



株式会社ZUU  
(東証マザーズ：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

## MISSION

# 世界に、熱を。人に、可能性を。

世界は、万人にとって均一ではない。生まれる国も、言語も、文化も、慣習も、それぞれに違う。しかし、わたしたち、ZUUは思います。たとえ、環境が違って、学び、成長する機会、夢に挑戦する自由は、平等にあるべきだと。

ZUUが目指すのは、全世界90億人が“**それぞれの人生の経営者**”となる時代。  
企業が理念を掲げて事業を推進するように、一人ひとりが夢を掲げ、自らの人生を経営する。

ZUUは、世界中の人々に向けて“ヒト・モノ・カネ…”、人生の経営に必要なあらゆる情報を提供することで、そんな個の時代を実現します。

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

VALUE

MISSION、VISIONの達成に向けて重要視する5つの行動基準

- 01 -

全員開拓者

We are Pioneers!



- 02 -

ロック・U

Rock Users!



- 03 -

鬼速PDCA

ONISOKU PDCA



- 04 -

ケタハズレ

Extraordinary!



- 05 -

お祭り騒ぎ

OMATSURI



# 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

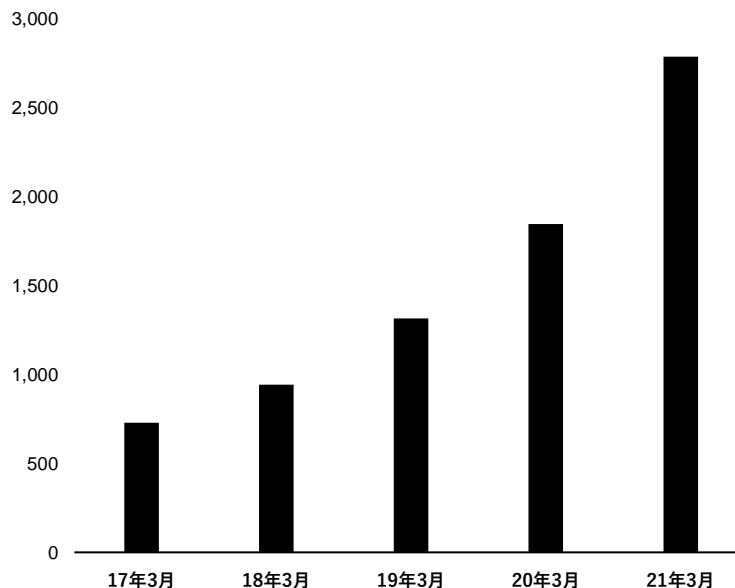
■ 設立 2013年4月2日

■ 従業員数 126名 (臨時雇用除く、2021年9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の支援
- ・ 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)



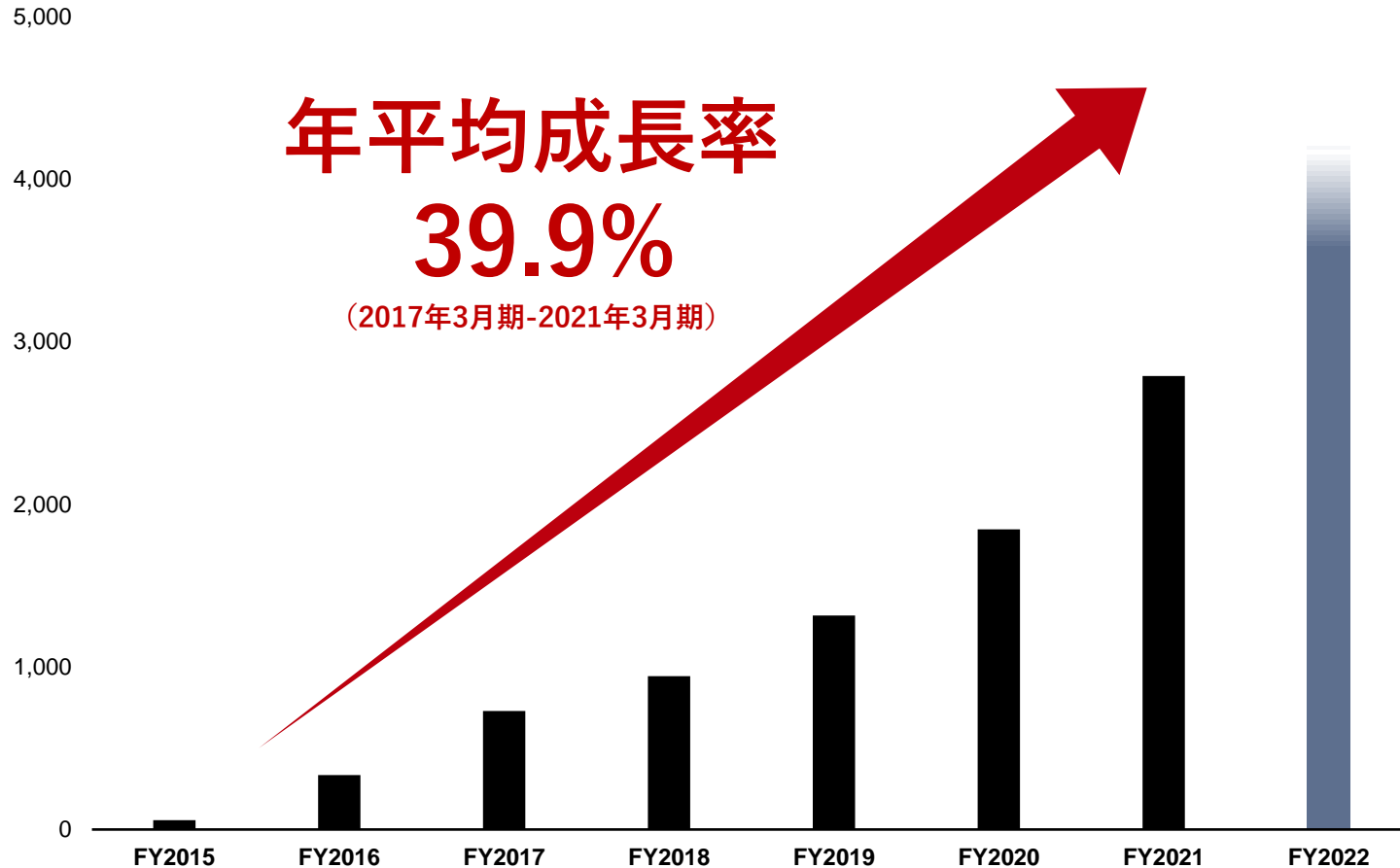
(単位：百万円)

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

## 概要 CAGR約40%の高成長率を継続

直近5年の年平均成長率（CAGR）39.9%と高成長を維持。2022年3月期は、連結売上高4,200百万円～4,500百万円（前期比+50.5%～+61.3%）とさらに高成長の見込み。

（単位：百万円）



## 概要 マネジメント体制

金融およびIT両面で経験豊富なマネジメント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。

### 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ベログの事業開発・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

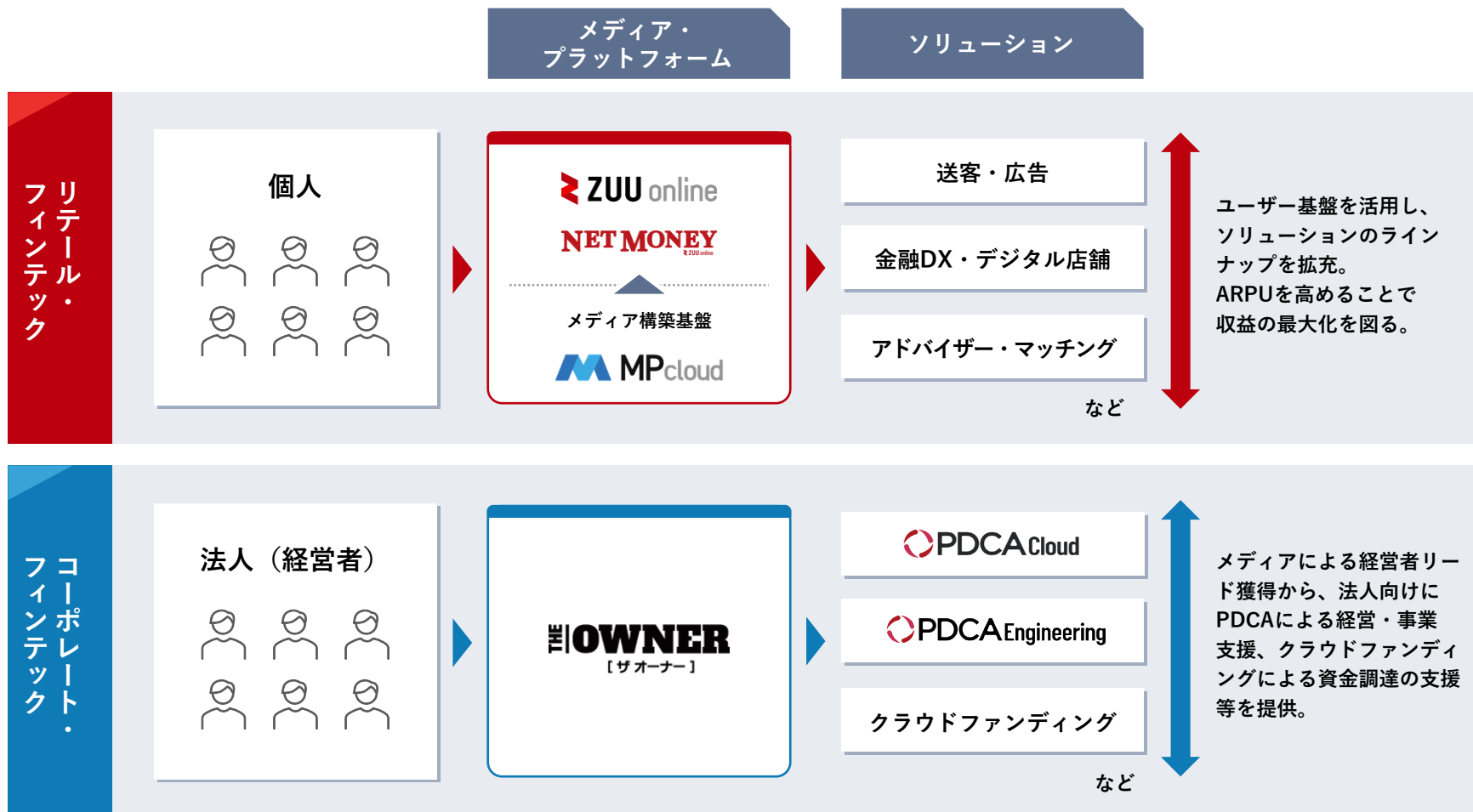
社外取締役

- 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



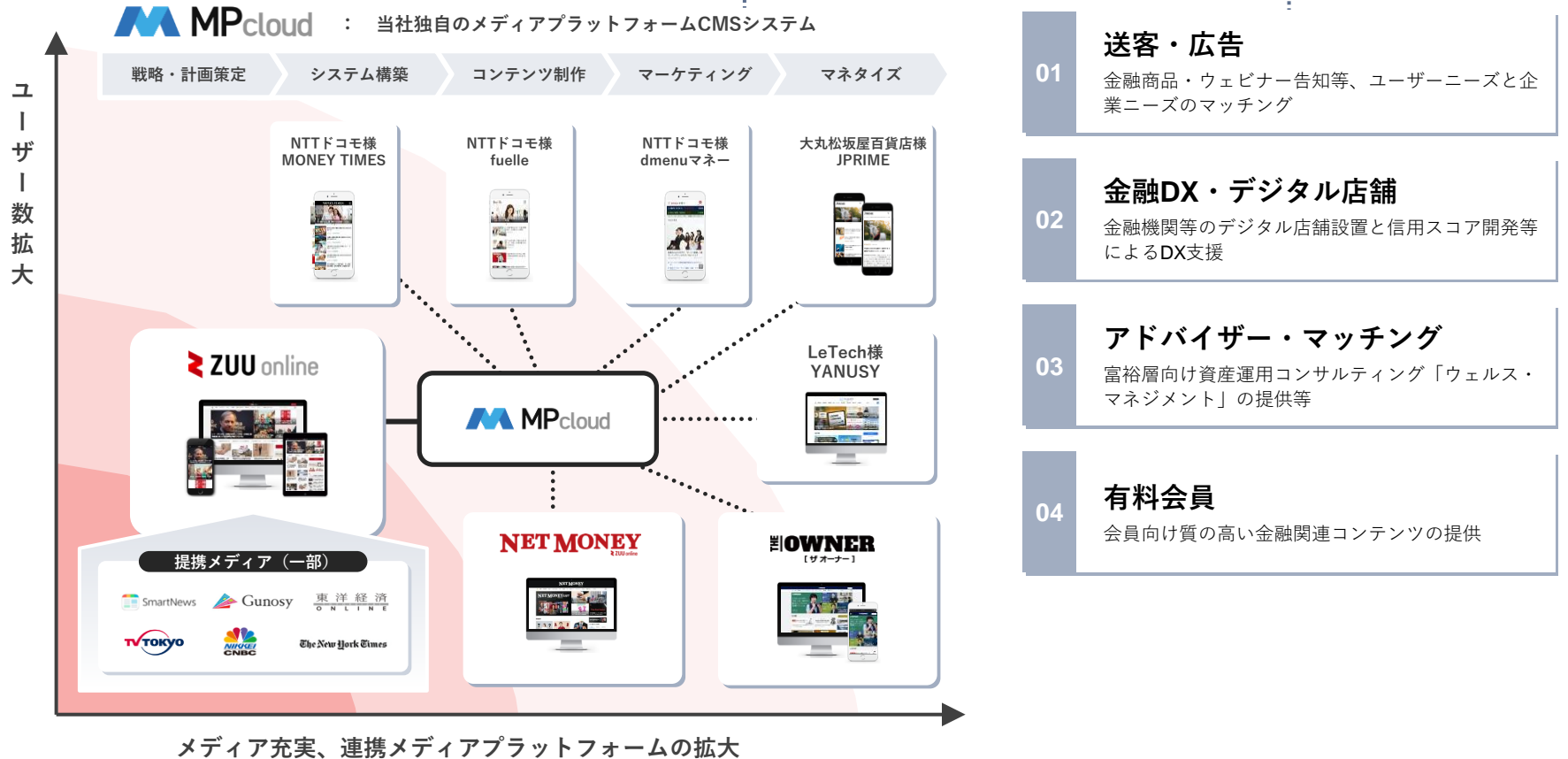
# 02 — 事業概要と収益構造

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対して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。



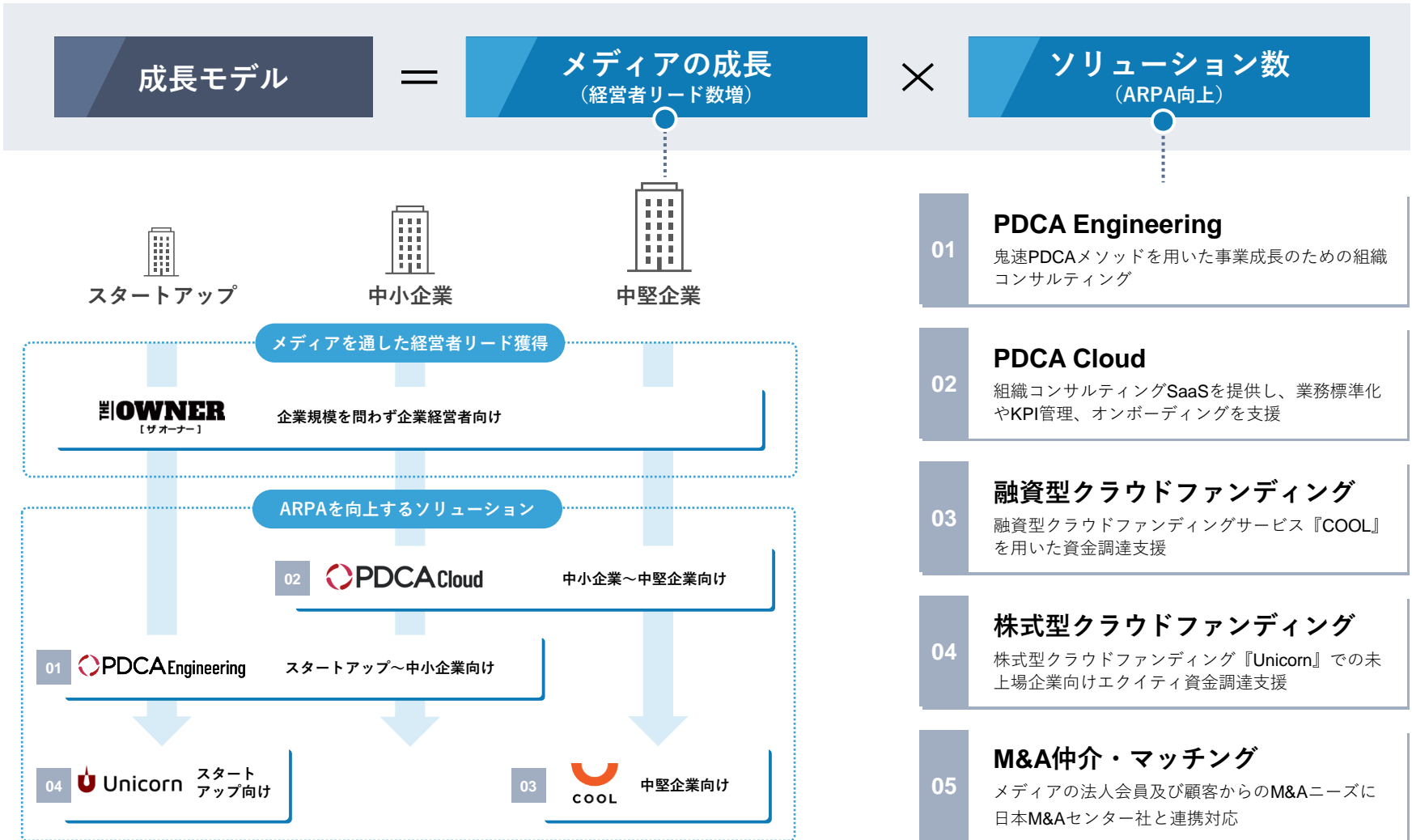
事業 **ビジネスモデル①：リテール・フィンテック領域**

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。



# 事業 ビジネスモデル②：コーポレート・フィンテック領域

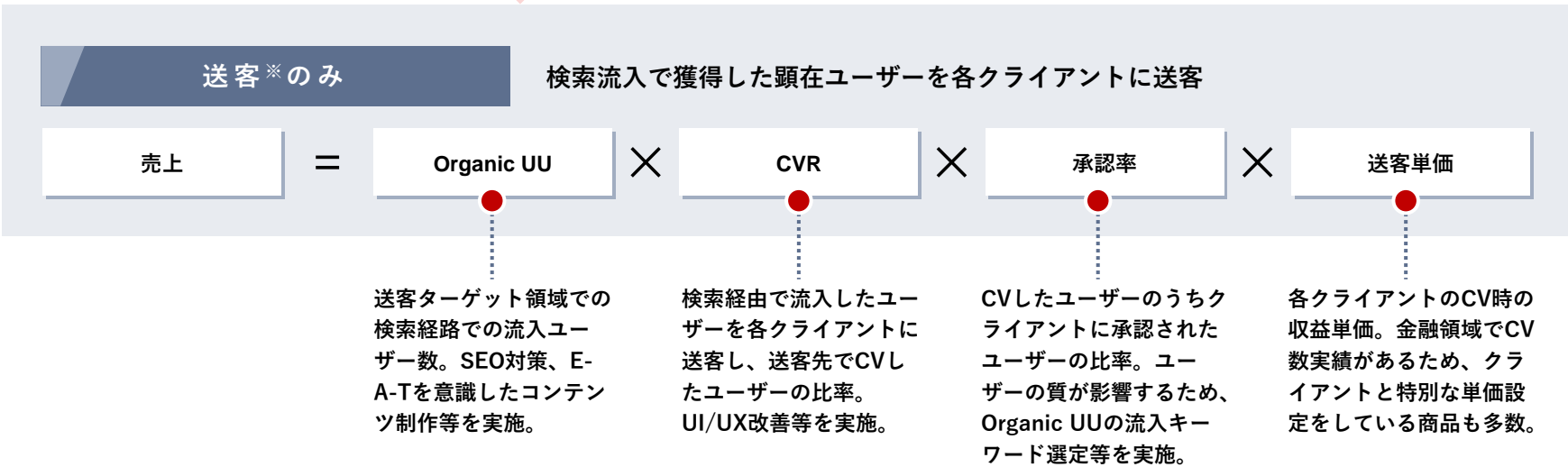
経営者向けメディア『THE OWNER』の成長により経営者リードを効率的に獲得。経営者リードへのPDCAシリーズのサービスによる経営・事業成長支援、クラウドファンディングによる資金調達支援など、顧客へのトータル・ソリューションを提供。



# 収益 収益構造①：リテール・フィンテック領域

「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。

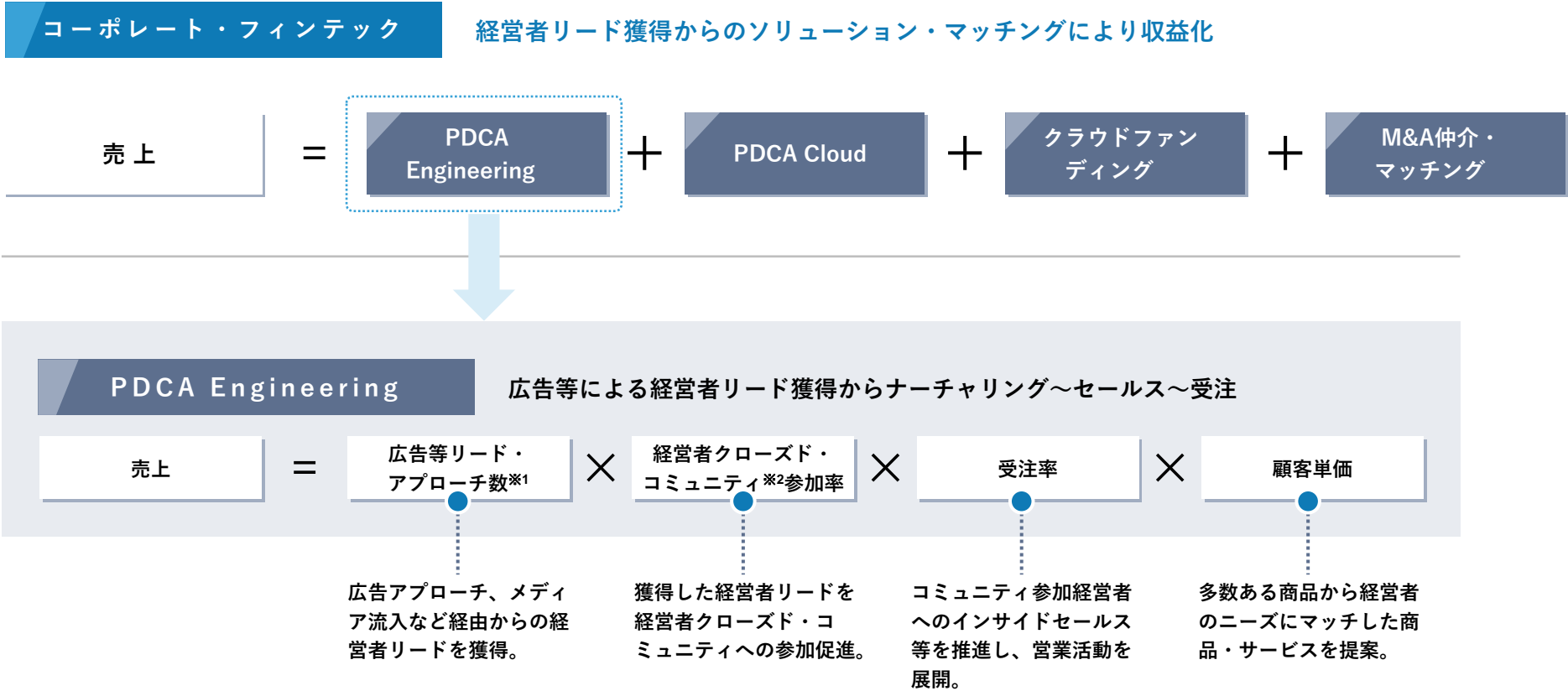
**リテール・フィンテック** 売上は大きく4つの収益手段により構成。特に送客領域が牽引し、多くを占める



※ 『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

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。



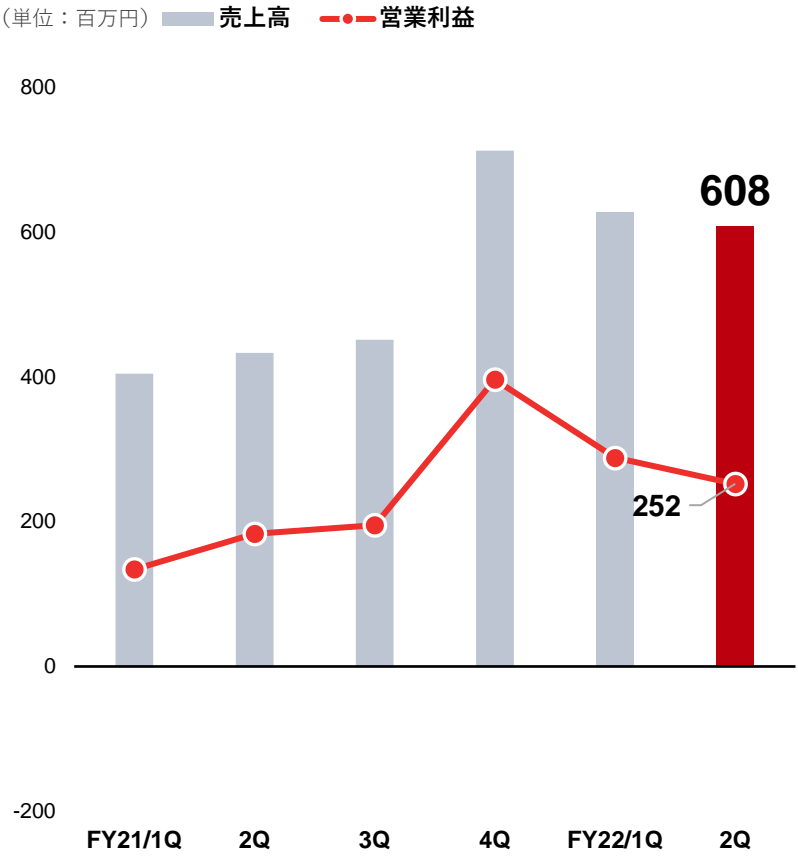
※1 広告、メディア、スポンサー紹介、検索経由などで獲得したアプローチ可能な経営者リード数。

※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。

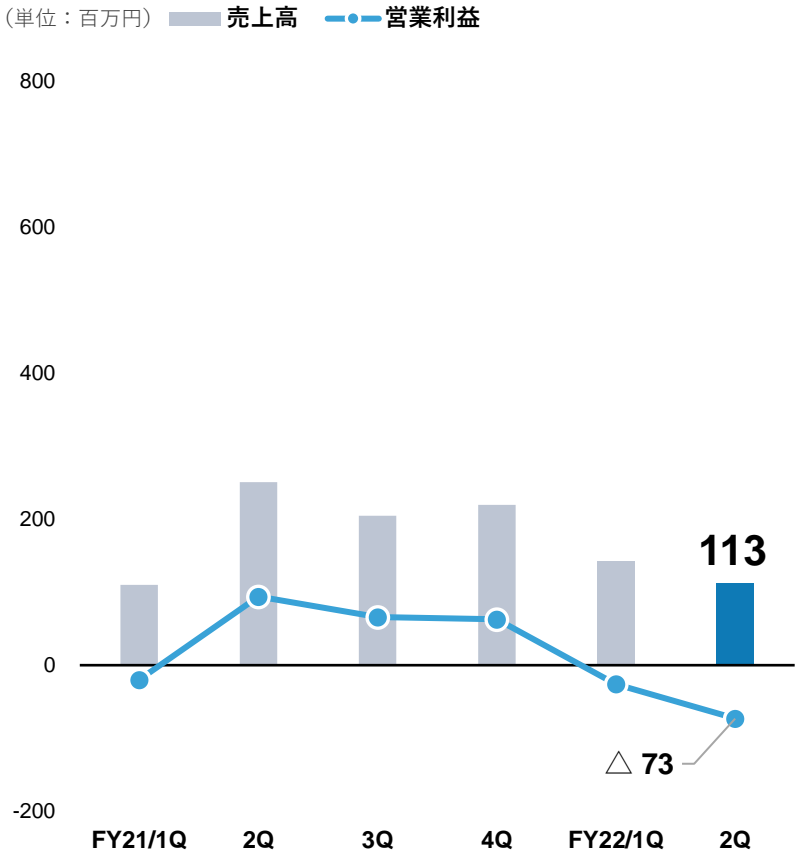
# 業績 領域別・四半期業績の推移

リテール・フィンテックは売上高608百万円（前年同期比+40.4%）と引き続き全体売上进行を牽引。  
 コーポレート・フィンテックはクラウドファンディングの案件獲得が伸び悩むなど、売上高113百万円（前年同期比△54.7%）と引き続き投資フェーズ。

リテール・フィンテック



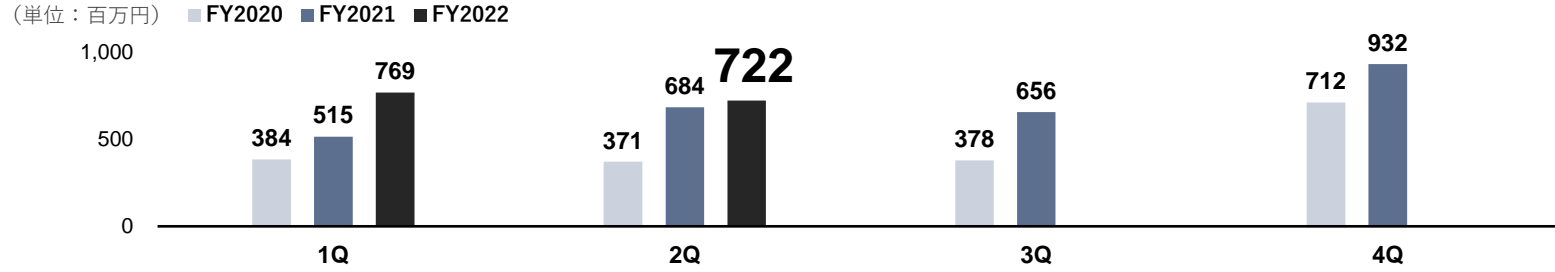
コーポレート・フィンテック



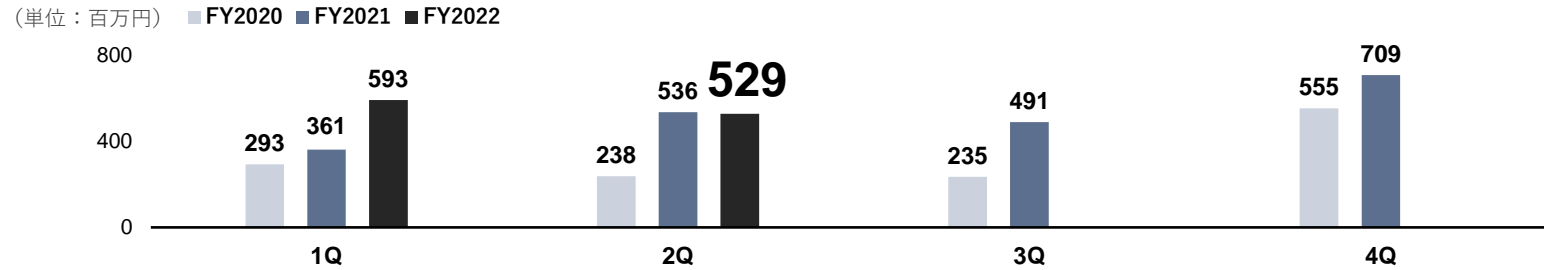
※1 各ドメインに紐づく直接費のみから集計。

# 業績 連結業績の推移

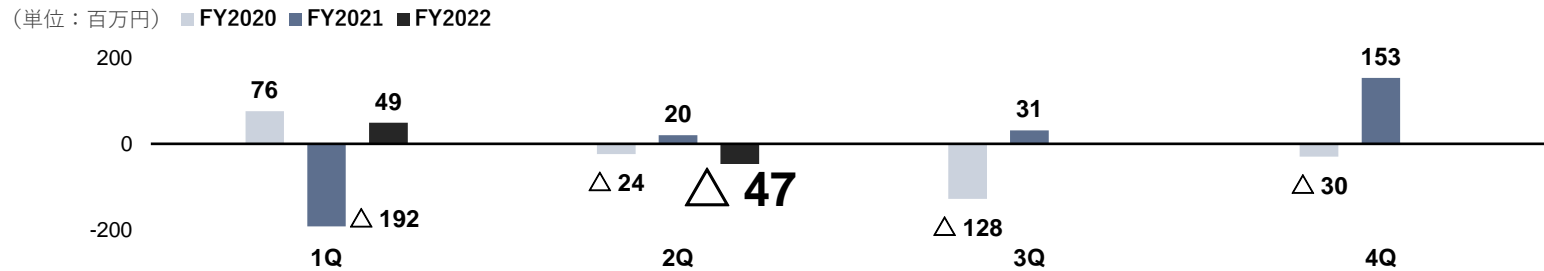
売上高の推移



売上総利益の推移



営業利益の推移

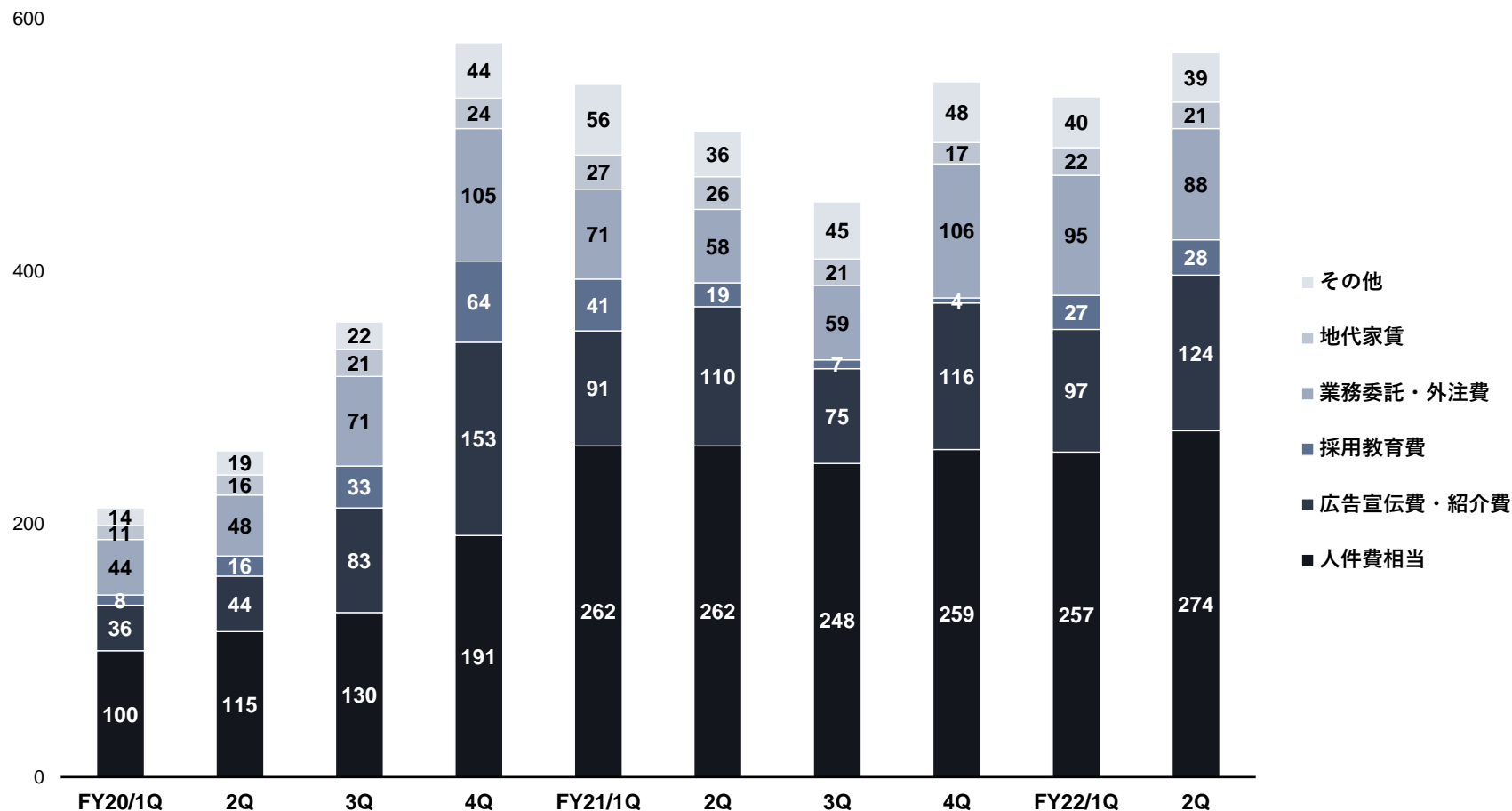


※ FY21通期売上高実績に対するFY21/1Qの進捗率。



新規顧客リード獲得のための広告宣伝費、IT人材採用および開発費用（業務委託・外注費）は今後の成長費用の位置付け。

(単位：百万円)



# 03 — 市場環境と競争力の源泉

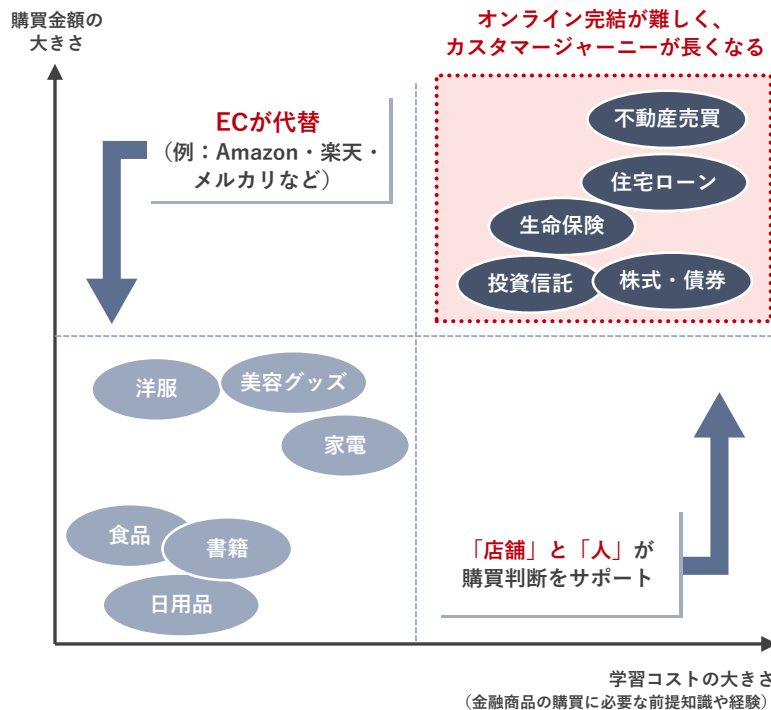
個人、法人、両方のターゲットに向けて金融領域のDXを支援

リテール・フィンテック



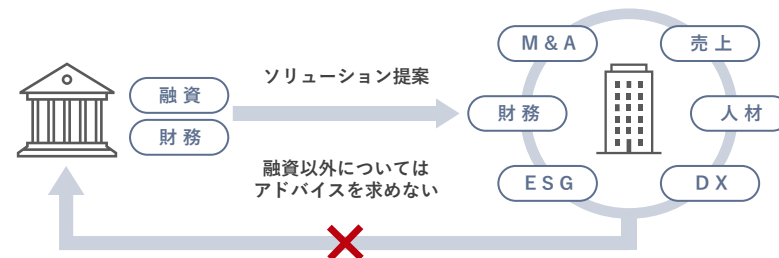
コーポレート・フィンテック

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

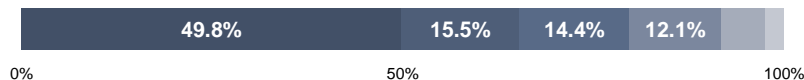
企業を取り巻く課題はコロナでより複雑化し既存の金融機関では解決しきれない



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
- 社内ですら十分に解決が可能だから
- 相談相手の能力がわからないから
- その他
- 相談に係る費用負担が生じるから
- 近日中に相談を行う予定がある

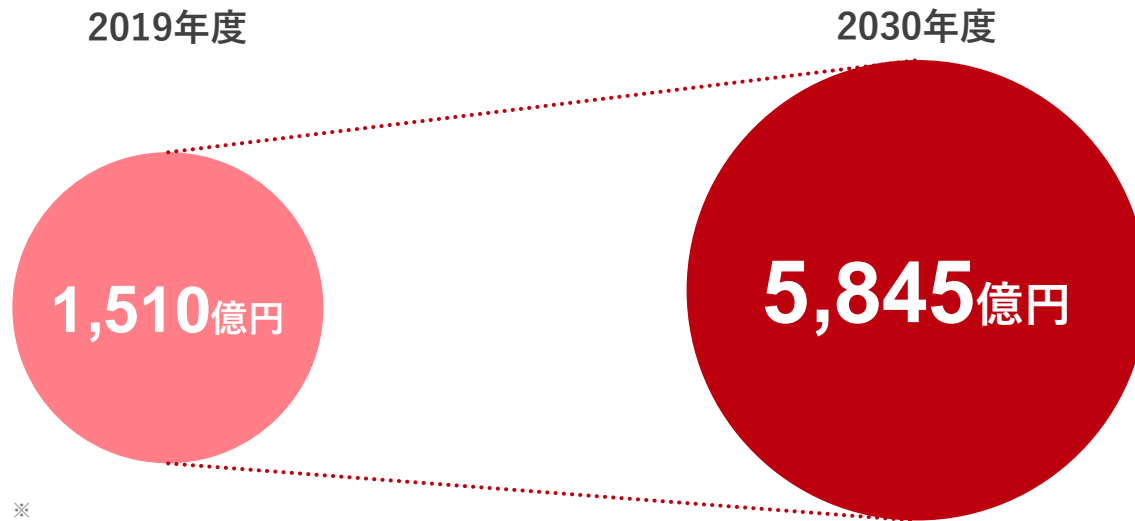


出典：野村総合研究所「中小企業の経営課題と公的支援ニーズに関するアンケート」

## 市場 リテール領域の市場規模：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倍に成長する見込み。  
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



※ 2020年10月23日発表の富士キメラ総研『2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望』より引用

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。

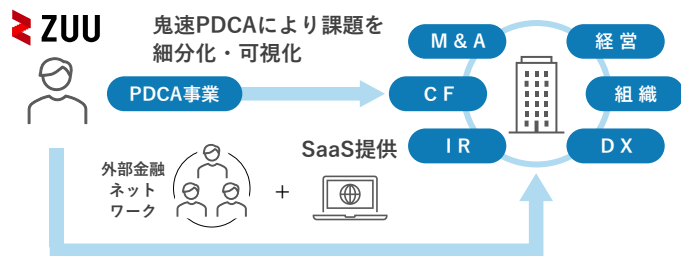
PDCAコンサルティングの特徴

従来のコンサルティング事業



経営、組織などに特化した分野の課題しか浮かび上がってこない、デジタル化が進まない

当社のPDCA事業

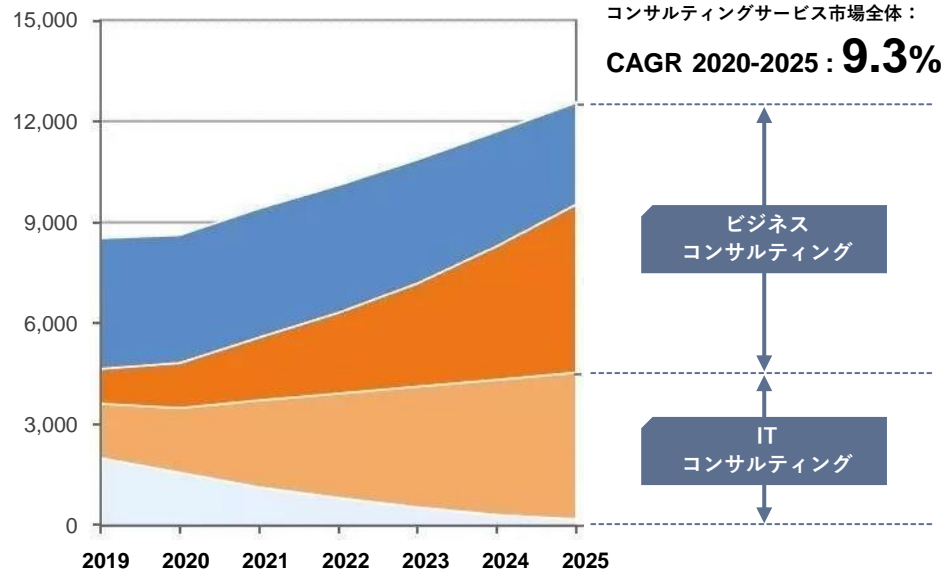


鬼速PDCAで組織の全方位的課題を可視化、デジタルと独自のネットワークでコンサルティングを提供

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

(単位：億円)

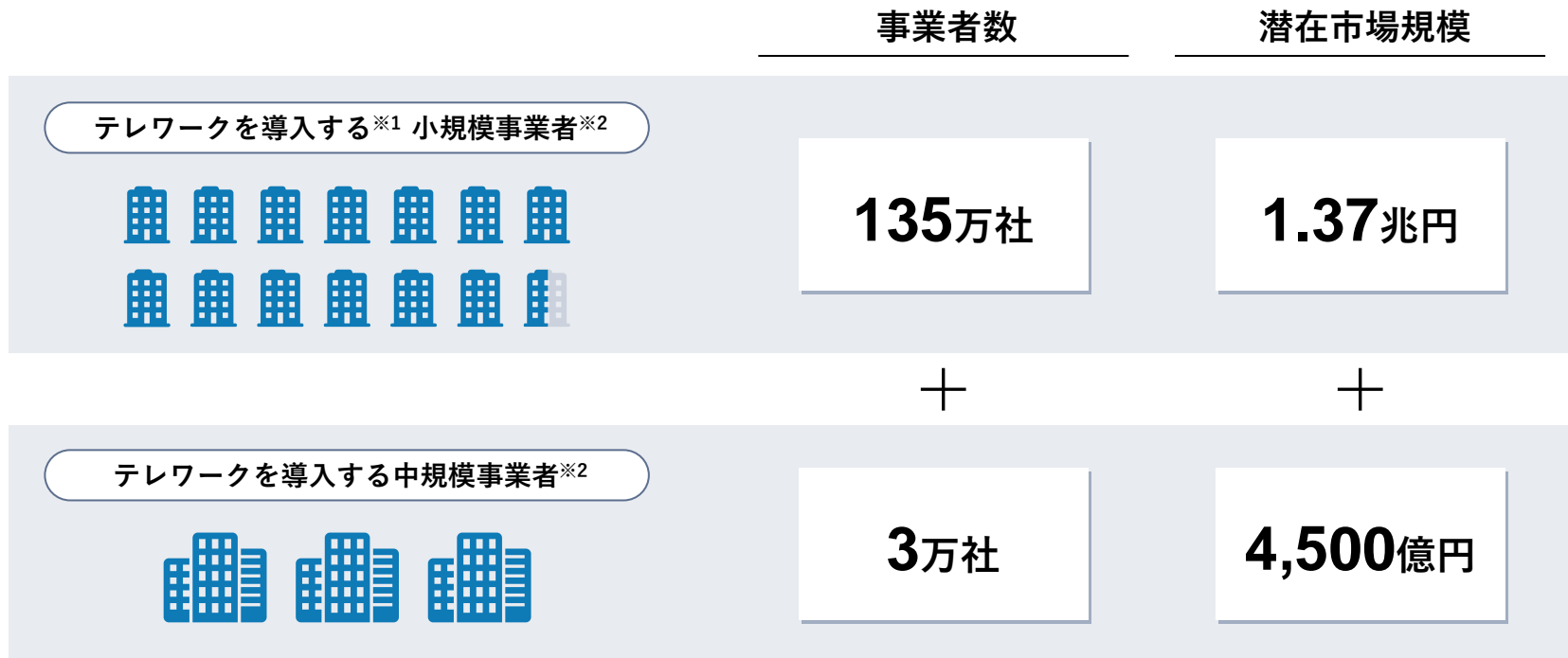


出典：IDC Japan 「国内コンサルティングサービス市場」予測

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**

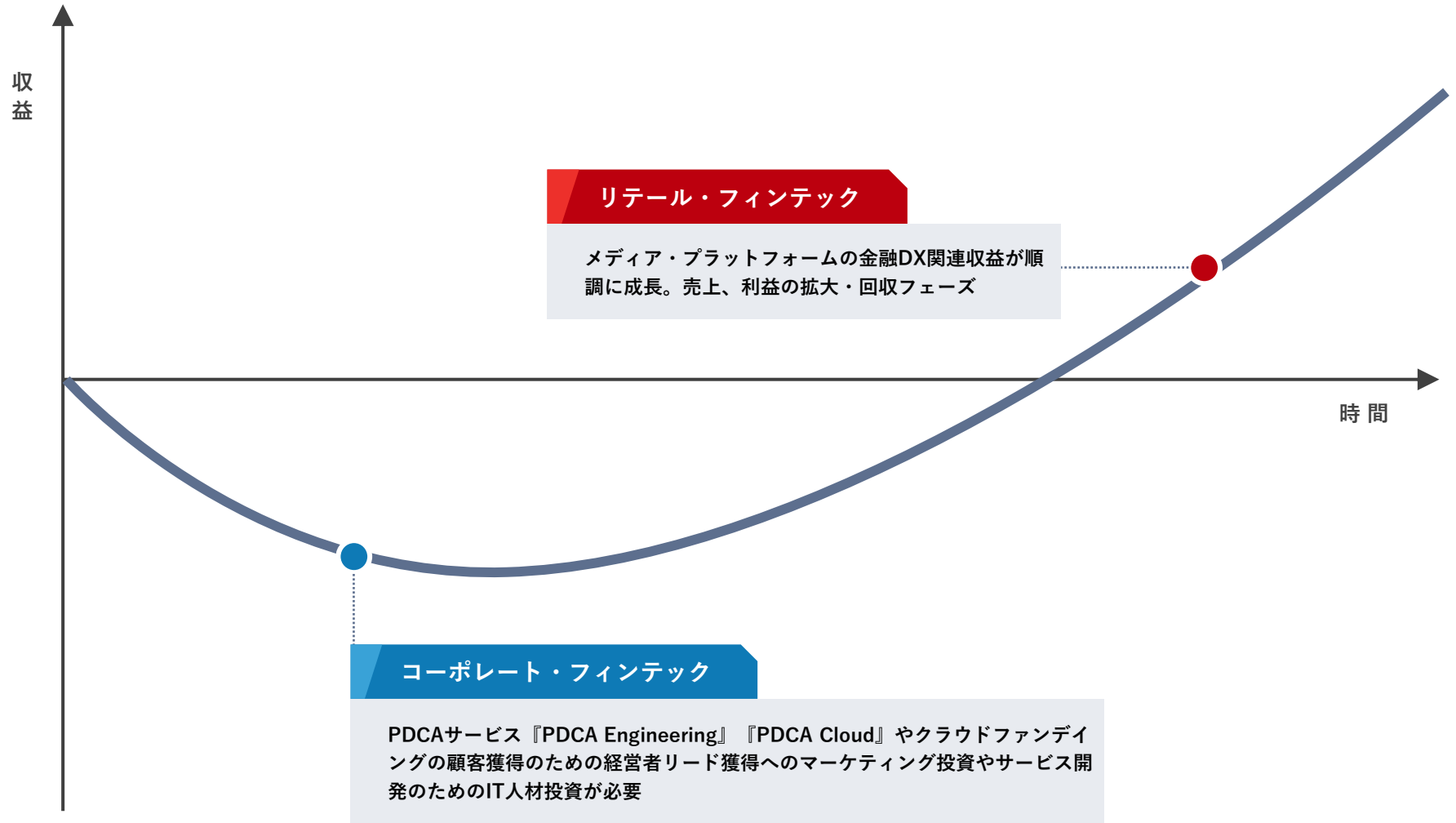


※1 2020年11月27日発表の総務省情報流通行政局情報流通高度化推進室『テレワークの最新動向と総務省の政策展開』より調査時点でテレワークを「現在、実施している」と回答した中小企業の割合26.2%を引用し、それぞれの事業者数に乘算  
 ※2 総務省統計局『産業、従業者規模別民営事業所数と従業者数（平成28年）』より引用した従業員規模1名～49名の全事業者数を合算  
 ※3 総務省統計局『産業、従業者規模別民営事業所数と従業者数（平成28年）』より引用した従業員規模50名～99名の事業者数

# 04 — 成長戦略

# 方針 2022年3月期 成長に向けた投資方針

FY2022上期はコーポレート・フィンテックを中心に約216百万円の成長投資を実施。経営者リード獲得の投資からPDCAサービス、クラウドファンディングの商品・サービス受注等による投資回収を目指す。



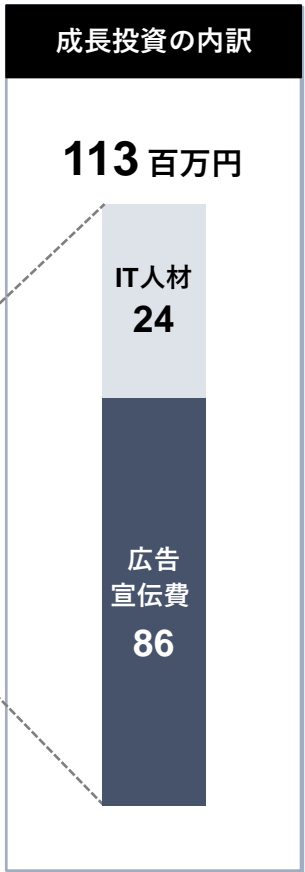
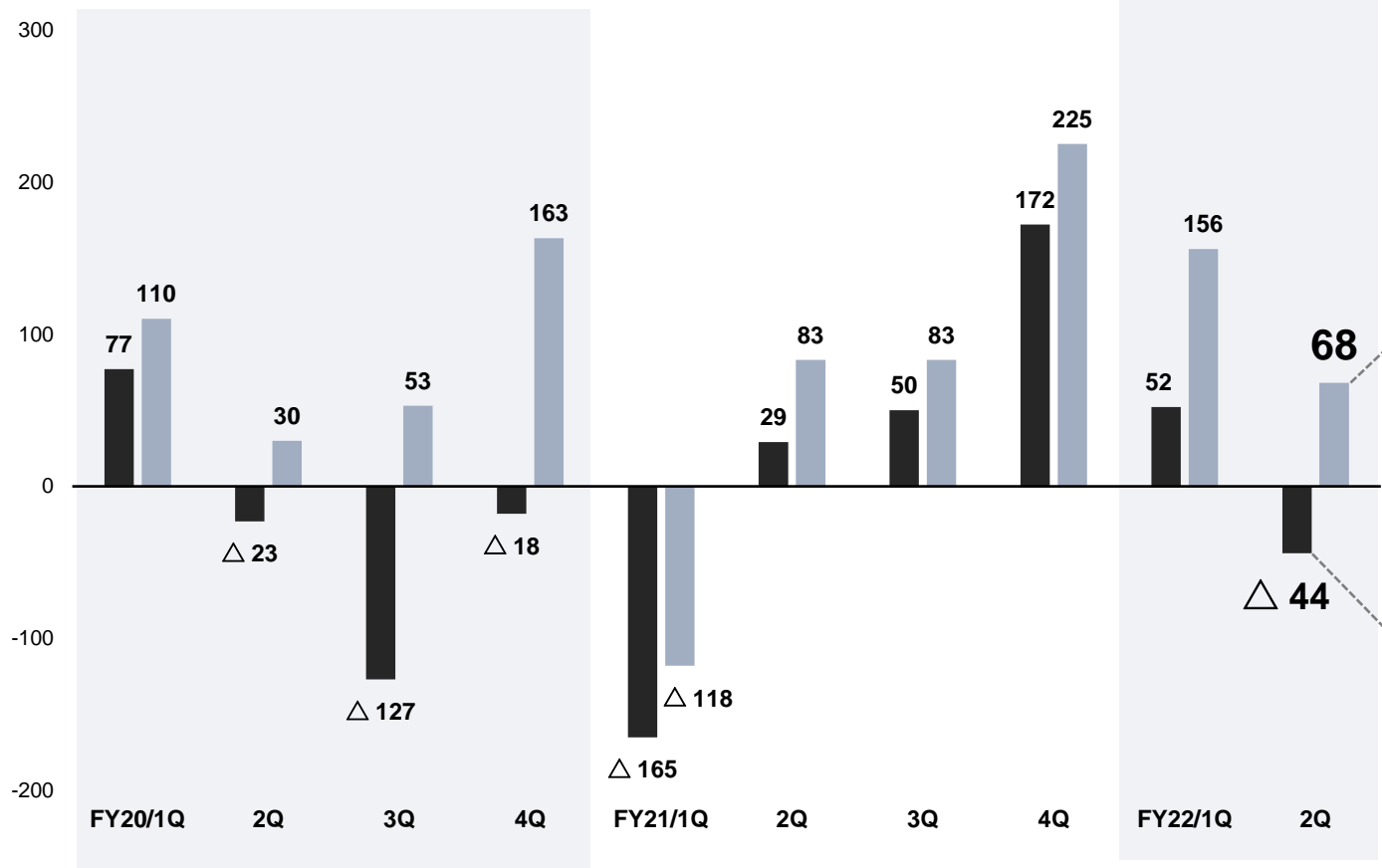


# 戦略 今期は積極的な成長投資を実施

コーポレート・フィンテックの減収影響で2Q単体でEBITDAは赤字も、期初計画通り広告宣伝、IT人材採用に継続投資の方針。

EBITDA 四半期推移

(単位：百万円) ■ EBITDA ■ 成長投資を除くEBITDA



# 戦略 成長投資は期中回収見込み

積極的な成長投資により第3四半期までは赤字見込みも、期中での投資回収で最終着地は黒字の見込み。

## FY2022/3月期 通期業績予想

2022年3月期はさらに積極的な投資実行による前期を上回る高成長を目指す。新規サービス開発、マーケティングへの積極的な投資をしていくため、多数の変動要因を考慮し、通期業績はレンジで予想。売上高はYoYで50.5%~61.3%増の4,200百万円~4,500百万円、営業利益は△100%~1,289%増の0百万円~200百万円の見込み。

### 2022年3月期 通期業績予想

単位：百万円	業績予想	前年度実績	増収率
<b>売上高</b>	4,200 ~ 4,500	2,789	+ 50.5 ~ 61.3%
<b>営業利益</b>	0 ~ 200	14	△100 ~ 1,289%

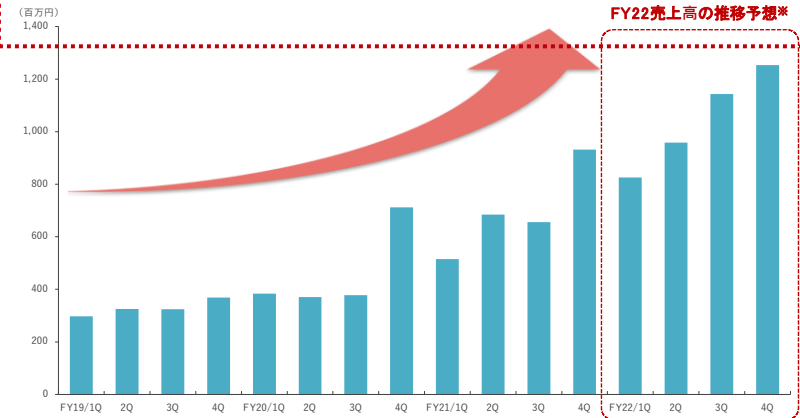
### 成長投資

#### 黒字確保の範囲内で、規律ある成長投資を継続

2022年3月期はさらに高い売上高成長率を目指し、フリー・キャッシュ・フロー等から得られた資金は積極的に投資。引き続き、IT人材の採用に加え、新たなマーケティング手法への投資による新規リード獲得を加速。

## FY2022/3月期業績予想：四半期売上高の推移

さらなる売上高の高成長を重要視し、期初から人材・マーケティングを中心に積極的に投資を実施。1Qから3Qまでの営業利益は赤字見込みも、FY2021同様、期初からの投資を期中回収する想定で最終着地は黒字化。



ZUUメディアプラットフォームで集客した1,900万人のユーザーに対し、収益の大きい送客領域で証券口座開設から商品ラインアップ拡充に注力。ユーザーあたり収益性の向上とGoogleコアアルゴリズムアップデートによるリスクを分散。

ZUU online

NET MONEY



金融系メディアプラットフォームでの  
マネタイズポイント

送客



有料会員



広告



デジタル店舗



アドバイザー  
マッチング



送客領域

証券口座



+

クレジットカード



new

カードローン



new

人材・キャリア



new

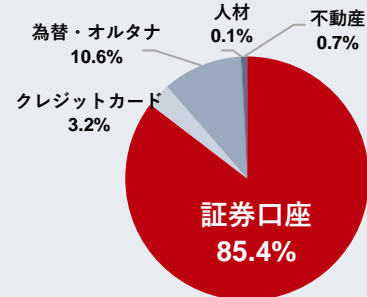
暗号資産・FX



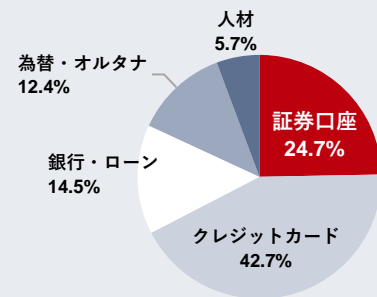
new

⋮

2020年9月時点の  
商材別送客件数割合

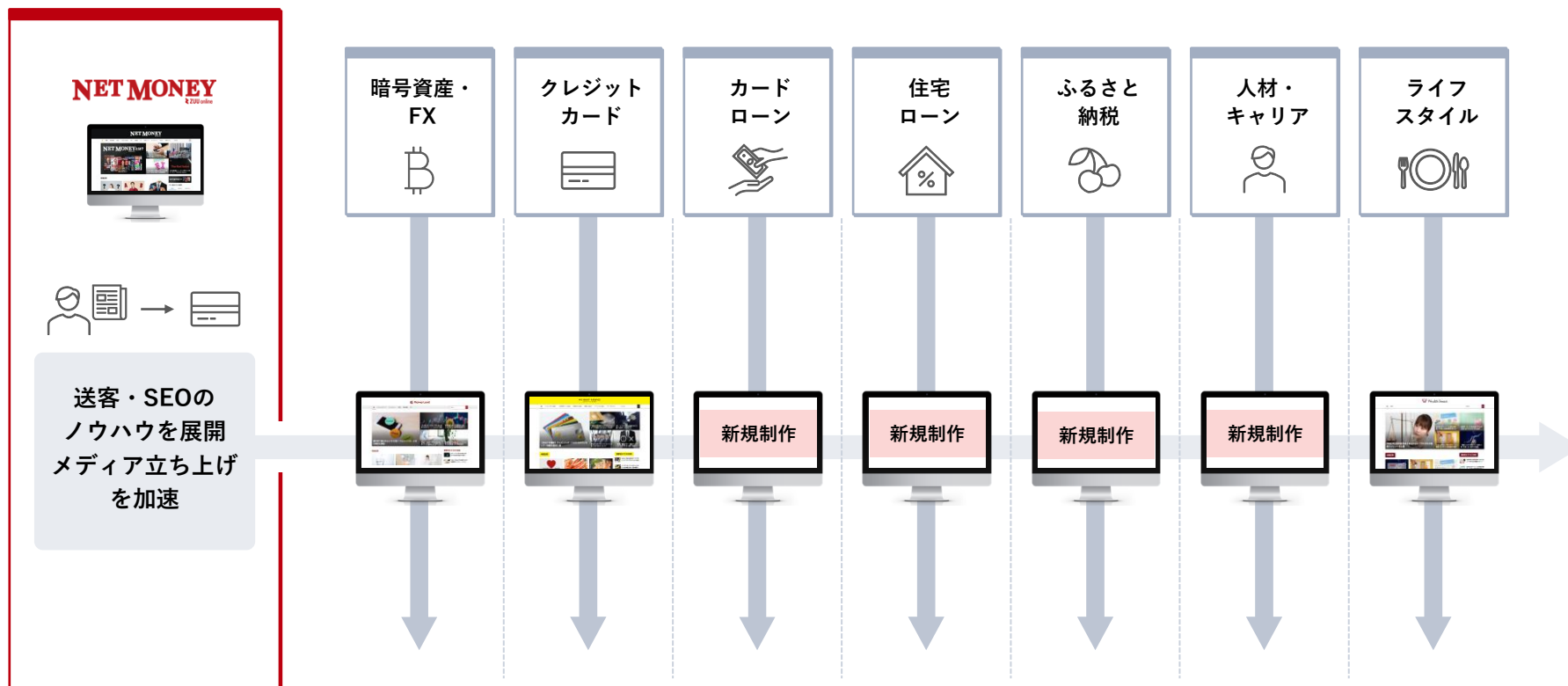


2021年9月時点の  
商材別送客件数割合

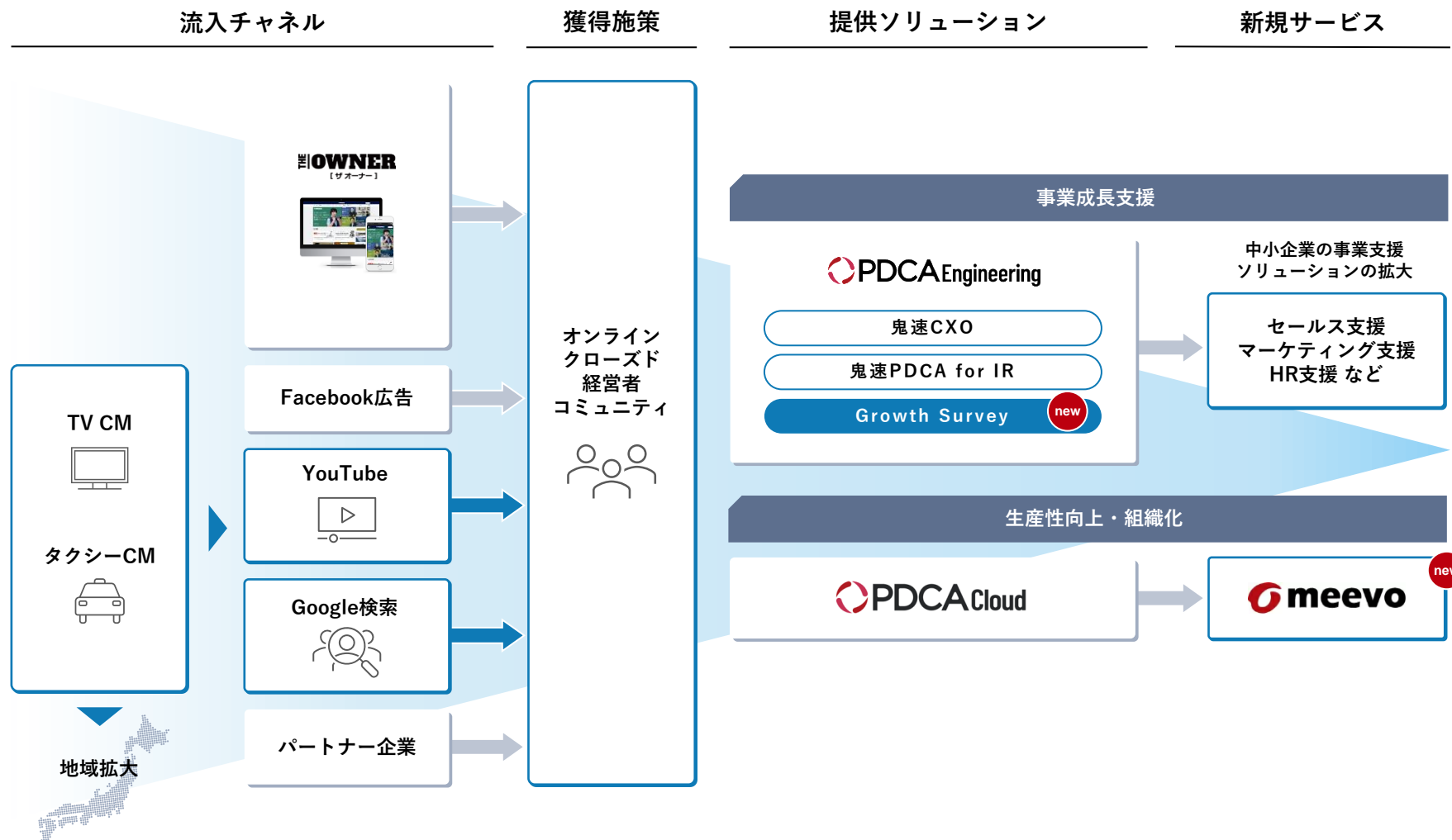


『NET MONEY』の送客・SEOのノウハウを活用し、各送客領域におけるバーティカル・メディアを立ち上げ。すでに複数のバーティカル・メディアを構築。さらなる新規ユーザーと収益の確保に向けた体制構築を推進。

バーティカルメディア戦略における進出領域



少人数勉強会など顧客獲得施策に注力してきたが、認知拡大施策により新規顧客層を開拓。また、『PDCA Engineering』のコンサルティング商品ラインアップ拡大やPDCA Cloudシリーズの新規サービス開発により、顧客に多様なソリューションを提供できる体制を強化。



## PDCAEngineering

	対象	企業課題	サービス内容
<p><b>鬼速CXO</b></p> <p>企業の全方位課題が見える化し、経営や事業の改善計画を作成するプログラム</p>	経営者のみ	企業成長のための経営計画を作成したい	鬼速PDCAを用いた経営／事業の健康診断・改善計画作成
<p><b>鬼速PDCA for IR</b></p> <p>“株式価値の最大化“を目的とし、経営計画とその見せ方を作成するプログラム</p>	経営者／経営幹部	成長資金の調達を行いたい・IPOに向けて株式価値を高めたい	エクイティストーリーの設計から設計後の投資／経営の実行支援
<p><b>Growth Survey</b></p> <p>企業の“加速度的な成長“に必要な5つの要素を点検し可視化するプログラム</p>	経営者のみ	自社の事業上の強み・弱み、課題が知りたい	鬼速PDCAを用いた企業の成長のための事業分析レポート作成

## PDCACloud

<p><b>PDCA Cloud</b></p> <p>鬼速PDCAを用いて自社の属人化しているノウハウを標準化し、社内全体に浸透させるSaaS</p>	経営者／経営幹部 ／全従業員	生産性を高める組織の仕組みを構築したい	組織内への鬼速PDCA理論の浸透と自社ノウハウの標準化支援
<p><b>meevo</b></p> <p>鬼速PDCAを用いて社内会議の生産性を向上し、目標達成できる組織へ改善するSaaS</p>	経営者／経営幹部 ／全従業員	会議の効率を高めたい・会議の仕組みを構築したい	目標を達成する会議の仕組み化・会議運営の効率化

第2四半期後半から広告宣伝費への投資を本格的に開始。

タクシーCM等による顧客獲得のための新規チャネル開拓に取り組み、下期中の回収を見込む。

### 成長投資の内訳

#### IT人材への投資

- ・ 正社員採用は引き続き苦戦するも、派遣、業務委託の採用加速により、IT人材への投資を加速

#### 広告宣伝費への投資

- ・ 第1四半期から投資予定だったPDCAサービス広告宣伝への成長投資を第2四半期後半から開始。
- ・ PDCAサービスの認知拡大を目的に、タクシーCM等による新規チャネル開拓の広告宣伝費に大きく投資。

### 新規顧客獲得に向けた大規模投資を実施

- デジタルマーケの専門家による広告戦略立案
- 新規広告チャネル開拓による認知拡大～新規獲得施策の実施



  
タクシーCM

東京 → 地方

2Q後半から東京で実施。下期は地方展開により更に新規顧客獲得を見込む

  
TV CM

東京                      地方

タクシーCMの効果測定をしつつ、TVCMの放映および地域を慎重に検討

成長投資の一環で第2四半期末から開始したタクシー広告等による期待収益は、大きく以下2つの経路による投資効果見込みから試算。

## 期待効果

広告投資による期待収益は大きく2つの経路からの売上で試算

期待収益 ※1

=

投資効果 ①

+

投資効果 ②

## 投資効果 ① ※2

直接のお問い合わせ数増加による売上増

受注額

=

ターゲットリード数

×

アポ取得率

×

受注率

×

受注単価

## 投資効果 ② ※3

他チャネルの集客効率（CPA）改善による勉強会参加からの売上増

受注額

=

リード獲得件数

×

参加率

×

参加対受注率

×

受注単価

※1 広告投資全体の成果からの期待売上高。

※2 広告による新規のお問い合わせ、資料請求から獲得したリードからの期待売上高。

※3 広告による認知度向上からのCPA改善による、新規獲得リードからの期待売上高。



コーポレート・フィンテックはメディア・プラットフォーム『THE OWNER』の基盤を生かした、広告による経営者リード獲得からの商品・サービス受注による一定期間での投資回収を見込む。

投資回収期間

顧客獲得コストに対する投資回収までの期間

4.2ヵ月後

投資回収期間

=

CAC※2

÷

1ヶ月あたり  
LTV

投資回収率

顧客獲得に対する投資リターン

2.8倍

投資回収率

=

LTV

÷

CAC

LTV※1

顧客獲得後1年間でのコーポレート・フィンテック1顧客あたり平均売上総利益

483万円

LTV

=

ARPA※3

×

粗利率

※1 直近1年間（FY21/2Q-FY22/1Q）の実績をもとに算定。

※2 獲得後1年間で1顧客が生み出す平均売上総利益。

※3 1顧客の獲得にかかる平均費用。

※4 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。

# 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

2022年3月期から当社のコア・バリューである「ファイナンス」を軸としたサービス領域に分けて事業運営。個人、法人、各領域での主要KPIの成長に向けて以下取り組みを推進。

	KPI	取り組み	
<b>フィンテック・ リテール</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<b>toC領域の提供価値</b> ファイテック・サービスによる投資・資産形成の支援
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ARPU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社開発およびM&amp;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</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>総資産額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アライアンスによる富裕層ネットワークの拡大</li> <li>金融機関連携による新規プロダクト開発</li> </ul>	
<b>フィンテック・ コーポレート</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営者リード総数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<b>toB領域の提供価値</b> ファイナンスを含めた事業成長支援
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ARPA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新SaaSプロダクト等によるサービス・ラインナップ拡充</li> <li>戦略コンサルティング・チームの採用強化</li> <li>カスタマーサクセスの強化</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>累計調達額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アライアンス・ネットワーク構築による案件獲得効率化</li> <li>ESGなどさまざまな観点での案件バリエーションの拡大</li> <li>企業の資金調達ニーズの獲得</li> </ul>	

メディア・プラットフォームの訪問者数、会員数は堅調に推移。ARPUは送客・広告領域の収益が引き続き好調で2,600円台と同水準を維持。

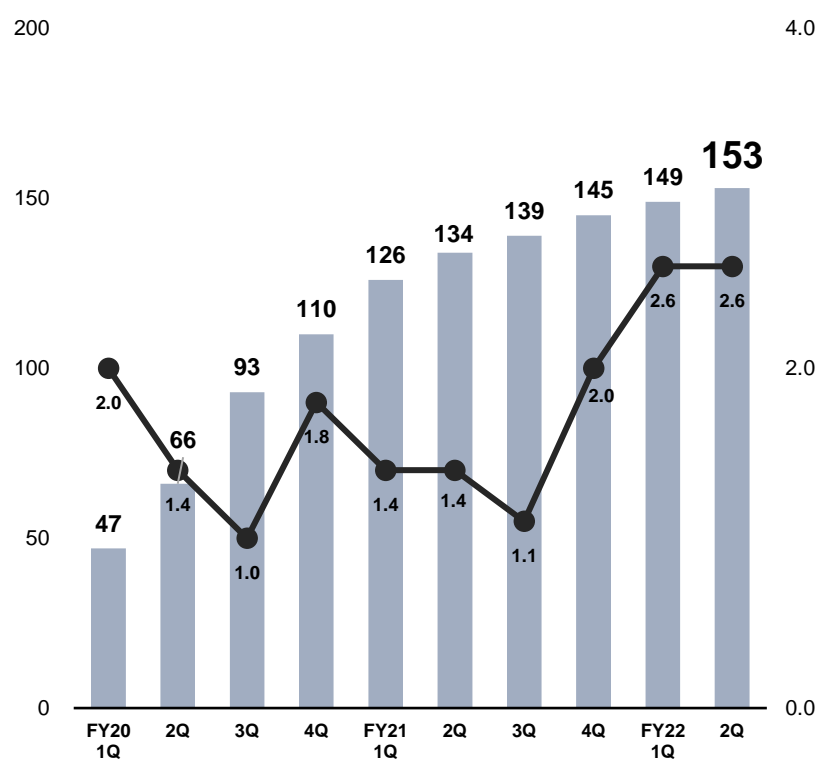
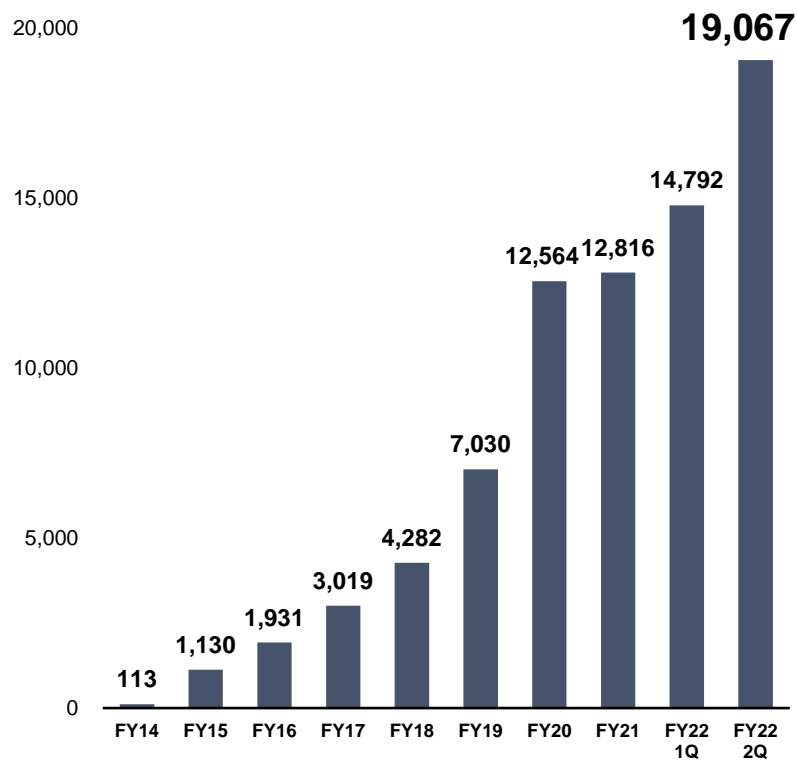
訪問者数

総会員数 / ARPU

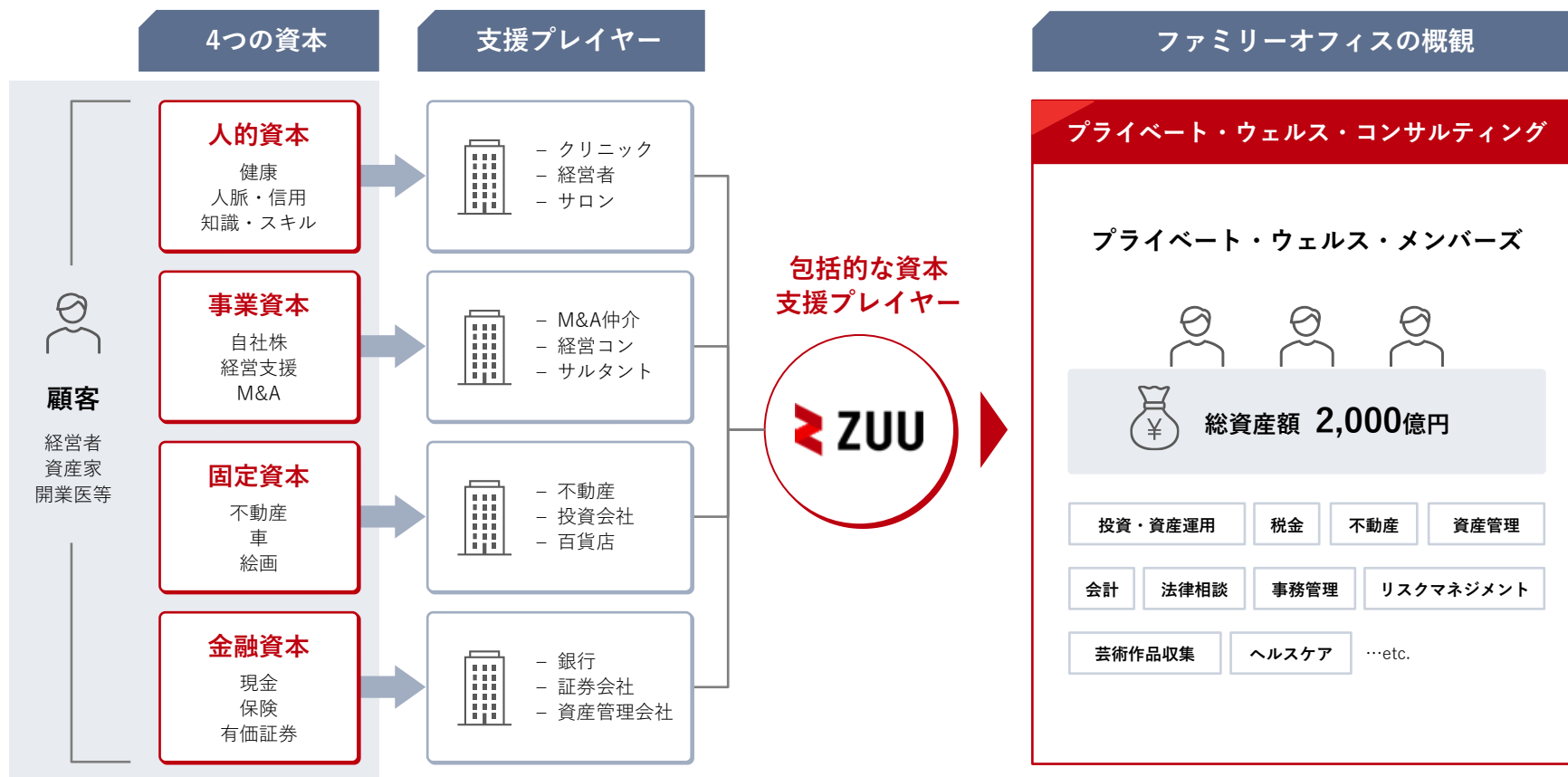
(単位：千UU) ■ 訪問者数

(単位：千人) ■ 総会員数 (左軸) ● ARPU (右軸)

(単位：千円)



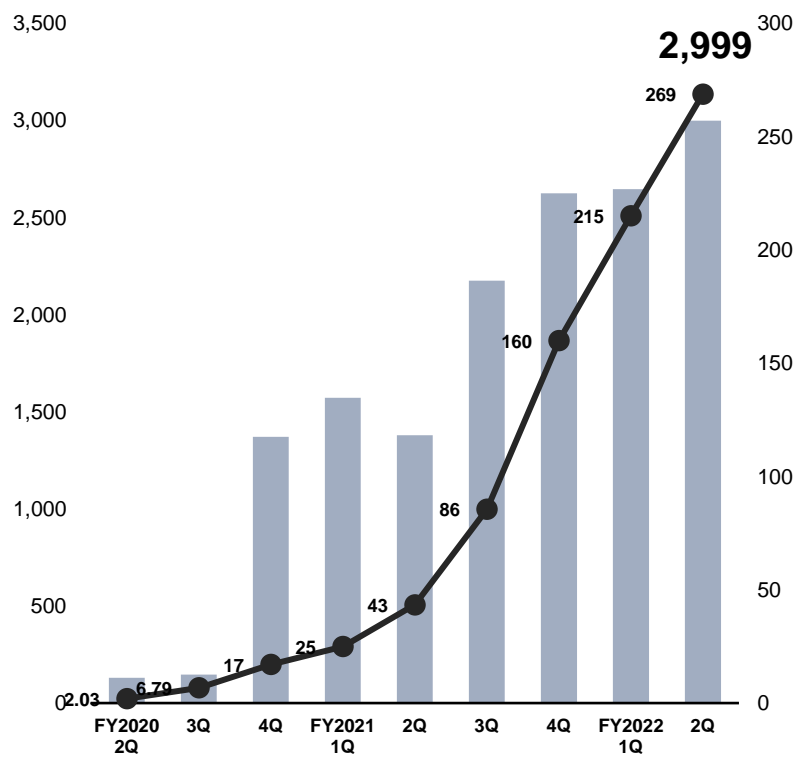
『プライベート・ウェルス・メンバーズ』の総資産額が21年9月末時点で2,000億円を突破。今後は金融サービス仲介業のライセンス取得からの会員向けソリューション拡充を目指す。



メディア会員数及び経営者リード数が順調に増加。経営者リード数の流入の入口の一つである『THE OWNER』のPV数・会員数も順調に増加し、約300万PV、2.5万会員を突破。直近のARPAは減収の影響により第1四半期から微減。

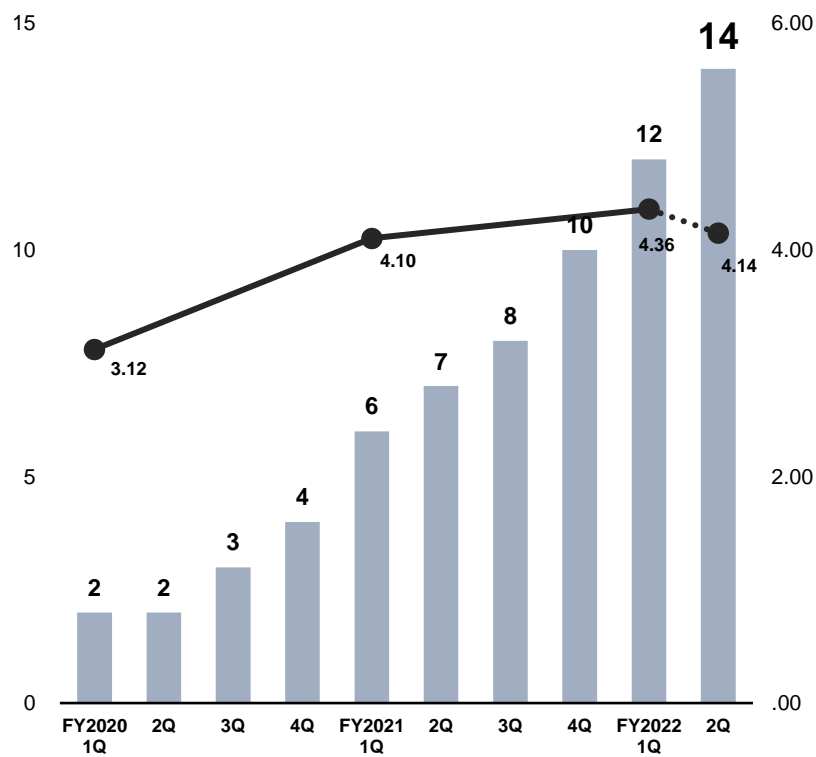
月間PV数 / 会員数

(単位：千PV) ■ PV (左軸) ● 会員数 (右軸) (単位：百人)



経営者リード総数 / ARPA

(単位：千人) ■ 経営者リード総数 (左軸) ● ARPA (右軸) (単位：百万円)



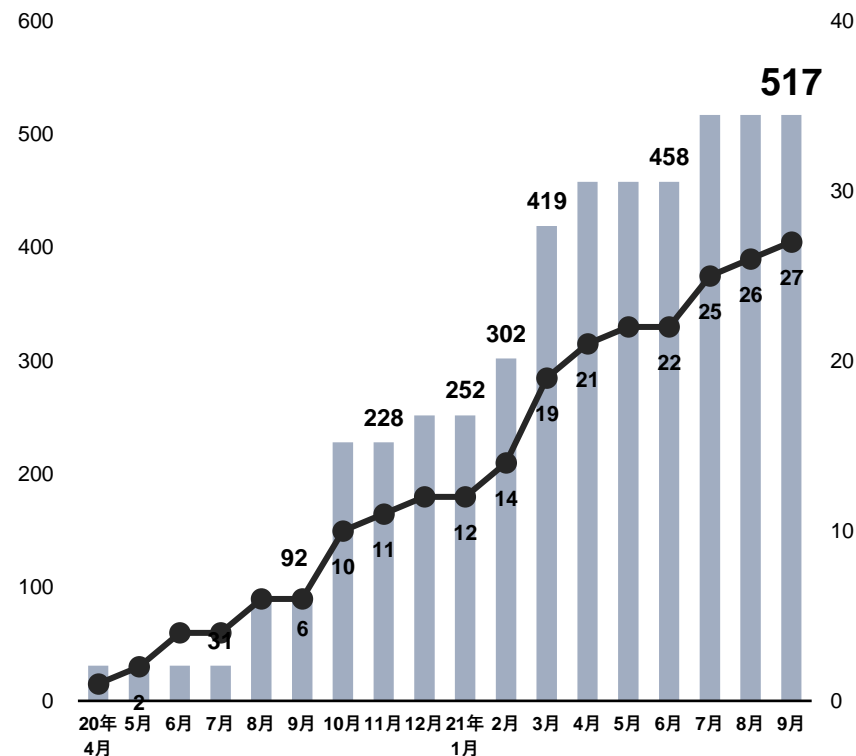
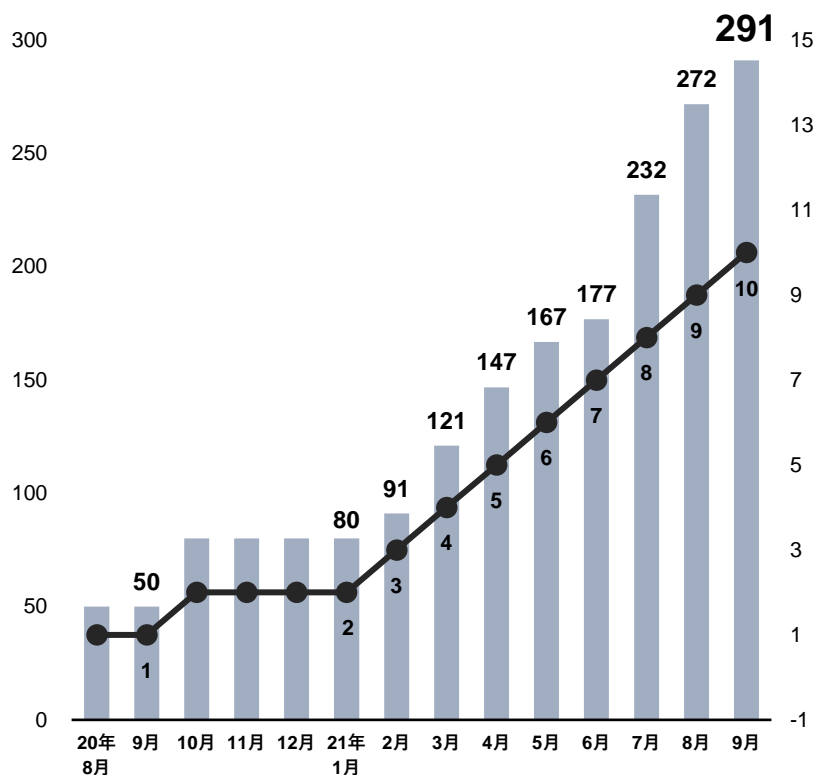
『COOL』は安定したユーザー獲得及び案件獲得が進み順調に成長。『Unicorn』は5件の新規案件を組成するも成立は2件に留まる。今後は規制緩和の追い風を生かし、案件組成のターゲットを拡大し推進。

融資型クラウドファンディング『COOL』

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)

(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

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	対応策	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 /常時	中
検索エンジンのアルゴリズムに関するリスク	自社メディアへの訪問者数の伸び	競合メディアの登場やGoogle等の検索エンジンのアルゴリズム変更等により、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進めております。	低～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	大

## 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時に更新して開示致します。次回開示は2022年5月予定です。