



2025年 事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社 visumo (グロース 303A) | 2025年6月30日

contents

01 | 会社概要・ビジネスモデル

02 | 成長戦略推進への取り組み

03 | 財務サマリー

04 | Appendix

01 会社概要・ビジネスモデル

会社概要

社名	株式会社 v i s u m o
設立	2019年4月
所在地	東京都渋谷区神宮前6-10-11原宿ソフィアビル
代表者	代表取締役社長 井上 純
資本金	2億48百万円
事業内容	ビジュアルマーケティングプラットフォーム の開発、運営

mission

ブランドの **想** いが詰まった
クリエイティブを消費者に **最** 適 な 形で届ける

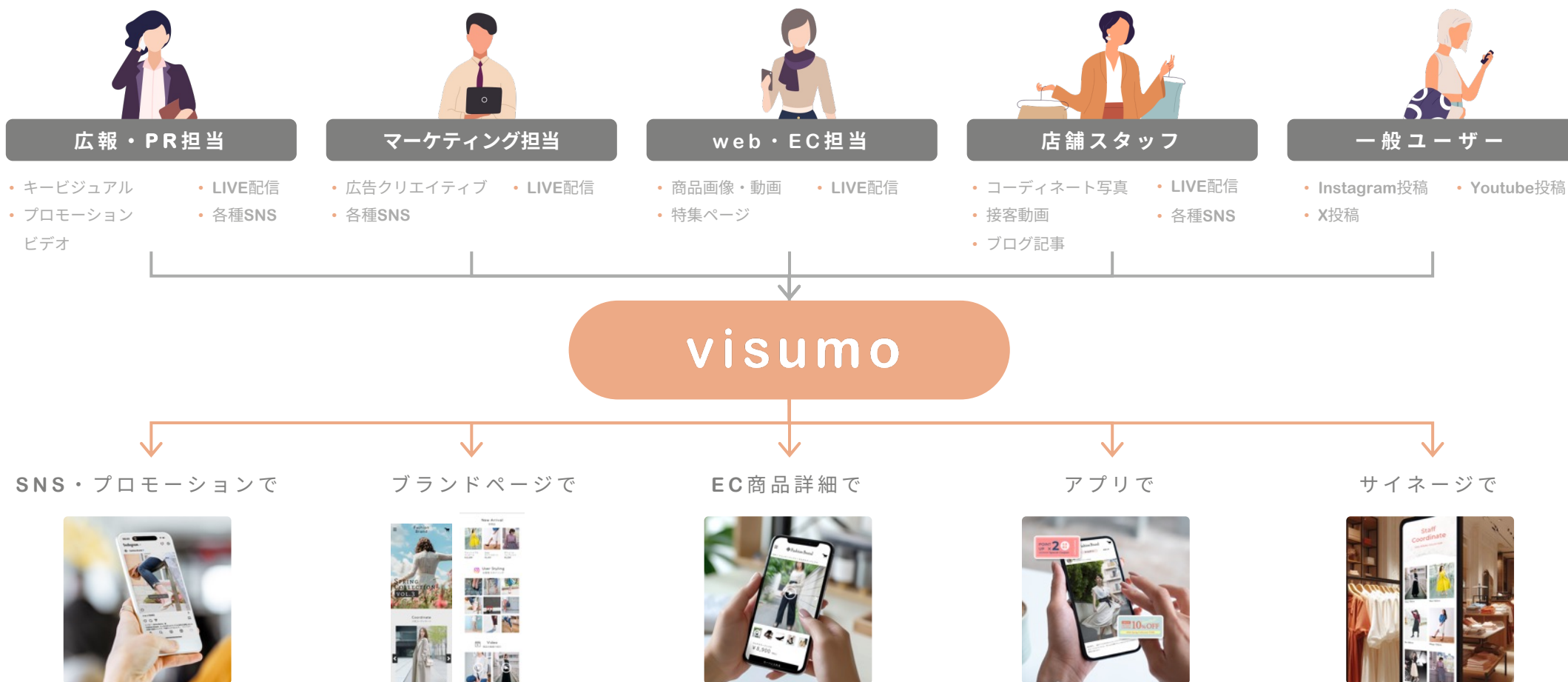
vision

誰でも **簡** 単 に
デジタル活用ができる世界を創る **e a s y**

visumoの課題解決イメージ

ブランドイメージの向上や売上アップを目指し、多様なステークホルダーがクリエイティブ制作に携わる現代。
しかし、管理が分散していることで、生み出されたクリエイティブ資産を最大限に活かしきれていない現状があります。

visumoは、この課題をテクノロジーで解決します。



visumo

とは

※1
CXを向上し、

クリエイティブ活用のROI※2を最大化する

ビジュアルマーケティングプラットフォームです。

導入企業の一例[※]

国内有数の企業が利用

アクティブ社数

676社

apparel



SHIPS

NARUMIYA
INTERNATIONAL



interior / home goods



ACTUS[®]

LOWYA

Rinnai

AfternoonTea
LIVING

4°C

beauty



SHISEIDO
ONLINE STORE

KANEBO

HOUSE OF ROSE

shoes



QIANA

others



LIXIL



food



visumoの特長

1 ワンタグ・ノーコード

専門知識がなくても、タグ1つで多彩な機能をスピーディに実装。
豊富なテンプレートやSNSライクなUIで、誰でも直感的に使用可能

2 幅広いクリエイティブ活用

InstagramやXのUGC、動画、スタッフ投稿、レビューまで、部門横断であらゆる
クリエイティブを一元管理。AIレコメンド等、独自の高度活用も可能

3 クラウドで進化

市場トレンドやノウハウを日々機能化し、クォーター平均8個の新機能をリリース。^{※1}
ISMS取得の堅牢なセキュリティも強み。

4 カスタマーサクセスの支援

専任チームが1to1で伴走サポート。ユーザー満足度99.9%の高評価を獲得。^{※2}

導入企業に提供できる価値

- 受託開発よりも、初期費用・運用費用ともに
低価格・短納期で提供
- ビジュアルデータの一元管理で
業務効率やマーケティング効果の最大化
- 現在使用しているプラットフォームでも
利用ができるため、**簡単実装**が可能
- デザインやコーディングなど
専門知識がない人材でも可能

visumoのクリエイティブ活用プロセス

クリエイティブを簡単に収集・活用し、効果を分析できる。だからこそ、**ROI**を最大化できます

収集

消費者・インフルエンサー・スタッフなどの
UGCやブランド公式の「画像や動画」一元管理



SNS



スマホ



PC



動画



静止画

活用

知識・開発不要で、
新しいwebデザインの実装。
さらに、データ連携で様々なチャネルにも展開

オウンドメディア
には **ワンタグ** を
貼るだけ
簡単実装



オウンド
メディア



アプリ



メール



CRMツール



デジタル
サイネージ

様々なツールへ
データ連携して
活用が可能

分析

クリエイティブ分析起点で、
ユーザーの興味・関心など**インサイト**を可視化し、
PDCAを加速



CVR分析



お気に入り分析



動画分析



店舗・スタッフ分析

visumoが提供している機能群詳細

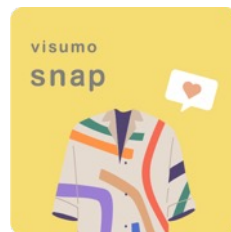
豊富な機能群を自在に組み合わせられるため、
企業ごとの個別課題に最適なクリエイティブ活用を実現できます

visual marketing platform



SNS投稿活用

Instagram、Xの投稿を収集・自社サイトへ掲載。SNS投稿と商品やコンテンツを紐づけ



スタッフ接客活用

スタッフがスマートフォンから投稿し簡単にコンテンツ生成



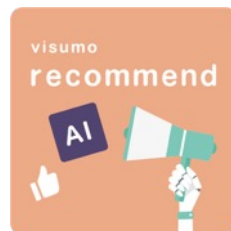
動画活用

ライブ配信動画のアーカイブ、自動軽量化・翻訳化など動画の配信・管理・分析をより簡単に



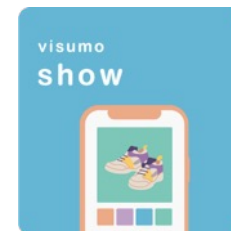
ブログ投稿機能

notionやnoteの様なインターフェースで簡単に記事の作成が可能に



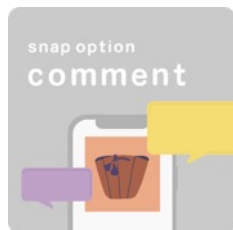
AIによるレコメンド

AIによるパーソナルコンテンツレコメンド。SNSのようなUIを実現



PDP最適化 (Product Detail Page)

PDPのファーストビューを最適化。SNS、動画、コーディネートなどの画像を簡単最適化



商品ページのCMS

スタッフがスマートフォンから投稿、商品情報制作業務（ささげ）の原稿をビジュアライズ



レビュー収集・活用

質の高いレビューを手軽に集められる次世代レビュー活用プラットフォーム。グループのReviCo社と連携

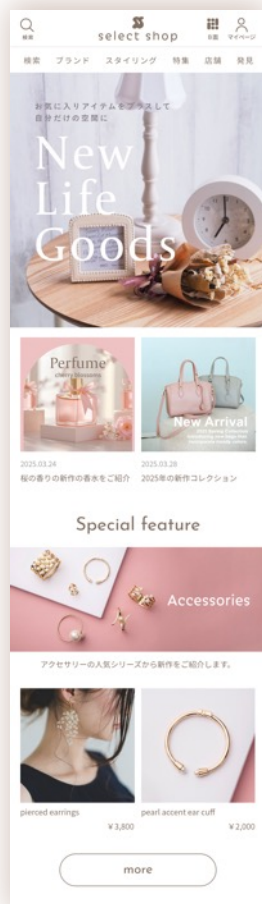


APIによるデータ連携

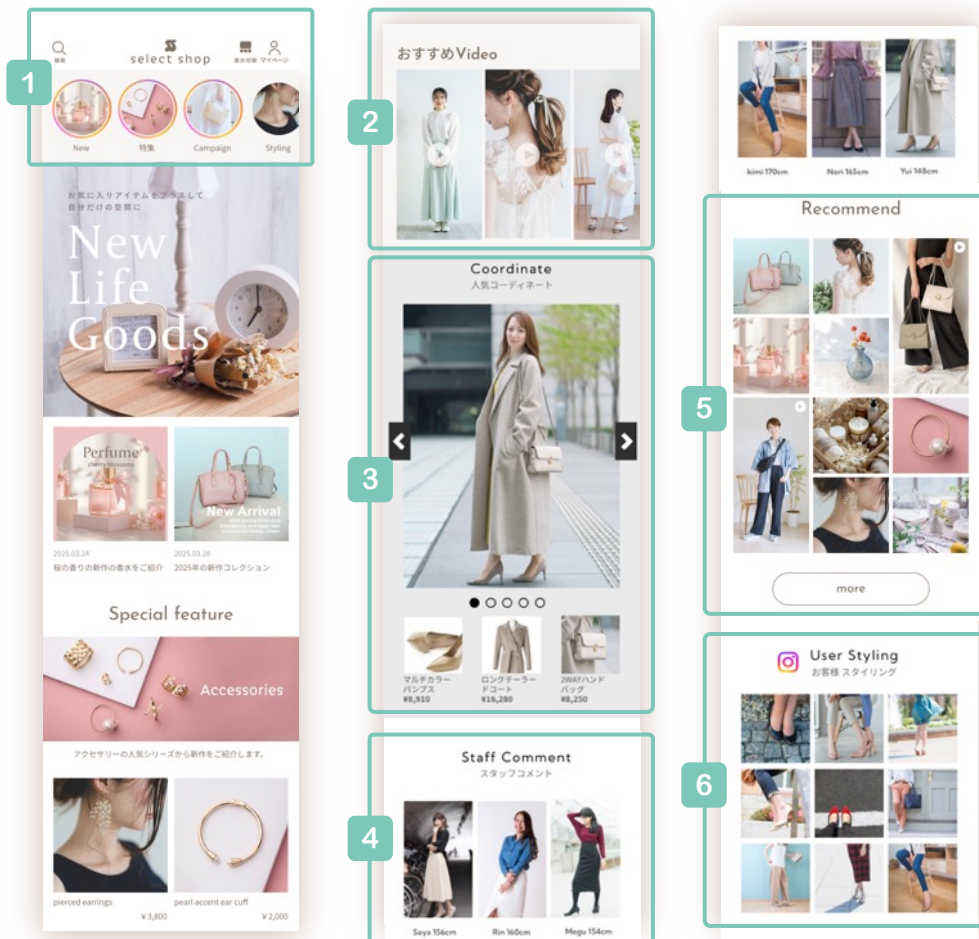
事業者の課題に応じてAPI連携、独自カスタマイズも可能

豊富な機能とテンプレートで、クリエイティブを簡単活用。コンテンツ量は、3倍以上に

導入前



visumo導入後

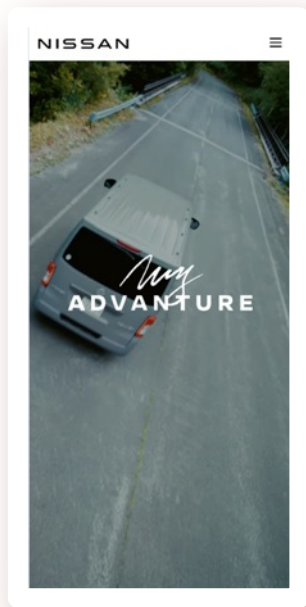


機能・テンプレート一例

- 1 全機能共通テンプレート**
SNSでのストーリーズのようなコンテンツ作成が可能
- 2 動画活用 [visumo video]**
ライブ配信動画のアーカイブなど、自動再生・自動軽量化
- 3 全機能共通テンプレート**
コーディネートと関連アイテムを紐づけて掲載
- 4 スタッフ接客活用 [visumo snap]**
コーディネートを専用フォームから投稿し、コンテンツ掲載
- 5 AIによるレコメンド [visumo recommend]**
ユーザーのクリックや閲覧ページなどの行動履歴とコンテンツの関連性をAI分析し、パーソナルレコメンド。SNSのようなUIを実現
- 6 SNS投稿活用 [visumo social]**
Instagram、Xの投稿を収集・自社サイトへ掲載。
SNS投稿と商品やコンテンツを紐づけ

多様な事業者の課題に対応

ブランディング強化



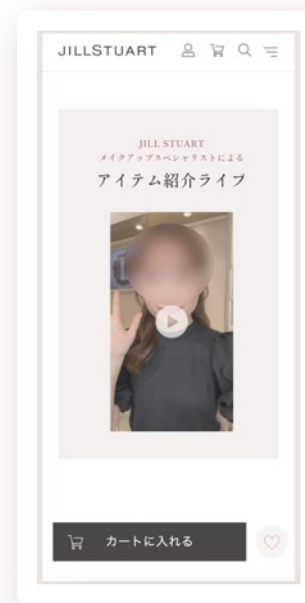
コードコンテンツ強化



アンバサダーマーケ強化



動画コンテンツ強化



スタッフコンテンツ強化



導入企業からvisumoサービスの利用料を課金する サブスクリプションモデルです

初期費用（フロー収益）

基本料金
（アカウント
開設）

+

導入支援

+

オプション

フロー収益は、アカウント開設を含む導入支援に伴う費用および、必要に応じて発生するデザイン調整等の作業代行の費用となります。

+

月額利用料（ストック収益）

月額
ベース費用

+

従量課金

+

オプション

ストック収益は、利用する機能数に応じて月額ベース費用が決定し、visumoで作成したコンテンツのトラフィック量に応じて従量課金が発生します。

02 成長戦略推進への取り組み

サマリー FY27までの中期成長戦略推進へのFY25の取り組み

3つのテーマを軸に、ARPU向上及び新規顧客拡大を推進

FY27までの 中期成長戦略

1

既存顧客 との取引拡大

既に多くの有数企業に利用いただいていることは当社の強みであり、継続的な製品開発により既存顧客へのアップセルを強化します。

2

EC用途以外での 活用促進

2024年度にリリースする多くの新機能はEC事業以外のマーケティング強化にも活用ができ、中期にEC関連市場以外での顧客獲得を強化します。

3

製品開発力の強化

開発人材の増員を継続し、製品開発力の強化と品質面の向上を図ります。加えて生成AI関連技術を取り組んだ新機能リリースに向けて研究開発を推進していきます。

FY25の 戦略推進への 取り組み

- AIレコメンド機能の拡販が好調
- 商品詳細ページの購入率を向上させるEC事業者向け新機能をリリース
- 織研新聞社主催ファッションECアワード3回目の受賞

- EC用途以外の契約が順調に推移
自治体、観光、製造業を中心に
導入企業が増加
- アプリプラットフォームでの
visumo導入

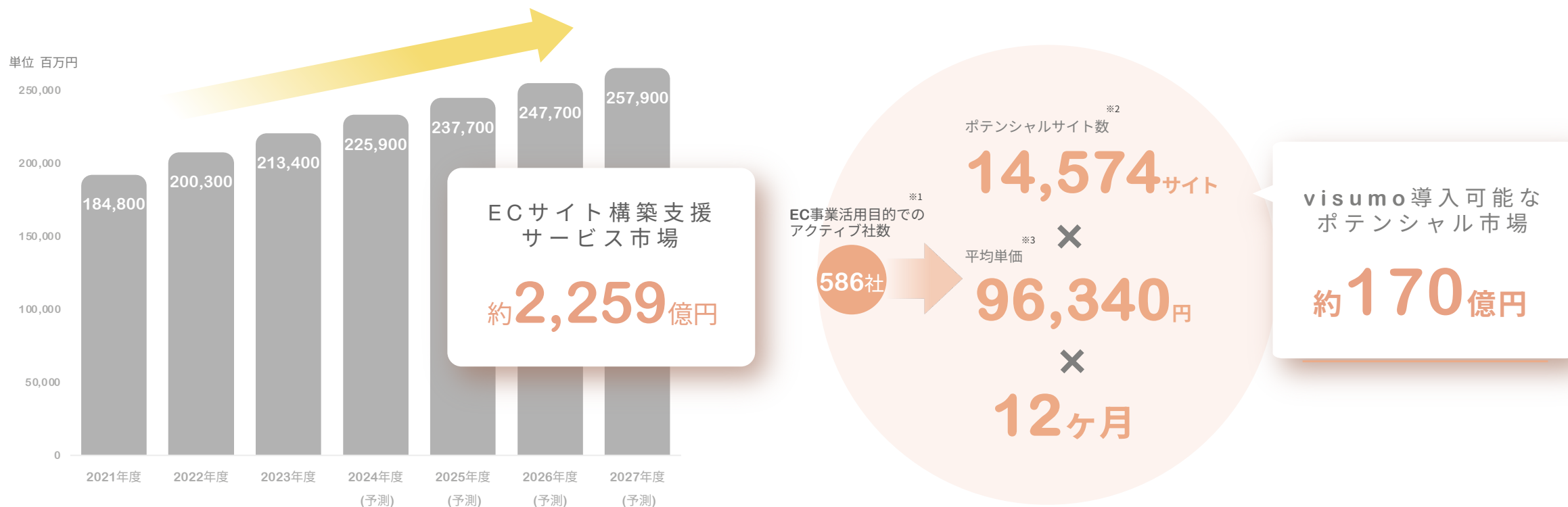
- 3つの機能リリースと
サービス連携で機能強化
- エンジニアリング部門にVP of
Engineeringを新たに採用。
更なる開発体制の強化へ

1 既存顧客との取引拡大

既存顧客の深耕に関わる市場動向

既存顧客の多くはECサイトの売上アップを目的としてvisumoサービスを活用いただいております。

関連市場として「ECサイト構築支援サービス市場」に属すると捉えており、マーケットサイズは引き続き伸長することが見込まれております。更にターゲットとする顧客層および単価による**潜在市場規模は約170億円と想定**しております。

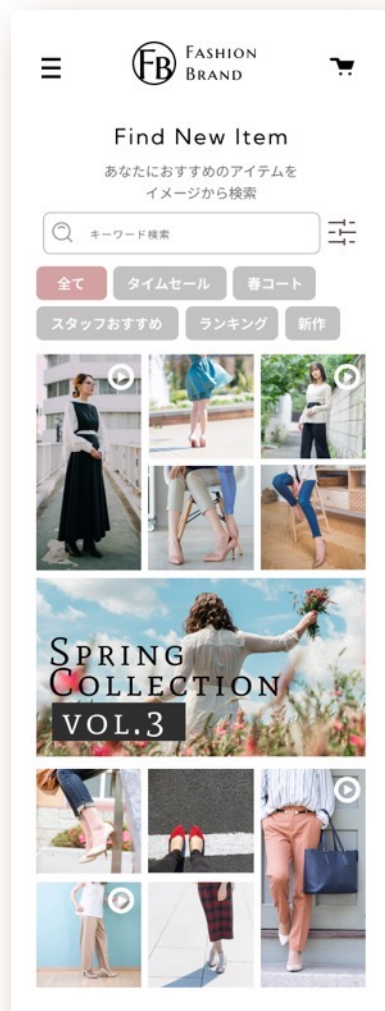


出典：矢野経済研究所 ECサイト構築支援サービス市場に関する調査を実施（2024年）2024年予測

※1 2025年3月期 第2四半期のアクティブ社数 ※2 パッケージで構築された国内EC事業者数 出典 eccLab「【2023年最新版】国内のECサイト・ネットショップの総稼働店舗数」よりカスタマイズ内容により大きく金額が異なるオープンソースサービスの導入数を除く ※3 2025年3月期 第2四半期のARPU

1 既存顧客との取引拡大

2024年夏リリースの「visumo recommend」の拡販が好調



AIによる パーソナライズ レコメンド [visumo recommend]

ECサイトの回遊を高める
新しいコンテンツの
見せ方として好評いただいております、
機能リリース後に既存クライアント
からの追加契約も増えております。

visumo snapやvideoに次ぐ
アップセルを担う機能として、
既存顧客へ営業を強化していきます。



FY25の戦略推進への取り組み

AIによるレコメンド機能が好調に推移しており、
「新たな商品との出会い」や「サイト回遊性向上」
「購入率向上」の効果を期待できます。
今後もプロダクトの差別化ポイントとして
成長が期待されます。

導入企業の一例

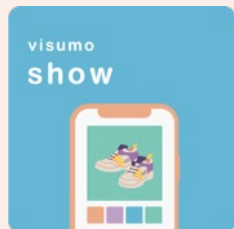


R A N D A



BAROQUE JAPAN LIMITED

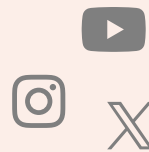
※ visumo recommendはvisumoによって収集したユーザーの行動データをAIによる機械学習で分析し蓄積されたコンテンツをユーザーにパーソナライズされた形でレコメンドできる機能



商品詳細ページの ファーストビューを最適化 [visumo show]

UGC・動画・スタッフコーディネートなどを
“ファーストビュー”に簡単反映、購入率の最大化へ

ECサイトの商品詳細ページに多様なビジュアルを集約・表示できる新機能。従来は素材の掲載や表示順調整に手間やコストがかかり、売上への貢献度も可視化できなかったが、「visumo show」ならUGCや動画などを直感操作でファーストビューへ反映



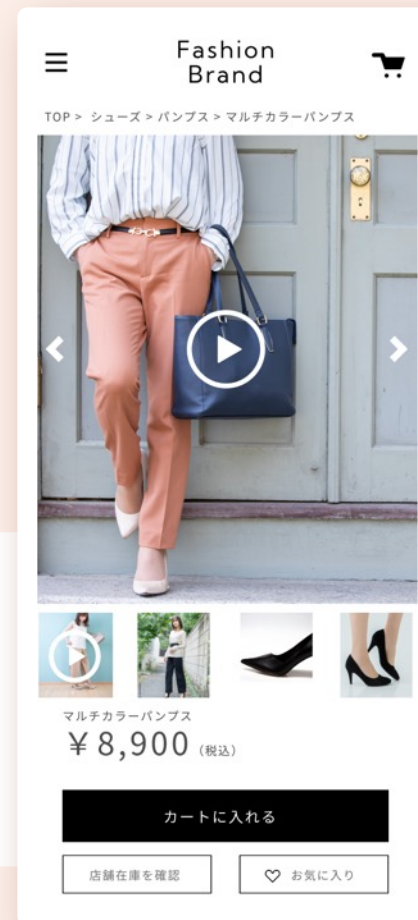
売上に効く
ビジュアルを、
効果を見ながら直感
操作で最前面へ



スタッフ
投稿動画



スタッフ
投稿画像



Instagram
ユーザー
レビュー



公式
Instagram

織研新聞社主催の 「ファッションECアワード」にて、 visumoがサポート賞を受賞

「サポート賞」は、導入して効果があった、今後導入したい支援サービスに贈られ、**約100社のファッション企業・ITベンダー企業のアンケートをもとに毎年選出**されます。

visumoの同アワードのサポート賞受賞は、
2022年・2024年に続き、今回で3回目となります。



●「サポート賞」選定企業の一例

ファーストリテイリング、三井不動産、阪急阪神百貨店、大丸松坂屋百貨店、高島屋、そごう・西武、東急百貨店、パルコ、京王百貨店、アンドエスティ、ユナイテッドアローズ、ベイクルーズ、アーバンリサーチ、ジーンズ、ゴールドウイン、ワークマン、ワコールHD、ナルミヤ・インターナショナル、ジュン、ビームス、三陽商会、ルミネ、パル、バロックジャパンリミテッド、ハニーズHD、クロスプラス、エース、イトキン、グンゼ、土屋鞆製造所

●「サポート賞」選出理由

売上への貢献

「スタッフ投稿を経由したEC売り上げが増えており、その貢献が評価」

顧客体験の向上

「スマートフォンユーザーが慣れ親しむSNSのようなUIを実現する『フィードモダルトEMPLATE』を機能拡張するなど顧客体験を向上させた」

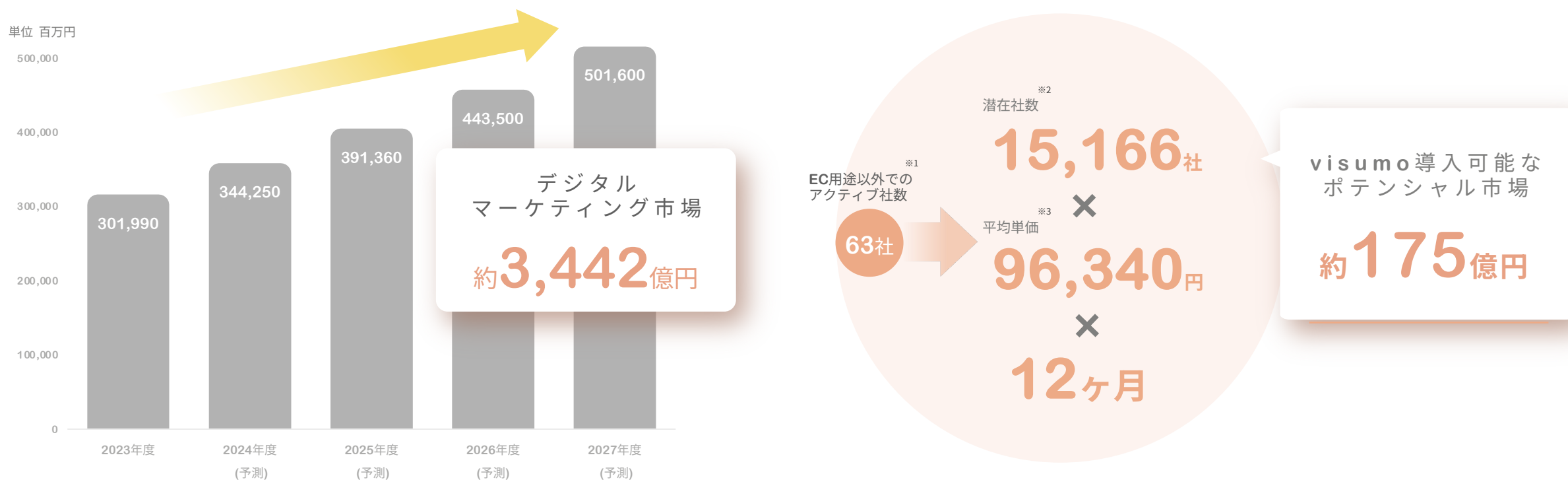
「コンテンツの充実や、良質な購買体験の提供に寄与し、LTV向上を図るサービス」

引用元：織研新聞社 <https://senken.co.jp/posts/ec-award-250528>

2 EC用途以外での活用促進

EC用途以外でのvisumoサービス活用の拡大を狙う

EC用途以外の事例が増加傾向にあるため、広告宣伝施策の幅を広げ、新規顧客獲得を推進していきます。
加えて既存顧客の深耕強化で開発している機能はEC用途以外の事業者でも幅広く活用できる機能であり、
各社のCRM強化にも繋がることから、成長市場である「デジタルマーケティング市場」にも関連し成長ポテンシャルを有します。



出典：矢野経済研究所 デジタルマーケティング市場に関する調査を実施（2024年）

※1 2025年3月期 第2四半期のアクティブ社数 ※2 出典 経済産業省 令和3年経済センサスより売上100億円以上のターゲットとなり得る業種での企業数（対象：建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業、医療、福祉、複合サービス事業） ※3 2025年3月期 第2四半期のARPU

2 EC用途以外での活用促進

EC用途以外でのvisumoの活用事例

すでに製造業・飲食業・自治体での導入実績があり、今後広告宣伝施策の幅を広げることで新規顧客獲得が見込めます。

他にも、商業施設や学校等の教育機関など幅広い業種でのポテンシャルもあります。



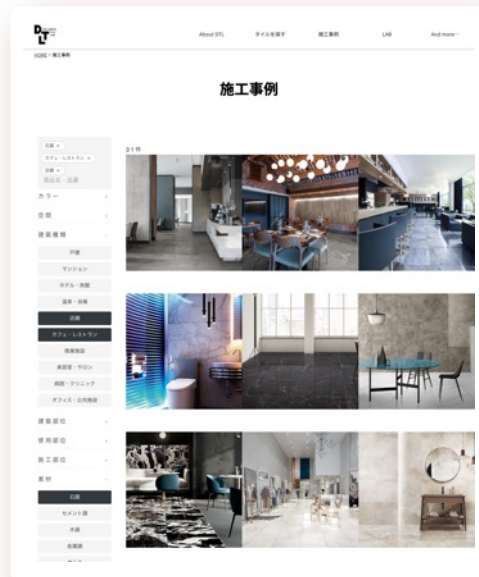
FY25の戦略推進への取り組み

自治体、観光、
製造業を中心に
導入企業が増加

※
+ 18 社

※ 2024年3月期 第2四半期から2025年3月期 期末で増加したアクティブ社数

製造業での活用



LIXIL

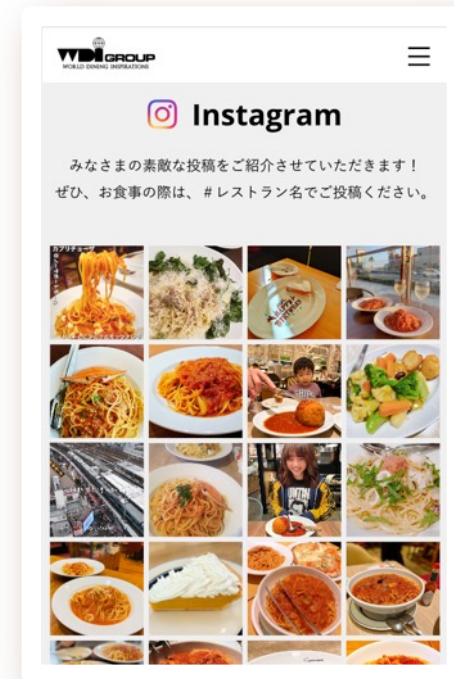
リクシル様のタイル事業部では施工会社向けに事例集をvisumoで運用しています。

自治体の観光誘致での活用



観光地での体験や飲食店での体験などのUGCを自社サイトへの掲載をvisumoで運用しています。

飲食業界での活用



2 EC用途以外での活用促進

デジタルマーケティングを支援する他社とのアライアンスを強化

連携先でもコンテンツを表示する
領域が増えることで、

ストック売上を構成する従量課金の向上も期待

コンテンツレコメンド機能や新しい見せ方が可能となるテンプレート
に加え、お気に入り登録機能等でトラフィックデータとコンテンツの
興味関心の情報をさらに取得します。

これらのインサイト情報をCDP/CRMツールと連携して、
事業者のCRM強化提案を図り、visumoサービスのソリューション
の幅を広げていくことが可能となります。

[連携対象となり得る他社ソリューション例]

MA
ツール

接客
ツール

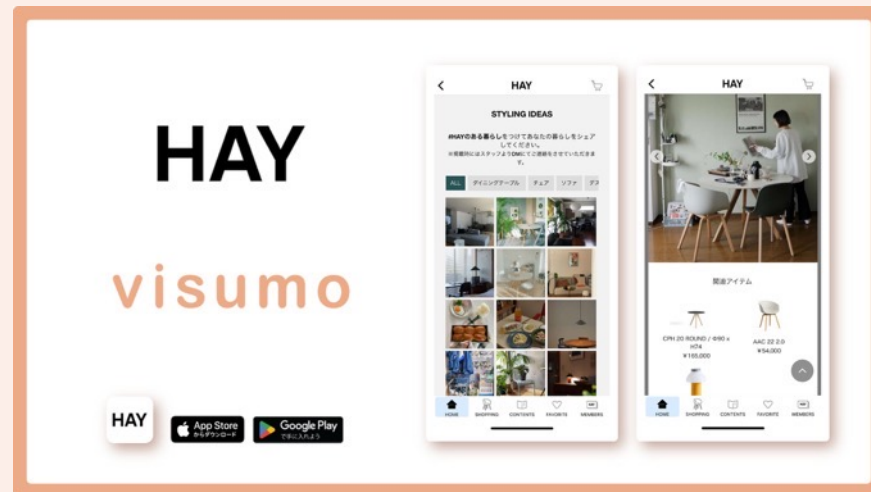
アプリ
ツール

CDP
ツール

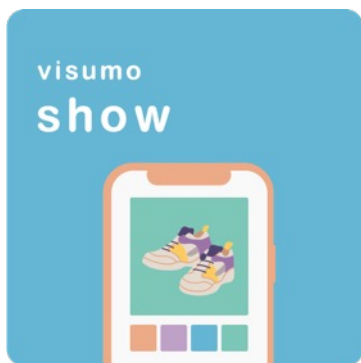
FY25の戦略推進への取り組み

アプリプラットフォームを提供する「ヤプリ」と
連携。北欧発のインテリアプロダクトブランド
「HAY（ヘイ）」の公式アプリにでのUGC活用を
支援。

引用元：当社プレスリリース



EC運営を強化する事業者向けの商品詳細最適化機能や、EC用途以外にも活用できるレビュー収集・ブログ投稿・ストーリーズ風まとめ表示など新機能をリリース



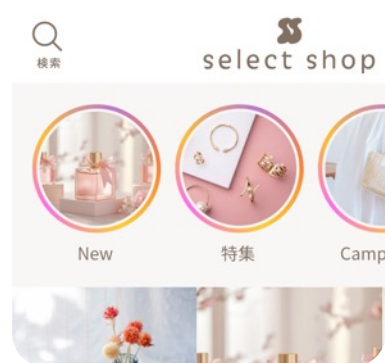
PDP最適化 (Product Detail Page)

PDPのファーストビューを最適化。
SNS、動画、コーディネートなどの
画像を簡単最適化



ブログ投稿機能

notionやnoteの様なインターフェー
スで簡単に記事の作成が可能に



多彩なテンプレート

ノーコードで自社サイトをSNSのUI
化。SNSでのストーリーズのような
コンテンツ作成が可能



レビュー収集・活用

質の高いレビューを手軽に集められる
次世代レビュー活用プラットフォーム。
グループのReviCo社と連携

3 製品開発力の強化

エンジニアリング部門にVP of Engineeringを新たに採用。
更なる開発体制の強化へ

2025年3月より VP of Engineeringとして 渡邊 健太氏が参画

技術部門全体を統括し、
エンジニアの採用、育成、評価、
組織の運営などを担当。

渡邊 健太 プロフィール

2004年に株式会社ecbeingに中途入社。エンジニア、プロジェクトマネージャーとして数多くのECサイト開発プロジェクトに参画。2010年からは同社プロダクト開発部門の責任者として、ECサイト構築プラットフォーム「ecbeing」をはじめとした自社プロダクトの開発全体を統括。

2021年12月株式会社ギフティに参画。技術部門横断のエンジニアリングマネージャーを経て2025年3月より株式会社visumoに参画。Scrum Inc. 認定スクラムマスター/認定プロダクトオーナー。



成長戦略サマリー

- 引き続きEC事業者への営業強化により収益基盤を強固なものとし、
- EC用途以外の利用促進を加え、ARPU向上と新規顧客拡大を達成し、事業拡大を目指します。

機能開発を強化しARPUを向上

2021年3月末時点から
2023年末時点で
ARPUは約**150%**の成長

開発強化で新たな収益の柱を構築

- FY25中に生成AI関連機能リリース、継続した生成AI機能の研究開発を実施
- 業態を問わないCRM機能の強化でARPUの向上
- エンジニア人材採用強化

PLGモデルを確立し海外展開強化

EC用途以外の営業強化

- 広告宣伝強化（マーケティング業界の展示会、講演イベント・ネットワーキングイベントへの積極参加）
- デジタルマーケティングを支援する他社とのアライアンスを強化
- コンサルティング経験者やソリューション営業経験者などの人材獲得に注力

EC関連市場での成長

- visumo recommendの拡販強化
- 新テンプレート・オプション機能のリリースによるARPU向上
- 自社イベント開催・顧客交流会実施など、販売促進アプローチの強化

visumo social
リリース

visumo video、snap
リリース

visumo recommend
リリース

ポテンシャル市場
約**175**億円

ポテンシャル市場
約**170**億円

2019

2021

2024

2025

2027

長期～

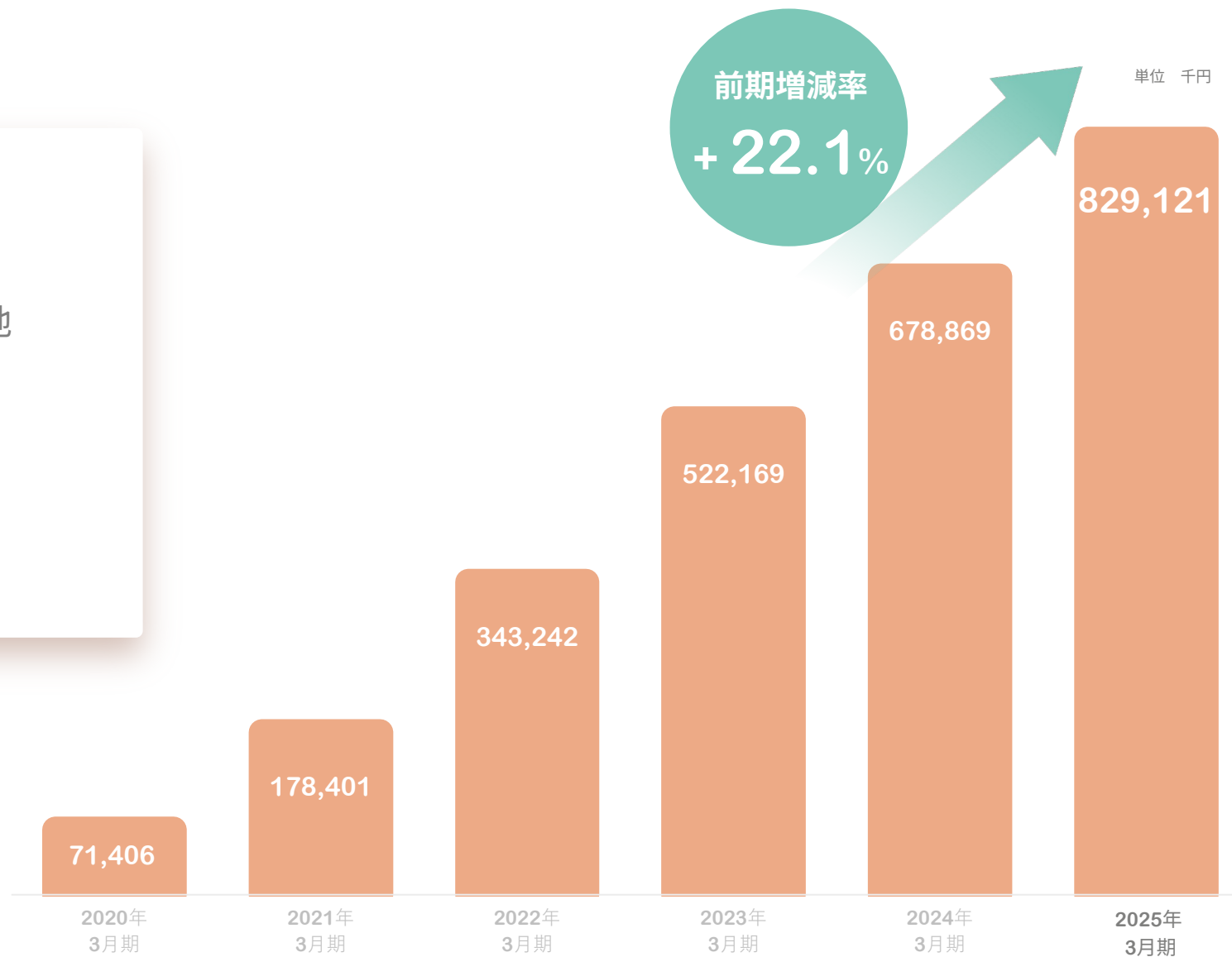
03 財務サマリー

売上高 2025年3月期（通期）

2025年3月期売上高は

前期増減率 **+22.1%** で着地

新規顧客の拡大、既存顧客の
ARPUの向上により売上高を
伸ばし業績予想を達成



業績サマリー 2025年3月期（通期）

売上高・営業利益・経常利益いずれも、業績予想を上回る水準で通期計画を達成しました。

単位 千円	2024年3月期	2025年3月期			
	実績	通期予想	実績	前期増減率	通期予想増減率
売上高	678,869	821,200	829,121	+22.1%	+1.0%
営業利益	18,659	73,100	79,987	+328.7%	+9.4%
経常利益	19,852	58,100	67,772	+241.4%	+16.6%
当期純利益	12,333	41,100	48,907	+296.5%	+19.0%

売上原価・販売管理費 2025年3月期（通期）

概ね計画通りのコストコントロールにより、利益創出を実現。社員の増員により人件費は増加。効率の良い採用活動により採用費は抑制。広告宣伝費は、より効果的な施策に厳選したことにより、前期同水準となりました。

単位 千円	2024年3月期	2025年3月期	
	実績	実績	前期増減率
売上原価	219,707	271,280	+23.5%
人件費	101,057	137,883	+36.4%
販売管理費	440,501	477,853	+8.5%
人件費	203,689	241,303	+18.5%
採用費	28,576	17,490	▲38.8%
広告宣伝費	88,386	85,801	▲2.9%
研究開発費	2,120	8,407	+296.5%

貸借対照表、キャッシュ・フロー計算書 2025年3月期（通期）

貸借対照表

	2024年3月期	2025年3月期
単位 千円		
流動資産	324,000	453,359
固定資産	188,326	242,545
資産合計	512,326	695,904
流動負債	121,347	151,327
固定負債	16,593	23,967
負債合計	137,940	175,295
純資産合計	374,385	520,609
自己資本比率	73.0%	74.7%

キャッシュ・フロー計算書

	2024年3月期	2025年3月期
単位 千円		
営業活動による キャッシュフロー	88,838	125,765
投資活動による キャッシュフロー	△76,583	△107,259
財務活動による キャッシュフロー	—	97,050
現金および現金同等物 の期末残高	231,751	347,308

業績ハイライト 2025年3月期 第4四半期決算

売上高

216,807千円

前年同四半期
増減率

+ 22.2%

ストック売上

183,938千円

ストック
売上比率

84.8%

アクティブ社数

676社

前年同四半期
増減

+ 50社

ARPU

104,072円

前年同四半期
増減

+ 11,000円

グロスレベニュー
チャーンレート（解約率）

0.98%

※2025年3月期 第4四半期

※ストック売上：オプションを含めた固定の月額費用であるストック売上（リクエスト数等に応じた従量課金を含まない売上） ※ストック売上比率：売上高に占めるストック売上の割合

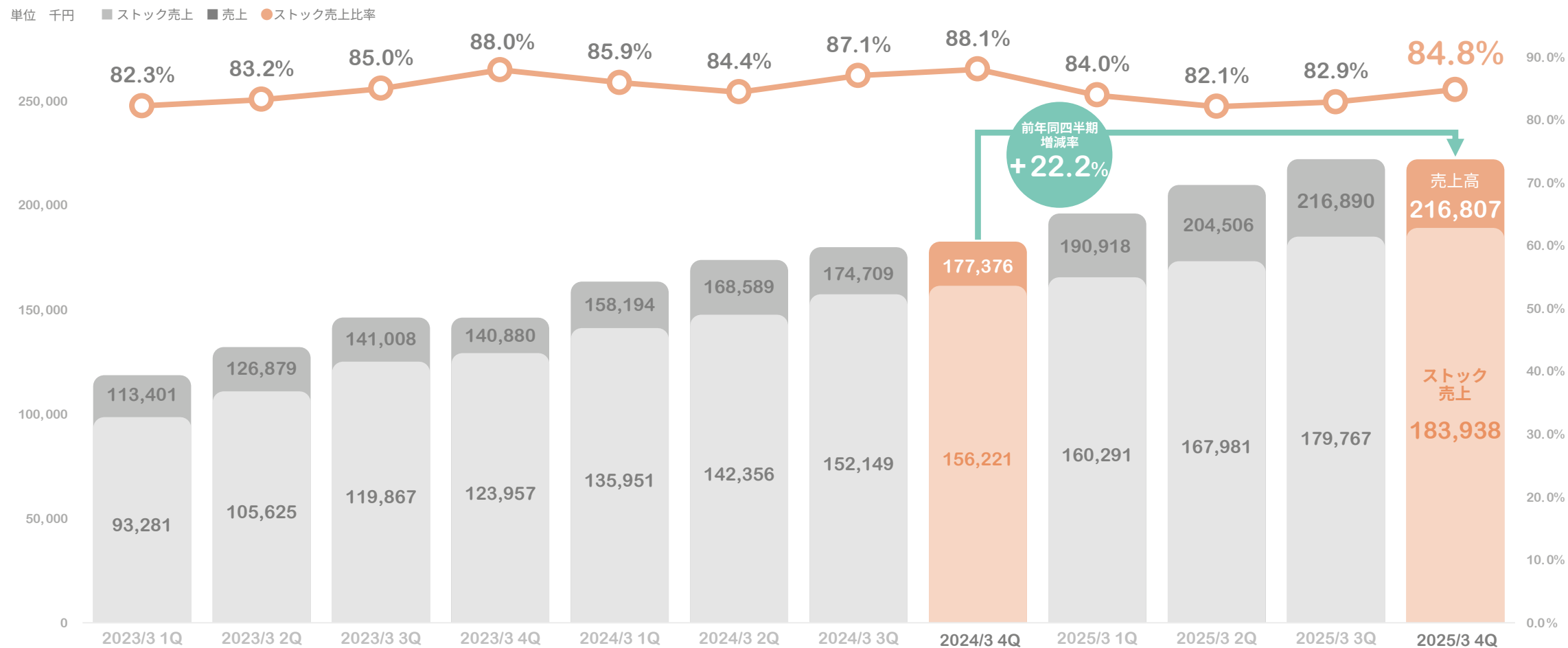
※アクティブ社数：四半期末における契約中の社数 ※ARPU：1社あたりの四半期平均売上

※グロスレベニューチャーンレート（解約率）：月末ストック売上に占める当月解約額（前月解約による当月ストック減収額）の割合であり、四半期の平均値

売上高 / ストック売上 / ストック売上比率 ※

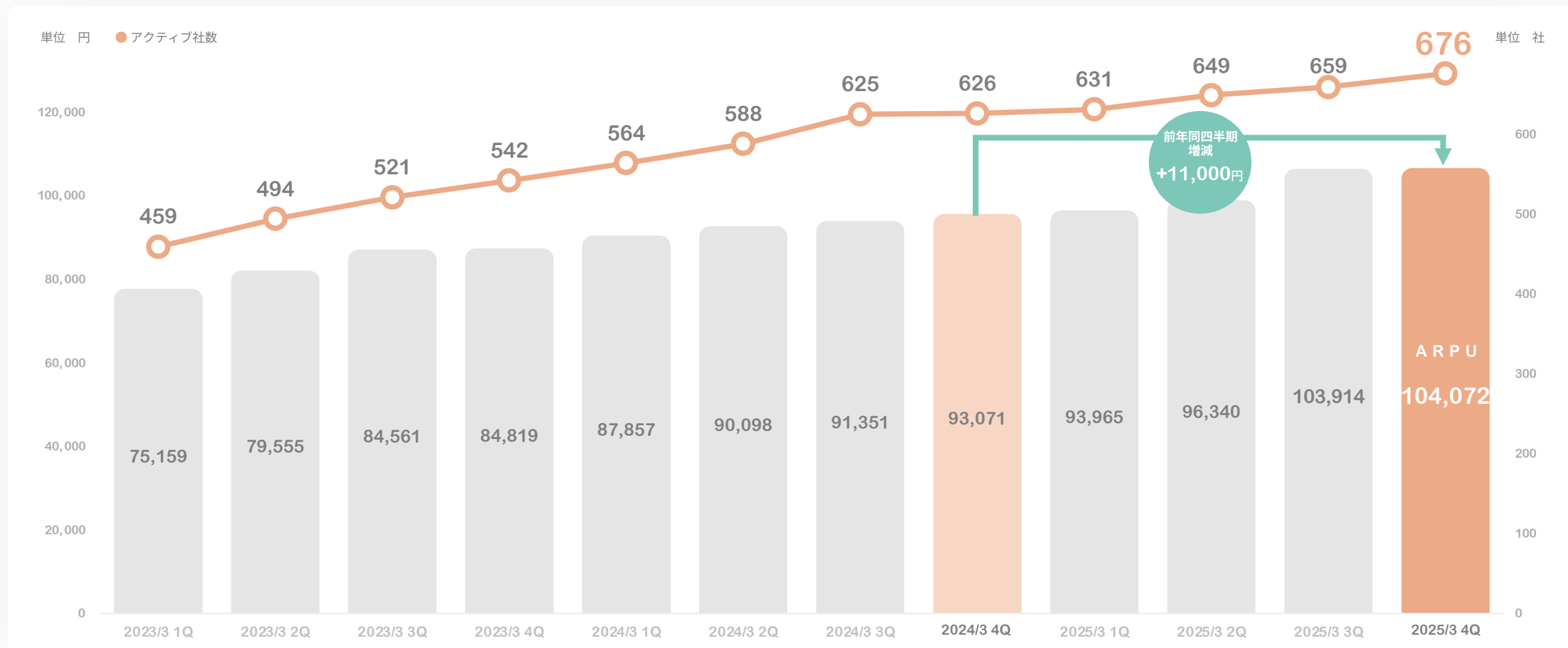
新規顧客獲得と既存顧客へのアップセルにより、売上高は前年同四半期増減率で+22.2%となりました。

ストック比率は第4四半期は84.8%で着地し、前年四半期実績から同水準での推移となっています。



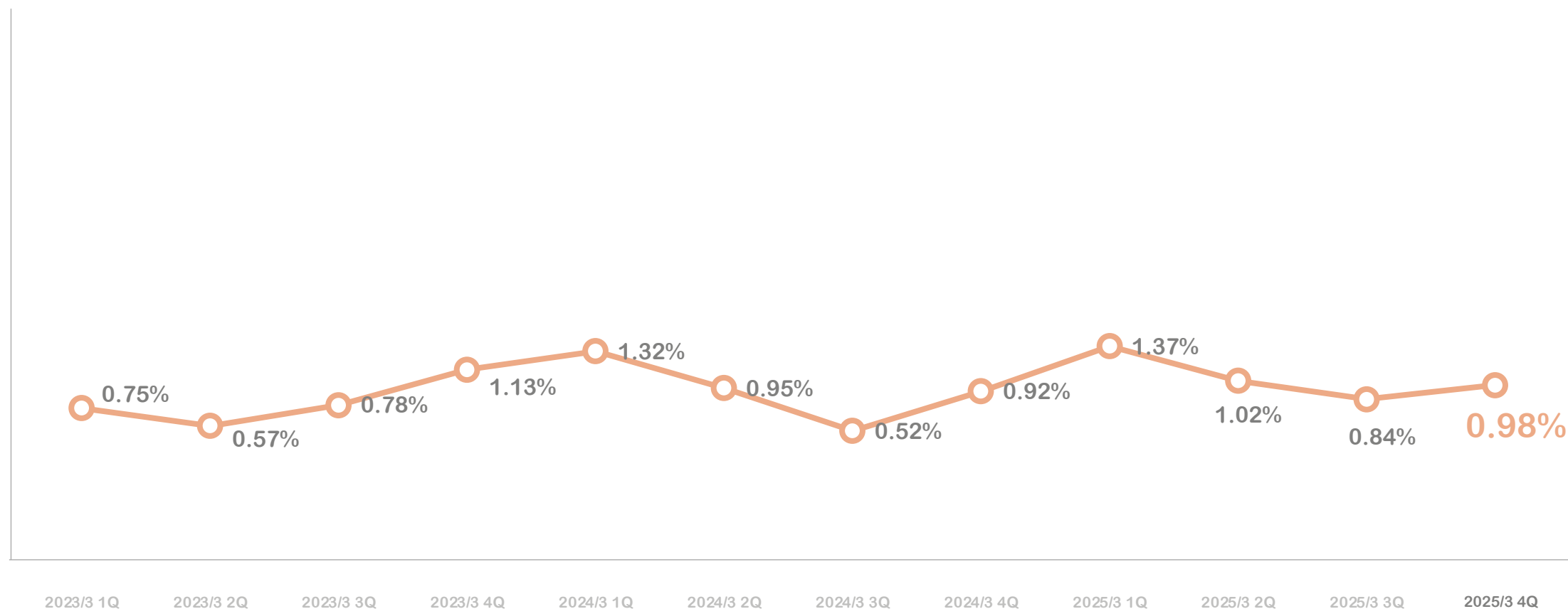
アクティブ社数 / ARPU ※

EC用途以外へのアプローチと、既存顧客へのアップセルによりアクティブ社数・ARPUともに増加しました。



グロスレベニューチャーンレート（解約率）※

解約率は通期平均で1%前後と低解約率で推移しました。



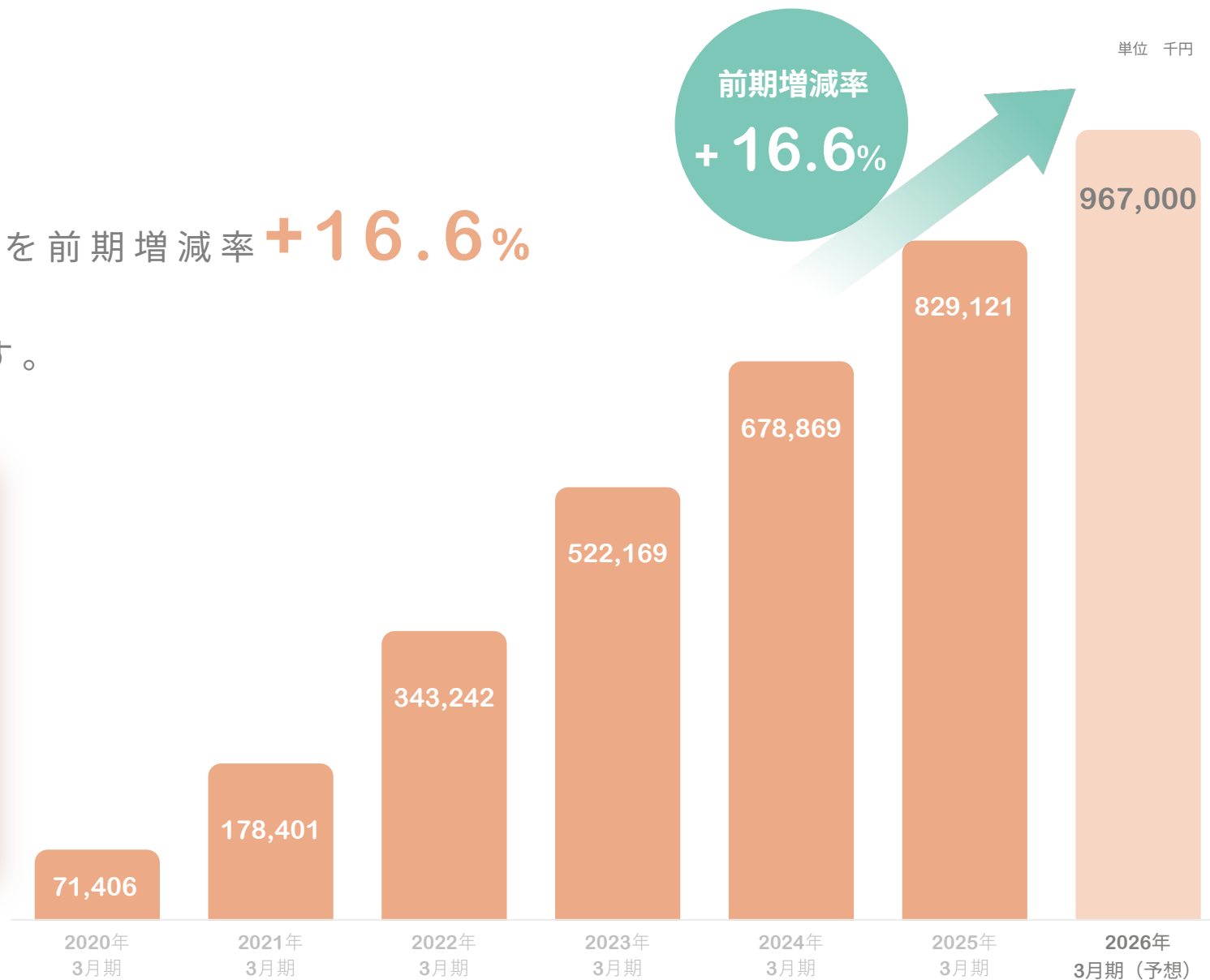
2026年3月期 業績予想

2026年3月期の業績予想は売上高を前期増減率 **+16.6%**

967,000千円を目指します。

3つのテーマを軸に、
ARPU向上及び新規顧客拡大を推進

- [1] 既存顧客との取引拡大
- [2] EC用途以外での活用促進
- [3] 製品開発力の強化



2026年3月期 業績予想

売上高は前期に続き、新規顧客の拡大および既存顧客のARPUの向上により、前期比+16.6%の増収、経常利益は前期比+25.4%の増益。引き続き製品開発および人材獲得への投資を行います。

	2023年	2024年	2025年	2026年	
	実績	実績	実績	予想	前期成長率
単位 千円					
売上高	522,169	678,869	829,121	967,000	+16.6%
営業利益	13,599	18,659	79,987	85,000	+6.3%
経常利益	12,848	19,852	67,772	85,000	+25.4%
当期純利益	9,573	12,333	48,907	59,500	+21.7%

売上原価・販売管理費 2026年3月期（計画）

引き続き製品開発および人材獲得への投資により、人件費、採用費、研究開発費の増加を計画。

単位 千円	2025年3月期	2026年3月期（計画）	
	実績	計画	前期増減率
売上原価	271,280	343,300	+26.5%
人件費	137,883	194,900	+41.4%
販売管理費	477,853	538,700	+12.7%
人件費	241,303	287,948	+19.3%
採用費	17,491	28,700	+64.1%
広告宣伝費	85,802	76,500	▲10.8%
研究開発費	8,407	12,600	+49.9%

04 appendix

経営メンバー・沿革

経営メンバー



井上 純 代表取締役社長

(株)ネクストソリューションズに入社。その後、(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社し、同社子会社の(株)ecbeingにてビジュアルマーケティングの新サービスとして「visumo」をリリース。
2019年4月に(株)ecbeingから会社分割して当社を設立し、現在に至る。



千林 正太郎 常務取締役

(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社。その後、同社の子会社の(株)エイトレッドで営業部門の責任者を務める。(株)セールスフォース・ドットコム(現(株)セールスフォース・ジャパン)を経て、当社に入社。



見城 壮彦 取締役

(株)ソフトクリエイイト（現 (株)ソフトクリエイイトHD）に入社。その後、同社の子会社の(株)ecbeingで開発部長としてマネジメントを経験、(株)ソフトクリエイイトHDでは経営管理を経て、当社に入社。



團 桂一 監査役

日本電気コンピュータシステム(株)（現 NECネクサソリューションズ(株)）に入社。その後、SI、ソフトウェアベンダーや通信等国内外のIT企業を経験。(株)エイトレッドにおいて新規上場を経験し、当社入社。

非常勤役員

林 雅也 取締役会長

社外役員

甲斐 真樹 社外取締役

石川 憲和 社外取締役

三木 正志 社外監査役

矢澤 憲一 社外監査役

2017

2017 / 9

株式会社ecbeingが開発した
ビジュアルマーケティング
プラットフォーム
「visumo」の提供開始



2019

2019 / 4

東京都渋谷区に資本金25,000
千円で株式会社visumoを設
立。株式会社ecbeingのビ
ジュアルマーケティングプ
ラットフォーム事業を会社分
割により承継

2021

2021 / 4

新機能「visumo video」
「visumo snap」
をリリース



2021 / 12

「インスタグラム連携 UGC活用
ツールシェアNo.1」獲得

※日本マーケティングリサーチ機構調べ

2022

2022 / 1

第三者割当増資により株式会
社ソフトクリエイトホール
ディングスが資本参加し、資
本金を200,000千円に増資

2022 / 5

織研新聞社主催 ファッションEC
アワードにて「サポート賞」を
受賞

サポート賞...「効果が高いまたは
今検討しているEC支援ツール」

2022 / 7

日本マイクロソフト社主催
「マイクロソフト ジャパン
パートナーオブ ザイヤー
2022」にて
「Retail & Consumer Goodsア
ワード」を受賞



2023

2023 / 2

初の自社イベント
「visumo day 2023」
を開催

2023 / 9
ISMS取得



営業部門と開発、運用部門において

2024

2024 / 2

織研新聞社主催
ファッション
ECアワードにて
「サポート賞」を受賞

2024 / 8

新オプション機能「visumo
recommend」をリリース



2024 / 12

東京証券取引所
グロース市場上場



2025

2025 / 4

新機能「visumo blog」
をリリース



2025 / 5

織研新聞社主催
ファッション
ECアワードにて
「サポート賞」を受賞



2025 / 6

新機能「visumo show」
をリリース 予定



04 appendix

競争力の源泉

競争力の源泉



リサーチ力

幅広い業種業態の国内有数企業が取引先であることから、マーケティング業界の新しいニーズを捉えるためヒアリングが可能である



開発力

エンジニアリング体制を拡大させ、マーケットから求められる新機能開発や機能改善を繰り返し、プロダクトの価値向上を図っている

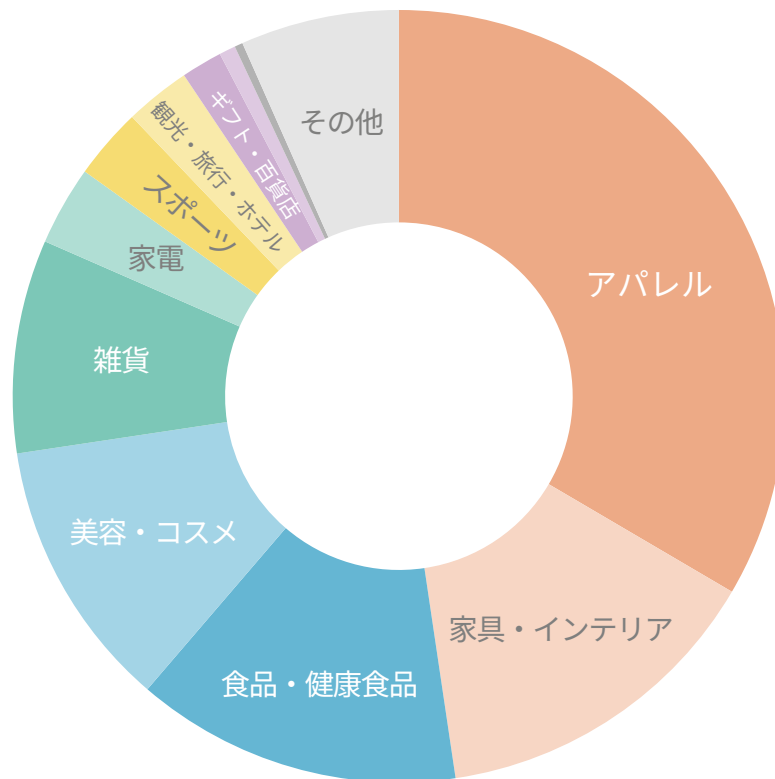


サポート力

お客様のツール活用を最大化するために、導入から活用の定着まで手厚いカスタマーサクセス体制を構築している

幅広い業界での利用実績

■ アパレル	33.4%
■ 家具・インテリア	14.2%
■ 食品・健康食品	13.6%
■ 美容・コスメ	11.3%
■ 雑貨	8.9%
■ 家電	3.3%
■ スポーツ	3.0%
■ 観光・旅行・ホテル	2.7%
■ ギフト・百貨店	1.7%
■ アウトドア	0.7%
■ メガネ・コンタクト	0.3%
■ その他	6.6%



導入企業の半数以上が年商30億円超

56.2%

※ 2025年3月期 期末 アクティブ社数での割合。帝国データバンク（最新期業績売上高レンジ）から推測

※ 2025年3月期 期末 アクティブ社数での導入企業 業種内訳

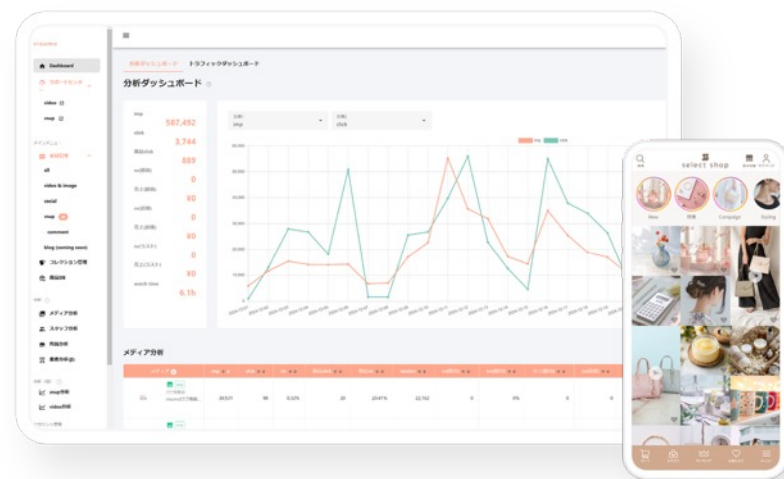
競争力の源泉 [開発力]

機能開発・改善を繰り返す体制

カスタマーサクセスと連携し、市場トレンドやノウハウを日々機能化。
多様な収集コンテンツを横串活用できる強みを活かした機能改善を実施。

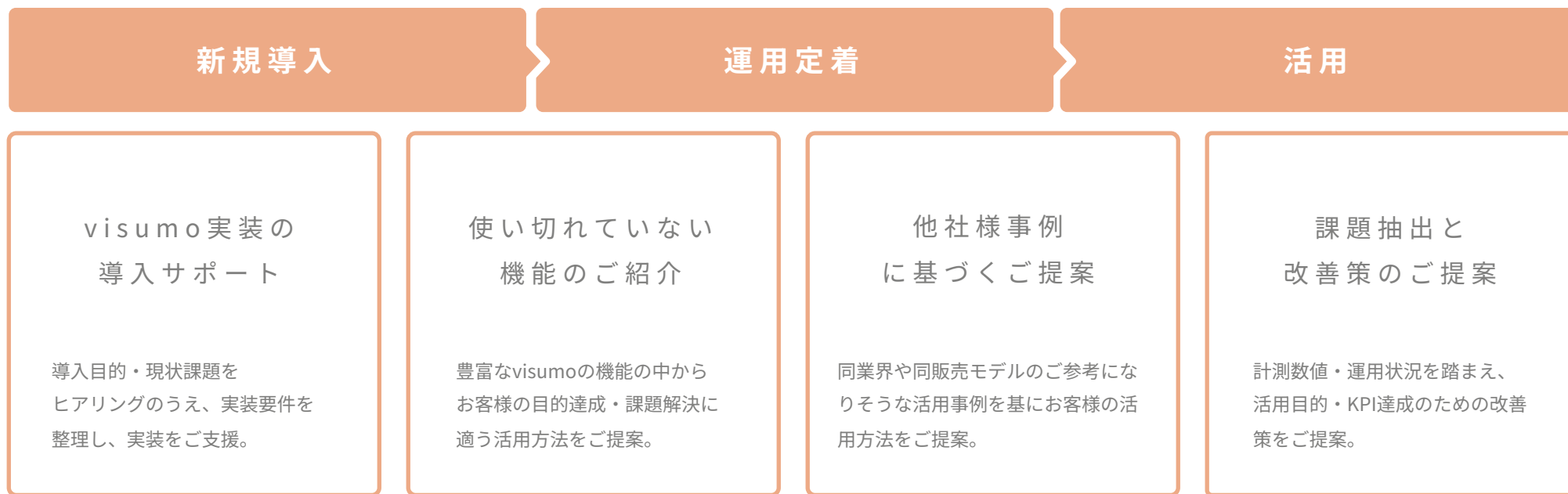
クォーター
平均 約8つの
新機能をリリース

※2025年3月期四半期毎の機能リリース平均数



強固なカスタマーサクセス体制で、お客様ごとの1to1伴走サポートを実現

サポート人員が整っており、的確な
オンボーディングと活用までの**1to1**サポートが可能



高い導入効果（購入率向上・単価向上など）

“



効果が高いまたは今検討しているEC支援ツールとして

織研新聞社主催 ファッションECアワードにて「サポート賞」を2022・2024受賞

”



04 appendix

リスク情報

主要なリスク及び対応策（１／２）

主要なリスク	リスク対応策	発生可能性	影響度	発生時期
<u>特定のSNSプラットフォームへの依存について</u> 当社の事業はSNSプラットフォームの写真・動画を活用したオウンドメディアのデジタルマーケティング手法を中心としており、活用しているSNSプラットフォームの大半はInstagramであるため、Instagramへの依存度が高くなっております。仮に連携するSNSサービスの不具合やSNSサービスの内容・仕様の変更により当社サービスが利用できなくなった場合、また当該SNSの利用者数の減少等によりSNS上の写真・動画の価値が低下した場合には、当社事業にも影響が生じ、当社の事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	Instagramに限らず、利用しているSNSプラットフォームは自社で運営しているものではないことから、当社では連携するSNSサービスの不具合が起きた場合でも問題なくサービスを提供できる体制を整えております。	低	中	特定時期なし
<u>市場動向について</u> 将来においてビジュアルマーケティングプラットフォームにかかる市場規模又はその需要動向が当社の想定どおり推移する保証はなく、また、経済環境悪化等により企業のIT・システム投資が低迷する可能性もあり、これらの動向により当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては、想定しておりません。	当該リスクが顕在化する可能性は現時点では認識しておりませんが、当該リスクへの対応につきましては、ビジュアル活用のトレンドを追求した製品開発と好事例の創出を継続し、加えては広報活動等を通じ、情報発信等を行い、「ECサイト構築支援サービス市場」および「デジタルマーケティング市場」の活性化に努めてまいります。	低	中	特定時期なし
<u>競合について</u> 当社が事業を展開するデジタルマーケティング市場は、ビジュアルマーケティングプラットフォームにかかるクラウドサービスを提供する企業が複数存在しており、これら企業との競合が生じております。 しかしながら、今後競合企業の事業拡大や大手企業等を含む新規参入の拡大等により競争が激化した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては想定しておりません。	一般にクラウドサービスは常に陳腐化リスクに晒されており、当社においては企業等のニーズに応じた機能強化を継続的に実施していくことによりサービスの競争力の維持向上に努めております。	低	中	特定時期なし

主要なリスク及び対応策（２／２）

主要なリスク	リスク対応策	発生可能性	影響度	発生時期
<u>優秀な人材の確保について</u> 当社事業の継続的な発展及び急速な技術革新への対応には、優秀な人材の確保及び育成が不可欠であり、技術者を中心とした採用及び育成に努めており、今後も積極的に強化を図っていく方針であります。 しかしながら、一般的にＩＴ業界では技術者にとって売り手市場であると言われており、今後において人材採用が困難となる場合、又は現在在籍する人材の流出が生じた場合、当社事業の円滑な運営及び拡大に支障をきたす可能性があります。加えて、優秀な人材を確保・維持し又は育成するために費用が増加する可能性もあり、これらに起因して、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては、想定しておりません。	働き方改革の推進や採用活動等を通じて、安定して人材確保できるよう努めております。	低	中	特定時期なし
<u>システム障害について</u> 当社のクラウドサービスは、インターネット通信網を通じて提供しており、また、サービス提供にかかるコンピュータシステムは外部のクラウドサービスを利用しております。 しかしながら、自然災害や事故その他によるインターネット通信網の切断や、ハードウェア・ソフトウェアの不具合、人的要因による障害、予想外の急激なアクセス増加による過負荷又は外部からの不正アクセスその他によるシステム障害等が発生した場合には、当社サービス提供の継続に支障が生じる可能性があります。また、これらの復旧や対策にかかる費用負担や当社の信頼性低下等により、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。その程度につきましては、当該事象の内容により様々であると認識しております。	当社においては、例年、軽微なものは発生しておりますが、不測の事態に備えてインターネット回線やコンピュータシステム等にかかる冗長化、セキュリティ対応等の措置を図り、当該リスクの発生防止に努めております。	低	中	特定時期なし

- 以上は、事業遂行において重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクです。

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。

本資料の取扱いについて

- 本資料は、当社の情報提供を目的としており、有価証券または取引に関する募集、投資の勧誘を意図しておりません。
- また、本資料には将来予測に関する記述が含まれておりますが、これらの記載は当社の見解や仮定、本資料作成時点において入手した情報に基づき作成したものであります。 将来予測には多くのリスク及び不確実性が存在し、実際の経営成績及び財政状態等については、予測と大きく異なる可能性があります。
- 本資料のアップデートは**2026年6月頃**に開示を行う予定です。