

2019年3月期第3四半期  
決算説明資料



## 目次

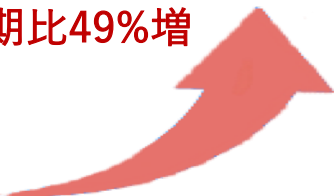

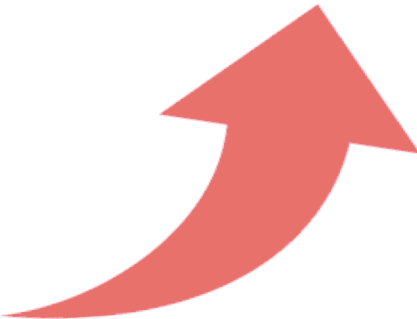
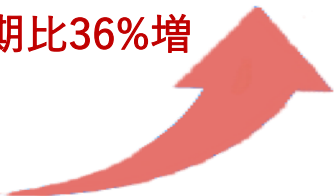
- 01 | 連結業績サマリー**
- 02 | 本四半期における進展**
- 03 | 成長戦略の進捗と  
次四半期以降への布石**
- 04 | 【再掲】当社の中長期的な  
成長戦略**

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

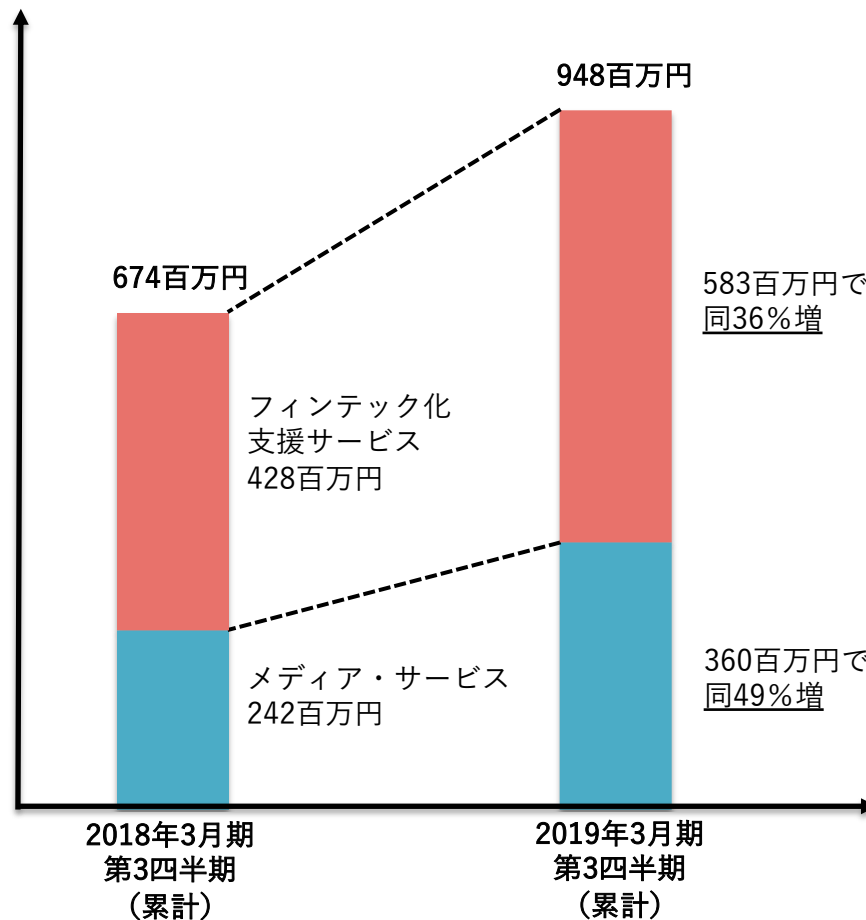
# 連結業績サマリー

第3四半期累計における前年同期比で、既存2サービスともに売上高は順調に伸長し、一部の計画外の成長投資等により費用が増加したものの、増収増益となりました。

	売上高	費用	営業利益
メディア・サービス	<p>前年同期比49%増</p>  <p>トラフィック増に伴う広告、認知度向上で好調な金融特化型リクルーティング支援等の貢献で、増収。</p>	<p>前年同期比41%増</p>  <p>事業領域の拡大に伴い、従業員数が増。</p>	<p>前年同期比41%増</p> 
フィンテック化支援サービス	<p>前年同期比36%増</p>  <p>既存顧客からのリピート受注及び大型の新規案件が、特に増収に寄与。</p>	<p>支援案件増に伴う、各種制作費の増。</p> <p>一過性の成長投資（アプリ開発、有料会員サービス、新商材に向けた人材の採用等）も発生。</p>	<p>費用増を上回る売上高増を実現し、増益に。</p>

2つのサービスは、双方ともに順調に成長しています。メディア・サービスは、新商材も貢献し、特に高い成長率となっています。

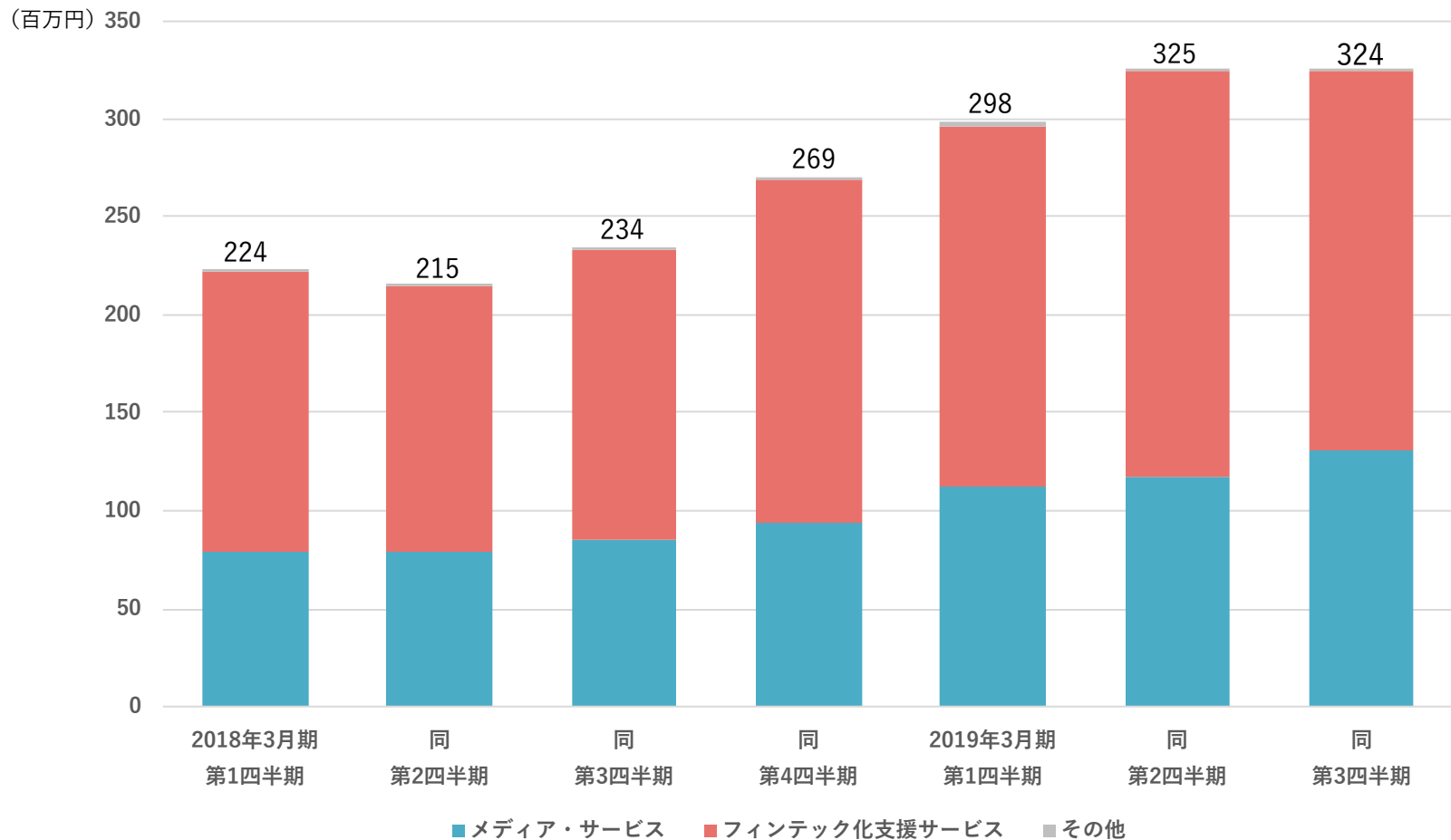
### 前年同期比41%増



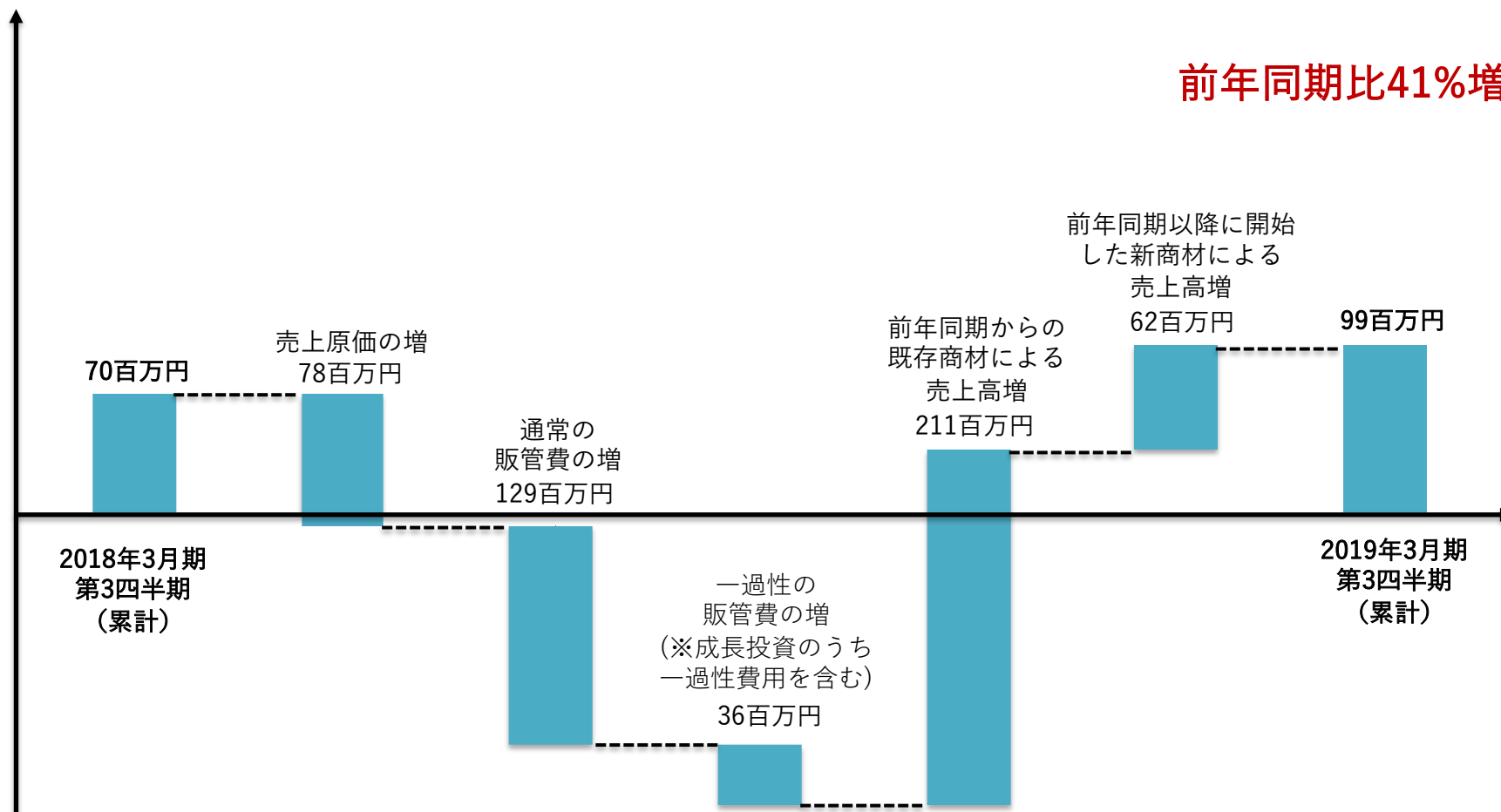
- ✓ メディア・サービスは、トラフィック増に伴う広告商材（例：送客）、金融業界内で認知度が高まって来た金融特化型リクルーティング支援及び人材育成システム、等が増収に貢献。
- ✓ フィンテック化支援サービスは、ストック性がある既存案件に加え、既存取組先からのリピート受注による新規案件の獲得も増収に寄与。

注意：上記「連結売上高」には、その他の売上高として、2018年3月期第3四半期累計は3百万円、2019年3月期第3四半期累計は4百万円、がそれぞれ含まれています。

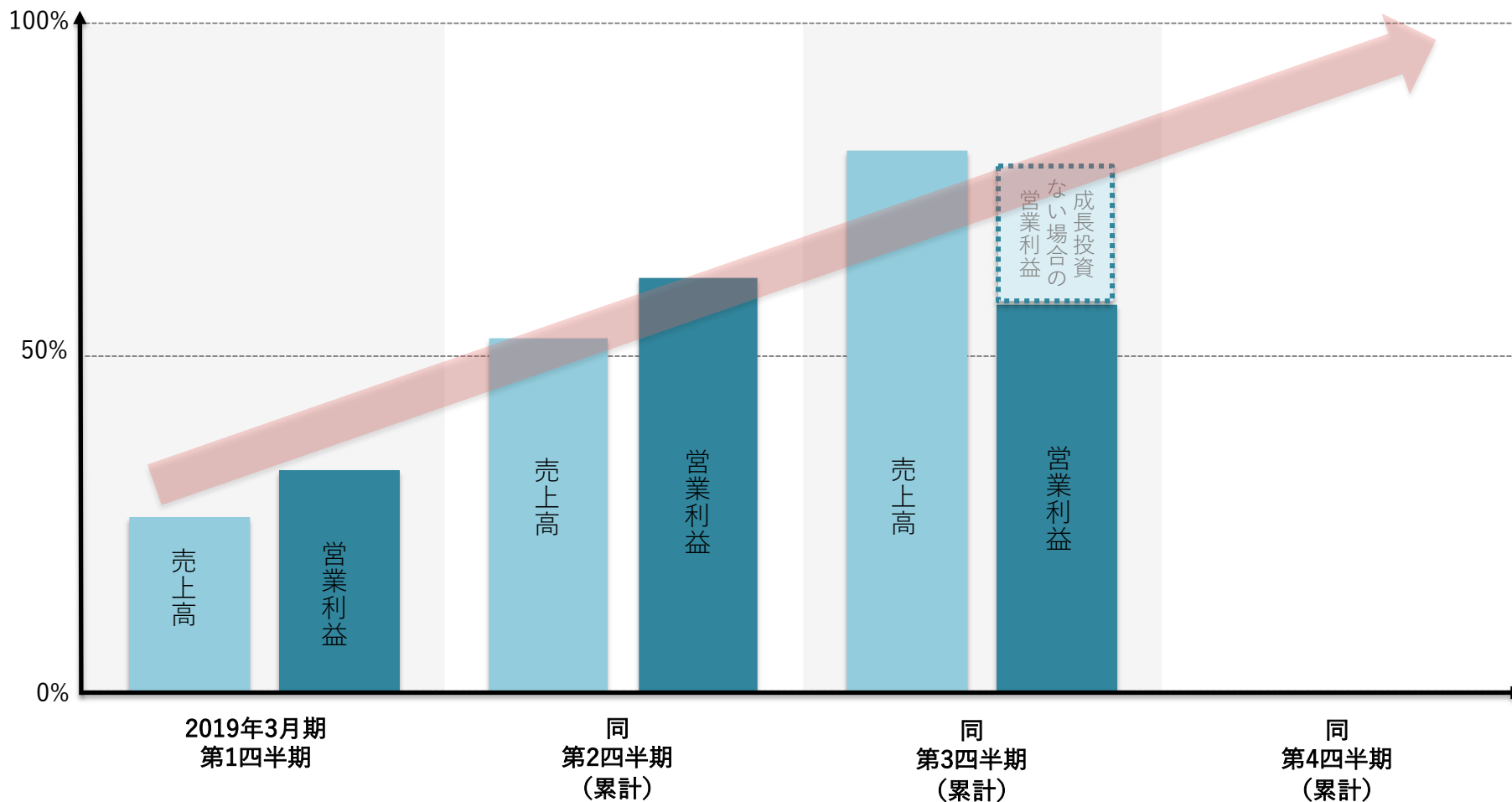
(幾分、期ズレ等もあるものの、) 2つのサービスともに売上高は順調に成長し、特にメディア・サービスは、これまでの成長投資による新商材育成も奏功し、高い成長率となっています。



既存商材と新商材の両輪による収益貢献を実現し、前年同期比で大幅な増益となりました。尚、第3四半期より、一過性を含む成長投資（※詳細は次章ご参照）で『ZUU online』アプリ版の開発、新商材向けの人員採用等、を実施しています。



通期業績予想は売上高11.7億円／営業利益1.7億円の中、第3四半期累計で、その進捗率はそれぞれ81％／58％と、成長投資をしながらも相応に推移しています。尚、同投資（※次章ご参照の通り第3四半期に35百万円）抜きであれば、営業利益の進捗率は79％でした。



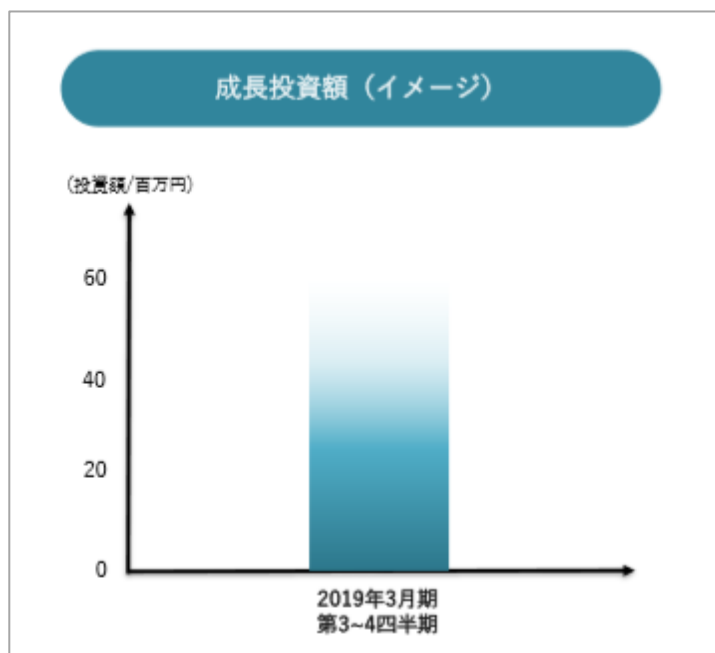


02

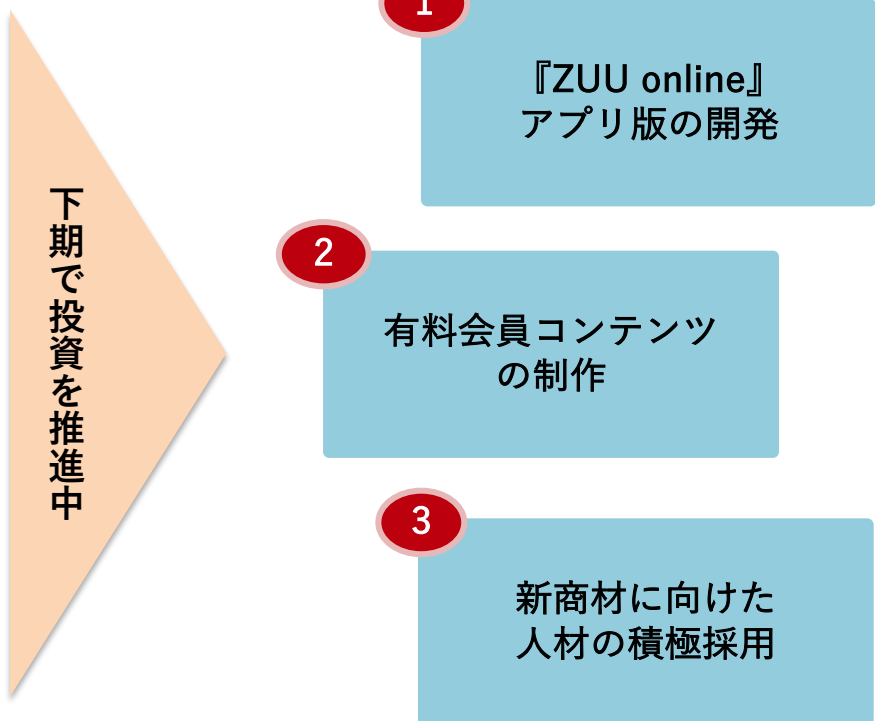
## 本四半期における進展

足元で順調な業績を鑑み、更なる高成長ステージへの突入を目指し、既存事業で拡大する利益を新商材へ積極的に投資しています。第3～4四半期にて、その様な成長投資の検証を完了させることで、来期からの着実な成長に繋がられるものと考えています。

来期の新商材に向けての今下期での成長投資



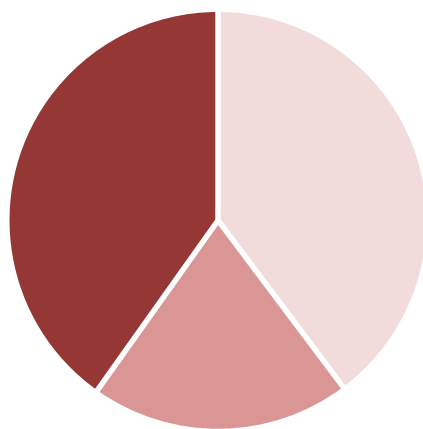
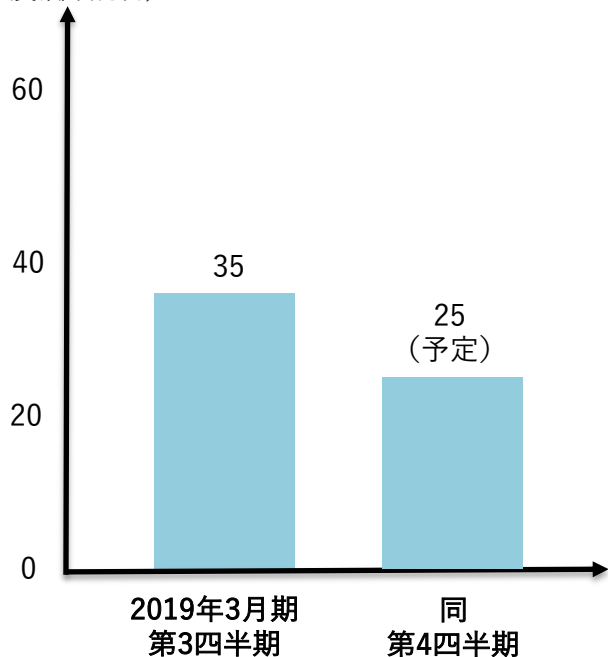
(※第2四半期の決算説明資料より抜粋)



来期より本格化させる新商材の立上げを円滑且つ迅速に進めるべく、（第2四半期決算発表時での投資予定額相応として、）下期で成長投資計60百万円を実施/予定していく考えです。

成長投資額（※全額が費用に相当）

(投資額/百万円)



- アプリ開発費
- 有料会員向けコンテンツ制作費
- 新商材向け人材関連費

- ✓ 『ZUU online』アプリ版の開発で、有料会員向けビジネスを強化し、新たにC向けも柱にしたい考え。
- ✓ 有料会員向けの良質なコンテンツ増は、Cに加えB会員の獲得にも寄与する見込み。
- ✓ 来期より、金融商材の自社展開も目指すべく、精査及び関連許認可の取得に向けた人材採用も。
- ✓ 第4四半期での成長投資は、次章もご参照。

成長投資の一環として第2四半期より開発中であった、『ZUU online』のスマートフォンアプリ（iOS版）を、正式リリースしました。

### スマートフォン・アプリ（iOS版）のリリース



- ✓ **C向けのサブスクリプション型サービス**を本格化すべく、本アプリを投入。

iOSアプリだけでなく、Androidアプリの提供も予定。

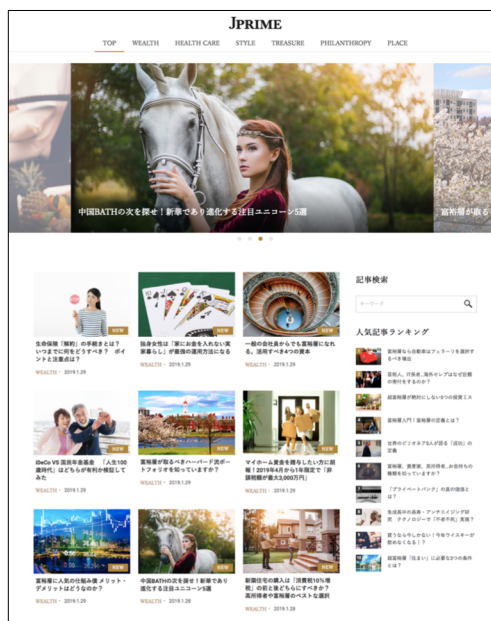
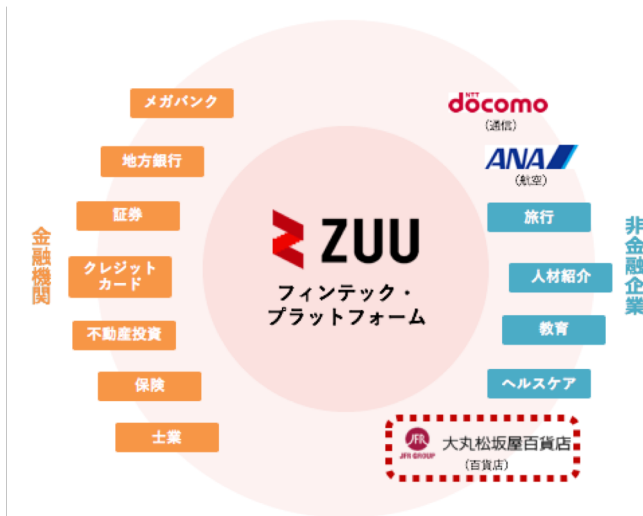
- ✓ 優良な金融経済コンテンツの提供はもちろん、今後、“日常使い”に適したアプリの特性を活かした機能もリリース予定。

他商材の顧客網を有効活用し、**B向けへのバルク提供**（例：金融機関様向けプロフェッショナル・プランの大口一括販売）も。

- ✓ アプリ経由での**有料会員獲得**に向けた**施策も加速**させたい考え。

従前からの成長戦略の柱である、非金融企業様へのフィンテック化支援サービスの展開、を強力に推進中です。第3四半期では、大手百貨店である大丸松坂屋百貨店様との提携をスタートさせ、今後も益々加速させていきます。

非金融企業様の開拓強化、及び  
大丸松坂屋百貨店様との提携メディア『J PRIME』のリリース

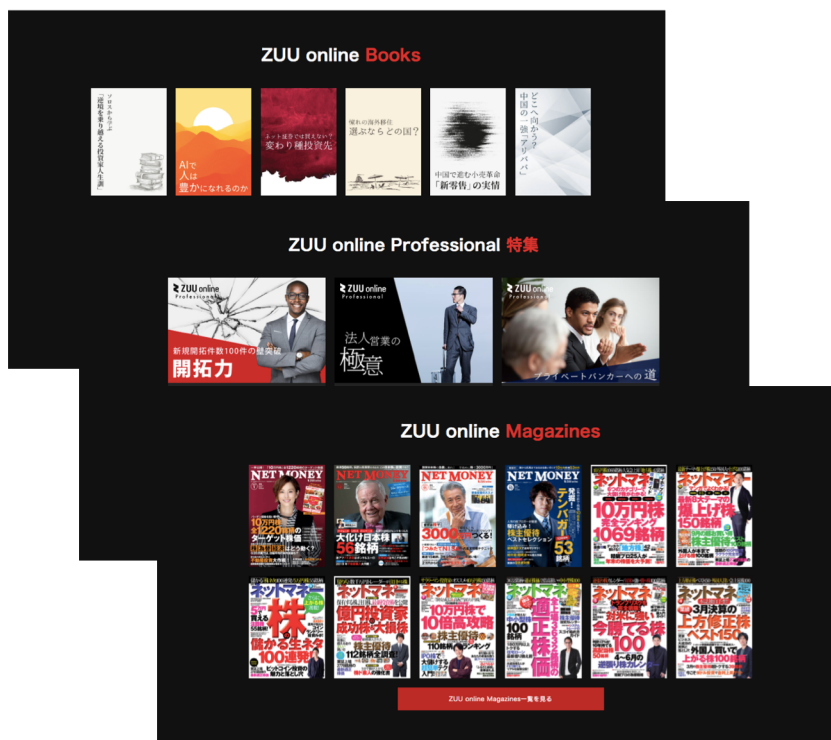


- ✔ **富裕層顧客**を有し、**オンライン化**による事業拡大を図る**企業様向け**に、当社の金融機関様向けフィンテック化支援サービスでのノウハウを提供。
- ✔ 通信業界ではNTTドコモ様との協業を深める中、**百貨店業界**では、**大丸松坂屋百貨店様との提携**を開始。

競争力の源泉の1つである、独自のコンテンツ力、も強化を継続しています。有料会員向け記事の投下増、また、昨年ベストセラー書籍となった『鬼速PDCA』の補足版として『鬼速PDCA手帳』も発刊、と優良コンテンツを更に拡充しています。

『ZUU online』有料会員向け  
コンテンツを更に充実

書籍『鬼速PDCA手帳』の出版・販売

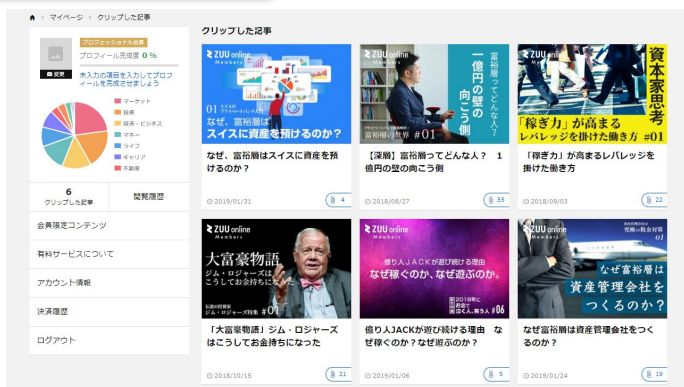


会員プログラム強化のため、クリップやフォロー機能等を『ZUU online』向けに独自開発しました。フィンテック化支援サービスにおいても、それら機能を横展開させた改良版の自社開発CMS<sup>(1)</sup>をホワイトレーベル提供することで、投資対効果を高めていきます。

### 会員プログラムの機能強化に投資



(※第1四半期の決算説明資料より抜粋)



✓ 『ZUU online』の有料会員プランの導入に合わせ、**様々な改良投資を実施。**

✓ **クリップ機能を新たに追加し、**気になった記事はいつでも閲覧可能に。また、近日中に、興味関心のある「Brand Channel」からの情報配信を**フォローする機能を追加し、**よりユーザーが利用しやすいUI/UXを提供予定。

✓ 上記機能は、フィンテック化支援サービス向けの自社開発CMSにも搭載し、**順次、顧客企業へ提供を開始中。**

注意：「CMS」は、Content Management Systemの略で、導入やサイト更新が容易である等の利点を有するコンテンツ管理システムを意味します。

03

# 成長戦略の進捗と次四半期以降への布石



IPO時に掲げた複数の成長戦略<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。

金融特化型リクルーティング支援の更なる強化のため、商材を多角化

1

広告の始動、及び、  
イベント支援の強化

2

『鬼速PDCAシステム』  
の展開増

3

融資型  
クラウド・ファンディング  
領域への進出

4

金融商材の自社展開  
にかかる検証具体化  
(と成長投資の追加)

(1) 当社は、成長戦略として、①フィンテック化支援、②DMP、③金融特化型リクルーティング、④会員化、の4つを掲げています。(出典：2018年6月21日開示の「成長可能性に関する説明資料」)

従来からの「人材紹介」に加え、新たに「採用広告」をスタートし、また「採用イベントの支援」も強化します。フロー色が濃い人材紹介を補完すべく、フローではあるものの継続性も伴う広告やイベント集客等、リクルーティングの前工程商材を拡充し、マネタイズ先を多角化させる狙いです。

『ZUU online』への求人広告の掲載



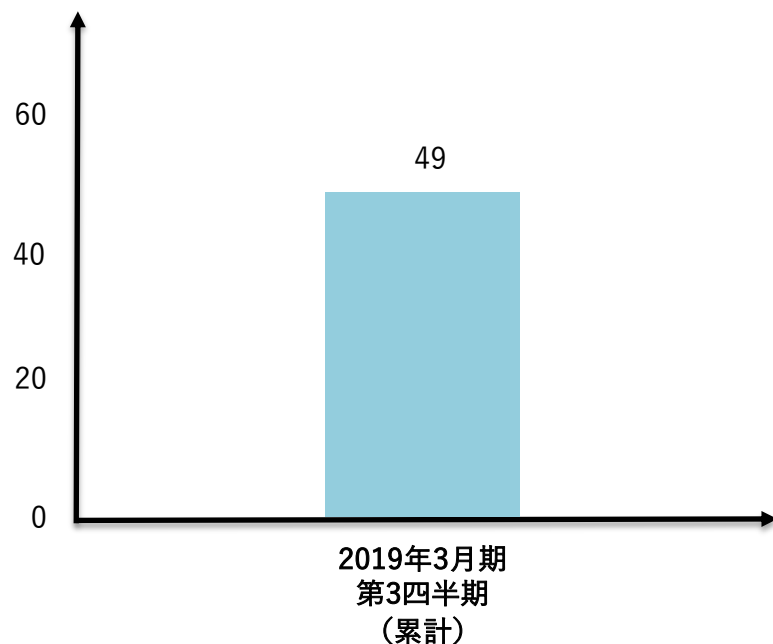
採用イベントの集客支援



金融機関様向けの業務効率化で、人材育成支援として、『鬼速PDCAシステム』<sup>(1)</sup>を展開中で、今後も強化していきます。近々リリース予定の、あしたのチーム様と協業によるSaaS型プロダクト『PDCAクラウド』も、開発は順調に進捗しています。

### 『鬼速PDCAシステム』の支援実績

(売上高/百万円)



- ✓ **金融機関様の業務効率化**を支援する中、即戦力人材の紹介・集客だけでなく、**既存人材の育成も支援**。
- ✓ 当社文化でベストセラー書籍ともなった『鬼速PDCA』に基づき、前期より、育成プログラムとしての『**鬼速PDCAシステム**』<sup>(1)</sup>の**導入・運用**を展開中。  
効率化ニーズの高まりから、足元、導入希望の企業数が増。
- ✓ **更なる大規模展開**を目指すべく、先般開示の通り、HR Techクラウド最大手のあしたのチーム様と協業で『**PDCAクラウド**』を**共同開発中**。

(1) 同システムは、当社が2016年にビジネス書籍化した『鬼速PDCA』をベースとした、PDCAの実践状況の管理・把握から高速に回すまでの支援、を行うサービスです。

成長投資分野の1つとして、金融商材の自社展開<sup>(1)</sup>を掲げています。その第1弾で、融資型クラウド・ファンディングへの進出のため、同マッチング・サイト『クラウドポート』を譲受け、『ZUU funding』の運営を開始しました。

『ZUU funding』の運営を開始



(※第2四半期の決算説明資料より抜粋)



- ✔ **融資型クラウド・ファンディング**（＝ソーシャル・レンディング）のマッチング・サイト『クラウドポート』を、『ZUU funding』としてリニューアルし**運営開始**。
- ✔ 本サイトの運営ノウハウ、他社へのユーザー送客等を通して蓄積させる関連データ、等を有効活用し、**来期以降、当社自らが関連免許を取得した際のスピーディな事業拡大に繋げたい考え**。
- ✔ 現在、**関連免許の取得準備中**。

(1) 当社は、成長に向けた今後の“打ち手”の1つで「来期の新材向け成長投資」と銘打ち、①『ZUU online』のアプリ版の開発、②金融商材のより直接的な取り扱いへの社内体制準備、③東南アジアで2カ国目への進出、の3つを掲げています。（出典：2018年11月9日開示の「2019年3月期第2四半期 決算説明資料」）

金融商材の自社展開に向け、検証段階ではありますが、具体化は着々と進行中です。一例として、「VCファンド運営」では協力パートナーの参画が決定し、「クラウド・ファンディング」では広範な他社連携（M&A含む）も視野に入れ始めました。業績貢献への確度向上を前提に、更なる具体化のため、成長投資追加も柔軟に考えていければと思います。

### VCファンド運営での協力パートナー



藤田 勉

長年、著名ストラテジストとして本邦資産運用業界をリード。シティグループ証券取締役副会長等を経て、現在は、同社顧問及び一橋大学大学院特任教授。



Fenox VC

米国シリコンバレーに本社を構え、これまでに世界で140社以上のスタートアップに投資を実施している、有力ベンチャーキャピタル。

- ✔ VCファンド事業を開始するに際し、国内外の投資業で、**著名且つ経験豊富なパートナーの参画**が決定。
- ✔ 同パートナーとの協業で、**VC組成、投資家募集の準備も進行中**。

### クラウド・ファンディング領域での他社連携



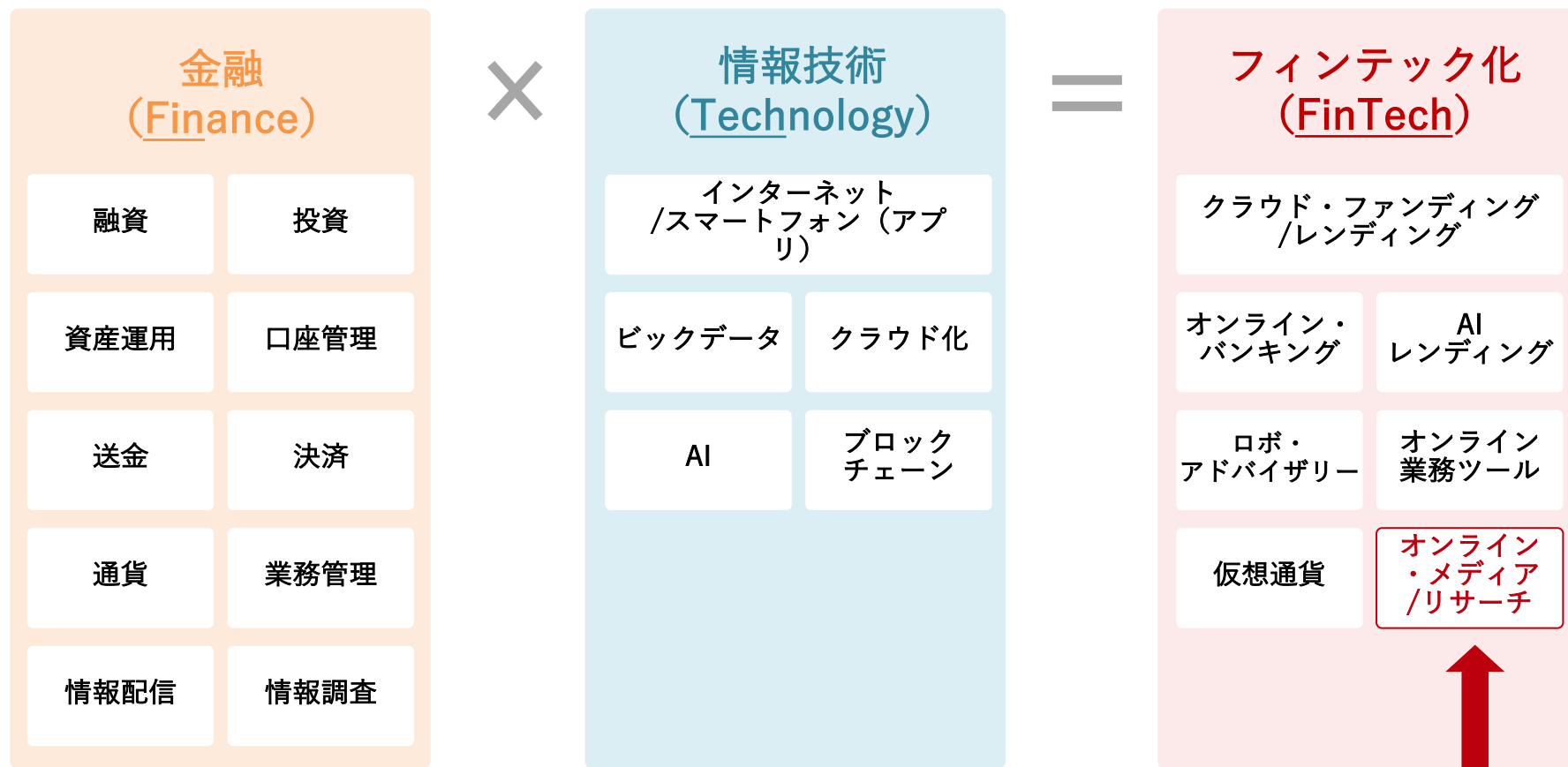
- ✔ 前述の通り、**関連免許の取得は準備中**。
- ✔ 事業開始のスピード重視のため、**他社連携も選択肢**に入れ、機会が生じれば、より**専門的な検証も進める**考え。

# 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)

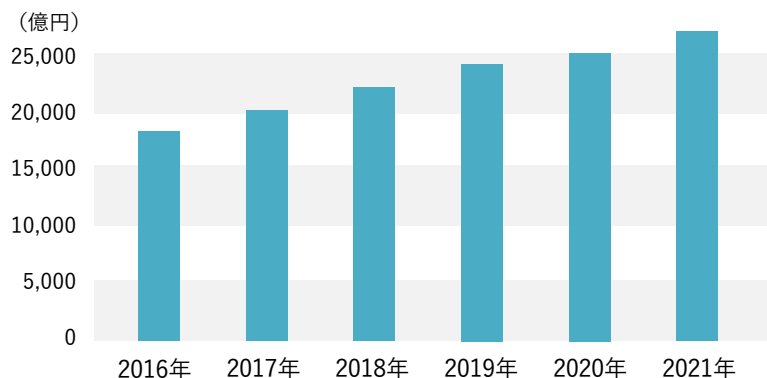
金融とITの融合がもたらしたFinTech革命で、既存の金融サービスを飛躍的に発展させることが期待されています。



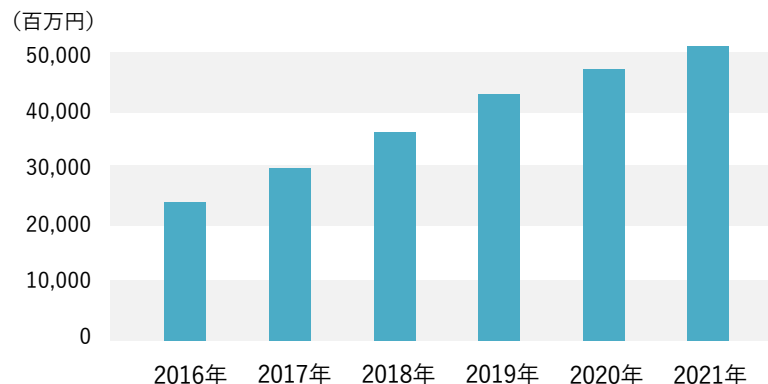
**ZUU** 分かりやすく有用な情報の提供で、個人の金融サービスにおける未開拓ニーズを発掘

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。

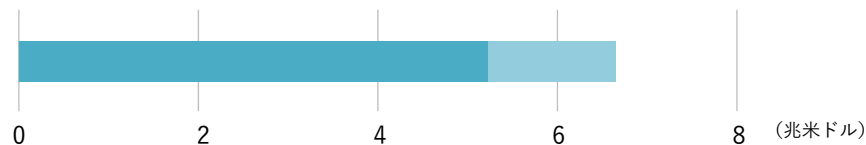
日本の働き方改革ICT市場<sup>(1)</sup>は、  
2021年には3兆円弱に



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)

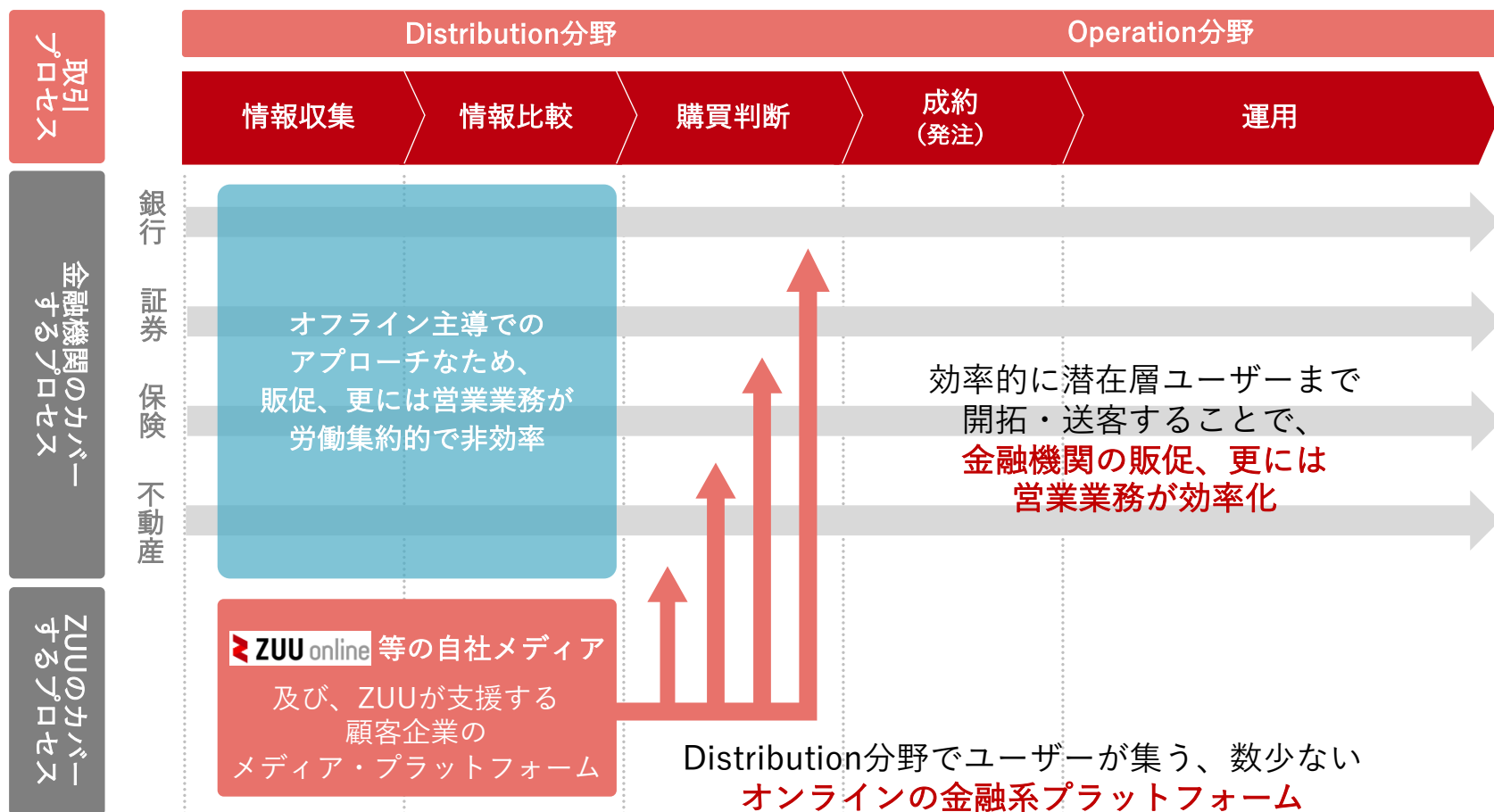
(2) 出典：矢野経済研究所 (※「MA」は、潜在～既存顧客データを一元管理・評価し、設計したシナリオに基づいて、各顧客を個別育成するシステム。2017年以降は予測)

(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



総額： 3,304円

🛒 カートに入れる

鬼速 PDCA

営業

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



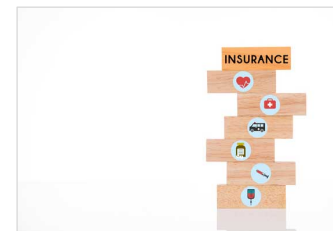
大富豪が実践しているお金の哲学  
富田 和成  
1,382円

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



Media



Commerce

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

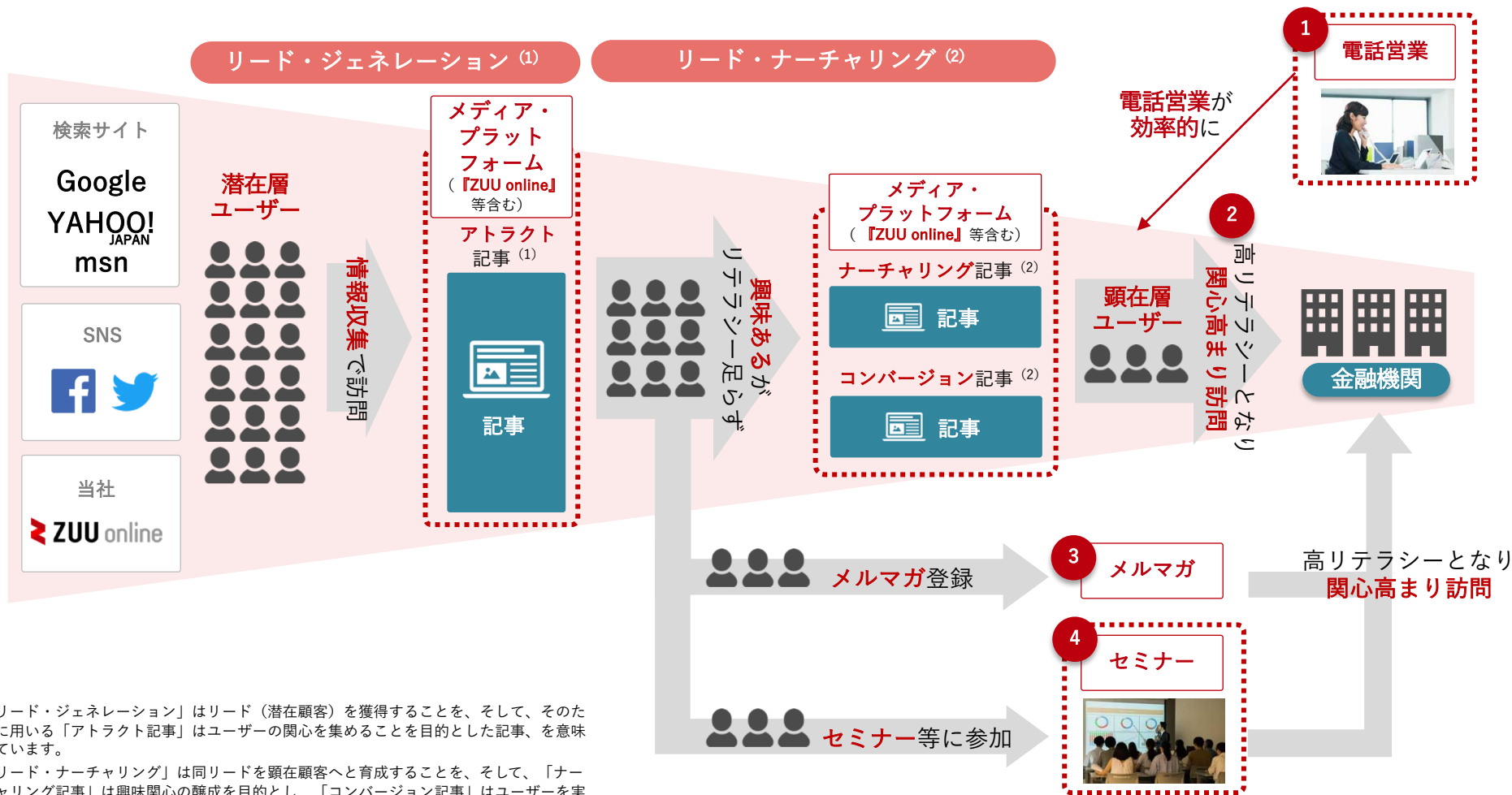


国/地域	読者数	割合
アメリカ	67,445	00:15:54
イギリス	18,945	00:10:37
インド	8,882	00:00:58
カナダ	4,371	00:01:02
ドイツ	3,845	00:00:32
フランス	3,243	00:00:38

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。