

SOCIAL WIRE GROUP

COMPANY PROFILE

Jun. 2023 ver.



ビジョン

当社グループのビジョンは「全ての魅力にスポットライトが当たる社会へ」。企業や商品、個人が持つ魅力や価値をクリエイティブの力で魅力的に装飾し、スポットライトを当て世の中に広く伝えることを当社の使命とします。新型コロナウイルス感染拡大により個々が分断された社会を新しいコミュニケーション方法で結び、ニューノーマル時代の温かみのある社会を作ることに貢献してまいります。



全ての魅力に
スポットライトが当たる社会へ

あらゆる事業者があらゆる事業活動をする過程で、当社の関与するサービスを常にどこかで目にして接点をもてるようなスケーラブルなサービス提供体制を構築してまいります。

会社概要	
商 号	ソーシャルワイヤー株式会社 SOCIALWIRE CO., LTD.
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：3929）
本 社	東京都港区新橋1-1-13 アーバンネット内幸町ビル 3 階
設 立	2006年 9 月 6 日
代 表 者	代表取締役社長 矢田 峰之
資 本 金	354百万円
従業員	単体303名 連結307名（臨時雇用者（パートタイマー、派遣社員）、使用人兼務役員を含む）
事業内容	インフルエンサーPR／リリース配信／クリッピング／リスクチェック／クラウド翻訳

主な沿革	
2006年 9月	未来予想株式会社（現：ソーシャルワイヤー株式会社） 東京都中央区日本橋に設立
2008年 2月	アットプレス株式会社を子会社化し、 プレスリリース配信サービス「@Press」 運営開始
2008年 2月	株式会社アップステアーズを子会社化し、 シェアオフィス「CROSSCOOP」 運営開始
2008年 8月	アットプレス株式会社及び株式会社アップステアーズを吸収合併
2009年 5月	CROSSCOOP青山を開設
2010年 7月	CROSSCOOP新宿（現：CROSSCOOP新宿SOUTH） を開設
2011年 1月	SOCIALWIRE SINGAPORE PTE. LTD.をシンガポールに設立
2011年 6月	CROSSCOOPシンガポールをシンガポールに開設
2011年11月	CROSSCOOPジャカルタをインドネシア・ジャカルタ首都特別州に開設
2012年 1月	ソーシャルワイヤー株式会社に社名変更
2012年10月	クリッピングサービス「@クリッピング」 運営開始
2012年11月	CROSSCOOPデリーをインド・ハリヤーナー州に開設
2013年 2月	CROSSCOOPホーチミンをベトナム・ホーチミン市に開設
2013年 3月	CROSSCOOPマニラをフィリピン・マカティ市に開設
2014年 1月	メディア・アイズ株式会社を子会社化し、クリッピングサービス「@クリッピング」 を強化
2014年 4月	メディア・アイズ株式会社を吸収合併
2015年 2月	CROSSCOOP新宿AVENUEを開設
2015年12月	東京証券取引所マザーズ市場（証券コード：3929） に株式公開
2016年 4月	Entrehub (Thailand) Co., Ltd.を子会社化し、CROSSCOOPバンコクをタイ・バンコクに開設
2016年 4月	トランスマート株式会社を子会社化し、クラウド翻訳「TRANSMART」 運営開始
2016年10月	CROSSCOOP仙台を開設
2017年 5月	CROSSCOOP渋谷を開設
2017年10月	取引先リスクチェックサービス「RISKEYES」 運営開始
2018年 3月	株式会社ネットスケットから事業を譲受し、 イベント集客・運用サービス「everevo(イベレボ)」 を運営開始
2018年 5月	株式会社Find Modelを子会社化し、 インフルエンサーマーケティング「Find Model」 運用開始
2019年 4月	サブスクリプション型プレスリリース配信サービス「NEWSCAST」 開始
2019年 9月	CROSSCOOP新橋を開設
2020年 4月	株式会社Find Modelを吸収合併
2020年 5月	ミャンマー最大の美容メディア「YUYU Beauty」 を事業譲受し、子会社YUYU BEAUTY Company Limited を設立
2021年 1月	CROSSCOOP横浜を開設
2022年 1月	CROSSCOOP日本橋を開設
2022年 6月	CROSSCOOP福岡を開設
2023年 9月	国内シェアオフィス事業を会社分割（新設分割）により事業譲渡

取締役・監査役紹介

(2023年9月現在)

代表取締役社長
矢田 峰之
Mineyuki Yata



取締役
藤原 直美
Naomi Fujiwara



取締役
庄子 素史
Motofumi Shoji



社外取締役
大野 誠一
Seiichi Ohno



社外取締役
白川 久美
Kumi Shirakawa



社外取締役
山浦 政彦
Masahiko Yamaura



常勤監査役
赤松 朱美
Akemi Akamatsu



社外監査役
樋口 節夫
Setsuo Higuchi

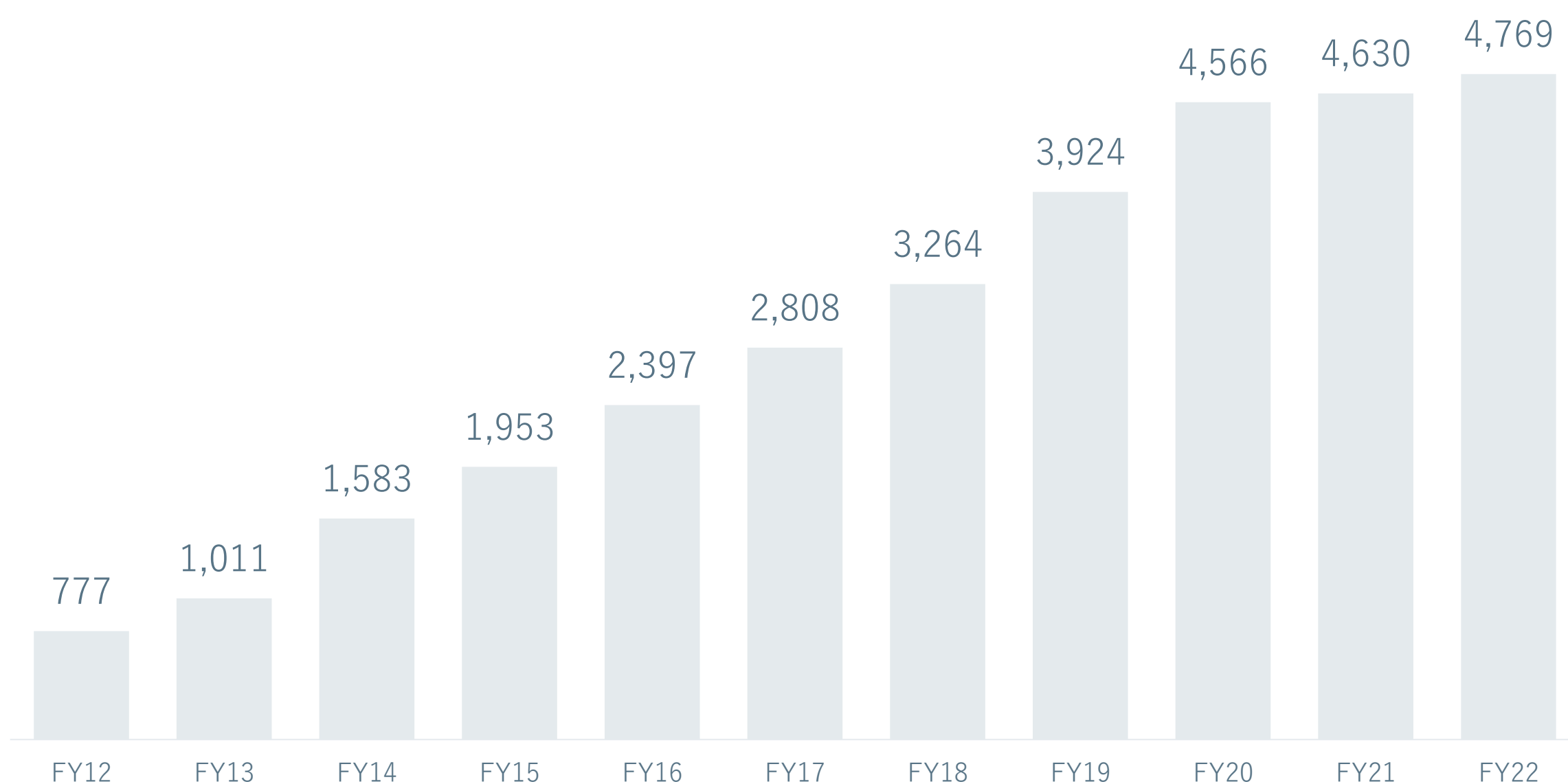


社外監査役
平山 剛
Tsuyoshi Hirayama

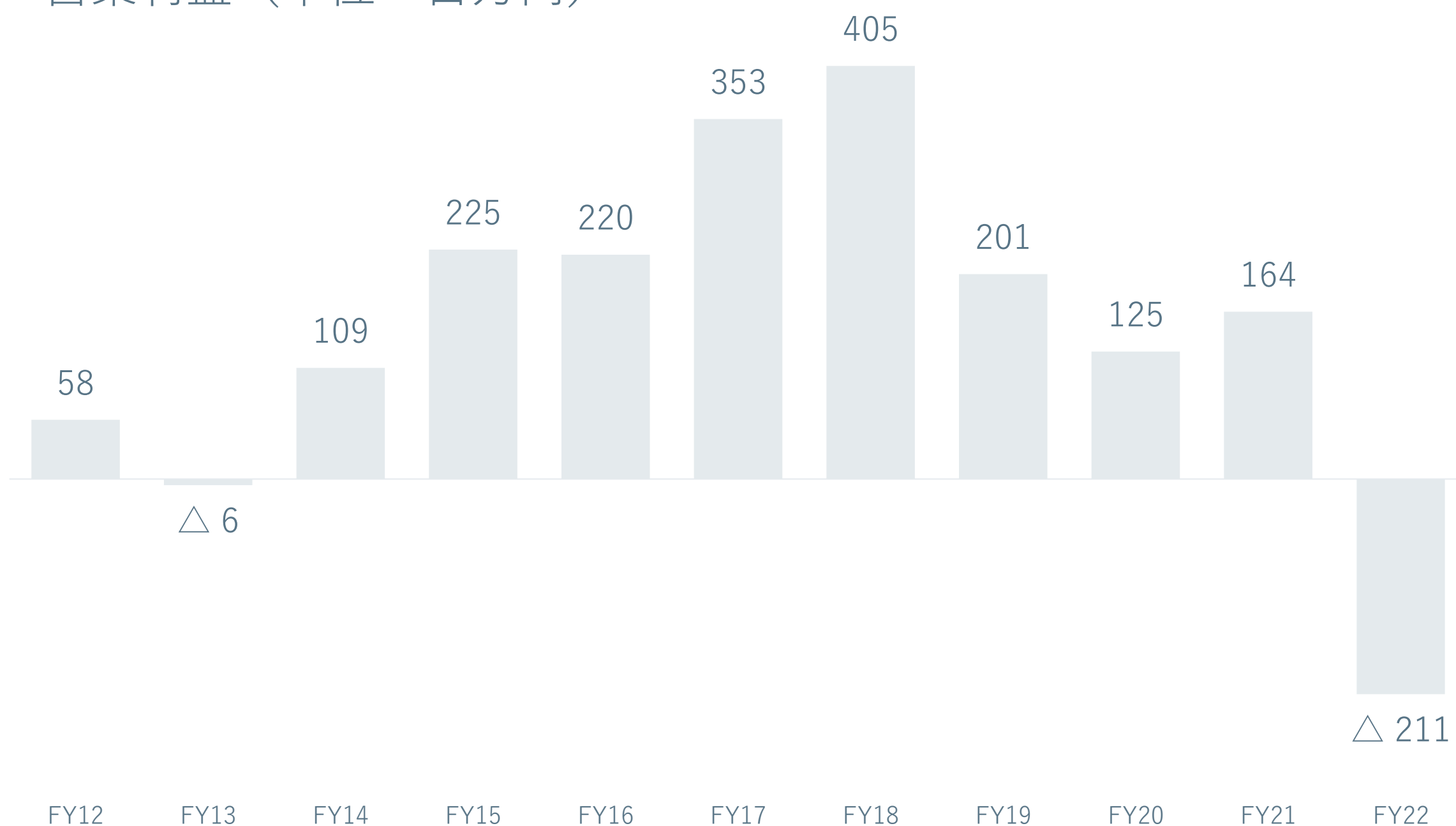


業績等の推移

売上高（単位：百万円）



営業利益（単位：百万円）



※FY13（2014/3期）以降の連結財務諸表については監査法人の監査を受けております。

サービスとブランド

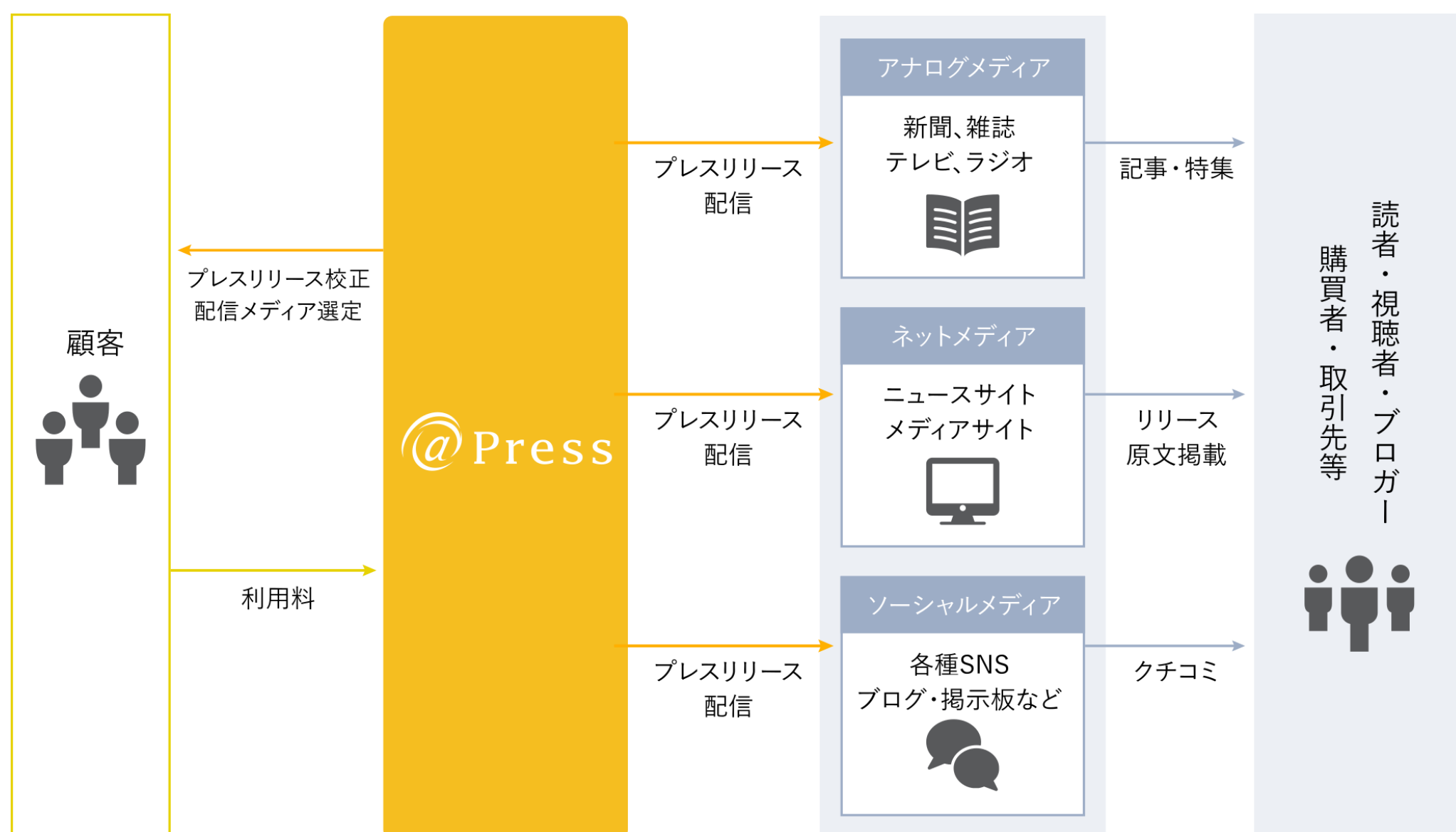
企業の情報発信（広報・広告）を支援するプレスリリース配信代行サービスを「@Press（アットプレス）」「NEWSCAST（ニュースキャスト）」というブランドで運営しております。

プレスリリースとは

企業・官公庁・団体等が、メディアといわれる報道機関（新聞社、放送局、雑誌社、通信社等）に向けた情報の提供・告知・発表をすること。

「ニュースリリース」「報道発表」とも呼ばれており、主には新商品・新サービスの発表、イベントの開催告知、新規事業進出のお知らせや、業務提携の発表等、会社の公式文書としてされます。

アットプレスでは、顧客が発表する様々なプレスリリースを、より多くの記事にするために、専任の担当者が文書の校正やタイトルのご提案、最適な配信先メディアの選定を行い、お客様の希望される発表時間にプレスリリースの配信を行っております。



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し、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12,000リスト／10,000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。

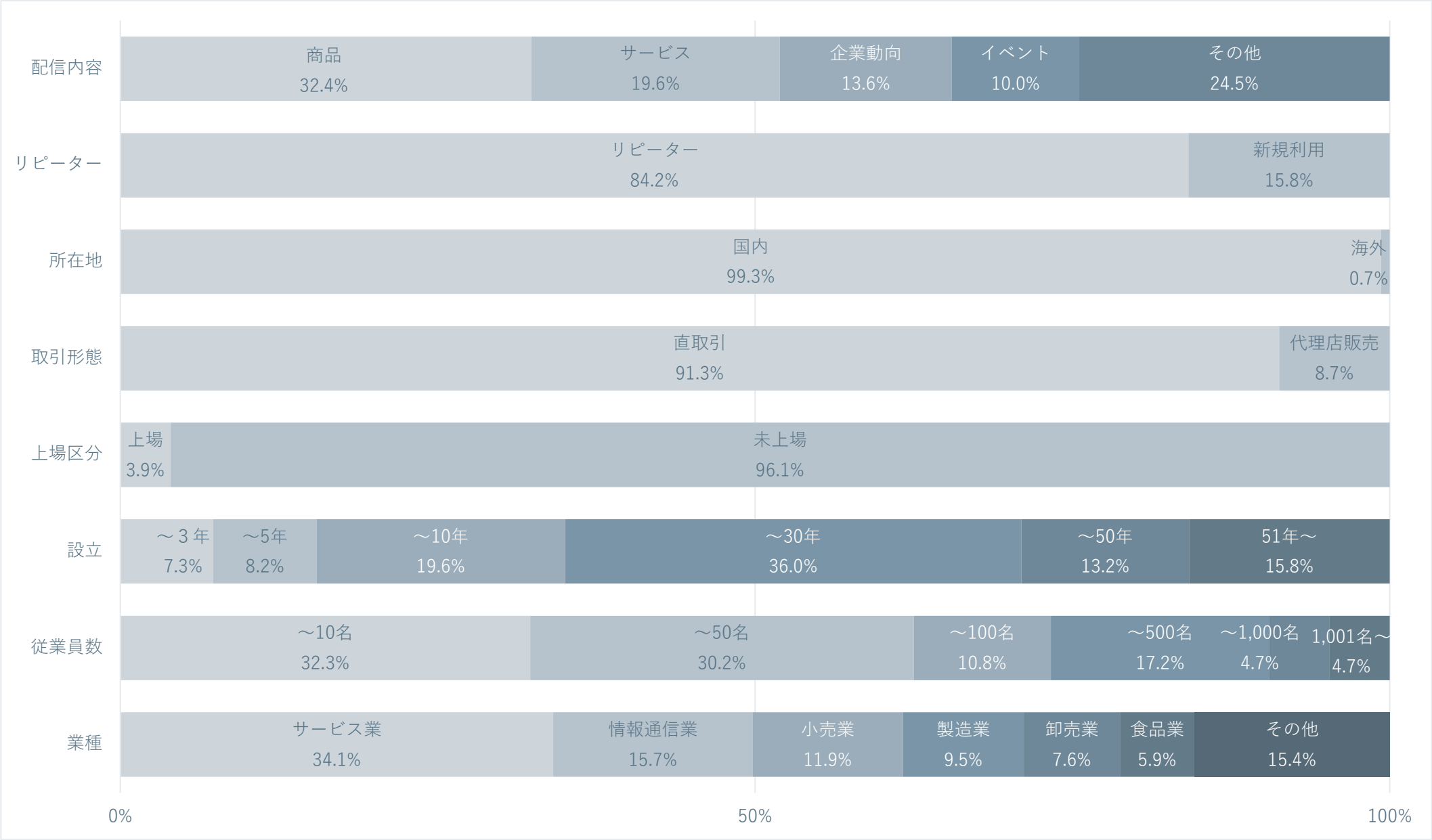
また、オプションサービス「Twitterプロモーション（※2）」は、**プレスリリース配信時に簡単な操作をするだけで、自分でTwitterアカウント作成や手間となる広告設定等を行うことなく、新商品や新サービスなどの情報を、確実にターゲットに届けることが可能になります。**

（※1）新聞・通信社は支局や地域ごと、雑誌は誌名ごと、テレビ・ラジオは番組ごと、大手ポータルサイト・ニュースサイトはサイト名ごとに、1メディアとしてカウントしております。なお、フリーライター・編集プロダクション・制作会社はメディアとしてカウントしておりません。

（※2）スタンダードプランには「Twitterプロモーション」サービスが標準で含まれています。



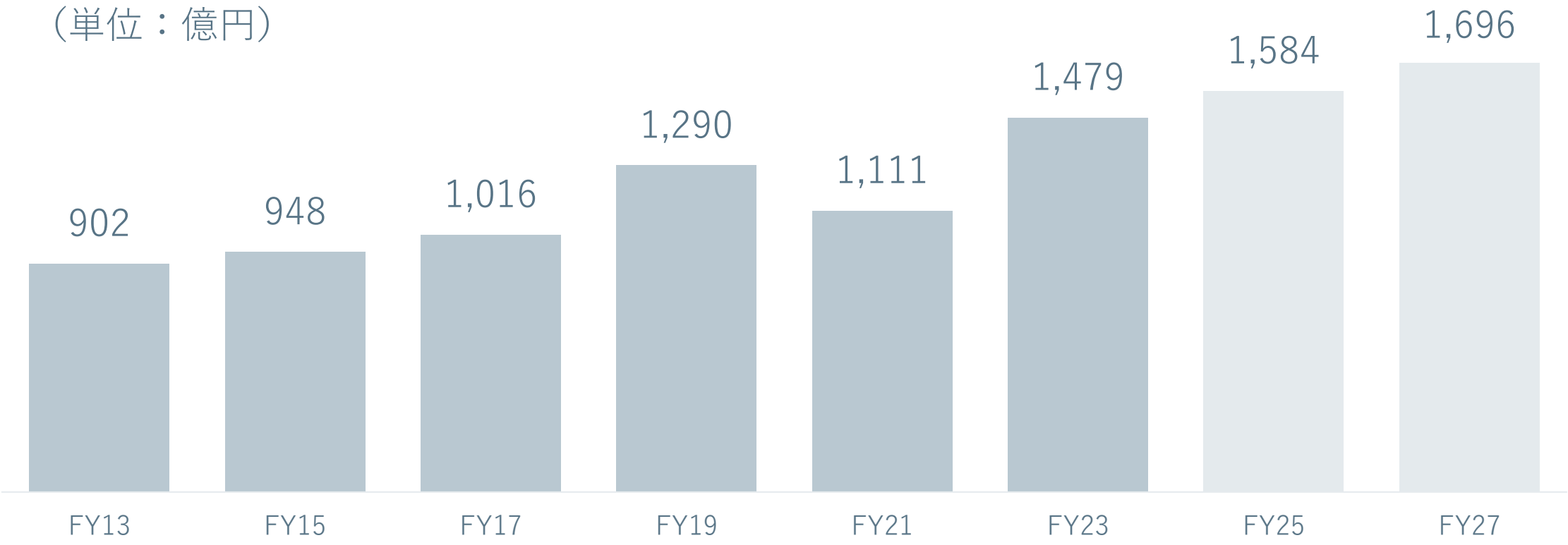
顧客データ



※2023年3月期（2022年4月1日～2023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、2023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。（2023年6月現在）

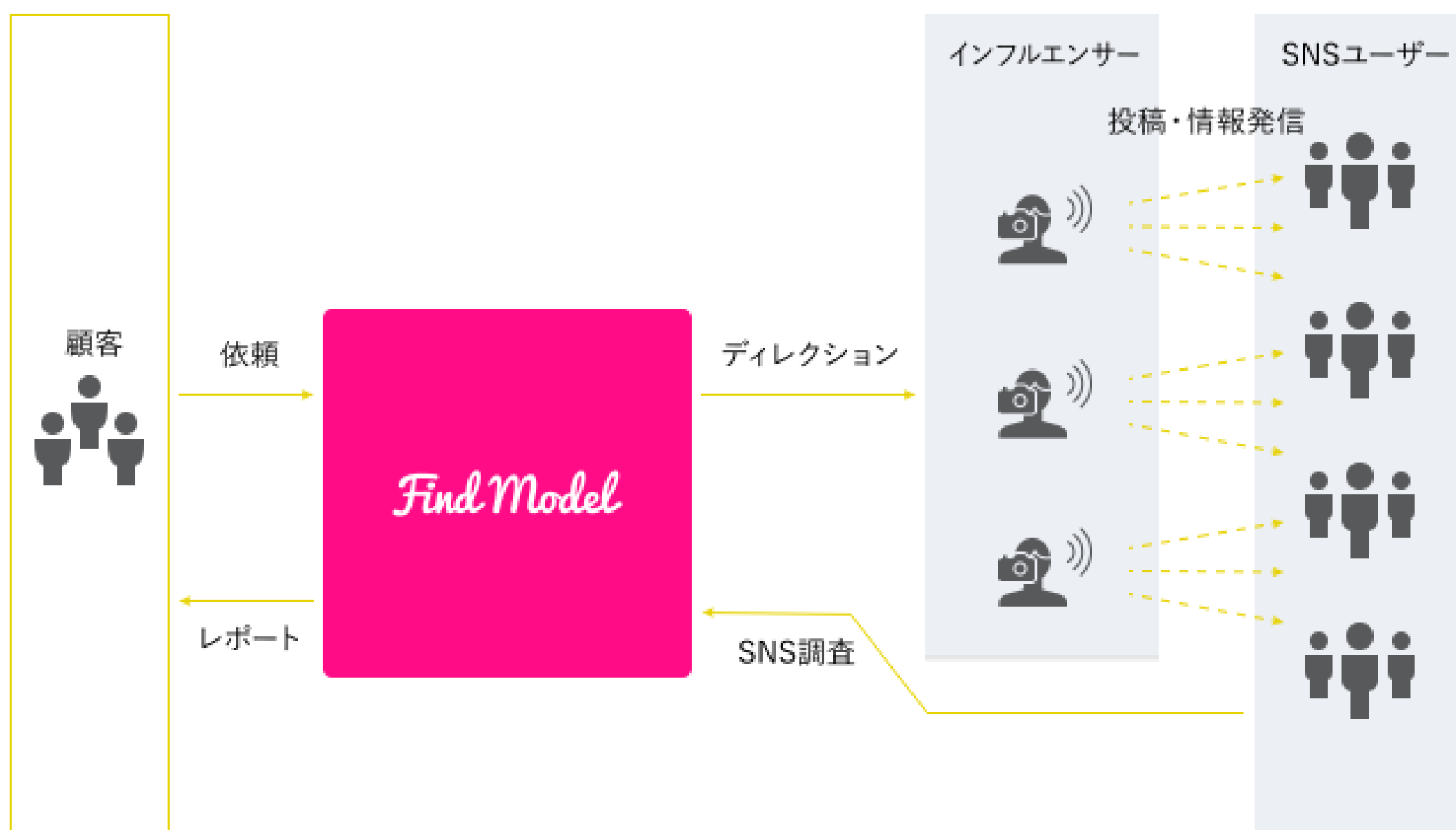
サービスとブランド

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。



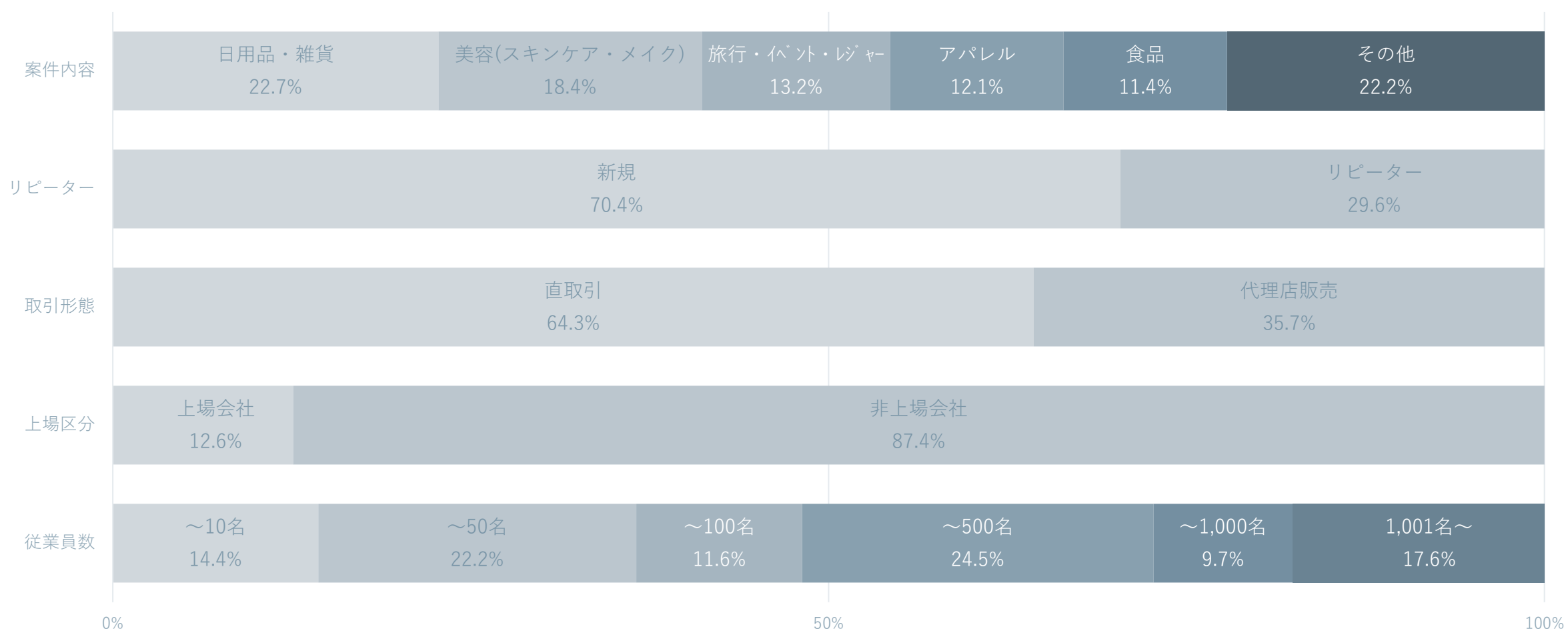
優位性（競争力）

ファインドモデルは、Instagramを利用する多数のインフルエンサーに登録いただきおり、**直接アサインできるインフルエンサーは7,000人超**です。フォロワー1万人超のインフルエンサーは3,500人、フォロワー10万人超のインフルエンサーは600人以上となっており、**のべ総リーチ数は2億フォロワー以上**です。（2023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11,000件以上の実績（※）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

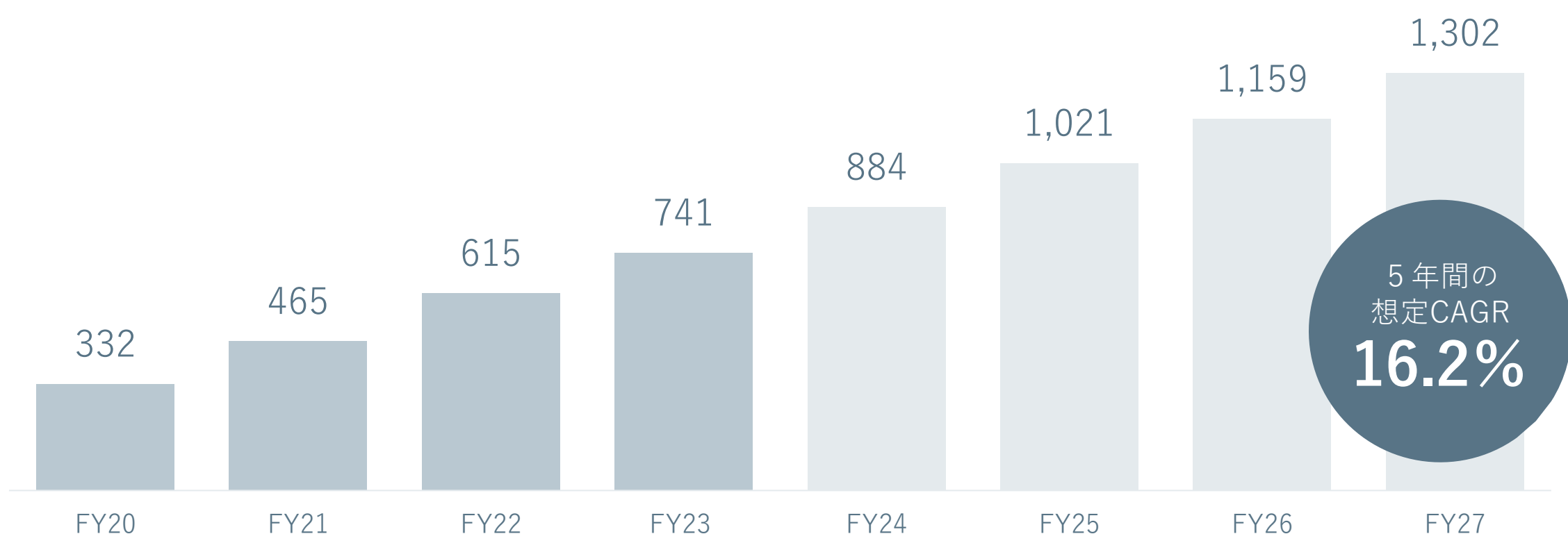
顧客データ



※2023年3月期（2022年4月1日～2023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)



※（参照）インフルエンサーマーケティング市場規模推計・予測 2020年～2027年 | Digital InFact

2022年11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、2023年の国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模は1兆899億円（前年比117%となる見通し）であり、カテゴリ別内訳は、「ソーシャルメディア広告」が9,724億円で全体の89.2%、これに「インフルエンサーマーケティング」が741億円で全体の6.8%。また、企業の「SNSアカウント運用支援」が261億円で全体の2.4%、「分析ツール」が80億円で0.7%、そして「キャンペーンプランニング・コンサルティング」が92億円で0.8%と推測されます。

ソーシャルメディアは企業と消費者とのコミュニケーションインフラとして、また販売チャネルとして、今後もその役割はますます高まることが期待されており、2027年のソーシャルメディアマーケティング市場規模は、2023年比約1.7倍、1兆8,868億円に達すると予測されます。

サービスとブランド

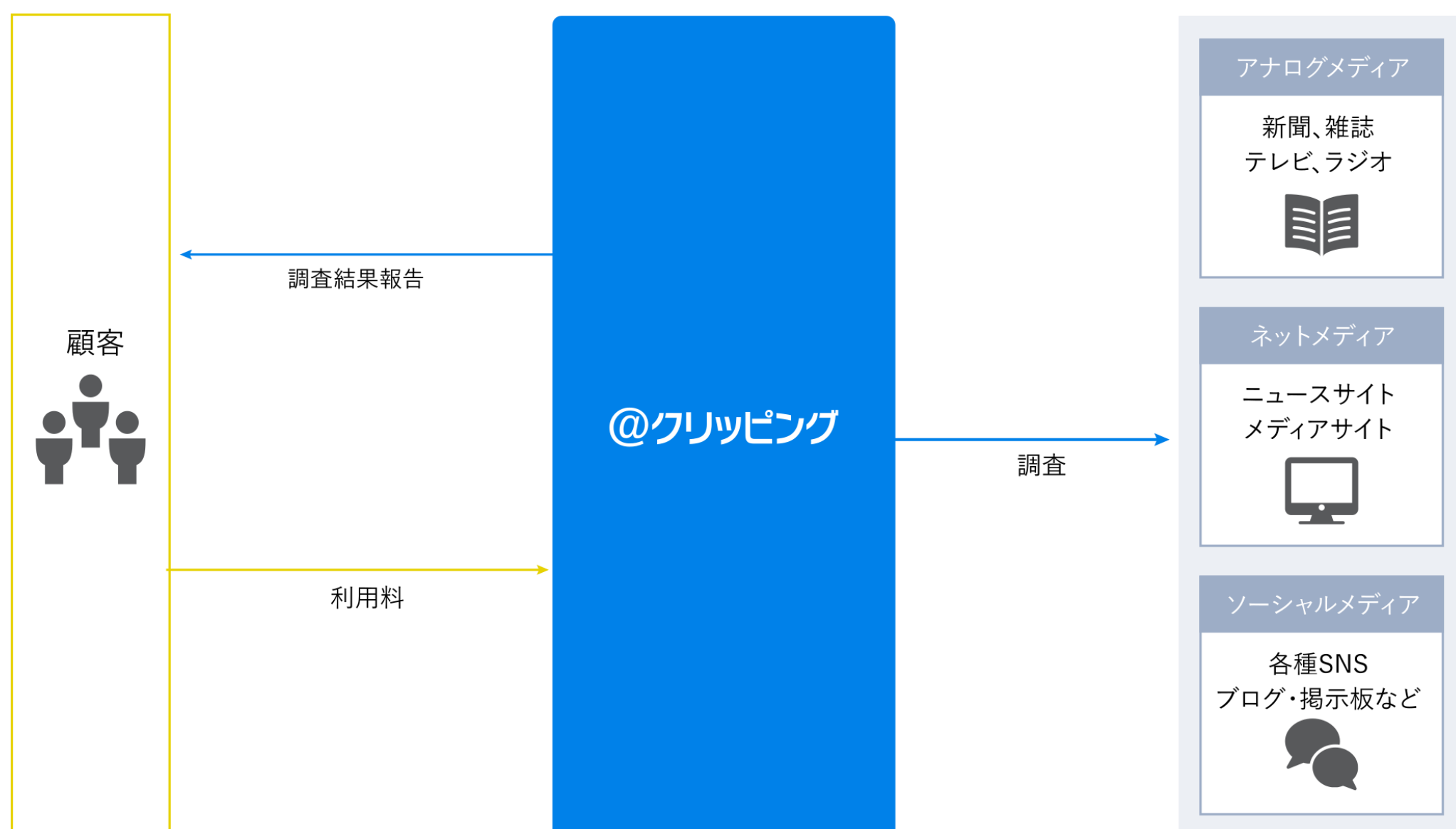
新聞・雑誌・WEB・SNSメディアの記事掲載のクリッピング・リサーチサービスを「@クリッピング（アットクリッピング）」というブランドで運営しております。

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。

アットクリッピングは、プロスタッフの目を通して調査を行なっているため、キーワードによるデータベース検索サービスでは調査できない「テーマ」「概念」等抽象的なものや、「プレゼント欄」「広告欄」「記事の添付写真」等柔軟な対応が可能です。

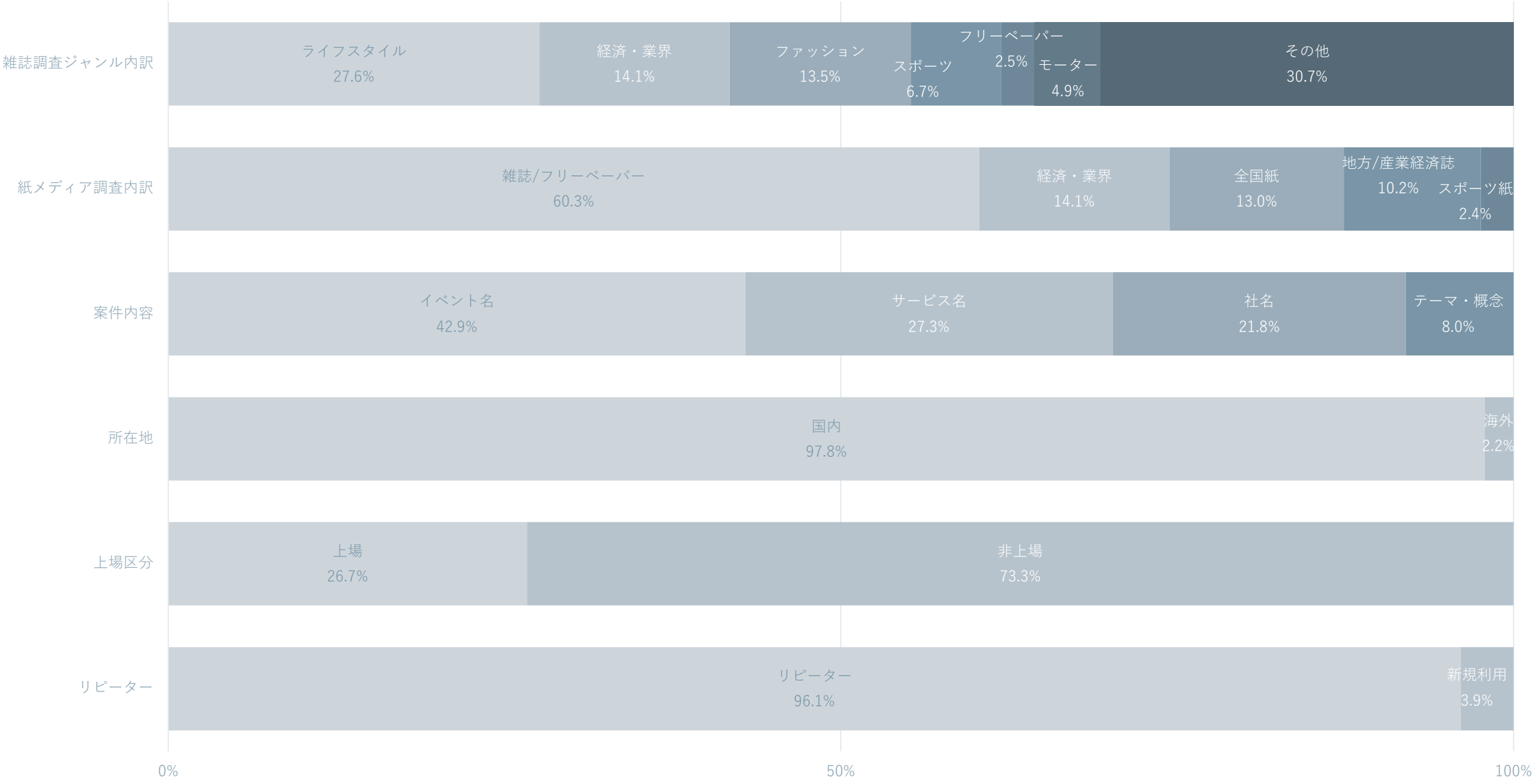


優位性（競争力）

アットクリッピングは「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。

そのほか、「記事の分類分け」「一覧・リスト化」「記事分析」「ファイリング・冊子化」「広告換算」等、様々な用途でご利用いただけるよう、充実したオプションサービスをご用意しております。

顧客データ



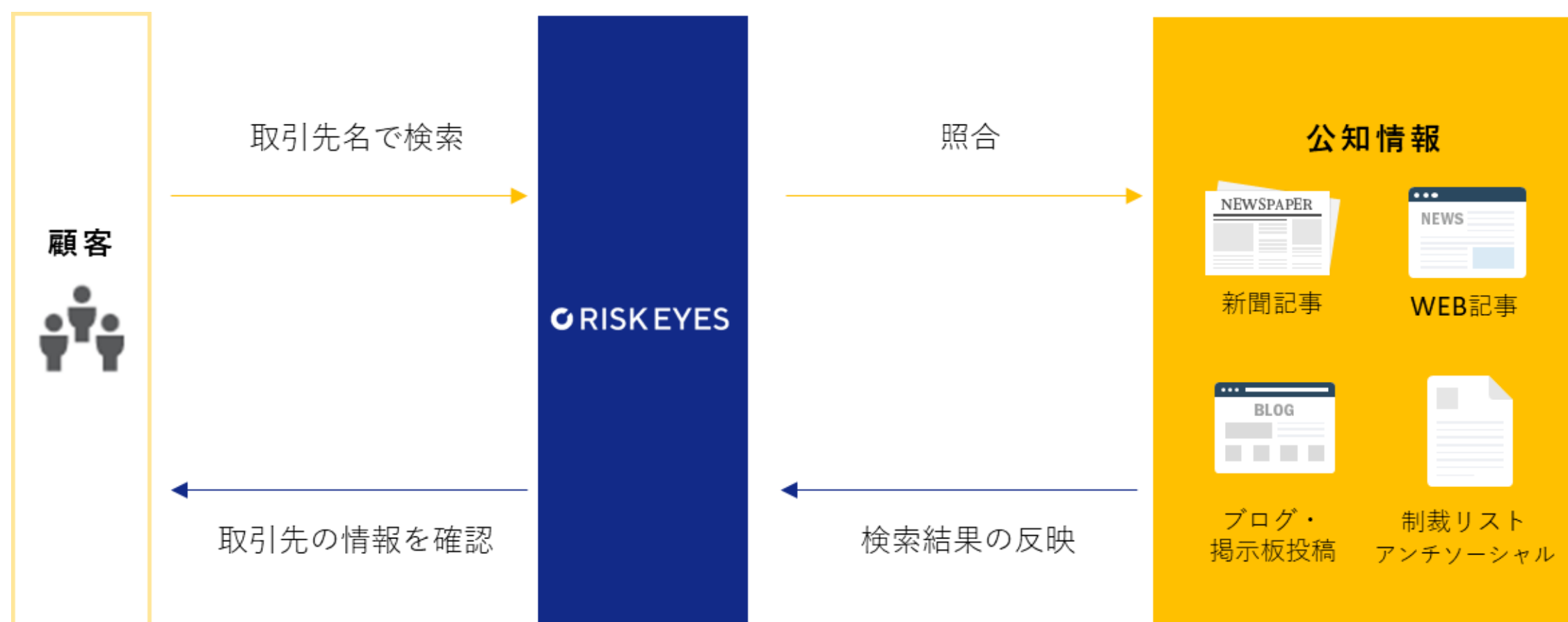
※2023年3月期（2022年4月1日～2023年3月31日）におけるクリッピング利用顧客データに基づき作成しております。

サービスとブランド

取引先リスクチェックのDXツールを「RISK EYES（リスクアイズ）」というブランドで運営しております。

取引先リスクチェック（反社チェック）とは

自社の「取引先」「社員」「株主」に反社会的勢力（以後、反社）との関係が疑われる人物や組織がないか、チェックすること。『コンプライアンスチェック』とも呼びます。2007年7月に施行された「企業が反社会的勢力による被害を防止するための指針」により、企業は反社と取引を持たないことを求められています。取引が発覚した企業には行政処分などの重い処罰があり、特に上場企業は上場廃止になる可能性があります。また、反社を排除するためには資金源を絶つ必要があります。取引開始前の取引先などの反社チェックは、健全な企業活動のためにとても大きな役割を担います。



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」等の反社との取引に繋がる疑いをチェックするサービスです。取引先リスクチェックは無関係の情報や信憑性の低い情報が多数挙がると一つ一つの確認に多くの手間が掛かってしまいますが、リスクアイズを利用することでより効率的なチェックを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。

●HR市場向けのリファレンスチェックサービスに参入（2023年度）

失敗しない採用活動のDXツールとして、「プルコン」というブランド名でリファレンスチェックサービスを開始いたしました。

「プルコン」は企業の採用人事担当が若手～ミドル層の求職者に対して推薦状を依頼できるSaaSツールです。企業のリスク管理領域を網羅的にサポートしていく事業戦略をとってまいります。



優位性（競争力）

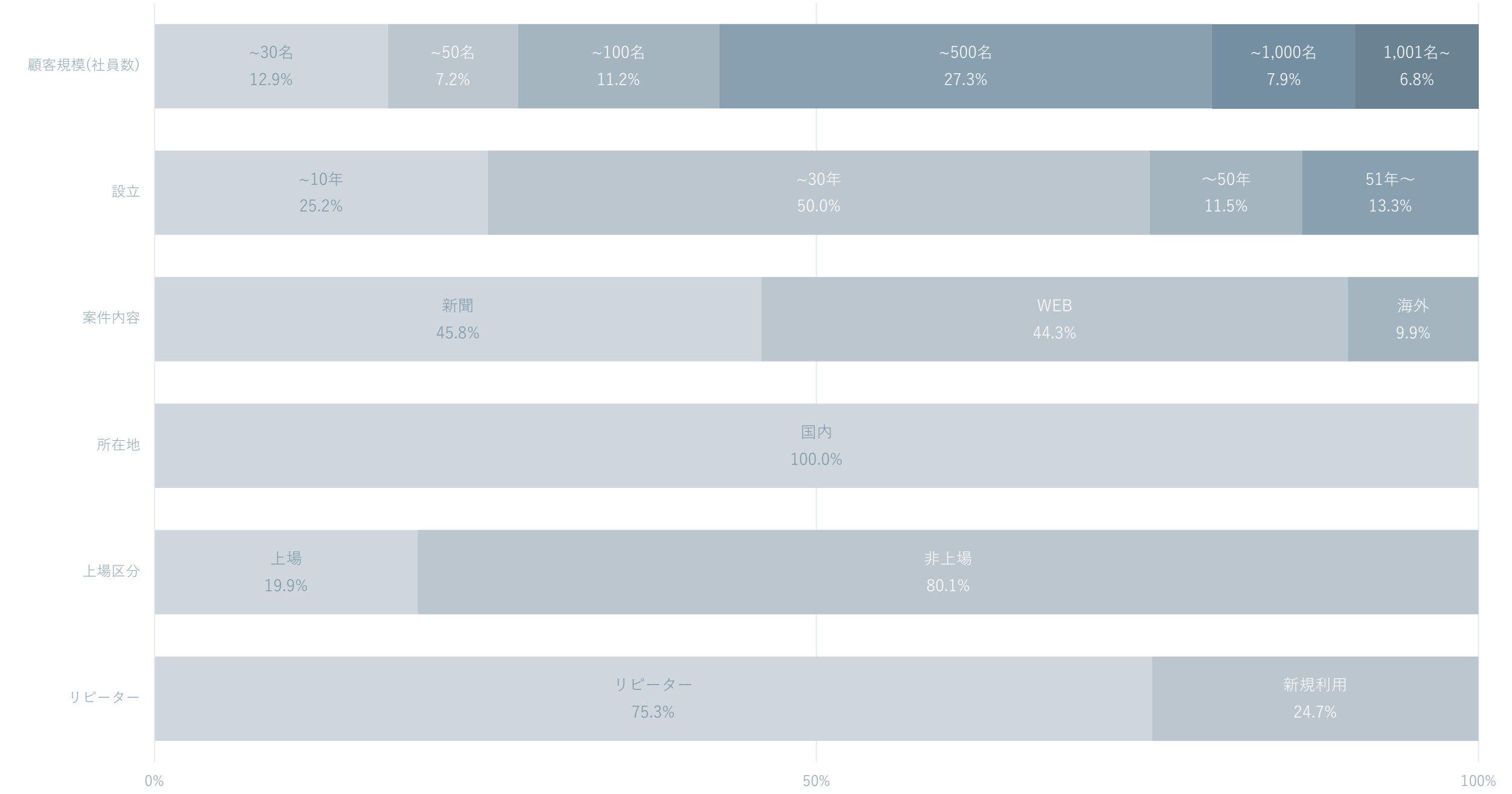
①精度の高さ

リスクアイズは独自のノウハウで設計したデータベースや不要情報の除外機能、ネガティブ記事のAI判定機能など、検索結果の精度向上に特化する高度な機能を持っています。工数削減率は業界トップクラスであり、最大92％（自社調べ）の効果があります。

②サポート体制の充実

カスタマーサポートによるサービス導入後の伴走支援も行っており、充実したサポートを受けることが可能です。

顧客データ



※2023年3月期（2022年4月1日～2023年3月31日）におけるリスクチェック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

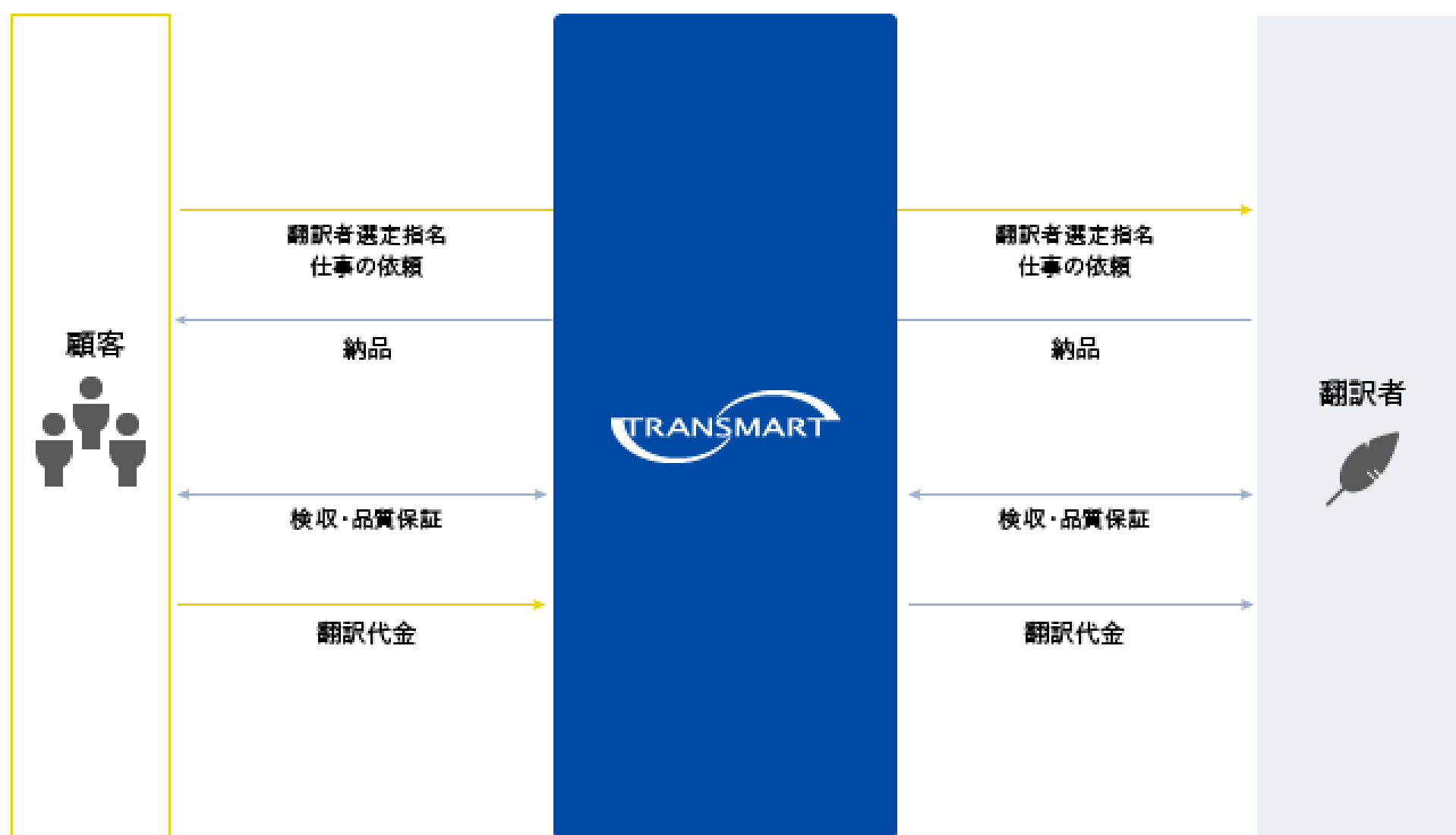
クラウド手法を用いた高品質翻訳サービス、ネイティブチェックサービスを「TRANSMART（トランスマート）」というブランドで運営しております。

トラン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。

トランスマートでは、AI翻訳、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。

また、翻訳作業と併せて、翻訳前後の工程で発生する一連の作業を一括でアウトソーシングできる翻訳BPOサービスを開始いたしました。限られた人員で様々な業務を遂行しなければならない企業は、トランスマートの翻訳BPOサービスを利用することで、一時的な作業量の増加や業務範囲の変更にも柔軟に対応することができます。

トランスマートはテクノロジーとヒューマンタッチを組み合わせた満足度の高いサービス提供を今後も目指してまいります。

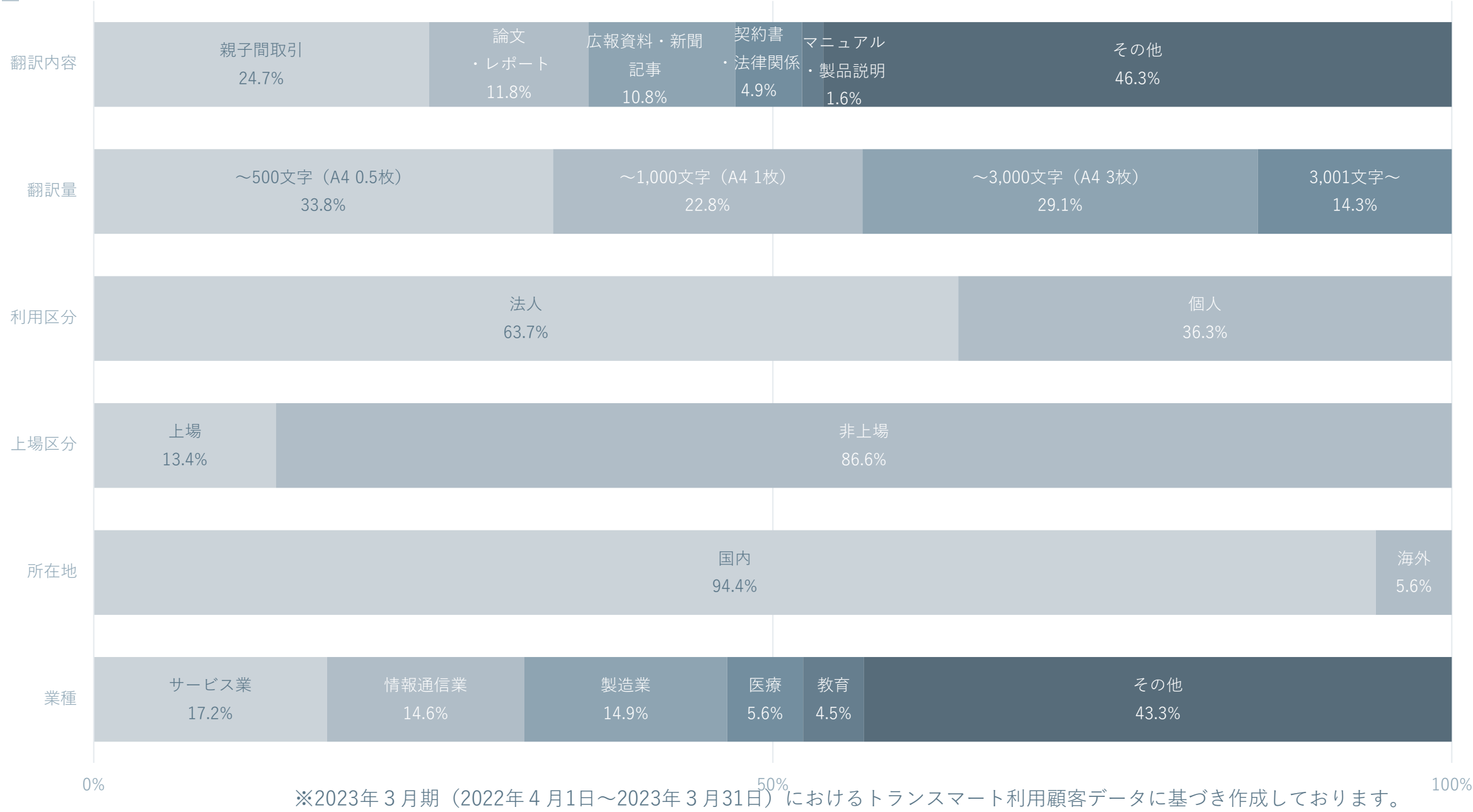


優位性（競争力）

トラン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



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。

