

A large, stylized version of the GiXo logo in white. The 'X' is grey with a white shadow, and the 'o' has three horizontal grey bars underneath it.

株式会社ギックス (東証グロース 9219)
2024年6月期 第1四半期決算説明資料

2024年6月期
1Q実績

- 引き続き縦横展開が奏功し**売上拡大**。**新規クライアント開拓も推進中**（業績へは未発現）
- **将来を見据えた成長投資の実施**もあり費用が増加しているものの、**利益は一定水準を維持**
- **将来の成長に向けたテーマにも着手**

2024年6月期
通期見通し

- 期初開示の今期業績見通し（売上高2,067百万円、営業利益375百万円）に対する**進捗は順調**
- **今期を通して成長投資は継続**していく予定

2026年6月期
に向けて

- **2026年6月期の目標売上高40億円**に向けて、**将来の成長に向けた複数の施策・投資を着実に実施中**（これらの効果発現は**今期後半～来期以降**となる見込み）
- **共通課題解決**は、既存のマイグル関連サービスに加え、新規プロダクトの立ち上げ等も見込み、**売上比率は拡大**していく方針

業績 サマリー	概況	売上の1Q進捗率は25.2%と順調に推移
	売上高	連結：520百万円、単体：507百万円（前年同期単体：372百万円）
	営業利益	連結：68百万円、単体：74百万円（前年同期単体：72百万円）
実施内容 および 背景情報	案件推進	<ul style="list-style-type: none"> 既存重点クライアントを中心に縦横展開が推進 JR西グループ含む複数のクライアントにおいてマイグルの活用促進
	研究開発	<ul style="list-style-type: none"> マイグル新機能提供開始（AIプランナー*） 新プロダクト開発のフェーズ進行 <p style="text-align: right;">* AIによる各ユーザーに合った観光モデルコース提案機能</p>
	人材獲得	順調に採用進捗中。人員増による費用増は発生するものの、将来を見据えたサービス提供体制の強化を重視

1. 会社概要

2. 2024年6月期第1四半期実績

3. Appendix

- a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
- b. 事業内容・ビジネスモデル
- c. 競争優位性
- d. 成長戦略


名称	株式会社ギックス	2012年 12月	東京都渋谷区にて、株式会社ギックス設立
		2014年 8月	東京都港区へ本社移転
設立	2012年12月12日設立	2016年 2月	SBIインベストメント株式会社を引受先とする第三者割当増資の実施
		2018年 12月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を締結
事業内容	データインフォームド事業	2019年 1月	西日本旅客鉄道株式会社と資本業務提携契約を締結併せて株式会社JR西日本イノベーションズを引受先とする第三者割当増資の実施
		2019年 8月	大阪市北区に大阪オフィスを設立
経営陣	代表取締役CEO : 網野 知博 代表取締役COO : 花谷 慎太郎 取締役 : 田中 耕比古 取締役(社外) : 田村 誠一	2019年 8月	株式会社ローランド・ベルガーと業務提携契約を締結
		2020年 1月	個客選択型スタンプラリー「マイグル」の提供を開始
資本金	資本金 : 2億8592万円 資本準備金含む : 14億4417万円 ※2023年 9月末現在	2021年 4月	BIPROGY株式会社と資本業務提携を締結
		2021年 4月	BIPROGY株式会社、株式会社JR西日本イノベーションズ、三菱UFJキャピタル株式会社を引受先とする第三者割当増資の実施
グループ会社	株式会社ギディア(完全子会社)	2022年 3月	東京証券取引所マザーズへ上場
		2022年 3月	BIPROGY株式会社と業務提携契約を強化し再締結
事業場所	東京本社(三田国際ビル) 大阪オフィス(グランフロント大阪)	2022年 4月	東京証券取引所グロースへ市場変更
		2022年 4月	株式会社電通コンサルティングと業務提携契約を締結
事業提携先	BIPROGY株式会社(資本業務提携契約) 西日本旅客鉄道株式会社(資本業務提携契約) 株式会社ローランド・ベルガー(業務提携契約) 株式会社電通コンサルティング(業務提携契約) 株式会社ベーシック(業務提携契約) Beyondge株式会社(業務提携契約)	2022年 5月	株式会社ベーシックと業務提携契約を締結
		2023年 3月	Beyondge株式会社と業務提携契約を締結
		2023年 8月	株式会社ギディア(完全子会社)設立
		2023年 8月	Lab & Design株式会社のブランディング/クリエイティブデザイン事業を株式会社ギディアにて譲受
		2023年 10月	西日本旅客鉄道株式会社との合併会社「株式会社TRAILBLAZER(トレイルブレイザー)」設立

あらゆる判断を、Data-Informedに。

ギックスは、戦略コンサルティングの“データを用いて考える”という思考法と“データを考える材料に昇華する”高度なアナリティクス能力を組み合わせた、新しいタイプのプロフェッショナルサービス集団です。

クライアント企業の経営課題解決、競争力強化のために、データを用いて物事を理解・判断する「データインフォームド」を推進しています。

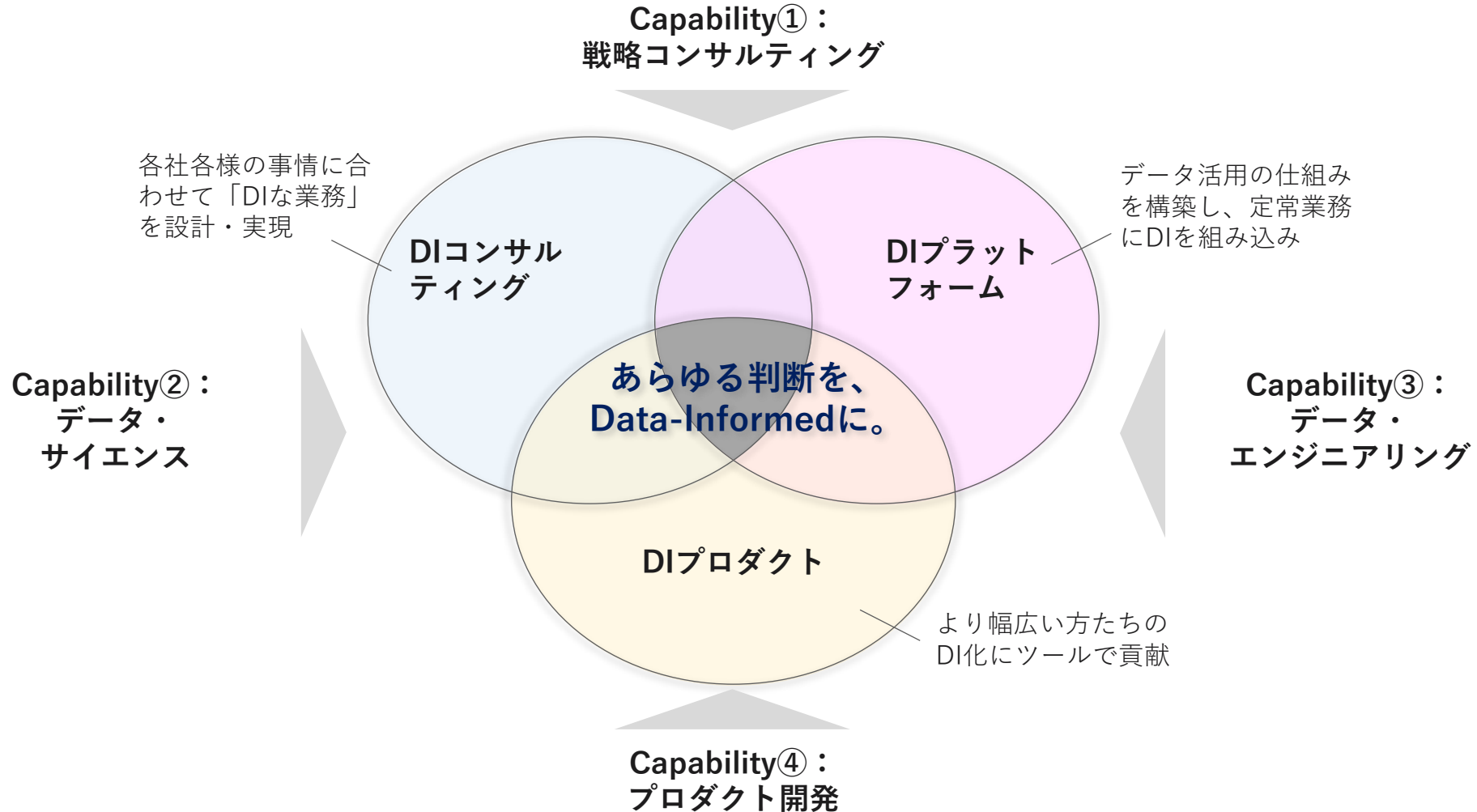
 データを全く用いずに
勘・経験・度胸で判断する

 データに全てを委ねて
考えることを放棄する

データから導き出される発見・示唆を
人間の判断の材料として用いる

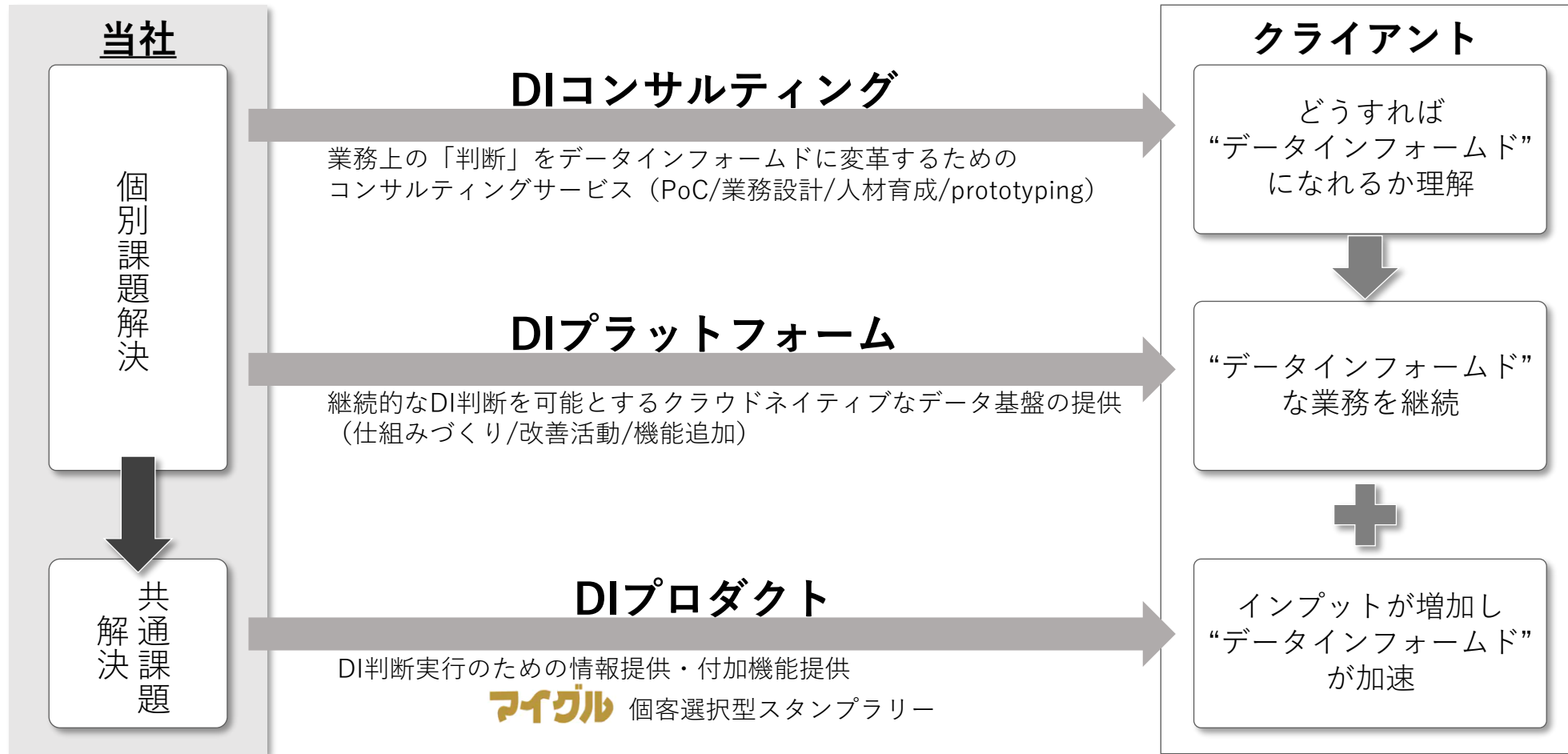
→ あくまでも、“**主役**”は人間。

4つのケイパビリティに支えられた3つのサービスで、
クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革



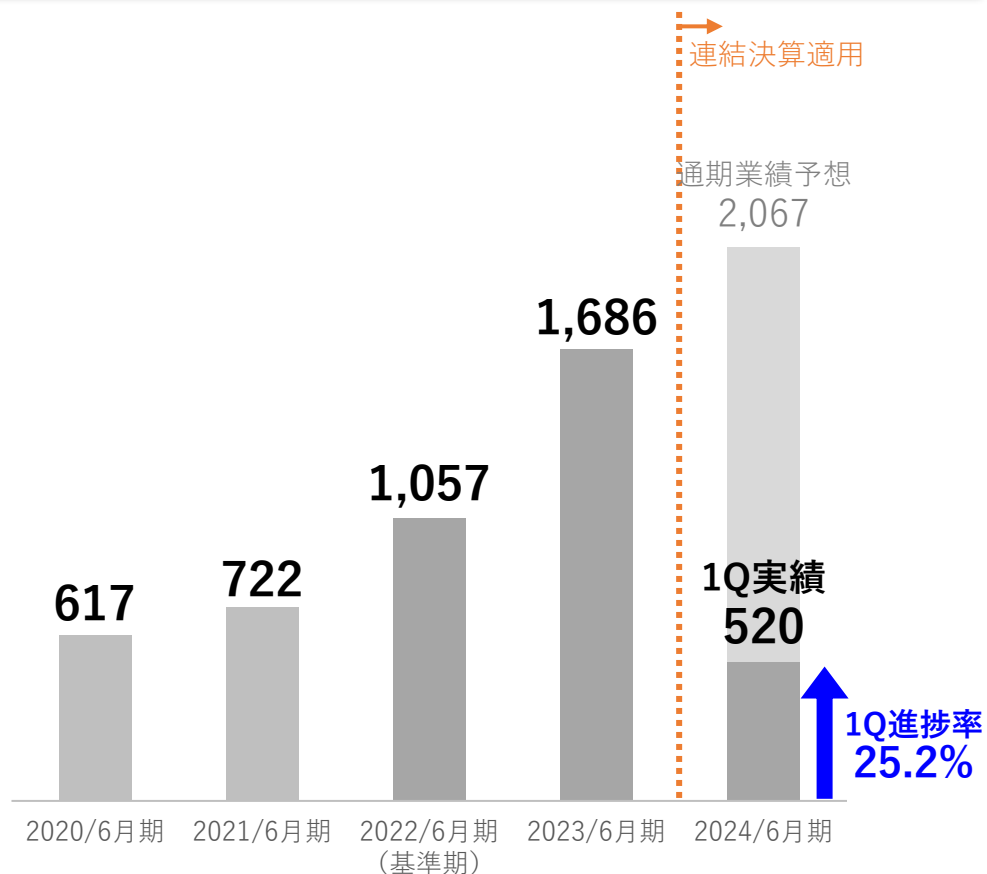
提供する各サービスの概要

ビジネス・コンサルティングファームという立ち位置から、クライアントが抱える様々な課題に対し、データの利活用による解決を伴走・支援

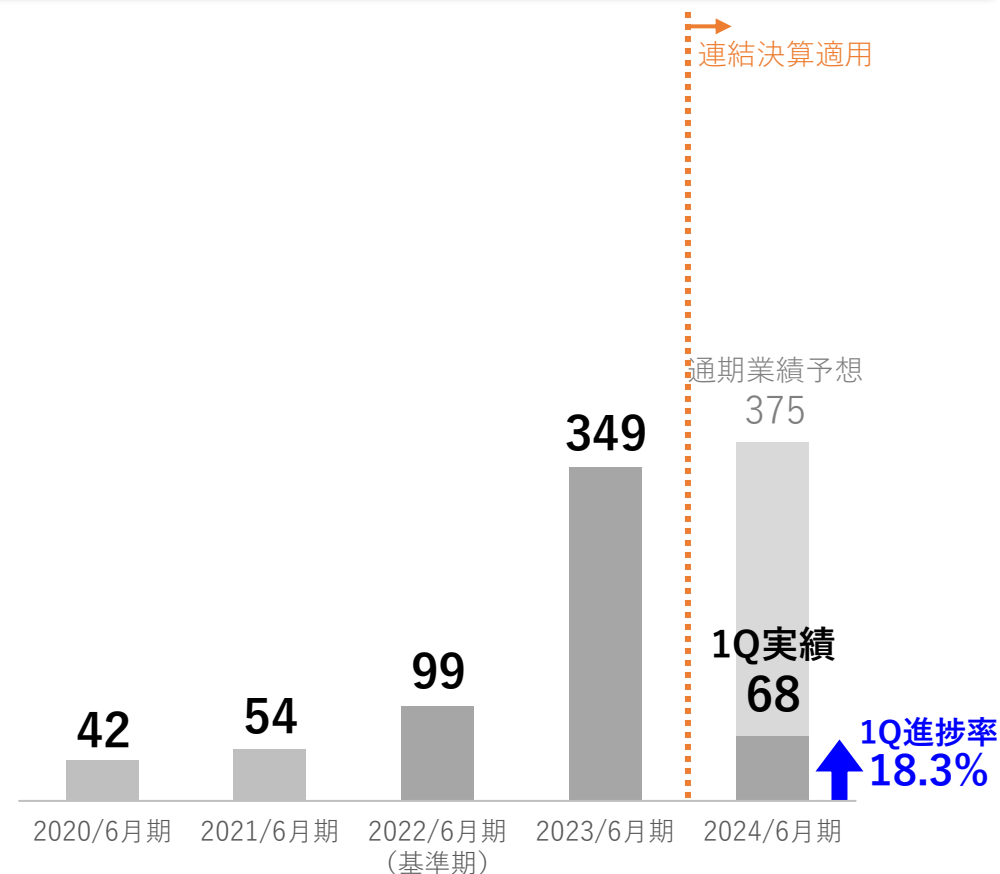


2022年6月期を基準として**売上高CAGR40%**を目標として掲げ事業推進中
 (2024年6月期より連結決算となりますが、影響が小さいため、基準期及び目標CAGRは変更していません)

売上高 (単位: 百万円)



営業利益 (単位: 百万円)



1. 会社概要

2. 2024年6月期第1四半期実績

3. Appendix

- a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
- b. 事業内容・ビジネスモデル
- c. 競争優位性
- d. 成長戦略

単体決算では、売上は順調に拡大

将来を見据えた成長投資の実施により費用増がありながらも、営業利益はほぼ横ばいを維持

※ 2024年6月より連結決算に移行しましたが、同一条件での数字をお示しするため、単体決算も併せて表示しております

連結決算では、子会社設立に関する費用計上等が発生

第11期（2023年6月期）
第1四半期累計

（2022年7月1日から2022年9月30日まで）

単体決算

第12期（2024年6月期）
第1四半期累計

（2023年7月1日から2023年9月30日まで）

単体決算

第12期（2024年6月期）
第1四半期累計

（2023年7月1日から2023年9月30日まで）

連結決算

	第11期（2023年6月期） 第1四半期累計 （2022年7月1日から2022年9月30日まで）	増減	第12期（2024年6月期） 第1四半期累計 （2023年7月1日から2023年9月30日まで）	第12期（2024年6月期） 第1四半期累計 （2023年7月1日から2023年9月30日まで）
売上高	372百万円	+134百万円 +36.2%	507百万円	520百万円
売上総利益	190百万円	+26百万円 +13.8%	216百万円	221百万円
営業利益	72百万円	+1百万円 +2.5%	74百万円	68百万円
四半期純利益	49百万円	△0百万円 △0.8%	48百万円	43百万円

*1 2024年6月期単体決算の数値は監査法人の監査対象外です

*2 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

【2024年6月期1Q実績】

縦横展開に注力し売上・利益を確保しつつ、新規顧客開拓に先鞭をつける

- ◆ 前年度から引き続き、特に重点クライアントにおいて部内展開（縦）・社内展開（横）の2方向で浸透が進み、DIコンサルティング・DIプラットフォームのいずれサービスも順調に拡大
- ◆ 既存クライアントにおいても、案件進捗に伴う取り組み深耕により取引高拡大。新テーマや新部署での取り組み拡大に注力
- ◆ 新規クライアント開拓に注力（鉄道・航空・旅行・不動産業界などを中心に推進中）
- ◆ その他、子会社・関連会社設立など、将来の成長のための各種仕込み活動を推進（取り組みテーマは右項参照）

【2024年6月期2Q以降】

将来の成長に向けたテーマを推進

◆ 合弁会社「株式会社TRAILBLAZER」設立

高度デジタル人材の雇用・育成を推し進め、「JR西日本グループの事業共創を、デジタルの力で加速させる」役割
当社はTRAILBLAZERが将来的に自走できるよう支援



今後はDX自走/内製化を目指す企業を継続的に支援予定

◆ DIプロダクト群の拡張

「ひとりひとりのユーザー（個客）に最適な情報を選別・提示」することによる顧客体験向上を核とした、LTV向上を支援するための各種プロダクトの開発を推進

◆ 共通課題解決の「種」の発掘

将来的に「共通課題解決」として展開できる可能性を持ったテーマも進捗中（以下、一例）

「しゃべれぼ」

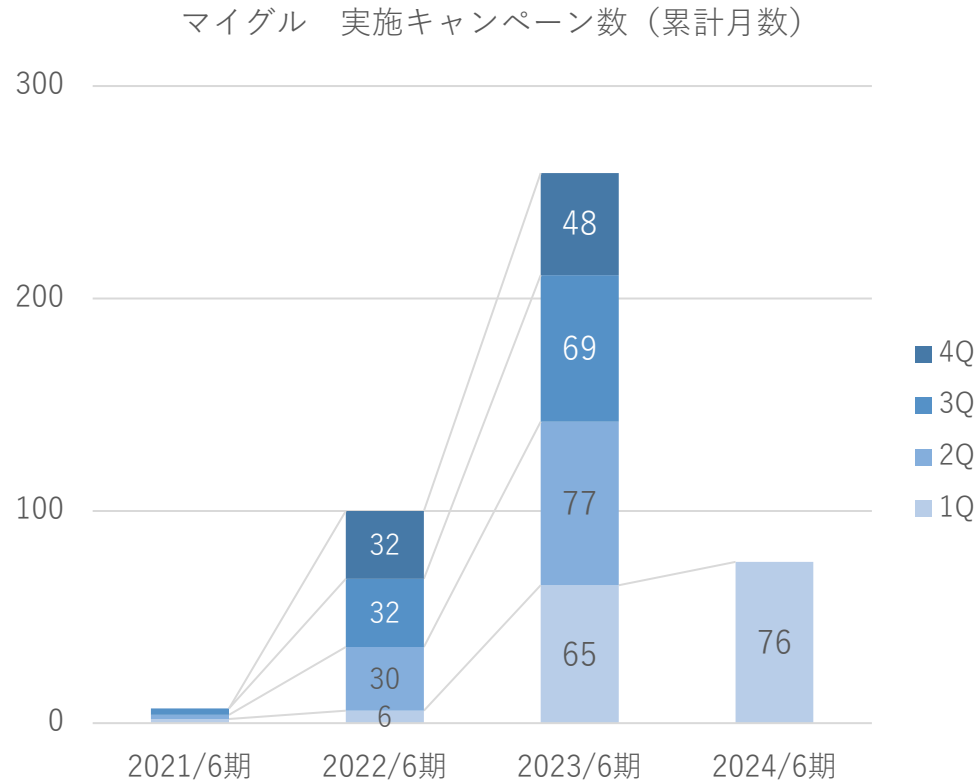
※2023年10月開催「CEATEC 2023」JR西日本ブースにて出展

鉄道専門用語を学習させることにより、徒歩巡回検査時の音声入力が可能なアプリケーション。巡回記録と各種ログデータ取得により効率化を実現

【2024年6月期1Q実績】

既存顧客・新規顧客ともに展開を推進

- ◆ JR西日本グループでのご活用は引き続き堅調
- ◆ その他の企業様での採用も拡大中



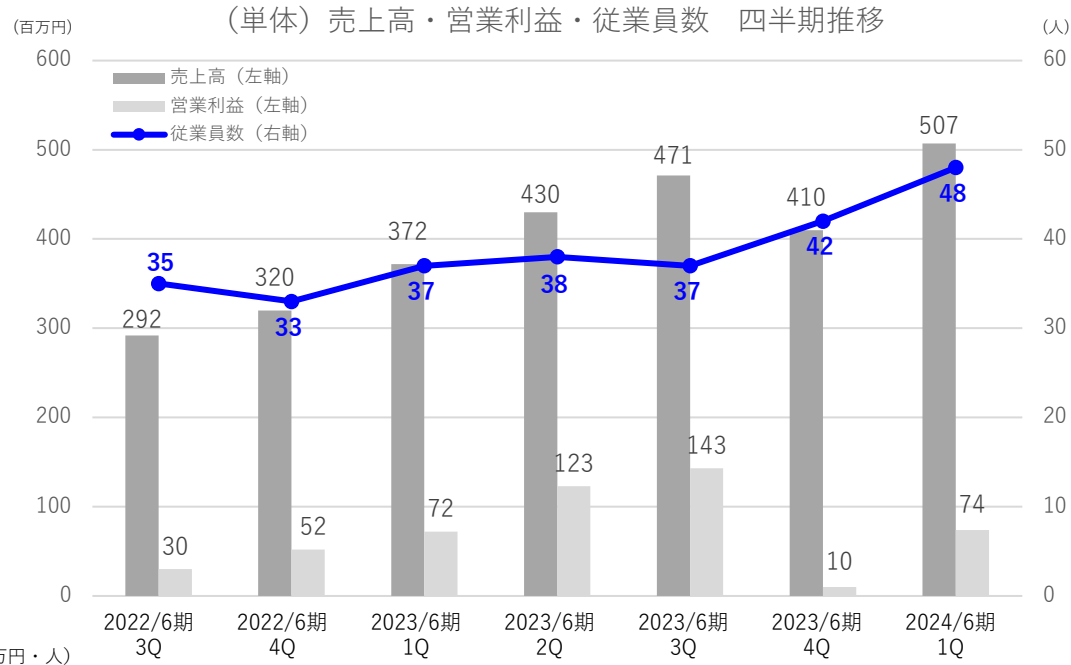
* 実施キャンペーン数（累計月数）の数え方：
3月25日～6月24日実施のキャンペーンの場合、3Qに「1」、4Qに「3」とカウント

【2024年6月期2Q以降】

拡販と並行し、商業施設の会員活性化や観光エリアにおける観光回遊活性化（日本人、訪日観光客）を成長領域と捉え研究開発に注力

- ◆ マイグルは大型商業施設のキャンペーンツールとして採用拡大中
 - イオン
1,657店舗・EC2サイトを対象とした全国規模でのスタンプラリー施策
 - その他、複数のキャンペーン開始準備中
- ◆ AIプランナー展開
AIによる各ユーザーに合った観光モデルコース提案機能を本年8月に正式リリース（倉敷にてサービス提供中）
白浜（和歌山）では電脳交通社「配車システム」との連携により、タクシー予約も可能なサービスに
- ◆ インバウンド
中国人訪日観光客向けWeChat版開発推進中

四半期別KPIハイライト



QoQで売上高は着実に成長 費用増の一方で売上増により利益確保

【左表オレンジ枠箇所 説明】

- *1 2023年6月期3Qより研究開発に注力。費用は増額したものの、研究開発の一部有償化もあり、売上高比率への影響は限定的
- *2 研究開発活動推進や供給力強化のため、2023年6月期4Qにさらに費用増額（売上高比率としてのインパクト大）
2024年6月期1Qについても、採用強化による人員増もあり前Q以上の費用が発生しているものの、売上の増加もあり、リソース関連費用の比率は低下
- *3 採用に伴う人材採用費の増加や決算に関連する手数料等の発生もあり、その他費用増加
- *4 *2の背景により1人当たり売上高は2023年6月期4Qに一時的に低下したものの、前Q入社者の売上貢献の発現等もあり足元上昇

(百万円・人)	2022/6期 3Q	2022/6期 4Q	2023/6期 1Q	2023/6期 2Q	2023/6期 3Q	2023/6期 4Q	2024/6期 1Q
売上高	292	320	372	430	471	410	507
リソース関連費用	141	163	187	187	207 ↑ ^{*1}	273 ↑	288 ↑ ^{*2}
売上高比率	48.4%	50.8%	50.3%	43.5%	44.1%	66.7% ↑	56.8%
その他費用	120	105	112	120	120	126	145 ↑ ^{*3}
売上高比率	41.3%	32.9%	30.3%	27.9%	25.6%	30.7%	28.6%
費用合計	262	268	300	307	328	399	433
営業利益	30	52	72	123	143	10	74
営業利益率	10.3%	16.2%	19.4%	28.6%	30.3%	2.6%	14.6%
Q末従業員数	35	33	37	38	37	42	48
1人当たり売上高	8.3	9.7	10.0	11.3	12.7	9.7 ↓	10.8 ↑ ^{*4}

* リソース関連費用：売上原価に含まれる人件費（社内労務費、外注費）+ 研究開発費（研究開発に関連する外注費含む）
 * その他費用：販管人件費+ 諸経費（人材採用費含む）等
 * 従業員数には出向者・パート社員を含む

第1四半期時点での売上高進捗率は25.2%

成長投資や子会社設立に関する費用計上もあり営業利益は若干低い水準で進捗

第12期（2024年6月期）
第1四半期実績

(2023年7月1日から2023年9月30日まで)

第12期（2024年6月期）
通期業績予想

(2023年7月1日から2024年6月30日まで)

売上高	520百万円	進捗率 25.2%	2,067百万円
売上総利益	221百万円	進捗率 23.5%	939百万円
営業利益	68百万円	進捗率 18.3%	375百万円
四半期純利益 /当期純利益	43百万円	進捗率 16.4%	264百万円

*1 「四半期純利益/当期純利益」は「親会社株主に帰属する四半期純利益/親会社株主に帰属する当期純利益」を簡易表記したものです

*2 決算数値及び増減数値については百万円未満を切り捨てて表記しております

A. 売上高

2,067百万円

【ご参考】前年同期：
1,686百万円 (*単体決算)

既存クライアントを中心とした**縦横展開の推進**

- 重点クライアント内縦横展開を継続推進
- 既存クライアントの重点化 (取引増大)

マイグル拡販

- 追加機能を活用しながらの既存／新規クライアントへの拡販に注力

B. 営業利益

375百万円

【ご参考】前年同期：
349百万円 (*単体決算)

売上原価率 **54.5%**

【ご参考】前年同期：
49.5% (*単体決算)

- DIプロダクトへの継続投資
 - ✓ マイグルの機能強化投資 (継続)
 - ✓ 新プロダクトへの研究開発投資 (継続)

販売管理費率 **27.3%**

【ご参考】前年同期：
29.7% (*単体決算)

- 前期と同水準の販売管理費をベースとして、若干の研究開発投資および採用関連費用を上乗せも、比率は低下

営業利益率 **18.2%**

【ご参考】前年同期：**20.7%** (*単体決算)

- 積極的な成長投資を継続
- 研究開発の有償化が一部発生した前期と比較すると低下する見込み

損益計算書

単位：千円

	2024年 6月期1Q
売上高	520,833
売上原価	299,552
売上総利益	221,280
販売費及び 一般管理費	152,734
営業利益	68,545
税引前当期純利益	68,572
法人税等合計	25,339
四半期純利益	43,233

貸借対照表

単位：千円

	2024年 6月期1Q
流動資産合計	2,173,706
現金及び預金	1,527,077
固定資産合計	119,504
資産合計	2,293,211
流動負債合計	273,762
1年内返済予定の 長期借入金	50,004
固定負債合計	68,380
長期借入金	33,316
負債合計	342,142
純資産合計	1,951,068
負債純資産合計	2,293,211

*1 2024年6月期より連結決算に移行したため、2023年6月期の数値は表示していません

*2 「四半期純利益」は「親会社株主に帰属する四半期純利益」を簡易表記したものです

*3 数値については千円未満を切り捨てて表記しております

2026年6月期に向けて

2026年6月期の売上40億円に向けた、各種施策を推進中 各施策の効果は2024年6月期後半～2025年6月期に発現することを見込む

ギックスグループ 売上高推移

◆ 40億円達成に向け、着実に進捗

<社内体制>

- 供給力（人的リソース）を拡大し、成長の核に
 - ・直近6ヶ月で、社員が11名増加
 - ・ギックス・パートナー・ネットワーク（GPN）として、各領域のスペシャリストが順次参画
- 組織力の強化
 - ・人事領域のスペシャリストを、管理本部長として招聘。
 - ・組織体制およびデリバリー体制の見直し、再構築に着手

<関連会社>

- TRAILBLAZER社の設立
 - ・JR西日本グループに関連したDI/DXプロジェクトの拡大
 - ・人材育成のご支援→当社のプロジェクトへの参画も視野（=供給力強化）
 - ・データ活用機能の内製化/自走化を目指すクライアントに向けた「支援パッケージ」への展開

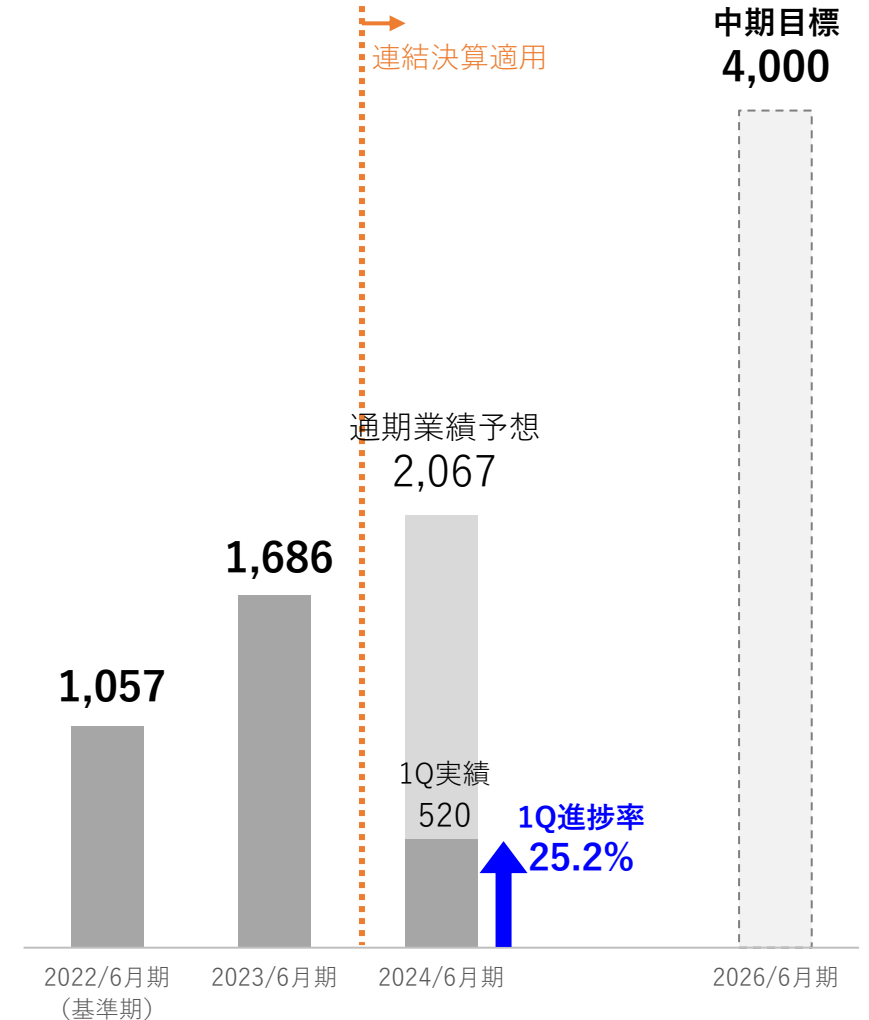
<プロダクト開発>

- 共通課題解決の「種」の発掘（個別課題解決⇒共通課題解決へ）
 - ・個別課題解決の中で、プロダクトの種を見出す取り組みを継続的に推進
 - ・「マイグル」とは異なる領域における「種」を複数見出し、開発実施中
例）AIによる車両整備の効率化、しゃべれば*、リアルタイム1to1データ基盤、など
- マイグルの機能拡張と価値貢献範囲の拡大
 - ・AIプランナー機能による観光回遊分野での利活用シーン拡大
 - ・インバウンド（訪日観光客）の観光ニーズへの対応
 - ・LINEプラットフォームを活用した大型商業施設でのキャンペーン管理機能
→大手商業施設での採用のトリガーとして、既に実績が出始めています

◆ 26年6月期に向けて、「共通課題解決」の売上高比率向上を目指す

- ・個別課題解決サービスを継続的に実施し、収益を生み続ける
- ・その中で、共通課題解決の「種」を見出すことで、研究開発を並行して実施するのが当社の差別性
- ・企業規模の拡大に伴い、より多くの「種」へ投資可能。将来に向けた開発投資を加速中

*しゃべれば：鉄道専門用語を学習させることにより、徒歩巡回検査時の音声入力可能なアプリケーション



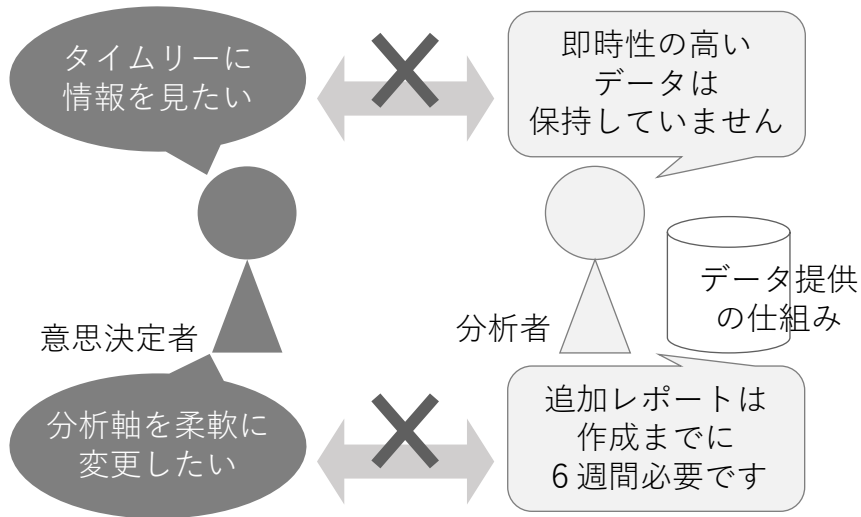
1. 会社概要
2. 2024年6月期第1四半期実績
3. Appendix
 - a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
 - b. 事業内容・ビジネスモデル
 - c. 競争優位性
 - d. 成長戦略

1. 会社概要
2. 2024年6月期第1四半期実績
3. Appendix
 - a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
 - b. 事業内容・ビジネスモデル
 - c. 競争優位性
 - d. 成長戦略

再現性の高い業務判断を行うためには、**勘・経験・度胸 (KKD)**を“データ”によって補強する必要がある。当社は、データの蓄積、加工および判断への活用方法を、一気通貫でサポートすることにより、クライアントの判断を“データインフォームド”なものへと変革する

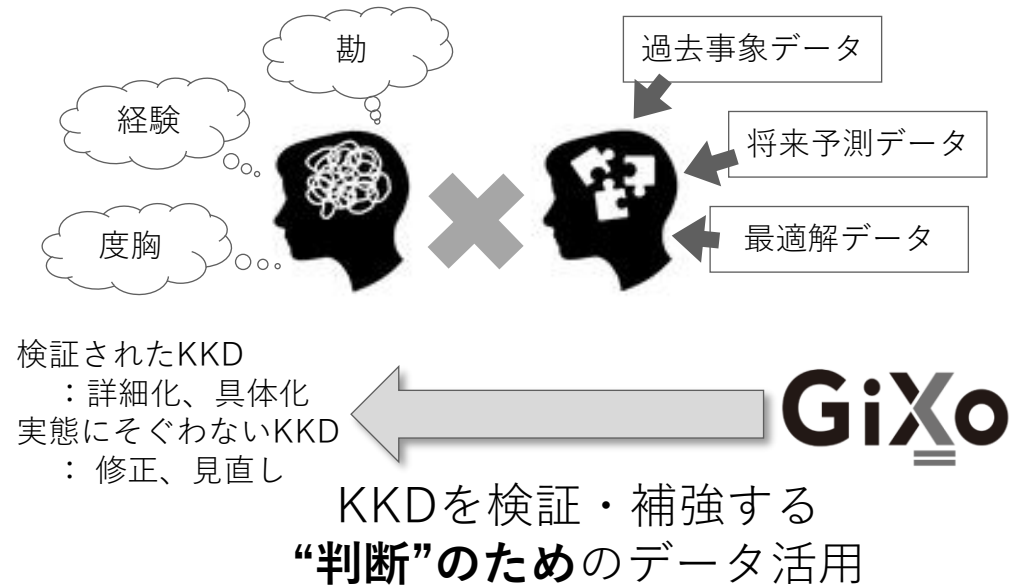
現在

**ビジネス判断に耐え得る
速度/品質のデータが提供されない**



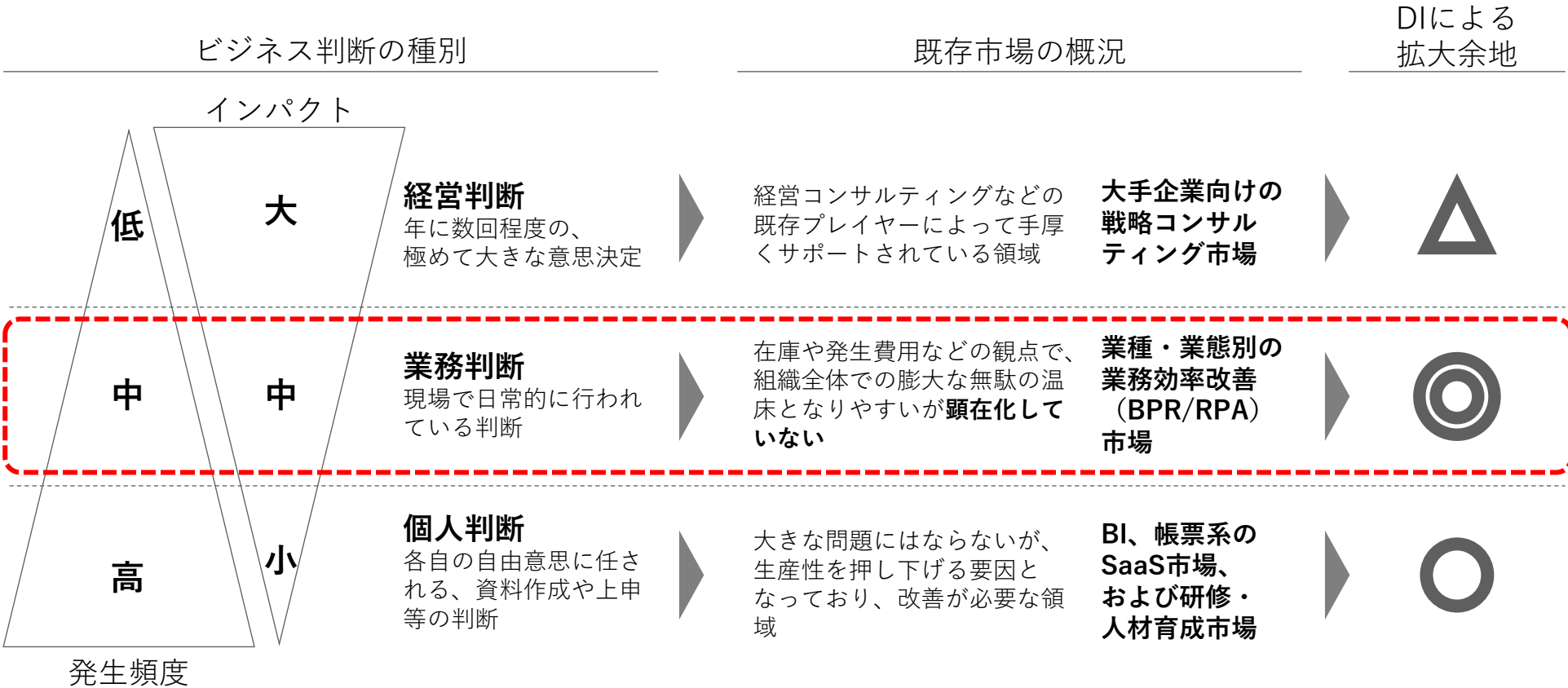
“データインフォームド”な世界

データインフォームド = KKD × データ



ポジショニング：業務判断にデータ活用を織り込む

データを用いて論理的に考え、合理的に判断する「データインフォームド」の考え方を、日常的な業務判断領域に適用することで、大きな効果を発揮する



ポジショニング：
BPR、RPAの領域に「人間がデータ“も”使って判断する」という「人間が主役のデータ活用」を適用することを目指す

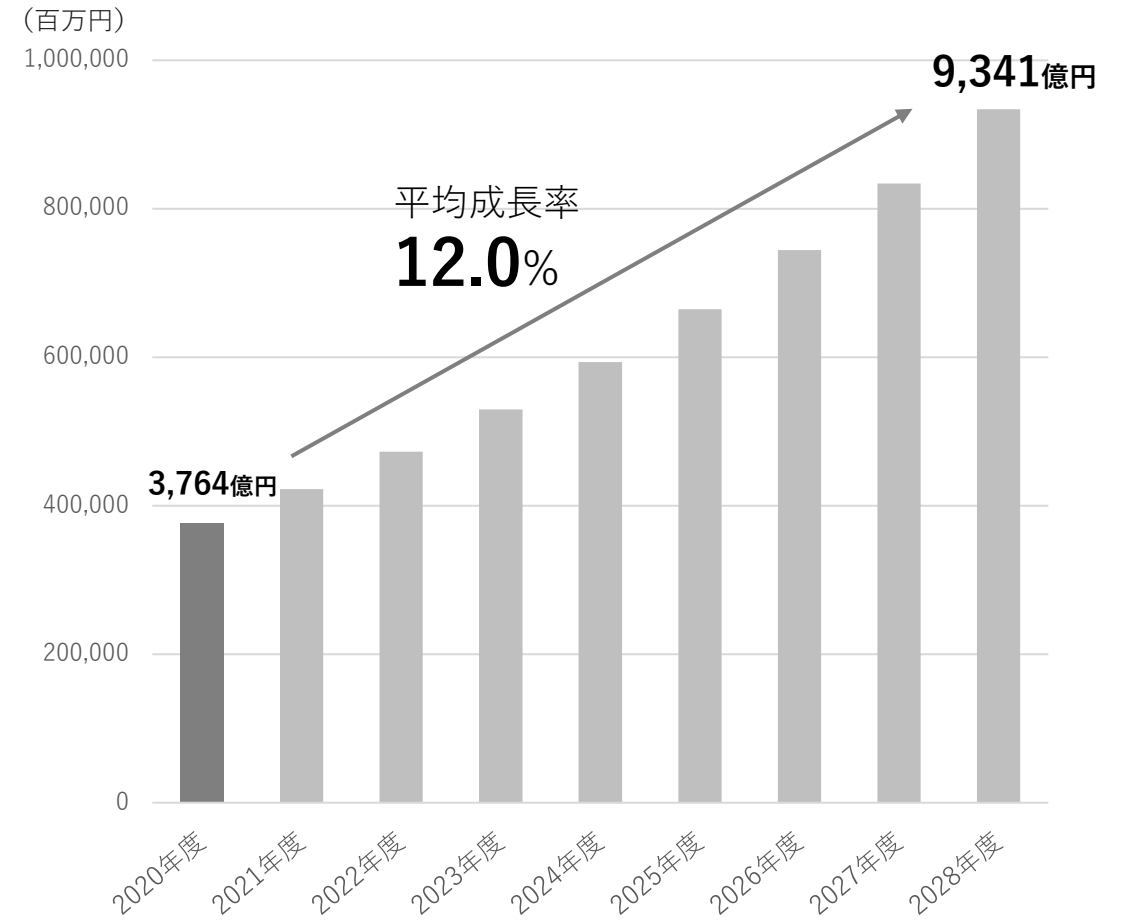
国内ビジネス・アナリティクス市場規模は、2020年度：3,764億円

今後もデータ駆動型の経営・マーケティングや需要予測に取り組むユーザーの増加を背景に

- 2028年度まで**年平均成長率12.0%**
- 市場規模は2028年度に**9,341億円**に達すると予測

出典： 2022年2月4日デロイト トーマツ ミック経済研究所
「ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」

国内ビジネス・アナリティクス市場規模



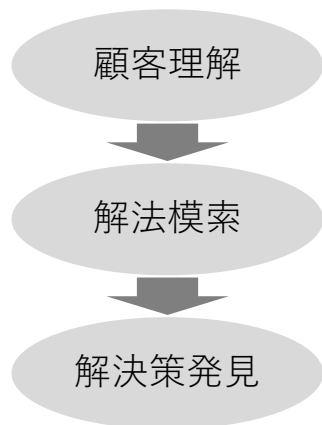
1. 会社概要
2. 2024年6月期第1四半期実績
3. Appendix
 - a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
 - b. 事業内容・ビジネスモデル
 - c. 競争優位性
 - d. 成長戦略

クライアント企業を“データインフォームド(DI)”な状態に変革するために、3種類のサービスを提供



顧客の課題を理解し、「データを用いた数学的アプローチ」で解決を図り、クラウドネイティブなデータ基盤を提供することで、顧客の業務に**データインフォームドな判断**を組み込んでいく

方向性の模索



DIコンサルティング

業務設計



データインフォームドな業務の在り方

- 判断したい内容
- 見るべき指標
- データ確認の頻度/タイミング

実装方針



- 適切なUI
- 分析環境/インフラ
- システム接続(データ連携)

DIプラットフォーム

業務アプリ

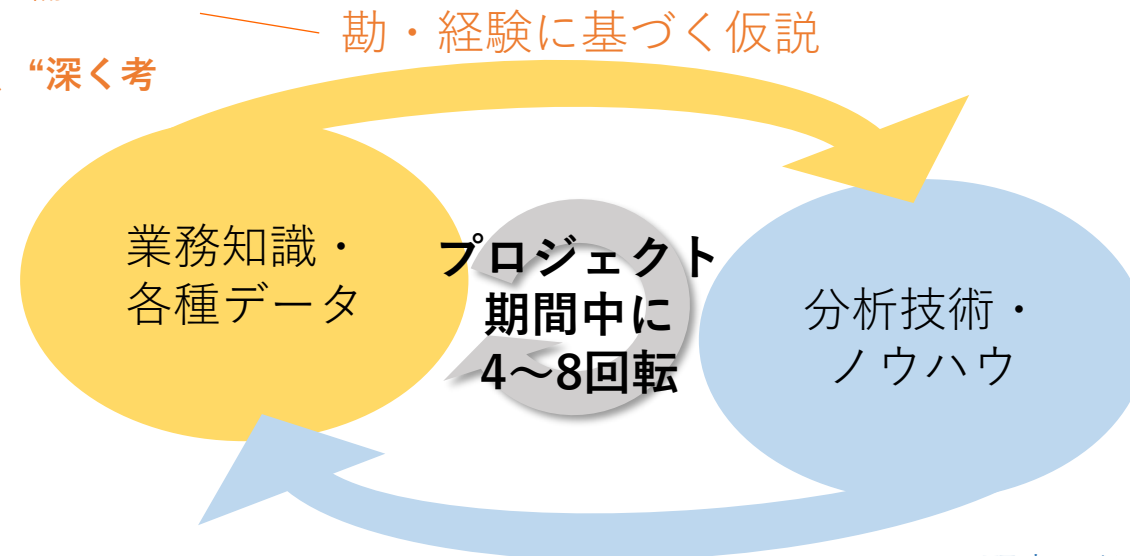


- ダッシュボード(閲覧)
- 業務システム(入出力)
- リアルタイム処理

個別課題解決①：DIコンサルティング

DIコンサルティングは、仮説検証型・試行錯誤型のデータ分析プロジェクトを通じて、データに基づいて考える「**データインフォームドな思考態度**」をクライアントにインストール

- 勘・経験をデータで検証・補強する
「**仮説検証スタイル**」
- アウトプットがあるから、「**深く考える**」に注力できる



- 顧客の興味・仮説に応じて、動的な追加分析を行う「**試行錯誤スタイル**」
- 豊富な分析経験で培われたノウハウ、ツール群により**高速処理を実現**

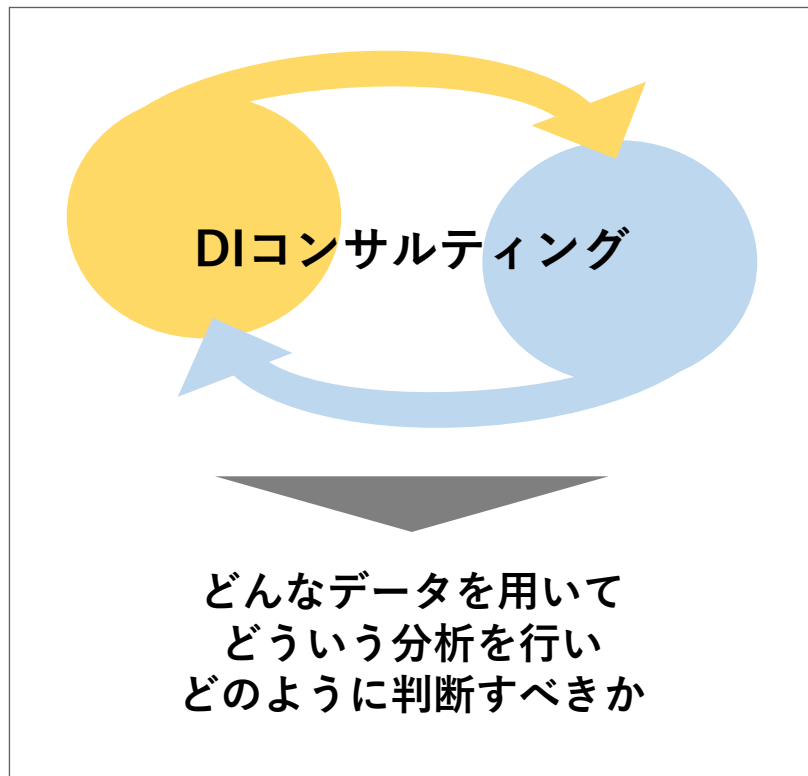
全件・全量データを用いた、全粒度分析に基づいて、
クライアントの業務知識に、事実（データ）という裏付けを

個別課題解決②：DIプラットフォーム

DIコンサルティングで見出された「分析要件」を、DIプラットフォームとして仕組み化。**データを用いる思考態度を、日々の業務に浸透**させる

DIコンサルティングを通じ、
企業・事業・組織に適した**データインフォームドな業務の在り方**を見出す

データインフォームドな業務を
実行するために必要な“**データ基盤**”を構築し、
DI推進を加速



行いたい判断/
見たいアウトプット
が明確

使いたい
データソース
が明確

業務知識に対する
理解が深い

- 要件が明確だから、無駄がない**
 - 過不足なく、業務要件を充足可能
 - DIコンサルティングで開発したアルゴリズムを最大限に活用
 - ”データを見る“という業務はパイロット済み
- 業務が分かるから、理想を描ける**
 - 将来の拡張性を見越したアーキテクチャ設計

DI推進の取り組み例

当社の個別課題解決は、各業界のトップ企業様との取り組みが中心。その内容は、“現場”のDI推進と“企画”のDI推進に大別

	A “現場”に気付きを	B “企画”に気付きを
DI化の対象	各種セールスパーソン、保険外交員、製薬MR、接客職種など	企画職（マーケター、事業企画、サービス企画、物流企画 など）
業務変革の規模	数百人～数万人	数人～数十人
DIの適用領域	“現場”の社員が、日常業務の中で発生する判断に際して、DI思想に基づくインプットを活用する 判断精度が上がり、顧客満足度および販売実績の向上につながる	“企画”担当者が、DI思想に基づいて、戦略立案、方針策定を行う 現場社員に向けた作業指示や、顧客/ユーザーの態度変容のための各種施策を、DI思想に基づいて設計
	現場で働く社員一人一人がDI化され、日々の活動内容が変化	会議室がDI化され、より戦略的な作戦行動が可能に

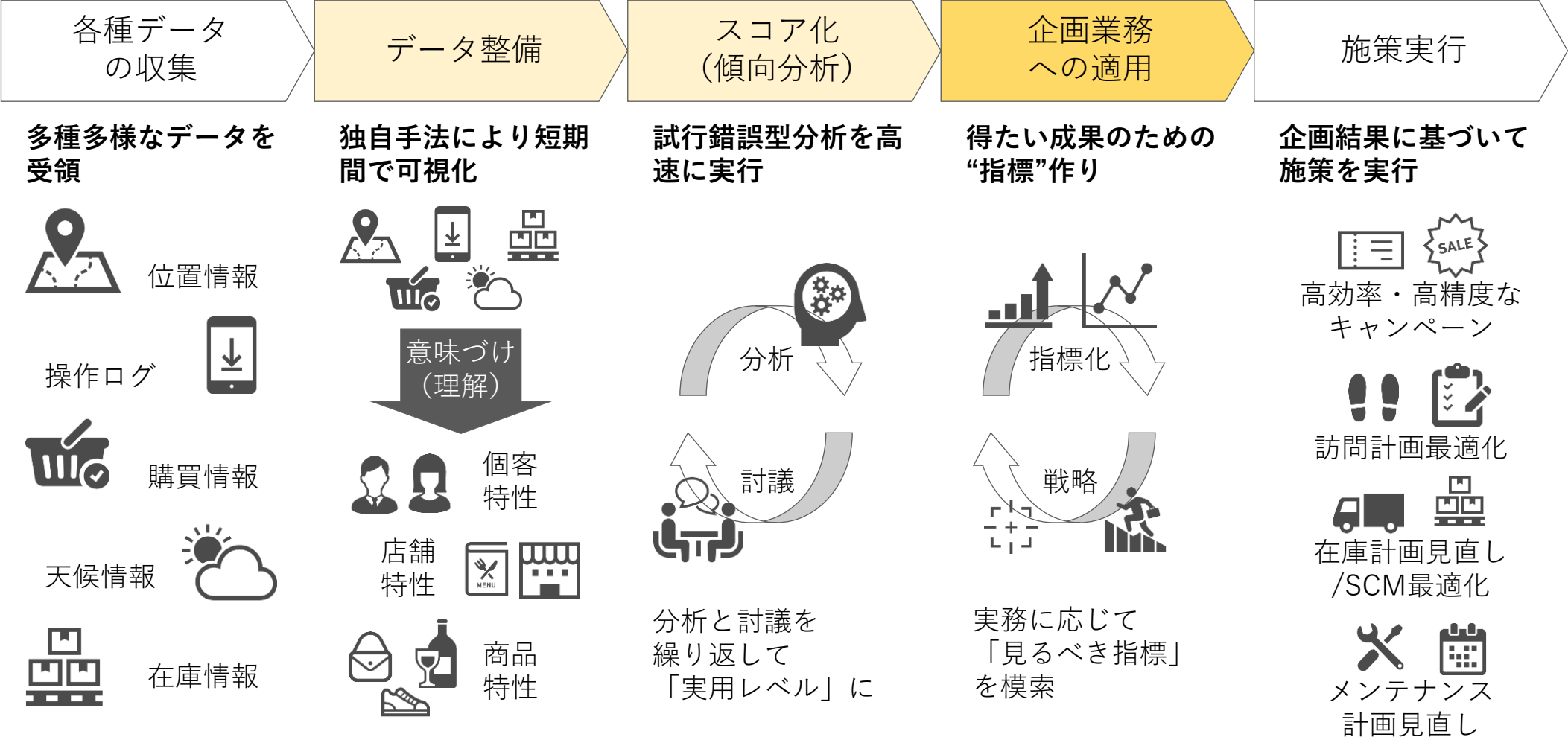
事例A：現場のDI化 | 標準アプローチ

多様なデータから「状態」を見極めてスコア化する。その結果を受けて、どのようなアクションをとるべきかを、“現場”で判断



事例B：企画のDI化 | 標準アプローチ

インプットデータからヒト・商品・店舗などの特性を理解するための「属性」を導出。データに基づく打ち手検討を実現し、“会議室”をDI化

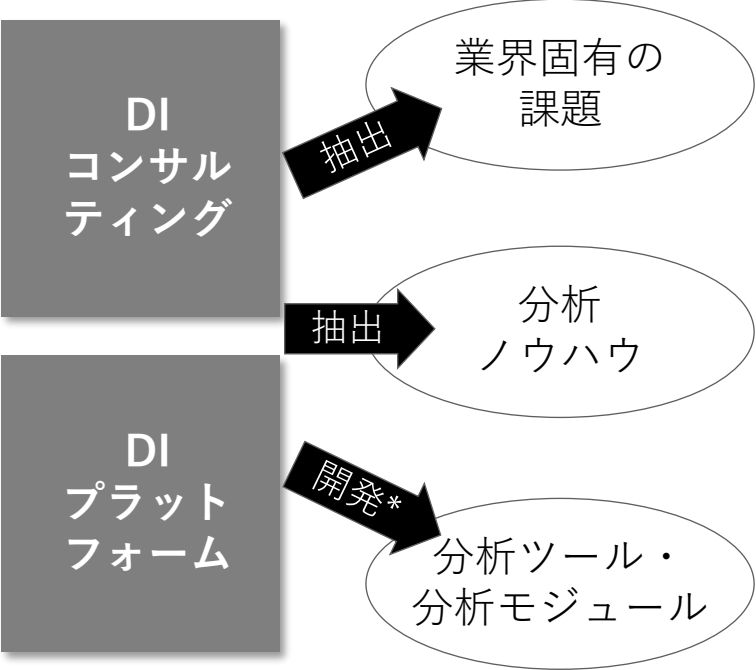


共通課題解決：DIプロダクト

個別企業向けの課題解決プロジェクトで培ったノウハウを用いて、共通課題解決に役立つ複数のプロダクトを開発・提供することにより、**より幅広い層におけるデータインフォームドな判断**を促進

個別課題解決

各クライアントの課題を解決する過程で、ノウハウ・モジュール・ツールを蓄積



共通課題解決

汎用性の高い課題に対して、社内に蓄積されたノウハウ・ツール群をベースに、プロダクトを開発

DIプロダクト

大企業から中小企業まで
幅広いお客様にご提供

マイグル

来店・来訪されたお客様、
ひとりひとりに、最適な
スタンプラリーを提供

*個別プロジェクトの推進時に、再利用性を意識したツール/モジュール開発を行います

従前より搭載されていた機能

AIリコメンド機能

ユーザー属性や嗜好に応じて候補となるスタンプ（スポット）をリコメンド。また、ユーザーが参加するたびにその内容を学習していくアルゴリズムも搭載。固定化されがちな顧客の行動に対して新しい出会い・発見を提供し、回遊を促進

スタンプ選択機能

各ユーザーは、スタンプ（スポット）を自身のニーズや嗜好により変更可能。「内発的動機づけ」の効果により、積極的なスタンプ獲得を促進

リアルタイムダッシュボード

リアルタイムにエントリー状況や回遊状況が確認可能。キャンペーン実施中における追加の打ち手の検討等が可能に

2023/6期以降に追加された新機能

LINE連携

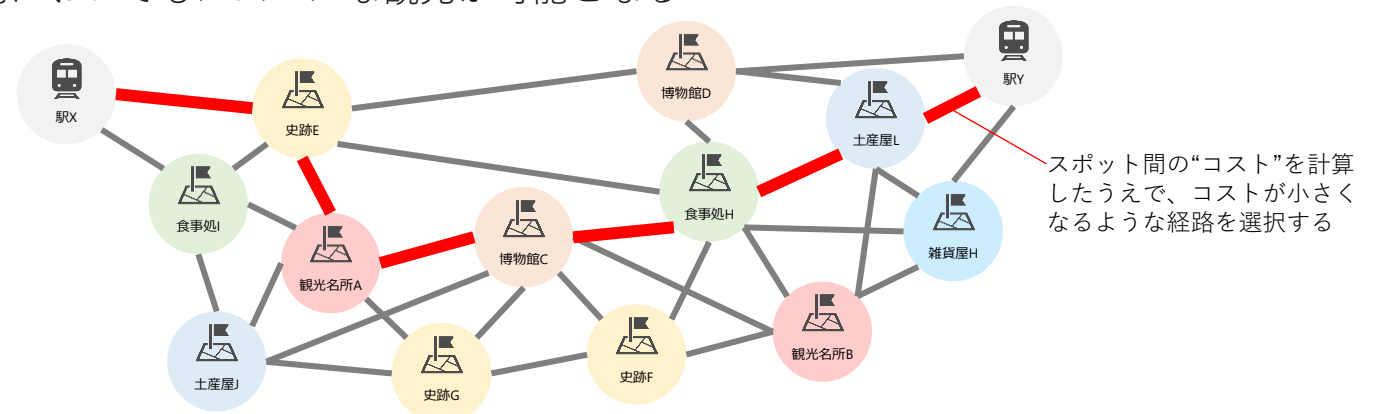
キャンペーンへの参加、スタンプラリーシートを作成、スタンプの獲得などのキャンペーンにかかる一連の操作がLINE上で完結。利用者の多いアプリをプラットフォームとすることで、手続きもより簡易となり、より多くの参加が見込める

サブスクリプション

定額でキャンペーンの運用・管理ができる新プラン。常設キャンペーン・期間限定キャンペーンを問わず複数実施でき、また、蓄積されたデータを次の施策に活かすCRM機能を活用することで、より効果的かつ連続性のある施策が実施可能

AIプランナー

観光地におけるスポットをリコメンドするのみならず、その間の移動も併せてリコメンドする機能。ユーザーのニーズに沿った旅程表が自動で生成され、初訪問の土地においてもスムーズな観光が可能となる

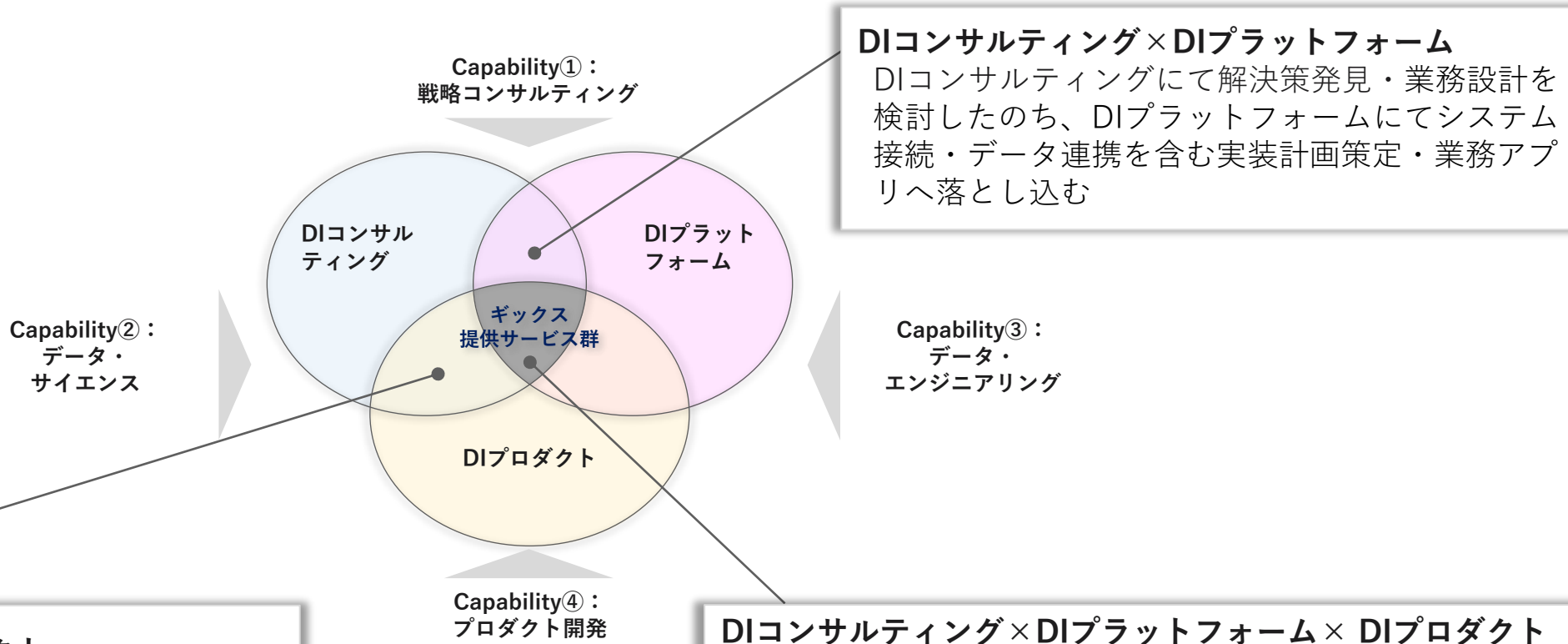


1. 会社概要
2. 2024年6月期第1四半期実績
3. Appendix
 - a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
 - b. 事業内容・ビジネスモデル
 - c. 競争優位性
 - d. 成長戦略

①一気通貫のサービス提供

4つのケイパビリティに支えられた3つのサービスを高次元かつ複合的に提供

重複領域での展開も拡大中



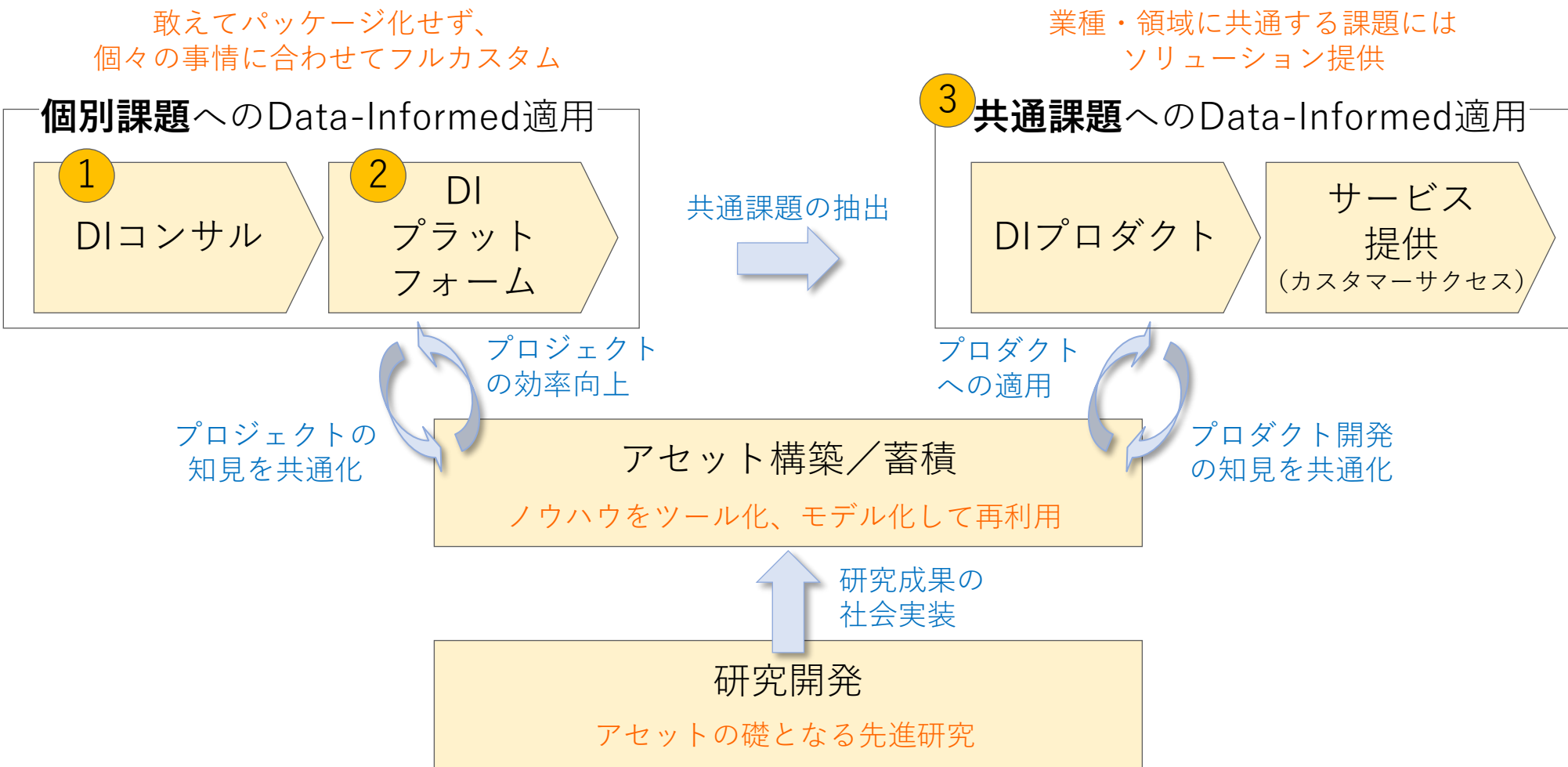
DIコンサルティング×DIプラットフォーム
 DIコンサルティングにて解決策発見・業務設計を検討したのち、DIプラットフォームにてシステム接続・データ連携を含む実装計画策定・業務アプリへ落とし込む

DIコンサルティング×DIプロダクト
 マイグルを使ってキャンペーンを実施。キャンペーンで獲得したデータを分析することにより顧客理解が進み、高効率・高精度なキャンペーンの実施やマーケティング・セールスの具体的施策につなげる

DIコンサルティング×DIプラットフォーム×DIプロダクト
 よりユーザーひとりひとりに適したリコメンド・オファーを出すための仕組みづくり。DIコンサルティングによる深い顧客理解、リアルタイムでオファーを出すためのDIプラットフォームによるデータ基盤が掛け合わせるにより「1to1機能」が可能となる

②アセット活用 | 提供価値の連鎖

個別課題に対しては、アセット活用で効率性を担保。得られた知見から共通課題を見出してパッケージ提供に繋ぐ、持続可能な価値連鎖を構築



②アセット活用 | 人材育成システム

長年に渡り培ってきたノウハウ・モジュール群を活用した教育方法により、短期間で、当社独自の分析手法を身に着けた「ギックス人材」を育成

➔ クライアントからの高い要求品質に応えられる体制を、効率的に構築



②アセット活用 | 特許・ノウハウ・ツール

顧客への価値提供を行う中で蓄積された当社ノウハウのツール化および特許化が競争力の源泉

特許

取得済

8件

* 国際特許含む

出願中

12件

* うち6件は
クライアントとの
共同特許

当社単独特許に加え、クライアント企業との共同特許化も積極的に推進

社内ツール群

当社保有モジュールの分類

分析前処理モジュール群

マスタモジュール群

記述的分析モジュール群

診断的分析モジュール群

予測的分析モジュール群

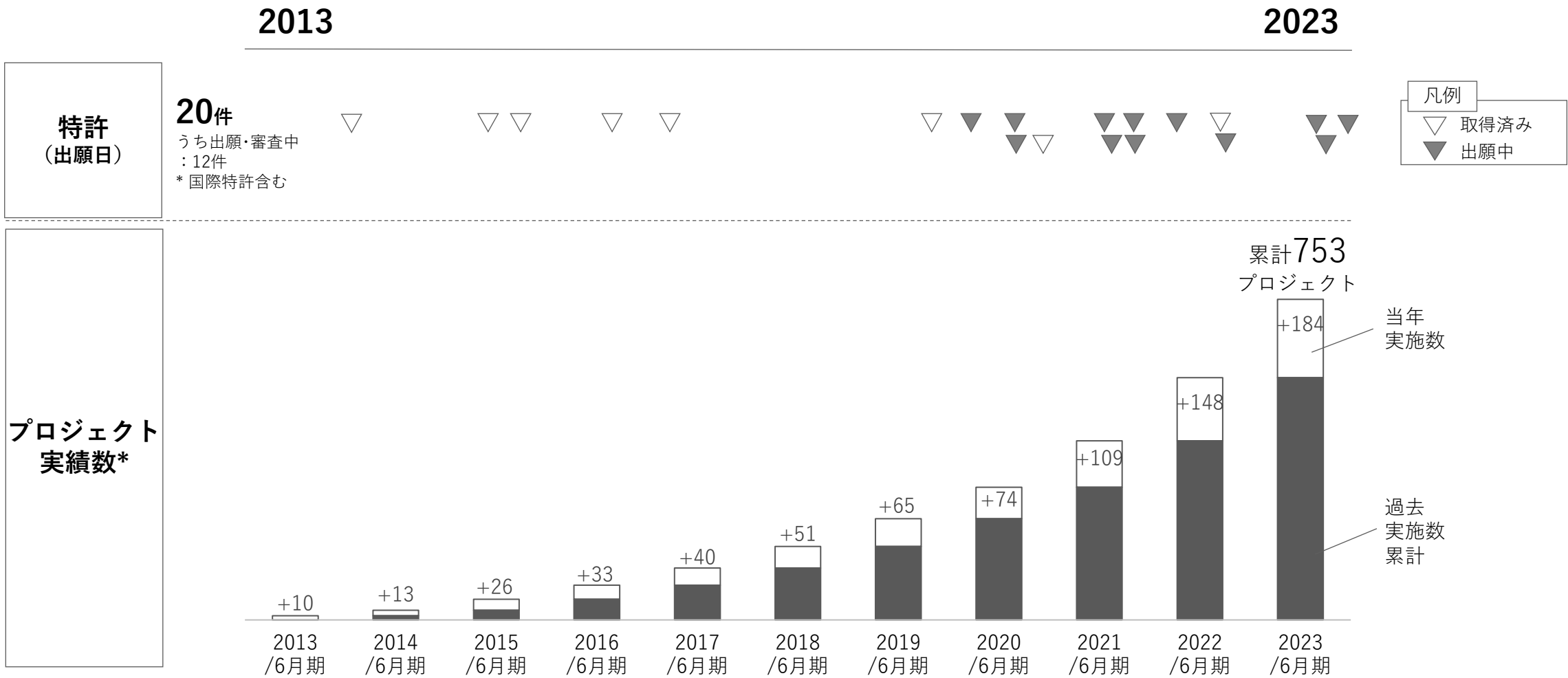
処方的分析モジュール群

分析後処理モジュール群

7分類/35種以上のモジュールを活用中
➔日々、追加開発中

②アセット活用 | 特許・プロジェクト実施実績

「あらゆる判断を、Data-Informedに。」の実現に向け、プロジェクト実施数を着実に積み上げると共に、その中で得られた知見を知財化し、生産性向上・付加価値向上を実現



* 各年度における実施プロジェクト数 (DIコンサル/DIプラットフォーム/DIプロダクト合算)
 ※同一クライアント内で2つの契約がある場合は、2としてカウント

1. 会社概要
2. 2024年6月期第1四半期実績
3. Appendix
 - a. “データインフォームド”な世界とターゲット市場
 - b. 事業内容・ビジネスモデル
 - c. 競争優位性
 - d. 成長戦略

祖業である「データを用いた個別企業の成長支援」の収益力を高めながら、マイグルをはじめとする「プロダクト」を活用した労働集約型モデルからの脱却による非連続的な成長を目指す

→ 個別課題解決と共通課題解決の**両輪**で**拡大・成長**を推進 = **“二兎を追う”方針**

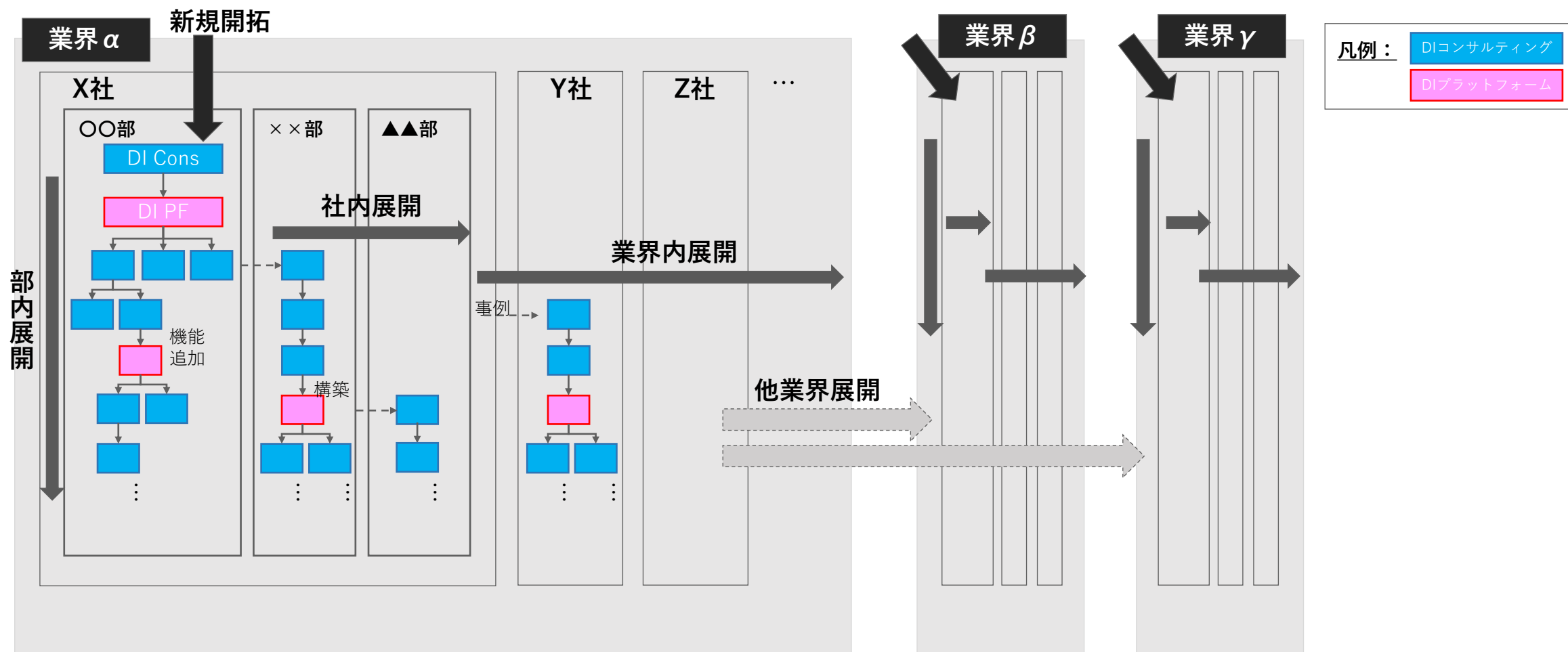
	個別課題解決	共通課題解決
サービス	DIコンサルティング DIプラットフォーム	DIプロダクト
位置づけ	短期的な収益の柱 (= 根源的価値事業)	中長期的な成長の種 (= 戦略的投資領域)
ビジネスモデル	ハイ・マージン型 (= 人的リソースと一定程度相関)	ハイ・レバレッジ型 (= 人的リソースに依存しない)
展開方針	<ul style="list-style-type: none"> 既存顧客内の縦横展開を継続 事例に基づく業界内外への展開 社内外リソースの継続的な拡大 	<ul style="list-style-type: none"> マイグルを基軸にした機能強化 ⇒ サービス領域拡大 新プロダクト開発

前頁記載の通り、両輪での拡大・成長（“二兎を追う”）の実現に向けた**経営体制の強化**を実施すべく、2023年9月29日より新役職および代表者2名体制へ変更

氏名	新体制における役職	職務分掌	役割（抜粋）
網野 知博	代表取締役CEO *変更なし	経営全般 および 管理本部にか かる業務（新規事業や将来の成 長戦略に関する業務を含む）	CEOとして、以下の役割を担う ・ 株主向け説明 ・ 資本政策などの成長戦略 ・ 協業、業務提携などの交渉 ・ 経営会議の議長 ➔ 中長期的な成長 を追う
花谷 慎太郎	<u>代表取締役COO</u> Data-Informed事業本部長 兼 Biz Planning Div. Leader	業務執行 および Data-Informed 事業本部にかかる業務	COOとして、以下の役割を担う ・ 案件獲得・推進責任者 ・ リソース確保・配分責任者 ・ プロダクト開発責任者 ・ 組織運営責任者 ➔ 短期的な収益拡大 を狙う

DI思想の部内展開・社内展開・業界内展開・他業界展開 (縦横展開) を、高速かつ効率的に推進

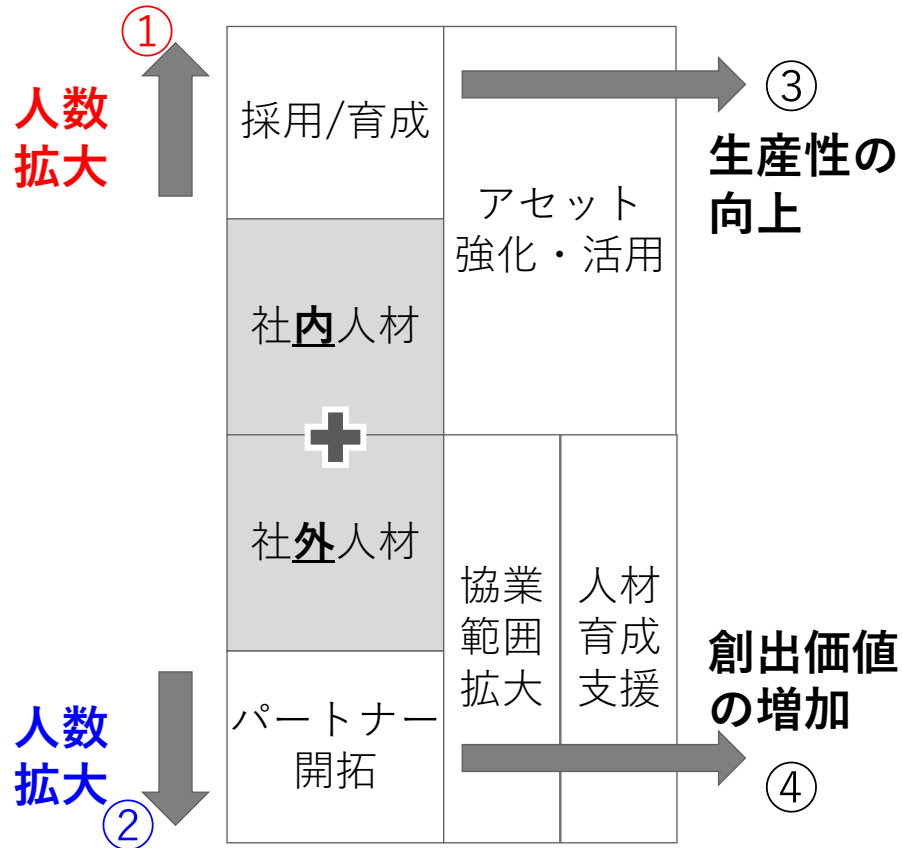
当社の顧客開拓の流れ (イメージ)



当社の成長には「人的リソース」の確保が必須

①②：人数の増加（社内外）と、③④：生産性向上/創出価値増加により、リソース・キャパシティの拡大を目指す

直近の強化領域



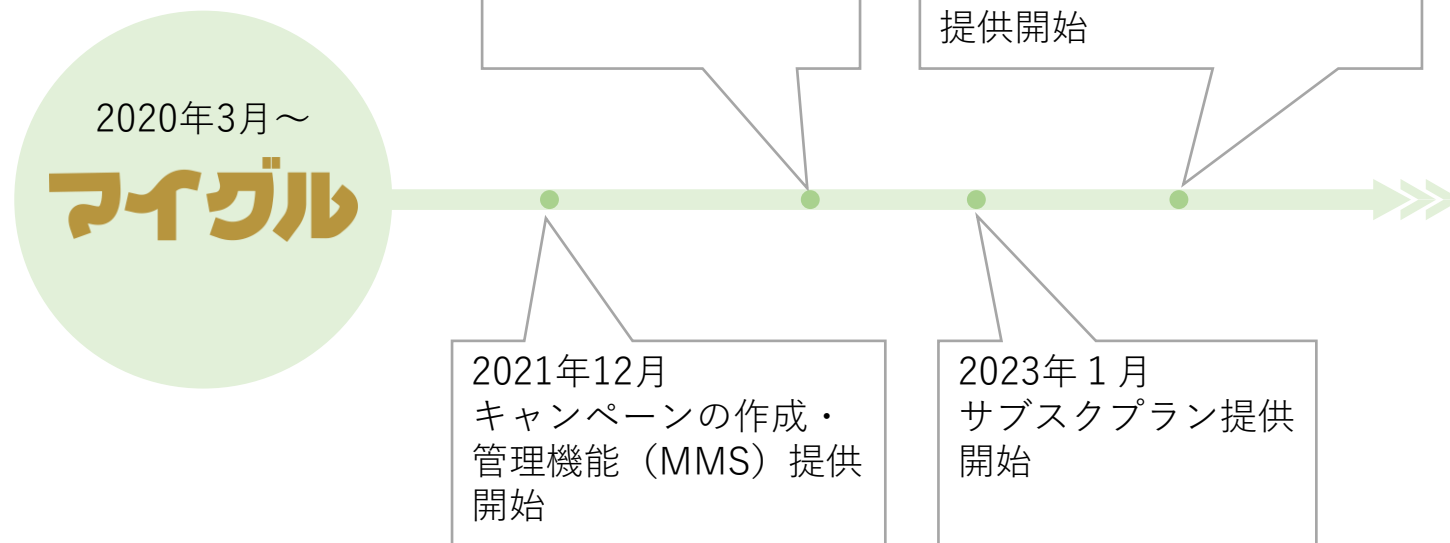
①
採用強化

- 採用チームの体制強化（社内リソースの強化に加えて、外部委託先も増員）
- KPIの見直し・再定義（採用リードタイム、応募者満足度、等）

②
パートナー開拓

- プロフェッショナル人材ネットワークの構築・活用
- ※当社経営陣の人脈を中心に、戦略コンサルタント経験者、事業会社経営職経験者、トップコーダー、セールススペシャリスト等の独自ネットワークを構築。パートナー契約により当社プロジェクトにご参画頂く。

マイグルを中心とした機能強化・拡張を推進。多彩なサービスを提供すべく、開発投資を継続



今後の開発・機能拡張 (開示済み情報)

- 訪日外国人向けサービスの開発
WeChatミニプログラム版の開発に向け
Beyondge社、ルイスマーケティング社と
業務提携を開始 (2023年5月)
- デザイン・マーケティング力強化
Lab & Design株式会社のデザイン事業の譲
受を決定 (詳細は次頁)
デザインケイパビリティ獲得により、キャン
ペーンの際にクライアントが使用するク
リエイティブやデザイン企画の提供 (デザ
インサポートサービス) が可能に

その他、**各種機能強化**に加え周辺領域を含
む**サービス領域の拡張**も複数進捗中
今後、適切なタイミングで開示を予定

2023年8月、新会社の設立、および新会社における Lab & Design株式会社のブランディング/クリエイティブデザイン事業の譲受を実施しました

新会社の概要

名称	株式会社ギディア
事業内容	ブランディング/クリエイティブデザイン事業（ブランディング/クリエイティブディレクション・デザイン、プランニング、企画展・空間演出、スチール撮影・映像制作等）
設立	2023年8月18日

相手先の概要

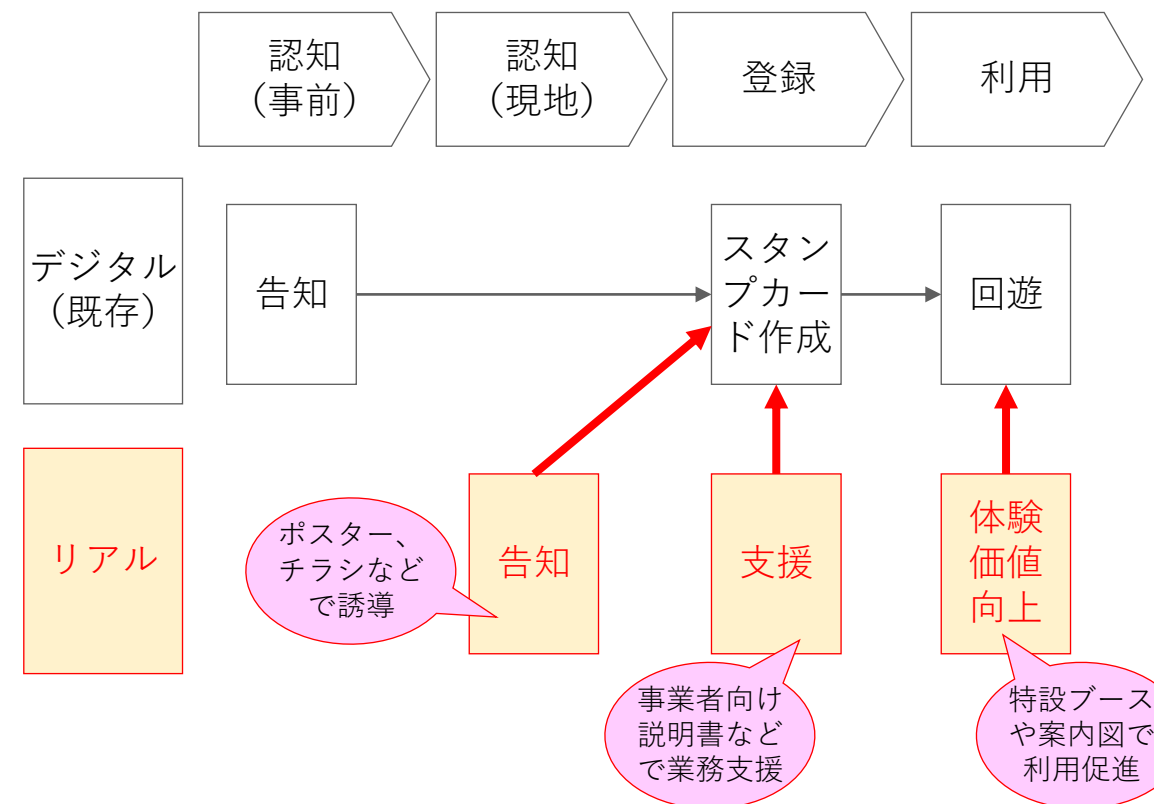
名称	Lab & Design株式会社
設立	2016年6月1日
譲受事業	ブランディング/クリエイティブデザイン事業

事業譲受の概要

目的	デザイン・ケイパビリティの獲得によるマイグル事業の機能強化
事業譲受日	2023年8月21日

マイグルの機能強化イメージ

従来のデジタル機能に、リアルな“場”づくりを追加することで、より一層「ユーザーに寄り添う」サービスに



成長ターゲット：

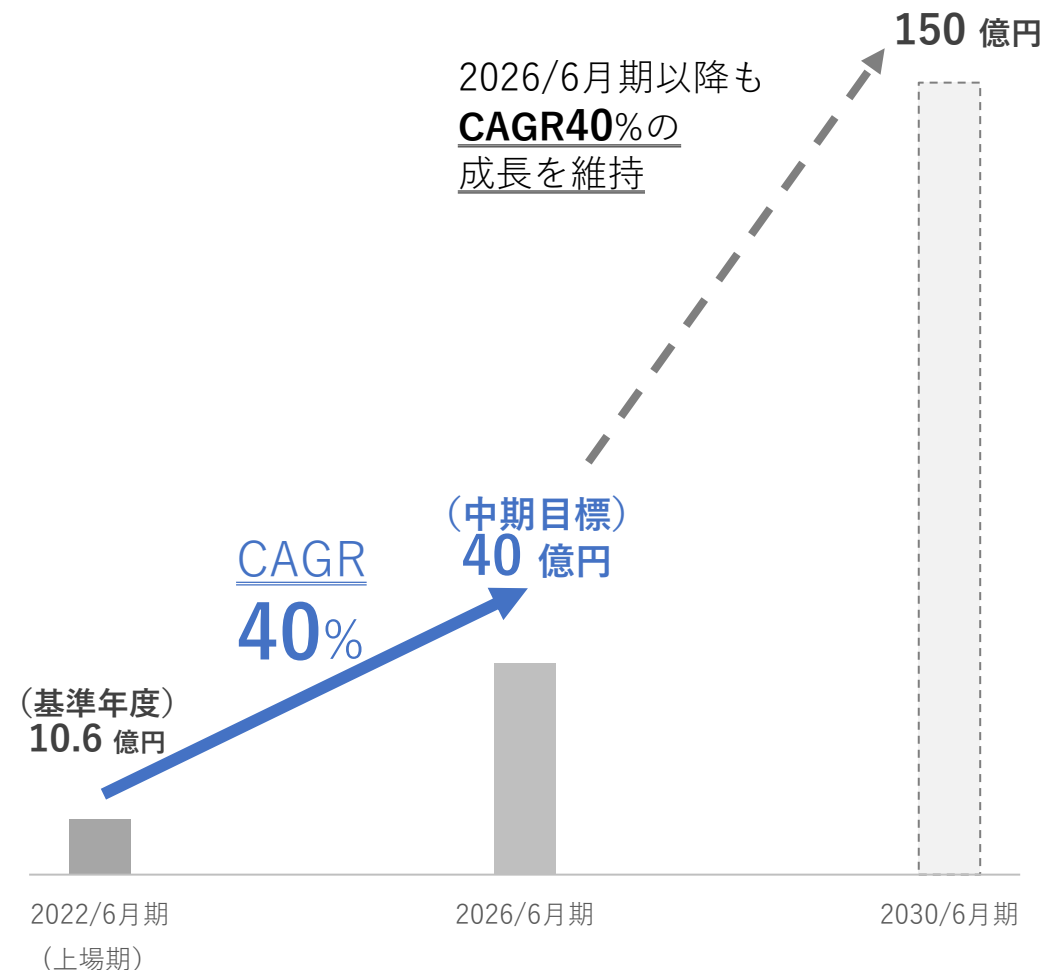
売上高成長率 **40%**（上場期起点）

上場時より掲げていた目標：CAGR40%を事業成長のターゲットと設定

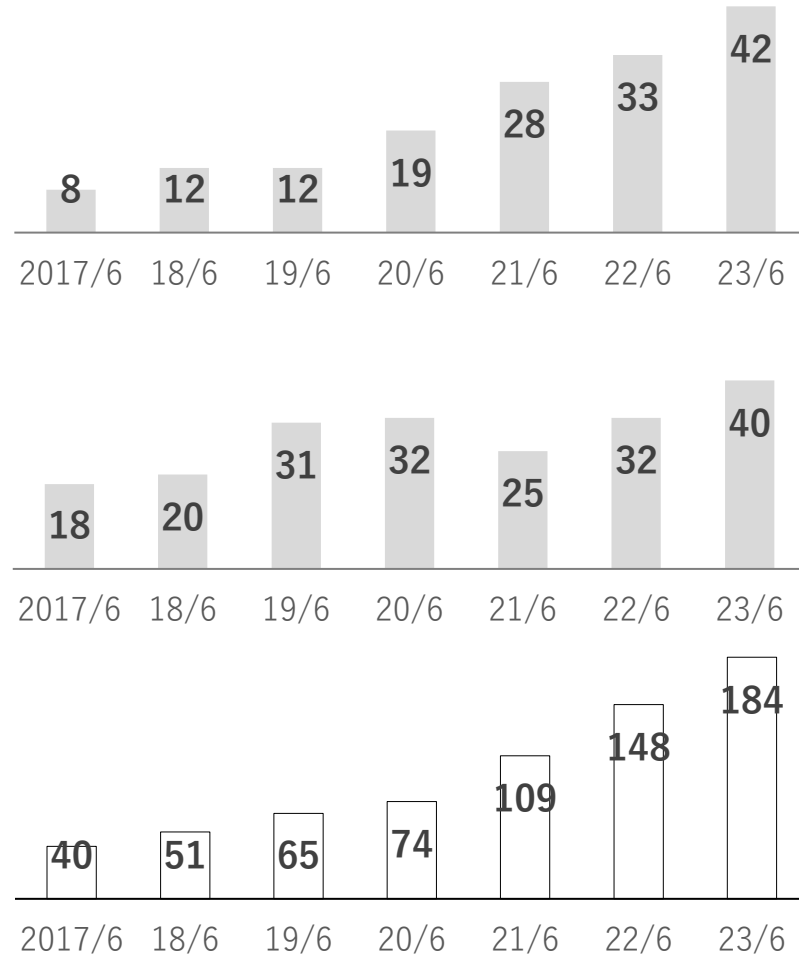
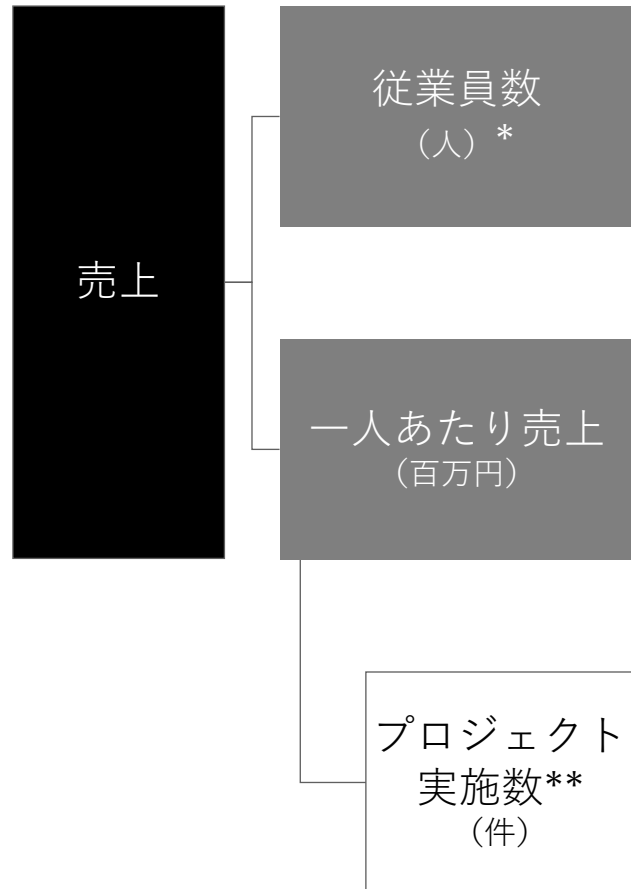
上場期（2022年6月期業績）を基準とし、上記目標を達成することで、

2026年6月期に売上高40億円を目指します

- 当社はグロース企業です。そのため、現時点においては、事業規模の拡大に主眼を置いております。そのため、売上高を指標とし、利益目標を定めておりません
- また、同様の理由により、中長期的な成長の原資とすべく内部留保の充実に重きを置いております。従いまして、現時点においては、配当の計画はございません
- 目標数値は、M&A等を実施しないオーガニックな成長を前提としたものとなっております



経営上重視する経営指標（直近7年間）



- 2023/6期は期初予定通りの採用進捗
- 今後もサイエンティスト、エンジニアの採用を加速

- 2023/6期は、好調な案件獲得に加え、研究開発の一部有償化の一過性要因があり、高水準
- 短期的には多少のブレはあるものの、中長期的なトレンドとしては右肩上がりを目指す

- アセットの活用により実施効率向上
- 今後も、着実に遂行能力を高める

* 従業員数は就業人員（当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者を含む。）
 ** 各年度における実施プロジェクト数（DIコンサル/DIプラットフォーム/DIプロダクト合算）
 ※同一クライアント内で2つの契約がある場合は、2としてカウント

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。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

また本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、今後、将来発生する事象などにより内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。



あらゆる判断を、
Data-Informedに。

DIコンサルティング

経営課題に全量データ分析でアプローチ

DIプラットフォーム

クライアントの日常業務をDIに

DIプロダクト

データを身近に、DIを身近に