



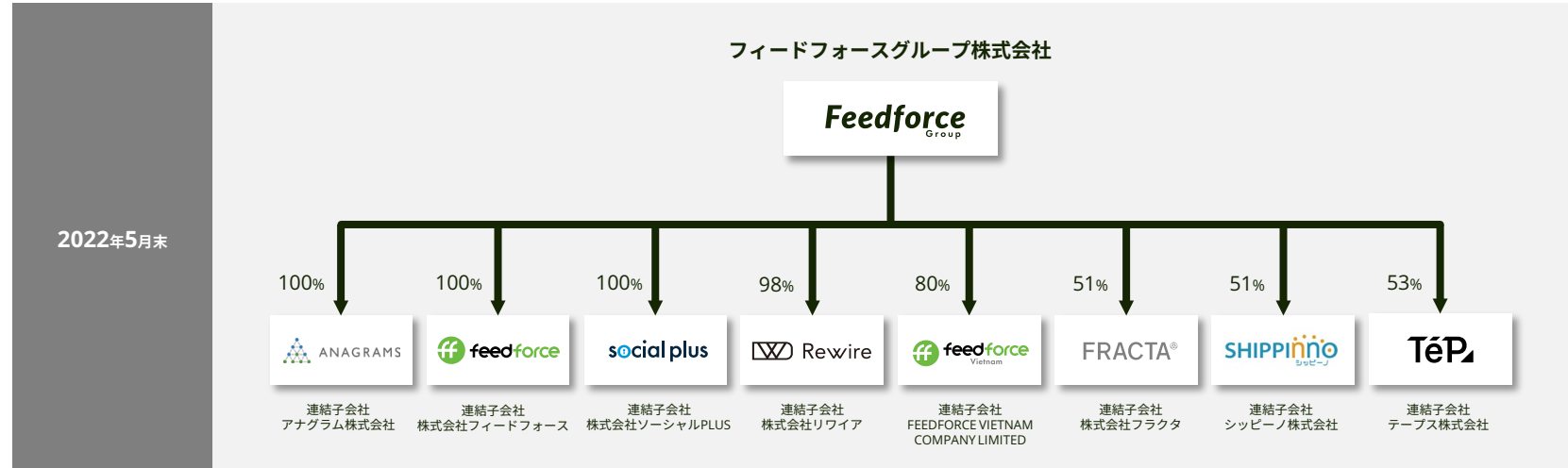
2023年5月期Q3 決算説明資料
(事業計画及び成長可能性に関する事項)

2023年3月30日

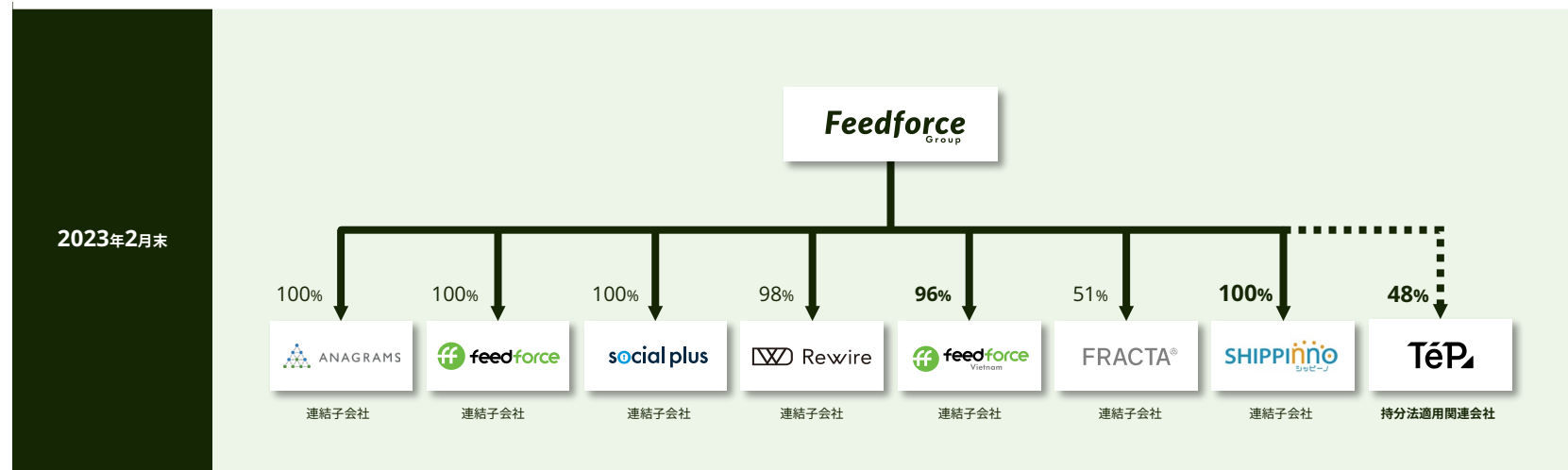
目次

01	決算ハイライト	2
02	事業計画及び成長可能性に関する事項	15
	ビジネスモデル	16
	市場環境	29
	競争力の源泉	32
	事業計画	37
	リスク情報	57

主要グループ会社関係図



第三者割当増資によりテープスは連結範囲から除外（連結範囲除外に伴う業績への影響はQ4以降）



連結業績概要

(百万円)

	2022/5期 Q3累計 連結	2023/5期 Q3累計 連結	YoY	2022/5期 Q3 連結	Q4 連結	2023/5期 Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	QoQ
取扱高	8,696	9,788	+12.6%	2,889	3,249	3,059	3,239	3,489	+7.7%
売上高	2,112	2,901	+37.4%	739	892	904	976	1,021	+4.6%
EBITDA※	851	873	+2.6%	259	286	233	296	342	+15.4%
営業利益	713	687	△3.5%	205	217	160	241	285	+18.2%
経常利益	699	679	△3.0%	192	212	158	240	280	+16.8%
税金等調整前 当期純利益	690	353	△48.8%	192	227	△191	240	305	+27.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	433	83	△80.8%	121	169	△250	133	200	+50.4%

連結業績

Q2以降QoQ増収増益を継続

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

連結セグメント業績概要

(百万円)

	2022/5期 Q3累計 連結	2023/5期 Q3累計 連結	YoY	2022/5期 Q3 連結	Q4 連結	2023/5期 Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	QoQ
PS事業※									
売上高	1,519	1,589	+4.6%	496	491	497	541	550	+1.7%
セグメント損益	671	742	+10.6%	210	207	223	255	263	+3.0%
SaaS事業									
売上高	534	668	+25.1%	191	199	209	224	233	+4.1%
セグメント損益	205	271	+31.8%	75	95	87	81	102	+25.9%
DX事業									
売上高	58	643	+999.9%	51	202	197	209	236	+12.6%
セグメント損益	△164	△ 326	—	△80	△85	△150	△95	△ 80	—

PS事業

YoY・QoQともに増収増益

SaaS事業

YoY・QoQともに増収増益

DX事業

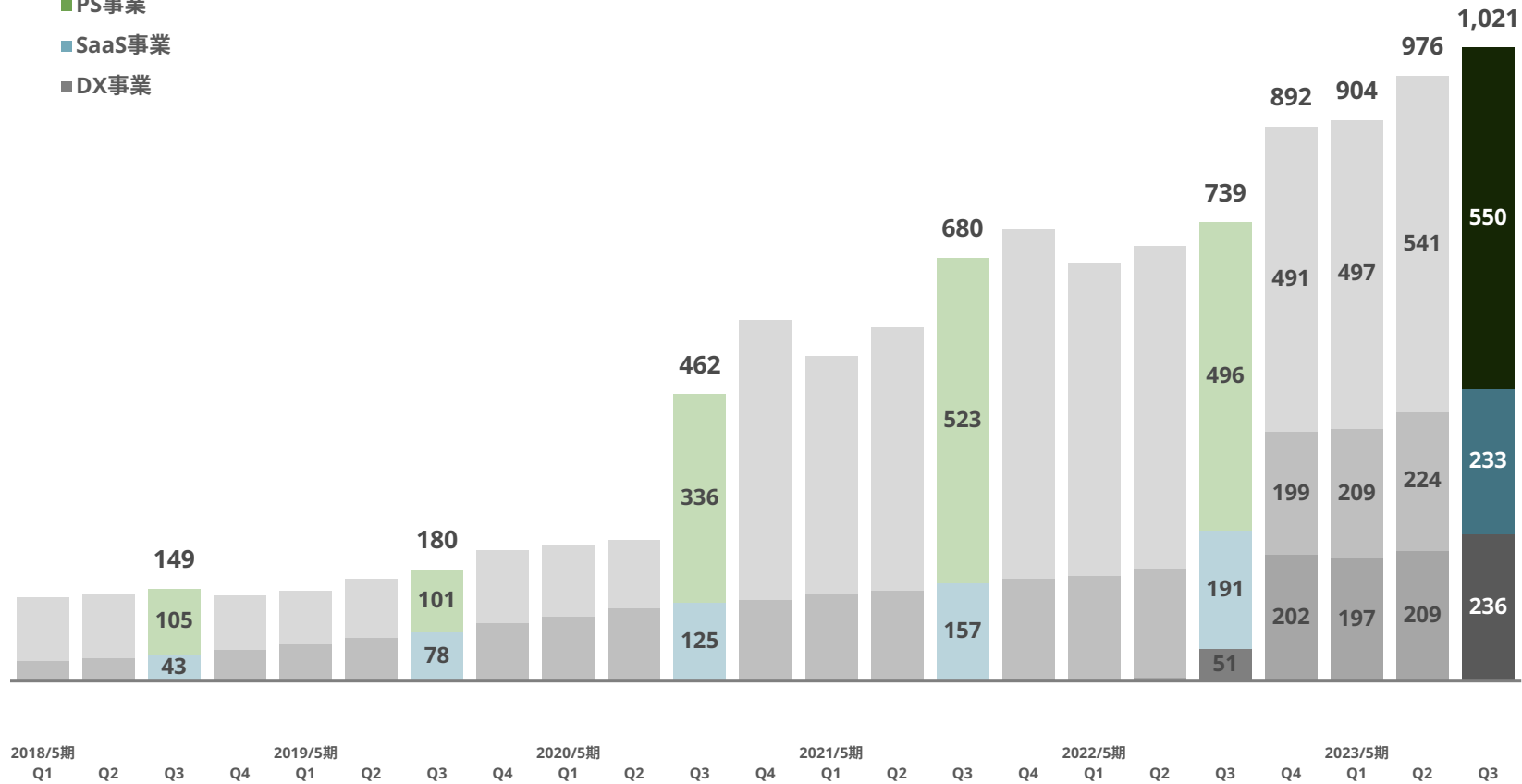
QoQで損失減少

※ PS事業はプロフェッショナルサービス事業の略

売上高四半期推移

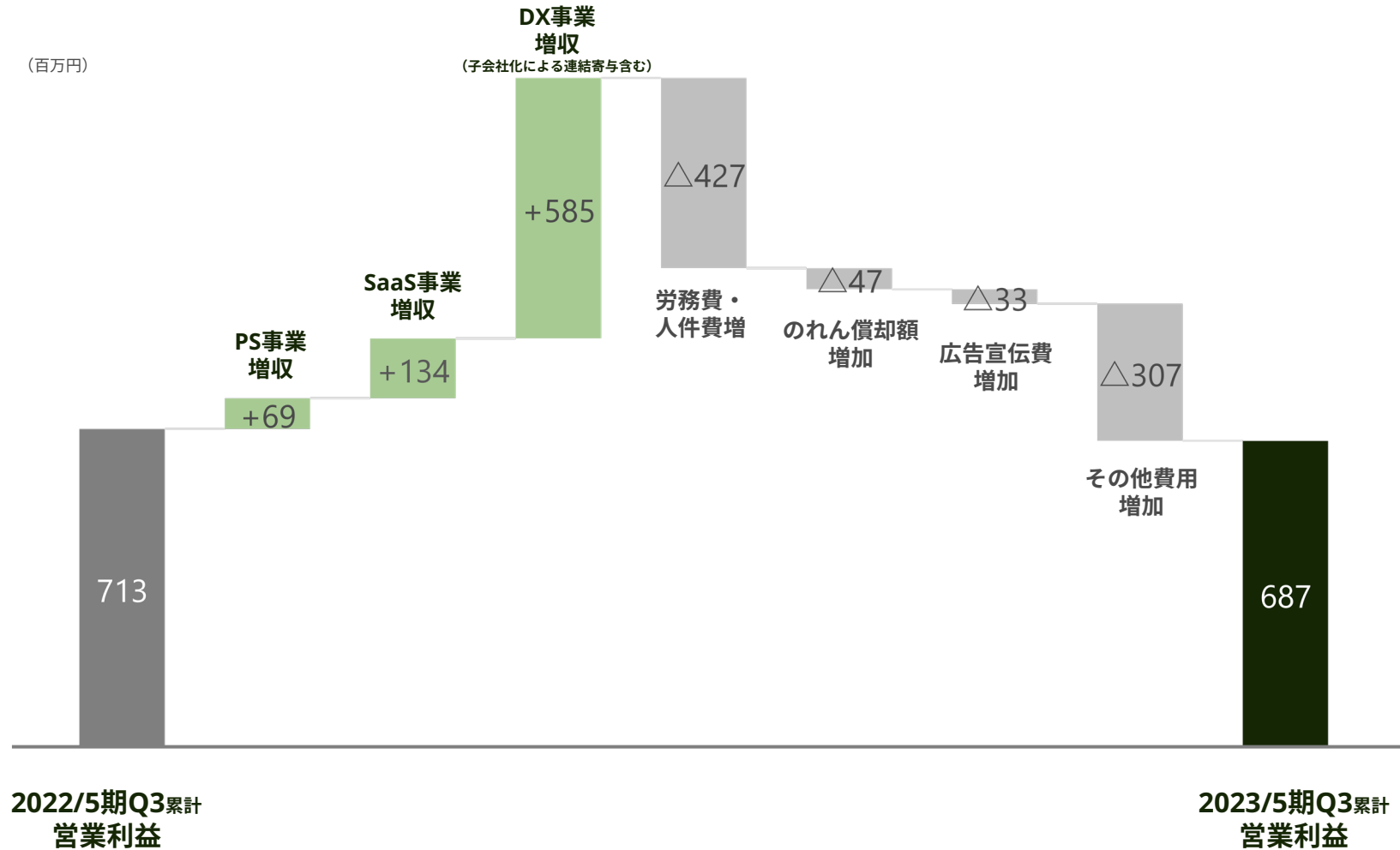
(百万円)

- PS事業
- SaaS事業
- DX事業



全セグメントでQoQ増収

営業損益増減要因 YoY

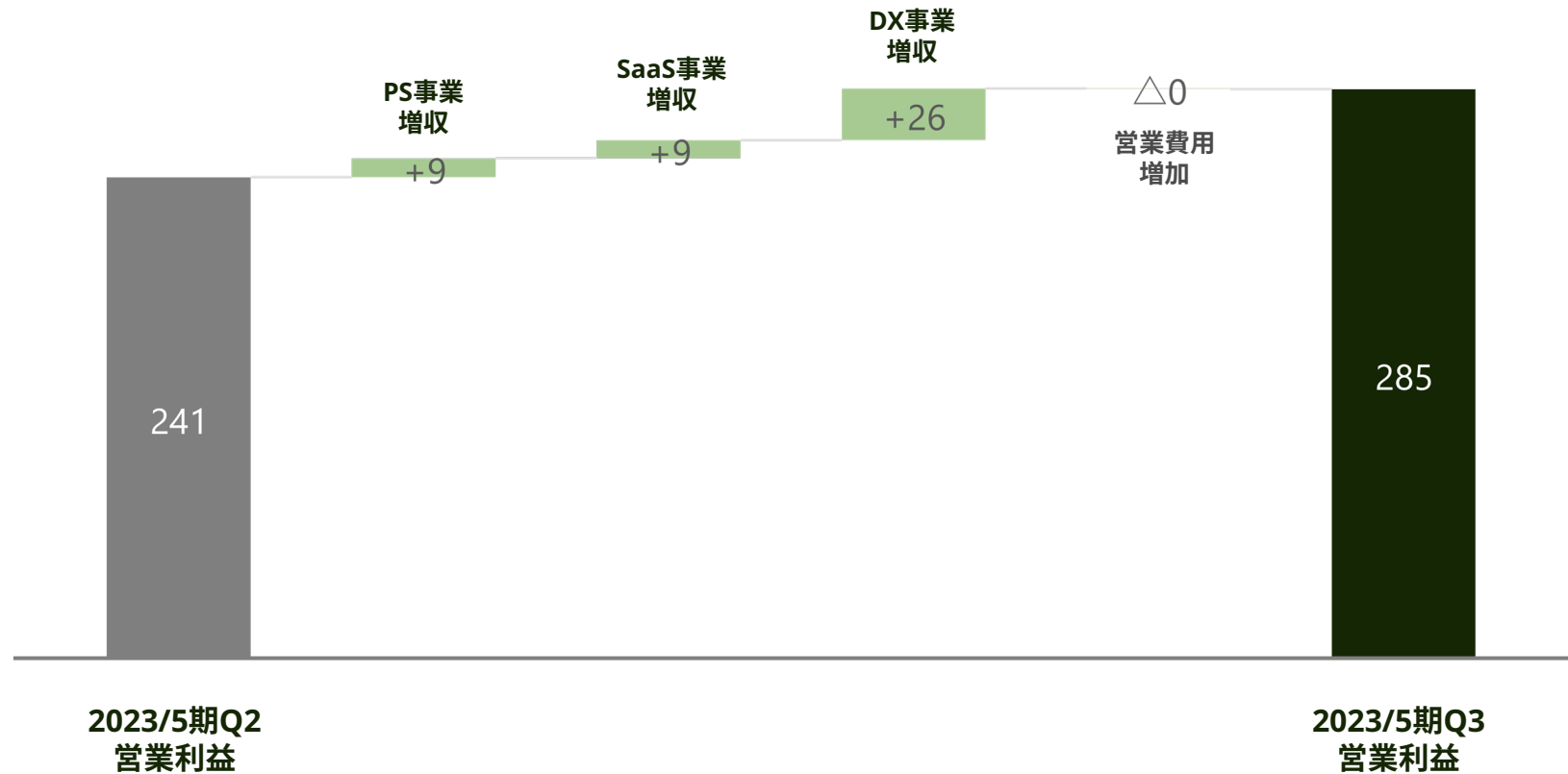


シッピーノ・テープス・フラクタの連結子会社化によりDX事業売上高が大幅増収も、人件費も大幅に増加

営業損益増減要因 QoQ

(百万円)

各事業セグメントの増収に加え、コストコントロールも寄与し増益



サービス別売上高

(百万円)

	2022/5期 Q3累計 連結	2023/5期 Q3累計 連結	YoY	2022/5期 Q3 連結	Q4 連結	2023/5期 Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	QoQ
PS事業	1,519	1,589	+4.6%	496	491	497	541	550	+1.7%
Anagrams	1,145	1,505		370	361	467	514	523	
Feedmatic	239	—		81	86	—	—	—	
その他	134	84		44	42	29	27	27	
SaaS事業	534	668	+25.1%	191	199	209	224	233	+4.1%
EC Booster	41	37		14	14	12	11	14	
dfplus.io	163	221		58	62	68	73	79	
ソーシャルPLUS	329	408		119	122	128	139	140	
DX事業	58	643	+999.9%	51	202	197	209	236	+12.6%
FRACTA	—	429		—	143	129	137	162	
Shippinno	42	95		45	47	34	31	30	
TePs	3	47		—	—	16	15	16	
Shopifyアプリ等	13	71		5	11	17	26	27	

PS事業

YoY・QoQともに増収

SaaS事業

YoY・QoQともに増収

DX事業

FRACTA売上増により、QoQでも増収

営業費用

(百万円)

	2022/5期 Q3累計 連結	2023/5期 Q3累計 連結	YoY	2022/5期 Q3 連結	Q4 連結	2023/5期 Q1 連結	Q2 連結	Q3 連結	QoQ
営業費用	1,399	2,213	+58.2%	533	675	743	734	735	+0.1%
売上原価	618	1,014	+63.9%	221	285	323	346	343	△0.9%
労務費	492	688		169	194	213	222	252	
経費等	126	320		52	91	110	124	91	
販売費及び一般管理費	780	1,199	+53.7%	311	389	420	387	391	+1.0%
人件費	419	644		170	208	214	205	223	
経費	361	555		140	181	205	182	168	
研究開発費	9	—		3	3	—	—	—	
採用研修費	22	42		11	12	14	18	9	
広告宣伝費	19	52		8	13	31	8	12	
減価償却費	92	97		31	35	31	32	33	
のれん償却額	44	87		21	35	35	25	25	
その他	173	276		65	81	92	97	86	

QoQで、人件費は増加したが営業費用全体では横ばい

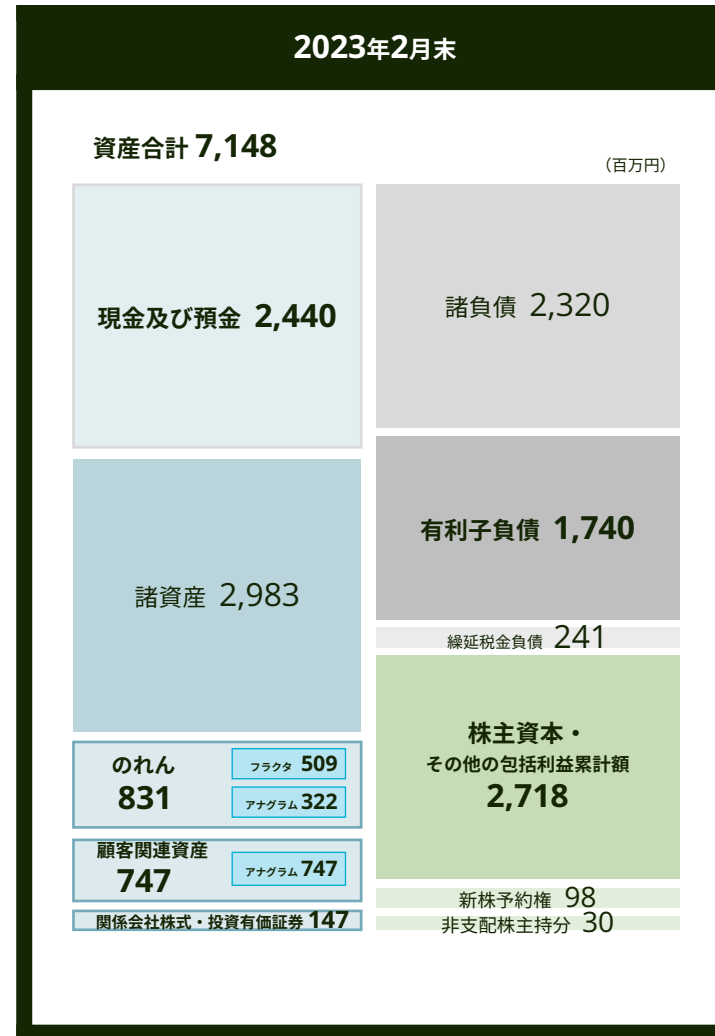
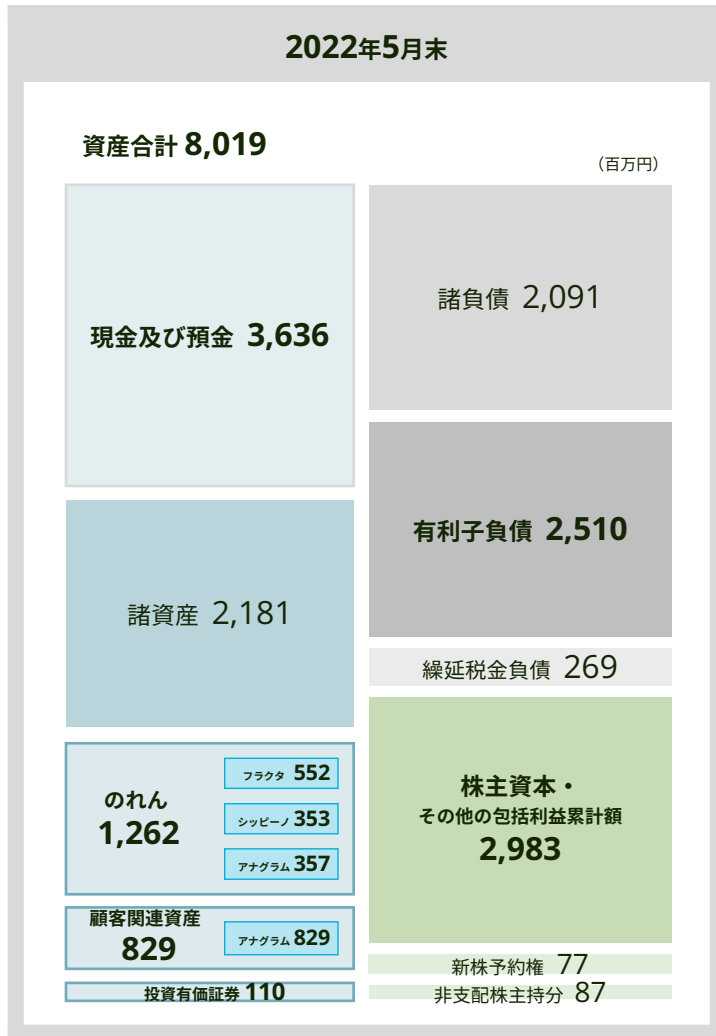
財政状態

(百万円)

	2017/5末 個別	2018/5末 個別	2019/5末 個別	2020/5末 連結	2021/5末 連結	2022/5末 連結	2023/5期Q3 連結	前期末比
流動資産	394	320	426	3,528	4,915	5,503	5,117	△386
固定資産	28	25	44	1,690	1,552	2,515	2,031	△484
資産合計	422	345	470	5,219	6,467	8,019	7,148	△870
流動負債	205	192	322	1,370	2,255	2,861	2,589	△271
固定負債	134	99	50	2,018	1,810	2,009	1,711	△297
負債合計	339	291	373	3,389	4,065	4,870	4,301	△569
株主資本	83	54	97	957	2,366	2,983	2,721	△262
その他の包括利益累計額	—	—	—	—	—	△0	△3	△3
新株予約権	—	—	—	—	32	77	98	+20
非支配株主持分	—	—	—	872	2	87	30	△56
純資産合計	83	54	97	1,829	2,401	3,148	2,847	△301

借入金返済・自己株式取得（消却）
により、負債合計及び純資産が減少

連結貸借対照表内訳



借入金返済・自己株式取得（消却）により、現預金が減少

オフィス移転について

現拠点

東京都 文京区湯島	   
東京都 渋谷区千駄ヶ谷	
東京都 渋谷区桜丘町	
神奈川県 茅ヶ崎市中海岸	 
ベトナム民主共和国 ホーチミン市	



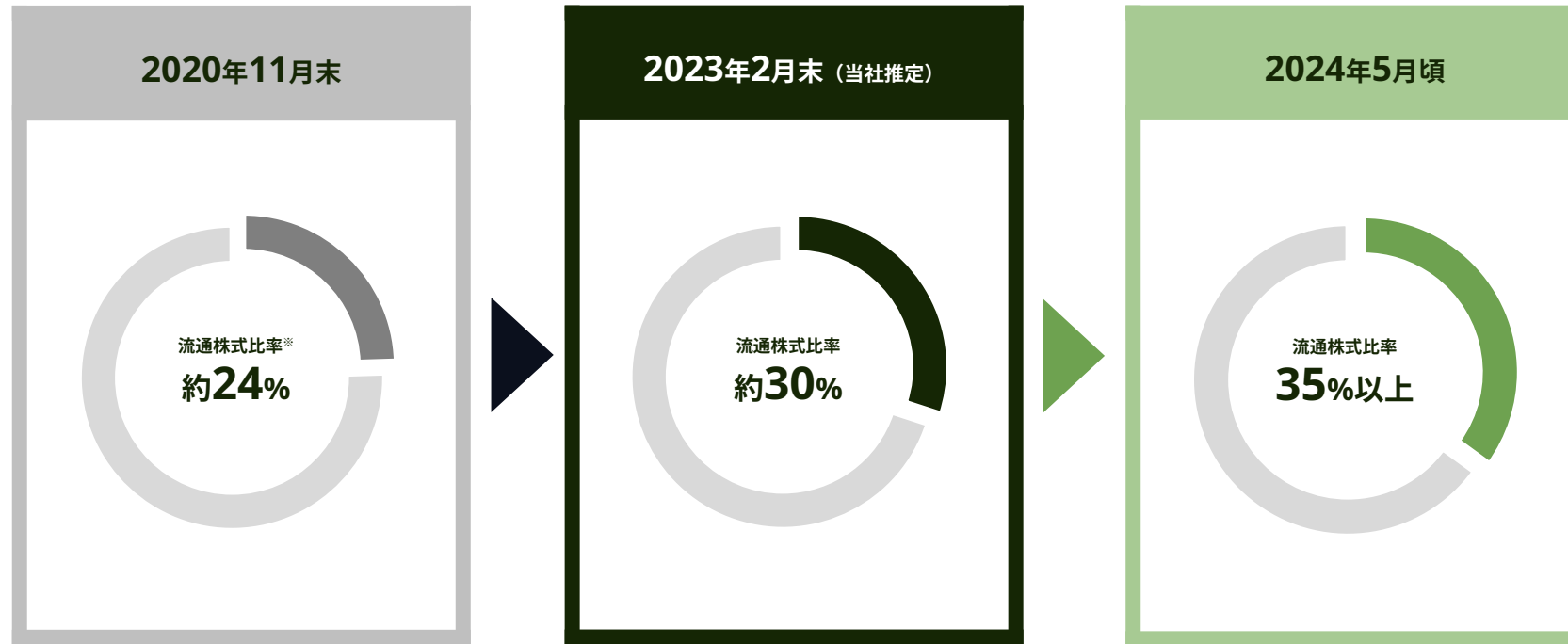
新拠点 (2023年9月頃～)

東京都 港区南青山	   
東京都 渋谷区千駄ヶ谷	
神奈川県 茅ヶ崎市中海岸	
ベトナム民主共和国 ホーチミン市	

グループ会社拠点集約を目的として、
本社移転（2023年9月頃）を決定

現オフィスの退去関連費用は、当期
に特別損失として計上予定（金額は
算定中）

当社流通株式比率の見通し



2024年5月頃に流通株式比率35%以上を目指す

※ 上場株式数に対する流通株式数（上場株式数から、「上場株式数の10%以上を所有する株主が所有する株式数」、「役員所有株式数」、「自己株式数」、「役員以外の特別利害関係者が所有する株式数」、「国内の普通銀行、保険会社及び事業法人等」及び「その他固定的と認める株式数」を除いた株式数）の比率

ビジネスモデル

Business Model

(1) 事業の概要 事業セグメント概要と子会社の事業領域

	PS事業	SaaS事業	DX事業	
概要	<ul style="list-style-type: none"> インターネット運用型広告代理 データフィード作成代行サービス 	<ul style="list-style-type: none"> IDでユーザーとつながるLINE CRM・ソーシャルログインサービス データフィード管理ツール ショッピング広告自動出稿ツール 	<ul style="list-style-type: none"> Shopifyによるブランディング・EC構築支援サービス Shopifyアプリ・EC業務自動化支援ツール 	
各社の 事業領域	 feedforce	✓	✓	✓
	 ANAGRAMS	✓		
	 social plus		✓	
	 FRACTA®			✓
	 SHIPPINNO ショッピング			✓
	 TéP			✓
	 Rewire			✓
	 feedforce Vietnam			✓

PS事業はアナグラム、SaaS事業はソーシャルPLUS、DX事業はフラクタが中核会社



私たちが叶えたいことは、お客さま自身も気づいていない「会社の隠れた魅力を発掘」し、ビジネスを成功に導くこと。運用型広告の運用だけにとどまらず、お客さまのビジネスを成功につなげるためにあらゆることをサポートするパートナーのような存在でありたいとアナグラムは考えています。

— アナグラムの特徴と強み —

運用型広告に圧倒的に強い
マーケターがいる



ビジネス全体、マーケット全体の
相談ができる



営業と運用を分けない、
一気通貫な体制



ecbooster

最短5分、
完全無料で
Googleに商品掲載

EC Boosterとは

「EC Booster」は、中小規模のEC事業者をターゲットにした、ECの集客業務を自動化するサービスです。現在は、「Google 無料リスティング」「Google ショッピング広告」への掲載・運用を自動化しており、EC事業者様が手がけるこだわりの商品を、Google検索におけるECの一等地へ簡単に掲載できます。

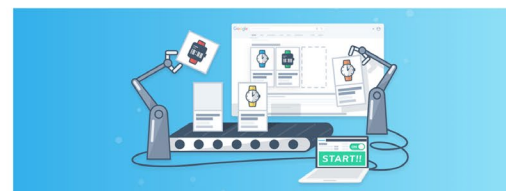


簡単出稿・自動運用機能



最短5分の初期設定でお使いのECサイトから自動出稿! 運用の手間もかかりません。難しい審査対応などを全自動で対応! 日々の運用も全て自動で行われるので安心です。

出稿ステータス通知機能



Google上で掲載されていない商品はあるのか? を自動的にお知らせ。Google上で不承認が発生していた場合、対応方法も一緒にご連絡するので、すぐにECシステム上で改善でき、機会損失を最小化できます!

カイゼンカード



EC Boosterが持つ、膨大な広告配信、商品掲載実績を元に、「商品データ改善アドバイス」を行う機能です。売れるECサイトが必ず実践している、ユーザビリティを向上させるための商品情報の改善の成功ノウハウを提供します。





データフィードで
商品データを
トップセールスに。

データフィード管理ツール 「dfplus.io」

「dfplus.io」は、ECの商品データ、人材の求人票データ、不動産の物件データなどをマーケティングにフル活用するためのデータフィード管理ツールです。Googleショッピング広告、Criteo、Facebook、Indeedなどのデータフィード広告はもちろん、レコメンド、提携サイトとのデータ連携、ソーシャルコマースまで、少人数チームでも無理なく成果を出しやすい運用環境を実現します。



手元で完結

手元でデータフィード作成・管理が完結するため、コミュニケーションコストを大幅削減。スピーディな施策実施が可能です。



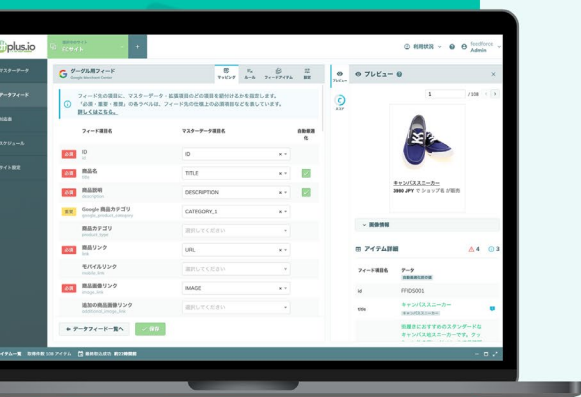
強力な機能

自動最適化をはじめ、フィード自動作成、人的ミス回避など、年100回以上の機能改善を行っています。主要媒体に標準対応。



初心者も安心

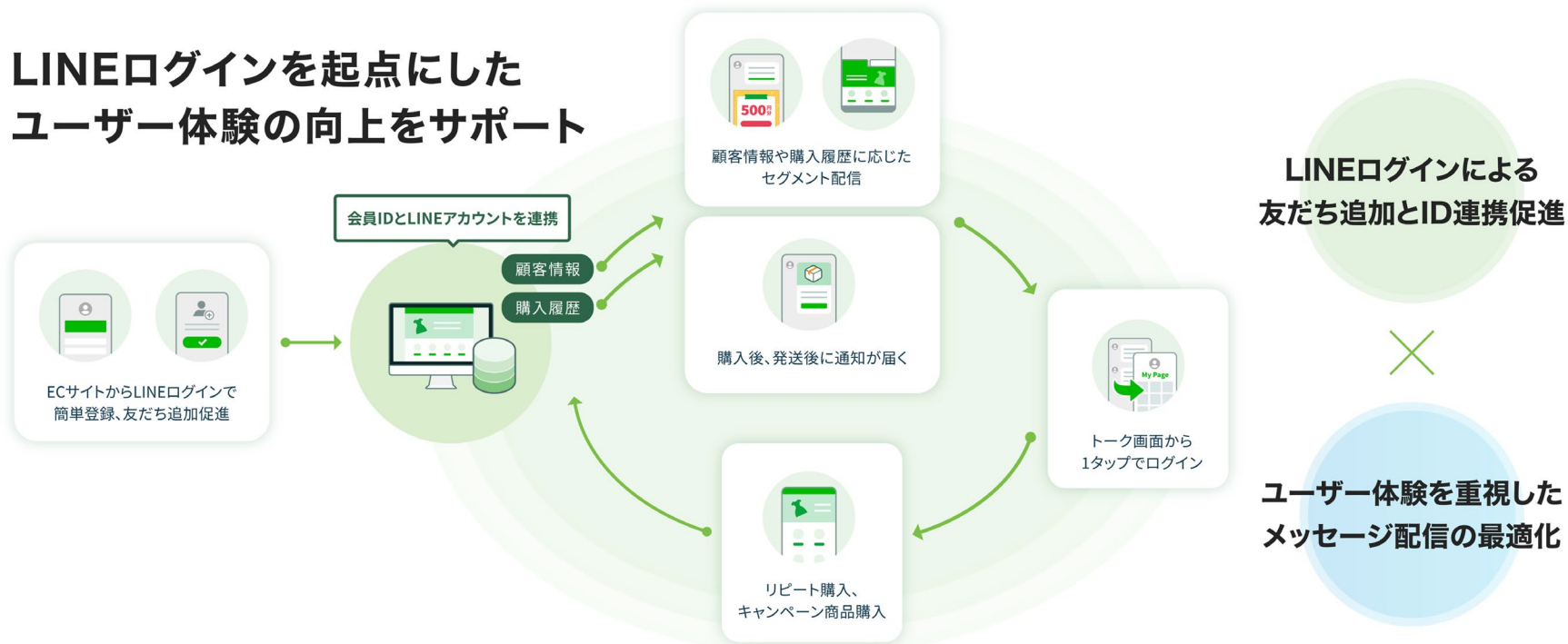
データフィード初心者の方にもわかりやすいUIで、「詳しい人」に属人化しない運用体制を実現します。サポートも充実。



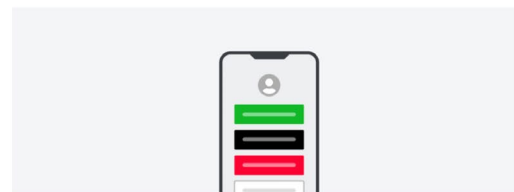
social plus

ソーシャルログイン導入を、
もっと手軽に。

LINEログインを起点にした ユーザー体験の向上をサポート

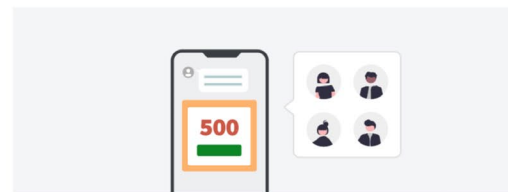


会員登録・購入フローの簡略化



ソーシャルログインで取得した個人情報を会員登録フォームに自動入力させることで、会員登録がグッと簡単に。
また、会員IDとSNSアカウントのIDを紐付けることで、ユーザーは使い慣れたSNSアカウントで簡単にログインができます。

LINE公式アカウントを活用したCRM

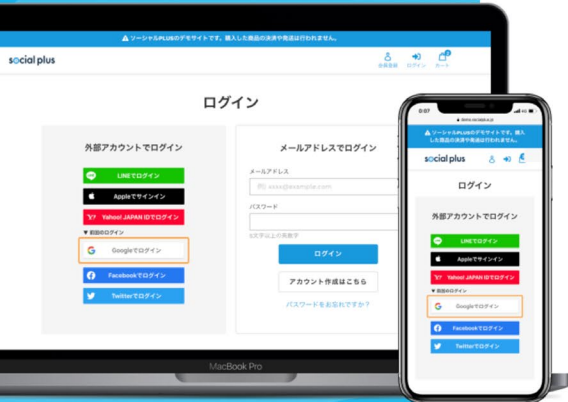


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

ShopifyとLINEを連携



ソーシャルログインの導入と、ShopifyとLINEを連携したCRM施策を手軽に実現。
Shopifyの顧客情報や購入履歴に応じたセグメント配信はもちろん、購入・発送完了をトリガーにしたLINE通知メッセージの自動配信等の実現もサポートします



FRACTA[®]

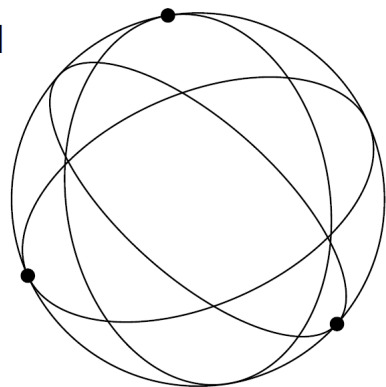
TOTAL BRANDING PARTNER

FRACTAは、ブランドの輝きを社会に実装するトータルブランディングパートナーです。

私たちはブランディングとマーケティング、そしてテクノロジーとデザインの力で
企業の新規事業開発から、すでにあるブランドの核を再発見し社会に実装することまで
総合的な課題解決でブランドと共に未来へと伴走していきます。

FRACTAが提供する3つのサービス

01

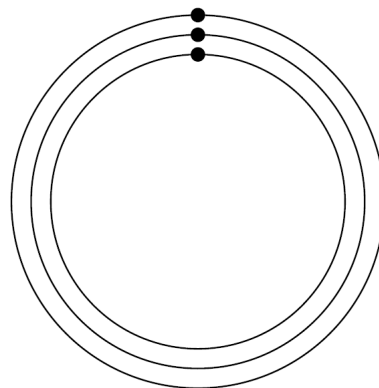


One by One

ブランドコンサルティングサービス

「ブランド専任チーム」を組み立て、
ブランドと伴走してプロジェクトを進行

02

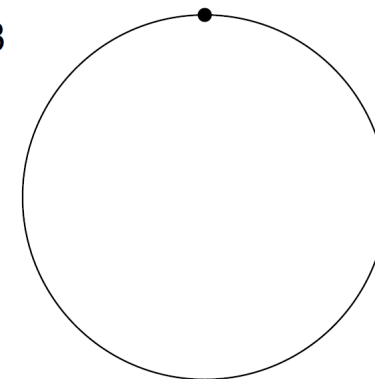


Star Tracker

ブランディングオンラインサービス

ブランド運営に関するツールやノウハウを
一元化して提供し、ブランドの自走を促進

03



Branding Camp

ブランディング・コマース教育サービス

ブランディングやECに関する知識教育を
通じてブランドの活性化を促進

シッピーノは、受注から出荷依頼、在庫同期、購入者へのメール送信まで、24時間自動で処理を行います。任意のモールと物流倉庫間での出荷、発送に関わるデータ連携を自動化するサービスです。



<https://www.shippinno.net/>

モール・システム

物流サービス

- Amazon(出品者出荷)
- 楽天市場
- Yahoo!ショッピング
- PayPayモール
- ネクストエンジン
- Shopify

- FBAマルチチャネルサービス
- ロジガードZERO対応倉庫
- LogiMoPro
- SBロジスティクス
- 佐川グローバルロジスティクス
- その他国内倉庫
(CSVで出荷指示を行う全ての倉庫)

TēPs

TēPs

必要なツールを 自分でつくる

ECに特化したノーコードツール



TēPs では、API を介してさまざまなシステムやサービスを接続し、実現したい事柄に合わせて、それぞれが持つ無数の機能やデータをパズルのように組み合わせることで自在に利用することができます。この組み合わせの柔軟性によって、既存のサービスだけではカバーできない領域を埋めるツールの作成が可能です。

TēPs は、2021年3月より「Tetra」として、クラウド（SaaS）型ECプラットフォーム「ネクストエンジン」を利用するユーザーを中心に一部の機能を提供してきました。現在100を超える事業者への導入実績があり、毎日20,000回を超えるフローを実行しています。

<https://teps.io/>

さまざまな
サービスと接続



組み合わせの
柔軟性

コピー実行
15分ごとに実行

レポート取得
レポートを取得

フローループ
行ごとに繰り返す

ワークシート更新
Google スプレッドシートを更新

Slack! メッセージ送信
在庫不足の商品を通知

実際の業務をもとにした
豊富なテンプレート



Omni Hub

shopify × スマレジ

オムニチャネル 会員連携アプリ

会員連携



ECサイト上に
会員バーコードを表示！

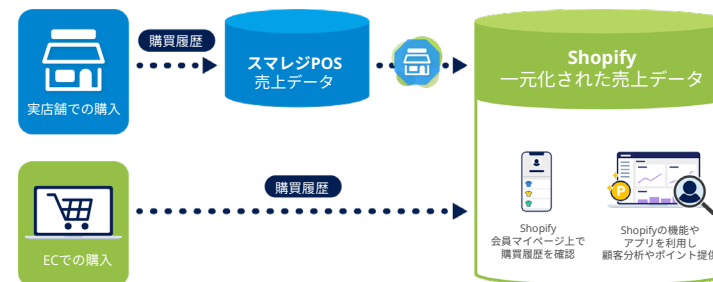


Shopifyの会員情報をスマレジの
会員情報として追加できる

売上連携



オンライン/オフラインの購入状況を一元化
チャネルを横断した分析やCRMを実現！





どこポイで、 ポイント導入



ポイント付与・利用

日本の商習慣に合わせたポイント付与、利用設定



ユーザーごとのポイント管理

イレギュラーのポイント変更、ポイント履歴を表示



ユーザーごとのポイント管理

イレギュラーのポイント変更、ポイント履歴を表示



分析ツール

ポイント利用状況や付与状況などLTV改善のためのデータを表示



エクスポート

どこポイに登録されている顧客情報と、ポイント履歴をCSVファイルでエクスポート



期間限定キャンペーン

購入時の条件（期間、累計金額など）を複数組み合わせることでポイントの付与率変更



Shopify Flowに対応

特定のアクションをきっかけに、自動的にポイントの付与や利用が可能



オフライン店舗とのポイント連携

スマレジ（Omni Hub）やShopify POSで会員やポイント情報を一元化



リワードプログラム

貯まったポイントをアイテムと交換



エクスポート

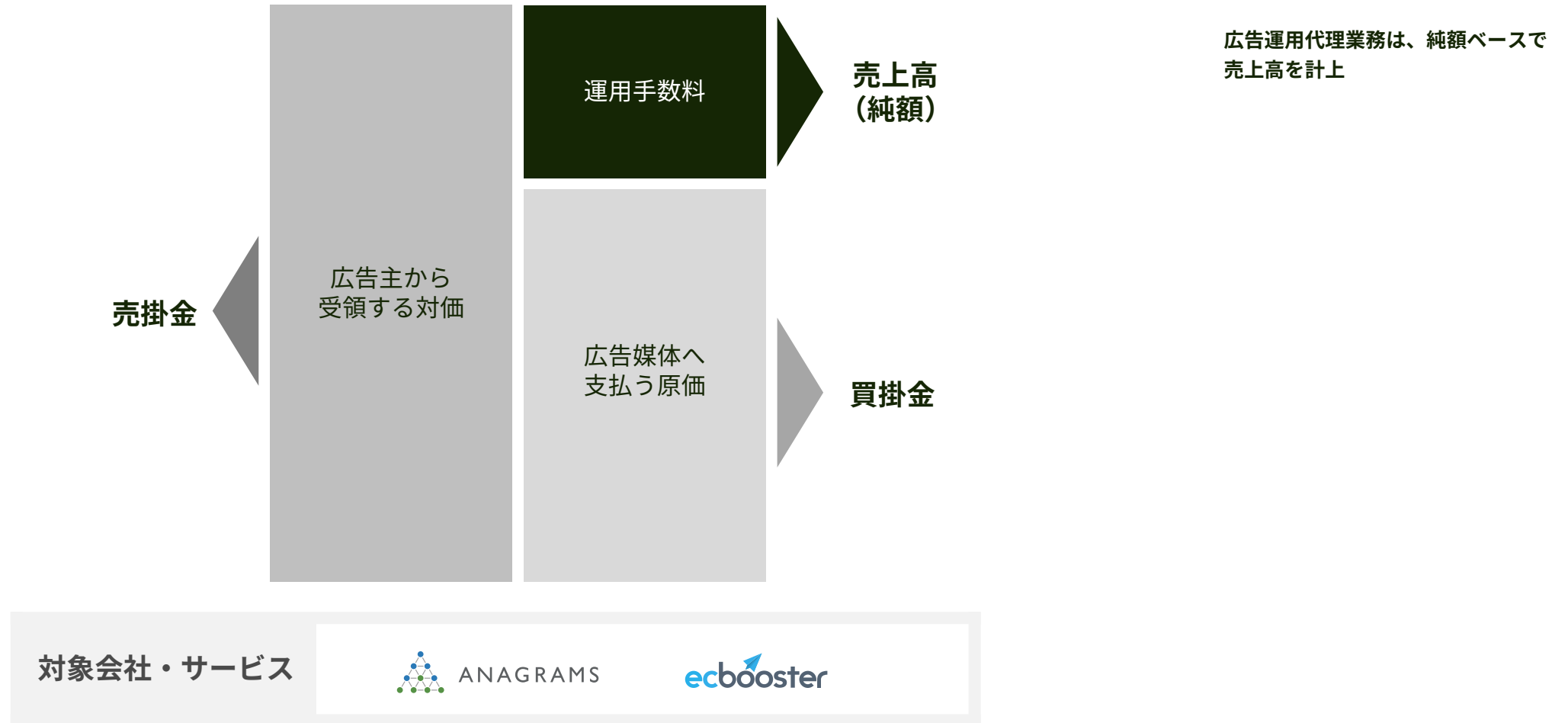
どこポイに登録されている顧客情報と、ポイント履歴をCSVファイルでエクスポート

(2) 事業の収益構造 主要サービス一覧と料金体系

料金体系	PS事業	SaaS事業	DX事業
取扱高に対する料率	顧客の販促費（広告費）に対する料率		顧客の売上高（出荷額）に対する料率
	インターネット運用型広告代行 ANAGRAMS	Googleショッピング広告自動運用ツール ecbooster	ECの出荷・受注業務自動化ツール SHIPPInno 定期購買機能Shopifyアプリ 定期購買
月額固定	データフィード運用アウトソース DF PLUS	データフィード管理ツール dipplus.io ソーシャルログイン&メッセージ配信 social plus LINE活用CRM基盤Shopifyアプリ CRM PLUS on LINE	EC特化ノーコードツール TéP スマレジ連携Shopifyアプリ Omni Hub ポイント機能Shopifyアプリ どこポイ ブランディングオンラインサービス Star Tracker
人月単価			ブランド戦略設計・EC構築支援 FRACTA®

取扱高に対する料率、月額固定、人月単価の収益モデルにより構成

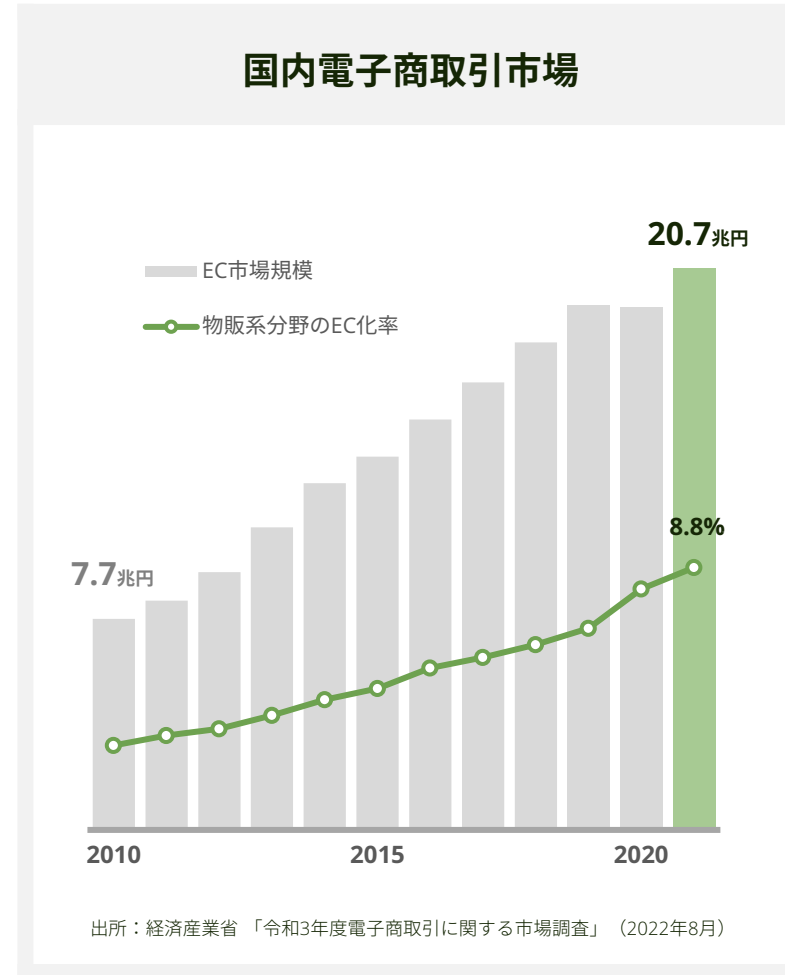
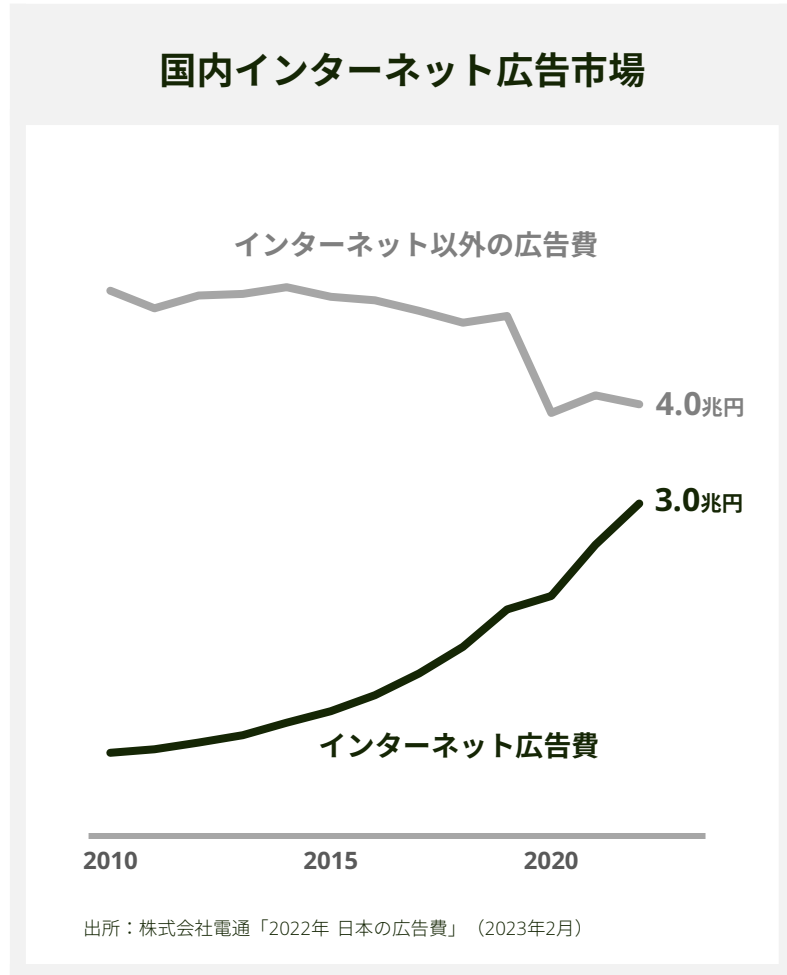
(2) 事業の収益構造 広告運用サービスの収益構造と売上計上方法



市場環境

Market Environment

(1) 市場規模 インターネット広告市場・電子商取引市場

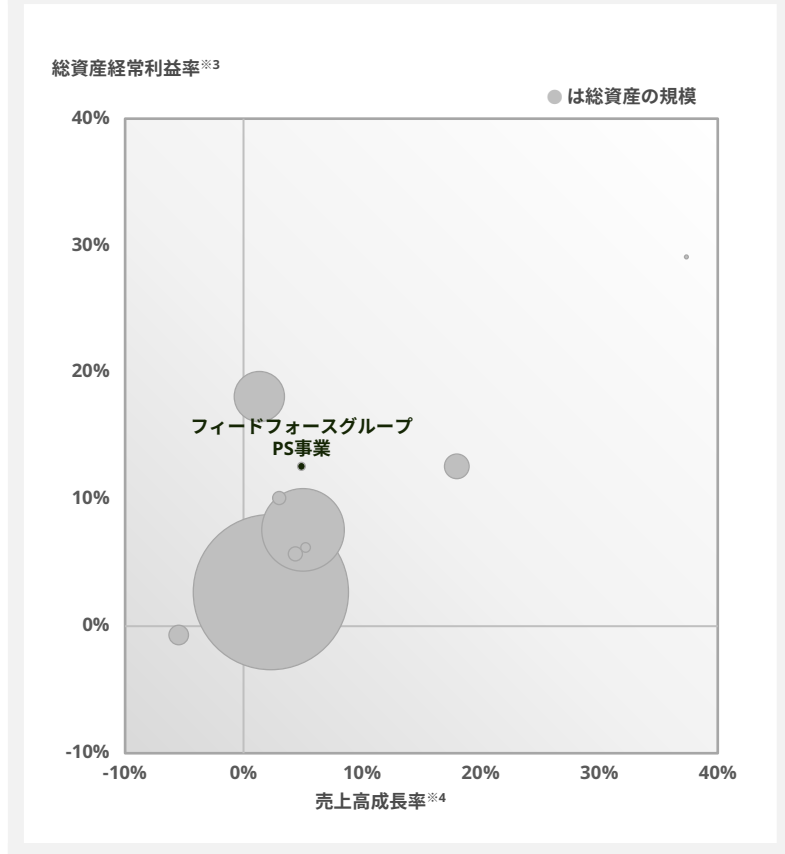


2022年のインターネット広告費は、14.3%成長

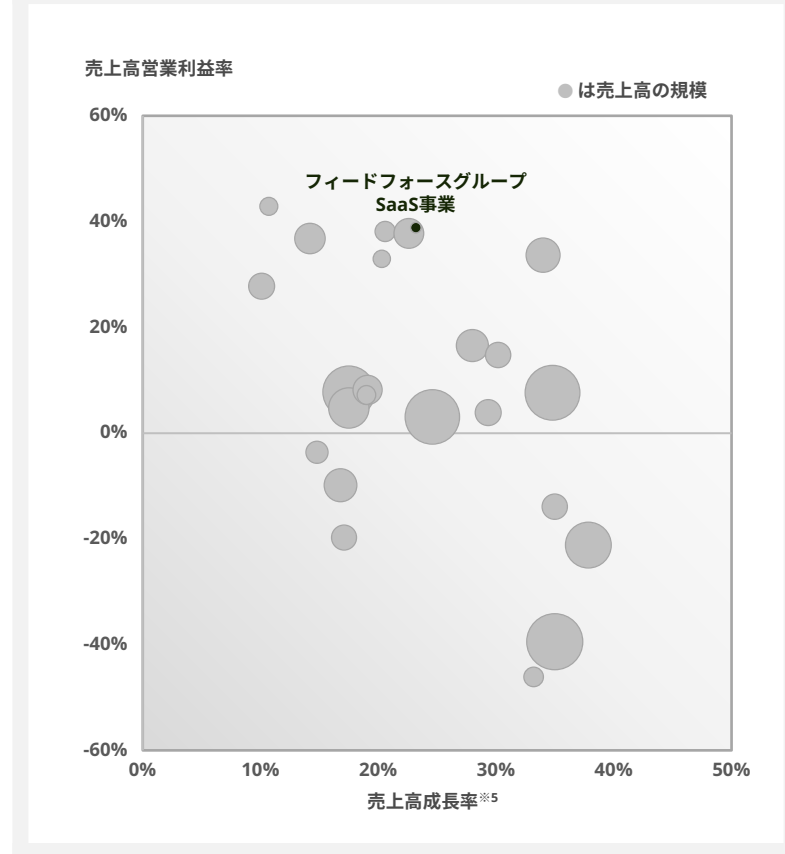
2021年のEC取引市場は、物販系分野において+8.6%成長

(2) 競合環境 国内主要広告代理業・SaaS企業との比較

主要国内広告代理業の成長率・利益率※1



主要国内SaaS企業※2の成長率・利益率



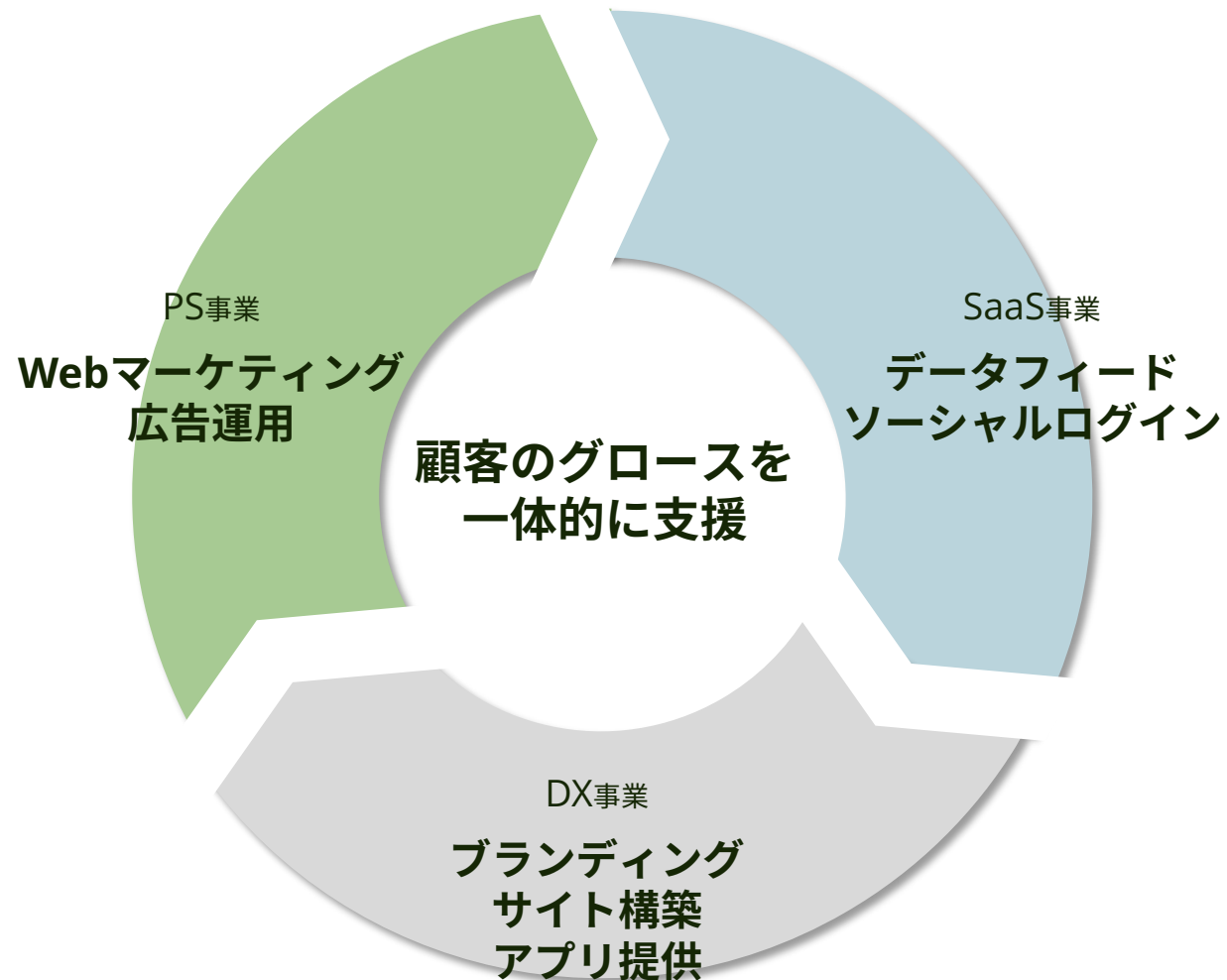
国内における主要な広告代理企業・SaaS企業との比較では、資産・売上規模は劣るものの高利益率を堅持

※1 国内上場する広告代理業を主力とする主要企業の直近決算に基づき算出
 ※2 国内上場するSaaS事業を主力とする主要企業の直近決算に基づき算出
 ※3 IFRS決算は資産合計税引前利益率にて算出
 ※4 会社予想売上高に基づき算出（会計基準変更に伴い売上高予想対前期増減率非開示の会社においては、実績売上高に基づき算出）
 ※5 会社予想売上高に基づき算出

競争力の源泉

Source of competitiveness

(1) 経営資源・競争優位性 事業セグメントのシナジー



- 販売促進（PS事業）
 - ツール提供（SaaS事業）
 - ブランディング・サイト構築・
ECアプリ提供（DX事業）
- を通じて、Eコマース・Webサービス事業者のグロースを支援

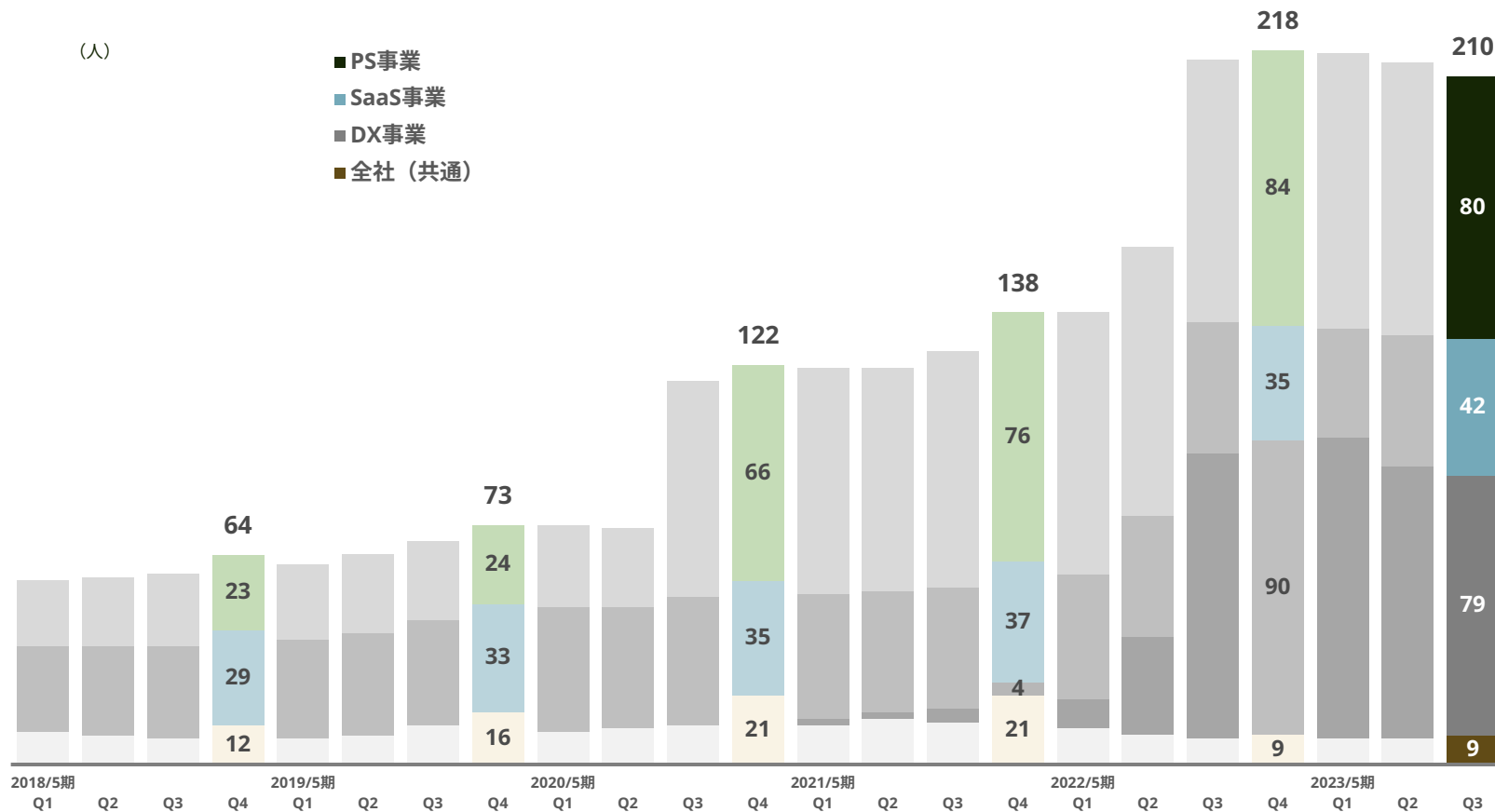
(1) 経営資源・競争優位性 事業セグメントの規模・成長性・収益性・安定性

	PS事業	SaaS事業	DX事業
競争力の源泉	<ul style="list-style-type: none"> □ コンサルティング型の広告運用代行モデルで、高い売上規模と高い収益率を維持 	<ul style="list-style-type: none"> □ 高い限界利益率で、2022年5月期はPS事業に並ぶ高収益率を達成 □ ソーシャルログイン、データフィードツールは国内では競合の少ないサービス 	<ul style="list-style-type: none"> □ ShippinnoとFRACTAの連結により、ウェブサイト構築からバックヤード業務まで含めたEC支援体制を確立 □ Shopifyアプリは高い限界利益率を維持した成長を目指す
売上高	2022年5月期 2,010 百万円	2022年5月期 733 百万円	2022年5月期 261 百万円
人員	2022年5月末 従業員数（正社員のみ） 84 人	2022年5月末 従業員数（正社員のみ） 35 人	2022年5月末 従業員数（正社員のみ） 90 人
成長性			売上高推移 4 百万円 ▶ 261 百万円 (2021年5月期) (2022年5月期)
収益性	売上高営業利益率（2022年5月期） 43.2%	売上高営業利益率（2022年5月期） 38.9%	
安定性		事業セグメント開示開始（2017年5月期）以降 増収増益継続	

セグメントごとに異なる特性を有しているため、利益を拡大しつつ成長投資を継続することが可能

(1) 経営資源・競争優位性 人的リソースの拡充

従業員数（正社員のみ）の推移



グループ従業員数（正社員のみ）は、テープス連結除外（DX事業）影響等により210人に減少

(1) 経営資源・競争優位性 経営メンバー

代表取締役社長
 (株)フィードフォース
 代表取締役社長

塚田 耕司



1992年京都大学工学部卒業後、安田信託銀行を経て、1996年に株式会社ルートコミュニケーションズ設立。
 2006年3月株式会社フィードフォース設立

社外取締役
 (常勤監査等委員)

島田 憲和

2007年横浜国立大学経済学部卒業後、有限責任監査法人トーマツを経て、2022年8月取締役（監査等委員）就任
 公認会計士

グループ執行役員
 (株)ソーシャルPLUS
 代表取締役社長

岡田 風早

2000年東海大学工学部卒業後、自営業、株式会社TMJ、クーコム(株)等を経て、2015年10月(株)フィードフォース入社。
 SaaS事業本部長、執行役員を経て、2021年6月株式会社ソーシャルPLUS代表取締役就任

取締役
 アナグラム(株)
 代表取締役社長

阿部 圭司



2001年3月文化服装学院卒業。卒業後はアパレル・EC事業を対象としたフリーランスとして活動。
 2010年4月アナグラム株式会社設立
 代表取締役就任（現任）

社外取締役
 (監査等委員)

浦 勝則

2002年一橋大学法学部卒業後、ブレイクモア法律事務所を経て、東京丸の内法律事務所入所。
 2017年8月監査役就任、2018年8月取締役（監査等委員）就任
 弁護士

グループ執行役員
 (株)フラクタ
 代表取締役社長

河野 貴伸

2000年からフリーランスのCGクリエイター、作曲家、デザイナーとして活動。
 (株)土屋鞆製造所 デジタル戦略担当取締役（2020年3月まで）を経て、2021年12月フィードフォースグループジョイン。
 Shopify日本初代エバンジェリスト

社外取締役
 (監査等委員)

佐藤 康夫

大学卒業後、(株)旭通信社（現(株)ADKホールディングス）、(株)デジタルガレージ、インフォシーク、グーグル(株)、アタラ合同会社 会長（現任）などを経て、2020年8月取締役（監査等委員）就任

グループ執行役員
 グループ担当

西山 真吾

2000年京都大学工学部卒業後、建設省（現国土交通省）、日興シティグループ証券(株)（現SMBC日興証券(株)）を経て、2017年1月(株)フィードフォース入社

事業計画

Our Business Plan

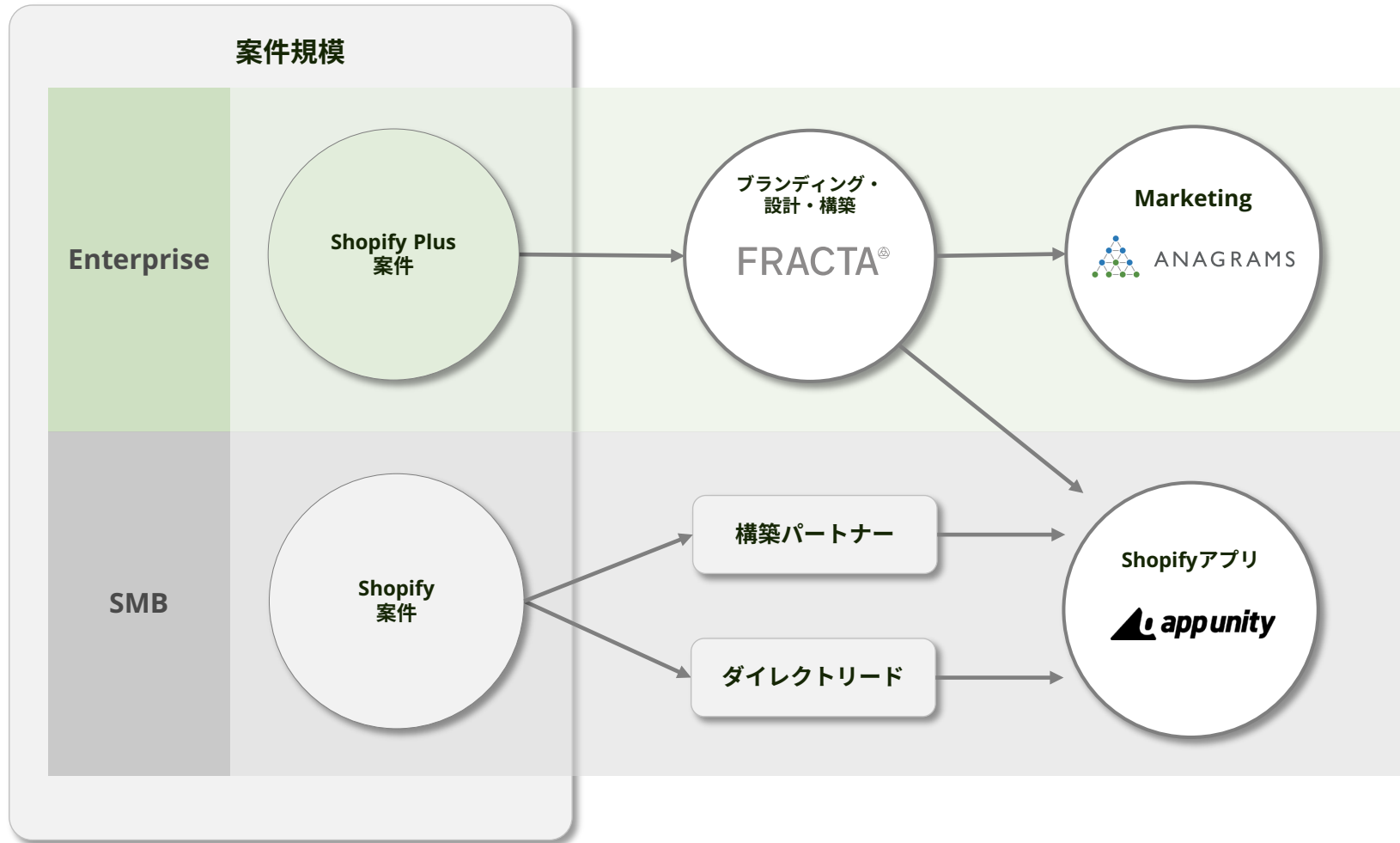
事業計画 サマリー

2023年5月期 計画サマリー	□ 利益水準を維持しつつ、来期以降の成長に向けて体制拡充の投資（主に人員拡充）を実施	PS事業	□ Anagrams人員100名超体制へ
		SaaS事業	□ 機能拡充を実施しつつ増収増益基調維持
		DX事業	□ FRACTAでの人員拡充、App Unityアプリの販売強化

2023年5月期は利益水準を維持しつつ体制拡充を優先し、2024年5月期以降に大幅な利益拡大を目指す

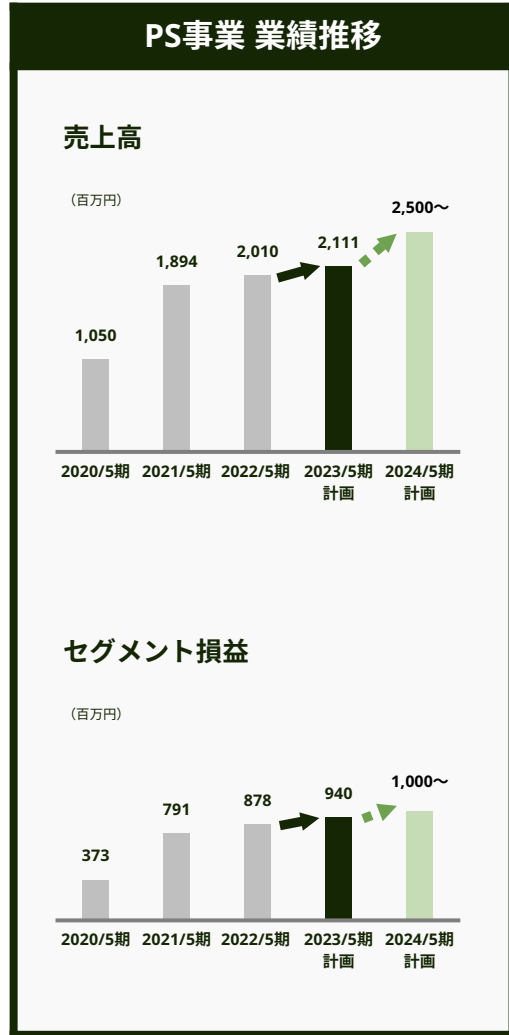
2024年5月期 以降の目標	□ 全セグメントで、売上高・営業利益ともに大きな成長を目指す
	□ 中期目標（売上高50億円・営業利益20億円）は1年以上前倒し（2025年5月期までに達成）を目指す
	□ 利益拡大と同時に、資本効率も意識しROE20%以上を維持

(1) 成長戦略 グループシナジーの追求



エンタープライズとSMB、それぞれにフィットしたバリューチェーンを構築・提供

(1) 成長戦略 PS事業の成長戦略



2023/5期 取組み

- 運用体制強化のための人員拡充

2024/5期以降 成長戦略

- 2024/5期は、
売上高 25億円
セグメント利益 10億円
の達成を目指す

広告運用代行の旺盛な問い合わせに対応できるよう人員体制強化及び教育を優先

ANAGRAMS

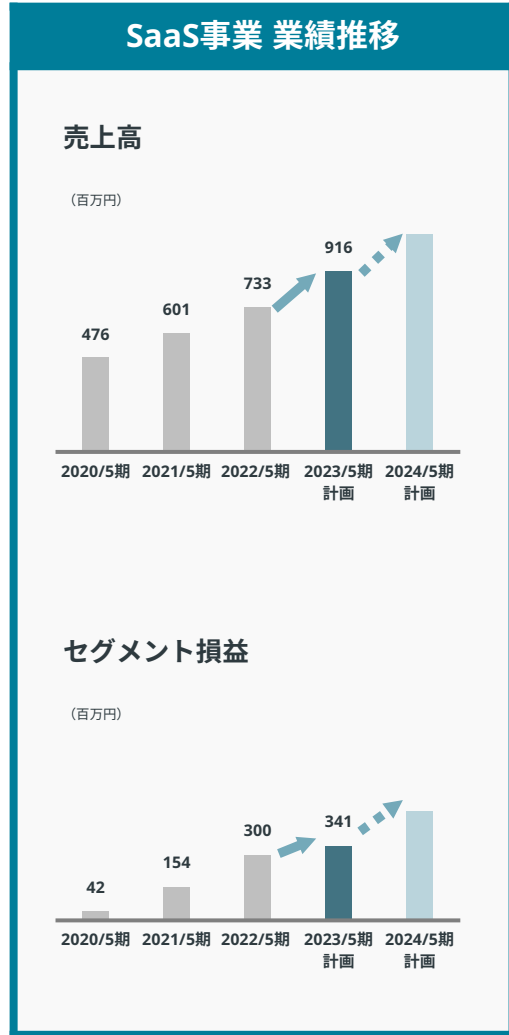
- Feedmatic事業承継に伴い、データフィード広告も含めた総合型インターネット広告代理店へ
- 主要な国内独立系インターネット広告代理店としてのポジションを確立

2022/6吸収分割

- 広告運用体制強化のため、Anagramsにて大幅な増員及び増員人員のコンサルティング能力強化のため、教育研修を優先

期	2021/5期	2022/5期	2023/5期
人員数	52名	84名 (Feedmatic含む)	100名超
属性	実績	実績	計画

(1) 成長戦略 SaaS事業の成長戦略



2023/5期 取組み

- 20%以上の成長と増益を持続



- エンタープライズ中心に拡大。中小の裾野も広げる
- 英語化対応も行い、国外もターゲットに



- エンジニア採用強化。メッセージ機能を中心に開発



- データフィードSaaSとして絶対的なポジションを確立
- 新メディアへの機能拡張 / コーディネートデータ活用 / 動画生成サービスとの連携

2024/5期以降 成長戦略

- 継続的な増収増益で高成長持続

- Shopifyから他プラットフォームにも拡大

- ログインとメッセージ機能の双方で国内トップシェアを目指す

各サービスで機能拡張を実施しつつ増収増益基調を継続

料金体系変更

フリープランを廃止し、新料金プラン新設

エントリープラン	スタンダードプラン	プロプラン
<p>まずはGoogle上に無料で自社商品を掲載したい方へ</p> <p>180円/日 月額最大5,000円(税抜)</p> <p>月間広告予算 1万円未満の方向け</p> <p>掲載面</p>  <p>ショッピングタブ</p> <p>アクセス効果</p> <p>商品数 -1,000個: ~100アクセス/月 商品数 1,000-個: ~500アクセス/月</p> <p>※ご利用ユーザーの平均です。設定予算・商材によって変動します。</p> <p>主な機能</p> <ul style="list-style-type: none"> Google無料リスティング自動掲載 カイズンカード ヘルプサイト 	<p>ECサイトへのアクセスを確実に増やしたい方へ</p> <p>1,000円/日</p> <p>月間広告予算 3万円以上15万円未満の方向け</p> <p>掲載面</p>  <p>・検索結果タブ ・ショッピングタブ 動的検索広告</p> <p>アクセス効果</p> <p>日予算 1,000円: 約1,500アクセス/月</p> <p>※ご利用ユーザーの平均です。設定予算・商材によって変動します。</p> <p>主な機能</p> <ul style="list-style-type: none"> Googleショッピング広告自動掲載 Google無料リスティング自動掲載 Google動的検索広告自動掲載(オプション機能) カイズンカード 広告成果レポート キーワード別成果レポート 商品別成果レポート ヘルプサイト メールサポート メールサポート 	<p>お得な手数料でEC向けGoogle広告をマルッと自動運用したい方へ</p> <p>1,800+広告費円/日 月額最大50,000円(税抜)</p> <p>月間広告予算 15万円以上の方向け</p> <p>掲載面</p>  <p>・検索結果タブ ・ショッピングタブ 動的検索広告</p> <p>アクセス効果</p> <p>日予算 1,000円: 約1,500アクセス/月</p> <p>※ご予算によって大幅に変動いたします。詳しくはサポート窓口までお問い合わせください。</p> <p>主な機能</p> <ul style="list-style-type: none"> Googleショッピング広告自動掲載 Google無料リスティング自動掲載 Google動的検索広告自動掲載(オプション機能) カイズンカード 広告成果レポート キーワード別成果レポート 商品別成果レポート ヘルプサイト メールサポート 優先サポート 新機能の先行提供

新広告メニューの対応開始

Google動的検索広告に対応、他広告メニューへも対応予定



EC Booster
Google動的検索広告
対応開始!

自社ECの売上成長を促進する新機能

◆新広告メニューの概要

EC Booster独自の自動改善機能も搭載し、簡単に運用することができます。

- ・初期設定は不要
- ・日々の広告運用も不要
- ・広告成果はダッシュボードで確認可能
- ・1日1,000円-利用可能



ecbooster 2022年12月22日(木)

無料リスティング成果
ショッピング広告成果

DSAs成果

ペカイズンカード
キーワードレポート
商品別レポート
優先予約シミュレーション

お知らせ 楽天市場検索順位についてのお知らせ

サマリー > DSA成果

売上	サービス利用料金	売上
¥118,225	Google広告費 ¥39,440 手数料 ¥11,834	43,362
CPA 目安獲得単価	ROAS 投資した広告コストの回収率	クリック数
¥3,205	231%	719
		購入数
		16

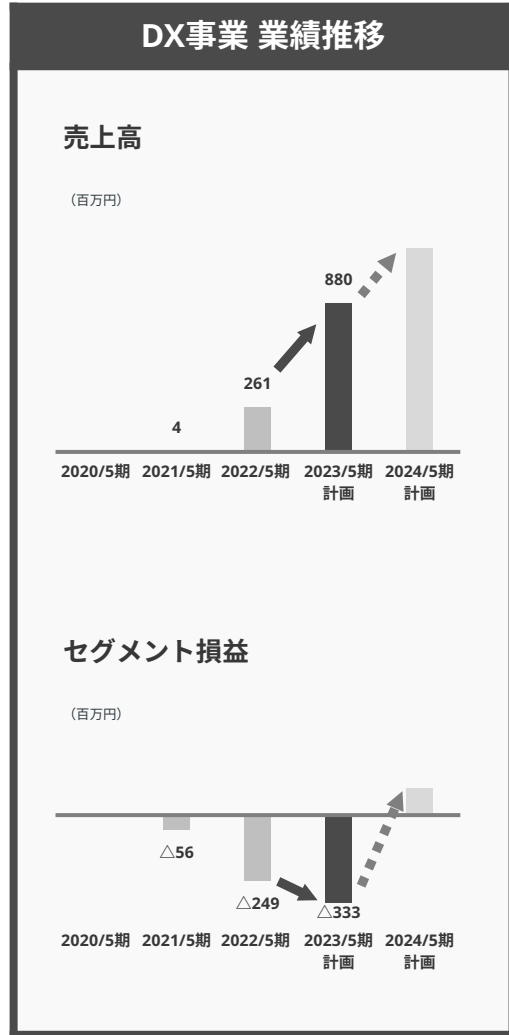


新機能

閲覧商品のリマインドを
LINE公式アカウントから
配信可能に！



(1) 成長戦略 DX事業の成長戦略



2023/5期 取組み

- 2023/5期はセグメント損益の単月ベースでの黒字化を目指す

2024/5期以降 成長戦略

- 2024/5期は、セグメント損益の黒字化を目指す
- 体制強化及びApp Unity経済圏の構築、グループシナジー創出により、大幅な成長を見込む

早期に体制を拡充し、2024年5月期の黒字化を目指す

FRACTA®

- さらなる収益成長を目指し、組織強化を優先
- 増員による体制強化のため上期は赤字も下期から成長加速へ

appunity

- パッケージによる販売体制強化
 - ・ Next Plus
 - ・ サブスクPLUS 他
- マイナビとの業務提携
 - ・ App Unity経済圏の構築
 - ・ 定常的なリード創出
 - ・ 加盟アプリのARR強化
- グループ全体でのシナジー増強
App Unity Commune&Knowledge

(2) 経営指標 [売上関連データ] サービス別利用案件数

(件)

	2017/5末	2018/5末	2019/5末	2020/5末	2021/5末	2022/5末	2023/5期Q3	前期末比
PS事業								
Anagrams	—	—	—	96	115	116	157	+41
Feedmatic	24	23	45	48	45	49	—※1	△49
SaaS事業								
EC Booster※2	—	57	313	344	303	283	483 <small>うちエントリープラン207</small>	+200
dfplus.io	7	48	98	139	175	235	285	+50
ソーシャルPLUS	133	188	237	272	309	361	380	+19
DX事業								
FRACTA	—	—	—	—	—	53	46	△7
Shippinno	—	—	—	—	—	495	458	△37
Teps	—	—	—	—	—	123	242	+119
Shopifyアプリ※3	—	—	—	—	—	532	917	+385

利用件数はdfplus.io・ソーシャルPLUS・Tepsで増加継続

Shopifyアプリのアクティブアカウント数は大幅に増加

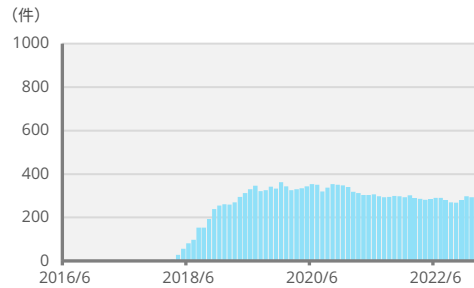
※1 2022年6月吸収分割に伴い、利用件数もAnagramsと統合
 ※2 EC Boosterフリープラン利用アカウントは含まない
 ※3 Shopify提供アプリの有料アクティブアカウント数

(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



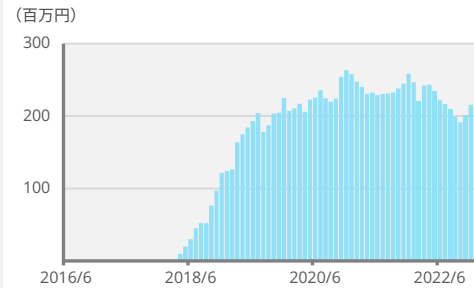
広告掲載プランアカウント稼働数

276件



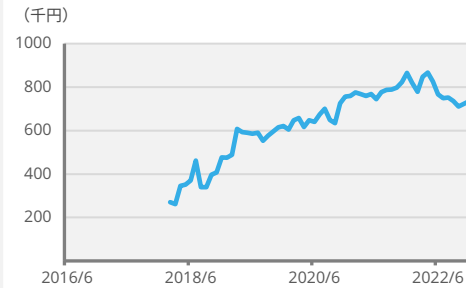
年換算取扱高※1

209百万円



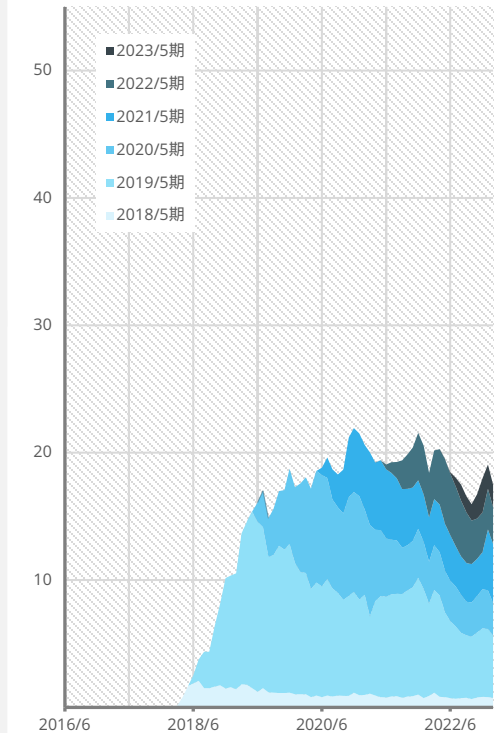
アカウントあたり平均取扱高

436千円/年



月次取扱高コホートグラフ

(百万円)



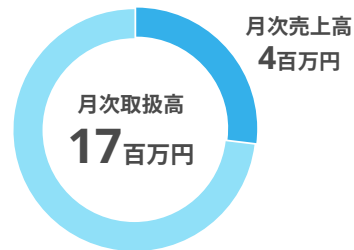
エントリープランアカウント数

207件



テイクレート※2

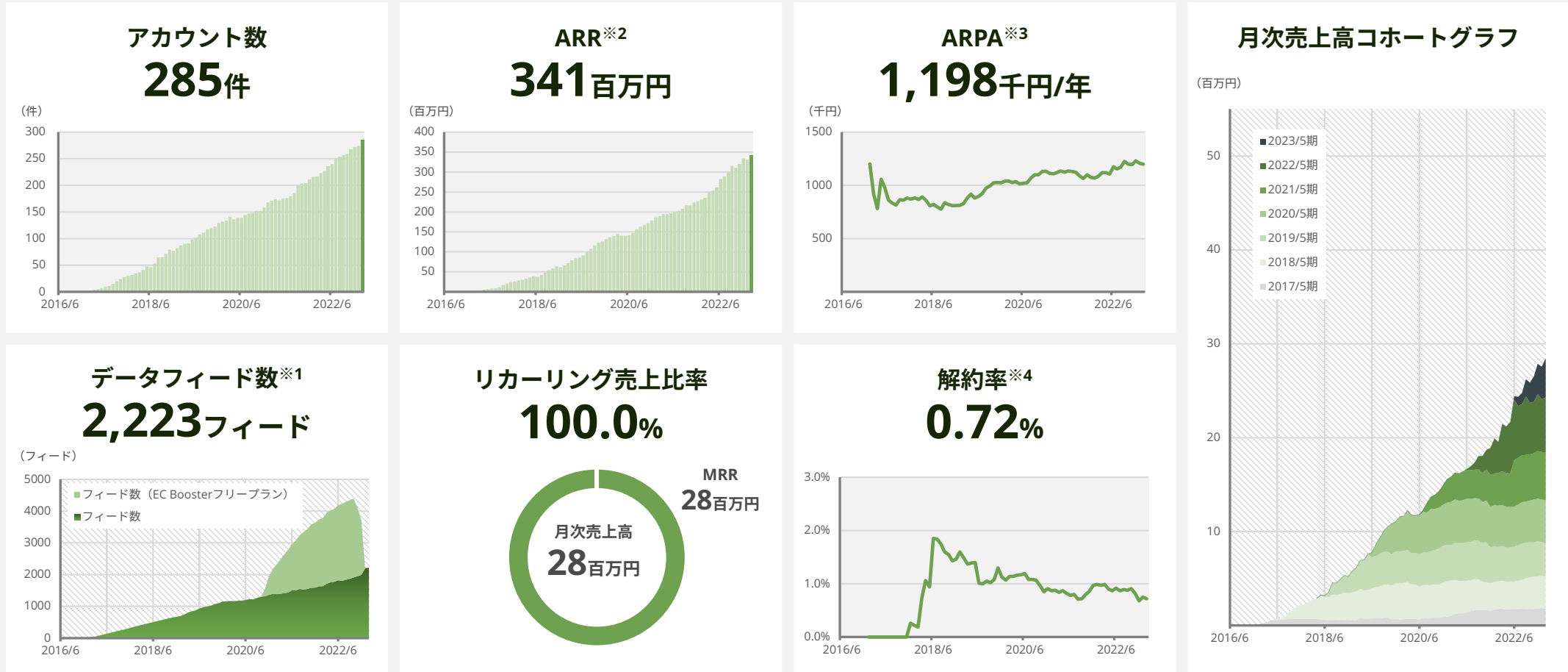
26.9%



※1 各月次取扱高に12を乗じて算出

※2 取扱高に占める売上高の割合。売上高は、取扱高から媒体広告費・パートナーへの紹介手数料等を控除して算出

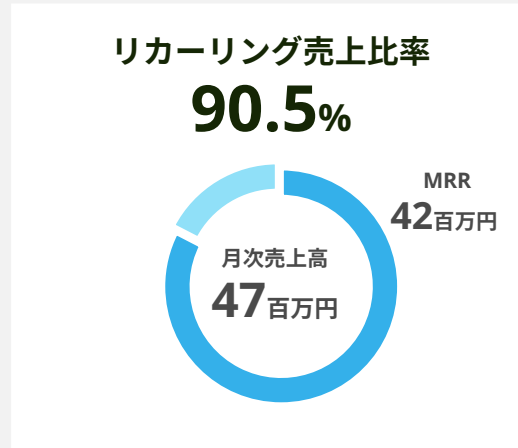
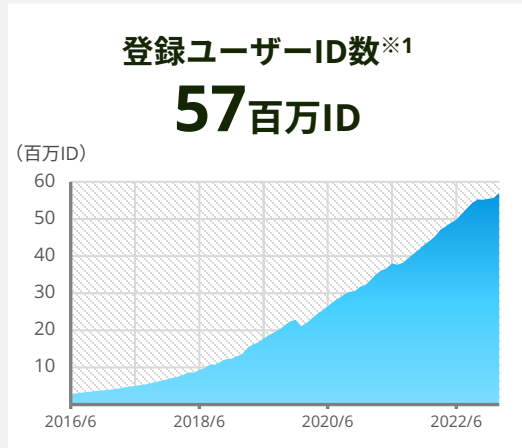
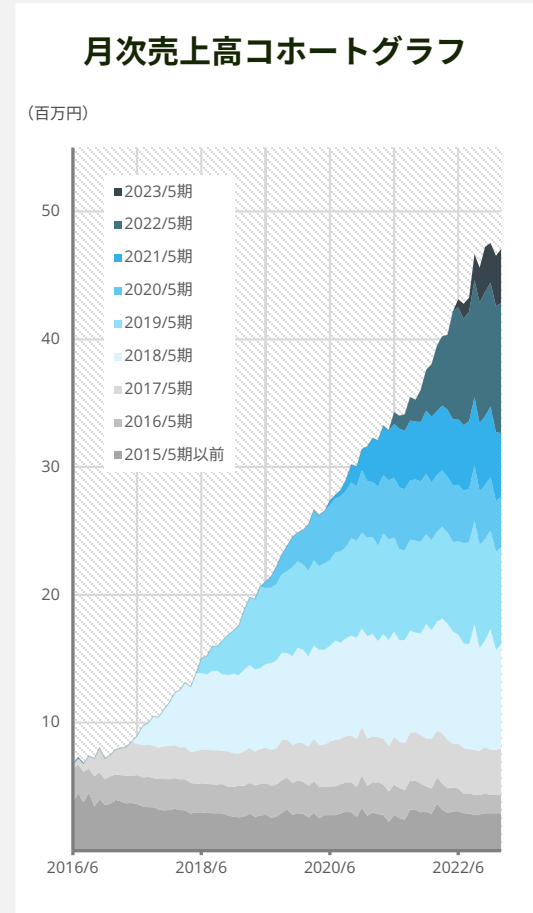
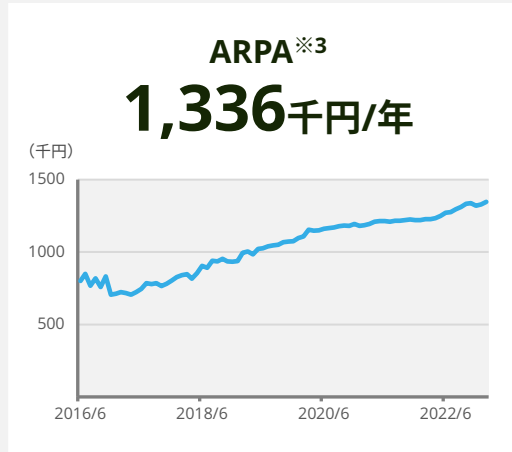
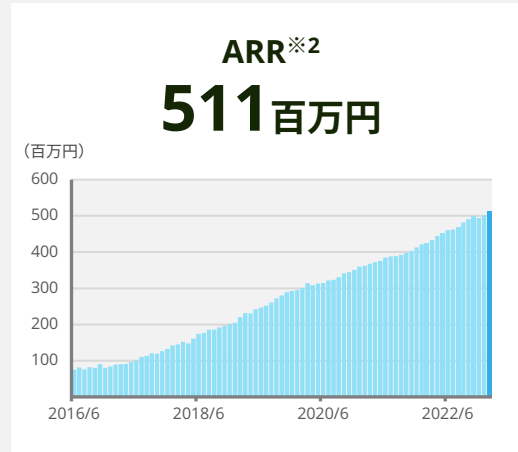
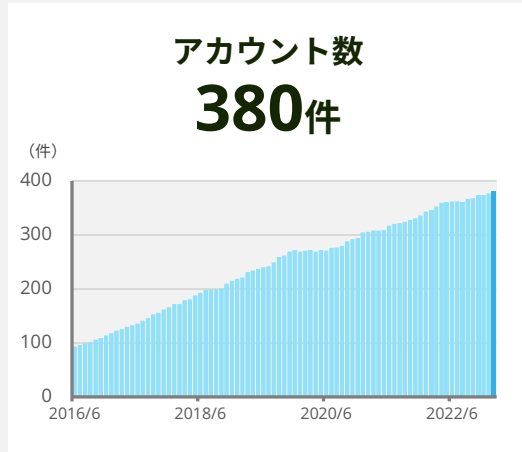
(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和、EC Boosterフリープランは2022年12月に終了し、2023年1月以降はエントリープランによるデータフィード数を算入
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額の直近12ヶ月加重平均値を記載

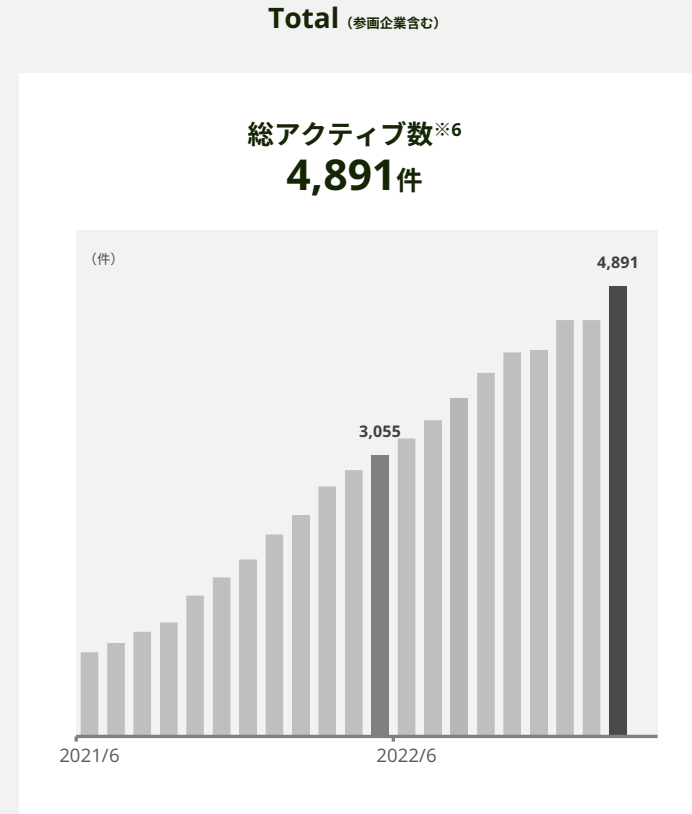
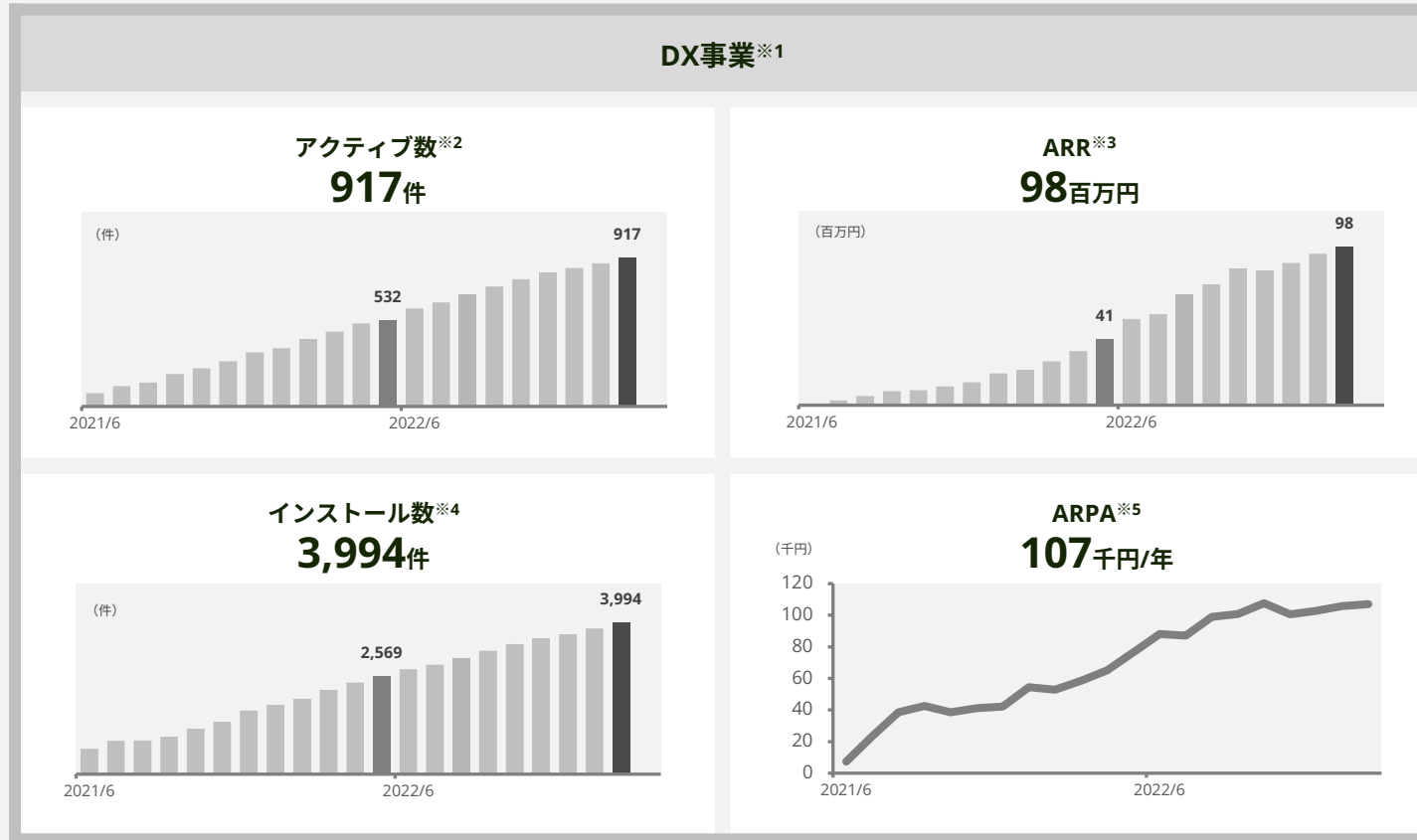
(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

social plus



※1 ソーシャルPLUSサービスを通じて登録されているユーザーID総数
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額の直近12ヶ月加重平均値を記載

(2) 経営指標 [売上関連データ] DX業績指標



※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「Omni-hub」「どこばい」の合計
 ※2 有料プランアクティブ数のみを計上
 ※3 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出。共同事業開発アプリでは当社収益額のみ計上
 ※4 インストール総数からアンインストール数を控除して計上
 ※5 1アカウント当たり平均ARR
 ※6 無料プランアクティブ数を含む

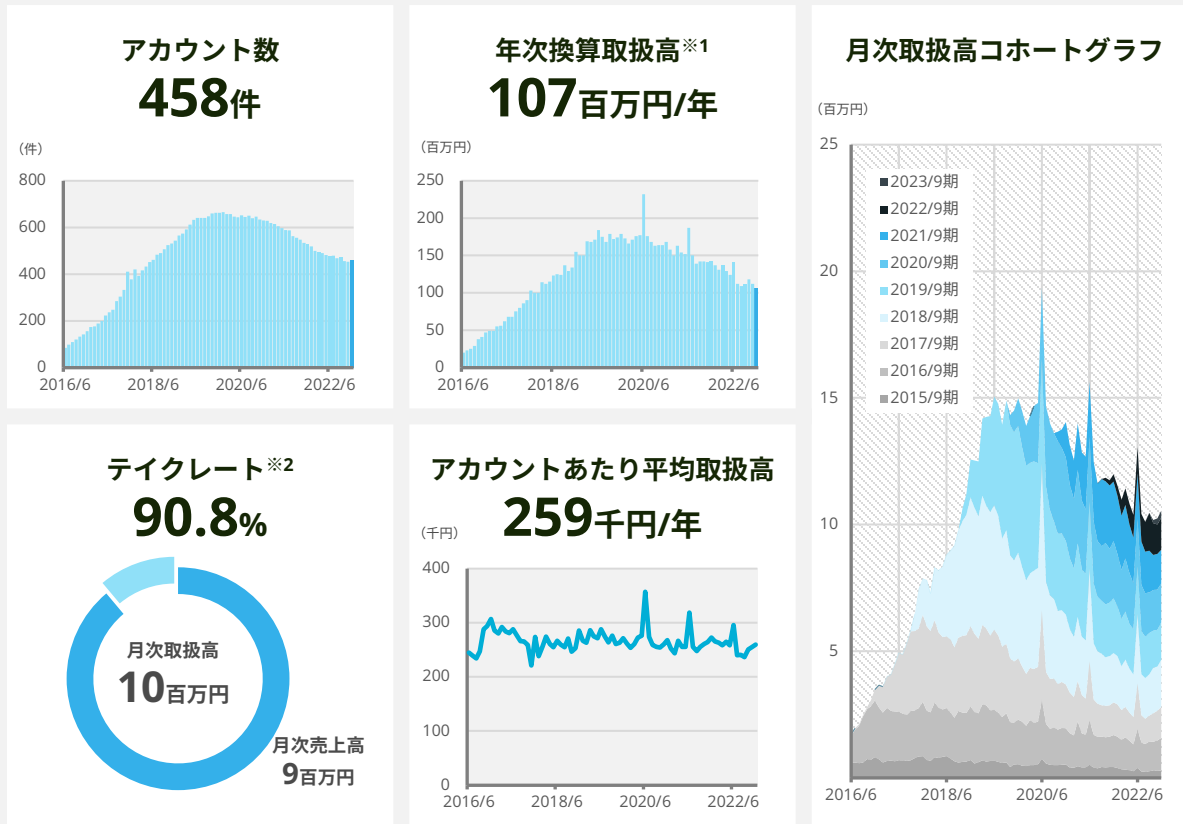
(2) 経営指標 [売上関連データ] DX業績指標



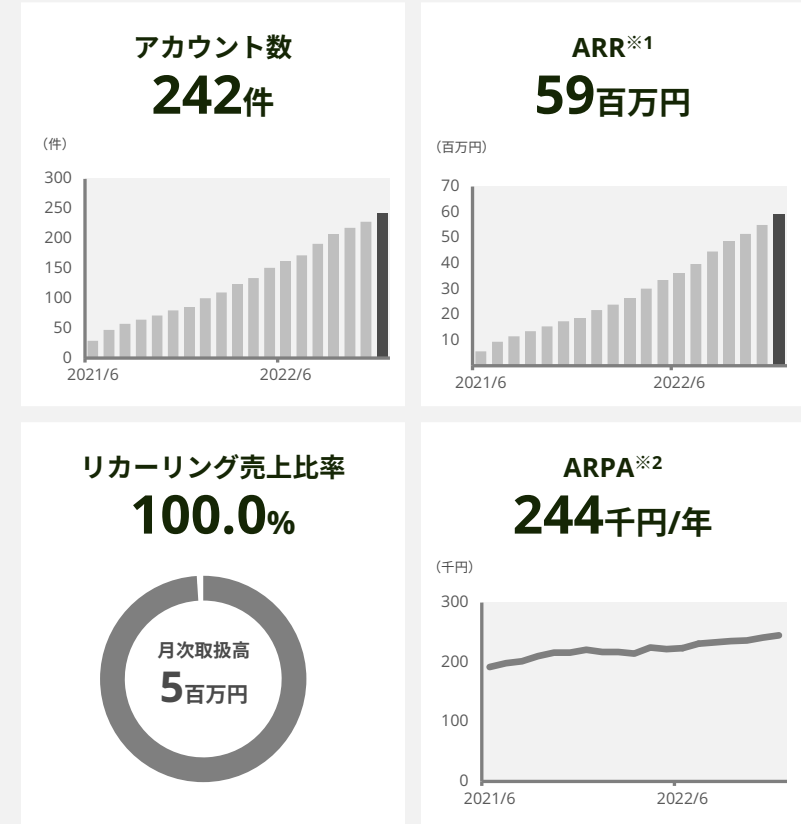
(直近月次は2022年12月)



(直近月次は2022年12月)



※1 各月次取扱高に12を乗じて算出
 ※2 取扱高に占める売上高の割合。売上高は、取扱高から連携先への支払手数料を控除して算出



※1 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※2 1アカウント当たり平均ARR

(2) 経営指標 財務関連指標

	2017/5期 個別	2018/5期 個別	2019/5期 個別	2020/5期 連結	2021/5期 連結	2022/5期 連結	2023/5期Q3 連結
売上高成長率	+46.2%	+15.6%	+24.5%	+118.0%	+69.5%	+20.7%	+37.4%
PS事業	—	+1.8%	△0.3%	+162.6%	+88.7%	+6.1%	+4.6%
SaaS事業	—	+74.4%	+86.3%	+58.6%	+26.4%	+21.9%	+25.1%
DX事業	—	—	—	—	—	—	+999.9%
売上高営業利益率	△5.9%	△4.6%	6.6%	27.2%	34.4%	31.0%	+23.7%
PS事業	32.0%	34.6%	28.0%	35.5%	40.0%	43.2%	+45.9%
SaaS事業	△157.2%	△94.6%	△19.5%	8.6%	24.4%	38.9%	+38.2%
DX事業	—	—	—	—	—	△94.6%	△ 50.6%
ROA^{※1,※2}	—	—	11.2%	14.6%	15.2%	12.8%	n.a.
ROE^{※2,※3}	—	—	57.2%	31.0%	28.5%	22.5%	n.a.
自己資本比率^{※4}	19.7%	15.7%	20.7%	18.3%	36.6%	37.2%	38.0%
D/Eレシオ^{※5}	2.1x	2.6x	1.6x	1.1x	0.7x	0.8x	0.6x

SaaS事業の売上高成長率は約25%、
売上高営業利益率は約38%

※1 ROA：営業利益 / ((期首資産合計+ 期末資産合計)/2)
 ※2 四半期またはマイナス値の場合は、「—」で表記
 ※3 ROE：親会社株主に帰属する当期純利益 / ((期首自己資本合計+ 期末自己資本)/2)
 ※4 自己資本比率：(株主資本+ その他包括利益累計額) / 総資産
 ※5 D/Eレシオ：有利子負債 / 純資産

(3) 利益計画及び前提条件 2023年5月期業績予想の進捗

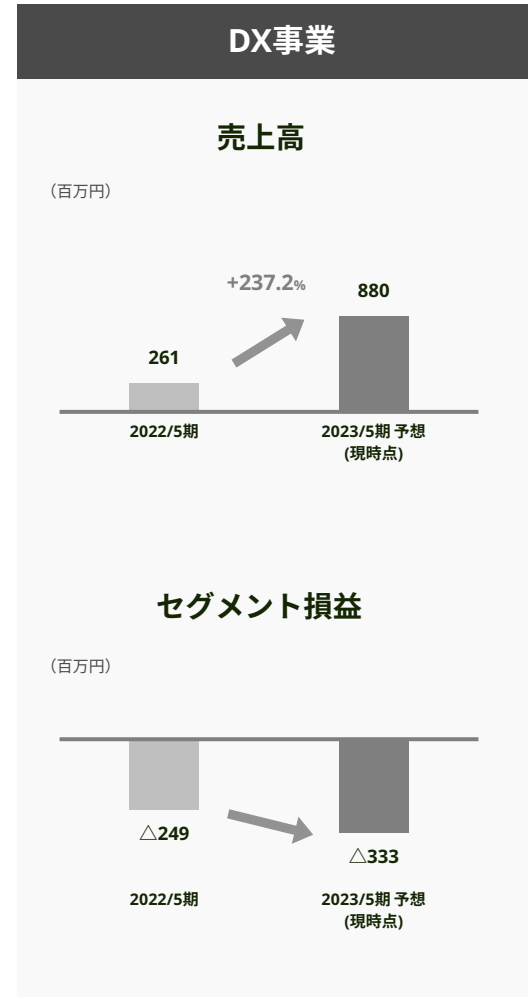
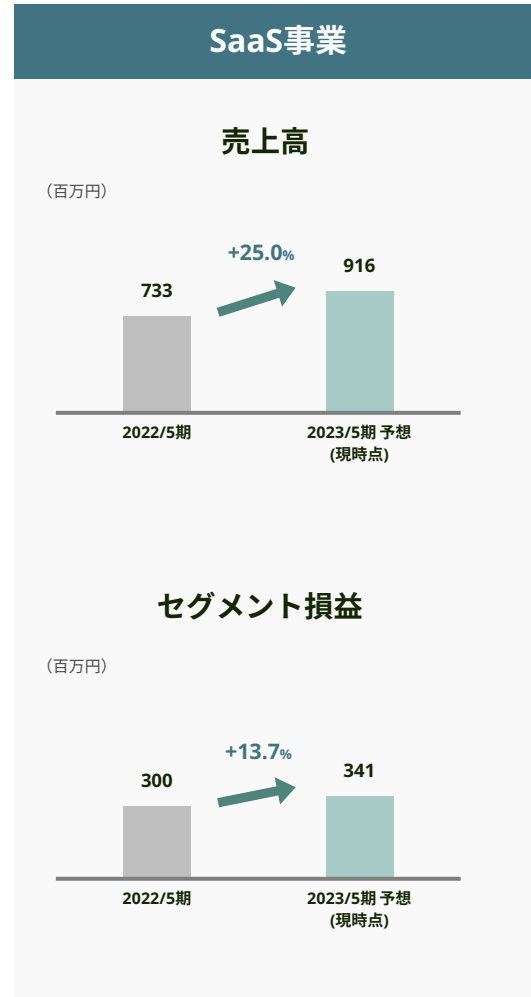
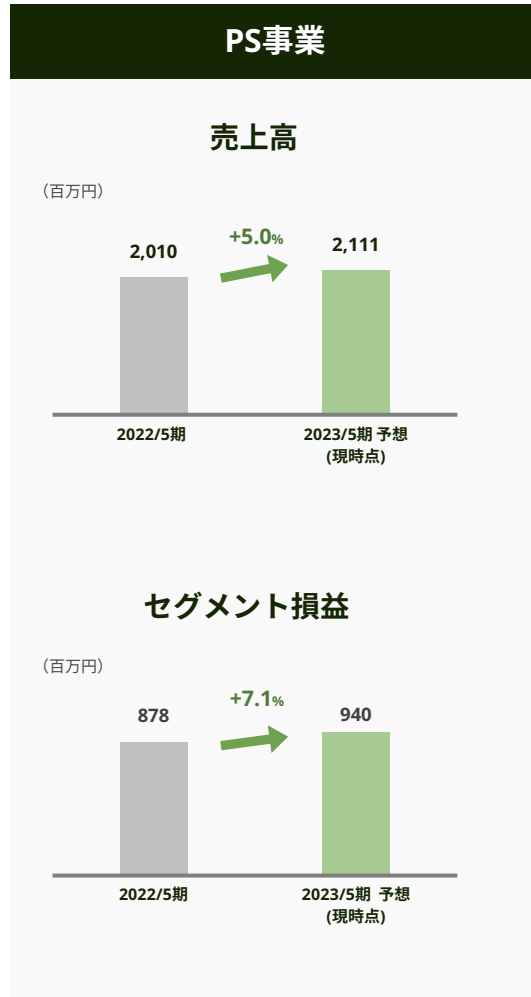
(百万円)

	2022/5期 実績 (A)	2023/5期 Q3実績 (B)	2023/5期 予想 (現時点) (C)	前期比 (C) / (A) -100%	進捗率 (B) / (C) -100%
売上高	3,005	2,901	3,907	+30.0%	+74.3%
EBITDA	1,137	873	1,189	+4.5%	+73.4%
営業利益	930	687	947	+1.9%	+72.6%
経常利益	912	679	936	+2.6%	+72.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	602	83	240	△60.2%	+34.7%
1株当たり当期純利益	23.20円	3.19円	9.17円	△60.5%	+34.7%

売上高・EBITDA・営業利益・経常利益は前期比でも増収増益へ

Q3の通期予想比での進捗率は、売上高74%・営業利益72%

(3) 利益計画及び前提条件 2023年5月期業績予想 セグメント別内訳

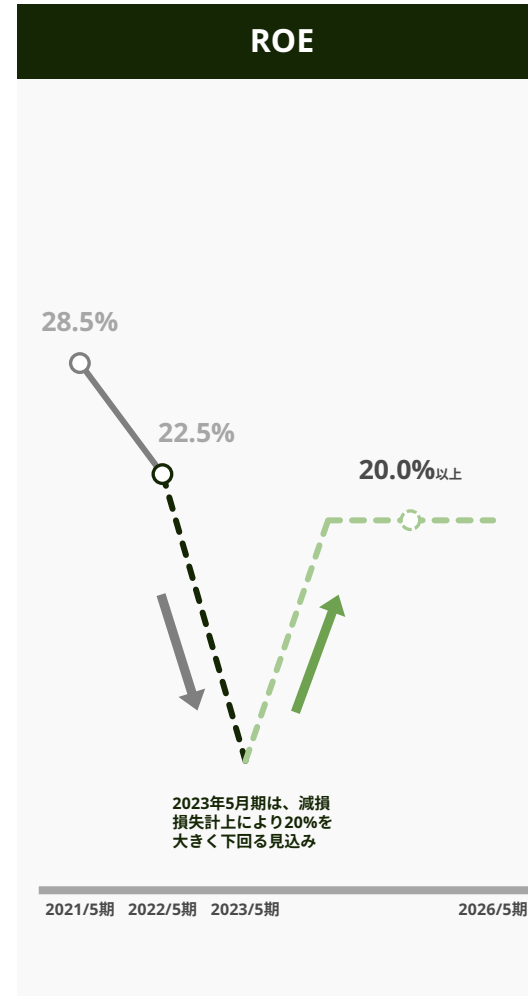
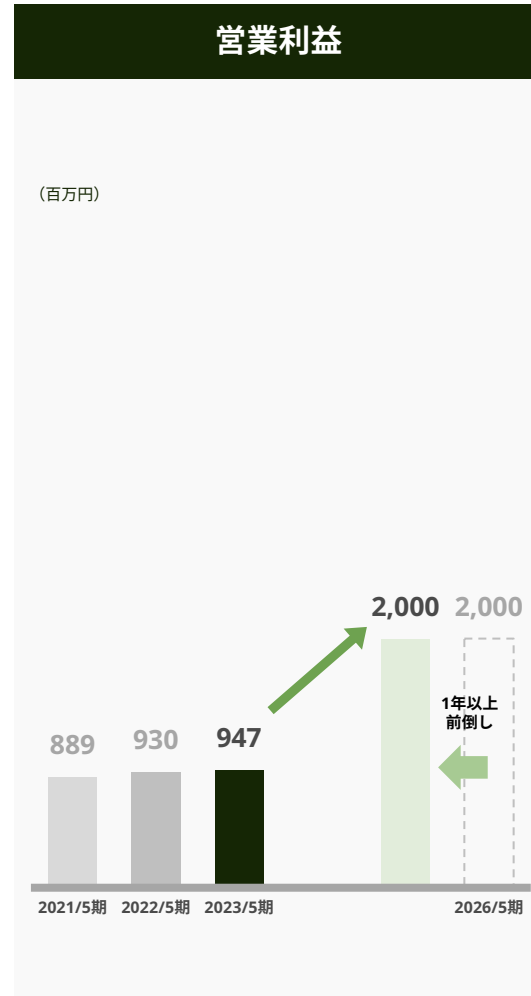
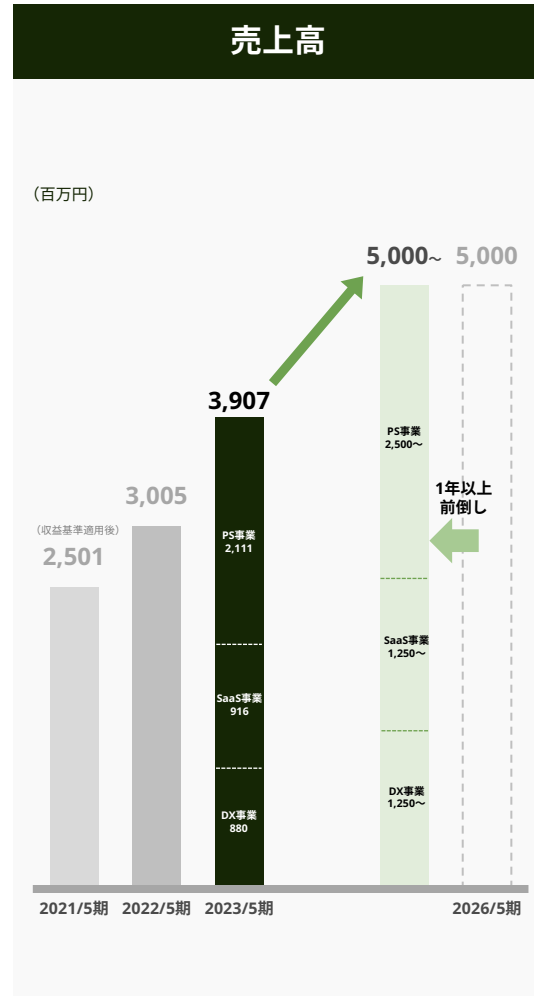


PS事業では増収増益を見込む

SaaS事業でも増収増益を見込む

DX事業は売上拡大の一方、損失拡大を見込む

(3) 利益計画及び前提条件 中期目標



2026年5月期までに

- 売上高 50億円
- 営業利益 20億円

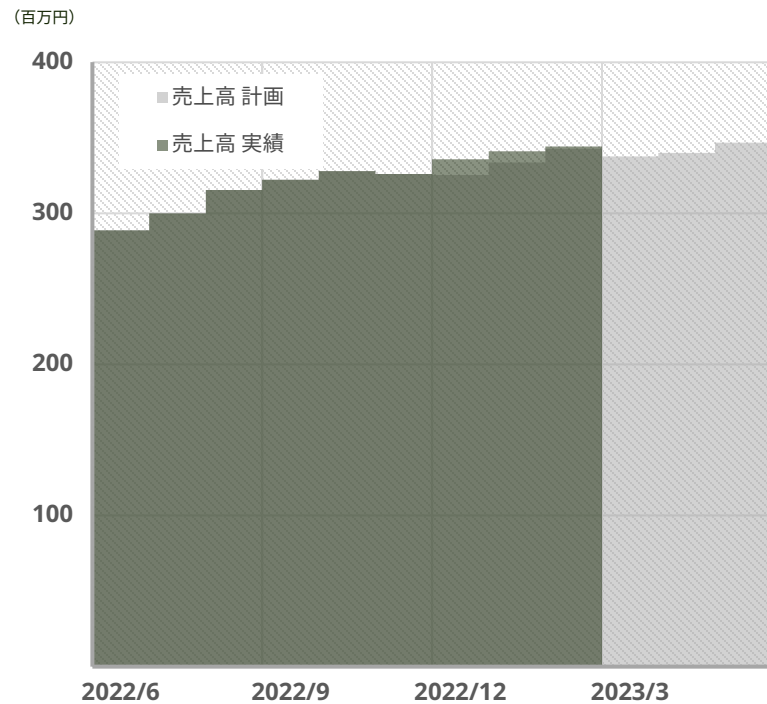
の達成を中期目標として計画

グループ規模拡大を踏まえ、売上目標及び営業利益目標は、1年以上の前倒し達成を目指す

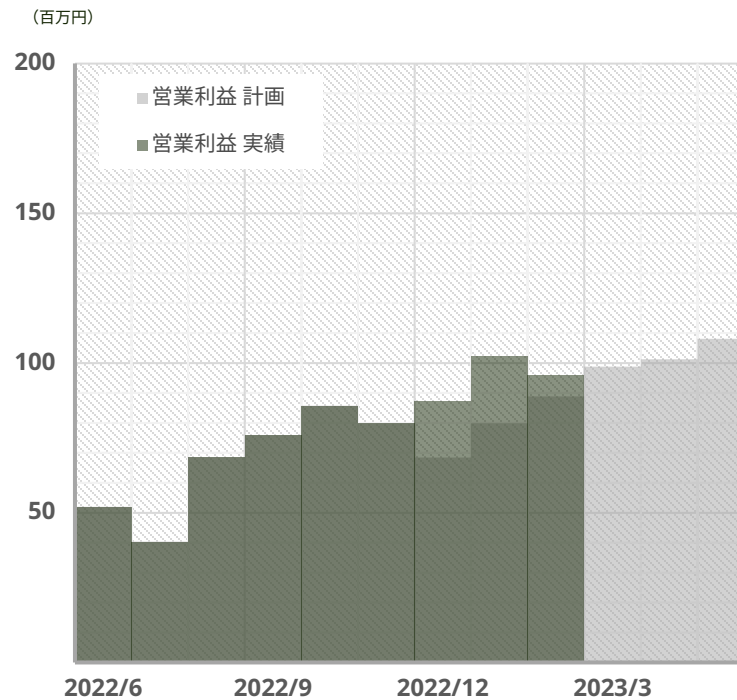
利益拡大と同時に資本効率を意識し、ROE20%以上を維持

(4) 進捗状況 2023年5月期業績予想 (2022年12月28日修正時) に対する進捗

Q3 計画対比進捗率
売上高 **100.7%**



Q3 計画対比進捗率
営業利益 **107.6%**



売上高・営業利益ともに計画を上
回って着地

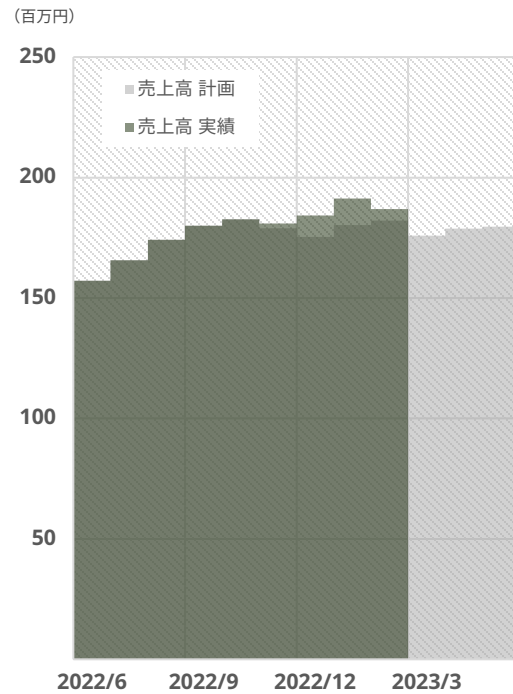
今後も四半期毎に「事業計画及び成
長可能性に関する事項」をアップ
デートし進捗を開示予定
(次回は2023年6月を予定)

(4) 進捗状況 2023年5月期業績予想 (2022年12月28日修正時) に対するセグメント別進捗

各セグメントで概ね計画通りの着地

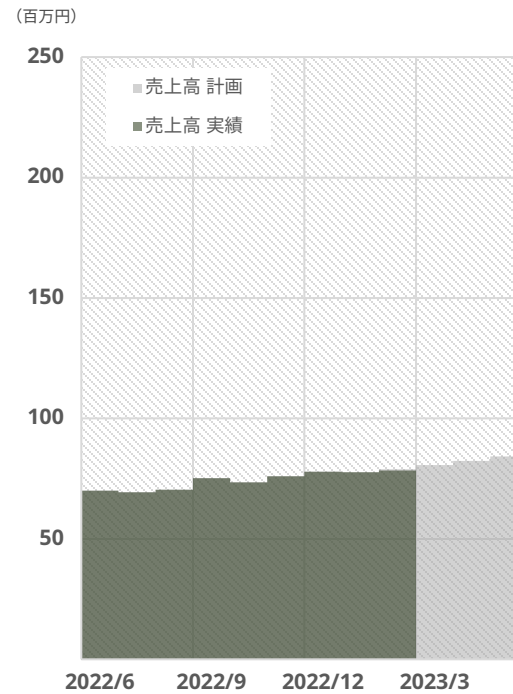
PS事業
Q3 計画対比進捗率

売上高 **100.8%**



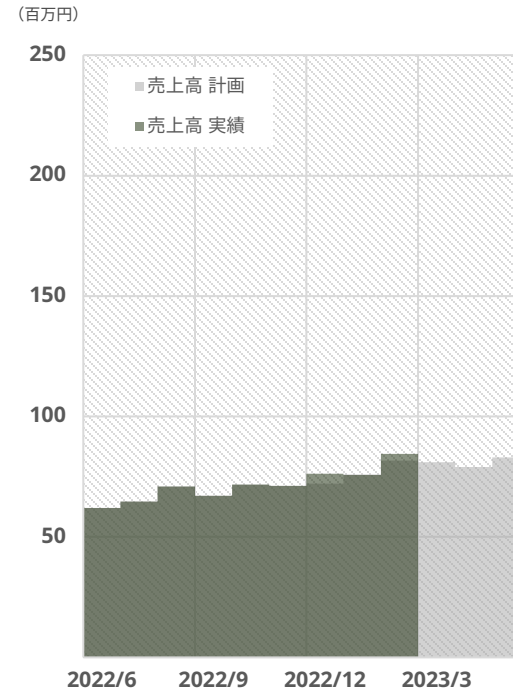
SaaS事業
Q3 計画対比進捗率

売上高 **100.0%**



DX事業
Q3 計画対比進捗率

売上高 **100.9%**



リスク情報

Risk Information

(1) 認識するリスク

ビジネスリスク・外部環境

リスク内容・ 顕在化時期・発生可能性	内容
新型コロナウイルス感染症 顕在化時期：短期 発生可能性：低	新型コロナウイルス感染症の影響が長期継続し、国内経済停滞 顕在化した場合は、特に既存事業の成長が停滞する可能性
インターネット広告市場 顕在化時期：短期 発生可能性：高	景気変動の影響や企業の広告戦略の変化による影響大きい 顕在化した場合は、PS事業の業績が低迷する可能性
技術革新 顕在化時期：長期 発生可能性：中	新技術への対応が遅れ、提供しているサービス・技術の陳腐化 顕在化した場合は、解約が増加し特にSaaS事業の既存サービスが継続できなくなる可能性
法的規制 顕在化時期：長期 発生可能性：高	インターネットにおける個人の購買・閲覧履歴を利用した販促手法に対する規制強化 顕在化した場合は、特にPS事業の業績が低迷する可能性

ビジネスリスク・内部環境

リスク内容・ 顕在化時期・発生可能性	内容
特定媒体への集中度 顕在化時期：長期 発生可能性：中	特定のデジタルプラットフォームへのサービスへの依存 顕在化した場合は、ポリシー変更で計画どおりのサービス提供ができなくなる可能性
特定顧客への集中度 顕在化時期：短期 発生可能性：高	広告運用サービスでは、特定顧客に対する大きな売上割合 顕在化した場合は、特にPS事業の業績が低迷する可能性
情報セキュリティ 顕在化時期：長期 発生可能性：中	外部からの不正アクセス等の発生による情報の外部流出 顕在化した場合は、事業の停止や顧客離れにより業績が低迷する可能性

財務リスク

リスク内容・ 顕在化時期・発生可能性	内容
新規事業の投資回収 顕在化時期：長期 発生可能性：高	当初想定した収益が得られない 顕在化した場合は、機動的な投資ができなくなる可能性
のれん等の減損 顕在化時期：長期 発生可能性：中	M&Aによるのれん・顧客関連資産計上額が大きい 顕在化した場合は、財政状況悪化により機動的な投資ができなくなる可能性

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える「主要なリスク」は左記のとおり

いずれのリスクも顕在化した場合には成長実現・事業計画遂行に大きな影響を及ぼす

※ 上記以外の「主要なリスク」は、有価証券報告書を参照ください

(2) リスク対応策

ビジネスリスク・外部環境	
リスク	対応策
新型コロナ ウイルス感染症	オンライン面談・リモート ワーク継続実施 Eコマースへの注力
インターネット 広告市場	案件数増加・顧客業種の多 様化によるリスク分散
技術革新	継続的なサービス改善・エ ンジニア採用
法的規制	IDマーケティングへの取り 組み

ビジネスリスク・内部環境	
リスク	対応策
特定媒体への 集中度	Shopify・LINE等GAFA以 外とも連携強化
特定顧客への 集中度	案件数・業種多様化 新規顧客提案力強化
情報 セキュリティ	アクセス権限定・定期的 な脆弱性検査等

財務リスク	
リスク	対応策
新規事業の 投資回収	リーン・スタートアップ方 式による初期コスト低減
のれん等の減損	10年以内での定額償却

リスクが顕在化する前から対応を
実施

グループミッション

「働く」を豊かにする。