



株式会社コンフィデンス

2022年3月期 第1四半期決算説明資料

エグゼクティブサマリー

FY2022 事業方針

- ✓ クリエイター数1,000名達成に向け、一層の顧客深耕とサービスのクロスセルにより営業力を強化し、高い成長性と収益性を持続する
- ✓ クリエイター向けの研修や教育の場を整備することでクリエイターがスキルアップできる環境作りを行う

FY2022 1Q 連結業績

- ✓ クリエイター配属数の増加により収益が積みあがっていく収益モデルのため、通期の業績予想に対して売上高及び営業利益ともに順調に推移している状況（売上高進捗率23.8%、営業利益進捗率25.2%）

(単位：千円)

売上高
1,042,136


前年同期比
+25.1%

売上総利益
369,735


前年同期比
+21.3%

営業利益
181,687


前年同期比
+12.4%

売上総利益率 **35.5%**

営業利益率 **17.4%**

INDEX

1

Consolidated financial results and segment results

連結及びセグメント業績

P4

2

Progress of growth strategies

成長戦略の進捗

P16

1

連結及びセグメント業績

Consolidated financial results and segment results

2022年3月期第1四半期 連結業績の概要



- ✓ FY22.3 1Qの売上高は**10.4億円**で前年同期比25.1%の増加、営業利益は**1.8億円**で前年同期比12.4%の増加、当期純利益は**1.1億円**で前年同期比9.6%の増加をしており、高い成長率を継続
- ✓ FY22.3 1Qにおける売上高の通期進捗率は23.8%、営業利益率の通期進捗率は25.2%で、派遣配属数の増加により収益が積みあがっていく収益モデルであるため、通期業績予想に対して順調に推移

(単位：千円)	第1四半期						通期	
	FY21.3		FY22.3				FY21.3	FY22.3
	(実績)	(通期進捗率)	(実績)	(通期進捗率)	(前年同期比)	(前年同期増減率)	(実績)	(予想)
売上高	832,719	23.3%	1,042,136	23.8%	209,417	25.1%	3,569,208	4,386,000
売上総利益	304,778	24.7%	369,735	-	64,956	21.3%	1,236,368	-
売上総利益率	36.6%	-	35.5%	-	▲1.1pt		34.6%	-
販管費・一般管理費	143,069	22.6%	188,047	-	44,977	31.4%	631,790	-
対売上高比率	17.2%	-	18.0%	-	+0.8pt		17.7%	-
営業利益	161,708	26.7%	181,687	25.2%	19,979	12.4%	604,578	720,000
営業利益率	19.4%	-	17.4%	-	▲2.0pt		16.9%	16.42%
税引前当期純利益	160,574	26.7%	175,170	-	14,595	9.1%	601,429	-
親会社株主に帰属する当期純利益	106,244	26.6%	116,409	23.4%	10,165	9.6%	399,536	498,000
当期利益率	12.8%	-	11.2%	-	▲1.6pt		11.2%	11.4%
1株当たり当期純利益(円)	24.88	-	27.14	-	2.26	9.1%	93.57	110.91
潜在株式調整後(円)	-	-	25.79	-	-	-	-	-
1株当たり配当金(円)	-	-	-	-	-	-	-	-

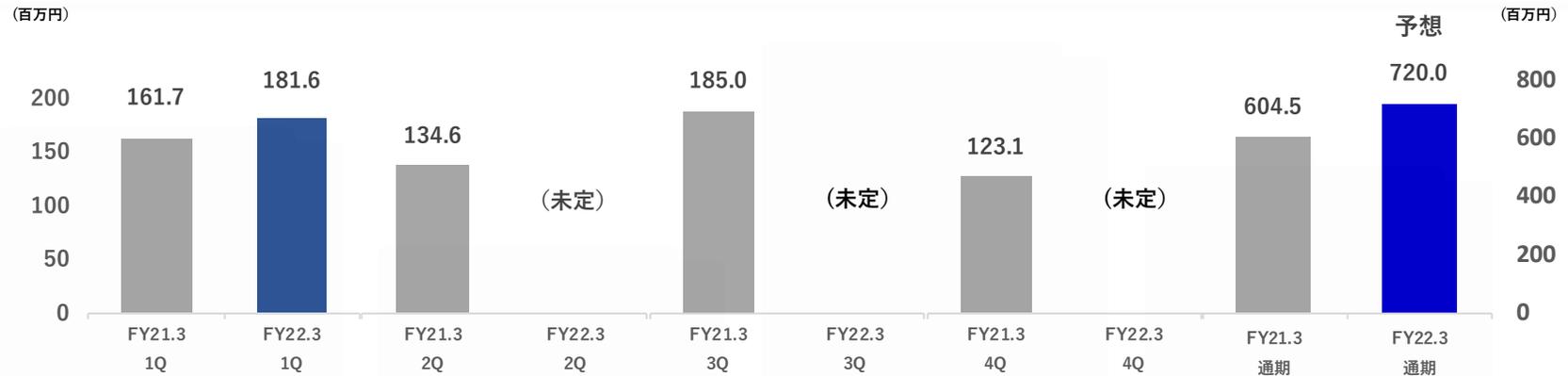
四半期推移

売上高



前年同期比	+25.1%		-		-		-		(+22.9%)	
通期進捗率	23.3%	23.8%	23.3%	-	26.0%	-	27.4%	-	100%	100%

営業利益



前年同期比	+12.4%		-		-		-		(+19.1%)	
通期進捗率	26.7%	25.2%	22.3%	-	30.6%	-	20.4%	-	100%	100%
営業利益率	19.4%	17.4%	16.2%	-	20.0%	-	12.6%	-	16.9%	(16.4%)

2022年3月期第1四半期 人材事業の業績概要

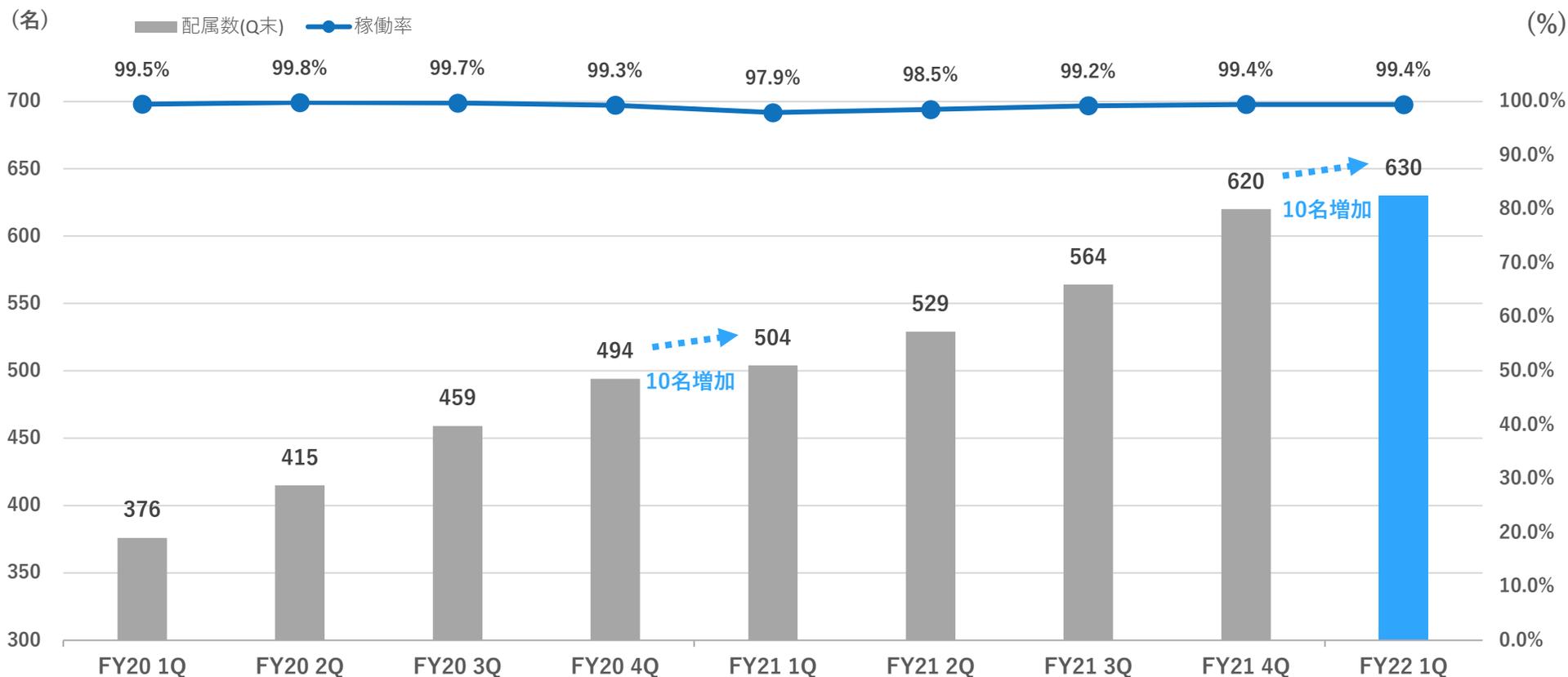


- ✓ FY22.3 1Qの売上高は**10.2億円**で前年同期比26.8%の増加、セグメント利益は**2.8億円**で前年同期比19.6%の増加
- ✓ FY22.3 1Qの売上総利益率は**35.0%**であり、前年同期比でほぼ同水準を維持
- ✓ FY22.3 1Qのセグメント利益率は**27.5%**であり、人員増加による生産性低下が原因で前年同期比で1.7pt悪化しているが、利益貢献を果たすまでの一時的なもの

(単位：千円)	第1四半期						通期	
	FY21.3		FY22.3				FY21.3	FY22.3
	(実績)	(通期進捗率)	(実績)	(通期進捗率)	(前年同期比)	(前年同期増減率)	(実績)	(予想)
売上高	808,022	23.1%	1,024,604	24.1%	216,582	26.8%	3,496,812	4,253,000
人材派遣	765,332	23.3%	974,460	-	209,128	27.3%	3,279,770	-
受託業務	34,537	21.4%	40,300	-	5,763	16.7%	161,051	-
人材紹介	8,152	14.6%	9,843	-	1,691	20.7%	55,991	-
売上総利益	288,223	24.3%	358,284	-	70,061	24.3%	1,186,059	-
売上総利益率	35.7%	-	35.0%	-	▲0.7pt		33.9%	-
販管費・一般管理費	52,506	21.1%	76,301	-	23,795	45.3%	248,532	-
対売上高比率	6.5%	-	7.4%	-	+0.9pt		7.1%	-
セグメント利益	235,716	25.1%	281,982	-	46,265	19.6%	937,526	-
セグメント利益率	29.2%	-	27.5%	-	▲1.7pt		26.8%	-

【人材派遣】クリエイター配属数・稼働率の四半期推移

- ✓ クリエイター配属数は630名、前四半期末から10名増加しており、派遣契約の更新が3月末にあることから伸び悩む傾向がある中、前期と同水準の増加を確保
- ✓ FY22.3 1Qの稼働率は99.4%であり、高い稼働率を維持

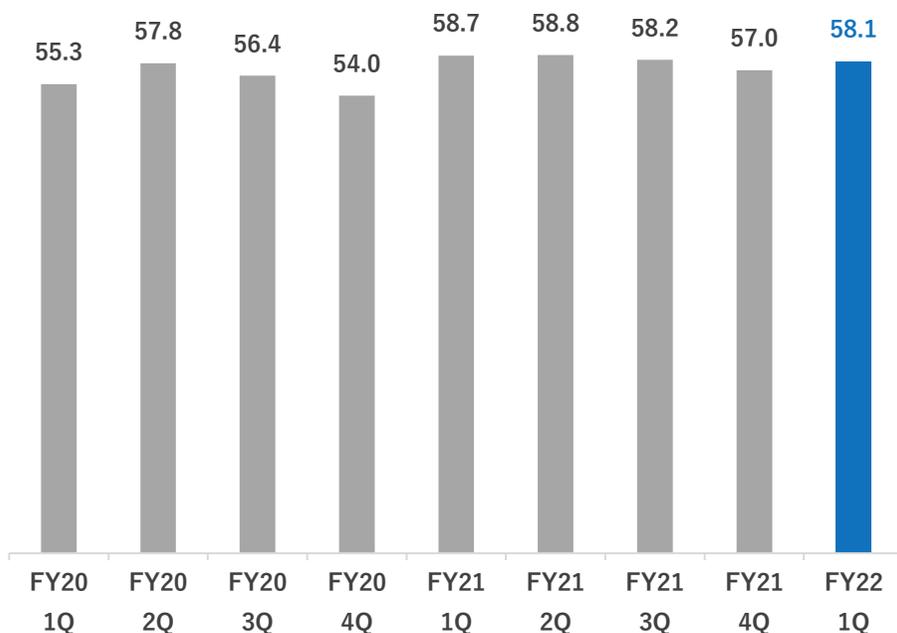


【人材派遣】稼働日数・残業時間の推移

- ✓ 四半期ごとの稼働日数について、前年同期比と営業日数は同じであるが、有給が増加したことにより若干の減少
- ✓ 月ごとの日次平均残業時間の推移は、前年同期と比べ平均で0.11時間増加
- ✓ コロナ禍により巣籠もり需要が継続していることから、ゲームタイトルの開発が多く残業は増加傾向

稼働日数※の推移

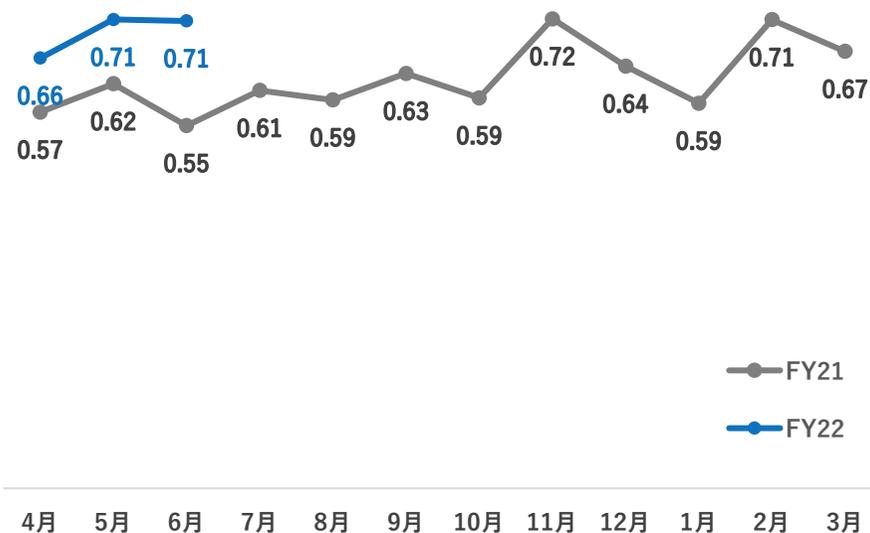
(単位：日)



※営業日から平均欠勤・有給日数を差し引いた平均実稼働日数にて算出

残業時間※の推移

(単位：時間/日・人)



※月間の平均累計残業時間を営業日で除算した日次平均

2022年3月期第1四半期 メディア事業の業績概要



- ✓ FY22.3 1Qの売上高は**17.5百万円**で前年同期比29.0%の減少、セグメント利益は**3.5百万円**で前年同期比28.3%の減少
- ✓ インターネット広告市場の悪化により、アドネットワーク広告収入の基礎となるPV数及びPV単価が減少したことが主な要因
- ✓ FY22.3 1Qのセグメント利益率は**20.1%**であり、前年同期比でほぼ同水準を維持
- ✓ アドネットワーク広告収入による売上が不安定であるため、ゲーム会社向けのプロモーション受託に注力することで売上・利益の増加を目指す

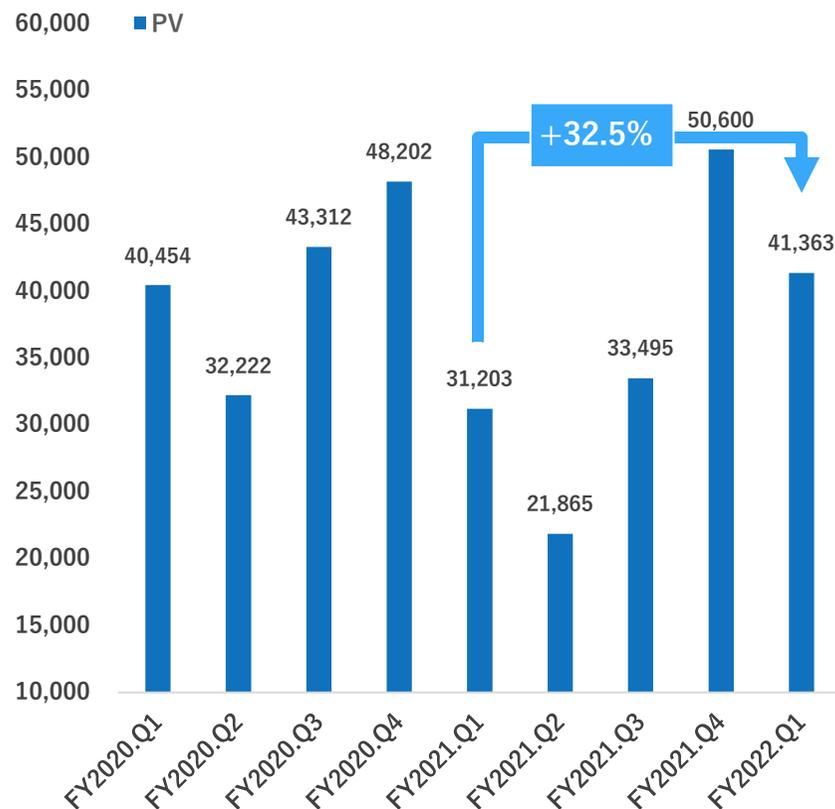
(単位：千円)	第1四半期						通期	
	FY21.3		FY22.3				FY21.3	FY22.3
	(実績)	(通期進捗率)	(実績)	(通期進捗率)	(前年同期比)	(前年同期増減率)	(実績)	(予想)
売上高	24,697	34.1%	17,531	13.3%	(7,165)	-29.0%	72,395	132,000
売上総利益	16,555	32.9%	11,451	-	(5,104)	-30.8%	50,309	-
売上総利益率	67.0%	-	65.3%	-	▲1.7pt		69.5%	-
販管費・一般管理費	11,649	31.3%	7,935	-	(3,714)	-31.9%	37,190	-
対売上高比率	47.2%	-	45.3%	-	▲1.9pt		51.4%	-
セグメント利益	4,905	37.4%	3,515	-	(1,389)	-28.3%	13,118	-
セグメント利益率	19.9%	-	20.1%	-	+0.2pt		18.1%	-

【メディア】PV数とメディア事業の収益構造

- ✓ PV数は前年同期比では31百万PVから41百万PVと増加しているものの、直前四半期からは減少傾向
- ✓ アドネットワーク収益はPV数の増減に左右され、PV数は外部環境に左右されることから安定的な収益構造への転換が急務
- ✓ 人材事業の顧客チャネルを活かし、ゲーム会社向けのプロモーション受託に注力することで収益の安定化を図る

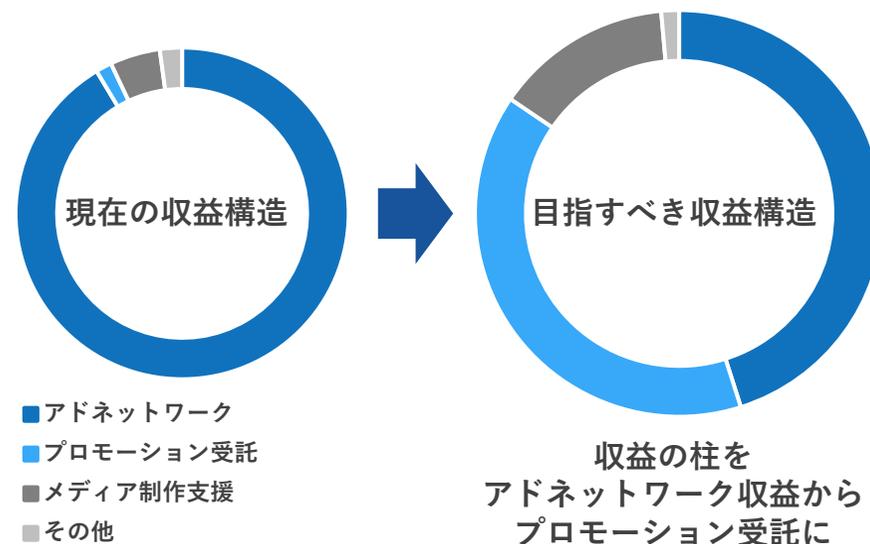
PV数の推移

(単位：千PV)



メディア事業の収益構造の見直し

- ✓ 現在のメディア事業はアドネットワークが収益の柱
- ✓ 外部環境に左右され不安定な収益構造
- ✓ ゲーム会社向けのプロモーション受託に注力し、収益の安定化を図る



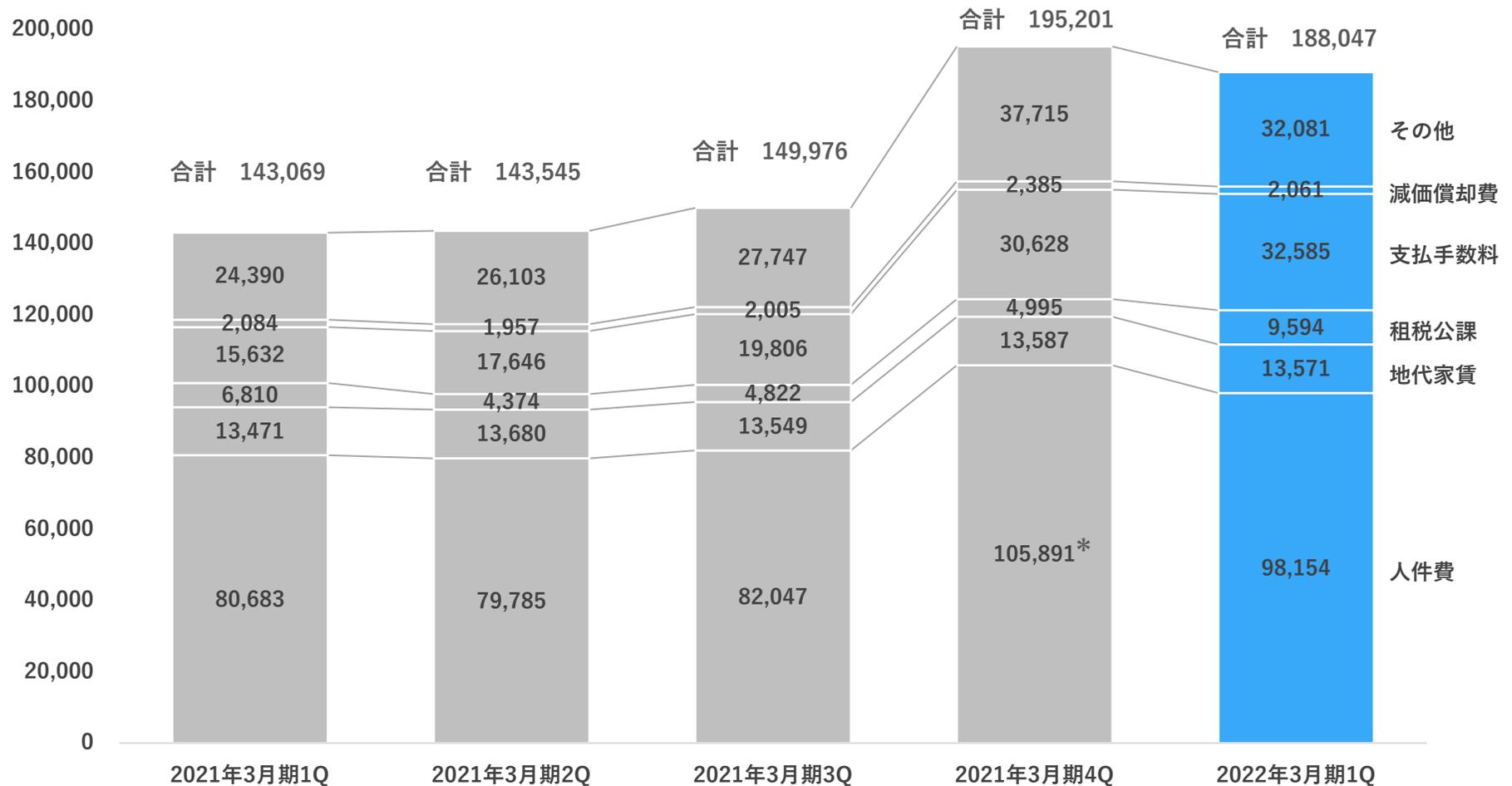
販売費及び一般管理費の四半期推移

- ✓ FY22.3 1Qの販売費及び一般管理費は188百万円で前年同期比で+31.4%増加
- ✓ 主な要因は、人件費17百万円の増加（前年同期比で+21.7%）、支払手数料16百万円の増加（前年同期比で+108.5%）
- ✓ 人件費は業容拡大による人員増加、支払手数料は上場関連費用によるもの

(単位:千円)	前年同期	前四半期	今期		
	FY2021.1Q	FY2021.4Q	FY2022.1Q		
	実績	実績	実績	前年同期比	前四半期比
人件費	80,683	105,891	98,154	21.7%	-7.3%
地代家賃	13,471	13,587	13,571	0.7%	-0.1%
租税公課	6,810	4,995	9,594	40.9%	92.1%
支払手数料	15,632	30,628	32,585	108.5%	6.4%
減価償却費	2,084	2,385	2,061	-1.1%	-13.6%
その他	24,390	37,715	32,081	31.5%	-14.9%
総計	143,069	195,201	188,047	31.4%	-3.7%

【参考】販売費及び一般管理費の四半期推移

(単位：千円)

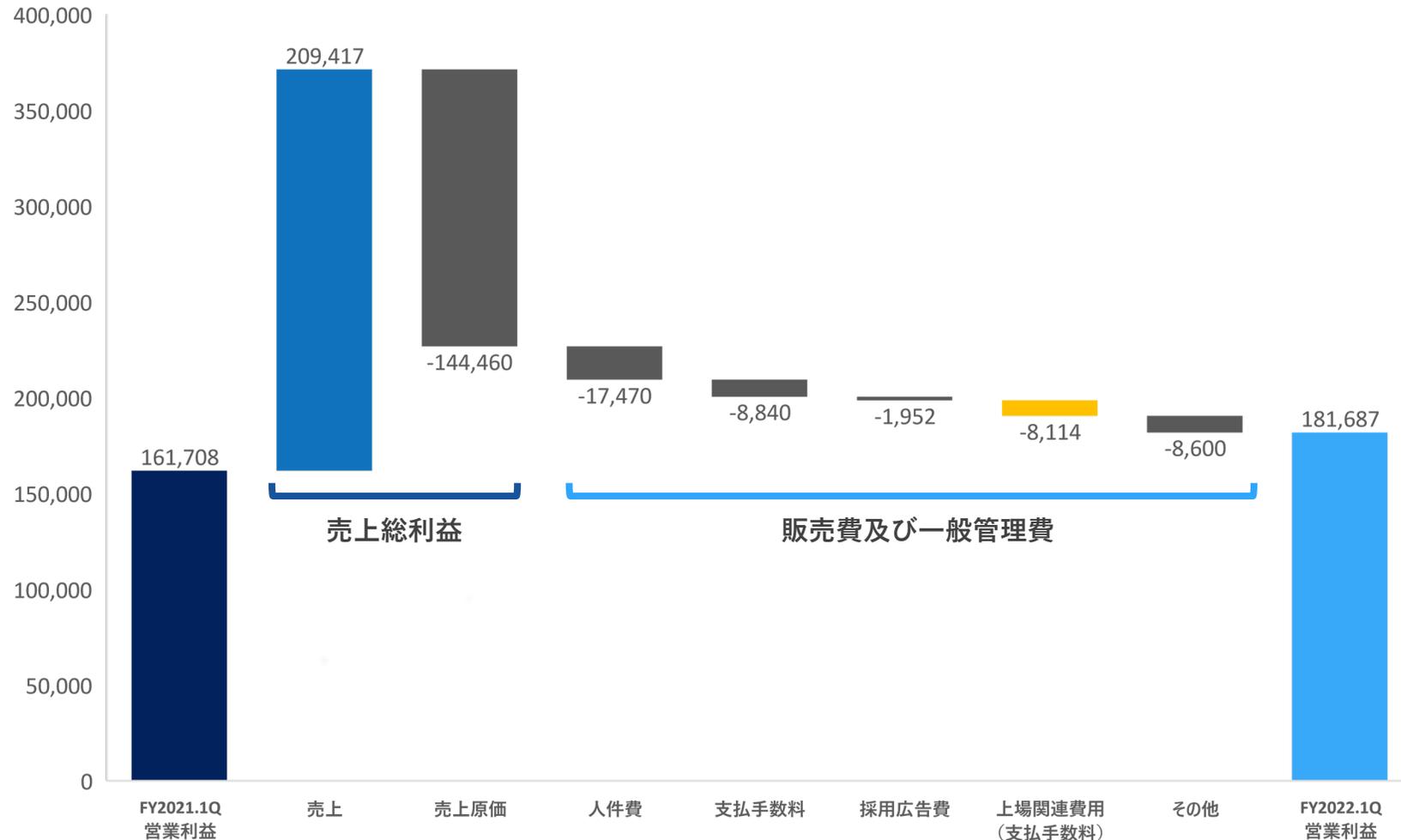


*業績賞与15百万円を含む

営業利益の増減要因分析（対前年同期比）

- ✓ 営業利益の対前年同期比の増減要因分析は以下の通り
- ✓ 上場関連費用の負担がなくなることによって、販売費及び一般管理費は減少見込みであるため営業利益の増加要因

（単位：千円）



2022年3月期第1四半期 B/S及びC/F

- ✓ 現預金は13.7億円あり、資金繰りの懸念はなし
- ✓ 負債と純資産の比率を見直し、投資にかかる資金調達について借入も視野に入れて最適資本構成を模索
- ✓ さらなる投資計画や株主還元策について検討・立案中

FY2022 1Q末 B/S

現預金 1,370	その他流動負債 585	
		クリエイター給与 372百万円
		未払消費税 91百万円
		未払法人税 68百万円
	1年内返済長期借入金 90	
	長期借入金 90	
	純資産 1,223	
		資本金 492百万円
		資本剰余金 384百万円
		利益剰余金 346百万円
その他流動資産 481		
投資その他の資産 90	固定資産 48	

FY2022 1Q C/F

2021年3月末現預金残高	940
営業CF *	▲3
投資CF	▲8
財務CF **	+441
現預金増減額	+430
2021年6月末現預金残高	1,370

* 営業CF小計+167百万円、法人税等の支払い▲169百万円

** 2021年6月に上場による公募増資+463百万円、長期借入金返済▲23百万円

財務指標

ネットキャッシュ：	11.9億円
自己資本比率：	61.5%



2

成長戦略の進捗

Progress of growth strategies



成長戦略（事業計画及び成長可能性に関する事項より再掲・追記）



中期：顧客深耕及び事業連携の好循環（エコシステム）確立による事業拡大

長期：対象市場の拡大とマッチングソリューションによるデジタルエンターテインメント領域への展開

中期成長戦略

顧客深耕とエコシステムの確立



長期成長戦略

対象市場及び受託事業の拡大で知見を蓄積し、 デジタルエンターテインメント領域への展開



顧客深耕による派遣事業の圧倒的シェア獲得

- ▶ 顧客当たり派遣人数の最大化

進捗①

クロスセル強化による取引機会の最大化

- ▶ 提供サービス多様化による一顧客当たり収益の増大

進捗②

エコシステムの確立による経営効率向上

- ▶ 人材事業とメディア事業連携によるサービス循環の確立

人材サービスの業容拡大

- ▶ 業界／エリア／契約形態の多様化

受託事業の拡大による規模拡大と知見蓄積

- ▶ サービス範囲を拡大し、知見の蓄積と多様な人材をプール

マッチングソリューションの拡大

- ▶ デジタルエンターテインメント領域への展開

【進捗①】顧客深耕による派遣事業の圧倒的シェア獲得

- ✓ 今までは取引社数の増加のため新規取引先の営業を中心に行っていたが、これに加えて1社当たりの配属数を増加するための施策を講じることで顧客深耕を進める
- ✓ 既存窓口から新規部署の紹介を受けるよう関係強化することで取引先の部署を開拓し、1社当たりの配属数を増加させる

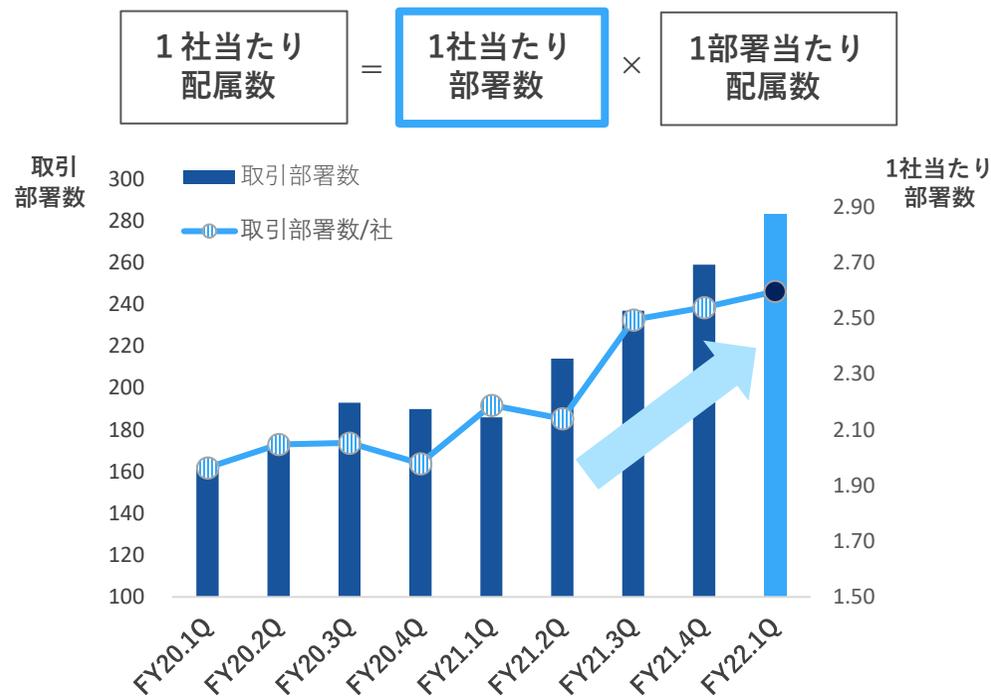
クリエイター配属数増加の施策

- ✓ 従来、クリエイター配属数増加のため取引社数を拡大
- ✓ これに加えて、ゲーム会社各社における取引部署数を増加することで1社当たり配属数の増加を図る



1社当たり配属数増加の施策

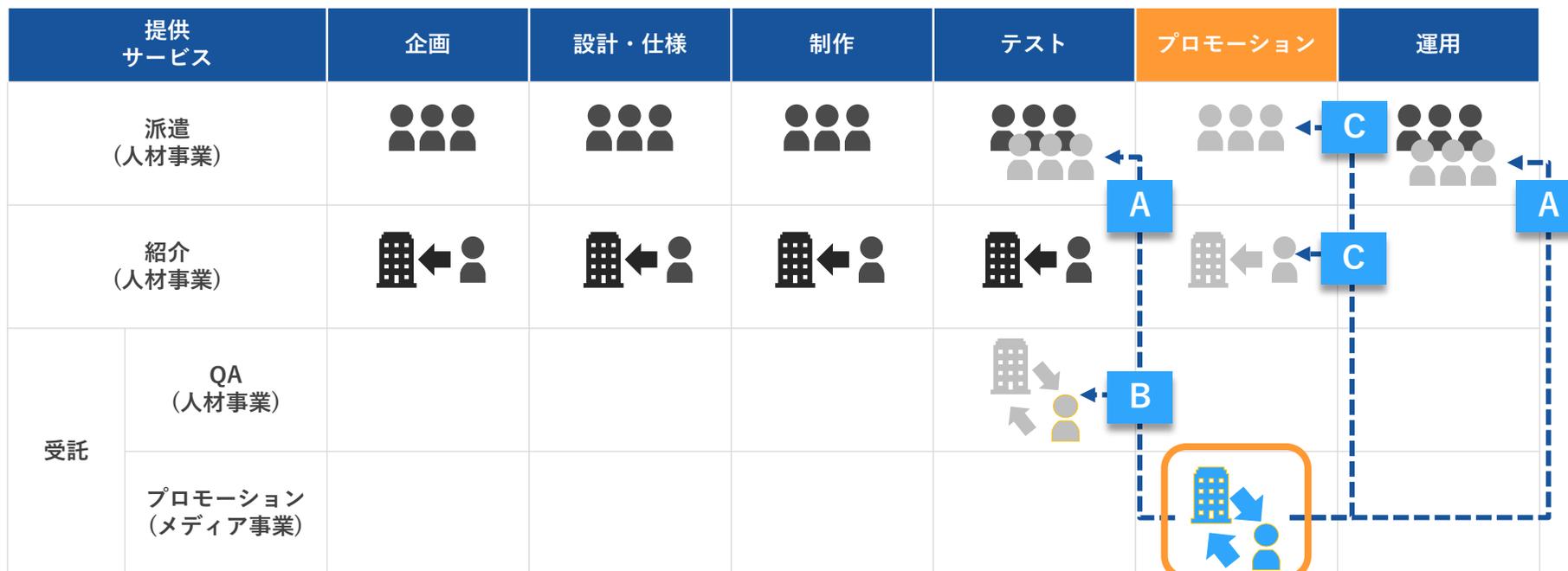
- ✓ 1社当たり配属数を増加させるため、大手のゲーム会社における取引部署数の増加を図る
- ✓ ゲームタイトルの把握や開発スケジュールを理解し、既知の窓口から新規部署の紹介を受けるよう関係強化



【進捗②】 クロスセル強化による取引機会の最大化

ゲーム会社向けのプロモーション案件を獲得することにより、
ゲームタイトルリリースに向けた派遣・紹介・QA*受託のニーズを識別することで取引機会を最大化

タイトルリリースの工程



アイコンの説明

- : 派遣
- : 紹介
- : 受託

A 前後工程のスケジュール・人員を理解することで派遣ニーズを把握可能

B テスト工程のスケジュールを理解することでQAの受託ニーズを把握可能

C プロモーション案件の難易度に応じた派遣・紹介ニーズを把握可能

ゲーム会社向けの
プロモーション案件増加

* QA : Quality Assuranceの略



クリエイティブの最前線で共に未来を描く

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。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はありません。