

# visumo

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社 visumo | 2024年12月

# 01 | 会社概要

社名 株式会社visumo

設立 2019年4月

所在地 東京都渋谷区神宮前6-10-11原宿ソフィアビル

代表者 代表取締役社長 井上 純

資本金 2億円

事業内容 ビジュアルマーケティングプラットフォーム  
の開発、運営

## mission

ブランドの **想**いが詰まった  
クリエイティブを消費者に **最**適な形で届ける

## vision

誰でも **簡**単に  
デジタル活用できる世界を創る **e a s y**

# 01 | 沿革

2017

2017/9

株式会社ecbeingが開発した  
ビジュアルマーケティング  
プラットフォーム

「visumo」の提供開始



social

2019

2019/4

東京都渋谷区に  
資本金25,000千円で  
株式会社visumoを設立  
株式会社ecbeingのビジュアル  
マーケティングプラットフォー  
ム事業を会社分割により承継

2021

2021/4

新機能「visumo video」  
「visumo snap」をリリース



video



snap

2021/12

「インスタグラム連携 UGC活  
用ツールシェアNo.1」獲得

※日本マーケティングリサーチ機構調べ

2022

2022/1

第三者割当増資により株式会社ソフト  
クリエイティブホールディングスが資本参  
加し、資本金を200,000千円に増資

2022/5

織研新聞社主催 ファッションECア  
ワードにて「サポート賞」を受賞

サポート賞…「効果が高いまたは  
今検討しているEC支援ツール」

2022/7

日本マイクロソフト社主催  
「マイクロソフト ジャパン  
パートナーオブ ザ イヤー 2022」にて  
「Retail & Consumer Goodsアワード」を受賞



2023

2023/2

初の自社イベント  
「visumo day 2023」  
を開催

2023/9

ISMS取得

2024



2024/8

新オプション機能

「visumo recommend」  
をリリース

# 01 | 経営メンバー



井上 純 代表取締役社長

(株)ネクストソリューションズに入社。その後、(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社し、同社子会社の(株)ecbeingにてビジュアルマーケティングの新サービスとして「visumo」をリリース。  
2019年4月に(株)ecbeingから会社分割して当社を設立し、現在に至る。



千林 正太郎 取締役

(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社。その後、同社の子会社の(株)エイトレッドで営業部門の責任者を務める。(株)セールスフォース・ドットコム(現(株)セールスフォース・ジャパン)を経て、当社に入社。



見城 壮彦 取締役

(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社。その後、同社の子会社の(株)ecbeingで開発部長としてマネジメントを経験、(株)ソフトクリエイイトHDでは経営管理を経て、当社に入社。



團 桂一 監査役

日本電気コンピュータシステム(株)（現 NECネクストソリューションズ(株)）に入社。その後、SI、ソフトウェアベンダーや通信等国内外のIT企業を経験。(株)エイトレッドにおいて新規上場を経験し、当社入社。

非常勤役員

社外役員

林 雅也 取締役

甲斐 真樹 社外取締役

石川 憲和 社外取締役

三木 正志 社外監査役

矢澤 憲一 社外監査役

## 01 | サービスについて

# visumo

とは

ユーザーが生成するコンテンツ（UGC<sup>※1</sup>）を  
簡単に収集し、ワンタグ・ノーコード<sup>※2</sup>で掲載<sup>※3</sup>。

CX向上<sup>※4</sup>（ブランド体験深堀・購買意欲増加など）を叶える

ビジュアルマーケティングプラットフォームです。

01

導入イメージ

専門知識・ノウハウ不要で、簡単にCX向上を叶えられる

導入前



UGCを  
収集する

サイトに  
掲載する



動画・静止画

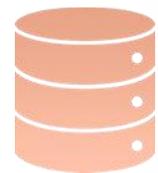


SNS

- Instagram
- X



- 消費者
- 店舗スタッフ
- 本部スタッフ
- アンバサダー
- インフルエンサー



visumo

visumo 導入後



visumo



visumo



visumo

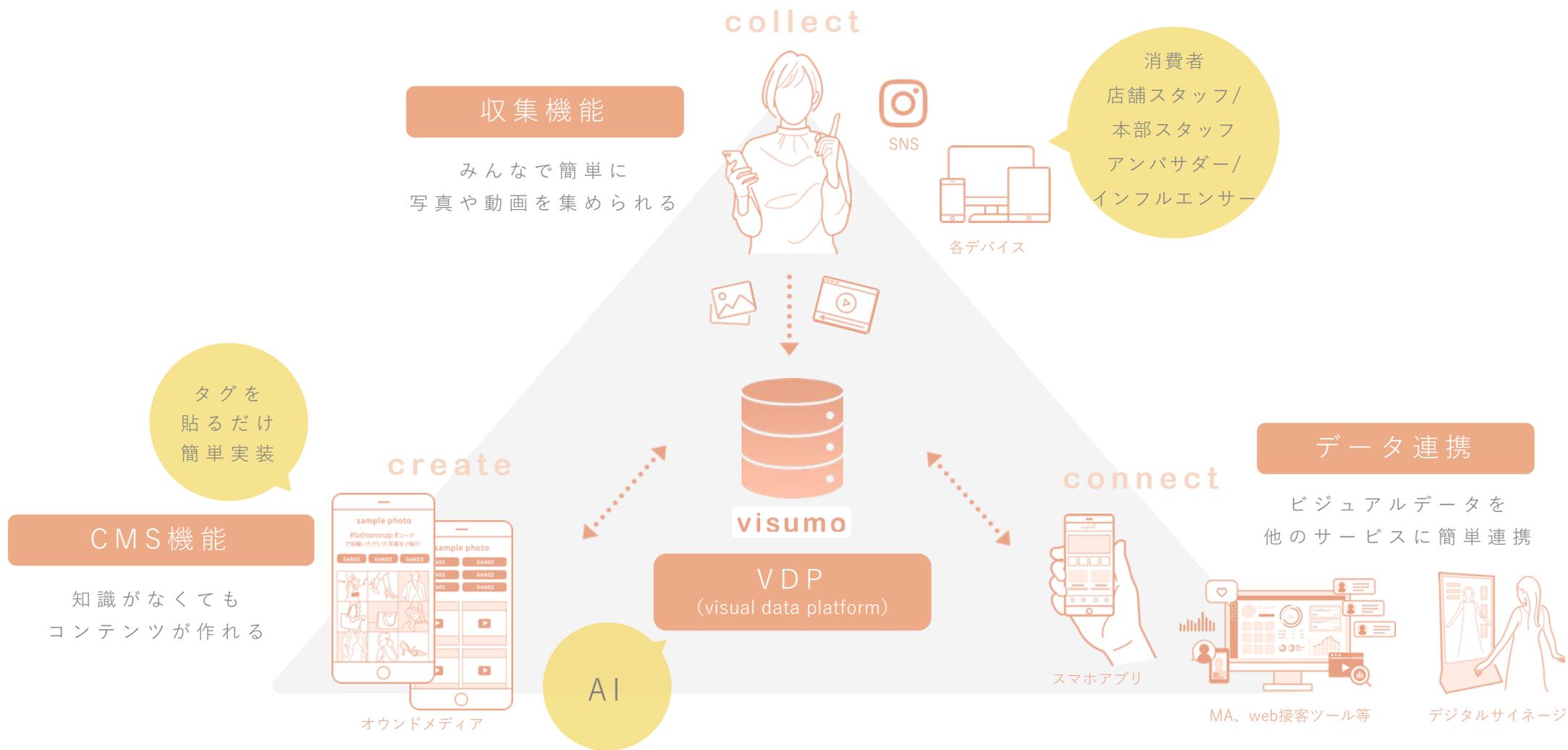
visumo



# 01

ビジュアル マーケティング プラットフォームの概念について

収集機能・CMS機能・データ連携を同時に提供、データベースで一元管理



# 01 | 導入企業の一例<sup>※1</sup> 国内有数の企業が利用

※2  
アクティブ社数 **649**社

## apparel



## interior / home goods



## beauty



## shoes



## others



## food



# 01

売上高の推移

CAGR 75.6%と順調に推移



# 01

## 安定した収益体制と成長性 当社実績

売上高

678,869 千円

CAGR<sup>※1</sup>  
75.6%

2024年3月期

ストック売上

167,981 千円

ストック  
比率  
約82%

2025年3月期 第2四半期

アクティブ社数

649 社

直販比率  
約88%

2025年3月期 第2四半期末時点

ARPU

96,340 円

2025年3月期 第2四半期

グロスレベニュー  
チャーンレート（解約率）

1.02%

2025年3月期 第2四半期

※1 2020年3月期から2024年3月期における5期間の通期売上のCAGR

※ストック売上：オプションを含めた固定の月額費用であるストック売上（リクエスト数等に応じた従量課金を含まない売上） ※ストック売上比率：売上高に占めるストック売上の割合

※アクティブ社数：四半期末における契約中の社数 ※ARPU：1社あたりの平均売上 ※グロスレベニューチャーンレート（解約率）：月末ストック売上に占める当月解約額（前月解約による当月ストック減収額）の割合であり、四半期の平均値

## 02 市場環境・ビジネスモデル

SNSが普及したことから、世の中には膨大な情報があふれている  
消費者は正確かつ最短に自分の興味へのアクセスを求めている



一人ひとりに合わせた  
コンテンツが欲しい

## 3人に2人が要求



「自分の消費習慣を反映してパーソナライズされたプロモーションやオファーを  
実店舗やオンラインで受りたい」

※出典 Adobe Commerce消費者調査 2022年

タイムパフォーマンス時代に適用。  
多様な趣味嗜好に合わせたコンテンツ事例



### 高耐久シューズ

- 耐久撥水加工
- 山歩き、アウトドア  
タウンユースが可能



ファッション好き



登山好き



キャンプ好き



自転車好き

UGCを活用した  
コンテンツを設置したい

77.0%

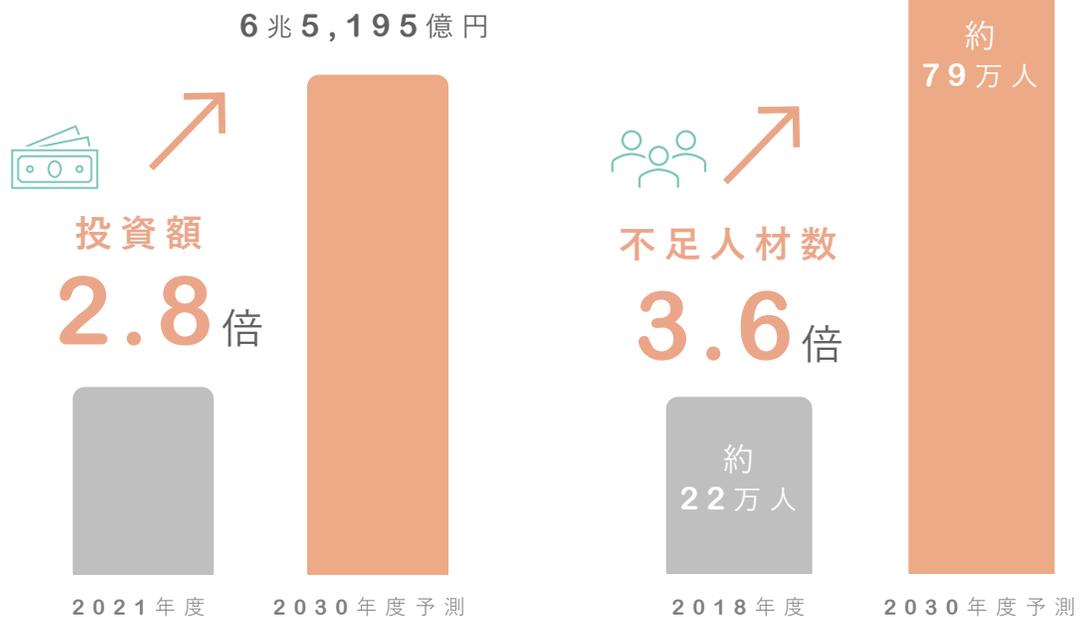
オウンドメディア（自社メディア）において、

- ・ユーザー（消費者）
- ・ファン
- ・自社スタッフ
- ・アンバサダー

を活用したコンテンツを設置したいと  
考えていますか？

出典：visumo社自主調査「デジタルアセットの管理および活用に関する調査アンケート」 N=200 2023年3月

コンテンツを設置したいが、  
IT人材不足は、今後も深刻化



出典：富士キメラ総研 DX関連の国内市場（投資額）2023年

出典：経済産業省 IT人材需給に関する調査

## 02 | visumoが解決できること

事業者が簡単にUGCを収集し、ノーコード・ワンタグで実装可能  
直感的な操作でコンテンツ掲載できるプラットフォームを提供

CX向上に必要なものを用意

UGCを含めた  
あらゆるクリエイティブを  
Webサイトに活用

UGC活用・動画コマース・  
AIによるパーソナライズ※など、  
市場トレンドにあわせた  
多様な機能やテンプレートを提供

visumo

人材不足で  
対応したくてもできないを解決

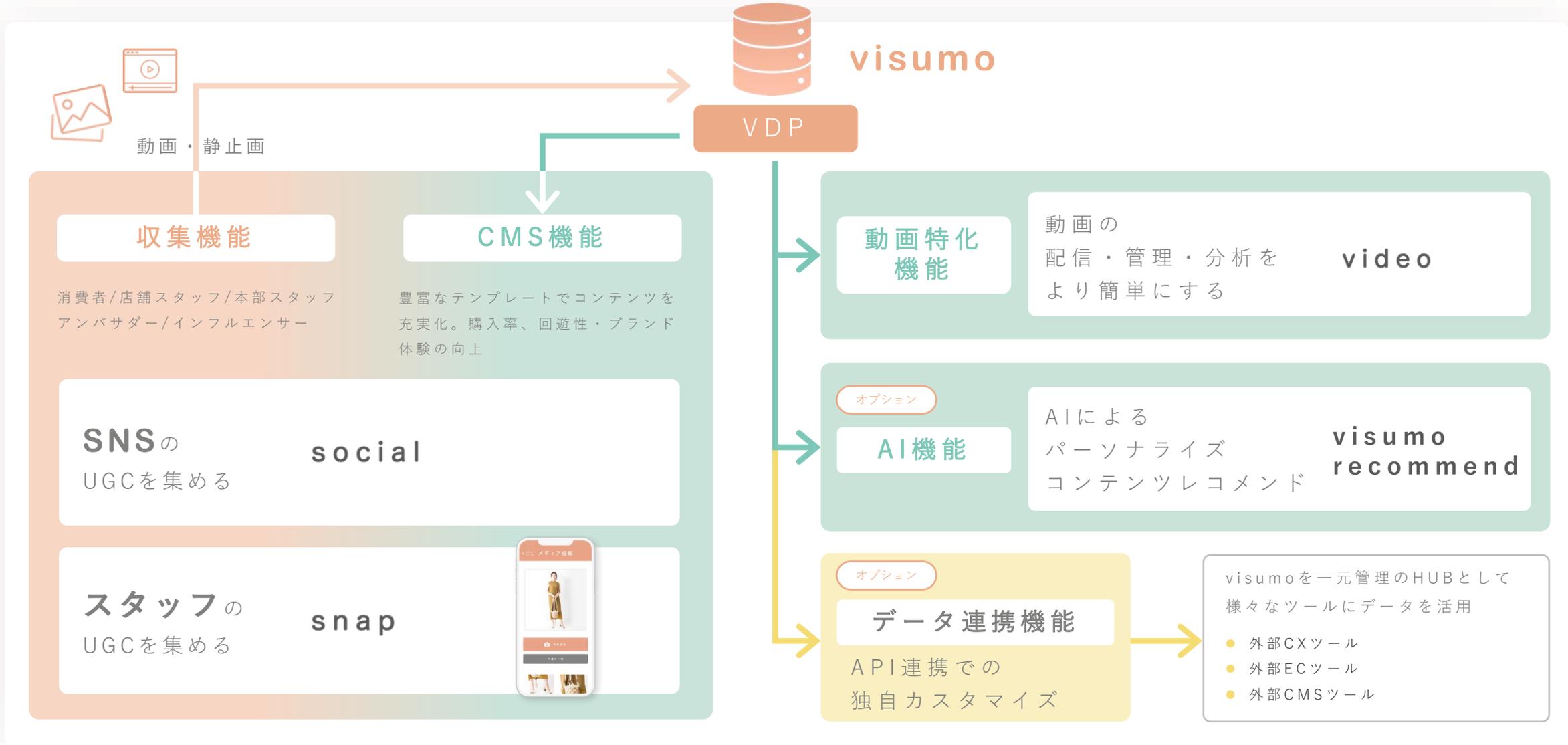
誰でも簡単運用

- ワンタグ設置
- ノウハウ・教育不要
- スピーディーにコンテンツ強化
- 既存プラットフォームの制約なし
- 一括管理
- 専任のカスタマーサクセスがサポート

# 02

提供機能と役割の整理

収集・CMS・動画特化・AI・データ連携の機能を一つのプラットフォームで展開





## 動画特化機能

## ライブ配信動画のアーカイブ



- **動画と製品のリンク**  
動画で紹介された商品を管理画面上でリンクし、簡単に掲載

- **目次・チャプター**  
動画の目的のシーンまでワンクリックでスキップ再生

- **ピクチャー in ピクチャー**  
閲覧中に他のページへ遷移しても、簡単に動画視聴に戻ることが可能  
動画を見ながらサイトを簡単に回遊

- **自動翻訳**  
音声データを認識し、任意の言語に自動翻訳  
動画内に字幕が掲載可能



## 動画の自動軽量化



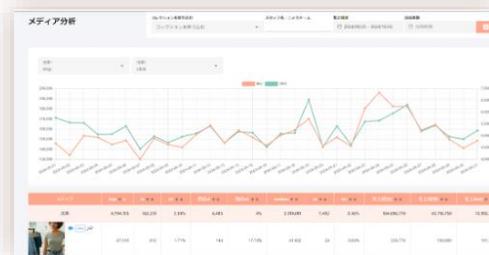
- **商品詳細の動画掲載**  
EC商品詳細のカルーセルにショート動画を掲載



- **特集ページへの動画掲載**  
ブランド毀損を無くし、ユーザーにストレスの無いスムーズな動画視聴を提供

## 効果を分析

動画ごとの売上貢献指標の分析が可能。  
動画再生数、注文率を可視化



# 02

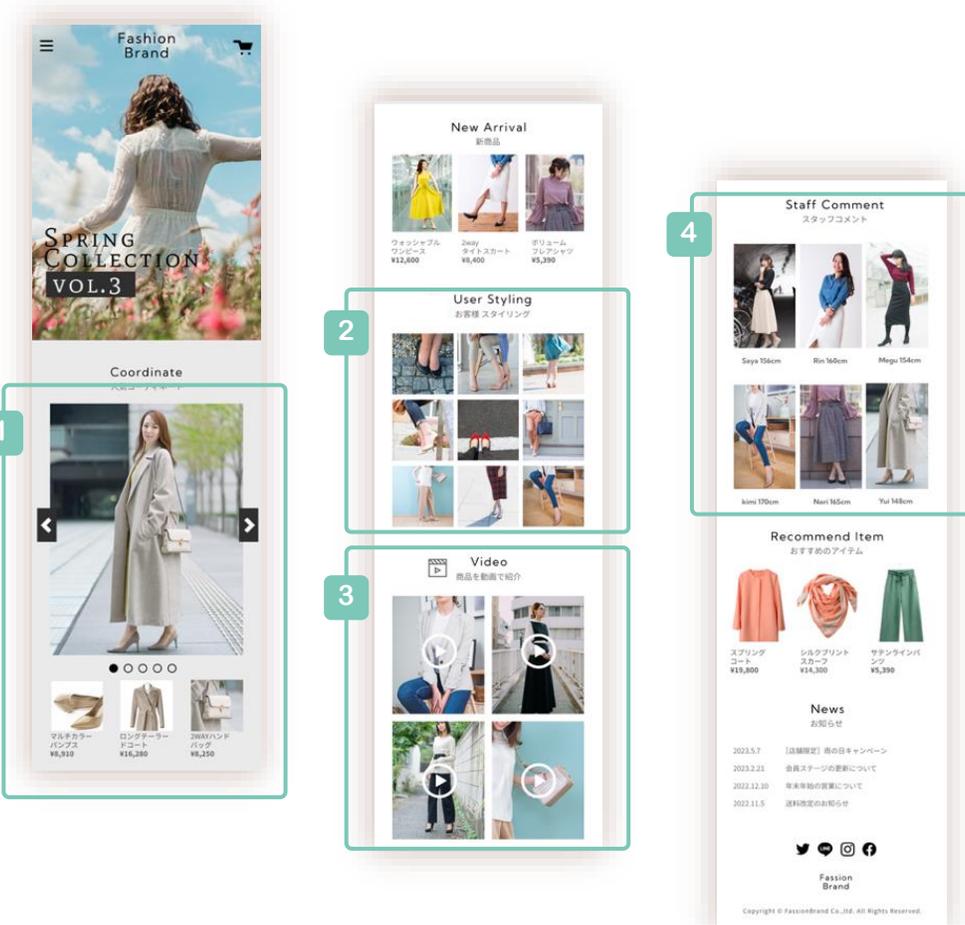
導入イメージ

豊富なテンプレート活用で、UGCを簡単掲載。コンテンツ量は、2倍以上に

## 導入前



## visumo 導入後

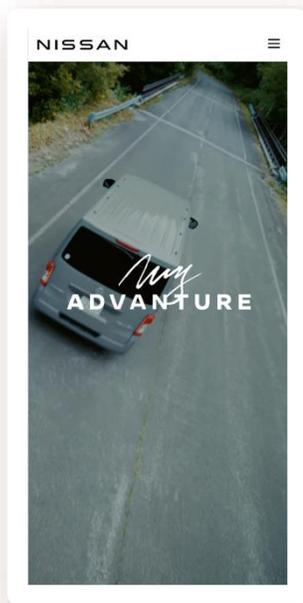


## テンプレートの一例

- 1 コーディネートと関連アイテムを紐づけて掲載  
全機能共通
- 2 InstagramやX（旧Twitter）などのSNSに投稿されたUGCを掲載  
**social**
- 3 スタッフのLIVE配信の動画アーカイブを軽量化して一覧で掲載  
**video**
- 4 スタッフのコーディネート専用ツールから投稿し、コンテンツ掲載  
**snap**

## 02 | 多様な事業者の課題に対応

ブランディング強化



コーデコンテンツ強化



アンバサダーマーケ強化



動画コンテンツ強化



スタッフコンテンツ強化



## 02 | ビジネスモデル

導入企業からvisumoサービスの利用料を課金する  
サブスクリプションモデルです

ストック  
売上比率

82.1%<sup>※1</sup>

初期費用（フロー収益）



フロー収益は、アカウント開設を含む導入支援に伴う費用および、必要に応じて発生するデザイン調整等の作業代行の費用となります。

月額利用料（ストック収益）



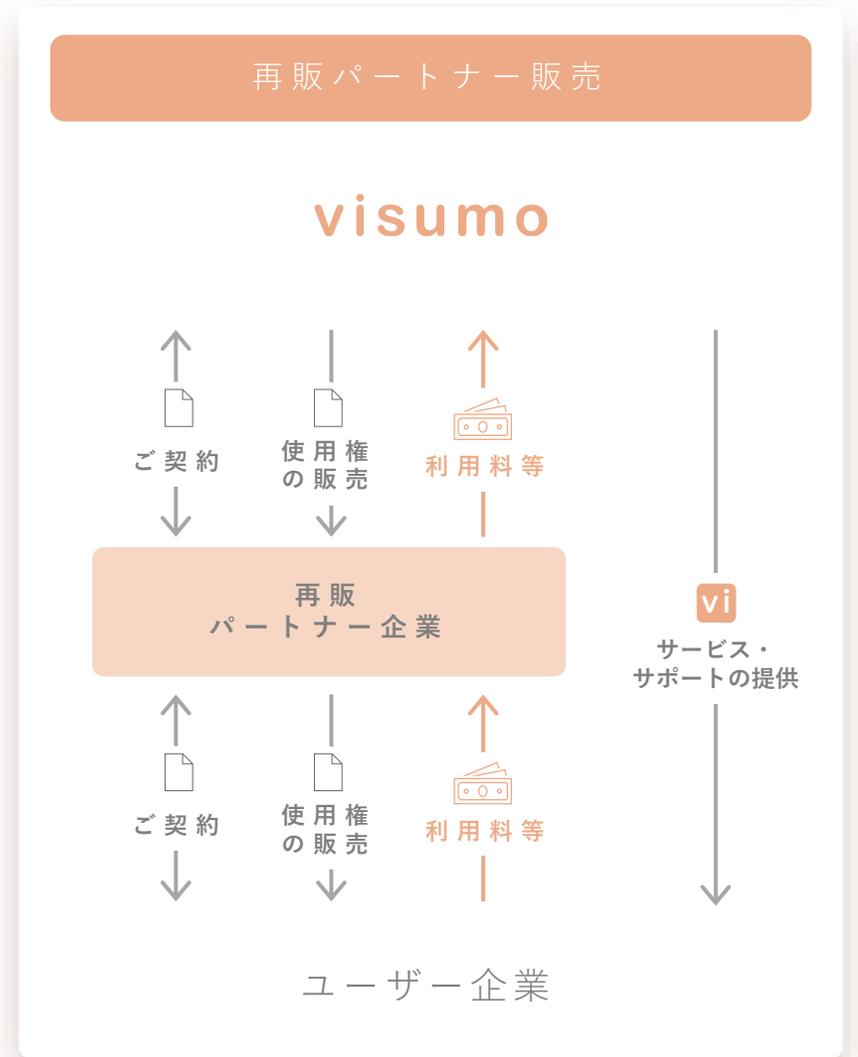
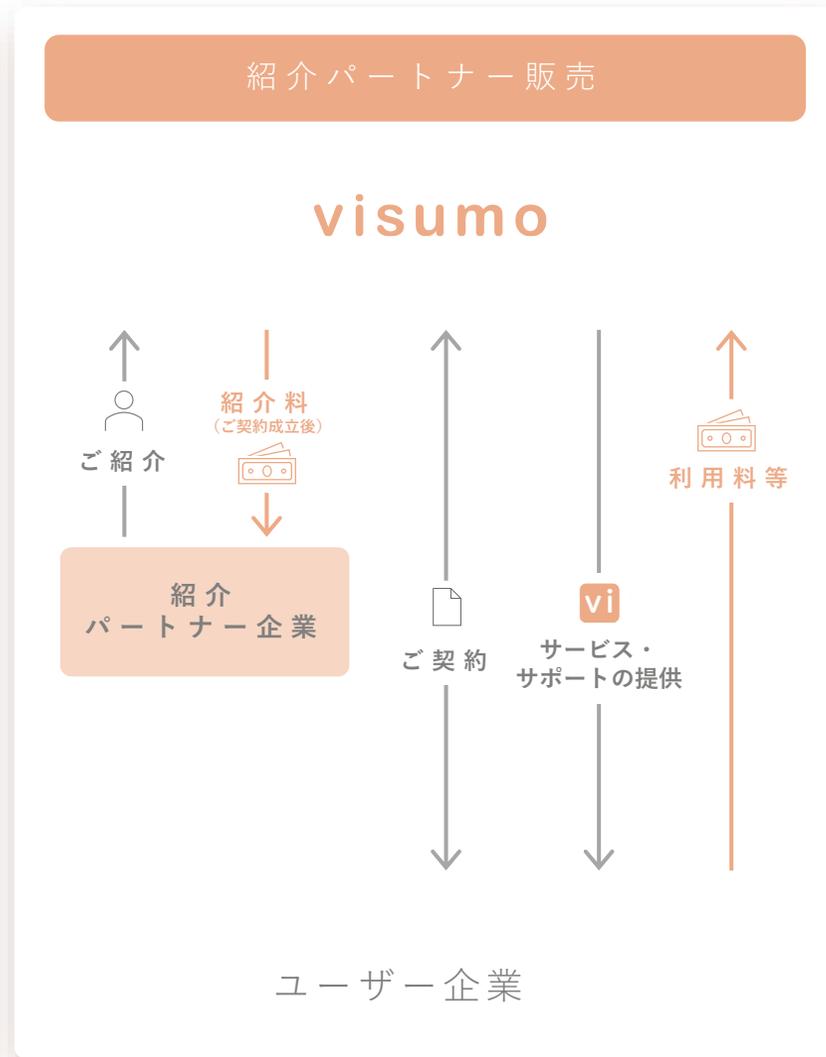
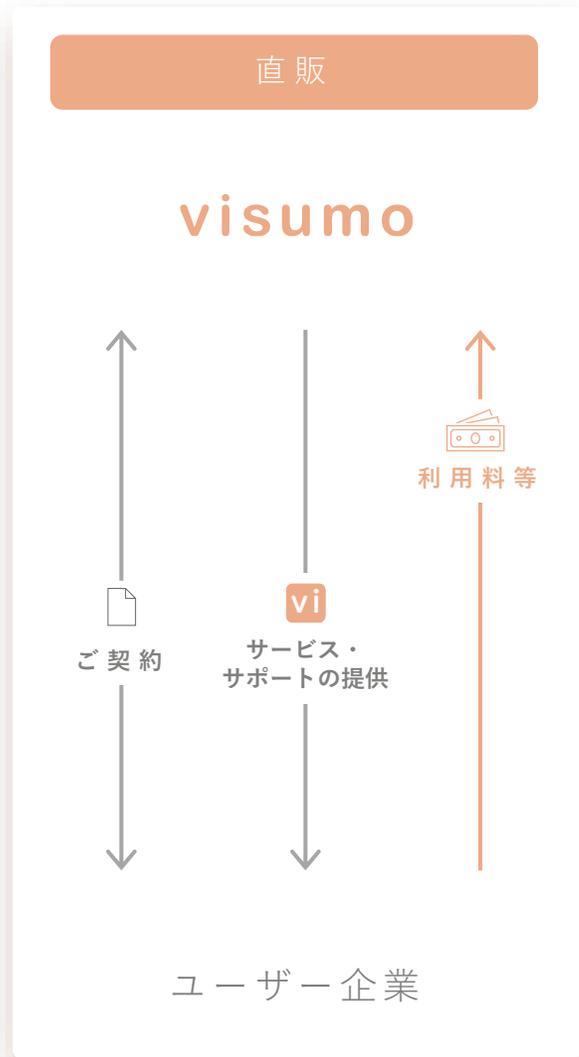
ストック収益は、利用する機能数に応じて月額ベース費用が決定し、visumoで作成したコンテンツのトラフィック量に応じて従量課金が発生します。

※初期費用および月額ベース費用は導入機能数（visumo social/visumo video/visumo snap）の数によって金額が変動します。

※オプション費用はテンプレート追加や分析機能等のオプション機能の追加によって初期費用と月額費用が発生します。 ※1 2025年3月期 第2四半期

## 02 | ビジネスの流れ

サービス等の流れ →  
費用の流れ →



## 03 競争力の源泉

## 03 | 競争力の源泉



リサーチ力

幅広い業種業態の国内有数企業が取引先であることから、マーケティング業界の新しいニーズを捉えるためヒアリングが可能である



開発力

エンジニアリング体制を拡大させ、マーケットから求められる新機能開発や機能改善を繰り返し、プロダクトの価値向上を図っている



サポート力

お客様のツール活用を最大化するために、導入から活用の定着まで手厚いカスタマーサクセス体制を構築している

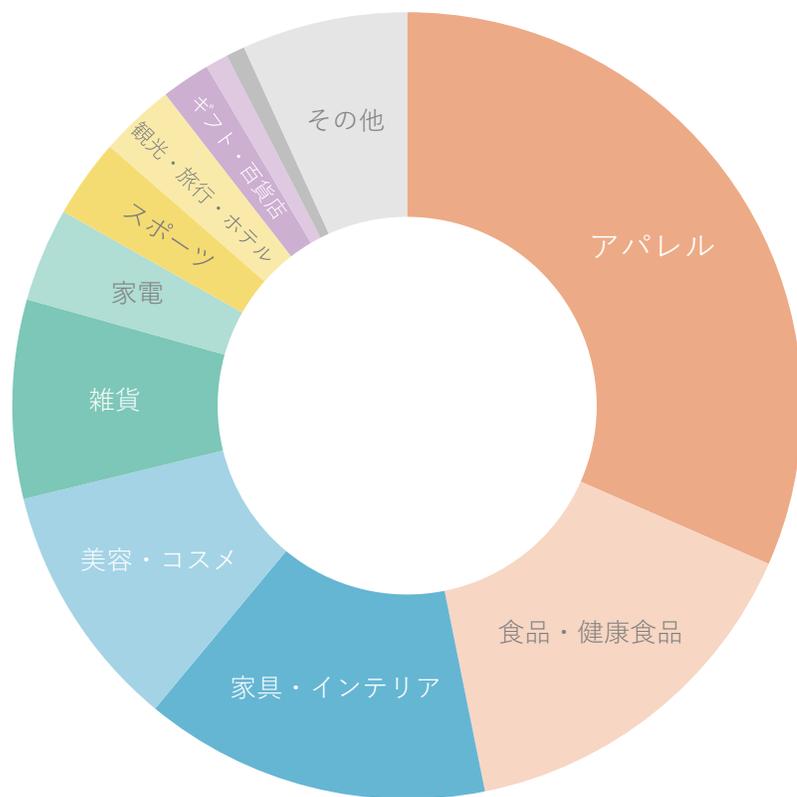
# 03

競争力の源泉 [リサーチ力]

国内有数企業のグロース支援で得たノウハウを機能開発に活用

## 幅広い業界での利用実績

■ アパレル	31.6%
■ 食品・健康食品	15.3%
■ 家具・インテリア	14.2%
■ 美容・コスメ	10.2%
■ 雑貨	8.2%
■ 家電	3.9%
■ スポーツ	3.2%
■ 観光・旅行・ホテル	3.1%
■ ギフト・百貨店	2.0%
■ アウトドア	0.9%
■ メガネ・コンタクト	0.8%
■ その他	6.8%



導入企業の半数以上が年商30億円超

# 57.5%

※ 2024年3月期 第4四半期 アクティブ社数での割合。帝国データバンク（最新期業績売上高レンジ）から推測

※ 2025年3月期 第2四半期末 アクティブ社数での導入企業 業種内訳

# 03

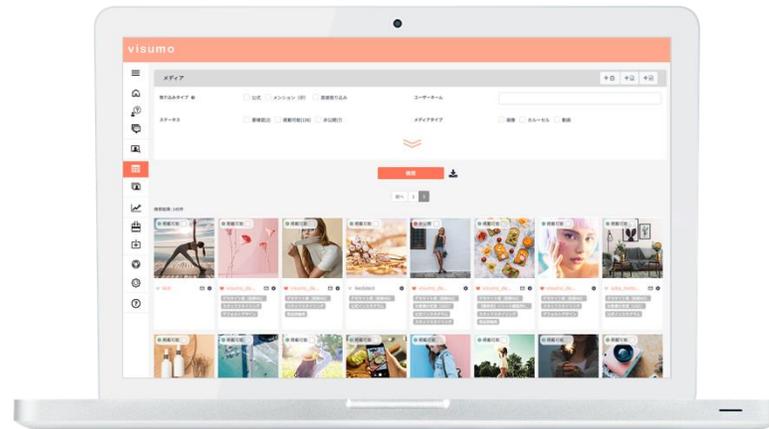
競争力の源泉 [開発力]

## 機能開発・改善を繰り返す体制

カスタマーサクセスと連携し、市場トレンドやノウハウを日々機能化。  
多様な収集コンテンツを横串活用できる強みを活かした機能改善を実施。

クォーター  
平均 約**6**つの  
新機能をリリース

※2024年3月期第1四半期~2025年3月期第2四半期の平均より算出

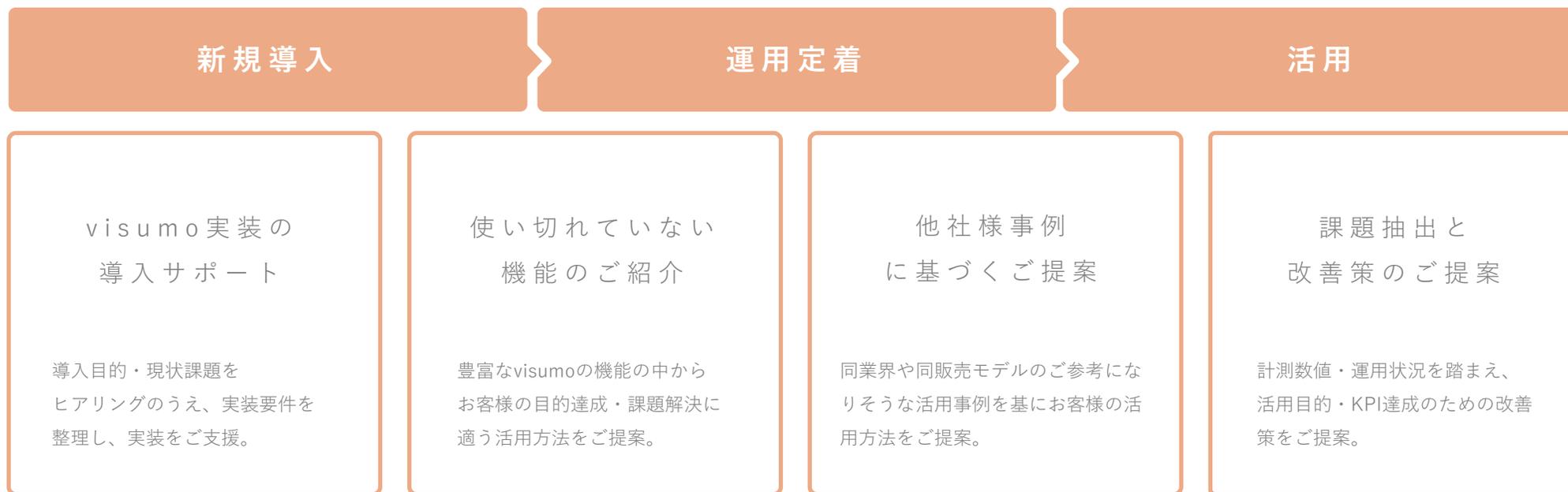


# 03

競争力の源泉 [サポート力]

強固なカスタマーサクセス体制で、お客様ごとの1to1伴走サポートを実現

サポート人員が整っており、的確な  
オンボーディングと活用までの**1to1**サポートが可能



## 03

競争力の源泉 [その他]

その他 導入企業に提供できる価値

- 受託開発よりも、初期費用・運用費用ともに**低価格・短納期**で提供
- 現在使用しているプラットフォームでも利用ができるため、**簡単実装**が可能
- ビジュアルデータの一元管理で**業務効率やマーケティング効果の最大化**
- デザインやコーディングなど**専門知識がない人材**でも可能

# 03

競争力の源泉 [事例]

高い導入効果（購入率向上・単価向上など）

“



効果が高いまたは今検討しているEC支援ツールとして

織研新聞社主催 ファッションECアワードにて「サポート賞」を2022・2024受賞 ”

購入率 UP **3** 倍

購入率 UP **3.2** 倍

掲載画像の  
売上寄与率 **85%**

サイト  
訪問数 UP **1.8** 倍

滞在時間  
UP **2.3** 倍

購入単価 UP **20%**



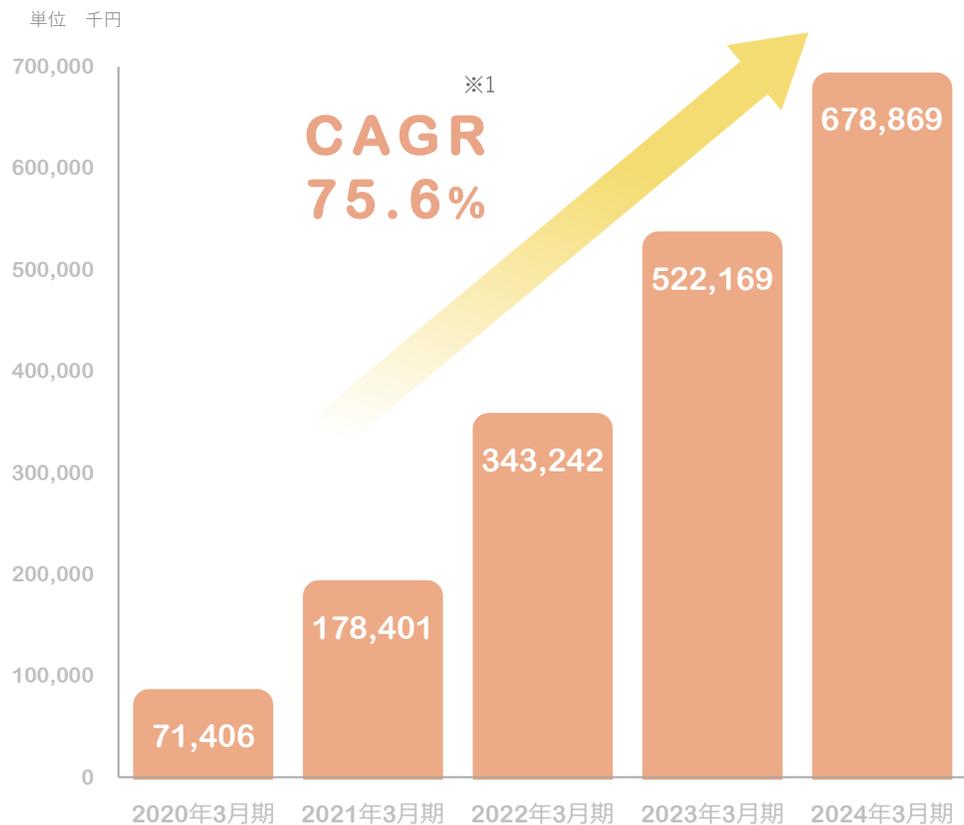
## 04 安定した収益体制と成長性

# 04

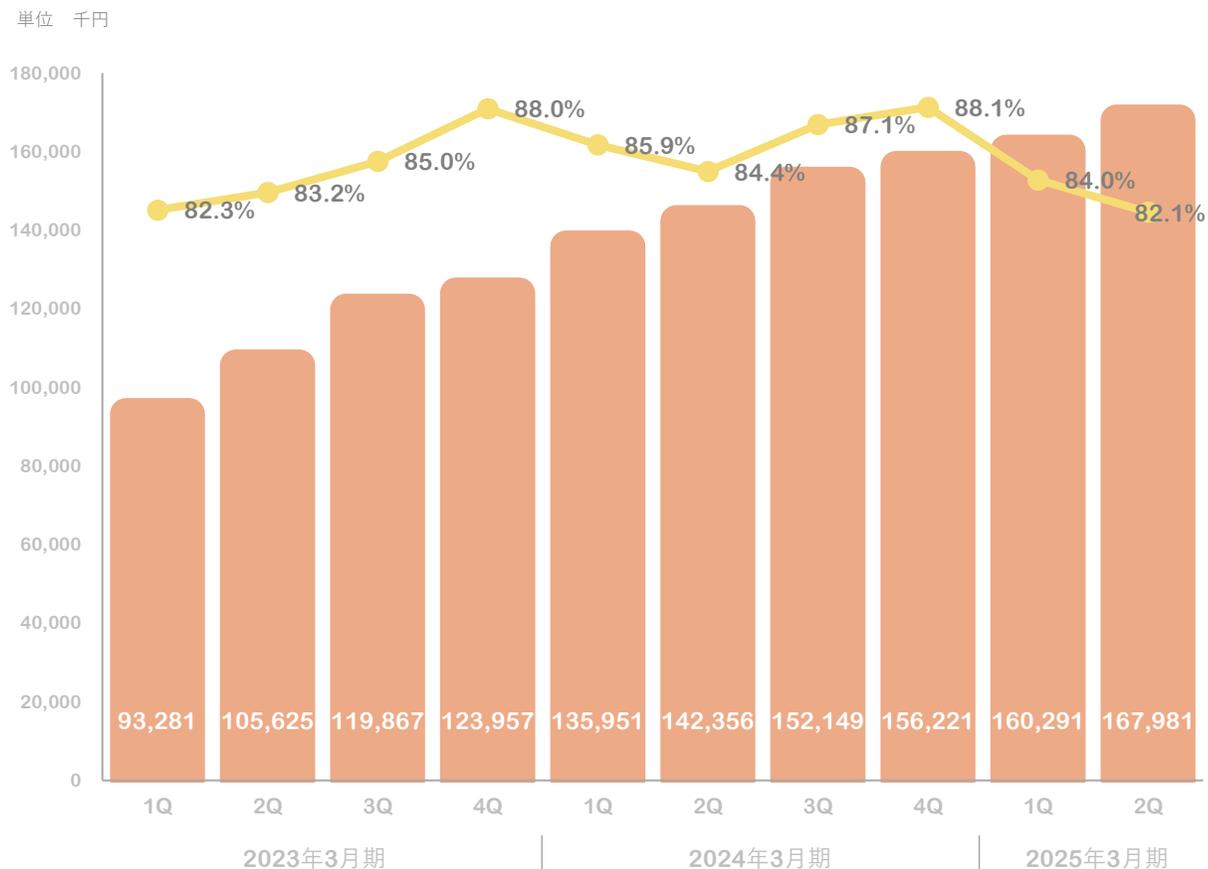
安定した収益体制と成長性

ストック売上82%以上と安定的なモデルを構築

### 売上高



### ストック売上/比率※2

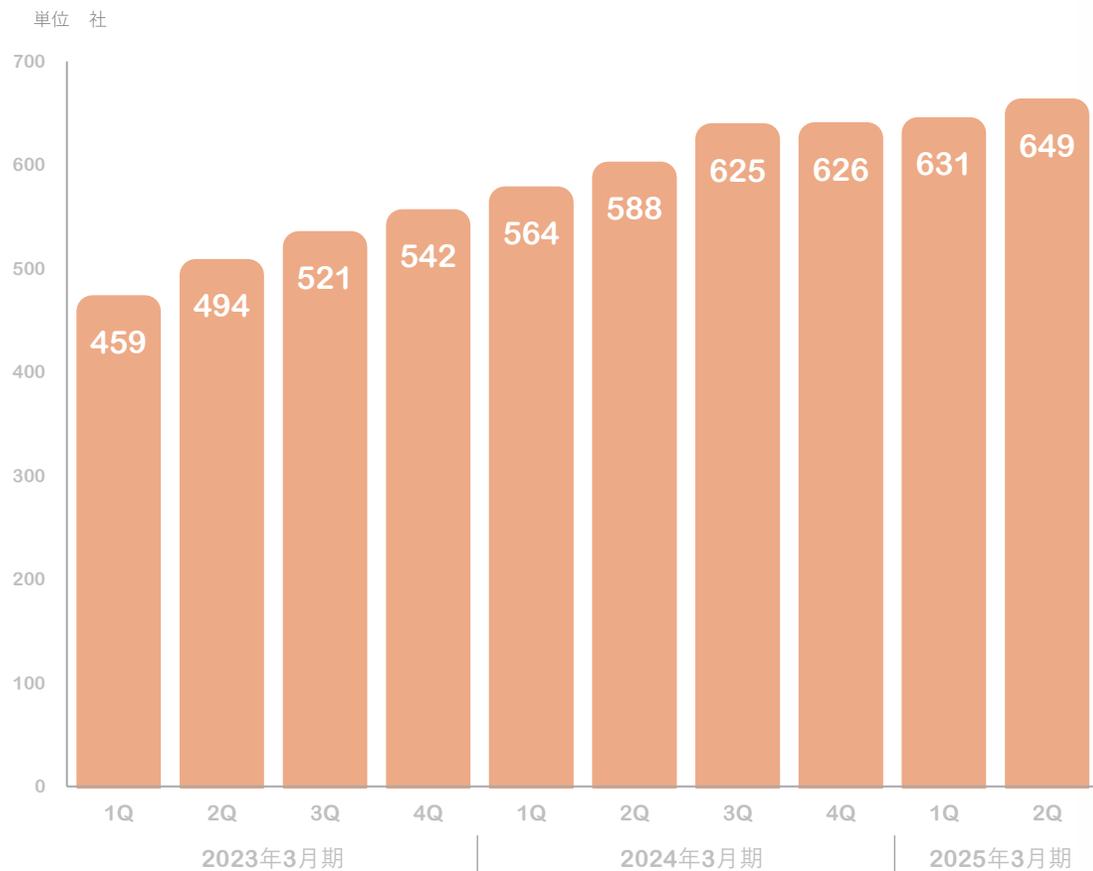


## 04

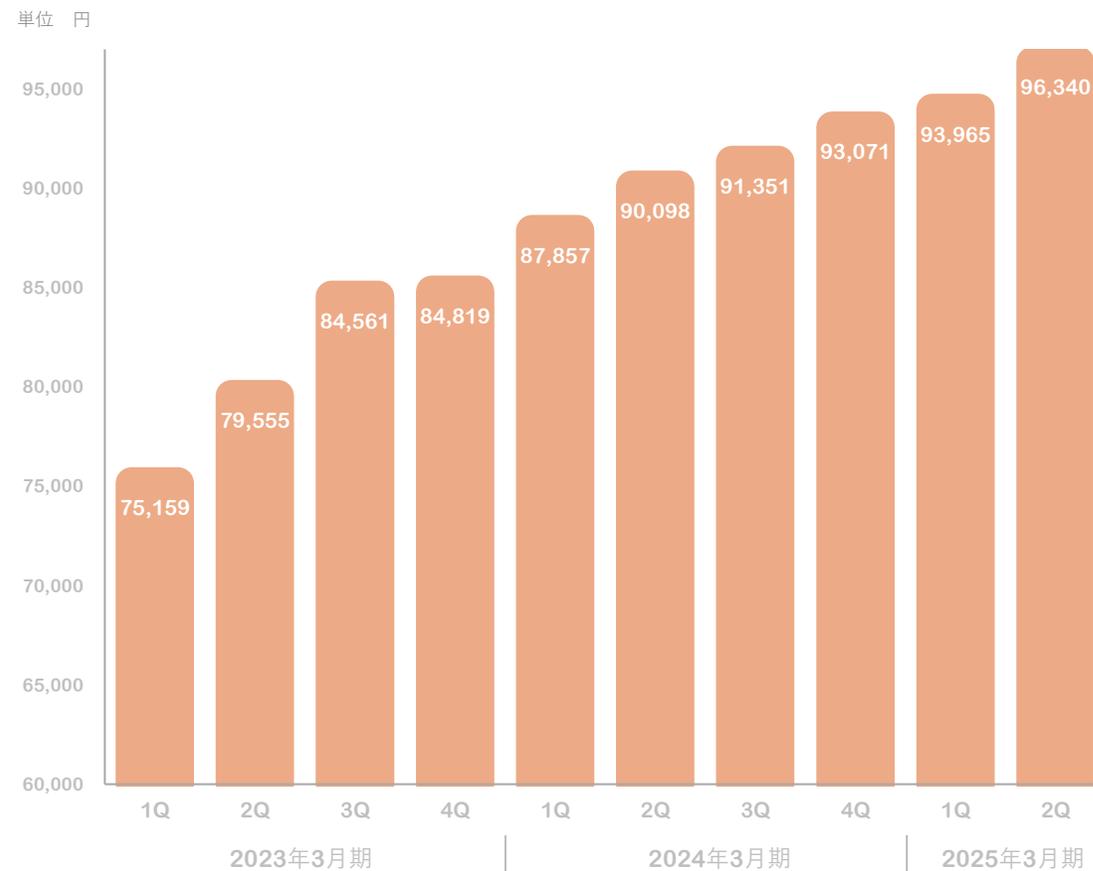
安定した収益体制と成長性

アクティブ社数とARPUは順調に増加

アクティブ社数



ARPU

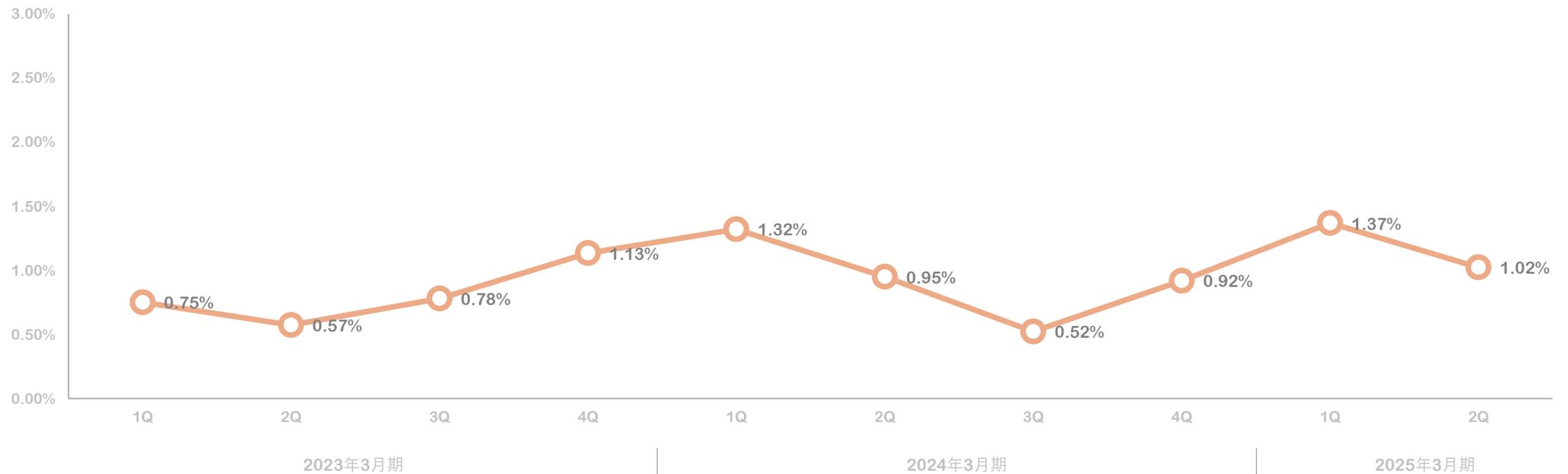


## 04

安定した収益体制と成長性

解約率は1%前後で推移しており、低解約率を実現

グロスレベニューチャーンレート（解約率）



## 05 成長戦略

### 3つのテーマを軸に、ARPU向上及び新規顧客拡大を推進

1

既存顧客との  
取引拡大

既に多くの有数企業に利用いただいていることは当社の強みであり、継続的な製品開発により既存顧客へのアップセルを強化します。

2

EC用途以外での  
活用促進

2024年度にリリースする多くの新機能はEC事業以外のマーケティング強化にも活用ができ、中期にEC関連市場以外での顧客獲得を強化します。

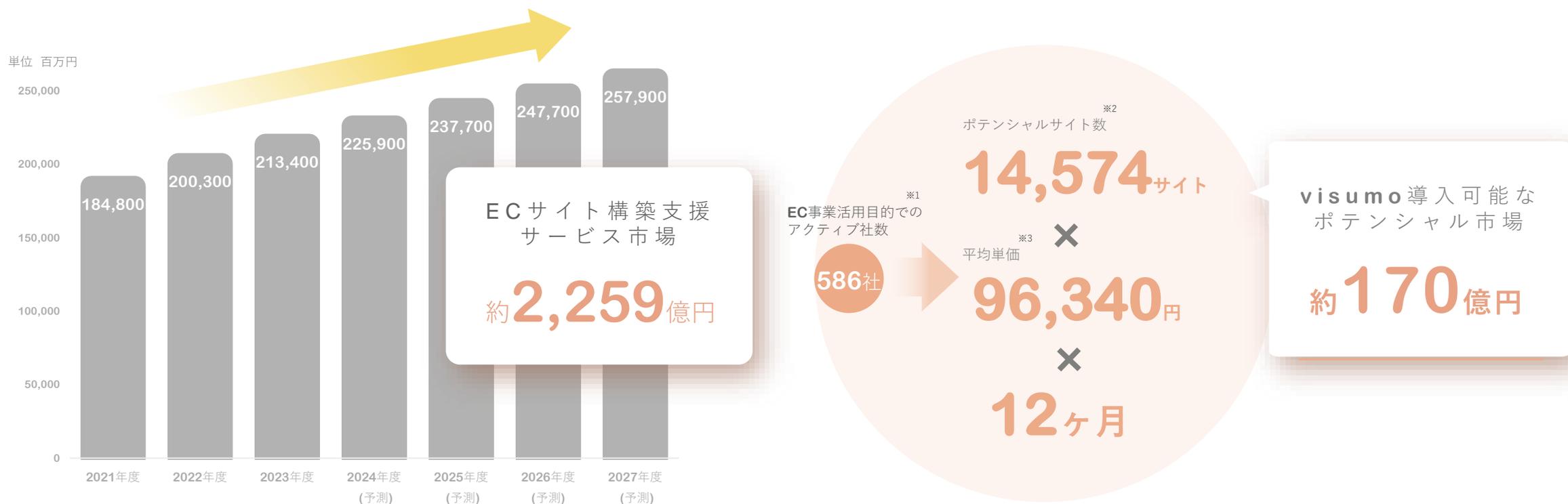
3

製品開発力の強化

開発人材の増員を継続し、製品開発力の強化と品質面の向上を図ります。加えて生成AI関連技術を取り組んだ新機能リリースに向けて研究開発を推進していきます。

既存顧客の多くはECサイトの売上アップを目的としてvisumoサービスを活用いただいております。

関連市場として「ECサイト構築支援サービス市場」に属すると捉えており、マーケットサイズは引き続き伸長することが見込まれております。更にターゲットとする顧客層および単価による潜在市場規模は約170億円と想定しております。



出典：矢野経済研究所 ECサイト構築支援サービス市場に関する調査を実施（2024年）2024年予測

※1 2025年3月期 第2四半期のアクティブ社数 ※2 パッケージで構築された国内EC事業者数 出典 eccLab 「【2023年最新版】国内のECサイト・ネットショップの総稼働店舗数」よりカスタマイズ内容により大きく金額が異なるオープンソースサービスの導入数を除く ※3 2025年3月期 第2四半期のARPU

# 05 | 1 既存顧客との取引拡大 2024年夏リリースの「visumo recommend」を拡販強化

オウンドメディアで何か無いかな？を満たす新しいコンテンツ表示



レコメンド&パーソナライズで最適なコンテンツをユーザーに自動で表示

## visumo recommendの拡販

AI

パーソナライズ

既ECサイトの回遊を高める新しいコンテンツの見せ方として好評いただいております、機能リリース後に既存クライアントからの追加契約も増えております。

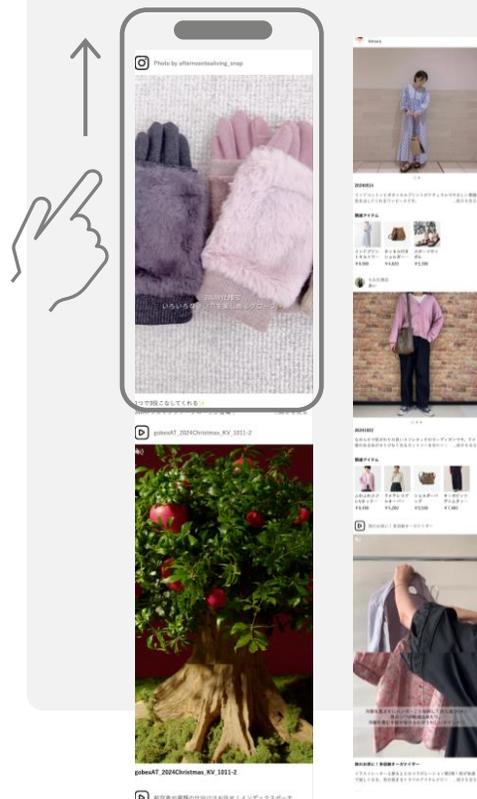
visumo snapやvideoに次ぐアップセルを担う機能として、既存顧客へ営業を強化していきます。

ユーザーにとって親しみのある  
SNSライクなUIでコンテンツ作成が  
できるテンプレート開発を強化。

ワンタグで実装できる手軽さと、  
サイトのトラフィックや  
回遊性の向上を実現します。

新  
テンプレ  
ート  
1

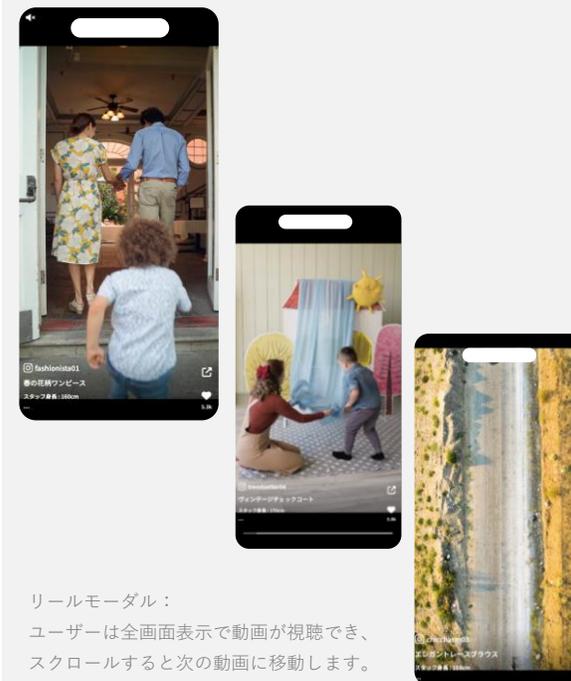
SNSのタイムラインの  
様に次々と投稿が  
閲覧できる



フィードモデル：  
ユーザーはタイムライン  
形式でコンテンツをスク  
ロールしながら閲覧する  
ことができます。

新  
テンプレ  
ート  
2

SNSでのショートビデオ  
表示フォーマット。  
没入型コンテンツ作成が  
可能に



リールモデル：  
ユーザーは全画面表示で動画が視聴でき、  
スクロールすると次の動画に移動します。

## 05 | 1 既存顧客との取引拡大 既存顧客への販売強化として新たな販促施策を展開

既存顧客への新機能の認知拡大および、営業強化のためのイベントを定期的的に実施していきます。



顧客を”ファン”に。  
企業のブランドマーケ戦略

ONLINE

# visumo day 2024

2024.4.11(木) 13:30-17:30

 株式会社良品計画 滝原 佳名子 氏	 キュービー株式会社 小林 野映 氏	 フジッコ株式会社 平岡 健治 氏	 株式会社アクタス 小島 恭輔 氏	 花王株式会社 安田 惠美 氏	 花王株式会社 濱 隼佳 氏	 vivit株式会社 大久保 健吾 氏
---	---	--	--	--	---	--

visumo dayは2024年4月に開催した自社イベント。1,000名を超える集客を実現。



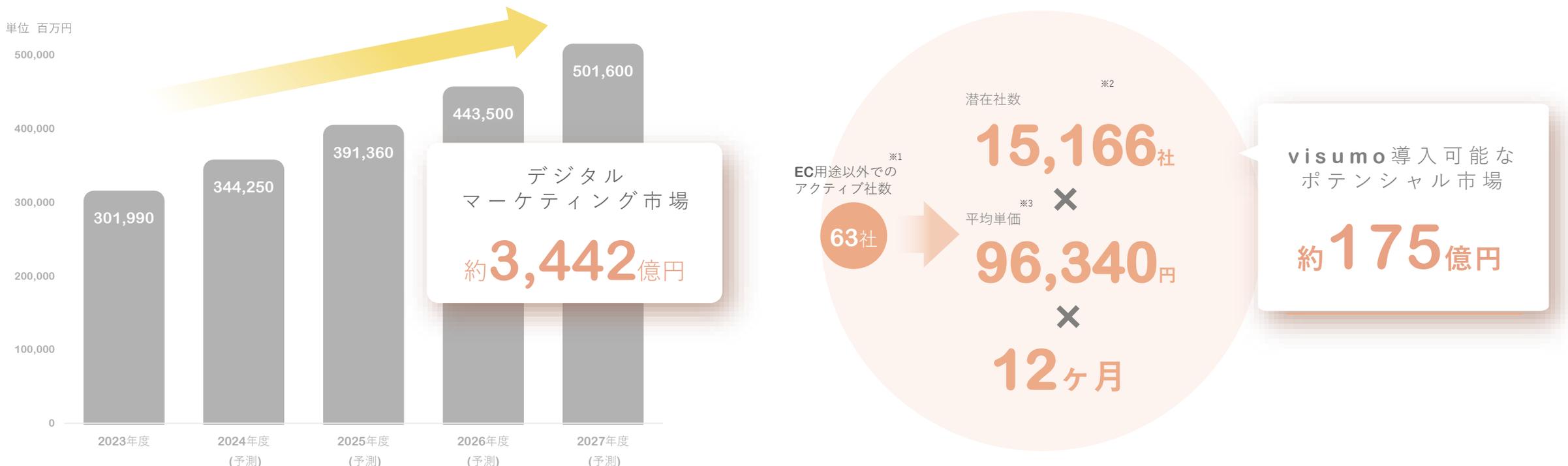
2023年より実施している各社の事例を講演形式で情報発信する自社イベントを発展。

FY25からは、イベント招待対象を拡大。既存顧客のみならずパートナー企業など多くのステークホルダーも対象とし、新機能アナウンスの自社イベント開催や顧客交流会等を実施。

販売促進のアプローチ機会を増やします。

# 05 | 2 EC用途以外での活用促進 EC用途以外でのvisumoサービス活用の拡大を狙う

EC用途以外の事例が増加傾向にあるため、広告宣伝施策の幅を広げ、新規顧客獲得を推進していきます。加えて既存顧客の深耕強化で開発している機能はEC用途以外の事業者でも幅広く活用できる機能であり、各社のCRM強化にも繋がることから、成長市場である「デジタルマーケティング市場」にも関連し成長ポテンシャルを有します。



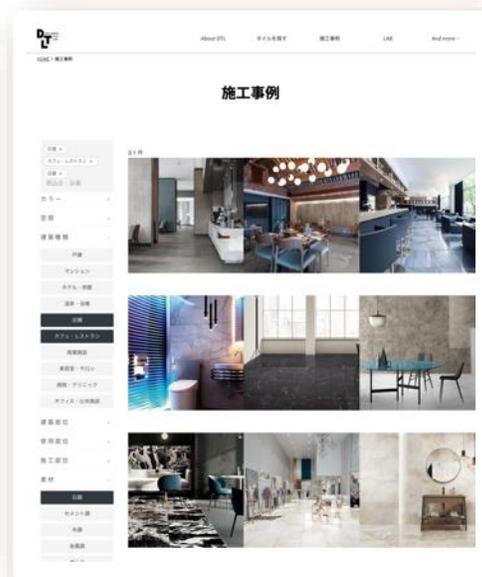
出典：矢野経済研究所 デジタルマーケティング市場に関する調査を実施（2024年）

※1 2025年3月期 第2四半期のアクティブ社数 ※2 出典 経済産業省 令和3年経済センサスより売上100億円以上のターゲットとなり得る業種での企業数（対象：建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業、医療、福祉、複合サービス事業） ※3 2025年3月期 第2四半期のARPU

すでに製造業・飲食業・自治体での導入実績があり、今後広告宣伝施策の幅を広げることで新規顧客獲得が見込めます。

他にも、商業施設や学校等の教育機関など幅広い業種でのポテンシャルもあります。

### 製造業での活用



# LIXIL

リクシル様のタイル事業部では施工会社向けに事例集をvisumoで運用しています。

### 自治体の観光誘致での活用



観光地での体験や飲食店での体験などのUGCを自社サイトへの掲載をvisumoで運用しています。

### 飲食業界での活用



コンテンツレコメンド機能や新しい見せ方が可能となるテンプレートに加え、お気に入り登録機能等でトラフィックデータとコンテンツの興味関心の情報をさらに取得します。これらのインサイト情報をCDP/CRMツールと連携して、事業者のCRM強化提案を図り、visumoサービスのソリューションの幅を広げていくことが可能となります。



[連携対象となり得る他社ソリューション例]

MAツール

接客ツール

アプリツール

CDPツール

連携先でもコンテンツを表示する領域が増えることで、ストック売上进行を構成する従量課金の向上も期待



EC担当者以外のリードを獲得する  
広告宣伝施策を打ち出します。

これまで、EC関連市場と関連性が高い、  
展示会や講演イベント等に広告宣伝活動  
を実施してまいりましたが、マーケティング業界  
の展示会、講演イベント、ネットワーキング  
イベントへ積極的に参加してまいります。

ビジネス系人材  
の採用方針

ARPU向上にはUI/UX向上やデータ連携のプロジェクト管理など提案力の高い人材が必要であり、コンサルティング経験者やソリューション営業経験者などの人材獲得に注力します。

## 05 | 3 製品開発力の強化 新たな収益の柱を構築するための研究開発

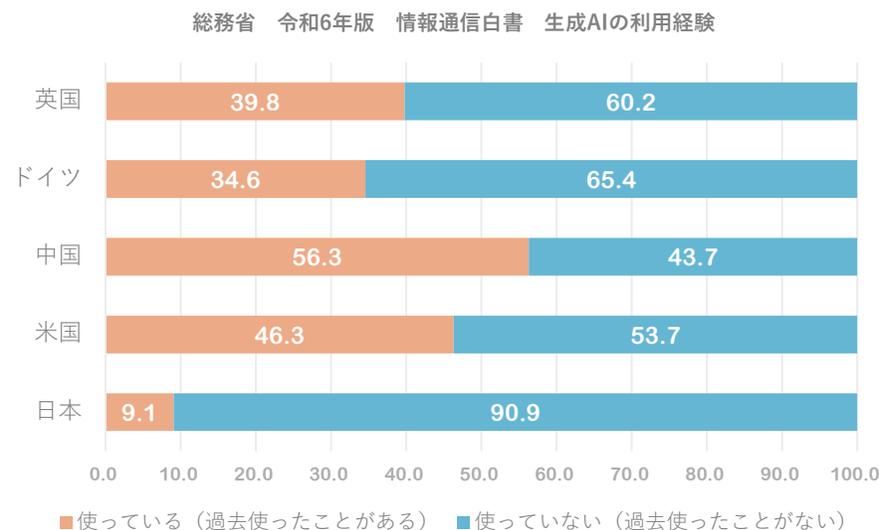
継続してARPU向上および新規顧客獲得のための製品開発を行い、  
並行して採用強化により開発組織を強化します。

### エンジニア系 人材の採用方針

組織全体の生産性やモチベーション管理を担うエンジニアリングマネージャをはじめ、次期製品開発力の戦力としてAIエンジニアやプラットフォーム全体の品質やセキュリティ対策強化のためにQA/SREエンジニア等、専門性の高い人材獲得に注力します。

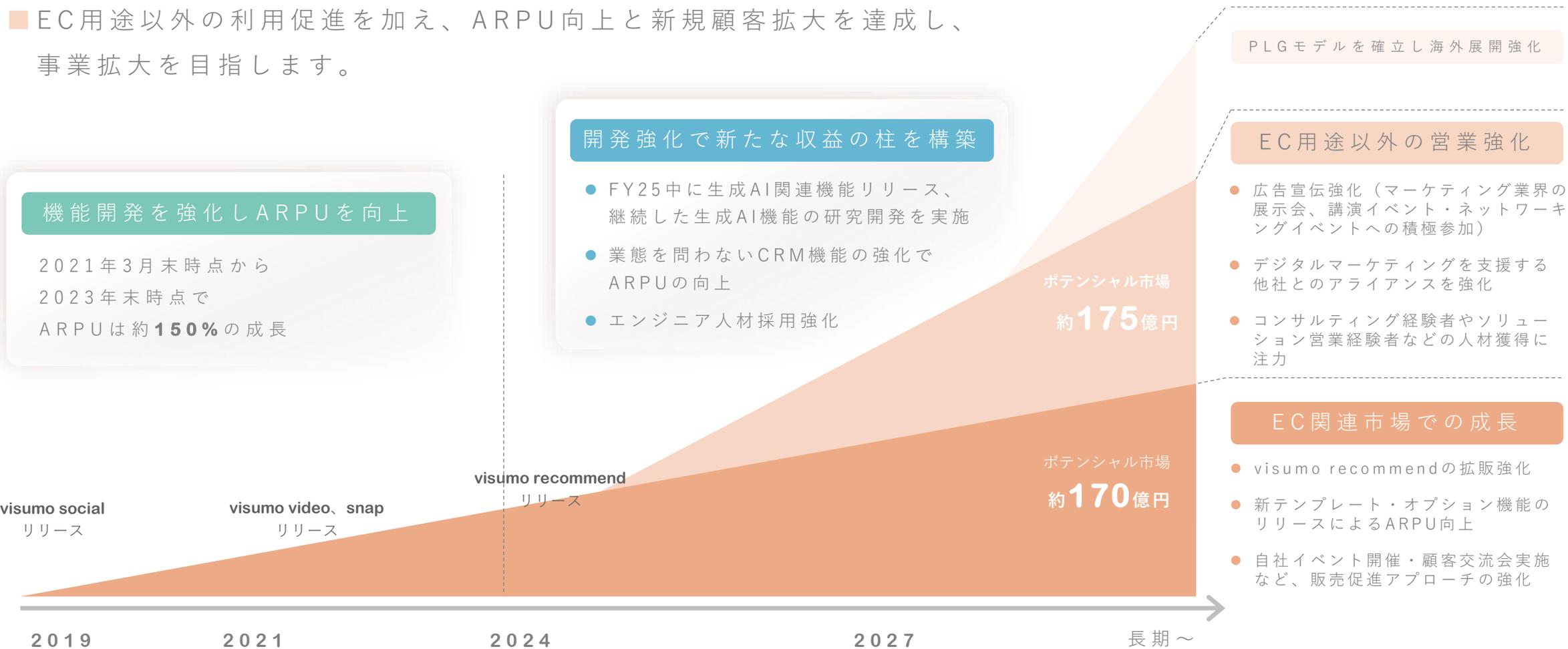
生成AI技術を取り入れた新たな機能を  
2025年度から順次リリースしていきます。

日本国内の生成AIの利用率は**9%**程度であり、消費者や事業者にとっての利用頻度を高められる機能開発を想定。Webサイトでのコンテンツ閲覧や事業者のコンテンツ作成において生成AI技術を取り組んだ新機能をリリースするために、研究開発を更に進めていきます。



# 05 | 成長戦略サマリー

- 引き続きEC事業者への営業強化により収益基盤を強固なものとし、
- EC用途以外の利用促進を加え、ARPU向上と新規顧客拡大を達成し、事業拡大を目指します。



## 06 上場の目的

## 06 | 上場の目的

### ポテンシャル顧客への営業強化のために親会社グループからの独立性を高めます

営業面でecbeingユーザーにしか利用できないサービスであるといった認知が一定数あり、またEC事業者にはしか利用できないと認識されるケースもあります。迅速にパートナー企業を含むステークホルダーに更なる独立性を訴求し、機会損失なく営業活動を行える環境下で事業拡大を遂行します。

#### 取引先に対して

当社を取り巻くSaaS業界は様々なスタートアップ企業も参画し、時には社会的責任を軽んじて悪質な営業やプロダクト提供を行う企業も存在すると認識しております。一見すると当社と同じようなサービス提供を行っていても、会社のコンプライアンス面やプロダクトの品質面等で事業者側がリスク・被害を被る可能性があると考えます。上場企業として会社経営の透明性、提供するプロダクトやサービスへの信頼性が向上し、当社の新規営業での市場優位性や既存取引先との継続的な関係構築に大きな効果に繋がります。

#### 採用強化

持続的な企業価値の向上には、当社はSaaSプロダクトを有する企業ですので、開発人材や営業人材を中心とした優秀な人材の確保が重要な成長戦略になると考えます。IT人材不足は多くの日本企業の課題であり、優秀な人材は引き手数多であることは周知の事実ですが、採用活動はますます難しくなると予想されます。多くの優秀な人材は信頼性ある企業で働きたいと考える傾向がありますので、上場企業であることは採用市場において優位性が高まり当社の採用活動に大きな効果をもたらすと考えます。

## 06 | 上場の目的

独立資本で事業拡大に必要な投資を実行するために調達資金を活用

### 広告宣伝費の充足

- コンテンツレコメンド等の新機能の認知拡大のための新たな施策
- EC用途以外で活用が見込める顧客獲得のために異なる業界へのイベント参加

### 採用費の拡充

- ソリューション提案を可能とする営業・カスタマーサクセス人員
- 正社員比率の向上、品質やセキュリティ、AI技術に特化した専門エンジニアの獲得

## 07 財務サマリー

## 07 | 事業計画

(単位：千円)	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期 (予想)
売上高	343,242	522,169	678,869	821,200
売上原価	98,196	147,590	219,707	246,900
売上総利益	245,046	374,579	459,161	574,300
販売費及び一般管理費	199,655	360,979	360,979	501,200
営業利益	45,391	13,599	18,659	73,100
経常利益	39,881	12,848	19,852	58,100
当期純利益	28,948	9,573	12,333	41,100

## 08 リスク情報

## 08 | 主要なリスク及び対応策（1/2）

主要なリスク	リスク対応策	発生可能性	影響度	発生時期
<p><u>特定のSNSプラットフォームへの依存について</u></p> <p>当社の事業はSNSプラットフォームの写真・動画を活用したオウンドメディアのデジタルマーケティング手法を中心としており、活用しているSNSプラットフォームの大半はInstagramであるため、Instagramへの依存度が高くなっております。仮に連携するSNSサービスの不具合やSNSサービスの内容・仕様の変更により当社サービスが利用できなくなった場合、また当該SNSの利用者数の減少等によりSNS上の写真・動画の価値が低下した場合には、当社事業にも影響が生じ、当社の事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>Instagramに限らず、利用しているSNSプラットフォームは自社で運営しているものではないことから、当社では連携するSNSサービスの不具合が起きた場合でも問題なくサービスを提供できる体制を整えております。</p>	低	中	特定時期なし
<p><u>市場動向について</u></p> <p>将来においてビジュアルマーケティングプラットフォームにかかる市場規模又はその需要動向が当社の想定どおり推移する保証はなく、また、経済環境悪化等により企業のIT・システム投資が低迷する可能性もあり、これらの動向により当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては、想定していません。</p>	<p>当該リスクが顕在化する可能性は現時点では認識していませんが、当該リスクへの対応につきましては、ビジュアル活用のトレンドを追求した製品開発と好事例の創出を継続し、加えては広報活動等を通じ、情報発信等を行い、「ECサイト構築支援サービス市場」および「デジタルマーケティング市場」の活性化に努めてまいります。</p>	低	中	特定時期なし
<p><u>競合について</u></p> <p>当社が事業を展開するデジタルマーケティング市場は、ビジュアルマーケティングプラットフォームにかかるクラウドサービスを提供する企業が複数存在しており、これら企業との競合が生じております。しかしながら、今後競合企業の事業拡大や大手企業等を含む新規参入の拡大等により競争が激化した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては想定していません。</p>	<p>一般にクラウドサービスは常に陳腐化リスクに晒されており、当社においては企業等のニーズに応じた機能強化を継続的に実施していくことによりサービスの競争力の維持向上に努めております。</p>	低	中	特定時期なし

## 08 | 主要なリスク及び対応策（2/2）

主要なリスク	リスク対応策	発生可能性	影響度	発生時期
<p><u>優秀な人材の確保について</u></p> <p>当社事業の継続的な発展及び急速な技術革新への対応には、優秀な人材の確保及び育成が不可欠であり、技術者を中心とした採用及び育成に努めており、今後も積極的に強化を図っていく方針であります。</p> <p>しかしながら、一般的にIT業界では技術者にとって売り手市場であると言われており、今後において人材採用が困難となる場合、又は現在在籍する人材の流出が生じた場合、当社事業の円滑な運営及び拡大に支障をきたす可能性があります。加えて、優秀な人材を確保・維持し又は育成するために費用が増加する可能性もあり、これらに起因して、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります、その程度につきましては、想定しておりません。</p>	<p>働き方改革の推進や採用活動等を通じて、安定して人材確保できるよう努めております。</p>	<p>低</p>	<p>中</p>	<p>特定時期 なし</p>
<p><u>システム障害について</u></p> <p>当社のクラウドサービスは、インターネット通信網を通じて提供しており、また、サービス提供にかかるコンピュータシステムは外部のクラウドサービスを利用しております。</p> <p>しかしながら、自然災害や事故その他によるインターネット通信網の切断や、ハードウェア・ソフトウェアの不具合、人的要因による障害、予想外の急激なアクセス増加による過負荷又は外部からの不正アクセスその他によるシステム障害等が発生した場合には、当社サービス提供の継続に支障が生じる可能性があります。また、これらの復旧や対策にかかる費用負担や当社の信頼性低下等により、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては、当該事象の内容により様々であると認識しております。</p>	<p>当社においては、例年、軽微なものは発生しておりますが、不測の事態に備えてインターネット回線やコンピュータシステム等にかかる冗長化、セキュリティ対応等の措置を図り、当該リスクの発生防止に努めております。</p>	<p>低</p>	<p>中</p>	<p>特定時期 なし</p>

● 以上は、事業遂行において重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクです。

その他のリスク情報については、新規上場申請のための有価証券報告書（Iの部）「第一部【企業情報】第2【事業の状況】3【事業等のリスク】」をご参照ください。

## 08 | 本資料の取扱いについて

- 本資料は、当社の情報提供を目的としており、有価証券または取引に関する募集、投資の勧誘を意図しておりません。
- また、本資料には将来予測に関する記述が含まれておりますが、これらの記載は当社の見解や仮定、本資料作成時点において入手した情報に基づき作成したものであります。将来予測には多くのリスク及び不確実性が存在し、実際の経営成績及び財政状態等については、予測と大きく異なる可能性があります。
- 本資料のアップデートは2025年6月頃に開示を行う予定です。