



2024年6月27日

各位

会社名 株式会社キャスター
代表者名 代表取締役 中川祥太
(コード番号: 9331 東証グロース市場)
問い合わせ先 執行役員 松吉賢三
TEL. 050-5893-4549

連結決算開始に伴う連結業績予想の公表及び個別業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2024年8月期（2023年9月1日～2024年8月31日）より、従来の単体決算から連結決算に移行いたしました。2024年8月期通期の連結業績予想を開始するとともに、2023年10月12日に公表いたしました2024年8月期通期の個別業績予想を修正することといたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 連結決算開始に伴う連結業績予想の公表について

(1) 連結決算の開始について

当社は、2024年4月25日に公表いたしました「GRAMS株式会社の株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」に記載のとおり、GRAMS株式会社の全株式を取得し、連結子会社としたため、2024年8月期決算より連結決算を開始いたします。

(2) 2024年8月期通期連結業績予想（2023年9月1日～2024年8月31日）

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
通 期	百万円 4,500 ～4,600	百万円 △240 ～△160	百万円 △230 ～△150	百万円 △260 ～△181	円 銭 △135.57 ～△94.41

※2023年8月期は連結決算を行っていないため、対前年増減率は記載しておりません。

(3) 連結業績予想の概要

上記の連結業績予想は、連結対象となるGRAMS株式会社の2024年6月から2024年8月までの3カ月分の業績予想を織り込んだ数値であります。当社単体においては、現時点では信頼性の高い業績予想数値の算出が困難であります。このため、レンジ形式による通期連結業績予想とし、当社個別業績予想の詳細については次項をご参照ください。また、連結業績予想におけるレンジ開示の理由としては個別業績予想の修正理由と同一の理由となります。

2. 個別業績予想の修正について

(1) 2024年8月期通期個別業績予想の修正（2023年9月1日～2024年8月31日）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A) (2023年10月12日公表)	百万円 4,750	百万円 111	百万円 101	百万円 125	円 銭 67.00
今回修正予想(B)	4,450 ～4,550	△230 ～△150	△230 ～△150	△260 ～△181	△135.57 ～△94.41

増減額(B-A)	△300 ～△200	△341 ～△261	△331 ～△251	△386 ～△307	—
増減率(%)	△6.3 ～△4.2	—	—	—	—
(ご参考)前年同期実績 (2023年8月期)	4,179	2	18	29	18.75

(2) 修正理由

売上高は、期初計画と比較し、想定をやや下回りました。その主な理由として、第1四半期に広告宣伝費及び販売促進費において、WEB広告を中心に計画通り広告を投下したものの、第2四半期にアド fraudの影響を受け獲得効率が低下したため、広告投下額を抑制したことから、新規顧客獲得数が想定通りに伸びず、第3四半期以降の稼働顧客数の上積みにつながらなかったことが主な要因であります。第2四半期以降、新たな体制のもとで新たな顧客獲得手法の検討や広告投資の最適なアロケーションの検証を進めており、回復の兆しは見えておりますが、積み上げ型のビジネスであることから、当期の売上高への寄与は僅少であるため、下方修正することといたしました。

利益面につきましては230百万円～150百万円の営業赤字を見込んでおります。その理由として、上述の売上高減少に伴う売上総利益の減少に加え、海外事業における世界的なインフレによる賃金高騰の影響を受け、人材採用が難航し想定通りに事業拡大を進められずにいることが営業赤字のひとつの要因であります。このインフレ状況は今後も継続するものと考えられることから、ドイツでのサービスにおけるリストラクチャリングの検討を進めており当該費用も見込むことといたしました。

また、上述のとおり、第2四半期において計画通りに広告投下を進めることができなかったことにより、ユニットエコノミクスが高い水準で推移しており、投資余力を十分に残している状態が継続してしまっております。アド fraud影響なども既に対策を実施し、獲得効果及び獲得効率において回復の兆しが見えてきつつあることから、翌期及び中長期での成長を最優先事項とし、広告宣伝費及び販売促進費を積極投下することに加え、当該広告投下による顧客獲得増に向けた営業体制及び業務の受け入れ体制の整備を目的とした積極採用による費用の増加を見込んでいることが、営業赤字を見込むもう一つの要因であります。なお、上述のとおり、積み上げ型のビジネスであることから、広告投下量の増額及び営業販売体制の強化による当期売上高への影響は最小限で見込んでおります。

一方で、広告投下においては積極投下と検証を同時に進める方針のため、獲得効率と獲得効果のバランスを見ながら投下額を調整することを予定しております。広告宣伝費及び販売促進費としては、期初計画261百万円を見込んでいたところ、340百万円～380百万円と、期初計画と比較して79百万円～119百万円の増額を見込んでおります。これにより売上高及び利益額が変動することから、業績予想の開示方法をレンジ形式としております。なお、顧客獲得効率及び効果が薄いと判断した場合はレンジの下限、一層の獲得が見込める場合はレンジの上限となることを見込んでおります。

更なる顧客獲得増へ舵を切る体制が醸成されつつあるため、中長期での成長を見据えた積極投資を最優先事項として行うことにより、期初計画を下回る業績予想を開示することとなったものの、このようなトレンドは一時的なものであると認識しており、顧客獲得回復に向けた積極的な広告投下と検証を継続的に進めることで、業績はより一層向上するものと考えております。創業来10年近く一貫してフルリモート経営を続けていること、そのような稀有なプレイヤーでありながらも上場企業として存在しており常に挑戦し続けております。今後も挑戦的な経営スタイルを続けつつ、顧客満足度の向上並びに株主及び投資家の皆様のご期待に応えられるよう、これまで以上に努めてまいります。

(注) 上記の予想数値は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。