

ソーシャルワイヤー株式会社

2020年 3 月期 決算説明資料

(個人投資家向け説明会)
2020年 6 月27日

<本資料の取扱いについて>

本資料に記載されている契約や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。

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。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

IRに関するお問い合わせ <https://www.socialwire.net/contact>

株主・投資家の皆様へのメッセージ <https://www.socialwire.net/ir/messagelist>

売上高
過去最高
(14期連続更新)

売上成長率
過去最高
(上場来最高更新)

連結業績

連結業績ハイライト

全 体	連結業績	売上高	3,924百万円（前期比 120.2%）
		営業利益	201百万円（前期比 49.6%）
		経常利益	159百万円（前期比 40.1%）
		当期純利益	72百万円（前期比 30.2%）
セ グ メ ン ト ※2	デジタルPR 事業	売上高	1,988百万円（前期比 120.9%）
		インフルエンサーPR案件数	531件（前期比 200.3%）
		クリッピング案件数	13,835件（前期比 115.0%）
		リリース従量配信数	18,080件（前期比 94.0%）
		リリース月額配信社累計	1,626社（前期比 168.1%）
セ グ メ ン ト ※2	シェアオフィス 事業	売上高	1,936百万円（前期比 119.5%）
		稼働席累計（国内）	18,057席（前期比 123.0%）
		稼働席累計（海外）	10,354席（前期比 99.9%）

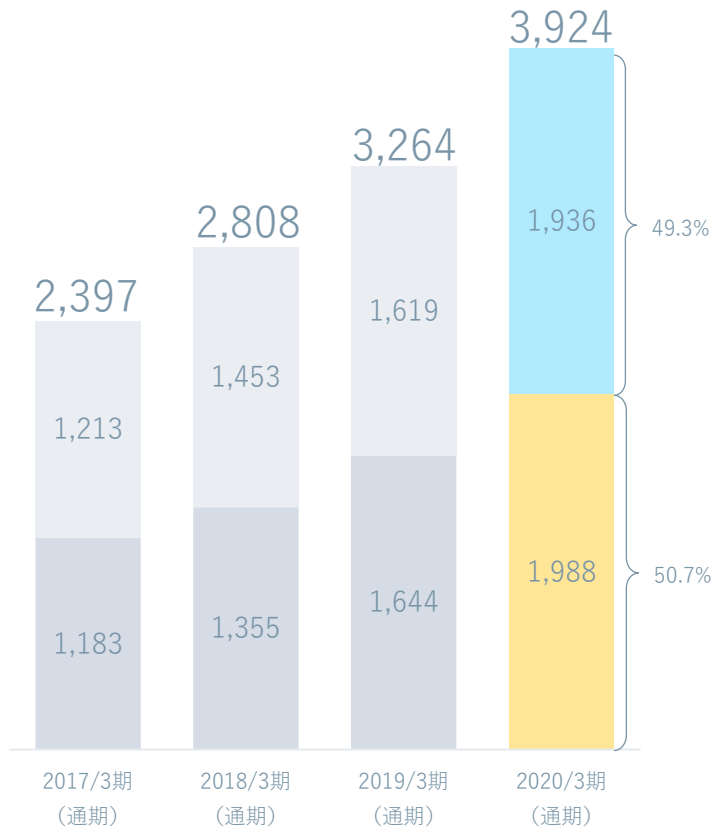
※1 「親会社株主に帰属する当期純利益」を示します。

※2 当連結会計年度より報告セグメントとして記載する事業セグメント名称を「ニュースワイヤー事業」「インキュベーション事業」から「デジタルPR事業」「シェアオフィス事業」に名称変更しております。また、報告セグメントに属さないクラウド翻訳サービスを「その他」に区分しておりましたが、当連結会計年度より、クラウド翻訳サービスを「シェアオフィス事業」に含め、「デジタルPR事業」「シェアオフィス事業」を報告セグメントとして変更しております。そのため、各セグメントの前年同期比較および分析は、変更後の区分に基づいております。

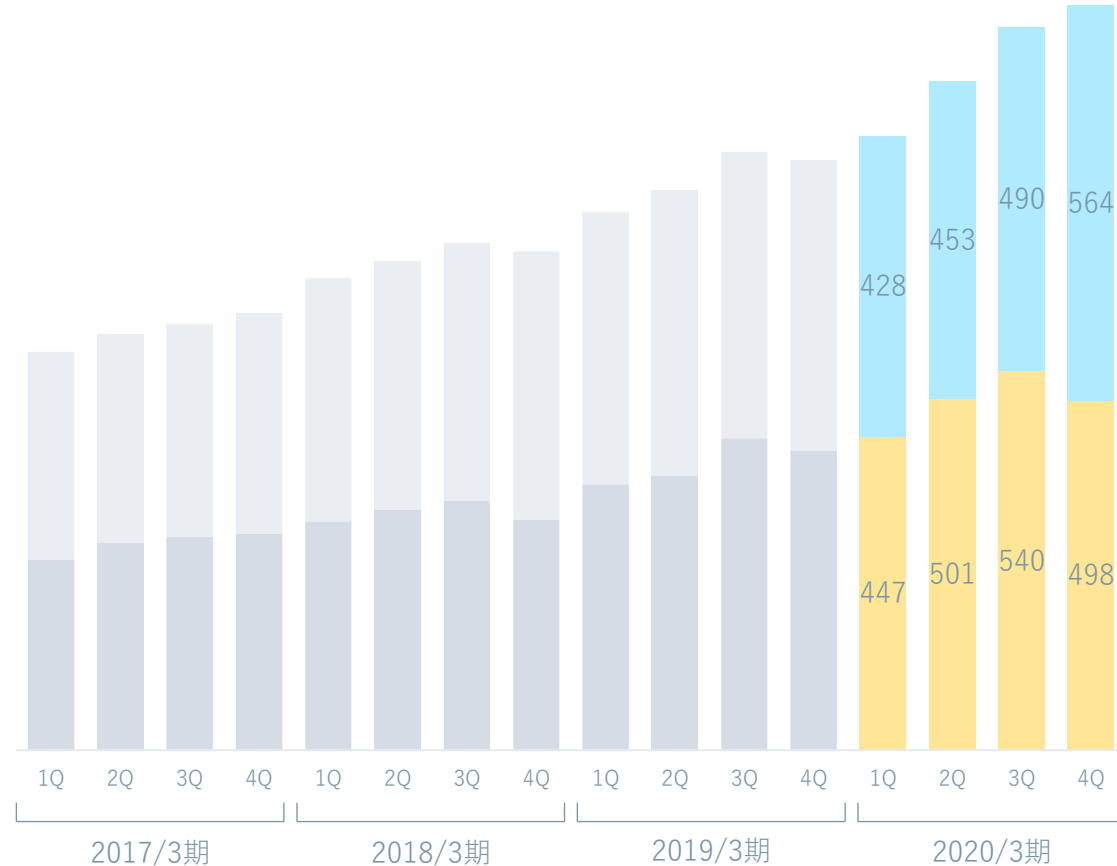
連結売上高（Q推移）

■ デジタルPR事業 ■ シェアオフィス事業（単位：百万円）

通期年度推移



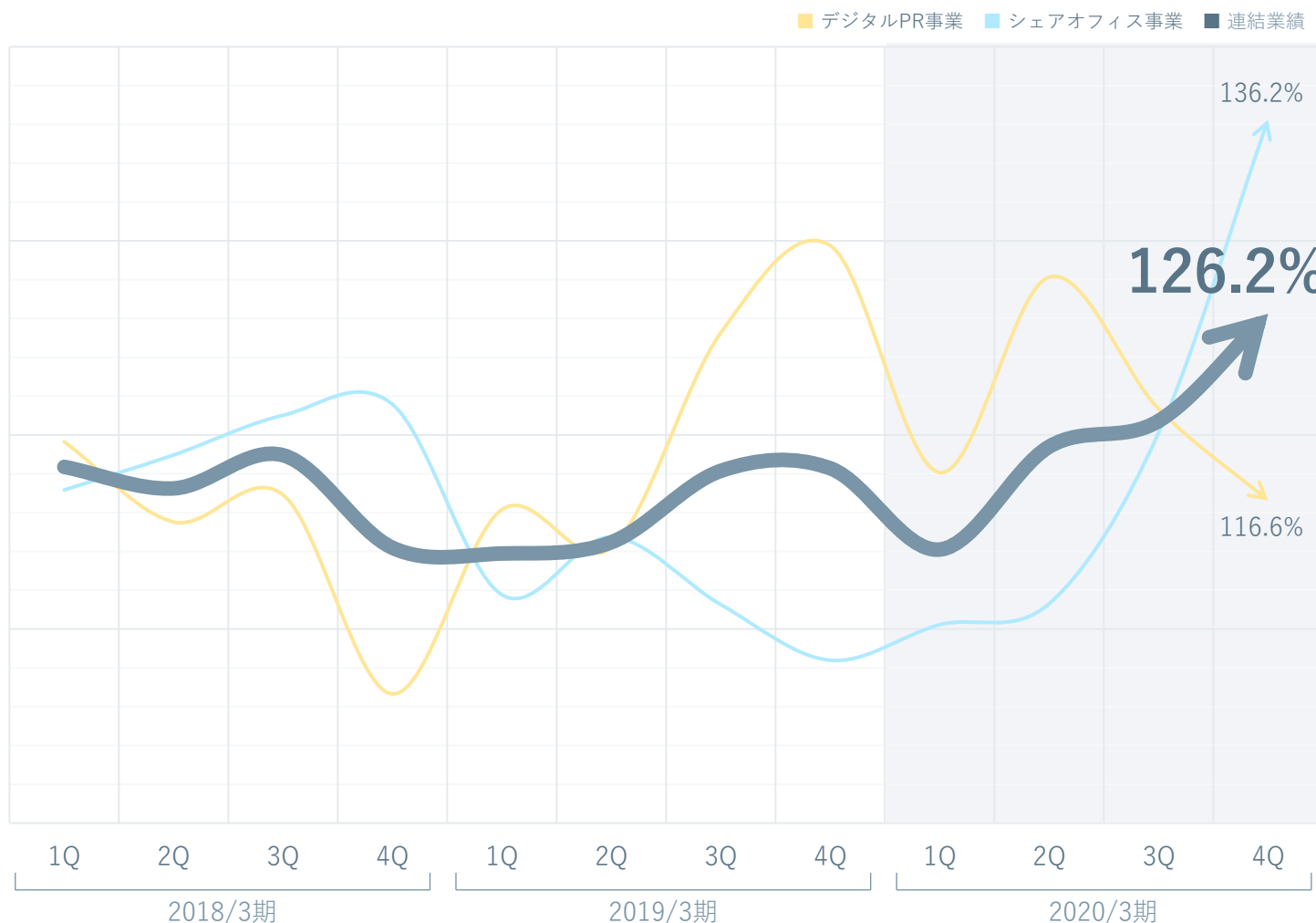
四半期推移



『売上高』 過去最高、投資効果が段階的に顕在化

※報告セグメントに属さないクラウド翻訳サービスを「その他」に区分しておりましたが、当連結会計年度より、クラウド翻訳サービスを「シェアオフィス事業」に含め、「デジタルPR事業」「シェアオフィス事業」を報告セグメントとして変更しております。そのため、各セグメントの前年同期比較および分析は、変更後の区分に基づいております。

連結売上高成長率（Q推移）



成長率
上場来最高更新

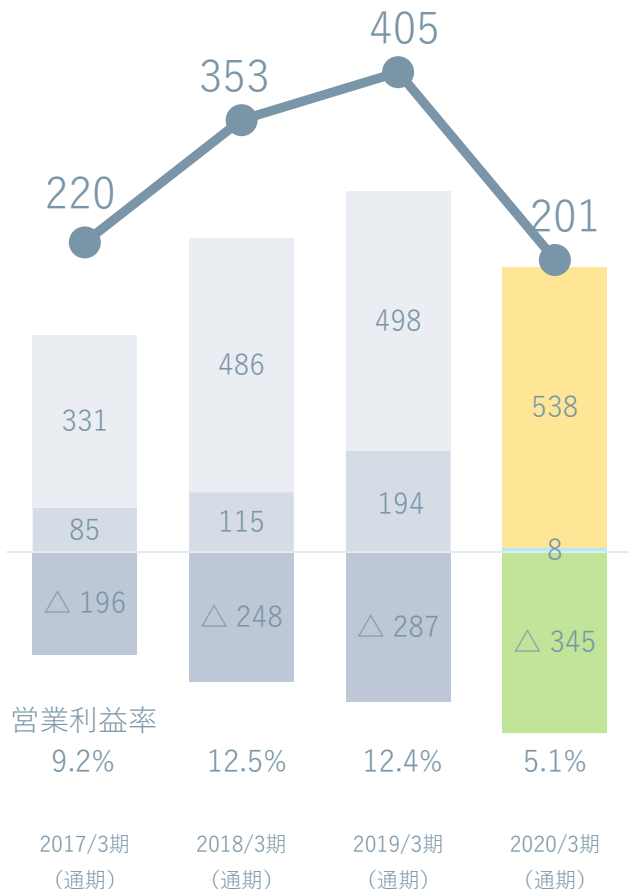
デジタルPR コロナ禍による売上影響有（イベント案件消失/ズレ）
シェアオフィス 大型拠点の稼働が急上昇

※報告セグメントに属さないクラウド翻訳サービスを「その他」に区分しておりましたが、当連結会計年度より、クラウド翻訳サービスを「シェアオフィス事業」に含め、「デジタルPR事業」「シェアオフィス事業」を報告セグメントとして変更しております。そのため、各セグメントの前年同期比較および分析は、変更後の区分に基づいております。

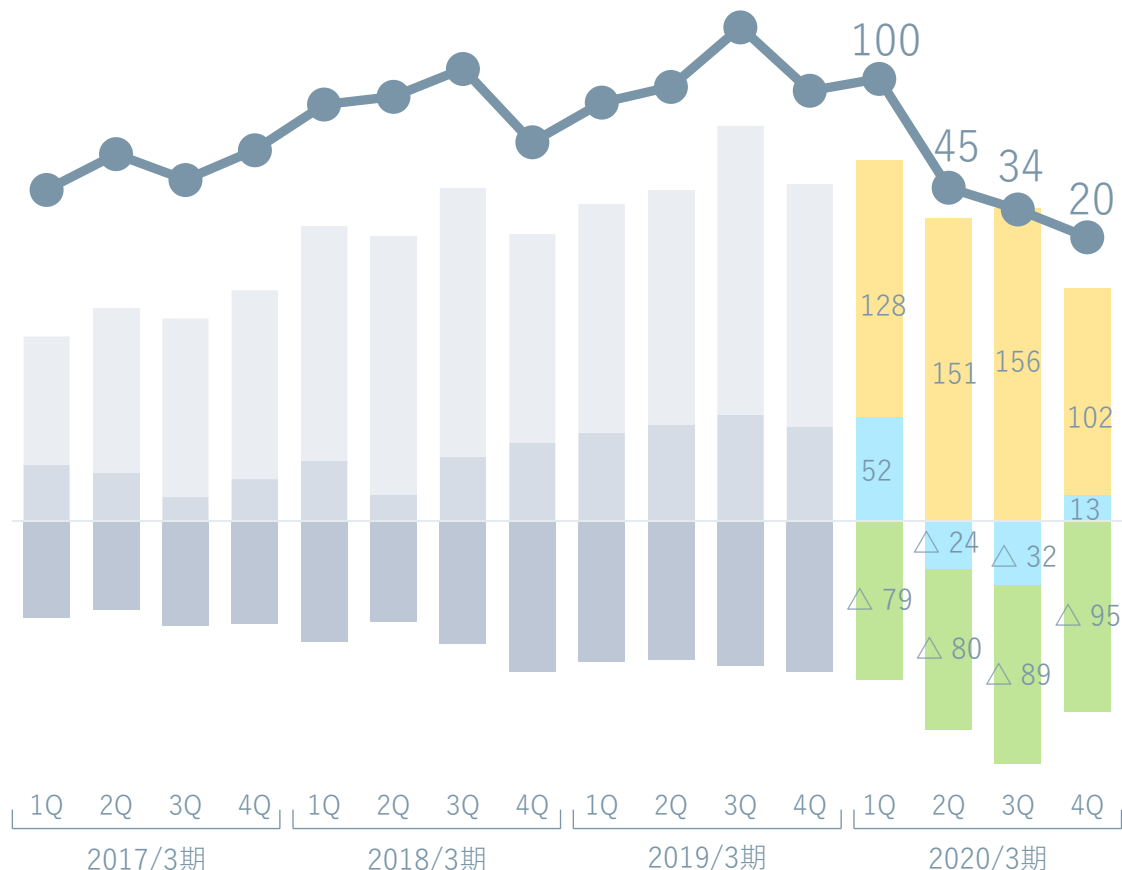
連結営業利益（Q推移）

■ デジタルPR事業 ■ シェアオフィス事業 ■ 全社費用 ● 営業利益（単位：百万円）

通期年度推移



四半期推移



『売上高ならびに売上成長率を優先した投資期』の為、営業利益は減益

※報告セグメントに属さないクラウド翻訳サービスを「その他」に区分していましたが、当連結会計年度より、クラウド翻訳サービスを「シェアオフィス事業」に含め、「デジタルPR事業」「シェアオフィス事業」を報告セグメントとして変更しております。そのため、各セグメントの前年同期比較および分析は、変更後の区分に基づいております。

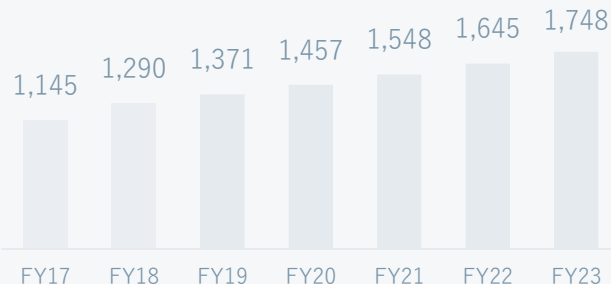
デジタルPR事業

インフルエンサーPR市場の拡大

●広報・PR市場

(単位：億円)

5年間の
想定CAGR
6.3%

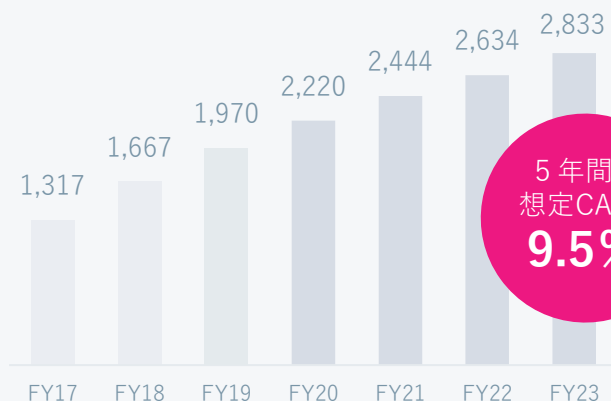


※2019年5月公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会発表「PR業に関する実態調査」を参考に当社の推計によるもの

●SNSインフィード広告市場

(単位：億円)

5年間の
想定CAGR
9.5%

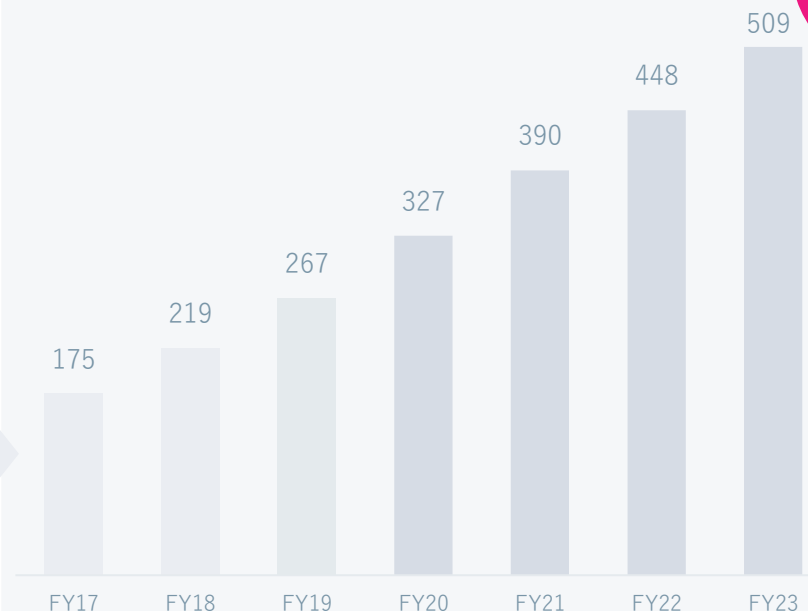


※2018年2月株式会社サイバーエージェント及び株式会社デジタルインファクト発表「インフィード広告の市場動向調査」配信先別のソーシャルメディアを参照

●インフルエンサーPR市場

(単位：億円)

5年間の
想定CAGR
17.5%



※2019年3月株式会社デジタルインファクト発表「インフルエンサーマーケティング市場規模」参照

広報・PR
×
SNS広告

『広報』
堅調成長マーケット

『広報×SNS(インフルエンサー)』
高成長マーケット

今後ニーズが増える業務（トップ10） n=71（複数回答）

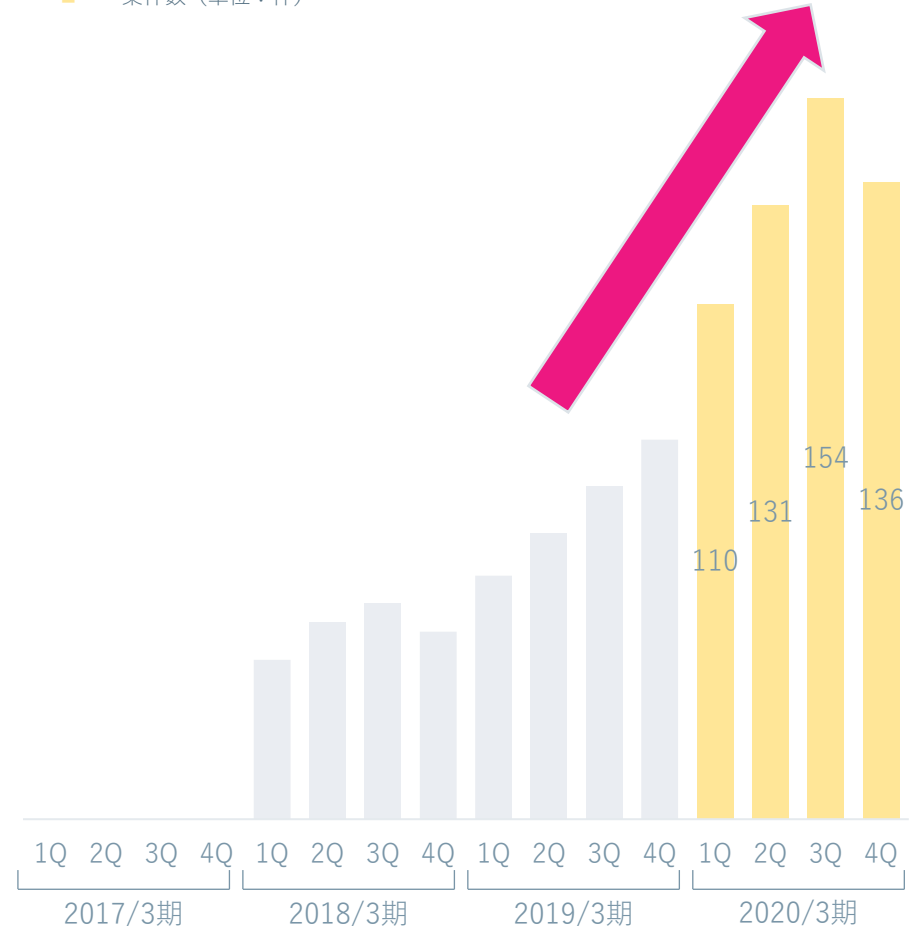


※2019年5月公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会発表「PR業に関する実態調査」より抜粋

デジタルPR事業（インフルエンサーPRの拡大）



■ 案件数（単位：件）



今までのマーケティング



マスメディア



消費者

SNSの台頭

インフルエンサーマーケティング



インフルエンサー



消費者

消費者

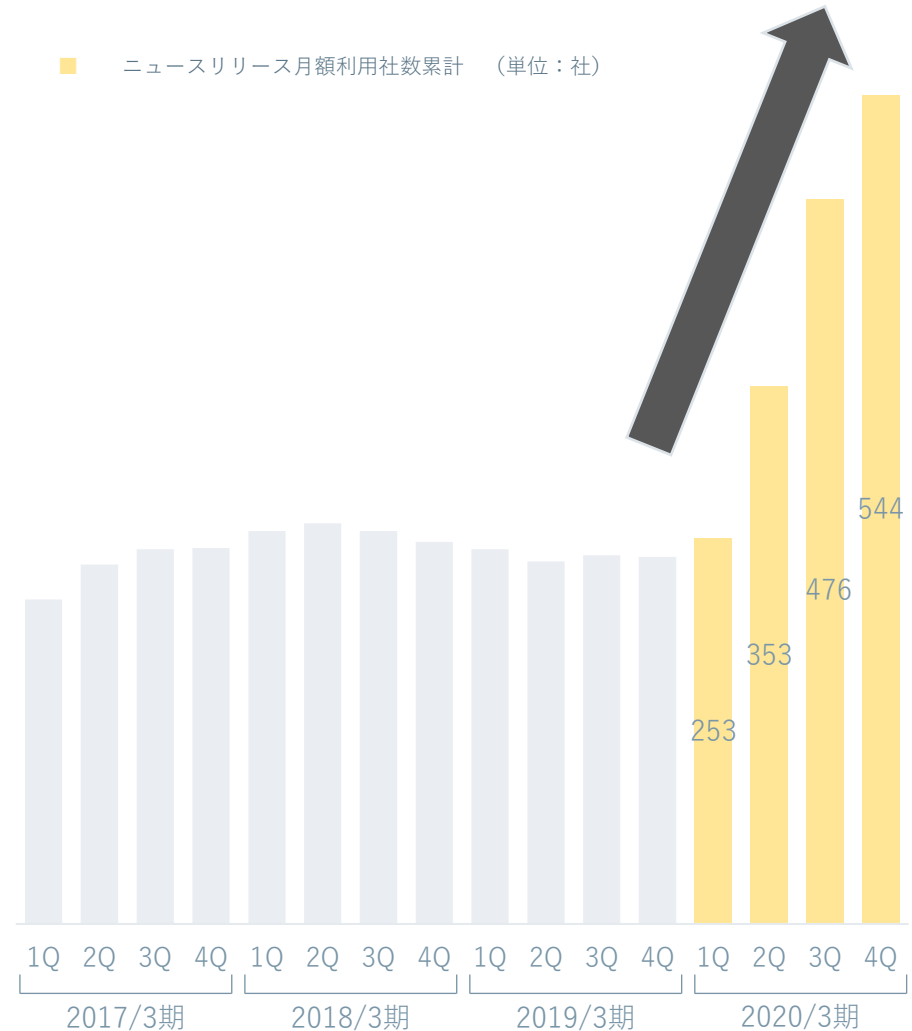
消費者

Find Model = 美容・雑貨・アパレル等のインフルエンサーPR
法人営業体制の強化を図ったことにより案件数が増加中

デジタルPR事業（SNSリリース配信の拡大）



■ ニュースリリース月額利用社数累計（単位：社）

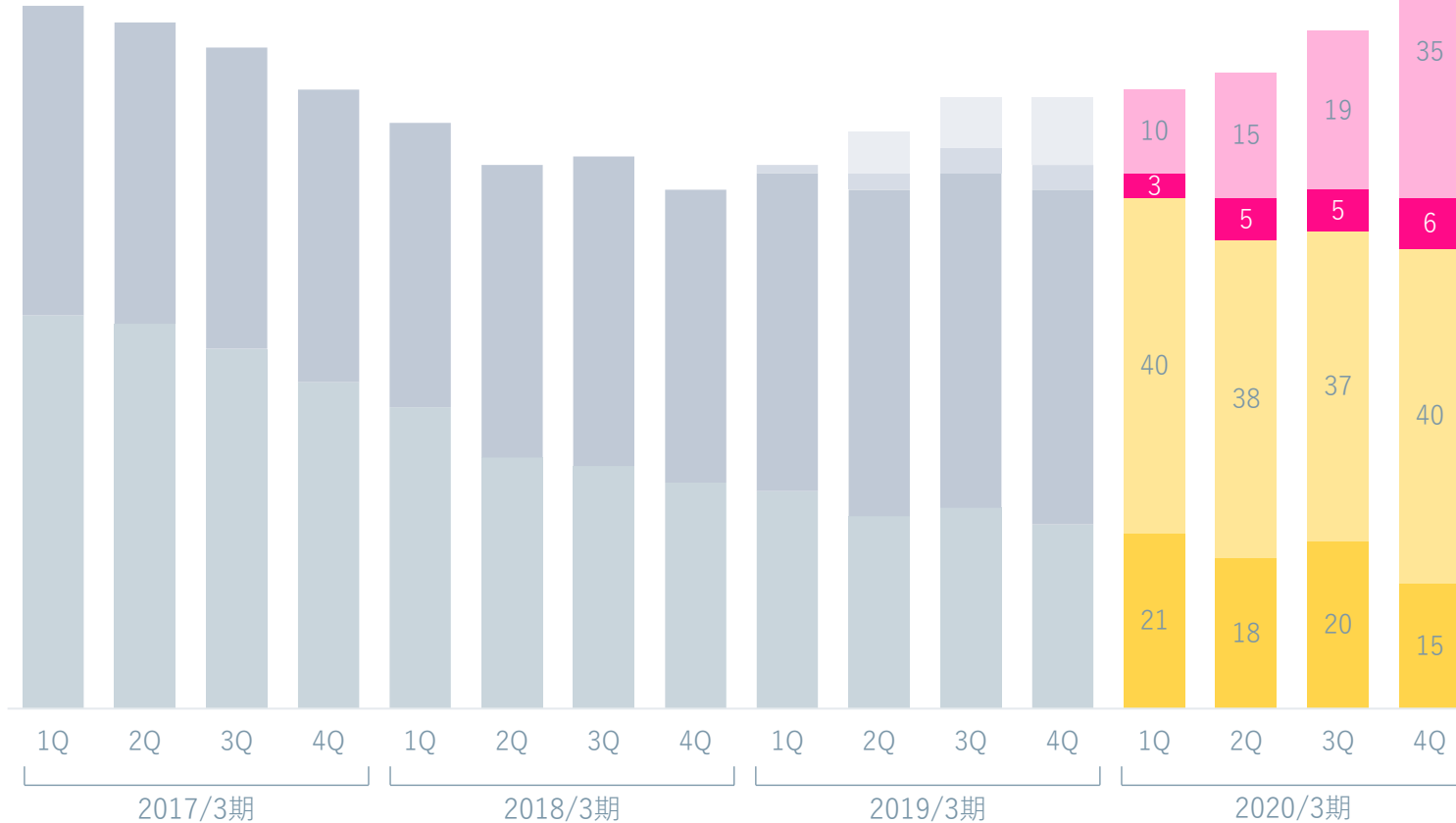


NEWSCAST = SNS × リリース配信
これに法人営業体制強化を加えることで、販売実績が増加中

デジタルPR事業（成長に直撃する営業人員投資の推移）

デジタルPR事業 正社員数推移

- 法人営業（単位：人）
- インフルエンサーPR（単位：人）
- クリッピング（単位：人）
- ニュースワイヤー（単位：人）



法人営業増加

AI導入で効率化

『AI導入による効率化』と『営業人材強化』をスワップしながらの投資推移

【2018年 5 月】

インフルエンサーPRサービス開始

※宣伝広告市場へ参入

【2019年 4 月】

デジタルPR事業全体の法人営業部門の
組織体制開始

【2019年 6 月】

大阪営業所開設(関西圏強化)

【2020年 3 月】

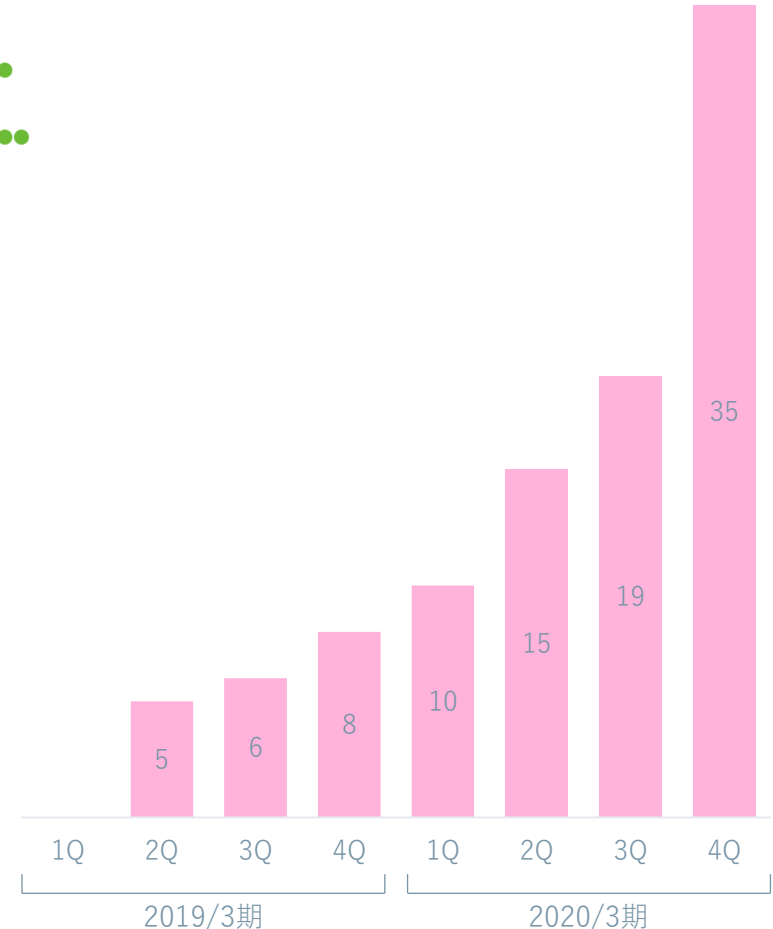
福岡営業所開設(九州圏強化)

【2020年 4 月】

名古屋営業所開設(中部圏強化)



■ 法人営業 正社員数（単位：人）

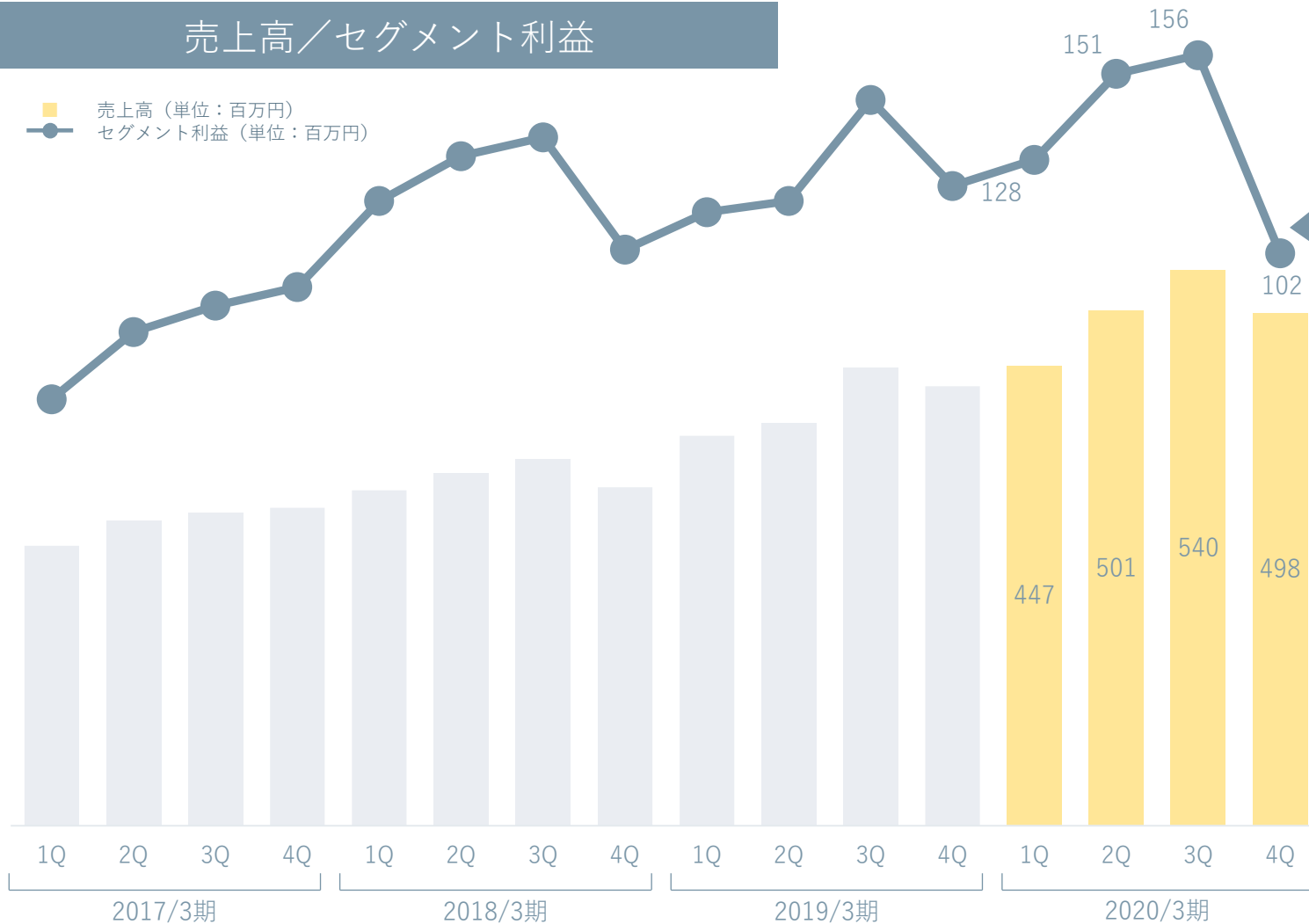


大幅人員増及び拠点の強化

デジタルPR事業（Q推移）

売上高／セグメント利益

■ 売上高（単位：百万円）
● セグメント利益（単位：百万円）

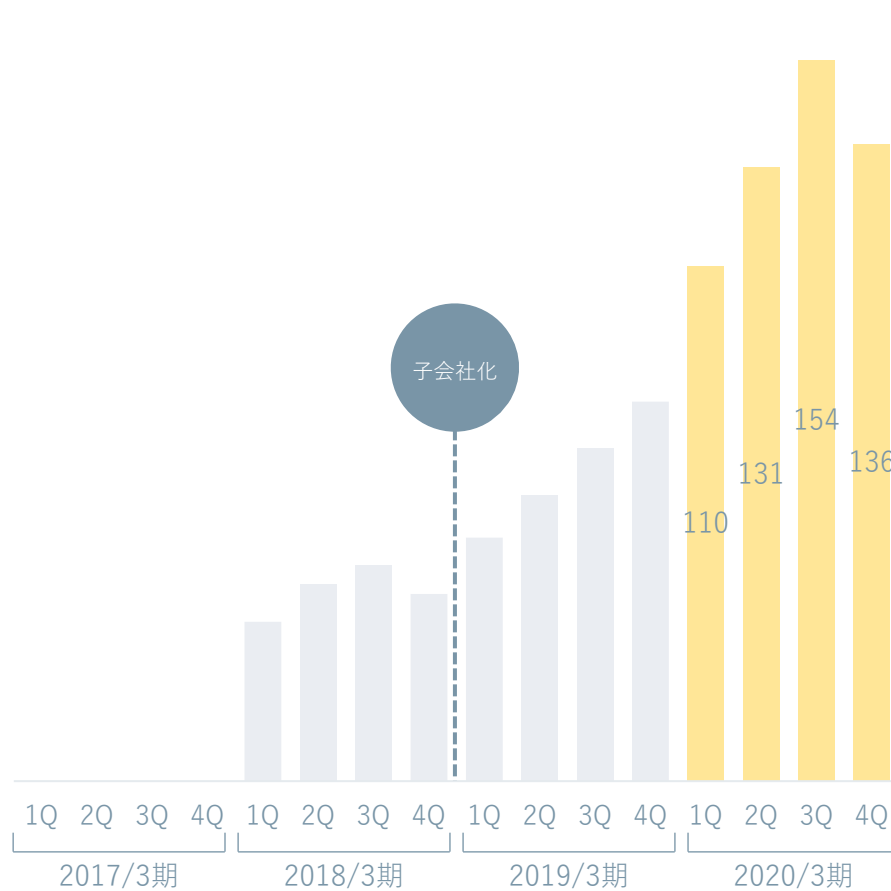


法人営業人員
増加により経費増

売上高は過去最高を更新、4Qに営業人員増により利益減少
(但し、売上高に関してはコロナ禍の影響で4Qに伸びきらず)

インフルエンサーPR

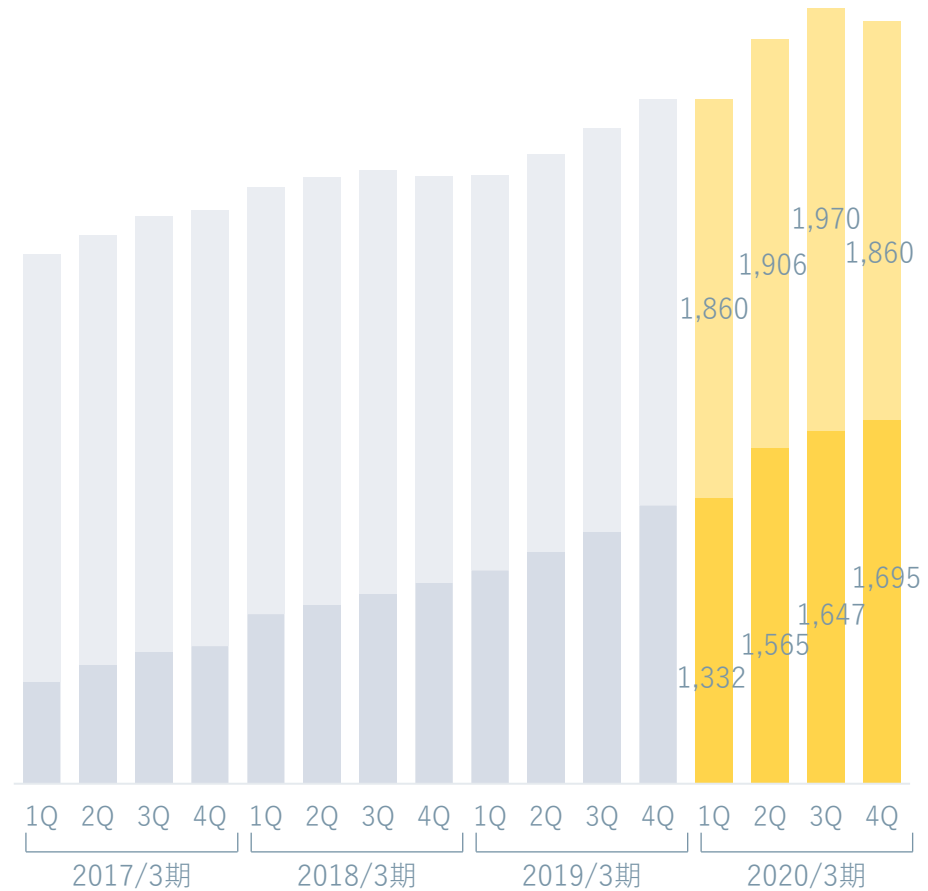
■ 案件数（単位：件）



事業ポートフォリオとして大成長中
(但し、コロナ禍の影響で4Qに伸びきらず)

クリッピングサービス

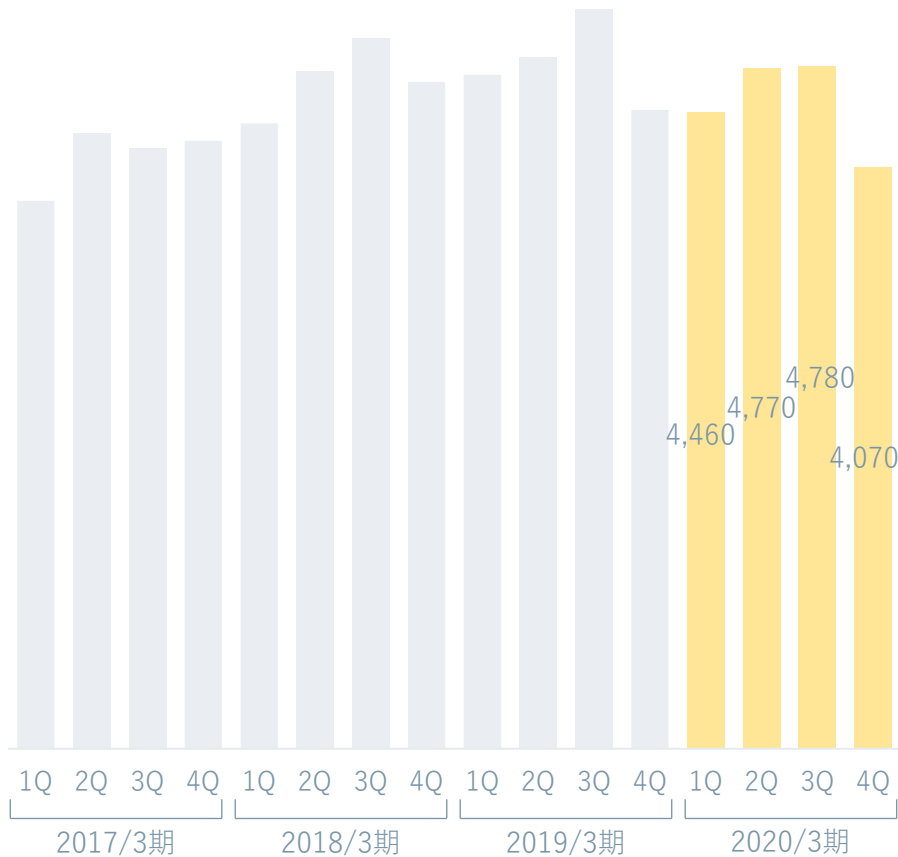
■ 紙案件数（単位：件）
■ デジタル案件数（単位：件）



デジタル案件数が順調増加中
(WEBクリッピングや取引先チェック)

リリース配信 従量配信数

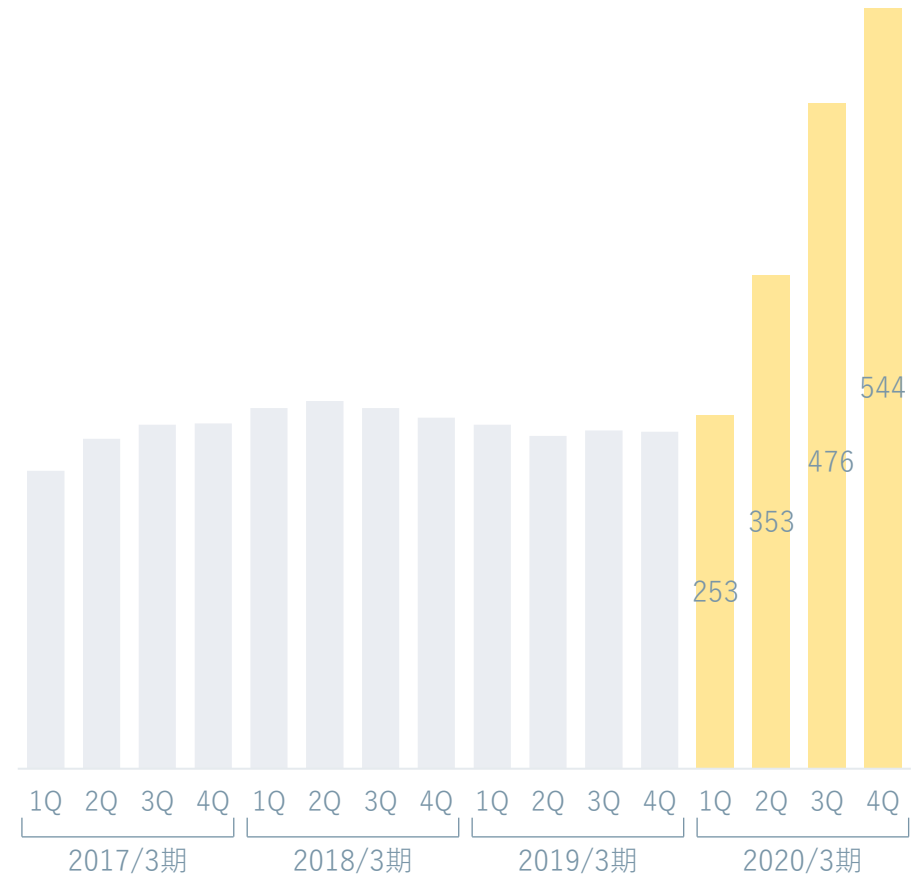
■ 従量配信数 （単位：件）



従量配信メニューは単価上昇×配信減少
（コロナ禍の影響が4Qに直撃）

リリース配信 月額利用社数累計

■ 月額利用社数累計 （単位：社）



月額配信メニューは、利用社が急拡大中
（販売力増加とともに急拡大中）

主要サービス	影響内容	影響を最小化する対策
インフルエンサーPR 	➤ イベント／観光系案件数減少 ➤ 新規案件の獲得ペース減（営業効率の悪化）	➤ オンラインによるリード開拓 ➤ 緊急事態解除後の特需獲得への準備／開拓（観光、外食） ➤ アカウント運用代行の内製化
クリッピング 	➤ 調査対象の大型イベント中止 ➤ 調査対象のPRイベントの中止 ➤ 調査対象媒体（紙）の休刊	➤ 紙媒体調査依存しないSNS調査 ➤ 反社チェッカーサービス拡販
リリース配信 	➤ イベント／観光系配信数減少 ➤ 従量配信数が減少 ➤ 月額配信利用社の影響は軽微	➤ オンラインによるリード開拓 ➤ 月額メニューの販売に傾注

影響レベルは『一時的かつ限定的』と想定

産業構造が再構築される

集約/集合
サアル



分散/分解
オンライン



ポジティブ

- ・ 宣伝広告は『大手媒体への集中投下』から『SNSへ分散投下』へ
- ・ おうち時間でSNS接触時間増加

市場拡大を背景にインフルエンサーPR推進の営業体制とウェビナー強化により顧客コンタクトポイント急増。SNS拡散型ニュース配信、クリッピングSNS調査機能を装備済。

ネガティブ

- ・ SNSの要諦である『多様化』が加速。顧客ニーズ多様化及びインフルエンサーのポジション変化に対応したサービス開発は必須。

類似SNSマーケ企業との連携・提携関係を模索。

インフルエンサーD2C（toCビジネスへの展開）サービスの方向性検討。

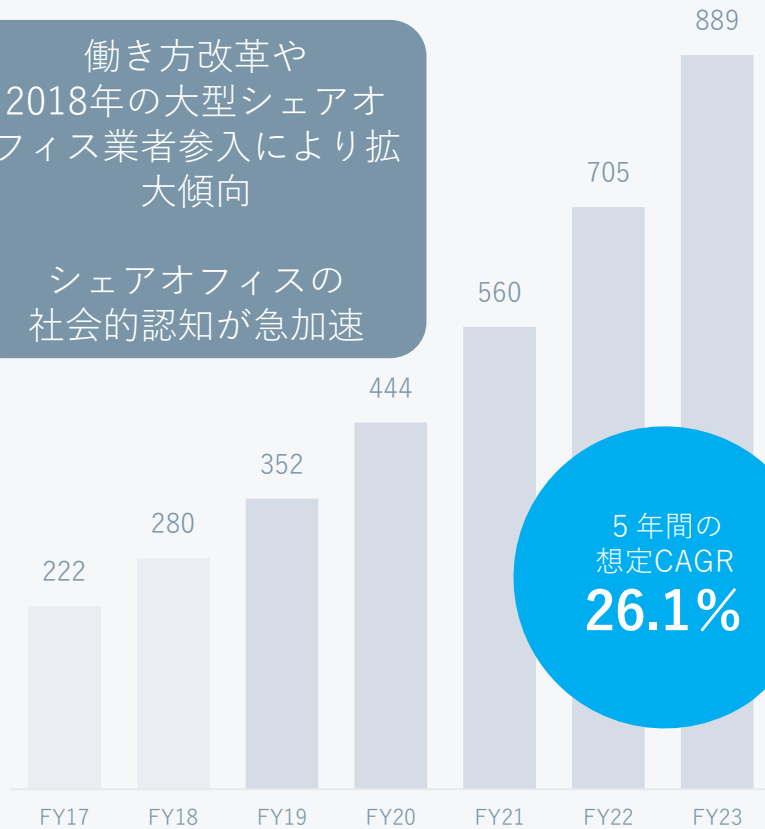
シェアオフィス事業

●オフィスシェアリング市場

(単位：億円)

働き方改革や
2018年の大型シェア
オフィス業者参入により
拡大傾向

シェアオフィスの
社会的認知が急加速



※国内主要シェアオフィス運営企業（レンタルオフィス、サービスオフィス、コワーキングスペース含む）のオフィス面積から当社の推計による市場規模

コロナ禍によりオフィスのあり方に変化

リモートワークの普及
(企業は、在宅勤務の有効性を知る)

物件の全部or一部の返却
(企業は、オフィスに拡大/縮小の柔軟性を
求めるようになる。)

- 『固定オフィス』 × 『シェアオフィス』 × 『在宅勤務』 のハイブリッド型オフィスがニューノーマルへ
- 契約期間の短期化が可能

コロナ禍により『新しいオフィス形態』が加速的に進化する

ニーズは
拡大傾向

リモートワーク 分散化 フレキシブルなオフィス

- ① 自社コンセプトとリモートワークで利用する企業とマッチ。セキュア化、リモート化むけの設備充足を実施。
- ② 企業規模により『リモート拠点に求める座席数』も異なるため多様なバリエーションを確保。
- ③ 売り物の確保が必要

空室率上昇

ハイグレード 不動産(賃貸)調達

- ① 企業の『面』返却により、空室率が上昇する見通しであり、調達機会は良好推移する予測。
- ② ビルオーナーはシェアオフィスに対し『運用上の懸念』により足踏み傾向。
 - ✓ 某社の利用者の品位が低い。
 - ✓ 某社の利用者は音ががうるさい。
 - ✓ 某社の利用者はビルの品位に合わない。
 - ✓ 某社の運営会社自体が好きになれない。
- ③ 業界内における弊社の強みは『運営規律性』であり、圧倒的な好感触を得ております。

IoTの環境の強化/規律性を重視し仕事に集中できる環境を提供

<ハード>

施錠ができるセキュアで多様な『個室』の造作
ネット回線などもセキュリティを強化

ミーティングスペースや共有スペースをコンセプトごとに物理的に分け、利用者が仕事に集中できる環境の造作、共用部の設備の充実

IoT環境の充実

『オンライン会議』を集中して行えるシステムの導入

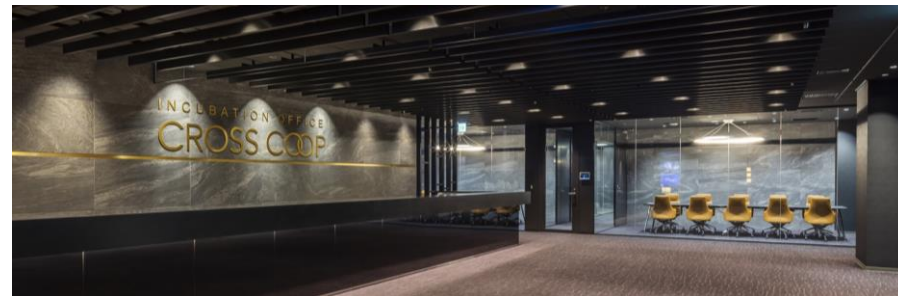
<運営>

契約企業に限定した利用、ログがおえる環境

規律性を重視した運営の実施

利用者の満足度、長期的な利用を促進

スタッフ全員が『営業担当兼務受付担当』
運営を理解してるのでミスマッチが起こらない
利用者のニーズをリアルにキャッチ

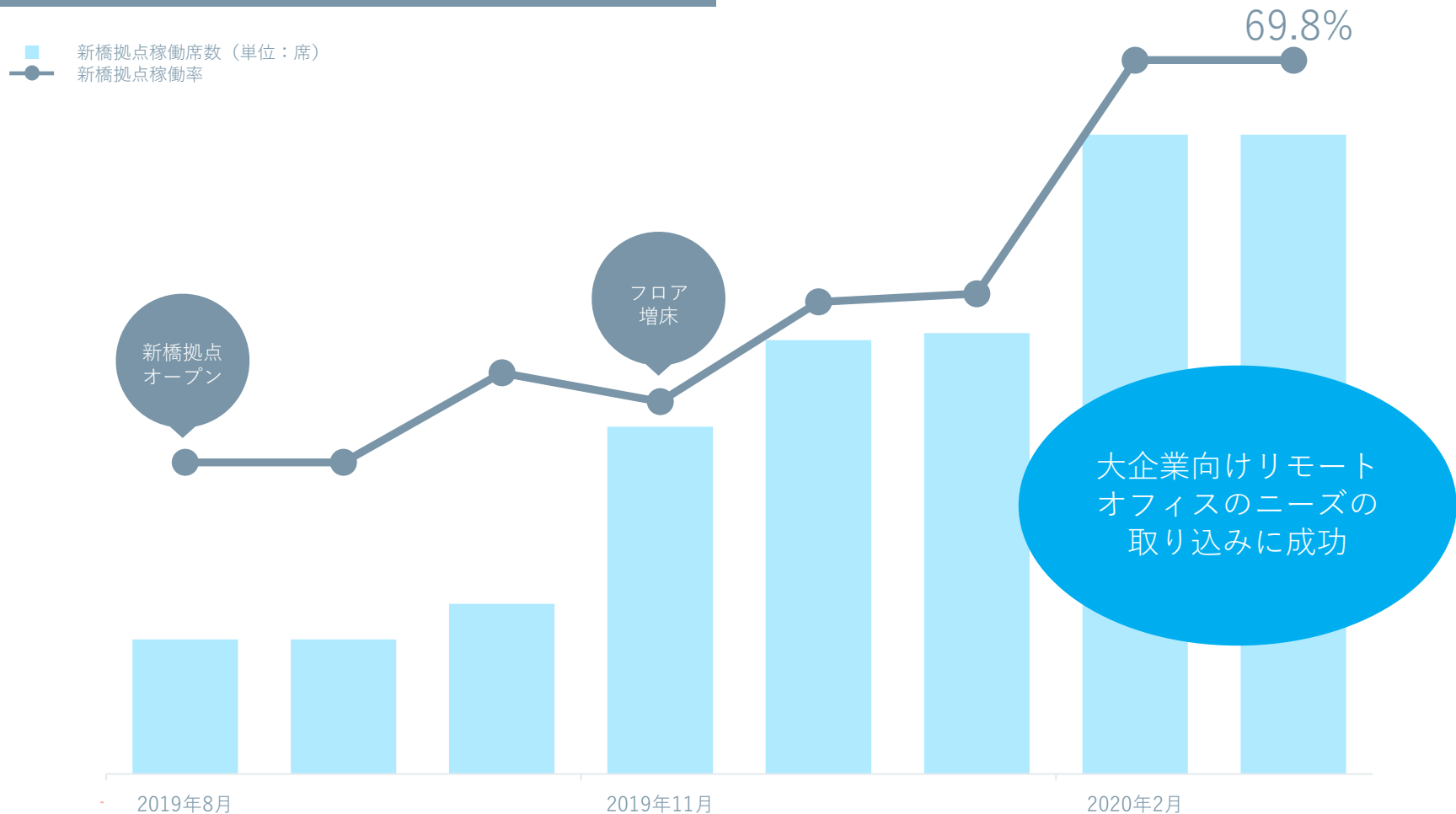


(CROSSCOOPを選ぶ理由) BCP対応
<https://crosscoop.com/introduction/purpose/bcp>

(CROSSCOOPを選ぶ理由) リモートワーク
<https://crosscoop.com/introduction/purpose/flex>

コロナ前より、法人向けリモートオフィスとしてマッチ
新橋以外の拠点でもリモートオフィスとしての需要は増加中

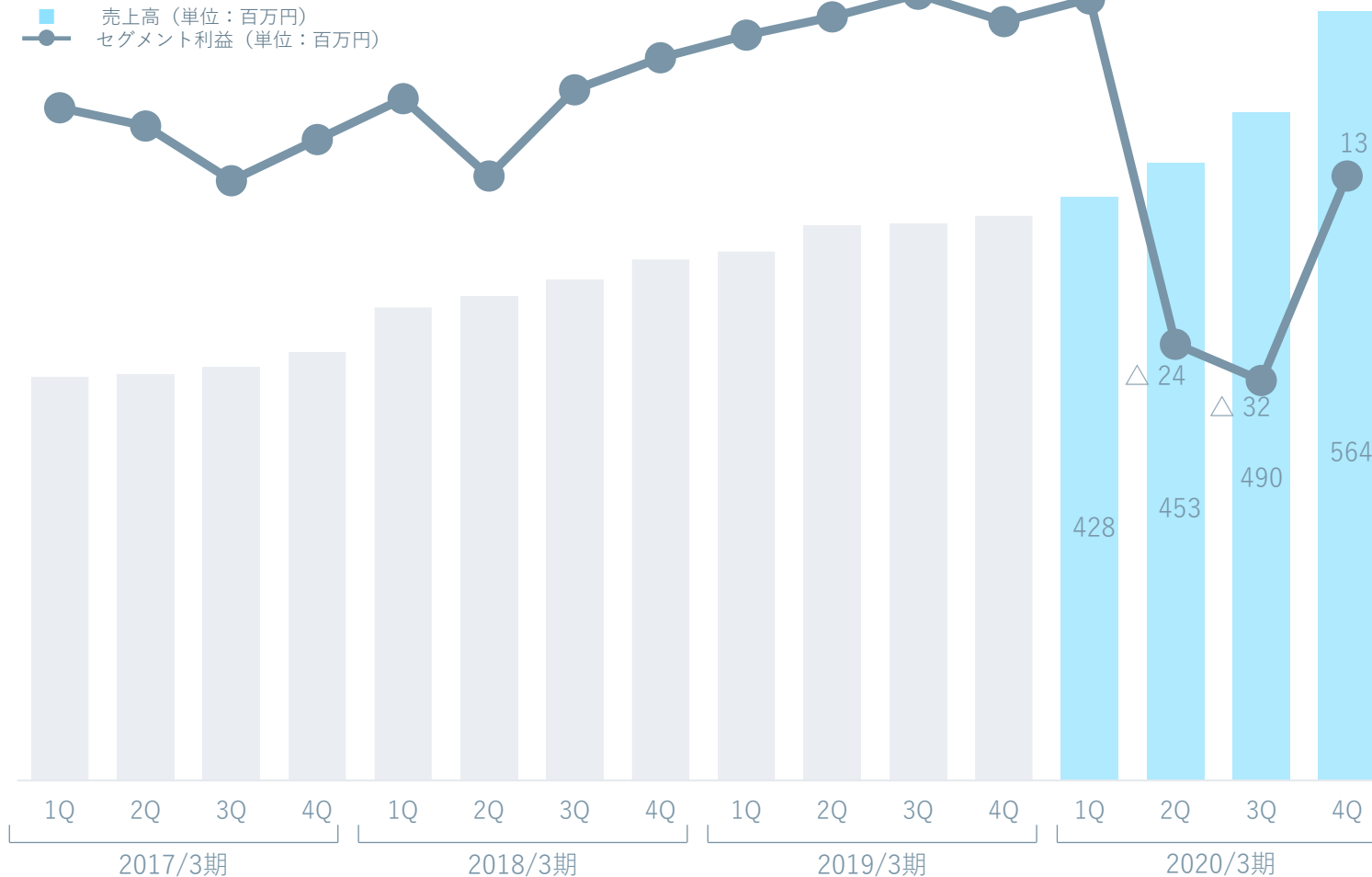
（大型投資）新橋拠点の進捗



当社創業来の大型投資ではありましたが順調に推移し、21/3期は利益体質へ（稼働増加ペース、販売単価は事前想定範囲で順調に推移）

シェアオフィス事業（Q推移）

売上高／セグメント利益

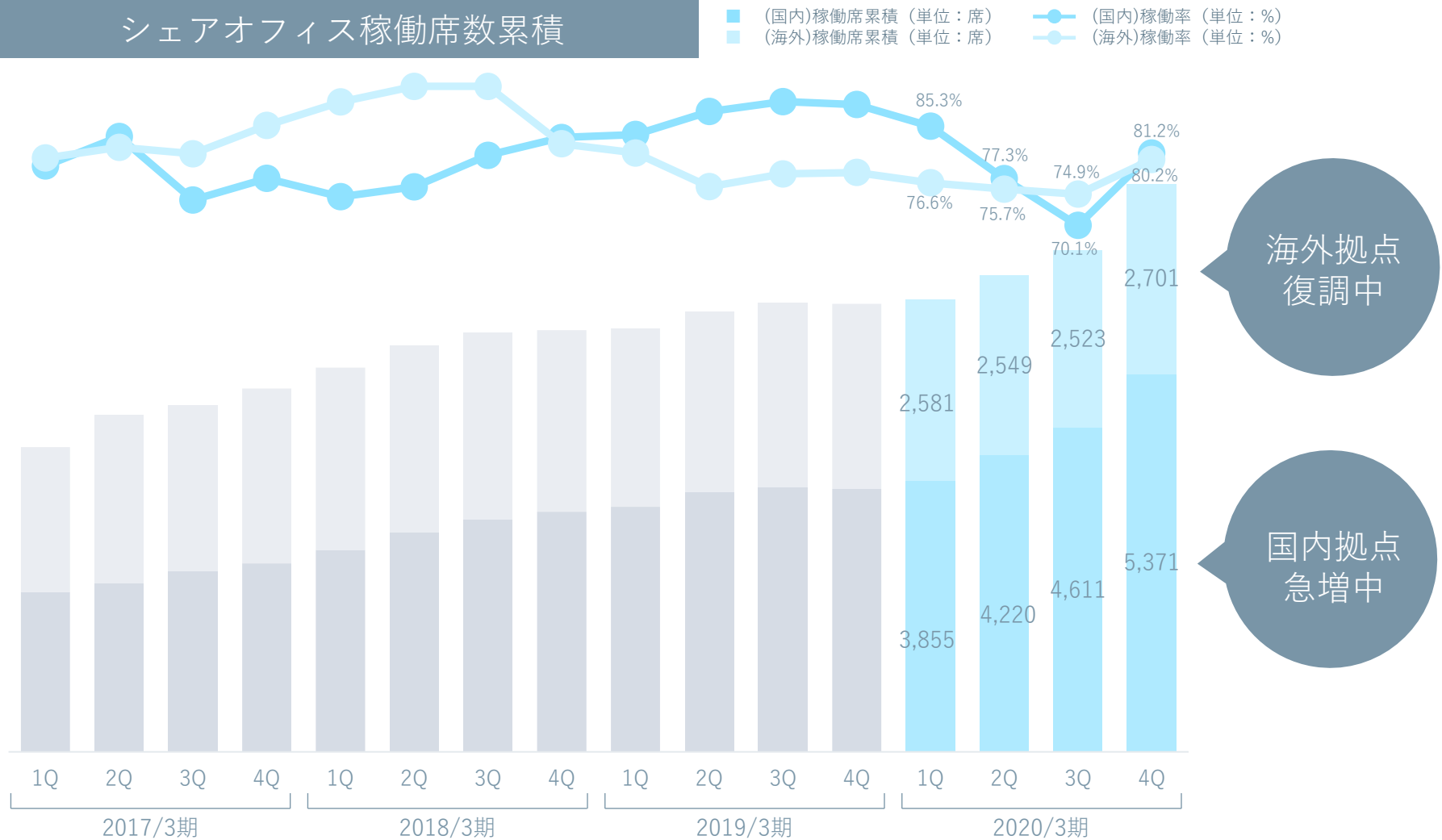


大型投資拠点が
順調に推移し
セグメント利益が
プラスに回復

売上高は過去最高を更新、新拠点は稼働席を堅調に増加
（コロナ禍の影響はほぼなし）

シェアオフィス事業（Q推移）

シェアオフィス稼働席数累積



国内稼働席は急増、海外稼働席はようやく底を打ち増加中
(コロナ禍の影響はほぼなし)

主要サービス	影響内容	影響を最小化する対策
シェアオフィス 	➤ 内覧は減少、解約の増加 ➤ 新規獲得ペースが弱まるため、稼働席が鈍化	➤ BCP視点のリモートオフィス（分散化、セキュア化、リモート化）向けの先端設備の充足 ➤ ターゲット層の獲得に傾注
クラウド翻訳 	➤ 新規獲得は弱まるも、大手外資系企業からの新型コロナ関連の翻訳もあり影響は軽微	—

影響レベルは『一時的かつ限定的』と想定

産業構造が再構築される

集約/集合
サアル



分散/分解
オンライン



ポジティブ

『対売上家賃比率の小さい事業者（主に大企業/中堅企業）』が『分散リモートオフィス化』を推進

当社では、従来より数年来大企業/中堅企業をメインターゲットとしており、IoT設備、高セキュア化を充足。

ネガティブ

『対売上家賃比率の大きい事業者（主に小企業/フリーランス/スタートアップ）』は『在宅勤務化の上でオフィス不要化』へ

主要ターゲット層ではないため影響はほぼなし。

2021年 3 月期 業績予想

■コロナ禍影響を考慮した方針

① 成長戦略（グロース投資＆長期事業アセット確保）は継続

② 中長期的成長を維持するための販売活動資源を投じる方針

※緩やかな社会経済回復の過程ではポジティブに進行されると判断

■2021年3月期の業績予想について

コロナ禍の影響期間を『2020年9月まで持続すると仮定した前提』として
います。不透明な要素も含まれることを考慮し『レンジ』による通期業
績予想と致します。

■2022年3月期の業績予想（中期経営計画の更新）について

短期予想がレンジであることを踏まえれば、中期的な精度は投資家への
開示素材としては相応しくないと判断し、**2020年9月までの実績をもっ
て中期計画の更新**をさせていただくことが適当であると判断。

コロナ禍の影響も配慮しつつ、トップライン最大化を追求する方針

	2020/3期	2021/3期	
	通期 (百万円)	通期予想 (百万円)	前年同期比
売上高	3,924	4,650～5,000	118.4～127.3%
営業利益	201	220～420	109.3～208.7%
経常利益	159	180～380	113.0～238.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	72	90～230	123.6～315.9%

コロナ禍の影響を考慮し、レンジ開示といたしますが、
売上成長率は過去最高水準を更に更新する範疇で推進する予定

2021年 3 月期 配当予想

		2020/3期	2021/3期
1 株当たり 配当金	中間	6 円00銭	6 円50銭
	期末	6 円00銭	6 円50銭
	年間	12円00銭	13円00銭 (+ 1円00銭)
配当金総額（年間）		71百万円	—



BUILDING A BETTER ADVANCE

ビジネスプラットフォームの創造へ

デジタルPRと新しいワークスタイルをご提案

