

# 事業計画および成長可能性に関する事項

DATE 2024.11.22

AUTHOR Media Kobo

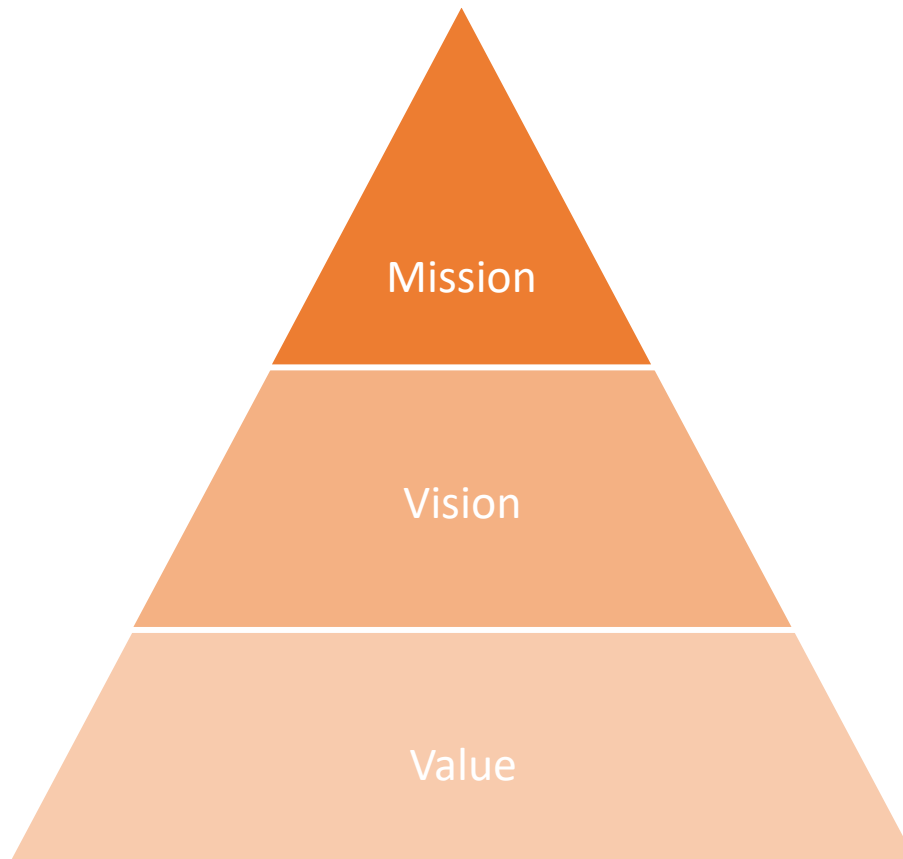
# VALUE YOUR LIFE with Global Human Communication.

テクノロジーは日々驚くべきスピードで世界的に進化し続けています

私たちはこうしたテクノロジーの進化こそが 人々に新しいコミュニケーションをもたらすと信じています

私たちのミッションは デジタルコミュニケーションを通じて 人々を心から楽しませ 不安や悩みを解決する一助となり

世界的に人々が豊かな人間関係を構築し社会がよりよくなるきっかけとなることです



## ■ 企業理念

デジタルコミュニケーションを通じて働く女性たちを心から  
楽しませ不安や悩みを解決する一助となり  
世界的に人々が豊かな人間関係を構築し  
社会がよりよくなるきっかけとなる

## ■ 長期経営目標

- デジタルコミュニケーションの発達と普及の促進
- コンテンツを通じて人と人の関係構築・深める

## ■ 中期経営目標

- 経営基盤の強化
- 収益基盤事業の拡大・深耕
- 新規事業の収益基盤化

## ■ 行動指針

- Never Give Up, Never, Never, Never.
- Atelier's Mind.
- Good Responsibility.
- Be Pioneer.

	連結売上高	<b>2,012</b> 百万円
	連結営業利益	△ <b>141</b> 百万円
	連結経常利益	△ <b>148</b> 百万円
	連結当期純利益	△ <b>270</b> 百万円
	連結総資産	<b>2,651</b> 百万円
	連結純資産	<b>1,045</b> 百万円

	子会社数	<b>3</b> 社
	連結従業員数	※2. <b>61</b> 名
	従業員平均年齢	<b>36.3</b> 歳
	男女比	男性 <b>4</b> : 女性 <b>6</b>
	女性管理職比率	<b>30.8</b> %
	資本金	<b>451</b> 百万円

※ 1 2024年8月末日現在の情報です

※ 2 正社員数を記載しております

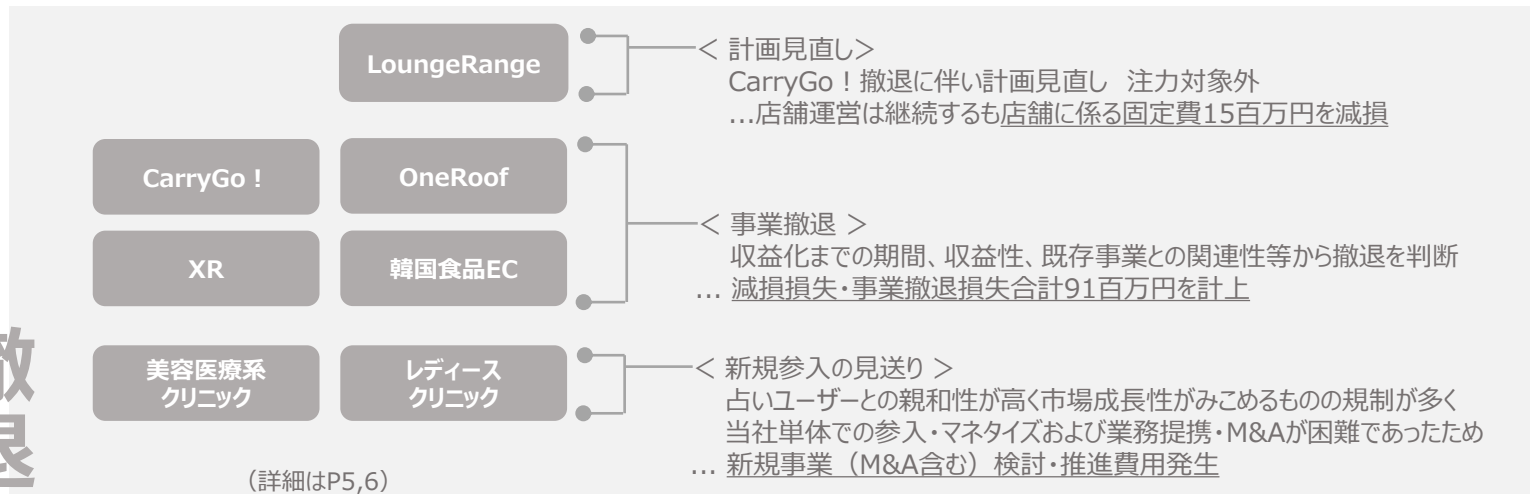
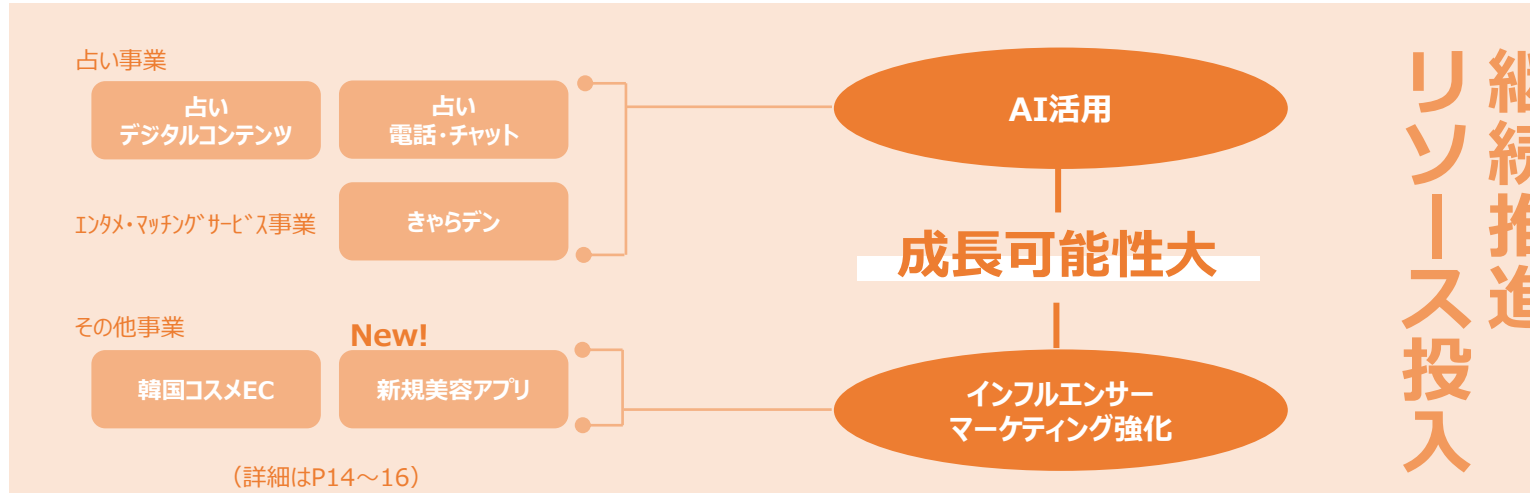
- 1 ビジネスモデル
- 2 市場環境および競争の源泉
- 3 事業計画
- 4 進捗および今後の取組み
- 5 事業におけるリスク情報
- 6 企業概要
- 7 その他の事項

# 1 ビジネスモデル

---

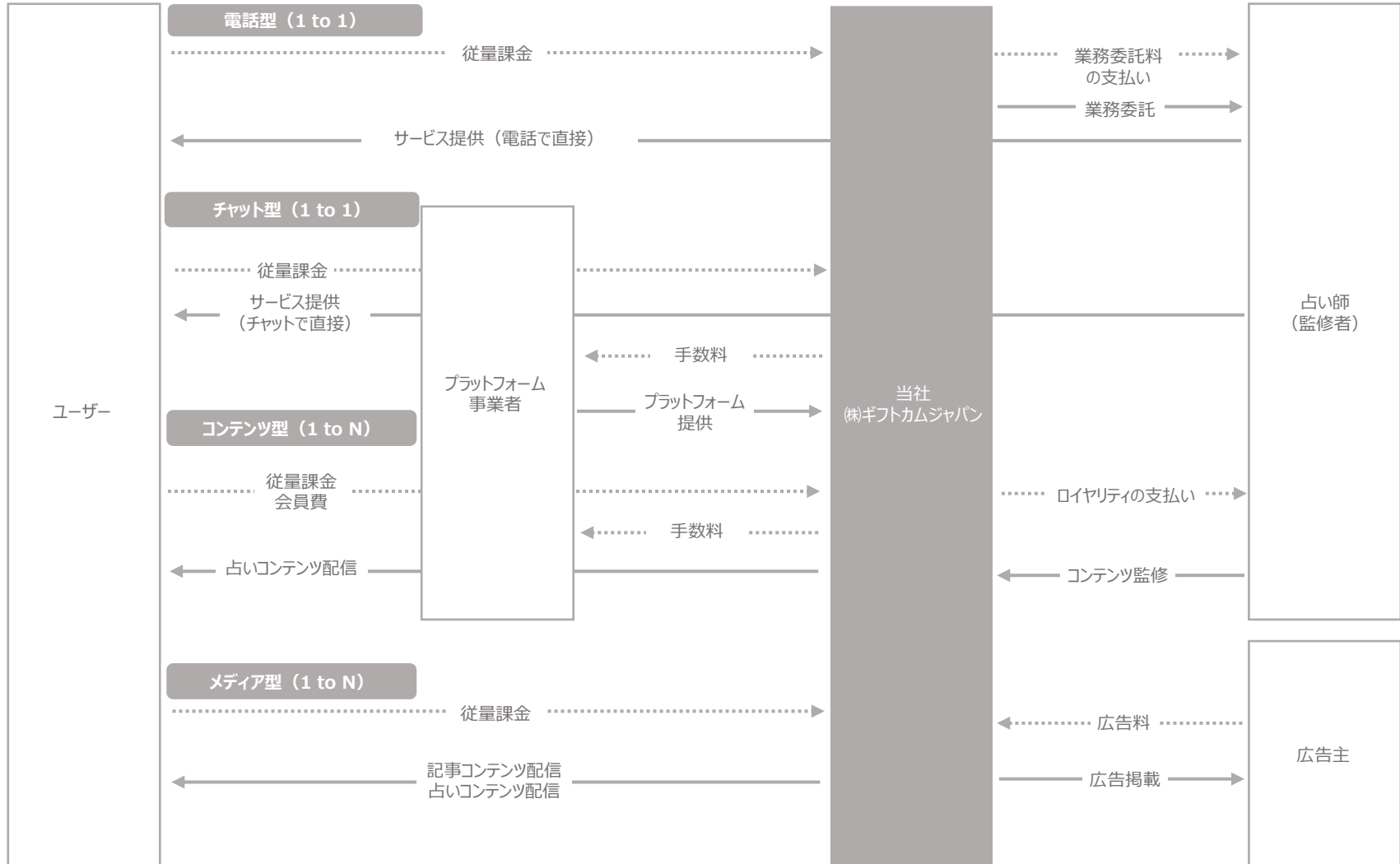
FY2024

グロース企業として成長し続けるため市場の大きい成長事業に資源を集中するため 既存事業で成長が見込めない事業から撤退



- ※ 制作コンテンツ：特に他社プラットフォーム（ISP・大手キャリア・楽天・LINE等）でのコンテンツ配信であり、この場合のコンテンツはユーザー自身で情報を入力することで占い結果が表示されるものであります。
- ※ メディア：自社プラットフォーム（メディア）でのコンテンツ配信であり、この場合のコンテンツは主に女性をメインターゲットとしたライフスタイルや恋愛等に関する記事であります。
- ※ 占いコンテンツの配信においては、主に大手キャリア各社、楽天、LINE、AppStoreまたはGooglePlay（プラットフォーム事業者）を介して配信しております。この場合売上の15～30%を配信手数料として支払います。

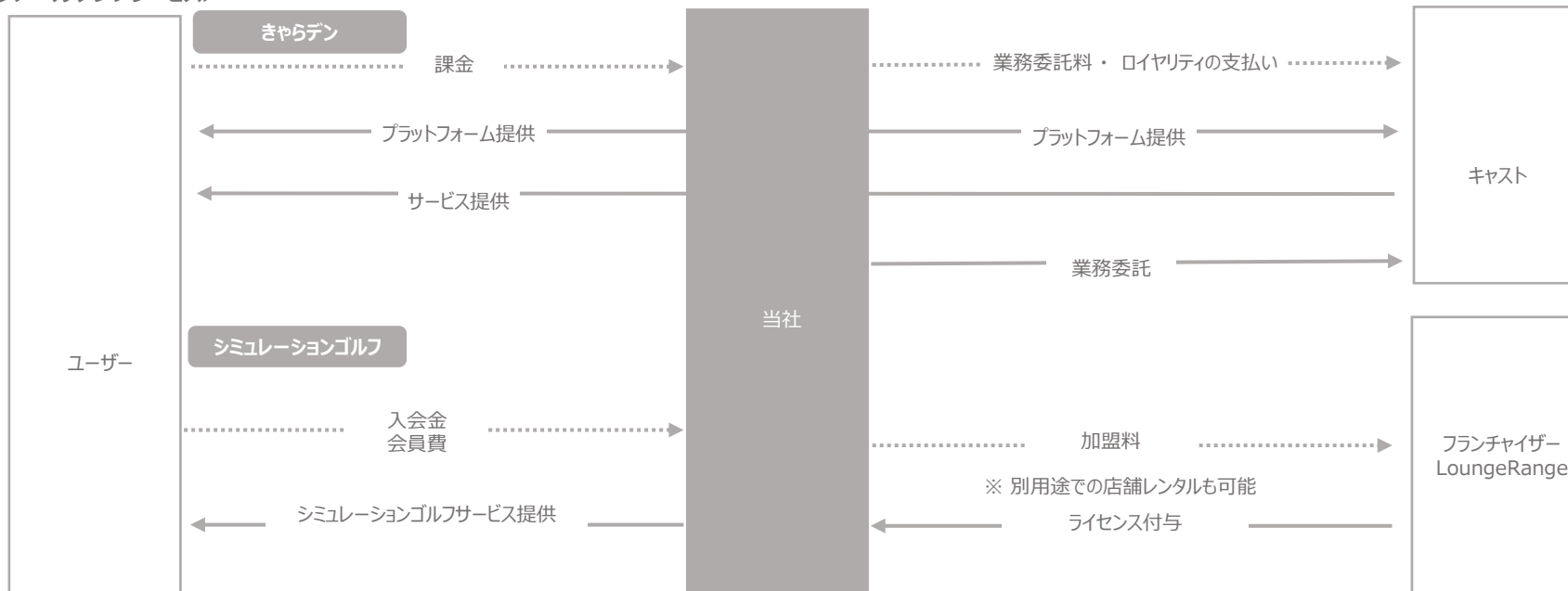
## <占い>



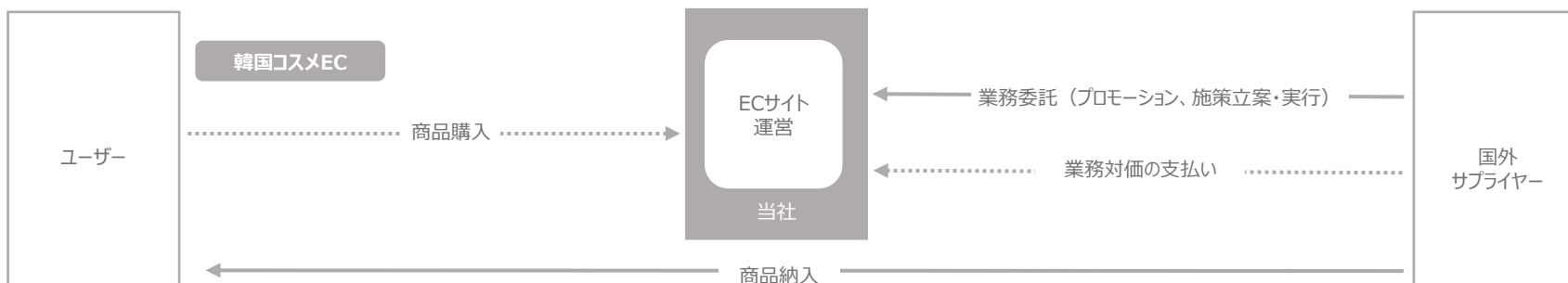


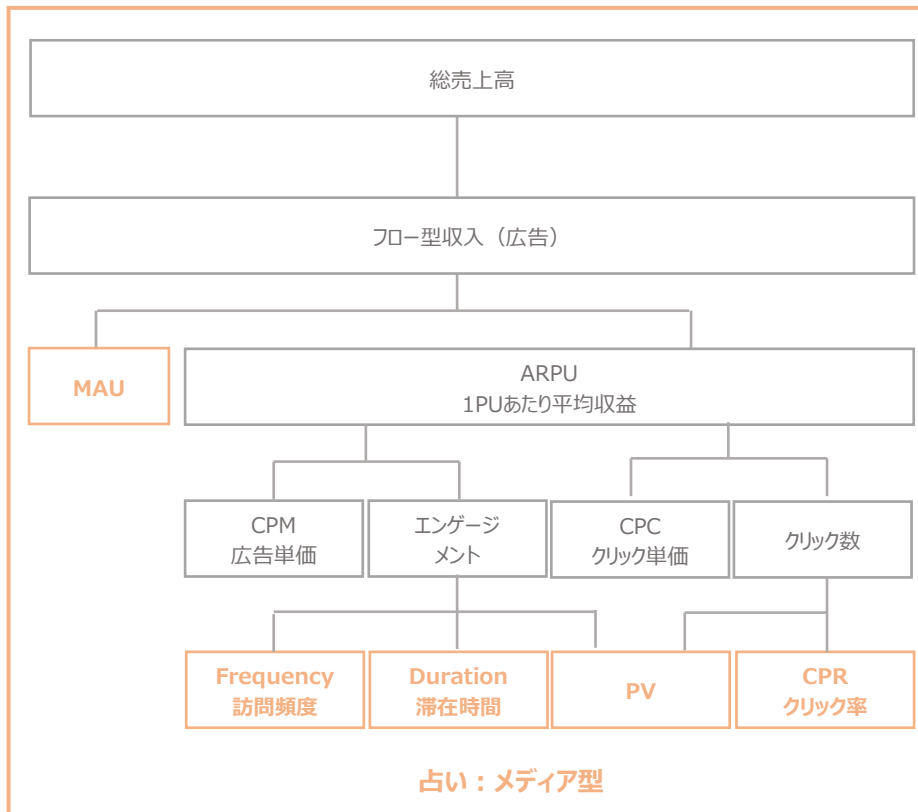
※ OneRoof およびきやらデンについてはAppStoreまたはGooglePlay（プラットフォーム事業者）を介して配信しております。この場合売上の15～30%を配信手数料として支払います。  
 ※ きやらデンについてはその他LINE内におけるサービス提供も行っております。また、現在Webブラウザ版の開発を行っておりますため、図中においてはプラットフォーム事業者を省略しております。

## <エンタメ・マッチングサービス>



## <その他（EC）>





< 項目 >

< 対応策 >

滞在時間・訪問頻度・CPR

・UI/UXの向上

PV

・コンテンツの多様化（カテゴリー細分化）

・更新頻度UPなどの運用強化

訪問ユーザー数

・著名な占い師によるコンテンツ監修

・SEO対策及びSNSの活用を含む多様な広告手法による露出強化

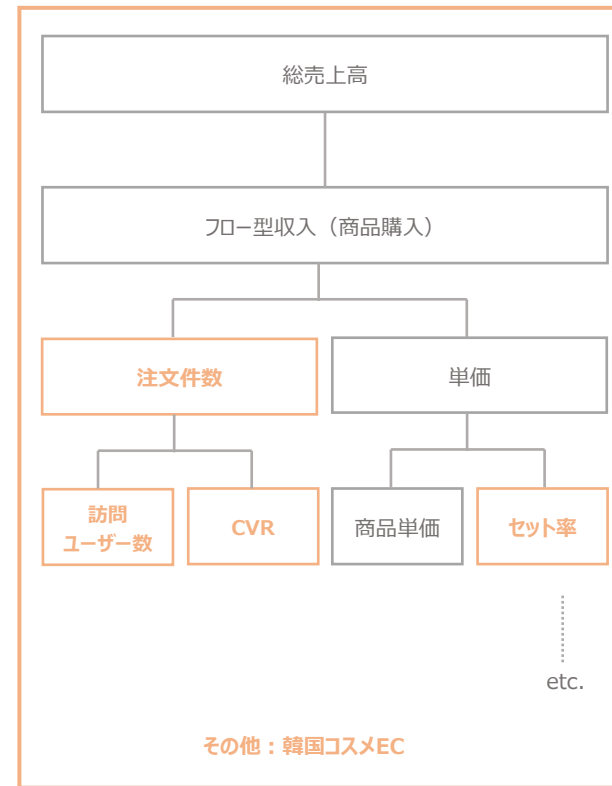
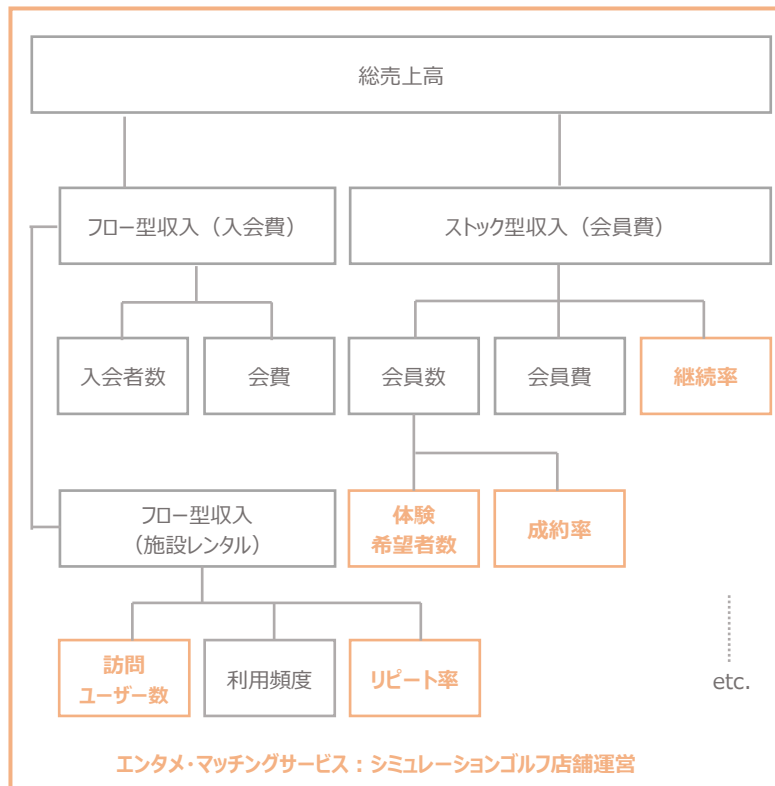
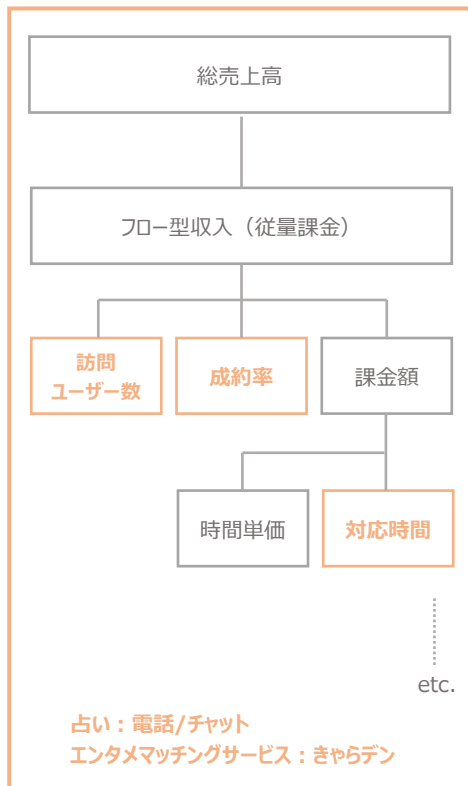
訪問頻度・登録率

課金率

・決済手段の多様化

・コンテンツクオリティの向上（2024年8月期より新規コンテンツの制作本数を12本→5本に）

・分析によるニーズの把握・レコメンと機能強化



< 項目 >

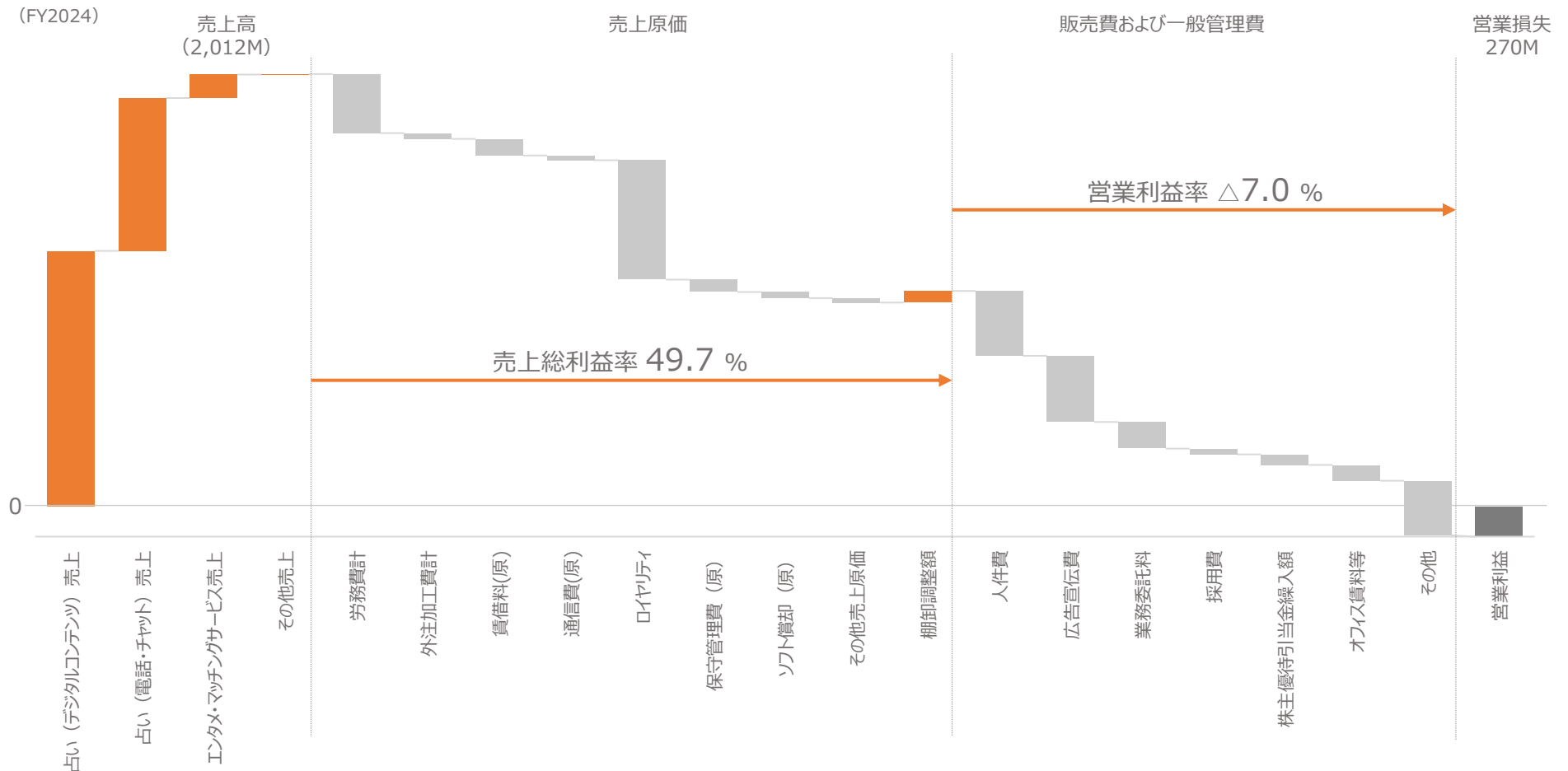
< 対応策 >

訪問ユーザー数	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策強化</li> <li>SNS系サービスとの連携を含む多様な広告手法による露出強化</li> </ul>
成約率・登録率	<ul style="list-style-type: none"> <li>占い師およびキャストの育成による質の向上</li> <li>決済手段の多様化・分析によるニーズの把握・レコメンと機能強化</li> <li>占い師およびキャスト数の増加</li> </ul>
対応時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>占い師およびキャストの待機率UP及び待機時間帯の最適化</li> </ul>
継続率・リピート率	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニーズへの柔軟な対応</li> <li>定期的なフォローアップ</li> </ul>

※ 各事業におけるKPIの推移については事業への影響を鑑み本資料において非開示とさせていただきます。開示については適時検討してまいります。

# 全社費用構造 (2024年8月期)

- ◆ 主な収益原：占い事業における会員収入、従量課金収入、広告費収入（対売上高占有率 94.4%）
- ◆ 主な固定費：労務費・人件費 ⇒ 自社内製のコンテンツ制作
- ◆ 主な変動費：ロイヤリティ ⇒ 占い師をはじめとするキャストに対するロイヤリティが売上に連動して発生（対売上高比率 27.6%）  
 広告宣伝費 ⇒ 新規ユーザー（流入）獲得のため広告宣伝費率が高い（売上高広告宣伝費率 15.3% 前年比 0.6%増加）



## 2 市場環境および競争の源泉

---

<セグメントおよび各事業と関連する市場について>

	事業領域	関連市場
占い	デジタルコンテンツ	占い市場
	電話・チャット	
エンタメ・マッチングサービス	きゃらデン ※1	
	LoungeRange ※2	
その他	韓国コスメC	
	<b>New!</b> 新規美容アプリ（企画・制作中）	

※1 「きゃらデン」は占いに関連する事業ではありませんが、1対1での会話を提供するサービスとして その収益形態を含め電話・チャット占いサービスと近い事業でありますため、占い市場に関する説明において合わせてその説明を記載しております。

※2 FY2025以降のLoungeRangeについては赤坂見附店の運営を爾々行う考えであり収益貢献については軽微であると見込んでおりますため市場に関する説明を割愛いたします。

<2023年度 主要占い市場の概況（単位：億円）※ >

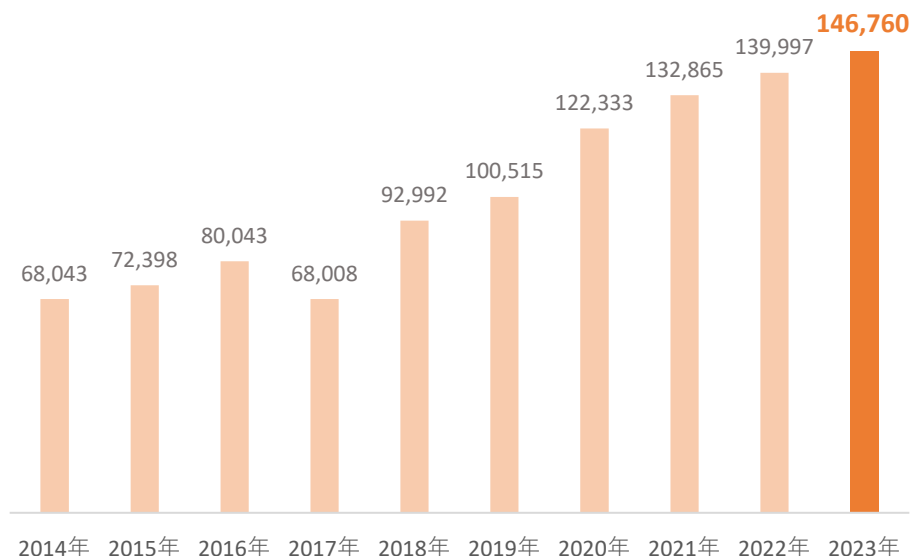
市場	サービス形式	市場規模	成長性
対面占い	「占い師」と「顧客」がリアルに対面し、顧客は直接、相談事を占い師にぶつけ、占い師はその場で、占術使って占いの結果を出し、助言、予言等を行うもの	287	成長
電話占い	「占い師」が「顧客」と、電話での通話を介して、占いサービスを提供するもの	216	成長
メール・チャット占い	「占い師」と「顧客」が、メールやチャット等といった、テキストをやり取りして、占いサービスを提供するもの	18	成長
Web占い（アプリ・SNS）	PC・スマホ向けのアプリ、Web 上・SNS 上のサービスとして、占い師による各種占い（情報提供、会員サービス、オフ会、グッズ販売・・・）が行われるもの	39	横ばい
Web占いメディアサービス	TV、ラジオ、雑誌、書籍、Web ニュース、エンタメサイト、SNS 等を介して、顧客が一方向的に、占い情報を受け取り、自分で占いを楽しむもの	372	成長
占いスキルマッチング（オンラインサロン）	占い師が自分の占いのスキルをWeb サイト（スキルマッチングサイト/オンラインサロン等）に公開し、条件が合致した個人客が、直接、占い師からのサービスを得るもの	65	成長
<b>主要占い関連市場 合計</b>		<b>997</b>	

※ 株式会社矢野経済研究所「2024 占い・スピリチュアル関連ビジネス市場徹底研究」（2024年9月30日発行）をもとに自社で作成

- 2023年度における主要占い市場の市場規模は997億円と推計され そのうち現時点における当社事業領域の市場規模は645億円
- 占いスキルマッチングを含む占い師と顧客が1対1でやり取りする（1on1型）サービスの市場が成長中

- ✓ **オンラインサロンへの参入を含めた当社サービス形態の拡充の他 AIの活用による海外配信強化・制作コスト削減等柔軟な施策を打つことで今後も安定的な収益が見込まれる市場であり緩やかながらも収益拡大の可能性あり**
- ✓ **1on1型の占いは「当たる」ことよりも「話し相手」としてのニーズが高いことから 占い師の育成が最重要事項**
- ✓ **電話占い市場が成長市場である = 同じく対話型サービスを展開する「きゃらデン」においても「魅力あるキャスト造り」で成長が見込まれる**

<国内における物販系分野のBtoC-EC 市場規模 (単位: 億円) ※ >



<物販系分野の商品毎のEC 市場規模 (単位: 億円) ※ >

分類	2022年	2023年
食品、飲料、酒類	27,505	29,299
生活家電、AV 機器、PC・周辺機器等	25,528	26,838
書籍、映像・音楽ソフト	18,222	18,867
<b>化粧品、医薬品</b>	<b>9,191 (7.5%↑)</b>	<b>9,709 (5.6%↑)</b>
生活雑貨、家具、インテリア	23,541	24,721
衣類・服装雑貨等	25,499	26,712
自動車、自動二輪車、パーツ等	3,183	3,223
その他	7,327	7,391
合計	139,997	146,760

- 国内の物販系分野のBtoC-EC 市場規模は年々拡大 2023年には14兆6,760億円に到達 そのうち化粧品・医薬品は9,709億円に
- アジア諸国からの輸入も増加傾向 韓国からの化粧品輸入金額は2023年に959億6,200万円 (前年比123.8%) 国別での化粧品輸入額 1 位に ※2
- 2023年には約5人にひとり年1つ以上の韓国コスメを購入 購入金額も過去5年で2.2倍に増加 ※3
- 20代~40代の女性がスキンケア商品を購入するときに86.5%が「効果、効能」、64.2%が「成分」を重視 ※4

- ✓ **2023年は10代~20代女性の3人にひとり以上が韓国コスメを購入 急速に拡大・浸透する市場であり今後も成長が見込まれる**
- ✓ **商品・サービスは「自分に合う」を重視する傾向 美容関連の事業についてはパーソナライズが重要なポイント**

※1 経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査報告書」(令和6年9月)をもとに自社で作成

※2 財務省 貿易統計参照

※3 出典: インテージ「知るギャラリー」(2024年5月7日公開記事)

※4 株式会社Dr.SYUWAN「スキンケア化粧品選びに関する意識調査」(2024年4月18日公表)



	占い	エンタメ・マッチング	その他（ヘルスケア）
市場環境	成長～成熟	拡大	拡大
参入障壁	低	低	中
ナレッジ	○	△	△
ナレッジの汎用性	高	高	高
取引先 (規模・数)	○	△	×
知的財産・技術 (特許/特殊技術の保有)	×	×	×
ポイント	収益軸である「占い」においては安定したユーザー数を有しており、ユーザーの悩みに対しより現実的な手段を新規サービスとして提供することによりユーザーLTVの最大化を図る。		

※ LTV : Life Time Value 顧客と取引を始めてから、関係が終了するまでに得られる利益の総額

※ 2024年8月期時点の当社収益においてはそのほとんどが他社プラットフォーム（Yahoo、docomo、Softbank、LINE等）へのコンテンツ・サービスの提供によるものとなっております。当社の競合他社はこれらの他社プラットフォームに当社同様のコンテンツ・サービスを提供する企業が該当いたしますが、当社を含む各社の当該プラットフォームにおけるシェア率は公表されていないため本資料においては記載を行っておりません。

※ 当社では競合他社の企業情報、決算情報およびサービス情報等から自社の他社プラットフォームにおけるポジションについて推測し、シェア拡大のための施策等を図っております。

## 3 事業計画

---

## 経営基盤の強化

- 技術開発・情報セキュリティへの投資
- 人材の獲得・育成、組織の健全な新陳代謝の促進
- 財務の健全性・透明性のさらなる向上
- 成長事業に資本（資金・人材）を投下

## 収益基盤事業の拡大・深耕

- コンテンツあたりの利益向上
- 収益モデルの多様化
- 分析強化によるニーズへの迅速・的確な対応
- アライアンス強化

## 新規事業の収益基盤化

- 新規事業開拓への積極的な挑戦・投資
- 一事業に依拠しない経営でリスクを低下

シナジーの発揮

中期最重要項目

## 企業としての社会貢献

- デジタルコミュニケーションの発達と普及の促進
- コンテンツを通じて人と人の関係構築・深める

ミッションの達成・企業価値の向上

## < 中期経営計画 (FY2024 ~FY2026) 数値目標 >

(単位：百万円)	FY2024 (実績)	FY2025 (予想)	FY2026 (計画)
<b>売上高</b>	<b>2,012</b>	<b>2,186</b>	<b>2,837</b>
占い事業	1,900	1,986	2,262
(デジタルコンテンツ)	1,188	1,200	1,395
(電話・チャット)	712	786	867
エンタメマッチングサービス事業	109	125	214
その他事業 (新規美容アプリ含む)	2	75	360
<b>営業利益</b>	<b>△141</b>	<b>△61</b>	<b>175</b>
占い事業	487	477	555
(デジタルコンテンツ)	392	373	433
(電話・チャット)	95	104	122
エンタメマッチングサービス事業	△100	△23	0
その他事業 (新規美容アプリ含む)	△96	△90	45
共通 (管理) 部門	△431	△425	△425

## < FY2025システム投資計画 >

セグメント	内容	見込み額 (百万円)
占い (デジタルコンテンツ)	マーケティングシステム開発	15
	大占館 (自社メディア) 改修	28
	ロトナン (サービス) 改修	12
	<b>小計</b>	<b>55</b>
その他	美容アプリ開発	69
<b>合計</b>		<b>124</b>

※ 当社は、目標とする経営指標として売上高経常利益率および自己資本利益率を掲げておりましたが、事業の選択と集中の結果、今後も継続して推進する事業について事業計画の見直しを行ったところ、エンタメ・マッチングサービス事業およびその他事業においては、事業の育成過程にあることから利益率を指標とすることが困難であると判断し、中期経営計画数値目標の設定に伴いこれらを取り下げしております。

※ 中期経営計画については、経営環境の変化に応じて毎年度更新するローリング方式を採用いたします。

※ 本資料に記載する中期経営計画 (数値目標) は2024年10月11日に公表の数字であります。

## 4 進捗および今後の取組み

---

	< 2024年8月期課題 >	< 2024年8月期における対策 >	< 2024年8月期における取組と結果 >	
占い事業	新規コンテンツ制作体制の見直し・運用強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間制作本数の削減（12本→新規：4～5本+リニューアル：4本）</li> <li>自社メディア課金収入の増加&amp;送客強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヒットコンテンツを生むべく新規制作：5本、既存リニューアル：4本にクオリティを重視したもののやや絞り込み過剰+新規コンテンツ不発によりコンテンツ型サービス売上が減少</li> <li>自社メディア内における課金を強化・運用注力が奏功しメディア型サービス売上は増加</li> </ul>	
	電話・チャットサービスの拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業強化+育成</li> <li>新規電話占いサービス開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業強化・育成のため外部コンサルティング導入 一時減少傾向にあった売上が回復</li> <li>2024年8月期中にほとんどのシステム・サービス改修が完了 2025年8月期の収益寄与に向けて稼働を開始</li> </ul>	
エンタメ・マッチングサービス事業	きゃらデン収益拡大	ユーザー体験の更なる向上に向けてシステムを完全再構築	大枠の改修は進んだものの一部機能のブラッシュアップについて追加改修を決定 2025年8月期上期には改修を完了する見込み	
	OneRoof新規ユーザー獲得	ニッポン放送にてポッドキャスト新番組	各対策について取り組んだものの新規ユーザーの獲得にはつながらず収益化までの期間、収益性、既存事業との関連性等から撤退を判断	合わせて韓国食品ECサイトについても収益化までの期間、収益性、既存事業との関連性等から撤退を判断
	CarryGo！新規ユーザー獲得	オンボーディング強化および初回マッチング率アップに向けて追加開発		
その他事業	ヘルスケア分野参入（事業提携等）	メンタルとフィジカルの両方で幅広く女性の心身の健康と美を応援	占いユーザーとの親和性が高く市場成長性がみこめるものの規制が多く当社単体での参入・マネタイズおよび業務提携・M&Aが困難となったため「ヘルスケア」への参入は見送り 新規事業は「美容」へ焦点を絞ることに	
		その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業の育成・収益拡大への決意として中期経営計画を策定・公表</li> <li>合わせて株主優待制度を導入し個人株主様の増加と出来高・流動性向上を企図 その結果 株主数が前期比5.8倍に増加</li> </ul>	

- 01 | 前年同期比売上減少 占い新規コンテンツ不発が影響
- 02 | 事業の選択と集中により特別損失計上 事業計画の修正に伴い繰延税金資産について一部取崩し
- 03 | 株主優待制度導入により株主数大幅増加 株主優待引当金74百万円の発生

(百万円)	FY2023	FY2024	増減額	前期比 (%)	予想数値	達成率 (%)
売上高	2,073	2,012	△61	△2.95	1,993	100.99
営業利益	58	▲141	△200	—	△106	—
経常利益	49	▲148	△197	—	△113	—
親会社株主帰属 当期純利益	35	▲270	△306	—	△292	—
1株当たり 当期純利益 (円)	3.51	▲26.89	△30.39	—	△28.97	—

将来的に収益の拡大が見込め かつ企業価値を向上させる事業の選択と集中を行った結果  
 戦略的経費68百万円, 特別損失106百万円および株主優待制度開始により株主優待引当金繰入額74百万円を計上

## <営業損失の要因・内訳>

(百万円)	セグメント	内容	計上額	備考
戦略的経費	占い	COIPOシステム開発/ID統一システム開発 等	13百万円	FY2024に <b>特別に増額または発生した費用</b>
	占い	電話・チャット占い コンサルティング費用	6百万円	
	エンタメ・マッチング	LoungeRange 広告宣伝費	4百万円	
	その他	韓国コスメECサイト リニューアル	7百万円	
	その他	新規事業開発 (市場調査・プロト設計等)	36百万円	
<b>小計</b>			<b>68百万円</b>	
その他費用	全社 (調整費)	株主優待費用 (2024年8月期より開始)	<b>74百万円</b>	FY2024より発生し <b>今後継続的に生じる費用</b>
<b>合計</b>			<b>144百万円</b>	

## <特別損失の内訳>

(百万円)	セグメント	内容	計上額
減損損失	占い	マーケティングシステム	13百万円
	エンタメ・マッチング	CarryGo! (~2024年5月開発分)	45百万円
	エンタメ・マッチング	LoungeRange 赤坂見附店 固定資産	15百万円
	その他	韓国食品ECサイト	7百万円
	その他	韓国コスメECサイト (旧サイト)	7百万円
<b>小計</b>			<b>89百万円</b>
事業撤退損失	エンタメ・マッチング	CarryGo! (2024年6月~ 開発分等)	<b>17百万円</b>
<b>合計</b>			<b>106百万円</b>



No.	システム名	目的	2024年8月期 システム投資状況		事業の選択と集中 の結果	2025年8月期 システム投資計画
			予算 (百万円)	投資額 (百万円)		
1.	CarryGo！ フェーズ3	キャスト・ゲストのオンボーディング強化および初回マッチング率アップを目的とした追加開発	7	8	事業撤退によりフェーズ1～2を含む全てについて減損処理を行い減損損失45百万円を計上	—
2.	CarryGo！ フェーズ4	サービスに関する追加改修 ※前回資料提出日以降の追加項目	16	12		—
3.	マーケティングシステム	集計・分析・施策実行の多角化を目的とした各プラットフォーム間におけるユーザーデータ、コンテンツデータの紐付けに係る開発	50	13	開発内容の見直しにより減損処理を行い減損損失13百万円を計上	内容を見直し、別システムとして開発予定 (No.8)
4.	電話占いシステム	ユーザー・運営双方の利便性向上による売上増加とコスト削減を目的とした電話占いシステム再開発 2013年電話占い事業開始から10年ぶりの開発	60	53 (16)	—	2024年1月より 償却開始
5.	業務管理システム	運用改善のため ※前回資料提出日以降の追加項目	25	20	—	継続開発中
6.	きゃらデン（再構築）	2018年リリース以降顕在化してきた課題の解消とユーザー体験の更なる向上による売上増加を目的とした開発	50	56	—	2024年9月より 償却開始
7.	きゃらデン（追加改修）	再構築システムに対する追加改修（ブラッシュアップ）	—	—	継続事業の強化	9
8.	マーケティングシステム	ナレッジを個人から組織へためる体制に強化	—	—	継続事業の強化	15
9.	既存サービス強化にむけた改修	集客強化のため機能強化・長期運用サービスの改修を予定	—	—	継続事業の強化	40
10.	新規美容アプリ	新規サービスの開発 2025年春頃にリリースを予定。詳細については別途お知らせ。	—	—	成長分野への 参入・投資	60

※ 投資額は、2024年8月末日までに行った投資の累計額であります。2024年8月期以前から開発・投資が発生しているものについては、2024年8月期における投資額を（ ）内に記載しております。

## デジタルコンテンツ

- AIを活用した占いデジタルコンテンツ 制作コストを削減
- 人気占い師による自社メディアの展開

### AI活用

- インド等のアジア諸国を中心に海外配信を強化
- コンテンツ制作工数・コストの削減

ChatGPTをはじめとする  
生成AIの活用  
( 翻訳・画像・文章 )

### ナレッジ共有・横断的活用

- これまでヒットコンテンツは個人の能力に依存（属人的）かつナレッジを共有する方法がOJTに偏っていた
- 今後はシステムの活用によりナレッジを個人から組織へためる体制を強化

マーケティングシステム開発  
… 開発費15百万円（見込）

### 新規コンテンツ制作数拡大

- FY2024はヒットコンテンツを生むべく新規コンテンツ制作本数を絞るかわりにクオリティを重視  
→ やや絞り込み過剰となりヒットが出ないときに影響が大きい
- 制作数を適正化 リリース後の運用でも収益コンテンツ化させるべくデータ分析を重視

新規コンテンツ制作本数を増加  
FY2024：年間5本  
→ FY2025：年間8～9本  
→ FY2026：毎月リリースへ

### 集客強化

- 自社メディアによる集客の強化（大占館 / カナウ）
- ポイント機能拡充（COIPO他）
- 長期運営サイト（ロトナン）のテコ入れ

サービス改修  
… 改修費40百万円（見込）

## 電話・チャット

- AIの積極的活用 システムによる効率化推進
- 人気占い師による電話・チャットサービス

### AI活用

- 誰にとっても直感的にわかる「使いやすい」システムの構築
- 利用者が「努力・労力を要しない」システム・サービスへ

ChatGPTをはじめとする生成AIの活用  
（ユーザー対応全般）

### ナレッジ共有・横断的活用

- 事務的な管理から脱却 データをもとに占い師の活動を支え 能力を伸ばす運営へ
- 積極的なシステム化推進 時間を“考える”仕事へ

業務管理システム導入  
… ソフトウェア20百万（FY2024 計上済）

### 獲得から育成へ

- 「売れている占い師の獲得」から「売れる占い師の育成」へ
- 占い師と運営スタッフの二人三脚 研修・サポート体制強化で「売れる占い師」を育成
- SNSの積極的活用（占い師・顧客ともに）

FY2024よりコンサル導入体制見直し・強化  
FY2025における最注力項目

## エンタメ・マッチング

- AIを駆使したきゅらデン システムおよび一部サービス内容をリニューアル

- システムの継続的ブラッシュアップに注力 ChatGPTをはじめとする生成AIの活用でコスト削減とユーザー体験向上を
- 2Dから3Dへ AIを活用し徐々に“動き”のあるキャラクターに移行

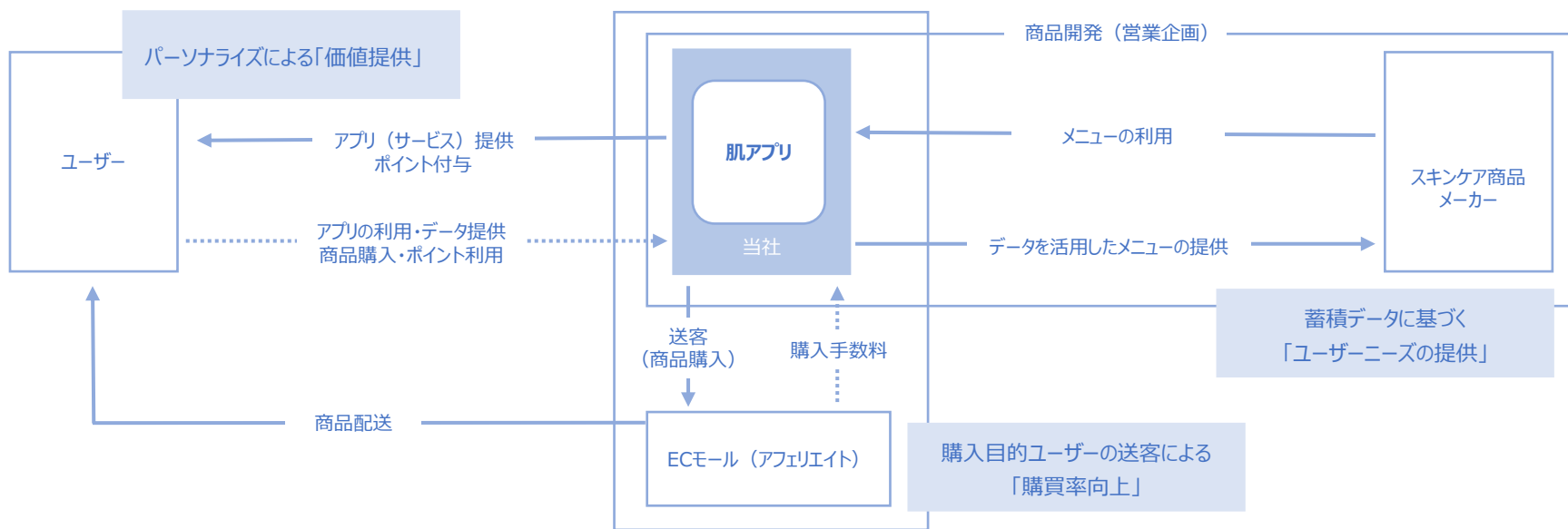
▶ ChatGPTをはじめとする生成AIの活用（ユーザー対応全般）

その他

- 定番から最新まで韓国コスメをお得に（韓国コスメ特化）
- 占いコンテンツユーザーの90%以上である女性との親和性を重視（BtoC / BtoB 両方での収益化）

日々のセルフケアにおける課題・悩みを解決 自分の肌と向き合えるアプリを（2025年春頃リリース）

<肌アプリビジネスモデル>



インフルエンサーマーケティング強化

- 顧客視点で共感性が高くコミュニケーションが取れるインフルエンサーマーケティングで潜在顧客へアプローチ

▶ ターゲット層向けインフルエンサーへのギフトイング・ヒアリング強化

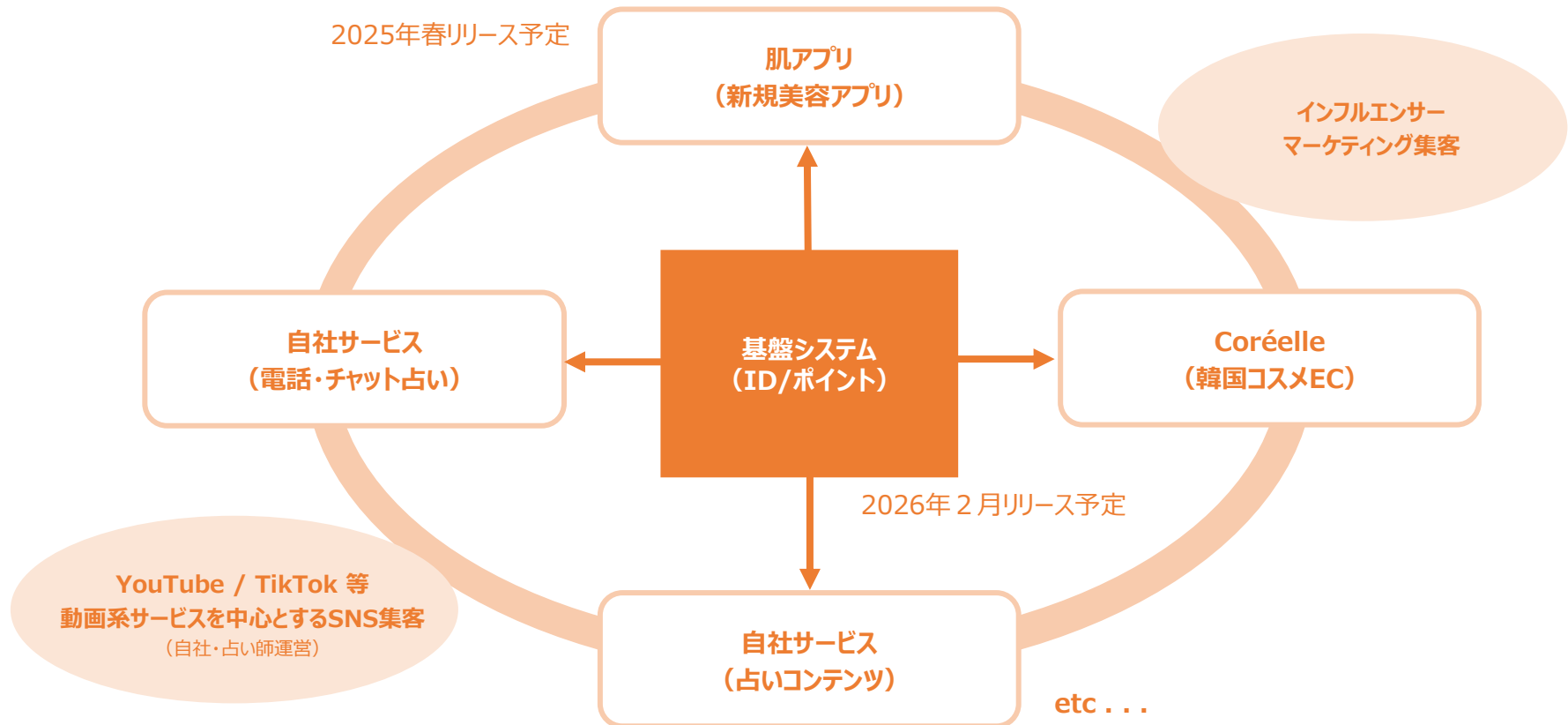
顧客囲い込みリピーター重視

- 新規ユーザーの獲得と既存ユーザーの囲い込みに注力
- 会員制度の見直しクーポン配布・購入特典導入によりお得感を強化

▶ 韓国コスメEC「Coréelle Japan」リニューアル（9/25）

## 全事業

- IDで各サービスとユーザーを紐づけ 自社ポイント付与で自社サービスの回遊を促す
- 他社プラットフォーム依拠からの脱却を加速



課題であった時価総額は基準に適合 流通株式比率についてはFY2025中に適合予定

項目	数値基準（上場維持基準）	当社状況	備考
事業計画	時価総額	40億円	57.7億円 (2024年6月～2024年8月平均)
	株主数	150人以上	16,804名 (204年8月末日時点単元株主数)
流動性	流通株式数	1,000単位以上	28,125単位 (2024年8月末日時点)
	流通株式時価総額	5億円以上	14.3億円 (2024年6月～2024年8月平均)
	売買高	月平均10単位以上	41,741単位 (2024年1月～2024年6月平均)
	ガバナンス	流通株式比率	25%以上

## ▼ 流通株式比率について

- ・ FY2024の取組み

⇒ 7月8日～8月末日までの間に一部役員等による当社株式の売却を実行。

- ・ 取組み結果

⇒ 上記期間内において66,300株（対発行済株式総数：0.59%）の売却が完了。

8月に株価が下降傾向となったことから予定していた上限株式数までは売却が完了せず進捗率：43.91% に留まり 基準に適合しなかった。

- ・ 適合に向けた今後の取組み

⇒ 引き続き大株主である役員等に自社株式の売却をお願いする他、自己株式の処分等についても検討を推進・実行

⇒ 事業収益の拡大による企業価値向上をもって売買促進に努め、株式の流動性向上を図る

## 5 事業におけるリスク情報

---

項目	影響する事業セグメント	主なリスク	顕在化する可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
検索エンジン	デジタルコンテンツ	インターネット検索におけるアルゴリズムのロジック変更により検索結果の表示順位が変更された場合や新たな検索エンジンが主流になった場合、集客および広告収益に影響	大 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SEO対策の強化</li> <li>・ 収益形態の多様化</li> </ul>
システム管理・障害	全事業	地震等の自然災害や事故等の不測の事態や予測できない外部からの侵入による不正行為、当社役員や従業員の過誤操作等が原因となって障害が発生し、サービスが提供できない恐れがある場合、収益に影響	低 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サービス提供システムの二重化</li> <li>・ データのバックアップ</li> </ul>
個人情報保護	デジタルコンテンツ One to One	データベースに蓄積される利用者の個人情報について、社内管理体制の問題や社外からの侵入等により外部に漏洩した場合、収益および社会的信用に影響	低 / 不明	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ データベースへのアクセス制限</li> <li>・ 不正侵入防止システムの採用</li> <li>・ 外部データセンターの利用</li> <li>・ 情報管理体制の整備・強化 (プライバシーマーク認定)</li> <li>・ 社員教育強化 (e-Learningによる研修制度導入)</li> </ul>
プラットフォーム 依拠	デジタルコンテンツ One to One	プラットフォーム提供事業者等において、コンテンツの内製化やコンテンツ数あるいはリニューアルの制限等を行うなどの方針変更があり、契約の終了、契約内容の変更等が生じた場合、収益に影響	中 / 中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 配信先プラットフォーム数拡大</li> <li>・ 自社Webサイトでの課金強化 (オーガニック)</li> </ul>
技術革新対応	全事業 (特にXR事業)	技術革新の進化の中で、コンテンツで利用される技術が大きく変化した場合、保有する技術等が陳腐化し、これに対応するためのコストが増加した場合、収益に影響	低 / 中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日常的な情報の収集</li> <li>・ 専門性の高い技術者の獲得</li> </ul>

※ 当社事業において想定される事業リスクのうち、特に顕在化の可能性が高いリスクまたは顕在化した場合に影響が大きいリスクを記載しております。

※ その他のリスクについては有価証券報告書を参照ください。



項目	影響する事業セグメント	主なリスク	顕在化する可能性/時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
著名占い師の獲得	デジタルコンテンツ One to One	メディアの多様化やコンテンツ配信が容易となったことによる著名なあるいは集客力の高い占い師の獲得困難化が加速した場合、収益に影響	大 / 中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規開拓営業強化</li> <li>占い師の育成（アカデミーの設置）</li> </ul>
占い師との関係	デジタルコンテンツ One to One	コンテンツの監修を依頼している占い師の人气が低下した場合やイメージダウンに繋がる事が起きた場合、監修するコンテンツの収益に影響	低 / 不明	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先の事前調査</li> <li>契約内容の強化</li> <li>占い師の育成（アカデミーの設置）</li> </ul>
人材	全事業	システム・Web化の加速傾向に対しエンジニアが不足しており、かつ業界の傾向として人材の流動性が高いため、人材確保が困難化する中、内製体制に必要な人員を確保できず外部への制作委託割合が上昇する場合、収益に影響	大 / 中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用強化</li> <li>育成強化（e-Learningによる研修制度導入）</li> <li>勤怠見直し（テレワーク、出勤時刻一部自由化）</li> </ul>
法的規制	全事業	当社サービスに関連する法令・規制の改廃や新たな法律等の制定・施行によって当社事業が制約を受けたり、新たな対応を余儀なくされたりする場合、収益に影響	低 / 中長期	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常的な情報の収集</li> <li>外部専門機関（法律事務所等）との連携</li> </ul>
パンデミックの発生（新型コロナウイルスの流行）	全事業	新型コロナウイルスによる感染流行が長期化し、国内外における経済活動の低迷や景気悪化が継続または加速する場合、業績に影響	大 / 直近	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規事業収益化による単一事業からの脱却</li> <li>収益モデルの多様化</li> </ul>
		重要な業務を担う人員が新型コロナウイルスに感染しまたは社員の集団感染が発生し、業務が停滞した場合、収益に影響			<ul style="list-style-type: none"> <li>オフィス衛生環境の整備（除菌徹底、空気清浄機設置、レイアウト変更）</li> <li>テレワーク（在宅勤務）導入</li> </ul>

※ 当社事業において想定される事業リスクのうち、特に顕在化の可能性が高いリスクまたは顕在化した場合に影響が大きいリスクを記載しております。

※ その他のリスクについては有価証券報告書を参照ください。

## 6 企業概要

---



長沢 一男  
(代表取締役社長)



酒井 康弘  
(One to One事業 担当)



長沢 匡哲  
(デジタルコンテンツ 事業 (担当))



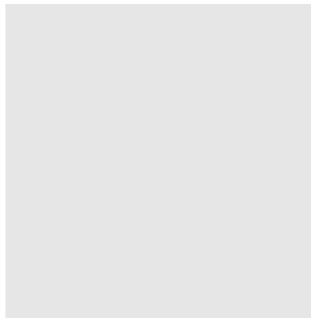
長沢 和宙  
(アライアンス統括事業 担当)  
(SNS事業 担当)



五十部 紀英  
(社外取締役)



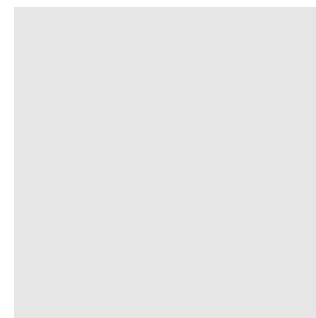
和田 育子  
(社外取締役)



大塚 尚  
(社外監査役 (常勤))



篠原 尚之  
(社外監査役)



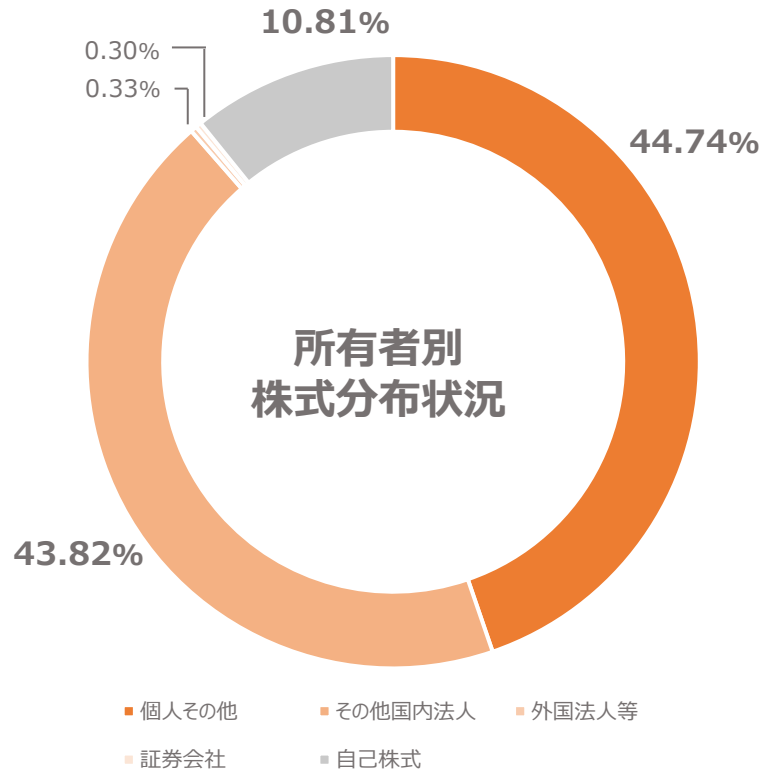
小野 好信  
(社外監査役)

## 株主情報

上場証券取引所	東京証券取引所 グロース市場
証券コード	3815
発行済株式総数	11,300,000株
株主数	17,553名 (内 議決権を有する株主数 16,804名)

## 株式の流動性

流通株式数	28,125単位
流通株式比率	24.88%



## 大株主の状況

株主名	所有株式数 (株)	所有割合 (%)
1 株式会社エヌカルテット	4,859,000	48.21
2 長 沢 一 男	1,976,200	19.61
3 長 沢 敦 子	184,200	1.83
4 長 沢 匡 哲	98,800	0.98
5 株式会社千里眼	82,200	0.82
6 長 谷 川 か ほ り	24,900	0.25
7 長 沢 和 宙	23,400	0.23
8 善 生 宏 隆	20,100	0.20
9 田 中 隆 一	16,400	0.16
10 酒 井 康 弘	16,100	0.16

※ 当社は自己株式として1,221,144株（保有割合10.81%）を保有しておりますが、大株主の状況からは控除しております。



赤坂本社（住友不動産新赤坂ビル）

<b>本 社</b>	東京都港区赤坂四丁目2番6号 住友不動産新赤坂ビル12階
<b>設 立</b>	1997年10月
<b>資 本 金</b>	451百万円
<b>従業員数</b>	連結 61名（8月末日時点：正社員数）
<b>平均年齢</b>	36.3歳（8月末日時点：グループ全体平均）
<b>子 会 社</b>	3社（株式会社ミックススペース / 株式会社ギフトカムジャパン / 株式会社X square）
<b>上場市場</b>	東証グロース（3815）
<b>事業内容</b>	コンテンツ制作・配信事業・各種メディア事業 他

## 7 その他の事項

---

## ■ 事業計画および成長可能性に関する事項の開示時期について

- ・ 当社は事業計画および成長可能性に関する事項について毎年事業年度末日から3か月以内に開示いたします。具体的には、当社は8月決算のため同年11月中に開示することとなります。
- ・ 事業計画および成長可能性に関する事項について変更等が生じた場合は速やかに開示いたします。

## ■ 記載内容に関するご留意事項について

- ・ 本資料は、当社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。
- ・ 本資料に記載された意見や予測等の情報は、本資料作成時点の当社の判断によるものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。そのため、事業環境の変更等の様々な要因により、実際の業績および記載されている将来の見通しとは乖離が生じる可能性があり、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありませんことをご了承ください。

本資料に関するお問合せ

 株式会社メディア工房  
経営企画 IR 担当

TEL : 03-5549-1804  
FAX : 03-3586-4480

MAIL : [irpr@mkb.ne.jp](mailto:irpr@mkb.ne.jp)  
HP : <http://www.mkb.ne.jp/>