

ジモティー

2024年12月期

第3四半期 決算説明資料

株式会社ジモティー
東証グロース：7082

目次

- 01 2024年12月期 第3四半期業績概要
- 02 全社戦略と進捗
- 03 よくあるご質問
- 04 APPENDIX

01

2024年12月期 第3四半期業績概要

2024年12月期 第3四半期の業績概要

- 通期業績予想に対する進捗率は売上高70.0%、営業利益76.9%。売上高の進捗はやや遅れているが第4四半期で巻き返したい。営業利益はほぼ計画通りに推移

単位：百万円

業績予想比	2024年12月期 第3四半期累計実績	2024年12月期 通期業績予想	進捗率
売上高	1,347	1,926	70.0%
営業利益	430	559	76.9%
純利益 (注)	301	466	64.8%
前年同期比	2024年12月期 第3四半期累計実績	2023年12月期 第3四半期累計実績	前年同期比
売上高	1,347	1,312	+2.7%
営業利益	430	496	-13.4%
純利益 (注)	301	405	-25.5%

注 2024年12月期より繰延税金資産の計上タイミングを毎四半期末から期末に変更しているため、第1~3四半期末タイミングでは前年同期比及び通期業績進捗率は悪化しているように見えるが、通期実績には影響ない見込み

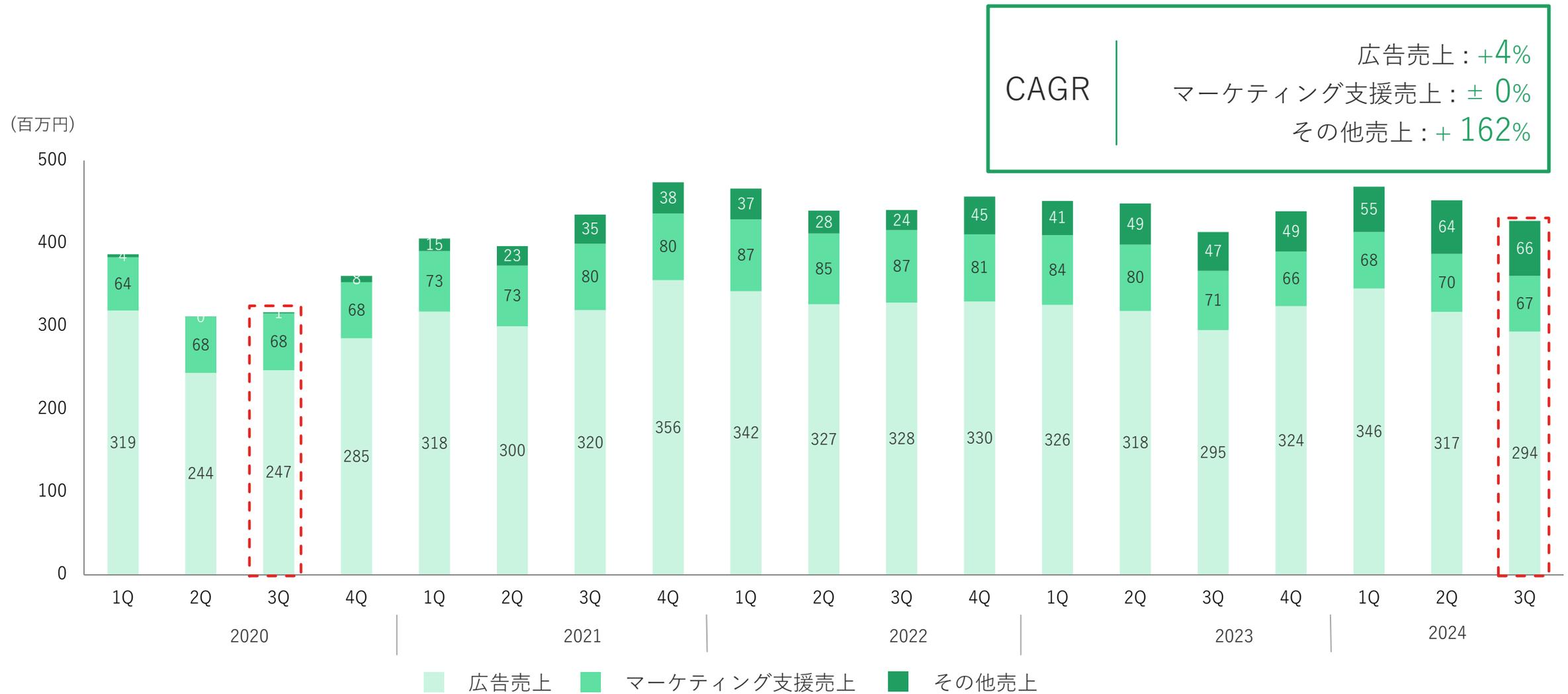
2024年12月期 通期 営業利益予想の達成見込

- 2023年度は、営業利益が上期偏重で推移している。そのため、3Q累計の前年同期比は-13.4%となっているものの、通期では問題なく達成可能な水準にて推移していると考えている



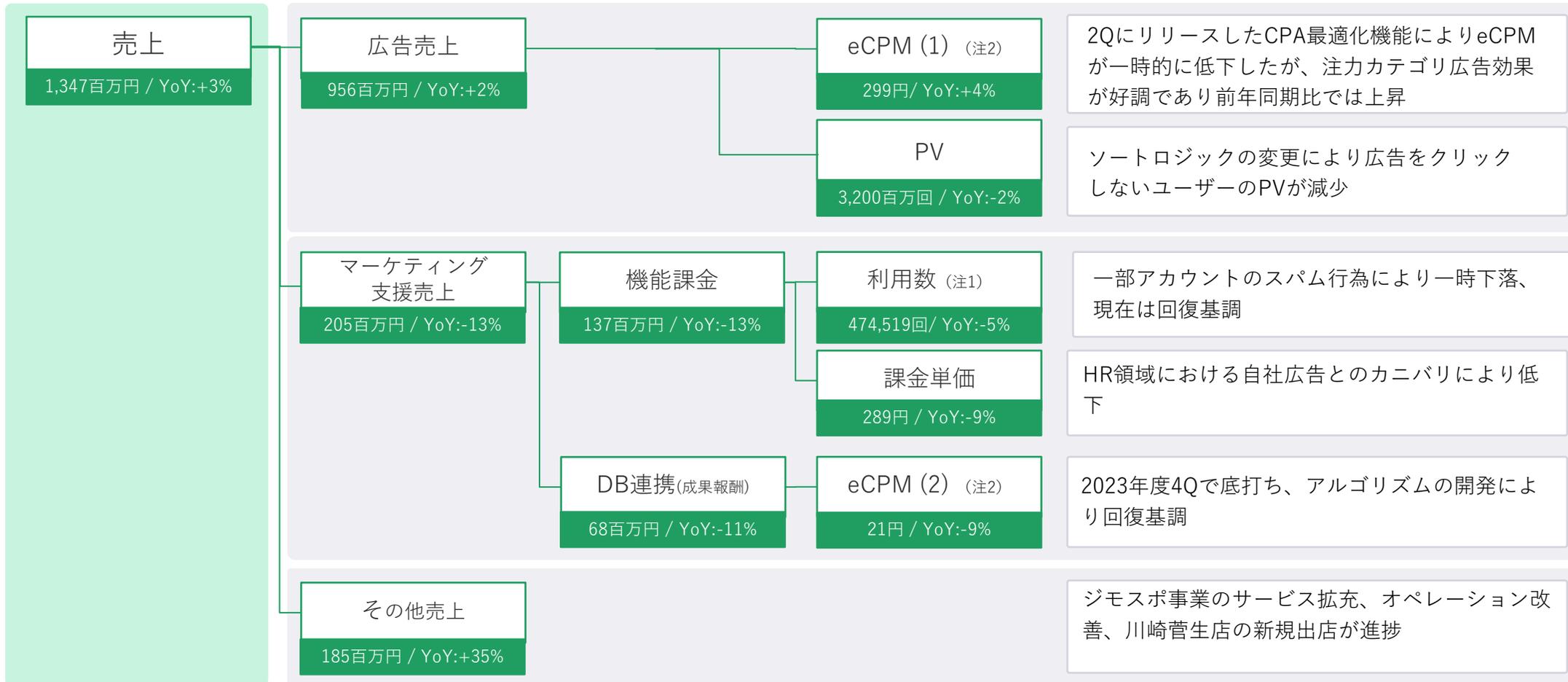
売上内訳_全体

- 広告売上はほぼ前年同期どおり、その他売上はジモスポ売上（1Q 30百万→2Q 38百万→ 3Q 46百万）が増加



2024年度3Qと2023年度3QのKPI比較（累計）

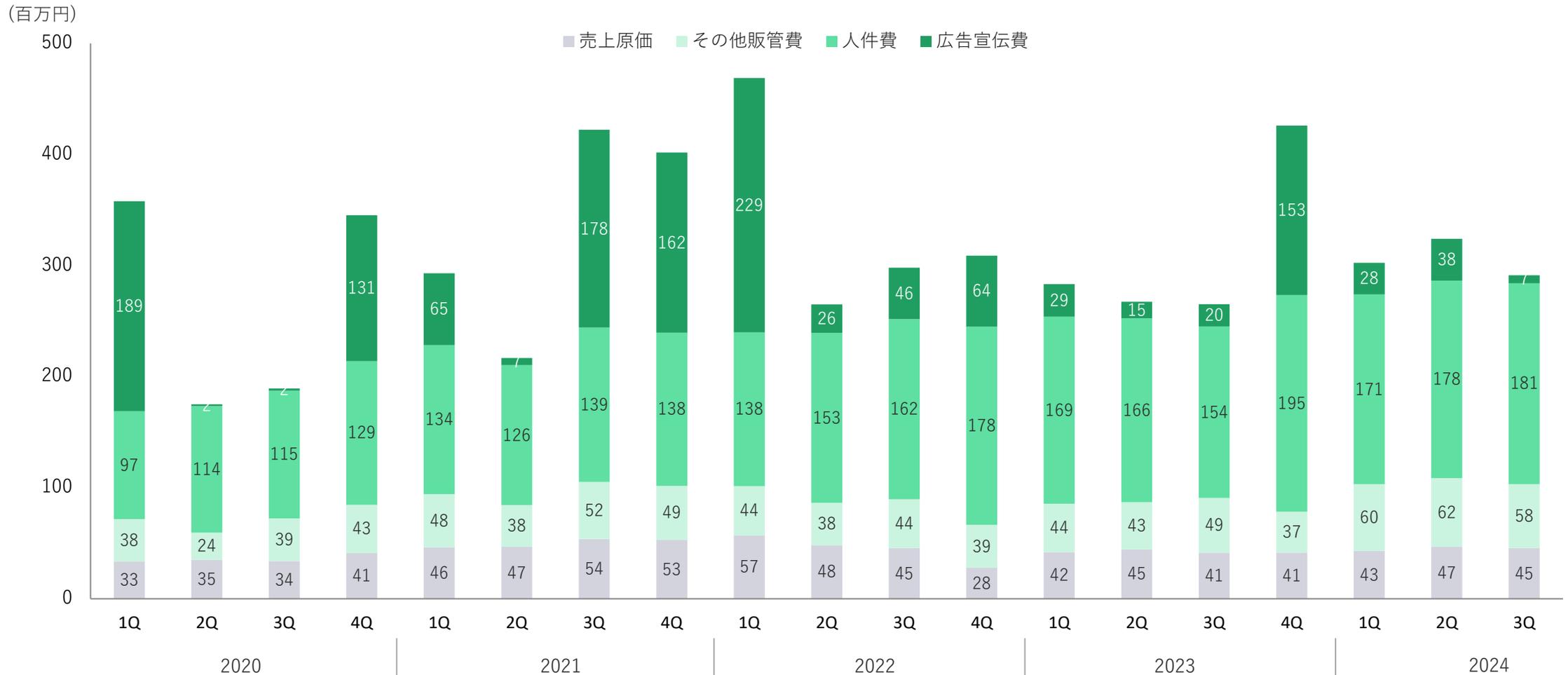
- 広告売上はプロダクトの変更により広告をクリックしないユーザーのPVが減少した分だけ広告単価が上昇、結果としては前年同期比+2%
- その他売上のうち、自治体連携を核としたジモスポ事業が順調に成長している



注1：2023年3Qより、課金者数（ユニークユーザー）からオプション利用された回数に表記を変更
 注2：PV1,000回表示あたりの収益

コスト構造

- 前期と比較して広告宣伝から人材への投資にシフト、ジモスポ事業・広告事業の開発を優先的に行っていく
- 広告宣伝は利益目標に合わせてコントロールする



重要指標の進捗概要

- プロダクトではアルゴリズム研究の成果の刈取りが数値計画に対して遅れているが開発進捗には手応えがある
- 広告事業については売上進捗に遅れはあるものの営業体制の整備はかなり進んでいる
- ジモスポ事業については単店舗あたりの目標をクリア、店舗展開も順調に進捗している

	領域	成長戦略の概要 (前Q決算発表資料より。詳細は後述)	主な進捗状況
1	ユーザー グロース	ユーザーの興味関心に合致したコンテンツ配信 PV数ではなく、メディアの本質的な価値を表 す成約数最大化にフォーカスする	7月下旬より、従来の「人気順」から「興味関 心順」へソートロジックを切り替えた。新規ユ ーザーのアクション率（会員登録後の初投稿率、 初成約数率）が著しく改善
2	広告事業	ユーザーの検索意図に合致した広告開拓 ターゲティング機能による配信精度の向上	8月より「求人」「不動産」「中古車」等の広 告のシェアが拡大している (非注力分野との入れ替えで足下の成長はまだ 弱い)
3	ジモスポ	1店舗の年間営業利益1,000万円のモデル作り 直営、FCを含めた100店舗の展開の早期実現	1店舗の年間営業利益1,000万円のモデルが完成 10月25日にジモスポ名古屋を出店。今期末ま でにさらに+3店舗と出店を加速させている

①-1_ソートロジックのアルゴリズム研究

- 従来のソートロジックは「人気順」であり、全ユーザー一律の商品が上位表示され、特定商品に問合せが集中し、結果として成約率が低い状態にあった
- 3Q以降、人気度・距離・ユーザーのペルソナなど様々な変数によるアルゴリズムのテストを繰り返し、最適化を図っている

Before (人気順)

全ユーザー共通

20km圏内の0円家具家電等を上位表示

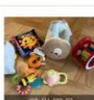
	9Lタンク石油ストーブ 0円	東京都大田区西糀谷	11/14	★
	棚 0円	東京都世田谷区桜新町	11/05	★
	ニトリのロフトベッド (2ヶ月しか使っていません、新中古品) 5,000円	東京都杉並区下井草	06/25	★
	テーブル・椅子セット 0円	埼玉県所沢市	11/14	★
	ダイニングテーブルセット 0円	東京都港区	06/13	★
	2020年購入ゲーミングチェア 人間工学メーカー 最新モデル譲ります 0円	東京都杉並区西荻南	11/28	★



After (ユーザー毎の興味関心順)

30代女性の場合

2km圏内の子供用品・服等を上位表示

	ベビーサークル ベビーアイランド 1,900円	東京都品川区旗の台	11/04	★
	BABY GAP シャツ サイズ80 250円	東京都港区港南	11/01	★
	【着用有】LOVEMIC フォーマルワンピース 入園式 卒園式 入学式… 1,400円	東京都目黒区東山	10/29	★
	R6新米 こしひかり玄米30キロ 13,500円	東京都目黒区祐天寺	10/18	★
	処分価格! BOUTIQUE OSAKI(ブティックオーサキ) 美品 22サテン… 300円	東京都港区南青山	10/28	★
	【定価1.6万相当】0歳~1歳向けおもちゃセット 7点まとめ売り 知育 1,499円	東京都渋谷区神泉町	10/27	★

50代男性の場合

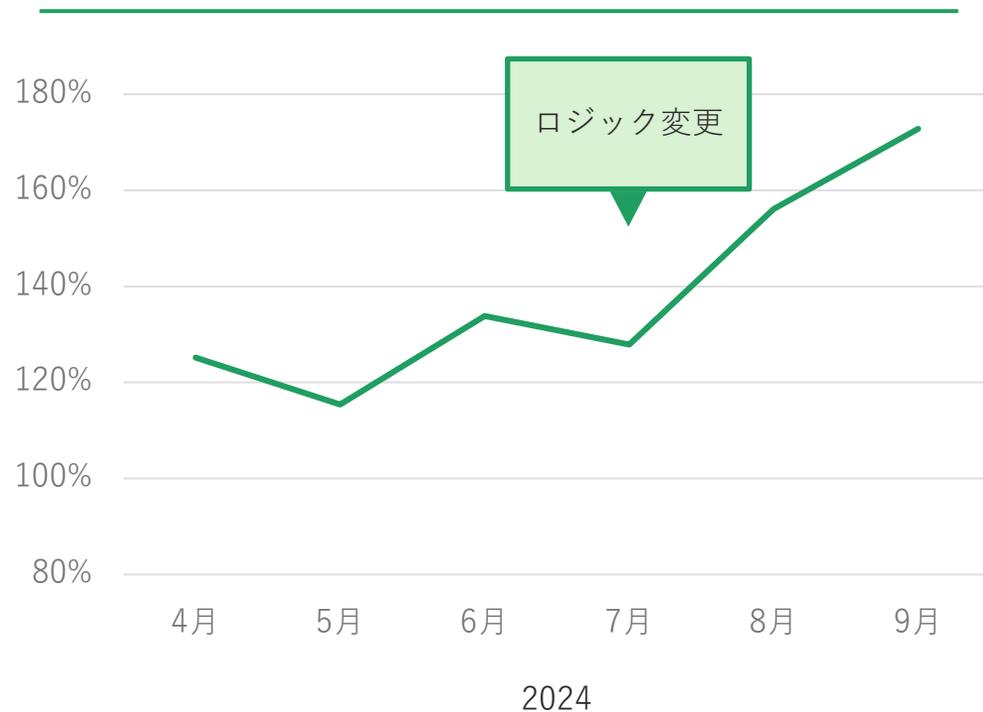
5km圏内のDIY・カー用品等を上位表示

	建築資材の端材など 薪やDIYに 50円	東京都渋谷区鉢山町	11/06	★
	【数量少】ヒメダカ10匹100円 めだか 100円	東京都品川区小山	11/05	★
	新品スタッドレス 2024年製 155/65R14 軽自動車全般に 組み… 17,000円	東京都港区港南	10/31	★
	ガソリン携行缶 500円	東京都目黒区大橋	10/30	★
	売ります★natural cycle クロスバイク 美品 ナチュラルブルー 30,000円	東京都目黒区目黒	10/27	★
	『値下げ』 Makita インパクト14.4v ドライバー バッテリー2個付き 11,000円	東京都品川区中延	10/23	★

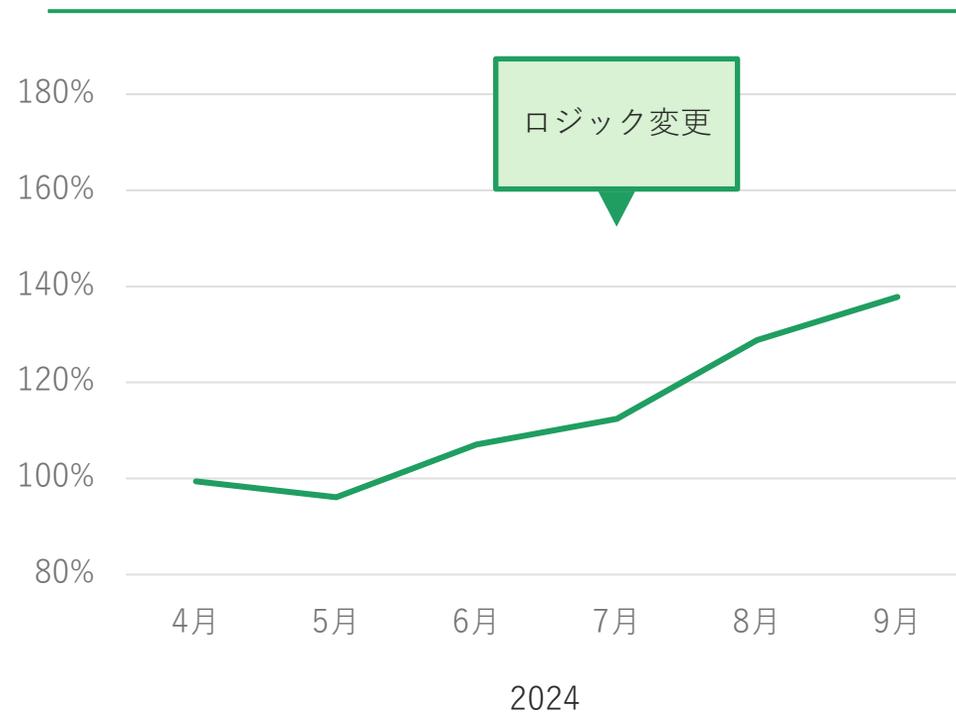
①-2_ソートロジックと新規会員アクション率の改善

- ソートロジックを変更したことにより、新規会員の初投稿率、成約率といったアクション率が著しく改善
- 更なる改善を目指すためテストを継続中

新規会員登録→7日以内初投稿率（前年同月比）

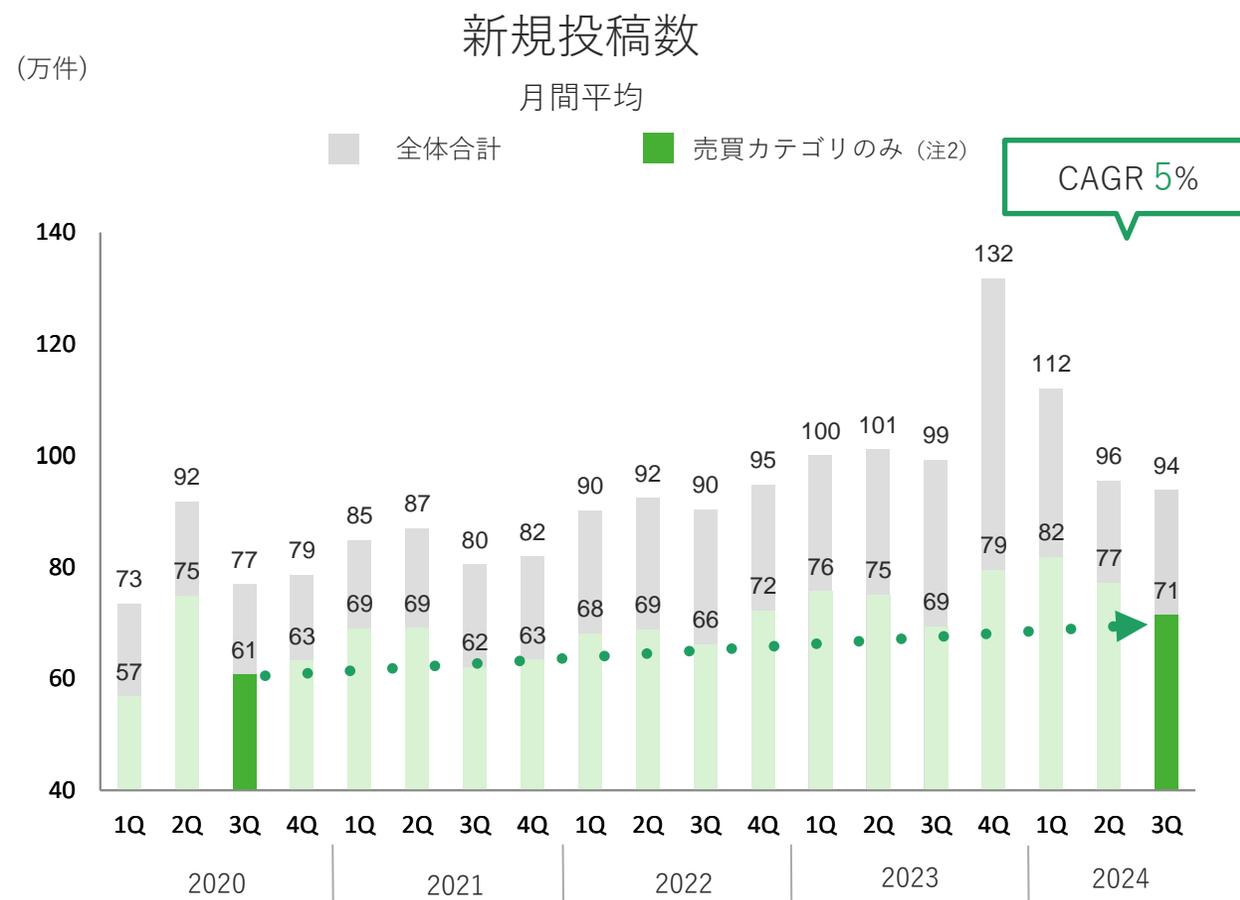
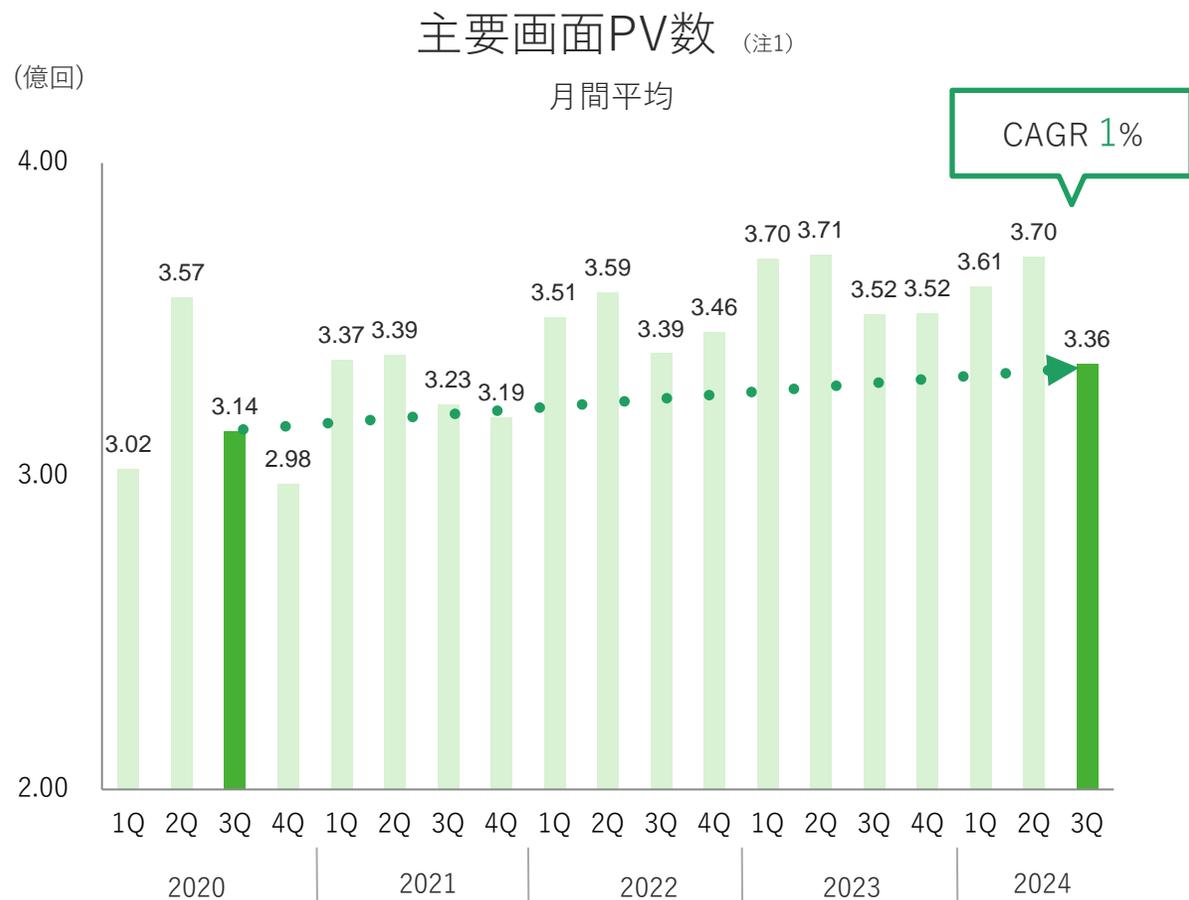


新規会員登録→14日以内成約率（前年同月比）



①-3_PV数と新規投稿数の推移

- ソートロジックの変更により広告をクリックしないユーザーのPVが減少（無料の品物にしか問合せしないユーザー）
- 投稿数や成約数などプロダクトの本質的価値は継続して成長している



注1 自動配信売上と相関性の高いPV数として広告をメインで掲載している画面（TOP・リスト・詳細）のPV数

注2 売買以外のカテゴリにおいて特定のヘビーユーザーからの異常な数の投稿があったため、これを除外した売買カテゴリのみの新規投稿数を併せて掲載しています

②-1_ユーザーの検索意図に合致した広告比率

- 中古車、求人、不動産といったコンテンツとのマッチ度の高い広告カテゴリのシェアが上昇
- 今後の継続率の改善が見込まれる（第3四半期時点は非注力カテゴリの減少と相殺される結果となった）
- 第4四半期にはさらにリサイクルショップや地域チラシ広告の獲得も見込んでおり大きな成果が期待できる

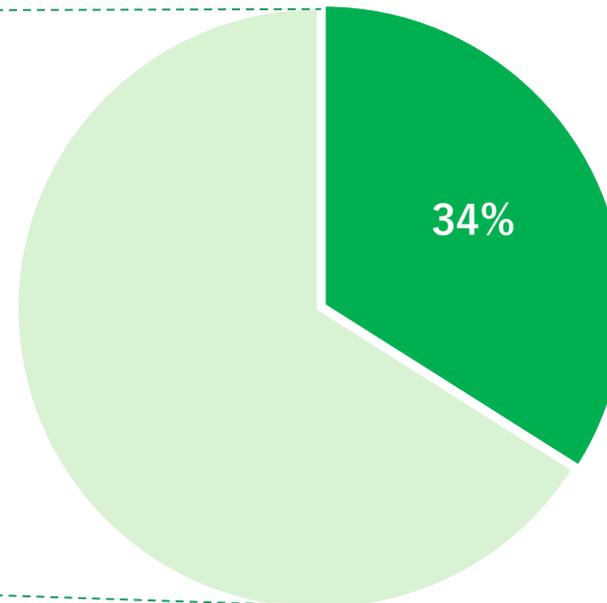
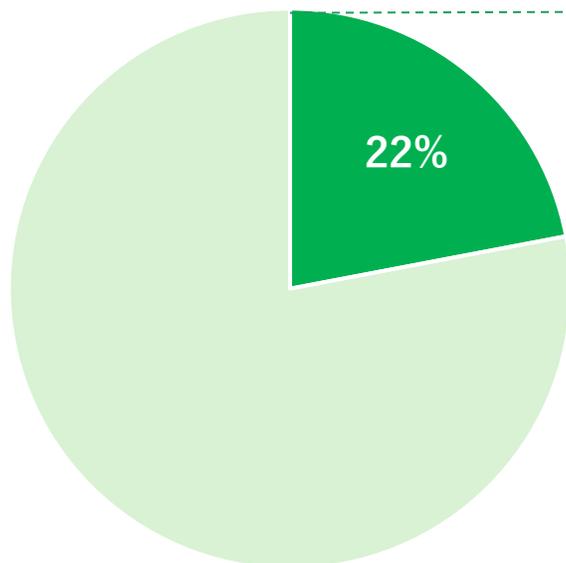
2024年2Q実績

自社広告売上82百万のうち
注力カテゴリ広告比率は22%

2024年3Q実績

自社広告売上103百万のうち
注力カテゴリ広告比率は34%

- 注力カテゴリ広告（中古車、求人、不動産、リサイクルショップ）
- その他広告（保険、ローン、動画配信等）

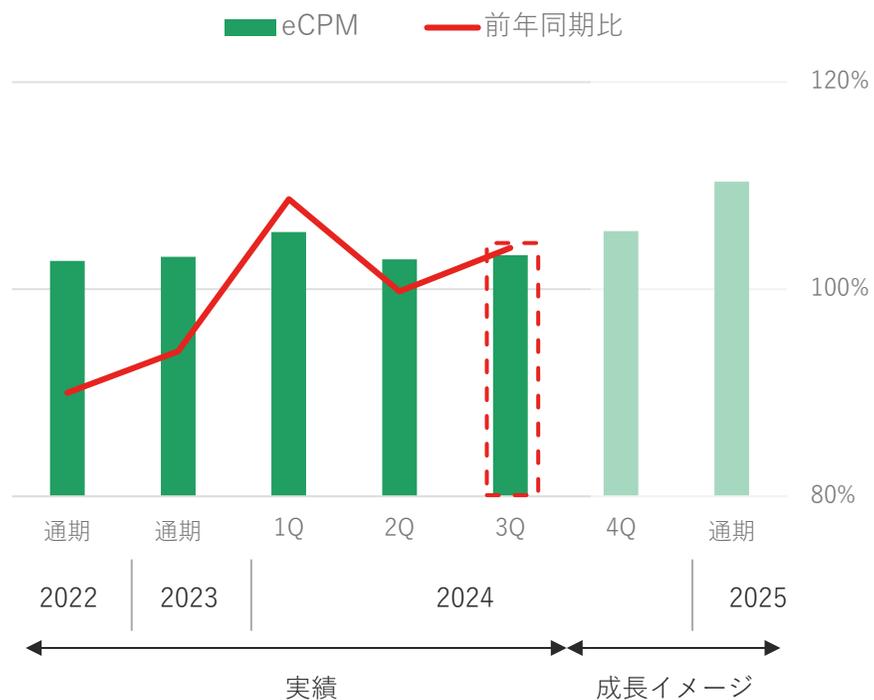


②-2_広告単価（eCPM）と自社広告比率の推移

- 広告単価は前年同期比で微増、自社広告の改善と第三者配信の改悪があった（詳細後述）
- 自社広告比率は順調に増加

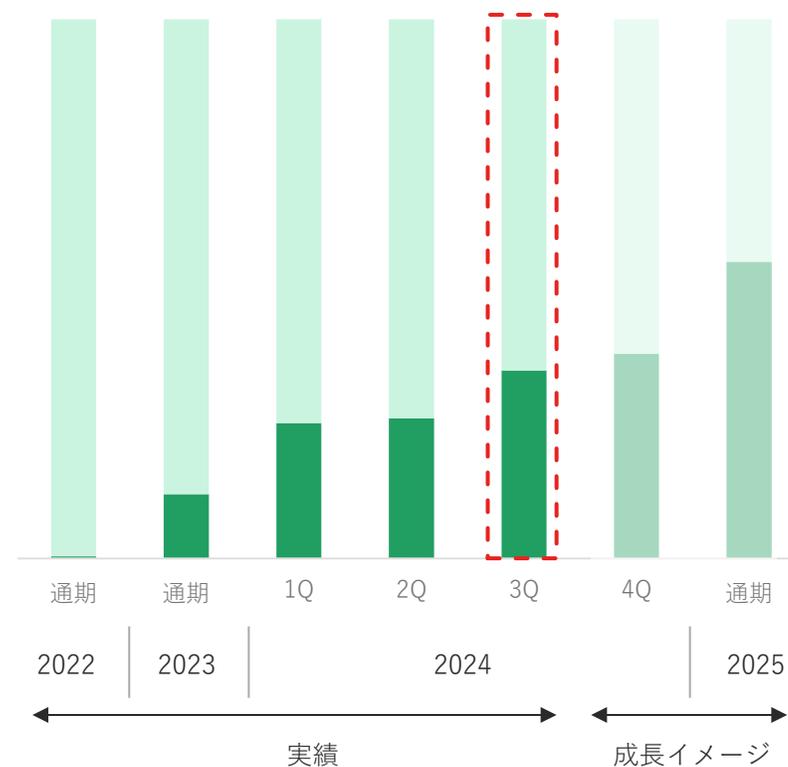
広告単価推移

eCPM（1,000PV当たり広告単価）の推移



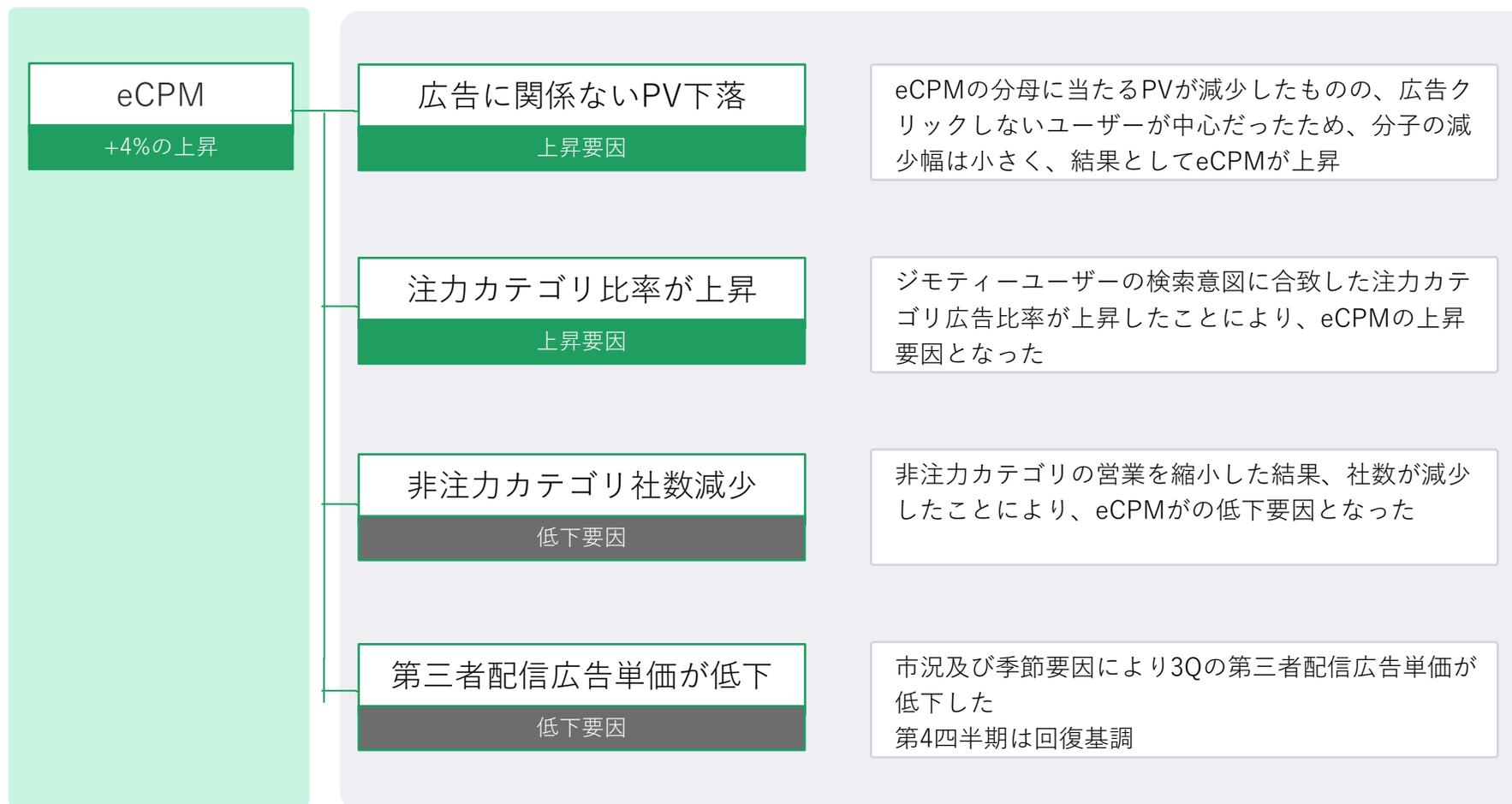
自社広告比率

広告売上全体に占める自社広告売上比率



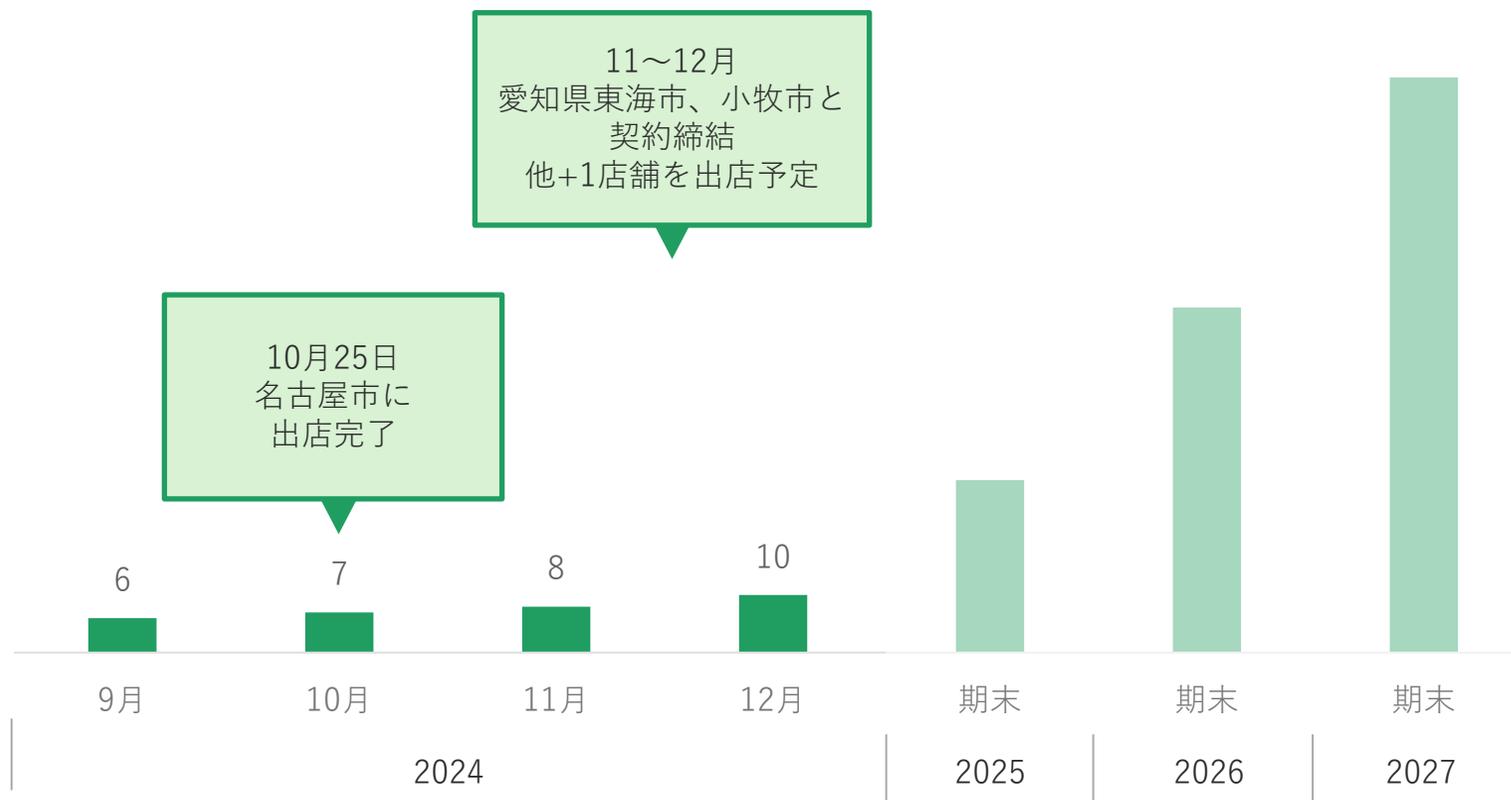
②-3_広告単価の増減要因 (3Q単体/前年同期比)

- 広告単価全体では前年同期比+4%
- 低下要因を上昇要因が上回った結果であり、特に注力カテゴリ比率の上昇は継続的成長において重要な成果



③_ジモスポ出店の進捗

- 予定通り、10月25日にジモスポ名古屋店を出店完了。名古屋テレビをはじめ、地元テレビ局・新聞社等のメディアから多数取材をいただき、他の自治体、地域住民の皆様から大きな反響を得ている
- 同じ愛知県の東海市、小牧市ともFC形態での出店契約締結が完了している



補足：ジモスポの外部評価_環境大臣賞を受賞

- 3R推進のための広範な国民運動を展開する「リデュース・リユース・リサイクル推進協議会」より、令和6年度の環境大臣賞を受賞した
- ジモスポの仕組みによるリユース/ごみ減量実績及び推進活動を高く評価いただいた

受賞日：

2024年10月28日

主催：

リデュース・リユース・リサイクル推進協議会

後援：

財務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省
国土交通省、環境省

対象：

循環型社会の形成に向け、3Rに率先して取り組み、継続的な活動を通じて顕著な実績を挙げている団体等



注：左は世田谷区の担当課長様、右は当社ジモスポ事業部社員の馬岡

02

全社戦略

経営理念

- 当社のサービスを通じて地域の生活をより豊かで持続性のあるものにする
- そのために地域で必要とされるリソースを可視化し、つないでいく

当社の経営理念

地域の今を可視化して 人と人の未来をつなぐ

当社が行うべき事

流れる商材・情報量を増やす

可視化のUP

流れの阻害要因を除く

つながりのUP

02-1

アプリ/ネットのプロダクト戦略

アプリ/ネットのサービス概要

- ジモティーは認証済みの人なら誰でも**無料**で情報を掲載できる地域の情報プラットフォーム
- 取引内容は不要品の売買に限らず、中古車やバイクの売買、バイト・正社員の募集や不動産の入居者募集など多岐にわたる



代表的なカテゴリと特徴的な内容



不用品の譲渡

- 家具、家電などの大きなもの
- バイク、車のパーツ、自転車
- 子供用品や食品までかさばるもの



中古車の売買

- 格安車、自社ローン販売車
- 地元の人に販売し修理や車検のアフターサービスを提供



アルバイト・ 正社員募集

- 隙間時間バイト、通勤時間がほとんどない近所のバイト
- ドライバーや住み込みの正社員



不動産の 入居者募集

- オーナー直接掲載物件
- 初期費用格安の物件

サービスの特徴

- 近所で直接取引をするので、買う人はお得な価格で信頼できる品物を手に入れることができる
- 売る人は送料や梱包のコストなどをかけずにリピート客となる可能性が高い顧客を獲得できる
- 双方にとって移動や輸送のコストがほとんどかからず、ゴミを減らすことも可能なため地球環境にも優しいサービスになっている



情報を探す人

- なるべく**近所**でなるべく**お得**な情報を探すことができる
(例：子供用品を近所のママ同士でまとめて売り買いする)
- 地元の人から買うから品物の状態を直接確認できるし、**信頼**できる
(例：バイクや車の動作確認を目の前でできる)
- 移動、輸送のコストがかからないから**地球環境にも優しい**



情報を掲載する人

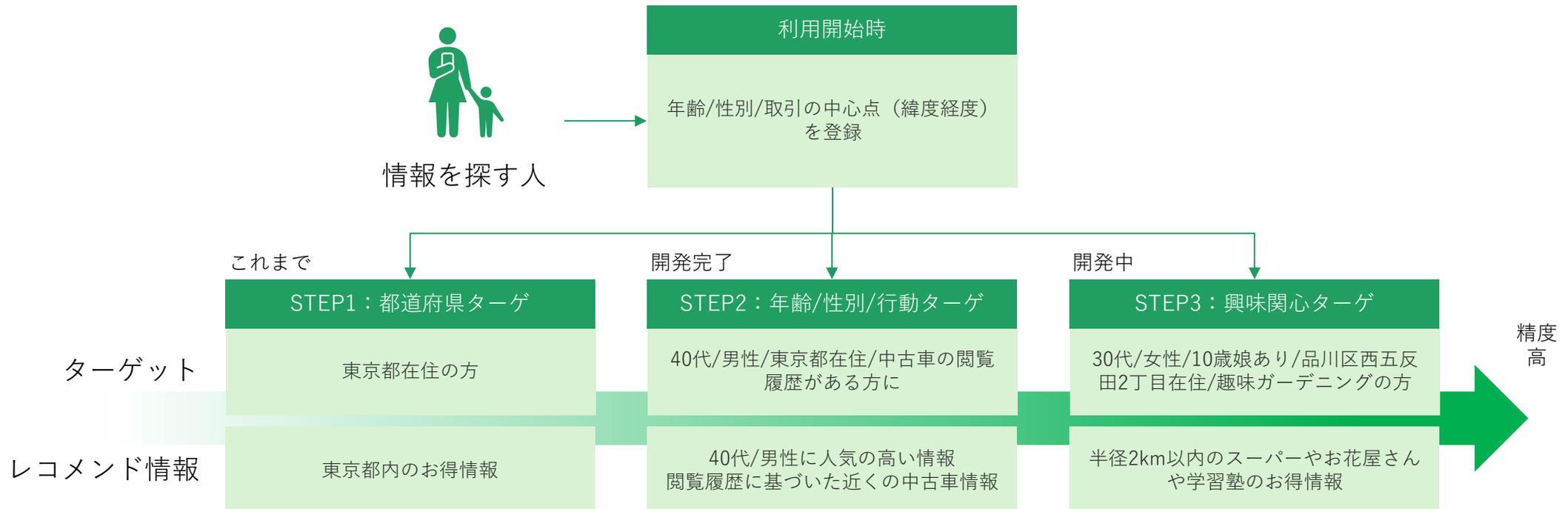
- 地元の人に売るから**郵送料、手間がかからない**
(例：一品、一品を梱包・郵送せずに済む)
- 地元の人に売ると、**次の取引に繋がる**
(例：車を売って修理を受注する)
- 通常は販売できずにゴミとして処分していたものでも貰い手を見つけて**ゴミを減らす**ことができる

ジモティーの競争優位性：情報を探す人

- 情報を探す人は基本的に手数料を払うことなく、地域の人と直接取引をすることが可能
- コンテンツを出し分けるため、サービスを閲覧する人の約80%の年齢/性別/緯度経度情報を保有している
- データに基づいたコンテンツ配信を行うことで驚くほどお得な商品や自分が潜在的に求めていた地域情報やローカルのサービスに偶発的に出会うこともできる

自分に合った地域情報が配信される

緯度経度情報等の豊富なユーザー情報を用いているため、
各ユーザーに合った地域情報をレコメンド可能

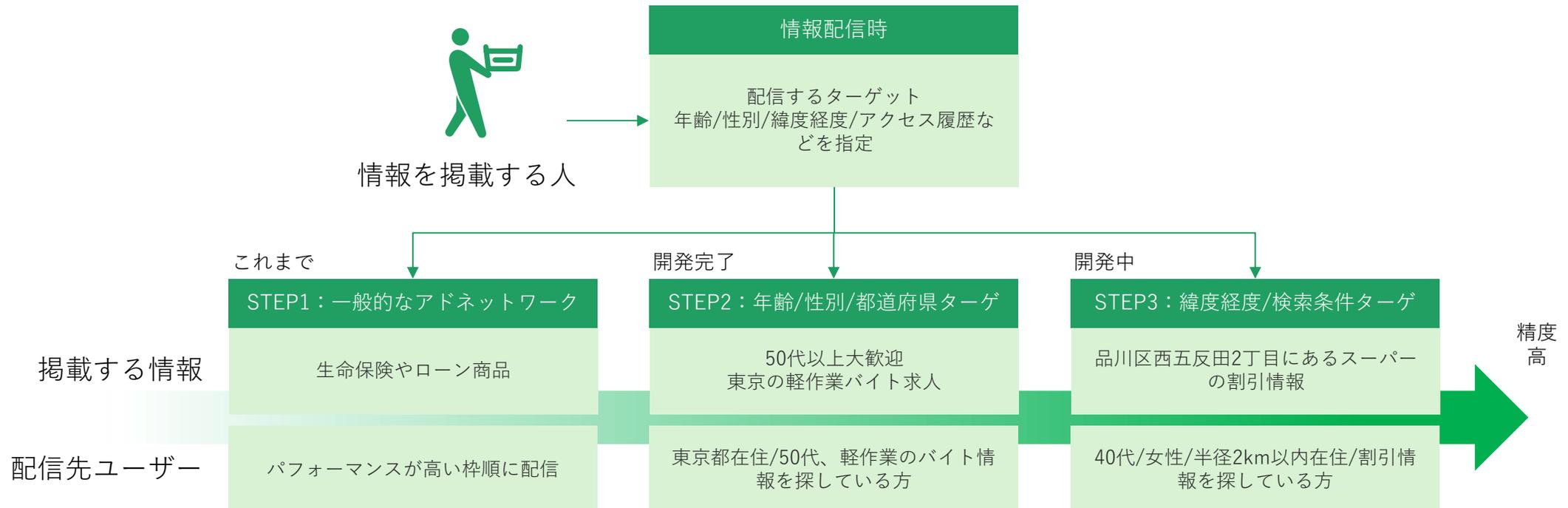


ジモティーの競争優位性：情報を掲載する人

- 基本的に無料で情報を掲載することができる
- 商品決済時に手数料が必要となる仲介サービスを使うかどうかは任意で選択できる
- 有料の商品を使うことで年齢/性別/地域/関心カテゴリに合わせたターゲティングを行うことができ、高い広告効果を上げることが可能となる

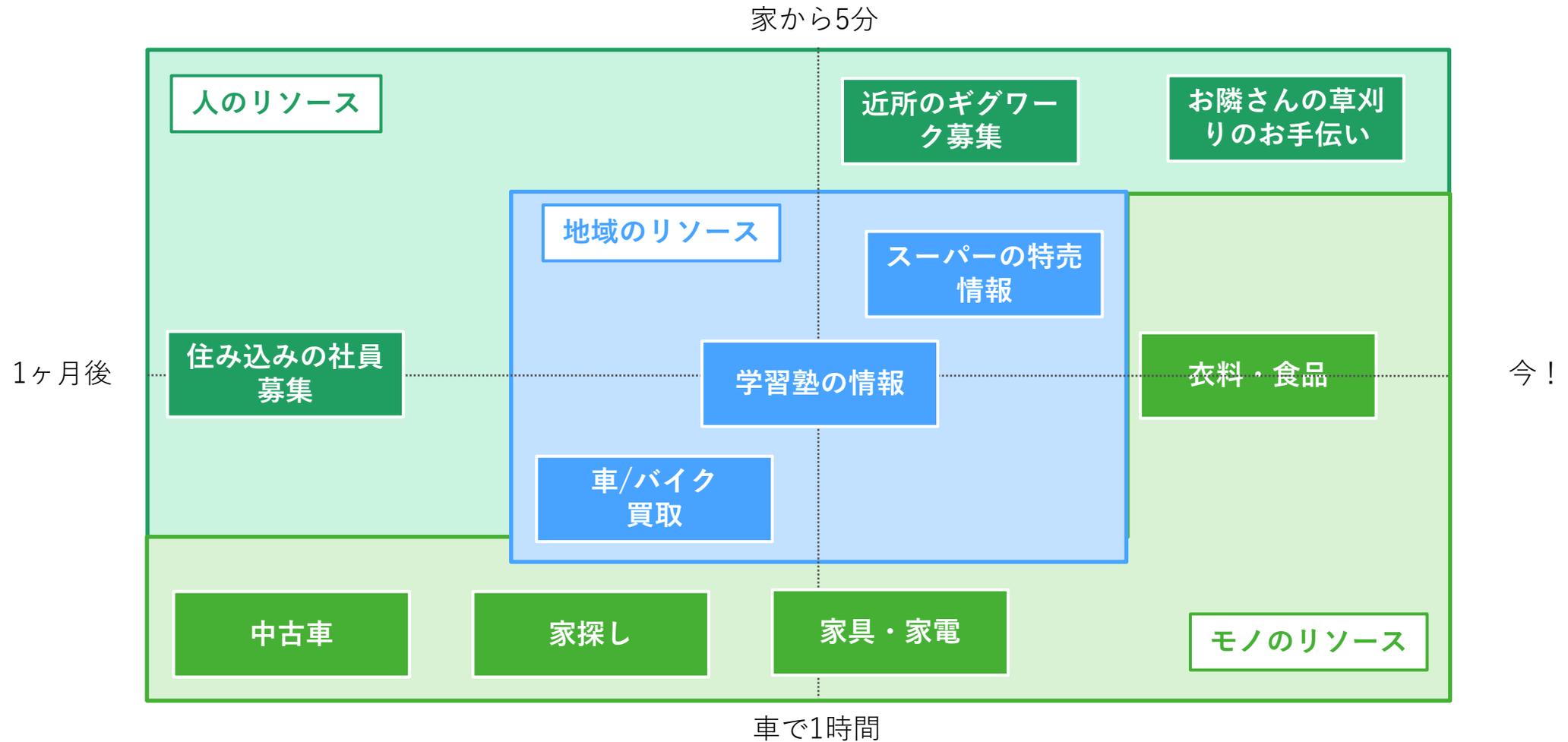
地域情報を効果高く配信できる

配信するターゲットを細かく指定するし
特に狭域の地域情報を広告効果高く配信できる



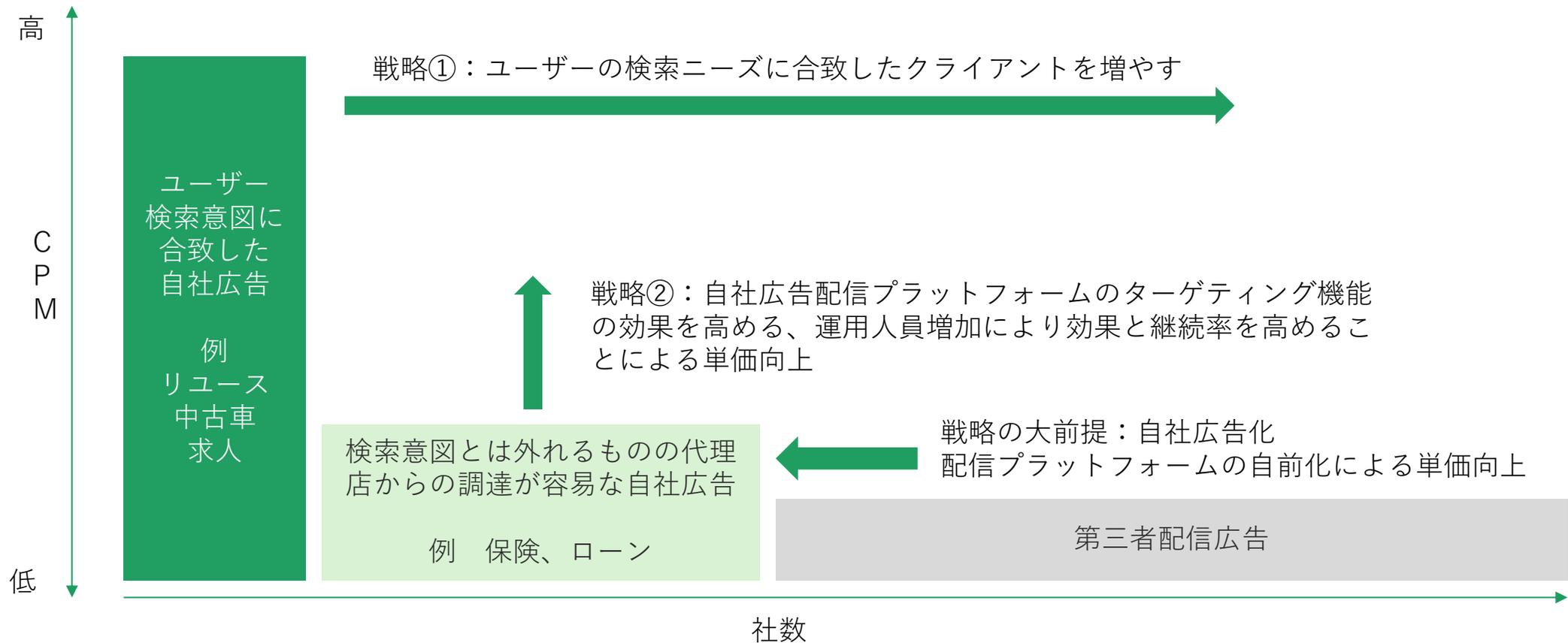
ジモティーの目指す状態

- 地元で必要なものや潜在的に求めていたものに出会える情報密度の高い地域プラットフォームを目指す



広告の戦略概要

- ユーザーの検索意図に合致した自社広告（例：リユース、中古車、求人等）クライアントを増やすことにより、広告単価を大幅に上げていく（戦略①）
- 第三者配信から自社のアドプラットフォームへの切り替えを行っていく（戦略②）



代表的なカテゴリとCPM倍率実績

- ジモティーの代表的なカテゴリであるリユース、中古車、求人、不動産の領域で2倍以上のCPMを出すことが可能
- リユース領域を中心にチラシの代替としての利用も事例も増加中（高単価、年間契約が可能）

代表的なカテゴリ	ターゲット広告例	CPM倍率 (第三者配信比 / 3Q実績)
 リユース	リユースの販売・買取 バイク・自転車買取	2倍～
 中古車の売買	中古車販売・買取	1.9倍～
 アルバイト・ 正社員募集	求人	2.2倍～
 不動産の 入居者募集	物件検索・住宅情報 リフォーム・建築	1.8倍～

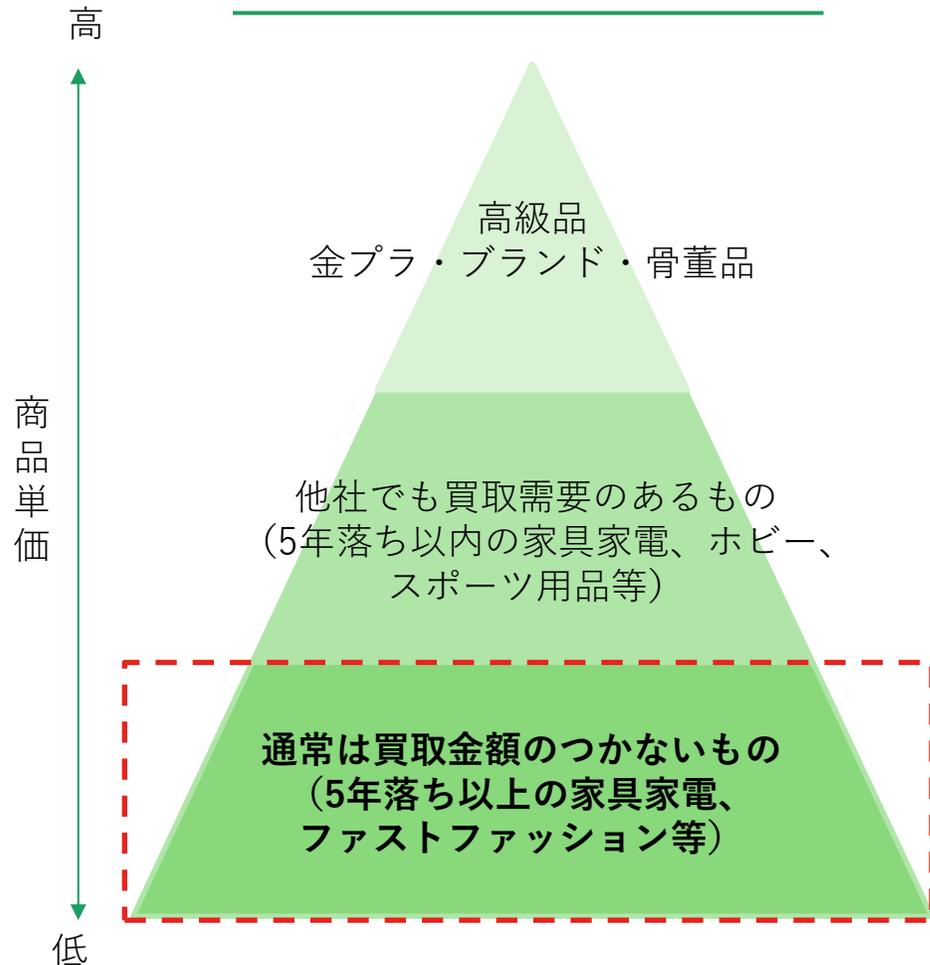
02-2

リアルサービスの戦略

ジモスポの提供する価値

真の循環型システムを構築し、環境負荷低減と経済成長を同時に実現する

主な取り扱い品



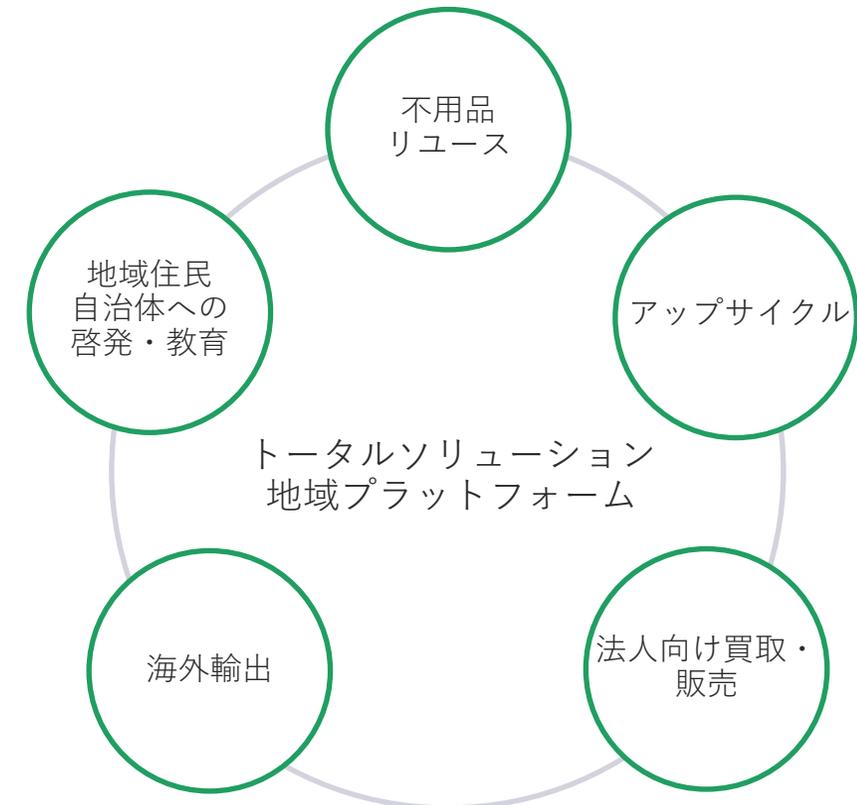
ジモティースポット

商品展示・販売
いらないものはない
という思想

スタッフ
地域人材・
シルバー人材・
障害者の積極雇用

持込品の**95%**以上を
リユースするシステム

サービス内容



注：上記記載のソリューションは、一部店舗にて既に実績があり

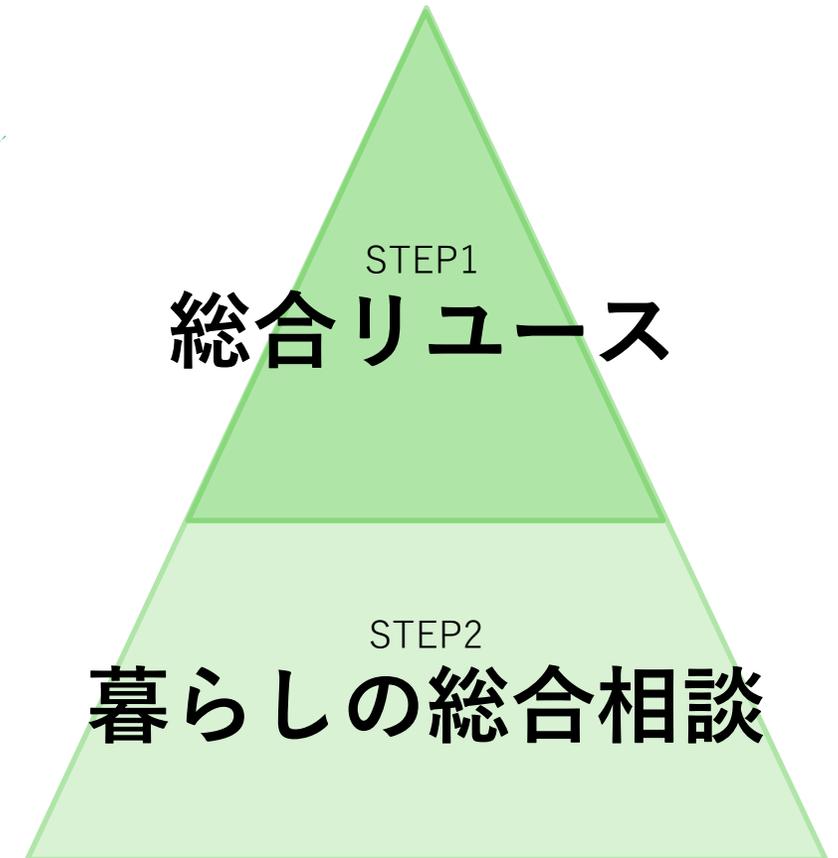
ジモスポが目指す世界観

全ての自治体に存在する、あって当たり前前の暮らしの総合相談サービスに成長する

展開都市数の目標



展開サービス



自治体との提携実績

- 2024年11月1日時点で194の自治体との協定を締結
- その中でも、6自治体（7店舗）とは共同で官民共同のリユーススポット・ジモティースポットを出店し、
- 「使えるもの」をゴミにせず、リユースすることで収益化を行えるシステムを構築

行政との提携ステップ

リユースの啓発から共同でのリユースモデルの構築まで各行政のニーズに合わせて検証を実施



パターン3：官民共同リユース

より多くの回収品をジモティースポットを通して住民に譲渡できるスキームを共同で構築

（事例）ジモスポ出店先
世田谷区、日野市、八王子市
品川区、川崎市×2カ所
名古屋市



パターン2：自治体回収品のリユース

自治体が回収したモノのうち一部の再利用が可能な商品をジモティースポットに掲載し譲渡先を探す

（事例）ジモスポ出店のリード
札幌市、福島市、さいたま市
千葉市、静岡市、津市
京都市、大阪市、神戸市
高松市、宮崎市など多数



パターン1：リユースの啓発

自治体の冊子やWEBサイトでジモティースポットを紹介。自治体に回収を依頼する前に自ら譲渡先を探してもらう

提携自治体

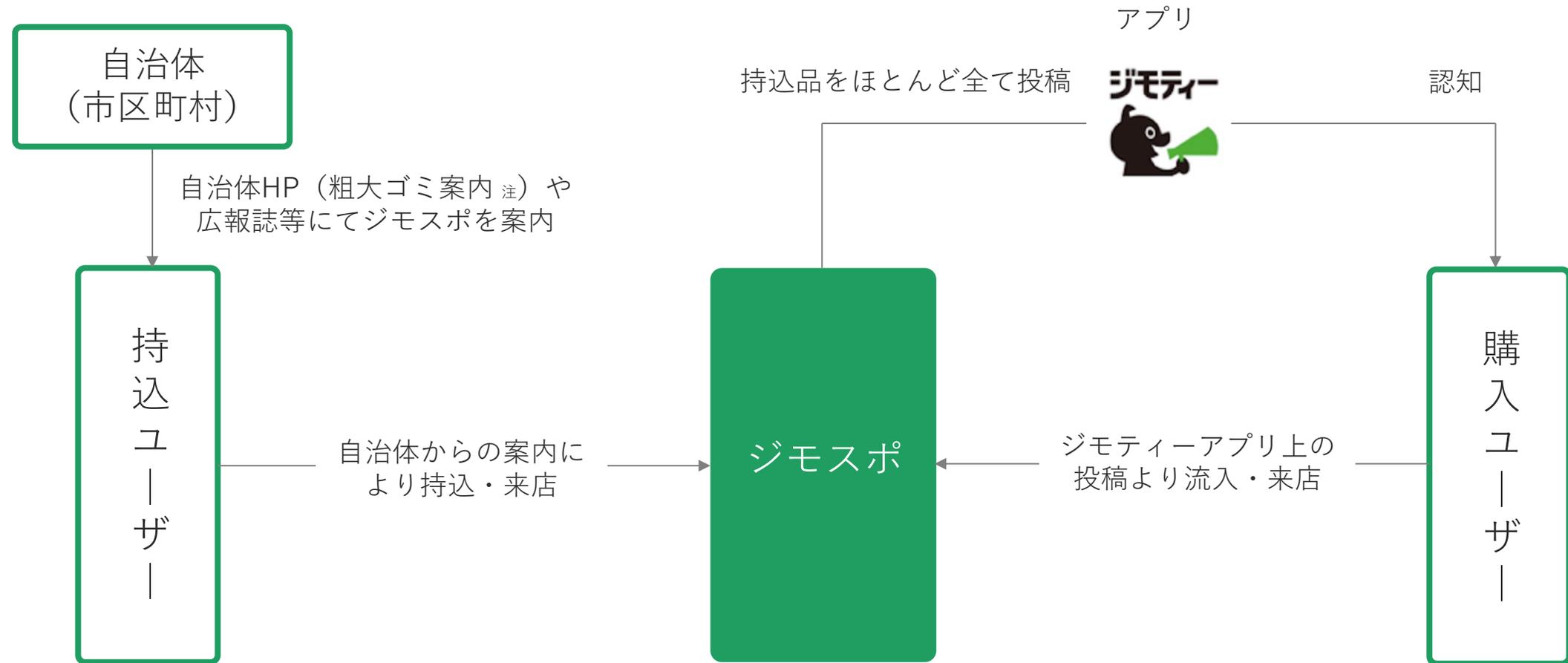
提携数 194

※2024年11月1日現在



ジモスポのサービスの流れと特徴

- 持ち込みは自治体告知を基本とし、販売はジモティー掲載を基本とするため販促費がかからない
- そのため、低単価商品をメインで取り扱ったとしても十分な利益が出るモデルとなっている



注：日野市のHP（粗大ゴミの出し方）におけるジモスポ案内事例 (<https://www.city.hino.lg.jp/kurashi/gomi/kihon/sodai/1002904.html>)

中型店のモデル紹介

- 2024年4月に新店した川崎菅生店にて中型店の代表モデルを構築

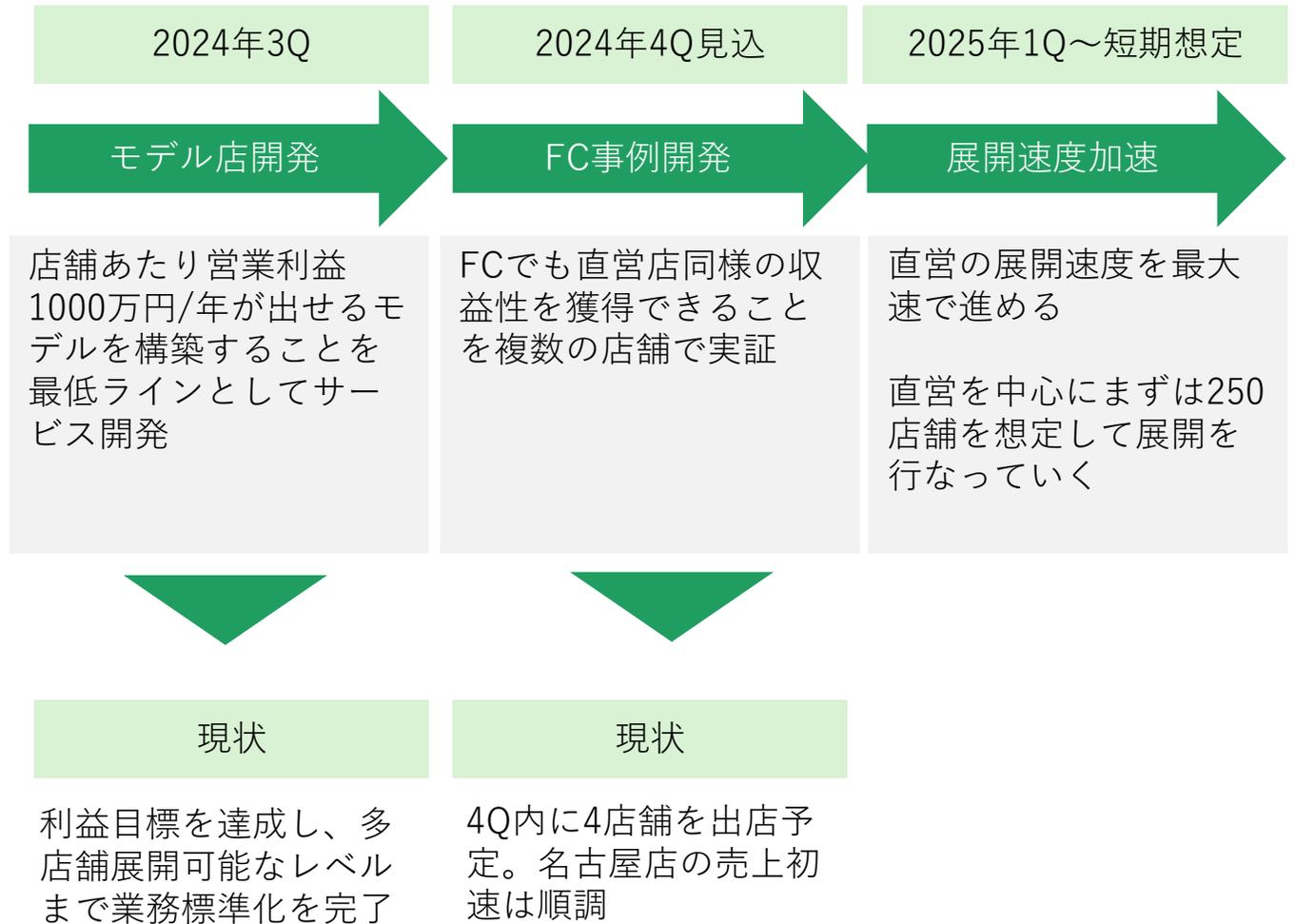
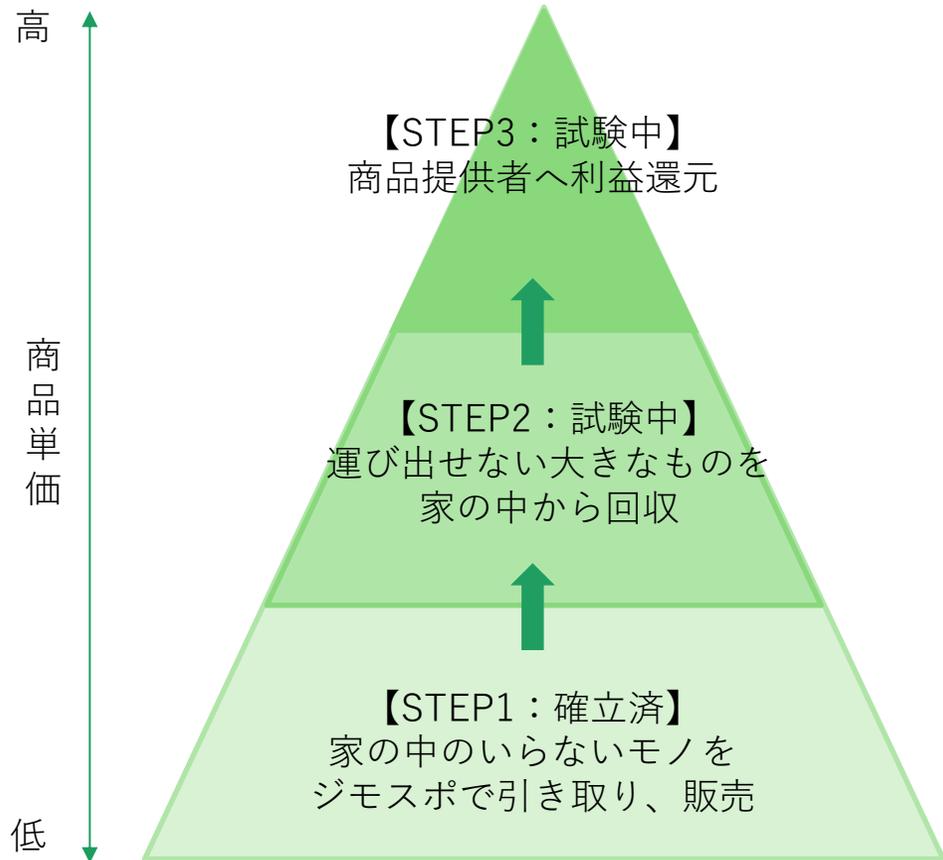
ジモティースポット川崎菅生店
川崎市宮前区菅生4丁目14-5
売り場面積約70坪



ジモティースポットの発展構想

- STEP 1 の検証を終了し、目標とする収益化のラインをクリア
- STEP2と3の検証を開始し、さらなる収益性のアップを目指す
- 店舗展開は問題なくできるモデルが確立できたのでまずは多店舗展開の速度をあげる

回収・買取構想



03

よくあるご質問

闇バイト問題に向けた取り組みについて教えてください

- 当社では、東京労働局へ相談の上、2023年4月より下記フローを整備・強化し、闇バイト問題の温床となる投稿防止に向けた取り組みを実施している

事前の啓蒙活動等

利用規約にて禁止事項を規定

- 利用規約にて法令又は公序良俗に反する行為を禁止し、投稿ガイドラインにてその温床となる投稿を禁止することにより、ユーザーから該当投稿があった場合に、当社は削除、利用停止、損害賠償等の処分を下すことができる

ユーザーへの啓蒙活動

- ユーザーに対して注意すべき投稿の特徴を啓蒙している
<https://jmtj.jp/support/recruit/>

求人企業審査

書類審査の実施

- 求人広告を掲載可能な投稿者を法人に限定し、かつ、法人の社名/本社所在地/事業内容等が確認できる書類の提出を必須としており、一定の審査を受けた法人のみに投稿を許可している

投稿前チェック

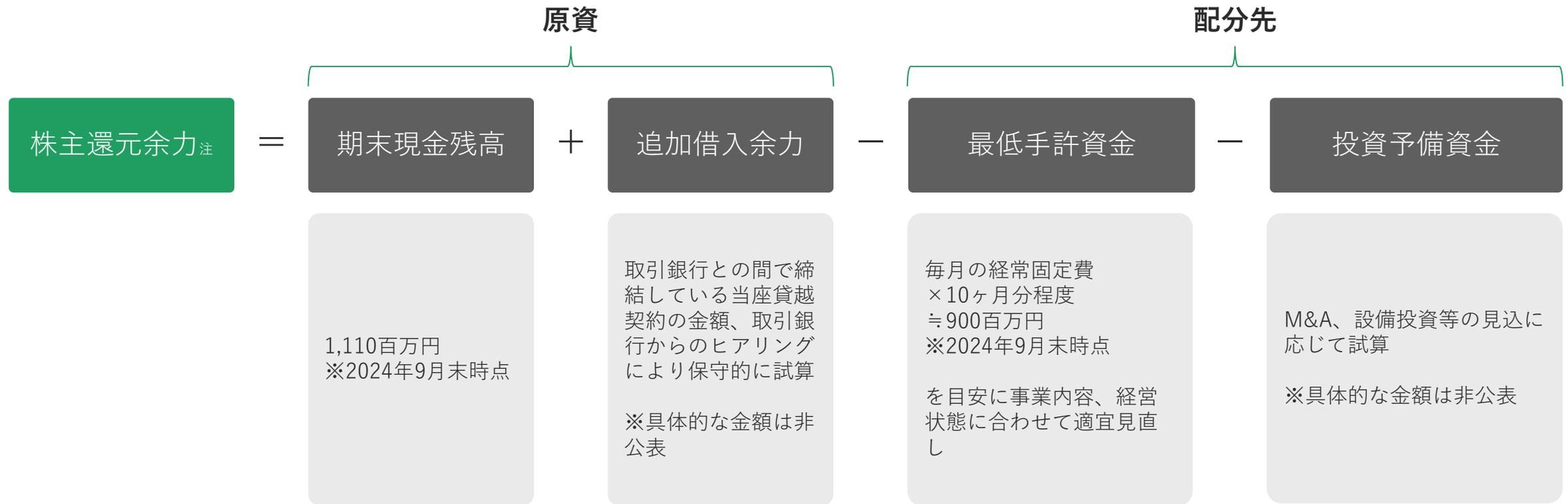
全件目視チェック

- 当社がリスクが高いと定義したカテゴリ等の投稿については、ユーザーの投稿内容は即時反映されず、当社カスタマーサポートスタッフの目検審査を通過したもののみが表示されるフローとしている
- 審査の抜け道を突かれるリスクを下げるために、具体的な審査基準は非公開とするとともに、常に見直しをかけている

上記業務を行うカスタマーサポートスタッフの法令リテラシー向上
(入社時及び定期コンプライアンス研修の実施)

株主還元に関する考え方を教えてください

- 中長期的な株主価値を目的として、下記考え方に基づき余力を試算し、株主還元を実施していく予定
 計算式) 株主還元余力 = 期末現金残高 + 追加借入余力 - 最低手元資金 - 投資予備資金
- 手法は自己株式取得を主軸に考えている。配当については、今後の事業成長及び経営安定度を加味して継続検討



注) 株主還元余力は、必ずしも即時に全額を還元するわけではなく、経営環境、市場関係、株価等を加味して株主還元の意思決定をする予定

04

APPENDIX



会社概要

会社名	株式会社ジモティー			
所在地	東京都品川区西五反田1-2-10			
設立	2011年2月			
事業内容	クラシファイドサイト「ジモティー」の企画・開発・運営			
従業員数	159名（2024年9月末時点）			
経営陣	代表取締役社長	加藤貴博		
	取締役	片山翔		
	取締役	日向野朋実	監査役	川波拓人
	社外取締役	伊藤邦宏	監査役	神先孝裕
	社外取締役	松本行哲	監査役	臼坂悦子

経営メンバー



加藤貴博 / 代表取締役社長

早稲田大学政治経済学部卒業後、2001年株式会社リクルート入社。広告営業、メディアプロデューサー、編集長、新規事業開発責任者を経て、2011年株式会社ジモティーの代表取締役に就任



片山翔 / 取締役

慶應義塾大学卒業後、2008年株式会社リクルート入社。広告営業や新規事業開発、事業企画に従事。2016年株式会社ジモティーに入社。マーケティング部部長、代表取締役に就任、2021年取締役に就任



日向野朋実 / 取締役

一橋大学社会学部卒業後、2007年名古屋テレビ放送株式会社に入社。スポットCM業務、番組企画などを経験し、2011年株式会社ジモティーに創業期メンバーとして入社。2021年取締役に就任



伊藤邦宏 / 社外取締役

明治学院大学社会学部卒業
株式会社NTTドコモ入社後、法人営業や決済サービス、ポイントビジネスなどの新規事業の立ち上げに携わる。
現在はマーケティングビジネスを担当
2019年株式会社ジモティー社外取締役に就任



松本行哲 / 社外取締役

中央大学大学院法務研究科修了
企業内弁護士としてJCOM株式会社入社後、M&Aやコーポレート・ガバナンス業務全般、各種業法等の規制法及び消費者関連法対応、並びに労働法務等に幅広く従事。現在は管理本部副本部長兼リスクマネジメント部長として、法務及びリスクマネジメントを担当
2022年株式会社ジモティー社外取締役に就任

サービス概要

- 地域に根付いたフロー情報をあらゆるカテゴリで無料で掲載可能地域内でモノ、サービスを見つけることでより豊かな暮らしを送れるようにする



提供カテゴリ

 売ります・あげます	
 メンバー募集	 中古車
 助け合い	 イベント
 アルバイト	 正社員
 教室・スクール	 不動産
 地元のお店	 里親募集

サービスの特徴

- ジモティーは認証済みの人なら誰でも**無料**で情報を掲載できる地域の情報プラットフォーム
- 取引内容は不要品の売買に限らず、中古車やバイクの売買、バイト・正社員の募集や不動産の入居者募集など多岐にわたる



代表的なカテゴリと特徴的な内容



不用品の譲渡

- 家具、家電などの大きなもの
- バイク、車のパーツ、自転車
- 子供用品や食品までかさばるもの



中古車の売買

- 格安車、自社ローン販売車
- 地元の人に販売し修理や車検のアフターサービスを提供



アルバイト・正社員募集

- 隙間時間バイト、通勤時間がほとんどない近所のバイト
- ドライバーや住み込みの正社員

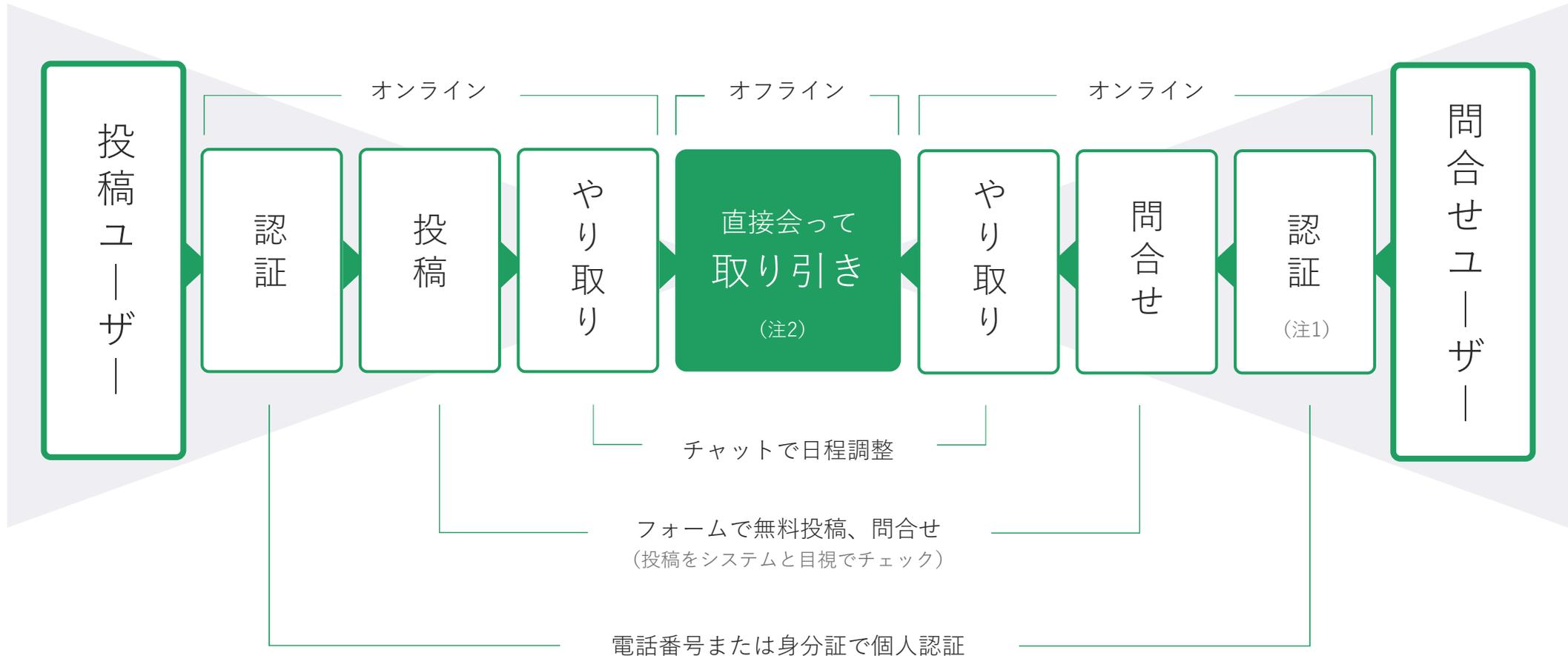


不動産の入居者募集

- オーナー直接掲載物件
- 初期費用格安の物件

ユーザーの利用フロー

- オンライン上でやりとり後、オフラインで直接取引を行うことが前提

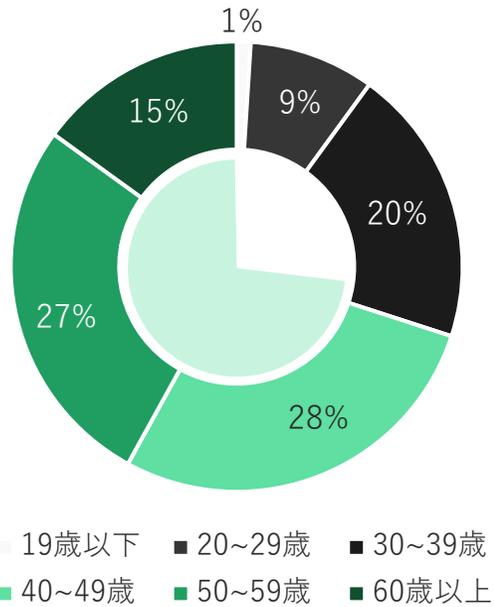


注1：問合せユーザーの認証は一部カテゴリでは任意
注2：「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

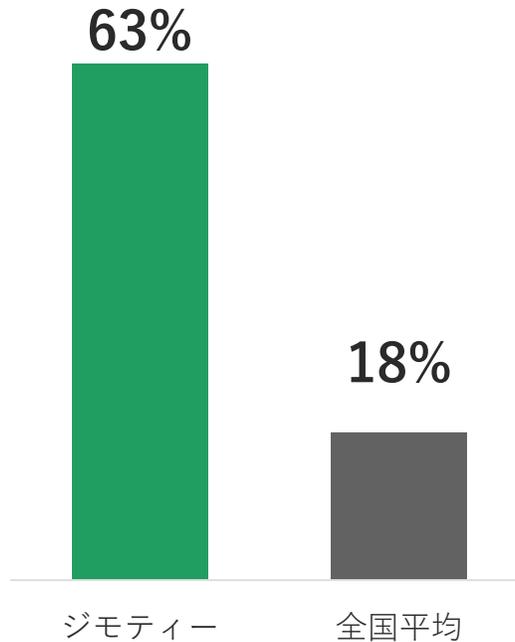
ユーザーの特徴

- 40代以上の子供のいる女性が多く利用

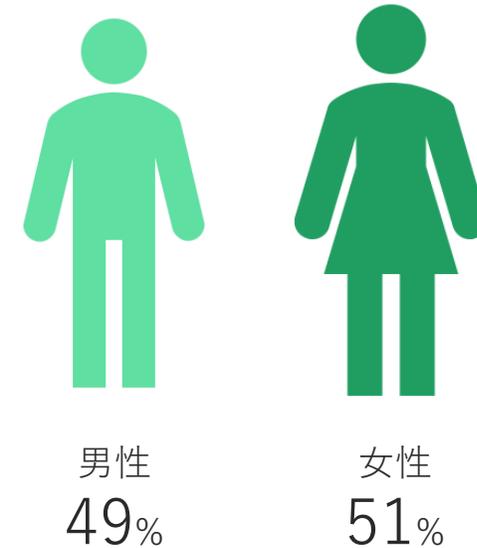
40代以上で全体の70% (注)



子供有り世帯は平均の約3倍以上 (注)



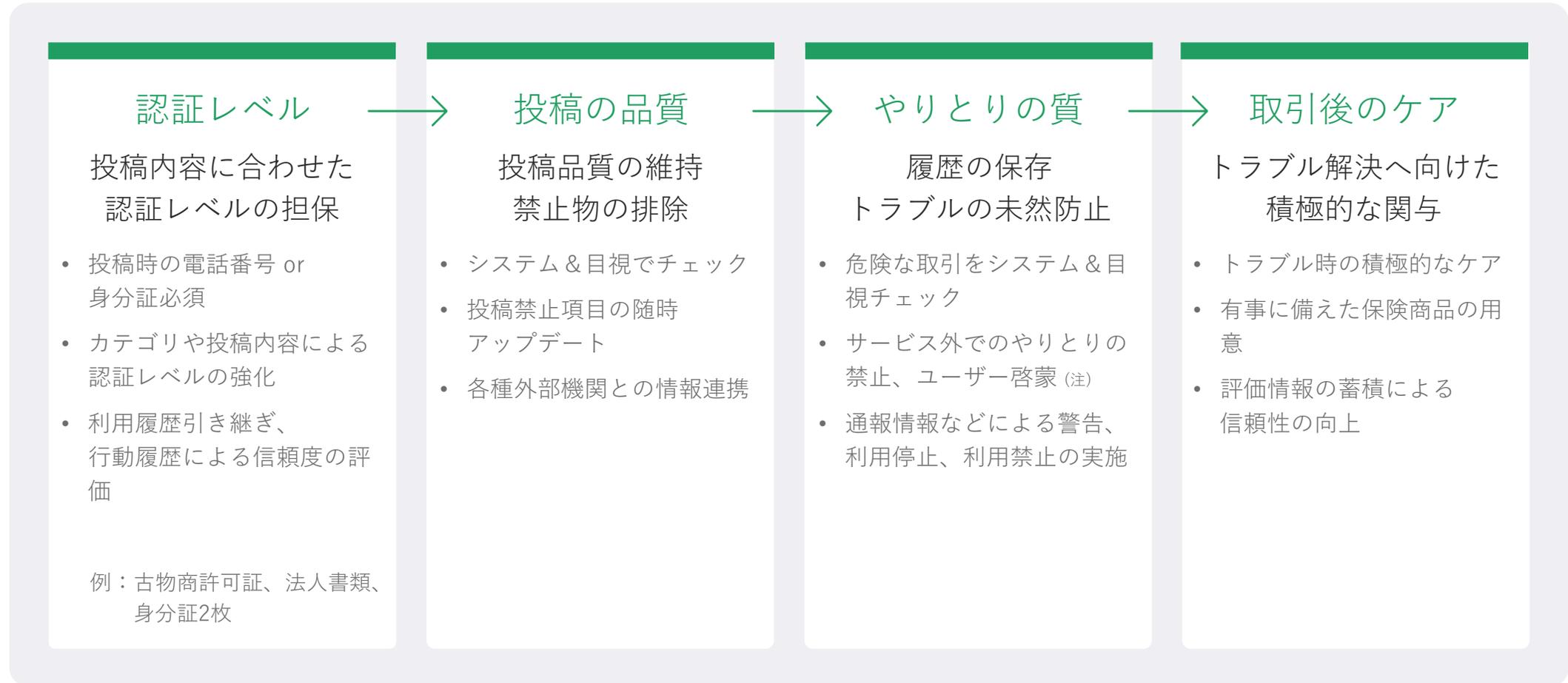
女性の利用が51% (注)



注 会社資料 2023年7月のサービス利用者調査。サンプル数約1,000人

安心・安全の取組み

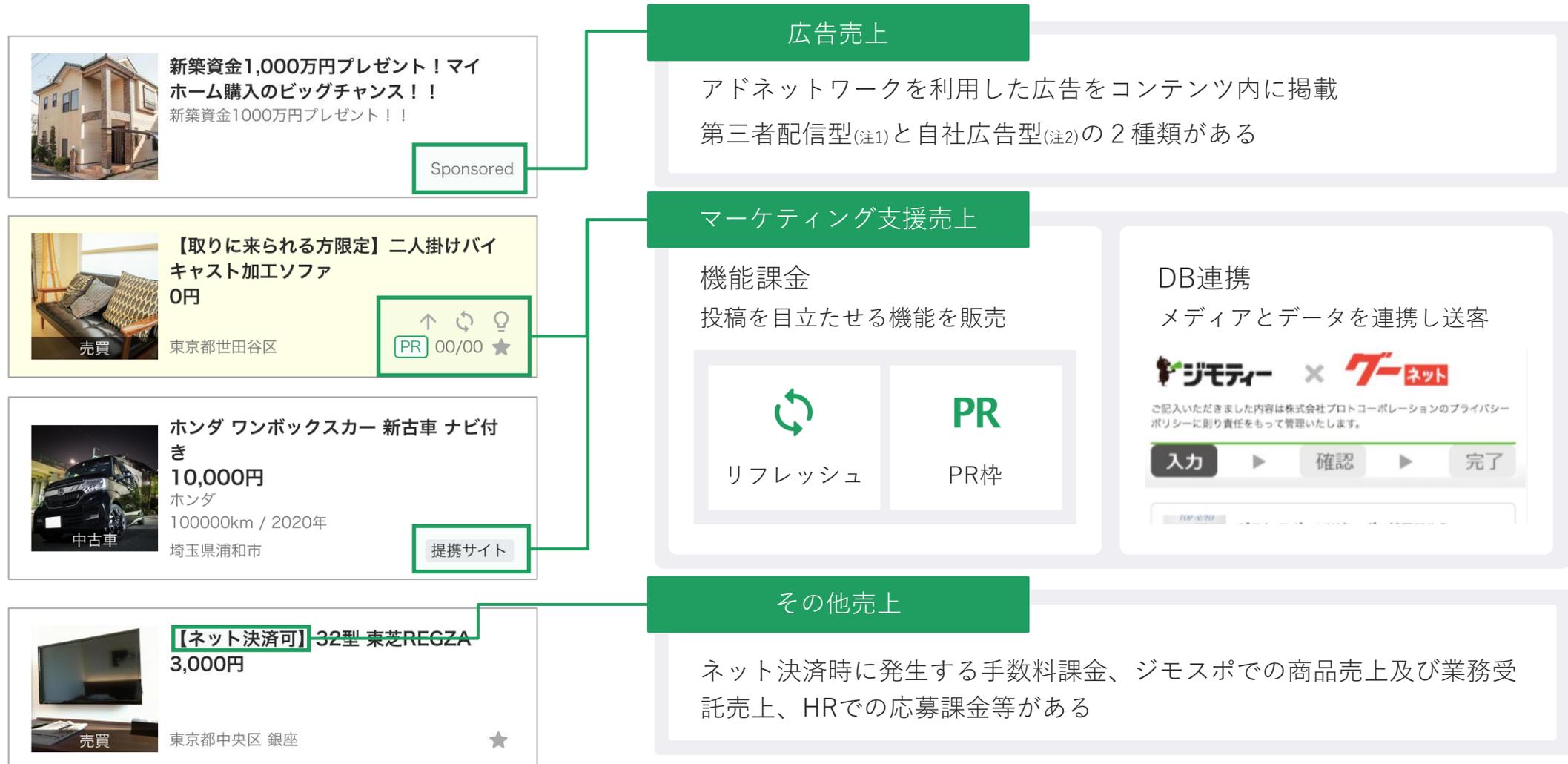
- 健全なサービス提供のため継続的な改善を実施



注：カテゴリにより異なる

売上の構成

- 広告売上、企業向けのマーケティング支援売上、その他売上の3種類



注1：広告主から媒体（ジモティー）に広告を直接配信せず、媒体を横断した広告管理や効果測定ができるサーバー（3rd party）を介して配信する手法

注2：広告主から媒体（ジモティー）に広告を直接配信する手法

認識するリスク及び対応策について

- 当社事業に関するリスクについては以下の通りと認識しており、今後も継続的に対応を実施

リスク項目	認識するリスクと対応策
プラットフォーム提供会社の動向について	<p><顕在化可能性：中／影響：中> 当社はスマートフォン向けアプリケーションを提供しており、Apple Inc.並びにGoogle Inc.の両社にアプリケーションを提供することが現段階における当社事業の重要な前提条件であり、動向を注視しております。これらプラットフォーム事業者の事業戦略の転換並びに動向によっては、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
投稿内容の健全性について	<p><顕在化可能性：低／影響：大> 当社が運営する「ジモティー」では、利用規約やガイドライン等を整備し、投稿された内容を監視するための体制の構築や適切なサポート人員の配置をはじめとした施策により、投稿内容の健全性の維持に努めております。その中で誹謗中傷や嫌がらせ、知的財産権の侵害等、明らかに不適切な投稿を発見した場合には、一定の基準に基づいて当該投稿を削除する等により、規制しております。しかしながら、ビジネスの特性上悪意をもって行われた取引を全て排除することは難しく、健全性の維持は可能な範囲で行われているため、一定のユーザー間でトラブルが発生する可能性があります。さらに、それらのトラブルが適切に解決されない場合は当社のブランドイメージ及び社会的信用の低下等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業拡大に伴うシステム開発について	<p><顕在化可能性：低／影響：中> 当社はサービスの安定稼働やユーザー満足度向上を図るため、サービスの成長に合わせてシステムやインフラの開発を継続的に行っていくことが必要であると認識しており、今後予測されるユーザー数、PV数及び投稿数の伸長、新サービスの導入、セキュリティ向上に備えて継続的なシステム開発を計画しております。しかしながら、想定よりも急速に増加した場合には、システム開発計画の前倒し等により想定外の開発費用が生じる可能性、また、適切な対応ができない場合はサービスの稼働やユーザー満足度が低下する可能性があります。そのような場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業運営体制について	<p><顕在化可能性：低／影響：低> 当社では、専門的知識を有した優秀な人材の確保及び育成が企業成長に向けた重要な課題であると認識しております。事業環境や内容に応じた適切な人材の確保に取り組むとともに、教育・研修制度も充実させてまいります。しかしながら、事業の急速な拡大や事業環境の急激な変化等により、適切なタイミングで当社の求める人材の確保が十分になされない場合は、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

貸借対照表

- 財務基盤は引き続き堅固な状態を維持
- 2024年2月から3月にかけて自己株取得（149百万円）を実施している

(単位:百万円)	2024年12月期 第3四半期末	2023年12月期 期末	増減
流動資産	1,350	1,351	-1
現金及び預金	1,110	1,120	-9
固定資産	117	141	-23
総資産	1,468	1,493	-24
流動負債	264	430	-166
固定負債	33	75	-41
有利子負債	87	135	-47
純資産	1,170	987	+183
自己資本比率	80%	66%	+14pt

免責事項

- 本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。
- これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。
- 本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。当社の有価証券への投資判断は、ご自身の判断で行うよう、お願いいたします。
- 「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、今後、本決算後2月頃を目途としてアップデートを行う予定です。



ジモティー