

2021年1月15日

各位

会社名 株式会社WACUL
 代表者名 代表取締役社長 大淵 亮平
 (コード番号：4173 東証マザーズ)
 問合せ先 取締役 コーポレート本部長 竹本 祐也
 (TEL 03-5244-5535)

2021年2月期の業績予想並びに2022年2月期業績計画について

2021年2月期(2020年3月1日から2021年2月28日)における当社の業績予想及び2022年2月期(2021年3月1日から2022年2月28日)における当社の業績計画は、次のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2022年2月期 (計画)		2021年2月期 (予想)			2021年2月期 第3四半期 累計期間 (実績)		2020年2月期 (実績)		
		対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率	対売上 高比率			
売上高		1,052	100.0	48.6	708	100.0	45.7	497	100.0	485	100.0
営業利益又は営業損失(△)		229	21.9	240.1	67	9.5	—	43	8.8	△140	—
経常利益又は経常損失(△)		228	21.7	380.6	47	6.7	—	42	8.6	△141	—
当期(四半期)純利益又は当期純損失(△)		187	17.8	383.5	38	5.5	—	37	7.4	△142	—
1株当たり当期(四半期)純利益又は1株当たり当期純損失(△)		27円18銭		5円70銭			5円45銭		△20円91銭		
1株当たり配当金		0円00銭		0円00銭			—		0円00銭		

(注)1. 当社は、連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。

- 当社は、2019年3月29日付で株式1株につき100株の株式分割及び2020年10月31日付で普通株式1株につき30株の株式分割を行っておりますが、2020年2月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(四半期)純利益又は1株当たり当期純損失(△)を算出しております。
- 2020年2月期(実績)及び2021年2月期第3四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純利益又は1株当たり当期純損失(△)は、期中平均発行済株式数により算出しております。
- 2021年2月期(予想)及び2022年2月期(計画)の1株当たり当期純利益は、公募による新株式数(100,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大104,700株)を考慮しておりません。
- 2021年2月期の業績予想及び2022年2月期の業績計画は、2020年12月25日の取締役会にて決議された修正予算になります。

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

【2021年2月期業績予想の前提条件】

1. 当社の見通し

当社は「知を創集し道具にする」をミッションとして掲げ、世界に遍在するデータや知見を集め、またそこから知見を新たに創り出す活動を継続し、それら集合知を、テクノロジーを用いて誰にでも使える道具（ツール）へと変えて、広くあまねく提供することで、「テクノロジーでビジネスの相棒を一人一人に」というビジョンを実現すべく、事業を行っています。

当社を取り巻く事業環境としては、新型コロナウイルスの感染拡大の懸念が継続するなど、依然として対面によるマーケティング及びセールスの活動が制約される状況が続いています。当社ではその変化にいち早く対応すべく、デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）への関心の高まりを捉えた売上の拡大と、先行き不透明感の中でコスト削減を継続して進めてきました。

当社では、企業のDXを強力に支えるべく、それぞれの顧客の抱える課題に応えるよう、デジタルマーケティングのPDCA自動化ツールである「AIアナリスト」に加え、「AIアナリストSEO」や「AIアナリストAD」を含む「AIアナリスト・シリーズ」の拡販を行いました。また、オンラインによるセミナーの実施や、当社のもつデータを活用してのコロナショックの各業界への波及動向及びマーケティングにおけるDXの実現方法について発信するなど、積極的な営業及びマーケティング活動を行いました。

加えて、コロナ禍でデジタル活用を加速したい、もしくは新たにデジタル活用を進めたいという企業に対し、戦略立案や組織設計などの上流からマーケティングDX支援を行う「DXコンサルティング」は受注が伸び、大きく伸長しました。

このような状況下、2021年2月期第3四半期累計期間は売上高497百万円、営業利益43百万円、経常利益42百万円、四半期純利益37百万円となりました。

また、2021年2月期の当社業績予想値は、2020年11月までの実績に、2020年12月以降はそれまでの実績を勘案して見通しを立て直したものを合算しており、売上高708百万円（前期比45.7%増）、営業利益67百万円（前期は140百万円の営業損失）、経常利益47百万円（前期は141百万円の経常損失）、当期純利益38百万円（前期は142百万円の当期純損失）をそれぞれ見込んでおります。

2. 業績予想の前提条件

(1) 売上高

当社は、マーケティングのDXを実現するPDCAソリューションを提供しており、①リカーリングモデル（継続課金型）でのソリューション提供を主体とするプロダクト事業と②DXコンサルティングを主体とするインキュベーション事業の2つの事業を展開しております。

①プロダクト事業

当社のプロダクト事業の売上高の予想については、月別に算出したリカーリング売上高をベースとして算出しております。具体的には既存獲得契約額に基づく売上高に、新規獲得契約額と、更新を迎える顧客の契約月額合算に契約更新率を掛けて算出した更新獲得契約額を合算しております。

「AIアナリスト」は、顧客のニーズに合わせたプランを提供する取り組みや2020年2月期に行ったプロダクト開発による機能向上が功を奏したことから解約率が低減し、既存獲得契約額が増加しました。

「AIアナリストSEO」及び「AIアナリストAD」については新規顧客に対する販売体制の強化や、既存顧客に対して利用を促進する営業活動を行ったことから新規獲得契約額が増加しました。結果として

「AIアナリスト」、「AIアナリストSEO」並びに「AIアナリストAD」相互のクロスセルが進み、1社あたりリカーリングレバニューが向上しました。解約率の低減や1社あたりリカーリングレバニューの向上を通じて、1顧客から得る売上高である1社あたり理論LTV（顧客生涯価値、1社あたりの12ヶ月平均初期売上+1社あたり平均リカーリングレバニュー/社数ベースの12ヶ月平均解約率）は、2020年2月には2,480千円だったものが、2020年11月には3,254千円となり、2021年2月には3,539千円

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

まで向上する見込みです。

②インキュベーション事業

DXコンサルティングサービスを提供するインキュベーション事業については、既に契約のある案件及び今期に納品する見込みの高い案件の売上計上の確度が高い案件について織り込み、計画を算出しております。なお、本事業は知見の獲得及び各種ソリューションの開発や機能強化を目的としているため、2020年2月期において全体に占める売上高の割合は10%未満となっております。

当社のDXコンサルティングサービスについてオンラインによるセミナーの実施や、当社のもつデータを活用してのコロナショックの各業界への波及動向及びマーケティングにおけるDXの実現方法について発信するなどの認知活動を行った結果、前年度と比較して契約獲得数及び契約単価が増加したことから、2020年11月時点で前年度の売上を上回る状況となっております。

この結果、2021年2月期の売上高は708百万円（前期比45.7%増）を見込んでおります。

(2) 売上原価、売上総利益

売上原価は96百万円（対前期比71.5%増）、売上原価率は13.6%（対前期比2.1%減）を見込んでおり、内訳は労務費29百万円と経費66百万円になります。

経費は、主に「AIアナリストSEO」及び「AIアナリストAD」のサービス提供にかかる外注費であります。2020年11月までの実績と売上計画等を勘案し策定しており、48百万円を見込んでおります。また、2020年2月期以前のプロダクト開発投資額を基にソフトウェア償却費12百万円の計上を見込んでおります。

労務費は、2020年11月までの実績と人員計画を勘案し策定しており、29百万円を見込んでおります。この結果、売上総利益は611百万円（対前期比42.3%増）を見込んでおります。

(3) 販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は543百万円（対前期比4.7%減）を見込んでおります。販売費及び一般管理費については、役員報酬を含む人件費及び広告宣伝費が主なものとなっております。

役員報酬を含む人件費は、2020年11月までの実績と人員計画を勘案し、策定しております。この結果、役員報酬を含む人件費は338百万円（対前期比2.9%減）を見込んでおります。

広告宣伝費は、オウンドメディア等のインバウンド・マーケティングを主体として見込み客へのリーチを広げており、オウンドメディア等の運営費用と、それに加えて当社の認知度の向上、営業機会の獲得、収益獲得を目的とした広告にかかる費用を見込んでおります。投資額については、2020年11月までの実績と、商談1件当たりの獲得コストやLTV/CAC（顧客生涯価値と顧客獲得コストの比率）などを踏まえて策定したマーケティング戦略を勘案して見込んでおります。今期については、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、緊急事態宣言の発令を受けて広告宣伝費の抑制を行い、また、支出先としても展示会等のオフラインマーケティングからWebセミナー等のオンラインマーケティング中心に切り替えております。この結果、費用は43百万円（対前期比17.2%減）を見込んでおります。

この結果、営業利益は67百万円（前期は140百万円の営業損失）を見込んでおります。

(4) 営業外収益・費用、経常利益

営業外収益及び営業外費用については、過去の実績及び2021年2月期の支払利息スケジュール等を勘案した支払利息等に加え上場関連費用を見込んでおります。

この結果、経常利益は47百万円（前期は141百万円の経常損失）を見込んでおります。

(5) 特別利益・損失、当期純利益

特別損益は見込んでおりません。

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

この結果、当期純利益は 38 百万円（前期は 142 百万円の当期純損失）を見込んでおります。

【2022 年 2 月期業績計画の前提条件】

1. 当社の見通し

2022 年 2 月期においては、2021 年 2 月期におけるプロダクト事業の新規契約件数及び既存顧客の契約月額とインキュベーション事業の契約件数及び契約金額が堅調に推移していることを踏まえ、2021 年 2 月期の事業環境において足元に大きな変化はなく、広告宣伝及び人員への投資を行うことで同様に推移するものと予想しており、売上高 1,052 百万円（前期比 48.6%増）、営業利益 229 百万円（前期比 240.1%増）、経常利益 228 百万円（前期比 380.6%増）、当期純利益 187 百万円（前期比 383.5%増）を計画しております。

2. 業績計画の前提条件

(1) 売上高

①プロダクト事業

当社のプロダクト事業の売上高の計画については、既存獲得契約額に基づく売上高に、新規獲得契約額と更新を迎える顧客の契約月額合算に契約更新率を掛けて算出した更新獲得契約額を合算するかたちで、月別に算出したリカーリング売上高をベースとして算出しております。各契約額については、当社の過去実績をもとに今後の市場成長率や人材、プロダクト開発への投資を考慮して増加を見込んでおります。

「AI アナリスト」は 2021 年 2 月期に行ったプロダクト開発による機能向上の効果により解約率が低減し、既存獲得契約額が増加することを見込んでおります。また、販売人員増強のための投資を行い、新規獲得契約額が増加することを見込んでおります。「AI アナリスト SEO」及び「AI アナリスト AD」についても販売人員増強のための投資を行い、新規獲得契約額が増加することを見込んでおり、結果として「AI アナリスト」、「AI アナリスト SEO」並びに「AI アナリスト AD」相互のクロスセルが進み、1社あたりリカーリングレベニューが向上することを見込んでおります。解約率の低減や1社あたりリカーリングレベニューの向上を通じて、1顧客から得る売上高である1社あたり理論 LTV（顧客生涯価値、1社あたりの12ヵ月平均初期売上+1社あたり平均リカーリングレベニュー/社数ベースの12ヶ月平均解約率）も増加するものと見込んでおり、2022年2月には4,397千円まで向上することを見込んでおります。

②インキュベーション事業

DX コンサルティングサービスを提供するインキュベーション事業については、堅調に業績が伸びてきた2021年2月期の状況を踏まえ、今後、販売人員の増強及び外部委託の活用によるサービス提供体制の増強へ投資を行うことから、引き続き契約件数が堅調に推移することを見込んでおります。

この結果、2022年2月期の売上高は1,052百万円（前期比48.6%増）を計画しております。

(2) 売上原価、売上総利益

売上原価は176百万円（対前期比83.3%増）、売上原価率は16.8%（対前期比3.2%増）と見込んでおり、内訳は労務費31百万円、経費144百万円になります。

経費は、主に「AI アナリスト SEO」及び「AI アナリスト AD」のサービス提供にかかる外注費であります。2020年11月までの実績に売上計画等を勘案し策定しており、101百万円を見込んでおります。また、2021年2月期以前のプロダクト開発投資額を基にソフトウェア償却費37百万円の計上を見込んでおります。

労務費は、2020年11月までの実績に人員計画を勘案し策定しており、31百万円を見込んでおります。この結果、売上総利益は875百万円（対前期比43.1%増）を計画しております。

(3) 販売費及び一般管理費、営業利益

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

販売費及び一般管理費は645百万円（対前期比18.8%増）を見込んでおります。販売費及び一般管理費については、役員報酬を含む人件費及び広告宣伝費が主なものとなっております。

役員報酬を含む人件費は、2020年11月までの実績に人員計画を勘案し、策定しております。この結果、役員報酬を含む人件費は391百万円（対前期比15.6%増）を見込んでおります。

広告宣伝費は、オウンドメディア等のインバウンド・マーケティングを主体として見込み客へのリーチを広げているものの、それに加えての当社の認知度の向上、営業機会の獲得、収益獲得を目的としたものとして、見込んでおります。投資額については、2020年11月までの実績に、商談1件当たりの獲得コストやLTV/CAC（顧客生涯価値と顧客獲得コストの比率）などを踏まえて策定したマーケティング戦略の計画等を勘案して見込んでおります。この結果、費用は50百万円（対前期比15.1%増）を見込んでおります。

この結果、営業利益は229百万円（対前期比240.1%増）を計画しております。

（4）営業外収益・費用、経常利益

営業外収益及び営業外費用については、過去の実績及び2022年2月期の支払利息スケジュール等を勘案した支払利息等を見込んでおります。

この結果、経常利益は228百万円（対前期比380.6%増）を計画しております。

（5）特別利益・損失、当期純利益

特別損益は見込んでおりません。

この結果、当期純利益は187百万円（対前期比383.5%増）を計画しております。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以上

ご注意： この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的に作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧ください。投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。