



株式会社ファインズ

2024年6月期 決算説明会 質疑応答（要約）

Q. 公募価格から3分の1となり、決算の下方修正や中計の下方修正をしていますが、株価業績下落で役員報酬の減額などの責任は取らないのでしょうか？

A. 株価と下方修正につきましては誠に申し訳なく思っております。また、報酬面でございますが、社外取締役が議長の任意の指名報酬委員会があり、そこで報酬等の決定がございます。9月の定時総会までに待遇を含め引き続き議論をしてみたいと考えております。オフィスに関しましては、人員増に備えた増床となりますが、坪単価は下げた契約となりますので、将来的な業績向上に資するものと考えております。

Q. 販路パートナーの確保についての質問です。直販体制は営業人材の獲得、教育、離職率などの観点から、自社では難しいのではないのでしょうか？光通信やUSENなど既存顧客を抱える企業向けにクロスセル商材として提供するのが良いのではないのでしょうか？

A. 事業提携を含め現在検討はしております。しかし現時点では、販路パートナーなどの確保については足元を進めてはならず、引き続き直販をしようと考えております。しかし今後につきましては、販路パートナーとの提携等も含め検討しておりますので、何か進展がありましたら株主の皆様にご公表してみたいと考えております。

Q. 時価総額24億円でネットキャッシュ17億円もありますが、自社株買いや配当、クオカードの配布などを実施すべきではないのでしょうか？

A. 現時点での当社の考えとしましては、従前からのご説明のとおり、将来の企業価値向上のための成長投資を優先することと考えております。具体的な資金使途や投資計画につきましては、株主の皆様へ開示できるタイミングでご報告させていただければと考えております。

Q. 中期経営計画を下方修正した要因を教えてください。資料に足元の状況を鑑みて中期経営計画の計画値を下方修正とありますが、中期経営計画を出して1年で25年、26年も利益が大幅に減っているのはなぜでしょうか？足元の状況とは御社の足元の状況なのか、世の中の足元の状況のことなのでしょうか？

A. ご期待に沿えず誠に申し訳ございません。数字というところで申し上げますと、2025年6月期及び2026年6月期の売上利益につきましては、1件あたりの単価が下げ止まっている影響と、制作原価、人件費が高騰していること等が要因でございます。また、足元の市況感としましては、まだ厳しい状況が続いているものと認識しております。その為、当社としましては中小企業の抱える課題である情報の利活用、人手不足、資金繰り、この課題を改善すべく事業に取り組んでまいりたいと考えております。

Q. 営業利益の推移について教えてください。減った分のほとんどは人件費として増やしたが、まだ戦力になっていない社員の方の分と考えていいのでしょうか？そうであるならば、2022年も入ったばかりの社員の方はいたと思いますが、利益率が高かったのはなぜか教えてください。

A. 実際には、1件あたりの受注単価が10万円強減少していること、当初想定していた人員計画を下回ったことが主な要因でございます。また、原価や販管費につきましても従来よりも上がっていることが影響していると考えております。

Q. 新規採用した人材が顧客を取ってくるまで平均でどの程度かかるのでしょうか？社員教育体制を抜本的に変えたので即戦力になるまでの期間が大幅に短縮した、と以前説明されていましたが、実際入社からどのくらいの期間で顧客獲得できるレベルまで到達できるのか、直近の事例と平均値を教えてください。

A. 当社で想定している1人前になるまでには、おおよそ9ヶ月程度かかると見込んでおります。しかし、実際には23年6月期末から24年6月期の中旬にかけて想定以上の時間を要してしまったということが背景としてございます。また離職率も重なったことから、前期の2Q、3Qにつきましては非常に厳しい結果になってしまったと考えております。足元に関しては採用も教育も改善傾向にありますので、引き続き強化してまいります。

Q. 対象とする顧客層についての質問です。説明資料に本社の顧客層がスモール(650万社)とミディアムB(約20万社)とありますが1新規案件獲得には課題が残るとも書かれています。670万社もターゲットがいるのであればお申し込みが殺到するようにも思いますが、そのように見受けられないのはなぜでしょうか？

A. まず当社の顧客は中小企業が大半でございます。中小企業におきまして、動画のニーズが顕在化された企業は数が少なく、どちらかというと課題である人が欲しい、集客が欲しい、といったお客様に対して動画を活用した集客を提案しております。その為当社の顧客の大半が潜在的なニーズのある顧客となっており、当社ではダイレクトマーケティングやテレマーケティングを活用して開拓しているというのが実情でございます。現状新規の案件獲得につきましては課題が残る部分もございますが、今後に関しましてはDXだけでなく中小企業の課題の本質である人手不足や資金繰りなどにも対応するソリューションを創出していきたいと考えております。

Q. Raise のターゲット層を知りたいです。動画と同じセグメント、零細企業、中小企業を
考えているのでしょうか？資金繰りに苦労していて動画の資金すら捻出が難しい零細企業
に対してさらに他のサービスをクロスセルして導入数を伸ばすのは難しいようにも思いま
すがいかがでしょうか？

A. Raise に関しましても引き続き中小企業のマーケットを想定しております。初期導入費用の負担を抑え、まずはマーケティングや CRM 領域のデータ分析により、お客様の自社の経営状況を把握していただきます。その後、第 2 第 3 フェーズである HR 領域やファイナンス領域へクロスセルやアップセルにつなげることを想定しており、中小企業の課題を網羅的に解決していくことを念頭に置いております。

Q. 前回 3Q 時において、中計見直しが必要なのではないかと質問した際に、三輪社長は来
期は計画に近い数字、再来期は計画どおり達成させたいとおっしゃっていましたが、
それから 3 ヶ月して中計を大きく見直した理由をご教示ください。ここまで大きく見直し
が必要だったのであれば、株主をミスリードしないために前回の説明会の段階で現実的数
値を回答すべきだったのではないのでしょうか？

A. 予算案に関しましては、足元の数字を鑑みて中期経営計画の見直しをした結果、今回の修正を行うことが妥当との判断の下、見直しをさせていただいております。また今期から私自身が営業組織の立て直しを含め尽力を尽くす所存でございます。しっかり今回の中計の達成をすべくやってまいりたいと考えております。

Q. 今回の中計によると、ここ数年売上成長が止まっており利益面については 23 年 6 月期
をピークに中計最終年度でも超えられない見通しです。その要因として既存ビジネスの頭
打ち感も一つの要因ではないのでしょうか？そうではなく何かしら別の要因があればその先
の見通しも含めてご教示ください。

- A. 既存事業の頭打ちという点でございますが、まだまだ拡大をさせていくことが可能だと考えております。既存事業の Video クラウド事業単体での成長をさせていくということはもちろんでございますが、新規事業の Raise は中小企業の課題の本質である「情報の利活用」「人手不足」「資金繰り」などあらゆる課題に対してのソリューションを創出できるサービスだと考えております。しっかりこの 2 軸を成長させていきたいと考えております。

Q. 以前から同じビジネスモデルの企業はないという発信をされておりますが、一方で動画制作会社など部分的にバッティングする企業はあるとも伺っております。部分的にバッティングする企業があれば競合他社ありと認識すべきではないでしょうか？

- A. 直接的な競合企業というものはないと認識しておりますが、一部で競合する企業も当然ございます。当社としましては、引き続きしっかりと競合他社となり得る企業をベンチマークしながら、競合優位性を維持していきたいと考えております。また当社に関しましては Video クラウド事業だけでなく、Raise 事業を軸に中小企業を網羅的にサポートしていきたいと考えておりますので、そういった意味でも競合他社はそこまで多くないと認識しております。

Q. 昨年当初中計発表時、3 カ年で営業 200 名程度を目安に確保していくという話がありましたが、中計を見直した現在、中計最終年度の営業人員数はどれくらいをイメージされていますか？またその人員計画達成に向けて、昨年的人员確保失敗経験を生かしてどのような姿勢や体制で臨んでいきますか？

- A. まず 200 名程度の人員数を確保するという点には変わりはありません。一方で、Video クラウド事業だけではなく、その他の新規事業にも人員を配置転換することも今回の中期経営計画の見直しに盛り込んでおります。引き続き採用の強化と教育体制の強化、そして離職率の低下の 3 点を掲げて推進してまいりたいと考えております。

Q. 昨今、プライム市場に限らずスタンダード、グロース市場の企業でも、資本コストと株価を意識した経営を重要視し、目標 ROE や株主還元方針を打ち出している企業が増えてきている中、御社は上場後何か発信されてきましたでしょうか？これから発信予定ということであれば、その時期とどのような計画なのかをご教示ください。

- A. 当社に関しましてはグロース市場に属しておりますので、現段階では東証の要請の対

象外と認識しております。しかしながら中期経営計画で今後の企業価値向上のための取り組みについてご説明の機会を設けてまいりました、資本コストについて具体的な数値目標を掲げるよりも、まずは成長戦略をお伝えすることが重要であると考えており、今後も決算説明会などの説明の機会を継続してまいります。

Q. グロース企業として2027年以降はどういう展望になると考えていらっしゃいますでしょうか？お客様の経営事情といった理由での微増横ばいの予想でしょうか？利益率、もしくは年成長がこれくらいです、とか数字を出さなくとも、ざっくりとした展望でもよろしいので教えていただければと思います。

A. 中期経営計画にもビジネスモデルの変革の実現を掲げておりますが、人手不足や資金繰りなど中小企業が本当に課題としているものとの向き合い、対応するソリューションを創出していきたいと考えております。これまでのDX支援に限らず経営全体のサポートを提供していく企業へ変革していく方針でございます。これをしっかり実現させるべく、残り中計の2年間走り切っていきたいと考えております。

以上