



株式会社ZUU
(東証グロース：4387)

事業計画と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

— 目次

- 01 — 会社概要
- 02 — これまでの振り返り
- 03 — 市場機会と事業機会
- 04 — 当社のビジネスモデル
- 05 — 競争力の源泉と競争優位
- 06 — 成長戦略と注力事項
- 07 — 財務目標と事業計画
- 08 — リスクと対応策
- 09 — APPENDIX

1. 「聖域なきコスト構造改革」「全社営業組織化」をはじめとする5つのテーマを推進し、単体従業員を前期比33.7%減（65名）へ最適化する一方、営業比率を1Q 10%から4Q 37.1%へ大転換した。EBITDA軸では第2四半期に黒字転換を実現、粗利率も1Q 51.7%から4Q 70.7%へ19pt改善。ファイナンスセグメントはAUM525億円・調達支援累計269億円と全主要KPIが増加し、収益基盤の再構築を完了。
2. 2027年3月期を「グロース&ファイナンス一気通貫プラットフォーム」の本格収益化フェーズと位置づけ、黒字転換の元年とする。ファイナンスセグメントのAUM拡大による収益積み上げを軸に、グローバルマーケティング社のグループイン（2026年4月1日付）を活かしたグロースセグメント強化、全社営業PJTの受注金額60億円達成の3軸で成長を加速させる。AI活用によるエージェント利用率80%達成を見据え、少人数体制での生産性最大化も並行推進。
3. ファイナンスセグメントの収益を土台に、グロースセグメントとの循環モデルが本格的に機能するフェーズへ移行。当期の黒字転換を起点として、M&A/PMIの推進と全社生産性向上を組み合わせ、収益規模・利益率の双方を同時に押し上げる成長構造を構築。

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、
世の中に存在するさまざま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。

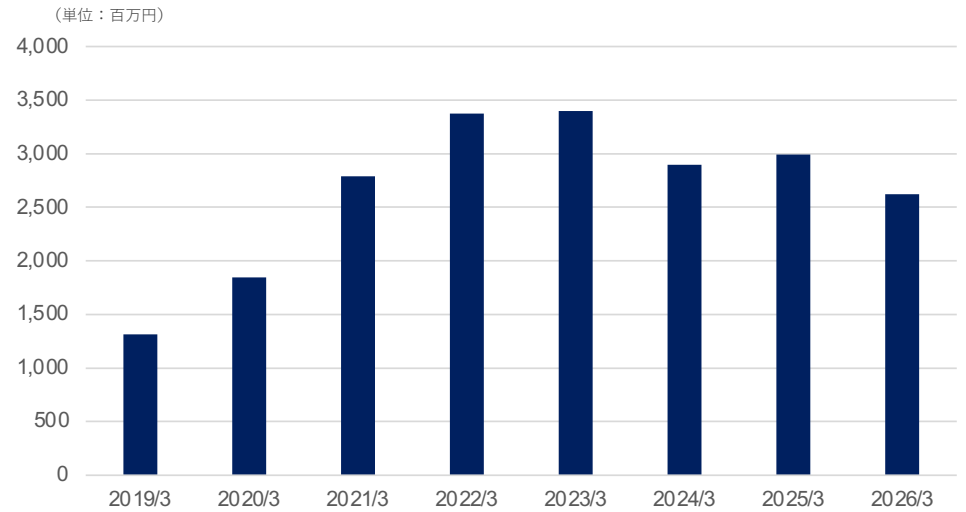
マテリアリティとSDGsの関係

マテリアリティの解決に取り組み、SDGsに関連した社会課題を積極的に解決すべく経営を推進



会社概要

■ 社名	株式会社ZUU (ZUU Co.,Ltd.)
■ 住所	東京都港区麻布台1-3-1 麻布台ヒルズ森JPタワー46階
■ 代表者	代表取締役 富田 和成
■ 設立	2013年4月2日
■ 従業員数	96名 (2026年3月末時点)
■ 事業内容 (子会社含む)	<ul style="list-style-type: none"> ・ グロースセグメント <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営コンサルティング事業 ・ デジタルマーケティング支援事業 ・ ファイナンスセグメント <ul style="list-style-type: none"> ・ 資金調達支援事業 ・ 資産管理事業 ・ M&Aアドバイザー事業



(単位：百万円)

	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
売上高	1,317	1,847	2,789	3,376	3,399	2,899	2,993	2,622
営業利益	182	△106	14	△244	210	115	14	△345
純利益	107	△92	△300	△230	90	△45	120	△398
総資産	1,238	1,354	2,054	2,006	3,065	9,329	9,597	17,454
自己資本比率	80%	62%	63%	55%	41%	13%	14%	6%

事業概要

成長企業の経営者に対して資金調達支援・事業成長支援と資産管理に関するコンサルティングを提供

セグメント	提供カテゴリ	提供内容	提供主体
ファイナンス	資金調達支援	1.資金調達コンサルティング 2.ファンド設立・運営	株式会社ZUU ZUU Funders株式会社 株式会社ユニコーン 株式会社COOL
	資産管理支援	1.資産管理コンサルティング	株式会社ZUU Wealth Management
グロース	経営コンサル	1.経営計画策定支援 2.業務標準化支援 3.IPOエクイティストーリー策定支援 4.M&A支援 5.組織/人材採用戦略策定支援 など	株式会社ZUU
	DX支援	1.セールステック 2.メディアプラットフォーム構築・運用支援 3.コンテンツ制作 4.記事・インタビュー広告	株式会社ZUU
	デジタルマーケティング支援	1.デジタルマーケティング	株式会社グローバルマーケティング
	経営者向け情報提供	1.勉強会・研究会・交流会 2.記事・インタビュー広告	株式会社経済界 株式会社経済界倶楽部

取締役体制

フィンテックセグメントの事業拡大に伴い、取締役体制を最適化

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

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



駒林 素行 (監査等委員)

- 野村證券株式会社に入社後、ウェルス・マネジメントやPB業務を経験。アジア戦略室長として海外拠点ではオペレーション業務も担当
- 2015年株式会社DSBソーシング代表取締役社長、2017年だいこう証券ビジネス専務執行役員等を歴任。2023年から土屋アセットマネジメント株式会社取締役会長(現任)



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ベログの事業開発・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・組織開発部門を管掌



高橋 正利 (常勤監査等委員)

- 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、本部署長を経て2006年執行役員。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



高見 由香里 (監査等委員)

- 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年株式会社イトクロ取締役管理本部長等を歴任

執行役員体制

役務提供を行うプロダクト部門、専門機能によってプロダクト部門を支援するファンクション部門、バックオフィスのマネジメント部門に分け、各部門に専門執行役員を設置。権限移譲を行いながら成長を創り出す組織体制を構築

専門執行役員メンバー



専門執行役員 小谷 光弘

1995年株式会社三井住友銀行に入社。支店営業部 部長代理、海外赴任を経て、国内の法人営業部門の次長、副部長を歴任。

2020年当社に入社し、2021年にコンサルティング部門の部長に就任、2022年カンパニー執行役員を経て、2025年7月より現職。株式会社経済界の取締役副社長も兼任。



専門執行役員 永崎 智晴

2001年株式会社アルゴ21(現キャノンITソリューションズ株式会社)に入社。大手証券会社システム開発を経験後、2005年に株式会社コーチ・トゥエンティワン(現株式会社コーチ・エイ)に入社。2014年より執行役員として開発体制の内製化を主導。2020年に当社入社後、同年に開発部門の部長に就任。2024年以降はDXからオペレーションまでを統括。2025年7月より現職。



専門執行役員 塚本 尚大

2018年富士ソフト株式会社に入社。金融機関向けシステムや工場IoTプラットフォーム開発でプロジェクトリーダーを経験。2020年に当社に入社し、2022年に開発部門の部長に就任。2024年以降はVPoEとして開発組織全体を統括。2025年より現職。



専門執行役員 浅川 誠

2011年トリンプ・インターナショナル・ジャパンに入社し、営業、データアナリストとして従事。株式会社Candleにて2018年より広告代理事業部の部長に就任、同事業の分社化によりCROWN MAP株式会社代表取締役社長に就任。2019年に当社に入社し2023年にマーケティング部門部長代理、翌年には部長に就任。2025年より現職。



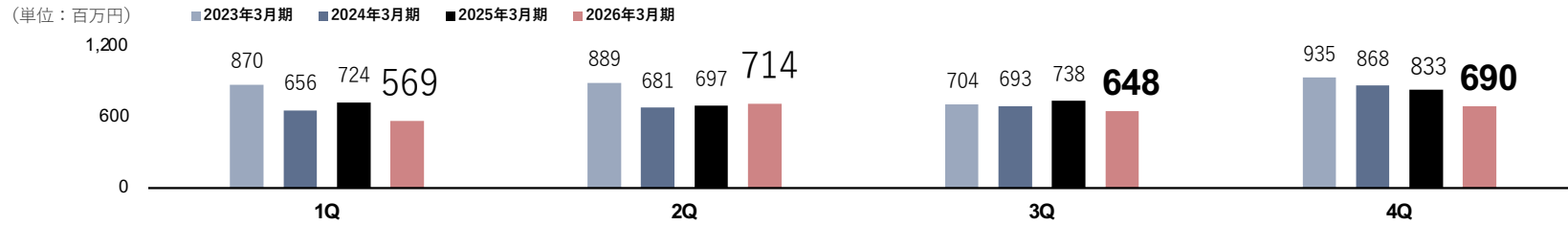
専門執行役員 今堀 太地

2020年に新卒で当社に入社。インサイドセールス部門にて、当社金融事業、コンサルティング事業の成長を実現し、2024年、最年少で部長に昇格。

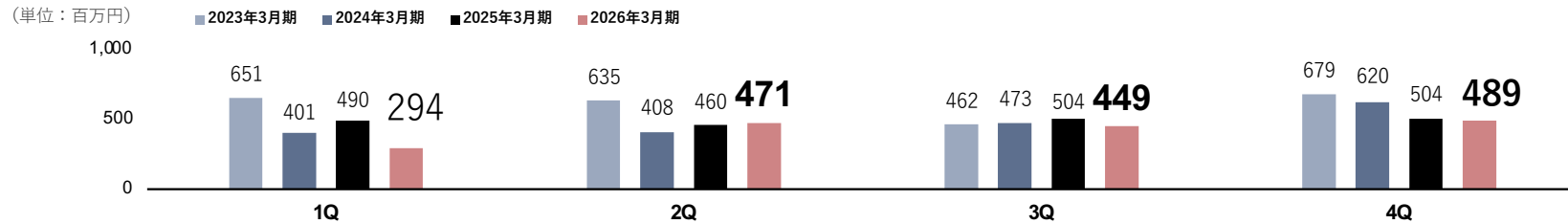
2025年7月より現職。株式会社経済界の取締役も兼任。

売上高・売上総利益・営業利益の四半期推移

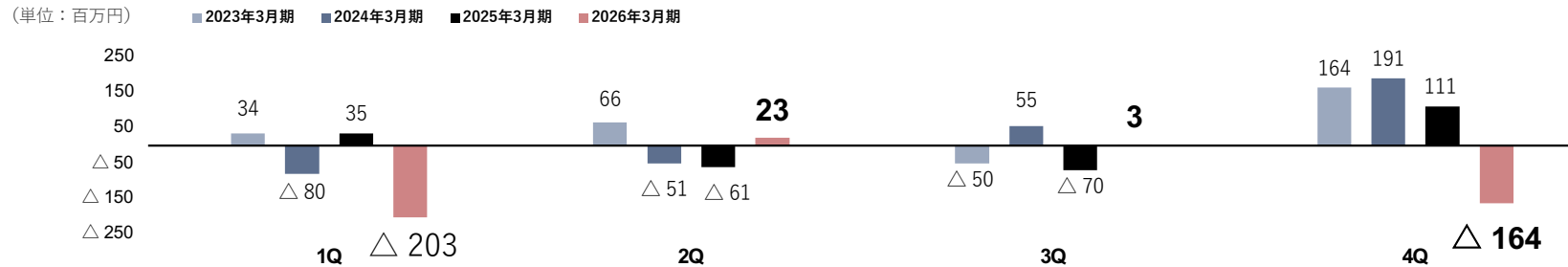
売上高の推移



売上総利益の推移



営業利益の推移



02 ———— これまでの振り返り

2026年3月期 注力ポイントの振り返り

2026年3月期は5つのテーマを設定。この5つのテーマ、16個の打ち手を行った結果、着実に改革は進展。聖域なきコスト構造改革は進み、組織・人材面は連結従業員は前期比20.7%減、単体従業員は前期比33.7%減、営業比率1Q 10%から4Qには37.1%など転換は進んでいる状況。

2026年3月期の注力ポイント5つ



1. 全社営業組織化～アウトバウンド中心への転換～

これまでの勉強会・セミナー等含むインバウンド中心の営業体制から、アウトバウンドを積極的に活用する営業体制へ

過去

インバウンド頼み

基本的にマーケティング予算をかけ続け、かつ、待ちの営業しかしてこなかった。

約10万社のリードを使い切れていなかった。

現在

アウトバウンド活用へ

全社営業組織化、温度感がまだ高くない顧客層へ踏み込み、

量から質への第一歩。経営者DBの本格活用。

商談数目標 **5倍**



売上結果：比例して2倍以上の可能性

既にパイプラインは2026/3期比で3倍超に。人数を大きく増やさずに、営業一人辺りの生産性が上がることで売上が上がる形に。

▼ 資源再定義 — 「変わらないもの」と「変わるもの」

変わらない: パーパス・想い

「機会格差を解消し、持続的に挑戦できる世界へ」

変わる: ルート・必要な資源

インバウンド中心人材 → 営業強者・AIネイティブ

1. 全社営業組織化の実績

前期は代表肝入りのプロジェクトとしてスタートした全社BtoB営業組織プロジェクトは当社が保有する複数コンテンツ・チャネルの接点を重ねるほど成約確度が高まる営業モデルを定量的に実証。この営業エンジンにさらに磨きをかけ、業績成長の着実な実現。

1. 定量成果（主要KPIの推移）

	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績	改善率 (QoQ)
営業・インサイドセールス人員比率 (全社比)	10.0%	40.5%	38.9%	37.1%	△1.8%
営業担当一人あたり受注獲得額 (3ヶ月間)	219万円	980万円	1,287万円	810万円	△37.1%
商談対受注率 (受注に繋がった商談割合)	5.6%	12.4%	13.9%	10.7%	△23.0%

2. 定性成果と戦略転換の推進

- 4Qの新規成約先からは、経営計画勉強会・個人資産管理勉強会・経済界大賞（経営者参加461名）といった自社コンテンツを複数回にわたって体験した顧客が成約の主経路を占めており、一度の商談では届かなかった年商30～100億円の中小・中堅企業の開拓が進展。
- インサイドセールス・担当セールス・トップセールスの3経路が連携してアポ供給から受注まで機能する体制の原型が確立。
- 2027年3月期はこの営業エンジンに、コンサルティングサービスと金融サービスそれぞれの事業内営業組織への分化を視野に入れ、当プロジェクトを推進。また、外部パートナーシップで獲得した顧客基盤を既存エンジンに接続し、人員増加に依存しない収益拡大モデルの実現を志向。

1.“全社営業組織”構築について（再掲）

過去の大き過ぎる反省について振り返る。

私は新卒で大手金融機関に入社。飛び込み営業からキャリアをスタートした。多少は人に誇れる営業の実績があり、著者としては、過去に営業に関する仕組みや組織の書籍『営業 野村證券伝説の営業マンの仮説思考とノウハウのすべて』を出版するなど世の中にも受け入れられ、現在10万部近いロングセラーになった。また、専門書として出版した書籍『富裕層・経営者営業大全』もさまざまな金融機関で法人営業や富裕層営業のバイブルや研修書として使用されている。

一方、私にはとことん営業組織を作っていくことに対するアレルギーがあった。ZUU自体がフィンテックというテック企業から始まったことも理由としては大きい。会社として営業感が強くなってくると、一部の役員やエンジニア・メンバー等から「うちは営業会社ですか？」「そんな会社なら自分は～」と言われるなど毎回ブレーキをかけてきた。

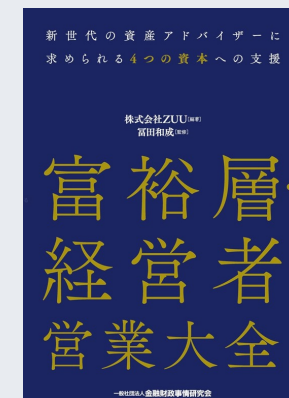
全社としては、BtoBで営業組織として10万社を超える経営者リードを保有し、そこに刺さる強い商品・サービスや案件がある。あとは商談するだけの先はどれだけ商談数を行うことができるかにもかかわらず、踏み出しきれなかった、踏み出しきれなかった。

社内には「鬼速PDCA®」や営業の書籍などを読んで入社してくれている仲間も多く、今のこのフェーズで踏み切った中で、大きな軋轢はなく組織を動かすことができている。私自身肝いりのプロジェクトとして強く推進する所存です。

代表取締役 富田和成



発行：クロスメディア・パブリッシング
発売：2017年9月



発行：きんざい
発売：2020年7月

2. 過去最大の人員適正化

全社営業組織化を掲げ、事業にあった最適な人員構成とすべく、営業プロジェクトに人員をシフト。事業シフトに伴って、退職者も発生し、単体従業員65名（33名減少）、連結従業員96名（25名減少）とスリム化。営業に強い会社を目指すべく、引き続き、改革を継続推進。

過去最大規模の人員適正化

連結従業員

121 → 96名 **△20.7%**

-25名 (FY25→FY26)

単体従業員

98 → 65名 **△33.7%**

-33名 (FY25→FY26)

過去2年累計(FY24→FY26): 連結 △37% / 単体 △46%

同時に、営業比率は 1Q 10% → 4Q 37.1% へ大転換 (営業人材への転換中)

4.AI＊成長戦略～全社AI基盤の取り組み（一例）～

当社はAI駆動型の組織に進化を遂げるために、書籍『超鬼速PDCA』を通じてAI時代のPDCAを発信した経営トップ自ら率先してAIマニアになり、全社へ波及。すでに組織全体に”当たり前レベルで”浸透し始め、AIエージェント利用率30～40%を達成。2027/3期 80%を目標に推進継続。

AI進化 — 私たちの挑戦

ZUU (業務全体のエージェント化に挑戦)

AIエージェント利用率

3～4割

→ 5割 → 8割 へロードマップ進行中

▼ 進化の鍵: 強制的体験 + 鬼速PDCAとの一体化

- 「習うより慣れる」段階に入った — 研修より強制的な体験が効くため、それ以外のオペレーションプロセスを禁止
- 経営トップ自らがAIエージェントに没頭しあらゆる業務をAIエージェント化し、組織として当たり前が浸透
- **鬼速PDCAサイクルそのもの（改善モデルでもある）がAIエージェント進化時代との適合性が高い**

5.組織・統治の刷新

全社の方針・戦略の浸透と、意思決定のスピード向上を実現するために各種施策に取り組む。

専門執行役員制度への権限移譲

役務提供を行うプロダクト部門、専門機能によってプロダクト部門を支援するファンクション部門、バックオフィスのマネジメント部門に分け、各部門に専門執行役員を設置。権限移譲を行いながら成長を創り出す組織体制を構築

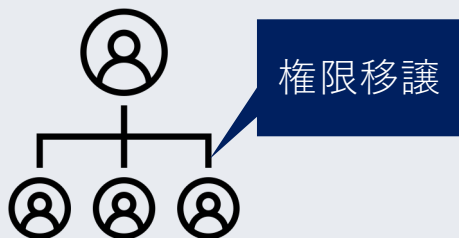
週報PDCAの実践

当社の業務アプリケーションに週報をインプットする仕組みを構築。
 全社員の業務状況の可視化によって、業務状況・課題を把握し、即時に課題解決に取り組める状況となり、当社の鬼速PDCAカルチャーを体現。

文化再構築

直近の社会情勢を踏まえて、週4回の出社に切り替え、全社の意思統一、コミュニケーションの活性化を図る。

権限移譲により意思決定スピード向上



週報



リアルの会議等で議論活性化



ファイナンス実績～4Qの実績～

第4四半期は新規組成数9本、組成規模42億円。上場不動産企業や累計調達額128億円を調達しているフィンテックカンパニーの調達支援を手がけるなどラインナップ拡充。

4Qの組成数

第4四半期は大型案件（中堅不動産系企業、シリーズDフィンテックカンパニー）の組成でAUMが大きく伸長

新規組成

新規組成数

9件

※案件詳細は発行体の守秘義務もあり非開示

新規組成規模

約42億円

案件種別

デット、エクイティ

調達支援の実績が拡大

組成スピードの加速

- ・ 四半期ベースでは過去最多水準の組成。
- ・ 多様な投資ニーズに対応するスキームを構築。

AUM拡大と収益基盤の強化

着実に案件規模と量を拡大させAUM拡大。
管理報酬と成功報酬の母体となる残高が増加。
(2026/3時点 123億円)

2026年3月期 連結業績（通期）

売上総利益は1,698百万円（売上総利益率64.8%）と、前期の送客事業カーブアウトを除いたとするとほぼ前期並みの水準を維持。販管費2,044百万円。前期の1,945百万円から98百万円の増加に見えますが、このうちZWMアーンアウト計上分を除いた実態販管費は1,860百万円であり、前期比で実質的に85百万円の削減。アーンアウト影響を除いた営業損失の実態は△161百万円であり、EBITDAベースで下期から黒字転換を達成。

（単位：百万円）

	2025年3月期	構成比 %	2026年3月期	構成比 %	前年同期比 %
売上高	2,993 <small>(送客事業を除いた場合) 2,715</small>	100.0	2,622	100.0	△12.4
フィンテック・トランザクション	1,888	63.1	2,026	77.3	+7.3
フィンテック・プラットフォーム	1,104 <small>(送客事業を除いた場合) 826</small>	36.9	595	22.7	△46.1
売上総利益	1,960 <small>(送客事業を除いた場合) 1,743 ※</small>	65.5	1,698	64.8	△13.4
販売管理費	1,945	65.0	2,044	78.0	+5.1
営業利益	14 <small>(送客事業を除いた場合) △120</small>	0.47	△345	-	-
EBITDA	71	2.3	△113	-	-
経常利益	54	1.8	△67	-	-
親会社株主に帰属する当期純損益	120	4.0	△398	-	-

※ 前年同期の数値から送客事業の数値を除いた場合、前期の通期売上高は2,715百万円、営業利益は△120百万円。そのため実質は、売上高が前年同期比△3.4%（差分△93百万円）、営業利益が-%（差分△225百万円）。

— 構造改革の結果（EBITDA軸では2Qより黒字転換）

営業利益△345百万円。しかしEBITDA軸では2Q以降 黒字転換、粗利率は4Q連続改善で +19pt

販管費(除のれん)削減

△50百万円

1Q 486 → 2Q 436

EBITDA 2Q 黒字転換

227 百万円

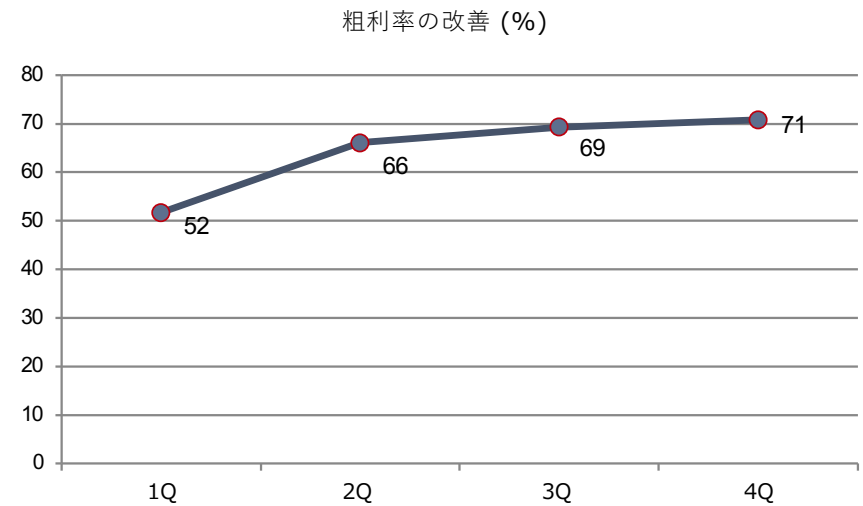
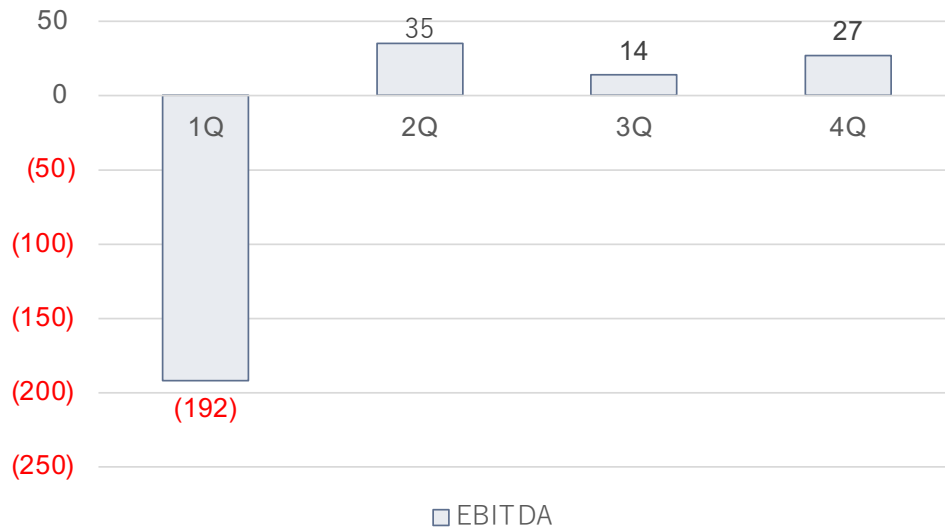
1Q△192 → 2Q+35 (+227改善)

粗利率 階段状改善

+19pt

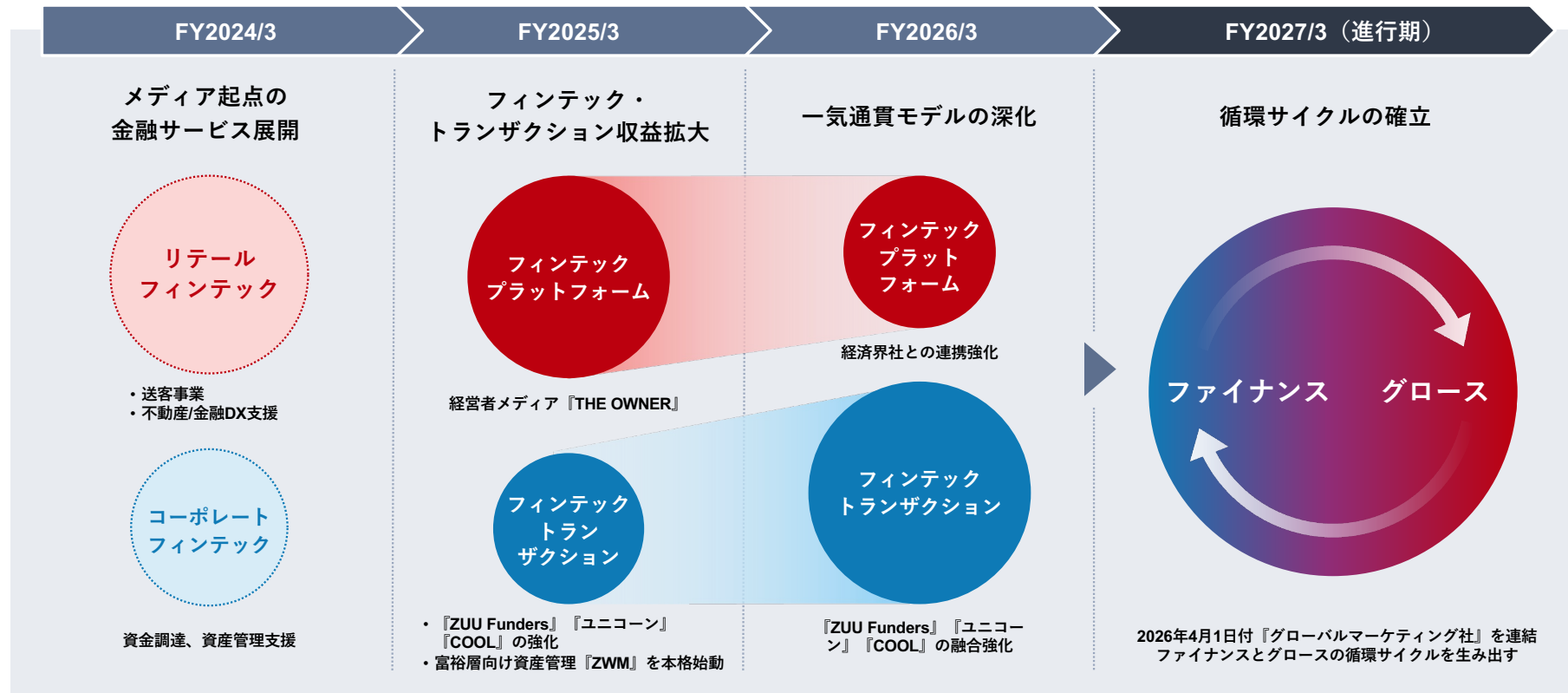
1Q 51.7% → 4Q 70.7%

▼ 四半期推移 — EBITDA軸の黒字転換 × 粗利率の階段状改善



事業構造改革総括

ZUU onlineを軸にしたメディアプラットフォームの運営・DX支援を行う事業から金融ライセンスの獲得を契機に成長企業の資金調達支援、事業成長支援、資産管理支援といった直接的なファイナンス支援業態へ転換。今期以降、ファイナンスとグロースの循環サイクルを機能させていく。

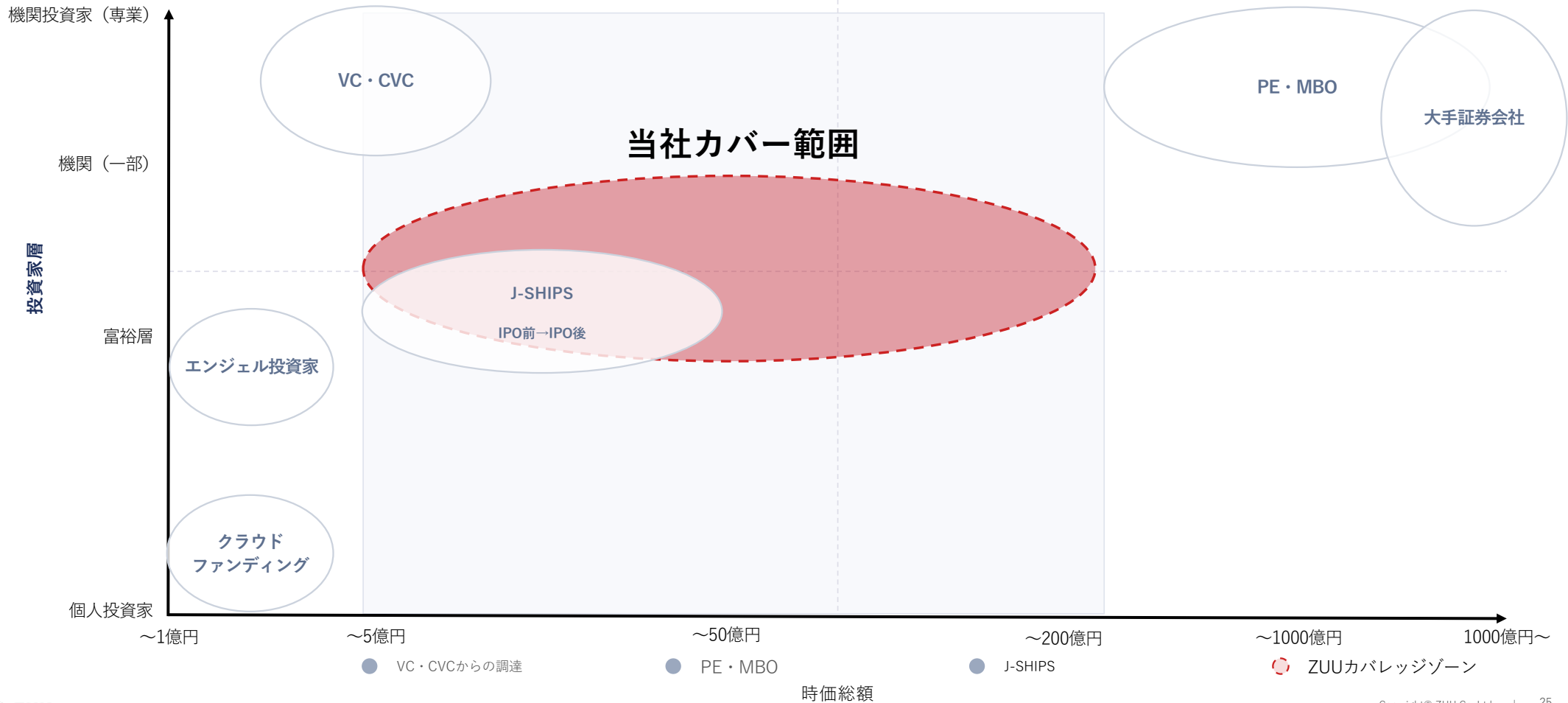


03

市場環境と事業機会

市場環境～資金調達手段ポジショニングマップ～ 時価総額 × 投資家層

ミドル・レイター、Post IPOなどの成長企業に対して資金供給手段は限定的。当社はその空白地帯において資金ニーズの高い成長企業に対して多様な手段で資金供給を実現。

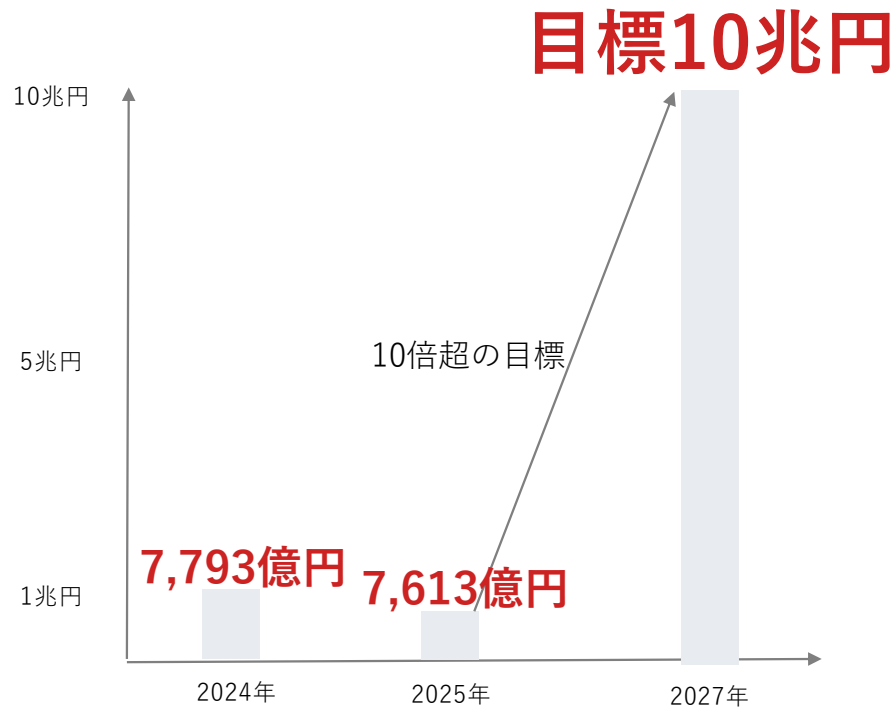


出典：当社分析による

市場環境～資金調達環境（国内スタートアップ投資全体状況）～

2022年11月閣議決定。リスクマネー供給の抜本強化による「新しい資本主義」の柱。

投資規模



計画概要（一例）

01

投資額10兆円、
ユニコーン100社
スタートアップ10万社創出

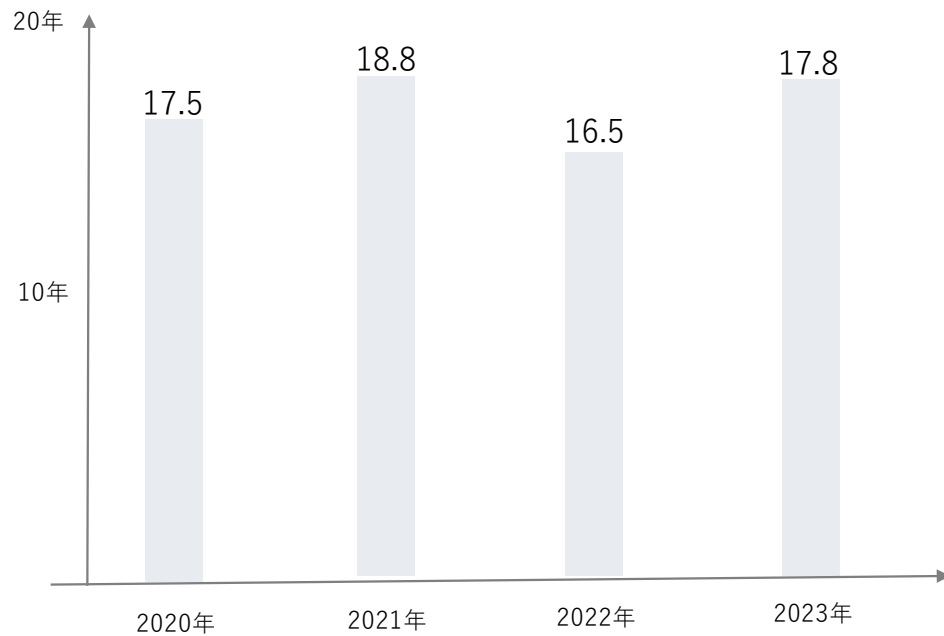
02

資金供給の強化（官民ファンド、VC、
多様な資金調達手段の提供）

市場環境～資金調達環境（上場長期化と成長資金の需要）～

IPOまでの期間の長期化と、VCファンドの償還期限（満期）の流動性ミスマッチの要因により、成長資金のニーズが強い。

創業からIPOまでの期間の長期化



VCファンドの償還期限（10年の壁）

01 存続期間 原則10年間

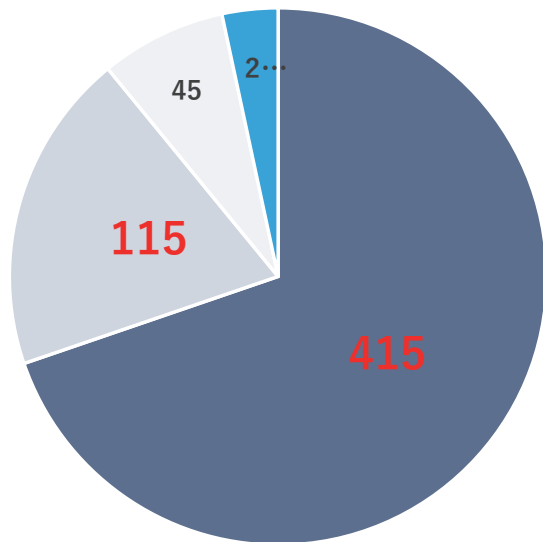
02 2020年代半ばの償還ピーク

市場環境～資金調達環境（上場後（Post-IPO期）の状況と課題～

上場後、時価総額300億未満の企業は**89%**となっている。これらの企業は成長を志向しているが、大型投資をしようとしたとしても規模の問題により機関投資家からの投資は期待できない。また、公募増資に対する懸念もあるため、ハイブリッドな調達手段のニーズが高い。

上場後の問題（第二の死の谷問題）

公募増資の機能不全とハイブリッド調達に対するニーズ



■ 100億円未満 ■ 100～300億円 ■ 300～1000億円 ■ 1000億円以上

出典：東証グロース市場 2026年6月時点の時価総額、ZUU調べ

01

多くの機関投資家の投資対象外となる。

02

証券会社の採算性の観点から取り扱い対象外

03

成長企業に対する伴走支援機会の喪失（大手企業には機関投資家、上場後の成長企業には現時点では少ない）

市場環境～資金調達環境（ハイブリッド型調達（普通社債・転換社債CB）～

エクイティ環境の冷え込みを受け、成長企業の間では「デット/ハイブリッド型ファイナンス」への回帰が顕在化。希薄化を伴わない手段は全体の約半数を占有。

ハイブリッド型調達の事例

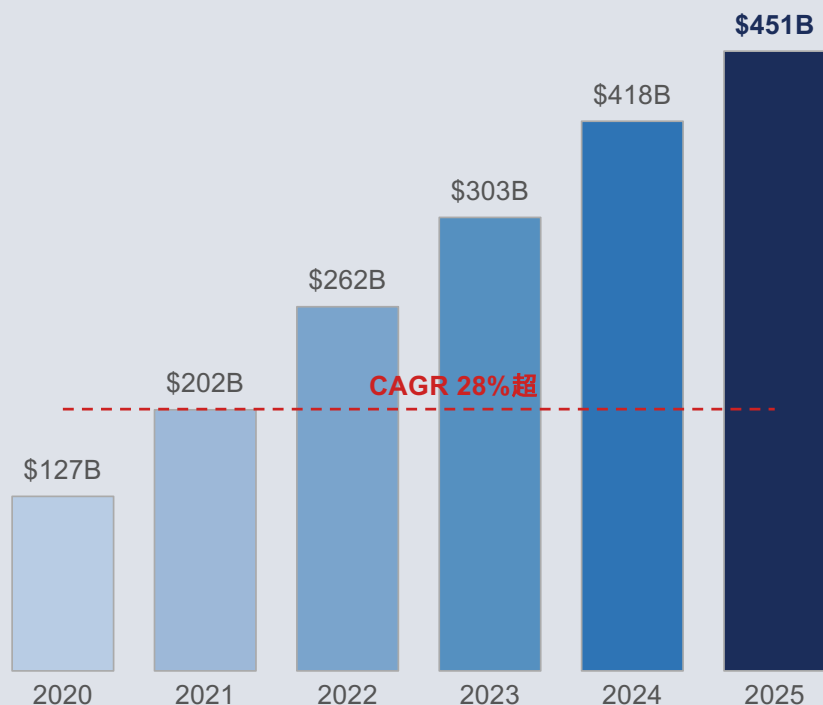
名称	シェア	概要	備考
J-KISS (優先株式予約権)	約20%	資家からお金をもらう代わりに、「将来、次の資金調達をするときに、おトクな価格で『優先株』に変えられる権利」を渡す。	バリュエーション設定を次の大型調達まで先送りするシード・アーリー期の主流
有償新株予約権	約15%	役員や従業員が、最初にお金を少し払って（有償で）「将来、決まった価格で株を買える権利」を購入する。	従業員インセンティブや提携先とのアライアンスで活用
新株予約権付社債 (転換社債CBを含む)	約10%	会社は投資家からお金を借りる。投資家は、そのまま満期まで持っていればお金を全額返してもらえる。でも、もし会社の株価が上がったら、もらえるはずのお金をそのまま株にチェンジ（転換）することができる。	ミドル・レイター期および上場後の調達手法

出典：経済産業省やスタートアップ支援機関が公表している資料、およびスタートアップ情報リサーチによる調査結果

—— 市場環境～資金調達環境～事例：米国の状況～

銀行縮退が生んだ空白を、BDC（Business Development Company/事業開発会社）が埋めている。2020～2025年で3.5倍（\$1,270億→\$4,510億）に急拡大。日本にはこの役割を担うプレイヤーが不在。

BDC 市場 AUM 推移（2020～2025年）



BDCとは？

1940年投資会社法に基づく特殊投資会社。年商 \$10M～\$1B（約15億～1,500億円）の中堅成長企業に特化して融資・エクイティ投資を行う。

156社

BDC社数
(上場50社含む)

\$4,510億

AUM合計
(2025年)

3.5倍

5年間の成長
(2020→2025)

なぜ空白が生まれたか（構造的要因）

2010年

Dodd-Frank法制定：中小銀行の規制コスト急増。ミドルマーケット向け貸出が採算割れに。

2015年頃

米国最大のミドルマーケットレンダーが撤退。巨大な空白が発生。

2023年

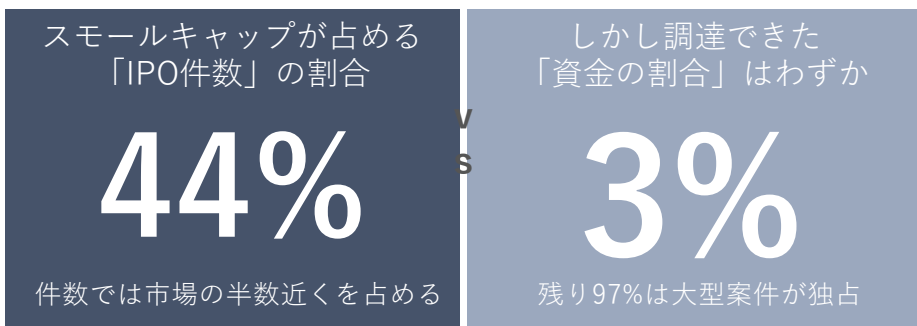
地銀危機：非投資適格融資の銀行シェアがさらに低下。プライベートクレジットが代替。

出典：Mayer Brown "BDC Facts & Stats" (2025年6月) / Houlihan Lokey "BDC Monitor Fall 2025" / Advantage Data / Small Business Investor Alliance (SBIA) / SEC

市場環境～資金調達環境～事例：米国の状況～

米国ではスモールIPO 件数44%・調達額3% — 上場できても資金調達できない「第二の死の谷」が構造化し、アナリストゼロ44%・機関投資家対象外 — 大手証券の採算ラインに届かない企業は放置される。この米国SEC公式データが示す「上場後の壁」は東証グロース市場が直面する構造と同一。

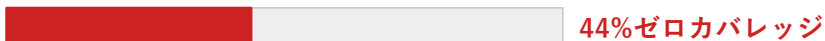
2024年米国IPO市場：件数と調達額の深刻な乖離



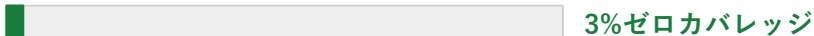
出典：SEC OASB 2025 Staff Report (CapX / Cooley, 2026年2月)

アナリストカバレッジの格差 (OASB FY2024 Annual Report)

小型・中型株



大型株



出典：SEC OASB 2024 Annual Report on IPO Activity and Small Public Companies

日本への示唆：東証グロース市場との構造的類比

比較軸	米国（現在）	日本（現在）
スモールIPO比率	IPO件数の44%	新規上場の過半数がグロース
調達資金の集中	大型案件が97%占有	時価総額上位に集中
アナリストカバー	小型の44%がゼロ	200億円未満はカバー薄い
機関投資家対象外	時価総額\$3億未満	時価総額200億円未満
証券会社のカバー	採算合わず対象外	大手証券の採算ライン以下

—— 日本市場への示唆 —— 「5～10年遅れ」の成長余地

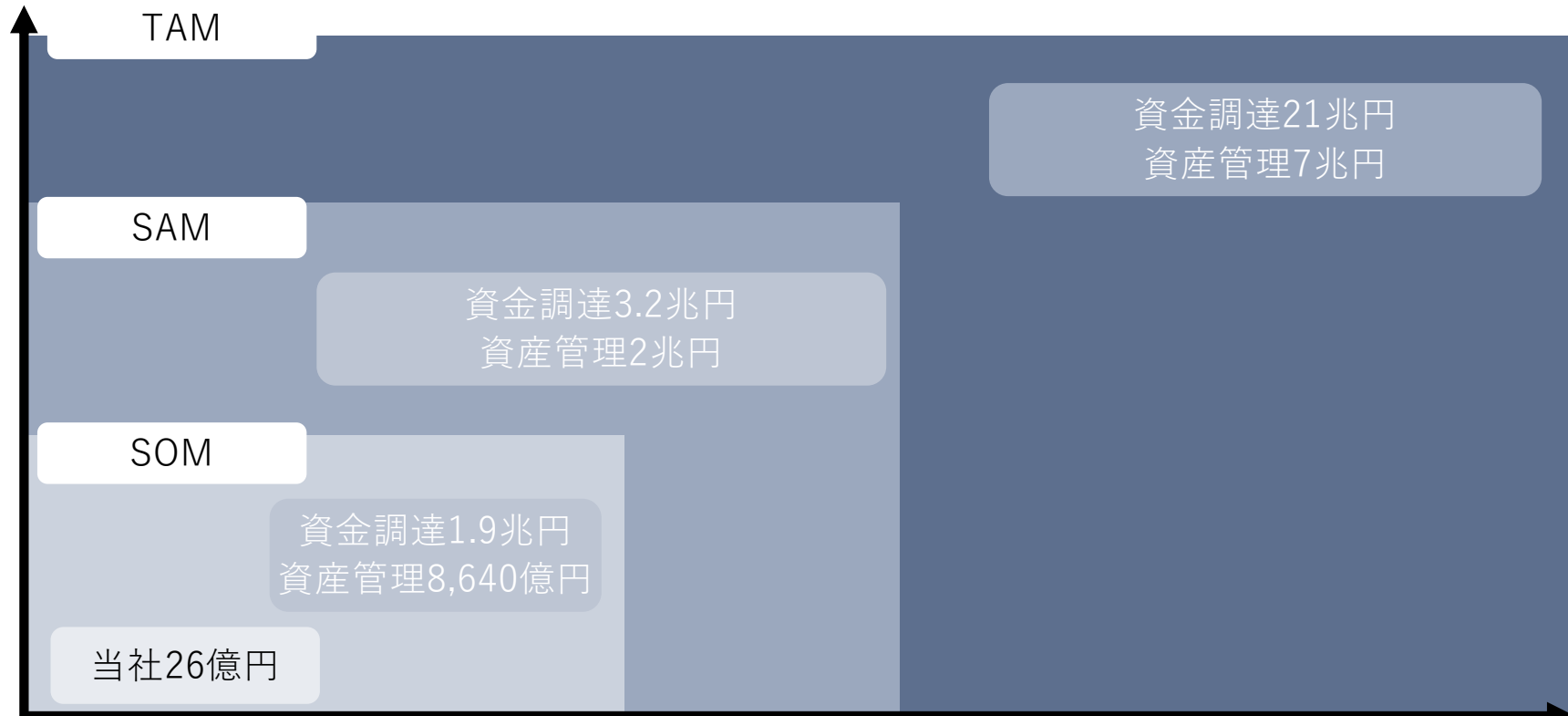
米国では2023年以降この変革が加速している。日本はこのトレンドの5～10年後を追う段階にある。

比較軸	米国（現在）	日本（現在）	日本の方向性（今後）
成長企業向け ファイナンス（BDC的）	BDC市場\$4,510億 156社（2025年）	限定的	成長ステージ企業への専門ファイナンス市場が 構造的に拡大
スモールIPO後の 資本市場	IPO件数44%・調達額3%の乖離 アナリストカバレッジゼロ44%	時価総額200億円未満は 大手証券の採算対象外	成長企業の資本市場アクセス支援ニーズが拡大
ハイブリッド型 デット調達	希薄化抑制の調達（CB・社債） が資本政策の約半数	時価総額1,000億円未満は デット市場の実質対象外	デット・エクイティの組み合わせ型ファイナ ンスの普及
民主化の担い手	BDC・セミリキッド型ファンド が小口化・流動性を実現	専門プレイヤーが不在で 成長企業の選択肢が限定的	大手証券会社や金融機関では対応しづらい領域 をカバーする新興企業が補完していく。

出典：Mayer Brown “BDC Facts & Stats” 2025年6月 + HL “BDC Monitor Fall 2025” / Advantage Data + SBIA、2025 OASB Staff Report（CapX Cooley 2026年2月）、SEC OASB FY2024 Annual Report p.40

市場環境と事業機会

当社が参入する資金調達支援/資産管理市場はTAM28兆円、SAM5.2兆円、SOM約2.7兆円と大きなマーケット。



市場規模算出ロジック

* 資金調達支援市場：国内民間金融機関の貸出金残高（約540兆円規模）をベースに、日本銀行「資金循環統計」「主要銀行貸出動向」、および全国銀行協会統計から法人向け融資比率を独自にマッピング。中
 小企業（60%）：全国銀行協会の中小企業等向け貸出比率（約65%）から個人向け融資勘定（住宅ローン・個人融資）を除いた実質法人貸出比率に準拠。大企業（25%）・中堅企業（15%）：日銀および財務省
 「法人企業統計」の資本金・企業規模別負債残高の構成比に基づき、大企業・その他セグメント（約40%）を企業数・資産規模に応じて按分・試算。

* 資産管理市場：野村総合研究所 純金融資産保有額の階層別（超富裕層135兆円/富裕層334兆円）の内、運用金額80%と設定し、手数料市場2%（投信1~3%の間を設定）で試算。

* 2025年6月に発表した「事業計画と成長可能性資料」に記載していた金融手数料市場20兆円は全体数値になります。

04

—— 当社のビジネスモデル

当社の提供価値

当社の顧客価値を改めて再定義し、「Growth & Finance」にフォーカスし、サービス・ソリューションを強化。今後も両領域への投資を継続し、顧客への継続的な価値提供を実行。今後もこの2つの領域に対して投資を行い、顧客への継続的な価値提供を継続 / 顧客への継続的な価値提供を実行。

Growth(成長支援)

セールステック支援、AI・DX支援、デジタルマーケティング支援、ファイナンスコンサルティング

Finance(金融)

資金調達支援（ファンド組成） / オルタナティブファンド / ウェルスマネジメント / M&A・資本業務提携支援

▼ 私たちが持つ、他社が真似できない顧客アセット

経営者・富裕層 DB

約10万件

日本最大級のリード基盤

オーナー系大口投資家

約1,000名超

超富裕層・キャッシュリッチ事業法人

経済界倶楽部 累計会員

6,000社超

過去累計の実名経営者ネットワーク

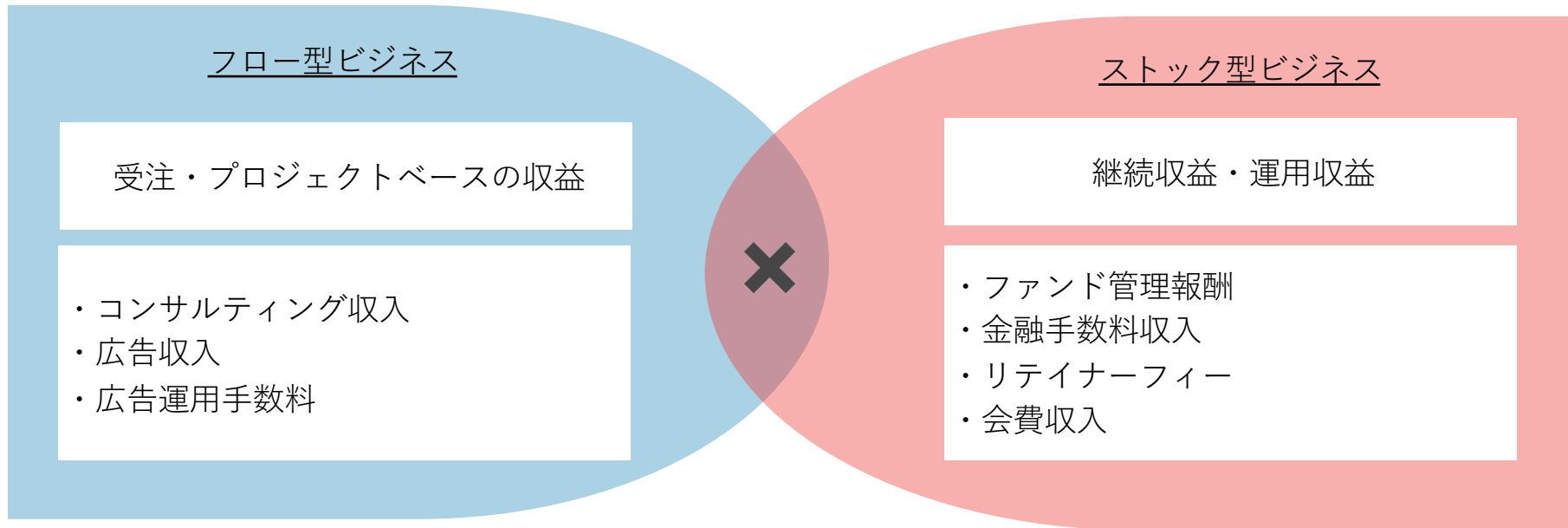
▼ ブランド・コンテンツ資産

- 月刊「経済界」（創業61年）— 経済界大賞 歴代受賞：孫正義氏・稲盛和夫氏・松下幸之助氏・本田宗一郎氏など
- 著者ブランド「鬼速PDCA」累計20万部超 / 「営業～野村證券伝説の営業マンの「仮説思考」とノウハウのすべて～」累計約10万部 / 「富裕層・経営者営業大全」
- 国内には、他に存在しない規模の経営者・富裕層DB・ネットワークの組合せ

事業別収益モデル

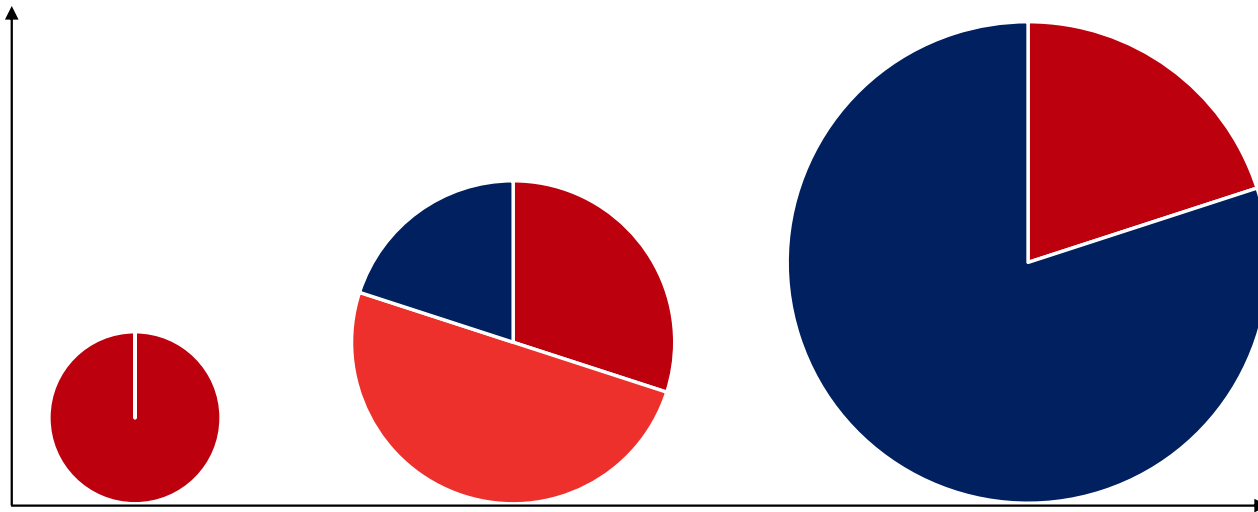
当社の事業はストック型・フロー型の収益で成り立ち、安定経営を実現。

事業別収益モデル



—— 1顧客あたり売り上げ拡大モデル～グロースとファイナンスの両軸で最大限に支援～
 初期接点から全サービスへ段階的に展開し、1社あたり売上高を最大化。

売上高（1社あたりの売上高）



フェーズ1
 初期接点
 経営課題の発見
 コンサルティング

フェーズ2
 成長加速
 事業成長支援
 資金調達ニーズ発生

フェーズ3
 非連続成長
 資金調達・事業成長支援

顧客との関係深化（時間軸）

当社 サービス × クロスセル構造		
	コンサルティング ZUU	経営課題発見/経営計画策定 etc
	資金調達 ZUU/ ZUU Funders ユニコーン/COOL	資金調達支援
	セールステック DX / AI ZUU	セールステック AIエージェント etc
	資産管理 ZUU/ZWM	資産管理コンサルティング

資金調達事例

これまでさまざまなステージの企業の資金調達支援を実施。

【Space Aviation社】

約3週間で約16億円の調達を支援

シリーズB資金調達
空のモビリティ事業を展開

- ・2019年設立の同社は、わずか数年でヘリ旅客輸送実績で国内首位。全国9拠点・50機超・400箇所以上を結ぶ圧倒的なネットワークを構築。
- ・2040年には2.5兆円規模と予測される巨大市場「空飛ぶクルマ」産業への参入を計画
- ・スキーム工夫でバリュエーション維持・約3週間で大型調達

【イントランス社】

約2週間で約14億円の調達を支援

ホテル・インバウンド事業、不動産事業
における事業開発を推進

- ・将来収益の拡大及び短中期の収益性を高め、グループ全体の活性化を目的とした成長資金の調達を支援。
- ・スキーム工夫で、ワラント形式以外で、約2週間で大型調達。

【Kyash社】

約2週間で約10億円の調達を支援

上場前ファイナンス
デジタルウォレットサービスの運営

- ・2015年に設立。決済のインフラから構築を手がける国内随一のフィンテックスタートアップ。
- ・「Kyash」の提供を通じて、多様な価値観や思いが自由に届けられる「新しいお金の文化」の創造を目指している。
- ・スキーム工夫でバリュエーション維持・約2週間で大型調達

※グループ会社における過去の事例であり、諸条件の変化により数値は予告なしに変更されることがあります。運用実績は過去の成果を示すもので、将来の結果をお約束するものではありません。また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

グロース支援事例～鬼速メソッドを活用した成長戦略策定支援～

これまで500社以上の企業様に対してコンサルティングを実施。中長期の経営計画をもとに、組織・顧客獲得・AI/DX・資金調達などの支援領域を拡大。

鬼速ブランドコンサルティングサービス

シリーズ30万部を突破する当社のメソッドをベースにどんな業種・職種の企業であっても、再現性高く目標達成できる仕組みに昇華



事例（一例）

卸売
小売

鬼速PDCA導入後、新規チャネルでの
売り上げ6倍以上に成長

DX
サービス

上場後の事業転換を鬼速PDCAで戦略
設計。新規事業ローンチ後は過去最大の
反響

介護施設

思考が広がり、計画の見える化で自信
が生まれた。

グロース支援事例～グローバルマーケティング社のデジタルマーケティング支援～

BtoC,BtoB問わずデジタルマーケティングコンサルティングを行う。プロセス品質へのこだわりと専任担当体制が評価され、広告代理店・官公庁・金融など幅広い業界の支援を実施。

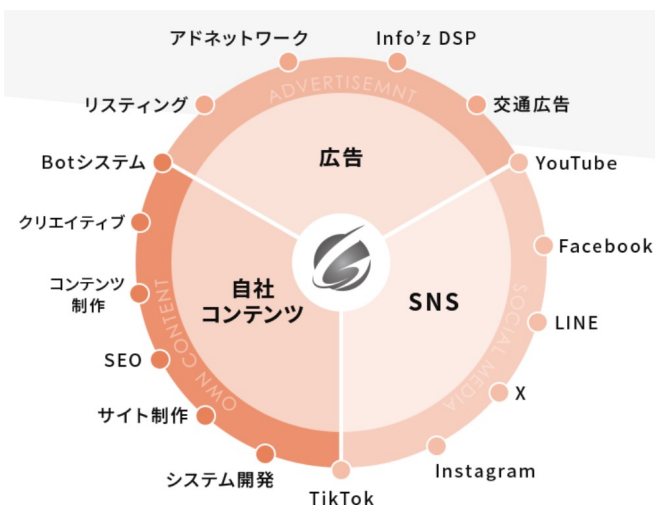
会社基本情報

会社名	株式会社グローバルマーケティング
設立	2020年3月

事例（一例）

目的：保険サービスの資料請求数の増加

月間予算：800～1000万円



配信媒体

YouTube、Googleファインド、P-Max、SmartNews、Gunosy、X、Criteo、Logicad

運用のポイント

- ・資料請求ユーザーのデータをインポートし最適化に活用
- ・資料請求ユーザーの業種などのキーワードを追加でターゲティングし獲得数を最大化

実績

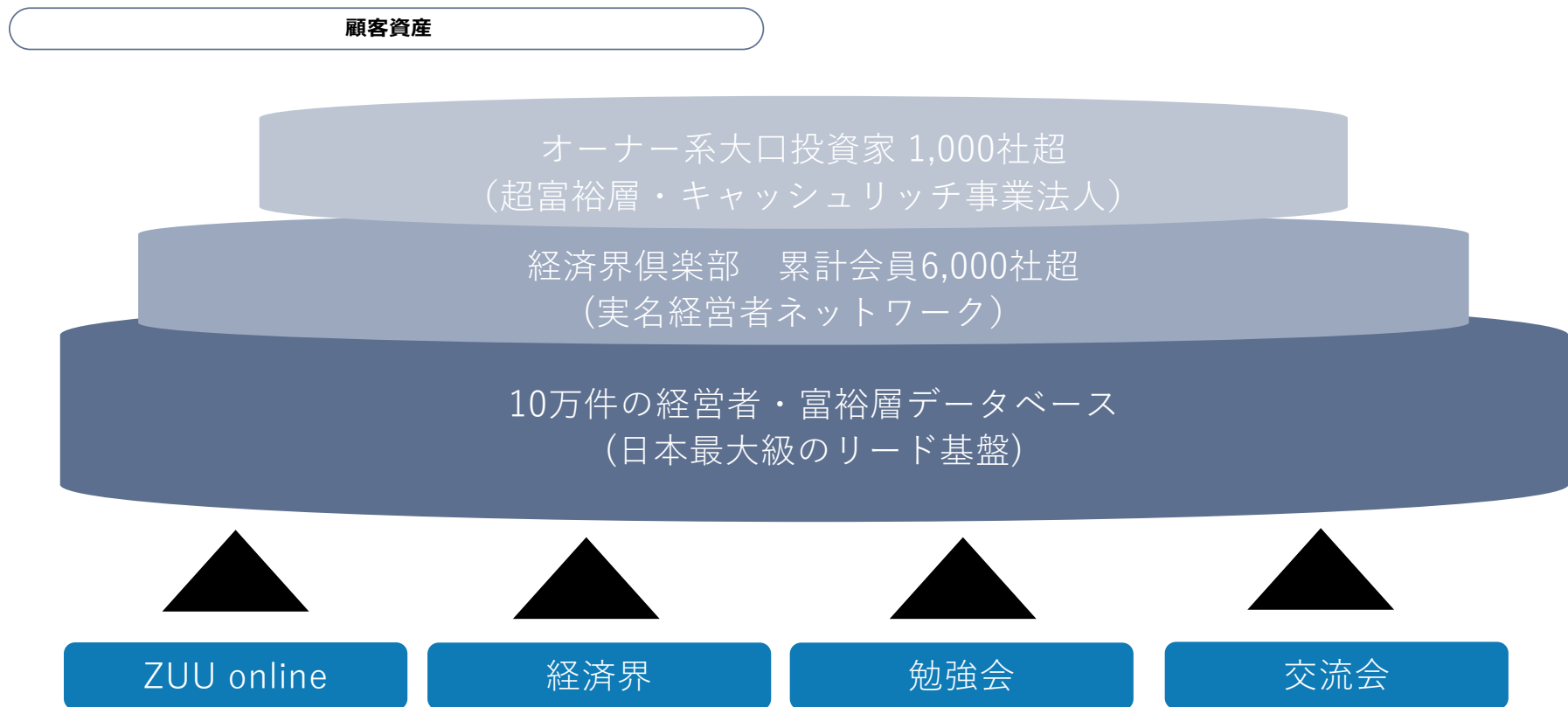
資料請求数前年比
120%（資料請求単価は維持）

05

—— 当社の競争力の源泉と競争優位

私たちが持つ、他社が真似できない顧客アセット

当社が創業以来、積み重ねてきた顧客資産は今や10万件をこえ、経済界倶楽部は累計6,000社以上、オーナー系大口投資家1000社超と国内有数の経営者ネットワークを構築。



8種類の金融ライセンスによるさまざまなソリューション展開

金融領域で広範な許認可を保有。新規参入が困難な構造を持つ。これらのライセンスを活用しさまざまな金融ソリューションの提供が可能。

ZUUグループ保有の金融・関連ライセンス

第一種少額電子募集取扱業 (株)ユニコーン

第二種金融商品取引業 (株)COOL

貸金業 (株)COOL SERVICE

金融商品仲介業 (株)ZUU Wealth Management

投資助言業 (株)COOL

生命保険募集代理店 (株)ZUU Wealth Management

損害保険募集代理店 (株)ZUU Wealth Management

宅地建物取引業 (株)ZUU

提供可能な金融ソリューション

未上場株

デットファンド

VC/PEファンド

上場株式

不動産

クラウドファンディング

コンサルティング

債券

投資信託

タックス関連支援

有価証券ローン

保険

オペレーティングリース

不動産投資ローン

組織ケイパビリティ～環境適応能力～

市場ニーズに即応する戦略実行サイクルと生成AIを駆使した業務プロセスの自動化で、環境変化に超高速適応。

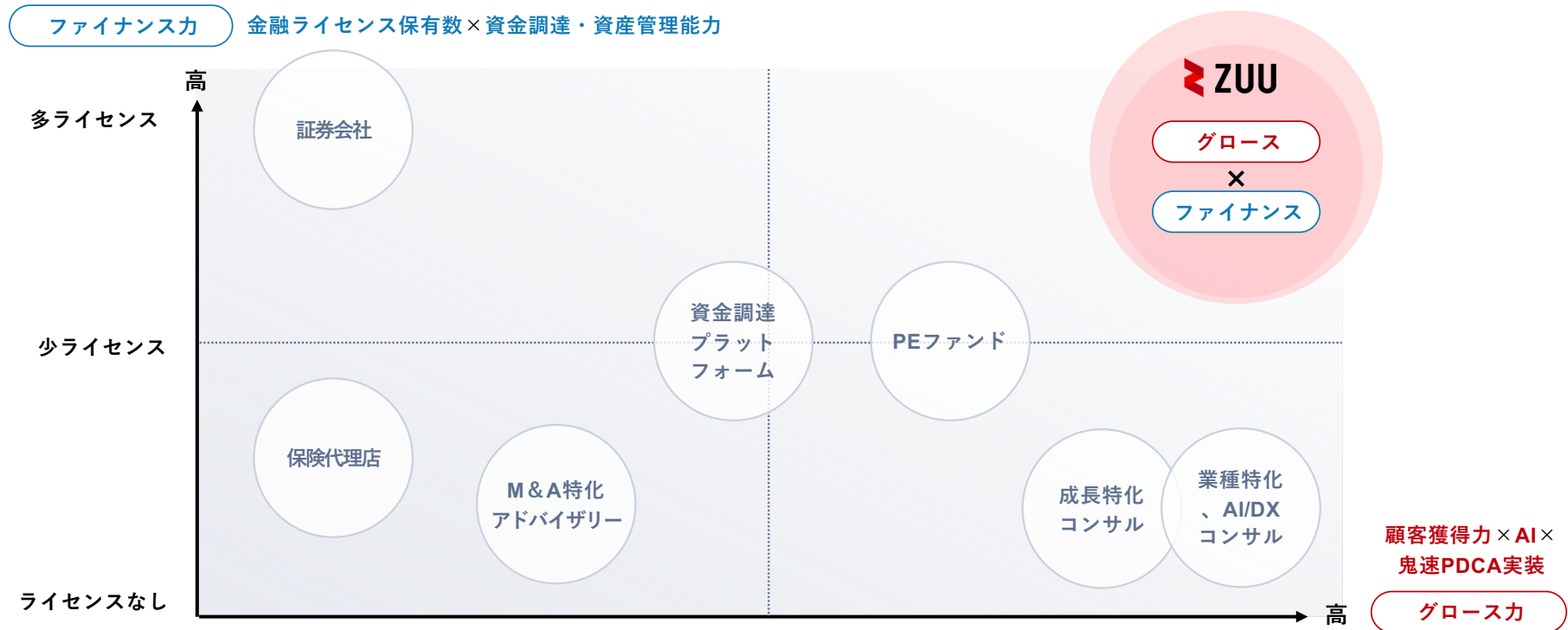


FY2027/3における
具体策

- 毎期のセグメント再定義による「組織の柔軟性」の明示、および戦略修正速度のKPI化
- 人件費を抑えながら生産性を最大化し、AIエージェント活用比率8割を先行指標KPIとして管理

ポジショニングマップ

当社は証券会社や保険代理店にはできないグロース力を武器にグロース支援を、コンサルティング会社にはできない金融8ライセンスを活用しファイナンス支援を行う独自のポジショニングを構築。



06

成長戦略と注力事項

—— コンセプト～グロース&ファイナンス一気通貫プラットフォーム

成長企業の挑戦を加速させるために資金を供給し、その資金を元にグロース投資し、得たお金を資産運用・管理に回す。当社はその循環を一気通貫で担う唯一のプラットフォーム。



2027年3月期を黒字転換の元年とし、循環モデルが本格収益化するフェーズへ

成長戦略

今年度以降の重点戦略は以下の通り。

01

ファイナンスセグメントの拡大

売上UP
利益UP

02

グロースセグメントの収益最大化

売上UP

03

全社営業プロジェクトの強化

売上UP

04

M&A/PMI推進

売上UP

05

全社生産性向上

利益UP

①ファイナンスセグメントの拡大

資金調ニーズのある企業と、魅力的な案件に投資したい投資家とのマッチングを行うべく各種施策を実施。

投資家の開拓・関係強化

自社リードの関係強化

経営者・富裕層リード10万社の掘り起こし、関係強化を通じて、投資家獲得。

アライアンスチャネルの強化

アライアンスチャネルの開拓・関係強化により
経営者・富裕層リードの獲得

発行体の開拓

組成スピードの加速

引き続き、多様な投資ニーズに対応するスキームを構築。

AUM拡大と収益基盤の強化

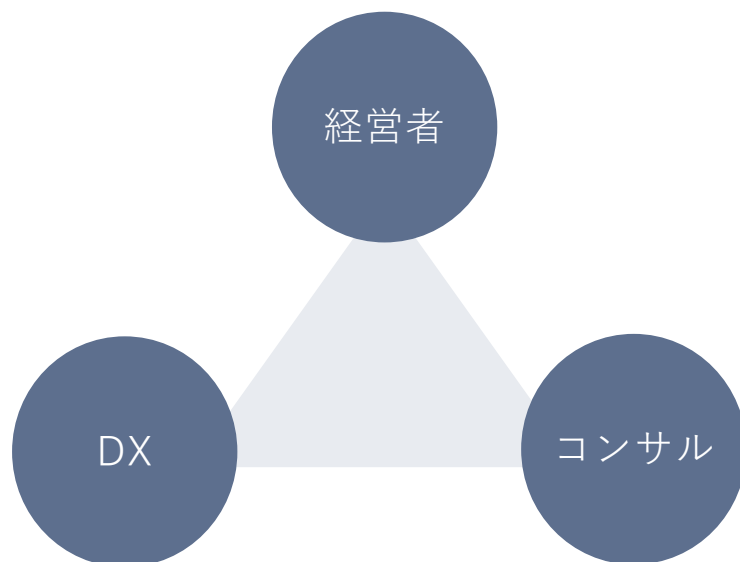
着実に案件数と投資規模を拡大させAUM拡大させる。

② グロースセグメントの事業再構築

2026年4月1日にグループインしたグローバルマーケティング社を軸に、グロースセグメントを再強化。コンサルティング・DX・デジタルマーケティングの融合を図り、顧客への事業成長支援を強化。

グロースセグメントの方針

成長企業の事業成長に資するサービス/ソリューションを拡充、強化。



事業ラインの取り組み

コンサルティングサービスの強化

鬼速ブランドを核にした経営計画、組織、AI/DXなどライナップを拡充し展開。

グローバルマーケティング社とのシナジー創出

4/1付グループインしたグローバルマーケティング社を軸に不動産/金融クライアントへの提案強化、当社データを活用した広告商品開発、グループ会社との連携を進める。

経済界社とのシナジー創出

顧客獲得・事業/サービス連携を通じたシナジー創出。

③ 全社営業プロジェクトの強化

2027年3月期は代表自らがPJTオーナーになり、全社営業プロジェクトを強化。当社の5つのバリュー（行動指針）の1つである「ケタハズレ」を体現するために、リミッター外し計画として受注金額60億円を目指し、営業プロジェクトに取り組む。

全社営業PJTのさらなる強化

体制強化

- PJTオーナー：代表
- RM責任者：アライアンス担当専門役員
- 仕組み化責任者：インサイドセールス担当専門担当役員
- 育成責任者：保険代理店の元取締役（当社副部長）

仕組み運用

- ファネル別管理
 - ーアポ不足、受注不足、営業人材不足それぞれの責任を明確化
- 会議体設置：週2日MTG
 - ー目標宣言、進捗確認&解決策のベタなサイクル

教育

- ベストプラクティス共有
- マインドセット/スキル研修
- 共同アプローチタイム設定
- ランキング発信
- アプローチネタ供給 など

(通期) リミッター外し目標数値

受注金額

60億円

受注数

600件

アポ数

15,000件

④ M & A方針～企業の成長を支援するグロース、ファイナンスを軸とするアセット獲得を行う

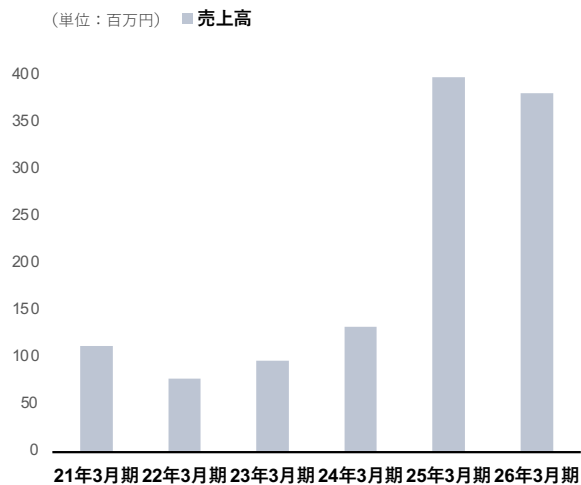
ZUUグループの保有する3つのアセット「顧客基盤」、「金融ライセンス」、「グロース領域」の強化につながるM&Aや出資等を積極的に推進。

M&A方針	主要投資対象領域	想定事業シナジー	実績
<p>主要投資対象 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>投資規律 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"> EV/EBITDA倍率の基準値設定 黒字企業もしくは当社戦略に合致する早期黒字化の蓋然性が高い企業 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 	<p>フィンテックサービス</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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 	
<p>フィンテックメディア (Webメディア)</p>	<p>フィンテックメディア (Webメディア)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 他社メディアを取り込みメディア・プラットフォームのユーザー基盤を強化。 自社のノウハウを活用し、他領域のメディアを収益化 	
<p>ファイナンスプレイヤー (IFA・金融仲介業・金融機関など)</p>	<p>ファイナンスプレイヤー (IFA・金融仲介業・金融機関など)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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 	
<p>その他</p>	<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> JV設立による新領域での事業開発 新規顧客開拓による出資 グロース領域の強化・拡充 	

④PMI 方針（これまでの成果）

過去実施したM&Aはすべてグループ参画後、回収フェーズへ。ZUU Wealth Managementは前期から売上高が倍以上に成長。ここで得た知見・経験をベースに新規M&A先にも適用。

クラウドファンディングの業績伸長

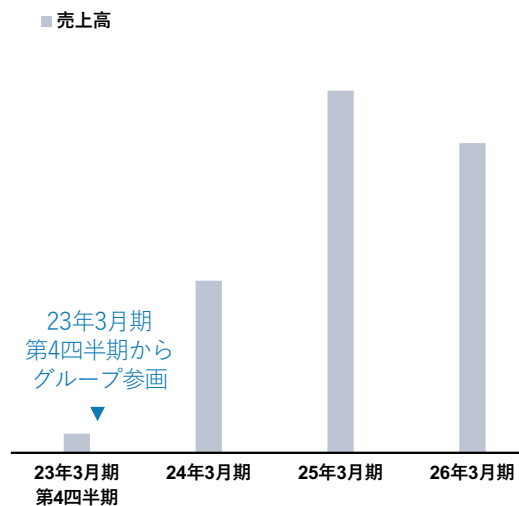


フィンテックサービス
(クラウドファンディングなど)



グループ化から時間を要するもファンド商品の組成等により伸長

ZUU Wealth Managementの業績伸長



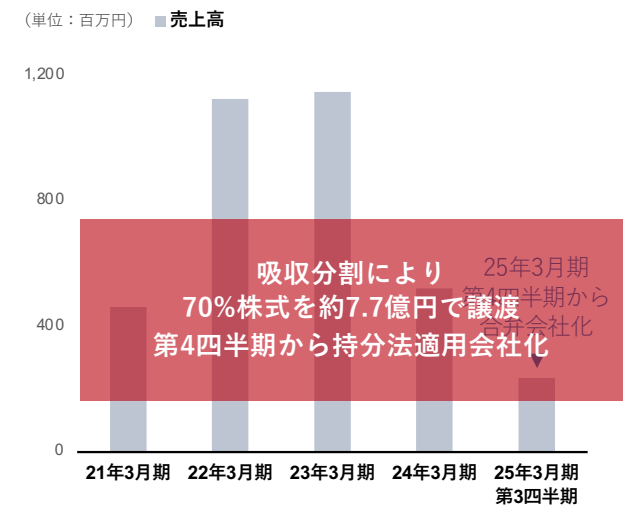
ファイナンスプレイヤー
(IFA・金融仲介業・金融機関など)



(現ZUU Wealth Management)

グループ化直後から急拡大し、ウェルス・マネジメント事業を牽引

NET MONEYの立ち上げ～業績伸長～一部譲渡



フィンテックメディア
(Webメディア)



3Qに吸収分割、4Qから持分法適用会社化

④PMI 方針

それぞれの事業フェーズに合わせて実施事項を設定し、グループ会社との連携を推進。
目下、買収した経済界社・グローバルマーケティング社のPMIを強化中。



⑤ 全社生産性向上

当期以降も厳選採用に切り替え固定費を抑えつつ、全社の生産性をさらに向上させるべくAIエージェント化を推進

全社生産性向上

AI駆動型組織



AIエージェント比率

30%~40% ▶ 80%

少人数体制で今まで以上の生産性を実現

AIエージェント化80%に向けた取り組み

AIエージェント化MTGで週次改善

全社員Claude/Geminiなどの利用促進

直近、4月250時間、5月650時間削減

07

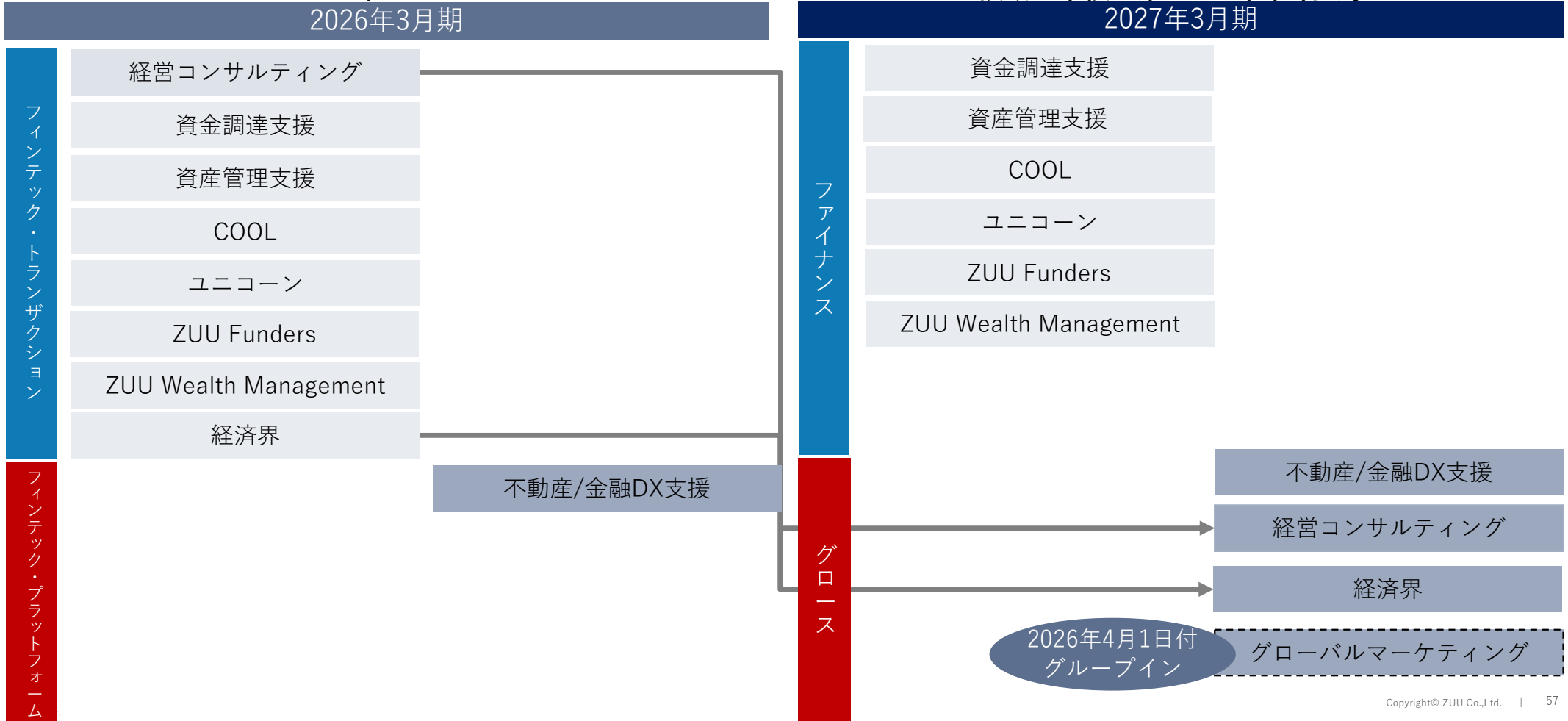
財務目標と事業計画

事業セグメントの構造整理

2027年3月期より、事業セグメントの構成と各子会社の役割を下記のとおり整理いたします。経営コンサルティングはフィンテック・トランザクションからグロースセグメントへ、2026/4付でグループインしたグローバルマーケティング社はグロースセグメントのデジタルマーケティング領域の中核企業として位置付け。

2026年3月期

2027年3月期



2027年3月期 通期ガイダンス

(単位：百万円)

	2027年3月期 通期ガイダンス	2026年3月期 通期実績	増減率 (%)	(ご参考) 2025年3月期 通期実績
売上高	2,949	2,622	+12.5%	2,993
営業利益	53	△345	-	14
EBITDA	173	△113	-	71
経常利益	440	△67	-	54
親会社株主に 帰属する 当期純損益	10	△398	-	120

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

※ 経常利益にはファンド運用に係る投資有価証券受取利息（当社が組成した匿名組合等のファンドからの運用益）が含まれます。当該運用益は持分比率に応じて一部が非支配

※ 株主持分に帰属するため、親会社株主に帰属する当期純利益への寄与は経常利益の増減と一致しません。

業績達成のためのロジック

EBITDAの達成に向けて、4つの変数を動かせるか、を意識してアクション。



4変数 FY26実績 / FY27目標

変数	FY26実績	FY27目標	主要レバー	変動幅
① 成長率	前期比 △13% (FY26)	前期比 +12.5% (FY27)	アウトバウンド + M&A駆動 + クロスセル	+26pt
② 粗利率	1Q 51.7% → 4Q 70.7%	通期 66.3%水準 (FY27)	高粗利商品比率の上昇 (資金調達支援のさらなる拡大)	5.7~13.3pt
③ 変動費率	広告宣伝費 134M / 業務委託 137M	広告宣伝費 △33M (暫定) 業務委託費 △68M (暫定)	広告効率化 + AI内製化	△101M
④ 固定費率	販管費 2,044M (対売上78%)	販管費 1,903M (対売上70%以下)	人員適正化 + AI代替 + SaaS統合	△141M

重要なのは「4変数すべてが同方向に動いている」事実

①成長率 既に4Q アウトバウンドで パイプライン3倍	②粗利率 1Q 51.7% → 4Q 70.7% は事実。 FY27は通期66.3%水準で 着地させていく	③変動費率 広告効率化 + AI内製化で △101M	④固定費率 販管費 △141M — 構造的な 固定費削減
--	---	---	---

業績達成のためのロジック

「売上だけ伸ばす」でも「コストだけ削る」でもない。両方を同時に押し上げる構造を構築。

2軸成長の構造

縦軸：トップライン上昇	
既存事業の成長 + M&A駆動	
■ アウトバウンド	商談数 5倍 → 売上比例して（想定）2倍以上
■ M&A駆動	Global Marketing PMI で実証 / 連続買収
■ クロスセル	Growth顧客 → Finance / Finance顧客 → Growth
■ 経営者DBの本格活用	10万件のリードをフル活用

横軸：利益率上昇	
粗利率改善 + 販管費圧縮 + AI生産性	
■ 粗利率	51.7% → 70.7% (+19pt 改善実績)
■ 販管費圧縮	△141M
■ AI代替	AIエージェント率 3~4割 → 5割 → 8割
■ 人員適正化	連結 △20.7% / 単体 △34% (構造的)

2軸が同時に動く領域 — 「ゲームチェンジ」の本命

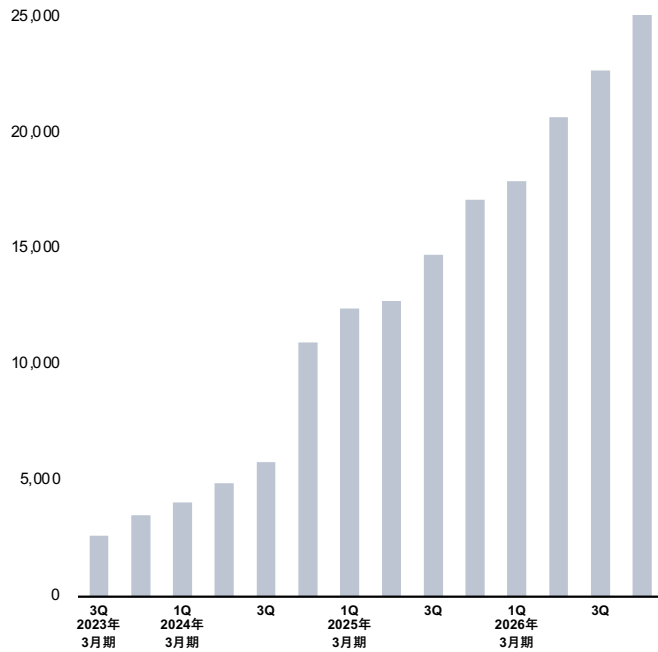


ファイナンスセグメント～主要KPI～

ファイナンスセグメントの主要KPIは、累計調達支援額が約269億円、AUMが約525億円、GMVが約36億円と前年同期比で全KPI増加

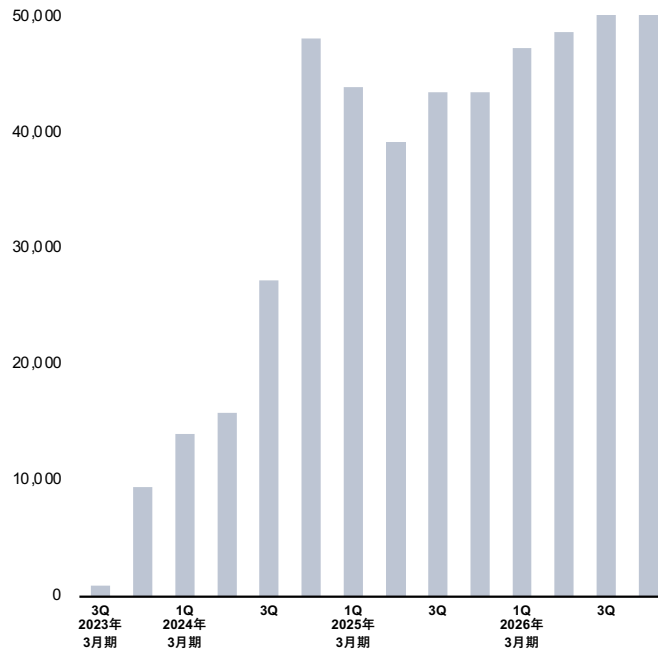
累計調達支援額の推移

(単位：百万円)



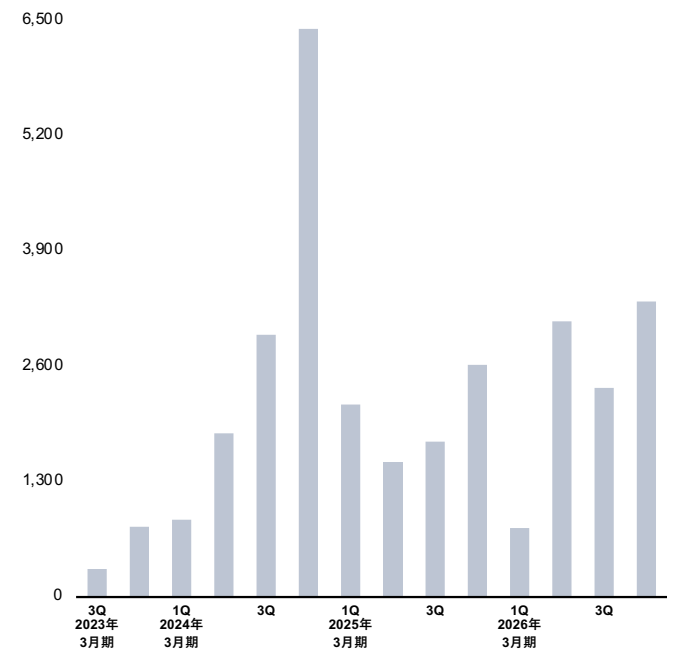
AUM（預かり運用資産額）の推移

(単位：百万円)



GMV（金融取引流通総額）の推移

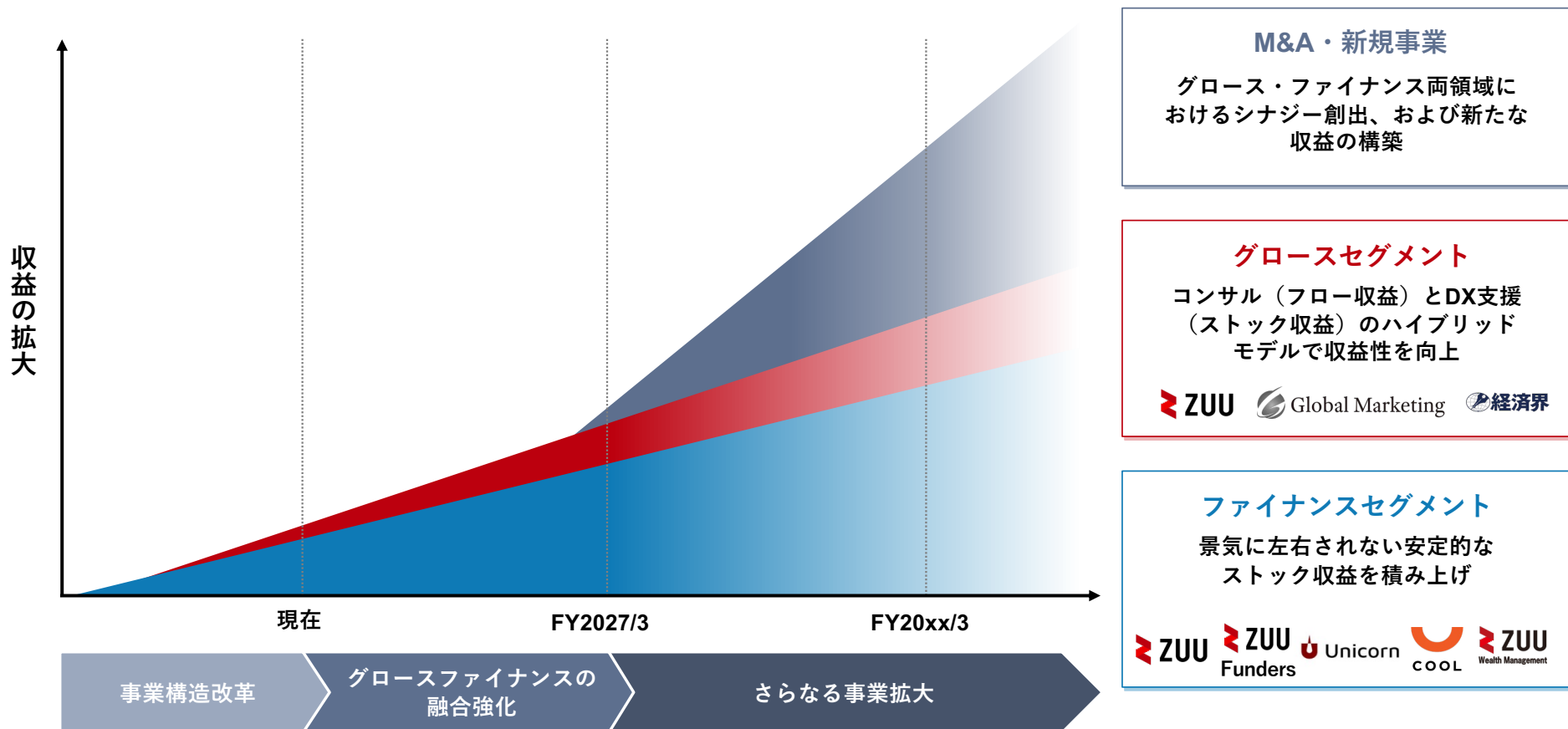
(単位：百万円)



* 過去に開示していた「メディア・プラットフォーム全体訪問者数・総会員数・ARPUの推移」は重点領域でなくなったため、非開示

今後の成長イメージ

ファイナンスの安定収益を土台に、グロースのストック・フローを拡大。今後はM&Aや新規事業を重ねること
 とで、非連続な成長軌道を描く。



08

リスクと対応策

—— リスクと対応策

リスクと対応策は以下の通り。

リスク区分	内容	FY2303	FY2403~2503	FY2603~現在	対策
メディアリスク	Googleアルゴリズムの変化	★★★ 高	★★ 中	★ 低	NET MONEY持分法適用化 (完了済み)
金融市場リスク	金利上昇 スタートアップ資金供給変化 資産運用環境の変化	★ 低	★★ 中	★ 低	1.金融市場に合わせた商品設計・ソリューション提供
人材・組織リスク	コア人材流出	★★ 中	★★★★ 高	★★ 中	1.優秀な人材の育成・抜擢
ガバナンスリスク	金融ガバナンス 内部統制	★★ 中	★★ 中	★★★★ 高	1.資金流出事案の再発防止策の実行 2.上場会社の監査経験豊富な専門人材を社外取締役招聘

* 過去に開示していた「DX投資の動向に関するリスク」は影響度あいが低いため、削除。

09

Appendix

新規M & A～グローバルマーケティングの子会社化～デジタルマーケティング領域を強化～

デジタルマーケティングコンサルティングに特化した2020年設立の専門会社。プロセス品質へのこだわりと専任担当体制が評価され、広告代理店・官公庁・金融など幅広い業界から105社の安定顧客基盤を構築。売上高は設立から5期で約12.4億円規模へ成長。

会社基本情報

会社名	株式会社グローバルマーケティング
設立	2020年3月
代表取締役	左子義則
事業内容	デジタルマーケティングコンサルティング (リスティング・SNS・DSP広告の企画・制作・運用・分析を一気通貫で提供)
従業員数	21名 (2025年5月末時点)
資本金	3百万円

財務・事業ハイライト

売上高推移 (千円)

- 2023/5期：567,626千円
- 2024/5期：1,131,819千円 (前年比+2.0倍)
- 2025/5期：1,240,477千円 (前年比+10%)

※連結上の純額(粗利)ベース (→当社の会計基準の取込み額)
23/5期：130,214千円/24/5期：263,587千円/25/5期：241,625千円

顧客・事業特性

- 顧客数：105社
- 広告代理店経由の継続率：約69%
 - ・ 少額案件 (50～100万円) への対応が可能な自社DSP保有

新規M&A グローバルマーケティングの子会社化～買収理由～

セールステック領域の強化を目的に2026年3月25日取締役会決議。発行済株式の70%を2.5億円で取得（2026年4月1日付）。2029年7月までに残30%を追加取得し完全子会社化を予定。

買収目的

1 セールステック領域の強化



デジタルマーケティングのケイパビリティと顧客基盤を獲得し、フィンテック・プラットフォーム事業のセールステック領域を強化。

2 デジタルマーケティング人材・ノウハウの内製化



専任担当チームによる高品質な一貫通貫のデジタル広告運用体制をグループ内に取り込み。

3 多様な法人顧客基盤の獲得



広告代理店・金融・官公庁など幅広い業界の法人顧客105社をグループに取り込み、クロスセル機会を拡大。

取得スキーム

第1回取得（2026年4月1日実行）

- 取得株式数：14株（発行済株式の70%相当）
- 取得価額：250百万円
- （アドバイザー費用等含む総額：約259百万円）
- 同日付で対象会社はZUUの子会社となる

第2回取得（2029年7月中旬までを予定）

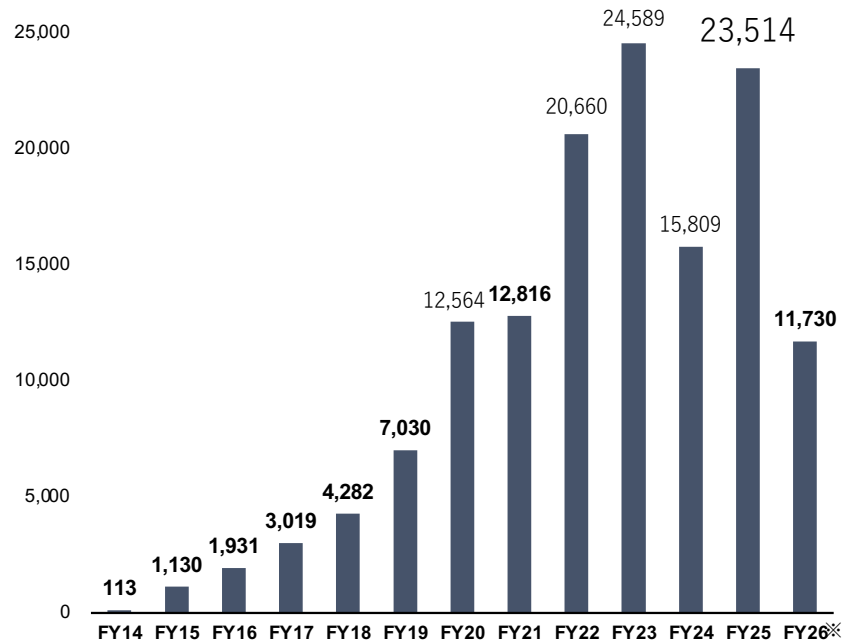
- 取得株式数：残6株（残30%すべて）
- 取得価額：上限344百万円（業績連動設計）

フィンテック・プラットフォーム～全体訪問者数・総会員数の推移～

メディア・プラットフォーム全体の訪問者数は一部メディアの終了に伴い大幅に減少、会員数は他社メディア連携によるウェビナー等のデジタル施策により微増。

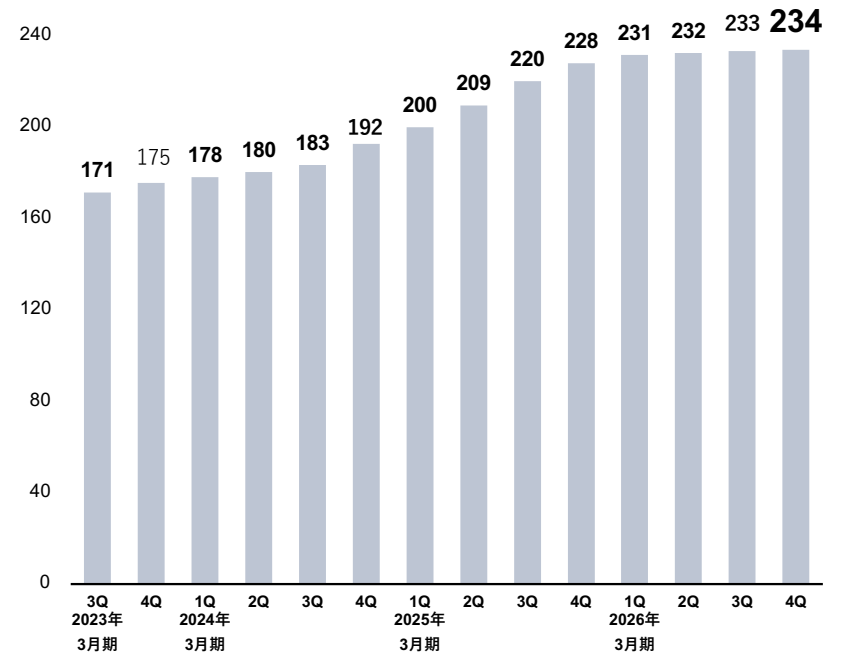
訪問者数

(単位：千人)



総会員数

(単位：千人)



※ 2025年3月末時点

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、さまざまな要因により、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。

次回の開示予定は2027年6月予定。