

ソーシャルワイヤー株式会社
2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

2025年2月14日

01

連結業績

02

業績予想（再修正）

03

連結財務諸表

04

主要サービス状況

05

法人概況

06

FAQ

01 連結業績

2025年3月期 第3四半期

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ 通期業績予想の上方修正（再修正） ➤ 顧客獲得ドライブを更に加速 ➤ ジーニー社のテクノロジー投入効果 | <p>インフルエンサーPRの成長牽引で業績回復が加速</p> <p>全社網羅的に新規獲得活動のアクセル進行</p> <p>加速度的なシステム開発体制強化とプロダクト品質強化策進行中</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|

収益回復が加速

通期業績の上方修正

- コア事業が続々と成長軌道へ移行
 - ・ リリース配信 新規アクセルで底打ち
 - ・ インフルエンサー 大型案件増加で成長率加速
 - ・ クリップング CS強化で単価増、プラス成長転換
 - ・ リスクチェック 新規好調で、高成長率維持

マーケティング積極化

新規顧客の増加

- 将来伸びしろを大幅確保へ
 - ・ プロダクト開発増強見通しを背景に
 - ・ 新規顧客獲得数の増加を急加速中
- 顧客基盤を大幅に増加させる準備段階
 - ・ エントリー商材～クロスセルによる顧客基盤を最大活用するために、現在その準備フェイズの位置づけ

業績

収益回復
通期業績予想の上方修正（後述）

主にインフルエンサーPR牽引で業績回復進行が加速
進捗状況が好転

	2024/03期 3Q累計	2025/03期		(前回) 通期予想	進捗率
		3Q累計	前年比		
売上高	2,922 百万円	2,227 百万円	76.2 % △ 694 百万円	2,795 百万円	79.7 %
EBITDA ^{※1}	151 百万円	261 百万円	172.8 % + 109 百万円	-	-
営業利益	△ 48 百万円	118 百万円	黒字化 + 166 百万円	105 百万円	112.9 %
経常利益	△ 70 百万円	66 百万円	黒字化 + 137 百万円	55 百万円	121.5 %
当期純利益 ^{※2}	△ 122 百万円	150 百万円	黒字化 + 273 百万円	130 百万円	115.6 %

※1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

業績

収益回復
通期業績予想の上方修正（後述）

コア事業^{※1}成長と撤退事業の影響が軽減（3Q累計）
進捗状況が好転

※1 選択と集中によりシェアオフィス/海外/翻訳事業を撤退しております。本資料における『コア事業』とは撤退方針を伴わない『デジタルPRおよびPR関連サービス』を総称表記としております。

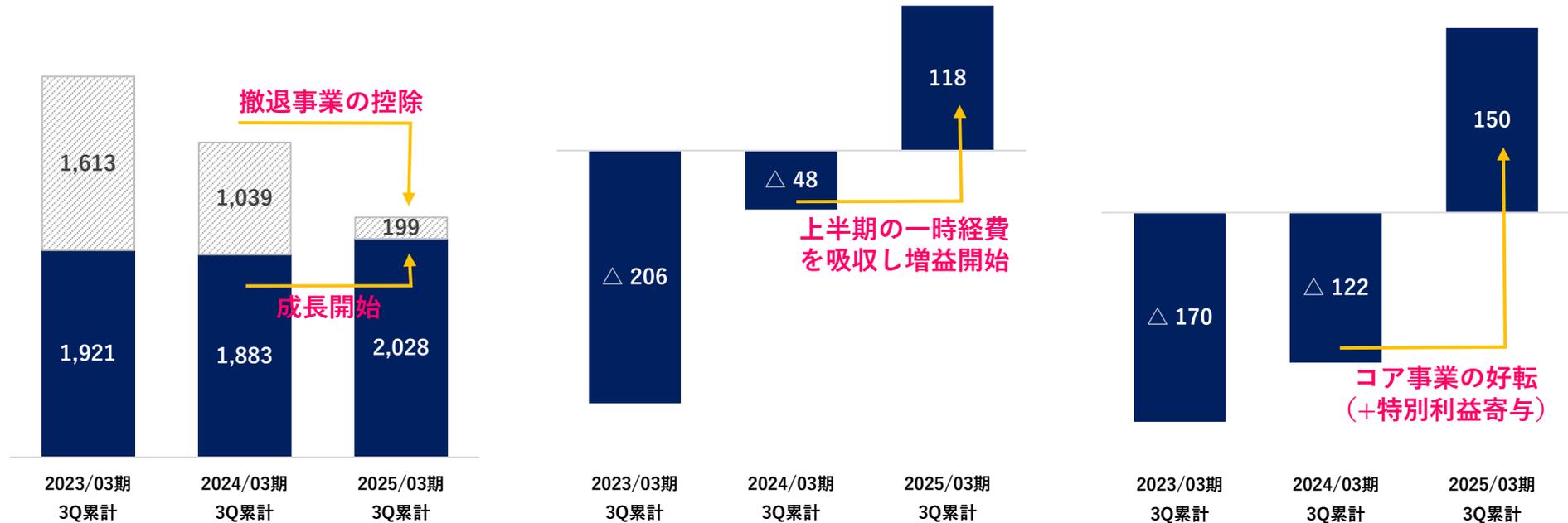
単位：百万円

売上高

営業利益

当期純利益

■ コア事業 ▨ 撤退事業

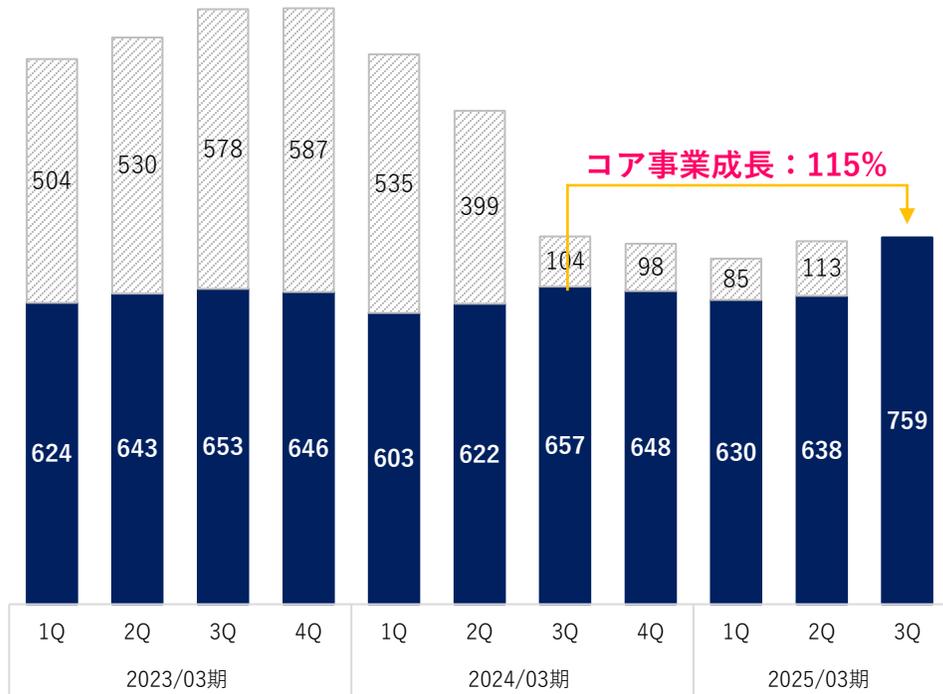


売上高

3Q 撤退事業の影響がゼロとなる
インフルエンサーPR事業が強く成長率引

単位：百万円

■ コア事業 ▨ 撤退事業

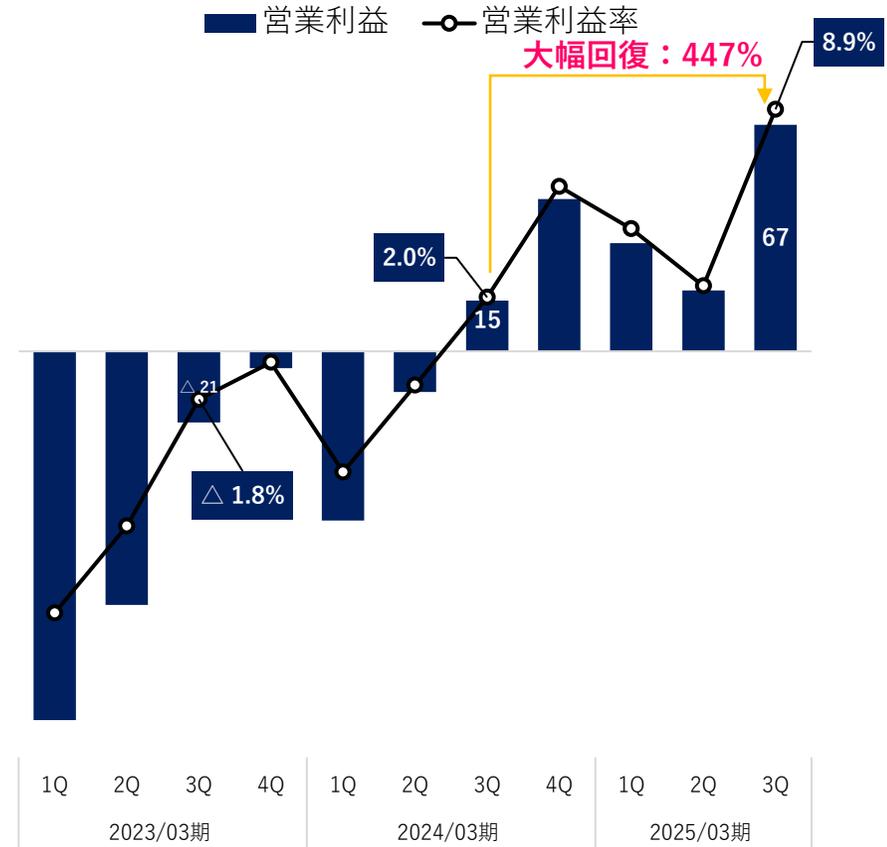


営業利益

3Q 増収効果と経費効率運営が重なり利益率上昇

単位：百万円

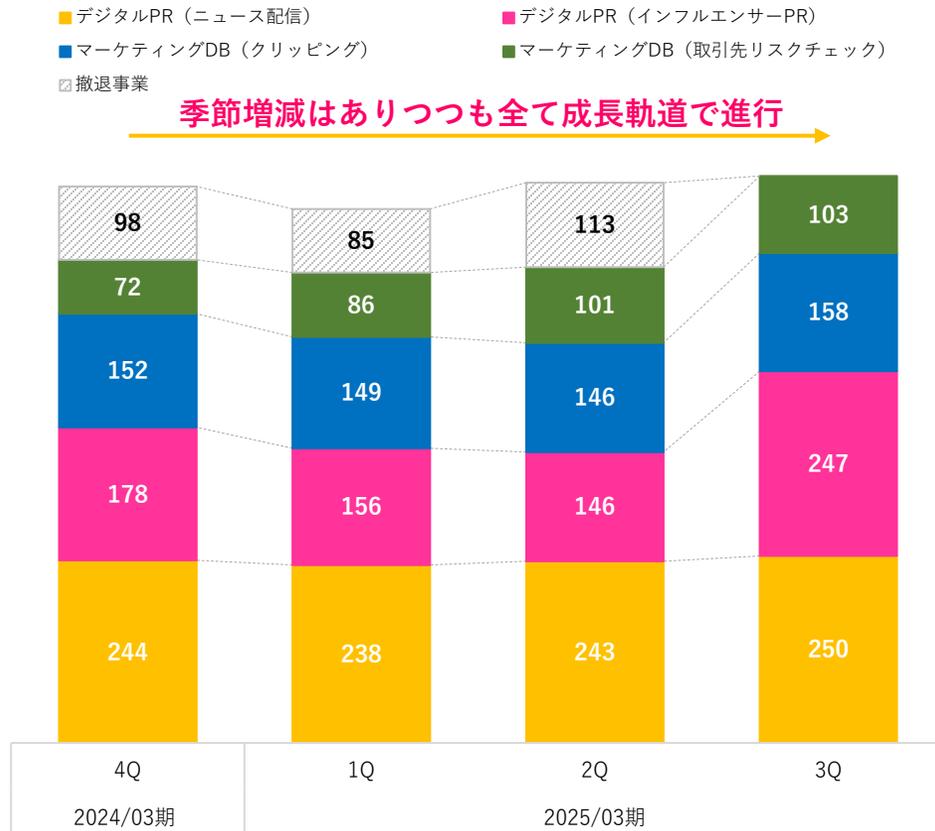
■ 営業利益 ● 営業利益率



サービス毎の売上推移（四半期）

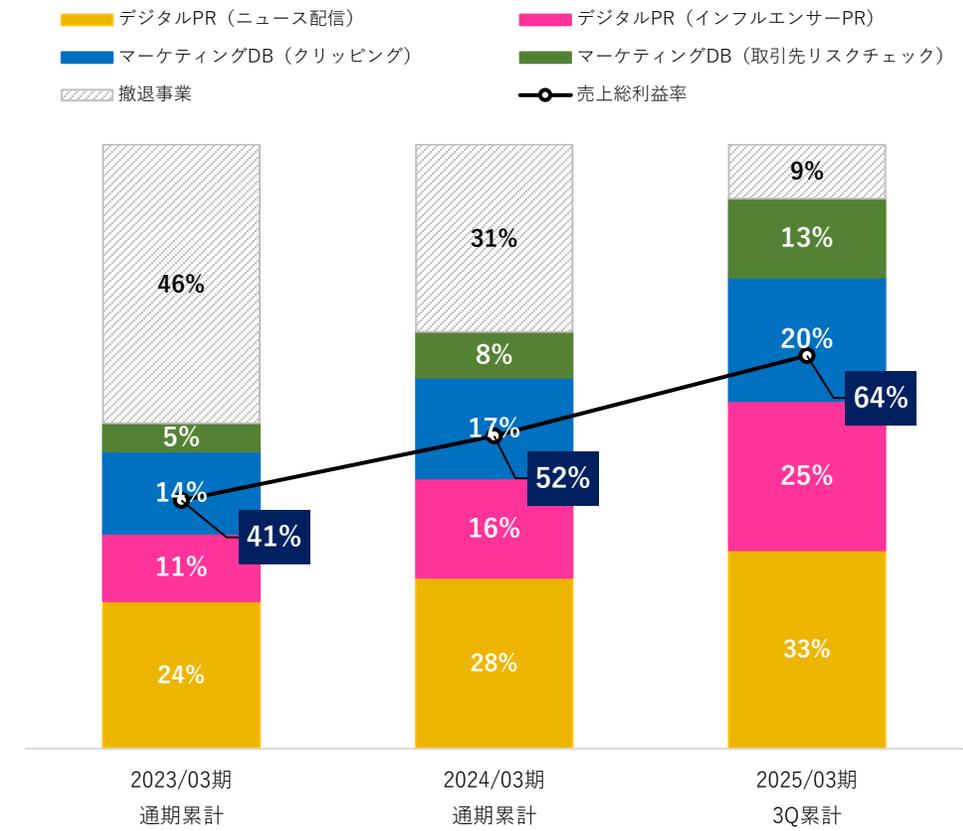
牽引要素 3QはインフルエンサーPRが大幅に伸長
成長率 インフルエンサーPR／リスクチェックが成長率高

単位：百万円



サービス構成比推移（年度）

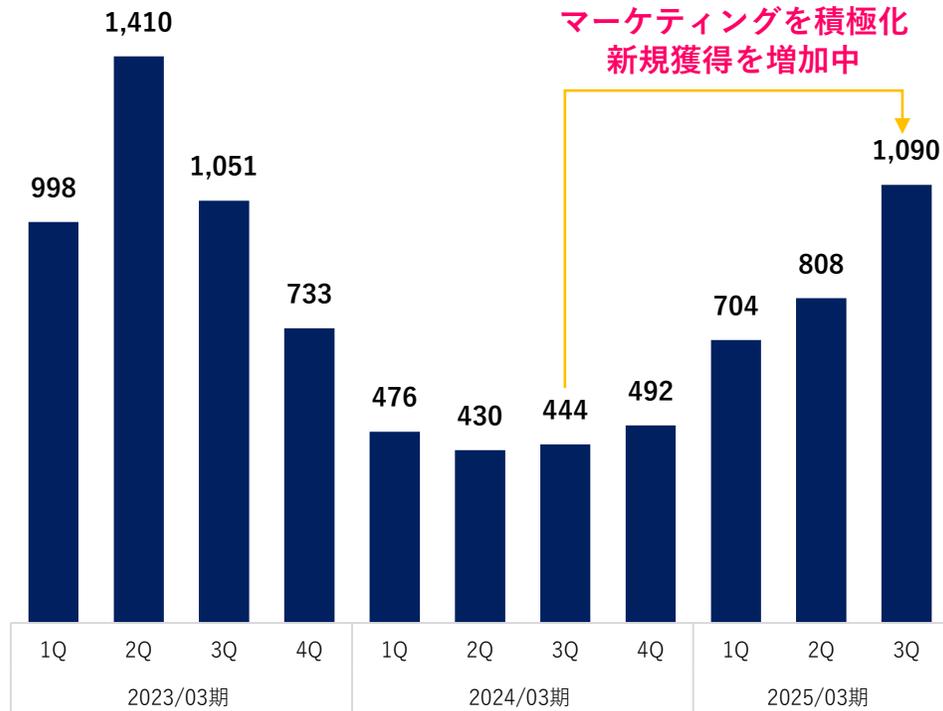
構造改革 選択と集中によりデジタルPR事業に集約
収益構造 売上総利益率の構造的上昇



マーケティング活動のアクセラ

積極広告
新規獲得 財政面/プロダクト開発面の改善を背景とした判断
ニュース配信を主なエントリー商材とし積極開拓

単位：社数

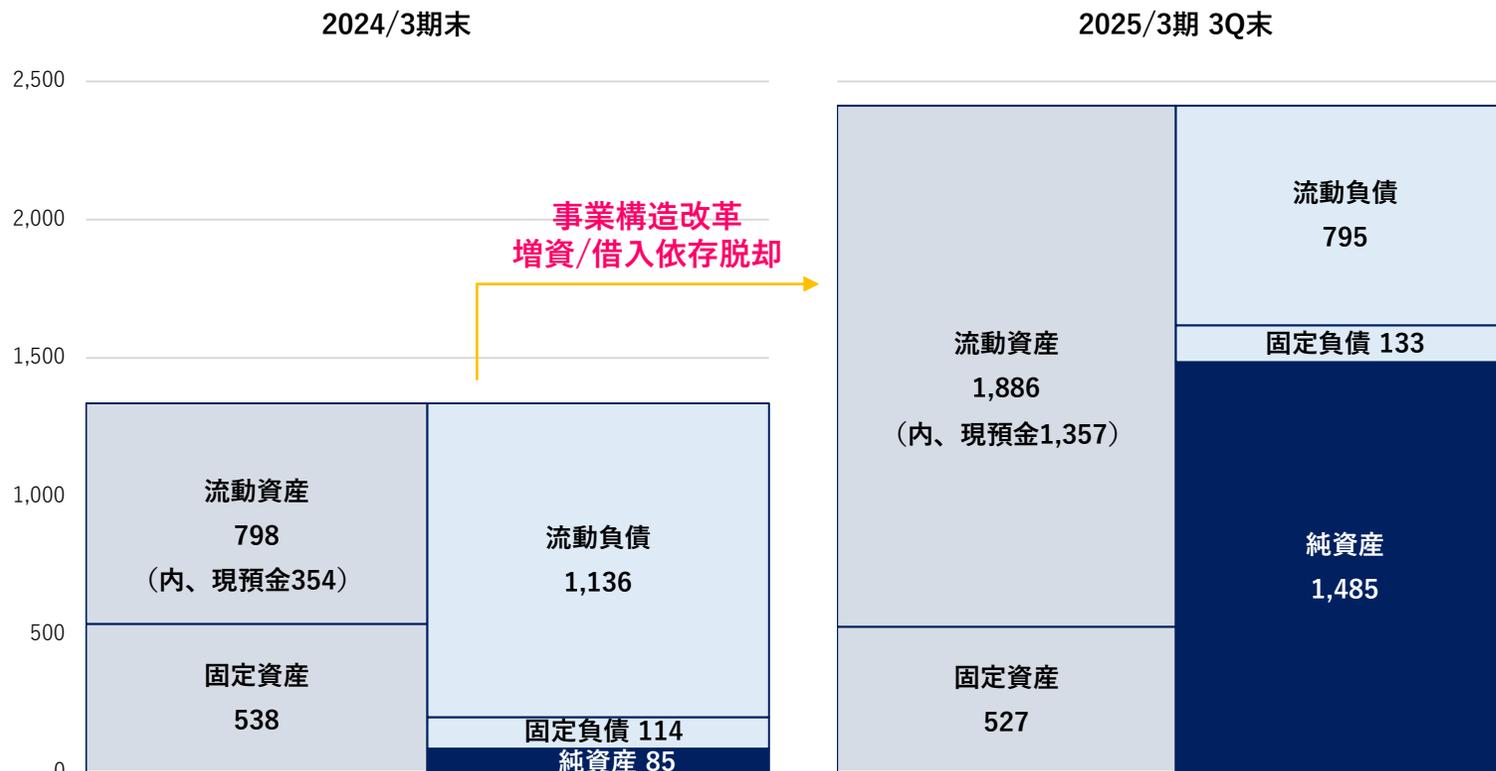


サービス	主な活動
リリース配信 @Press	<ul style="list-style-type: none"> SMB中心に新規顧客獲得を積極化 ネット広告によるインカミング増加ならびにインサイドセールス部隊による獲得活動
インフルエンサーPR Find Model	<ul style="list-style-type: none"> オウンドメディア (インスタラボ) によりSNSマーケティング情報発信、インカミング増加 現在大手中堅企業中心に積極開拓。 中期的にはSMB向けの開拓活動（適用プロダクト開発含む）を計画
クリッピング @クリッピング	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告によるインカミング増加ならびにPR会社連携にて積極的な案件獲得活動
取引先リスクチェック Risk Eyes	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告ならびにセミナー／展示会等での見込み客開拓 API連携による利用者自然増加策を併行実施

財務状況の推移

- 増資および利益の回復により純資産が増強
- 借入金返済で流動負債（1年内返済予定借入金）が大幅減少
- ノンコア事業（海外/翻訳）譲渡により関連科目が減少

単位：百万円



FY23~FY24
事業構造改革・財務健全化
↓
FY25
デジタルPRへ集中投資へ

02 業績予想（再修正）

2025/3期通期

2024.11.11「通期連結業績予想の修正及び特別利益の計上に関するお知らせ」にてノンコア事業譲渡による影響、およびジーニー社との提携効果を一定考慮し、通期業績予想を修正開示しました。その後、インフルエンサーPRを中心として他サービスも順調に進行した背景もあり、再度、通期業績予想を修正することにいたしました。

	前回開示 (2024.11.11)	今回修正 (2025.02.14)	増減		3Q時点 進捗
売上高	2,795 百万円 ⇒	2,925 百万円	+ 130 百万円	+ 4.7 %	76.2 %
営業利益	105 百万円 ⇒	155 百万円	+ 50 百万円	+ 47.6 %	76.5 %
経常利益	55 百万円 ⇒	100 百万円	+ 45 百万円	+ 81.8 %	66.8 %
当期純利益	130 百万円 ⇒	170 百万円	+ 40 百万円	+ 30.8 %	88.4 %

03 連結財務諸表

貸借対照表

	2024/3期末		2025/3期3Q末			備忘
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期末比 (%)	
流動資産	798	59.7	1,886	78.1	236.4	
（内、現金及び預金）	(354)	—	(1,357)	—	383.2	
固定資産	538	40.3	527	21.9	98.1	
資産合計	1,336	100	2,414	100.0	180.7	第三者割当増資による現預金増加
流動負債	1,136	85	795	32.9	70.0	
固定負債	114	8.6	133	5.5	116.9	
（内、借入金）	(373)	—	(212)	—	56.8	
負債合計	1,250	93.6	928	38.5	74.3	借入金返済による減少
株主資本	16	1.3	1,492	61.8	8,935.3	
（自己株式）※1	(△83)	(△6.3)	(△83)	(△3.5)	100.0	
非支配株主持分	7	0.6	2	0.1	30.2	
その他	61	4.6	△8	△0.4	△14.3	
純資産合計	85	6.4	1,485	61.5	1,729.4	当期利益増加および第三者割当増資による増加
負債・純資産合計	1,336	100	2,414	100	180.7	

※1 自己株式金額は株主資本金額の内数

損益計算書

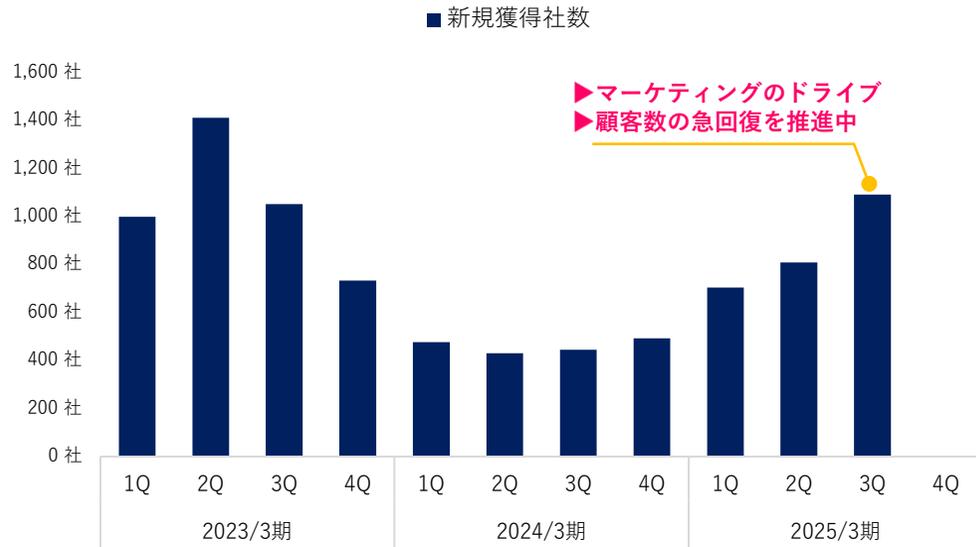
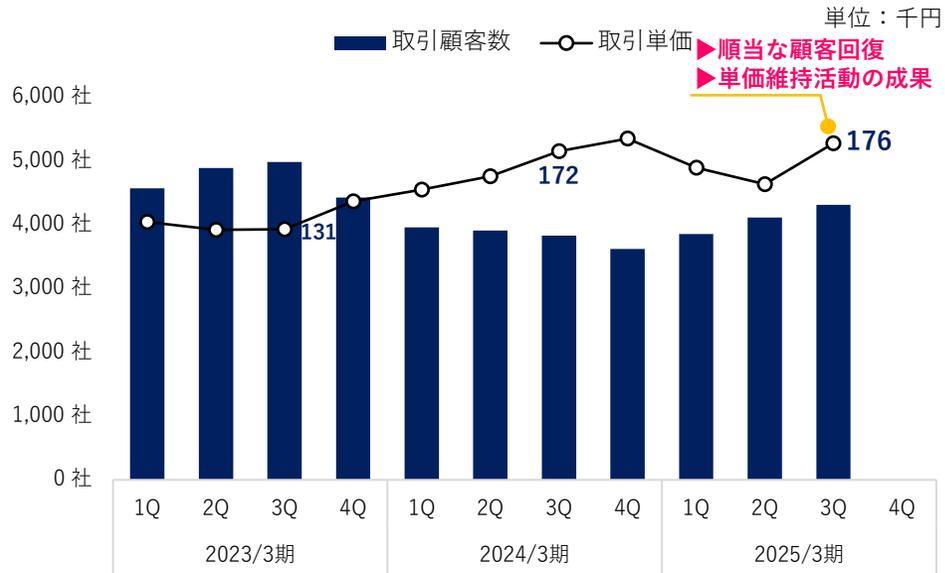
	2024/3期		2025/3期		進捗
	3Q累計 (百万円)	通期累計 (百万円)	3Q累計 (百万円)	前年比 (%)	
売上高	2,922	3,669	2,227	76.2 % △ 694 百万円	堅調に進捗
売上総利益	1,424	1,899	1,429	100.4 % + 5 百万円	
EBITDA ^{※1}	151	243	261	172.8 % + 109 百万円	
営業利益	△48	△2	118	黒字化 + 166 百万円	上半期発生の一時費用等吸収し、3Qから順当進行
経常利益	△70	△27	66	黒字化 + 137 百万円	増資関連経費計上 (△35百万円)
当期純利益 ^{※2}	△122	△146	150	黒字化 + 273 百万円	子会社譲渡の特別利益計上 (+86百万円)

※1 EBITDA = 営業利益+減価償却費+のれん償却費

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

04 主要サービス状況

※事業譲渡ならびに撤退事業は、トレンド掌握の観点から本表から控除しております。



SocialWire

主な活動方針と進捗

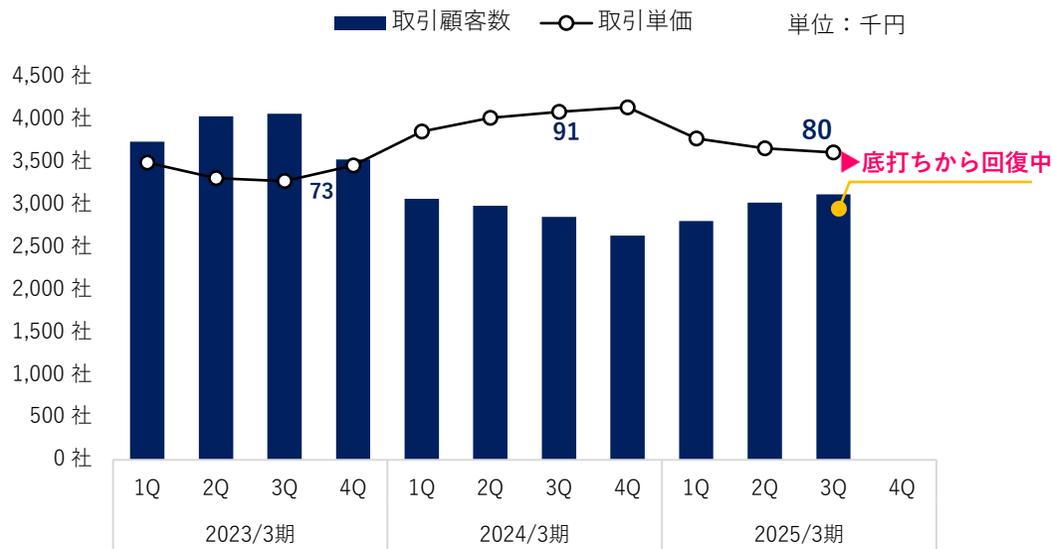
積極マーケティング&プロダクト増強

●新規獲得活動を積極推進

- マーケティング活動をドライブ
- 販促経費を投下し取引社数増加へアクセル

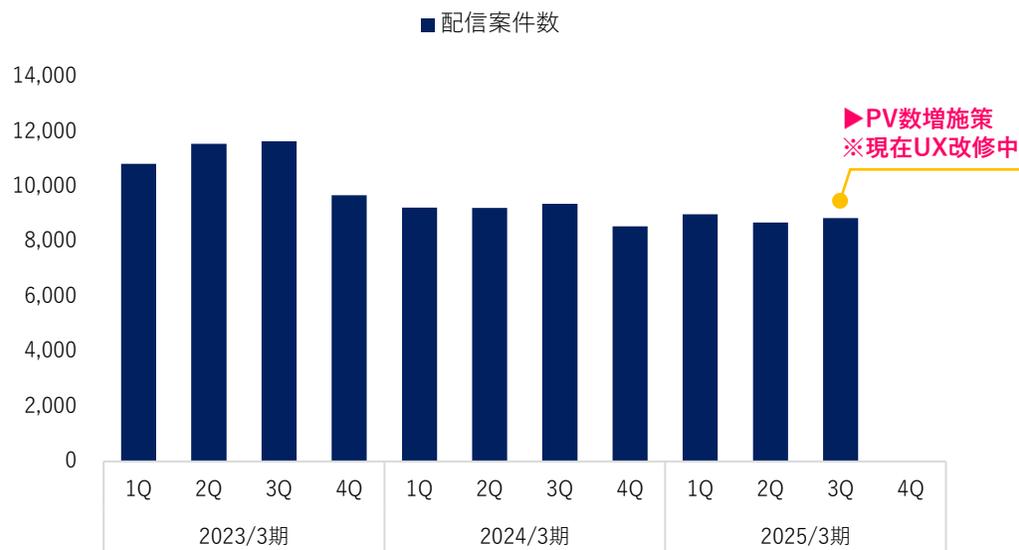
●プロダクト開発強化（ジーニー提携骨子）

- 拡張性と高速化（同業他社比で最速基準）
 - メディアSEO効果（顧客への提供価値）を最大化へ
 - エンジニアリング体制の大幅強化/開発加速
- ⇒ 既存プロダクトが順次リニューアル予定で進行中



取引顧客数 × 取引単価

- 新規獲得の積極化によりアクティブ顧客数増加中
 - ・ 新規獲得活動の増強
 - ・ 動画プランの積極販促
- プロダクト改修による顧客価値の大増強
 - ・ 1リリースあたり
 - ・ 記事化数：従前よりNo1運営中
 - ・ PV数：業界最多に実現すべく大幅改修中



案件数

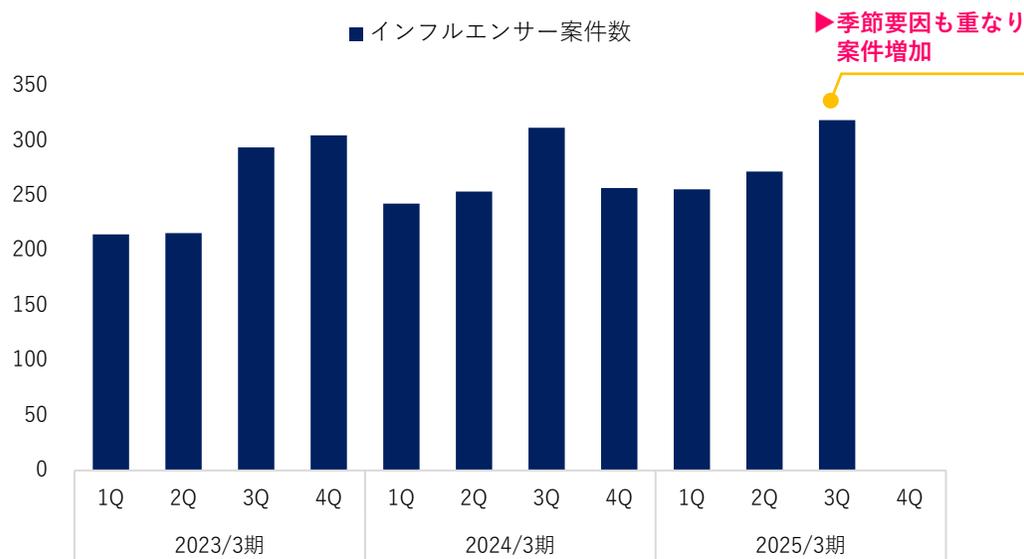
- 新規顧客獲得の増加傾向による底打ち
 - ・ 新規獲得の増加により段階的に増加基調へ
 - ・ 高単価プランの利用企業は継続
- AIX実装フェイズ
 - ・ 配信オペレーションのAIX化を推進
 - ・ 品質精度ならびに生産性を急激に増強中



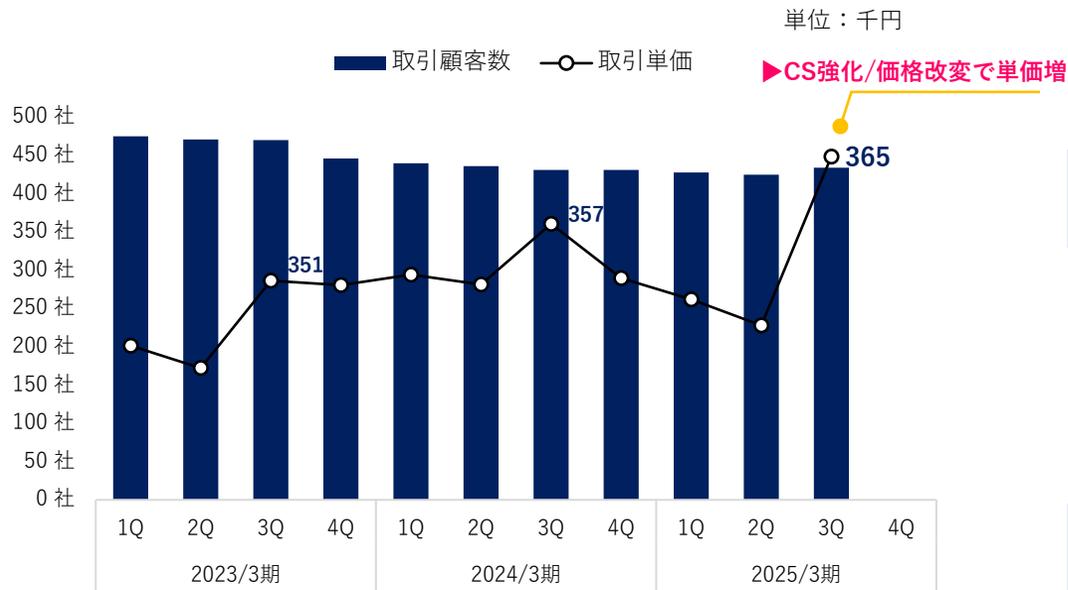
取引顧客数 × 取引単価

- 大型案件が増加し単価急上昇
 - ・ 先行指標（受注高）の順調な増加に加え、大型案件が複数集中したことで単価が増加
 - ・ 大手代理店の継続ならび大手企業直取引が順次拡大中

案件数



- 季節要因の後押し + 大手顧客CS対応成果
 - ・ 着実に高単価の案件が積み上がり推移
 - ・ 美容／アパレル／ライフスタイル系が堅調、トラベル増加中
- 縦型ショート動画のニーズ拡大
 - ・ Instagramストーリーズ、TikTok、YouTubeショートに象徴される縦型動画の案件が拡大進行中

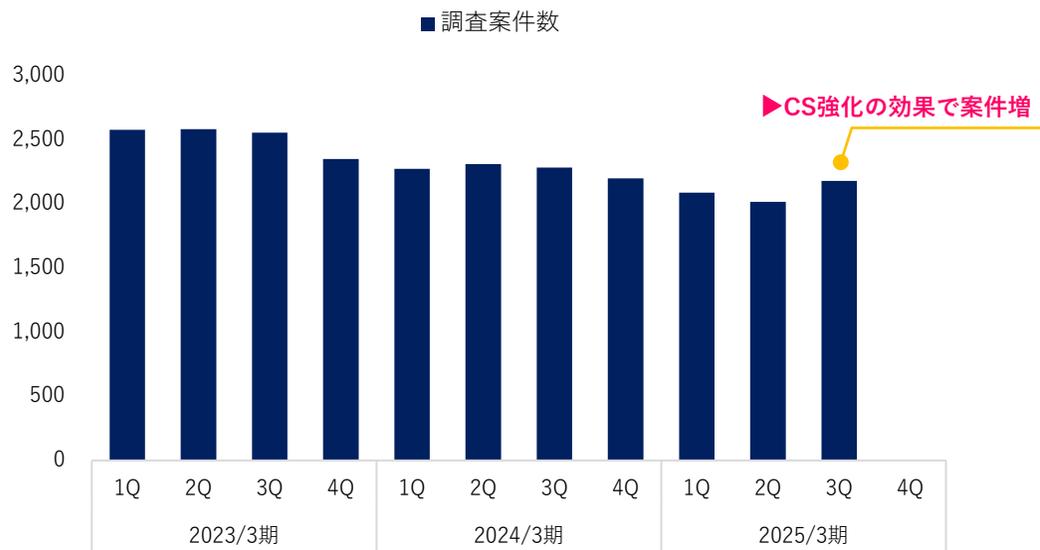


取引顧客数 × 取引単価

●CS強化による顧客掘り起し・単価増加

- 顧客対応を強化、単価見直しなど提案の成果が発現
- 利用停止企業の再利用が進行中
- 早朝案件は堅調に進行中

案件数



●反社チェックやネガティブ案件が堅調

- 掲載調査対象がポジティブ広報調査に加え、ネガティブ広報調査への傾向が進行中

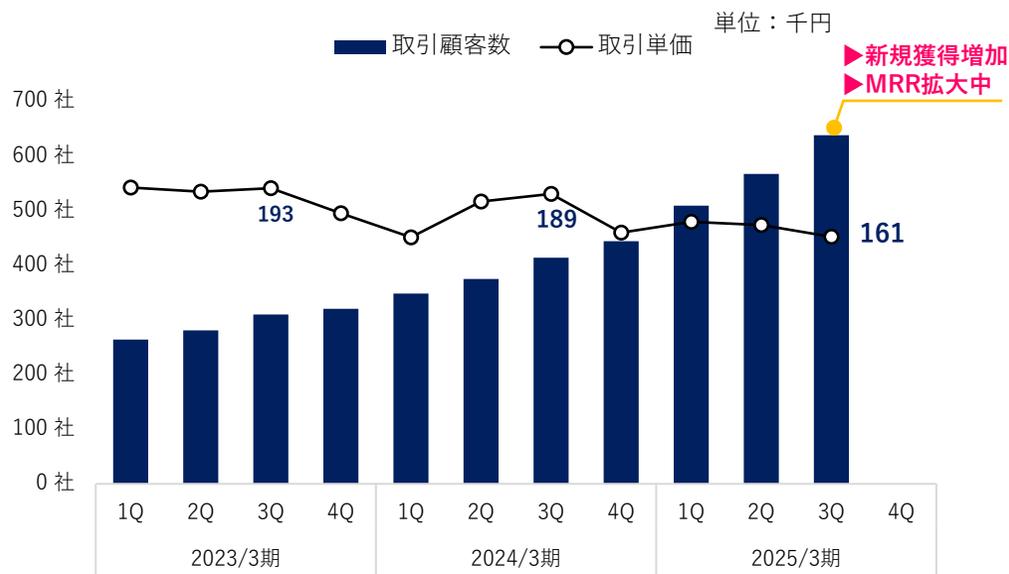
●プラットフォーム提携（共同開発商品化）

- FY25上半期ローンチ予定で進行中。ソーシャルリスニング（※1）機能を含有したUI/UXに改変予定

●2025年1月より分社化

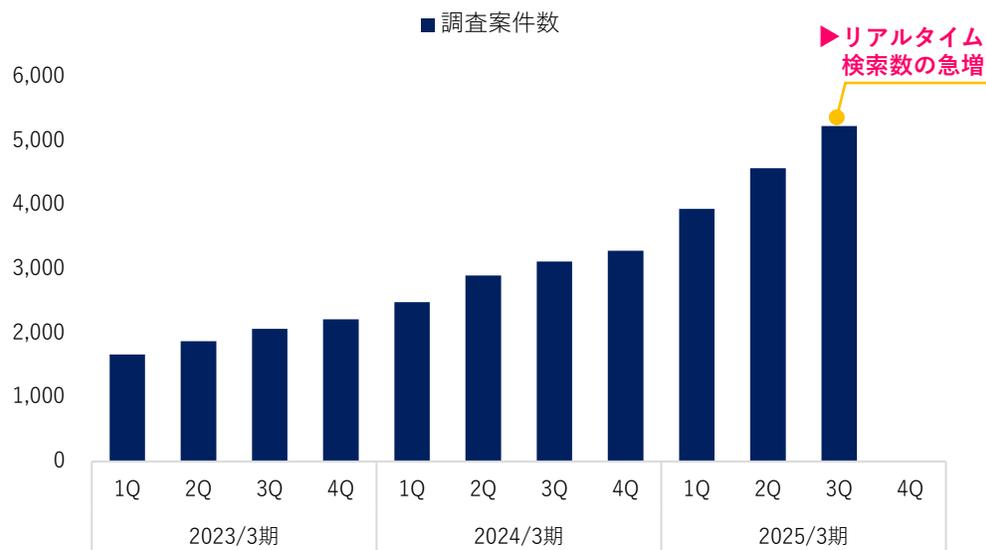
- 「アットクリッピング株式会社」として新設分割による子会社化実施。継続的に連結子会社として運営

（※1）ソーシャルリスニングとは、SNS等から消費者の声を収集・分析するマーケティング手法です。企業や自社ブランド・商品に対する評価を可視化する機能です。



取引顧客数 × 取引単価

- **新規獲得活動を積極化**
 - 顧客数増加を更に加速進行中
 - 展示会やセミナー等を積極化し、獲得数倍増
- **成長率が加速**
 - 新規獲得活動が功を奏し高成長および成長が加速
 - 低解約率を背景にMRRが順当に成長



案件数

- **利用検索数が加速的に増加中**
 - 1社あたり利用回数増加により案件数が急増中
 - 業界初のスマホアプリ提供、利用者利便を推進
- **APIをSFAツールや労務ツールへ積極開放**
 - 反社チェック活用シーンを想定、SFAや人事労務ツールとの組み込み連携のAPIを積極開放

05 法人概況

全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ

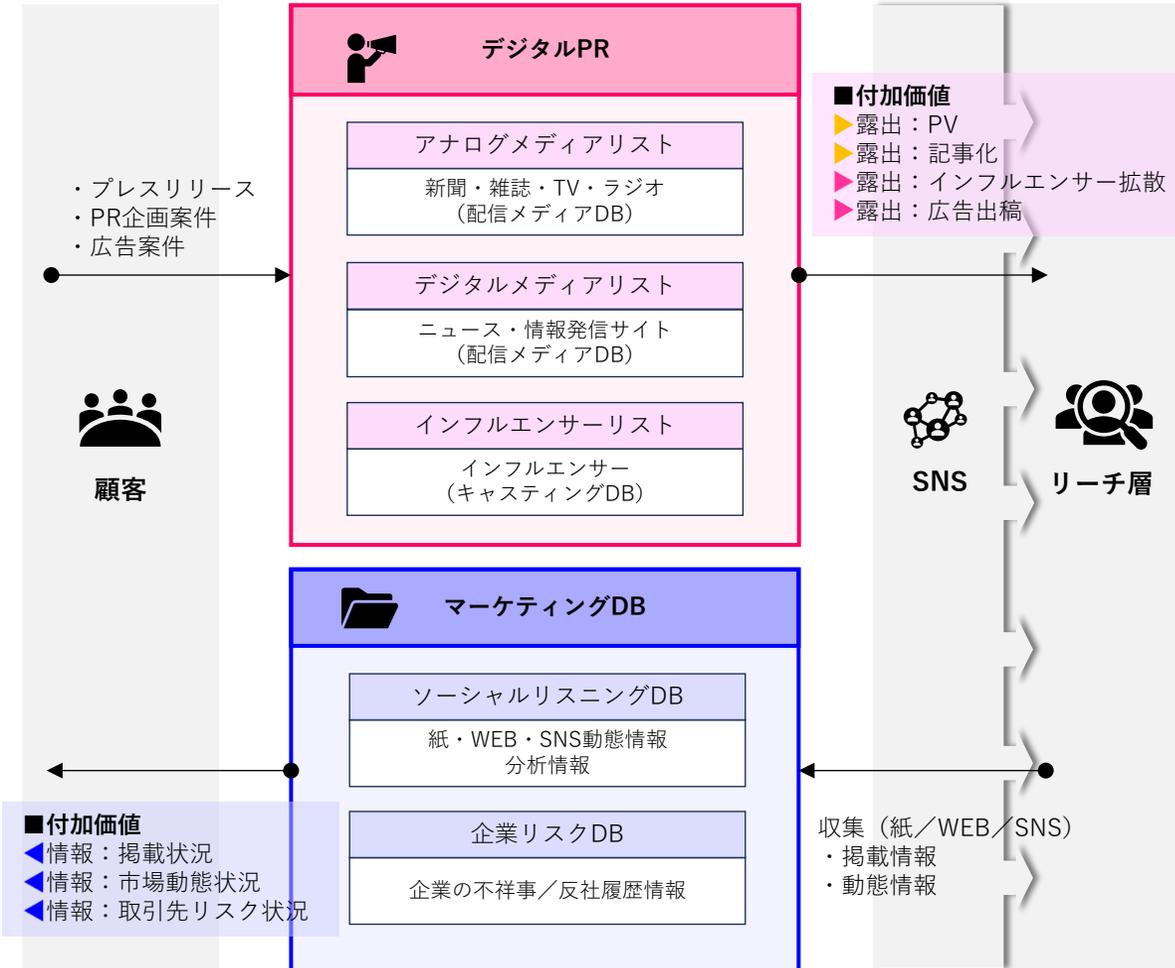
経営方針

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。

事業系統図



アクティブ取引顧客数（直近1年間）

8,495

社 ※FY23実績

<p>配信メディア数 No.1</p> <h2>10,000</h2> メディア 送付リスト：12,000リスト	<p>リリース平均記事数 No.1</p> <h2>16</h2> 記事/配信 @Press利用配信全集計
<p>インフルエンサー総リーチ 最多水準</p> <h2>3.2</h2> 億リーチ 登録インフルエンサー：10,000人以上	<p>インフルエンサーPR実績 最多水準</p> <h2>13,700</h2> 件 ※FY23末時点実績
<p>対応調査メディア数 No.1</p> <h2>5,000</h2> メディア以上 大手～ニッチまで網羅	<p>反社検索利用 最大手</p> <h2>550</h2> 社/月 ※FY24 2Q末時点

市場ターゲット

TAM 国内：3兆3,330億円

国内インターネット広告市場

SAM 国内：1兆3,000億円

SNSマーケティング市場～広報PR市場

SOM 国内：1,500億円

インフルエンサー／リリース配信
クリッピング／リファレンス

現在

現在の進行水準

- ・年間売上高：26～27億円
- ・年間顧客数：8,000社

※コア事業による年商水準で算出（譲渡済のノンコア事業は控除）
※当社独自算出によるターゲットに対する占有率

●デジタルPRとは

- ・ ネットマーケティングの一部として構成。
- ・ SNSメディア発展と比例して、PRと広告の境界線が重なる傾向が進行し、PRの対象が広がる機会に恵まれています。
- ・ PR広報固有のきめ細かい運用ナレッジをDX化し顧客付加価値の提供を推進しています。

●FY24の進行状況

- ・ 当社コア事業の進行状況はまだまだ道半ば
- ・ 占有率を増やす方針で進行

➢ 市場獲得率

1.8～2.0%（年間売上26～27億円）

➢ 顧客獲得率

2.0～3.0%（年間顧客数：8,000社）

※市場ターゲット定義

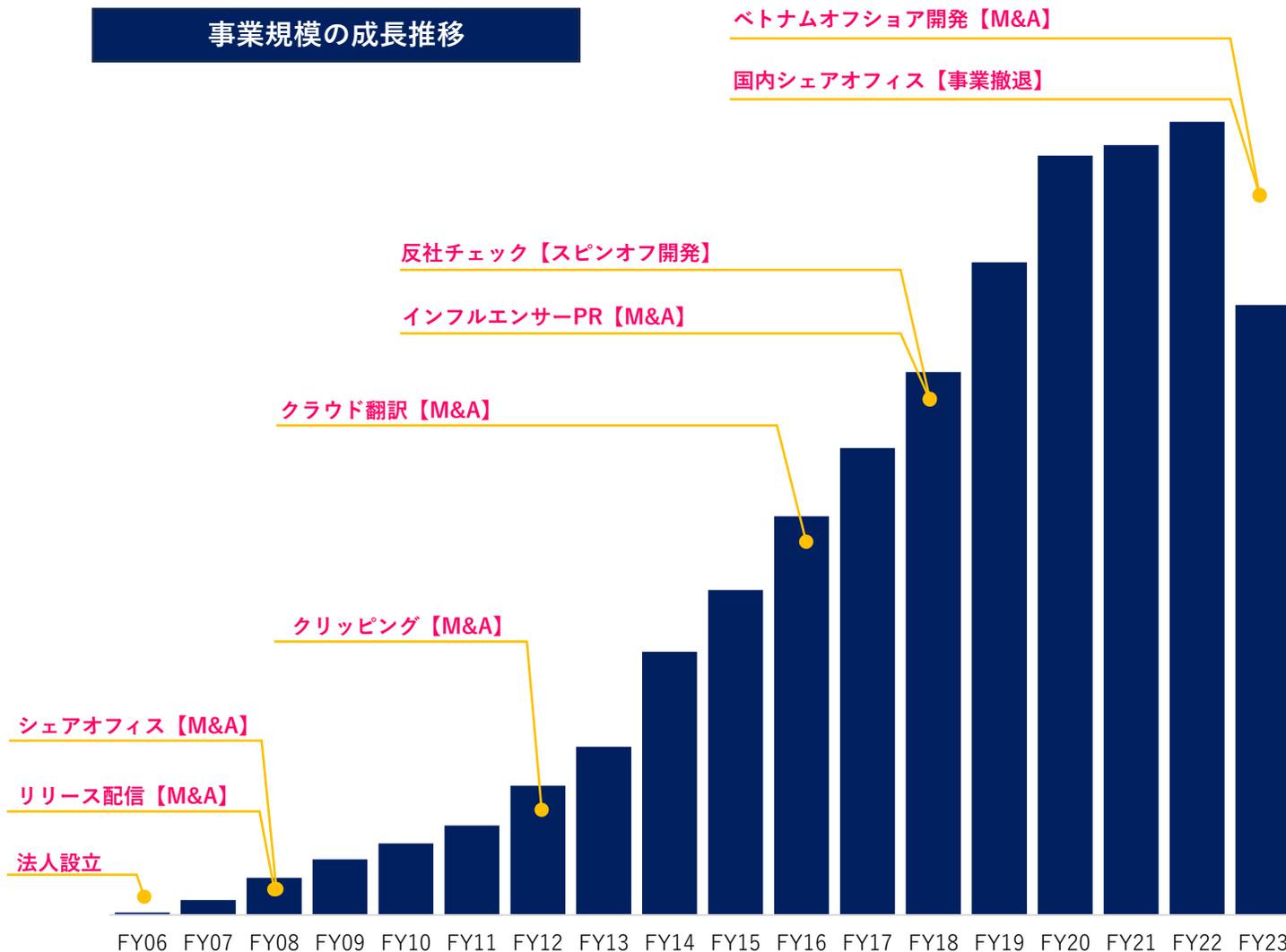
- ・ TAM：可能性のある全体市場規模
- ・ SAM：アプローチ可能な市場規模
- ・ SOM：現サービスにおけるアプローチ可能市場規模

顧客基盤増強	競争力	 競争力を左右するテクノロジー	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続的な最先端エンジニアリング（ジーニーグループ） ● 技術力に裏付けされたUX改変およびSEO等の顧客価値最大化
	主戦場	 PR／宣伝／コマース SNSメディア	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社商材をSNSメディアに網羅的フィット推進 ● M&Aの積極活用による機会創出
	有効資産	 行動様式の変様 データドリブン	<ul style="list-style-type: none"> ● 非パブリックデータ活用（トラフィックメタデータ） ● データ販売型ビジネスで下支えするプロダクト構成



※創業～FY23の履歴記載

事業規模の成長推移



M&A実行

10件

2件は成長育成後に譲渡済

M&A後の育成度 (平均売上成長)

525%

育成に至らない事業は3件

年間アクティブ取引顧客数

8,495社 (FY23実績)

デジタルPR中心に法人顧客基盤を保有

会社名	ソーシャルワイヤー株式会社	
設立	2006年9月6日	
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	
資本金	資本金	1,017百万円 (2024年12月末)
	資本剰余金	957百万円 (2024年12月末)
経営陣	代表取締役社長	矢田 峰之
	取締役COO	藤原 直美
	取締役	水野 敦紹
	取締役	中村 利之
	取締役 (非)	工藤 智昭
	取締役 (非)	菊川 淳
	取締役 (非)	原 愛永
	取締役 (社外)	大野 誠一
取締役 (社外)	白川 久美	
従業員	単体268名、連結283名 (2024年9月末)	
事業内容	デジタルPR事業	
	● リリース配信	@Press/NEWSCAST
	● インフルエンサーPR	Find Model
	● クリップング	@クリップング
● 取引先反社チェック	RISK EYES	
主要株主	株式会社ジーニー	49%
	矢田 峰之	10%
主な事業所	□ 本社	東京都港区新橋1-1-13 3階
	□ 新宿御苑営業所	東京都新宿区新宿2-3-10 5階
	□ 仙台営業所	宮城県仙台市青葉区一番町1-9-1 10階
	□ 大阪営業所	大阪府大阪市中央区南久宝寺町2-6-7 2階
	□ 福岡営業所	福岡県福岡市中央区天神五丁目7-3 5階

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「アットクリップング」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	アットクリップ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	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 子会社化
2024年	第三者割当増資および株式会社ジーニーの子会社 海外シェアオフィス株式譲渡 (シンガポール子会社) クラウド翻訳事業を株式譲渡 (トランススマート株式会社) アットクリップング株式会社を新設分割

06 FAQ

内容	回答
<p>ジーニー社との提携の内容および見通し</p>	<ul style="list-style-type: none"> 当社が『積極的なテクノロジーリソース』を提供いただくことでプロダクトカンパニーシフトし業績向上に資すること、ジーニー社は、隣接領域のPRセグメントをポートフォリオ化しマーケティング領域を網羅的に拡大すること、このwin-win関係を前提とした提携関係を締結しました。 現在、30名程度のエンジニアを有しておりますが、既にうち5-6名程度の高度な技術人材をジーニー社より派遣いただき、当社プロダクトの網羅的な改修（実質的なリビルド）を急加速的に進行しています。 プロダクト進化は即日発現する性質ではありませんが、来年度にはいくつか複数のプロダクトローンチする算段であり、その見通しを背景素材として、先んじて新規顧客獲得活動を積極化しているという判断をしております。
<p>増資実行（財務体質改善）の資金使途</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2024年4月25日「株式会社ジーニーとの資本業務提携、第三者割当による新株式発行、並びに、主要株主である筆頭株主の異動及び親会社の異動に関するお知らせ」のとおりであります。 ① 運転資金および借入金返済 <ul style="list-style-type: none"> 本事項に関する財務手当は今年度において手続きが概ね完了。 ② システム開発に充当 <ul style="list-style-type: none"> 自社開発による人件費、採用費等、技術開発（親会社ジーニーによる技術提供） 顧客付加価値の徹底したバリューアップ進行中 ③ M&Aに充当 <ul style="list-style-type: none"> コア事業とのシナジーおよび隣接領域に対して高パフォーマンスが期待できる案件収集実施中。 当社ではM&AおよびそのPMIによる成長実績が豊富であることに加え、テクノロジーリソースを拡充できたことで、より積極的なPMIが実行可能となりました。
<p>株主還元についての考え</p>	<ul style="list-style-type: none"> 連結配当性向30%を目標とした持続的な配当拠出を還元方針としておりますが、ここ数年の業績悪化により連結利益剰余金はマイナス状態であり、拙速な配当拠出は適当ではないと考えております。 一方で、増資による財務健全化による投資資金確保、ならびに業績回復の発現を背景もあり、その糧を活用して、改めて成長ベンチャーたる積極的な業績向上による、株価向上による間接的な還元に資するためのIR活動に注力していく方針であります。 また、事業構造改革を完了したことも踏まえ、今年度決算を踏まえて、中期間の経営計画策定を進行し、皆様にお知らせできるように準備をしております。

内容	回答
<p>時価総額上昇への取り組みについて</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 足掛け2年に渡る事業構造改革が完了し、残存するコア事業が一定程度の収益回復ができたタイミングから、本質的な事業成長による企業価値の向上に加え、適切に市場評価に反映されるような情報発信の取り組みの両面を充実する必要があると認識しており、以下の基本的な方針としております。 <ol style="list-style-type: none"> ① 中長期視座にたった企業価値向上投資の実施（中期経営計画を策定着手中、適宜開示予定） ② 事業成果の「規模と利益」、両面のバランス成長進行をすること ③ M&A等の非連続的な成長機会も積極的に活かすこと ④ 適切に評価されるようIR広報を積極的に実施すること
<p>プラットフォーム社と戦略提携の内容および見通し</p>	<ul style="list-style-type: none"> • クリッピング事業との部分的事業との提携締結をいたしました。クリッピングサービスは、その性質から、官公庁はもとより大手巨大企業をエンドとするPR会社が主要顧客層たる傾向があります。 • PR業界最大手の同社と手を組むことにより、大手巨大企業群へ向けたデジタル商品開発を前提としており、『当社のクリッピングDBおよびシステム開発』と『先方の販路／ニーズ取得』を相互に提供する座組で提携をスタートいたしました。 • 現在、商品開発は順調に進行しており、当社のクリッピング事業は調査サービスからマーケティングDBを提供するソーシャルリスニング市場へ参入する足がかりとする予定であります。
<p>人材不足等の社会的課題が及ぼす影響について</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2025/3期 3Q累計期間において、売上原価及び販管費に占める労務関連費は約56%にのぼり、人材に関する社会課題の影響は少なくはありません。 • 現在、グループ役職員の約300名のうち約40%はパート社員が役目を担っており、比較的流動性の高い人材層の活用を推進していることで、一定程度の課題緩和・吸収する雇用体制を整えてきております。またこの推進プロセスにおいて、内部業務ツールとして積極的にAIを活用するなどの生産性向上策を併行しております。 • また、親会社であるジーニー社からの出向人材の活用等は、上昇傾向にある人材調達費（採用に係る紹介会社等に支払う手数料、採用広告費等）の抑制に資するものとしても有効であると認識しております。

内容	回答
<p>インフルエンサーPRが伸びている要因</p>	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信の主戦場が、マスメディアからソーシャルメディアへシフトしつつあります。当社では2018年よりSNSにおけるインフルエンサーPR（サービス名：Find Model）を運営し、着実に成長しています。 その商材の特性上、宣伝広告予算の年度末駆け込み需要による一定程度の季節要因の後押しはありますが、大手代理店チームの組成や大手案件に対処する等の提案ターゲットを大手に傾注した当社の取り組みが成果発現したことによるものが大きく、指標としては案件単価の上昇が大きく業績に寄与しています。あわせて、本事業の事業基盤が、一過性のものでなく一定程度の底堅さを構築できていると考察をしております。
<p>リリース配信サービスの強みと今後の展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> @Press（アットプレス）とNEWSCAST（ニュースキャスト）という情報発信メディアをもってしてリリース配信サービスを提供しており、いずれも顧客付加価値は、配信後の『記事数』と『露出指標』が主なものとなります。 ① 強み <ul style="list-style-type: none"> 『記事化』は類似企業比でNo1の成果※を提供するよう持続運営しています。 ② 課題と今後の展開 <ul style="list-style-type: none"> 『露出指標（PV等）』は、現在業界首位の座を他社に奪われている状態です。そこで、技術的アプローチによるシステム更新を行い、SEO効果向上による露出指標を最大化するべく社内PJ化しております。なお、既に社内の一部サイトにおいて、同様のシステム改変により、SEO効果の急速な向上およびPV倍増の実証結果が発現しております。 これらプロダクト価値向上の見通しが堅調なこともあり、併行して新規顧客獲得を積極推進しているという背景であります。 ※ 当社による無作為抽出によるサンプリング調査
<p>業績の季節要因について</p>	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループの提供するデジタルツール（リリース配信／クリッピング／取引先リスクチェック）は、そのプロダクト性質上、季節要因は大きくはありません。 一方で、インフルエンサーPRサービスは、大手クライアントに運営リソースを傾注した結果として順調に事業成長しておりますが、宣伝広告市場固有の年度末に一定程度偏りが発生する性質を帯びております。あわせて、同事業が当社グループ全体に与える影響は小さくないことを踏まえると、一定程度、下半期（10月～3月）の事業ウエイトを占める性質を帯びてきております。

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。

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>