



株式会社ZUU  
(東証グロース：4387)

## 事業計画及び成長可能性に関する事項

金融×ITでイノベーションを  
誰もが夢に向かって走ることができる世界を実現する

01 — 会社概要

02 — 事業概要と収益構造

03 — 市場環境と競争力の源泉

04 — 成長戦略

05 — 各領域の主要KPI

06 — 主要リスクと対策

# 01 — 会社概要

## PURPOSE

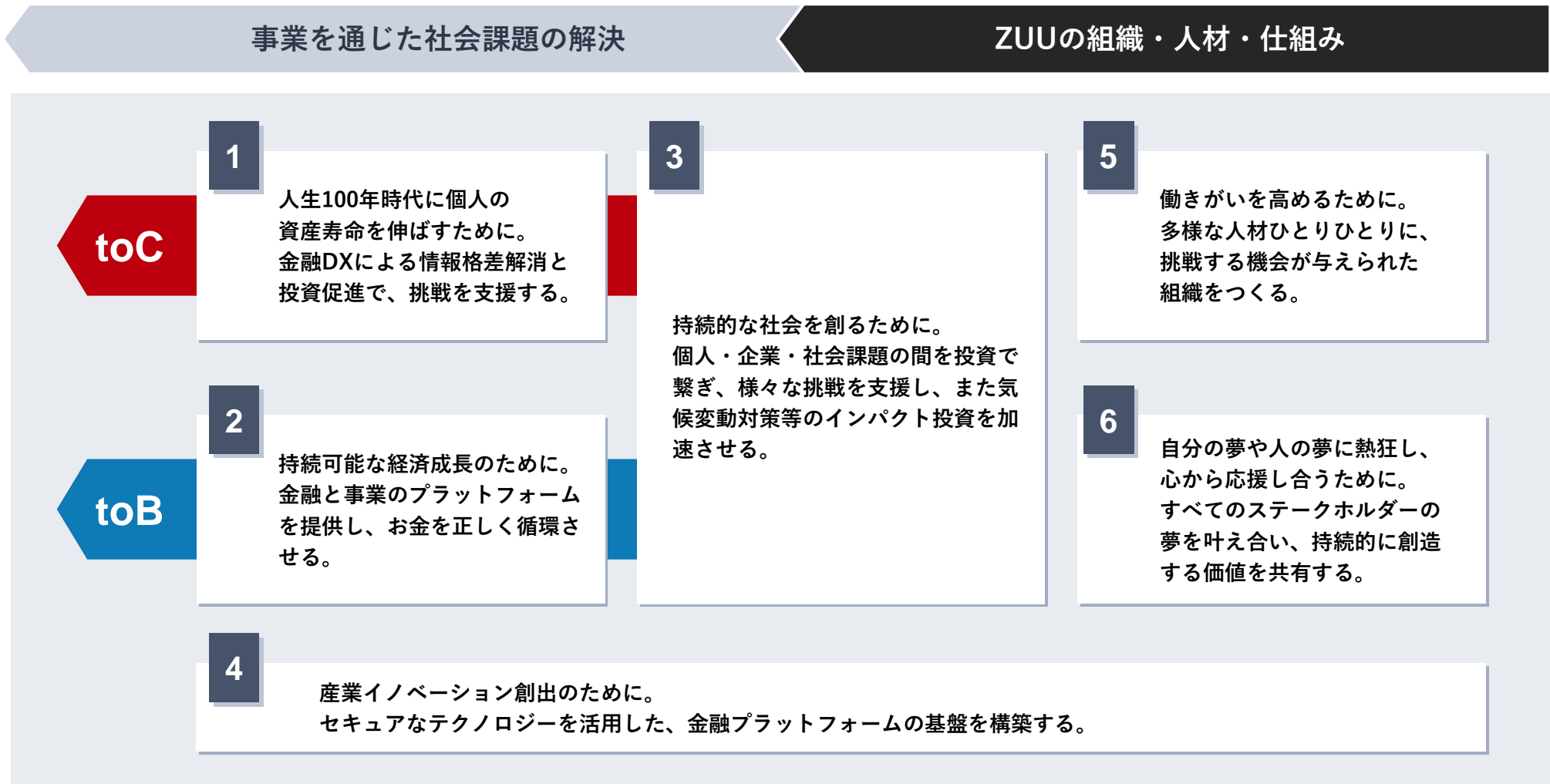
# 機会格差を解消し、 持続的に挑戦できる世界へ

挑戦を加速させる資本へのアクセシビリティを自由に解放し、  
世の中に存在する様々な機会の格差を解消する。

そして、90億人が自分の夢や人の夢に熱狂し、心から応援し合いながら、  
ともに挑戦を楽しみ続けている世界を実現する。

# 概要 ZUUグループのマテリアリティ

パーパスで掲げた社会、会社像を実現するために、解決すべき6つの経営課題（マテリアリティ）を特定。当社が事業を通じて以下の課題解決を推進。



■ 社名 株式会社ZUU (ZUU Co.,Ltd.)

■ 住所 東京都目黒区青葉台3-6-28 住友不動産青葉台タワー9F

■ 代表者 代表取締役 富田 和成

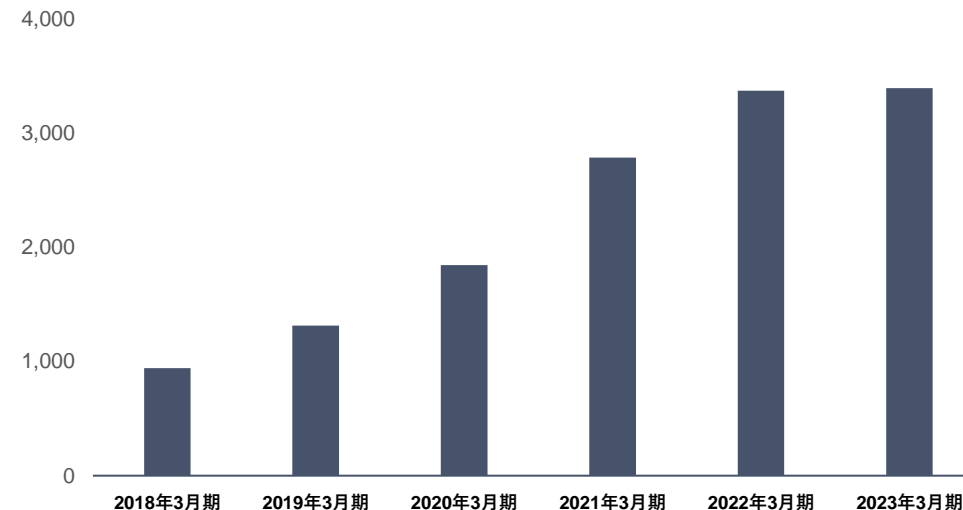
■ 設立 2013年4月2日

■ 従業員数 195名 (2023年3月末時点)

■ 事業内容  
(子会社含む)

- ・ アッパーマス～富裕層向けメディア・プラットフォームの運営
- ・ 金融機関向けDX支援
- ・ SMB向け組織マネジメントSaaS・コンサルティングの提供
- ・ 各種クラウドファンディング・サービスの運営
- ・ その他

(単位：百万円)

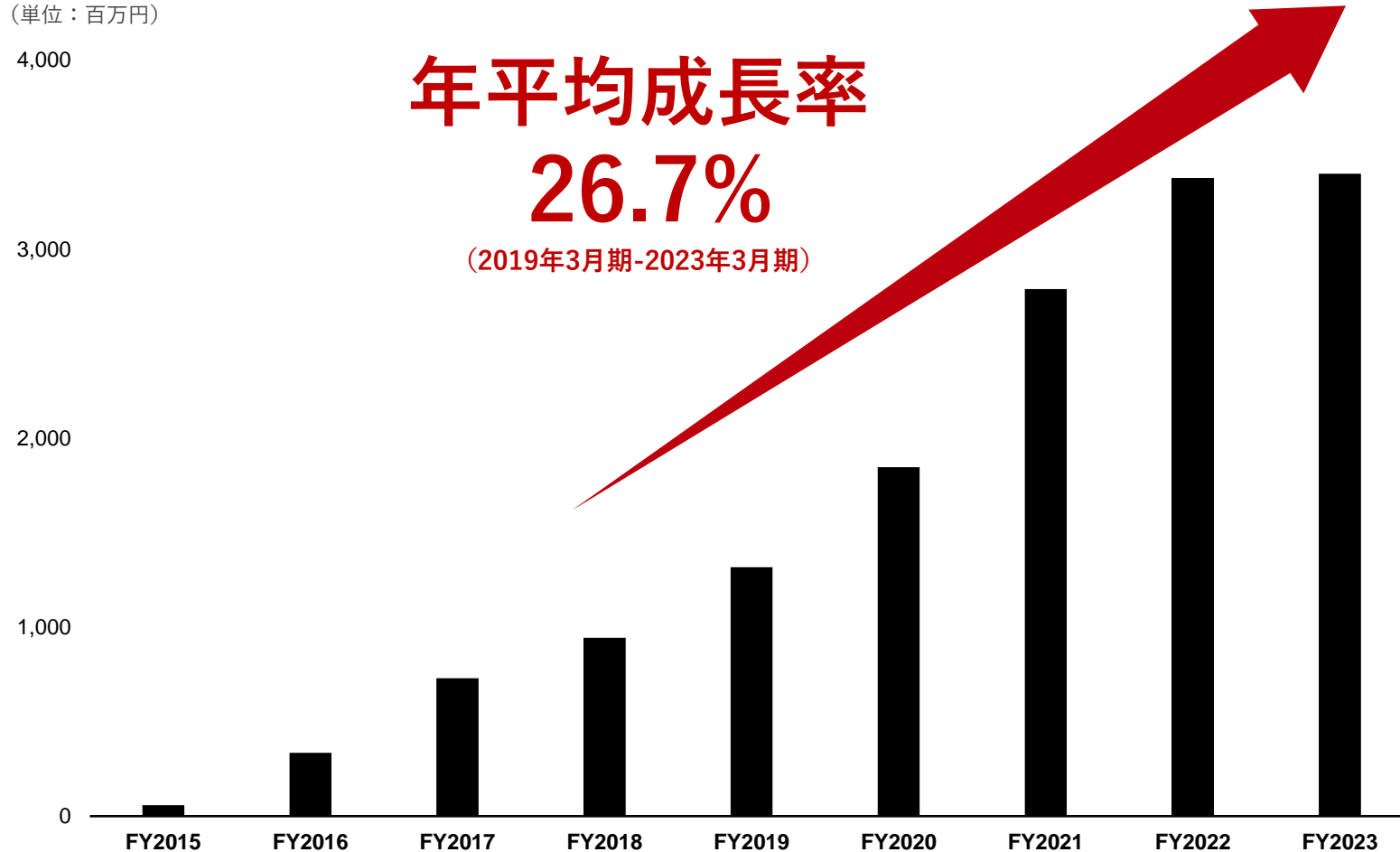


(単位：百万円)

売上高	944	1,317	1,847	2,789	3,376	3,399
営業利益	71	182	△106	14	△244	210
純利益	44	107	△92	△300	△230	90
総資産	725	1,238	1,354	2,054	2,006	3,065
自己資本比率	78%	80%	62%	63%	55%	41%

業績 先行投資による高成長から収益優先に転換

2019年3月期からの直近5ヵ年の年平均成長率（CAGR）は26.7%。直近では売上高の成長率よりも収益性を優先。





取締役



富田 和成

代表取締役

- 一橋大学卒業。シンガポールマネジメント大学ビジネススクールMWM修了
- IT関連で起業後、新卒で野村證券に入社し、本社の富裕層向けプライベート・バンキング業務、ASEAN地域の経営戦略等を経験
- 金融、IT両面の知見を有し、独自に体系化した「鬼速PDCA」経営を確立



原田 佑介

- 早稲田大学卒業
- 株式会社ベンチャー・リンクにて中小企業の経営コンサルティング業務に従事後、株式会社ディー・エヌ・エーにて月間数億円規模のゲーム創出に貢献
- 2014年当社入社。ITビジネスに精通し、創業からメディアプラットフォームの成長を牽引



樋口 拓郎

- 上智大学法学部卒業
- 株式会社リクルートにてIT事業子会社の立ち上げに従事後、株式会社カカココムにて食べログの事業開発・マーケティング部門を担当
- 2016年当社入社。エンジニア組織の拡大をリードし、人事・組織開発部門を掌管



藤井 由康

- 中央大学商学部を卒業。株式会社丸井を経て新日本監査法人に入所。法定監査業務に従事。その後株式会社グッドラックコーポレーションにて管理本部長に就任
- 2018年、株式会社夢真ホールディングス(現夢真ピーネックスホールディングス)に入社。財務経理・M&Aを掌管後、取締役に就任。2021年10月より株式会社ZUUに参画

社外取締役



五味 廣文

- 東京大学法学部卒業。ハーバード大学ロースクール(LL.M.)修了
- 大蔵省(現財務省)入省。金融庁検査部長・局長、監督局長、金融庁長官を歴任
- 2019年当社取締役。日本の金融行政に精通



藤田 勉

- 一橋大学大学院修了、博士(経営法)
- 山一証券で日本株ポートフォリオマネージャーを務め、シティグループ証券在籍中の2006年から日経ヴェリタス人気アナリストランキング日本株ストラテジスト部門5年連続1位を獲得
- シティグループ証券取締役副会長、経済産業省企業価値研究会委員などを歴任



中尾 隆一郎

- 大阪大学大学院工学研究科材料物性工学了
- 株式会社リクルートにて住まいカンパニー執行役員、リクルートテクノロジーズ代表取締役社長、リクルートワークス研究所副所長などを歴任
- 中尾マネジメント研究所代表取締役社長

社外取締役(監査等委員)



高橋 正利

- 慶応義塾大学経済学部卒。同年野村證券入社。個人・法人営業、人事、広報、営業企画に従事し支店長、本部長を経て2006年執行役。野村B&B株式会社取締役社長、株式会社デリス建築研究所顧問、東海東京フィナンシャル・ホールディングスCEO付顧問、株式会社ナンシン取締役監査等委員等を歴任



佐野 哲也

- 監査法人トーマツ(現有限責任監査法人トーマツ)入所。法定監査、上場準備支援業務、M&A支援業務に従事
- 2000年、フリービット株式会社の設立に参画。取締役CFOとして人材採用等管理部門・経営企画部門等を統括
- 2005年、グローウィン・パートナーズ株式会社を創設



高見 由香里

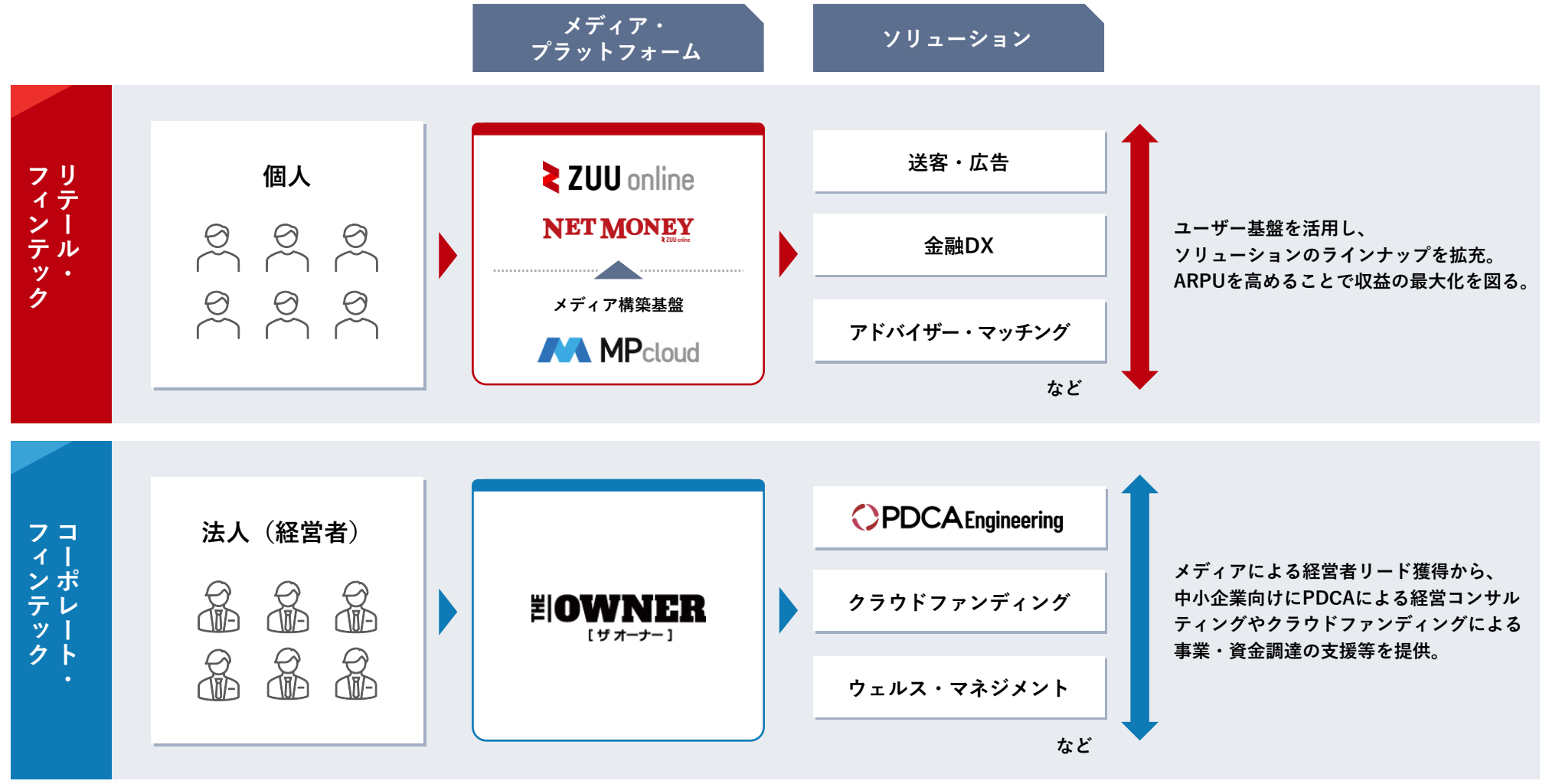
- 株式会社リクルート入社後、営業人材育成、事業開発、事業撤退、新社の立ち上げ、人事採用労務を経験
- 2007年株式会社ウィルウィル代表取締役(現任)顧問先のアドバイザーやエンジェル投資を行う
- 2014年株式会社イトク取締役管理本部長等を歴任



# 02 ——— 事業概要と収益構造

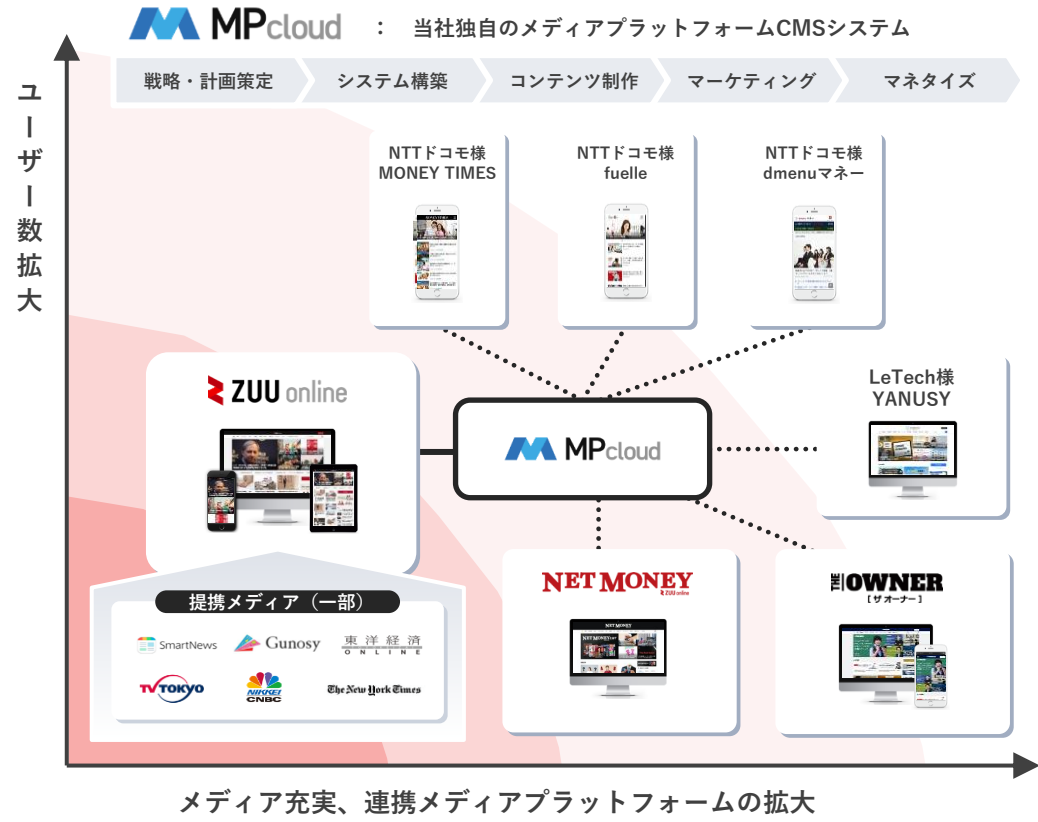
# 事業 事業概要：メディア・プラットフォームを中心にエコシステムを構築

個人・法人向けにメディア・プラットフォームで集めたユーザーにさまざまなソリューションを提供。  
ユーザーあたり収益性の向上を図る。



事業 **ビジネスモデル①：リテール・フィンテック領域（個人向け）**

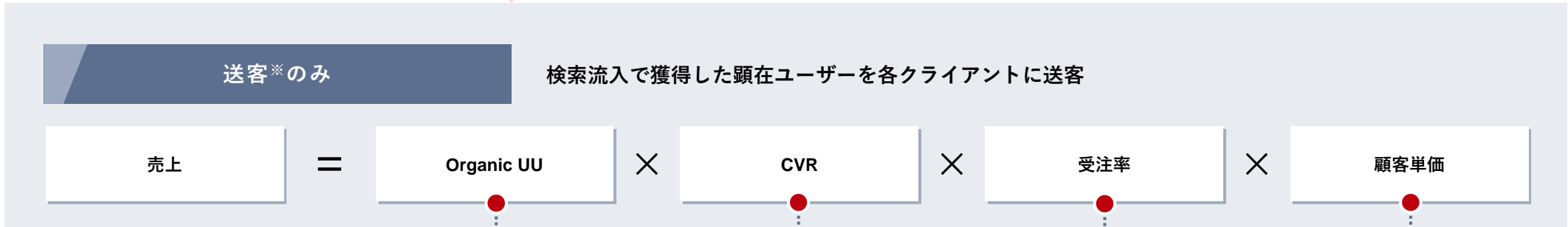
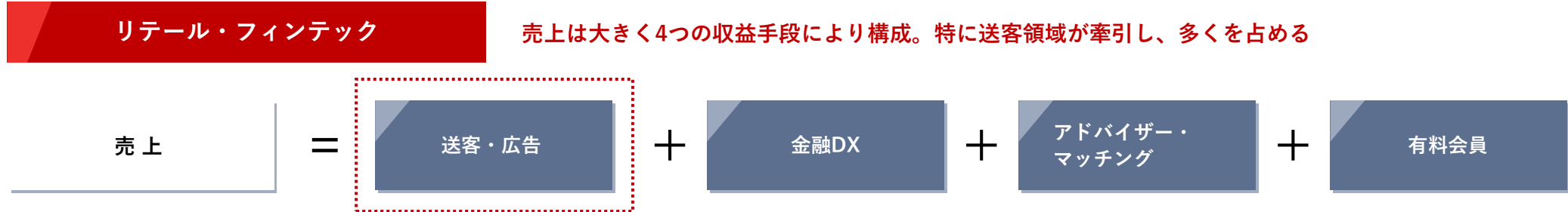
金融経済メディア『ZUU online』の運営及びその基盤であるCMS『MP Cloud』の他社展開によるメディア構築支援を推進。『MP Cloud』を中心としたユーザー基盤の拡大、ユーザーとソリューションのマッチングによるARPU向上に取り組む。



- 01 **送客・広告**  
金融商品・ウェビナー告知等、ユーザーニーズと企業ニーズのマッチング
- 02 **金融DX**  
金融機関等へのデジタル・マーケティングによるDX支援
- 03 **アドバイザー・マッチング**  
富裕層向け資産運用コンサルティング「ウェルス・マネジメント」の提供等
- 04 **有料会員**  
会員向け質の高い金融関連コンテンツの提供

収益 収益構造①：リテール・フィンテック領域（個人向け）

「送客・広告」の中でも特に送客売上がリテール・フィンテックの売上を牽引。送客の収益モデルを構成する各要素（Organic UU、CVR、承認率、送客単価）の改善を実施し、全体収益の向上を推進。



送客ターゲット領域での検索経路の流入ユーザー数。SEO対策、E-A-Tを意識したコンテンツ制作等を実施。

検索経路で流入したユーザーを各クライアントに送客。送客先でCVしたユーザーの比率。

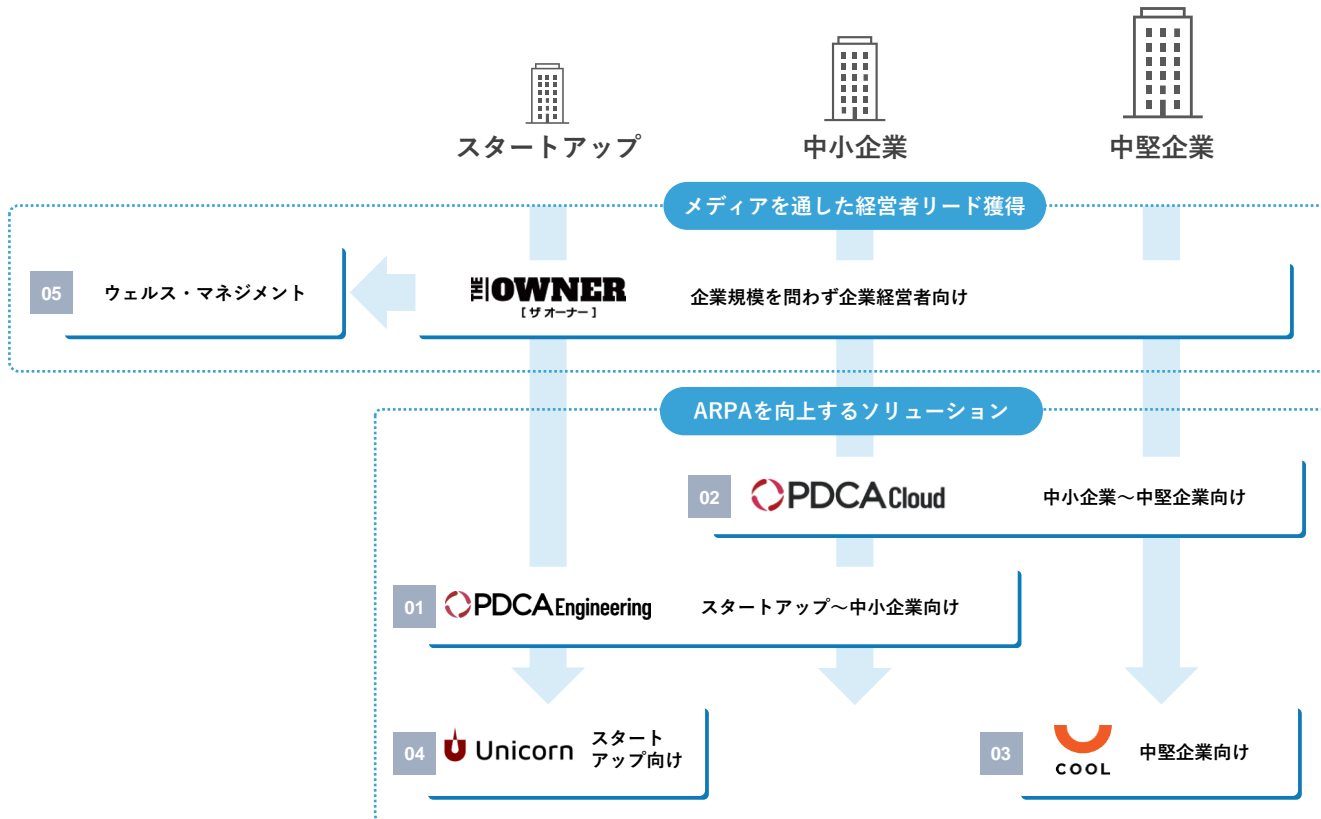
CVしたユーザーのうちクライアントに承認されたユーザーの比率。

CV時の収益単価。金融領域でCV数実績があるため、各クライアントと特別な単価設定をしている商品も多数。

※ 『NET MONEY』を中心に金融関連の1stアクションするユーザー（口座開設、クレジットカードの発行等）を金融機関に送客して申し込みを促進する事業モデル。

事業 **ビジネスモデル②：コーポレート・フィンテック領域（法人向け）**

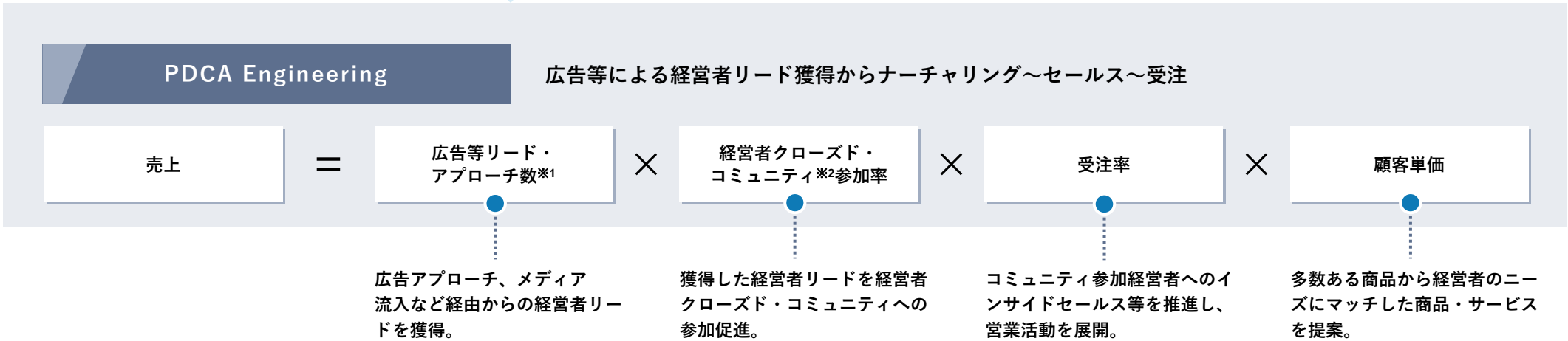
経営者向けメディア『THE OWNER』の成長により経営者リードを効率的に獲得。経営者リードへのPDCAサービス提供による経営・事業成長支援、クラウドファンディング・サービス提供による資金調達支援など、SME顧客へのトータル・ソリューションを提供。



- 01 **PDCA Engineering**  
鬼速PDCAメソッドを用いた事業成長のための組織コンサルティング
- 02 **PDCA Cloud**  
組織コンサルティングSaaSを提供し、業務標準化やKPI管理、オンボーディングを支援
- 03 **融資型クラウドファンディング**  
融資型クラウドファンディングサービス『COOL』を用いた資金調達支援
- 04 **株式型クラウドファンディング**  
株式型クラウドファンディング『Unicorn』での未上場企業向けエクイティ資金調達支援
- 05 **ウェルス・マネジメント**  
IFA（金融商品仲介業）ライセンス等を活用し、オーナー・経営者等の富裕層に向けた資産形成を支援。

収益 収益構造②：コーポレート・フィンテック領域（法人向け）

広告等による認知拡大から経営者向けメディア『THE OWNER』経由での経営者リード獲得、経営者リードへのインサイドセールス・フィールドセールスによる商品・サービスのマッチングを推進。最も大きい売上である『PDCA Engineering』を主力商品として営業活動を展開。



※1 広告、メディア、スポンサー紹介、検索経由などで獲得したアプローチ可能な経営者リード数。  
 ※2 獲得した経営者リードに対して実施している情報提供・勉強会等。



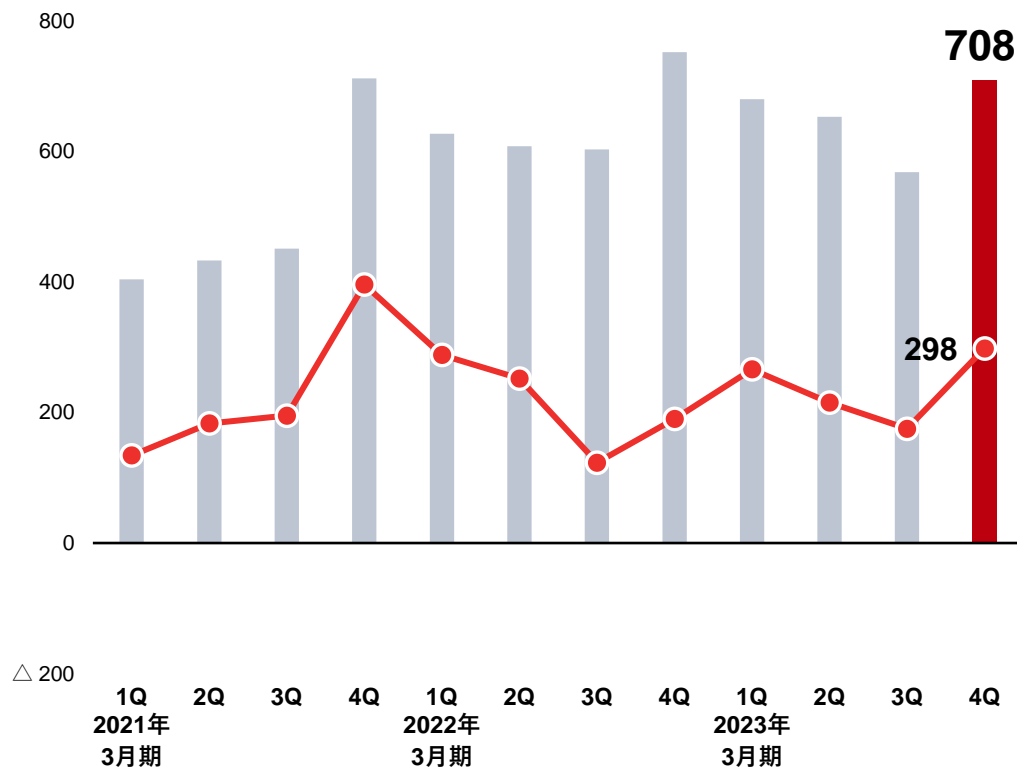
## 業績 領域別・四半期業績の推移

リテール・フィンテックはGoogleコアアップデートの影響により第4四半期の売上高708百万円（前年同期比△5.9%）も、コスト最適化の影響で営業利益率は大きく改善。コーポレート・フィンテックはコスト最適化による営業利益率の改善により黒字化。

### リテール・フィンテック

(単位：百万円)

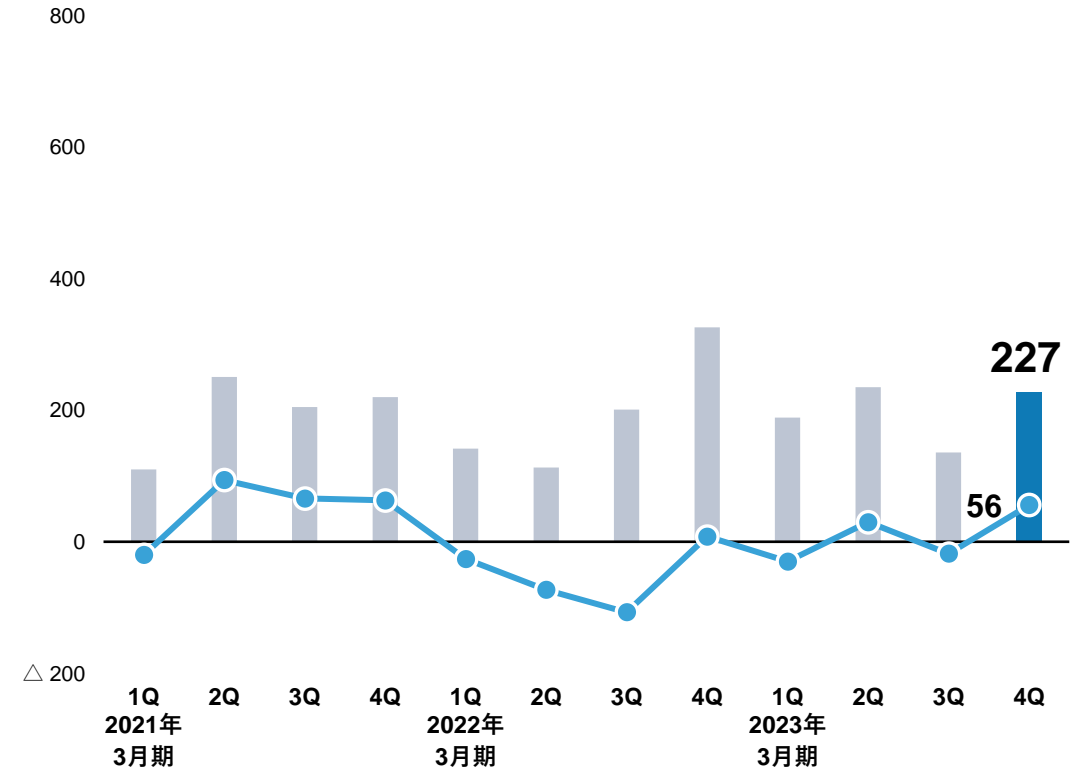
■ 売上高    ●-○ 営業利益



### コーポレート・フィンテック

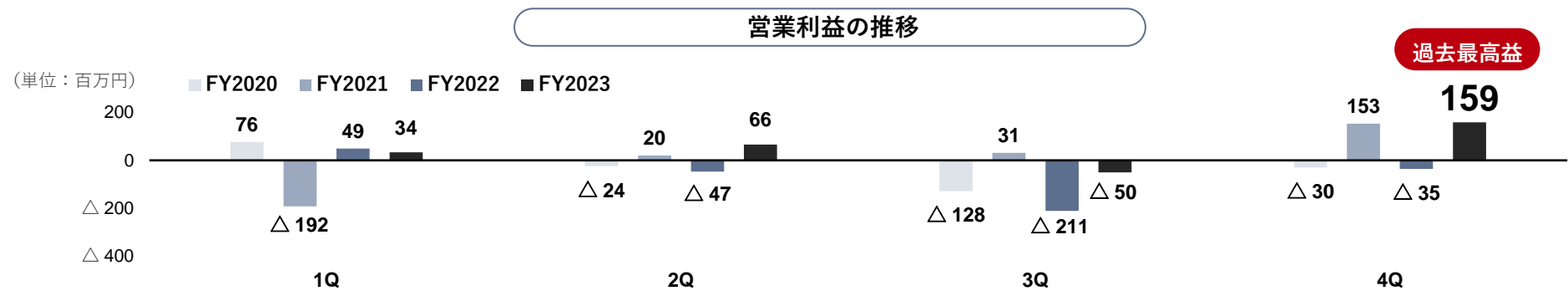
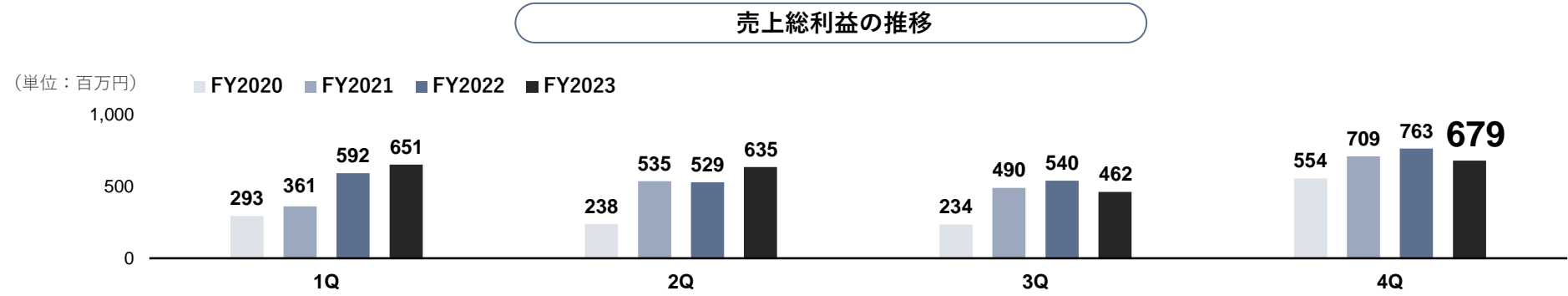
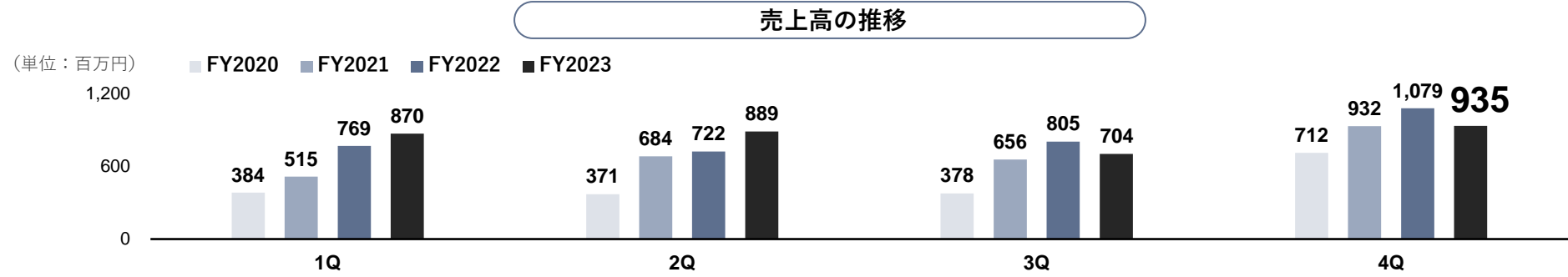
(単位：百万円)

■ 売上高    ●-○ 営業利益



※ 各ドメインに紐づく直接費のみから集計

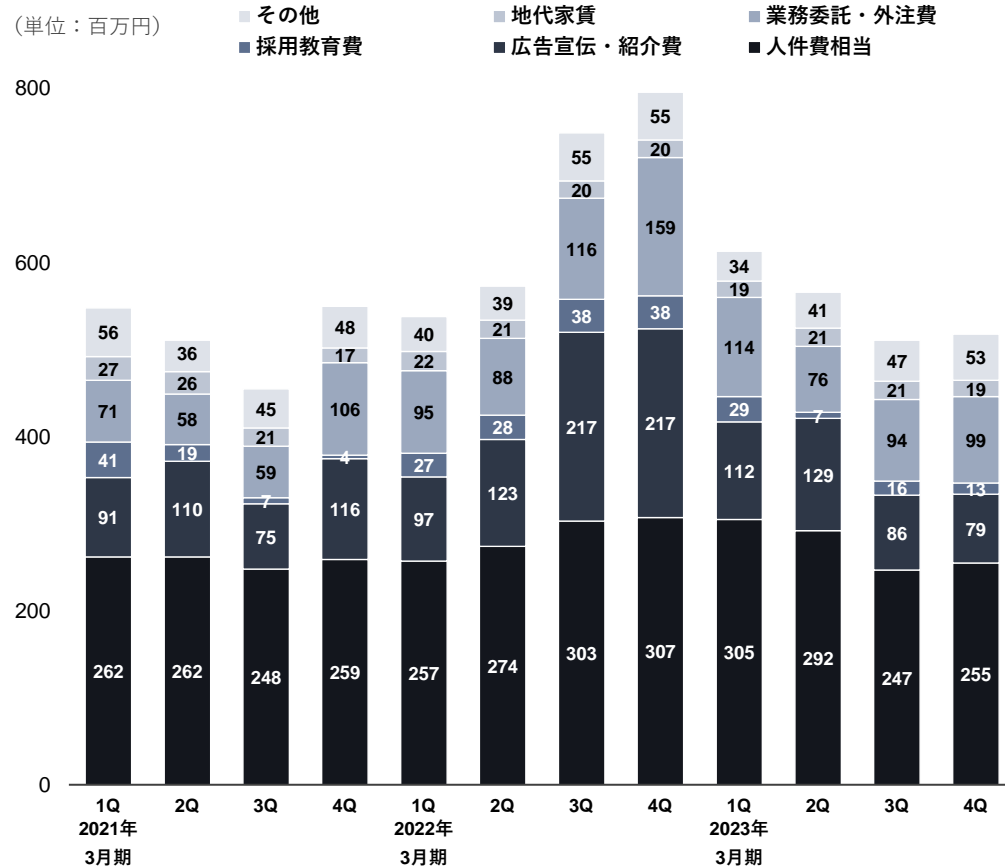
業績 売上高・売上総利益・営業利益の四半期推移



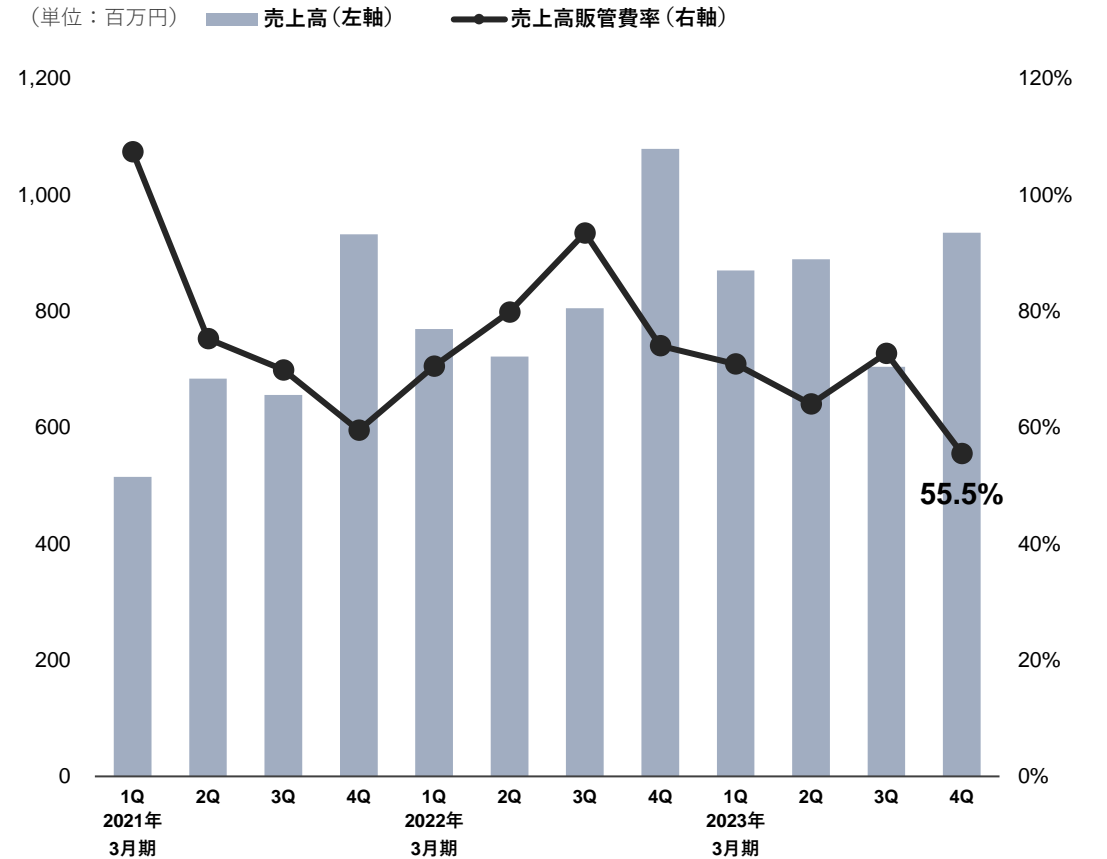
# 業績 販売費及び一般管理費の四半期推移

2023年3月期第4四半期の販管費は、第3四半期と同程度で推移。売上高販管費率は前年同期比△18.5ptと過去最低水準に改善。

販売費及び一般管理費の四半期推移



売上高販管費率の四半期推移



# 03 ——— 市場環境と競争力の源泉

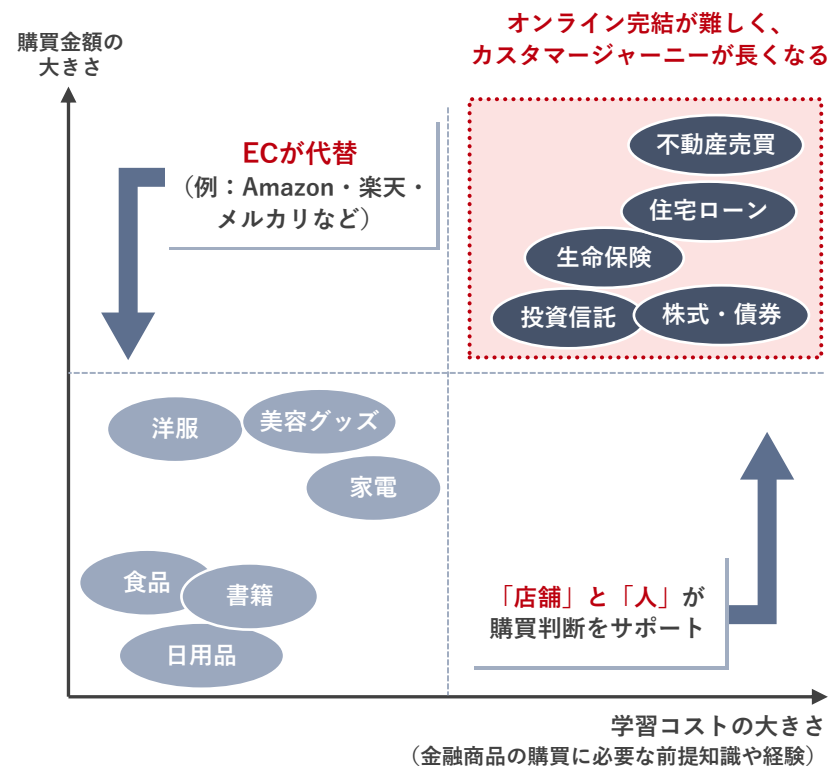
個人、法人、両方のターゲットに向けて金融領域のDXを支援

リテール・フィンテック



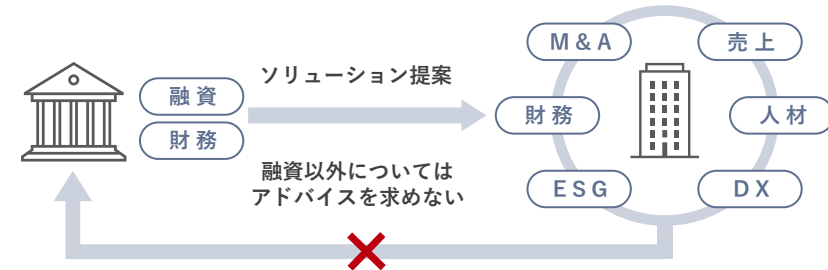
コーポレート・フィンテック

## 金融商品カスタマージャーニーの特徴



## 企業と金融機関でのサービス・ギャップ

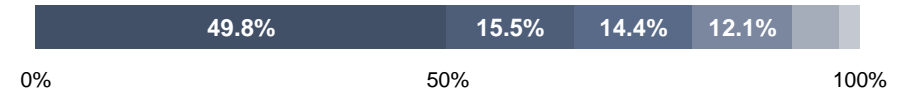
企業を取り巻く課題はコロナでより複雑化し既存の金融機関では解決しきれない



### 中小企業が重要な経営課題について、相談を実施できていない理由

多くの企業経営者が課題を適切に解決できる相談相手を見つけられていない

- 適切な相談相手とのつながりがないから
- 相談相手の能力がわからないから
- 相談に係る費用負担が生じるから
- 社内で十分に解決が可能だから
- その他
- 近日中に相談を行う予定がある

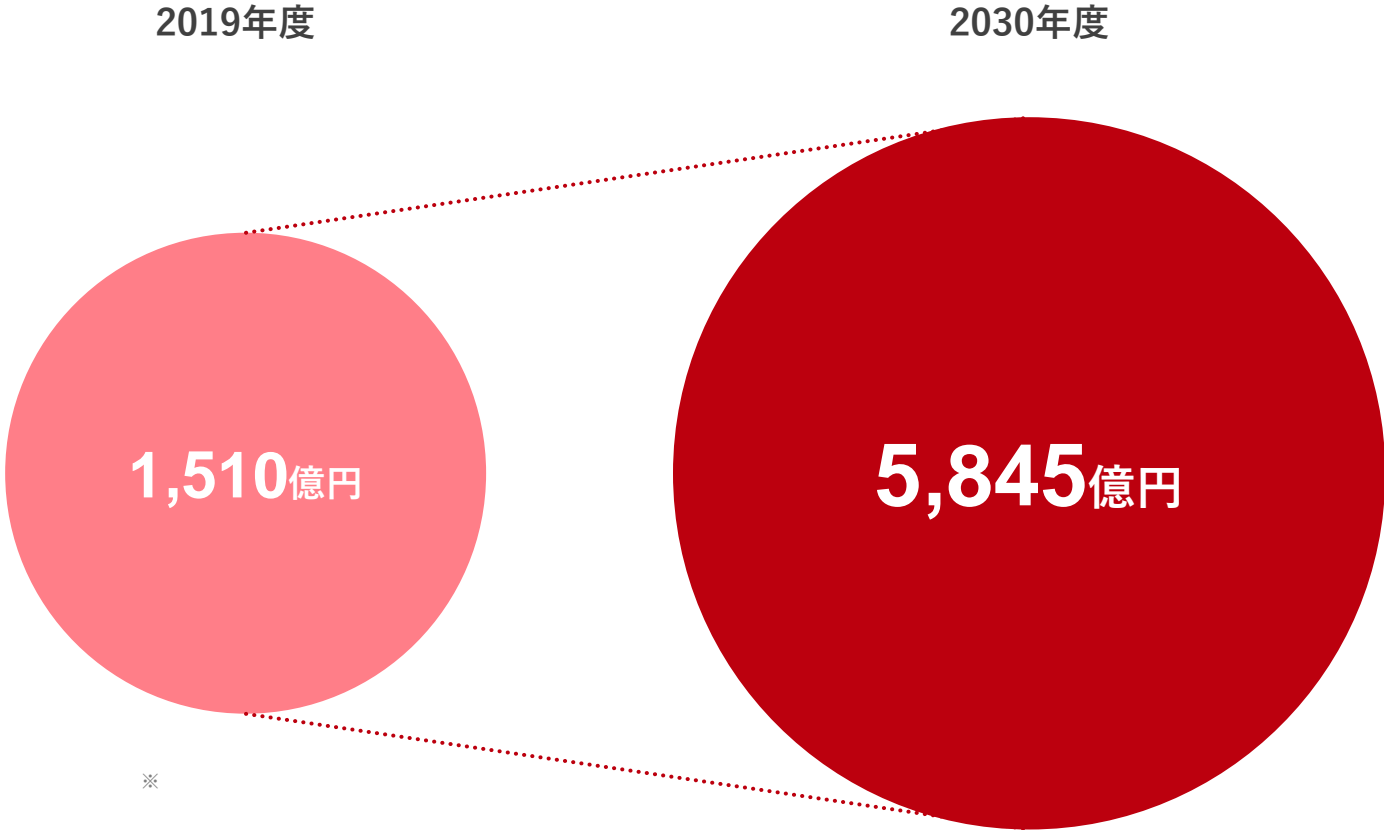


※ 出典：野村総合研究所「中小企業の経営課題と公的支援ニーズに関するアンケート」

市場 **リテール・フィンテック領域の市場規模①：金融DX**

金融DXの国内市場規模は2019年から2030年にかけて3.9倍、不動産DX市場は5.6倍に増加。  
新型コロナウイルス感染症の影響により、デジタル化への投資が加速。

金融DXの市場規模（投資金額）と成長



※

※ 2020年10月23日発表の富士キメラ総研『2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望』より引用



各送客領域におけるバーティカル・メディア化によりGoogleコアアップデートのSEOリスクを分散。  
バーティカル・メディアの横展開を拡大しつつ、検索クエリ数増加に向けたSEO対策の強化を推進。

バーティカル・メディア戦略における進出領域



**NET MONEY**  
ZUU online

証券・銀行口座開設

送客・SEOの  
ノウハウを複数領域で展開

既存領域

暗号資産・  
FX



クレジット  
カード



カード  
ローン



ライフ  
スタイル



ふるさと  
納税



人材・  
キャリア



住宅  
ローン



バーティカル・メディアの横展開拡大



- 過去に展開したバーティカル・メディアの横展開をさらに強化。既存領域の各領域及び新規領域の検討も含め拡大

+

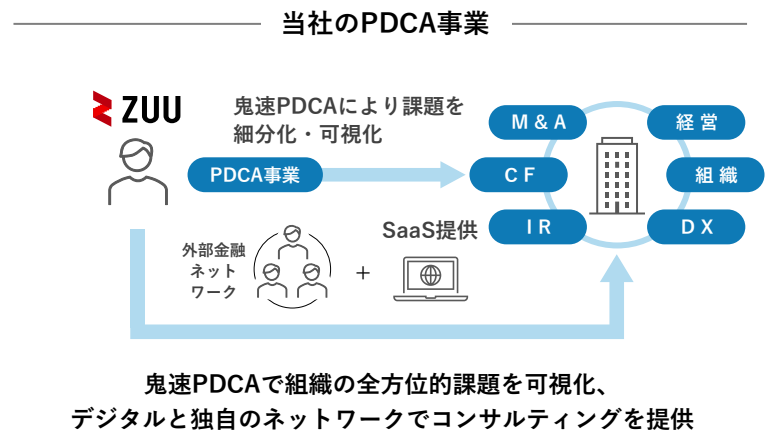
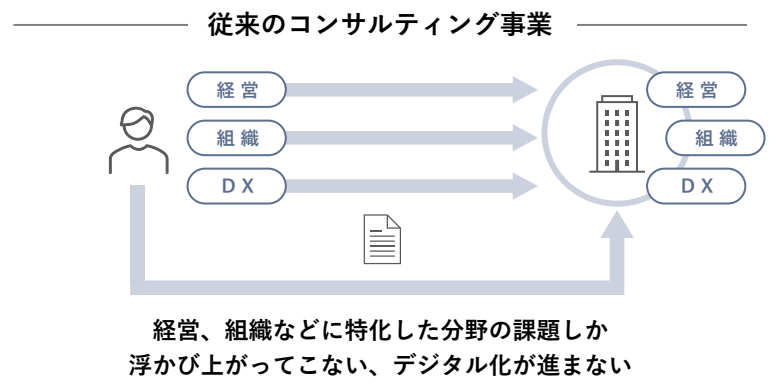
各バーティカルでのSEO対策強化

- 各バーティカル領域での検索クエリ増加（流入数増加）に向けてコンテンツ施策等をFY24上期中の実施予定

# 市場 コーポレート・フィンテック領域の市場規模①：ビジネス・コンサルティング領域

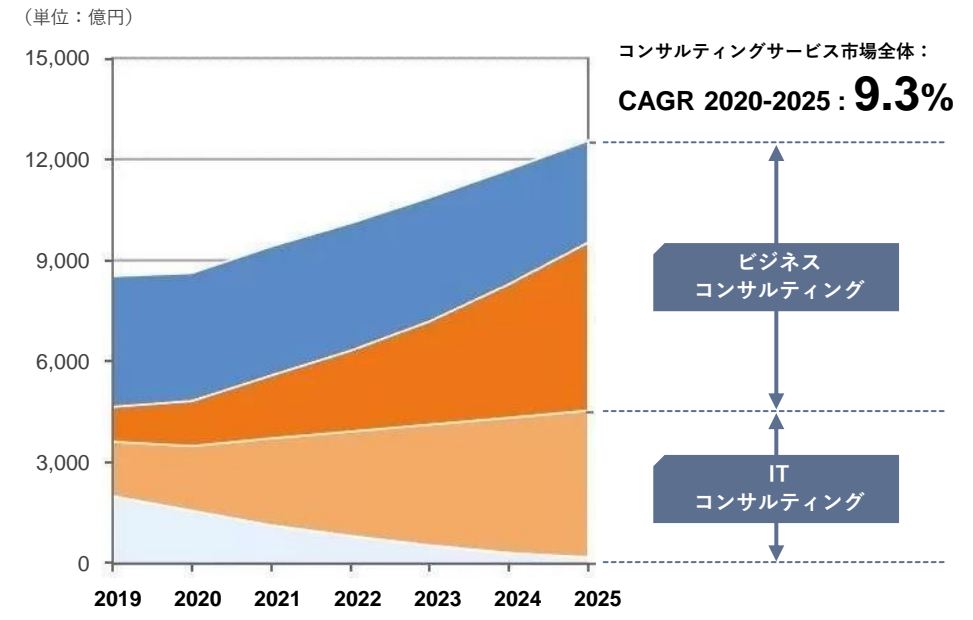
国内コンサルティングサービスの市場規模は、デジタル関連の需要増加に伴い2020年～2025年にかけてCAGR9.3%で成長予想。2025年に8,012億円規模になるビジネスコンサルティング市場をターゲットとし、強みであるPDCA事業を拡大。

## PDCAコンサルティングの特徴



## コンサルティング市場の成長予測

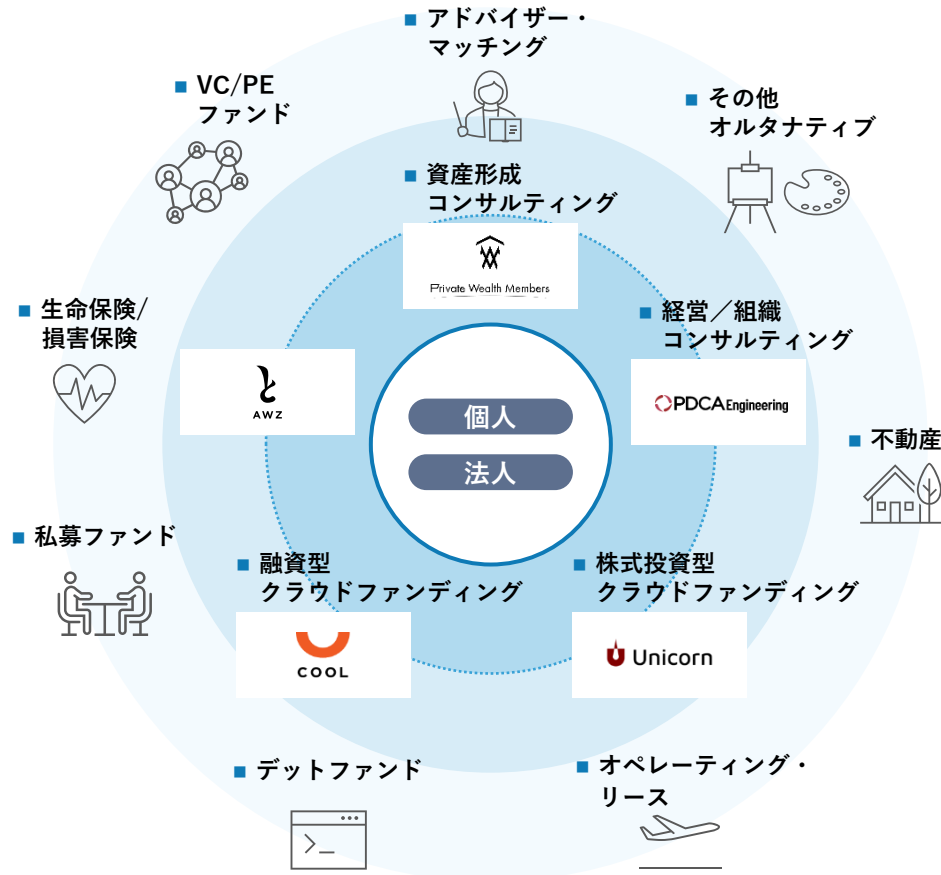
- デジタル関連外のビジネスコンサルティング
- デジタル関連ビジネスコンサルティング
- デジタル関連ITコンサルティング
- デジタル関連以外のITコンサルティング



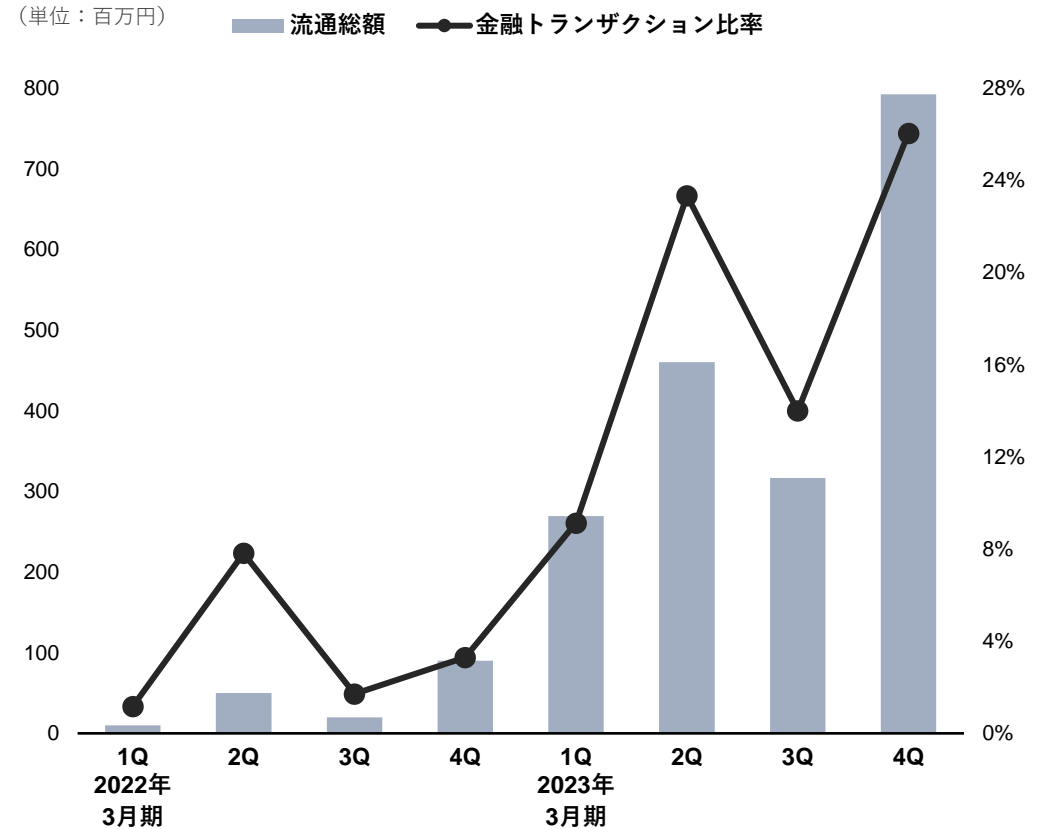
出典：IDC Japan 「国内コンサルティングサービス市場」 予測

IFA法人・AWZ（現 ZUU Wealth Management）の子会社化により金融商品のラインアップを強化。私募ファンド、保険、不動産など金融商品ラインアップ増加により、第4四半期の金融トランザクション（流通総額）は約8億円に到達。

ZUUグループが提供する金融トランザクション



金融トランザクション及びコーポレート・フィンテックにおける金融トランザクション比率<sup>※1</sup>の推移

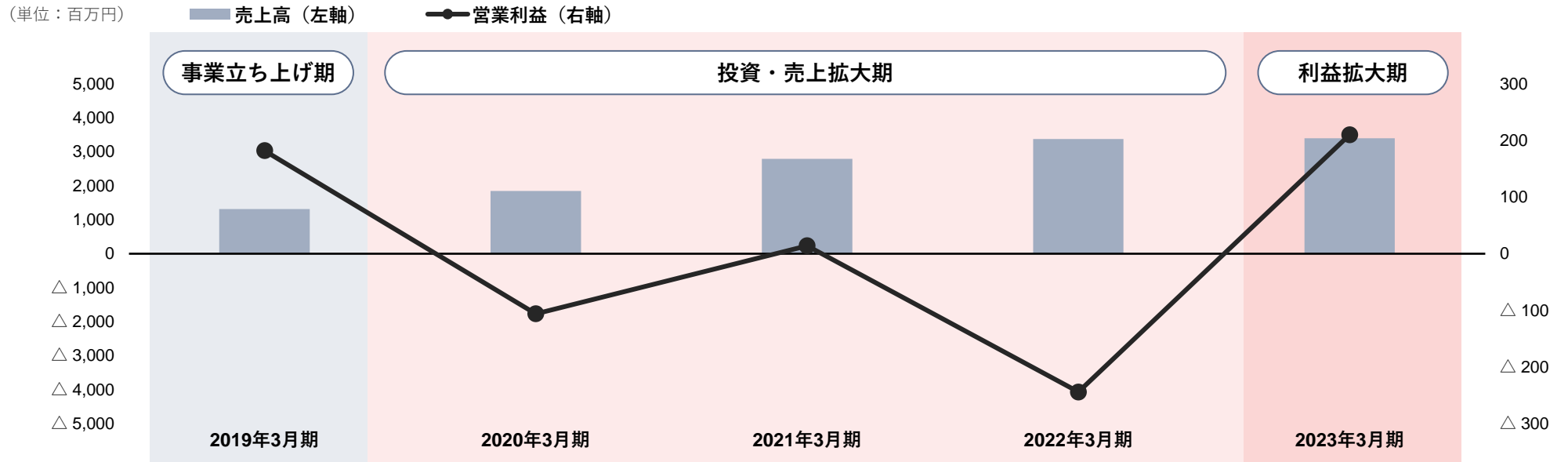


※1 コーポレート・フィンテック・ドメインの粗利における金融トランザクションの粗利が占める割合。ただし、金融トランザクションの粗利には、公募しているクラウドファンディングの粗利は含まない

# 04 — 成長戦略

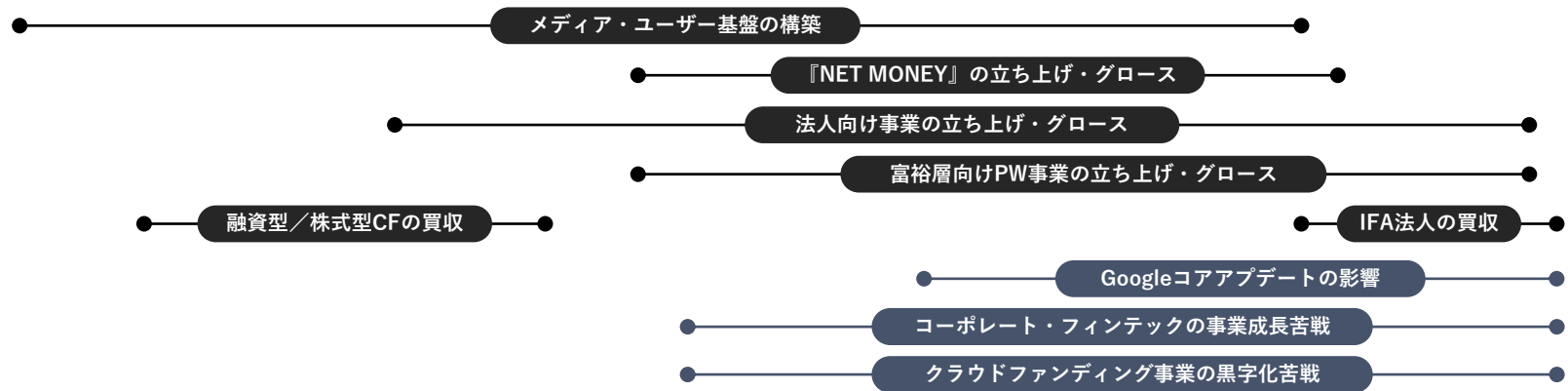
戦略 成長戦略の達成に向けた取り組みの推移

投資によるプラットフォーム基盤構築・事業拡大から今期は利益フェーズへ移行。想定外の影響がありつつも、2019年3月期から2023年3月期で売上高は2.5倍に拡大し、営業利益は利益フェーズに突入したことで再度黒字化・過去最高益。



取り組み成果

想定外の成果



**戦略** 2023年3月期の業績要因と2024年3月期に向けた注力ポイント

成長戦略の推進で2023年3月期は目標との乖離がありつつも、黒字化・過去最高益を達成。  
 一方、2023年3月期の目標との乖離要因とその対策も兼ねた2024年3月期の事業成長のための注力ポイントは大きく5つ。

### FY23 業績乖離の主要因

<p><b>SEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Googleコアアップデートによる度重なるOrganic流入の下落</li> </ul>	<p><b>コンサルティング</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 『PDCA Engineering』等コンサルティングの新規受注伸び悩み</li> </ul>	<p><b>クラウドファンディング子会社</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CF子会社の継続的な赤字</li> <li>• Unicornは案件組成自体が難航</li> </ul>
---	---	--



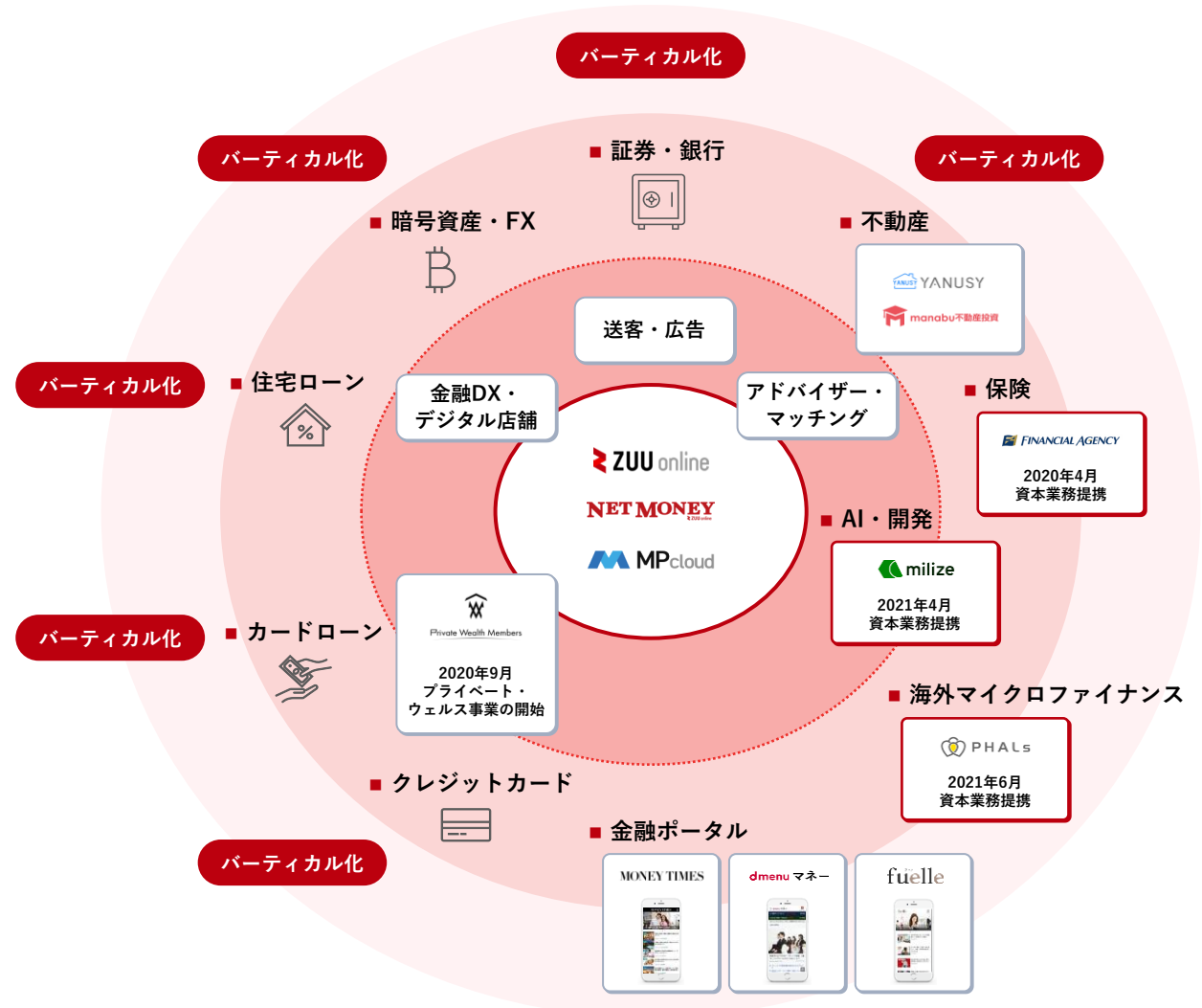
### FY2024 注力ポイント5つ

<p><b>金融トランザクションの拡大</b> Corporate Fintech</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品ラインアップ強化</li> <li>• アドバイザリーの拡大</li> </ul>	<p><b>送客ビジネスのリスク分散化</b> Retail Fintech</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• サイト分散、拡充</li> <li>• コンテンツ強化等のSEO対策</li> </ul>	<p><b>M&amp;Aの拡大</b> Corporate Finance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 金融プレイヤーの買収</li> <li>• 規律ある投資方針に則ったM&amp;A</li> </ul>	<p><b>コンサルティングモデルの再生</b> PDCA Engineering</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 受注効率の改善</li> <li>• 人員、サービスの拡充</li> </ul>	<p><b>クラウドファンディング子会社の利益改善</b> Crowdfunding</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• グループ間連携によるコスト改善</li> <li>• 商品のラインアップ強化</li> </ul>
--	---	--	---	---



戦略 リテール・フィンテックの成長戦略

『ZUU online』『NET MONEY』及びバーティカル・メディアで獲得した金融・投資に興味関心の高いユーザーに多様なソリューションを提供。2021年3月期までで成長投資は一巡し、現在は収益化を推進。今後はユーザー基盤の収益化とコーポレート・フィンテックのユーザー基盤とのネットワーク効果の強化を図る。



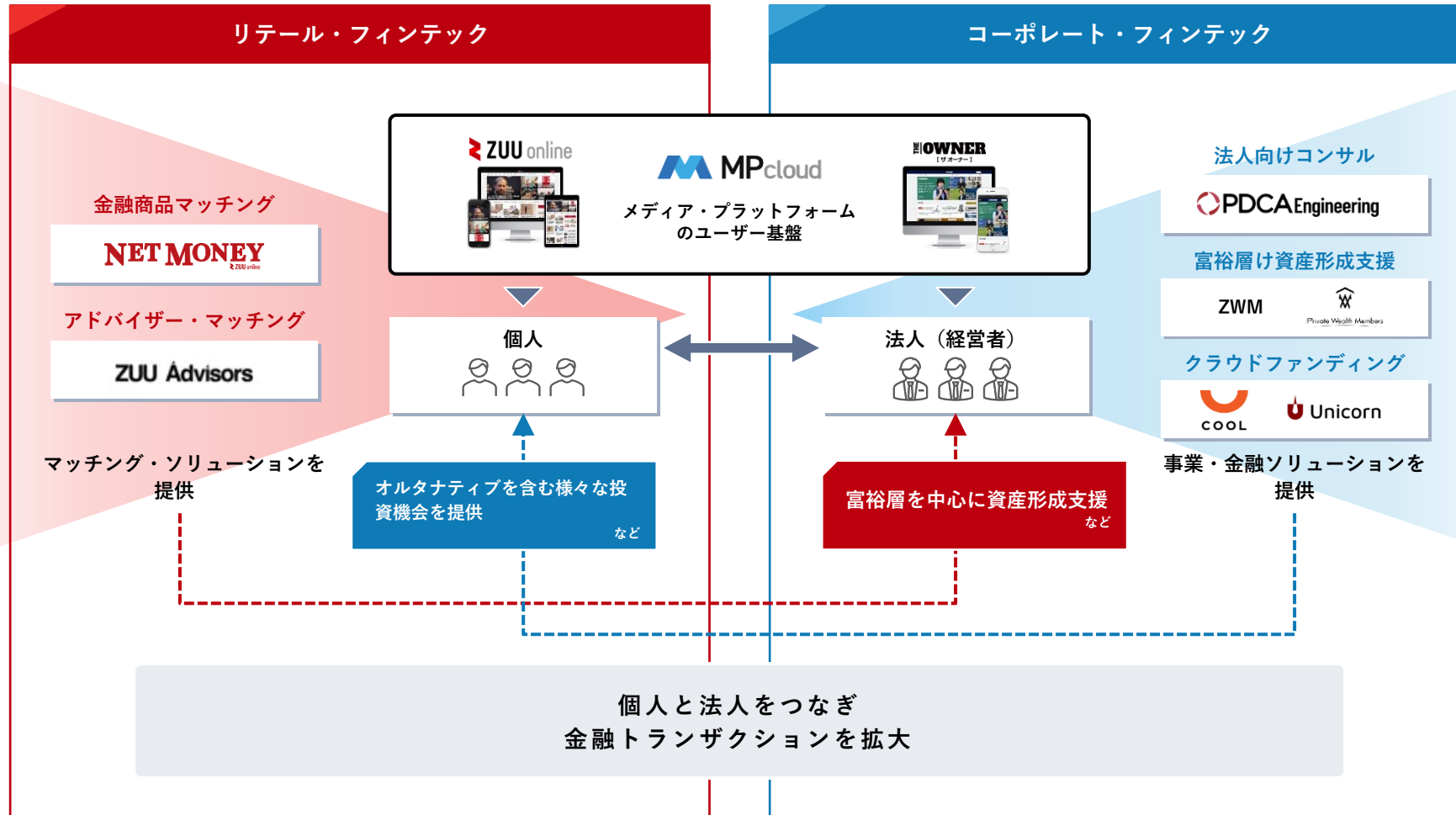
戦略 コーポレート・フィンテックの成長戦略

経営者向けメディア『THE OWNER』で獲得した経営者会員を基盤に、経営全般、事業、人事・組織、ファイナンス、IRなどのソリューションを提供。リテール・フィンテック同様にユーザー基盤構築のための成長投資は一巡し、今後は構築したユーザー基盤への営業効率化・ARPA向上のための金融ソリューション拡大・強化に取り組む。



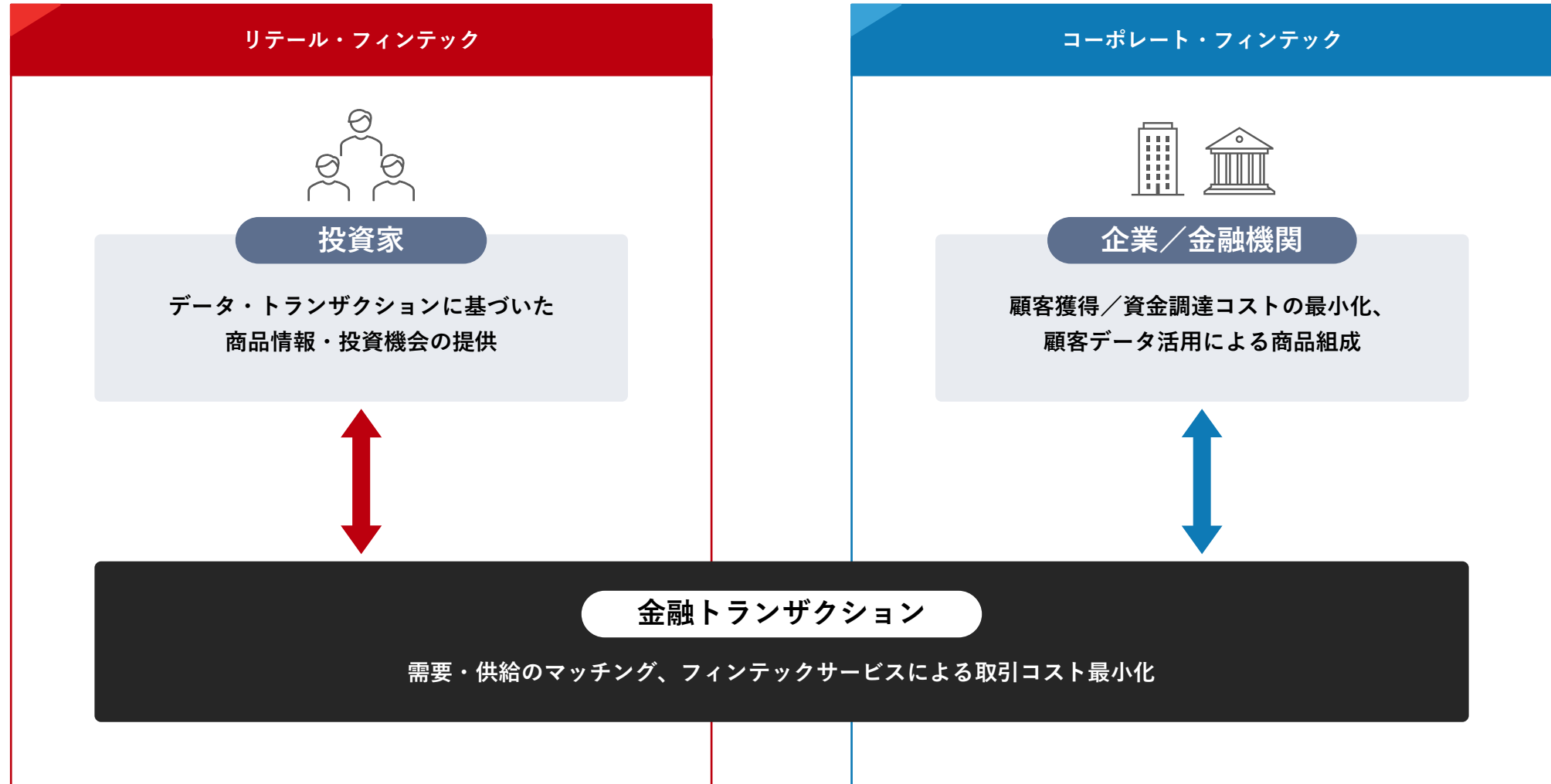
# 戦略 ZUUグループの中心戦略：金融トランザクションの拡大

過去の成長投資により構築した個人・法人のユーザー基盤へ金融ソリューションを提供。投資・資産形成への意識の高い個人ユーザー基盤、資金調達をしたい法人や金融商品提供企業の法人ユーザー基盤の相互ネットワーク効果を加速し、金融トランザクションの拡大を推進。



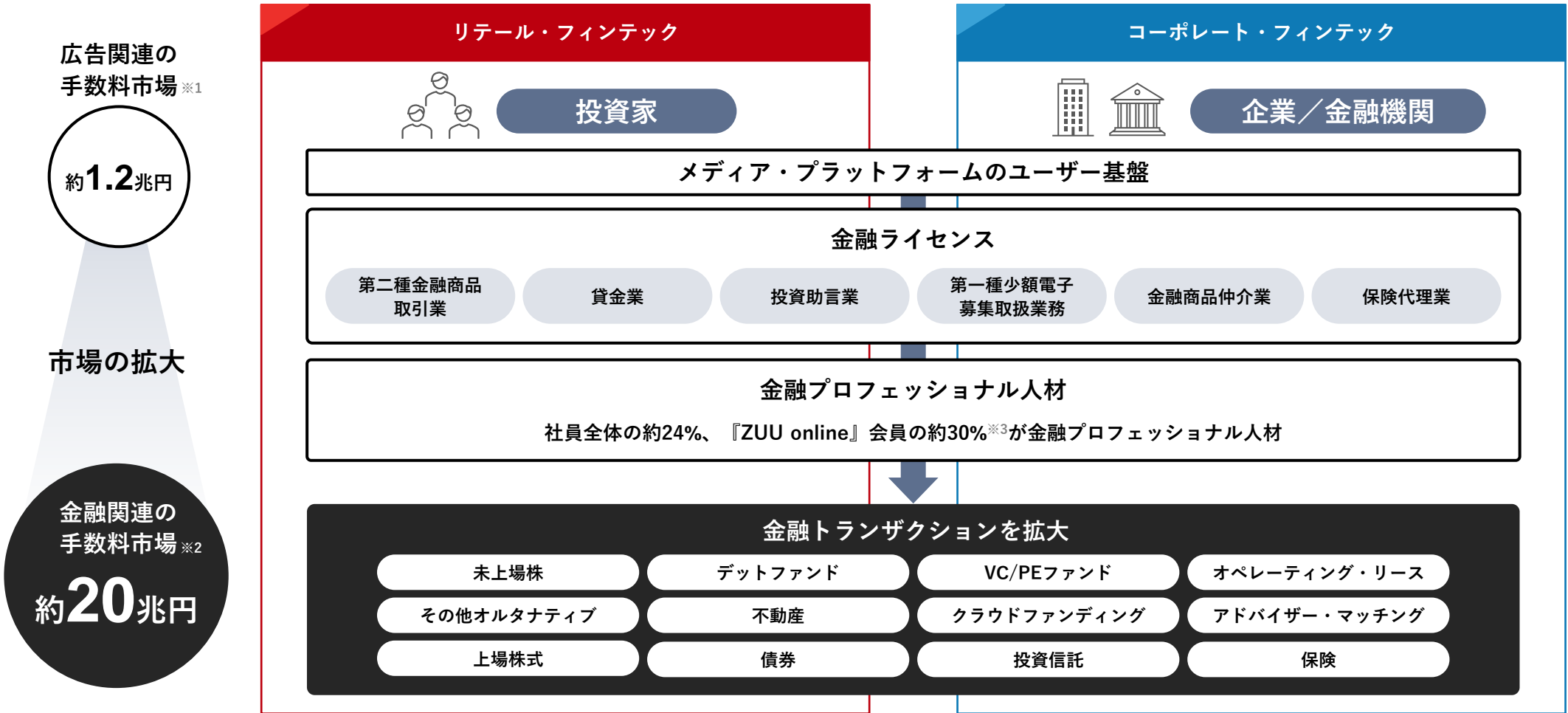
# 戦略 金融トランザクション拡大の仕組み

ユーザー基盤をベースにネットワーク化が加速し、データが拡充。それにより、リテール側とコーポレート側での商品情報の取得コストや顧客獲得・資金獲得コストの圧縮、データによる商品ニーズの把握等が行えるようになり、金融トランザクションが拡大。



# 戦略 金融トランザクション拡大戦略：ZUUグループのアセット強化

現在は金融関連手数料市場をターゲットに、ZUUグループの中心戦略を推進。ZUUグループのアセット（メディア・ユーザー基盤、金融ライセンス、金融プロフェッショナル人材）を活用・強化し、更なる金融トランザクション拡大に取り組む。



※1 2021年2月15日発表の電通調査レポート『2020年日本の広告費』の日本の総広告費6兆1,594億円に仮で20%を当社で計算  
 ※2 2021年3月17日発表の日本銀行『資金循環統計』より2020年末時点の個人（家計部門）の金融資産残高1,948兆円に仮で1%を乗じ当社で計算  
 ※3 『ZUU online』会員のプロフィール登録者のうち、職種情報入力者を母数として金融に該当する会員数を計算

ZUUグループが構築してきたメディア・プラットフォーム、金融ライセンス、金融プロフェッショナル人材の拡大・強化につながるM&Aを積極的に推進。

M&A方針	主要投資対象領域	想定事業シナジー	実績
<p><b>主要投資対象</b></p> <p>事業シナジーの最大化を目指す観点から、マジョリティ投資による連結優先。</p> <p><b>投資規律</b></p> <p>当社が設定する以下投資方針に基づき、規律ある投資を実行。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>EV/EVITDA倍率の基準値設定</li> <li>黒字企業もしくは弊社戦略に合致する早期黒字化の蓋然性が高い企業</li> <li>当社戦略のアセット強化に繋がり、事業シナジーが見込める</li> </ul> <p>など</p>	<p><b>フィンテックサービス</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディア・プラットフォームのユーザー向けに、さまざまな金融サービスを提供。</li> <li>サービス拡大によるユーザーの利便性やメディア収益性を強化。</li> </ul>	
	<p><b>フィンテックメディア</b> (Webメディア)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>他社メディアを取り組みメディア・プラットフォームのユーザー基盤を強化。</li> <li>自社のノウハウを活用し、他領域のメディアを収益化。</li> </ul>	
	<p><b>ファイナンスプレイヤー</b> (IFA・金融仲介業・金融機関など)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規金融ライセンスの獲得により、ユーザーに金融サービスを提供。</li> <li>新規金融ライセンスと同時に、金融プロフェッショナル人材の獲得により、金融サービスの運営体制を強化。</li> </ul>	
	<p><b>その他</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JV設立による新領域での事業開発。</li> </ul>	<p><b>ZUUM-A</b></p>

# 05

## 各領域の主要KPI

# KPI 各領域での主要KPIと成長に向けた取り組み

個人、法人、各領域でのユーザー基盤とソリューション提供による収益性を示すKPI指標を設定・推進。

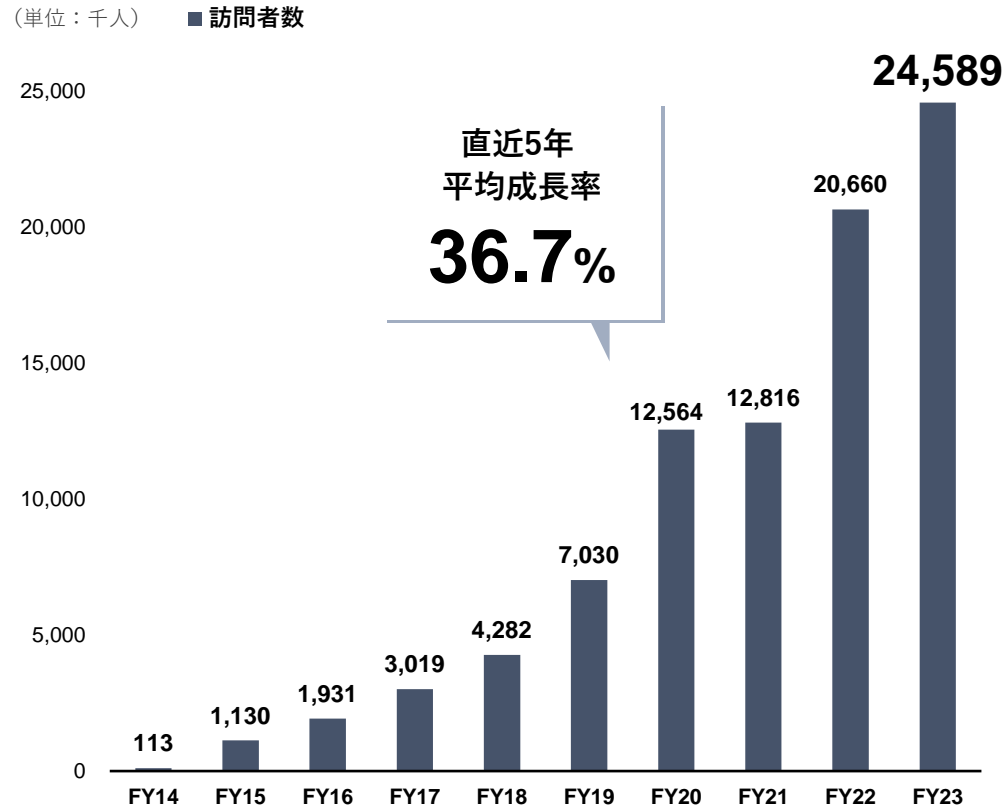
	KPI	取り組み	
<b>フィンテック・リテール</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ユーザー数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M&amp;Aによるメディア獲やSEOの強化によるメディア・ユーザー数の増加</li> </ul>	<b>toC領域の提供価値</b> フィンテック・サービスによる個人に向けた投資・資産形成の支援
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ARPU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>バーティカル・メディアの拡大による収益面の強化</li> <li>新規フィンテック・サービスの開発・提供</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>累計資産額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アライアンスによる富裕層ネットワークの拡大</li> <li>コーポレート・フィンテックとの連携による新規商品組成</li> </ul>	
<b>フィンテック・コーポレート</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営者リード総数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的なマーケティング投資による経営者リード（法人リード）数の獲得</li> </ul>	<b>toB領域の提供価値</b> ファイナンスによる法人の企業・事業成長支援
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ARPA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>戦略コンサルティング・チームの採用強化</li> <li>M&amp;A／資本業務提携等による金融ソリューションの拡充</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>累計調達額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アライアンス・ネットワーク構築による案件獲得効率化</li> <li>ESGなどさまざまな観点での案件バリエーションの拡大</li> <li>企業の資金調達ニーズの獲得</li> </ul>	



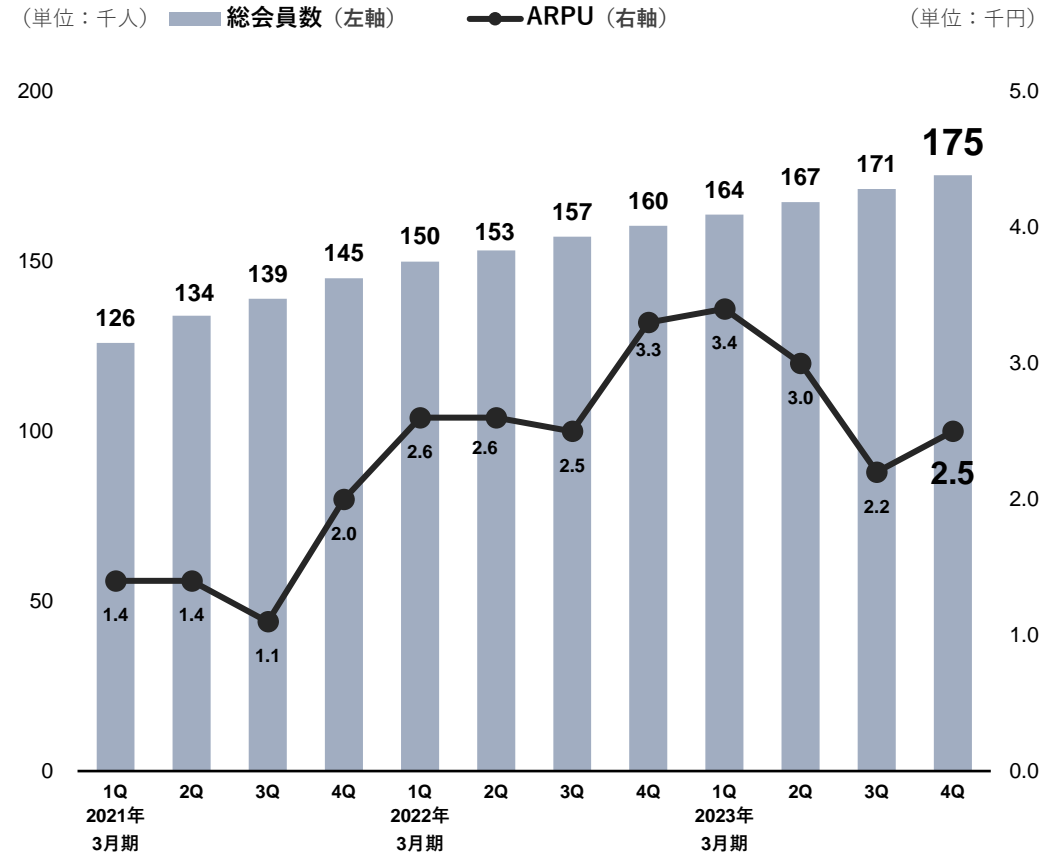
# KPI リテール・フィンテック領域の主要KPI①：訪問者数、ARPU

メディア・プラットフォーム訪問者数は月間2,400万UUを超え、引き続き順調に拡大。  
Googleコアアップデートの影響でメディア関連売上が前年同期からは減少傾向も、ARPUはQonQで微増。

### 訪問者数

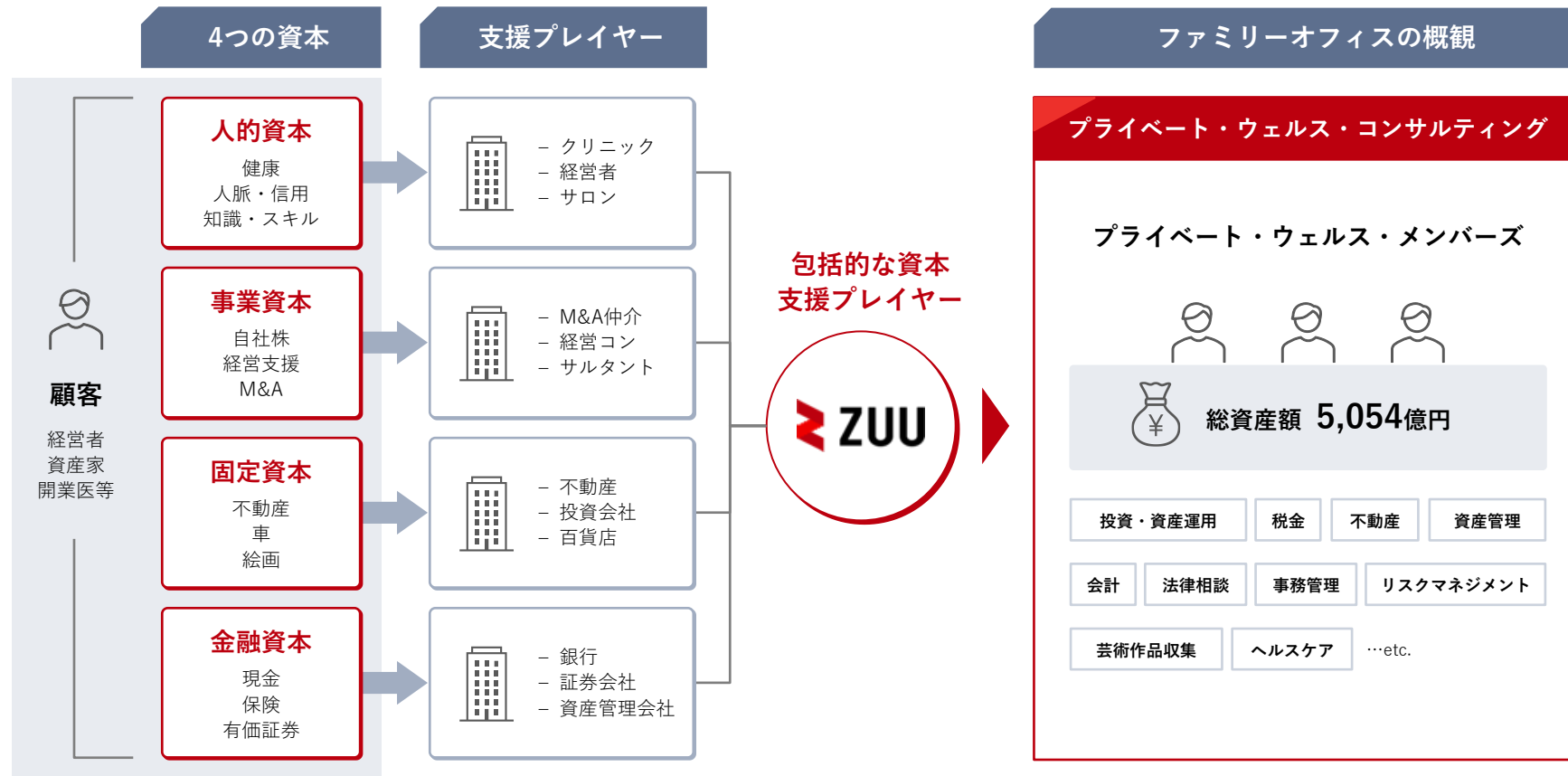


### 総会員数 / ARPU



KPI リテール・フィンテック領域の主要KPI②：総資産額

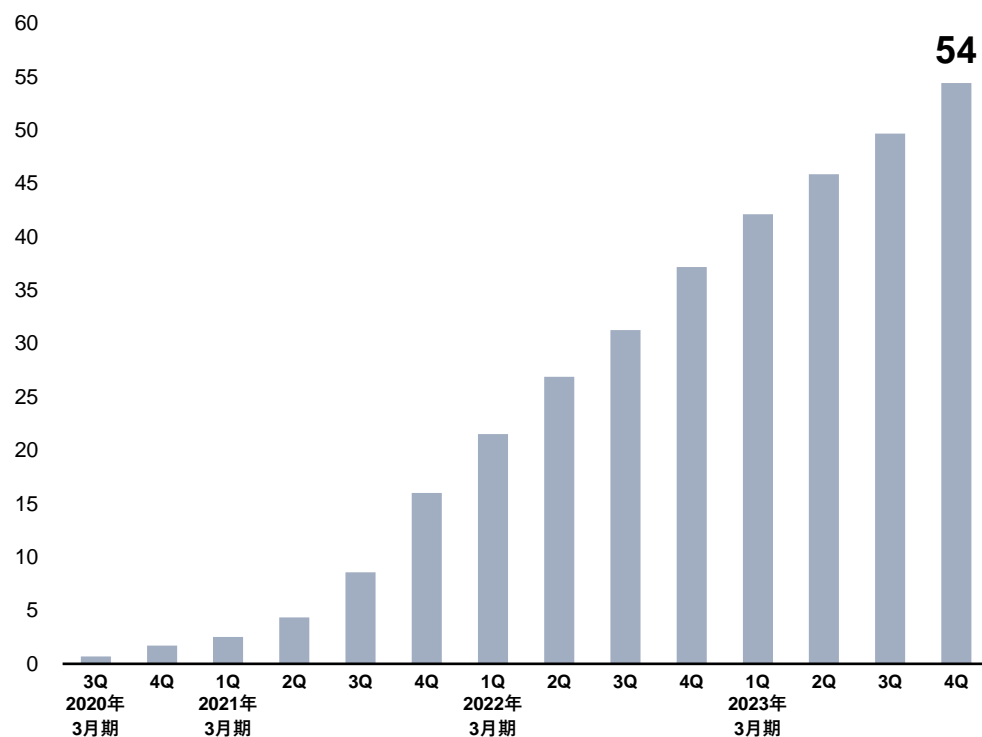
富裕層向けウェルス・マネジメント・サービスの会員『プライベート・ウェルス・メンバーズ』の総資産額が5,054億円を突破。M&Aによる株式会社AWZのグループ化により、金融サービス仲介業のライセンス取得およびソリューションが拡大。



経営者向けメディア『THE OWNER』の会員数※1や経営者リード総数は堅調に推移。ARPA※2は口頭合意の受注等が進み微減。

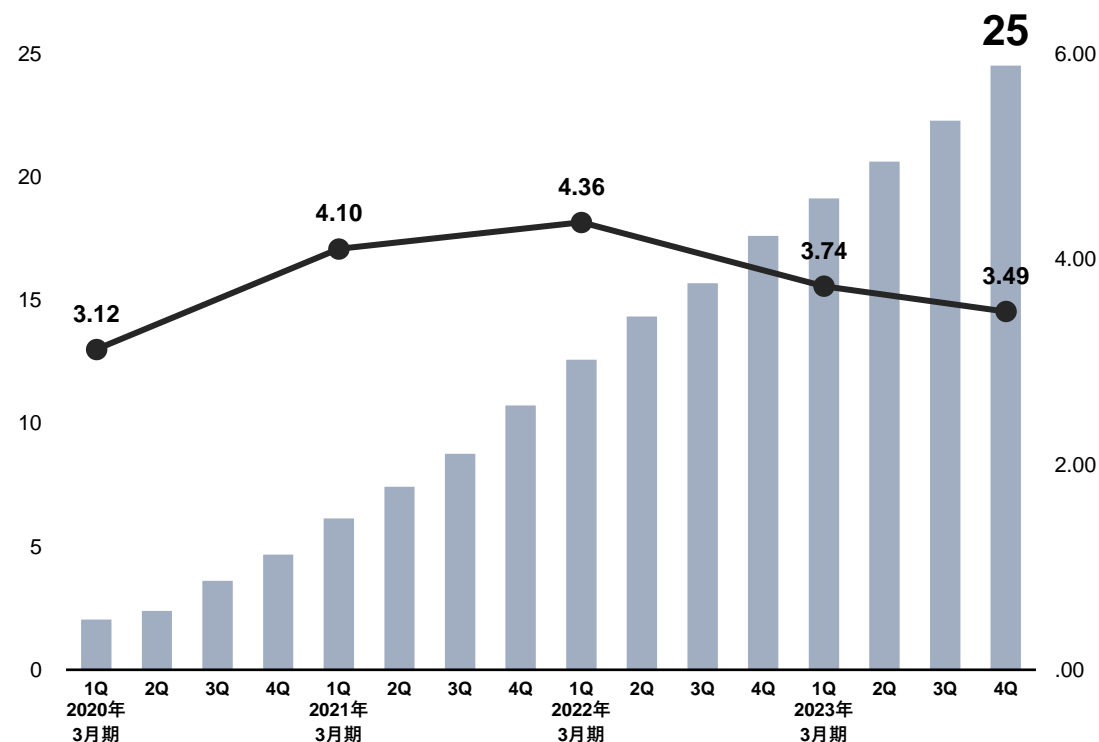
『THE OWNER』会員数

(単位：千人) ■ 会員数



経営者リード総数 / ARPA

(単位：千人) ■ 経営者リード総数 (左軸) ● ARPA (右軸) (単位：百万円)



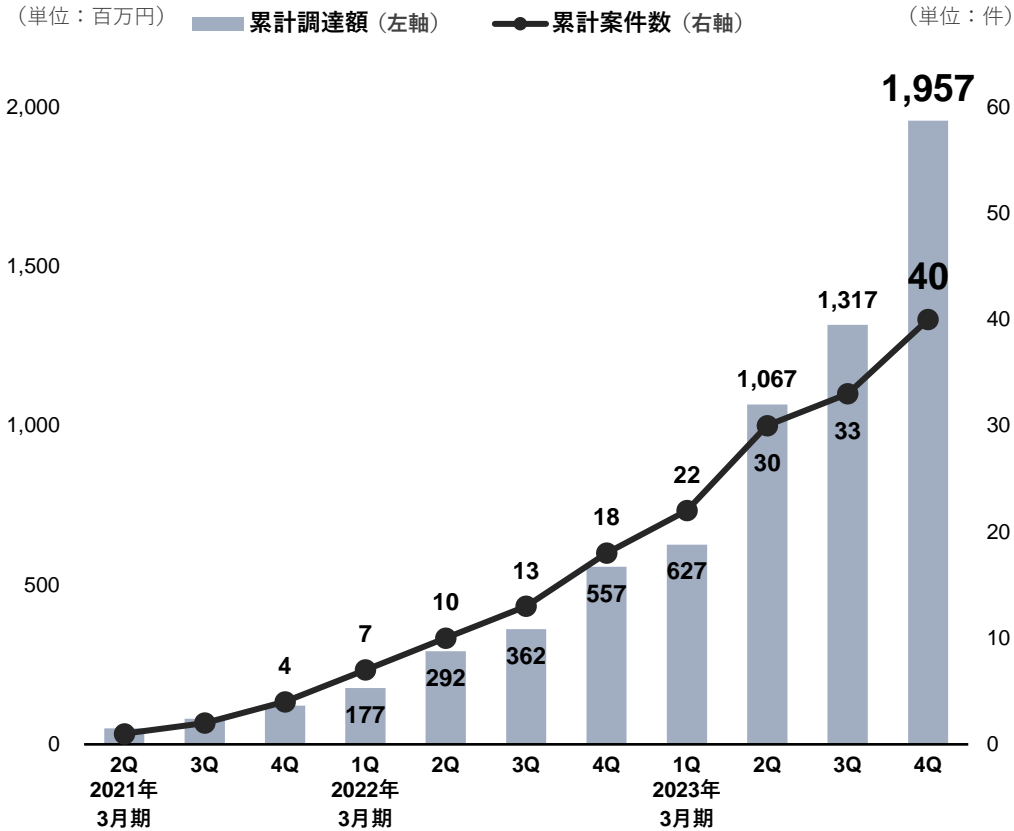
※1 経営者向けメディア『THE OWNER』の経営者会員数および「PDCA Engineering」の勉強会・セミナーに登録した経営者等、当社が独自に取得した経営者の総リード数。『THE OWNER』の主要KPIに関連する数値は会員数のためPV数の推移は非掲載

※2 コーポレート・フィンテックの直近1年間の売上およびアカウント数から計測。「PDCA Engineering」の売上は口頭合意から受注までのタイムラグを加味し、一定期間での口頭合意件数で試算

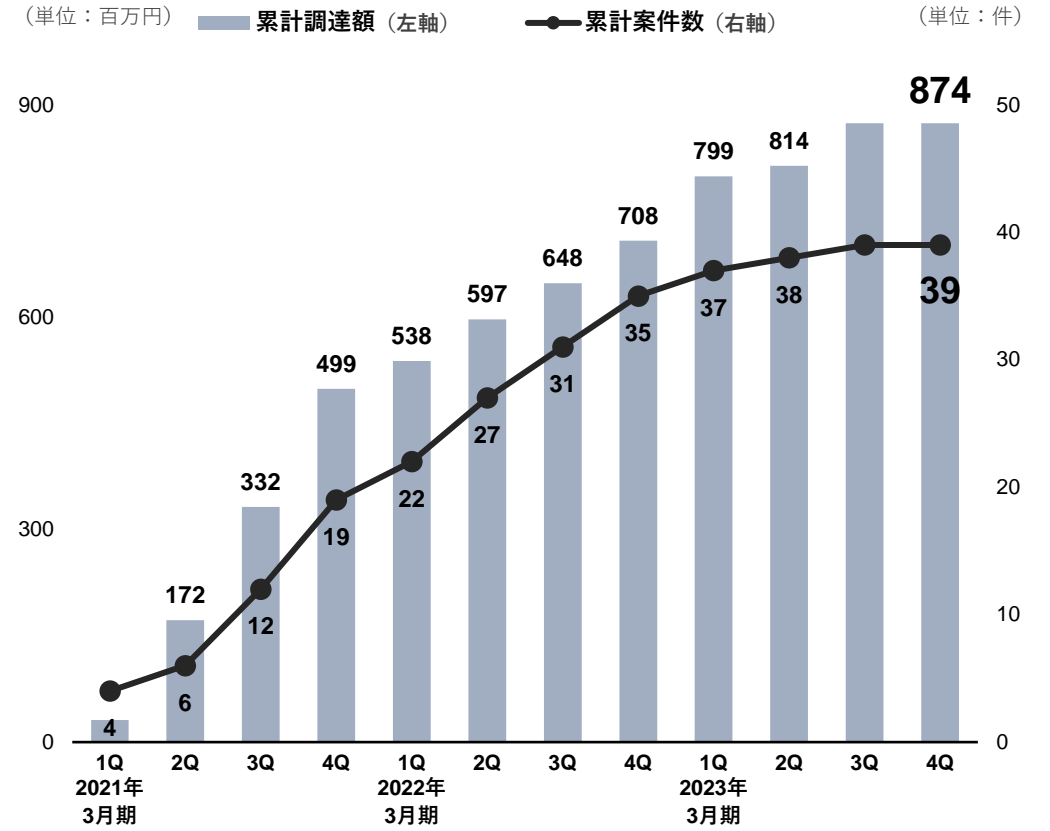
# KPI コーポレート・フィンテック領域の主要KPI②：累計調達額※1

『COOL』は累計調達額1,957百万円、累計案件数※240件。案件数・案件規模ともに急増し、順調に成長中。  
 『Unicorn』は累計調達額874百万円、累計案件数39件。引き続き案件組成に苦戦。

融資型クラウドファンディング『COOL』



株式投資型クラウドファンディング『Unicorn』



※1 クラウドファンディングおよび私募、増資なども含めたトータルでの累計調達額  
 ※2 組成した案件の累計件数

# 06 ——— 主要リスクと対策

## リスク 主要リスクと対策

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識するリスク。  
 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」を参照。

項目	影響領域	主要なリスク	対策	顕在化の可能性 /時期	顕在化した際の 影響度
広告・マーケティング市場に関するリスク	広告・送客領域の売上	インターネットの普及や同広告市場は年々拡大傾向にあります。マーケティング活動は景気の影響を受けやすく、顧客企業における広告・マーケティング費の支出が縮小する場合は当社の業績に影響を与える可能性があります。	市場動向を見極めるとともに、顧客企業の需要を満たすサービスの開発・提供に努めます。 また、コーポレート・フィンテック等の他分野についても積極投資を行い成長を図ってまいります。	低～中程度 /10月～3月頃	大
検索エンジンのアルゴリズム・アップデートに関するリスク	自社メディアへの訪問者数 広告・送客領域の売上	Googleの検索エンジンのコアアップデート（年2～3回）により、ユーザー数が想定通りに増加せず、自社メディアの広告媒体としての価値が低下した場合、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。	検索エンジンのアルゴリズム変更については適時分析を行い対策を行っております。 また、検索エンジンのアルゴリズム対応として、パーティカル・メディア化によるリスク分散の強化及びコンテンツのSEO対策強化を引き続き推進して参ります。	中～大程度 /常時	大
採用市場に関するリスク	コンサルティング事業のグロース	コーポレート・フィンテック領域の中長期的な成長のためには、コンサルティング事業・サービスを提供するコンサルティング人材の増加に依存しており、その人員増加が課題と認識しております。	新たなビジネスの市場動向を見極めるとともに優秀なコンサルティング人材の採用に向けて、エージェント、リファラル、ダイレクトなど、さまざまな採用経路からの採用活動を強化し、優秀な専門人材を進めてまいります。	低～中程度 /中長期	中

## 本資料の取り扱いについて

本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。今後、様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

次回開示は2024年6月予定です。