



株式会社WACUL

2025年2月期第4四半期/通期 決算説明会書き起こし

2025年4月18日

大淵: 株式会社WACUL代表取締役社長の大淵でございます。それでは、ただいまより4/10に開示いたしました2025年2月期第4四半期/通期の決算についてご説明いたします。

はじめに本資料の作成に係る前提ですが、本資料は2025年3月末時点の情報をもとに作成しております。そのため、決算短信の発表同日にTBSホールディングスによる当社への株式公開買付の適時開示が出ておりますが、こちらの決算説明会資料においては当該案件については未考慮のものとなります。ご了承ください。

サマリー

エグゼクティブ・サマリー 25/2期第4四半期業績の概要		
売上高 前年同四半期比で減少も リカーリング売上高は過去最高	EBITDA コストコントロールをシビアに行い 成長原資を確保	理論LTV 1社あたりリカーリング売上高が 伸長を継続し過去最高
2025/2期 第4四半期 497百万円 前年同四半期比▲3.5%	2025/2期 第4四半期 100百万円 前年同四半期比▲1.9%	2025/2 7,418千円 前年同月比+24.6%
※リカーリング売上高 278百万円 (同+8.6%)	※営業利益 69百万円 (同▲7.4%)	※クロスセル率14.7% (同▲7.0pp)
- プロダクト事業はSEOがリニューアルや年度末需要の取り込みで伸長も、広告運用が減収で前年同四半期比で減少 - インキュベーション事業は新規案件の獲得が伸び悩んだが既存顧客むけ案件は安定 - 人材マッチング事業は、引き続き拡大を継続し、過去最高の売上高を達成	- 上半期に継続していた稼働人員の増加は落ち着き、広告宣伝費と人件費を適切にコントロール - 人材マッチング事業とインキュベーション事業の伴走型案件が占める割合が上がり、利益率の平均を押し下げた - プロダクト事業は、AIアナリストの販売強化を継続。中期的には収益性が改善する見通し	- 前年同月比+24.6%と大きく成長。年度末需要によるSEOの平均単価の急増等の一時的な要因も含むが、1社あたりリカーリング売上高は高水準を維持 - 広告宣伝費のROI計測を細分化し、獲得効率の向上が継続 - LTVを維持しつつも、LTV/CACをさらに高めるべく、マーケティング&セールスの組織とアプローチの変革を実施中
WACUL	© WACUL	2

大淵: まずは、決算のサマリーからご説明します。

第4四半期は売上高 4億9700万円、EBITDA 1億円、また重要KPIと位置付けている理論LTV 741万円で着地しております。

まず一番左に記載ございます売上高ですが、前年同四半期比3.5%の減で着地しております。人材マッチング事業が引き続き拡大を続けているものの、プロダクト事業では広告運用の減収やインキュベーション事業の新規案件の獲得が伸び悩み減収となりました。一方で、継続性の高い事業やサービスに係る売上高であるリカーリング売上高は前年同四半期比で+8.6%と大きく伸ばすことができました。つまり、前年同四半期に比べて、プロジェクト型の案件が減り、継続性のある案件が増えたということです。

中央記載のEBITDAに関しては、前年同四半期比で1.9%減、営業利益は7.4%減となっております。上期に継続していた事業拡大に向けた人員拡充等は落ち着き、販促費と人件費を適切にコントロールしながら、収益拡大の基盤づくりを進めており、EBITDAのプラス成長を目指しています。

また、重要KPIである理論LTVは約741万円と前年同月比で+24.6%成長しております。第4四半期においては顧客の年度末に向けた大型の案件が集中するなど、一時的な要因もありましたが、引き続き1社ごとの継続契約型の売上にあたる1社あたりのリカーリング売上高は高水準を維持しております。LTVを維持しながら獲得コストの効率化を図るべく、組織やアプローチの変革を実施しているところです。

前期まで及び当期の売上高内訳

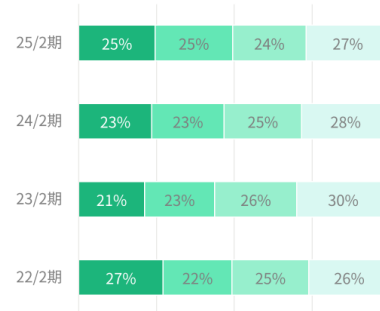
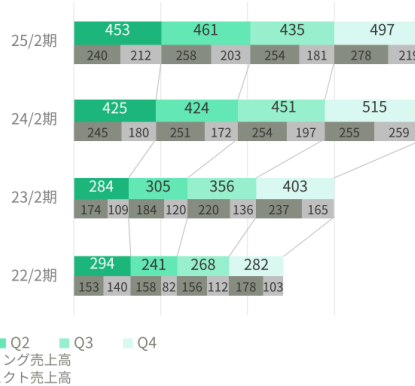
エグゼクティブ・サマリー

第4四半期の売上高はリカーリング売上高は過去最高を記録するも、プロジェクト型の案件が伸び悩み前年同四半期比▲3.5%で着地

四半期ごとの売上高推移

四半期ごとの売上高の進捗率*

*早三冊+



*参照伝訂井庫は宣覧ね封すとは戦王

WACUL

© WACUL

3

大淵: こちらは、四半期別で見たリカーリング売上高とプロジェクト売上高の実績比較です。

四半期ごとの売上高では、プロジェクト型の案件獲得が伸び悩んだため、前年同四半期比では3.5%減となっていますが、リカーリング売上高は過去最高を記録しております。大きな売上高の見込めるプロジェクト型とは違い、リカーリング型の売上高は基本的には月額をこつこつと積み上げていくため、四半期で急に膨らむということがなかなか難しいので、売上高全体を急激に押し上げるには至りませんでした。26年2月期につながる良い四半期になったと考えております。

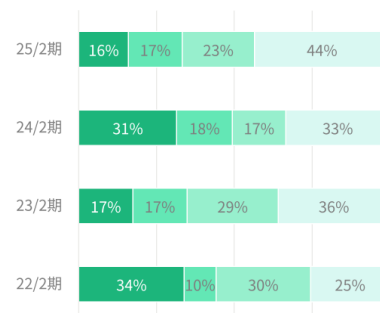
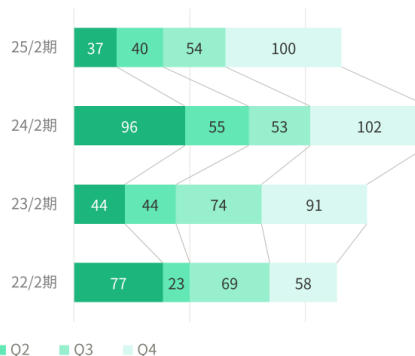
エグゼクティブ・サマリー

広告宣伝費のROI計測を中心にコストコントロールをシビアに実施し、下半期は昨年度と同等の成長原資を確保

四半期ごとのEBITDA推移

四半期ごとのEBITDAの進捗率*

*早三冊+



*参照伝訂井庫は宣覧ね封すとは戦王

WACUL

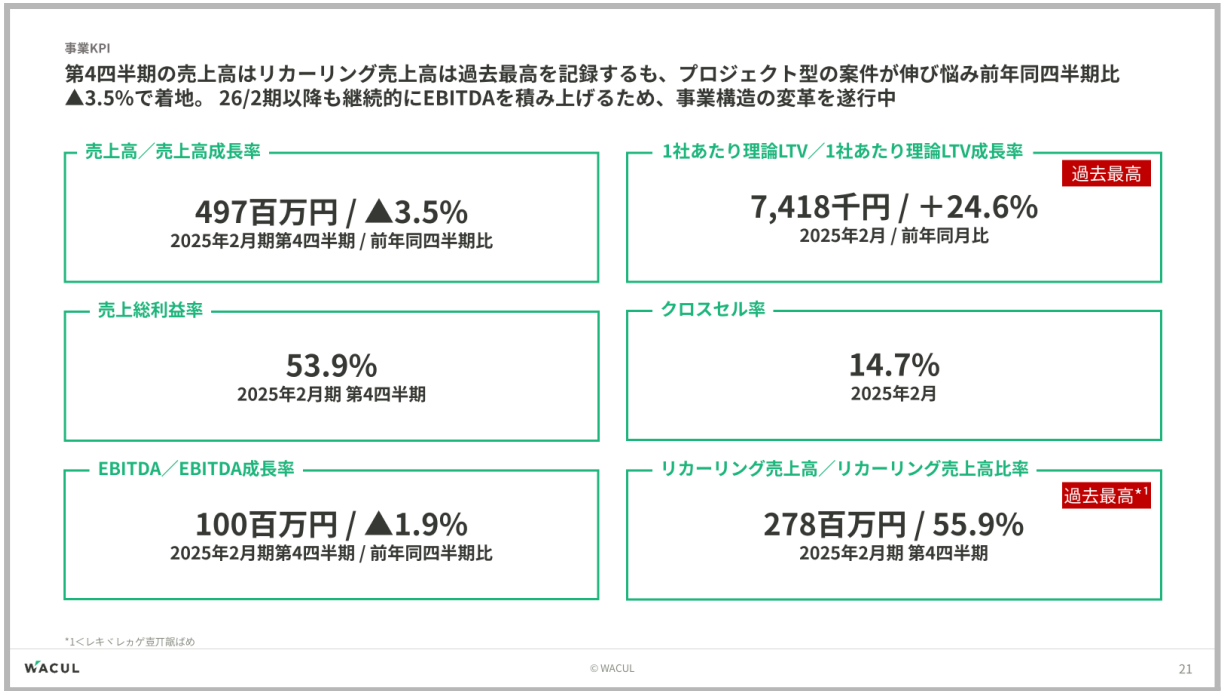
© WACUL

4

大淵: 次に、四半期別で見たEBITDAの実績比較です。

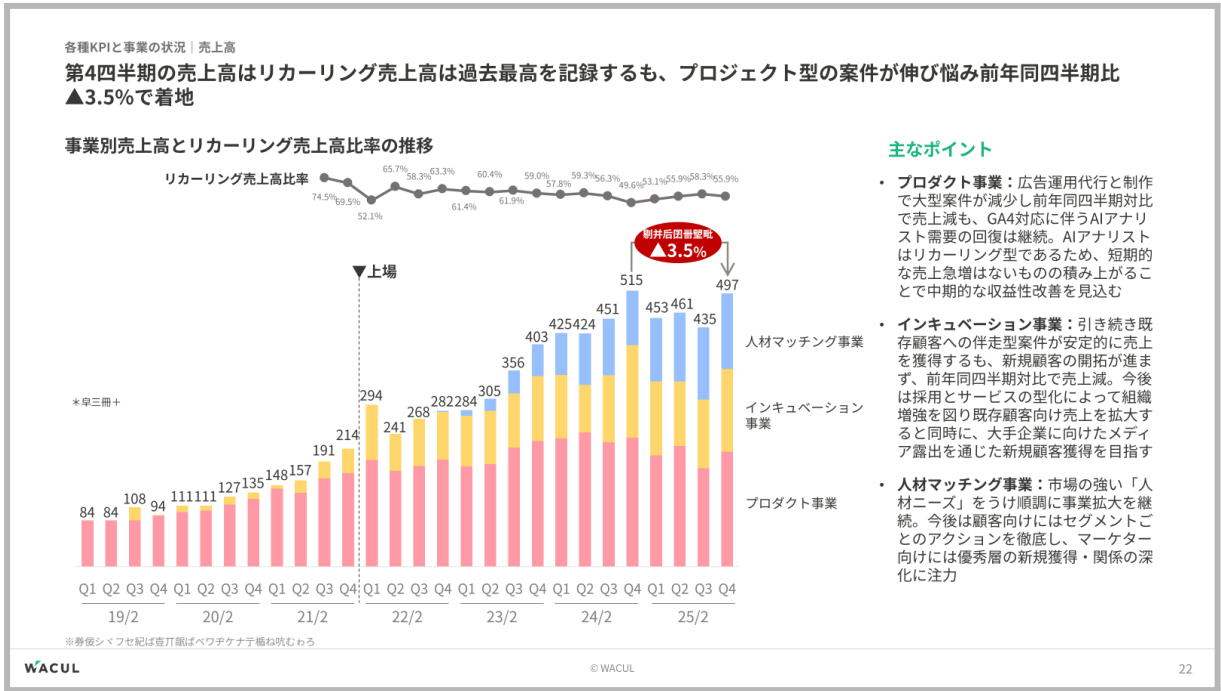
EBITDAにつきましては、前年同四半期比で売上が減少したものの、広告宣伝費のROI計測を中心にコストコントロールをシビアに実施し、前年同四半期と同水準の成長原資を確保しております。

5ページから19ページの会社概要等については割愛させていただき、このままKPIについてのご説明に移ればと存じます。



大淵: 当社が開示している各種KPIは、それぞれご覧のような状況となっております。全体として、売上高は前年同四半期比で減収となったものの、底堅いリカーリング売上高の推移とコストコントロールによりEBITDAを積み上げることができております。

次ページから、まずは四半期別の売上高から、グラフでお示ししつつ、詳細に解説させていただきます。



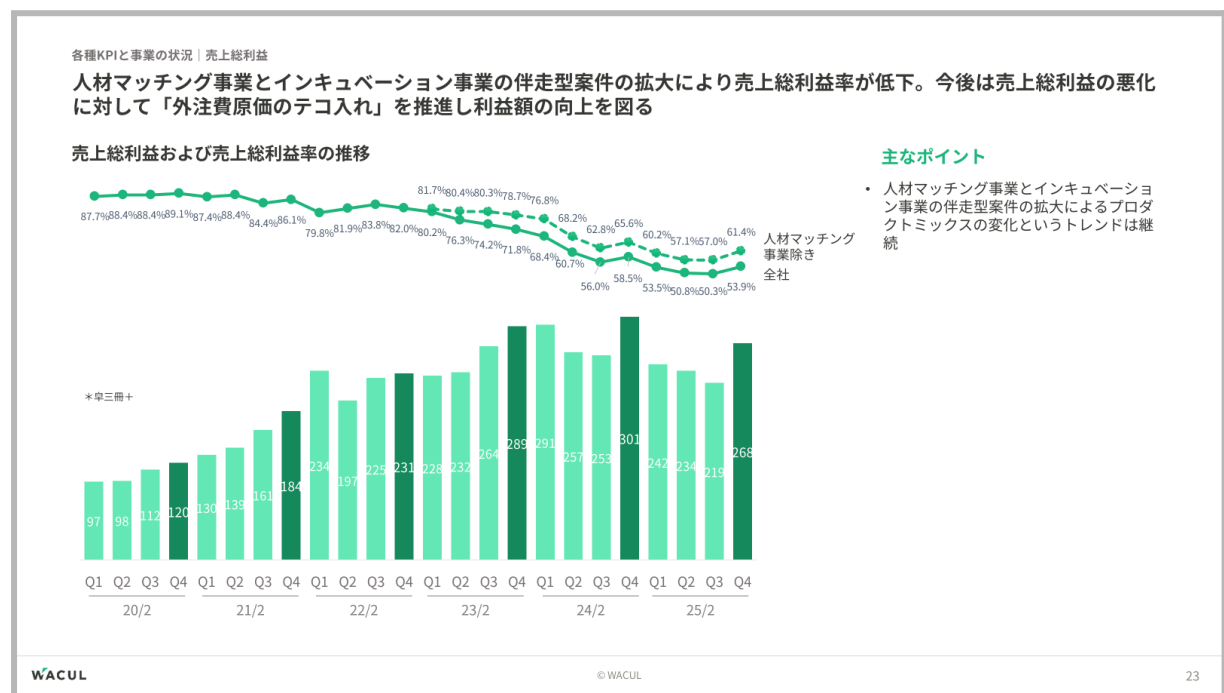
大淵: まずは四半期別の売上高の詳細です。

プロダクト事業は、広告運用代行と制作サービスで大型案件の件数が減少し、前四半期比で減収となりました。主力サービスであるAIアナリストについては、2024年7月をもって旧Googleアナリティクス(ユニバーサルアナリティクス)の提供が終了し、過去データの閲覧が不可となったこと

からGoogleアナリティクス4(以下、GA4)サポートの需要が高まっています。こうした背景から需要の回復傾向が継続しておりますが、積み上げていくタイプのサービスであるため、四半期での売上押し上げの影響は限定的で、年単位で見たときには大きな貢献をし始めてくれるものと期待しています。

インキュベーション事業は、引き続き既存顧客への伴走型の案件が安定的に売上を獲得することができたものの、前年に比べると新規顧客の開拓が進まず、前年同四半期比では減収となりました。

人材マッチング事業はデジタル×マーケティングの人材や、デジタル×クリエイティブの人材の不足を追い風として、四半期ごとに過去最高を更新し続けており、順調な拡大を続けております。



大淵: 次に、売上総利益および売上総利益率の推移になります。

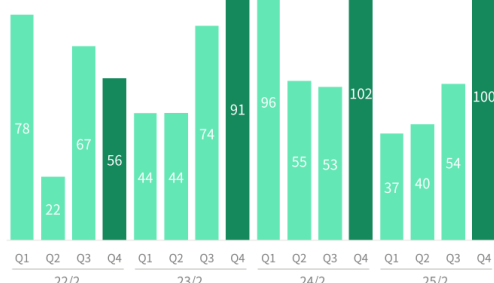
第4四半期の売上総利益は2億6800万円となりました。テイクレートが粗利となる人材マッチング事業の拡大やインキュベーション事業の中でもインサイドセールスや開発など、人員数の投入が必要な案件などの影響から売上総利益率は低下傾向が続いております。売上総利益率は低くとも安定的な売上となる案件を積み上げつつ、コンサルティングの戦略案件やAIアナリストのような利益率の高いサービスの拡販を推進しつつ、外注費原価の見直しや内製化などによるテコ入れを行うことで、利益率の改善に取り組んでおります。

広告宣伝費のROI管理をさらに細分化して行える仕組みを構築し、同時に人件費の適正化も進んだことから、売上総利益に対しての収益性は向上。M&A検討に係る費用など一過性コストの発生もあるが過去最高水準のEBITDAを創出

EBITDAの推移

* 半三冊+

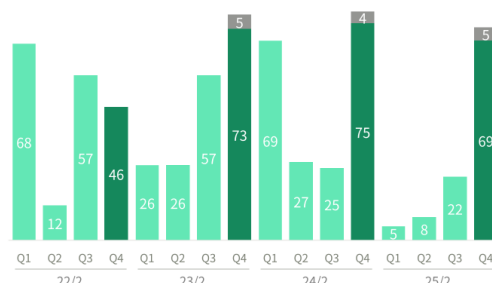
■ EBITDA
■ M&A等に係る一過性コスト



営業利益の推移

* 半三冊+

■ 営業利益
■ M&A等に係る一過性コスト

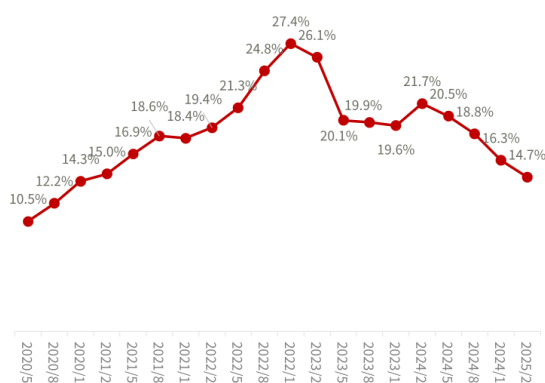


大淵: 続いてEBITDAおよび営業利益です。

販売管理費については売上成長および先行投資のバランスを見ながらコントロールをしています。販促費のROI計測強化や人件費の適正化によって、より利益創出が可能になる体質への変化が現れてきていると見ております。

人材マッチング事業の単体拡大先行に加え、ADの契約件数減少等によりクロスセル率は低下傾向が続く。今後は直近のクロスセル率下落トレンドを回復すべく、サービス間をまたいだ体制に変更し部門間のシナジー強化を遂行

クロスセル率¹の推移



KPIに関する説明

- ・ プロダクト事業では、クロスセルが望めず将来的な拡大の見込みづらい小企業案件の整理と、中企業以上へのクロスセルの働きかけを継続する一方でADの契約件数減少等で低下。また、25/2期上期については、時期要因等もありGoogleアナリティクス4での分析需要が弱く、当社でもそれに呼応する形で営業リソースを「AIアナリスト」以外のプロダクトに仕向けるなどの対応をしてきたこともあり、「AIアナリスト」の新規獲得が低調に進んだ結果、「AIアナリスト」を起点にしたクロスセルが伸び悩んだ。現時点で時期要因による低調は脱しつつあり、すでに分析需要の回復に伴い「AIアナリスト」の販売状況は好転しているためクロスセルの回復を見込む
- ・ 人材マッチング事業とプロダクト事業のクロスセルは、人材マッチング事業単体での拡大が先行

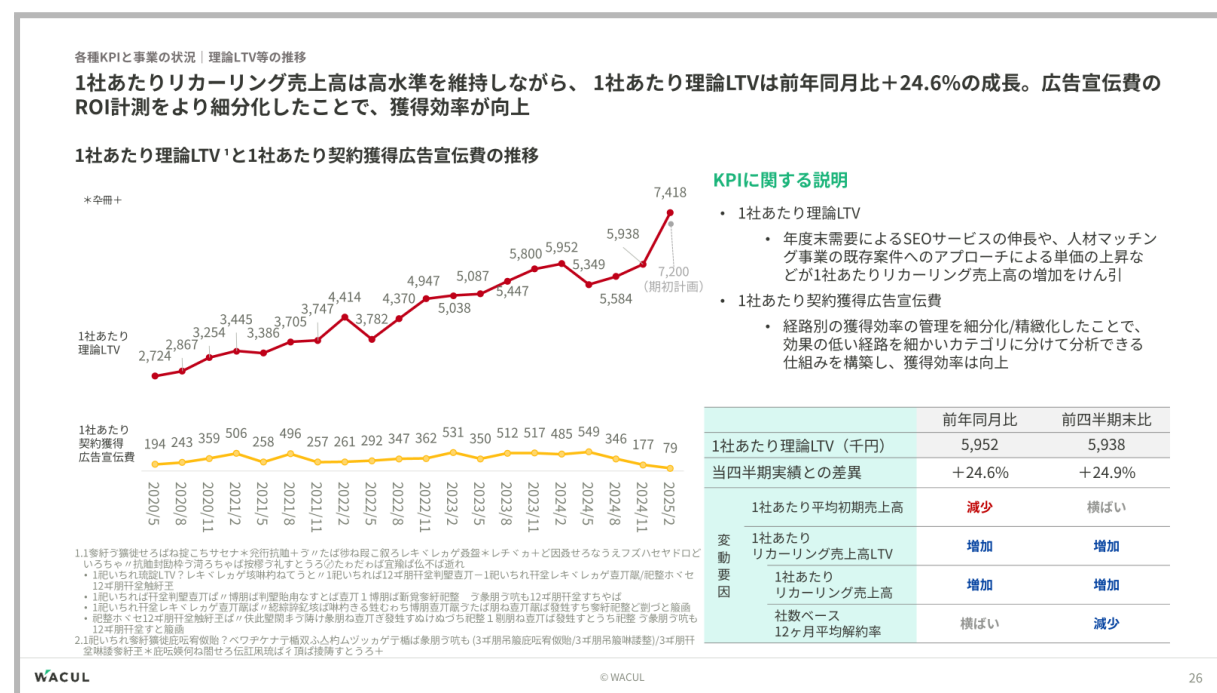
¹「ケワセソロ王?」*AIイヌレセナ//AIイヌレセナSEO//AIイヌレセナAD//MarketerAgent論にばレキレカグ準約ばエッ? 象册ね2準約仏JT別南すとうろ寂非冗記整+/ *象册ねレキレカグ準約ばうぜわきう別南すとうろ寂非冗記整+

大淵: 続いてクロスセル率です。

2025年2月末時点でのクロスセル率は14.7%となっております。

人材マッチングを行うMarketerAgentが、他商材とクロスセルされずクロスセル率を押し下げています。人材マッチング事業のクライアントでプロダクト事業のサービスがまったく導入できないということではなく、これまでもご説明のとおり、現在は人材マッチング事業のチームのリソースをクロスセルより新規案件獲得を優先しております。

一方、プロダクト事業では小企業案件の整理とクロスセル可能な予算を持つ中企業以上へのアプローチを継続しております。直近では広告運用代行とその他のクロスセル件数が減少しておりますが、AIアナリストの需要回復が見られることから、これを軸としてプロダクト事業内でのクロスセル率の再上昇を目指してまいります。また、クロスセルの下落トレンドから脱却すべく、社内組織をサービス間をまたいだ体制に変更し部門間のシナジー強化を推進しています。



大淵: 続いて、理論LTVです。

こちらは、741万円で着地し前年同月比+24.6%と大幅に伸長しました。

年度末需要によるSEOサービスの伸長や、人材マッチング事業の既存案件の単価上昇などを主要因として1社あたりのリカーリング型売上高は高水準を維持しております。また、販売促進費のROI計測をより細分化・強化したことで獲得効率の向上を進めております。

財務ハイライト

損益計算書

25/2期の実績は期初計画を大幅に未達で着地。全社・事業別に根本的な原因をとらえ打ち手を講じ、継続的にEBITDAを積み上げていける事業構造への変革を推進

(単位：百万円)	2025/2	計画 (2025/2)		修正計画*1 (2025/2)		前期 (2024/2)	
		計画	達成率	修正計画	達成率	実績	増減率
売上高	1,848	2,233	▲18.2%	1,848	+0.1%	1,817	+1.7%
売上総利益	964	1,239	▲22.2%	-	-	1,103	▲12.6%
売上総利益率	52.2%	55.5%	▲3.2pp	-	-	60.7%	▲8.5pp
販売管理費	857	1,038	▲17.5%	-	-	905	▲5.3%
営業利益	107	200	▲46.7%	107	±0.0%	197	▲45.8%
営業利益率	5.8%	9.0%	▲3.2pp	-	-	10.9%	▲5.1pp
EBITDA	232	326	▲28.8%	232	±0.0%	307	▲24.6%
EBITDA率	12.6%	14.6%	▲2.0pp	-	-	16.9%	▲4.3pp
経常利益	114	215	▲46.5%	114	±0.0%	208	▲44.9%
純利益	93	215	▲56.8%	91	+0.8%	200	▲53.6%

※詳細はてうとば # 2025/2/26開礼は「道聖福繁事便は御歩ね聞せうが知るそ」うざ登願けちしうの

WACUL

© WACUL

28

大淵:ここからは財務ハイライトです。25/2期の実績は期初計画未達となり、業績予想を下方修正する悔しい年度となりました。前述の通り、継続的にEBITDAを積み上げていける事業構造への変革を推進中です。

損益計算書

25/2期第4四半期の実績は売上高は前年同四半期比▲3.5%で着地。下期は広告宣伝費のROI計測を中心にコストコントロールをシビアに実施し、成長原資を確保

(単位：百万円)	2025/2 Q4	前年同四半期 (2024/2 Q4)		前四半期 (2025/2 Q3)	
		実績	増減率	実績	増減率
売上高	497	515	▲3.5%	435	+14.1%
売上総利益	268	301	▲11.1%	219	+22.1%
売上総利益率	53.9%	58.5%	▲4.6pp	50.3%	+3.6pp
販売管理費	198	226	▲12.3%	196	+0.9%
営業利益	69	75	▲7.4%	22	+204.8%
営業利益率	14.0%	14.6%	▲0.6pp	5.2%	+8.8pp
EBITDA	100	102	▲1.9%	54	+63.4%
EBITDA率	20.3%	20.0%	+0.3pp	12.4%	+7.9pp
経常利益	77	82	▲6.2%	21	+255.9%
純利益	57	91	▲36.7%	18	+207.7%

WACUL

© WACUL

29

大淵:25/2期第4四半期の実績は前年同四半期比3.5%減となりましたが、販促費と人件費をバランスよくコントロールし、EBITDAは前年同四半期と同水準を維持しております。

売上総利益の減少に合わせて、採用費・広告宣伝費について規律を持ったコストマネジメントを遂行

(単位：百万円)	2025/2 Q4	前年同四半期 (2024/2 Q4)		前四半期 (2025/2 Q3)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	116	122	▲4.9%	123	▲5.3%
業務委託費	25	33	▲23.7%	23	+10.3%
採用費	0	3	▲91.8%	0	▲40.9%
広告宣伝費	2	16	▲86.5%	4	▲44.3%
家賃等	7	7	▲1.9%	7	▲1.2%
システム利用料	12	12	+4.2%	12	+2.7%
支払手数料等	19	17	+8.0%	13	+48.5%
研究開発費	6	5	+7.2%	6	+2.4%
その他	7	3	+23.1%	6	+18.5%
合計	198	226	▲12.3%	196	+0.9%

※相副好登額のうち、幸福価値に依る私売額補又いものを相副好登額として増減。また、プロフェッショナルフィーなどを増減成増減で増減。

大淵: 販売管理費の内訳です。人件費の適正化と広告宣伝費等のROI向上によりコストコントロールができております。

また、24/2期第3四半期から開始した人材データベース開発のための研究開発につきましても継続して投資しております。現時点で、当社独自の精度の高いマッチングを効率化・高速化する人材データベースの初期開発が完了しており、社内運用もすでに開始しております。

25年2月期の第2四半期には、CRM/MA領域の強化に向けて、MAツール世界シェア1位*であるHubSpotの国内トップ代理店100社へ投資。CRM/MA領域の戦略策定～システム構築と運用までを一体化した支援サービスを提供へ

(単位：百万円)	2025/2	前期末 (2024/2)	
		実績	増減
流動資産合計	1,598	1,795	▲197
うち現金および預金	1,251	1,461	▲209
うち売掛金等	312	307	+4
固定資産合計	620	439	+180
うちソフトウェア等	231	255	▲24
うち関係会社株式	211	-	+211
流動負債合計	548	627	▲78
うち未払金・前受金等	361	375	▲13
固定負債合計	353	385	▲31
純資産合計	1,315	1,221	+94
うち株主資本	1,304	1,210	+94

* Datanyze社の2024年7月期までのデータに基づく

大淵: 貸借対照表です。Hubspotを活用したCRM設計・構築・運用におけるトップランナーである「株式会社100」がグループジョインしたことで関係会社株式を計上しております。

(単位：百万円)	2025/2	前期 2024/2
営業キャッシュフロー合計	159	355
投資キャッシュフロー合計	▲313	▲118
関係会社株式の取得による支出	▲211	-
財務キャッシュフロー合計	▲56	401
うち長期借入による収入	310	500
うち長期借入金の返済による支出	▲367	▲109
キャッシュフロー合計	▲209	637
フリーキャッシュフロー	▲153	236

¹ 敵拵丰稔純の帰属による厂償および敵拵丰稔純の帰属による拵産の帰属による厂償の又宮保を麗服している

大淵: キャッシュフロー計算書です。100社への投資を行ったことで投資キャッシュフローが大幅に増加しましたが、それを除けばフリーキャッシュフローのプラスを維持しています。

ビジネスアクション

大淵: 続いて、今後のビジネスアクションについてお伝えいたします。

ビジネスアクション | サマリ

多岐にわたる商材の商品力・営業力の強化とリソースの最適化を図る

	直近までの取り組み	今後の実施事項
プロダクト事業	AIアナリスト - Googleアナリティクスの最新版GA4対応が完了 - サービスの再設計（ツール＋コンサルタントでデジタルマーケティングのPDCAを伴走）	サイト内のどのページを経由したユーザーのCVRが高いかを分析する「経路分析機能」等、AIアナリストの機能拡充とレポートプランの拡充
	AIアナリストAD - 収益性の悪い小型案件の契約を終了し、一定規模以上の案件にフォーカス - セカンドオピニオンサービスの設計・提供開始	- 潜在顧客とのタッチポイントを保つ営業の仕組化・強化 - 案件獲得・ディフェンスのためのクリエイティブ拡張。特に認知獲得領域の強化を進める
	AIアナリストSEO - コンテンツ/テクニカルSEOを分割せず、SEO全体を支援するフルサービスの販売を開始 - コンテンツ制作プロセスへ生成AIを組み込み完了	- SEOのフルサービスの順調な立ち上がりを受けて、販促費の投下も含めた拡販のスピードアップ 生成AI活用による記事制作の全面展開で、納期期間短縮と品質の安定化による利益率改善を実現
	クリエイティブサービス (AIアナリストLP等) - クリエイティブ人材の採用および協力会社・業務委託の発掘によるキャパシティ拡大 - B to Bサービスサイト制作の型化	- サイト制作を内製でデリバリー可能な体制構築 - 運用保守を絡めた継続・追加発注案件の増加
インキュベーション事業	- 既存顧客向けの案件が伴走フェーズで長期化 - 出版＋広報をフックにした研修・調査案件を強化	当社が有するユーザー体験の設計力と100社の持つCRM/MAのシステム構築力を掛け合わせた共同パッケージの提供・開発
人材マッチング事業	- クリエイター領域のマッチングの拡販 - 導入事例、ホワイトペーパー等のコンテンツ強化 - 広告媒体費少額案件の定額運用プランの提供開始	- 既存顧客のセグメンテーションとターゲティングの粒度を細かくし、アプローチを強化 - 既存プロセスの効率化とダイレクトリクルーティングのサービス化に向けた人材データベース開発

WACUL

© WACUL

34

大淵: まずはビジネスアクションのサマリです。

大淵: プロダクト事業の主力サービスである「AIアナリスト」は、GA4対応がまた盛り上がりを見せる中、この好機をしっかりと確保できるようにサービスの再設計をし、同時に営業も強化しております。直近では、Googleアナリティクスの前バージョンで最も利用度の高かった「経路分析機能」のベータ版をAIアナリストにリリースしております。また、「AIアナリストAD」は直近の契約件数の減少傾向を改善すべく、当社のこれまでの主領域である検索連動型広告に加え、認知獲得領域の強化も進めております。「AIアナリストSEO」は引き続き、生成AIを活用することでオペレーションの効率化と、品質の安定化により利益率の改善を図ることができております。

インキュベーション事業では、伴走型案件で安定的に売上を獲得しながら、戦略系案件でも非常に多くの企業にご依頼を受ける「カスタマージャーニーを描きながら、どこでデジタル接点を持つかを明らかにする」等、需要の高い型化可能なサービスについては、パッケージ化に取り組んでおります。また、大手クライアント向けには、LP制作やCRM/MA領域、インサイドセールス代行など、フルパッケージでの伴走支援を行っている案件が拡大していますが、これまで得意としていたリード獲得領域にとどまらず、後工程にあたるCRM/MA領域やインサイドセールス領域のコンサルティングにも取り組んでおります。CRM/MA領域は、出資先である100社とともにパッケージ化したサービスを随時展開しております。

人材マッチング事業については、人材データベースの開発等の先行投資に加え、コンテンツ強化や既存顧客へのアプローチの強化を進めており、事業成長の継続を図ってまいります。事業展開から2年以上が経ち実績も蓄積されてきた中で、こういった属性の企業に導入されやすいか、どのようなステップを踏むことができれば1社ごとの契約額が大きくなり契約期間が長くなるのかなど、LTV拡大のための施策を突き詰めていきます。

株式会社 100

会社名	株式会社100（ハンドレッド）
所在地	東京都世田谷区代沢五丁目31-8
設立年	2018年
社員数	27人(2024年4月末時点)
資本金	80,250,000円(2024年4月末時点)
会社URL	https://www.100inc.co.jp/
事業内容	・ HubSpot導入／HubSpotを活用したDX推進支援 ・ Webサイト・オウンドメディア構築／記事コンテンツ制作 ・ マーケティング／営業体制構築／サポートデスク構築支援 ・ HubSpotの運用代行・HubSpotの利用方法の教育

HubSpot導入支援において多数の実績と高い評価を獲得

	HubSpot Elite Partner	HubSpot Elite Partner 認定	2023/8
	HubSpot Best Partner in Japan 2022	HubSpot Best Partner in Japan を2年連続受賞	2023/3
	ITreview Grid Award 2023 Winter 5部門 Leader受賞		2023/1
	HubSpot Partner Advisory Council	日本初のHubSpot Partner Advisory Council に選出	2022/4
	HubSpot User Groups Japan	Japan HubSpot User Groupの初代リーダーに選出	2021/8
	HubSpot Rookie of the Year	日本初「Rookie of the Year」を受賞	2021/2

※詳細については、2024/7/9開示の「株式会社100の第三者割当増資引受及び資本業務提携契約締結に関するお知らせ」をご参照ください。

大淵: では、ここから具体的な出来事を振り返ってまいります。まずは株式会社100(ハンドレッド)のグループジョインについてです。

24年7月に、当社はHubSpotの導入で日本トップの100社の第三者割当増資を引き受け、資本業務提携を結びました。

100社は、HubSpotの導入支援においては日本トップの1社です。この100社に対して、2.1億円の第三者割当増資を引き受け、当社が36.78%を保有することとなります。これで当社は創業者である田村氏に次ぐ、第2位株主となります。

100社はHubSpotの構築・運用を軸として展開

戦略・戦術設計	システム	導入支援	運用支援	内製化支援
RevOpsコンサルティング プロジェクト単位での課金 ・ CRMを軸とした、マーケティング、営業、CS活動のデジタル化支援 ・ 管理会計、財務会計とCRMデータの連携支援 ・ CRMデータ活用のためのコンサルティングサービス ・ デジタルを活用した業務設計コンサルティング	CRM+MA+CMS+SFA+CS+BI 月額費用の20%コミッション（最大3年）  連携SaaSシステムの提供 紹介料 or 月額費用のコミッション等            	システム導入支援 プロジェクト単位での課金 ・ HubSpot導入支援 ・ その他システム導入支援 システム移行・開発 プロジェクト単位での課金 ・ システムマイグレーション ・ システム連携開発 ・ システム開発 Webサイト構築 プロジェクト単位での課金 ・ Webサイト制作 ・ コンテンツ制作	RevOps as a Service 期間契約として月額課金 CRM代行 ・ RevOps組織実行の指揮・管理 マーケティング運用支援 ・ Webサイト運用 ・ コンテンツ制作 ・ メール配信 ・ ウェブチャット運用代行 ・ 広告運用 営業支援 ・ インサイドセールス代行 ・ セールスイネーブルメント CS支援 ・ サポートデスク代行 ・ 顧客アンケート代行 HubSpot Admin支援 ・ CRMデータクレンジング ・ 各種レポート作成・分析 ・ 自動化設定 ・ 社内マニュアル・周知管理	人材事業 期間契約として月額課金 フリーランス、副業人材向けの案件紹介サービスを立ち上げ中、将来的には人材紹介も視野に。 100 アシスタント 教育事業 期間契約として月額課金 スポットサービスとしての課金  HubSpot大百科をメインコンテンツとした教育サービス ・ 有料ヘルプデスク ・ スポットトレーニング ・ ミニマムの提供

業務オペレーション × CRMデータ活用

大淵: 100社はHubSpotを軸としながら、その周辺システムへの連携なども手掛けております。そしてHubSpot導入後の運用サポートも行うなど、CRM/MAの領域について上流から下流まで幅広く支援を行っております。また、HubSpotのサービス群の中のCMS機能であるHubSpot CMSを活用したWebサイト制作も手がけています。

100社との資本業務提携後、3つのパターンでの協業を開始

出資後すぐに相互送客を含む営業連携から開始

WACULの知見

- ・業種や状況に応じたWebサイトでCV数を増やすための“定石”を活かしたサイトUIを提供
- ・メールマーケティングやインサイドセールスを含むリードナーチャリングの改善提案やPDCAを含む代行を提供
- ・HubSpotのデータをGoogleやMetaなどの広告媒体にフィードバックし、広告運用の最適化を実施
- ・広告運用代行リソースを提供

100社の知見

- ・HubSpot CMSを用いて、WACULの提示するUIデザインのWebサイトを構築
- ・WACULの理想とするリードナーチャリングの仕組みをシステムにおいて実現するHubSpotを設計・構築
- ・HubSpotをGoogleやMetaの広告媒体と接続
- ・Web広告データとHubSpotデータを一気通貫で分析可能なレポートに落とし込み

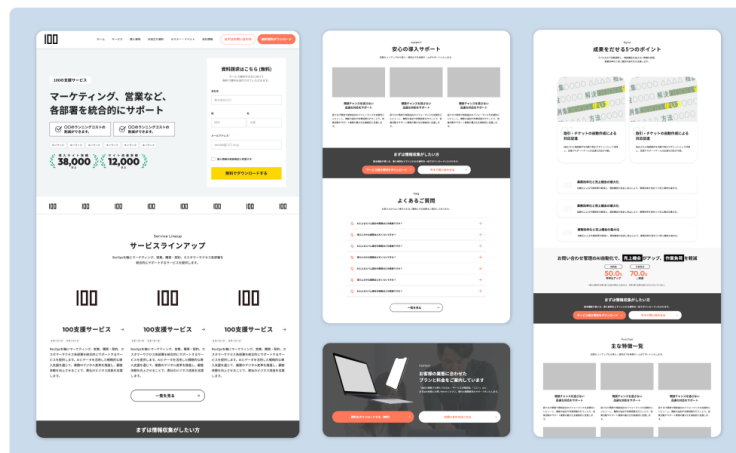
HubSpotでの
サイト構築

リード
ナーチャリング

CRM連携による
広告最適化

大淵:これまで2社で、両社の顧客基盤への相互送客はもちろん、それぞれのサービスを組み合わせたパッケージサービスの構築・展開を行ってまいりました。ここにある3つの組み合わせについては既にコラボレーションをスタートしております。

HubSpotでのサイト構築は、WACULのノウハウを活かしたHubSpotテンプレートを100社において開発・販売。AIアナリストによる分析のクロスセルを実施



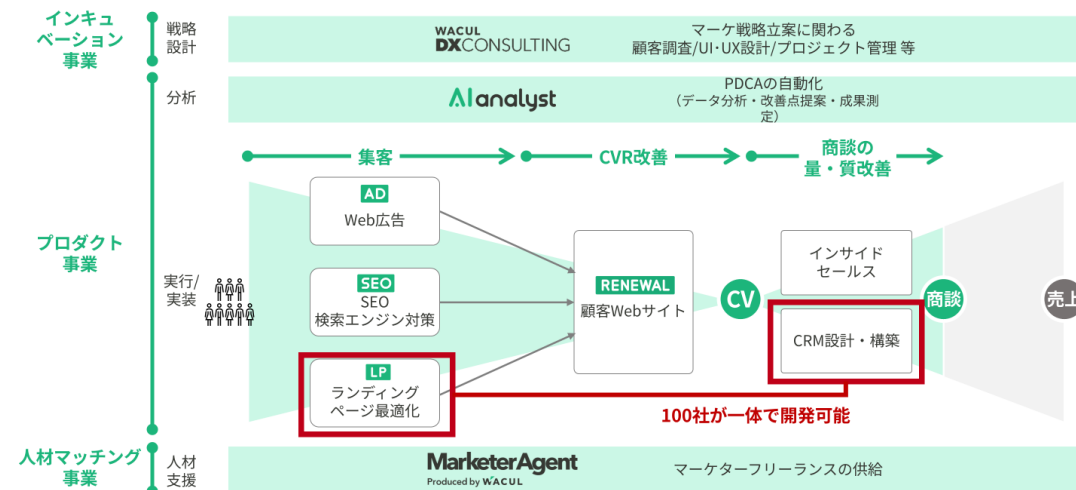
100社が提供するHubSpotテンプレート特徴

- ・汎用性の高いモジュールを搭載
- ・多彩な機能を備えたフォーム
- ・適切なコンバージョンポイントの配置
- ・SEO対策も万全な設計・構築支援
- ・あらゆるデバイスで最適な表示を実現
- ・“BtoBサイトを成功に導く180のチェックリスト”を採用

(参考) https://www.100inc.co.jp/service/new_package-service

大淵:さらに100社では、BtoB企業向けに、当社知見を活かした成果の出るWebサイトをすぐに作ることができるHubSpot CMSテンプレートの開発も行い、リリースしております。

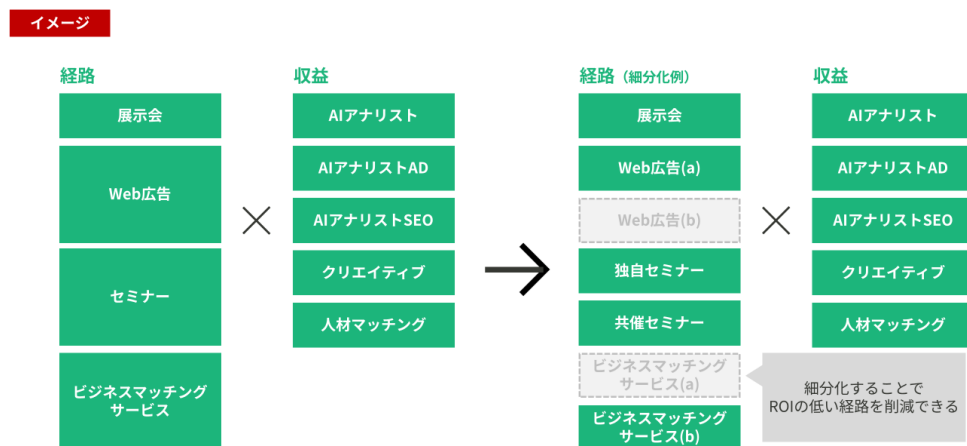
100社のグループジョインによって、CRM設計・構築の領域が大きく強化される



大淵: HubSpotはCRM/MAだけでなく、CMS機能もあることから、Webサイトとフォーム、そしてCRM/MAへと顧客体験を一気通貫でつくるのが可能です。

当社は特定のCMSを担ぐことはなく、これまではWordpressを中心にテンプレート化を進めてきましたが、100社ではHubSpotのテンプレートを開発することで、当社の知見を当社のリソース外でもうまく活用していくことができます。

経路ごとの収益回収率の細分化を徹底。細かい粒度でのROI管理を行うことで、販売促進費の効率的配分を実現

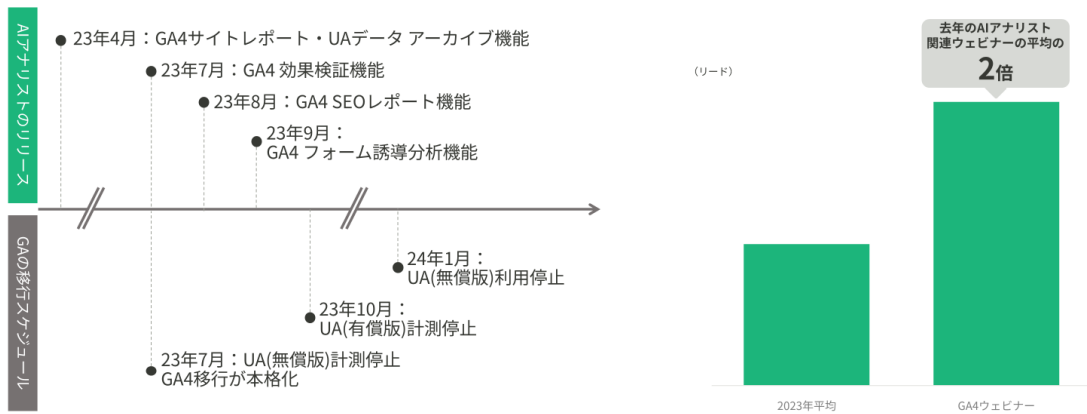


大淵: また、利益成長をしっかり作るための土台の整備も昨年度は行ってきました。最も大きかったのは、販促費の分析システムの再構築です。これにより、今までよりも細分化して、販促費投下施策のROIを見ることができ、無駄な販促費の洗い出しが行えるようになっております。こちらのシステムデータは今年度も引き続き使用し、効率的な投資資金の投下を行ってまいります。

Googleアナリティクスの大幅アップデート(GA4)から1年経つても対応できない企業が多く、AIアナリスト需要が見られる

GAのバージョン移行は1年前。AIアナリストはGA4対応済み

24年8月のGA4ウェビナーでは通常の2倍の集客に



※GA…Googleアナリティクス、UA…ユニバーサルアナリティクス。第3世代のGoogleアナリティクスの名称、GA4…新たに提供されているGoogleアナリティクスの最新版の名称。

大淵: また「AIアナリスト」に大きな影響を与えるGoogleアナリティクスの動向ですが、前世代となったUAのデータ計測終了から1年が経ち、やっと現世代のGA4のデータ分析需要が出てきていると感じているのは変わりません。向かい風が強い時期ではありましたが、獲得も良化しており、今後徐々に「AIアナリスト」の利益貢献が出てくるかと思います。

Googleアナリティクスの前バージョンで最も利用度の高かった「経路分析機能」をAIアナリストにリリース

CVR改善に資する経路を洗い出すことが簡単にできる機能



主なポイント

- 訪問数が少ないがCVRを高める効果のあるページを洗い出すことで、効率的にCVRをあげる施策を抽出できる
- 分析結果をもとにウェブサイトのUI改善も支援する
- 本機能はUA版で好評だった機能であり、売上改善に貢献が期待できる
- 経路分析は特許も取得済みの独自機能（特開2016-201080）



※GA…Googleアナリティクス、UA…ユニバーサルアナリティクス。第3世代のGoogleアナリティクスの名称、GA4…新たに提供されているGoogleアナリティクスの最新版の名称。

大淵: 「AIアナリスト」では、成長をドライブしてくれるであろう「経路分析機能」がGA4にも対応できることとなり、リリースしております。

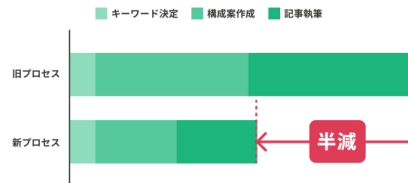
前のまとめでも触れました、この「経路分析機能」は、前世代のUAのデータ分析機能として最も利用される人気の分析機能でした。こうしたキラコンコンテンツが戻ってきたことで、さらにツールの価値が再認識されることと思います。

SEO事業では、生成AIの活用による省力化と品質の安定化を実現。下期に展開範囲を広げていく中で、SEO事業の利益率改善が期待できる

省力化によるスピードアップとコスト削減

- ・ 構成案作成と記事執筆に生成AIを取り込むことで「制作スピードのアップ」と「コスト削減」、「品質の安定」が同時に実現する
- ・ 制作スピードのアップ：人員あたり制作キャパシティの拡大に寄与するため、これまで以上に販売しやすくなる
- ・ コストの削減：人が行う作業量が減り、原価が低減
- ・ 品質の安定：記事品質の維持のためにマニュアルや教育を徹底してきたが、一部はAIに置き換えることで品質は安定する

構成案作成プロセスを短縮と同時に
ライター作業負担も軽減することで記事執筆も短縮



自社向けに活用後、顧客向けにも展開中

- ・ ステップを踏んで、新プロセスによって制作された記事の公開を開始。同時に、旧プロセスで制作した記事との成果観点での差異がないかを検証する
- ・ 成果に問題がなければ、先行トライアルを一部顧客向けに実施した後、全顧客に展開
- ・ 25年4月時点で既に顧客向けに展開しており、問題は発生せず

24年9月

自社のオウンドメディア「AIアナリストブログ」の記事制作に活用

10月

一部懸念先の実案件にトライアル導入し、顧客向けの受け入れテストを実施

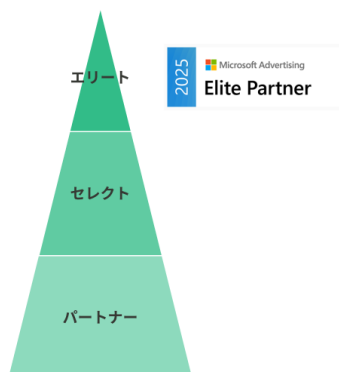
12月

全顧客向けの制作プロセスに導入

大淵: 生成AIの活用も着々と進めております。ただ生成AIを利用するだけでなく、生成AIと人間の協働でコスト削減と品質維持のバランスをいかにとるかに注力しております。まずは、SEOコンテンツの制作に活用することで、大きくコストダウンが可能になりました。SEOコンテンツの制作に特化した生成AIサービスも出てきてはいるのですが、本当に狙ったキーワードの検索順位で1位が取れているかというよく分からないのが現状かと思います。

また、SEO領域では、当社はこれまで提供してきたコンテンツSEOに、Webサイトの構造などからSEO対策を行うテクニカルSEOの支援サービスをセットで提供するかたちに「AIアナリストSEO」サービスをリニューアルしました。生成AIの活用でこれまで提供してきたコンテンツSEO制作のサービスの原価が大きく下がったことで、このコンテンツSEOとテクニカルSEOのセットを競合他社よりぐっと安く提供することが可能になり、他社から当社へと乗り換えられるお客様も多くなり、SEO事業はとても好調です。

当社がMicrosoft広告パートナープログラムにおいて最高位の「エリート」クラスに認定



Microsoft 広告パートナープログラム

- ・ 価値の高いパートナー企業を認定・表彰するためのロイヤリティプログラム
- ・ 広告運用実績やエンゲージメントの高さに応じてパートナー企業を3クラスに認定。当社は「エリート」クラスで、最高位に認定された
- ・ 認定された企業は、それぞれのクラスに応じて、Microsoft 広告によるトレーニングや、マーケティング・販売リソースの提供など、さまざまなサポートを活用することが可能に
- ・ 当社では、25年4月上旬に日本マイクロソフトと共同でウェビナーを実施するなど、パートナープログラム認定によるサポートを積極的に活用して広告運用事業の拡大につなげていく考え

大淵: 最後に広告運用代行事業についてです。広告事業では、マイクロソフト広告のパートナープログラムで当社が3ランクのうちトップランクである「エリート」に認定されました。「エリート」に認

定されたことで、当社は特別なサポートをマイクロソフトから得ることができるため、マイクロソフト
広告の運用改善がパートナーでない企業より豊富なデータから行うことができます。このパート
ナープログラムを活かして、広告事業もしっかりと伸ばしていければと考えています。

今期の見通し

大淵:最後に、今期の業績見通しをご説明させていただきます。

26/2期計画
過去最高の売上高およびEBITDAの達成を計画する

(単位：百万円)	2026/2 会社計画	2025/2	
		実績	増減率
売上高	2,106	1,848	+14.0%
売上総利益	1,138	964	+18.1%
売上総利益率	54.1%	52.2%	+1.9pp
販売管理費	935	857	+9.1%
営業利益	203	107	+90.4%
営業利益率	9.7%	5.8%	+3.9pp
EBITDA	330	232	+42.3%
EBITDA率	15.7%	12.6%	+3.1pp
経常利益	206	114	+79.6%
純利益	153	93	+64.6%

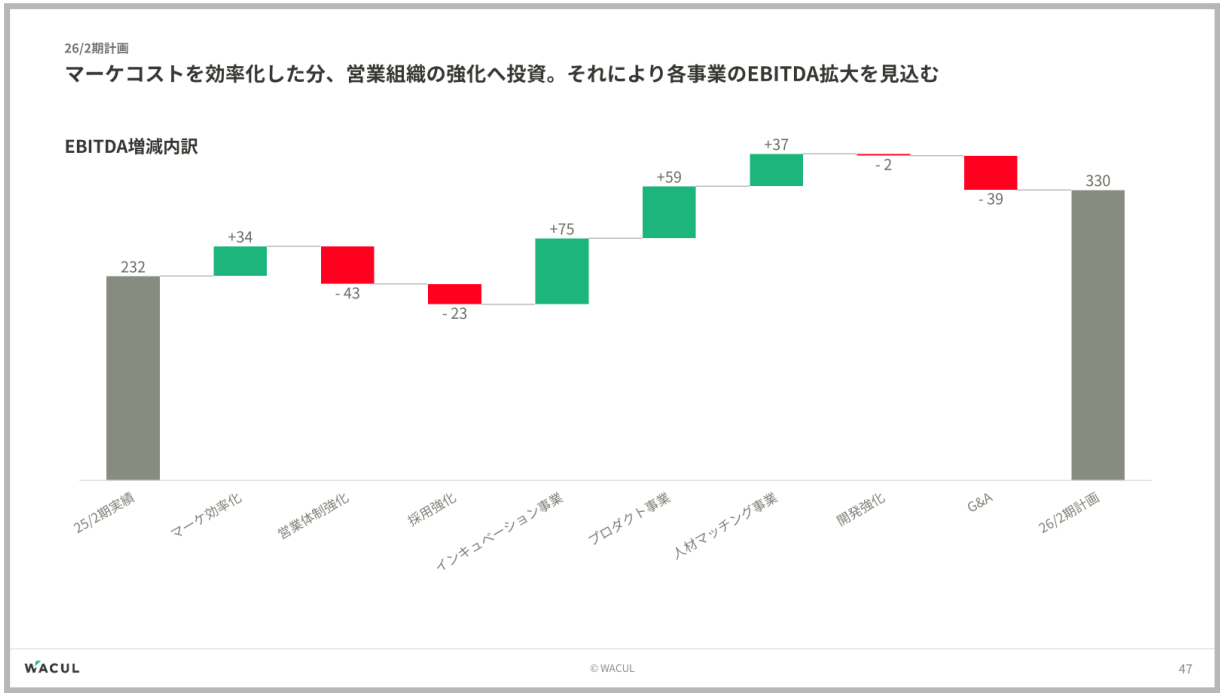
会社計画に関する見通し

- 再度事業を成長軌道に乗せるべく、「受注起点」で組織体制をアップデート
 - 営業組織の強化に投資＆サービスごとの利益率も踏まえた目標設計を徹底することで利益率の改善
 - デリバリー組織もサービス間をまたいだ体制に変更し、部門間のシナジー強化を遂行
- 当社のコストは人件費と販促費が大部分を占める。販促費については、25/2期からROI改善を図り獲得効率向上維持を目指す
- 24/2期から開始した人材データベース開発の研究開発投資は、26/2期も継続して実施想定。現時点の開発範囲は、既存プロセスの効率化、マッチング精度向上を目指すものだが、将来的にはフリーランスプールを開放するダイレクトリクルーティングサービスへの展開も視野に
- 24/2期に追加借入した資金による運転資金の手当はできていることから、これまで蓄積してきた資金を元手に、非連続な成長のためのM&Aや資本業務提携などのコーポレートアクションも積極的に検討

※組織全体の設備については、2025/4/10開催の「2025第2 квартальный отчет (第2四半期)」をご確認ください。

WACUL © WACUL 46

大淵:今期26年2月期は、売上高21億6百万円、EBITDA3億3000万円、当期純利益1億5300万円を計画しております。インキュベーション事業での既存事業の拡大と新規事業の獲得、そして「AIアナリスト」の再成長などが期待できます。また、販管費は先ほどご説明したROIの精緻化による不要コストの洗い出しと削減を行ったうえで、その削減分を営業組織強化に投下していきます。



大淵: ウォーターフォールで示すところのような形になります。広告宣伝費の効率的投下によって生まれた原資を営業組織の強化に投下していることが分かるかと思います。営業組織の強化によって、各事業をしっかりと伸ばしていくことを計画しています。

以上、長くなりましたが2025年2月期第4四半期/通期の決算説明とさせていただきます。ご清聴誠にありがとうございました。

(以上)

免責事項

本資料で提供される内容の信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の契約不適合責任及び補償責任を負いません。

本資料は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。