



Cellest



主要事業 ライブコマースEC WABE

○本社所在地：大阪府大阪市中央区

○事業概要：ライブコマース専用ECモールアプリ「WABE」運営およびライブコマーサマネジメント事業「トキバナ」運営

○常時使用する従業員：32名
(2025年6月時点)

○現在の売上高：16億円
(2025年6月期)

○法人番号：5122001032823

○Web：<https://cellest.co.jp/>

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ

代表取締役
佐々木 宏志

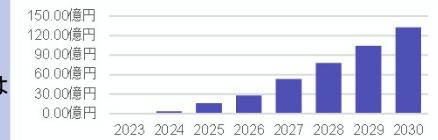
ライブコマースで日本の販売革命を起こす

株式会社Cellestは、2017年にライブコマース市場へ参入以来、パイオニアとして業界を牽引してきました。2025年4月にローンチしたライブコマース専用ECモールアプリ「WABE」と、ライブコマーサー専門マネジメント事業「トキバナ」の2本柱で業界のエコシステムを構築しています。2023年度には前年比417%成長を達成し、2025年には累計9.4億円の資金調達、UUUM株式会社との包括提携、北陸先端科学技術大学院大学（JAIST）と産学連携開始など、急成長を続けています。私たちの100億宣言は単なる売上拡大ではなく、ライブコマースを日本に根付かせ、個人事業主から大企業まで「売る楽しさ」と「買う楽しさ」を体験できる世界の実現です。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

国内ライブコマース事業は年率約36%の成長トラックで80億円規模へ、海外はPoC→本格展開の二段階で20億円を積み上げ、2029年には売上100億円、2030年には売上130億円の達成を目指す。



課題

- 急増するユーザー/取引に耐える拡張性と配信原価の低減
- リーダー人材+PM・エンジニア・営業の継続的な採用・育成
- YouTube/TikTok等メガプラットフォーマーに対する優位性確立とシェア獲得（ライブ特化UI×自社モール×運用支援）
- 海外展開における現地パートナー構築、規制・商習慣・決済/物流対応、言語・文化適応（PoC→本格）

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- WABE事業底上げ**：基盤見直しで配信コストを下げ、管理画面／PC版／複数ユーザーに対応。高品質配信・美顔フィルター・高度な分析等独自機能を実装し、広告・アフィリエイト連動のゲーミフィケーションを導入で転換・再訪を向上。
- 提携の活用**：UUUM提携で送客・案件創出を拡大、JAISTとの産学連携の知見をUI/UXに反映。
- 段階的な海外展開**：現地パートナー連携で越境PoC（国・期間・KGI）→本格、当社は言語・決済・物流のシステム連携に注力。

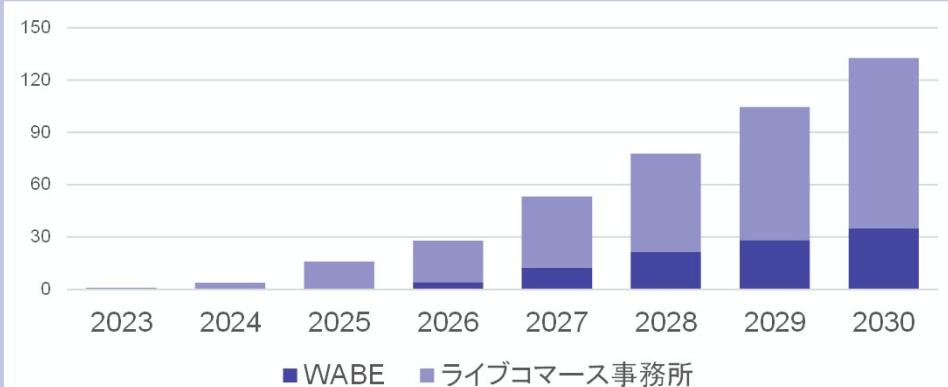
実施体制

- 採用戦略**：経営陣直下でリーダー人材+PM・エンジニア・営業の採用強化を進め、57名（常用）→130名体制へ拡大（2030年／年率約18%目標）
- 開発・運用**：内製PM×外注開発（機能別ウォーターフォール）で実装、SLAに基づき保守を段階移管。
- パートナーシップ体制**：UUUM（国内送客・案件化）、JAIST（知見の構造化と機能改善への反映）、海外拠点パートナー（現地の倉庫・通関・CS／当社はシステム連携）で分担。

※本宣言は企業自身がその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

売上高100億円実現の詳細戦略

事業別売上推移



実施体制について

戦略的パートナーシップ

UUUM株式会社

2025/5/8に包括業務提携。国内最大級のMCNを活用し、インフルエンサーネットワークでの送客／コンテンツ企画連携／B2B協業を推進。Cellestのライブコマース運営ノウハウとUUUMのクリエイター基盤で、案件創出と集客の両輪を拡大。

北陸先端科学技術大学院大学 (JAIST)

2024/11/27より産学連携。「日本のライブコマースの知識構造化」を共同推進し、24/11-25/2は情報交換・調査、25/3以降は現場ワーク／講習会へ展開。成果はUI/UXの改善に還元。

金融機関

2025/5に複数金融機関によるデットファイナンスで累計9.4億円を調達。WABEの開発・運営、マーケ、成長に伴う人員・設備投資に充当し継続的な資金調達体制を確立。

海外現地パートナー

越境PoC（国・期間・KGI）→本格の段階展開を想定。現地の物流・決済・CS/返品はパートナーが担当し、当社は言語・決済・物流API等のシステム連携に注力。

市場の成長度

購買の主導権はZ世代を中心に、「機能で選ぶ」から「共感で選ぶ」へと移り変わり、動画を通じて体験やストーリーを共有する“体験購買”が定着しつつあります。こうした構造変化の中で、ライブコマースを支えるプラットフォーマーが新しい流通の主役になりつつあります。いまが、その標準を確立する転換期です。



成長戦略と重点施策

① WABEプラットフォームの高度化とAI活用

② ライブコマース運営力と人材育成の深化

③ 業界・外部連携による販路の拡張

④ 地域企業との共創による販路DXと社会的波及

⑤ 強い組織づくりと負け上げ・人材成長の両立