



**株式会社グラッドキューブ**

2023年12月期 第2四半期決算説明動画書き起こしレポート

動画撮影日：2023年8月14日

登壇者：代表取締役 CEO 金島 弘樹

2023年8月14日に発表された、株式会社グラッドキューブ 2023年12月期第2四半期決算説明動画の内容を書き起こしでお伝えします。



## 目次

1. 2023年12月期第2四半期 決算ハイライト	P. 3
2. 事業概要 / 事業別業績推移	P. 9
2-1. SaaS事業	P.12
2-2. マーケティングソリューション事業	P.16
2-3. SPAIA事業	P.19
3. 今後の成長戦略に関する事項	P.22
4. Appendix	P.29

金島：株式会社グラッドキューブ代表取締役CEOの金島です。これより2023年12月期第2四半期決算発表を行います。よろしくお願いいたします。



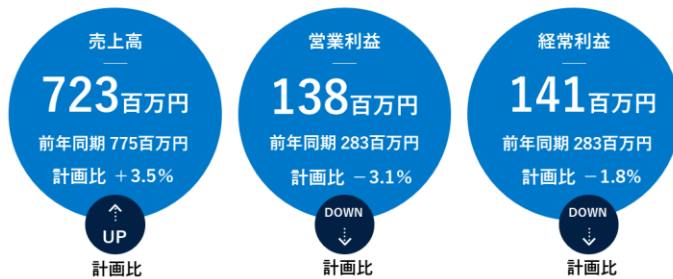
## 1 | 2023年12月期第2四半期 決算ハイライト



## — エグゼクティブサマリ

## FY23 上半期業績

- ・売上高は当初計画を上回り、堅調に推移
- ・営業利益は積極的人材投資の影響等で計画比-3.1%であるものの概ね想定範囲内で推移
- ・成長ドライバーであるSaaS事業の売上YoY+16.6%及び計画比+6.7%と堅調に推移
- ・成長基盤の強化を目的とした人的投資の影響等により経常利益が減少したが営業新体制により売上・利益を改善していく



## FY23事業方針

SaaS事業とマーケティングソリューション事業のシナジー効果を最大化し、継続的な売上高の更なる成長を目指し、積極的なM&Aなどにより事業規模を拡大させ、デジタルマーケティングに強い会社としての認知も向上していく。



人材戦略

上半期の採用は順調に推移、人的投資を引き続き積極的に実施。

- ・採用市場が激化する中、順調に優秀な人材の確保ができ過去最高の採用人数を記録
- ・採用活動においては順調に推移、成長基盤の強化により、成長スピードが加速化



顧客戦略

新営業組織体制の構築による、顧客単価の向上・未開拓業種への新規顧客獲得強化

- ・営業体制の強化による、クロスセルの推進により、更なる顧客単価の向上を図る
- ・アウトバウンド体制の構築により、未開拓業種等の新規顧客層の拡大を狙う



全社戦略

顧客基盤の拡大につながるM&Aを積極的に検討し、戦略的投資の機会を模索中

- ・現在、複数の対象企業と面談を実施中、進捗に関しては開示資料にて発表予定

Copyright © Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 4

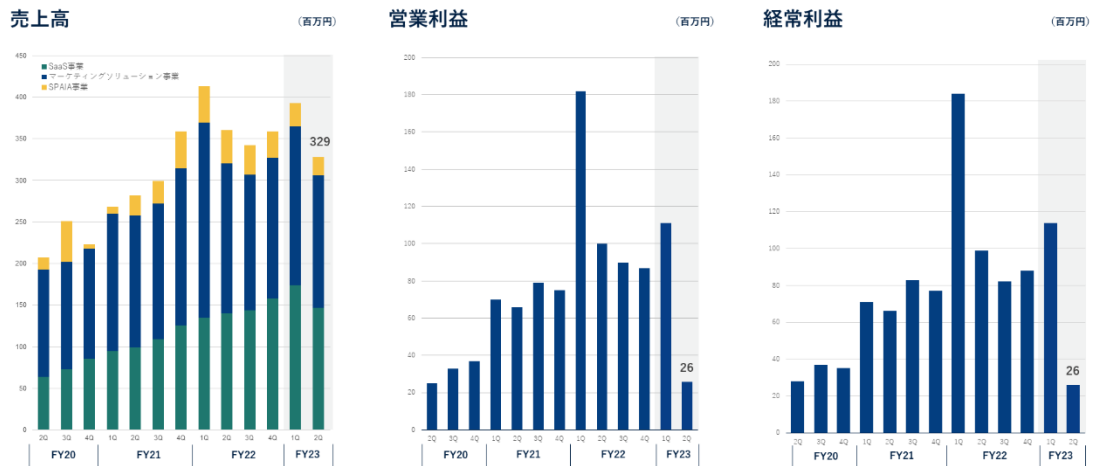
まずはじめに、決算ハイライトについて、エグゼクティブサマリからご説明します。今期上半期の業績は、スライドの青丸のとおり、売上高は7億2,300万円で計画比プラス3.5パーセント、営業利益は1億3,800万円で計画比では多少マイナスとなっています。

今回、売上高は当初計画を上回り堅調に推移しています。一方で、営業利益については、積極的な人材投資を行っていることが影響しています。採用だけではなく、ヘッドハンティングも行い、非常に多くの人たちが当社の事業に参画できる体制作りを進めているため、計画比で少しマイナスの実績となっています。しかしこれは想定内と考えています。

成長ドライバーであるSaaS事業について、売上高が、YoYでプラス16.6パーセント、計画比プラス6.7パーセントとなり、堅調に推移しています。その他、成長基盤の強化を目的とした人的投資によって、経常利益は多少減少していますが、引き続き下半期に向けて、売上高および各利益ともに、いっそう伸ばせるように牽引していきます。

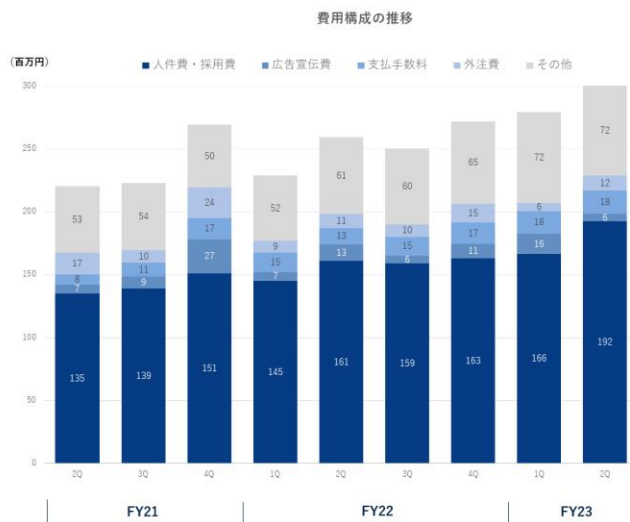
今後の事業方針としては、スライド右側のとおり、人材戦略、顧客戦略、全社戦略の3つを考えています。人材戦略については引き続き、先ほど触れたような採用を行っていきます。顧客戦略については、後ほどお伝えしますが、新規の営業開拓や顧客単価向上策も積極的に行っていきます。全社戦略としては、業務拡大を目指し、シナジーを生み出せるM&A案件の検討を積極的に進めていきます。今、複数の対象企業と面談を進め、比較検討を行っている段階です。

— 第2四半期決算 ハイライト 業績推移



業績の推移に関しては、スライドに掲載のとおりですので、後ほどご覧ください。

— 第2四半期決算 費用構成推移

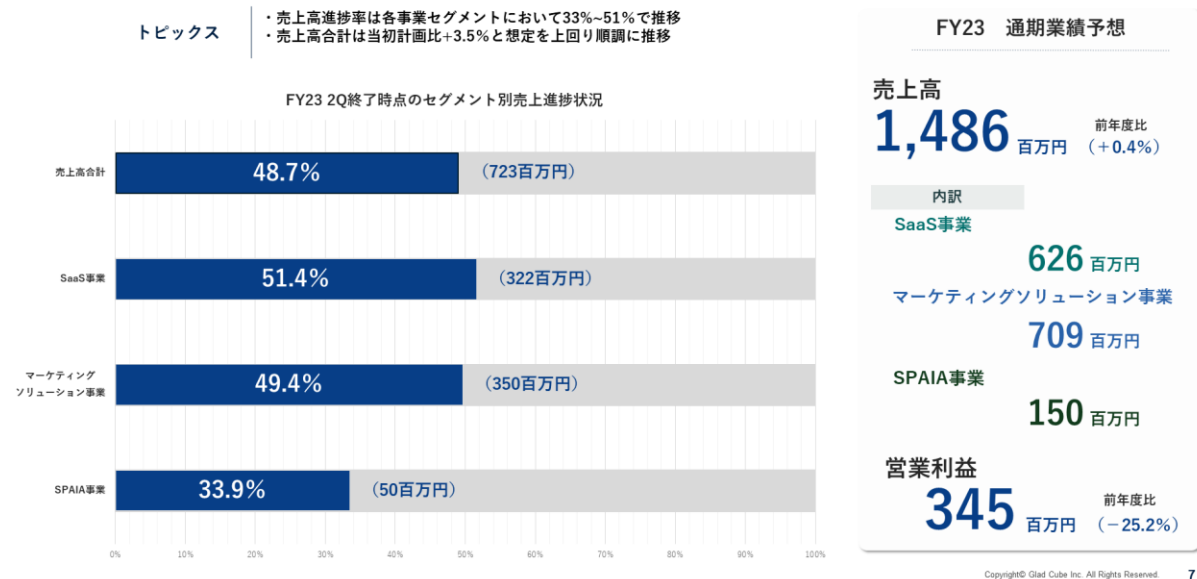


**費用構成トピックス**

- 人件費・採用費**
  - 成長基盤の強化を目的とした積極採用を実施し、過去最高の採用人数を記録
  - これにより、人件費及び採用費が大幅増加
  - グレード制度導入により従業員のベースアップ (前年同期比 +19.5%)
- 支払手数料**
  - 取引所に支払う年間上場料、株主名簿管理人である信託銀行への株式事務代行手数料等、上場維持コストが増加の主要因 (前年同期比 +33.5%)
- その他**
  - 従業員の増加に伴い増床したことにより費用発生
  - 開発の効率化・最適化など、技術力を確実に収益へ結びつけるため、システム開発等を積極投資 (前年同期比 +16.7%)

費用構成に関しても、スライドのとおりです。

## — 第2四半期決算 セグメント別売上進捗状況



第2四半期決算のセグメント別売上進捗状況です。売上高全体では7億2,300万円で、内訳は、SaaS事業が3億2,200万円、マーケティングソリューション事業が3億5,000万円、SPAIA事業が5,000万円となっています。

通期の業績予想は、スライド右側のとおり売上高全体で14億8,600万円としており、この目標に向けて堅調に推移しています。

業績推移です。スライドのとおり、売上高、営業利益、経常利益をそれぞれ棒グラフで表しています。

## — 第2四半期決算 ハイライト（事業別）

## SaaS事業

2Q累計 売上高

322百万円

前年同期比

+16.6%

DX支援の売上が  
順調に推移し、  
好調を維持

## マーケティングソリューション事業

2Q累計 売上高

350百万円

前年同期比

-15.5%

前年同期は一過性の  
大型案件の売上計上  
の為、今期減収

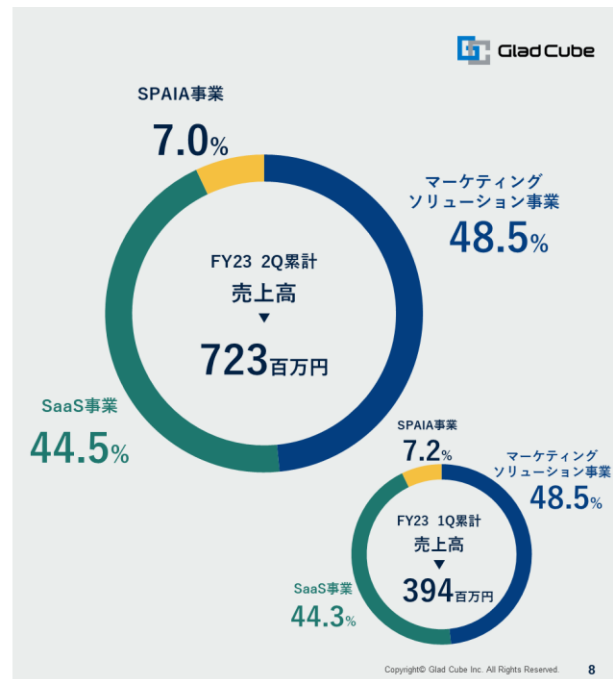
## SPAIA事業

2Q累計 売上高

50百万円

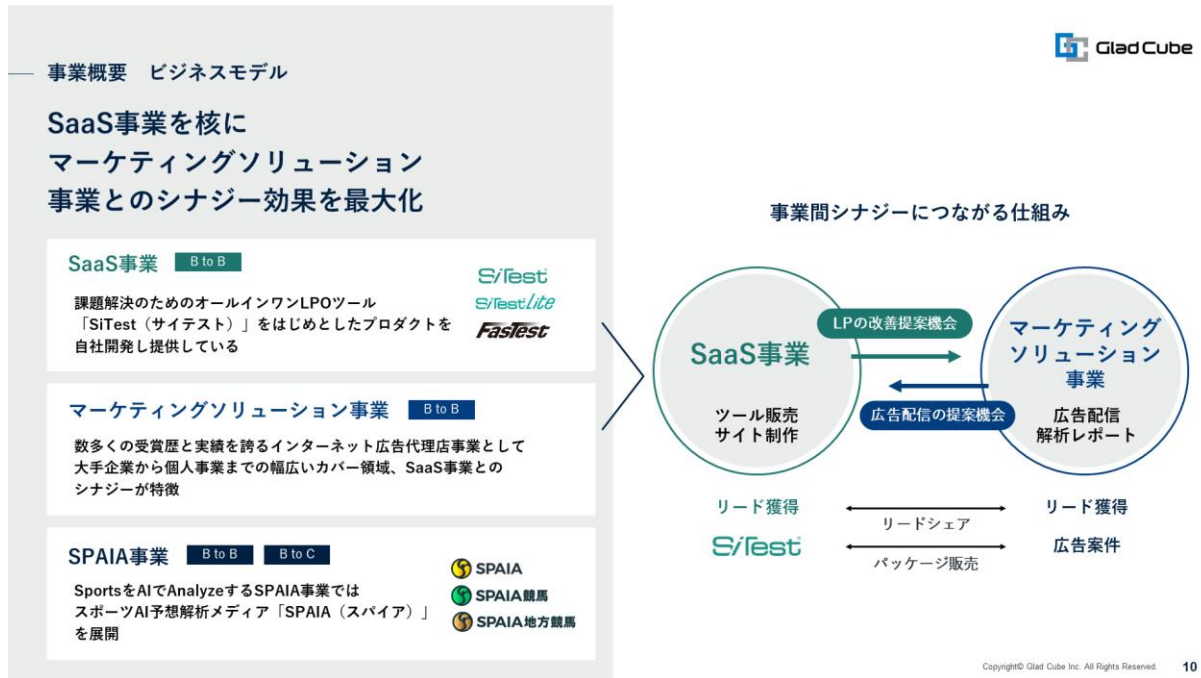
前年同期比

-39.9%

シェア獲得重視に  
シフトしたことで、  
無料会員は大幅増  
(YoY+27.7%)

事業別の売上高について、より詳細なご説明です。SaaS事業は、前年同期比でプラス16.6パーセントに成長しました。マーケティングソリューション事業については、4月から6月の期間が我々の顧客の決算月ではないこともあり、同業他社と同様に、この時期は業界全体的に広告費収入が落ち込む傾向にあります。しかし、ハロウィンなどがある10月から12月頃になると、セールなどが行われ、12月決算の企業も多いため、売上の増加は見込めると考えています。

SPAIA事業は、今回、前年同期比マイナス39.9パーセントになっています。これに関して心配されている方がいるかと思いますが、私自身は全く心配していません。理由は後ほど戦略としてお伝えします。



事業概要およびビジネスモデルについてです。グラッドキューブについてご存じでない方にも、我々の事業がどのようなものかを知っていただきたく、少しご説明します。

我々はSaaS事業を核に、マーケティングソリューション事業とのシナジー効果を誇るビジネスを営んでいます。SaaS事業とマーケティングソリューション事業に関してはBtoB、SPAIA事業はBtoBとBtoCの両方を行っています。

SaaS事業では、ホームページの制作やサイトの解析など、最近ではDXなどといわれる分野でのプロダクトやシステムをサブスクリプションで提供しています。

マーケティングソリューション事業では、大手企業から個人事業主に至るまで幅広い領域のお客様さまに向けてインターネット広告などの代理店事業を行い、SaaS事業とのシナジー最大化を図っています。シナジー比率については後ほどお伝えします。

SPAIA事業について、この「SPAIA」はスポーツをAIでアナライズするという意味で、スポーツの「SP」、人工知能の「AI」、アナライズの「A」で「SPAIA」と呼びます。こちらでは現在、「SPAIA」「SPAIA競馬」「SPAIA地方競馬」を運営しています。

事業間シナジーに関する仕組みについては、スライド右の図をご覧ください。我々には解析のご依頼で来たお客さまと、広告で来たお客さまがいらっしゃるのですが、解析してインバウンドで来たお客さまを、広告の事業に流してリードシェアしています。

さらに、広告で来たお客さまに関しては、着地するウェブサイトの解析をしていない場合、あるいは、解析していても成果が出せていない場合があります。それぞれに応じ、解析チーム、つまりSaaS事業にリードシェアしています。これによってパッケージ販売で、業績がより堅調なものになっていく業態となっています。



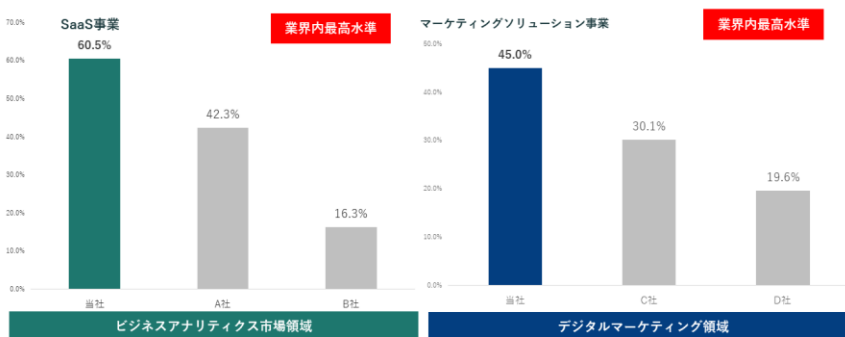
#### — 当社の強み 類似業界の中でもトップクラスの営業利益率

生産性の高いオペレーションの独自ノウハウや教育体制による

- SaaS事業とマーケティングソリューション事業のリードシェアができており補完しあえている
- 創業時からのコンテンツマーケティング施策等でインバウンド受注ができており広告宣伝費を最小限に抑えられている

結果として、お客さまへの支援に集中できる体制が構築されており高い営業利益率が実現できている

FY23第2四半期決算営業利益率



※ 1：マーケティングソリューション事業比較は収益認識基準でネット広告代理店事業を展開する企業及びセグメント別で開示されている企業から選択  
 ※ 2：SaaS事業比較は当社と同じくビジネスアナリティクス市場でSaaSを展開する企業を選択  
 ※ 3：比較企業の営業利益率は最新の開示資料から抜粋

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 11

当社の現時点での強みは、営業利益率です。今後、買収等を進めた場合に、業界が少し違ってくると利益率も変わってきますが、現時点での我々単体での強みは、SaaS事業、マーケティングソリューション事業ともに、業界内でも最高水準の営業利益率が実現できていることです。

比較すればすぐわかるのですが、大手企業で有名な広告代理店やSaaS企業などよりも、我々は非常に高い営業利益率で、SaaS事業では60.5パーセント、マーケティングソリューション事業では45パーセントを出しています。



## 2-1 | SaaS事業



Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 12

## SaaS 事業

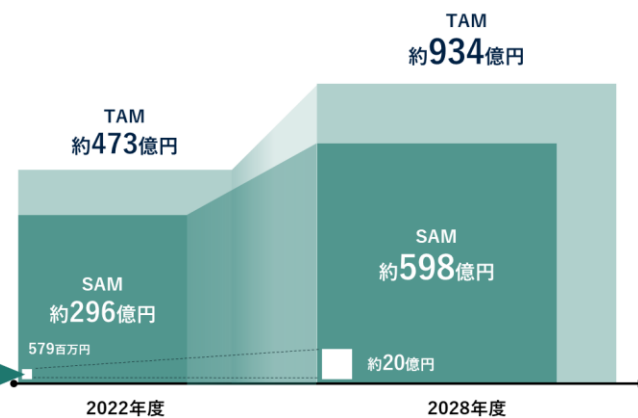
## 市場環境 SaaS事業におけるTAMとSAM

- ・ ビジネス・アナリティクス市場（TAM：商品・サービスの総需要）は、年平均2桁以上の成長率が続く高成長市場である
- ・ 当社のSaaS事業が最も該当するツール市場（SAM：ターゲティングした需要）は市場全体の60%を占めており、今後も拡大が見込める市場である
- ・ 2023年9月にGoogle オプティマイズのサポートが終了するため、サービス提供拡大を狙える可能性がある

アジアでの SiTest 導入数  
70万サイト以上  
\*2022年度末時点

SiTest  
SiTest Lite  
Fastest

## ビジネス・アナリティクス市場規模推移



※2022年度以降の数値は、2019年度から2022年度までの売上から推定した予測値  
出典：ビジネス・アナリティクス市場展望2022年度版（デロイトトーマツミッド経済研究所株式会社）

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 13

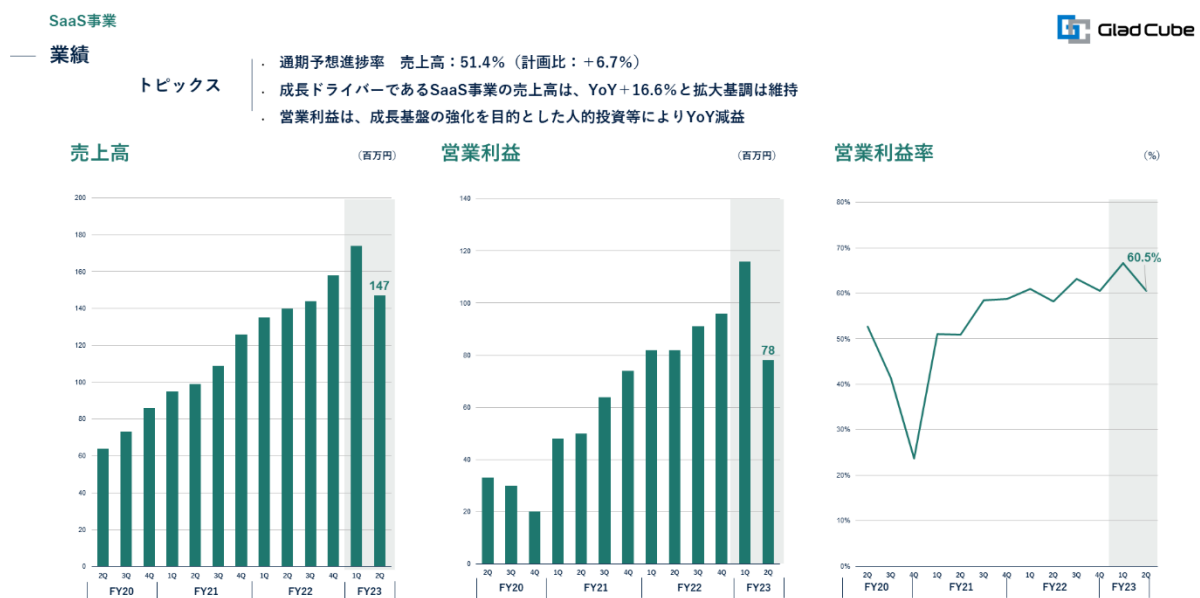
SaaS業の市場環境としてのTAMとSAMを出しています。現在のビジネス・アナリティクス市場は、年平均で2桁以上というかなり高い成長率が続く市場です。加えて、当社SaaS事業が最もターゲットとするツール市場は全体の60パーセントを占め、2028年に向けてスライドのとおり、今後も拡大が見込まれる市場です。

右側はTAMを表した図で、商品・サービスの総需要を示しています。市場規模は2022年12月期時点で473億円で、これから市場が成長していき、2028年に934億円になる見込みということで

す。この中で我々のSAM、つまり獲得できるターゲットの市場規模は296億円となっています。これを小さいと思われる方もいるのですが、それは大きな間違いです。

もちろん、1兆円、5兆円、10兆円、15兆円という規模の大手市場の競争原理もあるのですが、我々の一番のメリットというのは、大企業が参入してこない市場規模だということです。つまり、中小企業が開発して大企業にビジネスを降ろすことが多いので、ここでしっかりシェアを獲得しておけば、この296億円というSAMの中で、現在は2022年12月期時点で売上高約5億7,900万円という数字ですが、我々の成長率からも、今後さらに市場でのシェアを拡大し、2028年には約4倍以上20億円相当の売上高を出していけるものと考えています。

さらに、なかなか業界用語なのでわかりづらいかもしれませんが、GoogleのA/Bテストの無料システムサービス「Google オプティマイズ」が、今年の9月に終了します。このGoogleのかなり優良なサービスがなくなることで、我々の解析市場が非常に活性化しています。サービス拡大を狙える、非常に大きなチャンスが今到来していると捉えており、引き続き、インバウンドおよびアウトバウンドの強化を行っています。



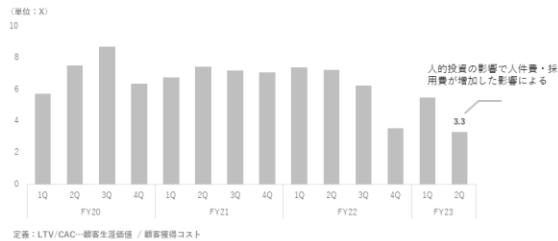
SaaS事業の業績です。こちらはスライドに記載のとおりとなっています。

SaaS事業

Glad Cube

## SaaS事業 SiTest KPIの推移

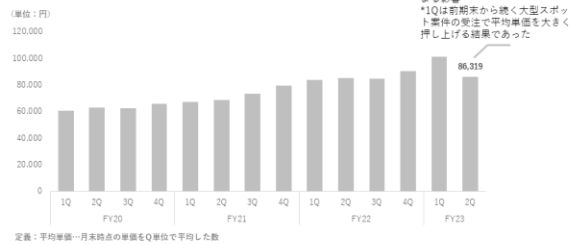
## 四半期ごとのLTV/CAC平均値推移



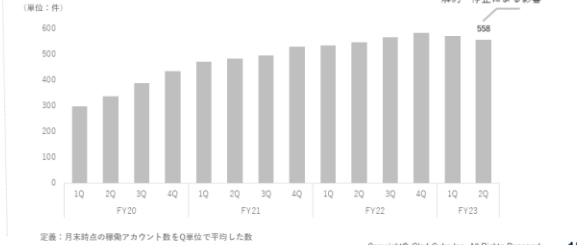
## 四半期ごとの平均解約率推移 (Net Revenue Churn Rate)



## 四半期ごとの平均単価推移



## 四半期ごとの平均稼働アカウント数推移



SaaS事業における「SiTest」のKPI推移です。若干心配される点もあるかと感じてはいるものの、3ヶ月単位、四半期ごとの推移では、わかりづらい点もあると思いますので詳細をご説明します。

我々にとってこの4月から6月という第2四半期の期間は、本来、売上が下がる時期ですが、SaaS事業ではプラスとなっています。同時にその分、人的投資と広告費用などが増加しているため、LTV/CACは一時期6倍ほどあったものが、今回3.3倍となっています。それでも悪くはないのですが、少し減少しています。ただし、昨年と比較したり、半期で見ると、1年間を通してトータルで見てもらうほうが良いと考えています。

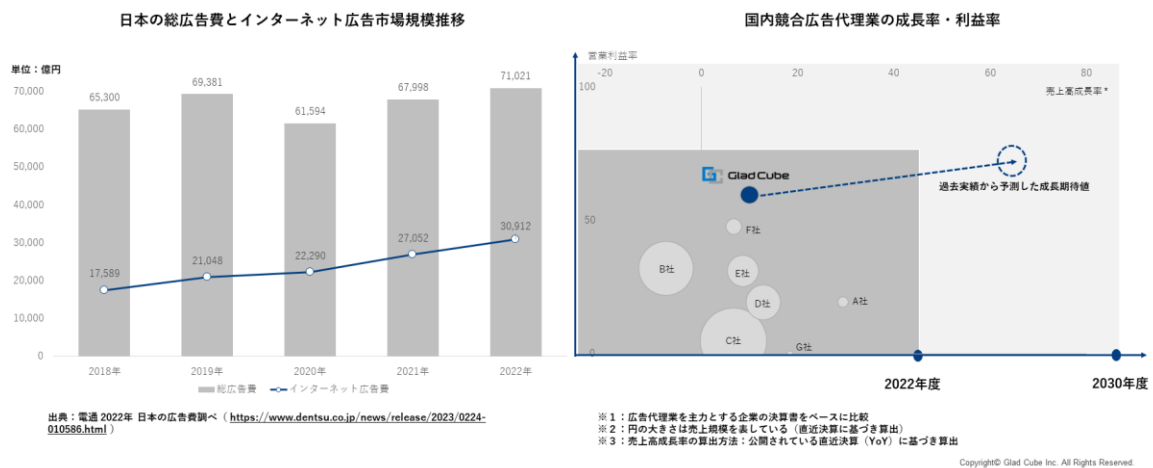
また、顧客の平均単価に関しては、大型のスポット案件が減少したものの、現在は高単価の新しいサービスなども作っており、リリースした内容も後ほどお伝えします。四半期ごとの平均解約率は2.8パーセントです。1パーセントの時期もあったのですが、こちらも先ほどお伝えした大型案件の影響もあり、悪くはないと考えています。アカウントも少しずつですが、堅調に増えています。

## 2-2 | マーケティングソリューション事業



## — 市場環境 マーケティングソリューション事業におけるTAM

- ・インターネット広告市場は拡大傾向にあり、日本の総広告費全体の43.5%を占める規模に成長している
- ・類似業界の中でもトップクラスの営業利益率を誇っており、今後トップラインをあげることで業界内において更なる成長が見込める
- ・新規顧客獲得にむけてアウトバウンドにも注力、それにより営業利益率/売上高成長率ともに成長が見込める



マーケティングソリューション事業については、TAMを見ていただきたいのですが、インターネットの市場規模は拡大傾向にあり、日本の総広告費全体の43.5パーセントを占めると言われています。すでにテレビの広告費以上に、インターネット広告費の方が上回っています。

その中で、我々は類似業界の中でもトップクラスの営業利益率を誇っており、今後、このトップラインをさらに上げていくことにより、業界内においてのシェア拡大とさらなる成長が見込めると考えています。

先日IRでも発表しましたが、新たな執行役員の就任やセールスマネージャーの参画によって、今非常に大きな種をまいている最中です。我々は引き続き大企業、中小企業共にこのSaaSとマーケティングソリューションの広告をセット販売できる非常に大きなチャンスがあると考えています。

現在でも、営業利益率は高く推移しておりますが、今後2030年に向けてさらにグラッドキューブ単体においては、売上高成長率及び営業利益率を、スライド右側の図に示すようなかたちで成長していけるように準備をしています。



マーケティングソリューション事業の業績です。営業利益に関しては、SaaS事業と同様に成長基盤の強化、「ChatGPT」を使ったものも含めたシステム開発、人的投資を行っているために一時的に減少していますが、トータルで見るとマイナスではありません。



## 2-3 SPAIA事業

Glad Cube

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 19

SPAIA事業

### 市場環境 SPAIA事業におけるTAMとSAM

- 公営競技全体の市場は2026年に約10.8兆円を超える見通し（予想値は前ページの計算方法と同一）
- SPAIA競馬で展開している中央競馬と地方競馬に続き、競艇を展開した場合、2026年に約9.4兆円を超える高成長市場で今後も拡大が見込める市場である
- FY25よりスポーツデータセンターの構築及び、SPAIA競艇を開発予定

- SPAIA
- SPAIA競馬
- SPAIA地方競馬

### 公営競技全体の売上高（売得金）推移と予測



予想値の算出方法：2022年までの公開されている実績値をもとに、TREND関数及びFORECAST関数を用いて売得金・総売上及び参加人数から算出

出典：日本中央競馬会・地方競馬全国協会・一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会・公益財団法人JKA

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 20

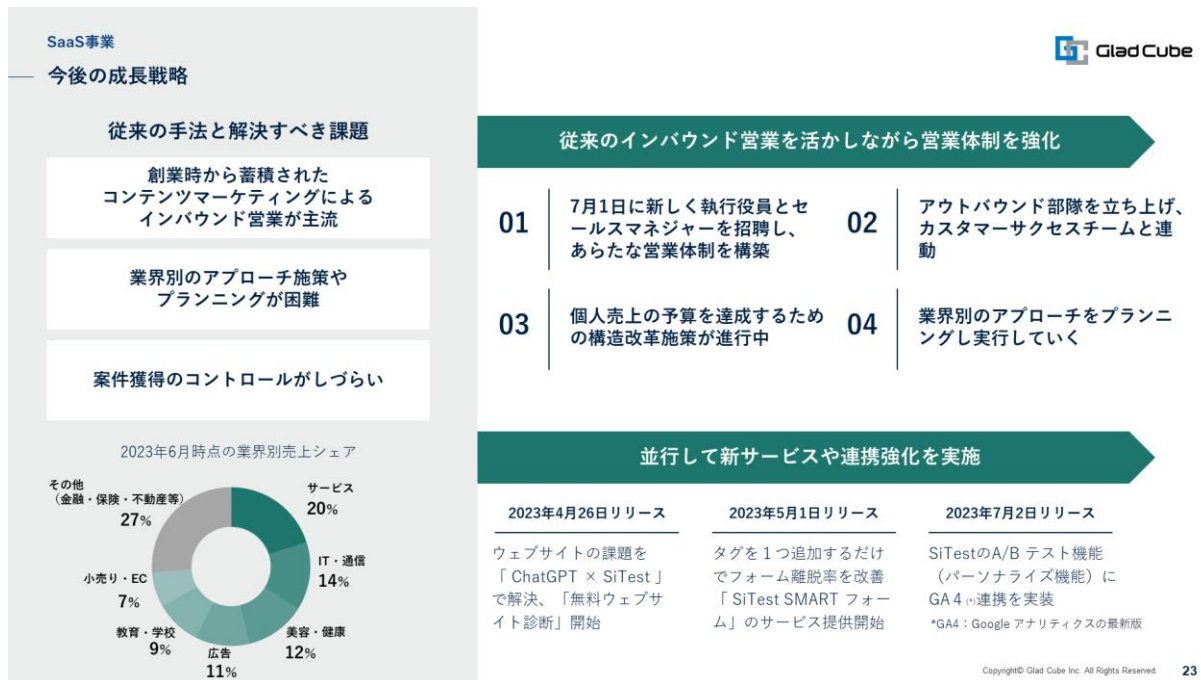
SPAIA事業におけるTAMとSAMをご覧ください。公営競技全体の市場は2026年に約10兆8,000億円になるという試算があります。この公営競技というのは、今我々はスポーツのSPAIA、そして公営競技では競馬や地方競馬を展開しており、今後は競艇・競輪・オートレースなどの公営競技も展開していこうと考えています。

また、2025年よりスポーツデータセンターをリリースし、我々が国内外のほとんどのスポーツのデータプラットフォームになろうと考えています。今我々が展開しているのは野球・サッカー・バスケットボールなのですが、ボクシングや相撲などに水平展開したいと考えています。

本件に関する問合せ先： IR問い合わせフォーム <https://corp.glad-cube.com/ir/inquiry/>



6月時点では約9万人まで増えてきています。広告を始めたのが5月からですが、アプリの評価を見ていただくとわかるとおり、評価も高くダウンロード率は高く推移しています



今後の成長戦略に関する事項です。まずSaaSですが、我々は従来よりインバウンドが強い会社でした。例えばブログを書いたり、SEO対策を行ったり、紹介をもらったりなどがインバウンドなのですが、このままではセールス力が強い会社に負けてしまうということもあり、アウトバウンドを強化していこうと考えています。

もちろん我々の会社には多くの問い合わせが来ており、インバウンドだけで成果を出して上場できているものの、今後さらに成長させていくためには、案件がコントロールしづらいインバウンドだけに頼りがちでは難しいということのみなさまそう感じられているものと思います。

そこでスライド右側に記載のとおり、営業体制の強化ということで、4つのアプローチを行います。1番目は、7月1日から新しく執行役員やセールスマネージャーを招き、新たな営業体制を構築し、現在すでに多数の案件が進んでいます。

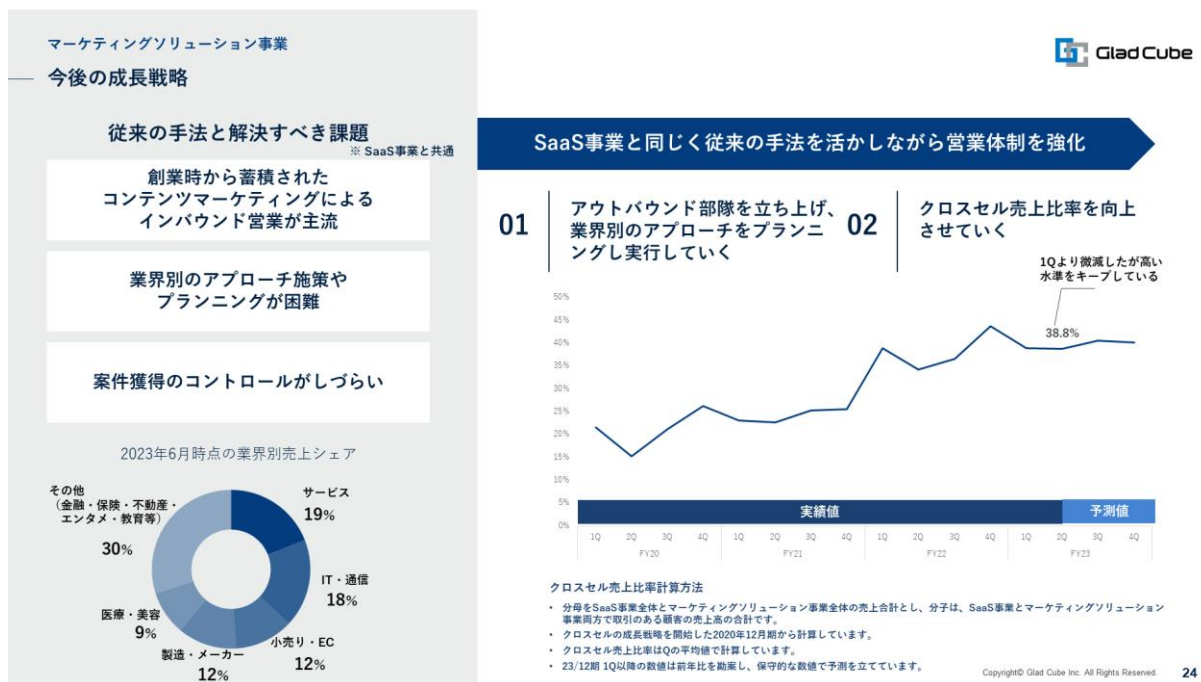
2番目は、このアウトバウンド部隊を別の事業部でも水平展開して立ち上げ、カスタマーサクセスチームとも連動しています。これにより、解約率が低下し、積み上げ型で売上が上がるとイメージしてください。



3番目は、個人売上の予算を達成するために、構造改革を進行しています。4番目は業界別のアプローチをプランニングしていくことです。これはスライドの下に記載のとおり、例えば今年の4月26日に「ChatGPT」と「SiTest」を掛け合わせた無料のウェブサイト診断をリリースしています。

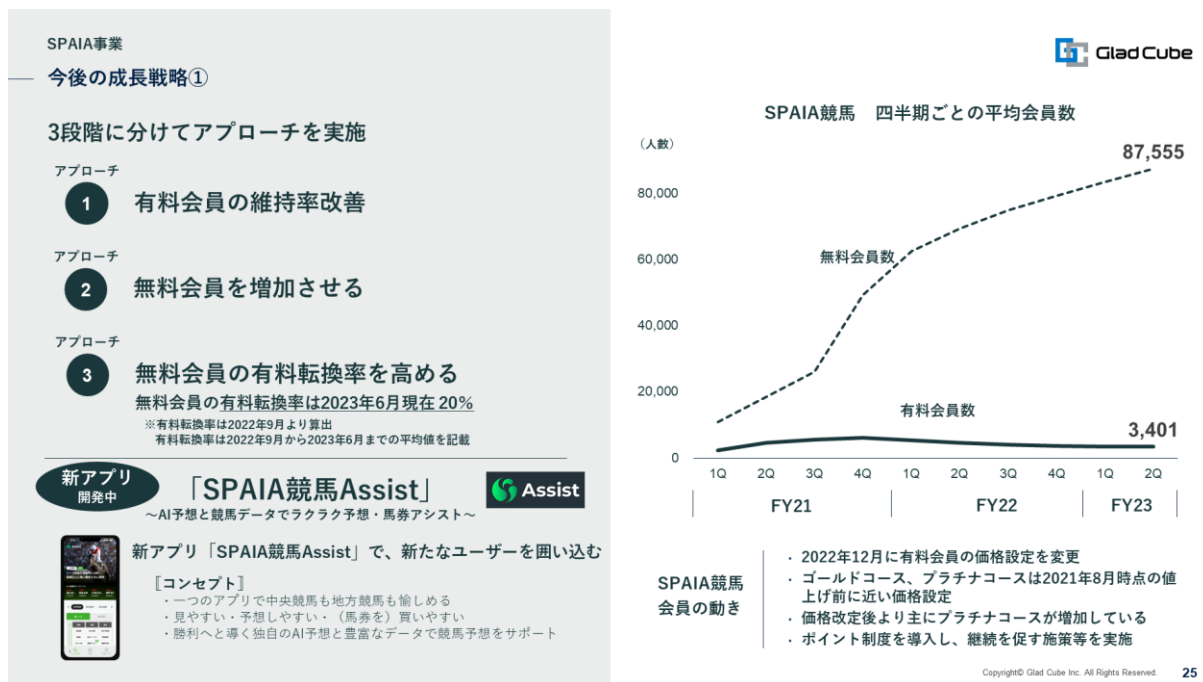
5月1日にリリースした「SiTest SMART フォーム」は、問い合わせフォームやECカートの入力フォームのようなものを、タグを1つ追加するだけで自動的にフォームの離脱率を改善するものです。これが大好評で、今非常に多くのユーザーに導入していただいています。

第3四半期にはなるものの、7月2日には「SiTest」のA/Bテスト機能にパーソナライズ機能に「Google アナリティクス4」との連携を実装することができました。



マーケティングソリューションに関しては、SaaS事業と同様、今まではインバウンドに頼りがちでした。もちろんトップラインを上げるなどの努力も行っていったものの、案件獲得のコントロールがしづらいという同様のテーマがあったため今後の戦略としては先ほどと同じようにアウトバウンドのチームを立ち上げ、業界別のアプローチをどんどんプランニングしている最中です。

十分に売上を獲得していきながら、38.8パーセントのクロスセルの売上比率を、50パーセントまで引き上げるために、2社に1社は広告とSaaSを利用してもらえるように進めています。



SPAIA事業です。3段階に分けてアプローチを実施しています。私は先ほど「SPAIA」の売上に対してまったく心配していないというお話しをしましたが、こちらは、有料会員の維持率の改善を行い、無料会員を増加させます。そして、無料会員から有料会員への転換を高めるというものです。この点について、下にも記載しているのですが、一度無料会員ではない状態から無料会員になっていただきます。そこで、ユーザーに我々のサービスを理解してもらうユーザーナーチャリングなどのさまざまなマーケティングを行っており、2023年6月現在で、無料会員が有料転換する確率が20パーセントもあります。通常は1パーセントや3パーセントでもすごいと言われているのですが、一度「SPAIA」の無料会員に登録すると、20パーセントも有料会員になってくれるというデータがあります。

我々はそれらの実績に基づき、まずは無料会員を増やしていこうという方向にシフトし、UI/UXの改善、またCXの改善など、操作性の改善、見やすい、使いやすい、予想しやすいといったこともさらに改善していかなければならないということで、現在、とても注目していただけるであろうアプリを開発しています。

その名も「SPAIA競馬 Assist」と言います。私は競馬をやったことがなかったのですが、競馬事業を始めた時に、いろいろな予想を試してみたり、競馬に関して分析してみたり、専門家の意見を聞いてみたりしました。

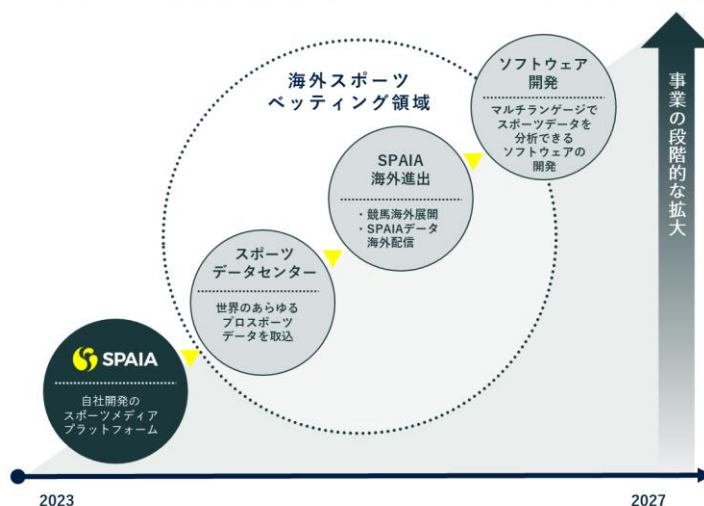
アプリやウェブを使いながら自分で分析をして、実際に馬券を購入して予想力や馬券力を確かめたりしていても、予想力は上がってもどうしても馬券で外してしまうということがあるかと思えます。何が言いたいかといいますと、「予想は当たっているのに競馬は負けている」という人たちが、ライト層からミドル層では非常に多いのです。一方、私はとても勝っています。私のTwitterなどを見ていただくとわかると思いますが、すでに100万円以上の的中を15回以上も獲得しています。

これは馬券力を私の中で向上させていった結果なのですが、そのようなエッセンスを、東京大学や京都大学などいろいろな産学連携もしながら、どうしたら馬券力が上がるかを「SPAIA競馬 Assist」で提案し、新たなユーザーをしっかりと獲得していきたいと考えています。

「勝てる確率、勝てる馬券をみなさまに提案する」というものを「AIでできればいいな」という思いから現在開発しており、秋頃にはリリースする予定です。「SPAIA」に関して、私は期待と今後の希望に非常に胸を膨らませています。毎月多くの支出が出ていますが、みなさま、心配なさらないでください。このSPAIA事業には、日々時間とパワーを削りながら集中していますので、今後の成長にご期待いただければと思います。

SPAIA事業  
— 今後の成長戦略②

新たな事業領域である、スポーツベッティング市場へ参入



無料会員の獲得、UI/UXの向上、そして今後、スポーツデータセンターやスポーツベッティングの時代が来れば、必ず「SPAIA」というものは市場が評価してくれます。

まだ「SPAIA」というスポーツに関するところでは、スポーツをAIでアナライズするだけの領域だと思われがちですが、次にデータセンターを持つということで、世界のあらゆるプロスポーツ、アマスポーツも含めて、データを取り込みます。

そして、それらを海外展開していきます。データの販売含め、海外の方が日本のスポーツを観て分析するといったサービスが世界にはないので、我々はそこに特化した開発をしていこうと考えています。

また、多くの言語を使って、この「SPAIA」を海外進出のために開発していくとともに、競馬・競輪・競艇・ボートレースと、他のものに関してもベッティングできる時代が来ると捉えて、事業の拡大に向けて投資をし続けていきます。

なぜ我々にこれらが可能かという点、仮に当社がSPAIA事業だけ行っていた場合、赤字事業であればいつかは倒産してしまいます。しかし、マーケティングソリューション事業やSaaS事業でしっかりと利益を出しながら、このSPAIA事業に投資できるというのが、我々の最大の強みです。そこを期待していただき、利益転換、黒字転換するのを期待してください。

ちなみに、スライドの右側に書いてありますが、世界のスポーツベッティング市場はCAGRが6.7パーセントで、なんと1,359億ドルと、非常に市場規模が大きくなってきています。

我々はスポーツエコシステム推進協議会に入会しており、日本でも今、経済産業省とともに、そちらでスポーツベッティング、金融商品取引法、賭博罪、NFTなど、さまざまなものに関して国に提案しています。

## — 経営資源 従業員数の推移

## 従業員推移（正社員のみ）



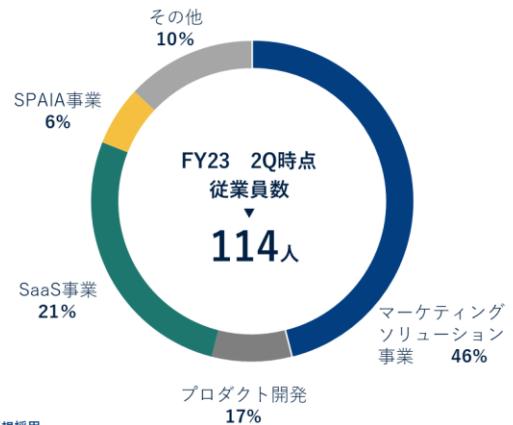
採用進捗	採用人数	内定受諾済	採用人数
<採用進捗> 7月入社済	3名		
		内定受諾済	4名

## 退職率

2020年度	22%
2021年度	21%
2022年度	21%

上場から1年未満であり、新規採用を積極的に行っている状況のため、退職率は大きく変動しない予想

## 人員構成



Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 27

次は経営資源に関するお話しです。現在、従業員数としては順調に採用を進めており、もともと今年採用しなかった人数にあと30人ほどで、届きそうなところではあります。

## — 経営資源 社会的責任（ESG）への取り組み

## ビジョン

年齢・性別・国籍・学歴といった差別を排除して、21世紀型経営を体現する

## 私たちの目標

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定しています

女性がさらに活躍できる雇用環境を整備するため、令和4年4月1日～令和8年12月31日までの4年間に一般事業主行動計画を策定

- 女性管理職比率を30%以上にする
- 育児・介護休業法に基づく育児休業等、雇用保険法に基づく育児休業給付、労働保険法に基づく産前産後休業などの諸制度の周知を行い、両立支援制度のサポート体制を構築する

## 女性活躍状況

2023/6月末時点

役員比率	33%
常勤役員比率	60%
正社員比率	28%
管理職比率	20%
（管理職内訳）	
マネージャー比率（課長相当）	13%
リーダー比率（係長相当）	29%

\*リーダー職は労基法上の「管理監督者」ではないものの、チームを管理する役割者、すなわち「管理職」として扱っています。

当社は『DE&I』を創業時から意識しているため女性活躍推進に関して特別な措置をとっていないことが最大の特徴です。多様性のみならず昇進の機会、男女差による給与差がなく公平性を担保しています。

Copyright© Glad Cube Inc. All Rights Reserved. 28

私は、年齢・性別・国籍・学歴、またキャリアといった差別などを排除し、21世紀型の経営を体現すると、ずっと言ってきました。

当社で最初に取り締役になった方は女性です。今、国の方針でも女性管理職比率を30パーセント以上にするとされており、実際に、我々の常勤役員比率は女性が60パーセントを超えています。

す。新しく常勤監査役が変わったのですが、その方も女性です。男性・女性、またはジェンダーについても関係なく、我々はビジネスとして優秀な人を育て、推進したいと考えています。



#### 免責事項

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。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における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。このような将来予測に関する記述には、既知及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。上記の実績の結果に影響を与える要因としては、国内及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、これらに限ら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、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

最後になりますが、投資家のみなさま、いつもグッドキューブを応援してくださり、ありがとうございます。今、事業は本当に堅調に動いています。株価に関して心配をおかけする面は多々ありますが、必ず私はこの会社を大きくします。

2030年までの目標の年間売上高100億円を達成するために、さまざまところで奔走していますが、結果が出なければ意味はありません。それを出せるよう、次の11月の第3四半期決算、そしてなにより重要な2024年2月の通期決算では、よりしっかりとしたお話しができるよう、開発・提携・M&Aなどを進めていきます。

どうか引き続き応援、そしてご指導ご鞭撻のほどよろしく願いいたします。有難うございました。