

事業計画及び成長可能性に関する事項

ソーシャルワイヤー株式会社

2023年5月22日

1. 会社概要

- 法人概要
- 主な沿革、売上高推移
- コーポレートビジョン／経営方針
- 事業構成

2. 成長戦略

- 選択と集中
- 事業領域
- 成長戦略（骨子）
- 成長戦略（顧客アプローチ）
- 収支進行イメージ（2024年3月期）
- 業績予想（2024年3月期）
- その他施策

3. 主要サービス及び競争優位性

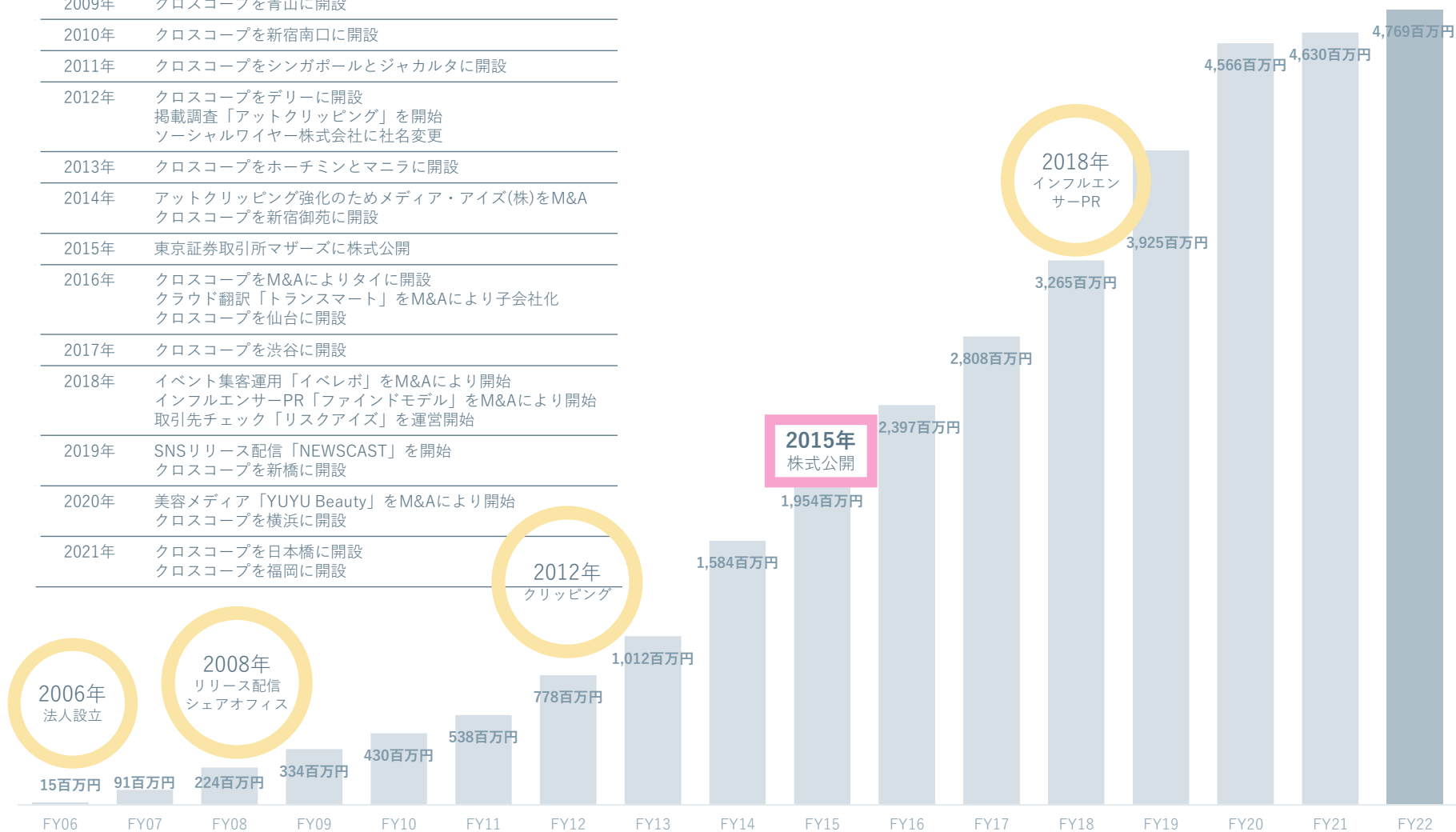
- 各サービスの担う戦略機能
- リリース配信サービス
- インフルエンサーPRサービス
- クリップングサービス
- シェアオフィスサービス
- その他（取引先チェック）
- その他（クラウド翻訳）

4. 重要リスク等

1. 会社概要

会社名	ソーシャルワイヤー株式会社 SOCIALWIRE CO., LTD.
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：3929）
本社	東京都港区新橋1-1-13 アーバンネット内幸町ビル3階
設立	2006年9月6日
代表	矢田峰之
資本金	354百万円（2023年3月末）
従業員	単体303名、連結307名（2023年3月末）
事業内容	デジタルPR事業 -リリース配信 -インフルエンサーPR -クリッピング シェアオフィス事業 -シェアオフィス運営（国内・海外）
経営陣	代表取締役社長 矢田峰之 取締役 庄子素史 社外取締役 大野誠一 社外取締役 白川久美 社外取締役 山浦政彦 監査役 赤松朱美 社外監査役 樋口節夫 社外監査役 平山剛

2006年	東京都中央区日本橋に 未来予想株式会社として設立
2008年	リリース配信「アットプレス」をM&Aにより開始 シェアオフィス「クロスコープ」をM&Aにより開始
2009年	クロスコープを青山に開設
2010年	クロスコープを新宿南口に開設
2011年	クロスコープをシンガポールとジャカルタに開設
2012年	クロスコープをデリーに開設 掲載調査「アットクリッピング」を開始 ソーシャルワイヤー株式会社に社名変更
2013年	クロスコープをホーチミンとマニラに開設
2014年	アットクリッピング強化のためメディア・アイズ(株)をM&A クロスコープを新宿御苑に開設
2015年	東京証券取引所マザーズに株式公開
2016年	クロスコープをM&Aによりタイに開設 クラウド翻訳「トランススマート」をM&Aにより子会社化 クロスコープを仙台に開設
2017年	クロスコープを渋谷に開設
2018年	イベント集客運用「イベレボ」をM&Aにより開始 インフルエンサーPR「ファインドモデル」をM&Aにより開始 取引先チェック「リスクアイズ」を運営開始
2019年	SNSリリース配信「NEWSCAST」を開始 クロスコープを新橋に開設
2020年	美容メディア「YUYU Beauty」をM&Aにより開始 クロスコープを横浜に開設
2021年	クロスコープを日本橋に開設 クロスコープを福岡に開設



世界的パンデミックにより消費活動の価値観は不可逆的に変化
デジタルPR市場、シェアオフィス市場においてもパラダイムシフト

【急激な鈍化】が発現

※FY22（1年前）よりコーポレートビジョン・経営方針を刷新し移行進行中

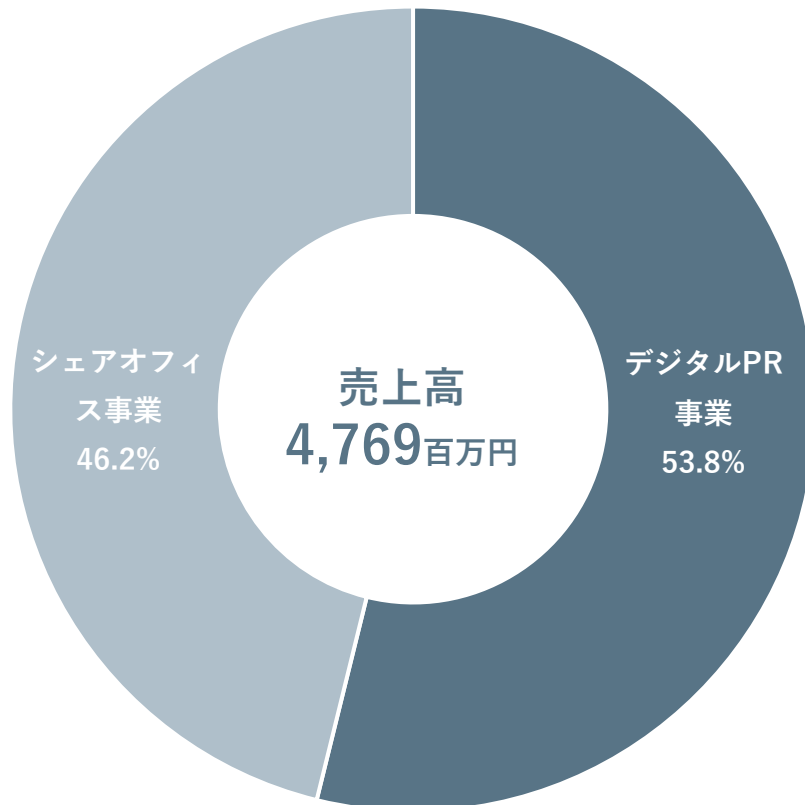
コーポレートビジョン **全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ**

経営方針 **付加価値の追求による企業価値の向上**

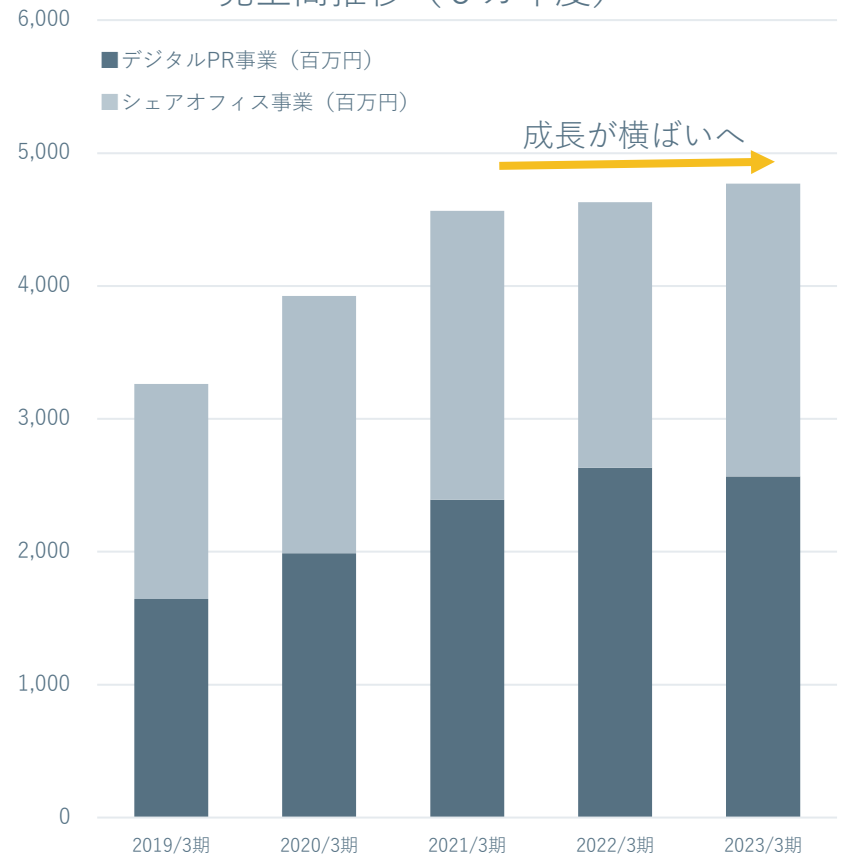
※2023年4月より代表取締役社長を創業者の矢田峰之として運営開始（2023年3月開示）

2つの事業領域を持続運営
ともに事業拡大を推進してまいりました

売上高構成 (2023/3期)



売上高推移 (5カ年度)



2. 成長戦略

経営資源の「選択と集中」実行計画 (2024年3月期)

国内シェアオフィス事業の事業譲渡

当社は2008年よりシェアオフィス事業を開始し、現在に至るまで国内10拠点のシェアオフィスを運営しておりましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響及び大手不動産会社のシェアオフィス事業参入により、シェアオフィス業界の競争は激化し、シェアオフィス事業の収益性や投資対効果の改善は当社の経営課題となっておりました。また、新たなシェアオフィスを展開していくためには強固な財務基盤が必須となり、事業の成長性においても課題を抱えておりました。

このような環境の中、2023年4月より大手不動産会社のヒューリック株式会社と当社の国内シェアオフィス事業の譲渡について慎重に協議・交渉を行った結果、

- ①. シェアオフィス事業の今後の持続成長の可能性を高める点
- ②. デジタルPR事業及び新規事業への経営資源の集中が企業価値の最大化に資する点

これらの判断のもと、2023年5月12日開催の当社取締役会にて、ヒューリック株式会社に国内シェアオフィス事業（横浜拠点を除く）の譲渡について合意決議いたしました。





従いまして、本事業計画及び成長可能性に関する事項は、譲渡見込みである国内シェアオフィス事業について、効力発生日である2023年9月1日（予定）から当社連結対象から外れることを想定して作成しております。

■従来まで

2つの事業領域において複数サービスを有し、市場変動に応じて機動的な事業運営

■2023年9月以降

国内シェアオフィス事業の譲渡でシェアオフィス事業規模が縮小（海外1拠点、クラウド翻訳）となり、シェアオフィスセグメントは大幅に減収へ

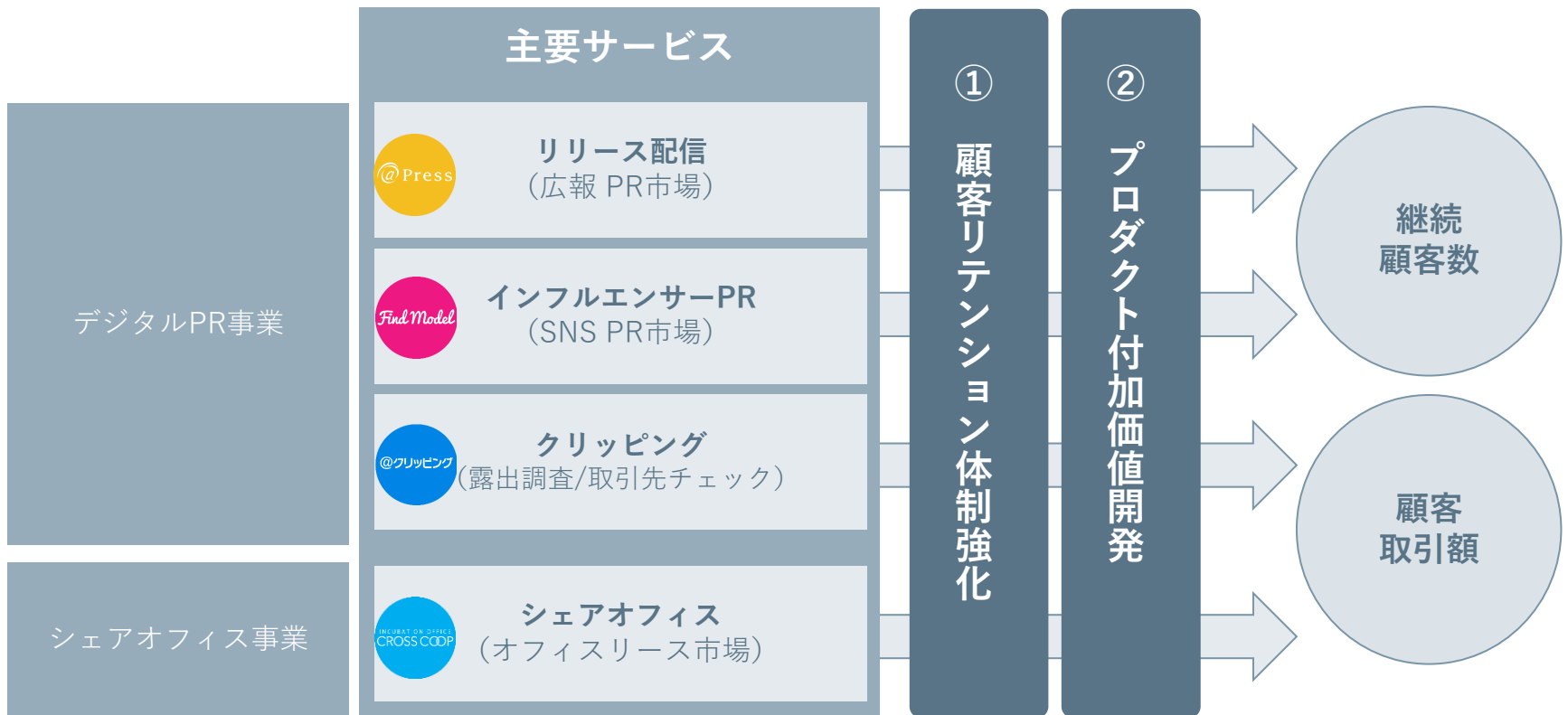
	～2023年8月	2023年9月～
デジタルPR事業	 リリース配信 (広報 PR市場)	
	 インフルエンサーPR (SNS PR市場)	
	 クリッピング (露出調査/取引先チェック)	
シェアオフィス事業	 国内シェアオフィス (オフィスリース市場)	海外シェアオフィス クラウド翻訳 ※国内シェアオフィス連結対象外

※影響を及ぼす規模の主要サービスのみを記載

■顧客数×取引額を重要指標として

- ① 既存顧客フォローアップ体制を強化（継続顧客数／単価向上）
- ② 付加価値の高い機能開発（競争力強化／単価向上）

競争力ある機能開発×継続顧客対応にこだわり、量・質の両面から「顧客ストック力」の最大化へ



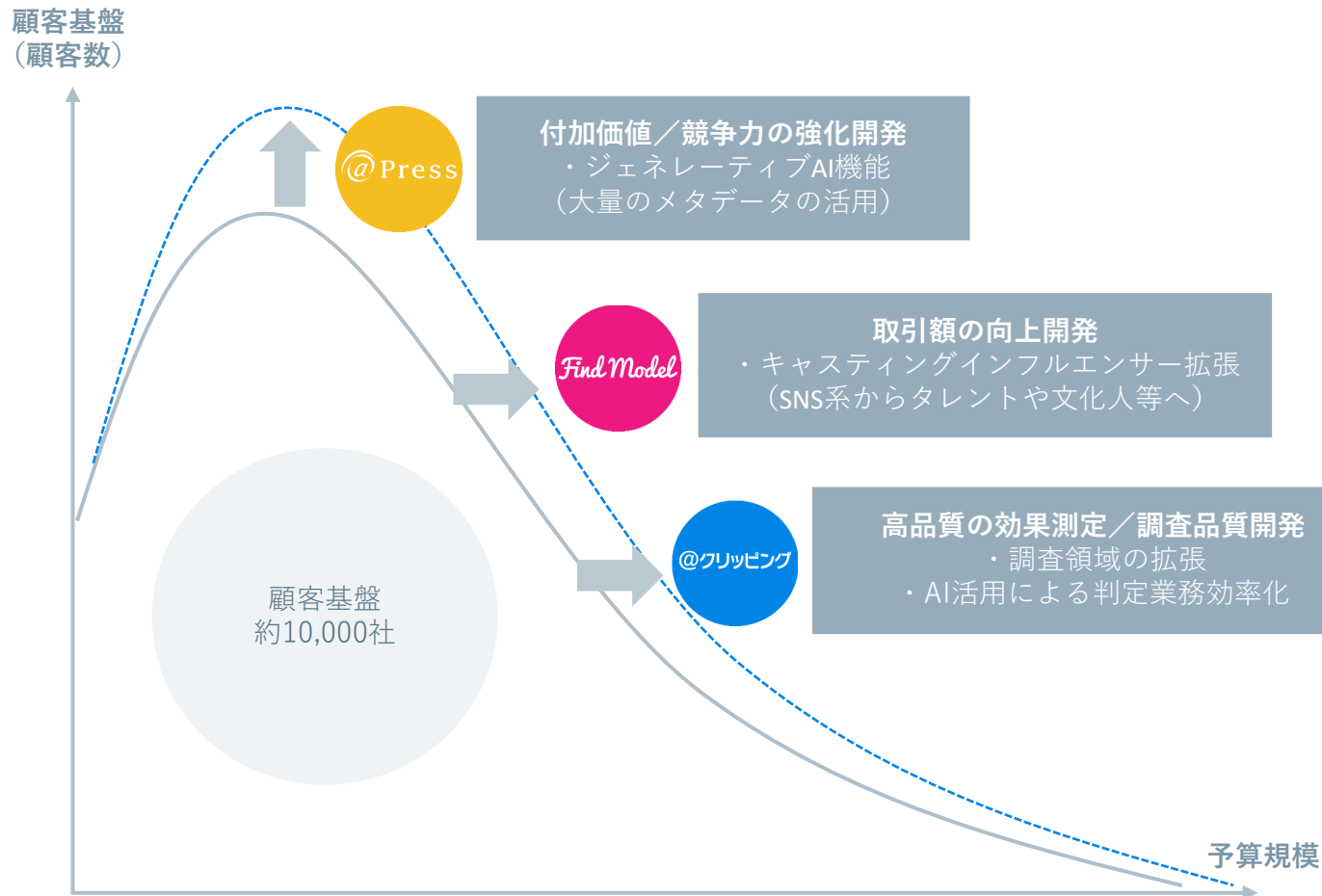
※国内シェアオフィスは、2023年9月より連結外となる予定（海外シェアオフィスとクラウド翻訳は継続）

■『顧客ストック』の（量×質）の向上

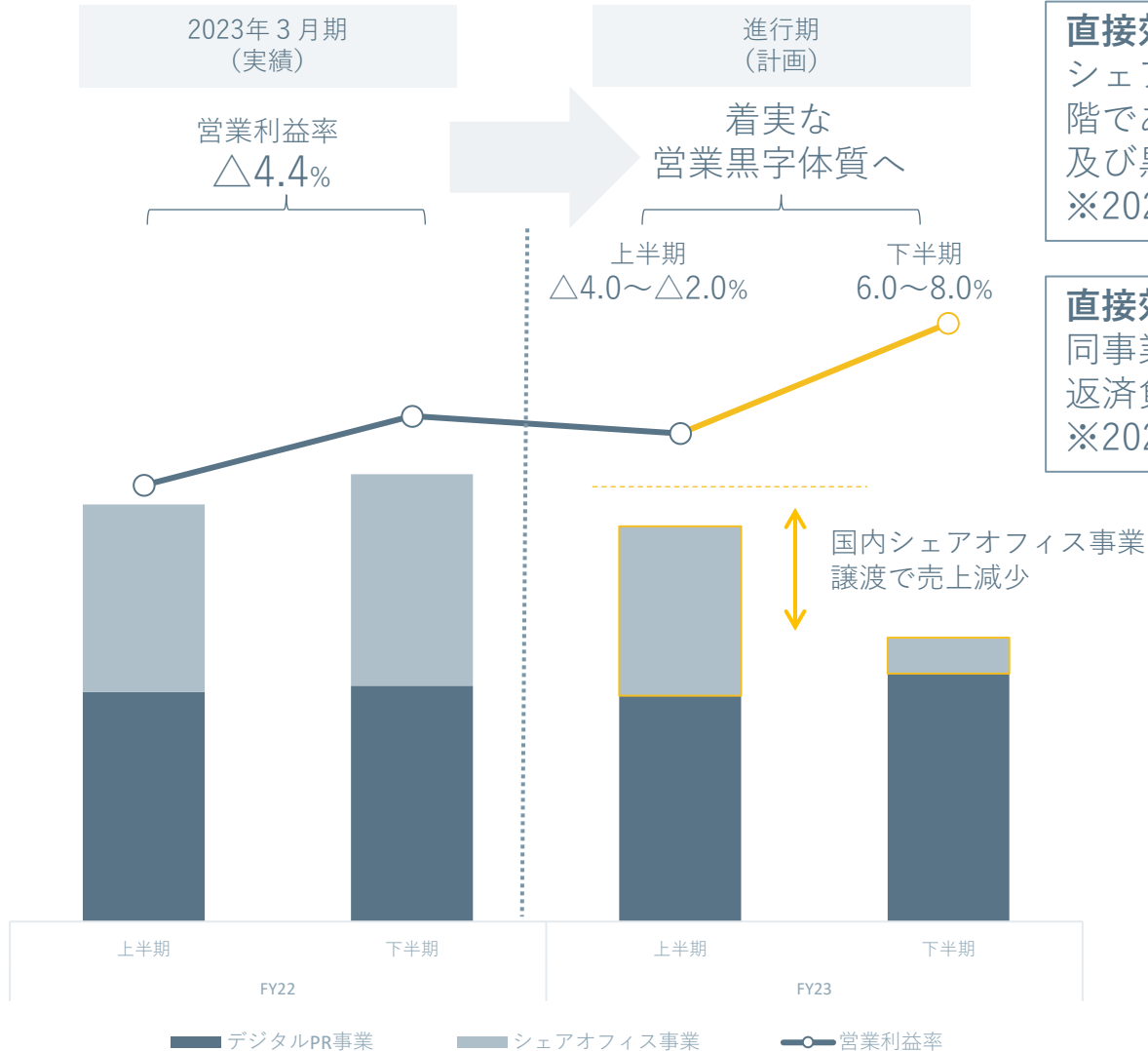
既存顧客フォローアップ強化、付加価値の高い機能開発（競争力強化／単価向上）にこだわる。

2024年3月期のテーマは、保有する大量メタデータ×AI技術

※国内シェアオフィス事業の譲渡により、シェアオフィス事業セグメントは、下半期から大幅な事業規模の縮小が想定されるため、コア事業となるデジタルPR事業のみを記載。



- ・ 2023年9月から国内シェアオフィス事業の譲渡に伴い連結対象外へ
- ・ 上半期と下半期で事業構造が大きく変動する



直接効果1. 営業利益率の向上

シェアオフィス事業はまだ回収前段階であることから、営業利益率の向上及び黒字体質への進行を見込む
※2023年9月以降発現

直接効果2. 有利子負債の減少

同事業に係る有利子負債の大幅削減。返済負担が減り、CF改善を見込む
※2023年9月以降発現

業績予想

	2023/3月期	2024/3月期	
	通期 (百万円)	通期 (百万円)	前期比
売上高	4,769	3,746	78.5%
営業利益	△211	58	—
経常利益	△201	20	—
当期純利益 ^{*1}	△876	4	—

セグメント内訳

		2023/3月期	2024/3月期	
		通期 (百万円)	通期 (百万円)	前期比
売上高	デジタルPR	2,568	2,614	101.8%
	シェアオフィス	2,201	1,132	51.4%
セグメント利益	デジタルPR	428	547	127.8%
	シェアオフィス	△241	△36	—
	全社共通費	△398	△451 ^{*2}	—

^{*1}親会社株主に帰属する当期純利益

（2023/3月期の当期純利益が前回業績予想から大幅に減少した理由）

「CROSSCOOP横浜」の運営終了に伴う減損損失、国内シェアオフィス事業の譲渡に伴う減損損失及び諸費用、繰延税金資産の取り崩しによる法人税等調整額の計上により、前回発表予想（2023年2月10日）より親会社株主に帰属する当期純損失が606百万円拡大

^{*2}FY24より新規事業に係る計画費用は全社共通費としております

注力

人材育成の強化・エンゲージメント向上

リーダー人材の育成と従業員のエンゲージメント向上

- マネジメント層の指導力・管理能力の向上
- 社内教育制度の充実
- 社内コミュニケーション活性化施策を通じた従業員のエンゲージメント向上
- 機会の平等・多様性の最大化施策は継続

【進捗状況】

リバースマスター制度を運用するも、マネジメント育成に関する取り組みは未実現

注力

次世代事業の創出／育成

中核サービスであるリリース配信、インフルエンサーPR、クリッピングと同規模の売上を見込める新規事業を目指す

- 対象領域：既存事業との一定のシナジーは見込むものとする
AIなどのテクノロジーを活用した競争優位性のあるものとする
- 創出方法：M&Aもしくは新規立ち上げ（他社との事業提携等も含む）
- 資金調達：融資、増資等あらゆる選択肢を排除しない

【進捗状況】

ジェネレーティブAIを活用した複数の新規サービス/機能をローンチ予定

SDGs

地域・企業規模・雇用形態・性別などで格差のないダイバーシティの実現

12 つくる責任
つかう責任



コーポレートビジョン：「全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ」
事業をしている地域・企業規模に関係なくあらゆる人々が、持続可能な消費・生産ができ、雇用創出、地元の文化・製品の販促につながるサービスを提供します。

【具体例】リリース配信、インフルエンサーPR
企業のリリース情報の拡散、SNSインフルエンサーを介した情報発信で、より広くかつ格差なく情報を届けることができます。

8 働きがいの
経済成長も



非正規雇用から正規雇用への登用を積極的に実施してきました。元パート社員という理由による影響を排除する人事評価システムを厳正に運営しており、元パート社員の中には、正社員登用後も実力を発揮し、管理職になっている事例も多くあります。

【具体例】当社人材データ
正社員の元パート比率：18.0%

5 ジェンダー平等を
実現しよう



社員一人ひとりの強みを活かし、性別にとらわれない人事制度の運用を行ってきました。現時点で女性活躍環境が十分に実現できていると考えておりますが、今後も推進してまいります。また、男性の育児休暇取得にも取り組んでおります。

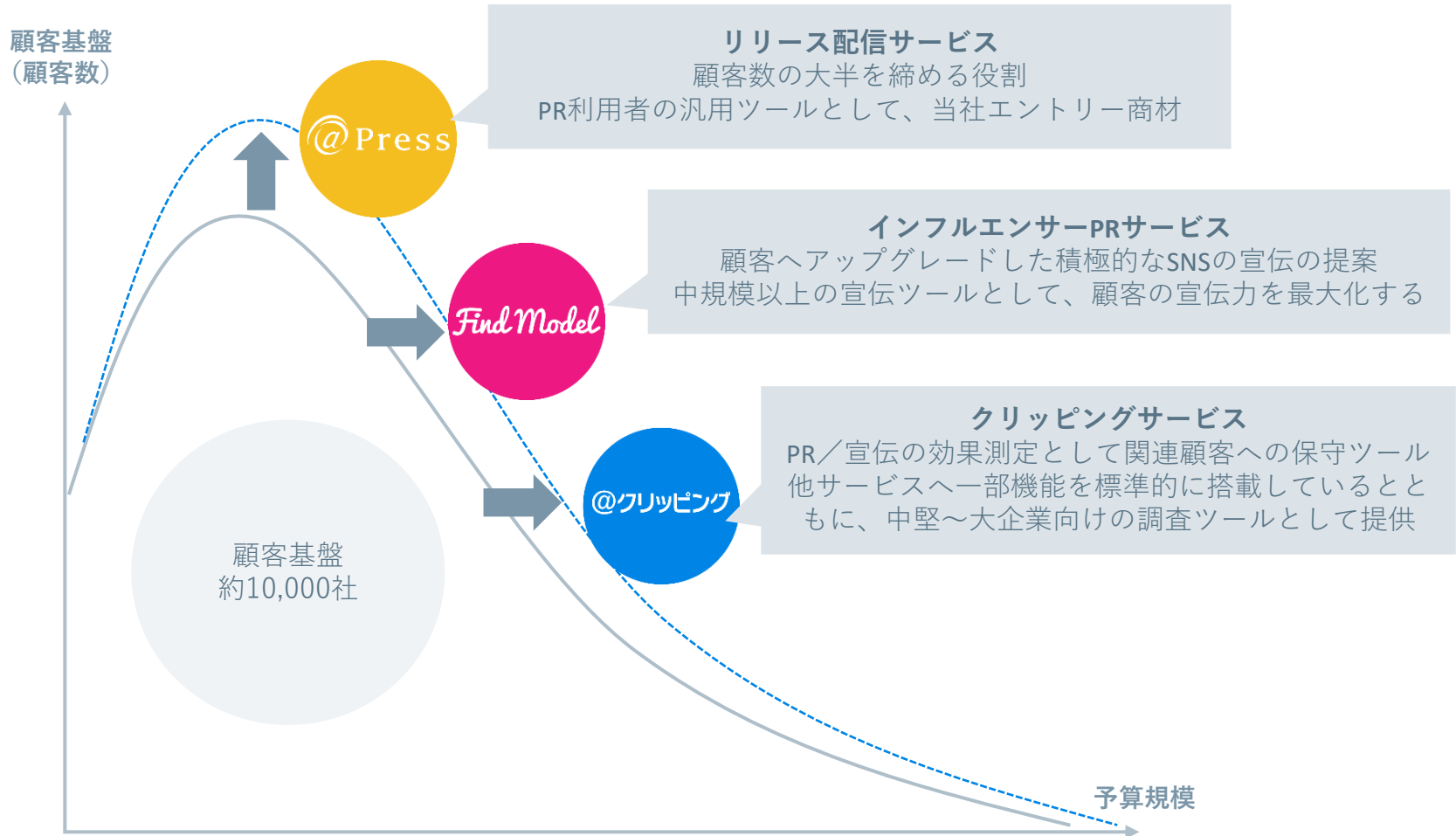
【具体例】当社人材データ
正社員の女性比率：59.5%、管理職の女性比率：47.7%
男性育児休暇取得率：50.0%

【進捗状況】

創業来の圧倒的なダイバーシティ環境を引き続き維持・推進中

3. 主要サービス及び競争優位性

顧客ストック戦略上の各サービスの担う役割



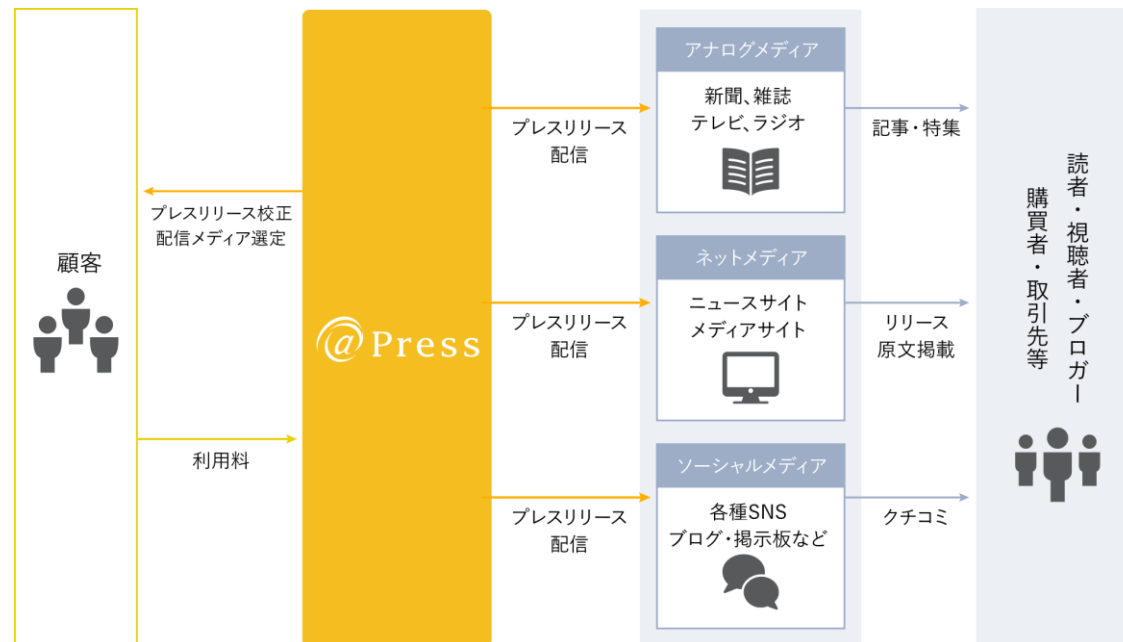
サービスとブランド

▶ 企業の情報発信（広報・広告）を支援するプレスリリース配信代行サービス：

@Press（アットプレス）、**NEWSCAST**（ニュースキャスト）

プレスリリース：

- ✓ 企業・官公庁・団体等が行う報道機関（新聞社、放送局、雑誌社、通信社等）に向けた情報の提供・告知・発表
- ✓ 「ニュースリリース」「報道発表」とも呼ばれており、主には新商品・新サービスの発表、イベントの開催告知、新規事業進出のお知らせや、業務提携の発表等、会社の公式文書として出される

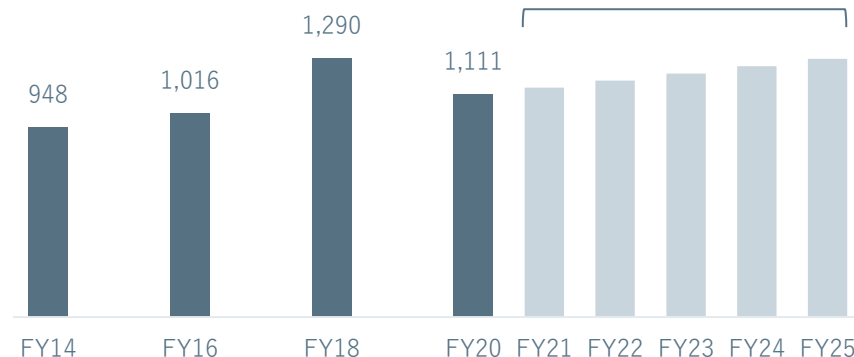


市場規模

(単位：億円)

コロナ禍影響からは緩やかな回復と推測

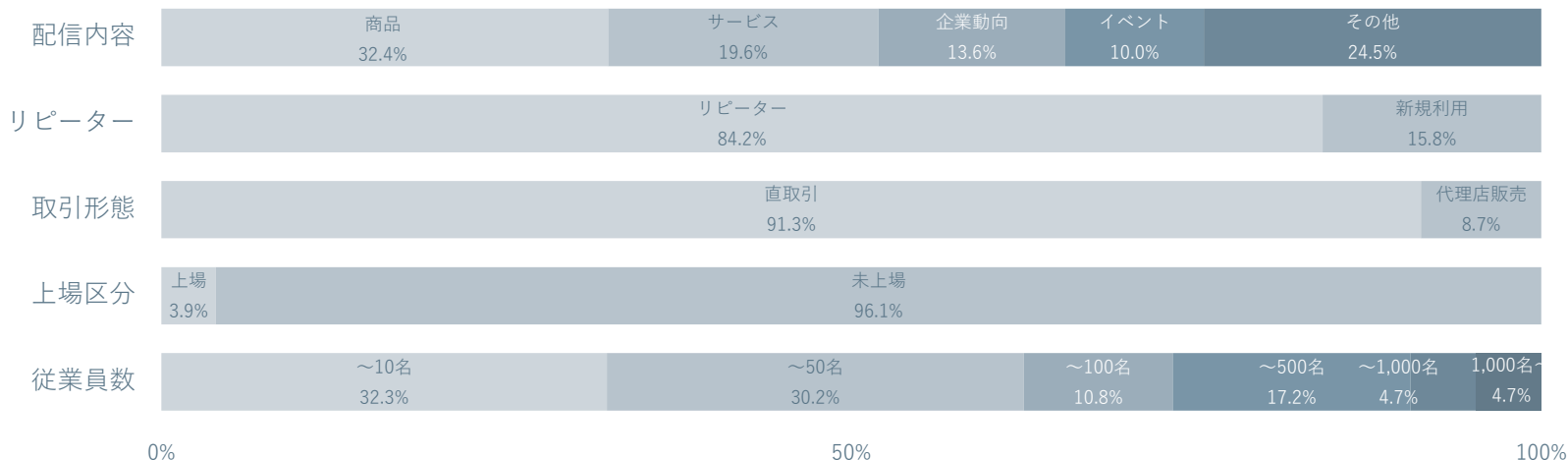
(5年間想定CAGR3.0% ※当社推計)



出展：公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会発表「PR業に関する実態調査」（2021年5月）を参考に当社推計

- 2021年時点における市場規模：1,111億円
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響による一時的な減速感があったものの、それまでの市場拡大等も考慮し、今後も緩やかに成長するものと推測

顧客データ



* 2023年3月期（2022年4月1日～2023年3月31日）におけるアットプレス利用顧客データに基づき作成

優位性（競争力）

▶ 対象配信先は業界最多*1 の **12,000リスト／10,000メディア***2（2023年3月末時点）

*1 国内類似サービスがサービスサイト上で公表している数と比較

*2 新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・大手ポータルサイト・ニュースサイト等をメディアと呼ぶ。同一メディアでも複数のリスト（配信先）がある場合もある。

▶ **専任の担当者が、文書の校正やタイトルのご提案、最適な配信先の選定を実施**

▶ すべてのメディアから求める情報をヒアリング、配信の許可を得た上でプレスリリースを配信

付加価値戦略

▶ **平均記事掲載数『No.1』***3

- ・配信したプレスリリースが多くの記事になることを実現
- ・メディアとのリレーション強化（メディア連携強化）
- ・配信先メディアリストの定期的な見直し

*3 2023年1月1日時点 当社調べ

・プレスリリース配信サービスの国内大手5社を比較（売上非公開企業等もあるため、大手サービスは2021年1年間における取り扱いプレスリリース件数の多さにより判断）

・2022年10月24日以降に各社から配信されたプレスリリース（連続した400件）を抽出し、それらリリースが基で記事となった掲載数を調査。

・広報効果の調査であるため、プレスリリースそのものが掲載される「提携メディア」での掲載は除外し、記者に書かれた記事のみをカウント対象とした。

・調査難易度の関係上、調査対象はWEBニュースメディアのみとした。

▶ **リリースコンテンツをよりリッチなものへ（2024年3月期）**

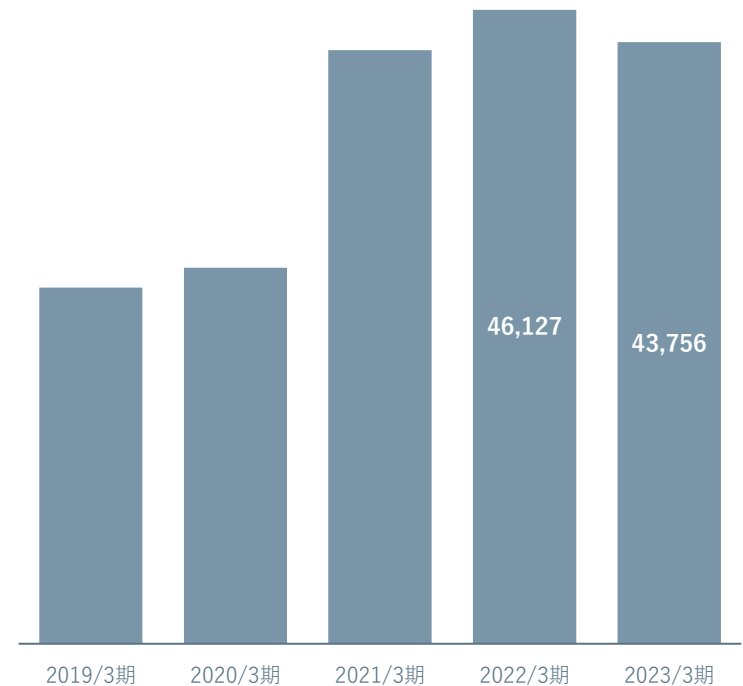
- ・リリース文章というメタデータの販促力を最大化する
- ・映像化/多言語化等AIジェネレーティブ機能を開発する

顧客ストック戦略「量」

▶ **顧客ストック向上方針における「量」を担う**

- ・広報PR活動の入口として汎用ツールとなる
- ・付加価値戦略の強固な推進によりデジタルPRの顧客基盤の下支えとなる戦略サービス

KPI（リリース配信数）



▶ コロナ明けのPR市場の回復が軟調であること、併せてプロダクトの相対的競争力が低下していることから配信数は減少

サービスとブランド

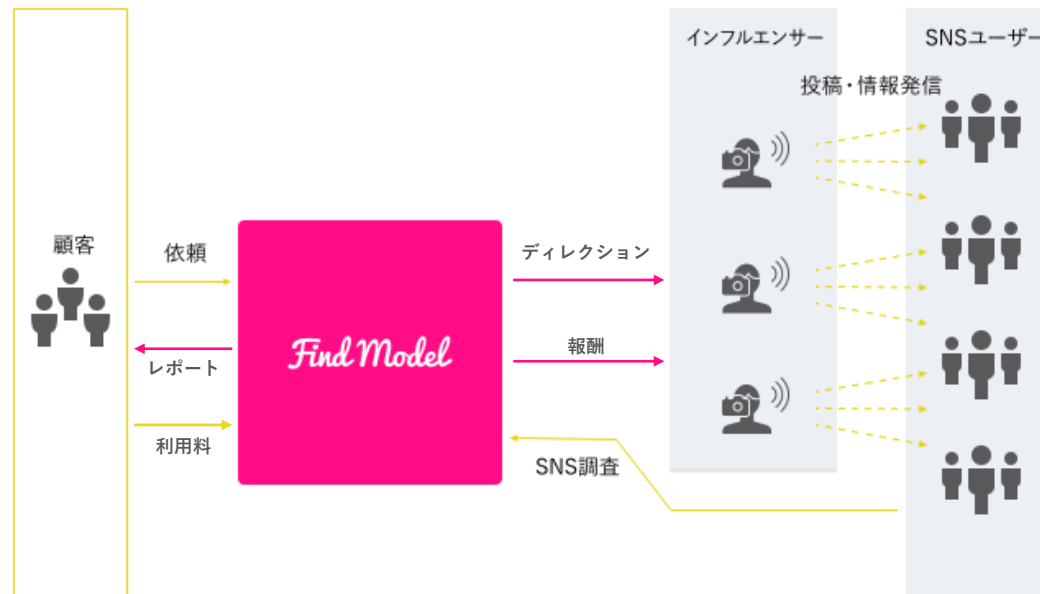
▶ インフルエンサーマーケティングサービス：

Find Model (ファインドモデル)

▶ インフルエンサーに、企業の商品やコンテンツを実際に利用してもらい、そのプロセスや体験を投稿してもらった新しいSNSの広告手法

インフルエンサー (Influencer)：

- ✓ 影響や感化、効果作用を表す「Influence」を語源とし、他者の購買行動に強い影響力を及ぼす人のことを指す言葉
- ✓ ブログ上で日記やコンテンツを配信し、多くのPV (ページビュー) を獲得する「ブロガー」、動画共有サービスYouTubeで圧倒的人気を博している「ユーチューバー」、写真共有サービスのInstagramで大勢のフォロワーがいる「インスタグラマー」などがある



市場規模

➤ 2022年のインフルエンサーマーケティング市場規模：615億円

<チャンネル別内訳>

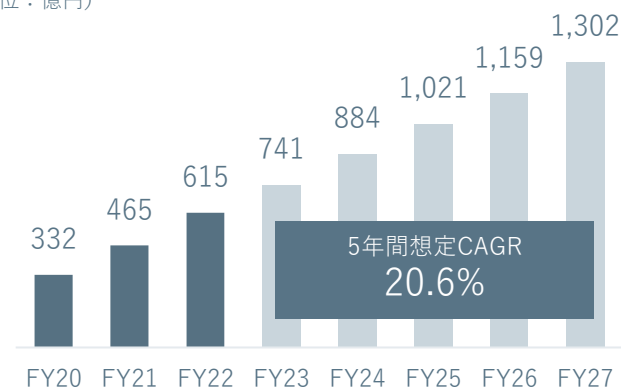
YouTube	: 240億円 (39%)
Instagram	: 155億円 (25%)
Twitter等	: 110億円 (18%)
その他	: 110億円 (18%)

➤ 2027年のインフルエンサーマーケティングの需要は1,302億円

➤ インフルエンサー活動領域の広がりや企業によるマーケティング活用が今後も更に進展する見込み

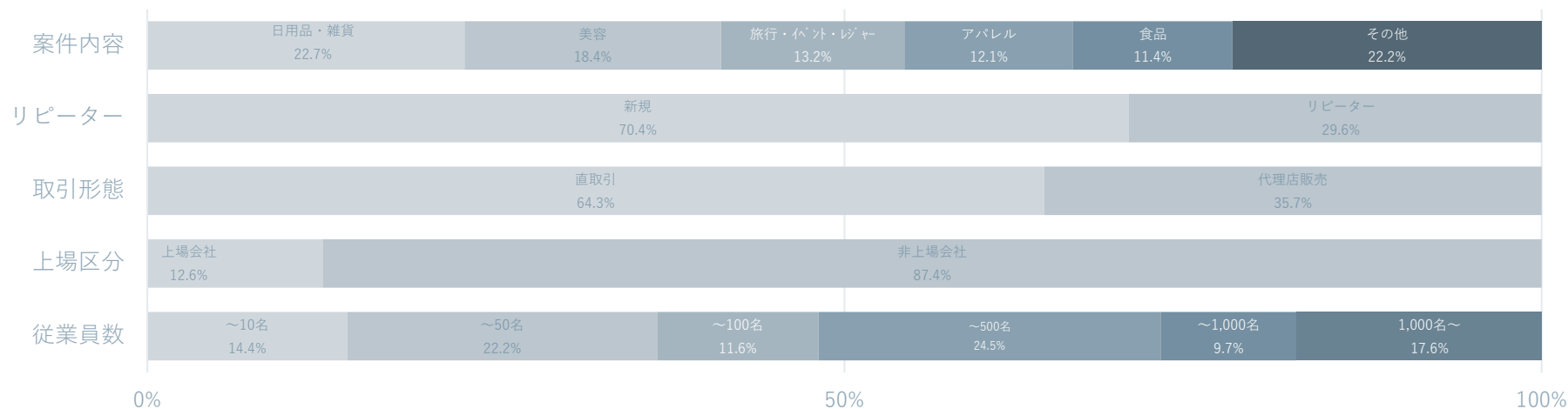
インフルエンサーマーケティングの市場規模推計

(単位：億円)



出展：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ「国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査」(2022年11月)

顧客データ



* 2023年3月期(2022年4月1日~2023年3月31日)におけるファインドモデル利用顧客データに基づき作成

優位性（競争力）

▶ アサインできるインフルエンサーは7,000人超

フォロワー1万人以上：3,500人以上、フォロワー3万人以上：2,000人以上、フォロワー10万人以上：600人以上

▶ のべ総リーチ数2億フォロワー以上

航空会社、旅行代理店、化粧品、日用品、雑貨、飲食店、スポーツメーカー、ファッション、美容グッズ、ペットグッズ等 11,000件以上の実績（インフルエンサーへの依頼案件数）

▶ オウンドメディア「Insta Lab（インスタラボ）」を運営

事例や最新の国内外動向に詳しく、クライアントへの提案にも活用可能

*全て2023年3月時点

付加価値戦略

▶ 公式アカウント運用代行サービスに注力

- ・ストック型サービスへ注力
- ・広告運用等のフロー型サービス受注で顧客単価増を図る

▶ インフルエンサーをSNSからタレントへ拡張

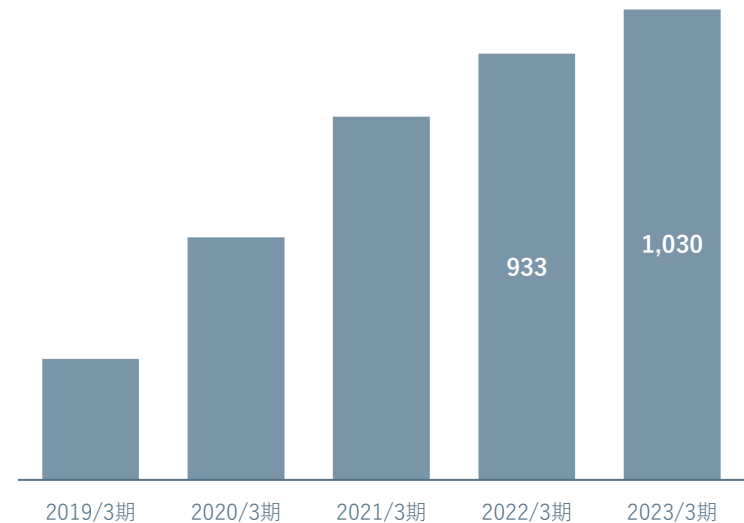
- ・Instagram/Twitter/Tiktok/YouTube等の幅広い対応
- ・更にタレントや文化人枠への幅を広げていく開発方針

顧客ストック戦略「質」

▶ 顧客ストック向上方針における「質」を担う

- ・予算感の規模の大きい顧客への提案ツールとなる
- ・SNSからタレントや文化人へ拡張することで、広告のみならず広報面への連動へ進展する想定

KPI（案件数）



- ▶ コロナ禍影響ありながらも、アカウント運用による積み上げ等もあり前年比110.4%
- ▶ 今後もマーケットの成長率と同等あるいはそれ以上の成長すべく、事業を運営・推進

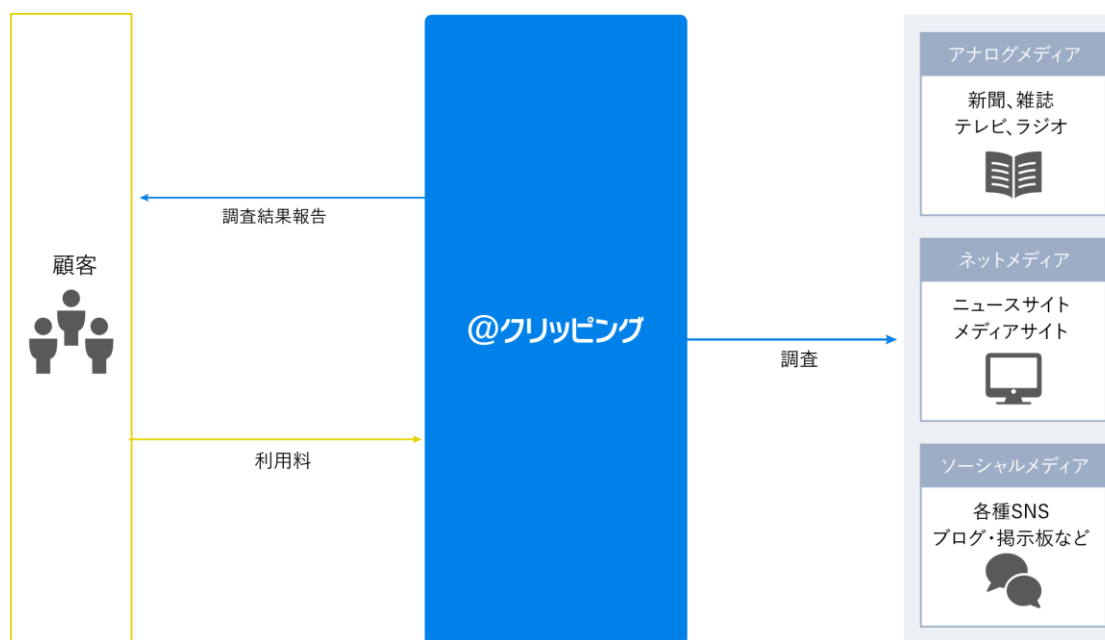
サービスとブランド

▶ 新聞・雑誌・WEB・SNSメディアの記事掲載のクリッピング・リサーチサービス：

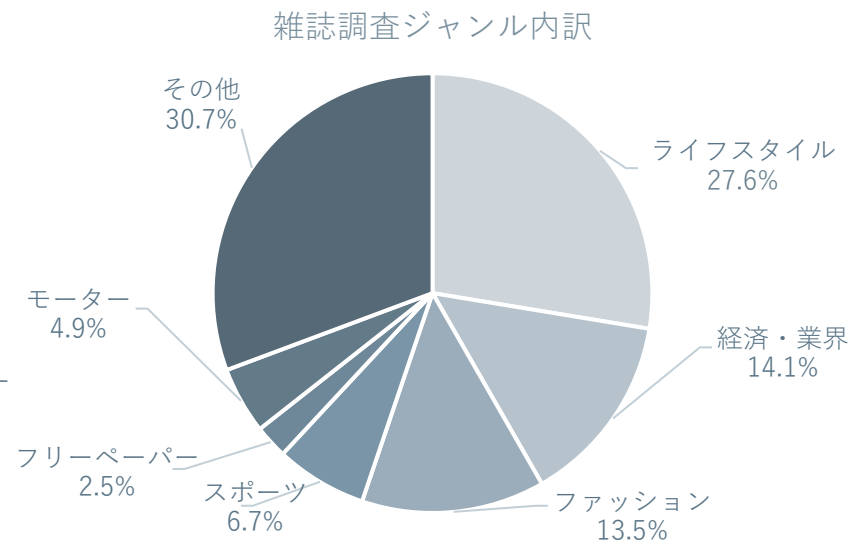
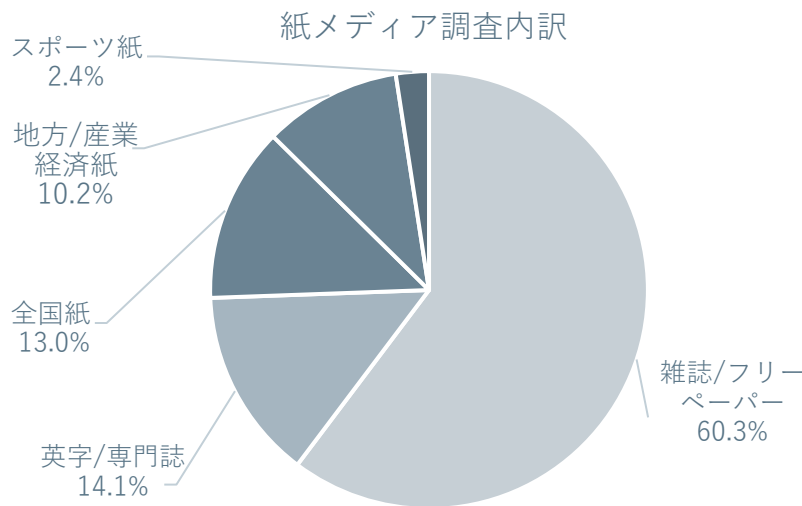
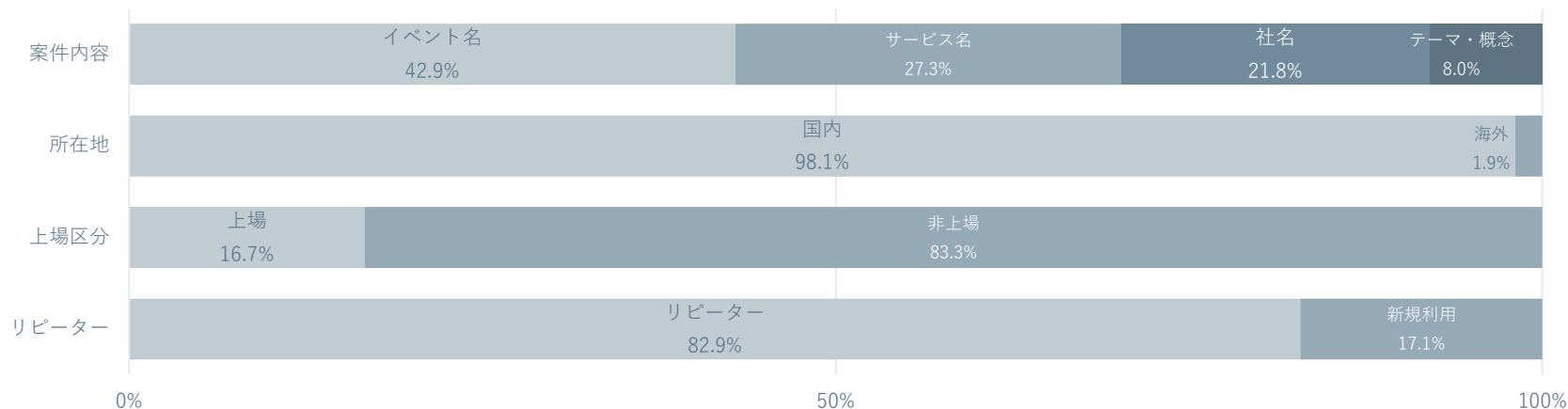
@クリッピング (アットクリッピング)

クリッピング：

- ✓ 新聞・雑誌・WEB・SNSメディアといった各種メディアから、必要な記事を選別・取得すること
- ✓ 自社名や自社サービス／商品名（ブランディング調査）、特定業界における動向（業界調査）、特定商品／サービスにおける動向（競合調査・マーケティング調査）、政治・経済等における動向（世論調査）等を各種メディアにおいて調査し、記事の現物（切り抜き）を提供



顧客データ



* 2023年3月期（2022年4月1日～2023年3月31日）におけるアットクリッピング利用顧客データに基づき作成

優位性（競争力）

- ▶ **新聞・雑誌の調査範囲は業界最多**
 - ・国内クリッピングサービスの売上大手5社がサービスサイト上で調査範囲として公表しているメディア数と比較
 - ▶ **読み落とし率 0.01%以下の高品質な調査**
 - ・様々なノウハウ運用により顧客への誤報告の発生を大幅に低減
 - ▶ **充実したオプションサービスをご用意**
 - ・記事の分類分け、一覧・リスト化、記事分析、ファイリング・冊子化、広告換算等
 - ・キーワードによるデータベース検索サービスでは調査できない「テーマ」「概念」等の抽象的なもの「プレゼント欄」「広告欄」「記事の添付写真」等、柔軟な対応も可能
- *全て2023年3月末時点

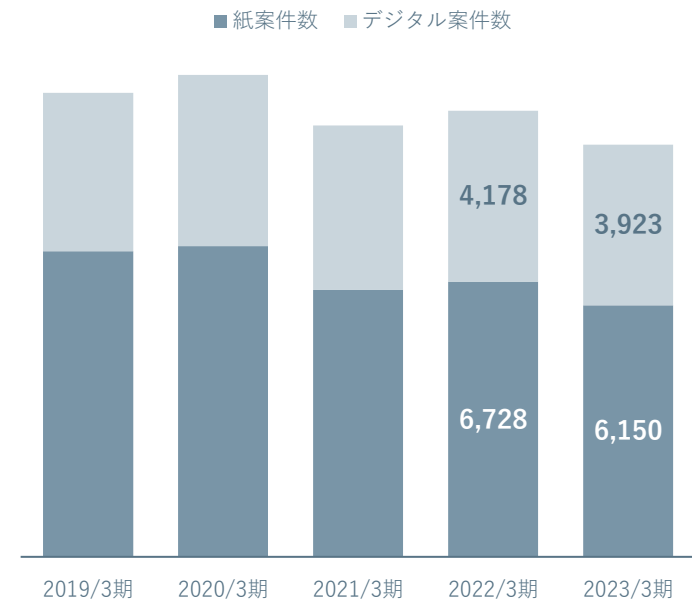
付加価値戦略

- ▶ **著作権の不安のないメディアクリッピング**
 - ・クリッピングデータ活用した顧客分析レポート提供
 - ・効果測定や分析レポート等のダッシュボード機能
 - ・早朝切抜き体制は中央省庁や官公庁、大企業品質（大阪、福岡拠点による地方対応）
- ▶ **調査データを活用する商品開発スピノフ**
 - ・取引先反社チェックサービスの開発実績
 - ・人事等の隣接情報のリファレンスサービス開発を推進

顧客ストック戦略「質」

- ▶ **顧客ストック向上方針における「質」を担う**
 - ・予算感の規模の大きい顧客への提案ツールとなる
 - ・PR顧客への効果測定ツールとして保守ツールの役割

KPI（案件数）



- ▶ 紙案件数もWeb案件数も共に微減傾向のため、既存サービスを活用した周辺市場への拡張が必要
- ▶ 同サービスから派生した取引先チェックサービス案件は露出とは別枠であるため除外して集計

サービスとブランド

- ▶ オフィスの新しい形フレキシブル型サービスオフィス：

CROSSCOOP (クロスコープ)

通常のリーシングオフィスと並ぶ標準的な選択肢となり、大手不動産会社の参入等で競争環境は激化。市場規模は急拡大しているものの当社の独立的な運営では競争力に限りあると想定。

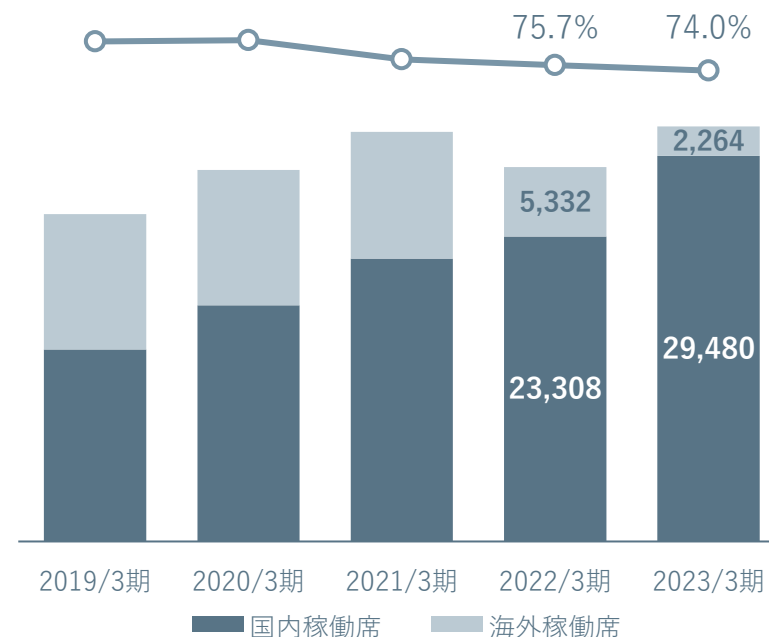
国内シェアオフィスを事業譲渡（予定）

2023年 9月

優位性（競争力）

- ▶ 社員数1,000人超の大企業／中堅企業のリモートワーク拠点分散向けサテライトオフィス設営においてハイグレード、高セキュリティなBCP対応オフィス
- ▶ 入居時の敷金・礼金 0円で、退去時の原状回復義務もないため、通常の賃貸オフィスに比べ、イニシャルコストの大幅な削減が可能
- ▶ 他社サービスではほぼ有料となっている会議室利用についても入居者は無料で使用可能
- ▶ 事業拡大に伴う増席やサイズの大きな個室への移動、一時的な増員でワークスペースが必要な場合等も即日対応可能

KPI（累計稼働席数／稼働率）



- ▶ 稼働席数は新拠点開設もあり国内は増加、海外拠点は拠点統廃合は一通り完了
- ▶ 稼働率は新拠点開設による席母数増加もあり微減

市場規模

- ▶ フレキシブルオフィスの施設数：
2019年6月 **799**件 → 2021年2月 **1,379**件 と大きく拡大中
- ▶ 新型コロナウイルスの感染拡大により、オフィスの在り方について価値観が大きく変化、企業がオフィスを構えるにあたっての標準的な選択肢となり、マーケット拡大傾向へ
- ▶ 大手不動産会社の参入により競争環境は激化

コワーキングスペース施設数の推移

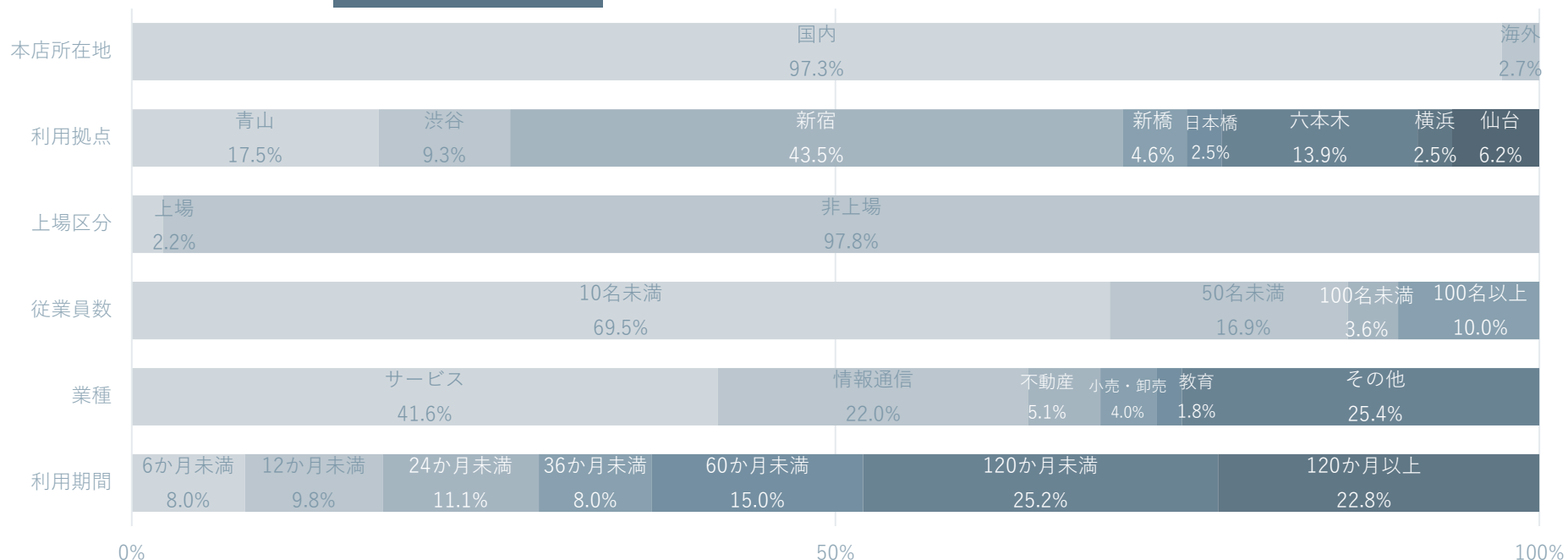
(単位：件)



出展：一般社団法人大都市政策研究機構発表「日本のコワーキングスペースの現状と課題」(2019年12月)及び「日本のコワーキングスペースの拡大(2021年2月時点・速報)」(2021年6月)

顧客データ

平均利用期間
5年2ヶ月



* 2023年3月期(2022年4月1日~2023年3月31日)における国内CROSSCOOP利用顧客データに基づき作成

Copyright © SOCIALWIRE CO.,LTD. All rights reserved.

サービスブランド

- 取引先チェックサービス：

RISK EYES（リスクアイズ）

※クリッピングから生まれた新規事業となるDXツール

サービス内容：

- ✓ WEBニュース記事、新聞記事といった公知情報を用いて、取引先に関する「反社会的勢力」「犯罪関与」「不祥事」等の疑いをチェック
- ✓ 無関係の情報や信憑性の低い情報が多数挙がるなど、確認に多くの手間が掛かってしまうという課題がある取引先チェックを効率化
- ✓ 制裁リストを用いた海外企業チェック、お客様の保有する業務システムとのAPI連携機能も実装し、簡単・スピーディーな取引先チェック専用ツールを提供

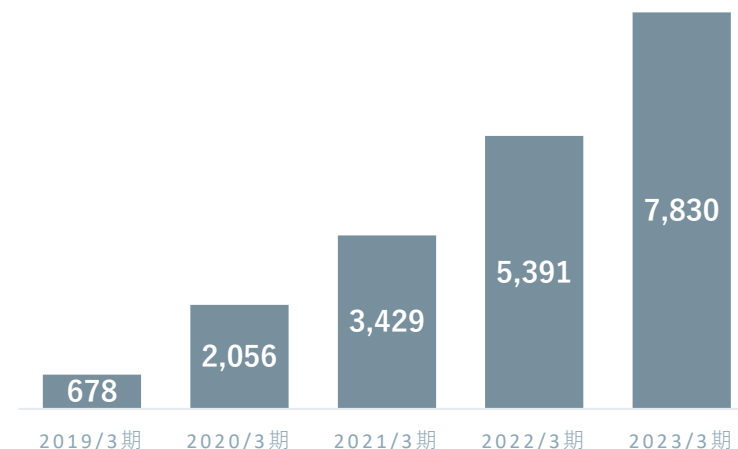


優位性（競争力）

- ▶ 顧客の取引先チェックの工数を効率化させるため、AIによる余分な記事を自動的に排除
- ▶ まとめて同系記事を表示（同じ事件が複数メディアで記事になり「逮捕→送検→起訴」の時系列でも複数記事になるため、同系記事を自動整理することによるチェック工数の削減）
- ▶ 大量のリストを短時間でチェックしないといけない時の一括検索機能も実装

KPI（案件数）

■ 案件数



- ▶ 取引先チェックサービスは顧客基盤の拡大と共に順調に右肩上がり成長中（対前年145.2%）

サービスブランド

- ▶ 高品質翻訳サービス：

TRANSMART（トランススマート）

サービス内容：

- ✓ 翻訳依頼者がサイトを介し専門性の高い翻訳者の選別／指名ができるとともに業務進行管理がクラウド管理できる翻訳サービスを運営
- ✓ 官公庁、大企業、メディア、外資系企業に20年の実績多数
- ✓ 大規模案件や文書のレイアウト調整、音声書き起こし／吹き替えなど、より複雑な要件が存在する翻訳依頼に対応する受託翻訳（エージェント翻訳）サービスも展開中



優位性（競争力）

- ▶ 直近合格率わずか2.1%の難関テストに合格、研修過程を経た優秀な翻訳者約4,000人を実績によりランク分け
- ▶ 登録翻訳者の中から取得資格や得意分野（業界）等を細かく見ていただくことにより最適な翻訳者の抽出が可能
- ▶ 年々需要が増えてきている多言語翻訳サービスの受付も可能

市場規模

- ▶ 日本国内における翻訳の市場規模：1,857億円（一般社団法人日本翻訳連盟発表「2020年度翻訳白書」）
- ▶ 個人翻訳者の対前年度収入について「5%以上増えた」32.8%、「大きな変動なし」が35%で、80%以上が翻訳収入を維持または増加と回答
- ▶ 機械翻訳精度が高まり、大多数の人間が機械翻訳の恩恵を受けられる状況の中、専門性の高いプロフェッショナルな翻訳サービスの需要は、今後も緩やかに成長していくものと想定
- ▶ 足元においては円安による外資の日本市場進出とインバウンド再開が見込まれ、需要回復の期待感あり
- ▶ ChatGPTを始めとするAI新世代の台頭で平易な翻訳は自動翻訳へ、業界の大きな変革期を迎える

4. 重要リスク等

重要なリスクとその対策（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」をご参照ください）

事業	重要なリスク	リスク評価	対策
全社	<p><u>成長戦略の実効性と中期経営計画の策定</u> 新たな経営方針の下、プロダクト価値を高めることで、継続顧客数の増加及び顧客取引額の増加を見込んでおりますが、その効果の発現が遅延しており、中期経営計画を取り下げております。成長戦略の効果が限定的であった場合や想定を下回る場合は、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>影響度：大 発生頻度：高 時期：特になし</p>	<p>成長戦略の実現に向けて、経営陣から従業員まで各事業ごとに共通の目標を掲げて、日々、計数を確認しております。徐々にその成果は発現しつつありますが、より顕著な実効性が確認できた後には、本戦略を基軸に改めて中期経営計画を策定する見込みです。</p>
	<p><u>純資産の減少と回復</u> 事業の選択と集中を進めるなか、国内シェアオフィスサービスの事業譲渡（横浜拠点除く）及び「CROSSCOOP横浜」の撤退に係る固定資産の減損損失及び法人税等調整額を当事業年度に計上したことにより、当社グループの純資産は大幅に減少いたしました。</p>	<p>影響度：大 発生頻度：高 時期：特になし</p>	<p>国内シェアオフィスサービスの事業譲渡により、有利子負債の削減をはじめとした財務基盤の強化を図るとともに、利益率の高いコア事業である「デジタルPR事業」に経営リソースを集中させることで、純資産の回復を進めます。</p>
デジタルPR	<p><u>公開前情報の情報管理について</u> リリース配信代行サービス及びインフルエンサーPRサービスは、顧客の公開前情報を事前に預かり、効果的にディレクションする性質のサービスであります。何らかの予期せぬシステムトラブル、もしくは関連インフルエンサーの過失による漏洩事案が発生した場合、顧客との信頼関係の低下を誘発し、当社グループの事業活動、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>影響度：大 発生頻度：中 時期：特になし</p>	<p>従業員への意識徹底のみならず厳重なシステム担保方策を施し、関連インフルエンサーとの間では機密情報漏洩禁止の法的拘束を前提に業務を遂行いたします。</p>
	<p><u>サイバー攻撃について</u> マルウェアやランサムウェア、エモテット等のサイバー攻撃により、当社の重要データが流出またはアクセス不能となった場合、当社グループの事業活動、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>影響度：中 発生頻度：小 時期：特になし</p>	<p>大手クラウド・ソフトウェア利用によるセキュリティ対策及び定期的な従業員への疑似メール攻撃によるセキュリティチェックの実施。今後はサイバーセキュリティ保険への加入検討をしております。</p>

重要なリスクとその対策（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」をご参照ください）

事業	重要なリスク	リスク評価	対策
シェアオフィス	<p><u>シェアオフィス事業譲渡について</u> 当社は財務体質の改善及び事業の選択と集中を目的に、2023年9月を効力発生日として国内シェアオフィス事業の譲渡を計画しておりますが、予期せぬ外部要因や調整の遅延等により、本取引が実行されない可能性があります。その場合は当社グループの財政状態、経営正式に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>影響度：大 発生頻度：低 時期：～2023.09</p>	<p>シェアオフィス事業の譲渡については、事業譲渡に係る子会社株式の事業譲渡の締結をしておりますが、効力発生日まで慎重かつ誠実に対応を進めていく所存です。</p>
	<p><u>AIの技術革新について</u> クラウド翻訳サービスは、AI技術の発展により機械翻訳が大量かつ安価に翻訳の代替品となるため、ビジネスモデルの転換をしていく必要性があります。クラウド翻訳のビジネスモデルの転換が迅速かつ効果的に実行されなかった場合には、当社グループの財政状態、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>影響度：大 発生頻度：大 時期：特になし</p>	<p>AI翻訳の精度や機能性は研究しており、高付加価値な学術論文等の専門性の高い翻訳ニーズには現状では大きな影響はないものと考えます。一方で専門性の低い翻訳は代替されていくものと想定され、AI翻訳を活用した上でより顧客の用途ニーズに合ったテキストへ編集・校正していく業務が増加するものと考え、新たなビジネスモデル開発を進めております。</p>

全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ



<本資料の取扱いについて>

本資料に記載されている契約や見通し、戦略などは本書面の作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予想とは異なる結果となる可能性があります。

当社が事業環境の説明を行う上で、参考となると考える情報を掲載しております。掲載データについては、調査方法や調査時期により結果が異なる可能性があります。本資料に含まれる当社以外に関する情報は、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、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、決算発表の時期を別途として開示を行う予定です。なお、次回の更新は2024年5月の決算発表後を予定しております。

IRに関するお問い合わせ <https://www.socialwire.net/contact>
株主・投資家の皆様へのメッセージ <https://www.socialwire.net/ir/messagelist>