



**24年10月期 (FY2024)**

---

# **3Q決算説明資料**

# 24年10月期3Q マネジメントメッセージ

## メディア事業が業績を牽引、中計達成へ順調に進捗

リーガルメディア、派生メディアで構成されるメディア事業が好調に推移しており、3Qの売上・利益に貢献。

中計達成に向けて重要視している売上収益は順調に拡大しており、来期中計達成に向けて順調に推移

## 保険事業は新商品開発に注力

2Qにて既存商品から新商品へと方向転換し、3Qは主に新商品開発に向けて注力。6月より新代表が就任し、体制も新たに新商品開発を推進中

## 今期連結業績予想を上方修正

1Q、2Qと減損が続いたものの、投資予算の調整や、売上が好調であることが要因。

今期は投資期間であり4Qでも必要な投資は実行していくものの、期初の予想については上回る見通しとなったため、通期の連結業績予想を修正

Section  
**01**

**企業概要**

Section  
**02**

**決算概要**

Section  
**03**

**事業ハイライト**

Section  
**04**

**Appendix① PL/BS/CF**

Section  
**05**

**Appendix② 事業環境**

# Section 01

---

## 企業概要

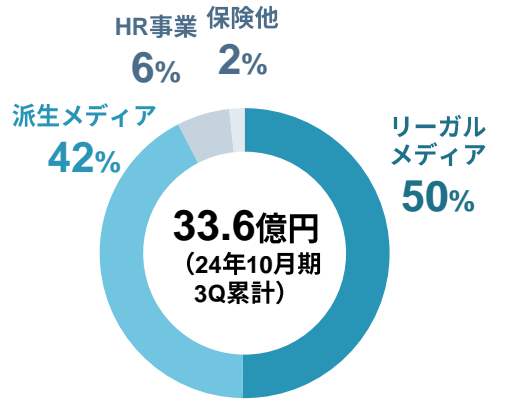
# 事業内容

当社はメディア事業が主軸であり、法律情報を提供するリーガルメディア、リーガルメディアの関連ニーズ（例. 労働問題から生じた転職ニーズ等）に対応した派生メディア事業を運営しております。また、弁護士等の士業や管理部門人材の人材紹介及び事務人材の派遣を行うHR事業、弁護士費用保険を取り扱う保険事業の4事業を展開しています

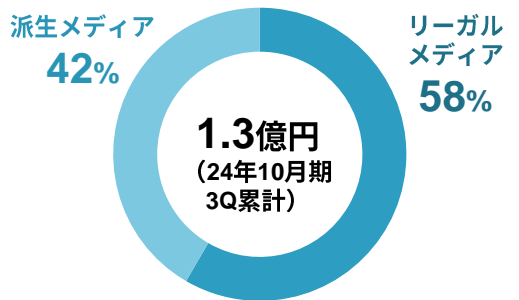
## 事業分類

		事業内容	主要顧客	主要サービス
メディア事業	リーガルメディア (2012年開始)	法律事件分野ごとの特化型サイトの運営	法律事務所	
	派生メディア (2014年開始)	アフィリエイトサイトやアプリの運営 「キャリアズム」 「浮気調査ナビ」等	人材紹介会社 探偵事務所	
HR事業 <sup>1</sup> (2020年開始)		人材紹介事業 (弁護士等の士業や管理部門人材の紹介) 人材派遣事業 (事務人材の派遣)	士業事務所 一般企業	
保険事業 <sup>2</sup> (2022年開始)		少額短期保険 弁護士費用保険の販売	個人	

## 売上収益構成比



## 営業利益構成比<sup>3</sup>

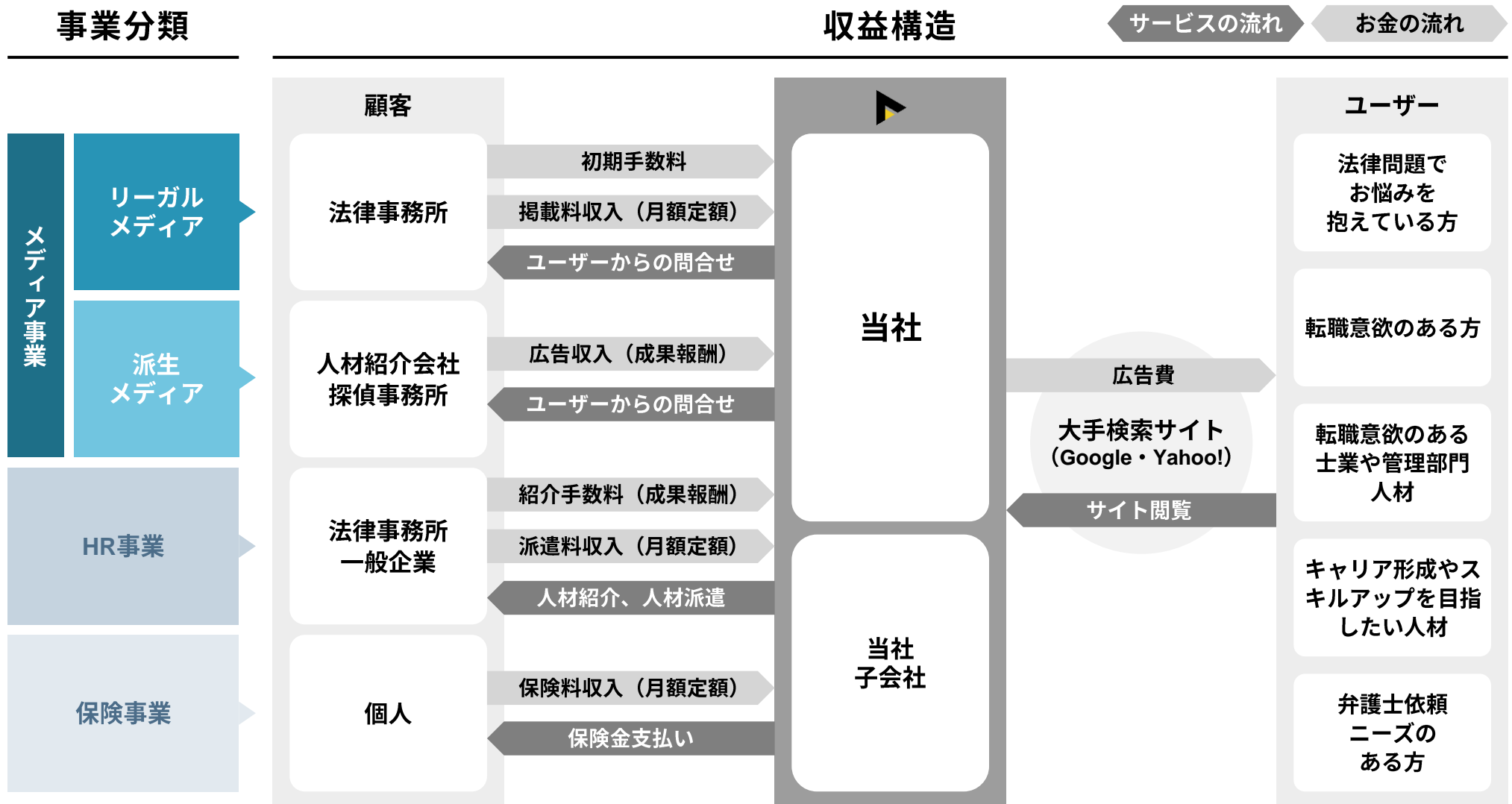


注：1 2023年8月1日付で子会社である株式会社ヒトワスを設立し、2023年11月1日に労働者派遣法等にもとづく許可を取得しました。  
 2 2022年4月28日に株式会社アシロ少額短期保険（旧 株式会社カイヤス少額短期保険）の株式を取得し、22年10月期3Qより連結を開始いたしました

注：3 営業利益がマイナスであるHR事業、保険事業、全社部門はゼロとして構成比を算出しております。また、実態の営業利益を表す為、減損損失額を除いて算出しております

# ビジネスモデル

リーガルメディアとHR事業の人材派遣、保険事業の収益は基本的に月額定額収入で構成されており、ストック型のビジネスモデルとなっております。一方、派生メディアとHR事業の人材紹介は成果報酬型のビジネスモデルとなっております



# Section 02

---

## 決算概要

# 24年10月期 3Q(24年5月-24年7月) 決算サマリー

YoY40%超の売上成長を達成し、目安としている30%成長を大幅に上回って推移しております。営業利益につきましても、売上成長による増収効果や来期の利益創出期に向けて徐々に投資を抑制し始めた結果、利益率は大幅に良化いたしました

(単位：百万円)	24年10月期 3Q	23年10月期 3Q	YoY	24年10月期 2Q	QoQ
売上収益	1,230	852	44.4%	1,160	6.0%
営業利益	172	29	491.5%	62	175.9%
営業利益率(%)	13.9	3.4	10.5pt	5.4	8.6pt
親会社の所有者に帰属する 当期利益	102	11	798.1%	4	—
親会社の所有者に帰属する 当期利益率(%)	8.3	1.3	6.9pt	0.3	7.9pt
従業員数(名) <sup>1,2</sup>	146(8)	81(11)	80.2%	128(8)	14.0%
派遣事業を除く従業員数(名) <sup>1,2</sup>	104(8)	81(11)	28.4%	99(8)	5.1%

注：1 臨時雇用者数は、会計期間の平均雇用人員（労働時間を1日8時間で換算）を（）外数で記載しております。YoY、QoQの増加率は臨時雇用者数を含まない数値を記載しております

2 23年11月から開始した派遣事業では、派遣人員を正社員として採用し派遣していることから、従業員数には派遣人員も含んだ数を開示しております。昨年同期末及び前四半期末と同一条件での比較を可能とするため、派遣事業を除く従業員数についても記載しております



# 24年10月期 3Q累計(23年11月-24年7月)事業別サマリー

全事業でYoY増収となっております。今期は減損の影響で営業利益は2Qまでマイナスであったものの、各事業の成長と投資の抑制により利益は大幅に改善し、3Qでは黒字化いたしました

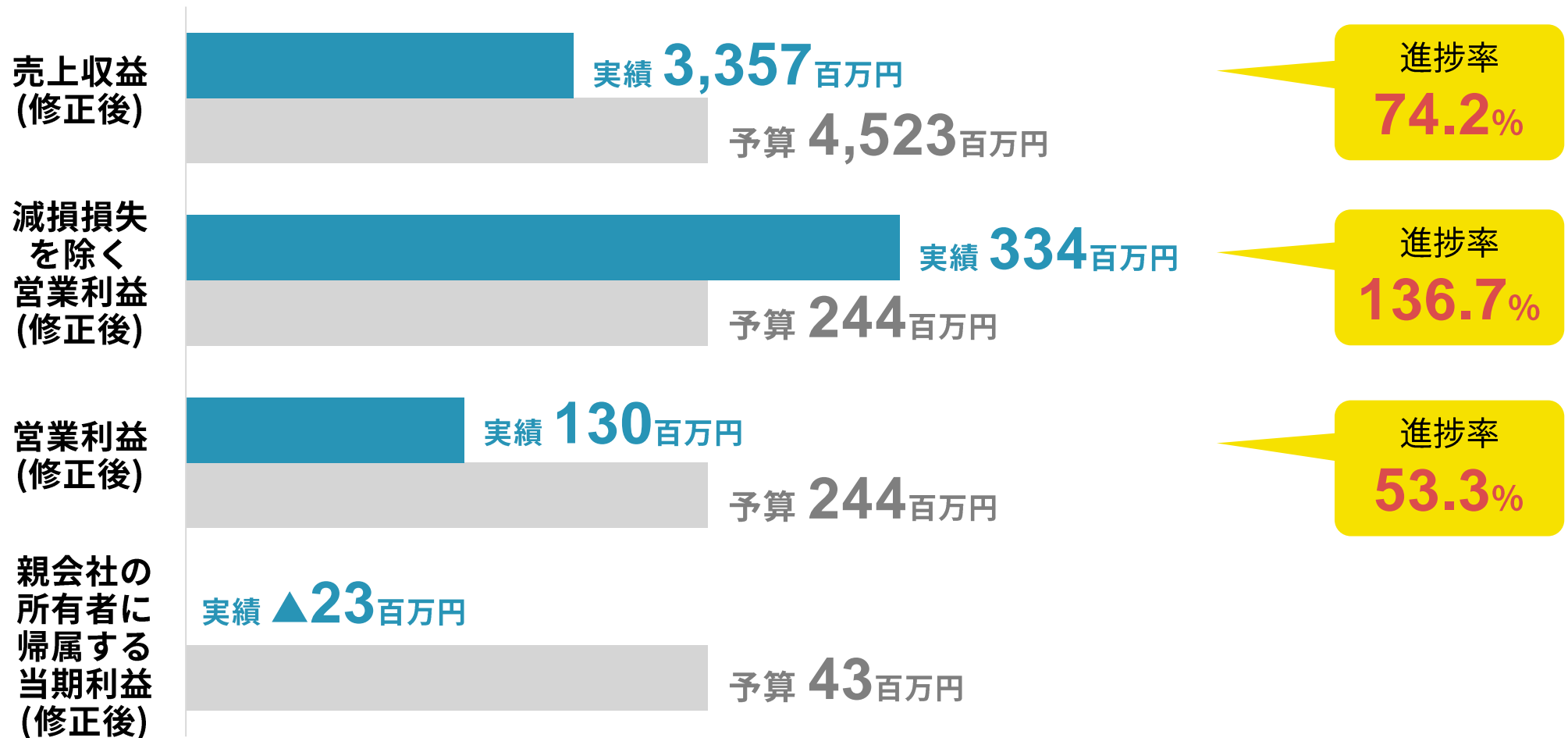
<b>FY2024</b> <b>3Q</b> 業績	全事業が成長したことで、YoY40%を超える増収を達成。投資の推進に加えて減損203百万円の発生がしたものの、営業利益は3Qでは黒字化（減損がなかりせば増収増益） 売上収益：3,357百万円 (YoY 43.5%増) 営業利益：130百万円 (YoY 12.8%減)
<b>リーガル</b> <b>メディア</b>	売上収益は着実に成長。新商品が徐々に収益貢献してきており、営業利益も増益 売上収益：1,687百万円 (YoY 24.3%増) 営業利益：475百万円 (YoY 9.7%増)
<b>派生</b> <b>メディア</b>	大幅な増収を達成。1Qの減損137百万円がなかりせば、営業利益もYoY大幅増益 売上収益：1,416百万円 (YoY 68.2%増) 営業利益：202百万円 (YoY 1.4%減)
<b>HR事業</b>	大幅な増収を達成。派遣事業の立ち上げ等の投資を行いつつも、赤字幅は徐々に縮小 売上収益：197百万円 (YoY 111.9%増) 営業利益：▲161百万円 (YoY 81百万円の悪化)
<b>保険他<sup>1</sup></b>	2Qで減損67百万円を計上したものの、コスト抑制の結果、赤字幅はYoYほぼ横ばい 売上収益：57百万円 (YoY 20.9%増) 営業利益：▲103百万円 (YoY 2百万円の悪化)
<b>全社</b>	前期にビッコレM&A関連費用が発生していた影響で、全社コストはYoY改善 営業利益：▲284百万円 (YoY 25百万円の改善)

# 24年10月期 3Q累計 通期予算（上方修正後） 進捗

本日の3Q決算発表に合わせて通期連結業績予想を上方修正。

今期は減損損失203百万円の影響があるものの、投資予算の調整に加え、メディア事業が予想を上回って進捗したことで想定以上の利益水準となっております

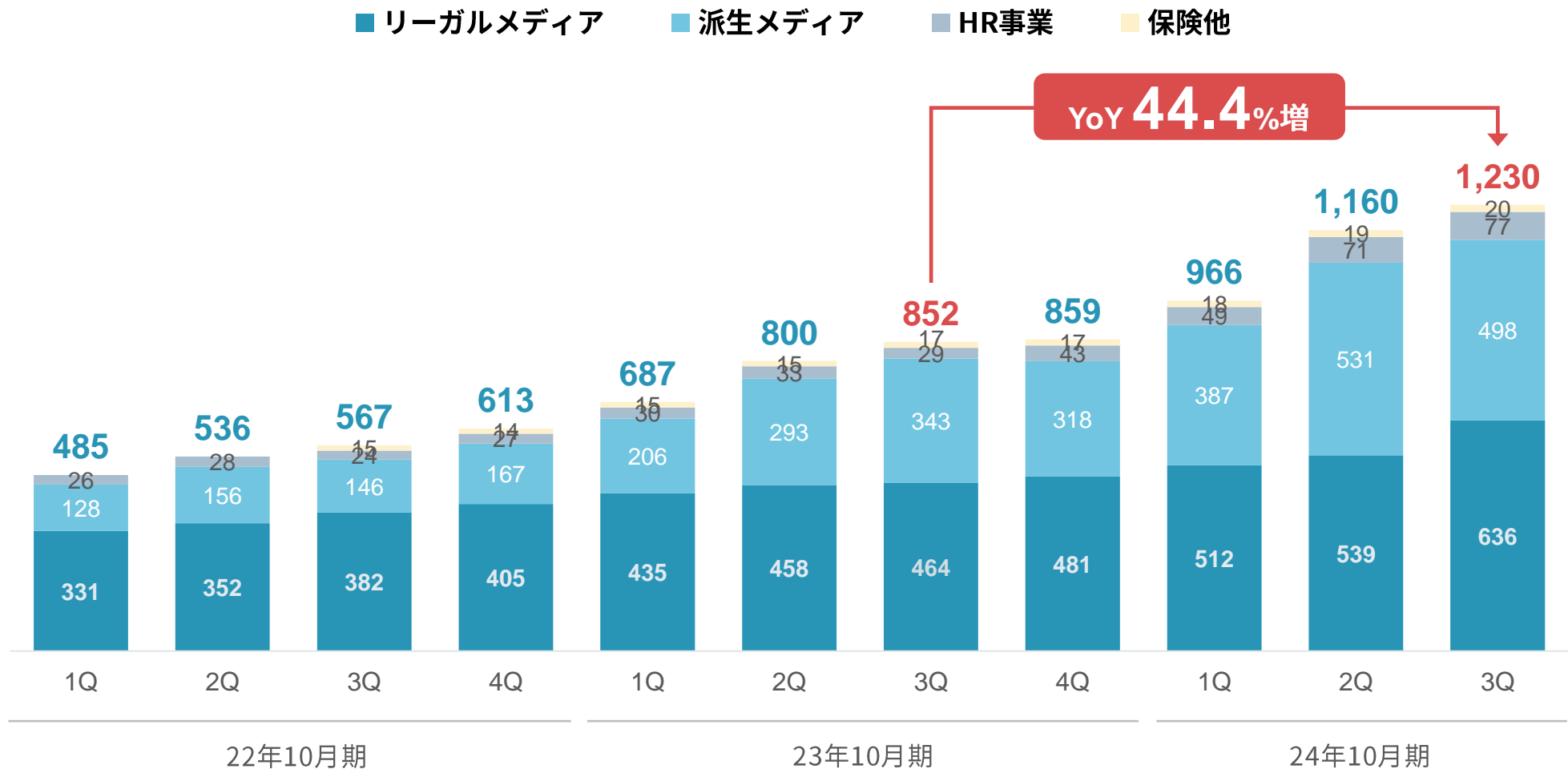
## 通期実績と通期予算進捗率



# 売上収益(事業別 四半期推移)

リーガルメディアは高単価の新商品が売上を牽引し、大きく売上規模を拡大しました。派生メディアは3Qと4Qが閑散期にあたり伸びづらい時期であるものの高水準の売上を維持し、全体の四半期売上は引き続き過去最高を更新しております

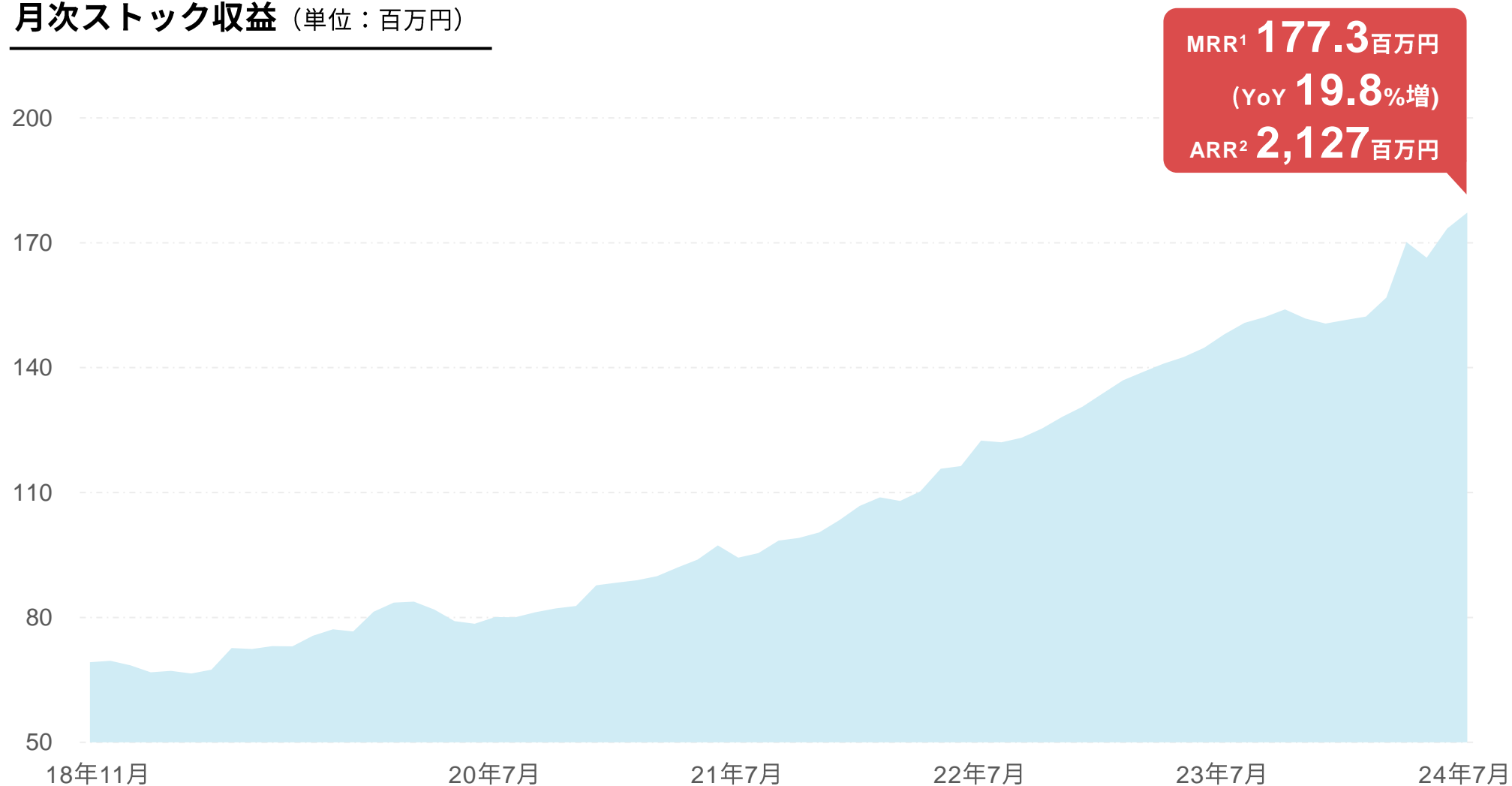
事業別売上収益 (単位：百万円)



# (参考) 月次ストック収益(月次推移)

24年7月の月次ストック収益（MRR<sup>1</sup>。リーガルメディアの掲載料収入、人材派遣の派遣料収入、保険事業の保険料収入の合計）はYoY19.8%増となり、安定して成長いたしました

## 月次ストック収益（単位：百万円）



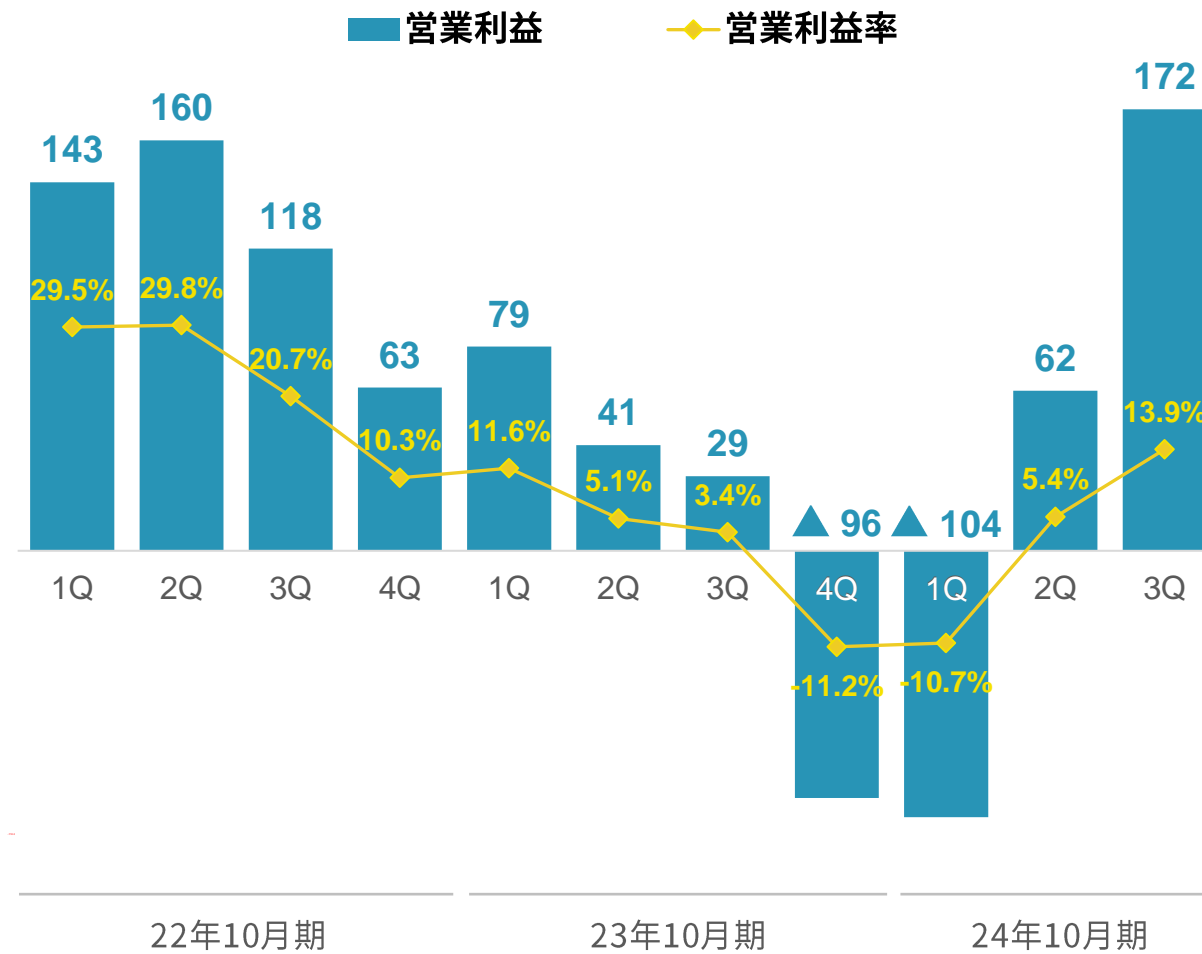
注：1 Monthly Recurring Revenueの略。継続的に発生する売上の月額を意味しております

2 Annual Recurring Revenueの略。MRRを12倍することで求められる、継続的に発生する売上の年額を意味しております

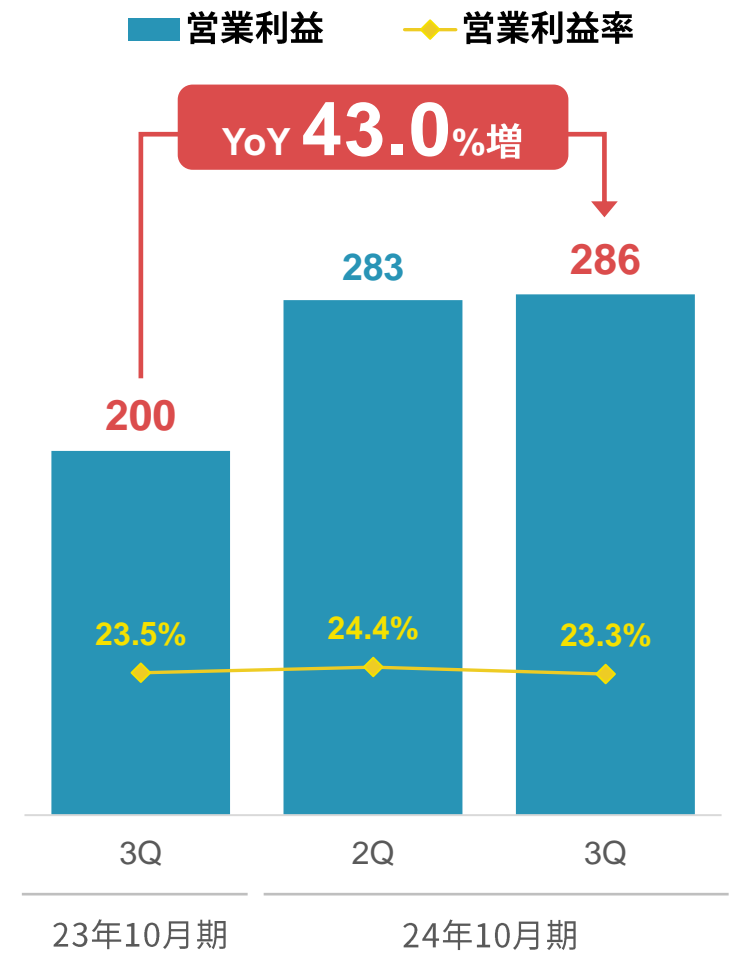
# 営業利益(四半期推移)

2Qまで3四半期連続で発生していた減損損失がなくなったことや売上成長による増収効果、来期の利益創出期に向けて徐々に投資を抑制し始めたこと等から、3Qの営業利益は過去最高の四半期利益となっております

営業利益 (単位：百万円)



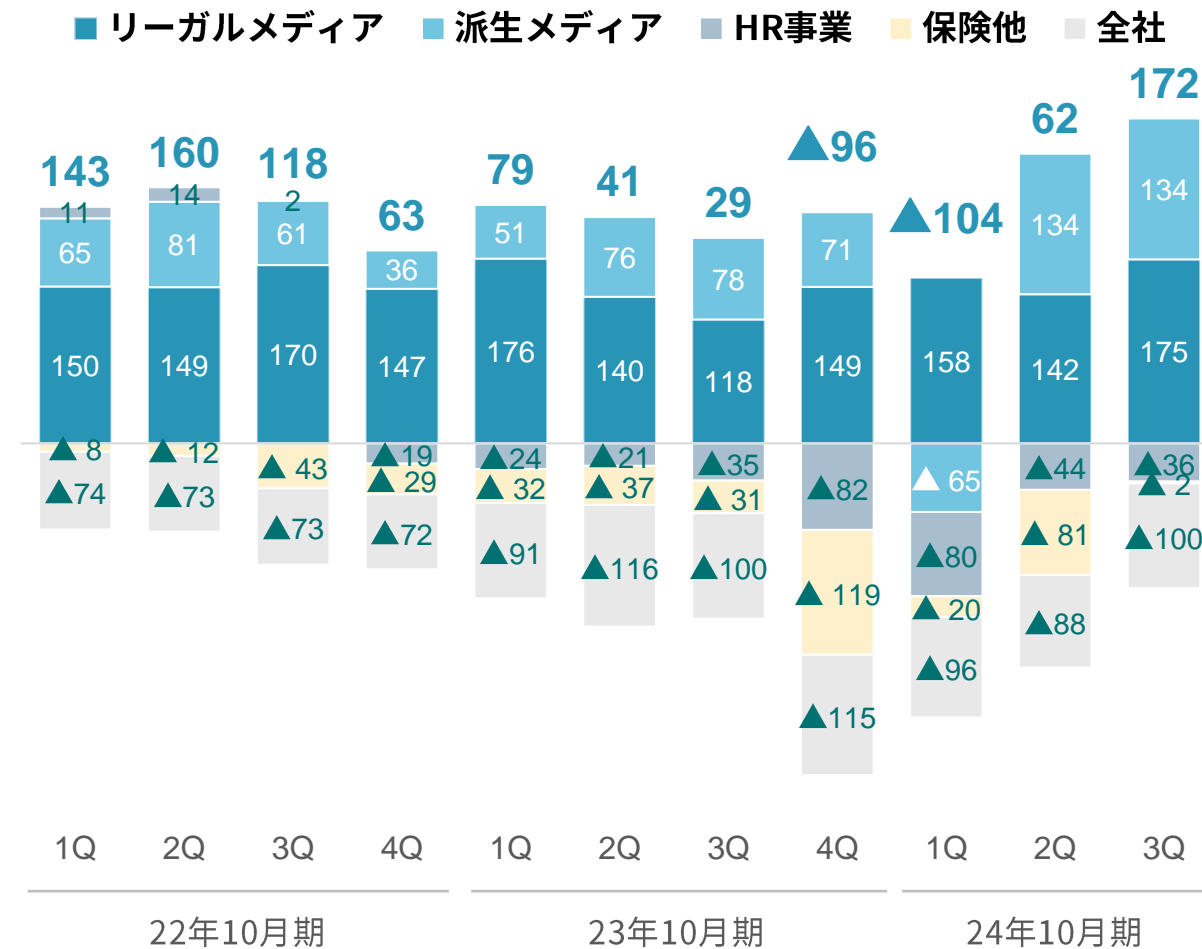
投資額と減損額を除いた営業利益 (単位：百万円)



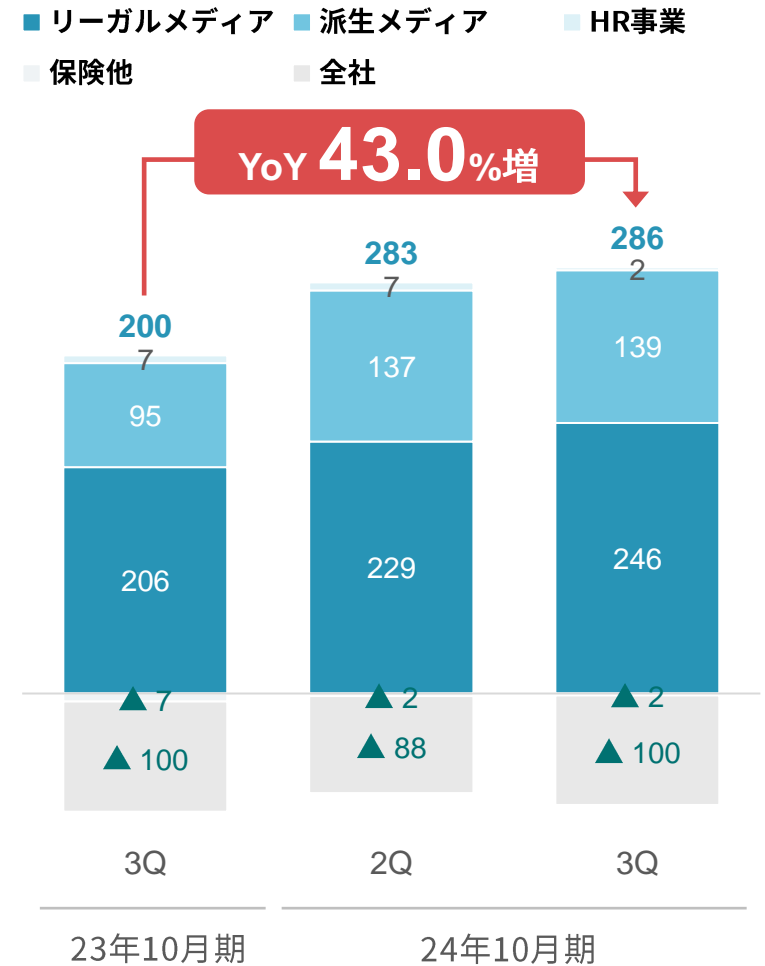
# (参考) 事業別営業利益(四半期推移)

リーガルメディアの営業利益が改善したこと、派生メディアの営業利益は過去最高の水準が継続していること、HR事業や保険事業の赤字幅の縮小が進んでいることなどから、前述のとおり全体の営業利益は過去最高となっております

事業別営業利益 (単位：百万円)



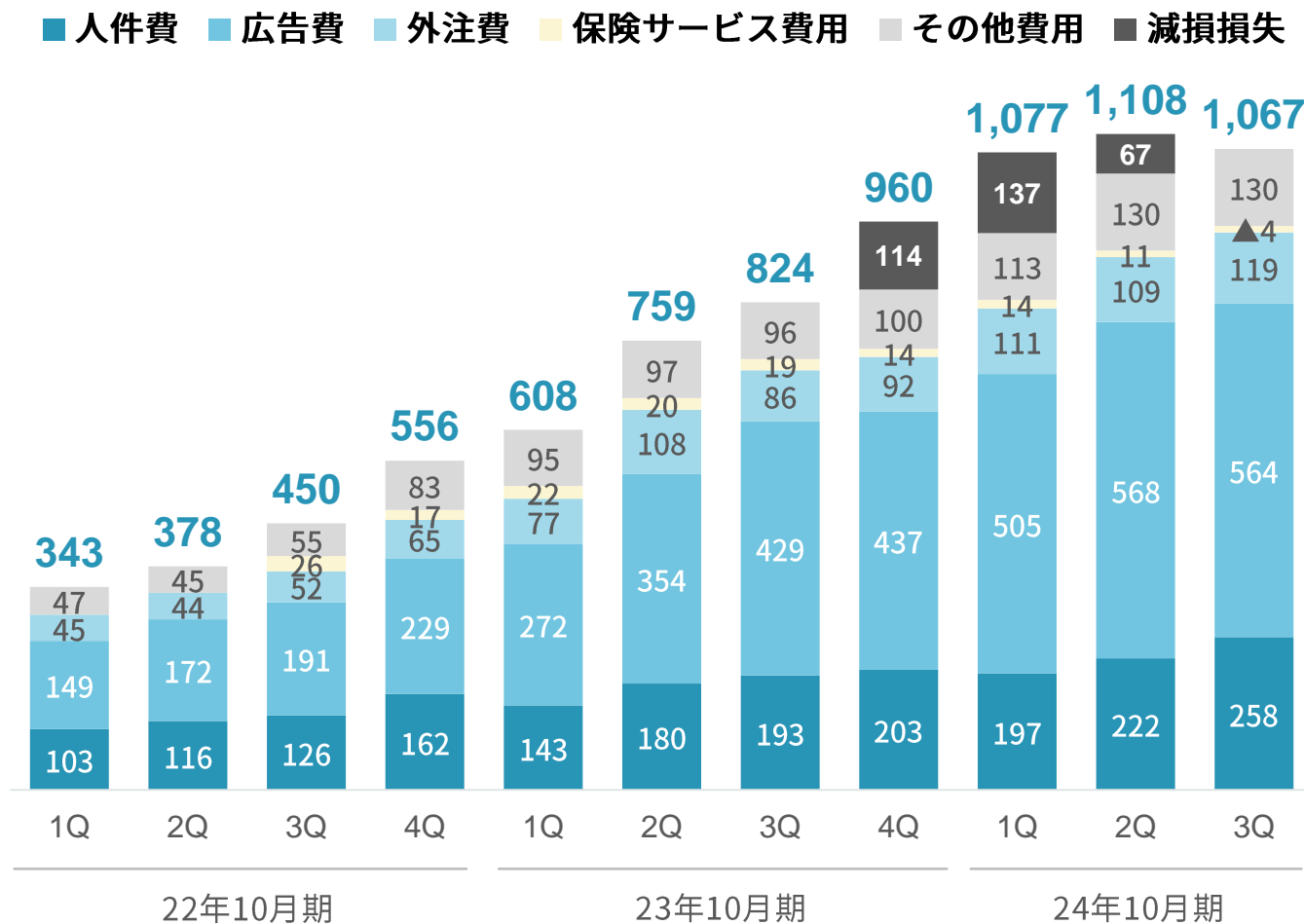
投資額と減損額を除いた事業別営業利益 (単位：百万円)



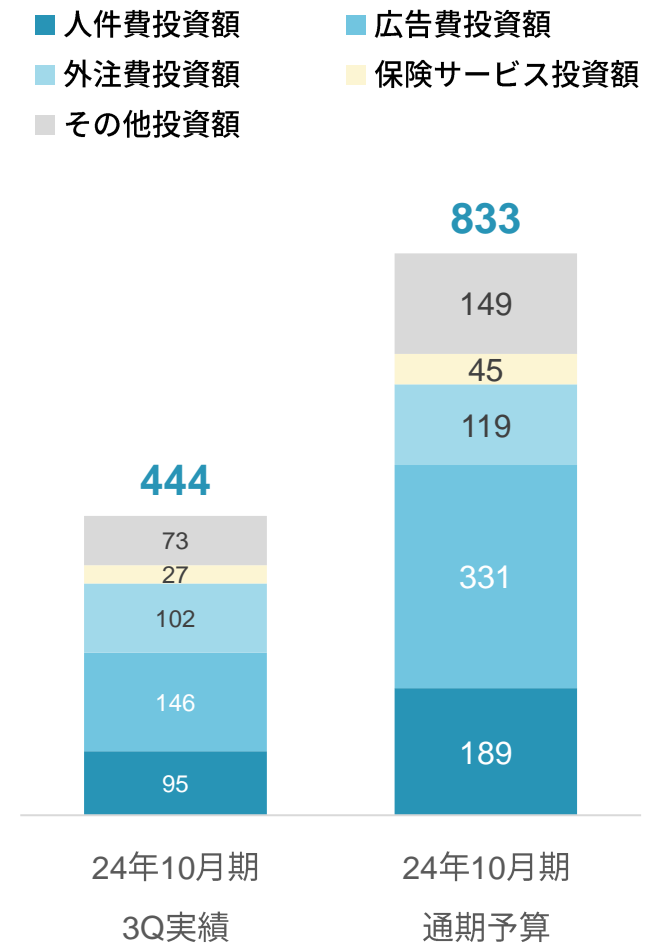
# コスト構造(四半期推移)

人件費や外注費は増加するも、減損損失がなくなったことで2Q比では全体のコストは若干減少しております。また、保険事業において備金の戻入れが発生したことにより、保険サービス費用は若干マイナスとなりました

コスト構造<sup>1</sup> (単位：百万円)



投資額の使用状況<sup>1</sup> (単位：百万円)



注：1 保険サービス費用は契約者獲得の為に広告費や代理店手数料の他、支払保険金や支払いに備えた引当金（支払備金）等をまとめた、IFRS17号に基づいた費用となります

# (参考) 広告費についてのご説明

広告費が増加していることを踏まえまして、各事業における広告費の性格や売上貢献イメージなどを以下ご説明いたします。なお、広告費が増加傾向で推移している背景として、投資の影響に加えて、売上に対する広告費率が高い派生メディアの売上が大幅に増加していることも影響しております

リーガルメディア	
集客対象	サイトユーザー
広告の目的	サイトユーザーを集客し、掲載顧客（弁護士等）への問合せ数を増加させることを目的とする
売上貢献イメージ	掲載顧客からの収入は月額定額の為、 <b>広告によって問合せ数が増加しても売上に直接の影響なし</b> 。但し、問合せ数の増加により <b>解約率が減少することで、中長期的な売上成長に寄与する</b>
売上に対する広告費率	3割～4割程度

派生メディア	
集客対象	サイトユーザー
広告の目的	サイトユーザーを集客し、掲載顧客（人材紹介会社等）への問合せ数を増加させることを目的とする
売上貢献イメージ	掲載顧客からの収入は成果報酬型の為、 <b>広告によって問合せ数が増加することで売上が直接的に増加</b> （1問合せを獲得するのに必要な広告費よりも、1問合せあたりの収入が上回ることで差益を獲得）
売上に対する広告費率	6割～7割程度

HR事業	
集客対象	転職希望者
広告の目的	転職希望者に当社サービスへ登録いただき、求人企業への転職の成約数を増加させることを目的とする
売上貢献イメージ	成約（＝入社）ベースの成果報酬型の為、 <b>広告によってサービスに登録した転職希望者が成約することで直接的に売上が増加</b> 。但し、成約率次第で売上との相関に影響あり。また、登録から成約までタイムラグあり
売上に対する広告費率	— <sup>1</sup>

保険事業	
集客対象	保険の加入検討者
広告の目的	保険の加入検討者を集客し、保険契約者数を増加させることを目的とする
売上貢献イメージ	<b>広告によって保険契約者数が増加することで売上が直接的に増加</b> 。但し、保険契約の売上はショットではなく月額定額の為、 <b>売上成長ペースは緩やかであり中長期的な売上成長に寄与する</b>
売上に対する広告費率	— <sup>1</sup>

注：1 現時点では事業規模が小さいことや先行投資フェーズでもあり、広告費率の目処は設けておりません



# Section 03

---

## 事業ハイライト

# 24年10月期 3Q事業ハイライト

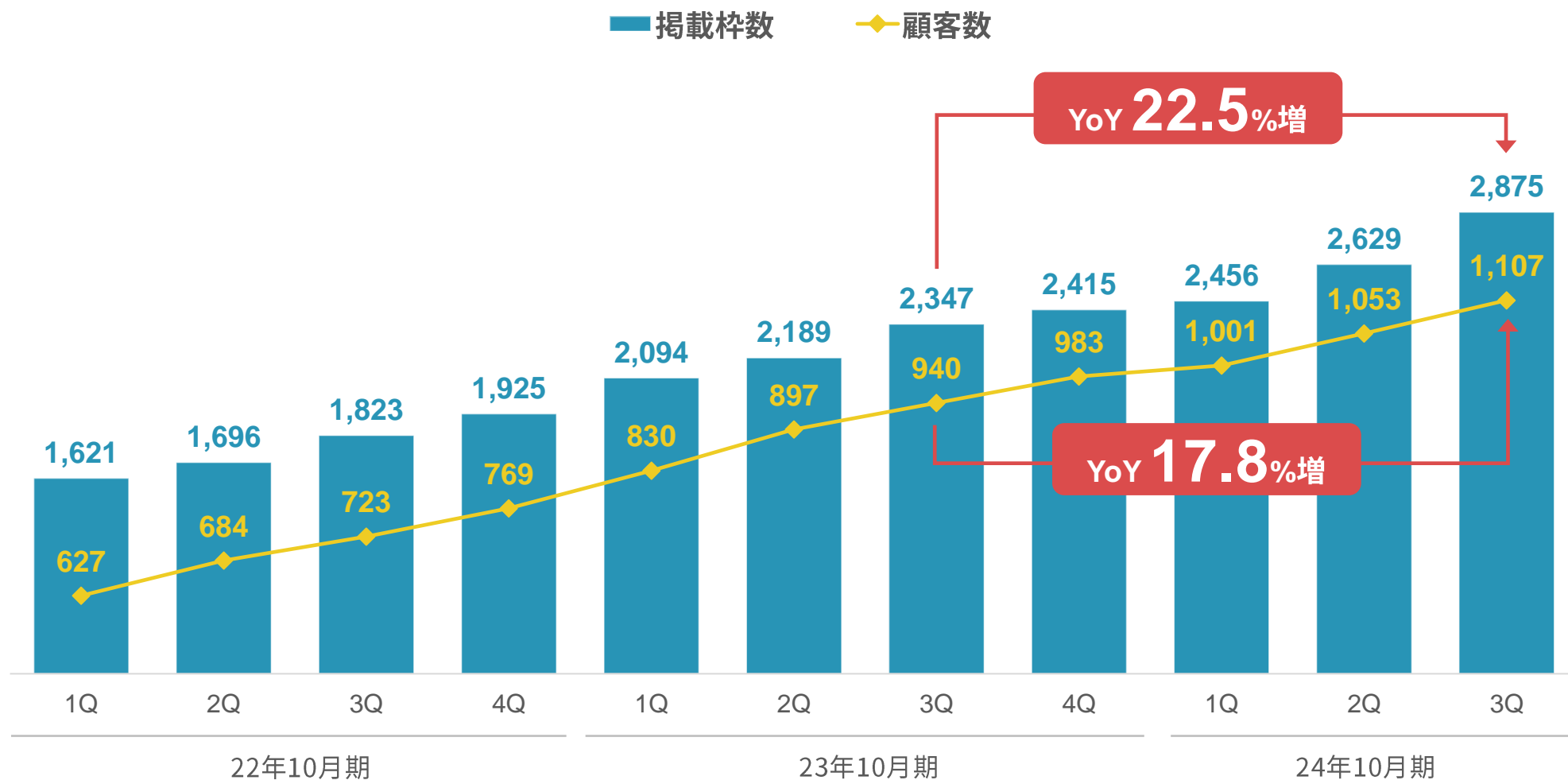
各事業において、売上成長の加速やサービスの競争力強化に向けた施策を着実に進行しております。  
引き続き中計目標の達成、ひいては最短での売上収益100億円の達成に向けて施策を進行してまいります

リーガル メディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業部の体制を変更して強化した結果、営業パフォーマンス、解約率は安定して推移</li> <li>● 高単価商品の販売が好調であり、売上成長を押し上げ。利益面も徐々に改善しており、4Qでは更なる利益貢献を見込む</li> </ul>
派生 メディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主力の転職メディア「キャリアズム」にとって3Q、4Qは閑散期にあたるが、高水準の売上を維持</li> <li>● 「キャリアズム」に次ぐ、派生メディアの第2の柱の創出にむけた投資を継続</li> </ul>
HR事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 人材紹介事業は緩やかではあるものの徐々に売上が増加するとともに、投資の抑制も進んできており、翌期の黒字化を見据える</li> <li>● 今期(23年11月)から人材派遣事業を開始した子会社ヒトタスは、派遣人材の採用、派遣先の開拓ともに想定以上に進捗しており、事業の立ち上がりは順調</li> </ul>
保険事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業運営方針を変更し、既存商品の販促に向けた投資は抑制し、新商品の開発推進に注力</li> <li>● 新商品のローンチ後の拡販にむけた、体制作りや準備についてもあわせて進行</li> </ul>

主要KPI（掲載枠数／顧客数<sup>1</sup>）

24年7月末時点の掲載枠数は2,875枠、顧客数は1,107件となり、安定的に成長が継続しております

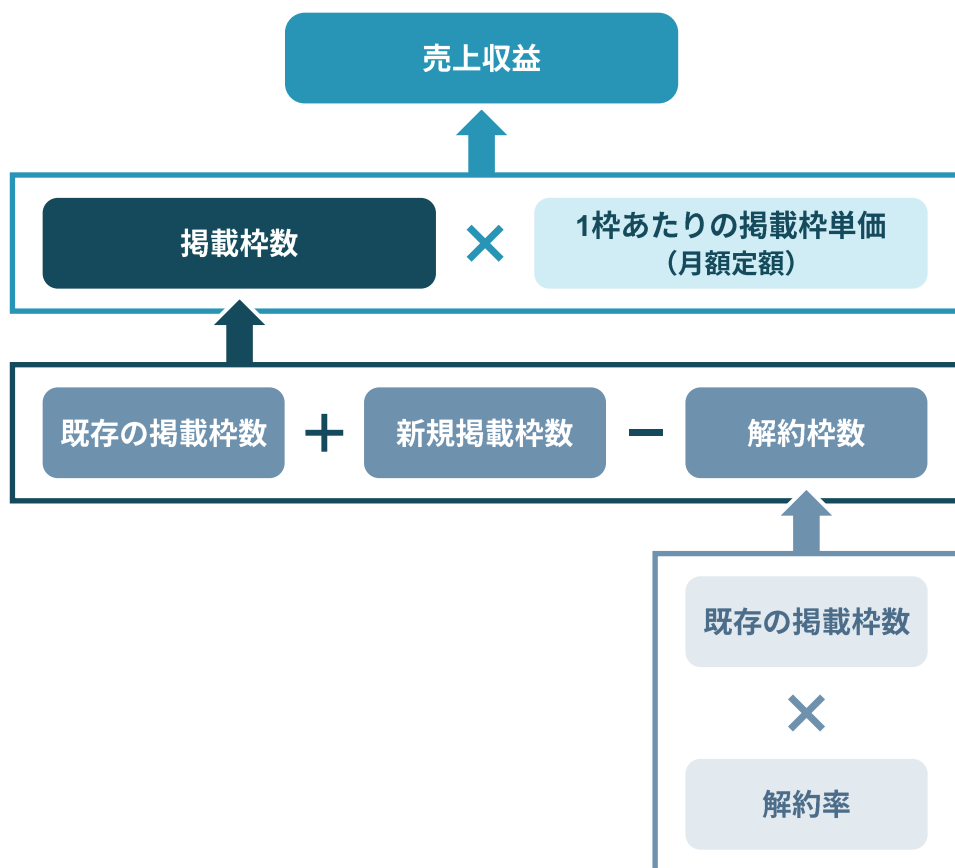
## 掲載枠数／顧客数（単位：枠）



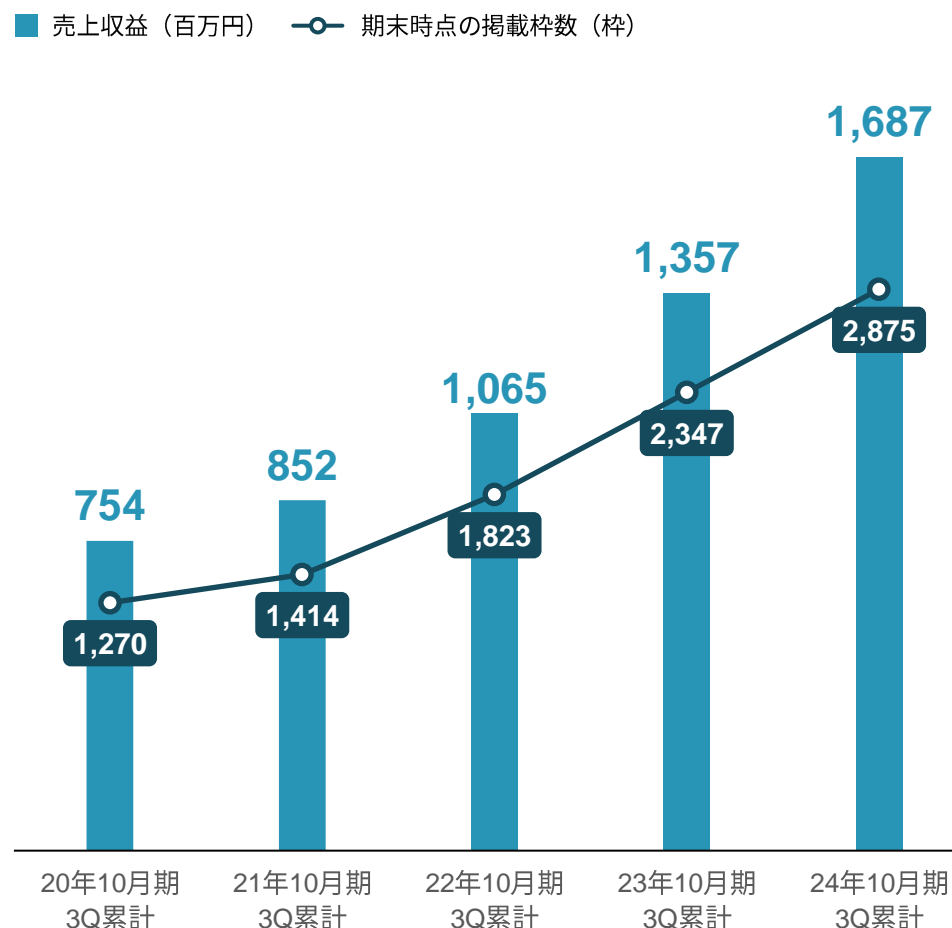
注：1 各四半期末時点の掲載枠数及び顧客数を記載しております

リーガルメディアの1枠あたりの掲載枠単価は月額定額であることから、掲載枠数の増加に比例して売上収益が伸びていきます。掲載枠数はコロナ禍においても堅調に増加しており、今後も安定的な成長を見込んでおります

## 収益モデル（リーガルメディア）



## 売上収益／掲載枠数推移<sup>1</sup>（リーガルメディア）



注：1 掲載枠数とは、有料広告の延べ掲載数であり、同一顧客が複数の有料広告枠の掲載を行う場合は複数カウントを行っております。なお、リーガルメディアでは無料掲載の受付けも行っておりますが、掲載枠数には無料掲載の枠数は含んでおりません

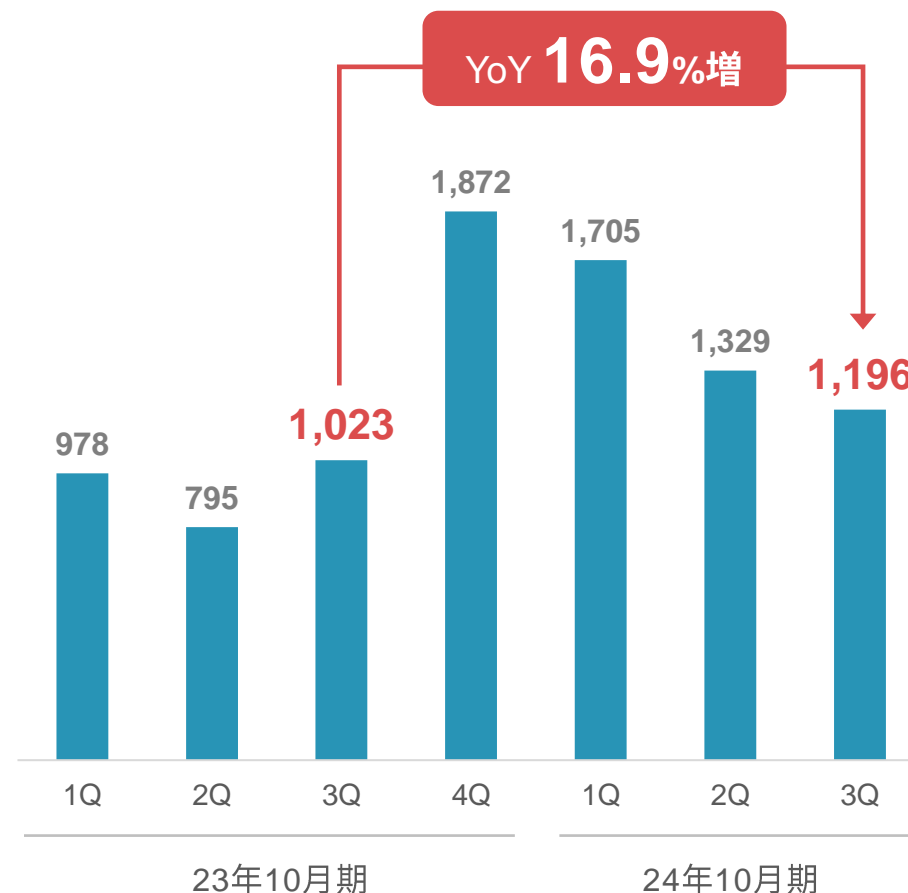
# 主要KPI（問合せ数／新規登録者数）

派生メディアの問合せ数はYoY65.8%増と大幅に増加いたしました。また、HR事業の新規登録者数は、対応リソースを踏まえた適正化や投資額の抑制を徐々に進めていることから、YoYでは増加した一方、QoQでは減少しております

## 派生メディア 問合せ数<sup>1</sup>（単位：件）



## HR事業 新規登録者数<sup>2</sup>（単位：人）



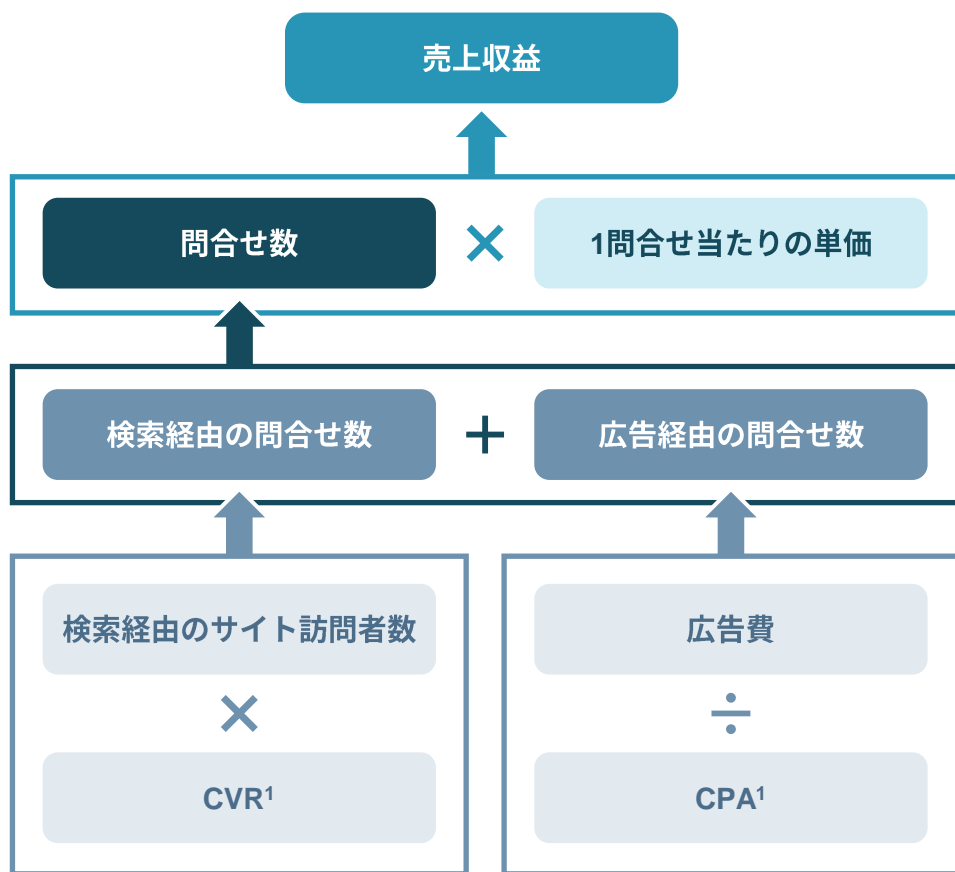
注：1 派生メディアの主要サイト（「キャリアズム」「浮気調査ナビ」「人探しの窓口」）合計の問合せ数です。なお、「ピッコレ」の問合せ数は含めておりません

2 HR事業は、人材紹介事業と人材派遣事業から構成されておりますが、売上比率が高い人材紹介事業のKPI（転職支援サービスへの新規登録者数）を記載しております

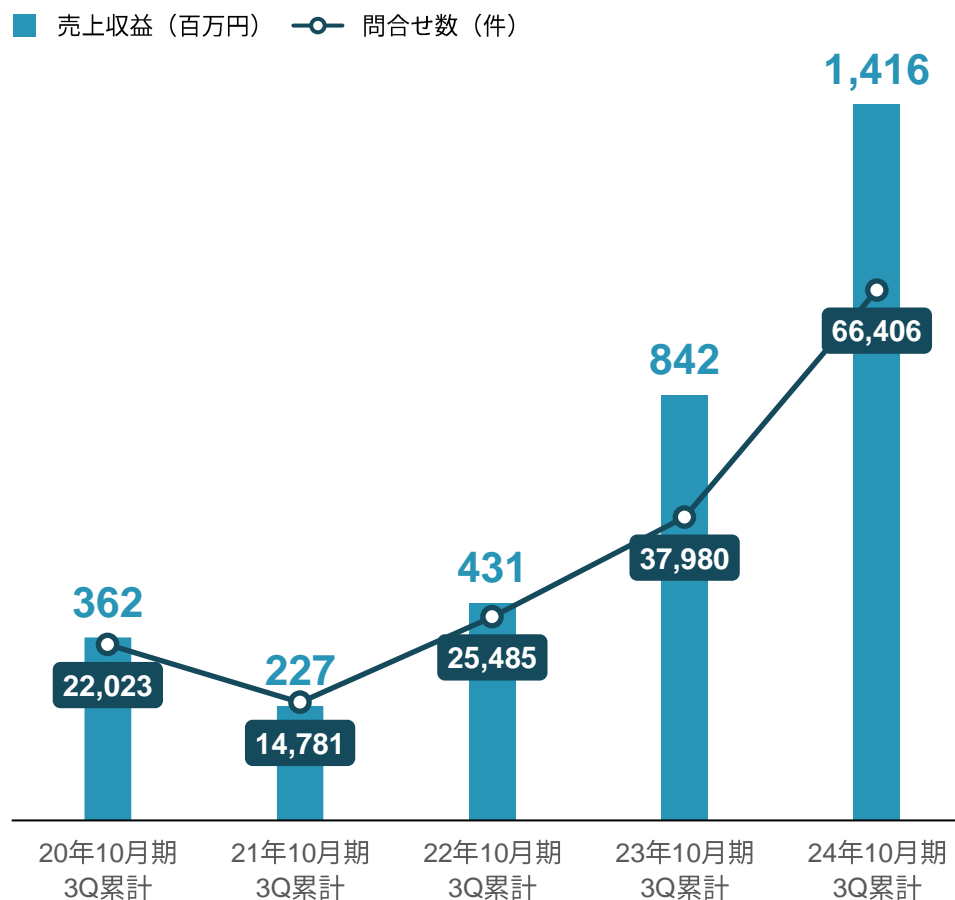
# 収益モデル

派生メディアは、問合せ数に応じた成果報酬型の事業となります。転職メディアが収益の大部分を占めており、好調な外部環境やマーケティング施策が功を奏していること等から、急速に成長しております

## 収益モデル（派生メディア）



## 売上収益／問合せ数推移<sup>2</sup>（派生メディア）



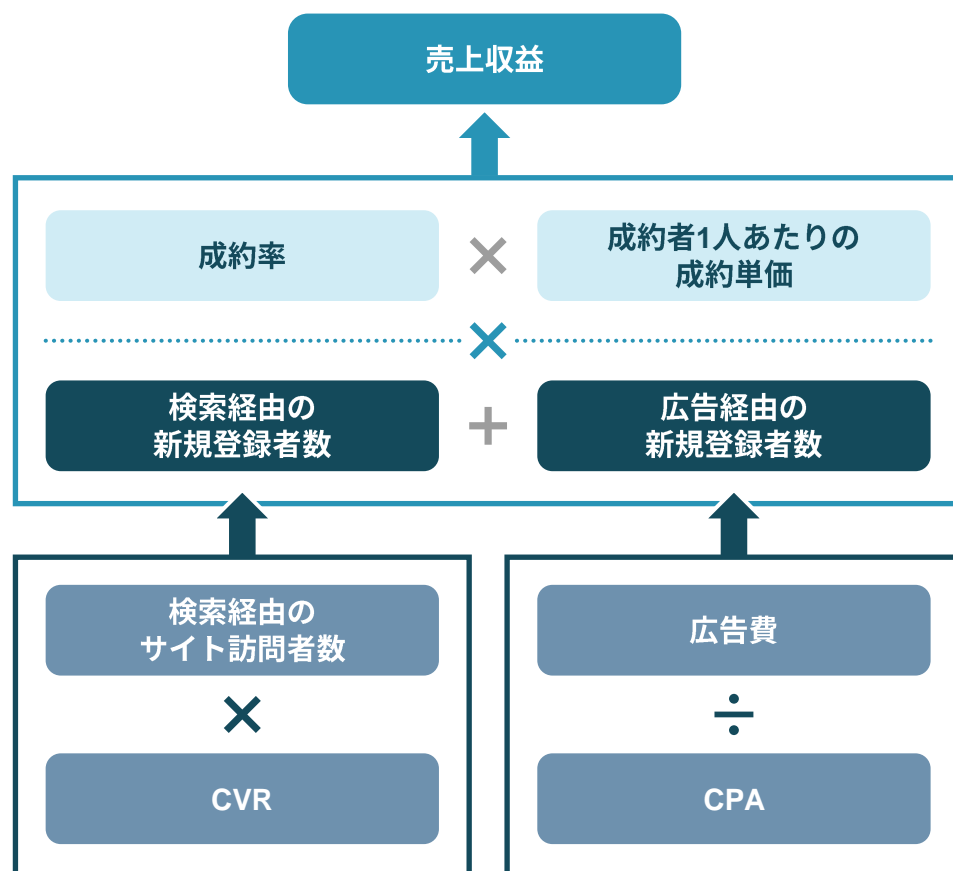
注：1 CVRはConversion Rateの略であり、問合せ数をサイト訪問者数で除した数値です。また、CPAはCost Par Acquisitionの略であり、広告費を問合せ数で除した数値です

2 派生メディアの主要サイト（「キャリアズム」「浮気調査ナビ」「人探しの窓口」）合計の問合せ数です

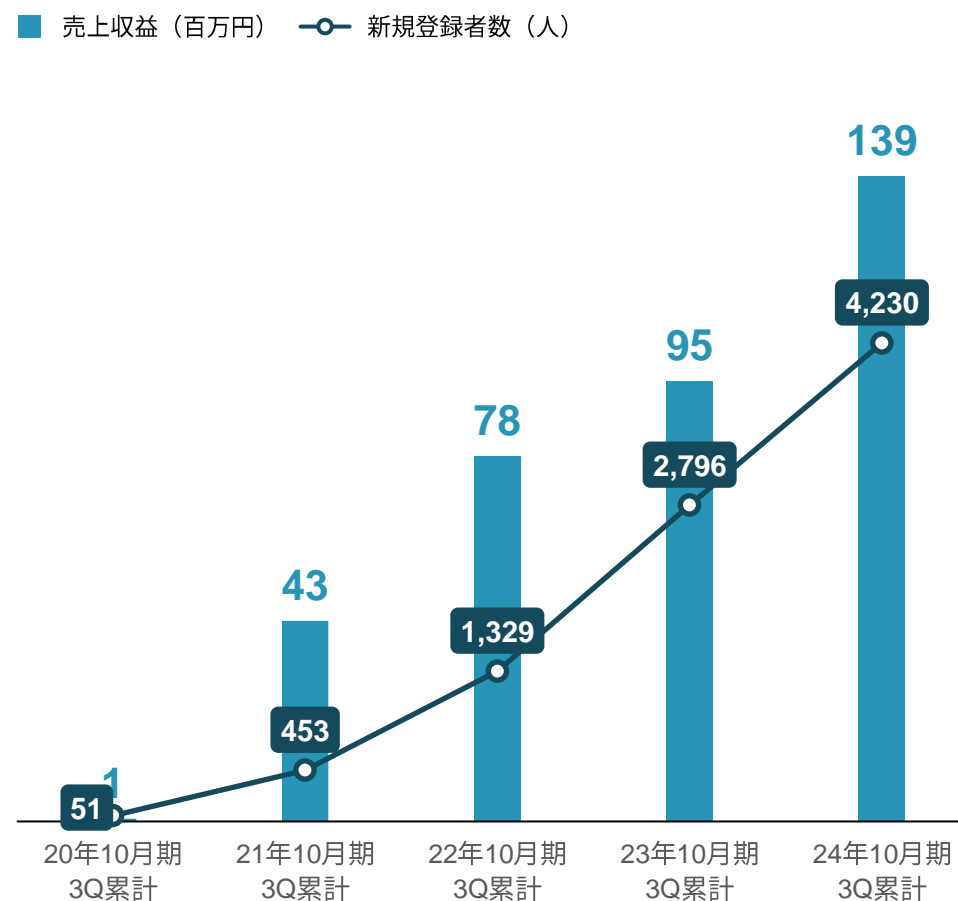
# 収益モデル

HR事業は成果報酬型の人材紹介事業と、ストック型の人材派遣事業を展開しております。メインは人材紹介事業となっており、転職支援サービスの新規登録者を顧客企業に紹介し、入社した際に報酬を得るビジネスモデルとなります

## 収益モデル<sup>1</sup> (HR事業)



## 売上収益／新規登録者数推移<sup>2</sup> (HR事業)



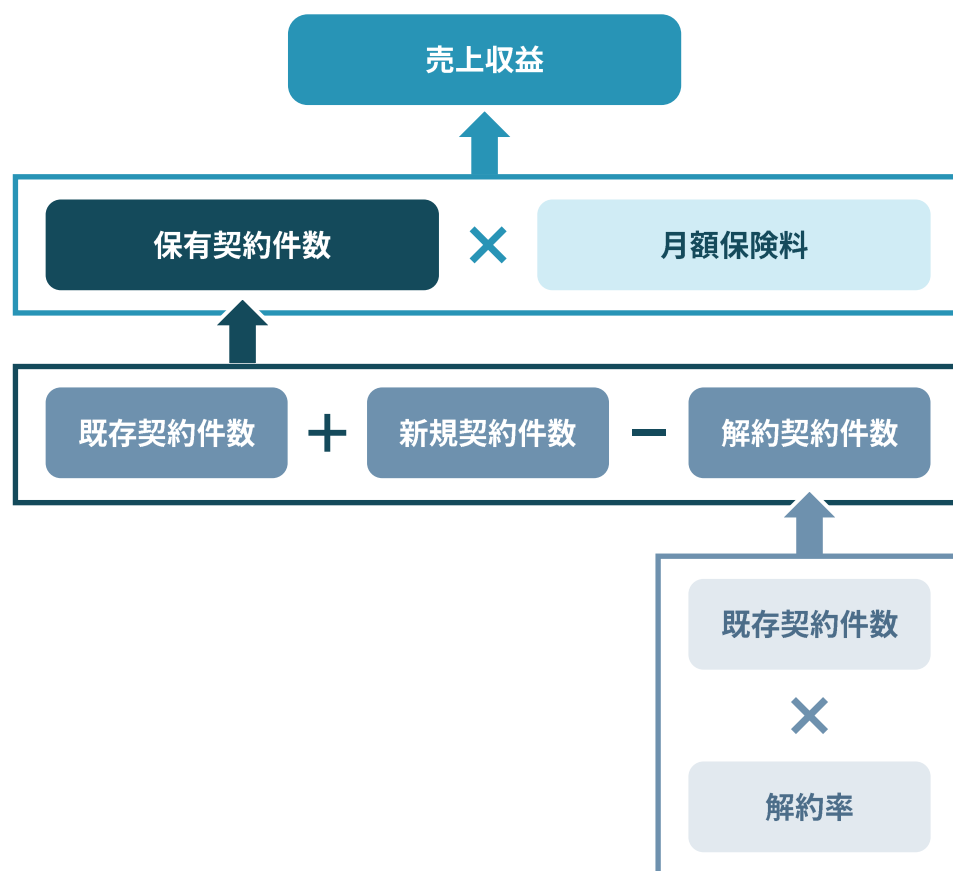
注：1 HR事業は、人材紹介事業と人材派遣事業から構成されておりますが、人材紹介事業の収益モデルを記載しております

2 HR事業は、人材紹介事業と人材派遣事業から構成されておりますが、人材紹介事業の売上収益、KPI（転職支援サービスへの新規登録者数）を記載しております

# 収益モデル

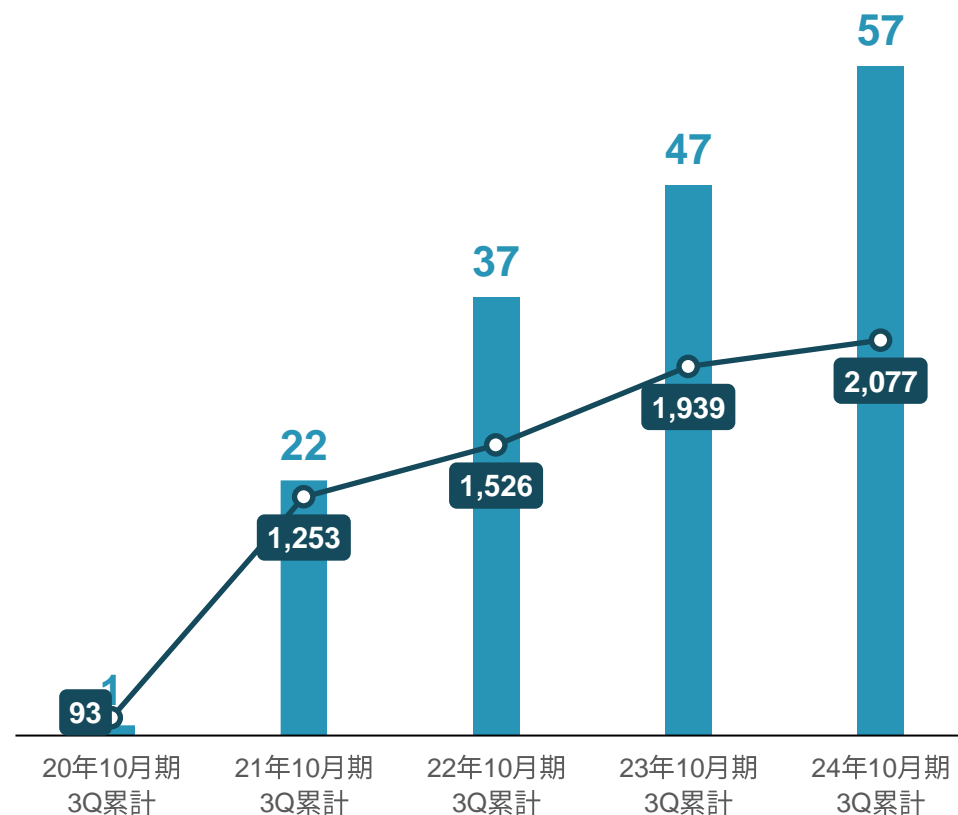
保険事業は、保有契約件数に比例して売上収益が伸長するストック型のビジネスモデルとなります。より大きな成長にむけて既存商品の販促投資は取りやめ、現在は新商品の開発に注力しています

## 収益モデル（保険事業）



## 売上収益／保有契約件数<sup>1</sup>（保険事業）

■ 売上収益（百万円）    ○ 保有契約件数（件）



注：1 当社グループで保険事業を営む連結子会社の(株)アシロ少額短期保険の決算期は3月末となっておりますが、当社決算期に合わせて集計した数値を表示しております。なお、同社は、2020年4月より保険事業を開始しております。



# Section 04

---

## Appendix ① PL/BS/CF

# 四半期決算(PL)

(単位：百万円)	FY2024 3Q	FY2023 3Q	YoY	FY2024 2Q	QoQ	FY2024 3Q累計	FY2023 3Q累計	YoY
	(24/5-24/7)	(23/5-23/7)		(24/2-24/4)		(23/11-24/7)	(22/11-23/7)	
売上収益	1,230	852	+44.4%	1,160	+6.0%	3,357	2,338	+43.5%
売上原価	768	539	+42.4%	733	+4.7%	2,141	1,409	+51.9%
売上総利益	463	313	+47.7%	427	+8.3%	1,216	929	+30.9%
売上総利益率	37.6%	36.8%	+0.8pt	36.8%	+0.8pt	36.2%	39.7%	-3.5pt
販管費	299	285	+5.1%	307	-2.7%	907	781	+16.1%
その他の収益	9	0	—	9	-3.2%	26	2	—
その他の費用	1	—	n/a	67	-98.5%	204	0	—
営業利益	172	29	491.5%	62	+175.9%	130	149	-12.8%
営業利益率	13.9%	3.4%	+10.5pt	5.4%	+8.6pt	3.9%	6.4%	-2.5pt
金融収益／費用	▲ 2	▲ 3	n/a	▲ 3	n/a	▲ 8	▲ 7	n/a
税引前利益	169	26	+542.6%	60	+183.8%	122	142	-14.0%
税金費用	68	22	+207.2%	59	+15.3%	153	87	+75.9%
四半期利益	101	4	—	1	—	▲ 31	55	n/a
四半期利益率	8.2%	0.5%	+7.7pt	0.1%	+8.2pt	n/a	2.4%	n/a
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	102	11	+798.1%	4	—	▲ 23	77	n/a
親会社の所有者に 帰属する四半期利益率	8.3%	1.3%	+6.9pt	0.3%	+7.9pt	n/a	3.3%	n/a

# 四半期決算(BS/CF)

(単位：百万円)	FY2024 3Q	FY2024 2Q	増減
	(24/7)	(24/4)	
流動資産	2,065	1,899	+166
現預金	1,361	1,235	+126
売掛金	660	626	+34
その他	44	37	+6
非流動資産	1,626	1,661	-36
有形固定資産	89	97	-8
使用権資産	232	260	-28
のれん	1,139	1,139	0
その他	166	166	+0
資産合計	3,691	3,560	+131
負債	1,560	1,534	+26
有利子負債	553	579	-26
リース負債	211	237	-25
その他	796	718	+77
資本合計	2,130	2,026	+104
負債及び資本合計	3,691	3,560	+131

(単位：百万円)	FY2024 3Q	FY2024 2Q	増減
	(24/5-24/7)	(24/2-24/4)	
営業キャッシュフロー	181	130	+52
税引前四半期利益	169	60	+110
減価償却費・減損損失	39	106	-67
法人所得税	▲ 49	18	-67
その他	22	▲ 54	+76
投資キャッシュフロー	▲ 4	▲ 3	-1
有形固定資産の取得	▲ 3	▲ 3	0
無形資産の取得	—	—	—
その他	▲ 1	▲ 0	-1
財務キャッシュフロー	▲ 52	▲ 67	+15
配当金の支払	▲ 0	▲ 3	+3
借入金・社債の返済による支出	▲ 26	▲ 61	+35
その他	▲ 26	▲ 3	-23
現預金の増減額	126	59	+66
期末現預金残高	1,361	1,235	+126
FCF	178	127	+51

# Section 05

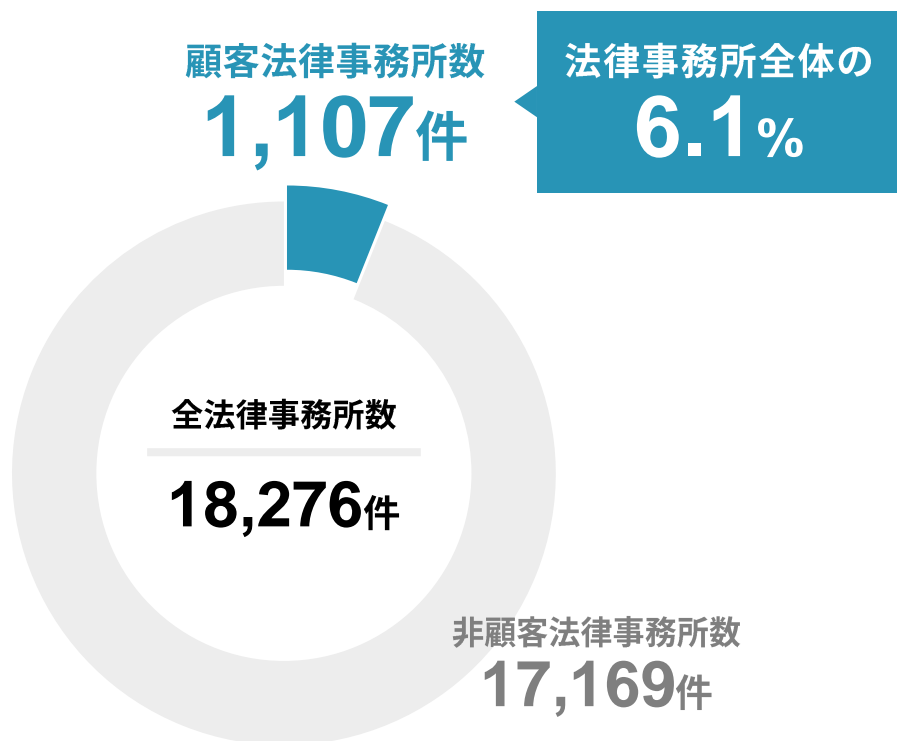
---

## Appendix② 事業環境

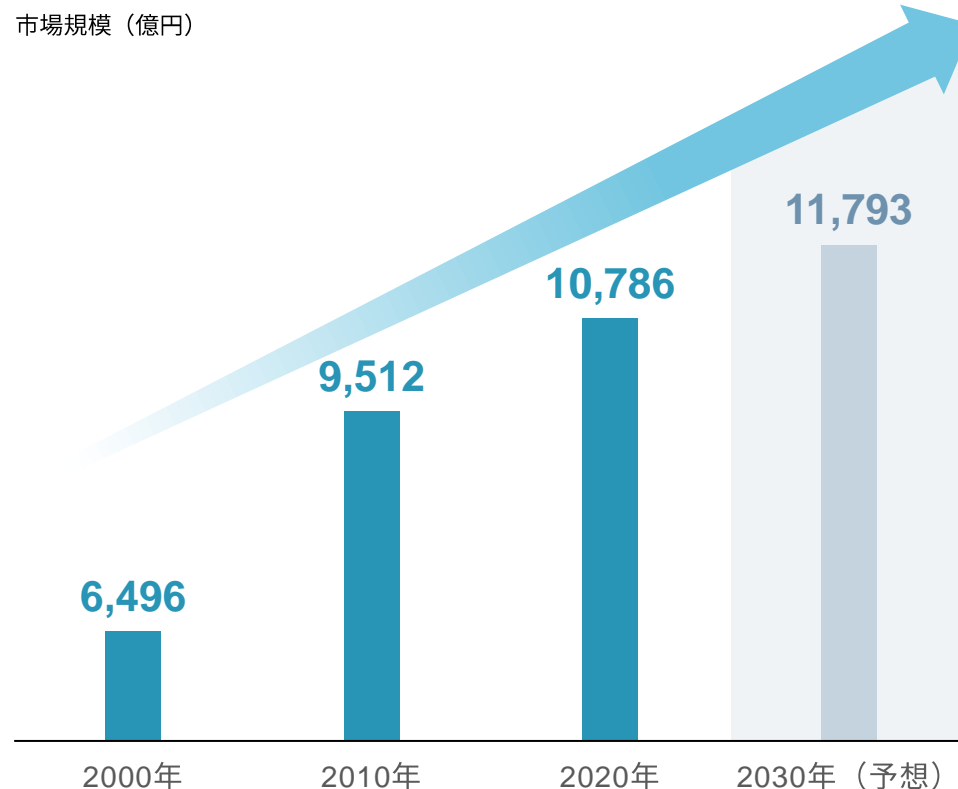
# 顧客基盤及び市場ポテンシャル<sup>1</sup>

24年7月末時点で1,107件の顧客を有しておりますが、全法律事務所数の未だ6.1%に留まり大きな成長余地がございます。また、弁護士報酬の市場規模は拡大基調であり、競争環境の強まりによる広告投資の増加を見込んでおります

## 当社顧客基盤<sup>2</sup>



## 弁護士報酬の市場規模推計<sup>3</sup>



注：1 2024年9月現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。下記注記の通り、外部の統計資料や公表資料を基礎として記載しておりますが、実際の市場規模は異なる可能性があります

2 顧客法律事務所数は、2024年7月末時点の当社の有料掲載の顧客数を記載しております。また、全法律事務所数は日本弁護士連合会「弁護士白書2023年版」における法律事務所数を記載しております

3 2000年から2020年の市場規模は、各年度の弁護士一人あたりの平均収入に、弁護士数を乗じて算出しております。

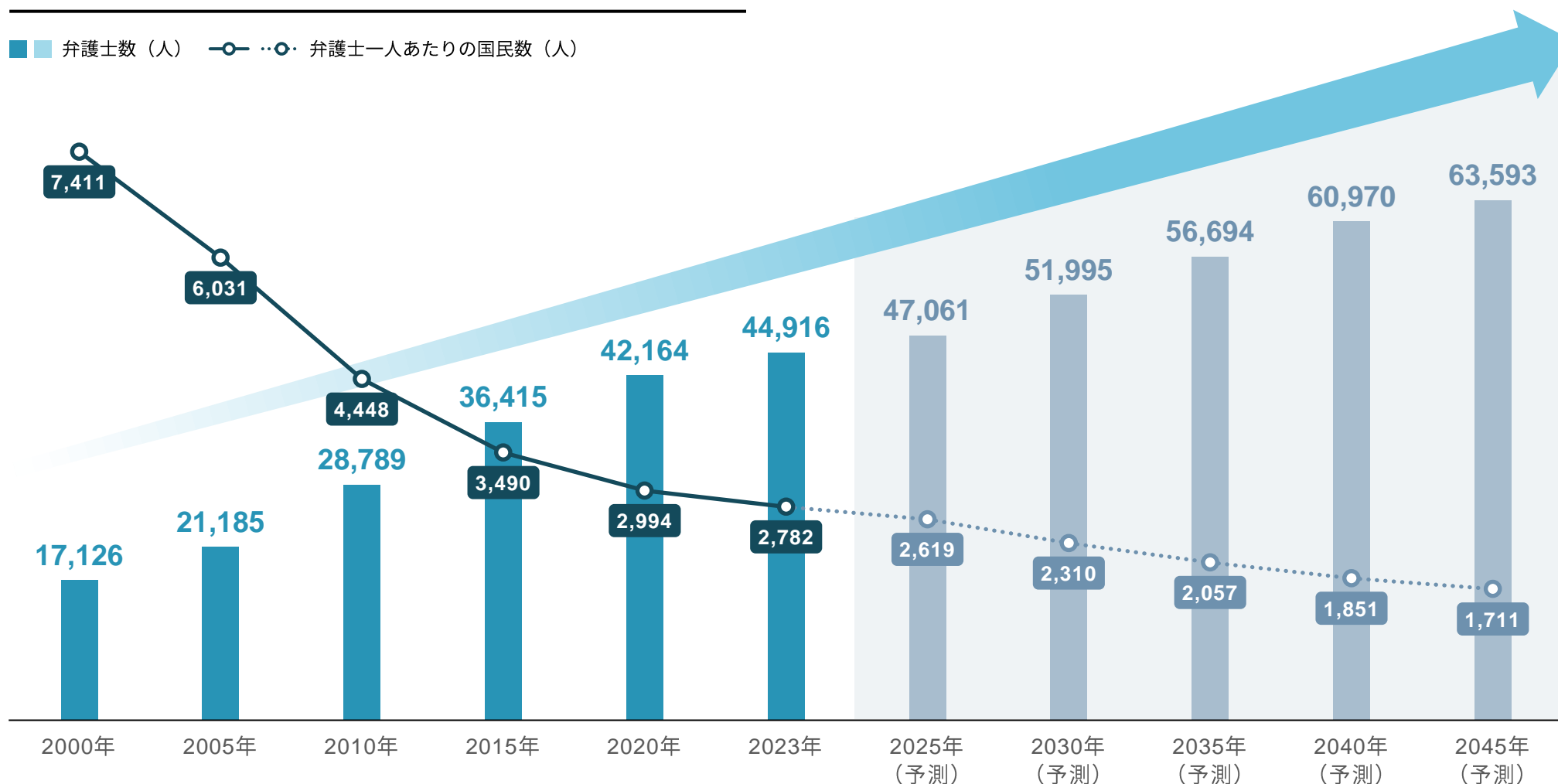
また、2030年の市場規模及び平均収入は、2010年から2020年にかけての弁護士数増加率に対する平均収入減少率をもとに、2030年の弁護士数予測値を当てはめて推計しております

出所：当社、日本弁護士連合会「弁護士白書2023年版」

# 弁護士数の増加による市場拡大

弁護士数は今後も増加が見込まれており、それに伴って弁護士一人あたりの国民数は減少を続ける見込みであることから弁護士間の競争環境が強まることとなり、広告出稿需要の拡大を見込んでおります

## 弁護士数の推移予測



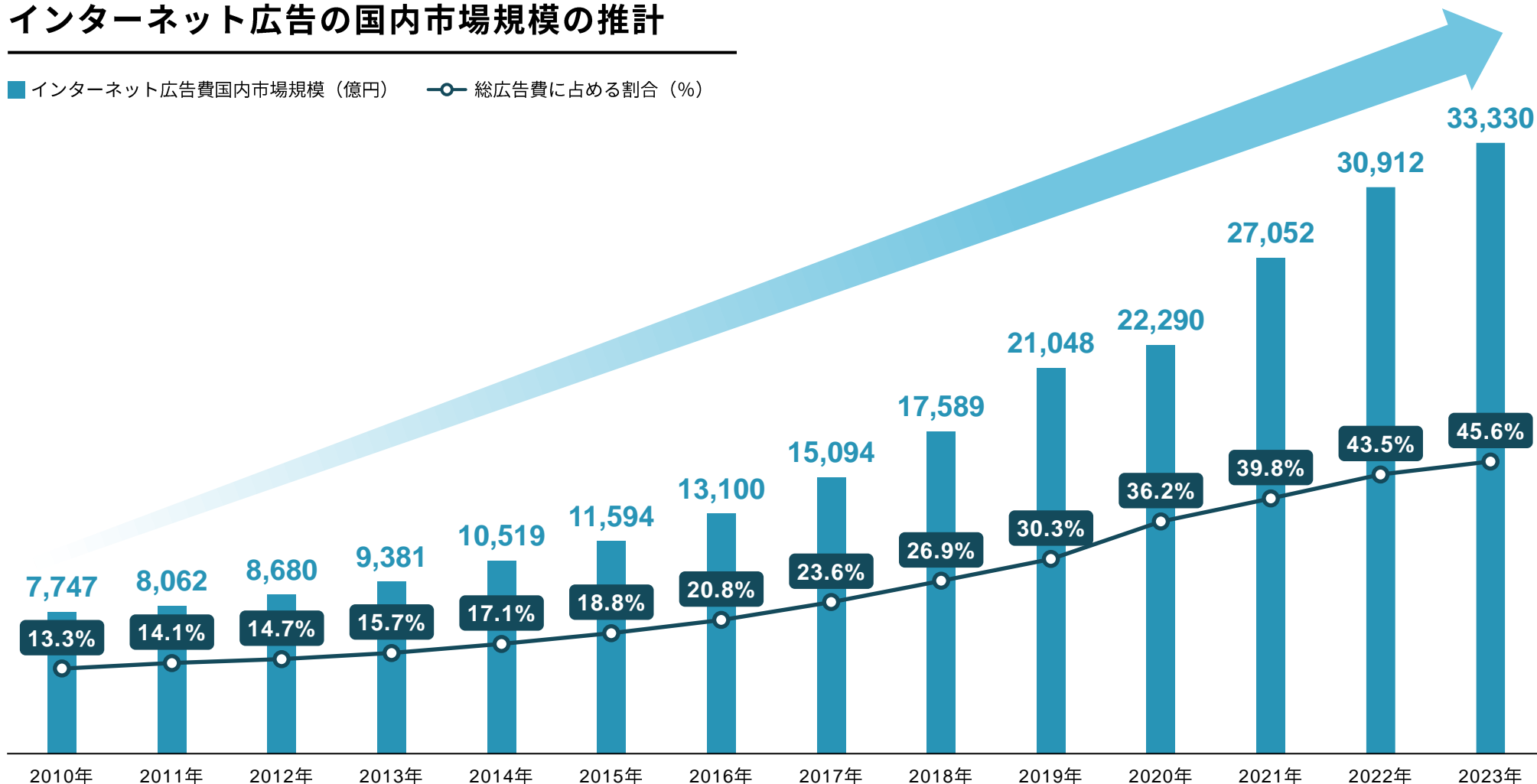
出所：日本弁護士連合会「弁護士白書2023年版」、総務省統計局「人口推計」

# インターネット広告市場の拡大

派生メディアを含めたリーガルメディア関連事業はインターネット広告市場を事業ドメインとしております。インターネット広告市場は一貫して成長を続けており、国内の総広告費に占める割合も年々増加しております

## インターネット広告の国内市場規模の推計

■ インターネット広告費国内市場規模（億円）    ● 総広告費に占める割合（%）

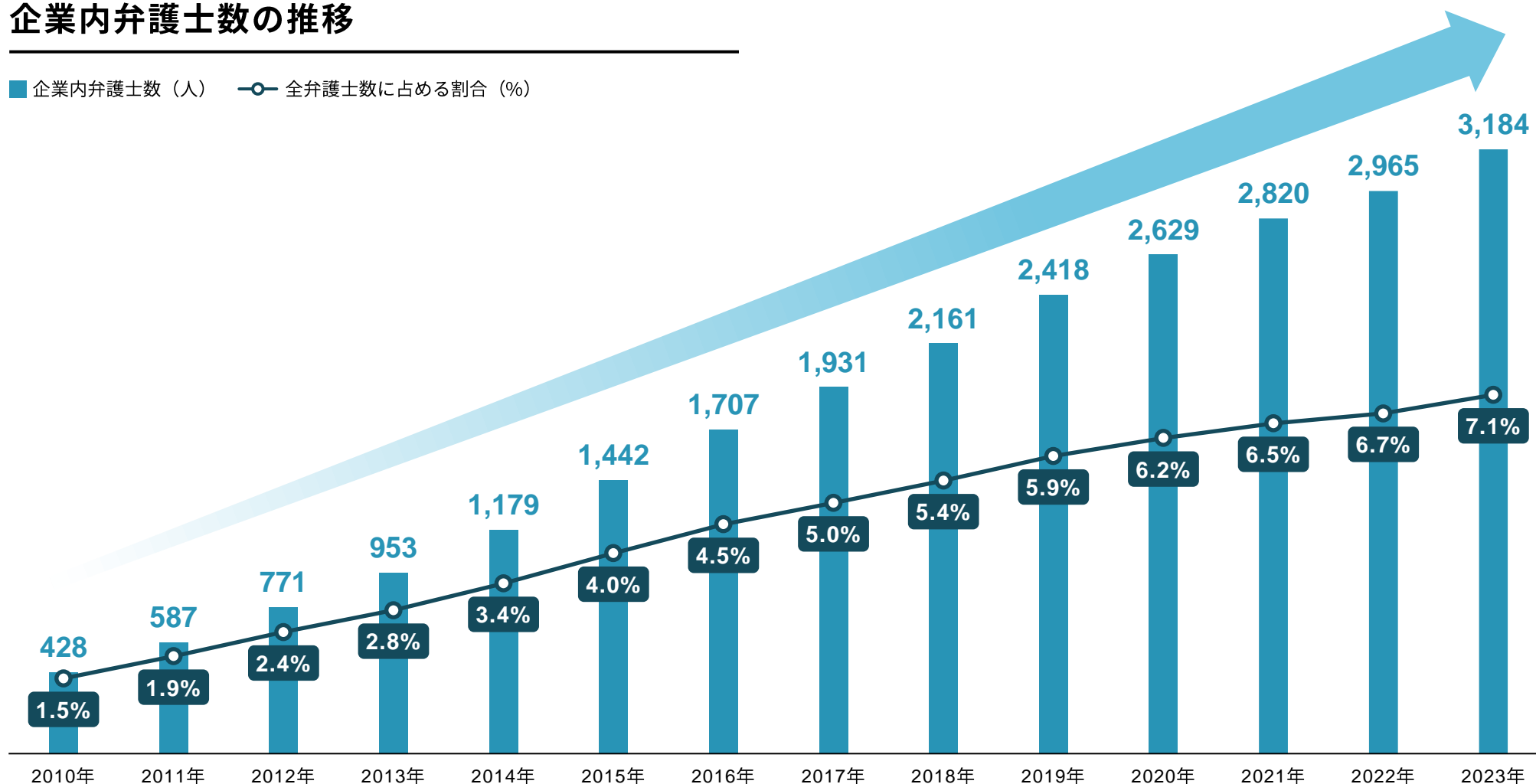


# 企業内弁護士数の増加

弁護士間の競争環境が強まる過程の中で、若手層を中心として企業内弁護士に転身する割合が年々増加しており、弁護士向けの転職支援サービスの需要が高まりつつある機会を捉えて20年4月よりHR事業を開始しております

## 企業内弁護士数の推移

■ 企業内弁護士数（人）    ● 全弁護士数に占める割合（%）





# 本資料に関する注意事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成しており、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。

このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいております。