

## デジタル技術の活用及び DX 推進の取組状況

### ① デジタル技術が社会や自社の競争にどのような影響を及ぼすか

デジタル技術の進んだ現在のエンターテインメント市場でのニーズは、これまでのようにアーティストから一方的に与えられる映像や音楽を楽しむことだけでなく、『『推し』の人』のパフォーマンスを楽しみながら、同時に運営者・演者・他ファンと双方向のやり取りを行い、時間を共有することへと変化していっています。

コロナ禍を経て、接触機会が極端に少なくなった現代社会で、コミュニケーションに飢えている若者が多くなっています。同じ価値観を共有しながら、ネット上で他のファンと共に時間を共有できるという点で、弊社の強みである「リアルタイム・ライブ配信」の人気の高まっています。

### ② 経営ビジョン及びビジネスモデル

弊社は BtoC 企業に対するコンテンツ提供と技術開発を主たる事業としている BtoBtoC 企業となります。有名 IP を持つ大企業や、エンターテインメント企業に対し「ワクワクするコンテンツ」を提供していくことにビジネスの主眼を置いています。

当社はボカロ・アイドルなどのアバター作成やリアルタイムモーションキャプチャの技術提供を得意としており、他社に対して明確に事業領域を差別化しています。大手顧客からも高い評価を得ており、VP（バーチャルプロダクション）スタジオを内製化することでスケジュールの柔軟な対応も可能になります。

### ③ 経営ビジョン・ビジネスモデルを実現するための戦略（DX 人材育成含む）

弊社の営業戦略は、専任営業担当を置かず、全て Web 経由もしくは口コミによるプル営業手法の徹底が基本となります。これを実現するに当たって、Web サイトへの適切な情報掲載と Google 検索エンジンの SEO 対策を考えた自社コンテンツ提供、更には制作事例を漏れ

なく掲載し、必要に応じてプレスリリースを出す、という情報発信を常に心がけています。

受発注や顧客情報管理、案件進捗管理、経理作業と言った事務作業は2012年の創業当初より全てクラウド上で運用しており、他社より10年早くDX化を実現出来ていました。11年間で500社を大きく超えるナショナルクライアントレベルの大企業顧客との直接取引を実現出来たのも、コロナ禍において業績を伸ばすことが出来たのも、創業より現在に至るまでこれらの基本方針を堅持して来たことが根底にあると考えております。

今後も採用する人員は全てDX人材として育成していき、事業の全国展開や海外展開を可能にする強固な体制構築を実現出来るような組織に育てて行く計画を進めております。

#### ④戦略推進のための体制・組織

代表取締役伊藤衛および取締役 CTO 佐藤直哉を中心とした取締役会にて上記の戦略を決定し推進してまいります。事業部としては2022年に発足した「ライブビジュアライゼーション事業部（田中克典事業部長）」を担当部門とし、他事業部（制作事業部、営業部、開発部、管理部）と連携しながら進めてまいります。