



**2023年9月期 第4四半期  
決算説明資料**

**2023年11月  
株式会社 A V i C**

**証券コード：9554**

# ディスクレイマー

---

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。



# 目次

---

1. 決算概要
2. 業績予想
3. 成長戦略
4. 会社概要
5. 事業環境と当社の強み

## Appendix

# At a Glance

若い力が提供する高いサービス品質を背景に、デジタルマーケティング業界において業界随一の成長率・利益率を実現

創業

2018年3月（4年3ヶ月でIPO）

売上高成長率（注.1）

19.5%

営業利益率（注.2）

21.4%

社員数（注.3）

60人

社員数の増加率（注.4）

17.6%

社員の平均年齢（注.3）

31.4歳

社員の平均年間給与（注.3）

6,728千円

社員に占める昇給者の割合（注.5）

61.1%

女性管理職率（注.6）

12.0%

注.1：売上高成長率は2022/9期と2023/9期とを比較した成長率です。

注.2：営業利益率は2023/9期の数値です。

注.3：社員数、社員の平均年齢、社員の平均年間給与は2023年9月末の数値です。

注.4：社員数の増加率は2022年9月末から2023年9月末の増加率です。

注.5：社員に占める昇給者の割合は、2022年9月～2023年9月の期間に通年在籍した社員のうち、2023年9月の基本給が2022年9月の基本給と比べ昇給した社員数の比率を算出しています。

注.6：管理職の対象者は役員、本部長、部長、マネージャーです（2023月10月1日時点の数値）。



# 決算概要



# ハイライト

- ・ 創業来最高の四半期業績（売上高、売上総利益、営業利益）を達成

YoYで、売上高は+8.3%、売上総利益は+18.1%、営業利益は+19.8%

- ・ 通期修正計画を超過達成

インターネット広告サービスにおいて、1~3Qに一部既存クライアントの離反・予算減額があったものの、新規クライアントの獲得強化等に取り組み、クオリティ・グロースを継続

- ・ 一過性の営業外損失（オフィス移転費用）を除くと、当期純利益は増益

オフィス移転費用28百万円を控除した当期純利益は240百万円と、YoYで+6.5%

- ・ 高い営業利益率を確保

2023/9期通期営業利益率は21.4%

- ・ 重要な成長ドライバーの一つである人員採用は一定進捗

社員数は4Q末時点で60名（YoYで+17.6%、+9名）

- ・ 自社開発ツールの活用浸透、社員の順調な育成の進展により、高生産性を維持

社員1人当たりの売上高（注.1）は24.8百万円と、YoYで+1.6%

注.1：通期の売上高を各期の期末人員数で除した数値を指します。

# 2023年9月期業績

4Q、通期ともに、売上高、売上総利益、営業利益が順調に増加（2023/9期4Qにオフィス移転に関する営業外費用を計上）

売上高から全段階利益において、通期修正計画を超過達成

| (百万円)         | 2022/9期<br>4Q | 2023/9期<br>4Q | YoY    | 2022/9期<br>通期実績 | 2023/9期<br>通期修正計画 | 2023/9期<br>通期実績 | 達成率    | YoY    |
|---------------|---------------|---------------|--------|-----------------|-------------------|-----------------|--------|--------|
| 取扱高           | 1,153         | 1,100         | △4.6%  | 3,400           | 3,920             | 3,992           | +1.8%  | +17.4% |
| 売上高           | 371           | 402           | +8.3%  | 1,245           | 1,467             | 1,488           | +1.5%  | +19.5% |
| 売上総利益         | 194           | 229           | +18.1% | 660             | 768               | 798             | +3.9%  | +20.8% |
| 販売管理費および一般管理費 | 99            | 116           | +16.5% | 344             | 482               | 480             | △0.5%  | +39.4% |
| 営業利益          | 94            | 113           | +19.8% | 316             | 286               | 318             | +11.3% | +0.6%  |
| 営業利益率         | 25.5%         | 28.2%         | +2.7pt | 25.4%           | 19.5%             | 21.4%           | +1.9pt | △4.0pt |
| 営業外損益         | 3             | △27           | -      | △11             | △27               | △27             | △3.3%  | -      |
| 経常利益          | 98            | 85            | △12.8% | 305             | 258               | 291             | +12.8% | △4.6%  |
| 当期/四半期純利益     | 82            | 63            | △22.9% | 226             | 194               | 219             | +12.8% | △3.1%  |

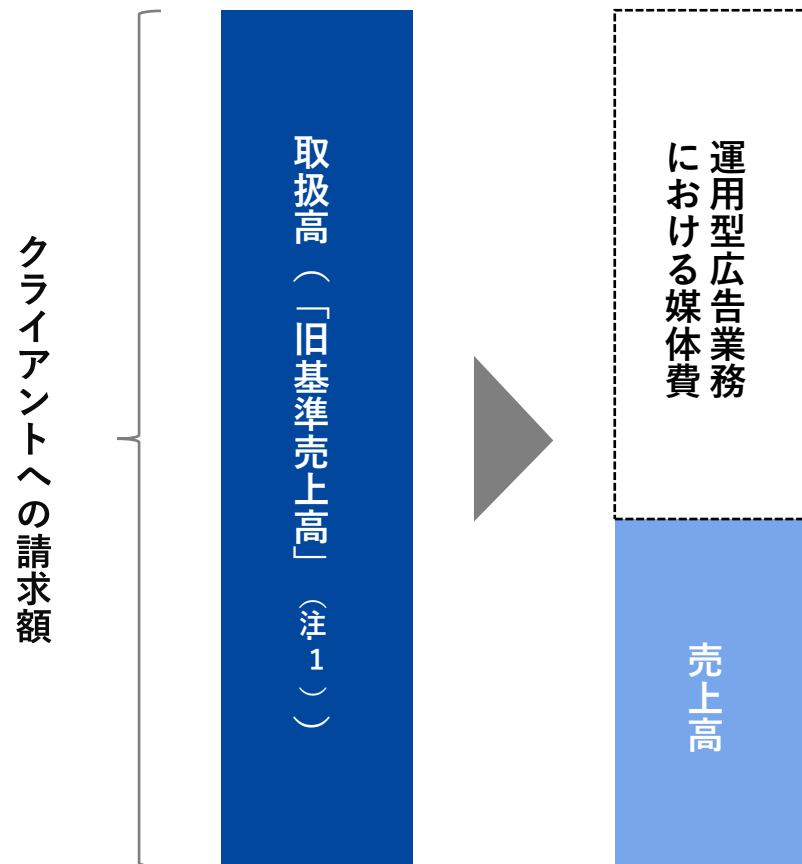
注.1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しております。

注.2：取扱高の実績は未監査の数字を記載しております。



# 売上高と取扱高の関係

2022年9月期から、「収益認識に関する会計基準」の適用により、売上高の集計方法が変更



## 変更前

グロス計上：

- クライアントから広告運用額を受領し、売上高として計上
- 広告媒体社への広告出稿額（運用型広告業務における媒体費）を売上原価として計上

## 変更後

ネット計上：

- クライアントから広告運用額を受領（＝取扱高）
- 広告媒体社へ広告出稿額（運用型広告業務における媒体費）を支払い、両者を差し引き
- ネット金額を売上高として計上

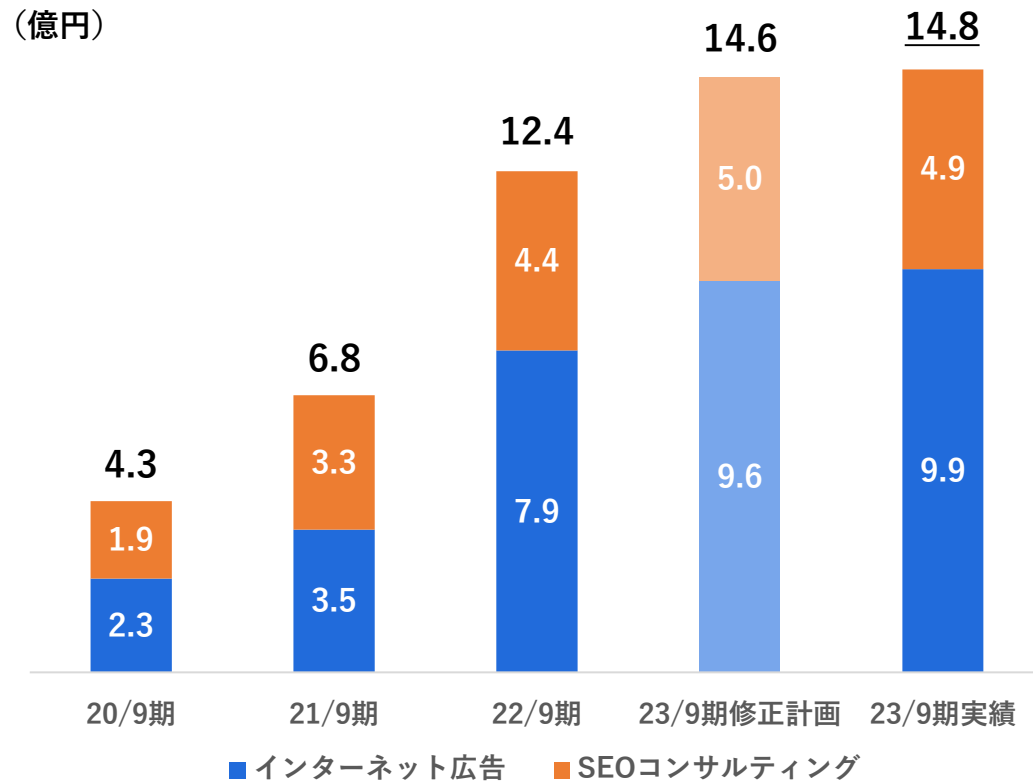
売上総利益以下の段階利益には影響なし

注.1：2022年9月期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、同基準を適用する前の会計基準に基づく売上高を指します。

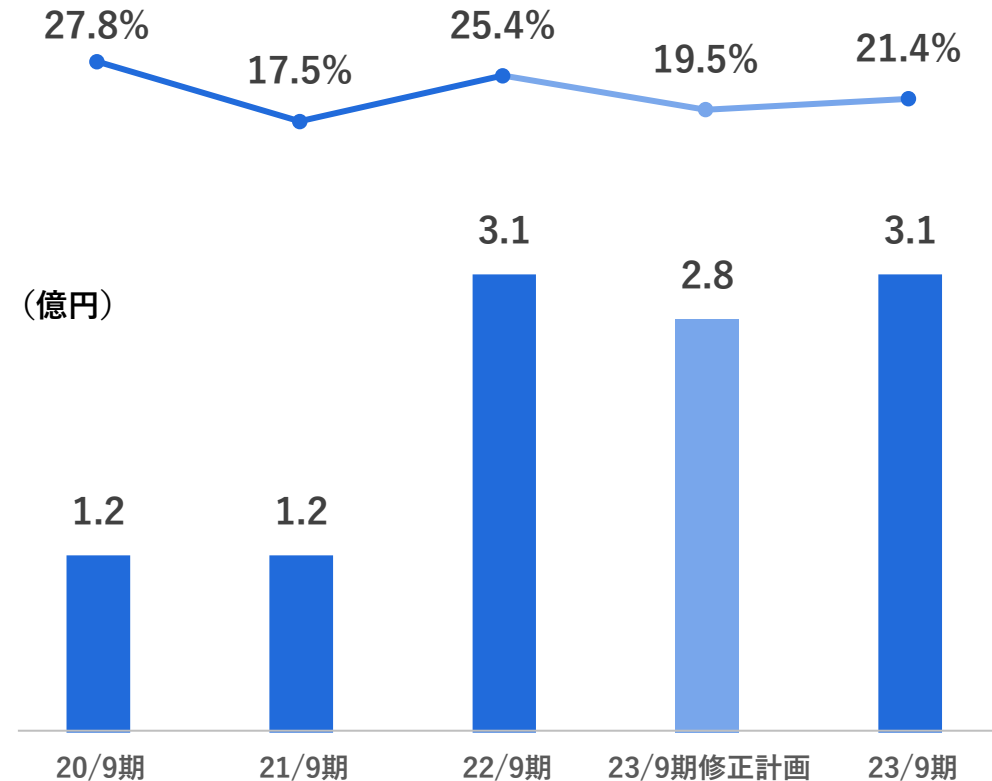


# 財務ハイライト 1/3

## サービス別売上高の推移



## 営業利益・営業利益率の推移

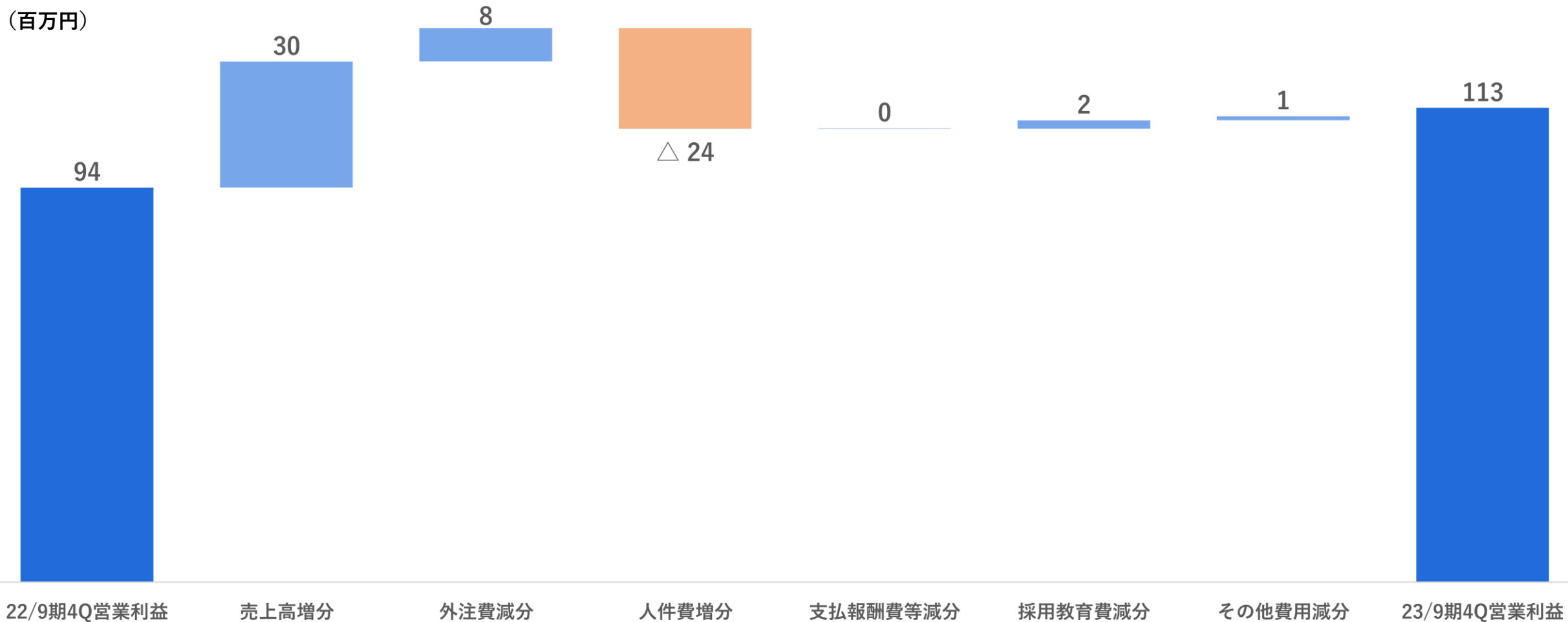


注.1: 2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2020/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

注.2: 2020/9期の実績は未監査の数字を記載しております。

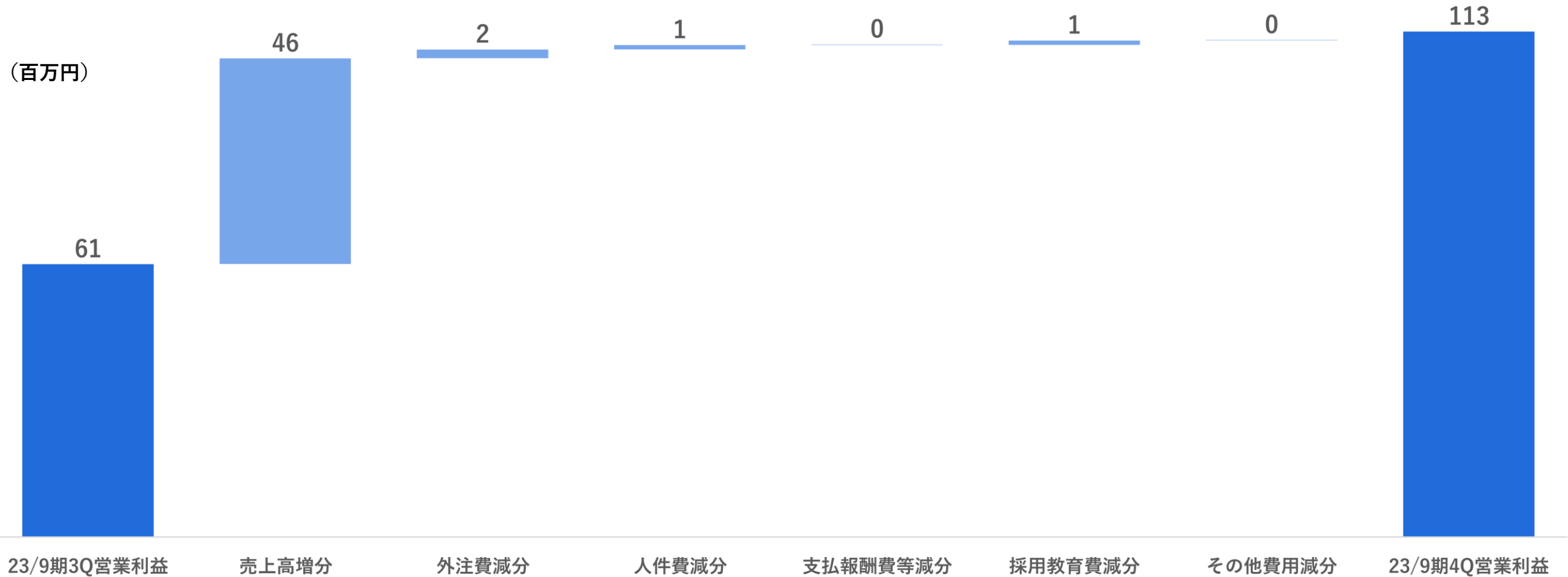
# 財務ハイライト 2/3 | YoYでの営業利益の増減分析

新規案件の獲得が順調に進捗し、またインターネット広告サービスの案件単価上昇等により利益率が向上



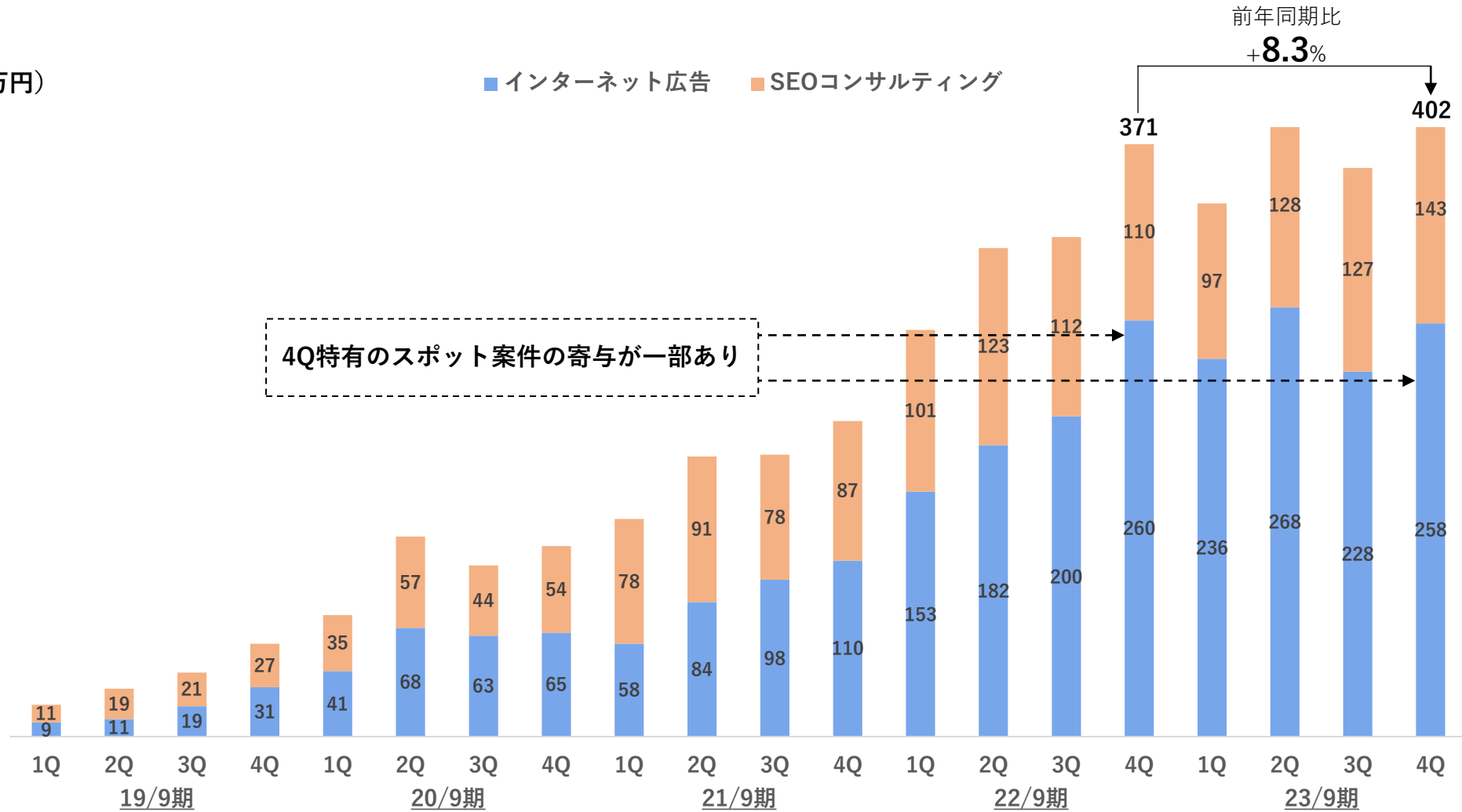
# 財務ハイライト 3/3 | QoQでの営業利益の増減分析

3Qを底に、増益基調に転換



# 業績の進捗 | 売上高

(百万円)



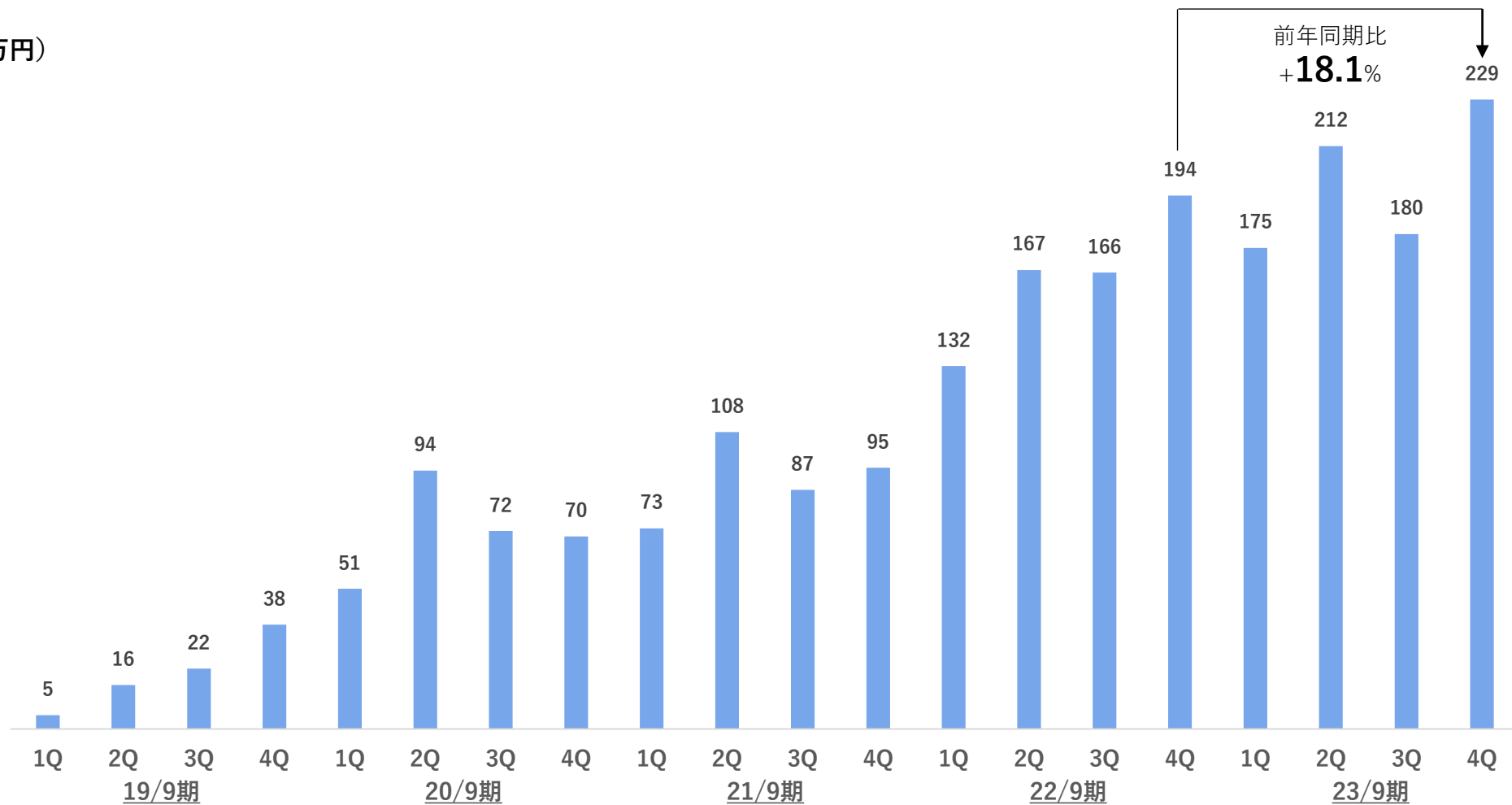
注1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2018/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

注2：2019/9期の実績は未監査の数字を記載しております。



# 業績の進捗 | 売上総利益

(百万円)

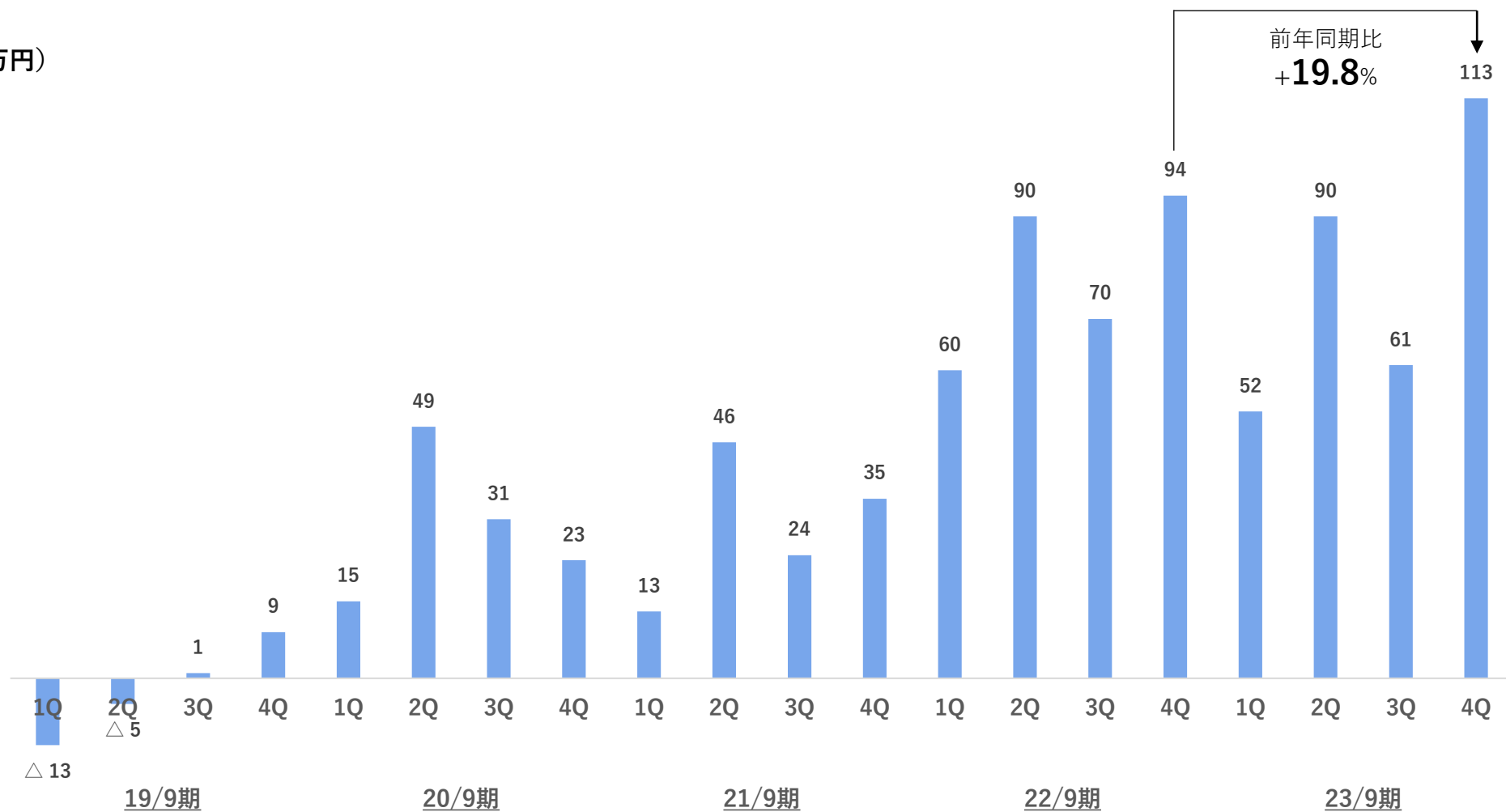


注.1：2019/9期の実績は未監査の数字を記載しております。



# 業績の進捗 | 営業利益

(百万円)



注1：2019/9期の実績は未監査の数字を記載しております。



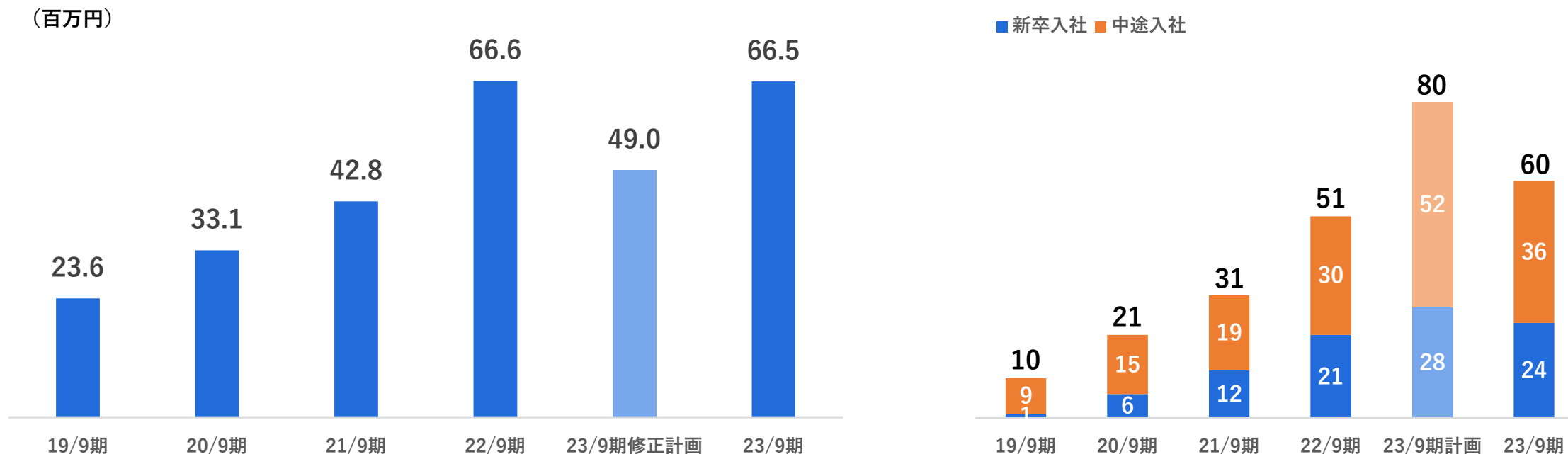
# 重視している経営指標 1/2

自社開発ツールの活用と仕組み化されたアプローチに基づく育成により、未経験社員がスピーディに戦力化し、会社としての生産性（社員1人当たりの取扱高）が継続的に維持・向上

社員数は計画対比ビハインドも、案件の受注・執行自体は問題なく遂行

① 社員1人当たりの取扱高 (注.1) の推移

② 社員数 (注.2) の推移



注.1：各期の取扱高を各期の期末人員数で除した数値を指します。なお、取扱高の実績は未監査の数字を記載しております。

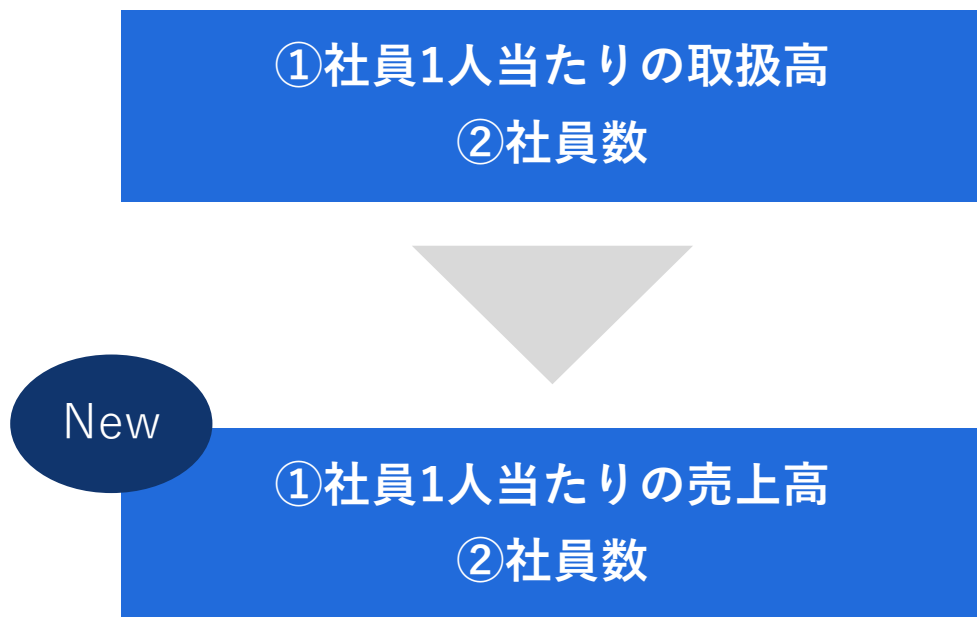
注.2：期末人員数をカウントしております。ただし、10月入社の新卒社員は前年度の新卒入社社員としてカウントしております。



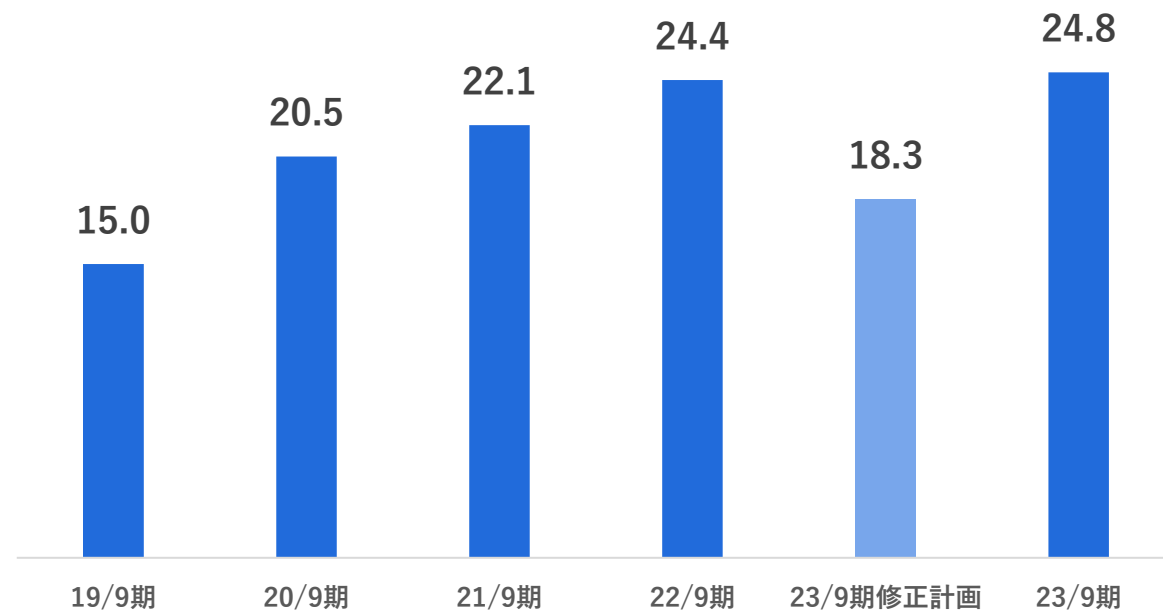
# 重視している経営指標 2/2

今後は、生産性を測る指標を、社員1人当たりの取扱高ではなく社員1人当たりの売上高に変更  
インターネット広告サービスにおいて、媒体費の発生しない取引の比率が高まっていることを背景に変更

重視している経営指標の変更



社員1人当たりの売上高の推移





# 業績予想



# 2024/9期連結業績予想

広告市場全体の不透明感がある中、市場成長を上回る増収・増益基調を継続

インターネット広告サービスの案件単価上昇等により売上総利益率が上昇

オフィスの拡大移転による地代家賃増がありながら、高い営業利益率を維持（翌期以降はオフィスの空席率が下がり、営業利益率は上昇の見込み）

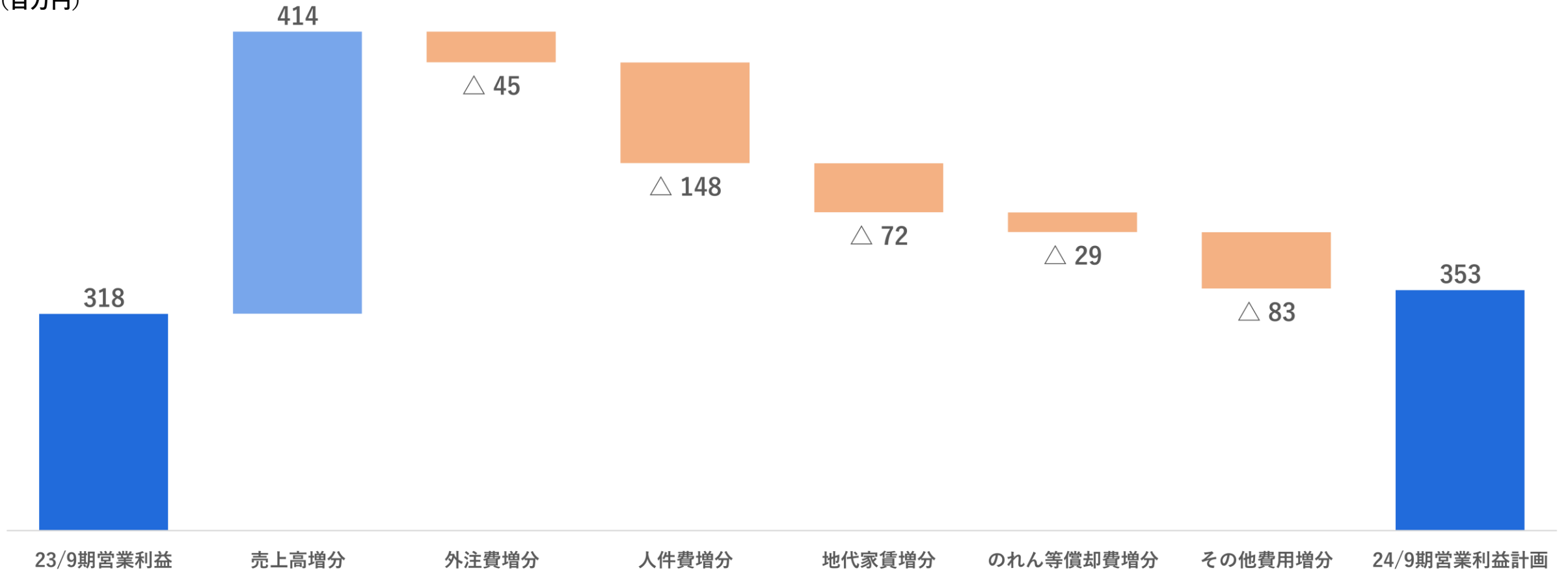
| (百万円)         | 2023/9期<br>実績 | 2024/9期<br>計画 | YoY    |
|---------------|---------------|---------------|--------|
| 売上高           | 1,488         | 1,902         | +27.8% |
| 売上総利益         | 798           | 1,111         | +39.1% |
| 販売管理費および一般管理費 | 480           | 757           | +57.7% |
| 営業利益          | 318           | 353           | +11.1% |
| 営業利益率         | 21.4%         | 18.6%         | △2.8pt |
| 営業外損益         | △27           | △8            | -      |
| 経常利益          | 291           | 344           | +18.4% |
| 当期純利益         | 219           | 255           | +16.4% |



# 営業利益の増減分析

インターネット広告サービスの案件単価上昇等により売上総利益率が上昇し、売上高に対する外注費の増分が限定的に

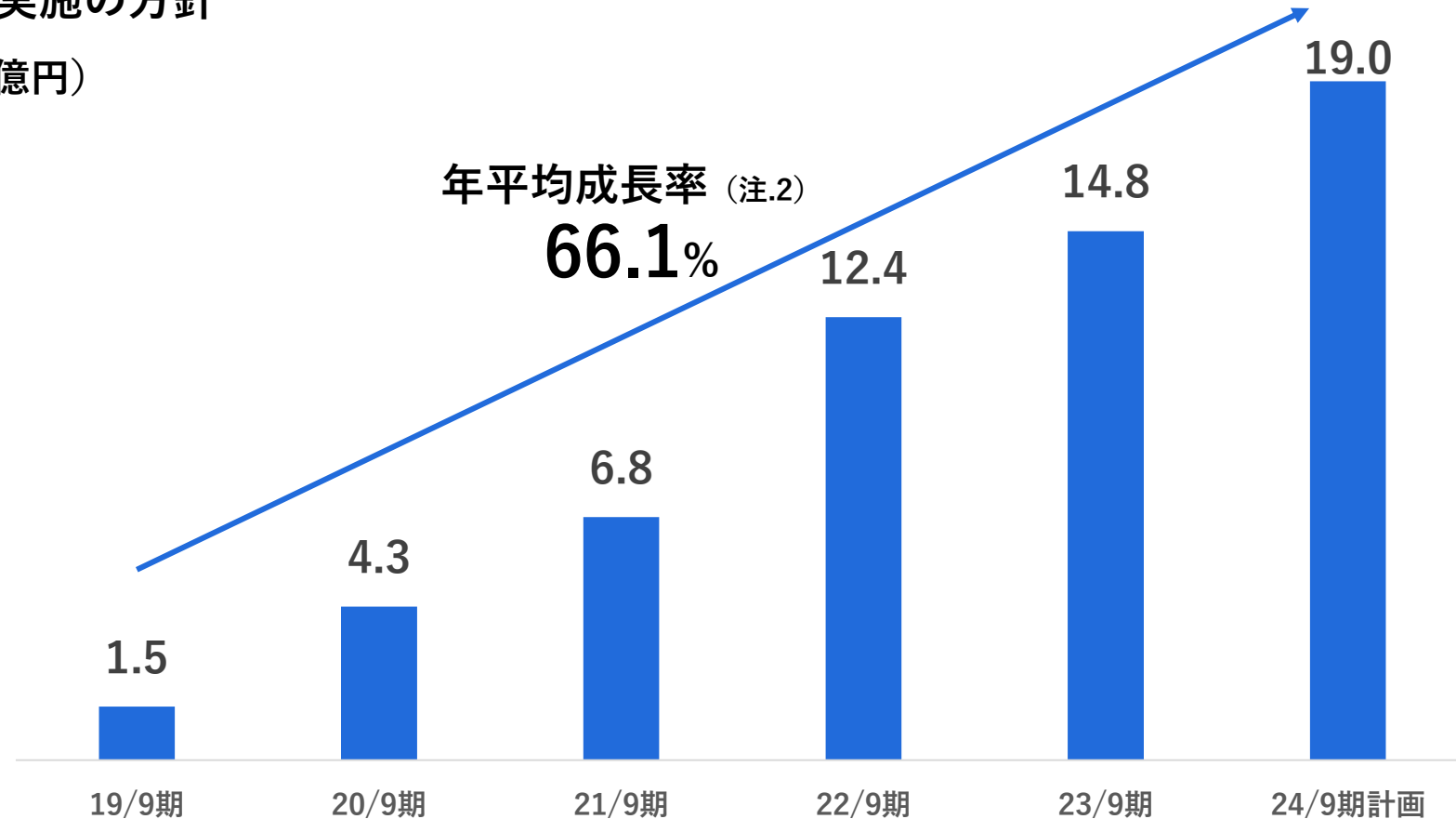
(百万円)



# 売上高成長率の推移

今期も、高いサービス品質を背景に既存クライアントの離反を抑止しつつ、他の中規模広告代理店からのリプレースを積極実施の方針

(億円)



注.1：24/9期計画にはFACT社の数値を含んでおります。

注.2：年平均成長率は2019/9期から2024/9期計画のCAGRを指しております。

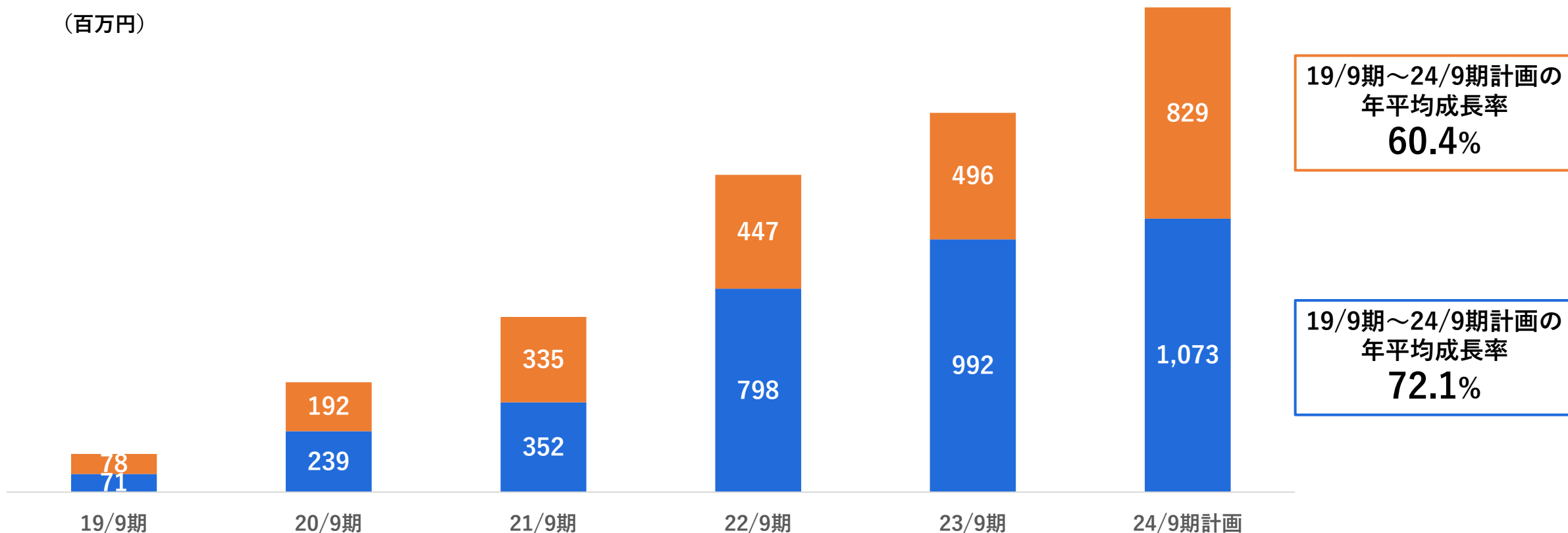
注.3：2019/9期の実績は未監査の数値を記載しております。

# サービス別売上高

両サービスともに、堅調に推移

■ インターネット広告 ■ SEOコンサルティング

(百万円)



注.1： SEOコンサルティングの2024/9期計画にはFACT社の数値を含んでおります。

注.2： 2019/9期の実績は未監査の数値を記載しております。

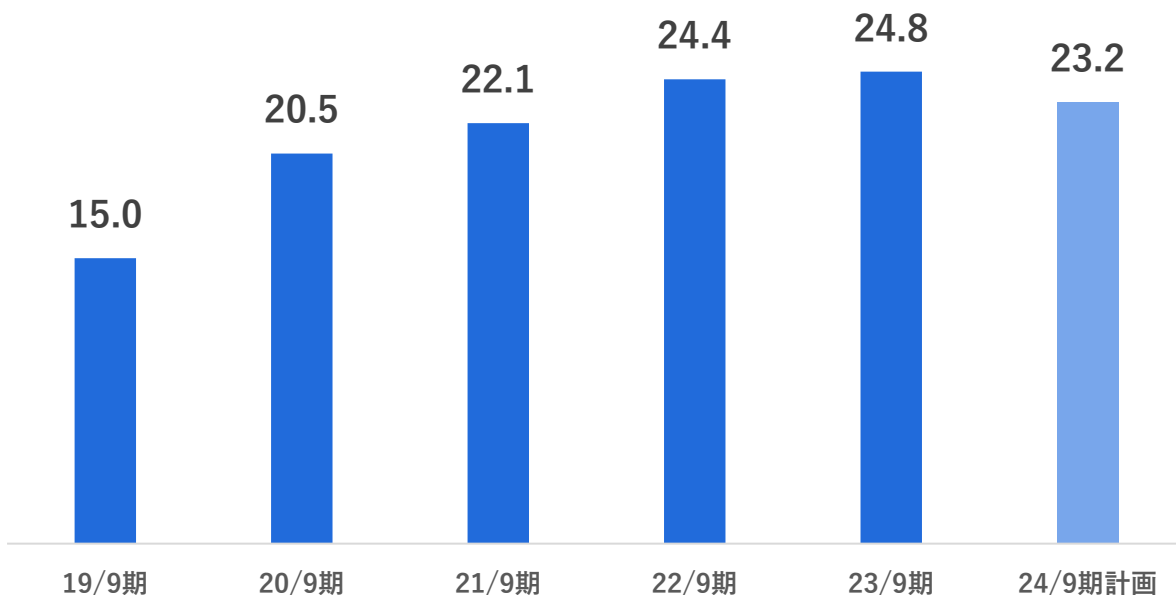


# 重視している経営指標の計画

自社開発ツールの活用と仕組み化されたアプローチに基づく育成により、未経験社員がスピーディに戦力化し、会社としての生産性が継続的に維持・向上

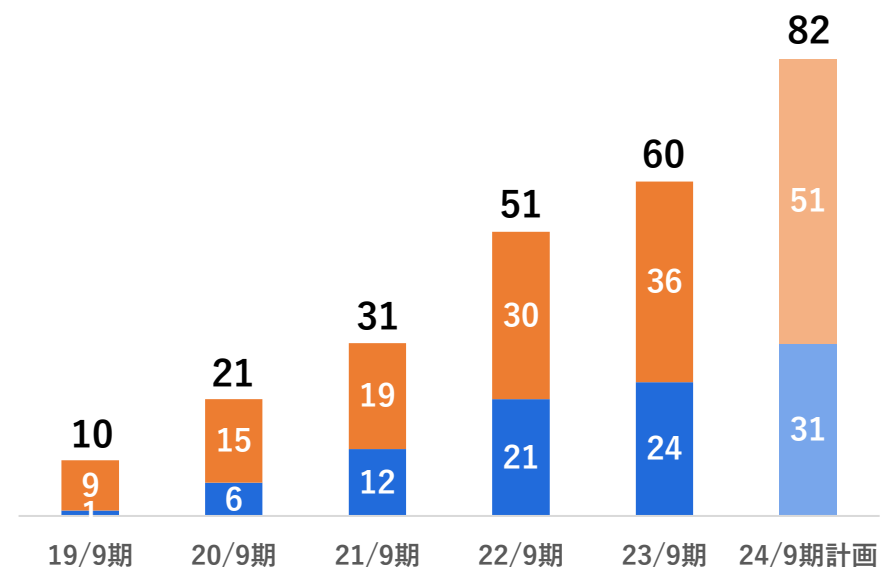
① 社員1人当たりの売上高 (注.1) の推移

(百万円)



② 社員数 (注.2) の推移

■ 新卒入社 ■ 中途入社



注.1：各期の売上高を各期の期末人員数で除した数値を指します。連結ベースでの数値となります。

注.2：期末人員数をカウントしております。ただし、10月入社の新卒社員は前年度の新卒入社社員としてカウントしております。連結ベースでの数値となります。



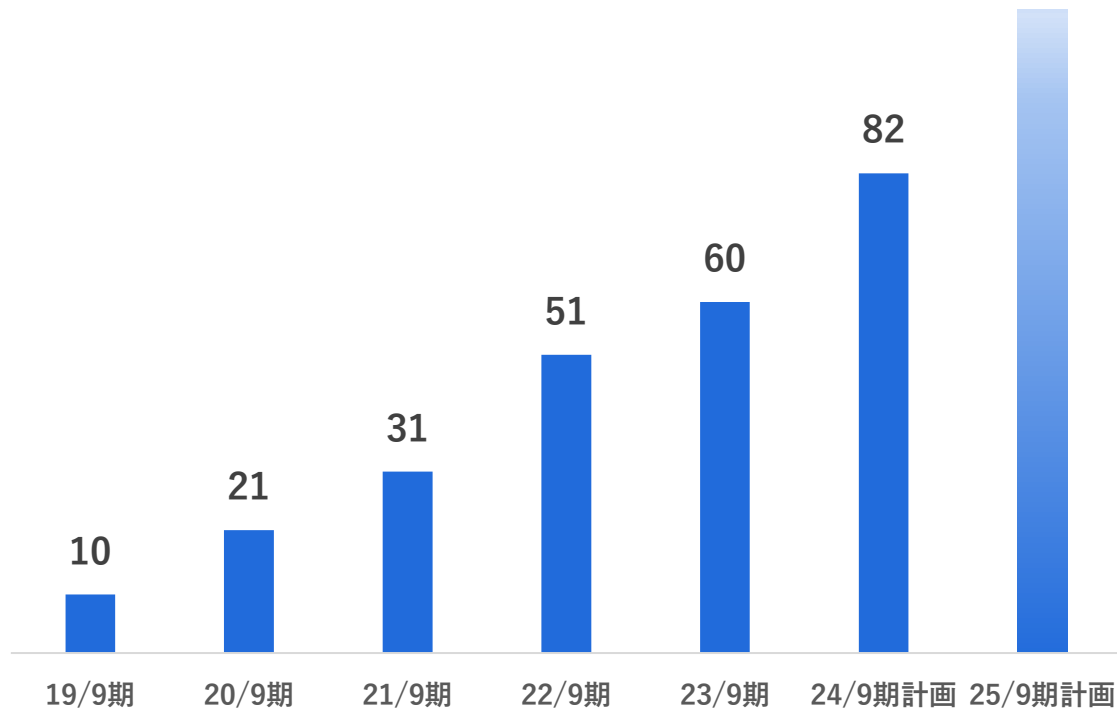
# 成長戦略



# 成長戦略①：人材の採用と育成

社員数の拡大と、社員の育成・自社開発ツールの活用による生産性の維持・向上を、最重要視

## 要員計画



## イネーブルメント・プロジェクトの進捗 （「オンボーディング人材」の人員数）

※コーポレート部門を除く

22/9期末

35名

23/9期末

46名

### 「オンボーディング人材」の定義抜粋

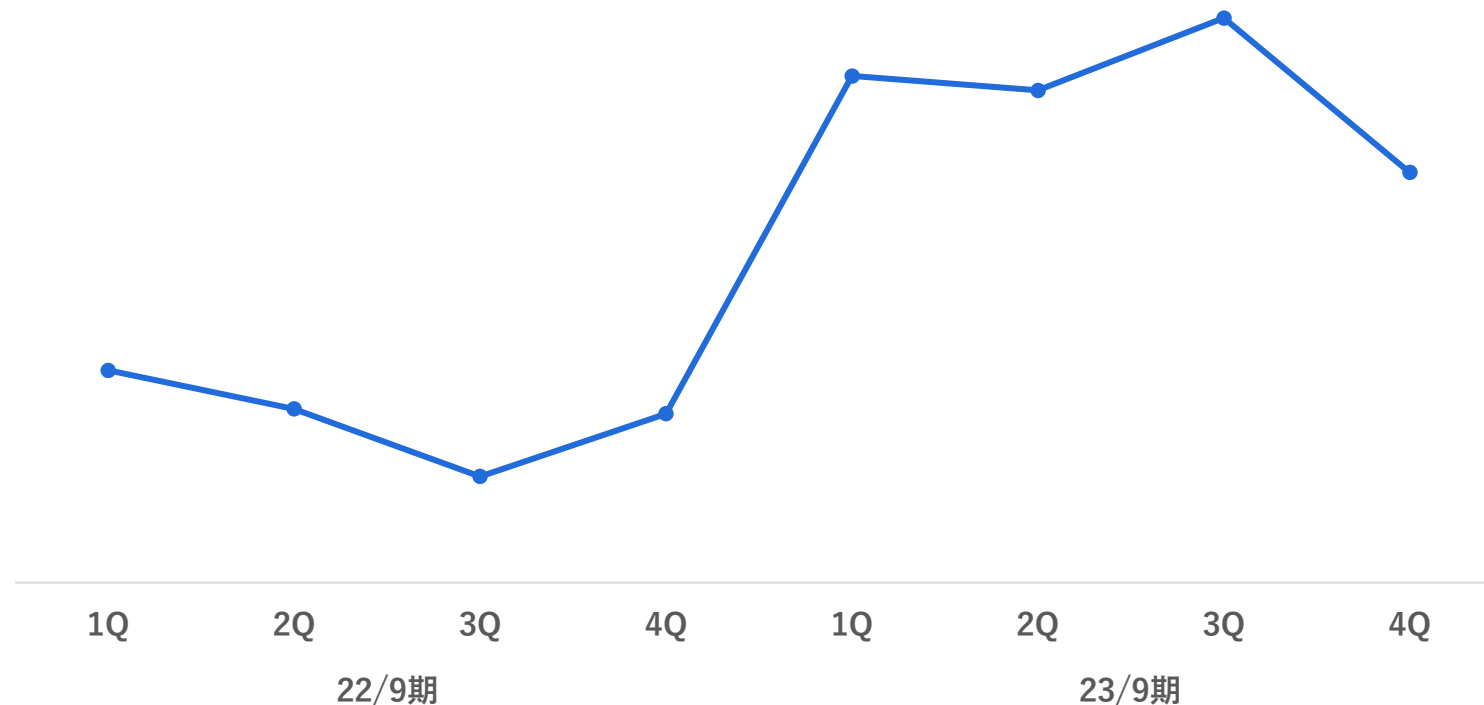
- ・標準化された業務の遂行ができる。業務上必要な連絡や情報収集をスムーズに行える（社内外）。基礎的な業界知識を体得できている。
- ・メンターが外れ、自身が未経験メンバーのメンターとなることができる。



## 成長戦略②：クライアント基盤の更なる拡充

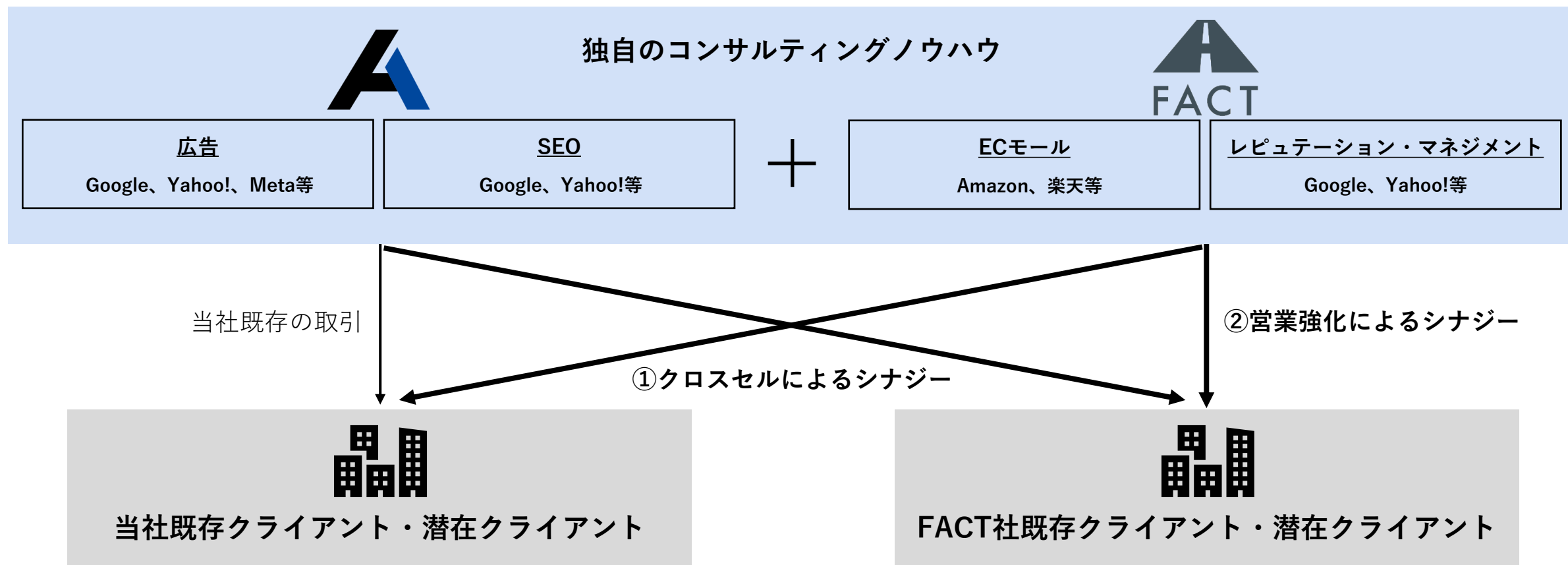
当社単独でのクライアント開拓、大手総合系広告代理店やマーケティング・コンサルティング事業者等との協業を更に拡大することで、クライアント基盤を拡充

営業リードの件数推移



# 成長戦略③：株式会社FACTのM&Aによるシナジーの発現

2023/10/1より連結子会社となった株式会社FACTとのシナジーとして、①両社独自のコンサルティングノウハウに基づくサービスのクロスセル、②当社の営業リソースの投下及び営業チャネルの活用によるFACT社の更なる成長を期待

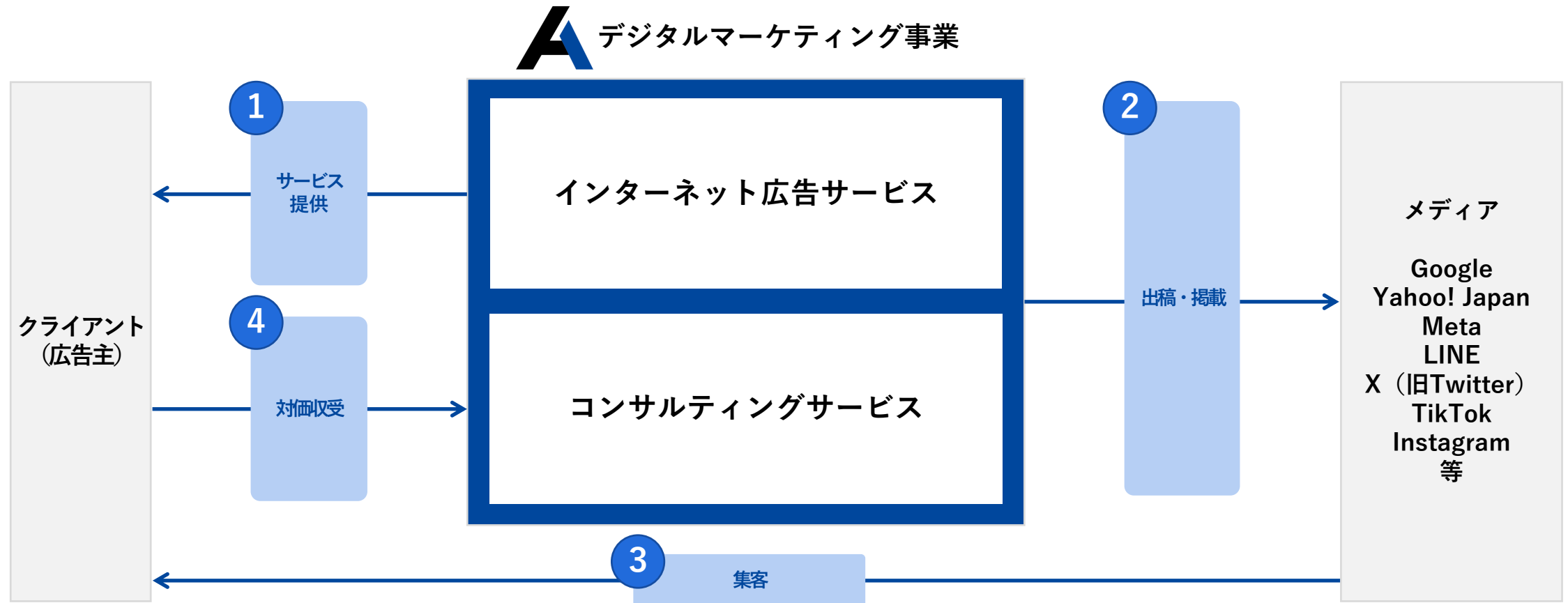


# 会社概要



# 事業内容

マーケティング戦略のプランニングから実行まで一気通貫したサービスを提供することで、クライアント（広告主）のインターネットにおける集客を支援



# マネジメントチーム

代表取締役社長

**市原 創吾**

SOGO ICHIHARA



2009年青山学院大学工学部卒業。株式会社サイバーエージェントに入社し、一貫して運用型広告を中心としたインターネット広告事業に従事。2018年3月当社を創業、代表取締役社長に就任。

社外取締役 常勤監査等委員

**天児 友美**

TOMOMI AMAKO

2010年京都大学卒業。有限責任監査法人トーマツ入所。プライスウォーターハウスクーパース株式会社（現 PwCアドバイザリー合同会社）を経て、2020年9月に当社常勤監査役に就任。2021年12月より現任。2015年公認会計士登録。

取締役CFO

**笹野 誠**

MAKOTO SASANO



2010年東京大学卒業。株式会社みずほ銀行にて大企業営業に従事した後、2015年にみずほ証券株式会社にてテレコム・メディア・テクノロジーセクターのカバレッジとして投資銀行業務に従事。2020年1月にCFOとして当社に入社、2月より取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

**山元 雄太**

YUTA YAMAMOTO

2007年京都大学卒業。株式会社ポストンコンサルティンググループに入社。NKリレーションズ株式会社（現 ノーリツ鋼機株式会社）、株式会社JMDC取締役副社長兼CFO等を経て、2020年8月に当社社外取締役に就任。2021年12月より現任。2014年弁護士登録。

社外取締役

**長利 一心**

KAZUSHI OSARI

2006年京都大学大学院修了。ベイン・アンド・カンパニー・ジャパン・インコーポレイテッド、株式会社セガゲームス（現 株式会社セガ）社長室長等を経て、2018年株式会社メルカリに入社。2022年より同社マーケットプレイス事業 COO（現任）。2022年12月当社取締役に就任。

社外取締役 監査等委員

**阿久津 操**

MISAO AKUTSUI

1980年早稲田大学商学部卒業。株式会社リクルート（現 株式会社リクルートホールディングス）に入社し、人事業務に10年半従事。その後株式会社ココブリーズを設立し、組織・人事コンサルティングを始動。並行してベンチャー企業の監査役を通算9社務める（現職は4社）。2022年12月当社取締役監査等委員に就任。



# 新任取締役（注.1）

## 社外取締役 常勤監査等委員

### プロフィール

### 安生 あづさ

ANJYO ADUSA

1994年関西学院大学社会学部卒業。大同監査法人（現 監査法人グラヴィタス）入所後会計監査に従事。ベンチャー企業でIPO関連業務を経験後、会計事務所を経て、三優監査法人にて会計監査及び財務DD等に従事。2006年あんじょう会計事務所代表就任。ベンチャー企業の経理・財務サポート、管理体制の構築支援等を実施。2023年12月当社社外取締役常勤監査等委員就任予定。

### 就任に当たって

公認会計士として様々な企業に関与する中で、現場に足を運び、問題点や課題を見つけ、解決策を考えるという「現場力」を大切に業務に取り組んでまいりました。現場が主体的に当事者意識を持って仕事に取り組むことで、より効果的な結果を生み出し、組織全体としてのパフォーマンスの向上、健全な企業経営にもつながると考えます。監査等委員として、コーポレート・ガバナンスの強化を通じて株式会社AViCの企業価値の向上に貢献できるよう全力を尽くしていく所存です。

注.1：2023/12/26開催予定の定時株主総会での選任をもっての就任となります。



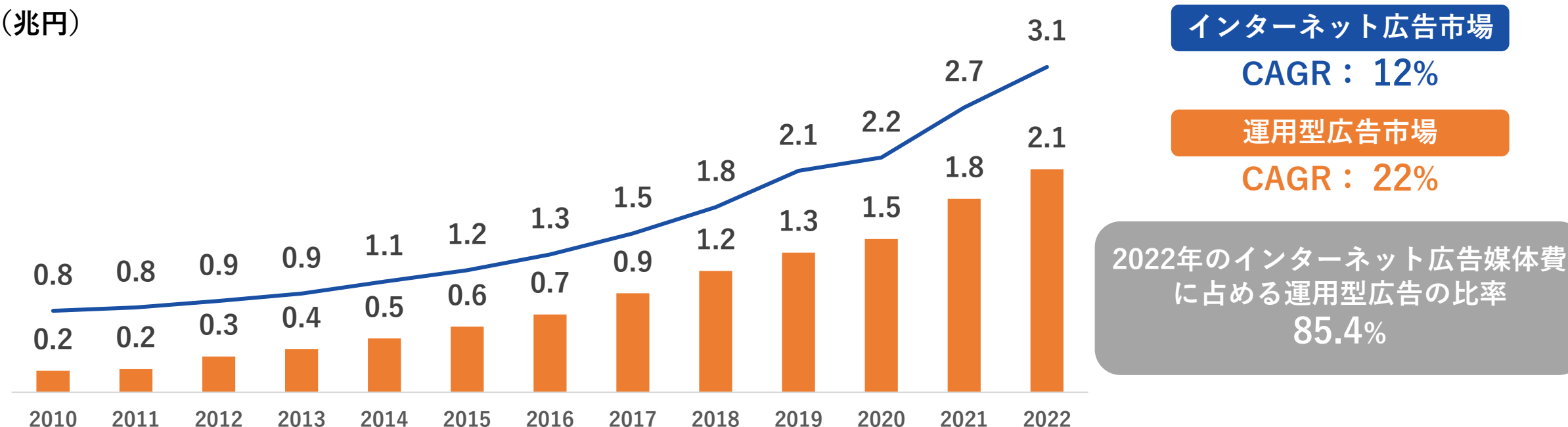
# 事業環境と当社の強み



# 日本のインターネット広告市場の規模 (注.1)

当社事業が属する約3.1兆円のインターネット広告市場は、年率2ケタ%の高い成長が続く肥沃な市場  
あらゆる産業のDX化の推進で、今後も同市場は堅調に拡大するものと当社は予想

(兆円)



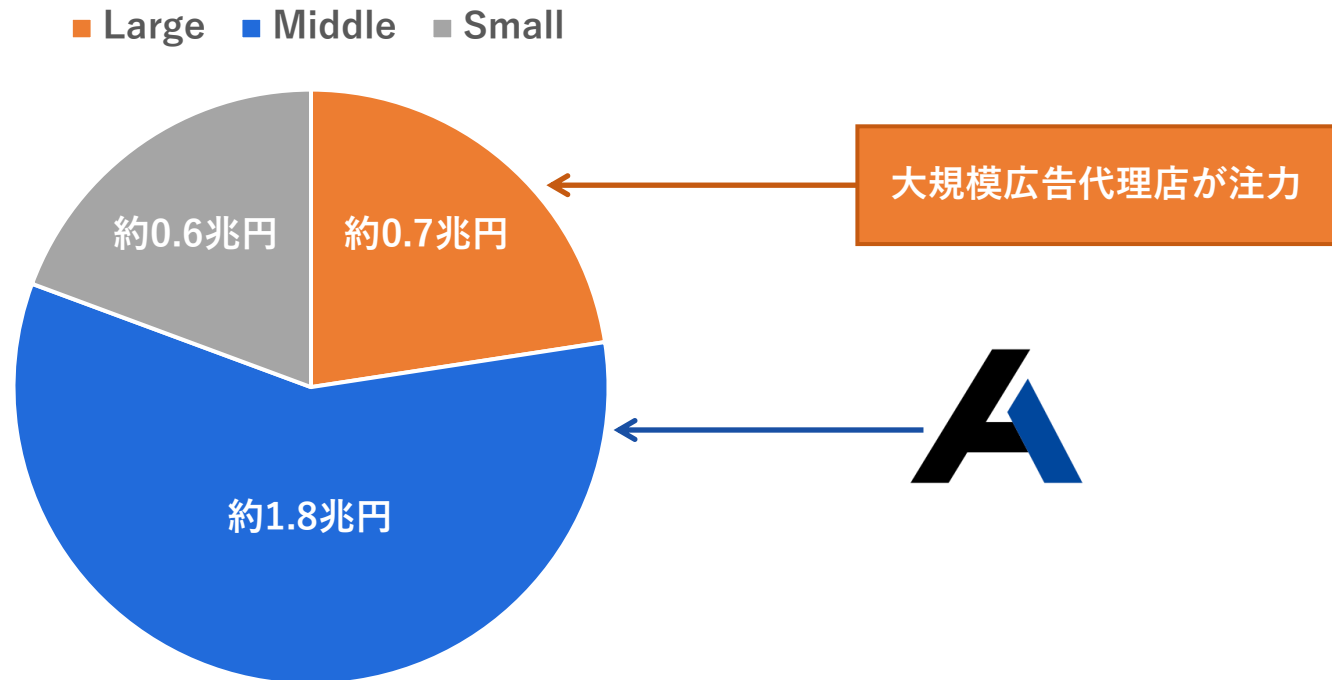
注.1: 株式会社電通「2022年 日本の広告費」をもとに当社が作成しています。2010年、2011年は、モバイル端末は調査の対象外となっております。



# デジタルマーケティング市場における当社のポジショニング

インターネット広告市場の中でも、特に大きなマーケットであるミドルマーケットが当社の主戦場

広告主の広告予算別のインターネット広告市場概況（合計3.1兆円）（注.1）

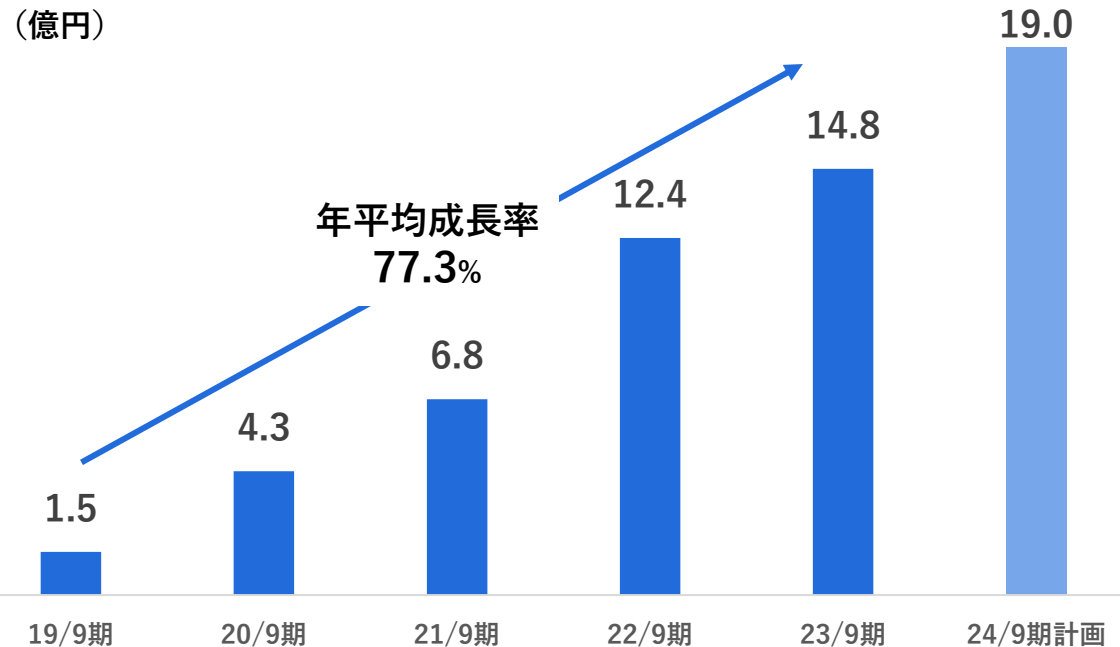


注.1：広告主の広告予算が、年間6億円以上の広告主をLarge、年間6千万円以上年間6億円未満の広告主をMiddle、年間6千万円未満の広告主をSmallと定義しています。

# 実績と強み

当社の強みを活かし、ミドルマーケットに特化して事業を展開した結果、業界最高水準の業績の成長を実現

## 実績（売上高の推移）（注.1、2）



## 強み

- ✓ マネジメントバックグラウンド
- ✓ 若い人材によるエネルギッシュな事業運営
- ✓ 生産性高く高品質なサービス提供が可能な仕組みの構築
  - 自社開発ツールの活用 (P36)
  - 優秀な人材が継続的に入社する仕組みの構築 (P37)
  - 未経験人材が早期に育成される仕組みの構築 (P38)

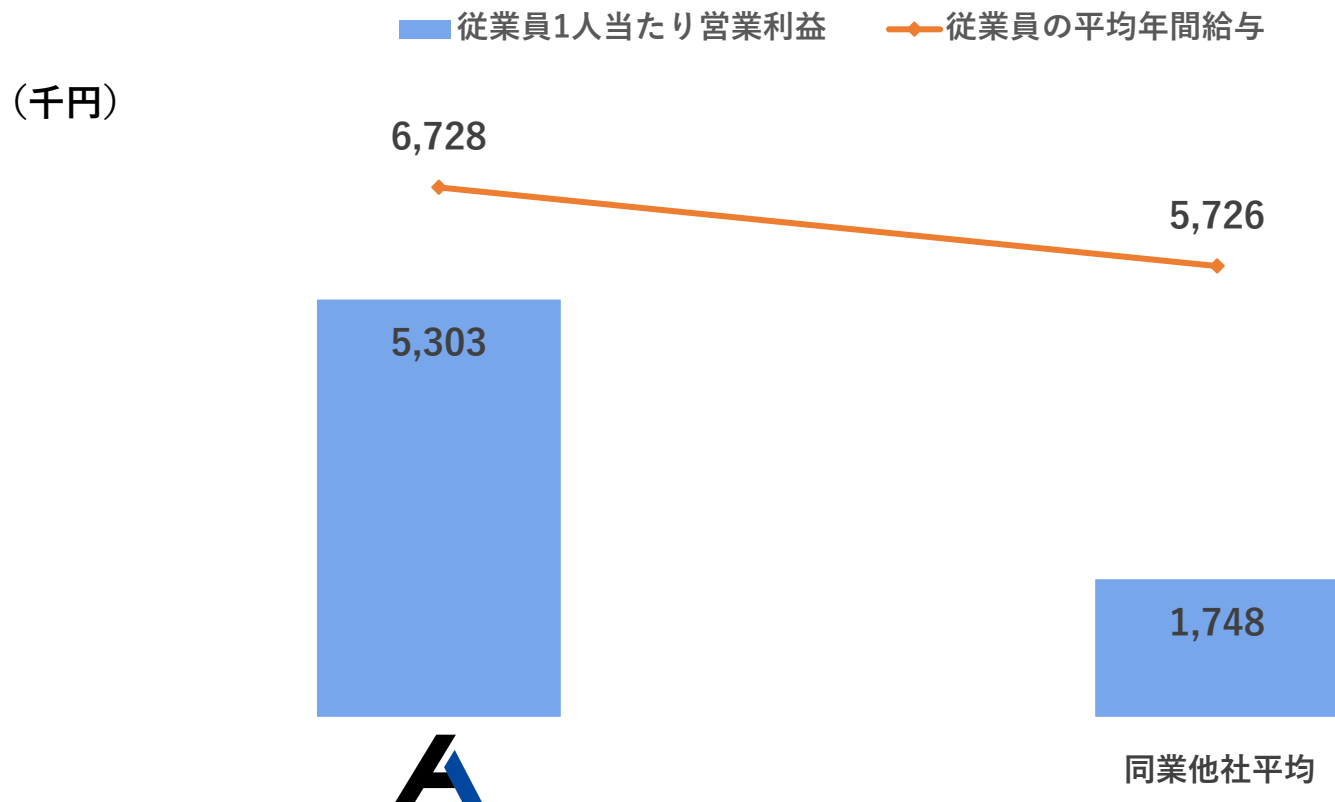
注.1：2019/9期の実績は未監査の数字を記載しております。

注.2：年平均成長率は2019/9期から2023/9期実績のCAGRを指しております。

# 生産性高く高品質なサービスの提供 1/2

自動化・仕組み化に最注力した結果、高い生産性を実現

## 当社と同業他社の従業員1人当たり営業利益（注.1）と平均年間給与（注.2）



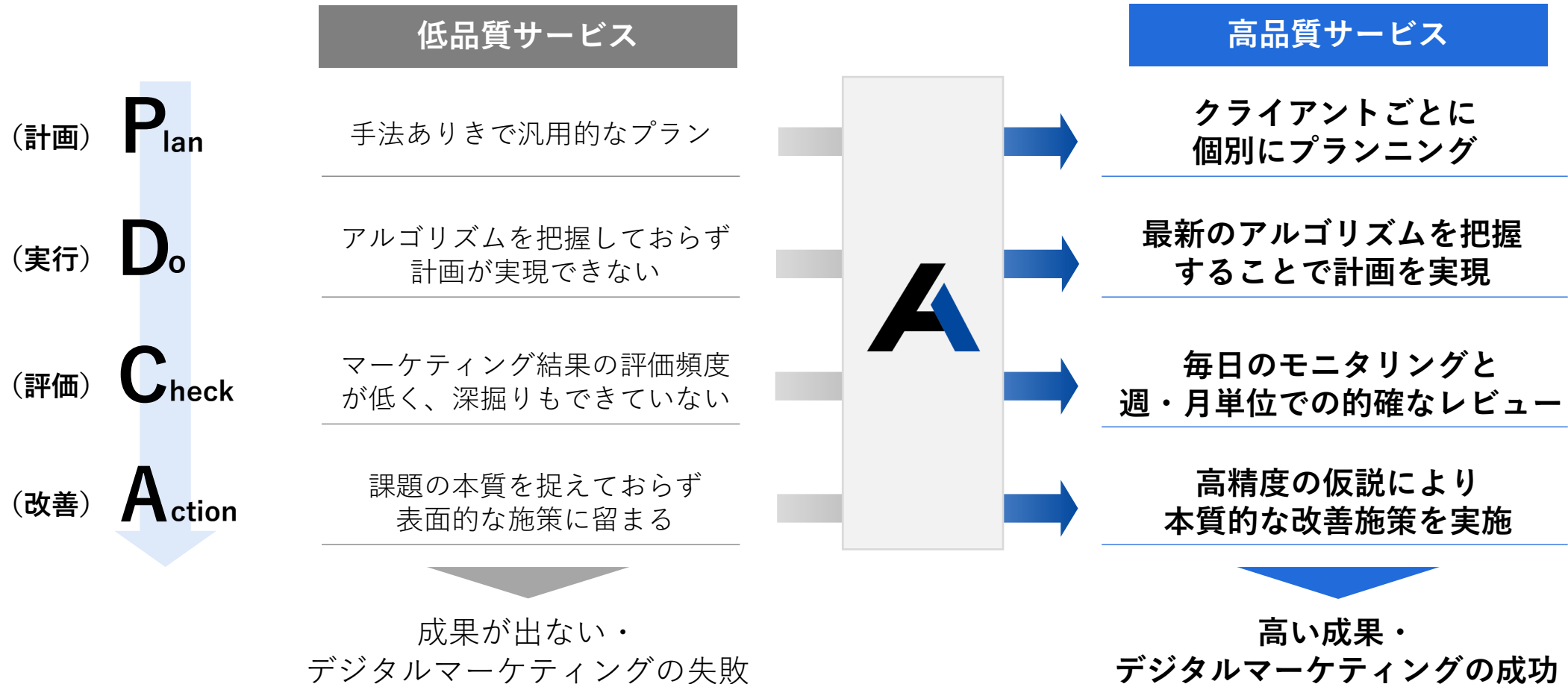
注.1：当社の選定する同業他社8社（ミドルマーケット・スモールマーケットを主戦場とする上場企業）の直近の四半期決算を起点としたLTMの各社開示資料に記載の営業利益を社員数（直近有価証券報告書に記載の従業員数、臨時雇用者を含まず）で除した 数値の平均値です。

注.2：直近の有価証券報告書に記載の数値です。当社の平均給与は2023年9月末までの1年間の平均給与です。



# 生産性高く高品質なサービスの提供 2/2

高品質なサービスを提供することの難易度は高いが、当社はそれを属人化させることなく組織として実現



# 自社開発ツールの活用

ミドルマーケットに属するクライアントに特化した自社開発ツールを利用することで、生産性高く高品質サービスを提供可能に

## インターネット広告



- ✓ モニタリングすべき項目を設定・指標化・数値化
- ✓ 膨大な数の指標を、人力で実施する約1/10の時間 (注.1) でリアルタイムモニタリング

迅速な打ち手の実行が可能に

## SEOコンサルティング



- ✓ 当社トップコンサルタントの思考をツールにより自動化
- ✓ ツールが自動で高精度の分析・戦略設計・打ち手設計・シミュレーションをアウトプット

アウトプットまでの時間 (注.1) が短縮  
(手動：108時間→ツール活用：8時間)

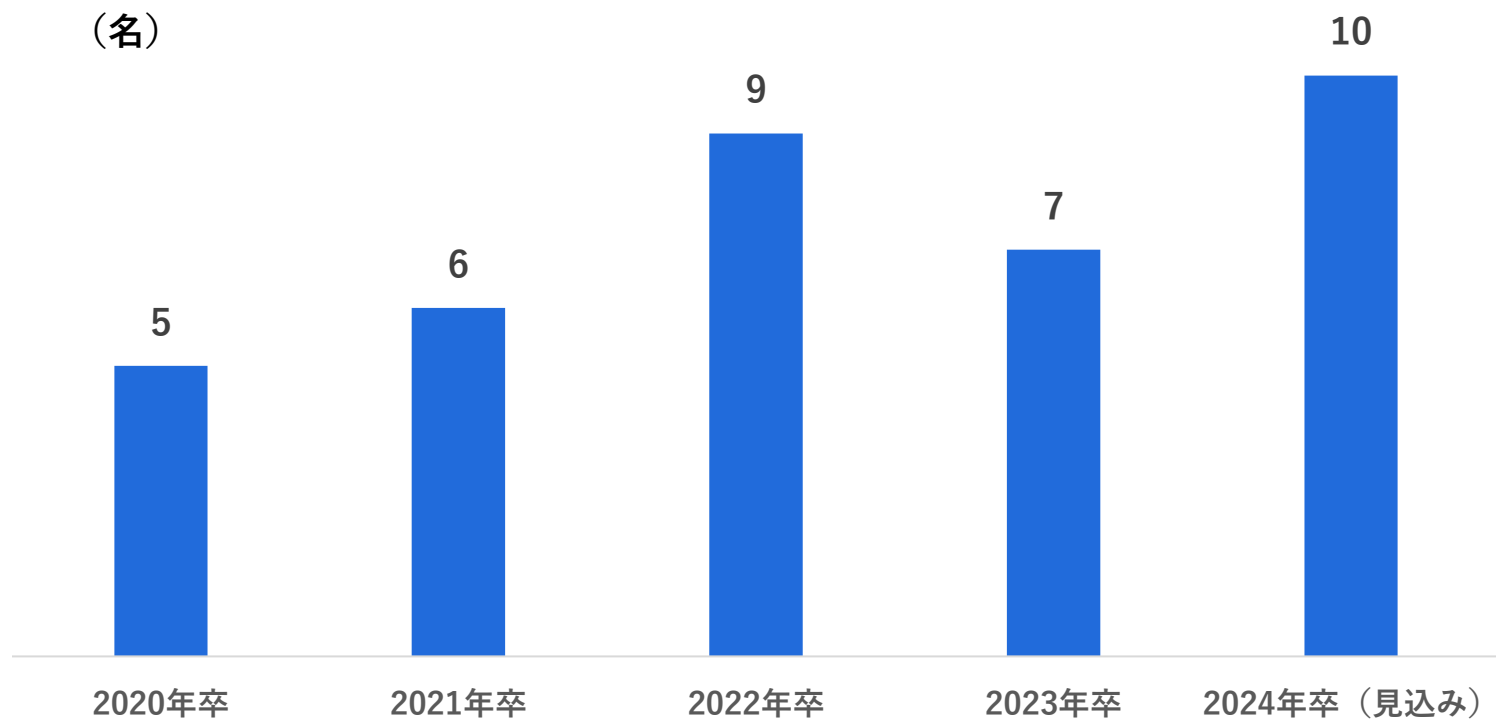
注.1：紹介例はあくまで一例で、同ツールを活用した場合における事例の中央値程度の数値を指しております。



# 新卒採用 | 優秀な人材が継続的に入社する仕組み

新卒社員の離職がほとんど発生しておらず、育成・昇給の実績を有していることから、人材エージェントや学生からのブランド認知を獲得

新卒採用の採用数実績 (注.1)



注.1 : 2023年10月末の数値になります。



# 人材の育成 | 人材が早期に育成される仕組み

戦力化人材の育成において、属人的・感覚的ではなく、「科学的」なアプローチをすることにより、着実かつスピーディに多能化人材が育つ環境・仕組みを確立

## イネーブルメント・プロジェクト (注.1)

下記の ①→②→③→②→① サイクルを繰り返すことで育成の精度を上げ続ける

① 状態や行動を言語化・項目化

② ①で明確化された定義に基づき各メンバーを項目毎に採点

③ ギャップが大きい項目に対し仕組みとして育成施策を打つ

トッププレイヤー



育成対象



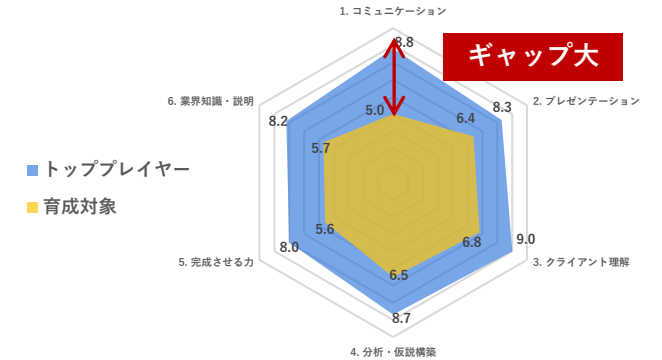
ギャップ



言語化・項目化

採点表サンプル

| 大カテゴリ   | 小カテゴリ  |                                       |   |   |   |   |   |   |   |    |   |    |  |  |                                       |   |
|---|--|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|----|---|----|--|--|---------------------------------------|---|
| 営業スキル   | 1. コミュニケーション   |                                       |   |   |   |   |   |   |   |    |   |    |  |  |                                       |   |
| KDI 合意取得  | 詳細 定例MTGの中で、発注提案（アップセル、継続）の内容について共有し、予めクライアントの合意をとっておく             |                                       |   |   |   |   |   |   |   |    |   |    |  |  |                                       |   |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>0</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。</td> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。</td> <td>定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。</td> <td>先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。</td> </tr> </tbody> </table> |  | 0                                     | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8  | 9 | 10 | 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。 | 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。 | 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。 | 先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。 |
| 0   | 1  | 2                                     | 3   | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |   |    |  |  |                                       |   |
| 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を全く行わず、上司が代わりにやっている。  | 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず、上司が代わりにやっている。 | 定例MTG中に、担当者に発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。 | 先方決裁者（定例中でも定例外でも可）に、発注提案に関する期待値確認や合意形成を実施できる。 |   |   |   |   |   |   |    |   |    |  |  |                                       |   |



### ■実施策・仕組化の例

- ・クライアント理解を上げるためのテンプレートの作成
- ・クライアントとの認識齟齬を生まないための行動管理表の作成（見るべき、伝えるべき項目の明確化）

注.1： 当社独自の呼称で、当社の費用の過半以上を占める人件費を「有効化（イネーブルメント）」するための取組みを指します。2022/9期中から開始しました。



# Appendix





## 会社概要

|                   |                                   |
|-------------------|-----------------------------------|
| 会社名               | 株式会社 A V i C （英表記 AViC Co., Ltd.） |
| 所在地               | 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル19階          |
| 創業日               | 2018年3月                           |
| 代表者               | 代表取締役社長 市原 創吾                     |
| 社員数               | 60名 ※ 2023年9月末時点                  |
| 資本金<br>（資本準備金を含む） | 370,723,400円 ※ 2023年9月末時点         |
| 事業内容              | デジタルマーケティング事業                     |



## マーケティングで 人・企業・社会をより良くする

我々が進めているのは、マーケティングにおける企業のデジタル・デバイド（格差）を無くすこと。

マーケティングにおいてもデジタルシフトが益々進む中で、潤沢な予算を有さない企業が受けられるデジタルマーケティングサービスは決して高い品質であるとは言えず、予算を有する企業と比較するとマーケティングの成果に大きな格差が発生しているのが現状であると考えております。

企業がどんなに良い製品・サービスを提供していても、期待通りのマーケティングを行えず、世の中から姿を消してしまう事例が少なくないと考えております。

我々は、良質なデジタルマーケティングサービスを受けられていない企業に対して、当社が有する、国内トップクラスの環境で研鑽・蓄積してきたノウハウ、最高峰のデジタルマーケティング技術を駆使して、質の高いサービスを提供することにこだわり、お客様のマーケティング成果に真摯に向き合います。

# 損益計算書の推移 (注.1)

| (百万円)    | 2019/9期<br>実績 | 2020/9期<br>実績 | 2021/9期<br>実績 | 2022/9期<br>実績 | 2023/9期<br>実績 | 2024/9期<br>計画 |
|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 売上高      | 150           | 431           | 687           | 1,245         | 1,488         | 1,902         |
| 売上総利益    | 83            | 289           | 364           | 660           | 798           | 1,111         |
| 営業利益     | △7            | 120           | 120           | 316           | 318           | 353           |
| 経常利益     | △8            | 122           | 111           | 305           | 291           | 344           |
| 税引前当期純利益 | △7            | 122           | 111           | 306           | 294           | 344           |
| 当期純利益    | △2            | 86            | 78            | 226           | 219           | 255           |

注.1：2022/9期の期首より「収益認識に関する会計基準」を適用しており、2019/9期の期首から当該基準を適用したと仮定し、売上高を記載しております。

注.2：2019/9期以前の実績は未監査の数字を記載しております。



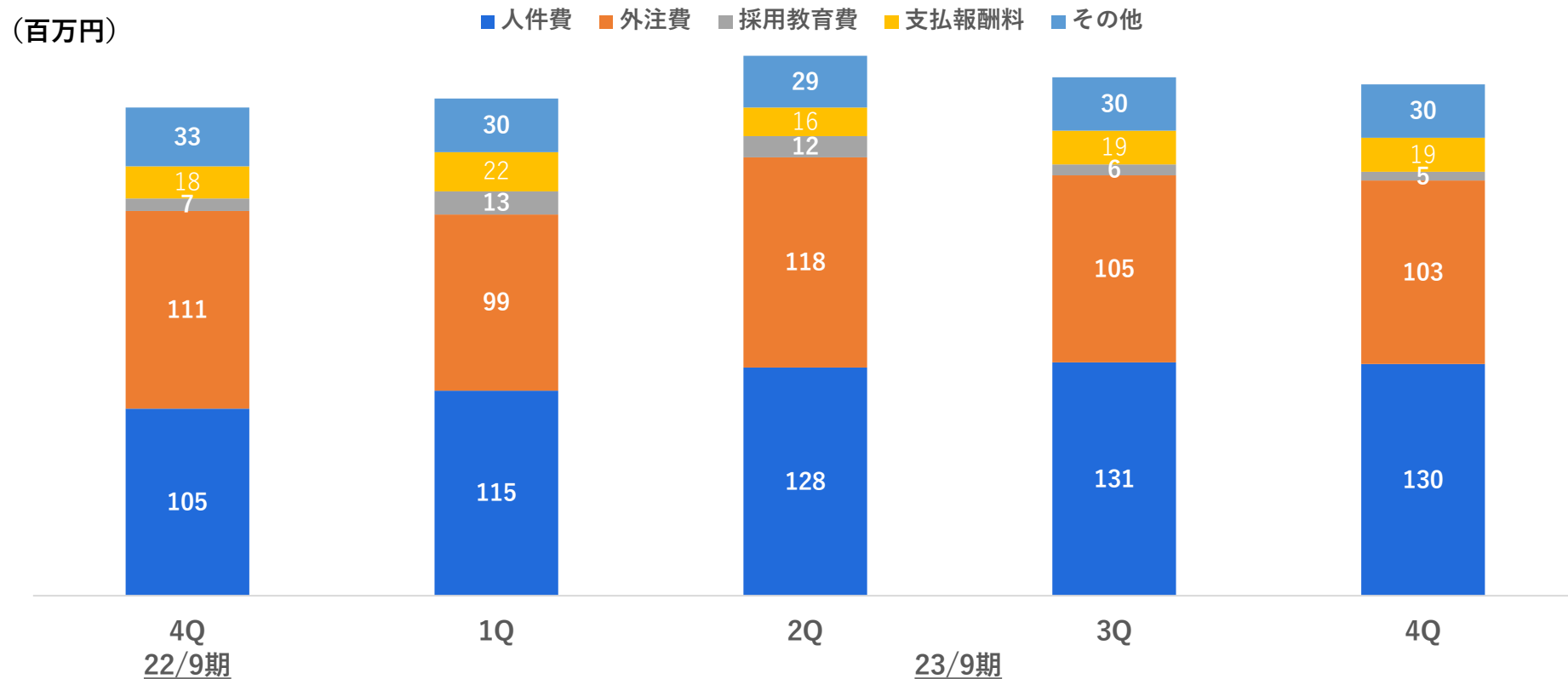
# 貸借対照表の推移

| (百万円)  | 2022年9月末 | 2023年6月末 | 2023年9月末 | 前期比  | 前四半期比 |
|--------|----------|----------|----------|------|-------|
| 流動資産   | 1,365    | 1,156    | 1,397    | +31  | +241  |
| 現金及び預金 | 724      | 715      | 749      | +25  | +34   |
| 固定資産   | 89       | 257      | 256      | +167 | △0    |
| 総資産    | 1,455    | 1,413    | 1,654    | +198 | +240  |
| 流動負債   | 726      | 385      | 570      | △155 | +185  |
| 固定負債   | 16       | 113      | 105      | +88  | △8    |
| 純資産    | 713      | 915      | 978      | +265 | +63   |

# 費用の内容・構成

受注案件は豊富にあり、かつ経験のある中途社員は元より未経験社員が即戦力化するため、人員が増加しても高い利益率を維持できる構造

外注費は一定売上高に連動し、24/9期はインターネット広告サービスの案件単価上昇等により改善の見込み



注.1：人件費は、役員報酬、労務費（売上原価）、給料手当（販管費）、法定福利費の合計値を指します。支払手数料は、銀行の振込手数料、会計・労務管理等の業務ツールの費用が主たるものです。支払報酬料は、監査報酬等の専門家費用が主たるものです。



# 簡易株式交換による株式会社FACTの完全子会社化について

株式会社FACTの100%株式を取得（2023年8月14日契約締結、2023年10月1日効力発生）

## 株式取得概要



|        |   |
|--------|---|
| 会社名    | 株式会社FACT  |
| 事業内容   | デジタル領域におけるコンサルティング事業  |
| 設立     | 2020年10月  |
| 株式取得手法 | 株式交換<br>・FACT社株式1,000株に対し当社新株350,000株（当社発行済株式総数5,775,300株に対して約6.1%）を割当て |
| スケジュール | 契約締結日：2023年8月14日<br>効力発生日：2023年10月1日                                    |

## 事業概要

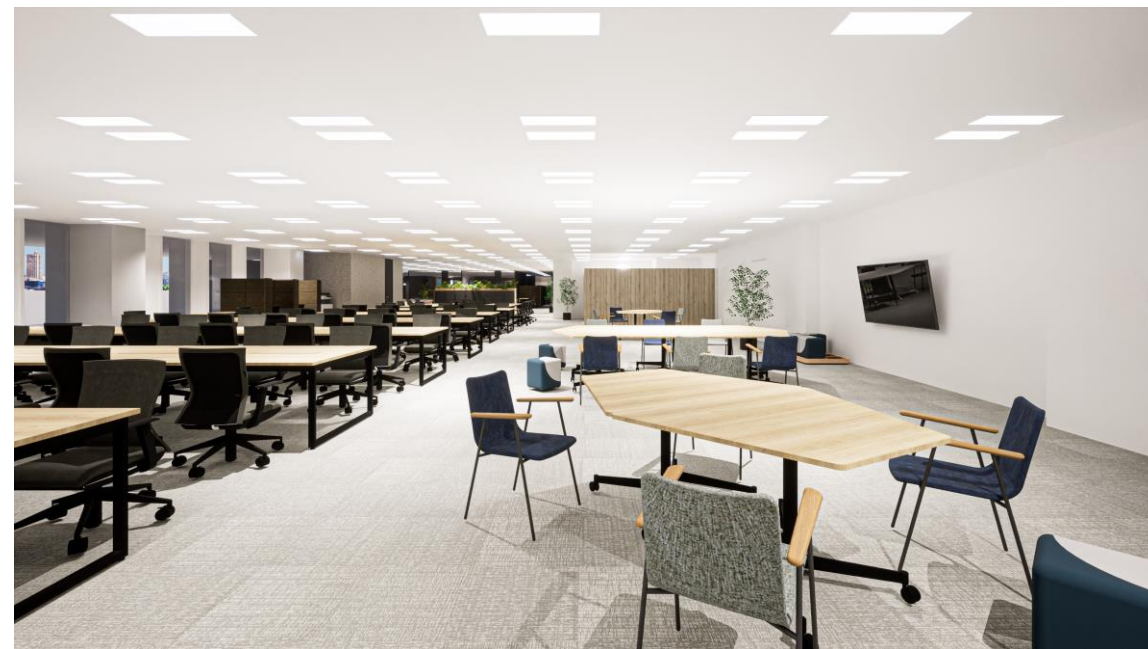
- ✓ Amazon等のECモールでの販促支援コンサルティング、Web上でのレピュテーション・マネジメントのコンサルティングを中心とした事業を展開
- ✓ クライアントに定量的な成果を提供できるコンサルティングノウハウに強み
- ✓ 当社の連結子会社化（2024/9期）以降も、のれん等無形資産償却後の営業利益で黒字確保の計画



# 本社オフィスの移転

業績拡大に伴う今後の社員数の増加を見据え、2023年10月に本社オフィスを移転  
約150名のキャパシティを確保

新オフィスでは社員の生産性向上を図るとともに、活発なコミュニケーションが生まれる環境を実現





# 事業概要に関するFAQ

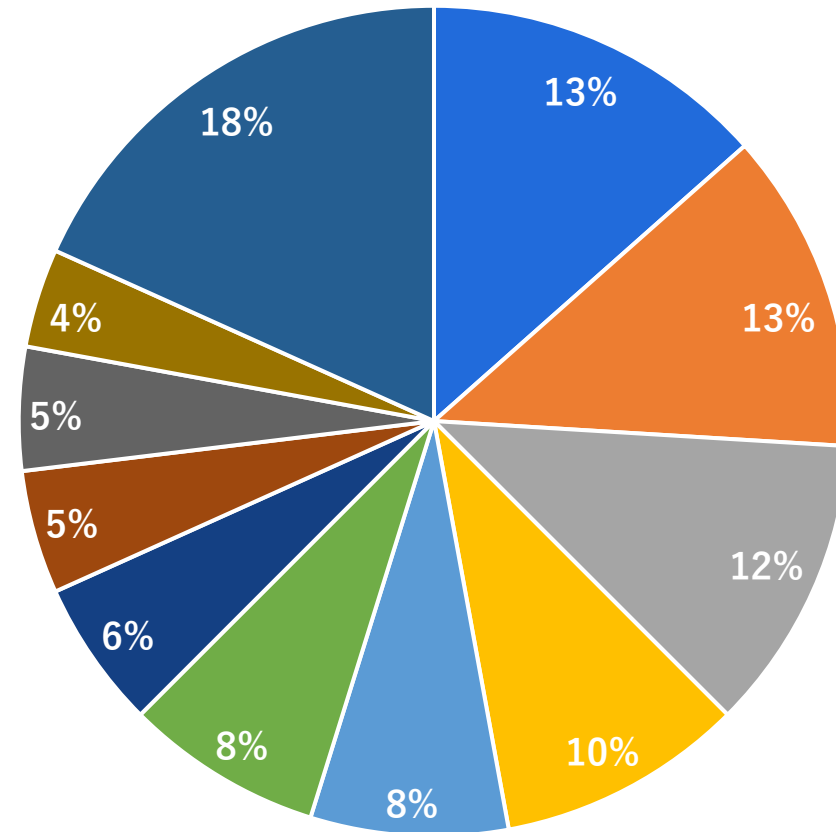
| # | Q  | A  |
|---|--|--|
| 1 | 社名の由来は？  | A（最上級の）Vista（景色）Create（創る）、から作成した造語になります。小文字の「i」をアクセントにしています。「i」は人のアイコンで、新しい景色の中に「人=i」が立っているイメージになります。   |
| 2 | 業績に季節性はあるのか？                                     | マーケティングの需要期に当たる3月を含む2Qが強含みですが、季節性以上に成長性が業績に与えるインパクトは大きいため、過年度は1Q<2Q≦3Q<4Qという傾向がございました。   |
| 3 | 本資料P32に記載のある、「ミドルマーケット」の市場規模の算出方法は？              | 当社が営業活動をする中で実感するもの、上場企業の開示資料、各種媒体社とのコミュニケーションで得られた情報を総合的に勘案し、算出しております。   |
| 4 | 本資料P34に記載のある、従業員1人当たり営業利益と平均年間給与の算出に用いている同業他社名は？ | 具体的な社名を申し上げることはできませんが、デジタルマーケティングサービス（インターネット広告、SEO関連）を主業としている上場会社をピックアップしております。   |
| 5 | 貴社サービスに価格競争力はあるのか？                               | フィーやマージンの水準は同業他社比一般的な水準ですが、高いマーケティング効果（同一予算でのCPAやCVの水準等）により、実質的に価格競争力が高くなっているものと考えます。  |
| 6 | 「イネーブルメント・プロジェクト」による未経験者のオンボーディングまでの期間は？         | 平均して約6ヶ月間になります。  |
| 7 | 人材の定着についてどのような工夫をしているのか？                         | 高付加価値化・生産性を重視した経営、社員がマーケティングの面白さを感じられるような健全な組織体制の構築、フェアな人事評価制度制定・運用、業界内で高い平均給与水準、社内コミュニケーション・エンゲージメントの重視、コンプライアンスの重視等の取組みを行っております。                                     |
| 8 | M&Aの取組みについての考え方は？                                | クライアント基盤、従業員等案件執行体制、事業運営ノウハウ等の獲得やM&A後の各種シナジー創出を目的として取り組んでおります。EV/EBITDAの上限を設定することで適切なバリュエーション水準を堅持し、P/L影響に配慮（対象を原則、株式取得・経営統合後に安定的にキャッシュ・フローを創出できる企業に限定）した形での実行をしております。 |





# クライアント業種の分散の状況（2023年9月時点、社数ベース）

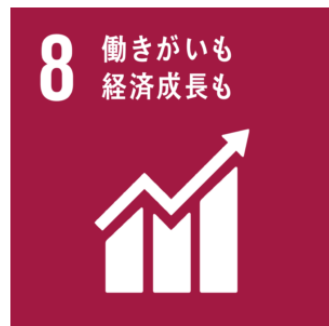
■ IT・メディア ■ 教育 ■ 人材 ■ 自動車・バイク ■ 飲食・製薬 ■ 情報通信 ■ 美容・理容・医療 ■ 不動産 ■ 金融 ■ エンタメ ■ その他



注.1： 専門サービスは、エネルギー、旅行、電子機器販売、宝飾品販売、土業等の様々な業種を指します。

# ESG・SDGsへの取り組み

当社の成長による持続可能な社会の実現を展望



女性管理職比率 (注.1) : 12.0%  
女性社員比率 (注.2) : 32.4%

高付加価値化・生産性を重視した経営  
社員がマーケティングの面白さを感じられるような組織体制の構築  
無理なアウトバウンド営業の必要がない健全な組織体制の構築  
積極的な未経験者（新卒）採用

フェアな人事評価制度  
業界内で高い平均給与水準

法令遵守・ガバナンス重視の経営  
高度な情報セキュリティ体制の構築

注.1：管理職の対象者は役員、本部長、部長（2023年10月1日時点の数値）。

注.2：女性社員の対象者には役員、内定承諾者アルバイトを含む（2023年10月1日時点の数値）。

