

2021 年 5 月 12 日

各 位

会 社 名 ソーシャルワイヤー株式会社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 矢 田 峰 之
(コード番号：3929 東証マザーズ)
問 合 せ 先 経 営 管 理 部 長 岩 田 夏 希
(TEL. 03-5363-4872)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

【開催状況】

開催日時： 2021 年 5 月 11 日（火） 11:00～12:00
開催方法： オンラインによる開催
説明会資料： 2021 年 3 月期 オンライン決算説明会資料

【添付資料】

1. 説明会において使用した資料

以上

ソーシャルワイヤー株式会社 (オンライン決算説明会資料)

2021年 5 月11日

<本資料の取り扱いについて>

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>

会社概要 (2021年3月末)

会社名	ソーシャルワイヤー株式会社 SOCIALWIRE CO., LTD.
上場市場	東京証券取引所マザーズ市場（証券コード：3929）
本社	東京都港区芝浦3-9-1 芝浦ルネサイトタワー 6階
設立	2006年9月6日
代表	矢田峰之
資本金	354百万円
従業員	単体295名 連結313名
事業内容	デジタルPR事業（インフルエンサーPR/リリース配信/クリッピング） シェアオフィス事業（シェアオフィス運営/クラウド翻訳）
経営陣	代表取締役社長 矢田峰之 取締役副社長 庄子素史 取締役 大川友里 取締役 秋元悟郎 取締役 荻巣知子 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 監査役 赤松朱美（2021年4月21日仮監査役に選任） 社外監査役 樋口節夫 社外監査役 平山剛

ソーシャルワイヤー株式会社

- インフルエンサーPR/ファインドモデル
- リリース配信/アットプレス・NEWSCAST
- クリッピング/アットクリッピング
- 取引先チェック/リスクアイズ
- シェアオフィス/クロスコープ

トランススマート株式会社

- 専門クラウド翻訳/TRANSMART

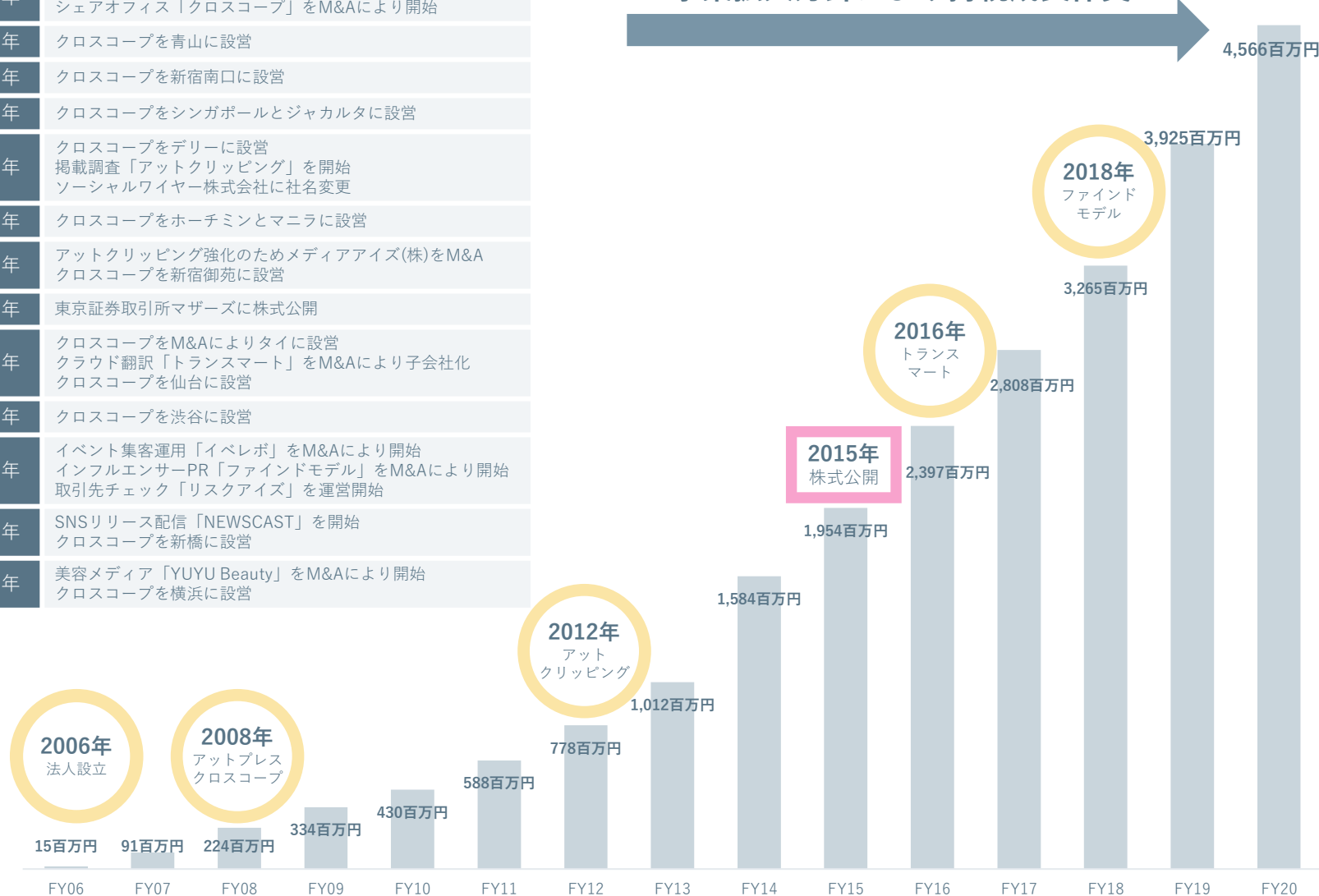
海外法人

- クロスコープ（シンガポール）
- クロスコープ（タイ）
- クロスコープ（ベトナム）
- クロスコープ（インド）
- クロスコープ（フィリピン）
- クロスコープ（インドネシア）
- YUYU Beauty（ミャンマー）

主な沿革 (2021年3月末)

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設営
2010年	クロスコープを新宿南口に設営
2011年	クロスコープをシンガポールとジャカルタに設営
2012年	クロスコープをデリーに設営 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設営
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設営
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によりタイに設営 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設営
2017年	クロスコープを渋谷に設営
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設営
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設営

事業拡大方針により持続成長体質へ



連結業績

➤ 通期売上高は過去最高を更新

- デジタルPR : 投資効果が顕在化
- シェアオフィス : コロナ禍影響が発現

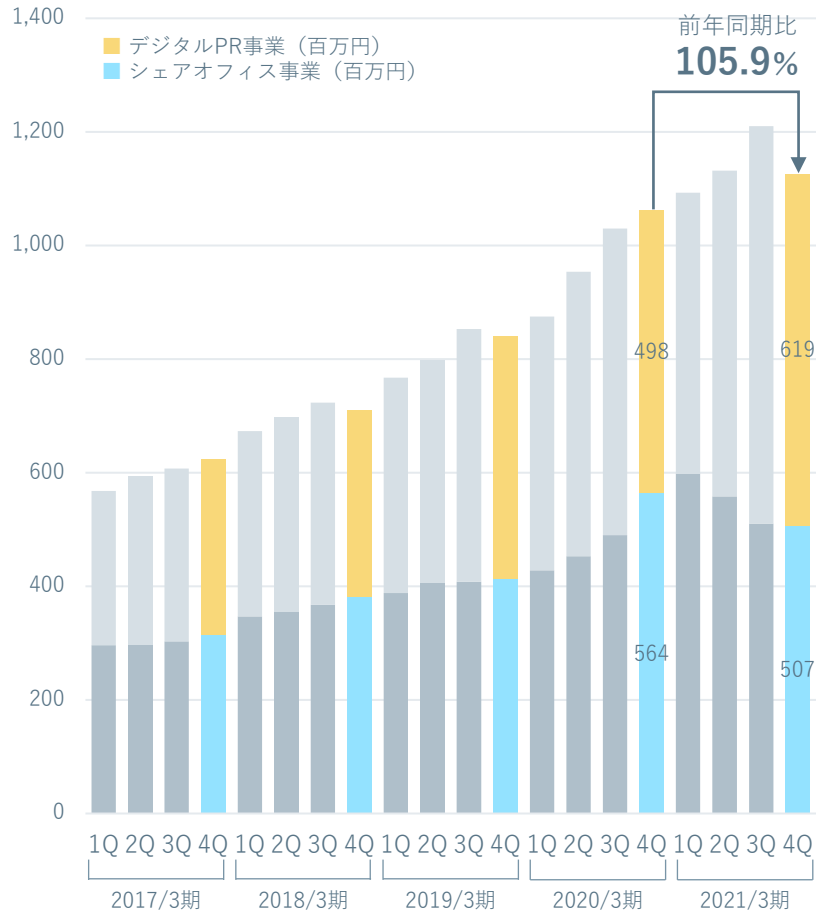
➤ 当期純損益は赤字

- 投資（人員増加、新拠点）負担が先行
- 特損計上等、悪材料出し切り

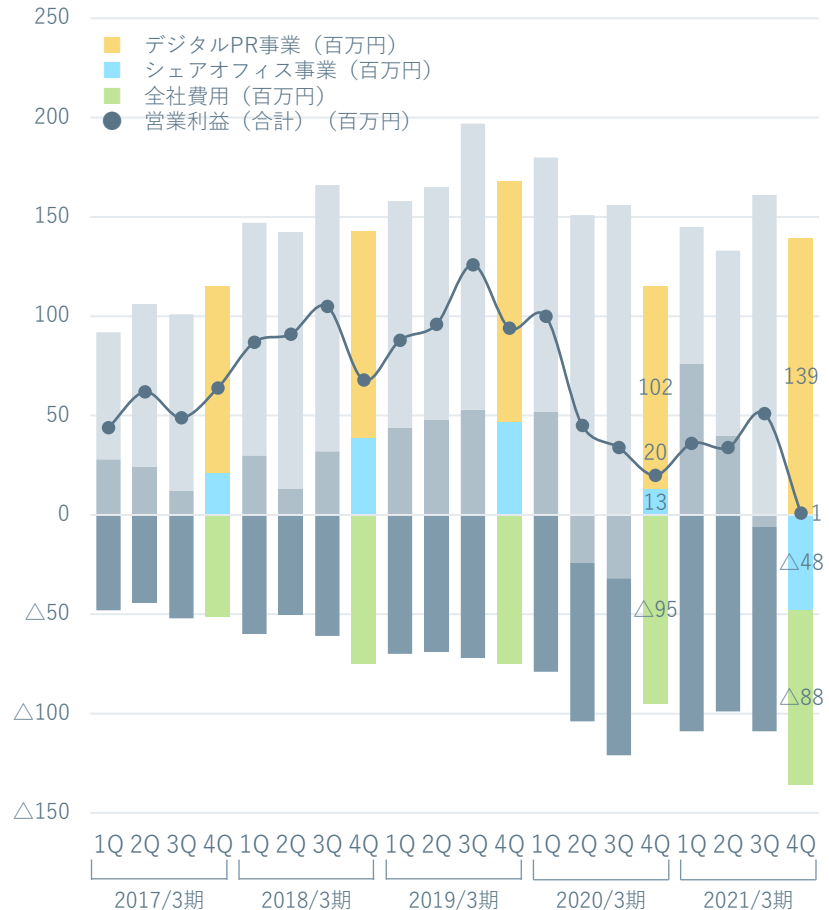
全体	連結業績	売上高 4,566百万円 (前年比 116.3%) EBITDA 636百万円 (前年比 92.3%) 営業利益 125百万円 (前年比 62.2%) 当期純損益 △143百万円 (前年利益 72百万円) ※特別利益71百万円、特別損失352百万円を計上しております
セグメント	デジタルPR事業	売上高 2,390百万円 (前年比 120.1%) インフルエンサーPR案件数 795件 (前年比 149.7%) リリース配信数 43,191件 (前年比 157.9%) リリース利用社数 20,568社 (前年比 142.0%) クリッピング案件数 13,972件 (前年比 100.9%)
	シェアオフィス事業	売上高 2,175百万円 (前年比 112.3%) 稼働席累計 (国内) 21,631席 (前年比 119.7%) 稼働席累計 (海外) 9,694席 (前年比 93.6%)

連結業績ハイライト（四半期推移）

売上高



営業利益

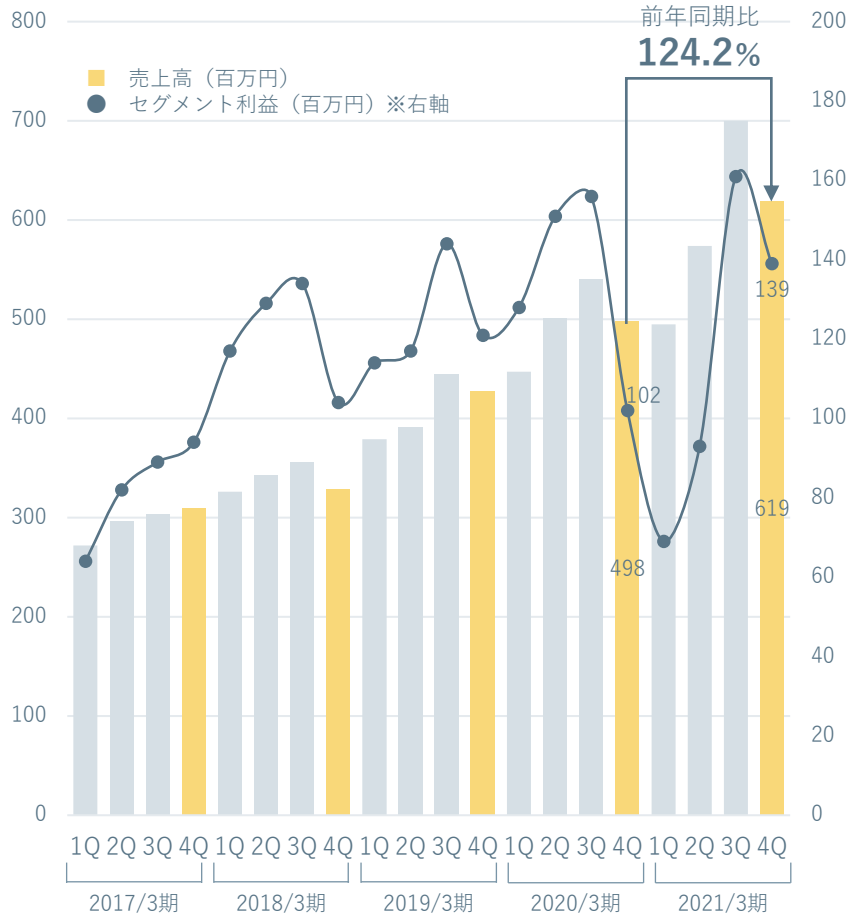


- 売上（前年同期比105.9%）
：シェアオフィス事業のブレーキ感をデジタルPR事業の成長が底支え
- 営業利益（前年同期比9.0%）
：デジタルPR事業拡大も、シェアオフィス事業の新規投資負担により低下

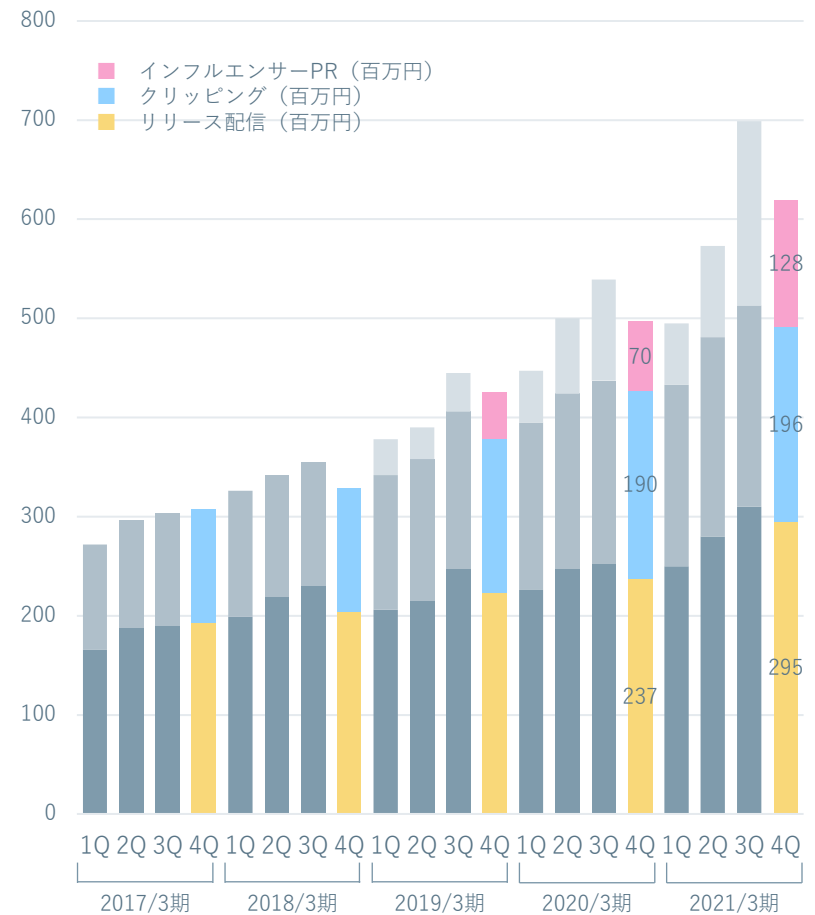
デジタルPR事業

デジタルPR事業（四半期推移）

売上高／セグメント利益

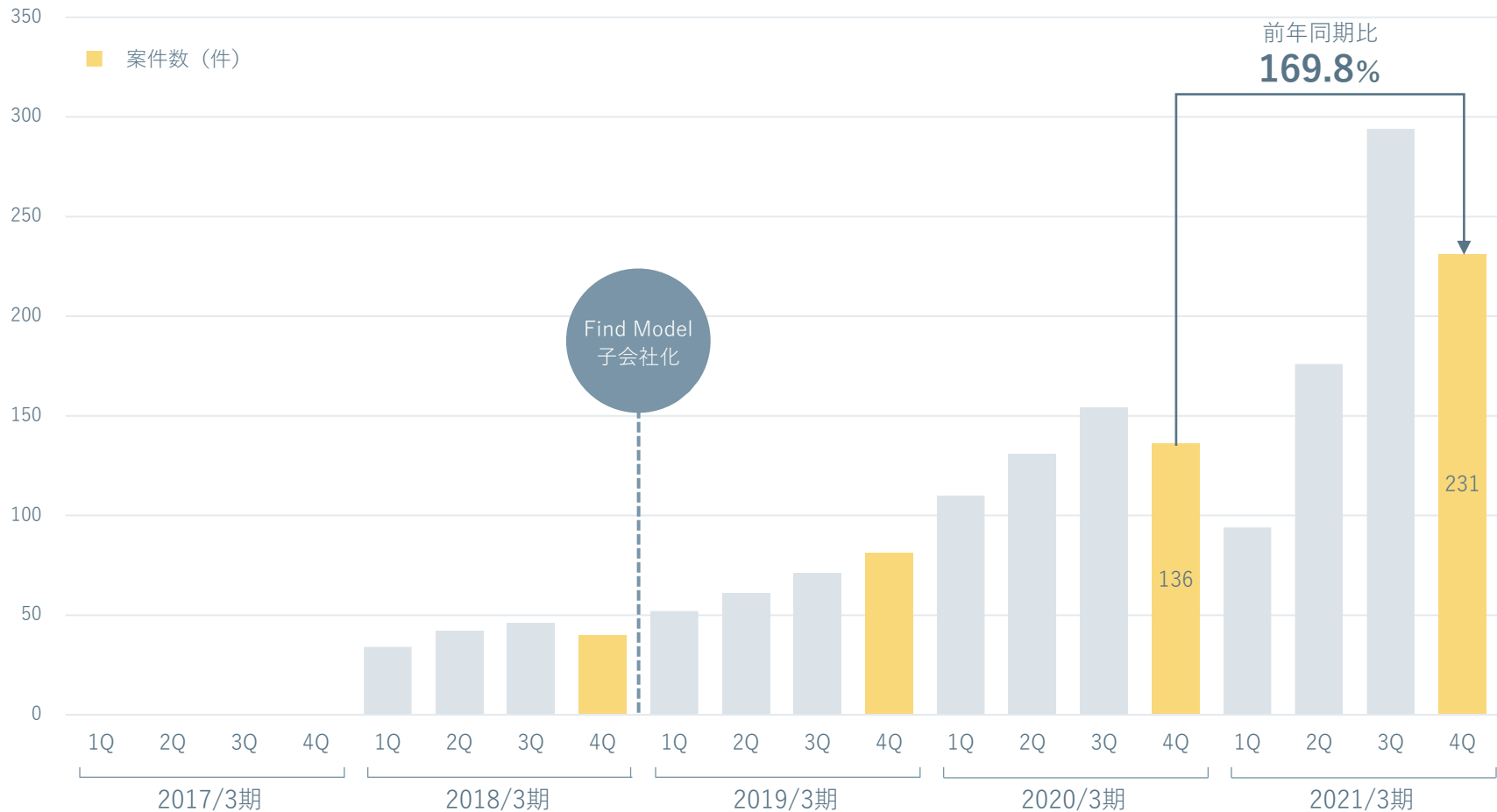


売上高内訳



- 売上（前年同期比124.2%）
：インフルエンサーPRとリリース配信が大幅に拡大
※季節性により3Q対比では売上・利益とも減少

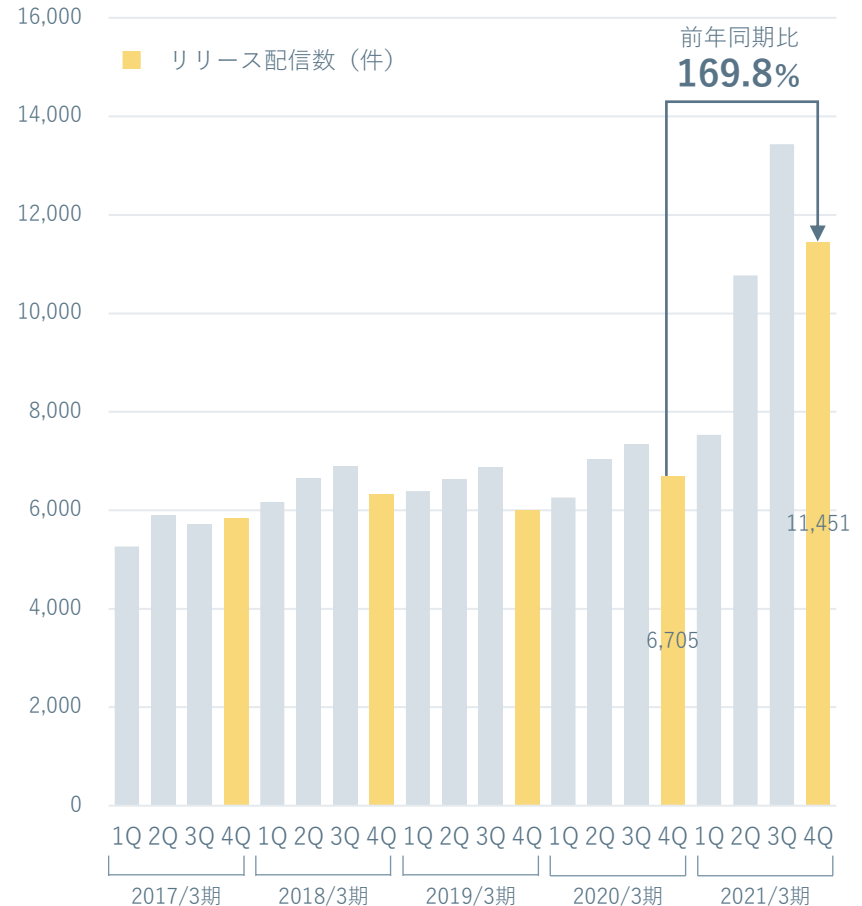
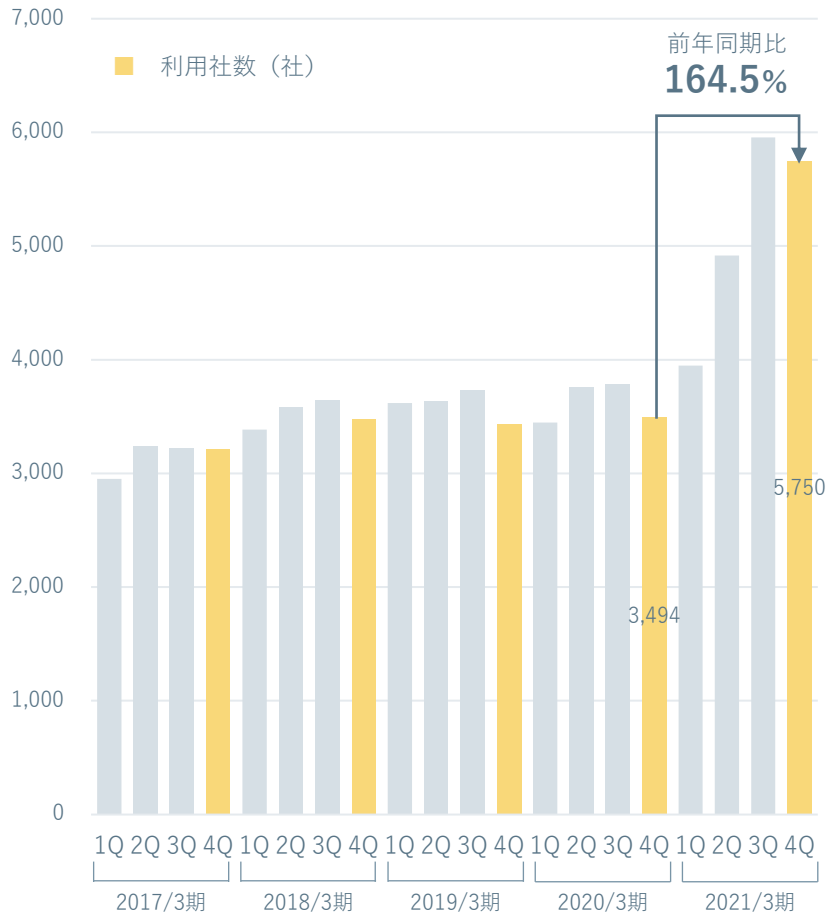
インフルエンサーPRサービス



- 案件数（前年同期比169.8%）
：緊急事態宣言の影響がありながらも着実に拡大
※季節性により3Q対比では案件減少

デジタルPR事業（四半期推移）

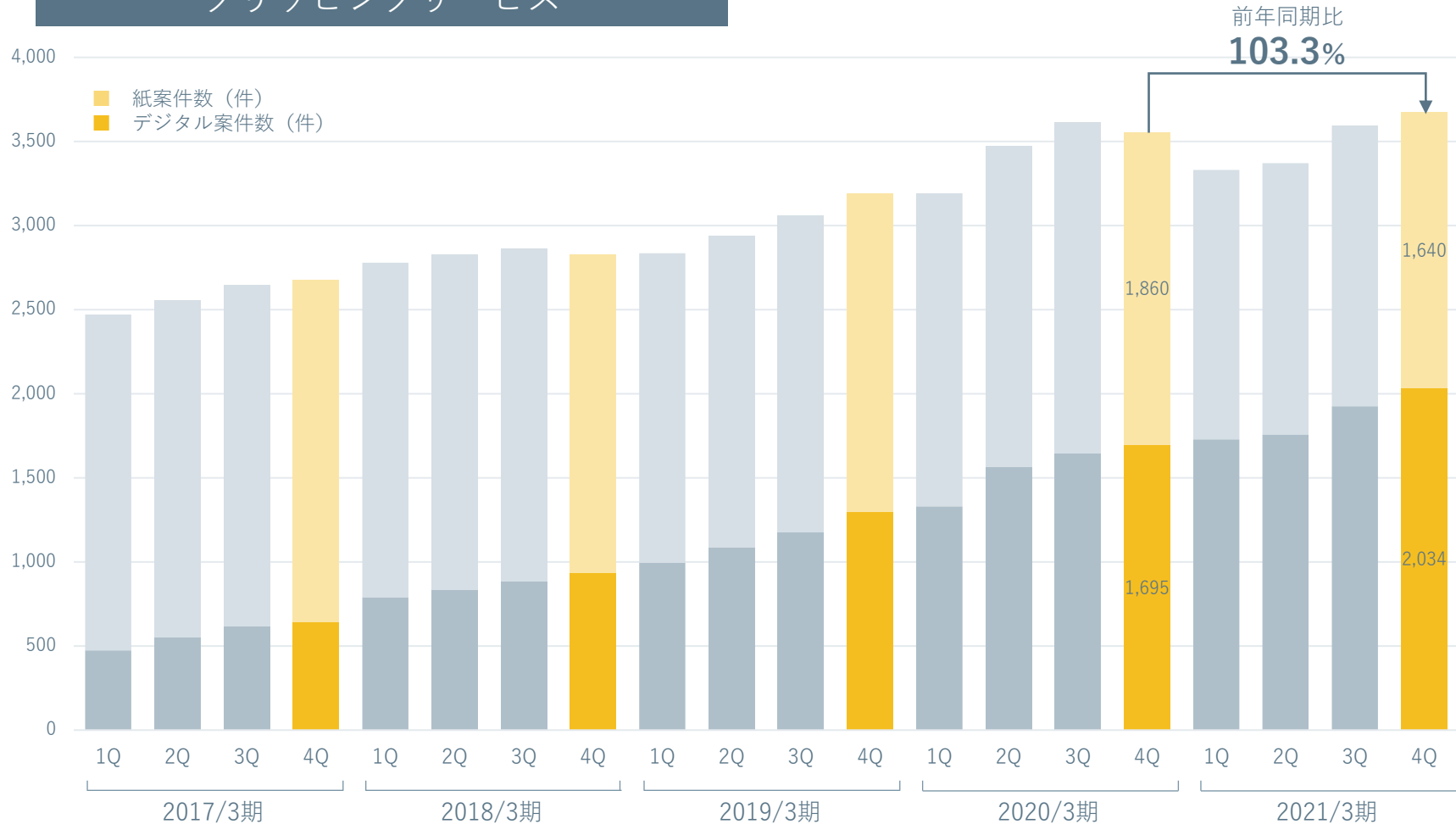
リリース配信サービス



- 利用社数（前年同期比164.5%）
 - リリース配信数（前年同期比169.8%）
- ：いずれも大幅拡大中 ※季節性により3Q対比では減少

デジタルPR事業（四半期推移）

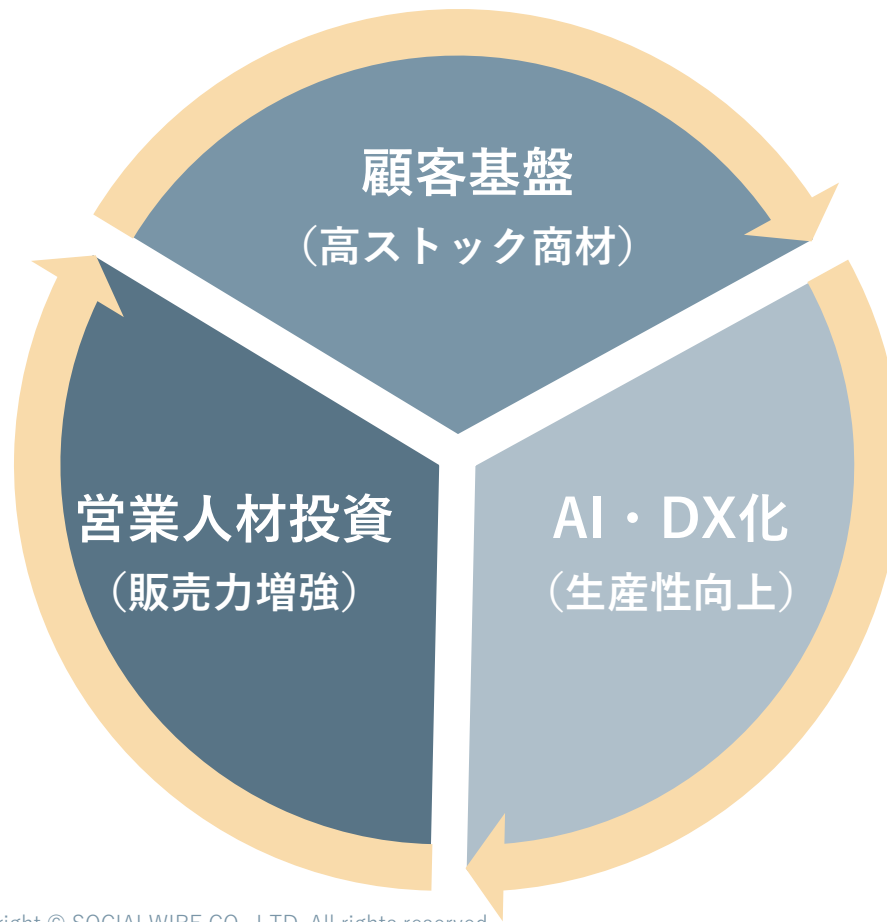
クリッピングサービス



- 案件数（前年同期比103.3%）
：イベント消失等により紙案件は軟調も、デジタル案件は増加

顧客数の拡大（成長性）＆顧客のストック化推進（安定性）

- 営業/運営オペレーションのAI/DX化の推進
- 顧客開拓向け法人営業へ人材投資
- 顧客ストック型商材の企画開発



顧客基盤を最大化へ

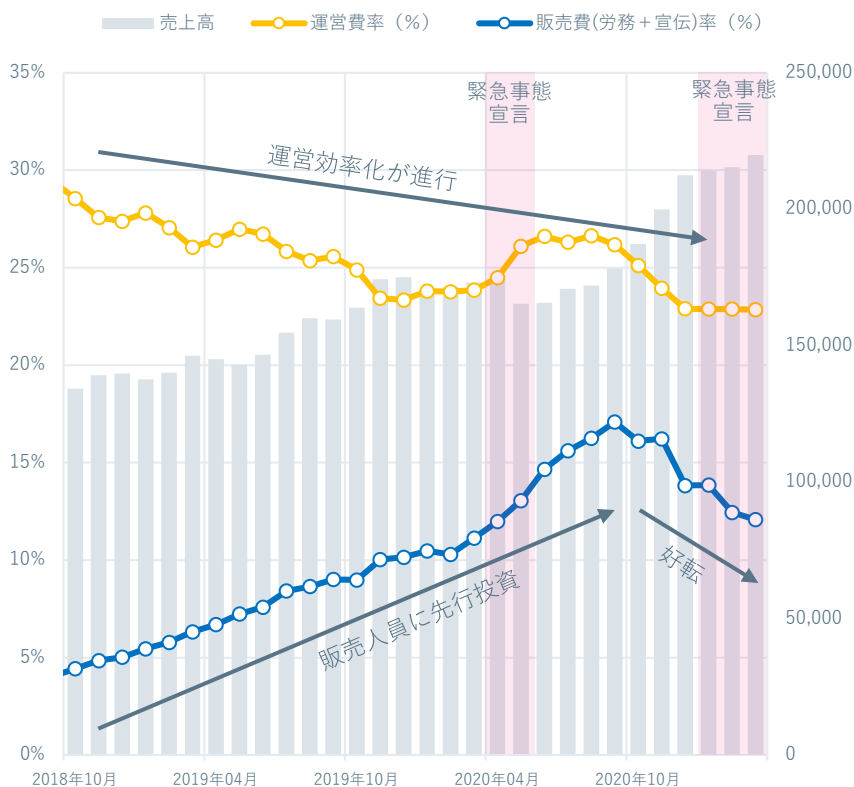
- リリース配信
- クリッピング
- インフルエンサーPR

⇒ コロナ禍の中、新規顧客獲得数は
月間400～500社水準に上昇進行中

運営効率と販売人材投資の推移（6M加重平均）

- 運営費率（黄線）が低下傾向。一方で販売費率（青線）は先行投資により悪化進行し、2020年上半期を悪化ピークとして急激に好転しつつ進行中

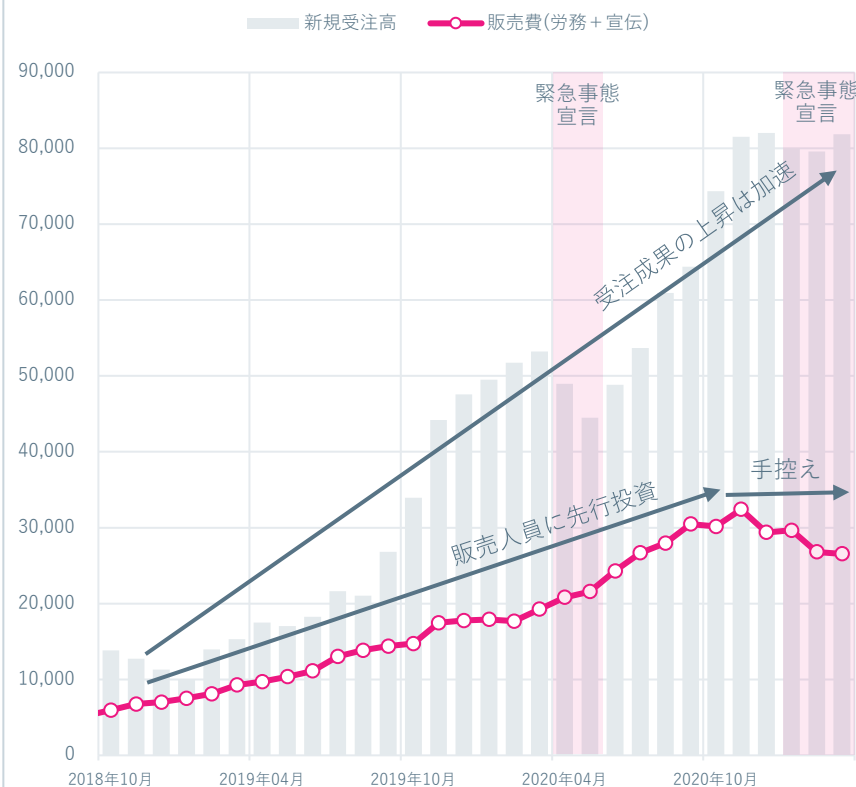
主な事業経費の対売上高比率（％）



販売費投資の受注成果推移（6M加重平均）

- 先行投資により販売費（赤線）は増額進行。成果となる受注額が急上昇しだした2020年上半期に投資手控え。新規受注が顧客ストックとなり売上増加へ転換進行中

販売費(労務+宣伝)×受注高

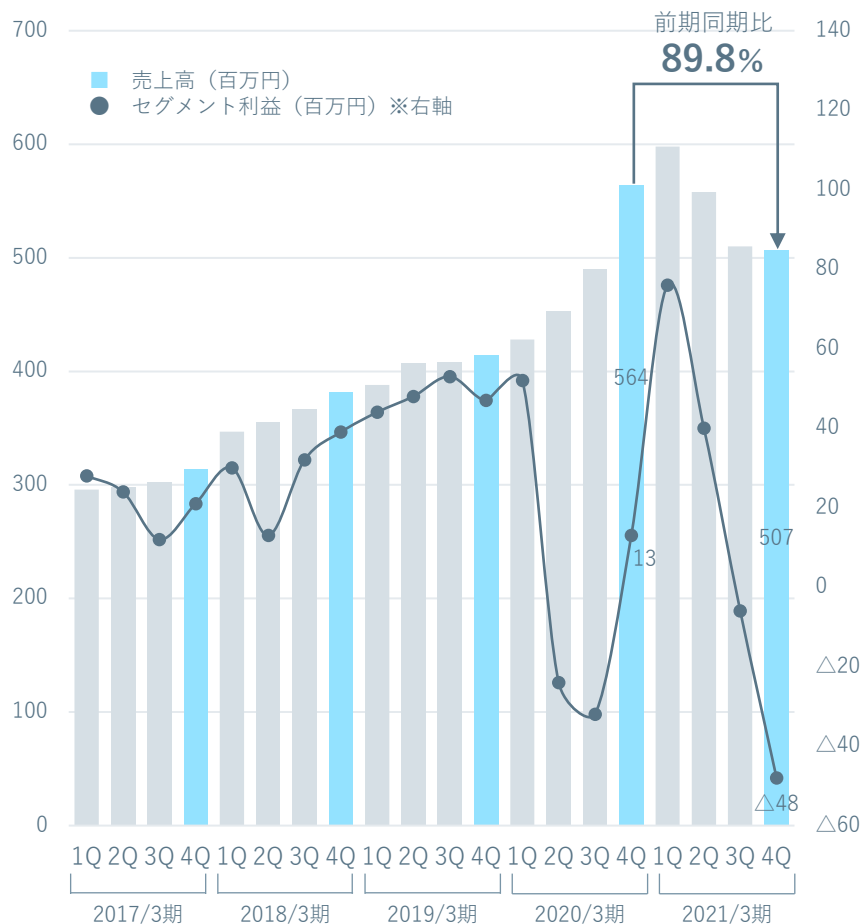


利益率水準を戻しながら、販売組織を有する内部体制が構築

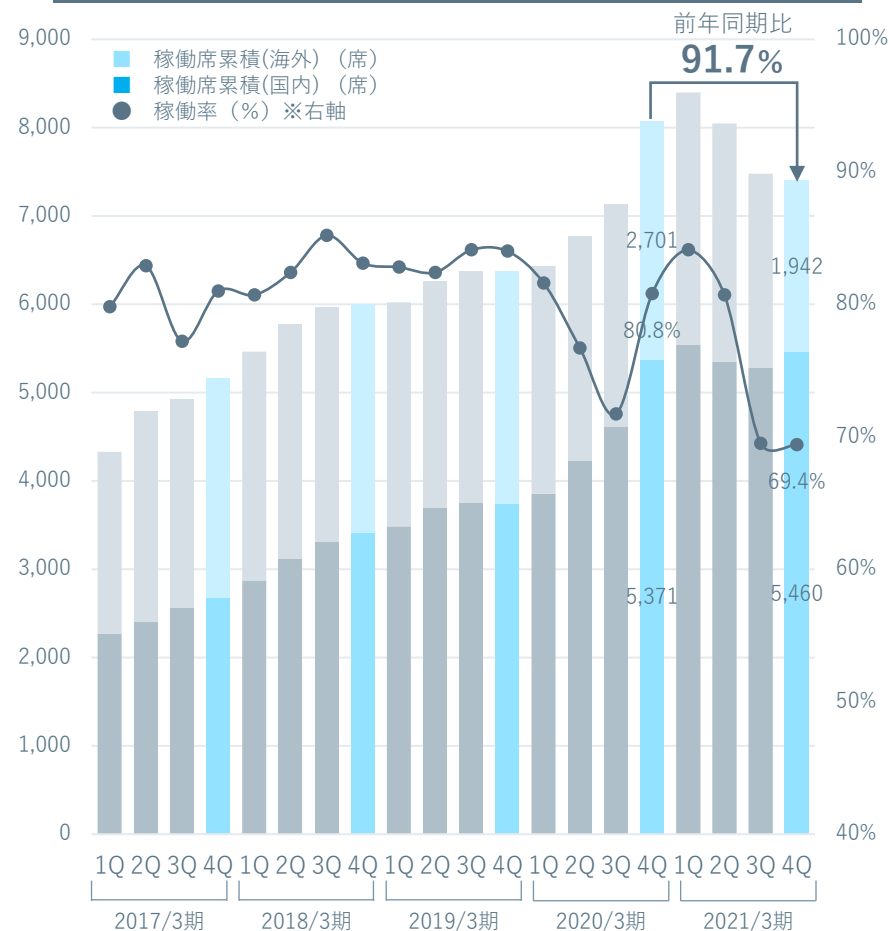
シェアオフィス事業

シェアオフィス事業（四半期推移）

売上高／セグメント利益



稼働席数累積／稼働率



- 売上高（前年同期比89.8%）
：コロナ禍で鈍化（減席先行トレンドによるもの）
- セグメント利益（営業赤字）
：稼働率低水準と新拠点開設に伴う費用の先行負担による

ポストコロナへ段階的進展

- ディフェンス：統廃合（拠点撤退／セミナールーム等の縮小）の集中的断行
解約率低減（サテライト利用／企業内個人利用等オプション提供）
- オフェンス：中期的新規拠点準備（ハイグレード／高セキュリティ拠点設営）

統廃合 断行

撤退／減床

- ✓ 海外拠点の撤退／減床（フィリピン／インド／シンガポール）
- ✓ 国内拠点の減床（青山／六本木／新宿）
- ✓ 継続運営前提の固定資産の減損手続き（ベトナム／新橋／仙台）

解約率 低減

ダウンサイズ／フレキシブル視点のオプションプラン

- ✓ 国内拠点の複数拠点対応のサテライトプラン
- ✓ 国内拠点の法人内個人利用のリモートワークプラン
- ✓ 国内拠点の短期プロジェクト向けプラン

新規拠点 準備

大企業／中堅企業向け分散オフィス拠点

- ✓ 高付加価値のハイグレードビル
- ✓ 高セキュリティによる高度なBCP対応オフィス
- ✓ 中期的に段階的な投資とする

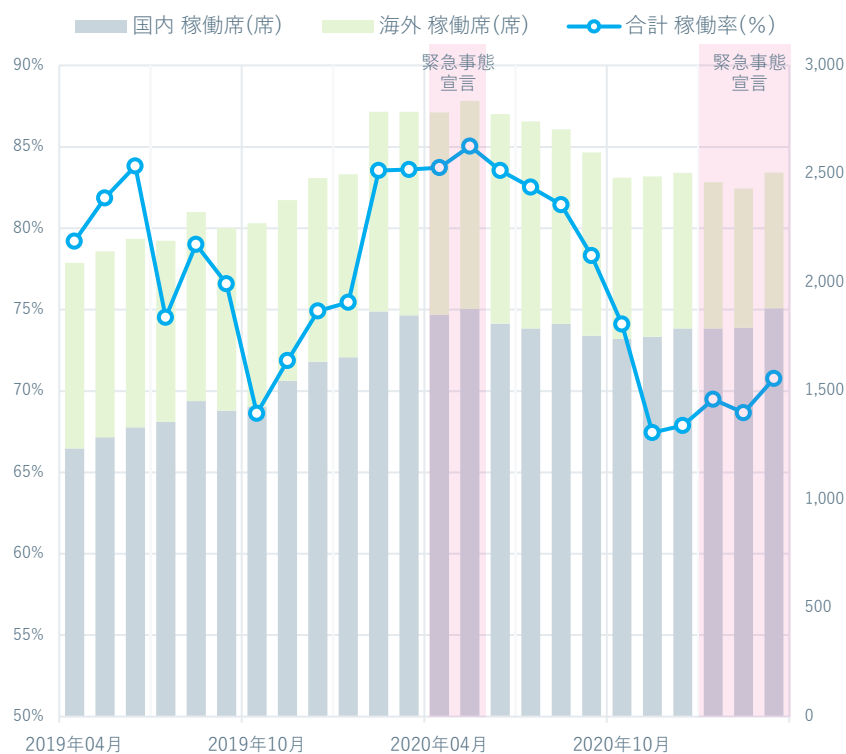
有効面積の効率（稼働率視点）

- 国内は稼働席減少(解約)を最小に留め、年度末に最高水準到達。海外は大幅に稼働減
- 面積に対し稼働増の見通しが不透明な拠点の撤退を断行

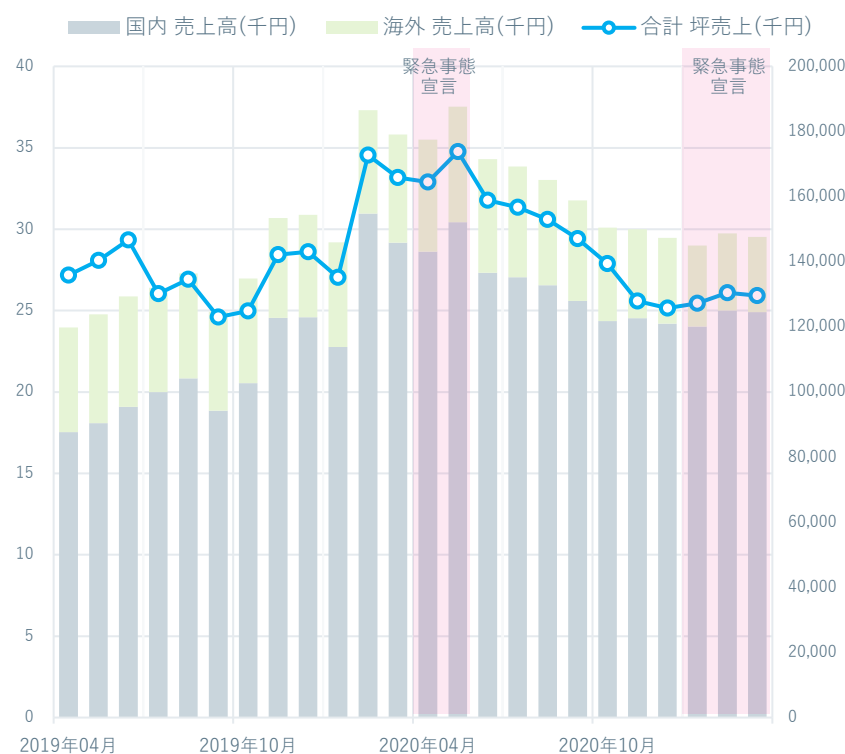
有効面積の効率（坪販売単価視点）

- 面積あたりの販売単価はピークから下降し横ばい推移
- 低単価の拠点撤退／減床でシュリンク。2022年3月期の半ばから段階的にシュリンク効果が反映。その効果が全て反映されてから高価格帯の新規拠点の設営準備へ

稼働率と稼働席



坪単価と総売上高



- 低稼働拠点の撤収⇒2022年3月期に稼働率80%回復へ
- 低単価拠点の撤収⇒2022年3月期に坪販売単価25%～30%上昇／回復へ

CROSSCOOP横浜

2021年1月オープン



『横浜ダイヤビルディング』

横浜駅からペDESTリアンデッキ直結
で徒歩3分。ショッピングエリアも隣
接するハイグレードオフィスタワー

CROSSCOOP日本橋

2022年1月新規オープン（計画）



『日本橋三丁目スクエア』

屈指の再開発、東京八重洲エリア。JR
東京駅から徒歩7分、日本橋駅から徒
歩2分、都内屈指のビジネスの中心街

- BCP対応のハイグレードサテライトオフィス
オフィス分散、リモートワーク等、多様な働き方改革に対応
- 高品質/徹底した高セキュリティな設備を中心とする高価格帯商品に注力

連結財務諸表

2021年 3 月期 連結損益計算書

	2020/3期	2021/3期	
	通期 (百万円)	通期 (百万円)	前年同期比
売上高	3,924	4,566	116.3%
売上総利益	1,749	2,064	118.0%
EBITDA ^{*1}	689	636	92.3%
営業利益 (営業利益率)	201 (5.1%)	125 (2.7%)	62.2% (△2.3ポイント)
経常利益	159	109	68.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益 ^{*2}	72	△143	—

*1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 (EBITDAについてはレビューを受けておりません)

*2 特別利益71百万円、特別損失352百万円を計上

2021年 3 月期 連結貸借対照表

	2020/3期末		2021/3期末			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期末比 (%)	主たる変動要因
流動資産	1,467	29.3	1,577	30.5	107.4	・ 新拠点開設に伴う差入保証金、建物（附属設備）が増加 ・ 使用権資産（固定資産）が減少
固定資産	3,543	70.7	3,595	69.5	101.4	
資産合計	5,010	100.0	5,172	100.0	103.2	
流動負債	1,674	33.4	1,799	34.8	107.4	・ 長期借入金増加 ・ 資産除去債務が増加
固定負債	2,017	40.3	2,292	44.3	113.6	
負債合計	3,692	73.7	4,092	79.1	110.8	
株主資本	1,287	25.7	1,073	20.8	83.4	
（自己株式）	(△45)	(△0.9)	(△45)	(△0.9)	—	
非支配株主持分	19	0.4	10	0.2	55.5	
その他	12	0.2	△3	△0.1	—	
純資産合計	1,318	26.3	1,080	20.9	81.9	
負債・純資産合計	5,010	100.0	5,172	100.0	103.2	

* 自己株式金額は株主資本金額の内数です。

2021年 3 月期 連結キャッシュ・フロー計算書

	2020/3期	2021/3期	
	金額 (百万円)	金額 (百万円)	主たる変動要因
営業活動によるC/F	699	659	・ 当期純利益等の減少 (－) ・ 減損損失の計上 (＋) ・ 減価償却費の増加 (＋)
投資活動によるC/F	△973	△817	・ 固定資産の取得額の減少 (＋) ・ 差入保証金の差入額の増加 (－)
財務活動によるC/F	340	164	・ 長期借入金の実施額の減少 (－)
現金及び現金同等物 期末残高	942	942	

【配当】

		2020/3期	2021/3期
1 株当たり 配当金	中間	6 円00銭	6 円50銭
	期末	6 円00銭	2 円50銭
	年間	12円00銭	9 円00銭 (△ 3 円00銭)
配当金総額（年間）		71百万円	54百万円

【株主優待】

2021年 3 月31日の株主名簿に記載または記録された当社株式 1 単元（100株）以上を保有する株主様を対象として実施

< 優待内容 >

Q U Oカード（クオカード）2,000 円分を贈呈いたします

< 贈呈時期 >

6 月開催の定時株主総会終了後に発送する決議通知に同封いたします

2022年 3 月期 業績予想

■ コロナ禍の終息期間までを考慮した方針

- ① 『売上とEBITDA』 バランス成長 （コロナ禍の完全終息までを想定）
- ② 『成長分野の段階的投資』 （SNS領域中心の販売体制強化投資）
- ③ 『高付加価値席の段階的な設営』 （新規拠点投資は緩やかに継続実施）

より高い成長性を確保する観点から「売上高」を重要指標としております。しかしながら、予期せぬ急激な外部環境変化に対峙する持続力も必要となります。よって一定水準以上のオペレーション利益の重要性が高まることになり、「営業利益」も重要指標として位置づけることで、コロナ禍の影響も配慮しつつ、トップライン最大化を追求する方針であります。

コロナ禍の影響を考慮し、営業利益も重要指標として位置づけ、
営業基盤の持続的拡大による企業価値拡大を目指す

■ 2022年 3 月期の業績予想について

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出やまん延防止等重点措置等による影響もあり、コロナ禍による市場変動要素が事業へ与える影響が未だ大きいことを勘案



- 2022年 3 月期の業績予想は非開示、事業環境の推移を注視
- 一定水準の合理的な見通しが可能と判断した場合に適時開示

コロナ禍の影響を考慮し、業績予想は非開示

コロナ禍終息の道筋が見え
計画の合理性が担保され次第、開示を予定

■ 2022年 3 月期の配当予想

業績予想非開示のため、
配当予想についても併せて非開示とさせていただきます。
(業績予想の合理的な見通しが可能と判断した場合に、併せて開示予定)

■ 株主優待

株主優待制度については有効としながらも、経営環境を鑑みて、
2022年 3 月期以降の株主優待制度の実行見通しとして休止とする方針と
します。なお、経営環境の好転の見通しの折には、再度、優待制度（普通優
待・特別優待等）の再考するものいたします。

コロナ禍の影響を考慮し、配当予想は非開示、優待実行は見送り

コロナ禍終息の道筋が見え
計画の合理性が担保され次第、開示を予定

■ 自己株式の取得

機動的な資本政策の遂行と資本効率の向上を図ることを目的に、当社の株価動向を勘案し実施することといたしました

取得する株式の種類	当社普通株式
取得する株式の総数	91,000株（上限） （発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合1.50％）
株式の取得価額の総額	64,800,000円（上限）
取得期間	2021年5月11日から2021年8月31日まで

経営/執行体制

外部環境の急変動が想定される2021年。現場機動力の最大化の為に、経営と執行の兼務を解消し、社外取締役1名追加の上で取締役の過半を社外とする体制で進行する。より執行に集中する体制とし、事業成長に貪欲な現場力により磨きをかけ加速させる。

経営体制



代表取締役社長
矢田峰之



取締役副社長
庄子素史



社外取締役
大野誠一



社外取締役
白川久美



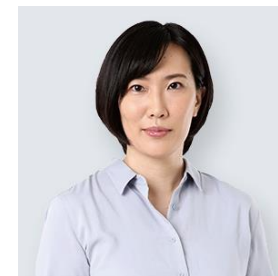
【新】社外取締役
山浦政彦

※新任候補の山浦政彦氏は、35年強ソフトバンクのグループ関連企業複数社において主体的に事業構築に従事されてまいりました。氏を含め、次回定時株主総会にて取締役選任案として上記5名を付議する予定であります。なお、経歴詳細等は追って選任案開示・招集通知に記載予定とします。

執行体制（執行役員）



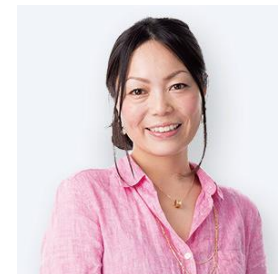
インフルエンサーPR事業部長
藤原直美



ニュースワイヤー事業部長
山名真季子



法人営業部長
北阪彰生



シェアオフィス事業部長
大川友里



財務経理部長
荻巣知子



BUILDING A BETTER ADVANCE

ビジネスプラットフォームの創造へ

デジタルPRと新しいワークスタイルをご提案

SocialWire
Group

Appendix

株主構成（2021年3月末）

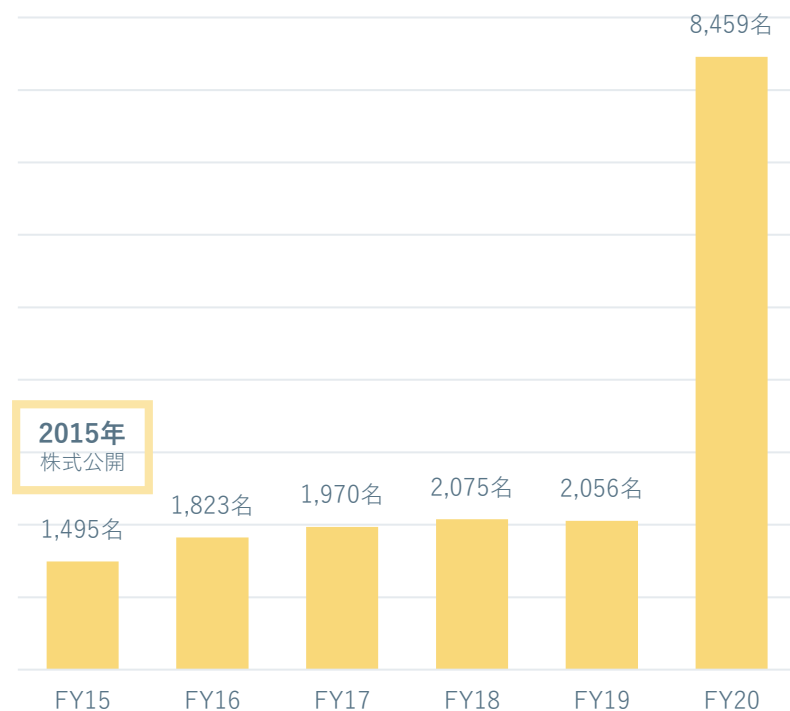
発行済株式総数
株主総数

6,108,600株（自己株式含む）
8,459名

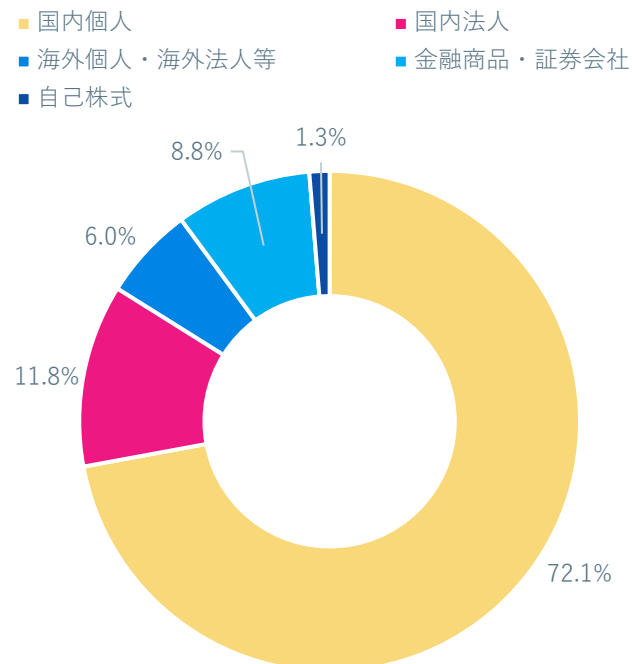
経営/社員
26.9%

安定株主層
27.1%

株主数推移



株式分布



2つの事業領域において複数のサービスドメインを有し、市場の成長変動に応じて機動的なリソース変動させながら事業の最大化を実現してまいります。

デジタルPR事業



インフルエンサーPR
(SNS PR市場)



リリース配信
(広報PR市場)



クリッピング
(露出調査市場)



取引先チェック
(信用調査市場)

シェアオフィス事業



シェアオフィス
(オフィス賃貸市場)



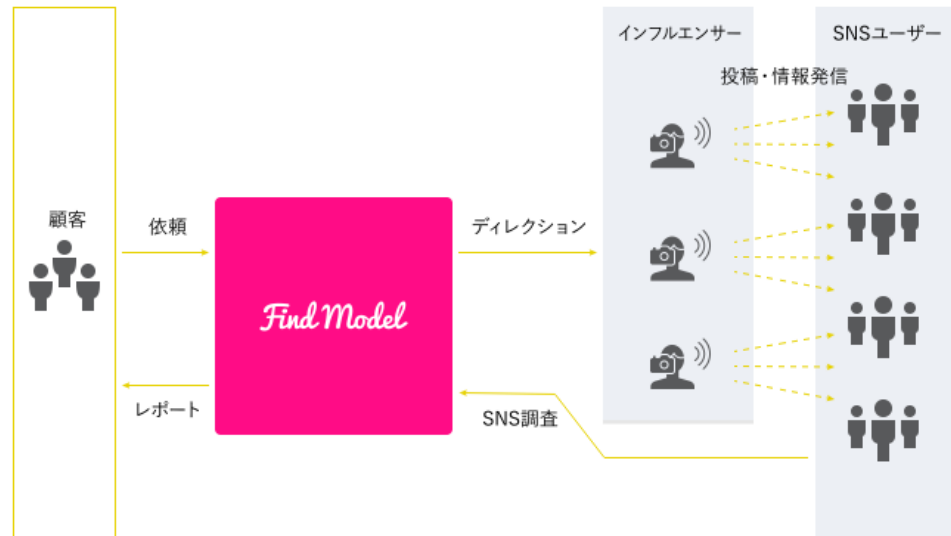
クラウド翻訳
(翻訳市場)

サービスとブランド

Instagram（インスタグラム）を中心とした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、そのプロセスや体験を投稿してもらう新しいSNSの広告手法であるインフルエンサーマーケティングを「Find Model（ファインドモデル）」というブランドで展開しております。

インフルエンサー（influencer）とは

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です。ブログ上で日記やコンテンツを配信し、多くのPV（ページビュー）を獲得する「ブロガー（Blogger）」や、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）」などが挙げられます。



優位性（競争力）

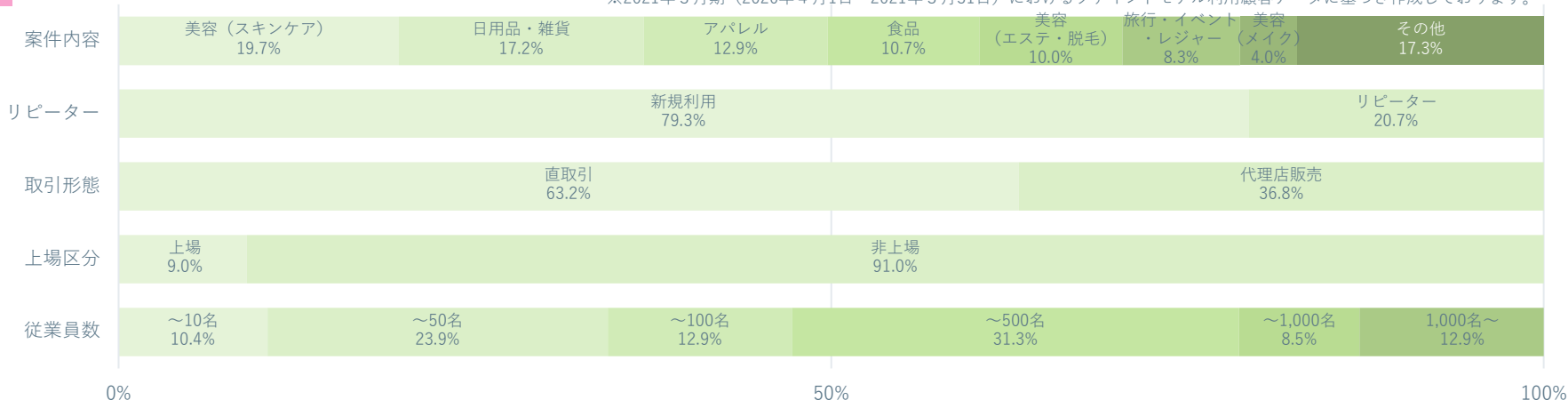
Instagramを利用する多数のインフルエンサーに登録しており、直接アサインできるインフルエンサーは3,500人超です。フォロワー1万人超のインフルエンサーは2,400人、フォロワー10万人超のインフルエンサーは500人となっており、のべ総リーチ数は1億2,000万フォロワー以上です。（2021年3月時点）

2016年9月にインフルエンサーマーケティングを開始してからこれまで航空会社、旅行代理店、化粧品、日用品、雑貨、飲食店、スポーツメーカー、ファッション、美容グッズ、ペットグッズ等8,000件以上の実績（※）、2019年3月以降のリピート率は80%以上となっております。また、インフルエンサーマーケティングのオウンドメディア「Insta Lab（インスタラボ）」を運営しているため、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役立てております。

（※）インフルエンサーへの依頼案件数

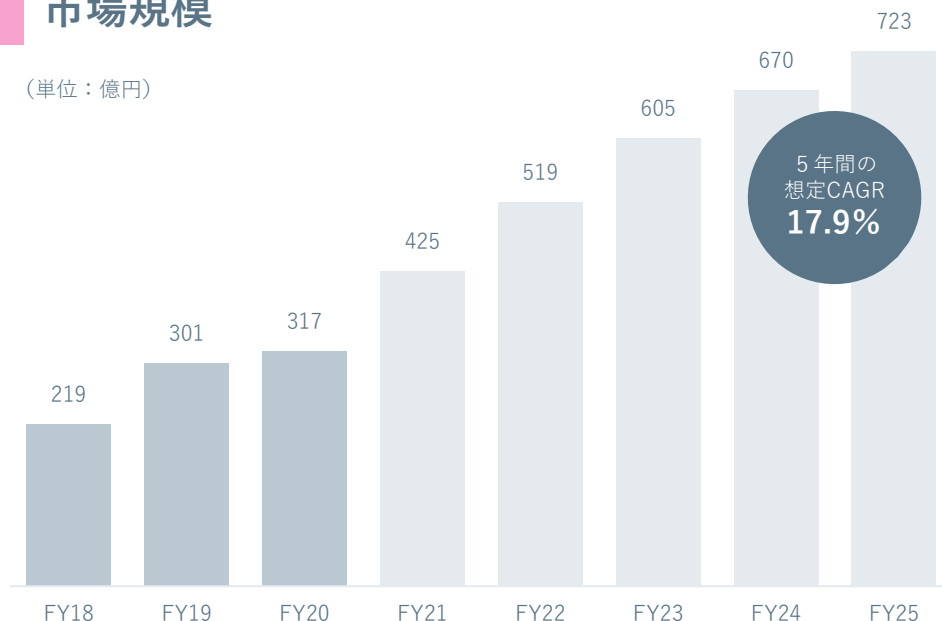
顧客データ

※2021年3月期（2020年4月1日～2021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しております。



市場規模

（単位：億円）



2020年10月、株式会社サイバー・バズと株式会社デジタルインファクトはインフルエンサーマーケティング市場の調査を実施し、発表しております。同調査によると、2020年のインフルエンサーマーケティング市場規模は317億円であり、チャネル別内訳は、YouTube：125億円（39%）、Instagram：85億円（27%）、Twitter等：72億円（23%）、その他：35億円（11%）となっております。

インフルエンサーの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ことにより、2025年には、インフルエンサーマーケティングの需要は2020年対比で約2.3倍の723億円に達すると分析されています。

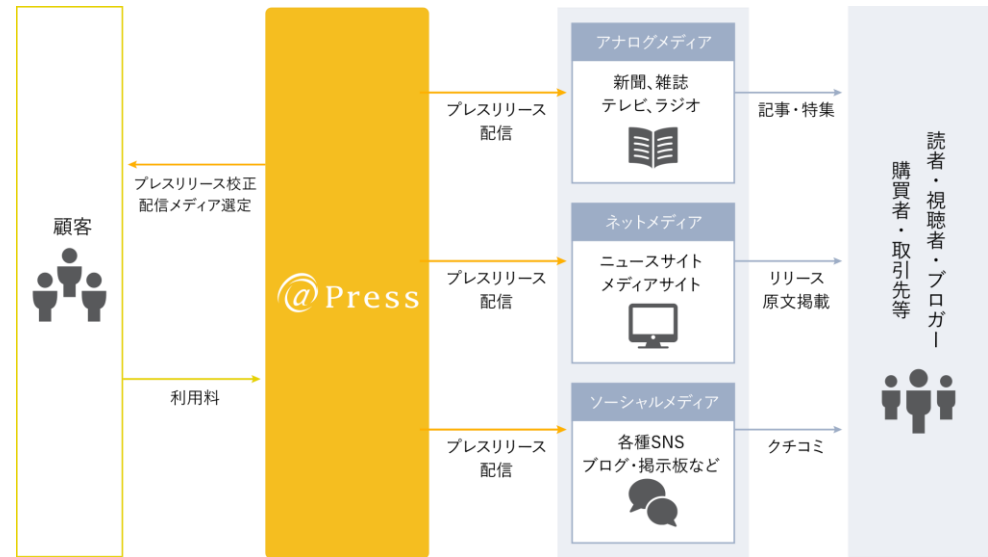
サービスとブランド

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を「@Press（アットプレス）」「NEWSCAST（ニュースキャスト）」というブランドで運営しております。

ニュースキャストは、情報発信手段や消費者とのコミュニケーションチャンネルが多様化する中、広報や広告の役割を超えた情報発信全体の支援を行うべく、プレスリリース配信やニュース発信をもっと手軽に、もっと強力に行うことを目的として開始した、サブスクリプション型プレスリリース配信サービスです。

SNS広告配信・拡散にも強みをもっており、ニュースキャストのTwitterアカウントに自動掲載され、AI（人工知能）が最適な方法で、広告も自動で出稿いたします。

獲得したインプレッション数、いいね数、リツイート数、詳細表示回数、リンククリック数、シェア数などはマイページで確認することができます。



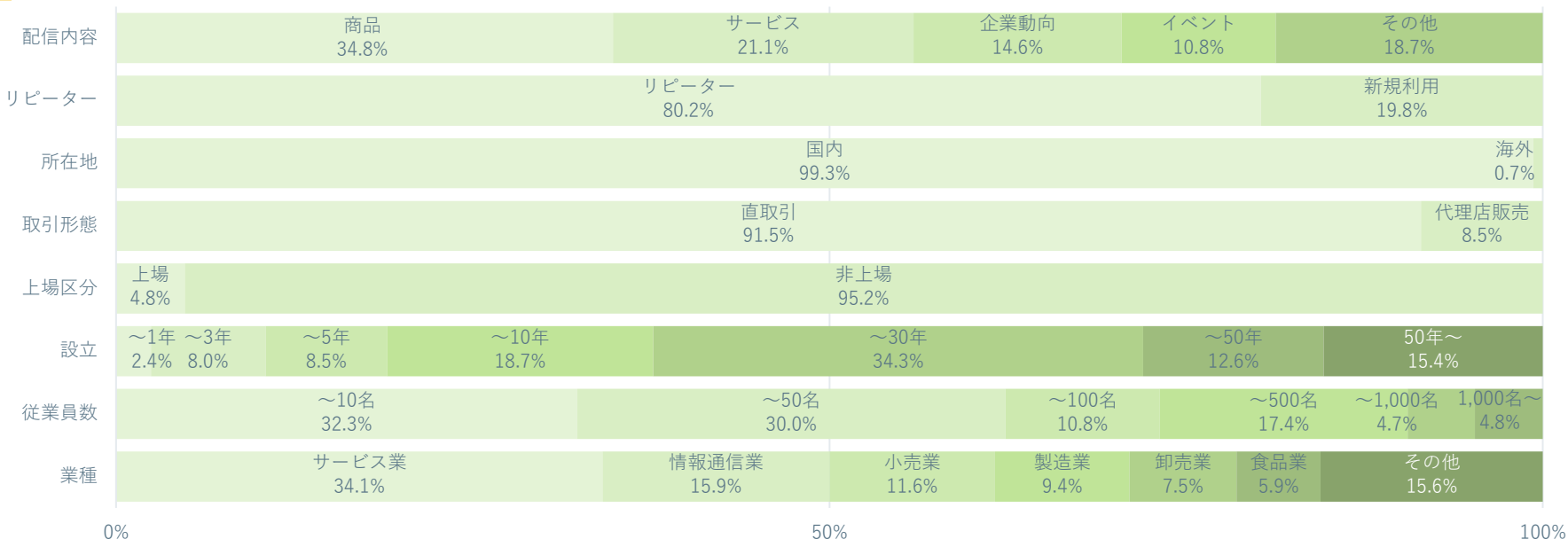
優位性（競争力）

アットプレスは顧客の商品やサービス等の「認知度をあげる」ため、より多くの記事になるよう、**業界最多である10,000リスト／8,500メディア**（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（※1））すべてから、各メディアの求める情報をヒアリングし、配信の許可を得た上で、プレスリリースの配信を行っております。



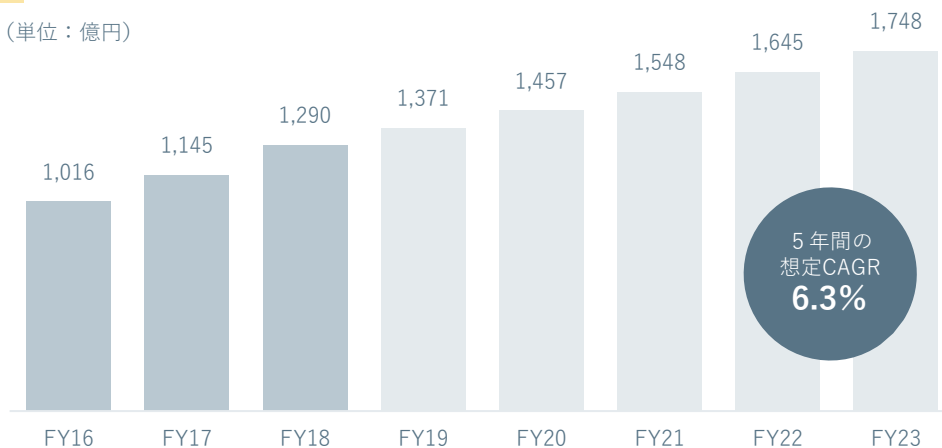
顧客データ

※2021年3月期（2020年4月1日～2021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しております。



市場規模

（単位：億円）



当社が運営するプレスリリース配信代行サービスにおける市場規模は発表資料はなく、2019年5月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」を参考に当社の推計によるものです。現状における市場規模は1,290億円の規模であり、前年比平均6～7%の成長と推測しております。景況感に影響されにくく、今後も長期的に成長する市場と分析しております。

（2021年3月現在）

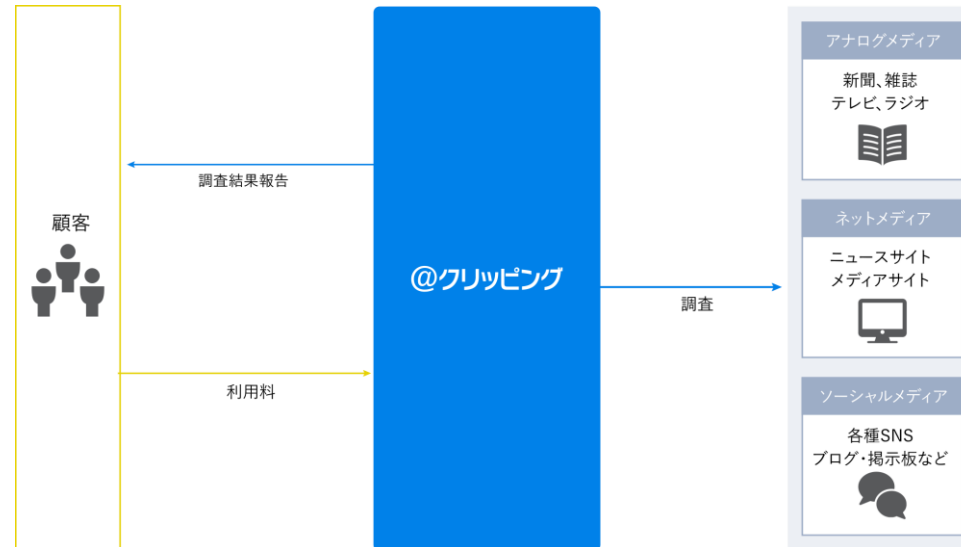
サービスとブランド

新聞・雑誌・WEB・SNSメディアの記事掲載のクリッピング・リサーチサービスを「@クリッピング（アットクリッピング）」というブランドで運営しております。

クリッピングとは

クリッピングとは、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。

主な内容として、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）を提供しております。

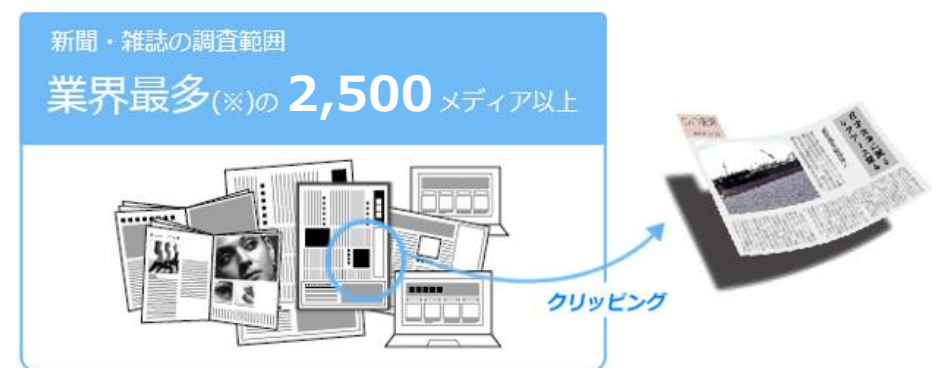


優位性（競争力）

アットクリッピングは顧客が求める情報を、より多くのメディアから調査するため、新聞・雑誌の調査範囲を年々広げており、現在では**業界最多（※）の2,500メディア以上**に拡張しております。（2021年3月現在）

（※）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しているメディア数と比較。

また、「顧客要望のヒアリング方法」「調査内容の記憶方法」「効率的な新聞・雑誌の読み方」「記事発送までのフロー」等のノウハウを運用することにより、顧客への誤報告の発生を大幅に低減させており、読み落とし率は0.01%以下と高品質な調査をご提供します。



スピンオフ・サービスブランド

クリッピングのサービス・インフラを活用し、「RISK EYES（リスクアイズ）」のブランドにて取引先チェックサービスを運営しております。

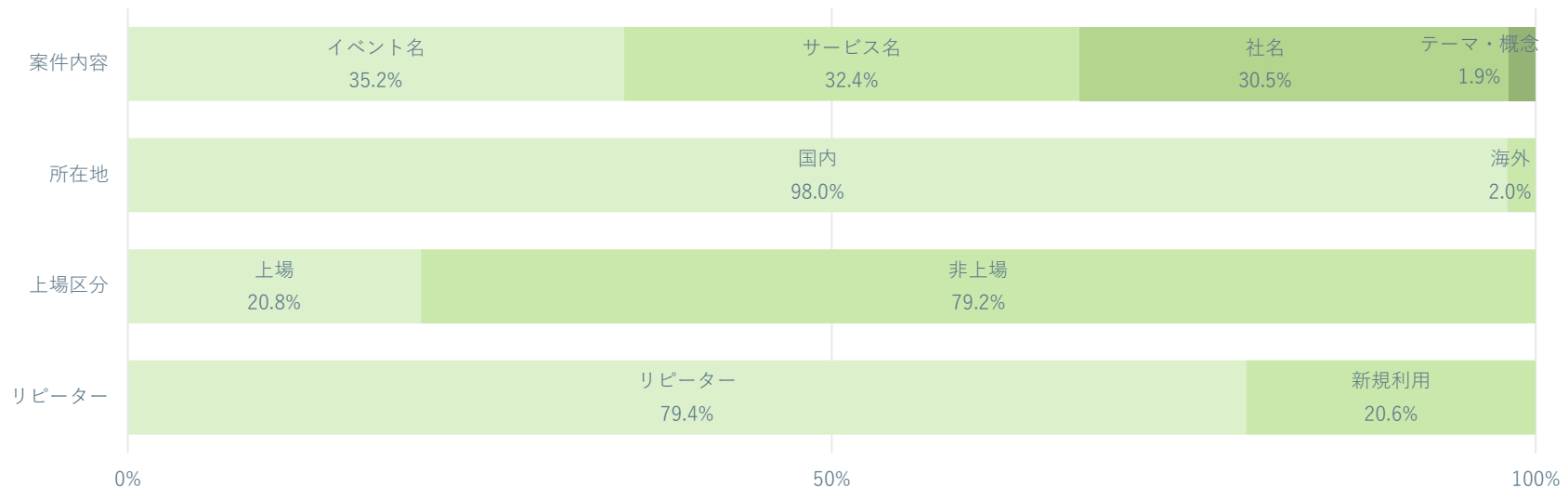
リスクアイズはWEBニュース記事、新聞記事といった公知情報を用いて、取引先に関する「反社会的勢力」「犯罪関与」「不祥事」等の疑いをチェックするサービスです。

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、より効率的に行うことができます。

さらに、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します。



顧客データ



【シェアオフィス事業】シェアオフィス

サービスとブランド

シェアオフィスサービスとして、「CROSSCOOP（クロスコープ）」というブランドでシェアオフィスを運営しております。（東京、横浜、仙台、シンガポール、ジャカルタ、ホーチミン、バンコク、デリー）

（※）CROSSCOOPジャカルタはフランチャイズによる運営です。

シェアオフィスとは

シェアオフィスとは、すでに内装・設備工事等が完了し、業務に必要なイス・机・執務空間・情報機器等を備えたオフィスを特定の条件で貸すサービス。

ビルオーナー等と直接賃貸借契約を結んで事務所を借りるよりも初期費用が低く抑えることができる等のメリットがあります。



優位性（競争力）

アジア最大の日系シェアオフィスクロスコープは、敷金・礼金が0円で、退去時の原状回復義務もないため、通常の賃貸オフィスに比べ、イニシャルコストの大幅な削減が可能です。また、他社サービスではほぼ有料となっている会議室利用についても、シェアオフィスのご入居者は無料でお使い頂けます。また、コスト・利便性の高さだけでなく、成長に合わせた拡張・拡大にも柔軟に対応可能であることが特徴のひとつです。事業拡大に伴い増席やサイズの大きな個室への移動や、一時的な増員でワークスペースが必要な場合等、即日対応可能です。

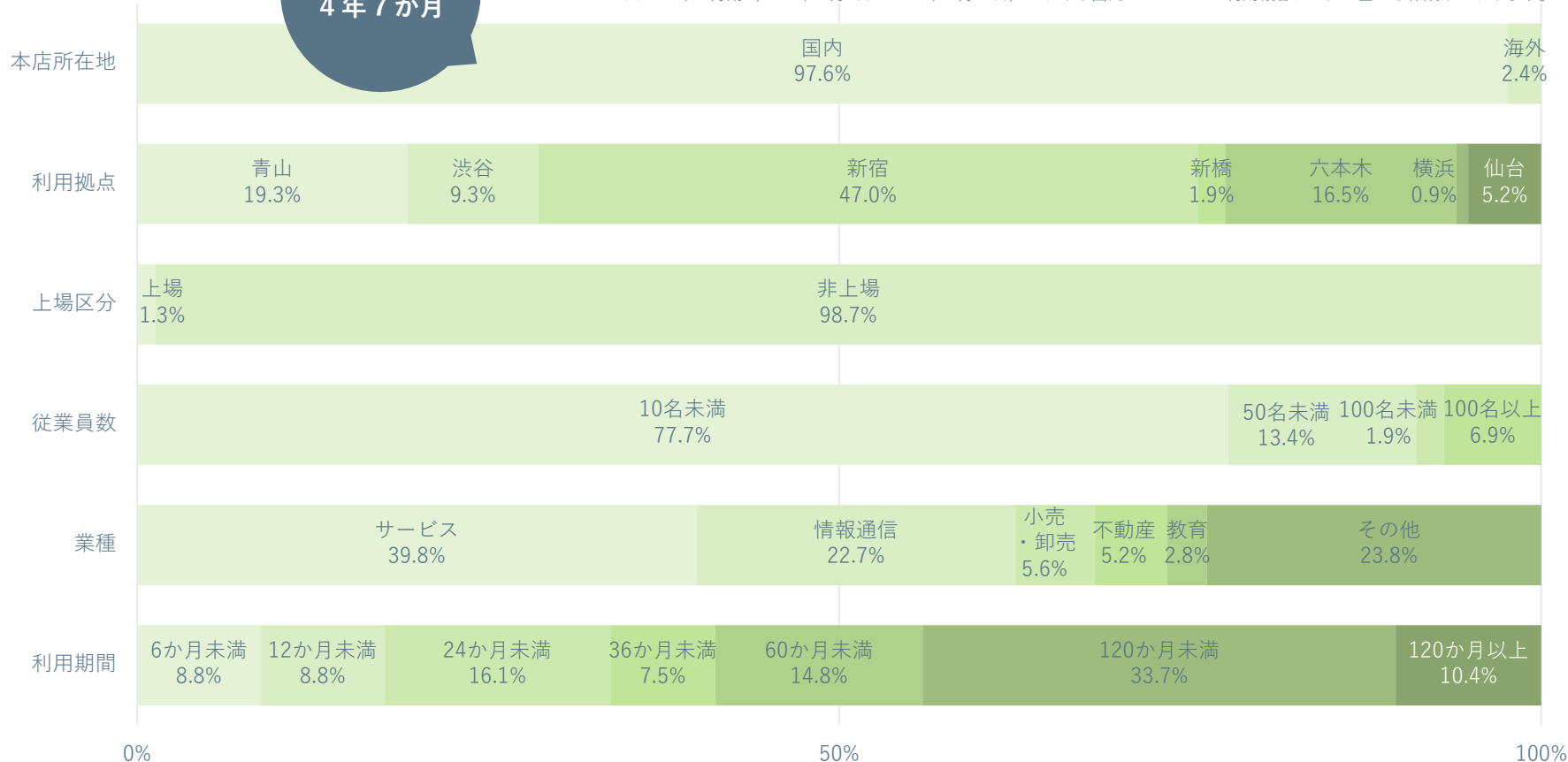
さらに、クロスコープは入居企業に対しては、オフィス環境の提供だけでなく、企業支援や海外進出支援等のコンサルティングも行っております。



顧客データ

平均利用期間
4年7か月

※2021年3月期（2020年4月1日～2021年3月31日）における国内CROSSCOOP利用顧客データに基づき作成しております。

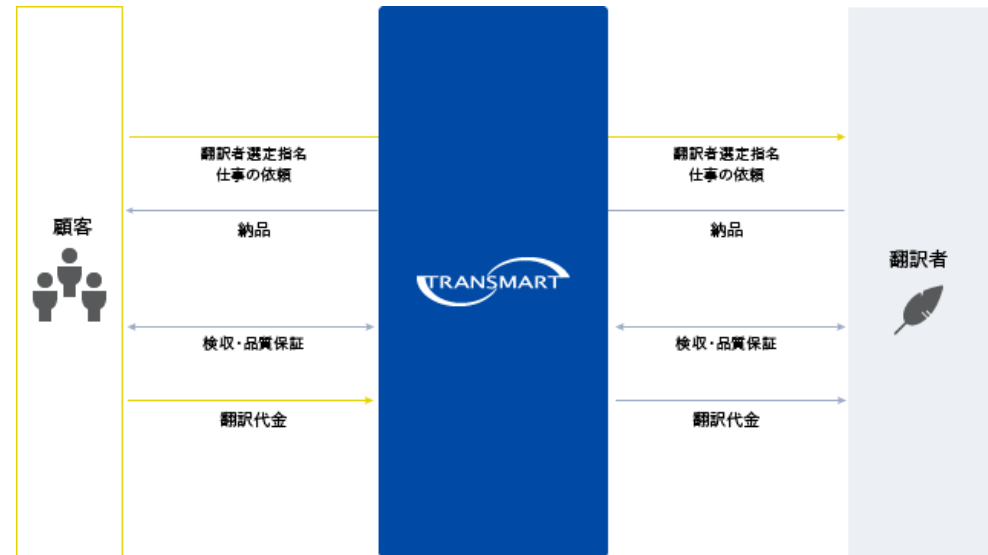


サービスとブランド

クラウド手法を用いた高品質翻訳サービスを「TRANSMART（トランススマート）」というブランドで運営しております。

トランススマートは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しています。官公庁、大企業、メディア、外資系企業に20年の実績を積み重ねております。

また、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）サービスも展開中です。近年需要が増えているAI翻訳サービスも新たに開始いたしました。



優位性（競争力）

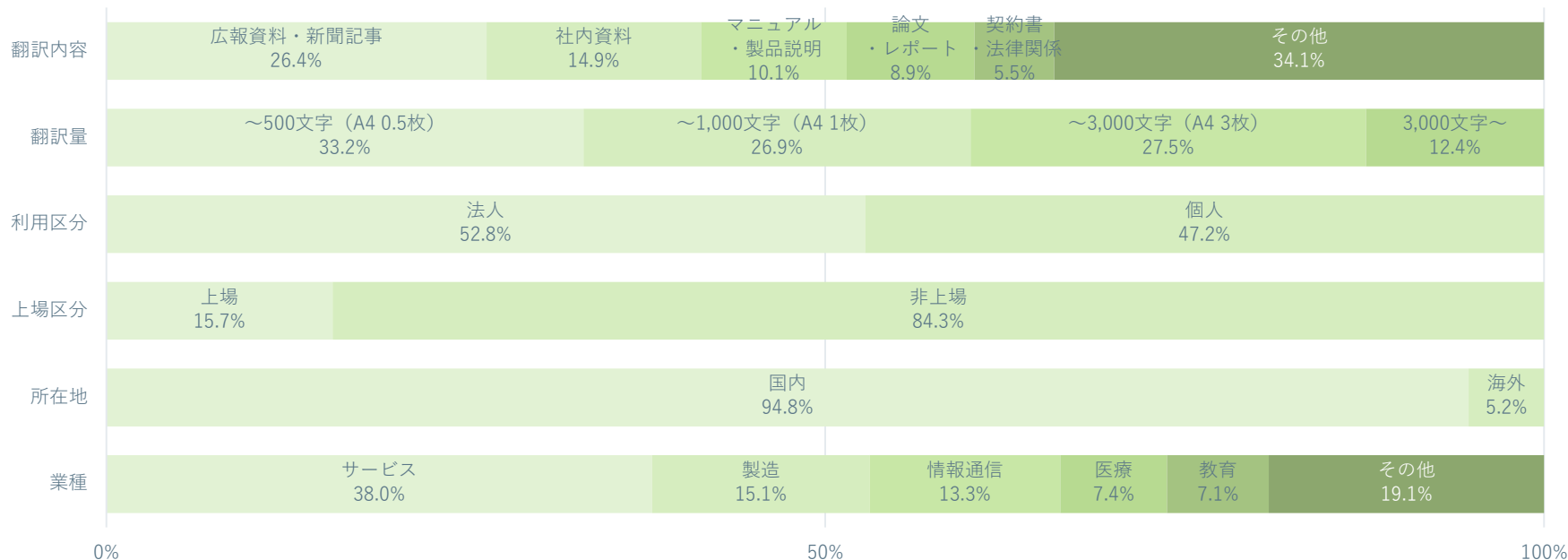
トランススマートは直近合格率わずか2.1%という難関なテストに合格し、研修過程を経た優秀な翻訳者約4,000人を実績によりランク分けし、さらにその中から取得資格や得意分野（業界）等を細かく見ていただくことが出来るため、優秀な翻訳者を簡単に探すことができ、安心してお取引をしていただくことが出来ます。

※ヘルプデスク機能を設け、お客様と翻訳者のサポートを行っています。

また、年々需要が増えてきている多言語翻訳サービスの受付を行っており、世界中で活動中の法人や海外進出企業へのサポートを行っています。

顧客データ

※2021年3月期（2020年4月1日～2021年3月31日）におけるトランススマート利用顧客データに基づき作成しております。



市場規模

一般社団法人日本翻訳連盟発表「2017年度翻訳白書」によると、日本国内における翻訳の市場規模は2,561億円と推計されております。

同調査内において、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46.1%で、80%近くが翻訳収入を維持または増加と答えており、企業の1年後の翻訳受注見通しについても「5 %以上増えると思う」が45.7%と、半数近くの翻訳企業が受注増を予想しています。

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ことが想定されています。