

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ココナラ（グロース市場:4176）

2022年10月

01

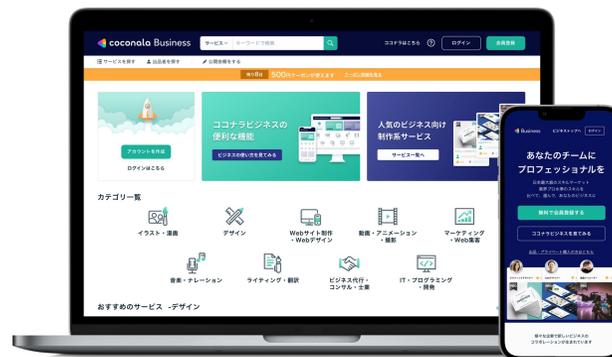
事業紹介



# ココナラの事業概要



EC型のサービス（スキル）マーケットプレイス。70万件の出品サービスから検索・購入でき、注文に関するやりとりから納品まで、全てがオンラインで完結



ビジネス目的の購入に特化したサービス。厳選されたサービスキュレーション、請求書払い、チーム・部署利用に便利なプロジェクト管理機能、コンシェルジュetc.



法律トラブルを抱えたユーザーと弁護士を繋ぐWebサービス。法律Q&Aを無料閲覧・投稿でき、3,000名の弁護士を分野・地域別に検索・問い合わせ可能（広告掲載課金モデル）



マッチングプラットフォーム型のベンチャーキャピタル

## Vision

一人ひとりが「自分のストーリー」を生きていく世の中をつくる

## Mission

個人の知識・スキル・経験を可視化し、必要とする全ての人に結びつけ、  
個人をエンパワーメントするプラットフォームを提供する

## 01

### あらゆる人に機会を

- ビジネス / プライベート
- 個人 / 法人
- 購入 / 出品
- アマチュア / プロ



## 02

### 制約からの解放

- 時間
- 場所
- 環境
- 年齢



## 03

### フェアな取引

- 情報の可視化
- マッチングの適正化



Akiyuki Design

★★★★★ 5.0 (120)

受賞歴多数。デザイナー歴10年

# ココナラの特徴

知識・スキル・経験を商品化し、「ECのように売り買いできる」マッチング型プラットフォーム

Point 1  
EC型で購入/出品

Point 2  
「オンライン」で完結

Point 3  
幅広いカテゴリ



# ココナラの戦略コンセプト：全てがそろうサービスマーケットプレイス

「サービスEC」市場は、10～20年遅れで「モノのEC」市場の変遷を辿る。ココナラは総合型の「サービスEC」プラットフォームを目指す



# ココナラでの取り扱いカテゴリ

15のメインカテゴリ、トータル450を超える小カテゴリであらゆる課題や悩みをカバー

制作・ビジネス系

相談・プライベート系

## デザイン

ロゴ作成、チラシ作成・フライヤーデザイン、パンフレット・カタログデザイン、等

## 動画・アニメーション・撮影

動画編集、アニメーション制作、ミュージックビデオ制作、動画撮影代行、等

## マーケティング・Web集客

SNSマーケティング、SEO対策、ECマーケティング、Webサイト分析、等

## 住まい・美容・生活・趣味

住まい、生活、美容・ファッション、グッズ・コンテンツ販売、趣味、ゲーム、等

## イラスト・漫画

イラスト作成、似顔絵作成、漫画・コミック制作、キャラクター作成、キャラクターモデリング、等

## ビジネス代行・コンサル・士業

資料・企画書の作成・サポート、ECコンサル・運用代行、契約書・各種書類の作成・法務相談、等

## 占い

恋愛、結婚、人生・スピリチュアル、占いのやり方・アドバイス、等

## オンラインレッスン・アドバイス

語学レッスン・アドバイス、音楽・楽器レッスン・アドバイス、エクササイズレッスン、等

## Webサイト・制作・デザイン

ホームページ作成、ECサイト制作、LP制作、アプリデザイン、等

## IT・プログラミング・開発

プログラミング、エクセル・VBA作成、Webシステム開発・サイト構築、ITサポート・コンサル、等

## 悩み相談・恋愛相談・話し相手

話し相手・愚痴聞き、恋愛相談・アドバイス、家庭・介護の悩み相談、等

## マネー・副業・アフィリエイト

FXの相談、株式・各種投資の相談、相談、副業・収入を得る方法、等

## 音楽・ナレーション

作曲・編曲（アレンジ）、作詞、ナレーション・朗読、仮歌・歌入れ、ミックス・マスタリング、等

## ライティング・翻訳

記事・Webコンテンツ作成、小説作成、文章校正、キャッチコピー作成、翻訳、等

## 学習・就職・資格・コーチング

勉強・受験・学習方法の相談、転職・キャリア・留学の相談、資格取得の相談、等



## ココナラの収益構造

重要KPIは流通高を構成する「購入UU数<sup>\*1</sup>」と「一人当たり購入額<sup>\*2</sup>」。固定費型モデル（高いオペレーティングレバレッジ）をベースに、営業収益の最大化を通じて将来的な利益獲得を目指す



\*1: 購入UU数：各期間内に有料サービスを購入したユニークユーザー数

\*2: 一人当たり購入額：各期間内の購入UU数1人当たりの購入金額

# 02

## 財務実績と主要指標

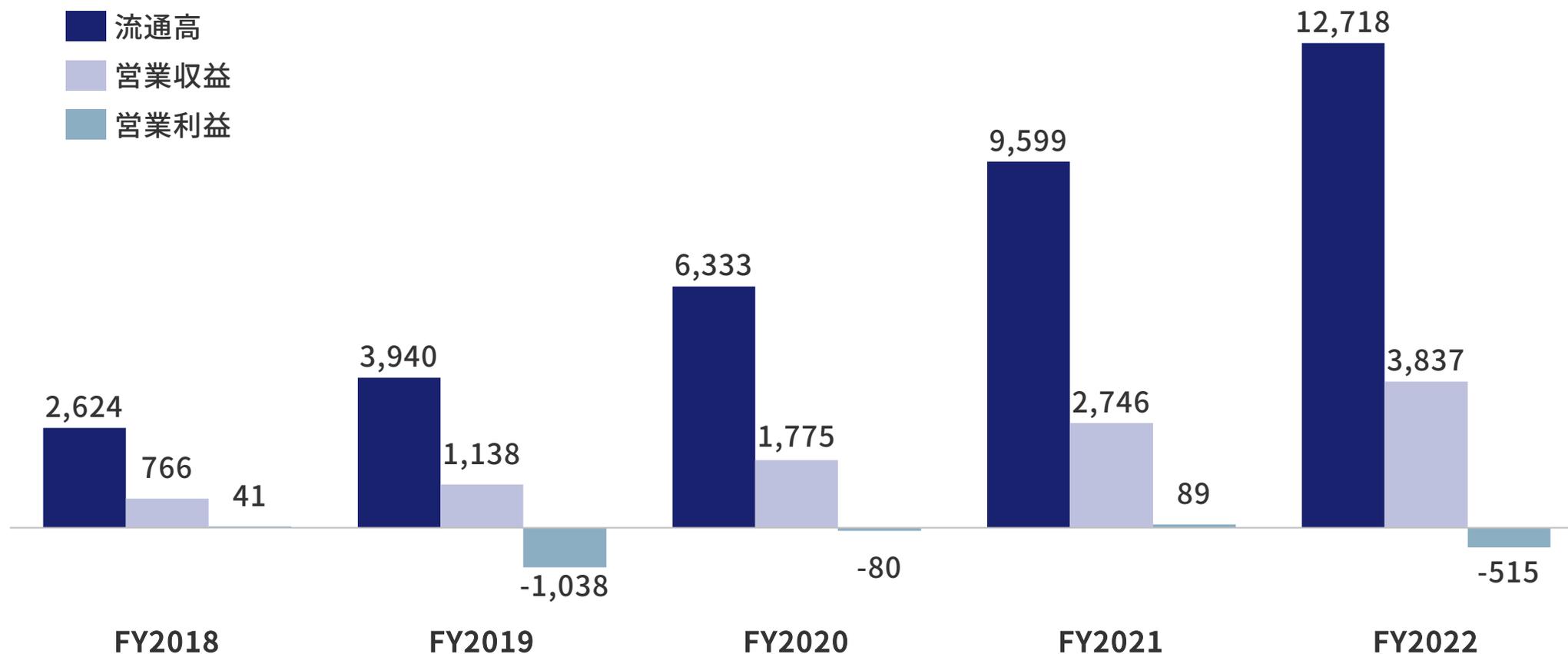




## FY2022通期（9-8月）決算ハイライト

流通高は前年比+32%、営業収益は前年比+40%、営業利益はTVCM投資により赤字で着地

(単位：百万円)

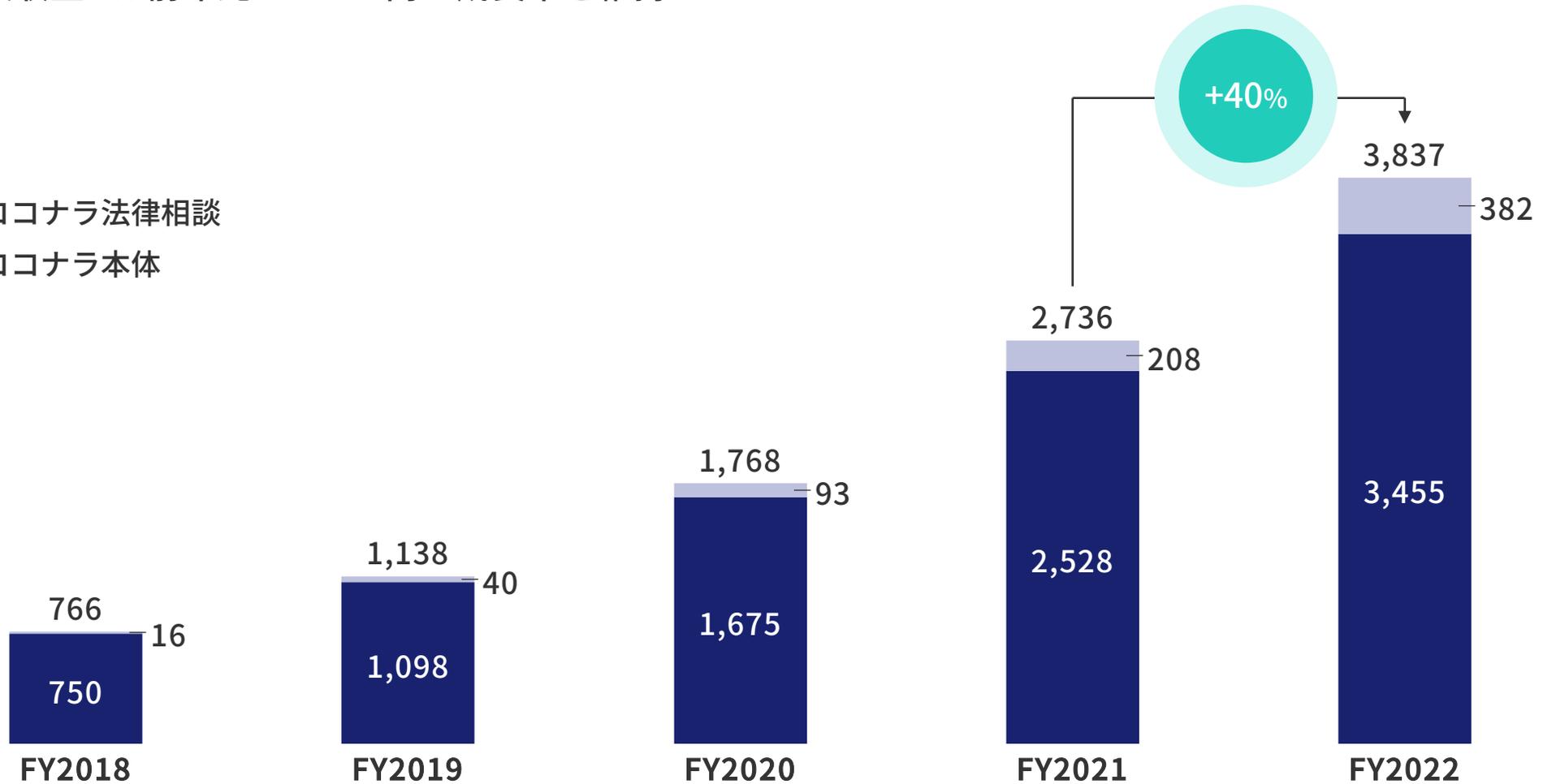


## 連結：営業収益

全社営業収益\*1は前年比+40%の高い成長率を維持

(単位：百万円)

- ココナラ法律相談
- ココナラ本体

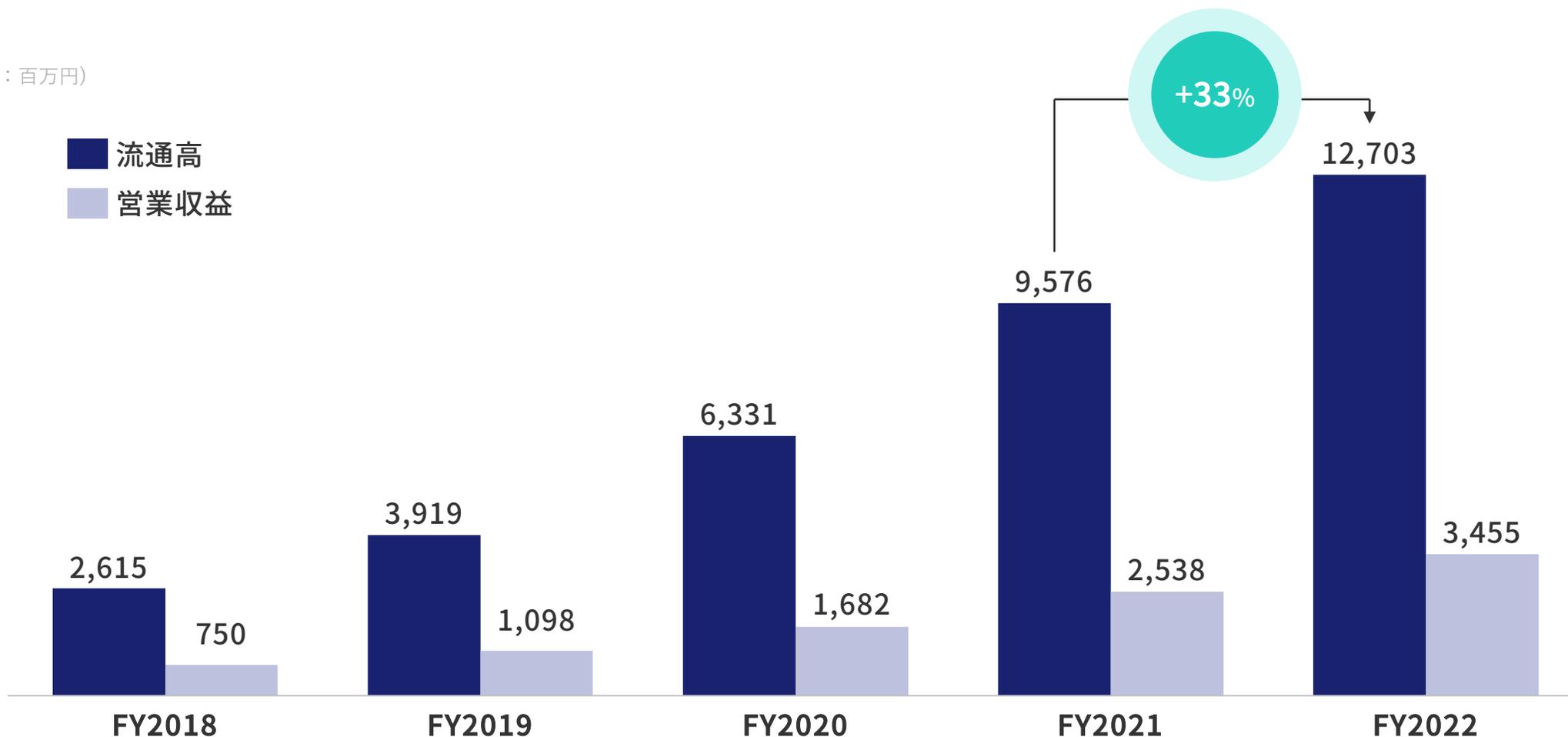


\*1: 本決算説明資料の当頁においては、比較のためFY2020、FY2021においても新収益認識基準を遡及適用しており財務諸表の開示数字とは異なる

## ココナラ：流通高・営業収益

流通高<sup>\*1</sup>は前年比33%、営業収益<sup>\*2</sup>は前年比+36%と高い成長率を維持

(単位：百万円)



\*1: ココナラブログを含まない

\*2: 本決算説明資料の当頁においては、比較のためFY2020、FY2021においても新収益認識基準を遡及適用しており財務諸表の開示数字とは異なる



## ココナラ：テイクレート\*1

サービスPR広告による広告収入によりテイクレートは27.2%へ改善

テイクレート(%)



テイクレート  
についての  
考え方

- 大規模な競合がないため、テイクレートに影響を受けにくい
- 電話相談のテイクレートは約50%（通常25%）と高いが、他社の電話占いサービス等の競合よりも低く設定している
- これまで、出品者獲得のためのマーケティングをしておらず、出品者の継続率も高いことから、テイクレートが問題になっていない可能性がある

\*1: テイクレート = 営業収益 ÷ 流通高

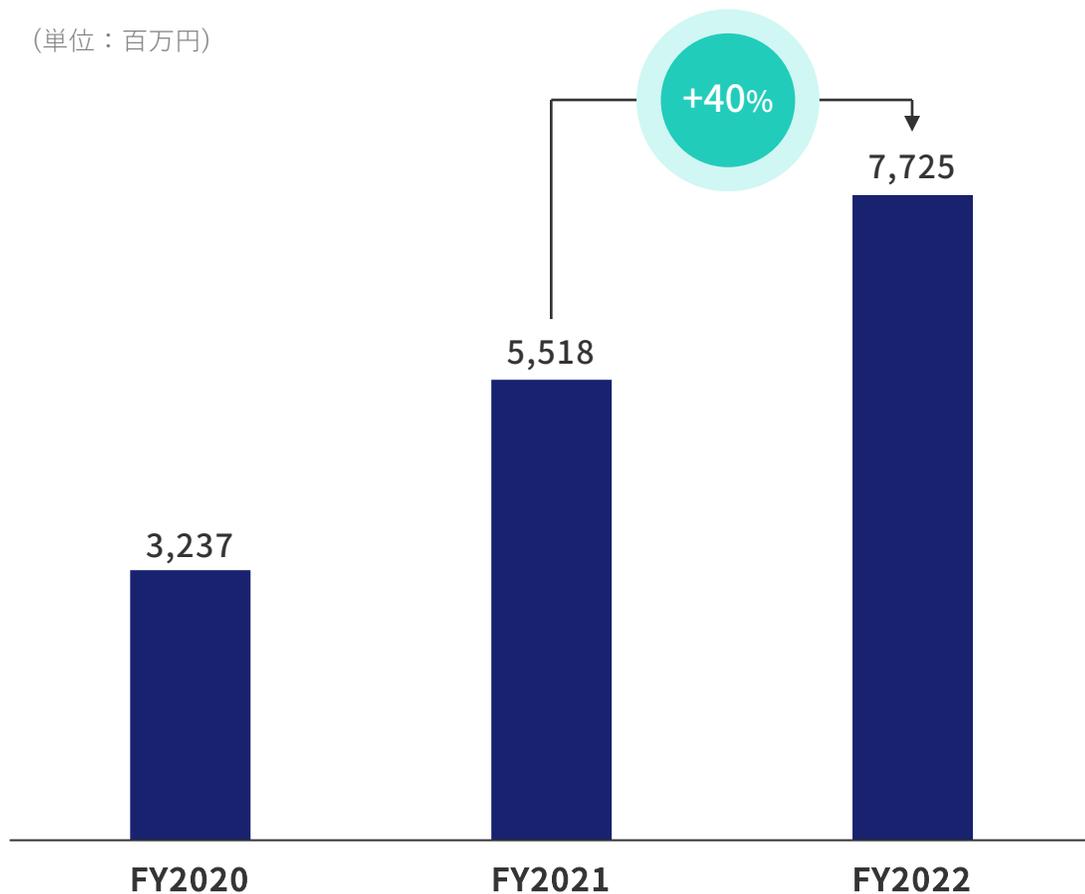


## ココナラ：カテゴリ別流通高

制作・ビジネス系カテゴリが前年比+40%と流通高<sup>\*1</sup>の成長を牽引

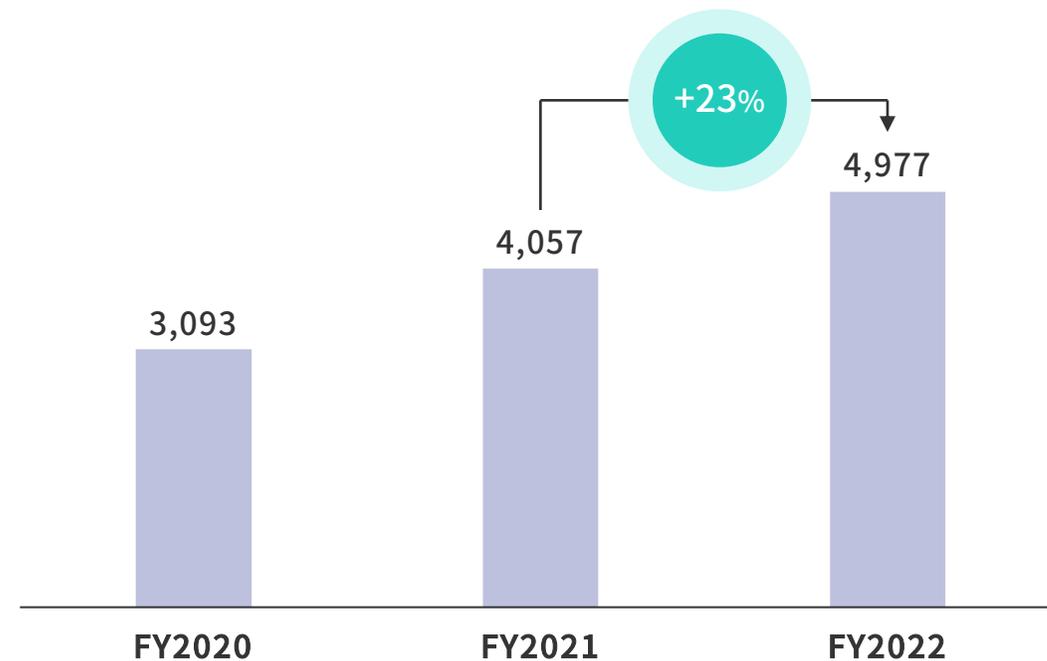
### 制作・ビジネス系

(単位：百万円)



### 相談・プライベート系

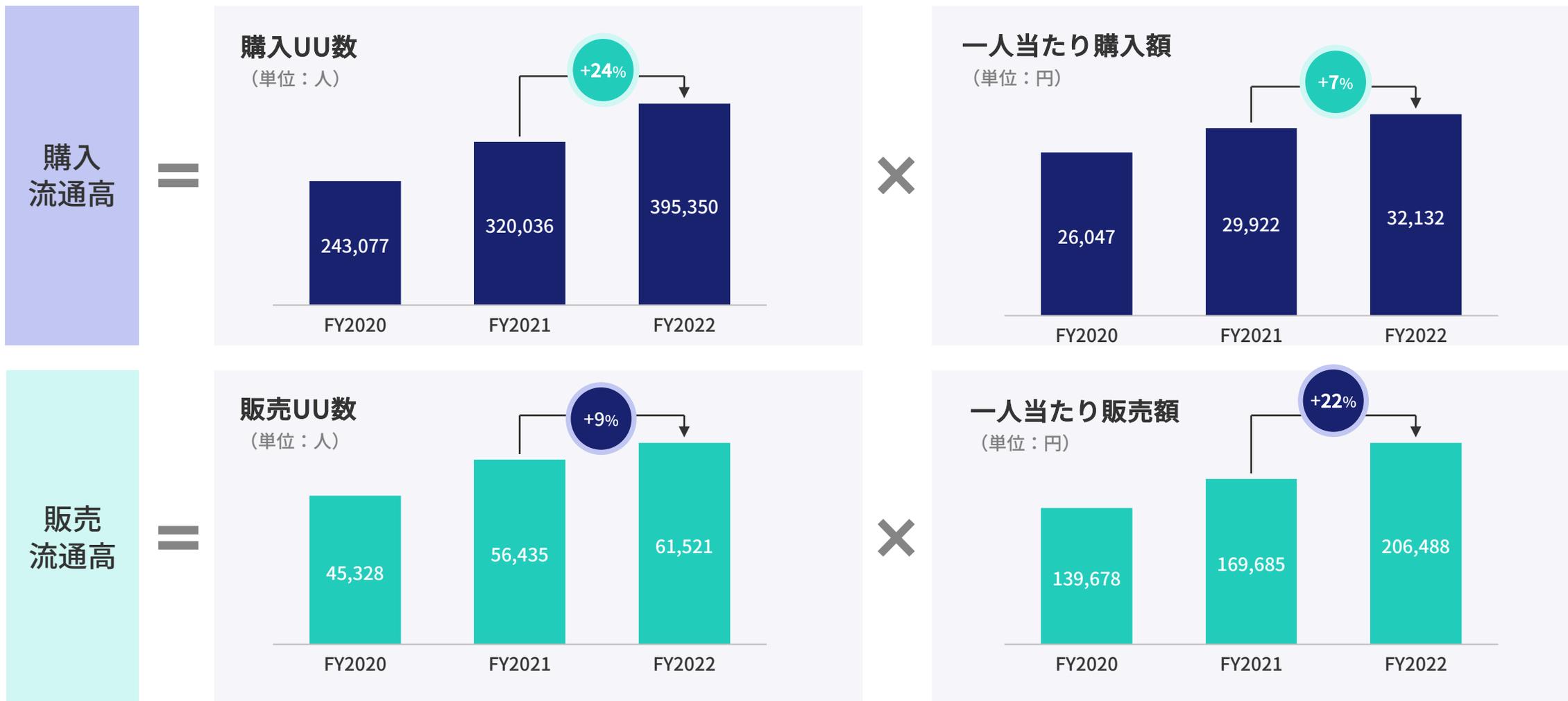
(単位：百万円)





## ココナラ：主要KPI（1/2）

購入・販売ともに、主要なKPIは全て右肩上がりで成長





## ココナラ：主要KPI（2/2）

各KPIいずれも順調に成長

### 会員登録数（各年度末）

（単位：千人）



### 年間購入UU数

（単位：千人）



### サービス出品数（各年度末）

（単位：千件）



### 出品者数（各年度末）

（単位：千人）

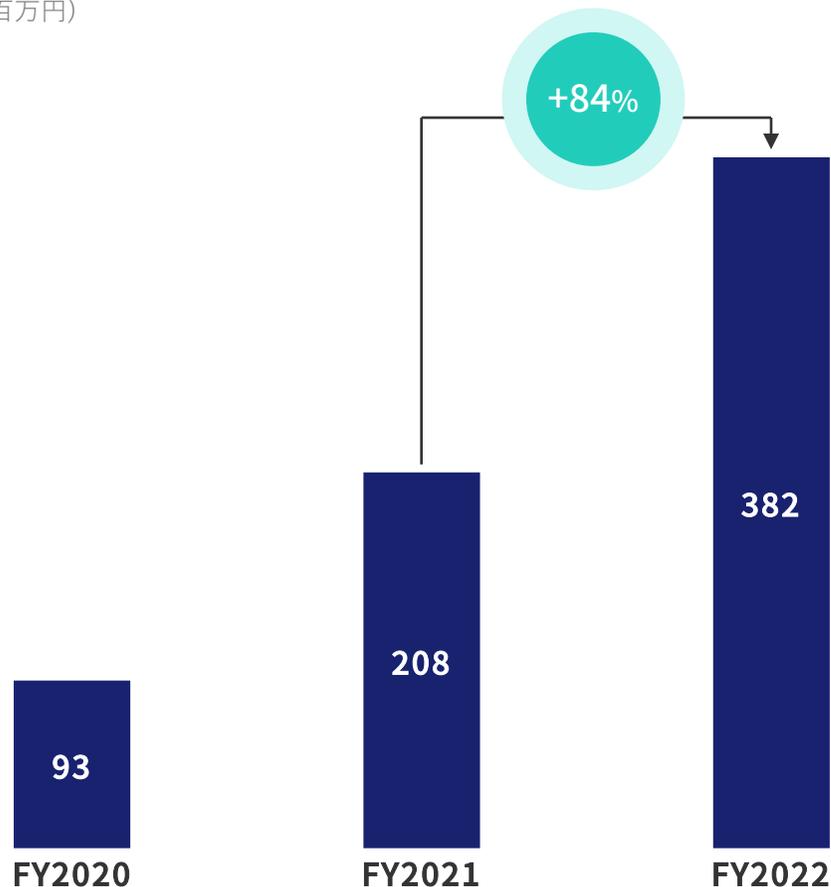


## ココナラ法律相談：営業収益・主要KPI（1/2）

有料登録弁護士数の増加（前年比+49%）に伴い、営業収益<sup>\*1</sup>は前年比+84%と高い成長率を維持

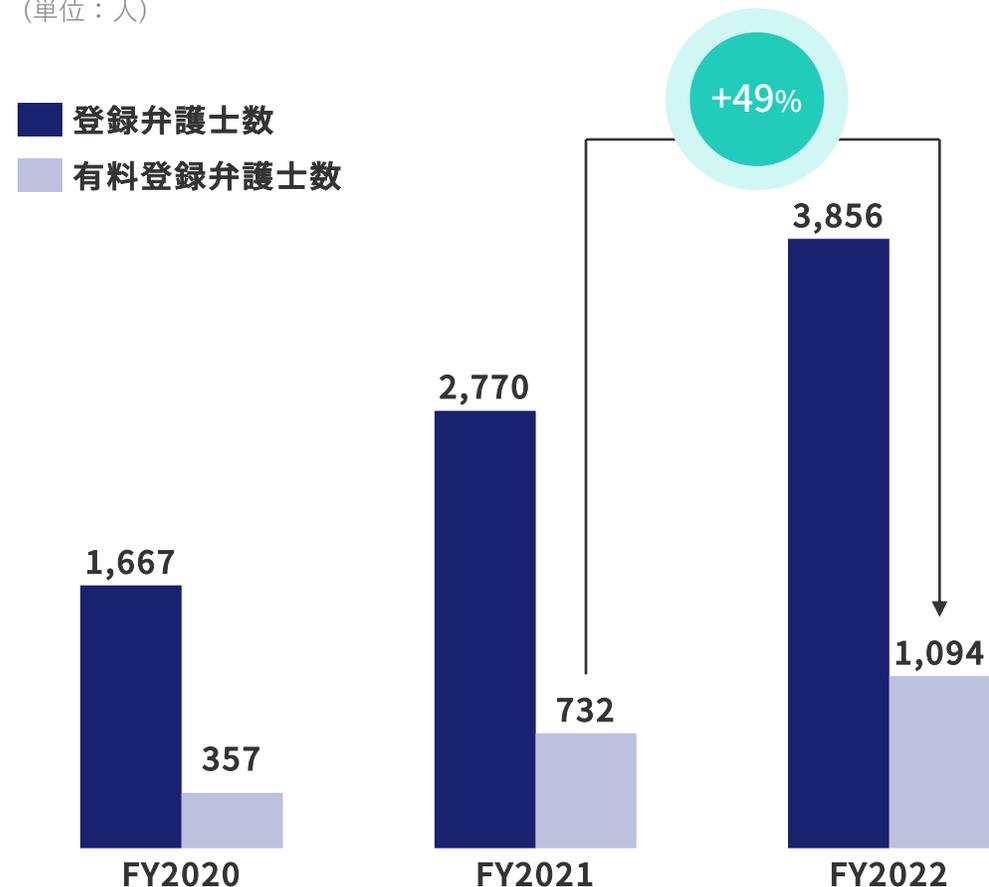
### 営業収益

(単位：百万円)



### 登録弁護士数

(単位：人)

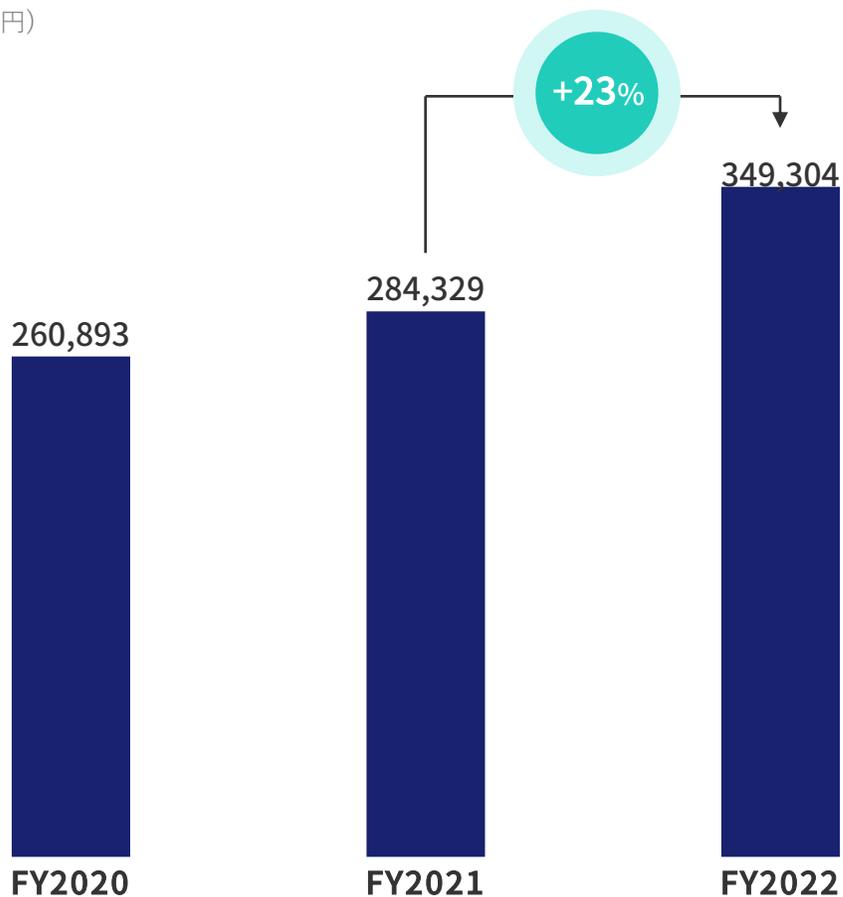


# ココナラ法律相談：主要KPI（2/2）

ARPPU<sup>\*1</sup>は前年比+23%拡大。解約率<sup>\*2</sup>は0.9%へと遞減

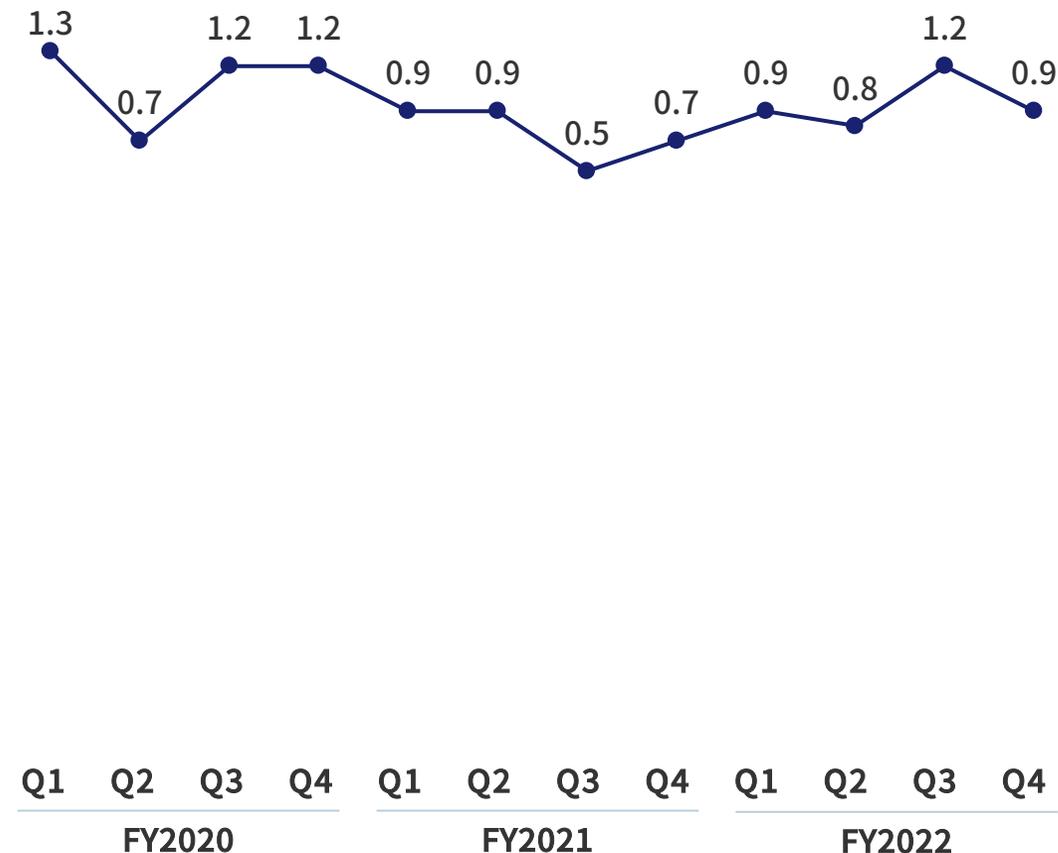
## ARPPU

(単位：円)



## 解約率

(単位：%)



\*1: Average Revenue Per Paid User (課金ユーザー1人あたりの売上額)

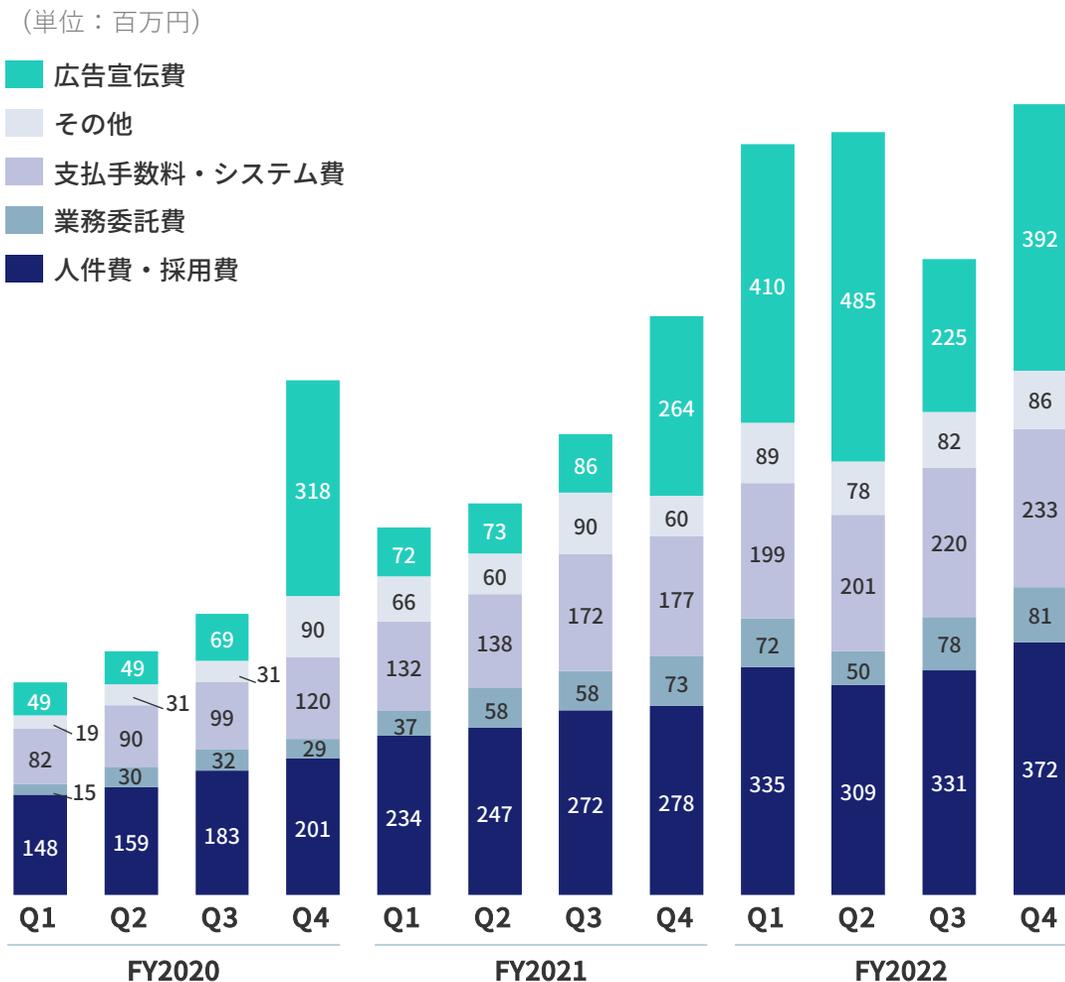
\*2: 解約率：月次解約率 (当月解約数 ÷ 前月末時点の有料登録弁護士数) の四半期平均



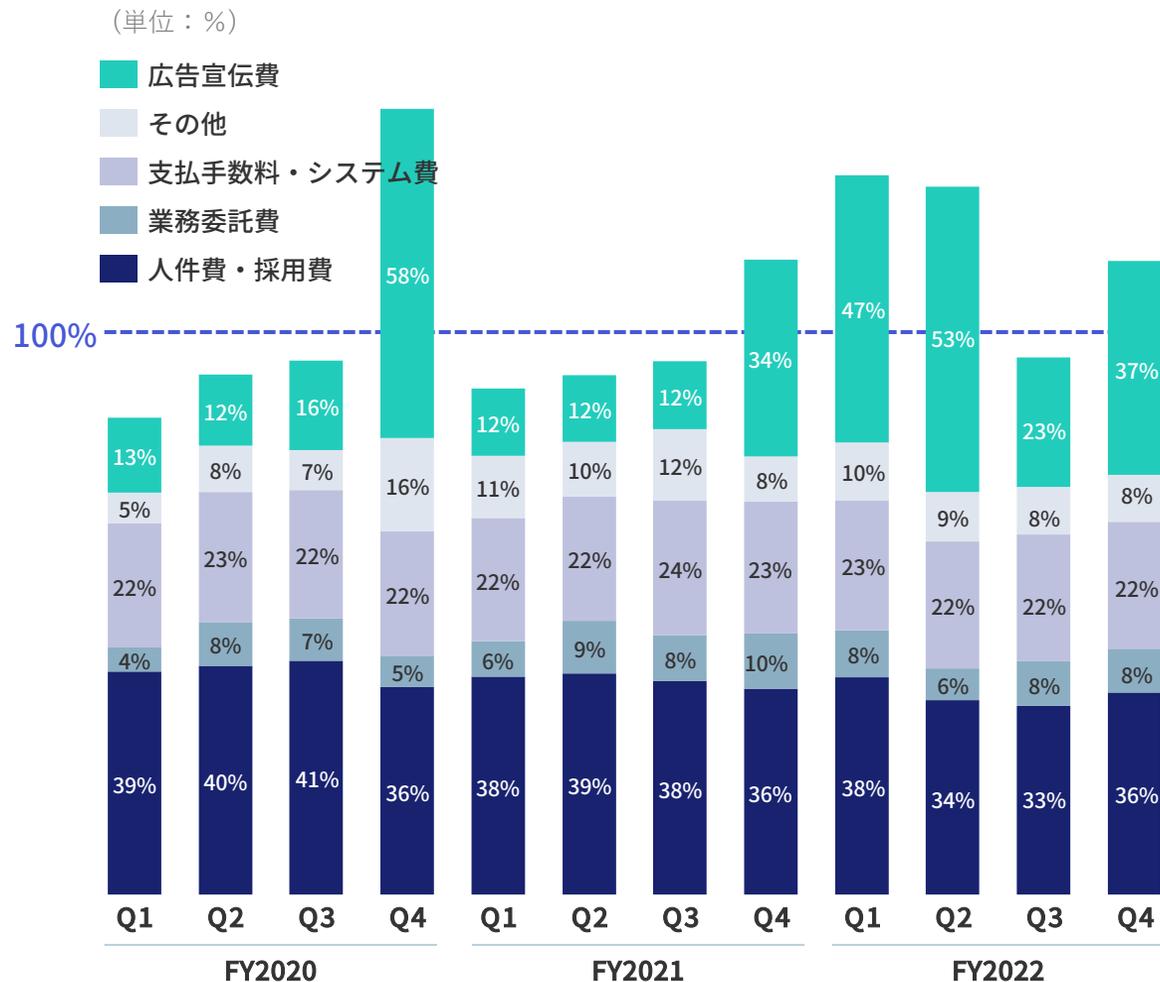
# 営業費用

Q4からのTVCM再開により広告宣伝費が増加。今後とも適切なコストコントロールを行う方針

### 営業費用\*1



### 営業収益対比の営業費用\*1





# TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益\*1

TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益は継続して黒字を維持

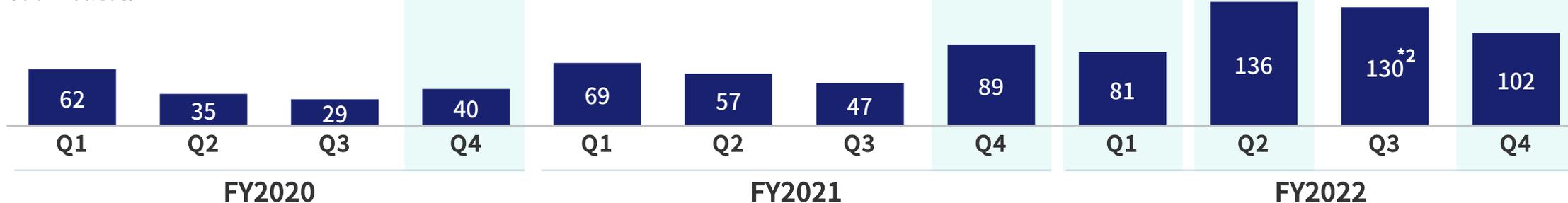
## Non-GAAP 営業利益

(単位：百万円)



## Non-GAAP 営業利益 (TVCM関連費除く)

(単位：百万円)



\*1: Non-GAAP 営業利益 = 営業利益 + 株式報酬費用 + ココナラスキルパートナーズ費用  
 FY2020-FY2021は新収益認識基準を遡及して反映していない(財務諸表の開示数値と同一)  
 \*2: FY2022Q3はTVCMを実施していないが、制作費や調査費等のTVCM関連費を控除している

# 03

## 特徴と強み



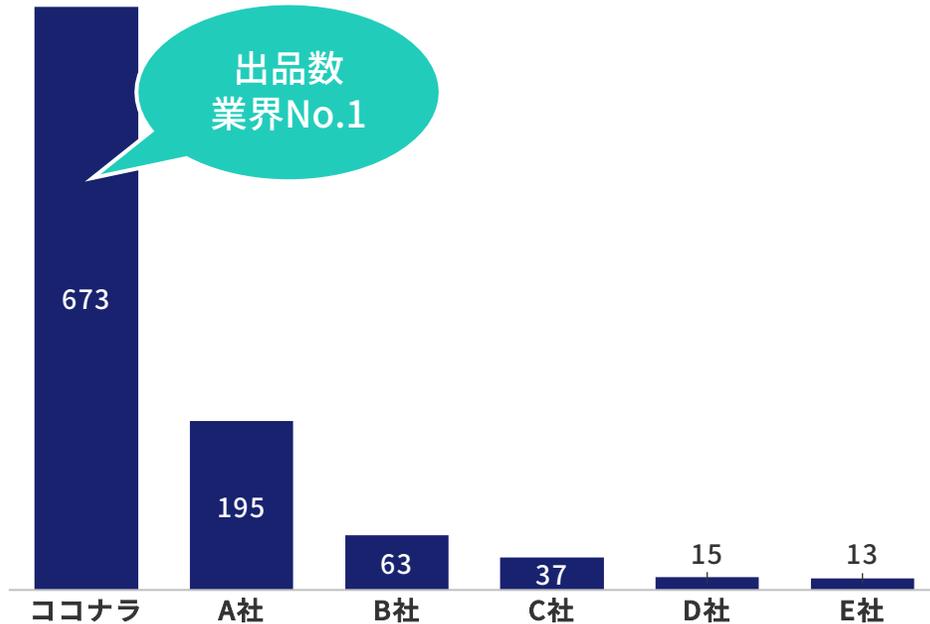


# 品揃え（サービス出品数とレビュー数）

豊富なスキル・レビュー数を揃えた業界随一のプラットフォーム

## サービス出品数\*1の他社比較

(単位：千件)



\*1 対象：2022年9月時点のデータ。

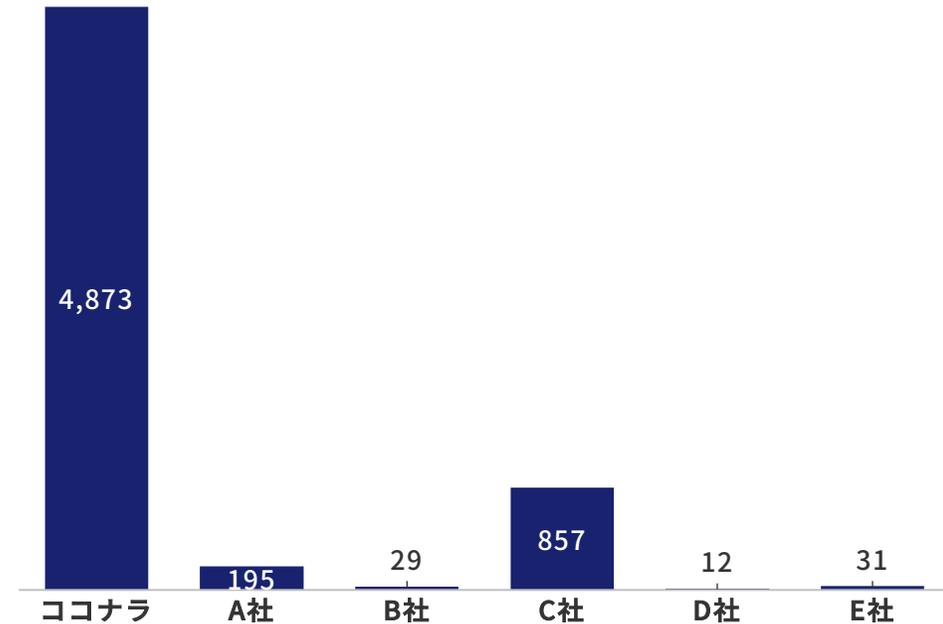
当社以外のデータは、各社サービスサイトより集計した当社社内資料。

集計方法（当社）：サービスサイト上に公開されている出品サービス数を集計。当社の出品サービス数は購入者から出品者への公開依頼・非公開依頼への出品者からの提案を含まない。（各社サービスサイトの出品サービスと異なり、予め出品されたEC型のサービスではないため）

集計方法（他社）：サービスサイト内サービス検索画面で表示されるサービス数を集計。

## レビュー数\*2の他社比較

(単位：千件)



\*2 対象：2022年9月時点のデータ。

当社以外のデータは、各社サービスサイトより集計した当社社内資料。

集計方法（当社）：サービスサイト上に公開されている出品サービスのレビュー数を集計。

集計方法（他社）：サービスサイト内サービス検索・出品者検索画面で表示される、サービス・出品者のレビュー数を集計。A社はレビュー数がサイト設計上存在しないため件数表示無し。購入者によるレビュー制度は、各社が独自の方法により行っているため、各社で内容が異なる。

# 信頼性構築の仕組み

詳細な出品者情報でサービスのクオリティに対し安心・安全を提供

出品者紹介画面 例

**ココナラ花美**  
最終ログイン: 30分前  
稼働状況: 対応可能です  
グラフィックデザイナー  
女性 東京都  
フォローする

実績  
販売実績 555  
評価 ★ 5.0  
フォロー 320

認証状況  
本人確認   
秘密保持契約(NDA)

**得意分野**

**デザイン**  
得意分野詳細 チラシ、名刺、ポスターなど 10,000円～  
見取り・仕事の相談をする  
チラシやポスターや名刺の新規作成だけでなく、修正やリデザインも承ります。  
ビジネス フレゼン 広告 Web ホームページ

**スキル/ツール**

**Illustrator**  
経験: 10年  
ポスター、チラシのデザインを行っています。 実務経験

**Photoshop**  
経験: 10年  
写真編集、イラスト作成など 実務経験

**資格**

ウェブデザイン技能検定 2010年10月

**経歴**

職名 Web制作会社 デザイナー  
在籍期間 2018年 4月 ~ 現在  
詳細 WEBサイト制作全般

**受賞歴/執筆歴/講演歴**

賞状 グッドデザイン賞 2020年1月  
賞状 Red Dot賞 2019年1月

## 詳細な出品者情報

- 性別・出身・職業
- スキルの実務経験・経歴
- 保有資格
- ポートフォリオ（過去の制作作品）
- 受賞歴/執筆歴/講演歴
- 個人ブログ
- ココナラでの評価・感想



## 自律成長モデルによるネットワーク効果

ネットワークの拡大に伴って双方のエンゲージメントが向上

自律的な成長に伴って強固な参入障壁が構築されていく



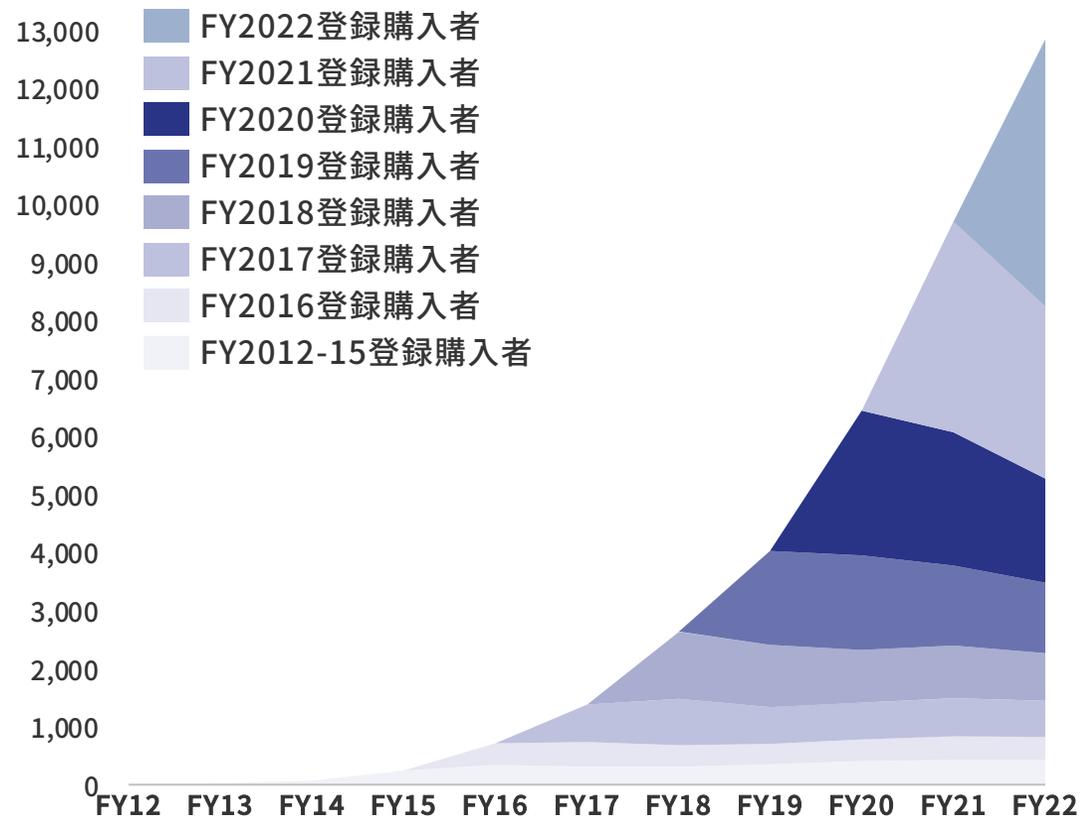


# リカーリング型のレベニューモデル

会員登録数が伸びれば流通高が伸びる、積み上げ型の収益構造

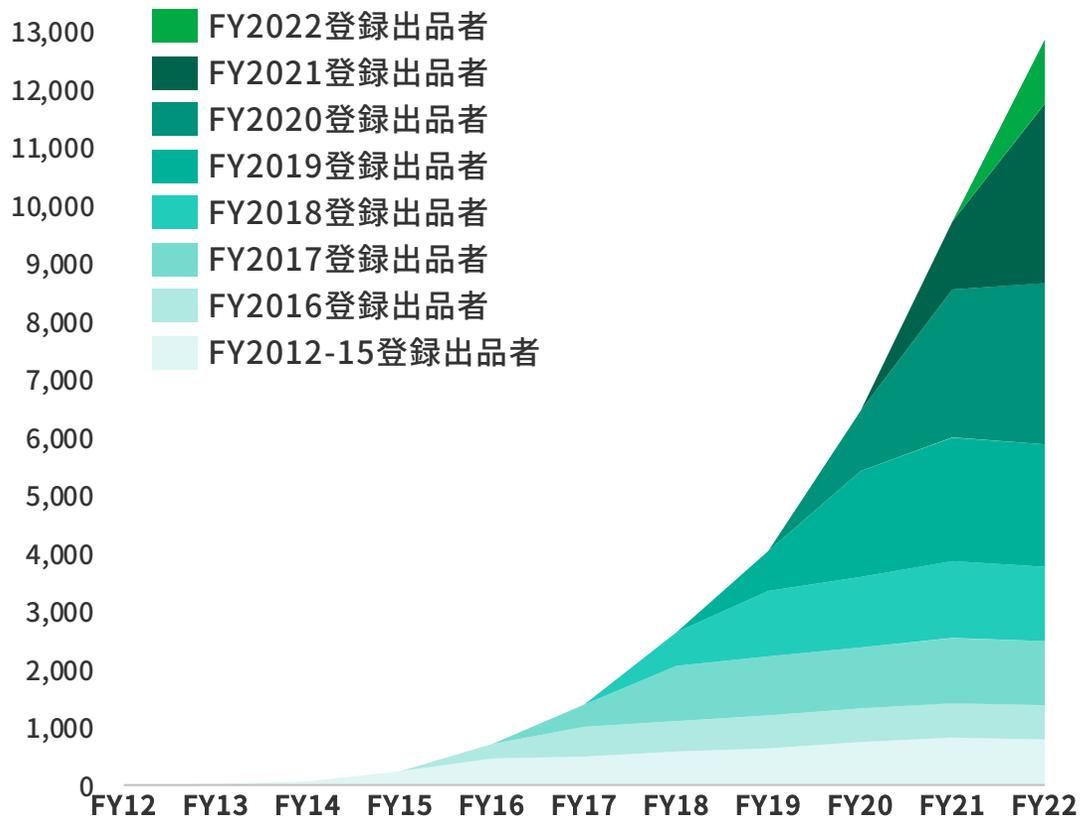
## 購入者（登録年度別）の流通高\*1

(単位：百万円)



## 出品者（登録年度別）の流通高\*1

(単位：百万円)



# 04

## 成長戦略



# オンラインスキルシェア市場の拡大の可能性（2030年）

潜在市場規模\*1

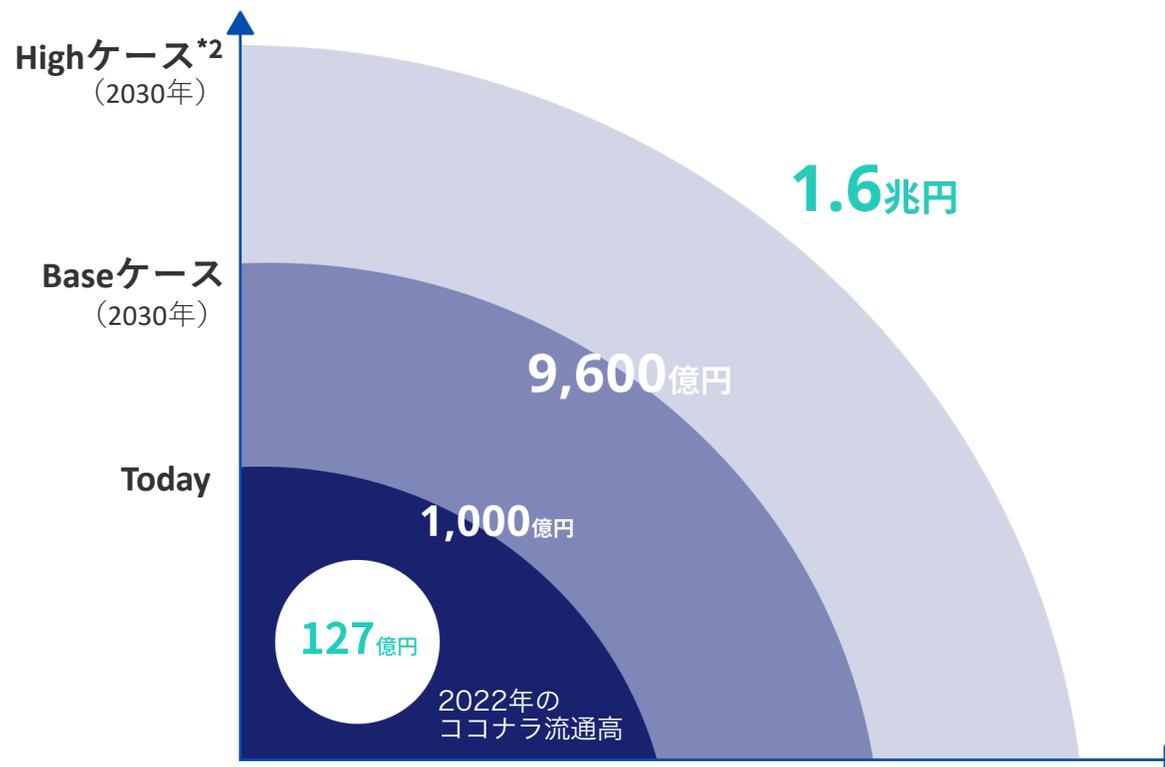
18兆円

## ココナラが対象とするオンライン完結型のサービスEC市場規模

サービス市場のEC化率

足元の対象市場規模として、およそ  
**1,000**億円

2030年の対象市場規模は  
**9,600**億円～**1.6**兆円



\*1: 個人および中小企業間のサービス売買市場のうち、オンライン取引化が可能な非対面サービスの市場  
当社が情報通信総合研究所に調査を委託し、同研究所が2021年9月に作成した非対面のスキルシェア・サービスEC市場規模予測

\*2: 企業・個人事業主・個人等スキルの提供者が誰かを問わずに、一つのWebサイト・スマホアプリでレビューを見てサービスの内容や品質が分かるようになった場合や個人が提供するサービスについて、認知度の低さや安全性に対する不安等の課題が解決した場合を想定



# ココナラが実現したい世界観

オフラインで日常で行われているあらゆる取引をオンラインでより便利に置き換えていくことで  
唯一無二のサービスECプラットフォームを目指す

	これまで（レガシー取引）	ココナラの価値	実現できること
マッチング 範囲	知っている人、ネットで部分的にリーチできる人だけ	30万のエキスパートデータベース	幅広い悩みを解決する人に簡単にリーチできる
時間・場所	相手と予定を調整する必要 大きな商圏でだけ活発	オンライン完結の コミュニケーション手段を網羅	時間・場所に関係なく スピーディーにやりとり
情報	事前に相手のクオリティが 分からない	出品者スキルの可視化 (実績、定量/定性レビュー、ポートフォリオ、返信速度)	比較しながら、対面よりも 安心してお願いできる
価格	価格に店舗費用、組織維持 費用、下請けマージンなどの 費用が含まれる	エキスパートとオンラインで 直接マッチング	クオリティは変わりなく、 相場より安く購入可能



## プロダクトの拡張

5方面への拡張によりユーザー体験を更にアップデートし、できないことをなくしていく

テキスト、電話、ビデオなど、  
多彩なコミュニケーション手段の磨き込み

01  
サービス提供  
手法の拡張

02  
カテゴリの  
拡張

制作/相談、プライベート/ビジネスな  
どあらゆるユーザーニーズに応じたカ  
テゴリの拡張を随時実施

05  
課金手法  
の拡張

高単価・長期プロジェクトや、  
定期購入にも便利な決済手段の拡充

03  
マッチング  
手法の拡張

サービスの直接購入に加え、「見積も  
り依頼」「公開依頼」「コンテンツ購  
入」などのマッチング強化

04  
ユーザー属性  
の拡張

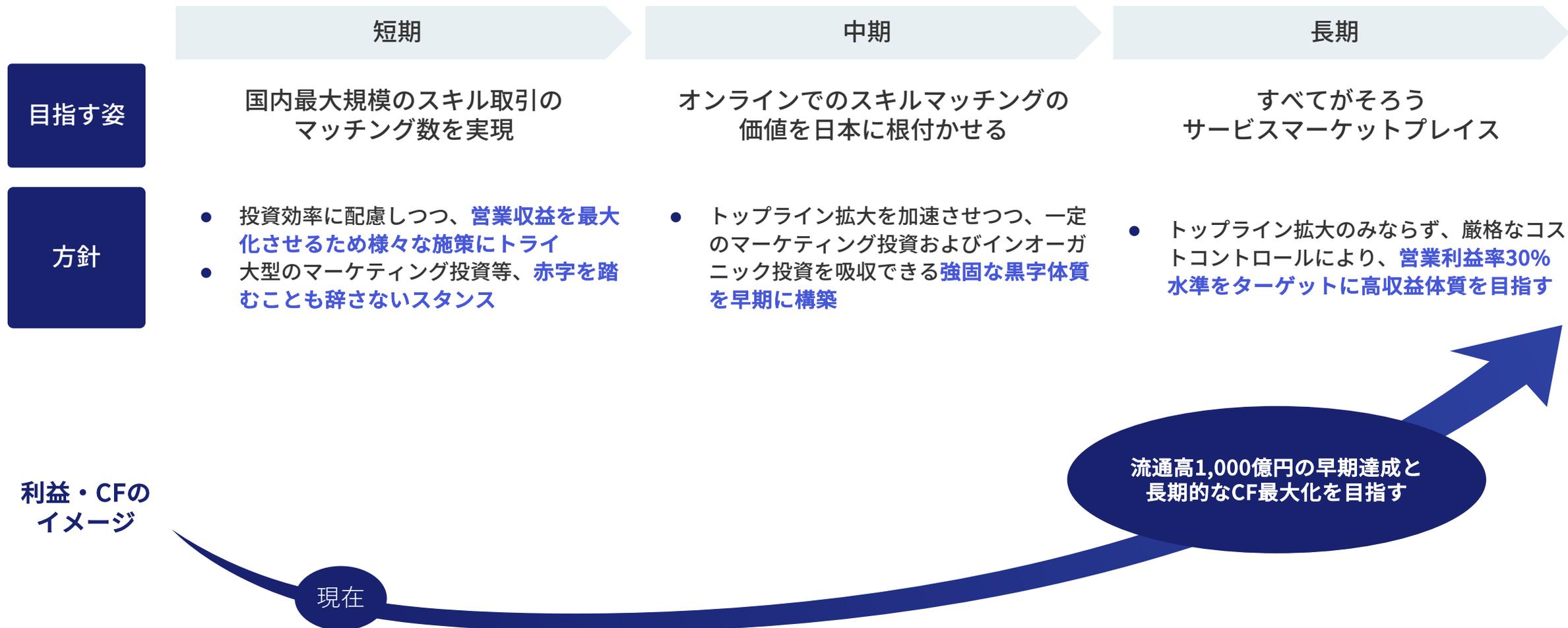
ビジネス利用に適した新機能や  
サポート体制の拡充・強化





## 中長期的に目指すターゲット

足元は投資が先行し赤字が継続するが、長期では流通高1,000億円の早期達成と長期的なCF最大化に向け、それぞれのフェーズに応じて適切な施策を実施



マッチング

周辺

領域/カテゴリ

	サービス/単発	人/プロジェクト	海外	コンテンツ/モノ	ツール
制作・代行		未対応	未対応	 coconala (オリジナルグッズ ・各種制作代行)	未対応
コンサル・相談		 coconala 法律相談		ココナラブログ	
学び・占い・ エンタメ		 coconala (電話・ビデオチャ ット)			
出品者サポート	サービスPR広告 販促機能 (クーポン・通知)				未対応
購入者サポート					



# FY2022の施策振り返り

5つのミッションの拡張により、ビジネス利用を推進

今後1-2年の  
成長戦略

サービス提供  
手法の拡張

「トークルーム\*1」  
の管理機能やコ  
ミュニケーション  
機能を拡充

カテゴリの  
拡張

主に制作・ビジネ  
スを中心に、既存  
の大カテゴリ内に、  
新規の小カテゴリ  
の追加を検討制作/  
相談

マッチング  
手法の拡張

制作・ビジネス利  
用がほぼ全ての  
ユースケースであ  
る「見積もり機  
能」「公開依頼機  
能」の強化

ユーザー属性の  
拡張

ビジネス利用に適  
した新機能やサ  
ポート体制の拡  
充・強化

課金手法の  
拡張

高単価・長期プロ  
ジェクトや定期購  
入に対応可能な決  
済手段の拡充

進捗状況

会社・部門単位で  
利用履歴を一元管  
理できる「チーム  
閲覧機能」をリ  
リース

あらゆるユーザー  
ニーズに応じたカ  
テゴリの拡張を随  
時実施

進捗なし

「ココナラビジネ  
ス」の登録社数は2  
万社超え

「後払い」機能を  
追加。「サブスク  
リプション機能」  
「高額取引向け決  
済機能」の追加を  
今後検討

\*1: サービスの購入後に出品者と購入者の2人のみが閲覧できる非公開のページ。取引相手とのやりとりや、添付ファイルの送受信ができる。

# プロダクトアップデート事例

ユーザーの声を拾い続けながら、使いやすさを追求

## 【新機能】

### サービスPR機能

出品者が出品サービスを「サービス検索結果の広告枠」に掲載することで、購入者へを宣伝できる機能の提供を開始

- 購入者が検索時に指定したカテゴリや絞り込み条件に応じて広告を表示するため、「購入目的のユーザー」に向けた宣伝することが可能
- 広告管理画面で広告の表示数・クリック数や、広告経由で売れた件数を確認でき、広告効果を上げるための改善ポイントを出品者自ら見つけることが可能



## 【リニューアル】

### 友達紹介キャンペーン

「招待コード」を使ってお友達をココナラに紹介すると、「紹介者」「紹介されたお友達」の双方にお得な特典がもらえるキャンペーンを実施

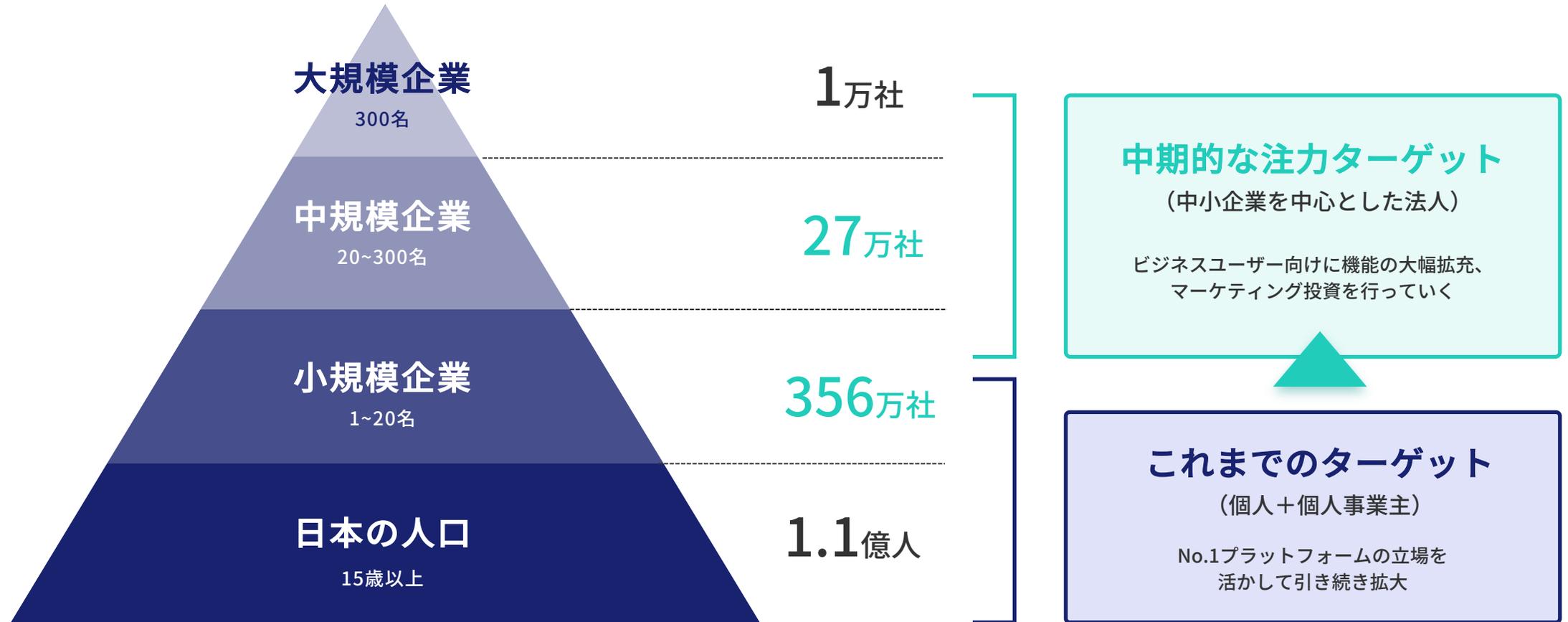
- 紹介者とお友達双方へ1000円分の期間限定ポイントが付与
- 紹介者が出品者の場合、初回取引時の販売手数料が無料
- SMS機能の追加により不正利用リスクも抑制





# ビジネス層ユーザーへの拡大戦略

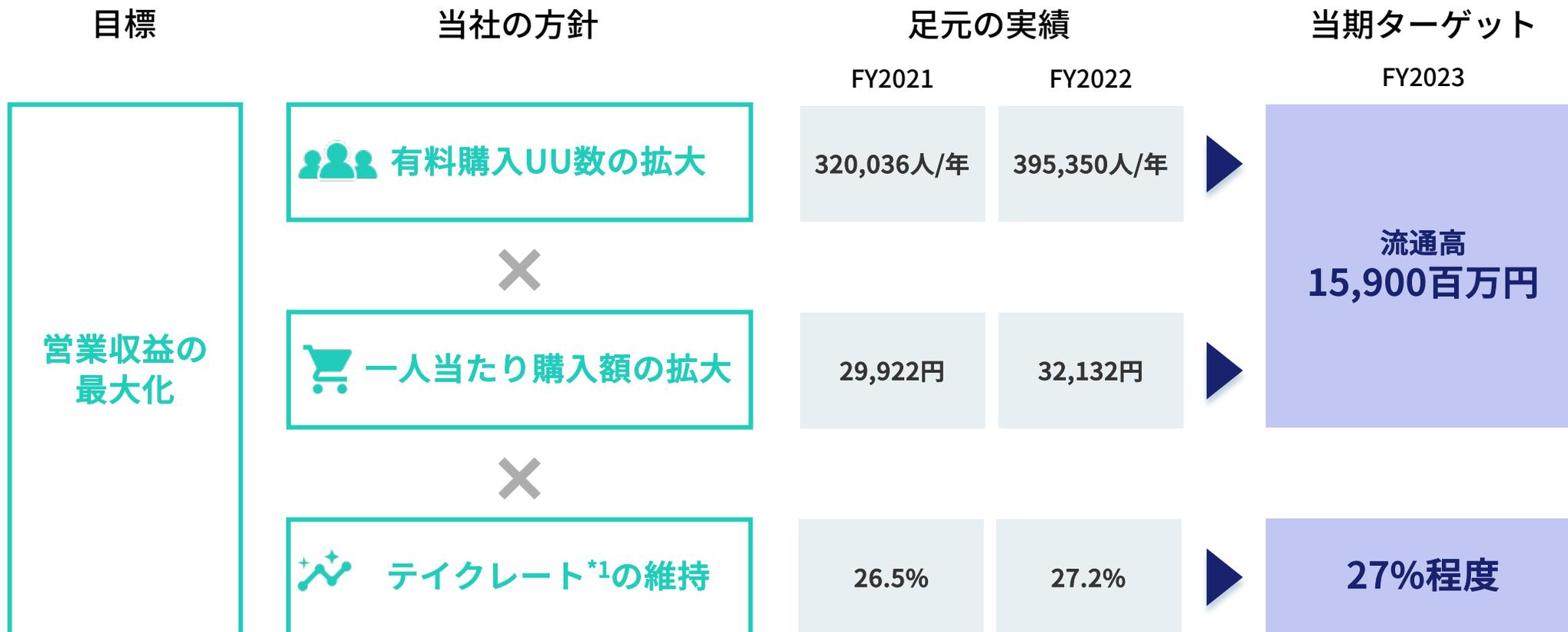
ココナラビジネスのリリースにより、開拓余地の大きい中小企業のシェア獲得を目指す





# FY2023のターゲット

有料購入UU数・一人当たり購入額の拡大、テイクレートの維持により営業収益の最大化を目指す



\*1 昨年度から指標を営業収益率からテイクレート（ココナラ本体のみ）へ変更



## 投資方針ならびにFY2023のマーケティング投資

FY2022に引き続き、FY2023は積極的なマーケティング投資により通期赤字を予定しているが、TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益は黒字を維持

### 投資方針

#### TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益の黒字維持

- TVCM投資はいつでもやめて利益コントロールできる性質であるため、TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益の黒字を維持する方針（定常のマーケティング費用は控除しない）
- 当面はプロダクト開発のための人材投資も積極的に行うため、TVCM関連費を除いたNon-GAAP 営業利益の拡大も短期的には追わず、一定の黒字額の維持を方針とする

### FY2023のマーケティング投資

- FY2022と同程度のマーケティング投資（TVCM、Web広告、タクシー広告）を実施予定
- ユニットエコノミクスを考慮し、定めた回収期間に収まるように運用



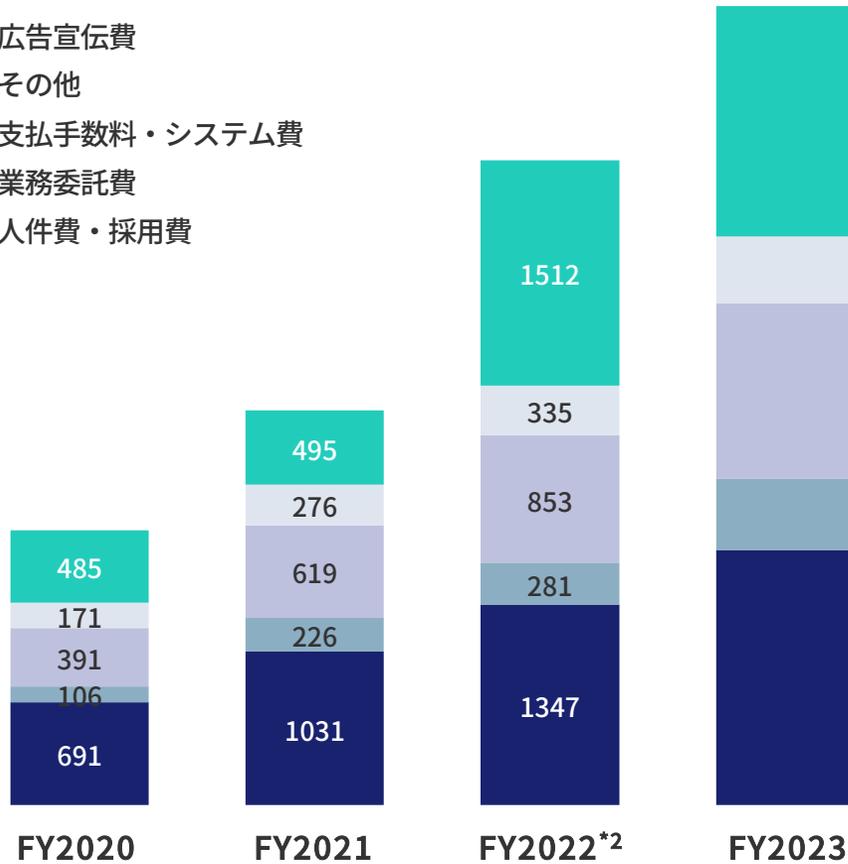
# FY2023の営業費用見通し

マーケティング費用はFY2022と同程度を想定。新規事業の初期投資、採用活動の継続による人件費の増加、および円安によるサーバー費用増加等により、FY2022とNon-GAAPベースの同程度の営業赤字が継続する見込み

### 営業費用\*1見通し

(単位：百万円)

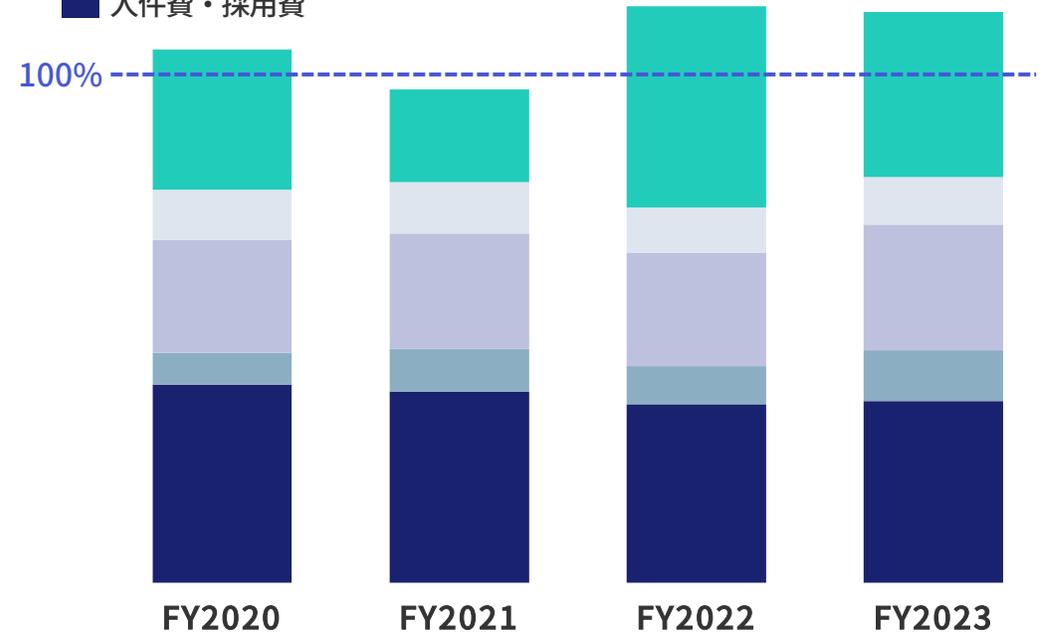
- 広告宣伝費
- その他
- 支払手数料・システム費
- 業務委託費
- 人件費・採用費



### 営業収益対比の営業費用\*1見通し

(単位：%)

- 広告宣伝費
- その他
- 支払手数料・システム費
- 業務委託費
- 人件費・採用費



\*1: 株式報酬費用及びココナラスキルパートナーズ費用を除く

\*2: 広告宣伝費の期初計画値は1,814百万円

(単位：百万円)	2020年8月期	2021年8月期	【参考】 2022年8月期予想 (7/15開示)	2022年8月期	2023年8月期 (計画)
営業収益	1,775	2,746	3,820	3,837	4,800
営業利益	-80	89	-580	-515	-700
Non-GAAP 営業利益 <sup>*1</sup>	—	—	—	-501	-570
経常利益	-83	59	-575	-511	-700
親会社株主に帰属する当期純利益	-94	41	-560	-494	-645

\*1: Non-GAAP 営業利益 = 営業利益 + 株式報酬費用 + ココナラスキルパートナーズ費用。2022年8月期決算資料から開示を開始したため、過去の数字は“—”と表記



## BS (2022年8月末時点)

(単位：百万円)

資産	金額	負債	金額
現金及び預金	3,050	未払金	443
売掛金	333	前受金	487
その他	194	預り金	922
		その他	35
<b>流動資産合計</b>	<b>3,578</b>	<b>流動負債合計</b>	<b>1,889</b>
		<b>負債合計</b>	<b>1,889</b>
		資本金及び資本剰余金	3,588
		利益剰余金	-1,601
		その他	450
<b>固定資産合計</b>	<b>749</b>	<b>純資産合計</b>	<b>2,437</b>
<b>資産合計</b>	<b>4,327</b>	<b>負債・純資産合計</b>	<b>4,327</b>

(単位：百万円)

	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期
営業活動によるキャッシュフロー	274	764	-419
投資活動によるキャッシュフロー	-190	-115	-487
財務活動によるキャッシュフロー	460	1,386	638
現金及び現金同等物の増減額	543	2,034	-267
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	<b>740</b>	<b>1,284</b>	<b>3,318</b>
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>1,284</b>	<b>3,318</b>	<b>3,050</b>



## リスク情報 (1/2)

当社事業に関する特有のリスクについて、本書提出日時点で特に重要な事項として以下のとおり認識しており、今後も対応を行ってまいります。

### ユーザーの獲得及び 継続性の維持について

当社が成長していくためには、ユーザーの継続的な獲得及びユーザーによる継続的な利用が重要であると考えております。広告宣伝活動の一環として過去テレビCMを対象として実施しており、ユーザーの新規獲得及び同社サービスの知名度向上について一定の効果が出ているものと認識しております。今後のテレビCMについては、費用対効果等を考慮し、慎重に検討した上で、実施する方針であります。しかし、想定通りの広告効果が得られる保証はなく、収益増加に繋がらなかった場合や想定以上の広告宣伝費を投下することが必要になった場合には、当社の業績及び事業計画の達成に影響を及ぼす可能性があります。

### 特定のプラットフォーム 事業者の動向について

当社はスマートフォン向けアプリケーションを提供しており、Apple Inc.及びGoogle Inc.の両社にアプリケーションを提供することが現段階の同社の事業の重要な前提条件であり、動向を注視してまいります。これらプラットフォーム事業者の事業戦略の転換並びに動向によっては、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針ですが、当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券届出書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。



## リスク情報 (2/2)

当社事業に関する特有のリスクについて、本書提出日時時点で特に重要な事項として以下のとおり認識しており、今後も対応を行ってまいります。

### 当社サービス及びサイト 運営について

ユーザー同士が無形商材である「知識・スキル・経験」を売買することから、ユーザーの悪意の有無に関わらず、トラブル等が生じる可能性があります。取引の安全性のため、利用規約及びガイドライン等において禁止行為や出品禁止サービスを詳細に定め、定期的に見直しを実施しております。ユーザーによる通報体制の構築、健全化専任の担当人員配置及び社内マニュアル・基準等の策定により、出品サービス及び取引内容にかかる監視体制の構築及び継続的な運用も実施しております。また、エスクロー機能を提供することにより、不適切取引に対する牽制を図り、安全性向上に努めております。しかしながら、これらの取組みにもかかわらず、当社サービス内において重大なトラブル等が発生した場合には、当社が責任を問われる可能性があるほか、当社出品サービスに関連する業界等において社会的批判や風評等が生じるような事件・事象等が発生するなど、当社サービスの信頼性を損なう状況が発生した場合、当社サービスに対して監視対応の強化や出品基準の厳格化に関する要請が強まる可能性があるほか、ユーザーの離脱が生じる可能性があります。これらの要因により当社の業績及び事業計画の達成に影響を及ぼす可能性があります。

### 事業領域拡大への 投資について

今後もサービス、案件、ユーザー、コンテンツなどの各種マッチング経路の拡充などプロダクト機能の開発や、対面サービスのココナラミーツなどの新事業領域の拡大への取り組みを進めていく予定であり、事業規模の拡大および収益力の向上に努めてまいります。これらの実現には、人材の採用、サービス・システム開発費用等の追加的な支出が発生し、さらに、事業領域の拡大が目論見通りに推移しないことで、追加的な支出についての回収が行えず、業績及び事業計画の達成に影響を及ぼす可能性があります。投資判断については、事業進捗や計画との差異の確認のもと行っていく方針であります。

投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針ですが、当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券届出書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。



## 本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の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。このような将来予想に関する記述には、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。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、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、これらに限定さ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。

**◆次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期  
2023年10月を予定しております。**