



2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社 visumo (グロース 303A) | 2025年10月31日

contents

- 01 | 会社概要・事業概要
- 02 | 株式会社ReviCoとの経営統合について
- 03 | 2026年3月期 第2四半期 業績
- 04 | 成長戦略

01 会社概要・事業概要

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**

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

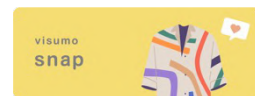
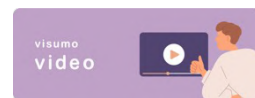
2019 / 4

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



第2四半期ハイライト

レビューツールを提供する 株式会社ReviCoと 経営統合

レビューデータを組み合わせた
※1 UGC活用による顧客体験価値の向上を実現
するプラットフォーム強化へ
—— 2025年10月16日発表

経営統合

visumo 

レビューデータを組み合わせたUGC活用による
顧客体験価値の向上を実現するプラットフォーム強化へ

“ 株式会社visumo 代表取締役社長
井上 純からのコメント



レビューは、ECサイトに留まらず、あらゆる業態で活用可能な普遍的アセットです。今回の経営統合は、このレビューの普遍性を取り込むことで、「ECサイト構築支援サービス市場」における提供価値を深めるとともに、より広範な「デジタルマーケティング市場」へと展開する可能性が広がる戦略的意義を持つものと考えております。

ReviCo社と当社の双方の既存顧客基盤に対し、両社のサービスを相互に提供することは、ARPUの向上に繋がり得る大きな機会です。また、レビューという幅広いニーズをフックとした新規顧客獲得の加速も期待されます。

両社のリソースを融合させ、データ活用を基盤としたプラットフォームの進化を追求することで、顧客のROI向上に貢献してまいります。そして、この統合が中長期的な株主価値の向上に繋がるものと確信しております。

”

“ 株式会社ReviCo 代表取締役社長
高橋 直樹からのコメント



デジタルマーケティング市場においてUGC活用の重要性が高まる中、今回の経営統合は、市場における我々のポジションをより強固なものにするための重要なステップであると考えております。

我々の強みであるレビュー領域に、累計1,000社を超える導入実績を持つvisumoの多様なUGCの活用ノウハウが加わることで、顧客に対してより網羅的なソリューションを提供できるようになり、結果として競争優位性の向上に繋がると期待しております。

また、両社の営業・開発体制が合流することで、人材リソースの最適化やオペレーション効率の向上といったシナジーも見込まれます。この統合を通じて、お客様により一層高い価値を提供してまいります。

”

第2四半期ハイライト

press release

報道関係各位

visumo
2025年10月23日
株式会社 visumo

**visumo、累計導入社数 1,000 社を突破！
AI 活用で動画閲覧数 4 倍の事例も**

今後はレビューツール提供の「ReviCo」との経営統合で UGC プラットフォームをさらに進化

株式会社 visumo（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：井上純、証券コード：303A）は、顧客体験（CX）を向上しクリエイティブ活用での ROI 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「visumo（ビジュモ）」を提供しています。

この度、2025 年 9 月末時点で「visumo」の累計導入実績が 1,000 社を突破したことをお知らせいたします。^(注1)
今後は、レビューツール「ReviCo」を提供する株式会社 ReviCo との経営統合（2025 年 1 月 1 日予定）^(注2) による同社の知見やアセット連携、AI 機能・動画活用機能の強化で、さらなる顧客体験（CX）の向上と ROI 最大化へ貢献してまいります。

（注1） ビジュアルマーケティングプラットフォーム「visumo」サービスでの累計導入社数に当たります。（注2） 2025 年 10 月 16 日に発表済みです。

累計
導入社数

1000 社

visumo

AI 機能が好評、「最適なコンテンツ体験」で確かな成果を創出

2017 年のサービス提供開始以来、visumo は豊富な機能と手厚いサポート体制を強みに、EC 事業者様を中心に導入を拡大してまいりました。近年は、AI パーソナルレコメンド機能「visumo recommend」などの新機能もご評価いただいています。

- 導入事例：加茂商事株式会社「サッカーショップ KAMO オンラインストア」
AI パーソナルレコメンド機能導入後、動画コンテンツ閲覧数が 4 倍に増加。
「想定以上の成果で、課題解決に一步前進できた」とのお声をいただいております。^(注3)

累計導入社数 1,000 社を突破！ AI活用で動画閲覧数4倍の事例も —— 2025年10月23日発表

“ 代表取締役社長 井上 純からのコメント

この度の累計導入社数1,000社突破は、
当社のビジュアルマーケティングプラットフォームが持つ本質的な価値が、
市場において広く評価された結果であると確信しております。



その価値の根幹は、SNS上のUGCからスタッフ投稿、公式の写真・動画に至るまで、
多様化する企業のビジュアル資産を収集し、「ROI最大化に繋がるマーケティング資産」へと
転換させる強力な「プラットフォーム」と、お客様の成功に最後まで伴走する「パートナーシップ」にあり
ます。この両輪を磨き続けてきたことが、1,000社という信頼に繋がったと確信しております。この強固な
事業基盤を元に、先にご報告した株式会社ReviCoとの経営統合を通じて、さらなる企業価値の向上に努め
てまいります。

”

visumoの課題解決イメージ

ブランドや売上のために、日々たくさんのクリエイティブが作られています。
しかし、それらが社内外に点在し、「資産」として十分に活かされていない現実があります。

visumoは、その全てを一元化し、価値を最大化します。



visumo

とは

ユーザーが生成するコンテンツ（UGC^{※1}）を
簡単に収集し、ワンタグ・ノーコード^{※2}で掲載。^{※3}
CX向上^{※4}（ブランド体験深堀・購買意欲増加など）を叶える
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

684 社

apparel


UNITED ARROWS LTD.


WORKMAN


JUN

SHIPS

NARUMIYA
INTERNATIONAL


MIZUNO

interior / home goods


NITORI

ACTUS[®]

LOWYA

Rinnai

AfternoonTea
LIVING

4°C

beauty

 KOSÉ

SHISEIDO
ONLINE STORE

KANEBO

 HOUSE OF ROSE

shoes


ABC
MART

 DIANA

others

 Benesse


NISSAN

LIXIL

 長崎国際観光コンベンション協会
Nagasaki International Tourism and Convention Association

food

 吉野家


GODIVA
Belgium 1926

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



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



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



visumoが提供している機能群詳細

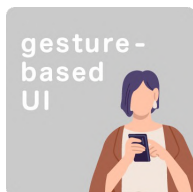
豊富な機能群を自在に組み合わせられるため、
企業ごとの個別課題に最適なクリエイティブ活用を実現できます

課題

- ・ サイトの表現力不足による購買率の伸び悩み
- ・ 商品魅力の伝達が十分でない

solution1

トレンドUIで接客向上



次世代UI
テンプレート



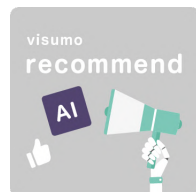
動画UX拡張

課題

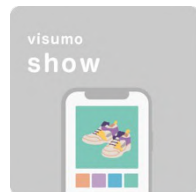
- ・ 顧客の興味関心を引き出す仕組みの不十分さ
- ・ パーソナライズ提案による注文率の向上余地

solution2

提案体験の革新



商品 &
コンテンツ
AIレコメンド



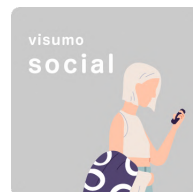
ファースト
ビュー最適化

課題

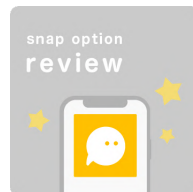
- ・ SNS/レビュー等UGC活用による信頼醸成と購入促進の未開拓領域

solution3

SNS・UGC・FAN活用



SNS投稿活用



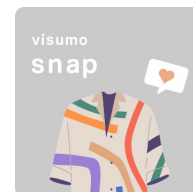
レビュー
収集・活用

課題

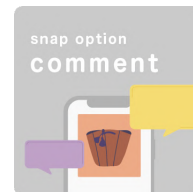
- ・ スタッフ知見のデジタル化
- ・ オンライン活用による差別化不足

solution4

スタッフ接客力のDX



スタッフ
接客活用



商品ページの
CMS



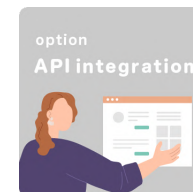
SNS感覚の
ブログ投稿

課題

- ・ 集客・CRM施策のコンテンツ活用効率の低さ
- ・ 既存顧客へのアプローチ最適化の余地

solution5

集客・CRM施策の高度化



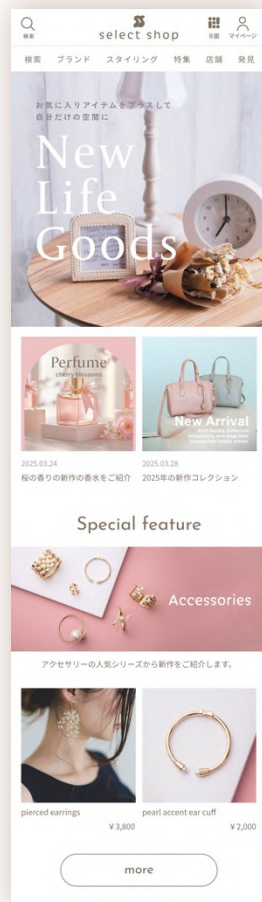
MA/メール
配信等
外部API連携

visumo導入で、簡単に接客コンテンツを拡充

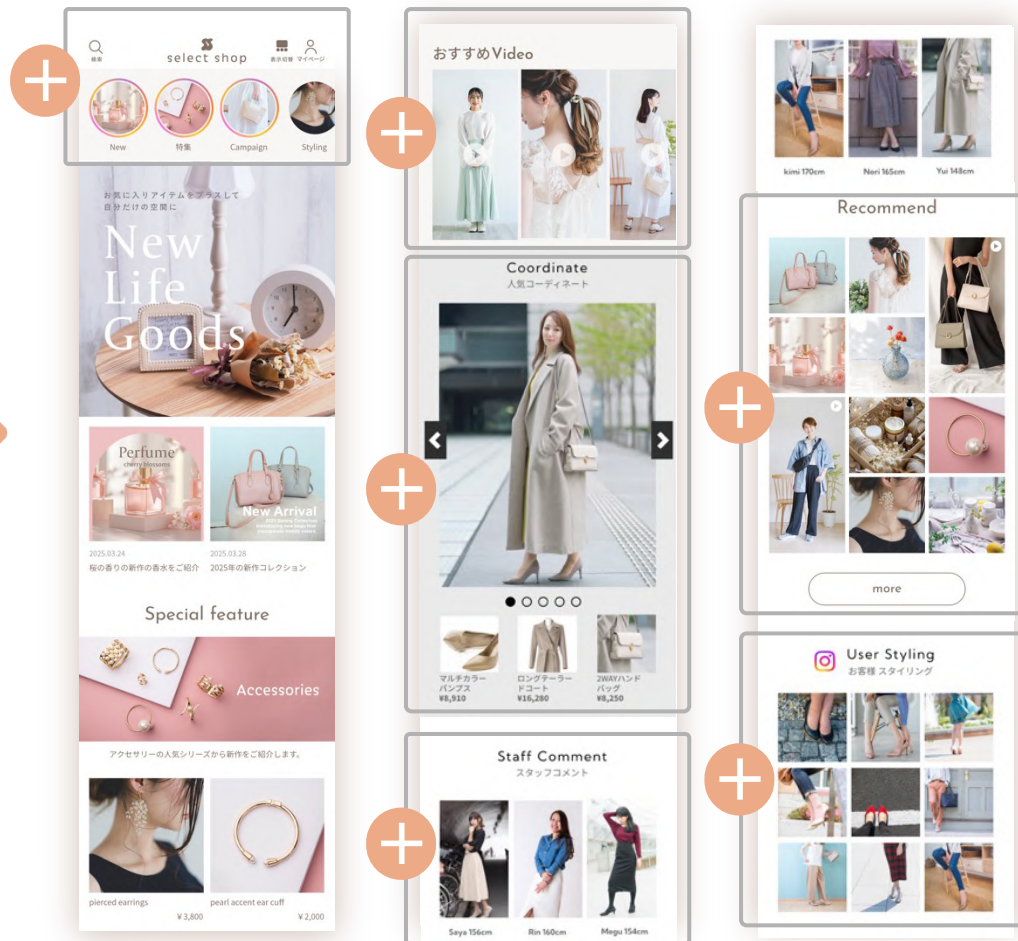
豊富な機能とテンプレートで、
クリエイティブを簡単活用し、
コンテンツ量は、**3倍**以上に。

専門知識不要で、
誰でも簡単に顧客体験を拡張

導入前

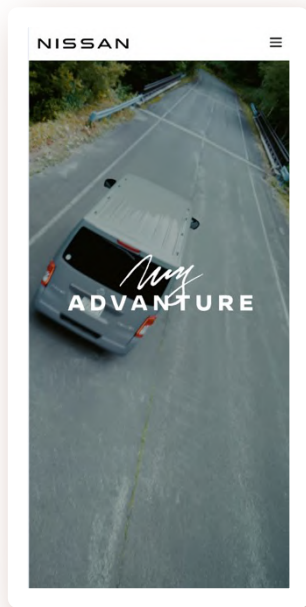


visumo導入後



多様な事業者の課題に対応

ブランディング強化



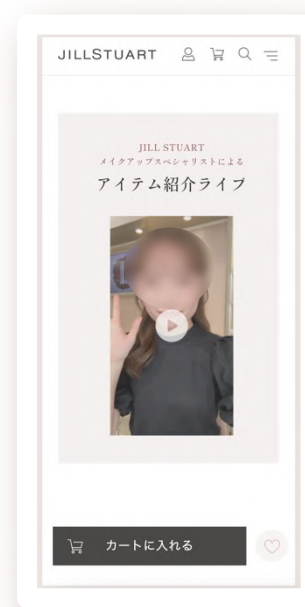
コードコンテンツ強化



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 株式会社^{レビコ}ReviCoとの 経営統合について

経営統合



レビューデータを組み合わせた**UGC**活用による顧客
体験価値の向上を実現するプラットフォーム強化へ

レビューマーケティングプラットフォーム「**ReviCo**」を
開発・提供する株式会社**ReviCo**と2026年1月1日に
合併することを決定いたしました。[※]

本合併は、株式会社**visumo**が存続会社となる
吸収合併方式で実施いたします。

「**ReviCo**」は普遍的な**UGC**であるレビューを活用する仕組みであり、
特許技術によるレビュー収集機能で多くの実績を生み出しております。

信頼性の高い顧客の声を可視化し、購買意欲の喚起から注文率向上、
集客支援、**SEO**、商品改善など、**UGC**データから幅広い事業課題の解決に
貢献しています。

UGC収集および活用において両社の強みを融合することで、事業者の**UGC**
マーケティングをより進化させる支援が可能となります。



“自走する”レビュー マーケティングプラットフォーム

「レビュー（顧客の声）」の収集・活用・分析
を自動化するSaaSプラットフォームです。

一度導入すればレビューサイクルが“自走”し、
クライアント事業者の成長エンジンとして
機能します。

導入企業数 **320[※]**社

提供価値



特許技術による
レビュー収集の**完全自動化**



注文率向上に直結する
多彩なサイト内活用



レビューを資産化する
外部集客チャネルへの転換

事業基盤と成長性

- **確かな顧客基盤**
大手事業者を含む**320社超の導入実績**
- **事業拡張性**
レビューの普遍的な価値で、
EC用途以外の市場への展開ポテンシャル
- **安定したリカーリング収益基盤**
低解約率の月額課金制のSaaSモデル

「ReviCo」の競争優位性

膨大なUGCを、低コストで継続的に収集する仕組みで**特許を取得**

事業者が抱える
レビュー収集を阻む課題

- 投稿率の課題
依頼だけではレビューが集まりにくい
- 運用・コストの課題
投稿率を上げるための
プレゼント企画・運用の
負担が高い

 **独自の強み**



「特許」による課題を解決



消費者メリット

ログイン不要、**最短2Click**で投稿完了



独自の仕組み

投稿と同時にプレゼントへ**自動応募**



企業メリット

事務局の運用・コストを**軽減**

この一体型モデルが、**競争優位性**です。

特許番号：第7588912号

発明の名称：商品に対する顧客
のレビューを収集する方法、
プログラムおよび情報処理装置

登録日：令和6年11月15日



吸収合併による経営統合の効果について

株式会社ReviCoは売上高の対前年成長[※]+64.2%と、事業が力強く伸長しています。

visumoとの統合により、営業力・顧客価値・人材リソースを融合し、成長スピードをさらに加速します。



新規営業の強化

UGC活用においてレビュー活用のニーズは幅広く、レビューツールをフックとしたマーケティング活動および新規顧客獲得の機会創出が強化できます。



既存顧客へのアップセル

既存顧客へのアップセルにより、単価向上（ARPU）が見込めます。また、解約リスクがあるユーザーへの代替機能としてチャーンレートを抑えることにも繋がります。



人材リソースの拡充

マーケティング、営業、エンジニア等の人材の合流により体制強化と共に営業力および開発力の強化が見込めます。

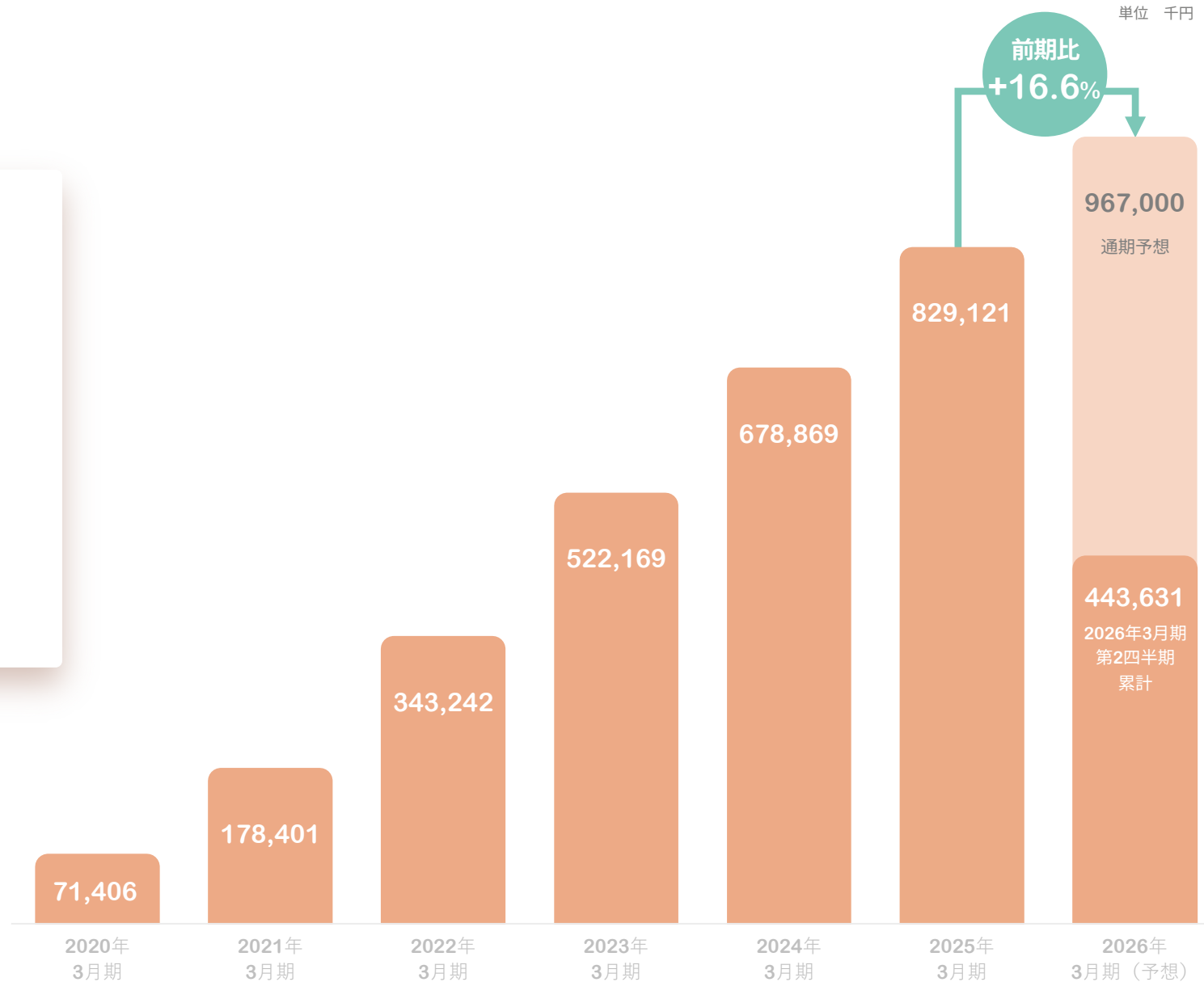
03 2026年3月期 第2四半期 業績

売上高の推移

単位 千円

2026年3月期売上高は
前期比 **+16.6%** を予想

第2四半期は
通期予想の **45.9%** で進捗



売上高

売上高進捗率は2Q累計で**45.9%**と堅調に推移。

営業利益、経常利益、当期純利益

販管費の支出が想定よりも抑えられた影響で、各利益進捗率は**60%**を上回りました。

第3四半期以降、広告宣伝費等への積極的な投資により、各利益項目は通期予想に収束する見込みです。

2026年3月期					
(千円)	2025年3月期 2Q 累計	2026年3月期 2Q 累計	前年同期比 増減率	通期予想	進捗率
売上高	395,424	443,631	+12.2%	967,000	45.9%
営業利益	39,790	54,878	+37.9%	85,000	64.6%
経常利益	39,807	55,235	+38.8%	85,000	65.0%
当期純利益	26,446	37,262	+40.9%	59,500	62.6%

業績ハイライト 2026年3月期 第2四半期決算

売上高

219,998千円

前年同四半期
増減率

+ 7.6%

ストック売上

184,275千円

ストック
売上比率

83.8%

アクティブ社数

684社

前年同四半期
増減

+ 35社

ARPU

104,867円

前年同四半期
増減

+ 8,530円

グロスレベニュー
チャーンレート（解約率）

1.23%

※2026年3月期 第2四半期

※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

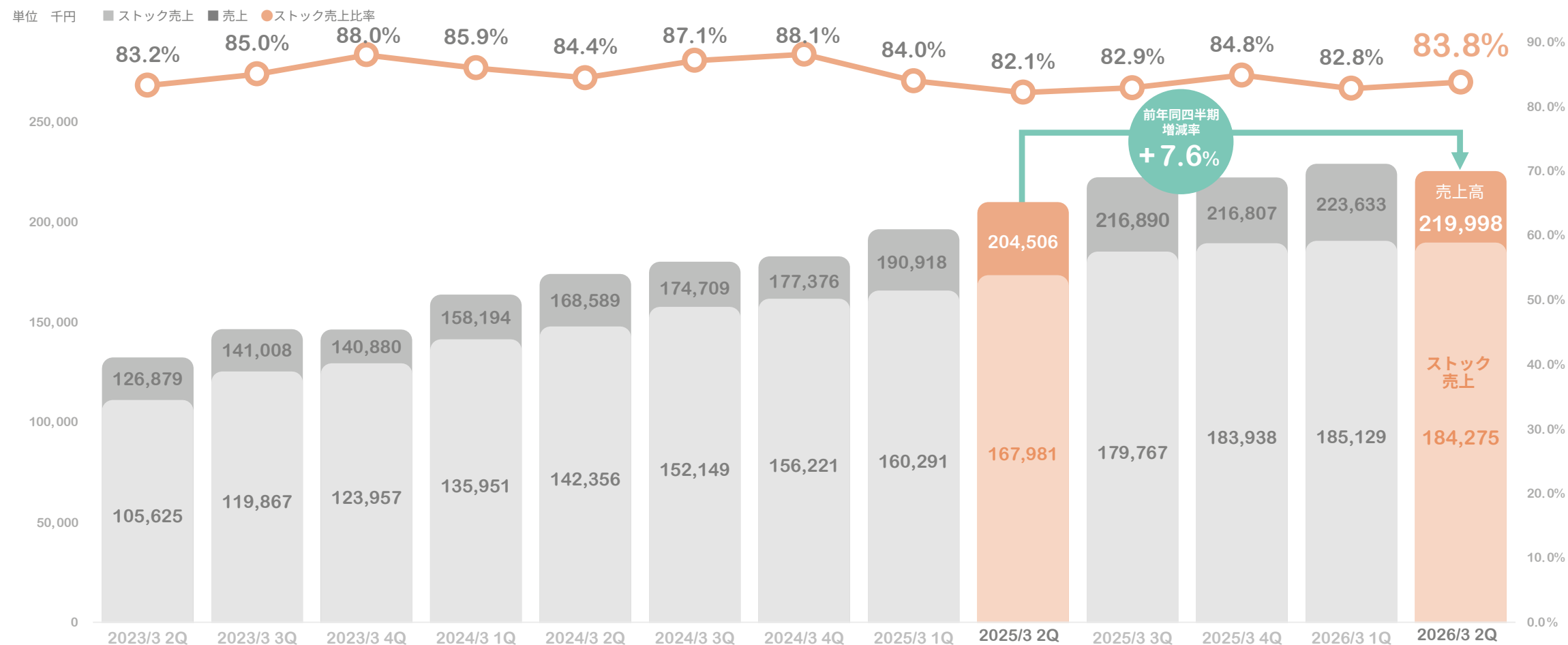
※アクティブ社数：四半期末における契約中の社数 ※ARPU：1社あたりの四半期平均売上

※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 ※

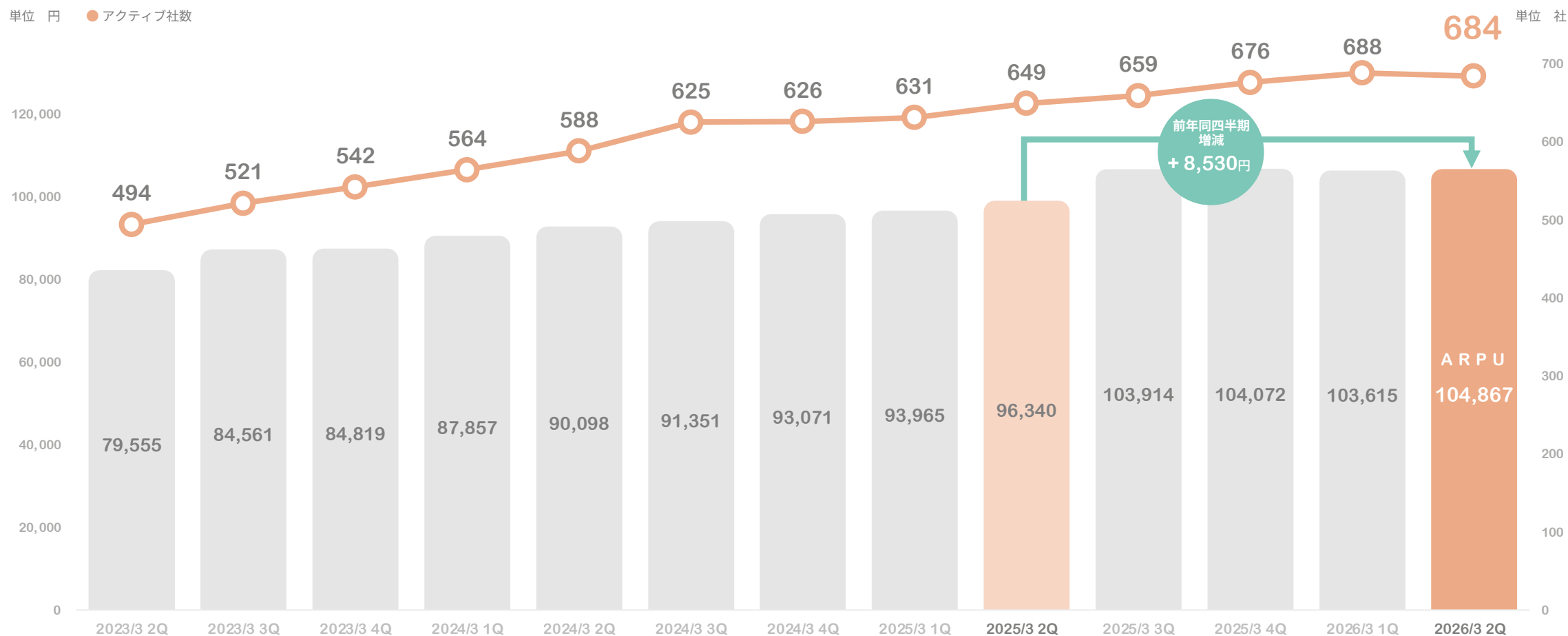
売上高は前年同四半期増減率で+7.6%の増加となりました。

ストック比率は第2四半期は83.8%で着地となりました。



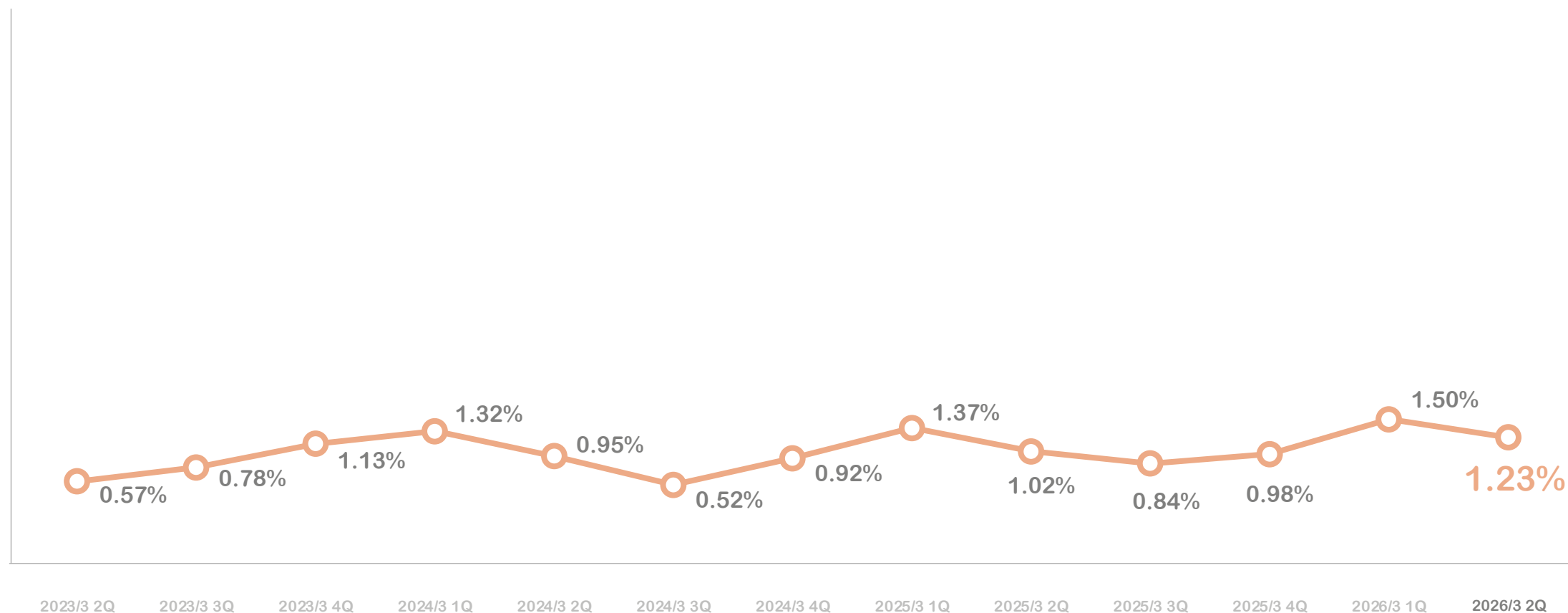
アクティブ社数 / ARPU ※

ARPUは前年同四半期増減比で+8,530円増加となりました。



グロスレベニューチャーンレート（解約率）※

解約率は1%前後で推移、低水準の解約率を維持しております。



04 成長戦略

※2025年6月30日 事業計画及び成長可能性に関する事項より抜粋

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

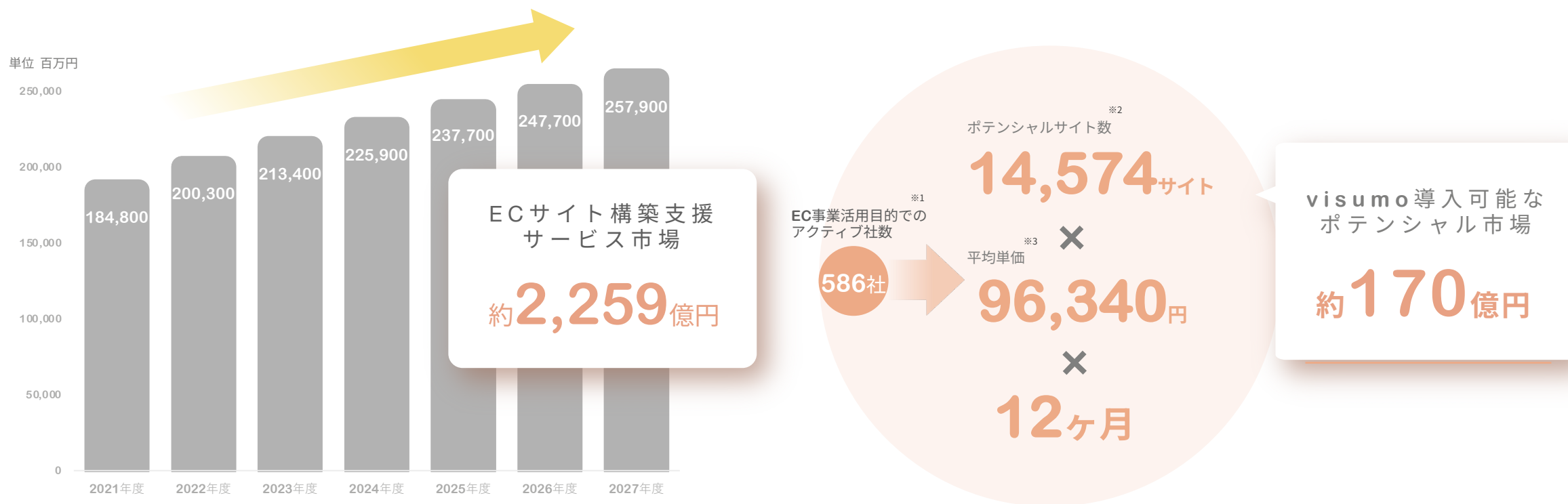
- 3つの機能リリースと
サービス連携で機能強化
- エンジニアリング部門にVP of
Engineeringを新たに採用。
更なる開発体制の強化へ

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。

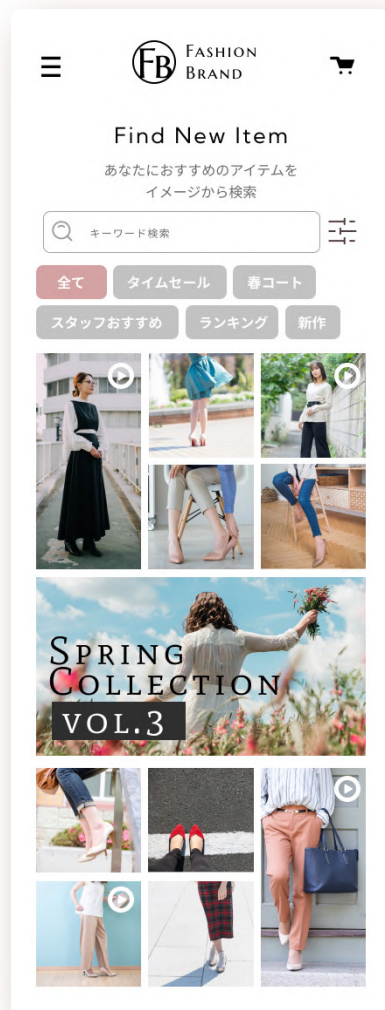


出典：矢野経済研究所 ECサイト構築支援サービス市場に関する調査を実施（2024年）2024年予測

※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



Maker's | 鎌倉 |
Shirt | 倉 |

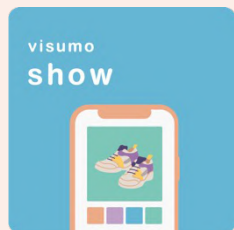
Masterial

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

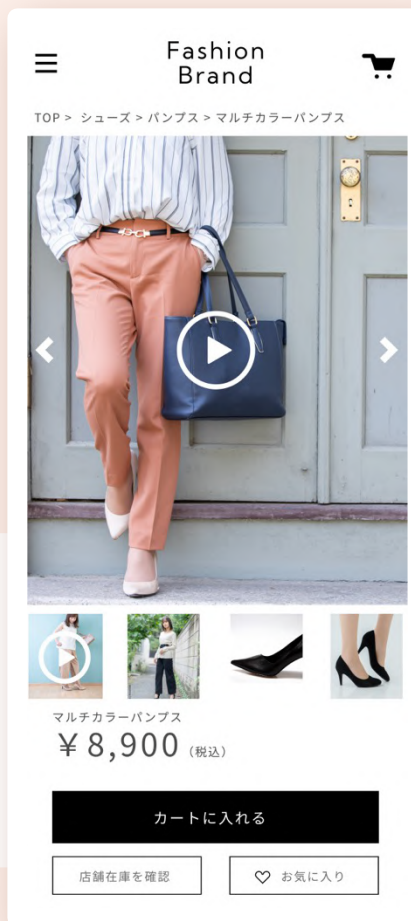
売上に効く
ビジュアルを、
効果を見ながら直感
操作で最前面へ



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『フィードモデルテンプレート』を機能拡張するなど顧客体験を向上させた」

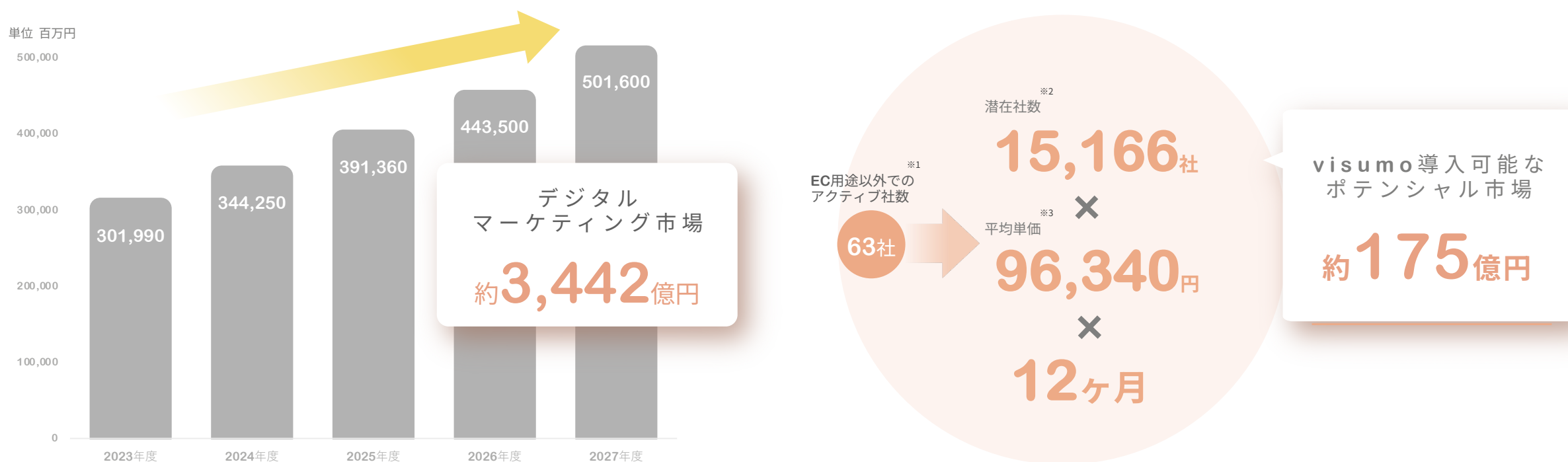
「コンテンツの充実や、良質な購買体験の提供に寄与し、LTV向上を図るサービス」

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。



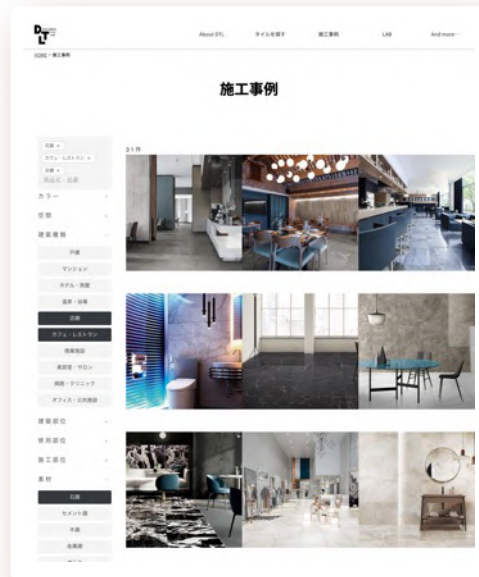
FY25の戦略推進への取り組み

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

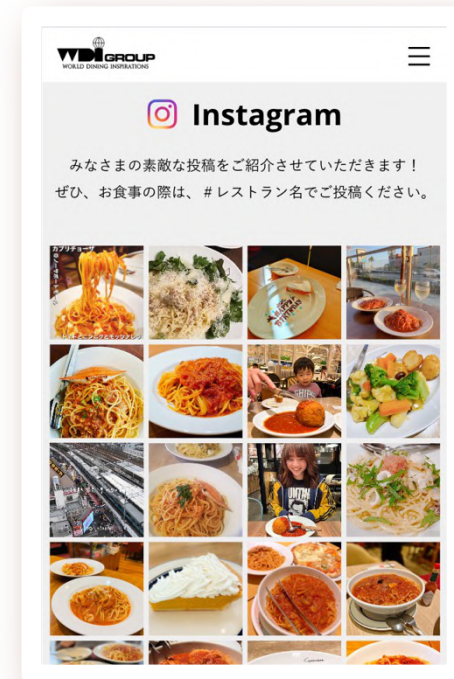
リクシル様のタイル事業部では施工会社向けに事例集をvisumoで運用しています。

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

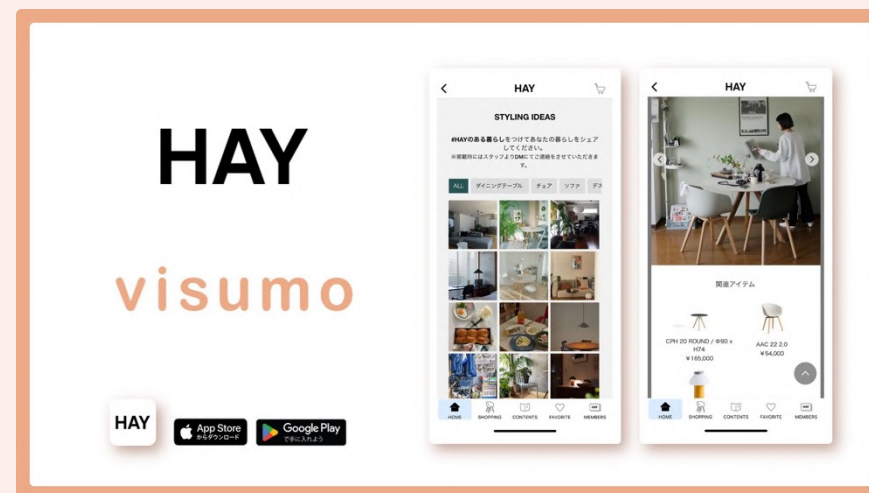
アプリ
ツール

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



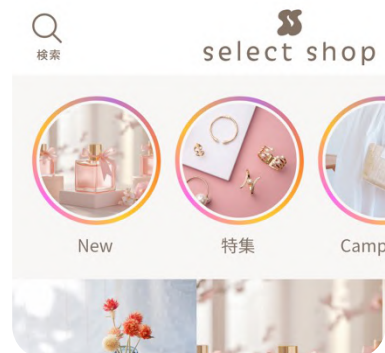
PDP最適化 (Product Detail Page)

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



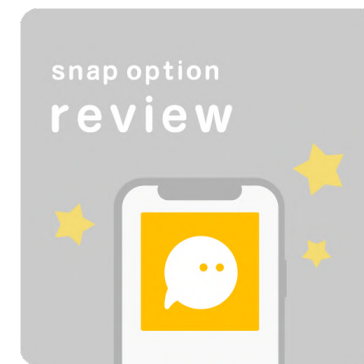
ブログ投稿機能

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

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～

本資料の取り扱いについて

免責事項

- 本資料は、当社の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 本資料に掲載された情報は、現時点における経済環境や社会情勢および当社が合理的と判断した前提に基づいて作成されたものです。なお、経営環境の変化や予測し得ない事象等により、予告なく内容が変更される可能性があることをご理解いただきますようお願い申し上げます。
- 本資料の作成にあたり、正確性の確保に最善を尽くしておりますが、内容の正確性や完全性については保証いたしかねます。また、資料の使用に関して生じた損害について、当社は一切の責任を負いかねますので、予めご了承くださいますようお願い申し上げます。

将来見通しに関する注意事項

- 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。