

事業計画及び成長可能性について

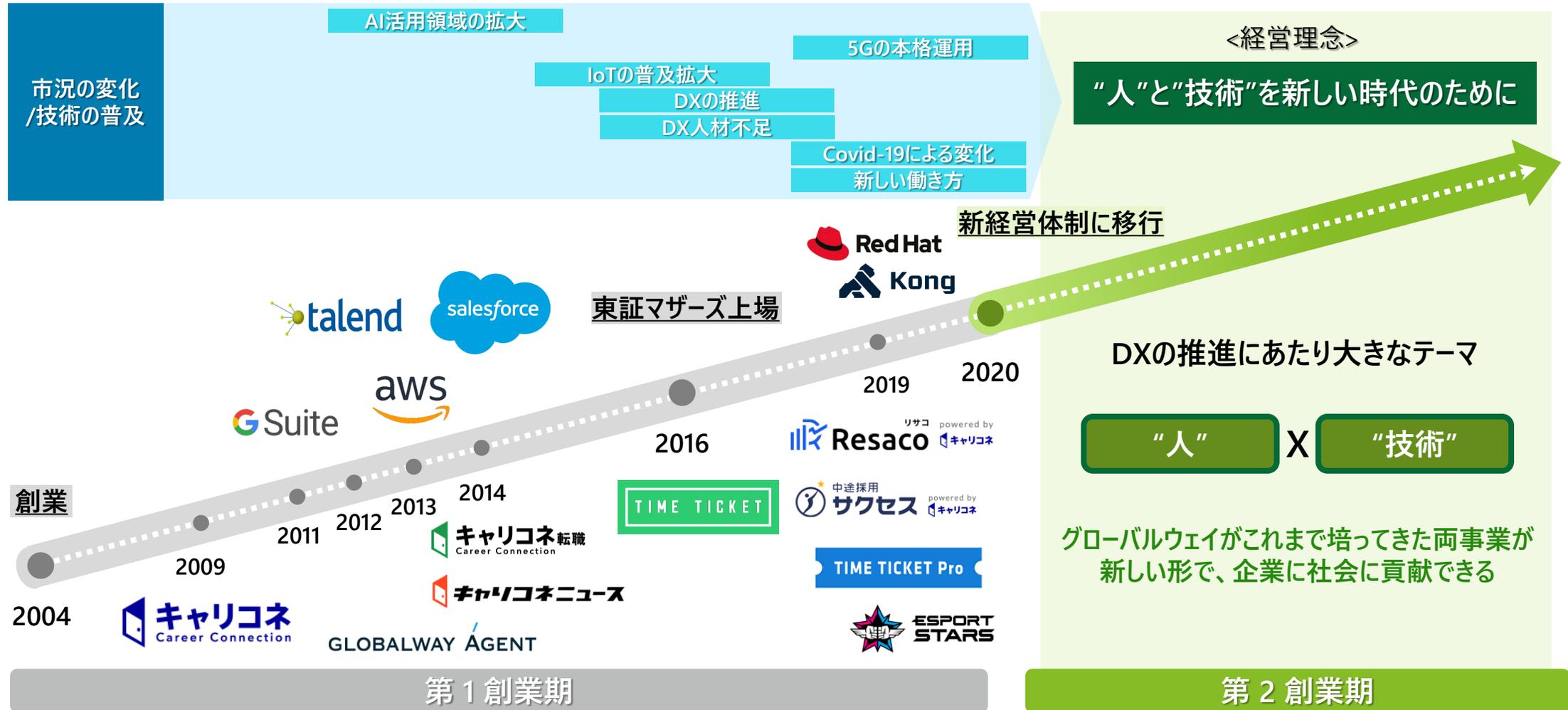
2021年11月

株式会社グローバルウェイ



1, 会社概要

経営理念と市場ニーズ



会社概要

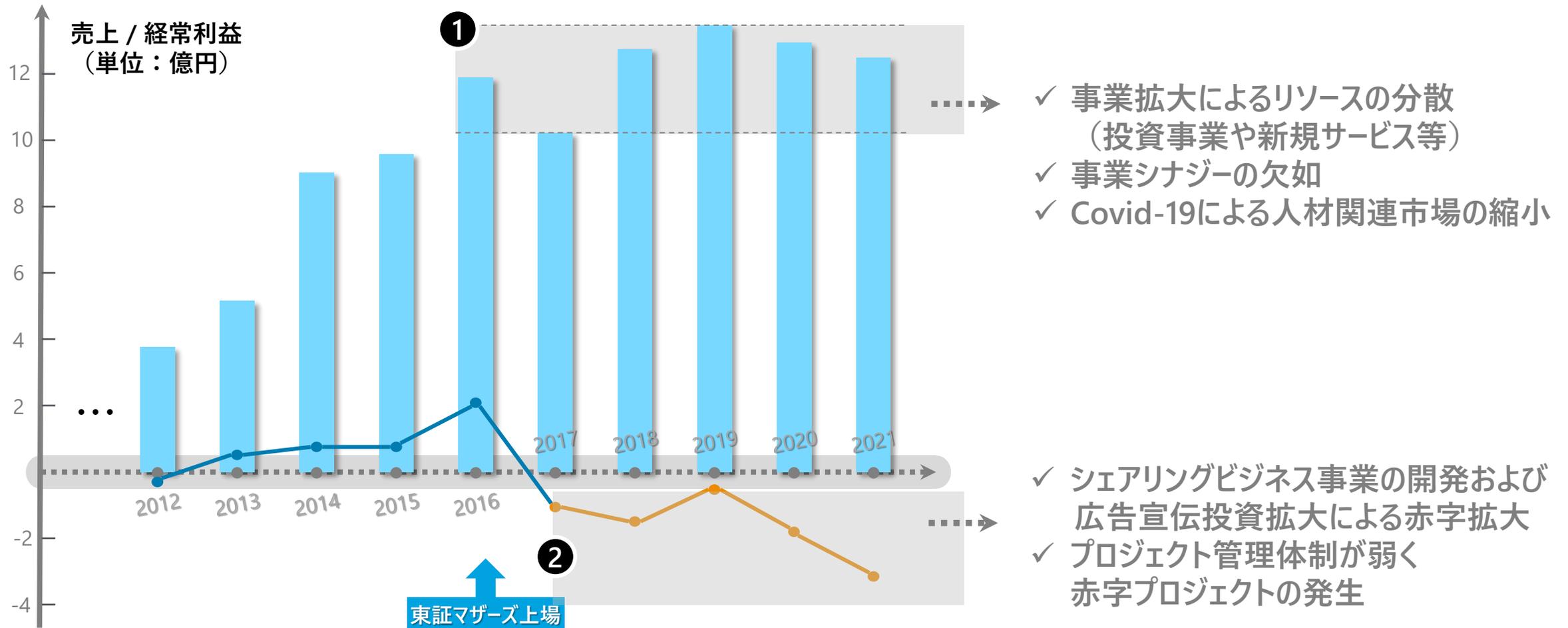
社名	株式会社グローバルウェイ (Globalway, Inc.)		
所在地	〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目7番3号 第一ビル		
設立	2004年4月	社員数	80名 (2021年9月時点)
役員	取締役会長 各務 正人	取締役 梁 行秀	取締役 (監査等委員) 直井 隆徳
	代表取締役社長 小山 義一	取締役 赤堀 政彦	取締役 (監査等委員) 黒田 真行
	取締役 根本 勇矢	取締役 吉村 英明	取締役 (監査等委員) 佐藤 岳
証券コード	3936 (東京証券取引所 マザーズ市場)	外部認証	ISO27001 (ISMS)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ プラットフォーム事業 クラウドアプリケーションの開発とライセンス販売及び導入支援・カスタマイズ開発や運用サポートサービスを提供 ■ セールスフォース事業 Salesforce.com 社プラットフォームでの開発と導入支援・カスタマイズ開発や運用サポートサービスを提供 ■ メディア事業 働く人のための情報プラットフォーム「キャリコネ」の運営 ■ リクルーティング事業 ハイクラス人材紹介サービス「GLOBALWAY AGENT」の提供 ■ シェアリングビジネス事業 個人のスキルや経験を売買できるシェアリングエコノミーサービス「タイムチケット」の運営 		
子会社	株式会社タイムチケット、TimeTicket GmbH		

事業紹介



2016年以降、売上はほぼ横這いで推移し、経常利益は2016年を最高益として、2017年以降は先行事業投資の拡大により赤字幅も拡大しております

業績ハイライト



セグメント別売上・利益構成比（実績ベース）

2022年3月期業績報告 セグメント別

（単位：百万円）

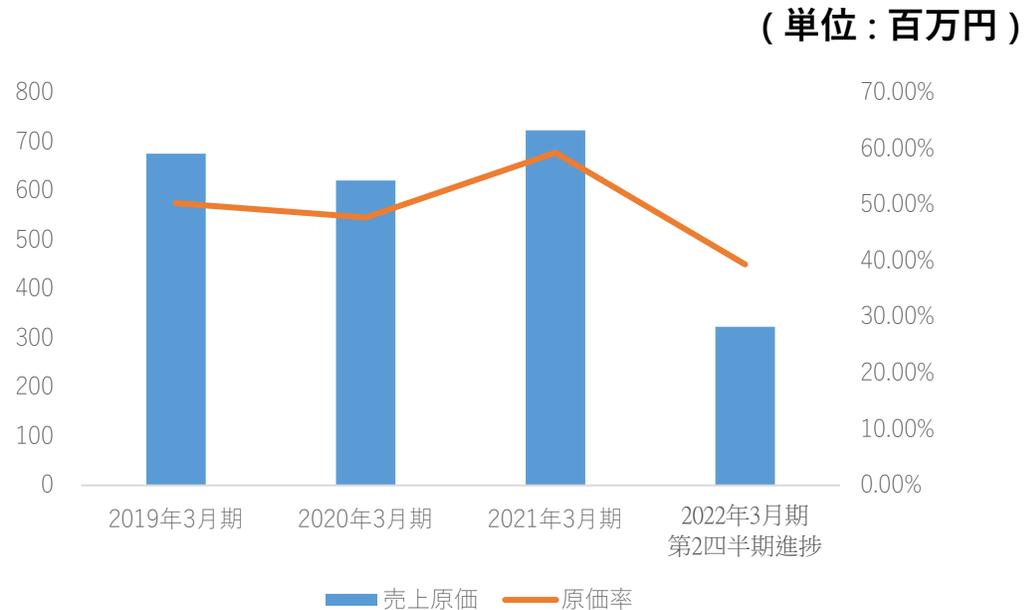
	事業セグメント	2022年3月期 4-9月累計実績	2021年3月期 4-9月累計実績	増減額	増減比
売上高	プラットフォーム事業	229	192	+ 37	+ 19.3%
	セールスフォース事業	164	71	+ 93	+ 131.0%
	メディア事業	185	178	+ 7	+ 3.9%
	リクルーティング事業	203	82	+ 121	+ 147.6%
	シェアリングビジネス事業	92	42	+ 50	+ 119.0%
	調整額（内部売上及び振替高）	△55	△12	△43	—
セグメント利益	プラットフォーム事業	72	9	+ 63	+ 700.0%
	セールスフォース事業	66	20	+ 46	+ 230.0%
	メディア事業	34	△36	+ 70	—
	リクルーティング事業	100	28	+ 72	+ 257.1%
	シェアリングビジネス事業	△59	△145	+ 86	—
	調整額（内部売上及び振替高）	△161	△94	△67	—

売上原価

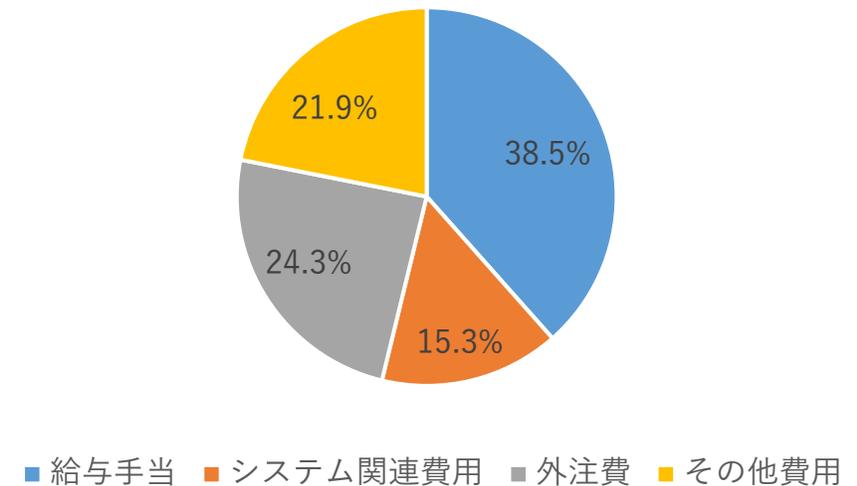
売上原価の過去推移及び2022年3月期第2四半期進捗

- 売上原価は、人件費や外注費等が中心
- 売上の成長に合わせた人件費や外注費等の最適化により、原価率の改善に着手
- その結果、2022年3月期第2四半期では、計画どおりに原価率低減
- 今後は実績が出た2022年4月以降より、各セグメント毎に売上原価構成を開示予定

売上原価及び原価率



売上原価の構成比率(2022年3月期第2四半期実績)

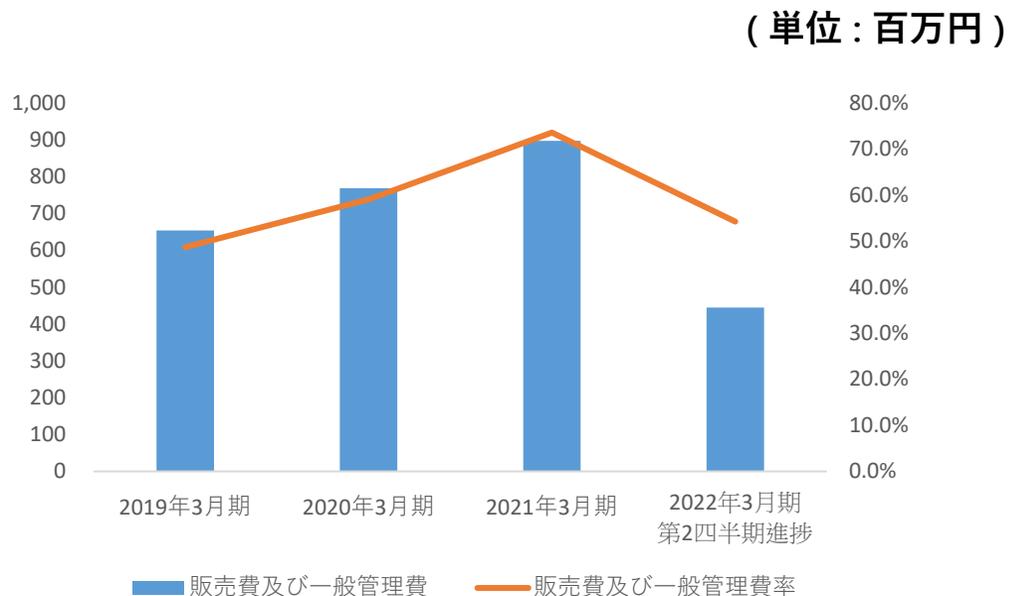


販売費及び一般管理費

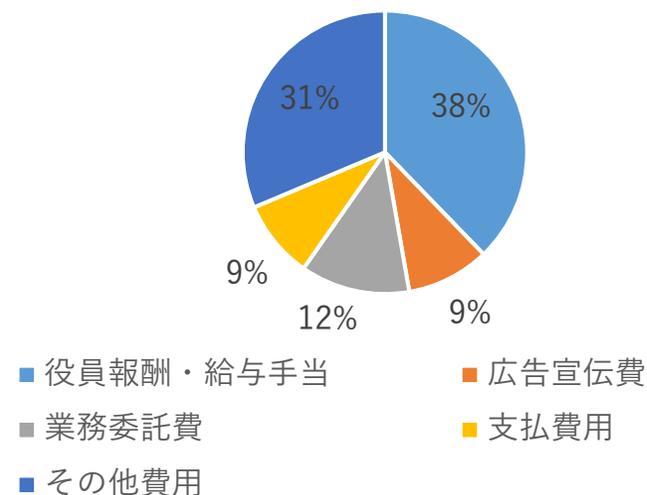
販売費及び一般管理費の過去推移及び2022年3月期第2四半期進捗

- 販売費及び一般管理費は、人件費やシステム費用等が中心
- 人件費の最適化により、販売費及び一般管理費率の改善に着手
- その結果、2022年3月期第2四半期では、計画どおりに販売費及び一般管理費率低減
- 今後は実績が出た2022年4月以降より、各セグメント毎に販売費及び一般管理費構成を開示予定

販売費及び一般管理費、販売費及び一般管理費率



販売費および一般管理費の構成比率(2022年3月期第2四半期実績)



2, 事業内容及び成長戦略

2-1, プラットフォーム事業・セールスフォース事業

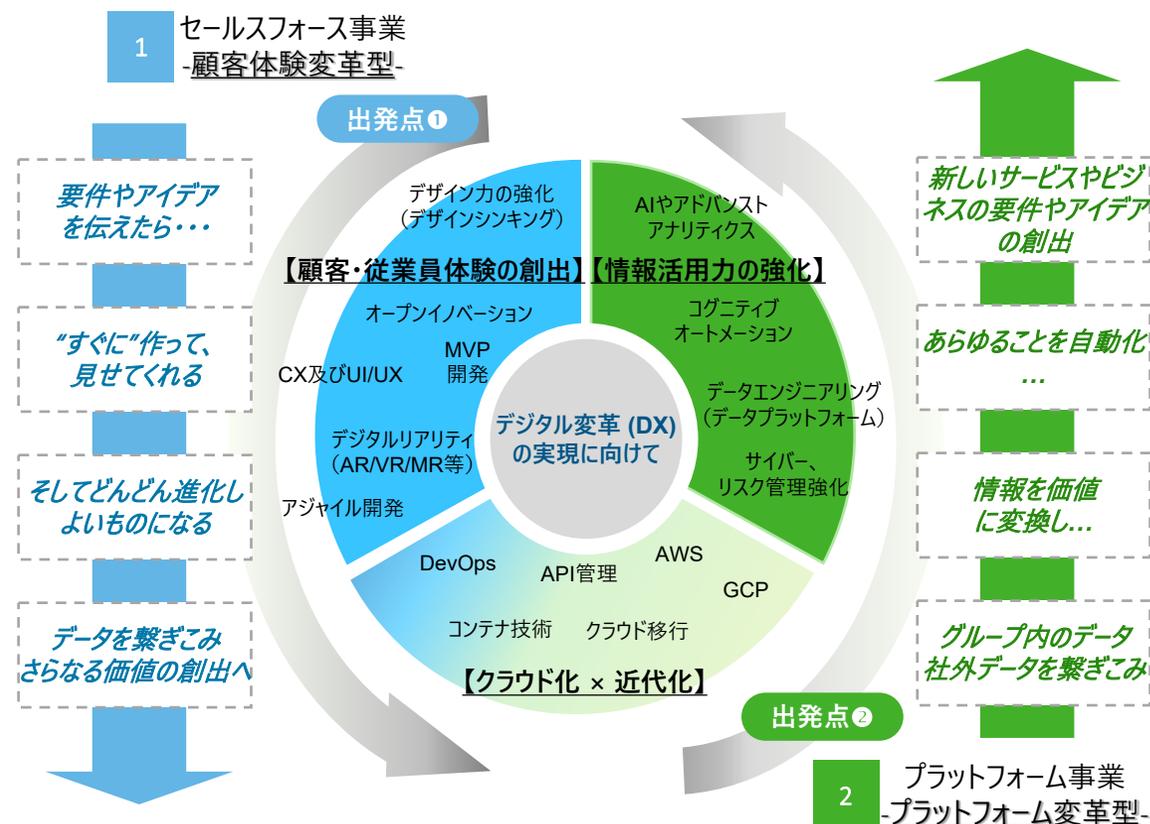
セールスフォース・プラットフォーム事業は【つなぐ (Connect)】をキーワードにDXの実現にむけて、法人向けクラウドソリューション開発を支援します

Why DX

- 昨今のグローバルにおけるビジネス変化の加速度は益々増加しています。それはクラウドやビッグデータなどのテクノロジー進化と活用が進み、ビジネスモデルを一変させる新しいデジタルプラットフォームが次々と創出されていることが一つの要因と考えられます
- 一方、我が日本のIT環境は、2018年経済産業省の「2025年の崖」として警告されているように、2025年から年間で現在の約3倍、約12兆円もの経済損失が発生すると予測されています。なかでも、老朽化やブラックボックス化している基幹（レガシーシステム）の刷新や古い技術を扱えるIT人材の不足や高い運用・保守コストからの脱却は喫緊の課題となっております
- このような状況の中、すべての日本企業はデジタル企業になるべく、テクノロジーを活用して新しいビジネスモデルを創出したり、デジタル化されていない業務プロセスの効率を上げることが重要と考えます。具体的には、新しい時代に、企業がありたい姿を再定義し、保有している資産（データ）を有効活用することができる、IT基盤を整えておくことが重要になります

DX実現に向けて（アプローチ）

左記載状況を顧みて、弊社では企業のデジタルトランスフォーメーションの実現に向けて、顧客の変革アプローチにあわせてご支援を実施しております



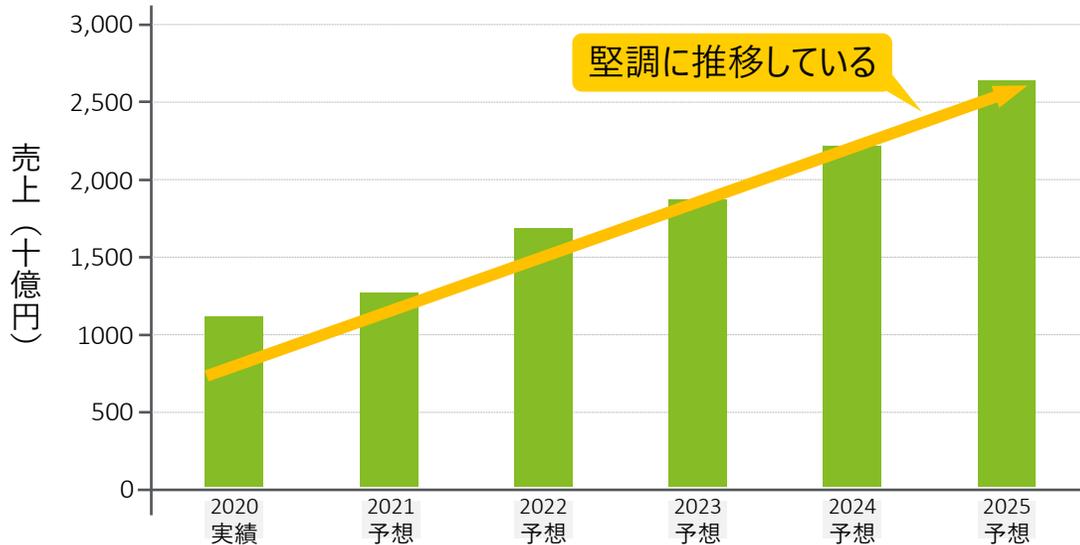
2-2, プラットフォーム事業

クラウドサービス市場は、堅調に推移している。また国内IT支出規模が32兆円に増加しており生産年齢人口が減少しているため、ソフトウェア開発への需要過多の状況は継続する

法人向けクラウドサービスの国内市場規模

クラウドサービスの国内市場規模

プラットフォーム事業が対象とする国内のパブリッククラウドサービス市場は、堅調に推移する予想となっており、2025年には2.5兆円の市場規模が見込まれる

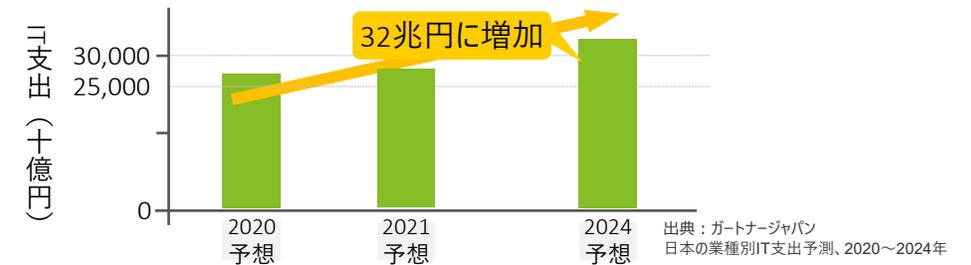


出典：国内パブリッククラウドサービス市場 売上額予測、2020年～2025年（出典：IDC Japan）
<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prJP47502321>

事業ポテンシャル

国内IT支出業種合計

2019年から2024年までの5年間の年平均成長率（CAGR）は2.6%増で推移して、32兆円に達する



我が国の生産年齢人口推移

国内における生産年齢人口は年々減っている

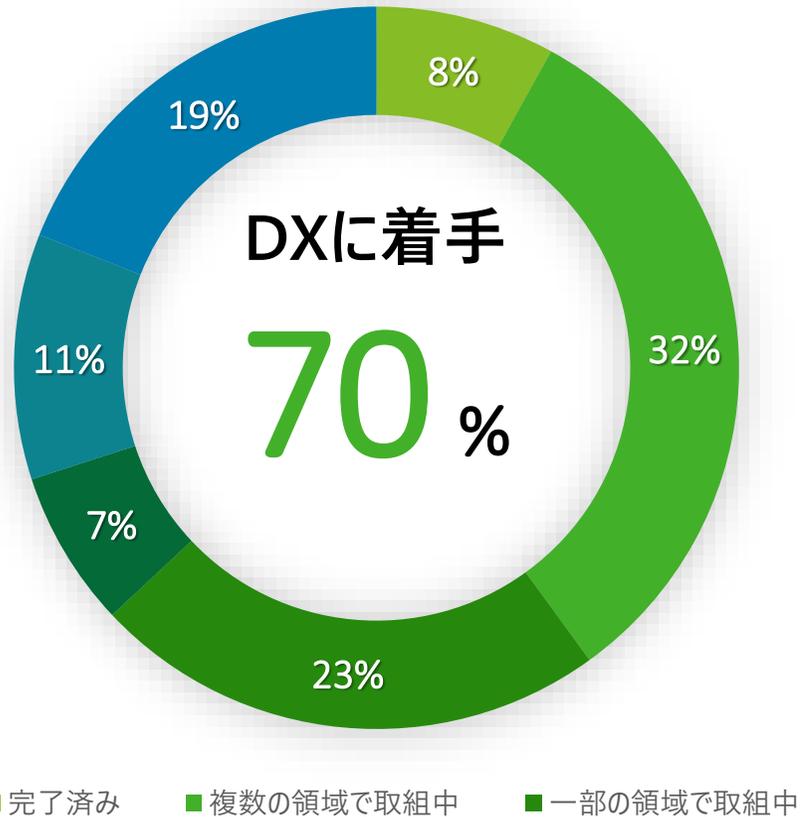


出典：総務省 第1部 特集 データ主導経済と社会変革 図表3-5-2-14 我が国の人口の推移 抜粋
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc135230.html>

多くの企業がデジタルトランスフォーメーション(以下DX)の推進に着手しております。 日本企業のDXの成果がでるのはこれからが本番となり、益々推進が必要とされております

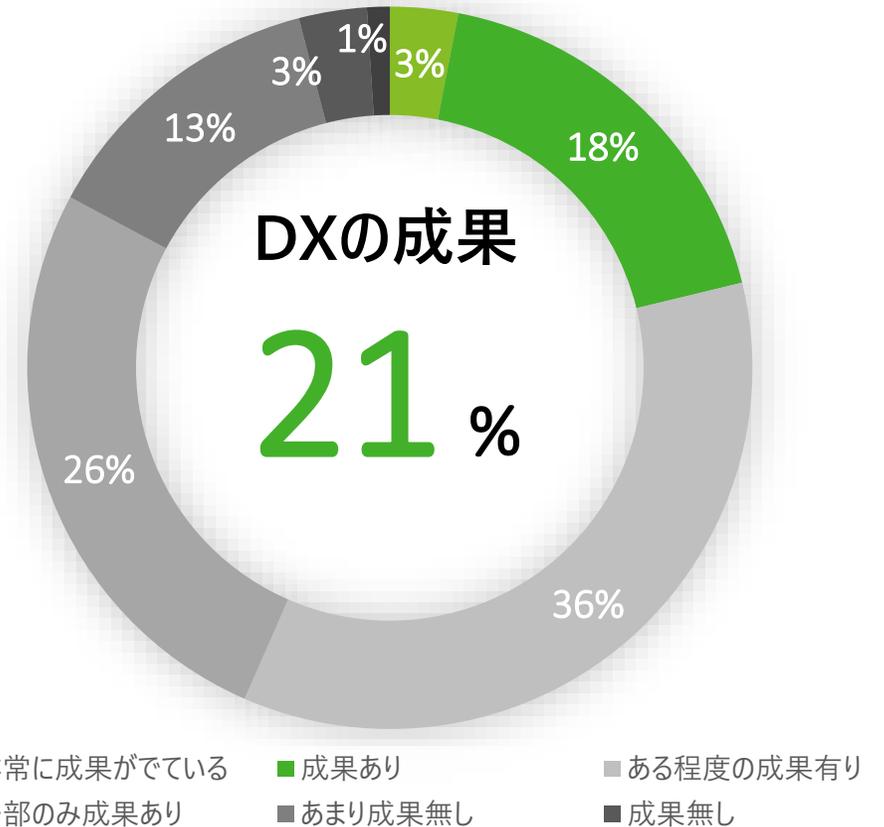
デジタルトランスフォーメーションへの取り組みが加速

DXの取り組み状況



出典：電通デジタル 「70%が着手」と本格化進む日本企業のDX成果創出のカギは経営トップのコミットメント

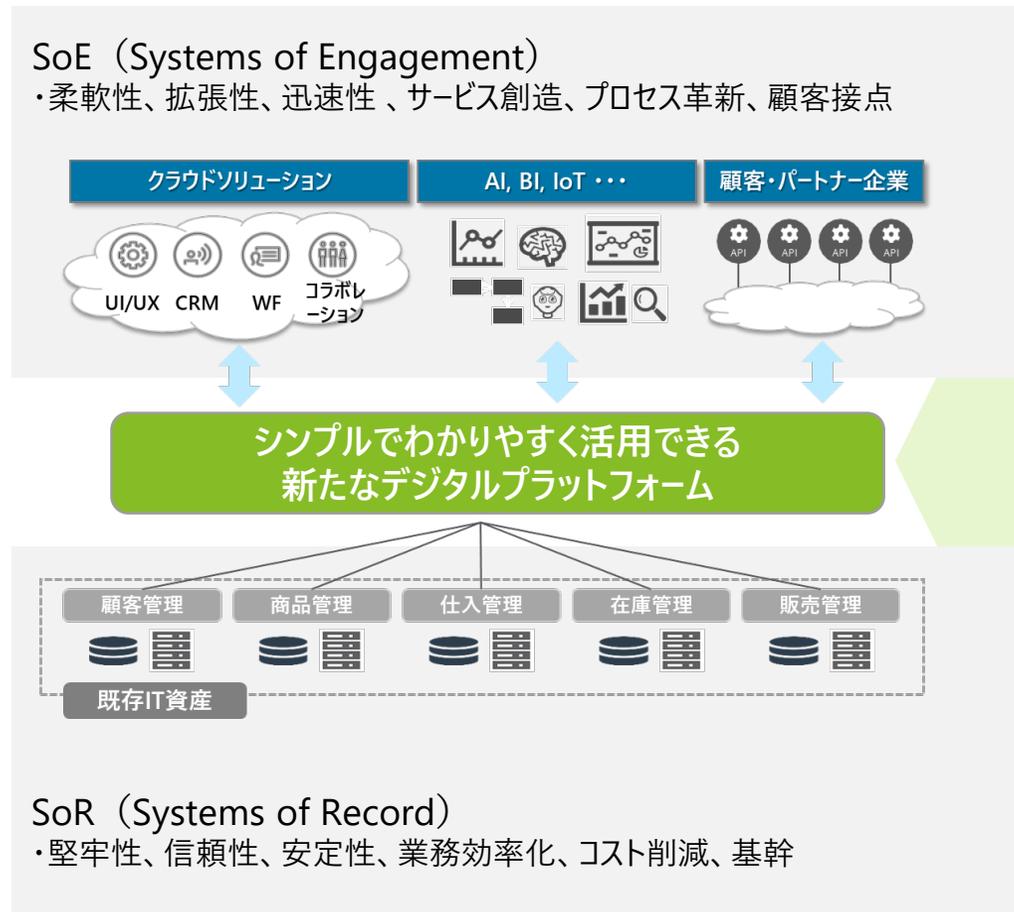
DXの成果



出典：電通デジタル 「70%が着手」と本格化進む日本企業のDX成果創出のカギは経営トップのコミットメント

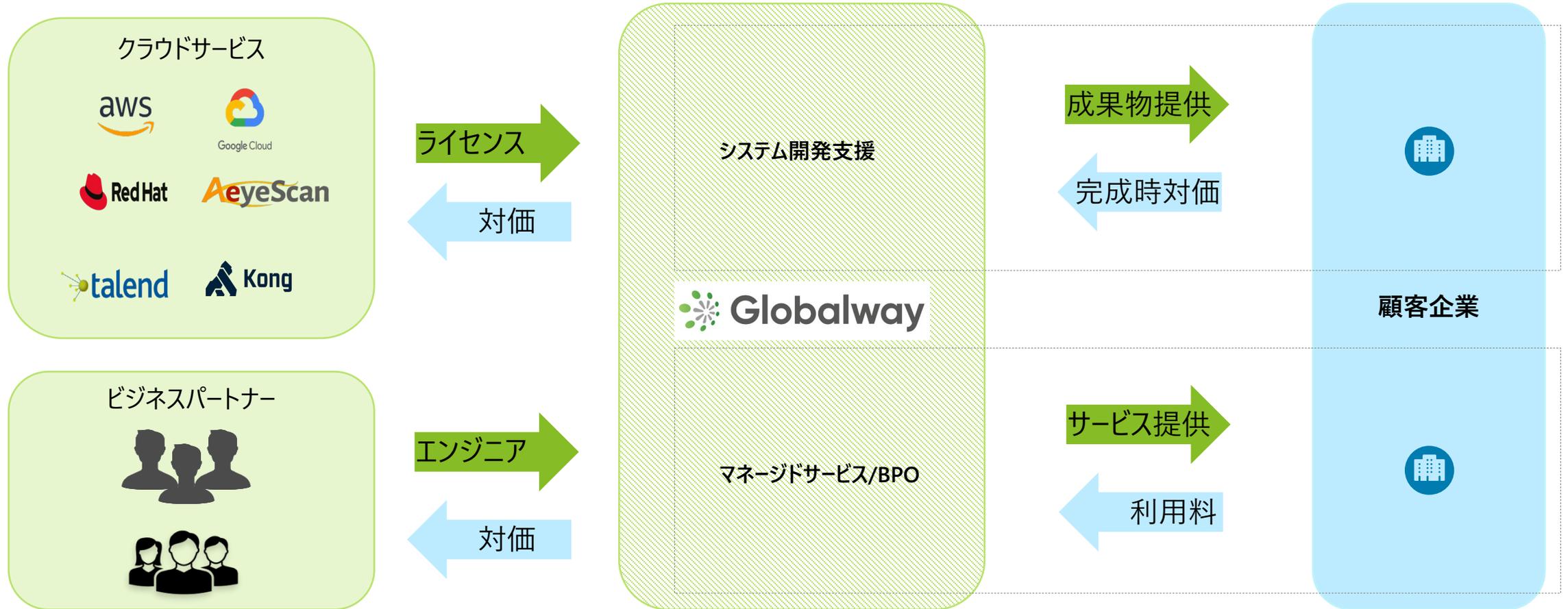
SoRとSoEをシームレスに連携することができる新たなプラットフォームを 「①プラットフォーム構築支援」と「②マネージドサービス」としてご提供しております

サービス概要(DXに必要な不可欠な新たなプラットフォームをご提供)



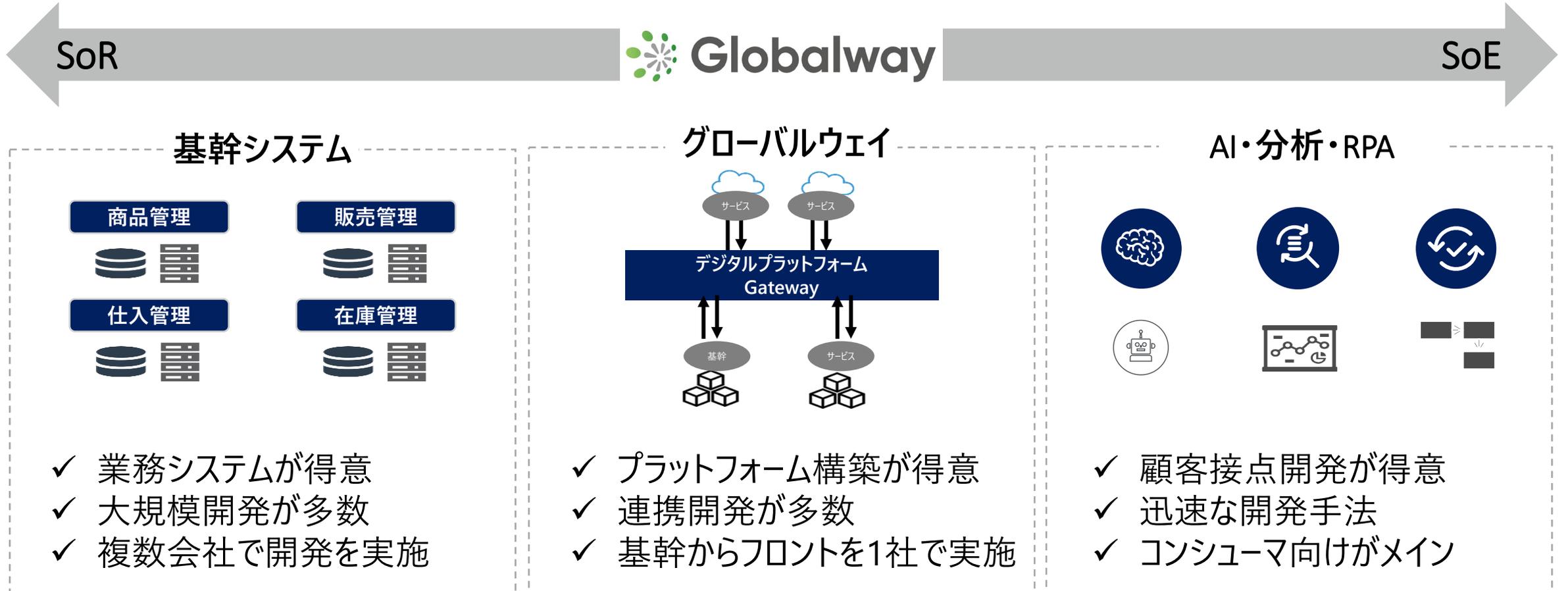
ビジネスパートナーや最適な各種クラウドサービスと連携し、当社の付加価値を組み合わせたシステム開発支援やマネージドサービスの提供をしております

事業モデル



お客様が保有するシステム分類の特性を考慮し、SoRとSoEをシームレスに連携するためのテクノロジースキルを兼ね備えているユニークな会社です

競合環境について



クラウドを活用した、豊富な大規模連携基盤構築実績を有しております。 また、バックエンドからフロントエンドまでの大規模開発ご支援を幅広く有しております

競争優位性① これまでの実績

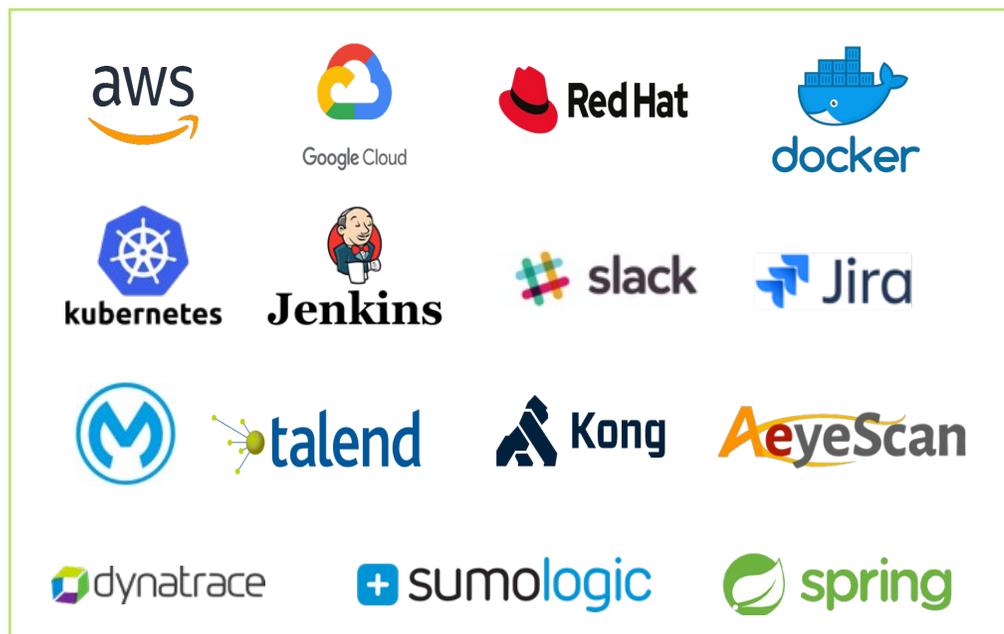
分類	タイトル	ご支援内容	利用技術
通信事業会社様	カスタマーポータルとAPI基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 回線契約ユーザー向けのカスタマーポータルの構築 ✓ 契約情報やチケット情報などの表示更新に関するバックエンドシステムと連携のためのAPI基盤の構築 	Python Talend (ETL+ESB)
健康機器メーカー様	健康データサービスAPI基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ユーザーの測定データ（バイタルデータ）をデータレイクに蓄積し蓄積したデータを配信・提供できるAPI連携基盤を構築 ✓ 配信・提供先サードパーティ向けに、ポータルを構築しユーザー管理を実施 	Talend(API) AWS Python
個別指導塾様	請求入金管理連携システムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AS400やSybaseで構築されていた請求・入金管理システムのリプレース案件 ✓ 見積、契約、月締め、仕分け、請求、入金までの一連の業務を構築 ✓ マネタイズ（クレジット、振込、コンビニ等）関連の連携システムも構築 	Salesforce(API) Talend(ETL)
通信事業会社様	トラフィック収集基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客契約中の回線のトラフィック情報をカスタマーポータルで確認できるレポートシステムの構築 ✓ トラフィック情報を取得する基盤の構築 ✓ 収集したデータをポータル画面にグラフ描画して表示 	Java Talend(ETL) SpringBoot
製造会社様	MuleSoft API連携基盤構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社内やグループ企業で共通的に利用するMuleSoft連携基盤を構築 ✓ SAP連携やAS400連携、Salesforce連携などレガシーからモダンなシステムをつなぐためのAPI連携基盤を構築 	MuleSoft
通信事業会社様	営業データ分析基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客情報及び、営業支援システムの活動履歴情報を活用した法人営業担当の行動分析基盤の構築 ✓ 各種システムからデータを収集してビッグデータへ蓄積し、蓄積データを加工して各ユーザーにデータを提供 	salesforce Talend(ETL) Hadoop

様々なお客様のニーズに合わせて、幅広いテクノロジーの中から適切なアーキテクチャを選択する確かな目利き力があり、プラットフォーム開発を推進することができます

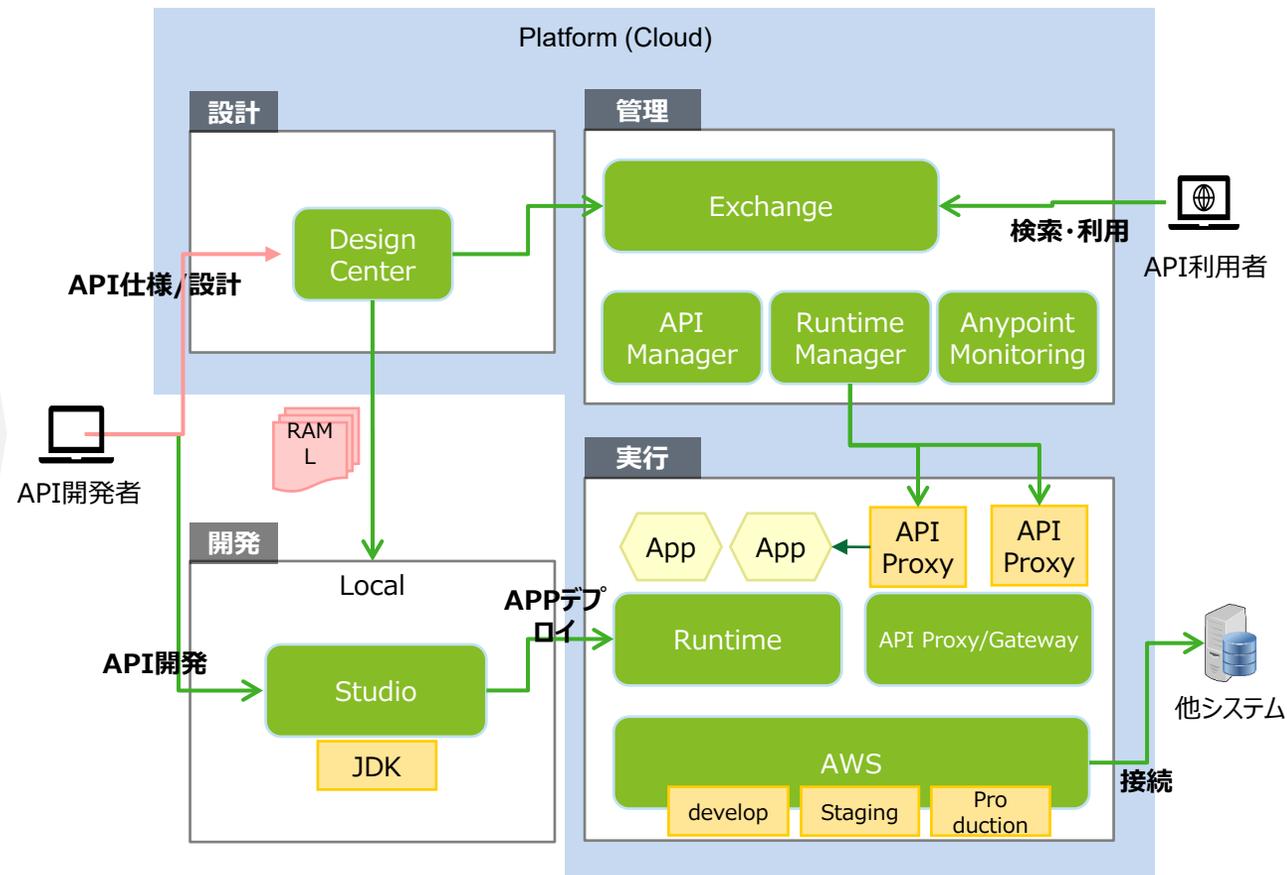
競争優位性② 確かな目利き力

テクノロジー

既存IT資産の把握 × 新しいテクノロジーの選択



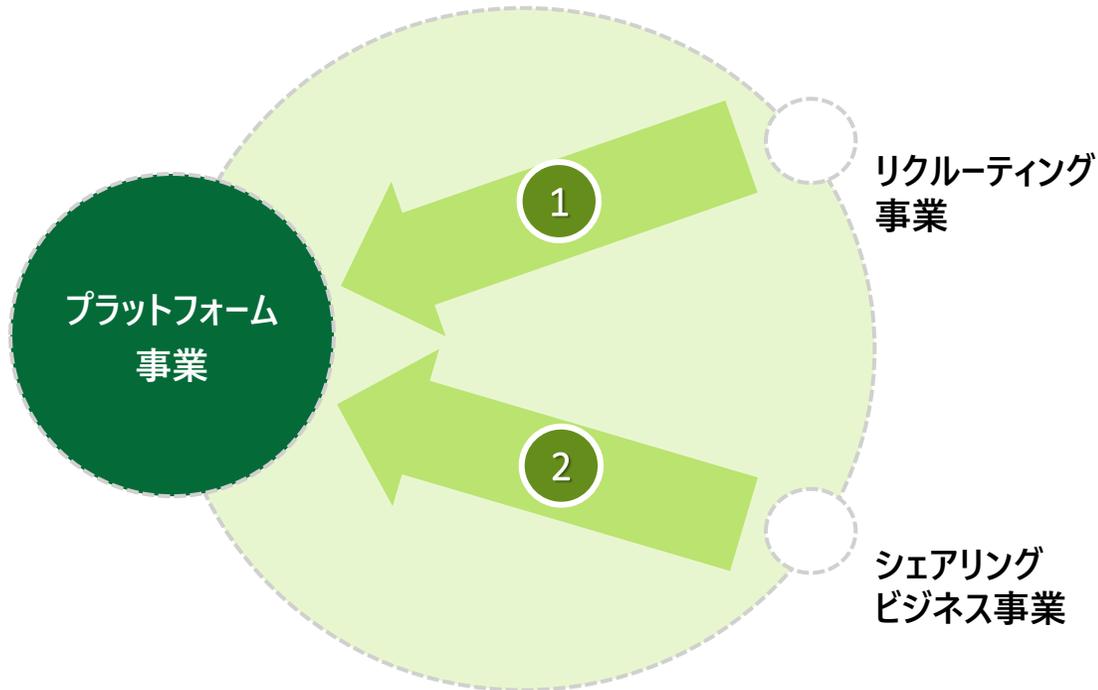
目利き力



リクルーティング事業との連携により、自社採用に強みがあります。また、シェアリングビジネス事業との連携により、幅広いテクノロジー領域をカバーする人材の調達も可能です

競争優位性③ 事業シナジー

関連事業の相乗効果関係図



① 社員候補者の連携

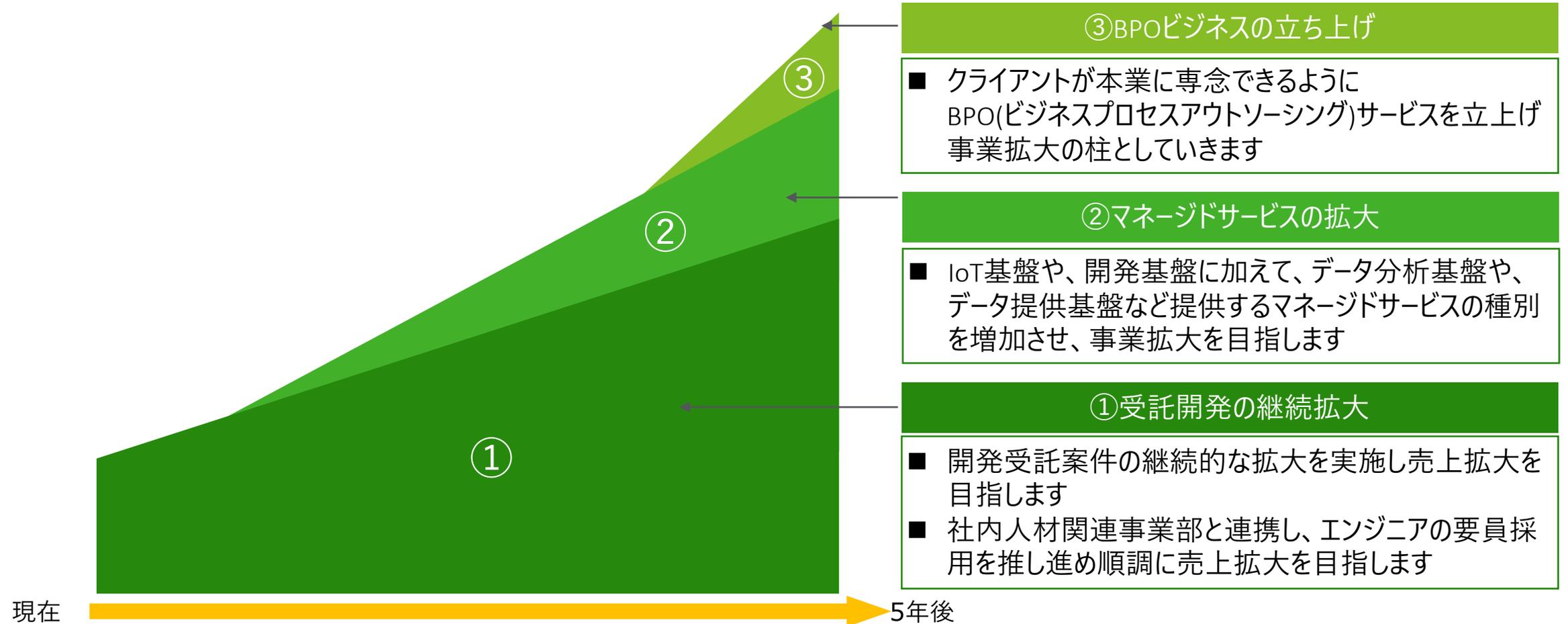
様々なクラウドソリューションを目利きし、ソリューションとして提供していくためには、難易度が高いスキルが必要となります。この高スキル人材獲得課題に対してリクルーティング事業と連携することで、最新のDXエンジニアを獲得しております

② スポットエンジニアリソースの連携

難しく、ニッチな技術領域における人材獲得課題に対してはタイムチケット社のシェアリングビジネス事業から人材リソースを調達することで幅広いテクノロジー領域の要件に対応しております

リクルーティング事業部との連携によりエンジニアを確保し、堅調な売上拡大を目指します。
また、マネージドサービスやBPOビジネスの立ち上げ、今後事業の柱としていきます

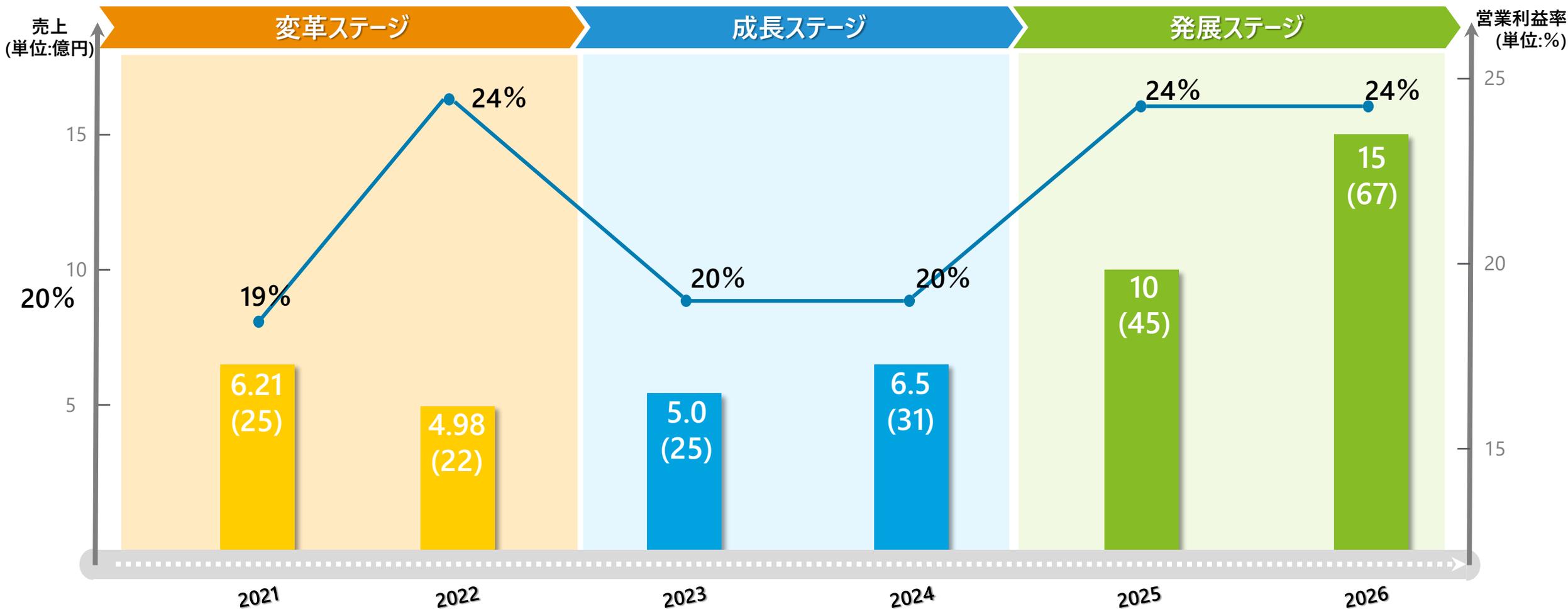
中期成長戦略



プラットフォーム事業売上 15億円、営業利益率 24% を2026年3月期における目標に掲げ 開発受託案件の継続拡大、マネージドサービスの実現で事業拡大を推進します

業績目標 (FY2022～FY2026)

※記載数字は売上(単位：百万円・端数切捨て)、括弧内数字は社員数



※【注釈】FY2022期初にプラットフォーム事業からセールスフォース事業が独立したため、FY2021より以前のセールスフォース事業に属する売上はプラットフォーム事業に内包されております。2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

売上を拡大するためには、案件単価の増額と共に従業員の増加が重要となります。
 また利益を確保するためには、赤字プロジェクトをコントロールすることが重要となります

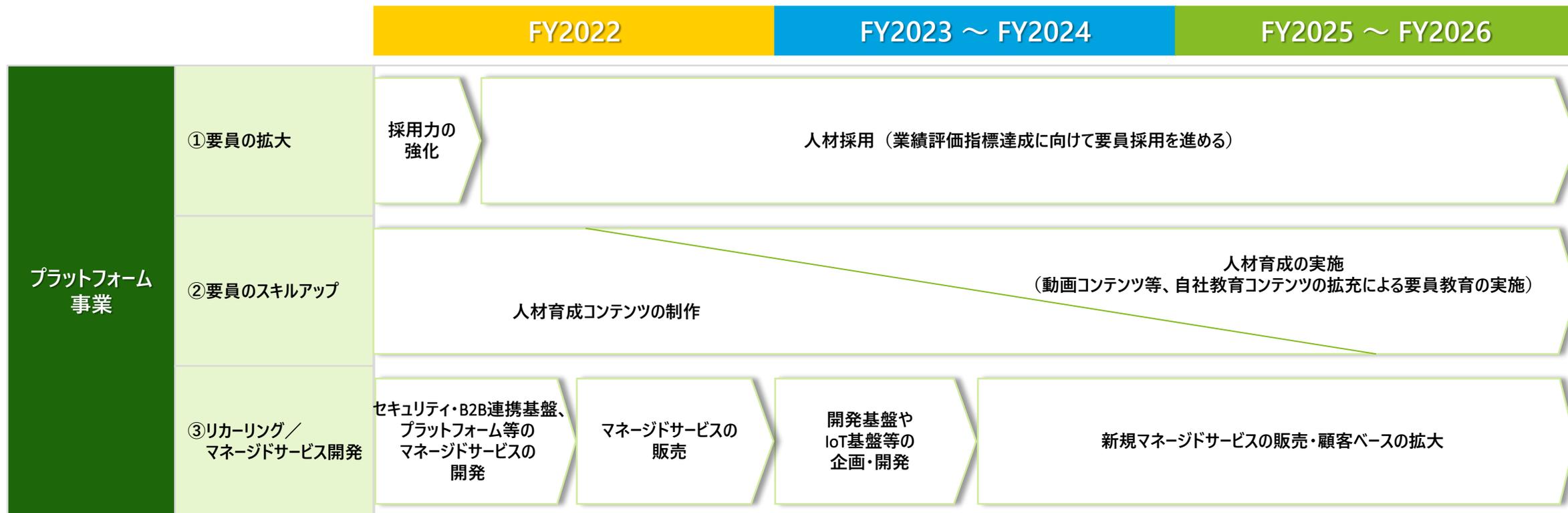
経営指標値と進捗状況

プラットフォーム 事業	✓ 売上 = 案件単価 x 案件数 ✓ 単価、数を増加させるためには従業員数の増加が重要 ✓ 利益を確保するためにはプロジェクト管理が重要	指標値	FY2021	FY2022 2Q	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
		売上 (百万円)	621 (19.1%)	229 (31.4%)	498 (24.7%)	500 (20.0%)	650 (20.0%)	1,000 (24.0%)	1,500 (24.0%)
		事業部利益 (百万)	118	72	123	100	130	240	360
		従業員 (人)	25	22	22	25	31	45	67

※【注釈】FY2022期初にプラットフォーム事業からセールスフォース事業が独立したため、FY2021より以前のセールスフォース事業に属する売上はプラットフォーム事業に内包されております。
 2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

事業毎に各種施策を展開することにより、事業拡大を目指します

【参考】プラットフォーム事業のマイルストーンについて



■ 補足

- ・プラットフォーム事業は、人材の採用タイミングによって年間の売上に寄与する金額が変わるため、売上と人員数が完全には連動しておりません。
- ・FY2025以降、人材採用に関連した広告投資や採用費用を拡大することで、FY2024以前よりも採用人数を増加することを見込んでおります。採用人数の増加により受注件数を増やすことが出来るため、FY2025の成長を加速させることを考えております。
- ・継続収益を期待できるリカーリング（ソリューション提供報酬）やマネージドサービス開発（保守運用サービス）の各サービスを開発・拡大して、開発後の継続的な収入を得る、また、顧客接点を継続することで、継続顧客からの新規開発・追加開発等の需要を獲得して、その需要に耐えうる人材を確保することで売上拡大を目指しております。
- ・【変更点】人材育成コンテンツの制作を拡充させるため、FY2022までの予定からFY2024までに期間を変更しております。

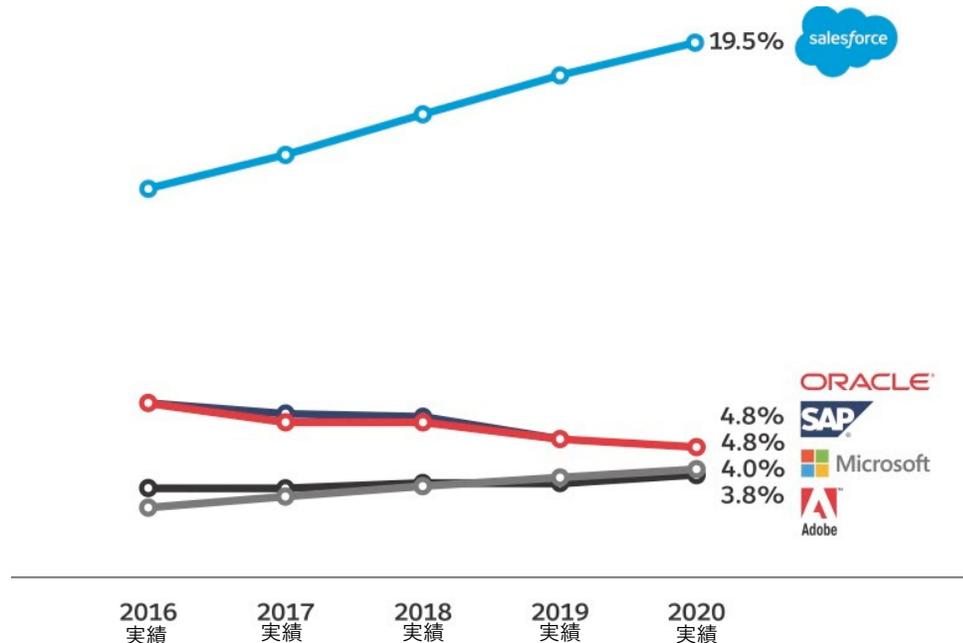
2-3, セールスフォース事業

Salesforceは、企業と顧客をつなぐCRM領域において8年連続No1となっております。 またSalesforce市場は、2025年までに212億ドルの市場規模が見込まれております

CRM領域

8年連続CRM領域No1

Salesforceは、8年連続CRMプロバイダーの第1位にランクされている。また、他のどの顧客関係管理（CRM）ベンダーよりも全体的な市場シェアの地位を高めている

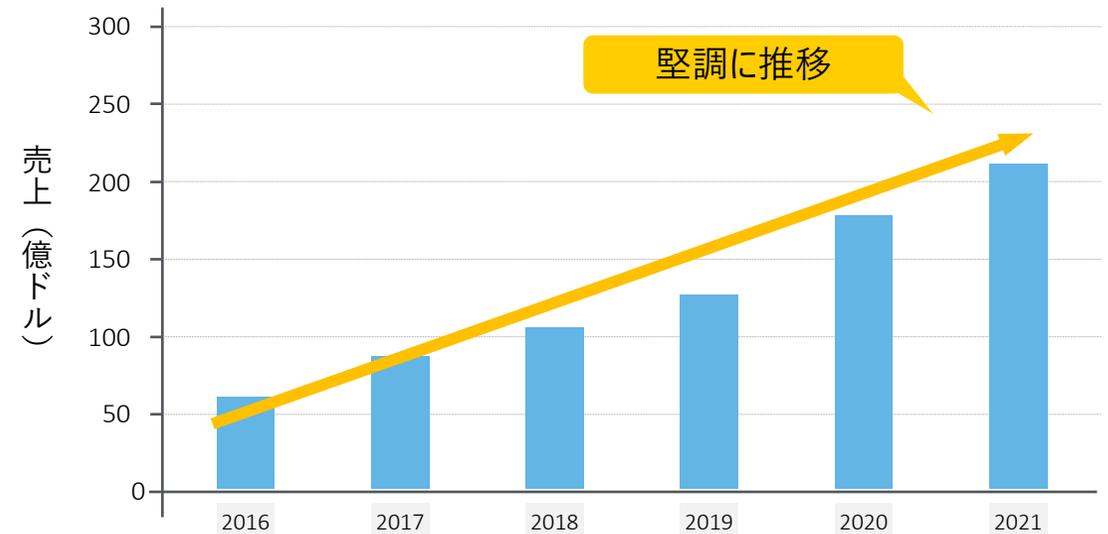


出典：IDC Salesforce Named #1 CRM Provider for Eighth Consecutive Year

Salesforce社の業績

Salesforce業績

セールスフォース事業が対象とするSalesforceの売上は堅調に推移しており2021年には212億ドルの市場規模を形成



出典：Strainer Salesforce.com Incの業績推移抜粋

Salesforceソリューションをフル活用し、当社デリバリーの特徴を組み合わせた新しい顧客・従業員体験を創出するご支援をしております

サービス概要（salesforceソリューションの構築支援を提供）



- 当社デリバリーの特徴 -

技術知見

技術知見を持った人材によるサービス提供

- salesforceやクラウドソリューションに関する専門性の提供
- 他ソリューション（基幹系システムや分析系システム等）に関する知見に基づく専門性の提供
- 業界・業種及び各種業務に関する専門性の提供

生産性

標準機能やアセットに基づく高い生産性の提供

- salesforce標準機能や当社アセット等の活用できるものを最大限活用し、できるだけ作らない工夫を実施。

体験型推進

体験型開発に必要な経験・ノウハウの提供

- アジャイル開発経験者の専門的知見・専門ケイパビリティの提供
- UI/UXデザイナーによる専門的知見の提供

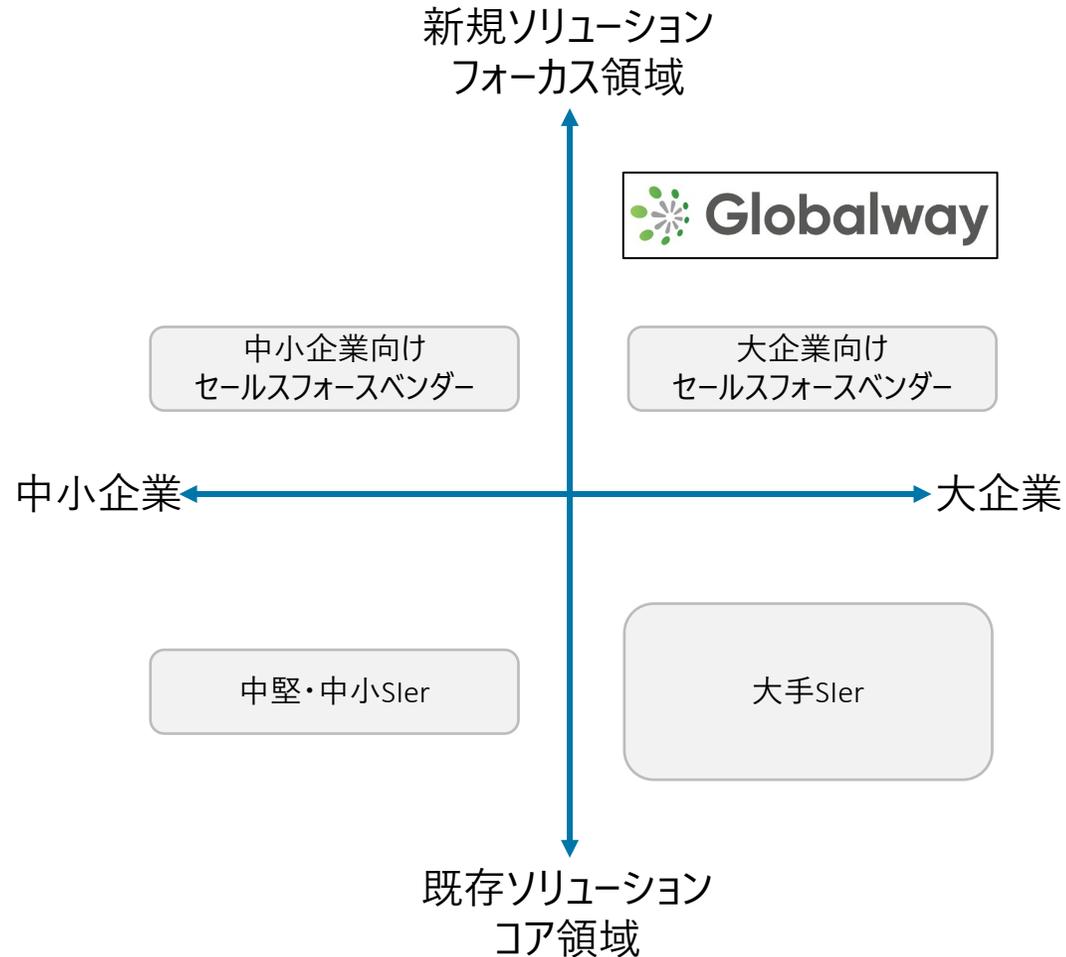
最適なsalesforceソリューションを選択し、開発パートナーと連携して 当社の付加価値を組み合わせたSalesforce構築支援をお客様へご提供しております

事業モデル



新規ソリューション領域に対して、独自のパッケージをご提供できるユニークな会社です。 また連携リーディングカンパニーとして、MuleSoftの導入支援を推進しております

競合環境について



ユニークな価値を提供

新規領域に対する取り組みを強化

- 導入実績により得られた知見を活かし、弊社独自のパッケージを提供

- 🛒 「B2B Commerce +」
- 🏭 「MFG Cloud +」
- 🔗 「MuleSoft Starter Kit」

B2BコマースやExperienceCloudを利用したフロントエンドの導入からServiceCloudやFSLの導入まで、様々な顧客接点の強化に対するsalesforce導入の実績を有しております

競争優位性① これまでの実績

分類	タイトル	ご支援内容	利用技術
電力販売部様	CRMシステムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客対応情報がタイムリーに共有できていない、コミュニケーション手段が台帳、メールなど散在していた課題をSalesforceのServiceCloud上で統合管理するCRMシステムを構築 ✓ 基幹システムとの連携をPowerCenter (Informatica) にて構築 	salesforce Informatica
精密機器メーカー様	コンタクトセンター支援システムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各チャネルごとに個別システムで構築されていたコンタクトセンター業務を、Salesforce上で統合管理出来るシステムをServiceCloudを利用して構築 標準機能を活用した拡張性のある仕組みであり、マルチチャネル（電話、メール、チャット、Web）対応 	salesforce
電子機器メーカー	コールセンター及びフィールドサービス支援システムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 電子機器に関する問い合わせや故障受付等をコールセンターで受け付けるシステムをServiceCloudを利用して構築 ✓ 修理担当者のアサインや派遣、作業管理をFSLを利用して構築 	salesforce Talend,
文具メーカー様	BtoB向けECサイトの構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 会員企業が自社オリジナル文房具を発注できるサイトの構築 ✓ マイページを使ったりリピートオーダーや多様な文房具発注機能等を実現 ✓ ServiceCloudとの連携も実施 	salesforce
精密機器メーカー様	営業支援プラットフォームの開発	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客情報を中心とした社内情報共有システム及び営業支援機能（研究開発、見積、営業活動支援等）の構築 ✓ バックエンドシステム12システムとの連携（BaaN、CSシステム等） 	salesforce webMethods
タイヤメーカー様	店舗モバイル向けAPI構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 店舗で利用するモバイル端末に対して、顧客情報、見積もり情報を取得できるAPIを構築 ✓ Salesforce上で提供するAPIを構築 	salesforce

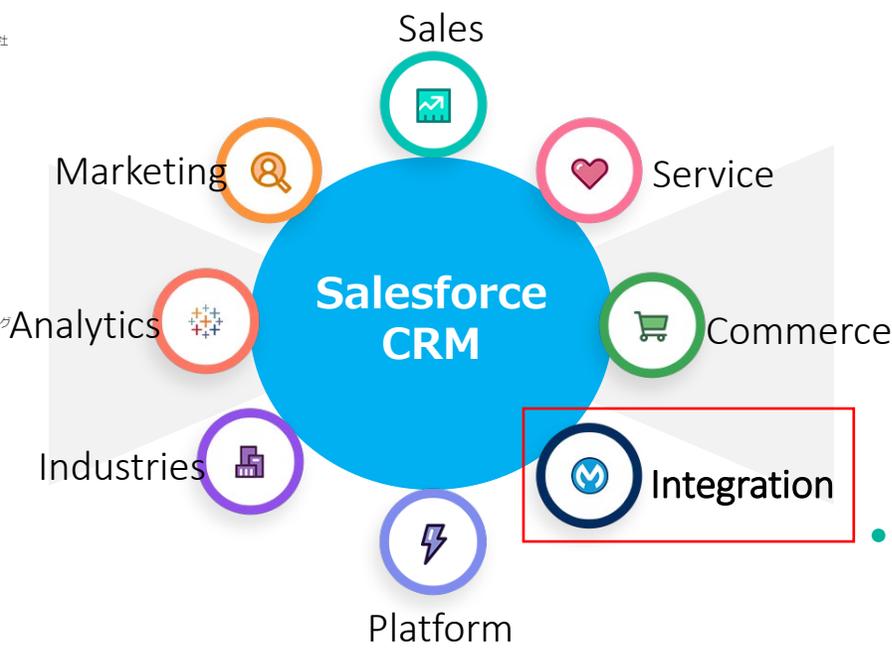
Salesforceの連携プロダクトについては、様々な連携ツールの知見を活かし MuleSoftのパートナーとしてビジネスを推進しております

競争優位性② MuleSoft

パートナー

パートナー各社の情報は「日本語会社名&50音順」で掲載しております

Earth Technology Earth Technology株式会社 C社事業部 担当: 田代 (のしろ) 03-6912-8942 (代表) お問い合わせ Webサイト	accenture アクセンチュア株式会社 アナリティクスコンサルティング事業部 03-3538-3000 (代表) お問い合わせ Webサイト	Abcam Consulting アビカムコンサルティング株式会社 プロセス&テクノロジー デジタルCRMセンター 03-6700-8000 (代表) お問い合わせ
wipro 株式会社ウィプロ・アビリオ 営業本部 03-6447-1450 (代表) お問い合わせ Webサイト	NTT data NTTデータ株式会社 ビジネスソリューション事業部 デジタルビジネスソリューション事業部 03-5546-2386 お問い合わせ Webサイト	オーガシ総研 株式会社オーガシ総研 営業本部/日本営業部 03-6712-1201 お問い合わせ Webサイト
Capgemini キャップジェミニ株式会社 Digital Practice 03-6855-9510 お問い合わせ Webサイト	Globalway 株式会社グローバルウェイ セールスフォース事業部 03-3455-0055 お問い合わせ	サンアンドサンズ サンアンドサンズ コンサルティング株式会社 事業開発部 担当: 松原 (まつなみ) 0466-50-2011 お問い合わせ
bridge 株式会社サンブリッジ マーケティング部 03-5489-6008 お問い合わせ	TAVANT Tavant株式会社 ミュルソフソフト事業部 営業本部 03-5333-8876 お問い合わせ Webサイト	TerraSky 株式会社テラスカイ ソリューション推進本部 03-5255-3411 お問い合わせ
Deloitte デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社 Systems & Cloud Engineering 03-5220-8600 (代表) お問い合わせ	NEC 日本電気株式会社 Salesforce事業推進センター 044-431-7182 お問い合わせ Webサイト	IBM 日本アイ・ビー・エム株式会社 Global Business Services 事業本部 Salesforce Practice 03-6667-1111 (IBMグループ番号案内) お問い合わせ
Fujitsu 富士通株式会社 ビジネスプラットフォーム サービス事業部 03-6250-1200 お問い合わせ	pwc PwCコンサルティング合同会社 ビジネストランスフォーメーション 担当: 中川 (なかがわ) 03-6250-1200 お問い合わせ	FLECT 株式会社フレクト クラウドインテグレーション事業部 MuleSoftソリュー ションチーム 03-6138-2090 お問い合わせ Webサイト



資格取得

- 【Certifications Exams(認定資格試験)】

MuleSoft 認定開発者試験 - Level 1 (Mule 4) (MCD) 日本語化対応



2021年4月~9月までの MuleSoft資格取得者増加数 **+20名**

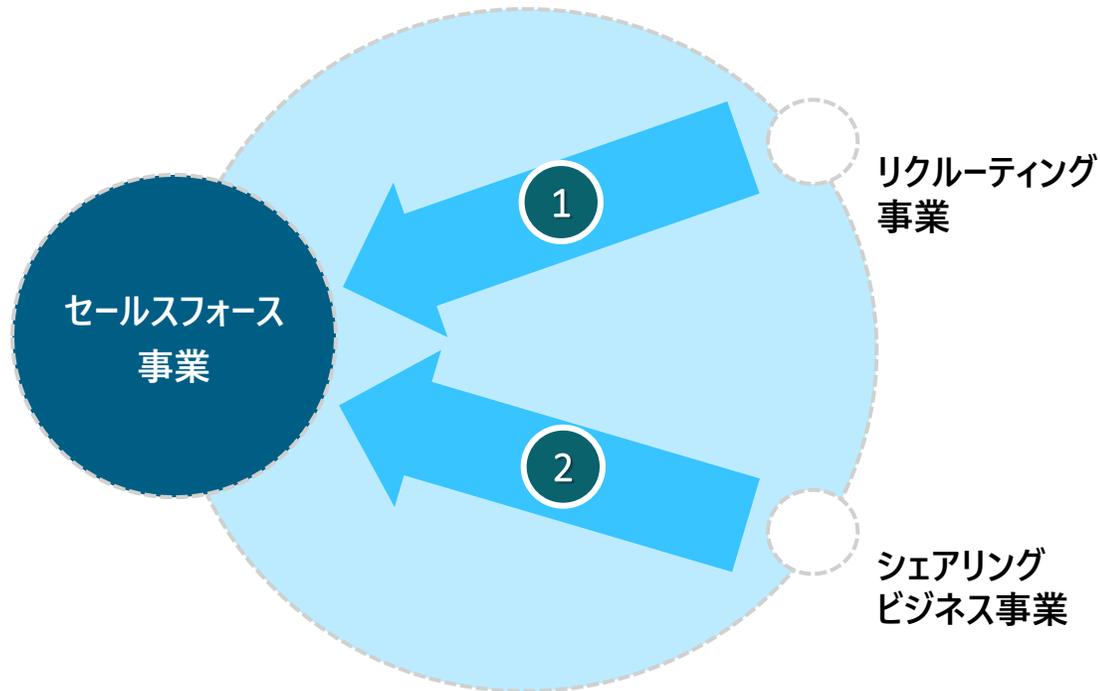
- 【Sales & Delivery Certifications (認定パートナー資格)】

「GTM Industry Champions」を **国内で初めて取得**

リクルーティング事業との連携により、自社採用に強みがあります。また、シェアリングビジネス事業との連携により、幅広いテクノロジー領域をカバーする人材調達に強みがあります。

競争優位性③ 事業シナジー

関連事業の相乗効果関係図



① 社員候補者の連携

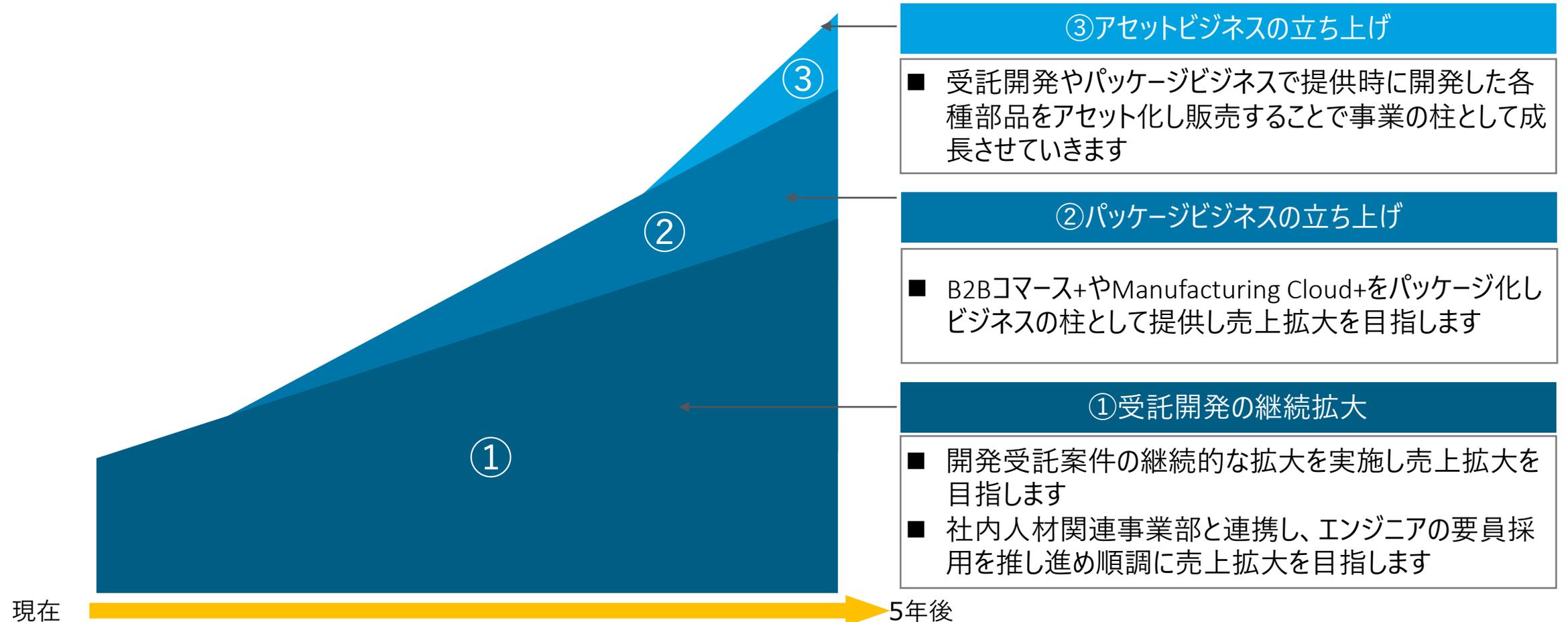
様々なセールスフォースソリューションを提供していくためには難易度が高いスキルが必要となります。この高スキル人材獲得課題に対してリクルーティング事業と連携することで、最新のエンジニアを獲得しております

② スポットエンジニアリソースの連携

難しく、ニッチな技術領域における人材獲得課題に対してはタイムチケット社のシェアリングビジネス事業から人材リソースを調達することで幅広いテクノロジー領域の要件に対応しております

リクルーティング事業部との連携によりエンジニアを確保し、堅調な売上拡大を目指します。 またパッケージビジネスやアセットビジネスの立ち上げ、今後事業の柱としていきます

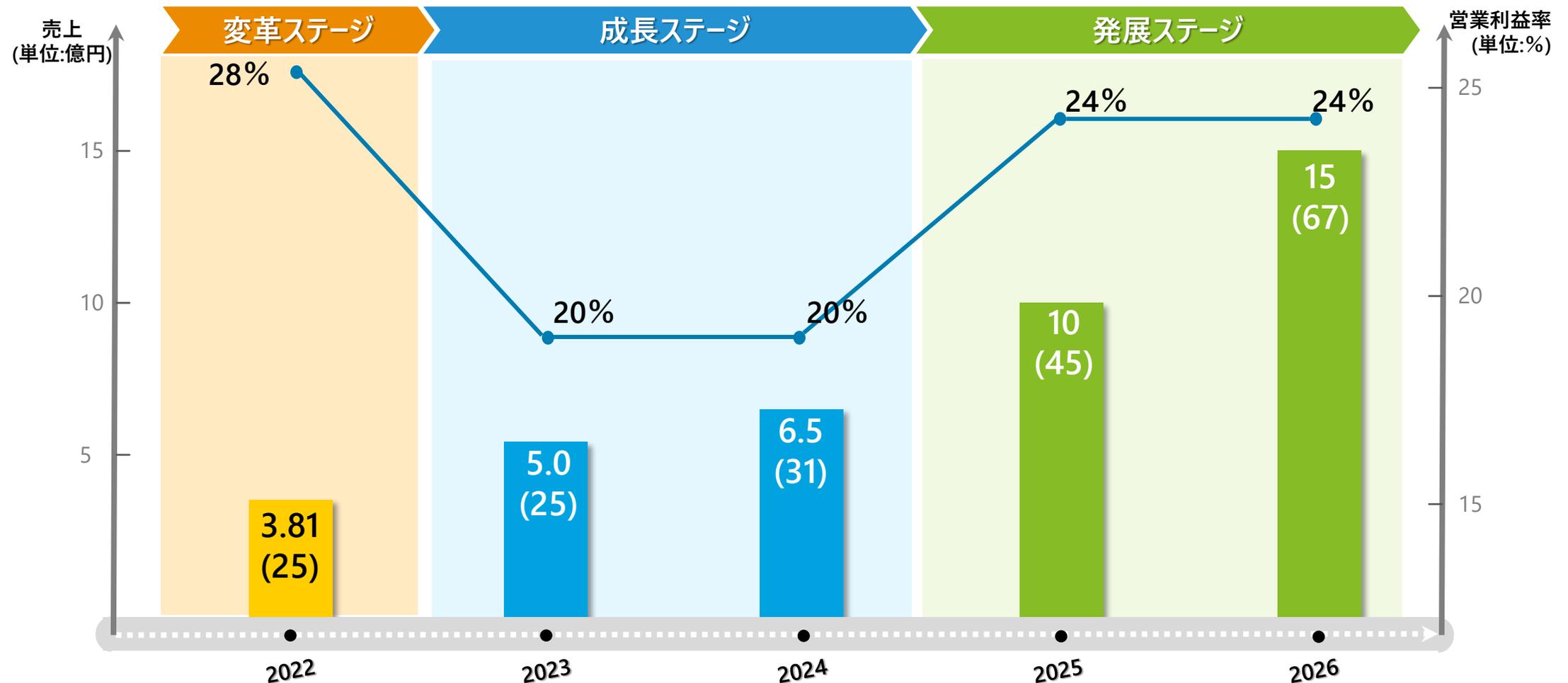
中期成長戦略



セールスフォース事業売上 15億円、営業利益率 24% を2026年3月期における目標に掲げ Salesforce構築支援の継続拡大、パッケージ・アセットビジネスで事業拡大を推進します

業績目標 (FY2022~FY2026)

※記載数字は売上(単位：百万円・端数切捨て)、括弧内数字は社員数



※【注釈】FY2022期初にプラットフォーム事業からセールスフォース事業が独立したため、FY2021より以前の数値は記載なし
2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

売上を拡大するためには、案件単価の増額と共に従業員の増加が重要となります。
 また利益を確保するためには、赤字プロジェクトをコントロールすることが重要となります

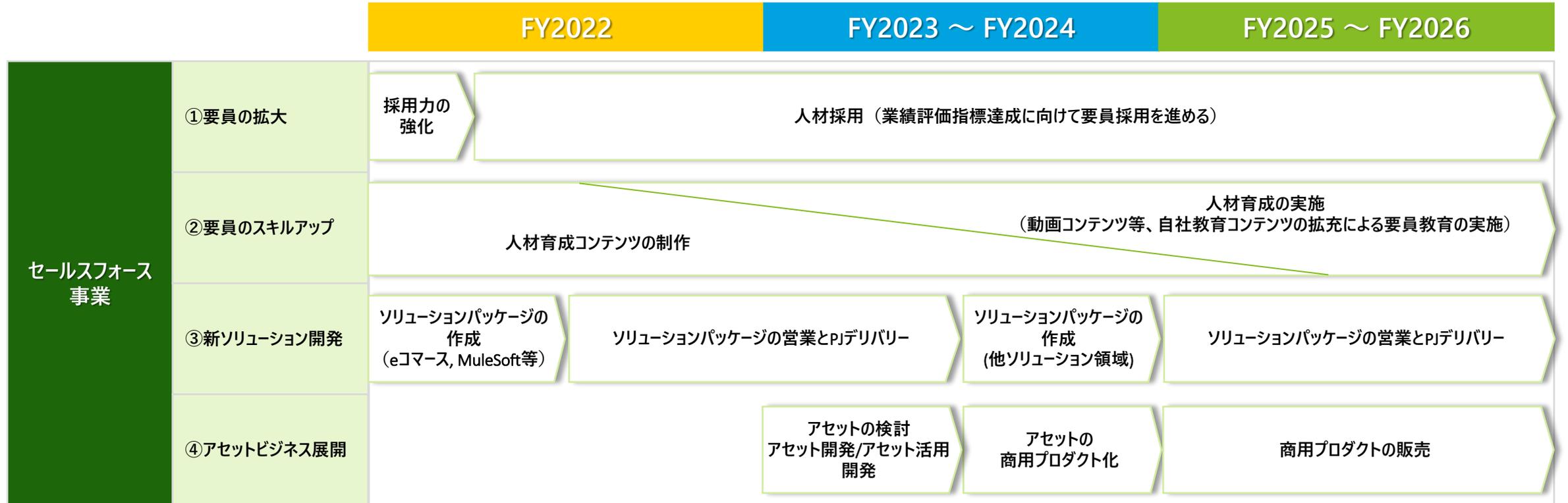
経営指標値と進捗状況

セールスフォース 事業	✓ 売上 = 案件単価 × 案件数 ✓ 単価、数を増加させるためには 従業員数の増加が重要 ✓ 利益を確保するためには プロジェクト管理が重要	指標値	FY2022 2Q	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
		売上 (百万円)	164 (40.2%)	381 (28.6%)	500 (20.0%)	650 (20.0%)	1,000 (24.0%)	1,500 (24.0%)
		事業部利益 (百万)	66	109	100	130	240	360
		従業員 (人)	13	25	25	31	45	67

※【注釈】FY2022期初にプラットフォーム事業からセールスフォース事業が独立したため、FY2021より以前の数値は記載なし
 2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

事業毎に各種施策を展開することにより、事業拡大を目指します

【参考】セールスフォース事業のマイルストーンについて



- 補足
- ・セールスフォース事業は、人材の採用タイミングにより年間の売上に寄与する金額が変わるため、売上と人員数が完全には連動しておりません。
 - ・FY2025以降、人材採用に関連した広告投資や採用費用を拡大することで、FY2024以前よりも採用人数を増加することを見込んでおります。採用人数の増加により受注件数を増やすことが出来るため、FY2025の成長を加速させることを考えております。
 - ・セールスフォースが開発する新規ソリューションに合わせて、その導入ソリューションを開発することで、顧客の新たな需要に対応し、その需要を吸収できる人員を確保することで、新規ソリューションに対応した売上拡大を目指しております。
 - ・【変更点】人材育成コンテンツの制作を拡充させるため、FY2022までの予定からFY2024までに期間を変更しております。また、既存のソリューションを優先させるため、アセットの検討がFY2022からFY2023に変更になりました。

2-4 ,メディア事業

口コミサイトの「キャリアコネ」をはじめとした複数のメディア運営を通して、人材紹介プレイヤーへの集客支援事業を営んでおります。また、候補者資産を活かした採用代行も実施しています。

事業概要とビジネスモデル



企業の労働力不足は依然として続いており、人材紹介経由の決定数は伸長しています。 人材紹介の事業所数が増え、競争が加速する中で集客ニーズは継続伸長の見込みです。

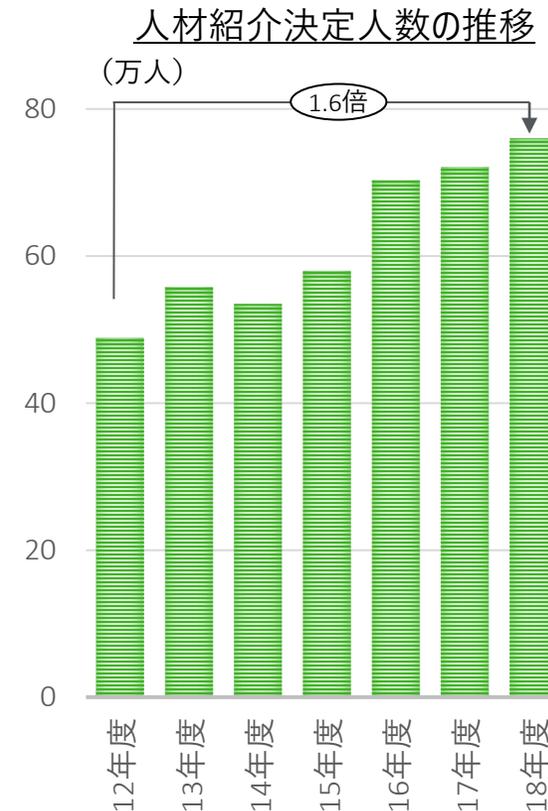
中途採用領域の国内市場ニーズと決定人数の推移

- ✓ 生産労働人口の減少を背景に企業の労働力の枯渇感は依然として存在し、コロナ後、特定業種においては採用数が回復する見込み

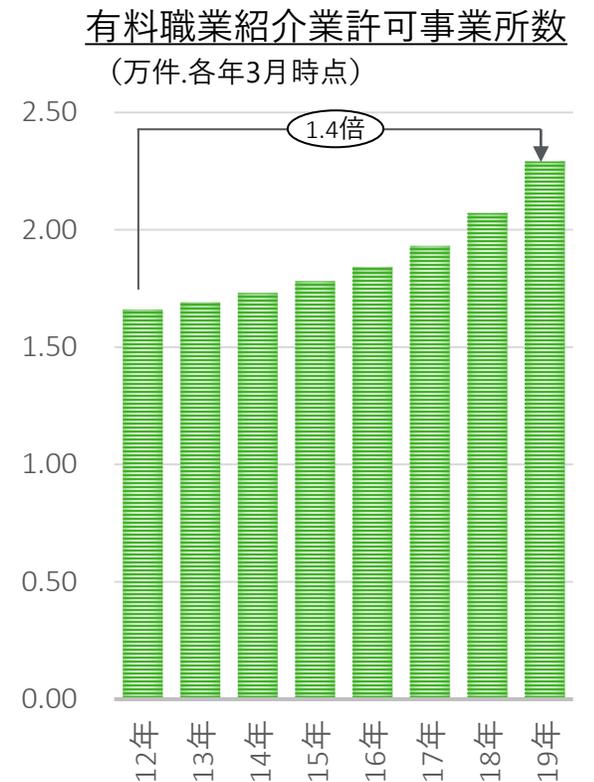


出典：ワークス研究所 中途採用実態調査
※分からない、以前より採用していないは趣旨を鑑みグラフから削除
https://www.works-i.com/research/works-report/item/210205_midcareer.pdf

- ✓ 人材紹介経由の決定数は年々増加。人材紹介会社の競争も過熱し、候補者の集客ニーズは今後も堅調に存在する見込み



出典：矢野経済研究所 レポート
2020年度 人材ビジネスの現状と展望



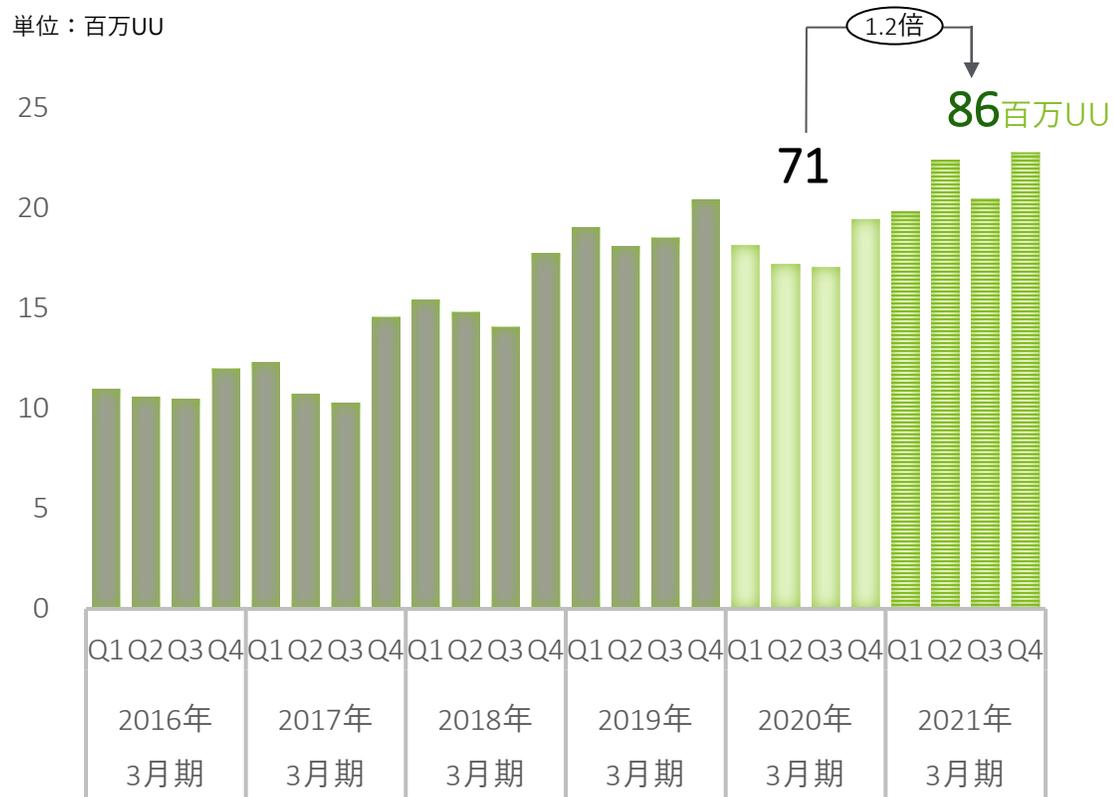
出典：矢野経済研究所 レポート
2020年度 人材ビジネスの現状と展望

メディアUUの安定的な成長は人材調達の競争優位の源泉であり、成長の土台となります。 また弊社は求職者と企業の両手集客を実現しており、その強みを活かしたビジネスが可能です。

運営メディアのUU過去推移

- ✓ 複数メディアを立ち上げ・成長させることで国内屈指のユーザー数を誇る企業へ成長

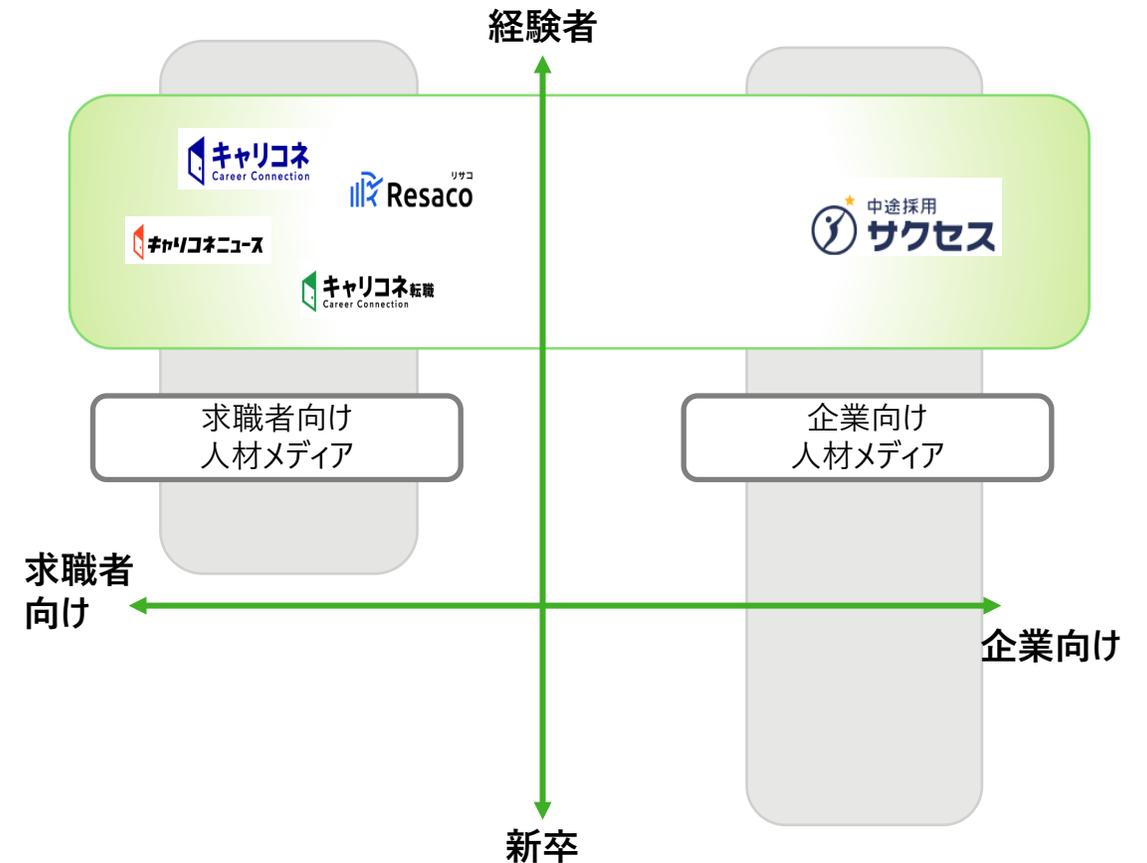
単位：百万UU



UU：Unique User
当社の運営メディアにアクセスしたユーザー数（訪問者数）を当社にて算出

ポジショニングのユニーク性

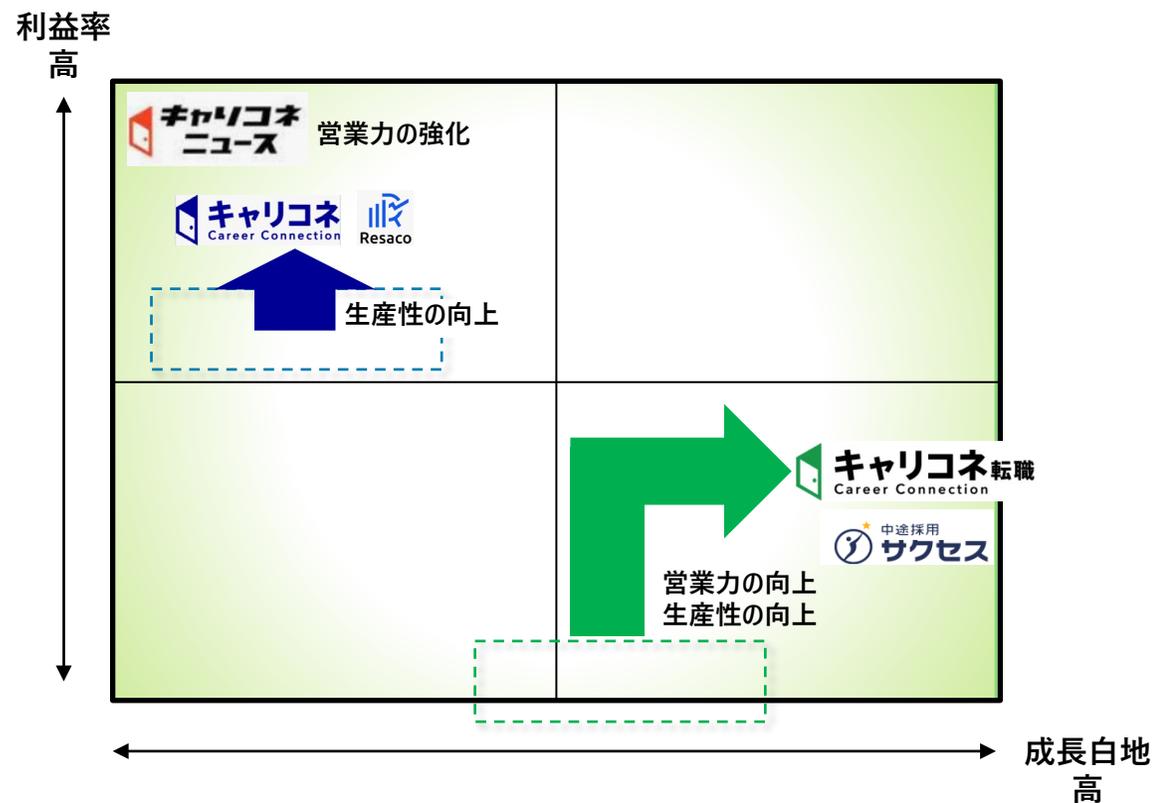
- ✓ 大手企業は選択と集中の論理が強く働きすぎる為、求職者が企業の片方の集客に偏ってしまう。弊社は両者を獲得するメディア運営に成功



既存のメディアは基本施策の徹底で収益を継続拡大させます。一方、新たなクライアントへ価値提供する「価値転換モデル」を構築し、拡大成長を目指します。

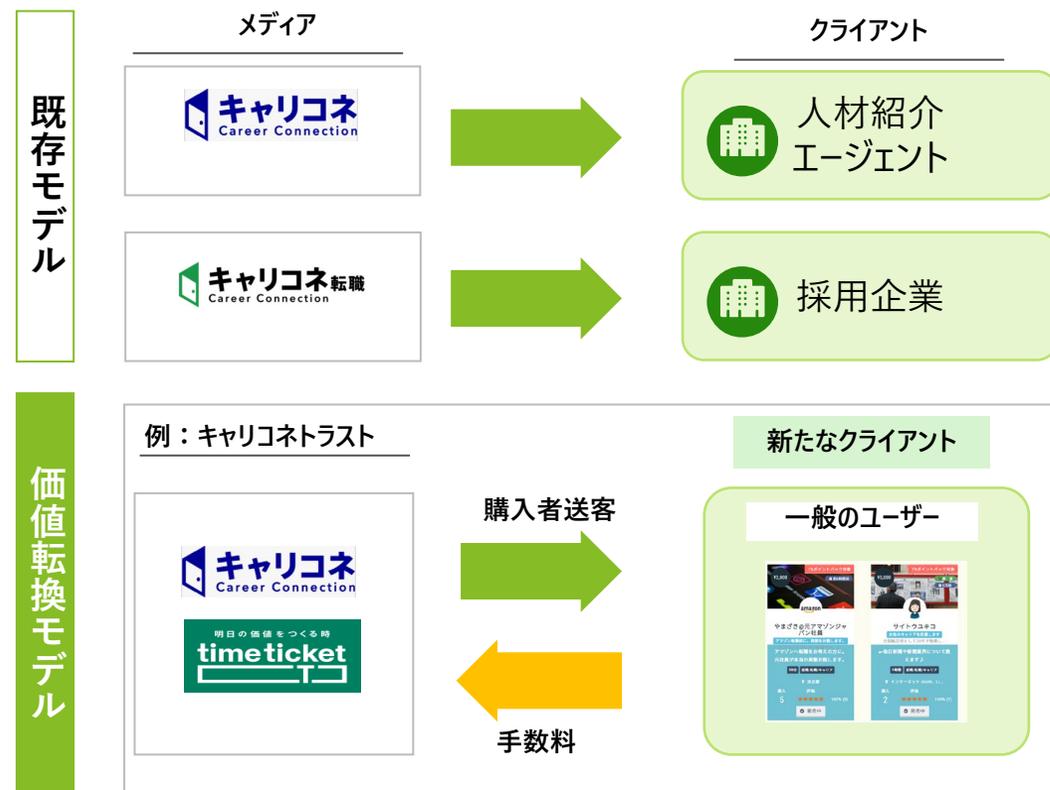
既存モデルの成長戦略

- ✓ 既存モデルの各メディアの運営はそれぞれ単体で「営業力の強化」や「生産性の向上」を中心とした、基本施策で収益性の継続拡大を図る



価値転換モデルの構築による成長戦略

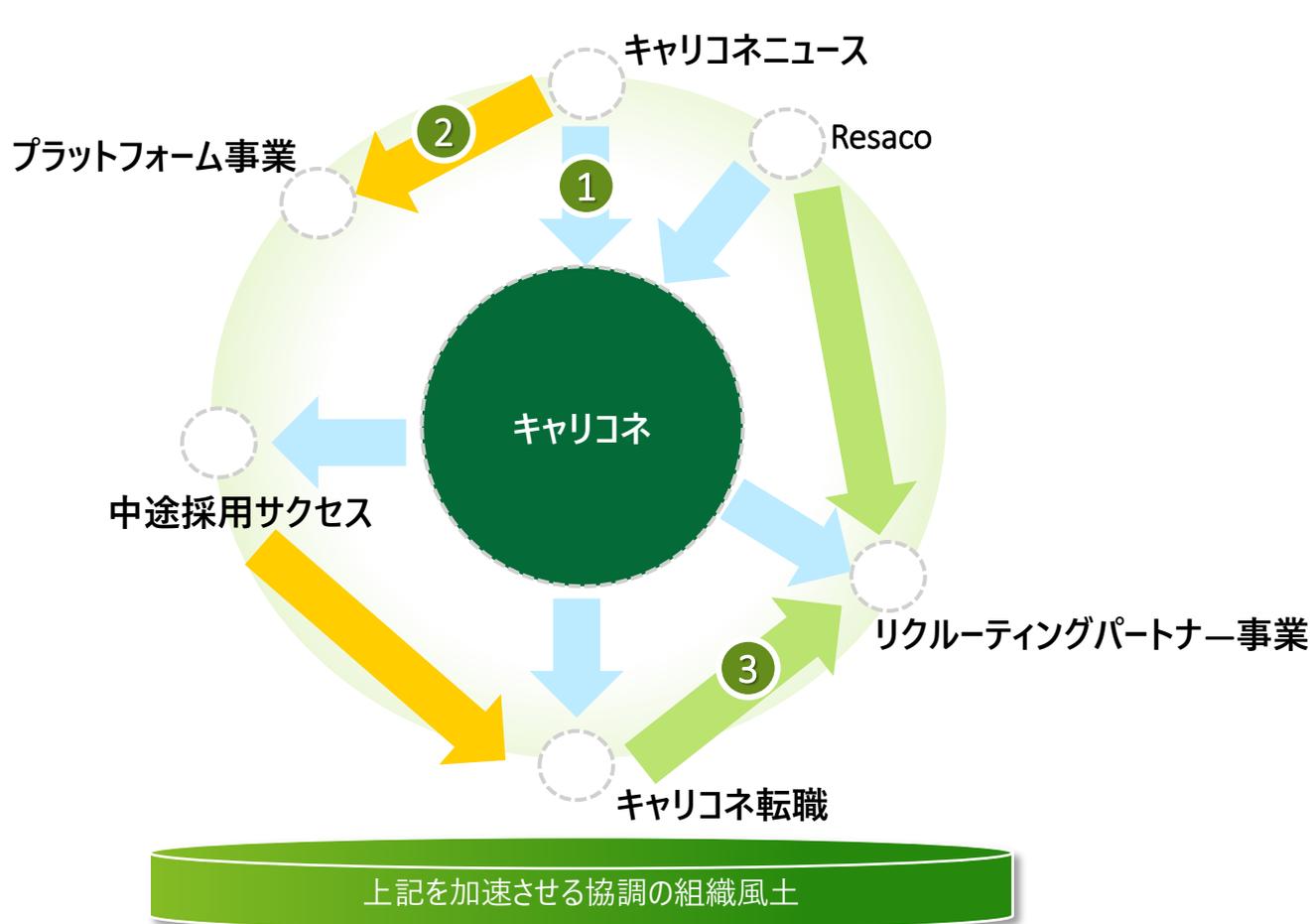
- ✓ メディアの機能・サービスを新たなクライアントに価値提供する
- ✓ 価値提供の手段としてはメディア単体または組み合わせで提供を図る



各メディア間において、送客支援や営業機会の最大化等、ピンボールのような相乗効果が得られる構造と、それらを加速させる協調の組織風土を実現しています。

既存モデルの競争優位性～メディア間の相乗効果による生産性向上と営業力強化～

既存メディア及び関連事業の相乗効果関係図



[生産性] [営業力]

1 送客（候補者・商談リード）

- ✓ キャリコネの集客のSEOリスク分散
- ✓ 転職候補者のキャリアコネ転職への送客
- ✓ 人事や採用担当者を中途採用サクセスへ送客

○

○

2 商談獲得、クライアントリレーション強化

- ✓ プラットフォーム事業のクライアントのサービスPRをキャリアコネニュースが実施しクライアントとのリレーション強化
- ✓ キャリコネ転職の採用代行の営業商談の機会創出

○

3 システム・工数・ノウハウ活用

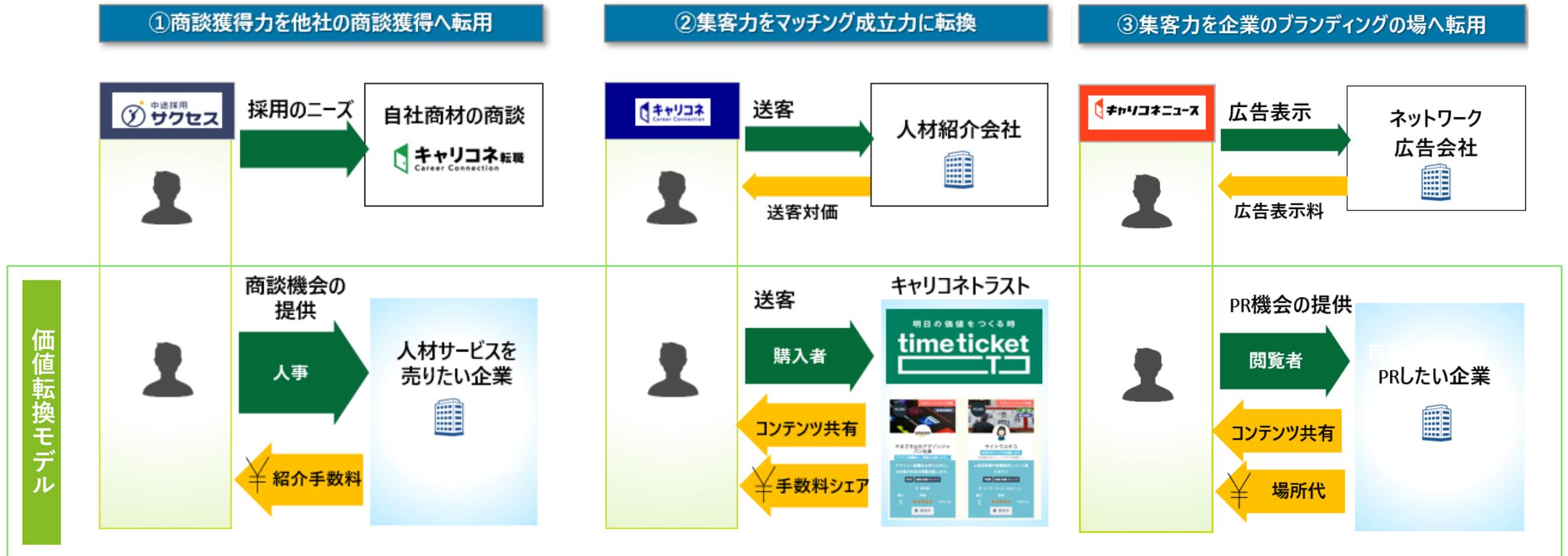
- ✓ リテインサーチ受注時等の際の推薦工数をキャリアコネ転職の採用代行の体制でサポート
- ✓ 企業分析や面接対策ノウハウを候補者に提供

○

各メディアやサービスの持つ機能・ノウハウ・資産を、新たな顧客に対して価値提供し、業界のリーディングプレイヤーを目指しサービスの拡大成長を狙います。

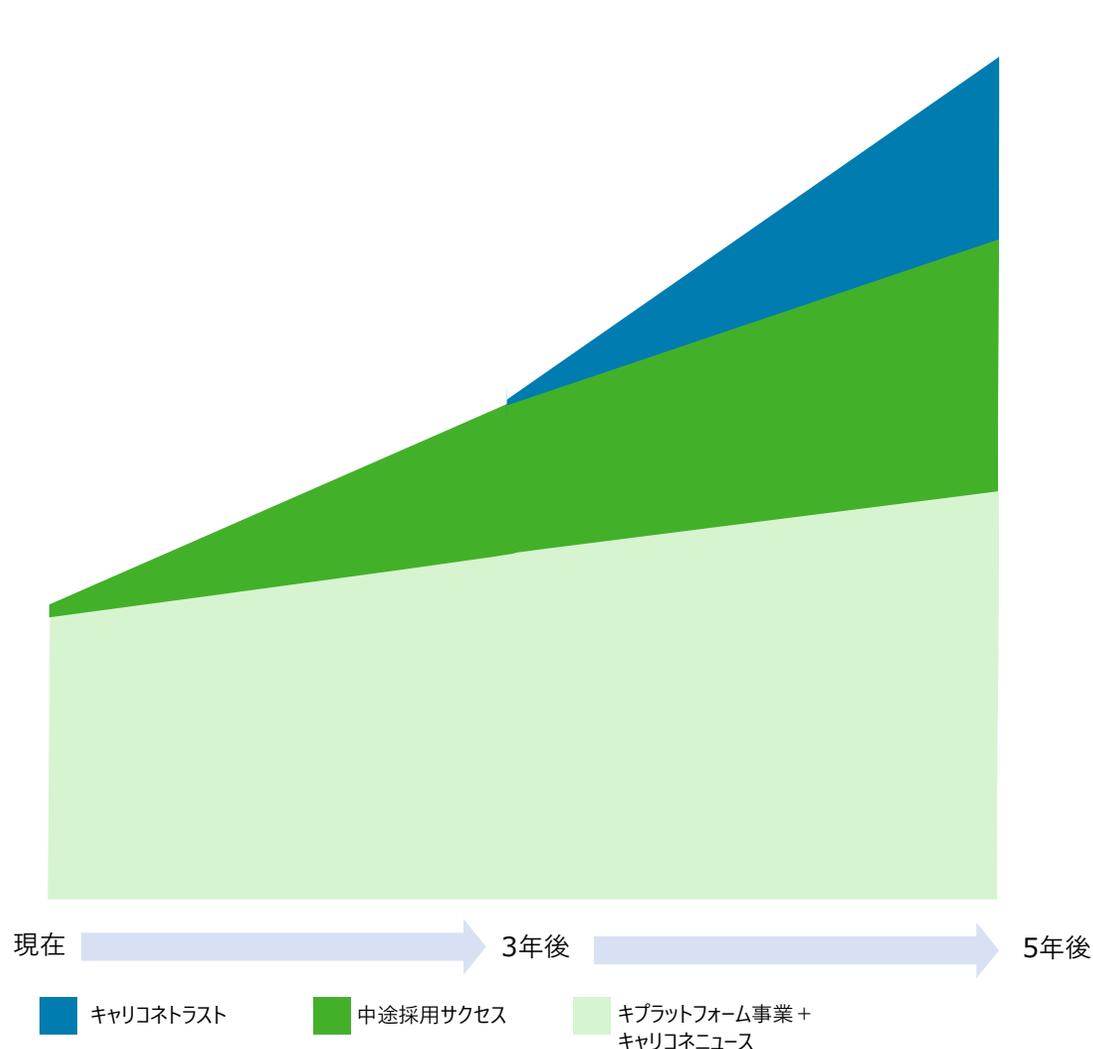
価値転換モデルの競争優位性～既存の資産を活かした先行事例～

新たな顧客



中計前半3年は既存モデルの収益強化と価値転換モデルによる拡大により基盤を固め、後半は、人材領域における新たな事業へ投資することで非連続な成長を目指します。

中長期の成長戦略と収益積み上げのイメージ



価値
転換
モ
デル

前半3ケ年

- ✓ 各サービスで価値転換モデルの検証
- ✓ キャリコネトラストはチケット数仕込みのフェーズ

後半2ケ年

- ✓ 価値転換モデルで拡大成長領域の絞り込みで選択と集中
- ✓ キャリコネトラストはマーケティングによる加速フェーズ

既存
モ
デル

前半3ケ年

- ✓ 営業力強化と生産性向上の徹底的な追求
→各サービスのオペレーションやモニタリング及び
相乗効果の仕組みを自動化

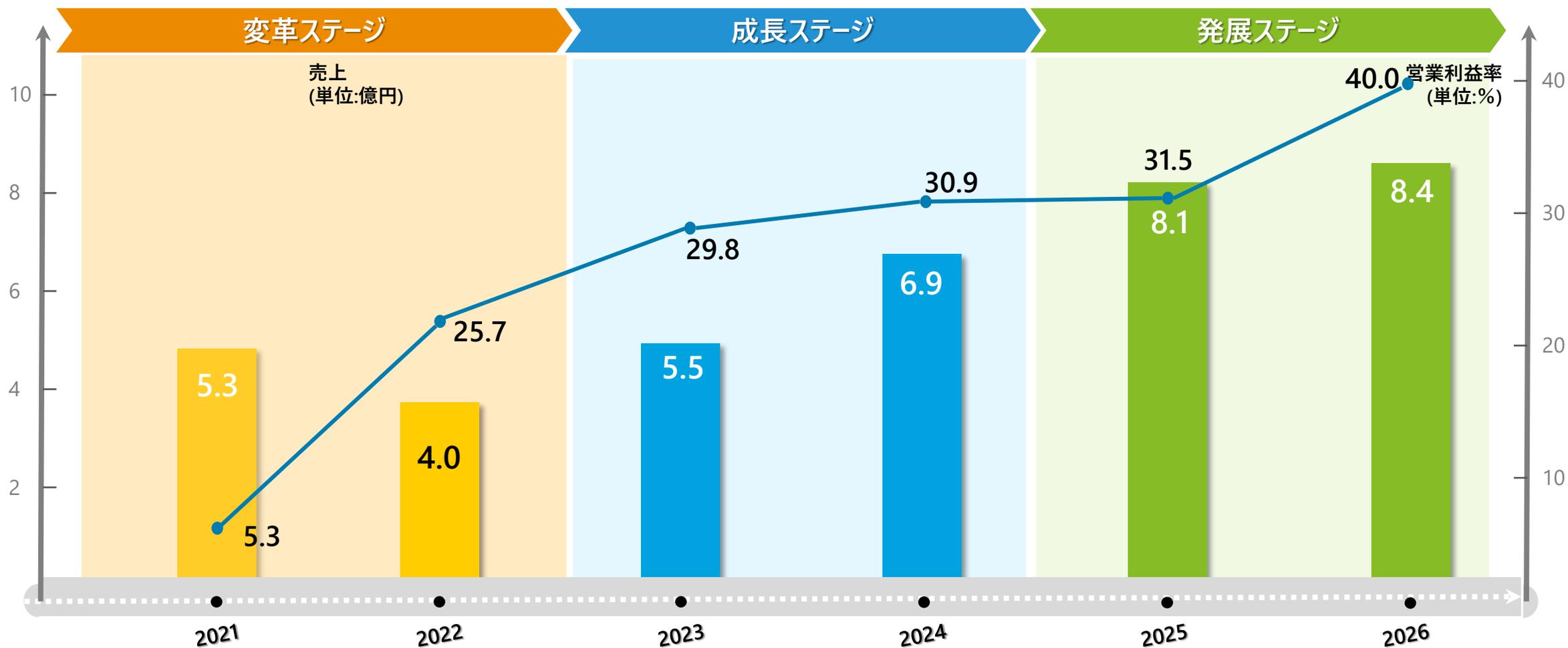
後半2ケ年

- ✓ 営業人員の採用強化、マーケティング人員の強化

メディア事業関連売上 8.4億円、営業利益率 40% を2026年3月期における目標に掲げ、既存モデルの収益安定化と付加価値拡大モデルの実現で事業拡大を推進します

メディア事業 業績目標 (FY2022~FY2026)

※記載数字は売上(単位：百万円・端数切捨て)、セグメント利益率



※【注釈】FY2022期初にソーシャルウェブメディア事業からリクルーティング事業が独立したため、FY2021より以前のリクルーティング事業に属する売上はソーシャルウェブメディア事業に内包されております。2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

既存モデルではUUを毎年着実に伸ばし、価値転換モデルでは前半3ケ年の新たなクライアントの契約数・チケット数の増加に注力します。

メディア事業のKPIの計画

業績評価指標			FY2021	FY2022 2Q	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	
既存	UU	✓ 既存モデルの売上は登録ユーザー数が源泉となる為、UU数をKPIとして設定	百万	86	44	80	85	90	94	97
	契約数	✓ 価値転換モデルは新たなクライアントへ価値提供することで売上を上げるため、KPIは契約数に設定	件 年度末時点	-	14	50	150	200	350	500
価値転換モデル	チケット数	✓ 価値転換モデルの中でもキャリコネラストについては、クライアントが一般ユーザーとなる為、上記と別で収益の原資となるチケット数に設定	件 年度末時点	-	92	100	150	200	400	600

※【注釈】FY2022期初にソーシャルウェブメディア事業からリクルーティング事業が独立したため、FY2021より以前のリクルーティング事業に属する売上はソーシャルウェブメディア事業に内包されております。
また、価値転換モデルはFY2022より数値を取得予定となっております。
チケット数は、価値転換モデルにおいてタイムチケットとの共同事業になるため、タイムチケットを活用した集客となります。そのためタイムチケットのチケット数が売上に反映されるため、KPIにチケット数を置いております。

事業毎に各種施策を展開することにより、事業拡大を目指します

【参考】メディア事業のマイルストーンについて



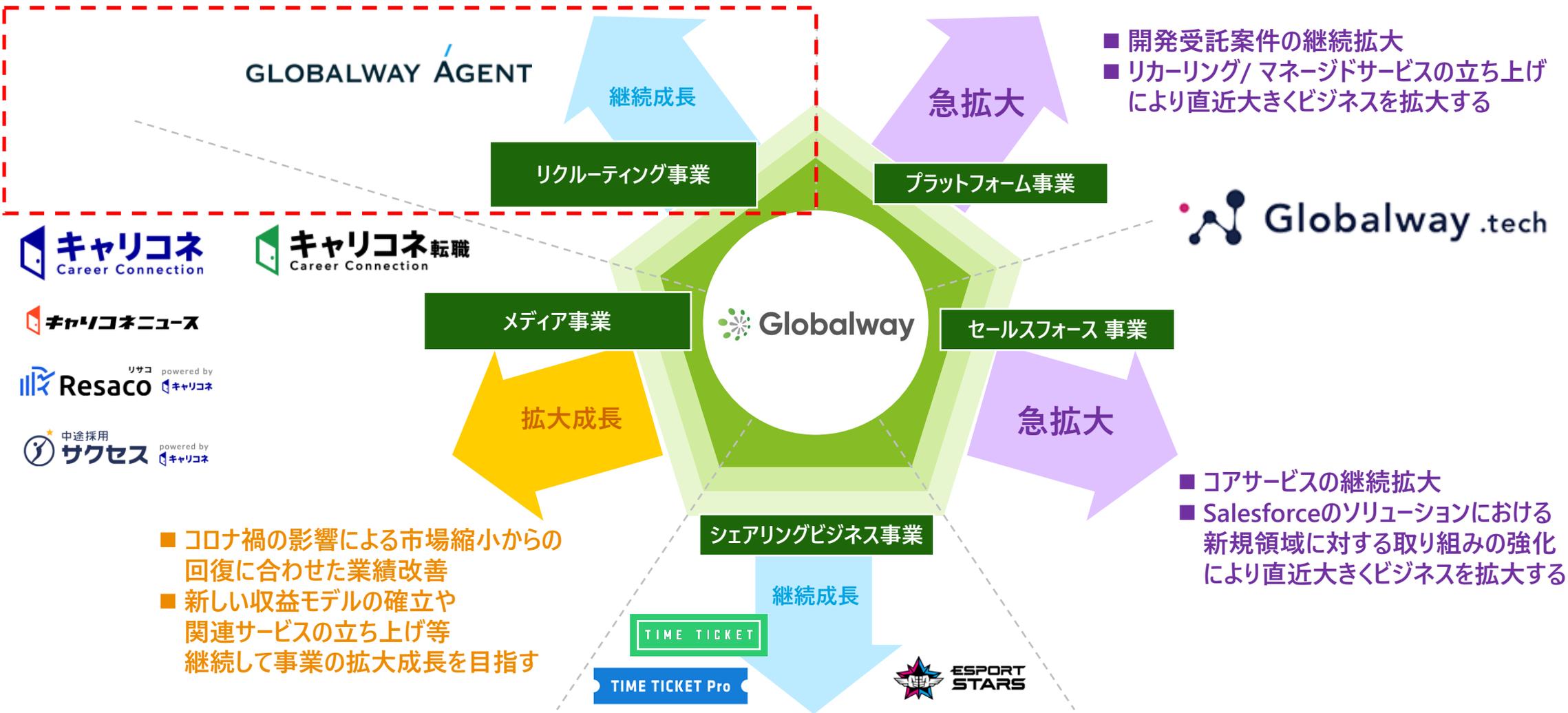
■ 補足

- ・メディア事業は自社メディアのUU数（ユニークユーザー数）を基にしたクライアント獲得になっており、UU数が増加することによりそのUU数に着目したクライアントが増加することで、売上増加に繋がるものになっております。まずは「既存モデル」と位置付ける既存メディア運営の「営業効率改善」、「生産性向上」の徹底でUUの安定成長を狙います。
- ・FY2022における新サービスの確立により、新たな収益源を獲得することで、FY2023以降のメディア事業の売上、セグメント利益が拡大する見込みです。
- ・人事サービスの代理店契約を拡充することで、人事課題ソリューションの総合ソリューションプロバイダー（代理店ビジネスモデル）を目指しております。
- ・KPIに記載しておりますUU数には、新サービスによるユニークユーザーの増加は加味しておりません。
- ・【変更点】代理店ビジネス強化とメディア構築サービスの提供が価値転換モデルに変更になり、ブランドチャンネルの構築、利用顧客の獲得、利用顧客の順次拡大を追加しております。

2-5 ,リクルーティング事業

GW-VISION2026において、メディア事業については拡大成長を、リクルーティング事業については継続成長を担い、グループ全体の収益最大化に貢献します

GW-VISION2026



転職希望者を集め、企業に紹介する事業モデルです。コンサルタントの人数と生産性がモデルの基本であり、魅力的な求人の確保とマーケティングの強化が更なる成長の鍵となります。

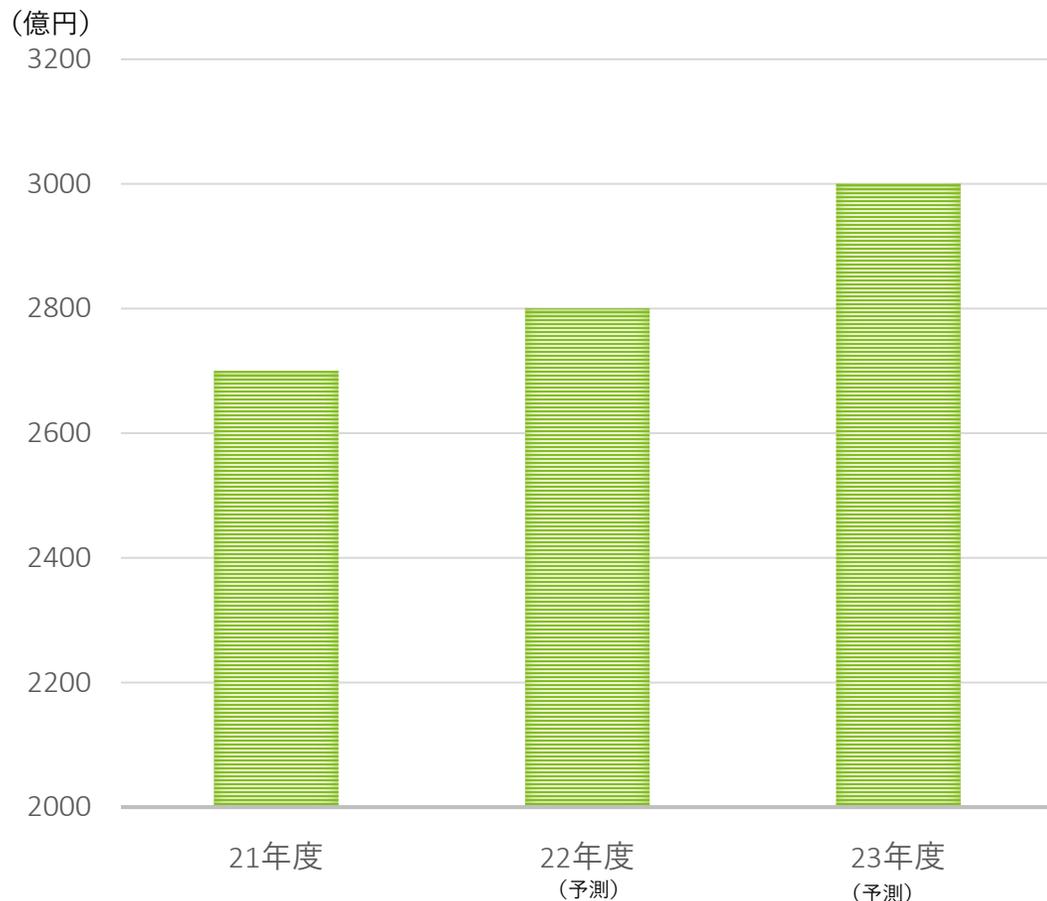
事業モデル



市場全体は一時的に縮小しましたがIT業界におけるDX人材の採用ニーズ転職人数は過熱しています。より年収帯の高いDX人材の支援に注力することで、収益向上が見込めます

人材紹介事業の国内市場規模

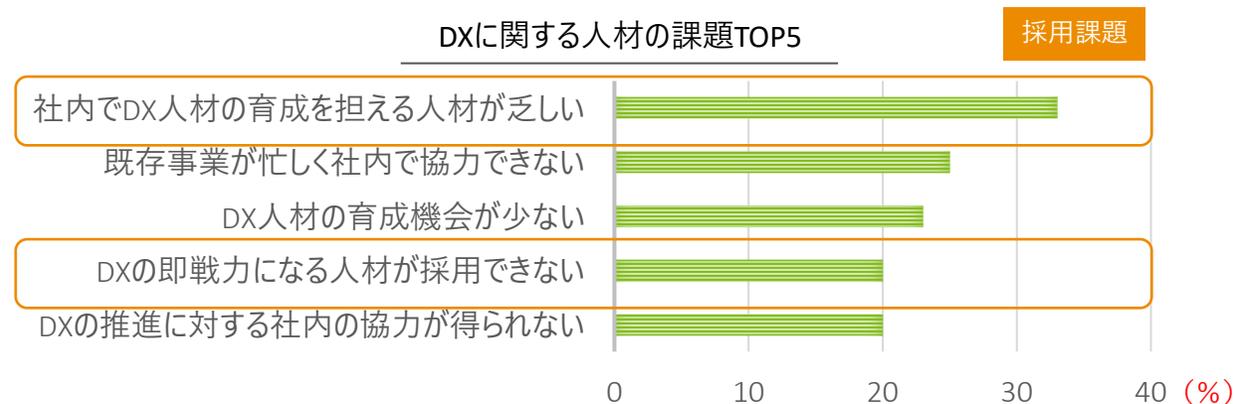
- ✓ 人材紹介市場は回復基調



出典：矢野経済研究所レポート
2020年度 人材ビジネスの現状と展望

DX人材の市場の状況

- ✓ DX人材の課題を抱える企業の約半数が採用に課題有り
- ✓ DX人材の転職人数は年々増加。



出典：電通デジタル 日本企業のデジタルトランスフォーメーション調査2020年版
矢野経済研究所レポート 2020年度 人材ビジネスの現状と展望

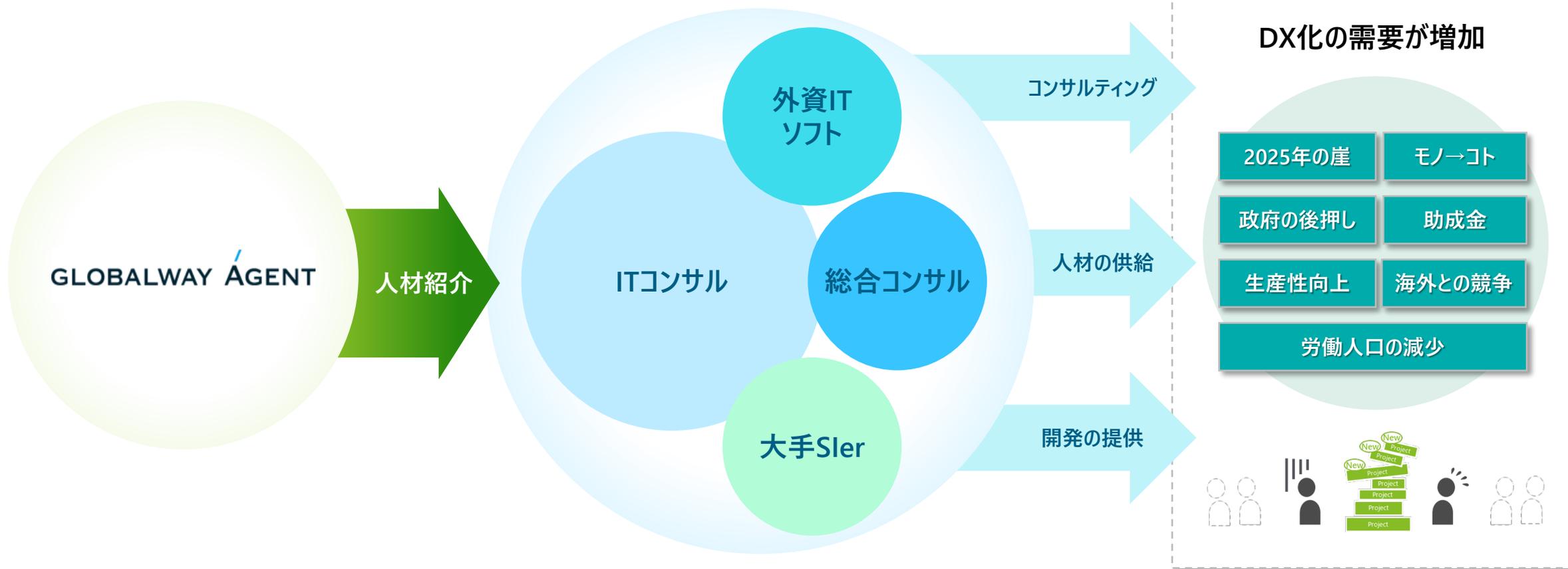
人材不足のIT業界において、外資ITソフトやITコンサル等を中心とした「DX促進の推進企業」へ、企業が求める人材を紹介する人材紹介事業を運営しております。

事業ドメイン：人材が不足するIT業界のDX人材に特化



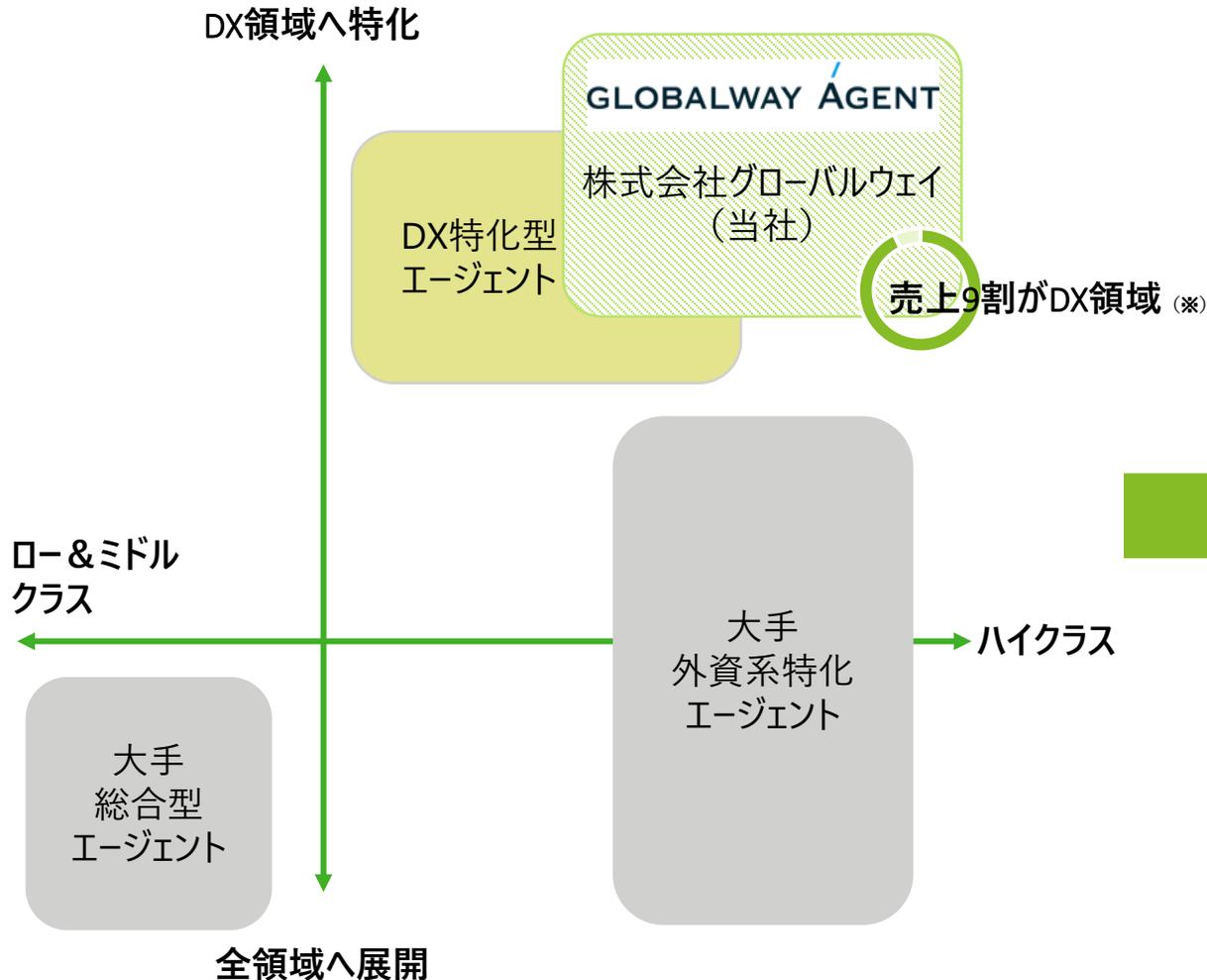
DX促進の支援会社

事業会社



DX領域に特化したポジショニングで運営しており、これまでの長い年月の実績から候補者及び採用企業に対してユニークな価値を提供しています

DXに特化したポジショニングと提供価値



候補者に対するユニークな提供価値

- ✓ 長年の知見から、DX求人の情報だけでなくIT業界の業界トレンドからキャリアアドバイスを実施
- ✓ DX領域の企業に対する信頼から、他の紹介会社には無いハイクラス希少求人を持

採用企業に対するユニークな提供価値

- ✓ 一般的な人材紹介用スカウトDB以外からの希少な人材の推薦
- ✓ クオリティの高い候補者面談によって効率的な選考通過を実現

※2021年度上期実績（本セグメントの売上を対象としております）

DXハイクラス求人の調達は、過去実績による信頼から営業人員を置かずに実現しております。 また、候補者集客においても他事業と連携した独自の仕組みが構築できています

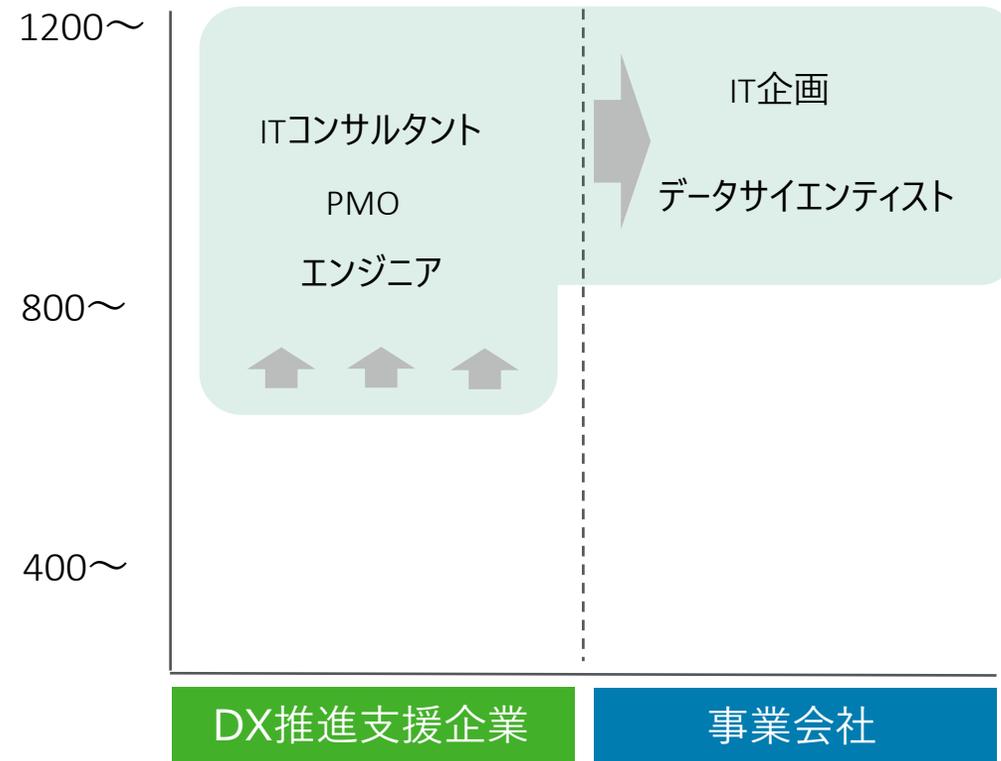
競争優位性 独自の調達手法



短期的には、DX推進企業のハイクラスの人材の紹介に注力し、中長期的には希少度の高い事業会社のハイクラスDX人材の紹介を増やしていきます

ドメイン移行による収益向上のポテンシャル

- ✓ 短期的にはDX推進支援企業に注力し、中長期的には候補者からの希望が高い事業会社を並行で事業展開



中長期の成長戦略と収益積み上げのイメージ

事業会社

- ✓ 前半3ケ年では一部企業に絞って紹介
- ✓ 実績とノウハウを固めた後に後半2ケ年は、多くの事業会社に紹介を展開

DX推進支援企業

- ✓ 前半3ケ年では、これまで以上にハイクラスの候補者対応へ注力と、決定ナレッジ共有の促進
- ✓ 後半3ケ年では事業会社とDX推進企業の両方に推薦可能な候補者の集客に注力

現在 → 3年後 → 5年後

市場のニーズが高いDX領域に注力し、コンサルタント一人当たりの売上にフォーカスしていく。
コンサルタントの採用を計画的に実施し成約数を伸ばすことで売上向上に繋げる

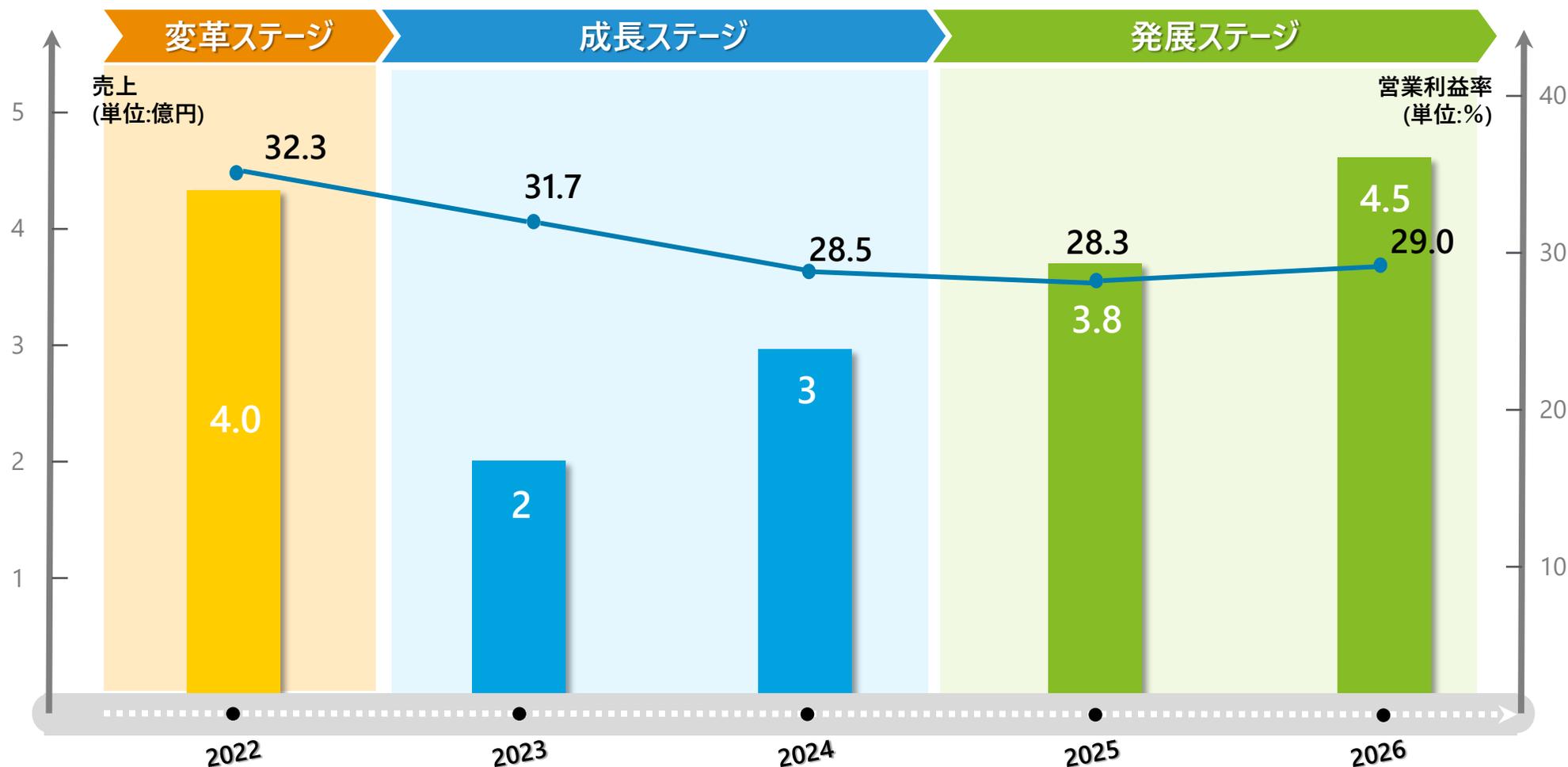
今後の開示KPIと中長期見通し



リクルーティング事業関連売上 4.5億円、営業利益率 29% を2026年3月期における目標に掲げ、コンサルタントの採用及び継続的な注力資源の確保を持って事業成長を実現します

リクルーティング事業 業績目標 (FY2022~FY2026)

※記載数字は売上(単位：百万円・端数切捨て)、セグメント利益率



※【注釈】FY2022期初にソーシャルウェブメディア事業からリクルーティング事業が独立したため、FY2021より以前の数値は記載なし
2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

DXに注力するポジショニングにより優秀なコンサルタントを確保し、成約数の増加を狙います

リクルーティング事業のKPI

業績評価指標		FY2022 2Q	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
リクルーティング 事業	売上 = 案件単価 x 成約数 売上 / 人数 (百万円)	17.6	32.6	17.1	22.2	24.8	24.3
	成約数 案件数	46	85	55	65	70	75

※【注釈】FY2022期初にソーシャルウェブメディア事業からリクルーティング事業が独立したため、FY2021より以前の数値は記載なし
前項の売上とKPI数値は乖離しております。その理由として、本項記載の売上／人数は、人材紹介報酬のみで作成しておりますが、他にリクルーティング業務の受託事業や契約時のイニシャル報酬もあるため、数値に差異が生じております。
2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

事業毎に各種施策を展開することにより、事業拡大を目指します

【参考】リクルーティング事業のマイルストーンについて



■ 補足

- ・FY2022は、コロナ禍影響からの回復と期初から必要人員の補充が完了していることで一人当たり売上が過去に比べて増加しています。
- ・FY2023以降は、FY2022の施策により紹介機会の増加およびスカウト力の強化で、リクルーティング対象の人材が増えることから、一人当たりが担当する求職者が増加し、一人あたりの売上が増加することを見込んでおります。
- ・一人当たりの売上の増加に伴い、従業員に対するインセンティブと紹介時の外部メディア等の支払いを除き固定費用が発生しないため、一人当たりの売上平均値が一定値を越えると利益率が拡大するビジネスモデルになっております。また、新規採用した場合は、3-6ヶ月後に売上貢献が可能になり一人当たり売上が増加していきます。
- ・【変更点】紹介機会の最大化にFY2023以降マーケティングの強化を追加しております。

2-6 ,シェアリングビジネス事業

『個性が活きる社会』を目指して、個人のスキルや経験を売買できるシェアリングエコノミーサービスを提供しております

シェアリングビジネス事業概要

新しいスタイルで夢を叶える

セブテー二社で就業も自身がやりたいコピーライティングには一切携われず副業でタイムチケットで活動。



加来 幸樹

↓ 443枚のタイムチケット活動

- ・ブランド名づけ主として独立
- ・NTTdocomo等の超大手からもタグライン等のコピーを受注

28歳で離婚。離婚を機に、心理学やコミュニケーション学を学び、タイムチケットにて恋愛相談チケットを販売。



渡辺結花

↓ 709枚のタイムチケット活動

- ・ツヴァイの専属講師の打診
- ・月間100万円以上の収入をタイムチケットで稼ぐ

ソフトウェアのSAPのエンジニアとして長年就業したが定年で引退。タイムチケットプロでプロフェッショナル登録



宮田氏

↓ タイムチケットプロ事務局が企業に売り込み

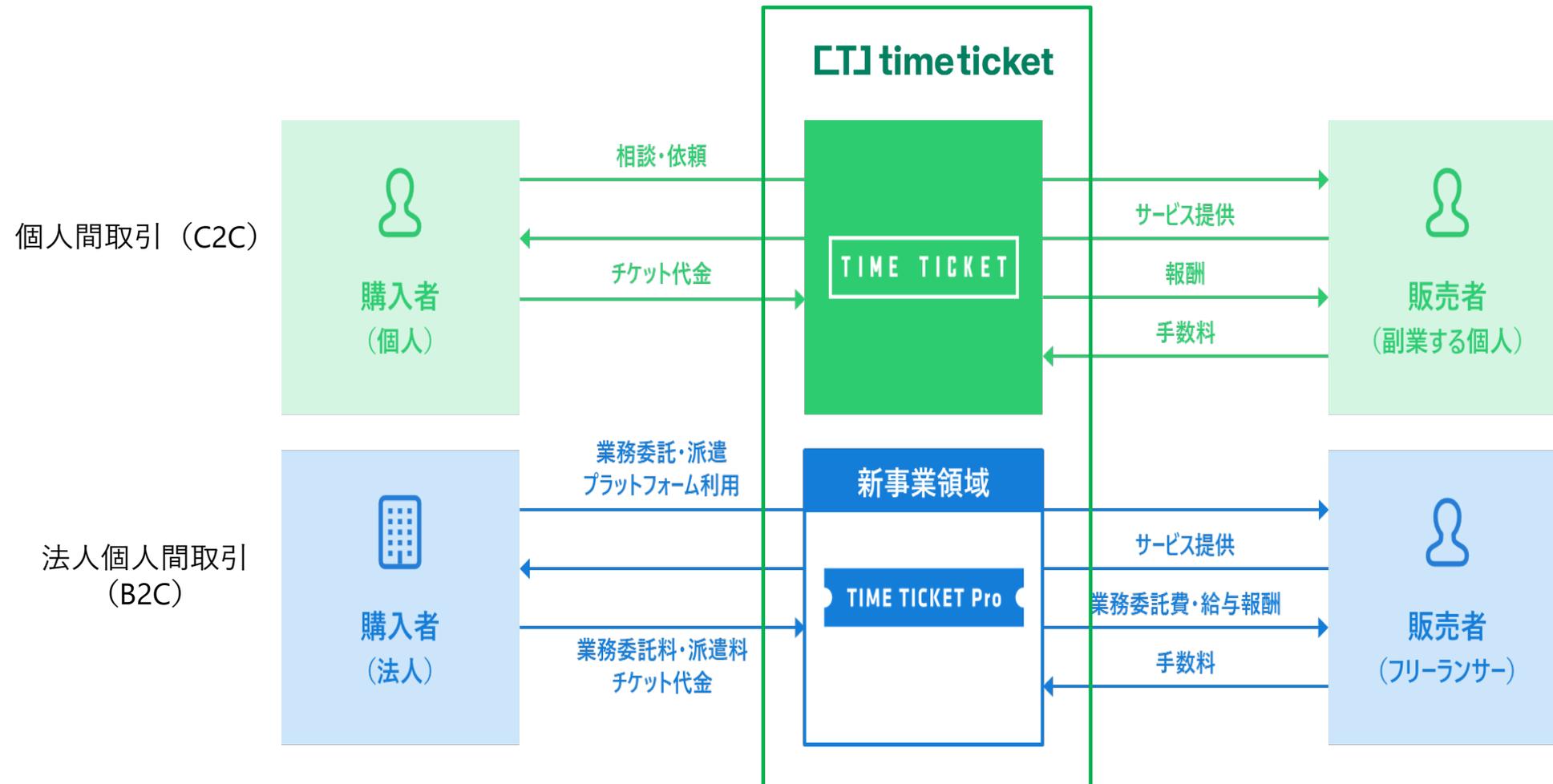
- ・月収120万円の案件を受注
- ・定年後も、大手企業（富士通）と取引し最前線で活躍中

私たちの目指す世界

会社から給与をもらうだけの時代から、会社に依存しなくても収入が得られる社会に

購入者(個人・法人)が支払った業務委託費・チケット代金の一定料率の手数料が、当社サービスの売上となります

事業モデル



シェアリングエコノミーサービスの市場規模はさらなる拡大が見込まれており、 カテゴリで見ても、スキル領域のシェアリング市場は非常に大きく拡大が見込まれております

C2C：シェアリングエコノミーサービス日本国内市場規模

シェアリングエコノミーサービス市場規模推移・予測



注1. サービス提供者売上ベース

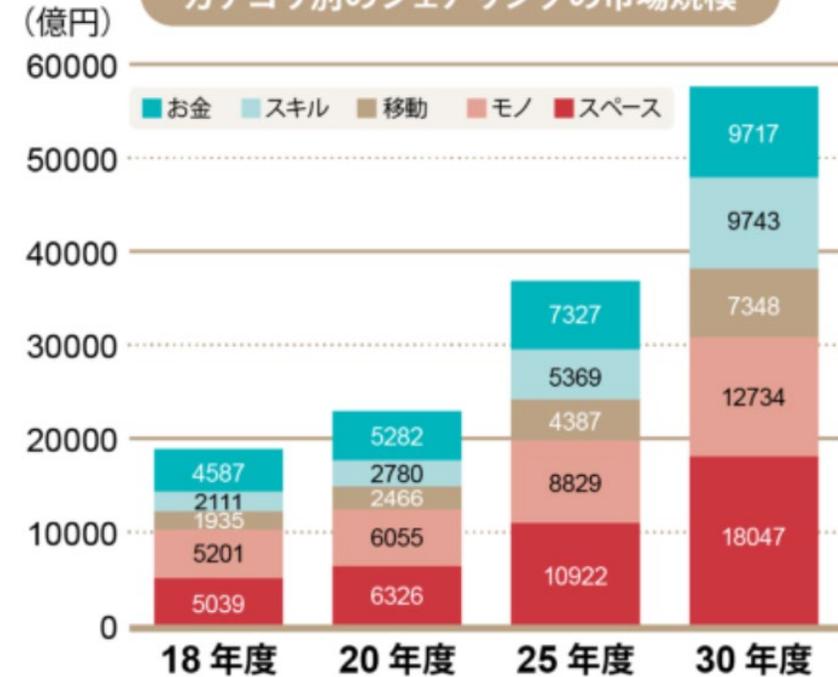
注2. 2020年度見込値、2021年度以降は予測値

注3. シェアリングエコノミーサービスとは、不特定多数の人々がインターネットを介して乗り物・スペース・モノ・ヒト・カネなどを共有できる場を提供するサービスをさす。なお音楽・映像のような著作物は対象外とする。

矢野経済研究所調べ

出典：矢野経済研究所 シェアリングエコノミー（共有経済）サービス市場に関する調査（2020年）
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2545

カテゴリ別のシェアリングの市場規模

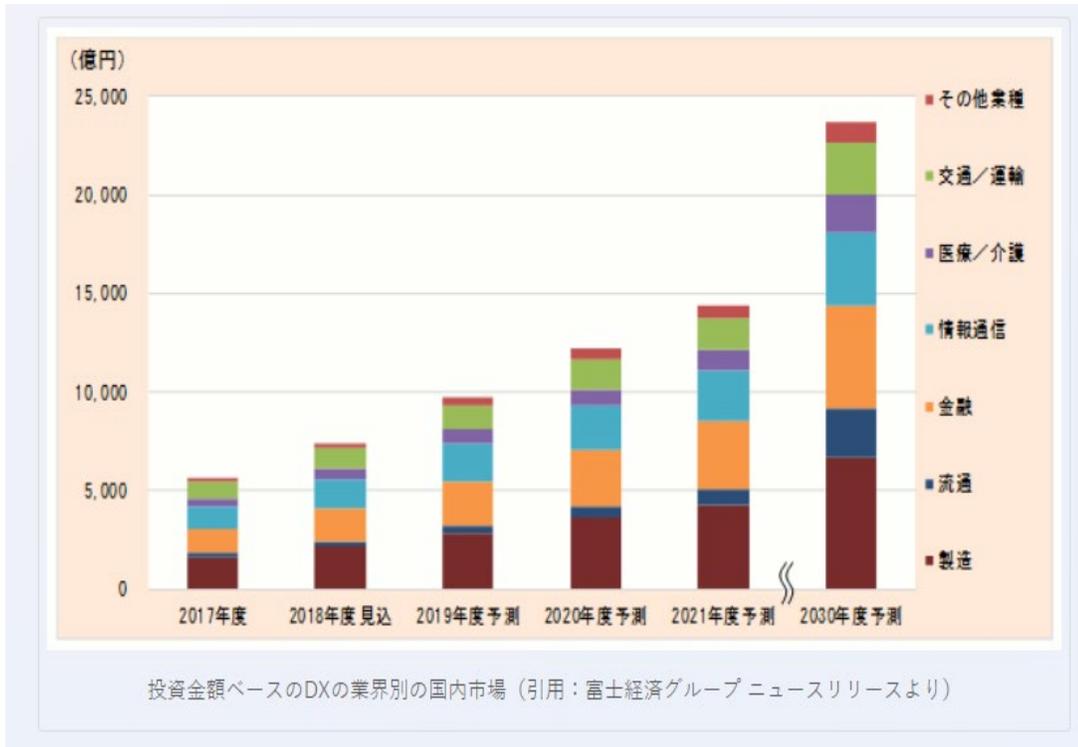


出典：情報通信総合研究所 シェアリングエコノミー関連調査結果
<https://sharing-economy.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/2019/04/a72ba3cb20f4f08b87cea4920c17b867.pdf>

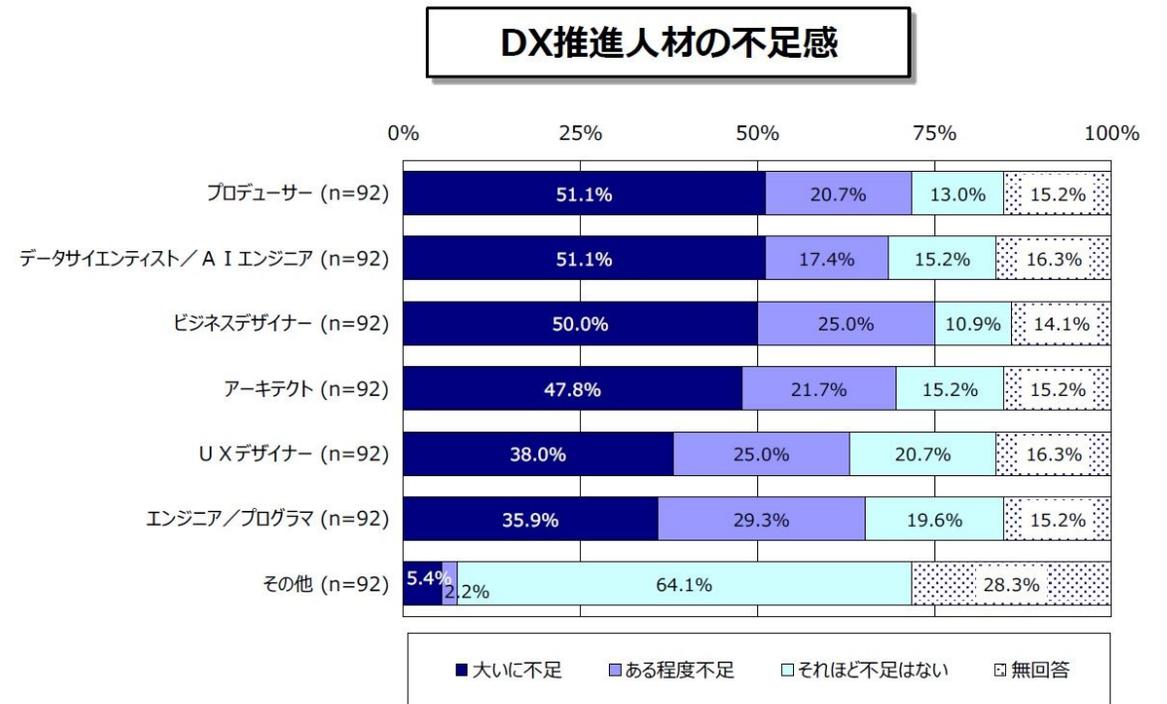
日本のDX関連市場はより大きく拡大が見込まれている一方で、DXを推進するスキルを所持する人材は大いに不足しております

B2C：DX全体の日本国内市場規模

2030年度のDX市場は、
投資金額ベースで2兆3,687億円にのぼると予想



一方で、DX推進を実施するDX人材は大いに不足



出典：富士キメラ総研 2018デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望
<https://www.fcr.co.jp/pr/18075.htm>

出典：情報処理推進機構 デジタル・トランスフォーメーション推進人材の機能と役割のあり方に関する調査
<https://www.ipa.go.jp/files/000073017.pdf>

C2Cでは、グループ会社との連携によりキャリア系のチケットが豊富

B2Cでは、プロ契約やプロ顧問契約により、高スキル・高単価の人材との専属契約を推進

競争優位性①

特徴①

C2C

- ✓ 平均単価1.5万円の高額取引
 - ↳ 恋愛・お金・デジタル・キャリア系等のチケット
- ✓ オンラインと対面の取引が可能

特徴②

キャリア系のチケットの増加
グループ会社運営メディア（キャリコネ）との連携



B2C

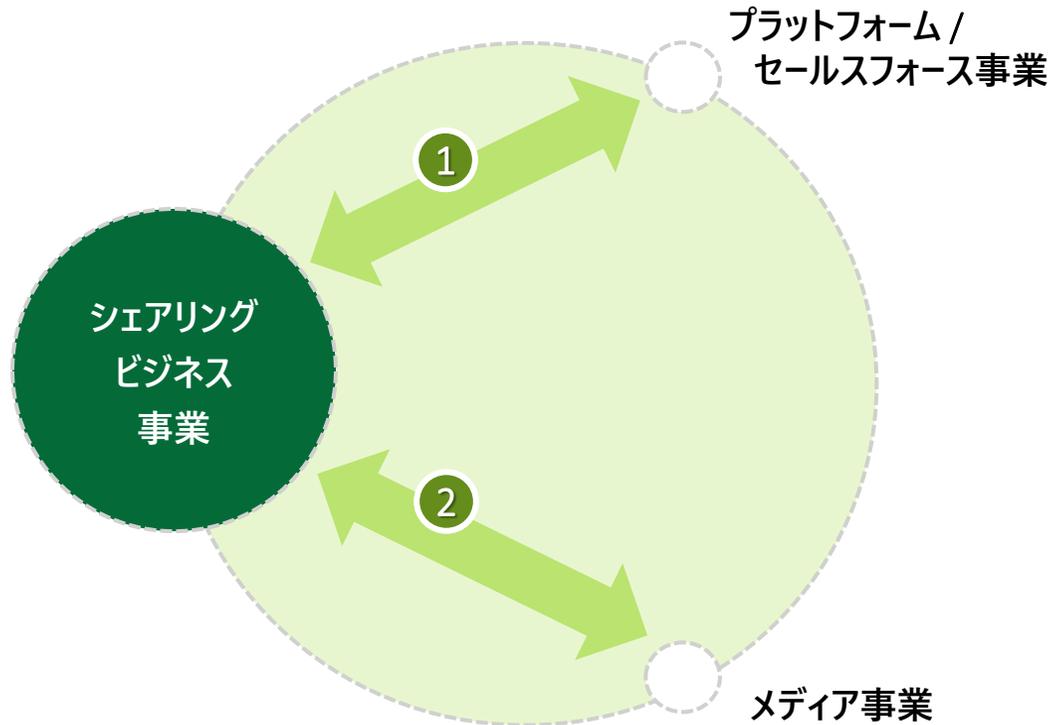
- ✓ 100万円以上の高額取引
 - ↳ コンサル・エンジニア・Web系等のDX人材
- ✓ トレーニングで価値向上が可能

プロ契約やプロ顧問により
高スキル・高単価人材の専属契約を可能として、提供
人材を抱え込み



グローバルウェイのDX支援事業からの案件紹介や協働サービス提供による支援案件拡大及び、メディア事業とのシナジー効果による、チケット数、登録者数の拡大にを目指します

競争優位性② 事業シナジー



① DX支援事業と連携した顧客提案

- ✓ DX支援事業（プラットフォーム/セールスフォース事業）と連携し、協働でのプロジェクト提案を実施することにより、案件数を拡大する
- ✓ DX支援事業のお客様からの人材ニーズに対して、当サービスで人材を供給することにより案件数を拡大する

② 「キャリコネトラスト」の拡大によるキャリア系チケットの増大

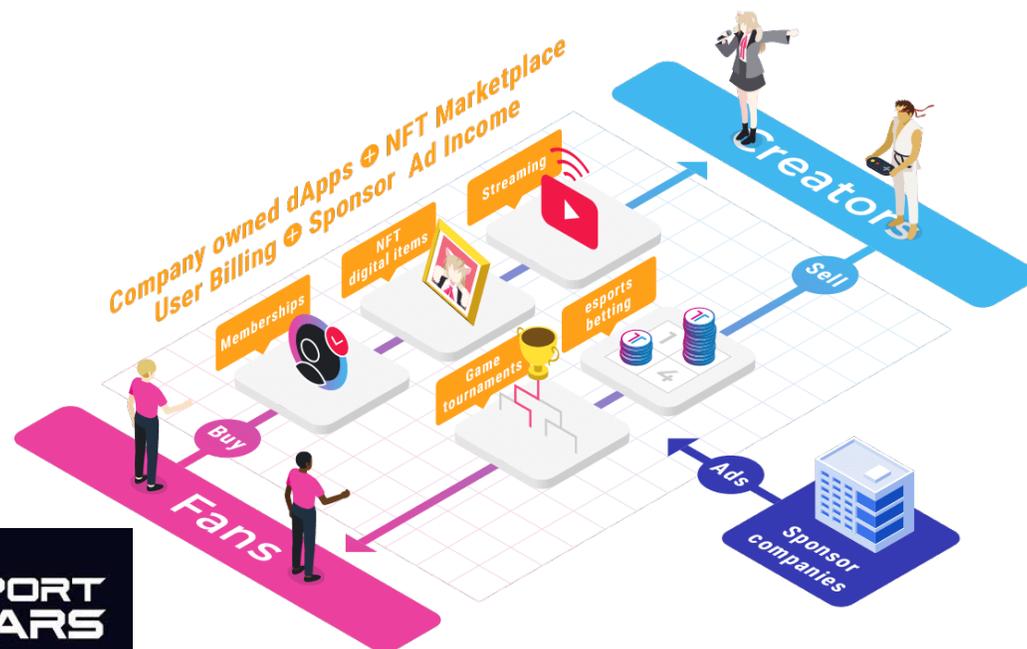
- ✓ キャリコネと連携したキャリコネトラスト（社員・元社員から直接話がきけるチケット）の拡大によるチケット数及び登録者数の拡大を目指します

タイムコインに関するサービスを順次開発中

シェアリングビジネス事業 進捗状況

事業トピック

- VtuberプロダクションNeoRadを立ち上げ、数名の注力Vtuberがいます。
- オンラインゲームプレイヤーマッチングサービス、GameTomodachiの開発開始。10月26日リリース
- GameTomodachiはオンラインゲームプレイヤーと一緒に遊ぶ友達を見つけることができるサービスです。ゲームを通して作った友達と、共通の関心事について、お互いにコミュニケーションをとることができます。インフルエンサーは、ファンと一緒にゲームをプレイできるチケットを販売したり、写真や動画を共有したりすることができるサービスです。
- eSportStarsは、2020年からサービスを開始し、9月末時点で約4,000人の登録者がいます。
- タイムコインに関するサービスはまだ立上げ途上のビジネスのため、当社の成長戦略における重要度は低いです。

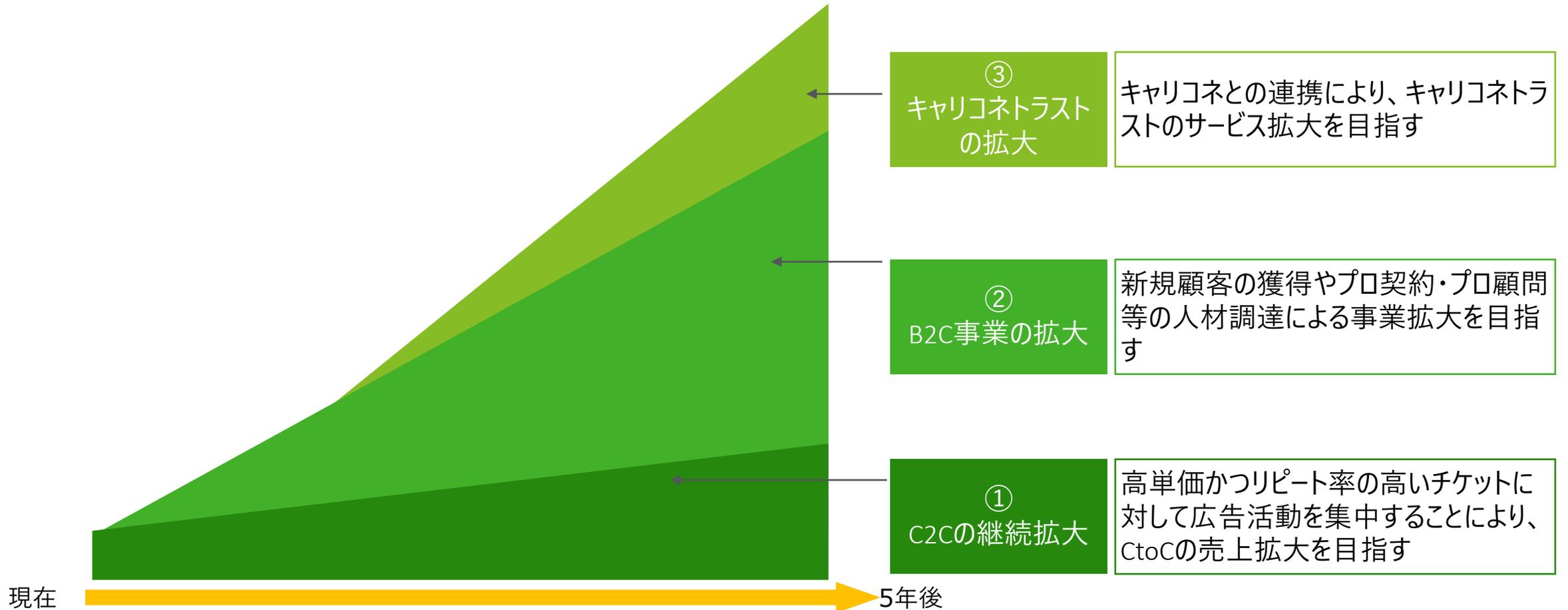


- 補足
 - ・TimeTicket GmbHが発行する暗号資産であり、日本以外の地域で展開するタイムチケットサービスでは、決済に利用することができ、また、タイムチケットの利用者（販売者及び購入者）を貢献度に応じてスコアリングし、スコアリングが高い利用者に対して付与されるコインです。
 - ・タイムチケットサービスの決済は、現時点で日本円のみでの決済となりますが、タイムコインを含めた他の通貨での決済も可能とする予定です。
 - ・タイムコインは各サービスの決済通貨として利用できるようになる予定ですが、時期は未定となっております。
 - ・今後の想定しうるリスクとして、タイムコインが想定どおり販売できない場合における決済システムの開発遅延や決済利用者が増加しない場合において事業成長が想定どおり進展しないことがあります。
 - ・タイムコインの販売状況に応じて、ホワイトペーパーで定めた範囲で資金用途を決定して使用いたします。
 - ・また、2021年8月12日開示のタイムコイン販売により調達した134,653千円についての使用用途は、TimeTicket GmbHの親会社である株式会社タイムチケットへの立替金に充当しております。立替金の内容としては、2019年9月から2021年8月に発生した海外でのタイムチケットの開発（TimeCoinProtocol及びそれに関連したアプリケーション）にかかる費用（約93百万円）及びタイムチケットコミュニティ管理費用（約13百万円）となっております。また、TimeTicket GmbHの親会社である株式会社グローバルウェイへの立替金への充当も予定しており、立替金の内容としては、同じく海外でのタイムチケットの開発（TimeCoinProtocol及びそれに関連したアプリケーション）にかかる費用（約14百万円）となっております。残高の約14百万円の資金用途に関しましては未定となっております。なお、2021年11月8日開示のタイムコイン販売により調達した175,746千円についての使用用途は未定ですが、判明次第速やかにお知らせする予定です。

C2C事業を堅調に成長させつつ、B2C事業のさらなる拡大を目指します

また、長期的には新しい就職・転職者向けサービスとしてキャリアコネトラストの拡大を目指します

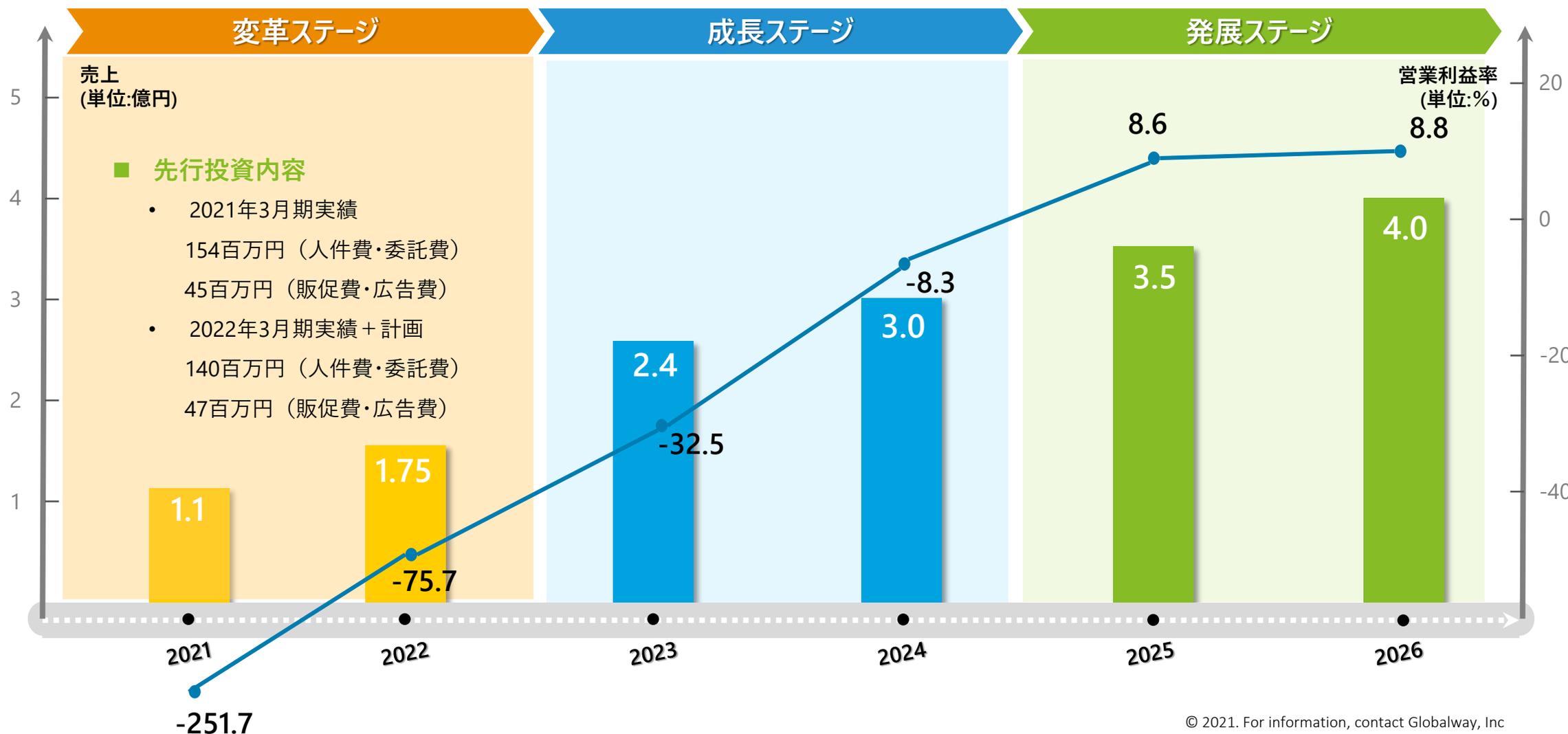
成長戦略



シェアリングビジネス事業関連売上 4.0億円、営業利益率 8.8% を2026年3月期における目標に掲げ、事業推進します。

シェアリングビジネス事業 業績目標 (FY2021~FY2026)

※記載数字は売上(単位：百万円・端数切捨て)、セグメント利益率



売上を拡大するためには、B2Cでは案件数、C2Cでは登録者数が重要な経営指標となります。

経営指標と進捗状況

業績評価指標		FY2021	FY2022 2Q	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
シェアリング ビジネス 事業	✓ CtoCにおいては、登録者数 ✓ BtoCにおいては、案件数 が売上の目安となるため 両指標をKPIとして設定	12	24	60	60	70	80	90
	登録者数 (千人)	448	580	680	580	680	780	880

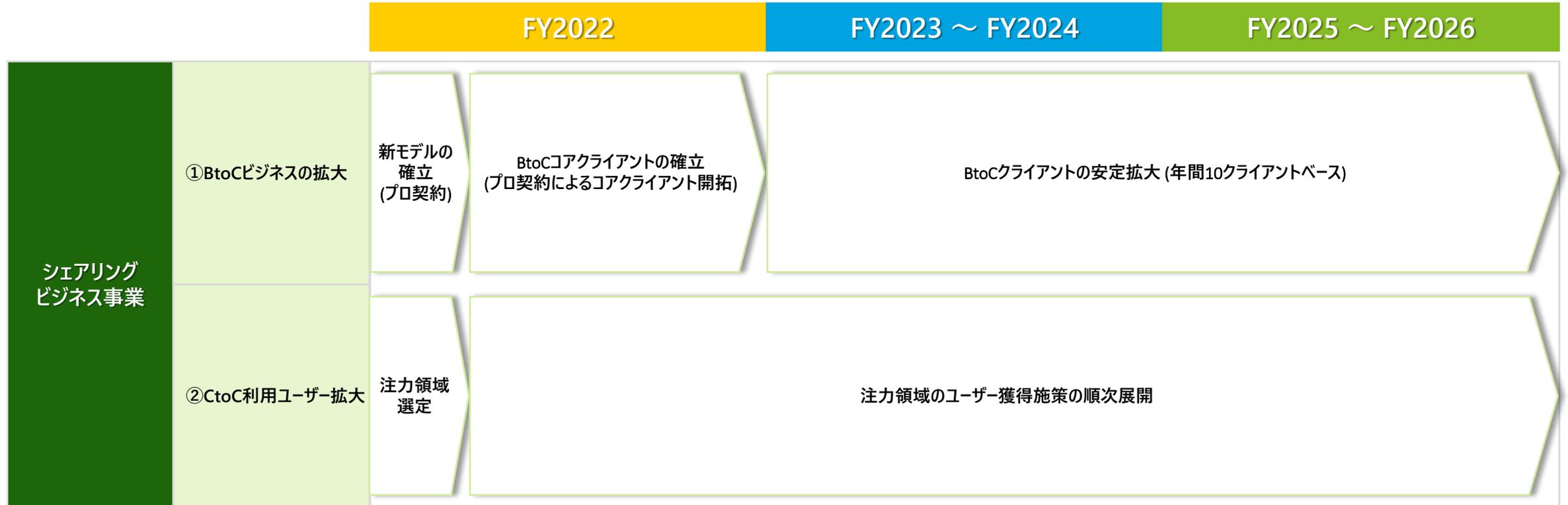
■ 補足

- ・上記につきまして、「MAU（Monthly Active User）」は非公表となります。

※【注釈】2021年11月10日に開示したとおり、FY2022は業績予想を見直しております。FY2023以降は未変更となっております。今後、見直しがあった場合は都度変更いたします。

事業毎に各種施策を展開することにより、事業拡大を目指します

【参考】シェアリングビジネス事業のマイルストーンについて



■ 補足

- ・継続した営業活動やプロ契約の活用によりBtoC事業を成長させることで、案件数を毎年10社増加させることでFY2025より黒字化を予定しております。
- ・BtoC事業については、KPIに記載しております、案件数の増加により、売上の拡大を目指しております。
- ・CtoC事業は、登録者数が拡大することにより、使用されるチケット数を伸ばして売上拡大を見込んでおります。

3, リスク情報とその対策

認識するリスク（1/2）

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業環境： ソフトウェア受託開発市場	プラットフォーム事業 セールスフォース事業	・ユーザーのシステム投資意欲の減退により、システム投資減少による既存事業の成長鈍化が生じる可能性	低／中長期	大	・〇〇市場の成長鈍化懸念に対して、「DX」、「サービス・ソリューション拡充」により一定領域に依存しない事業展開を行うことで対応
事業環境： 人材ビジネスにおける法的規制	メディア事業 リクルーティング事業 シェアリングビジネス事業	・国内におけるおける人材紹介およびフリーランスに関して想定外の法規制の変更等があった場合、既存事業の成長に影響	低／中長期	大	・制度改正のモニタリングと関連省庁のパブリックコメントを通じた対応
事業環境： 関連市場	メディア事業	・インターネットやクラウド等に関する新たな規制やその他予期せぬ要因により急激な変化に見舞われ、使用環境への制限等を通して事業成長が阻害される可能性	低／中長期	大	・インターネット、クラウド、DX等関連市場の変化に応じたサービス・ソリューションを多角的に展開することで対応
事業内容・提供サービス： クライアントへの依存	プラットフォーム事業 セールスフォース事業 メディア事業	・自然災害や突発的な事象等予期せぬ事態により主要取引先であるクライアントの経営状態が悪化し、既存契約の条件見直しや解消、新規発注の停止等につながる可能性	低／中長期	大	・多角的な事業展開により、特定会社に依存しない事業基盤を確立することで対応
事業内容・提供サービス： 競合他社の状況について	プラットフォーム事業 セールスフォース事業 リクルーティング事業 シェアリングビジネス事業	・競合の参入により、当社グループの事業領域における競争激化により、クライアントの解約や単価の下落生じる場合、若しくは新規受注が進まない可能性	低／中長期	中	・健全な競争のもとで、他社よりも優位なサービス・ソリューションを展開していくことで対応

※その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

認識するリスク（2/2）

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
事業内容・提供サービス： 検索エンジン対応	メディア事業	・インターネット検索におけるアルゴリズムのロジックの変更により、検索結果の表示順位が変更された場合や新たな検索エンジンが主流になった場合、当社の集客に影響	中／不明	中	・SEO対策等の必要な対策を実施
事業内容・提供サービス： システム障害	プラットフォーム事業 セールスフォース事業 メディア事業	・自然災害、人為災害、テロ、戦争等に伴いシステム障害が発生することでサービスの提供が困難となる可能性	中／不明	中	・情報セキュリティの強化によりシステム障害のリスクへ対応
事業内容・提供サービス： 技術革新等	プラットフォーム事業 セールスフォース事業	・技術革新や顧客ニーズの変化に随時対応出来ない可能性、または、変化への対応のためにシステム投資や人件費等多くの費用を要する可能性	低／中長期	中	・多角的なサービス開発や、顧客ニーズに合わせてサービス展開により対応
その他： 新型コロナウイルス感染症	プラットフォーム事業 セールスフォース事業 メディア事業 リクルーティング事業 シェアリングビジネス事業	・新型コロナウイルス感染症の流行長期化により、度重なる緊急事態宣言の発令や外出自粛等によりクライアント業績が想定を越えて落ち込む可能性	中／不明	大	・複数の事業展開によりコロナ禍でも極端な業績悪化が生じない事業展開を行うことで対応

※その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

4 ,進捗共有 ワラントによる資金調達

ワラントによる資金調達の資金使用用途内訳

資金使用用途内訳

2021年9月22日に取締役会決議をした第三者への新株予約権付与ですが、10月15日に行使が完了し477百万円の資金調達が完了しました。今回の資金調達の使用用途は下記の通りです。

全社費用

■ 運転資金

264百万円（2021年10月～2024年3月）

プラットフォーム事業とセールスフォース事業は納品完了後に売上入金されるビジネスモデルのため、人件費や業務委託費が前払いになります。両事業の売上拡大により運転資金の一時的な運転資金が増加するため、それに対応するための資金となります。

■ プロモーション費用

111百万円（2021年10月～2026年3月）

当社およびその従業員の露出が少なく、知名度が低いため採用に関する応募数が伸び悩むという課題もあり、採用対象に対する知名度向上を図るため、広告宣伝やプロモーション活動を考えております。主には、媒体に向けた広告出稿若しくは記事掲載や情報発信を含めたプロモーション活動になります。

事業セグメント毎の費用

■ 各事業セグメント毎の採用費用

各事業で今後の事業拡大に向けて採用を考えており、採用費用は採用した人材の売上に伴う事業拡大よりも前払いになるため、その資金に充てることを考えております。

- メディア事業（2021年10月～2023年3月）
7百万円
- リクルーティング事業（2021年10月～2023年3月）
26百万円
- プラットフォーム事業（2021年10月～2024年3月）
29百万円
- セールスフォース事業（2021年10月～2024年3月）
45百万円

将来見通しに関する注意事項

注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの基準と異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

実際の業績は、経営環境の変動等により、記載の内容と異なる可能性があります。

※2022年4月以降の事業計画及び成長可能性に関する事項の更新時期ですが、毎年6月を目途に更新したいと考えております。

Thank you !



IS 582073 / ISO 27001