

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

企業ビジョン

世界に明るく大きなインパクトを与える存在になり、広く人々の支えになるサービスを生み出す

クラシルリワード M
2232305人売上高
13101675千円Non-GAAP営業
2817873千円Non-GAAP当期
1838554千円

② 中長期の経営戦略

1. 強固なユーザー基盤の拡大

クラシル女性認知率76.4%、アプリMAU約746万、Web含め約4100万。メディア領域での利用体験改善と購買領域の拡大を推進

3. M&Aによる成長

設立来4件の買収実績。購買領域中心にPMIノウハウを活用し、シナジー創出と事業成長を加速

2. 購買領域の販促支援拡大

リワード型マーケティングで15兆円の国内販促市場をターゲット。位置情報・購買情報を活用した高効率マーケティング提供

4. サービス付加価値向上

ユーザーへの利便性向上機能提供と継続利用促進。顧客企業へは行動データ活用による高効率マーケティング

③ 対処すべき課題

① ユーザー基盤の継続拡大

- ・ 食品飲料大手ナショナルクライアント約90%カバー、小売3万店舗カバー。顧客裾野と業種拡大が課題
- ・ クラシル認知率58.1%。さらなる認知率向上とアクティブユーザー拡大が必要
- ・ メディア領域の市場規模2700億円に対し、15兆円の販促市場開拓がカギ

② デジタル化による市場リード

- ・ 2024年インターネット広告費3兆6517億円。リテールメディアのデジタル化急速化に対応
- ・ 顧客データ活用した高効率マーケティング提供で競争優位を確保する必要

③ 人材確保と組織体制構築

- ・ 継続成長のため優秀人材確保が重要課題
- ・ M&A統合や事業拡大に対応できる教育体制強化が必須

面接で使えるポイント

- ・ 2024年日本総広告費7兆6730億円、インターネット広告費3兆6517億円の成長市場で...
- ・ 15兆円の国内販促市場に対し、位置情報・購買情報を用いたリワード型マーケティングでデジタル化をリード
- ・ 設立来4件のM&A実績とPMIノウハウを活かし、購買領域中心にオーガニック・インオーガニック双方での非連続成長を志向

証券コード 299A

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）

－（推移を描ける期数の開示がありません）

要するに
東京都港区に本社を置く情報通信・サービス企業

主力事業・セグメント

・サービス業（セグメント未開示）

強み・特徴（公開データから）

- ・営業利益率20.4%と高い収益性
- ・財務健康度89点と財務基盤が健全
- ・将来性評価は晴れ

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高
170億円営業利益率
20.4%財務健康度
89点 / 100点

将来性 晴れ / 就活偏差値 55.0（当サイト算出の参考指標）

平均年収
642万円

サービス業内 197位/524社

平均年齢
31.8歳

サービス業内 479位/527社

平均勤続
2.8年

サービス業内 473位/527社

女性管理職
35.2%

サービス業内 65位/371社

男性育休
85.7%

サービス業内 130位/311社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は...）

直近ニュース一言

参考:「ゆうちょ通帳アプリ」と節約アプリ「レシチャレ」の連携について

