



2021 年 7 月 1 日

各 位

会社名 株式会社フィードフォース
代表者名 代表取締役社長 塚田 耕司
(コード番号：7068 東証マザーズ)
問合せ先 取締役経営管理本部長 西山 真吾
(TEL. 03-5846-7016)

＜マザーズ＞ 投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時 2021 年 6 月 30 日（水）13：30～14：15
開催方法 オンラインによる実開催
説明会資料名 2021 年 5 月期 決算説明資料

【添付資料】

決算説明会において使用した資料

以 上

2021年5月期

決算説明資料

Financial Presentation
for the Fiscal Year ended May 31, 2021

2021年6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	16
ビジネスモデル	17
市場環境	31
競争力の源泉	36
事業計画	39
リスク情報	58
Appendix	61

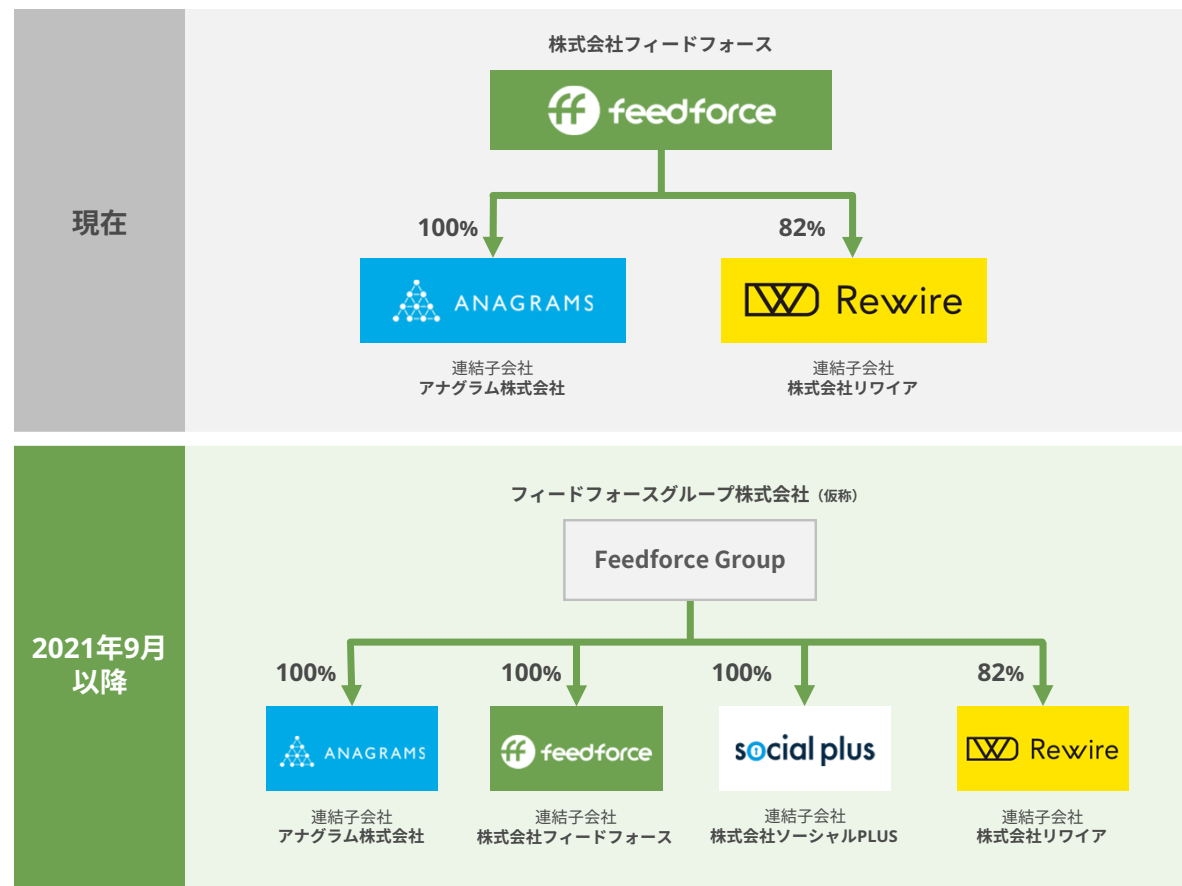
01

決算ハイライト

Financial Result Highlight



主要グループ会社関係図



2021年9月1日以降、純粋持株会社への体制移行予定

2021年5月期 連結業績概要

(百万円)

	2020/5期 通期 連結	2021/5期 通期 連結	YoY	2020/5期 4Q 連結	2021/5期 1Q 連結	2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	QoQ
取扱高	5,521	11,021	+99.6%	2,496	2,188	2,361	3,107	3,363	+8.2%
売上高	1,526	2,587	+69.5%	607	551	594	713	727	+1.9%
EBITDA※	487	1,058	+117.0%	239	169	229	325	334	+2.9%
営業利益	415	889	+114.0%	197	128	187	282	291	+3.1%
税金等調整前 当期純利益	371	874	+135.5%	206	120	185	279	289	+3.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	163	472	+189.6%	102	27	110	173	160	△7.5%

連結業績

QoQで増収増益

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

2021年5月期 連結セグメント業績概要

(百万円)

	2020/5期 通期 連結	2021/5期 通期 連結	YoY	2020/5期 4Q 連結	2021/5期 1Q 連結	2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	QoQ
PS事業※									
売上高	1,050	1,980	+88.7%	477	411	450	556	562	+1.1%
セグメント損益	373	791	+112.1%	181	107	160	250	272	+9.0%
SaaS事業									
売上高	476	601	+26.4%	130	139	144	157	160	+2.2%
セグメント損益	42	154	+264.1%	15	25	37	50	41	△17.0%
DX事業									
売上高	—	4	—	—	—	—	0	4	—
セグメント損益	—	△56	—	—	△5	△10	△17	△22	—

PS事業

QoQでも増収増益

SaaS事業

QoQで増収減益

DX事業

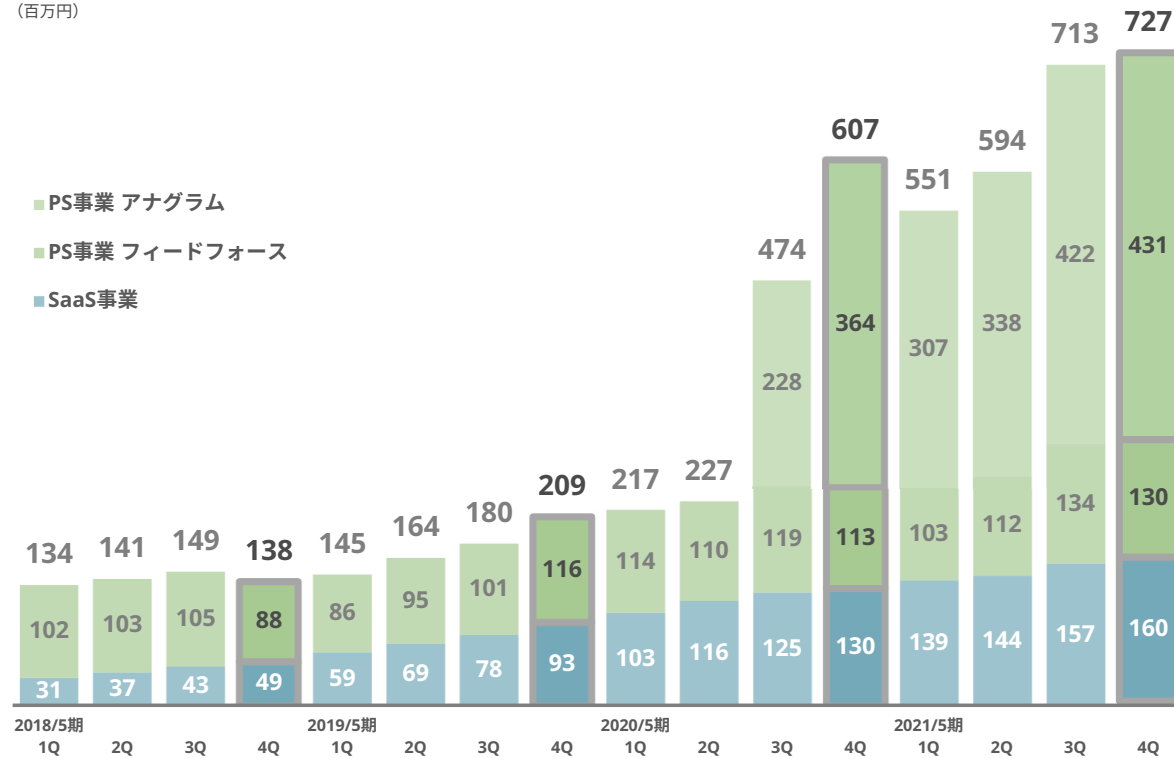
Shopifyサイト構築による売上計上

※ 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 アナグラム
- PS事業 フィードフォース
- SaaS事業



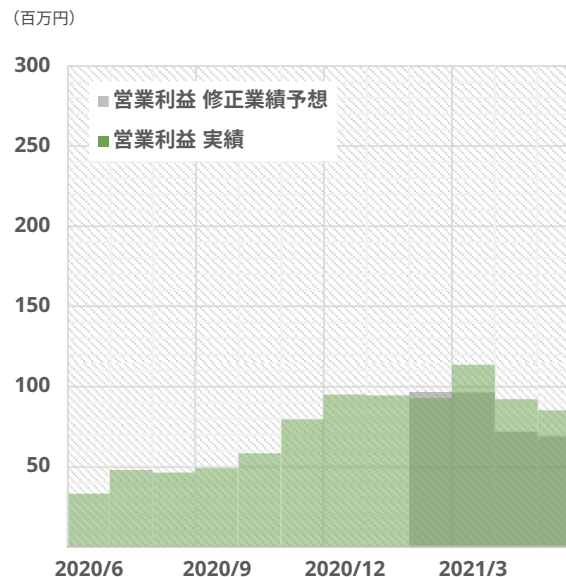
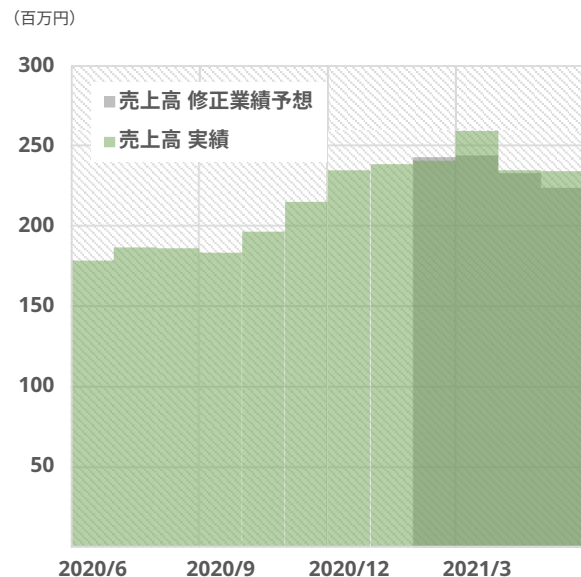
PS事業・SaaS事業ともに増収継続

月次進捗（修正業績予想対比）

通期 計画対比進捗率
売上高 **101.0%**

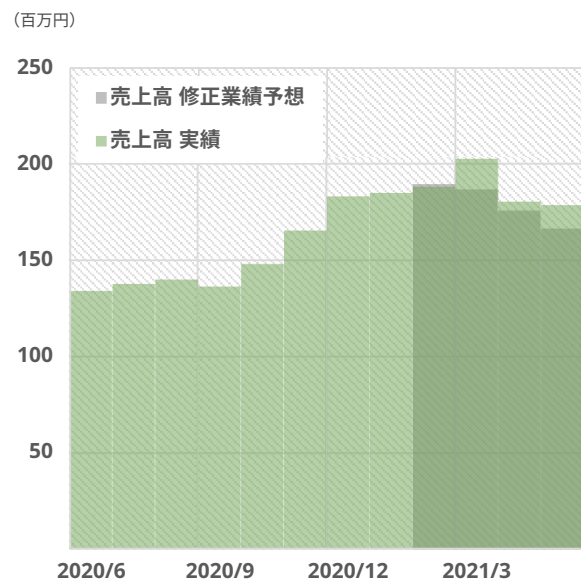
通期 計画対比進捗率
営業利益 **106.0%**

売上・営業利益ともに業績予想をやや上回って着地

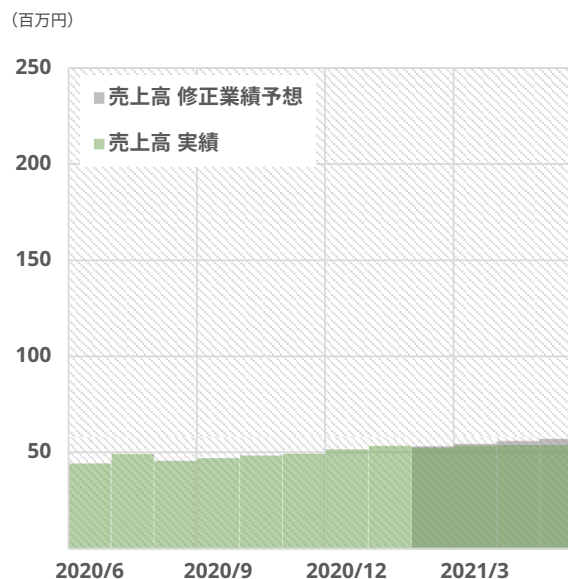


セグメント別売上高月次進捗（修正業績予想対比）

PS事業
通期 計画対比進捗率
売上高 **101.6%**



SaaS事業
通期 計画対比進捗率
売上高 **98.9%**

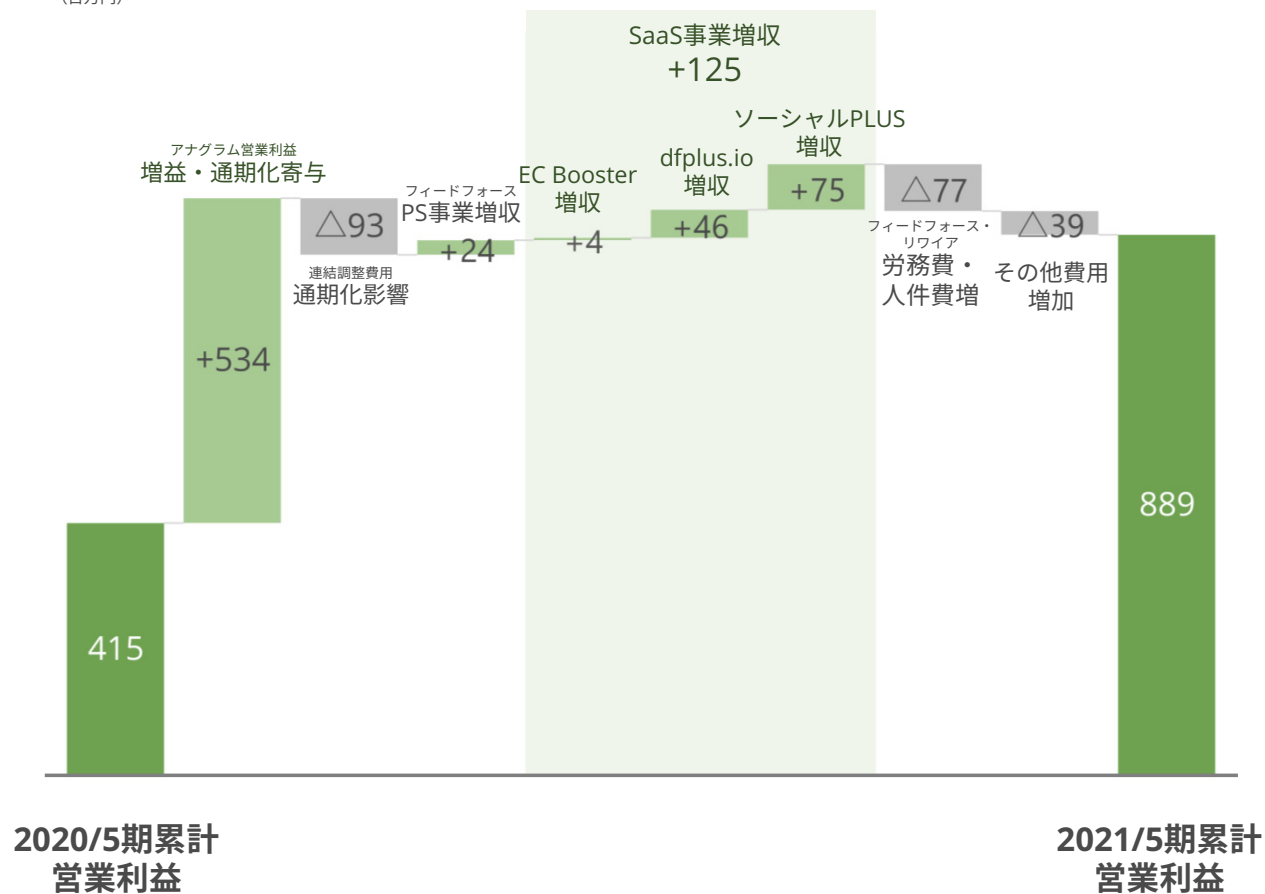


PS事業では実績が予想をやや上回った

SaaS事業では新規顧客の導入が停滞し、実績が予想をやや下回った

2021年5月期通期 営業損益増減要因 YoY

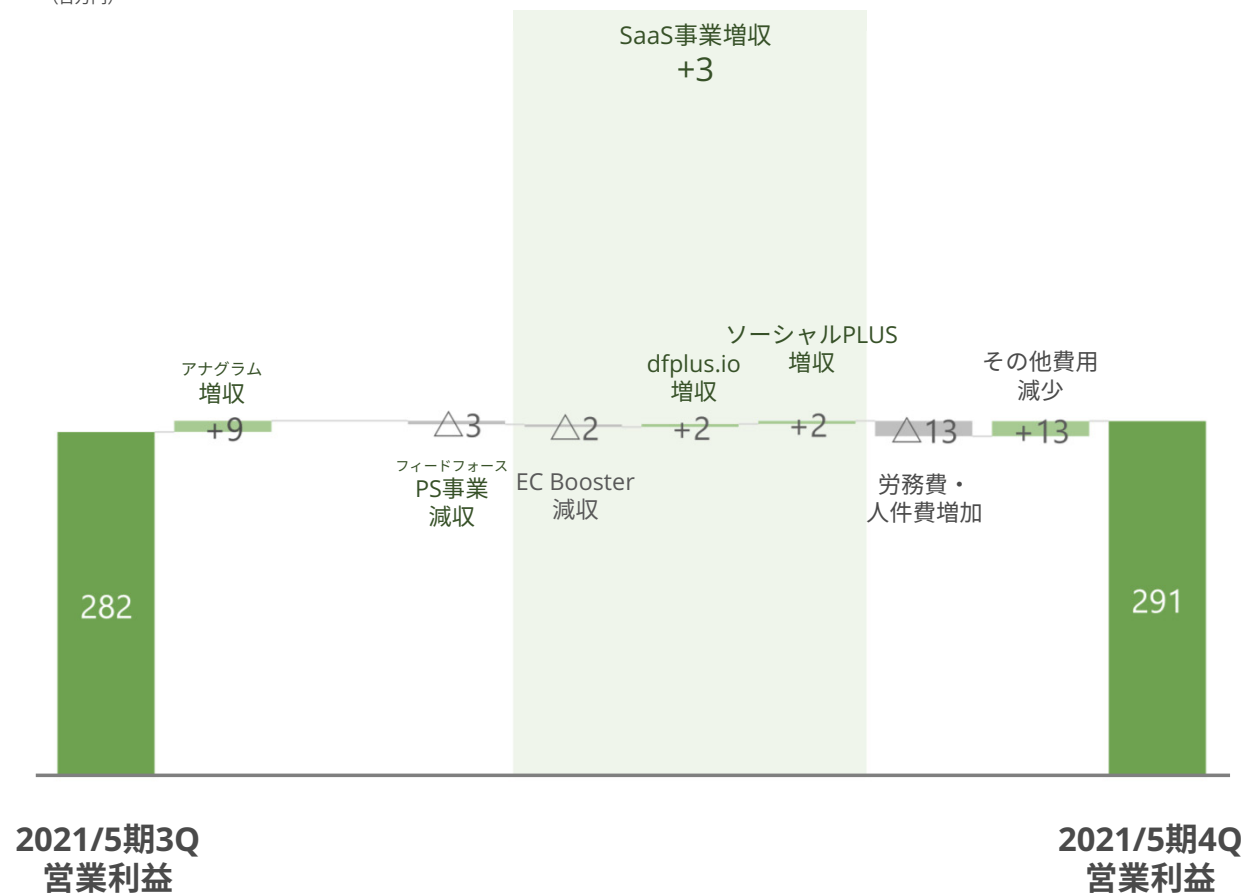
(百万円)



増益額473百万円に対する
アナグラムの増益・通期化寄与
(連結調整後) は、441百万円

2021年5月期4Q 営業損益増減要因 QoQ

(百万円)



アナグラムで9百万円の増収

SaaS事業は3百万円の増収

サービス別売上高

(百万円)

	2020/5期 通期 連結	2021/5期 通期 連結	YoY	2020/5期 4Q 連結	2021/5期 1Q 連結	2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	QoQ
PS事業	1,050	1,980	+88.7%	477	411	450	556	562	+1.1%
Anagrams	592	1,499	+152.9%	364	307	338	422	431	+2.2%
Feedmatic	269	295	+9.9%	68	60	67	86	81	△5.3%
DF PLUS	158	166	+5.3%	37	37	38	44	46	+5.9%
その他	29	18	△36.7%	6	6	6	3	2	△35.4%
SaaS事業	476	601	+26.4%	130	139	144	157	160	+2.2%
EC Booster	57	61	+7.0%	15	18	13	15	13	△13.3%
dfplus.io	127	173	+36.6%	35	37	41	46	48	+5.7%
ソーシャルPLUS	291	366	+25.8%	79	83	89	95	98	+3.0%
DX事業	—	4	—	—	—	—	0	4	—

PS事業

QoQで1.1%増収

SaaS事業

YoYでは 26.4%増収、
QoQでは 2.2%増収

営業費用

(百万円)

	2020/5期 通期 連結	2021/5期 通期 連結	YoY	2020/5期 4Q 連結	2021/5期 1Q 連結	2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	QoQ
営業費用	1,110	1,697	+52.9%	410	423	407	431	436	+1.2%
売上原価	524	804	+53.2%	200	203	203	213	182	△14.5%
労務費	386	590		140	145	146	150	148	
経費	138	213		59	58	57	63	34	
販売費及び一般管理費	585	893	+52.6%	210	219	203	217	253	+16.6%
人件費	344	456		108	109	104	113	128	
経費	241	437		101	109	98	104	124	
研究開発費	4	38		1	6	7	10	14	
採用研修費	26	27		14	6	5	5	11	
広告宣伝費	13	16		3	4	1	4	5	
減価償却費	50	119		30	29	29	30	30	
のれん償却額	19	47		11	11	11	11	11	
その他	126	187		40	50	42	42	51	

DX事業展開に向けて人件費・研究開発費が増加

財政状態

(百万円)

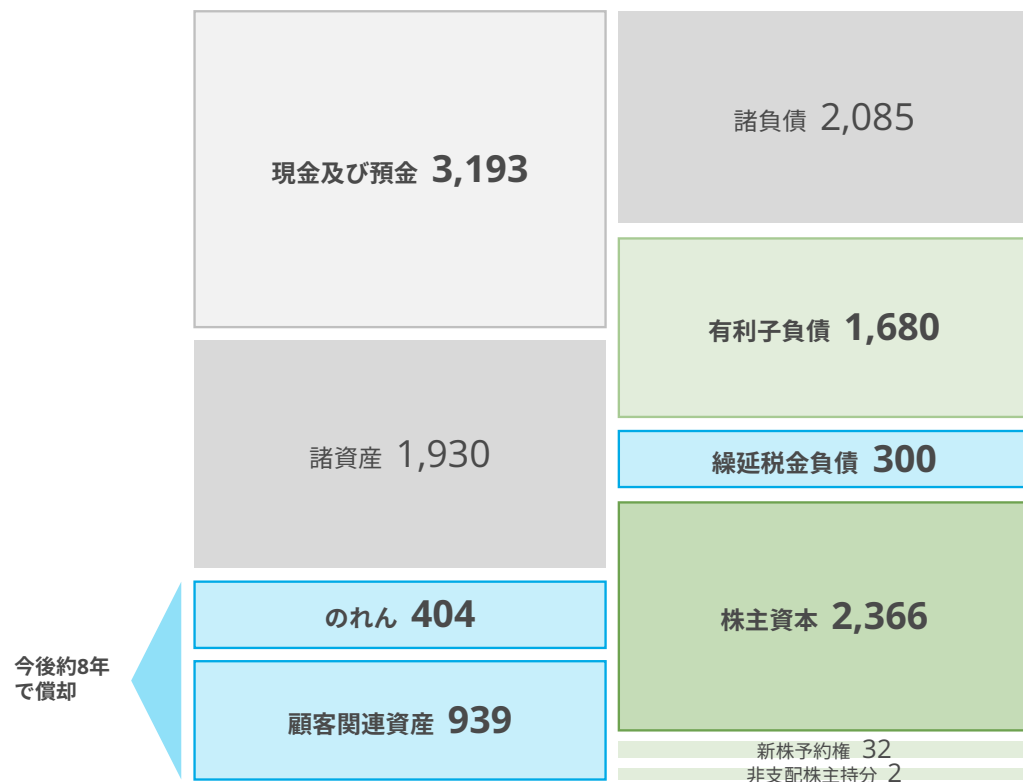
	2017/5末 個別	2018/5末 個別	2019/5末 個別	2020/5末 連結	2021/5期 3Q末 連結	4Q末 連結	前期末比	QoQ
流動資産	394	320	426	3,528	4,581	4,915	+1,387	+333
固定資産	28	25	44	1,690	1,578	1,552	△138	△25
資産合計	422	345	470	5,219	6,159	6,467	+1,248	+308
流動負債	205	192	322	1,370	2,094	2,255	+884	+160
固定負債	134	99	50	2,018	1,835	1,810	△208	△24
負債合計	339	291	373	3,389	3,930	4,065	+676	+135
株主資本	83	54	97	957	2,205	2,366	+1,409	+160
新株予約権	—	—	—	—	20	32	+32	+11
非支配株主持分	—	—	—	872	2	2	△870	△0
純資産合計	83	54	97	1,829	2,229	2,401	+571	+172

株式交換（2020年9月）・利益計上
により前期末比で株主資本は
大幅に増加

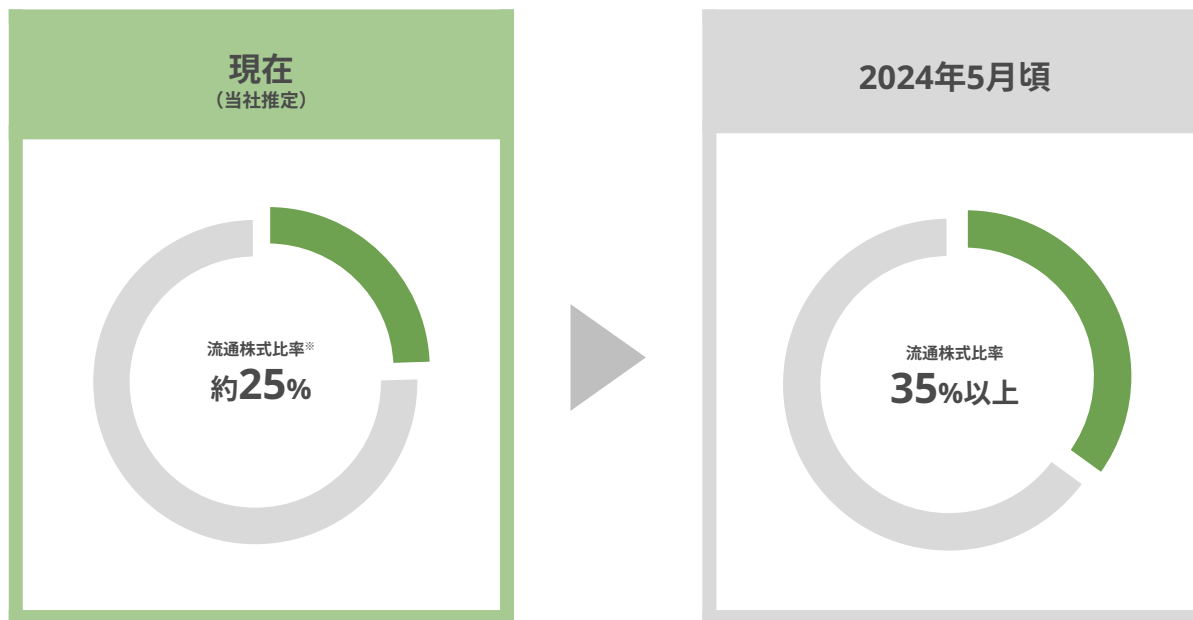
連結貸借対照表内訳 2021年5月31日現在

(百万円)

無形固定資産は1,343百万円



当社流通株式比率の見通し



2021年3月31日「支配株主からの当社株式保有比率引下げ方針に関するメッセージについて」にて、2024年5月頃に流通株式比率35%以上を目指す旨公表済み

※ 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」も除いた株式数）の比率

02

事業計画及び成長可能性に関する事項

Our Business Plan and Growth Potential



ビジネスモデル

Business Model

(1) 事業の内容 主要サービス一覧と料金体系

	PS事業	SaaS事業	料金体系
運用型広告 代行	リスティング 広告等 		広告費の 一定料率
	データフィード 広告 		
データフィード 運用			月額固定
ソーシャル ログイン			

広告運用代行サービスは月次の広告出稿額に対する一定の料率を売上計上



ANAGRAMS

会社の隠れた魅力を発掘し ビジネスにつなげる伴走者 それが アナグラム

アナグラムはリスティング広告やFacebook広告などを筆頭とする運用型広告を専門に取り扱うプロフェッショナル集団です。経験豊かで運用型広告の仕組みを熟知した担当者が、アナグラム独自の視点でアカウントを構築し、常に最新のトレンドを反映したアカウントの運用を行なっております。アナグラムが目指すのは、常にお客様の相談役となりうる、参謀と言えるような存在です。





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



●|| feedmatic

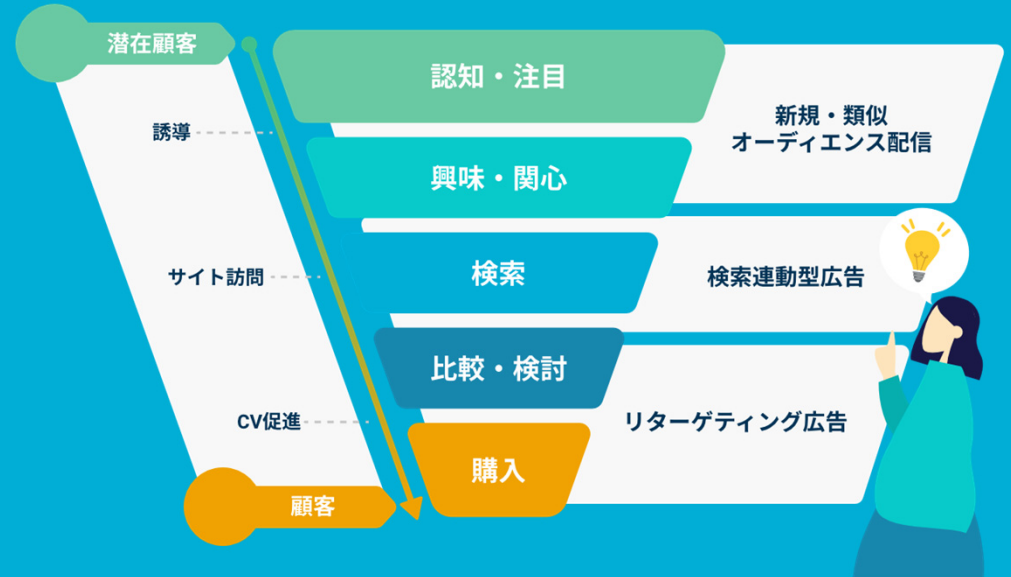
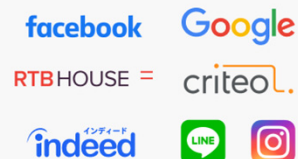
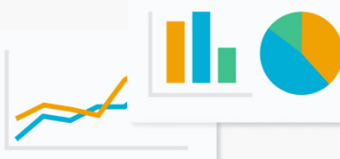
フィードフォースが有するデータフィードのノウハウを活かし、特にEコマース、リテール、人材、不動産における、デジタルアセット（商品データ）を活用したデジタルマーケティングを得意としています。

フィード&タグ最適化



- フィード構築
- タグ構築
- API活用
- etc...

キャンペーン最適化



Feedmaticでは、データフィード広告を中心に、リスティング広告やスタティック広告、最新の広告メニューなど幅広い広告を組み合わせることで、お客様のKPIに合わせて、最適な媒体・配信設計・ファネル全体の戦略をご提案いたします。

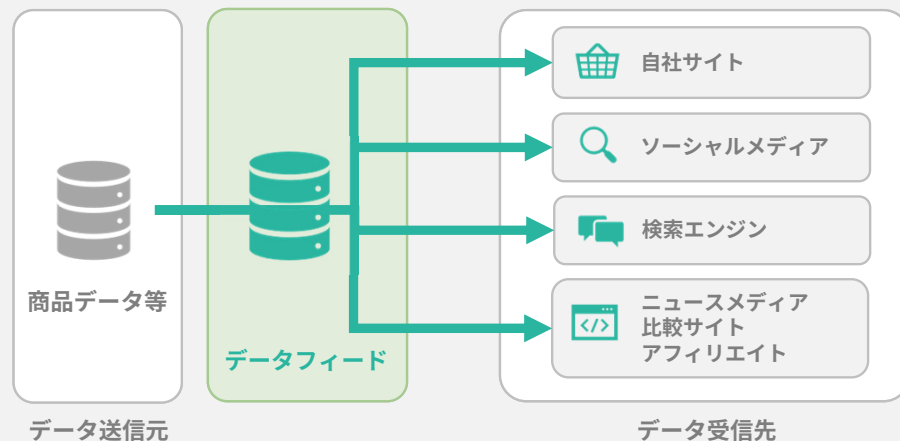
DF PLUS

データフィード運用の アウトソース型サービス

自社開発ではコストのかかるフィード専用配信システムと
フィード作成を代行&サポート

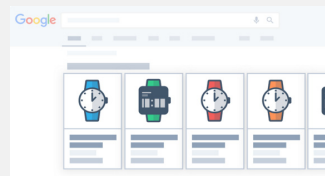
データフィードとは

インターネット上で、送信元（広告主等）から商品データなどの
更新データを受信先（広告媒体等）へ定期的に送受信する仕組み



データフィード広告の代表例

Google ショッピング広告



Facebook ダイナミック広告



Criteo ダイナミック リターゲティング広告



ecbooster

最短5分、 完全無料で Googleに商品掲載

Google ショッピング広告・無料リスティングの
自動運用サービス





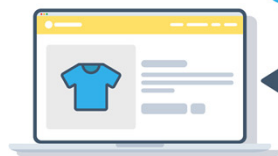
最短5分、
完全無料で
Googleに商品掲載

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。

EC ショップ

対応 EC カートシステム



EC ショップと Google を連携

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

③ カイゼンカード機能
※新機能



ショッピング広告
無料リスティング

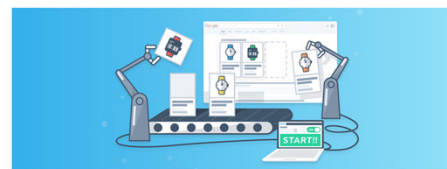


簡単出稿・自動運用機能



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

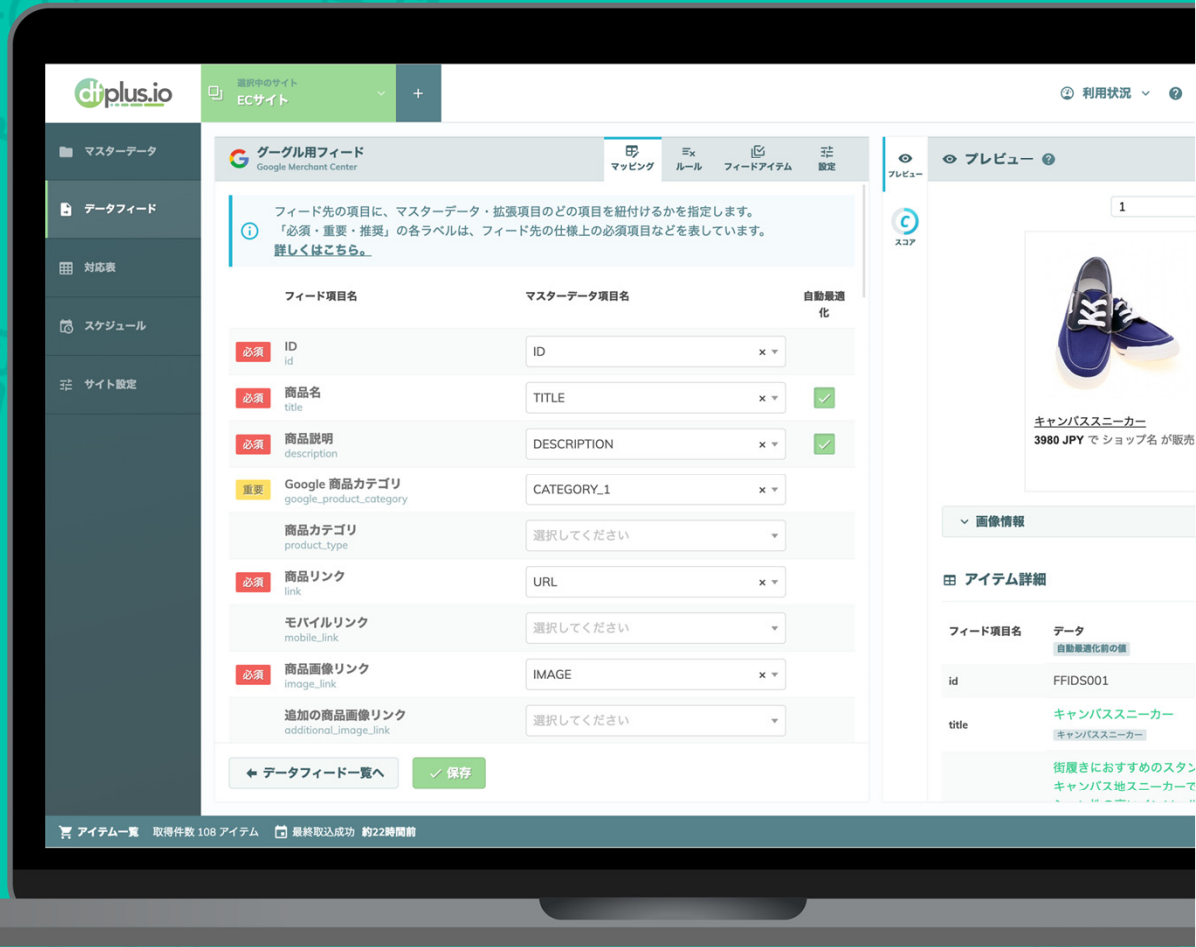


EC Boosterが持つ、膨大な広告配信、商品掲載実績を元に、「商品データ改善アドバイス」を行う機能です。売れるECサイトが必ず実践している、ユーザビリティを向上させるための商品情報の改善の成功ノウハウを提供します。



データフィードで 商品データを トップセールスに。

Google、Criteo、Facebook、Yahoo!、LINE、
Indeed など主要媒体に標準対応
利用継続率 98.0% のデータフィード管理ツール





データフィードで
商品データを
トップセールスに。

継続率 **98.0%** の 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。



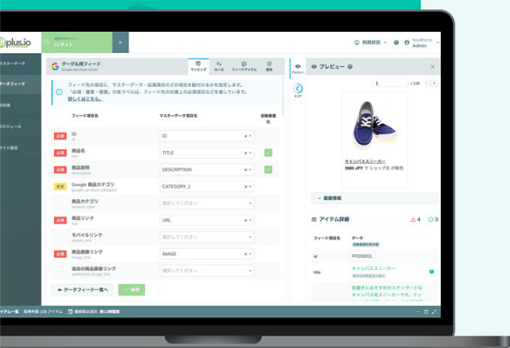
強力な機能

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。

複数のプラットフォームに対応したソーシャルログイン機能を、
既存のWebサイトに導入できるID連携サービスです。



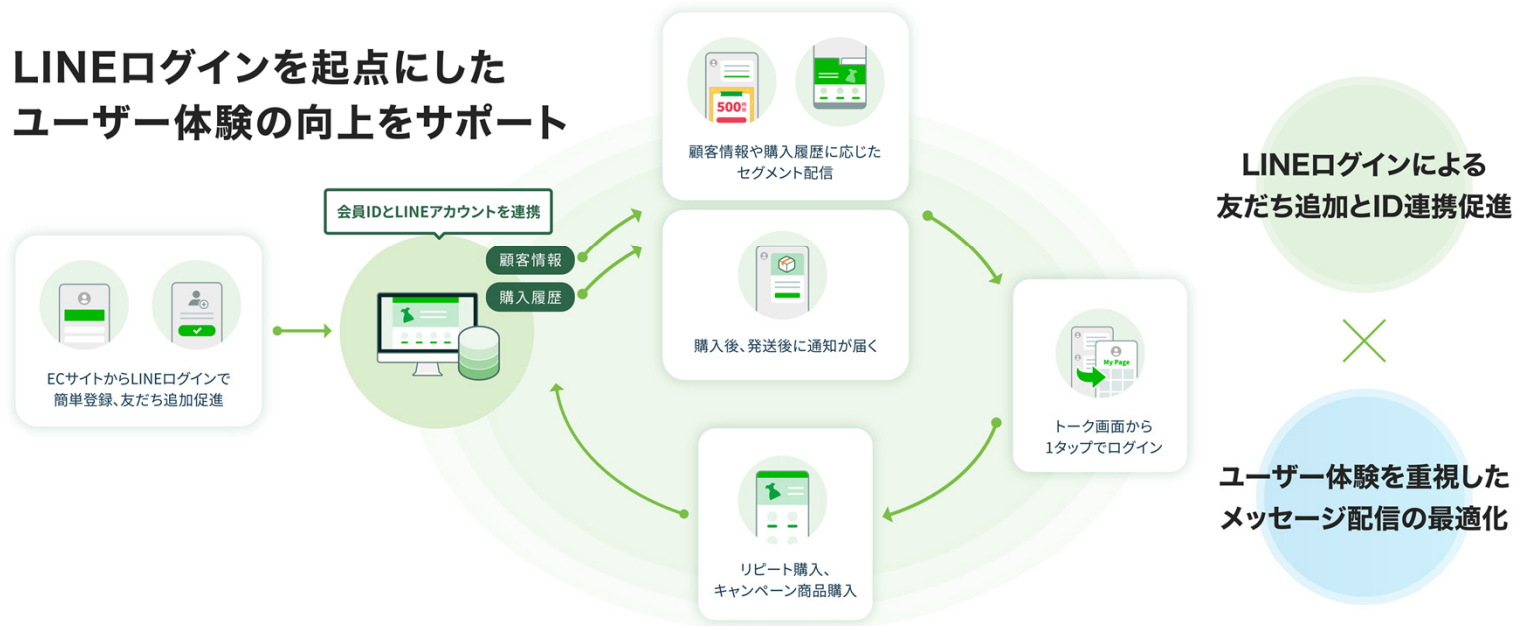
LINE株式会社の販売・開発のパートナーに認定されています



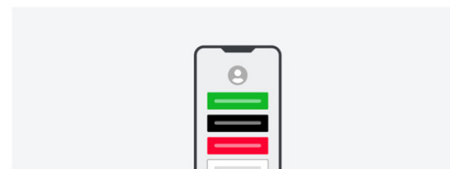
social plus

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

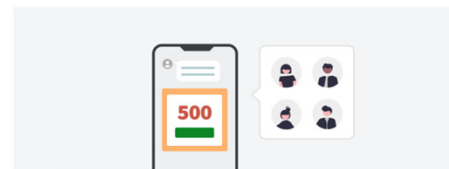


会員登録・購入フローの簡略化



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



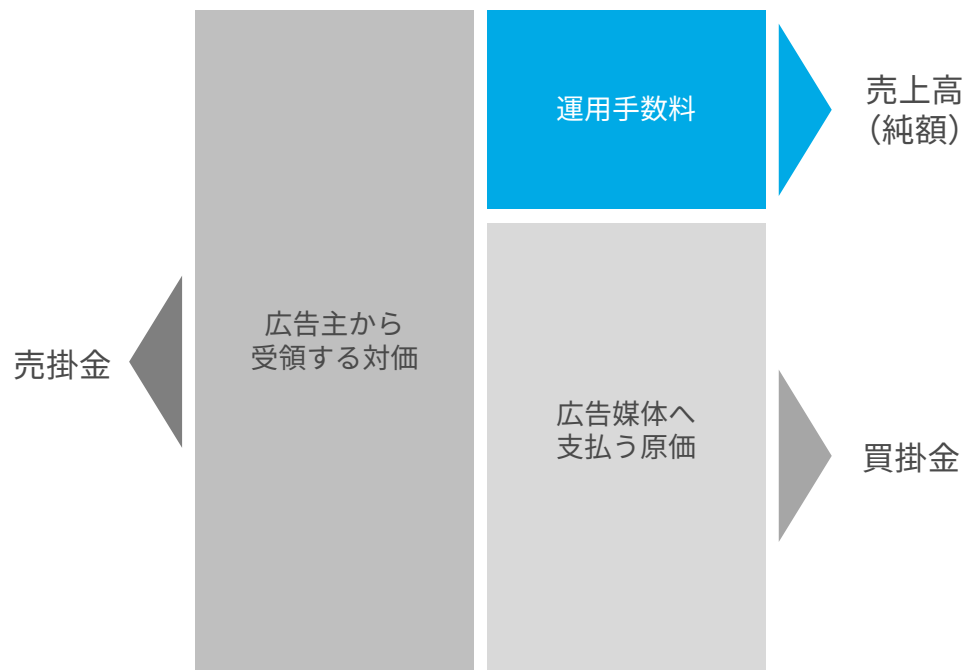
LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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

(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



**Anagrams・Feedmatic・
EC Boosterでは、純額ベースで売上高を計上**

対象会社・サービス



ANAGRAMS



feedmatic

ecbooster

(2) 事業の収益構造 主要サービス料金体系

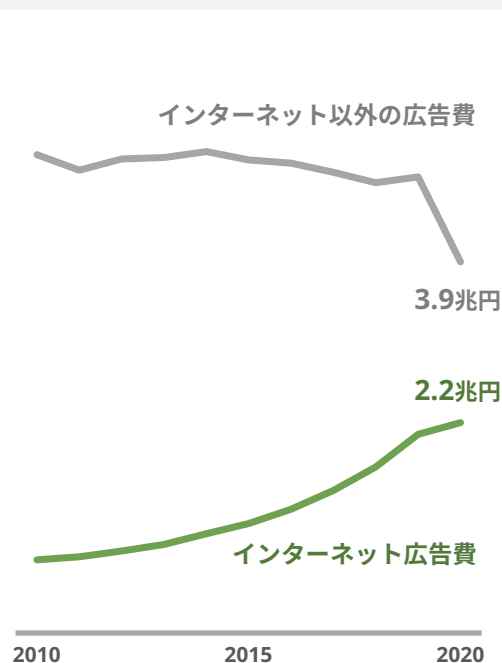
	PS事業		SaaS事業		
サービス名					
基本料金体系	広告額に対する一定料率	月額固定料金 ※初期費用あり、配信数に応じて従量課金	広告額に対する一定料率 (1,000円/日～)	月額固定料金 ※配信数・利用機能に応じた4プラン)	月額固定料金 ※初期費用あり、LINEログインオプション、ユーザー数に応じて従量課金等)
料金詳細	 広告運用代行費 ※データフィード運用にて別途費用が発生します。 ※詳細はお問い合わせください。	1 配信目 5 万円～ / 月額 初期費用 10 万円～	☐ サービス利用料 初期費用 / 月額費用は無料！ 広告消化金額に対する30% Google広告費 (70,000円) EC Booster利用料 (30,000円) 消化金額 (100,000円) ※請求時は消費税を含めた金額を請求いたします。 ※日予算は手数料込みの金額を設定いただきます。	エントリー 月額料金 ¥ 30,000 2 フィード アイテム数 10,000 管理サイト数 1 メールサポート プロフェッショナル 月額料金 ¥ 75,000 5 フィード アイテム数 50,000 管理サイト数 3 メールサポート イメージエディタ利用可 簡単に追加オプション 1フィード追加: +5,000円 10フィード追加: +50,000円 1サイト追加: +5,000円 スタンダード 月額料金 ¥ 50,000 3 フィード アイテム数 30,000 管理サイト数 2 メールサポート イメージエディタ利用可 エージェンシー 月額料金 ¥ 100,000 5 フィード アイテム数 100,000 管理サイト数 無制限 メールサポート イメージエディタ利用可 簡単に追加オプション 1フィード追加: +10,000円 10フィード追加: +100,000円 1サイト追加: 0円	ソーシャルPLUS ¥ 50,000～ 月額 初期費用 ¥ 50,000 ユーザー数1万人以降、月額費用プラス ¥ 10,000円/1万人 ボリュームディスカウントあり ソーシャルPLUS + LINEログインオプション ¥ 80,000～ 月額 初期費用 ¥ 80,000円 ユーザー数1万人以降、月額費用プラス ¥ 10,000円/1万人 ボリュームディスカウントあり LINE@でビジネスコネクト利用可 メッセージマネージャー利用可 ▶LINEログインオプションについて

市場環境

Market Environment

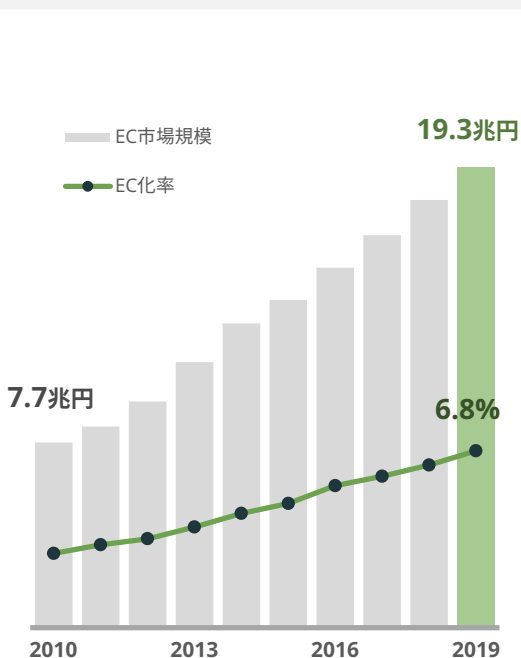
(1) 市場規模

インターネット広告市場



出所：株式会社電通「2020年 日本の広告費」（2021年2月）

国内電子商取引市場



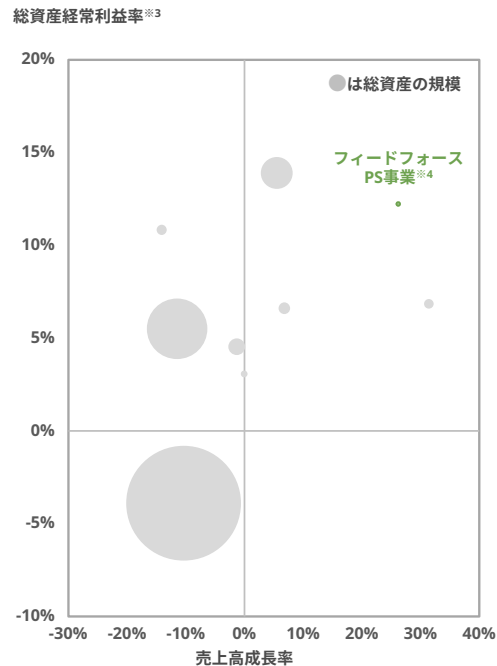
出所：経済産業省「令和元年度電子商取引に関する市場調査」（2020年7月）

インターネット広告費は、2020年もプラス成長

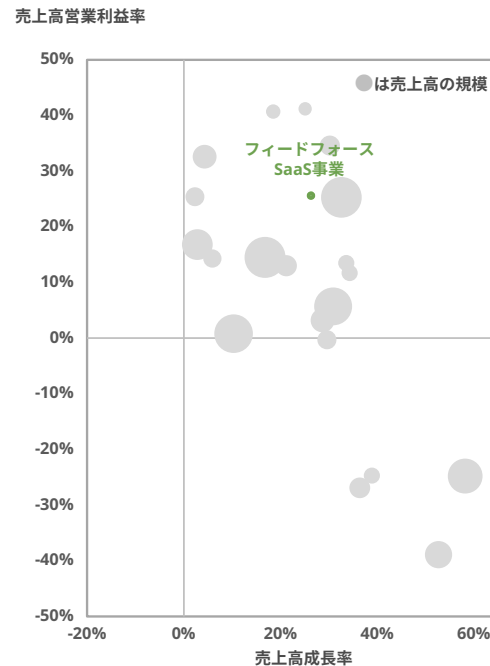
EC取引規模も拡大継続

(2) 競合環境 国内主要広告代理業・SaaS企業との比較

国内広告代理業の成長率・利益率※1



国内SaaS企業※2の成長率・利益率



国内主要広告代理業・SaaS企業との比較では、資産・売上規模は劣るものの高成長かつ高利益率を堅持

※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

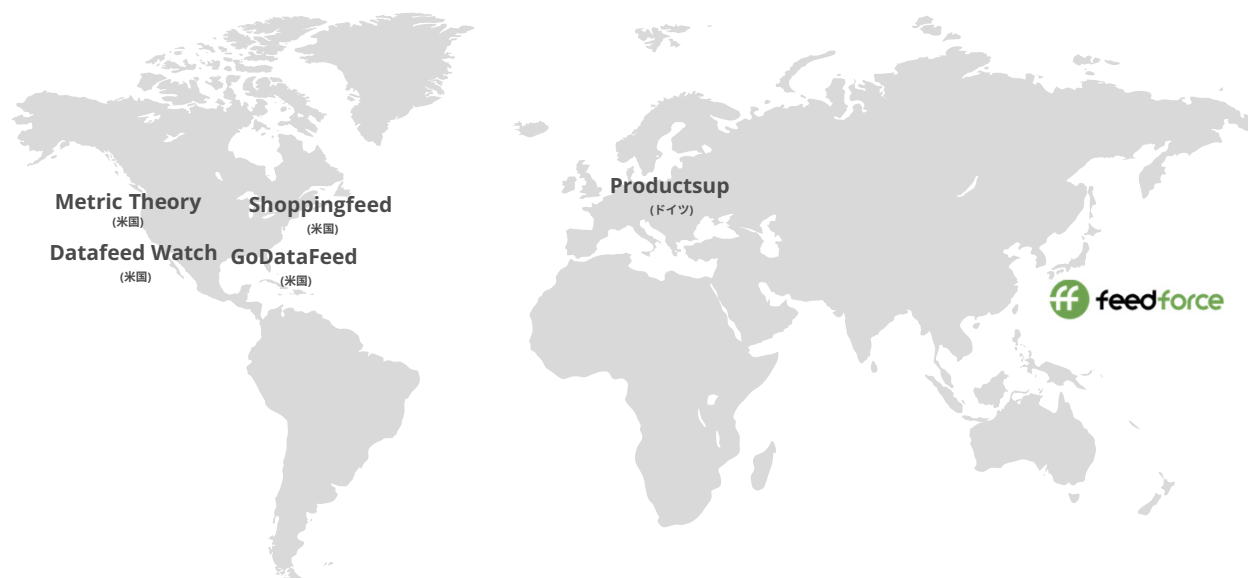
※2 国内上場するSaaS事業を主力とする主要企業の直近決算に基づき算出

※3 IFRS決算は資産合計税引前利益率にて算出

※4 フィードフォースPS事業の売上高成長率は、2020年5月期のアナグラムにおける企業結合前売上高も含めて算出

(2) 競合環境 データフィードサービスを提供する主要企業

海外では主要企業が複数存在するもののいずれも未上場



(2) 競合環境 ソーシャルログインサービスを提供する主要企業

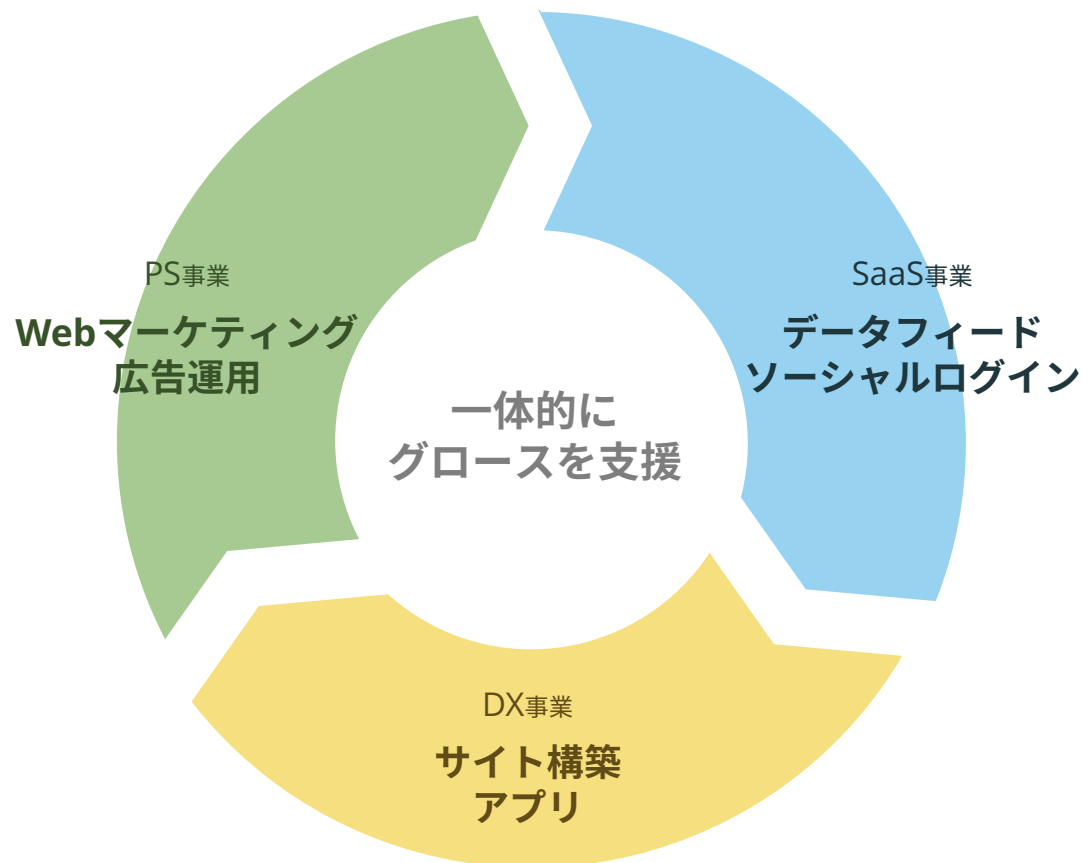
海外ではOkta (NASDAQ上場) 子会社のAuth0がソーシャルPLUSと同様のサービスを展開



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）
サイト構築・連携（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 経営メンバー

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

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
(常勤監査等委員)

佐藤 為昭

1978年中央大学商学部卒業後、等松青木監査法人（現有限責任監査法人トーマツ）などを経て、2017年8月監査役就任、2018年8月取締役（監査等委員）就任
公認会計士

取締役
事業統括本部長

喜多 宏介



2002年東海大学工学部卒業後、株式会社日本システムディベロップメント（現株式会社NSD）、大和証券を経て、2006年9月入社

取締役
(株)リワイア
代表取締役社長
岡田 吉弘



2001年成城大学文芸学部卒業後、株式会社エム・ケイ・ソフトサービス、アウンコンサルティング、グーグル、アタラ合同会社を経て、2018年8月取締役（監査等委員）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

取締役
経営管理本部長

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式会社（現SMBC日興証券株式会社）を経て、2017年1月入社

社外取締役
(監査等委員)

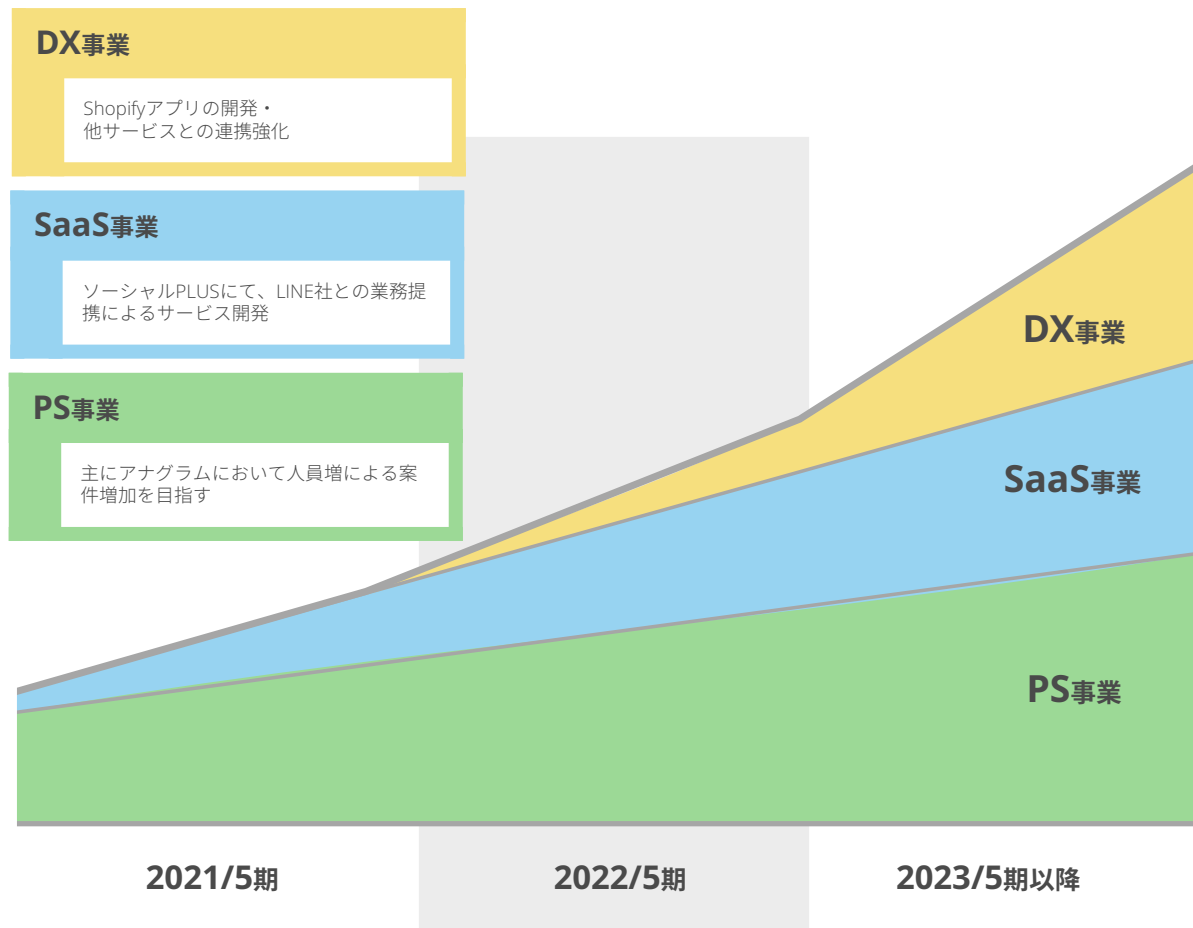
佐藤 康夫

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

事業計画

Our Business Plan

(1) 成長戦略 成長に向けた中期の事業展開の方針



長期の成長を見据えて、
DX事業とSaaS事業の展開を加速

(1) 成長戦略 Shopifyアプリの開発



Shopifyは2004年にカナダで創業されたECプラットフォーム

2020年12月以降、Shopifyアプリを続々リリース

2022年5月期も、継続的にShopifyアプリをリリース予定



データフィード管理ツール「dfplus.io」

「Shopify」とデータ連携を開始！

Google、Instagram等への商品データ活用を一元管理

social plus

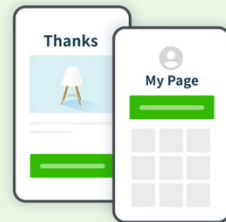
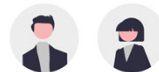
2021年7月 リリース予定

Shopifyの全てのプランで 利用可能に！

ID連携で顧客と企業をつなぎ、
LINEを活用して顧客体験の向上を支援



✓ LINEのID連携



購入完了ページと
マイページからID連携



顧客タグで絞り込んだ
特定のユーザーへ配信



オムニチャネル 会員連携アプリ

を提供開始



会員連携



Shopifyの会員情報をスマレジの
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！



(1) 成長戦略 Shopifyアプリアライアンス



2021年5月に、Shopifyアプリ普及のための企業アライアンス「App Unity」設立

Shopifyアプリ

メディアサイト COMMERCe+

Shopifyアプリ

開発中

メディアサイト REWIRED

Shopifyアプリ

(1) 成長戦略 LINE社との業務提携によるサービス開発

EC事業者向け
LINEログインパッケージ

powered by **social plus**



実店舗事業者向け
会員証パッケージ

powered by **social plus**



2021年5月にLINE社と業務提携

ソーシャルPLUSを活用した
事業者向けサービスを開発開始

2022年5月期中にサービス提供予
定

(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	前期比
売上高成長率	+46.2%	+15.6%	+24.5%	+118.0%	+69.5%	△48.5pt
PS事業	—	+1.8%	△0.3%	+162.6%	+88.7%	△73.9pt
SaaS事業	—	+74.4%	+86.3%	+58.6%	+26.4%	△32.2pt
売上高営業利益率	△5.9%	△4.6%	6.6%	27.2%	34.4%	+7.2pt
PS事業	32.0%	34.6%	28.0%	35.5%	40.0%	+4.5pt
SaaS事業	△157.2%	△94.6%	△19.5%	8.6%	24.4%	+15.8pt
ROA※1,※2	—	—	11.2%	14.6%	15.2%	+0.6pt
ROE※2,※3	—	—	57.2%	31.0%	28.5%	△2.5pt
自己資本比率※4	19.7%	15.7%	20.7%	18.3%	36.6%	+18.3pt
D/Eレシオ※5	2.1x	2.6x	1.6x	1.1x	0.7x	△0.4pt

**SaaS事業の売上高成長率は26%、
営業利益率は24%**

※1 ROA：営業利益 / {(期首資産合計+ 期末資産合計)/2}
2020/5期は営業利益 / {(個別) 期首資産合計+ (連結) 期末資産合計}/2
※2 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}
2020/5期は親会社株主に帰属する当期純利益÷{(個別) 期首自己資本合計+ (連結) 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

(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期 3Q末	4Q末	前期末比	QoQ
PS事業	123	112	136	225	248	242	+17	△6
Anagrams	—	—	—	96	117	115	+19	△2
Feedmatic	24	23	45	48	49	45	△3	△4
DF PLUS	88	82	85	76	78	79	+3	+1
その他	11	7	6	5	4	3	△2	△1
SaaS事業	140	293	648	755	796	787	+32	△9
EC Booster※	—	57	313	344	319	303	△41	△16
dfplus.io	7	48	98	139	171	175	+36	+4
ソーシャルPLUS	133	188	237	272	306	309	+37	+3
DX事業	—	—	—	—	—	3	+3	+3
合計	263	405	784	980	1,044	1,032	+52	△12

EC Boosterで有料顧客減少

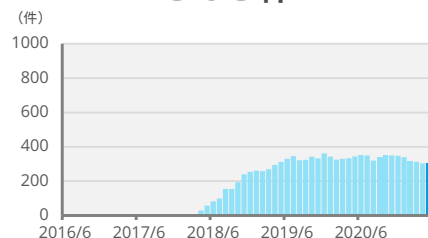
※ EC Boosterフリープラン利用アカウントは含まない

(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



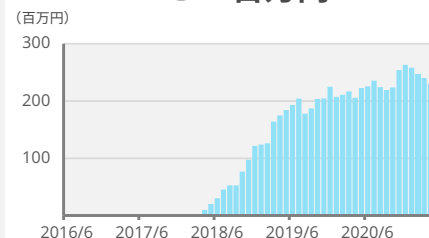
有料広告アカウント稼働数

303件



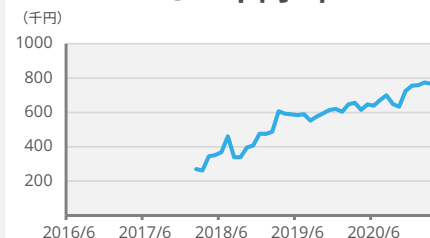
年換算取扱高※1

232百万円



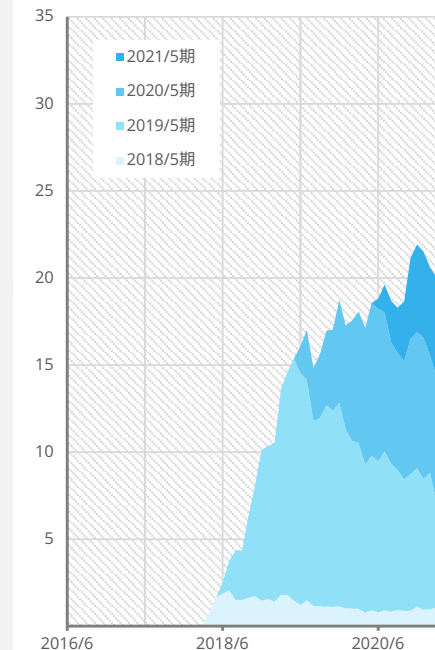
顧客あたり平均取扱高

767千円/年



月次取扱高コホートグラフ

(百万円)



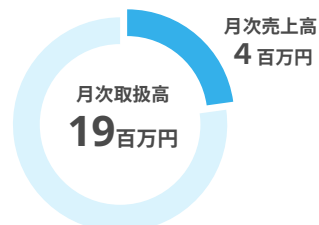
フリープランアカウント稼働数

1,347件



テイクレート※2

22.8%



※1 各月次取扱高に12を乗じて算出

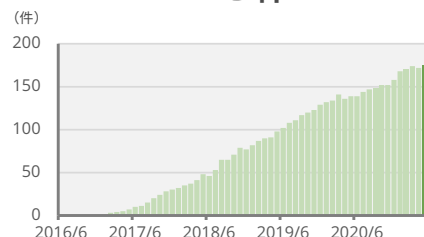
※2 取扱高に占める売上高の割合。売上高は、取扱高から媒体広告費・パートナーへの紹介手数料等を控除して算出

(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



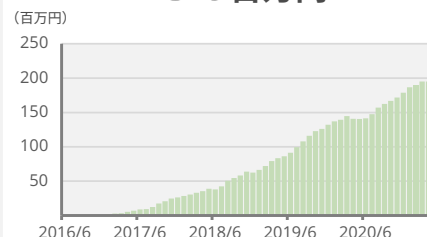
アカウント数

175件



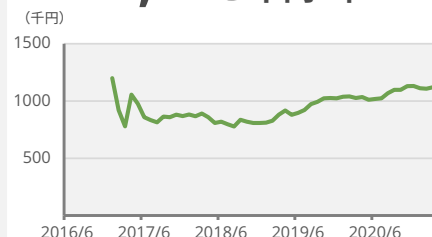
ARR※2

196百万円



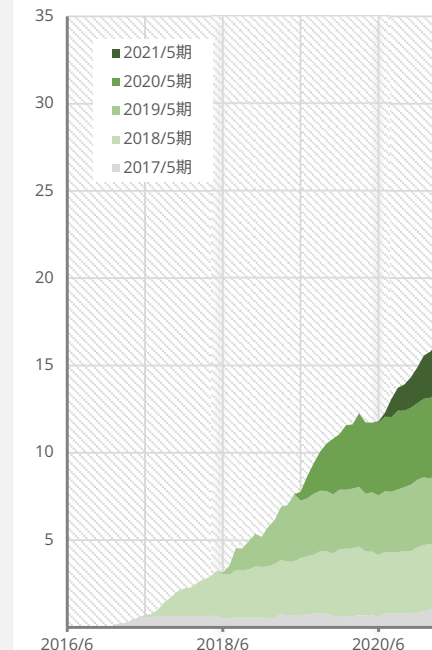
ARPA※3

1,123千円/年



月次売上高コホートグラフ

(百万円)



データフィード数※1

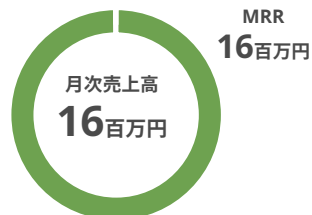
(ECBoosterフリープラン除く)

1,437フィード



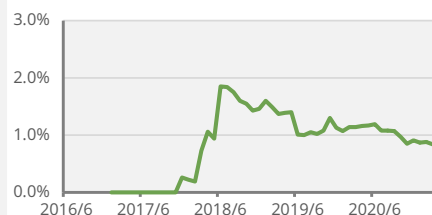
リカーリング売上比率

100.0%



解約率※4

0.82%



※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和

※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

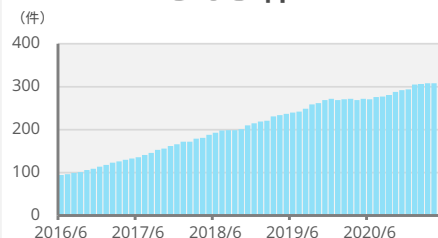
※3 1アカウント当たり平均ARR

※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

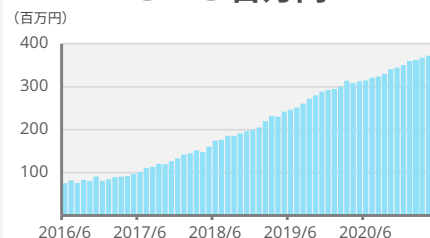
(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

social plus

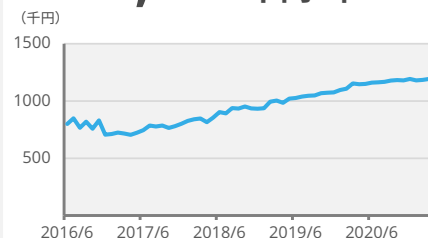
アカウント数
309件



ARR^{※2}
375百万円

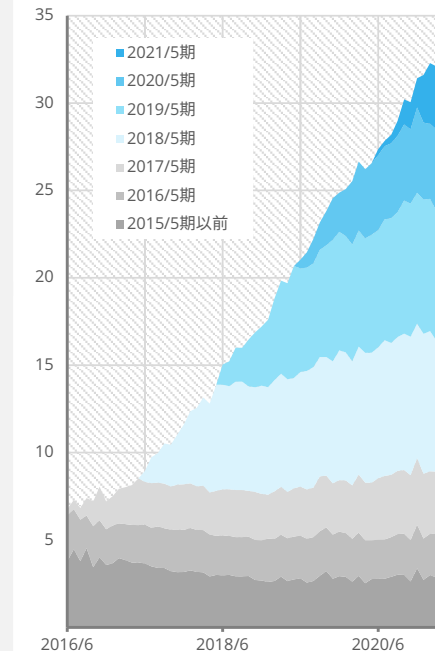


ARPA^{※3}
1,214千円/年

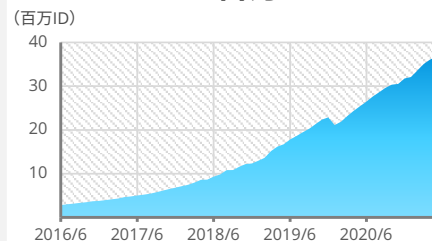


月次売上高コホートグラフ

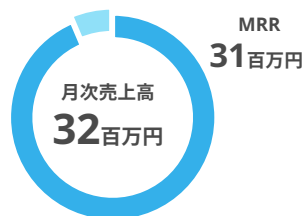
(百万円)



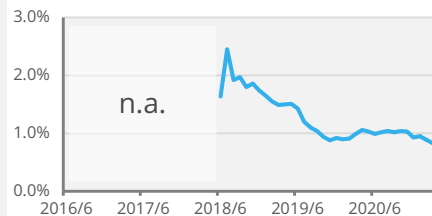
登録ユーザーID数^{※1}
36百万ID



リカーリング売上比率
95.1%



解約率^{※4}
0.70%



※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 [費用関連データ] グループ役社員数

(人)

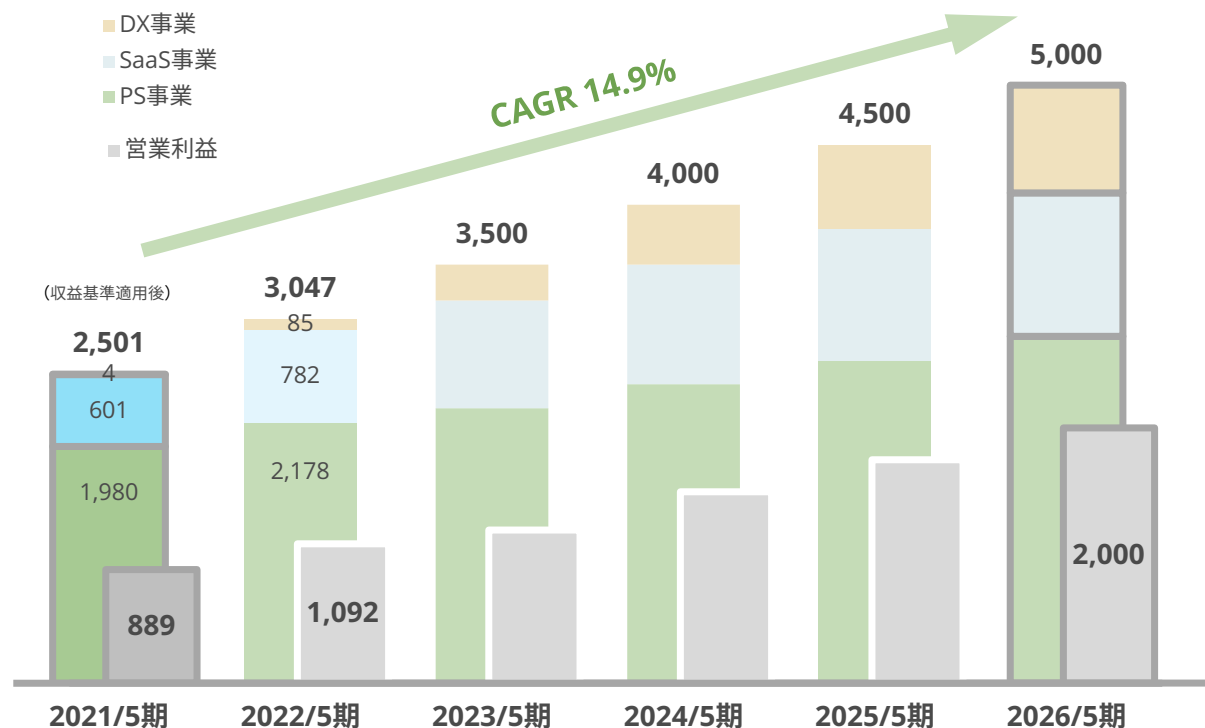
	2017/5末	2018/5末	2019/5末	2020/5末	2021/5期 3Q末	4Q末	前期末比	QoQ
役社員数	69	70	79	129	135	148	+19	+13
PS事業	n.a.	23	24	67	73	77	+10	+4
アナグラム	—	—	—	42	48	53	+11	+5
フィードフォース	n.a.	23	24	25	25	24	△1	△1
SaaS事業	n.a.	29	33	35	37	37	+2	—
DX事業	—	—	—	—	6	7	+7	+1
リワイア	—	—	—	—	3	3	+3	—
フィードフォース	—	—	—	—	3	4	+4	+1
全社（共通）※	n.a.	18	22	27	19	27	—	+8

グループ役社員数は148人
(契約社員・アルバイト等除く)

※ 特定の事業セグメントに属さない役員は全社（共通）に含む

(3) 利益計画及び前提条件 2026年5月期までの中期目標

(百万円)



2026年5月期までに

- 売上高50億円
- 営業利益20億円

を目指す

(未確定のM&Aによる押上げ効果は考慮しない)

2026年5月期のSaaS事業・DX事業
の合計売上割合は4割程度を想定

具体的な成長ドライバー

SaaS事業：ソーシャルPLUS
(LINE社との共同サービス含む)

DX事業：Shopifyを利用したシステム
構築・アプリ開発

(3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期業績予想

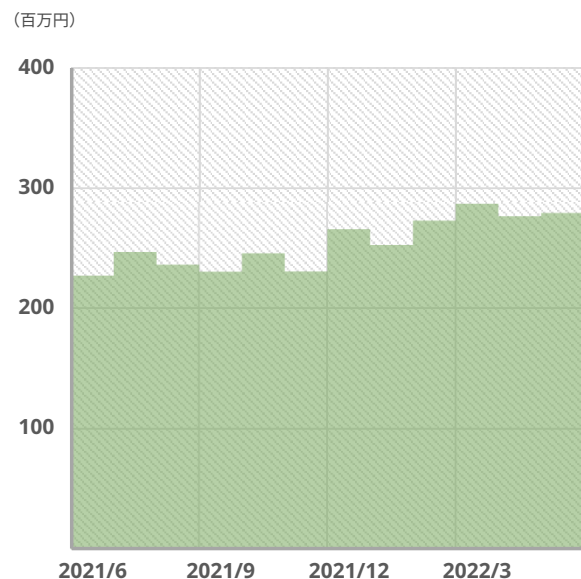
	2021/5期 2Q累計 連結	2022/5期 2Q累計予想 連結	YoY	2021/5期 通期 連結	2022/5期 通期予想 連結	YoY
	(百万円)					
売上高	(収益基準適用後) 1,092	1,415	+29.5%	(収益基準適用後) 2,501	3,047	+21.8%
EBITDA	399	565	+41.7%	1,058	1,266	+19.7%
営業利益	315	478	+51.7%	889	1,092	+22.8%
経常利益	305	474	+55.1%	874	1,083	+23.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	138	295	+113.0%	472	675	+42.8%

売上高成長率 +21%を見込む

(3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期業績予想の月次進捗について

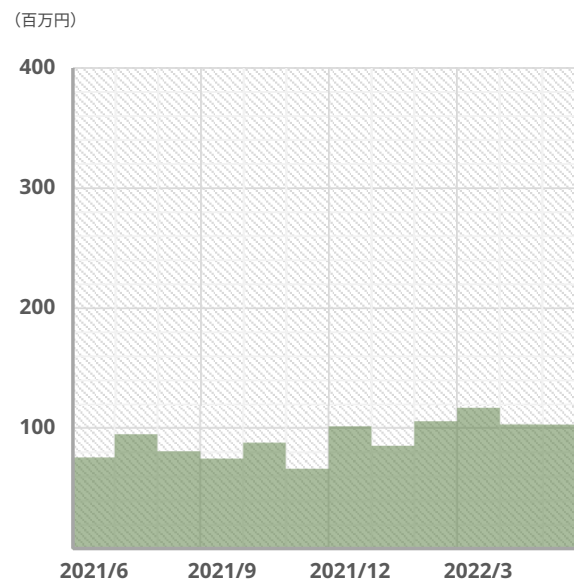
売上高

月次計画



営業利益

月次計画

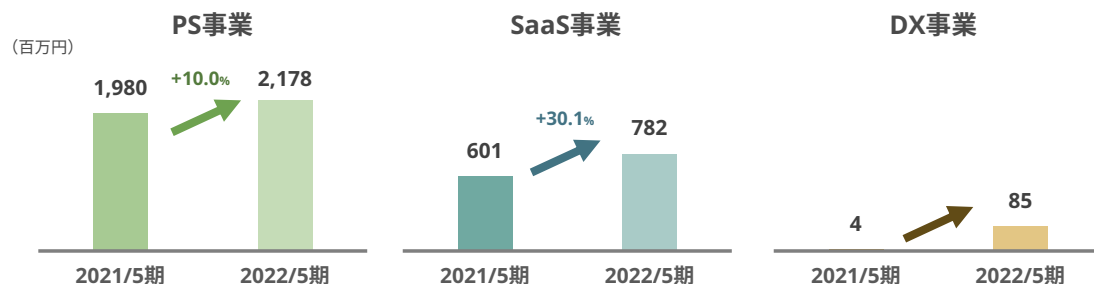


季節的要因により下半期の寄与が大きくなることを想定

四半期毎に月次計画ベースでの進捗も開示予定

(3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期業績予想の前提条件

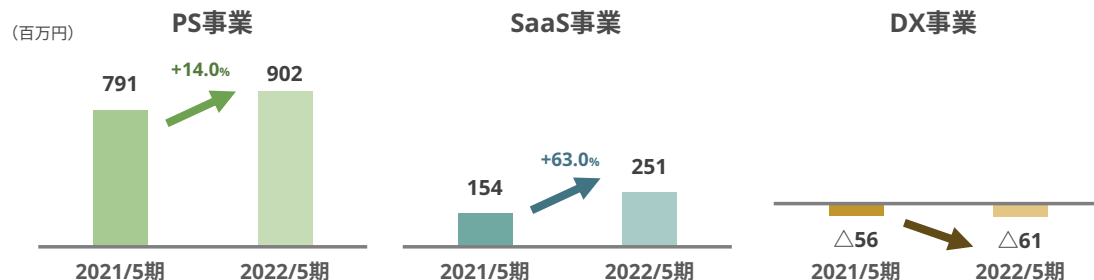
2022年5月期売上高予想 セグメント別内訳



DX事業の投資額（営業費用）は1.5億円程度で主に人件費（開発・マーケティング・サポート）。

DX事業は2022年5月期も損失計上見込み

2022年5月期営業利益予想 セグメント別内訳



(4) 進捗状況 進捗の開示時期

今後、**四半期決算発表時**において継続的に
「事業計画及び成長可能性に関する事項」を
アップデート・開示予定

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	
リスクと顕在化時期	内容
新型コロナウイルス感染症 短期	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 短期～長期	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 長期	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、解約が増加し主に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 長期	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の可能性 顕在化した場合は、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	
リスクと顕在化時期	内容
特定媒体への集中度 長期	特定のデジタルプラットフォーム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 短期～長期	広告運用サービスでは、特定顧客に対する売上割合が大きい 顕在化した場合は、PS事業の業績が低迷する可能性
情報セキュリティ 短期～長期	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可能性 顕在化した場合は、事業の停止等によりSaaS事業の業績が低迷する可能性

財務リスク	
リスクと顕在化時期	内容
新規事業の投資回収 長期	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 長期	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

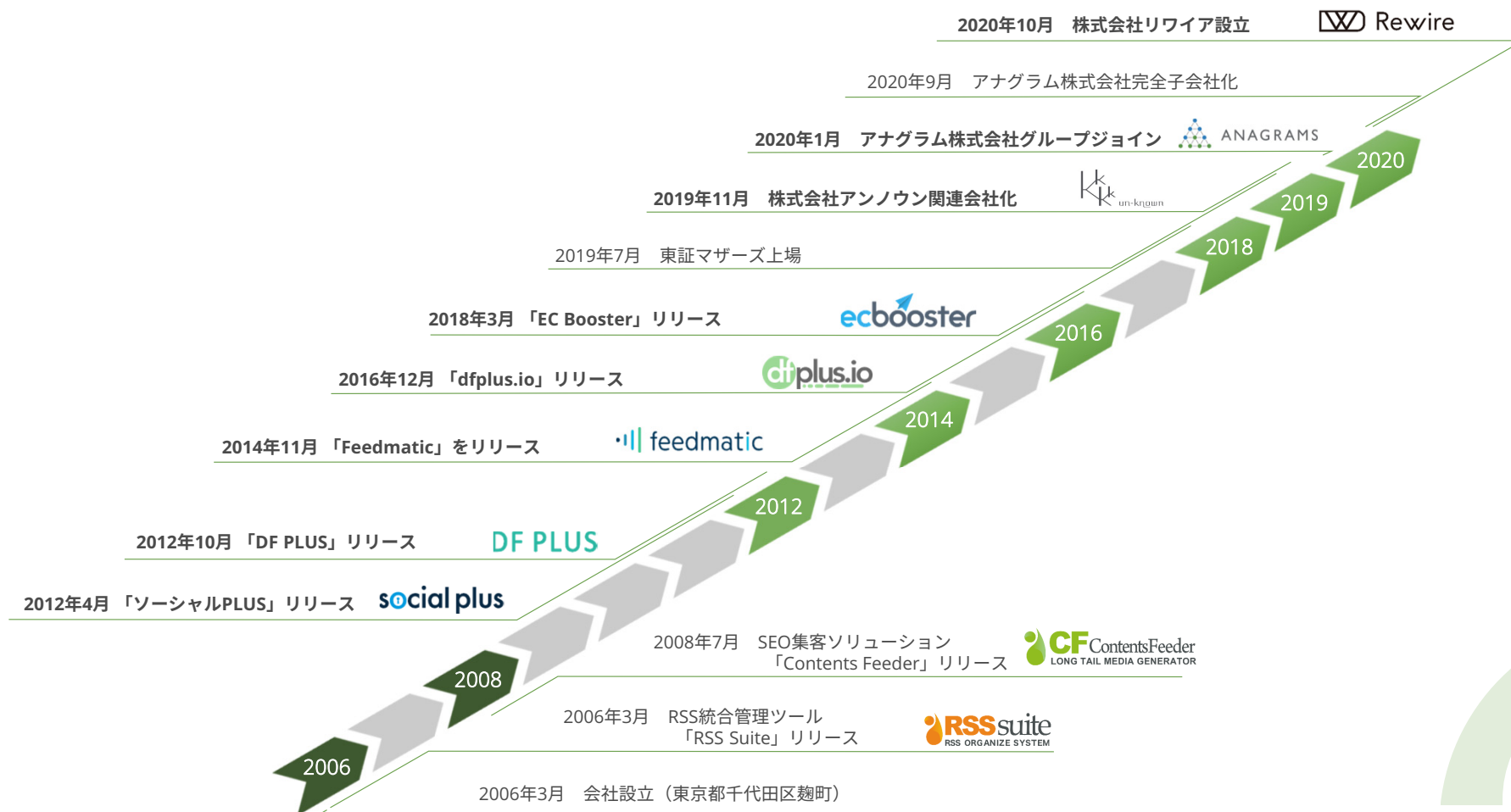
財務リスク	
リスク	対応策
新規事業の投資回収	リーン・スタートアップ方式による初期コスト低減
のれん等の減損	10年以内での定額償却

リスクが顕在化する前から
対応を実施

Appendix



沿革



企業理念・ミッションとサステナビリティへの取り組み



ミッション

「働く」を豊かにする。

~B2B領域でイノベーションを起こし続ける~



企業理念

マーケティングを通して
より豊かな未来を創造する

---幸せな出会いがより豊かな未来を創る---



デジタル技術を通じ、ECとリテールを変革

テクノロジーにより創造性豊かに働き、
個性を持つスモールビジネスが輝く社会へ

両社ともに類似した企業理念・ミッションを掲げ、共通のカルチャーを醸成

デジタル技術を通じ、ECとリテールを変革



「働く」を豊かにする。

~B2B領域でイノベーションを起こし続ける~

