



株式会社ZUU  
(東証グロース：4387)

## 事業計画及び成長可能性に関する事項

金融×ITでイノベーションを  
誰もが夢に向かって走ることができる世界を実現する

01 — 会社概要

02 — 事業概要と収益構造

03 — 市場環境と競争力の源泉

04 — 成長戦略

05 — 各領域の主要KPI

06 — 主要リスクと対策

# 01 ——— 会社概要

## PURPOSE

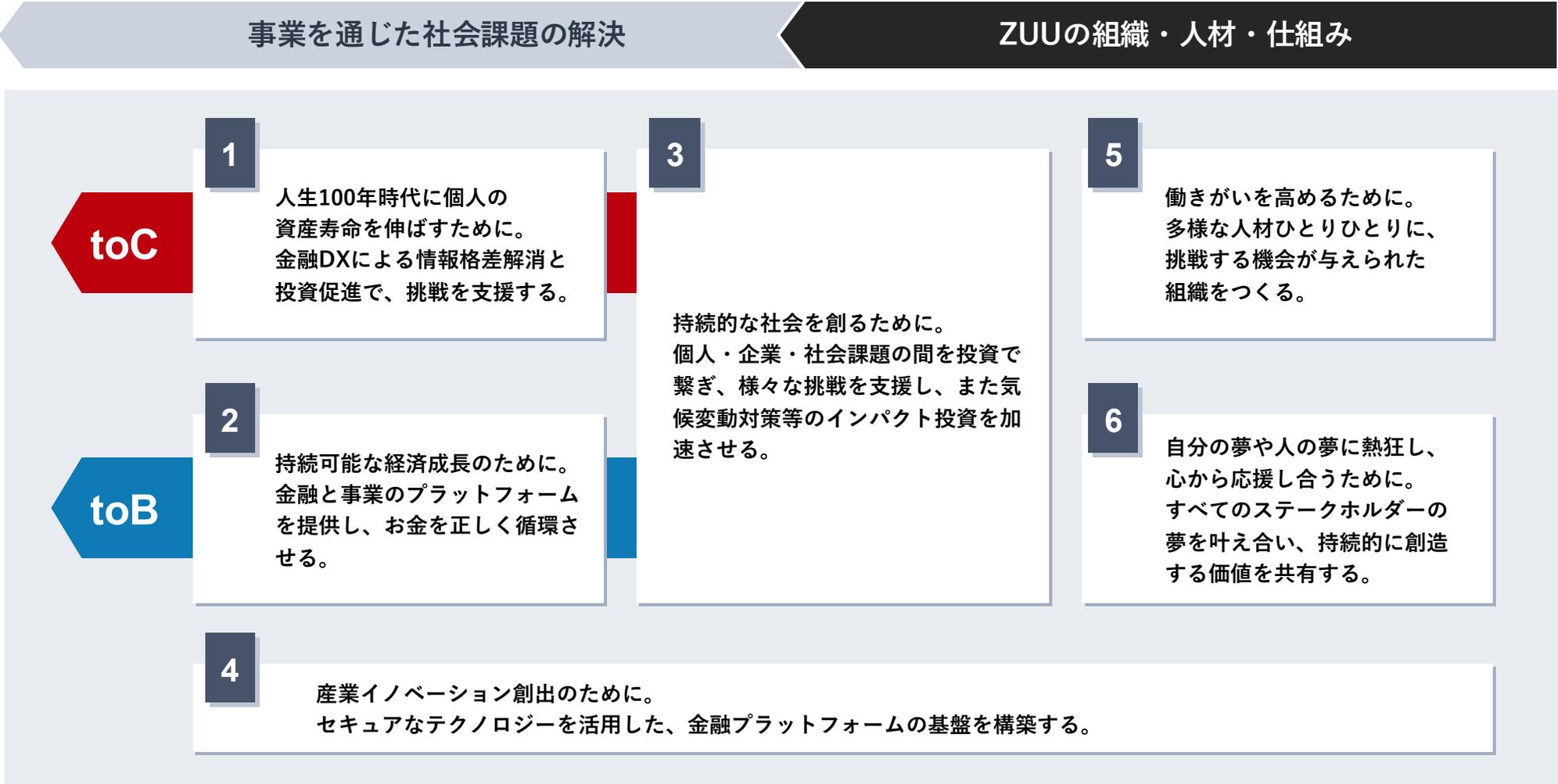
# 機会格差を解消し、 持続的に挑戦できる世界へ

挑戦を加速させる資本へのアクセシビリティを自由に解放し、  
世の中に存在する様々な機会の格差を解消する。

そして、90億人が自分の夢や人の夢に熱狂し、心から応援し合いながら、  
ともに挑戦を楽しみ続けている世界を実現する。

# 概要 ZUUグループのマテリアリティ

パーパスで掲げた社会、会社像を実現するために、解決すべき6つの経営課題（マテリアリティ）を特定。当社が事業を通じて以下の課題解決を推進。



# 概要 マテリアリティとSDGsの関係

マテリアリティの解決に取り組み、SDGsに関連した社会課題を積極的に解決すべく経営を推進。



当社が積極的に解決すべき社会課題	SDGsとの関係
<p>● 貧困問題の解消（資産形成による収入機会獲得）</p> <p>金融行動を促すことにより、お金の流通を加速させ、全世界的に貧困を解消していく</p>	
<p>● あらゆる不平等な機会の解消</p> <p>– 貧困や格差が生じることで人生の選択肢が限定化されている人々に対して、平等な機会を提供</p> <p>– 金銭面での自立によるジェンダーを問わない活躍機会の創出</p>	
<p>● 金融教育の普及</p> <p>金融教育を促すことにより、人生100年時代における資産形成を支援</p>	
<p>● DXによる働きがいと経済成長の実現</p> <p>– 中小企業を中心とした組織・事業改善による経済成長を実現</p> <p>– 企業のDXを、データとコンテンツの力で実現</p>	
<p>● サステナビリティに対する正しい理解の促進</p> <p>メディア・プラットフォームを通してSDGsに代表される社会課題について正しい情報を提供し、正しい理解と、社会課題解決に資する行動をとるよう促す</p>	



- 社名 株式会社ZUU (ZUU Co.,Ltd.)

---

- 住所 東京都港区麻布台1-3-1 麻布台ヒルズ森JPタワー46階

---

- 代表者 代表取締役 富田 和成

---

- 設立 2013年4月2日

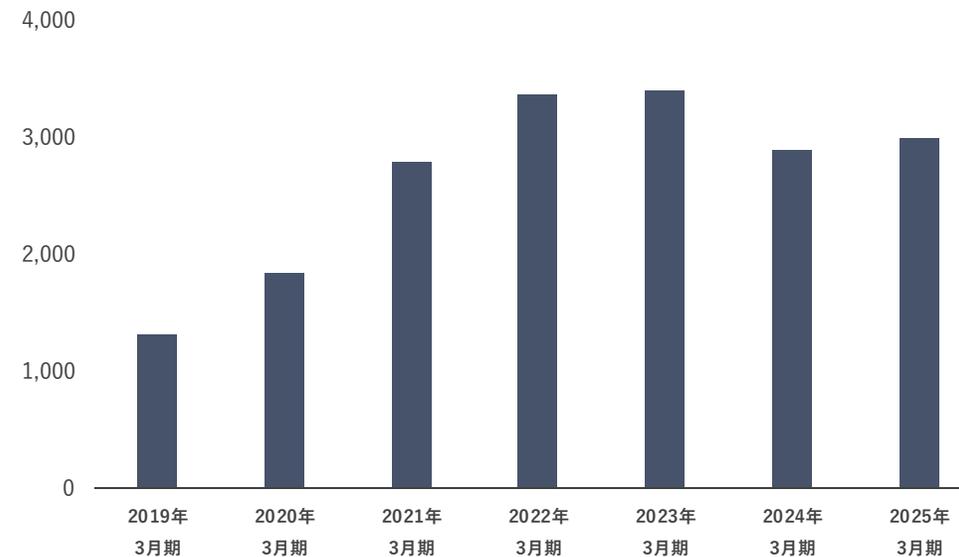
---

- 従業員数 182名 (2025年3月末時点)

---

- 事業内容 (子会社含む)
  - ・ アッパーマス～富裕層向けメディア・プラットフォームの運営
  - ・ 金融機関向けDX支援
  - ・ SMB向け組織マネジメント・コンサルティングの提供
  - ・ 各種クラウドファンディング・サービスの運営
  - ・ その他

(単位：百万円)



(単位：百万円)

売上高	1,317	1,847	2,789	3,376	3,399	2,899	2,993
営業利益	182	△106	14	△244	210	115	14
純利益	107	△92	△300	△230	90	△45	120
総資産	1,238	1,354	2,054	2,006	3,065	9,329	9,597
自己資本比率	80%	62%	63%	55%	41%	13%	14%

フィンテック・トランザクションの拡大に伴い、金融事業中心に取締役体制を強化。

## 取締役



### 富田 和成

代表取締役

- 一橋大学卒業。シンガポールマネジメント大学ビジネススクールMWM修了
- IT関連で起業後、新卒で野村證券に入社し、本社の富裕層向けプライベート・バンキング業務、ASEAN地域の経営戦略等を経験
- 金融、IT両面の知見を有し、独自に体系化した「鬼速PDCA」経営を確立



### 五味 廣文

- 東京大学法学部卒業。ハーバード大学ロースクール(LL.M.)修了
- 大蔵省(現 財務省)入省。金融庁検査部長・局長、監督局長、金融庁長官を歴任
- 2019年当社取締役。日本の金融行政に精通



### 駒林 素行 (監査等委員)

- 野村證券株式会社に入社後、ウェルス・マネジメントやPB業務を経験。アジア戦略室長として海外拠点ではオペレーション業務も担当
- 2015年株式会社DSBソーシング代表取締役社長、2017年だいこう証券ビジネス事務執行役員等を歴任。2023年から土屋アセットマネジメント株式会社取締役会長(現任)



### 樋口 拓郎

- 上智大学法学部卒業
- 株式会社リクルートにてIT事業子会社の立ち上げに従事後、株式会社カカココムにて食べログの事業開発・マーケティング部門を担当
- 2016年当社入社。エンジニア組織の拡大をリードし、人事・組織開発部門を管掌



### 高橋 正利 (常勤監査等委員)

- 慶応義塾大学経済学部卒。同年野村證券入社。個人・法人営業、人事、広報、営業企画に従事し支店長、本社部長を経て2006年執行役。野村B&B株式会社取締役社長、株式会社デリス建築研究所顧問、東海東京フィナンシャル・ホールディングスCEO付顧問、株式会社ナンシン取締役監査等委員等を歴任



### 永山 忠義

- 慶應義塾大学総合政策学部卒業
- ウィルソン・ラーニング ワールドワイド株式会社にて採用・人材開発ソリューション提供に従事。
- その後、株式会社nanapi(現Supership株式会社)等を経て、2017年に株式会社マネーフォワードに入社。執行役員として個人向け事業の管掌や子会社の取締役などを歴任。2020年4月より当社に参画。



### 高見 由香里 (監査等委員)

- 株式会社リクルート入社後、営業人材育成、事業開発、事業撤退、新社の立ち上げ、人事採用労務を経験
- 2007年株式会社ウィルウィル代表取締役(現任)顧問先のアドバイザーやエンジェル投資を行う
- 2014年株式会社イトクロ取締役管理本部長等を歴任

# 02 ——— 事業概要と収益構造

## フィンテック・プラットフォーム

メディアを軸に資産運用・投資に興味関心のあるユーザーを獲得。  
広告・マーケティング支援を展開

- 祖業である日本最大級の金融メディア『ZUU online』のブランド力、ユーザー基盤を強みに、『NET MONEY』など複数メディアによる月間訪問者数延1500万を超えるメディア・プラットフォームの基盤を構築。（メディア事業）
- 2024年1月からメディア事業の一部である『NET MONEY』を中心とする送客メディア事業を分割し、3社による合併会社化。持分法適用会社として運営を開始。
- 『ZUU online』を支えるCMSをSaaSとしてエンタープライズ中心に提供し、大手金融機関クラスの要求を満たす「セキュアなCMS」を金融業界・不動産業界へ提供し、DXを支援。（金融・不動産DX支援事業）

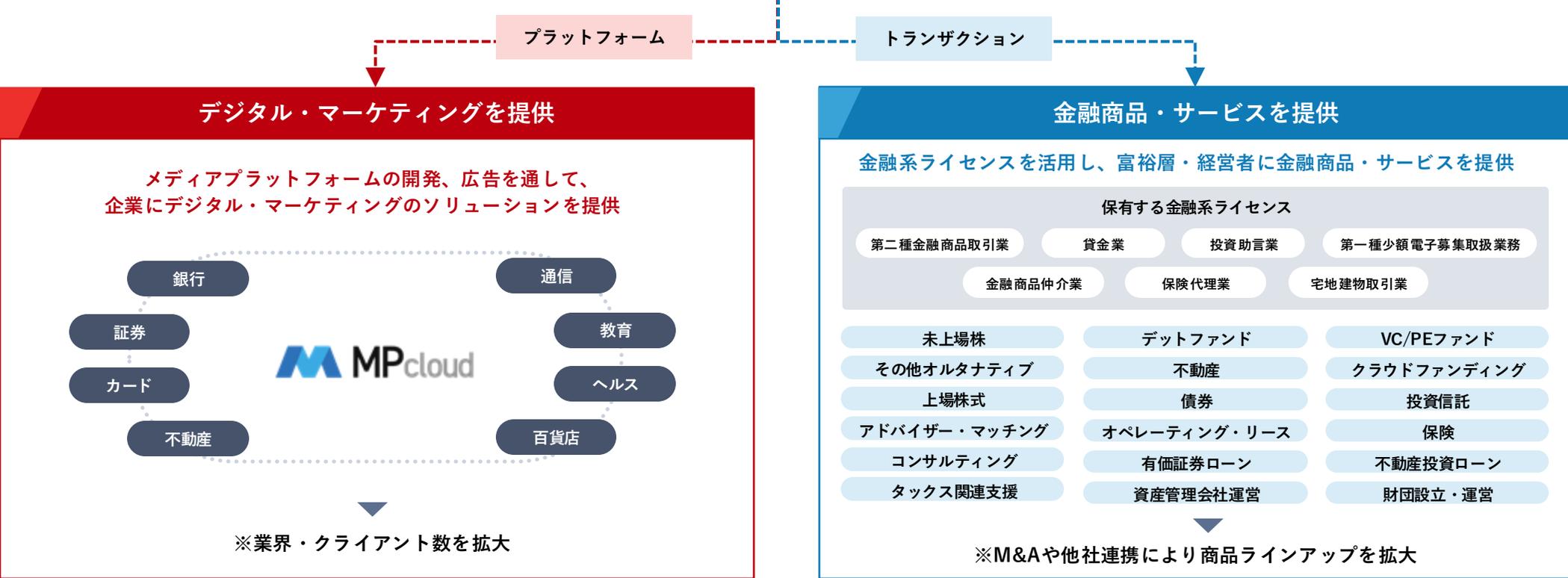
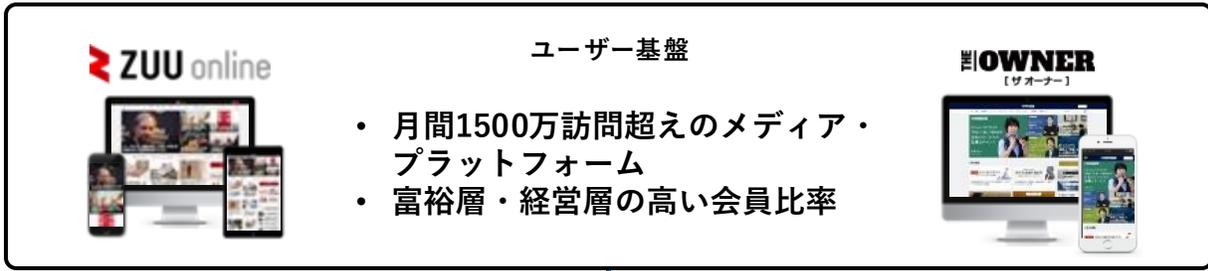
## フィンテック・トランザクション

金融商品のプラットフォーマーとして、  
様々な金融機関とのネットワークを構築。  
顧客に最適な金融商品を紹介・アドバイス

- 金融ライセンスを自社で保有し、顧客の窓口的存在として資産運用を直接支援。また、様々な金融商品へのアクセシビリティを向上し、プラットフォーマーとしてユーザーに最適な金融商品を紹介。（金融事業）
- “鬼速”ブランドを武器に、経営やファイナンス領域のコンサルティングをSME企業の経営者向けに提供。（コンサルティング事業）
- 富裕層・経営者の顧客基盤、豊富な商品ラインアップ数、金融プロフェッショナル・アドバイザー数、テクノロジー・データ利活用によるDXの4つを最高水準で保有することが競争優位性。

**戦略** ZUUのフィンテック・ビジネス

富裕層・経営者層の割合が高く、背景資産のあるユーザー基盤を保有することで預かり資産額が拡大。  
また、商品ラインアップ数でも国内最大級であり、さまざまな企業から最適な金融商品を引き合わせる事が可能。

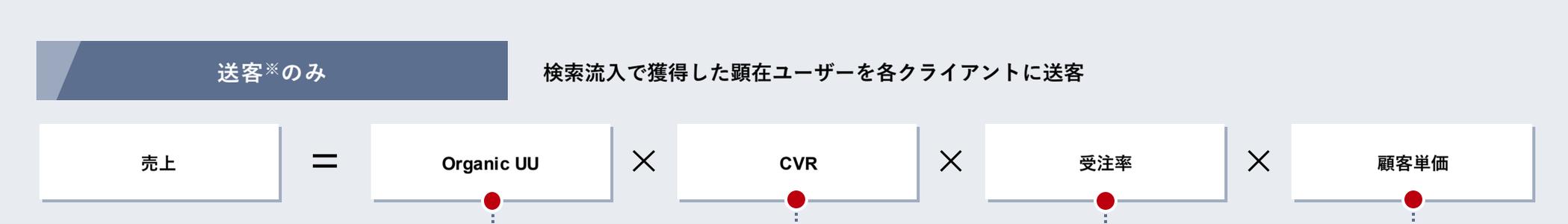
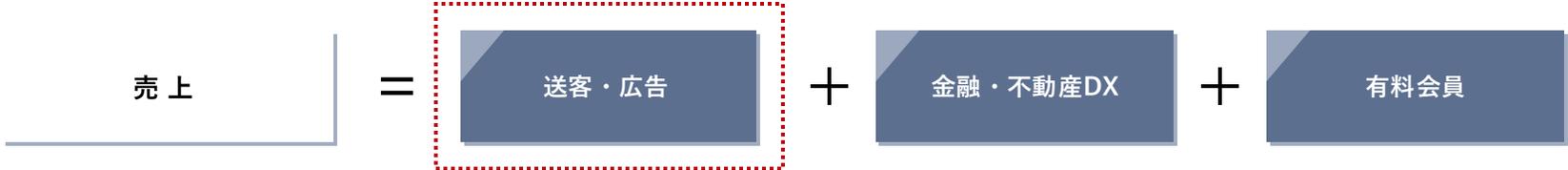


# 収益 収益構造①：フィンテック・プラットフォーム領域

「送客・広告」がフィンテック・プラットフォーム領域の売上を牽引。送客の収益モデルを構成する各要素（Organic UU、CVR、承認率、送客単価）の改善を実施し、全体収益の向上を推進。

## フィンテック・プラットフォーム

売上は大きく3つの収益手段により構成。特に送客領域が牽引し、多くを占める



送客ターゲット領域での検索経路の流入ユーザー数。SEO対策、E-A-Tを意識したコンテンツ制作等を実施。

検索経路で流入したユーザーを各クライアントに送客。送客先でCVしたユーザーの比率。

CVしたユーザーのうちクライアントに承認されたユーザーの比率。

CV時の収益単価。金融領域でCV数実績があるため、各クライアントと特別な単価設定をしている商品も多数。

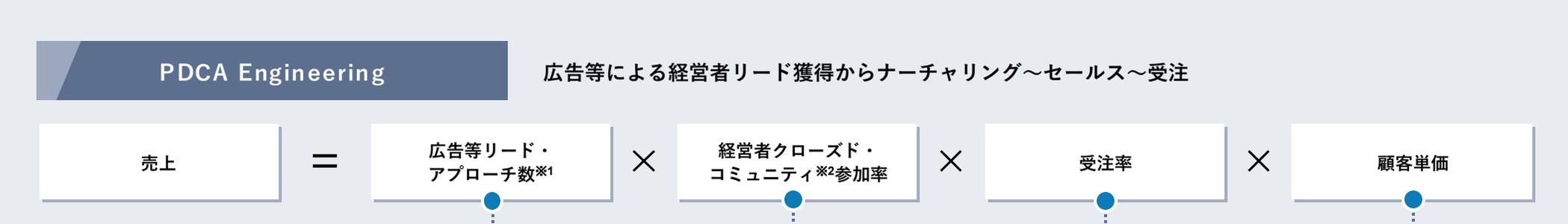
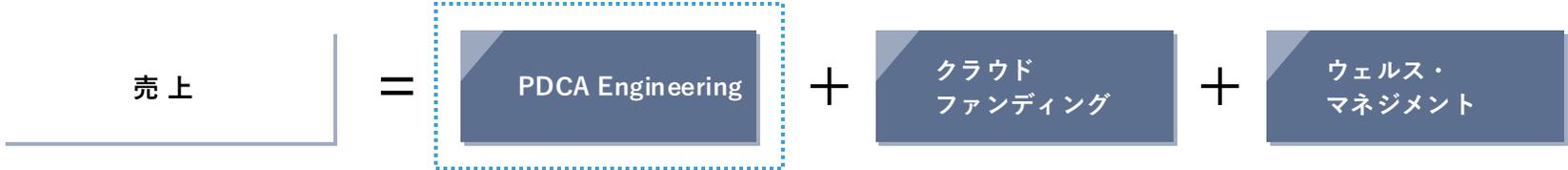
※ 『NET MONEY』を中心に金融関連の1stアクションするユーザー（口座開設、クレジットカードの発行等）を金融機関に送客して申し込みを促進する事業モデル。

# 収益 収益構造②：フィンテック・トランザクション領域

金融メディア『ZUU online』や経営者向けメディア『THE OWNER』経由で獲得した富裕層・経営者リードへのインサイドセールス～フィールドセールスによる金融サービス、コンサルティング・サービスを提供。

## フィンテック・トランザクション

富裕層・経営者リード獲得から大きく以下3つのソリューション提供により収益化



広告アプローチ、メディア流入など経由からの経営者リードを獲得。

獲得した経営者リードを経営者クローズド・コミュニティへの参加促進。

コミュニティ参加経営者へのインサイドセールス等を推進し、営業活動を展開。

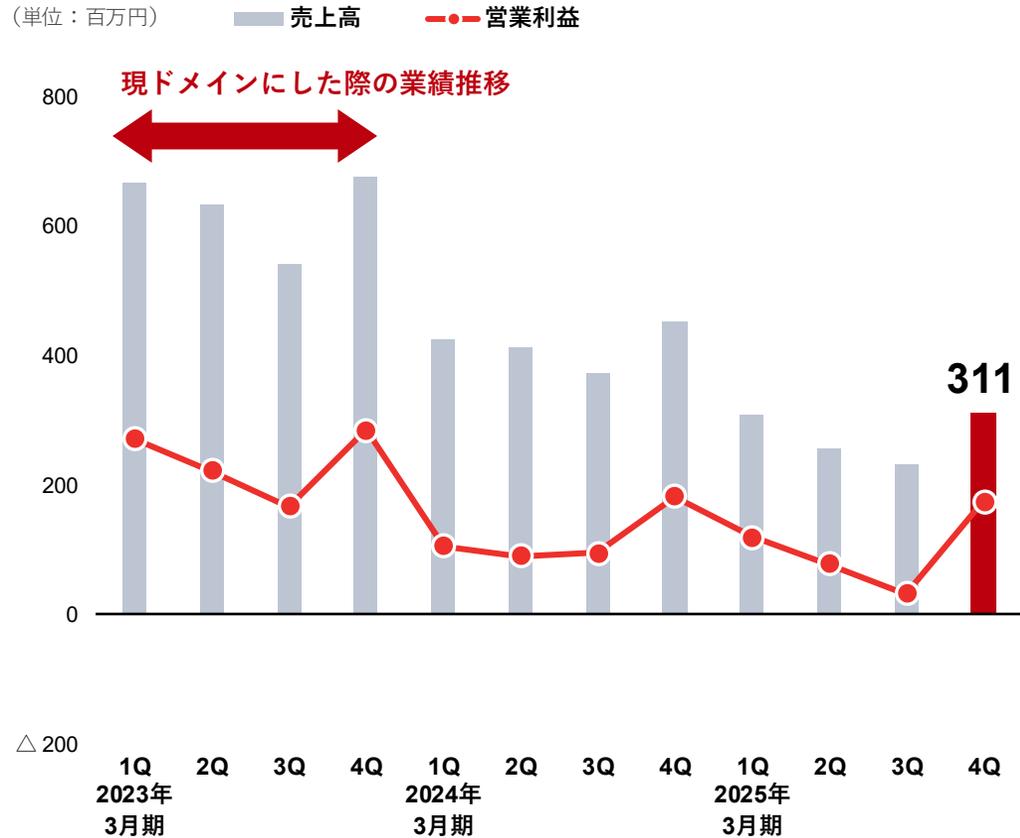
多数ある商品から経営者のニーズにマッチした商品・サービスを提案。

※1 広告、メディア、スポンサー紹介、検索経由などで獲得したアプローチ可能な経営者リード数。  
※2 獲得した経営者リードに対して実施している情報提供・勉強会等。

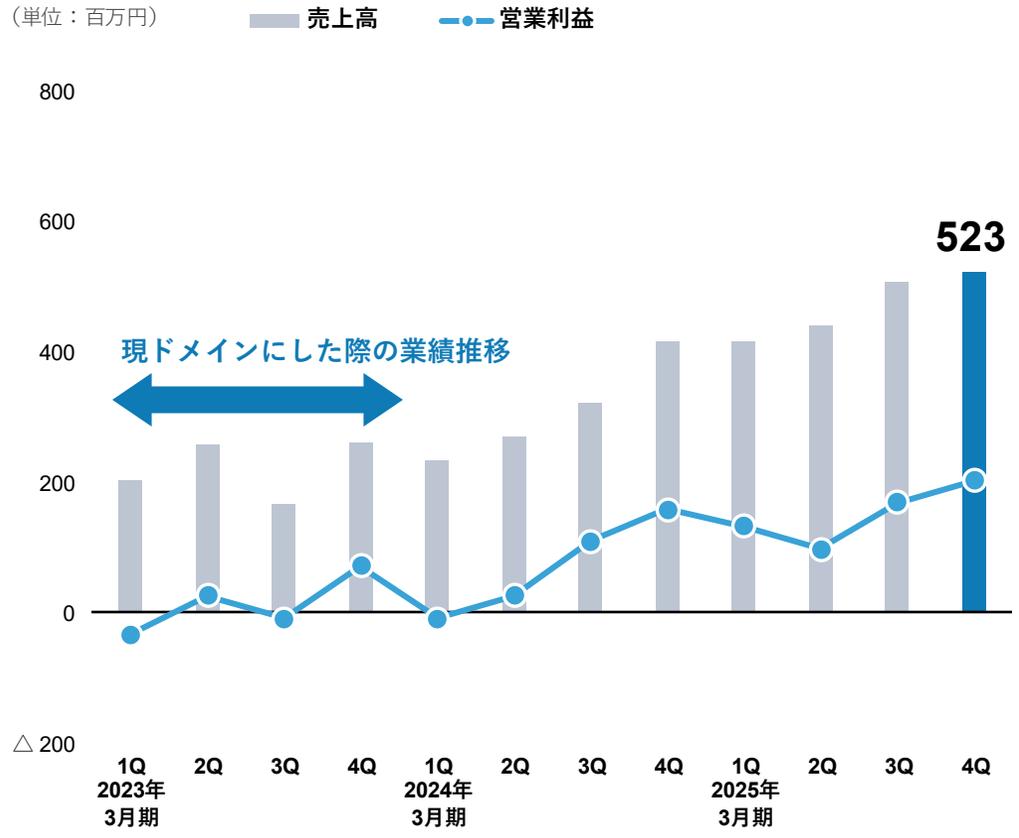
# 業績 **ドメイン別四半期業績※1の推移**

フィンテック・プラットフォームは、金融・不動産DX事業の既存顧客からの大規模受注によりQonQで増収増益※2。  
 フィンテック・トランザクションは、引き続き順調に伸長し、QonQで増収増益。

フィンテック・プラットフォーム



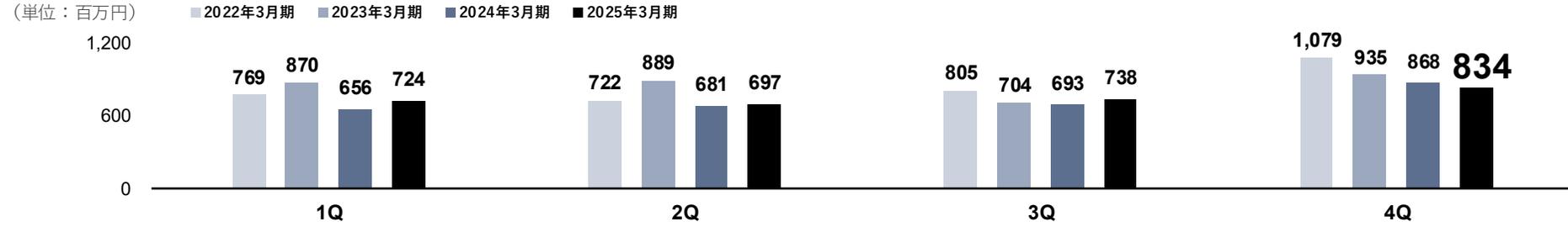
フィンテック・トランザクション



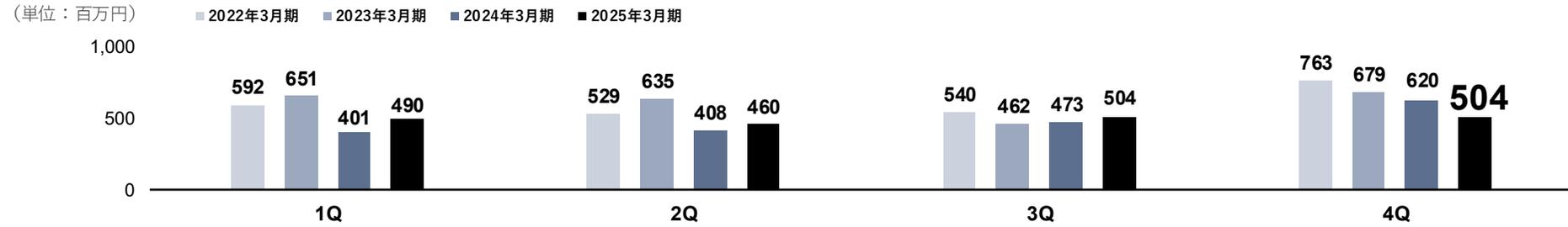
※1 各ドメインに紐づく直接費のみから集計  
 ※2 送客事業は4Qから持分法適用となるも、売上高は費用相殺する形で継続計上

# 業績 売上高・売上総利益・営業利益の四半期推移

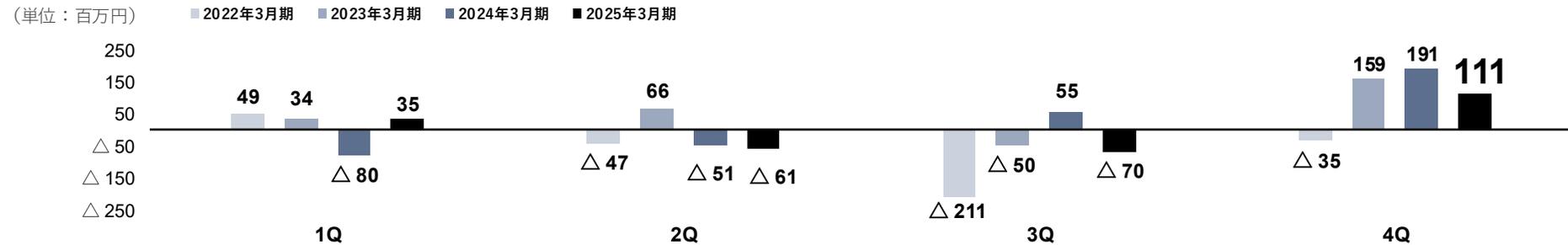
### 売上高の推移



### 売上総利益の推移



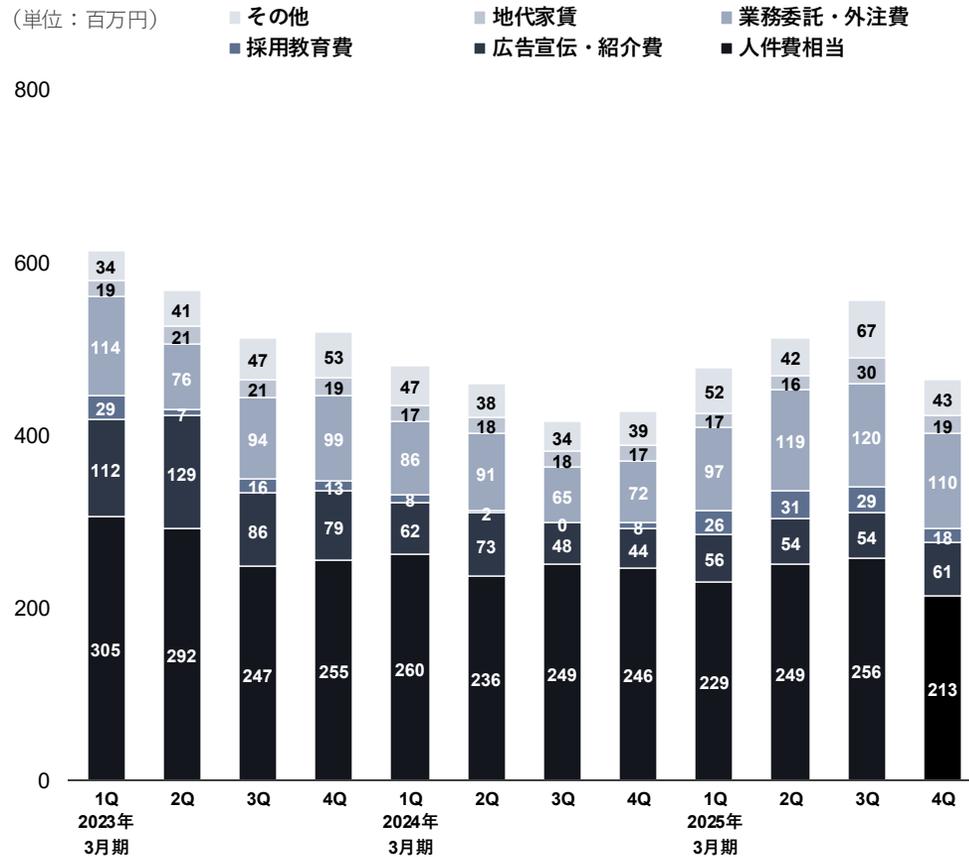
### 営業利益の推移



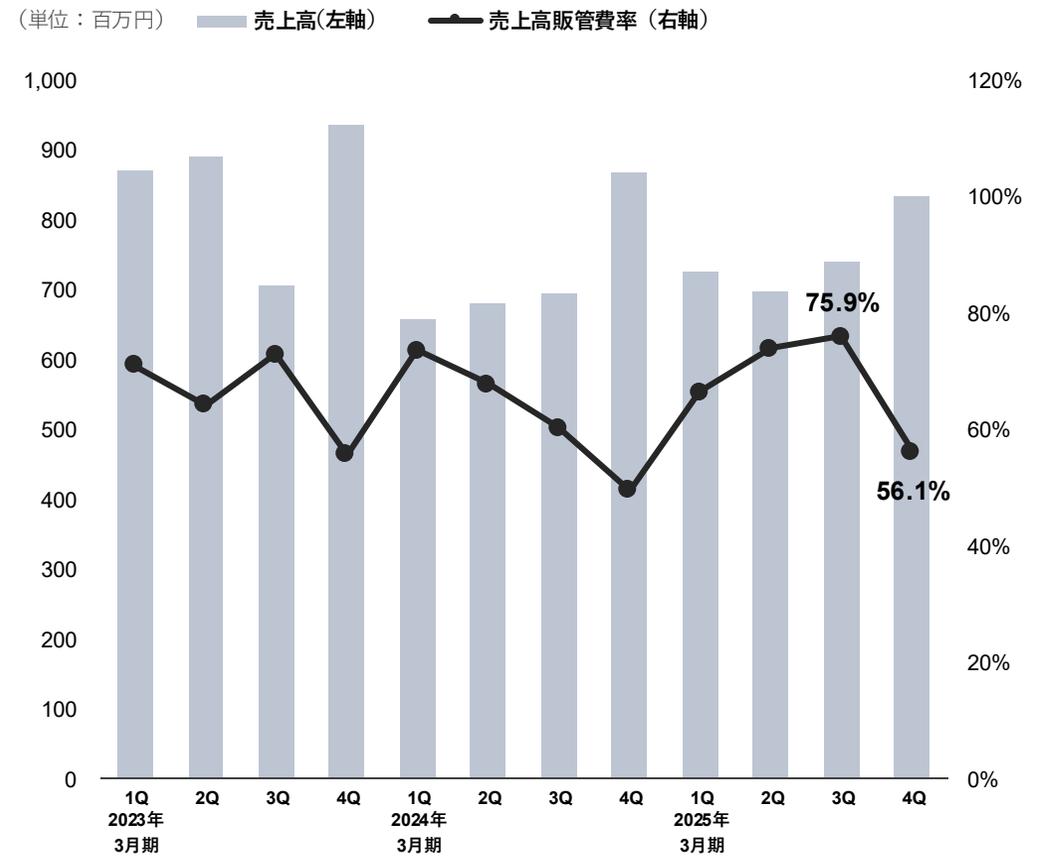
# 業績 販売費及び一般管理費の四半期推移

通期では本社移転費用及び移転に伴う地代家賃等の一過性費用の増加等はあるも、第4四半期の販管費は、金融人材等の選別が進み、人件費が前期比約33百万円減少。一方、生産性が向上し、売上高販管費率56.1%とQonQで19.8pt改善。

販売費及び一般管理費の四半期推移



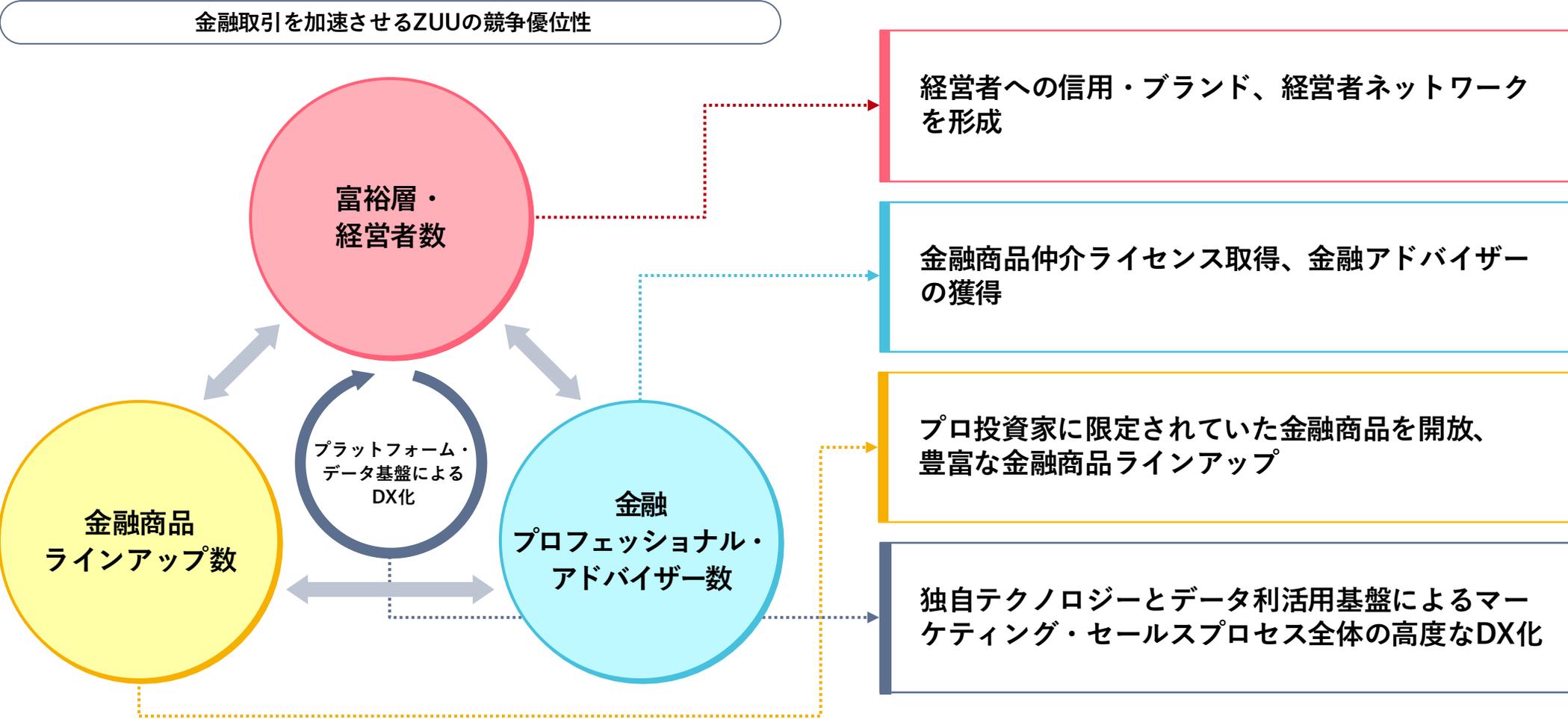
売上高販管費率の四半期推移



# 03 ——— 市場環境と競争力の源泉

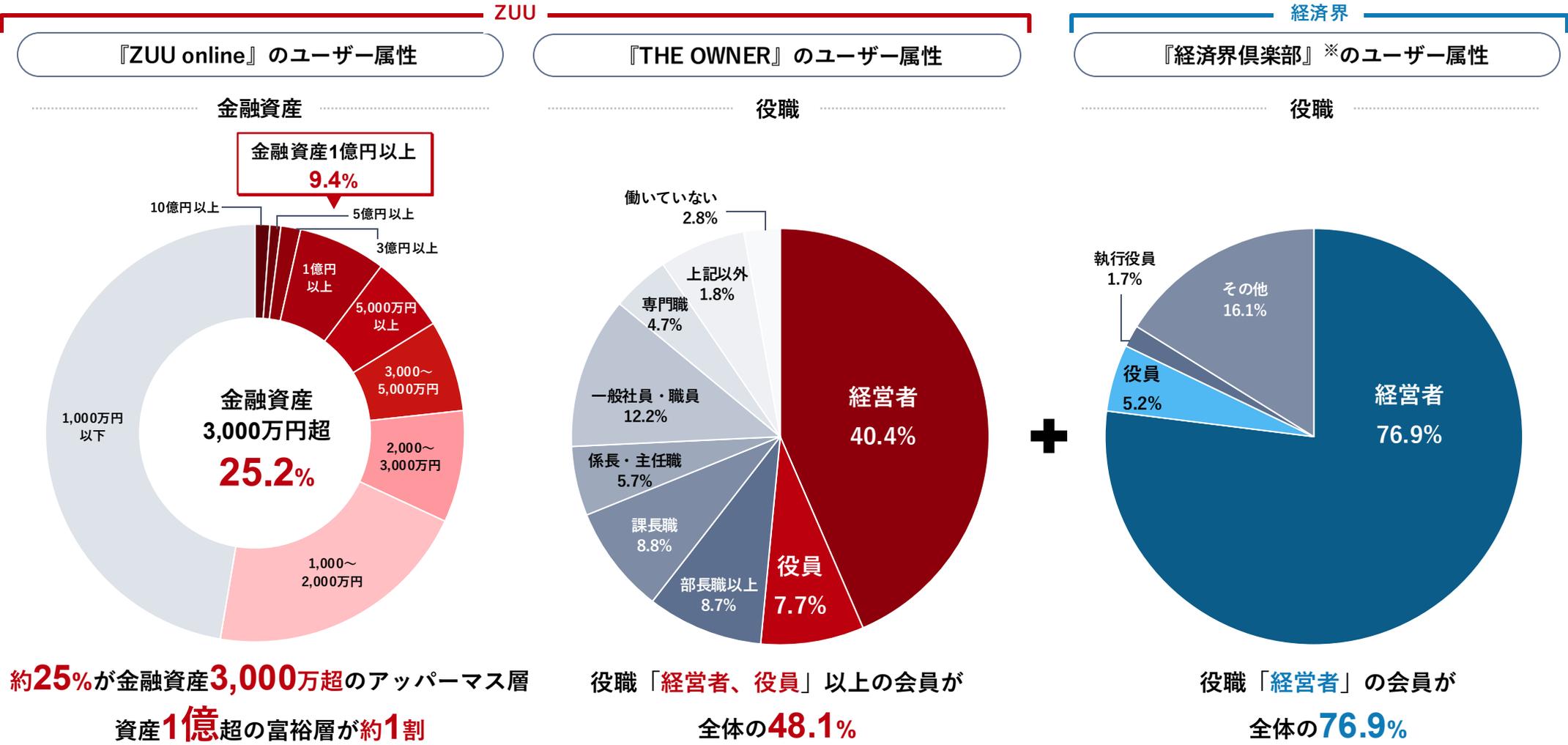
# 戦略 ZUUの競争優位性

メディアによる富裕層・経営層のユーザー基盤を保有し、中立的な立場として、金融アドバイザーがさまざまな金融機関から最適な金融商品を引き合わせることができるのが強み。それら強みを活用し、フィンテック・トランザクション事業を中心に事業拡大中。



連携 競争優位性①：富裕層・経営者層の厚いユーザー基盤

当社のメディアプラットフォームを中心とする富裕層・経営者基盤に、経営者向け異業種交流会『経済界倶楽部』を中心に全国1,000名以上の経営者会員を保有する経済界の経営者基盤が追加。双方向での会員獲得の強化により、強固な事業基盤を構築。



※ 経済界が保有する会員組織『経営者倶楽部』のユーザー属性

# 人材 競争優位性②：金融プロフェッショナル・アドバイザーの数と質

株式会社ZUU Wealth ManagementによるIFAライセンス、金融プロフェッショナル・アドバイザーを中心にAUMが拡大。引き続き金融人材獲得・ライセンス強化につながるM&A、採用を推進。

## 金融プロフェッショナル・アドバイザーによる質の高い提案

### 金融人材が多数を占める稀有なフィンテック企業



- 商業銀行出身
- プライベートバンク出身
- 投資銀行出身
- 金融仲介会社出身
- 証券会社出身
- 保険会社・保険代理店出身
- 信託銀行出身
- 不動産会社出身
- 経営コンサルティング会社出身
- 富裕層向け税理士グループ出身

など多数在籍

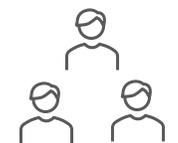
## アドバイザーによる提案力と顧客基盤のシナジーによるAUM増加

### 金融プロフェッショナル・アドバイザー



- ZUUグループの金融プロフェッショナル（金融人材の中でも当社基準を満たした経験豊富な人材）
- 優秀な金融プロフェッショナル集団が中立的な立場から顧客本位な提案を実現

### 顧客基盤



- 月間1500万人のメディア・プラットフォームユーザー基盤
- 富裕層、経営者など背景資産のあるユーザー基盤からの預かり資産が拡大



## 商品 競争優位性③：金融商品ラインアップの広さ

ZUUグループが保有する強みやビジネスネットワーク、人材ネットワーク等から国内最大級の金融商品ラインアップを実現。中立的な立場として、さまざまな金融商品の中から顧客に最適な商品を選択・提案が可能。

なぜZUUが国内最大級の金融商品ラインアップになれたのか

- 1 ZUUが10年間で培ってきた**金融・不動産業界での広告・マーケティング支援等のネットワーク**
- 2 代表・富田の**プライベートバンカー時代からの国内外最高峰の金融・不動産ネットワーク**
- 3 **M&Aにより時間を買う**ことで商品ラインアップを増加させる機能とライセンスの取得を加速
- 4 ZUUが保有する**富裕層の顧客基盤**や**中立的なポジショニング**
- 5 ZUU Wealth Management (IFA) が**日本最大級8社の証券会社と仲介提携済み**。各社のほぼ全ての商品が取り扱い可能に



商品 競争優位性③：金融商品ラインアップの広さ

M&A等により取得したライセンスや商品組成機能である「デッドファイナンス」「未上場株のエクイティファイナンス」が金融事業の伸長に貢献。顧客基盤の強みである富裕層は経営者でも多く、法人・個人に跨ってファイナンスのソリューションを提供。

デットファイナンス機能・未上場株のエクイティファイナンス機能 (M&A)

子会社でデットファイナンスや未上場株のエクイティファイナンス機能を提供。以前はプロ投資家だけが接点を持っていた機能を開放。自社顧客には私募ファンドでの商品も一部提供。

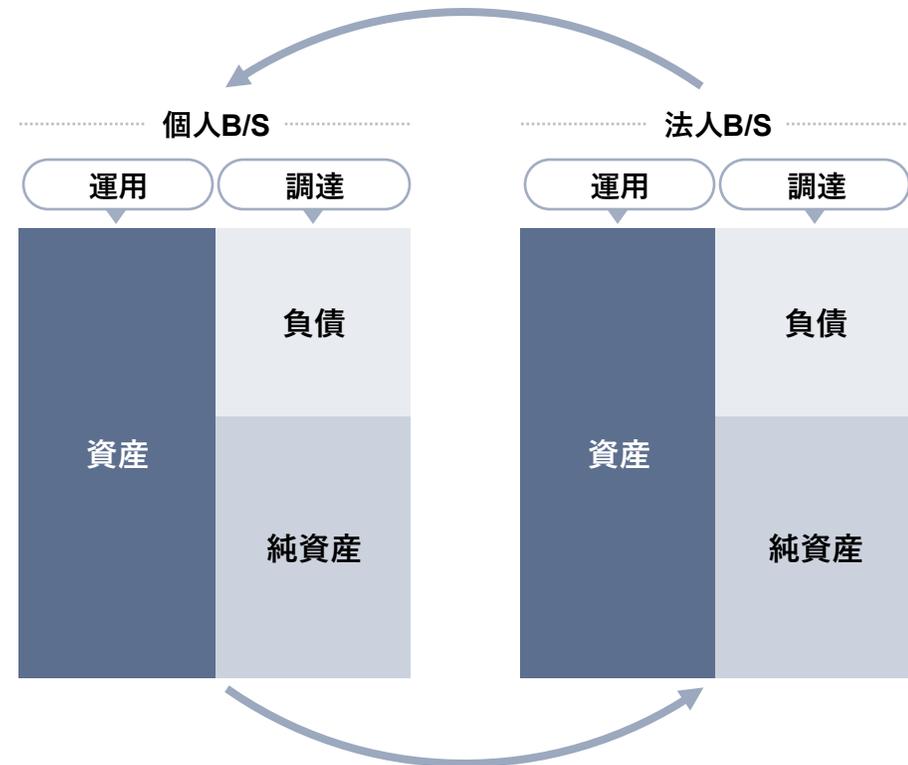


項目	ファンド例※
借入人企業	不動産企業
資金用途	不動産の取得に関する取得費、諸経費等
出資形態	匿名組合契約
募集総額	5000万円
運用期間	約10ヶ月
予定分配率(年換算)	5.0%
分配償還方法	期限一括
担保・保証	なし



経営・ファイナンスのコンサルティング・ソリューション

富裕層の大半が経営者のため、法人・個人に跨って経営とファイナンスのソリューションを提供。金融とコンサルティングを同時に高いレベルで実現できることの希少性。



※ 上記はあくまで過去の実績の一例であり、将来の運用成果を示唆または保証するものではありません

自社開発の独自CMS『MP Cloud』による様々な機能（SSO機能、会員機能、配信機能等）に、プラットフォームに蓄積したデータを活用することで、企業のマーケティングやセールスプロセスのDX化を支援。また、自社のユーザー基盤に対するマーケティング、セールスの効率化にも活用。

## 独自のメディア・プラットフォーム

データ利活用によるオーディエンス拡張等  
集客の効率化

データ基盤『BigQuery』等

独自CMS『MP Cloud』

SSO機能

会員機能

配信機能

『MP Cloud』をベースとしたメディア構築から、集めたユーザー基盤から取得したデータを活用し、集客効率化のマーケティングを設計。他社にも仕組みを提供・連携し、プラットフォームを拡大。

## マーケティング・セールスプロセス全体のDXの仕組み

マーケティング

インサイドセールス

フィールドセールス

- ・ 集客施策
- ・ PR
- ・ SEO

- ・ メディア
- ・ 運営
- ・ 広告運用

- ・ データ管理
- ・ ツール活用

- ・ インサイド
- ・ セールス

- ・ 営業効率化
- ・ セールステック



インバウンド

SEO/SEM  
SNS  
パートナー  
既存顧客  
紙媒体  
イベント  
問い合わせ

メディア

記事コン  
テンツ  
eBook  
特集ページ  
会員化  
レコメンド

アウト  
バウンド

メルマガ  
テレマーケ  
ティング  
DM

営業

セミナー  
誘導  
個別相談  
資料請求

組織効率化

仕組化  
PDCA  
組織改善

リードジェネレーション

リードナーチャリング

# 実績 競争優位性⑤：創業以来の実績と信頼性

創業以来10年以上のメディア運営実績を持つ日本最大級の金融メディア『ZUU online』、代表・富田のベストセラー書籍、上場などのZUUブランドの認知度・信頼性。金融ライセンスを保有する企業としての強固なガバナンス体制。

## 創業以来培ってきたフィンテック領域でのブランド



**富田 和成**  
株式会社ZUU 代表取締役

一橋大学経済学部卒業。2006年野村証券株式会社に入社。東京および海外における富裕層向けプライベートバンキング業務、ASEAN地域の経営戦略などを担当する中で、銀行、証券、保険、不動産、信託、税務など、金融の全分野を経験する。2013年4月 株式会社ZUUを設立、代表取締役に就任。シリーズ累計20万部突破『鬼速PDCA』をはじめ、ビジネス・金融分野の著書多数。



## 金融関連法制・コンプライアンスを固めるガバナンス体制

役員を中心に、グループ全体で  
10名を超える内部管理責任者や  
コンプライアンス領域の経験者を有する



**五味 廣文**  
元金融庁長官  
株式会社ZUU 社外取締役



**高橋 正利**  
元野村證券グループ会社社長  
株式会社ZUU 社外取締役（監査等委員）

国内最大級の金融メディア

2018年6月  
東証マザーズ（現 東証グロース）  
市場に上場

テクノロジーベンチャーアワードなど受賞歴多数

# 04

## 成長戦略

**戦略** 2025年3月期 注力ポイントの結果

金融事業が順調に業績拡大するも、金融人材の人員数は第4四半期で微減。金融人材採用とアカウント・マネジメント制の融合に課題があり、引き続き採用・オンボーディングの改善に取り組む。一方、組織構造の改革は進み、送客メディア事業の合併会社化、株式会社経済界の株式取得等により、資本活用による組織強化・事業拡大は大きく進捗。

2025年3月期の注力ポイント5つ

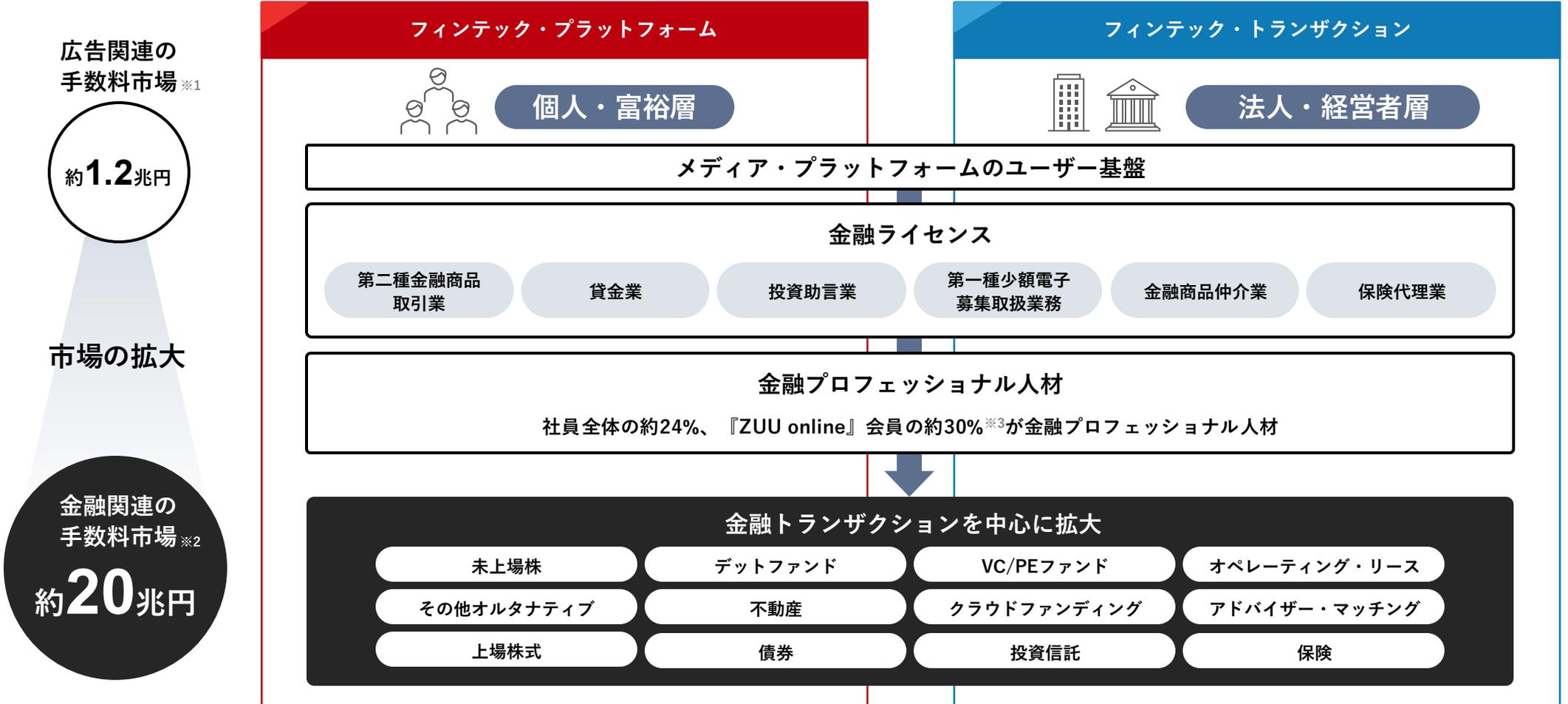
<p><b>金融取引の 継続拡大</b> Fintech Transaction</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>商品ラインアップ強化</li> <li>マーケティング・セールプロセスDXを推進</li> </ul>	<p><b>金融事業の 人的資本強化</b> Fintech Transaction</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>金融事業の人的資本へ投資。報酬制度設計、人材採用、整備投資等</li> </ul>	<p><b>メディア事業の 構造改革</b> Fintech Platform</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ強化等のSEO対策に注力</li> </ul>	<p><b>金融・不動産DX事業の 外部パートナー連携強化</b> Fintech Platform</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>外部パートナーとの連携により顧客提供プラットフォームの提供価値向上</li> </ul>	<p><b>M&amp;Aの 拡大・活用</b> Corporate Finance</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>金融プレイヤーの買収</li> <li>規律ある投資方針に則ったM&amp;A</li> </ul>
---	---	---	--	--



 <ul style="list-style-type: none"> <li>前期比で引き続き増収</li> <li>フィンテック・トランザクションの売上構成比が前期比約+20pt</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>期初から金融事業の人的資本に投資を拡大</li> <li>急速に立ち上がるファンド等専門人材採用とアカウント・マネジメント制の融合に課題</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>送客メディア事業を3社の合併会社化及び株式を譲渡</li> <li>抜本的な構造改革により、当該事業を第4四半期から持分法適用会社化</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>金融・不動産DXの新規取り組みを開始するも成果が出るまでに至らず</li> <li>引き続きマーケティングでの提供価値向上に取り組む</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>メディア事業の一部を資本活用による再成長の座組みへ</li> <li>新規M&amp;Aにより経済界の株式を取得</li> </ul>
---	--	--	--	--

# 戦略 金融トランザクションの拡大戦略：アセット活用・強化

現在は金融関連手数料市場をターゲットに、金融戦略を推進。ZUUグループのアセット（メディア・ユーザー基盤、金融ライセンス、金融プロフェッショナル人材）を活用・強化し、更なる金融トランザクションの拡大に取り組む。



広告関連の  
手数料市場※1

約1.2兆円

市場の拡大

金融関連の  
手数料市場※2

約20兆円

※1 2021年2月15日発表の電通調査レポート『2020年日本の広告費』の日本の総広告費6兆1,594億円に仮で20%を当社で計算

※2 2021年3月17日発表の日本銀行『資金循環統計』より2020年末時点の個人（家計部門）の金融資産残高1,948兆円に仮で1%を乗じ当社で計算

※3 『ZUU online』会員のプロフィール登録者のうち、職種情報入力者を母数として金融に該当する会員数を計算

# 戦略 金融トランザクションの拡大戦略：M&A

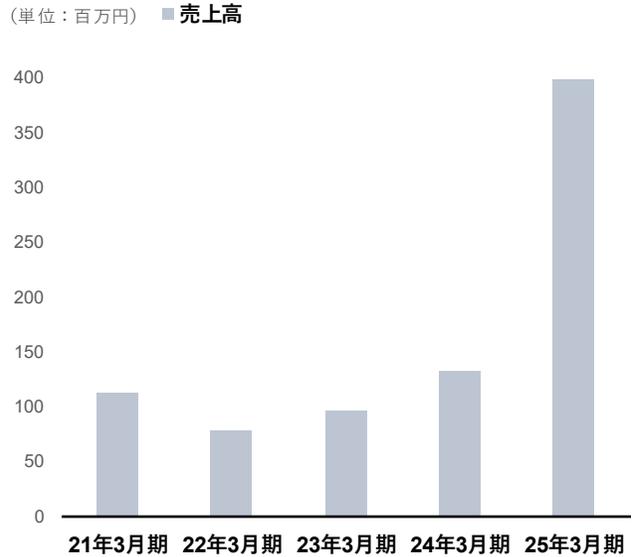
ZUUグループが構築してきたメディア・プラットフォーム、金融ライセンス、金融プロフェッショナル人材の拡大・強化につながるM&Aを積極的に推進。

M&A方針	主要投資対象領域	想定事業シナジー	実績
<p><b>主要投資対象</b></p> <p>事業シナジーの最大化を目指す観点から、マジョリティ投資による連結優先。</p> <p><b>投資規律</b></p> <p>当社が設定する以下投資方針に基づき、規律ある投資を実行。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>EV/EVITDA倍率の基準値設定</li> <li>黒字企業もしくは弊社戦略に合致する早期黒字化の蓋然性が高い企業</li> <li>当社戦略のアセット強化に繋がり、事業シナジーが見込める</li> </ul> <p>など</p>	<p><b>フィンテックサービス</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディア・プラットフォームのユーザー向けに、さまざまな金融サービスを提供。</li> <li>サービス拡大によるユーザーの利便性やメディア収益性を強化。</li> </ul>	
	<p><b>フィンテックメディア</b> (Webメディア)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>他社メディアを取り組みメディア・プラットフォームのユーザー基盤を強化。</li> <li>自社のノウハウを活用し、他領域のメディアを収益化。</li> </ul>	
	<p><b>ファイナンスプレイヤー</b> (IFA・金融仲介業・金融機関など)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規金融ライセンスの獲得により、ユーザーに金融サービスを提供。</li> <li>新規金融ライセンスと同時に、金融プロフェッショナル人材の獲得により、金融サービスの運営体制を強化。</li> </ul>	
	<p><b>その他</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JV設立による新領域での事業開発。</li> </ul>	<p><b>ZUUM-A</b></p>

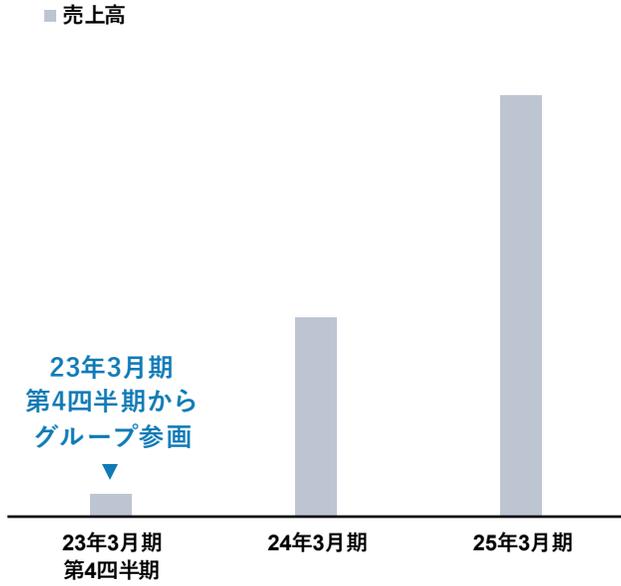
# 戦略 M&Aの活用・ノウハウ

過去実施したM&Aは全てグループ参画後、回収フェーズへ。ZUU Wealth Managementは前期から売上高が倍以上に成長。再現性を持ったM&A戦略が形になってきており、取得資金を元に今後はM&Aの拡大・活用をさらに加速。

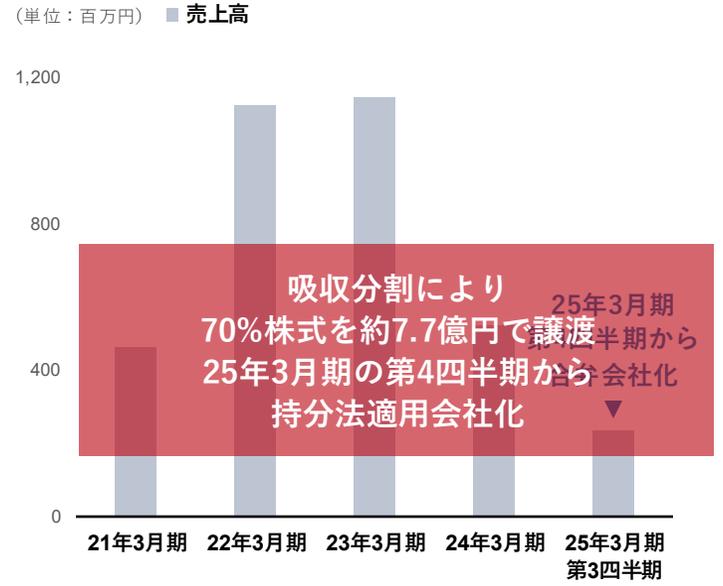
クラウドファンディングの業績伸長



ZUU Wealth Managementの業績伸長



NET MONEYの立ち上げ～業績伸長～一部譲渡



**フィンテックサービス**  
(クラウドファンディングなど)

グループ化から時間を要するもファンド商品の組成等により伸長。

**ファイナンスプレイヤー**  
(IFA・金融仲介業・金融機関など)

グループ化直後から急拡大し、ウェルス・マネジメント事業を牽引。

(現ZUU Wealth Management)

**フィンテックメディア**  
(Webメディア)

事業買収後、送客メディアを立ち上げ成長。今期4Qから合併会社化。

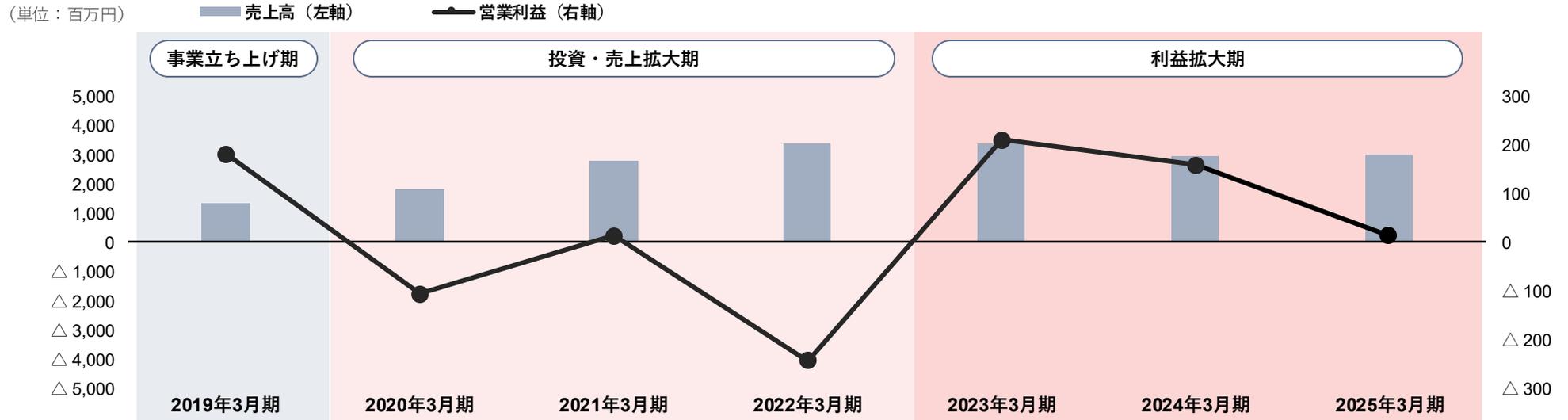
# 戦略 M&Aの活用：経済界の株式取得（子会社化）

2025年3月19日、新たに株式会社経済界の第三者割当増資を引き受け。経済界の株式40.3%を取得と同時に、役員の大半数に当社メンバーを選任することでPMI体制を強化。経済界の持つ経営者リードを活用した事業シナジーの創出に取り組む。

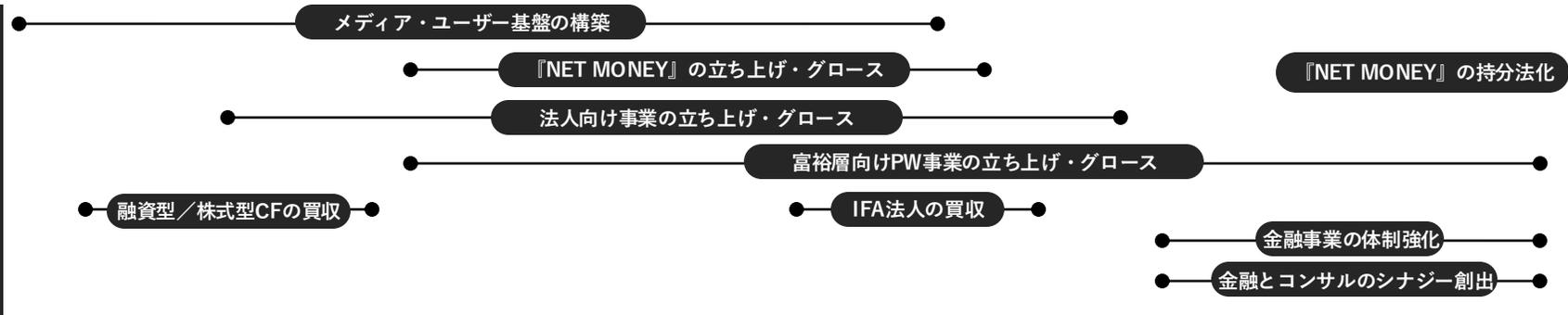


業績 業績と取り組みの推移

過去業績と、成果を出した取り組み、想定外の結果に終わった取り組みの推移。



取り組み成果

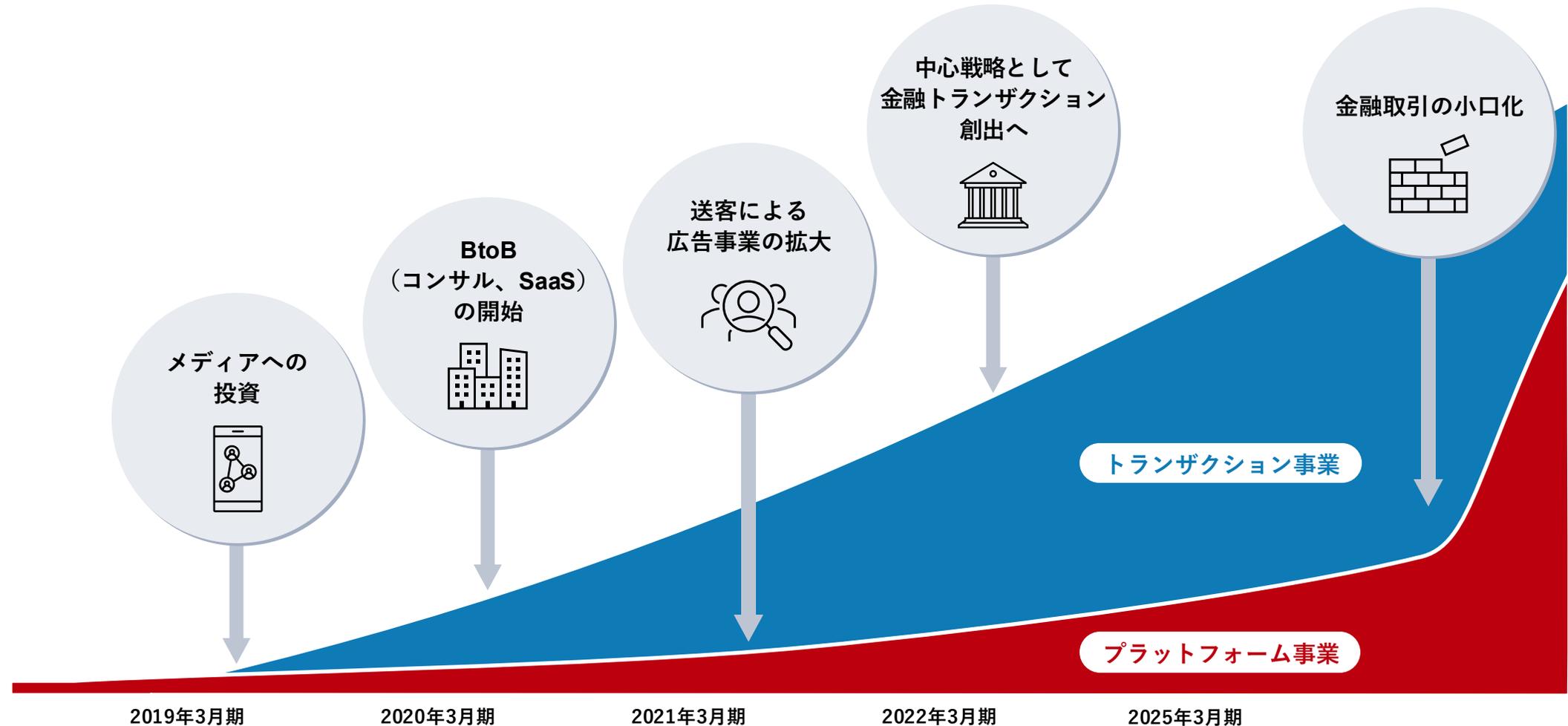


想定外の成果



## 概要 中長期の成長イメージ

プラットフォーム事業の広告・送客中心で積み上げた利益を、中長期の柱となるトランザクション事業（金融領域）へ投資。トランザクション事業の大口の金融取引が、中長期ではプラットフォーム事業と連携し、小口化して2事業ともに拡大。国内外最高レベルの資産運用・管理に関する商品・サービスを集める日本有数のフィンテック・プラットフォームの構築へ。



# 05

—— 各領域の主要KPI

## KPI 各領域での主要KPIと成長に向けた取り組み

各領域でのユーザー基盤とソリューション提供による収益性を示すKPI指標を設定・推進。2024年下期からフィンテック・トランザクションの金融事業を中心戦略とする方針としたためフィンテック・トランザクションの主要KPIを累計調達支援額、AUM、GMVに変更。

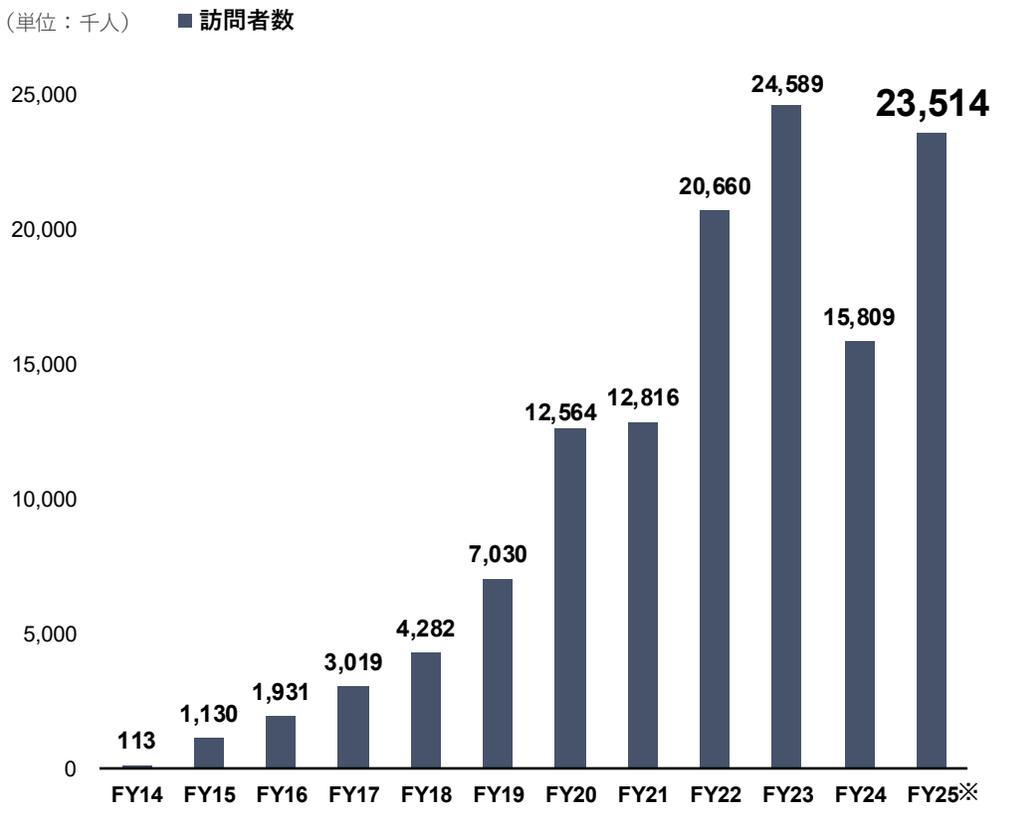
	KPI	取り組み	
フィンテック・プラットフォーム	・ 検索流入数	・ メディアのSEOの強化によるメディア・ユーザー数の増加	<b>提供価値</b> 個人に向けた 投資・資産形成の支援
	・ 商品数、単価	・ ユーザーに案内する商品ラインアップ数の増加およびASPとの単価交渉	
	・ 申し込み件数	・ UI/UXの改善によるメディア経由で申し込まれた件数の増加	
フィンテック・トランザクション	・ 累計調達支援額	・ 富裕層・経営者層に向けた、資金調達等の支援総額※	<b>提供価値</b> 富裕層・経営者層に向けた 資産形成の支援
	・ AUM（預かり運用資産額）	・ 資金調達を支援した内の当社の預かり運用総額	
	・ GMV（金融取引流通総額）	・ 預かり運用資産等の売買から発生した手数料総額	

※ 過去に開示していた「経営者向けメディア会員数・経営者リード総数の推移」は、より売上に直結するKPIとして累計調達支援額、AUM、GMVを主要KPIとして開示する方針に切り替えたため非開示。

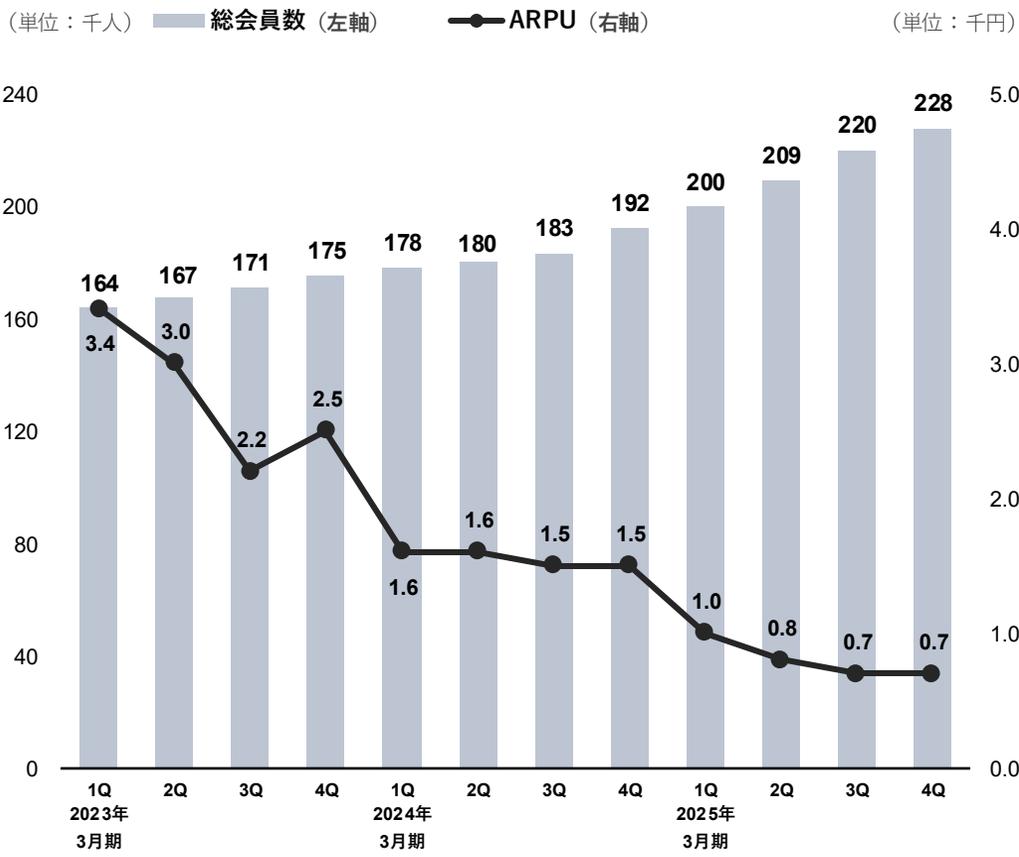
# KPI メディア・プラットフォーム全体訪問者数・総会員数・ARPUの推移

メディア・プラットフォーム全体の訪問者数は外部サイトからのリファラルが減少したことで、月間約1500万UUに減少。協業他社とのデジタルマーケティング施策の影響で会員数は第4四半期に増加。

訪問者数



総会員数 / ARPU

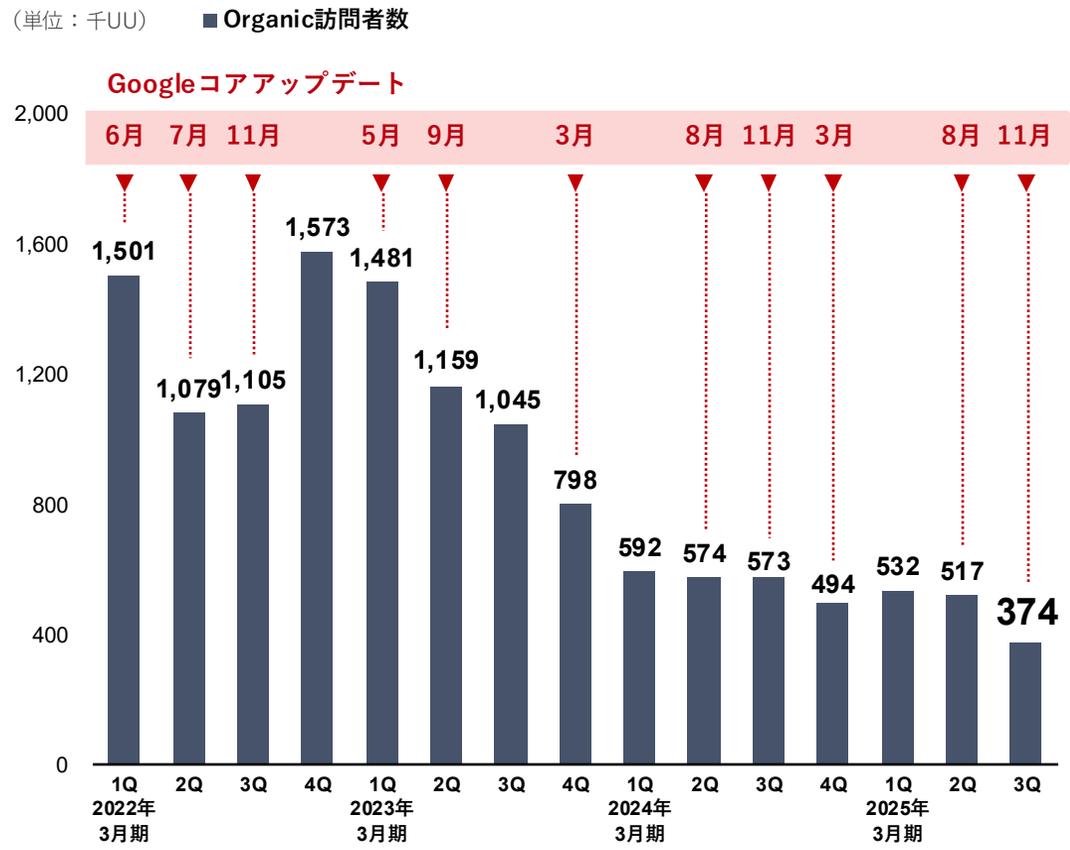


※ 2025年3月末時点

KPI 金融系ワード関連Organic流入数の推移

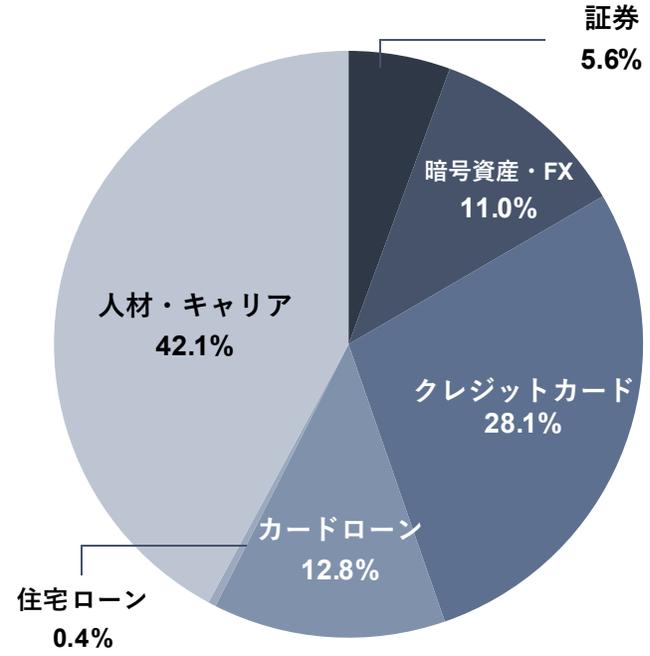
送客メディア「NET MONEY」は第4四半期から他社との合併会社化し、持分法適用会社になったため、KPIの開示は除外。

金融系ワード関連Organic訪問者数の推移



パーティカル領域別※Organic流入の構成比

(2024年12月末時点)



※ 各領域でのパーティカル・メディア化により、『NET MONEY』『ZUU online』に加え、各パーティカル・メディアの数値を合算。

# 商品 金融トランザクションの事例

ZUUグループが培ってきた競争優位性を活用した資産運用のソリューションを提供。

## 商品・サービス提供の具体例

	保有資産	ZUUが選ばれた理由	売買金融商品
事例① 40代 上場企業オーナー	50億円程度 (自社株中心)	法人のファイナンス戦略と合わせながら、資産運用と税務対策を、資金調達と資産管理会社の組み合わせにより最適化できた点を評価	外国債券・ブリッジローン 計9億円
事例② 50代 元企業オーナー	300億円程度 (セルアウトの現預金)	金融機関でプロ向けに担当してきた債券専門チームによる市場分析と銘柄分析、また各証券会社と在庫不足している債券の引き合いなどにより、他社からの提案のない在庫や条件を提案できた点を評価	外国債券・ブリッジローン 計約3.5億円
事例③ 40代 上場企業オーナー	30億円程度 (自社株中心)	資産運用と税務対策を、資金調達と資産管理会社の組み合わせにより最適化できた点を評価	投資用不動産 約3億円の物件購入予定
事例④ 60代 未上場企業オーナー	200億円超 (法人運用資産含む)	金融・不動産DX支援事業の支援により、オーナーとの関係性が強固なこと。またZUU独自ネットワークによるオルタナティブ提案を評価	オルタナティブ 3億円投資予定

### 金融商品・サービスを提供

金融系ライセンスを活用し、  
富裕層・経営者に金融商品・サービスを提供

**保有する金融系ライセンス**

第二種金融商品取引業

貸金業

投資助言業

第一種少額電子募集取扱業務

金融商品仲介業

保険代理業

宅地建物取引業

未上場株

デットファンド

VC/PEファンド

その他オルタナティブ

不動産

クラウドファンディング

上場株式

債券

投資信託

アドバイザー・マッチング

オペレーティング・リース

保険

コンサルティング

有価証券ローン

不動産投資ローン

タックス関連支援

資産管理会社運営

財団設立・運営

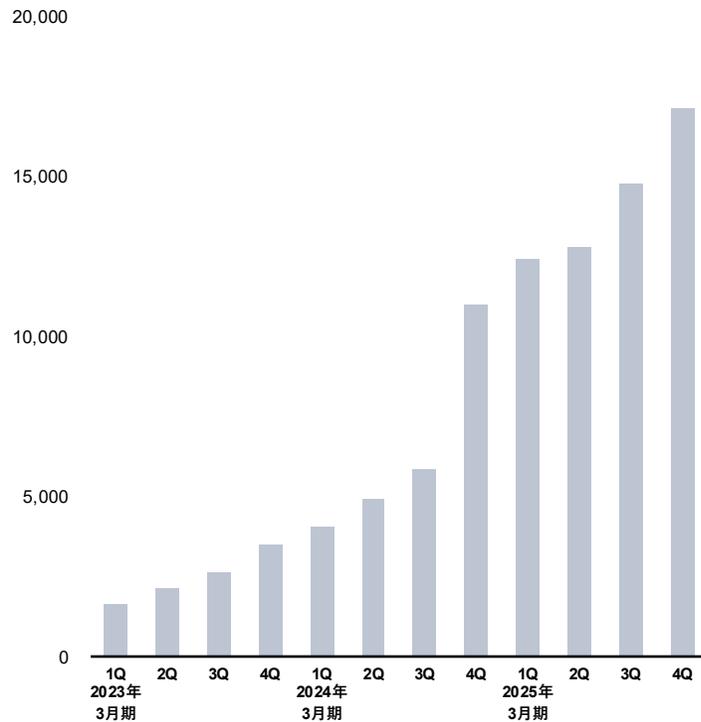
M&Aや他社連携により商品ラインアップを拡大

# KPI フィンテック・トランザクションの主要KPI

第4四半期の累計調達支援額は約172億円、AUMは約386億円、GMVは約26億円。  
 AUMは大規模ファンドの償還があったため微減するも、GMVはQonQで増加。

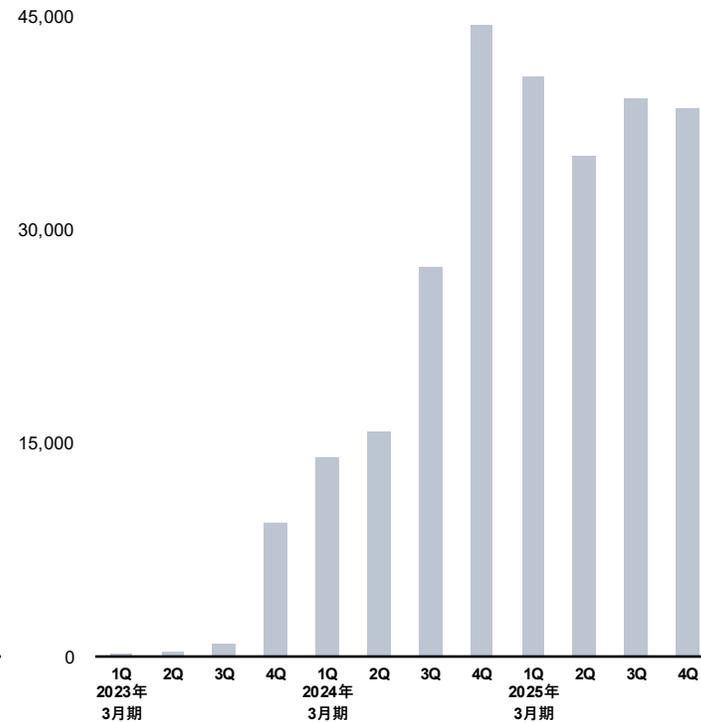
累計調達支援額の推移

(単位：百万円)



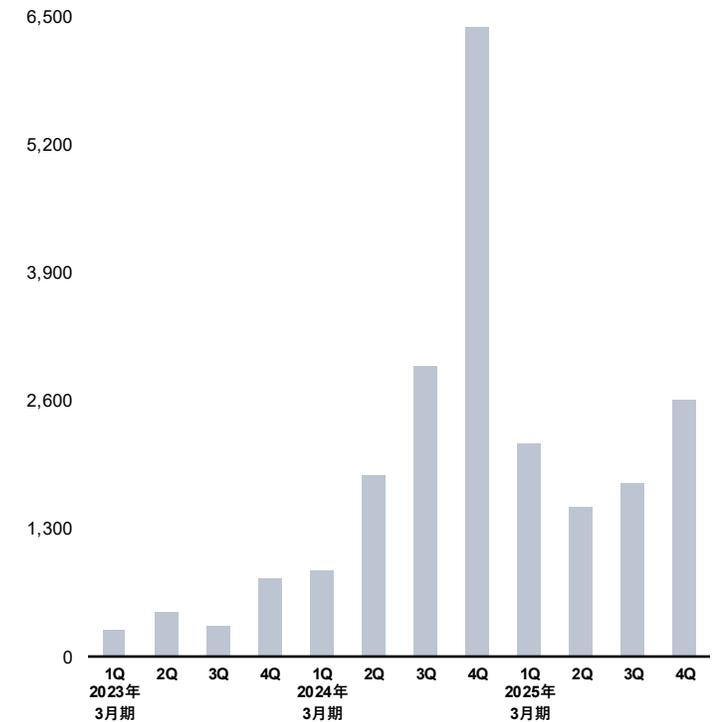
AUM（預かり運用資産額）の推移

(単位：百万円)



GMV（金融取引流通総額）の推移

(単位：百万円)



# 06 ——— 主要リスクと対策

## リスク 主要リスクと対策

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識するリスク。  
 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」を参照。

項目	影響領域	主要なリスク	対策	顕在化の可能性/時期	顕在化した際の影響度
金融市場の動向に関するリスク	フィンテック・トランザクションの売上	景気減退や急激な市場変動等による法人の資金調達環境の悪化や個人の投資意欲の減退などのリスクが顕在化する可能性があります。	市場動向を見極めるとともに、顧客企業の需要を満たすサービスの開発・提供に努めます。	中～大程度/短期～中期	大
DX投資の動向に関するリスク	金融・不動産DX支援事業の売上	国内外の経済情勢や景気動向等により、金融・不動産を中心とする顧客企業のDX投資意欲が減退した場合にリスクが顕在化する可能性があります。	幅広い業種・業態に応じた顧客に提案ができるようなサービスラインアップを拡充していきます。 また、サービスの品質向上のための組織体制強化を図ってまいります。	低～中程度/短期～中期	中
採用市場に関するリスク	金融サービスのグロース	フィンテック・トランザクション領域の中長期的な成長は、金融サービスを提供する金融プロフェッショナル人材の増加に依存しており、その人員増加が課題と認識しております。	優秀な金融プロフェッショナル人材の採用に向けて、エージェント、リファラル、ダイレクトなど、さまざまな採用経路からの採用活動を強化し、優秀な専門人材の採用を進めてまいります。	中～大程度/中長期	大

※ 過去に開示していた主要リスク「広告・マーケティング市場に関するリスク」「検索エンジンのアルゴリズム・アップデートに関するリスク」は、対象事業のカーブアウトにより、主要リスクから削除。

## 本資料の取り扱いについて

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、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。今後、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。

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。

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。

次回開示は2026年6月予定です。