



**Q. UU増が1Qと2Qの増加を比較すると下落しているようだが、この背景は何か。特殊要因があったのか、期ズレがあったのか、それとも1Qが良かったのか。**

A. 当社の売上は、UU×単価にて算出されるものである。UUだけが売上増につながるわけではない。例えば、単価の低いクライアント、かつ、UU数が大きな先で影響を受けるということがある。一方、1Q、2Qで大きな動きがあったわけではない。半期で見ただけであれば前年度対比増加しており、おかしくないものだと考えている。

なお、補足すると1Qにおいては、3,000ID以上の案件も取れ、2Qよりも大きな案件が走ったということが挙げられる。そのため、1Qでは規模感のより大きい案件が、2Qではより多くの案件を獲得できており、良いトレンドで来ていると考えている。

**Q. 単価の高いパックの導入率はどうか。**

A. 新規の売上におけるパックの売上については、半分程度をパックが占めているイメージである。なお、全体のユーザーに占める導入率は、10%未満であり、引き続き、パックの導入率を高められる余地があるものと考えている。つまり、既存のクライアントに当社製品の連携を訴求していけば、パックの導入率はより一層高められると考えている。

また、大手に対してもパックの導入を進めている。そのため、大手にもパックが導入出来れば、下期の売上増に大きく貢献できると考えている。

**Q. 今期は、ITオフショアは売上が前年度対比プラスとなるのか。人員もそれほど増えていないと考えている。そこからすると前年並みになるのか。**

A. 採用は継続的にベトナムでは進めている。冒頭申し上げた通り、ITオフショアはSaaSサービスを広げるための付帯的な事業であり、提案先のクライアントのSaaS導入状況により採否が決まる。当社のSaaSサービスを導入して、更に、自社でしっかりと開発体制を作って進めていきたいというようなニーズがある場合、売上につながるものである。なお、ベトナムでも人材採用の状況は悪くなく、状況に応じて採用をしていく予定であり、また採用可能な状況である。なお、既契約の多くは、ラボ事業（複数年契約であり、継続的に収益が上がるもの）であり、ベース収益は安定的に稼げる状況にはある。

**Q. ITオフシェア事業において、ラボ型開発については、継続的に受注とあるが、ベトナムにおいて感染者が増加する中、業務上制約を受けるような事例があるか。**

A. ベトナムもロックダウンが敷かれている。一方、ベトナムも当社のプロダクトを使い、テレワークを実践できており、特に問題は生じていない。なお、メンタル面のところも、福利厚生等に重きを置いており、問題となる事項は生じていない。

**Q. 6月に大企業向けの新規及び追加取引が複数生じたとあるが、このタイミングで取れた背景は何か。**

A. 施策の成功があったというのはある。大規模クライアントに取り組もうという方針が功を奏した。1月、2月は、Google Workspaceへのリブランドで工数がとられたが、今はしっかりとこの点对応できている。

**Q. UU増加の施策として、販売パートナー並びにプラットフォームパートナーとの協働による大規模クライアントの開拓を実施しているが、大規模案件の定義を知りたい。また、足許、2Qにおける大規模・中規模案件の状況が決算説明資料P.7に記載しているが、今後これらの案件が増加していく中で、現人員体制でどこまで対応が可能か。**

A. もともと当社のサービスは導入がそれほど難しいものではない。つまり、販売においてそれほど手間のかかるものではない。特に、パートナーの皆様にも多大に協力をいただいております、パートナーの皆様方で多くの対応を実施いただいている。なお、当社における大規模案件の定義は、1,000ID以上であるが、中には、数万IDのクライアントもいる状況ではある。

**Q. 大規模/中規模の案件獲得事例を記載されているが、販売パートナーは既存の大手からか、分散が図れている状況か。**

A. 主要の3大パートナーにかなり販売してもらっている。一方、Google Cloudの機能の多様化により、中堅のパートナー様も伸びている。当社としては、伸びているパートナー様毎に、それぞれのパートナー様の強みに応じた提案方法を一緒に考えさせていただきながら、販売を広げている。大手のクライアントに刺さる強みを持っている先も多いので、そういった強みに合わせてアプローチを実践している。

**Q. 御社の有価証券報告書を見ると、ソフトバンク（17.9%）、電算システム（13.0%）、USEN（10.7%）となっているが、その割合に変更はないか。また、念のための確認だが、これらは販売パートナーであり、売上が集中しているということではないという理解でよいか。また、販売パートナーとの契約が解除されたとしたら、当該売上がすべてなくなるのか、それともその際にはどうなるのか。**

A. まず主要3大パートナーは、エンドのクライアントではない。あくまで販売パートナーのお客様に対して当社サービスを販売してもらっている。販売パートナー様が辞められると売上がなくなるというような懸念を持つ方もいるが、当社の場合、お客様の当社製品に対するニーズが高い場合には、直販（当社からの直接販売）に移行することとなる。

**Q. 貴社の成長戦略において、新規プロダクト開発とあったが、現状は機能強化を中心に実現しているとの理解だが、現状の新規プロダクト開発状況をご教示頂ける範囲にて共有頂きたい。**

A. 計画として明確にご提示はできないが、研究開発は着々と進めている。特に、コロナの流行によって組織の在り方、コミュニケーションの在り方が変わっている。そういった環境下で、より生産性が上がるもの、HRテック、コミュニケーション系のサービスについて、鋭意研究開発を進めている。

**Q. VCの比率は現在どの程度か。**

A. 四半期報告書に記載をしているが、アイマーキュリー様が6.59%保有しているという状況であり、その他のVCについては基本は売却済という理解である。

なお、アイマーキュリー様は、ミクシィ（mixi）様の100%子会社であり、売却のタイミングが制限されているわけでもなく、長期的な株価の上昇を見ながら処分を検討しているのではないかと推察している。

なお、創世は、代表である自分（御手洗）の資産管理会社であり、売り圧力が生じる類のものではない。

**Q. 足許、貴社は業績が順調にもかかわらず、貴社株価は軟調に推移している。マーケット環境、および貴社に限らずグロース銘柄全般が軟調に推移している。そのような中、足許の貴社株価水準についてどのようにお考えか。**

A. 株価については、企業価値の向上をひたすら追求していくことだと考えている。その根源は業績だと考えている。昨今、利益を出せるというのは重要だと考えている。当然にトップラインの成長も大切だと考えているが、利益を出しながら、トップラインも伸ばすというような形で皆様に評価いただきたい。

以 上