

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年3月

株式会社エフ・コード



F-CODE

1

CX^(※1) SaaS^(※2) 及び付随するデータ/知見を武器にDX^(※3)を推進

- 当社は2013年以來、CX SaaSの開発及びサービス提供を通じてデータを蓄積してきた企業
- 長年にわたって蓄積したデータを基に、コアなCX解析を行い、生活者目線でのDX設計が可能

2

BtoB領域の強化に加え、SaaSプロダクト群を拡充

- DX・デジタルコンサルティング市場は継続的に成長し、特にBtoBのDXニーズが急速に拡大
- 自社開発に加えM&Aも積極的に活用し、プロダクトラインナップを拡充

3

既存事業で売上高成長率約30%、加えてM&Aにより成長加速

- 2022年12月期 通期業績予想において、既存事業での売上高成長率+30.0%を想定
- 2022年2月28日に株式会社コミクスよりSaaS事業の譲受を実施（業績への影響は精査中）

※1 Customer Experience（カスタマーエクスペリエンス）：webサイトや店舗体験など、企業から生活者が受け取る製品にまつわる全ての体験のこと

※2 Software as a Serviceの略で、「サース」または「サーズ」と呼び、ベンダーが提供するクラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネット経由してユーザーが利用できるサービスのこと

※3 Digital Transformation（デジタルトランスフォーメーション）：企業のビジネスモデルや業務フローをデジタル化し非連続的な成長を図ること

※4 User Interface（ユーザーインターフェイス）：ユーザーとプロダクトをつなぐ接点のこと／User Experience（ユーザーエクスペリエンス）：プロダクトやサービスを通じて得られるすべてのユーザー体験のこと

私たちは長年に渡って培ったCX領域のSaaSとデータ・知見をコアとして
広範なデジタルサービスを展開することでお客様のDXを実現する企業

CX \ggg DX

SaaSをコアに を実現する企業

サービスの概要

① 様々なユーザーデータを蓄積

② 顧客課題に即して解析

③ 顧客に最適なサービス・ソリューションを提供



累計1000社を超える
CXデータ
ノウハウの蓄積

CX SaaS
「CODE Marketing Cloud」
提供

DX戦略設計・実行
デジタルマーケティング伴走支援

目次

1 会社概要

2 事業概要

3 業績と主要KPI

4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

目次

1 会社概要

2 事業概要

3 業績と主要KPI

4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

社名	株式会社エフ・コード [英語名：f-code Inc.]																
代表者	代表取締役社長 工藤 勉																
設立年月	2006年3月																
本社所在地	東京都新宿区市谷八幡町2-1 DS市ヶ谷ビル 5F																
資本金	241,384千円（2021年12月末）																
役員構成	<table><tr><td>■ 代表取締役社長</td><td>工藤 勉</td><td>■ 取締役（社外）</td><td>雨宮 玲於奈</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>荒井 裕希</td><td>■ 監査役（常勤・社外）</td><td>今村 元太</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>山崎 晋一</td><td>■ 監査役（非常勤・社外）</td><td>梅澤 康二</td></tr><tr><td>■ 取締役</td><td>平井 隆仁</td><td>■ 監査役（非常勤）</td><td>山岡 佑</td></tr></table>	■ 代表取締役社長	工藤 勉	■ 取締役（社外）	雨宮 玲於奈	■ 取締役	荒井 裕希	■ 監査役（常勤・社外）	今村 元太	■ 取締役	山崎 晋一	■ 監査役（非常勤・社外）	梅澤 康二	■ 取締役	平井 隆仁	■ 監査役（非常勤）	山岡 佑
■ 代表取締役社長	工藤 勉	■ 取締役（社外）	雨宮 玲於奈														
■ 取締役	荒井 裕希	■ 監査役（常勤・社外）	今村 元太														
■ 取締役	山崎 晋一	■ 監査役（非常勤・社外）	梅澤 康二														
■ 取締役	平井 隆仁	■ 監査役（非常勤）	山岡 佑														
事業内容	「CODE Marketing Cloud」等の CX 向上 SaaS の提供、DX 戦略設計・実行支援、デジタルマーケティング支援																
従業員数	34名（2021年12月末） ^{※1}																
総資産	843,306千円（2021年12月末）																

※1 平均臨時雇用社数を含んでおります。

OUR MISSION

マーケティングテクノロジーで 世界を豊かに

進化し続けるデジタルテクノロジーとマーケティングノウハウ

デジタル時代では、経営の根幹でのデジタル技術活用が企業の盛衰を分けます
それにも関わらず、未だ多くの企業ではDXの推進度合には差が見られ
その差が企業間の競争力に大きな影響を与えています

我々エフコードは、企業の立地も業種も問わず
最先端のデジタルテクノロジーを駆使し、マーケティング革新に寄与することで
日本そして世界の企業においてDXを推進し、ミッションを実現して参ります

目次

1 会社概要

2 事業概要

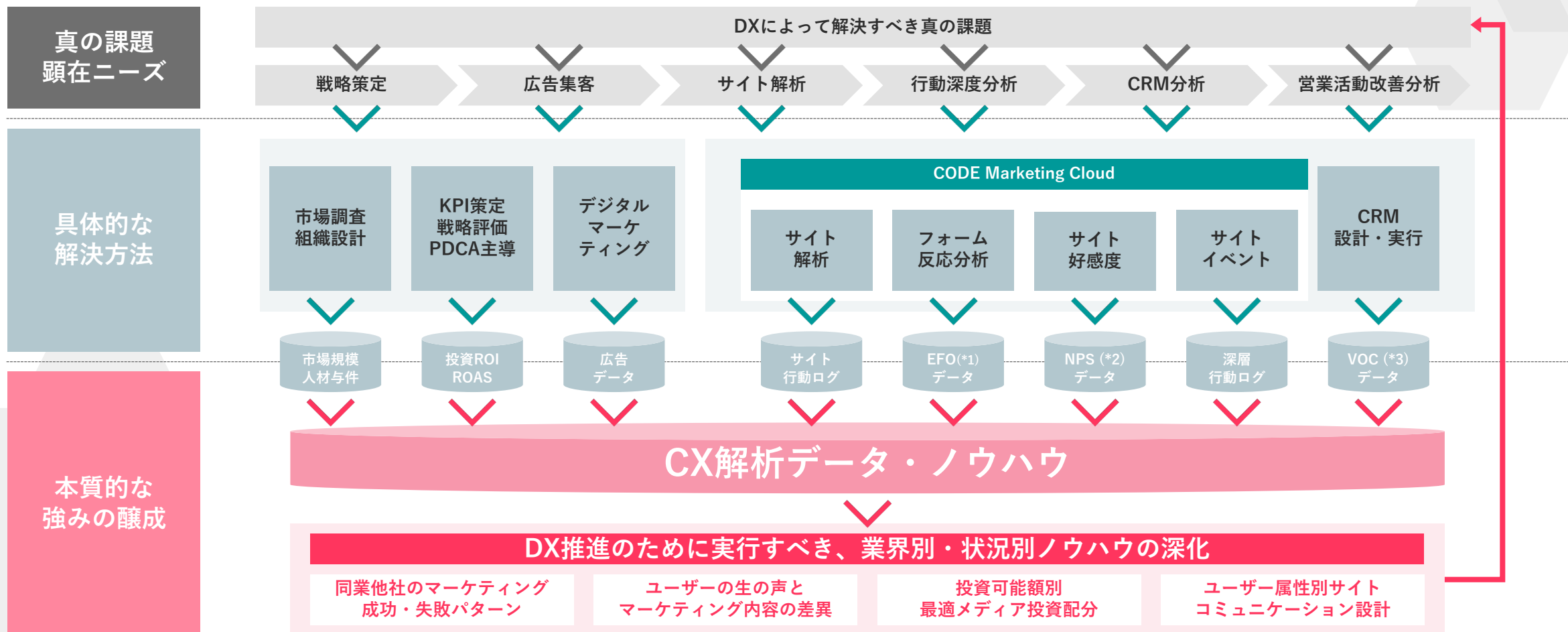
3 業績と主要KPI

4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

サービス領域はデジタル顧客獲得支援と育成支援に大別

其々から得られるデータをCXデータとして蓄積・ノウハウ化、各業界・企業のDX課題を深ぼる強みの源泉へ

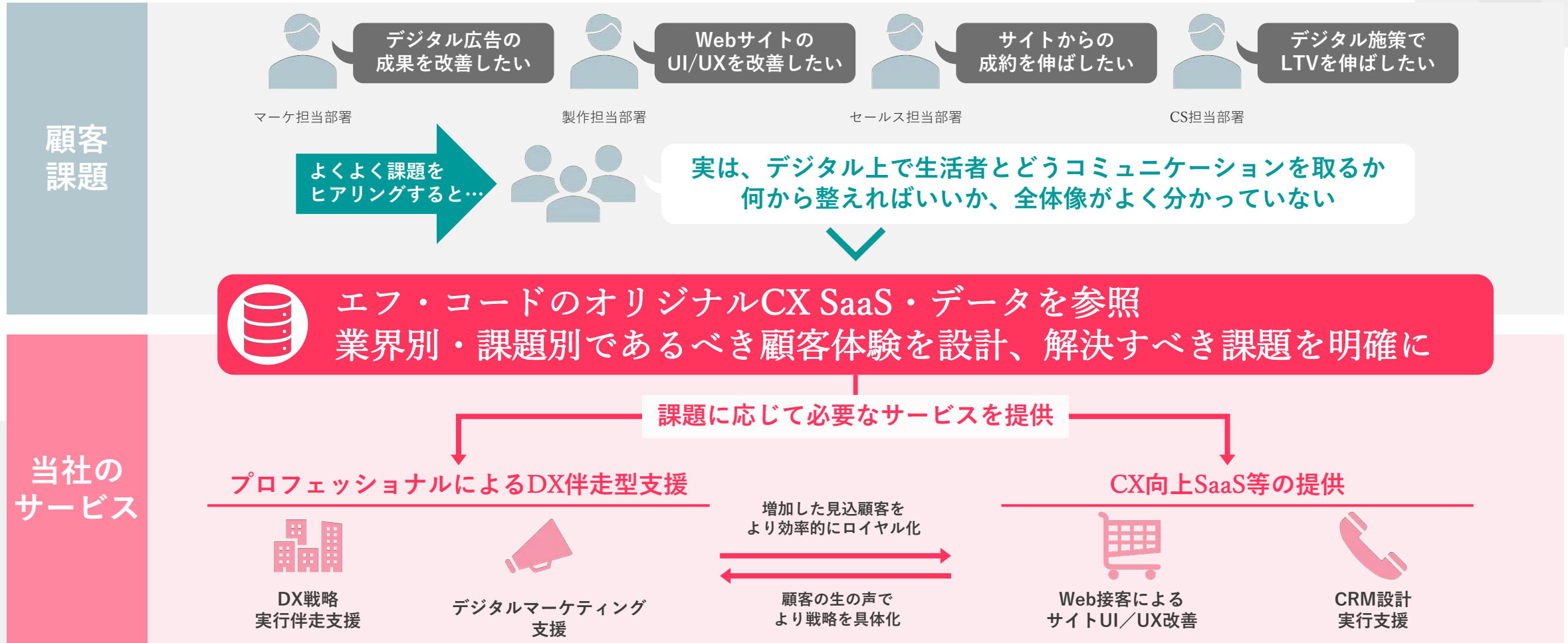


※1 Entry Form Optimization (エントリーフォーム最適化)：購入等のフォームのユーザービリティを改善する活動やデータのこと

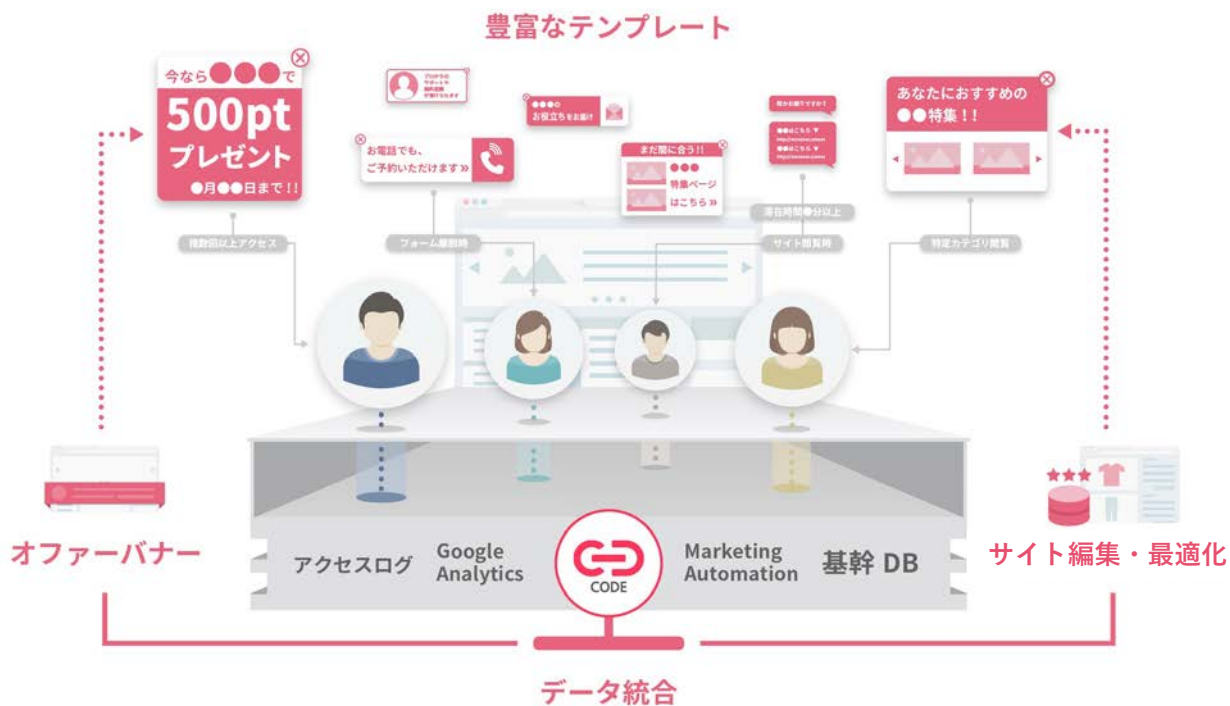
※2 Net Promoter Score (ネットプロモータースコア)：企業や商品、サービスへの顧客の愛着度合のこと

※3 Voice of customer (ヴォイスオブカスタマー)：顧客(お客様)の声や顧客の見方のこと

エフ・コードは長年培った業界別・課題別のCX SaaS及びデータを所有
複雑なDXニーズに対し、当該データによるワンストップなサービス提供を強みに成長してきた



CODE Marketing Cloudは、全てのデジタル上の顧客体験を変革する
サイト解析やMAデータと連携し、ユーザー1人1人に対し、個別最適化された異なる体験を提供する



データを活用した顧客体験の改善・創造

行動履歴や志向性に応じた1to1コミュニケーションを提供、
より良い顧客体験を提供し、ロイヤリティの向上に寄与

ユーザーデータの収集・統合

CODE自体で取得するサイト内の行動データをはじめ
解析ツールやMA、あるいは、顧客が蓄積してきた顧客情報を
利活用するために収集・統合

獲得したリードに対して成約率・継続率上昇のための支援として、
自社プロダクト「CODE Marketing Cloud」を活用したUI/UXの改善支援等を顧客ごとの課題に即して提供

CODE Marketing Cloud (Web接客、パーソナライズコミュニケーション)

豊富なテンプレート

500pt プレゼント

オファーバナー

アクセスログ

Google Analytics

Marketing Automation

基幹DB

レコメンドエンジン

データ統合

サイト内での行動情報・購買情報などをもとに最適なタイミングで適切なコンテンツを訴求することが可能

収益モデル 主にサブスクリプションによる月額課金

f-traEFO (エントリーフォーム最適化)

ガイドナビゲーション

サブミットブロック

背景色・初期文言表示

かな/住所自動入力

リアルタイムアラート

確認ブロック

SAMPLE FORM

お名前

フリガナ

性別 男性 女性

電話番号

メールアドレス

ご住所

タグを埋め込めばすぐフォーム改善を開始できるASP型ツール

収益モデル 主にサブスクリプションによる月額課金

蓄積されたCXデータを活用した課題の分析・顧客体験の設計を行い、それらを前提としたDX推進の伴走型支援及びデジタルマーケティング全般のご支援をワンストップで提供

事例 1

STEP1



類似業界の
DX事前調査・仮説設定

STEP2



市場・競合調査

STEP3



事業企画・事業計画

STEP4



リソース調達・
実行プロセスの伴走型支援

事例 2

STEP1



市場・競合調査に基づく
マーケティングプラン策定

STEP2



クリエイティブ・
メディアプランの策定

STEP3



Web広告/オウンドメディア
/ソーシャルメディア等

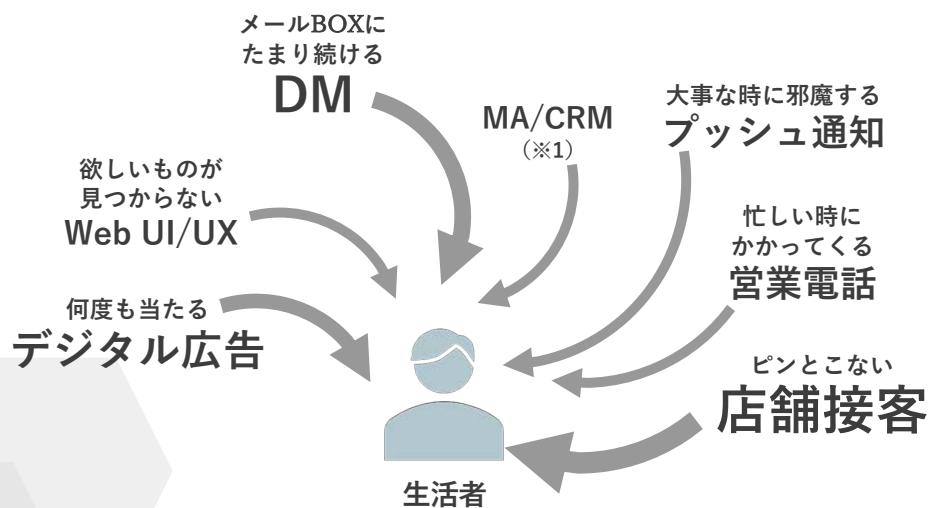
STEP4



デジタルマーケティングの
PDCAを伴走型支援

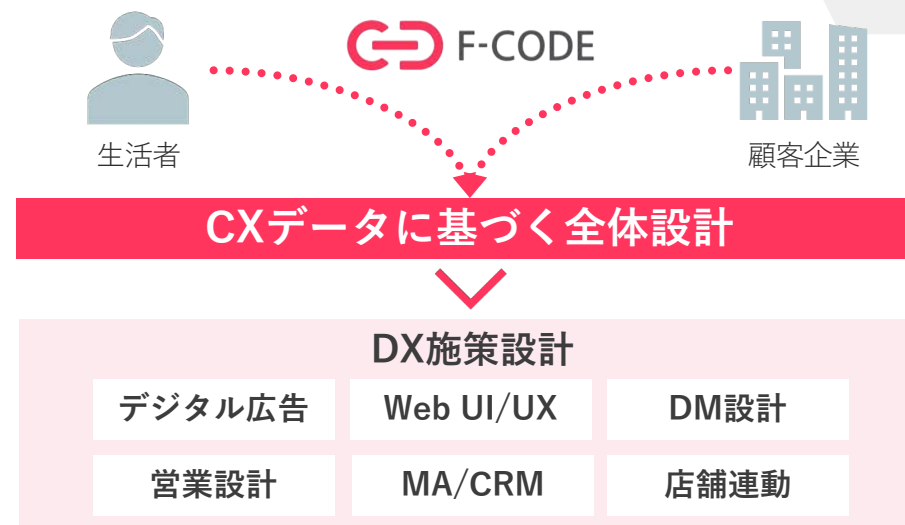
現在のDX推進は各領域に閉じた部分最適に陥りCXを損なうことも多い
これに対し**CX全体を設計し企業のDX推進を図る**サービスを提供

DX推進で頻発していること



様々なデジタル施策が乱立した結果生活者にとっては
バラバラに各施策が届き**かえってCXを毀損する**ことに

エフコードの提供するDX推進



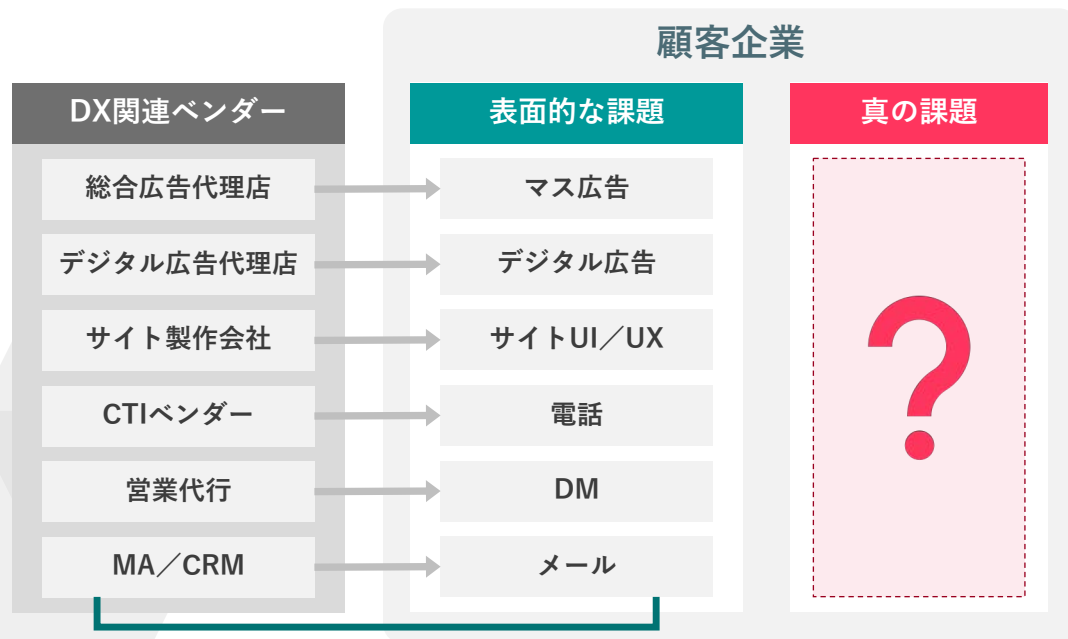
改めてCX観点に則って全施策を俯瞰
CXデザインを行った上でDXを俯瞰的にデザインする

※1 Marketing Automation (マーケティングオートメーション) : マーケティング活動を仕組み化すること / Customer Relationship Management (カスタマーリレーションシップマネジメント) : 顧客関係管理のこと

事業概要：他社主要DXサービスとの違い

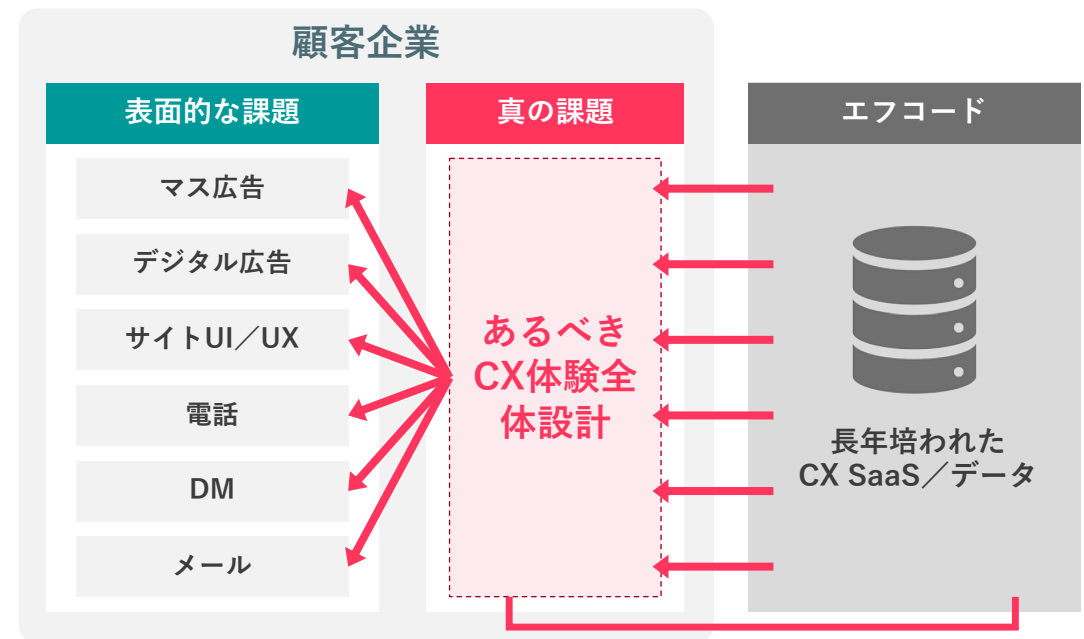
DX領域は顕在した課題領域が多種多様であるため、提供ベンダー等も多い
他方で、真にCXを解析し多様な領域を横断してサービス提供の出来るプレイヤーは僅少
当社は、まずCX体験を設計し、それに立脚してDXサービス提供を行うことで事業成長を実現

主要DXサービスの提供フロー



具体化・顕在化した課題に対する個別のアプローチ

当社の提供フロー



DX全体を俯瞰しあるべきCXからDX施策を設計



テーマ

資本調達間もないSaaSスタートアップ
事業成長を最大化するためのデジタル設計

概要

- 直近に大型資本調達に成功しているテックベンチャーのSaaS企業
- 調達資本をマーケティングに投下し、最速で事業成長を果たしたいが、専門性の高いBtoBツールのため、設計が難解

プロジェクトの進行



CX解析Tips：
BtoBのCX体験は、情報収集の担当者と、
決裁者の確認の2つの意図が存在。これらを
共に受け止める全体設計が重要。



マーケティング全体へ

サイト側で受け止められる来訪者ニーズが多様化したことで、比較サイトやマスコミュニケーション等の裾野が拡大、成長速度が抜本的に加速。



CODEのサイト改善

CODEMarketingCloudを用い、来訪者の流入経路や属性に合わせ、ホワイトペーパーを出す層やツール資料を遡及する体験をサイト上に実現。



CXデータ・ノウハウ

BtoBでは担当者から決裁者まで、課題啓蒙～市場の基礎情報収集～具体的なツールの問い合わせに至るというフローから、比較資料整備等の必要性を見出す。



課題の具体化・再定義

クライアントは「決裁者からの直接問合せ」をKPIと設定し事業成長を設計。実際のツール導入は担当者から稟議過程を経るが、担当者対策観点が不足。



Step1 課題の深堀



Step2 CX体験の設計



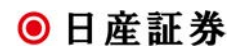
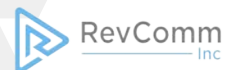
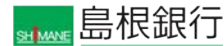
Step3 サイト体験の改善



Step4 全体DX改善

事業概要：主要取引先実績

多種多様な業種及び業態のお取引様との取引実績があり、今後も取引の拡大を目指す



目次

1 会社概要

2 事業概要

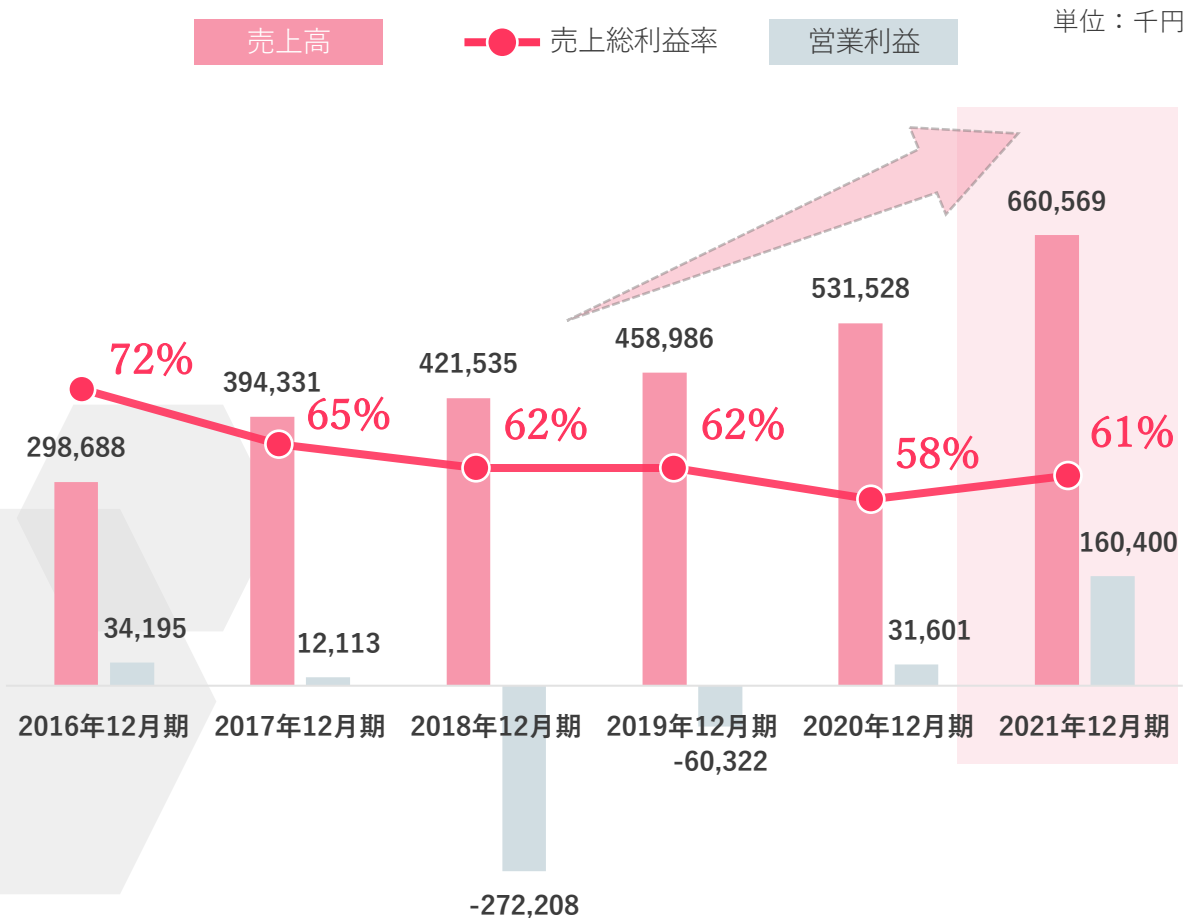
3 業績と主要KPI

4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

創業以来、着実に毎期増収傾向を維持、継続型取引により売上高の積み上げに繋がっている
売上総利益率は安定的に推移、売上規模拡大に伴い**利益獲得フェーズ**に入っている

売上高／利益額の推移



売上総利益率

61.4%

営業利益率

24.3%

堅調に事業を拡大し、**増収増益**にて着地
 営業利益は2018/12期に新規プロダクト開発投資を行い2020/12期に黒字転換

売上総利益は高水準を安定的に維持できており
 営業利益のボラティリティは開発費投資等の販管費変動が主因となる

主要KPIとして顧客数・顧客あたり平均単価・売上総利益率を管理し、それぞれの良化を目指す
特にDXニーズ拡大や独自の強みを起点に顧客数の増加及び平均単価の上昇を志向する

売上高

KPI

顧客数



顧客あたり
平均単価



売上総利益率

方針

- 高まるDXニーズの取込
- 首都圏/大企業事例から成長性のある地方中堅企業やBtoB企業のデジタルシフトニーズのキャッチ
- 営業体制の拡充

- 複数サービスの提供/複数サイトでの導入
- ワンストップでのサービス提供

- 人材獲得/教育による外注比率の低減
- 売上規模増加に伴う原価低減

※1 これまで継続/単発売上の内訳を開示しておりましたが、継続売上の定義次第で指標の水準が変動することから、顧客数・平均単価・売上総利益率等のみを主要KPIとして開示する方針といたしました。

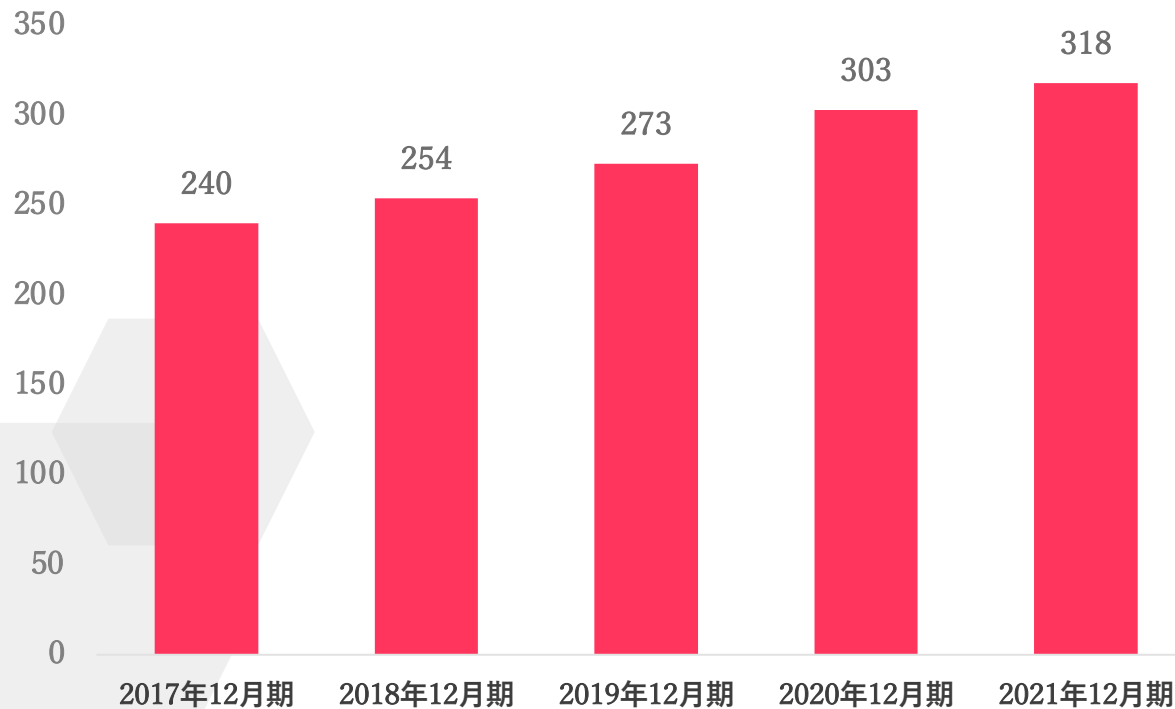
※2 これまでサービス別売上推移を開示しておりましたが、「デジタル顧客獲得支援サービス」と「デジタル顧客育成支援サービス」のサービス間の関連性や一体としてサービス提供する方針の強化から、共に成長を期すべくものとして、サービス区分を統合することとし、内訳を記載をしない方針といたしました。

主要KPI：顧客数、顧客単価実績の推移

売上高の構成要素、顧客数・単価はともに上昇を維持し続けている

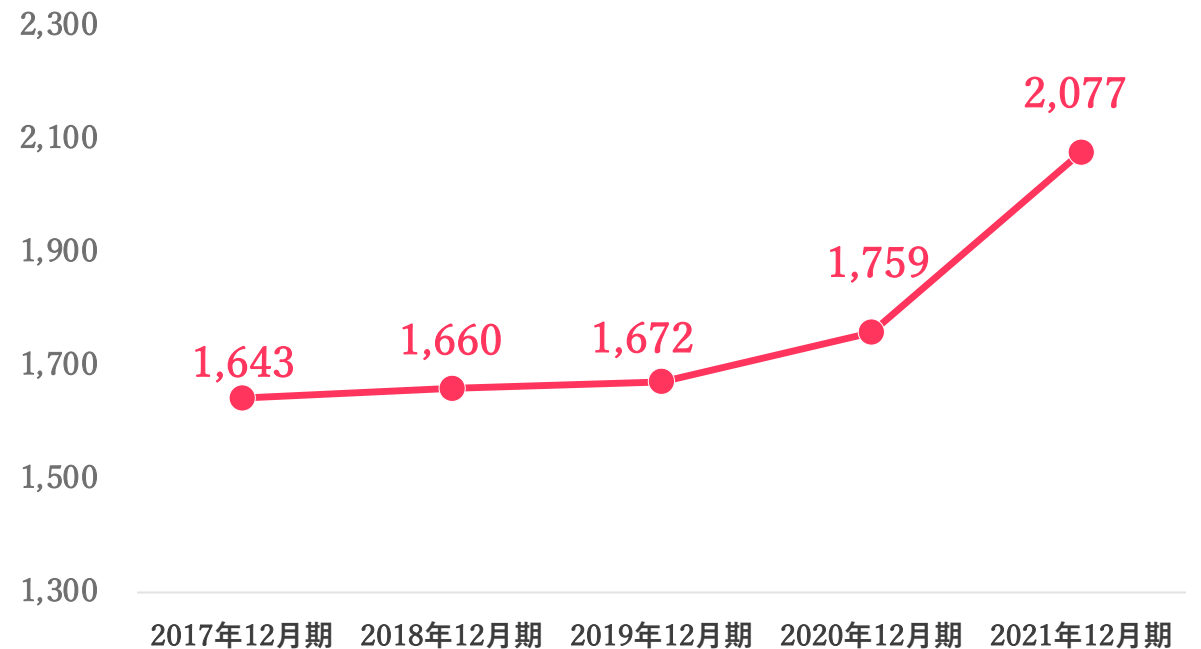
顧客数 (※1)

単位：社数



顧客単価 (※2)

単位：千円



※1 年間を通じてお取引があった取引先社数

※2 売上高を年間の顧客数で除した金額

目次

1 会社概要

2 事業概要

3 業績と主要KPI

4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

f-codeを支える強み

累計1,000社を超す
圧倒的な
データベース

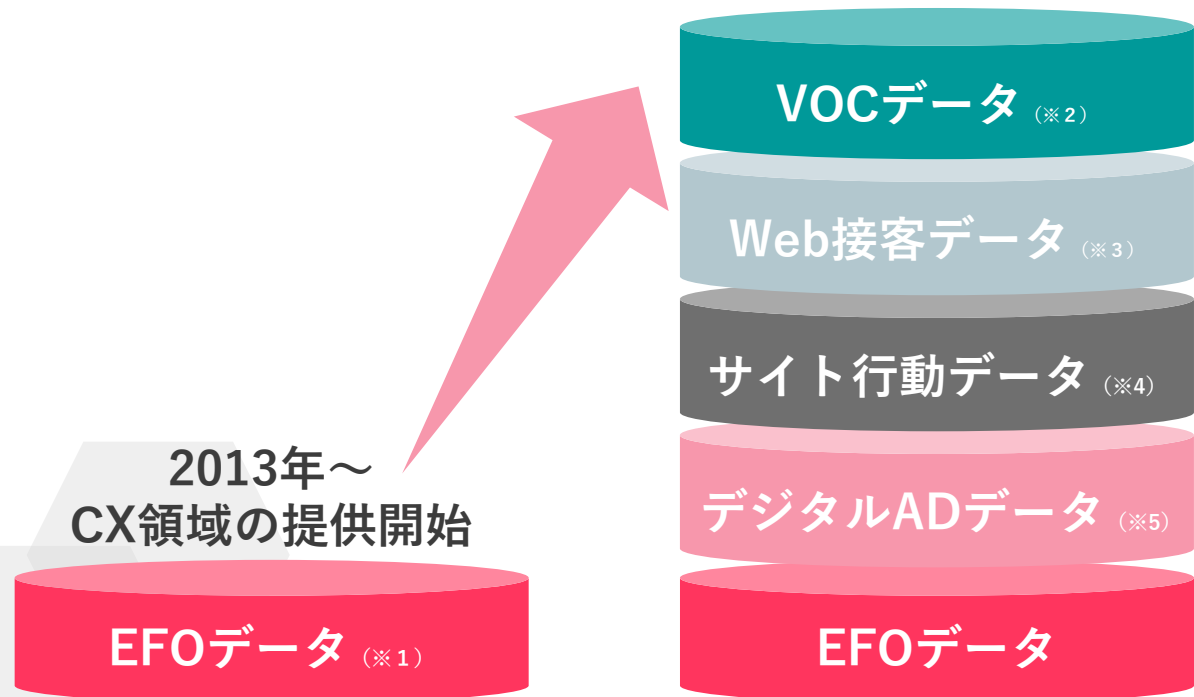
2013年のSaaS事業開始以来、10年近くに渡り
独自のCXデータを蓄積、他社に類を見ないDBを構成



幅広い領域を設計可能な
デジタル人材の
再生産

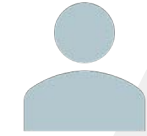
デジタル領域の全般へ対応できる人材を輩出
他社提供可能な育成プログラムを有し人材を再生産

2021年現在 CXに係る 多様なデータを完備



累計社数

1,000社超



アカウント数

3,000件超

デジタルの黎明期より CXの専門家として解析・ノウハウを蓄積

スマートフォンの普及が本格化し、PCだけでなく日常生活のあらゆるシーンでデジタル上の顧客体験が発生し始めた頃。その頃から、サイトの最深部である「フォーム」の重要性に着目しCX改善を続けてきた。その後、ソリューション領域は拡大し続け、認知から獲得まで、あらゆる種類のノウハウを完備するまでに。

※1 Entry Form Optimization (エントリーフォーム最適化)：購入等のフォームのユーザービリティを改善する活動やデータのこと
※2 Voice of customer (ヴォイスオブカスタマー)：顧客(お客様)の声や顧客の見方のこと
※3 Web接客データ：CODE Marketing Cloudに収集されるユーザーのWebサイト上での行動・Web接客への反応等のデータのこと
※4 サイト行動データ：顧客企業のWebサイト上で収集されるユーザーのWebサイト上での行動データのこと
※5 デジタルADデータ：デジタル広告の配信に対するユーザーの閲覧・クリック・コンバージョン等のデータ

各個別のサービス領域の提供プレイヤーは存在するも、事業主側のディレクション負担が増大
DX全体を主体的に推進しうる人材の不足によって
各領域をワンストップで推進しうるサービス提供プレイヤーの必要性が増大している



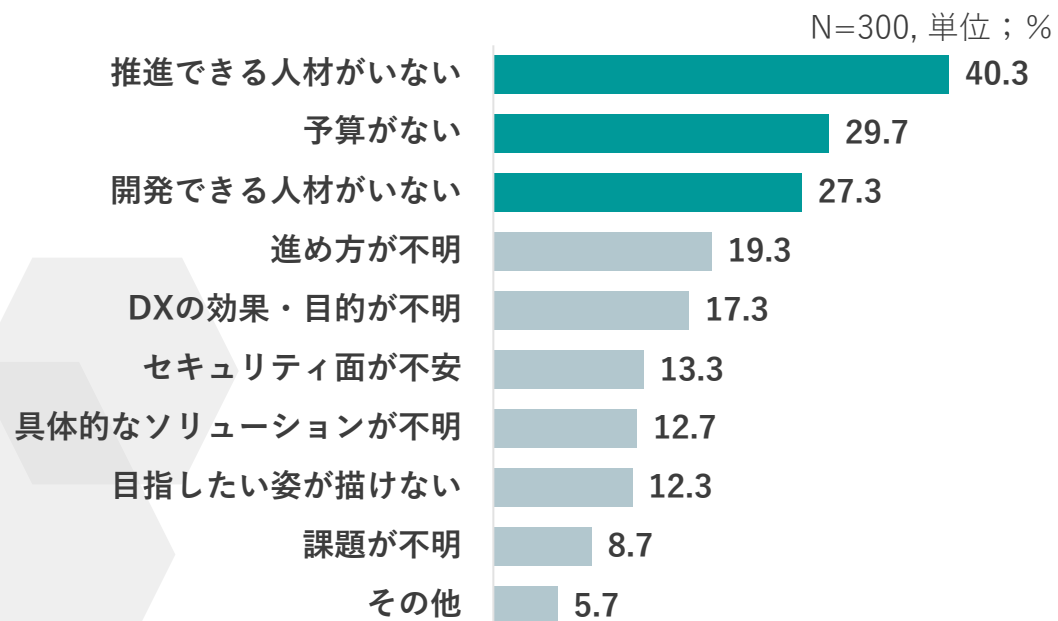
f-code

フォーム等のサイト階層の深いデータを起点に
「実購入に近い」マーケティングがワンストップで提供可能

従前、DXニーズは市場に溢れているが、市場で提供されるサービスは各種個別施策が中心
各事業会社にとっては真にDXを統合し、推進する人材が慢性的に不足している状況

DX推進で課題と感じていること

Q DXを進めるにあたって課題と感じていることは何ですか。
(お答えはいくつでも)



現在の市場で必要とされる存在



DXを統合設計し
推進する人材が不足

DXの市場は需要に恵まれる一方「人材不足」が深刻。当社は他社にも提供可能な「DX人材育成ノウハウ」を所有、早期に各人員を戦力化し、高い労働生産性を実現している



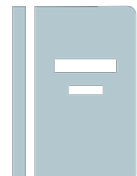
15年かけて培われた DX人材育成ノウハウ



デジタル人材の早期育成



豊富なデータ



戦略型化BOOK



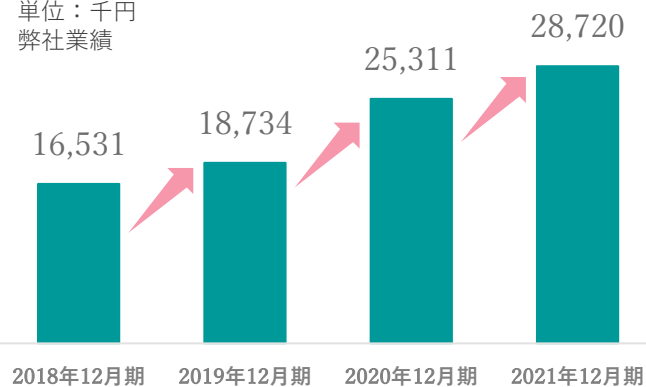
専門講師研修

自社参照可能なデータを豊富に持つことに加え、それらの実施内容のベストプラクティスをまとめた「戦略型化BOOK」としてノウハウ化。若手担当者でも熟練したコンサルタントの知見を参照できる。更に外部専門家を招いた研修も定期的実施し、自社の知見に偏り過ぎない幅広い観点を持った専門人材を育成。



1人当たり売上高の拡大

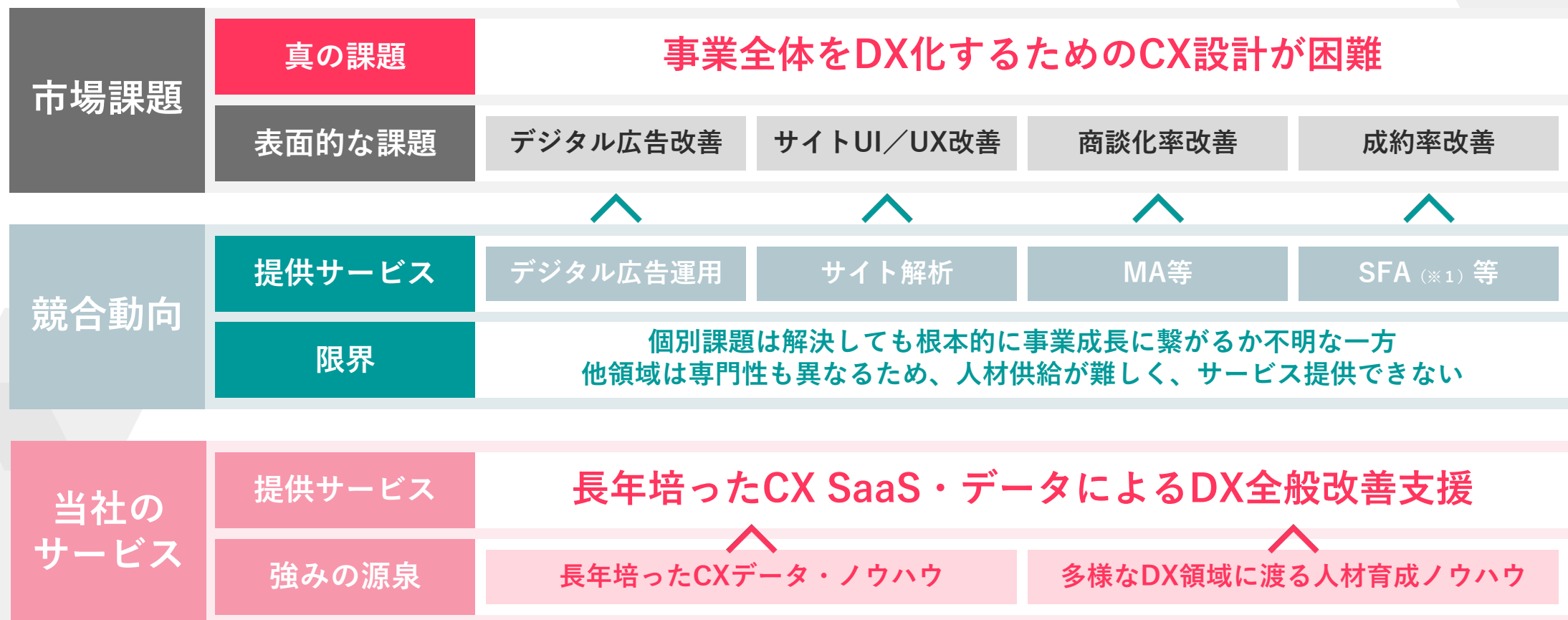
単位：千円
弊社業績



若手人材の育成により一人当たりの売上高は継続的に成長。早期戦力化するノウハウが完備されていることで経験年数に寄らず高難度・高付加価値のプロジェクト進行が可能に。それにより中堅以上の職員が若手教育に更にリソースを使用でき、教育効果の上昇する好循環が発生している。

※ 一人当たり売上高計算における参照人員数を期末人員数から期首・期末平均人員数に変更しております。

DX領域は真の課題に即した解決を目指すならば、多種多様な領域についての深い知見が必要
 当社は、確かなデータ基盤・ノウハウに加え、多くの領域でデータを使いこなす人材育成ノウハウを有する
 この点で他社と徹底的に差別化・幅広のサービス提供を可能としている



※1 Sales Force Automation (セールスフォースオートメーション)：営業支援システムのこと

目次

1 会社概要

2 事業概要

3 業績と主要KPI

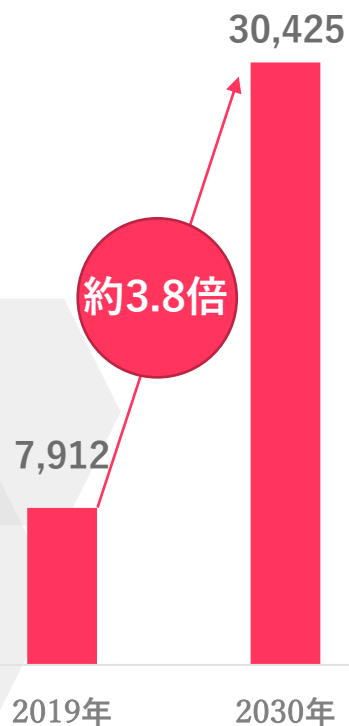
4 当社の強み・特徴

5 市場環境と成長戦略

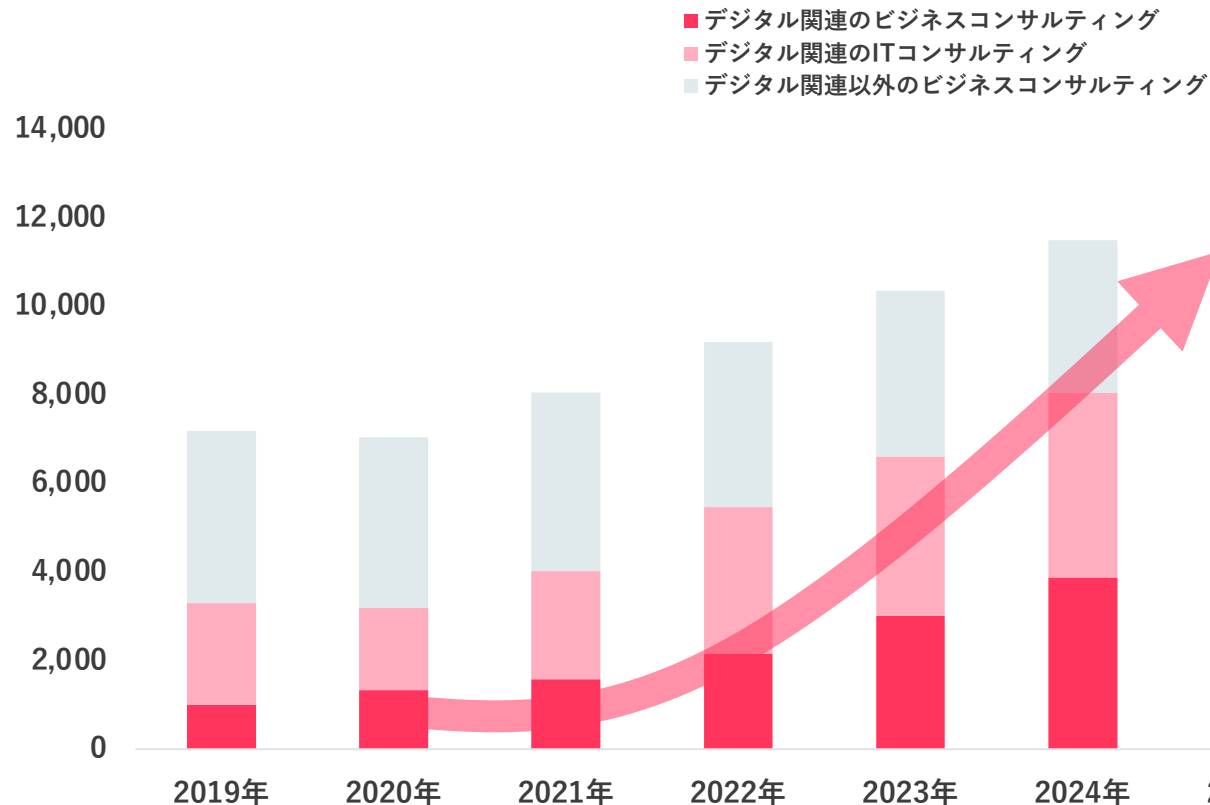
デジタル関連ビジネスコンサルティング及びITコンサルティング市場は当面高成長が期待される領域
世界的な新型コロナ禍拡大により、DXニーズは更に加速している状況

DX市場の成長性

単位：億円



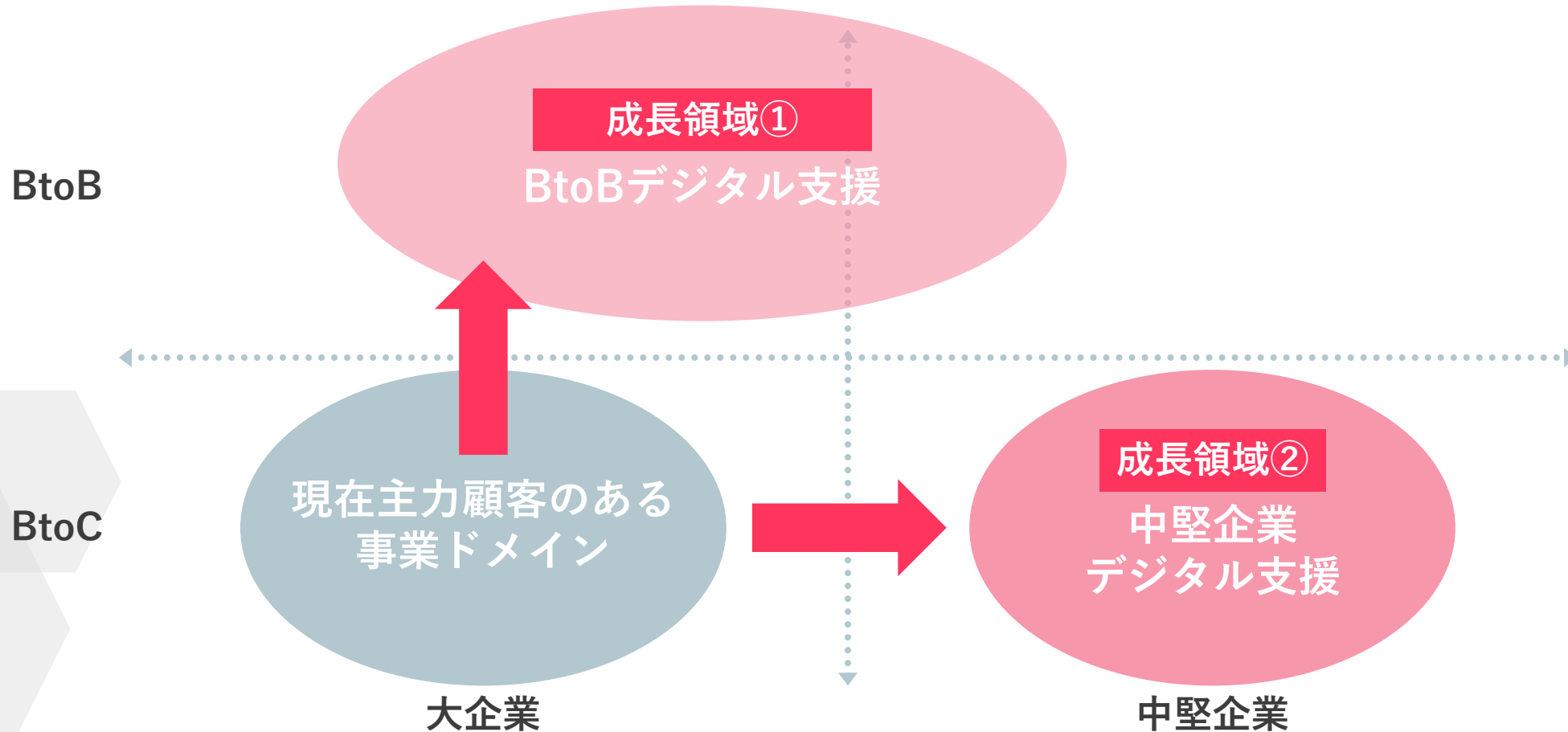
デジタル関連コンサルティング市場規模と成長性



(出所) 富士キメラ総研(2020年)「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

(出所) IDCJapan：国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年

現在の中心顧客を占める首都圏の大企業B2C支援を通じて培ったノウハウを強みに
BtoB領域や中堅企業へと販路を広げていくシナリオを予定している



成長著しいDX領域においても、特にBtoB領域は継続的に拡大する市場
当社実績において当該領域の伸びが事業加速の一端を担っており、今後も注力すべき領域の一つ

BtoB企業のDX化ニーズ加速

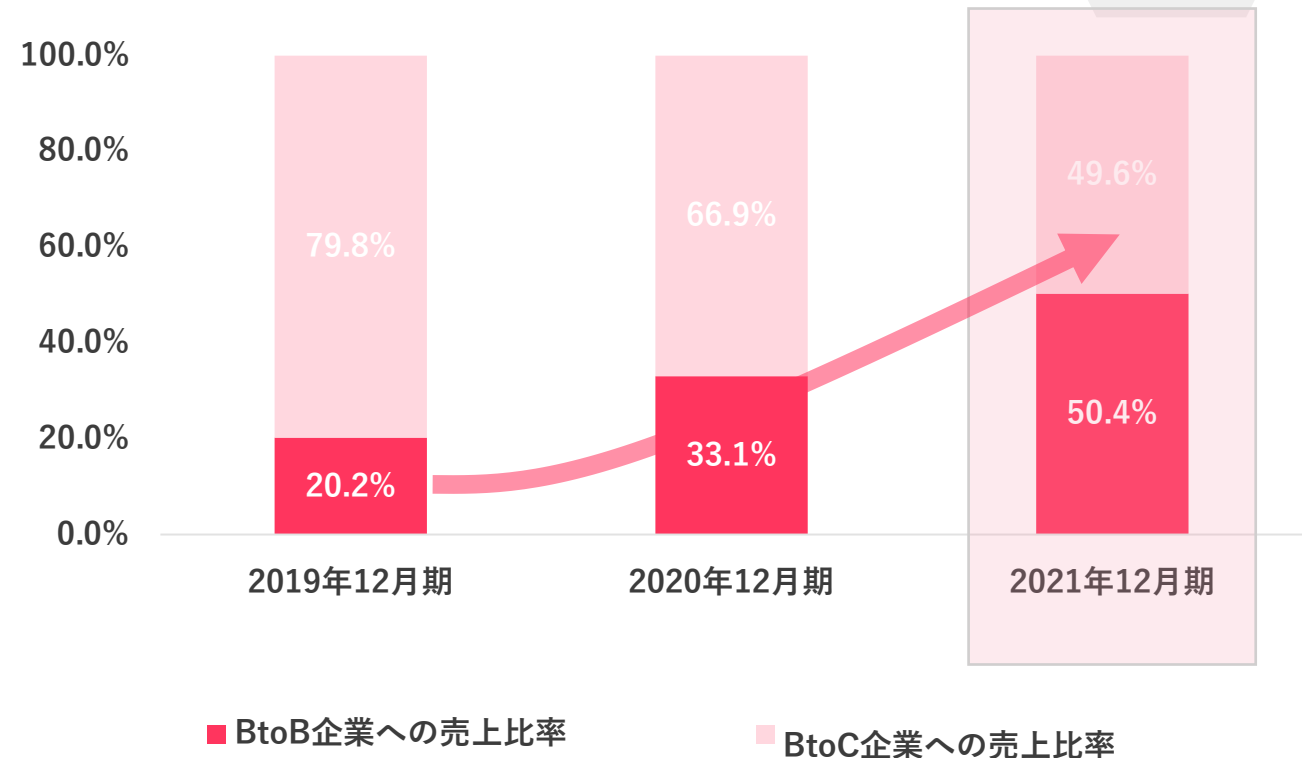
背景

- コロナ禍による展示会、訪問営業等の従来型の営業手法に制約が課され、インサイドセールス中心へ移行
- 営業活動の見える化が進む結果訪問型営業よりも事前マーケティングプロセスの重要性が浮き彫りに



BtoB企業の
セールス／マーケティング領域の
デジタル化が急速に進展

顧客属性別 売上比率推移



成長性の高いDX市場ではあるが、企業規模によりニーズや予算規模は多岐にわたる
「投資予算があり市場性もある」中堅企業市場をホワイトスペースとして重点攻略を図る

地方・中堅企業のDX推進

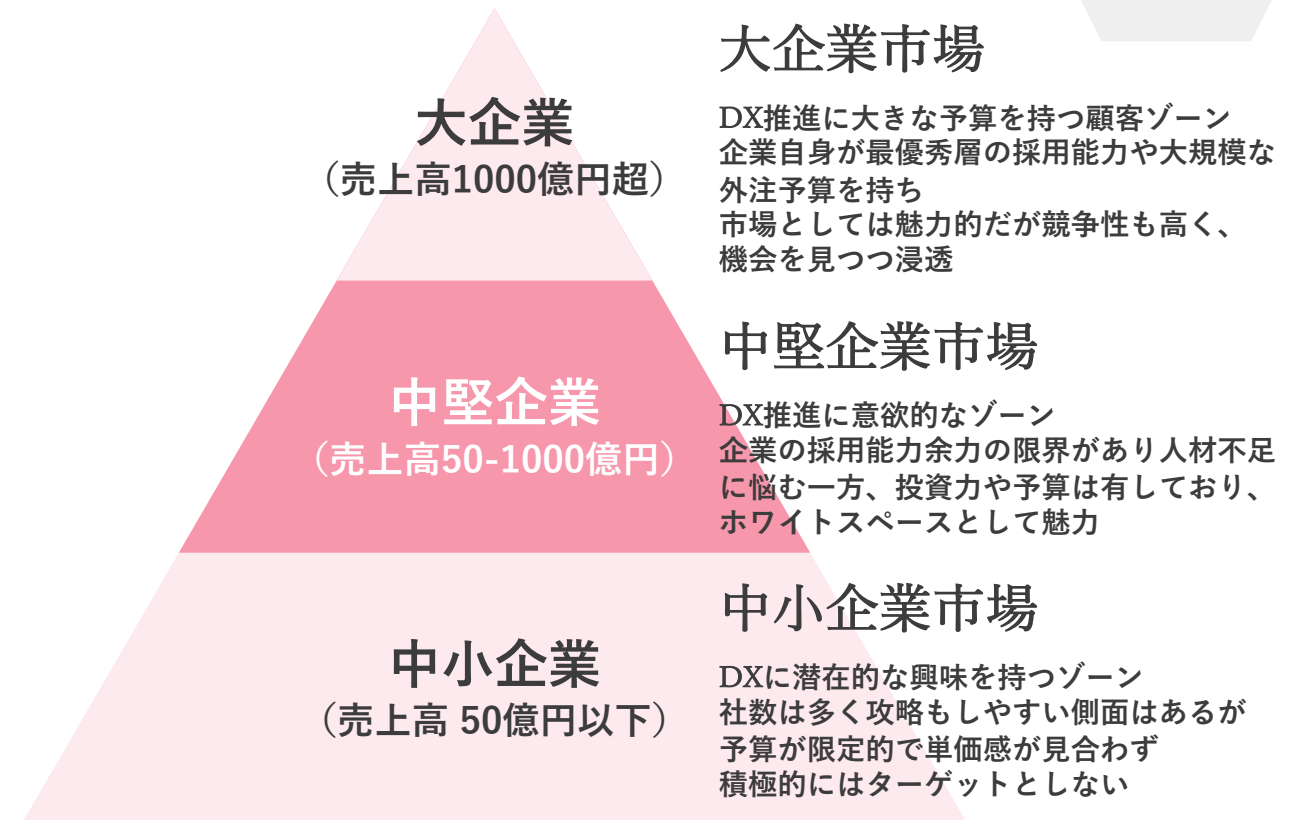
背景

- 首都圏/大企業におけるDXに関するノウハウ/ベストプラクティスの醸成
- DX推進を支援する各種クラウド型サービスの台頭
- 地方中堅企業におけるDX推進の遅れ
- コロナ禍におけるDXニーズの高まり



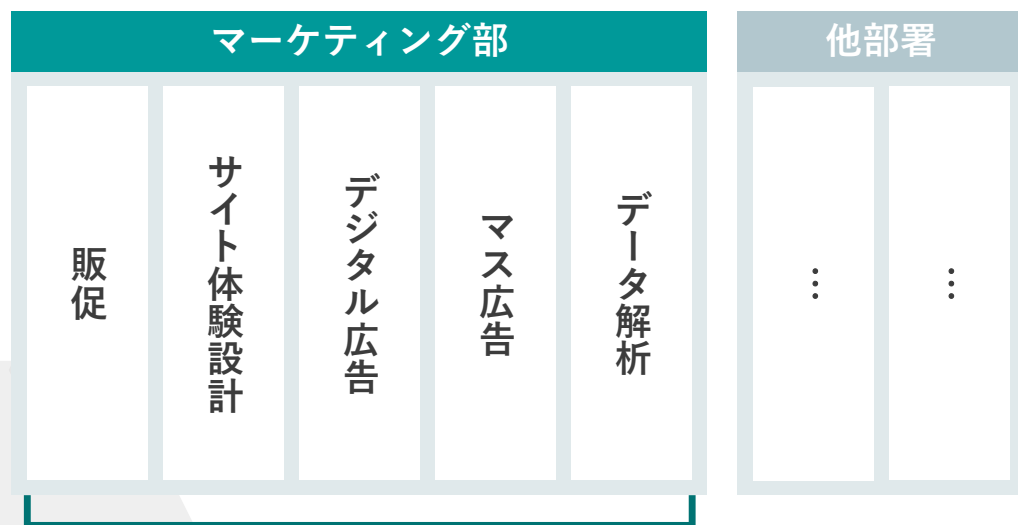
地方／中堅企業でも
急速にDX推進の裾野が
広がると想定

市場のホワイトスペース



現在大企業の部分的なDX改善施策が市場の中で主流を占めている一方
中堅企業はニーズ・予算共にありつつも、人的リソースの量的質的不足から、解決に至っていない
担当者の管掌領域も広く、全体最適でのアプローチによる課題解決が必要なため難易度も高いが
当社の強みと親和性があるゾーンとなる

大企業の組織設計



各専門部署が存在しており
CX/DX全体設計をする質的・量的リソースに恵まれ
かつ個別の論点に対するニーズが強い

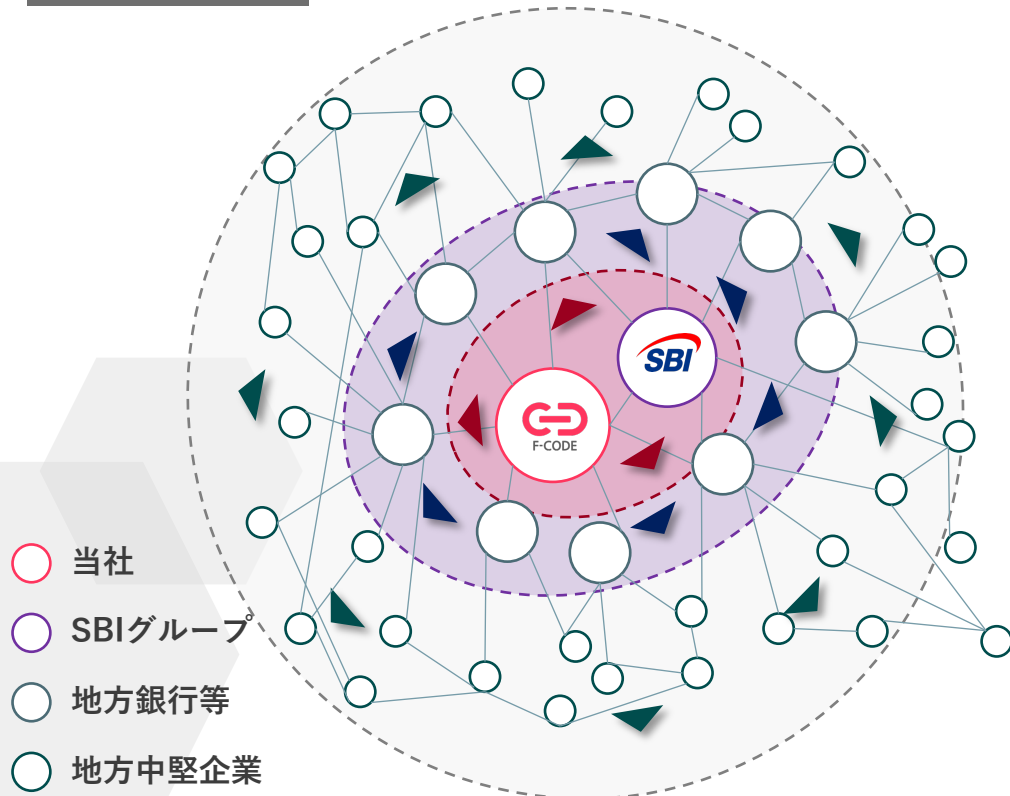
中堅企業の組織設計



「マーケティング」や「DX」と一括りにされ
担当者の絶対数が不足、管掌領域も広すぎるため
個別施策の部分的な改善だけでは課題解決に至らず
より困難な状態に陥っている

中堅企業は「地方名門企業」として金融機関との結びつきが非常に強い
事業成長による融資拡大を望む地方銀行等とのアライアンスにより
地方銀行様自体へのDXサービス提供も含め、中堅名門企業攻略を強化していく

提携拡大のイメージ



SBIグループとの パートナーシップ

多数の地方金融機関とのパイプラインを
お持ちのSBIグループとの業務提携により
地方金融機関のDXCX改善に本格的に着手

SBIホールディングスとエフ・コード、 包括的業務提携に関するお知らせ

企業のデジタルマーケティングを中心としたデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）支援及び顧客体験最適化支援（以下、CX）を行う株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、以下、エフ・コード）は、このたびSBIホールディングス株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：北尾 吉孝、以下SBIホールディングス）と包括的業務提携契約を締結いたしました。これにより、SBIホールディングスおよびSBIグループ、ならびに当社が出資・業務提携する地方銀行等に、デジタルマーケティングを中心としたDXとCX最適化を推進していくことを発表いたします。



地方銀行の DX支援と業務提携

地方銀行等の金融機関様
ご自身のDX化をご支援していくとともに
その融資先へのDX拡大へとつなげ
地方中堅企業様へサービス展開

島根銀行とエフ・コード、CX改善に 関する業務提携に関するお知らせ

企業のデジタルマーケティングを中心としたデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）支援及び顧客体験最適化支援（以下、CX）を行う株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、以下、エフ・コード）は、このたび株式会社島根銀行（本店：島根県松江市、取締役頭取：鈴木 良夫、以下島根銀行）と、CX改善に関する業務提携契約を締結いたしました。これにより、島根銀行、ならびに当該銀行の法人のお客様にCX最適化を推進していくことを発表いたします。



追加機能開発や人材投資を通じて既存のCX SaaS及びDX支援を強化しながら、
顧客が必要とする製品の提供を自社開発・M&A双方で模索

新規プロダクト提供

既存サービス提供過程で顧客ニーズを読み取り、自社開発及びM&Aを通じて、新規サービスを展開

DX伴走支援

拡大し続けるDX市場のニーズに応えるべく、採用及び人材育成を強化し、幅広い分野に対応

CX SaaS提供

継続的な機能開発、CS強化によりMRRの積み上げを行い、事業の拡大を志向



新規プロダクト提供

DX伴走支援

CX SaaS提供

既存事業の成長のみで**30%程度の売上規模拡大**を想定

2022年2月1日開示の株式会社コミクスSaaS事業譲受の当期業績に与える影響については精査中

(単位：百万円)	2021年12月期 実績	2022年12月期 業績予想	増減率
売上高	660	859	+ 30.0%
EBITDA	163	176	+ 8.0%
営業利益	160	167	+ 4.5%
経常利益	149	160	+ 7.5%
当期純利益	152	141	△ 7.0% [※]

※ 2021年12月期実績では、将来の見積り課税所得に基づき繰延税金資産が増加・法人税等調整額が発生し、結果として当期純利益が経常利益を上回る水準で着地
2022年12月期業績予想における当期純利益が2021年12月期実績を下回っているのは、主に税効果会計の影響によるもの


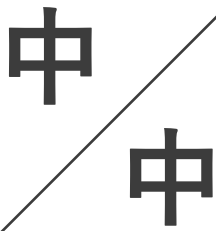

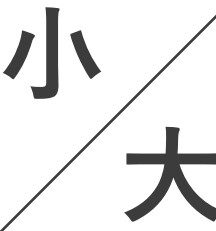
事業遂行上の重要なリスクと対応方針（1）

以下は、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主要なリスクです。
 その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク	主要なリスクへの対応策	発生可能性/影響度
<h2>技術革新について</h2> <p>当社が事業展開しているDX市場及びマーケティングテクノロジー関連市場では、技術革新が行われておりそのスピードが速いことから、技術革新に応じたサービスの拡充、及び事業戦略の修正等も迅速に行う必要があると考えております。そのため、当社では業界の動向を注視しつつ、迅速に既存サービスにて新たな技術を展開できる開発体制を整えております。しかしながら、予期しない技術革新等があった場合、それに伴いシステム開発費用が発生する可能性があります。また、適時に対応ができない場合、当社の技術的優位性やサービス競争力が低下し、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>➤ 当社は新たな技術に係る情報の収集、知見の獲得、顧客ニーズに適時に応えることができる情報アセット・技術力を保有するとともに、提供サービスの改良・改善及び新サービス開発に活用するとともに、技術革新に対応可能な開発人員の確保を強化してまいります。</p>	<p>小 / 中</p>
<h2>競争環境について</h2> <p>当社の事業が属するマーケティングテクノロジー関連分野においては、市場が急拡大を遂げた背景から歴史が比較的浅く、ニーズが拡大していくに伴って、戦略コンサルティング企業、大手広告代理店、SIベンダー等が同領域に参入するなど、当社をとりまく競争環境は激化しております。また、参入企業が増加する一方で技術の進歩が目覚しく技術革新による競争力を有した競合他社の出現によって当社の将来の競争力が低下する可能性があります。今後、当社のサービスが十分な差別化や機能向上等ができなかった場合や、さらなる新規参入により競争が激化した場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>➤ めまぐるしく変化する生活者の消費行動と、その変化への対応を経営課題として企業が日々葛藤する中、デジタルマーケティング領域の市場において企業がかかえる課題とそのソリューションの在り方も形を変えていくものと考えられます。それらに対応すべく、当社としても最先端のデジタルメディア情報の収集体制とこれまでの顧客成功事例集約を図り、新たな質の高いサービスへ発展させていくことに注力していきます。</p>	<p>中 / 中</p>

事業遂行上の重要なリスクと対応方針（2）

以下は、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主要なリスクです。
その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク	主要なリスクへの対応策	発生可能性/影響度	
<h3>優秀な人材の確保・育成について</h3> <p>当社の主要な事業・サービスの要となっているのは人材であり、各種サービスの品質向上、新たなサービスの企画・開発のためには、優秀な人材の採用・育成と定着が欠かせないものとなっております。しかしながら、人材獲得競争の激化により、優秀な人材の獲得が事業の拡大スピードに追い付かず事業運営が非効率なものとなった場合や在職する人材の離職が生じた場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>		<p>必要な人材を確保するため十分な採用予算を確保し、優秀な人材獲得のための採用方法の展開に加えて、当社の事業戦略と連携した教育内容による人材育成体制の確立により、継続性と安定性を備えた組織体制の構築を進めてまいります。</p>	
<h3>情報管理について</h3> <p>当社がサービスを提供する事業活動のデジタル化の領域においては、クライアントの機密情報や個人情報を取得することから、秘密保持契約等によって守秘義務を負っております。厳重な情報管理の徹底及び従業員への守秘義務の徹底をしておりますが、何らかの理由によりこれらの機密情報や個人情報が外部に漏洩した場合、当社の信用失墜等によって、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>		<p>クライアントの機密情報及び個人情報について厳格な管理体制を構築し、情報の取扱い等に関する規程類の整備・充実や従業員等への周知・徹底を図るなど、情報セキュリティを強化しております。</p>	

本資料の取り扱いについて

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、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、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。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内およ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、保証していません。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、決算発表の時期を目途として開示を行う予定です。尚、次回の更新は2023年3月中旬を予定しております。