



VALUE
CREATION

バリュークリエーション株式会社（証券コード：9238）

株式会社IMK Linciaとの業務提携推進に関する 補足説明資料

VALUE
CREATION

… インフルエンサーマーケティング事業開始 及び 株式会社IMK Linciaとの業務提携推進

マーケティングDX事業の新たな成長戦略

1

第三者割当増資

IMKホールディングスグループとの
関係強化を目的とした資本参画の
実施

2

業務提携推進

2026年6月26日締結の業務提携を
加速し、シナジーの最大化を図る

3

新規事業展開

インフルエンサーマーケティング
本格展開による収益基盤の多様化

資本提携



業務提携



新規事業



収益拡大

今回のポイント

 マーケティングDX事業の新たな成長戦略

3つの重要ポイント

1

第三者割当増資による関係強化

IMKホールディングスグループとの関係強化を目的とした資本参画を実施し、戦略的パートナーシップを構築



2

業務提携の加速推進

2026年6月26日に締結した業務提携をさらに推進し、シナジーの最大化を図る



3

新規事業の本格展開

「インフルエンサーマーケティング事業」へ本格参入し、新たな成長領域を開拓



成長戦略のフロー



資本提携

IMKグループとの資本関係構築



業務提携

2026/6/26 締結の業務提携



新規事業

インフルエンサーマーケティング



収益拡大

中長期的な企業価値向上



市場環境：拡大するSNS広告×インフルエンサーマーケティング市場

Ad ソーシャルメディア広告市場

2024年実績

1兆727億円

2024年

→ 約1.8倍

1兆8,978億円

2029年予測

前年比: 113%

インフルエンサーマーケティング市場

2024年実績

860億円

2024年

→ 約1.9倍

1,645億円

2029年予測

前年比: 116%



企業ニーズは「認知獲得」から「成果創出」へ

SNSやインフルエンサーを活用した認知施策に加え、広告配信、効果測定、データ分析及び改善提案までを一体で提供するマーケティング支援へのニーズが拡大しています。

成果重視型マーケティング



広告運用・データ分析の強みと、IMK Linciaのインフルエンサーキャスティング力を融合し、拡大する市場需要を取り込む。

従来の課題：分断と成果不接続

一般的なインフルエンサー施策フロー

三 従来のプロセス

1 **キャスティング**
インフルエンサーの選定・交渉



2 **投稿**
コンテンツ作成・SNS投稿



3 **認知**
フォロワーへの認知拡大

 **ここで終了**

企業側の声

直面している課題

 **売上につながらない**
認知は上がるが、実際の売上やコンバージョンにつながらない
 **成果測定困難**

 **効果測定できない**
投資対効果（ROI）の可視化が困難で、予算配分が不透明
 **データ不足**

 **広告運用と分断**
インフルエンサー施策と広告運用が連携していない
 **統合不足**



Value Creationの提供価値：ワンストップで成果まで

🔗 エンドツーエンドのプロセスフロー

広告主から売上拡大まで、すべてをワンストップで実現



役割分担：IMK Lincia × Value Creation

パートナーシップによる役割分担

各社の強みを活かした連携体制

 IMK Lincia	 共同取り組み	 Value Creation
 キャスティング インフルエンサーの選定・交渉	 共同営業	 広告運用 SNS広告・Spark Ads運用
 インフルエンサー 適切なインフルエンサー配置	 共同提案	 マーケティングDX デジタルマーケティング支援
 制作 コンテンツ制作・編集	 共同サービス	 データ分析 KPI・ROI分析
 ショート動画 短尺動画コンテンツ制作	 情報共有	 成果改善 継続的な最適化



マーケティングDX事業の進化

サービス領域の拡張と進化

従来のサービスに新領域を追加し、マーケティングDX事業を強化

🕒 従来のサービス

🔍 SEO対策

📄 広告運用

🔗 SNS広告

👥 CRM



SEO

検索最適化



広告運用

PPC広告



SNS

SNS広告



CRM

顧客管理

★ 新領域①

✓ インフルエンサー

✓ 動画コンテンツ

🤖 新領域②

✓ AI活用

✓ 自動化

📈 新領域③

✓ データ分析

✓ 最適化

📈 成長

新領域追加による
サービス拡張

↑ 業務領域拡大

↑ サービス強化

今後のロードマップ

2026年の事業展開計画

業務提携開始から収益貢献までのスピードロードマップ

事業展開タイムライン

🕒 2026年6月～12月



2026年6月

業務提携開始

✓ 完了

2026年7月

共同営業開始

✓ 完了

2026年8-9月

案件開始
実施・運用

🔄 進行中

2026年10-11月

商品化
サービス展開

🕒 予定

2026年12月

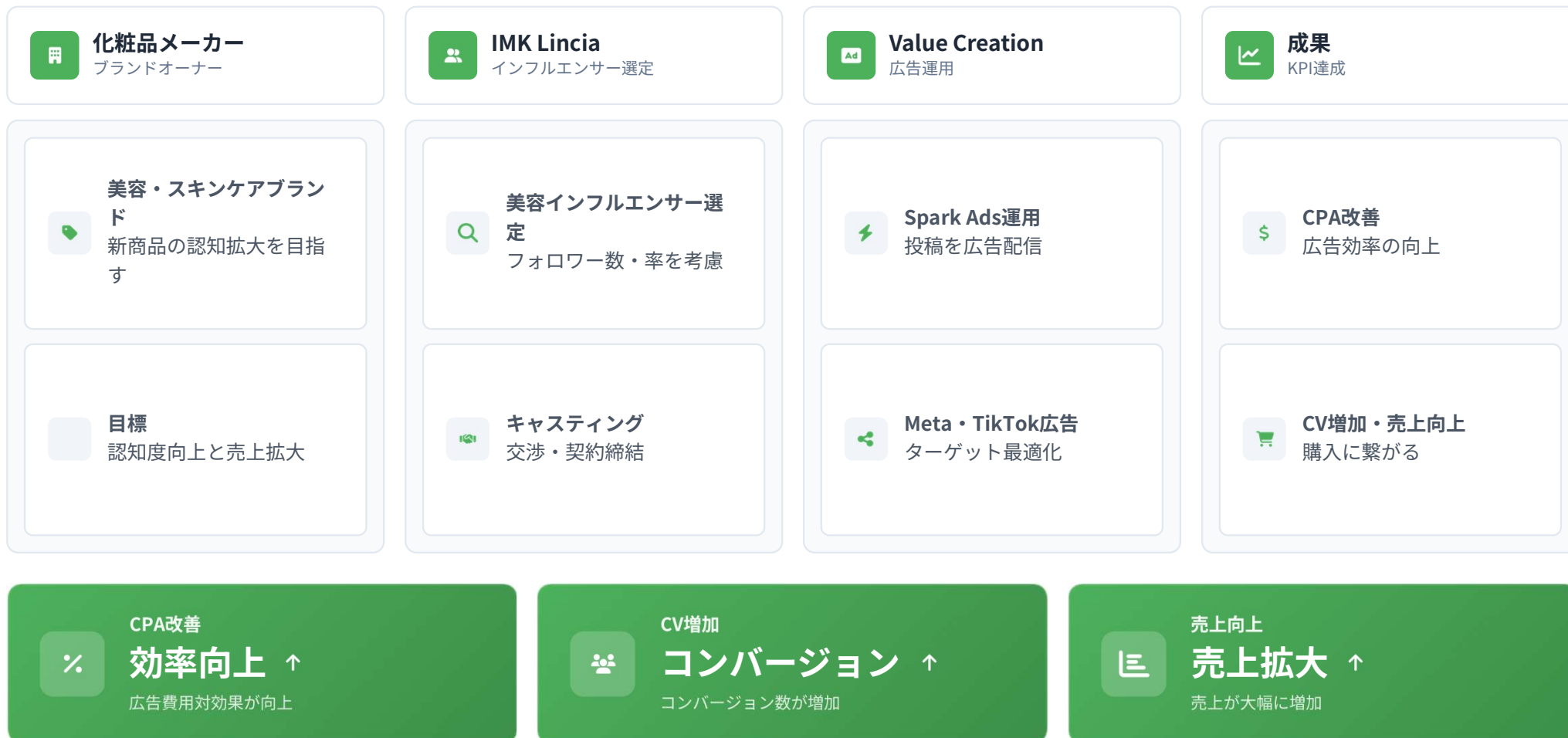
収益拡大

🕒 目標

🏠 案件イメージ（ユースケース）

🛍️ 化粧品メーカー事例：インフルエンサーマーケティングの実践

具体的なユースケースを通じた収益モデルの説明



まとめ：今回の取り組み

4つの重要ポイント

資本提携を契機とした成長戦略の実行

1 資本提携を契機に業務提携を加速

IMKホールディングスグループとの関係強化を通じて、業務提携をさらに推進し、シナジー効果を最大化

2 インフルエンサーマーケティング事業へ本格参入

新たな成長領域「インフルエンサーマーケティング事業」を本格展開し、事業ポートフォリオを拡充

3 マーケティングDXの成長領域を拡大

従来のサービス領域に加え、インフルエンサー・動画・AIを追加し、サービス領域を拡張

4 中長期の企業価値向上を目指す

収益構造の改善と持続的な成長を実現し、中長期的な企業価値向上を目指す

キーメッセージ


広告運用

×


インフルエンサー

×


データ活用

三位一体の統合マーケティングで、企業の成長を加速させる

免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。