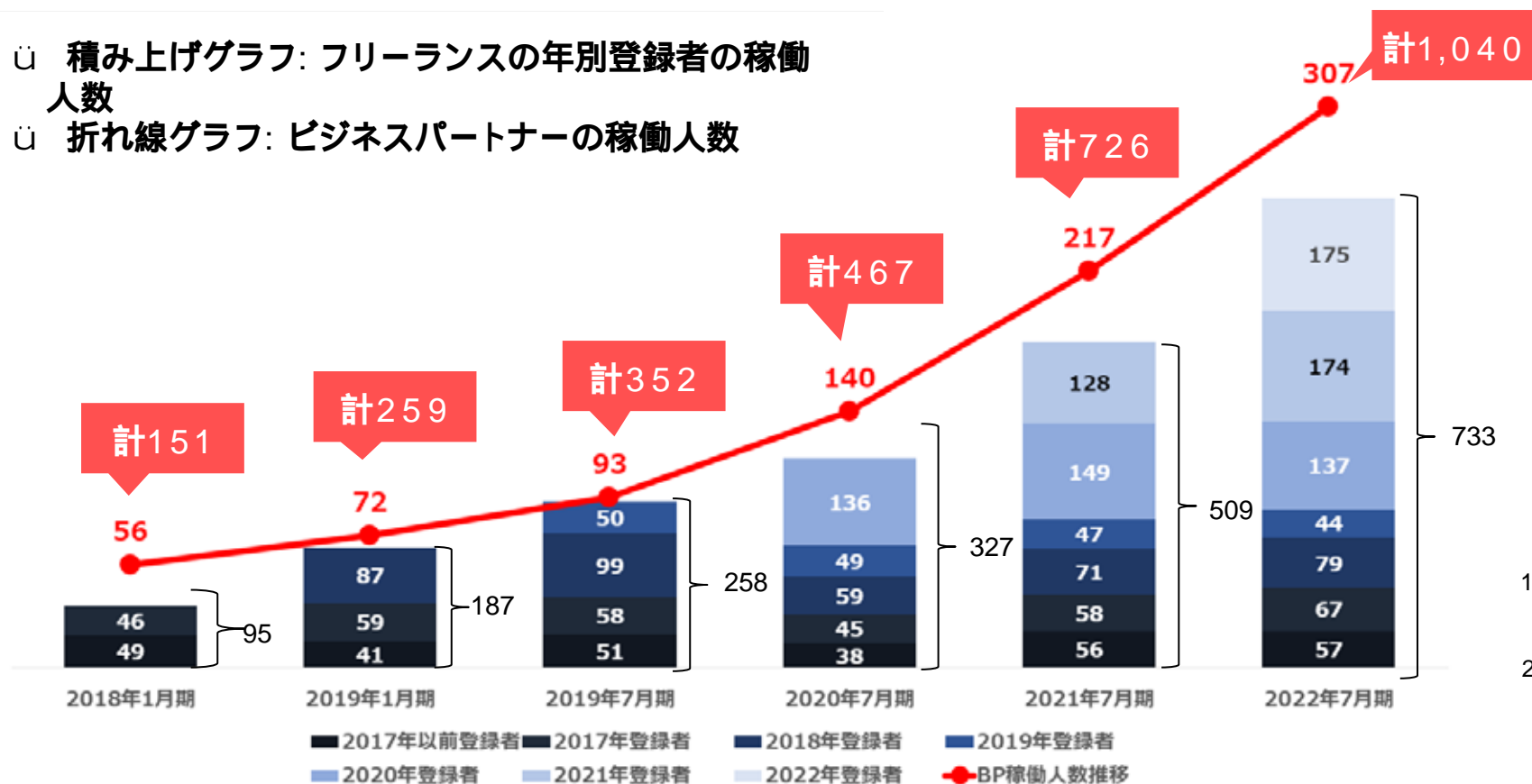
：2019年7月期は半期決算

5-4. フリーランス/ビジネスパートナーの稼働者数推移

- 過去の登録者も現在の売上に大きく貢献しており、当社のストックモデルの源泉となっている
- 当社の戦略としても、登録/アサインCPA¹のコントロールとモニタリング、LTV²の向上を目的としたリテンション強化を重要視し、安定的なストックモデルの実現を目指している
- また、ビジネスパートナー(BP)の稼働人数も順調に増加しており、引き続き連携強化を図っていく

積み上げグラフ: フリーランスの年別登録者の稼働人数

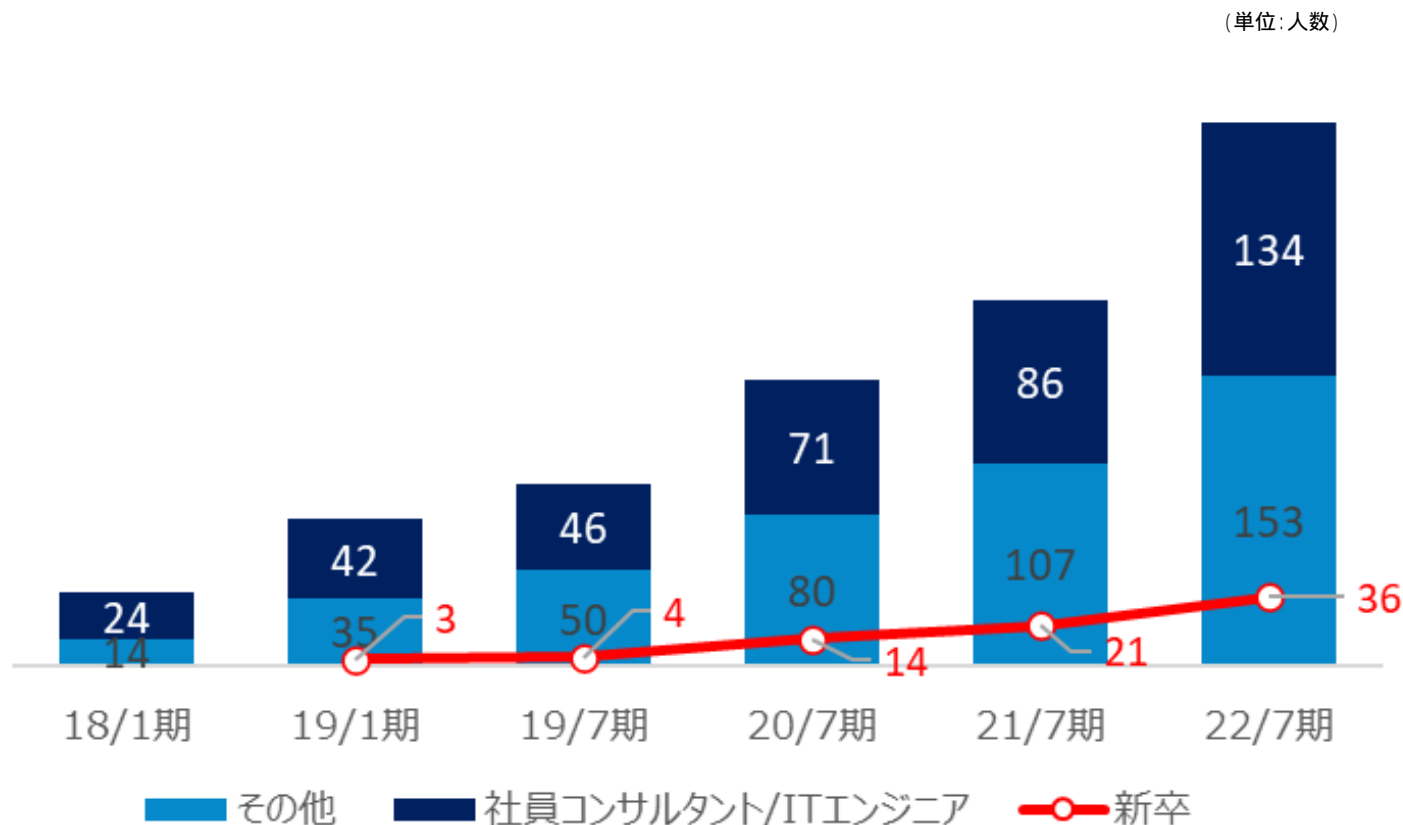
折れ線グラフ: ビジネスパートナーの稼働人数



1: CPAとは、Cost Per Actionの略で、訪問者が目標としているアクションを起こした状態(CV(コンバージョン))1件あたりにかかった広告費用を指す
2: LTVとは、Life Time Value(ライフタイムバリュー)の略で一人、あるいは一社の顧客が、特定の企業やブランドと取り引きを始めてから終わりまでの期間(顧客ライフサイクル)内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの

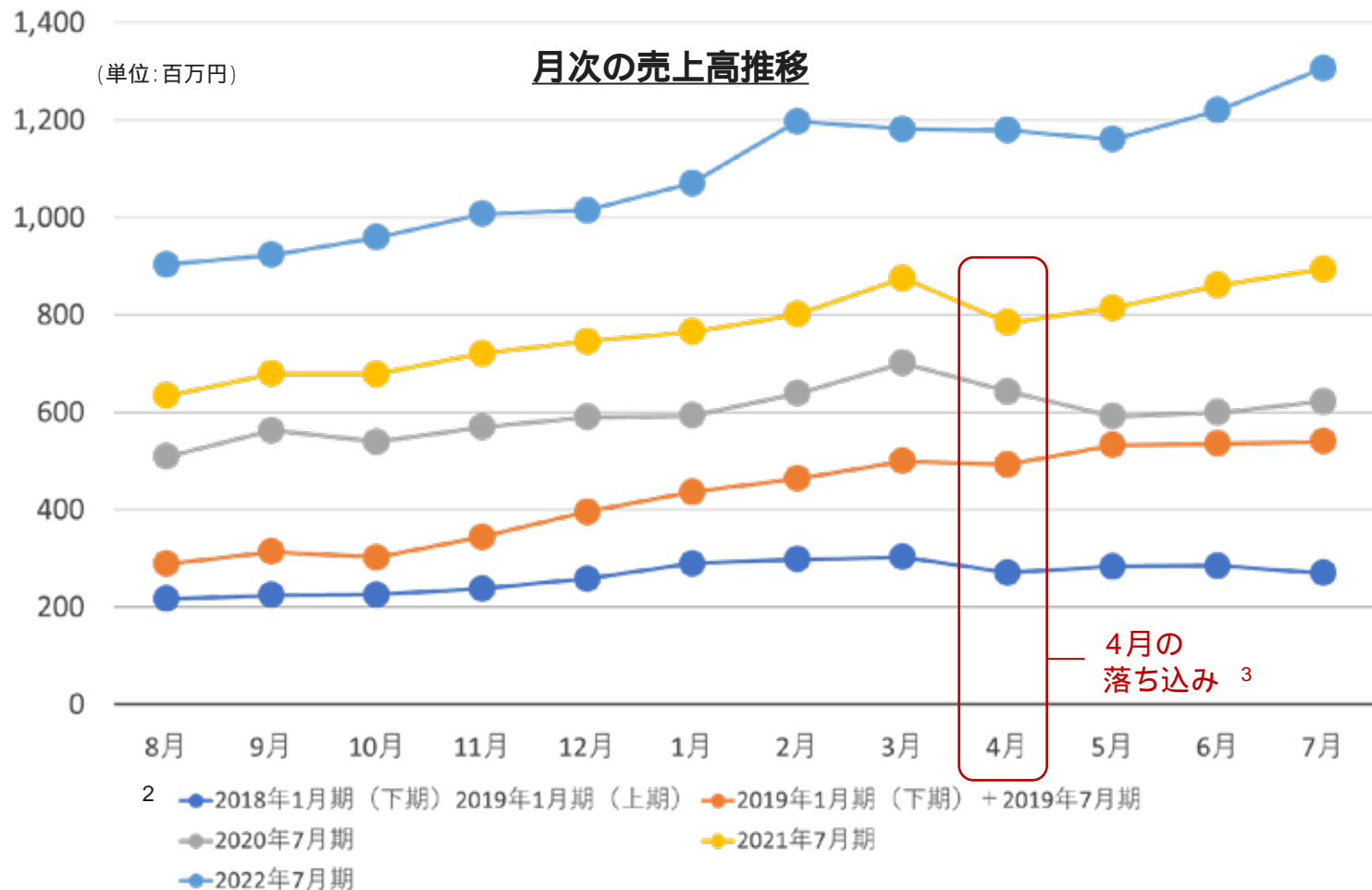
5-5. 社員数推移

- 成長継続のために**未経験者も含めて積極採用**を実施し、6期平均で前年比52%増を継続
- 新卒社員も積極的に採用し、中核を担う人材も育てている**
- 人材獲得競争が激化する中で、給与制度を変更し、競合他社と比較して低かった**報酬体系も変更し、中途採用も強化**



5-6. 過去の月次売上推移と四半期ごとの進捗率

- 月次の売上も、原則として前月を上回り、年間平均成長率は、34%¹
- 四半期においても、四半期ごとに売上は伸び、第1四半期の売上が低く、第4四半期が最も高い売上
- 季節変動要因としては、顧客企業の3月決算に伴う駆け込み需要の反動で売上が下がる傾向がある



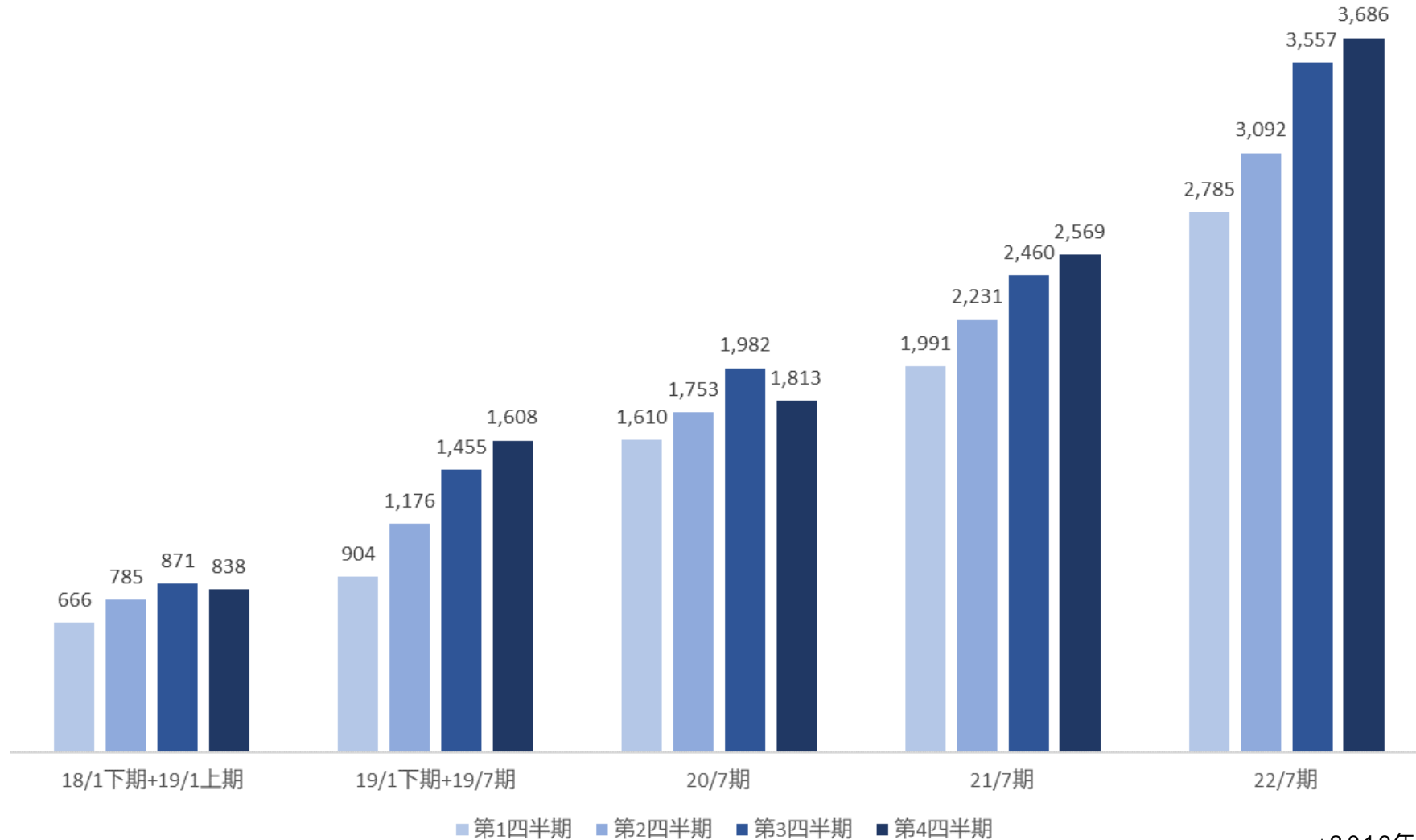
過去の四半期毎の売上高進捗率と対前四半期対比の平均成長率

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
FY18	21%	46%	73%	100%
FY19	18%	40%	69%	100%
FY20	22%	47%	75%	100%
FY21	22%	46%	72%	100%
FY22	21%	45%	72%	100%
平均進捗率	21%	45%	72%	100%
平均成長率		24%	27%	28%

1 平均成長率は17年2月期～21年7月期の実績より算出
 2 19年度に決算月を2月から7月に変更しており、現在は8月開始だが、売上成長率のトレンドがわかりやすい過去決算月に
 3 季節的な変動の要因としては、顧客企業の3月決算に伴う駆け込み需要の影響がある。そのため、4月が前月比を大きく下回る傾向がある

5-7. 参考: 四半期ごとの売上高の推移

I コロナ禍の時期を除き、2019年以降は前四半期を上回る成長を続けている



: 2019年7月期は半期決算

5-8. 23年7月期業績予想

1 23年7月期においても、先行投資と売上総利益率を適切にコントロールし、**売上高の30%成長と利益率向上**を目指す

	業績予想 (2023年7月期 通期)	前年同期 (2022年7月期累計)	
		実績	増減率
(単位: 百万円)			
売上高	17,051 (100.0%)	13,120 (100.0%)	30.0%
売上原価	12,879 (75.5%)	10,062 (76.7%)	28.0%
売上総利益	4,172 (24.5%)	3,058 (23.3%)	36.4%
販管費	2,979 (17.5%)	2,265 (17.3%)	31.5%
先行投資 (人件費/採用費/広告宣伝費)	2,193 (12.9%)	1,519 (11.6%)	44.4%
営業利益	1,193 (7.0%)	793 (6.0%)	50.4%
経常利益	1,199 (7.0%)	772 (5.9%)	55.3%
当期純利益	801 (4.7%)	517 (3.9%)	54.9%

2023年7月期の業績予想における前提条件

- 稼働人数¹ 1,231名 (+191名)
- デリバリー正社員² 200名 (+66名)

- 人件費 1,330百万円 (+40.3%)
- 採用費 448百万円 (+76.7%)
- 広告宣伝費 445百万円 (+30.9%)

【参考】上場時調達した資金の使用状況

22/9/14時点の業績予想 対 22/6/29付訂正届出書			
・採用費:	448百万円	vs	250百万円
・広告宣伝費:	445百万円	vs	300百万円
・システム開発費:	118百万円	vs	100百万円

1: フリーランス及びビジネスパートナー
2: コンサルティングサービスに従事する正社員

2023年7月期の注力ポイントは以下の通り

事業拡大戦略

マーケティング

新規顧客獲得と顧客生涯価値(LTV)の最大化



既存顧客とのパートナーシップ強化

顧客の人材調達部門の一翼を担うべく既存の主要顧客との関係を強化し、一顧客当たりの売り上げ増を狙う



ビジネスパートナーのネットワーク強化

コンサルタント/ITエンジニアを当社提供するソフトウェアハウス等のビジネスパートナーとの関係を営業面、オペレーションの支援も行うことで強固なネットワーク化を図る

ターゲティング

中堅企業への積極的アプローチ



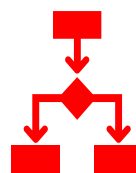
一気通貫支援型案件の拡大

コンサルティング営業専任組織を拡充し、中堅企業以上に対し、一気通貫での支援案件を開拓し、顧客と長期での関係を構築する

経営基盤の強化

KPIマネジメントの高度化

各業務プロセスにおけるKPIを連動して管理し、指標の変化に対するアクションまでを定義する「KPIマネジメント」の高度化を推進し、属人化を排した経営判断の省力化を図る



マネジメント層の育成と採用

さらなる成長を加速させるために、大規模組織に耐えうるマネジメント層の育成ならびに採用を強化する

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	影響度	当該リスクへの対応策
<p>競合他社の動向について</p> <p>当社のプロフェッショナル人材ソリューションサービス及びコンサルティングサービスは、特別な許認可や独自のテクノロジー等を用いるものではないため、その意味において参入障壁は高くありません。しかし、新規事業や業務改革など様々な経営課題を抱える顧客企業に対して行う提案やプロジェクトの推進には、業務に対する相応の知見の他、専門性の高いプロフェッショナル人材を適切にデリバリーするノウハウ等が必要です。しかしながら、資本力のある事業者やより先進的な事業展開を行う事業者等の新規参入等により競合状況が激化した場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	当社では、高い専門性を有したプロフェッショナル人材を確保することに加え、ビジネスの現場における知見や人材データベースの蓄積及び品質維持・向上のための教育等の取り組みを継続的に行っており、これにより競合他社との差別化を図っております。また、Webを中心としたマーケティングに力を入れることで認知度の向上を図り、インバウンドでの顧客獲得ができております。
<p>プロフェッショナル人材の確保について</p> <p>当社の事業展開においては、高い専門性を有したプロフェッショナル人材を継続的に確保することが必要不可欠であります。しかしながら、これら人材の確保が当社の計画どおりに進まず、一定数の人材を確保できなくなった場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	大	当社では、フリーランス人材(コンサルタント/ITエンジニア)との接点の確保、コミュニケーションの強化による囲い込みを重要課題と認識し、既存及び新規顧客企業への営業を行う社員、プロジェクトの業務責任者となる社員、プロフェッショナル人材と積極的にコミュニケーションを取る専任スタッフ等の採用活動の強化及び教育研修による育成を図るべく、人事部門の強化を積極的に推進しております。
<p>品質について</p> <p>当社が事業を展開するコンサルティングやシステム開発支援においては、品質管理が重要であると考えております。コンサルティングは知識集約ビジネスであり、コンサルタントのサービスレベルが品質に直結し、システム開発支援においては顧客の求める機能要件等を十分に満たすことが必要となります。しかしながら、顧客が期待する品質のサービスが提供できない場合には、契約の継続性に支障をきたすなど、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	当社では、顧客企業への提案前に社内レビューを充実させることや、システム開発支援など成果物が重要なケースは契約開始後も定期的に有識者の確認を行うなど、品質管理のための手続きを整備するとともに、当社社員及びフリーランス人材への教育等により、品質維持・向上を図っております。
<p>機密情報の管理について</p> <p>当社が事業を展開するコンサルティングやシステム開発支援においては、顧客の事業戦略策定や基幹システム開発等に携わることから、機密性の高い情報を扱う機会が多くあります。万が一、顧客の機密情報等の流出・漏洩が生じた場合には、当社に対する社会的信用が損なわれ、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	中期	小	当社では、当社社員及びフリーランス人材に対して入社・登録時及び定期的に機密情報の取扱いに関する指導・教育を行っております。加えて、当社情報システム内のアクセスログを監視することにより不正挙動の検出を図り、システムの責任者にメールを自動送信する運用を行っております。

上記の主要なリスク以外は、有価証券届出書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

添付資料

用語	内容
DX	Digital Transformation の略称であり、デジタル技術により産業構造や人々の生活を変革させることを指します。
SAP	ドイツのSAP SE社が開発・提供するソフトウェアであり、基幹システムとして、企業のシステムに広く利用されるものです。
PMO	Project Management Office の略称であり、組織内で実行される個々のプロジェクトに、横串を通して統括的な管理やサポートを行うための機能または部署やチームのことを指します。
UI	User Interface の略称であり、ユーザー（利用者）と製品やサービスとのインターフェース（接点）のことを意味し、ここではサービスサイトの見た目や、使いやすさのことを指します。
上流工程・ 下流工程	上流工程とは、システム開発・設計における初期の工程を指し、計画立案や要件定義などが行われます。それに対し、プログラミングなどを含む開発工程を下流工程と呼びます。
PMI	Post Merger Integration の略称であり、M&Aによる統合効果を確実にするための、統合プロセスとマネジメントのことを指します。
SCM	Supply Chain Management の略称であり、原材料が調達されてから商品が消費者に渡るまでの生産・流通プロセスのことを指します。
CRM	Customer Relationship Management の略称であり、顧客との関係性、コミュニケーションを管理し、自社と顧客との関係を一元的に把握できるようにすること及びそのために使われるシステムやツールのことも指します。
ERP	Enterprise Resources Planning の略称であり、企業経営の基本となる資源を適切に分配、有効活用する計画策定を支援する統合的なシステムのことを指します。
BPR	Business Process Reengineering の略称であり、業務プロセスを根本的に見直し、再設計することを指します。
BPM	Business Process Management の略称であり、業務プロセスの現状を把握し、変更や改善を行うことで、本来あるべきプロセスに継続的に近づけていくための業務管理手法を指します。
RPA	Robotic Process Automation の略称であり、ソフトウェアロボットを使って、パソコン等を使ったデスクワーク等の業務を自動化するテクノロジーや取り組みのことを指します。

1 当社のビジネスモデルにおいて、他社のコンサルティング会社と比較される論点を踏まえて、当社のビジネスモデルと戦略の方向性について補足する

顧客属性について

コンサルファーム
/Sier

事業会社

売上比率 8 : 2

売上総利益率 20% ~ 案件難易度に応じて個別設定

稼働者について

フリーランス/BP

正社員

稼働人数 9 : 1

全方位戦略

- 常時数千件の案件ニーズがあるため、2次請も含めて、**全方位での取引で売上拡大**を目指す
- コンサルティングから開発まで**案件の種類/数が多様**であることがフリーランスを引き付ける強みとなる

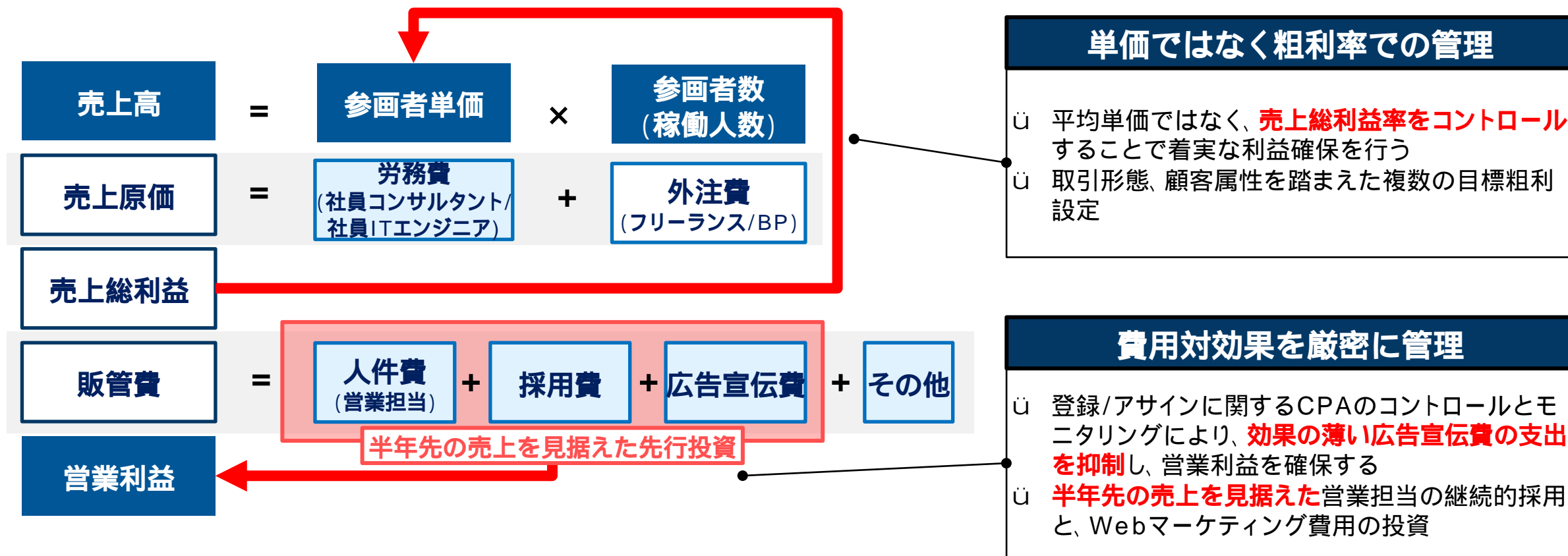
需給に応じた報酬の適正化

- フリーランスの要求する**高い報酬水準**に応えることがフリーランスの確保に重要
- 市場価格を踏まえた価格設定**により、粗利率の向上を目指す

全体として稼働人数増

- 社員増と同時に、**フリーランス・BPの稼働人数拡大に注力**し、**全体としての売上拡大**を目指す (社員採用が計画通りが進まない場合や社員の稼働率が与える影響は軽微)

I 他社のフリーランス等の人材系企業との比較を踏まえて、当社の特徴について補足する



本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、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もありません。

次回の開示予定は、2023年10月を予定しております。