



株式会社ZUU
(東証グロース：4387)

事業計画及び成長可能性に関する事項

金融×ITでイノベーションを
誰もが夢に向かって走ることができる世界を実現する

01 — 会社概要

02 — 事業概要と収益構造

03 — 市場環境と競争力の源泉

04 — 成長戦略

05 — 各領域の主要KPI

06 — 主要リスクと対策

01 — 会社概要

概要 持続可能な社会の実現に向けて、ZUUグループの理念体系を整備

持続可能な社会の実現に向けて、創業時のMV（ミッション・ビジョン）の経営理念体系を見直し。新たに自社の社会的存在意義（＝パーパス）、経営課題（＝マテリアリティ）として理念体系を整理。

MISSION ———— 世界に、熱を。人に、可能性を。

VISION ———— 90億人が平等に学び、競争し、夢に挑戦できる世界の実現



新たな理念体系

パーパス
— Purpose —

マテリアリティ
— Materiality —

PURPOSE

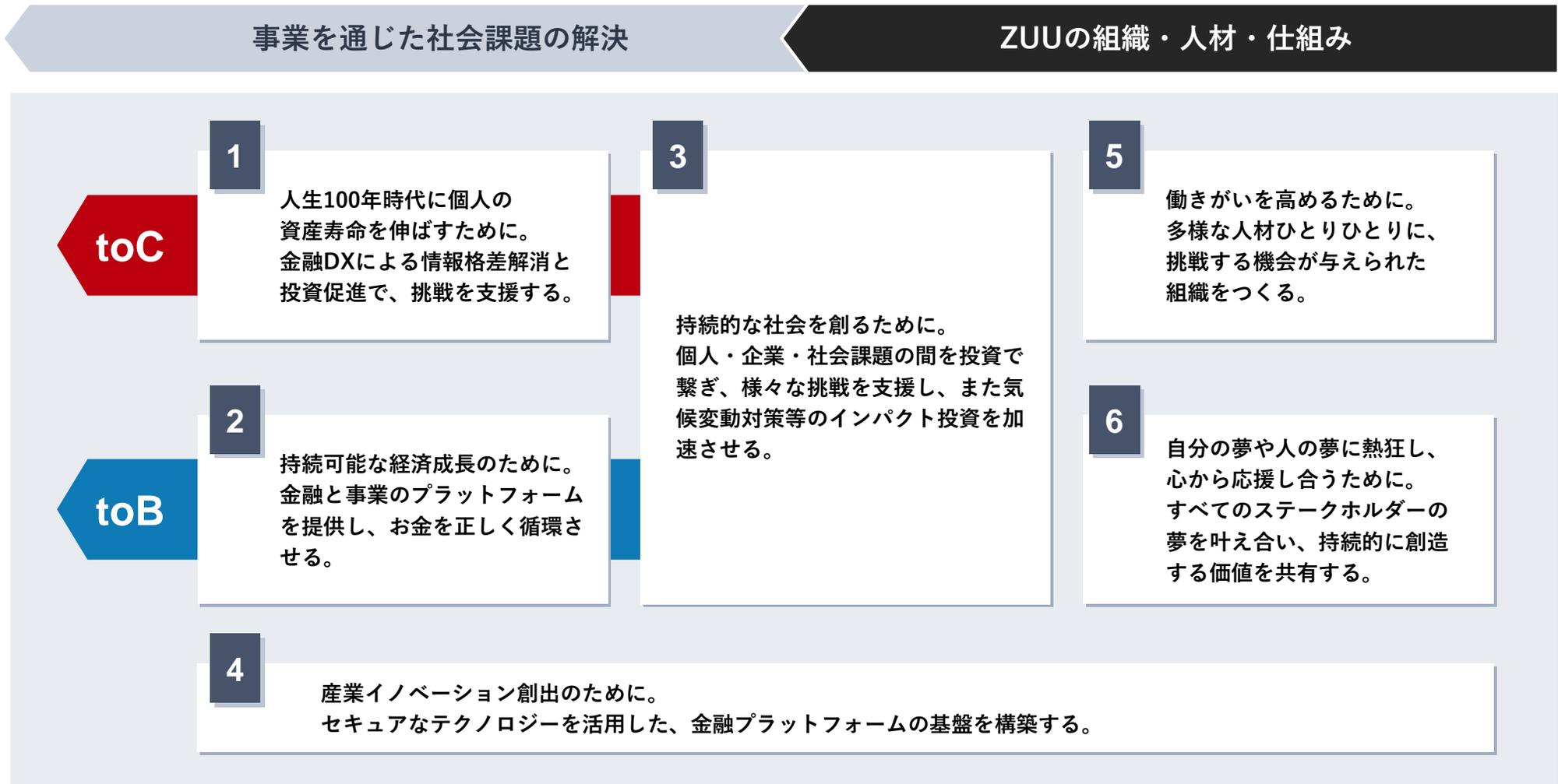
機会格差を解消し、 持続的に挑戦できる世界へ

挑戦を加速させていく資本へのアクセシビリティを自由に解放し、
世の中に存在するさまざまな機会の格差を解消する。

そして、90億人が自分の夢や人の夢に熱狂し、心から応援し合いながら、
ともに挑戦を楽しみ続けている世界を実現する。

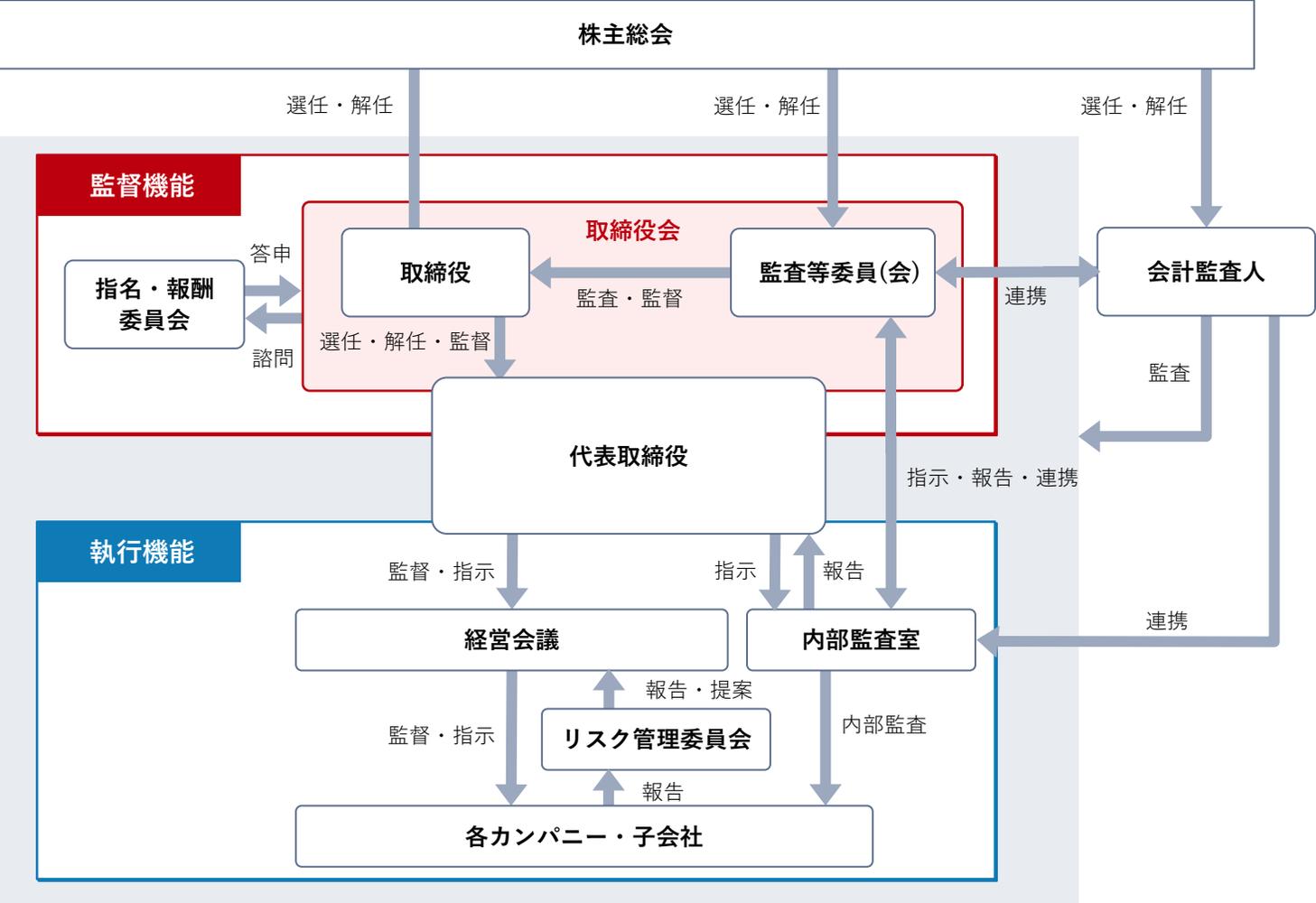
概要 ZUUグループのマテリアリティ

新しく策定した理念（パーパス）で掲げた社会、会社像を実現するために、解決すべき6つの経営課題（マテリアリティ）を特定。当社が事業を通じて解決すべき課題を以下のように整理。



概要 コーポレート・ガバナンス体制を強化

ESG観点を含め、ガバナンスの更なる強化による企業価値向上を目指し、経営の透明性・客観性の強化を目的に、監査等委員会設置会社へ機関設計を変更（2022年6月開催の株主総会での承認決議が前提）。



体制における変更点

- ① 監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行
- ② 独立社外取締役（監査等委員である取締役含む）が取締役会の過半数を占める構成に変更
- ③ 社外取締役が委員長及び過半数を占める任意の指名・報酬委員会を設置

など

概要 会社概要

2013年の創業以降、順調に成長。メディア・プラットフォームを基盤に個人・法人向けに事業を展開。

■ 社名 株式会社ZUU (ZUU Co.,Ltd.)

■ 住所 東京都目黒区青葉台3-6-28 住友不動産青葉台タワー9F

■ 代表者 代表取締役 富田 和成

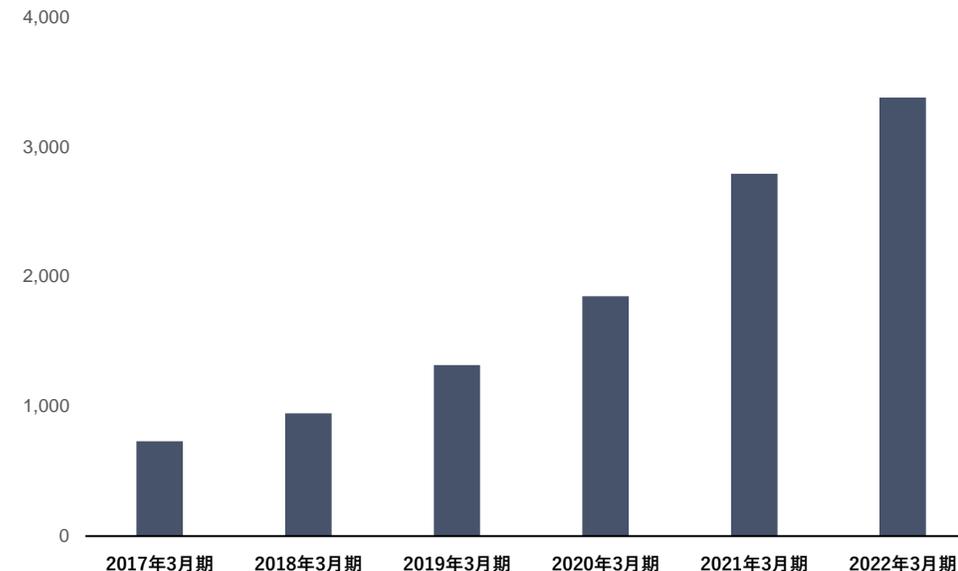
■ 設立 2013年4月2日

■ 従業員数 126名 (臨時雇用除く、2021年12月末時点)

■ 事業内容
(子会社含む)

- ・ アッパーマス～富裕層向けメディア・プラットフォームの運営
- ・ 金融機関向けDX支援
- ・ SMB向け組織マネジメントSaaS・コンサルティングの提供
- ・ 各種クラウドファンディングサービスの運営
- ・ その他

(単位：百万円)



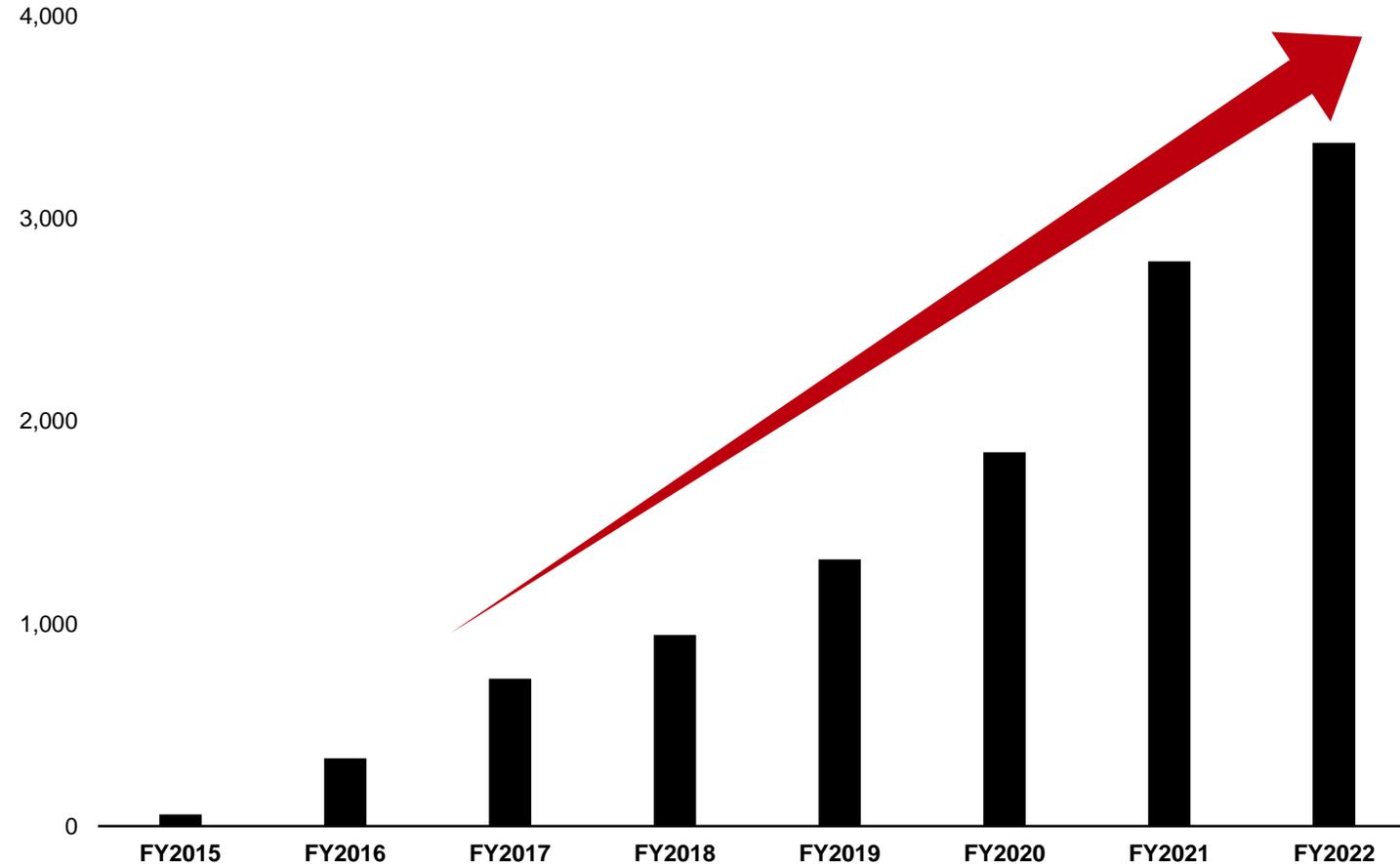
(単位：百万円)

売上高	729	944	1,317	1,847	2,789	3,376
営業利益	△15	71	182	△106	14	△244
純利益	△46	44	107	△92	△343	△200
総資産	662	725	1,238	1,354	2,053	2,036
自己資本比率	78%	78%	80%	63%	63%	60%

概要 先行投資による高成長を実現

2017年3月期から2022年3月期の年平均成長率（CAGR）は35.9%と高成長を維持。

(単位：百万円)



年平均成長率
35.9%
(2017年3月期-2022年3月期)

金融およびIT両面で経験豊富な経営体制により、金融再創造を促進。さらなる企業価値向上を目指す。

I 取締役



富田 和成

代表取締役

- 一橋大学卒業。シンガポールマネジメント大学 ビジネススクールMWM修了
- IT関連で起業後、新卒で野村證券に入社し、本社の富裕層向けプライベート・バンキング業務、ASEAN地域の経営戦略等を経験
- 金融、IT両面の知見を有し、独自に体系化した「鬼速PDCA」経営を確立



五味 廣文

社外取締役

- 東京大学法学部卒業。ハーバード大学ロースクール (LL.M.) 修了
- 大蔵省（現 財務省）入省。金融庁検査部長・局長、監督局長、金融庁長官を歴任
- 2019年当社取締役。日本の金融行政に精通



原田 佑介

取締役

- 早稲田大学卒業
- 株式会社ベンチャー・リンクにて中小企業の経営コンサルティング業務に従事後、株式会社ディー・エヌ・エーにて月間数億円規模のゲーム創出に貢献
- 2014年当社入社。ITビジネスに精通し、創業からメディアプラットフォームの成長を牽引



松尾 泰一

社外取締役

- 東京大学経済学部卒業。ハーバード大学ハーバード・ビジネス・スクール (AMP) 修了
- 日本長期信用銀行入行、通産省出向
- 伊藤忠商事入社。日本オンライン証券（現カブドットコム証券）を設立
- イーバンク銀行（現楽天銀行）創業、代表取締役就任



樋口 拓郎

取締役

- 上智大学法学部卒業
- 株式会社リクルートにてIT事業子会社の立ち上げに従事後、株式会社カカコムにて食ブログの事業開発・マーケティング部門を担当
- 2016年当社入社。エンジニア組織の拡大をリードし、人事・組織開発部門を管掌



藤田 勉

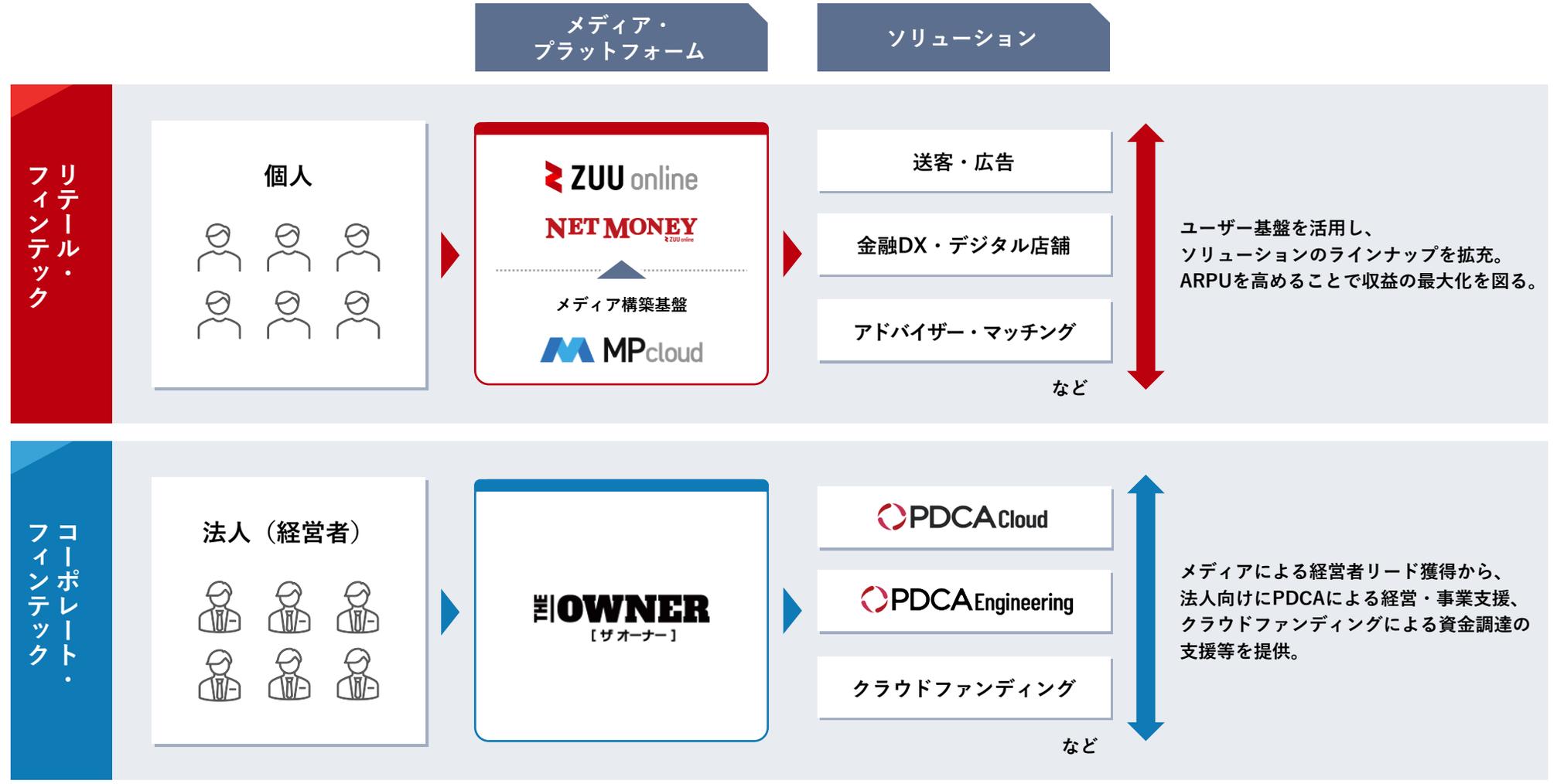
社外取締役

- 一橋大学大学院修了、博士（経営法）
- 山一証券で日本株ポートフォリオマネージャーを務め、シティグループ証券在籍中の2006年から日経ヴェリタス人気アナリストランキング日本株ストラテジスト部門5年連続1位を獲得
- シティグループ証券取締役副会長、経済産業省企業価値研究会委員などを歴任

02 ——— 事業概要と収益構造

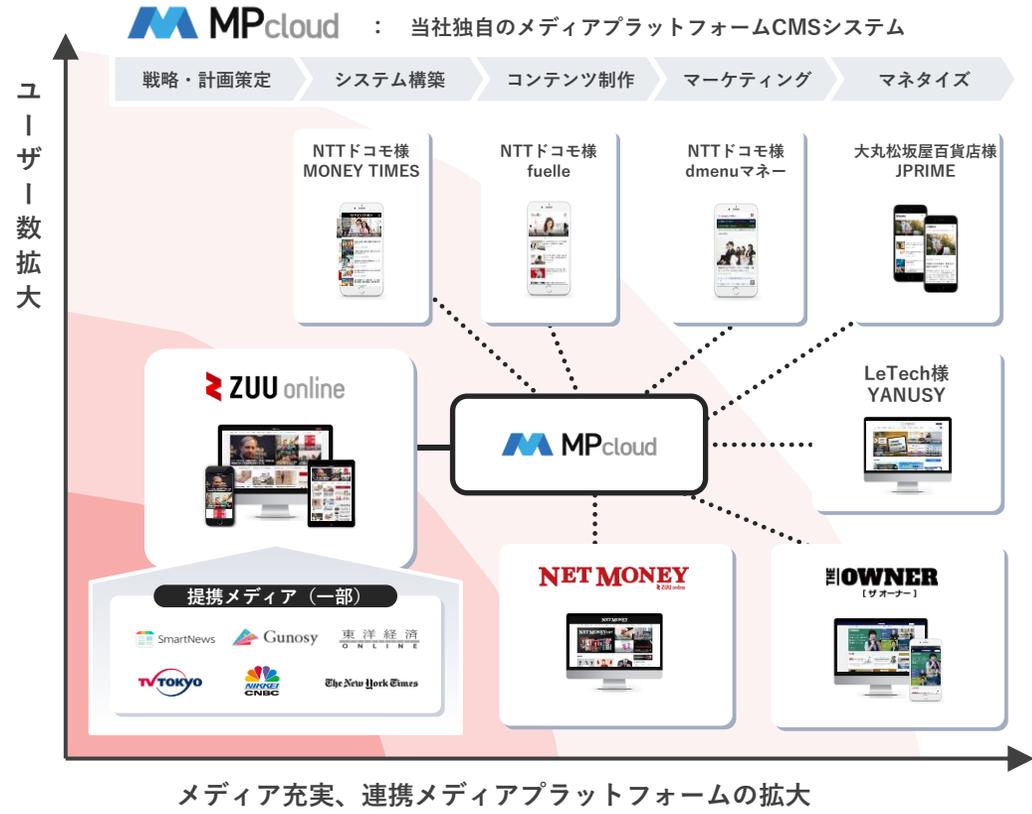
事業 事業概要：メディア・プラットフォームを中心にエコシステムを構築

個人・法人向けにメディア・プラットフォームで集めたユーザーにさまざまなソリューションを提供。
ユーザーあたり収益性の向上を図る。



事業 **ビジネスモデル①：リテール・フィンテック領域（個人向け）**

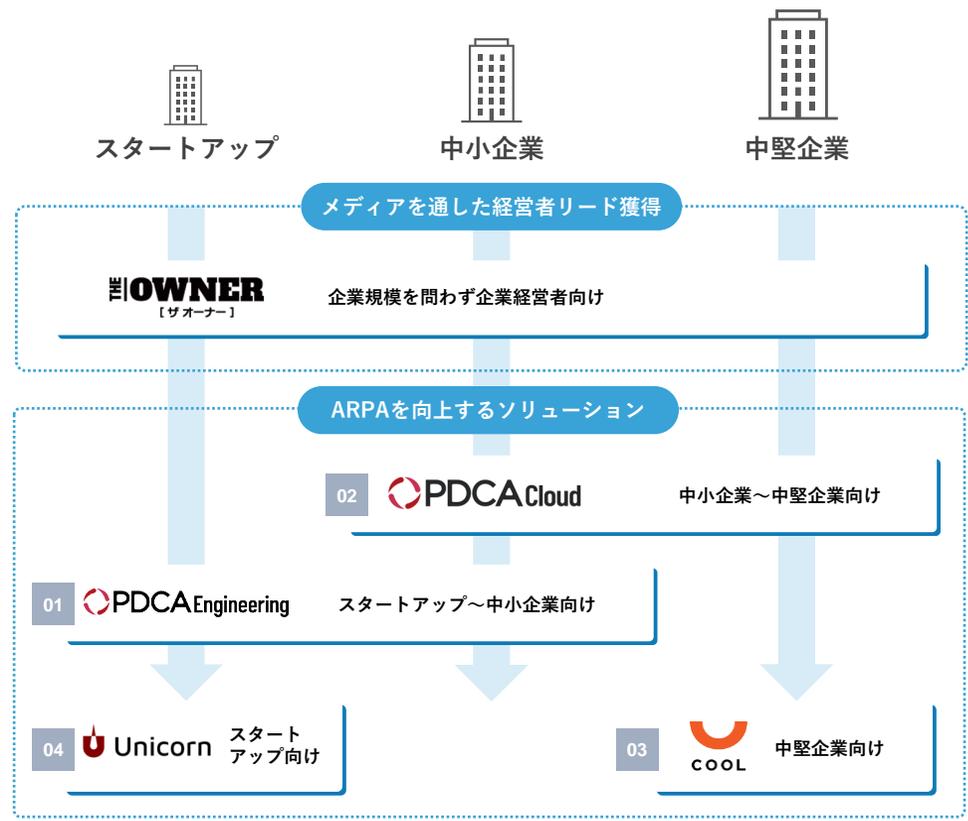
金融経済メディア『ZUU online』の運営及びその基盤であるCMS『MP Cloud』の他社展開によるメディア構築支援を推進。『MP Cloud』を中心としたユーザー基盤の拡大、ユーザーとソリューションのマッチングによるARPU向上を目指す。



- 01 **送客・広告**
金融商品・ウェビナー告知等、ユーザーニーズと企業ニーズのマッチング
- 02 **金融DX・デジタル店舗**
金融機関等のデジタル店舗設置と信用スコア開発等によるDX支援
- 03 **アドバイザー・マッチング**
富裕層向け資産運用コンサルティング「ウェルス・マネジメント」の提供等
- 04 **有料会員**
会員向け質の高い金融関連コンテンツの提供

事業 **ビジネスモデル②：コーポレート・フィンテック領域（法人向け）**

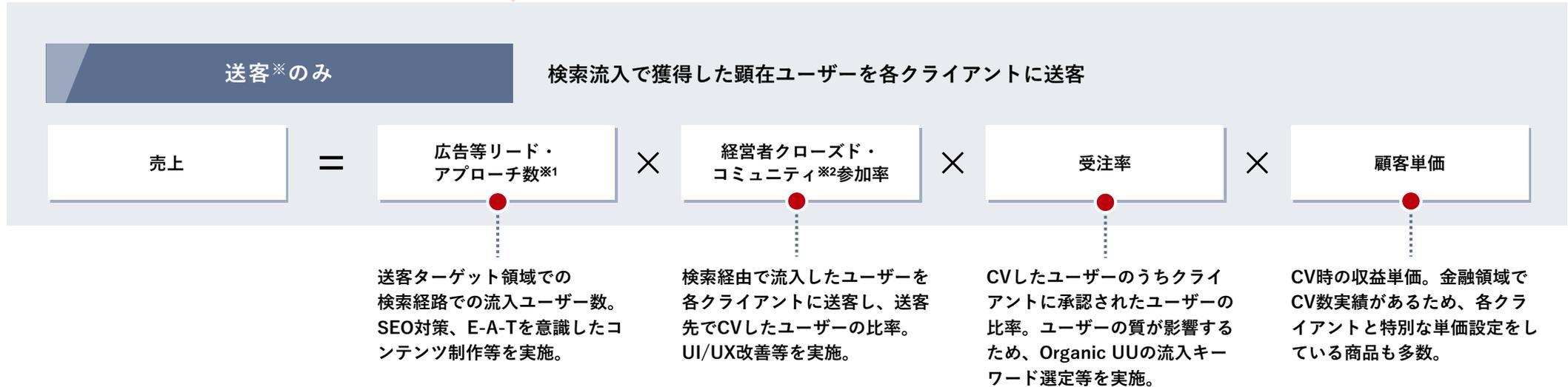
経営者向けメディア『THE OWNER』の成長により経営者リードを効率的に獲得。経営者リードへのPDCAサービス提供による経営・事業成長支援、クラウドファンディング・サービス提供による資金調達支援など、SMB顧客へのトータル・ソリューションを提供。



- 01 **PDCA Engineering**
鬼速PDCAメソッドを用いた事業成長のための組織コンサルティング
- 02 **PDCA Cloud**
組織コンサルティングSaaSを提供し、業務標準化やKPI管理、オンボーディングを支援
- 03 **融資型クラウドファンディング**
融資型クラウドファンディングサービス『COOL』を用いた資金調達支援
- 04 **株式型クラウドファンディング**
株式型クラウドファンディング『Unicorn』での未上場企業向けエクイティ資金調達支援
- 05 **M&A仲介・マッチング**
メディアの法人会員及び顧客からのM&Aニーズに日本M&Aセンター社と連携対応

収益 収益構造①：リテール・フィンテック領域（個人向け）

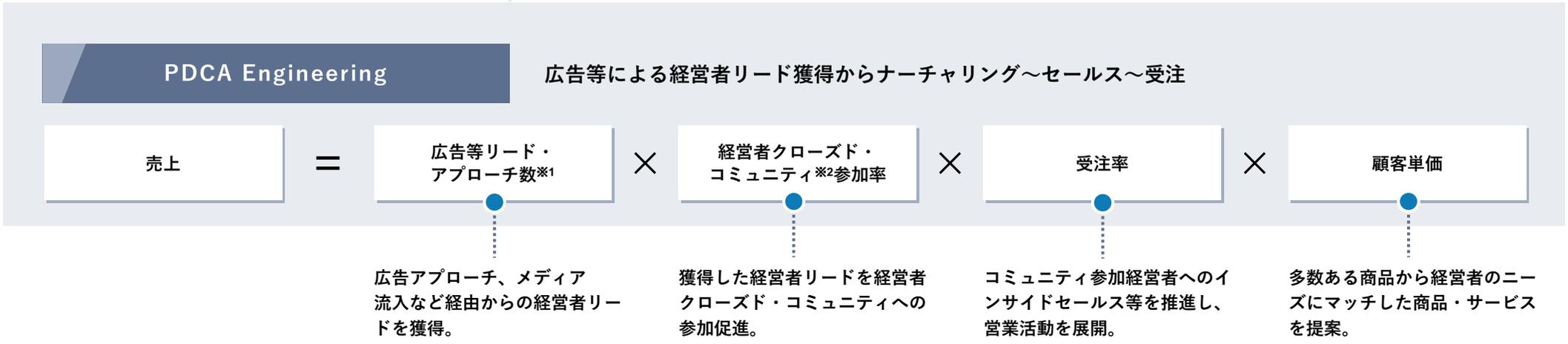
「送客・広告」の中でも特に送客売上がリテール・フィンテックの売上を牽引。送客の収益モデルを構成する各要素（Organic UU、CVR、承認率、送客単価）の改善を実施し、全体収益の向上を推進。



※ 『NET MONEY』を中心に金融関連の1stアクションするユーザー（口座開設、クレジットカードの発行等）を金融機関に送客して申し込みを促進する事業モデル。

収益 収益構造②：コーポレート・フィンテック領域（法人向け）

広告等による認知拡大から経営者向けメディア『THE OWNER』経由での経営者リード獲得、経営者リードへのインサイドセールス・フィールドセールスによる商品・サービスのマッチングを推進。最も大きい売上である『PDCA Engineering』を主力商品として営業活動を展開。

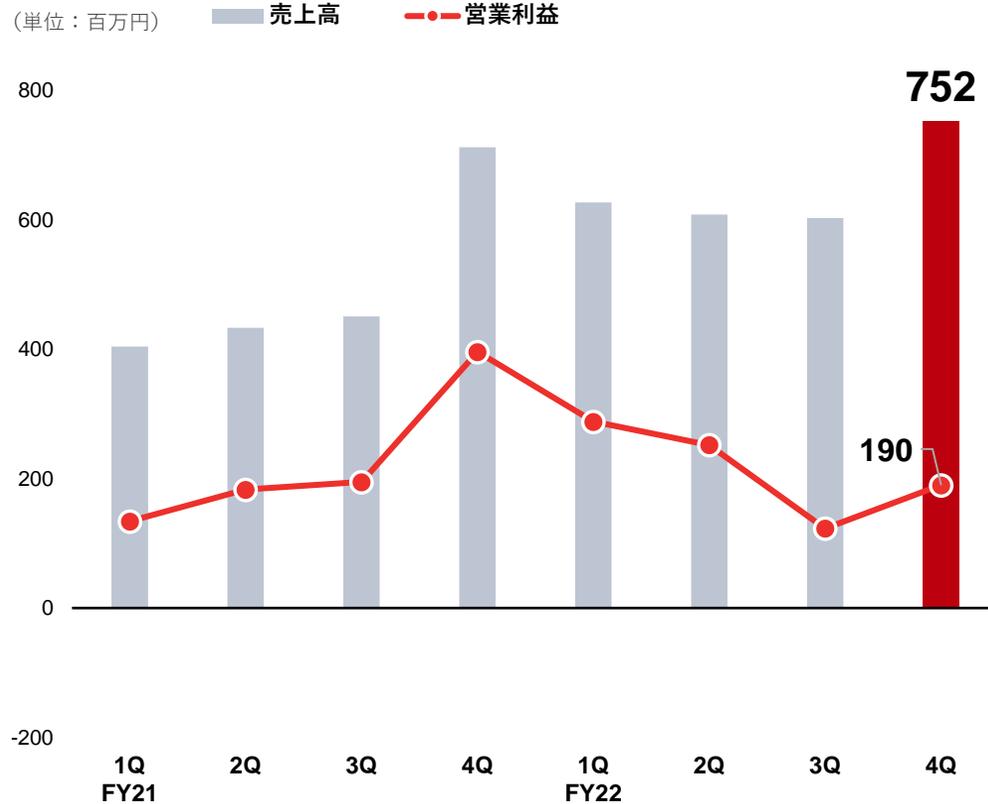


※1 広告、メディア、スポンサー紹介、検索経由などで獲得したアプローチ可能な経営者リード数。
 ※2 獲得した経営者リードに対して実施している情報提供・勉強会等。

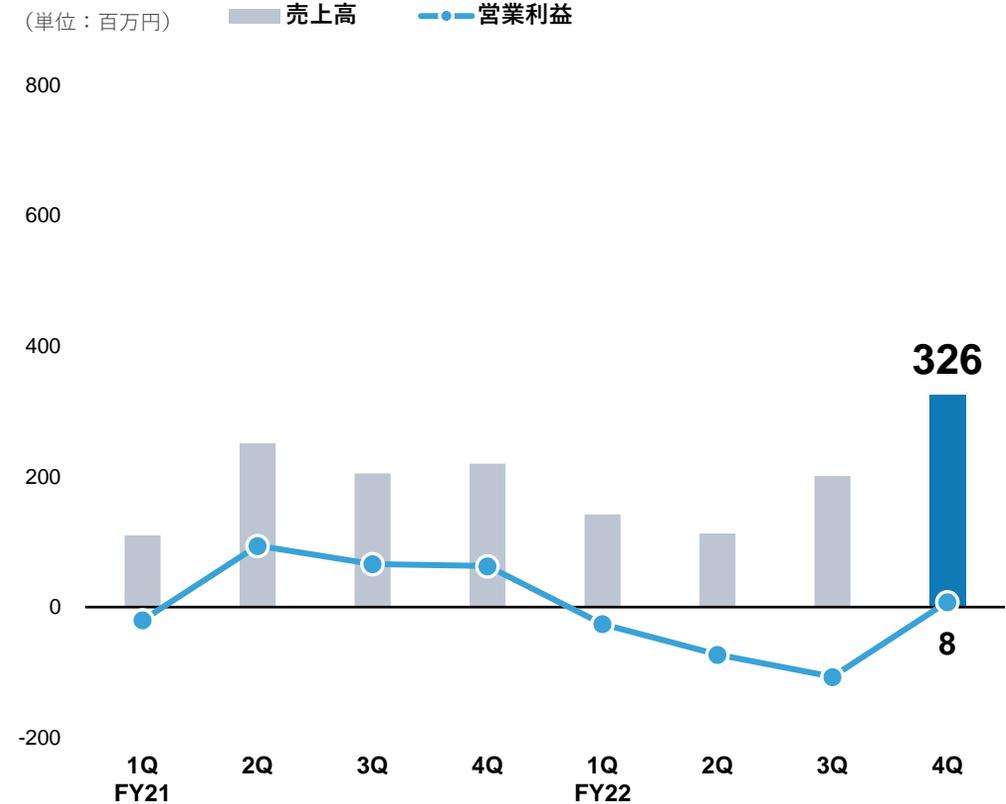
業績 領域別・四半期業績の推移

リテール・フィンテックは、Googleアルゴリズムの影響から順調に回復。売上高営業利益率はQonQ+4.9pt。
 コーポレート・フィンテックは、第3四半期に実施した広告投資の回収により前年同期比+47.8%増収。四半期単体では黒字化。

リテール・フィンテック



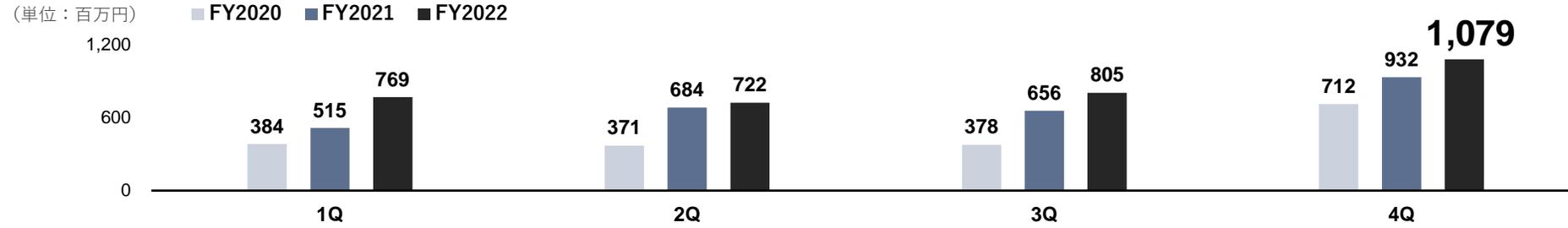
コーポレート・フィンテック



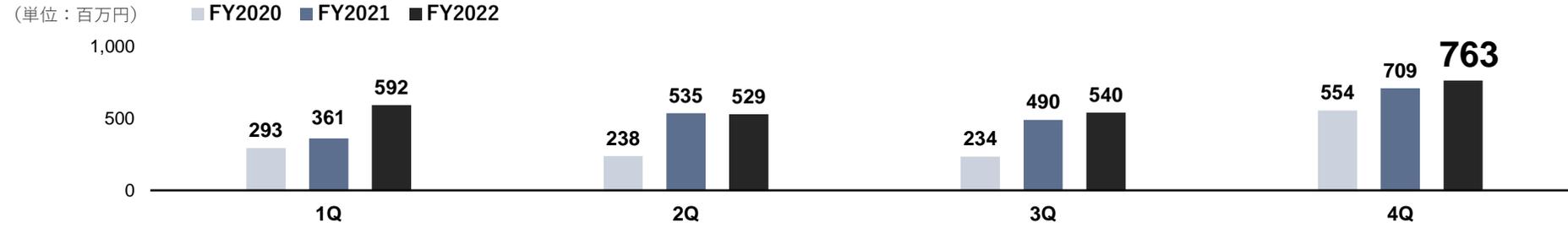
※ 各ドメインに紐づく直接費のみから集計。

業績 連結業績の四半期推移

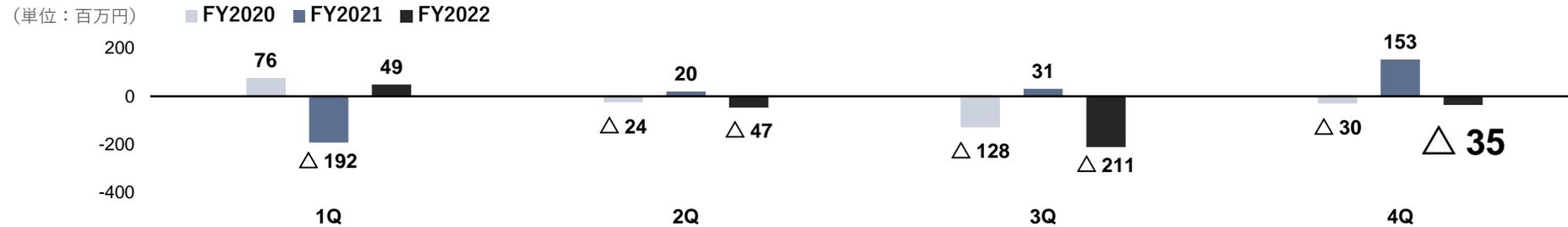
売上高の推移



売上総利益の推移



営業利益の推移

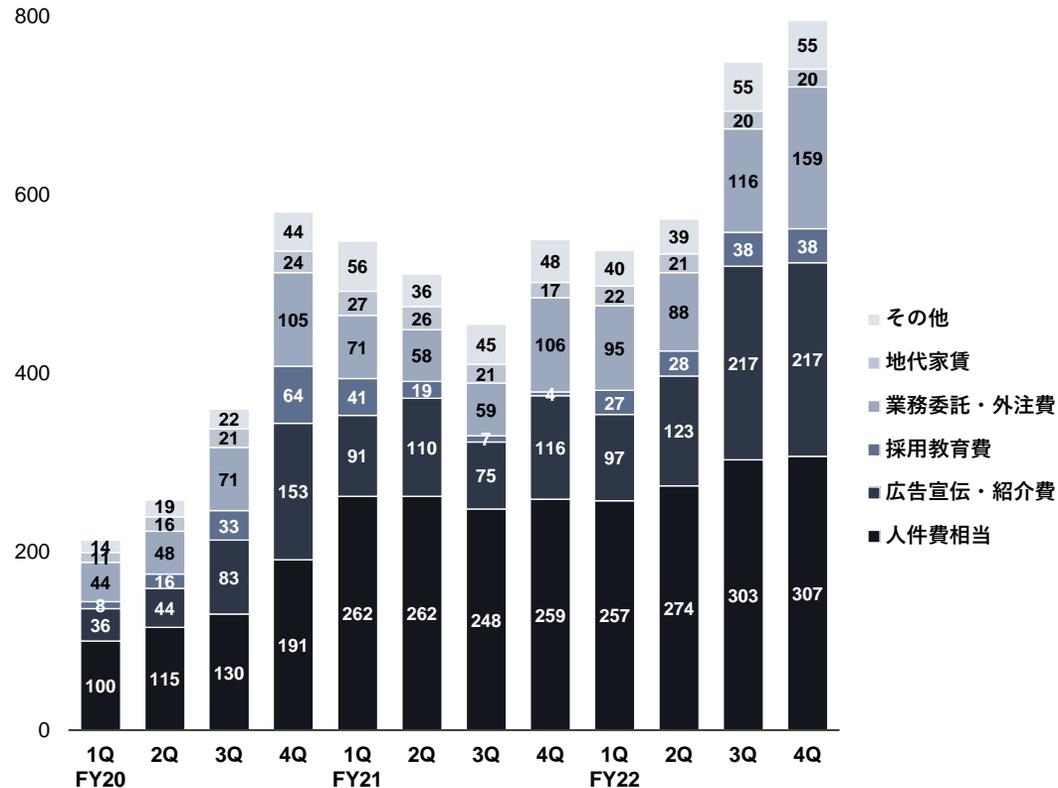


業績 販売費及び一般管理費の四半期推移

コーポレート・フィンテックの広告宣伝費、パーティカル・メディア構築の業務委託費への投資等により、第4四半期の販管費は798百万円（前年同期比+43.9%）に増加。第4四半期は過去最高の売上高を記録するも売上高販管費率は減少。来期はさらに改善見込み。

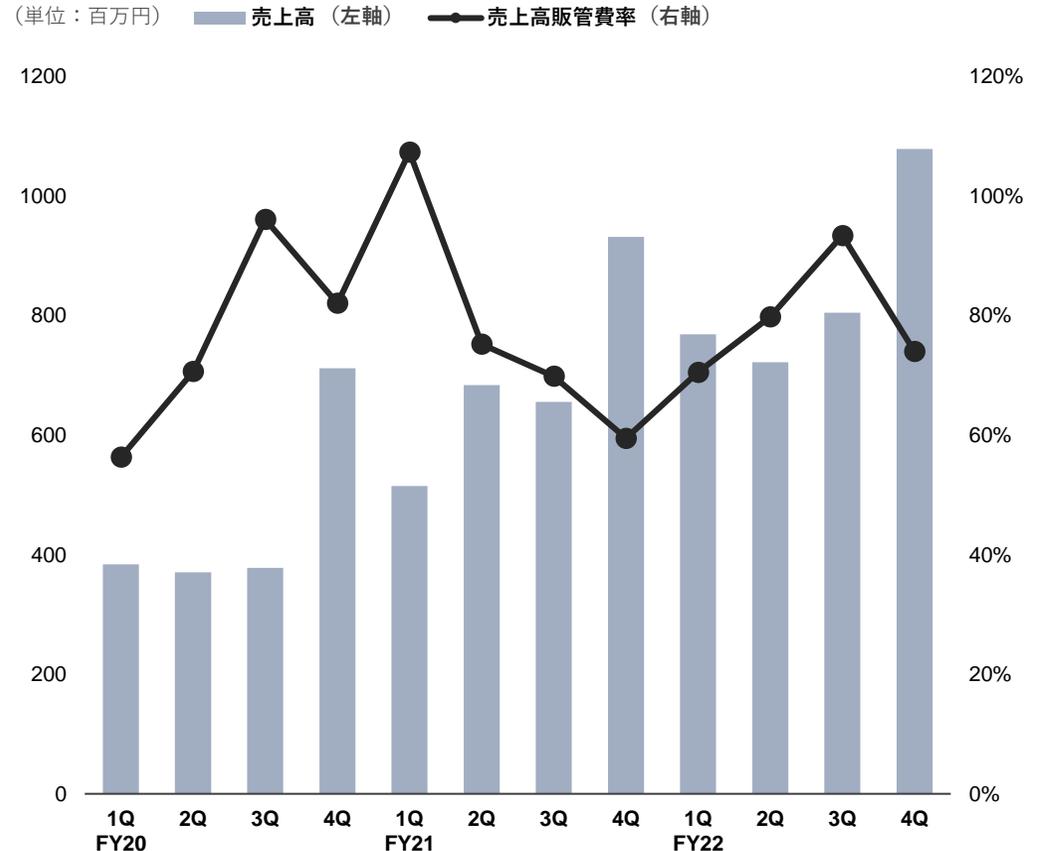
販売費及び一般管理費の四半期推移

(単位：百万円)



売上高販管費率の四半期推移

(単位：百万円)



03 ——— 市場環境と競争力の源泉

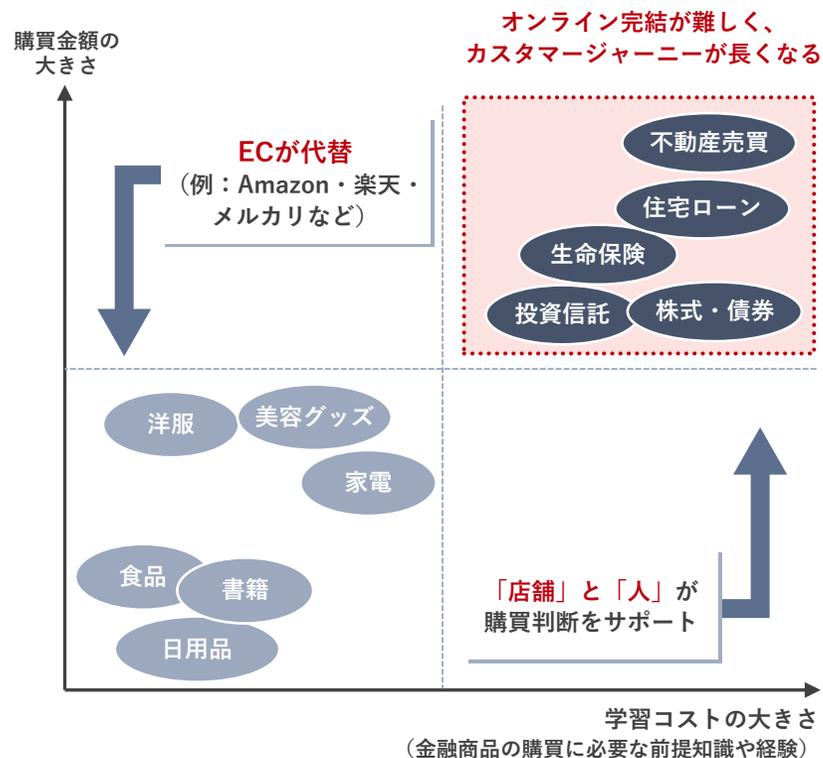
個人、法人、両方のターゲットに向けて金融領域のDXを支援

リテール・フィンテック



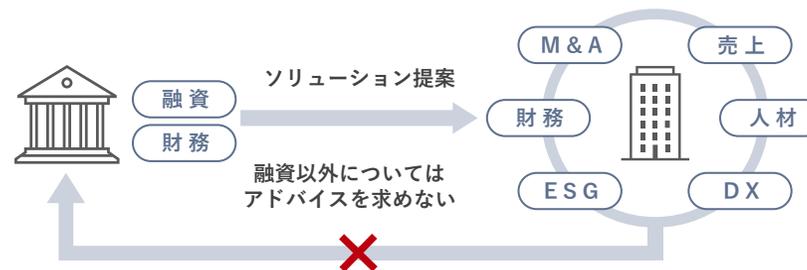
コーポレート・フィンテック

金融商品カスタマージャーニーの特徴



企業と金融機関でのサービス・ギャップ

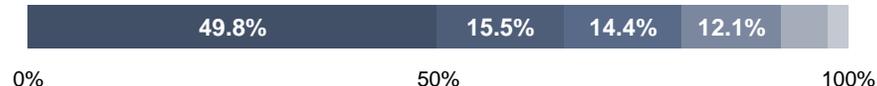
企業を取り巻く課題はコロナでより複雑化し既存の金融機関では解決しきれない



中小企業が重要な経営課題について、相談を実施できていない理由

多くの企業経営者が課題を適切に解決できる相談相手を見つけられていない

- 適切な相談相手とのつながりがないから
- 相談相手の能力がわからないから
- 相談に係る費用負担が生じるから
- 社内で十分に解決が可能だから
- その他
- 近日中に相談を行う予定がある

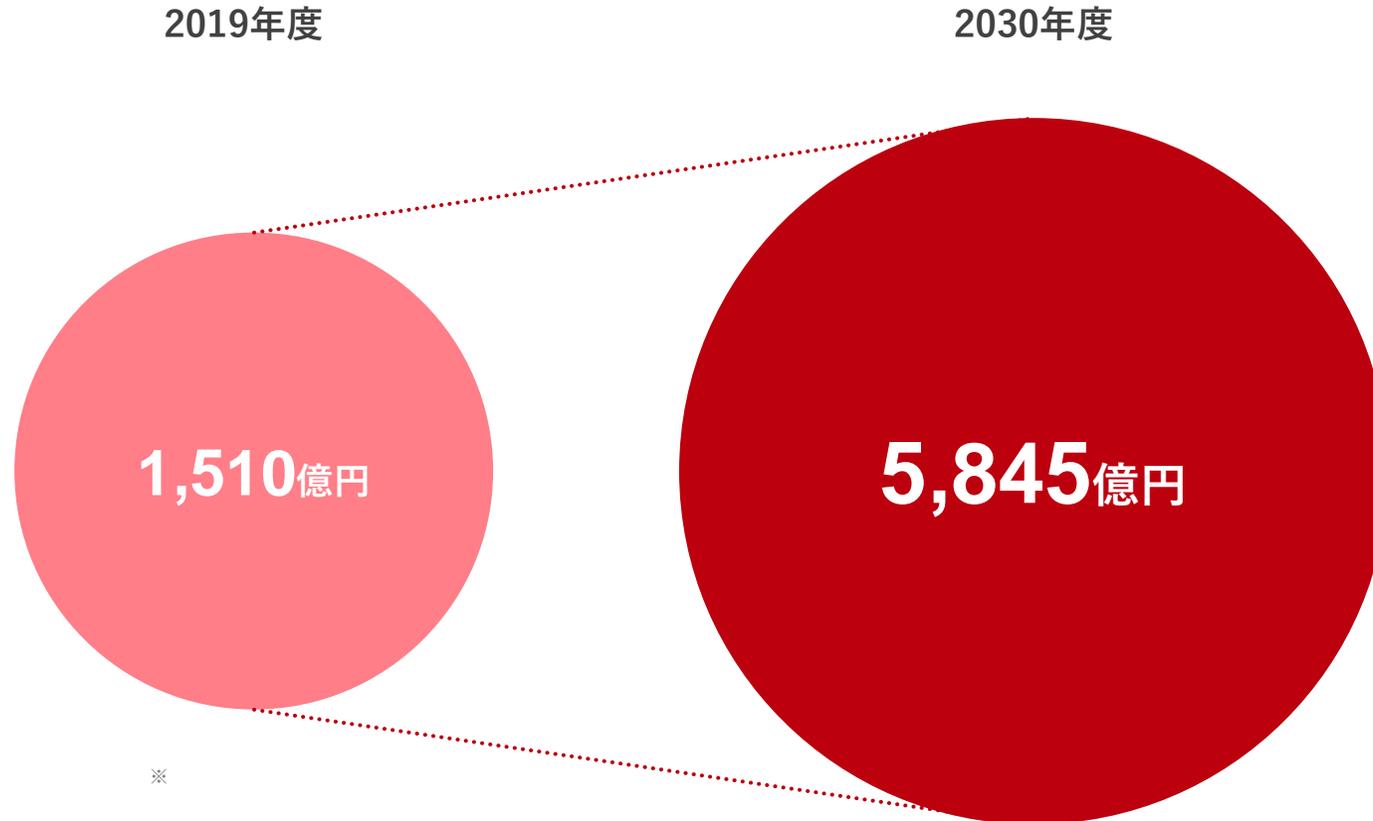


※ 出典：野村総合研究所「中小企業の経営課題と公的支援ニーズに関するアンケート」

リテール・フィンテック領域の市場規模①：金融DX

金融DXの国内市場規模は2019年から2030年にかけて3.9倍、不動産DX市場は5.6倍に増加。
新型コロナウイルス感染症の影響により、デジタル化への投資が加速。

金融DXの市場規模（投資金額）と成長



※

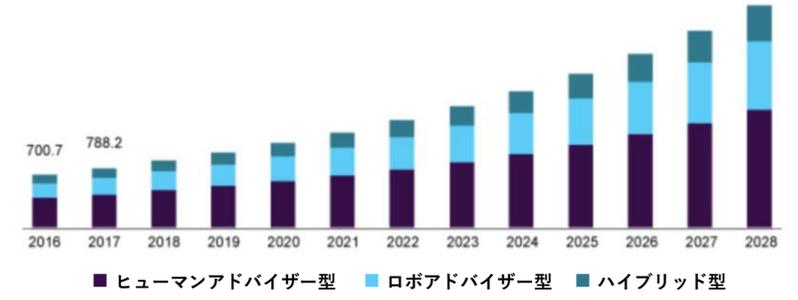
市場 リテール・フィンテック領域の市場規模②：アドバイザー・マッチング

米ウェルス・マネジメント分野では、未だ人のアドバイザーを介したサービスが市場をリード。グローバルのウェルス・マネジメント市場は、2021年で38億ドルの市場規模があり、2022年から2030年にはCAGR13.2%で市場が成長する見込み。米SmartAsset社などのユニコーン企業も登場。

ウェルス・マネジメントのグローバル市場概況

グローバル市場（米国）の
ヒューマンアドバイザー型の比率
58.0% (2021年)

アメリカのウェルス・マネジメント・ソフトウェア市場規模
(アドバイザータイプ別)



※出典：grandviewresearch.com, *Wealth Management Software Market Size, Share & Trends Analysis Report By Advisory Mode (Human, Robo)* より引用

海外アドバイザー・マッチングのプレイヤー

グローバルでのアドバイザー・マッチング市場プレイヤー



※出典：kitces.com, *Financial AdvisorTech Solutions Map* (2021.4) より引用

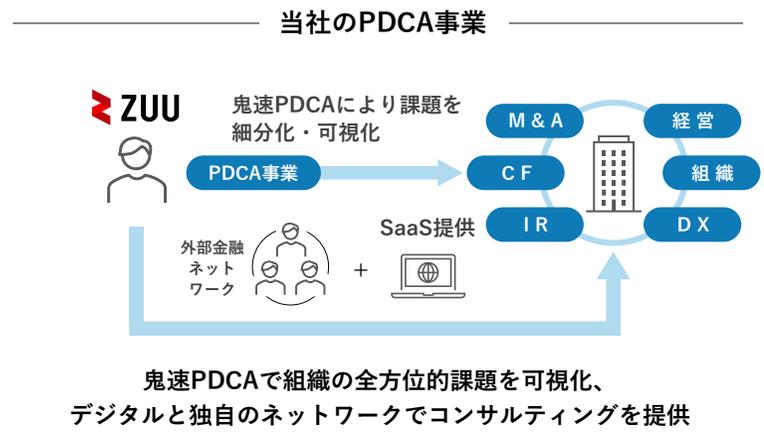
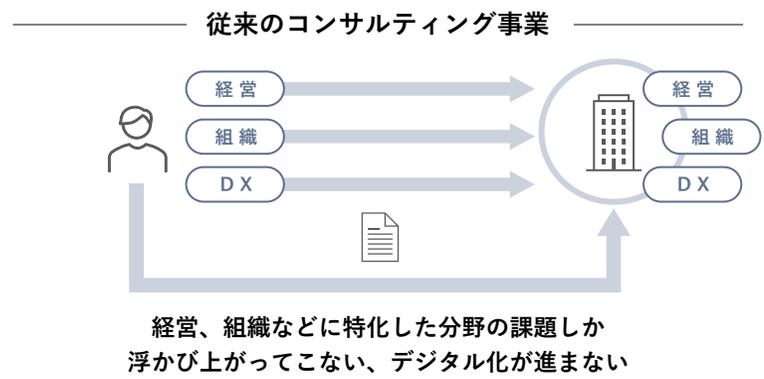
米SmartAsset社は、消費者とファイナンシャル・アドバイザーをつなぐマーケットプレイスとして、2021年6月にシリーズDラウンドで1億1,000万ドルを調達しユニコーン企業に。

市場が未発達の日本でも今後成長可能性大

市場 コーポレート・フィンテック領域の市場規模①：ビジネス・コンサルティング領域

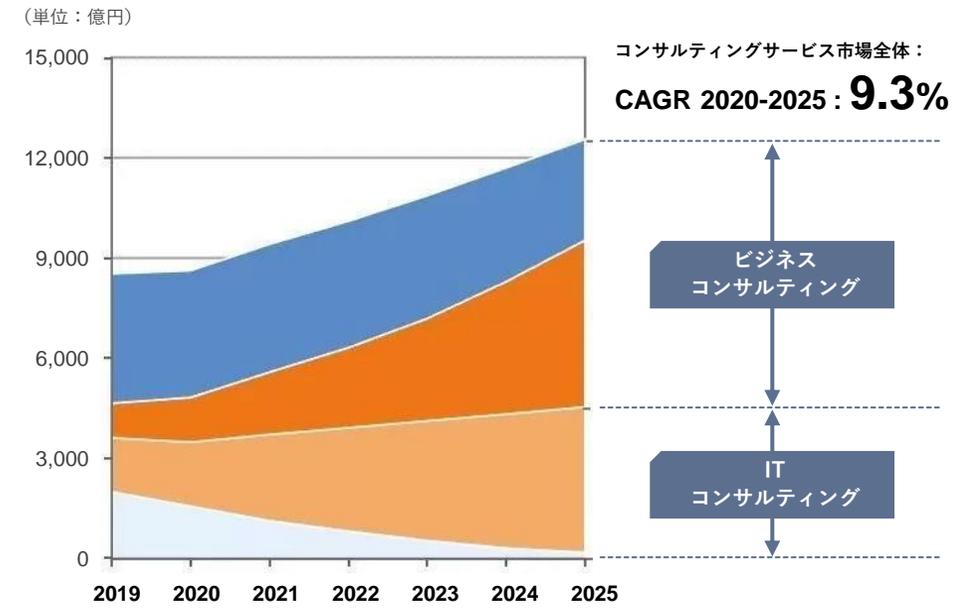
国内コンサルティングサービスの市場規模は、デジタル関連の需要増加に伴い2020年～2025年にかけてCAGR9.3%で成長予想。2025年に8,012億円規模になるビジネスコンサルティング市場をターゲットとし、強みであるPDCA事業を拡大。

PDCAコンサルティングの特徴



コンサルティング市場の成長予測

- デジタル関連外のビジネスコンサルティング
- デジタル関連ビジネスコンサルティング
- デジタル関連ITコンサルティング
- デジタル関連以外のITコンサルティング

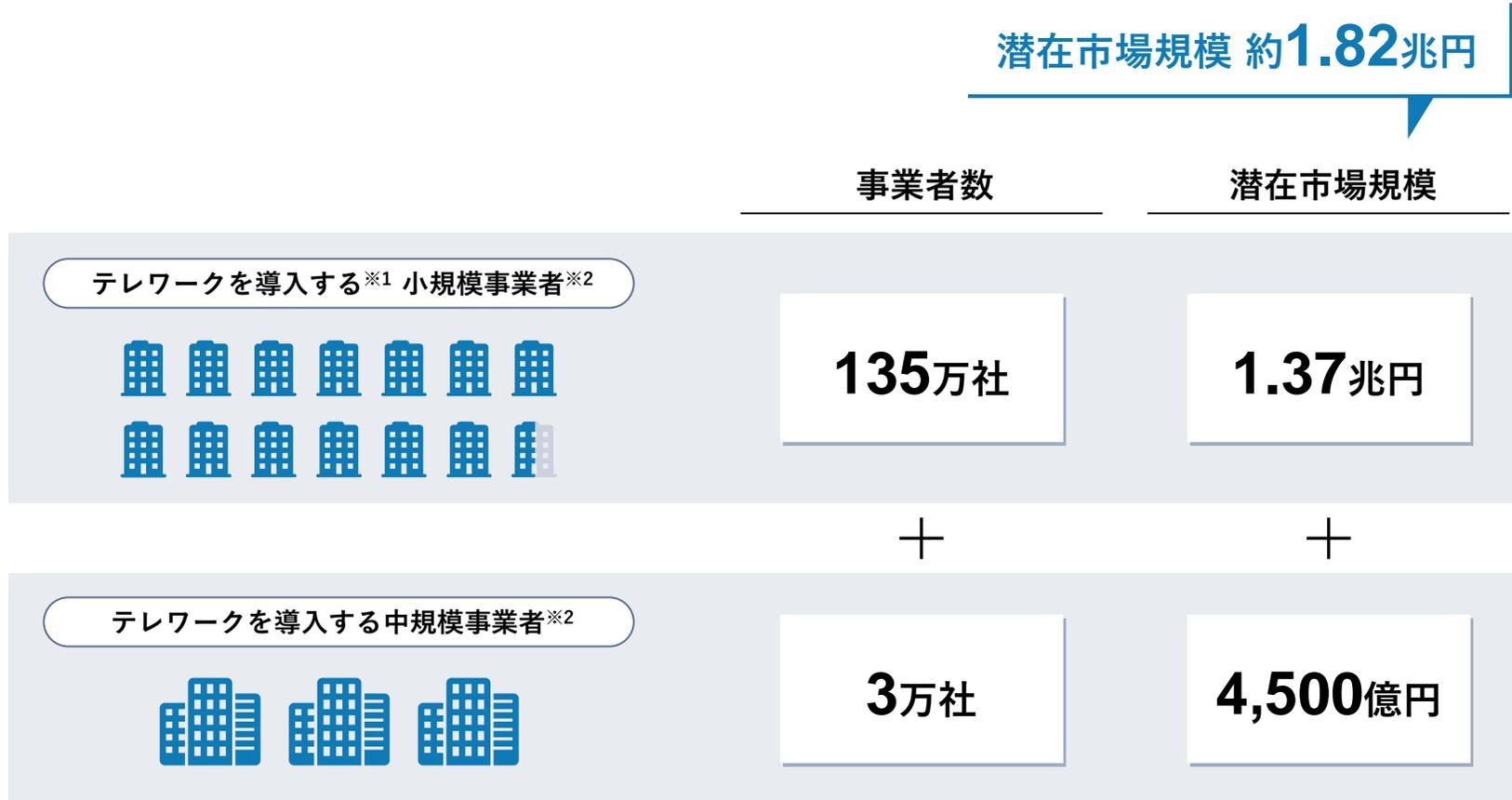


出典：IDC Japan 「国内コンサルティングサービス市場」 予測

市場 **コーポレート・フィンテック領域の市場規模②：SaaS領域**

コロナウイルスの感染拡大により中小企業でもテレワーク実施企業が増加。会議効率化の需要から、ミーティングのPDCAサービスであるSaaS『meevo』がターゲットとするミーティングテックの潜在市場規模は約1.82兆円を見込む。

潜在市場規模 約**1.82**兆円

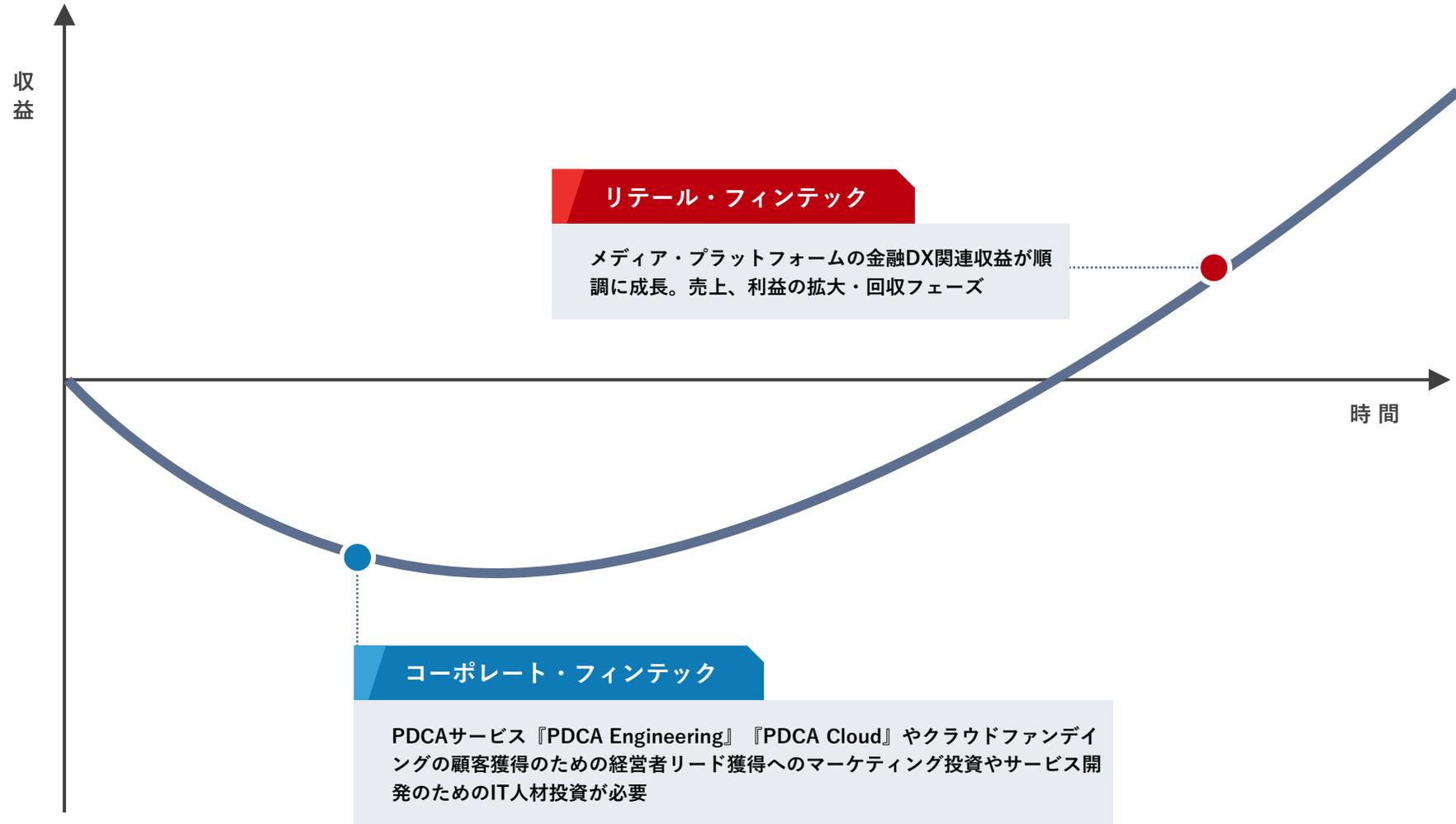


※1 2020年11月27日発表の総務省情報流通行政局情報流通高度化推進室『テレワークの最新動向と総務省の政策展開』より調査時点でテレワークを「現在、実施している」と回答した中小企業の割合26.2%を引用し、それぞれの事業者数に乗算
 ※2 総務省統計局『産業，従業者規模別民営事業所数と従業者数（平成28年）』より引用した従業員規模1名～49名の全事業者数を合算
 ※3 総務省統計局『産業，従業者規模別民営事業所数と従業者数（平成28年）』より引用した従業員規模50名～99名の事業者数

04 ——— 成長戦略

戦略 2022年3月期 成長投資の方針

2022年3月期はコーポレート・フィンテックを中心に成長投資を実施。全体を牽引しているリテール・フィンテックに続き、コーポレート・フィンテックの収益化を目指し、ユーザー基盤強化のための投資を推進。

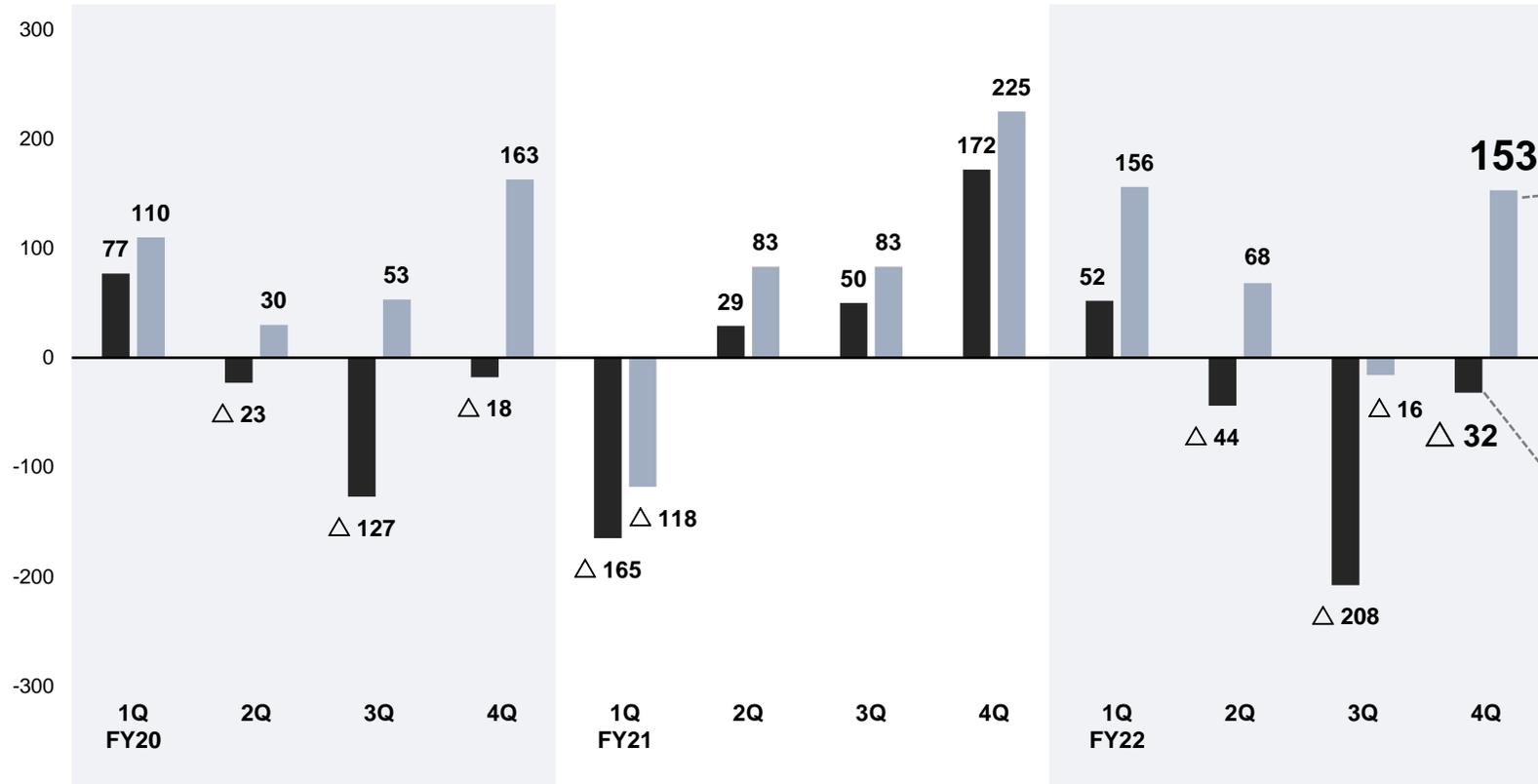


戦略 2022年3月期 成長投資の推移

第4四半期もコーポレート・フィンテックの広告宣伝費を中心に185百万円の積極的な成長投資を継続。結果として通期ではEBITDA△232百万円の赤字で着地。一方、成長投資を除くEBITDAは362百万円と黒字で成長投資をしなければ利益を出せる状況。

EBITDA 四半期推移

(単位：百万円) ■ EBITDA ■ 成長投資を除くEBITDA



成長投資の内訳

185 百万円

- 広告宣伝費 139
- IT人材 35
- その他 11

2019年3月期から2022年3月期にかけての成長投資により、リーテル・フィンテック、コーポレートフィンテックともにKPIが大きく伸長し、各ドメインの収益化のためのユーザー基盤が構築できた状況。

	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
リーテル・フィンテック	■ ユニークユーザー数※1	7,030	12,564	12,816 → 約1.6倍 → 20,660 (千UU)
	■ オーガニックユーザー数※2	-	7	1,190 → 約1.3倍 → 1,573 (千UU)
	■ 会員数※3	34	110	145 → 約1.1倍 → 160 (千人)
	■ 総資産額 (PWM) ※4	-	-	1,484 → 約1.7倍 → 2,462 (億円)
コーポレートフィンテック	■ ユニークユーザー数※5	-	733	1,992 → 約-倍 → 1,713 (千UU)
	■ 会員数※6	-	1	16 → 約2.3倍 → 37 (千人)
	■ 経営者リード総数	1	4	11 → 約1.6倍 → 18 (千人)
	■ CF累計調達額※7	-	-	540 → 約2.1倍 → 1,135 (百万円)

2022年3月期にパーティカル・メディアの立ち上げコスト等は発生するも、事業基盤は2021年3月期まででほぼ構築済み。来期以降も同程度のオーガニック成長見込み。

2022年3月期の成長投資により、経営者リード総数は約1.6倍に増加。来期は提供するソリューションの強化等により収益化に取り組む。

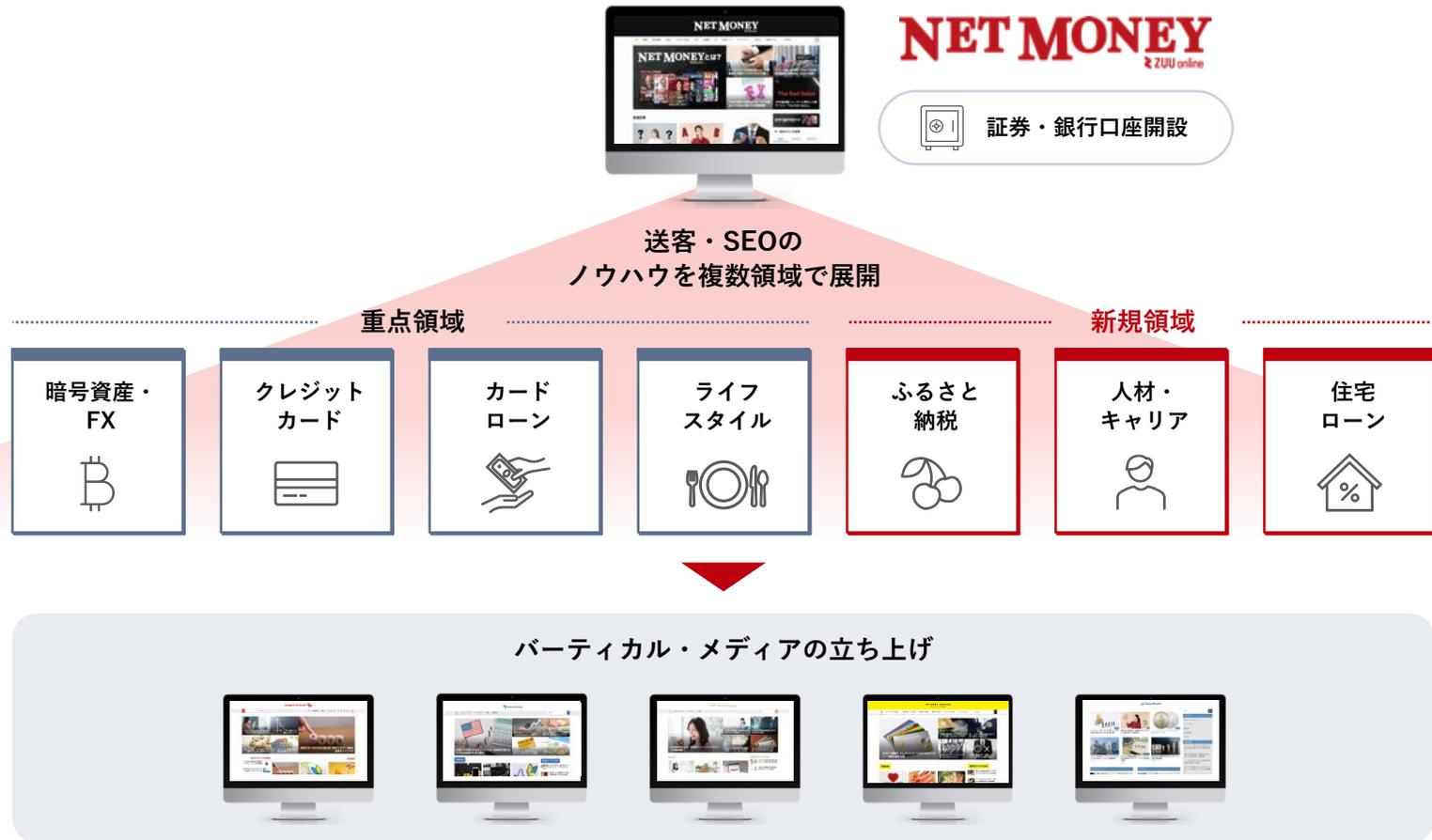
※1 『ZUU online』を中心とするZUUが運営するメディア・プラットフォーム全体のユニークユーザー数。
 ※2 送客事業売上に関連するメディア・プラットフォームの月間オーガニックユーザー数。
 ※3 『ZUU online』の総会員数。
 ※4 プライベート・ウェルス事業のPWM会員の総背景資産額。

※5 日本M&Aセンター社との合弁会社ZUUM-Aが運営する経営者向けメディア『THE OWNER』の月間ユニークユーザー数。
 ※6 『THE OWNER』の総会員数。
 ※7 クラウドファンディング事業全体の累計調達額。

戦略 2022年3月期 リテール・フィンテックの重点施策結果

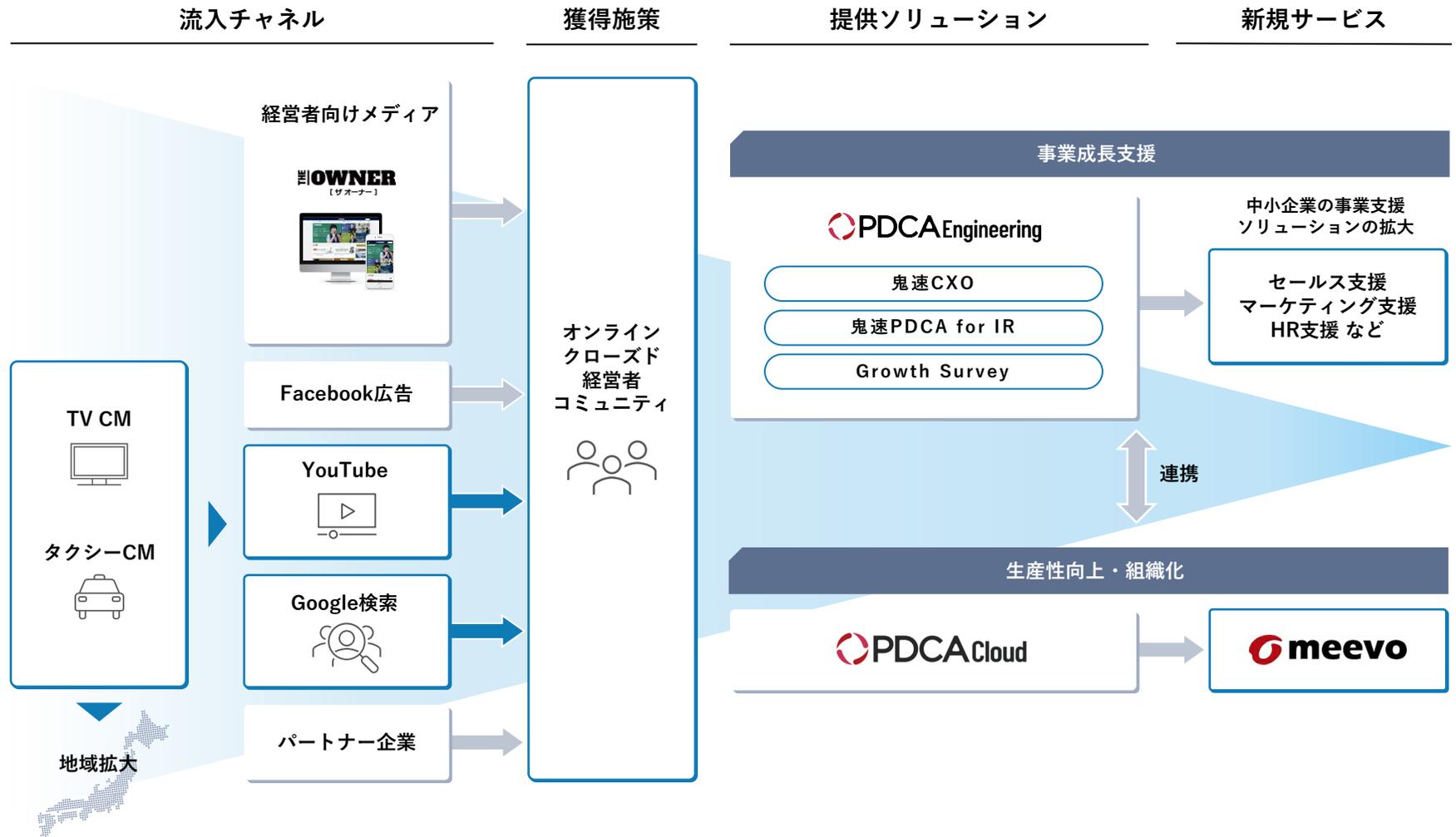
2022年度は、バーティカル・メディア化による送客領域の面の拡大及びバーティカル・メディア化によるGoogleコアアップデートのリスク分散に取り組み。下期にバーティカル・メディア構築のための外注費が一時的に増加するも施策は実装完了。

バーティカル・メディア戦略における進出領域



戦略 2022年3月期 コーポレート・フィンテックの重点施策結果

2022年度は、TV CMやタクシーCM等の広告によるサービス認知拡大・新規リード獲得を特に強化。その他、PDCA Cloudシリーズの新SaaSサービス『meevo』の開発を実施。



サービス認知拡大・新規リード獲得に向けたTVCM、タクシーCM等の実施の結果は以下の通り。投資回収に7ヶ月かかることから投資回収の一部は2023年3月期の第1四半期に期ズレする見込みだが、2022年3月末時点での成果は約1.7倍の投資回収で着地。

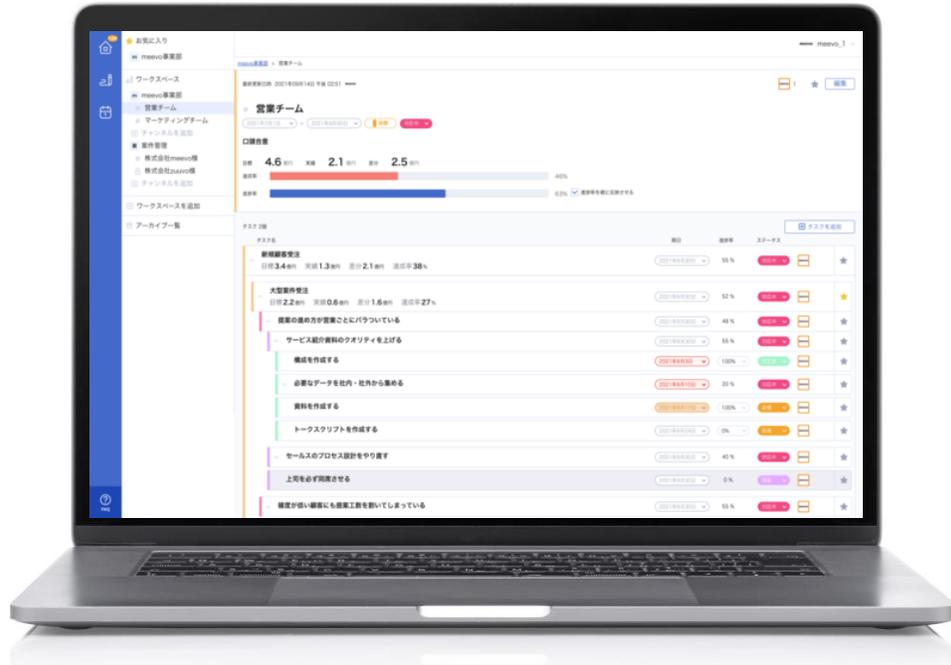


※1 獲得後1年間で1顧客が生み出す平均売上総利益。

※2 1顧客の獲得にかかる平均費用。

※3 直近1年間でのARPAにアップセルによる1顧客あたりの受注単価増加分を加味。

組織コンサルティングSaaS『PDCA Cloud』の会議版である『meevo（ミーボ）』を開発・リリース。コロナ禍によるオンライン会議が主流になる中、弊社PDCAサービスのメソッドを用いて会議の質を向上させるSaaSとして開発。



機能 1 課題解決の議論に最適な会議議事録機能

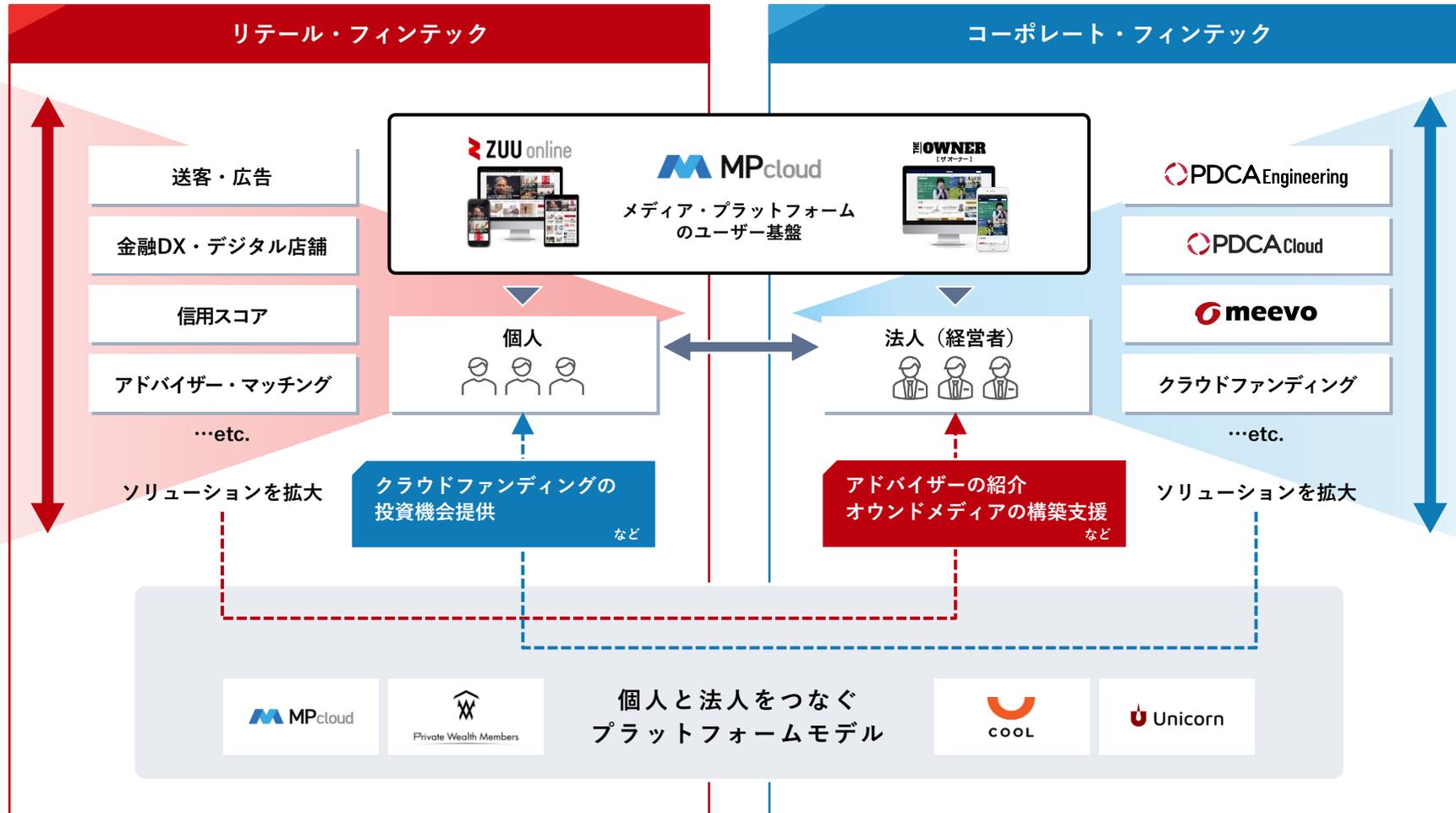
機能 2 会議において決定したタスク管理機能

機能 3 事業の目標、課題解決案、実行状況をチームで一元管理するボード機能

戦略

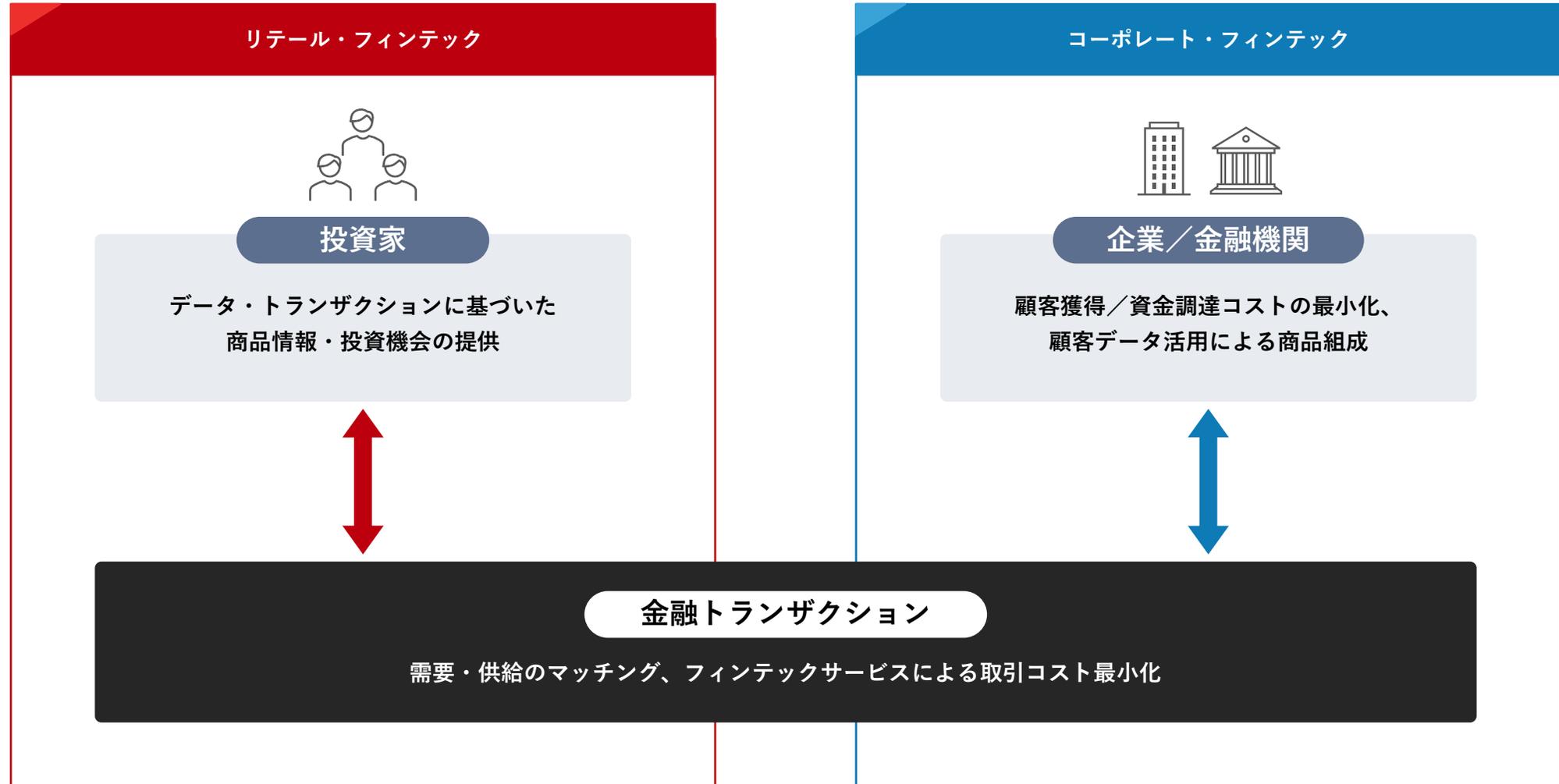
今後の戦略：ユーザー基盤のネットワーク効果加速とソリューション拡充

個人基盤が厚くなることで、そこから調達をしたい法人や金融商品提供企業側の基盤が増加。今度は後者が集まるからこそ、その情報を求める個人基盤が厚くなるという相互ネットワーク効果を加速させ、提供するソリューションも拡充。過去3年の成長投資によるユーザー基盤構築を活用していく。



戦略 オーガニック成長に向けた重点取り組み

厚くなった基盤をベースにネットワーク化が加速し、データが拡充。それにより、リテール側とコーポレート側での商品情報の取得コストや顧客獲得・資金獲得コストの圧縮、データによる商品ニーズの把握等が行えるようになり、金融トランザクションを生み出していく。



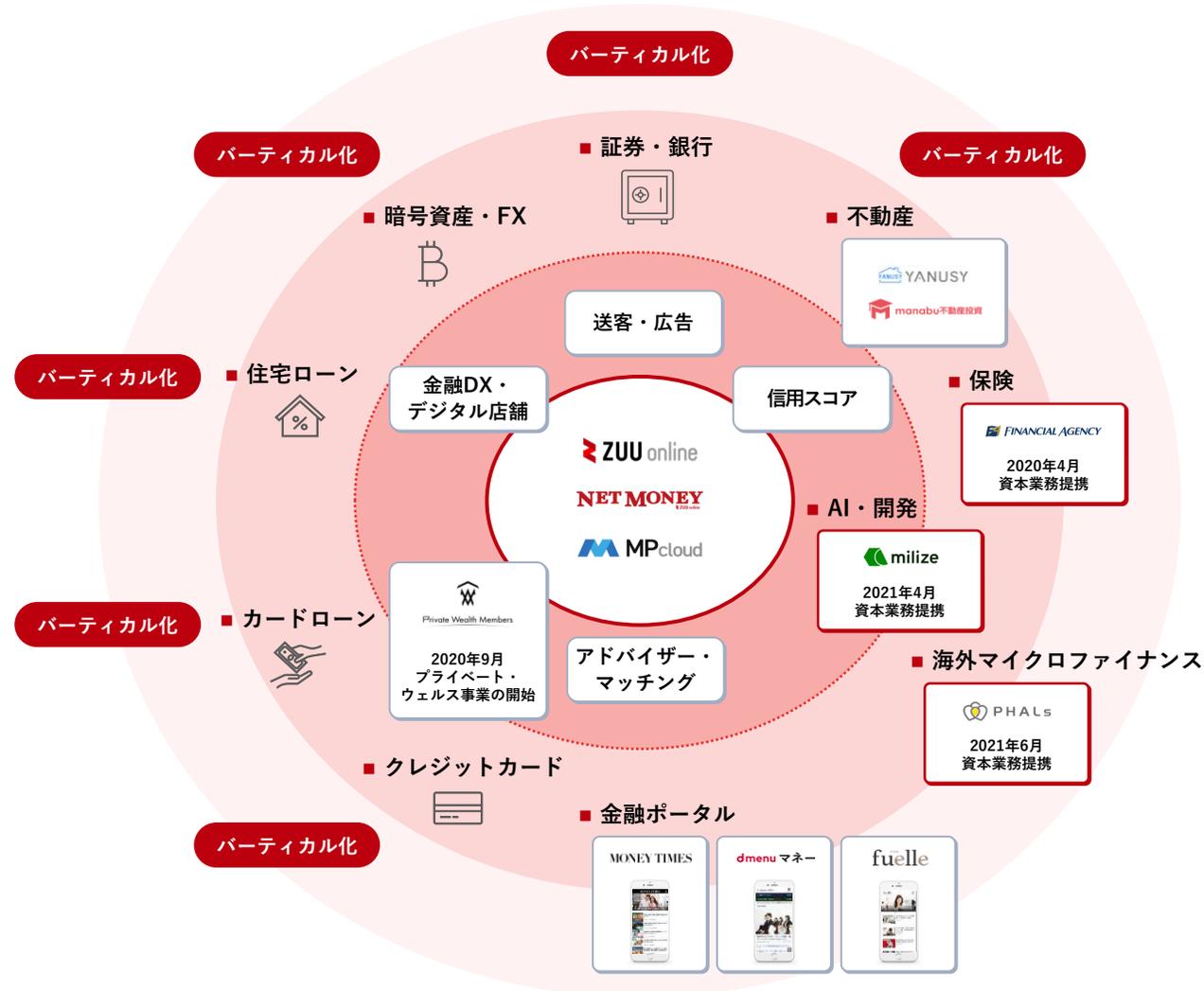
戦略 M&A/出資戦略によるインオーガニック成長

オーガニック成長に加え、M&Aや出資等の積極的な推進により非連続な成長を目指す。
M&A/出資等では、2023年3月期以降における中長期の持続的な事業成長に向けたアセットの買収を優先。

サービス領域	ターゲット	想定事業シナジー	実績
金融・IT領域	フィンテックサービス	メディアのユーザー基盤を活用し、ユーザーにさまざまなFintechサービスを提供し、ユーザーの利便性やARPUを向上。	
	フィンテックメディア (Webメディア)	他社メディアのユーザー基盤を取り込みつつ、当社メディア運営のノウハウを活用して他領域のメディア事業を拡大・収益化。	
	ファイナンスプレイヤー (IFA・金融仲介業・金融機関など)	メディアのユーザーに金融商品の仲介・投資助言を実施。メディアプラットフォーム上で金融サービスの提供を実現。	
	その他	JV設立による新領域での事業開発。	ZUUM-A

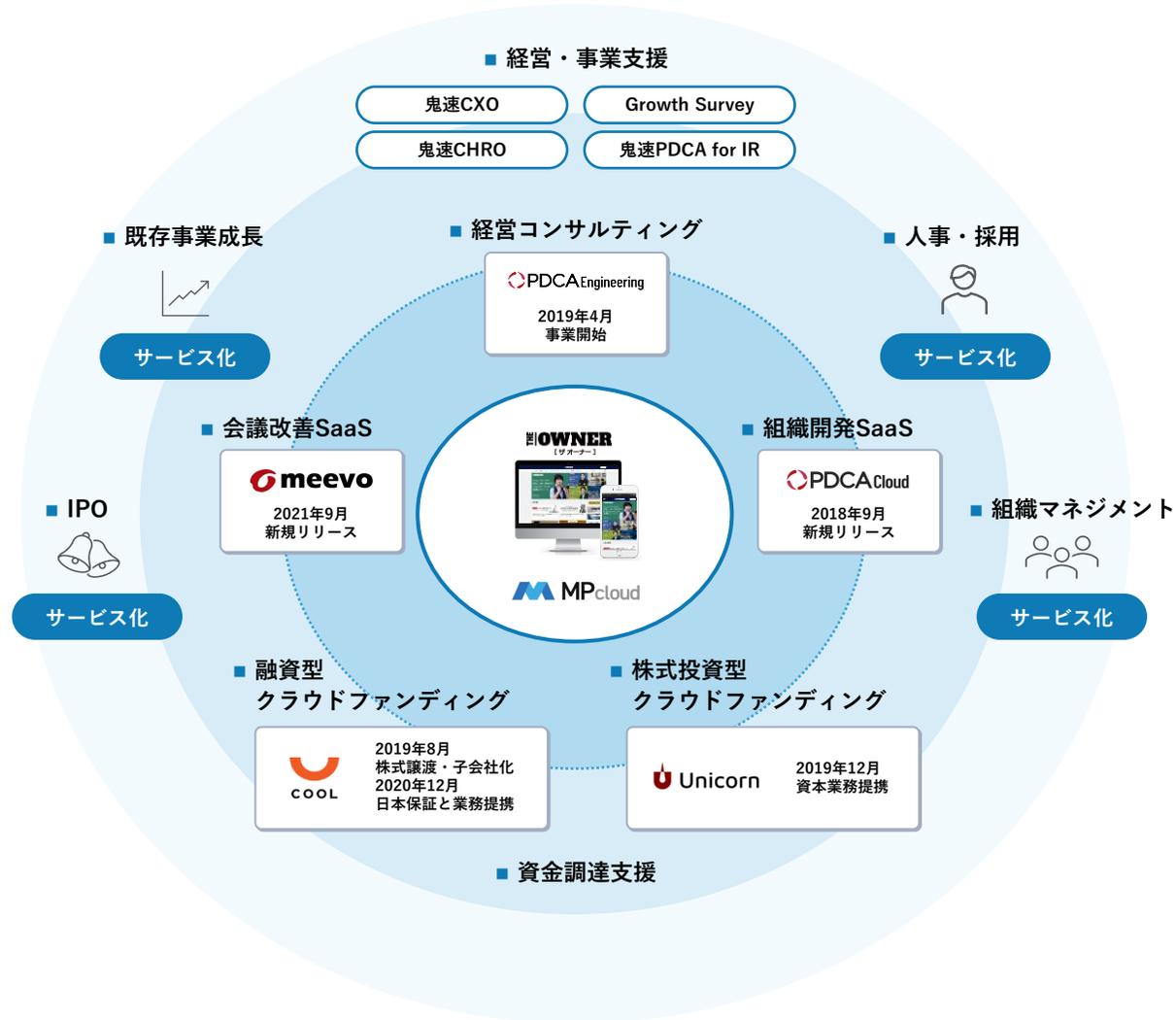
戦略 リテール・フィンテックの成長戦略

『ZUU online』『NET MONEY』及びバーティカル・メディアで獲得した金融・投資に興味関心の高いユーザーに多様なソリューションを提供。2021年3月期までで成長投資は一巡し、一定の基盤構築・収益化はできている状況。今後はユーザー基盤に提供するソリューション強化、コーポレート・フィンテックのユーザー基盤とのネットワーク効果の強化を図る。



戦略 コーポレート・フィンテックの成長戦略

経営者向けメディア『THE OWNER』で獲得した経営者会員を基盤に、経営全般、事業、人事・組織、ファイナンス、IRなどのソリューションを提供。2023年3月期でユーザー基盤構築のための成長投資は一巡し、リテール・フィンテック同様に今後は収益化フェーズに入り、構築したユーザー基盤への営業効率化・ARPA向上に取り組む。



05 — 各領域の主要KPI

KPI 各領域での主要KPIと成長に向けた取り組み

個人、法人、各領域でのユーザー基盤とソリューション提供による収益性を示すKPI指標を設定・推進。

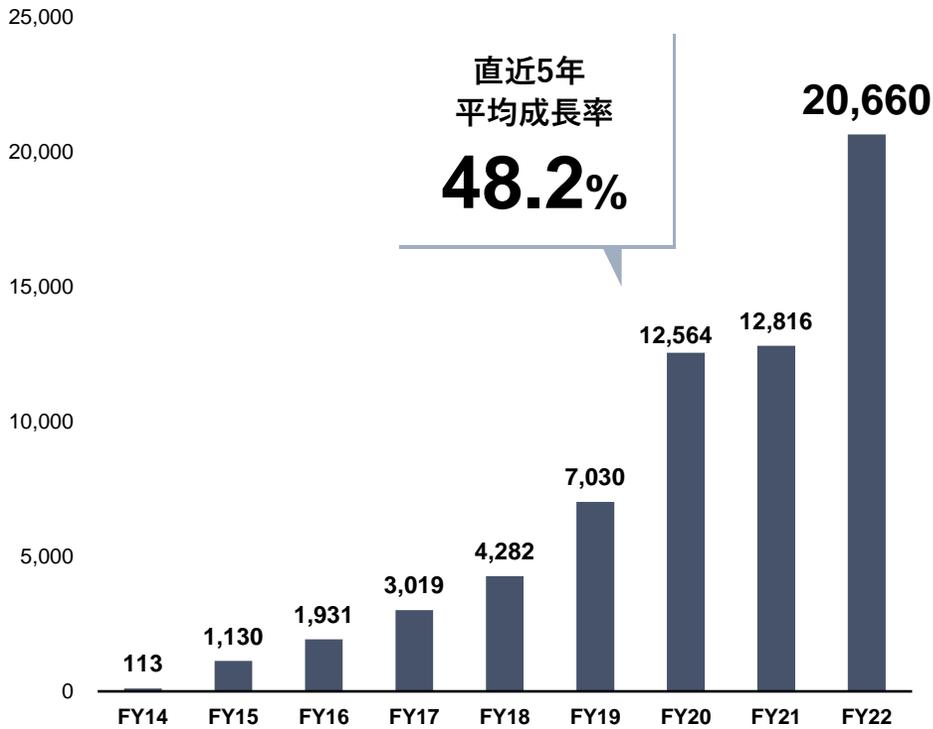
	KPI	取り組み	
フィンテック・リテール	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数 	<ul style="list-style-type: none"> メディア・ラインナップやコンテンツ・ラインナップの拡充によるユーザー数の増加 	toC領域の提供価値 フィンテック・サービスによる投資・資産形成の支援
	<ul style="list-style-type: none"> ARPU 	<ul style="list-style-type: none"> 自社開発およびM&A/資本業務提携によるフィンテック・ソリューションの拡充 	
	<ul style="list-style-type: none"> 累計資産額 	<ul style="list-style-type: none"> アライアンスによる富裕層ネットワークの拡大 金融機関連携による新規プロダクト開発 	
フィンテック・コーポレート	<ul style="list-style-type: none"> 経営者リード総数 	<ul style="list-style-type: none"> 積極的なマーケティング投資による経営者リード（法人リード）数の獲得 	toB領域の提供価値 ファイナンスを含めた事業成長支援
	<ul style="list-style-type: none"> ARPA 	<ul style="list-style-type: none"> 新SaaSプロダクトの提供価値向上の開発 戦略コンサルティング・チームの採用強化 カスタマーサクセスの強化 	
	<ul style="list-style-type: none"> 累計調達額 	<ul style="list-style-type: none"> アライアンス・ネットワーク構築による案件獲得効率化 ESGなどさまざまな観点での案件バリエーションの拡大 企業の資金調達ニーズの獲得 	

KPI リテール・フィンテック領域の主要KPI①：訪問者数、ARPU

メディア・プラットフォーム訪問者数は月間2千万UUを突破し、ユーザー基盤は大きく拡大。
ARPUは送客・広告売上が増加し、第4四半期で3千円台に上昇。

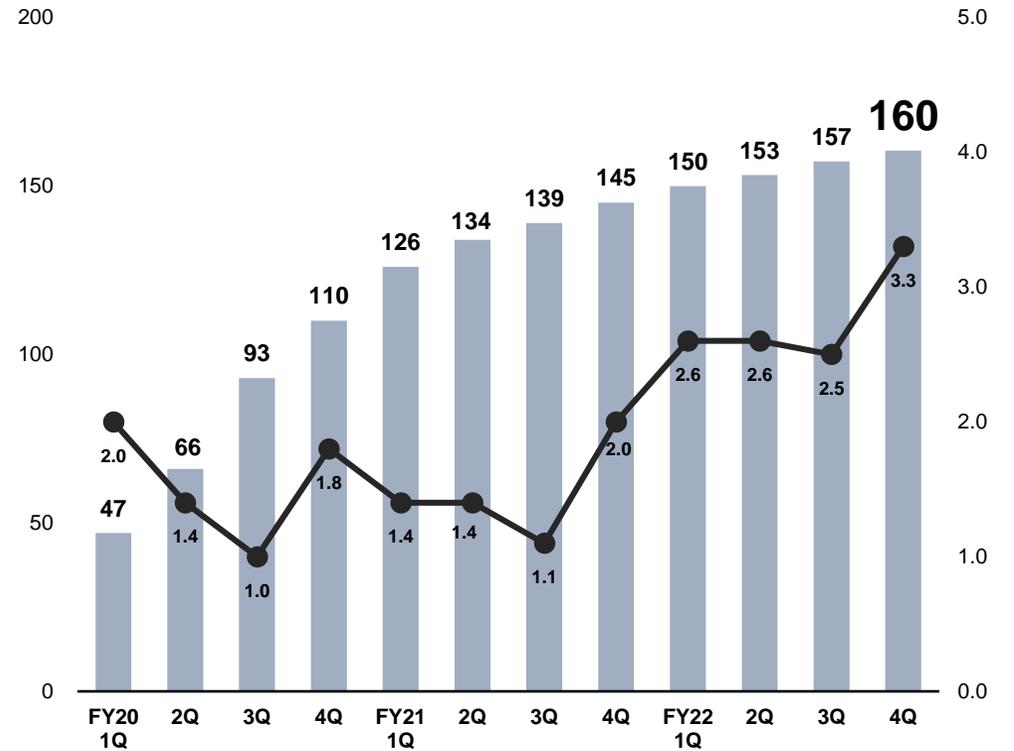
訪問者数

(単位：千UU) ■ 訪問者数



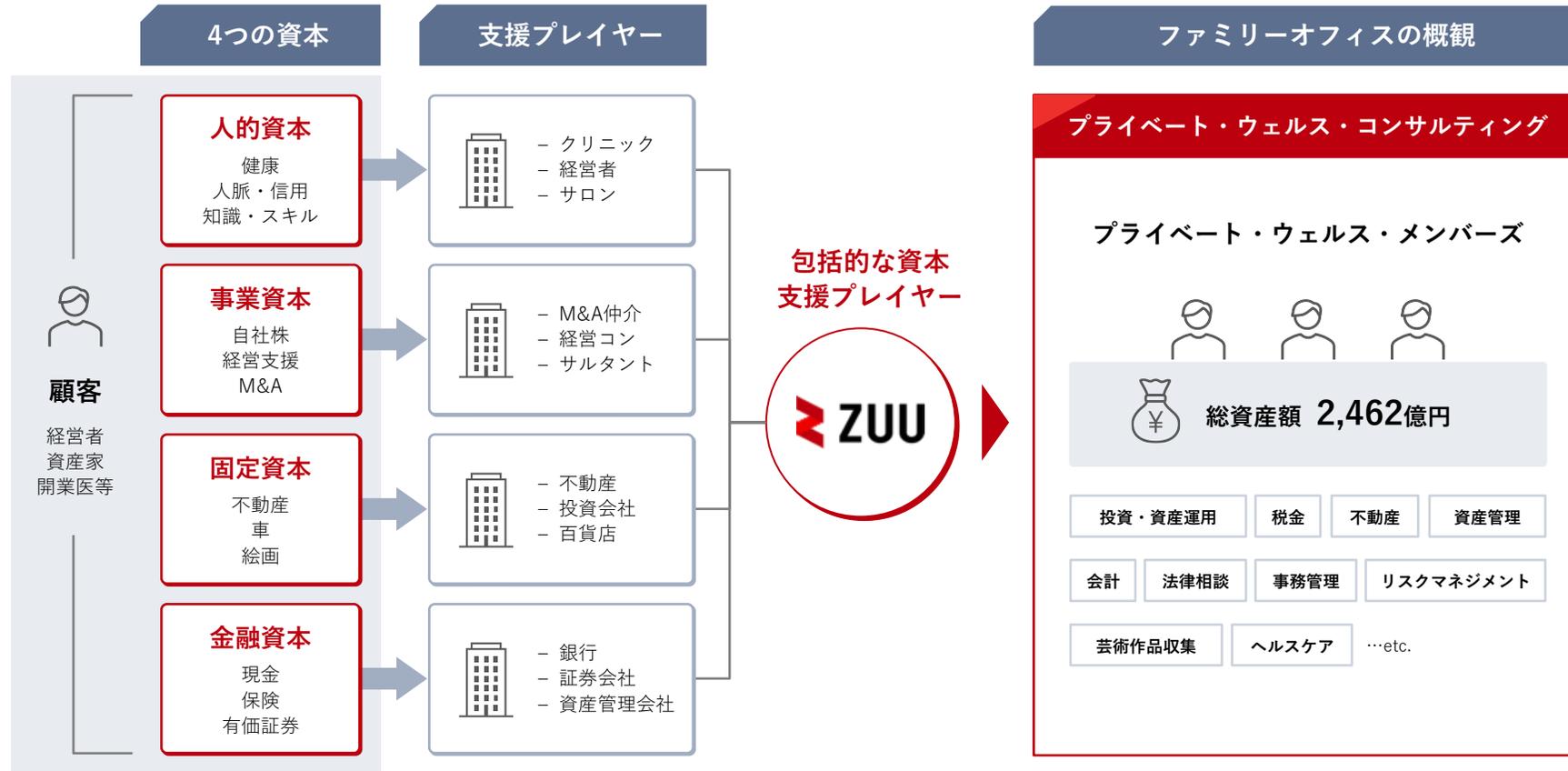
総会員数 / ARPU

(単位：千人) ■ 総会員数 (左軸) ● ARPU (右軸) (単位：千円)



KPI リテール・フィンテック領域の主要KPI②：総資産額

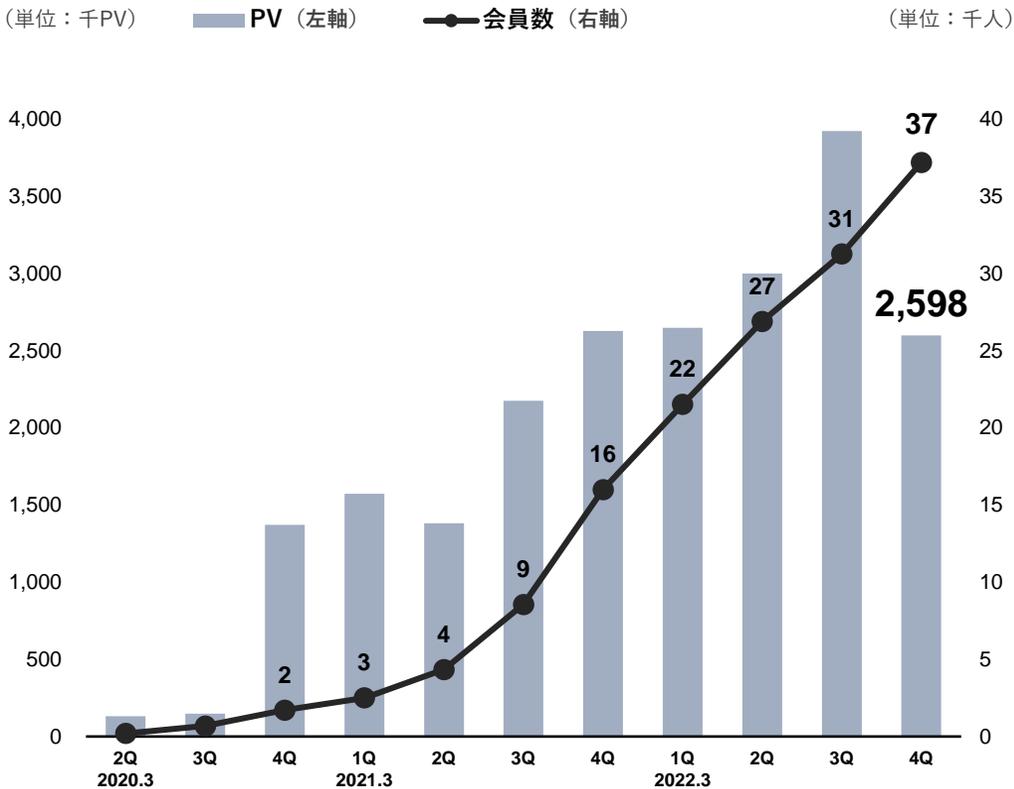
『プライベート・ウェルス・メンバーズ』の総資産額が22年3月末時点で2,462億円を突破。今後は金融サービス仲介業のライセンス取得からの会員向けソリューション拡充を目指す。



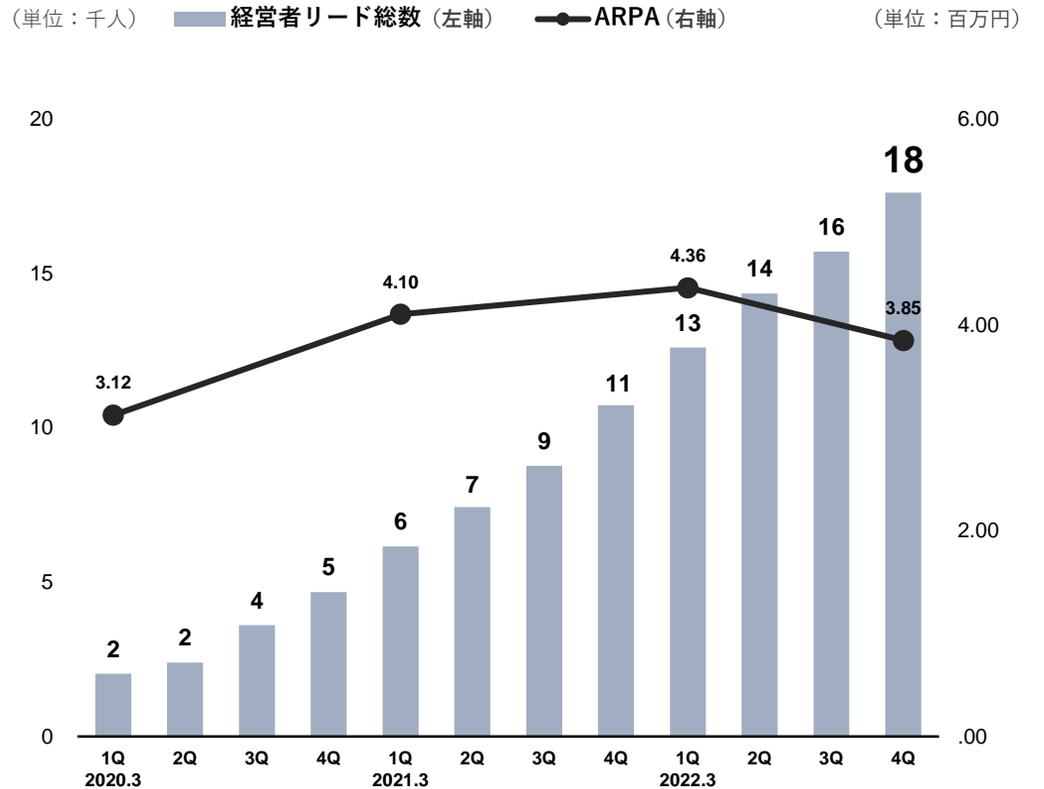
KPI コーポレート・フィンテック領域の主要KPI①：経営者リード総数、ARPA

経営者向けメディア『THE OWNER』のPV数は、Googleコアアップデートの影響を受けて減少傾向も、会員数※¹は順調に増加。ARPA※²は第4四半期では大きく上昇もFY2022全体では上期の広告投資の遅れが響き385万円（前年同期比△12%）。

月間PV数 / 会員数



経営者リード総数 / ARPA



※1 経営者向けメディア『THE OWNER』の経営者会員数および「PDCA Engineering」の勉強会・セミナーに登録した経営者等、当社が独自に取得した経営者の総リード数。

※2 コーポレート・フィンテックの直近1年間の売上およびアカウント数から計測。「PDCA Engineering」の売上は、口頭合意から受注までのタイムラグを加味し、一定期間での口頭合意時で試算。

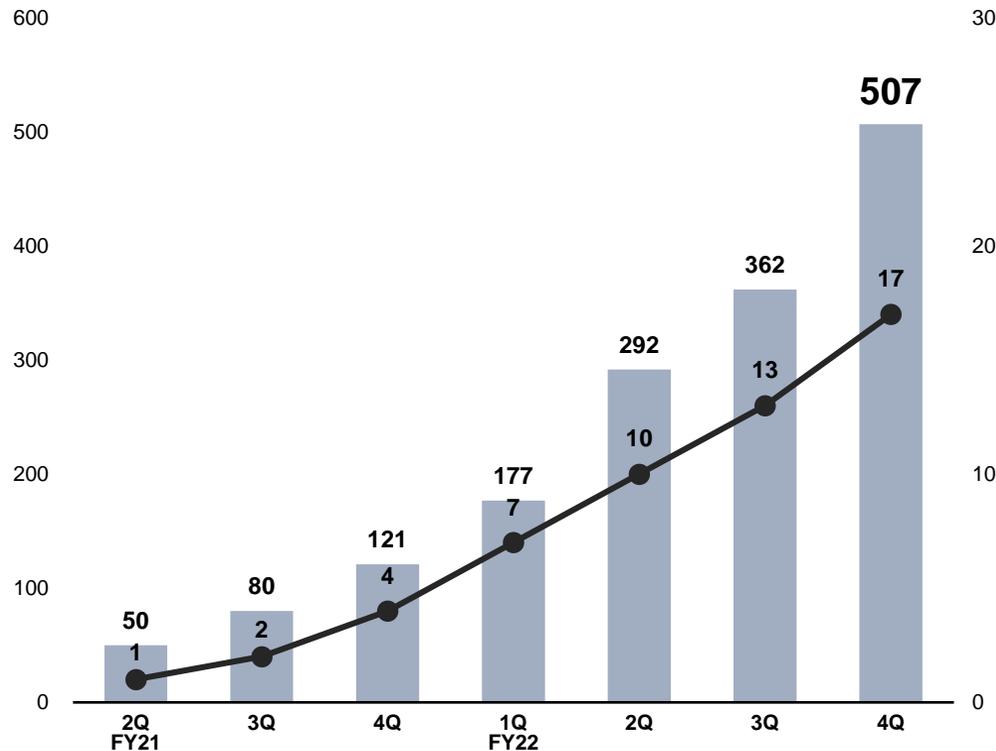
KPI コーポレート・フィンテック領域の主要KPI②：累計調達額

『COOL』は会員獲得及び案件組成が堅調に推移し、四半期案件数としては過去最高の4件を組成。

『Unicorn』は第4四半期で4件の案件を組成するも、案件の質と件数両立に向けて対外発信等を引き続き強化。

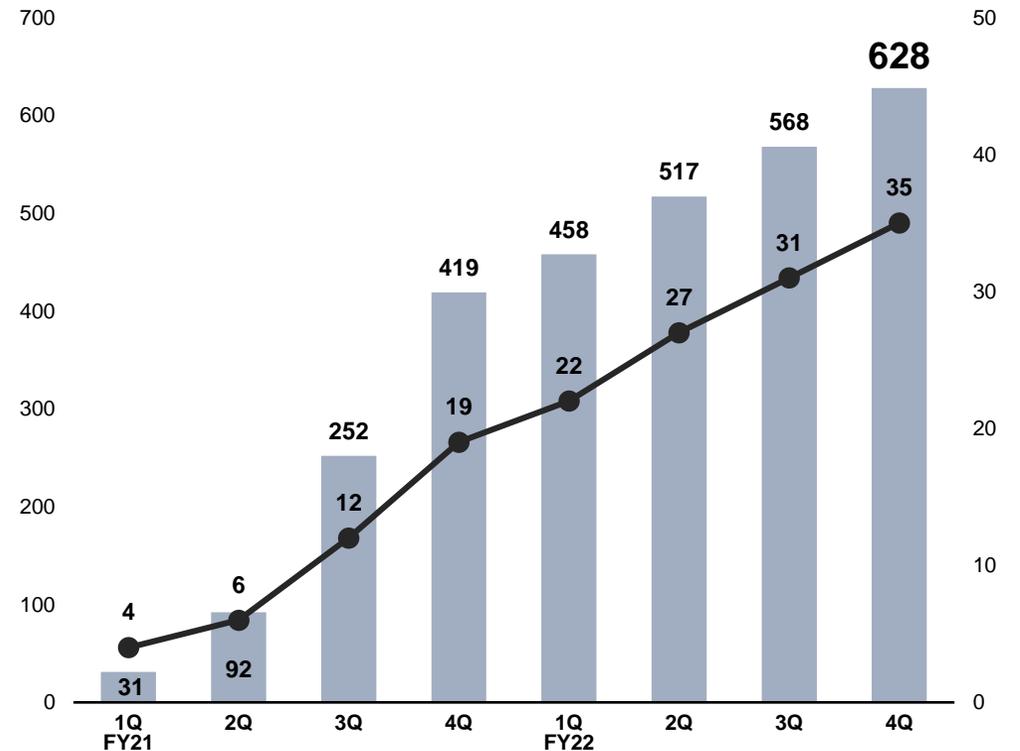
融資型クラウドファンディング『COOL』

(単位：百万円) ■ 累計調達額 (左軸) ● 累計案件数 (右軸) (単位：件)



株式投資型クラウドファンディング『Unicorn』

(単位：百万円) ■ 累計調達額 (左軸) ● 累計案件数 (右軸) (単位：件)



06 ——— 主要リスクと対策

リスク 主要リスクと対策

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識するリスク。
 その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照。

項目	影響領域	主要なリスク	対策	顕在化の可能性 /時期	顕在化した際の 影響度
広告・マーケティング市場に関するリスク	広告・送客領域の売上	インターネットの普及や同広告市場は年々拡大傾向にあります。マーケティング活動は景気の影響を受けやすく、顧客企業における広告・マーケティング費の支出が縮小する場合は当社の業績に影響を与える可能性があります。	市場動向を見極めるとともに、顧客企業の需要を満たすサービスの開発・提供に努めます。 また、コーポレート・フィンテック等の他分野についても積極投資を行い成長を図ってまいります。	低～中程度 /10月～3月頃	大
検索エンジンのアルゴリズム・アップデートに関するリスク	自社メディアへの訪問者数の伸び	Googleの検索エンジンのコア・アルゴリズム・アップデート（年2～3回）により、ユーザー数が想定通りに増加せず、自社メディアの広告媒体としての価値が低下した場合、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。	検索エンジンのアルゴリズム変更については適時分析を行い対策を行っております。 また、検索エンジンのアルゴリズム対応として、パーティカル・メディア化によるリスク分散等も22年3月末時点で一通り完了しております。	中程度 /常時	大
採用市場に関するリスク	新規事業・サービス開発の進捗 既存事業のグロース	当社グループでは中長期的な成長のためには、新規事業・サービスの円滑な立ち上げを継続的な課題として認識しております。 また、既存事業においても急拡大するコンテンツ制作のライターやデザイナーの確保困難によるコンテンツ量の減少等により事業成長を与える可能性があります。	新たなビジネスの市場動向を見極めるとともに優秀な人材の採用を進めてまいります。 また、ライター、デザイナーの確保に努めるとともにコンテンツの品質管理を徹底しております。	低～中程度 /中長期	中

本資料の取り扱いについて

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。今後、様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本開示は今後通期決算発表後に更新して開示致します。次回開示は2023年6月予定です。