

すべてのビジネスに、
一歩先行くCXを。

MOBILUS

CX-Branding Tech. _____

2024年8月期 決算説明資料

モビルス株式会社(4370)

2024年10月11日

(百万円)	2024年8月期	7月12日公表 業績予想	7月12日公表 業績予想との差異
売上高	1,534	1,526	+8
EBITDA	▲85	-	-
営業利益	▲352	▲389	+36
経常利益	▲361	▲398	+36
当期純利益	▲731	▲394	▲337

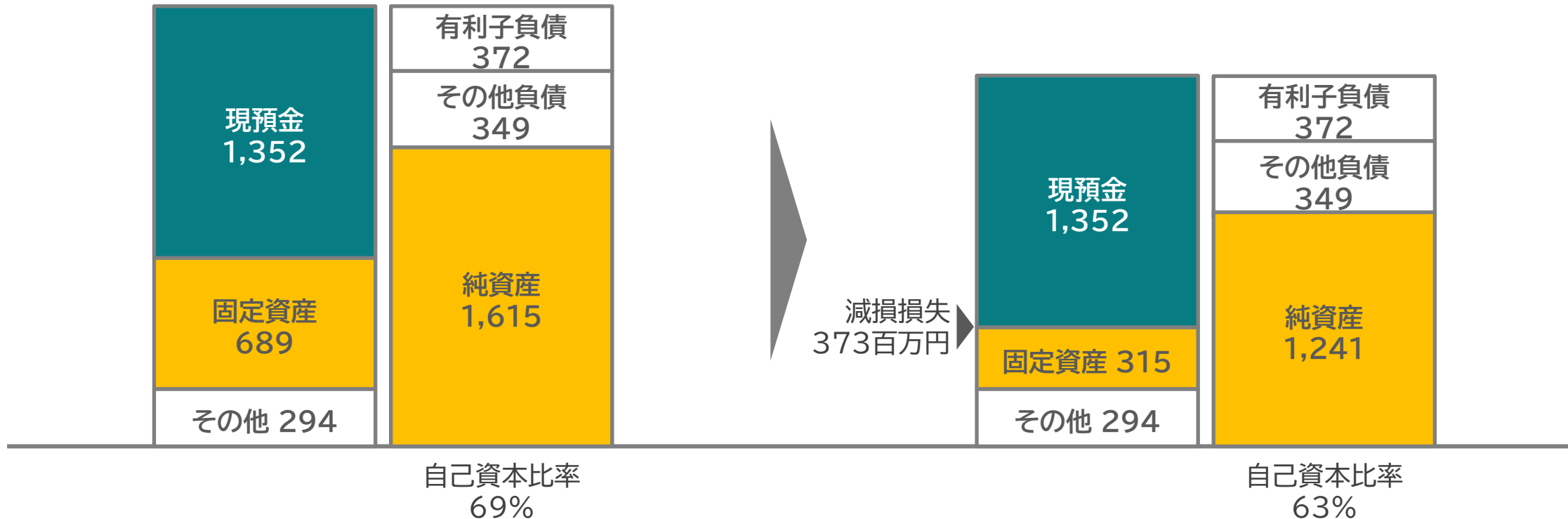
ソフトウェア資産を中心とする当社固定資産の減損損失(特別損失)について

減損会計のもと保守的な事業計画に基づいて固定資産の減損損失を計上。将来にわたって費用化される資産の減損であり、キャッシュフローへの影響はなく、また自己資本比率についても引き続き高い水準を維持。

(単位:百万円)

減損損失計上前のバランスシート

減損損失計上後のバランスシート



■ 通期業績予想に対する達成率(2023年9月～2024年8月)

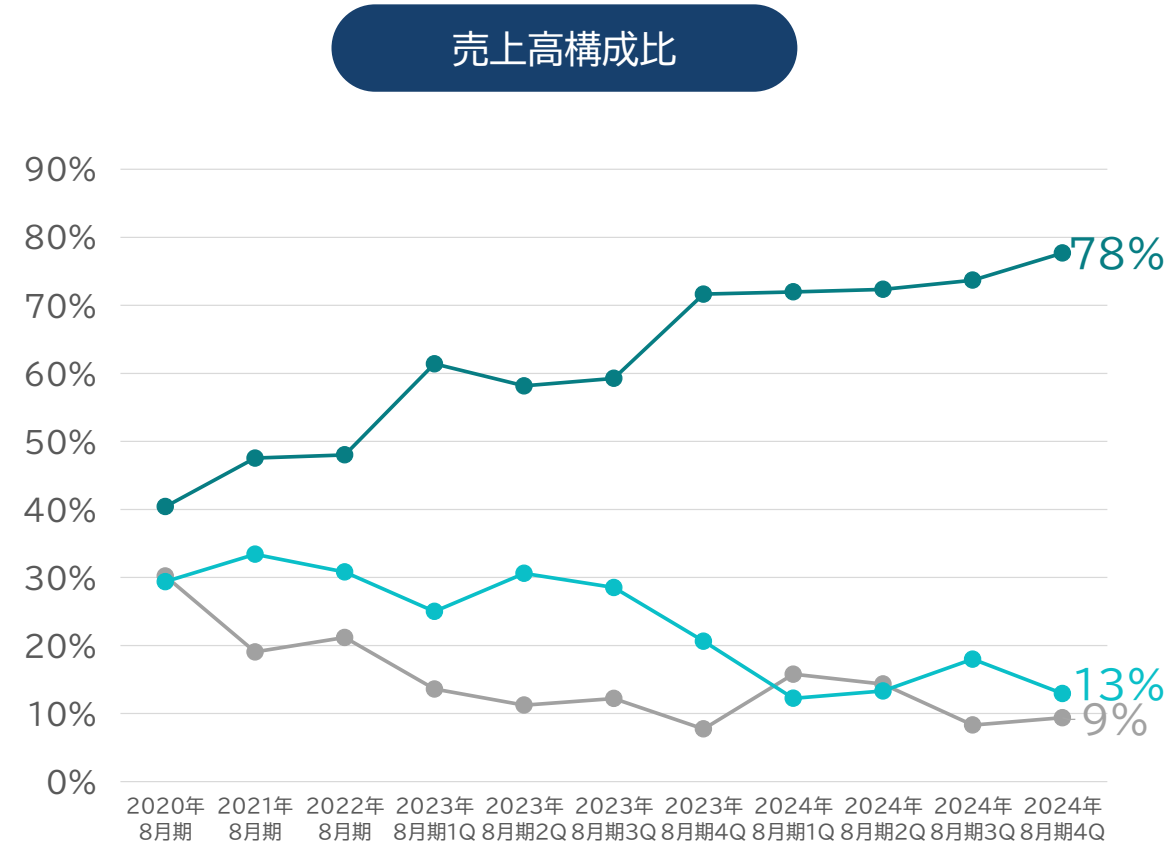
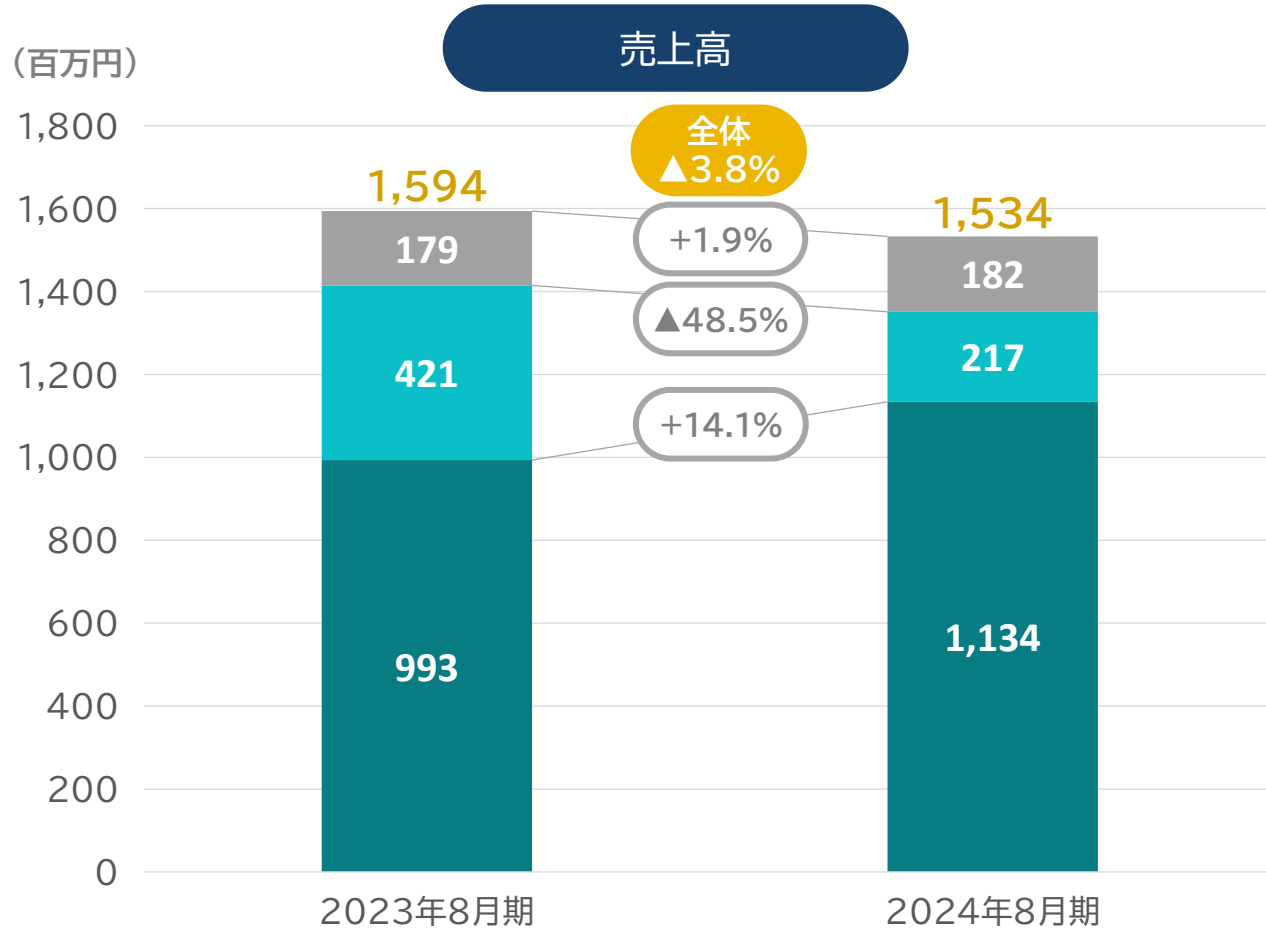
第3四半期決算発表時に修正した業績予想に対しては概ね見込み通りに進捗。

期初に発表した業績予想に対してはプロフェッショナルサービスの低迷により全体で80%の達成率。

単位:百万円	2024年8月期	7月12日公表 業績予想 に対する達成率	期初業績予想 に対する達成率
売上高	1,534	101%	80%
ー SaaSサービス	1,134	100%	94%
ー プロフェッショナルサービス	217	104%	37%
ー イノベーションラボサービス	182	100%	143%

売上高推移

SaaSサービスは堅調に推移したものの、プロフェッショナルサービスの減収により前年対比3.8%の売上減。

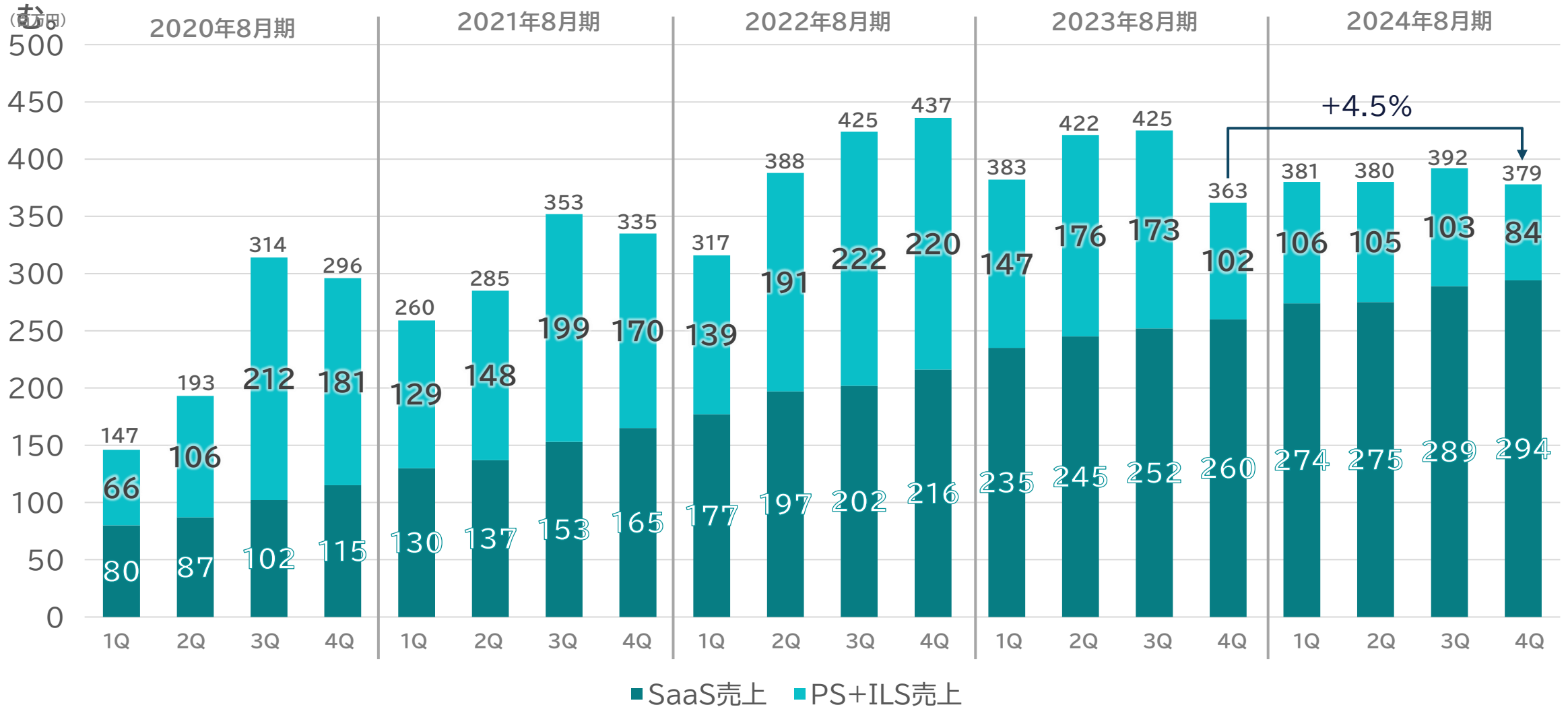


■ SaaSサービス ■ プロフェッショナルサービス ■ イノベーションラボサービス

■ 四半期ごとのカテゴリ別売上推移

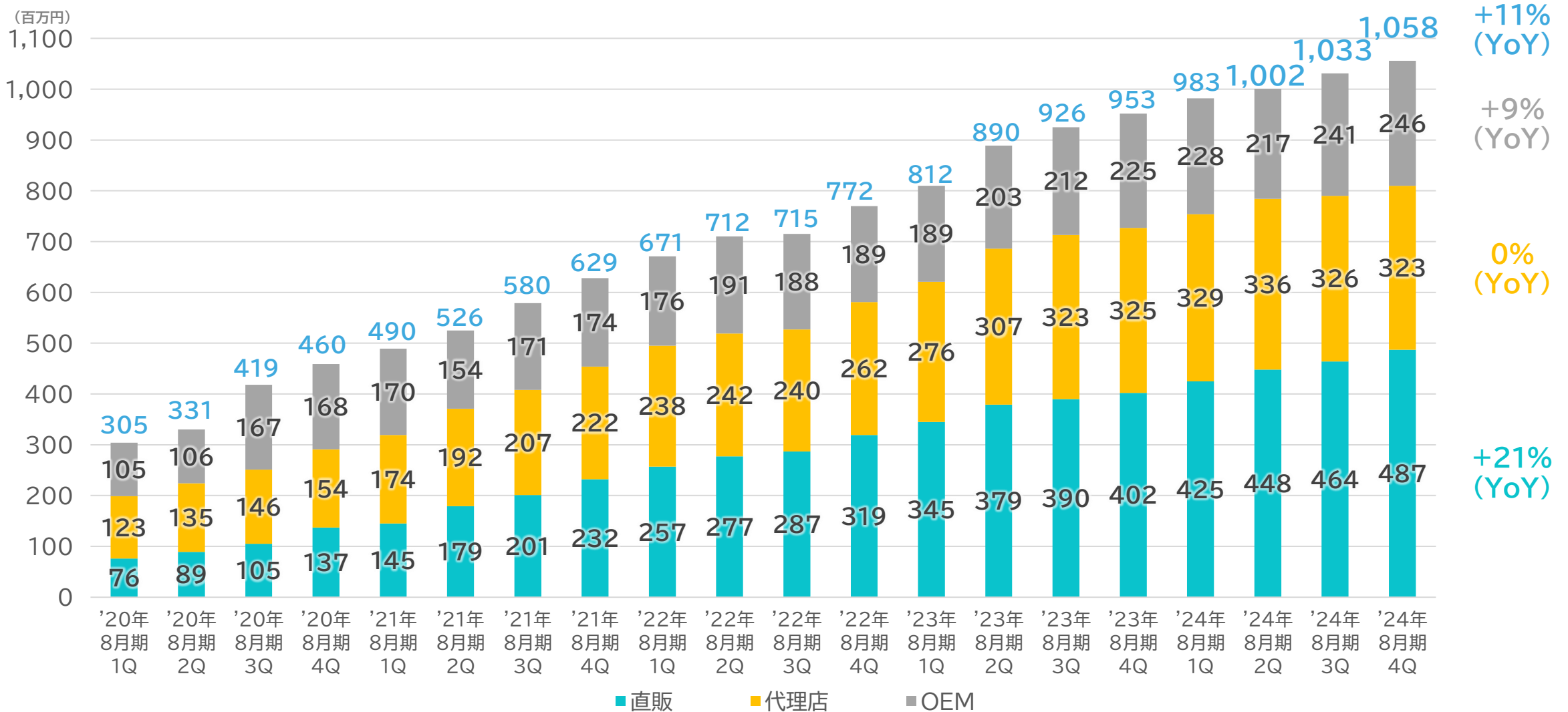
SaaS売上の積み上がりもあり、前年の第4四半期との比較では4.5%の売上成長。

プロフェッショナルサービス・イノベーションラボサービスでは前四半期対比減収も、2025年8月期から反転成長を見込



年間リカーリングレベニュー(ARR^(注1))の推移

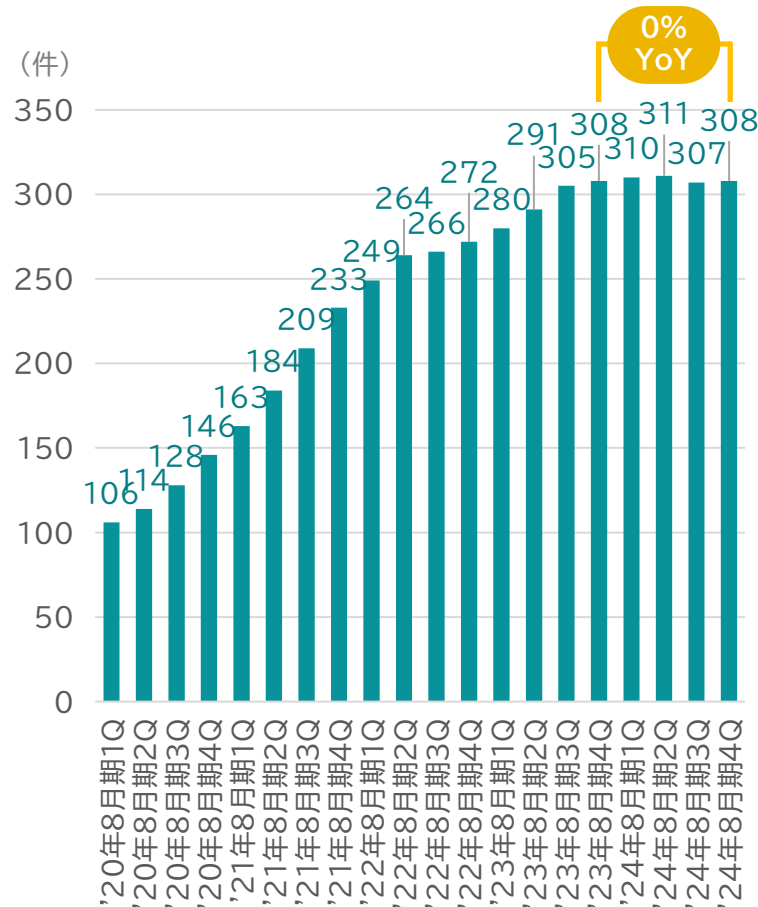
直販の前年比成長率は20%超となり復調基調。代理店商流では新規の獲得は進んだものの、チャーンもあり前年比で横ばいの推移。



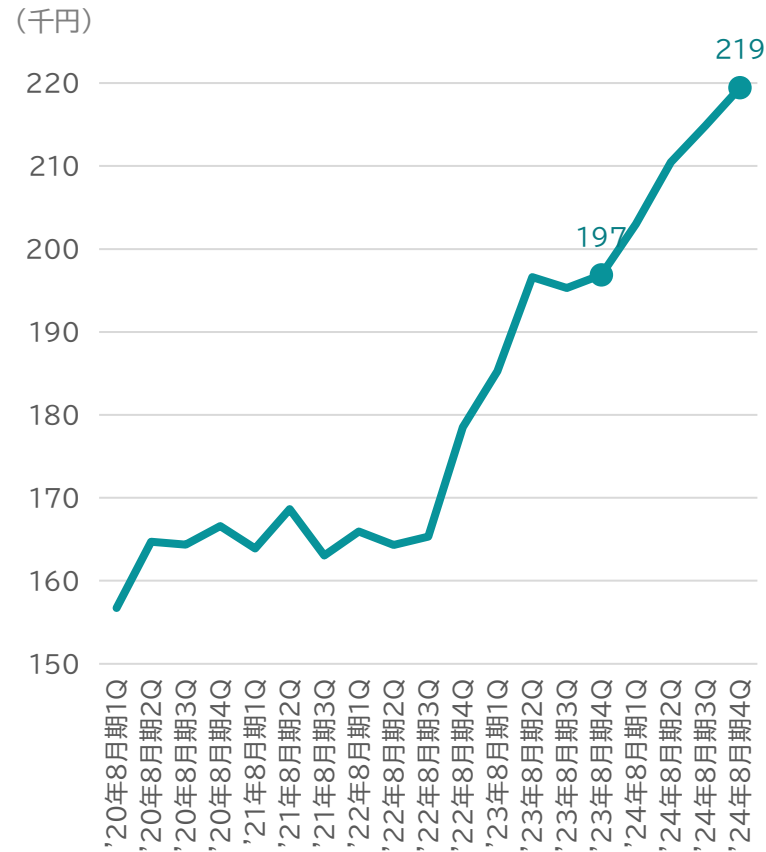
主要KPIの推移

単価の低い契約先の解約により契約件数は前年比横ばいも、結果として平均単価の上昇に寄与。
 チャンレートはターゲットとする1%をわずかに上回ったものの引き続き健全な水準を維持。

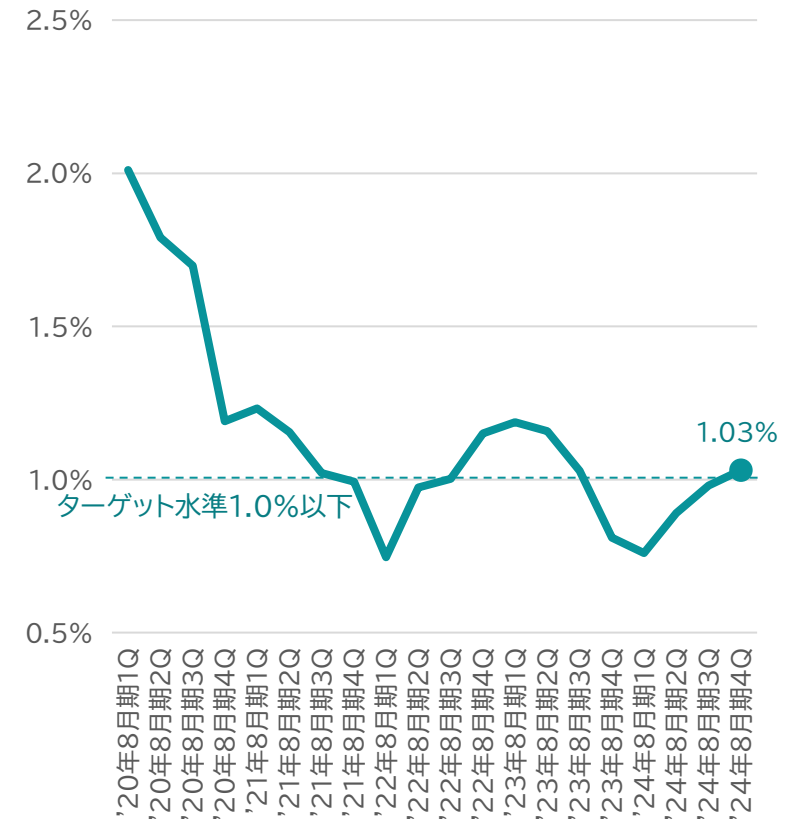
契約数(注1)



一契約あたりの平均MRR(注1、2)

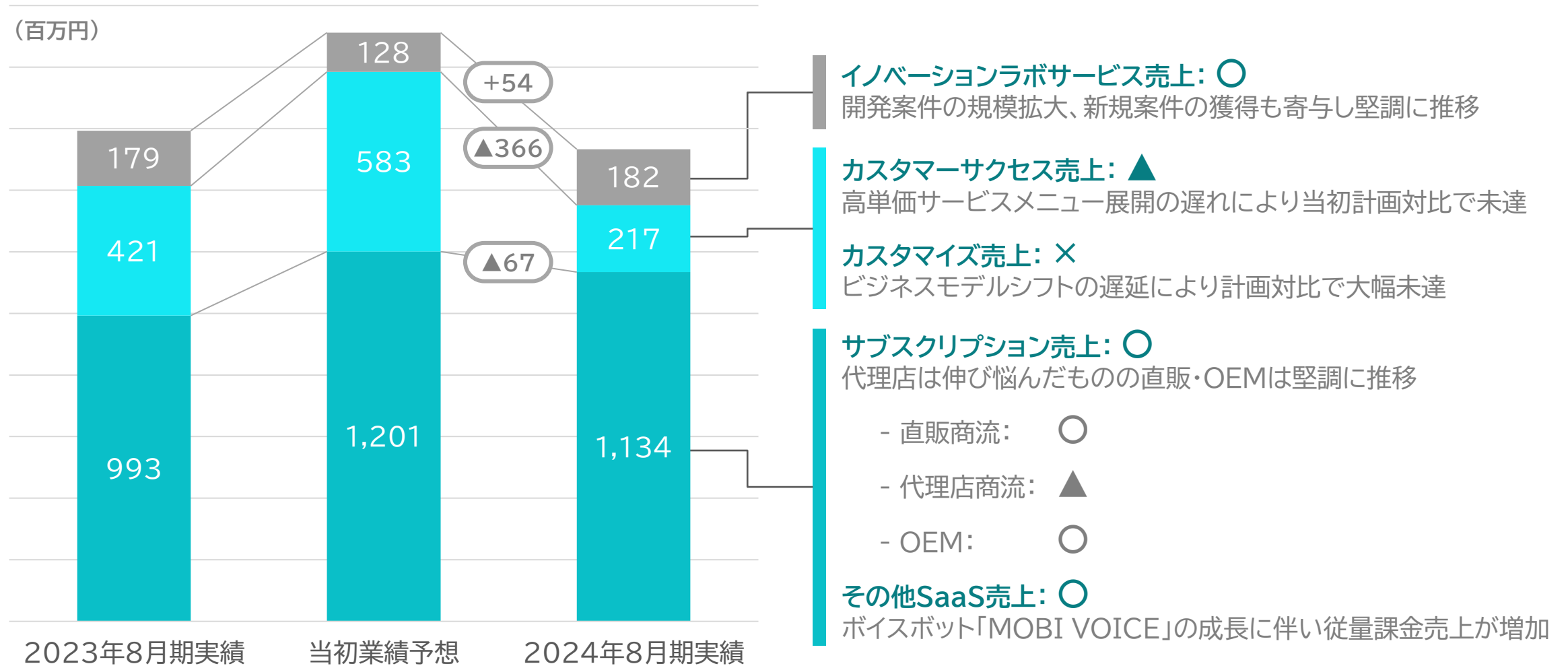


解約率(注1、3)



当初業績予想と実績の差異の要因

プロフェッショナルサービスの中のカスタマイズ売上が当初業績予想を大幅に下回る。



■ カスタマイズ事業のビジネスモデルシフトの課題と対応策について

背景

- 「大型・長期」から「中型・短期」かつ生成AI技術の強みを活かしたビジネスモデルへ転換
- 「商材開発」「直販の営業フロー・オファリングモデル」「パートナー商流」の構築を推進

遅延の 要因

- 商材開発 ○: 人材投資を積極的に進め、ロードマップに沿って機能開発は順調に進捗
- 直販の営業フロー・オファリングモデル ×: モデルの構築、価格体系・提案資料の整備に遅れ
- パートナー商流 ×: 既存代理店にて提案が進まず
⇒ 上記2点に共通する根本原因として、専任マネジメントが不在のままスピードが上がらず

対応策

専任マネジメントの配置と 専門組織の立ち上げ

- ✓ 製販一体化
- ✓ 営業管理・案件管理体制の整備

提案必須要件の整備

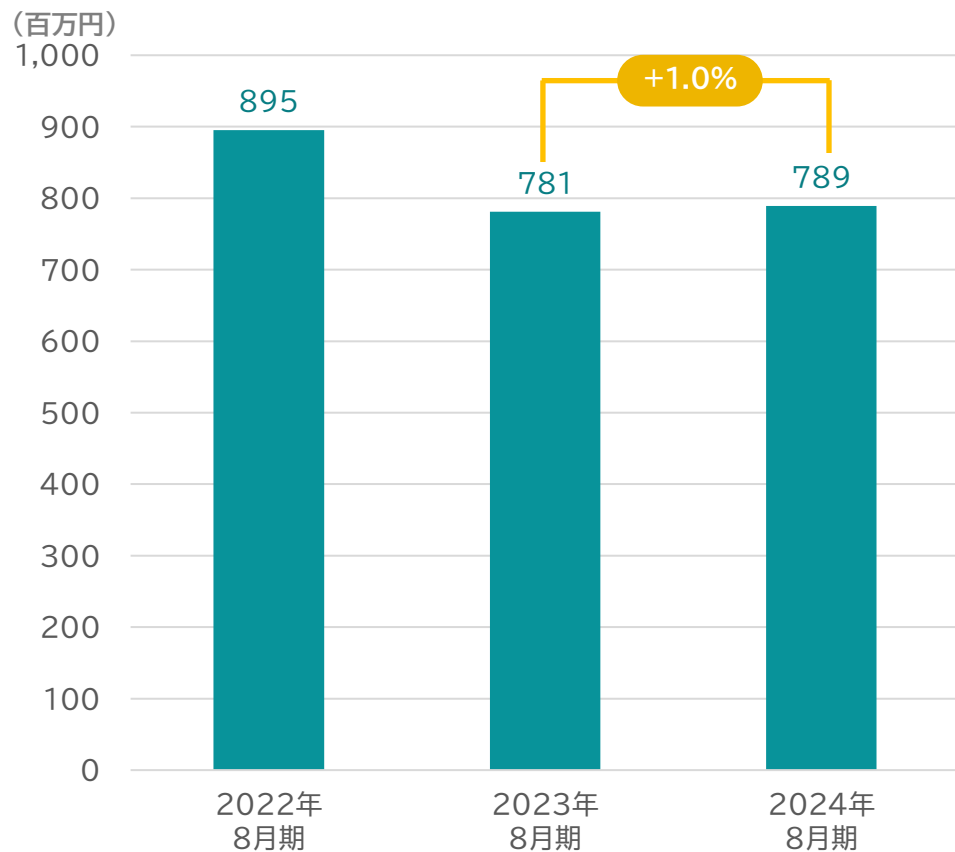
- ✓ 価格体系・営業提案資料・デモ環境構築等、必須要件の整備
- ✓ セールストレーニングの実施

SIer系代理店の新規開拓

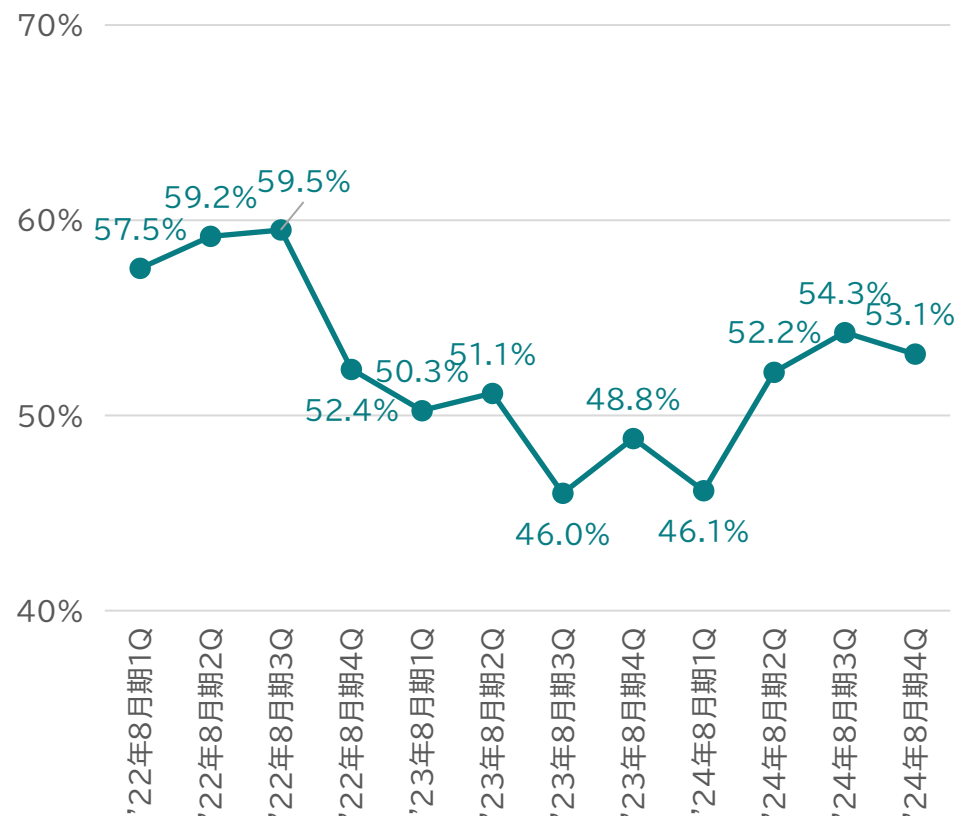
- ✓ テレフォニー系SIerやソリューションベンダーを経由した商流の構築

売上高では前年実績を下回ったものの、年間を通じて売上総利益率が改善しており、売上総利益では前年を上回る。

売上総利益

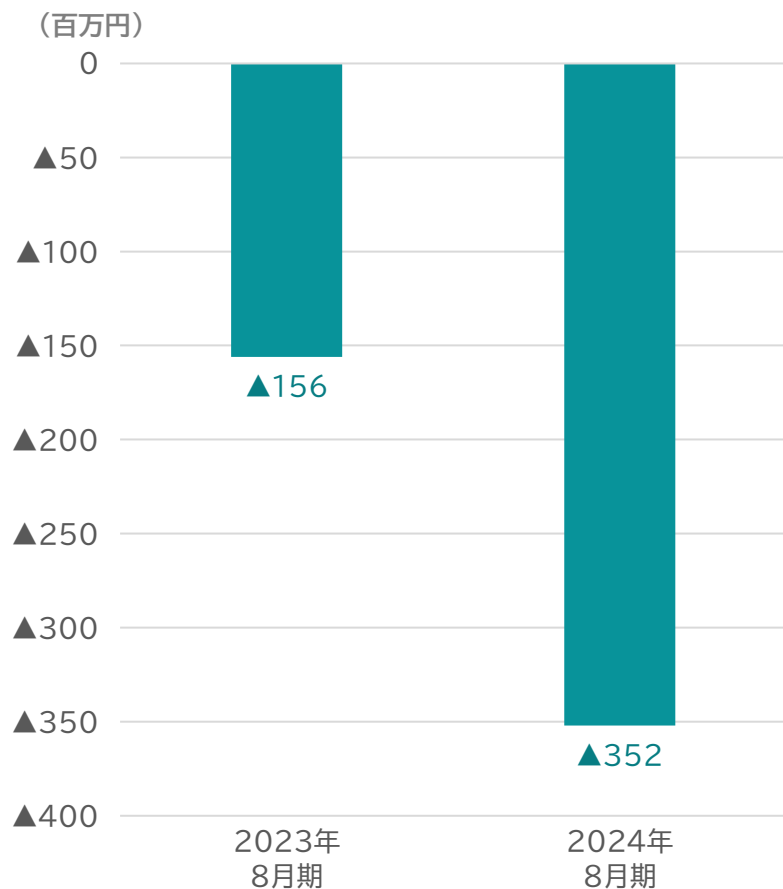


売上総利益率

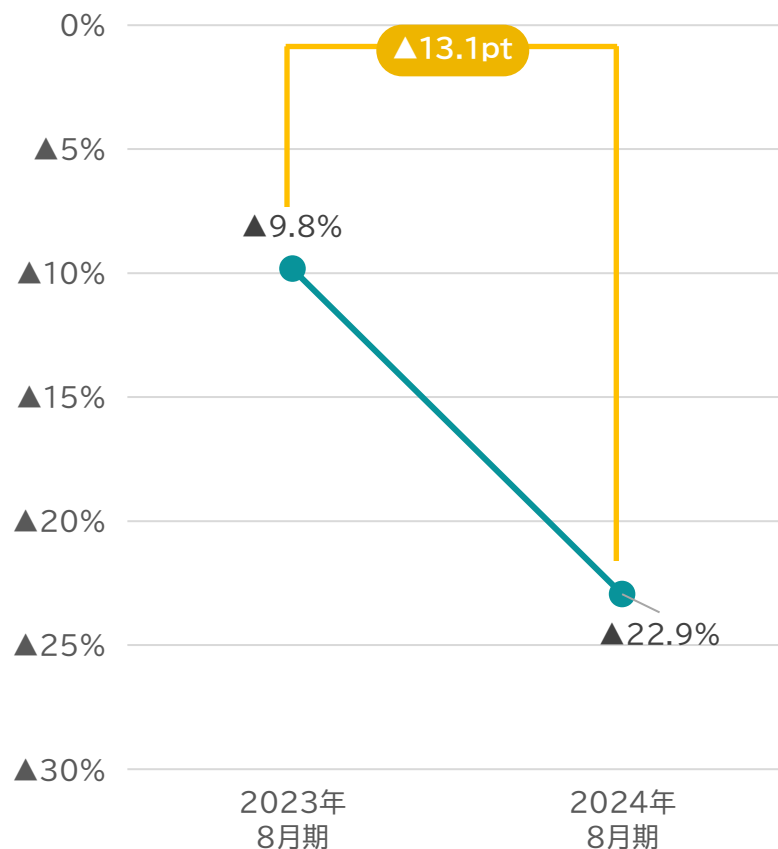


開発部門を中心に必要な人材採用の進捗により採用費が前年比で増加。

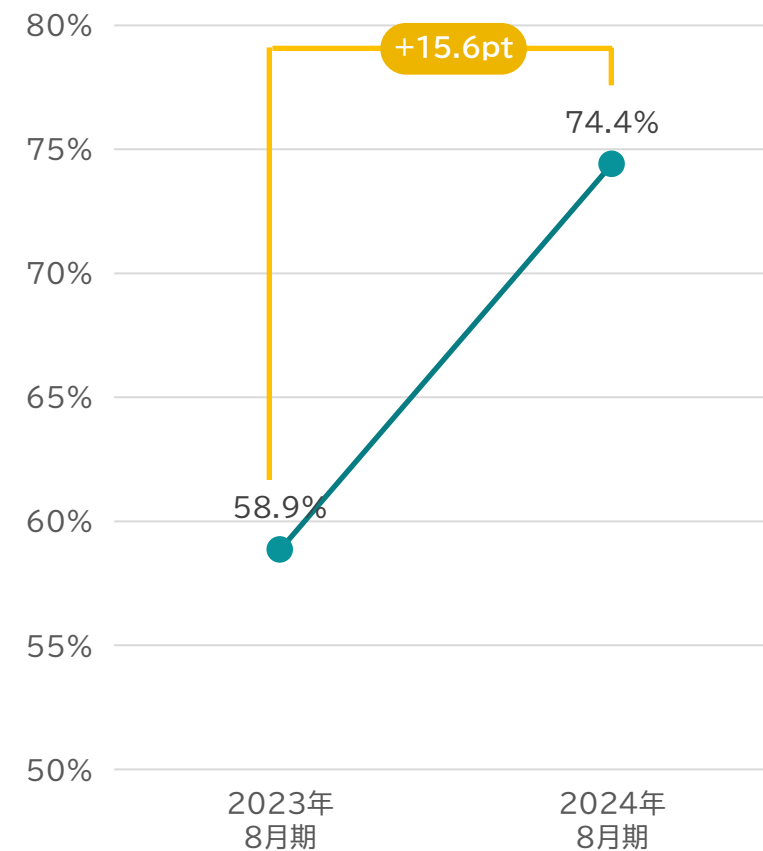
営業利益



営業利益率



売上高販管費率



前年度までの投資に対する投資回収期として営業黒字化を目指す。

単位:百万円	2024年8月期 実績	2025年8月期 業績予想	増減率
売上高	1,534	1,969	+28%
営業利益	▲352	0	—
経常利益	▲361	▲6	—
当期純利益	▲731	▲5	—

カテゴリごとの売上目標と方針

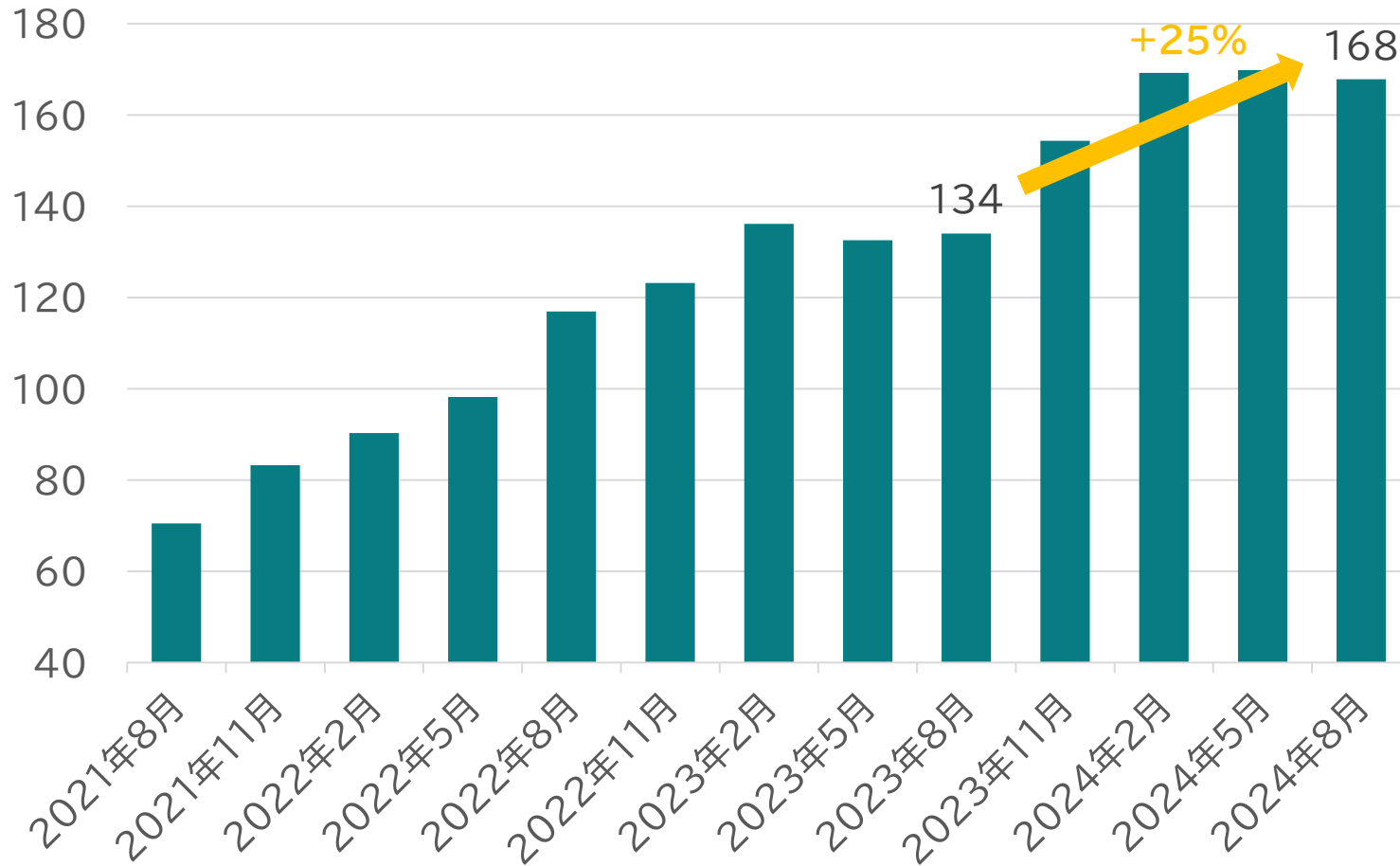
単位:百万円	2024年8月期 実績	2025年8月期 業績予想	成長率	今後の方針
SaaS サービス	1,134	1,384	+22%	【直販商流】 ・高単価化を実現するソリューション提案力の強化 ・金融機関/大企業を中心とする大型シンボリック事例の創出
				【代理店・OEM商流】 ・中核代理店における案件創出強化 ・代理店ごとに差別化要素となる製品提供パターンの確立
プロフェッショナル サービス	217	481	+46%	【カスタマーサクセス】 ・導入時伴走支援を通じた製品導入効果の向上 ・コンサルティング等高単価案件の獲得推進
				【カスタマイズ・イノベーションラボサービス】 ・MooA(生成AI機能)の導入時開発を中心とした売上拡大 - MooAの製販一体体制の下での営業推進強化 - SIer代理店の開拓による案件流入量の拡大 - MooAの機能拡充による収益機会の拡大 ・SaaS製品導入時のカスタマイズ付帯率の向上
イノベーションラボ サービス	182	104		

■ 当社注力領域における事業の進捗

これまで注力してきた金融機関向けのライセンス売上はARR全体の成長率(11%)を大きく上回って推移。
導入効果の高いユースケースや業界特性に合わせた活用ノウハウの蓄積とともに更なる成長加速を目指す。

金融機関向けARRの推移

(百万円)



金融機関に向けた当社取り組み

- ✓ ニーズに合わせたセキュリティ系商材 (Security Suite)の拡充
- ✓ 金融機関向けセミナー・展示会等を通じた新規案件創出
- ✓ 各サブセクター(銀行、証券、損害保険等)の成功事例に基づいた営業推進

■ パートナーとの取り組みについて

当社製品の代理店となる様々なパートナーとの協業深化を推進。

パートナーごとの戦略や施策に合わせて当社製品を提供することで提供価値の最大化を目指す。

2024年8月期の主な取り組み



(1月19日公表)
資本業務提携
製品連携・相互送客による
シナジーの追求

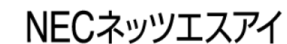


(6月7日公表)
案内代行サービス「ハロータップ」
への当社製品組み込み



(7月23日公表)
コンタクトセンター向けソリューション群
「TMJ Generative Solution」
への当社製品提供

他の主なセールスパートナー



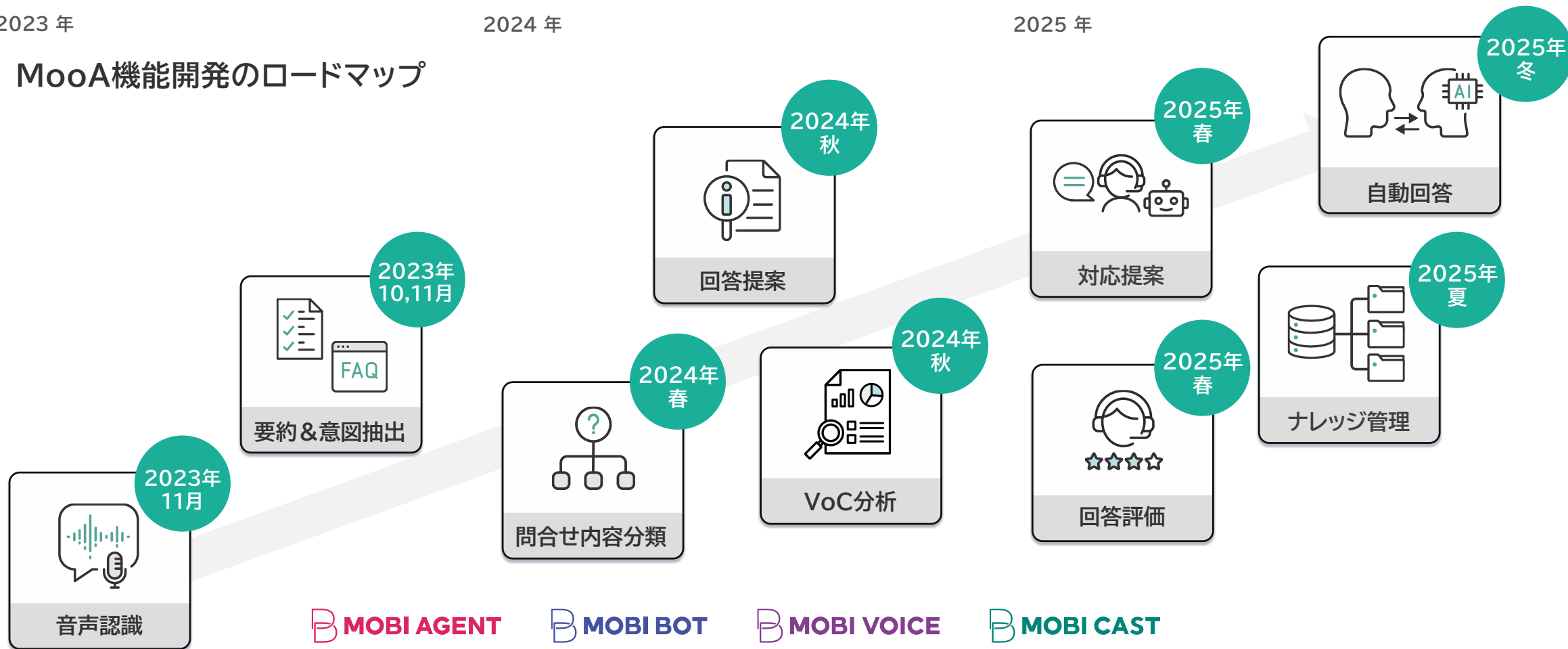
生成AI機能の開発および自社製品との連携開発は予定通り進捗。順次、ユーザー企業の実運用の中で稼働を開始。

2023年

2024年

2025年

MooA機能開発のロードマップ

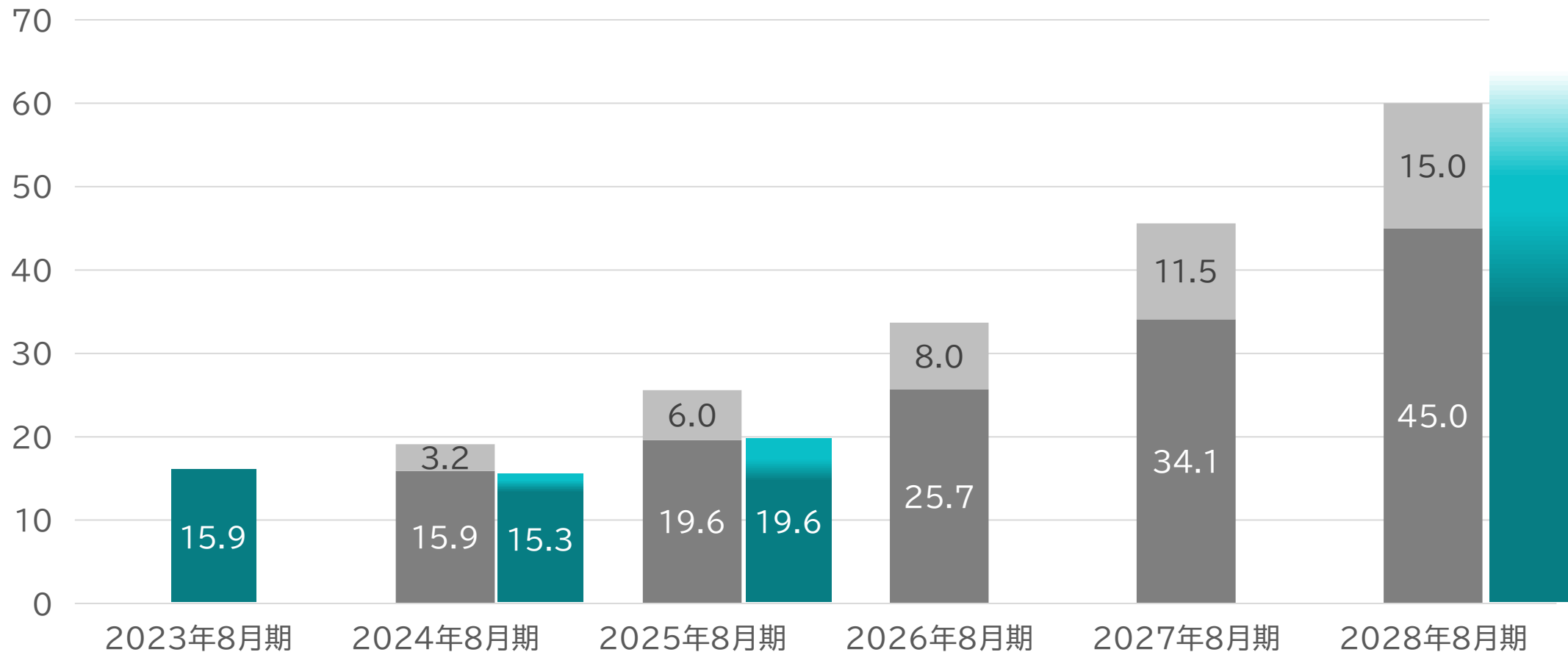


既存モビシリーズとの連携

■ 中期経営計画の現状と今後の見通しについて

2024年8月期は生成AI関連事業が進捗せず、中期計画に対してビハインドしている状況。生成AI関連事業を成長ドライバーとしてキャッチアップを目指す方針であることから、計数計画の最終的な目標値は現時点で変更せず。

単位:億円



■ 昨年度公表中計目標:既存事業売上 ■ 昨年度公表中計目標:生成AI関連売上 ■ 実績および業績予想・見通し

新ミッション

すべてのビジネスに、
一歩先行くCXを。

新ポジショニングワード

CX-Branding Tech. _____

新ステートメント

商品やサービスへの小さな不満の数々が
企業の信頼や評価を大きく傷つける
リスクの高い世の中だから。

企業はいま、顧客との関係性を見直すべき時を迎えています。
必要とされるのは、潜在的なニーズの発見と起こり得る問題の予測。
そして、様々な問題へ先回りして答える解決力。

日々、カスタマーと向き合い続けたモビルスだからこそ
テクノロジーを駆使した、「本当に使える」サービスで
企業と顧客の新しいコミュニケーションを生み出します。

これからは、顧客体験の向上が企業のブランド価値を高めるカギになる。
一歩先のビジネスへ、モビルスからリードします。

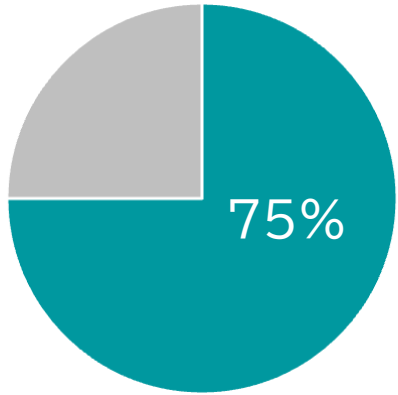
1-5% 企業の本社や製造業者に苦情（問い合わせ）を申し立てる

5-25% 小売店や支社に苦情（問い合わせ）を申し立てる

75-98% どこにも苦情（問い合わせ）を申し立てない

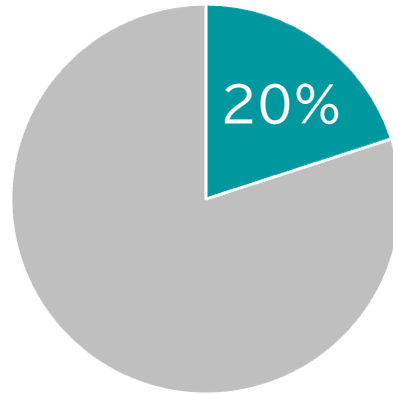
- 解決のチャンスを逃してしまう
- ロイヤリティが知らぬうちに低下し、顧客が離反してしまう

■ 顧客はその不安を企業に伝えず、密かに拡散する



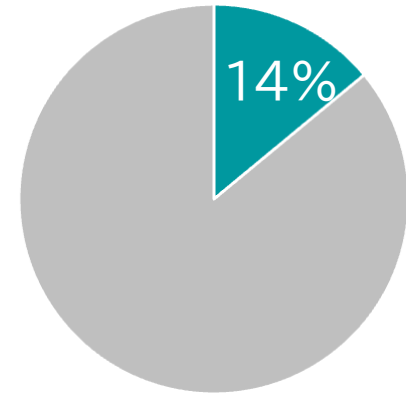
75%の顧客は
不悦な思いを企業に伝えない

J.Goodman



20%の顧客は
悪い経験をレビューサイトに書く

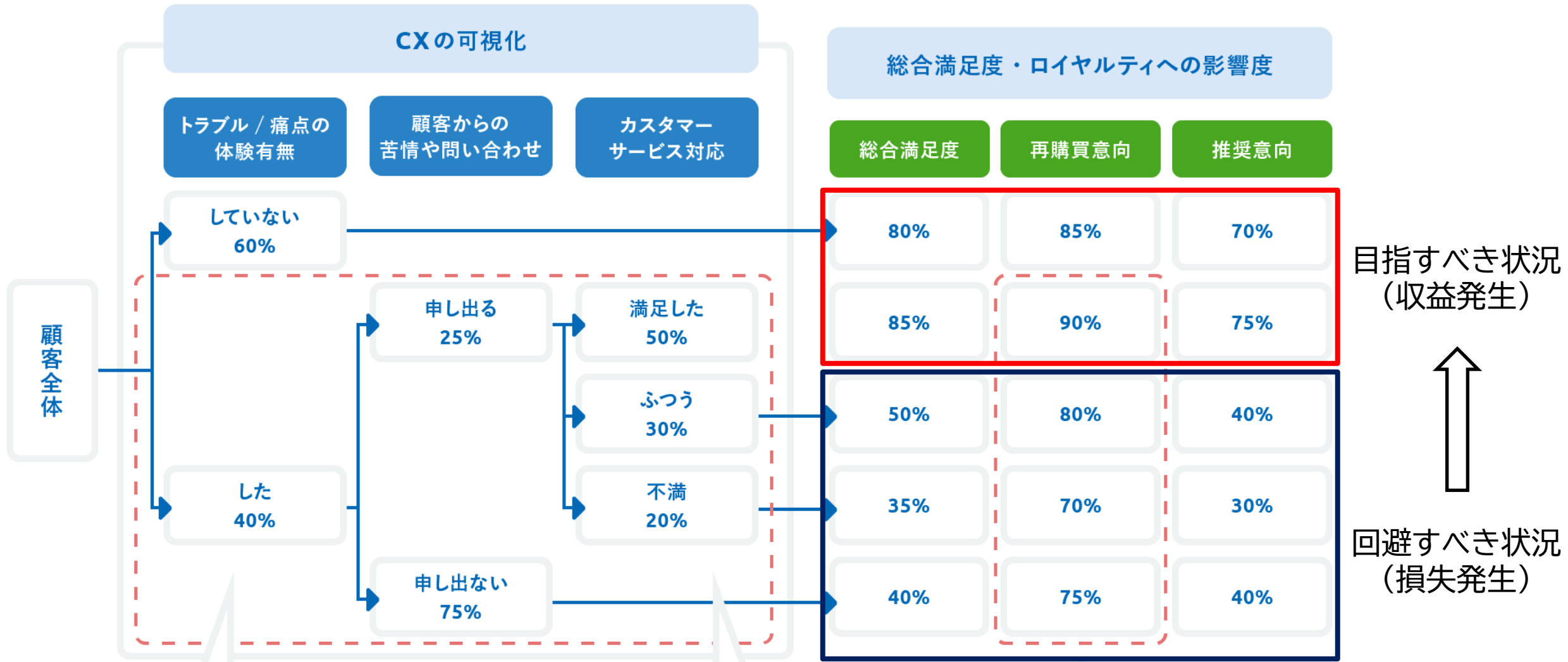
REVE chat



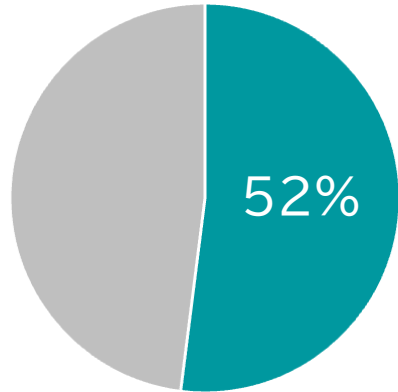
14%の顧客は
悪い経験をSNSで拡散する

REVE chat

現状維持にかかるコストと、顧客満足度と解決率を上げることによる収益の比較

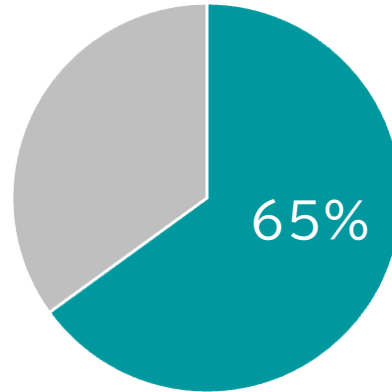


* CX3.0®に基づく顧客満足と収益の実証モデル 出典:ラーニングイット社 資料



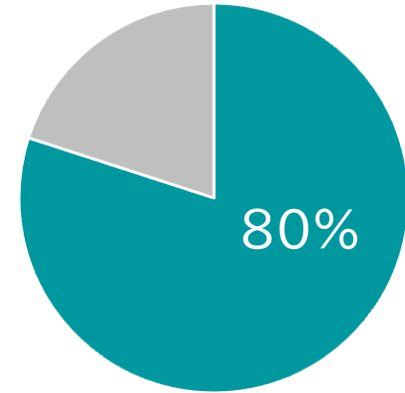
52%の顧客は
CXの悪さで解約する

Emplifi



65%の顧客は
広告よりCXを重視する

PWC



80%の顧客は
良いCXへより高い金額を払う

REVE chat



<
費用対
効果



メリット

- ・短期的に売上を上げる効果が見込める

デメリット

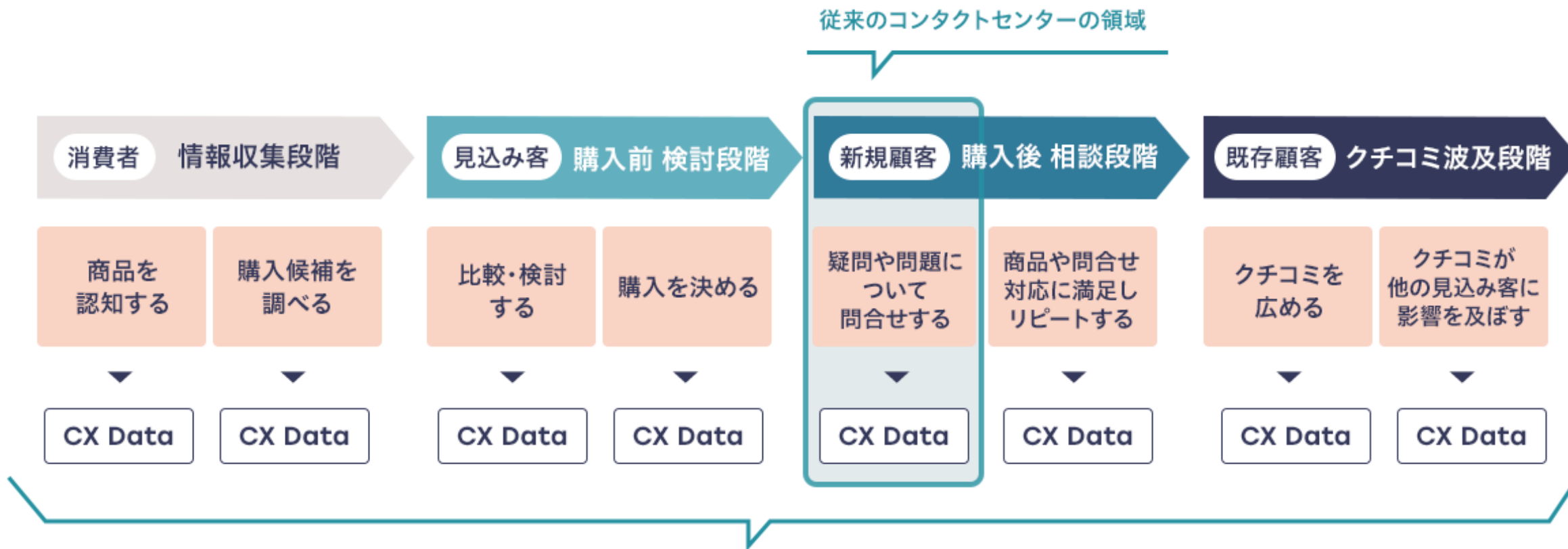
- ・一過性の投資に近い（短期型）

メリット

- ・長期的な顧客ロイヤリティと生涯価値を生み、企業収益に直結する

デメリット

- ・ステークホルダーの理解を得るために時間がかかる
- ・投資判断が難しい



テクノロジーの進化
生成AI / 統計処理 / データ連携

これまで:

Reactive CX (リアクティブ CX)

問い合わせやクレームに対してきちんと対応
おもてなし対応



これから:

Proactive CX (プロアクティブ CX)
Predictive CX (プリディクティブ CX)

顧客行動の”予測値に基づいて“、
”こちらから“痛点解除を行う

■ コンタクトセンターの役割は単なる受電センターからVOC収集センターへ



今まで

今までのコンタクトセンター

①	ミッション	顧客からの問合せや不満への対応
②	課題	効率的運用、費用削減、サービスレベルの維持
③	KPI	AHT、ATT、ACW、CPC、サービスレベル
④	応対目的	問合せや不満の解決、解消



これから

これからのコンタクトセンター
(VOCセンター)

①	ミッション	顧客VOCの理解分析 痛点回避のための施策実施
②	課題	VOC流量の増加、分析能力向上、打ち手の効果
③	KPI	顧客満足度、痛点回避率、総コンタクト数
④	応対目的	問合せや不満の背景、解決手順における不備 VOCの収集

■ 当社事業の中期的な方向性

これまでのメッセージ

The Support Tech Company

The Support Tech Company

テクノロジーで
サポートを
新しく。

MOBILUS



コンタクトセンターの役割の変化に合わせて
当社事業領域も拡大

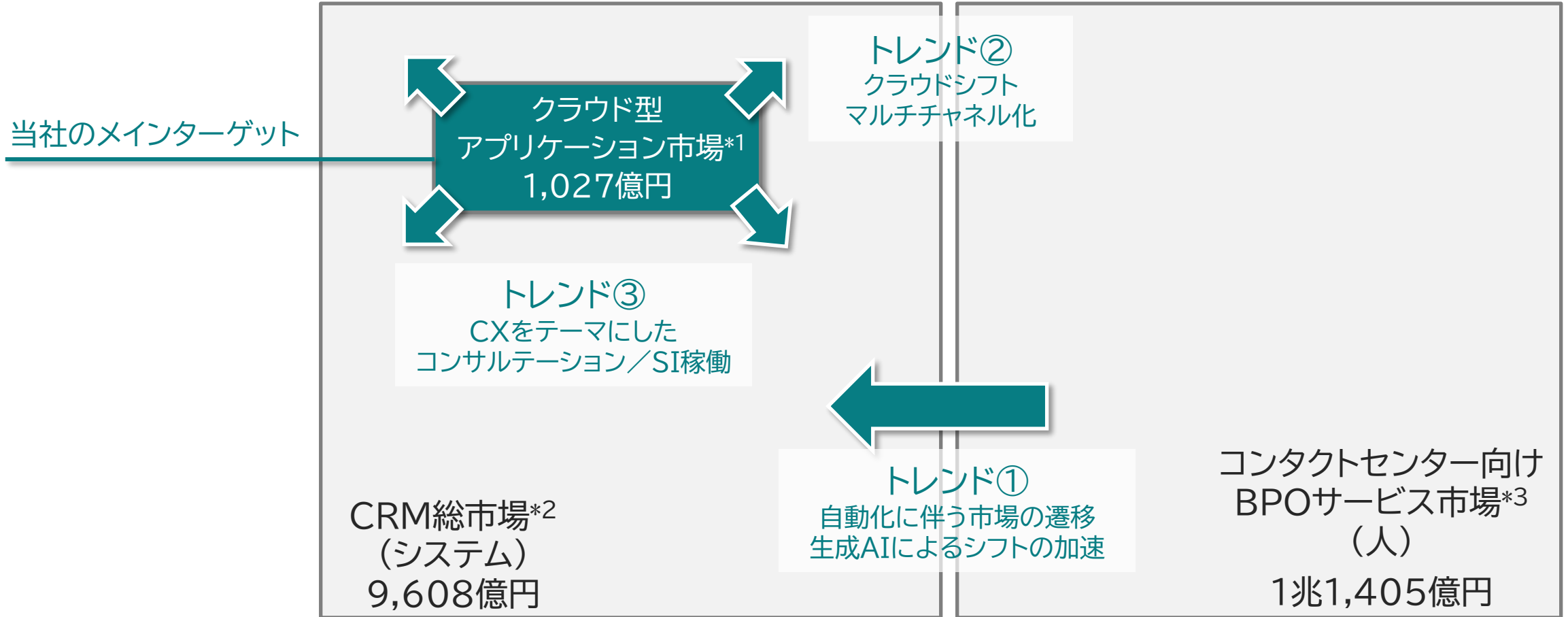
CX-Branding Tech.

- CX 上流コンサルティング
- 開発業務
- SaaSサービス提供
- 導入支援(役務提供)



市場規模に対する考え方

3つのトレンドからTAM(Total Addressable Market)の拡大が予測され、総額2兆円の市場となる。
 モビルスは事業領域の拡張により、取得可能領域の拡大を狙う。



*1 「マーテック市場の現状と展望2023年度版 クラウド型CRM市場編 (URL: <https://mic-r.co.jp/mr/02970/>) (デロイトトーマツ ミック経済研究所株式会社) により2023年度の予測値。

*2 「マーテック市場の現状と展望2023年度版 クラウド型CRM市場編 (URL: <https://mic-r.co.jp/mr/02970/>) (デロイトトーマツ ミック経済研究所株式会社) によりクラウド型CRM総市場とオンプレミス市場における2023年度の予測値の合計。

*3 「コールセンター市場総覧2023 (株式会社矢野経済研究所) により広義のテレマーケティング売上高の2023年度予測値。

■ 決算説明会のお知らせ

<2024年8月期決算説明会 開催概要>

日時: 2024年10月15日(火) 16:00 - 17:00

形式: LIVE配信

スピーカー: 代表取締役社長 石井智宏

下記のリンクより決算説明会への参加お申込みいただけます。

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_rbF-CY3WRIyR9fsWN05T3g

決算説明会はお申込みいただければどなたでもご参加いただけます。

また後日、当日の動画アーカイブを当社ウェブサイトにて公開いたします。

当社の開示情報をメールでご案内

IRメール配信サービスを開始しました。

下記のQRコード・リンクから是非ご登録ください。



<https://mobilus.co.jp/ir/irmail/>



Appendix

売上高 / 成長率(前年同期比)

1,534百万円 / ▲3.8%

契約数 / 成長率(前年同期比)

308 / 0%

解約率(注1、2)

1.03%
(2024年8月末時点)

営業利益 / 成長率(前年同期比)

▲352百万円 / ー

EBITDA / 成長率(前年同期比)(注3)

▲85百万円 / ー

ARR / 成長率(前年同期比)(注4)

1,058百万円 / +11%

サブスクリプション売上高比率(注5)

66%
(2024年8月期)

(注1) OEMを除く。

(注2) 「当月の解約による減少したMRR÷前月末のMRR」の12ヵ月平均

(注3) EBITDA(営業利益+ソフトウェア償却費+減価償却費+株式報酬費用)

(注4) ARR: Annual Recurring Revenueの略語。四半期末日の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出。

(注5) サブスクリプション売上高比率 経常的に得られる当社製品の利用料の合計額を全売上高で除した比率

損益計算書(四半期推移)

	2023年8月期				2024年8月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	383	422	425	363	381	380	392	379
(SaaS)	235	245	252	260	274	275	289	294
(PS)	95	129	121	74	46	50	70	49
(ILS)	52	47	51	28	60	54	32	35
売上総利益	192	216	195	177	175	198	213	201
EBITDA	24	35	10	4	▲37	▲32	▲5	▲9
営業利益	▲27	▲20	▲49	▲58	▲100	▲97	▲73	▲80
経常利益	▲30	▲9	▲51	▲60	▲103	▲99	▲75	▲83
当期純利益	▲50	▲66	▲61	▲3	▲102	▲98	▲74	▲456

SaaSサービスの売上高内訳

サブスクリプション売上	201	215	230	237	244	246	254	263
その他売上	34	30	21	23	29	28	34	31

■ ソフトウェア投資額及びソフトウェア償却費の推移

(百万円)

	2023年8月期				2024年8月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
ソフトウェア投資額(注1)	67	50	66	57	63	75	84	89
ソフトウェア償却費(注2)	45	47	49	52	54	55	58	59

(注1)貸借対照表の無形固定資産(ソフトウェア)に計上されます。

(注2)損益計算書の売上原価に計上されます。

MOBILUS

CX-Branding Tech. —————