



2024年6月度

IR資料

2024年7月10日
株式会社トラスクエタ

本参考資料の内容には、将来に対する前提や見通しが含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、社会状況や他社との競合等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

本資料・データの無断転用はご遠慮ください。

01 会社概要

| | |
|------|-----------------------------------|
| 社名 | 株式会社トラスクエタ |
| 資本金 | 6,000,000円 |
| 代表者名 | 高橋 聡 |
| 社員数 | 24名 (パート・アルバイト・業務委託含む) |
| 創業 | 2010年10月20日 |
| 電話番号 | TEL:03-5937-1709 FAX:03-5937-1719 |
| 所在地 | 東京都渋谷区東3丁目15-9 プライムハウスII 2階 |



Mission

AIで、確認作業をスマートに



業務において、日々沢山の確認作業が行われています。
例えば広告文章の確認や、社内で展開される資料の確認、社内独自のレギュレーションの確認等々。

面倒だった確認作業。AIが代わりに行うことで膨大な確認業務を激減させられる世界をイメージしてみてください。
今よりコストが削減できて、他の業務に時間を割けるようになり、何より確認作業のストレスから解放されます。

可能性は無限大。

私たちはあらゆる確認作業をスマートにするべく、これからもプロダクトを進化させてまいります。



Love yourself,
love the people,
and 自分を愛し、人を愛し、
価値を創造し、未来を創る
to create value,
to create the future.



弊社理念に掲げる『自分を愛し』は Love myself ではありません。
Love yourself です。

いつか人間的に成長して、『あなたも、自分のことを愛してね。』といえる
優しい人になって欲しいという願いが込められています。



TRUSQUETTA

© 2024 TRUSQUETTA Co.,Ltd.

02 全体方針

01 / 成長戦略

02 / 事業環境

03 / 広告監修の重要性

04 / 中期経営計画

5年間で売上10億円 経常利益2億円を達成します。

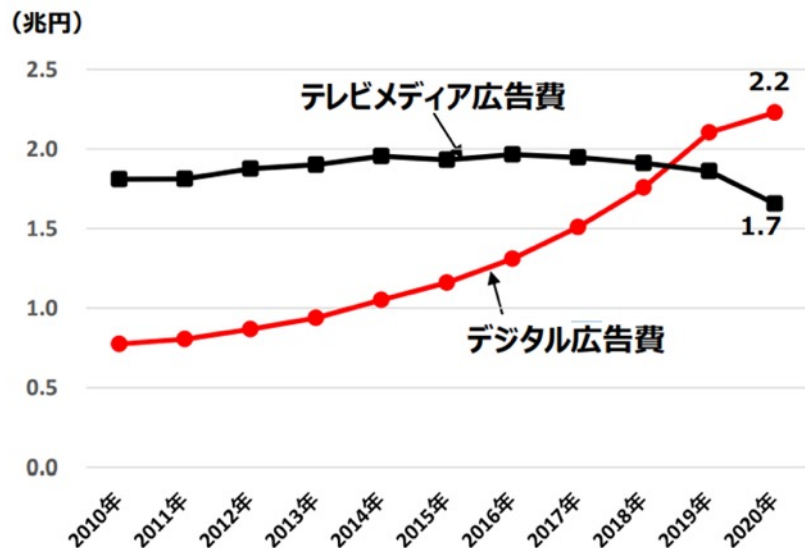
株式会社トラスクエタは
「AIで、確認作業をスマートに」をミッションに掲げています。

このミッション実現のステップとして中期成長戦略
TRUSQUETTA AD Horizontalを掲げます。
我々は、今後5年間で10倍の成長を目指します。

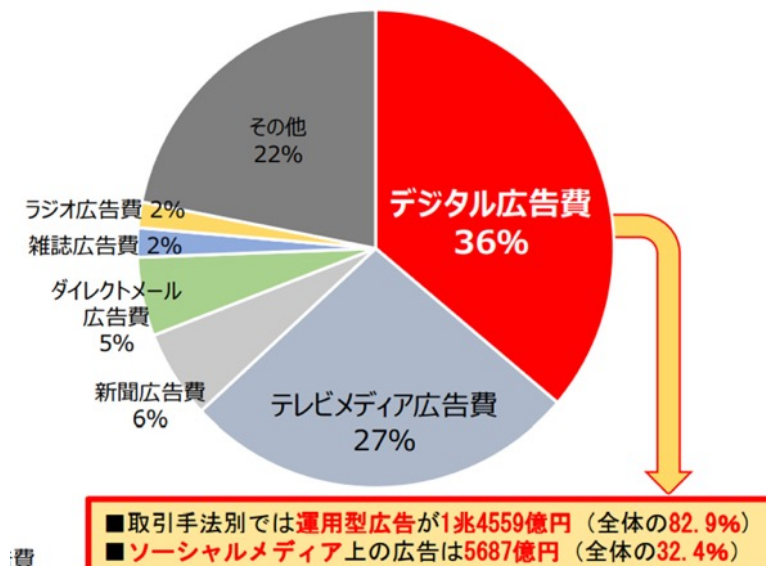
目標達成に向けた取り組みとして、
まず我々のコアバリューであるビッグデータ**トラスクエタ**をより増大させていきます。



デジタル広告費推移



広告費全体の内訳



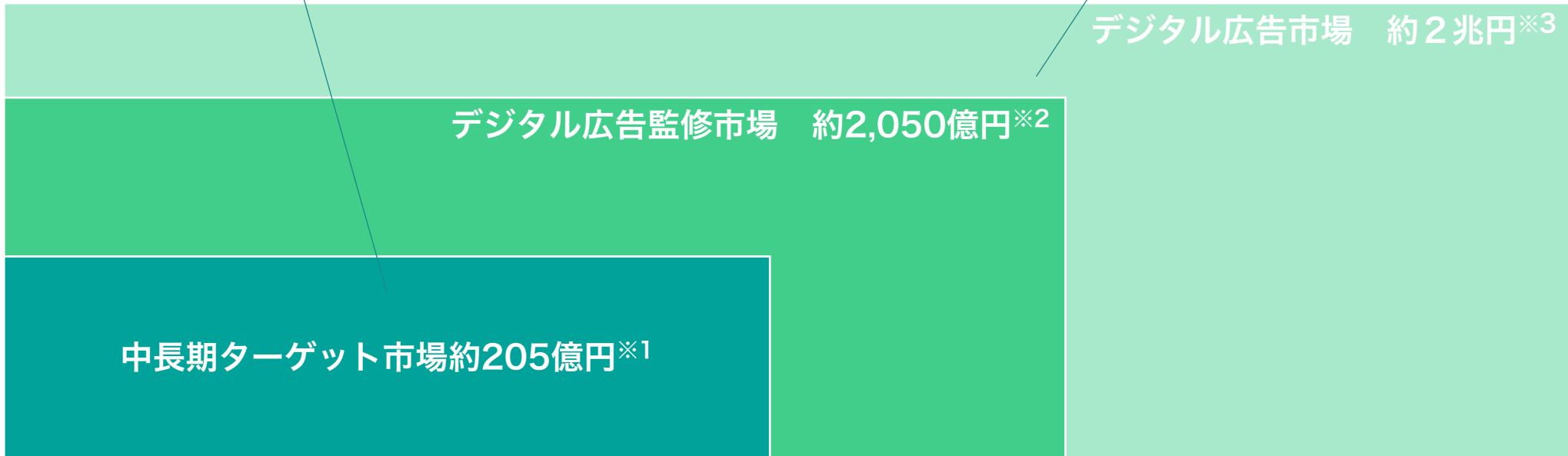
デジタル広告市場の推移と成長率

- デジタル広告費は2019年にはテレビメディア広告費を超えて増加傾向
- 広告費全体でも**36%**を占める
- デジタル広告費のうち運用型広告が**82.9%**、ソーシャルメディア広告が**32.4%**



国内広告監修を起点とした
広告法務領域のドミナントとグローバル展開

デジタル市場は今後も拡大見込み
(EC化率拡大・テレビ視聴率の低下での利用シーン拡大)



※1 当社推計値 ※2 1に潜在利用先数 (マーケティング部署設置比率×日本企業数(大企業：中小企業)) ×年間600万円：108万円を加算
※3 2020年時デジタル市場規模by内閣官房デジタル市場競争本部事務局

スコープ市場（国内化粧品市場）

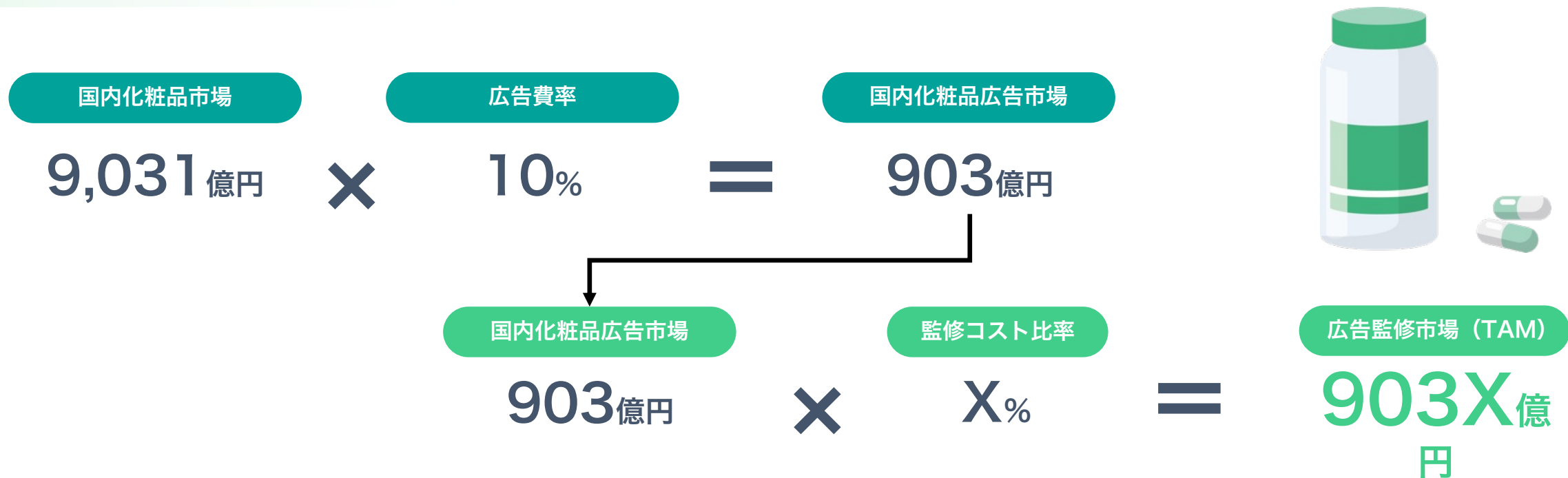
- ✓ 2022年度の国内化粧品市場は、2兆3,550億円と試算されている。



- ✓ 監修コスト比率Xは、消費者庁の動向、行政指導の件数、メディアからの規制の影響等により増加傾向。（現状は2%程度と弊社推計。）

スコープ市場（国内健康食品市場）

- ✓ 2022年度の国内健康食品市場は、9,031億円と試算されている。



- ✓ 監修コスト比率Xは、消費者庁の動向、行政指導の件数、メディアからの規制の影響等により増加傾向。（現状は、2%程度と弊社推計。）

- ✓ 消費者庁によれば、令和4年度における調査件数は前年度から繰越した85件＋新規に着手した189件の合計**274件**措置命令の件数は、令和2年度は**33件**、令和3年度は**41件**、令和4年度は**41件**となっています。
- ✓ 令和4年度においては、15名の事業者に対して**17件**の課徴金納付命令を行い、**3億441万円**の課徴金の納付を命じました。
- ✓ また、近年社会的な関心が高まっている持続可能な開発目標（SDGs）に関連して、プラスチック製品の生分解性能に関する不当表示について**10件**の措置命令や、広告等の表示物において「No.1」「第1位」「トップ」「日本一」等と強調する、いわゆるナンバーワン表示に関する不当表示についても、措置命令を行っています。



https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_230601_01.pdf

“NO.1表記”景表法違反で摘発された企業は…



GMOリサーチによる「JAPANジャパン Cloudクラウド Panelパネル」の4,914人を対象に行われた、広告の「No.1」表記に関する自主調査によると

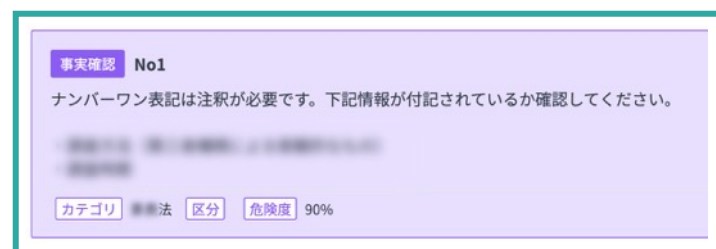
広告に「No.1」表記があることで、約60%の人が購入の動機に影響すると回答。

購入時の検討材料として大いに影響していることが分かりました。

しかし、広告の「No.1」表記で摘発を受けた企業のサービスについて、

企業・商品イメージが悪化し、顧客離れに繋がっていることが分かりました。

不適切な調査に基づいた広告の「No.1」表記を使用した場合、景品表示法違反のリスク、企業イメージの毀損、顧客離れ、売上減少、最悪の場合は事業停止につながるリスクがあるとのこと。



参考：<https://gmo-research.ai/pressroom/survey/voluntary-survey-20240619>



【TRUSQUETTA AD】は設定により“NO.1”表記も文面（画像含む）の中から洗い出すことが可能です

03

TRUSQUETTA 拡大に向けて

01 / TRUSQUETTAについて

02 / TRUSQUETTAの導入効果・実績

03 / 採用戦略



次世代AIチェックツール「**KONOHA (コノハ)**」は「**TRUSQUETTA (トラスクエタ)**」に名称変更するとともに、ロゴやアイコンデザインを刷新しリニューアルいたしました。



名称には、これからも研究開発を怠らず、トラスト（信頼）出来るデータを積み重ねていく。トラスト（信頼）のあるプロダクトへ成長していく。という想いが込められています。その「積み重ね」を何度も行っていくという意味で、2022年最大の数字である**クエタ**を合わせました。

ロゴマークは「KONOHA」の色を受け継ぎ、デザインを刷新しました。

Qの形は虫眼鏡を連想させる形で「**確認**」の意味合いがあります。

また、フォントは遊び心のある形でユーザーに仕事を楽しくしてもらいたいという想いが込められています。



TRUSQUETTA

© 2024 TRUSQUETTA Co.,Ltd.



信書表現AIチェックツール「TRUSQUETTA Letter」



信書とは「特定の受取人に対し、差出人の意思を表示し、又は事実を通知する文書」のことで書状や請求書などが該当しますが、DMにおいても「特定の受取人に差し出す趣旨が明らかな文言が記載されている文章は**信書**に該当します。

DM、カタログなどの発送においては「ゆうメール」やメール便といったサービスを利用するケースが多くなっていますが、これらのサービスは**信書以外のもの**を内容物とすることが利用条件のため、クリエイティブに信書表現が含まれていないかを人間の目で確認することに多くの時間が必要になっています。これらの工程を**DX化**し、人の作業をAIやシステムに代替することで、**業務効率化**と**品質向上**が図れるものと考えています。

当社が保有するAIやシステム開発などの技術力と、ディーエムエスが培ってきたDMや郵便などに関する知識やノウハウを組み合わせることで、新たな価値を創造することができると考え、このたび共同開発することといたしました。



社内で広告監修を行う場合の3つの壁

1つ目の壁



**法律に関するOK、NGが
分からない**

薬機法・景表法に関して
知見を持った人材は少ないため採用が難しい

2つ目の壁

**部署・担当者に
依存する**

担当部署、担当者の業務を逼迫し、
全体のスピード感が遅くなる

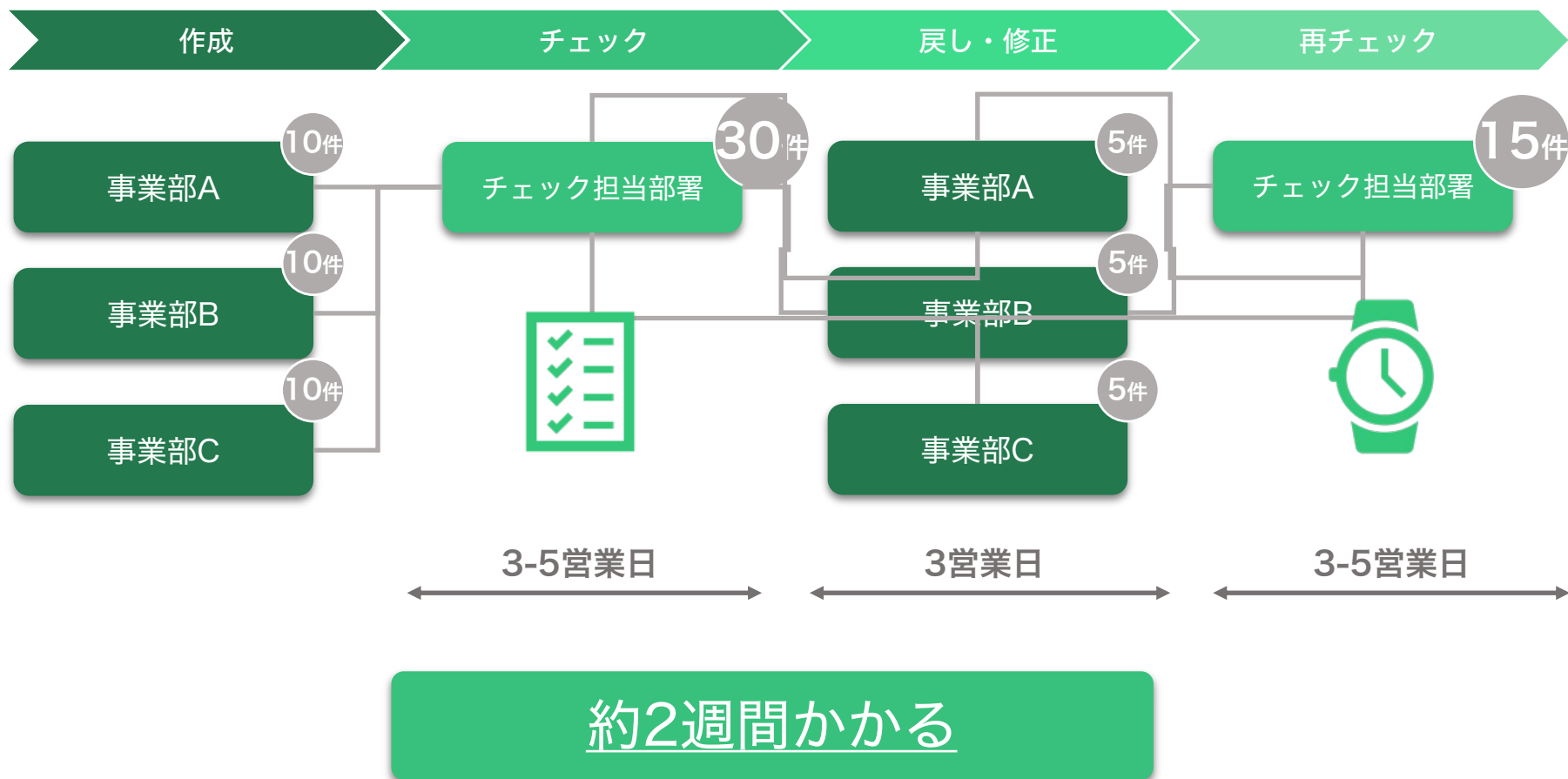
3つ目の壁



**社内全体でチェック出来る
体制づくりの難しさ**

チェック用のエクセルなどを作ったが
個人の解釈によって変わってしまう

課題①：制作物が多いため、チェックに時間がかかる



課題②：訴求を強く＋安全なチェックの両立が出来ない



販売促進部
Tさん

訴求が強い広告を作りたい

売上を上げるために、訴求が強い広告を作成したいが、強くしすぎると、修正になるので企画しづらい…



各ガイドライン・法律を守りたい

法律・ガイドラインに確実に準拠したいが、その修正をすると売れないと言われてしまう…



売上を伸ばしたい

リスクを最小限にし、堅実に売上を伸ばしていきたいが伸びにくくなってしまふ…コストを下げるか…



経営者
Hさん



法務部
Sさん

厳選したオーガニックオイルを贅沢に配合

厳選と贅沢はNG

厳選、贅沢は誇大表現に当たる可能性があるので
使用は控えてください。



新法務担当者
Sさん

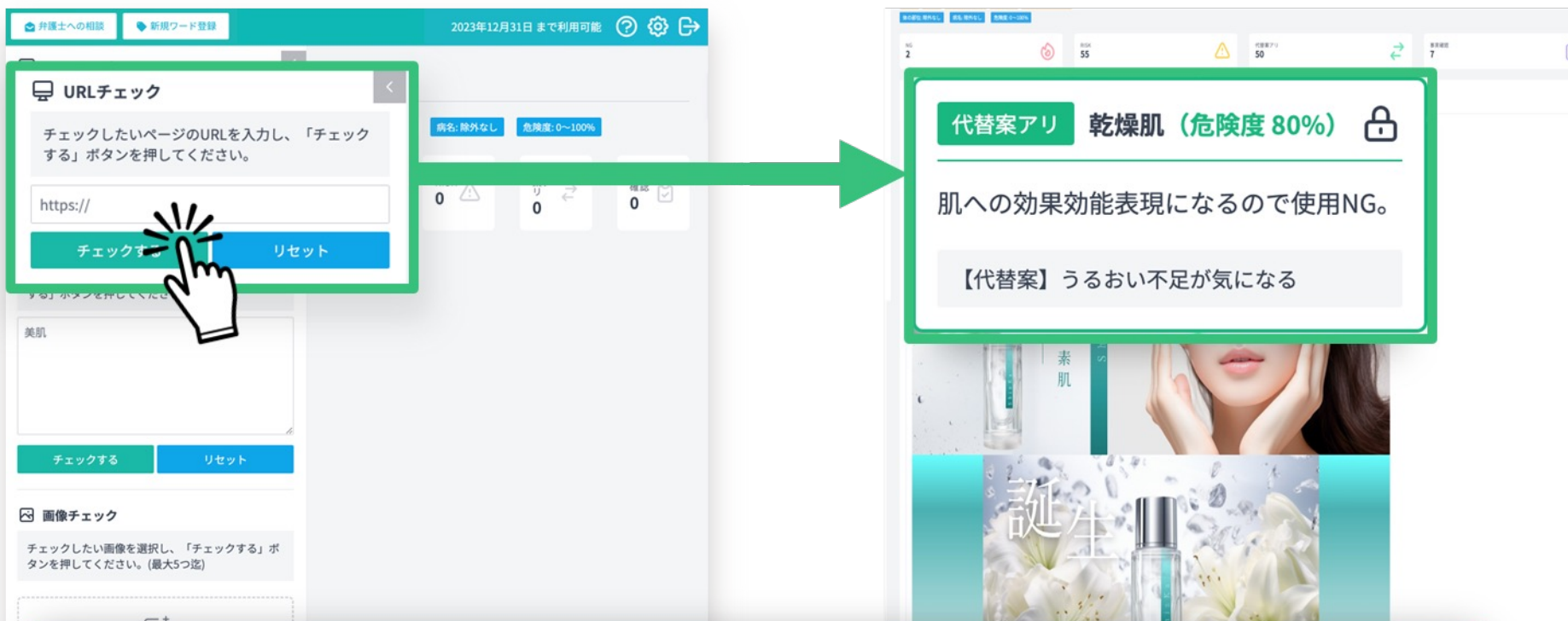


販売促進部
Tさん

以前の担当者はOKだった…

チェック担当が変わってからチェックが厳しくなった…
以前の担当者はOKだったので基準は統一してほしい…

誰でも広告表現をパッとチェック出来るツール



人の目だと1時間以上かかる作業を15分以下に短縮



ガイドラインに準拠した広告のチェック

主なサービス内容（機能）

- ✓ 薬機法、景品表示法、医療広告ガイドライン、JCIAガイドライン
健康増進法等のチェック機能
- ✓ PDF、URL、JPG、PNGの入力による
チェック
- ✓ 自社チェックルールの追加

AI実装の
独自ツール

特許取得



“自社”のチェックをTRUSQUETTAに蓄積



商品ごとに チェックルールを変えたい

商品ごとにチェックルールが異なる場合、商品ごとにチェックルールを変更する事が出来ます。



記載されていない 文言のチェックを行いたい

本来記載すべき文言が記載されていない際にアラートを出す事が出来ます。



法律の追加をしたい

基本搭載されている法律以外で法律の追加を行うことが出来ます。

上記以外のルールも追加可能ですのでご相談ください

✔ TRUSQUETTAを利用して判断がつかないものはチャットでサポートいたします

ご相談解答例



クライアント様

いつもお世話になっております。レモン茶の訴求コメントについて、質問させていただきます。

『冬場はホットレモン茶で風邪予防に』

上記文言ですが、一般的加工食品に利用できるものでしょうか。
お忙しいところ恐縮ですが、ご教示いただければ幸いです。



カスタマーサポート

お世話になっております。
ご質問誠にありがとうございます。

一般的加工食品において、「風邪予防」等の医療的な効果効果を謳うことはできません。
以下のような表現はいかがでしょうか？

「冬場はホットレモン茶で寒さ乗り越え」
「冬場はホットレモン茶で怖いものなし」

何卒よろしく願いいたします。



導入効果 | コスト削減・向上効果

| 作業内容 | 現状（月あたり工数） | 導入後（月あたり工数） | 削減時間(月) | 根拠 |
|------------|------------|-------------|---------|--------------|
| 法務部チェック | 30件×2時間 | 30件×20分 | 3000分 | 制作部で一次チェック済み |
| 広報部チェック | 30件×2時間 | 30件×20分 | 3000分 | 制作部で一次チェック済み |
| 技術情報課チェック | 30件×2時間 | 30件×20分 | 3000分 | 制作部で一次チェック済み |
| お客様相談室チェック | 30件×2時間 | 30件×20分 | 3000分 | 制作部で一次チェック済み |
| 制作部での広告修正 | 30件×2時間 | 30件×30分 | 2500分 | 修正量が減少するため |
| | | 総削減工数 | 241時間 | |

人の目による広告チェックにかかる時間は

月 **240時間** 以上

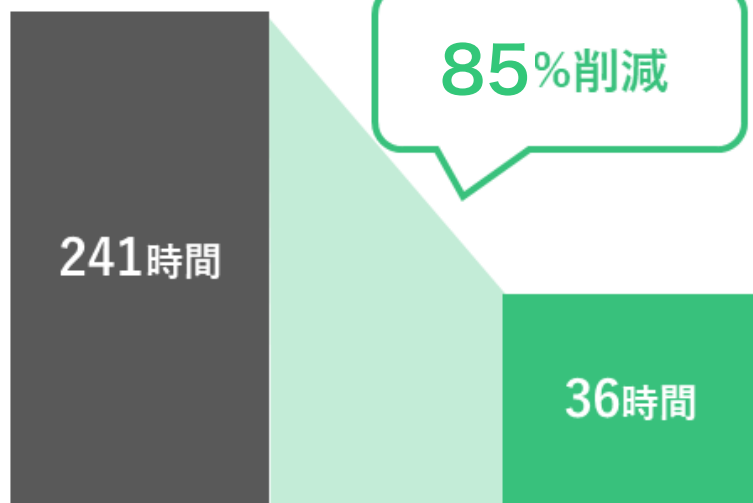
とも言われています。



TRUSQUETTA

© 2024 TRUSQUETTA Co.,Ltd.

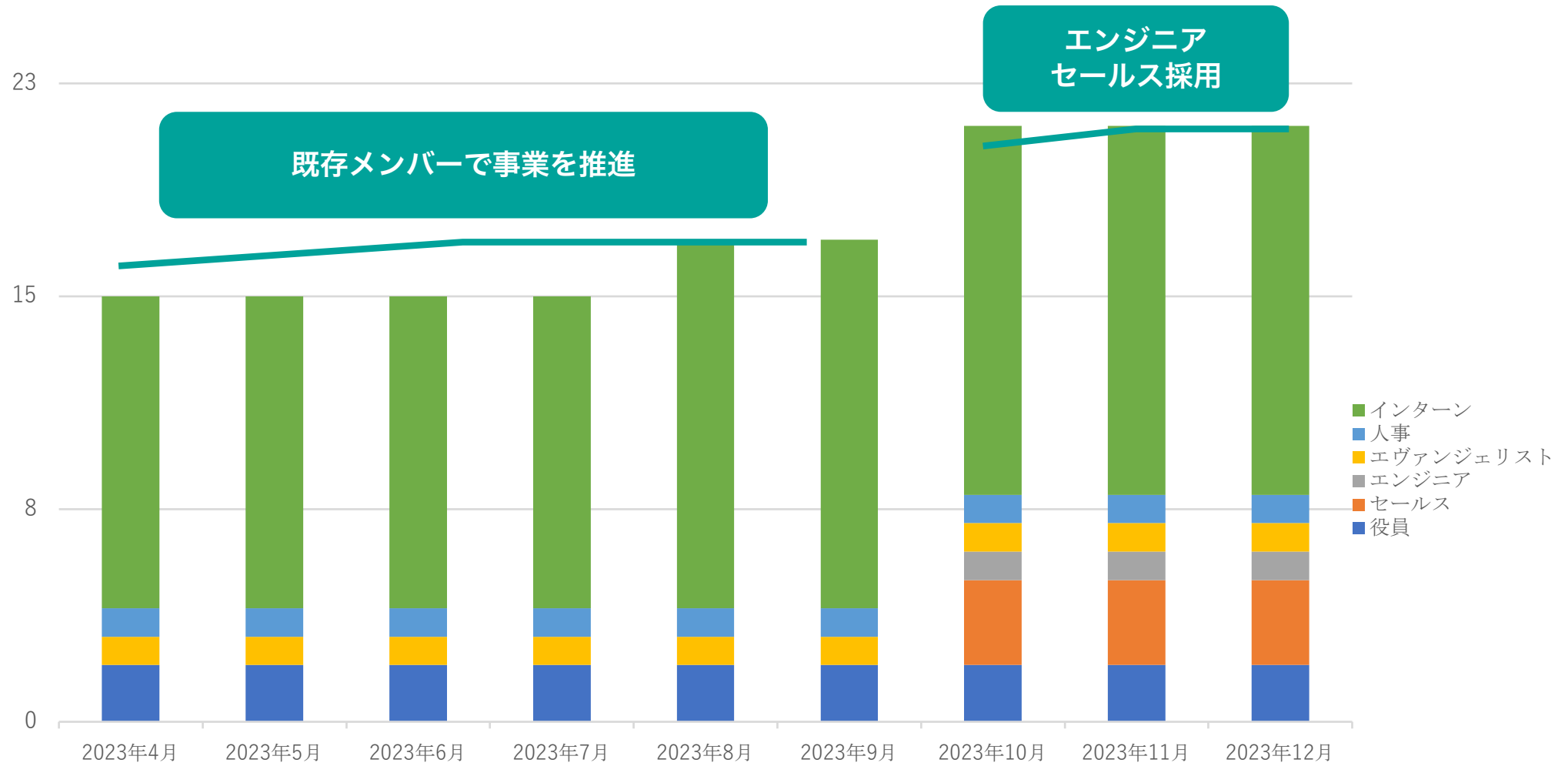
削減効果について



期待される向上効果について

- 1.AIで一次チェックを行う事により、漏れを防止する
 - 2.チェックの粒度を統一する事により、
薬機法・景表法違反を徹底的に防ぐ
 - 3.業務効率化を行う事により、
追加で広報施策を実施できる
- ※ご導入企業様の事例になります。





メインピック

- ・ 2024年12月までに**20名採用**
CTO・CMO・CFO・営業部長それぞれオールラウンダーかつプロフェッショナルを採用
- ・ 2024年9月までに営業職11名/エンジニア5名採用
- ・ 2024年4月までに新卒3名採用
- ・ 2024年8月までに中途採用2名採用



全ての役職において、理念ミッションに強い共感を持ち、**上場・海外進出**をともに目指せるメンバーを採用していきます。



01 Appendix

3 すべての人に
健康と福祉を



心身健康な状態での労働を優先



弊社では全従業員が心身ともに健康に働くことを大切にしています。具体的には「週2日の固定休暇」に加え「誕生日休暇」「生理休暇」を導入し、1人ひとりの健康状態に配慮した働き方を推奨しています。更に、月に1度の人事面談を導入することで全従業員の心の健康維持にも努めております。



誰でも活躍できる環境の提供

弊社ではジェンダー関係なく、平等に活躍し、成長することができます。現在、インターン生を含む従業員の男女比率は4：6となっており、女性メンバーの割合が多くなっています。しかし、男女比に関わらずすべての従業員が日々生き生きと活躍しています。

5 ジェンダー平等を
実現しよう



8 働きがいも
経済成長も



働きがい×経済成長



弊社では年齢関係なく意見し、自ら参画したい業務にアプローチすることが推奨されています。各々に成長する機会が平等にあり、従業員1人ひとりの働きがいに繋がっています。さらに、多くの企業様にTRUSQUETTAをご導入いただくことで安心安全な広告制作が可能になり、デジタルマーケット拡大に繋がります。



TRUSQUETTA

© 2024 TRUSQUETTA Co.,Ltd.

✔ マイナビ転職フェアに出展いたしました！

6月22.23日に東京国際フォーラムで開催されたマイナビ転職フェアに出展いたしました。賑やかな雰囲気の中、20代の方を中心に平均を上回る約50名の来場者が途切れることなく訪れ、その内30%が面接を希望される結果となりました！



来場様それぞれ違う目的や悩みを抱えており、私たちも新たな課題に気付くきっかけとなった二日間でした。

「株式会社トラスクエタ」ブースに訪れていただいた来場者の皆様に心より感謝申し上げます。



高橋 聡

株式会社トラスクエタ
代表取締役社長 CEO

iU 情報経営イノベーション専門職大学
客員教授

デジタルマーケティング・業法対応（薬機法・景表法等）のプロフェッショナルリスト。
美容系サプリや健康食品など、累計400商品以上の広告監修に携わってきた。
登壇したセミナーには今まで300社以上が参加。

私たちは『AIで、確認作業をスマートに』します。

2023年10月、プロダクト名を『TRUSQUETTA』にするとともに弊社ミッションを『AIで、確認作業をスマートに』に改定いたしました。

『TRUSQUETTA』という名称には、これからも研究開発を怠らず、トラスト（信頼）出来るデータを積み重ねていく。トラスト（信頼）のあるプロダクトへ成長していく。という想いが込められています。

その「積み重ね」を何度も行っていくという意味で、2022年最大の数字であるクエタ（10の30乗）を合わせました。

また、日々の業務において膨大な確認作業が行われています。例えば広告文章の確認や、社内で展開される資料の確認、社内独自のレギュレーションの確認等々。

AIがみなさまの代わりに面倒だった確認作業を行うことで、重要な業務に専念できる環境を整えられるとしたらどうでしょうか？

今より時間的コストが削減できて、他の業務に時間を割けるようになり、何より確認作業のストレスから解放されることでしょう。

私たちは世界中の信頼できるデータを集め続け、みなさまのお役に立てるAIプロダクトをリリースして参ります。

今までも、そしてこれからも。

株式会社トラスクエタを
どうぞよろしくお願い申し上げます。



株式会社トラスクエタ
代表取締役/CEO 高橋 聡