



Glad Cube

喜びをカタチにする

事業計画及び成長可能性に関する 説明資料

2022年9月

株式会社グラッドキューブ

目次

| | | |
|----|---|--------------------|
| 03 | ■ | 会社概要 |
| 05 | | - 企業情報 |
| 07 | | - 事業・サービス展開の概要 |
| 09 | | - 業績の推移 |
| 11 | ■ | 事業概要 |
| 12 | | - SaaS事業 |
| 20 | | - マーケティングソリューション事業 |
| 24 | | - SPAIA事業 |
| 30 | ■ | 市場環境 |
| 34 | ■ | 当社の強み |
| 37 | ■ | 競合情報 |
| 39 | ■ | 今後の成長戦略 |
| 44 | ■ | 資金使途・実績と計画 |
| 47 | ■ | Appendix |
| 49 | ■ | リスク情報 |

会社概要

データ × 解析の力でSaaS企業として 世界中のプラットフォームとなる

私たちの最大の貢献はデジタルサービスを通じて喜びをカタチにすること、
そして原理原則に倣い、感謝を通じて幸せと笑顔を生み出します。

株式会社グッドキューブ
代表取締役CEO 金島 弘樹

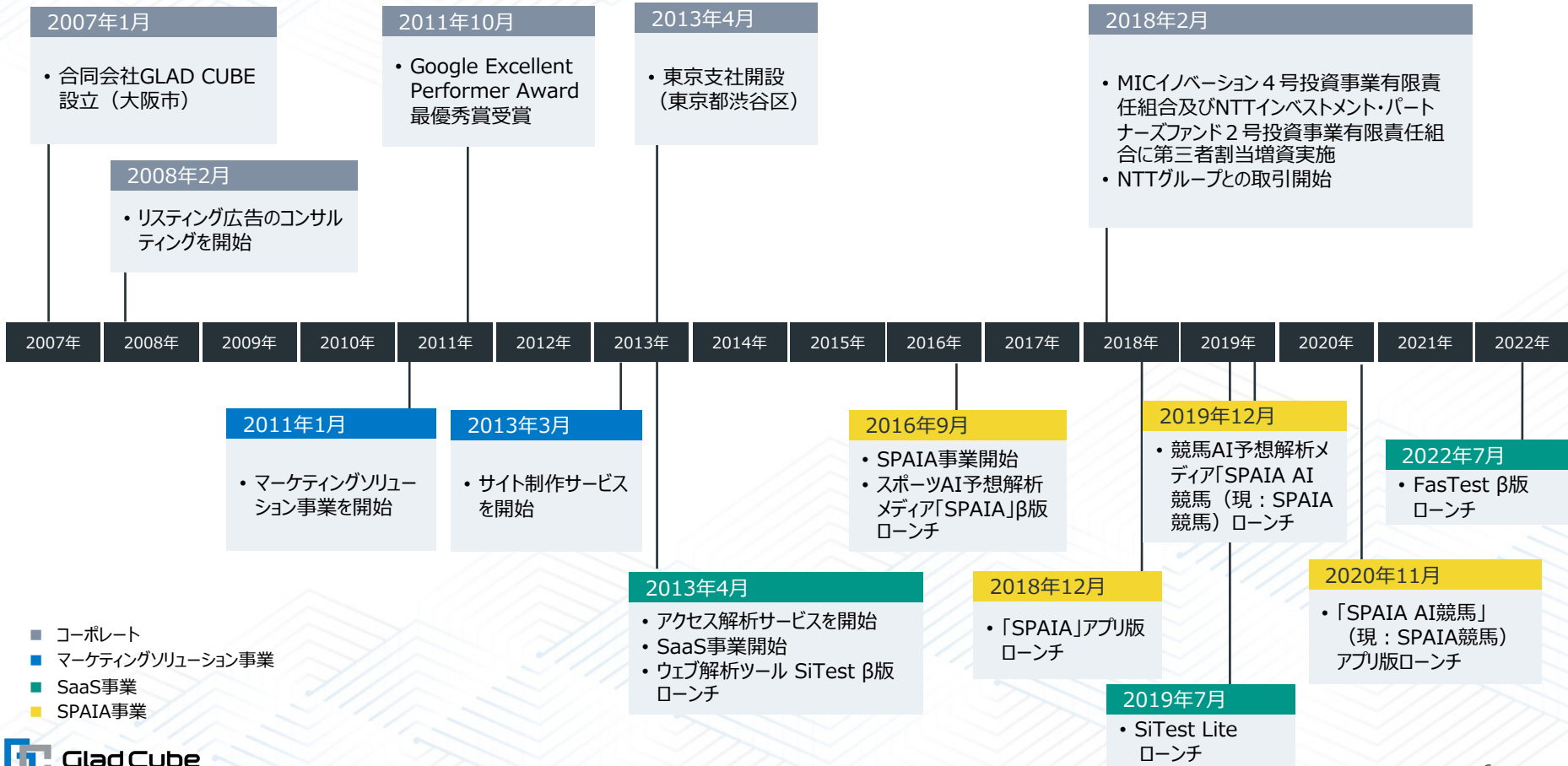


会社名 株式会社グラッドキューブ
設立 2007年1月
本社所在地 〒541-0048
大阪府大阪市中央区瓦町2-4-7
新瓦町ビル8階
従業員数 94名（2021年末時点）
代表者 代表取締役CEO 金島 弘樹
主要事業 SaaS事業
マーケティングソリューション事業
SPAIA事業

主要取引先企業 グーグル合同会社
ヤフー株式会社
フェイスブックジャパン株式会社
SMN株式会社
Indeed Japan株式会社
CRITEO株式会社
LINE株式会社

株主 代表取締役CEO 金島 弘樹
MICイノベーション4号投資事業有限責任組合
NTTインベストメント・パートナーズファンド2号
投資事業有限責任組合 ほか

主な沿革



事業・サービス展開の概要

市場ニーズに合わせ、強みの分析を活かした新サービスを開発・事業化

課題解決のための
サイト解析ツールを自社開発

マーケティング
ソリューション事業



日本の
ウェブマーケティング
市場の課題を認識

シナジー創出
(販売・プロダクト開発など)



ウェブ広告運用力・アクセス解析力

SaaS事業



解析から改善までの
機能をオールインワン搭載



AIによるスポーツ予想解析
メディアを自社開発

スポーツ市場の成長に
データ解析が
必須の時代に

SPAIA事業



BtoC市場に参入



サブスクモデル導入

事業ポートフォリオの変遷

SPAIA事業

今までにないスポーツの観方、楽しみ方をデータ解析で伝えるメディアサービス事業



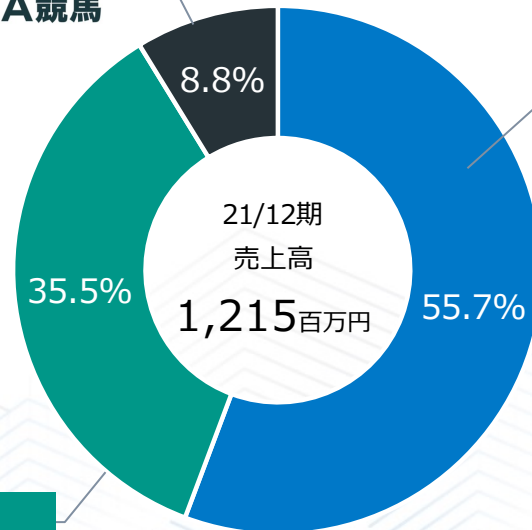
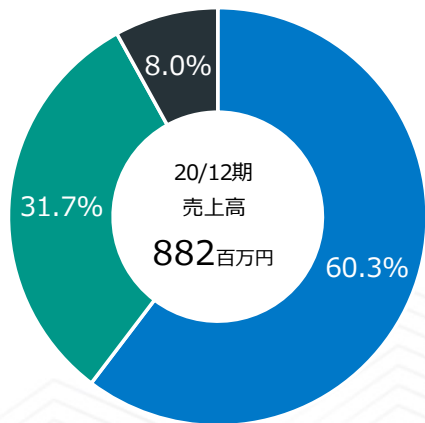
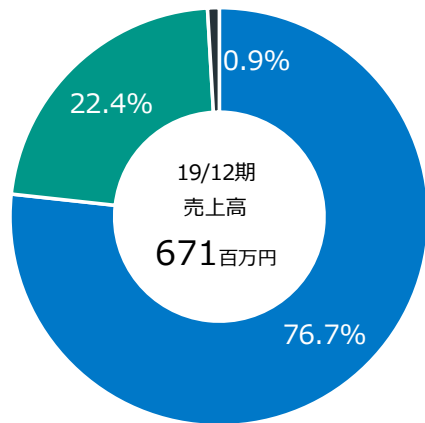
SPAIA



SPAIA競馬

マーケティングソリューション事業

インターネット広告代理店事業



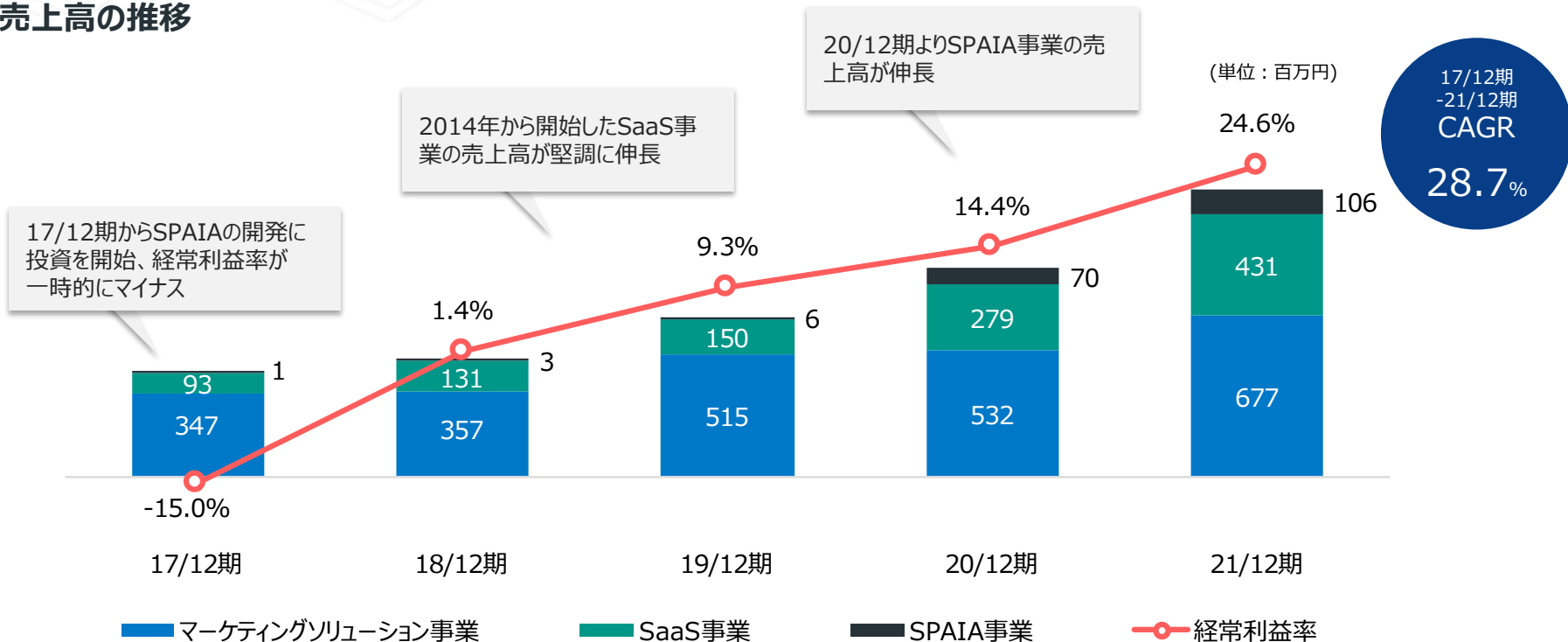
SaaS事業

ウェブサイト解析・改善に必要な機能をオールインワン化しウェブサイトの収益を最大化するサイト解析ツールサービス事業

Sifest

業績の推移 (17/12期～21/12期)

売上高の推移



事業別KPIハイライト（17/12月期～21/12月期）

マーケティングソリューション事業

CAGR

18.1%

2019年から売上が大きく伸長し、その後も順調に遡増している。

SaaS事業

CAGR

46.5%

2019年よりカスタマーサクセスを強化し体制を整えたことで2020年より売上が拡大している。

SPAIA事業

CAGR

206.7%

現在も投資している事業だがSPAIA競馬の好調により売上也年々増加傾向にある。

事業概要

事業概要 (SaaS事業)

SaaS事業：SiTest サービス開発の背景

“サイトをテストする”『SiTest（サイテスト）』

広告代理店としての課題認識が新たなサイト解析ツールを自社開発

- ウェブ広告出稿における課題：着地先のウェブサイトと広告の整合性がない、あるいはウェブサイトの使い勝手（UI/UX）が良くないとユーザーは簡単に離脱し、期待した成果（CV改善、売上向上等）が見込みづらい
- 当社の対応：広告代理店視点のマーケティング手法に合ったサイト解析ツール『SiTest』を自社開発



ユーザー



広告をクリック

サイト解析を行わないと…

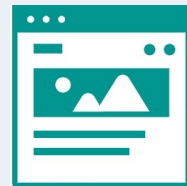
- 広告出稿してもユーザーが離脱するポイントがわかりづらい
- 広告出稿しても売上が伸びづらい
- サイトの改善方法がわかりづらい



SiTestによるサイト解析・A/Bテスト等を実施



UI/UX 改善されたウェブサイトへ



導入企業例

NTT docomo

NTTレゾナント

Money Forward

DUO

たんぽぽ

HENNGE

KADOKAWA

ALTHEIA 美容皮膚科 全身医療脱毛

A. アヴァンス法務事務所

TSUKUI STAFF

KINTO

BULK HOMME

SOELU

DIOCLINIC

BARCOS

GladCube

SaaS事業：一般的なサイト解析・改善と SiTest を用いた場合の違い

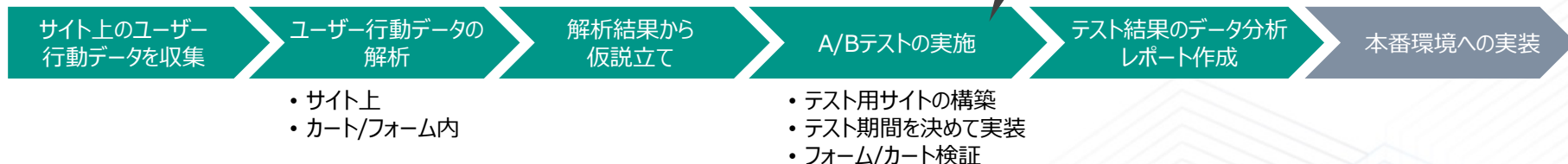
SiTest®

- ・月額課金制（5万円～）
- ・付随する有料サービス
 - コンサルティング
 - サイト制作

サイト解析から改善まで一気通貫で実施するツールは『SiTest』のみ
(2022年9月現在)

一般的なサイト改善手法により発生するコストと時間

- ・サイト制作およそ10-15万円/件
- ・テスト実施期間と分析 およそ3週間



SiTest® がカバーする領域

●スクロールヒートマップ ●マウスグラフィ ●クリックヒートマップ ●タッチアクション 等

●スクロールデータ ●クリックデータ ●タッチデータ 等

●テスト機能
●パーソナライズ機能
●EFO ●ポップアップ機能

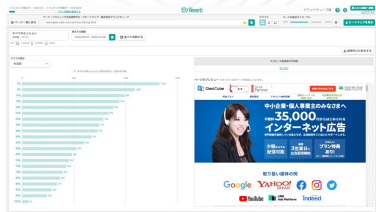
●自動レポート機能

SiTest® Lite がカバーする領域

SaaS事業：SiTest 主な機能（一部を抜粋）

ヒートマップ
解析
・
定量分析

スクロールデータ（パソコン・スマートフォン・タブレット）



各ページの到達数・到達率・離脱数・離脱率・平均滞在時間の数値をグラフで表示

マウスグラフィ（スマートフォン・タブレット）



パソコンを使用しているサイト訪問者の「マウスの動き」を視覚化

タッチアクション（スマートフォン・タブレット）



スマートフォンを使用しているサイト訪問者の「フリック・スワイプ・拡大縮小などを行った位置」を視覚化

ポップアップ機能（パソコン・スマートフォン・タブレット）



任意の画像を、指定したページにリンク付きのポップアップとして表示

A/Bテスト・スプリットテスト機能



「A/Bテスト」と「スプリットテスト」で、ヒートマップ解析から導き出した仮説を検証

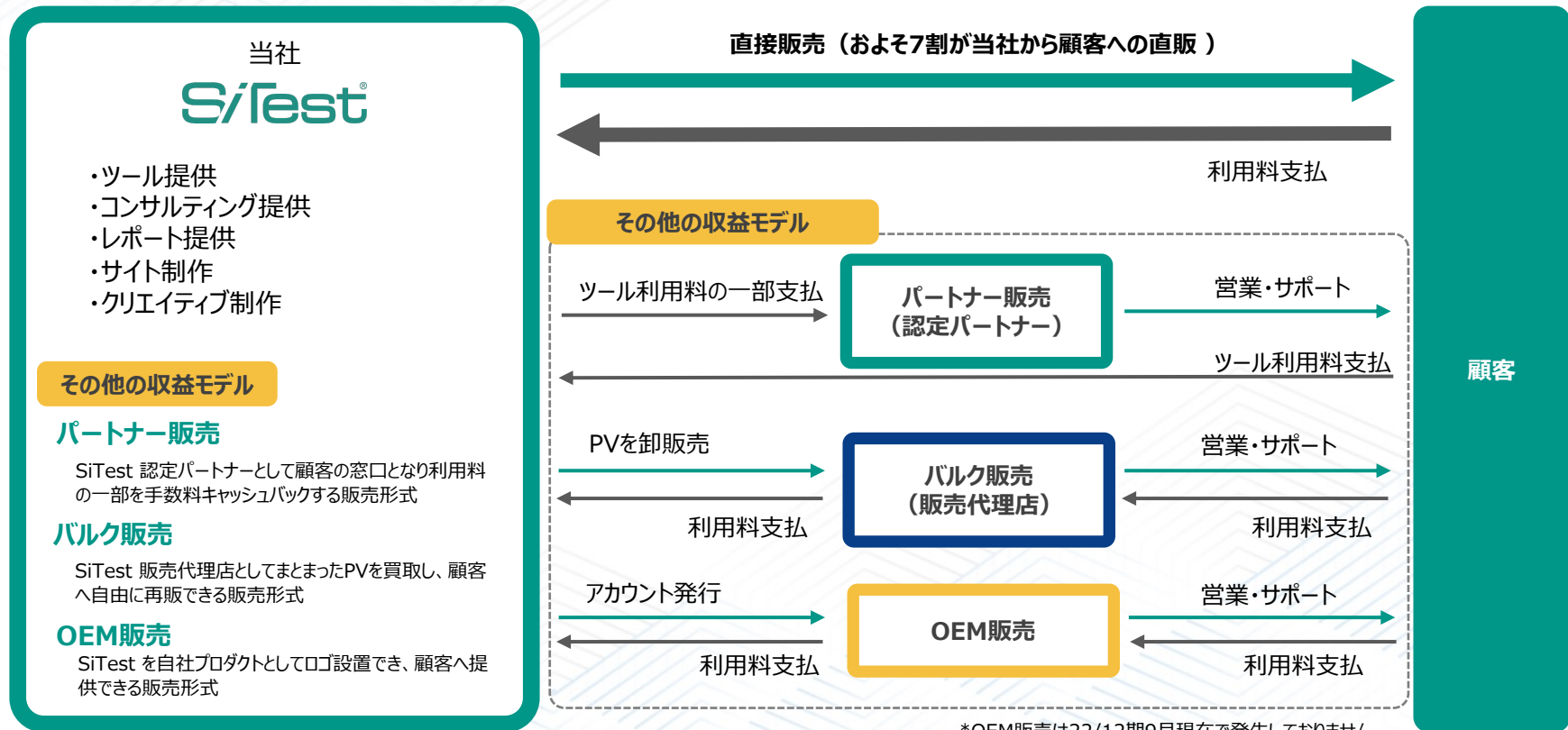
パーソナライズ機能



サイト訪問者の属性・行動に合わせて設定した「条件」ごとに「パーソナライズしたページ」を作成・編集

その他のサイト
改善機能

SaaS事業：SiTest のビジネスモデル

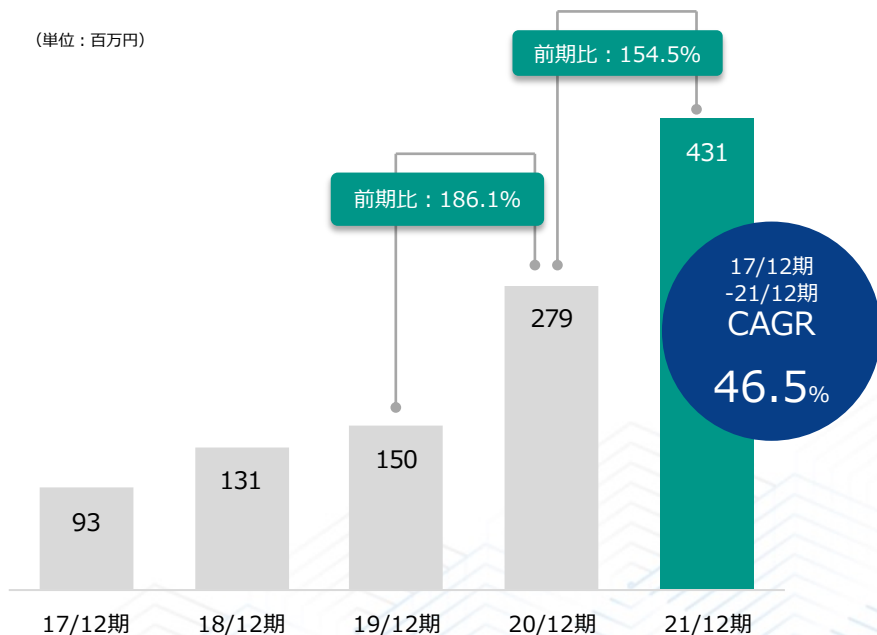


SaaS事業：SiTest 売上高の推移等

売上高

19/12期からセールスの体制強化を実施、売上高が堅調に推移。

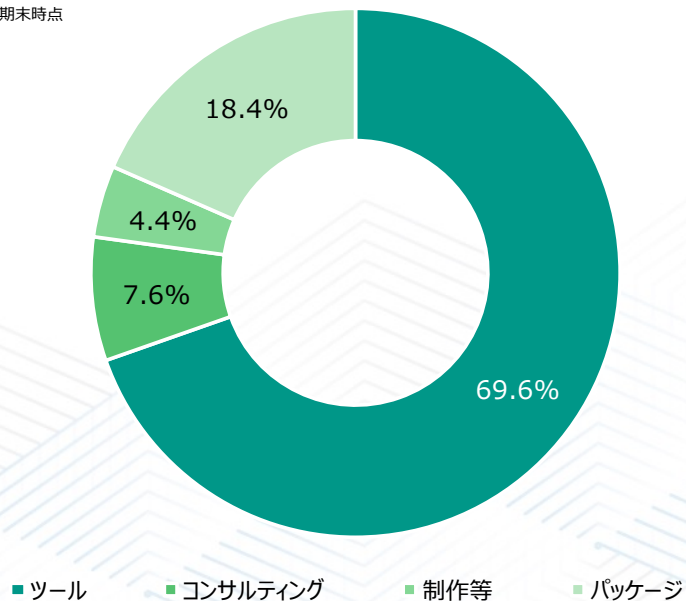
(単位：百万円)



売上高構成比

※パッケージ売上高は、マーケティングソリューション事業のバリュープランパッケージ売上高

21/12期末時点



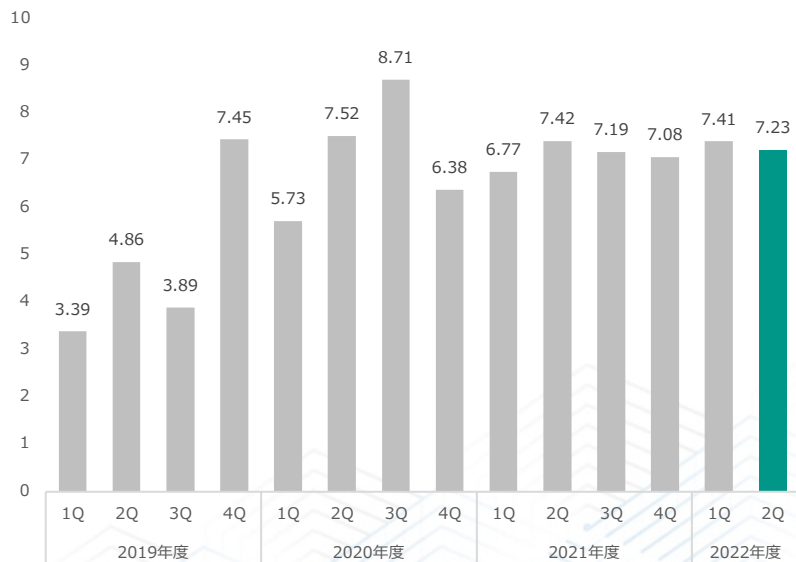
SaaS事業：SiTest KPIの推移

LTV/CAC

顧客獲得単価（CAC）による変動はあるが、21/12期より数値が平準化してきている。

■ 四半期ごとのLTV/CAC平均値推移

(単位：X)



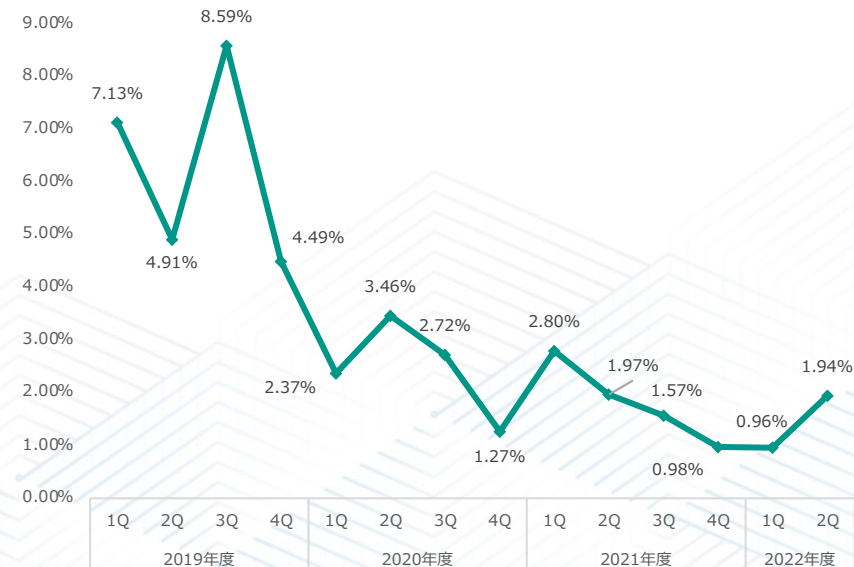
定義：LTV/CAC…顧客生涯価値 / 顧客獲得コスト

Net Revenue Churn Rate

19/12期からカスタマーサクセスを強化したことで解約率が改善。

■ 四半期ごとの平均解約率推移

(単位：%)



定義：(失った月次経常収益+増額した既存顧客分の月次経常収益) / 月初(先月末)の月次経常収益

SaaS事業：SiTest の収益構造

売上高

=

平均単価

×

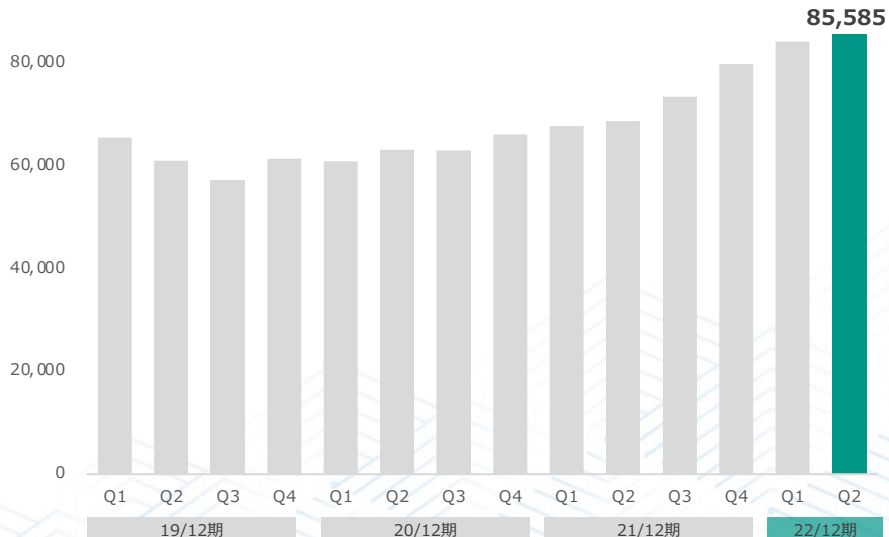
月末時点の稼働アカウント数

*アカウント数定義：1社につき複数アカウントを契約いただく場合があるため、社数ではなくアカウント数で計測

■ 四半期ごとの平均単価推移

(単位：円)
100,000

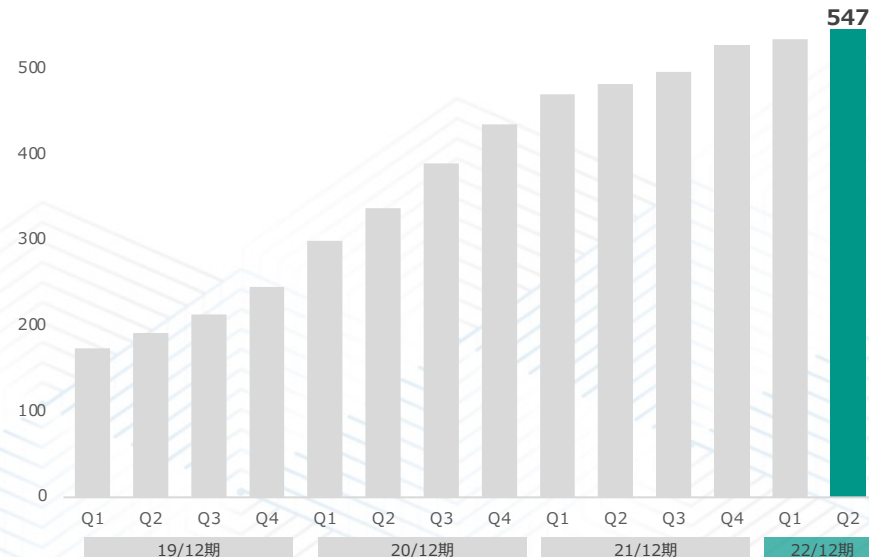
*月末時点の単価をQ単位で平均した数



■ 四半期ごとの平均稼働アカウント数推移

(単位：件)
600

*月末時点の稼働アカウント数をQ単位で平均した数

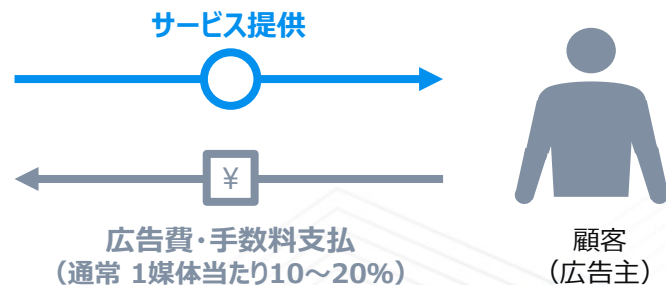
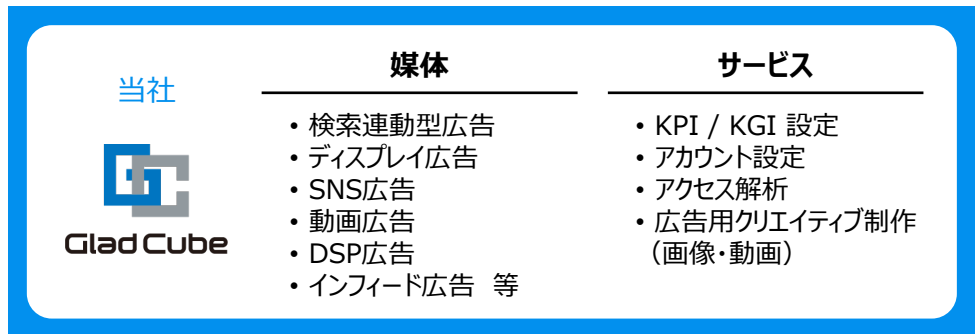


事業概要（マーケティングソリューション事業）

マーケティングソリューション事業：サービス内容

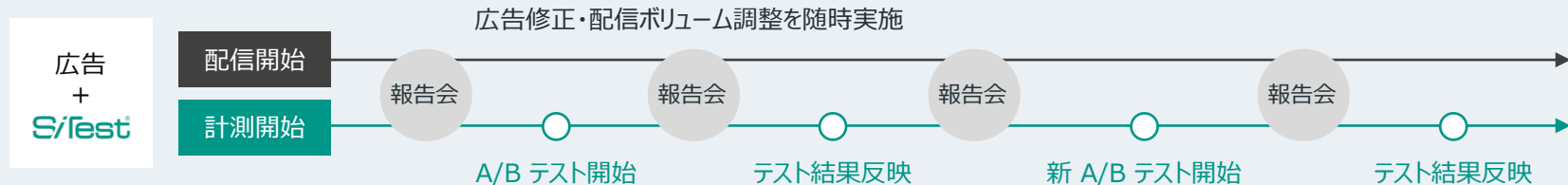
検索連動型広告・ディスプレイ広告・SNS広告等の運用型広告の提供を主流とするサービス

- ・ 運用手数料を収益とする
- ・ 広告の先に着地するウェブサイトの改善をSaaS事業との連携で提供できることが強み



SaaSとの連携事例

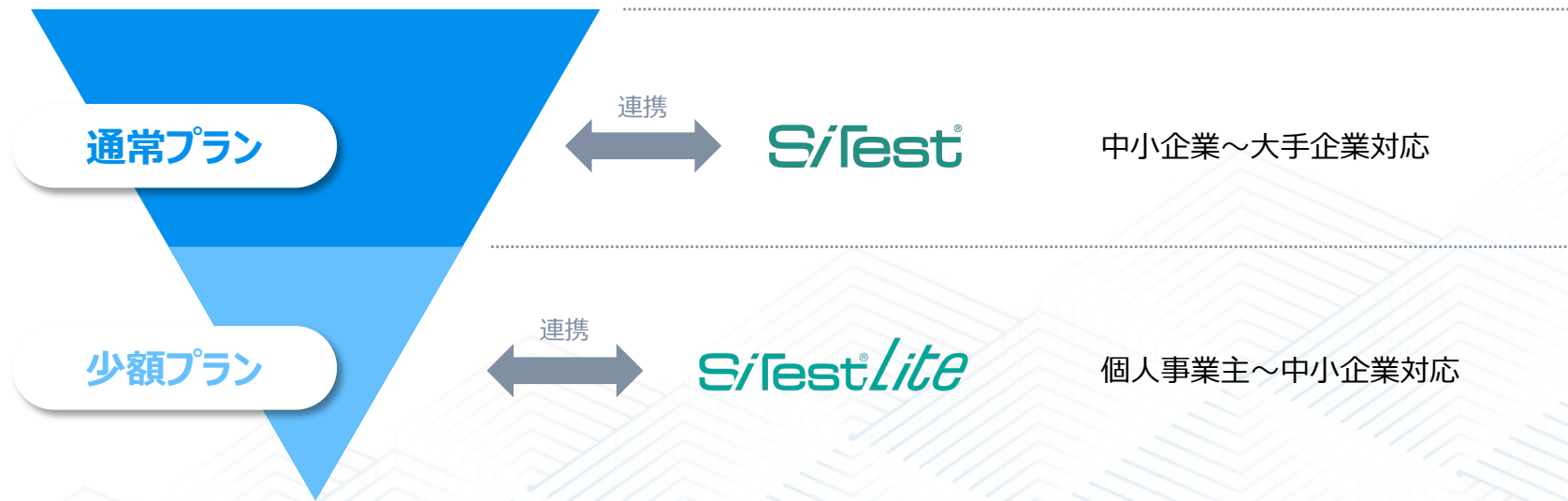
広告運用に加えて SiTest でLPのユーザー動向を把握するパターン



マーケティングソリューション事業：カバー企業領域

大手企業から中小企業まで幅広い予算に対応するネット広告代理店事業

- 創業時からのSEO対策や継続的なコンテンツマーケティングの実施によりインバウンド営業が成り立っている
- 広告運用以外にSaaS事業との連携による包括的な提案ができる



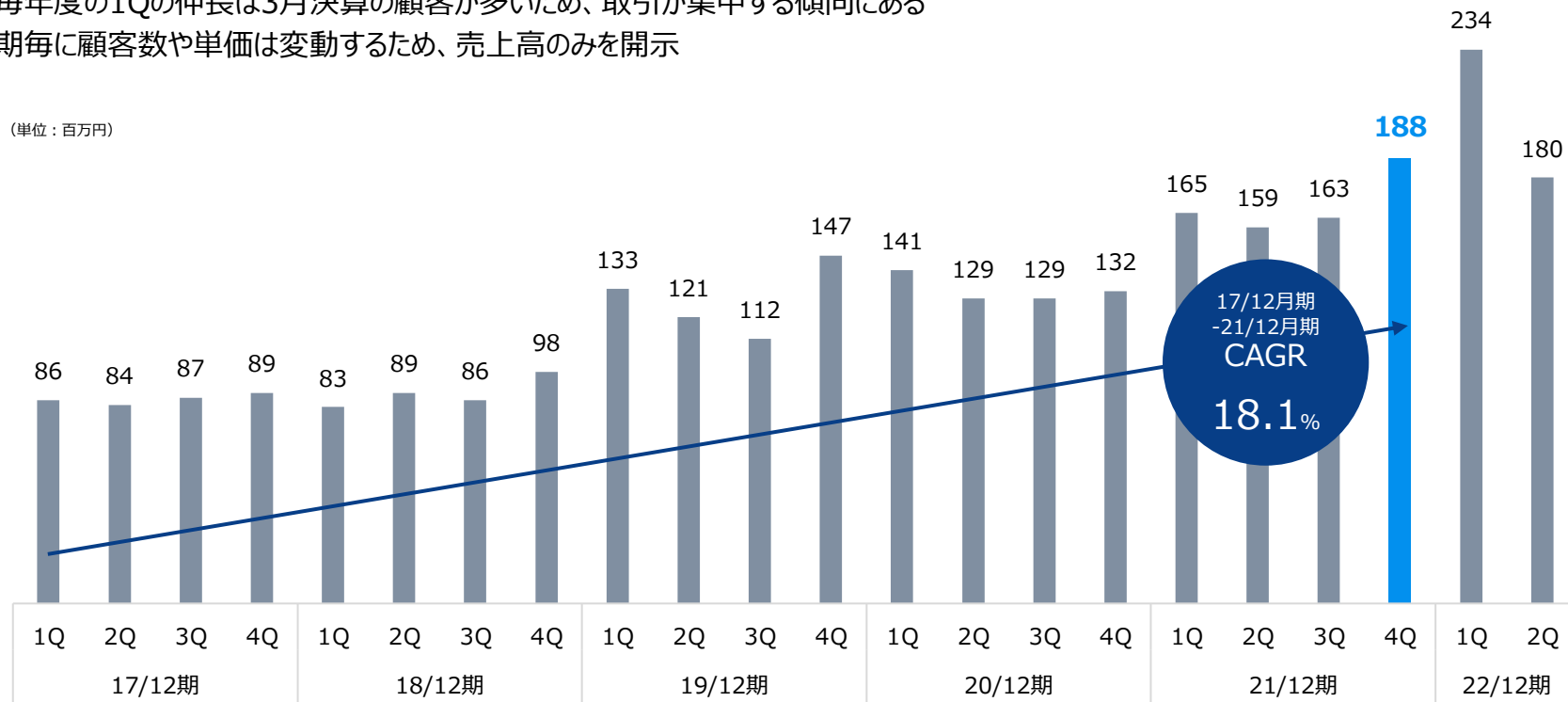
*中小企業は広告予算等に応じて少額プランや通常プランでご対応しています

マーケティングソリューション事業：四半期売上高の推移

堅調な売上高成長を継続

- 毎年度の1Qの伸長は3月決算の顧客が多いため、取引が集中する傾向にある
- 期毎に顧客数や単価は変動するため、売上高のみを開示

(単位：百万円)



事業概要 (SPAIA事業)

SPorts を AI で Analyze する



「データありきの世界」を 日本のスポーツメディアに展開

- スポーツが大きな産業となっている米国ではデータの重要性が高まっています。スポーツに限らず、天気予報でさえも詳細なデータやダイナミックな映像が使われていることを目の当たりにしSPAIAを開発するきっかけとなりました。
- 日本でもプロスポーツの世界でトレーニングや対戦相手の分析にデータ解析が必須となりつつあります。
- スポーツを楽しむ上でもデータが欠かせない時代が来ることを見据え、『SPAIA』メディアでは既存の試合成績だけでなく、セイバーメトリクス(*)をはじめとした豊富なデータを取りそろえ、AIによる試合予想やデータ記事などのコンテンツを提供するに至りました。

* 1 セイバーメトリクス：野球においてデータを統計学的見地から客観的に分析し、選手の評価や戦略を考える分析手法

SPAIA事業：ビジネスモデル

スポーツファンに魅力的な無料コンテンツでユーザーを呼び込み、一部コンテンツを有償で新聞社やメディアに提供

2019年に『SPAIA』から人気のあった競馬コンテンツを別サイトでスピノフ



SPAIA事業：概要 ①

主な特徴・コンテンツ

- ・ユーザー参加型のプロ野球やJリーグの試合勝敗予想を展開
- ・プロ野球の3D 一球速報等を展開
(新聞社やメディアへウィジェット提供)
- ・プロ野球、Jリーグ、B.LEAGUEの詳細なデータが誰でも無料で閲覧できるスーパー選手名鑑
- ・スポーツデータを可視化した独自のインフォグラフィック記事



SPAIA事業：概要 ②



主な特徴・コンテンツ

- ・ 独自に開発したAI競馬予想エンジン『KAIBA』を搭載
 - * AI予想エンジンの一部開発は協力会社の支援あり
 - * 機械学習の手法のひとつである、事前を与えられたデータを例題とみなしそれを実際のデータに学習させる方法をとっております
- ・ 豊富な会員プラン（無料 / 有料：ゴールド・プラチナ・ダイヤモンド）
- ・ ユーザーの予想スタイルに合わせた17体のAI予想家（22/8月現在）
- ・ 競走馬だけでなく騎手や調教師、馬主、生産者等が検索できる豊富なデータベース
- ・ 馬券収支の記録と確認ができる機能

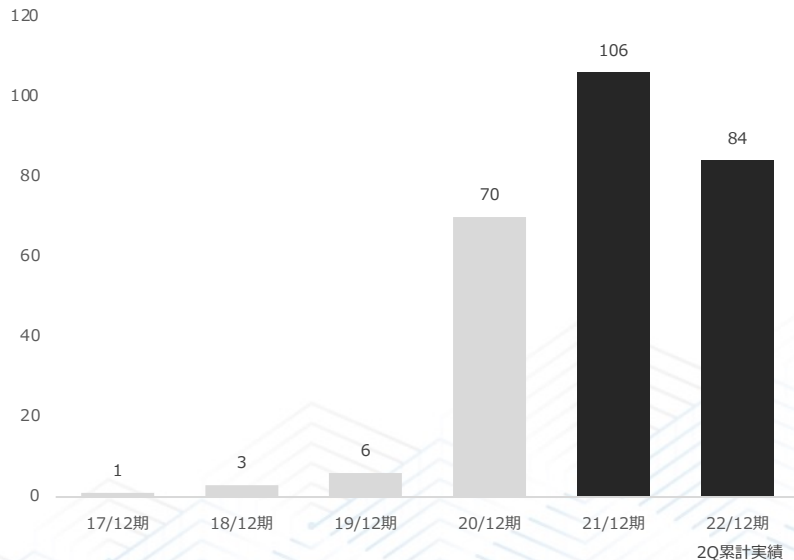


SPAIA事業：売上高・SPAIA競馬会員数の推移

売上高

19/12期にSPAIA競馬をローンチしたこと、一球速報の販売が開始したことにより急成長を続けています。

(単位：百万円)

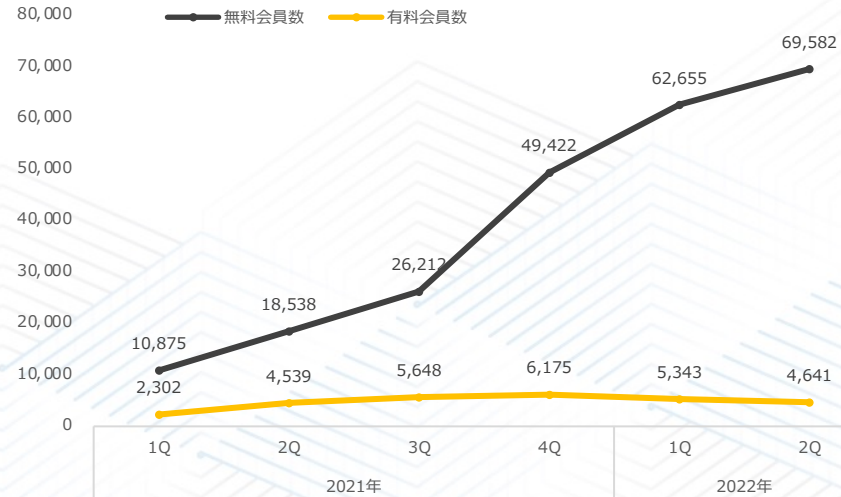


SPAIA競馬 会員数

2021年8月にプラチナコース及びゴールドコースの料金を引き上げた影響で、解約率が悪化した結果、同年12月以降は有料会員数が減少傾向にあります。UI/UX改善と地方競馬コンテンツ開発に注力することで、サービスの質向上をもって解約率を改善する予定です。

■ 四半期ごとの平均SPAIA競馬会員数推移

単位：人



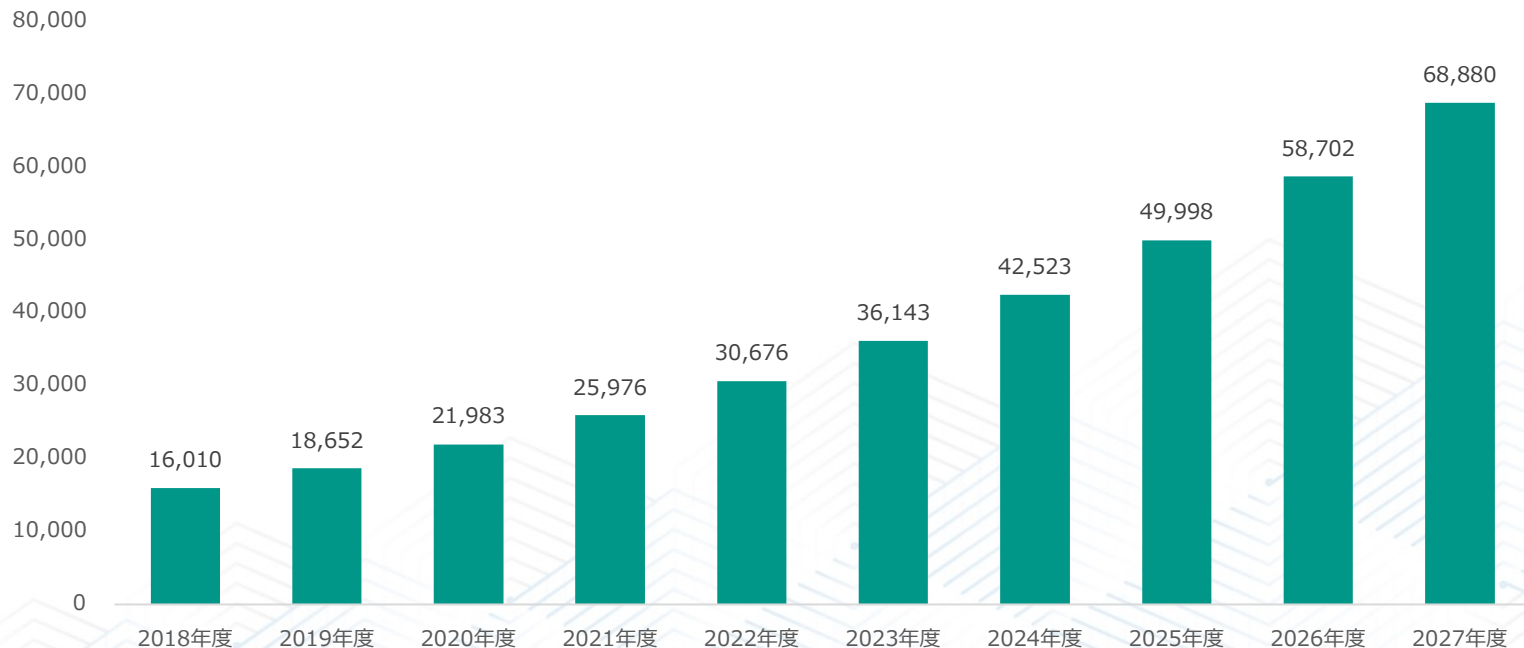
市場環境

市場環境：SaaS事業における TAM

ビジネス・アナリティクス市場における分析サービスは今後も拡大
インターネット広告費も年々拡大しており、当社が将来的にリーチ可能な市場は莫大

* 2019年度までは実績値
2020年度は見込み数値
2021年度以降は予測値

(単位：百万円)

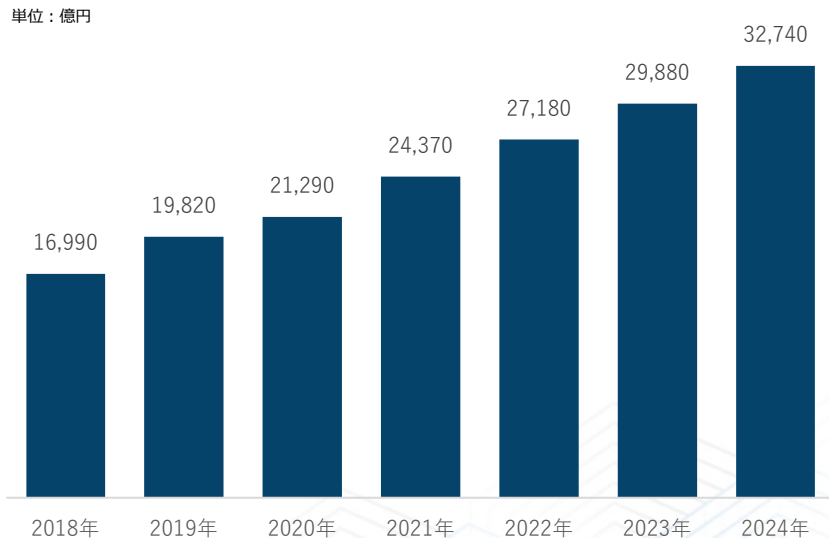


市場環境：マーケティングソリューション事業における TAM

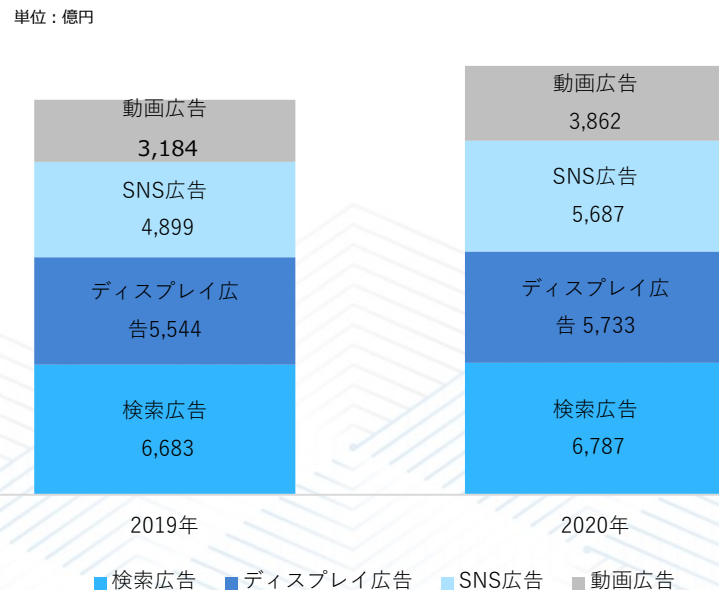
ネット広告市場は拡大傾向にあり、当社が注力している動画広告市場の需要が高まっている

* Google Premier Partner Awards 2019 動画広告部門 国内最優秀賞 実績あるため媒体別市場推移を掲載

ネット広告市場



媒体別市場推移



出典：矢野経済研究所調べ https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2839

出典：電通 2020年日本の広告費調べ (<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0310-010348.html>)

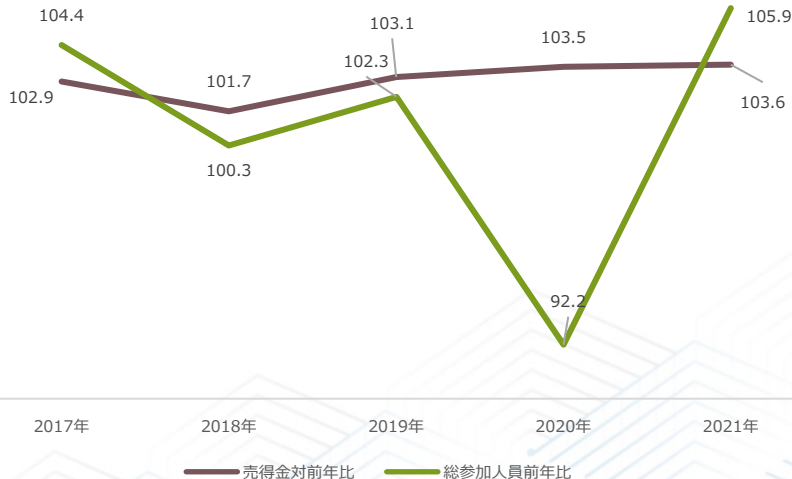
市場環境：SPAIA 事業（SPAIA競馬）における TAM

JRAが公表している2021年度の売得金は3兆円を超え、対前年比103.6%となった。競馬人口は2020年に大きく落ち込んだが、2021年には回復し、参加人数前年比は106%となった。

地方競馬においては2021年度、総売得金額が対前年比111.7%となり、9,600億円を超えた。

JRA（中央競馬）売得金・参加人員 推移

単位：%

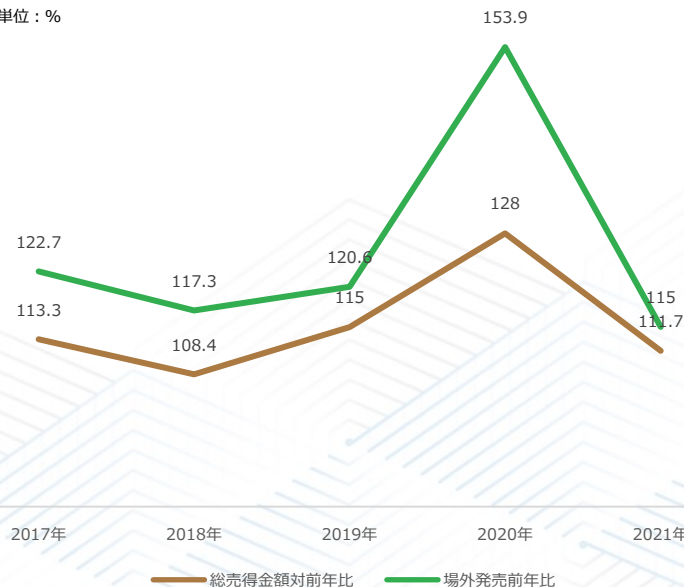


出典：JRA（成長推移）

*総参加人員は来場とネット投票を合算した数値

NAR（地方競馬）売得金・場外発売人員 推移

単位：%



出典：地方競馬全国協会（NAR）

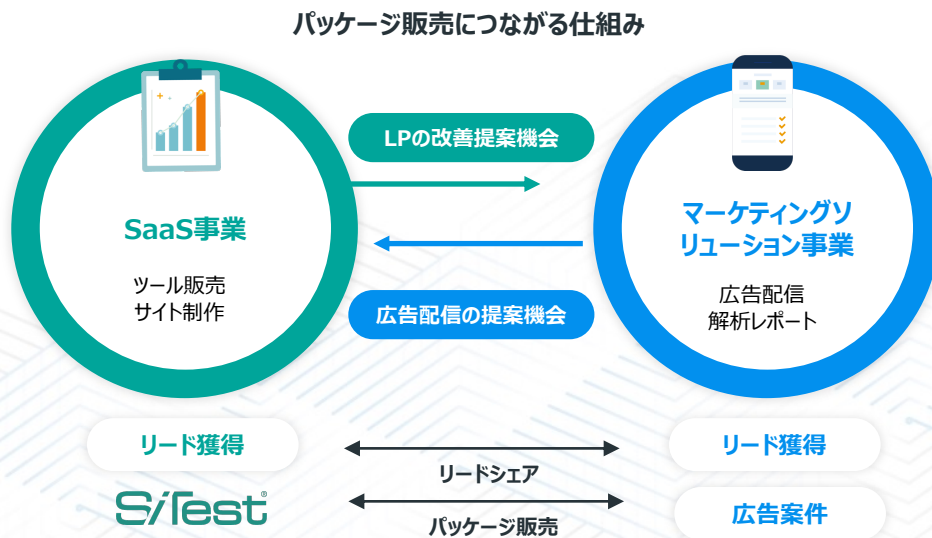
*場外発売人員は来場とネット投票及び電話投票を含んだ数値

当社の強み

事業における当社の特徴と強み

1. SaaS (Software as a Service) と SaaS (Subscription as a Service) による積み上げ型の収益モデル
2. 自社開発プロダクトのため顧客目線での開発が実現できる環境
3. 創業時からのコンテンツマーケティング等により営業コストがかかりづらい インバウンド営業が実現
4. 市場分析による新サービスを展開し、収益化させていける経営力
5. 事業間シナジーによる売上の相乗効果

SaaS事業を核に
マーケティングソリューション事業との
シナジー効果を最大化



人材採用・育成における当社の特徴と強み

ユニークな新卒採用制度

面接

インターン

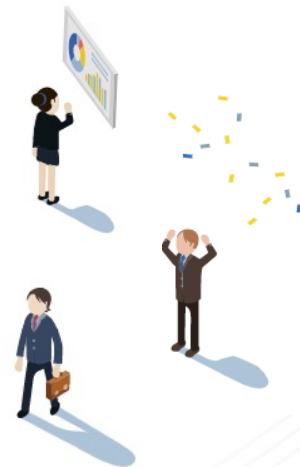
最終プレゼン

内定者アルバイト

入社

面接後にグループ面接を行い、合格者は7回程のインターンに参加した後、役員や役職者に向けて自分が貢献したいこと等について『最終プレゼン』を行ってまいります。その後、内定が出たらグラッドキューブの一員として有給のアルバイト勤務をしてまいります。

翌年の新卒採用準備に内定者アルバイト全員に携わってもらい、タスク管理やクリエイティブ制作、プレゼンテーションを学びながら習得してもらうことで、正式入社となる4月には自信をもってスタートすることができる仕組みです。



誰もがチャレンジできる『リーダー公募制度』

2016年度より開始した年に1回行われる『リーダー公募制度』は誰もが参加できる独自のプログラムです。会社に貢献したい、よりよい会社を目指していきたい志のある従業員が自ら手を挙げて参加できます。課題図書、公募者同士のディスカッションやプレゼンテーションを経て昇格が決まります。

■過去実績

- 2016年度 6名
- 2017年度 5名 (うち新卒2年目 2名)
- 2018年度 5名 (うち新卒1年目 1名、新卒2年目 2名)
- 2019年度 3名
- 2020年度 6名 (うち新卒2年目 1名)
- 2021年度 12名 (うち新卒1年目 1名、新卒2年目 3名)

モデルケース①

- 2016年 新卒入社でマーケティングソリューション事業部配属
- 2018年 2017年のリーダー公募を経て、リーダー昇格
- 2020年 マーケティングソリューション事業部マネージャー昇格


モデルケース②

- 2017年 中途採用入社でSaaS事業部配属
- 2019年 2017年のリーダー公募を経て、リーダー昇格
- 2020年 SaaS事業部マネージャー昇格
- 2022年 プロモーション統括本部 シニアマネージャー

競合情報

競合の状況 *

- ・ 包括的なデジタルマーケティング支援をしている観点かつ比較対象になりやすい企業を選定
- ・ 顧客がウェブ上で集客から売上拡大まで包括的な支援を望んでいる場合に当社のカバー領域がマッチしていると言える

| |  Glad Cube | 広告代理店系 | 国内解析系A | 国内解析系B |
|------------|---|-----------------|-------------------|-----------------|
| 対象企業規模 | 小規模・中小・大手 | 大手 | 中小・大手 | 小規模・中小・大手 |
| 主な支援範囲 | 広告・サイト解析・制作 | 広告・リサーチ・制作 | サイト解析・SNS解析・データ解析 | EFO・サイト解析・データ解析 |
| 支援ツールの有無 | サイト解析・サイトスピード改善 | なし | サイト解析・SNS解析 | EFO・ウェブ接客 |
| コンサルティング提供 | 広告からサイト解析・改善 | 戦略立案から有り | なし | 顧客獲得支援 |
| メディアの有無 | スポーツデータ解析サイト SPAIA | デジタルマーケティングメディア | なし | なし |

*デジタルマーケティング課題に対する支援に関して、商談を行った企業の担当者から直接ヒアリング、および公開されている対象企業のウェブサイト等をもとに、当社作成

今後の成長戦略

1. 事業間のクロスセルによるシナジー最大化

2. 新プロダクトの創出

3. SPAIA競馬の品質向上・機能拡充による会員数の増加

成長戦略① 事業間のクロスセルによるシナジー最大化

SaaS事業とマーケティングソリューション事業のシナジー効果を最大化し、継続的な売上高の成長を実現

SaaS 事業 × マーケティングソリューション事業

クロスセル売上比率を上げる施策

1. 事業間のパッケージ販売強化によるクロスセル売上高の向上
2. ウェビナー、セミナー開催による新規リードの獲得
3. SaaS事業のパートナー連携によるアカウント数拡大
4. SaaS事業のパートナー向けカスタマーサクセスチームの体制強化
5. マーケティングソリューション事業の既存顧客へアプローチ

【クロスセル売上比率 計算方法】

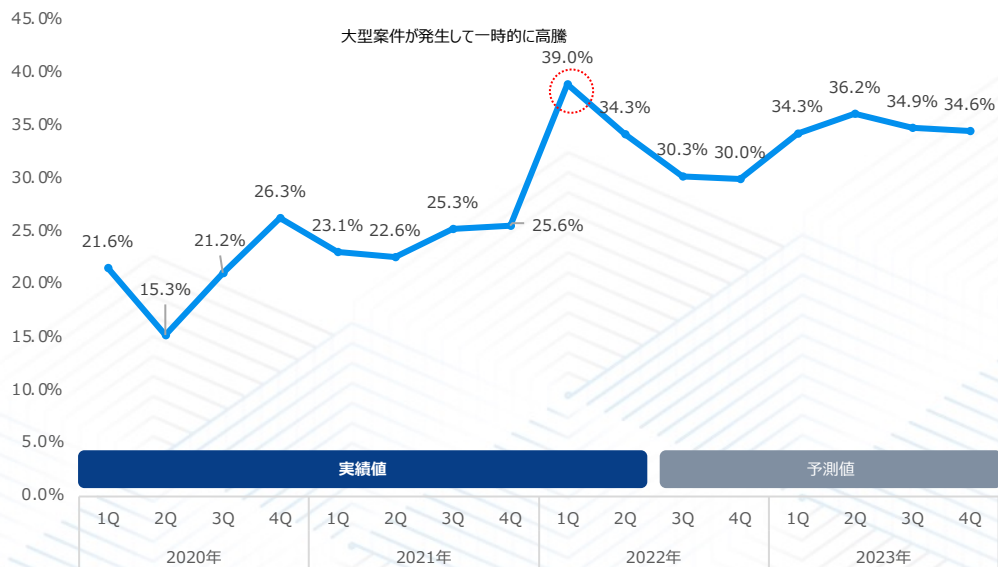
・分母をSaaS事業全体とマーケティングソリューション事業全体の売上合計とし、分子は、SaaS事業とマーケティングソリューション事業両方で取引のある顧客の売上高の合計です。

・クロスセルの成長戦略を開始した2020年12月期から計算しています。

・クロスセル売上比率はQの平均値で計算しています。

・22/12期 3Q以降の数値は前年比を勘案し、予測を立てています。

■ 四半期ごとの平均クロスセル売上比率



成長戦略② 新プロダクトの創出

サイト解析・改善ツールのプラットフォーム化を目指し、顧客の新規開拓を推進

22/12期 7月にリリースした『FasTest』（ファーステスト）

- ウェブサイトのページスピードを改善するツール

*Googleの調査によると、ページスピードが1秒から3秒になると、ユーザーの直帰率が32%増加、6秒になると106%増加、10秒まで遅くなると123%増加すると報告されています。

23/12期以降にリリース予定の『MoVest』（ムーベスト）

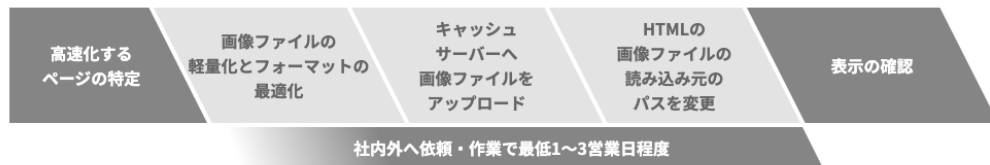
- 動画の解析を行い改善につなげるツール



新プロダクトによるSaaS事業とマーケティングソリューション事業のさらなるクロスセル拡大が見込まれる

Fastest

従来（画像ファイルの軽量化・HTML書き換え）のページ高速化の流れ



FasTest のページ高速化の流れ



高速化したページのURLを、1クリックで自動生成できます。



※独自ドメインを使用するには、契約ドメインでの設定が必要です。

成長戦略③ SPAIA競馬の品質向上・機能拡充による会員数の増加

SPAIA競馬の追加機能、UI/UX改善サイクルの強化を実施

その他公営競技の横展開サービスをローンチし新規会員を獲得、クロスセルを狙う

『SPAIA競馬』に付随した新サービスを提供

『SPAIA競馬』のUI/UX改善

- 初心者でもわかりやすいガイド機能等を充実

AI予想家の精度向上

- 的中率、回収率の精度向上

有料会員向けコンテンツ強化

- 継続を促せる特別コンテンツの提供等

カスタマーサクセスを強化し、解約率を軽減

- 会員アンケートを継続して実施し、結果を開発に活かす

ウィジェットの販路拡大

- 球団やリーグ向けの開発を視野に入れ、販路を拡大



地方競馬
コンテンツ

競馬以外の
公営競技コンテンツ

22/9月開始予定

資金使途・実績と計画

資金使途

(単位：千円)

| 項目 | 内容 | 22/12期 | 23/12期 | 24/12期 以降 | 合計 | |
|-----------|----------|---|---------|--------------|---------|---------|
| 成長投資 | 新規開発 | 新規プロダクト創出のための開発費及び設備への 充当 | 12,000 | 73,200 | 146,400 | 231,600 |
| | 社内システム | 社内会計システム等の強化及び開発に充当 | - | 45,000 | 90,000 | 135,000 |
| | 広告宣伝費 | 認知向上、売上拡大を目的としたマーケティング費 用に充当 | - | 29,120 | 130,240 | 159,360 |
| 事業拡大に伴う費用 | セキュリティ強化 | 従業員の安全確保のためオフィスのセキュリティシ ステムの追加、情報漏えい防止等に充当 | - | 1,500 | 4,500 | 6,000 |
| | 合計 | 12,000 | 148,820 | 185,320 | 531,960 | |

実績と計画

(単位：百万円)

| | 17/12期 第11期 | 18/12期 第12期 | 19/12期 第13期 | 20/12期 第14期 | 21/12期 第15期 | 22/12期 第16期 | 22/12期 第16期 |
|--------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 2Q実績 | 計画 |
| 売上高 | 442 | 492 | 671 | 882 | 1,215 | 775 | 1,501 |
| 売上総利益 | 442 | 492 | 668 | 833 | 1,157 | 739 | 1,432 |
| 売上総利益率 | 100% | 100% | 99.51% | 94.41% | 95.24% | 95.41% | 95.40% |
| 営業利益 | -70 | -6 | 41 | 121 | 291 | 283 | 481 |
| 営業利益率 | -16.04% | -1.32% | 6.24% | 13.72% | 24.00% | 36.53% | 32.04% |
| 経常利益 | -66 | 6 | 62 | 126 | 298 | 283 | 479 |
| 経常利益率 | -14.96% | 1.38% | 9.31% | 14.35% | 24.56% | 36.61% | 31.95% |

Appendix

経営メンバー

経営・事業ノウハウ、会計、ガバナンス等、バランスの取れた体制を構築



金島 弘樹 代表取締役 CEO

2002年 大阪商業大学商経学部卒業
2007年 金融業界を経て 合同会社GLAD CUBE 設立



財部 友希 取締役CFO

2000年 ケンコーコム株式会社 入社
2006年 イケア・ジャパン株式会社 入社
2012年 株式会社Catch設立
2014年 株式会社グッドキューブ 取締役COO 就任
2022年 株式会社グッドキューブ取締役CFO 就任



西村 美希 取締役CFO

2002年 新日本監査法人入所
2016年 株式会社グッドキューブ入社
2019年 株式会社グッドキューブ 執行役員就任
2020年 株式会社グッドキューブ 取締役就任
2022年 株式会社グッドキューブ 取締役CFO就任



金島 由樹 取締役

2011年 株式会社グッドキューブ入社
2020年 株式会社グッドキューブ 執行役員就任
2022年 株式会社グッドキューブ 取締役就任



マイク 上杉 社外取締役

1987年 Apple Computer (USA)
1991年 IBM (USA)
1993年 Global Micro Solutions, Inc.設立 CEO
2010年 Social Rewards, Inc. 設立 CTO
2015年 株式会社グッドキューブ 社外取締役 就任



森住 曜二 社外取締役

1999年 太田昭和監査法人入所
2003年 国際協力銀行プロジェクト開発部出向
2003年 公認会計士登録
2016年 森住曜二公認会計士事務所を開業
株式会社グッドキューブ 社外取締役 就任

奥田 和良 常勤監査役

2001年 日本金銭機械株式会社入社
2018年 株式会社グッドキューブ
常勤監査役 就任

池原 浩一 社外監査役

2001年 新日本監査法人入所
2005年 公認会計士登録
2011年 池原公認会計士事務所を開設
2011年 税理士登録
2016年 株式会社グッドキューブ社外監査役就任

北口 正幸 社外監査役

1997年11月 センチュリー監査法人入所
2003年6月 北口公認会計士事務所を開業
2013年1月 大阪弁護士会弁護士登録、北口法律事務所開設
2015年1月 昭和法律事務所開設 (代表)
2016年6月 日本ハム株式会社補欠監査役
2019年3月 株式会社グッドキューブ社外監査役 就任

リスク情報

認識するリスクと対応方針

| 項目 | リスク概要 | 可能性 | 時期 | 影響度 | 対応方針 |
|-----------------|---|-----|----|-----|--|
| インターネット 関連市場 | インターネット利用に関する新たな規制やその他予期せぬ要因により、インターネット利用環境が急激な変化に見舞われ、インターネット利用の発展が阻害される可能性があります | 中 | 短期 | 大 | インターネット関連市場の動向の影響を受けにくくなるような様々なビジネスモデルの事業に参入する等のリスクの分散を行っております |
| 競争について | SaaS事業とマーケティングソリューション事業にはすでに複数の競争が存在しており、今後インターネット市場拡大に伴い新規参入が予想されます | 中 | 短期 | 中 | 独自の教育体制により企画から制作、運用、コンサルティングに至るまでをワンストップで提供できる体制の構築、競争優位性の確保を行います |
| 法的規制の変化 | インターネットやソーシャルメディアの事業に係る法的規制または自主規制の強化、GDPR等規制の強化がなされた場合、事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります | 低 | 長期 | 大 | 法規制の動向に注視し柔軟に対応します |
| SPAIA事業について | 開発やクリエイティブ人材、開発の外注等先行投資が必要なため継続していますが、想定通りに進まない場合は事業及び業績等に影響を及ぼす可能性があります | 低 | 長期 | 小 | 投資対効果を見極めながら開発及びクリエイティブ人員の採用と育成、マーケティング施策の強化と広報活動による収益性の向上に向けた取り組みを継続します |

当社が認識するリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。本ページに記載されていないリスクについては有価証券届出書「事業等のリスク」を参照願います。また、現在において当社が判断したものであり、将来発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

本資料の取り扱いについて

免責事項

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、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、保証しておりません。

開示のタイミング

本資料は今後、通期決算発表時期を目処として開示を行う予定です。