

# 2023年7月期 第1四半期 決算説明資料

**intloop**

2022年12月

INTLOOP株式会社

(証券コード：9556 / 東証グロース)

# Index

---

1. 業績ハイライト
2. 各指標の概況
3. 今後の方針
4. ご参考

# 1. 業績ハイライト

---

- ✓ 1Qは、巡航速度で売上が拡大し、前年同期比**43.1%増**、前Q比**8.1%増**となり、利益をけん引
- ✓ 報酬設計の変更により、営業利益率が前年同期比3pt、前Q比2.8pt**一時的に改善**(詳細はP.8)

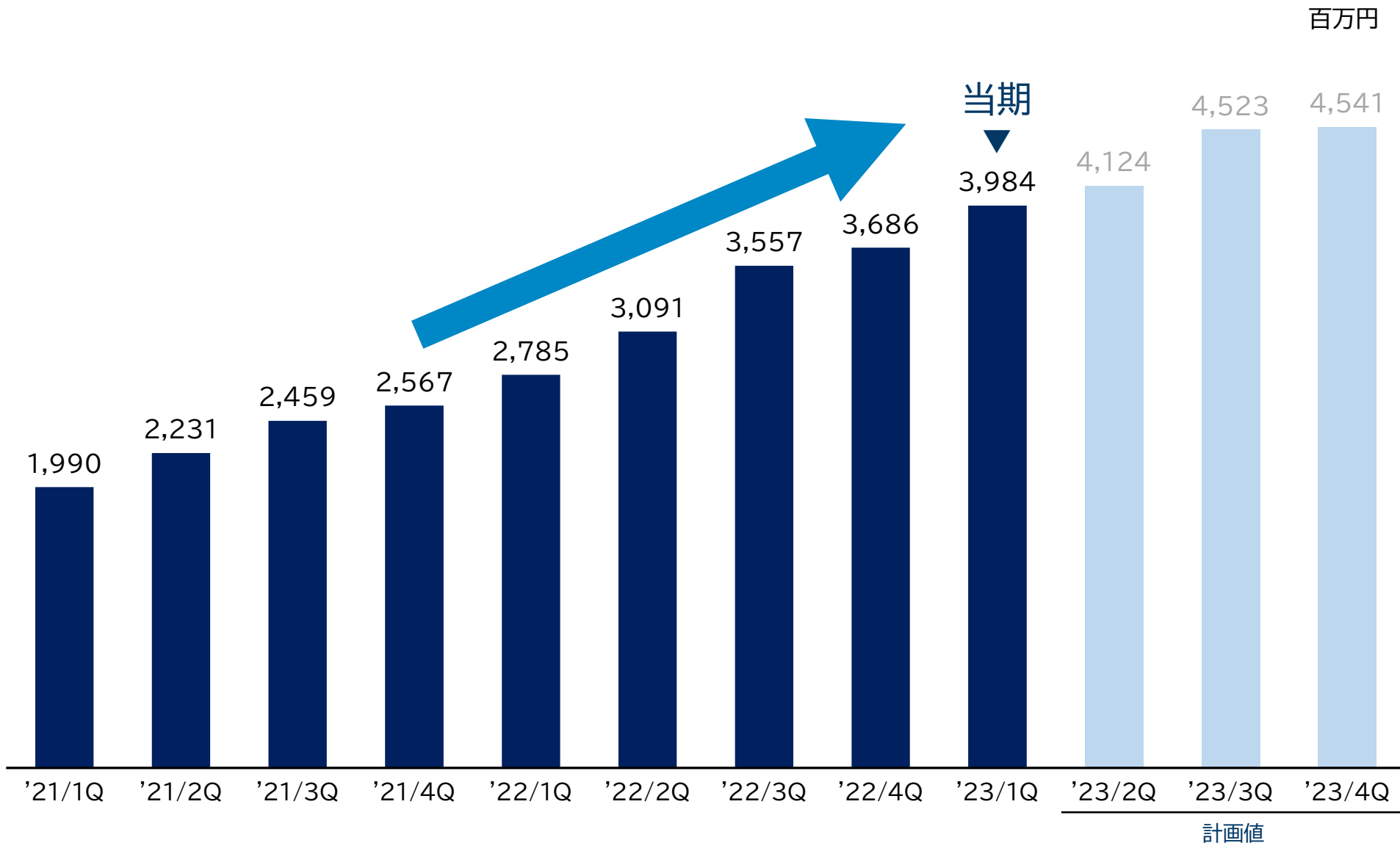
百万円/%

	当期 '23/1Q 実績	前年同期比 '22/1Q		前四半期比 '22/4Q	
		実績	実績比	実績	実績比
売上高	3,984	2,785	43.1%	3,686	8.1%
売上原価	3,031	2,150	41.0%	2,854	6.2%
売上総利益	953	634	50.3%	831	14.7%
販売費及び一般管理費	612	480	27.5%	619	-1.1%
営業利益	340	153	122.2%	212	60.4%
営業利益率	8.5%	5.5%	+3.0pt	5.8%	+2.8pt
経常利益	340	151	125.2%	193	76.2%
四半期純利益	224	97	130.9%	130	72.3%

## 2. 各指標の概況

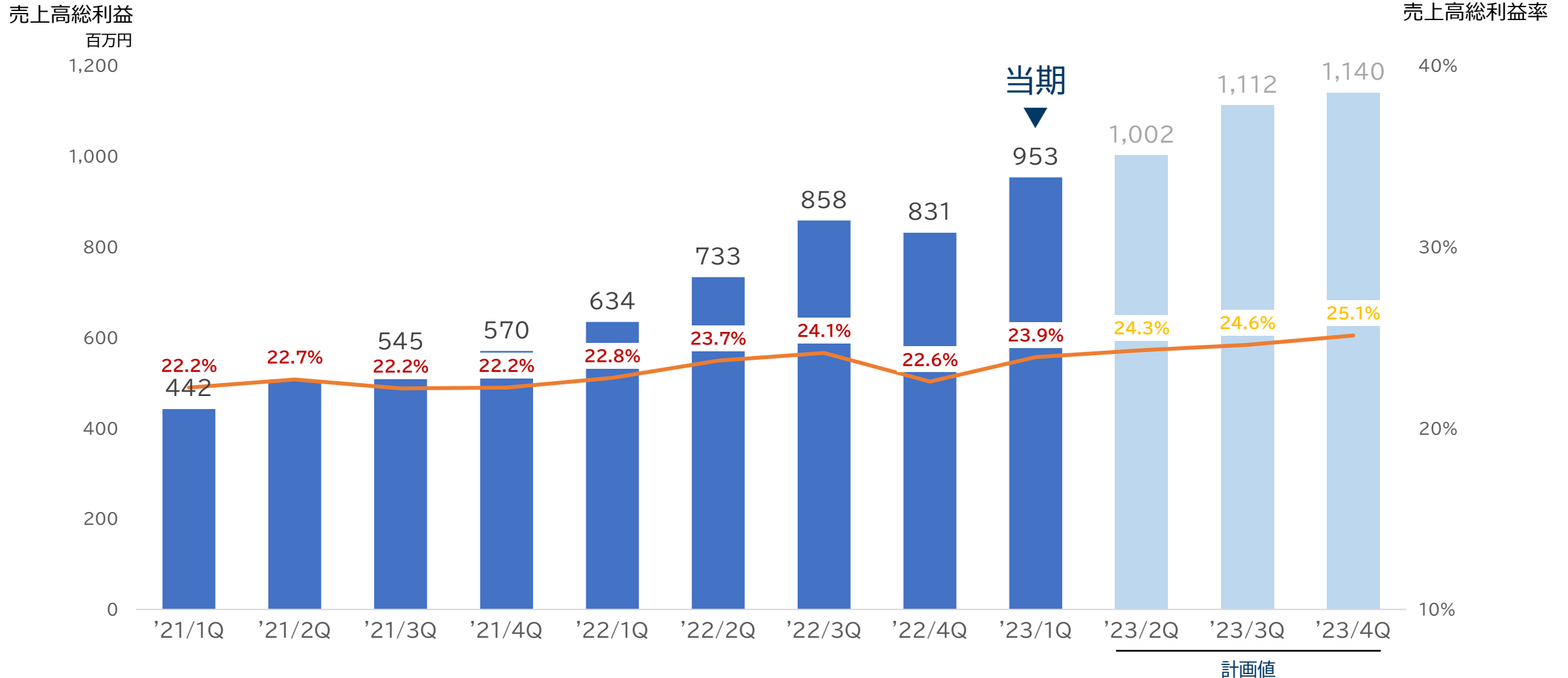
---

✓ 1Qの売上高は、前年同期対比で**40%増**、前四半期対比で**8%増**で、順調に推移

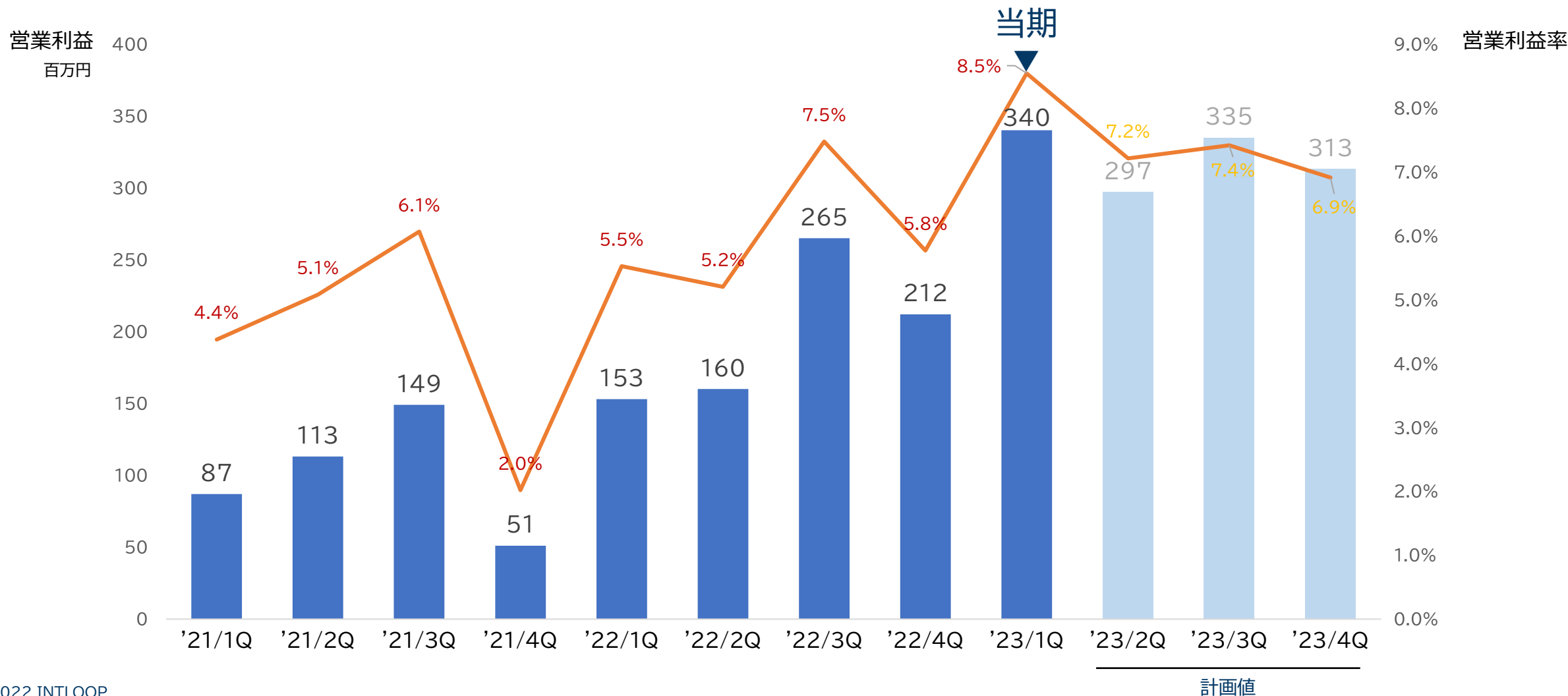


# 売上総利益及び利益率の四半期推移

✓ 売上総利益率は前期に比べ、**1pt**を超える滑り出し、期末に向けさらに**1pt**改善見込み



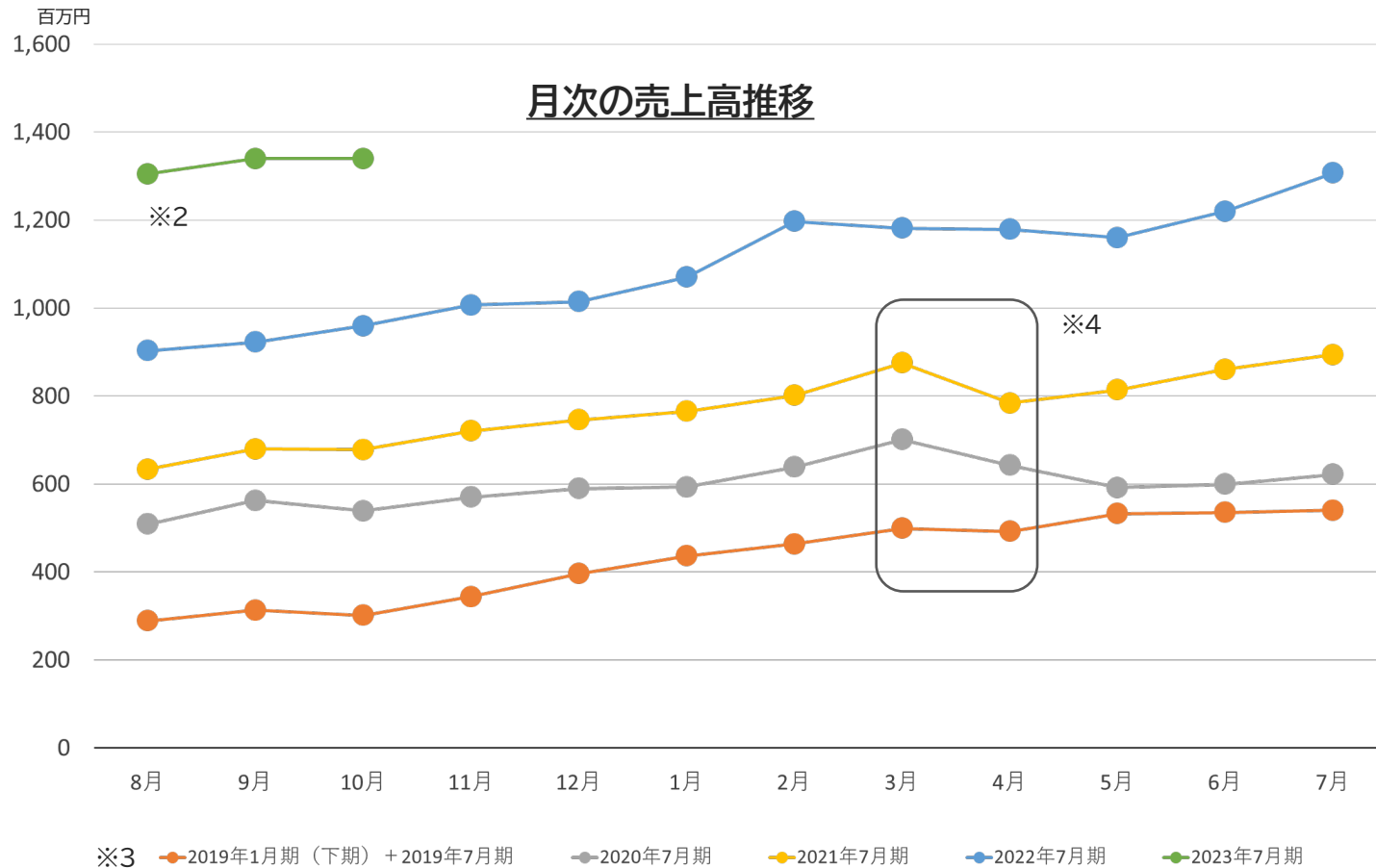
- ✓ 営業利益率は前年同期で**3pt**の大幅改善、要因は1Qに賞引未発生&固定費(人件費)の希薄化
- ✓ 4Qは、新卒人件費、研修費が発生し、営業利益率は低い傾向





# 過去の月次売上推移と四半期ごとの進捗率

- ✓ 月次売上は、概ね前月を上回り、年間平均成長率は、34%※1
- ✓ 四半期ごとに売上は伸びるが、1Qの売上の伸び率が低く、4Qが最も高い売上となる
- ✓ 23/7期通期計画に対する1Qの進捗率は、23%で例年より高い



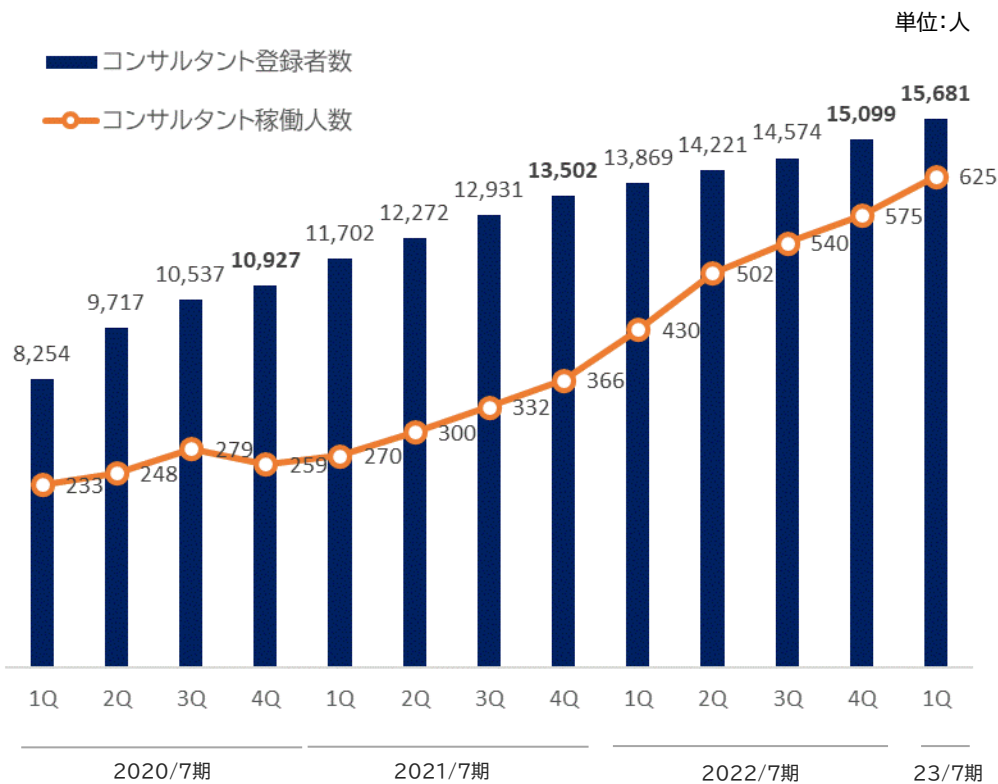
過去の四半期毎の売上高進捗率と  
対前四半期対比の平均成長率

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
21/7期	22%	46%	72%	100%
22/7期	21%	45%	72%	100%
<b>23/7期</b>	<b>23%</b>			
<b>平均進捗率</b>	<b>21%</b>	<b>45%</b>	<b>72%</b>	<b>100%</b>
<b>平均成長率</b>		<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>

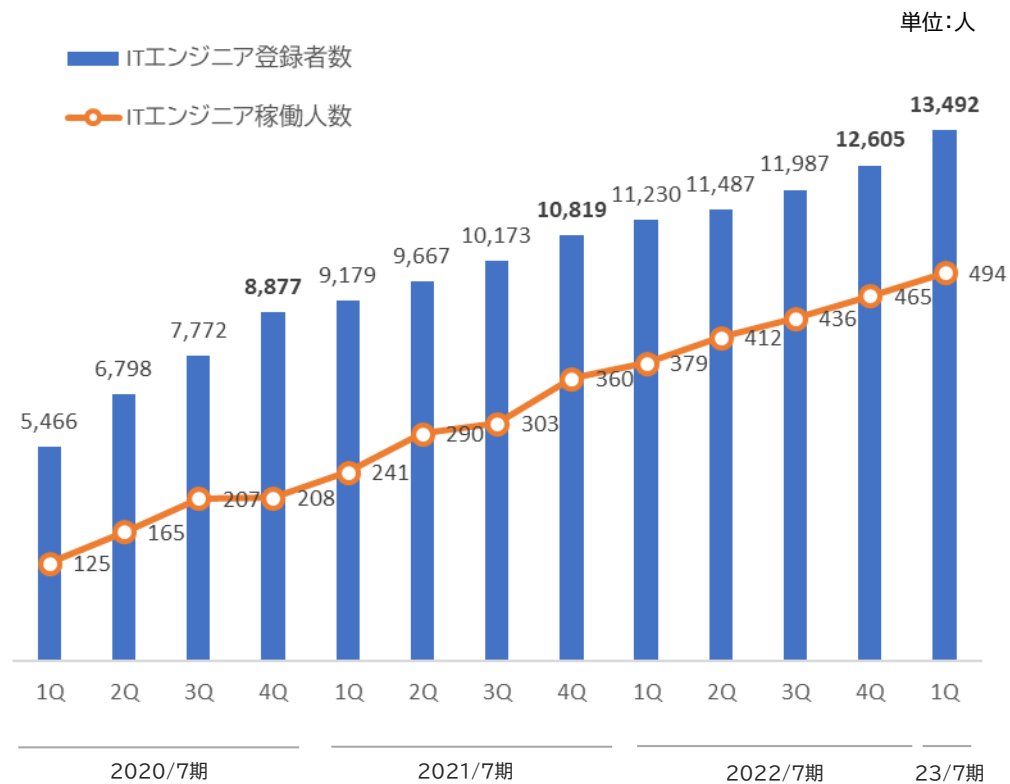
- ※1 平均成長率は17年2月期～21年7月期の実績より算出
- ※2 転職、請負案件の売上が単月で計上されている
- ※3 19年度に決算月を2月から7月に変更しており、現在は8月開始だが、売上成長率のトレンドがわかりやすい過去決算月にてグラフ作成
- ※4 季節的な変動の要因としては、顧客企業の3月決算に伴う駆け込み需要の影響がある。そのため、4月が前月比を大きく下回る傾向がある
- ※5 平均進捗率は20年7月期～22年7月期の実績より算出

- ✓ 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**  
(人数については、その他開示資料に合わせて、四半期末時点の数字に変更)

## コンサルタント数

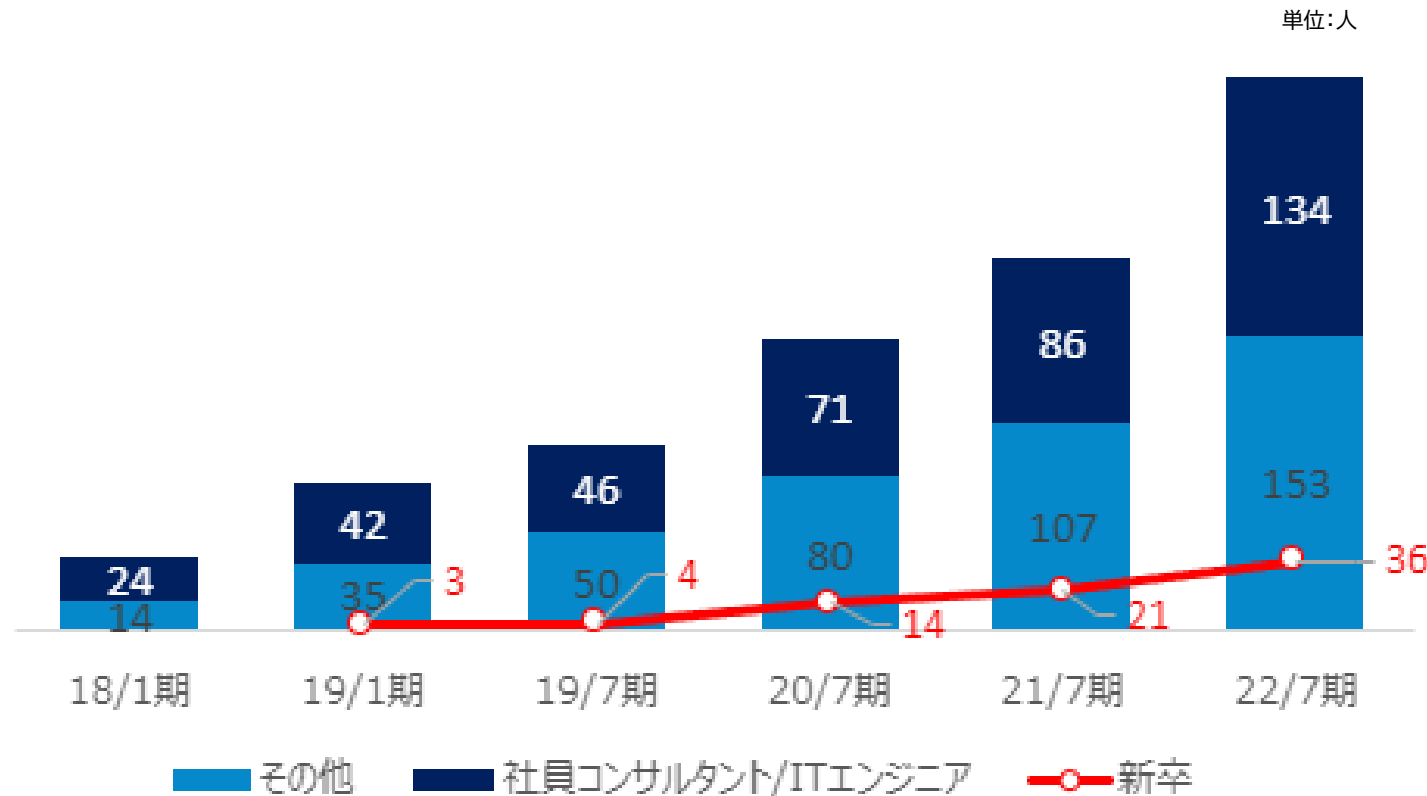


## ITエンジニア数



※1: 稼働人数には当社社員含まず、四半期末時点の実績値

- ✓ 成長継続のために未経験者も含めて積極採用を継続中
- ✓ 1Qの採用実績は合計35名(なお、23年4月入社予定の新卒者数は合計65名)



採用実績 (1Q)	
デリバリー社員※	20名
営業その他	15名

従業員数  
(2022年10月末時点) **311名**

# 3. 今後の方針

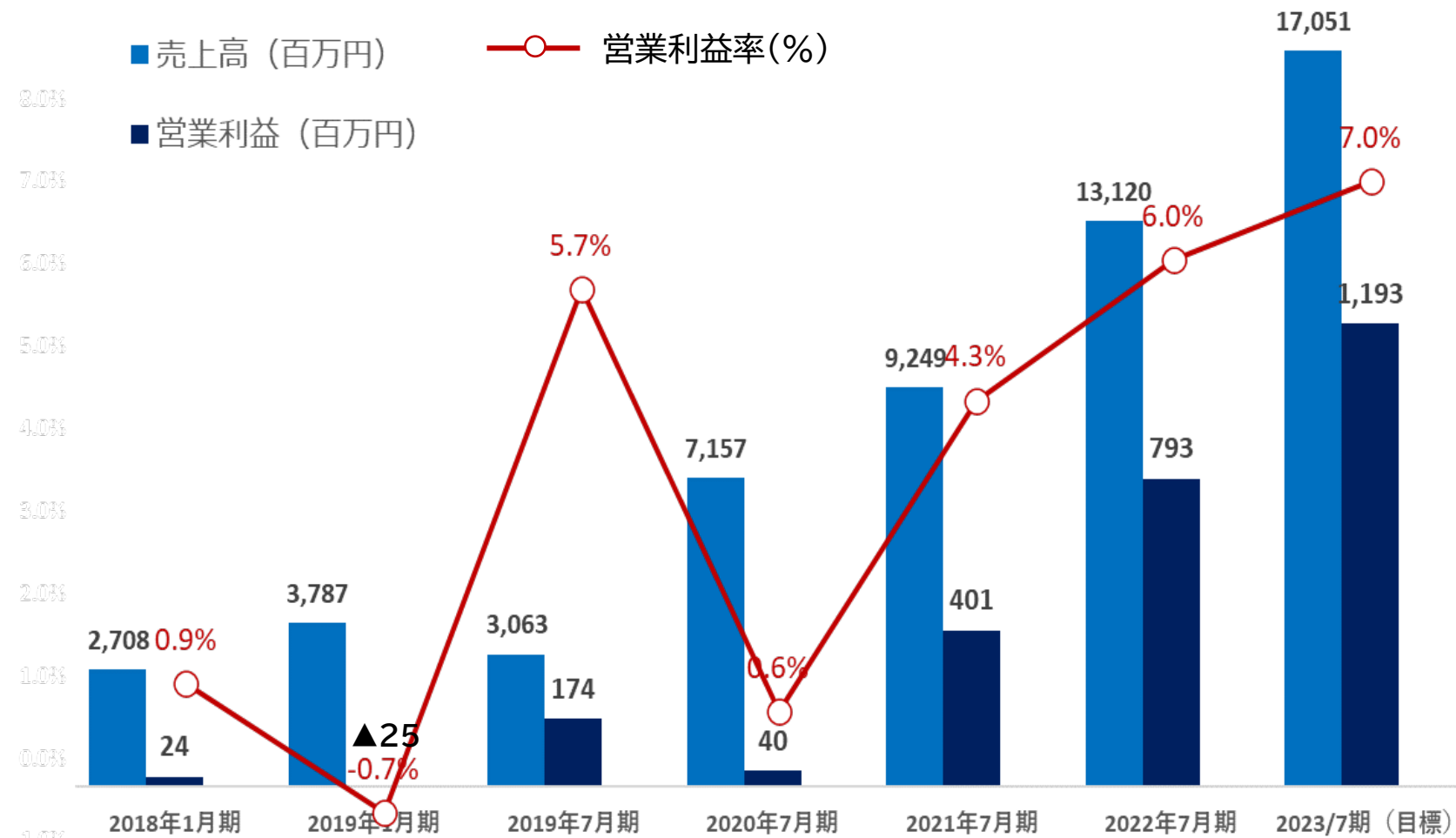
---

## 23/7期通期 目標

**売上高**  
**17,051**  
(+30.0%)

**営業利益**  
**1,193**  
(+50.5%)

**営業利益率**  
**7.0%**  
(+1.0pt)



### 2023年7月期の業績予想における前提条件

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

- ・ 人件費 40.3%増
- ・ 採用費 76.7%増
- ・ 広告宣伝費 30.9%増

※: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

## 営業施策



### 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



### 既存顧客とのパートナーシップ強化

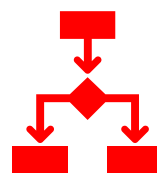
顧客の人材調達部門の一翼を担うべく既存の主要顧客との関係を強化し、一顧客当たりの売り上げ増を狙う



### 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

## 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

# 損益計算書(23年7月期第1四半期)-業績予想対比

業績予想に対する進捗率としては、**売上高で23%を超え**、過去実績と比較しても順調に推移

百万円	実績 '23/1Q	業績予想 '23年通期	達成率
売上高	3,984 (100.0%)	17,051 (100.0%)	23.4%
売上原価	3,031 (76.1%)	12,879 (75.5%)	23.5%
売上総利益	953 (23.9%)	4,172 (24.5%)	22.8%
販管費	612 (15.4%)	2,979 (17.5%)	20.5%
先行投資 (人件費/採用費/広告宣伝費)	424 (10.6%)	2,193 (12.9%)	19.3%
営業利益	340 (8.5%)	1,193 (7.0%)	28.5%
経常利益	340 (8.5%)	1,199 (7.0%)	55.3%
当期純利益	224 (5.6%)	801 (4.7%)	54.8%

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
21/7期	22%	46%	72%	100%
22/7期	21%	45%	72%	100%
23/7期	23%			
平均進捗率	21%	45%	72%	100%

2022年11月25日、KDDI Digital Divergence Holdings株式会社とKDDI Digital DivergenceグループのKDDIアジャイル開発センター株式会社との業務提携を発表

地方リモート、シニア人材、多種多様な働き方を希望されるフリーランス活用などDX人材の多面的な採用、育成、及び各種案件にて協業

第一弾として、DXを推進する人材の不足の課題をもつ企業に対し、人材支援・教育を通じて、圧倒的なスピードでお客様企業のDX化と内製化を支援するサービス提供を開始

## INTLOOP×KAGが提供するDX・内製化支援サービスの内容

多種多様な  
フリーランス  
人材提供

組織を強化し、  
お客様の要望に  
柔軟に対応

スピーディー＆  
高品質システム  
開発

内製開発の支援

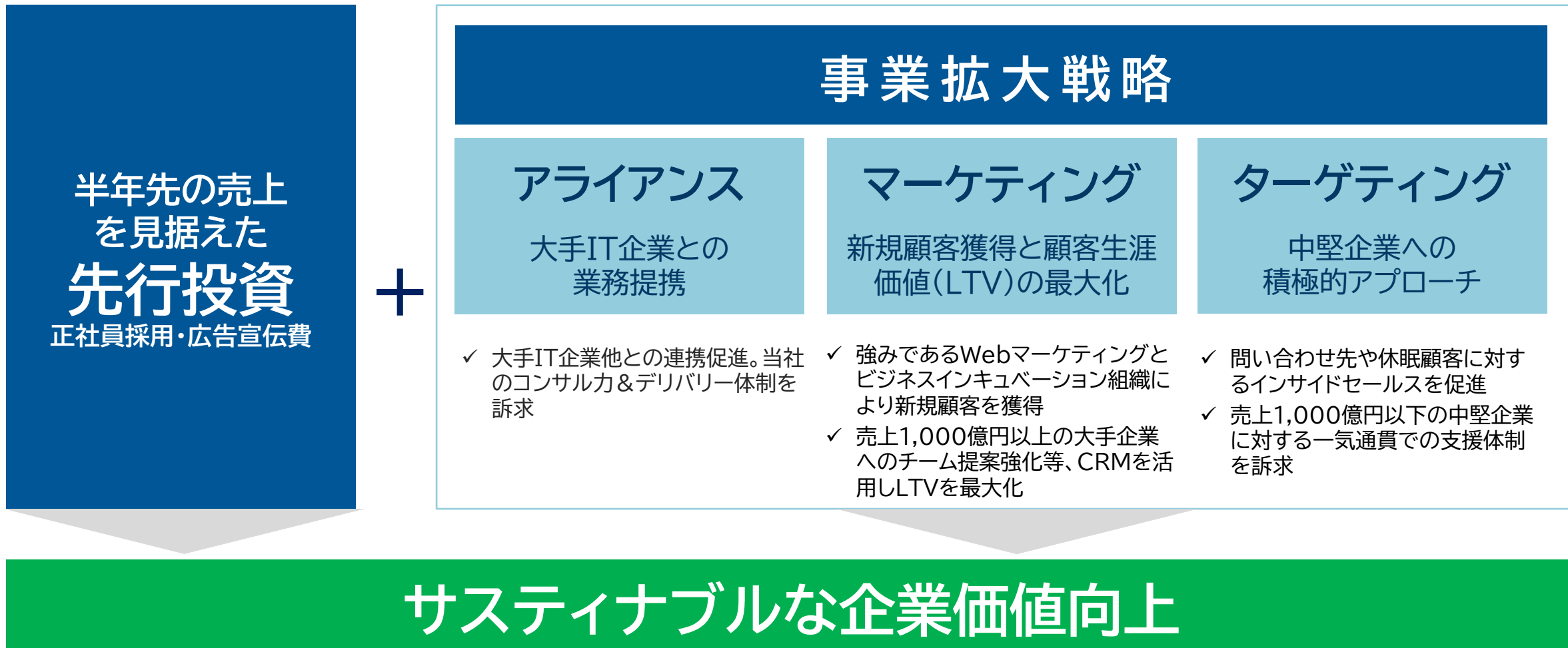
継続的な  
成長の支援



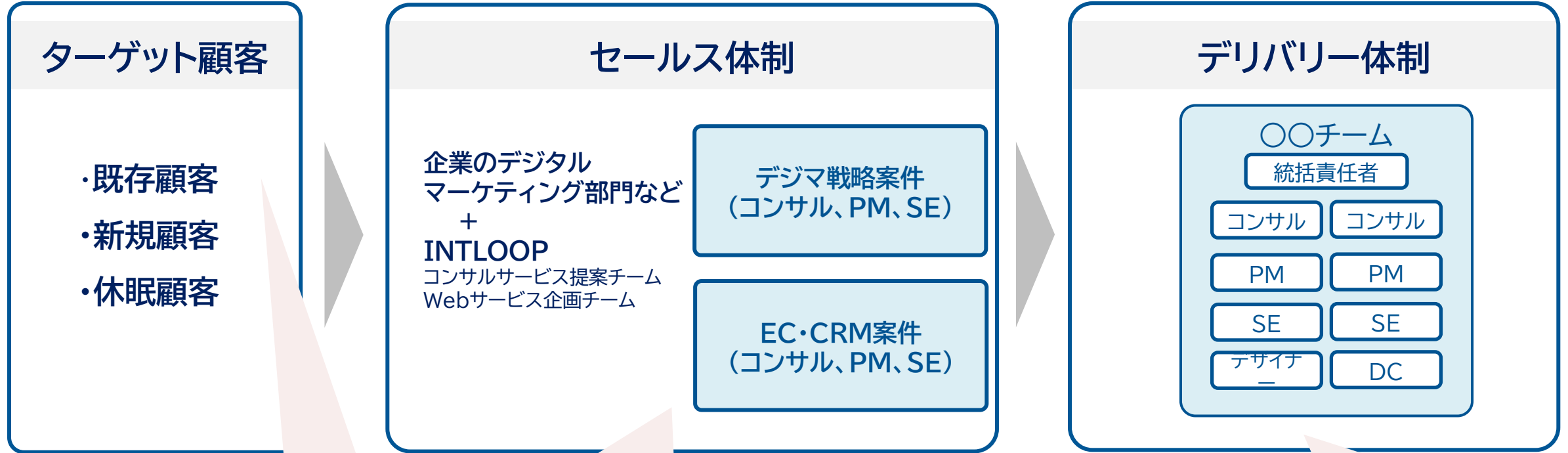
## 4. ご参考 - 成長戦略

---

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。



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・デリバリー両面で人材支援を実施

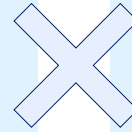


支援内容	1. 営業・企画提案支援	2. コンサル支援	3. PMO・ITエンジニア人材支援
	<ul style="list-style-type: none"><li>・ターゲット顧客に対する訪問同行</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・戦略立案レベルでのソリューション営業検討</li><li>・企画提案書作成のサポート</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・協業先側で責任者や技術者等で体制構築</li><li>・不足要員を当社コンサルティングサービスやプロフェッショナル人材ソリューションサービスで補充</li></ul>

当社の強みであるWebマーケティング(オンラインマーケティング)に加えて、セミナー等のオフラインのマーケティング施策により、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
- コンテンツマーケティング
- 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……

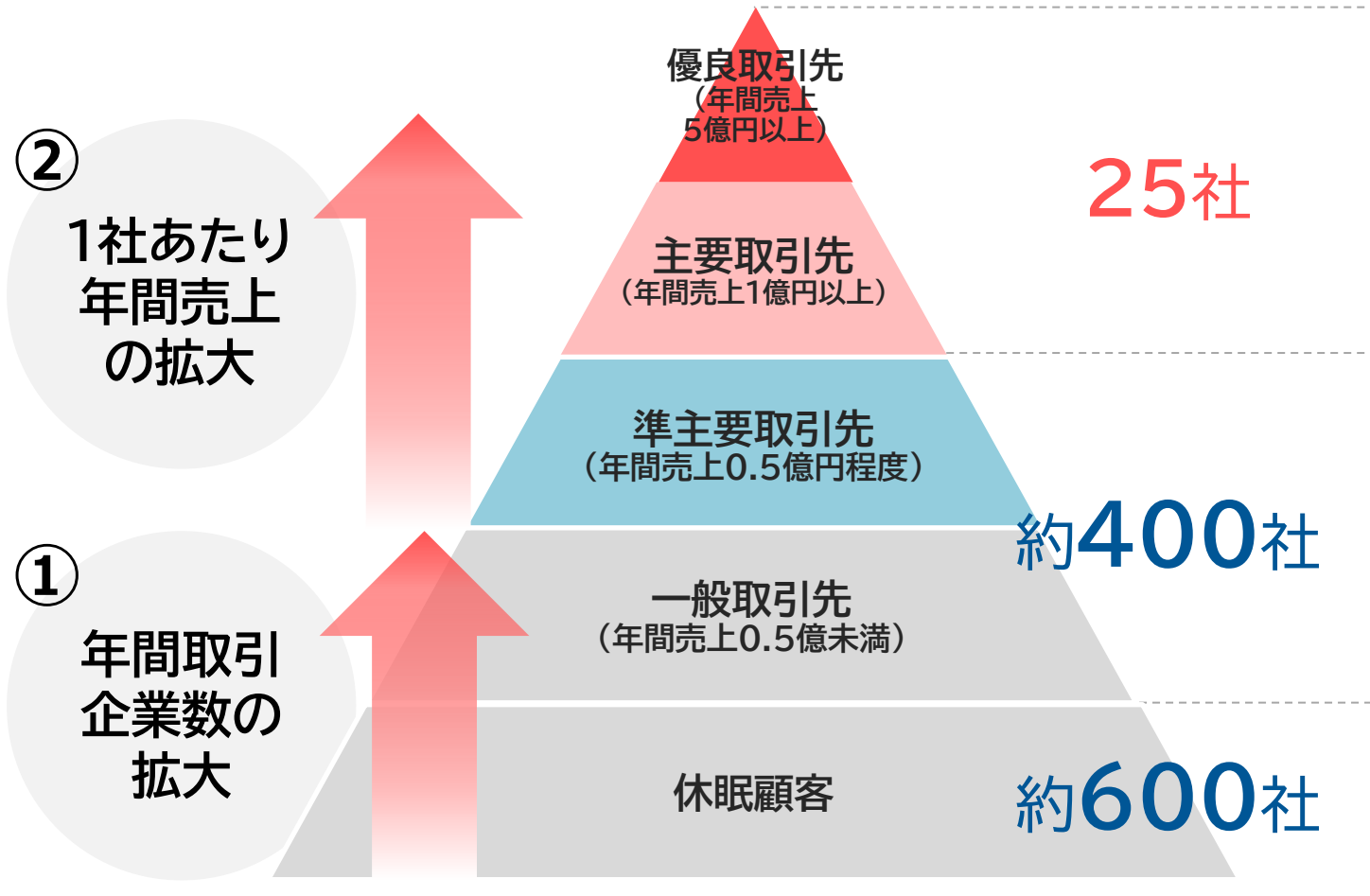
OMO(Online Merges with Offline)

## 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

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)

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(②)

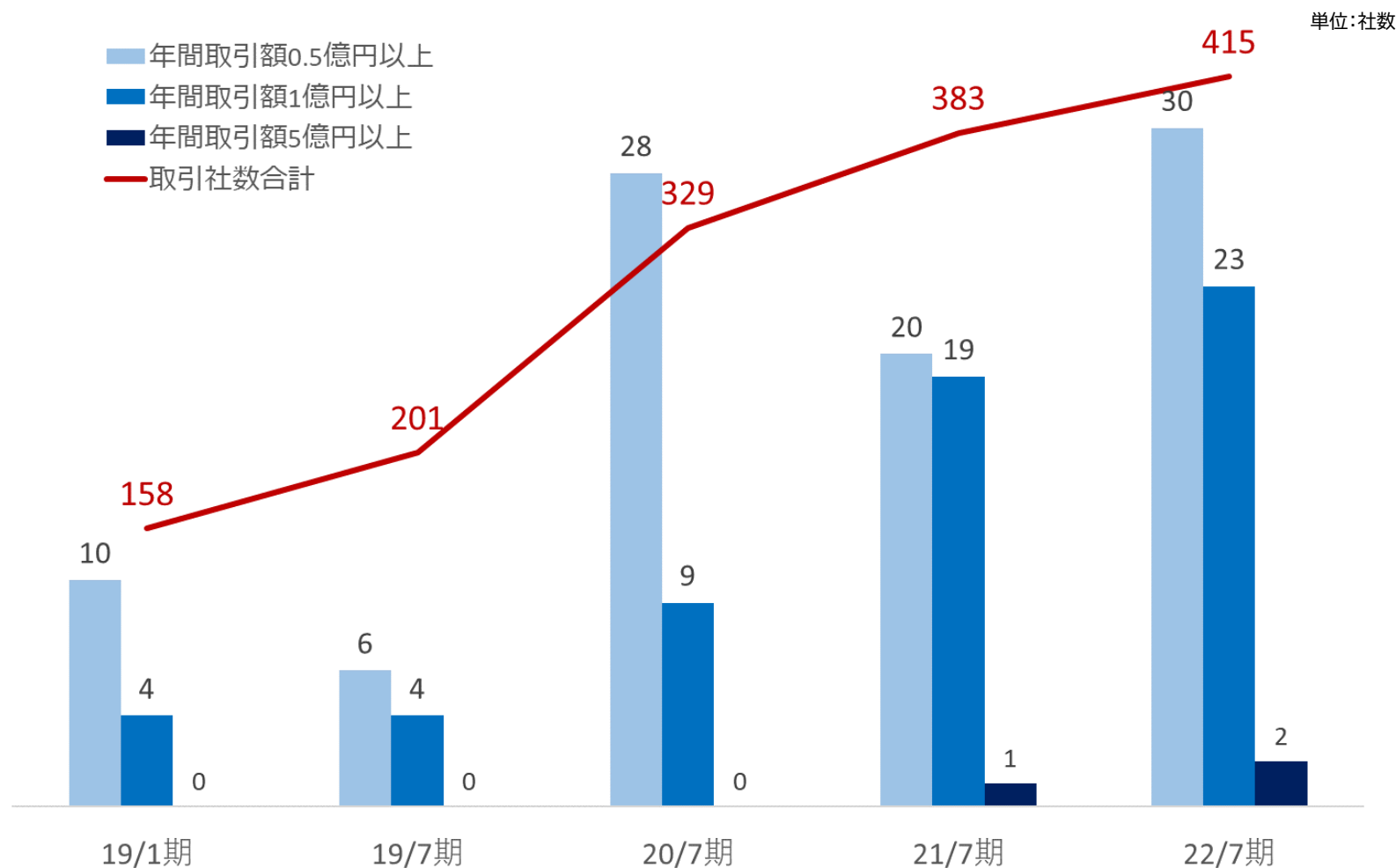


## 基本戦略

- ✓ 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

# 1社あたり年間売上0.5億以上の顧客数の推移

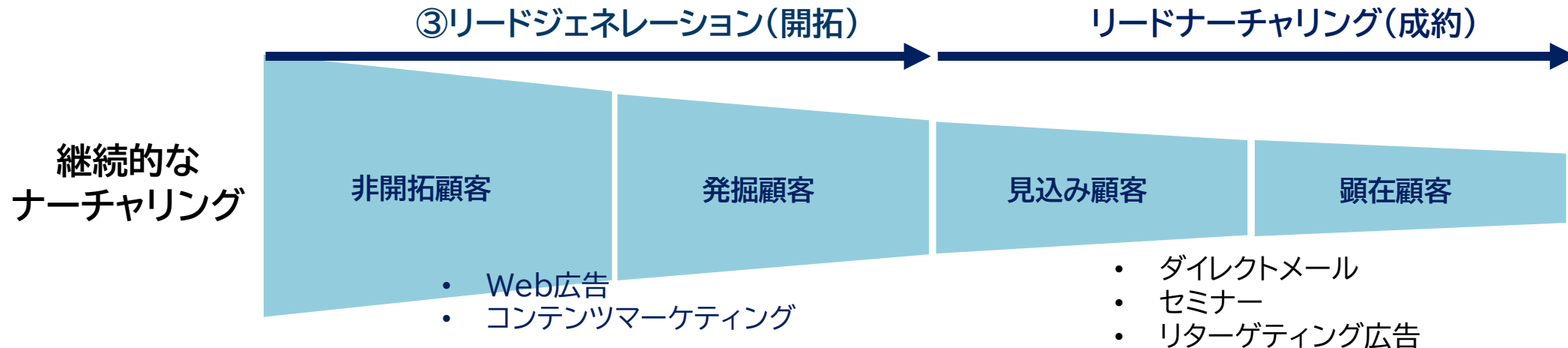
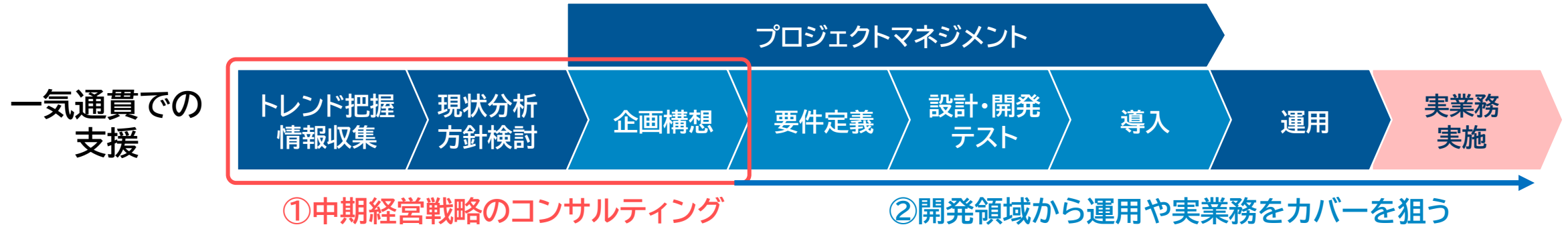
顧客企業との関係強化や新規顧客開拓により、顧客企業1社あたりの年間売上高および取引社数は上昇  
(19/7期は半期決算のため半年間の売上高)



意思決定が迅速な中堅企業に対する中期経営戦略のコンサルティングを実施 (①)

その後も開発領域をカバー、加えて運用や実業務のアウトソーシング案件の獲得にも注力 (②) 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 (③) を行っていく



## 4. ご参考 - 会社概要

---



**社名**  
Company Name

INTLOOP株式会社

**設立日**  
Foundation

2005年2月25日

**資本金**  
Capital

1億円

**代表取締役**  
Representative  
Director

代表取締役 林 博文

**事業内容**  
Contents of  
Business

事業戦略・業務改革コンサルティング  
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**  
Annual Sales

131億円(2022年7月期)

**社員数**  
Number of  
Employees

311名(2022年10月末日現在)

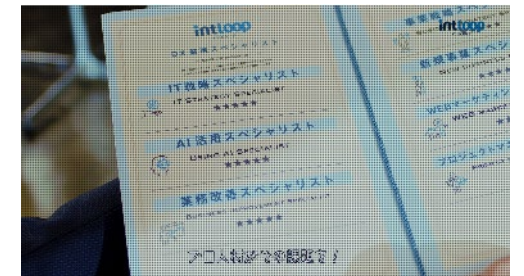
**本社所在地**  
Headquarters

東京都港区赤坂2-9-11オリックス赤坂2丁目ビル

**拠点**  
Offices

六本一丁目オフィス : 東京都港区六本木  
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



取締役(監査等委員)

## 川端 章夫(常勤)

1967年東芝入社、2000年アクセンチュア顧問、2021年INTLOOP取締役監査等委員



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



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名構成
- 監査等委員がマジョリティを有する

## 10期連続増収を維持、直近10期の年平均成長率(CAGR)は36%

- ① 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
- ② 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、
- ③ 業績拡大による資金需要から、上場の検討を開始
- ④ 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)



※1：2019/7期は決算期を1月31日から7月31日に変更したため、6ヶ月決算

正社員とフリーランス(約29,000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/RFID)

## 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

デリバリー  
社員数※3  
**149名**

## PMOソリューション


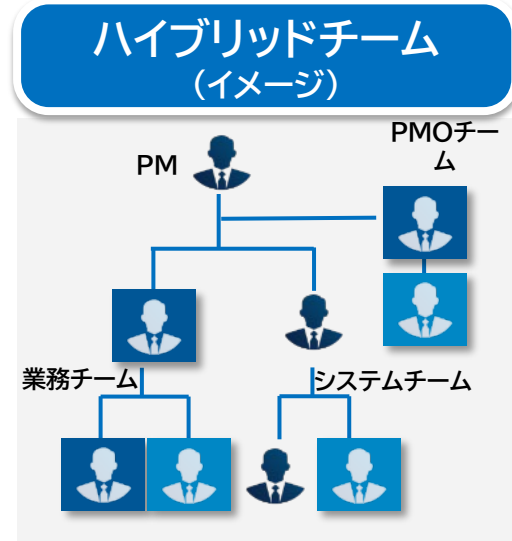
- 個別PMO/部門PMO/全社PMO/ユーザーPMO支援
- PMO×業界知見(金融、製造、化学等)
- PMO×出身企業指定(大手コンサル等)
- PMO×パッケージ知見(SAP,SFDC等)
- PMO×開発方法論知見(Agile、等)
- PMO×テック知見(DX,クラウド、等)

## 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

- 人材エージェント
- ヘッドハンティング

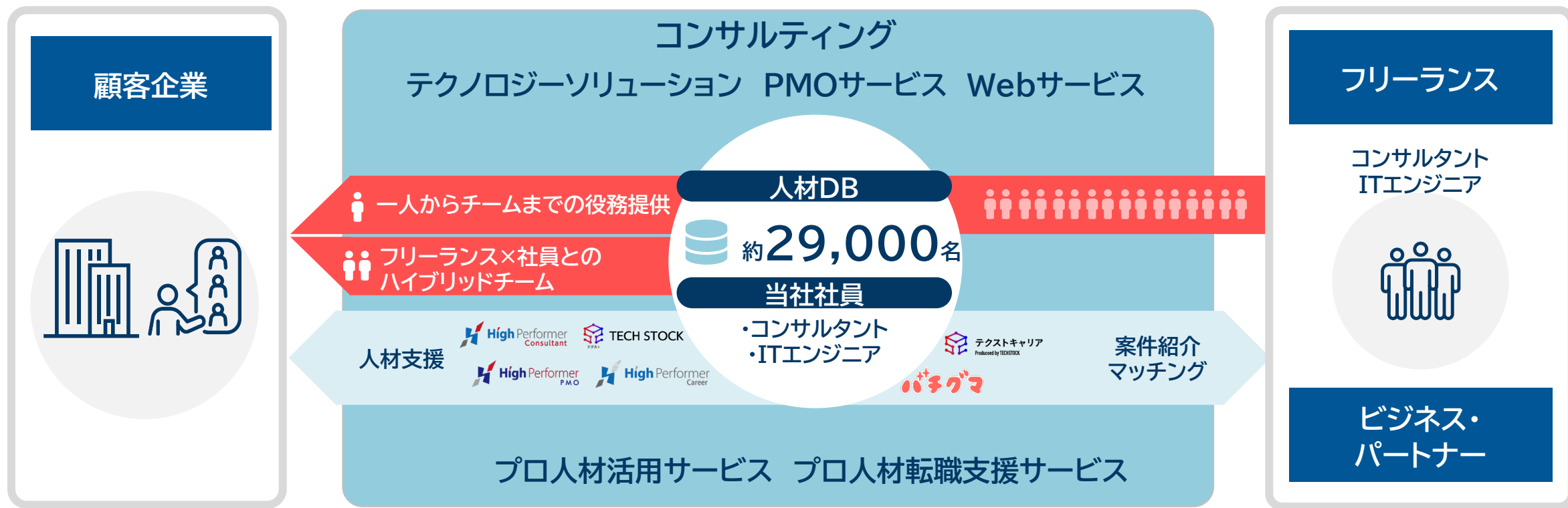
【凡例】

- クライアント
- 当社正社員
- フリーランス

※1: 2022年10月末現在 ※2: 当社の事業は、①プロフェッショナル人材ソリューション、②コンサルティング、③Webの3つのサービスで構成され、①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、②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 ※3: コンサルティングサービスに従事する正社員

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29,000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

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

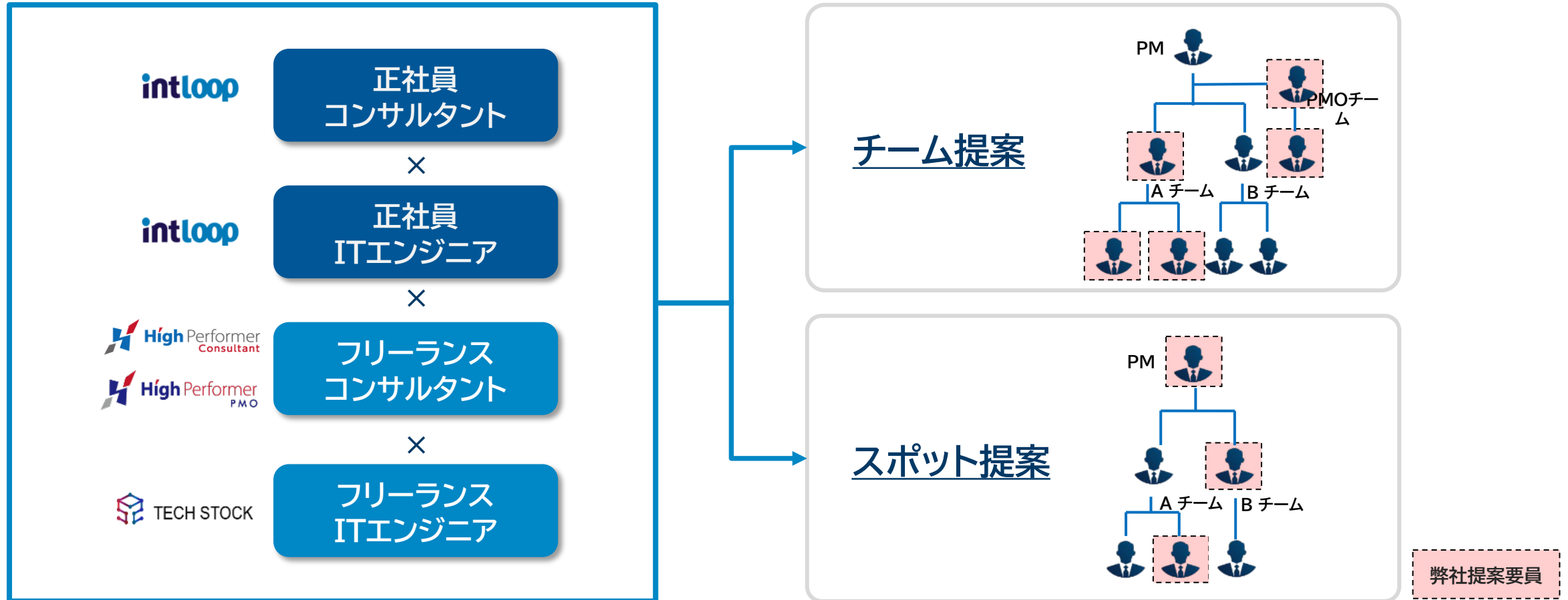


当社の特徴として、自社社員が中心となりフリーランスとのハイブリッドでサービス提供

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

※ INTLOOPの強みであるリソースマネジメント支援により、内側からリスクを認識し、異なるポジションのリソースも支援可能

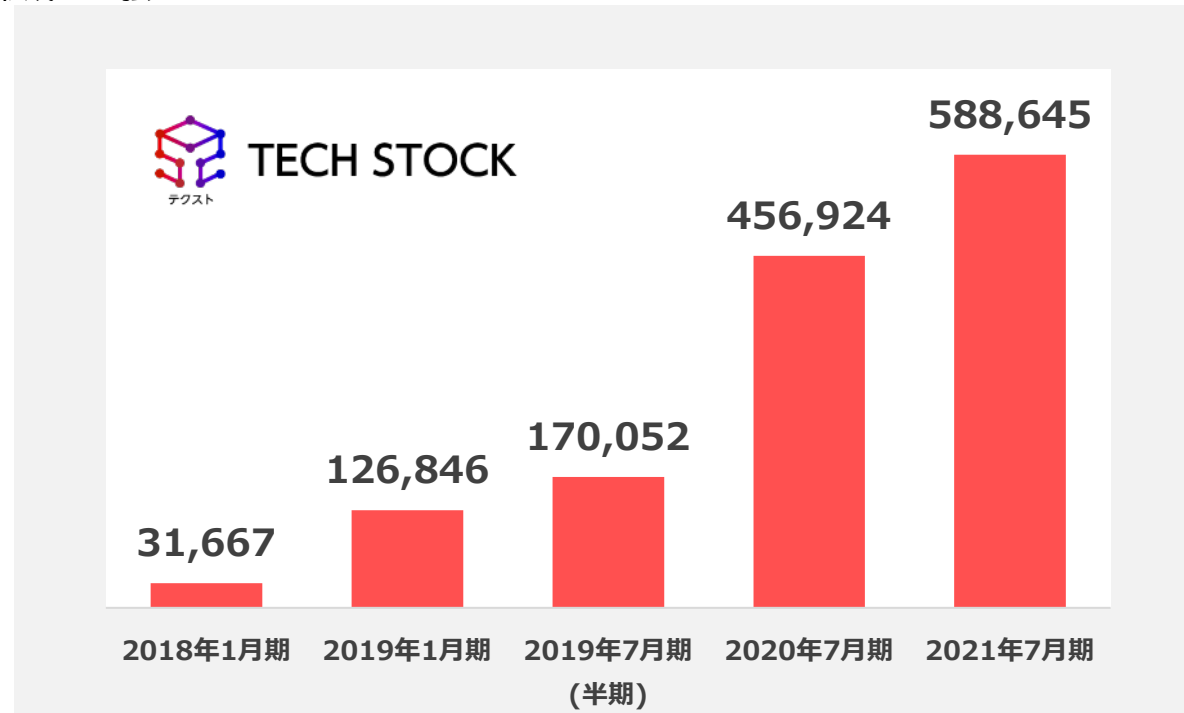
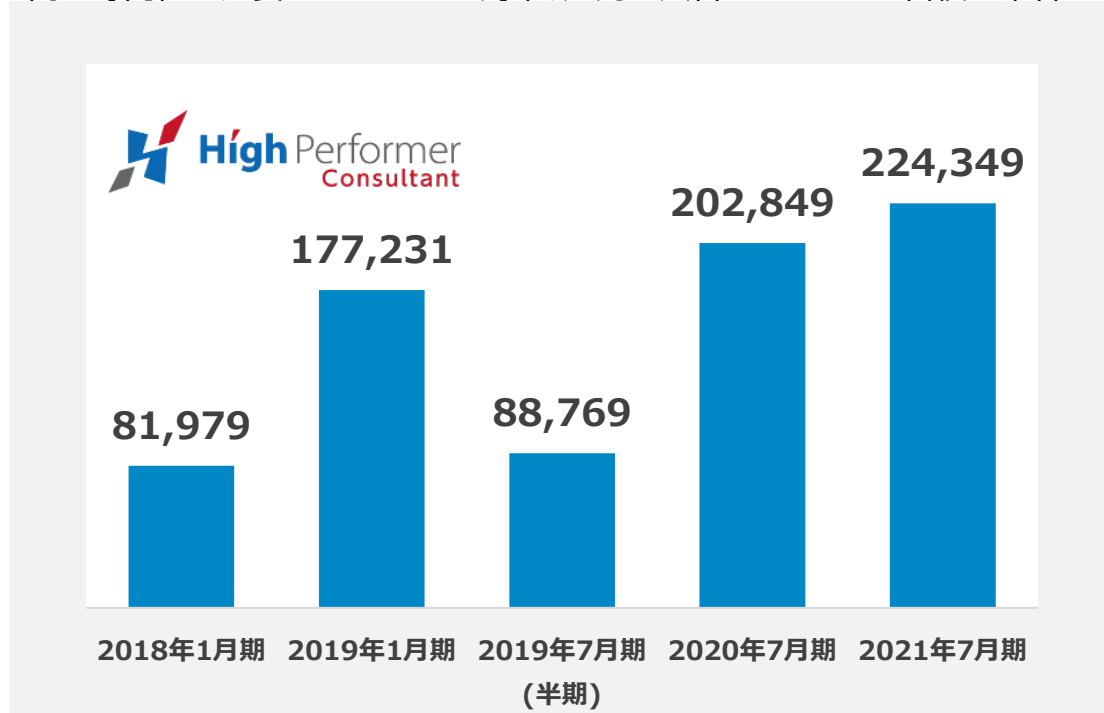


フリーランスの集客はサイトの検索上位表示がキーファクター  
自社でSEO対策等を講じ、費用対効果に優れたWebマーケティングを実践している事が集客基盤形成上の強み

## 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

29,000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

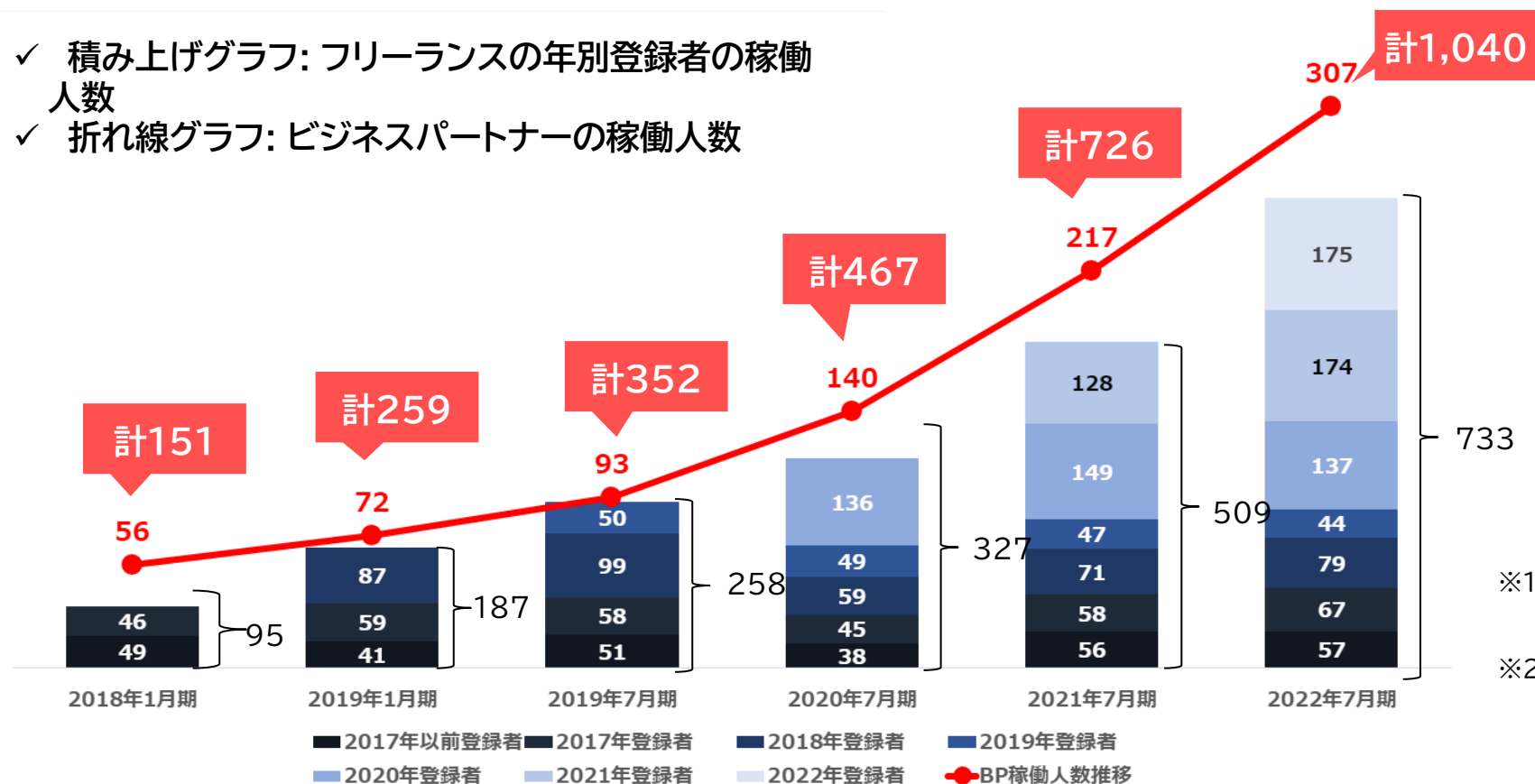


\*上記数値はGoogle Analyticsから算出

\*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

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CPA※<sup>1</sup>のコントロールとモニタリング、LTV※<sup>2</sup>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



※<sup>1</sup>: 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  
 ※<sup>2</sup>: 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引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



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% ~

案件難易度に応じた個別設定

## 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り、顧客の属性にこだわらない、**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

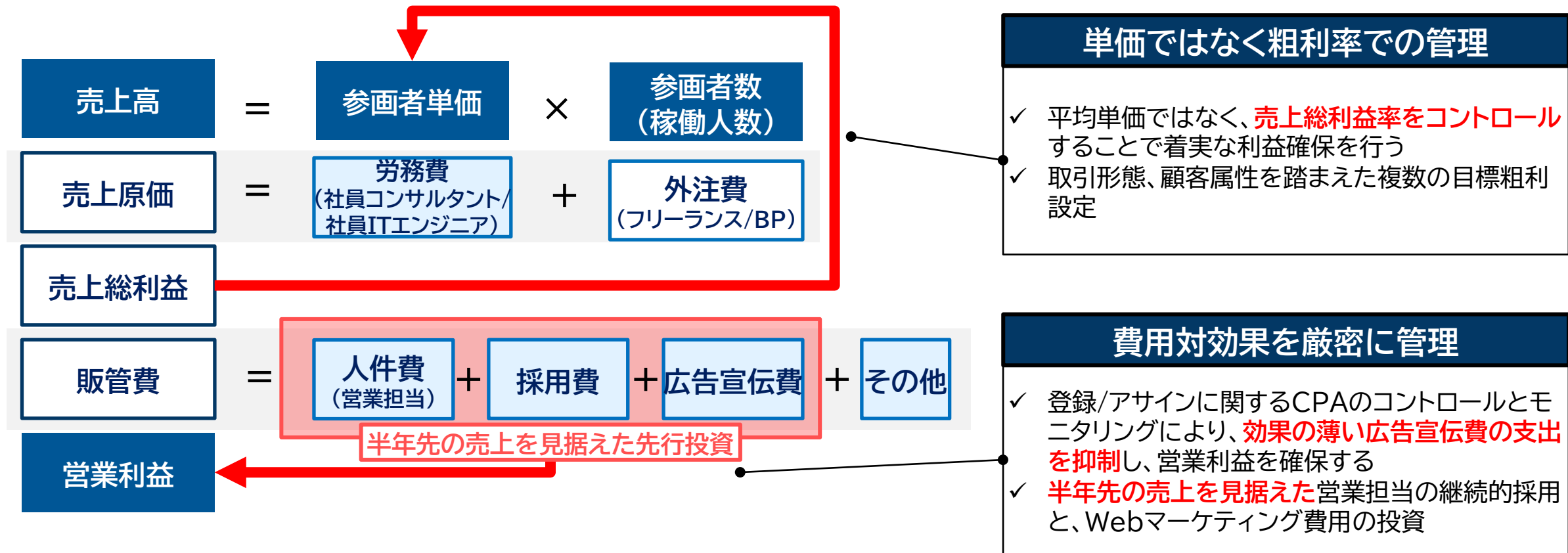
### 需給に応じた報酬の適正化

- ✓ 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

- ✓ **フリーランス・BPの拡大余地は十分**であり、稼働人数全体の増加が売上拡大に重要（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）

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



## 4. ご参考 - 市場環境

---

# 3-1. 市場環境:市場規模と社会のニーズ

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

国内ITサービス市場※1

**6.7兆円**  
2026年予測  
(IDC Japan 2022)

DX国内市場※3  
※国内ITサービス市場に一部包含

**5.2兆円**  
2030年予測  
(富士キメラ総研 2022)

国内コンサルティング市場※2

**1.2兆円**  
2025年予測  
(IDC Japan 2021)

国内ビジネス  
コンサルティング市場※4  
※国内コンサルティング市場に包含

**0.8兆円**  
2026年予測  
(IDC Japan 2022)

経産省のDXレポート

**2025年の崖**  
(2018年デジタルトランスフォー  
メーションに向けた研究会)

コロナ禍による影響

**ニューノーマル**  
リモートワーク/クラウド  
2020/4~

厚生労働省

**働き方改革**  
生産性向上/パラレルワーク  
2019年4月働き方改革法案

労働市場の未来推計

**644万人不足**  
2030年予測  
(株式会社パーソル総合研究所  
・中央大学 2018)

(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

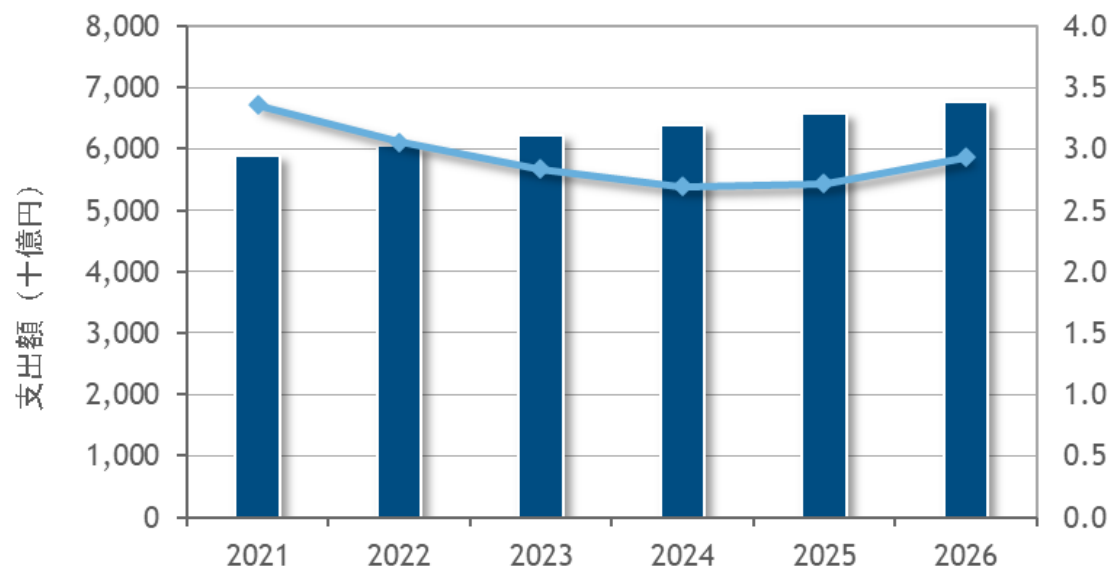
※4)IDC Japan株式会社、「国内ビジネスコンサルティングサービス市場予測を発表」、2022年5月

### 3-3. 市場環境:国内ITサービス市場とDX市場の概況

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

2030年度のDX国内市場(投資金額)<sup>※1</sup>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)

第2四半期の決算説明会において  
長期的な事業構想について  
ご説明予定です

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。

# End of file

---