

ソーシャルワイヤー株式会社 事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年5月13日

1. 会社概要

- 法人概要
- ビジョン／経営方針
- 主な沿革
- 成長投資とプロダクト育成履歴

2. 事業構造改革の成果（収益体質へ大幅改善）

- 事業構造の改革期の成果
- “改革期”から“成長投資期”へ

3. 成長戦略

- 事業領域および注力事項
- 成長戦略（骨子）
- 成長戦略（成長推移イメージ）
- 業績予想（2025年3月期）
- その他施策

4. 主要サービス及び競争優位性

- 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
- リスクチェックサービス
- クラウド翻訳サービス

5. 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（2024年3月末） |
| 従業員 | 単体282名、連結301名（2024年3月末） |
| サービス | リリース配信 インフルエンサーPR クリッピング 取引先反社チェック クラウド翻訳 シェアオフィス（海外） |
| 経営陣 | 代表取締役社長 矢田峰之 取締役 藤原直美 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 |

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

我々は、プロダクト価値を磨きをかけることに注力してまいります。各々の事業者のもつ本来の魅力にスポットライトが当たることで、顧客のマーケティング活動をより実効性あるものにしていくことを追求してまいります。

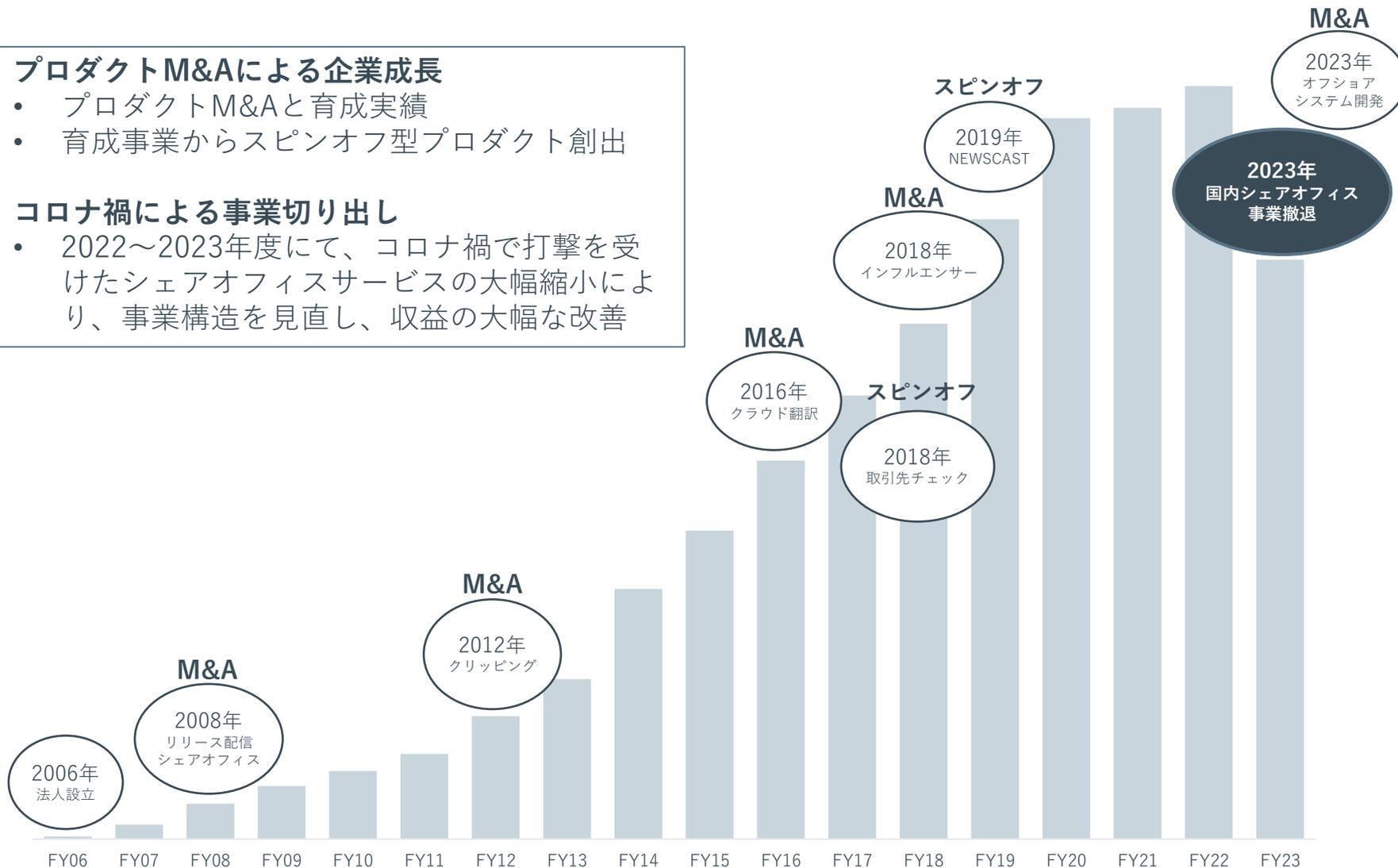
| | |
|-------|--|
| 2006年 | 東京都中央区日本橋に未来予想株式会社として設立 |
| 2008年 | リリース配信「アットプレス」をM&Aにより開始 シェアオフィス「クロスコープ」をM&Aにより開始 |
| 2009年 | クロスコープを青山に開設 |
| 2010年 | クロスコープを新宿南口に開設 |
| 2011年 | クロスコープをシンガポールとジャカルタに開設 |
| 2012年 | クロスコープをデリーに開設 掲載調査「アットクリッピング」を開始 ソーシャルワイヤー株式会社に社名変更 |
| 2013年 | クロスコープをホーチミンとマニラに開設 |
| 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 |
| 2022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 |
| 2023年 | 国内シェアオフィス事業を事業譲渡 オフショアシステム開発のMK1 Technology VietnamをM&Aにより開始 |

プロダクトM&Aによる企業成長

- プロダクトM&Aと育成実績
- 育成事業からスピノフ型プロダクト創出

コロナ禍による事業切り出し

- 2022～2023年度にて、コロナ禍で打撃を受けたシェアオフィスサービスの大幅縮小により、事業構造を見直し、収益の大幅な改善



< 連結売上高推移 >

2. 事業構造改革の成果

(収益体質へ大幅改善)

単位：百万円

| | FY14 | FY15 | FY16 | FY17 | FY18 | FY19 | FY20 | FY21 | FY22 | FY23 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 連結売上高 | 1,583 | 1,953 | 2,397 | 2,808 | 3,264 | 3,924 | 4,566 | 4,630 | 4,769 | 3,669 |
| 連結営業利益 | 108 | 225 | 220 | 353 | 405 | 201 | 125 | 164 | △ 211 | △ 2 |

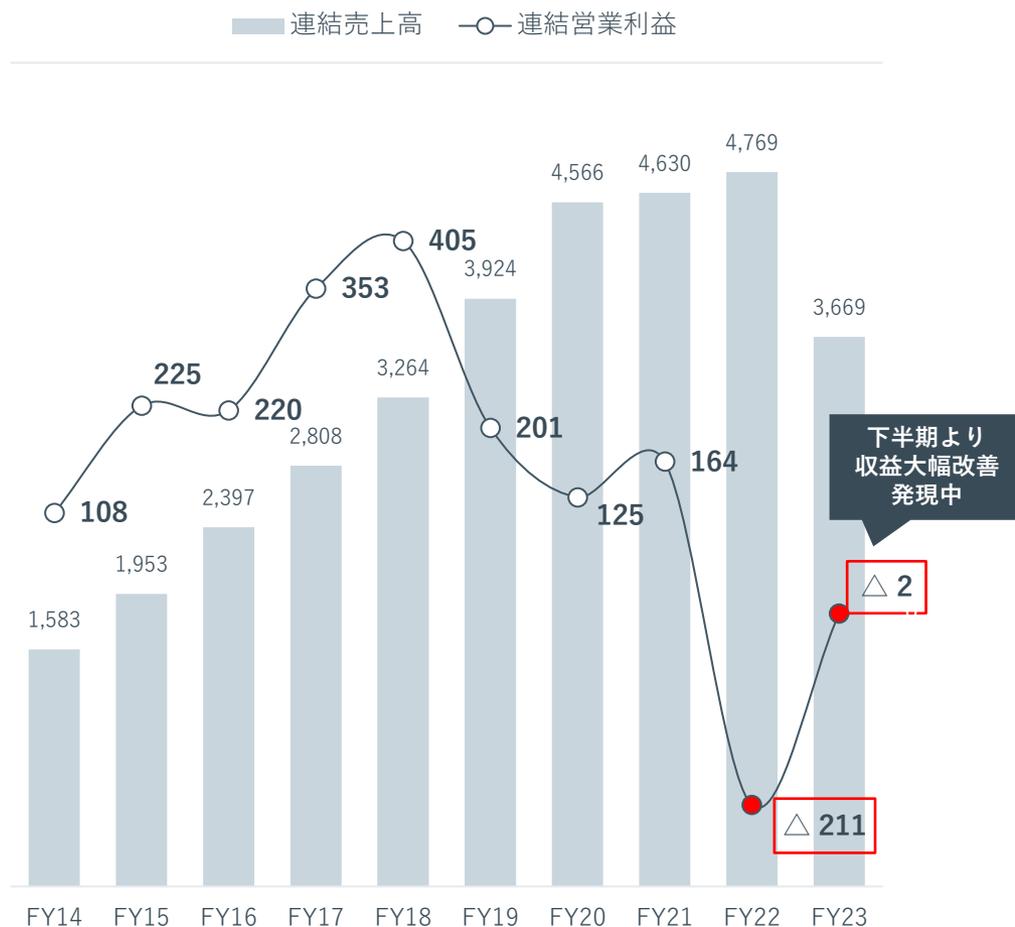
2024年3月期 「選択と集中」改革期

国内シェアオフィス事業の事業譲渡

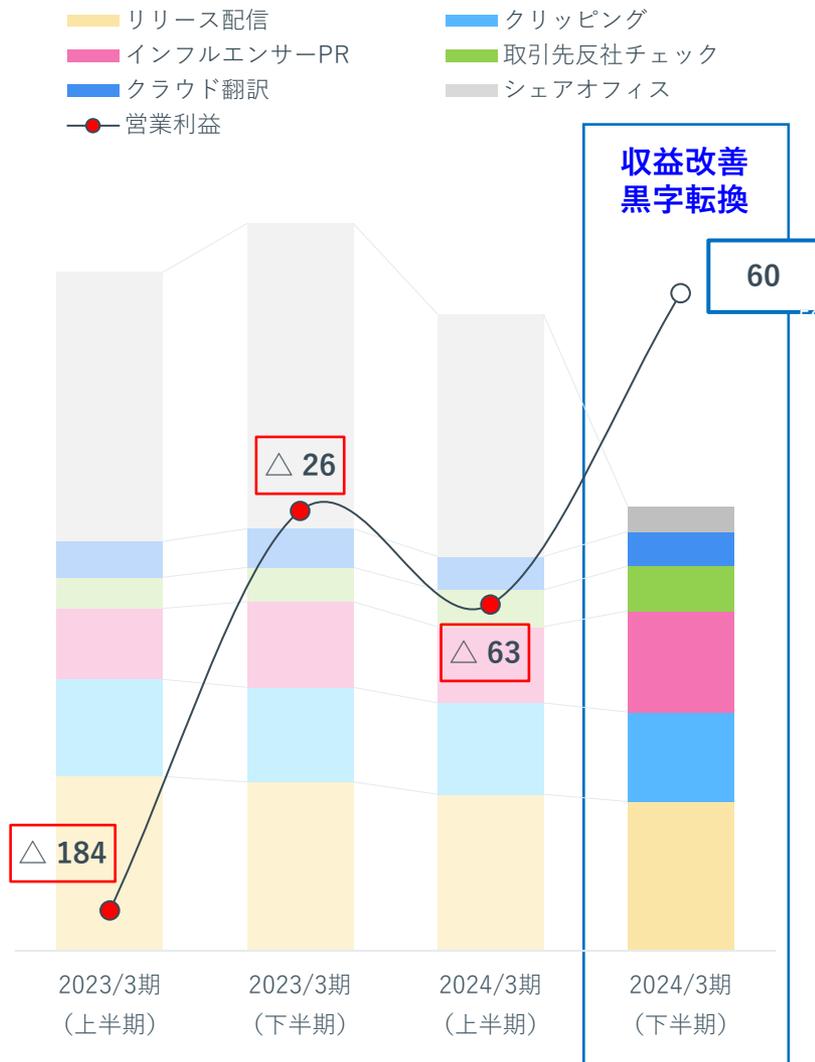
2008年よりシェアオフィス事業を開始し、国内10拠点のシェアオフィスを運営していましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響及び大手不動産会社のシェアオフィス事業参入によりシェアオフィス業界の競争は激化し、シェアオフィス事業の収益性や投資対効果の改善は当社の経営課題となっております。

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。

そこで海外シェアオフィスの段階的撤退を進行させ、2024年3月期には国内シェアオフィス事業を撤退することで、事業ポートフォリオの大幅な見直しを断行。事業軸をデジタルサービスへ一本化する判断をして推進いたしました。

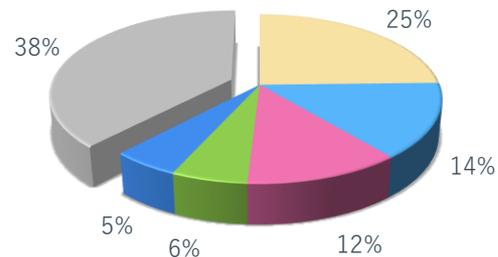


サービス別の売上推移



Before

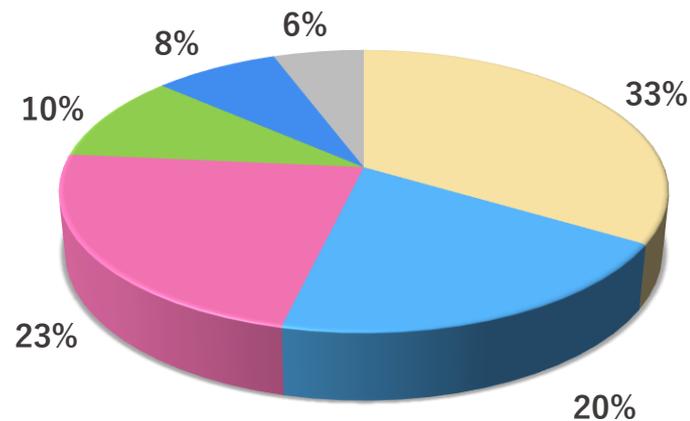
構造改革前 (FY23上半期)



事業ポートフォリオの大胆な見直しにより、デジタルサービスに軸足を一本化

After

構造改革後 (FY23下半期)



2025年3月期～ 「財務強化／成長投資」投資期

株式会社ジーニー（証券コード：6562）と資本業務提携

2024年6月開催予定の定時株主総会で関連議案が承認されることを前提とし、約13億円の第三者割当増資を実施。2024年7月実行予定。役員派遣を受入れ、進行年度2Qより株式会社ジーニーの連結子会社化。

- 自己資本比率 1桁台→40%台
- プロダクト開発およびM&A投資余力の確保

デジタルサービスのプロダクト開発（M&A含む）に積極的に着手

当社成長パターンであるプロダクトM&Aの再開に着手するとともに、ジーニー社の有する顧客リソースならびにテクノロジーリソースの活用により、収益改善を更に加速させるとともに、新たな顧客層へのリーチ獲得することを想定しています。

3. 成長戦略

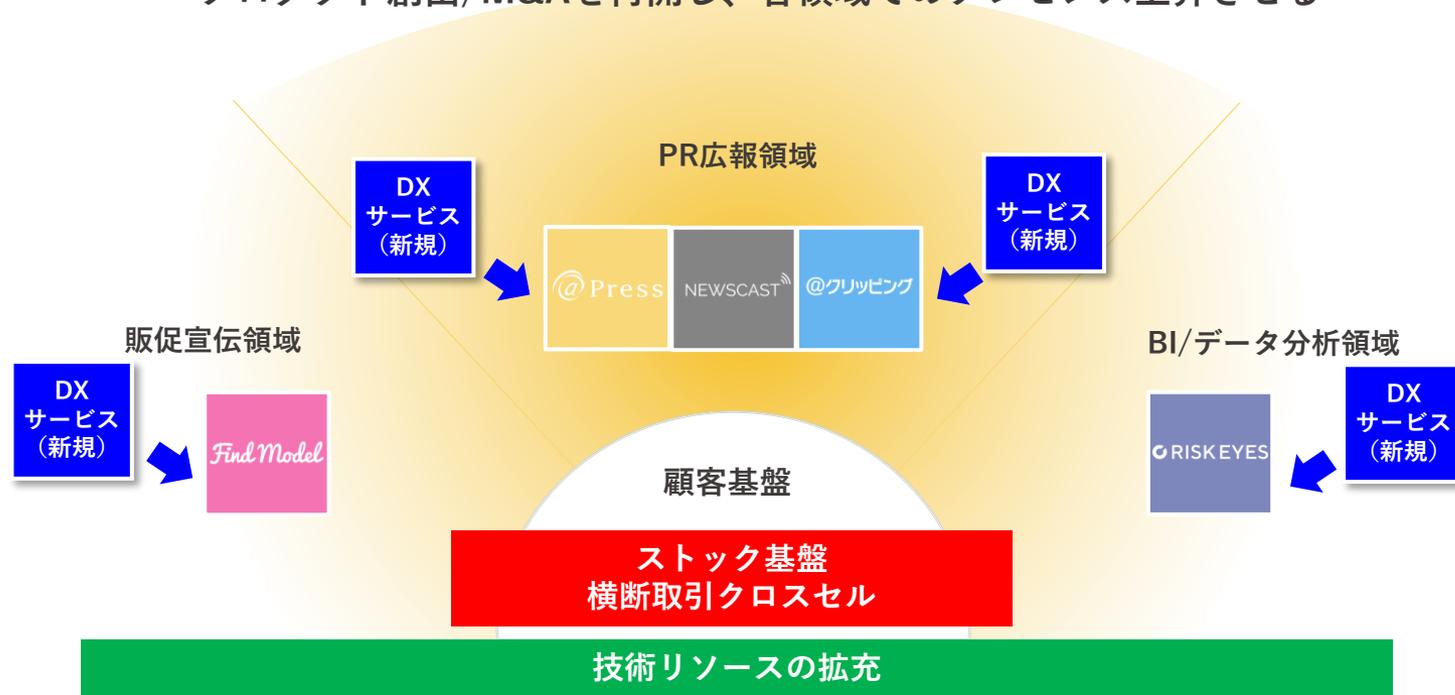
マーケティング領域のデジタルDXツールを積極展開
 多くの顧客へリーチする商品開発（付加価値追求）を提供してまいります



| マーケティング領域 | | サービス | 年間売上 | 取引社 | 1社取引額 |
|-----------|-----------------------|---|-----------|---------|----------|
| 中核事業 | PR広報 | @Press NEWSCAST @クリッピング 8beat.ch | 1,651 百万円 | 6,817 社 | 242 千円 |
| 成長注力事業 | 販促宣伝 前年成長：113% | Find Model | 602 百万円 | 305 社 | 1,976 千円 |
| | BI/データ分析 前年成長：125% | RISK EYES プルコン | 276 百万円 | 490 社 | 564 千円 |
| その他事業 | 業務支援 | TRANSMART CROSSCOOP(海外) | 395 百万円 | 450 社 | 878 千円 |

※上記数値には撤退済の国内シェアオフィスを除いたもので算出しております。
 ※顧客基盤は、2024年3月期の1年間の有料取引社のみをカウントしております。

クロスセル推進し顧客リテンションを最大化
 プロダクト創出/M&Aを再開し、各領域でのプレゼンス上昇させる



顧客ストック基盤

顧客基盤のストック性を追求し、横断取引の提供を積極化。1社顧客額の最大化を実現してまいります。

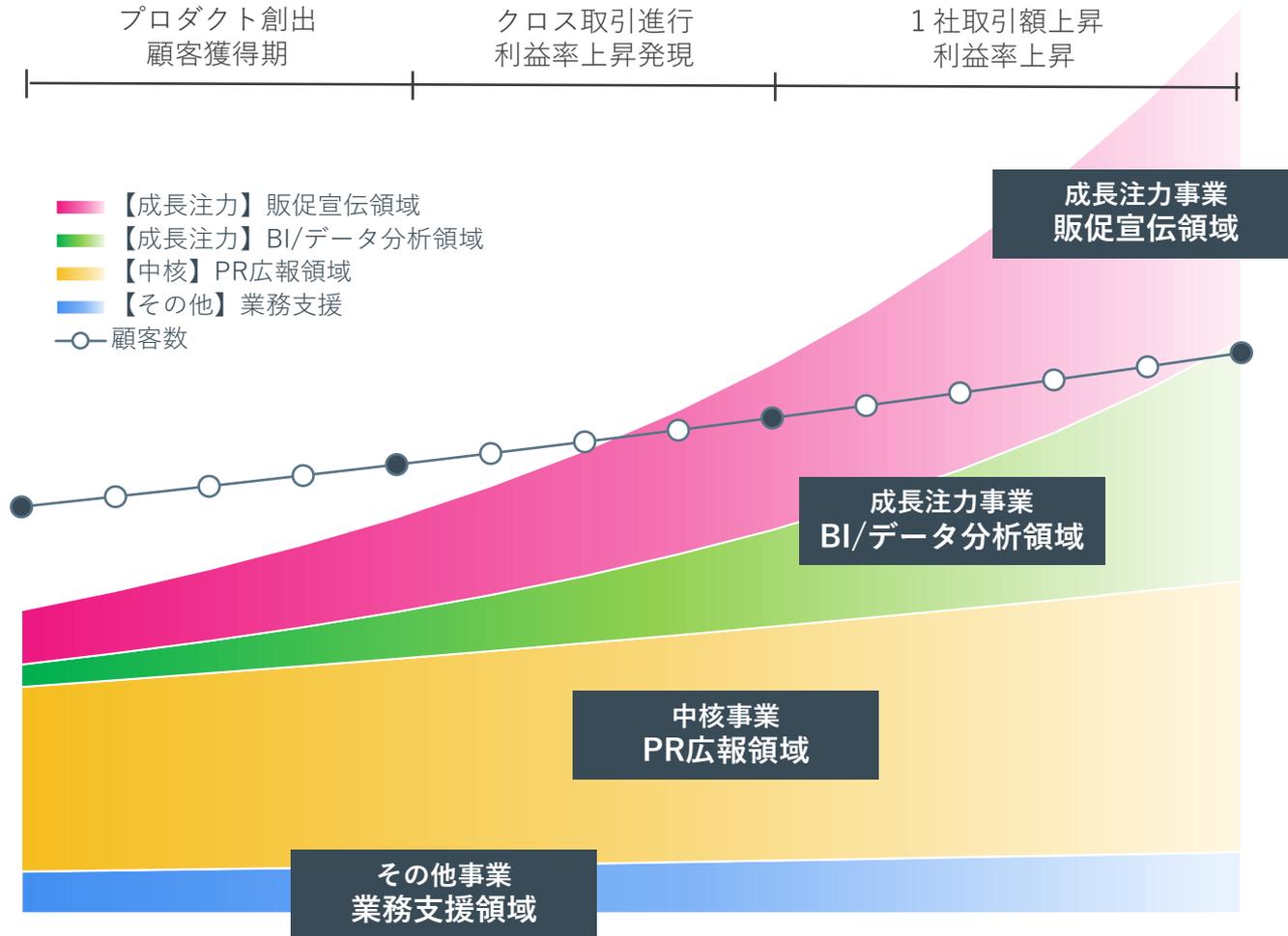
プロダクト創出/M&A

プロダクトを積極的に創出。プロダクトM&Aの再開。各領域におけるプレゼンスを上昇させ、業界No1~No2プロダクト育成

技術リソース投資拡充

戦略推進の加速のため、技術リソースの積極的な調達
 ベトナムオフショア事業者のM&Aはこれに含む

高単価プロダクトの成長注力事業が成長牽引、
1社取引額増加とともに利益率向上を併行しながら事業拡大へ



経営戦略の推進方針

●プロダクトカンパニー化へ

- ・ システム開発体制強化のための強化（ベトナムオフショア事業者の子会社化）
- ・ 株式会社ジーニー社との資本業務提携実行後に、その技術開発リソースの授受想定

●資本業務提携（実行完了後）のM&A等の投資活動の再開

- ・ 成長に資する積極的な投資活動の再開

業績予想

| | 2024/3月期 | 2025/3月期(予想) | |
|---------------------|-------------|--------------|-------|
| | 通期 (百万円) | 通期 (百万円) | 前期比 |
| 売上高 | 3,669 | 2,890 | 78.8% |
| 営業利益 | △ 2 | 100 | — |
| 経常利益 | △ 27 | 65 | — |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | △ 146 | 45 | — |

- ・ 本業績予想は、**株式会社ジーニーとの資本業務提携効果は反映しておりません**。同提携は、実行予定日を2024年7月1日としており、**実行後において影響を及ぼす内容が判明次第、適切に開示予定といたします**。
- ・ 一方、費用面は、資本業務提携の実行された場合のFA手数料等は一時費用として見積もり計上しております。
- ・ セグメント別予想につきましては、国内シェアオフィス事業の事業譲渡、拠点閉鎖等による組織変更、経営管理体制の実態等を踏まえ、今後は単一セグメントによる報告とさせていただきますこととしました。

注力

リファラル採用／アルムナイ採用の積極化

従業員リテンション向上とともに多様な採用手法を積極化

- 社内コミュニケーション活性施策を通じた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
- 機会の平等・多様性の最大化施策は継続

【進捗状況】

| | リファラル採用 (社員紹介) | アルムナイ採用 (出戻り) | 合計 |
|---------|-------------------|------------------|-----|
| 2023年3期 | 1名 | 4名 | 5名 |
| 2024年3期 | 10名 | 6名 | 16名 |

注力

生成AI活用による生産性向上

生成系AIの積極的な業務活用による知見の向上、および自発的な生産性向上を目指す

- 自ら機会を創出し、各自各様の利用用途を生み出す
- 次世代事業創出のみならず、従業員の基礎的知見を底上げする機会を提供

【進捗状況】

| 効率対象 | 年間の削減効果 | AI活用 |
|-----------|----------------------|-----------------|
| 原稿作成業務 | △ 5,000 千円 | 生成AI活用 |
| 調査データ精査業務 | △ 14,000～△ 18,000 千円 | AI活用システム開発によるもの |

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 働きがいも
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】（2024年3期）
正社員の元パート比率：16%

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】（2024年3期）
正社員の女性比率：63%
管理職の女性比率：46%
男性育児休暇取得率：25%

4. 主要サービス及び競争優位性

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、メディアといわれる報道機関（新聞社、放送局、雑誌社、通信社等）に向けた情報の提供・告知・発表をすること
- 「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されます。

▶ @Press（アットプレス）

- アットプレスでは、より多くの記事にするために、専任の担当者が文書の校正やタイトルのご提案、最適な配信先メディアの選定を行い、お客様の希望される発表時間にプレスリリースの配信を行っております。



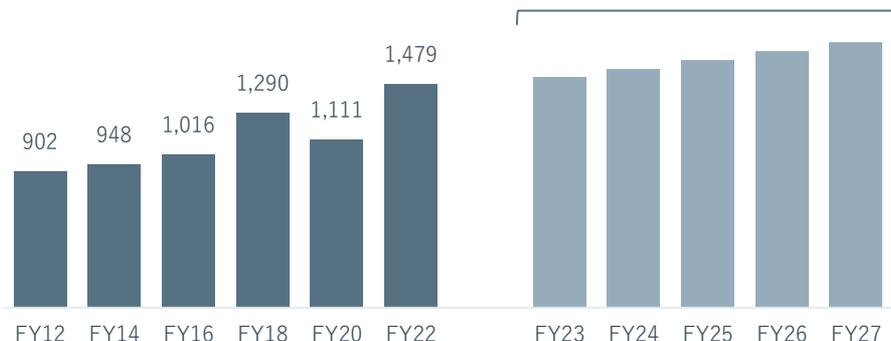
専任スタッフがつくから
初めてでも**記事**になる

初心者から上級者まで、顧客満足度97%※2
専任スタッフによるサポートが充実のプレスリリース配信サービス

市場規模

(単位：億円)

コロナ禍後の回復影響からは緩やかな回復と推測
(5年間想定CAGR3.5% ※当社推計)



- 2022年年度時点における市場規模：1,479億円
- 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、回復。今後も緩やかに成長するものと推測

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」（2023年5月）を参考に当社推計

顧客データ

| | | | | | | | | |
|-------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| 配信内容 | 商品 28.7% | サービス 14.6% | 企業動向 18.7% | イベント 19.3% | その他 18.7% | | | |
| リピーター | リピーター 92.2% | | | | 新規利用 7.8% | | | |
| 所在地 | 国内 99.1% | | | | 海外 0.9% | | | |
| 取引形態 | 直取引 89.9% | | | | 代理店販売 10.1% | | | |
| 上場区分 | 上場 4.3% | | 未上場 95.7% | | | | | |
| 設立 | ～3年 6.0% | ～5年 6.7% | ～10年 18.6% | ～30年 34.6% | ～50年 17.0% | 50年～ 17.1% | | |
| 従業員数 | ～10名 32.5% | | ～50名 28.9% | | ～100名 10.7% | ～500名 18.8% | ～1,000名 4.2% | 1,000名～ 4.9% |
| 業種 | サービス業 35.3% | | 情報通信業 14.8% | 小売業 11.7% | 製造業 9.0% | 卸売業 8.0% | 食品業 6.2% | その他 15.1% |

* 2024年3月期（2023年4月1日～2024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）

▶ 業界最多の配信先

- 業界最多*1 の 12,000リスト / 10,000メディア*2

▶ 専任の担当者

- 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

※全て2024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。

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

▶ AIによるショート動画機能（8beat.ch）

- リリース内容をAIによりショート動画コンテンツへ
- 「読む」から「感じる」へ

▶ AIによる原稿校正 / 入稿画像校正 / 自動記事作成

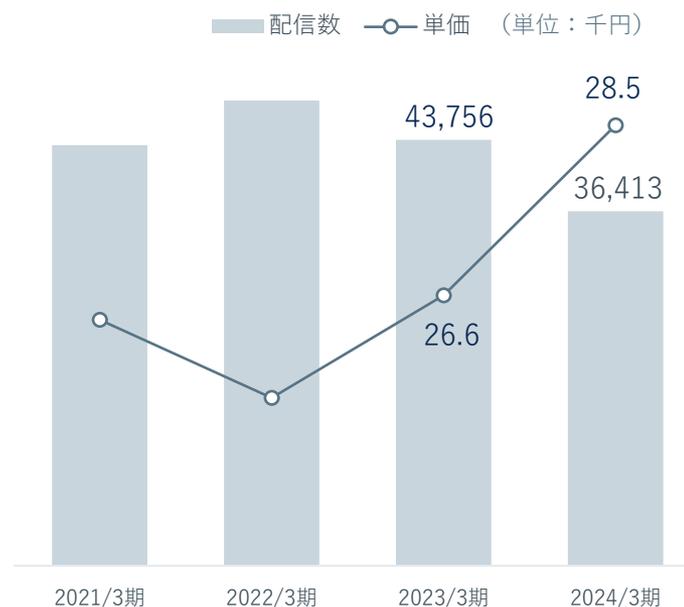
- 原稿作成のみならず、入稿画像の自動校正、自動記事作成機能など
- AI機能の搭載を積極的に進めています

*3 2024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社と比較（売上非公開企業等もあるため、大手サービスは2023年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。

KPI（リリース配信数×単価）



- ▶ 新規獲得活動を抑制し、高単価メニューへ傾注

サービスとブランド

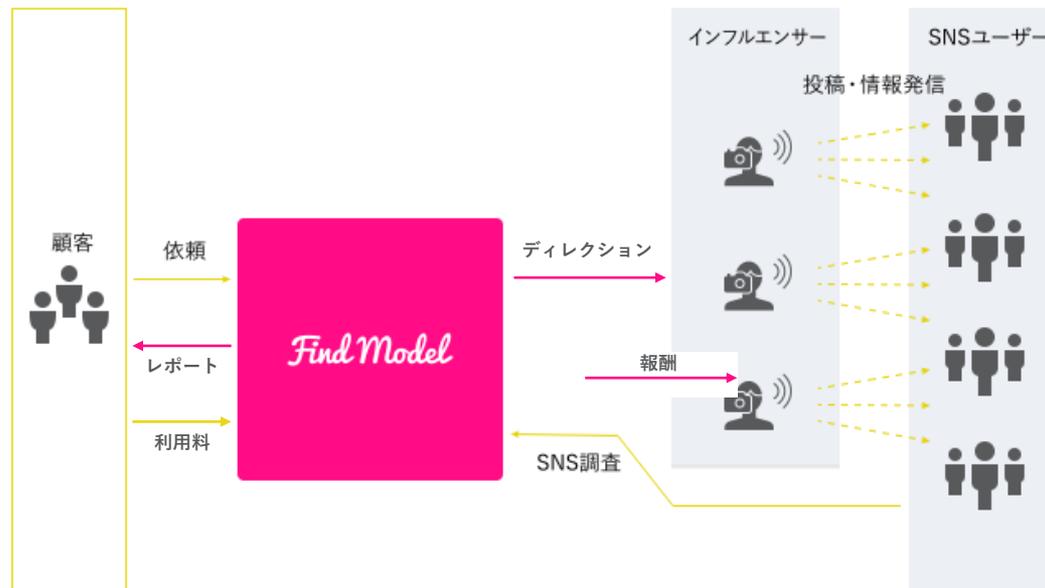
▶ インフルエンサーマーケティングサービス

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、その体験投稿してもらうSNSの広告手法

Find Model (ファインドモデル)

▶ 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、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 (YouTuber)」、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 (Instagrammer)」、音楽に合わせたショートムービーやユーモア溢れる動画を投稿する「ティックトッカー (TikToker)」の投稿などが挙げられます。



市場規模

▶ 2023年国内ソーシャルメディアマーケティング市場：1兆899億円

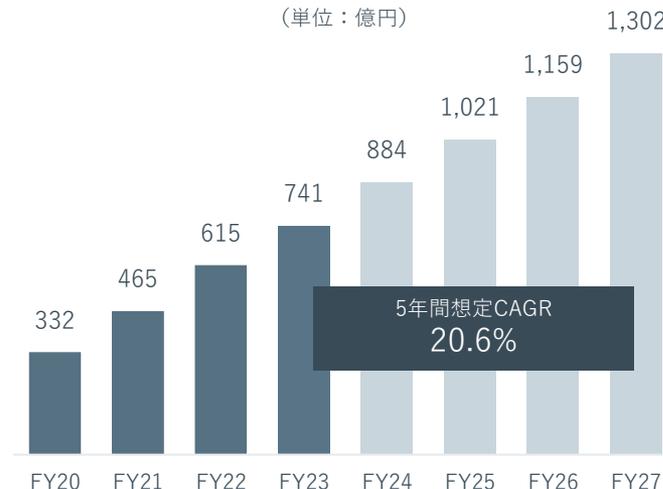
- ソーシャルメディア広告 9,724億円 (89.2%)
- インフルエンサーマーケティング 741億円 (6.8%)
- SNSアカウント運用支援 261億円 (2.4%)
- 分析ツール 80億円 (0.7%)
- プランニング・コンサルティング 92億円 (0.8%)

▶ インフルエンサーマーケティングの需要

- 2023年：**741億円** ⇒ 2027年：**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
 ※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)

インフルエンサーマーケティングの市場規模推計



顧客データ

| | | | | | | |
|-------|-----------------|------------------|-----------------------|----------------|-----------------|------------------|
| 案件内容 | 日用品・雑貨 22.7% | 美容(スキンケア・メイク)... | 旅行・イベント・レジャー 13.2% | アパレル 12.1% | 食品 11.4% | その他 22.2% |
| リピーター | 新規 70.4% | | | リピーター... | | |
| 取引形態 | 直取引 64.3% | | | 代理店販売 35.7% | | |
| 上場区分 | 上場会社 12.6% | 非上場会社 87.4% | | | | |
| 従業員数 | ~10名 14.4% | ~50名 22.2% | ~100名 11.6% | ~500名... | ~1,000名 9.7% | 1,000名~ 17.6% |

* 2024年3月期 (2023年4月1日~2024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9,800人超、のべ総リーチ数2億9,000万フォロワー以上**

- テレビ出演多数の芸能人から、ニッチ層にコアファンの多いマイクロインフルエンサーまで。AI(人工知能)とプロの目を通してお客様に最適な"本物の"インフルエンサーの提案が可能です。

➤ **インフルエンサー依頼実績は13,700件以上**

- 化粧品、日用品、雑貨、航空会社、旅行代理店、飲食店、スポーツメーカー、ファッション、ペットグッズ等

➤ **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2024年3月末時点

付加価値戦略

➤ **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

➤ **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

KPI（案件数×単価）



- 大型案件/大手顧客比が高まり、案件数は前年比110%。取引単価も微増で推移し、過去最高の業績進捗。

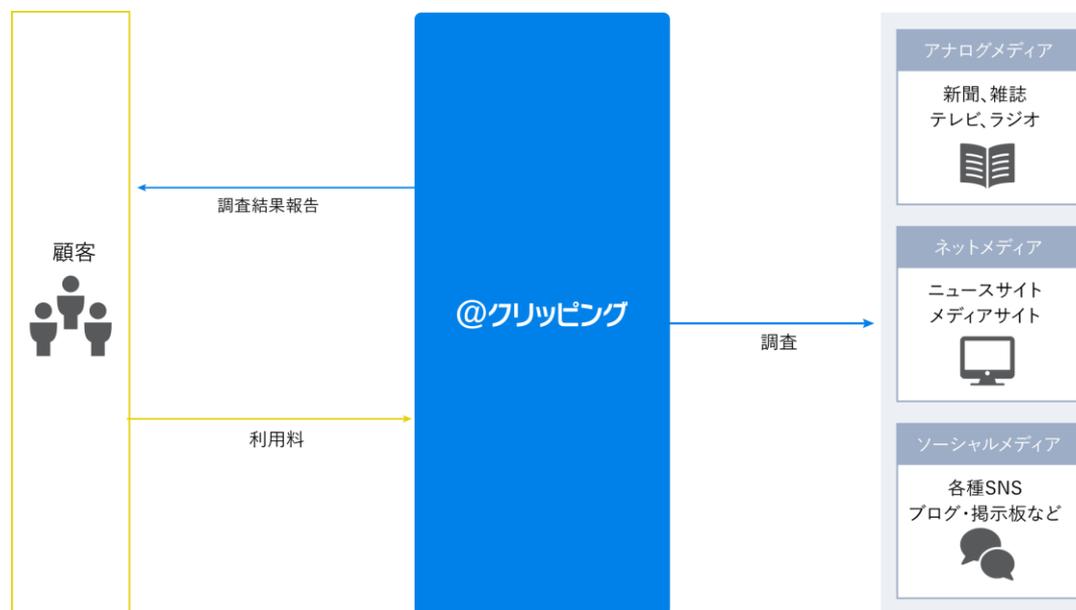
サービスとブランド

- ▶ 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

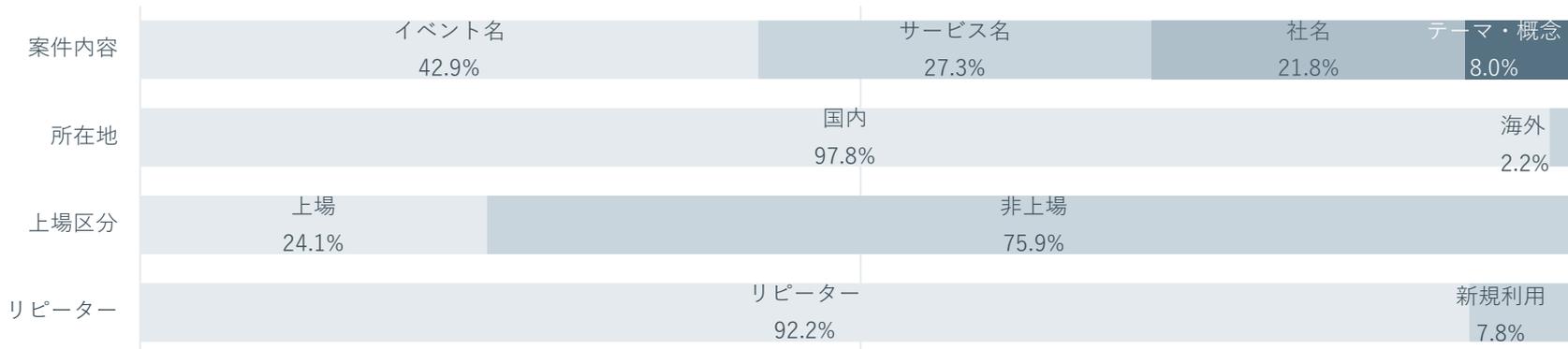
@クリッピング (アットクリッピング)

▶ クリッピング

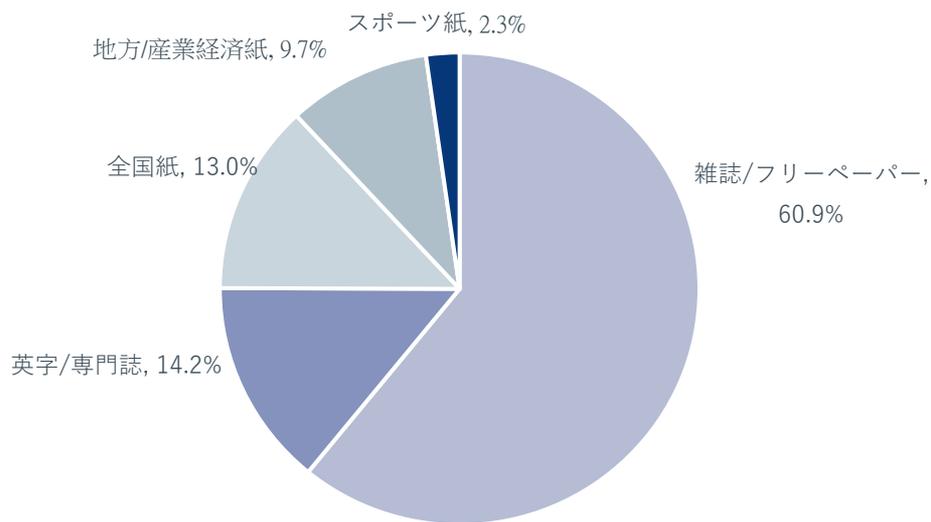
- 新聞・雑誌・WEB・SNSメディアといった各種メディアから、必要な記事を選別・取得すること
- 自社名や自社サービス／商品名（ブランディング調査）、特定業界における動向（業界調査）、特定商品／サービスにおける動向（競合調査・マーケティング調査）、政治・経済等における動向（世論調査）等を各種メディアにおいて調査し、記事の現物（切り抜き）を提供
- アットクリッピングは、プロスタッフの目を通して調査を行なっているため、キーワードによるデータベース検索サービスでは調査できない「テーマ」「概念」等抽象的なものや、「プレゼント欄」「広告欄」「記事の添付写真」等柔軟な対応が可能です。



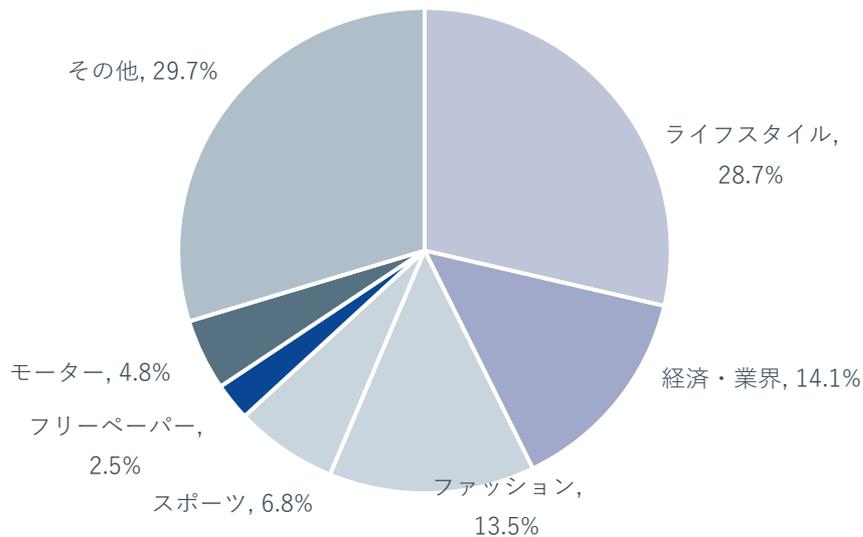
顧客データ



紙メディア調査内訳



雑誌調査ジャンル内訳



* 2024年3月期（2023年4月1日～2024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

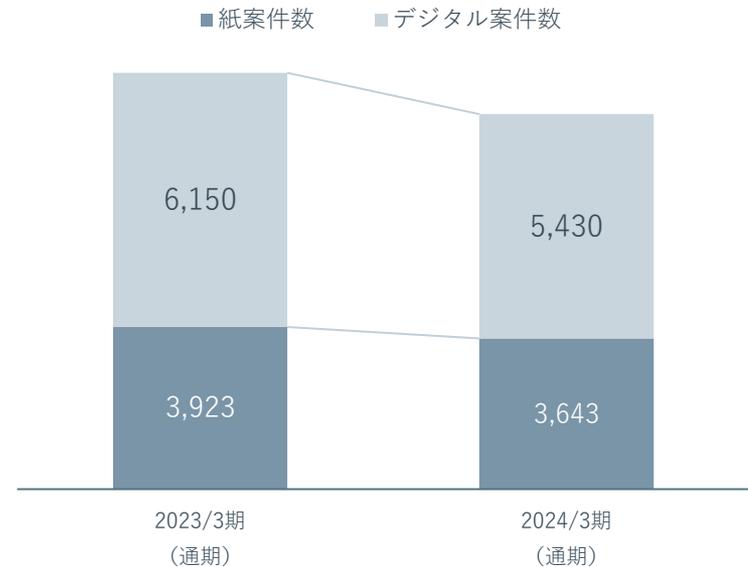
優位性（競争力）

- ▶ **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
 - ▶ **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メディア数と比較
 - ▶ **記事のデータ化（一部メディアとの連携契約開始）**
 - 一部メディアでは、記事のデータ化が可能となりました
 - ▶ **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
- ※全て2024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BIツールのスピノフ開発実績**
 - 取引先反社チェックサービスの開発実績（RISK EYES）
 - 人事等の隣接情報のリファレンスサービス開発

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

取引先リスクチェックサービス

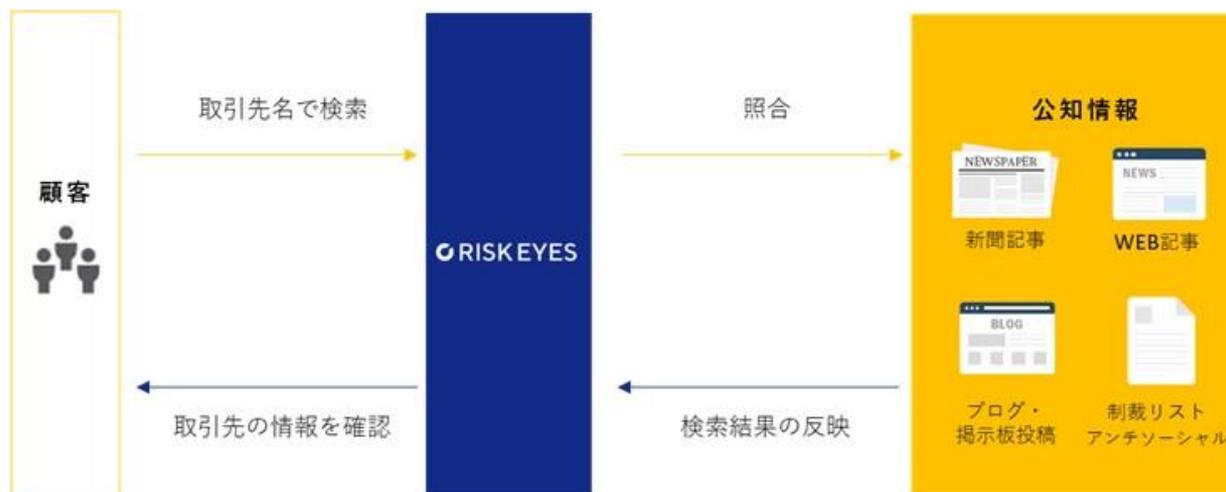
RISK EYES (リスクアイズ)

取引先反社チェックとは

- 自社の「取引先」「社員」「株主」に反社会的勢力（以後、反社）との関係が疑われる人物や組織がないかのチェック
- 『コンプライアンスチェック』とも呼ばれ、2007年7月に施行された「企業が反社会的勢力による被害を防止するための指針」により、企業は反社と取引を持たないことを求められています。取引が発覚した企業には行政処分などの重い処罰があり、特に上場企業は上場廃止になる可能性もあり、健全な企業活動のためにとても大きな役割を担います。

RISK EYES (リスクアイズ)

- WEBニュース記事、新聞記事といった公知情報を用い、取引先に関する「反社会的勢力」「犯罪関与」「不祥事」等をチェック
- 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）

▶ 精度の高さ

- 独自のノウハウで設計したデータベースや不要情報の除外機能、ネガティブ記事のAI判定機能など、検索結果の精度向上に特化する高度な機能を持っています。工数削減率は業界トップクラスであり、最大92%（自社調べ）の効果があります。

▶ サポート体制の充実

- カスタマーサポートによるサービス導入後の伴走支援も行っており、充実したサポートを受けることが可能です。

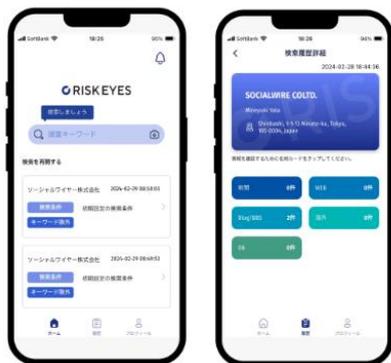
付加価値戦略

▶ 利用者工数の徹底削減

- 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）
- 大量リストの短期間チェック時の一括検索機能も実装

▶ iOS、Android版をリリース（業界初）

- 名刺をスキャンするだけで、反社チェックを実施可能。営業現場の第一線におけるタイムリーなオペレーション運用を想定。
- バックオフィス部門への情報連携し集約されるため、管理業務部門の業務軽減を可能となります。



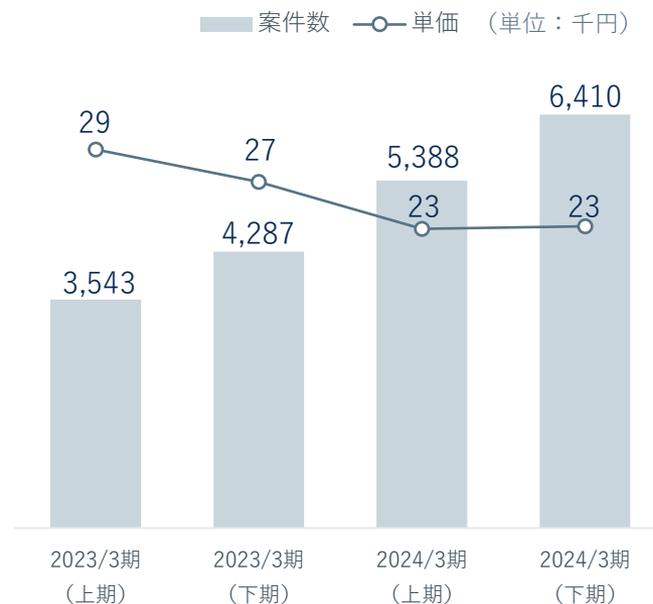
簡単・スピーディーな反社チェック
RISK EYES

アプリリリース

2024年3月26日～



KPI（案件数×単価）



- ▶ 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150.6%）

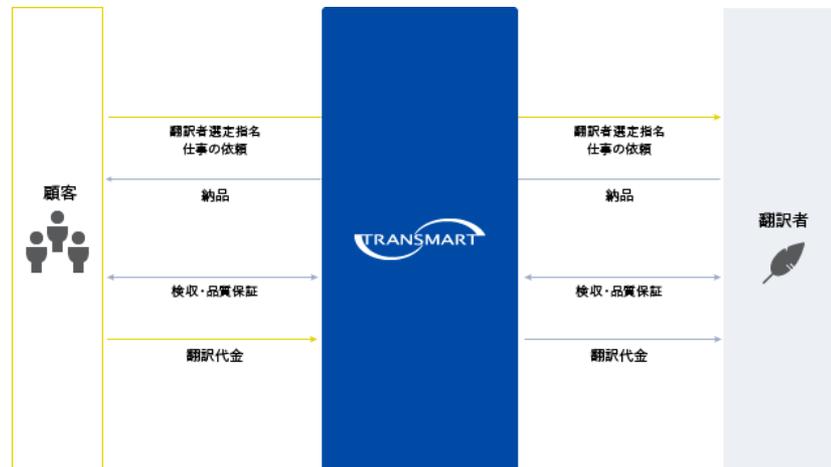
サービスブランド

▶ 高品質翻訳サービス

TRANSMART (トランススマート)

▶ サービス

- 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
- AI翻訳、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。
- 受託翻訳は翻訳メモリ技術を積極的に活用して、リピート性の高い翻訳を大幅に効率化できます。



優位性（競争力）

▶ 高品質の翻訳者を採用

- 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
- 24時間365日提供していますので、夜間や祝休日の翻訳依頼にも柔軟にご対応できます。

▶ BPOサービスを開始

- 翻訳前後の工程で発生する一連の作業を一括でアウトソーシングできる翻訳BPOサービスを開始

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

5. 重要リスク等

当社グループにおいて、特に重要なリスクと認識している主要なリスク要因と対策は以下のとおりです。

| 主要リスク | リスク要因 | リスク評価 | リスク対策 |
|-------------------------|---|----------------------------|--|
| <u>純資産の減少</u> | 国内シェアオフィスサービス（クロスコープ横浜拠点を除く9拠点）の事業譲渡、及び「クロスコープ横浜」の拠点閉鎖手続きにより、前事業年度より引き続き、当社グループの純資産は低調な水準となっております。 | 影響度：大 発生頻度：小 時期：特になし | 利益率の高いデジタルPR事業に経営資源を集中させること。また、株式会社ジーニーとの資本業務提携に係る増資対応を実現させることにより、当社グループの純資産回復に努めます。 |
| <u>公開前情報の情報管理</u> | 各サービスにおいては、顧客の公開前情報や個人情報等を扱う機会があり、何らかの予期せぬシステムトラブル、もしくは関連仕入先の過失による漏洩事案が発生した場合、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。 | 影響度：大 発生頻度：中 時期：特になし | 情報管理においては、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、関連顧客や仕入先との間で機密情報漏洩禁止の法的拘束を前提に業務を進行しております。 |
| <u>AIの技術革新に伴うサービス影響</u> | 各サービスにおいては、インターネットを活用した各サービスを展開しており、AI技術の発展により提供される技術革新への対応が遅れた場合は、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。 | 影響度：大 発生頻度：小 時期：特になし | 新技術の開発及びそれに基づく新サービスの導入において、自社グループ内にシステム開発部門を設けており、顧客の用途ニーズに合ったシステムへフレキシブルに対応して、日々新たなビジネスモデル開発を進めることで対応してまいります。 |
| <u>サイバー攻撃</u> | 機密情報の保護に関して、リモートワーク導入の加速化等により、個人のパソコンを介して特定の組織内の情報を狙って行われるサイバー攻撃が多発しており、重要データの流出またはシステムへのアクセスが不能となった場合、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。 | 影響度：大 発生頻度：小 時期：特になし | 情報管理面やセキュリティ対策において、その保護方針及び社内規程に基づく管理を徹底するとともに、社内教育・研修の実施、業務フローの精度向上、持続的なシステムの整備やサイバーセキュリティ対策等により対応を図ってまいります。 |

※その他、想定しているリスクについては当社グループのホームページ (https://www.socialwire.net/ir/risk_factor) 「事業等のリスク」をご参照ください。

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2025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>