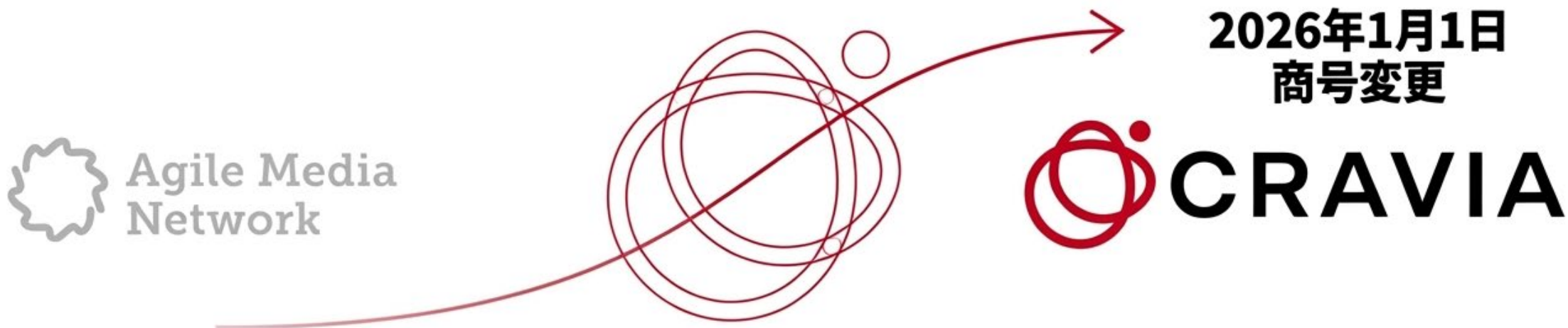




**事業計画及び
成長可能性に関する説明資料**

**2026年3月31日
CRAVIA株式会社**

2026年、私たちは「CRAVIA」へ生まれ変わりました



旧来のメディアネットワーク事業の枠を超え、進化し続ける事業ポートフォリオを体現しています。

新商号「CRAVIA」の由来



Crave + Create + Via = CRAVIA

渴望する・切望する

創造する

道・経由

飽くなき探求心 (Crave) を持ち、新たな価値を創造 (Create) し、未来への道 (Via) を切り拓く。

会社概要

会社名

CRAVIA株式会社

設立

2007年2月

代表者

代表取締役社長 藤原 宏樹

住所

東京都港区芝大門二丁目3番6号
大門アーバニスト3階 302号室

ウェブサイト

<https://cravia.jp/>

連結従業員数

25名（2025年12月末現在）



東京証券取引所グロース市場
証券コード：6573

Vision

世界中の"好き"を加速する

Ignite **Passion** all over the world.

Mission

個の力を最大化し、“小さな経済”を成長させる

1

グループ全体の内容

グループ全体の方針



CRAVIAグループ

Vision

世界中の**“好き”**を加速する

Ignite **Passion** all over the world.

Mission

個の力を最大化し、**“小さな経済”**を成長させる

2026年12月期（第20期）

[情熱をつなぎ、創造性を未来へ導く]

生活者の消費行動がデジタルへ不可逆的にシフトし、「推し活」をはじめとする「ファンの情熱に起因する消費活動」が経済を牽引するなかで、当社グループが培ってきたファンマーケティングの技術とノウハウには、新たな市場での大きな成長機会が見込まれます。

「CRAVIA」という新商号のもと迎える今期は、昨年度までにM&Aや事業譲受により構築した事業ポートフォリオを最大限に活用・稼働させるフェーズに入ります。

祖業のアンバサダー事業を基盤とし、製造販売業、EC小売業、リユース事業、エンターテインメント、IPビジネスなど、多角化を進めた各事業を有機的に結合させ、グループ全体でのシナジーを最大化します。

本年度は、これら強固な事業基盤を活かして**「収益力の向上」**に最優先で取り組みます。ファンマーケティングを通じてグループ内商材等の販売を加速させ、収益力の向上と持続的な企業価値の向上に邁進してまいります。

CRAVIAグループの構成



2

アンバサダー事業

【アンバサダー事業】 アンバサダーマーケティング

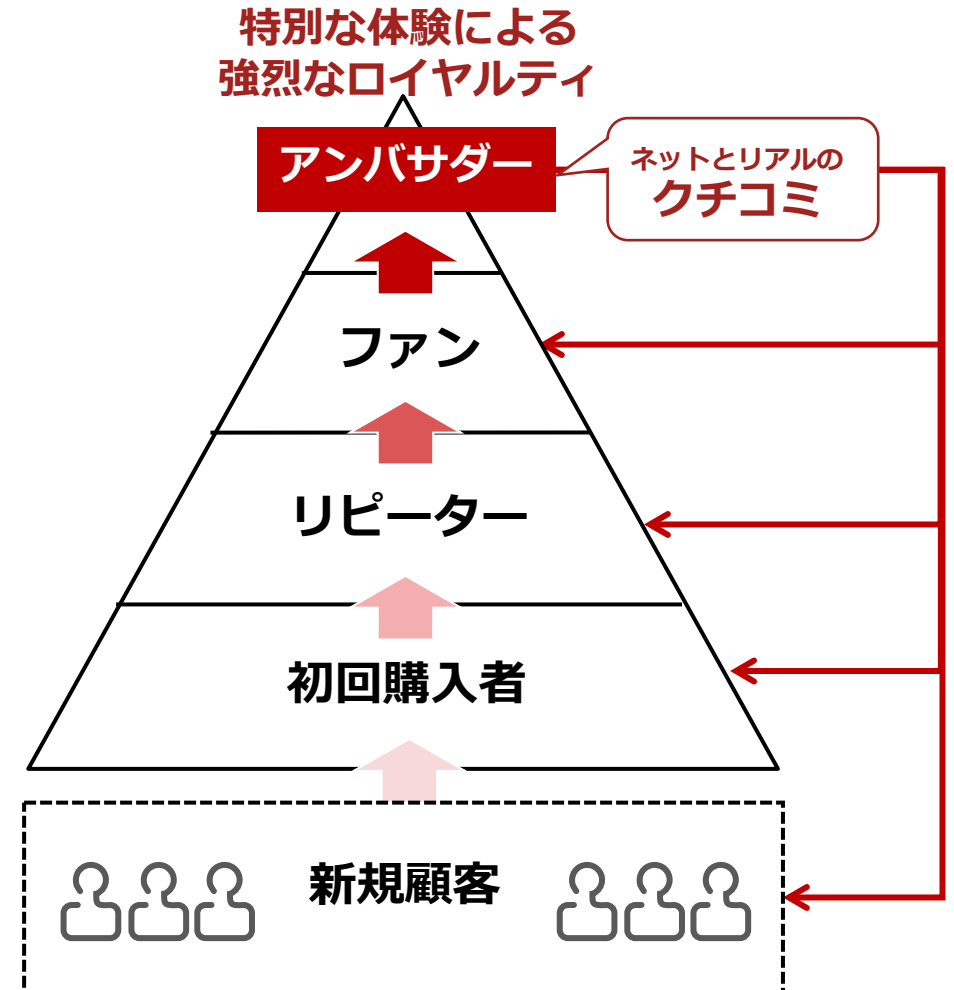
アンバサダーマーケティング

アンバサダーマーケティング



ファン組織化・活性化ソリューション

「ファンは、ターゲットではなくパートナー」をコンセプトに、企業や商品のファンを組織化し、クチコミ促進・分析から商品開発プロジェクトまで支援。新規顧客獲得・LTV向上・ロイヤリティ向上・SNS上の評判形成に貢献いたします。

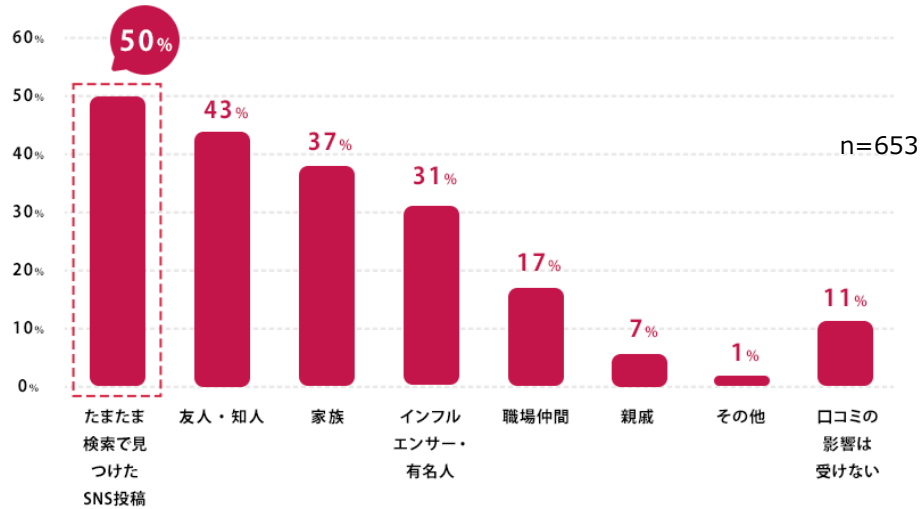


アンバサダーマーケティングが注目される理由

マーケティング・プロモーションにおいてソーシャルメディアのクチコミはますます重要に。

購買・来店に影響を最も与えるクチコミ

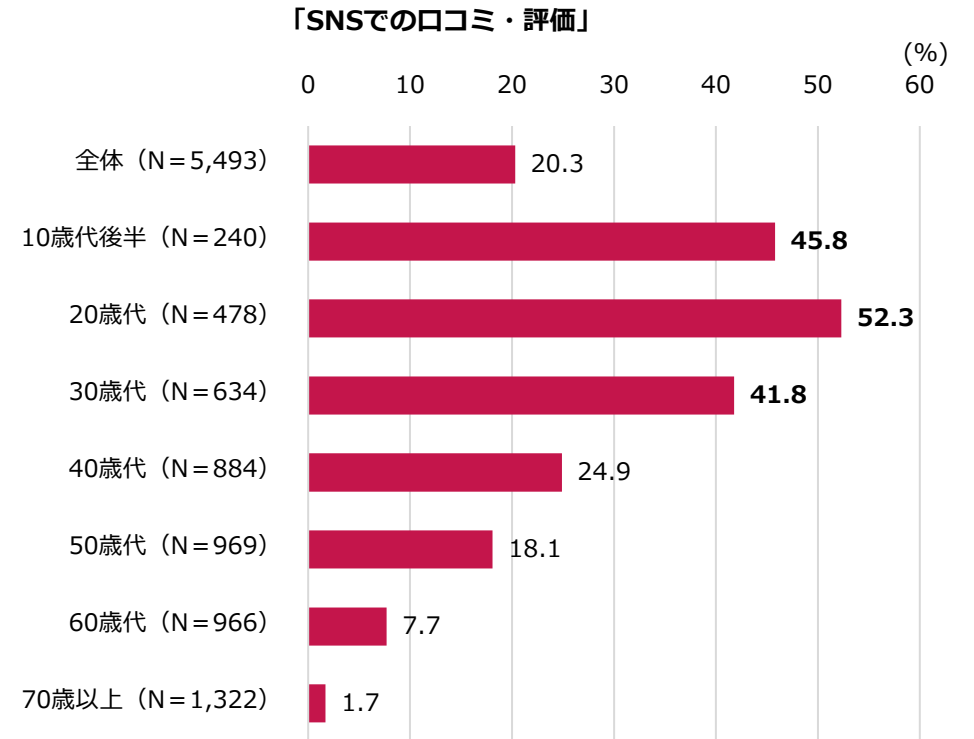
Q. モノやサービスの購入を検討する際に、
どんな人のクチコミに影響を受けることが多いですか。
当てはまるものをすべて選んでください。



出典：CRAVIA「SNSのクチコミが購買・来店に与える影響調査（2022年）」

クチコミの重要性は若年層で特に顕著

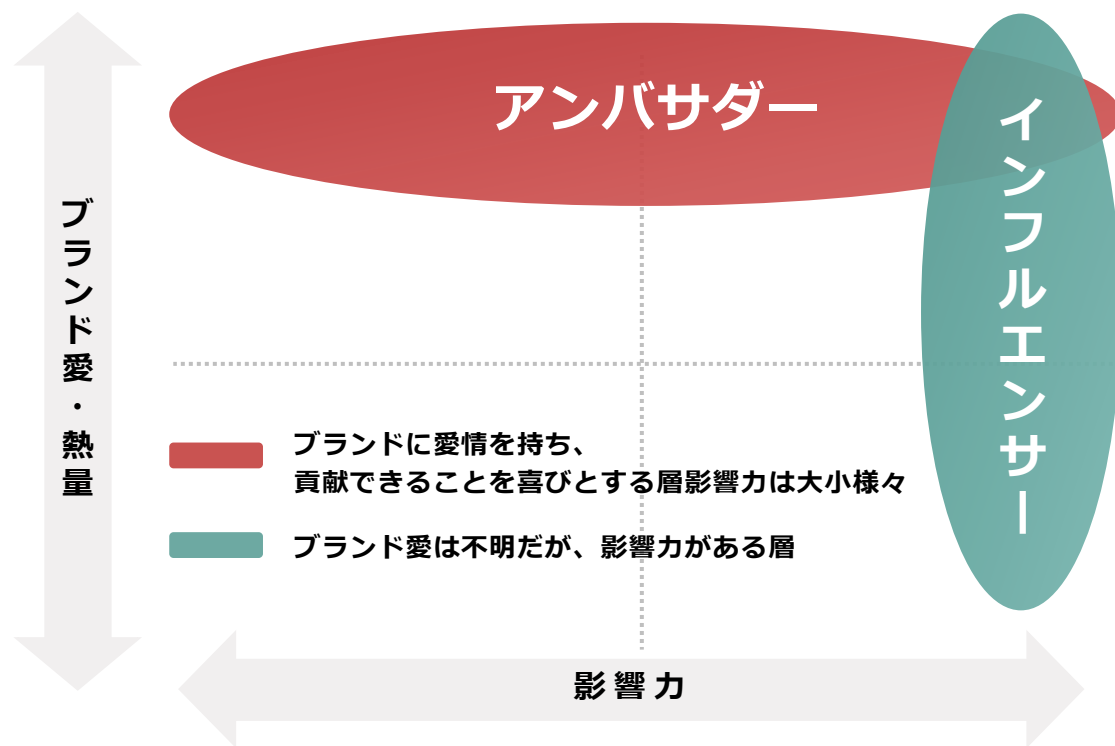
商品やサービスの購入を検討する際に重視する情報源



出典：消費者庁「令和4年版消費者白書」

私たちが推進する「アンバサダー®」というコンセプト

近年、自分の好きな企業やブランドについて自身がリピート購入するだけでなく、積極的な推奨や、他のユーザーへのサポート、ブランドの擁護までを自発的に行うファンの存在が注目されています。
 CRAVIAではこの熱量の高いファンを「アンバサダー」と定義し、マーケティングパートナーとする「アンバサダープログラム®」を提案・推進しています。



	アンバサダー	インフルエンサー
報酬	無報酬 / 体験	金銭等
情報発信	継続的に発信	単発
拡散対象	フォロワー / 身近な人	ターゲットされたフォロワー
ブランドとのつながり	好意	契約
活用方法	中長期的なクチコミ基盤	マスメディア / プロモーション

「アンバサダープログラム®」について

独自のツール「アンバサダープラットフォーム」を用いて、ファン・アンバサダーを発見・組織化し、育成・活性化に取り組みながらその成果を可視化し、一気通貫して事業貢献につなげていく取り組みです。



「アンバサダープログラム®」からの新しい試み WebCMの展開

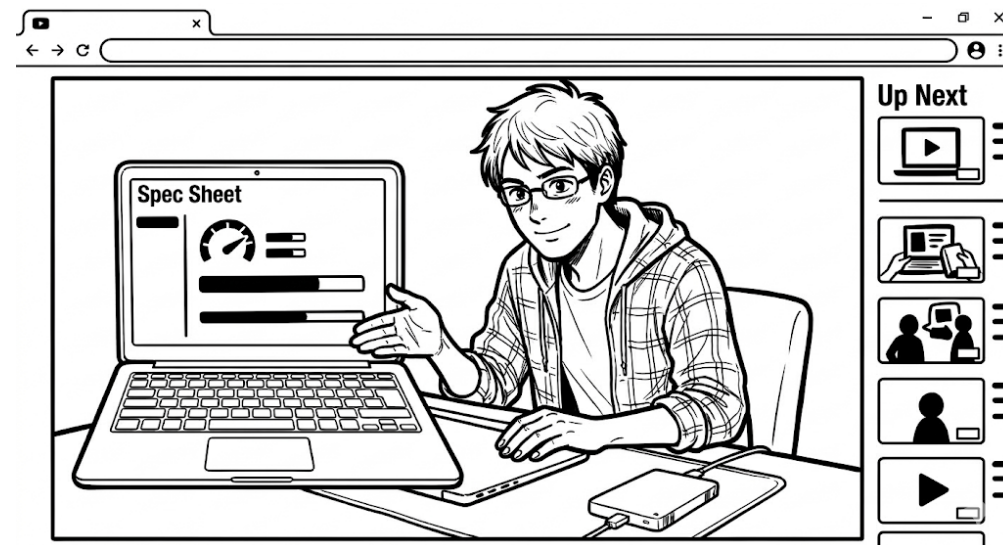
アンバサダープログラムの新たな可能性を示す事例をご紹介します。

「デル・アンバサダープログラム」において日頃から自発的かつ積極的に製品を推奨してくださっているコアユーザーの方々へ、詳細なビデオインタビューを実施。

アンバサダーならではのリアルな活用シーンや製品への深い洞察を、ストーリー性の高いWebCMとして制作・公開しております。

メーカー側の一方向的なスペック訴求では届かない層に対し、実名・実顔の「第三者による実体験」を届けることで、圧倒的な信頼性と説得力を獲得。アンバサダーの熱量を公式なブランドメッセージとして昇華させることで、商品の魅力訴求による広告効果だけでなく、ブランドにおける中長期的なファンベースをより強固なものとし、広告換算価値を超えたブランド資本の蓄積を実現します。

量の高いユーザーコミュニティを具体的なマーケティング資産へと転換する、戦略的なコンテンツ展開の一環です。



※イメージ

AI PC編

https://x.com/Dell_JPN/status/1944964866264981945

モニター編

https://x.com/Dell_JPN/status/1944973194101739730

※2026年6月までの限定公開

1.ファンマーケティング運営の独自ツール「アンバサダープラットフォーム」

アンバサダープラットフォームは、累計250ブランドに導入実績があり、ファンの組織化・把握/活性化/クチコミ効果測定までをワンストップで実現する唯一のツールです。



1. アンバサダーの組織化・把握機能

各SNSやアンケートデータNPS®
(※)等を活用し組織化したファンの
インサイト・熱量を把握



定量面・定性面で熱
量を計測し、その後
のコミュニケーションに活用

2. アンバサダー活性化支援機能

オン・オフラインでアンバサダーが効果
的に活性化する体験を実施可能



SNSキャンペーン

マイページ・
ポイント機能

イベント・モニター

ランクアップ

ランクアップ

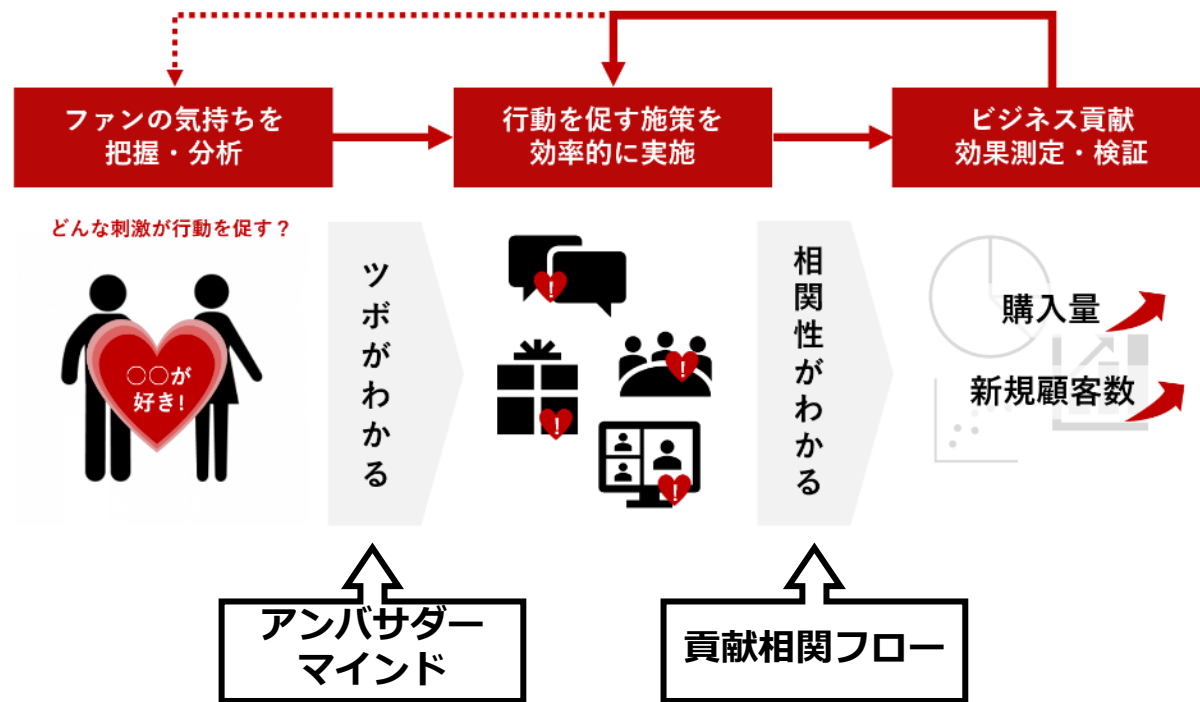
3. マーケティング効果を可視化

各効果をマーケティング指標へ変換し
どのような効果を得られたか自動的に
計測

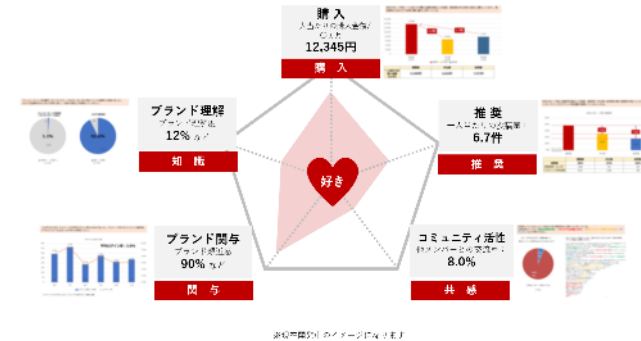


2.ファンの貢献を明らかにする独自分析モデル「アンバサダーアナリティクス」

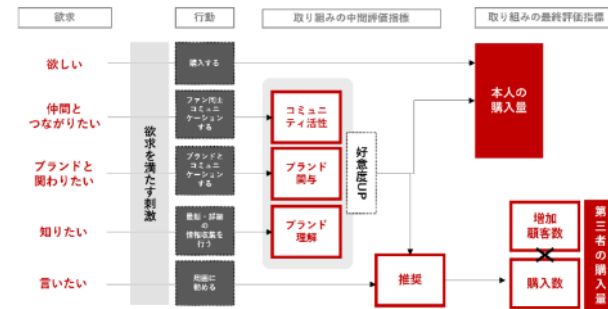
ファンの応援行動とビジネス貢献を可視化する分析モデル『アンバサダーアナリティクス』を提供し、成果に繋がる有効な打ち手の発見を支援しています。



アンバサダーマインド

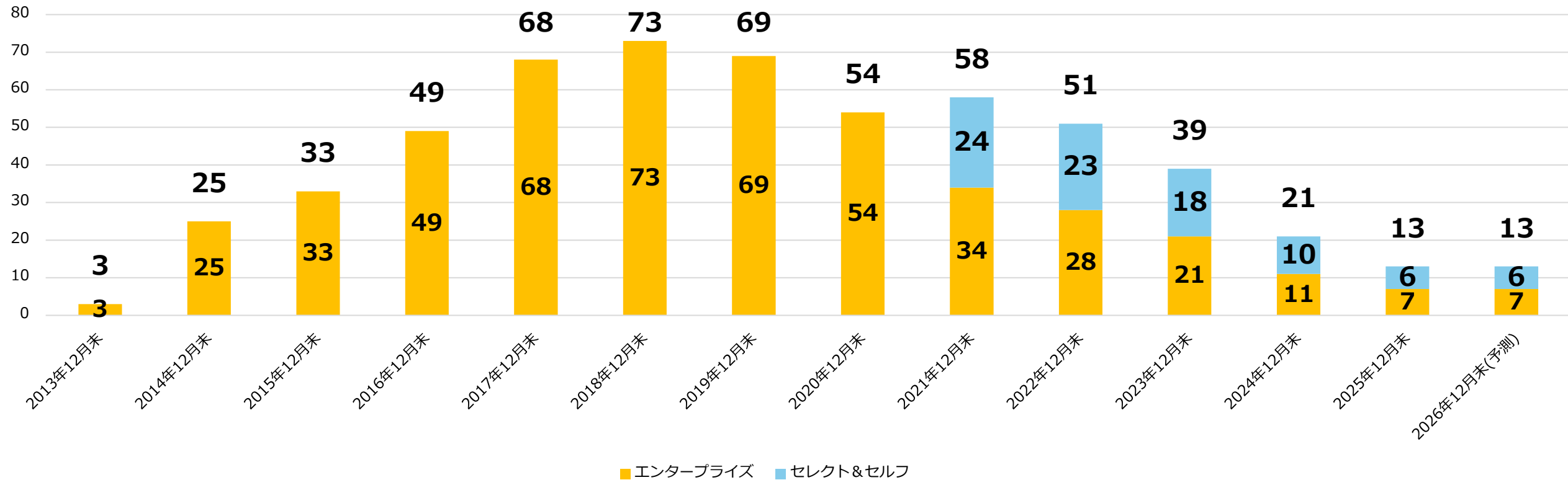


貢献関連フロー



(参考)アンバサダープログラム導入数推移・目標

2025年末のアンバサダープログラム導入数は15件を見込んでおりましたが、13件に留まりました。2026年末には13件を見込んでいます。



※当社は、業績に与える影響が大きいアンバサダープログラム導入ブランド数を重要なKPIとして設定しています。

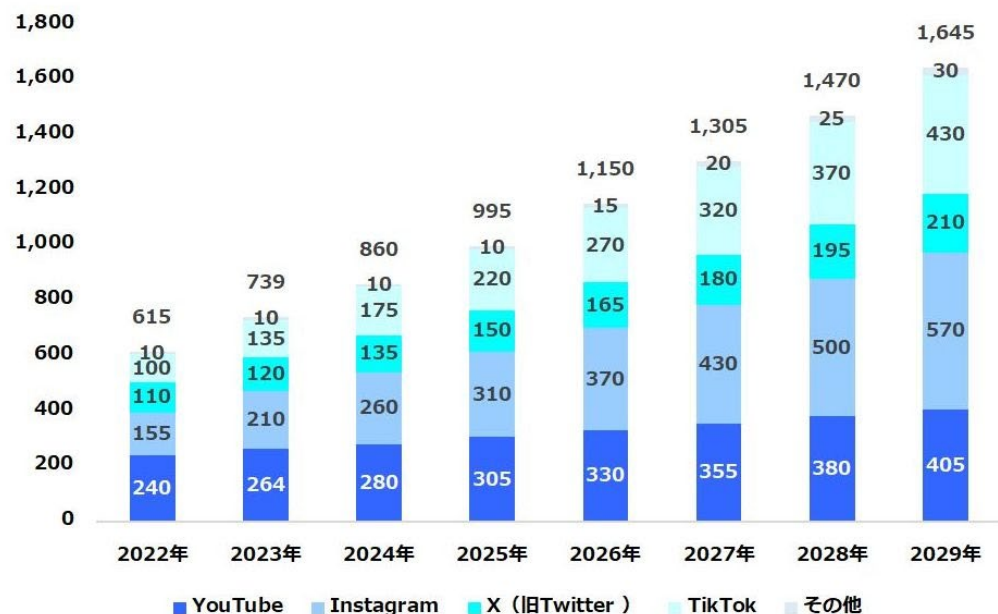
**【アンバサダー事業】
インフルエンサー施策
エンターテインメント関連**

インフルエンサーマーケティング市場の規模と成長ポテンシャル

成長が続くインフルエンサーマーケティングには、さらに大きなポテンシャルがあります。

【国内 インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2022年-2029年】

(単位：億円)



出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ 2024年11月

- インフルエンサーが作るコンテンツの役割や価値が広告主のマーケティング活動において高まっている。
- インフルエンサーの活躍が世代や地域を超えて幅広く認知され、社会全体や人々の消費行動に与える影響力が高まっている。
- ユーザーがソーシャルメディアで動画を視聴する機会が増えている。

これらを背景に、2029年には、インフルエンサーマーケティングの需要は2024年比で約1.9倍、1,645億円に達すると予測されます。

サイバー・バズ/デジタルインファクトによる【市場動向調査】2024年のソーシャルメディアマーケティング市場は1兆2,038億円、前年比113%の見通し。2029年には2024年比約1.8倍、2兆1,313億円に（2024年11月）より抜粋

ファンマーケティングからエンターテインメント事業へ

インフルエンサーマーケティング・ファンマーケティングの実績とノウハウをもとに、子会社である株式会社BEBOPによりエンターテインメント事業へと進出しています。

株式会社BEBOP

- 2024年11月(株)Orb Promotionの合併により設立。
- 中国や東南アジアなどへの海外進出を目指すタレントのプロモーション・マネージメントや、国内外でファンとの交流を深めるためのイベント企画運営などを手掛けている。

契約タレント

・ 田淵累生（俳優）



・ ゲソブラック（YouTuber）：



活動実績

- **海外イベントへの出演サポート**：2025年4月に中国・大連でのイベント開催時に岩永徹也の出演をサポート。
- **トークショーの企画運営**：2025年6月には『田淵累生プレミアムトークショー vol.1』を主催。
- **ディナーショーの企画運営**：2025年12月には、ホテルニューオータニにて柏木由紀のディナーショー『寝ても覚めてもゆきりんワールド～ディナーショーでも夢中にさせちゃうぞっ♡Vol.2』を主催。

3

製造販売業

【製造販売業】
美容・健康機器販売事業

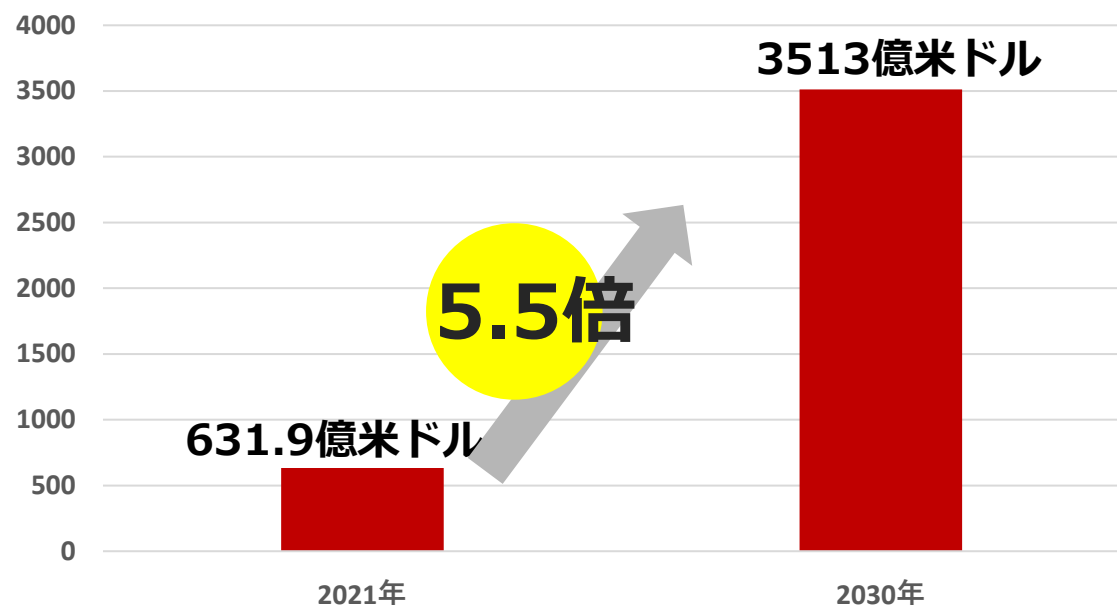
美容・健康機器販売事業 市場環境

美容・健康への関心の高まりとともに、市場規模も伸びています。

2021年の美容機器の世界市場規模は631.9億米ドルでした。美容機器の世界市場規模は、2022年から2030年までの予測期間中に**年平均成長率（CAGR）21%で成長し、2030年には3513億米ドルに達すると予測**されます。

(Panorama Data Insights)

世界の美容機器の市場規模推移



美容機器市場：製品別（ニキビ用機器、脱毛機器、育毛機器、洗浄機器、酸素・スチーマー機器、若返り機器）、用途別（サロン、スパ、家庭、その他）-2030年までの世界機会分析・産業動向予測
Panorama Data Insights 2022年2月16日レポートより

美容・健康機器販売事業

BTCLINK

BTCリンク株式会社

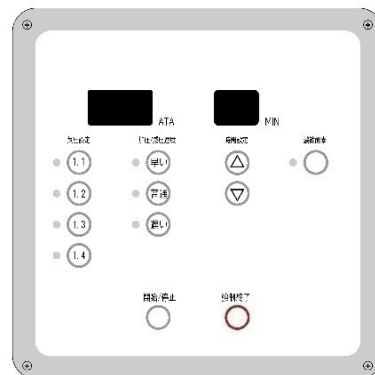
美容・健康機器販売事業

美容/健康ソリューション

クリニック、鍼灸整骨院、個人宅などに美容・健康にかかわる商品やサービスを提供します。



快適な酸素カプセル商品の展開



使いやすい操作パネル



安心の10年保証

部屋型・最大1.4気圧のワンタッチ操作機能を加え、より高い快適性で市場の期待に応えます。最長10年保証に加え、導入後のアフターフォローを徹底することで、ブランドイメージの向上と紹介による営業拡大を推進します。

4

小売業

小売業 概要

当社グループの小売業はECによる小売業として2024年7月より開始しました。初年度は約半年間で116百万円の売上を計上しています。

楽天、au Payマーケット、Qoo10などの大手ECモール内にオンラインショップを出店、カラーコンタクトレンズ、音楽・映像ソフト(CD・DVD)、家電・SIMカードなど取扱商品の幅広さと、独自性の高い商品ラインアップが好評です。

また2025年10月より事業譲受によりリユース事業を開始し、国内3店舗で貴金属や高級ブランド商材の買取・携帯電話スマートフォン修理などの実店舗による買取および販売・修理を展開。

2025年における売上高は270百万円に達し、連結売上高の約5割と急成長しています。

132.8%増加

2024年

- 売上高 116,392千円
- セグメント損益
△11,113千円

2025年

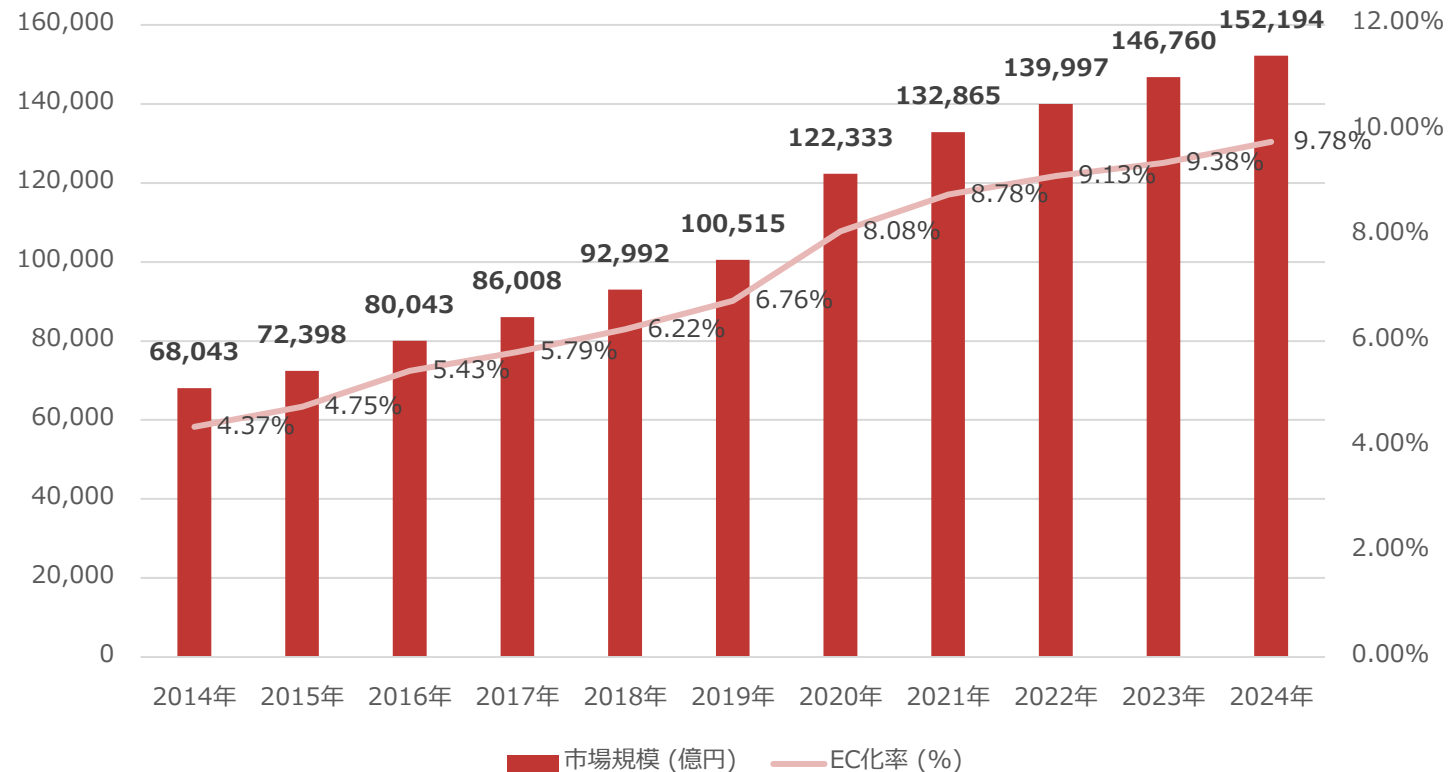
- 売上高 270,943千円
- セグメント損益 6,619千円

【小売業】 ECによる小売業

ECによる小売業 市場環境

物販系BtoC EC市場は順調な成長が予測されています。

：物販系分野のBtoC-EC市場規模及びEC化率の経年推移(億円)



新型コロナウイルスの影響により2020年以降の上昇が続き、EC化率は年間平均約0.59ポイントのペースで上昇しています。

2029年には市場規模が20兆円を突破し、EC化率2030年には13.5%を超えることが予測されます。

令和6年度 電子商取引に関する市場調査報告書
(令和7年8月 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課)予測は当社まとめ。

ECによる小売業 市場環境 取扱商品について

当社が重点的に取り扱っている商品群は、いずれもECとの相性が良く、今後の成長が見込めます。

カラーコンタクトレンズ

- 国内カラーコンタクトレンズ市場は2026～2033 にわたって **11.58% の CAGR** で拡大し、2024年に121.42百万(米ドル)、2033年までに324.65百万(米ドル)になると予想されています。
- [出典 : Deep Market Insights](#)

映像・音楽ソフト

- 「[令和6年度 電子商取引に関する市場調査報告書](#)」によると、商品分類全ての中で「書籍、映像・音楽ソフト」のEC化率がもっとも高く、**56.45%**となっています。

家電など

- 同じく「[令和6年度 電子商取引に関する市場調査報告書](#)」によると「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」のEC化率は2番目に高く、**43.03%**となっています。

ECによる小売業の展開



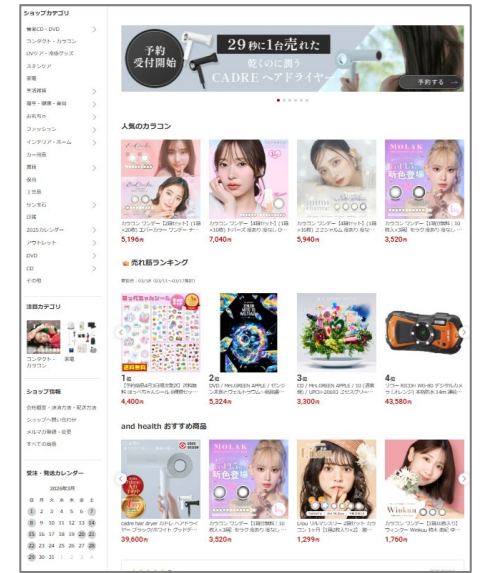
cadreの人気商品ヘアドライヤー



カテゴリ1位獲得 サン宝石ほっぺちゃんシール



カラーコンタクトレンズ



子会社cadreのヘアドライヤー、子会社ミライルのカラーコンタクトレンズや、出資先であるメモリーテックつくば社サン宝石事業部の「ほっぺちゃんシール」など、独自性の高い商品を多数取り揃えています。

【小売業】 リユース事業

リユース事業

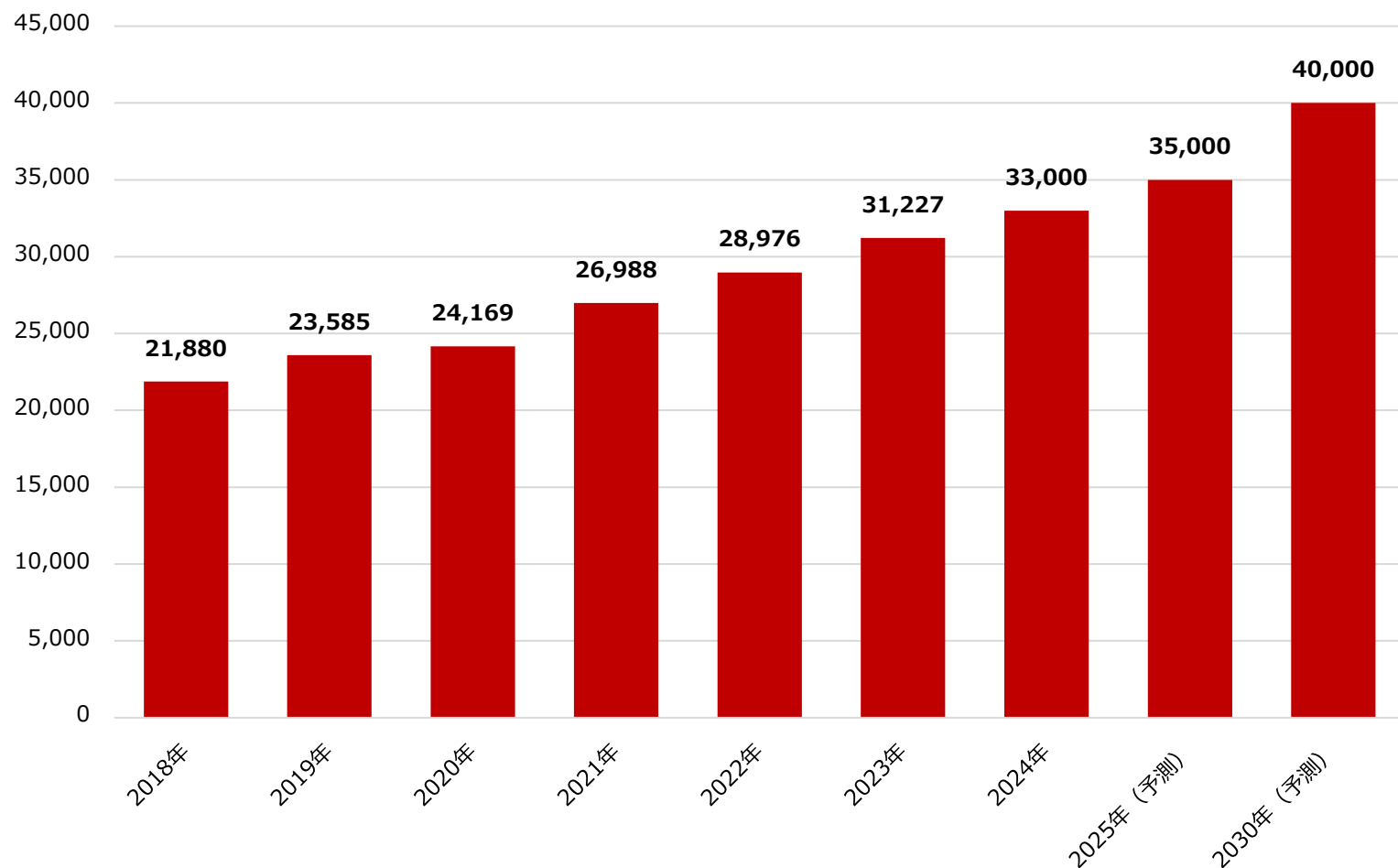
市場環境

国内のリユース市場は、消費者の節約志向や環境意識（サステナビリティ）の高まり、およびフリマアプリの普及による「中古品売買」の一般化を背景に、右肩上がり成長を続けています。

2030年には約4兆円規模に達すると予測されており、極めて成長ポテンシャルの高い領域です。

高齢化の進行による貴金属を中心とした売却ニーズの拡大や、物価高騰による「賢い消費」へのシフト、さらに金価格の高騰等が、買取需要をさらに押し上げています。

リユース市場規模 推移と予測（億円）

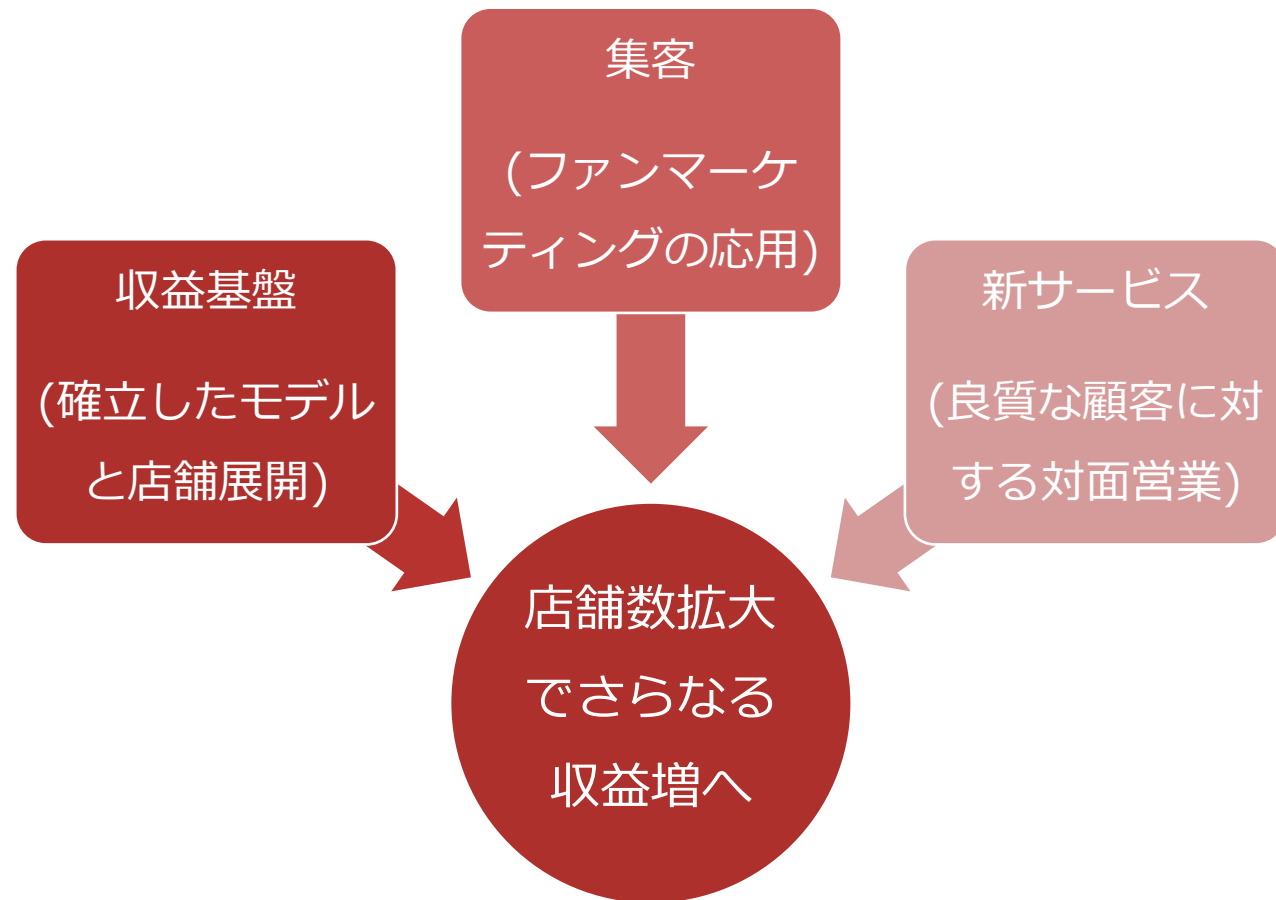


リユース事業 展開

当社子会社であるBTCリンク株式会社によるリユース事業は、株式会社玉光堂より「買取専門店 玉光堂」3店舗を譲受し2025年10月より開始いたしました。

貴金属、高級ブランドバッグ、時計等の買取・販売を主軸とし、携帯電話スマートフォンの修理など、実店舗での対面接客を通じて高い信頼性を構築すると同時に、これまで蓄積してきたファンマーケティングのノウハウを応用し、クチコミを重視した顧客獲得から幅広い関連サービスの展開により、事業開始から短期間の間に順調に利益を計上しており、すでに確立した収益モデルをもとに、今後は店舗数の拡大など、さらなる成長が期待されます。

また、2025年12月より、主にリユース事業で展開する店舗の店頭において不動産売却を検討している顧客を同意のもとで不動産会社に紹介し紹介料を「不動産会社から紹介手数料を収受する「不動産会社紹介サービス」を開始。遺産相続・引っ越しなどで貴金属や高級ブランド品売却を検討する顧客は、同時に居住不動産の売却も検討しているケースが多く、今後の新たな収益源として期待されています。



5

その他新規領域

新規領域へのアプローチ

既存事業であるアンバサダー事業や小売業における実績・ノウハウ・資産をもとに、新規領域へのアプローチを進め、さらなる多角化を推進します。

既存事業の資産	テーマ	展開	グループ内担当
宿泊付きファン向け イベント運営実績	旅行	ファンマーケティングをベースにした 旅行商品開発	インプレストラベル
子会社運営 韓国企業との関係性	M&A	クロスボーダーM&A事業	グローバルM&A パートナーズ
リユース事業 店舗による 対面営業	実店舗 展開	フランチャイズ契約業務 アートボックス社	CRAVIA

6

業績予想

連結事業計画(2026年12月期～2028年12月期)

2028年12月期売上1,290百万円を計画しています。

上記計画のうち主な増加要因である「リユース事業」について、下記の金額を見込んでいます。

(単位:百万円)

科目	2025年 12月期実績	2026年 12月期	2027年 12月期	2028年 12月期
売上高	546	703	997	1,290
うちリユース事業 売上高	-	(349)	(532)	(725)
営業損失 (△)	△282	△221	△137	△73
うちリユース事業 営業利益	-	(13)	(33)	(58)

2025年12月期の決算概況と2025年12月期の業績予想

(単位:百万円)

科目	2024年12月期	2025年12月期 業績予想 (2025年2月14日付)	2025年12月期 業績予想修正 (2025年10月14日付)	2025年12月期 業績予想修正 (2025年12月19日付)	2025年12月期	2026年12月期 業績予想
売上高	455	683	756	671	546※1	703
営業損失 (△)	△301	△165	△214	△219	△282※1	△ 221
経常損失 (△)	△320	△188	△223	△228	△301	△ 247
親会社株主に帰属する当期純損失 (△)	△337	△174	△177	△179	△258	△ 268

2025年12月期の売上高は546百万円で、2025年12月19日付『業績予想の修正に関するお知らせ』で公表した直近の業績予想を125百万円下回りました。これは小売業では仕入商品の入荷遅延や、在庫リスク見直しに伴う仕入数量の絞り込みを行ったことと、連結子会社である株式会社ミライルの新商品であるカラーコンタクトレンズについて、SNS・ECを中心とした初動プロモーション施策に遅れが生じたことが主な原因です。

一方で、2025年12月期の営業損失は282百万円で上記業績予想を63百万円下回っています。これはアンバサダー事業におけるプログラム獲得件数が予想の15件を下回る13件に留まったことと、上記カラーコンタクトレンズ新製品の売上減が原因となっています。

2026年12月期については、リユース事業など事業多角化の推進により、売上・営業利益ともに増加することが見込まれています。

※1 2025年12月期の子会社ごとの売上高と営業利益はそれぞれ次の通りです。
 BTCリンク株式会社 161百万円、△5百万円
 AGILE ENJIN ENTERTAINMENT株式会社 0百万円、△7百万円
 株式会社グローリー 79百万円、△2百万円
 株式会社ミライル 17百万円、△1百万円
 株式会社BEBOP 29百万円、△10百万円
 株式会社インプレストラベル 3百万円、△4百万円
 有限会社辻元 0百万円、△1百万円
 株式会社cadre 3百万円、△13百万円
 株式会社グローバルM&Aパートナーズ 0百万円、0百万円

2025年12月期の決算概況

営業赤字の要因と対策

(単位:百万円)

科目	2024年12月期	2025年12月期
売上高	455	546
売上原価	416	490
売上総利益	38	56
販売費及び一般管理費	340	<u>338</u>
営業損失 (△)	△301	△282

販売費及び一般管理費の主な内訳

人件費 (役員報酬)	57
人件費 (給料手当)	39
支払手数料	56
支払報酬	40
外注費	49
その他	97
合計	338

■赤字の要因 売上総利益の低調

対策 多角化の推進により収益性を高め、売上をさらに増加させることで、人件費等の固定費を回収し売上総利益を増加させる方針

※コスト削減については、引き続きこれを維持していく方針

2022年第三者割当増資 調達資金の使用状況（2026年2月末現在）

調達時の資金使途

具体的な使途	調達時充当予定額 (百万円)
運転資金	360
ガバナンス強化投資	80
有価証券報告書訂正関連費用	120
社債償還費用	291
借入金返済費用	200
M&A資金・新規事業投資	624
システム開発費用/開発体制の強化	120
マーケティング投資	100
人材採用、教育投資	20
合計	1,915

実際の使用状況(確定)※1

具体的な使途	充当額(※2) (百万円)
運転資金	225
ガバナンス強化投資	80
有価証券報告書訂正関連費用	120
社債償還費用	291
借入金返済費用	153
M&A資金・新規事業投資	477※3
システム開発費用/開発体制の強化	10
マーケティング投資	26
人材採用、教育投資	14
合計	1,403

調達額
1,910百万円
(うち508百万円新株予約権
未行使により
消滅) ※1

※現時点での未充当額 9百万円(2025年11月10日行使分)

- ※1 2025年12月28日をもって第10回新株予約権の権利行使期間が満了し、消滅したことにより調達額が確定いたしました。
 ※2 2025年6月30日付『資金使途変更のお知らせ』より第10回新株予約権【現時点での充当状況】と、調達時における株式発行による資金調達における充当額の合算値です。
 ※3 適時開示した項目について次頁に記載しています。

※ 新株予約権発行時に50百万円の失権がありました。

2022年第三者割当増資 開示済使用資金一覧 (M&A資金・新規事業投資) (2026年2月末現在)

開示文書表題	開示日	金額(千円)
「株式会社コンフィの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」	2023年1月20日	55,000
「合併契約締結による業務提携に関するお知らせ」 [papaya japan株式会社]	2023年4月28日 同6月1日付経過開示	10,000
「（開示事項の経過）当社子会社による新たな事業の開始に関するお知らせ」 [BTCリンク株式会社]	2023年11月1日	100,000
「ANA NEO 株式会社の株式取得に向けた基本合意書の締結に関するお知らせ」	2023年11月20日	50,000
「業務提携の解消及び子会社の異動を伴う株式の取得に関するお知らせ」 [papaya japan株式会社]	2023年11月30日	10,000
「幼児用教材販売の株式会社グローリーの株式取得（子会社化）及び新たな事業の開始に関するお知らせ」	2024年7月29日	20,000

※上記開示の他に、株式を取得した子会社への貸付金・システム開発費・商品仕入等に使用しています。

2024年第三者割当増資 調達資金の使用状況（2026年3月末現在）

調達時の
資金使途

実際の
使用状況

調達額
749百
万円※1
(うち94百万
円新株予約権
未行使)

具体的な使途	充当予定額 (百万円)	現時点の充当額 (百万円)	支出予定時期
① 運転資金（営業赤字の補填）	287※2	287	2025年1月～2026年3月
② 運転資金（人員増強及びAM事業施策費用）	0※3	0	2025年1月～2026年3月
③ 既存事業への投資資金（研究開発費、広告宣伝費及びグループ会社貸付金）	0※4	0	2024年11月～2026年3月
④ M&A及び新規事業投資	392※5	298	2024年11月～2029年10月
⑤ 暗号資産の購入	70※6	70	2025年6月～2029年10月※6
合計	749	655	

- ※1 第13回新株予約権行使価格修正(2025年8月21日付開示)と第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)により1,555百万円の減額となりました。
- ※2 50百万円の増額(2025年8月21日付開示)、300百万円の増額(2025年12月19日付開示)、第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)による243百万円の減額がありました。
- ※3 第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)により150百万円の減額となりました。
- ※4 第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)により101百万円の減額となりました。
- ※5 500百万円の減額(2025年6月26日付開示)、107百万円の減額(2025年8月21日付開示)、300百万円の減額(2025年12月19日付開示)、第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)による574百万円の減額がありました。
- ※6 充当予定額500百万円・支出予定時期2025年6月～2029年10月で項目追加(2025年6月26日付開示)、第11回新株予約権の取得・消却(2026年2月26日付開示)により430百万円の減額となりました。

2024年第三者割当増資 開示済使用資金一覧 (M&A資金・新規事業投資) (2026年2月末現在)

開示文書表題	開示日	金額(千円)
株式会社インプレストラベルの株式取得(子会社化) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ	2024年11月22日	1,360
株式会社Orb Promotion との業務提携(合併会社設立) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ	2024年11月25日	2,700
株式会社みっとめるへん社との資本業務提携に関するお知らせ	2024年12月13日	17,629
東京書店株式会社との資本業務提携に関するお知らせ	2024年12月13日	2,561
有限会社 辻元の株式取得(子会社化) に関するお知らせ	2025年1月20日	15,000
株式会社cadreの株式取得(子会社化)に関するお知らせ	2025年3月10日	18,200
東京書店株式会社の株式取得(持分法適用関連会社化)に関するお知らせ	2025年3月11日	15,895
インフルエンサーZ株式会社との業務提携および合併会社(持分法適用関連会社) 設立による新たな事業(Vtoker事業)の開始に関するお知らせ	2025年3月12日	2,450
株式会社みっとめるへん社の株式取得(持分法適用関連会社化)に関するお知らせ	2025年3月17日	86,036
株式会社sayuri-styleの株式取得(子会社化)に関するお知らせ	2025年5月26日	7,000
新たな事業(ファンクラブサイト事業)の開始に関するお知らせ	2025年5月30日	3,000
新たな事業(暗号資産投資事業)の開始及び暗号資産(ビットコイン)の購入に関するお知らせ	2025年6月30日	80,000
合併会社(連結子会社)の設立による海外とのクロスボーダーM&Aアドバイザリー事業開始に関するお知らせ	2025年7月28日	3,300
連結子会社による事業の一部譲受及び新たな事業(リユース事業)の開始に関するお知らせ	2025年9月30日	57,379

[参考情報]2026年第三者割当増資 発行概要

割当予定先	割当内容	発行株式数 / 潜在株式数	発行価額 / 行使価額	調達額 / 調達予定額 (百万円)
SAMURAI JAPAN INVESTMENTS PTE. LTD (SJI)	新株式	12,000,000株	発行価額：1株当たり9円	102
EVO FUND	第14回新株予約権	38,000,000株	行使価額：1株当たり9円 (発行価額：1個0.01円)	336
KJ Equity Partners Co.,Ltd. (KJEP)	第15回新株予約権	45,000,000株	行使価額：1株当たり9円 (発行価額：1個0.01円)	399
合計				838

※詳細につきましては2026年2月26日付開示『第 11 回新株予約権の取得及び消却、第三者割当による新株式及び第 14・15 回新株予約権の発行、定款の一部変更、並びに主要株主である筆頭株主及びその他の関係会社の異動に関するお知らせ』をご参照ください。

[参考情報]2026年第三者割当増資 調達資金使途

資金使途	内容	金額 (百万円)	支出予定時期
① 運転資金	企業継続のための短期的な資金確保。月間25百万円×24か月分（人件費、外注費、賃借料など）。	600	2026年11月～2028年10月
② 普通社債の返済	2026年2月・3月に運転資金のつなぎ融資として各割当予定先等へ発行する、第3回・第4回無担保普通社債（各100百万円）の返済。	200	2026年4月～2027年3月
③ リユース事業新規出店コスト	収益力改善を牽引するリユース事業（貴金属や高級ブランド商材の買取・販売等）における、3年間で計6店舗の新規出店費用。	38	2026年4月～2029年3月
	合計	838	-

※詳細につきましては2026年2月26日付開示『第 11 回新株予約権の取得及び消却、第三者割当による新株式及び第 14・15 回新株予約権の発行、定款の一部変更、並びに主要株主である筆頭株主及びその他の関係会社の異動に関するお知らせ』をご参照ください。

7

収益力の向上への取り組み

収益力の向上への取り組み

売上向上

アンバサダー事業

他事業との連動による 売上拡大

前年度に2つのシステムを統合「アンバサダープラットフォーム」の積極活用により、さらにコスト削減と顧客の利便性向上を図ります。またEC小売やエンタメ、リユースなどグループ内の**他事業と強力に連動**し、連動する企画の推進や相互送客、ファンデータ活用を通じて全体のシナジーを最大化します。

製造販売業

既存取引の維持と製造 力強化

既存顧客との取引関係をしっかりと維持し、安定した収益基盤を確保します。また、製品の製造や納品面においては、メモリーテックつくば株式会社などとの協業関係を引き続き活用し、製品の倉庫保管から製造、取り付け納品に至る各工程での徹底したコストダウンを推進することで、利益率の改善を図ります。

小売業

リユース事業・リアル店舗の拡大とEC商品ラインの拡充

前年度に成果を上げた、カラーコンタクトレンズやほっぺちゃん関連商品など商品のバリエーションをさらに広げ、継続的な売上拡大を目指します。新たに開始した貴金属や高級ブランド商材等の買取・販売を行う「リユース事業」においては、当社のマーケティングノウハウを活用しながら新規出店などによる事業拡大を積極的に推進し、安定した収益基盤の構築を図ります。

その他・新規事業

さらなるシナジーと 収益性の追求

新規事業の展開にあたっては、既存事業とのシナジーと収益性を重視して展開していきます。

【収益力の向上への取り組み】 適時開示の進捗

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年3月14日付「株式会社ウィズコーポレーションとの業務提携に関するお知らせ」

ノベルティグッズの企画制作を行うウィズコーポレーションとの業務提携により、企業とファンが共同でノベルティグッズをファンの希望を取り入れて企画制作する施策を提案していくことを公表。営業活動を展開していたが、目立った成果は得られていないため、今後の取り組みについては検討中。

■ 2024年3月14日付「株式会社斎藤企画との業務提携に関するお知らせ」

カプセルトイの企画制作を行う斎藤企画との業務提携により、ファンコミュニティ育成におけるインセンティブとしてカプセルトイ企画制作する施策を提案していくことを公表。

当初予定していたファンコミュニティ向け施策に先行する形で、まず共同でカプセルトイ自販機RED° TOKYO TOWERやTSUTAYA柏駅前店などに設置し稼働を開始(その後RED° TOKYO TOWERについては先方都合により設置終了)。しかし当初想定していたファンコミュニティとの連動については現時点で進捗が見られず、今後の取り組みについては検討中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年6月3日付「当社及び当社子会社による新たな事業（ECによる小売業）の開始に関するお知らせ」

ファンマーケティング・Webマーケティングのノウハウを活用し、消費者に対して商品・サービスを提供する新たな収益セグメントを構築することを目指し、当社及び子会社BTCリンク株式会社のECによる小売業を展開。音楽・映像ソフト（CD・DVD）・カラーコンタクトレンズ・家電・SIMカードなど幅広い商品ジャンルの取扱いにより、業績は好調。

2025年10月より子会社である株式会社ミライルの製造するタレント柏木由紀プロデュースのカラーコンタクトレンズブランド「Winkuu（ウインクウー）」を発売し新たな顧客層の獲得に成功。

2026年3月には、メモリーテックつくば社サン宝石事業部の人気IP「ほっぺちゃん」の新作オリジナルシール（全8種セット）が、2026年3月18日更新（集計日：3月17日）の楽天市場カテゴリランキング（ラベル・ステッカー）で第1位を獲得。テレビアニメ番組との連動に成功。

■ 2024年7月29日付「幼児用教材販売の株式会社グローリーの株式取得（子会社化）及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

幼児用教材販売の株式会社グローリーを子会社化し、幼児教材（絵本、玩具、屋内外遊具等）の企画・製作・販売を開始。子会社化後の業績は2期連続で概ね計画に沿って推移している。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年10月31日付「株式会社miraとの業務提携および合併会社（連結子会社）設立に関するお知らせ」

株式会社miraとの共同出資により、カラーコンタクトレンズの製造を行う株式会社ミライルを設立。2025年2月27日に医療機器製造業登録証が交付され、医療機器製造業者としてコンタクトレンズの製造販売に向けて稼働を開始。2025年7月から製造を開始し、10月8日アーティスト・タレントの柏木由紀がプロデュースしたカラーコンタクトレンズブランド「Winkuu（ウィンクウ）」を発売。初動プロモーションに遅れが生じたものの、その後順調に売上を伸ばしている。

■ 2024年11月8日付「当社子会社and health株式会社と株式会社精美堂との業務提携に関するお知らせ」

子会社BTCリンク(旧商号:and health)株式会社が印鑑・名刺・OA機器・オフィス家具の販売を手掛ける株式会社精美堂と、酸素ボックスを中心とした健康機器の企業総務部門を対象とした健康機器の販売について業務提携。共同営業を展開しているが、現時点では目立った成果は上げられていない。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月8日付「当社子会社and health株式会社とメモリーテックつくば株式会社との業務提携に関するお知らせ」

子会社BTCリンク(旧商号:and health)株式会社が、CD、DVD、ブルーレイなど光記録媒体の企画、制作、製造を中心に、商業印刷、出版印刷等様々な分野での事業を展開するメモリーテックつくば株式会社と、酸素ボックスの保管・製造・納品等について業務提携。製品・部品の倉庫保管を、組立・出荷対応などについて協業体制を整備し原価削減を実現。しかし酸素ボックスの販売不振により、現時点では目立った成果は上げられていない。

■ 2024年11月8日付「株式会社グラシアスとの業務提携に関するお知らせ」

「通信費削減事業」「GX(グリーントランスフォーメーション)事業」で企業におけるコスト削減を実現する株式会社グラシアスと業務提携。サービス導入推進のための新規顧客開拓を推進。現在も共同で営業活動を展開しているが、現時点では目立った成果は上げられていない。

■ 2024年11月18日付「株式会社エフェクチュアルとの業務提携に関するお知らせ」

Web リスクマネジメント事業を展開する株式会社エフェクチュアルと業務提携。同社が提供する「オンライン評判管理対策サービス」導入推進のための新規顧客開拓を推進。現在も共同で営業活動を展開しているが、現時点では目立った成果は上げられていない。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月18日付「TEG 株式会社との業務提携に関するお知らせ」

東京タワーを拠点に、映画や音楽、マンガやアニメのキャラクターなどの IP(知的財産)とファンをマッチングする事業を展開する TEG 株式会社と業務提携。同社の運営する東京タワー内施設におけるイベントの共同開催と上記に連動するオリジナルグッズの商品開発・販売を推進。株式会社玉光堂との三社共同で「甲斐心愛」「可憐なアイボリー」などアイドルの出演するイベントを開催。

しかしながらその後イベント開催は実現していない。

■ 2024年11月20日付「韓国 K O S D A Q 上場企業 VT Co., Ltd. (韓国)との業務提携に関するお知らせ」

韓国取引所（KRX）の新興企業向け市場コスダック（KOSDAQ）上場企業であり、化粧品ブランド「VT Cosmetics」を展開する韓国の化粧品メーカー VT Co., Ltd. と業務提携。「VT Cosmetics」の日本国内におけるマーケティング施策を含む輸入販売に関する施策の実施及び改善を推進。2025年2月10日に同社と物品供給契約を締結、「VT Cosmetics」の卸売販売を開始し、1件の販売契約を獲得。さらに商品陳列用の紙製什器を制作し供給している。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年11月22日付「株式会社インプレストラベルの株式取得(子会社化) 及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

株式会社クロノス・インターナショナルと共同で、株式会社インプレストラベルの全株式を取得し、同社を子会社化し旅行業を開始。

2025年3月6日第3種旅行業登録を完了し旅行業を開始。立ち上げ時の許認可登録の遅れから当初の業績見込みを大きく下回るスタートとなったが、オンライン販売チャネルの拡大や、子会社BEBOPのエンターテインメント事業と連動した旅行案件の受注、さらにスマートフォンゲーム「STU48の7ならべ」のリリース8周年記念リアルイベント連動北海道企画のコーディネートなど徐々に事業を本格化させている。

■ 2024年11月25日付「株式会社Orb Promotion との業務提携（合併会社設立） 及び新たな事業の開始に関するお知らせ」

タレントマネジメント事業を展開する株式会社Orb Promotionと合併で、中国・東南アジアなど海外進出を目指すアイドル・タレントのマネジメント事業を行う株式会社BEBOPを設立。

2024年12月25日所属第一号タレントとして岩永徹也とマネジメント契約を締結し、中国・大連のイベントと『プレミアムトークショー vol.1』『vol.2』を開催。また舞台出演などの活動をサポート(その後、マネジメント契約は終了)。さらに俳優・田淵累生のプロモーション・マネジメント契約を締結し『田淵累生プレミアムトークショー vol.1』を開催。

また所属タレント以外にも、2025年12月29日には柏木由紀のディナーショー『寝ても覚めてもゆきりんワールド～ディナーショーでも夢中にさせちゃうぞっ Vol.2』を開催。物販も含めて収益を上げている。

2026年1月にはYouTuber“ゲソブラック”とマネジメント契約を締結し、メディアへの進出サポートを開始するなど、事業の幅を拡大している。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2024年12月13日付「東京書店株式会社との資本業務提携に関するお知らせ」

主に児童書や実用書を中心に事業展開している出版社・東京書店株式会社と資本業務提携を行い「ファンマーケティング施策における書籍などの出版」「絵本など幼児向け書籍などの商品開発におけるマーケティング活動」「所属タレントによる写真集・エッセイ集などの書籍の出版」などを推進中。2025年3月11日付で追加出資により持分を30%として持分法適用関連会社とした。現時点では協業による成果は見られないが、当期純利益として持分法投資利益を計上。

■ 2024年12月13日付「株式会社みっとめるへん社との資本業務提携に関するお知らせ」

株式会社みっとめるへん社と資本業務提携を行い「オリジナルキャラクター・ファンシーグッズを活用したマーケティング施策の開発・推進」「幼稚園・保育園向け教材商品の開発」において業務提携を推進。サン宝石事業部のオリジナルキャラクター「ほっぺちゃん」のIP管理・オリジナルシール卸売などで実績を作りつつ、次の展開に向けて協議中。また、2025年3月17日付で追加出資により持分を30%として持分法適用関連会社としたが、同社の合併に伴いメモリーテックつくば社へ商号変更すると同時に、当社の出資比率が低下し持分法適用関連会社から除外されることとなった。

■ 2024年12月16日付「韓国KOSDAQ上場企業CUBE ENTERTAINMENT（韓国）との業務提携に関するお知らせ」

韓国取引所（KRX）の新興企業向け市場コスダック（KOSDAQ）上場企業であり、世界的に有名な先導的芸能プロダクションCUBE ENTERTAINMENTと業務提携。同社所属アーティスト・タレント等の日本市場におけるプロモーション施策及びイベント施策の実施に向けて活動を開始し、男性グループNOWADAYSの日本単独公演『2024 NOWADAYS MINI LIVE [IN YOUR DAY] IN JAPAN』をサポート。しかしその後、業務提携による成果はいまのところ見られない。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2025年1月20日付「有限会社 辻元の株式取得(子会社化) に関するお知らせ」

旧酒販免許を所有する有限会社辻元の全株式を取得し子会社化。全国に向けた幅広い酒類のEC販売を目指したが、仕入れ先との契約における課題が払拭できず、現時点で販売を開始できていない。今後の対応については協議中。

■ 2025年3月10日付「株式会社cadreの株式取得(子会社化)に関するお知らせ」

革新的な総合家電・美容商品を企画開発・製造販売する株式会社cadreの51%を取得し子会社化。主力であるヘアドライヤーの販売及び新商品開発において遅延が見られたが、本年度においては当社及び子会社BTCリンク株式会社のECとの連動など、製造・販売における経営戦略の見直しから収益力向上を目指す。

■ 2025年3月12日付「インフルエンサーZ株式会社との業務提携および合併会社（持分法適用関連会社）設立による新たな事業(Vtoker事業)の開始に関するお知らせ」

インフルエンサーZ株式会社との合併で、TikTokに特化したVライバー（Vtoker）を育成支援するプロダクションを設立して持分法適用関連会社化。2025年4月にティザーサイトを公開しサービス開始。当初は自社メンバー5名でスタート。さらにメンバーを増やし、また同年7月23日にはTikTokの広告代理店パートナー（TikTok Authorized Agency）認定取得。2026年1月より新たなタレント育成とIP創出を目的としたバーチャルアイドル育成プロジェクト「わがまま♥解放区プロジェクト」を開始し、第1期生として8名がデビュー。楽曲デビューを目指して活動中。現在第2期生の企画も進行中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2025年3月28日付「株式会社玉光堂及び株式会社クロノス・インターナショナルとの業務提携による新たな事業(ファンイベント事業)の開始に関するお知らせ」

ファンマーケティングにおける実績とノウハウを元に、CD・DVD等の小売事業を展開する玉光堂と旅行業を展開するクロノス・インターナショナルの3社提携により、ファン向けイベントの企画・運営、オリジナルグッズの商品開発・販売、海外旅行ツアーの企画を推進。その後検討の結果、まずゲームファン向けの旅行連動イベントに注力することとなり、スマートフォンゲーム「STU48の7ならべ」のリリース8周年を記念して実施されたゲーム内イベントに連動したリアルイベント企画の運営支援を受注(2026年3月19日付PR情報「STU48リアルイベント運営支援・ゲームイベント連動型プロモーション支援詳細決定のお知らせ」ご参照ください)

■ 2025年6月30日付「新たな事業(暗号資産投資事業)の開始及び暗号資産（ビットコイン）の購入に関するお知らせ」

2025年4月9日、Web3関連事業等への応用可能性の検討や知見の獲得を目的として、ビットコインの試験的購入を決議。4月25日に自己資金10百万円で購入。同年6月30日、試験的購入の結果を受けて正式に「暗号資産投資事業」を開始。第11回、第12回、第13回新株予約権により調達する資金の資金用途を変更し最大5億円の暗号資産購入枠を設定。7月中旬から8月下旬にかけて累計80百万円のビットコインを購入したが、その後市場環境が悪化し、2025年12月期において、15百万円の評価損を計上、さらに2026年2月3日にロスカットルールに基づき保有する全てのビットコインを売却し、9百万円の暗号資産売却損を計上。今後の展開については検討中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2025年4月14日付「MAKE BEAUTURE株式会社との業務提携の締結に関するお知らせ」

総合格闘家の朝倉未来氏がプロデュースする「未来の育毛剤VO-VO-」重炭酸入浴剤「湯セレブ H.L.B」などの化粧品を展開するMAKE BEAUTURE社と提携し、同社製品の製造、保管、在庫管理を受託。その後、業務は順調に推移。2025年6月13日、「TikTok Shop」の出店・運営支援を開始し、6月30日正式販売をスタート。動画やライブ配信を通じて、視聴者がワンタップで商品を購入できる次世代型の販売モデルが本格始動している。

■ 2025年5月26日付「株式会社sayuri-style の株式取得(子会社化)に関するお知らせ」

ECによる小売事業の強化を目的として、Instagramライブを活用した販売に強みを持つアパレル・ライフスタイル雑貨の小売業を営む株式会社sayuri-styleの株式50%を取得し子会社化。2025年6月2日：若年層を中心とする新たな顧客基盤の獲得を目指し、TikTokを活用したライブ配信型EC（ライブコマース）「TikTok Shop」の実装や株式会社クー（COO社）が展開する「COOCO（クーコ）」などのバッグやアクセサリといったファッション雑貨等商品ラインの拡充など業績拡大に向けて協業を展開したが、代表取締役の若井小百合氏より「改めて単独で経営に取り組みたい」との提案があり保有する全株式（50%）を若井氏へ譲渡し、資本関係を解消。今後は必要に応じて協力関係は維持していく方針。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2025年5月30日付「新たな事業(ファンクラブサイト事業)の開始に関するお知らせ」

芸能プロダクションBEBOPの設立などエンターテインメント領域への進出を進める中で、アンバサダー事業で培ってきた「会員制サイトの構築・運用ノウハウ」や「ファン参加型イベントの知見」をエンタメ領域に活用し、国内外の芸能事務所やIPホルダー等を対象に、アーティスト、タレント、インフルエンサーなどのファンクラブサイトの企画・構築・運営をトータルで支援する「ファンクラブサイト事業」を開始。現在システム開発を進めている。

■ 2025年7月18日付「合併会社（連結子会社）の設立による海外とのクロスボーダーM&Aアドバイザー事業開始に関するお知らせ」

海外企業や海外の法律事務所等との連携機会において複数の海外企業から日本企業へのクロスボーダーM&Aに関する関心や要望を多数受けたことから、国内外のM&A業務で20年以上の実績を持つ実業家・投資家の眞藤健一氏と合併会社「株式会社グローバルM&Aパートナーズ」を設立(66%出資)してクロスボーダーM&Aアドバイザー事業を開始。2026年1月14日、韓国・ソウルを拠点とする法務法人DLGと、日韓間のクロスボーダーM&Aおよび関連投資取引に関するディール・ソーシング（案件創出）／紹介での協業に向けたMOU（基本合意書）を締結。DLGが韓国内、当社側が日本国内での買主・売主候補を発掘し、相互に案件情報を提供する体制を構築し事業推進中。

収益力の向上への取り組み状況（適時開示事項の進捗状況）

■ 2025年9月30日付「連結子会社による事業の一部譲受及び新たな事業(リユース事業)の開始に関するお知らせ」

子会社であるBTCリンク株式会社が株式会社玉光堂からリユース事業の一部として「買取専門店 玉光堂」の3店舗（買取および携帯電話修理）の譲受を完了し、安定した需要が見込める貴金属や高級ブランド商材等の買取・販売事業を開始。環境意識の高まり等を追い風に、買取から販売までを自社で一貫して行う実店舗モデルとして、事業開始直後から順調に売上を計上。また新たなサービスとして、遺産相続や引っ越しを機に貴金属等を売却すると同時に不動産（戸建、マンション、土地など）の売却を検討する来店客を対象に、店舗での対面営業を通じて不動産会社に紹介し、売買契約成立時に紹介手数料を収受する「不動産会社紹介サービス」を開始。新たな収益の柱としてさらに事業を拡大する方針。

■ 2026年2月17日付「アートボックス（韓国）とのフランチャイズ契約に関する業務提携契約締結のお知らせ」

韓国最大級の雑貨店アートボックスとフランチャイズ契約に関する業務提携を行い、フランチャイズ（FC）契約の窓口業務と商品卸売取引の窓口業務を開始。出点数の拡大に応じたストック型収益モデルの構築を図るとともに、法人取引を横断した安定的な商品供給体制の構築により本年度中の収益化を目指す。



8

ガバナンス強化の取り組み 及びリスク情報

コーポレートガバナンス体制の強化

持続的な成長をするためには、経営の効率化を図るとともに健全で透明な経営体制を構築する必要があるため、コーポレートガバナンス体制※を強化してまいります

1 ガバナンス体制の強化

取締役会資料作成マニュアル作成による報告の充実 / 内部通報制度や社内アンケートによる情報収集体制の定着 / 取締役会とガバナンス強化委員会間の諮問、助言

2 内部監査体制の見直し

内部監査経験のある専任担当者の採用完了 / 外部の専門家を活用した体制強化 / 取締役会における内部監査結果の報告

3 監査等委員会における監査の実効性担保

日本監査役協会公表の監査チェックリストを利用した監査の充実 / 監査等委員・内部監査・会計監査人の連携強化 / 月次の内部監査報告会出席の運用定着

4 社内規程整備・業務フロー見直し

グループ各社の業態に応じた社内規程・業務フローの整備 / 財務・経理部員への継続的な教育実施 / Jsox（内部統制）の開示すべき重要な不備の解消

5 コンプライアンス意識の徹底・強化

経営トップからのコンプライアンスメッセージの発信 / コンプライアンス教育・リスク管理研修の実施 / 人事評価項目として職業倫理チェックの導入

6 決定事実適時開示体制の強化

適時開示に係る決定事実はすべて取締役会決議による（「管掌取締役の決定」案件の廃止） / ガバナンス強化委員会・監査等委員会・取締役会による三重チェック体制の確立

※ コーポレートガバナンス体制の詳細は2026年3月31日付『コーポレートガバナンス』をご参照ください。

認識するリスク及び対応策

当社グループが認識する主要なリスクに対して、適切なリスク対応策を講じ、リスク軽減を図ってまいります。

項目	主要なリスク	リスクへの対応策	顕在化の可能性	顕在化の時期
債務超過によるリスク	2022年12月及び2024年11月に実施した第三者割当により資金面でのリスクは低下しましたが、2026年度において売上が伸び悩み単月赤字が継続する場合に再び債務超過に陥る可能性があります。	既存事業での売上向上やコスト削減、また事業の多角化を推進することで、収益力向上を図って参ります。	低	中長期
ステルスマーケティング	クチコミサイトでのいわゆるやらせ問題及びステルスマーケティング問題が表面化し、広告主の不安が高まった場合はソーシャルメディアを利用した広告拡大に影響を及ぼします。	ステルスマーケティング対策ガイドラインを作成し、企業から何らかの便宜を受けた場合にはその内容が伝わるように、事業及び継続的な周知・確認・事後対応を行っております。	低	中長期
個人情報管理によるリスク	アンバサダー等の個人情報を取得しており、何らかの理由により個人情報が漏えいした場合には、損害賠償や信用力に影響を及ぼします。	外部からの不正アクセスや内部からの情報漏えいを防ぐため、「個人情報保護規程」の制定、セキュリティ環境の強化、従業員に対する個人情報取扱に対する教育等を行っております。	低	中長期
システム障害のリスク	サイトアクセスの急増等の一時的な過負荷や電力供給停止、当社グループのソフトウェアの不具合、不正な手段による当社コンピュータへの侵入等によりコンピュータシステムがダウンした場合に、当社グループの事業活動に支障を生じる可能性があります。	システムの安定的な稼働を図るために定期的なバックアップ・稼働状況の監視等により、システムトラブルの事前防止または回避に努めています。	低	中期
訴訟リスク	当社グループ及び役職員の法令違反等の有無に関わらず、顧客や取引先等との予期せぬトラブルや訴訟が発生するリスクがあるものと考えております。当該リスクの内容や訴訟等の結果によっては、当社グループの事業および業績に影響を及ぼす可能性があります。	内部統制およびコンプライアンス体制の強化を通じて潜在的な訴訟リスクの低減に努めるとともに、万一トラブルが発生した場合には、顧問弁護士の助言を踏まえ、リスク・コンプライアンス委員会等の会議体において適切に対応できる体制を構築しております。	中	中期

※現時点でリスクが顕在化する時期は未定です。実際にリスクが顕在化し、経営に多大な影響が出ると見込まれる場合は、速やかにその内容を更新いたします。

※アンバサダー以外の事業においても広告活動などで上記のステルスマーケティングに関するリスクがあると判断しております。当社グループは、このリスクが顕在化しないよう適切に対応いたします。

※BTCリンク株式会社については、在庫を保有することに伴うリスク、製造物責任にかかるリスクが生じえますが、当社グループに与える影響は限定的であると判断しております。

※この他の当社リスクについては、有価証券報告書に記載された「事業等のリスク」をご参照ください。

注意事項

- ① 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、また具体的な達成時期は未定となっております。様々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。
- ② 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。
- ③ 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。
- ④ 本資料のアップデートは、本決算後の3月頃に開示を予定しております。また、当社の事業計画に重要な変更が生じた場合は、速やかに開示いたします。

【お問合せ先】

CRAVIA株式会社 IR担当

電話 : 03-6435-7130

メール : ir@cravia.jp