

**ZUU** 株式会社ZUU  
(東証マザーズ：4387)

2020年3月期第2四半期  
決算説明資料



金融×ITでイノベーションを  
誰もが夢に向かって走ることができる世界を実現する

## ZUU のMISSION

世界に、熱を。人に、可能性を。

## ZUU のVISION

90億人が平等に学び、競争し、  
夢に挑戦できる世界の実現



## 目次

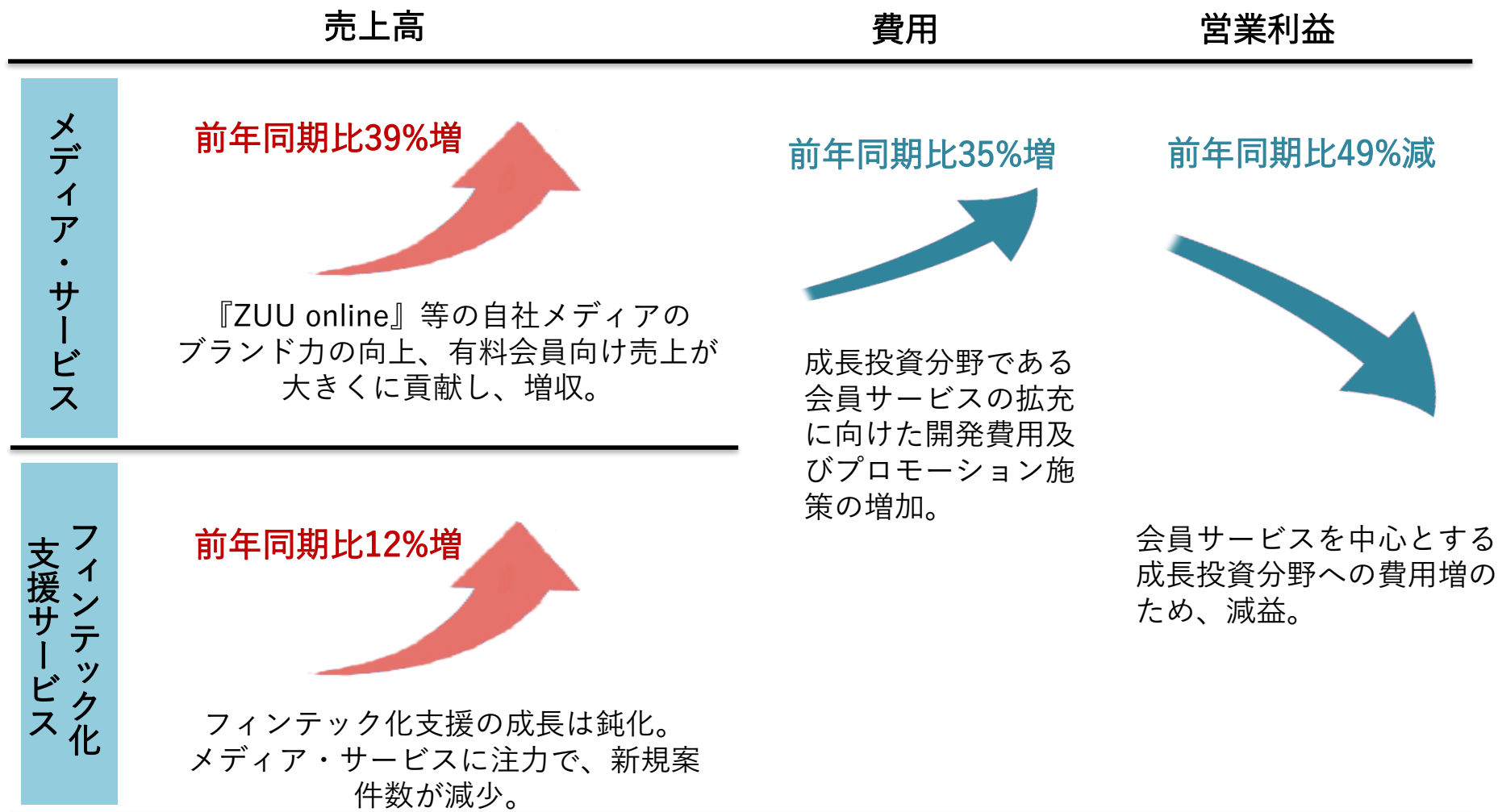
- 01 | 連結業績サマリー
- 02 | 本四半期における進展
- 03 | 成長戦略の進捗と  
次四半期以降への布石
- 04 | 【再掲】当社の中長期的な  
成長戦略

本資料における画像の出典： PIXTA、Shutterstock（※他社ウェブサイト等との各出典元の記載がある場合を除く）

01

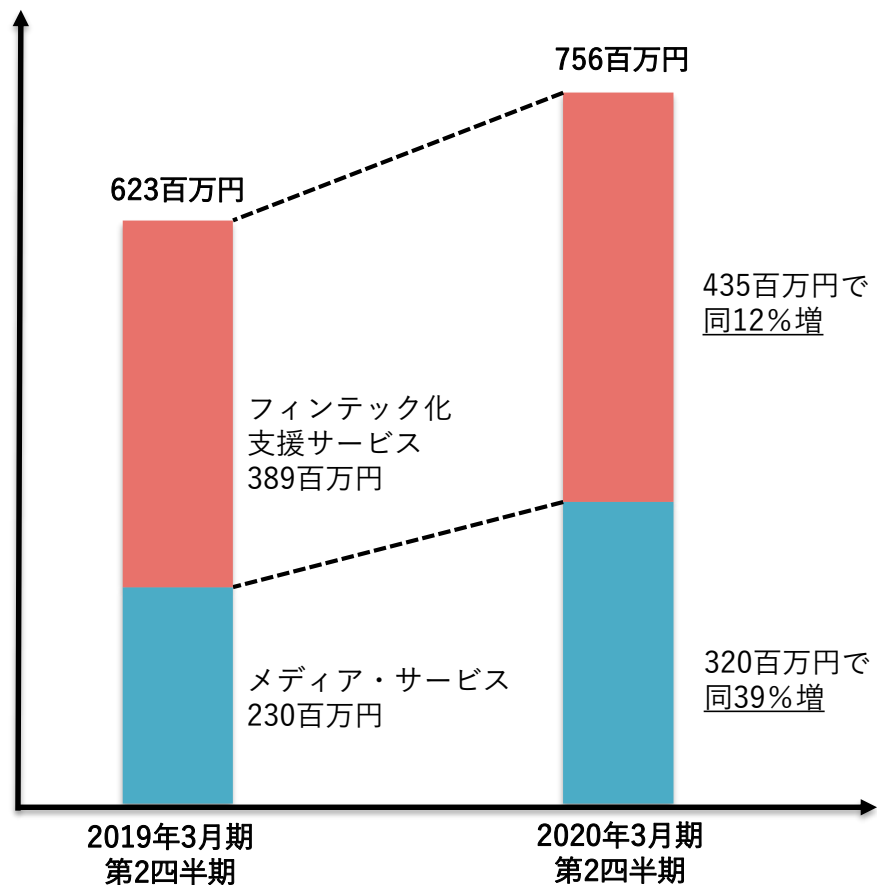
# 連結業績サマリー

第2四半期累計の前年同期比で、売上高は2サービスともに伸長しました。一方、計画通り成長投資を実施し、費用が増加したため営業利益は減少、増収減益となりました。



2つのサービスは、双方ともに成長しています。特にメディア・サービスは、既存商材と新商材のどちらも売上増に貢献し、高い成長率となっています。

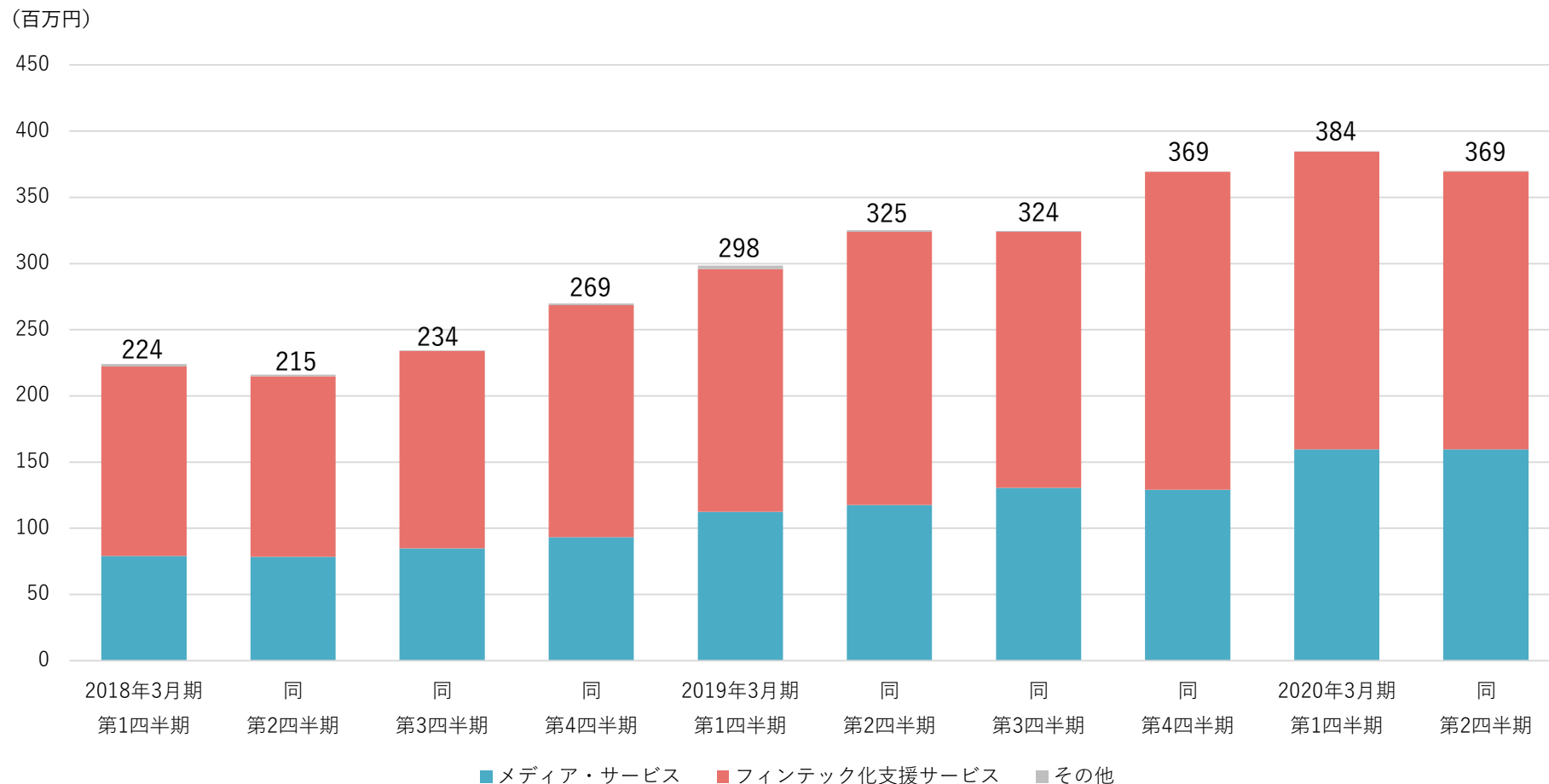
### 前年同期比21%増



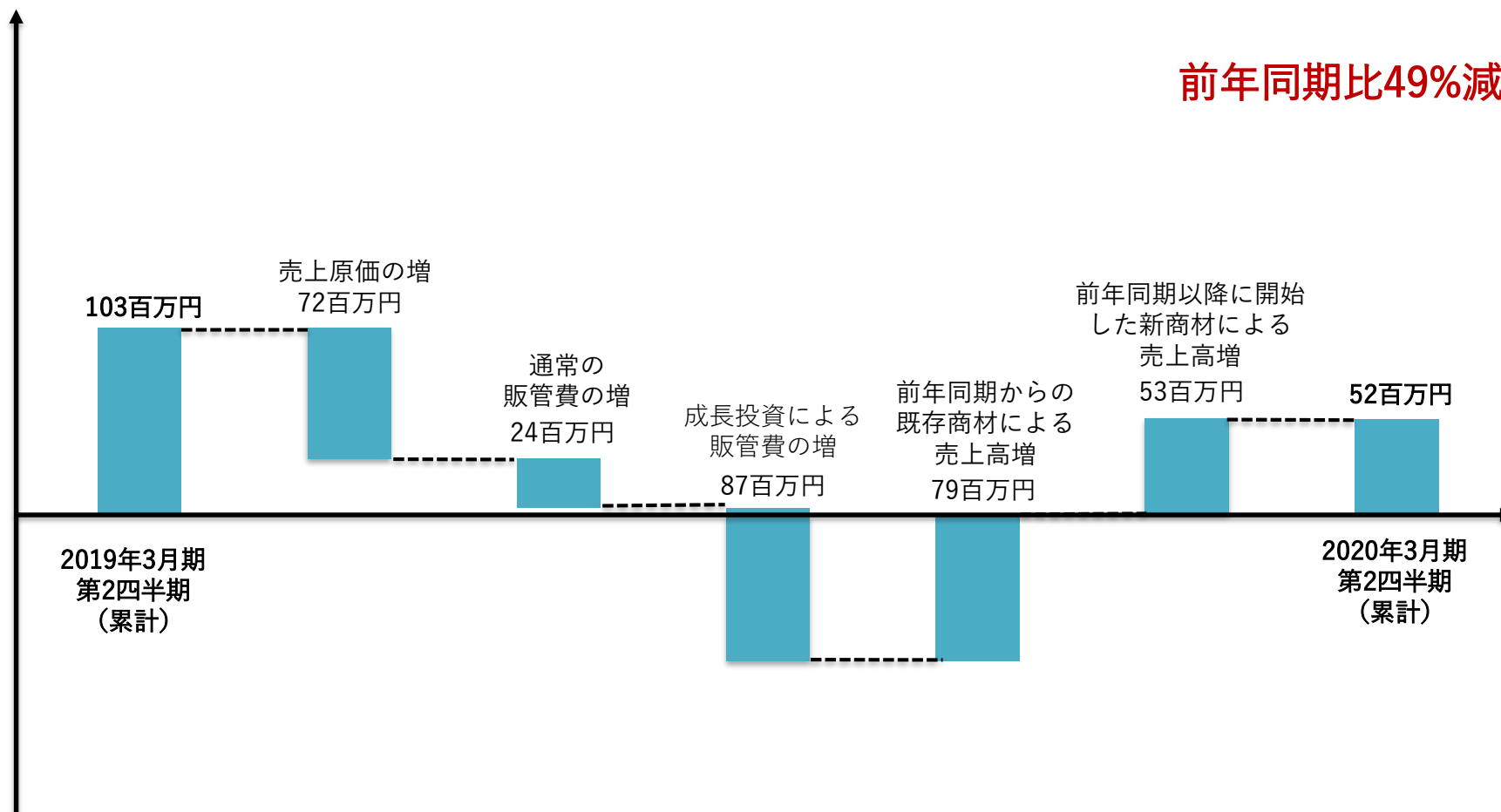
- ✓ メディア・サービスは、第1四半期に続き、**老後2,000万問題に伴う広告商材の売上**（例：送客、ターゲティング広告）、**有料会員向け売上**等が増収に貢献。金融特化型リクルーティング支援については一旦据え置き、会員サービスの拡充に注力したい考え。
- ✓ フィンテック化支援サービスは、**ストック性がある既存案件の単価増**が増収に寄与も、新規案件数がやや減に。下期に再注力。

注意：上記「連結売上高」には、その他の売上高として、2019年3月期第2四半期累計は379万円、2020年3月期第2四半期累計は43万円、がそれぞれ含まれています。

四半期で若干の波はあるものの、各サービスは順調に推移しており、下期は、特に成長投資を行うメディア・サービスに期待しています。

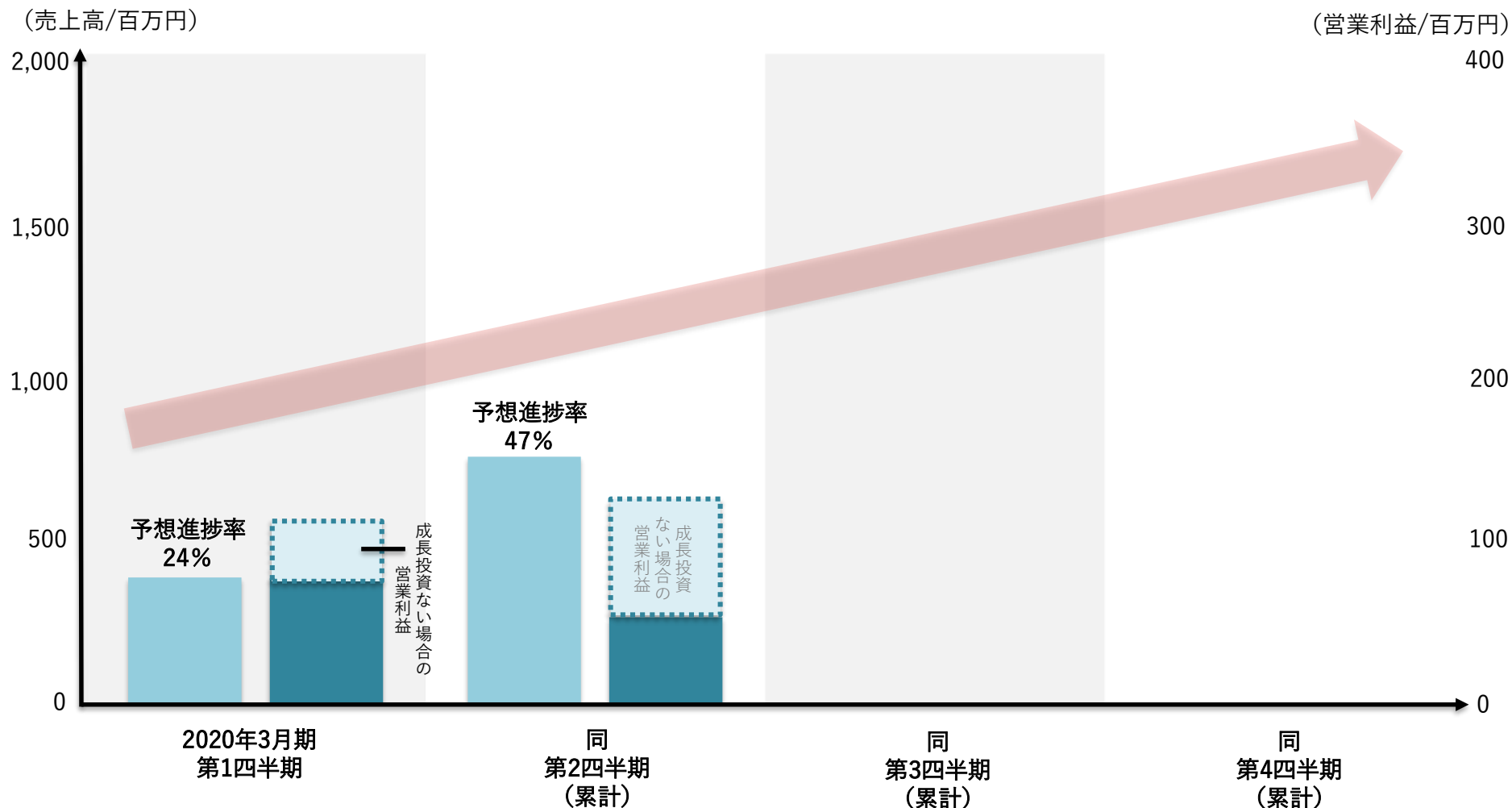


既存商材と新商材の両輪による増収を実現する一方で、成長投資（※詳細は次章ご参照）として会員サービスの拡充、金融サービス開始に向けた投資を実施しています。



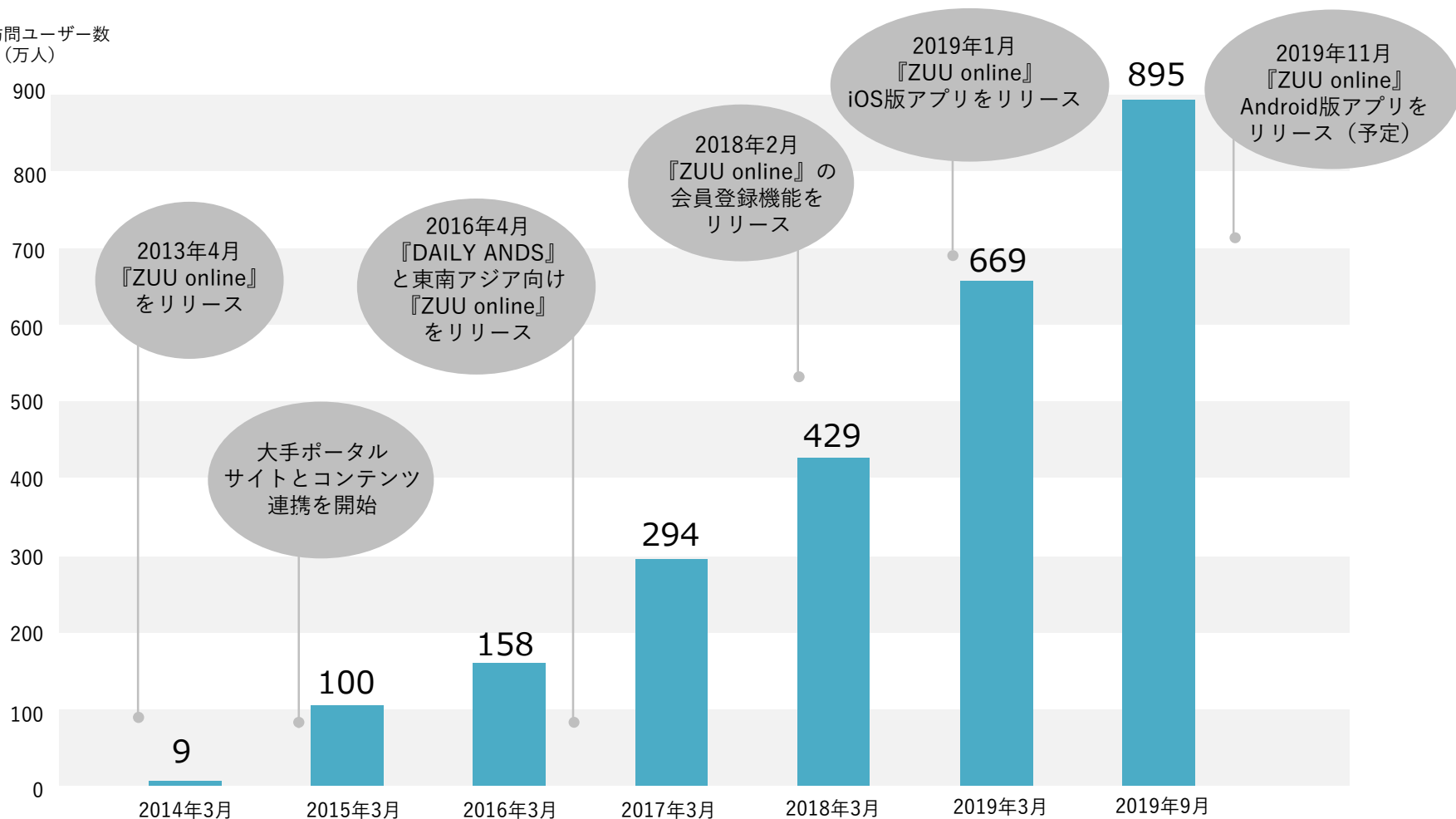


通期業績予想は売上高16億円／営業利益0百万円の中、第2四半期累計で、その進捗率は売上高は47%と、業績予想の達成に向けて進んでいます。



『ZUU online』等の自社メディアは、認知度向上、SEO力アップ、各種キャンペーン等で、トラフィックは順調に伸びています。

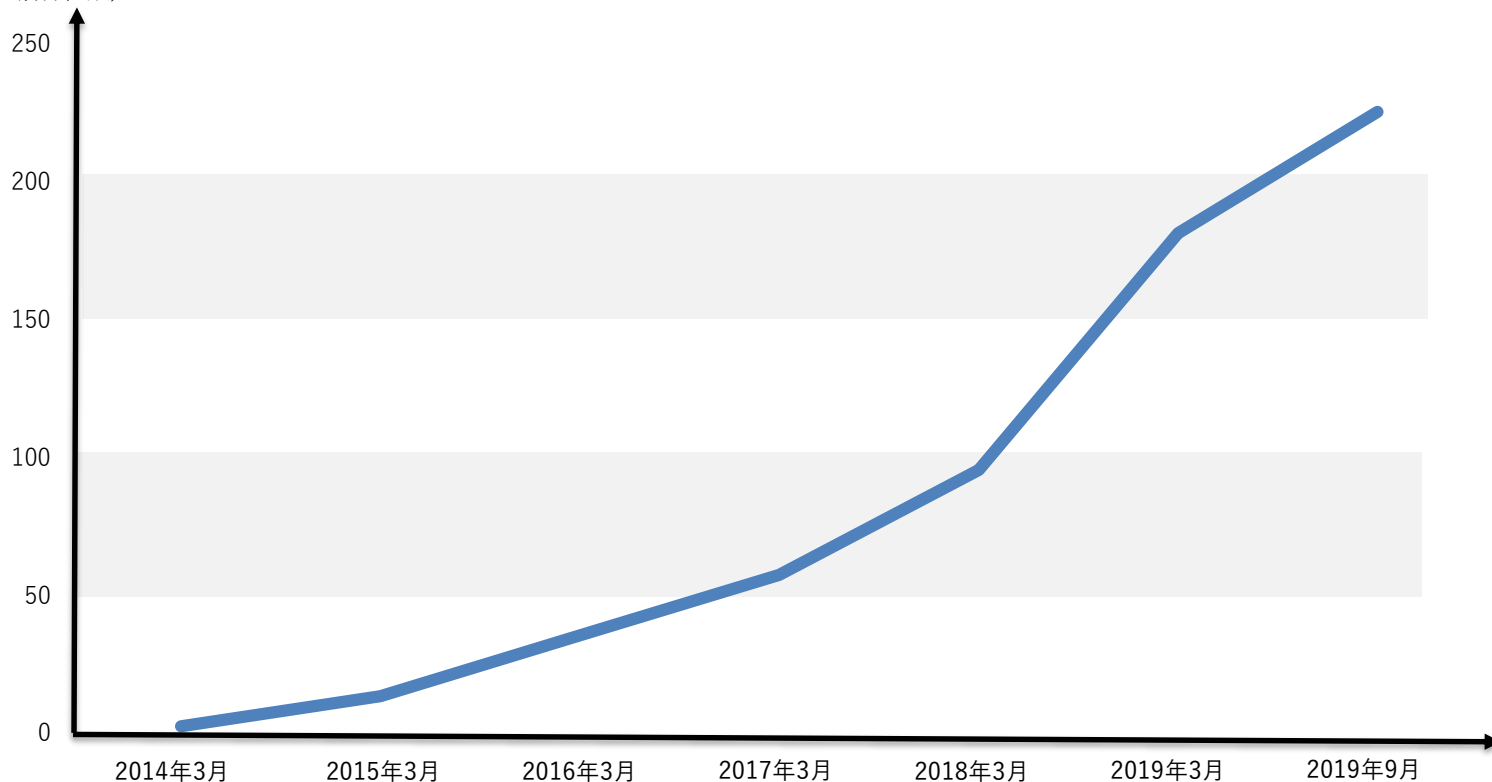
月間訪問ユーザー数  
(万人)



Brand Channel等のメディア・サービス、今期好調のPDCAシステムなど、取扱商材の裾野拡大により、当社全体での顧客総数も順調に増加しています。

### 全事業での顧客総数

(各期の顧客社数)

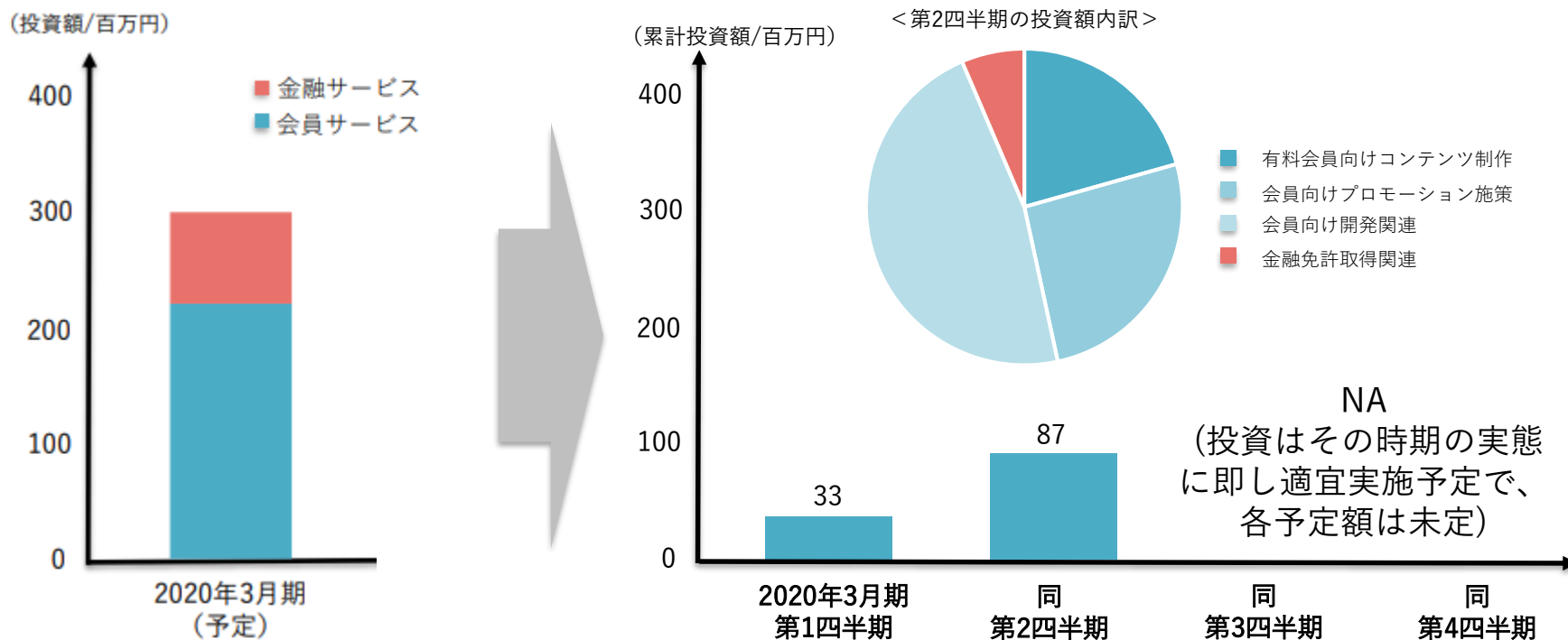


02

## 本四半期における進展

2019年第4四半期決算説明資料にて発表した成長投資のうち、会員サービスでは、主にAndroid版アプリの開発への投資を中心に、累計で87百万円を投下しています。また、金融商品仲介業の免許取得は、後述の買収を実施した事などで手続きがやや延びており、第4四半期に取得予定です。

新商材に向けての各四半期での成長投資



(※2019年第4四半期の決算説明資料より抜粋)

## 02 -2 進展②：フィンテック化支援での新たな取り組み

B向け事業の柱である、フィンテック化支援サービスでは多方面で他社との取り組みが進んでいます。特に、『ZUU online』にてアップグレード開発したCMSが、SaaS型プロダクトとして既存顧客にも導入が進んでおり、本四半期は大手金融機関様向けに取り組みました。

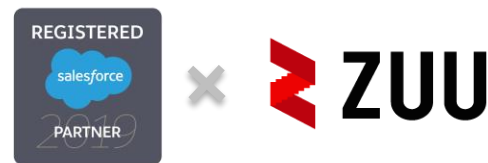
日本M&Aセンター様との  
提携メディア『THE OWNER』



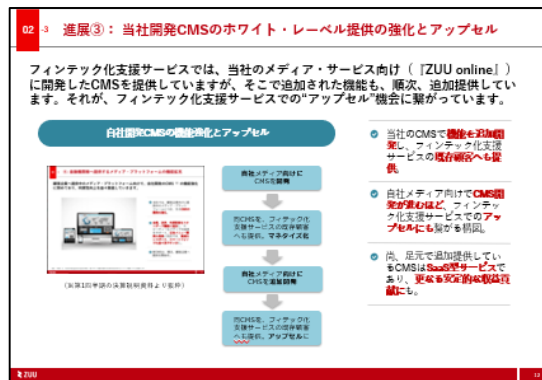
自社開発CMSの既存顧客への  
追加導入でアップセル



セールスフォース・ドットコム  
様とのパートナー契約



(※2019年8月31日サイトリリース)



(※2019年第4四半期の決算説明資料より抜粋)

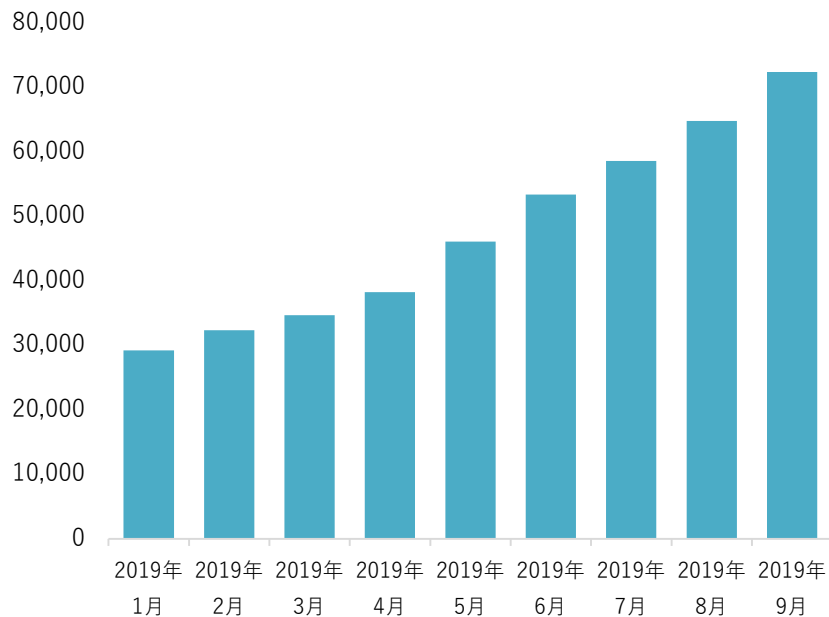


(※2019年9月6日プレスリリースより抜粋)

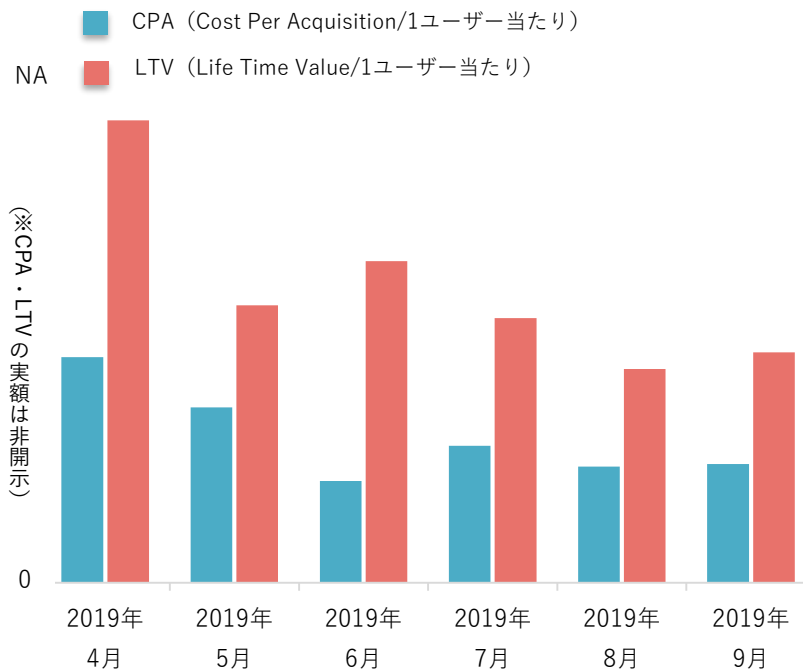
『ZUU online』会員数<sup>(1)</sup>は順調に増加しており、広告プロモーションの強化が第2四半期末であったため、まだ会員数増の基調はスローですが、これまでのPDCA徹底で会員獲得のCPAは低く維持できており、第3四半期以降は一気にアクセルを踏んでいく予定です。また、LTVも堅調に推移しており、引き続き『CPA<LTV』は堅持しています。

『ZUU online』会員数<sup>(1)</sup>の推移

(全会員数/  
棒グラフ)



会員獲得の広告プロモーションの検証

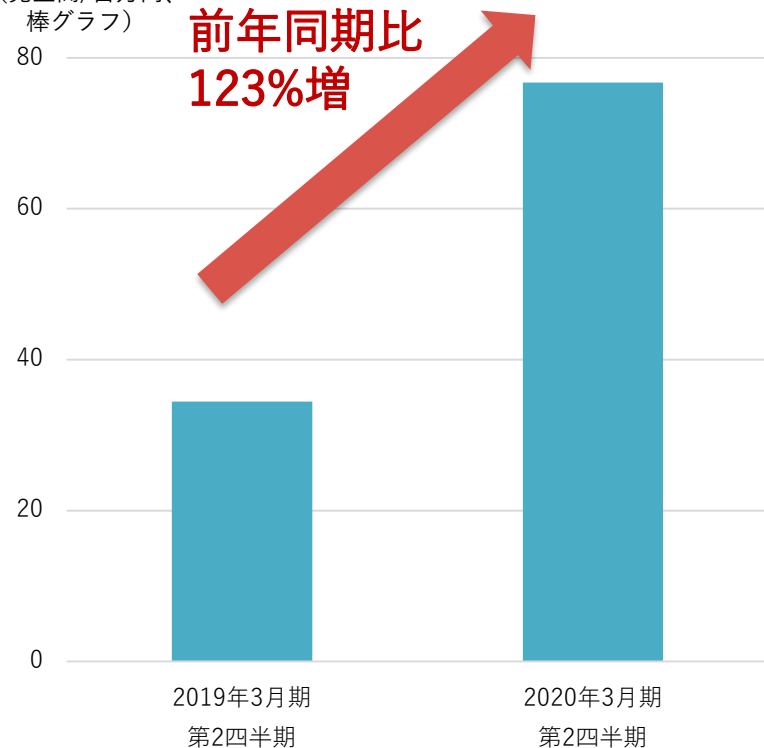


(1) 「会員数」とは、無料会員と有料会員の総数を示します。

PDCAシステムは、前年同期比123%増と、売上高が大幅に増加しています。本システムは導入企業の業種の偏りもなく、ターゲットである大企業・中規模企業は約54万社あり、拡大余地は非常に大きいといえます。

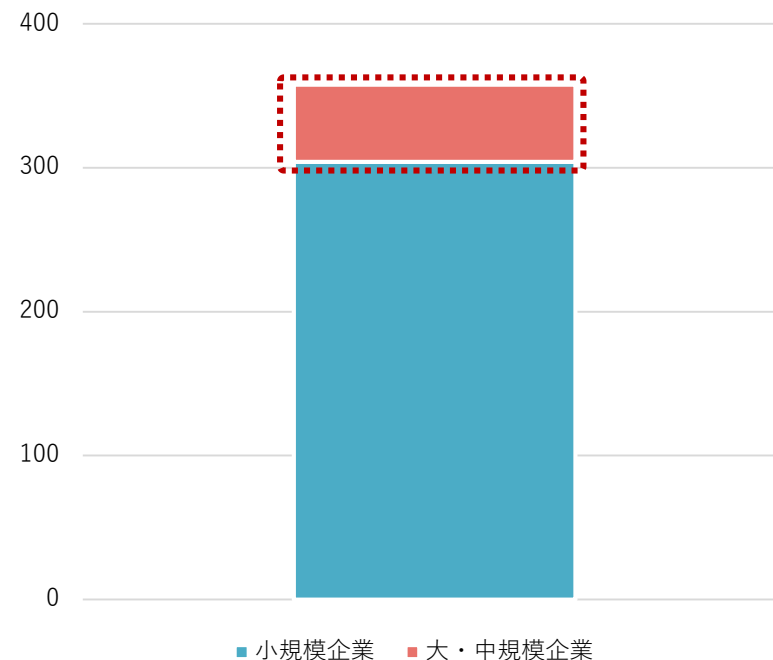
売上高の推移

(売上高/百万円、棒グラフ)



(参考) 日本の企業規模別の会社数

(社数/万、棒グラフ)



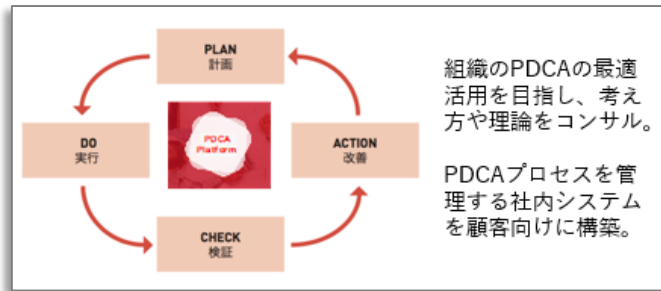
出典：中小企業庁「中小企業白書」2019年版



## 【参考】鬼速PDCAとは（再掲）

当社コア・バリューである『鬼速PDCA』（※2016年10月書籍出版）を、顧客企業へ、業務効率化のための“PDCAシステム”として拡販しています。（※当社の社内向け業務管理システムを汎用化開発して提供）合わせて、企業文化に昇華させ、仕組み化することで社員の動き/成果へと変わる様、組織コンサルも一部提供しています。

### 鬼速PDCA・PDCAシステムの概要



（※2019年第4四半期の決算説明資料より抜粋）

KGI/KPI/KDIのコックピッド化

徹底したマニュアル化

☆10倍を考えるリミッター外し

☆工数棚卸を活用した時間M&A

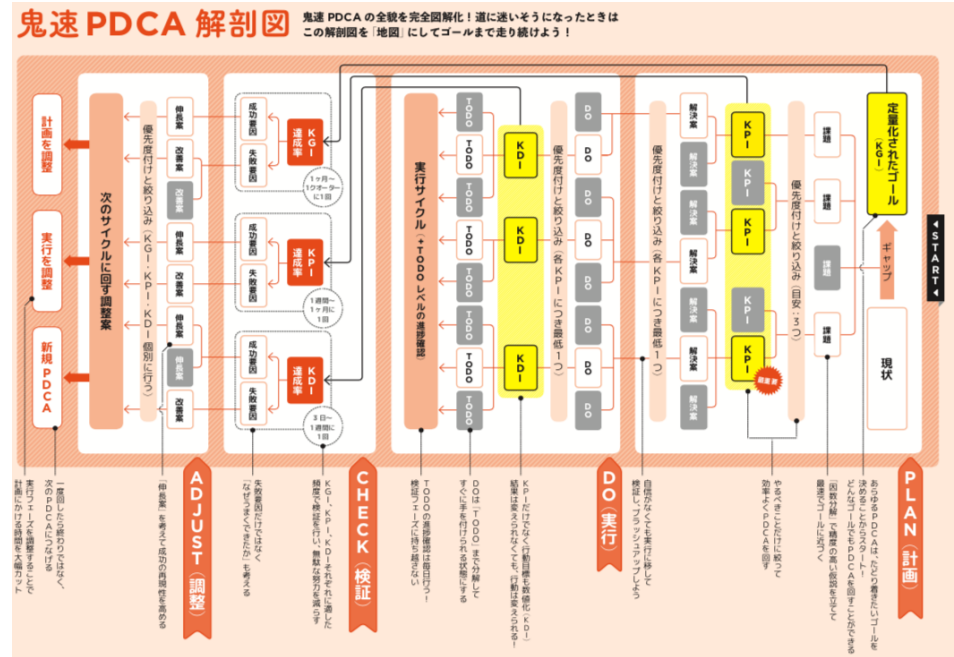
管理職向けPDCAアカデミア

なるほどで数万のナレッジ管理

社内プラットフォーム構築

☆インプラメント施策管理

半週MTGで倍速の課題解決



03

## 成長戦略の進捗と次四半期以降への布石

2019年第4四半期決算説明資料にて発表した成長投資<sup>(1)</sup>を更に強力且つスピーディに推進すべく、次四半期以降で、下記施策に着手していきます。

### 金融サービス

1

クラウド・ファンディング  
事業への本格参入

### 会員サービス

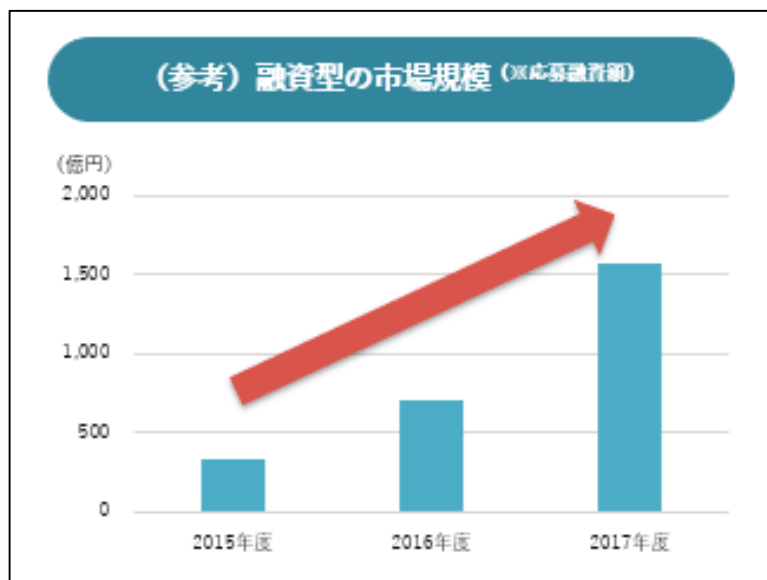
2

会員獲得のための  
チャンネルの拡大

(1) 当社は、2020年3月期以降の成長戦略として、①金融サービス、②会員サービスの分野で300百万円の成長投資を実施することを掲げています。  
(出典：2019年5月14日開示の「2019年3月期通期決算と2020年3月期以降の成長に向けた説明資料」)

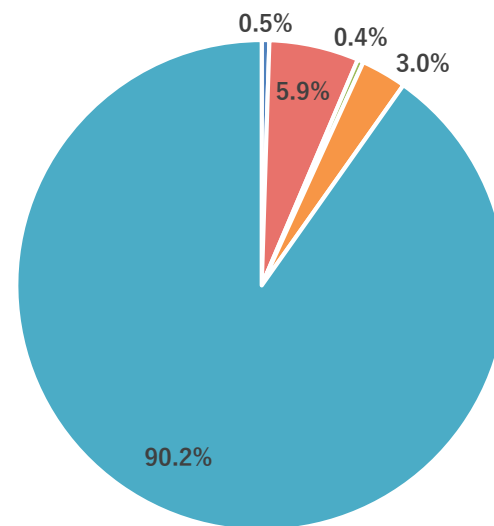
融資型クラウド・ファンディングは、他のクラウド・ファンディングと比較して圧倒的な構成割合を占めており、市場規模も拡大傾向にあります。

### 融資型クラウド・ファンディング市場規模



(※2019年第4四半期の決算説明資料より抜粋)

### 国内クラウド・ファンディングにおける 類型別構成比



■ 株式型 ■ 購入型 ■ 寄付型 ■ ファンド型 ■ 融資型

2019年5月開示の決算説明資料の中で、金融サービスの直接展開のための許認可取得・システム構築を成長投資分野として掲げておりました。早期の事業基盤の強化とクラウド・ファンディング事業への参入を目的に、COOL SERVICES社の株式取得（子会社）を実施しました。

子会社概要と買収日程・金額

名称	株式会社 COOL SERVICES
所在地	東京都中央区日本橋小伝馬町 14 番 6 号
代表者	代表取締役 伊藤 謙
事業内容	貸金業
資本金	70,000 千円
設立年月日	2016年2月 1 日
名称	株式会社 COOL
所在地	東京都中央区日本橋小伝馬町 14 番 6 号
代表者	代表取締役 河原 克樹
事業内容	第二種金融商品取引業、投資助言・代理業
資本金	50,000 千円
設立年月日	2007年12月11日

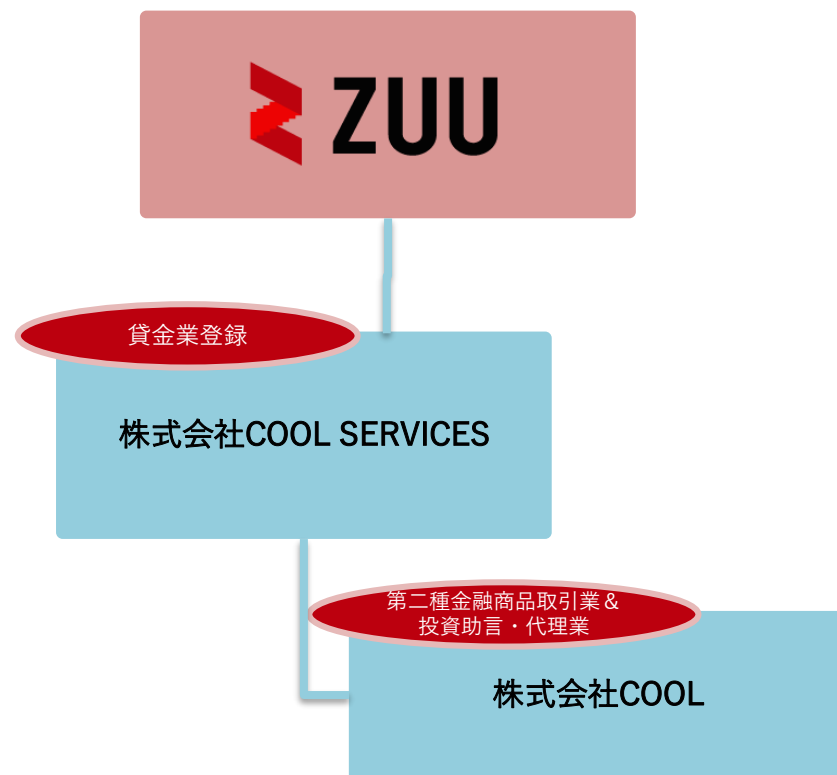
取締役会決議日	2019年10月17日
契約締結日	2019年10月17日
株式譲渡実行日	2019年11月15日（予定）

（※2019年10月18日プレスリリースより抜粋）

取得価額	株式会社 COOL SERVICES の普通株式	110,000 千円
	アドバイザー費用等	8,500 千円
	合計	118,500 千円
異動後の所有株式数	1,200 株 （議決権の数：1,200 個） （議決権所有割合：80.0%）	

（※2019年10月18日適時開示より抜粋）

買収後の組織体制



弊社の強みである、「金融に関する関心の高いユーザーの囲い込み」・「購読履歴データを活用した潜在層の顕在層化」・「証券/クラウド・ファンディング口座開設の実績」を活かして、まずは、融資型クラウド・ファンディング事業をスタートする考えです。

ZUUとのシナジー効果



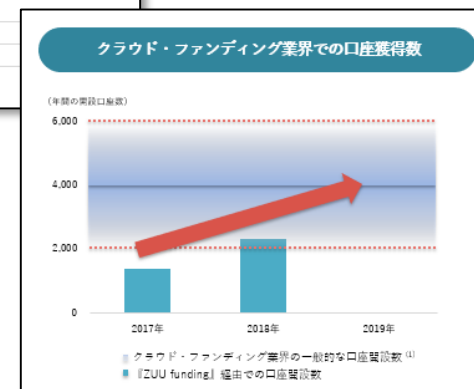
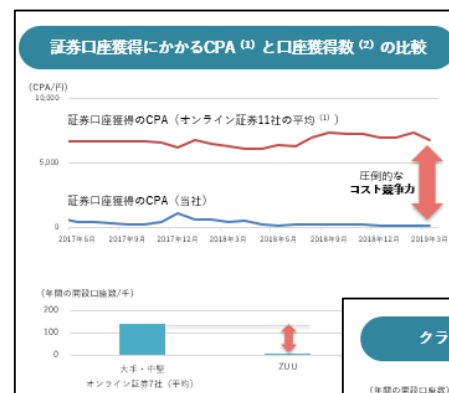
口座獲得力

本邦最大級の  
金融関心大のユーザー層  
の囲い込み

金融に関わる  
購読履歴データ

COOL社の口座獲得CPAは現在1万円ほど。『ZUU online』経由であれば同CPAを早期に半減ないしは1/3にできる可能性があり、記事投入増などで当社の証券口座開設のCPA水準並も視野に。

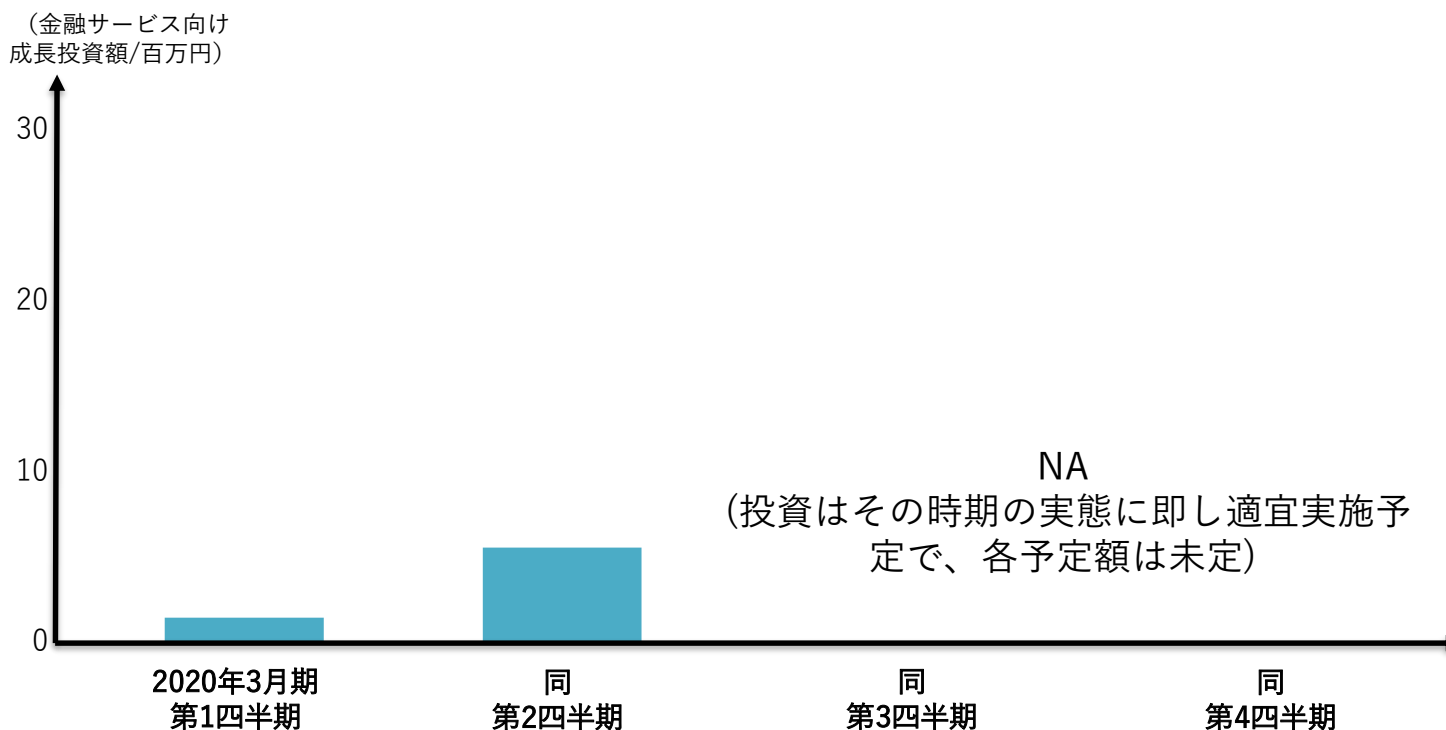
ZUUの金融関連口座の  
オンラインでの開設能力



(※2019年第4四半期の決算説明資料より抜粋)

非資金損益項目であるものの、本買収にかかるのれん償却費の会計処理（期間）は監査法人と協議中で、それ次第では今期予定している成長投資額がぶれる可能性もあります。

今期の金融サービス向け成長投資



2019年11月、会員サービスに関する成長投資の一環として『ZUU online』のAndroid版アプリをリリース予定で、iOSアプリ以外のユーザーの有料会員獲得に向けた施策も加速したい考えです。

スマートフォン・アプリ（Android版）のリリース



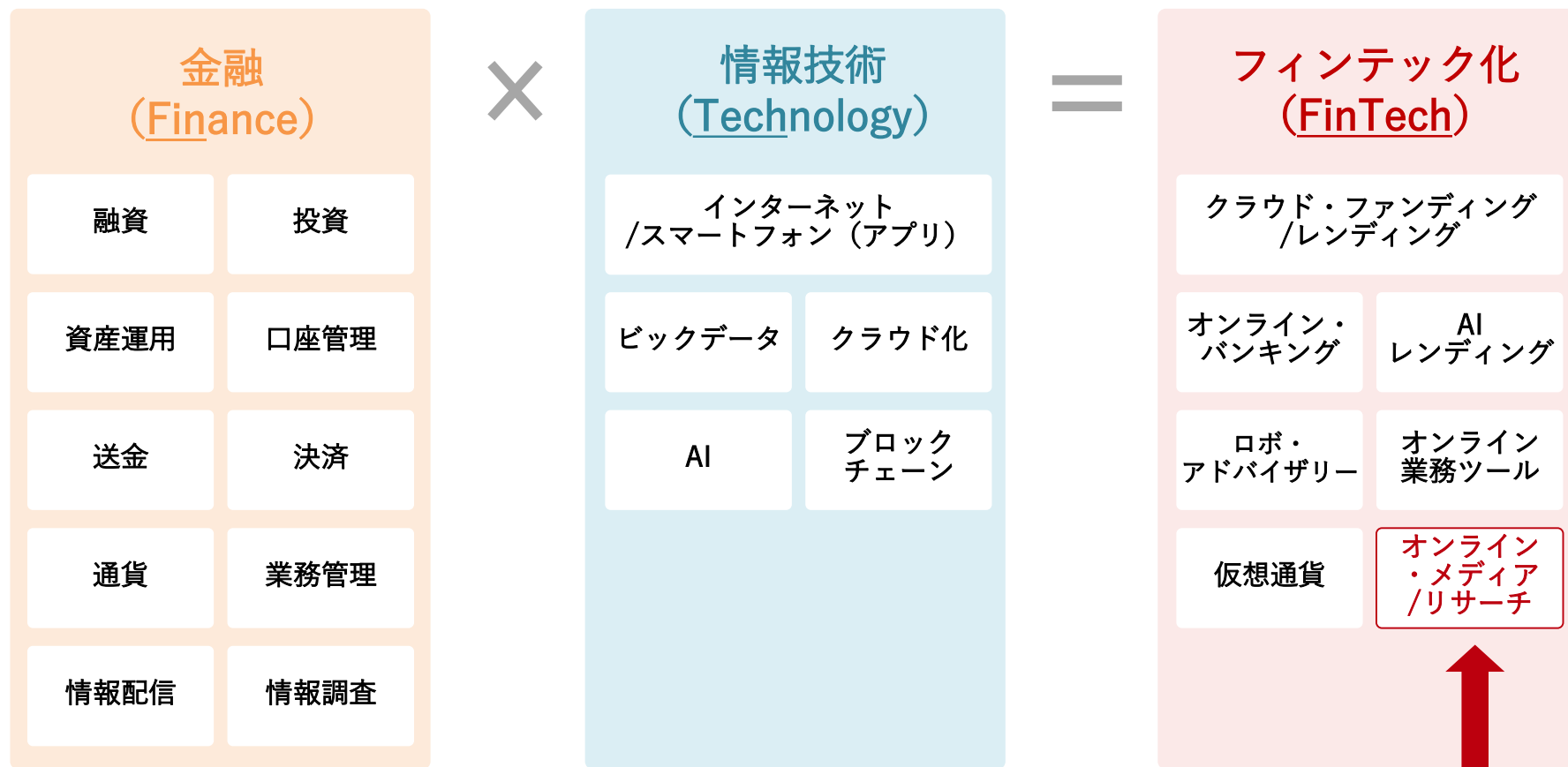


# 04

## 【再掲】 当社の中長期的な成長戦略

(※2018年6月21日開示の「成長可能性に関する説明資料」からの再掲)

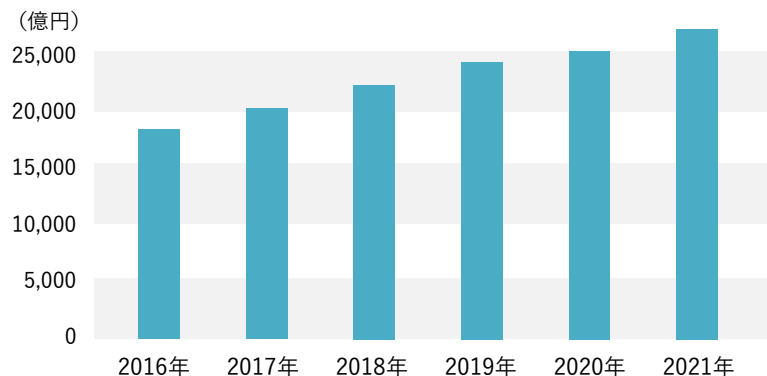
金融とITの融合がもたらしたFinTech革命で、既存の金融サービスを飛躍的に発展させることが期待されています。



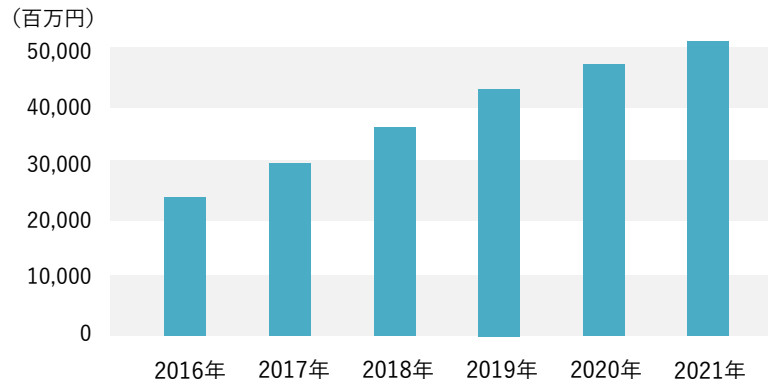
**ZUU** 分かりやすく有用な情報の提供で、個人の金融サービスにおける未開拓ニーズを発掘

金融業界も直面する日本の中期的課題、労働人口減に対しては、ZUUの提供サービスを介したFinTech化により、業務効率推進の支援をしています。

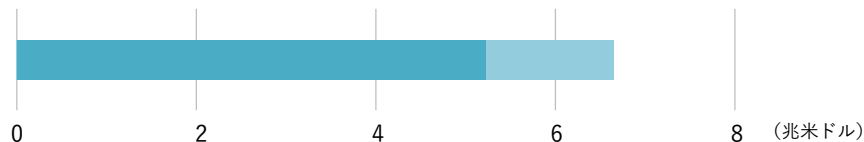
日本の働き方改革ICT市場<sup>(1)</sup>は、  
2021年には3兆円弱に



日本のマーケティング・オートメーション (MA<sup>(2)</sup>)  
サービス市場は、2021年には500億円超に



世界の経済価値へインパクトを与える技術で、  
知識労働の自動化 (RPA)<sup>(3)</sup>は、2025年には5~7兆ドルに



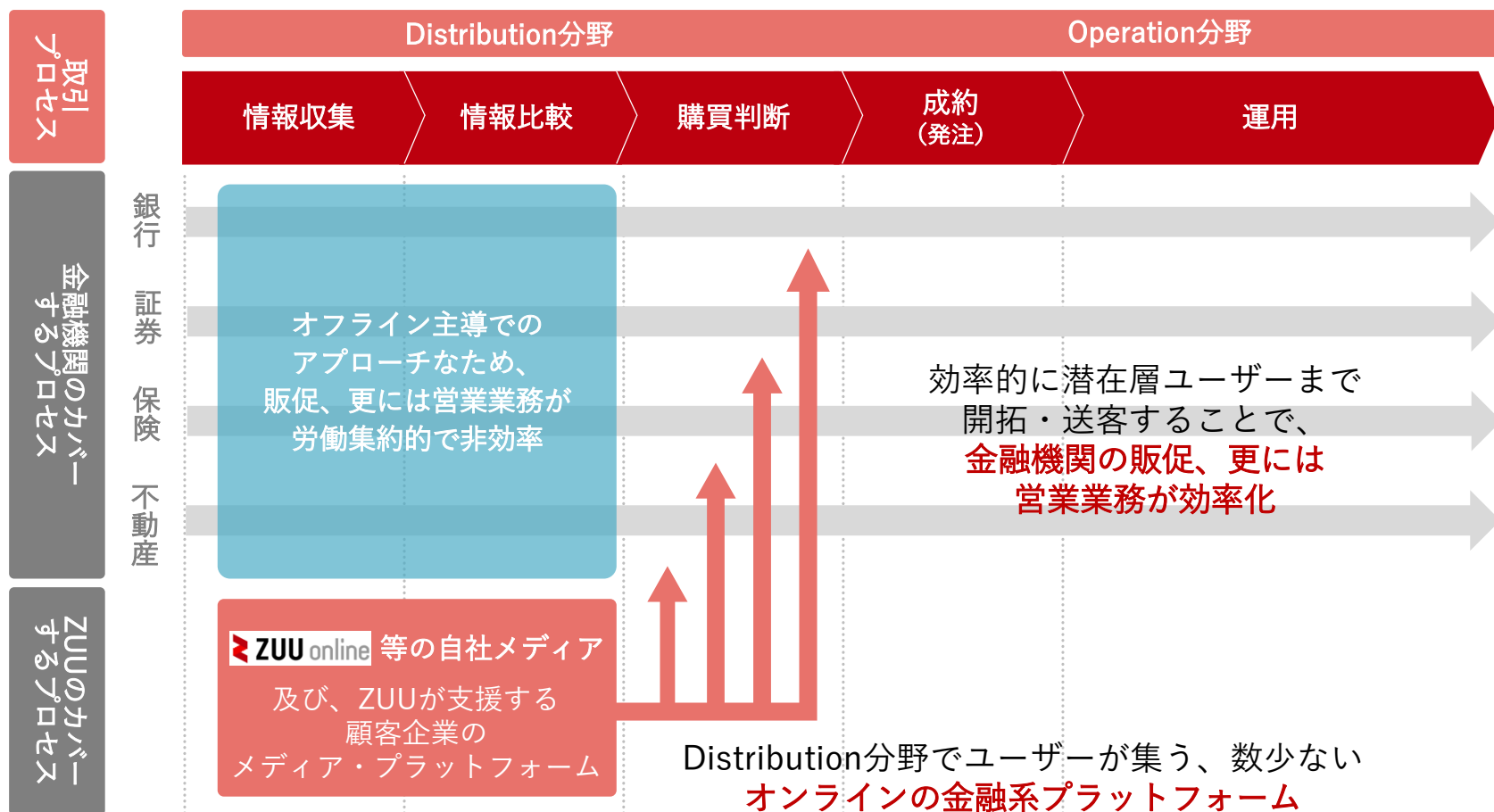
(1) 出典：IDC Japan (※「働き方改革ICT」は、ハード/ソフトウェア、ITサービス、通信サービスのうち、長時間労働の短縮、労働生産性の向上、柔軟な働き方といった取組みをサポートするICT分野。2017年以降は予測)

(2) 出典：矢野経済研究所 (※「MA」は、潜在～既存顧客データを一元管理・評価し、設計したシナリオに基づいて、各顧客を個別育成するシステム。2017年以降は予測)

(3) 出典：McKinsey Global Institute (※「RPA」は、ロボット等の技術を用いて業務効率化/自動化を図るシステム)

ZUUを介し、DistributionとOperation機能とをアンバンドリング（分離）させることで、金融機関は効率的に潜在層ユーザーを開拓できます。

ユーザーが金融商品を発注するまでの一般的プロセス



高額な金融商品は、購買履歴データではユーザー・ニーズの把握が難しく、従来型のマーケティング施策による販促・営業業務では非効率になりがちです。

[例] 一般消費財

一緒に購入される人気商品



鬼速 PDCA



営業

総額： 3,304円

カートに入れる

この商品を購入した人へのおすすめ



営業  
富田 和成  
1,598円

カートに入れる



営業  
富田 和成  
1,620円

カートに入れる



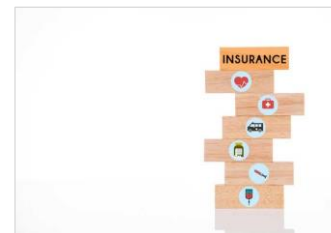
大富豪が実践しているお金の哲学  
富田 和成  
1,382円

カートに入れる



金融商品

保険に加入 (済み)



東京でマンションを購入 (済み)



住宅ローンを借り入れ (済み)



“購買履歴”データから、ユーザーへお薦め商品を提案し、次の購買へ誘導

高額になりがちな金融商品は、購買頻度が圧倒的に少なく、“購買履歴”データは役に立たず  
(=1度買うと、2度目を買うことが少ない)

メディア上の講読履歴データから、ユーザーの購買ニーズをタイムリーに把握できるため、金融機関は効率的な販促、更には営業業務が可能となります。

メディアとコマースの連携が重要な金融業界



### 他社の取組事例

- ✔ 楽天株式会社 ... 自社/投資情報メディアとの連携で、銀行、証券会社、FX、クレジットカード等を展開
- ✔ ヤフー株式会社 ... 自社メディアとの連携で、銀行、FX、投資信託、クレジットカード等を展開

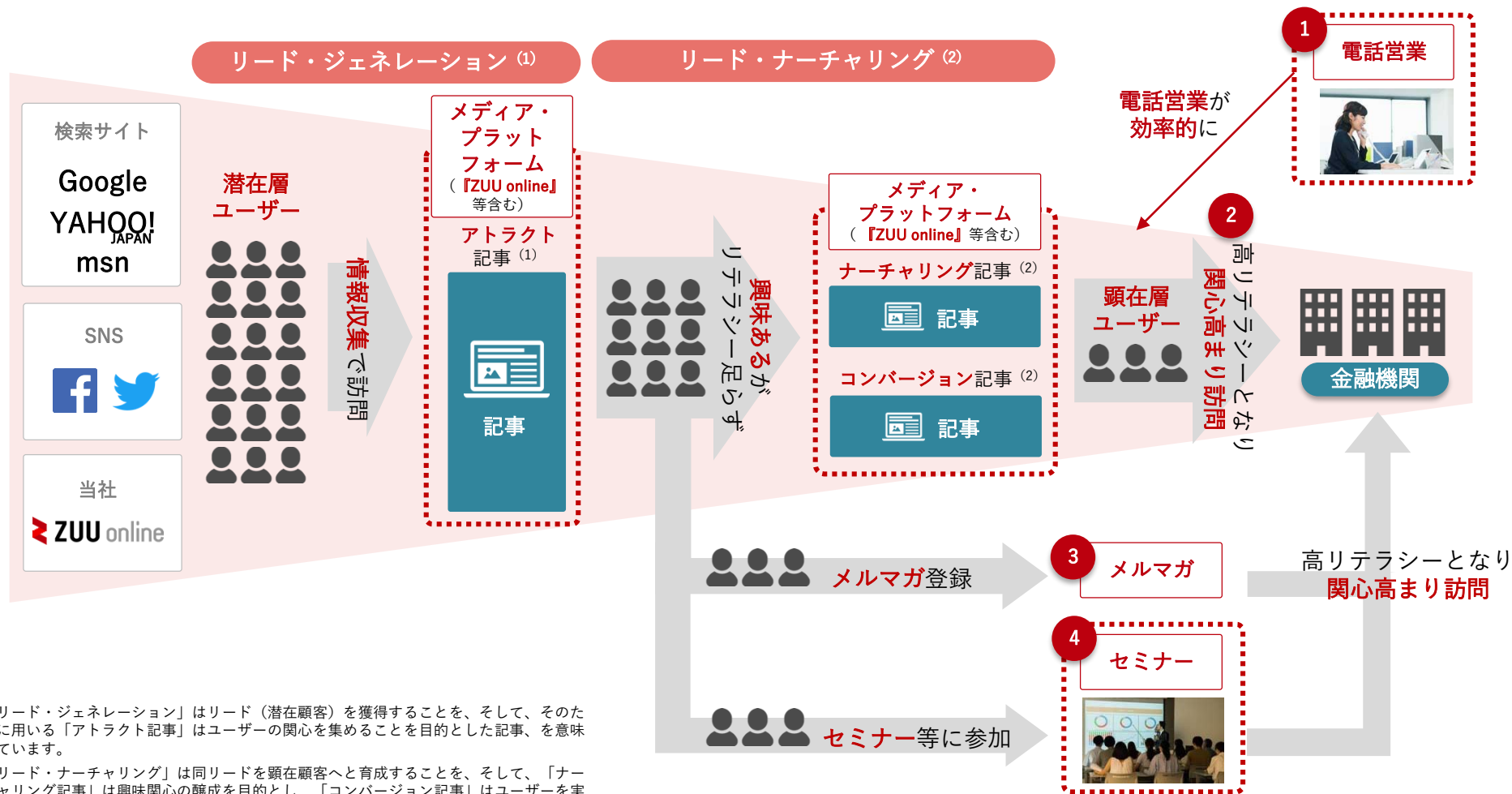
講読履歴データ



ユーザーの金融コンテンツの講読履歴データから、「いつ頃どの金融商品を購入するか？」等の興味関心を精査でき、同ユーザーへの効率的な販促が可能に

出典：下部の画像は、『ZUU online』にかかるHubspot、ユーザーローカル、Google アナリティクス™での管理画面を参照しています。

ネット上の営業店（メディア・プラットフォーム）を活用し、未来予測に役立つ講読履歴データを取得した上で、販促、更には営業業務の効率化を、ZUUは支援しています。



(1) 「リード・ジェネレーション」はリード（潜在顧客）を獲得することを、そして、そのために用いる「アトラクト記事」はユーザーの関心を集めることを目的とした記事、を意味しています。  
 (2) 「リード・ナーチャリング」は同リードを顕在顧客へと育成することを、そして、「ナーチャリング記事」は興味関心の醸成を目的とし、「コンバージョン記事」はユーザーを実際の購買へと誘導することを目的とした記事、を意味しています。

## 本資料の取り扱いについて

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。今後、様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。