

# 2022年7月期 決算説明会資料

**intloop**  
- Pay it forward -

2022年9月26日  
INTLOOP株式会社  
(証券コード：9556 / 東証グロース)



1. エグゼクティブサマリー
2. 会社概要
3. 市場環境
4. 22年7月期 業績
5. 成長戦略
6. 23年7月期 目標

# エグゼクティブサマリー

---

- 2022年7月8日 東証グロース市場に上場
- 22/7期は前年度および業績予想を上回る実績で着地し、10期連続増収を継続。売上・利益ともに過去最高を更新

## 22/7期通期 業績

- 四半期毎の契約終了を見据えた先手での営業施策が功を奏し、前年より41.9%の売上増を実現
- 売上高総利益目標の厳密な管理により売上総利益率も1.0ポイント向上
- 売上高及び売上高総利益増に伴い、営業利益率も1.7ポイント向上

**売上高** 13,120百万円 (前年比 +41.9%)

**売上総利益** 3,058百万円 (+48.1%)

**売上高総利益率** 23.3% (+1.0pt)

**営業利益** 793百万円 (+97.6%)

**営業利益率** 6.0% (+1.7pt)

# 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

10億1600万円

**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

287名(2022年7月末日現在)

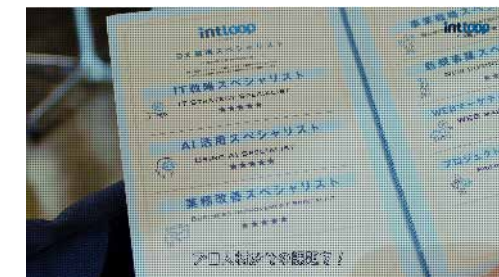
**本社所在地**  
Headquarters

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

## 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

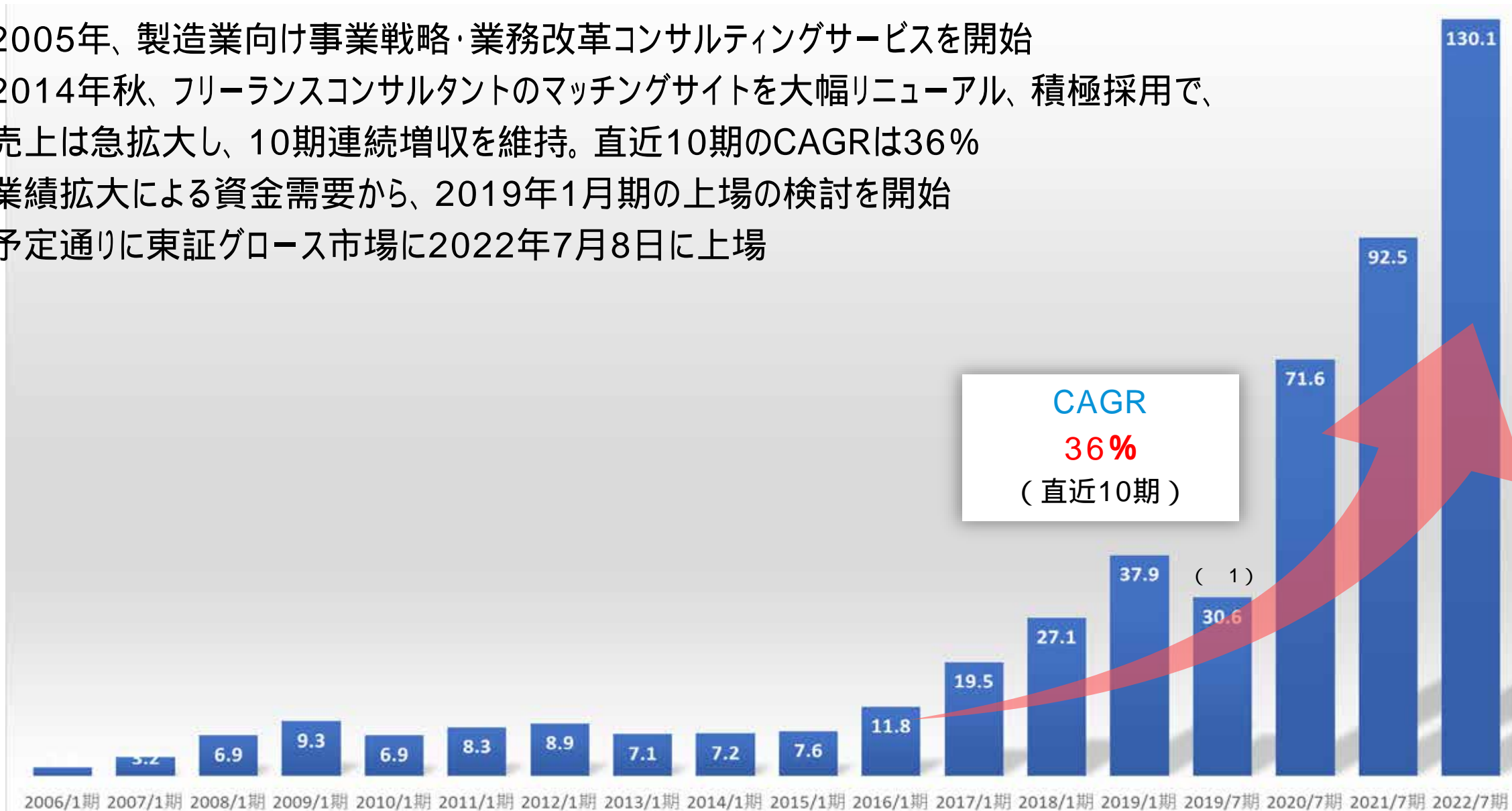


取締役（監査等委員）

## 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

- 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月期の上場の検討を開始
- 予定通りに東証グロース市場に2022年7月8日に上場



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



I 正社員とフリーランス（約27,700人<sup>1</sup>）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<sup>2</sup>）

## 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

デリバリー社員数<sup>3</sup>  
134名

## PMOソリューション

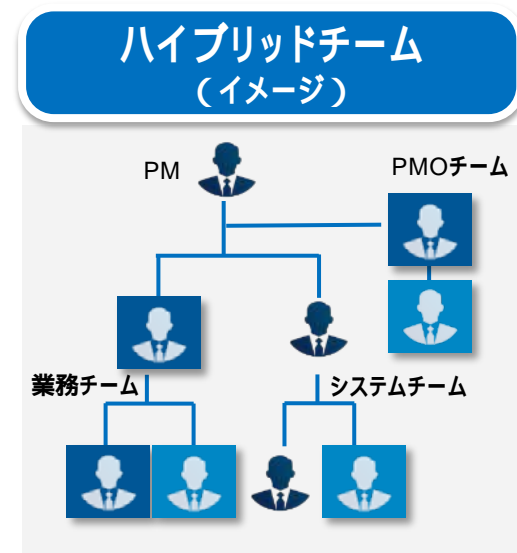
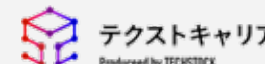
- 個別PMO/部門PMO/全社PMO/ユーザーPMO支援
- PMO×業界知見（金融、製造、化学等）
- PMO×出身企業指定（大手コンサル等）
- PMO×パッケージ知見（SAP,SFDC等）
- PMO×開発方法論知見（Agile、等）
- PMO×テック知見（DX,クラウド、等）

## 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

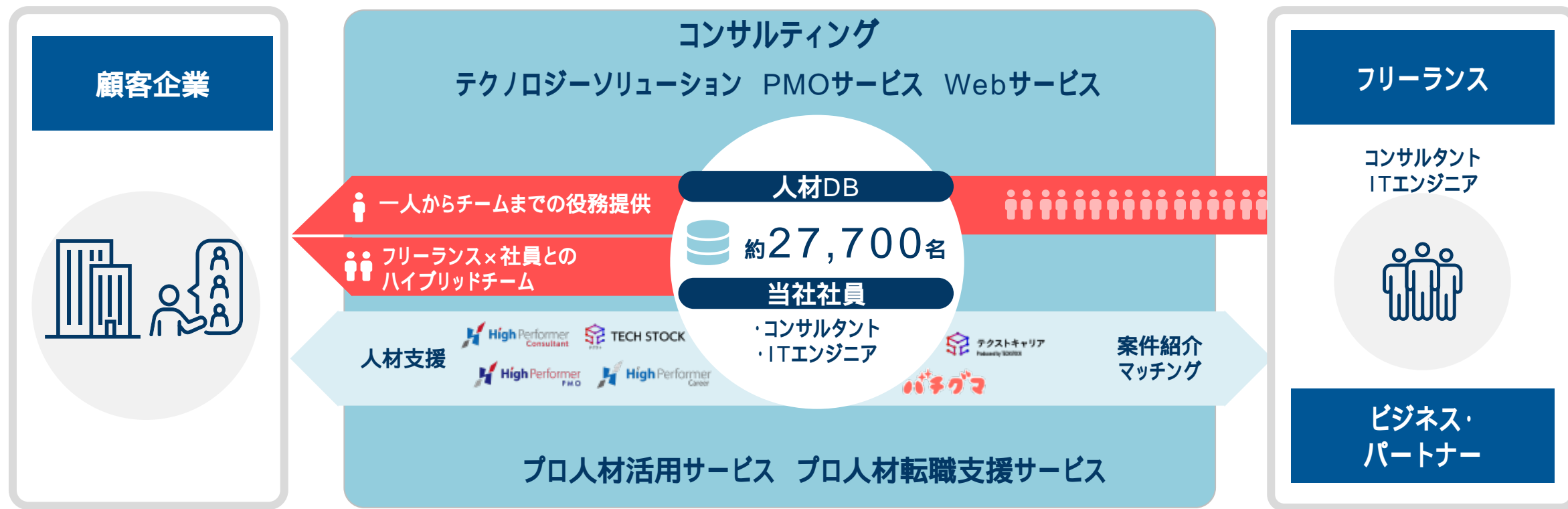


【凡例】

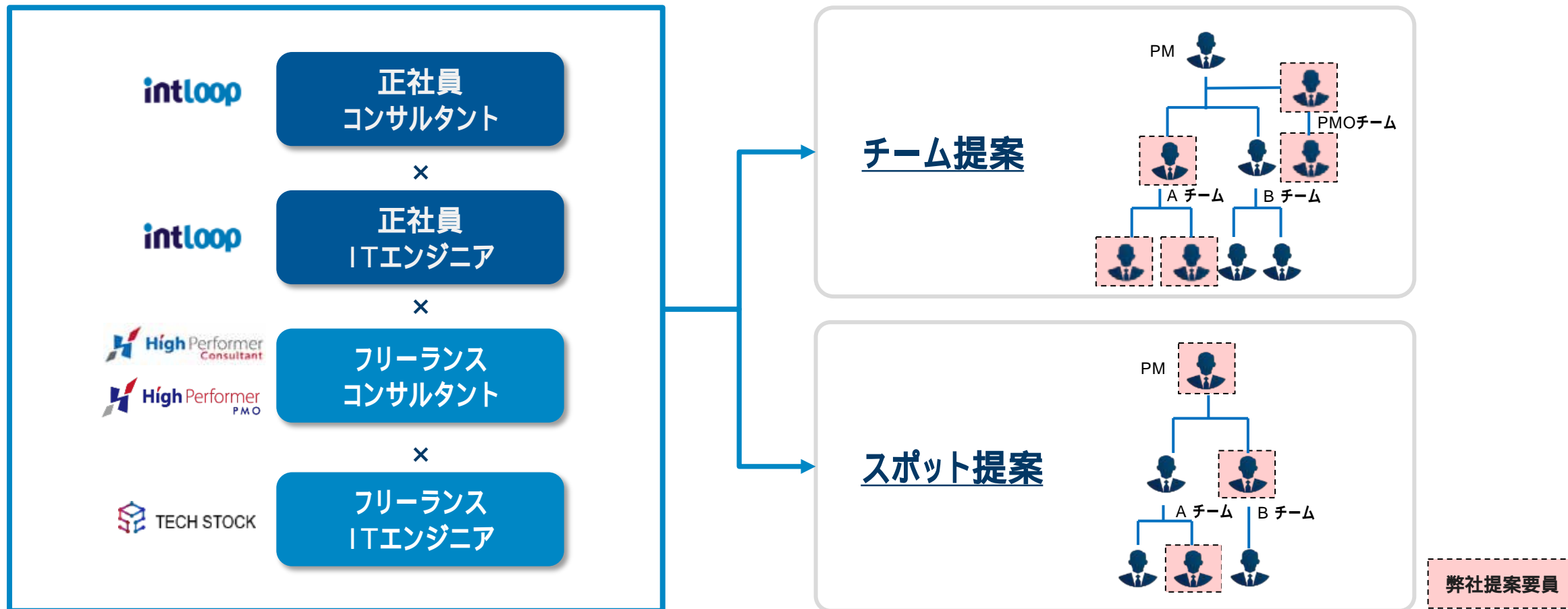
- クライアント
- 当社正社員
- フリーランス

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 3: コンсалティングサービスに従事する正社員

- 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<sup>1</sup>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



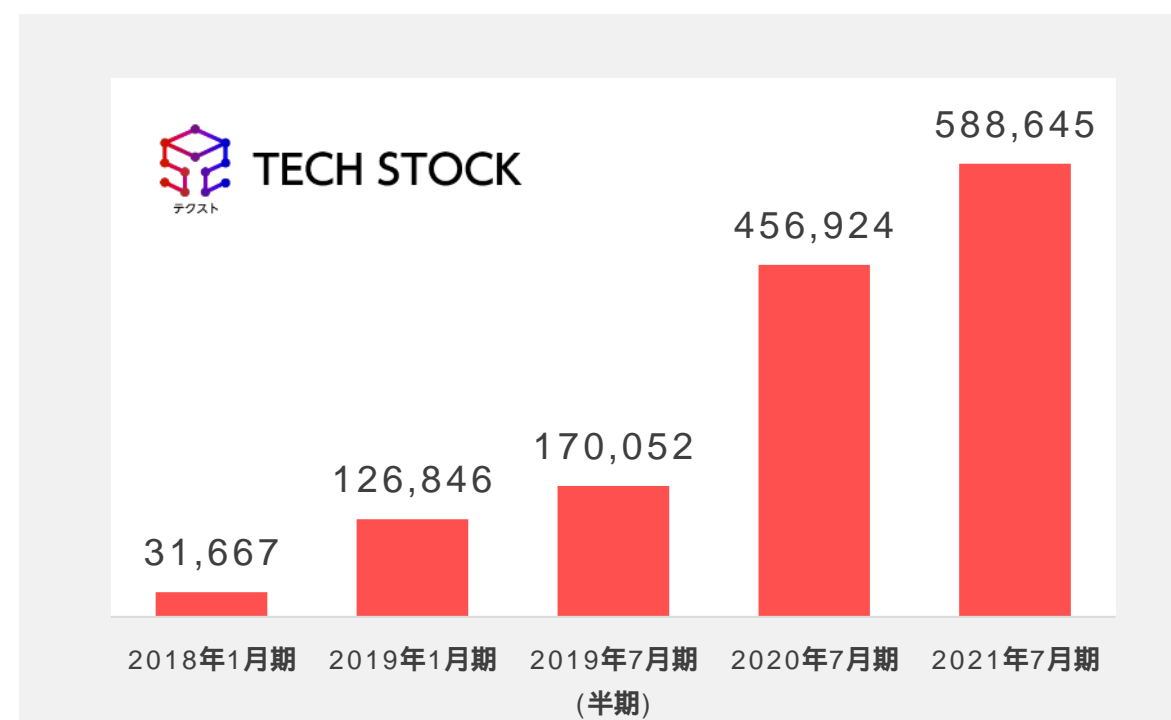
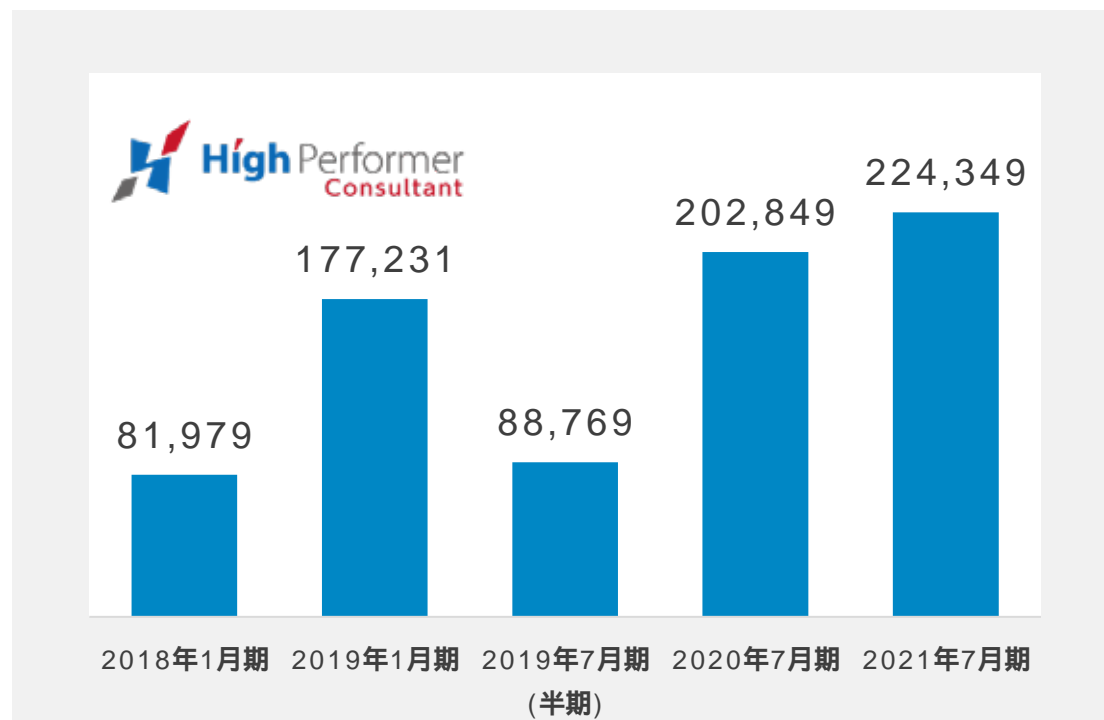
- 1 当社の特徴として、自社社員が中心となりフリーランスとのハイブリッドでサービス提供
- 1 結果として、フリーランスだけではなくビジネスパートナー（BP）の活用も可能
- 1 チーム提案では「大規模プロジェクトのサブプロジェクト」や「専門性が高い横断的な領域」等のニーズにも対応  
INTLOOPの強みであるリソースマネジメント支援により、内側からリスクを認識し、異なるポジションのリソースも支援可能



- 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

26,700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



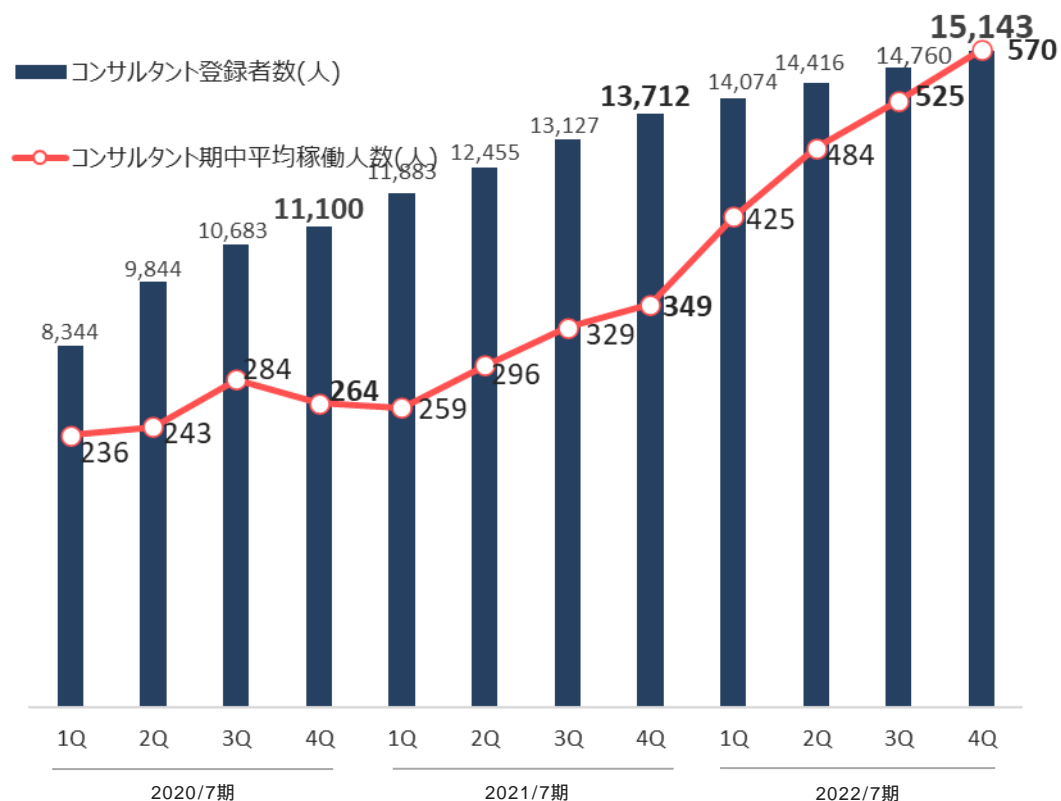
\* 上記数値はGoogle Analyticsから算出

\* 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

## 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

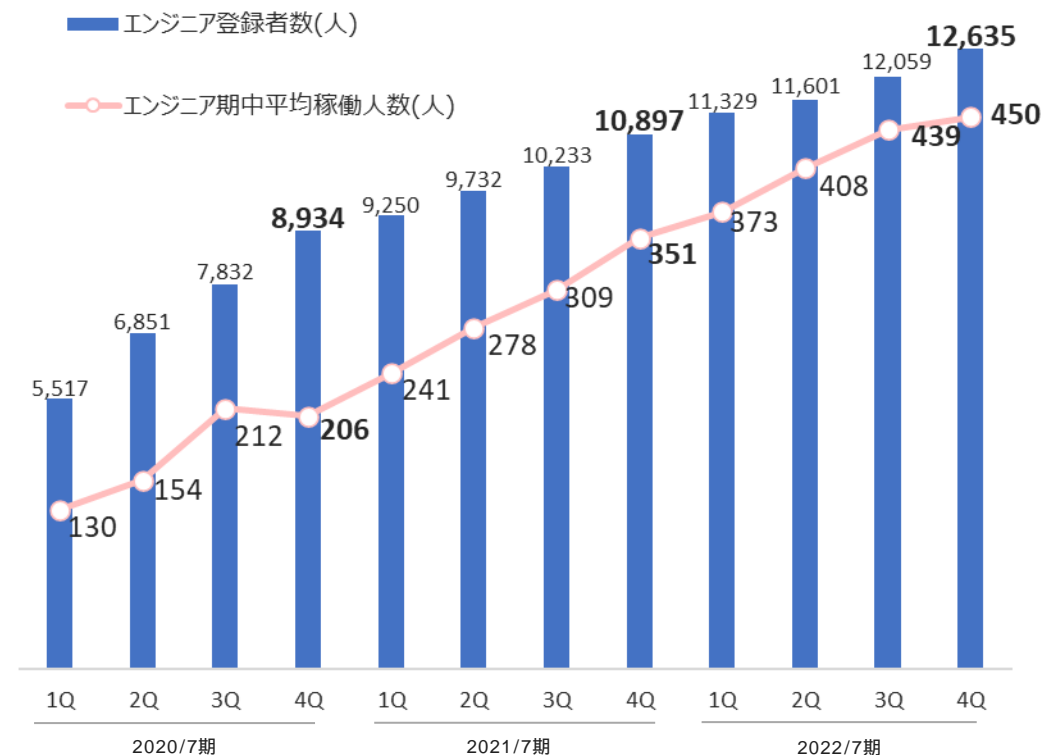
### コンサルタント数

(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

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

- ü 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
- ü 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

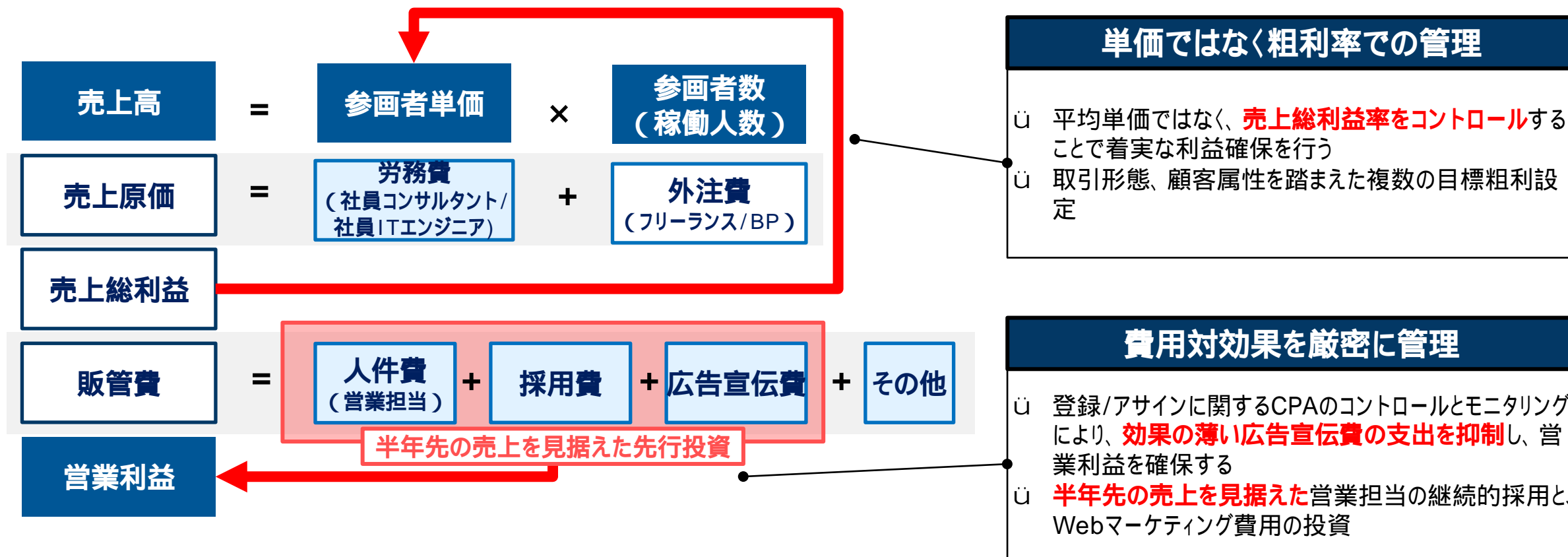
- ü フリーランスの要求する**高い報酬水準に応える**ことがフリーランスの確保に重要
- ü **市場価格を踏まえた価格設定**により、粗利率の向上を目指す

### 全体として稼働人数増

- ü **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)



1 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



# 市場環境

---

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

### 国内ITサービス市場

**6.4兆円**

2025年予測  
(IDC Japan 2021)

### DX国内市場

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

**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

国内コンサルティング市場に包含

**0.8兆円**

2025年予測  
(IDC Japan 2021)

## 社会のニーズ

### 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**

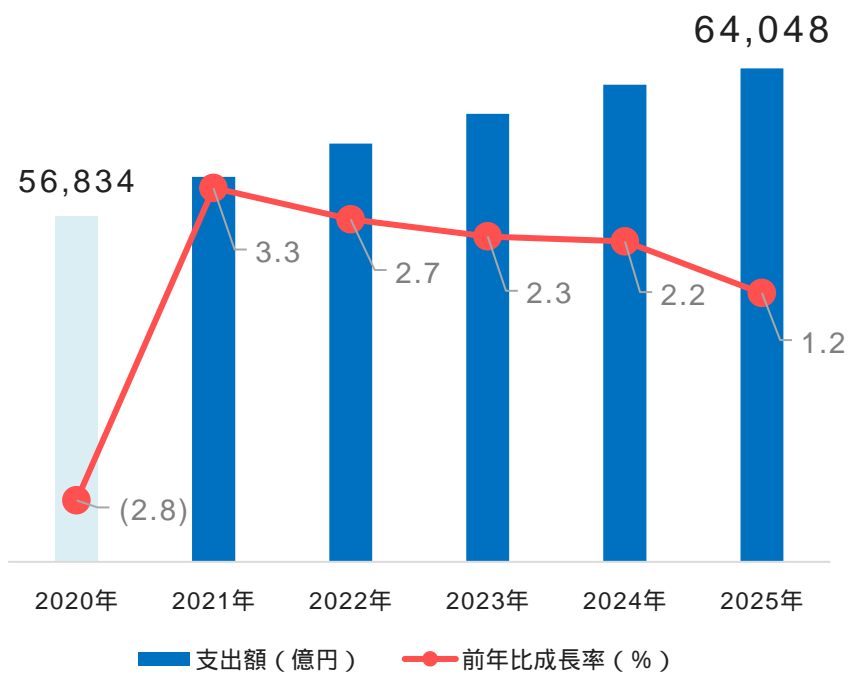
2030年予測  
(株式会社パーソル総合研究所  
・中央大学 2018)

出典：

IDC「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2021年～2025年」  
富士キメラ総研 ニュースリリース、パーソル研究所 X 中央大学、経済産業省 DXレポート

- 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、2025年には**6兆4,048億円**になる見通し
- I 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「国内ITサービス市場 産業分野別予測、2021年～2025年」

## 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
<b>合計</b>	<b>1兆3,821億円</b>	<b>5兆1,957億円</b>	<b>3.8倍</b>

出典：富士キメラ総研 ニュースリリース

# 22年7月期 業績

---

# 損益計算書 ((22年7月期第4四半期))

- 2022年7月期第4四半期についても前年同期を40%を超える成長率を達成
- 売上高は人件費・採用費・広告宣伝費への投資が半期後に効果が現れるため、**先行投資が非常に重要**

	2022年7月期 第4四半期	前年同期 (2021年7月期第4四半期)	
		実績	増減率
(単位: 百万円)			
売上高	3,686 (100.0%)	2,567 (100.0%)	43.6%
売上原価	2,854 (77.4%)	1,996 (77.8%)	43.0%
売上総利益	831 (22.5%)	570 (22.2%)	45.7%
販管費	619 (16.8%)	519 (20.2%)	19.3%
先行投資 (人件費/採用費/広告宣伝費)	423 (11.5%)	322 (12.5%)	31.4%
営業利益	212 (5.8%)	51 (2.0%)	310.7%
経常利益	193 (5.2%)	52 (2.0%)	269.1%
当期純利益	130 (3.5%)	85 (3.3%)	52.2%



# 損益計算書 ((2022年7月期通期))

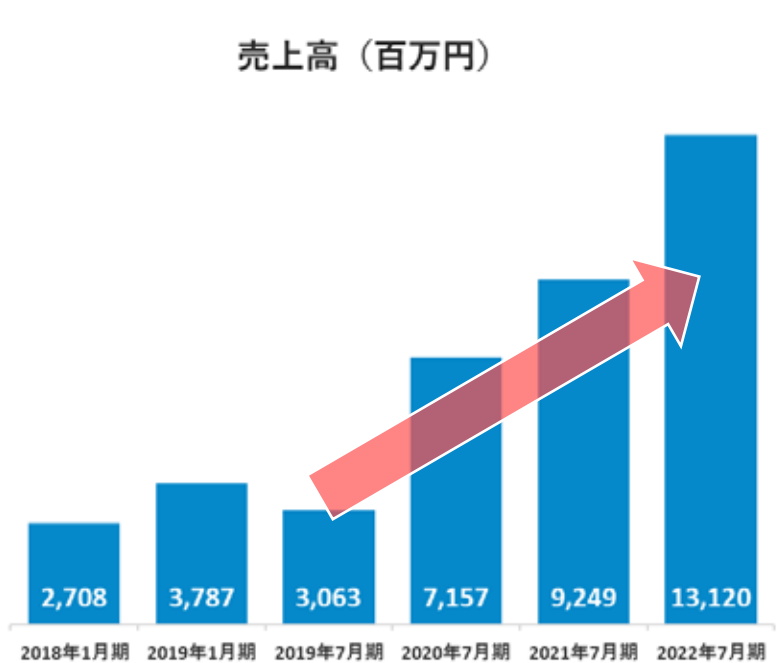
- 2022年7月期通期においても、40%を超える成長率を達成し、業績予想も達成
- 先行投資と売上総利益率を適切にコントロールし、**売上高の30%成長と利益率向上**を目指す

	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%

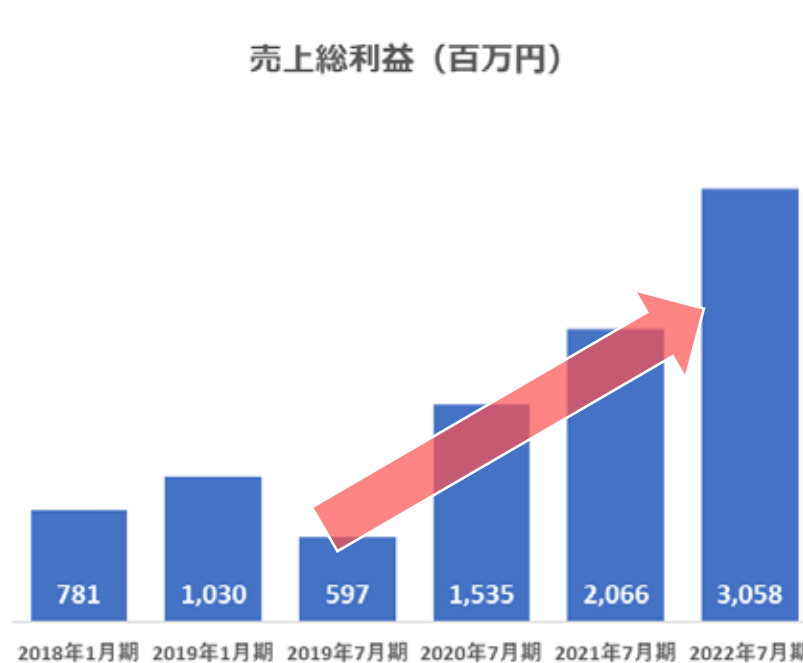
# 売上高、売上総利益、営業利益の推移

- 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

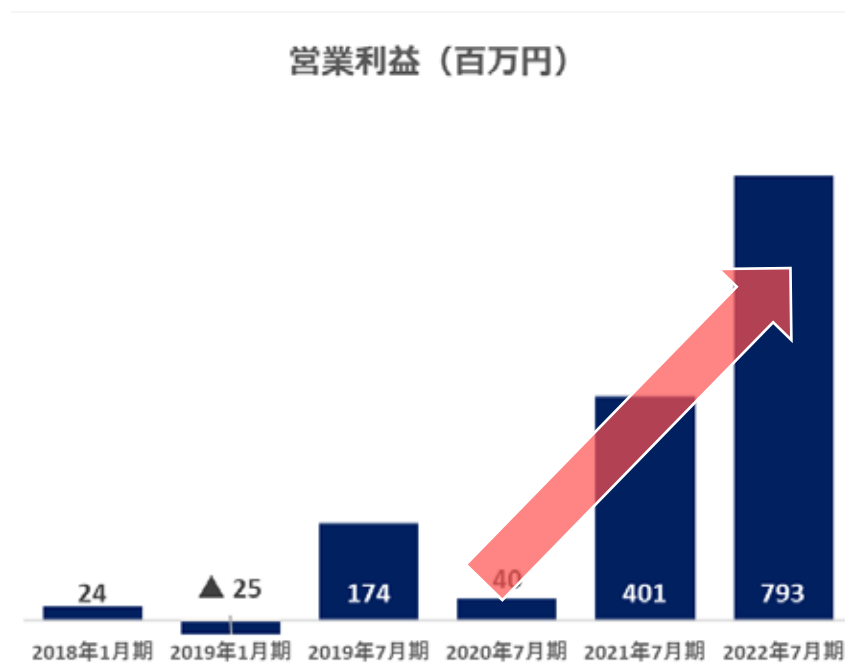
売上高（百万円）



売上総利益（百万円）



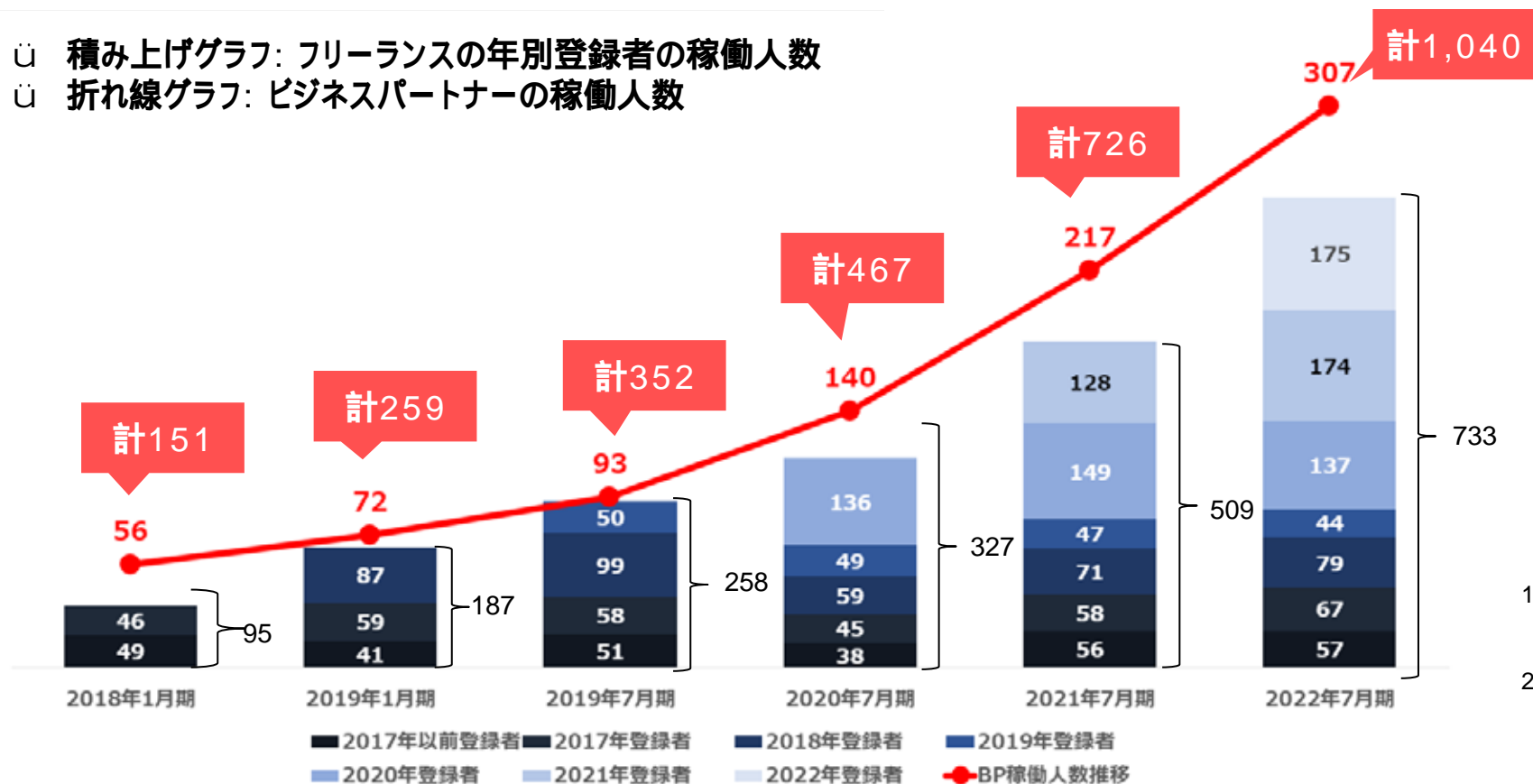
営業利益（百万円）



: 2019年7月期は半期決算

- 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

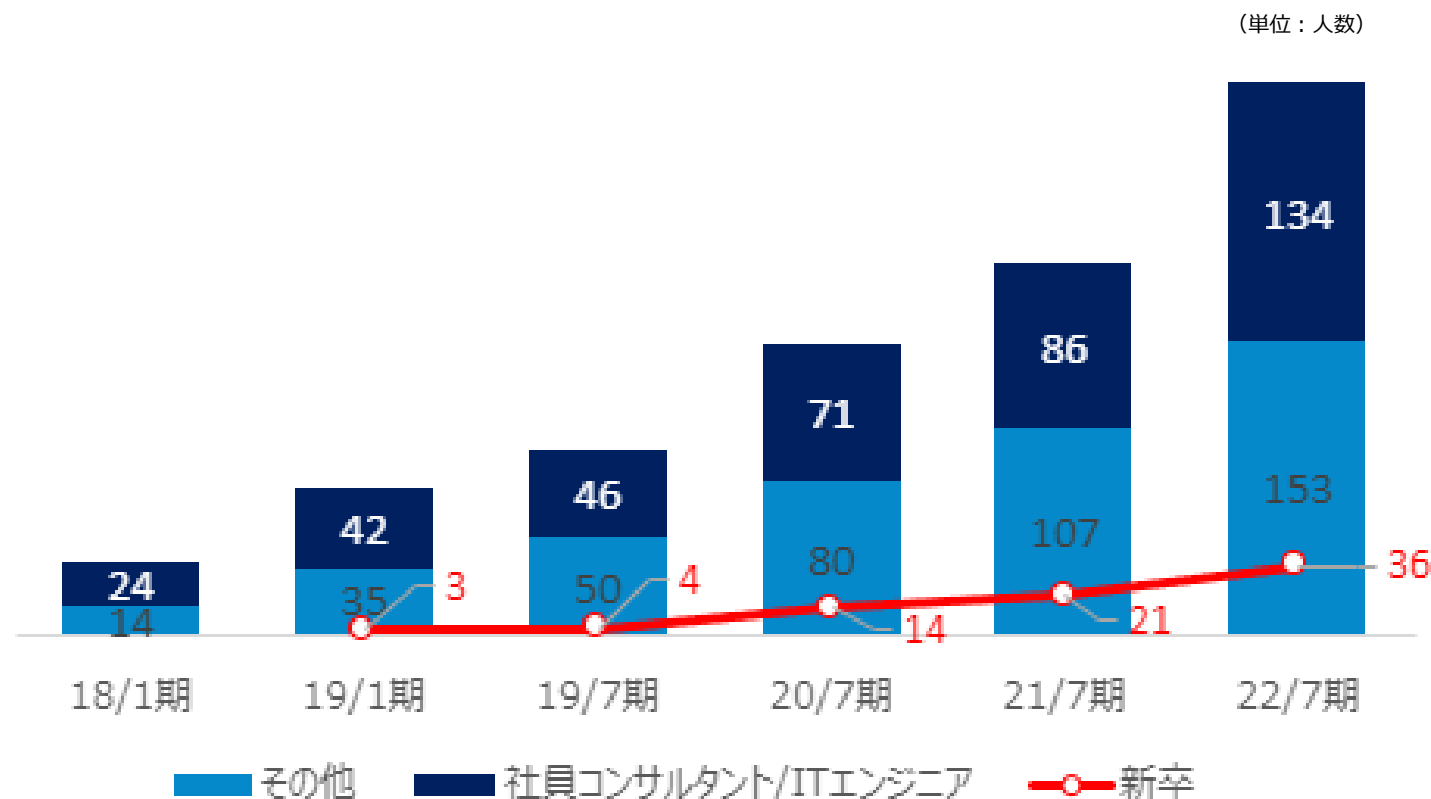
- 積み上げグラフ: フリーランスの年別登録者の稼働人数
- 折れ線グラフ: ビジネスパートナーの稼働人数



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

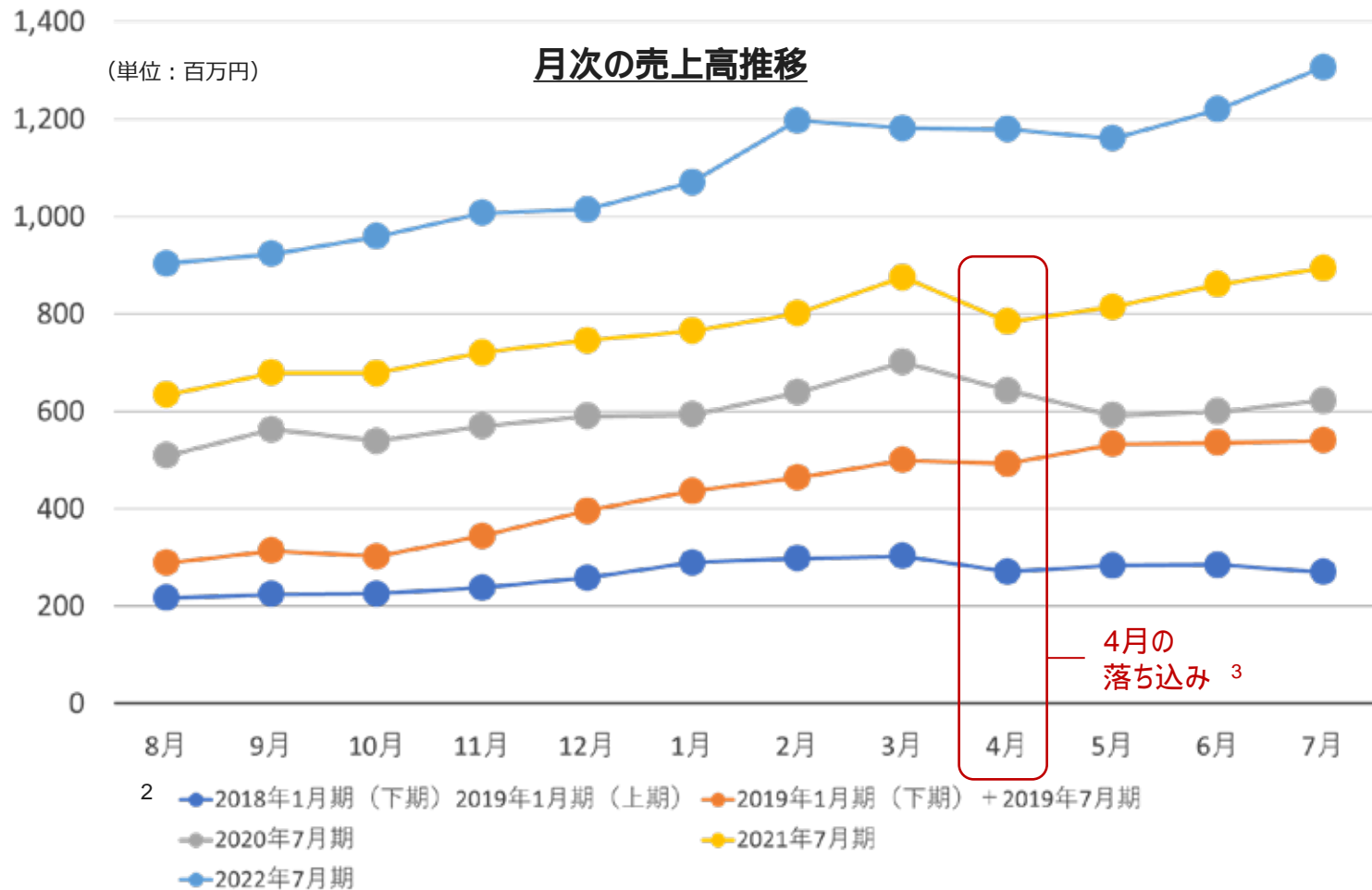
2: LTVとは、Life Time Value（ライフ タイム バリュー）の略で一人、あるいは一社の顧客が、特定の企業やブランドと取り引きを始めてから終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの

- 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



# 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%<sup>1</sup>
- 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**となる
- 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 <sup>2</sup>	18%	40%	69%	100%
FY20	22%	47%	75%	100%
FY21	22%	46%	72%	100%
FY22	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てグラフ作成

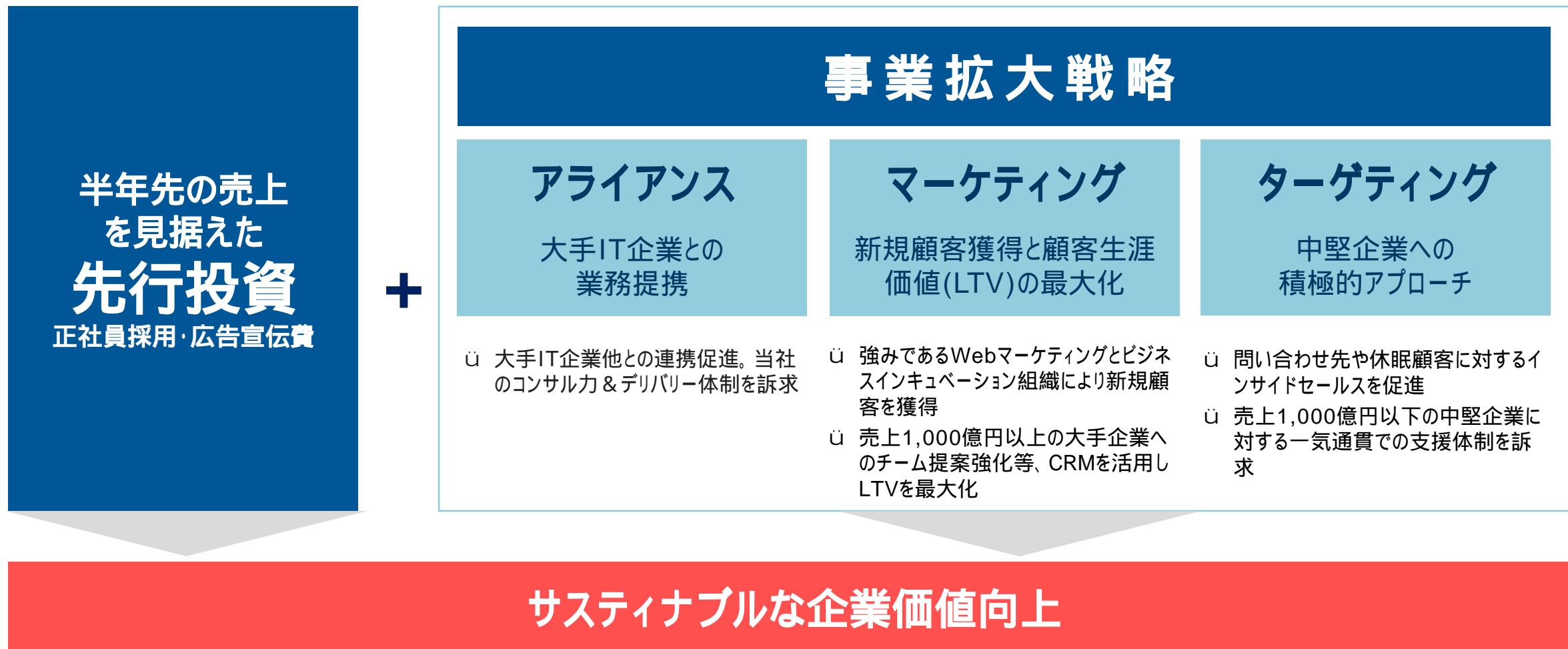
3 季節的な変動の要因としては、顧客企業の3月決算に伴う駆け込み需要の影響がある。そのため、4月が前月比を大きく下回る傾向がある

# 成長戦略

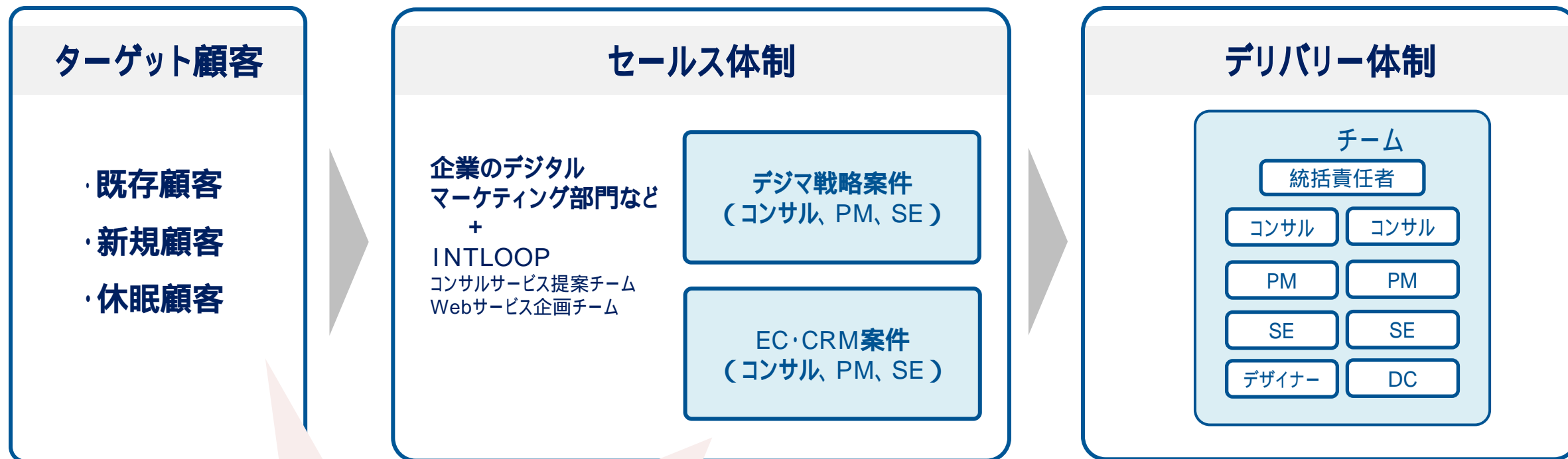
---



- I 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



- 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

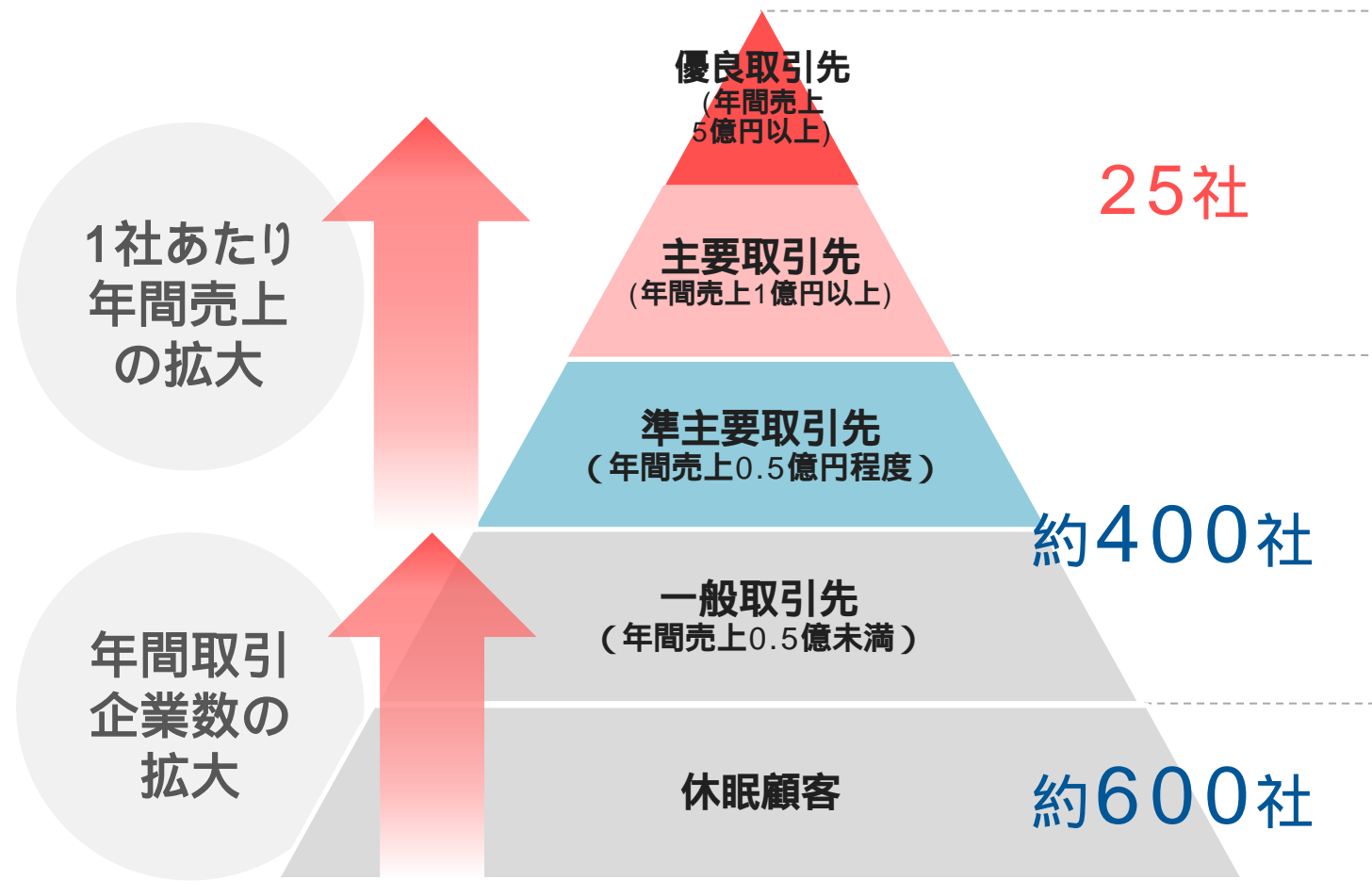
- | オフラインセミナー
- | 書籍出版
- | イベント・展示会
- | チラシ・広告
- | FAX、手紙
- | テレアポ
- | etc.....

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

- 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

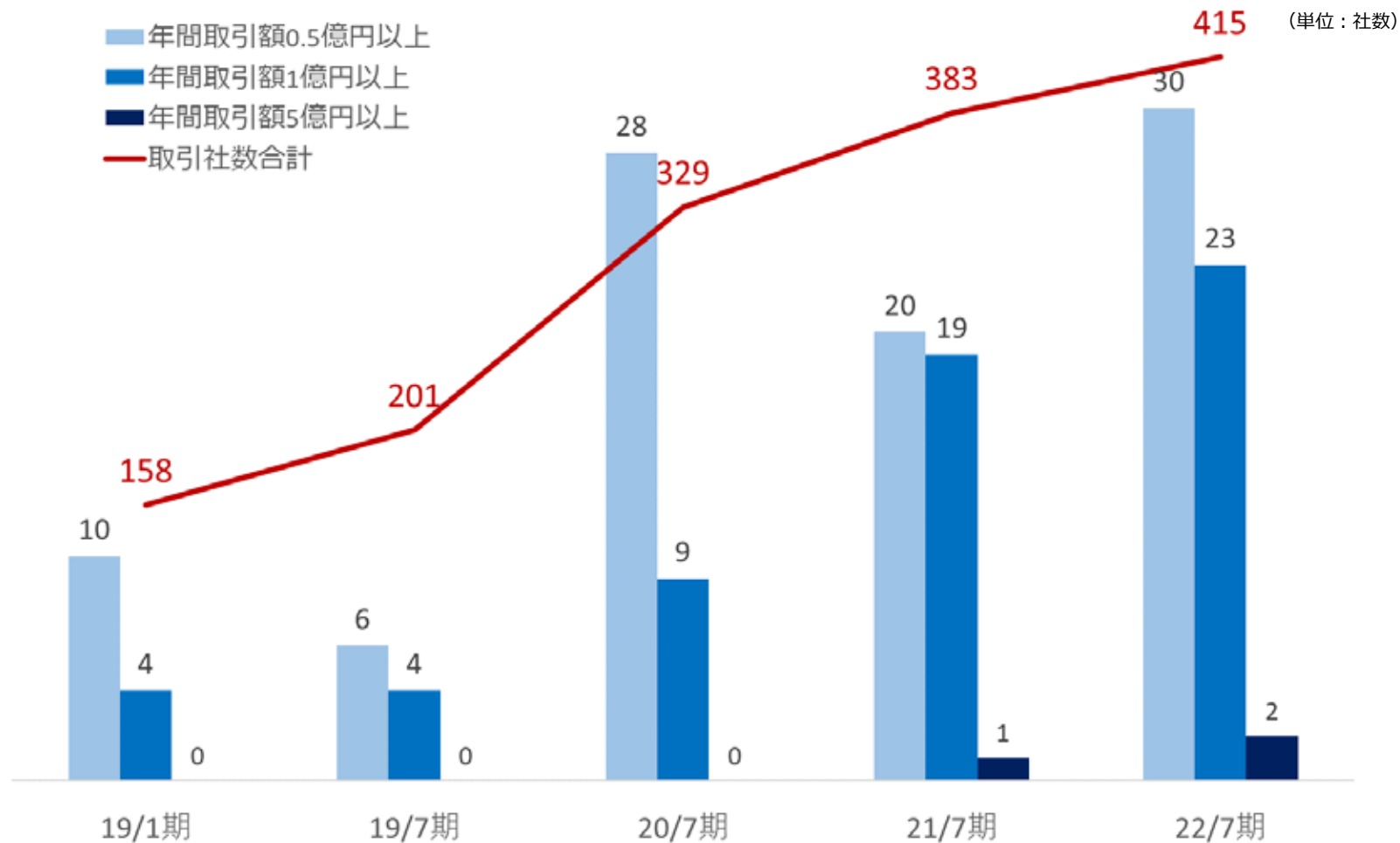


## 基本戦略

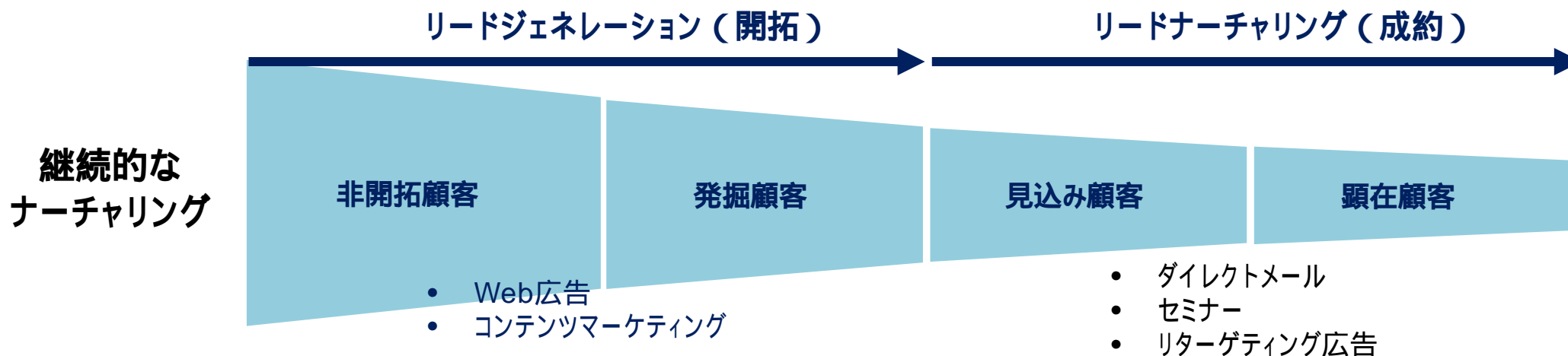
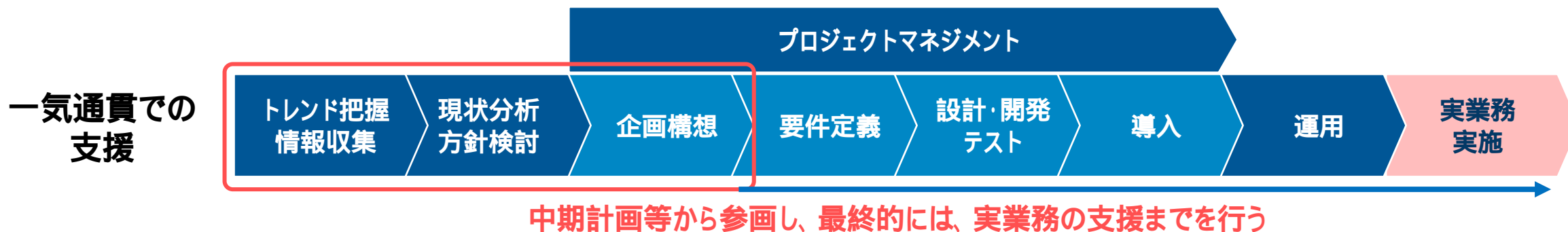
- コンサルティング営業専任組織による、**課題解決型ソリューション提案**の実施
- ソリューション提案型営業活動の推進に伴う、顧客企業・プロジェクト内での**コアパートナーとしてのポジションを確立**、高単価案件・チーム案件の継続的な増加を推進
- 上記実現のための、**重要アカウント別営業・提案戦略の定期レビュー**の実施
- インサイドセールスチームによる**休眠顧客アポイント**
- **顧問契約による案件獲得のリードタイム短縮**

# 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



- 1 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
- 1 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
- 1 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



# 23年7月期 目標

---

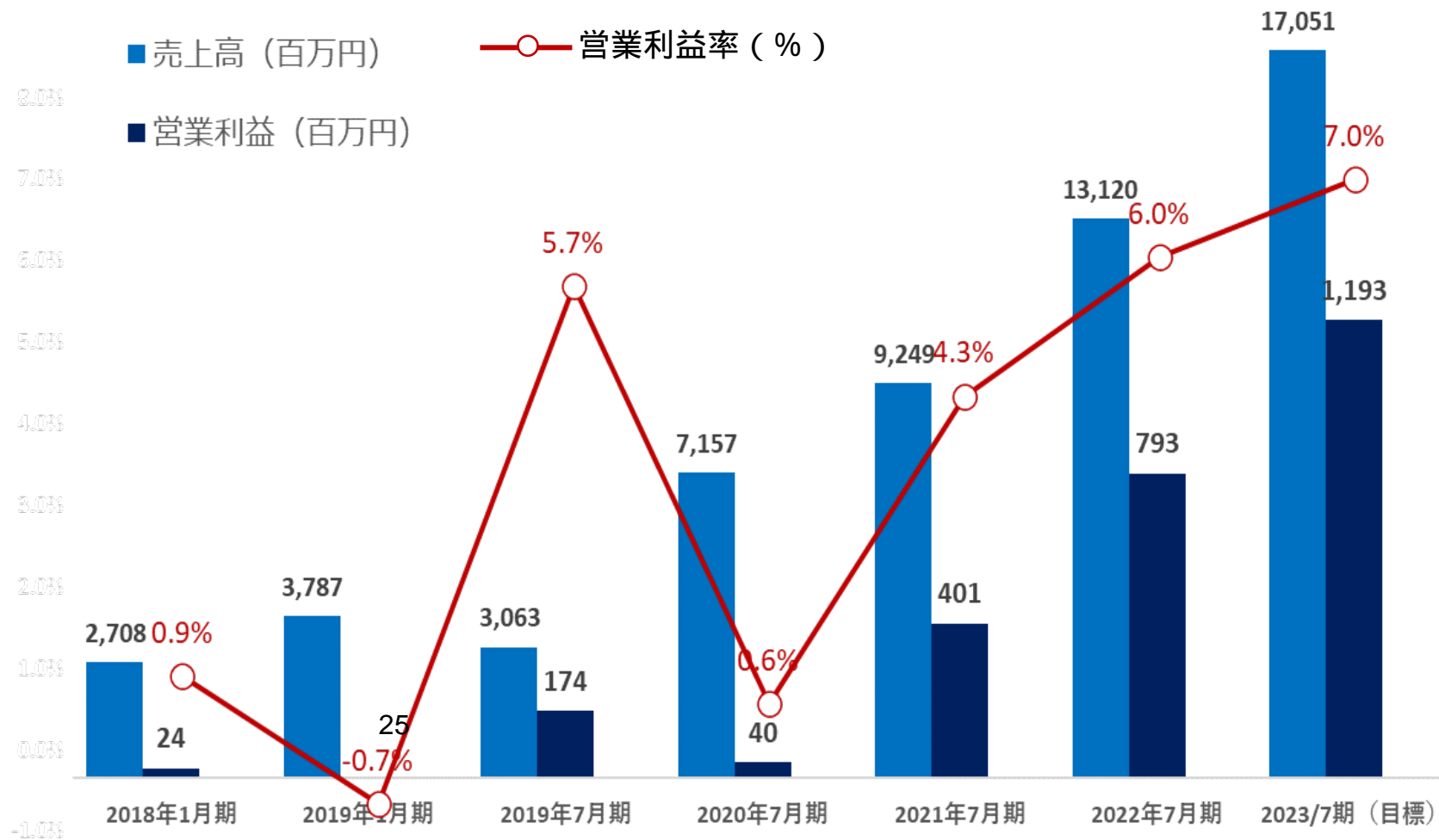


## 23/7期通期 目標

**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

## I 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

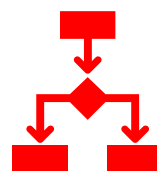
顧客の人材調達部門の一翼を担うべく既存の主要顧客との関係を強化し、一顧客当たりの売り上げ増を狙う



#### 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

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

---