



2025年3月期 通期決算説明資料

株式会社 visumo (グロース 303A) | 2025年5月8日

エグゼクティブサマリー

事業概要

写真や動画のクリエイティブアセットを企業のマーケティングにて有効活用するSaaS
ビジュアルマーケティングプラットフォームを開発

2025年3月期 決算概要

- ・売上高は前期増減率**+22.1%**増の**829,121千円**で着地
- ・売上高、営業利益、経常利益いずれも業績予想を達成

2026年3月期 通期業績予想

- ・売上高は前期増減率**+16.6%**増の**967,000千円**、
経常利益は前期増減率**+25.4%**増の**85,000千円**を目指す

contents

01 | 会社概要・事業概要

02 | 成長戦略

03 | 2025年3月期 通期業績

04 | 2026年3月期 業績予想

05 | ビジネスハイライト

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



social

2019

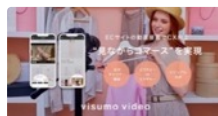
2019 / 4

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



video



snap

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

recommend

2024 / 12

東京証券取引所
グロース市場上場



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

676 社

apparel


UNITED ARROWS LTD.


WORKMAN


JUN

SHIPS

NARUMIYA
INTERNATIONAL


MIZUNO

interior / home goods


NITORI

ACTUS[®]

LOWYA

Rinnai

Afternoon Tea
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

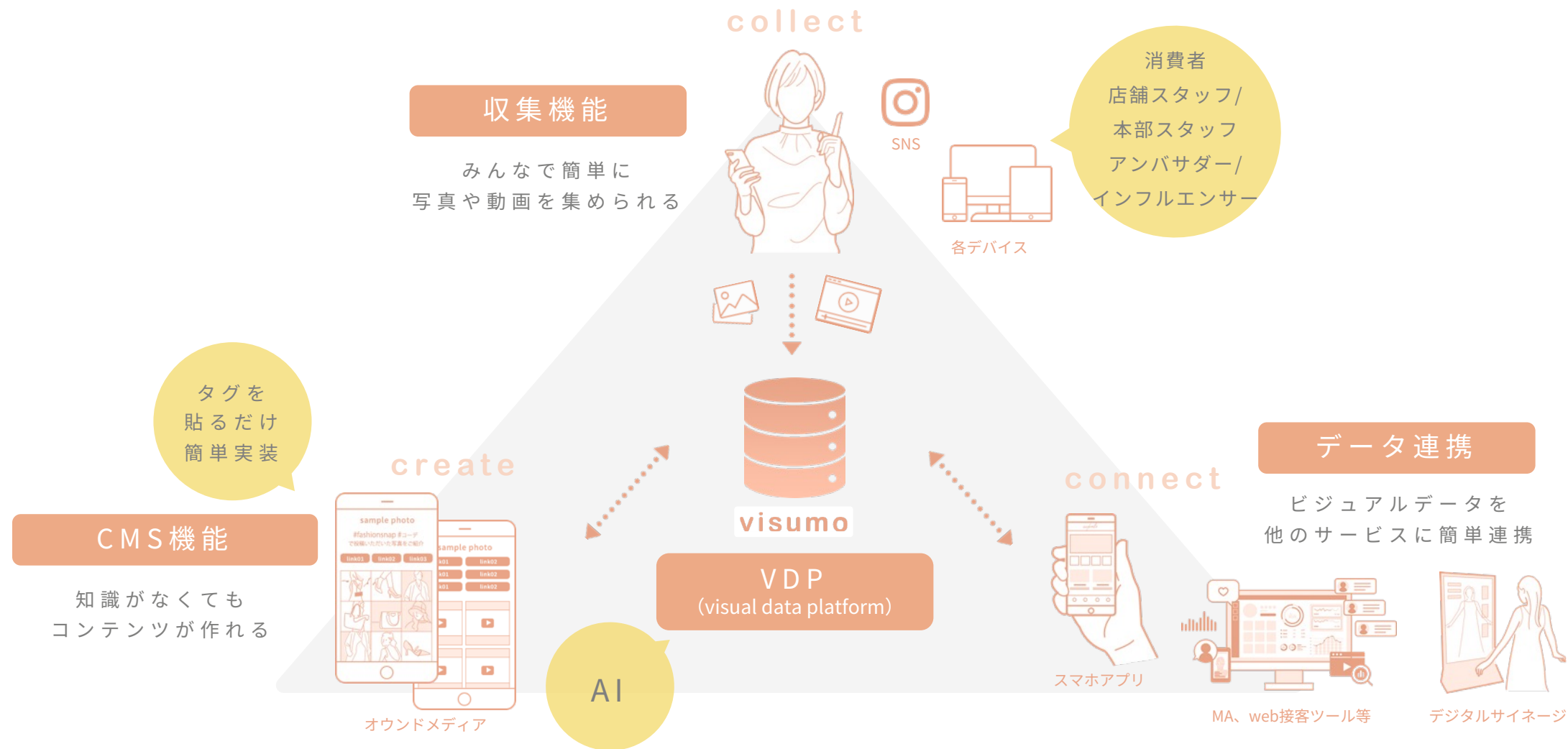
food

 吉野家


GODIVA
Belgium 1926

ビジュアル マーケティング プラットフォームの概念について

収集機能・CMS機能・データ連携を同時に提供、データベースで一元管理



導入イメージ

専門知識・ノウハウ不要で、簡単にCX向上を叶えられる

導入前



UGCを
収集する



動画・静止画



SNS

- Instagram
- X



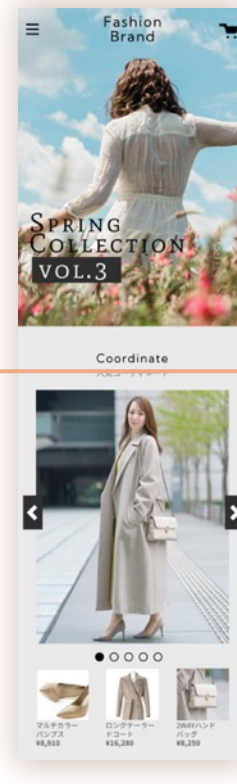
- 消費者
- 店舗スタッフ
- 本部スタッフ
- アンバサダー
- インフルエンサー

サイトに
掲載する

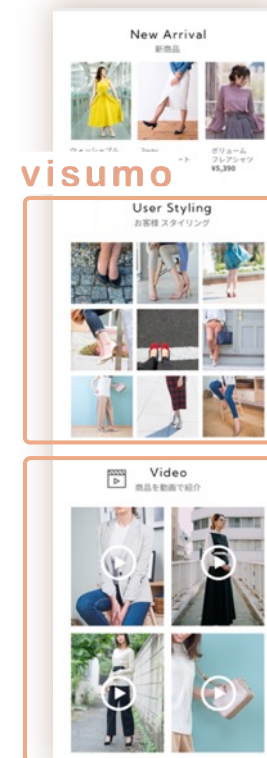


visumo

visumo導入後

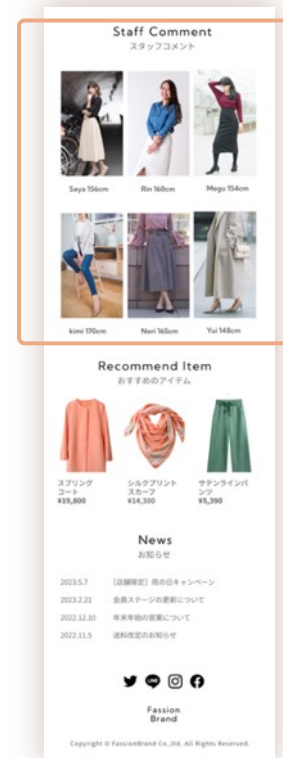


visumo



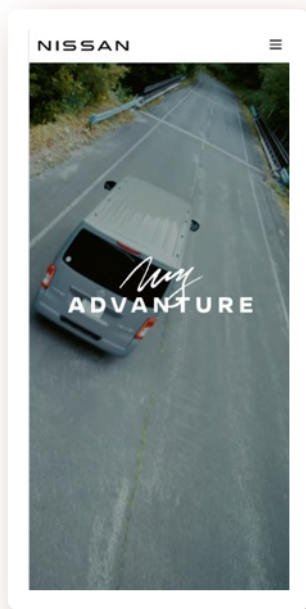
visumo

visumo



多様な事業者の課題に対応

ブランディング強化



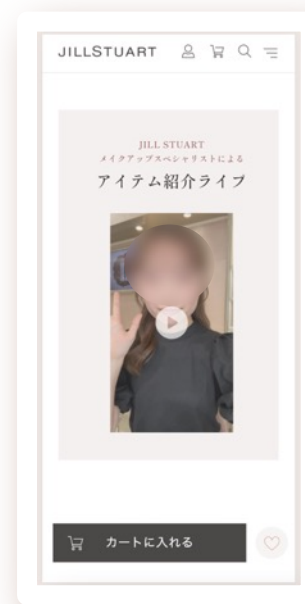
コードコンテンツ強化



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

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

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

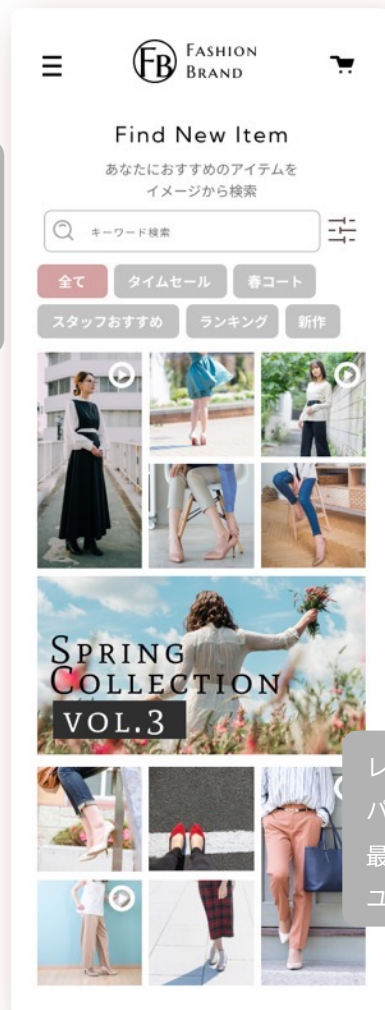
製品開発力の強化

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。

1 既存顧客との取引拡大

2024年夏リリースの「visumo recommend」を拡販強化

オウンドメディアで
何か無いかな？を
満たす新しい
コンテンツ表示



レコメンド＆
パーソナライズで
最適なコンテンツを
ユーザーに自動で表示

visumo recommendの拡販

AI

パーソナライズ

既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。

1 既存顧客との取引拡大

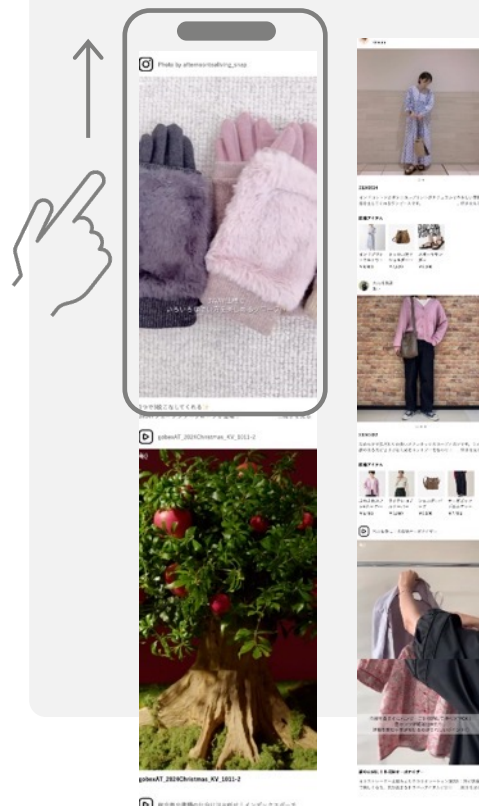
新しいテンプレート開発やオプション機能でアップセルを推進

ユーザーにとって親しみのある
SNSライクなUIでコンテンツ作成が
できるテンプレート開発を強化。

ワンタグで実装できる手軽さと、
サイトのトラフィックや
回遊性の向上を実現します。

新
テンプレート
1

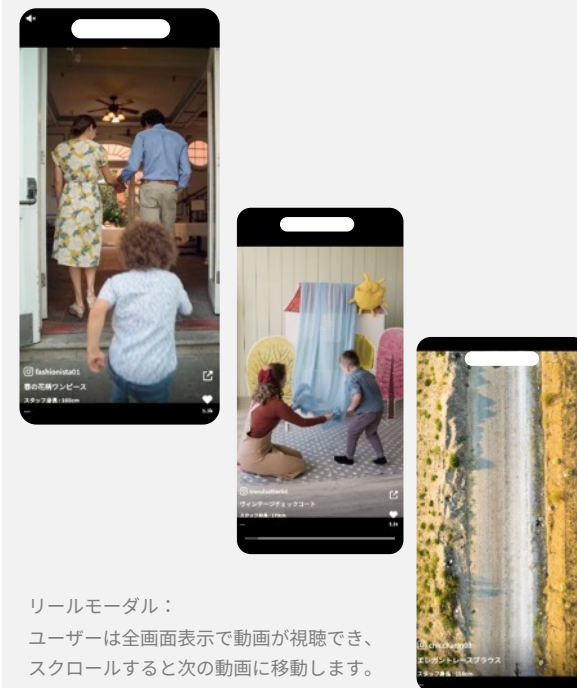
SNSのタイムラインの
様に次々と投稿が
閲覧できる



フィードモード：
ユーザーはタイムライン
形式でコンテンツをスク
ロールしながら閲覧する
ことができます。

新
テンプレート
2

SNSでのショートビデオ
表示フォーマット。
没入型コンテンツ作成が
可能に

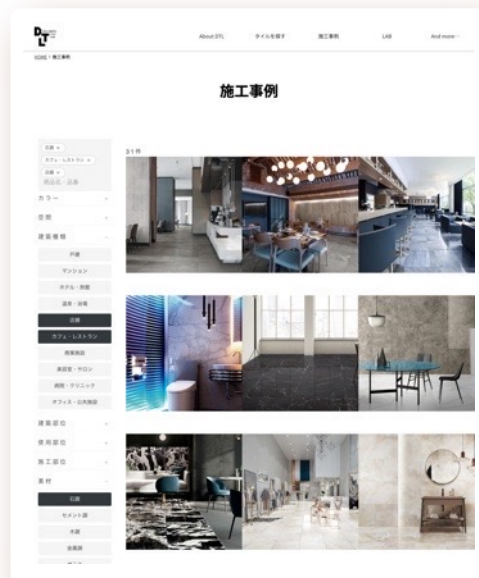


リールモード：
ユーザーは全画面表示で動画が視聴でき、
スクロールすると次の動画に移動します。

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。

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



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

連携先でもコンテンツを表示する領域が増えることで、ストック売上进行を構成する従量課金の向上も期待

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

2027

長期～

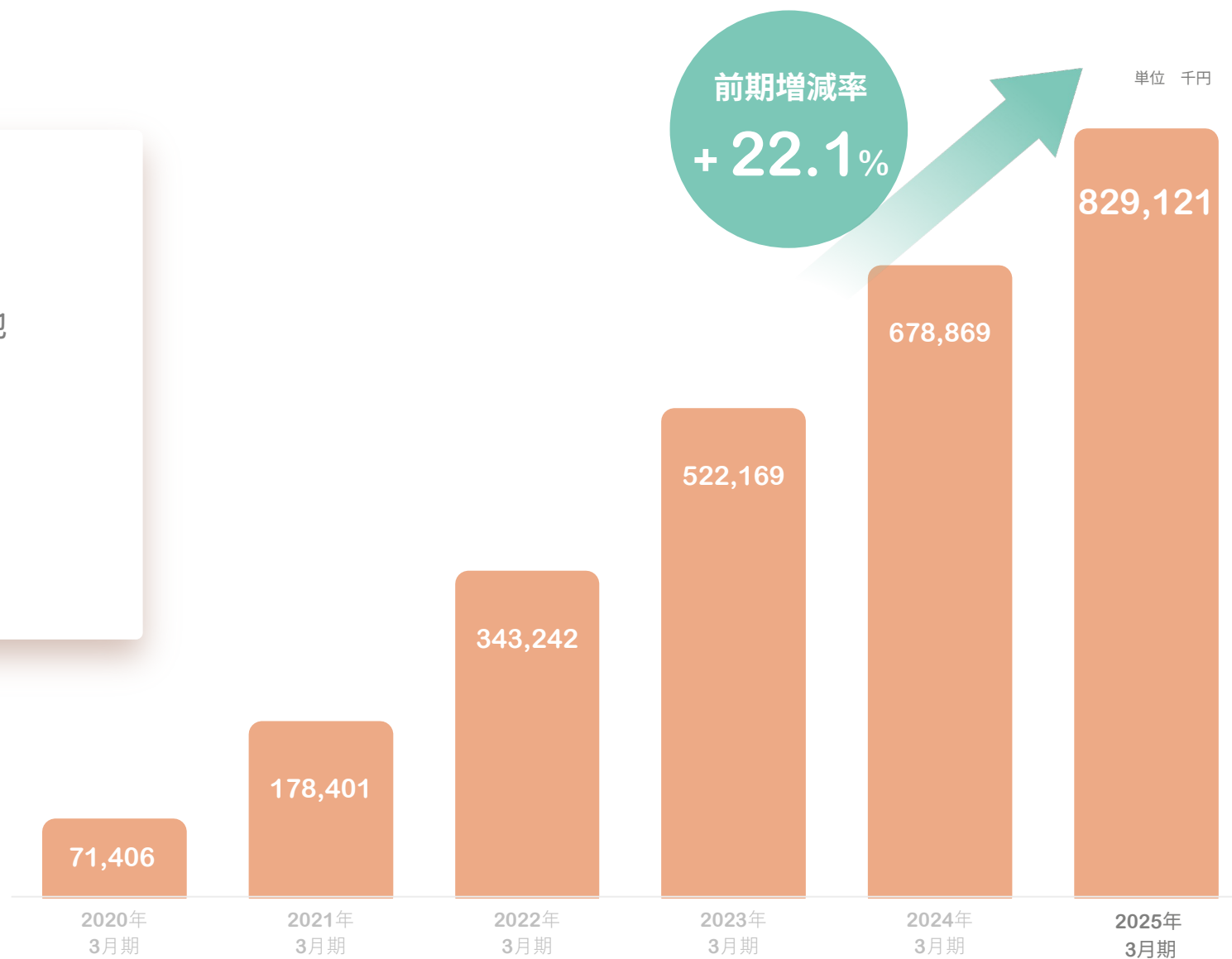
03 2025年3月期 通期業績

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

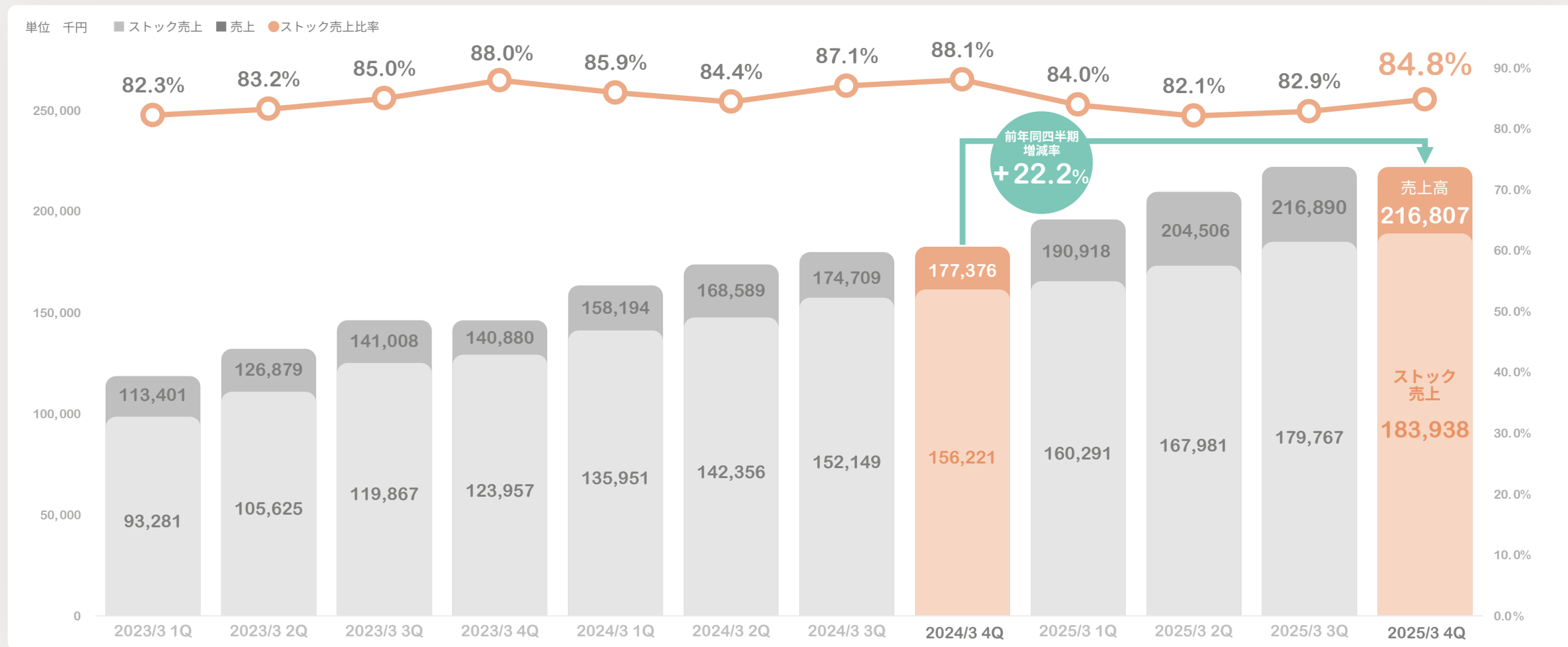
※アクティブ社数：四半期末における契約中の社数 ※ARPU：1社あたりの四半期平均売上

※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 ※

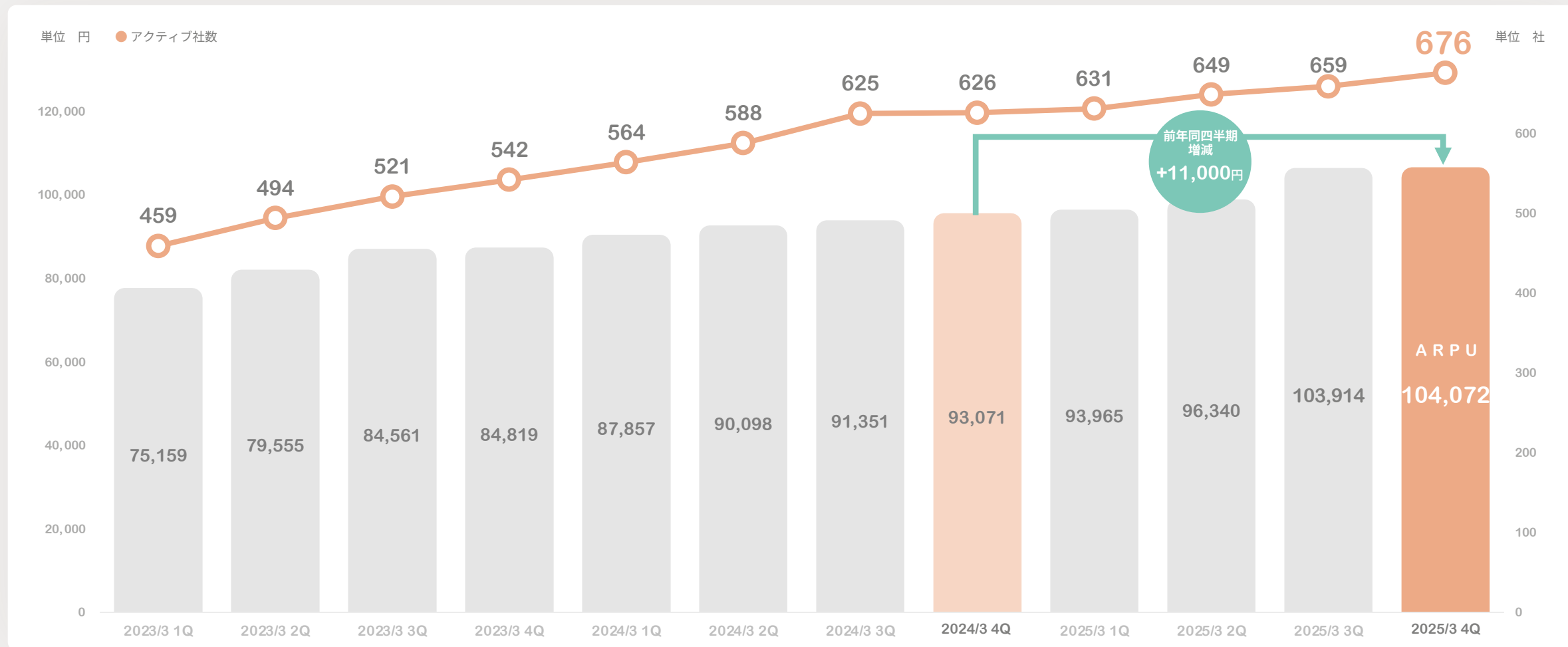
新規顧客獲得と既存顧客へのアップセルにより、売上高は前年同四半期増減率で+22.2%となりました。

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。



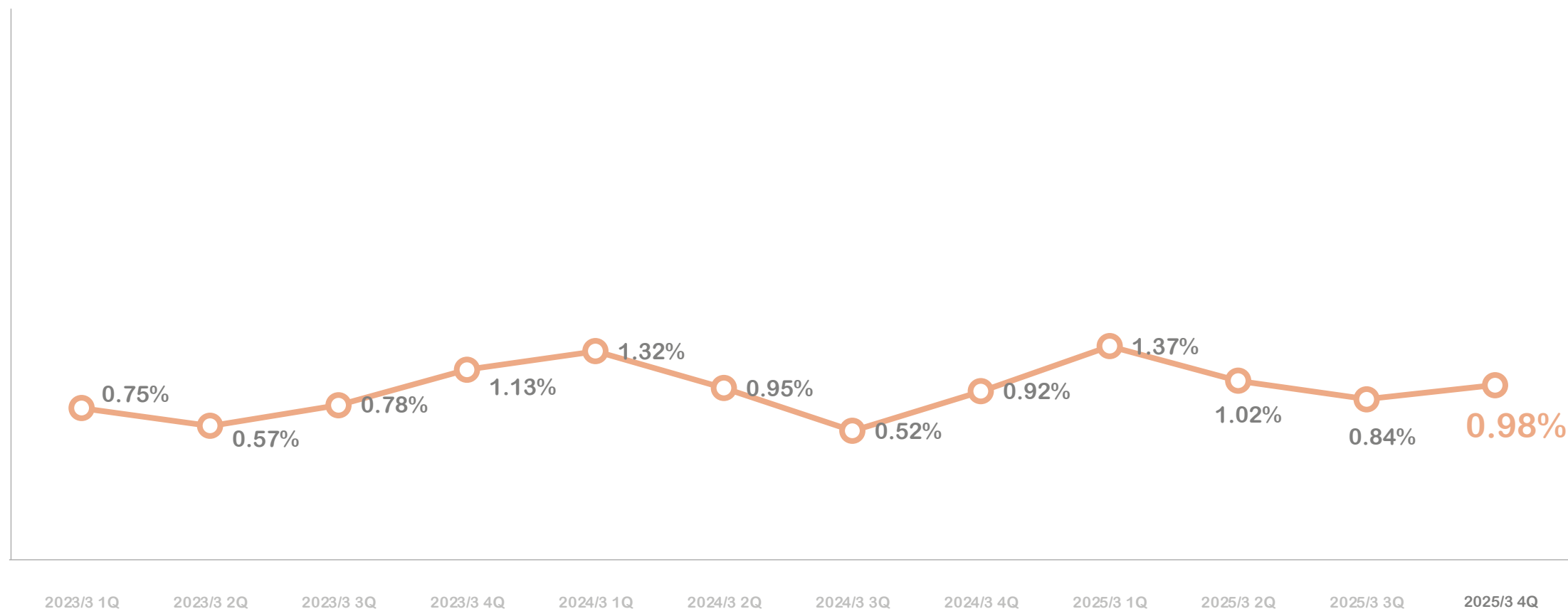
アクティブ社数 / ARPU ※

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。



04 2026年3月期 業績予想

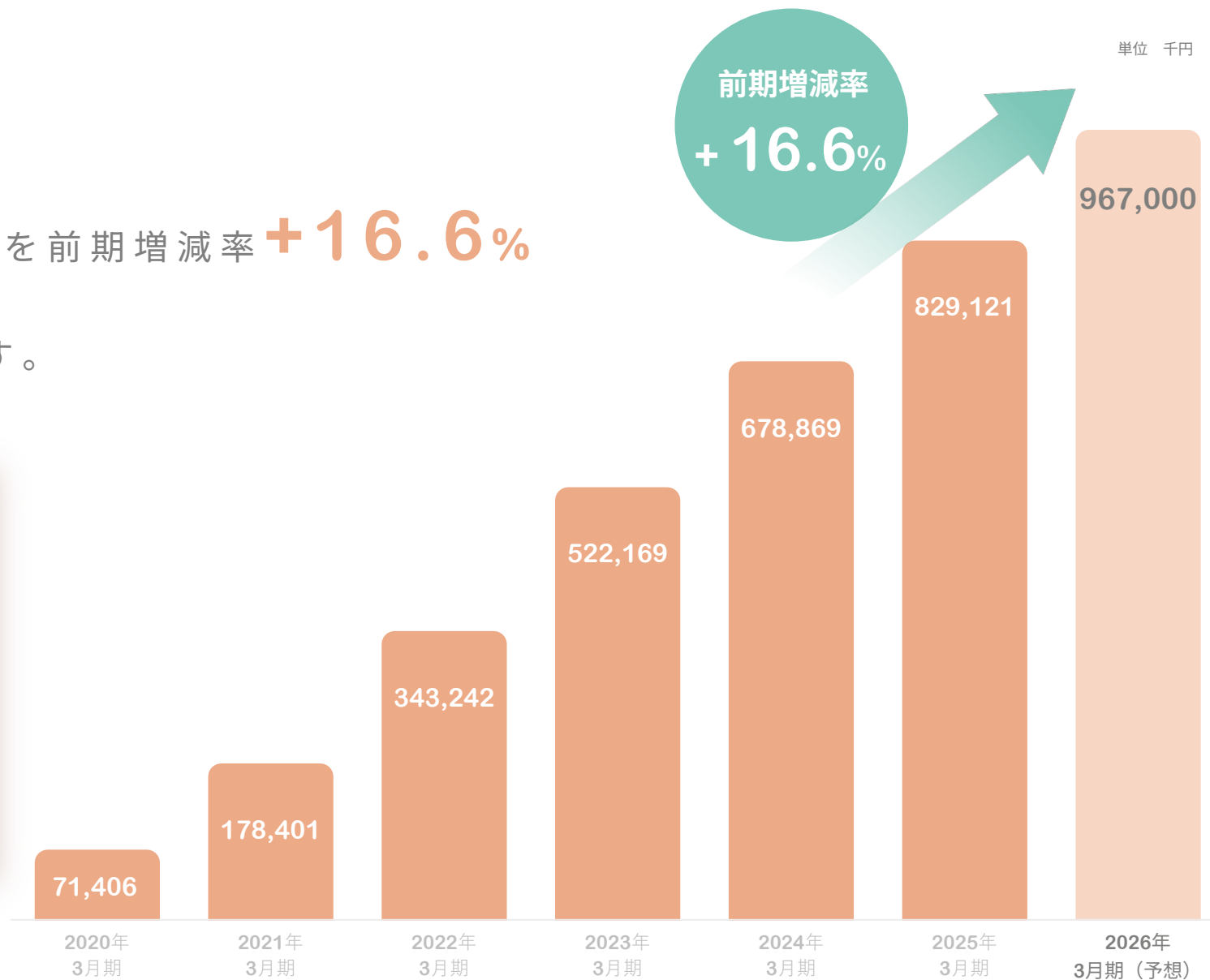
2026年3月期 業績予想

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。

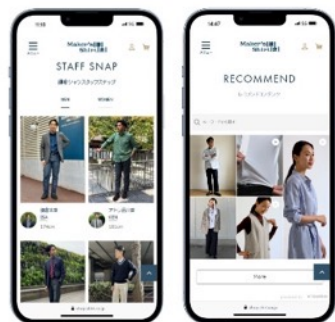
	2025年3月期	2026年3月期（計画）	
	実績	計画	前期増減率
単位 千円			
売上原価	271,280	343,300	+26.5%
人件費	137,883	194,900	+41.4%
販売管理費	477,853	538,700	+12.7%
人件費	241,303	287,948	+19.3%
採用費	17,491	28,700	+64.1%
広告宣伝費	85,802	76,500	▲10.8%
研究開発費	8,407	12,600	+49.9%

05 ビジネスハイライト

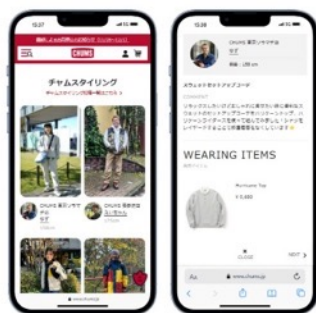
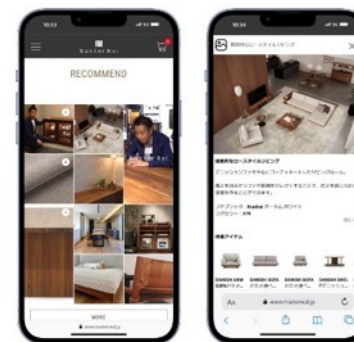
ビジネスハイライト

様々な業種でコンテンツレコメンドがリリース。既存サイトに新たな軸で回遊を生み出し、SNSライクに商品の“出会う”を推進。

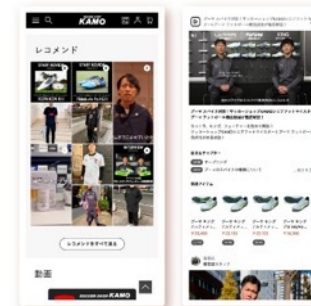
Maker's | 鎌 |
Shirt | 倉 |



masterwal



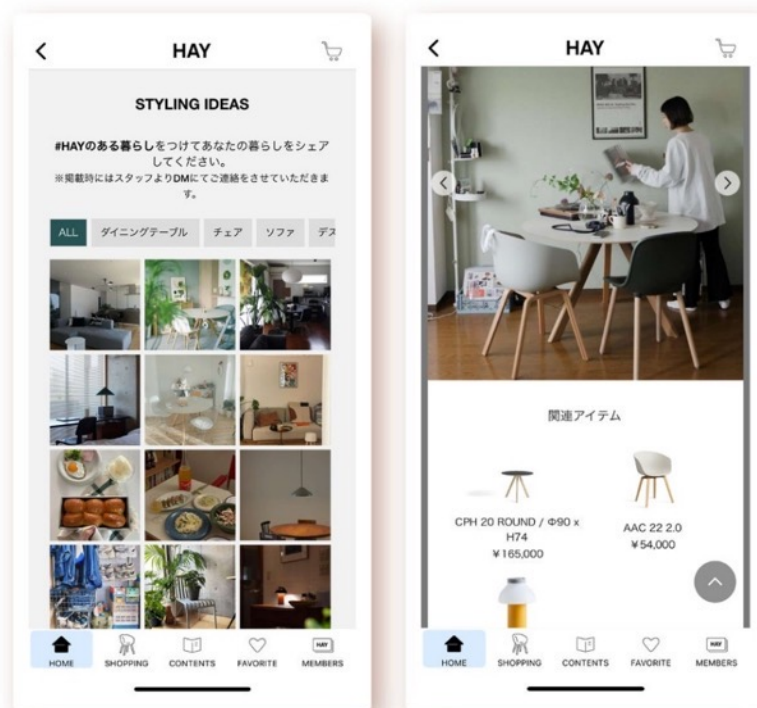
SOCCER SHOP
KAMO



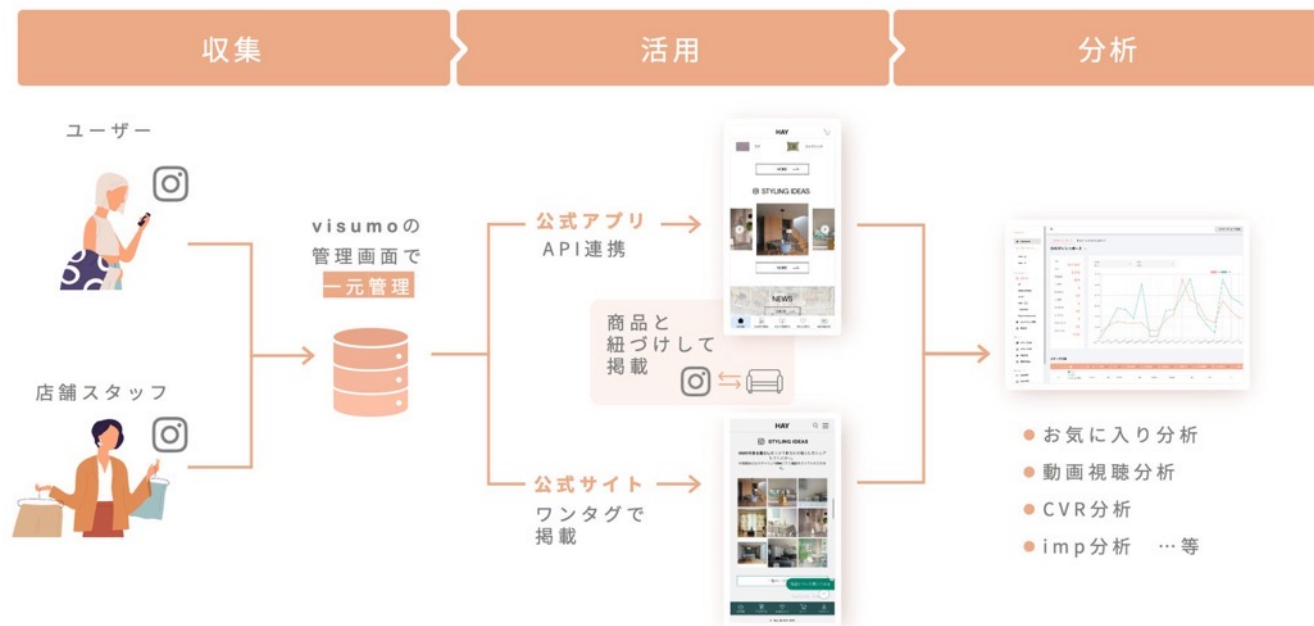
ビジネスハイライト

北欧発インテリアプロダクトブランド「HAY公式アプリ」にてvisumoを導入。
アプリ上でのUGC活用を支援。

ユーザーや店舗スタッフのUGC掲載で顧客エンゲージメント向上の好循環を生み出す。「HAY公式アプリ」を開発・運営するヤプリ社と連携。



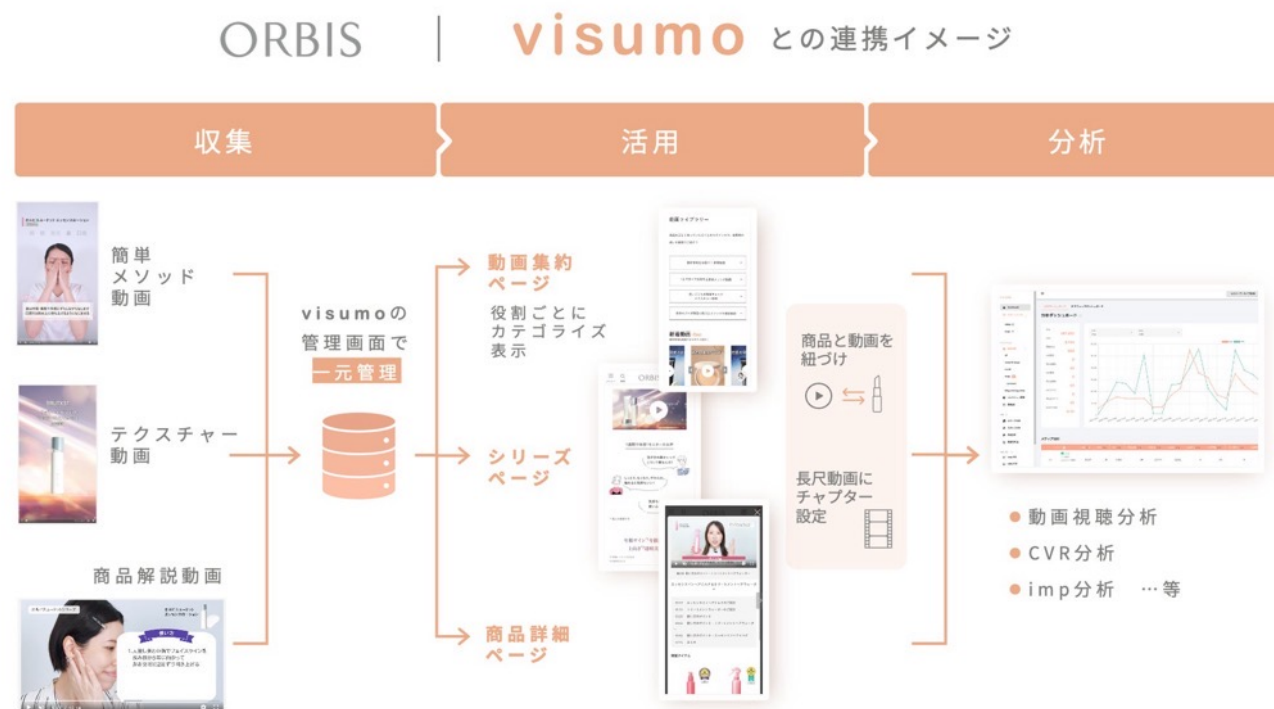
HAY visumo との連携イメージ



ビジネスハイライト

オルビス、動画コマー্স促進ツールとしてvisumoを導入 コンテンツ集約で商品を横断した動画接客を実装、さらなる体験価値向上へ

各商品には、約1分の「使い方・メソッド動画」や「使用感・テクスチャー動画」、さらに約10分の「美容のプロによる解説動画」などが用意されており、商品の正しい使い方や美容に関するノウハウを、お客様のニーズに合わせてきめ細かく提供しています。



ビジネスハイライト

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

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します。

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。



visumo

渡邊 健太氏が
VP of Engineering
として参画

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。