

変化の先頭に

**MARKLINES**

www.marklines.com

マークライnz株式会社

# 決算補足説明資料

2024年12月期

2025年2月13日

Copyright © 2025 MarkLines Co., Ltd. All Rights Reserved

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。これらの記述または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり、または将来実現しないという可能性があります。

また、本書に記載されている当社グループ以外の企業等にかかわる情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性・適切性等について保証するものではありません。

マークライnz株式会社

**I. 2024年12月期の総括**

**II. 業績サマリー**

**III. 業績予想**

**IV. 成長戦略**

**V. 参考情報**

# I . 2024年12月期の総括

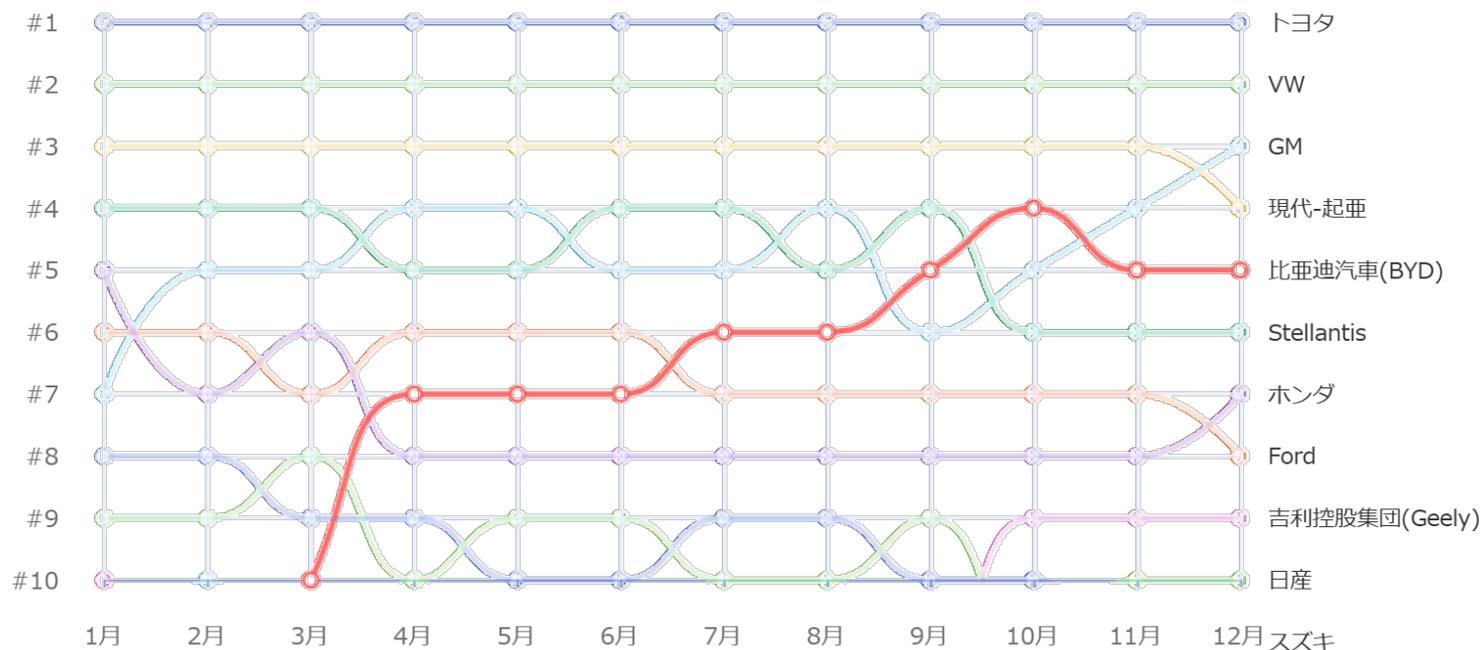
# 2024年12月期の総括

## 1. 事業環境の変化

### ① 中国市場の規模拡大とローカルメーカーの躍進

中国のローカルメーカーの台頭によるNEVの急速な普及を背景に同国の販売台数はコロナ禍前を上回り過去最高の水準に達している。特にBYDの躍進は顕著であり、日系・欧米メーカーが苦戦を強いられる一因となっている。

2024年メーカー別 販売台数 ランキング

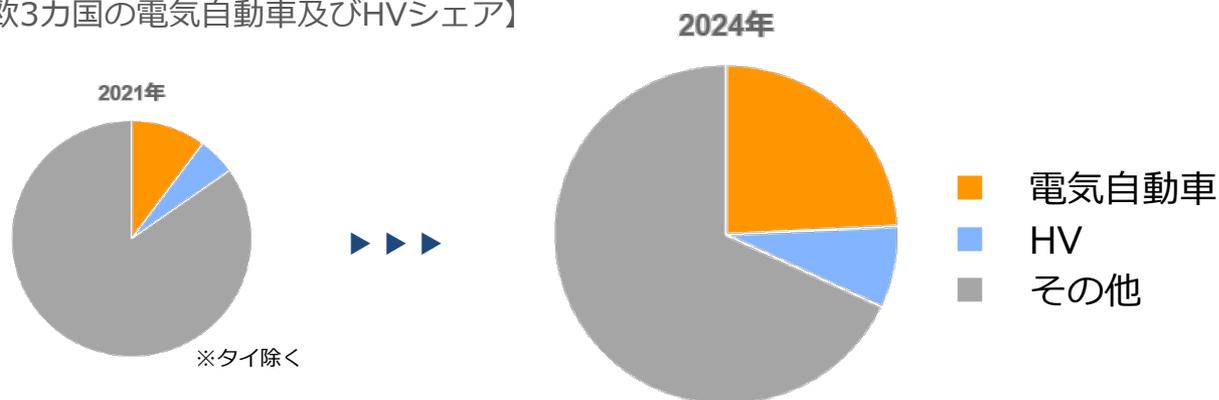


# 2024年12月期の総括

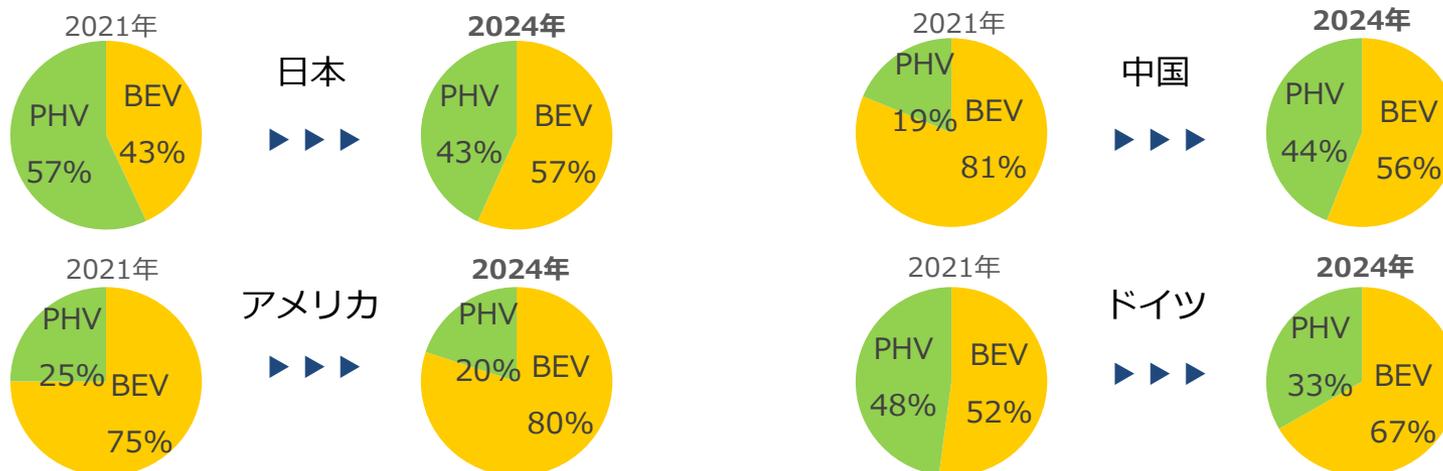
## ② BEV/PHVの販売動向

電気自動車の販売台数は引き続き増加傾向にある。その中でも電費や航続距離の関係から、特に中国においてPHVの販売台数が大きく増加した。

【主要12カ国と北欧3カ国の電気自動車及びHVシェア】



【国別の電気自動車販売台数の内訳】

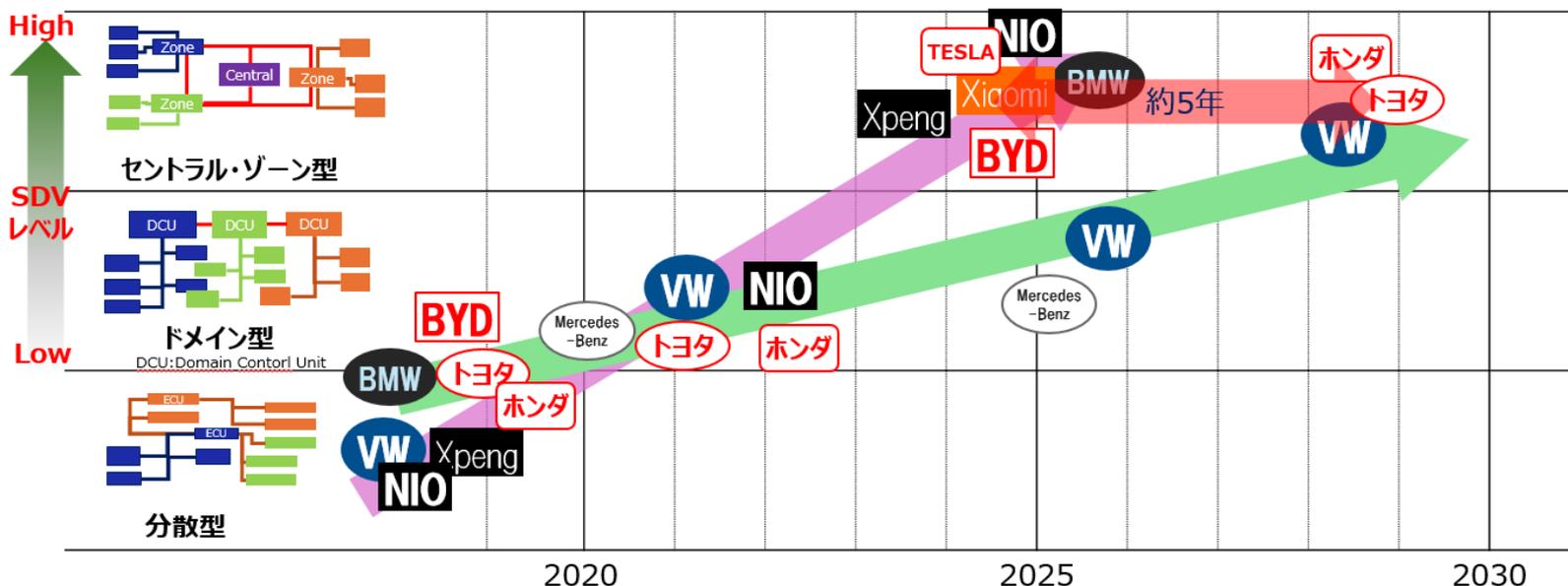


# 2024年12月期の総括

## ③ E/E アーキテクチャー SDV化のトレンド

【テスラや中国先端OEMと国内OEMはSDV化に5年の隔たり】

ドメイン型、セントラル・ゾーン型へ進化するには、車載機能のSDV化が必要となるが、テスラやテスラを追いかける中国先端OEMは、既にゾーン型へ移行している。国内OEMがドメイン型を部分的に導入した現在に対して、約5年程度進んでいると考えられ、国内自動車産業には、ソフトウェア開発力の強化が必要である。



# 2024年12月期の総括

## 2. 情報プラットフォームの機能強化

- ① 8年ぶりにトップページを一新し、バナー広告の表示位置を変更するなど画面により多くのコンテンツを視認できるレイアウトとした。また、トピック別にコンテンツを配置することでユーザーの利便性向上を図った。



# 2024年12月期の総括

- ② ChatGPTを活用した検索ツール「AIナビ」を実装し、ユーザーがより早く簡単に情報プラットフォームの様々なコンテンツにアクセスすることを可能にした。





# 2024年12月期の総括

## 3. 新規拠点の設立

### ① ベンチマークセンター

2024年7月にベンチマークセンターが完成し、8月8日の開所式を経て本格的に稼働した。第一弾としてBYD Yangwang U8の分解・計測を実施し計測レポートの作成や分解した部品の販売を開始した。



～ ベンチマークセンターの外観 ～



～ 分解・計測前のYangwang U8 ～

# 2024年12月期の総括

## ② 深圳子会社

中国は世界最大の自動車市場であるのみならず、電動化、AI化が今後の鍵となる産業界において最重要国と位置付けられており、同国内でも深圳市はBYD、HUAWEI、Tencentなど電動化、AI化、SDVで最先端を行く企業が集積する。当社は、中国資本の顧客開拓を推進するとともに、同地域に進出する企業の最新動向などを情報プラットフォームに反映しコンテンツ強化を図るため、同地に子会社を設立した。

| 概要   |   |
|------|---|
| 法人名  | 麦柯莱依斯信息咨询（深圳）有限公司                               |
| 事業内容 | 中国における自動車産業ポータルサービスの販売、現地情報の収集・レポート作成・翻訳などの調査業務 |
| 所在地  | 中華人民共和国広東省深圳市                                   |
| 設立   | 2024年7月   |

子会社が入居しているオフィスビル



# 2024年12月期の総括

## ③ 福岡コールセンター

中国を中心とするアジア圏は、潜在顧客が数万社あると見込まれる。当社は、当該企業をより効率的に開拓するため、九州大学に在学する中国あるいは韓国出身の留学生をスタッフとするアウトバンド型のコールセンターを開設した。

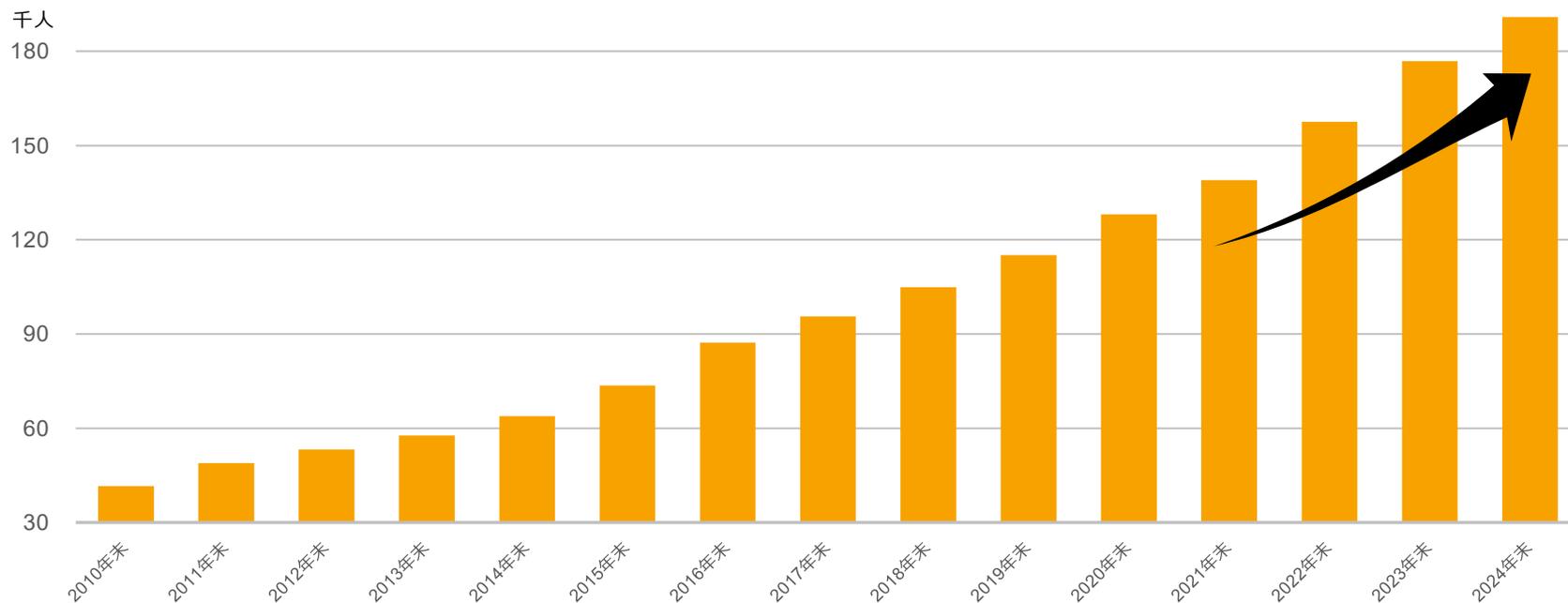
| 概要   |                                       |
|------|---------------------------------------|
| 名称   | マークライnz株式会社<br>福岡コールセンター              |
| 事業内容 | 中国、韓国を中心としたアジア圏の<br>新規顧客開拓            |
| 所在地  | 福岡県福岡市西区西都 1 丁目 6-14<br>ラクール伊都 202 号室 |
| 設立   | 2024年 8月                              |



## 4. 顧客基盤拡大

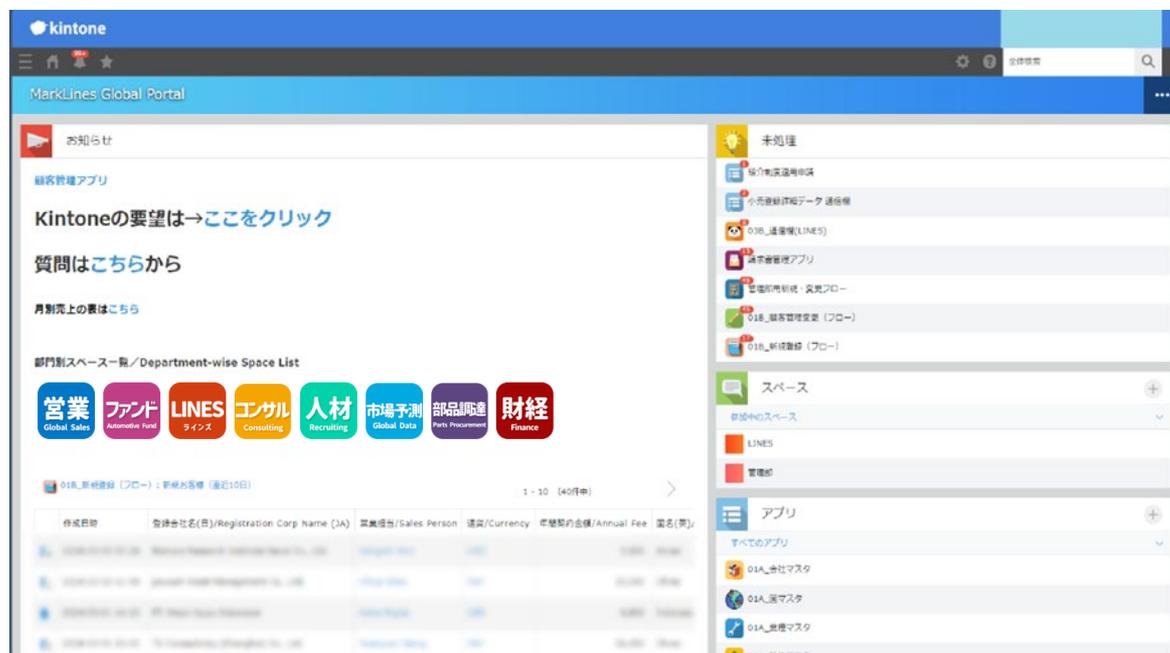
契約社数が順調に増加していること、及び既存の無制限契約企業に対する当社サービスへの登録促進活動の効果により引き続き有料会員が増加し2024年末現在でおよそ19万人となった。

情報プラットフォームの利用人数（有料会員）の推移



## 5. ローコードツール（「Kintone」）導入完了

本格的にローコードツールを導入し、情報プラットフォーム事業について、データの一元化等を進めた。また、各事業間における顧客情報なども共有可能となりクロスセルの推進を効率的に実行できるようになった。



※ローコードツール：高度なプログラミングを要せず、直感的な操作でアプリケーションを開発できるプラットフォーム。

## Ⅱ. 業績サマリー

# 連結業績サマリー

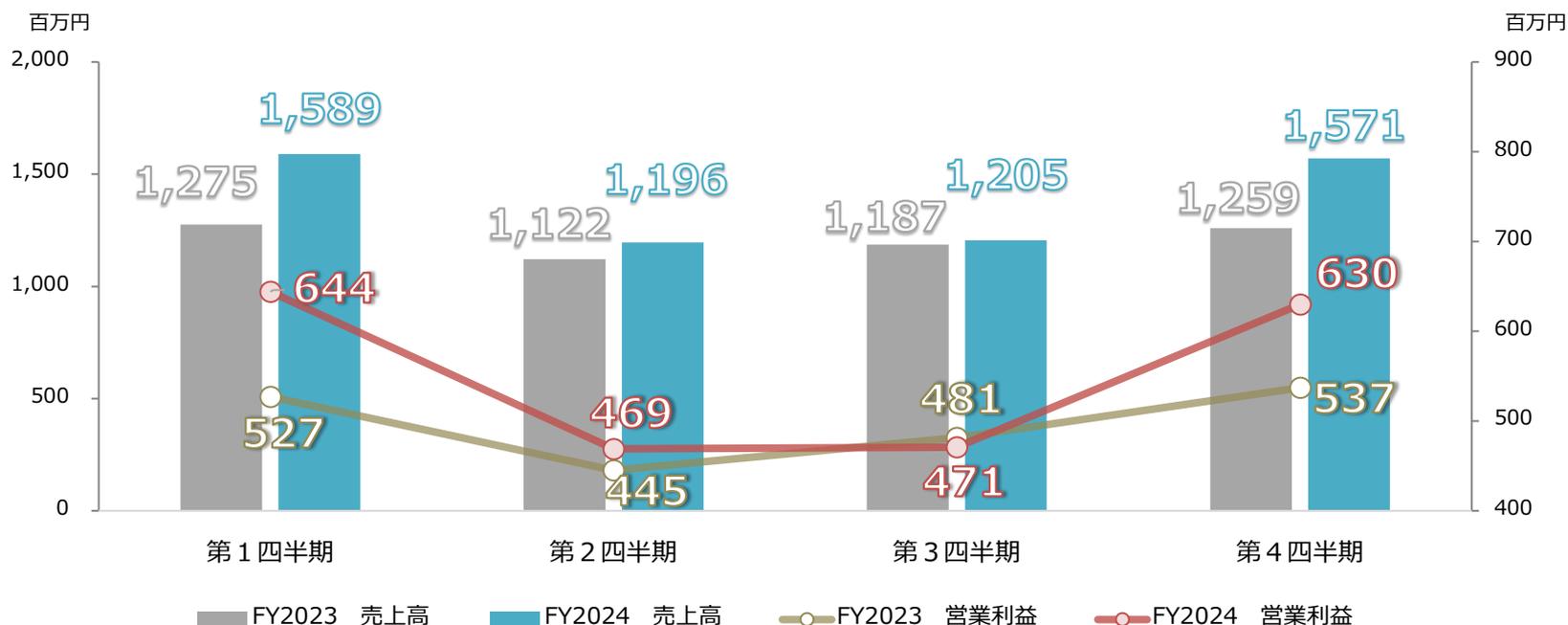
(単位：百万円)

|                         | 2024年12月期    |                |             | 前期比<br>(%)   | 要 因  |
|-------------------------|--------------|----------------|-------------|--------------|--|
|                         | 実績           | 2024年業績<br>予想値 | 対予想比<br>(%) |              |  |
| 連結売上高                   | <b>5,562</b> | <b>5,700</b>   | △2.4        | <b>+14.8</b> | 情報プラットフォーム事業は前期比16.7%増加。それ以外の事業について、主にコンサルティング事業、プロモーション広告事業及び市場予測情報販売事業が好調に推移し前期比11.3%増加。全体では前期比14.8%の増加。 |
| 連結営業利益                  | <b>2,216</b> | <b>2,300</b>   | △3.6        | <b>+11.3</b> | 売上高はおよそ15%増加したものの、ベンチマークセンターの稼働などにより固定費が増加し前期比11.3%増加。   |
| 連結経常利益                  | <b>2,227</b> | <b>2,300</b>   | △3.2        | <b>+12.0</b> | 営業利益が前期比11.3%増となったことにより、前期比12.0%増加。  |
| 親会社株主に<br>帰属する<br>当期純利益 | <b>1,577</b> | <b>1,600</b>   | △1.4        | <b>+14.1</b> | 経常利益が前期比12.0%増となったことにより、前期比14.1%増加。  |

# 連結業績サマリー

## 四半期毎の連結業績の推移

- 情報プラットフォーム事業について、契約社数は引き続き増加した。一時的な人民元安の影響で第3四半期の売上高は目減りし対前年同期比で減益となったが、通期では順調に推移した。
- コンサルティング事業、分解調査データ販売事業及び車両分解・計測事業が、第2四半期、第3四半期で低調に推移したが、第4四半期で盛り返しを見せた。
- 人材紹介事業が通期に亘って低調に推移し業績下押し要因となった。



# 事業セグメント損益

(単位：百万円)

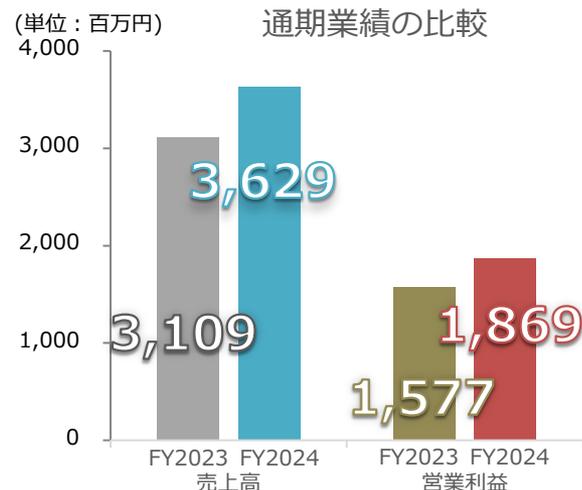
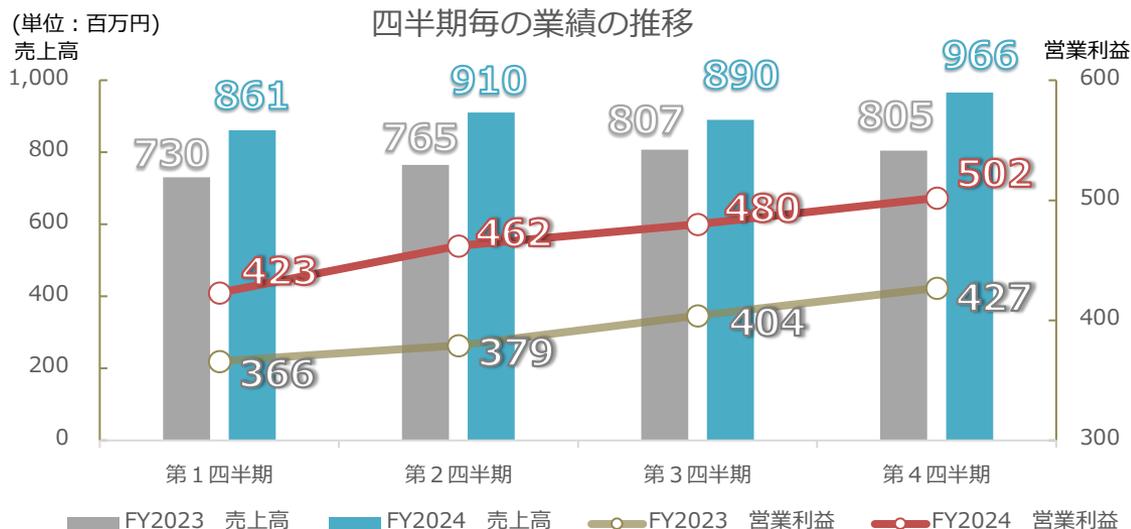
| 事業部          |         | 2023年<br>実績 | 2024年<br>実績 | 前期比  |        |
|--------------|---------|-------------|-------------|------|--------|
| 情報プラットフォーム事業 | 売上高     | 3,109       | 3,629       | +520 | +16.7% |
|              | セグメント利益 | 1,577       | 1,869       | +291 | +18.5% |
| プロモーション広告事業  | 売上高     | 95          | 113         | +17  | +18.6% |
|              | セグメント利益 | 75          | 96          | +20  | +27.2% |
| 市場予測情報販売事業   | 売上高     | 233         | 295         | +62  | +26.7% |
|              | セグメント利益 | 74          | 87          | +13  | +18.2% |
| コンサルティング事業   | 売上高     | 489         | 625         | +136 | +28.0% |
|              | セグメント利益 | 49          | 65          | +16  | +32.8% |
| 分解調査データ販売事業  | 売上高     | 253         | 186         | △66  | △26.3% |
|              | セグメント利益 | 104         | 64          | △40  | △38.6% |
| 車両・部品調達代行事業  | 売上高     | 456         | 494         | +38  | +8.4%  |
|              | セグメント利益 | 56          | 50          | △6   | △11.3% |
| 車両分解・計測事業    | 売上高     | -           | 98          | +98  | -      |
|              | セグメント利益 | -           | 10          | +10  | -      |
| 自動車ファンド事業    | 売上高     | 39          | 39          | -    | -      |
|              | セグメント利益 | 2           | 5           | +2   | +91.9% |
| 人材紹介事業       | 売上高     | 169         | 78          | △90  | △53.4% |
|              | セグメント利益 | 50          | △33         | △84  | -      |
| 連結売上高        |         | 4,845       | 5,562       | +716 | +14.8% |
| 連結営業利益       |         | 1,991       | 2,216       | +224 | +11.3% |

# 事業セグメント損益（情報プラットフォーム事業）

- ① 情報プラットフォーム事業は、通期では北米及びアジア地域を中心に新規契約獲得が好調だったこと、及び為替が引き続き円安基調だったことにより売上高は前期比16.7%増、セグメント利益も18.5%の増加となった。このうち円安によるプラス効果は、売上高で140百万（5%）、セグメント利益で110百万円（7%）程度となった。
- 四半期ごとの業績は、契約社数が引き続き増加しているため売上高の水準も段階的に切りあがっていくが、中国の売上高について、人民元の累計の金額を各四半期末ごとの為替レートで洗い替えている関係から、第2四半期末から第3四半期末にかけて人民元が2円程度円安方向に急落した影響を受け、およそ40百万円目減りした。一方で、第4四半期末にかけて人民元が第2四半期末に近い水準まで戻ったことから、第4四半期の売上高を押し上げる要因となった。

【ご参考：売上の換算レート】

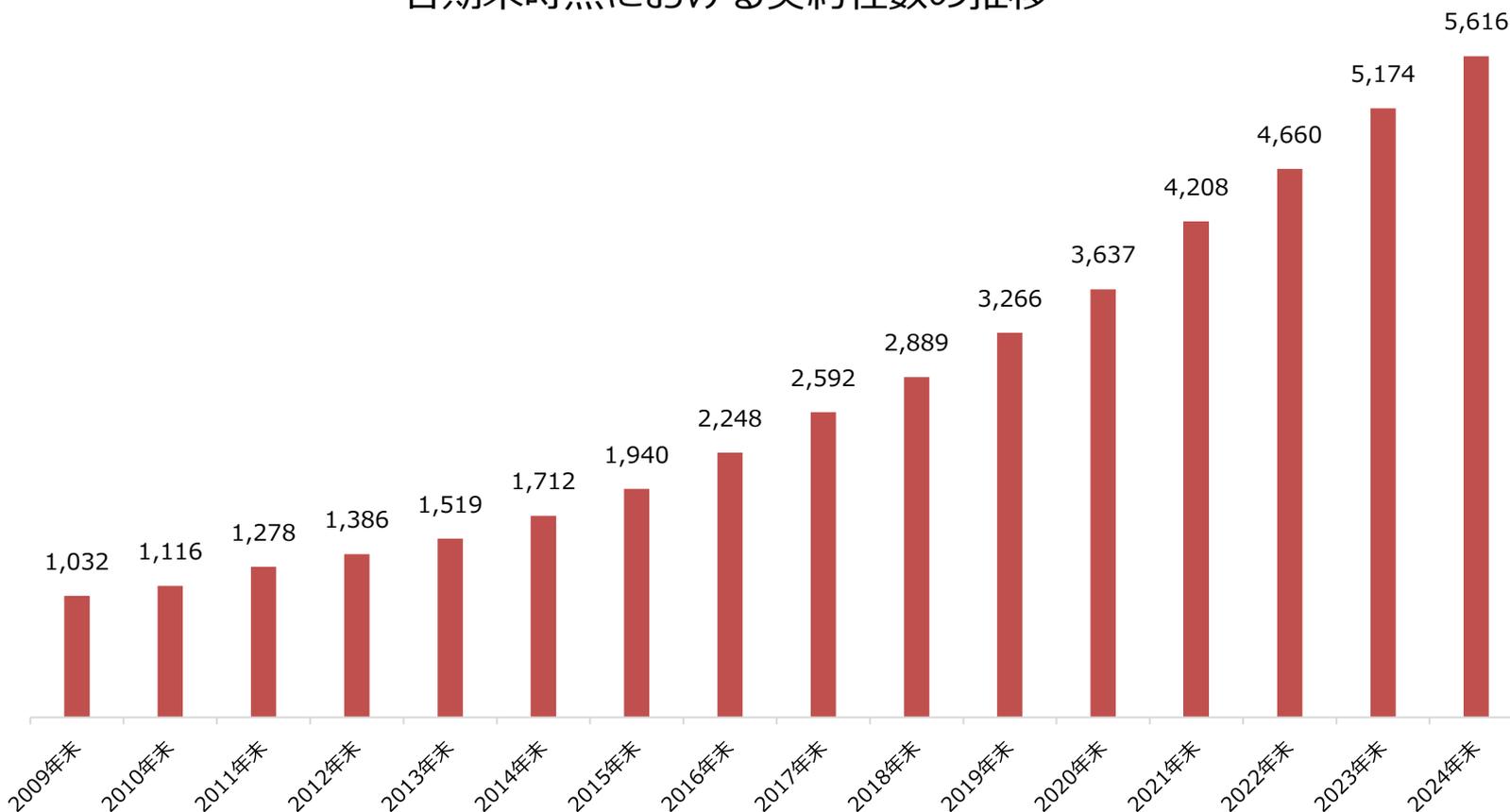
USD：2023年 136円 2024年 146円 EUR：2023年 143円 2024年 158円  
 CNY：2023年 20円 2024年 21.6円  
 ※CNYは年度末の直物レート、それ以外の通貨は各契約ごとの換算レートの加重平均



## 事業セグメント損益（情報プラットフォーム事業）

- ② 中国における日系・欧米メーカーの不振などが新規契約獲得に一部影響を与えたものの、2024年度12月末の情報プラットフォーム契約企業数は前期末比で442社増加し5,616社となった。

各期末時点における契約社数の推移



# 事業セグメント損益（情報プラットフォーム事業）

- ③ 日本以外の地域を重点的に開拓した結果、米国、メキシコなどを中心に海外契約社数が増加し、特に海外売上高が大きく伸張した。

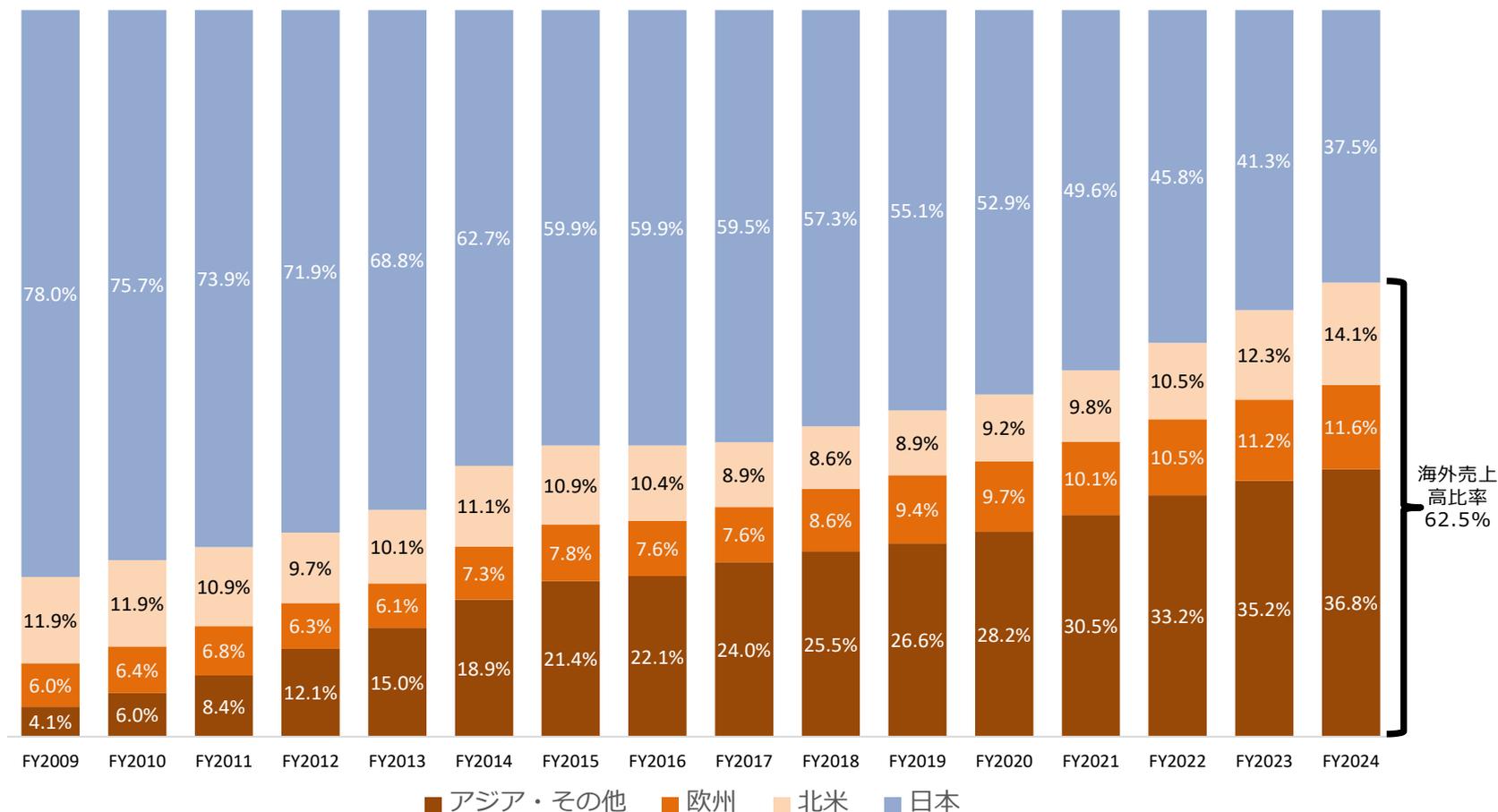
（単位：百万円）

| 情報プラットフォーム事業の地域別売上高 |       |       |            |   |
|---------------------|-------|-------|------------|---|
|                     | 2023年 | 2024年 | 前期比<br>(%) | 増減要因  |
| 日 本                 | 1,284 | 1,361 | +6.0       | 前期における契約社数増加の効果が持続し売上高も増加。  |
| 中 国                 | 542   | 644   | +18.9      | 前期及び当期における契約社数増加の効果、また円安効果も寄与し売上高も増加。                               |
| ア ジ ア               | 530   | 663   | +25.0      | インドの新規契約獲得が好調だったこと、及びそれ以外の国の新規契約も比較的堅調に推移したこと、さらに、円安効果も持続し売上高が増加。   |
| 北 米                 | 382   | 512   | +33.8      | 米国市場が好調だったこと、及び米国、メキシコ子会社の体制強化により新規契約が好調に推移。さらに、円安効果も寄与し売上高は3割超の増加。 |
| 欧 州                 | 346   | 420   | +21.3      | 日本国内営業から欧州日系企業に対する直接営業、及び前期の契約社数増の効果により売上高も増加。                      |
| そ の 他               | 22    | 28    | +26.3      | -   |
| 合 計                 | 3,109 | 3,629 | +16.7      | -   |

# 事業セグメント損益（情報プラットフォーム事業）

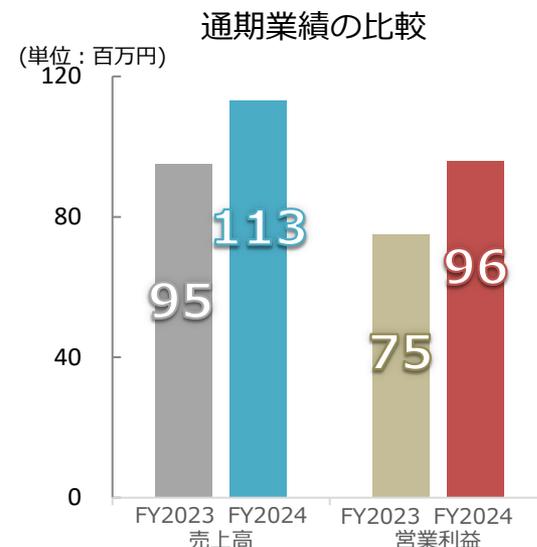
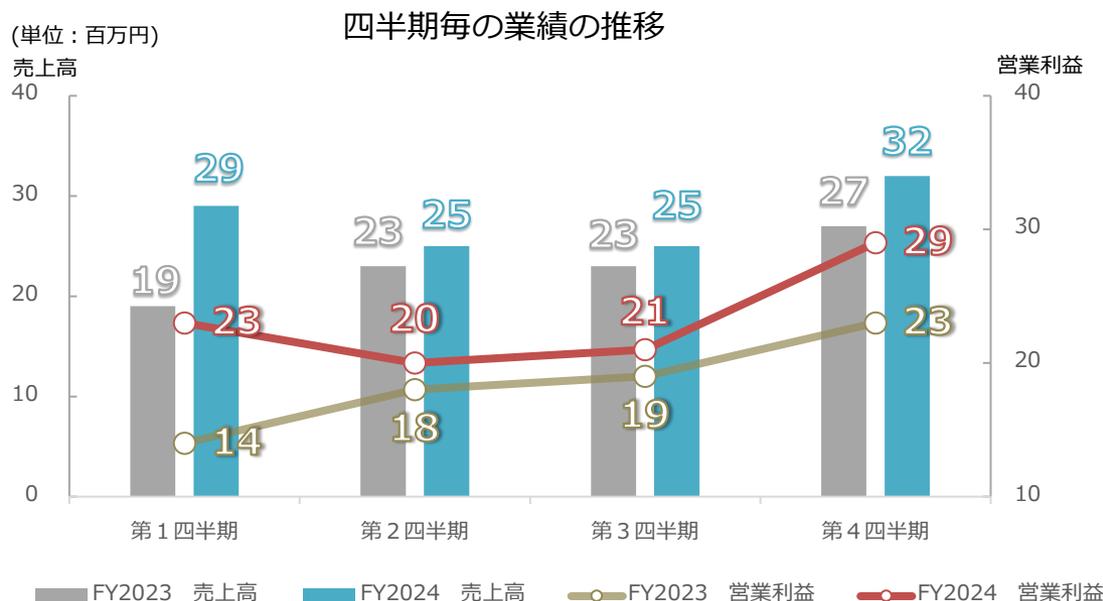
- ④ 2024年度における新規受注の7割超が海外企業との契約となり一段とグローバル化が進んだ。この結果、海外売上高比率は前期比で3.8ポイント上昇し62.5%となった。

情報プラットフォーム事業地域別売上高の構成比



# 事業セグメント損益（プロモーション広告事業 **LINES**）

プロモーション広告事業は、前期から引き続きリピート受注が好調に推移。さらに、メール配信サービスでは、複数回の配信を同時にお申し込みいただくなど契約単価も上昇した。その結果、売上高、セグメント利益ともに前期比で増加した。四半期ごとの業績について、顧客の大半を占める日本企業の本決算に当たる1-3月期（当社第1四半期）とイベントが比較的多い第4四半期にPRメールの配信が増加傾向にあるため業績も第1四半期、第4四半期が比較的良くなっている。

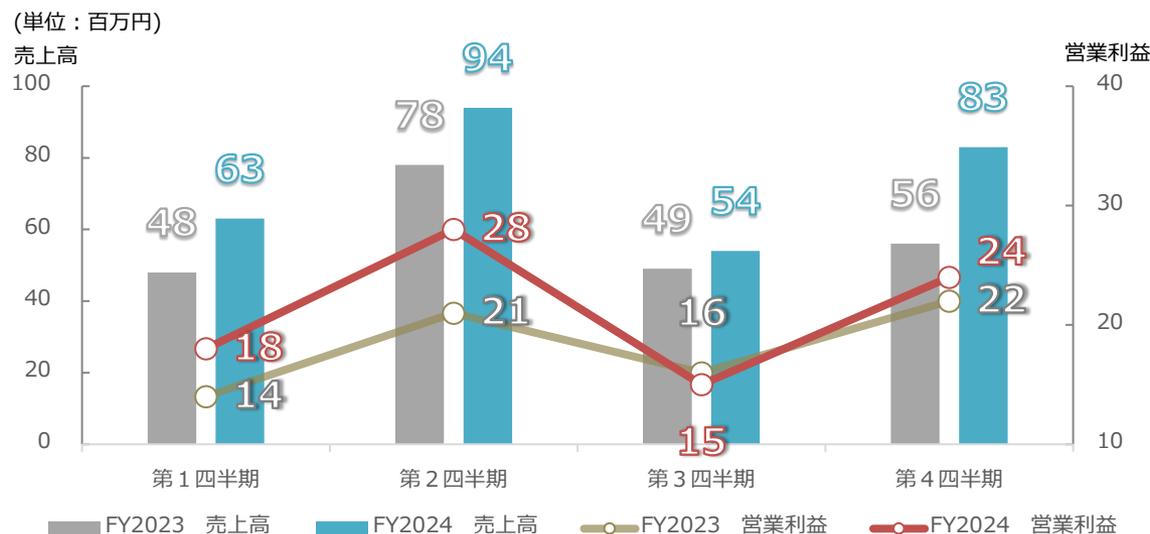


# 事業セグメント損益（市場予測情報販売事業）

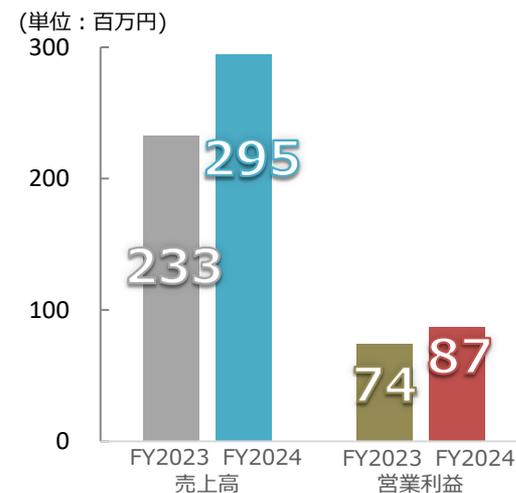
市場予測情報販売事業は、前期との比較で契約更新率が11%増加し75%となった。また、EV、PHVなどパワートレイン別の予測情報入手したいというニーズの高まりを受け、新規・既存顧客ともに高価格帯の製品販売が増加した。その結果、売上高、セグメント利益ともに前期比で増加した。

四半期ごとの業績について、第2四半期に更新時期を迎える契約が多いため同四半期の売上高が高い傾向にある。

### 四半期毎の業績の推移



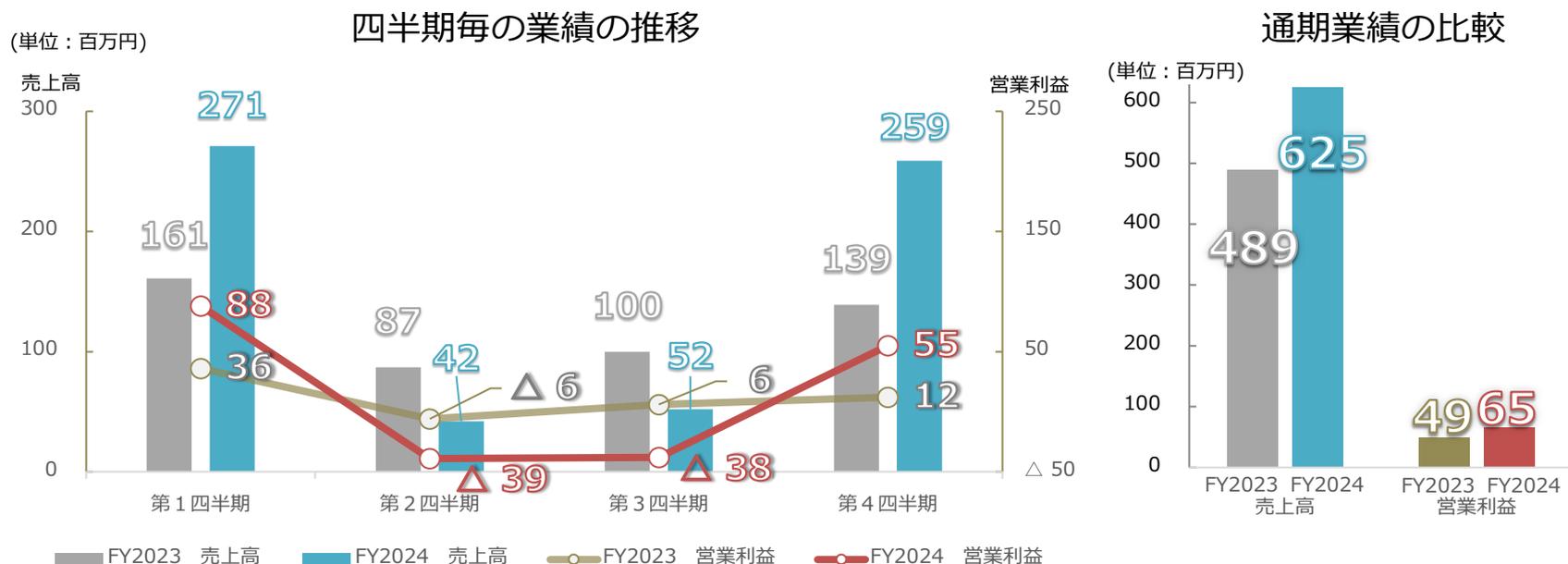
### 通期業績の比較



# 事業セグメント損益（コンサルティング事業）

コンサルティング事業は、技術動向調査、コスト比較分析サービス及びECUベンチマークなどが好調に推移したことに加え、案件当たりの単価も上昇した。また、内製化の推進による案件ごとの利益率の改善も業績に寄与し、売上高、セグメント利益ともに増加した。

四半期ごとの業績について、自動車メーカーの期初に当たる4-6月期（当社第2四半期）は顧客が予算執行を控える傾向にあるため例年業績が落ち込むが当期は第3四半期まで予算の執行が滞ったため第3四半期の業績も低迷した。その一方で、第4四半期は特に好調だった。

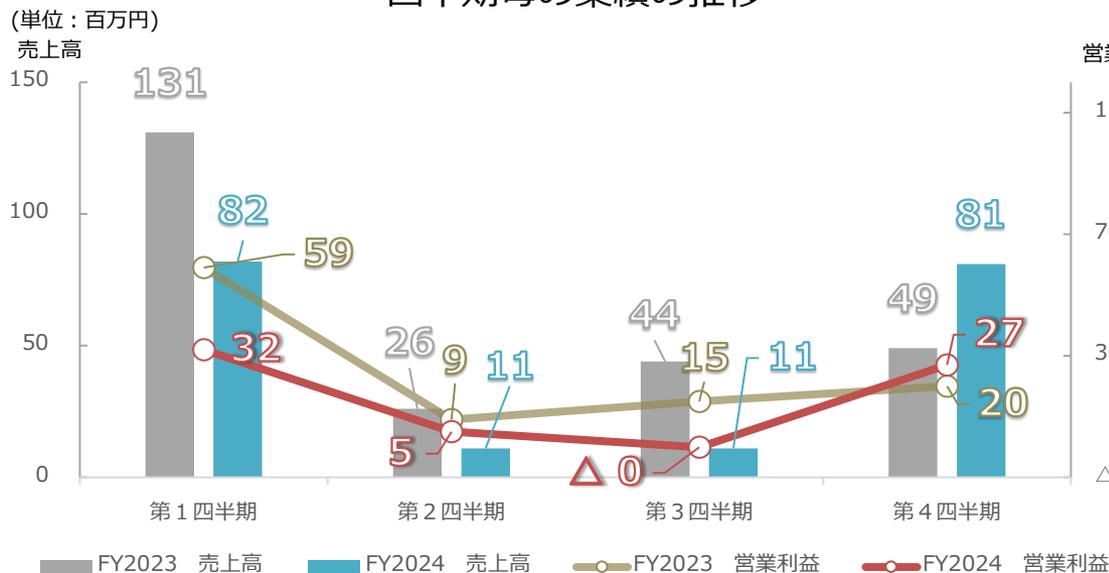


# 事業セグメント損益（分解調査データ販売事業）

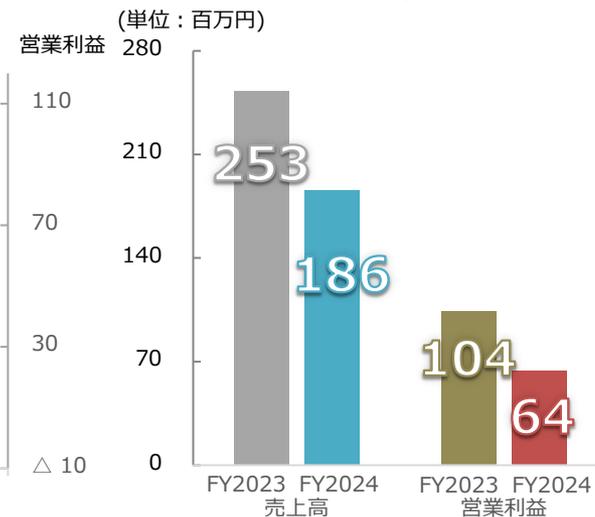
Hyundai IONIQ5や当社内製レポートの販売などが業績に寄与したものの、顧客のニーズに訴求する製品投入が進まず、さらにTesla CYBERTRUCKのレポートに係る売上が翌期にずれこむなどの影響から販売本数が減少し、売上高、セグメント利益ともに前期比で減少した。

四半期ごとの業績について、第4四半期を除き前年同四半期割れと苦戦が続いた。

### 四半期毎の業績の推移



### 通期業績の比較

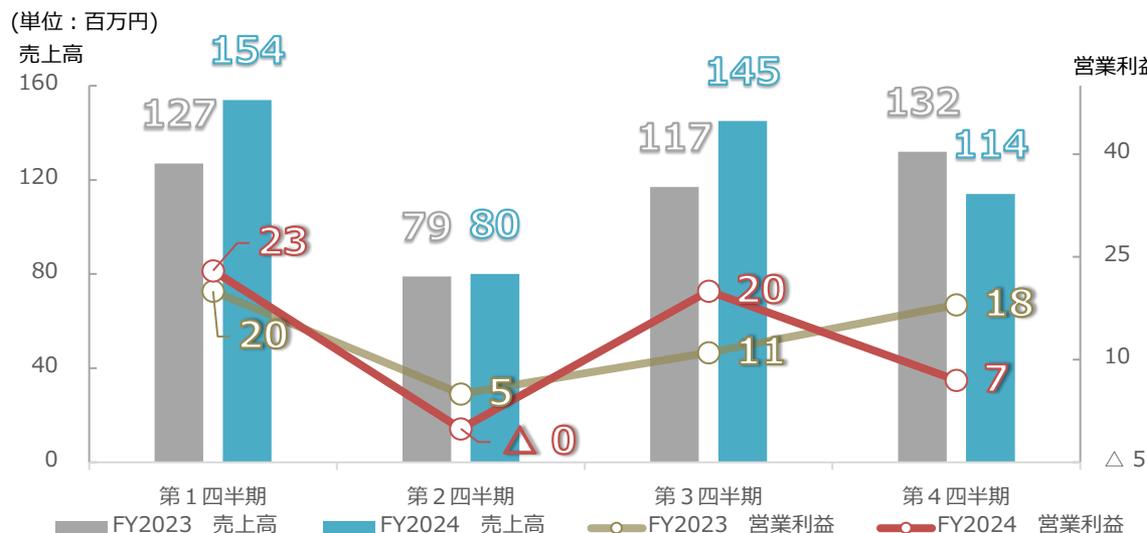


# 事業セグメント損益（車両・部品調達代行事業）

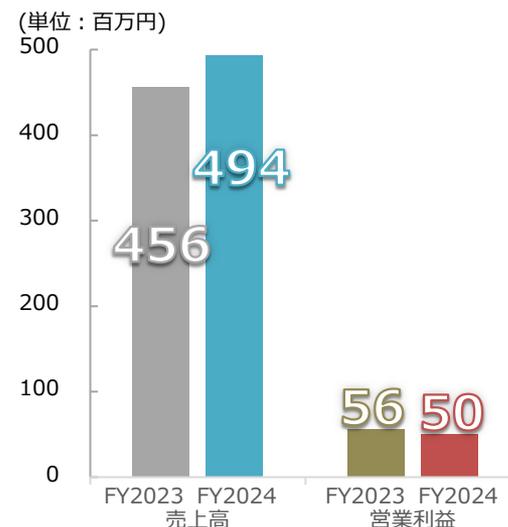
電動化に係る車両本体、部品及びインフラ関連設備（急速充電器）などの案件が好調に推移したことにより売上高は前期比で増加した。一方で、前期との比較で利益率の低い案件が増加したこと、及び固定費が増加した影響によりセグメント利益は減少した。

四半期ごとの業績について、コンサルティング事業、分解調査データ販売事業ほど四半期の業績に季節性はないが、当期は前年同期との比較で第4四半期の業績が振るわなかった。

### 四半期毎の業績の推移



### 通期業績の比較



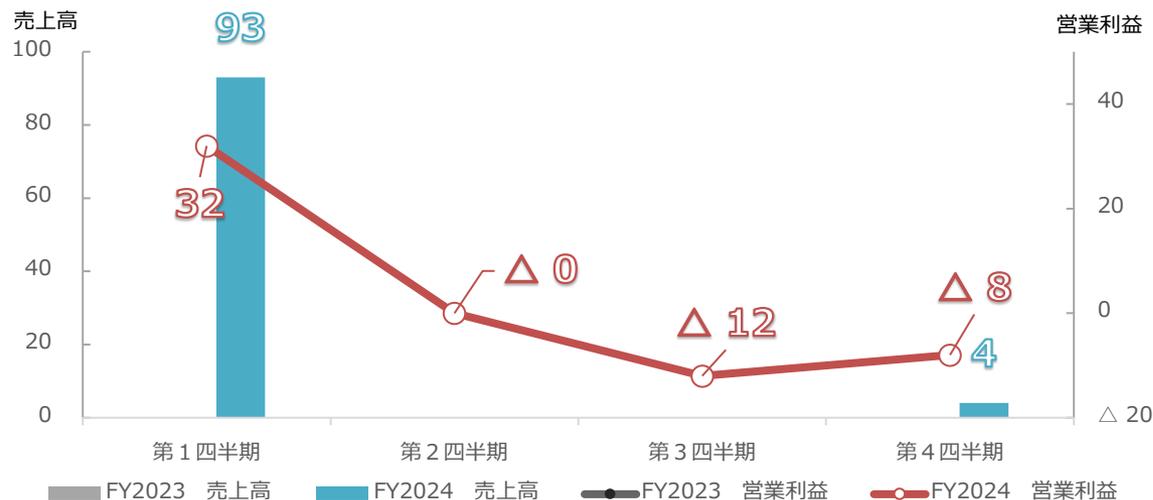
# 事業セグメント損益（車両分解・計測事業）

第1四半期連結会計期間において自動車メーカーから受注した計測案件の検収を受け売上が計上。

また、8月のベンチマークセンター稼働に合わせBYD Yangwang U8の分解・計測をスタートし、12月には一部の分析レポートの販売を開始するとともに、当該車両の構成部品の販売も開始した。

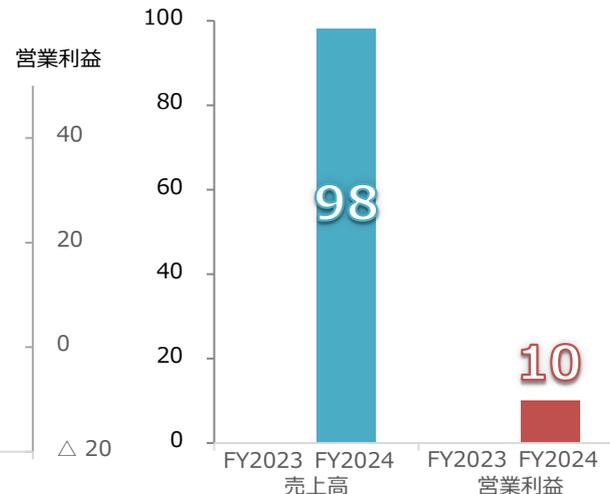
### 四半期毎の業績の推移

(単位：百万円)



### 通期業績の比較

(単位：百万円)

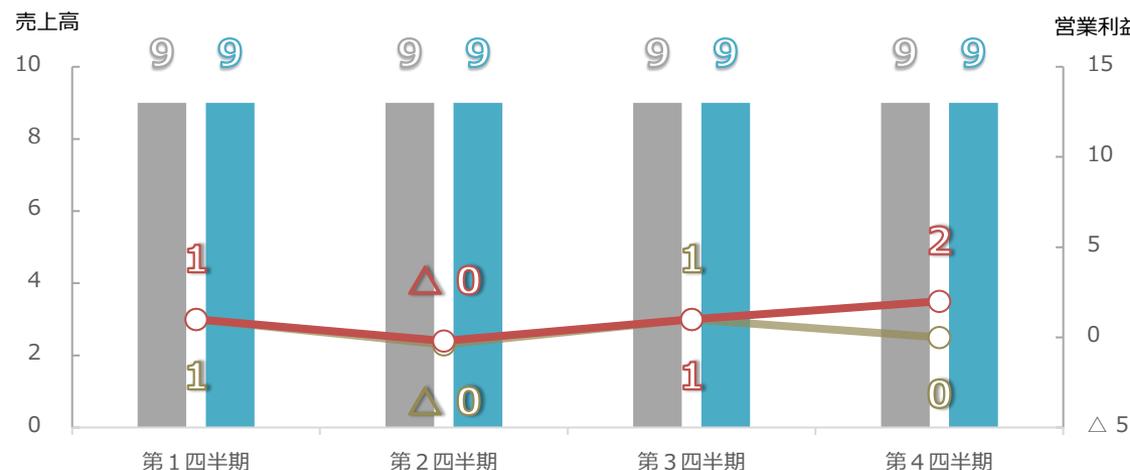


# 事業セグメント損益（自動車ファンド事業）

関連会社である「自動車産業支援ファンド2021投資事業有限責任組合」から毎期定額で受領する管理報酬を売上として計上。固定費の減少を受け、セグメント利益は増加した。なお、当連結会計年度において新たに日本へ1案件の投資を実行し出資先は合計で5社となった。

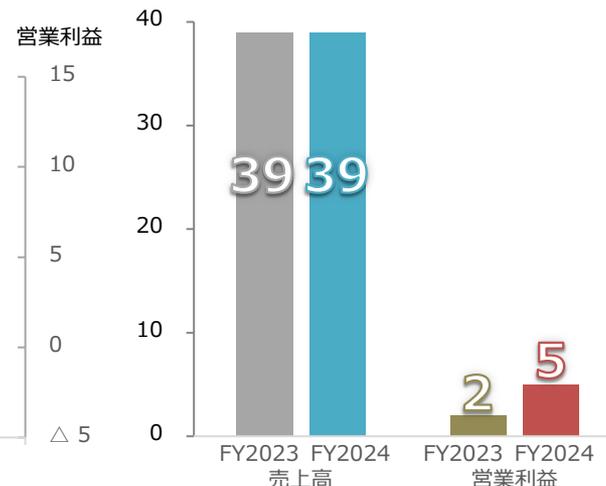
### 四半期毎の業績の推移

(単位：百万円)



### 通期業績の比較

(単位：百万円)

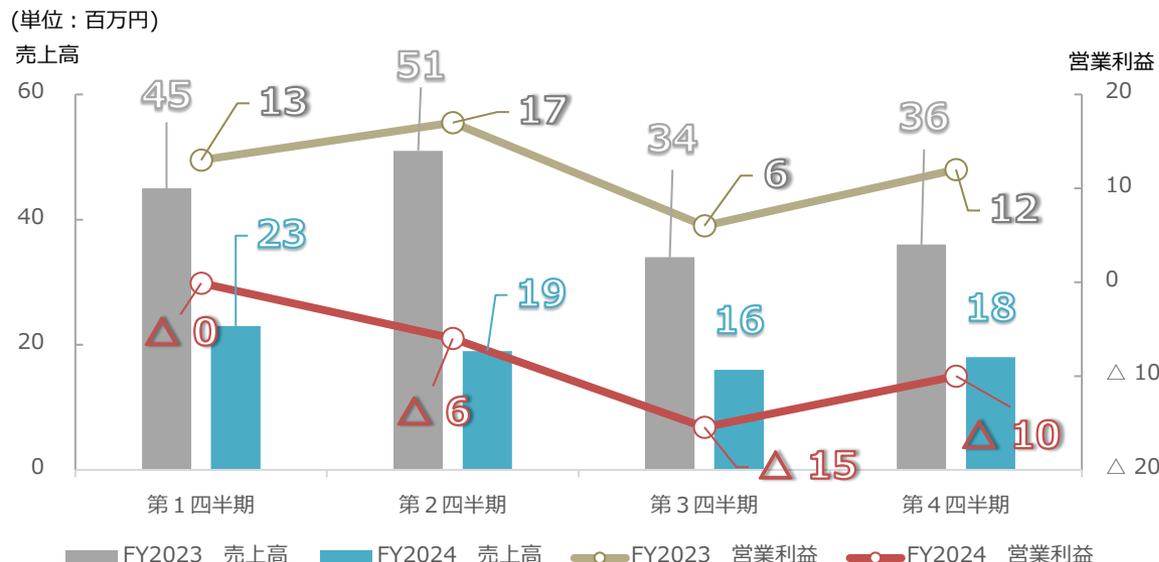


■ FY2023 売上高   ■ FY2024 売上高   ● FY2023 営業利益   ● FY2024 営業利益

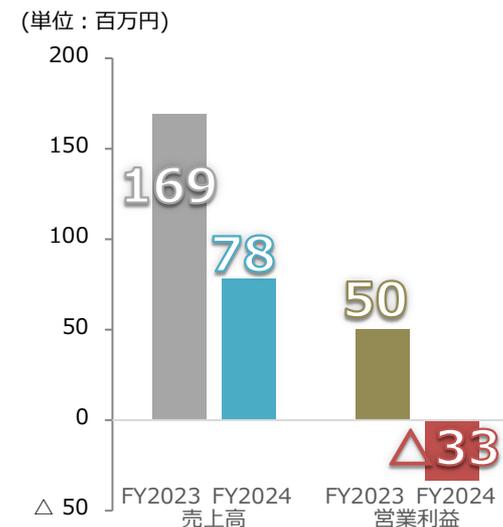
# 事業セグメント損益（人材紹介事業）

当期の成約件数は37件（前期85件）となった。事業部門内の人員構成が、ベテランコンサルタントから新人コンサルタント中心に大きく入れ替わる事態が発生し、この影響から成約件数が大きく減少し、売上高、セグメント利益ともに前期比で大幅減となった。

### 四半期毎の業績の推移



### 通期業績の比較



## Ⅲ. 業績予想

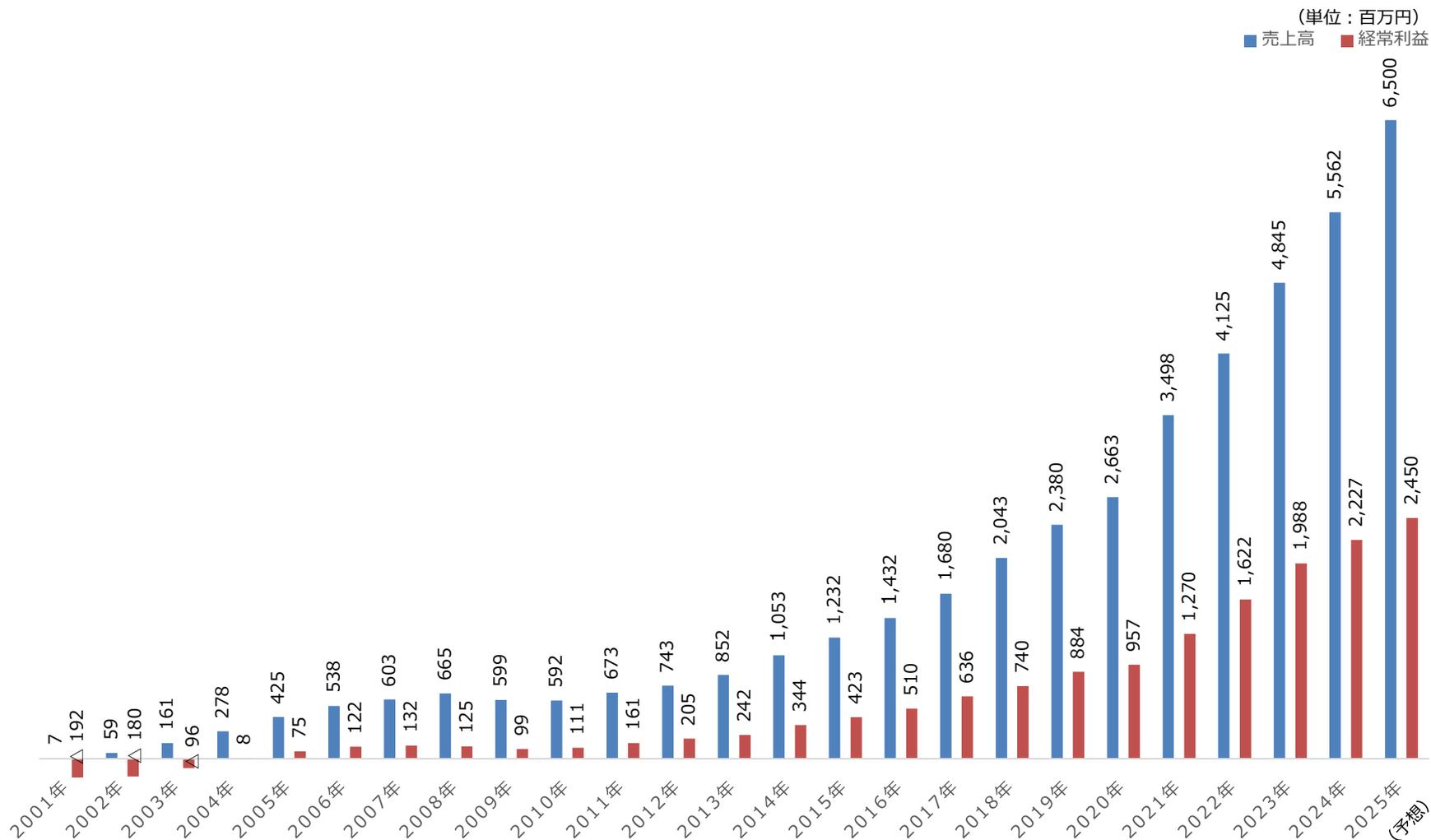
# 通期業績予想 1/2

(単位：百万円)

|                 | 2024年<br>12月期実績 | 2025年<br>12月期計画 | 前期比<br>(%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| 連結売上高           | 5,562           | 6,500           | +16.9%     |
| 連結営業利益          | 2,216           | 2,450           | +10.6%     |
| 連結経常利益          | 2,227           | 2,450           | +10.0%     |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 1,577           | 1,710           | +8.4%      |

※1 2025年12月期計画の前提となる為替レートは下記の通り。  
USD152円、EUR162円、CNY21.5円

## 15期連続で最高益更新の見通し

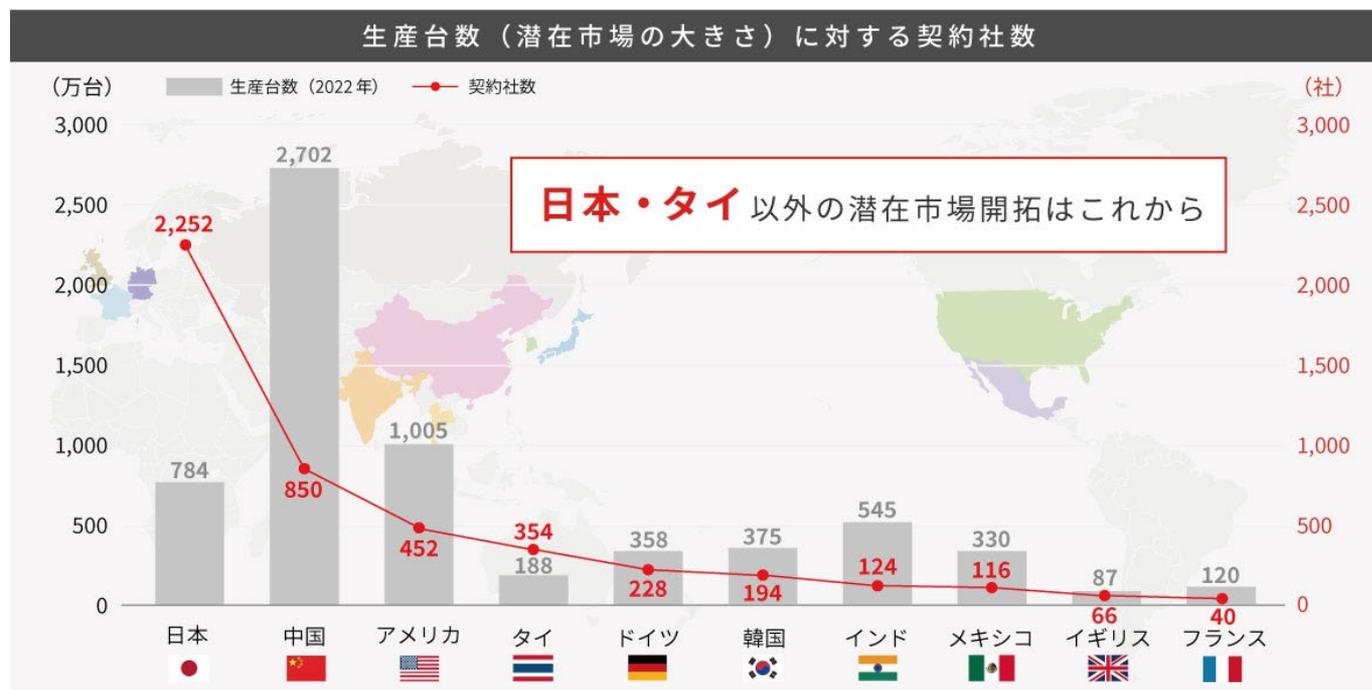


# IV. 成長戦略

# 1. グローバル化

中国、米国、インドなど引き続き販売台数の増加が期待できる国に所在する企業は今後も成長が期待できる。当該企業を中心に営業活動を推進することで新規契約獲得の増加を図り、グローバル化を加速させる。

- 中国における同国地場のメーカーの勢いは顕著となっている。2024年に設立したMarkLines (Shenzhen) Co., Ltd.及び福岡コールセンターの体制を強化し中国ローカルメーカーの開拓を推進する。
- 米国、インドなど販売台数増加が見込める国の企業の開拓に注力するため、米・墨・印の子会社の体制強化を推進する。

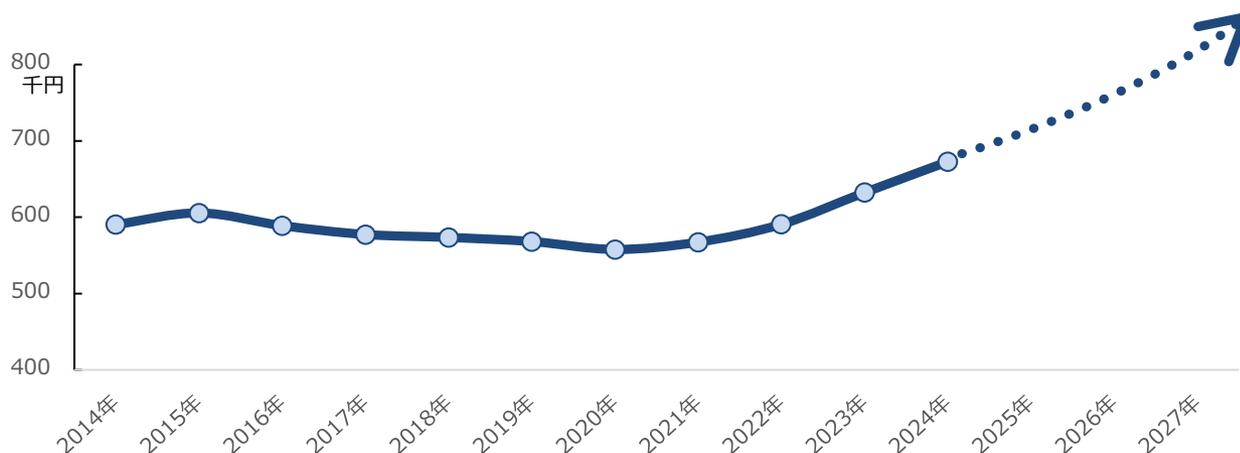


## 2. アップセルの推進

情報プラットフォームの既存顧客の中には、現状アカウント数は少ないが組織の規模から潜在的により多くの方々にご利用いただく余地がある企業が多く存在する。これらの企業に働きかけ、より大きな契約への切り替えを推進し、売上高の極大化を図る。

- 既存顧客のうち、企業規模からより多くの利用者が見込める企業に対し、グローバル、複数社の契約への切り替えを推進する。
- 営業・企画部門のみの利用企業については、開発・購買部門などに働きかけ様々な部門でご活用いただけるような活動を推進する。

情報プラットフォーム平均契約単価



### 3. 事業部間のクロスセル促進

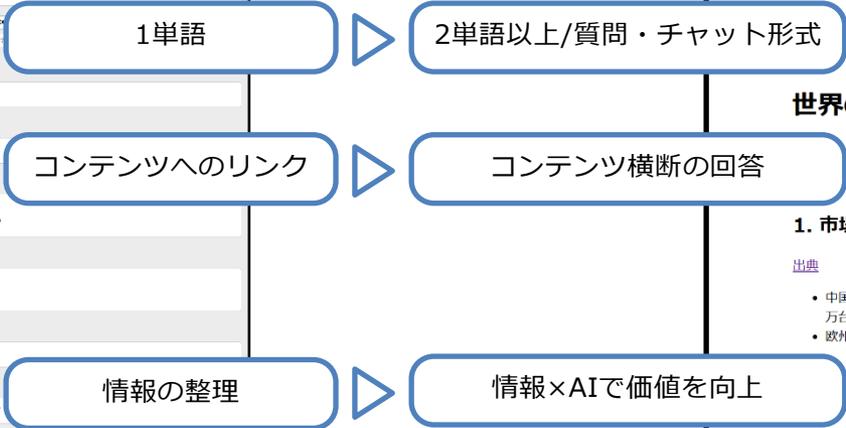
2024年度にベンチマークセンターを稼働させるなど、これまでより幅広い領域に係るニーズに対応できる体制が整った。今後は、各事業部間でこれまでより綿密に連携し、顧客が抱える様々な課題に対し、当社が最適なソリューションをまとめて提供できるような活動を推進する。



# 4. 情報プラットフォーム × 生成AI

生成AIを活用し利用者の利便性向上を図る取り組みの第一弾として、「AIナビ」を実装した。今期はその第二弾として対話型AIを活用し、質問の内容に応じたコンテンツを抽出し複合的な回答を生成する機能を開発中。

## AIナビ（現状）



## 対話型AIイメージ

### 世界の電気自動車市場トレンド分析レポート

1. 市場概況と普及状況
 

出典

  - 中国市場では2023年時点でNEV（新エネルギー車）の浸透率が35%を超え、販売台数は1,000万台レベルに到達
  - 欧州市場ではNEV浸透率が30%に近づいており、中国以外の市場での成長機会が期待される
  
2. 市場の課題
 

出典

**収益性の問題**

  - 中国国内の70以上の乗用車ブランドのうち、収益を上げているEVブランドは4-5社のみ
  - 多品種少量生産、高コスト、大きな損失という課題を抱える

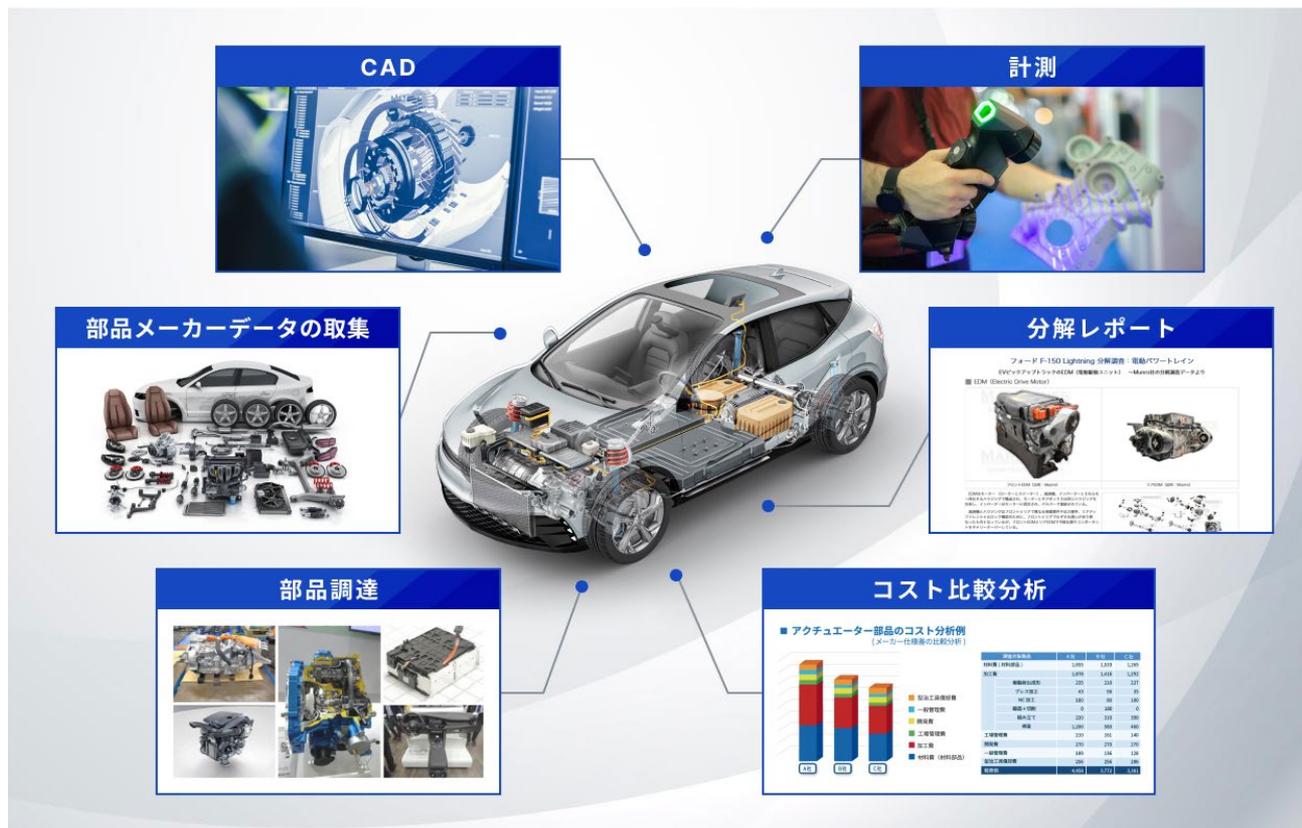
**技術・供給面の課題**

  - 主要原材料の自社調達が困難
    - リチウムの65%が輸入依存
    - ニッケルとコバルトは90%が輸入
  - 自動車用チップやOSなどの核心技術の供給リスク
  
3. 将来展望
 

出典

# 5. リバーズエンジニアリング分野の強化

ベンチマークセンター稼働に伴い、当社が実車両を調達し、独自に分解することで3現主義（現地、現物、現実）を実現することができるようになった。これまでより深く、さらに幅広い分析活動を通じてリバーズエンジニアリング分野のサービス強化を推進する。



## 6. ソフトウェア分野への進出

次世代モビリティでは、車両の機能がソフトウェアによって定義されるSDV（ソフトウェア定義型車両）が重要な要素となっている。このような環境の中、当社は主に日本企業のソフトウェア開発を支援するためにスマートカー向けハード、ソフト製品に実績のあるHuaqin Technology Co., Ltd.（中国）と合併会社を設立しソフトウェア開発受託事業を開始する。

| 合併会社の概要 |  |
|---------|--|
| 名称      | 未定   |
| 事業内容    | 日本市場における車載向けソフトウェアの開発受託サービス                                |
| 所在地     | 東京都千代田区永田町2-11-1<br>山王パークタワー14F                            |
| 設立      | 2025年3月（予定）  |
| 資本金     | 90百万円（予定）  |
| 出資者及び比率 | マークラインズ：51%<br>華勤技術股份有限公司（Huaqin Technology Co., Ltd.）：49% |

# V. 参考情報

## ■ 各事業部のセグメント計算方法の変更 1/4

当社では、『事業部別セグメント損益』については、2024年第2四半期まで『調整額』として記載していた役員報酬、間接部門の人件費及びオフィスの賃料などの全社費用を第3四半期から全額、各事業部の人員数に応じて各事業部に配賦したため、同四半期から各事業部のセグメント損益は表面上、悪化した記載となりました。これは、各事業の損益を正確に算出するために行ったもので最終損益には影響ありません。

下記は、従来の計算方法及び現在の計算方法双方のセグメント損益を四半期ごとに記載したものです。

### 情報プラットフォーム事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1  | 2024Q2  | 2024Q3   | 2024Q4   | FY2024    |
|--------------------------------|---------|---------|----------|----------|-----------|
| 売上高                            | 861,923 | 910,808 | 890,856  | 966,265  | 3,629,853 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 518,581 | 555,549 | 582,152  | 607,307  | 2,263,591 |
| 共通費配賦額                         | -94,636 | -93,209 | -102,070 | -104,506 | -394,423  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 423,945 | 462,339 | 480,081  | 502,801  | 1,869,167 |

### プロモーション広告事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3 | 2024Q4 | FY2024  |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 売上高                            | 29,313 | 25,964 | 25,056 | 32,852 | 113,187 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 26,198 | 22,780 | 23,453 | 31,581 | 104,014 |
| 共通費配賦額                         | -2,259 | -2,198 | -1,588 | -1,623 | -7,670  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 23,939 | 20,581 | 21,865 | 29,957 | 96,343  |

- ※ セグメント利益又はセグメント損失（2024Q2までの計算方法）：従来の計算方法  
 セグメント利益又はセグメント損失（2024Q3以降の計算方法）：現在の計算方法  
 共通費配賦額：第2四半期までの調整値（全社費用）

## ■ 各事業部のセグメント計算方法の変更 2/4

### コンサルティング事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1  | 2024Q2  | 2024Q3  | 2024Q4  | FY2024  |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 売上高                            | 271,240 | 42,900  | 52,160  | 259,620 | 625,920 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 103,556 | -18,363 | -10,826 | 81,807  | 156,173 |
| 共通費配賦額                         | -15,131 | -21,061 | -27,804 | -26,450 | -90,446 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 88,425  | -39,424 | -38,630 | 55,357  | 65,727  |

### 市場予測情報販売事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3 | 2024Q4 | FY2024  |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 売上高                            | 63,578 | 94,372 | 54,344 | 83,361 | 295,657 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 19,760 | 30,077 | 18,424 | 27,267 | 95,530  |
| 共通費配賦額                         | -1,129 | -1,777 | -2,470 | -2,423 | -7,801  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 18,631 | 28,300 | 15,953 | 24,844 | 87,729  |

### 人材紹介事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3  | 2024Q4  | FY2024  |
|--------------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 売上高                            | 23,748 | 19,747 | 16,612  | 18,668  | 78,776  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 5,005  | 318    | -6,808  | -2,137  | -3,621  |
| 共通費配賦額                         | -5,648 | -7,274 | -8,646  | -8,483  | -30,052 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | -642   | -6,955 | -15,454 | -10,621 | -33,673 |

- ※ セグメント利益又はセグメント損失（2024Q2までの計算方法）：従来の計算方法  
 セグメント利益又はセグメント損失（2024Q3以降の計算方法）：現在の計算方法  
 共通費配賦額：第2四半期までの調整額（全社費用）

## ■ 各事業部のセグメント計算方法の変更 3/4

### 車両・部品調達代行事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1  | 2024Q2 | 2024Q3  | 2024Q4  | FY2024  |
|--------------------------------|---------|--------|---------|---------|---------|
| 売上高                            | 154,232 | 80,595 | 145,188 | 114,741 | 494,756 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 28,748  | 6,076  | 30,355  | 17,545  | 82,725  |
| 共通費配賦額                         | -5,688  | -6,533 | -10,234 | -10,082 | -32,539 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 23,060  | -457   | 20,120  | 7,462   | 50,186  |

### 分解調査データ販売事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3 | 2024Q4 | FY2024  |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 売上高                            | 82,107 | 11,912 | 11,405 | 81,166 | 186,591 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 33,523 | 6,875  | 2,684  | 30,350 | 73,433  |
| 共通費配賦額                         | -1,079 | -1,241 | -3,327 | -3,338 | -8,987  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 32,443 | 5,633  | -642   | 27,012 | 64,446  |

### 車両分解・計測事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3  | 2024Q4 | FY2024  |
|--------------------------------|--------|--------|---------|--------|---------|
| 売上高                            | 93,600 | 0      | 0       | 4,560  | 98,160  |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 36,341 | -2     | -7,208  | -1,107 | 28,023  |
| 共通費配賦額                         | -3,388 | 0      | -5,771  | -7,889 | -17,049 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 32,952 | -2     | -12,979 | -8,996 | 10,974  |

- ※ セグメント利益又はセグメント損失（2024Q2までの計算方法）：従来の計算方法  
 セグメント利益又はセグメント損失（2024Q3以降の計算方法）：現在の計算方法  
 共通費配賦額：第2四半期までの調整額（全社費用）

## ■ 各事業部のセグメント計算方法の変更 4/4

### 自動車ファンド事業

(単位：千円)

|                                | 2024Q1 | 2024Q2 | 2024Q3 | 2024Q4 | FY2024 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高                            | 9,746  | 9,746  | 9,853  | 9,853  | 39,200 |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q2までの計算方法) | 1,315  | -384   | 1,448  | 2,824  | 5,203  |
| 共通費配賦額                         | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| セグメント利益又は損失<br>(2024Q3までの計算方法) | 1,315  | -384   | 1,448  | 2,824  | 5,203  |

- ※ セグメント利益又はセグメント損失（2024Q2までの計算方法）：従来の計算方法  
 セグメント利益又はセグメント損失（2024Q3以降の計算方法）：現在の計算方法  
 共通費配賦額：第2四半期までの調整額（全社費用）