



2025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)

2025年3月27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	16
	ビジネスモデル	17
	市場環境	29
	競争力の源泉	32
	事業計画	38
	リスク情報	57

連結業績概要

(百万円)

	2024/5期 Q3累計	2025/5期 Q3累計	YoY	2024/5期 Q3	Q4	2025/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
取扱高	10,297	11,749	+14.1%	3,332	3,778	3,811	3,827	4,110	+7.4%
売上高	3,130	3,213	+2.6%	986	1,098	1,052	1,032	1,128	+9.4%
EBITDA※	1,037	1,275	+22.9%	284	407	398	364	513	+41.1%
営業利益	885	1,130	+27.6%	238	351	351	315	463	+47.1%
経常利益	850	1,071	+26.0%	227	315	340	297	433	+45.9%
税金等調整前 当期純利益	732	1,078	+47.4%	229	286	340	297	440	+48.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	282	707	+150.8%	106	191	196	203	306	+50.4%

YoYではDX事業の採算性向上、
QoQではPS事業の成長により、
ともに増収増益

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額 (営業費用)

連結セグメント業績概要

(百万円)

	2024/5期 Q3累計	2025/5期 Q3累計	YoY	2024/5期 Q3	Q4	2025/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業※									
売上高	1,789	1,906	+6.6%	592	666	614	609	682	+12.0%
セグメント損益	782	780	△0.2%	240	274	238	227	314	+37.8%
SaaS事業									
売上高	819	938	+14.4%	293	302	304	311	322	+3.4%
セグメント損益	344	360	+4.5%	127	128	128	93	138	+48.0%
DX事業									
売上高	521	368	△29.3%	100	129	134	110	123	+11.6%
セグメント損益	△240	△10	—	△129	△50	△15	△6	11	—

PS事業

YoY増収減益、QoQ増収増益

SaaS事業

YoY、QoQともに増収増益

DX事業

YoYで大幅に採算性向上、Q3黒字化

※ PS事業はプロフェッショナルサービス事業の略

サービス別売上高

(百万円)

	2024/5期 Q3累計	2025/5期 Q3累計	YoY	2024/5期 Q3	Q4	2025/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業	1,789	1,906	+6.6%	592	666	614	609	682	+12.0%
Anagrams	1,724	1857		576	645	595	593	668	
その他	64	49		16	21	19	15	14	
SaaS事業	819	938	+14.4%	293	302	304	311	322	+3.4%
ソーシャルPLUS	503	593		178	188	189	197	207	
dfplus.io	275	305		101	99	100	101	103	
EC Booster	41	38		13	14	13	12	12	
DX事業	521	368	△29.3%	100	129	134	110	123	+11.6%
Shopify関連事業	96	232		38	53	65	77	89	
FRACTA	101	37		31	42	36	0	1	
Shippinno	87	82		28	28	28	27	26	
ベトナム事業	5	16		2	4	3	6	6	

PS事業

Anagramsでは、YoY・QoQともに増収

SaaS事業

ソーシャルPLUS・dfplus.ioでは、YoY・QoQともに増収

DX事業

Shopify関連事業（IDソリューション・受託開発含む）が大きく成長

連結営業費用

(百万円)

	2024/5期 Q3累計	2025/5期 Q3累計	YoY	2024/5期 Q3	Q4	2025/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
営業費用	2,245	2,083	△7.2%	748	746	701	716	664	△7.2%
売上原価	1,059	928	△12.3%	340	364	324	310	294	△5.2%
人件費	746	677		242	275	243	218	215	
経費	313	251		98	89	81	91	78	
販売費及び一般管理費	1,185	1,154	△2.7%	408	381	376	406	370	△8.8%
人件費	594	602		210	178	190	215	196	
経費	591	552		197	202	185	191	174	
採用研修費	37	38		21	20	10	17	10	
広告宣伝費	55	17		8	8	5	5	7	
不動産関係費	88	85		32	23	27	28	29	
減価償却費	102	110		34	43	35	37	38	
のれん償却額	49	35		11	11	11	11	11	
その他	258	265		90	95	95	91	78	

YoY、QoQともに営業費用減

従業員数の減少に伴い、人件費減少

特別損益の内訳

(百万円)

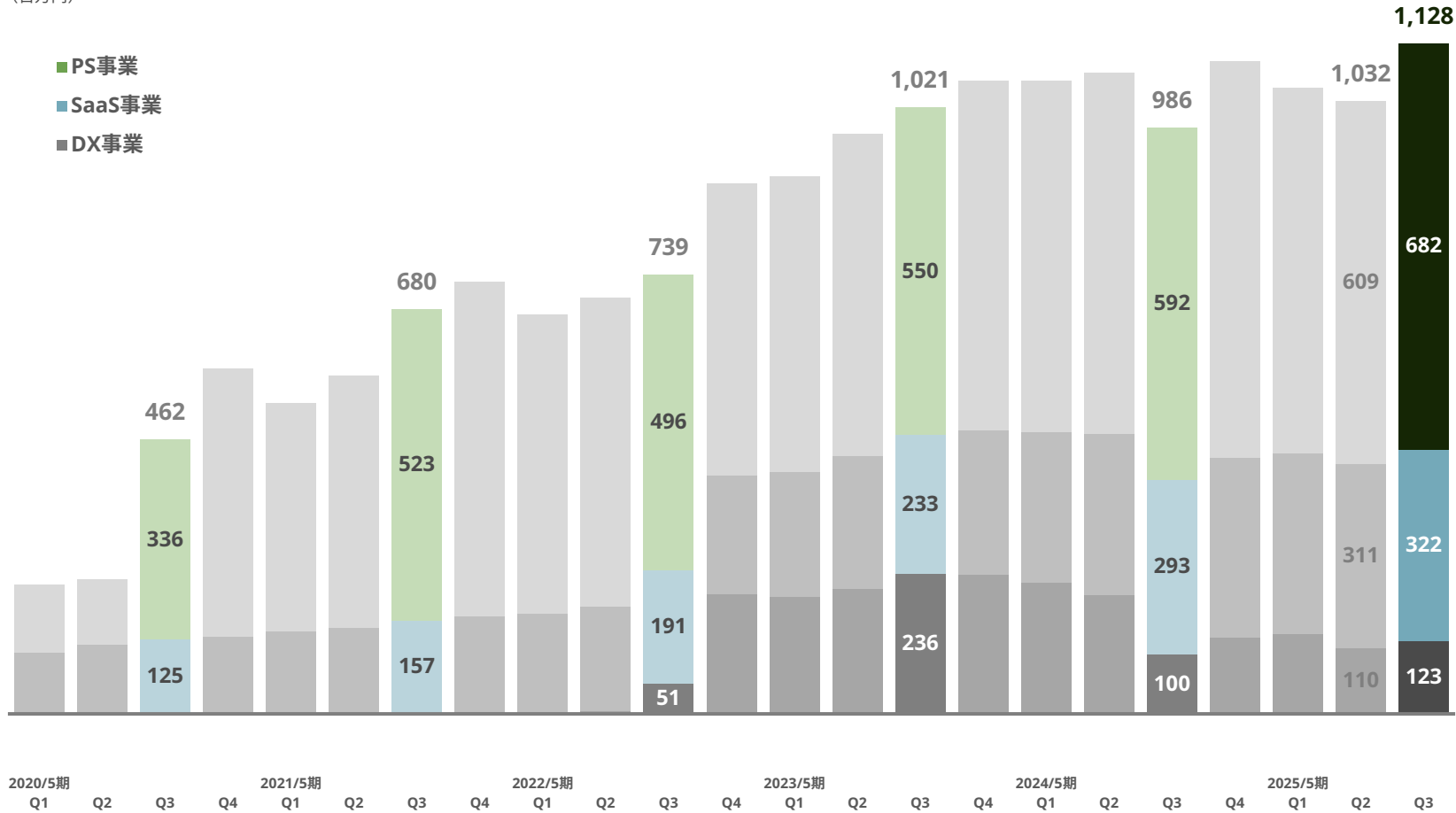
	2024/5期 Q3累計	2025/5期 Q3累計	2024/5期 Q3	Q4	2025/5期 Q1	Q2	Q3	内容
特別利益	172	8	1	25	0	—	7	
投資有価証券売却益	86	—	—	—	—	—	—	前Q1：アナグラム保有株式の売却益
持分変動利益	—	—	—	25	—	—	—	前Q4：テーブル増資に伴う持分相当額評価益
資産除去債務戻入益	44	—	—	—	—	—	—	前Q1：旧オフィスの新テナントへの現状引渡合意による債務戻入
固定資産受贈益	32	—	—	—	—	—	—	前Q2：新オフィス内装・備品の受贈益
新株予約権戻入益	9	8	1	0	0	—	7	退職者等からの無償取得による戻入益
その他	0	—	—	—	—	—	—	
特別損失	290	0	—	54	—	—	0	
投資有価証券評価損	0	—	—	—	—	—	—	
減損損失	290	—	—	54	—	—	—	前Q2：フラクタのれん減損 前Q4：リワイアソフトウェア、フラクタリース資産減損
その他	0	0	—	0	—	—	0	

Q3は、特別利益として新株予約権戻入益7百万円発生

連結売上高四半期推移

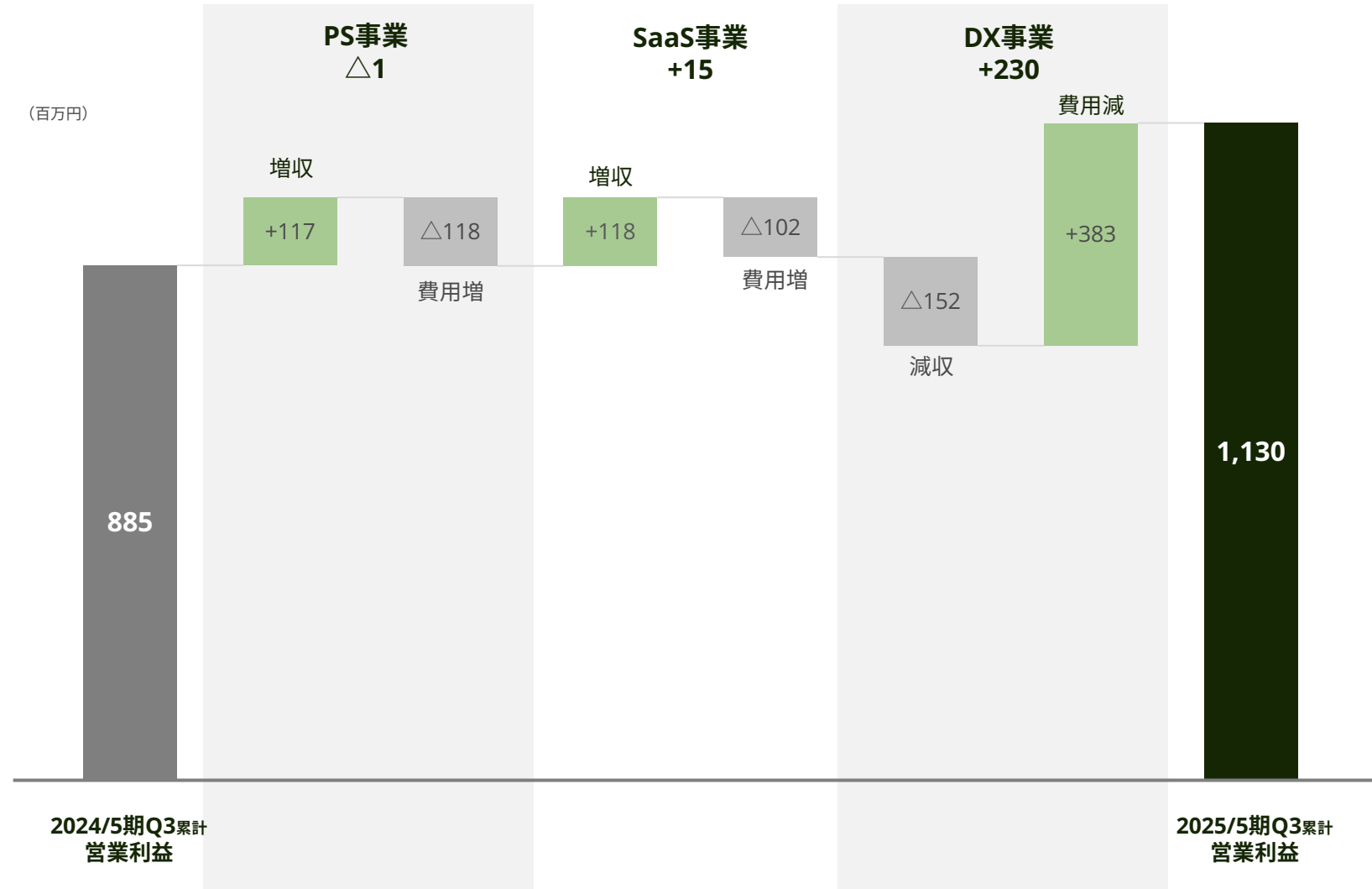
(百万円)

- PS事業
- SaaS事業
- DX事業



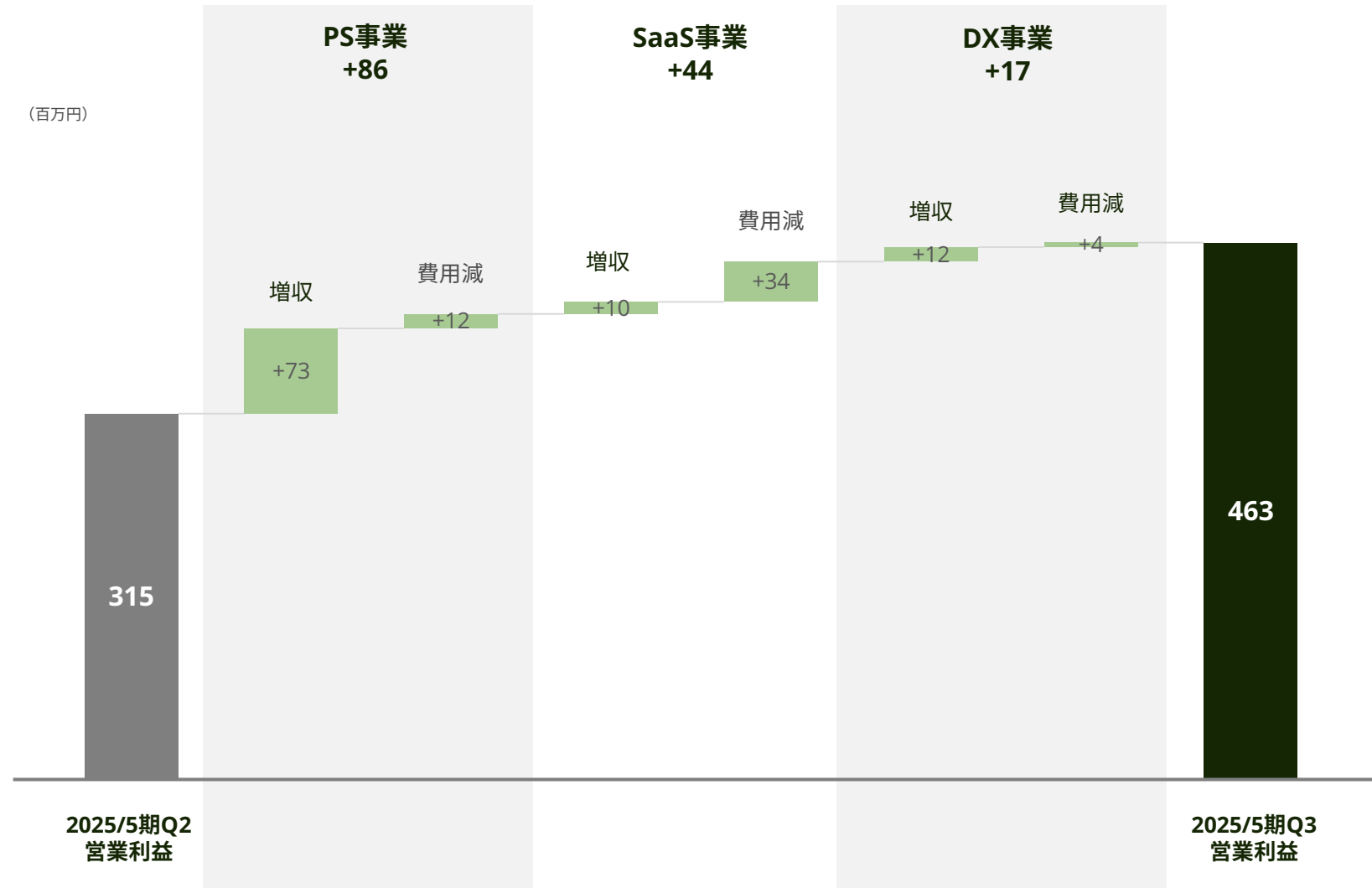
Q3は、売上高過去最高を更新

連結営業損益増減要因 YoY



YoYは、PS事業とSaaS事業のオーガニック成長と、DX事業の事業再構築に伴う採算性改善により、全セグメントで増益

連結営業損益増減要因 QoQ



QoQは、全セグメントで増収・費用減

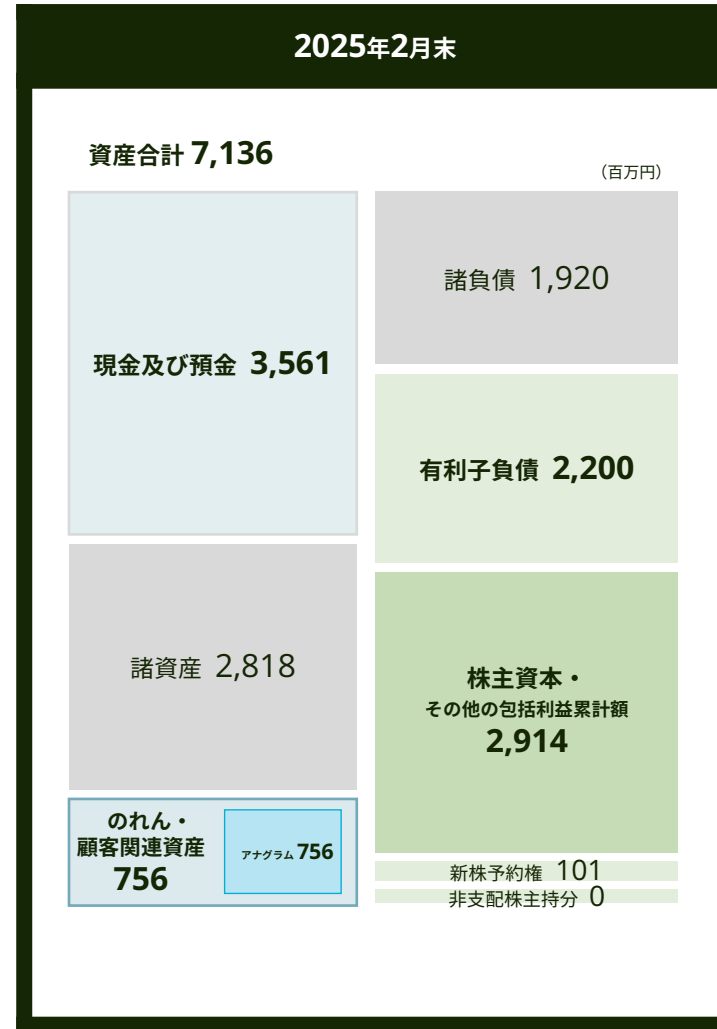
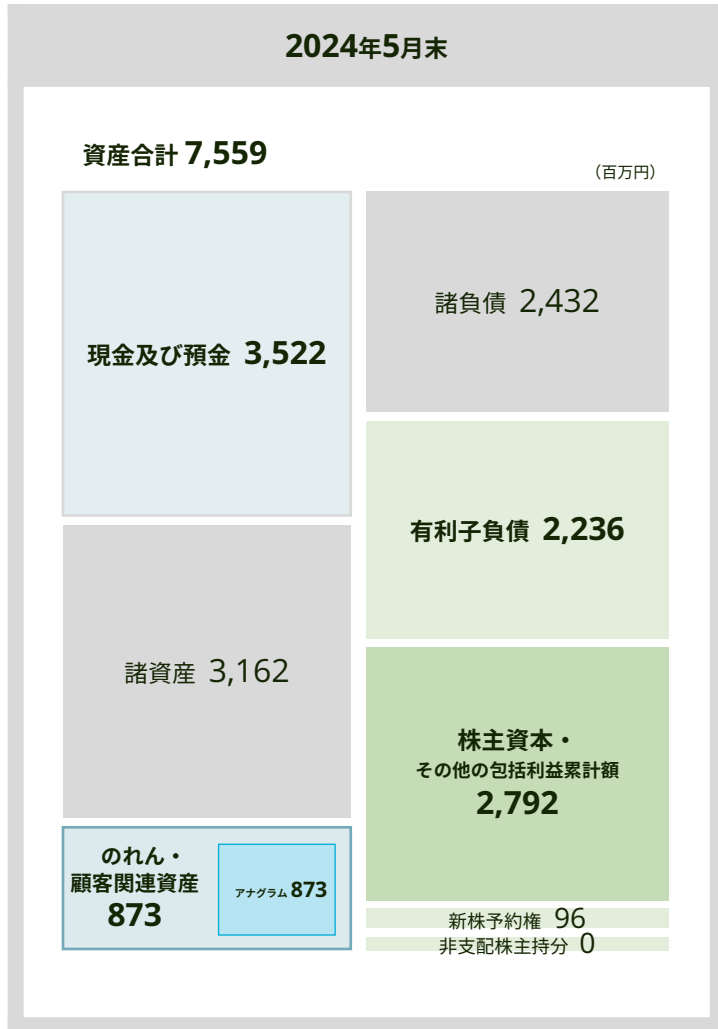
連結貸借対照表

(百万円)

	2020/5末	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/5期Q3末	前期末比
流動資産	3,528	4,915	5,503	5,248	6,198	5,837	△360
固定資産	1,690	1,552	2,515	1,870	1,361	1,299	△62
資産合計	5,219	6,467	8,019	7,119	7,559	7,136	△422
流動負債	1,370	2,255	2,861	2,541	3,496	2,949	△547
固定負債	2,018	1,810	2,009	1,686	1,172	1,170	△2
負債合計	3,389	4,065	4,870	4,228	4,669	4,120	△549
株主資本	957	2,366	2,983	2,777	2,795	2,917	+121
その他の包括利益累計額	—	—	△0	△2	△3	△3	+0
新株予約権	—	32	77	95	96	101	+5
非支配株主持分	872	2	87	20	0	0	△0
純資産合計	1,829	2,401	3,148	2,890	2,889	3,016	+126

自己株式取得・配当の実施により、
2022/5期以降において、資産合計は
70～80億円で推移し、純資産は30
億円前後で推移

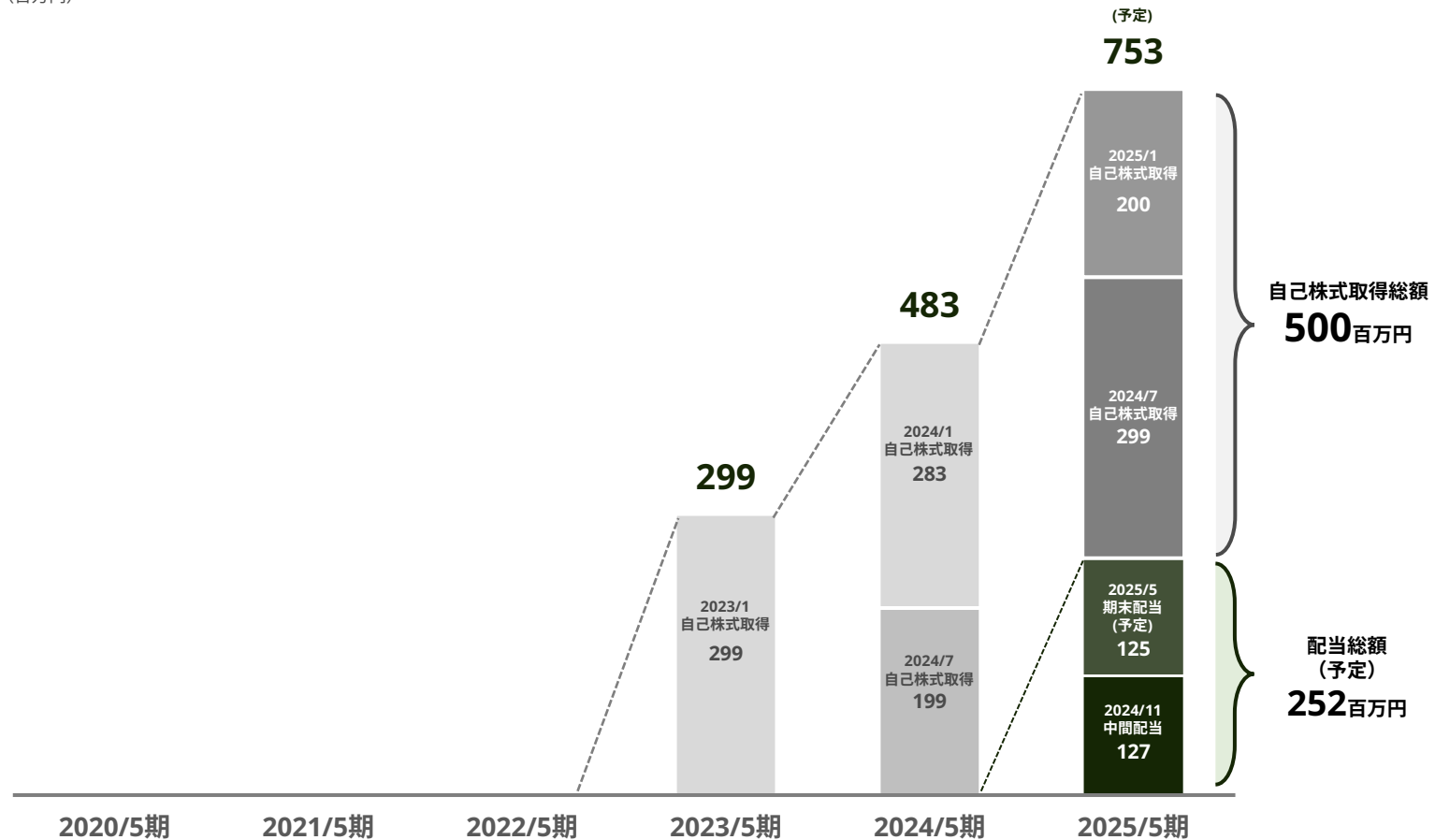
連結貸借対照表内訳



長期借入金から短期借入金への借換えを実行し、有利子負債残高はほぼ変動なし

株主還元状況

(百万円)

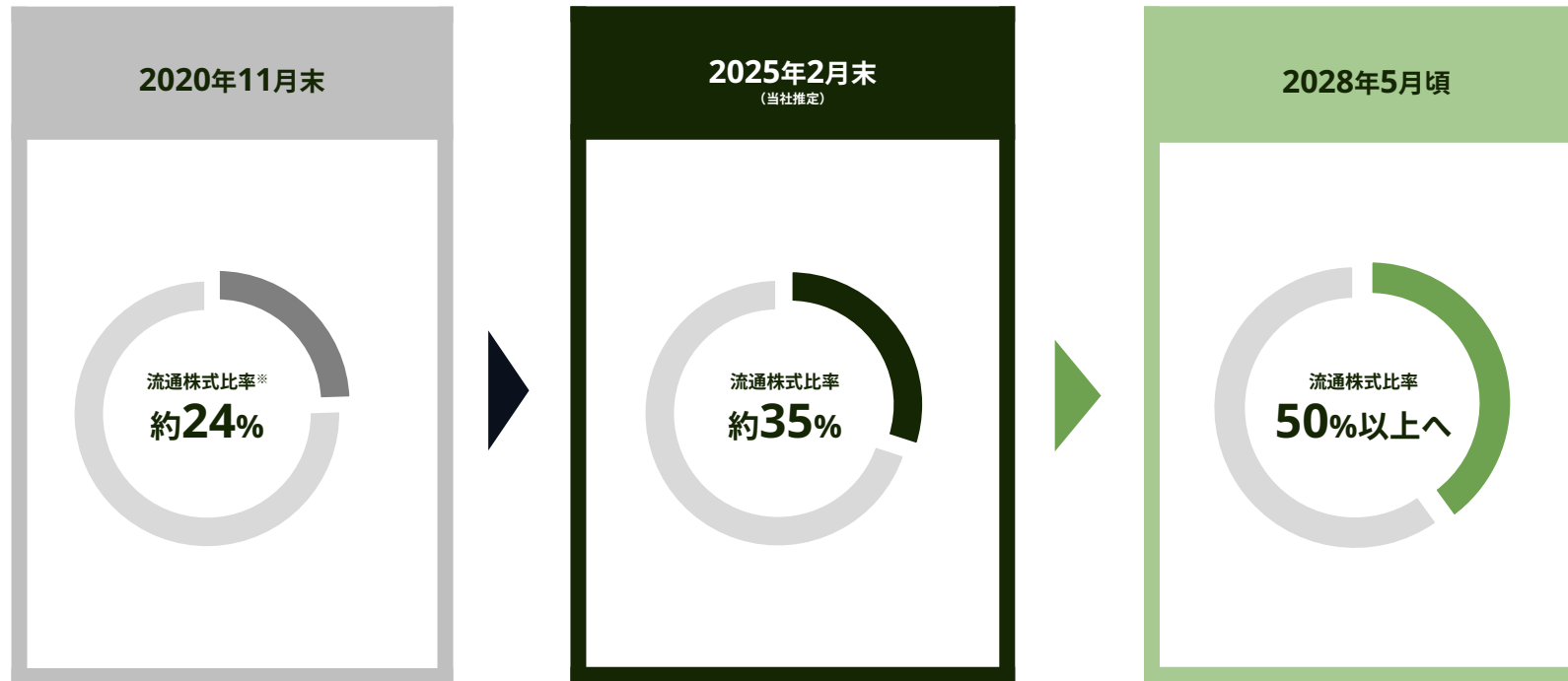


2023年5月期以降、継続的な株主還元を実施

当期からは、自己株式取得に加え、配当も開始

※ 自己株式取得は取得日、剰余金の配当は基準日の属する連結会計年度に計上

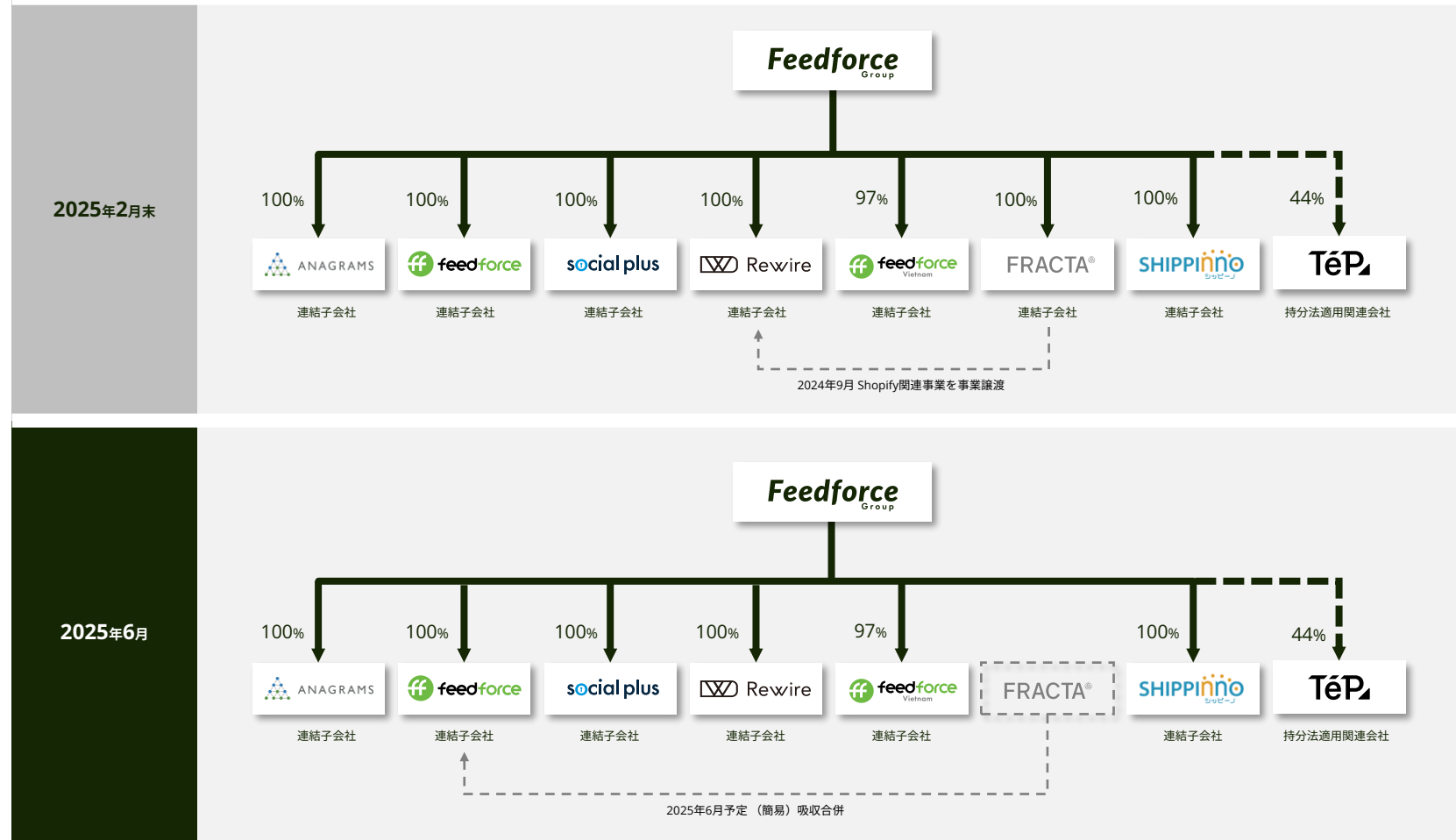
当社流通株式比率



2025年2月時点で流通株式比率
35%を達成（当社推定）
今後3年程度かけて、50%以上と
なるよう対処

※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

主要グループ会社関係図



2025年6月に、株式会社フィードフォースを存続会社とし株式会社フラクタを消滅会社とする吸収合併を予定

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主要子会社の事業領域

	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業務支援ツール 	
各社の事業領域	 feedforce	✓	✓	✓
	 ANAGRAMS	✓		
	 social plus		✓	
	 Rewire			✓
	 SHIPPInno			✓
	 feedforce Vietnam			✓

PS事業はアナグラム、SaaS事業はソーシャルPLUS、DX事業はリワイアが中核会社



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、
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」「Google動的検索広告」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。

EC ショップ
対応 EC カートシステム

ecbooster
EC ショップと Google を連携

Google
ショッピング広告
無料リスティング
Google 動的検索広告

① かんたん出稿・自動運用機能

② 出稿ステータス通知機能

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!





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。



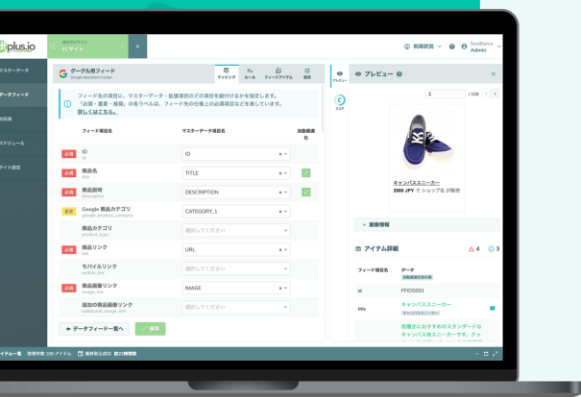
強力な機能

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

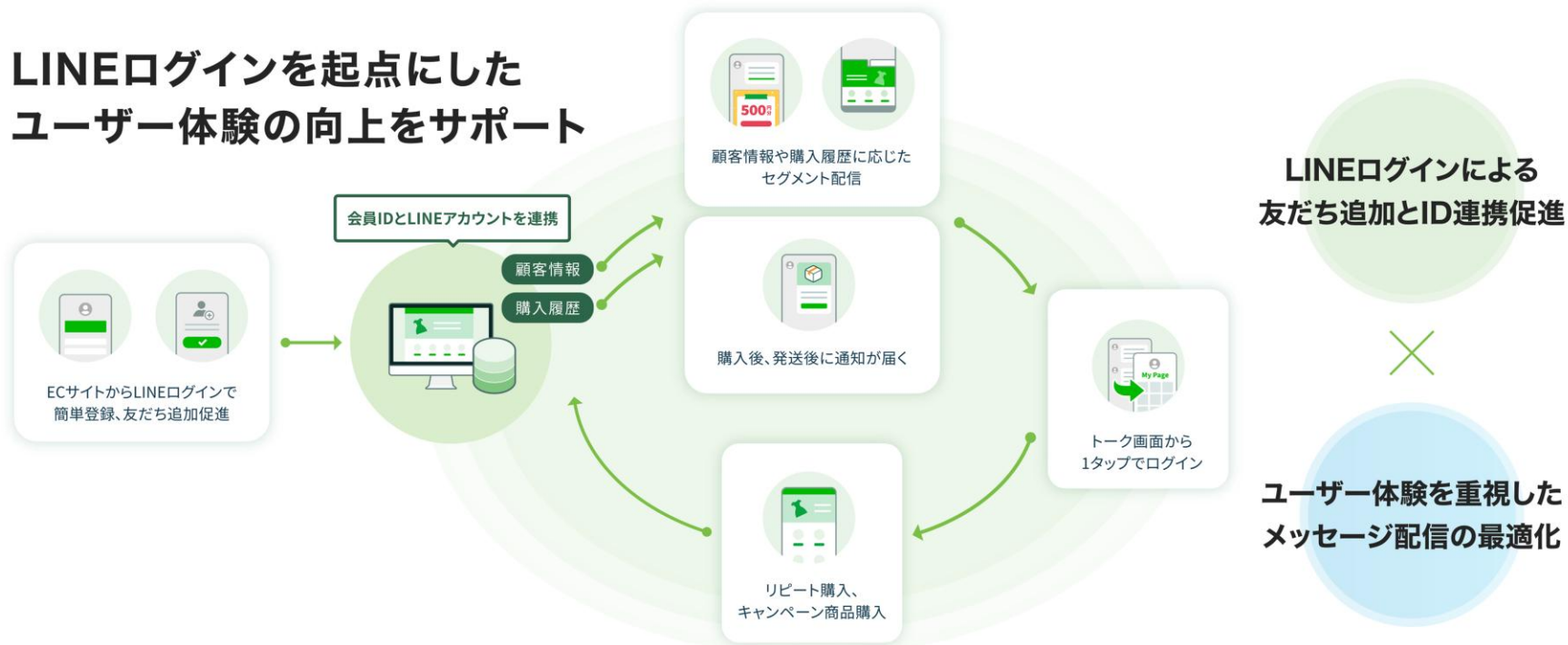
データフィード初心者の方にもわかりやすいUIで、「詳しい人」に属人化しない運用体制を実現します。サポートも充実。



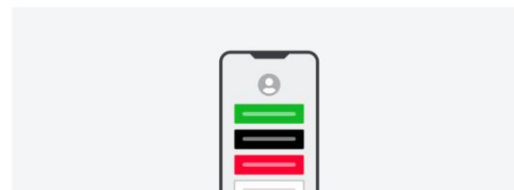
social plus

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

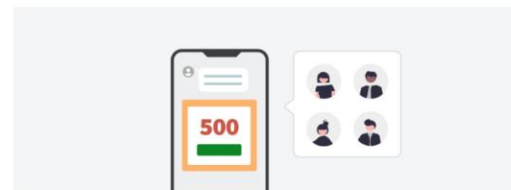


会員登録・購入フローの簡略化



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

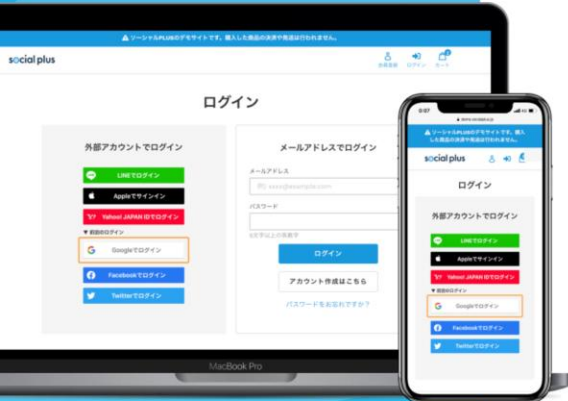


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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



Omni Hub



オムニチャネル 会員連携アプリ

会員連携



Shopifyの会員情報をPOSレジの
会員情報として追加できる

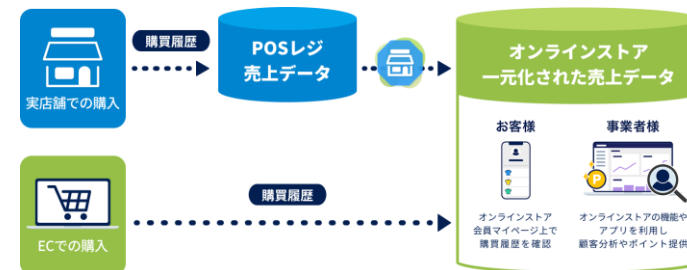
ECサイト上に
会員バーコードを表示！



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

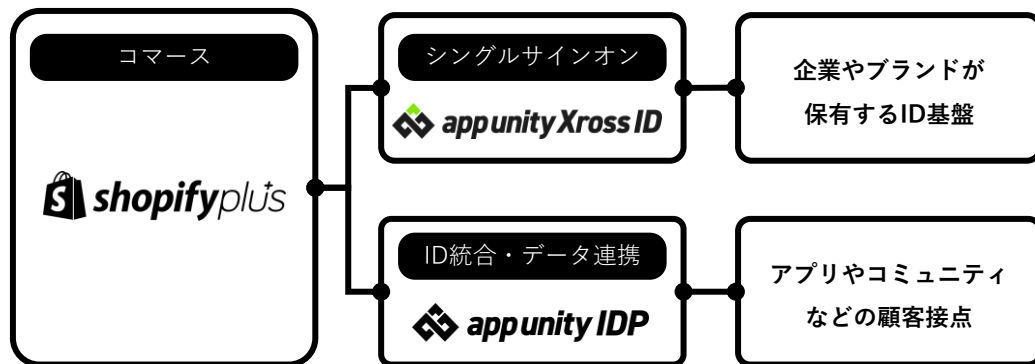
どこポイに登録されている顧客情報と、ポイント履歴をCSVファイルでエクスポート

Shopifyを中心にコマースと複数の顧客接点の

ID統合・SSOを低コストで実現

appunity IDソリューション

ShopifyとID基盤・顧客接点をつなぎ、ID統合・シングルサインオンを実現



Series — App Unity IDソリューションシリーズ

appunity Xross ID

企業やブランドの共通IDを活用し、Shopifyへのシングルサインオンを実現

appunity IDP

ShopifyストアのユーザーIDを活用し、外部サイトを含めた複数のID統合を実現

and more..

深い顧客理解・高い顧客体験を提供するShopifyアプリシリーズを開発予定

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

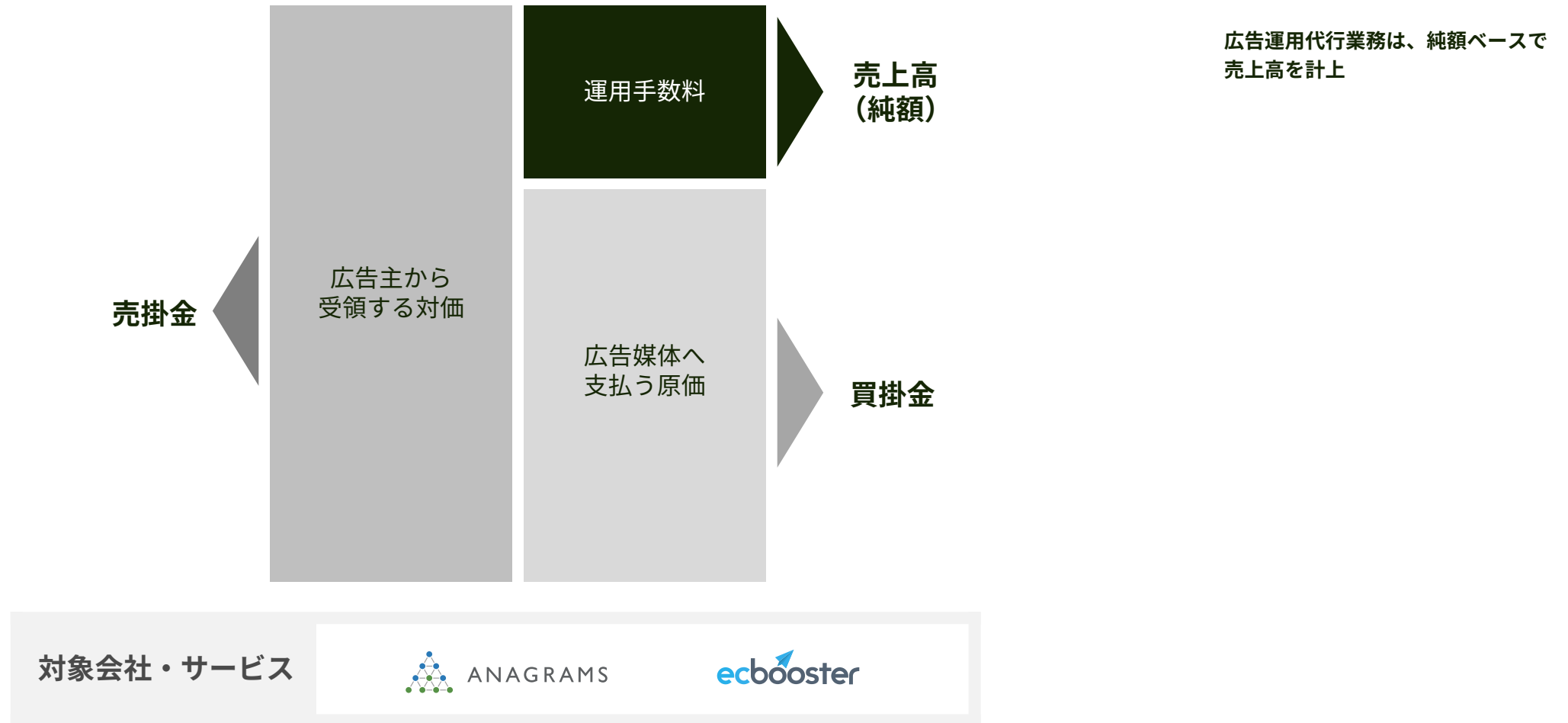
- FBAマルチチャネルサービス
- ロジガードZERO対応倉庫
- LogiMoPro
- SBロジスティクス
- 佐川グローバルロジスティクス
- その他国内倉庫
(CSVで出荷指示を行う全ての倉庫)

(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	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	
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 ditplus.io	ECの出荷・受注業務自動化ツール (従量料金部分あり) SHIPPInno
		ソーシャルログイン (1月分初期費用あり) & メッセージ配信 social plus	スマレジ連携Shopifyアプリ Omni Hub
		LINE活用CRM基盤Shopifyアプリ CRM PLUS on LINE	ポイント機能Shopifyアプリ どこポイ
構築 (初期) 費用 + 月額固定			appunity Xross ID appunity IDP

取扱高に対する料率、月額固定等の収益モデルにより構成

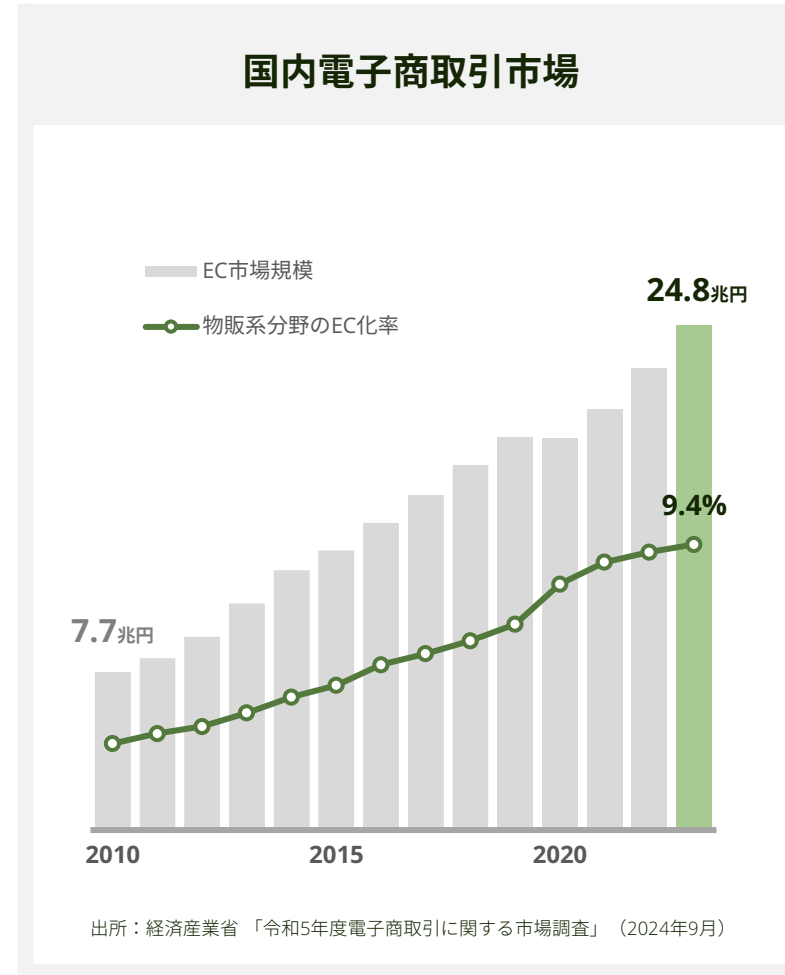
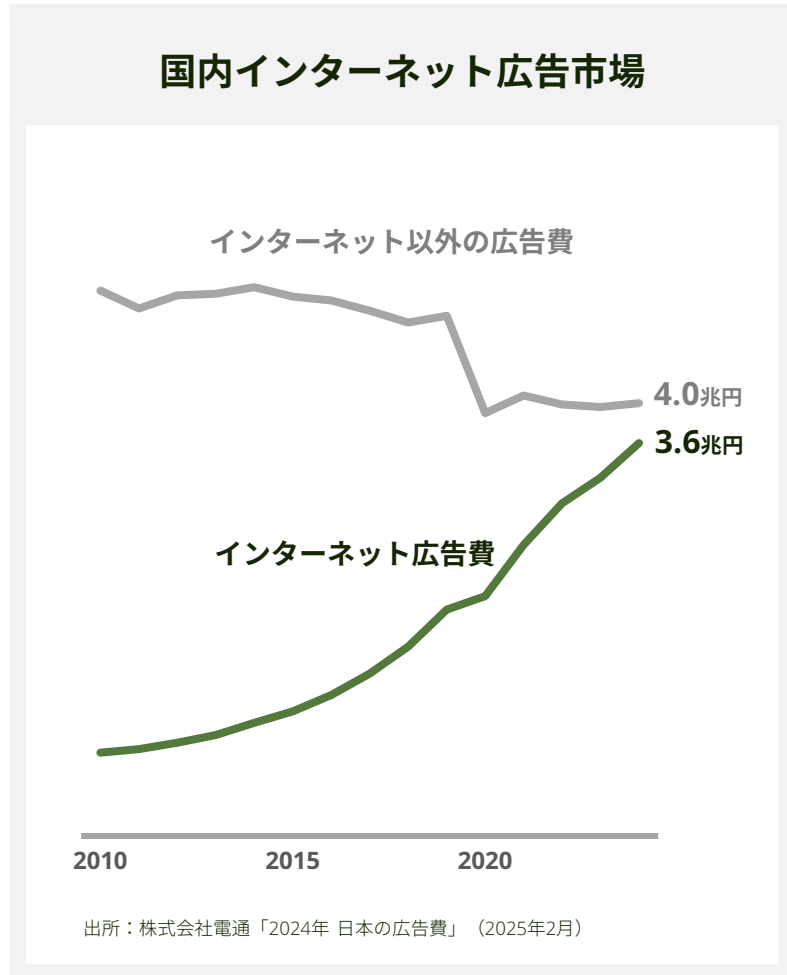
(2) 事業の収益構造 広告運用サービスの収益構造と売上計上方法



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

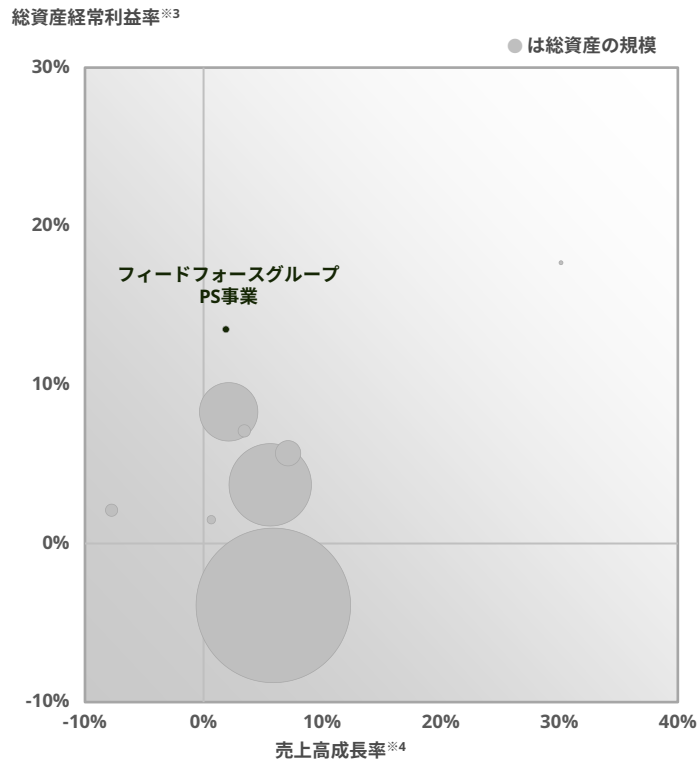


2024年のインターネット広告費は、3.6兆円と堅調に伸長し、総広告費に占める割合は47.6%にまで増加

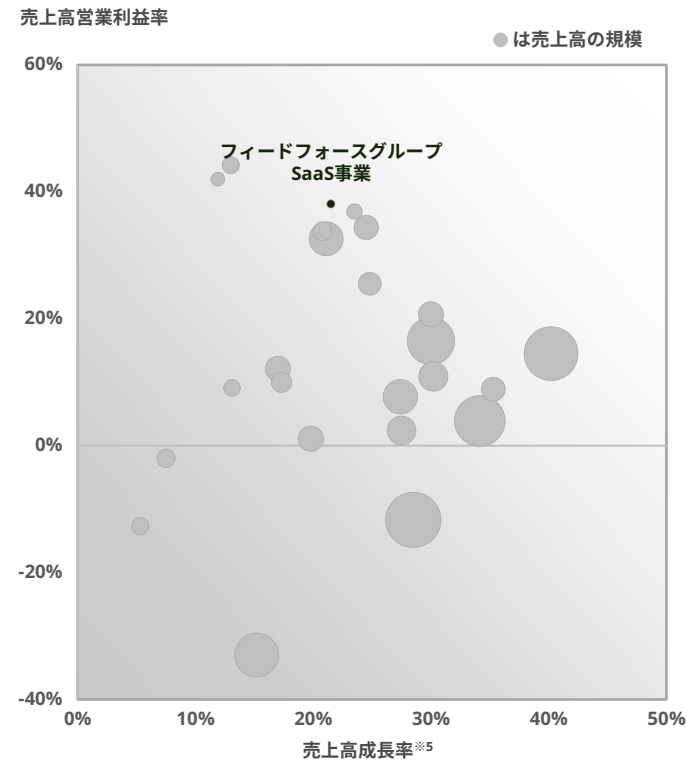
2023年のEC取引市場規模は24.8兆円となり、物販系分野においては前年比+4.8%の拡大で、EC化率は9.4%

(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



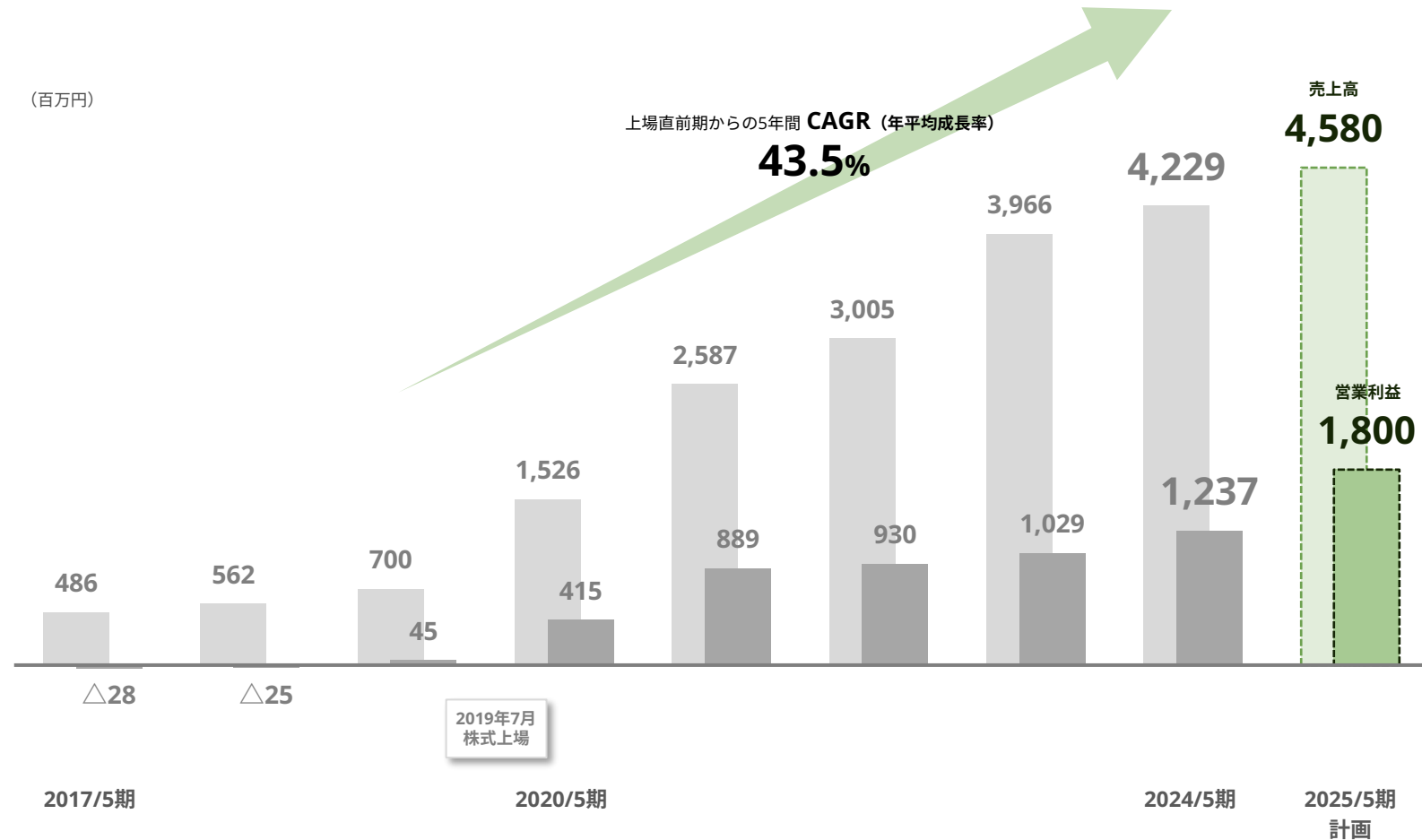
国内における主要な広告代理企業・SaaS企業との比較では、資産・売上規模は劣るものの高い利益率を堅持

※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 増収増益の継続

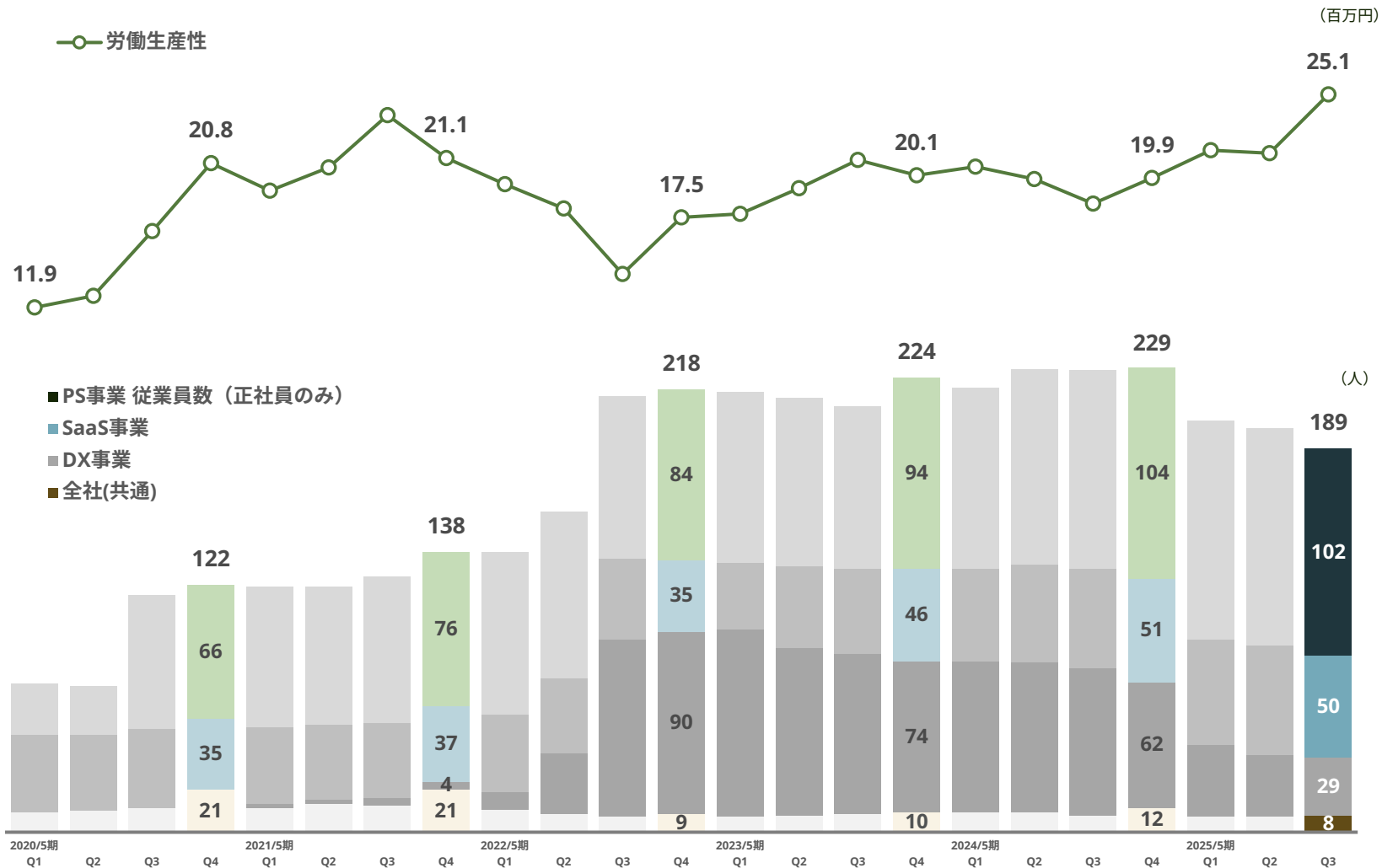


高い売上成長率を維持しながら、株式上場前より連続して増収増益を達成

2025年5月期も増収増益へ

※ 2020/5期以降は連結

(1) 経営資源・競争優位性 労働生産性※・従業員数の推移



グループ従業員数（正社員のみ）は、増加傾向にあったものの、DX事業再構築により、2024/5期末から40人減少

労働生産性は、年換算ベースで25百万円/人と過去最高水準へ

※ 年換算ベースの付加価値額（売上高－仕入高－外注費）を従業員数で除して算出

(1) 経営資源・競争優位性 事業セグメントのシナジー



- Webマーケティング・広告運用 (PS事業)
 - データフィード・ソーシャルログイン (SaaS事業)
 - Shopifyアプリ提供・IDソリューション・システム構築 (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 事業セグメントの特性

	競争力の源泉	規模	収益性	安定性	成長性
PS事業	<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収益率を維持 	売上高 2,455 百万円 (2024/5期) 正社員数 102 名 (2025/5期Q3)	売上高営業利益率 (2024/5期) 42.9%		
SaaS事業	<ul style="list-style-type: none"> □ 安定的な増収基調と高い利益率を維持 □ 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 	売上高 1,122 百万円 (2024/5期) 正社員数 50 名 (2025/5期Q3)	売上高営業利益率 (2024/5期) 40.5%	事業セグメント開示開始 (2017/5期)以降 連続増収増益	
DX事業	<ul style="list-style-type: none"> □ Shopifyを活用したアプリ提供、ECサイト構築、バックヤード業務までのEC支援体制を確立 	売上高 650 百万円 (2024/5期) 正社員数 29 名 (2025/5期Q3)			Shopify関連事業 YoY売上高成長率 (2025/5期Q3累計) +141.7%

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

DX事業については、Shopify関連サービスを主軸に再成長へ

(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5月株式会社フィードフォース設立、代表取締役就任

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
アナグラム(株)
代表取締役社長

小山 純弥

2014年8月、大学在学中にアナグラム(株)入社。2015年東京大学文学部卒業。
執行役員を経て、2024年8月アナグラム(株)代表取締役社長就任

取締役
アナグラム(株)
取締役会長

阿部 圭司



2001年5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、2024年8月取締役会長就任

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)リワイア
代表取締役社長

加藤 英也

2006年International Pacific University New Zealand卒業後、(株)セブテーニ、(株)サイバーエージェント、(株)LITALICO、(株)Legolissを経て、2020年11月(株)リワイア取締役、2022年3月代表取締役就任

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)、アタラ合同会社社長（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

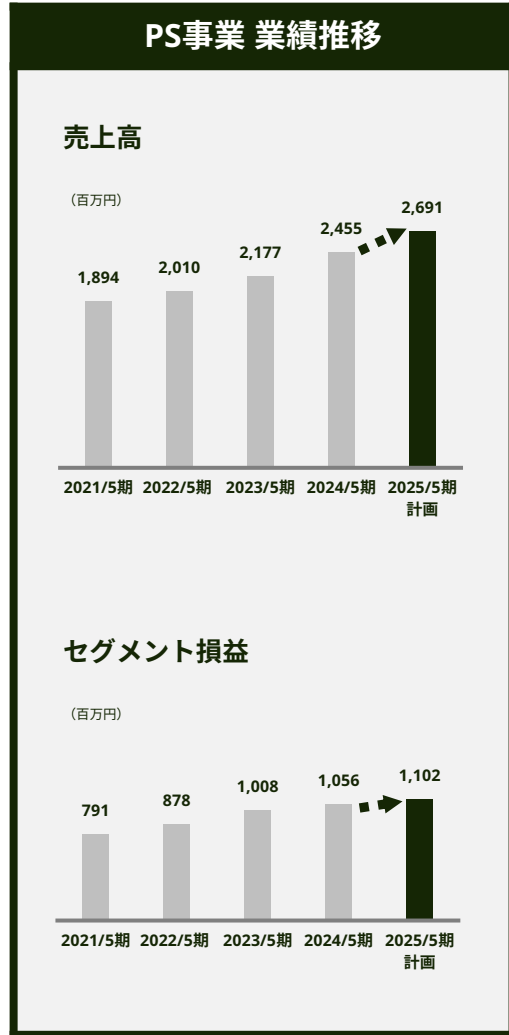
2024年5月期 実績	□ 先行投資拡大による利益維持フェーズから、 売上・利益双方の拡大フェーズへ	PS事業	□ 安定的な運用体制と収益基盤を構築
		SaaS事業	□ 20%成長と増益基調を継続
		DX事業	□ 事業構造見直し

2024年5月期は、PS事業とSaaS事業の成長により利益拡大を実現する一方、DX事業では大幅な損失を計上

2025年5月期の中期目標は、当初の計画を1年前倒して、
売上高 50億円
営業利益 20億円
としていたものの、主にDX事業での進捗の遅れから、
売上高 45億円
営業利益 18億円
に引き下げ

2025年5月期 計画	□ (当初中期目標) 「売上高50億円・営業利益20億円・ROE20%以上維持」を1年前倒して達成
	□ (業績予想) 「売上高45億円・営業利益18億円・ROE20%以上維持」

(1) 成長戦略 PS事業の成長戦略



2025/5期 取組み

- 2025/5期は、
売上高 26億円
セグメント利益 11億円
を計画

2026/5期以降 成長戦略

- 安定的な増収増益を目指す

安定的な運用体制及び収益基盤構築により、高収益体制の維持を目指す

成長を維持しつつ安定的な運用体制を構築

稼働人員の推移

期	稼働人員
2021/5期	52名
2022/5期	84名
2023/5期	103名
2024/5期	120名

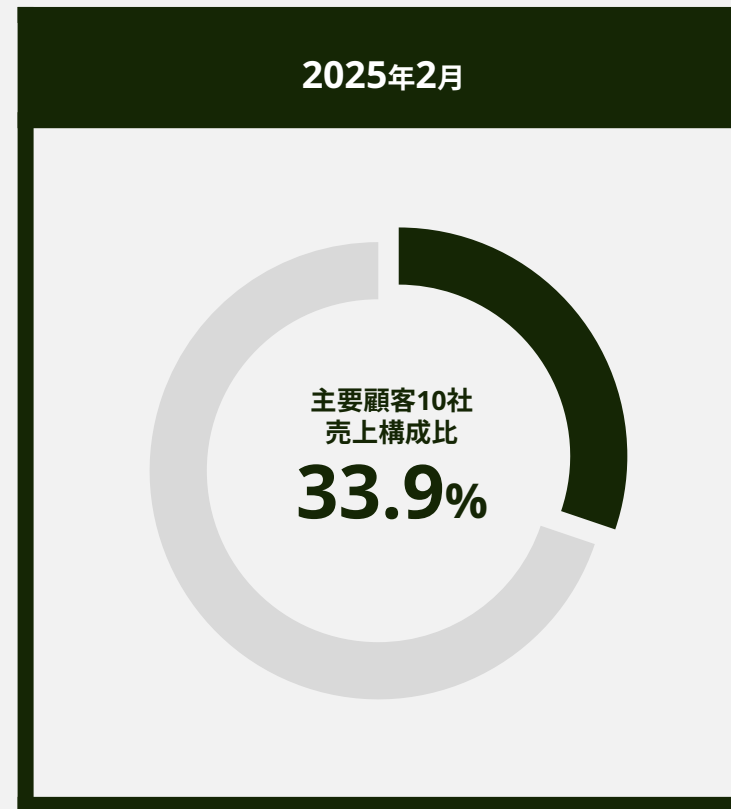
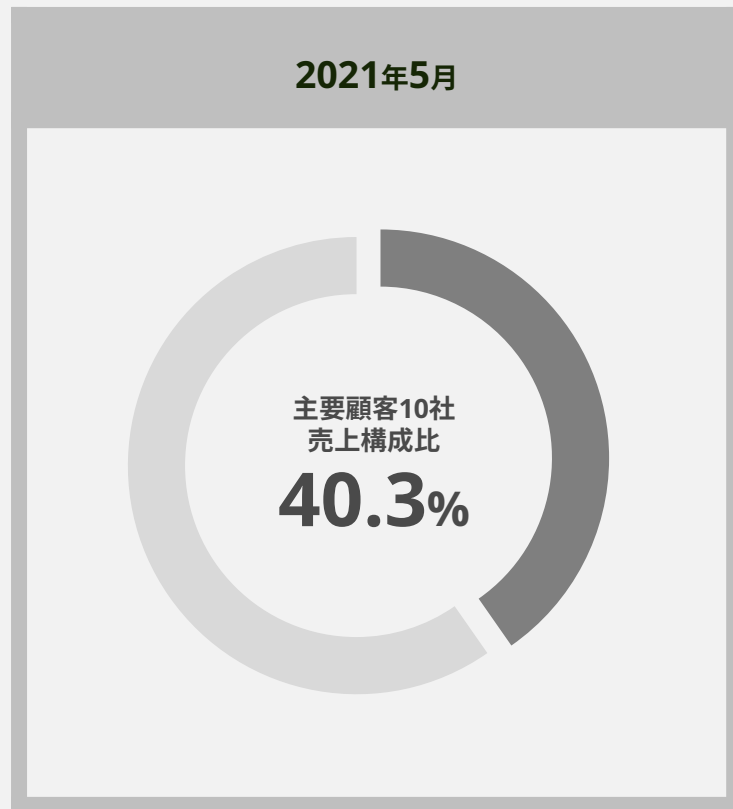
- 主要な国内独立系インターネット広告代理店としてのポジションを確立
- REWIREと連携、広告×1stPartyデータ活用ソリューションの実現



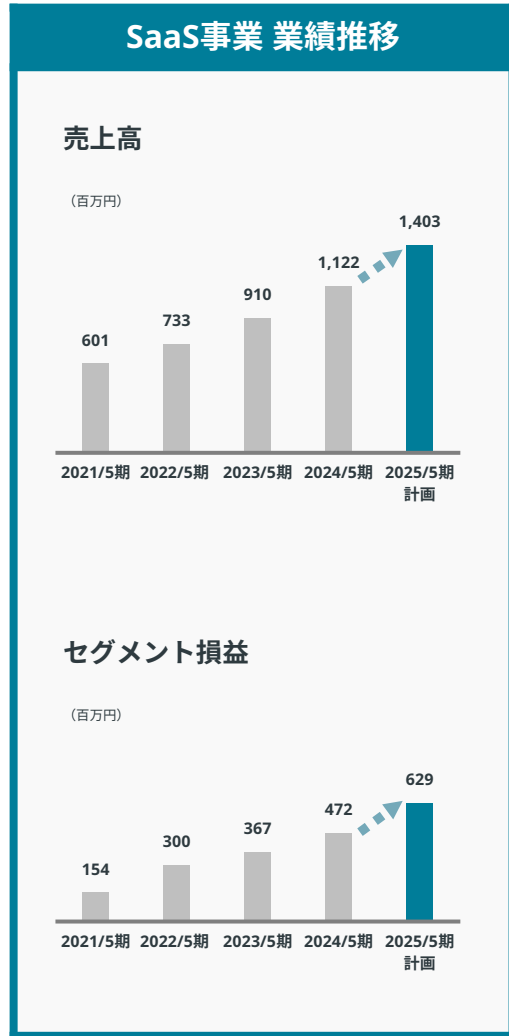
ANAGRAMS

顧客基盤が拡大し、特定顧客依存度が低下

PS事業における主要顧客10社の売上構成比



(1) 成長戦略 SaaS事業の成長戦略



	2025/5期 取組み	2026/5期以降 成長戦略
	<ul style="list-style-type: none"> 2024/5期は、売上高 14億円、セグメント利益 6億円を計画 	<ul style="list-style-type: none"> 20%以上の売上成長と増益を維持
social plus	<ul style="list-style-type: none"> LINEメッセージ配信機能をスタンダード化 	<ul style="list-style-type: none"> 認証領域とメッセージ機能の双方で国内トップシェアを目指す
CRM PLUS on LINE	<ul style="list-style-type: none"> エンタープライズ中心に拡大 	
diplus.io	<ul style="list-style-type: none"> 人材関連サービス「Micro ATS」リリースへ 	<ul style="list-style-type: none"> 人材・EC特化でフィードの周辺領域含め提供価値を拡大
ecbooster	<ul style="list-style-type: none"> Shopifyアプリ版リリース Microsoft Advertising対応 	<ul style="list-style-type: none"> 中小EC事業者向け広告運用の「Must Have」サービスに

各サービスで機能拡張を実施しつつ、今後も20%以上の増収を継続



LINE連携Shopifyアプリ「CRM PLUS on LINE」

100 STORES
ANNIVERSARY

ShopifyのPlusプランでの導入100ストア突破！

お客様の声とデータで、これまでの成長と変化をふりかえります



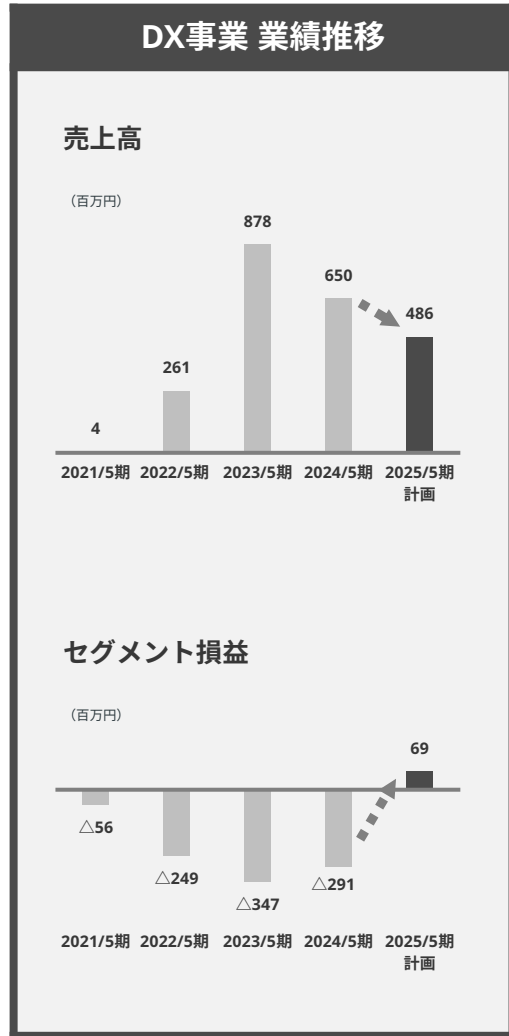


大量求人、大量応募に特化

Micro ATS

正式リリース

(1) 成長戦略 DX事業の成長戦略



	2025/5期 取組み	2026/5期以降 成長戦略
Rewire	<ul style="list-style-type: none"> リワイアを中心に再成長を目指し、前期末達であったセグメント損益黒字化を見込む 	<ul style="list-style-type: none"> 2026/5期は、大幅な利益成長へ
Omni Hub	<ul style="list-style-type: none"> データサービス、アプリサービスの成長 FRACTAの基盤を引継ぎ、Shopify周辺の開発案件を発掘 生成AIソリューションの立ち上げ 	<ul style="list-style-type: none"> Shopify開発における国内リーディングカンパニーへ
SHIPPInno	<ul style="list-style-type: none"> エンタープライズ、SMB双方でのクライアント拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 対応POS拡大によってより大きなマーケットへ進出
feedforce Vietnam	<ul style="list-style-type: none"> ECカート・配送連携における新マーケットの開拓を模索 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング・テックの両面で、ベトナム市場での成長拡大を目指す事業者支援へ
FRACTA®	<ul style="list-style-type: none"> リワイアへ業務を引き継ぎ事業縮小へ 	

2025年5月期の黒字化を目指しつつ、新ソリューション提供を予定



Omni Hub

Powered by Feedforce Inc.



Square

**オムニチャネル会員連携アプリ「Omni Hub」
グローバル決済端末「Square」との連携開始**

多様なPOSプラットフォームとの連携に向けた第一歩

(2) 経営指標 [売上関連データ] サービス別利用案件数

(件)

	2020/5末	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/2末	前期末比
PS事業							
Anagrams	96	115	116	156	166	169	+3
Feedmatic	48	45	49	—※1	—	—	—
SaaS事業							
ソーシャルPLUS	272	309	361	391	440	467	+27
dfplus.io	139	175	235	302	375	405	+20
EC Booster※2	344	303	283	460 <small>うちエントリー プラン198</small>	419 <small>うちエントリー プラン184</small>	348 <small>うちエントリー プラン147</small>	△71
DX事業							
Shopifyアプリ※3	—	—	532	144	258	319	+61
FRACTA	—	—	53	43	8	1	△7
Shippinno	—	—	495	435	417	401	△16

PS事業

Anagramsで広告運用案件数増加

SaaS事業

dfplus.io・ソーシャルPLUSではアカウント数増加傾向継続も、EC Boosterでは減少傾向継続

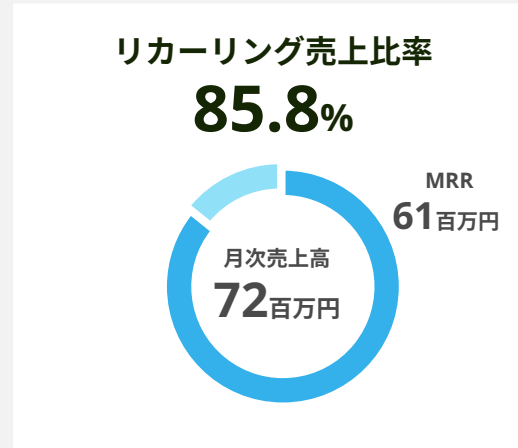
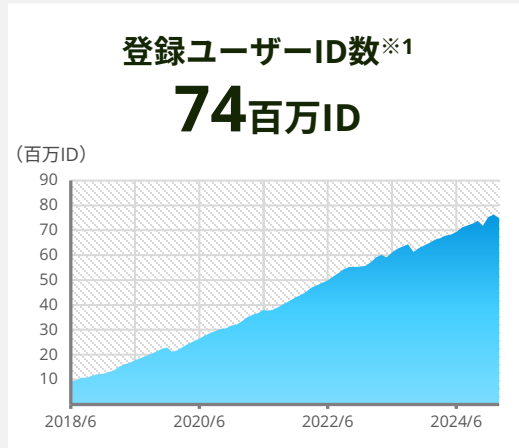
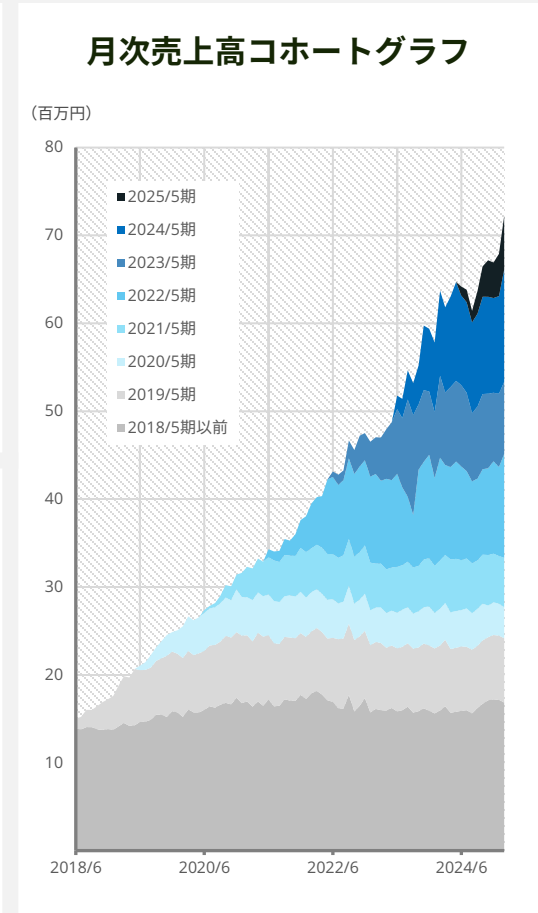
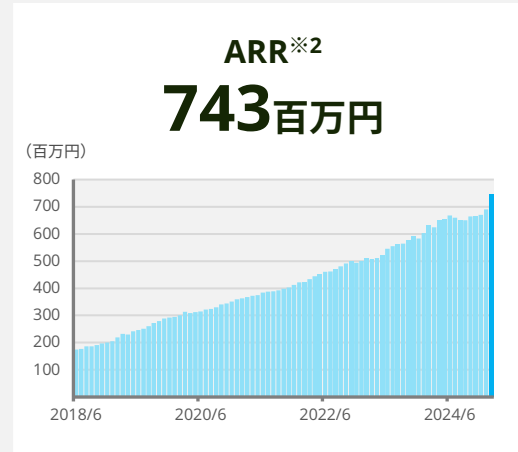
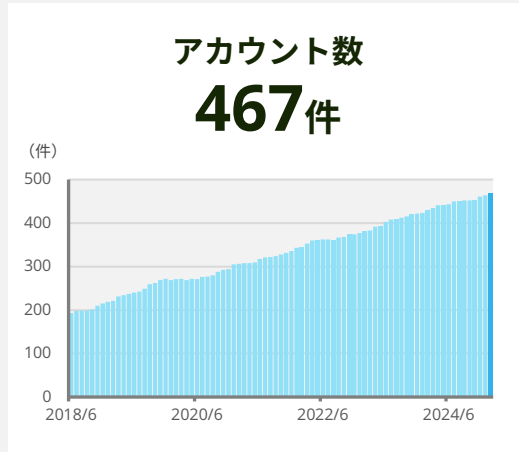
DX事業

Shopifyアプリではアカウント数が大幅増加

※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

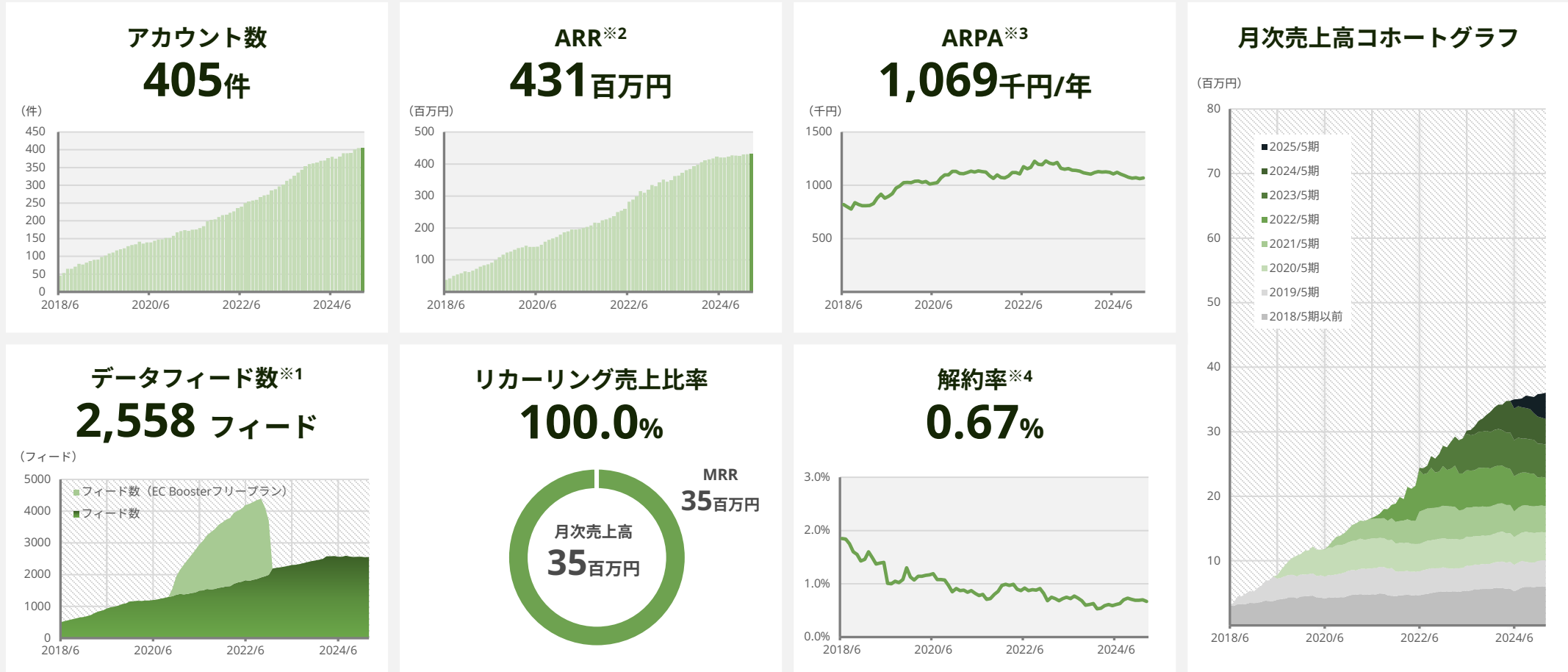
(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

social plus



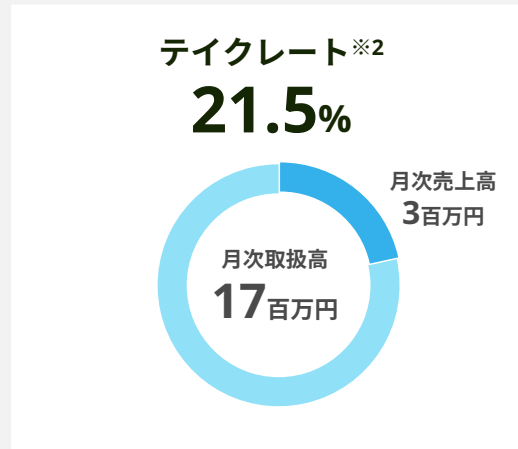
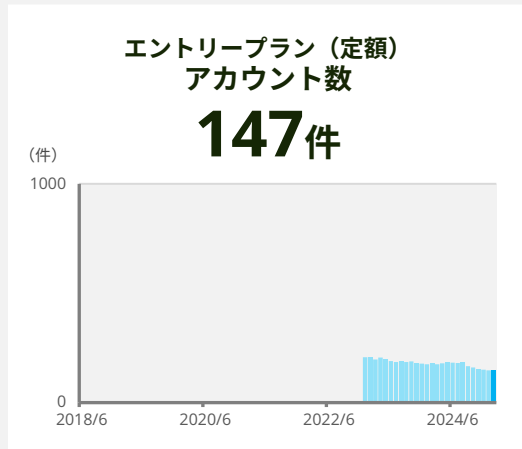
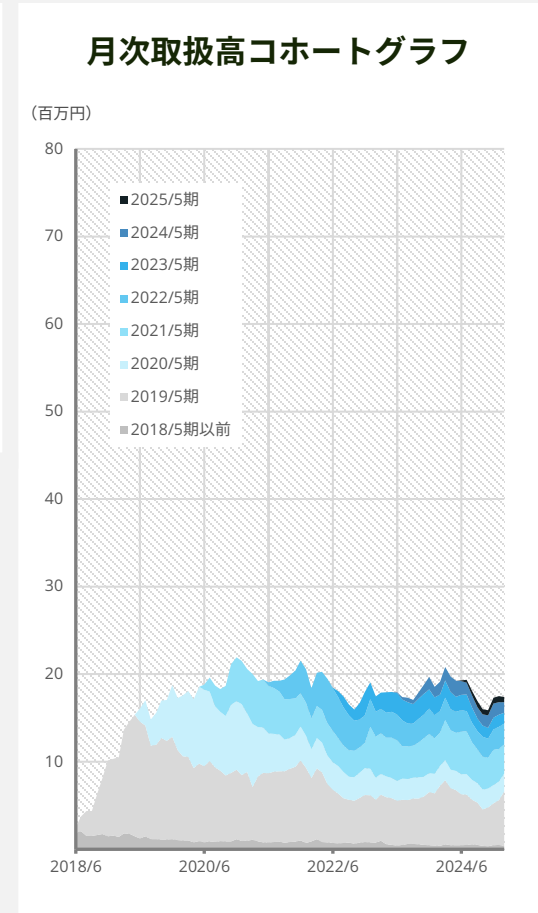
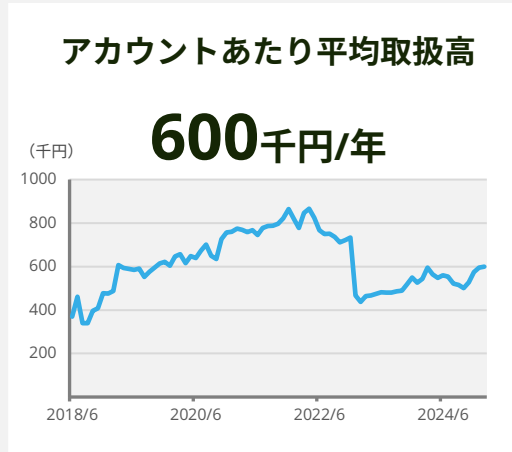
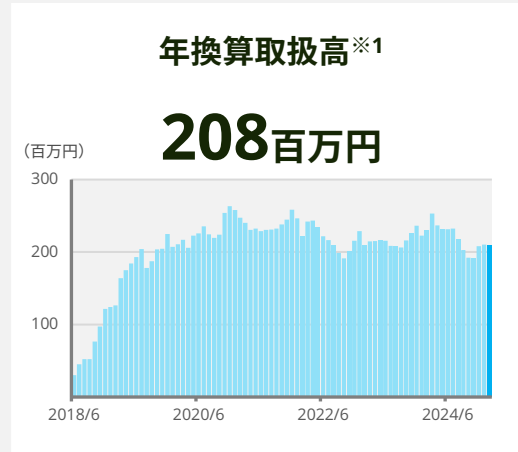
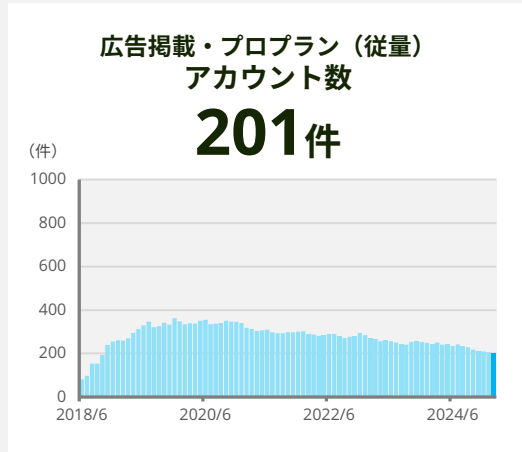
※1 ソーシャルPLUSサービスを通じて登録されているユーザーID総数
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR。Shopifyアプリ「CRMonLine」は1アカウントとして算出
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



※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月にて終了し、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（ダウングレード含まない）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



※1 各月次取扱高に12を乗じて算出

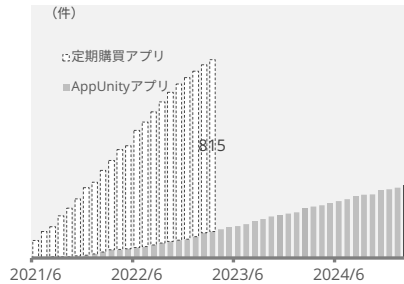
※2 取扱高に占める売上高の割合。売上高は、取扱高から媒体広告費・パートナーへの紹介手数料等を控除して算出

(2) 経営指標 [売上関連データ] DX業績指標

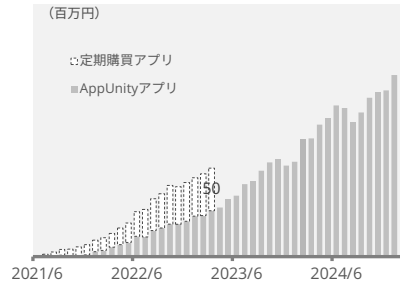


(直近月次は2024年12月)

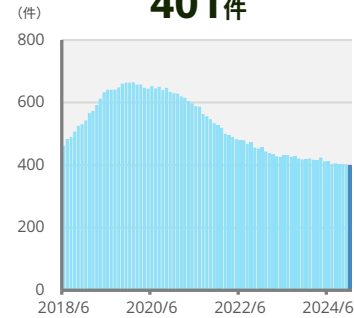
アクティブ数※2
319件



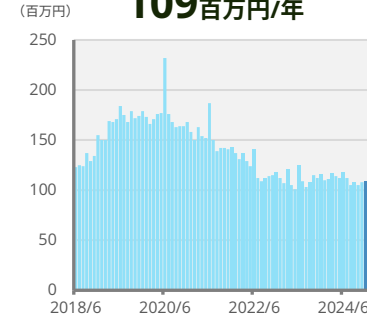
ARR※3
195百万円



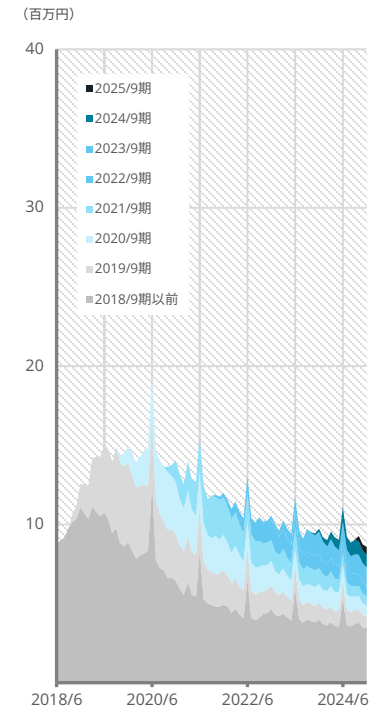
アカウント数
401件



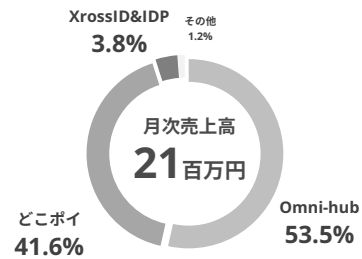
年次換算取扱高※1
109百万円/年



月次取扱高コHORTグラフ



売上比率



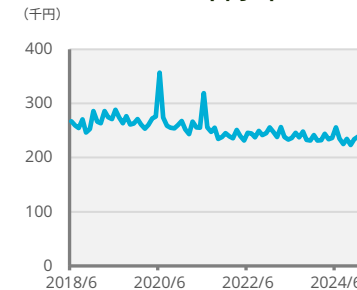
ARPA※4
757千円/年



テイクレート※2
89.6%



アカウントあたり平均売上高※3
239千円/年



※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「Omni-hub」「どこボイ」「XrossID」「IDP」の合計。定期購買アプリは共同事業としては2023年3月で終了

※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。定期購買アプリでは当季収益額のみ計上

※4 1アカウント当たり平均ARR

※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

※3 2022年5月までは売上高を基準として算定し、2022年6月以降は売上高のうちリカーリングレベニューを基準として算定

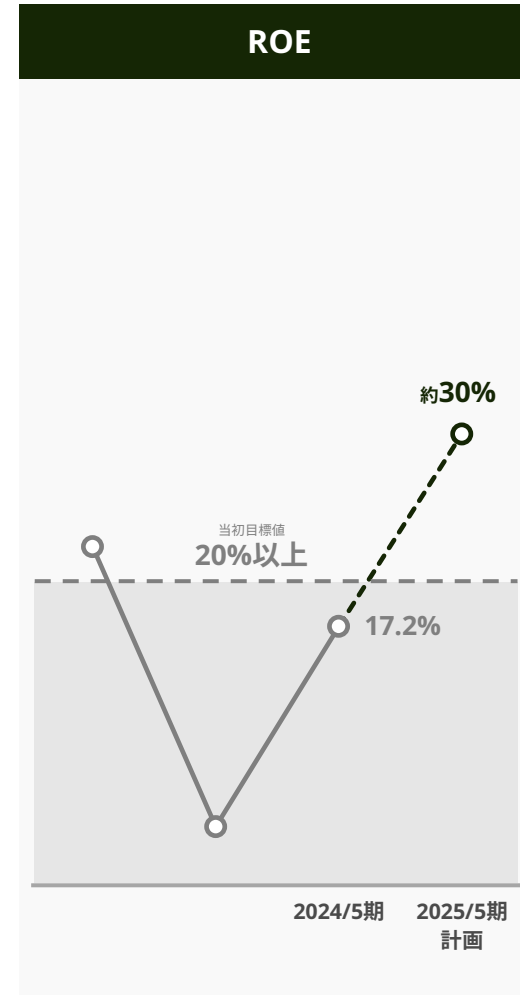
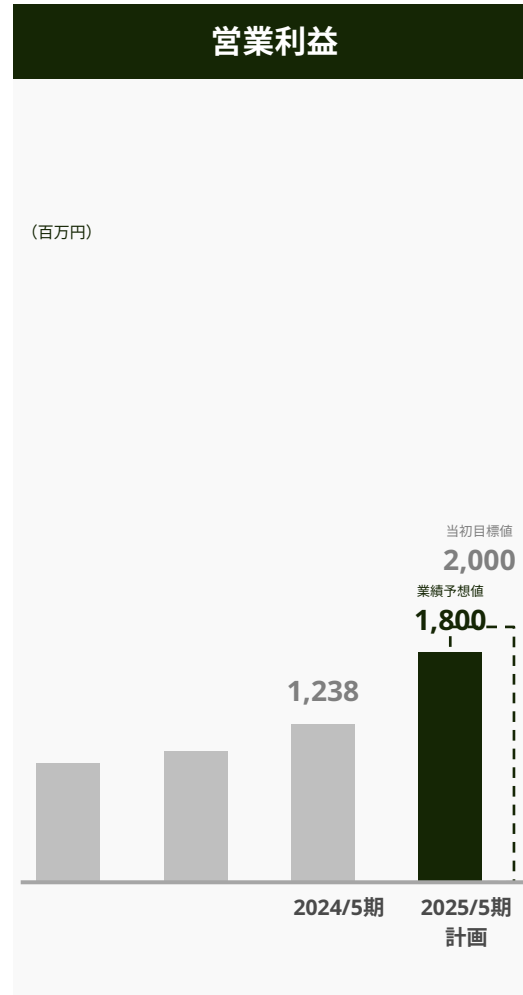
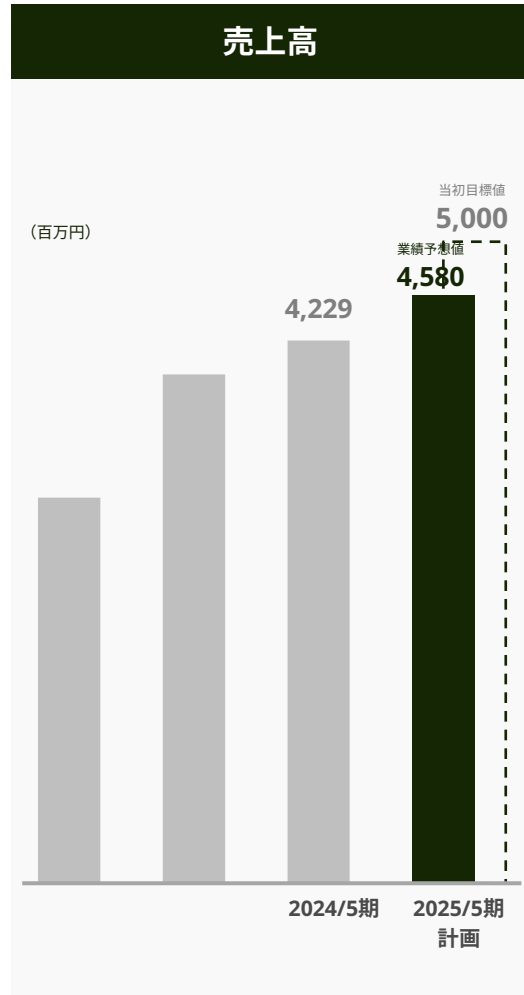
(2) 経営指標 財務関連指標

	2020/5期	2021/5期	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2025/5期Q3累計
売上高成長率	+118.0%	+69.5%	+20.7%	+32.0%	+6.6%	+2.6%
PS事業	+162.6%	+88.7%	+6.1%	+8.3%	+12.8%	+6.6%
SaaS事業	+58.6%	+26.4%	+21.9%	+24.1%	+23.3%	+14.4%
DX事業	—	—	—	+236.6%	△25.9%	△ 29.3%
売上高営業利益率	27.2%	34.4%	31.0%	26.0%	+29.3%	+35.2%
PS事業	35.5%	40.0%	43.2%	45.5%	+42.9%	+41.0%
SaaS事業	8.6%	24.4%	38.9%	38.1%	+40.5%	+37.8%
DX事業	—	—	△94.6%	△39.3%	△44.8%	△ 2.7%
ROA^{※1,※2}	14.6%	15.2%	12.8%	13.6%	15.9%	—
ROE^{※2,※3}	31.0%	28.5%	22.5%	3.9%	17.0%	—
自己資本比率^{※4}	18.3%	36.6%	37.2%	39.0%	36.9%	40.8%
D/Eレシオ^{※5}	1.1x	0.7x	0.8x	0.6x	0.8x	0.7x

**SaaS事業の
売上高成長率は約14%
営業利益率は約37%**

※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 中期目標と業績予想



2025年5月期において、「売上高50億円、営業利益20億円、ROE20%」の1年前倒しでの業績目標達成を計画していたものの、DX事業の見直しにより、中期目標の売上高・営業利益の達成時期を見直し

(3) 利益計画及び前提条件 2025年5月期業績予想に対する進捗

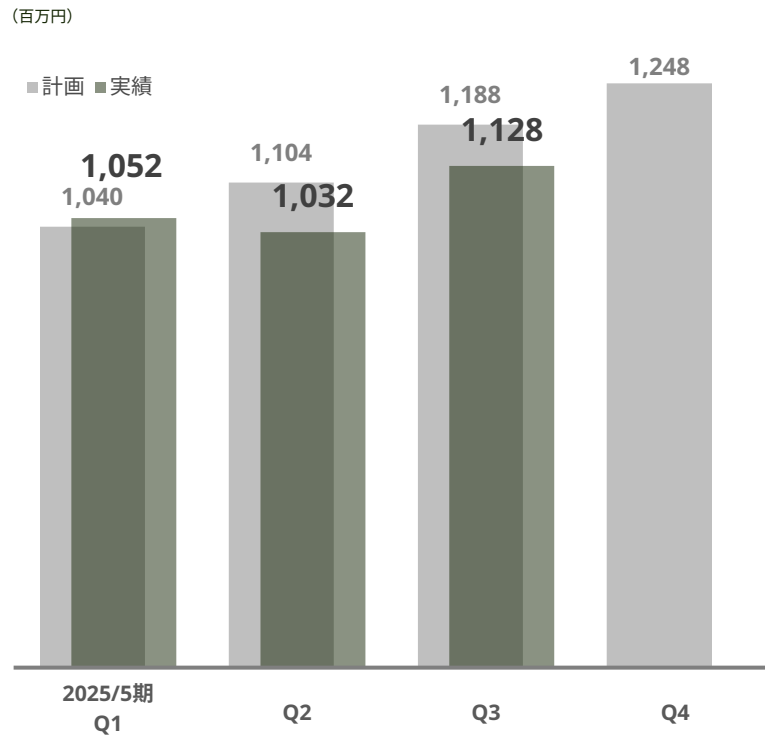
(百万円)

	2025/5期 Q3累計実績 (a)	2025/5期 Q3累計予想 (b)	達成率 (a) / (b)	2025/5期 累計予想 (c)	進捗率 (a) / (c)
売上高	3,213	3,331	96.5%	4,580	70.2%
PS事業	1,906	1,973	96.6%	2,691	70.9%
SaaS事業	938	1,012	92.7%	1,402	66.9%
DX事業	368	346	106.6%	486	75.8%
EBITDA	1,275	1,405	90.8%	2,014	63.4%
営業利益	1,130	1,247	90.6%	1,800	62.8%
PS事業	780	790	98.8%	1,102	66.9%
SaaS事業	360	435	82.7%	629	57.3%
DX事業	△10	21	—	69	—
経常利益	1,071	1,232	86.9%	1,781	60.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	707	811	87.2%	1,172	60.4%
1株当たり当期純利益	27.88円	n.a.	n.a.	45.90円	60.7%

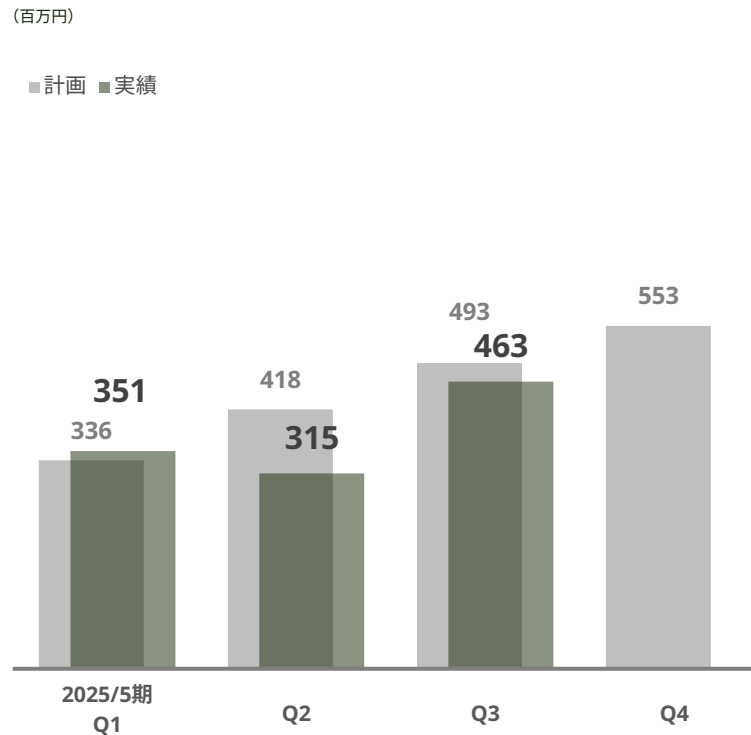
2025/5期は営業利益18億円を見込んでおり、Q3累計進捗率は62.8%

(4) 進捗状況 2025年5月期四半期業績予想に対する進捗

2025/5期Q3累計
計画対比達成率
売上高 **96.5%**



2025/5期Q3累計
計画対比達成率
営業利益 **90.6%**



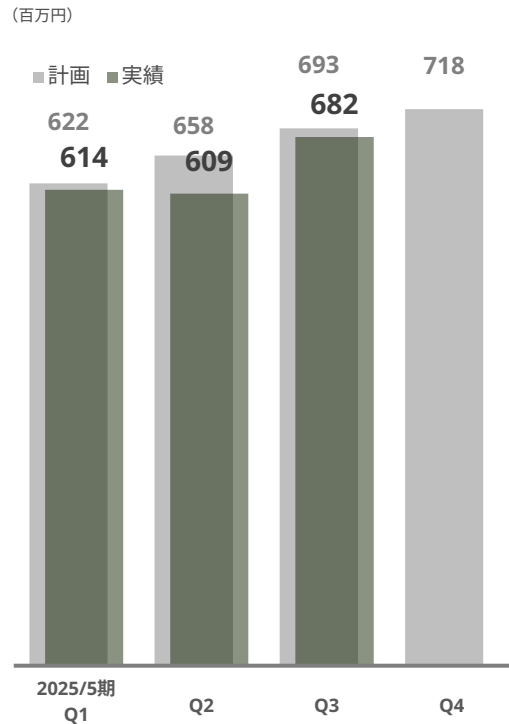
Q3は売上高・営業利益ともに未達となるも計画値近くにまで回復

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2025年6月を予定)

(4) 進捗状況 2025年5月期四半期業績予想に対するセグメント別進捗

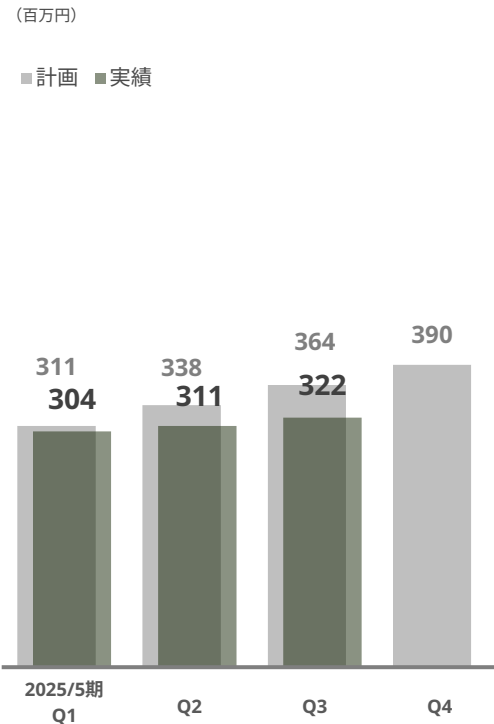
PS事業
2025/5期Q3累計
計画対比達成率

売上高 **96.6%**



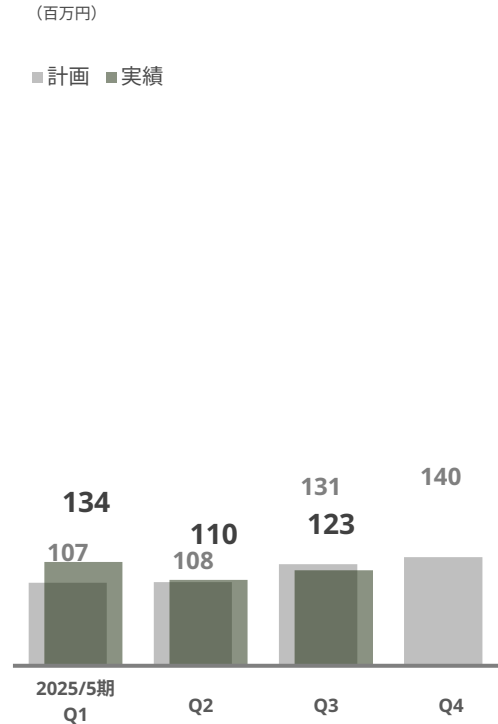
SaaS事業
2025/5期Q3累計
計画対比達成率

売上高 **92.7%**



DX事業
2025/5期Q3累計
計画対比達成率

売上高 **106.6%**



Q3は、PS事業で計画値近くまで回復

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
インターネット 広告市場 <small>顕在化時期：短期 発生可能性：高</small>	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 <small>顕在化時期：長期 発生可能性：中</small>	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 <small>顕在化時期：長期 発生可能性：高</small>	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 <small>顕在化時期：長期 発生可能性：中</small>	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
情報 セキュリティ <small>顕在化時期：長期 発生可能性：中</small>	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 <small>顕在化時期：短期 発生可能性：高</small>	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 <small>顕在化時期：長期 発生可能性：中</small>	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
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
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。