



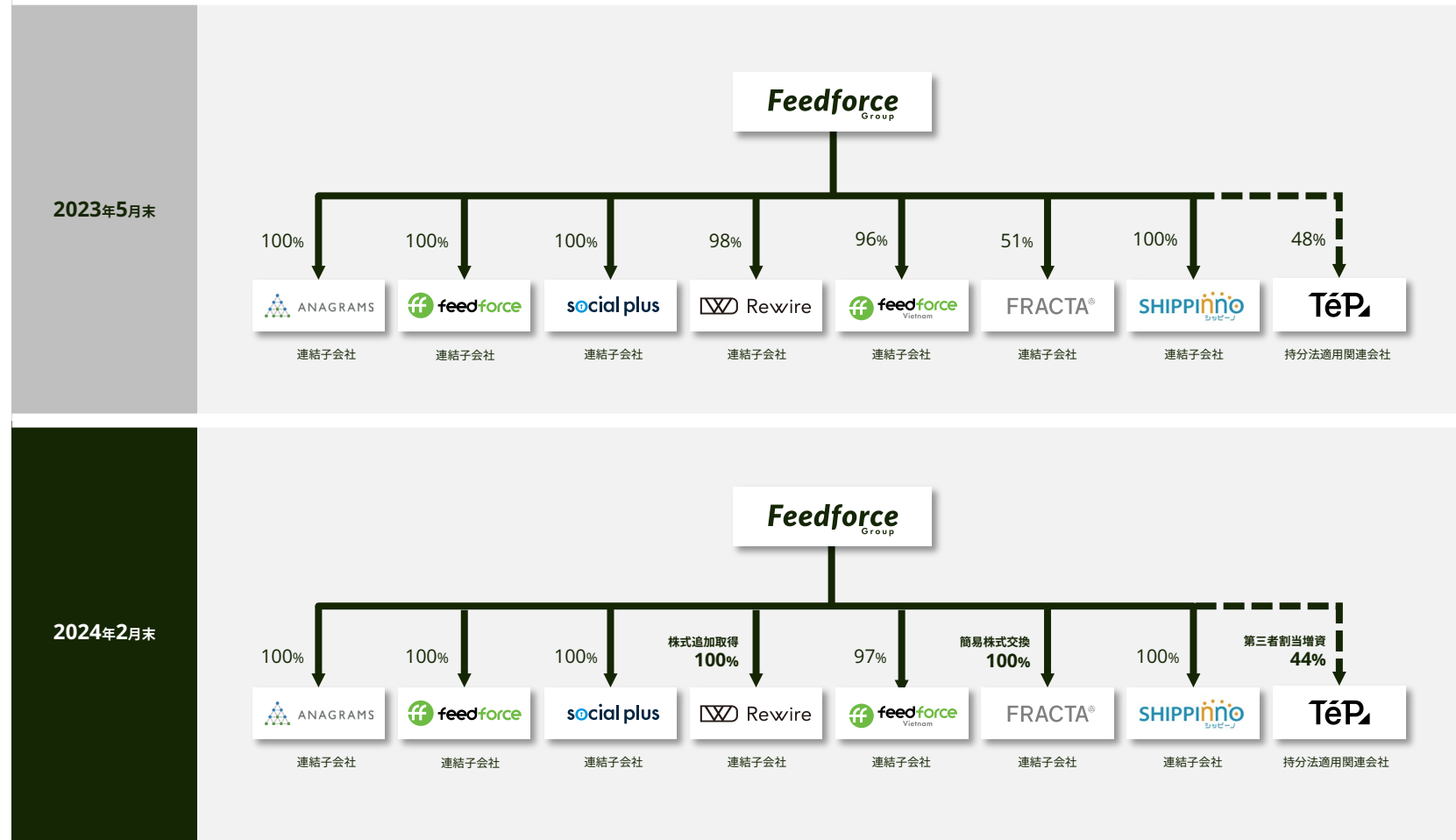
2024年5月期 Q3決算説明資料
(事業計画及び成長可能性に関する事項)

2024年3月28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	37
	リスク情報	57

主要グループ会社関係図



2024年5月期に、フラクタ・リワイアは完全子会社に

テースは外部出資を受け入れ、現在の持分は44%へ

連結業績概要

(百万円)

	2023/5期 Q3累計	2024/5期 Q3累計	YoY	2023/5期 Q3	Q4	2024/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
取扱高	9,788	10,297	+5.2%	3,489	3,617	3,556	3,408	3,332	△2.2%
売上高	2,901	3,130	+7.9%	1,021	1,064	1,066	1,077	986	△8.4%
EBITDA※	873	1,037	+18.8%	342	402	389	364	284	△21.9%
営業利益	687	885	+28.8%	285	341	335	311	238	△23.6%
経常利益	679	850	+25.2%	280	341	322	299	227	△24.1%
税金等調整前 当期純利益	353	732	+107.0%	305	104	456	45	229	+400.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	83	282	+238.6%	200	29	300	△124	106	—

連結業績

売上高は、YoYで増収も、QoQで減収

営業利益は、YoYで増益となったものの、DX事業（FRACTA）の業績悪化によりQoQで大幅減益

FRACTAは、新規受注の減少、プロジェクトの遅延・見直しにより大幅な減収となったため、マネジメント刷新及び人員削減を実施するとともに事業縮小へ

※ 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)

	2023/5期 Q3累計	2024/5期 Q3累計	YoY	2023/5期 Q3	Q4	2024/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業※									
売上高	1,589	1,789	+12.6%	550	588	590	606	592	△2.2%
セグメント損益	742	782	+5.3%	263	265	264	276	240	△13.0%
SaaS事業									
売上高	668	819	+22.7%	233	242	254	271	293	+8.1%
セグメント損益	271	344	+27.0%	102	96	115	102	127	+24.3%
DX事業									
売上高	643	521	△19.0%	236	234	220	200	100	△49.7%
セグメント損益	△326	△ 240	—	△80	△20	△43	△67	△ 129	—

PS事業

YoY増収増益、QoQ減収減益

SaaS事業

YoY・QoQともに増収増益

DX事業

FRACTAの新規受注の減少等により、YoYで減収、QoQで減収損失拡大

※ 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)

	2023/5期 Q3累計	2024/5期 Q3累計	YoY	2023/5期 Q3	Q4	2024/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業	1,589	1,789	+12.6%	550	588	590	606	592	△2.2%
Anagrams	1,505	1,724		523	567	566	581	576	
その他	84	64		27	20	24	24	16	
SaaS事業	668	819	+22.7%	233	242	254	271	293	+8.1%
EC Booster	37	41		14	13	13	14	13	
dfplus.io	221	275		79	82	84	89	101	
ソーシャルPLUS	408	503		140	146	157	167	178	
DX事業	643	521	△19.0%	236	234	220	200	100	△49.7%
FRACTA	429	332		162	177	164	137	31	
Shippinno	95	87		30	29	30	28	28	
Feedforce/Rewire	71	101		27	28	26	34	40	
TePs	47	—		16	—	—	—	—	

PS事業

YoY増収、QoQ減収

SaaS事業

YoY・QoQともに増収

DX事業

FRACTA新規受注減少等により、
QoQで大きく減収

連結営業費用

(百万円)

	2023/5期 Q3累計	2024/5期 Q3累計	YoY	2023/5期 Q3	Q4	2024/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
営業費用	2,213	2,245	+1.4%	735	723	730	766	748	△2.3%
売上原価	1,014	1,059	+4.5%	343	336	362	356	340	△4.4%
労務費	688	746		252	234	252	251	242	
経費等	320	313		91	102	110	104	98	
販売費及び一般管理費	1,199	1,185	△1.2%	391	386	367	410	408	△0.5%
人件費	644	594		223	192	189	194	210	
経費	555	591		168	194	178	215	197	
採用研修費	42	37		9	21	8	8	21	
広告宣伝費	52	55		12	10	16	30	8	
不動産関係費	60	88		19	18	18	37	32	
減価償却費	97	102		33	34	33	34	34	
のれん償却額	87	49		25	25	20	17	11	
その他	216	258		67	83	81	87	90	

YoYで営業費用横ばい

特別損益の内訳

(百万円)

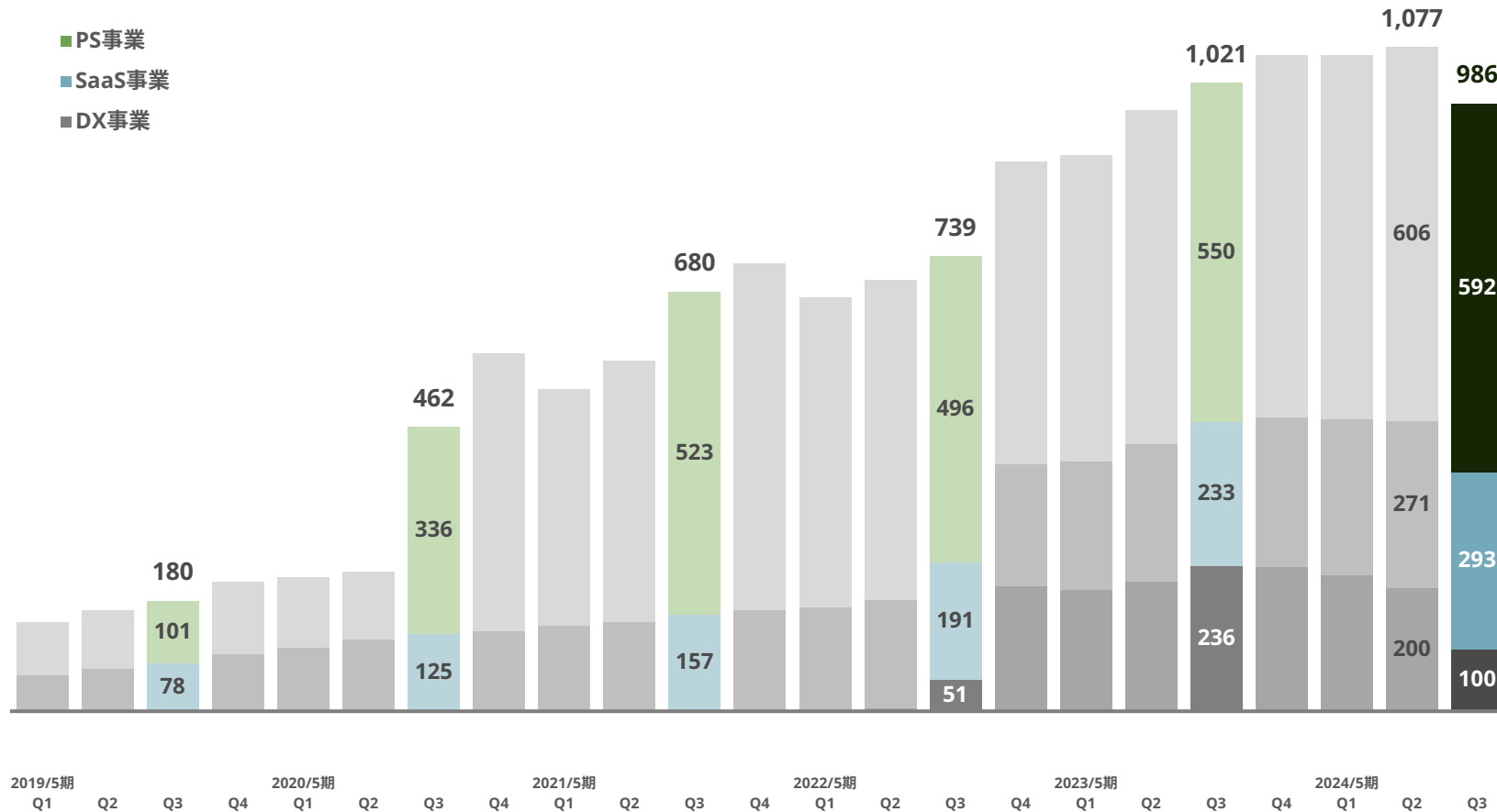
	2023/5期 Q3累計	2024/5期 Q3累計	2023/5期 Q3	Q4	2024/5期 Q1	Q2	Q3	内容
特別利益	24	172	24	1	133	36	1	
投資有価証券売却益	—	86	—	—	86	—	—	当Q1：アナグラム保有株式の売却益
持分変動利益	22	—	22	—	—	—	—	前Q3：テーブル関連会社化に伴う持分相当額の実質価額評価益
資産除去債務戻入益	—	44	—	—	44	—	—	当Q1：旧オフィスの新テナントへの現状引渡合意による債務戻入
固定資産受贈益	—	32	—	—	—	32	—	当Q2：新オフィス内装・備品の受贈益
新株予約権戻入益	2	9	2	1	3	3	1	退職者等からの無償取得による戻入益
その他	—	0	—	—	—	0	—	
特別損失	350	290	—	237	0	290	—	
投資有価証券評価損	2	0	—	—	0	—	—	
減損損失	343	290	—	47	—	290	—	前Q4：オフィス移転に伴う評価減・原状回復費用等 当Q2：フラクタのれんの減損
のれん償却額	—	—	—	190	—	—	—	前Q4：フラクタ株式評価に伴う一時償却
その他	4	0	—	—	0	—	—	

Q2はFRACTAのれんを全額減損し、
290百万円の特別損失を計上

連結売上高四半期推移

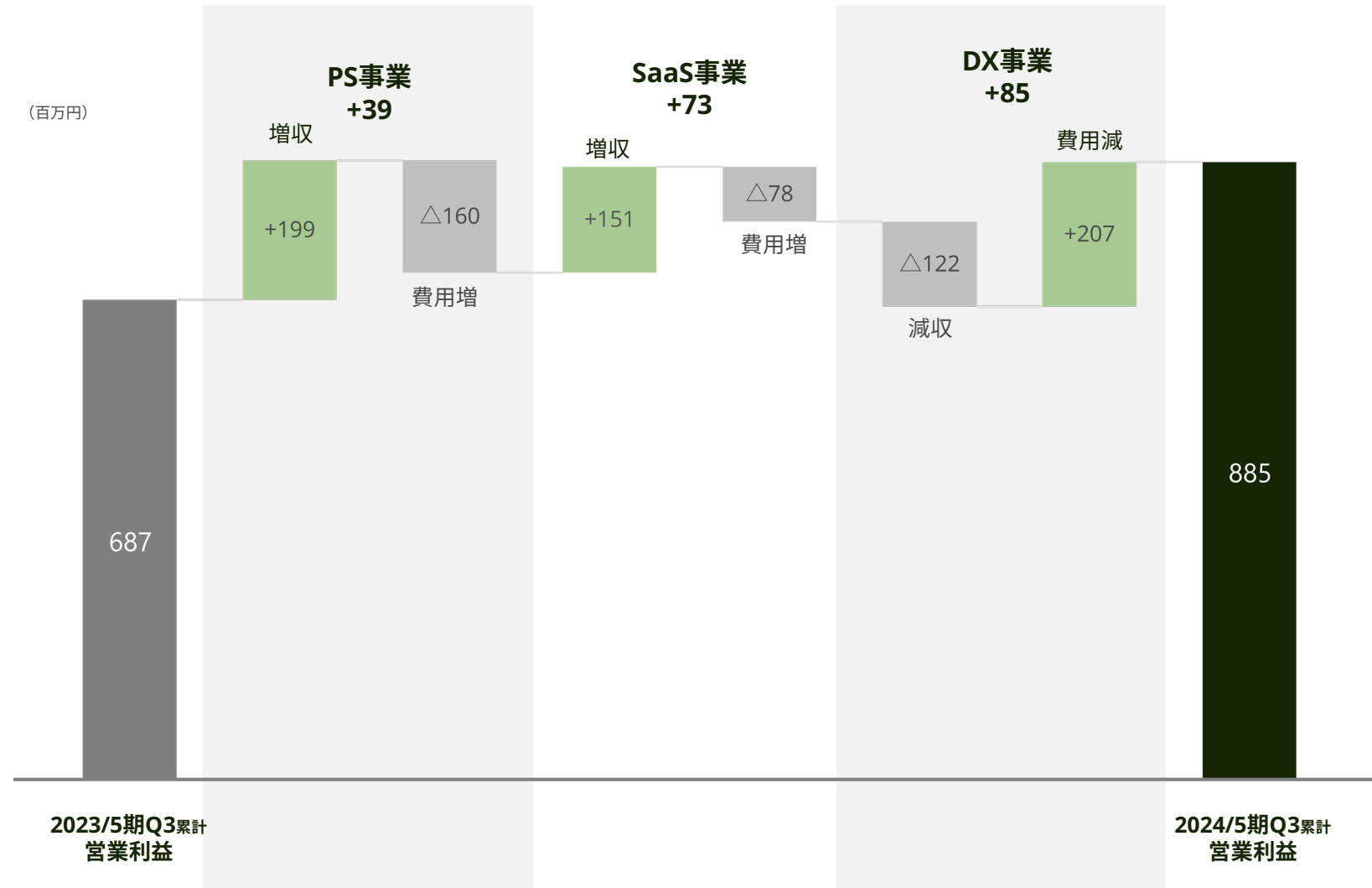
(百万円)

- PS事業
- SaaS事業
- DX事業



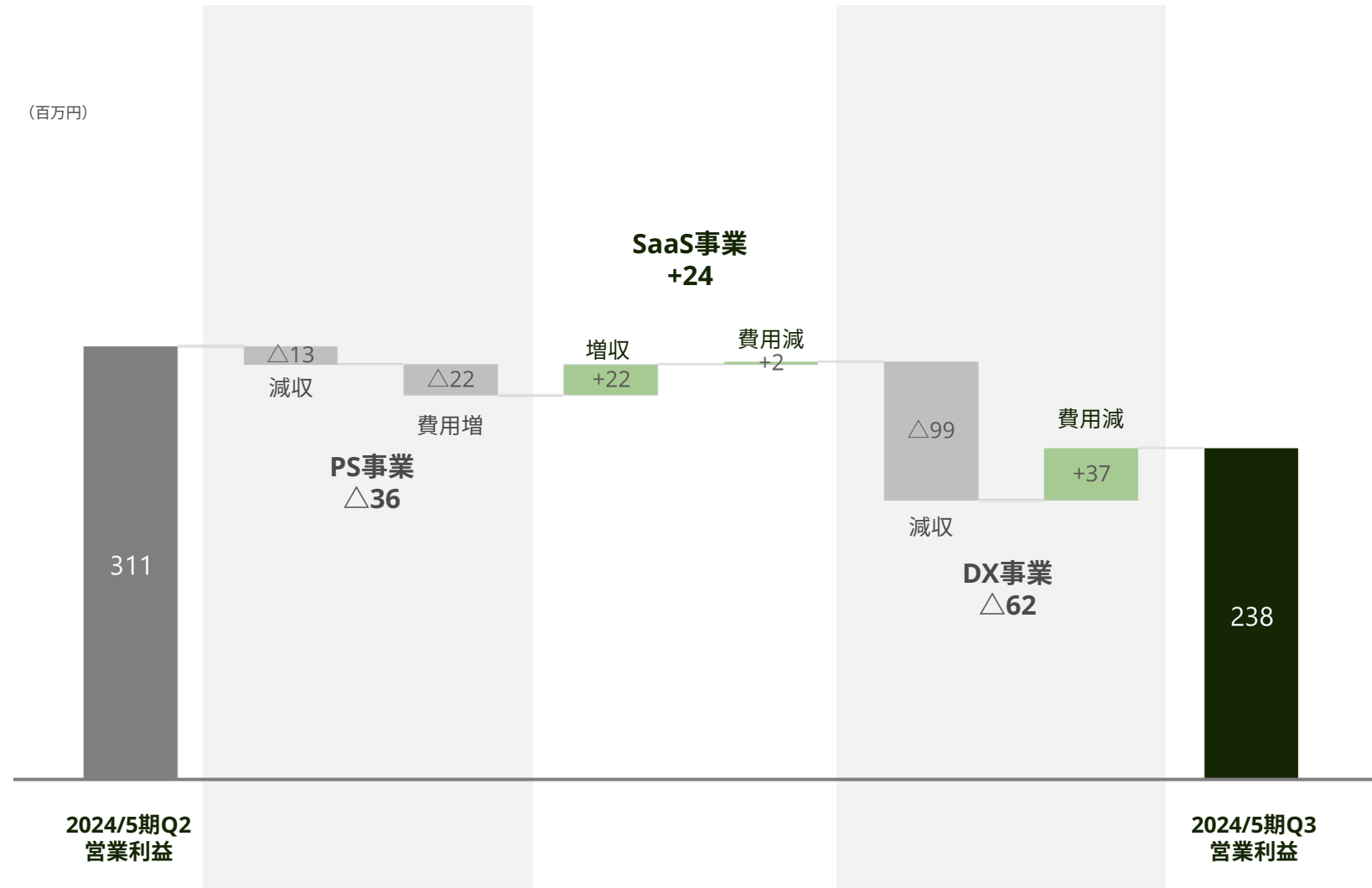
DX事業の減収影響により、連結売上高は2023/5期Q3対比でも減収

連結営業損益増減要因 YoY



PS事業・SaaS事業での増収に加え、DX事業の連結範囲変更影響により、YoY増益

連結営業損益増減要因 QoQ



PS事業での費用増、DX事業での大幅減収により、QoQ減益

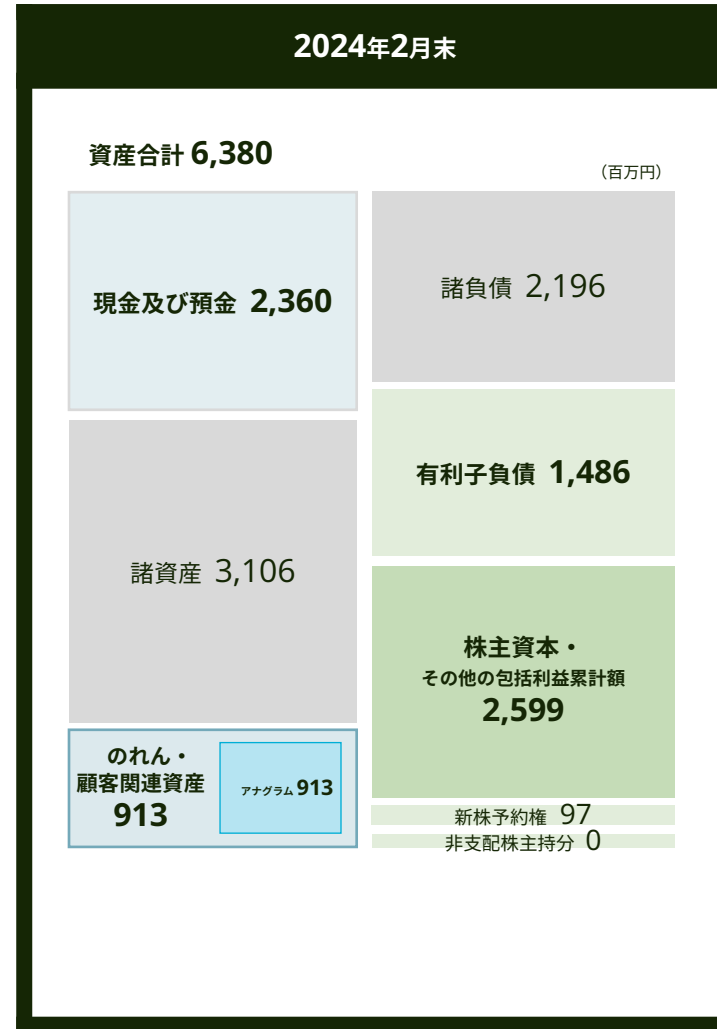
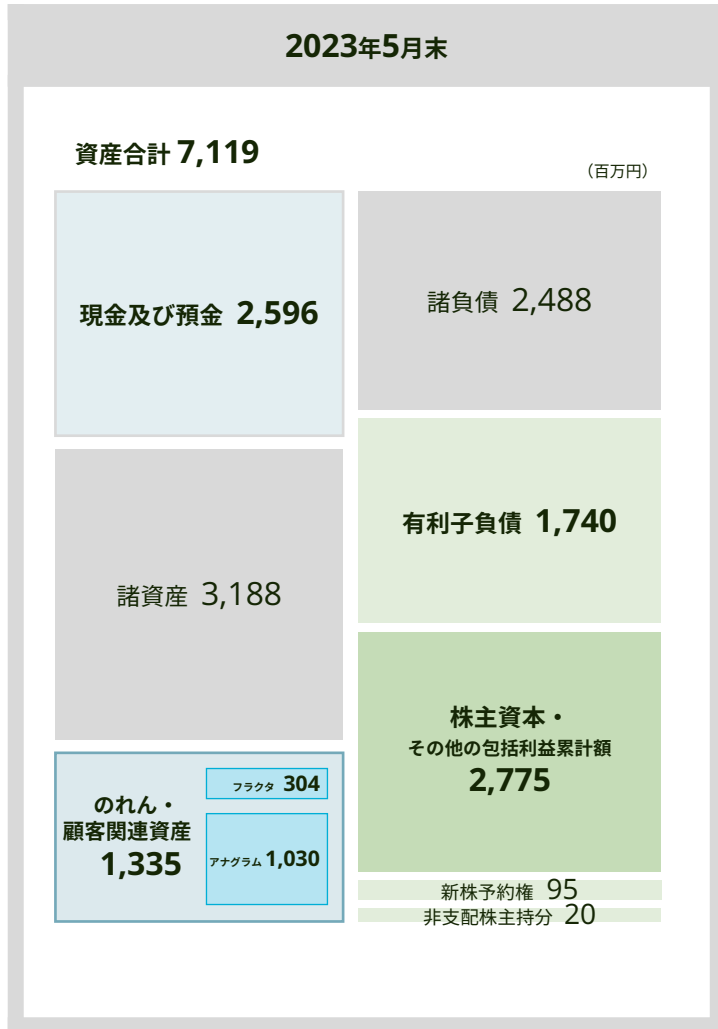
連結貸借対照表

(百万円)

	2019/5末	2020/5末	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5期Q3	前期末比
流動資産	426	3,528	4,915	5,503	5,248	4,981	△267
固定資産	44	1,690	1,552	2,515	1,870	1,399	△471
資産合計	470	5,219	6,467	8,019	7,119	6,380	△739
流動負債	322	1,370	2,255	2,861	2,541	3,473	+931
固定負債	50	2,018	1,810	2,009	1,686	209	△1,477
負債合計	373	3,389	4,065	4,870	4,228	3,682	△545
株主資本	97	957	2,366	2,983	2,777	2,602	△175
その他の包括利益累計額	—	—	—	△0	△2	△2	△0
新株予約権	—	—	32	77	95	97	+1
非支配株主持分	—	872	2	87	20	0	△19
純資産合計	97	1,829	2,401	3,148	2,890	2,697	△193

のれん減損に加え、借入金返済・自己株式取得により、資産・負債・純資産のすべてが減少

連結貸借対照表内訳



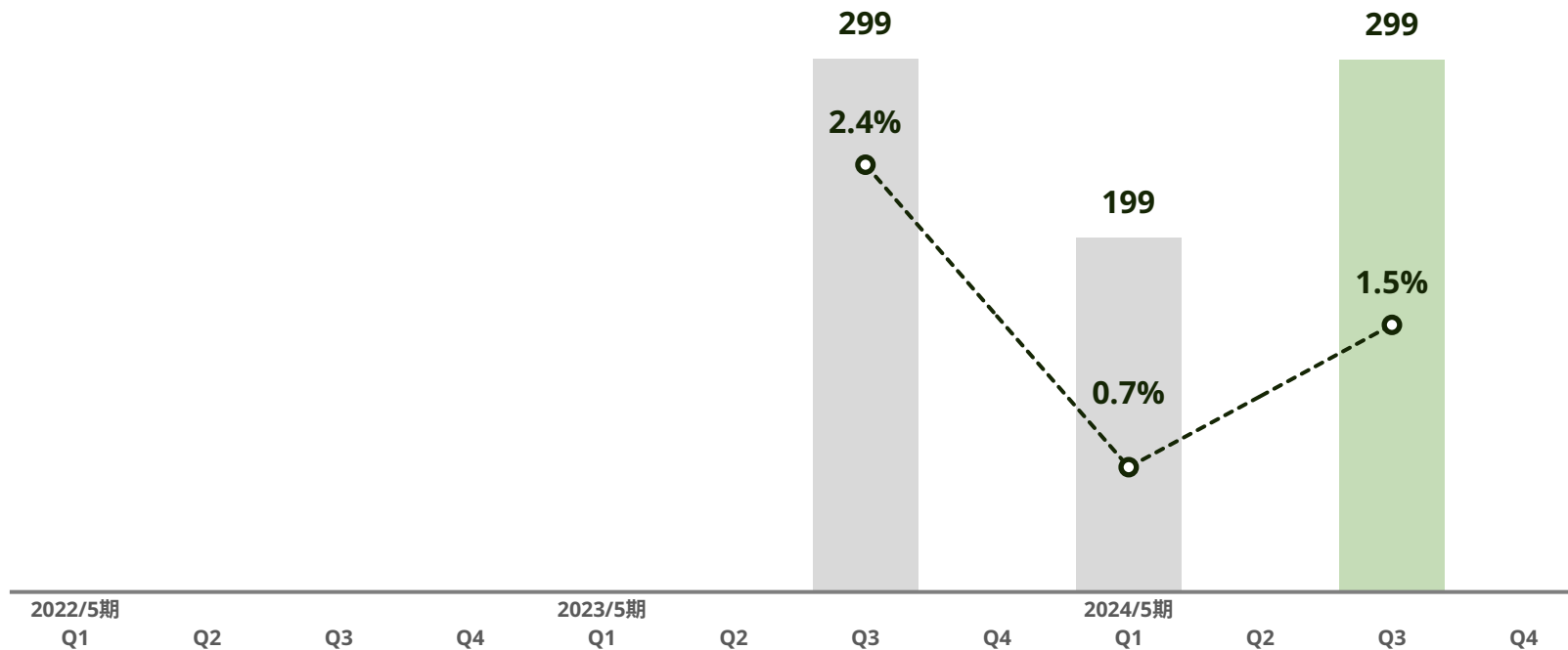
自己株式取得・借入金返済により、
現預金・有利子負債が減少

2024年3月に、1,000百万円の新規
借入れを実施

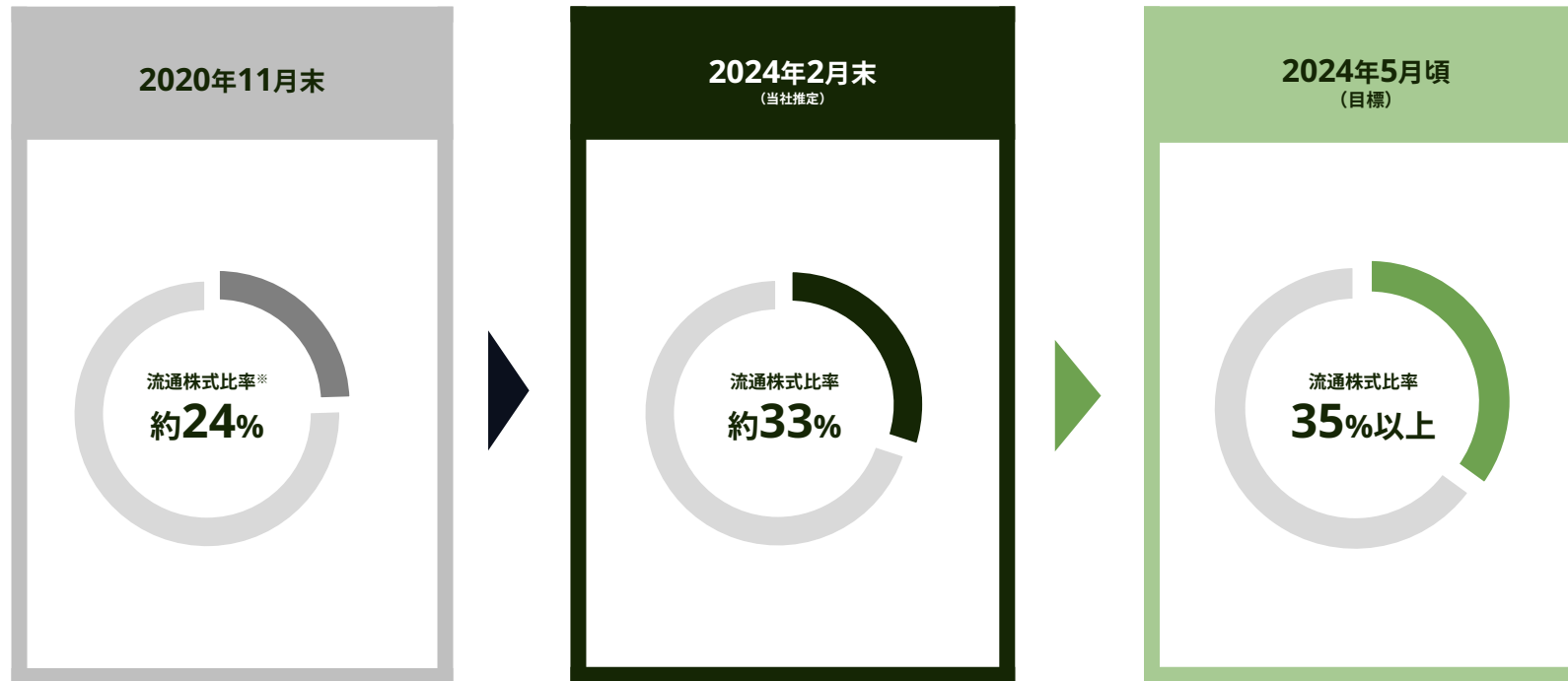
自己株式の取得

- 自己株式取得額（百万円）
- 発行済株式総数に対する割合（%）

2023年5月期以降、3度にわたり合計約8億円の自己株式取得を実施（全て消却済）



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業務支援ツール
各社の事業領域		✓	✓	✓
		✓		
			✓	
				✓
				✓
				✓
				✓

PS事業はアナグラム、SaaS事業はソーシャルPLUS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



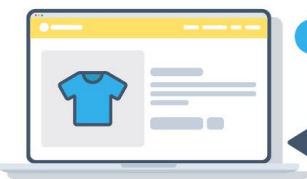
ecbooster

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

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

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

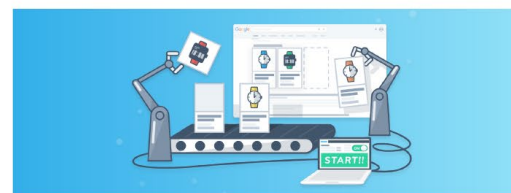


簡単出稿・自動運用機能



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。



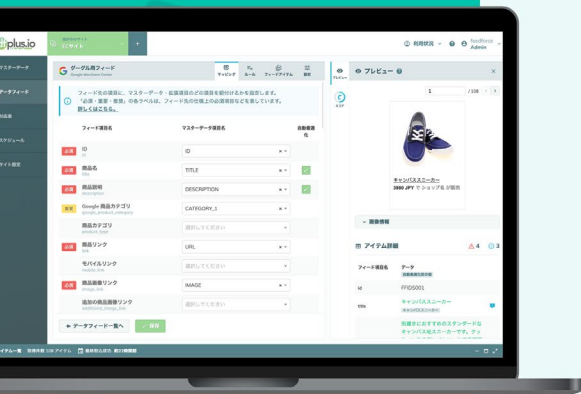
強力な機能

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

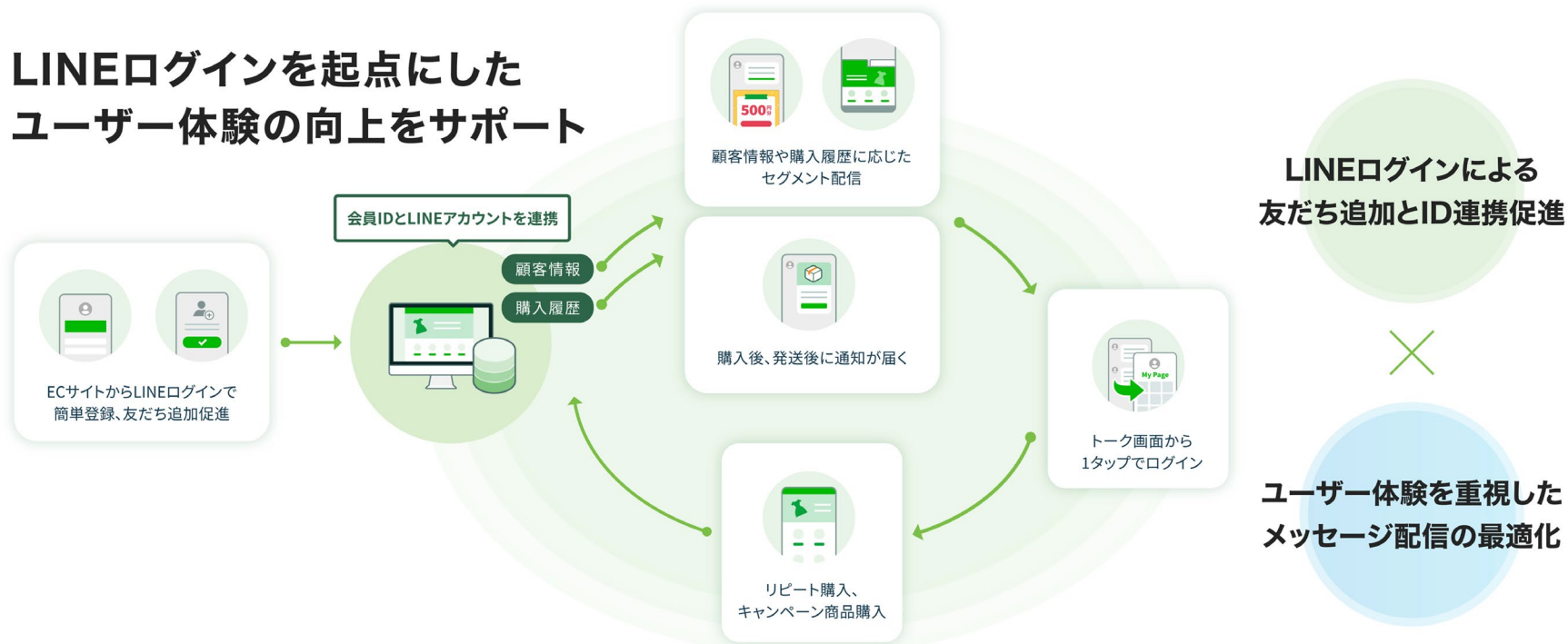
データフィード初心者の方にもわかりやすいUIで、「詳しい人」に属人化しない運用体制を実現します。サポートも充実。



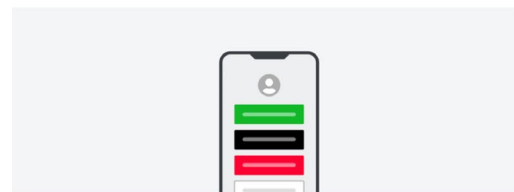
social plus

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

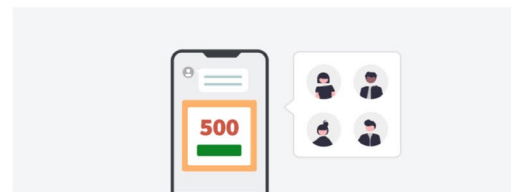


会員登録・購入フローの簡略化



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

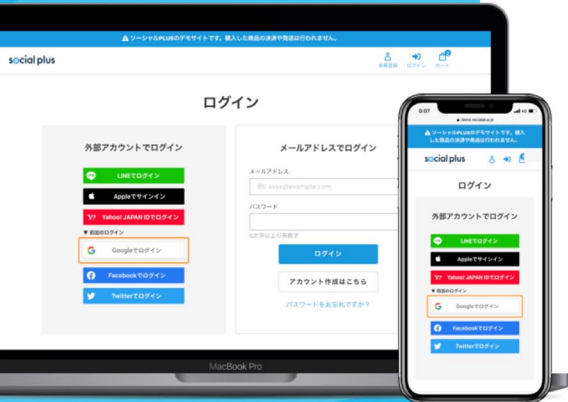


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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

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！

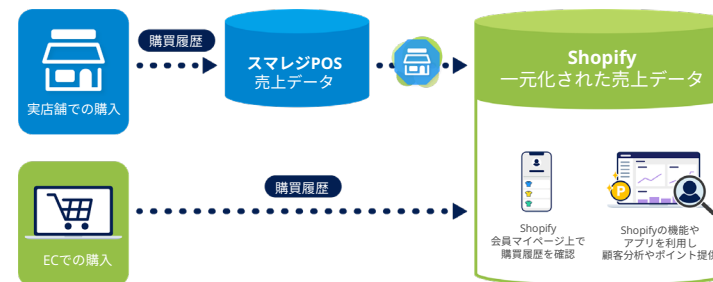


Shopifyの会員情報をスマレジの
会員情報として追加できる

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

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)

FRACTA[®]

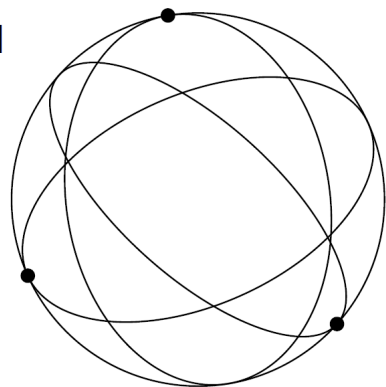
TOTAL BRANDING PARTNER

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

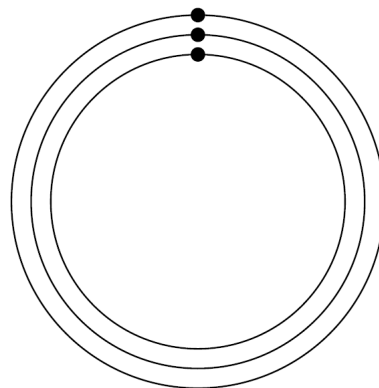


One by One

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

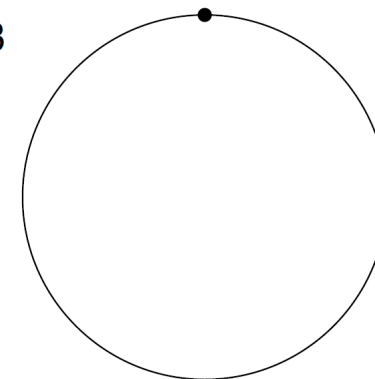


Star Tracker

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

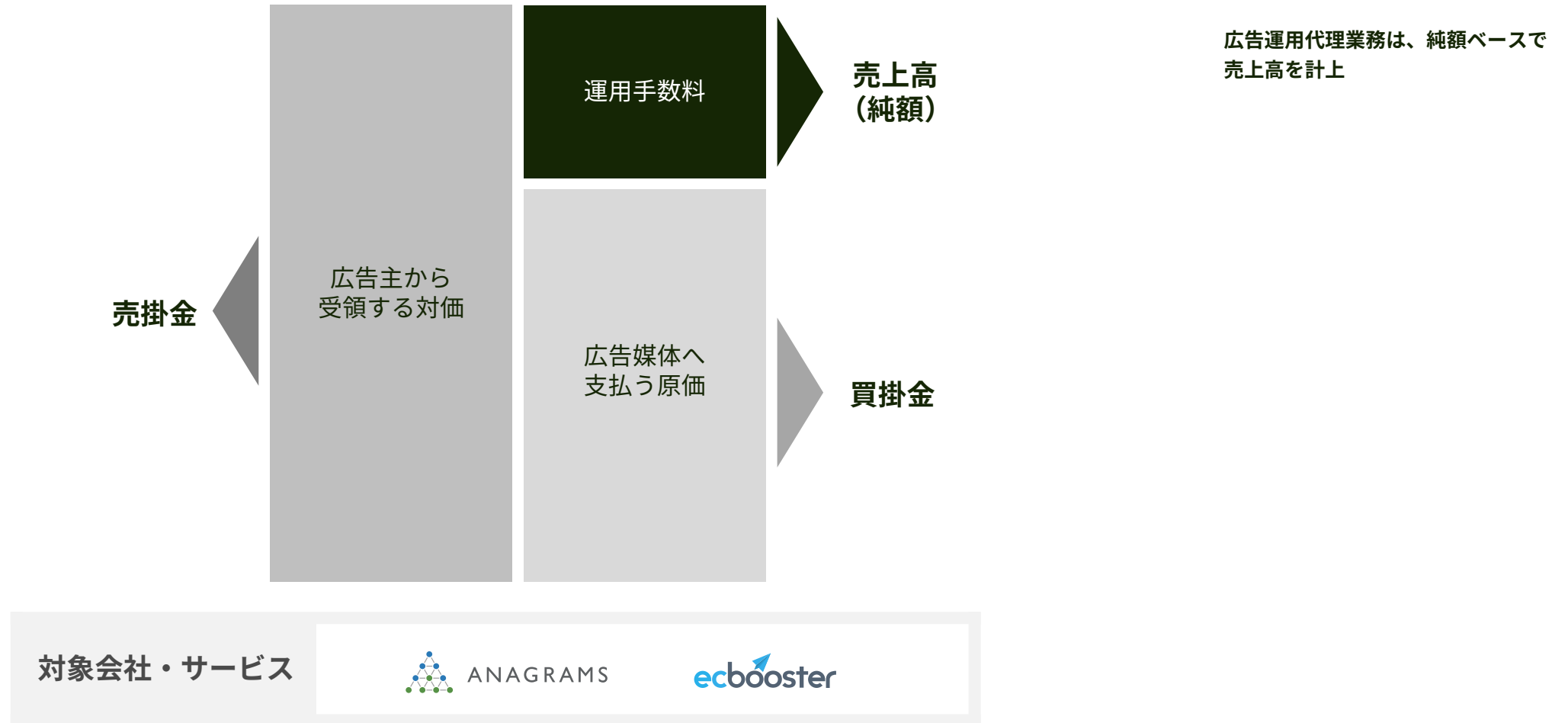
ブランディングやECに関する知識教育を
通じてブランドの活性化を促進

(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		
	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 dfplus.io	ECの出荷・受注業務自動化ツール SHIPPInno
		ソーシャルログイン&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
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

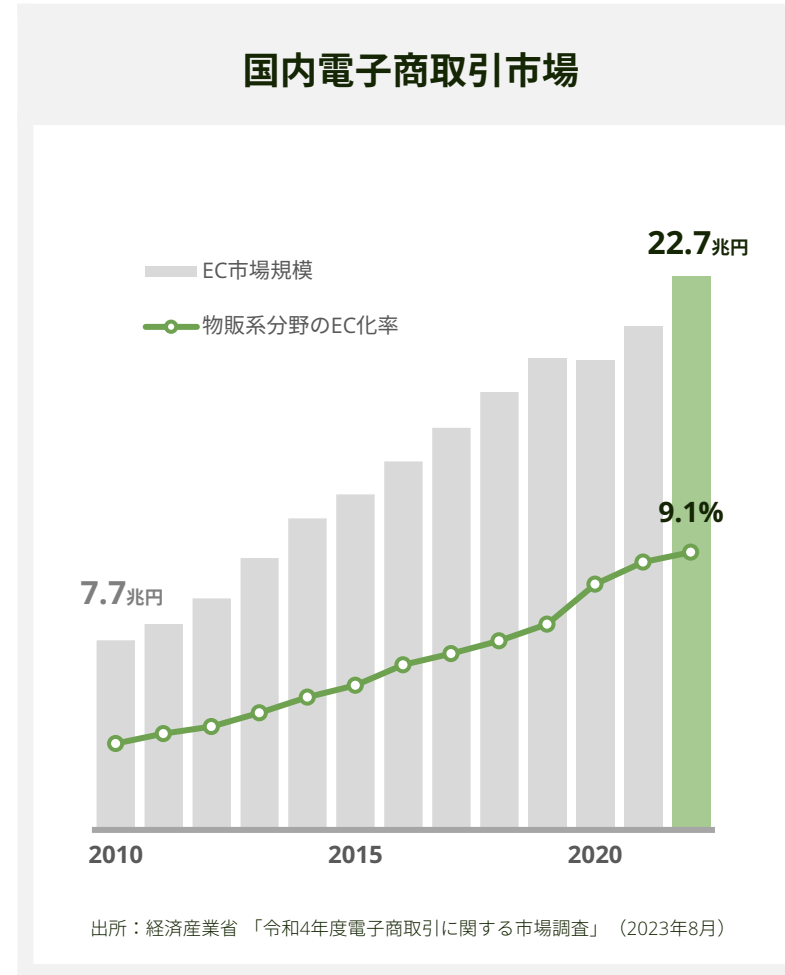
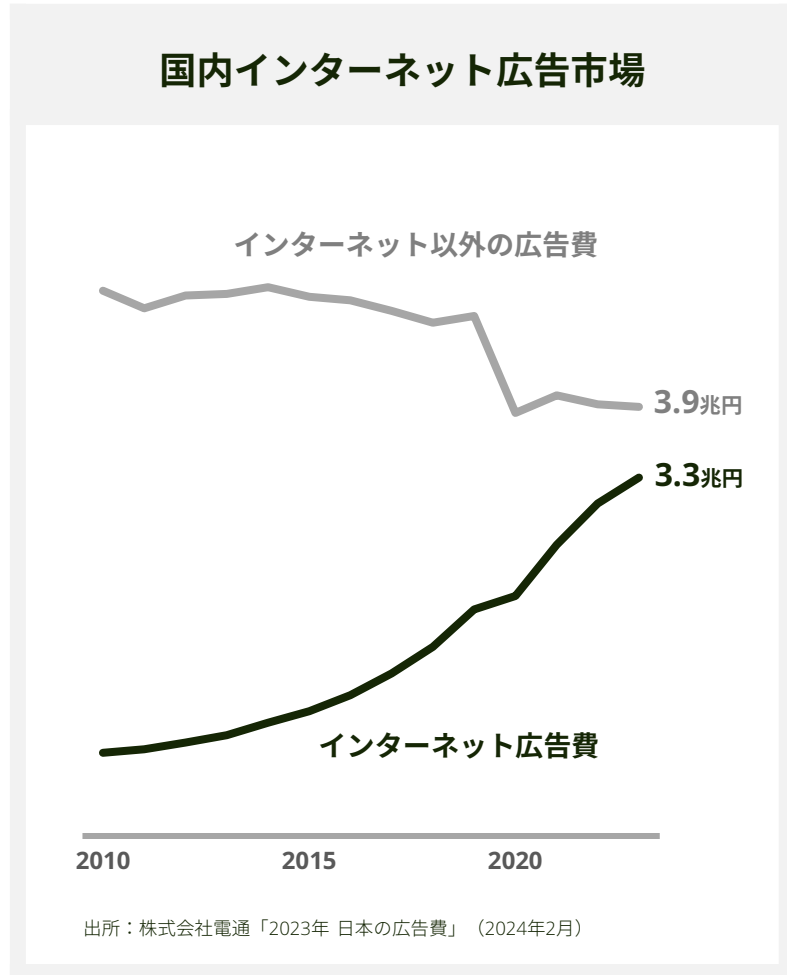
(2) 事業の収益構造 広告運用サービスの収益構造と売上計上方法



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

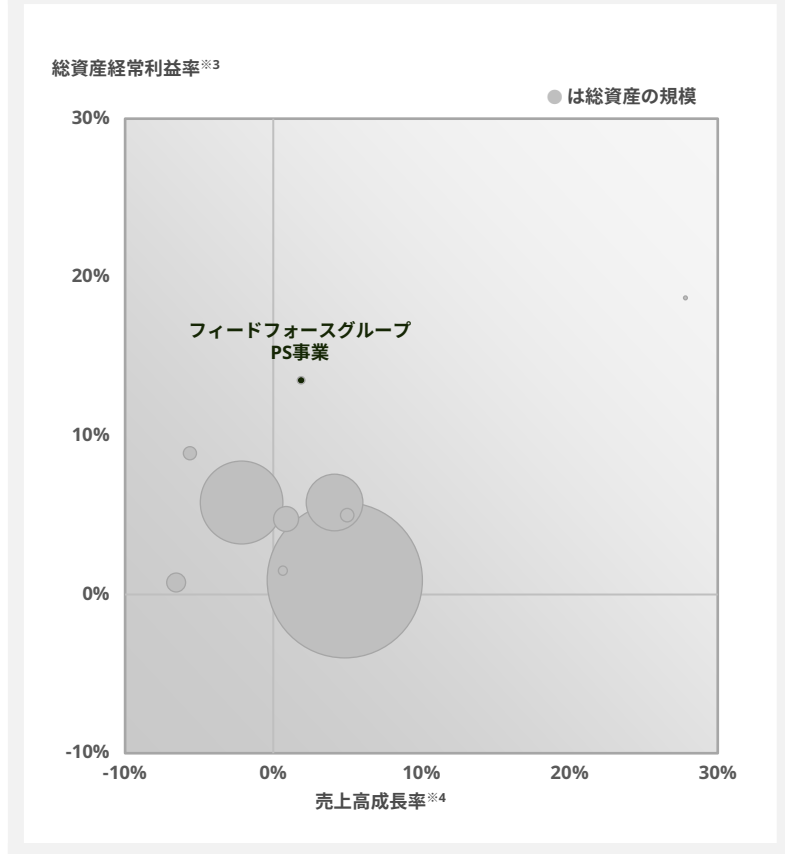


2023年のインターネット広告費は、3.3兆円と堅調に伸長し、総広告費に占める割合は45.5%にまで増加

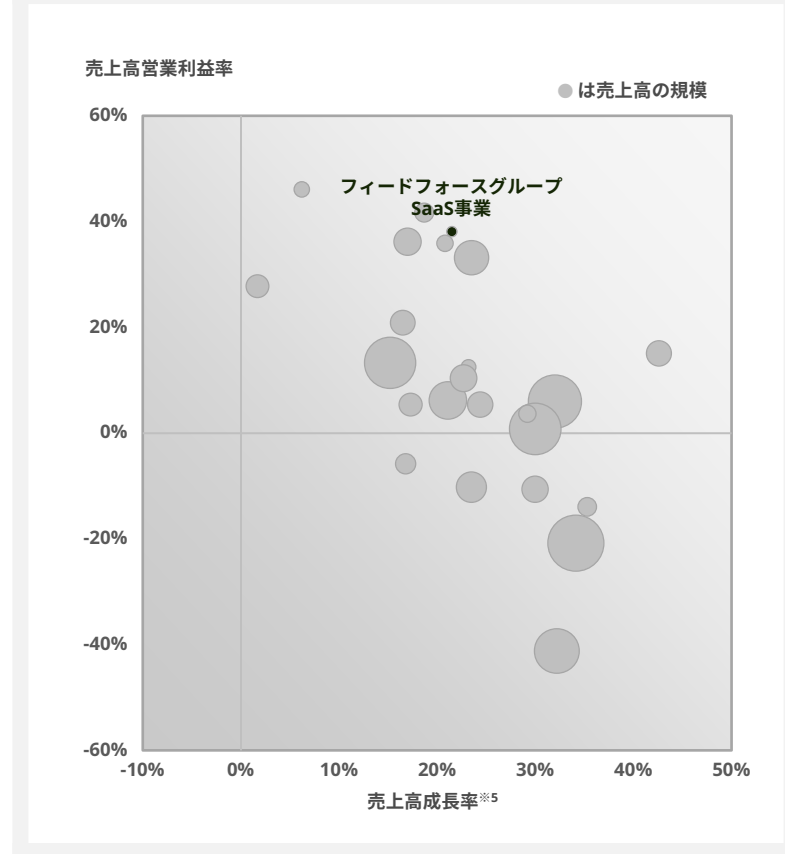
2022年のEC取引市場規模は22.7兆円となり、物販系分野においては前年比+5.4%の拡大で、EC化率は9.1%

(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 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・EC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 2,177 百万円 正社員数 94 名 (2023/5期)	売上高営業利益率 (2023/5期) 45.5%		
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 910 百万円 正社員数 46 名 (2023/5期)	売上高営業利益率 (2023/5期) 38.1%	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を活用したブランディング、サイト構築、アプリ提供、バックヤード業務までのEC支援体制を確立 	売上高 878 百万円 正社員数 74 名 (2023/5期)		事業構造を見直し	

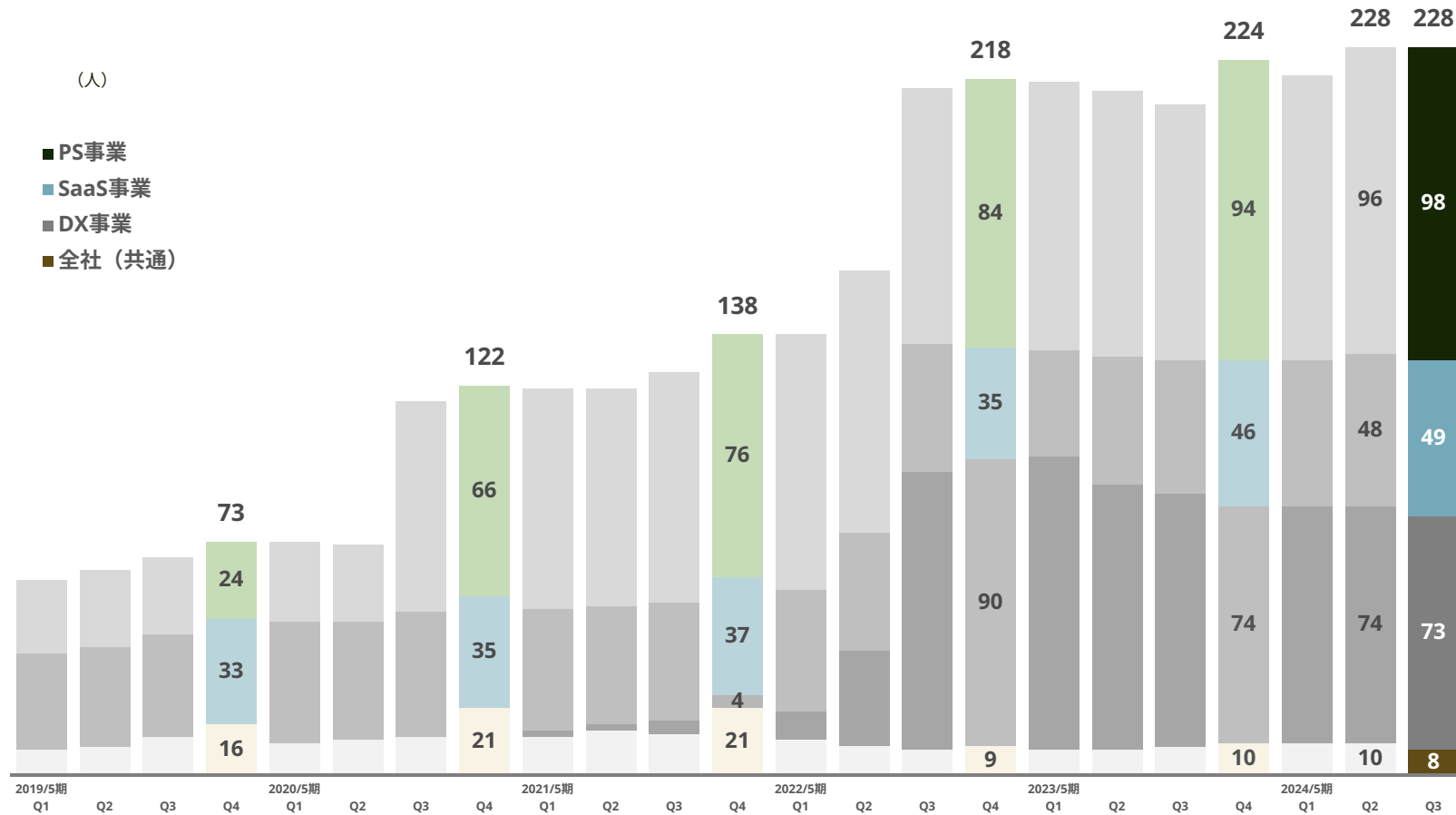
セグメントごとに異なる特性を有しているため、利益を拡大しつつ成長投資を継続することが可能

DX事業については、事業構造を抜本的に見直し

(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、PS事業において増加



(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

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)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

2023年5月期	<ul style="list-style-type: none"> 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(主に人員拡充)を実施 	PS事業	<ul style="list-style-type: none"> Anagrams人員100名超体制へ
		SaaS事業	<ul style="list-style-type: none"> 機能拡充を実施しつつ増収増益基調維持
		DX事業	<ul style="list-style-type: none"> FRACTAでの人員拡充、App Unityアプリの販売強化

2024年5月期は、PS事業とSaaS事業の成長により利益拡大を目指す

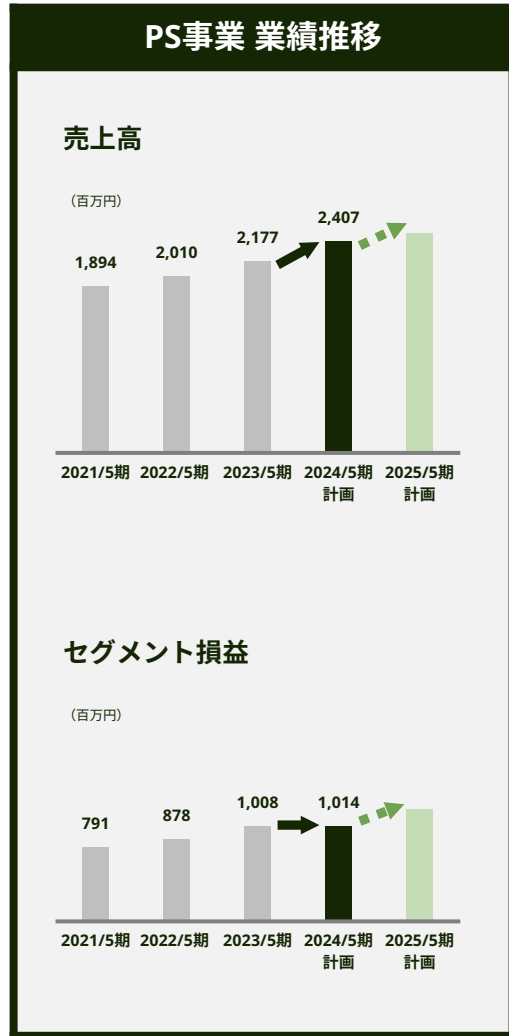
一方で、DX事業については事業構造を見直し

これに伴い、2025年5月期売上高目標は取り下げ

2024年5月期 計画	<ul style="list-style-type: none"> 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 中期目標達成に向けた一定の体制拡充は継続 	PS事業	<ul style="list-style-type: none"> 安定的な運用体制と収益基盤を構築
		SaaS事業	<ul style="list-style-type: none"> 20%成長と増益基調を継続
		DX事業	<ul style="list-style-type: none"> 事業構造を見直し

2025年5月期 目標	<ul style="list-style-type: none"> (当初) 中期目標「売上高50億円・営業利益20億円・ROE20%以上維持」を達成
	<ul style="list-style-type: none"> (見直し後) 中期目標「営業利益20億円・ROE20%以上維持」を達成

(1) 成長戦略 PS事業の成長戦略

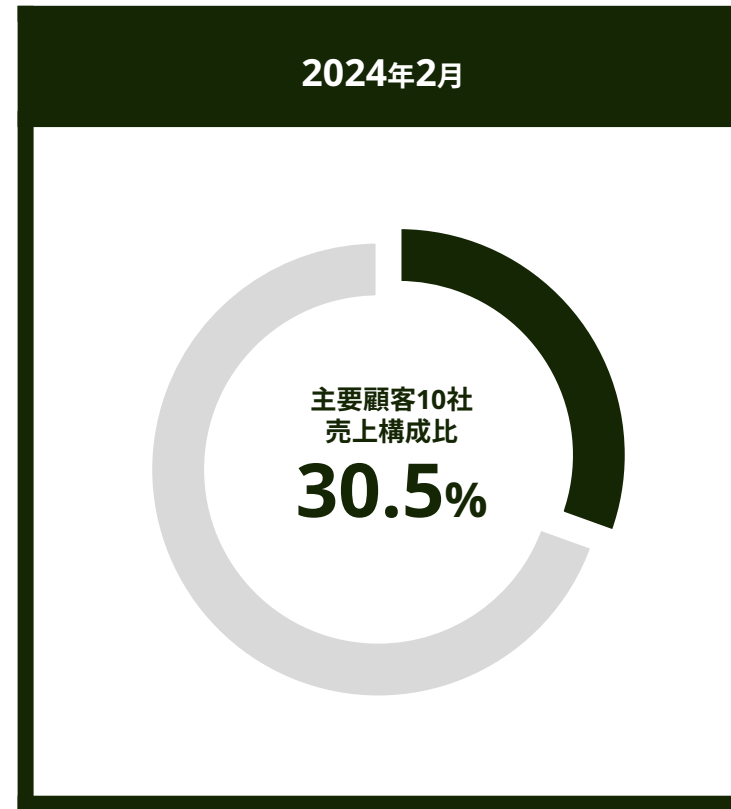
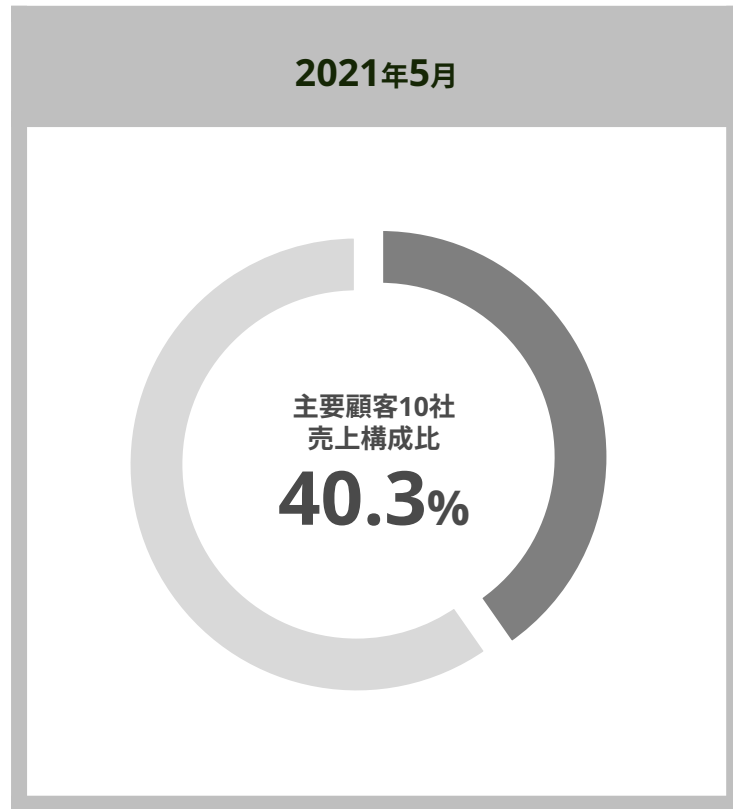


2024/5期 取組み	2025/5期以降 成長戦略										
<ul style="list-style-type: none"> 2024/5期 (業績予想修正後) は、 売上高 24億円 セグメント利益 10億円 を計画 	<ul style="list-style-type: none"> 安定的な増収増益を目指す 										
<ul style="list-style-type: none"> 前期にて100人規模 (臨時雇用等含む) の組織体制に拡大。2024/5期は一定の増員を見込みつつ安定的な運用体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> 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 										
<p>ANAGRAMS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>期</th> <th>従業員数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021/5期</td> <td>52名</td> </tr> <tr> <td>2022/5期</td> <td>84名</td> </tr> <tr> <td>2023/5期</td> <td>103名</td> </tr> <tr> <td>2024/5期 Q3</td> <td>114名</td> </tr> </tbody> </table>		期	従業員数	2021/5期	52名	2022/5期	84名	2023/5期	103名	2024/5期 Q3	114名
期	従業員数										
2021/5期	52名										
2022/5期	84名										
2023/5期	103名										
2024/5期 Q3	114名										
<ul style="list-style-type: none"> 景気動向・特定プロジェクトに依存しない安定的な収益基盤構築 											

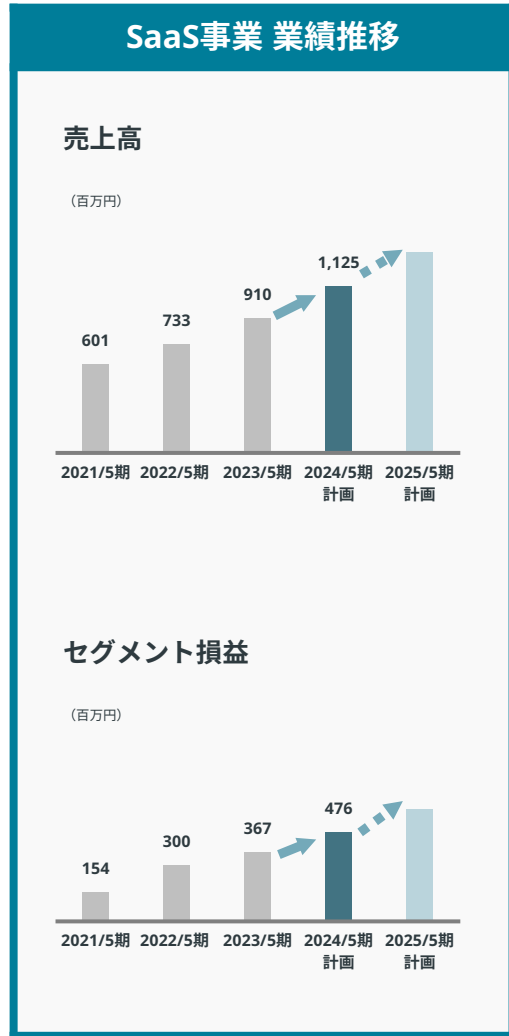
安定的な運用体制及び収益基盤構築により、高収益体制維持を目指す

Anagramsでは顧客基盤が拡大し、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



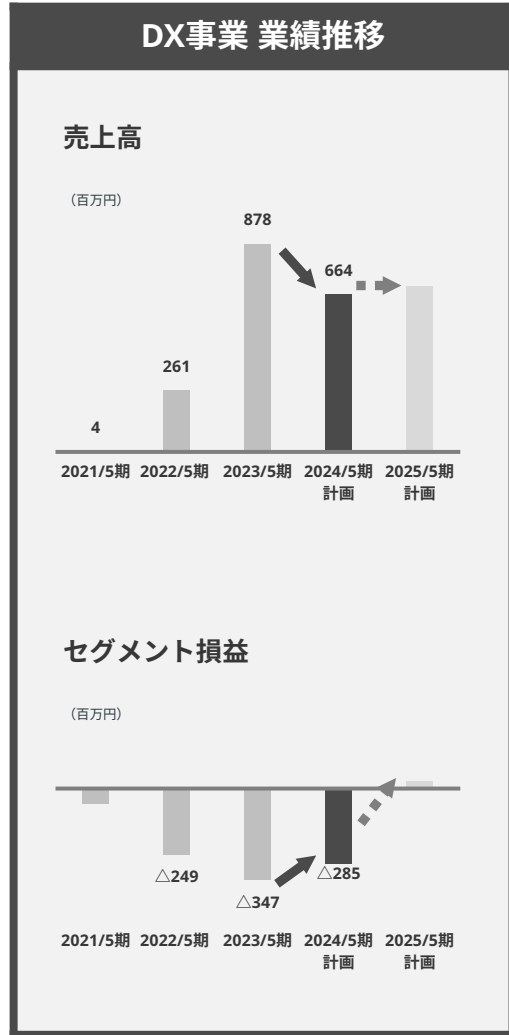
2024/5期 取組み 2025/5期以降 成長戦略

- 2024/5期は、
売上高 11億円
セグメント利益 4億円
を計画
- 20%程度の売上成長と増益を持続

各サービスで機能拡張を実施しつつ、今後も20%程度の増収を継続

	<ul style="list-style-type: none"> □ メッセージ新機能をリリースしてシェアを拡大し、ECプラットフォーム連携を強化 	<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
	<ul style="list-style-type: none"> □ エンタープライズ中心に拡大。中小の裾野も広げる 	<ul style="list-style-type: none"> □ Shopifyから他プラットフォームにも拡大
	<ul style="list-style-type: none"> □ エンタープライズ顧客の開拓、導入促進 	<ul style="list-style-type: none"> □ データフィード×AIのサービス開発

(1) 成長戦略 DX事業の成長戦略



2024/5期 取組み

- 大幅な売上成長とセグメント損益黒字化を目指す

2025/5期以降 成長戦略

- 2025/5期は、大幅な利益成長へ
- 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

2024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

FRACTA®	<ul style="list-style-type: none"> □ 事業規模縮小へ
Rewire	<ul style="list-style-type: none"> □ グループ各社と一層の連携、エンタープライズ顧客獲得を強化 □ 単体アプリからID統合、OMO、B2B、P2C、AIといった専門ソリューションに注力

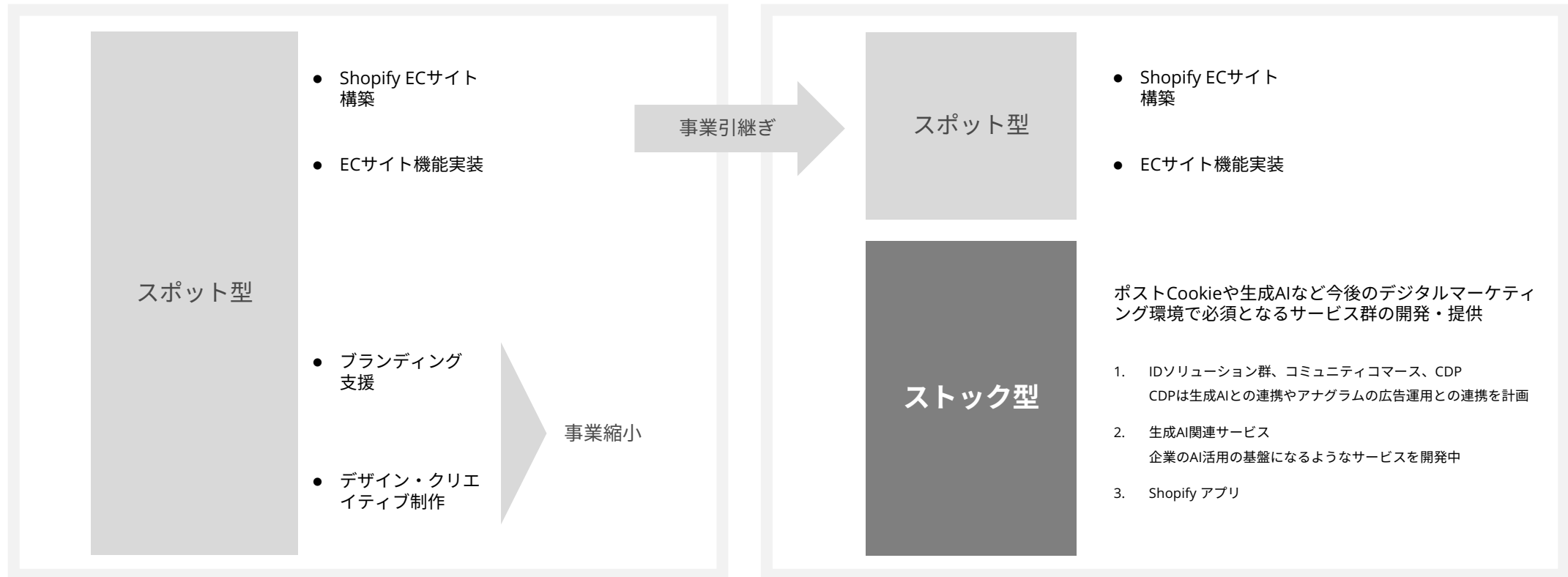
DX事業セグメントの事業再構築

FRACTAは人員削減を実施し事業縮小へ、Shopify関連事業はRewireが引継ぎ

DX事業セグメントは、今後リワイアが成長をけん引し、収益モデルとしてストック型を中心に安定的な成長を目指す

FRACTA®

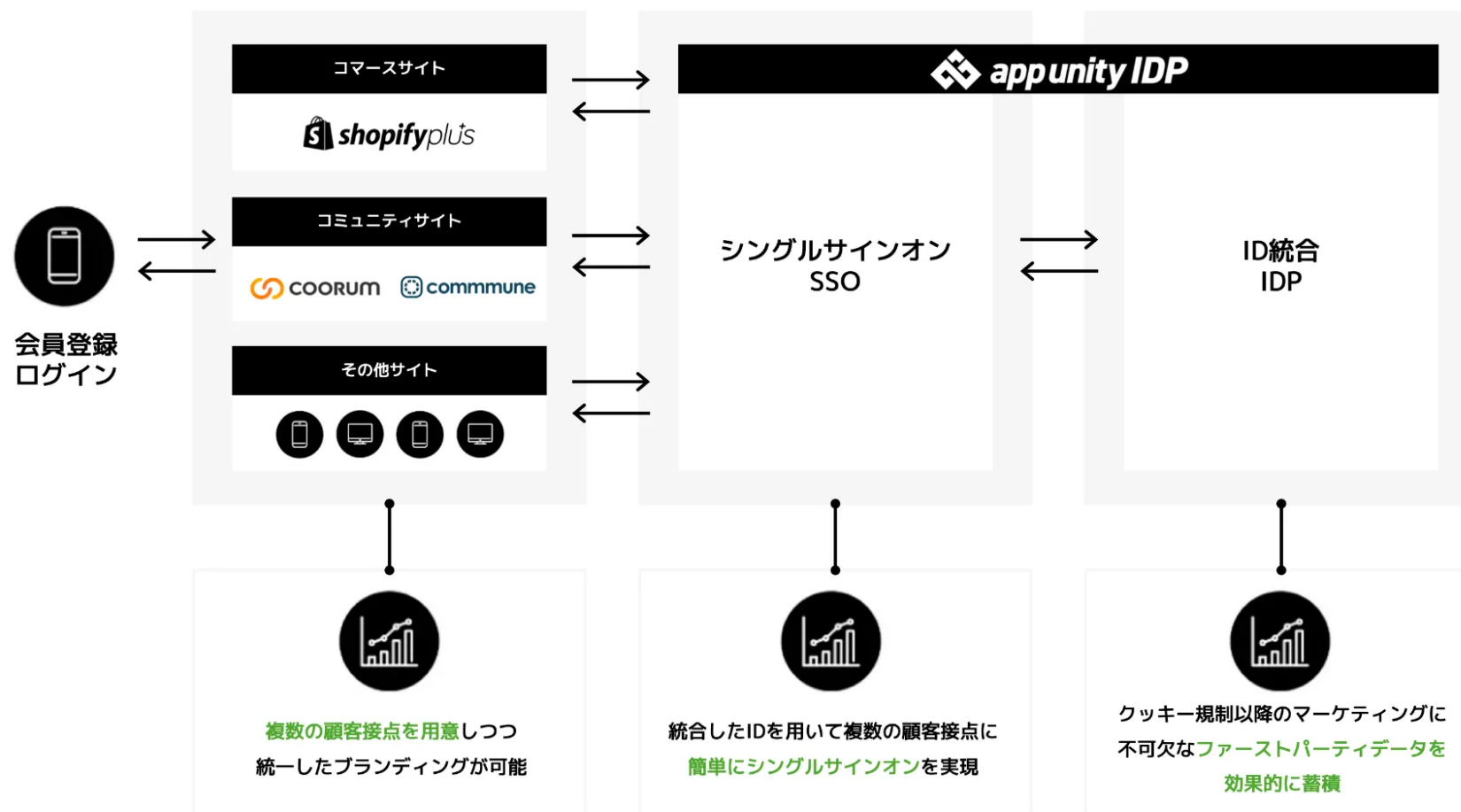
 Rewire



新サービス

Shopify Plus でのIDソリューション「App Unity IDP」を提供開始

共通IDやコミュニティコマースを実現し、企業のポストクッキー環境下での1st Party Data活用を支援



新サービス 生成AI領域での問題解決に向けたサービス「Generight」提供開始

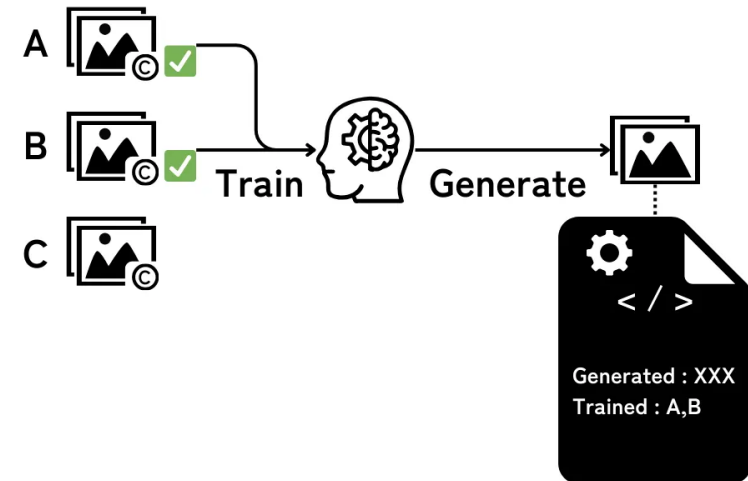
Generight

画像生成AIの学習に用いられる素材の権利を全プロセスにわたり管理するトレーサビリティシステム
クリエイターや企業が安心してAIを活用できる環境を提供

Generight

権利情報をトラッキングできる

新しい画像生成AI



(2) 経営指標 [売上関連データ] サービス別利用案件数

(件)

	2019/5末	2020/5末	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5期Q3	前期末比
PS事業							
Anagrams	—	96	115	116	156	159	+3
Feedmatic	45	48	45	49	— ※1	—	—
SaaS事業							
EC Booster※2	313	344	303	283	460 <small>うちエントリー プラン198</small>	422 <small>うちエントリー プラン180</small>	△38
dfplus.io	98	139	175	235	302	364	+62
ソーシャルPLUS	237	272	309	361	391	428	+37
DX事業							
FRACTA	—	—	—	53	43	21	△22
Shippinno	—	—	—	495	435	418	△17
Shopifyアプリ※3	—	—	—	532	144	234	+90

dfplus.io・ソーシャルPLUSで増加継続

FRACTAプロジェクト案件は大幅減少

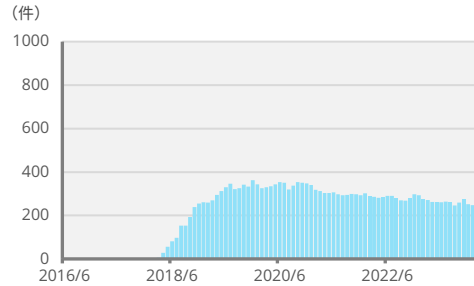
※1 2022年6月吸収分割に伴い、利用件数もAnagramsと統合
 ※2 EC Boosterフリープラン利用アカウントは含まない
 ※3 Shopify提供アプリの有料アクティブアカウント数

(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



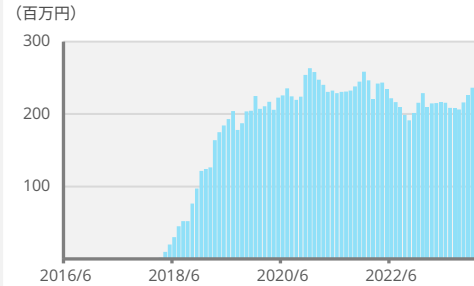
広告掲載プランアカウント稼働数

242件



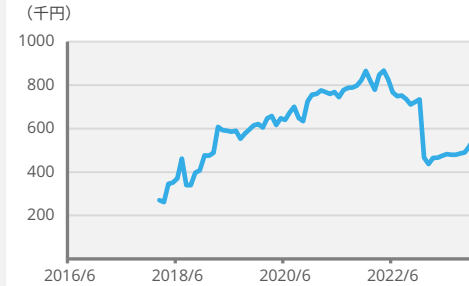
年換算取扱高※1

229百万円



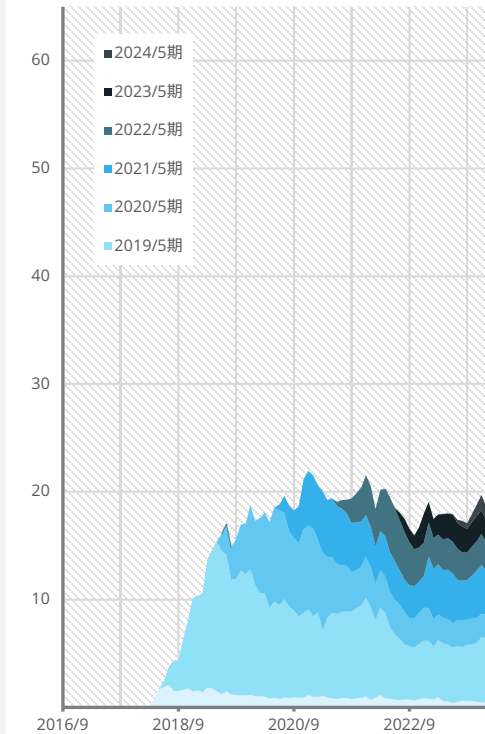
アカウントあたり平均取扱高

544千円/年



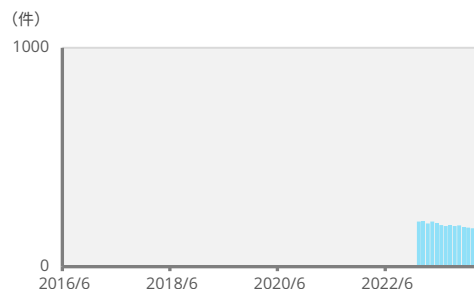
月次取扱高コホートグラフ

(百万円)



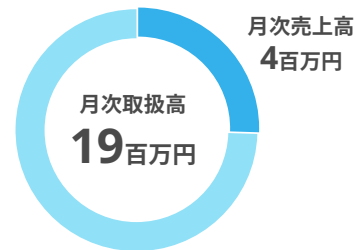
エントリープランアカウント数

180件



テイクレート※2

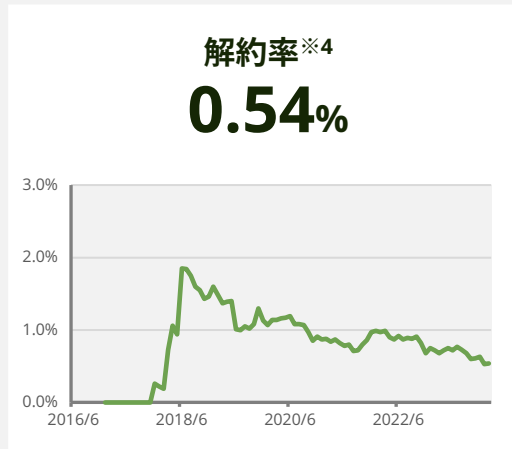
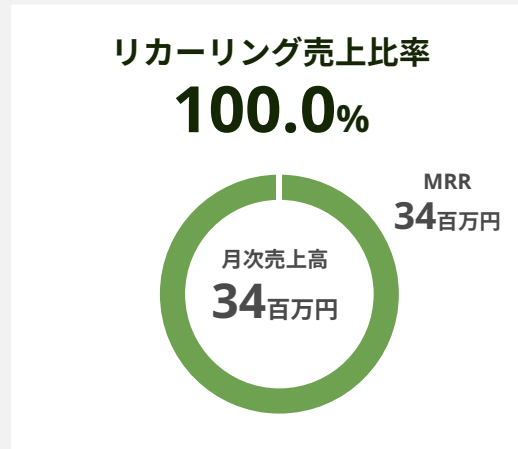
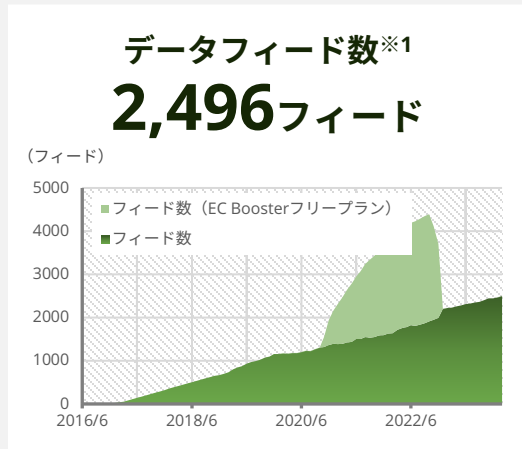
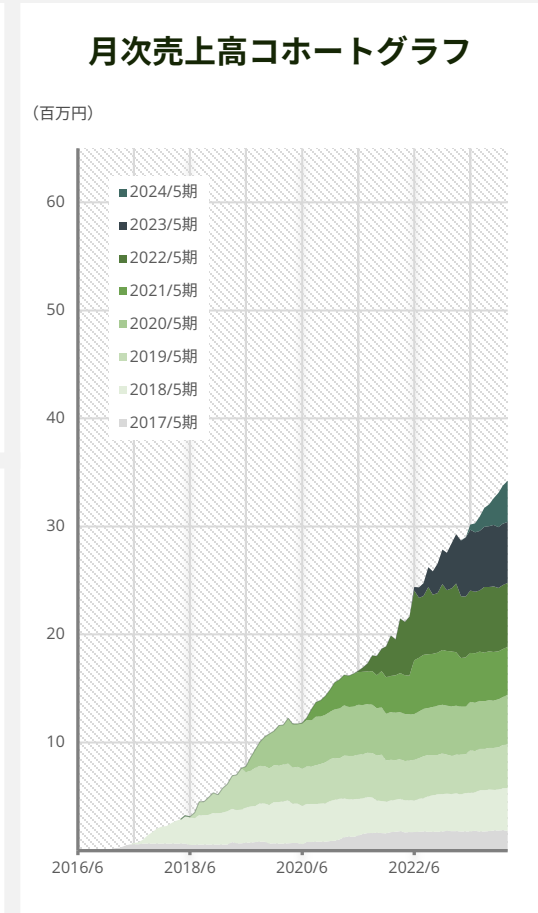
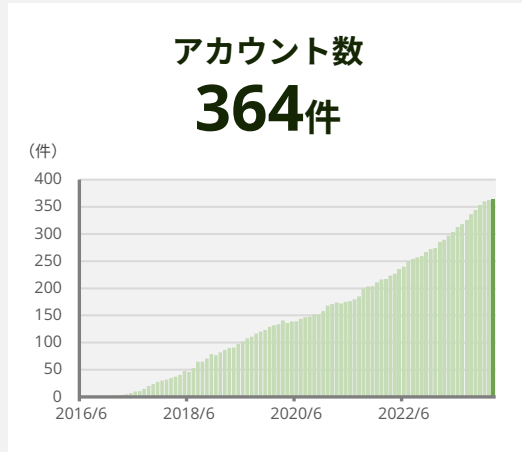
23.3%



※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

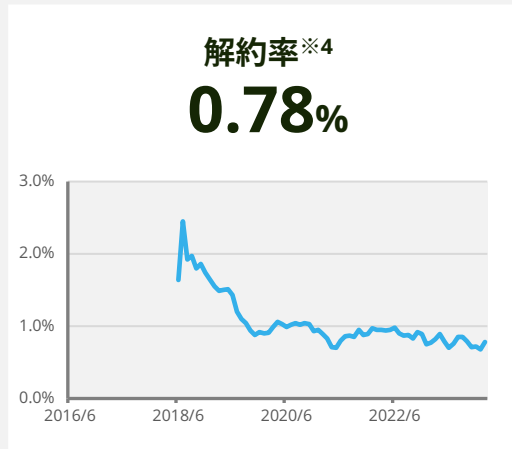
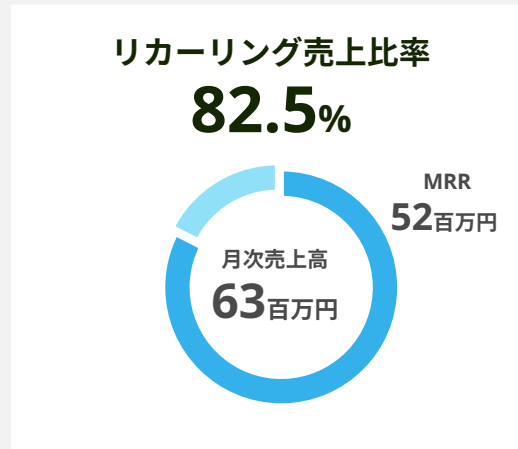
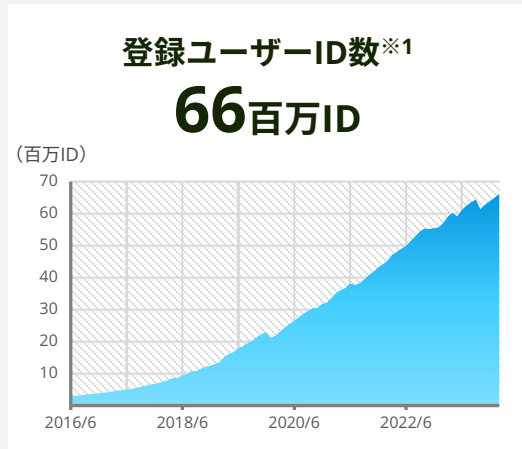
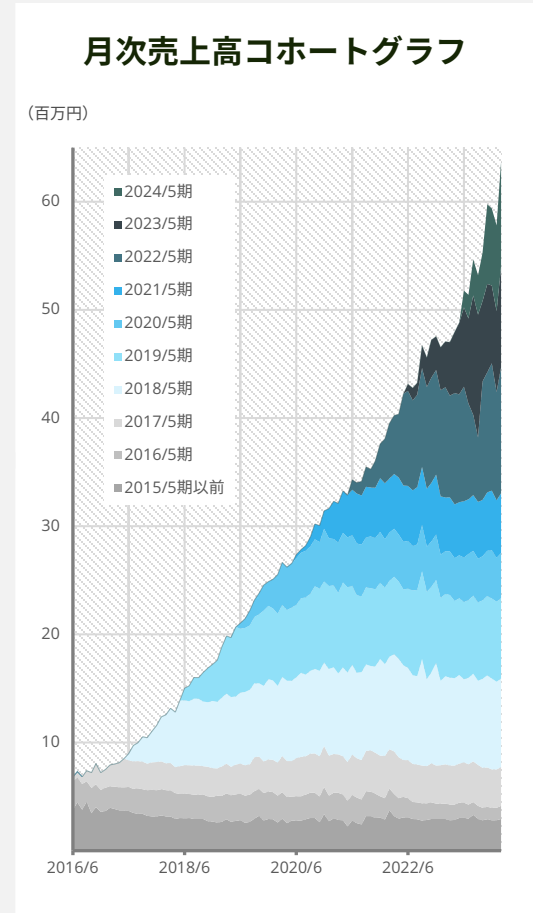
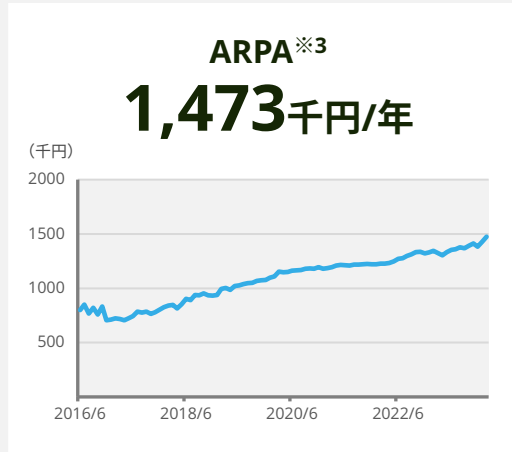
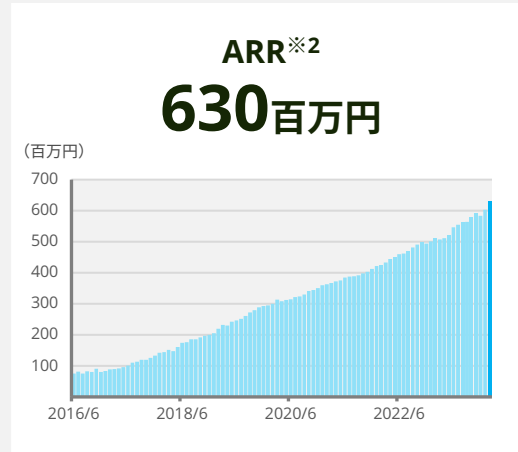
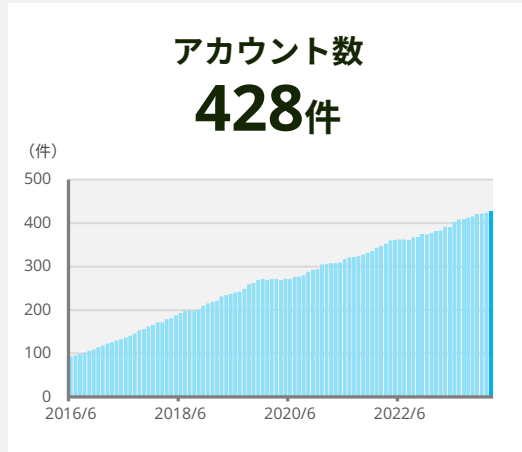
(2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



※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



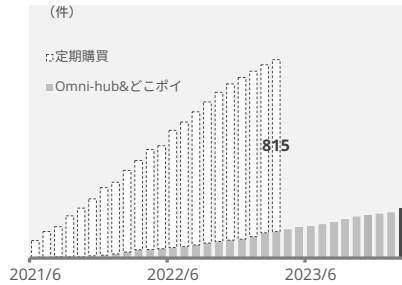
※1 ソーシャルPLUSサービスを通じて登録されているユーザーID総数
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額の直近12ヶ月加重平均値を記載

(2) 経営指標 [売上関連データ] DX業績指標

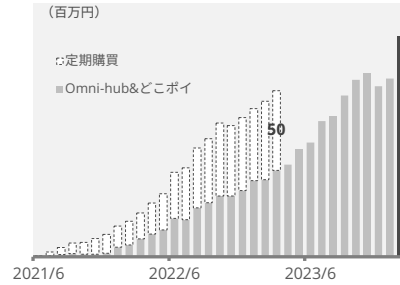


(直近月次は2023年9月)

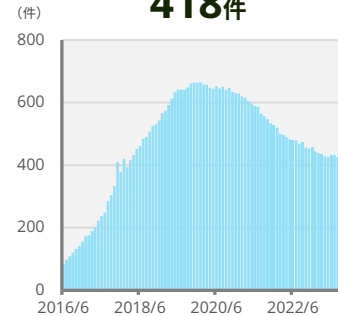
アクティブ数※2
234件



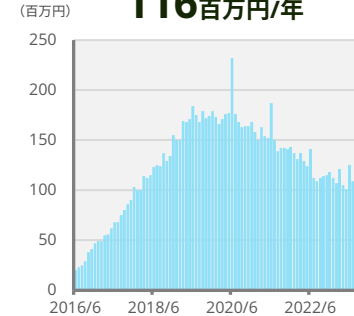
ARR※3
139百万円



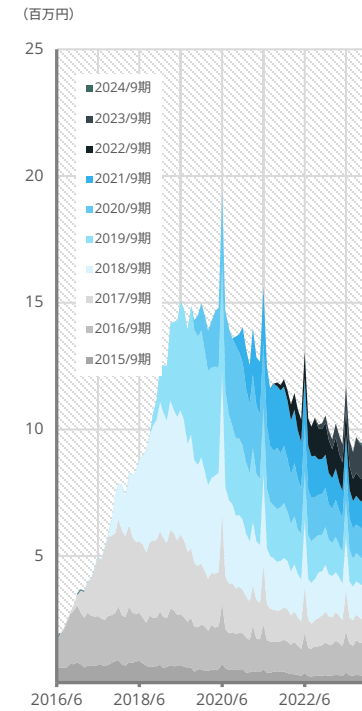
アカウント数
418件



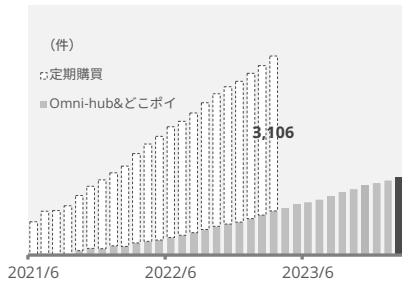
年次換算取扱高※1
116百万円/年



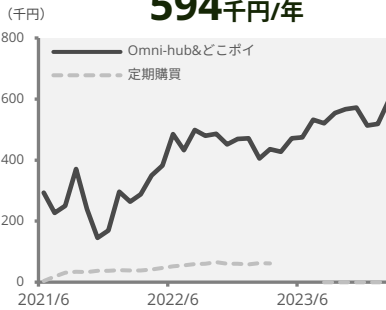
月次取扱高コHORTグラフ



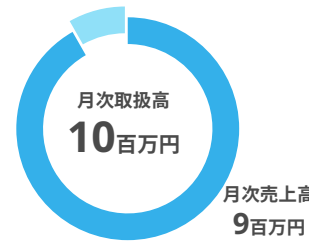
インストール数※4
1,560件



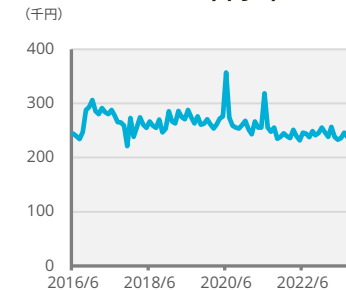
ARPA※5
594千円/年



テイクレート※2
91.2%



アカウントあたり平均売上高※3
241千円/年



※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「Omni-hub」「どこボイ」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

※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

	2019/5期 個別	2020/5期 連結	2021/5期 連結	2022/5期 連結	2023/5期 連結	2024/5期Q3 連結
売上高成長率	+24.5%	+118.0%	+69.5%	+20.7%	+32.0%	+7.9%
PS事業	△0.3%	+162.6%	+88.7%	+6.1%	+8.3%	+12.6%
SaaS事業	+86.3%	+58.6%	+26.4%	+21.9%	+24.1%	+22.7%
DX事業	—	—	—	—	+236.6%	△19.0%
売上高営業利益率	6.6%	27.2%	34.4%	31.0%	26.0%	+28.3%
PS事業	28.0%	35.5%	40.0%	43.2%	45.5%	+43.6%
SaaS事業	△19.5%	8.6%	24.4%	38.9%	38.1%	+40.4%
DX事業	—	—	—	△94.6%	△39.3%	△46.2%
ROA^{※1,※2}	11.2%	14.6%	15.2%	12.8%	13.6%	—
ROE^{※2,※3}	57.2%	31.0%	28.5%	22.5%	3.9%	—
自己資本比率^{※4}	20.7%	18.3%	36.6%	37.2%	39.0%	40.7%
D/Eレシオ^{※5}	1.6x	1.1x	0.7x	0.8x	0.6x	0.6x

SaaS事業売上高成長率は約22%、
同事業売上高営業利益率は約40%

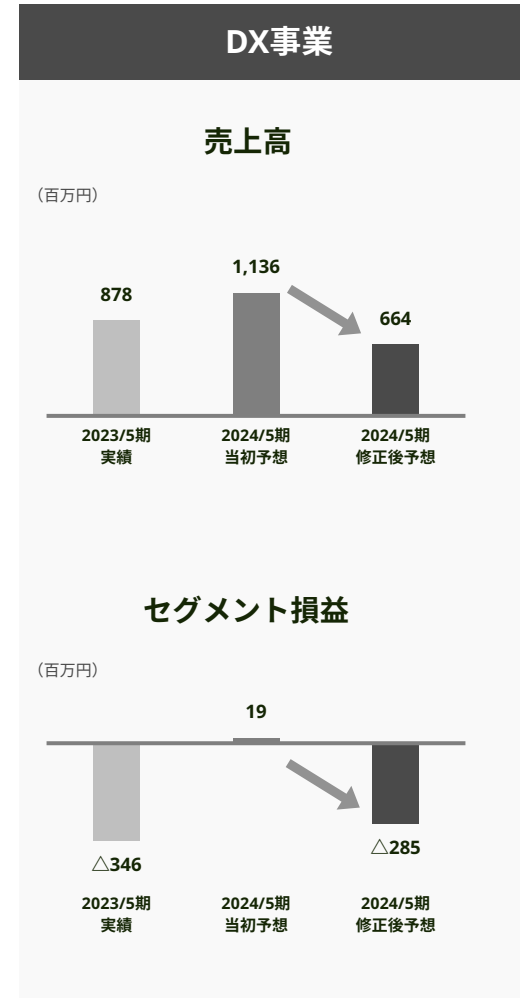
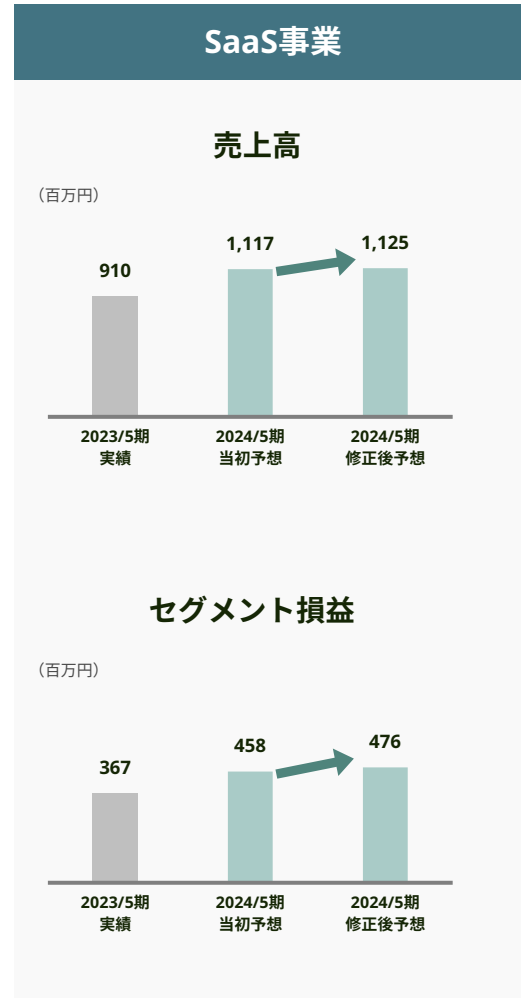
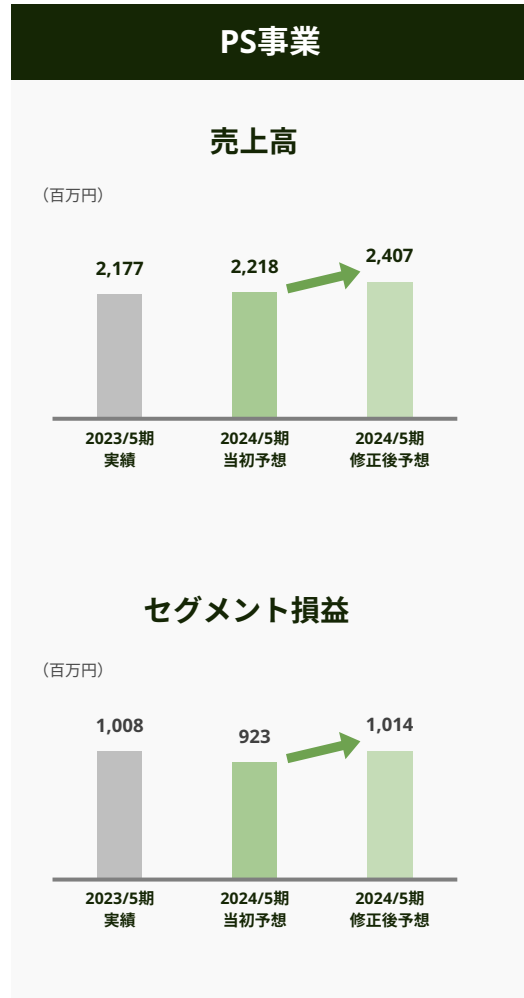
※1 ROA：営業利益 / ((期首資産合計+ 期末資産合計)/2)
 ※2 四半期またはマイナス値の場合は、「—」で表記
 ※3 ROE：親会社株主に帰属する当期純利益+ ((期首自己資本合計+ 期末自己資本)/2)
 ※4 自己資本比率：(株主資本+ その他包括利益累計額) ÷ 総資産
 ※5 D/Eレシオ：有利子負債 ÷ 純資産

(3) 利益計画及び前提条件 2024年5月期業績予想の修正

	(百万円)					
	2023/5期 実績	2024/5期 当初予想	2024/5期 修正後予想	2024/5期 修正後予想 前期比	2024/5期 予想 修正前後比	2024/5期 予想 修正前後比
	(a)	(b)	(c)	(c) / (a) -100%	(c) - (b)	(c) / (b)
売上高	3,966	4,472	4,197	+5.8%	△274	△6.2%
EBITDA	1,275	1,619	1,415	+11.0%	△203	△12.6%
営業利益	1,029	1,400	1,205	+17.1%	△195	△13.9%
経常利益	1,020	1,354	1,134	+11.2%	△219	△16.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	112	881	472	+318.8%	△408	△46.3%
1株当たり当期純利益	4.34円	34.28円	18.18円	+318.9%	△16.10円	△46.9%

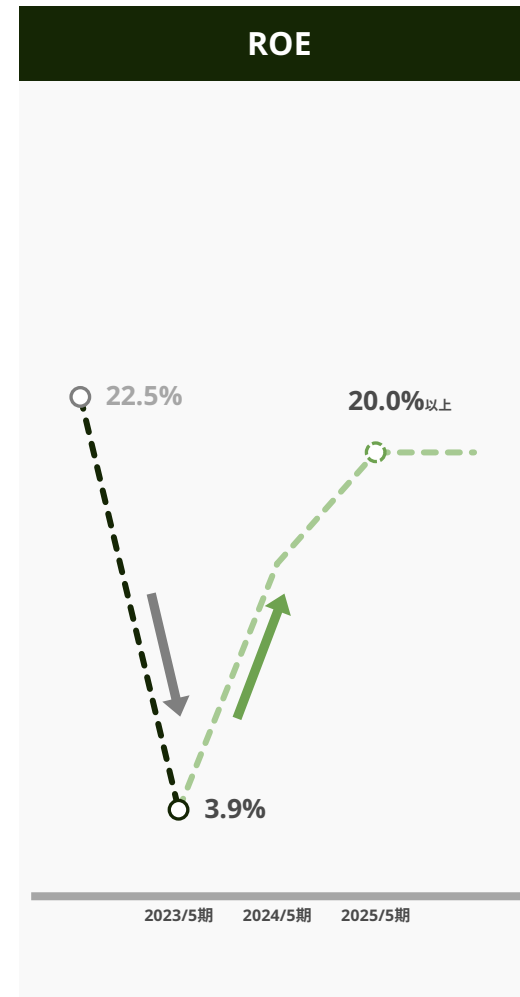
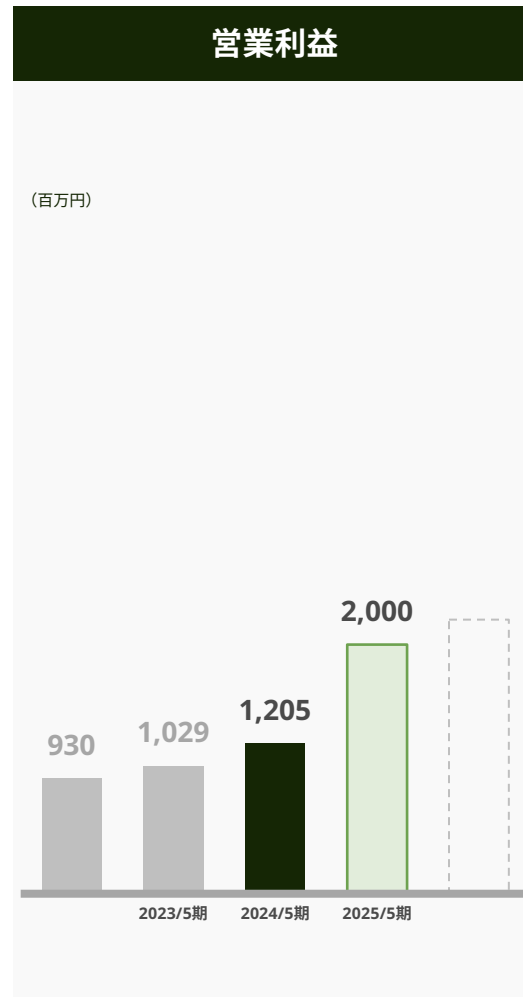
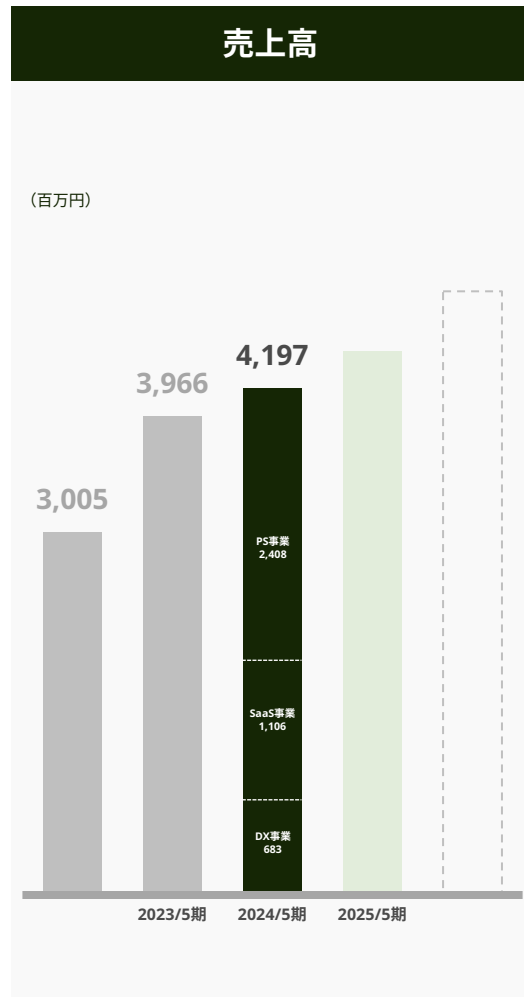
2024年5月期業績予想を下方修正
増収増益の見通しは維持

(3) 利益計画及び前提条件 2024年5月期業績予想 セグメント別内訳



PS事業・SaaS事業は、売上高・セグメント利益を上方修正
DX事業は、大幅に下方修正

(3) 利益計画及び前提条件 中期目標

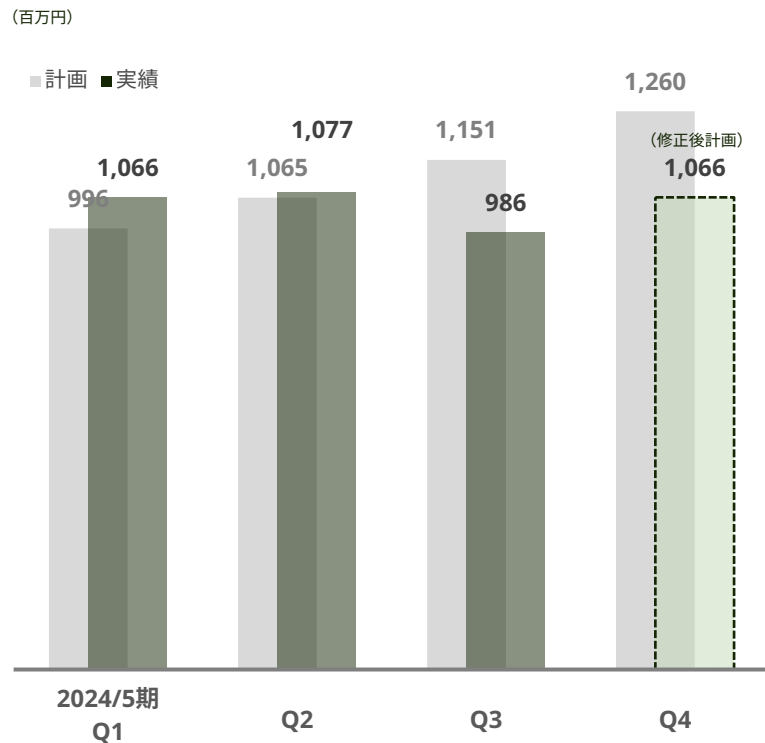


2025年5月期において、「売上高50億円、営業利益20億円、ROE20%」の業績目標達成を計画していたものの、DX事業の見直しにより、2025年5月期売上高目標は取り下げ
 ただし、2025年5月期営業利益目標とROE目標は維持

(4) 進捗状況 2024年5月期業績予想（修正前）に対する進捗

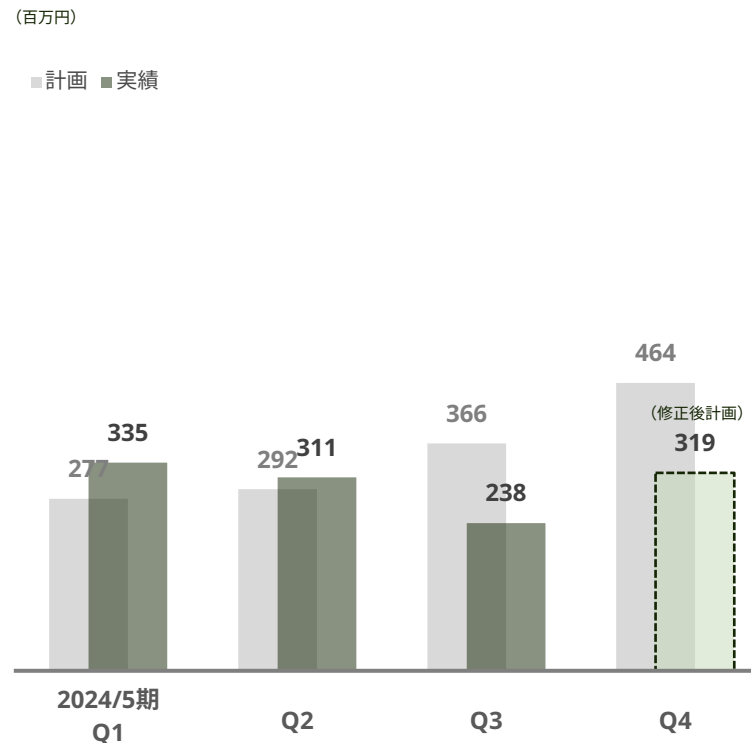
Q3累計計画対比進捗率

売上高 **97.5%**



Q3累計計画対比進捗率

営業利益 **94.6%**



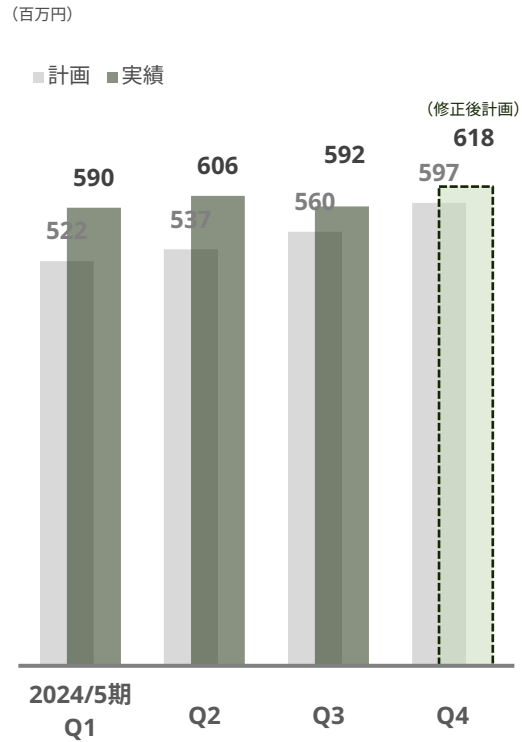
Q3は売上高・営業利益ともに計画を下回る

Q4についても下方修正

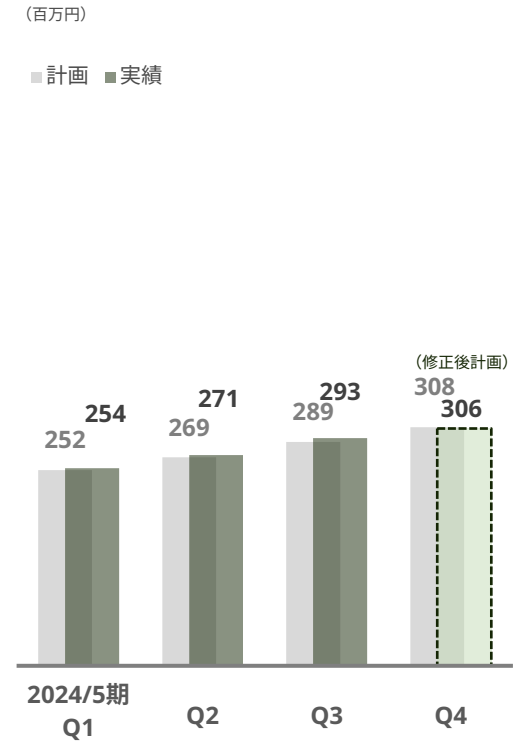
今後も四半期毎に「事業計画及び成長可能性に関する事項」をアップデートし進捗を開示予定
(次回は2024年6月を予定)

(4) 進捗状況 2024年5月期業績予想（修正前）に対するセグメント別進捗

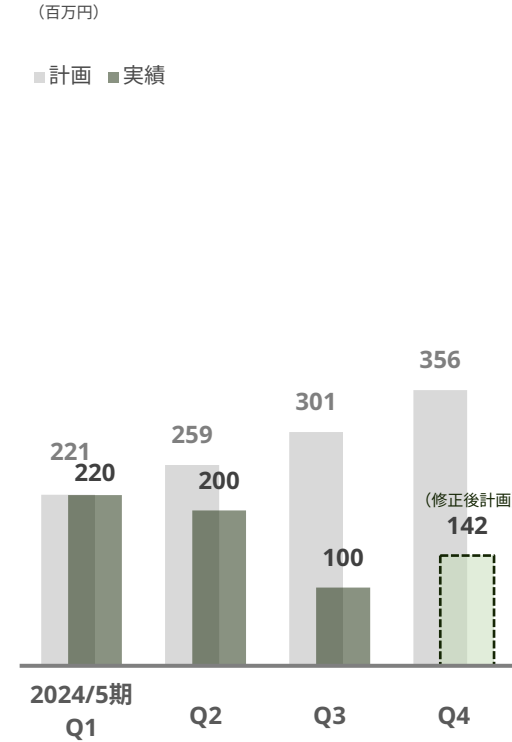
PS事業
Q3累計計画対比進捗率
売上高 **110.4%**



SaaS事業
Q3累計計画対比進捗率
売上高 **101.3%**



DX事業
Q3累計計画対比進捗率
売上高 **66.8%**



PS事業で計画を上回る進捗
SaaS事業は概ね計画通りの進捗
DX事業はQ3で大幅に計画を下回る

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：長期 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

※ 「新型コロナウイルス感染症」は、5類感染症への移行及び当社サービスへの影響が限定的であったことから記載を削除

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。