



事業計画及び 成長可能性に関する事項

GMOコマース株式会社



会社概要



Mission

すべてのお店の
「マーケティングプラットフォーム」に

包括的な集客支援

CX（顧客体験）向上

DX推進

会社名	GMOコマース株式会社（GMO Commerce, Inc.）
本社	〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-2-3 渋谷フクラス13階
資本金	2億円（資本準備金1億円含む）
株主構成	GMOインターネットグループ株式会社（100%）
代表者	代表取締役社長 山名 正人
事業内容	店舗のCX向上およびDX推進を支援する マーケティングプラットフォーム等の開発、提供

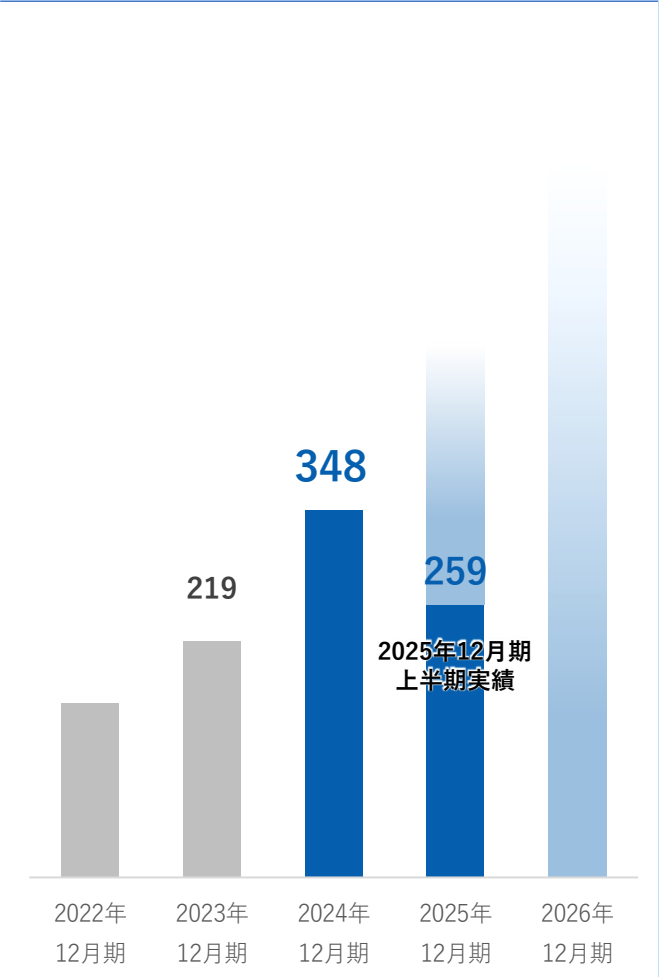
At a Glance



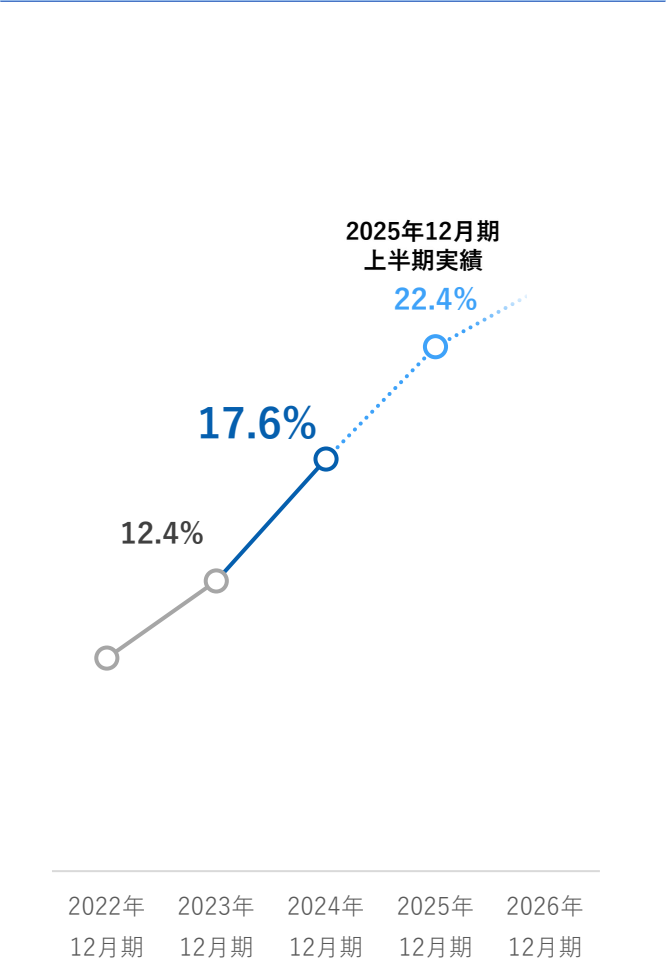
※1：2024年12月末時点（平均臨時雇用者数13人を含む）
※2：2024年12月期実績
※3：2023年12月期から2024年12月期
※4：2024年12月期実績（ストックとトランザクションの合算値）
※5：2025年12月期以降のグラフについてはイメージ図

安定した収益基盤、高い利益成長と利益率

営業利益（百万円）



営業利益率（%）





山名 正人

代表取締役社長

株式会社住友銀行（現株式会社三井住友銀行）

法人EC業務部

ヤフー株式会社 BS本部長（部門400人）

ビジネス開発

地域系商材（店舗）

EC系商材営業（ネットショップ）

GMOインターネットグループ株式会社

アライアンス推進室長

店舗支援売上※1,2

EC支援売上※1,2

※1：売上高推移 2022年12月期に変更した新収益認識基準を2013年12月期から遡及適用した数値を算出

※2：2022年12月期以前については会社計算規則(平成18年法務省令第13号)の規定に基づき算出した各数値を記載しており、金融商品取引法第193条の2第1項の規定による監査証明を受けておりません。

※3：2022年に「まるっとサポート！O2O」を「GMOまるっと販促DX」に変更、2025年に「GMOマーケティングDX」に変更

※4：2020年時点まで「LINE@」

※5：2025年時点まで「GMOまるっと販促DX」

※6：会計基準変更

EC支援事業・店舗支援事業

2013/10

「GMOマーケティングDX※3」提供開始

LINE株式会社と「LINE公式アカウント※4」
の販売における公式代理店として提携 2014/10

2015/2

「GMOリピーター」提供開始

SNS普及早期に
店舗支援開始2012/11
会社設立

プラットフォーム事業推進

2025/2

「GMOマーケティングコネクト」提供開始

「GMOマーケティングDX※5」に
Instagram ダイレクトメッセージの支援を追加 2024/11「GMOマーケティングDX ※3」
にInstagramの支援を追加 2019/5

大手チェーンを含む顧客基盤により約10年で顧客を効率的に拡大

15,000店舗以上の実績※1

多様な38業種

業界の有名ブランド保有

ブランドの横展開

小売

AEON

Ario
アリオ

なんでも酒や
カクヤス

ドンキホーテ

メサキスポーツ

LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

BOOK-OFF

東京自由が丘
亀屋万年堂

KOMEHYO

OHMV

BRIEFING®

ACE
Online Store

CANARY VINEYARD
Bread Factory

ファッションプラザ
パシオス

ベイシア電器

Felisi
BAIS & BACS

Tabio

さくら薬局グループ

クスリ
岩崎
チェーン

AVENUE

earth
music & ecology

竹多館

AQUOR
MOUNTAIN

Madu

HAKKA

中央コンタクト

SPORTS
Alpen

飲食

串家物語
KUSHIYA MONDOGATARI
since 1987

和食 さと
Japanese Restaurant

FLYING GARDEN

やきとり家
すみれ

STEAK
ステーキ
カスト

麻辣湯

山家
SANDAYA

道頓堀
くくる
KUKURU

どんど
庵

ねぎ
ねぎ
かき
うどん

元気寿司

味の民会

じゅう
カルビ
Jyu-Jyu Karubi

神戸元町ドリア

そば 家族亭

フォルクス
Volks

寿司
魚が日本一
STANDING SUSHI BAR

Pasta & Sweets
Ducky Duck®
ダッキー ダック

中国名菜
銀座アスター

椿屋珈琲

一休

TOMATO
& ONION

Festa Garden
ファミリアレストラン フォレストガーデン

一休

エンタメ

BIGECHO

快活
CLUB

自遊空間
space create

MARUHAN

ダイナム

楽園
RACON

サービス

Richmond Hotel

UP GARAGE

京成バス
千葉ウエスト

商業施設

TOKYO
Solamachi.

ODAKYU

SEIBU

メーカー

SHISEIDO

DHC

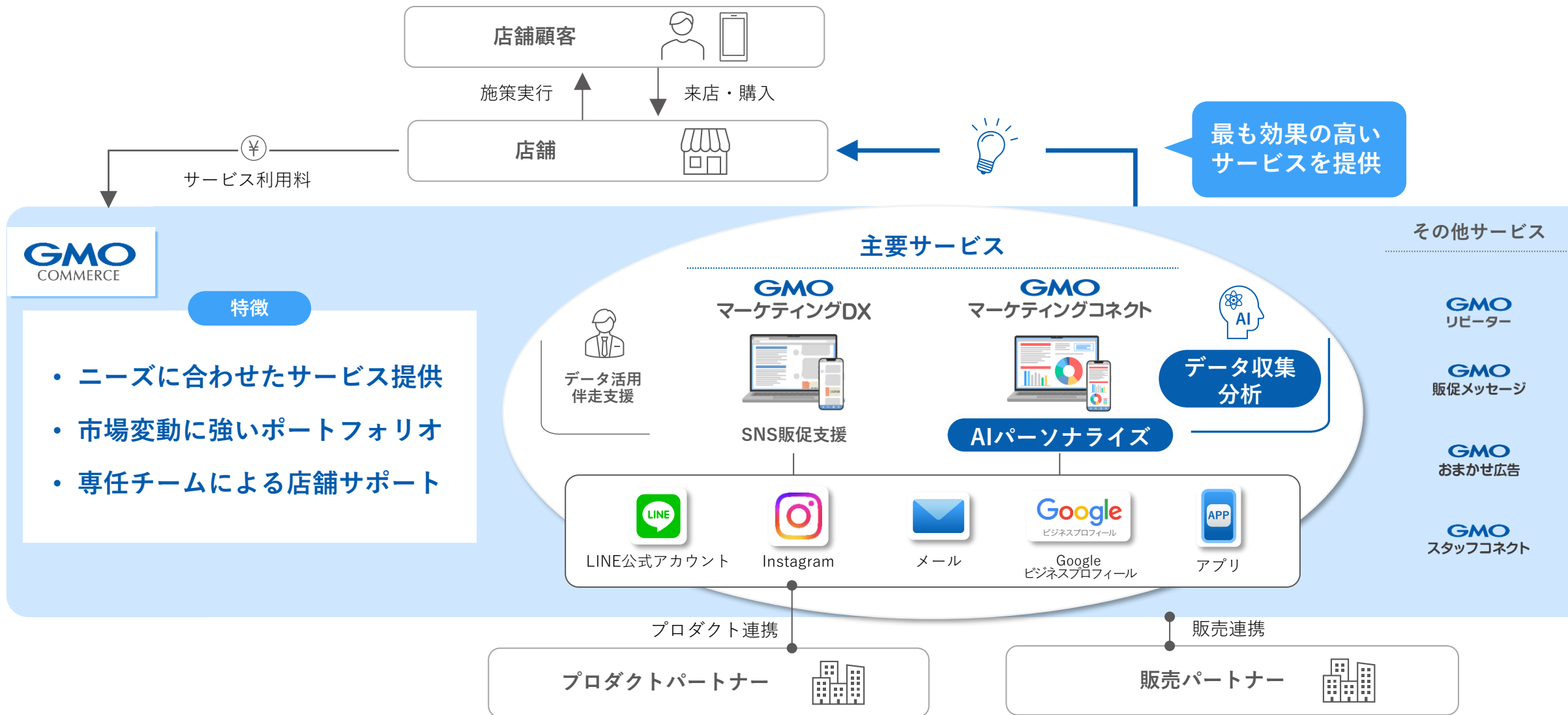
本味の
たまご

※1：2024年12月末時点の当社契約店舗数



事業概要

店舗にあわせてデータ×AIによる効果の高いマーケティングサービスを柔軟に提供



顧客数と利用に応じて拡大するストック & トランザクション型

トランザクション収益
増加による二次曲線的成長

トランザクション収益

項目 従量課金

収益区分※ 約**10%**

店舗の利用や配信数に応じて得られる 従量課金

利用店舗数

専任サポートによる
利用促進

×

配信数

データ蓄積による
配信対象拡大

ストック収益

項目 固定費

収益区分※ 約**70%**

当社サービスを提供先の店舗から得られる 月額固定料金

顧客数

直販及び
販売パートナーの獲得

×

月額単価

複数サービスによる
アップセル・クロスセル

その他収益

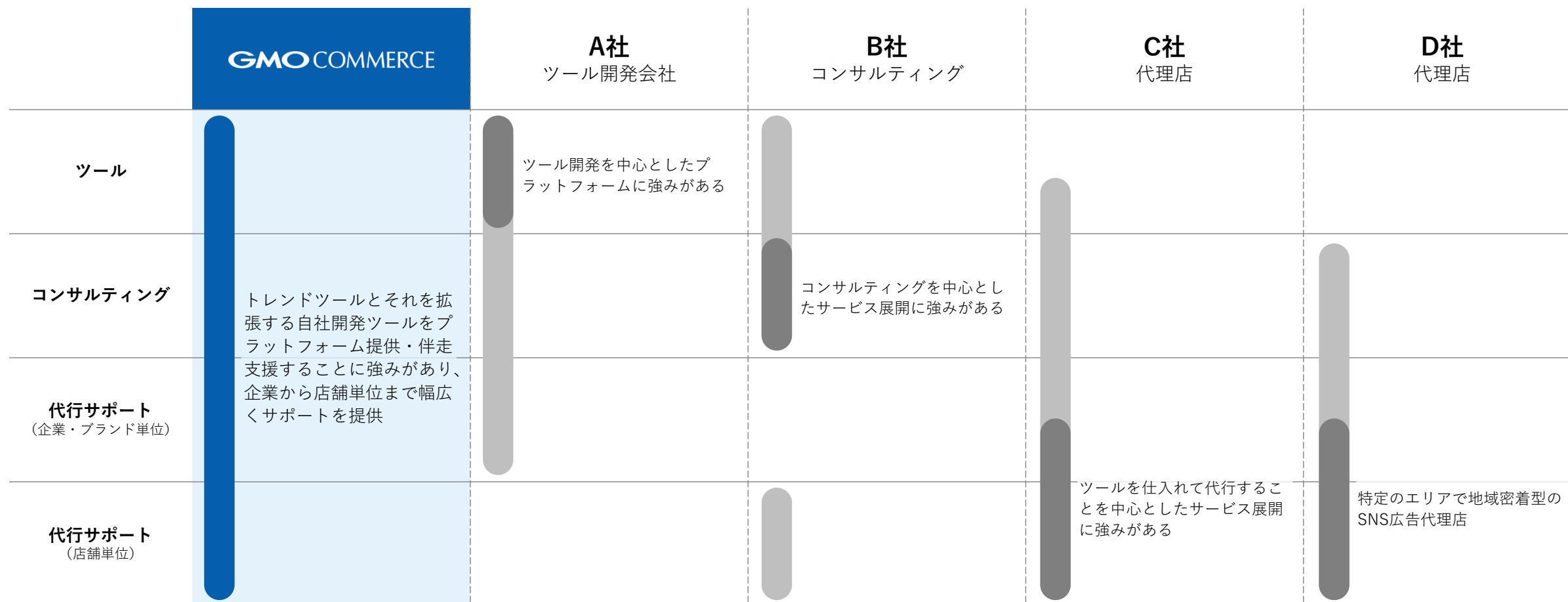
項目 初期費/追加料金

収益区分※ 約**20%**

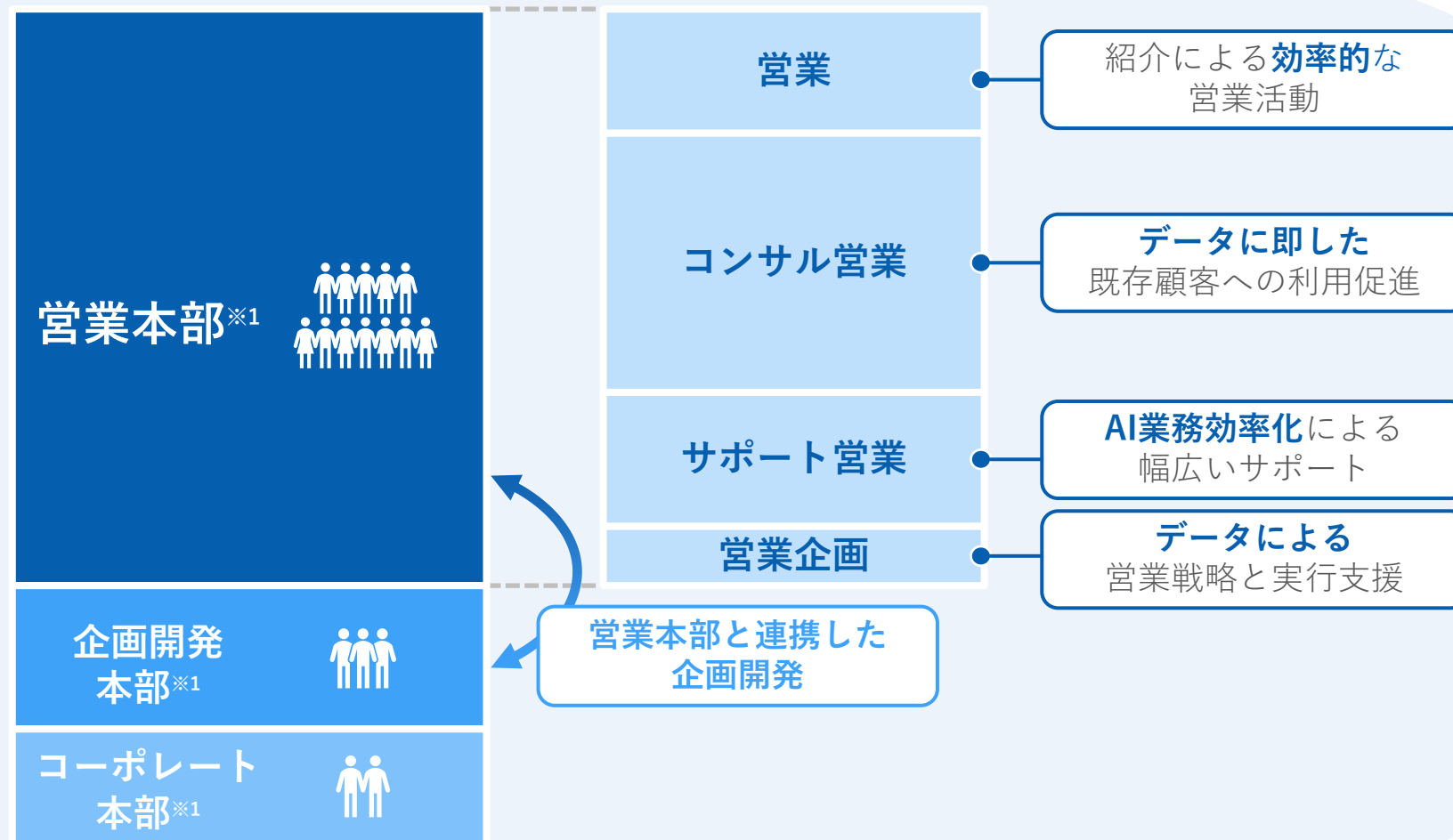
2025年7月末時点

※：2024年12月期

ツール×コンサル×代行の一气通貫提供による独自ポジション

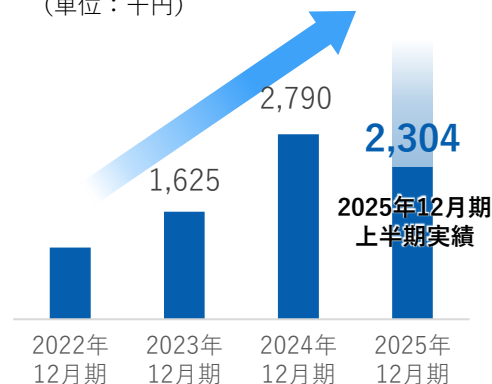


営業効率の良さと店舗毎のニーズに応える柔軟なサポート体制



ムダなく 効率的な運営

従業員一人当たり営業利益※2
(単位：千円)



※1：2024年12月末時点の人員構成

※2：2025年12月期上半期の一人当たり営業利益は7月末時点の従業員数を基に算出

SNS黎明期からサービス提供し、店舗支援モデルを確立

先行者優位性

ナレッジとデータの蓄積

10年間のナレッジと運用データにより強固なリレーションを構築

導入に繋がる多数の実績

特に大企業の顧客群で導入決定要因になり得る他社事例を多数保有

独自性・特徴

店舗単位・企業単位で伴走支援

専任チームの手厚いサポートとIT技術力による最適なツール提供が可能

店舗の事業規模に最適化

自社でデータ基盤やシステム開発が困難なチェーン企業のDX化を支援

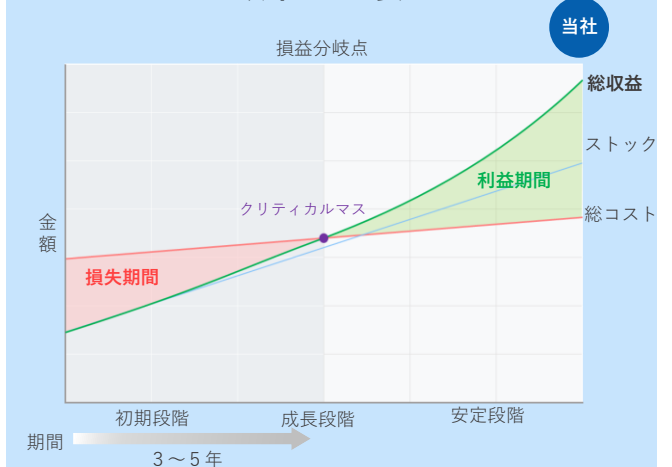
新規参入ハードル

初期投資

店舗開拓営業や運営には先行的に人材やコストが必要

リードタイム

損益分岐までのストック収益の回収期間が必要※



※当社実績に基づく同事業に参入した場合のイメージ



市場環境

DX化が比較的遅れている成長余地のある大きな市場

日本全国の店舗事業者

約**283万**店舗※1

主なターゲット業種

顧客接点を重視する店舗事業者

- 小売
- 飲食
- 商業施設
- サービス
- エンタメ
- 理美容

…etc.

DX化が不十分なセクターが多い

販促DX導入率

- (例)
- 小売 21.5%※1
 - 飲食 22.1%※2

これまでの販促

新聞

チラシ

ポスター



LINE
公式
アカウント

Instagram

メール

Google
ビジネスプロフィール

アプリ

※1：総務省統計局 2021年産業大分類別民営事業所数及び従業者数より、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、不動産業、物品賃貸業、教育、学習支援業、複合サービス事業の事業所数を合計した数

※2：セーフィー株式会社「【2024年版】現場DXに関する業界別実態調査」より集客・販促ツールを使用している比率

※3：ホットペッパーグルメ外食総研「飲食店経営者のDXに対する興味・関心と導入状況の実態調査」より集客販促ツールを既に導入している比率

国内店舗事業者のDX需要を背景とした 4.4兆円のデジタルマーケティング 市場機会

SOM

250億円※1

契約店の関連店舗

約7.3万店舗※2

SAM

9,680億円

日本全国の店舗事業者

約283万店舗※3

TAM

4.4兆円※4

店舗事業者の販促費

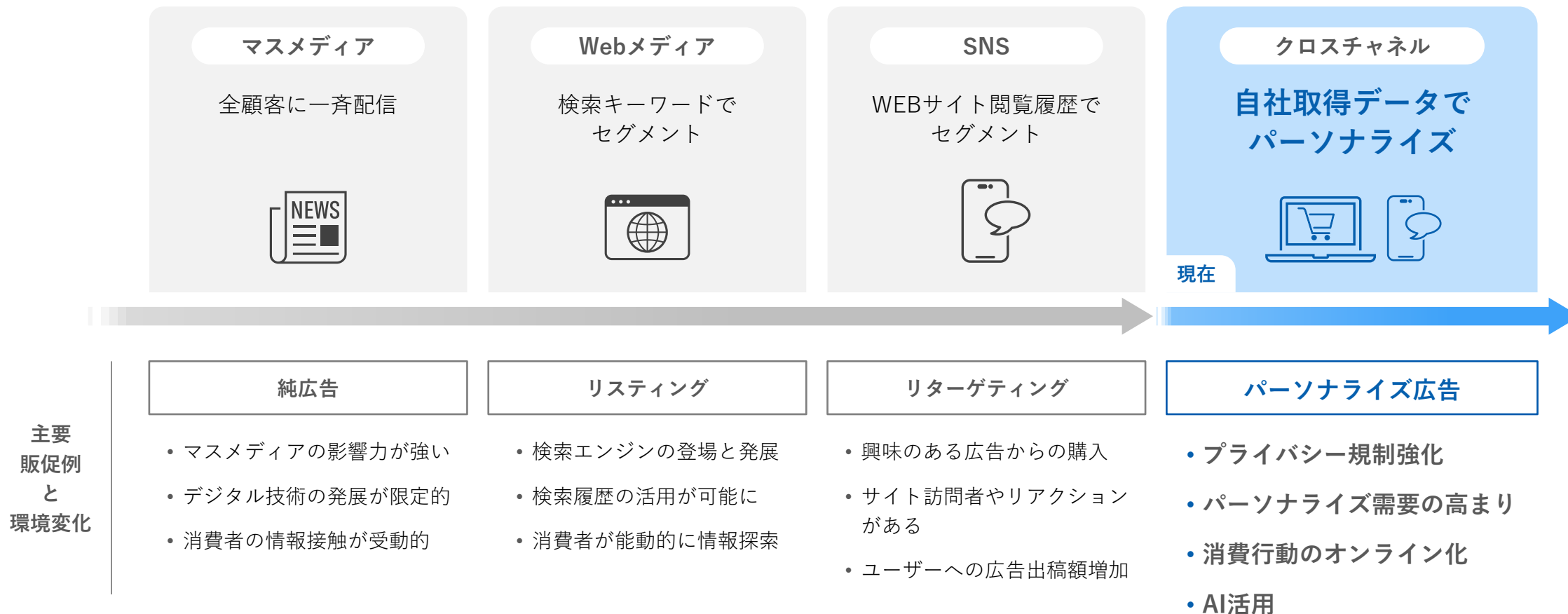
※1：2024年12月期売上上の80%を構成する上位店舗の平均単価に契約店の関連店舗数を乗算して算出

※2：当社契約店舗の系列店等の総数

※3：総務省統計局「2021年産業大分類別民営事業所数及び従業者数より、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、不動産業、物品賃貸業、教育、学習支援業、複合サービス事業の事業所数を合計した数

※4：株式会社電通「2024年 日本の広告費」の折り込みチラシ・ダイレクトメール・インターネット広告・POP、株式会社矢野経済研究所「ポイントサービス市場に関する調査（2024年）」「2025年版デジタルマーケティング市場の実態と展望」のMA・CDP・CRM/SFA、IDC Japan株式会社「国内アプリケーションPaaS市場予測：2018年～2024年」、株式会社サイバー・パズ「国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模推計・予測（2022年～2029年）」、スマートキャンプ株式会社「メール配信システムの市場規模」、株式会社アイ・ティ・アール「Web接客市場規模推移および予測」、クロスフィニティ株式会社「SEO市場規模予測2014 - 2018」、GMO TECH株式会社「MEO市場規模推計・予測2022年 - 2028年」の各市場規模を経済産業省「2023年経済実態調査」の産業分類毎の売上高比率を基に当社推定

マスでの一律訴求から、個別の好みに応じたパーソナライズ販促へ 店舗はマーケティングの変化に対応する必要がある



店舗は消費者ニーズに応えるデータ人材不足が課題

消費者ニーズ※1,2

パーソナライズされた販促が
購入を促進する

76%

興味のない広告に不満



自分に合ったコンテンツは
購入の可能性が高くなる



データを活用した販促を
効率的に実施する人材が必要

42%

人手が足りない



効果がだせない



店舗の課題※3

デジタルマーケティングの重要課題

人材不足

マーケティングの知識があり、施策を実施できる
メンバーが足りない 42.6%

デジタルマーケティングに関わる人数が不足している 29.1%

ノウハウ不足

PDCAを高速に回せてない 27.9%

デジタルマーケティングに関するツールが
不足している/ない 26.7%

デジタルマーケティングツールの導入効果を
正しく評価できていない 24.8%

施策の実施成果を正しく評価できていない 17.1%

※1：マッキンゼー・アンド・カンパニー「Next in Personalization 2021」

※2：アクセンチュア株式会社調査レポート「The empowered consumer」（2024年）

※3：Repro株式会社「デジタルマーケティング実態調査レポート2024」



主要サービス

GMOマーケティングDX

最適なマーケティングチャネルの導入・運用支援から、
より高い効果をだせる高度な活用まで包括的にサポート

トレンドに合わせた最適なチャネル運用を伴走支援

取り扱いツール



LINE公式
アカウント



Instagram



メール



Google
ビジネスプロフィール



アプリ



LINEヤフー Partner Program

唯一2部門で 3年連続受賞※1

Sales Partner 最上位 (Premier) ※2 | Store Promotion Partner最上位 (Premier) ※2

※1：LINEヤフー Partner Program において「Sales Partner」で2022-2023年「silver」、2024年「Premier（最上位）」を受賞、「Store Promotion Partner」で2022-2023年「Diamond（最上位）」2024年「Premier（最上位）」を受賞
「LINEヤフー Partner Program」は、LINEヤフーが提供する各種法人向けサービスの拡販および機能追加・改善をより積極的に推進することを目的に導入された、「Sales Partner」、「Technology Partner」の各カテゴリーにおいて、
広告代理店やサービスデベロッパーを認定・表彰するプログラムです

※2：2024年受賞実績

GMOマーケティングDX

LINE公式アカウント

- ・アカウント開設から配信・運用までをワンストップでサポート
- ・メッセージ効果を高める送り分けツール提供

運用サポート

- ・アカウント開設
- ・配信内容や画像の作成、配信
- ・POP※¹の作成
- ・電話、メールサポート
- ・レポート共有や定例の実施

LINE公式アカウント セグメント配信オプション※²

より高度な活用 | 機能拡張ツールで効果アップ

- ・セグメント配信
- ・アンケートデータ蓄積
- ・リッチメニュー※³の切り替え
- ・カルーセル配信※⁴



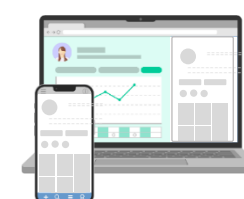
LINE公式アカウントの販促効果を最大化

Instagram

- ・アカウント開設から投稿・運用までをワンストップでサポート
- ・LINEと同じようなプッシュ型販促ができる一斉配信ツール提供

運用サポート

- ・アカウント開設
- ・配信内容や画像などの作成、投稿
- ・オリジナルテンプレート作成
- ・電話、メールサポート
- ・レポート共有や定例の実施



Instagram ダイレクトメッセージ

より高度な活用 | DM配信ツールでプッシュ販促

- ・ダイレクトメッセージ一斉配信
- ・ダイレクトメッセージ自動返信
- ・POP作成
- ・メッセージの配信



Instagramの販促効果を最大化

※1：店舗での商品等の販売促進を目的とした広告やポスター、ディスプレイ。店舗が公式アカウントの情報を掲載したポスターを店頭に掲示する。

※2：「LINE公式アカウント セグメント配信オプション」はLINE公式アカウントサービス契約者に向けた追加サービスとして提供しております。

※3：LINE公式アカウントのチャット画面の下部に表示されるカスタマイズ可能なメニュー。店舗やブランドがLINE公式アカウントを通じて、キャンペーン情報やサービスへの誘導を行うために利用される。

※4：複数の画像やリンクをスライド形式で表示するメッセージ配信機能。店舗やブランドは商品のラインナップやキャンペーン情報を視覚的に効果的に伝えることができる。

専任サポートにより専門知識がなくても効果的な販促を実現

牛たん とろろ まめし
ねぎし

ロイヤルカスタマーの囲い込み強化のためLINE公式アカウントを運用。伴走サポートにより販促担当者の業務工数を79%※削減しながら、同規模平均より10%低いブロック率に抑えて販促効果を高めることに成功。

CHELSEA
New York

Instagramアカウントの収益性の検証と効果的な運用のためInstagramダイレクトメッセージを導入。ツールを活用した3回の施策実施により実店舗での売上計1,400万円を新たに創出。



店舗アカウント
開設

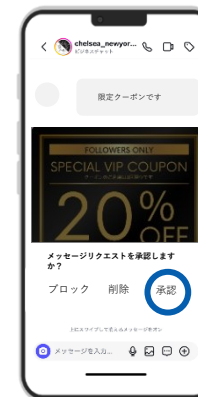


リッチメニュー
設定



メッセージ
企画・配信

効果的な
運用



購入意欲の高い顧客に
販促DMを一斉配信

収益化
実現



相手先	株式会社ねぎし「ねぎし」
提供内容	GMOマーケティングDX LINE公式アカウント
提供目的	GMOマーケティングDXでLINE公式アカウントのブロック率を抑制したファンエンゲージメント向上を実現するため。

相手先	株式会社CHELSEA New York「CHELSEA New York」
提供内容	GMOマーケティングDX Instagramダイレクトメッセージ
提供目的	GMOマーケティングDXでInstagramアカウント収益力の把握と、既存フォロワーの維持・エンゲージメント向上による安定的な集客基盤の構築を行うため。

※LINE配信1回あたりの業務工数を算出し、サポート前とサポート後の顧客企業の業務時間を比較（自社調べ）

GMO マーケティングコネクト

顧客の嗜好に合わせたAIパーソナライズ配信で売上アップを実現する
マーケティングCXプラットフォーム

AI活用

AIパーソナライズ配信で
効率的に販促効果を最大化

データ収集・分析

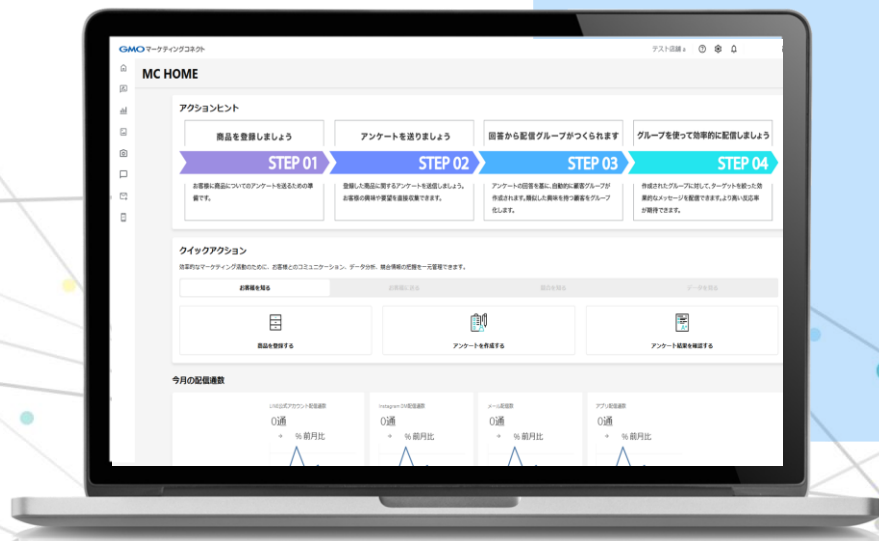
保有データがなくても
パーソナライズができる

チャネル使い分け

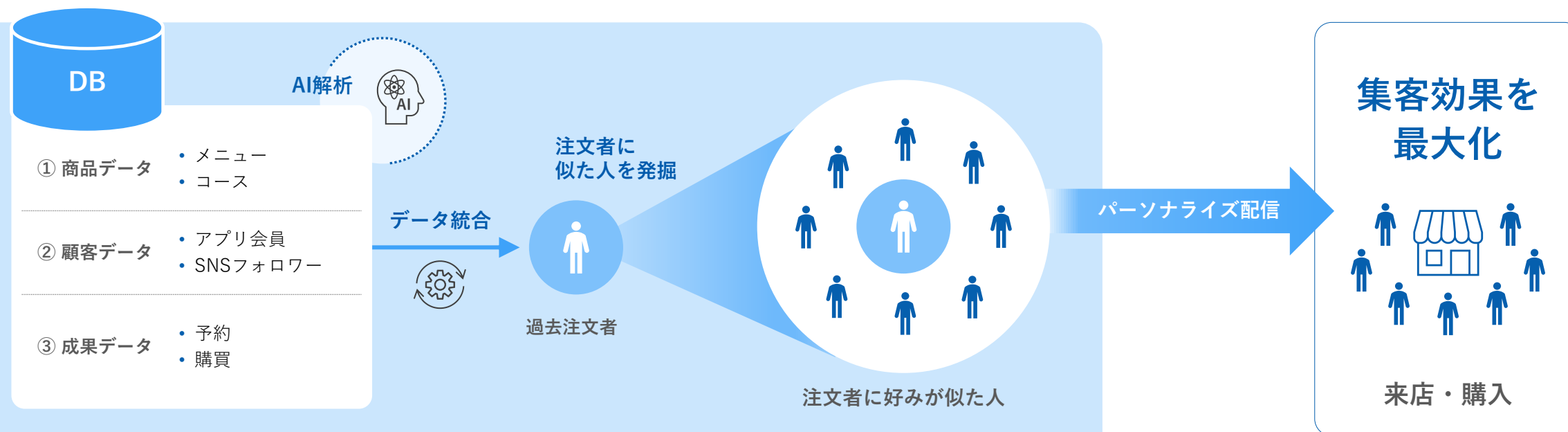
主要マーケティングチャネル
の使い分けを効率化

競合分析

競合店分析できる独自機能で
競合対策を強化



AIが買いそうな顧客を発掘し反応確率が高い人へアプローチ



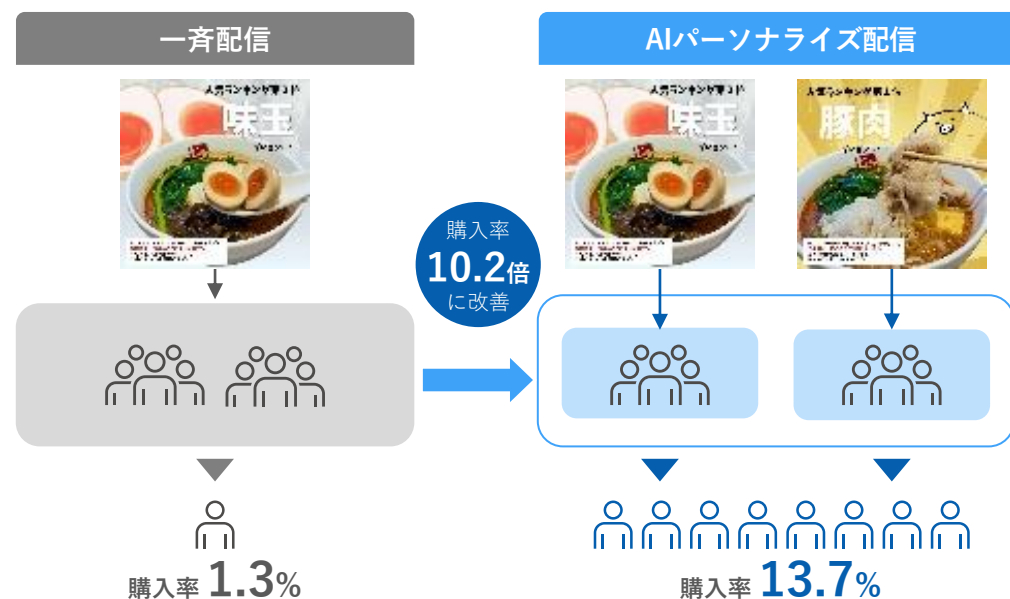
通常の配信



AIパーソナライズ配信により販促効果の改善を実現

DINING INNOVATION
"Japanese food culture to the world"

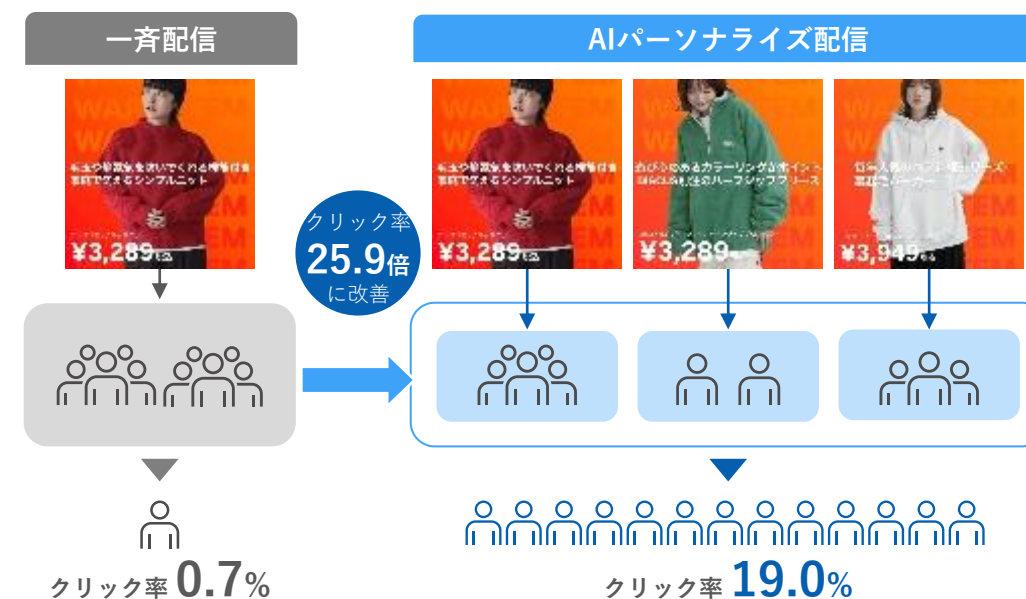
従来の一斉配信では顧客に不要なクーポンも届いていたが、リピーターごとの嗜好に合わせた最適なクーポンのみを配信。不要な情報を削減することで顧客満足度向上と購入率10.2倍の効果向上を達成。



相手先	株式会社ダイニングイノベーション 「七宝麻辣湯」
提供内容	GMOマーケティングコネクト、GMOマーケティングDX
提供目的	GMOマーケティングDXでLINE公式アカウントを導入しリピート集客を実施。専任担当が不在でも効率的かつリピート客が喜ぶ販促を行うため。

coen

従来は単一商品の情報を一斉配信していたが、複数の商品情報を顧客の嗜好にあわせて送り分けすることでクリック率25.9倍の効果向上を実現。従来の運用工数のまま、効果につながる効率的なマーケティングを達成。



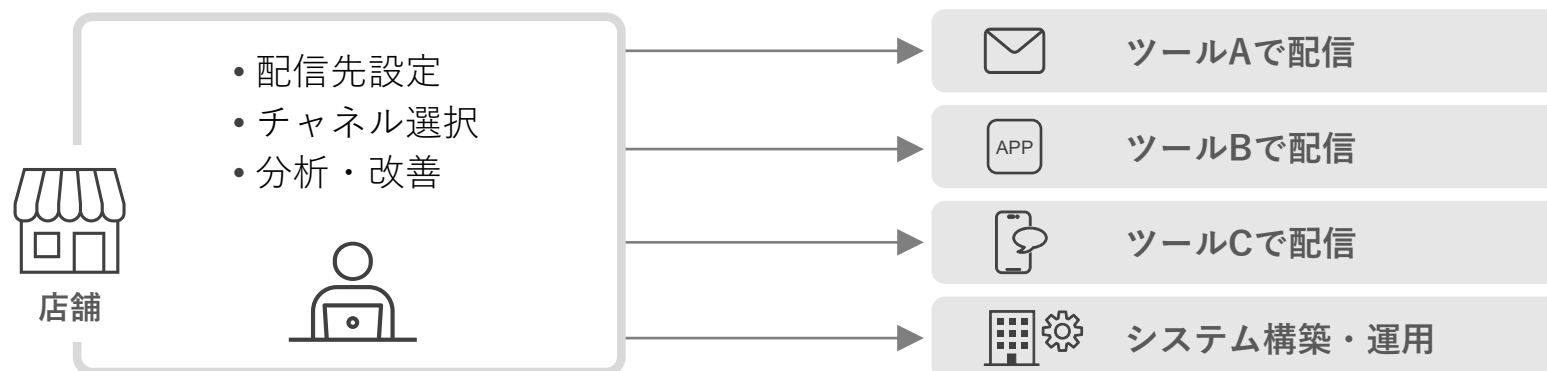
相手先	株式会社コーエン 「coen」 (ユナイテッドアローズグループ)
提供内容	GMOマーケティングコネクト、GMOマーケティングDX
提供目的	GMOマーケティングDXでLINE公式アカウントを導入しECストアへの集客を実施。友だち数と配信数の増加に伴い、多様な顧客ニーズにあわせた配信による効率化を行うため。

一元化することにより効率的かつ効果的な運用が可能

煩雑なマーケティング作業やデータ基盤構築・分析・効果的な改善をすべて当社が実施



他社



使い分けに
手間とコストがかかる



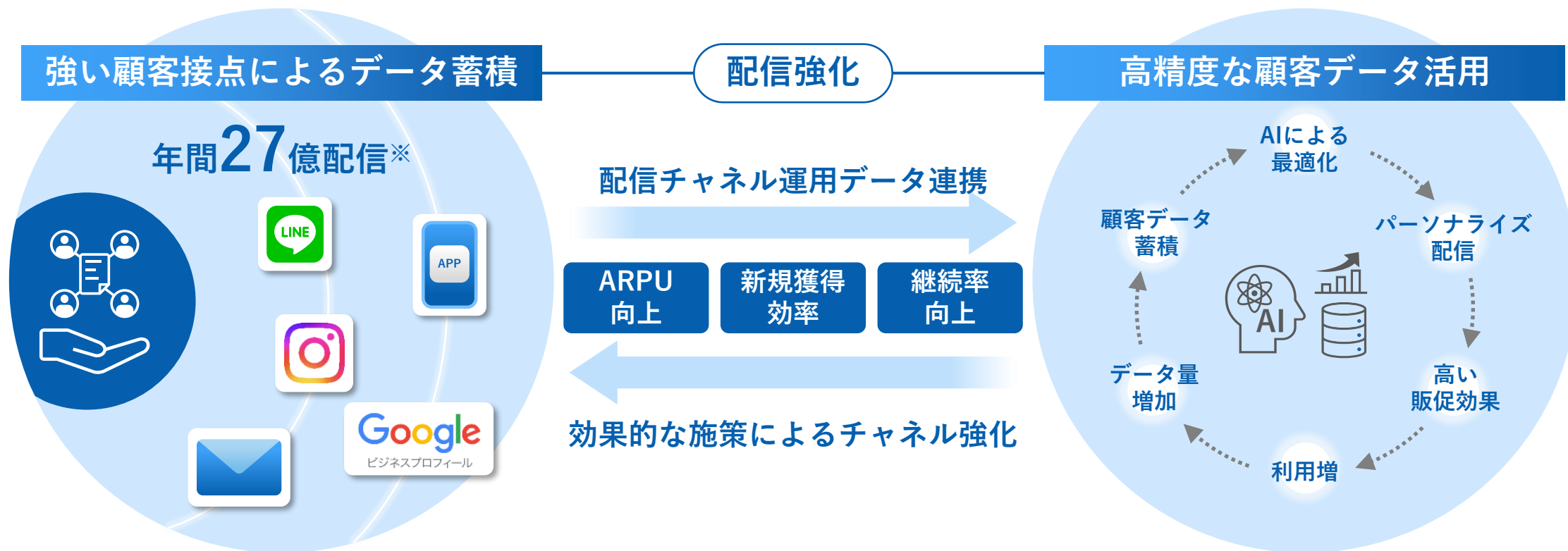
マルチプロダクト×データ×AIによる成長の好循環

GMOマーケティングDX

10年以上のSNS運用支援実績による
膨大な顧客データ

GMOマーケティングコネク

データ×AIによる
高度なパーソナライズ



※2024年の当社契約企業アカウントからのLINE配信総数（自社調べ）



成長戦略

顧客基盤の最大化を早期に実現、市場ニーズの変化にあわせた事業成長を加速させる

サービス開発を強化し顧客数を拡大

- **GMOマーケティングDXリリース**
 - LINE公式アカウント
 - LINE公式アカウントカスタマイズオプション
 - Instagram
 - Instagramダイレクトメッセージ
- **顧客数を約15,000店舗に拡大**

サービス強化と新規事業拡大

- **GMOマーケティングコネクトリリース**
- **今後、リテールメディア事業を開始する方針**

新規事業

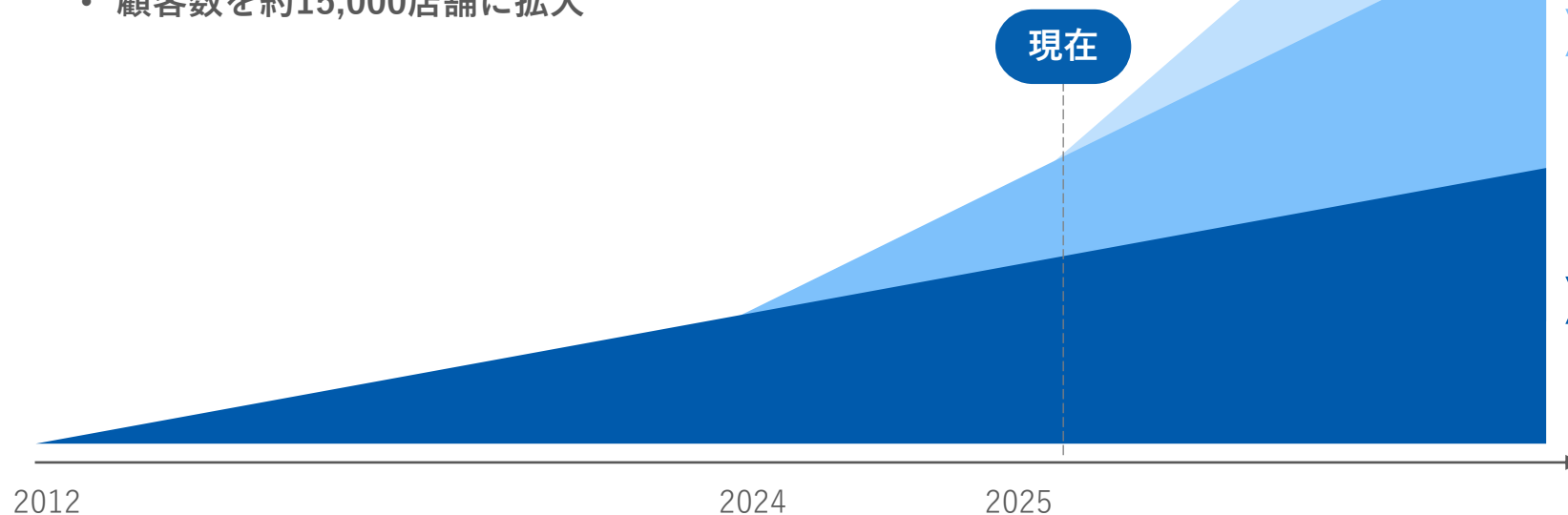
顧客基盤とユーザーデータを活用した店舗間の相互集客プラットフォームの開発

事業強化（サービス）

AI技術を取り込んだ既存プロダクトの機能拡張、追加開発

事業拡大（顧客基盤）

アップセルやクロスセルを促進
営業人員の増員や販路拡大



プラットフォームの強化で店舗向けデジタルマーケティング市場シェア拡大へ

収集

データ統合・管理・分析

施策

興味・関心

SNS

Web行動

人流

注文

予約

来店

特典

GMO マーケティングコネクト

パーソナライズ

パーソナライズ配信

収集データ活用で嗜好に合わせた効果的な配信とチャネル使い分け

タッチポイント強化

“多様な店舗が利用するツール”との連携

消費者のデータを集めるタッチポイントと
消費者へオファーを届けるタッチポイント

パーソナライズ強化

“15,000店舗のCDPデータ”によるユーザー嗜好解析

消費者の熱量、タイミング、頻度等に合わせた
クリエイティブとオファー

オートメーション強化

“AIの自動運用”でマーケティングの自動化

AIアシスタントとAIエージェントを組み合わせ、
マーケティングを半自動化、全自動化

LINE

Instagram

アプリPush

メール

アプリ

Webサイト

サイネージ

店内デバイス



店舗

タッチポイント強化、パーソナライズ及びAI導入によって生じる一般的なベネフィット拡大の研究結果

3チャンネル以上の接点で
コンバージョン率が**287%**向上※1

顧客獲得コストを最大**50%**削減※2

ROASを**10～25%**向上※3

マーケティングの生産性が**5～15%**向上※4

時間短縮により、
戦略策定や店舗支援に集中できる

※他社調査データに基づく想定イメージ

機能拡充による売上拡大・コスト削減を支援

※1：WordStream「Cross-Channel Marketing: Can You Do It All?」（2023）

※2：マッキンゼー・アンド・カンパニー「What is personalization?」（2023）

※3：BAIN & COMPANY「Personalization: AI for Retail Marketing Magic」（2025）

※4：マッキンゼー・アンド・カンパニー「The economic potential of generative AI: The next productivity frontier」（2023）

顧客店舗拡大、アップセル、クロスセルによる基盤拡大実績

顧客店舗拡大

顧客店舗拡大・アップセル

チェーン店舗数の導入拡大と、プランアップや配信増によるARPU拡大

直販営業

- ・組織拡大
- ・紹介促進
- ・他業種展開

代理店

- ・代理店開拓の専任人材採用
- ・販路拡大
- ・GMOインターネットグループのシナジー

協業

- ・専任人材の採用
- ・連携機能開発によるパートナー開拓



ARPU向上

クロスセル

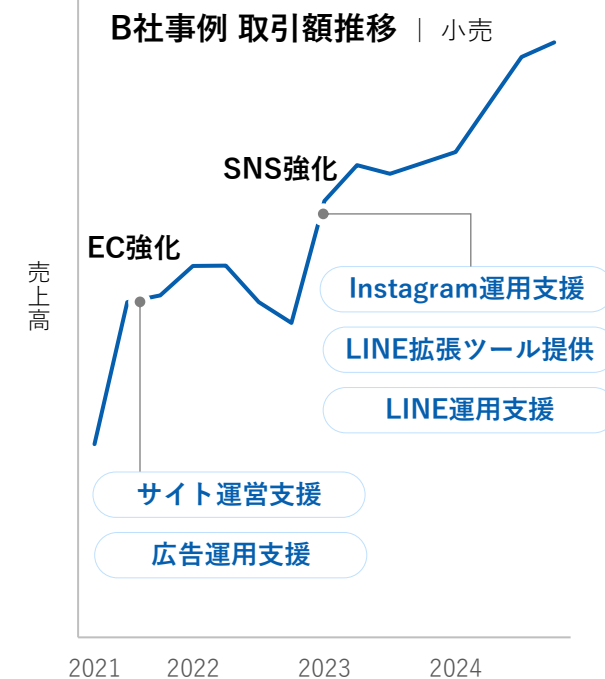
店舗のニーズに合わせたサービスの追加提供によるARPU拡大

サービス

- ・機能強化によるアップセル
- ・サービス拡充によるクロスセル

CS営業

- ・専任サポートによる利用促進
- ・高付加価値なコンサルティング
- ・既存顧客の未導入店舗追加



あらゆる店舗が相互に集客・送客するネットワークへ

当社モデル

店舗の販促トラフィックをメディア化

GMOマーケティングコネク트의パーソナライズ配信機能

既存顧客**15,000**店舗



他社顧客にリーチできる

顧客配信量**27億通**※



広告掲出による**広告費還元**

広告主 | 店舗やメーカー

リテールメディア | 店舗（複数店舗）

店舗
シナジー

新たなバリューチェーン構築による収益源の創出

※2024年の当社契約企業アカウントからのLINE配信総数（自社調べ）

ユースケース

“他店舗の顧客”に嗜好に合わせてアプローチ

Case 1

居酒屋で飲食中のカラオケ好きな人を
近くの空室有のカラオケ店へ

Case 2

ジムで汗を流して水分補給したい人を
近くのスーパーでドリンク購入へ

Case 3

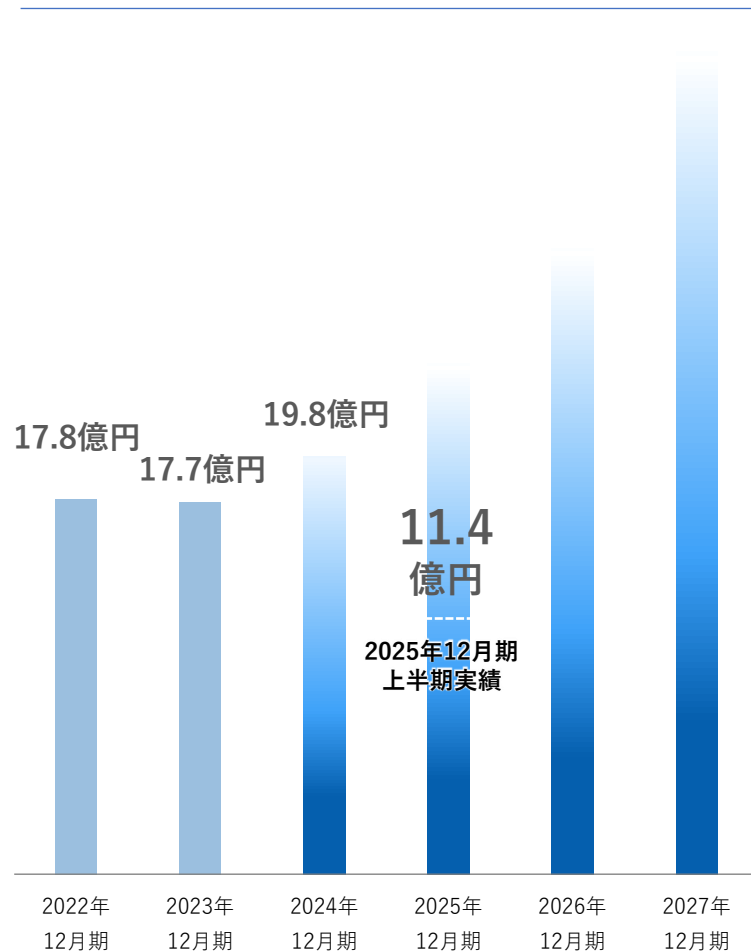
美容院で髪を切って新しい服が欲しい人を
好みのアイテムがあるアパレル店へ

Case 4

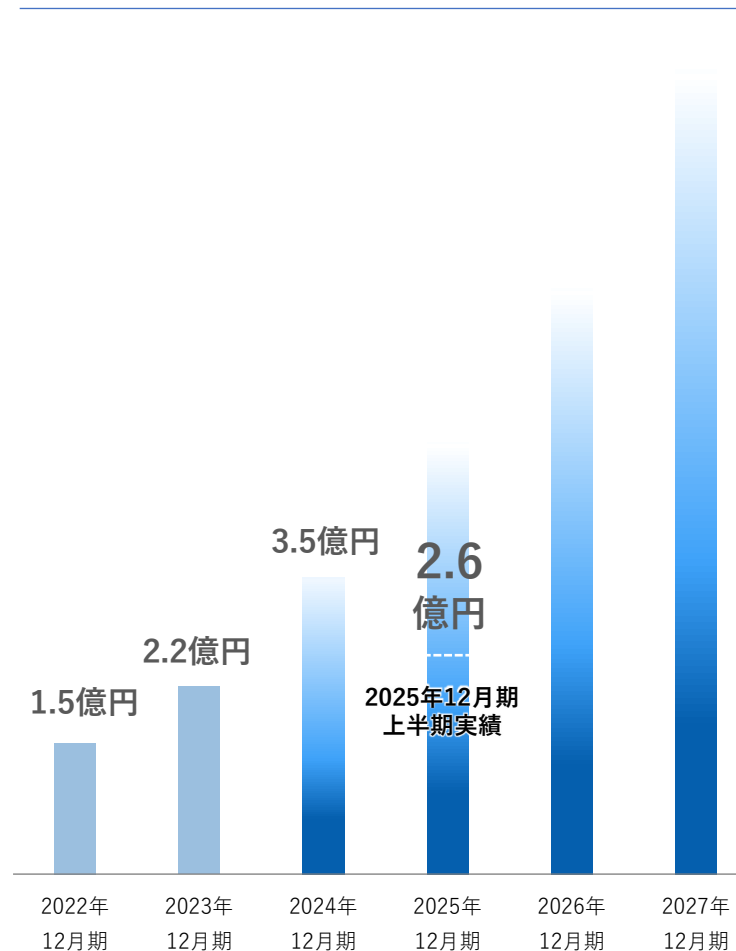
ネイルサロンで施術したカフェ好きな人を
近くのカフェへ

事業強化と拡大により持続的な企業価値向上を実現

売上高



営業利益



配当性向

65%を目安とし、
安定的・持続的に配当

※2025年12月期以降のグラフについてはイメージ図

上場の目的 |

事業成長のための資金調達	- AI機能の高度化やプラットフォームの拡充・機能強化に向けた継続的な投資 - ブランド認知度向上や導入促進のためのマーケティング投資
社会的信用度・知名度向上	- 透明性・公平性を対外的に示すことにより顧客ロイヤリティ向上と継続率の更なる安定化を図る - 知名度と信用力を向上することで協業によるパートナー開拓を促進
優秀な人材の確保	- 市場における競争優位性を維持・強化するため、高度な専門知識と経験を有する人材の採用 - 従業員のエンゲージメント向上を通して長期的に会社に貢献してくれる人材の定着

資金使途 |

ソフトウェア開発費用	人件費および採用費	業務委託費	販売促進費
- GMOマーケティングコネクットの機能開発に伴う開発費 - 新規事業に伴う開発費	事業拡大に係る営業やアライアンス、技術的優位性を確保するための開発、データサイエンティストなどの採用費および増加入件費	マーケティングコネクットの利用促進および満足度向上のためのサポート体制強化に伴う業務委託費	GMOマーケティングコネクットの認知度向上と顧客基盤拡大のための販売促進費



リスク情報

主要なリスク	顕在化の可能性	発生時期	影響度	リスク対応策
主要SNSのプラットフォームの規制変更等について 当社サービスは、顧客接点としてLINEやInstagramなどのSNSを重要なチャネルとして活用しています。そのためLINEヤフー株式会社やMeta Platforms, Inc.等の主要SNSのプラットフォームの規制変更や仕様変更、あるいはサービス終了などが発生した場合、当社のサービス提供に支障が生じ、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。	低	特定時期なし	小	複数のSNSプラットフォームを活用し、特定のプラットフォームへの依存度を低減するとともに、常に最新の情報収集と対応を行い、事業への影響を最小限に抑えるよう努めます。
法令による規制について 個人情報保護法やその他の関連法規（GDPR、CCPAなど）が改正された場合、当社の事業活動に制約が生じたり、追加的なコストが発生する可能性があります。特に、Cookie規制の強化やプライバシー保護意識の高まりは、当社のサービス提供に影響を与える可能性があります。	中	特定時期なし	中	当社は、専門家による助言や社内研修などを通じて、法規制に関する知識を深め、コンプライアンス体制を強化することで、これらのリスクに対応しております。
当社サービスの競争力について デジタルマーケティング技術や顧客ニーズは常に変化しており、当社のサービスが陳腐化したり、顧客ニーズとの乖離やマーケティングの方針変更により、当社サービス利用が減少するリスクがあります。	低	特定時期なし	中	市場調査や顧客とのリレーションを強化し、技術革新や顧客ニーズの変化をいち早く捉え、サービスの改善・拡充を継続的に行い当社サービスの有効性を訴求することで、競争力を維持・強化しております。

主要なリスク	顕在化の可能性	発生時期	影響度	リスク対応策
資金使途の変更に関するリスク 当社の公募増資による調達資金の使途は、主としてプロダクトの機能強化に係るシステム開発等への充当を考えております。しかしながら、事業環境の変化に伴い、現在計画している資金使途を変更する可能性があります。また、現在の計画通り資金を使用したとしても、期待通りの効果をあげられない場合があります。当社の業績に影響を及ぼすおそれがあります。	低	中期	中	当社は、事業計画の精緻化と市場環境に応じた柔軟な見直し体制を構築し、開発進捗や投資対効果を定期的に検証します。資金使途に変更が生じる場合は、速やかで透明性の高い情報開示と丁寧な説明を行うことで、投資家の信頼を維持し本リスクに対応してまいります。
人材確保について 当社のビジネスを支えている最大の資産は人材であり、新規顧客獲得や、各種サービスの品質向上、新規サービスの企画・開発には優秀な人材の採用・育成が欠かせません。しかしながら、デジタルマーケティング業界は人材獲得競争が激化しており、優秀な人材の確保・育成が困難になる可能性があります。	低	特定時期なし	中	当社は、魅力的な職場環境の整備、研修制度の充実、競争力のある報酬体系の導入などを通じて、優秀な人材の確保・育成に努めております。
システム障害について 当社が提供するサービスは、ITシステムに大きく依存しています。システム障害が発生した場合、サービス提供が中断し、顧客企業の事業活動に影響を与えるだけでなく、当社の信頼性低下にもつながる可能性があります。	低	中長期	大	当社は、システムの冗長化やセキュリティ対策の強化、定期的なメンテナンスなど、システムの安定稼働に向けた取り組みを強化しております。

※：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



財務ハイライト

(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	前年同期比	2025年12月期 上期
売上高	1,766	1,983	12.3%	1,153
売上原価	71	91	26.5%	173
売上総利益	1,694	1,892	11.7%	979
販管費	1,474	1,544	4.7%	721
人件費	811	877	8.1%	404
支払手数料	211	168	△20.6%	87
業務委託費	127	108	△15.0%	38
営業利益	219	348	58.9%	258
経常利益	220	351	59.5%	258
当期純利益	143	218	52.3%	172
売上高営業利益率	12.4%	17.6%	-	22.4%

	2023年12月期	2024年12月期	前年同期比	2025年12月期 上期
(百万円)				
流動資産	1,330	1,605	20.7%	1,530
固定資産	231	256	10.5%	296
資産合計	1,562	1,862	19.2%	1,827
流動負債	1,119	1,274	13.8%	1,188
固定負債	40	40	0.1%	40
負債合計	1,160	1,314	13.3%	1,228
純資産合計	401	547	36.2%	598



Appendix

大手金融・IT出身、専門資格を持つ経営陣が豊富な実績で企業価値向上を牽引

マネジメント



山名 正人

代表取締役社長

株式会社住友銀行（現株式会社三井住友銀行）

ヤフー株式会社 BS本部長

GMOインターネットグループ株式会社
アライアンス推進室長



伊勢 主税

常務取締役

中小企業診断士

ヤフー株式会社

日本レンタルカメラ株式会社
代表取締役

株式会社ROI

GMOコマース株式会社
常務取締役・コーポレート統括本部長
（現任）

社外取締役

西山 裕之

インターキュー株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）取締役
GMOインターネットグループ株式会社
取締役グループ副社長執行役員・COOグループ代表補佐グループ
人材開発統括 セキュリティ事業担当（現任）

取締役（監査等委員）

廣谷 仁志

公認会計士、税理士

KPMG Peat Marwick LLP, ニューヨーク事務所
日本アイ・ビー・エム株式会社
合同会社HAC 代表（現任）

川崎 友紀

弁護士
（第二東京弁護士会）

GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ法務部長
GMOインターネット株式会社
（現GMOインターネットグループ株式会社）グループ執行役員
グループ法務部長（現任）

橋爪 賢三

公認会計士、税理士

中央青山監査法人及びプライスウォーターハウスクーパース
株式会社PAL 取締役（社外・非常勤）（現任）
株式会社エコ配 取締役（社外非常勤）（現任）
CBcloud株式会社 取締役（現任）



本資料の取り扱いについて

- 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。
- これらの記述は、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たものにすぎません。
さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。
実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。
- また、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。
- 当資料のアップデートは今後、2026年3月頃を目途として行う予定です。