



決算補足説明資料

2023年3月期第1四半期

この度の新型コロナウイルス感染症(COVID-19)は、世界中の人々の健康や医療に深刻な影響を与えるだけでなく、社会経済や企業活動にも大きな影響を与えています。

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、及び関係者の皆さまに謹んでお見舞い申し上げます。

また、医療現場におきまして、検査や治療などの活動に尽力されている方々に深く敬意を表するとともに、感謝を申し上げます。

一日も早い収束と、皆様が一刻も早く平穏な生活を取り戻されることを、心からお祈り申し上げます。

01

第1四半期業績

02

事業戦略

03

成長戦略

04

事業概要

05

SDGsへの取組状況

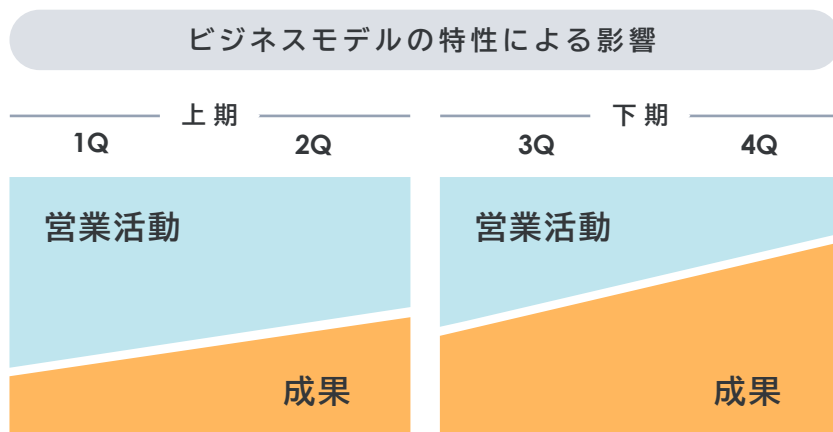
売上収益については、事業が順調に伸長していることから**増収**。

営業利益については前期開示のとおり、メイン事業への投資回収期間が前期から進行期に伸びたことや、事業が順調に伸長した結果、**赤字縮小**。なお、通期の業績予想は**現状想定しているとおりとなる見込み**。

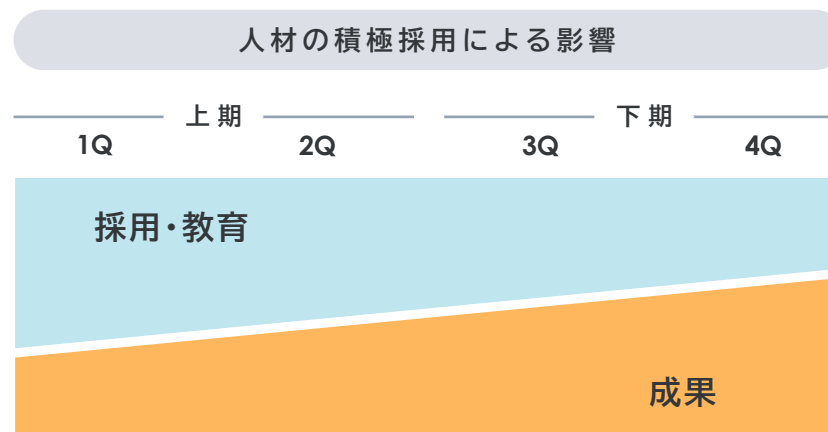
	FY2021	FY2022	(百万円)		
	1Q累計実績	1Q累計実績	YoY	通期業績予想	進捗率
売上収益	1,586	1,842	116% (+256)	7,500	25%
営業利益	▲52	▲32	- (+20)	200	-
親会社の所有者に帰属する四半期利益	▲76	▲46	- (+29)	150	-

当社のビジネスモデルにおける上期と下期の収益構造の違いは以下のとおり。

■ 上期と下期の収益構造の違い



- 取次販売ではメーカーやキャリアからの手数料収入が期末に増加
- 法人は期末に購買量が拡大、個人もライフライン商材については人の移動が増える期末に購買量が拡大



- 新入社員が増える1Qは生産性が追い付かないが、期末に向けて改善する

第1四半期において、前期のようなファイナンスの実行や大幅な事業投資、一過性コストの発生もないため、**純資産はほぼ横ばい**で推移。

	FY2021	FY2022	(百万円)
	期末	1Q	QoQ
流動資産	3,212	2,876	▲335
現預金	1,370	1,450	+79
固定資産	3,604	3,526	▲78
のれん	1,666	1,666	—
総資産合計	6,817	6,402	▲414
流動負債	2,339	2,100	▲238
短期借入	501	498	▲2
固定負債	2,042	1,908	▲134
長期借入	916	863	▲52
負債合計	4,381	4,008	▲372
純資産合計	2,435	2,393	▲41
自己資本比率	35.7%	37.4%	+1.7%

前期末の営業活動が順調であったことから、当第1四半期において**営業活動によるキャッシュ・フローがプラスへ回復**

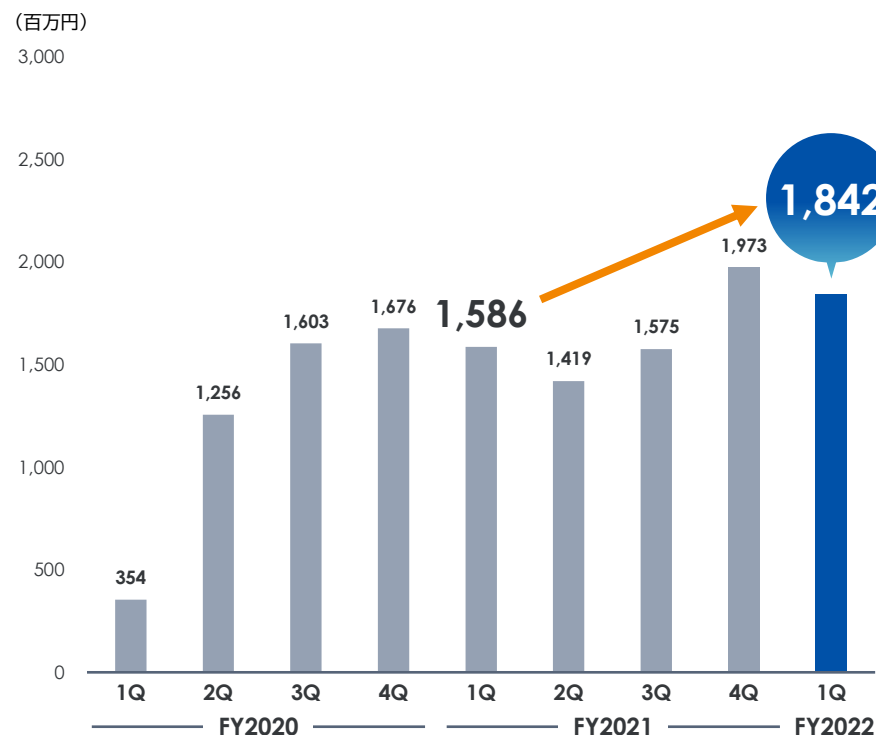
- 営業活動によるキャッシュ・フロー：主に営業債権及びその他の債権の減少により、191百万円のプラス
- 投資活動によるキャッシュ・フロー：主に有形固定資産及び無形資産の取得による支出により、26百万円のマイナス
- 財務活動によるキャッシュ・フロー：主に長期有利子負債の返済による支出により、86百万円のマイナス

	FY2021	FY2022		(百万円)
	1Q	1Q	YoY	— ご参考 — FY2021 通期
営業活動による キャッシュ・フロー	▲138	191	- (+329)	▲591
投資活動による キャッシュ・フロー	▲110	▲26	- (+84)	▲248
財務活動による キャッシュ・フロー	▲54	▲86	- (▲31)	544

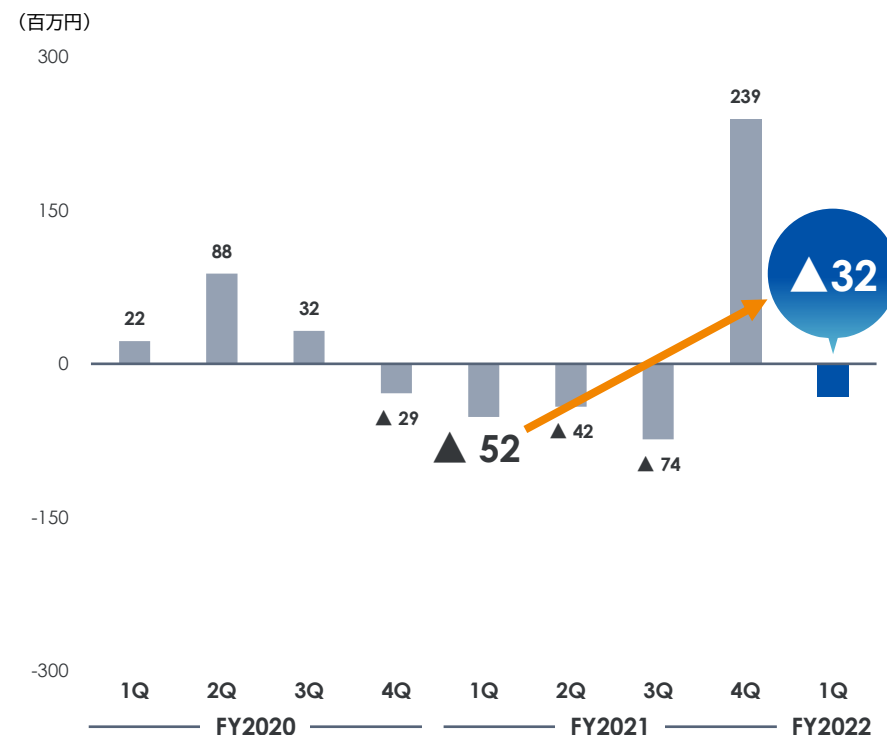
事業投資を積極的行ったことにより、売上収益は堅調に推移。

営業利益において、対前期比で順調に伸長しているものの、引き続きビジネスモデルの特性による影響からの本質的な脱却を図ることで、**第1四半期の黒字化を目指す。**

売上収益



営業利益





法人向け事業

新型コロナウイルスの感染拡大防止に留意し営業活動を行ったものの、前期から積極的に事業投資を行った結果、**売上収益は堅調に推移**

(百万円)

	FY2021 1 Q 累計実績	FY2022 1 Q 累計実績	YoY
売上収益	730	800	110% (+70)
営業利益	45	42	93% (▲3)

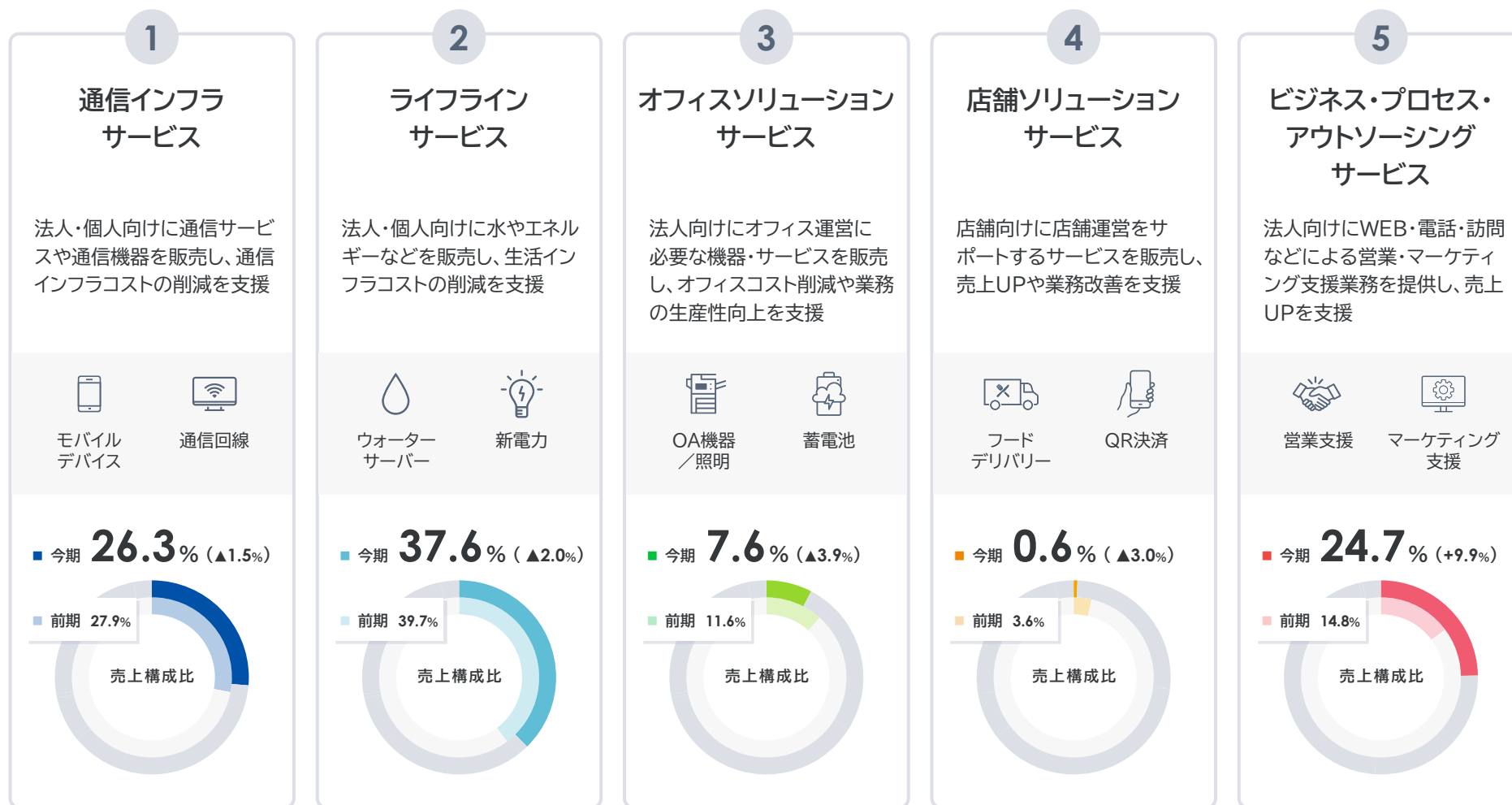


個人向け事業

Renxa株式会社が運営するLifeline Advisor事業において積極的な販売活動を行った結果、**売上収益・営業利益ともに大幅に伸長**

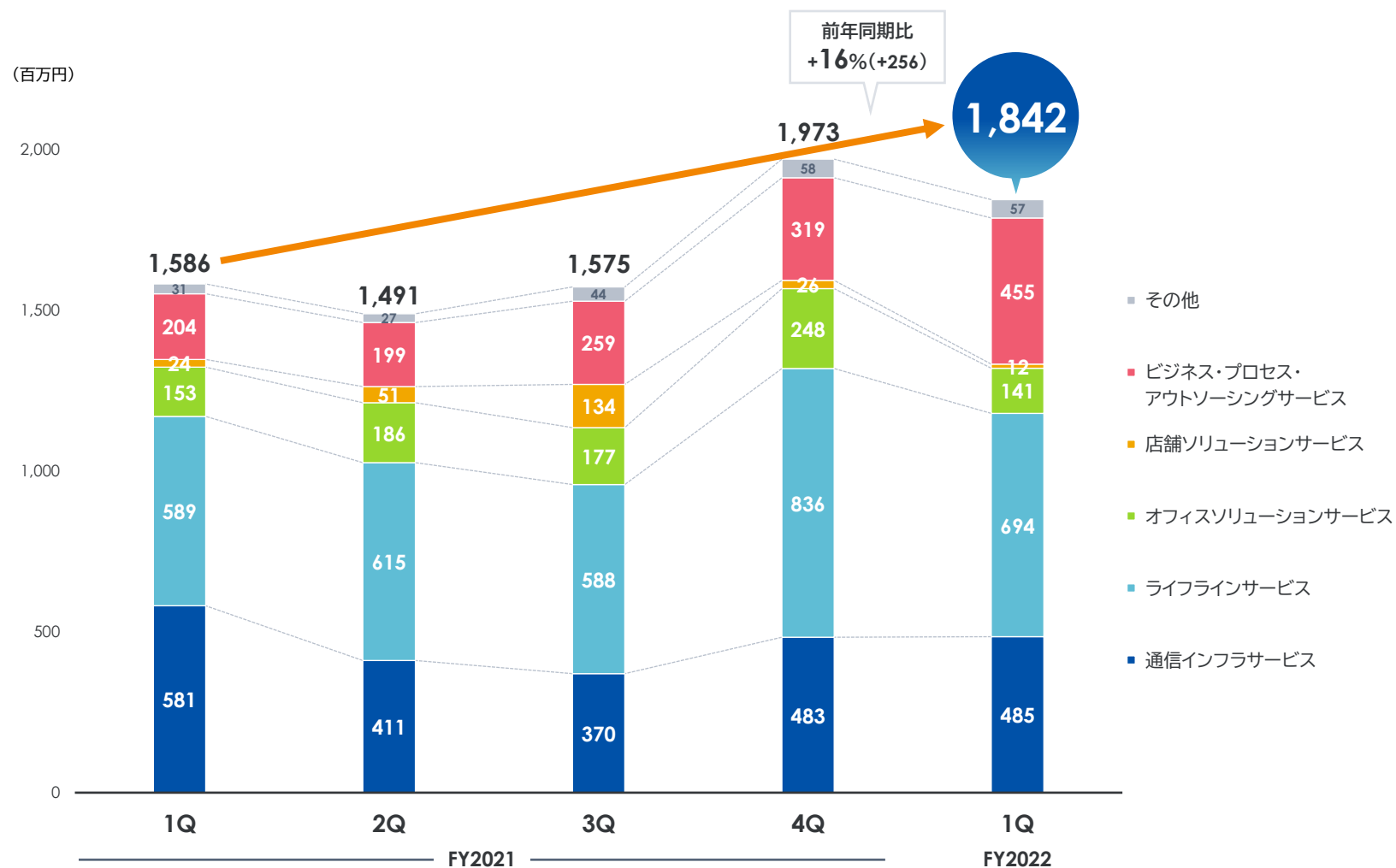
(百万円)

	FY2021 1 Q 累計実績	FY2022 1 Q 累計実績	YoY
売上収益	864	1,042	121% (+178)
営業利益	43	72	165% (+28)



クライアントの営業支援や店舗・企業・個人消費者の課題解決を行うサービス

四半期別売上収益推移



ファイナンス



単独株式移転による純粋持株会社体制への移行に関するお知らせ

持株会社による戦略立案と経営資源配分により効率的なグループ経営を実現。また、経営と執行の分離を徹底することで、意思決定の迅速化とコーポレート・ガバナンス体制・コンプライアンス・リスク管理体制の強化を図る。

移行スケジュール※1

2022年

○ 6月29日 株式移転※2 計画承認時株主総会

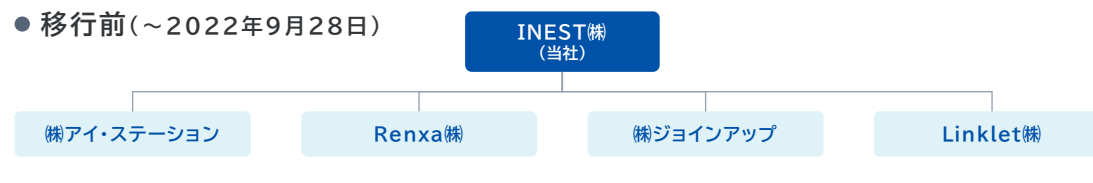
○ 9月29日 当社株式上場廃止日

○ 10月3日 持株会社設立登記日(効力発生日)
持株会社株式上場日

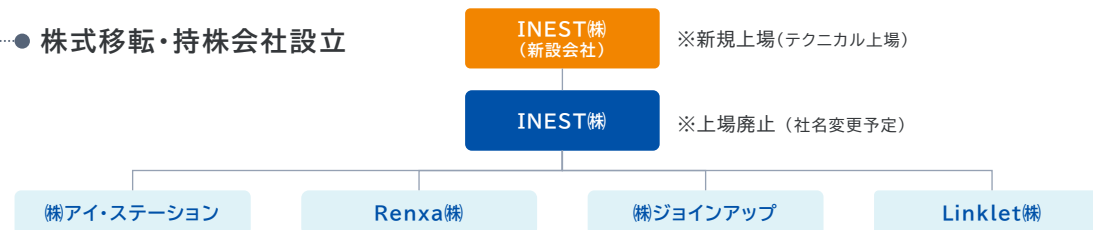
持株会社設立後の体制への移行

移行の手順

● 移行前(～2022年9月28日)



● 株式移転・持株会社設立



● 移行後(2022年10月3日～)

具体的な内容、方法及び時期につきましては、決まり次第お知らせいたします。



※1 株式移転の手続きの進行上の必要性その他の事由により変更することがあります

※2 当社を株式移転子会社、持株会社を株式移転設立完全親会社とする単独株式移転

新規事業探索



新ブランド 「Lifeline Advisor ～Green Energy & Ecology～」 リリースのお知らせ

新生活を迎えられる入居者様に向けて、面倒なお手続きを一括で代行するサービスに加え、生活環境やニーズに寄り添った最適なライフラインプランをご提案するサービス「LifelineAdvisor」のサブブランドとして、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた取り組みのひとつとして、入居者様に、より環境に配慮した商品のご提案を開始

[参考資料](#)

Smart Subscribe 新プラン 「近隣トラブル解決パック by P サポ」 提供開始のお知らせ

掲載企業の生活に便利なサービスを“特別優待価格”でいつでもご利用いただくことができ、更に通信デバイス修理費用保険を自動付帯したサービス「Smart Subscribe」に、株式会社ヴァンガードスミスが提供する、「根本解決が難しい、軽微なトラブルに介入できる第三者」を担う近隣トラブル解決支援サービス「Pサポ」付帯した新プランの提供を開始

[参考資料](#)

店舗用・業務用 Wi-Fi 「BizAir+5G」 提供開始のお知らせ

店舗運営のDX化を推進するため、環境整備の一助になるべく、固定回線で敷設が困難な場所や、提供場所の移動が伴う場合にもインターネット環境整備をより手軽に提供することができる「BizAir+5G」の提供を開始

[参考資料](#)

レンタル充電付き Wi-Fi 「ChargeSPOT Wi-Fi」 リリースのお知らせ

当社、株式会社INFORICH、株式会社光通信の三社間のアセットを活用し、当社をサービス提供会社として、レンタル充電付き Wi-Fi 「ChargeSPOT Wi-Fi」の提供を開始

[参考資料](#)

対応方針

従業員や関係者の安全・安心の確保を最優先とし、感染予防対策と事業継続・拡大に向けた対応を推進しております。今後も政府や自治体からの要請に対して迅速かつ柔軟な対応に努め、業績への影響を最小限に抑える取り組みを実施いたします。



■ クラスターリスク軽減策

- ・ マスクの着用
- ・ アルコール消毒液設置
- ・ 飛沫防止パネルの設置
- ・ 集団行動の自粛
- ・ 不要不急の会食・出張の制限
- ・ 出社時の検温
- ・ 体調不良時の出勤停止
- ・ 会合・イベント参加の見合わせ
- ・ オンライン会議の実施

など

セグメント別業績への影響

法人向け事業



感染力の高い新型コロナウイルスの変異株による社会全体での感染者の急増に伴い、**感染拡大防止に留意し営業活動を行った**ため、フィールドセールスにおいて影響が生じました。

個人向け事業



国民の外出自粛の意識が高まったことで在宅率が向上し、**お客様とのコンタクト数は通常時と比べてあまり減少しなかった**ため、事業への影響は軽微でありました。

01

第1四半期業績

02

事業戦略

03

成長戦略

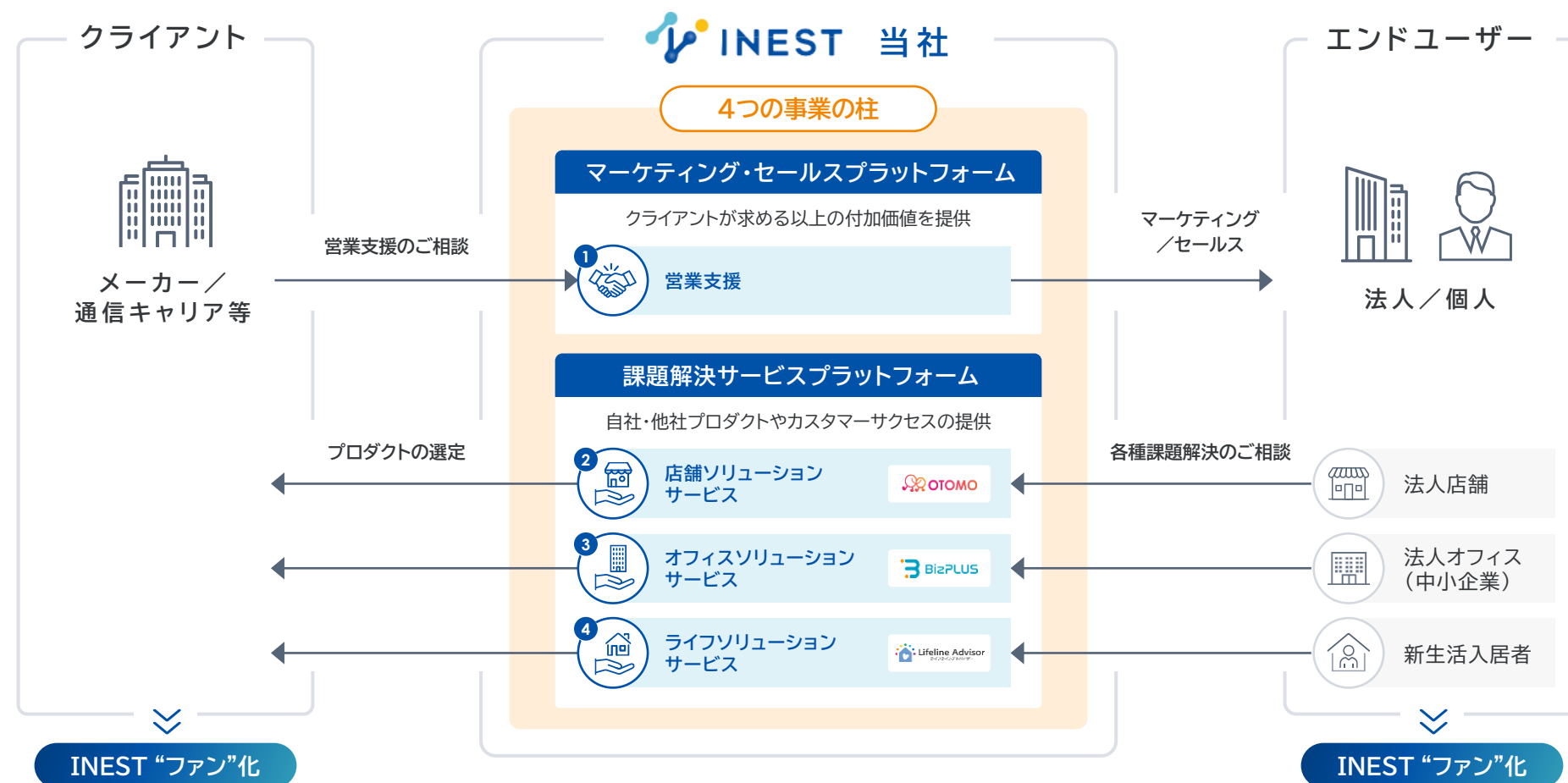
04

事業概要

05

SDGsへの取組状況

クライアントの営業支援や店舗・企業・個人消費者の課題解決のための**プラットフォームの構築**を目指す。
クライアントやエンドユーザーから長期的に選ばれるような、**マーケティングプラットフォームとしての価値を拡大し**持続的な**“ファンを創造”**していく。



収益特性に応じた主要事業の事業区分は以下の通り。2023年3月期業績予想において売上高・営業利益では一時金収益事業の占める割合が大きく、ストック収益事業では自社プロダクトや自社コンテンツによるストック収益の積み上げを行い、外的要因に左右されない安定収益を確保することで、財務基盤の安定化を目指す。

収益特性に応じた事業区分

一時金収益事業



■ 営業支援



■ オフィスソリューションサービス BizPLUS

ストック収益事業



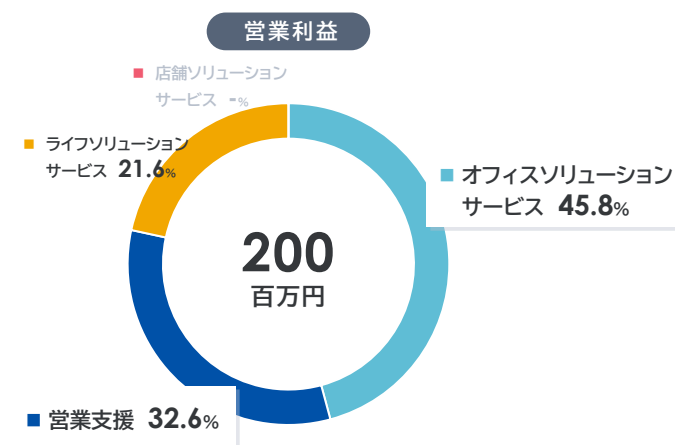
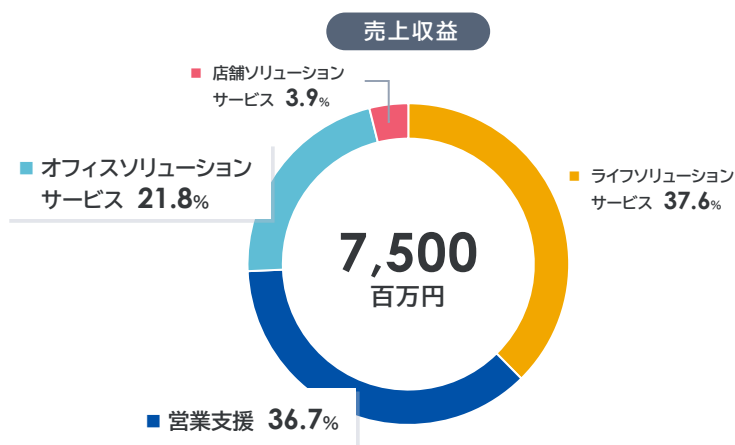
■ 店舗ソリューションサービス



■ ライフソリューションサービス



2023年3月期業績予想における構成比



事業拡大に向けた施策を事業別に推進。営業支援においては、既存受託案件の拡張・営業戦略の強化・支援範囲の拡大を行う。オフィスソリューションサービスにおいては、顧客データベースの統合で最大限の営業効率化を図り、エナジーソリューションとアライアンス開拓の強化を行い収益の向上を目指す。

2023年3月期の主な取り組み(計画)

一時金収益事業



■ 営業支援

■ 既存受託案件の拡張

- ・ 既存受託案件の「縦の伸張」と、新規業務受託による「横の拡張」
- ・ 既存受託企業からの案件紹介および新規案件の定着と拡充

■ 営業戦略の強化

- ・ WEBマーケティングの基盤構築
- ・ デジタルマーケティングからの集客数向上による生産性向上

■ 支援範囲の拡大

- ・ カスタマーサポートの構築
- ・ 企画-マーケティング-セールス-カスタマーサポートまで一気通貫の営業支援を構築



■ オフィスソリューションサービス



■ 顧客データベース統合による営業の効率化

- ・ SFA導入・基盤構築によるマネジメントの強化
- ・ MA機能を構築し重要指数の生産性UP

■ エナジーソリューションの強化

- ・ BCP策定支援体制の拡充
- ・ 太陽光発電連動ソリューション(自家消費・停電対策)の構築

■ アライアンス開拓の強化

- ・ 業種特化型共同ウェビナー等の企画

2023年3月期における
主な取組(計画)

※重要な影響については適宜開示していきます。

店舗ソリューションにおいては、OTOMOの運用基盤の整備を行い、業種・地域特化の専門サービスの立ち上げとパートナー展開により収益化を目指す。ライフソリューションサービスにおいては、高い営業品質をもって提携社数を拡大し、カスタマー利便性の向上と業務の効率化を図り収益の向上を目指す。

2023年3月期の主な取り組み(計画)

ストック収益事業



■ 店舗ソリューションサービス



■ ライフソリューションサービス



2023年3月期における 主な取組(計画)

■ OTOMOの運用基盤の整備

SNSメディア、WEBメディアの立ち上げと運用

■ OTOMOのサービスによる収益化

メディアと自社サービスでのマネタイズ

■ 業種・地域特化の専門分野サービスの立ち上げ

業種や地域に特化したメディアやサービスを構築

■ パートナー展開

パートナー企業によるOTOMOの拡販

■ 提携社数の拡大

新規開拓と既存提携先企業からの紹介

■ カスタマー利便性の向上

多様化する顧客のニーズに合わせた取り扱い商材の拡充

■ 営業品質の高いリソースの確保

営業品質向上のための徹底した教育体制と管理体制

■ 営業・サポート業務の効率化

RPAの導入による業務の効率化

※重要な影響については適宜開示していきます。

01

第1四半期業績

02

事業戦略

03

成長戦略

04

事業概要

05

SDGsへの取組状況

デジタルマーケティングの強化



引き続きクライアントへの営業支援の手法の拡充のため、主にWEBマーケティング体制の強化として、**WEBメディアの制作費用やWEB広告費用などのコストが先行**しますが、生産性向上や非連続な成長の実現が見込めます。

事業プラットフォームの構築



統合以降、ストック収益※を主な収益源とするプロダクトの開発及び拡販のため投資を行っており、**そのような事業やプロダクトを拡販するためのプラットフォームの構築コストが先行**しますが、外的要因に左右されない安定的なストック収益の確保が見込めます。

人材の採用・教育、ESの向上



弊社の更なる成長のためには、営業リソースの拡大が必要不可欠であり、人材の採用や質の向上、定着の3つの観点で、**ES向上や教育プログラムの実施などの施策コストが先行**しますが、長期的な観点において一人当たり生産性の向上が見込めます。

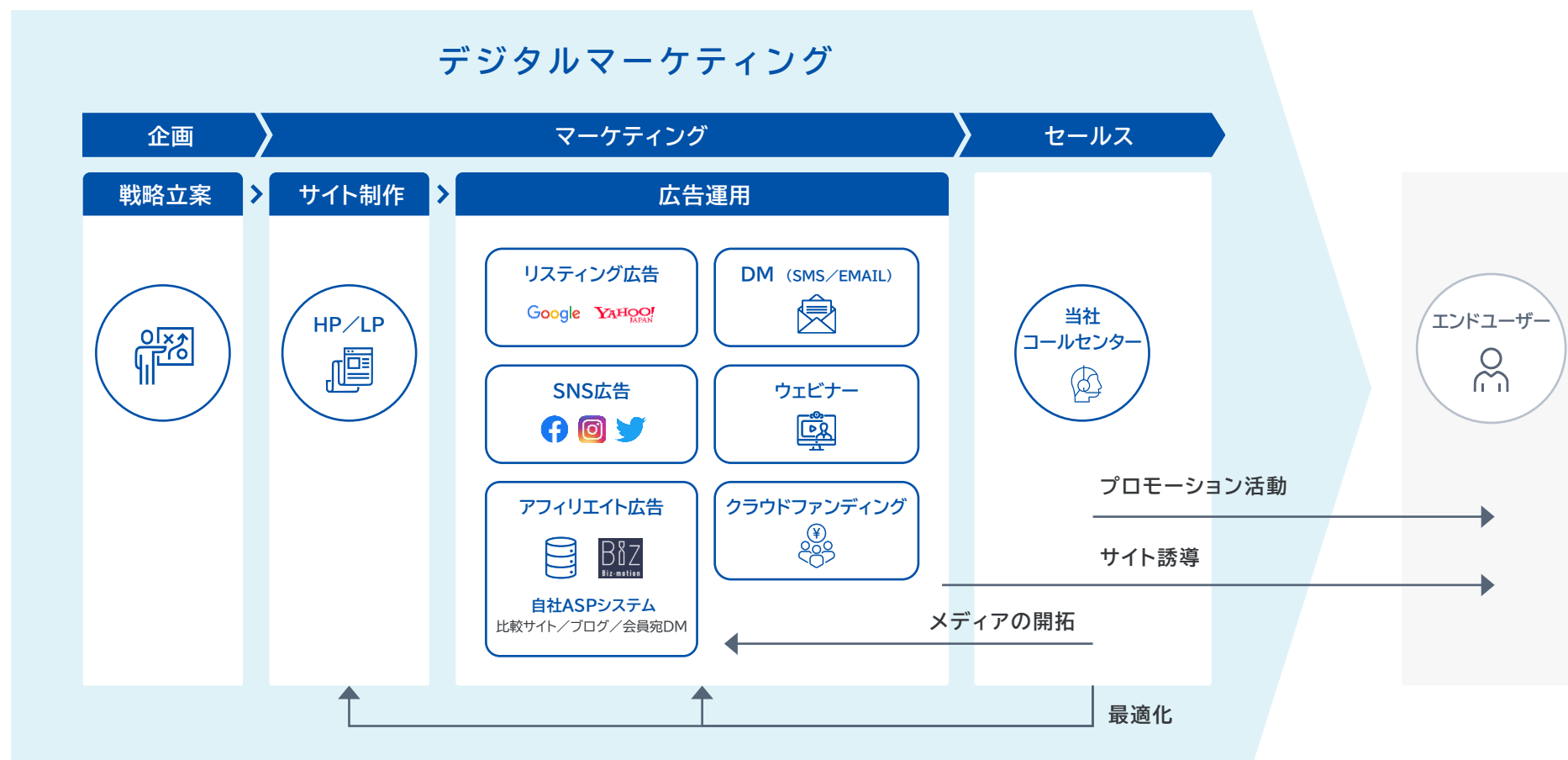
社内インフラの強化・社内DX化の推進



出来上がった基盤に加え、社内業務の効率化のためのインフラ強化は継続して行いつつ、**バックオフィスだけではなく営業部門のDX化の推進**にコストが発生しますが、前項目に掲げる各施策の社内業務の正確性の向上と業務効率化が見込めます。

※ 継続的な商品サービスの提供に対して、定期的に定額で手数料を受け取る収益の形

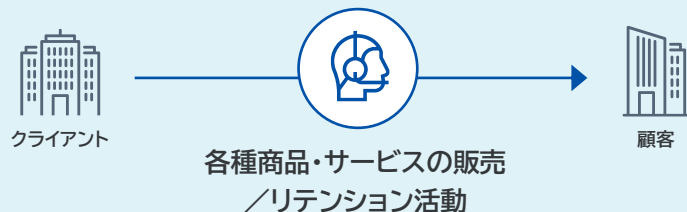
デジタルマーケティングの主要プロセスである、企画・マーケティング・セールスをワンストップで提供することで最大限の効果をもたらす。**デジタルとアナログ(インサイドセールス)を融合したデジタルマーケティングの強化**を行い、デジタルマーケティングに関わるあらゆる業務を最適な方法で提供していく。



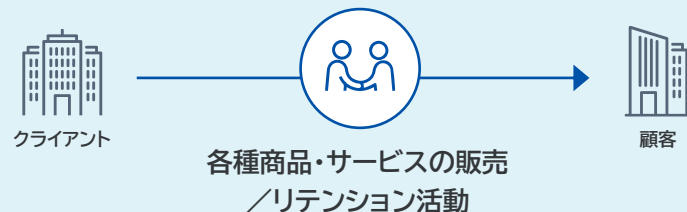
市場の最新のトレンドも取り入れ、**マーケティング手法の多角化を推進**。あらゆるマーケティング手法を用いて企業の課題を解決する営業支援を行う。

多様なマーケティング手法

テレマーケティング



ダイレクトマーケティング



デジタルマーケティング

強化



その他マーケティング

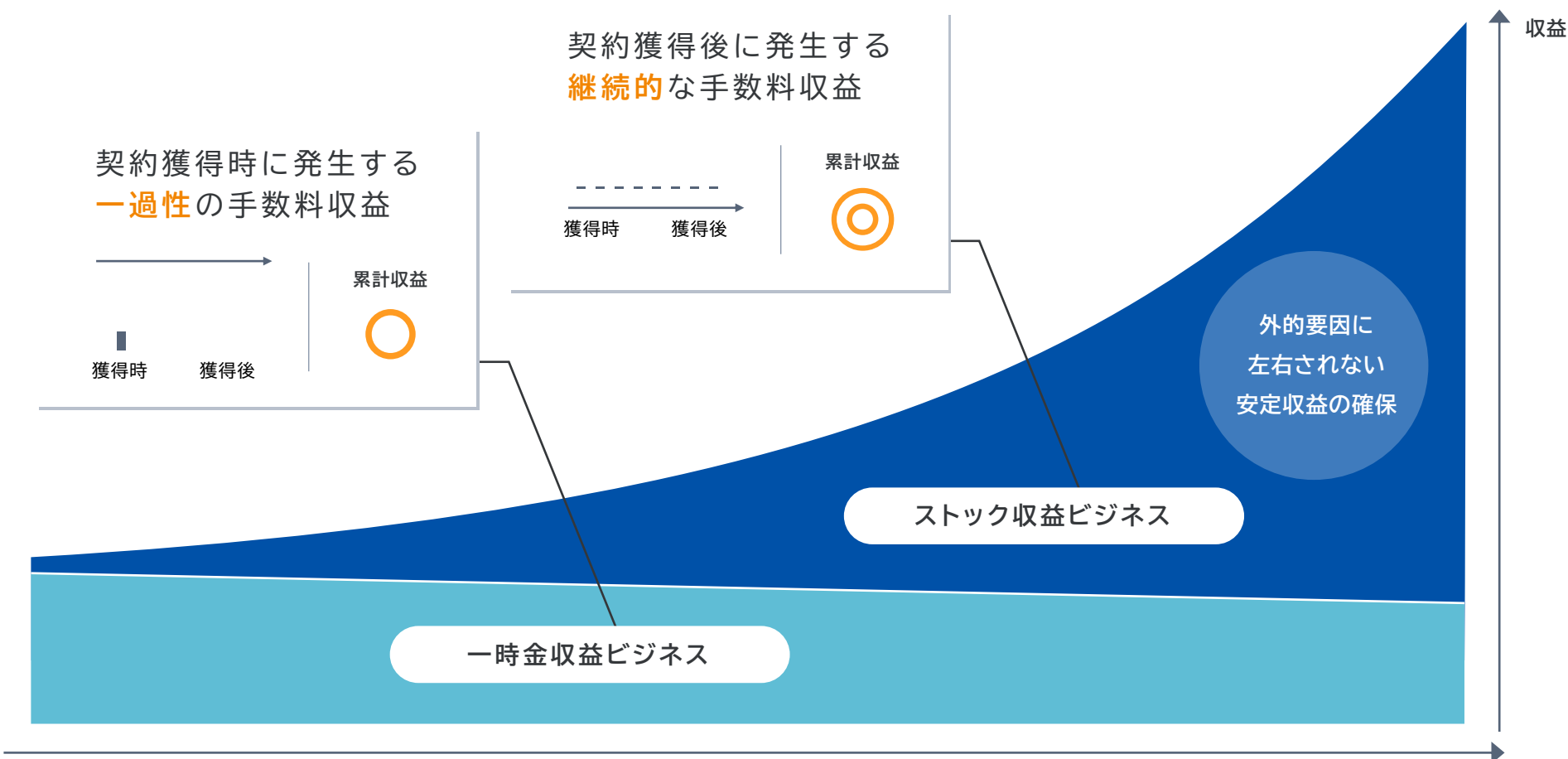
NEW



- ラインナップ -

- ウェビナー
- クラウドファンディング
- SMS・Email
- FAXDM
- 郵送DM
- アライアンス

一時金収益の一部を、既述した「マーケティング・セールスプラットフォーム」や「課題解決サービスプラットフォーム」を構成する4つの事業に積極的に投資し、**ストック収益の早期積み上げ**を目指す。



01

第1四半期業績

02

事業戦略

03

成長戦略

04

事業概要

05

SDGsへの取組状況

持株会社



INEST株式会社

グループの経営・管理

コーポレート本部
(人事・制度・財務・経理・労務・監査)

連結子会社

各事業の運営

販売代理店事業

BPO事業
(営業代行)

人材派遣事業

コンサル
ティング事業

WEB制作／
広告運用

プロダクト
開発事業

i-STATION

株式会社アイ・ステーション

Renxa

Renxa株式会社

Linklet

Linklet株式会社

JOINUP

株式会社ジョインアップ



法人向け事業



個人向け事業

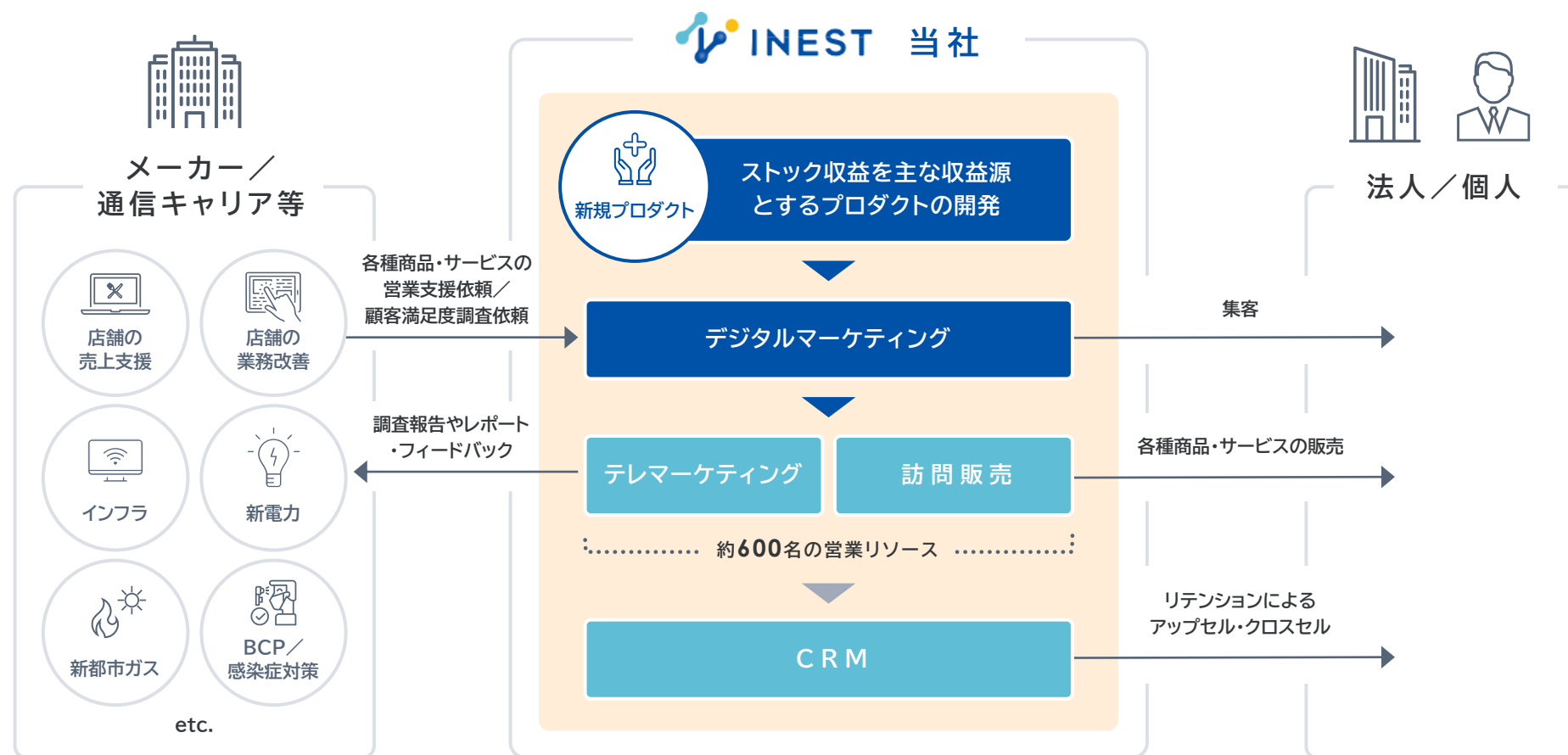


デジタルマーケティング事業



新規プロダクト開発

新規プロダクト開発からデジタルマーケティング、テレマーケティング、訪問販売、CRMに至る全機能を当社グループのリソースによってワンストップで提供。当社グループの強みを活かして企業価値の最大化を図り、**日本を代表する営業支援企業**を目指す。



当社グループの保有する豊富な営業リソースと自社ASPシステム「Biz-motion」を活用し多彩な広告展開を実現。**自社ASPを保有する広告代理店として余計なコストを排除し手広くWEB集客を展開。**



販売特化型 アフィリエイト広告 自社ASPシステム

市場調査・メディア選定

ASP提供・広告配信

分析・レポート

新規メディア開拓

記事LP・SEO記事
コンテンツ制作

DM施策

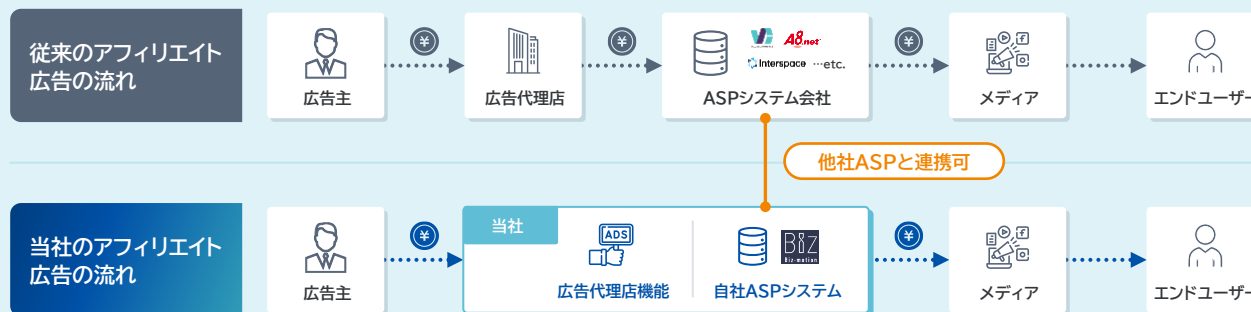
オウンドメディア構築

Point 1

余計なコストを 排除した広告展開

特長

自社ASPシステムを保有する
広告代理店のため、無駄なコスト
をかけずに集客が可能。他社
ASPと連携したメディア展開も
可能なため手広い集客を実現。



Point 2

BtoB商材の高い露出を実現

課題

- 既存の提携リストからメディアを選定
- 簡単に成果が出る商材ばかり拡散される

特長

- ユーザーを購入へ誘導する導線进行設計
- 既存の提携リストにとらわれず、当社で新たにメディアを開拓
 - ▶ 販促難易度が高い商材でも親和性の高いメディアに拡散

Point 3

ユーザーを動かすコンテンツ作成

課題

- 広告は見られるが、購買に繋がらない

特長

- ただ広告を展開するだけでなく、長年培ってきたマーケティング・セールスのノウハウをもとに、ユーザーの購買意欲を促進するコンテンツを作成
- ユーザーを購入へ誘導する導線进行設計

セールスプロモーション会社に求められる**ハイパフォーマンスとハイクオリティの両軸をコアコンピタンスとして兼ね備え**、強みが限定的な企業に対し、当社は網羅的に強みを持つことで競争優位性を確立している。

コアコンピタンスとして網羅

ハイパフォーマンス

営業コンサルティング

- 事業戦略の助言・立案
- 営業ノウハウの仕組み化
- 営業人材の育成
- 育成の仕組み化



クライアントの
課題解決

圧倒的な営業力

- 営業担当は正社員で構成
- 従業員の徹底的な教育
- 豊富な営業ノウハウ
- 指導者のマネジメント教育



長年培った営業ノウハウ
と教育の仕組み

アセスメントシステム

- 個人インセンティブ
- チームインセンティブ
- クオリティインセンティブ



成長を加速させる
評価体制



ハイクオリティ

クオリティ管理体制

- 外部による営業品質調査
- ライセンス制度
- 社内監査体制
- コンプライアンス研修



徹底的な品質管理の
仕組みや教育基盤に
よる他社との差別化

マーケティング・セールスの圧倒的なワンストップ体制

強み 1

多様な請負形態



販売代理店(取次契約)



BPO(営業代行)



人材派遣



コンサルティング

強み 2

多様な販売チャネル・ マーケティング手法の 組合せ



デジタルマーケティング



テレマーケティング



訪問販売



SNSマーケティング



ウェビナー



DM (SMS/EMAIL)

強み 3

ハイクオリティかつ 豊富な営業リソース

合計約**900**名



グループ営業人員
600名

法人担当 約**400**名 個人担当 約**200**名

+

代理店数
約**100**社、約**300**名

強み 4

豊富な顧客基盤



個人消費者



個人事業主



店舗オーナー



大手/中小企業



官公庁

01

第1四半期業績

02

事業戦略

03

成長戦略

04

事業概要

05

SDGsへの取組状況

持続可能な経済成長と課題解決を図るために全社でSDGsの取り組みを推進し、主体的に取り組む重要課題の方針を策定。主に「働き方を通じた取り組み」を重要課題として定め、男性も女性も性別を問わず、全員が平等かつライフステージや年代に合わせた働き方が柔軟に選択できる「働きやすい職場環境づくり」に取り組んでいる。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



※ 参考 外務省HP

当社グループにおける取り組み例

女性管理者比率



33.1%

性別に関係なく、それぞれの
人材がそれぞれのフィールド
で活躍できる職場作り

産休明け復職率



100.0%

※ 自己都合による退職は除く

ライフイベントに柔軟に合わ
せた、テレワークや時短勤務、
託児所付きコールセンターの
設置などの働きやすい環境
の提供

有給消化率



61.4%

定時退社の推進、残業時間の
削減、有給休暇取得の推進

※ 直近2年間の実績にて算出

地方雇用者数



80名

全国に支店を構え、地域の
雇用創出などを通じた地域
創生

免責事項

本資料に記載の内容は、過去及び現在の事実に関するものを除き、当社が現時点で入手可能な情報及び仮説に基づいて判断されたものであり、当該仮説や判断に含まれる不確定要素や、将来の経済環境の変化等により影響を受ける可能性があり、結果として当社及び当社グループの将来の業績と異なる可能性があります。

なお、本資料における将来情報に関する記述は上記のとおり本資料の日付(またはそこに別途明記された日付)時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。

また、本資料に記載されている当社ないし当グループ以外の企業等にかかわる情報は、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。

本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

インサイダー取引に関するご注意

企業から直接、未公開の重要事実の伝達を受けた投資家(第一次情報受領者)は、当該情報が「公表」される前に株式売買等を行うことが禁じられています。(金融商品取引法166条)

同法施行令第30条等の定めにより、二つ以上の報道機関に対して企業が当該情報を公開してから12時間が経過した時点、または金融証券取引所に通知しかつ内閣府令で定める電磁的方法(TDnetの適時開示情報閲覧サービス及びEDINET公開WEBサイト)により掲載された時点を以って「公表」されたものとみなされます。