



**2022年5月期第2四半期  
決算説明資料**

**(事業計画及び成長可能性に関する事項)**

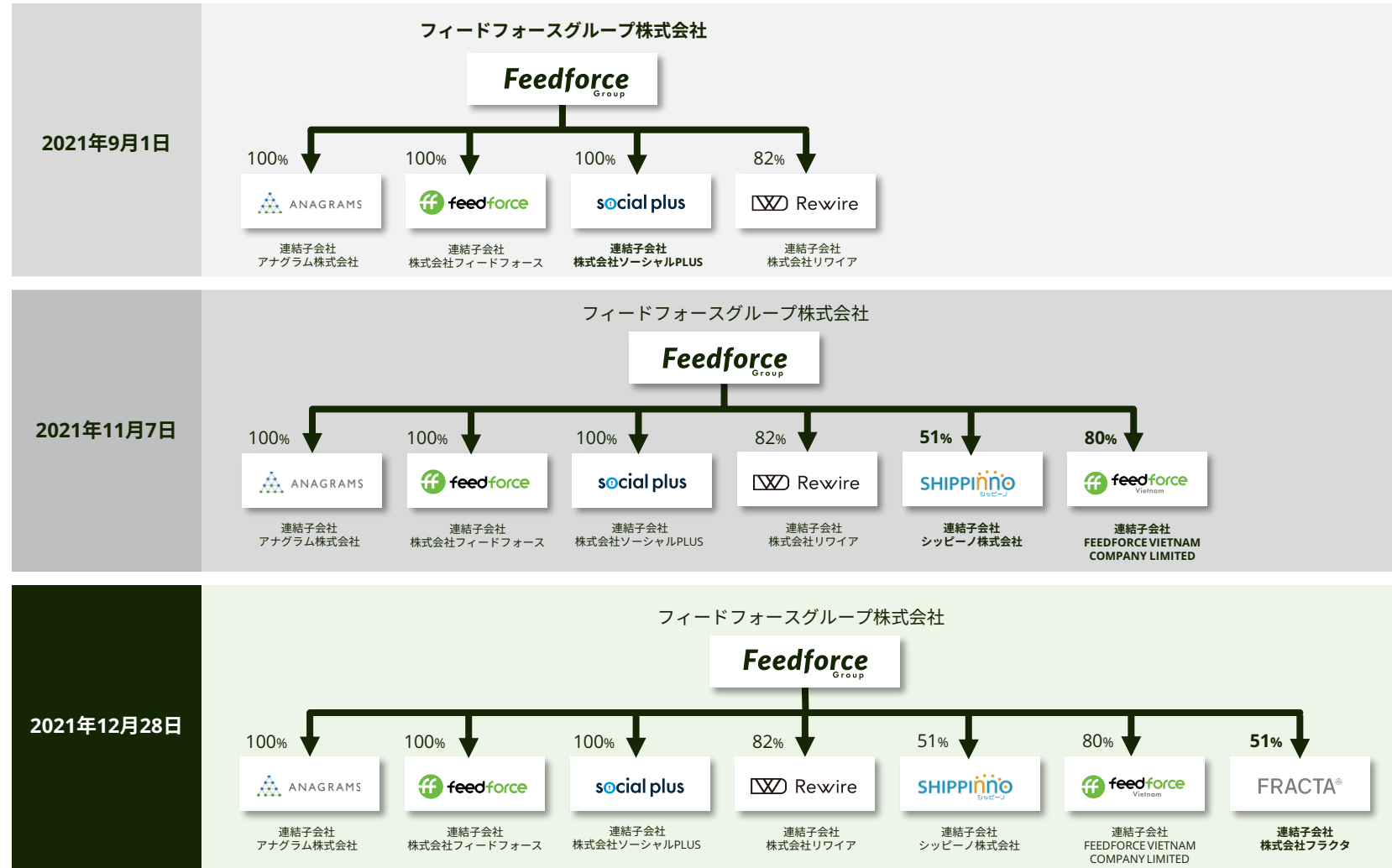
**2021年12月28日**

# 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	14
ビジネスモデル	15
市場環境	28
競争力の源泉	33
事業計画	36
リスク情報	61



# 主要グループ会社関係図



2021年9月1日、純粋持株会社へ体制移行

現在は、シッピーノ、フラクタがグループに加わり、またベトナム現地法人の設立により事業会社7社体制

# 2022年5月期2Q 連結業績概要

(百万円)

	2021/5期 2Q 連結累計	2022/5期 2Q 連結累計	YoY	2021/5期 2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	2022/5期 1Q 連結	2Q 連結	QoQ
取扱高	4,550	<b>5,806</b>	+27.6%	2,361	3,107	3,363	2,868	<b>2,938</b>	+2.5%
売上高 <small>(2021/5期収益認識基準遡及後)</small>	1,092	<b>1,372</b>	+25.7%	568	680	727	672	<b>700</b>	+4.1%
EBITDA <sup>※</sup>	399	<b>591</b>	+48.3%	229	325	334	293	<b>298</b>	+2.0%
営業利益	315	<b>507</b>	+60.7%	187	282	291	250	<b>256</b>	+2.3%
税金等調整前 当期純利益	305	<b>498</b>	+63.1%	185	279	289	242	<b>256</b>	+5.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	138	<b>311</b>	+124.6%	110	173	160	154	<b>156</b>	+1.6%

連結業績

YoYで大幅な増収増益

QoQでも増収増益を確保

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

# 2022年5月期2Q 連結セグメント業績概要

(百万円)

	2021/5期 2Q 連結累計	2022/5期 2Q 連結累計	YoY	2021/5期 2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	2022/5期 1Q 連結	2Q 連結	QoQ
<b>PS事業※</b>									
売上高 <small>(2021/5期収益認識基準適用後)</small>	808	<b>1,023</b>	+26.6%	424	523	562	503	<b>519</b>	+3.2%
セグメント損益	268	<b>461</b>	+71.8%	160	250	272	227	<b>233</b>	+2.6%
<b>SaaS事業</b>									
売上高	283	<b>342</b>	+20.6%	144	157	160	166	<b>175</b>	+5.3%
セグメント損益	63	<b>130</b>	+105.9%	37	50	41	62	<b>67</b>	+8.8%
<b>DX事業</b>									
売上高	—	<b>7</b>	—	—	0	4	2	<b>5</b>	+107.5%
セグメント損益	△15	△ <b>84</b>	—	△10	△17	△22	△39	△ <b>44</b>	—

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

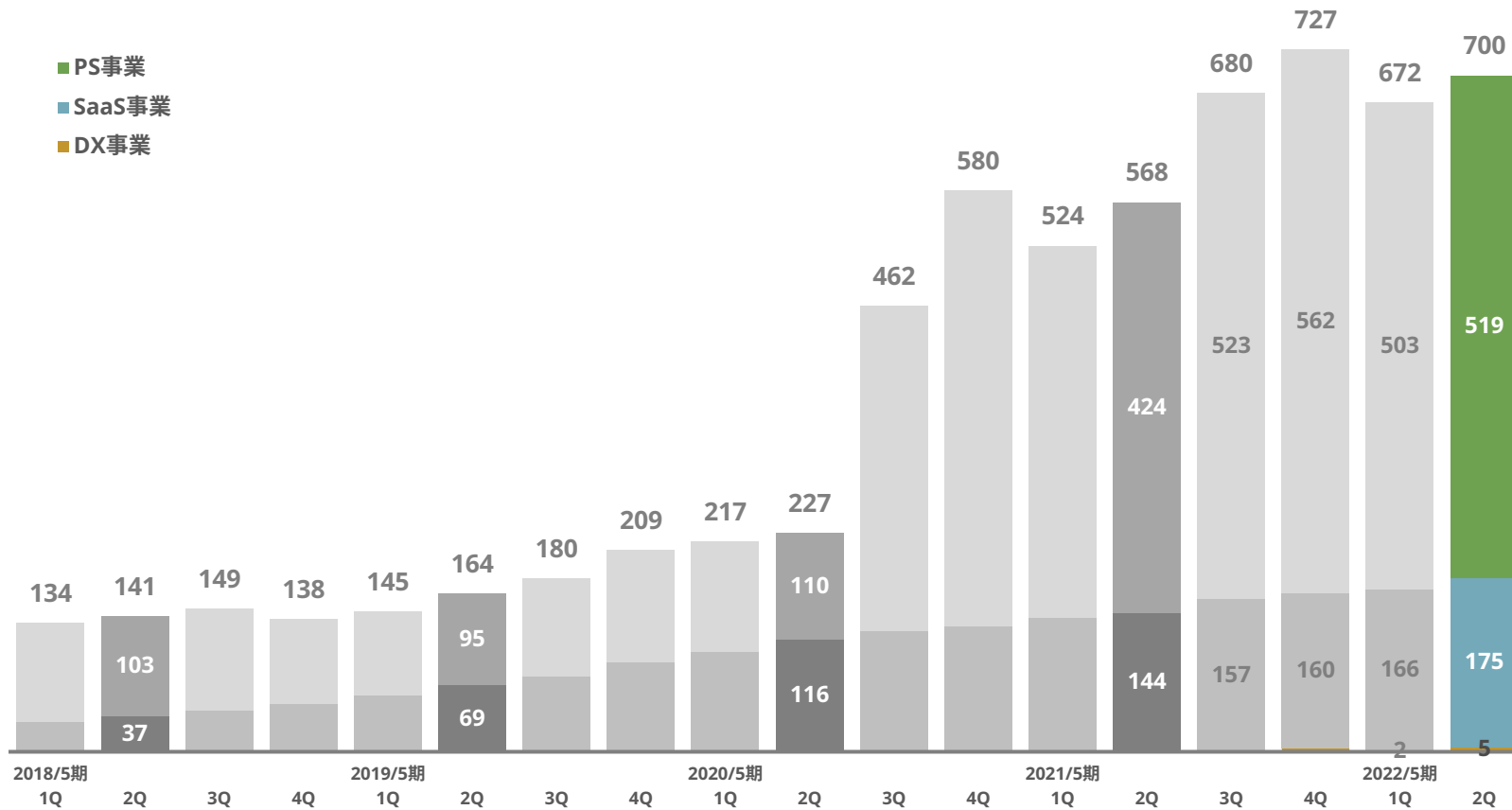
Shopifyアプリ等による増収も  
損失拡大

※ PS事業はプロフェッショナルサービス事業の略

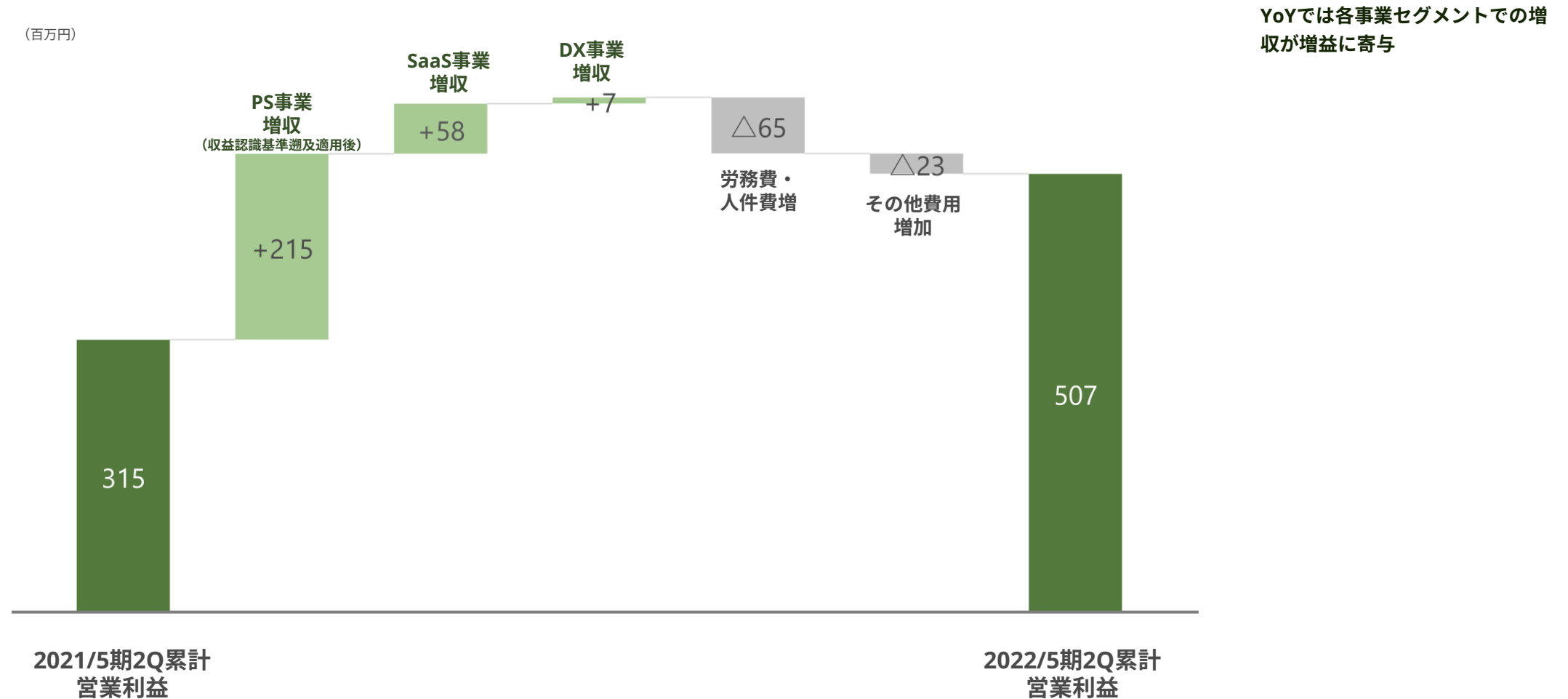
# 売上高四半期推移 (収益認識基準遡及適用後)

(百万円)

SaaS事業では増収基調継続



# 2022年5月期2Q 営業損益増減要因 YoY

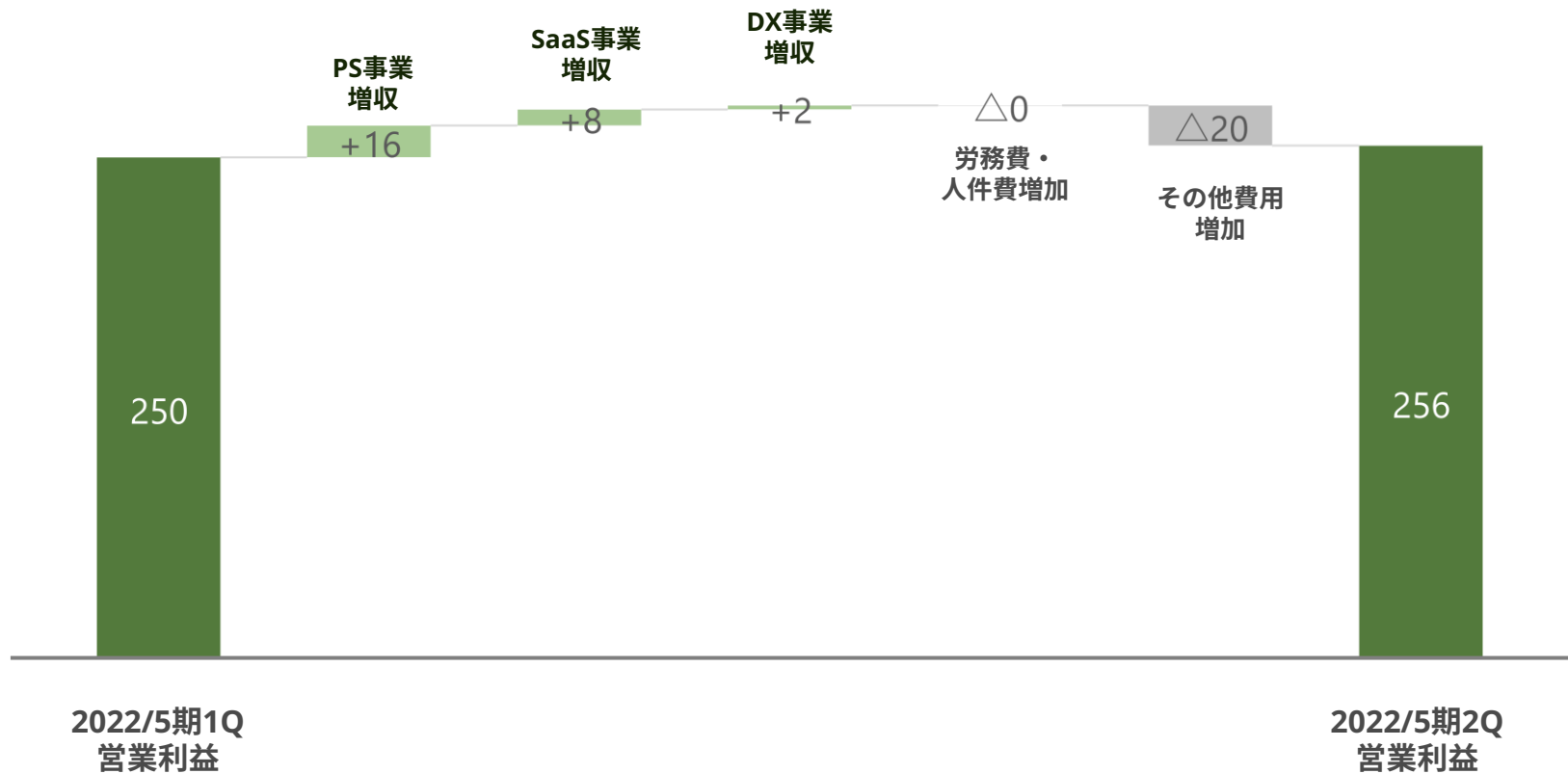




# 2022年5月期2Q 営業損益増減要因 QoQ

(百万円)

QoQでは各事業セグメントでの増収が増益に寄与



# サービス別売上高

(百万円)

	2021/5期 2Q 連結累計	2022/5期 2Q 連結累計	YoY	2021/5期 2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	2022/5期 1Q 連結	2Q 連結	QoQ
<b>PS事業</b> (2021/5期収益認識基準遡及後)	808	<b>1,023</b>	+26.6%	424	523	562	503	<b>519</b>	+3.2%
<b>Anagrams</b>	592	<b>774</b>	+30.7%	311	389	431	372	<b>401</b>	+7.8%
<b>Feedmatic</b>	128	<b>160</b>	+25.1%	67	86	81	84	<b>76</b>	△9.8%
<b>DF PLUS</b>	75	<b>85</b>	+13.3%	38	44	46	43	<b>41</b>	△4.2%
<b>その他</b>	12	<b>4</b>	△63.5%	6	3	2	2	<b>1</b>	△20.0%
<b>SaaS事業</b>	283	<b>342</b>	+20.6%	144	157	160	166	<b>175</b>	+5.3%
<b>EC Booster</b>	32	<b>27</b>	△13.9%	13	15	13	13	<b>14</b>	+3.7%
<b>dfplus.io</b>	79	<b>105</b>	+33.5%	41	46	48	50	<b>54</b>	+8.1%
<b>ソーシャルPLUS</b>	172	<b>209</b>	+21.3%	89	95	98	102	<b>106</b>	+4.5%
<b>DX事業</b>	—	<b>7</b>	—	—	0	4	2	<b>5</b>	+107.5%

PS事業

QoQで、Anagrams増収も  
Feedmatic減収

SaaS事業

QoQで、各サービス増収

# 営業費用

(百万円)

	2021/5期 2Q 連結累計	2022/5期 2Q 連結累計	YoY	2021/5期 2Q 連結	3Q 連結	4Q 連結	2022/5期 1Q 連結	2Q 連結	QoQ
<b>営業費用</b> (2021/5期収益認識基準遡及後)	791	<b>864</b>	+9.2%	388	404	444	421	<b>443</b>	+5.2%
<b>売上原価</b>	369	<b>396</b>	+7.3%	185	213	182	192	<b>204</b>	+6.0%
<b>労務費</b>	291	<b>322</b>		146	150	148	163	<b>159</b>	
<b>経費</b>	78	<b>74</b>		39	37	43	29	<b>44</b>	
<b>販売費及び一般管理費</b>	422	<b>468</b>	+11.0%	203	217	253	229	<b>239</b>	+4.5%
<b>人件費</b>	214	<b>248</b>		104	113	128	122	<b>126</b>	
<b>経費</b>	208	<b>220</b>		98	104	124	107	<b>113</b>	
研究開発費	13	<b>6</b>		7	10	14	5	<b>1</b>	
採用研修費	11	<b>11</b>		5	5	11	3	<b>7</b>	
広告宣伝費	6	<b>10</b>		1	4	5	5	<b>5</b>	
減価償却費	59	<b>60</b>		29	30	30	30	<b>30</b>	
のれん償却額	23	<b>23</b>		11	11	11	11	<b>11</b>	
その他	93	<b>108</b>		42	42	51	51	<b>56</b>	

QoQで、労務費・人件費は横ばい

# 財政状態

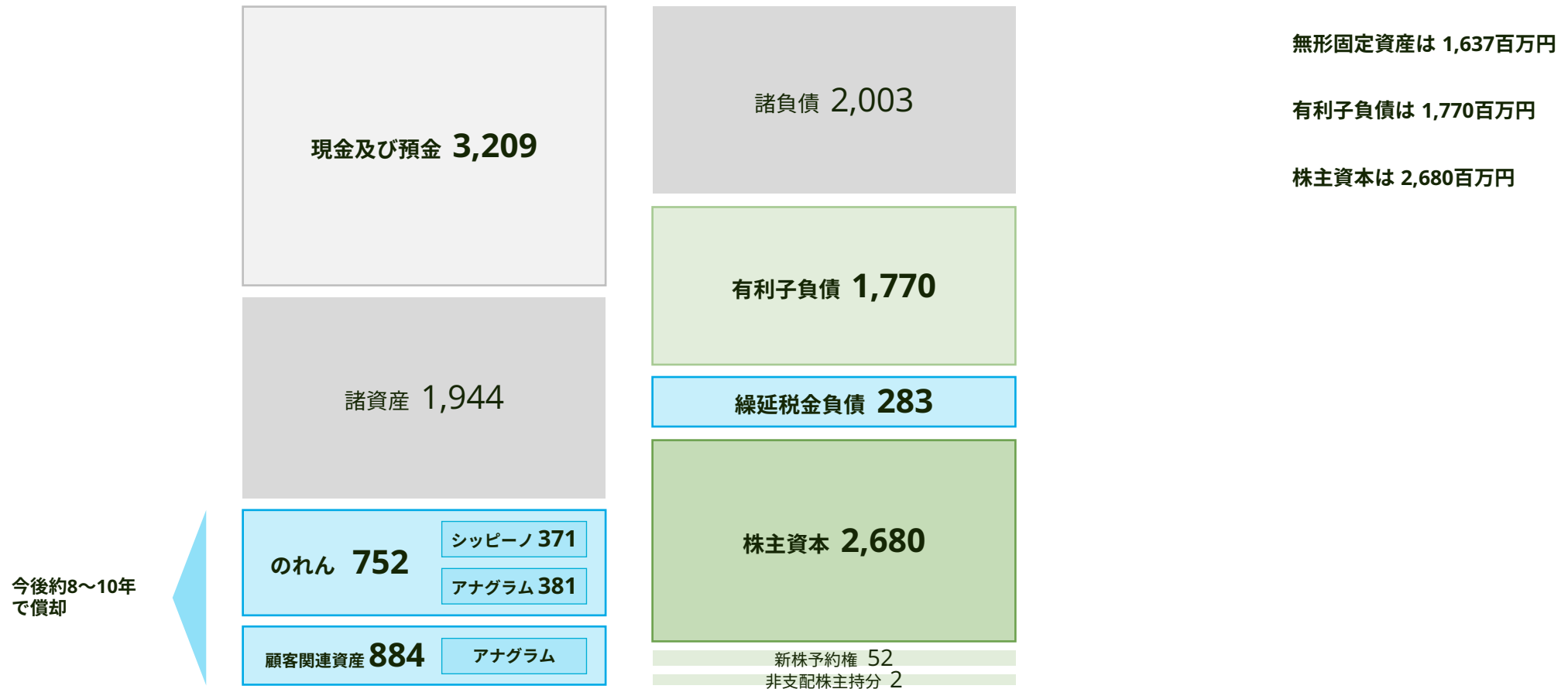
(百万円)

	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期 1Q末 連結	2Q末 連結	前期末比	QoQ
流動資産	394	320	426	3,528	4,915	4,597	<b>4,824</b>	△90	+227
固定資産	28	25	44	1,690	1,552	1,606	<b>1,965</b>	+413	+359
資産合計	422	345	470	5,219	6,467	6,203	<b>6,790</b>	+322	+587
流動負債	205	192	322	1,370	2,255	1,902	<b>2,200</b>	△54	+298
固定負債	134	99	50	2,018	1,810	1,731	<b>1,853</b>	+42	+122
負債合計	339	291	373	3,389	4,065	3,634	<b>4,054</b>	△11	+420
株主資本	83	54	97	957	2,366	2,523	<b>2,680</b>	+313	+157
新株予約権	—	—	—	—	32	44	<b>52</b>	+20	+8
非支配株主持分	—	—	—	872	2	1	<b>2</b>	+0	+1
純資産合計	83	54	97	1,829	2,401	2,568	<b>2,735</b>	+334	+167

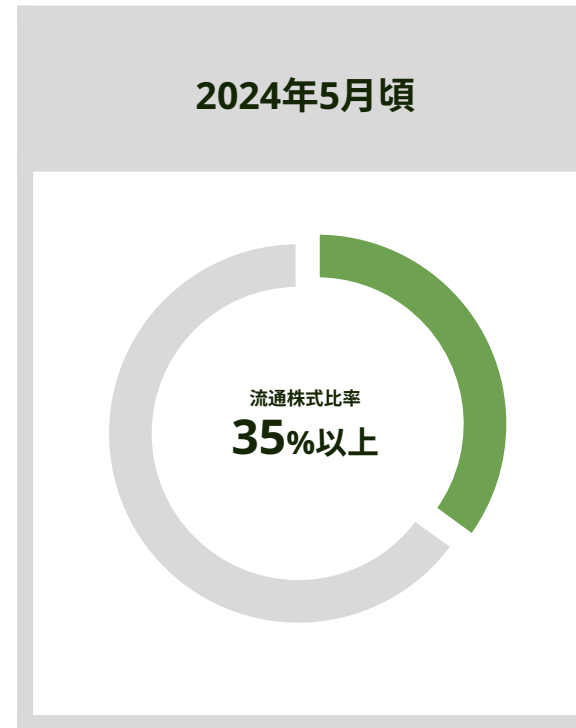
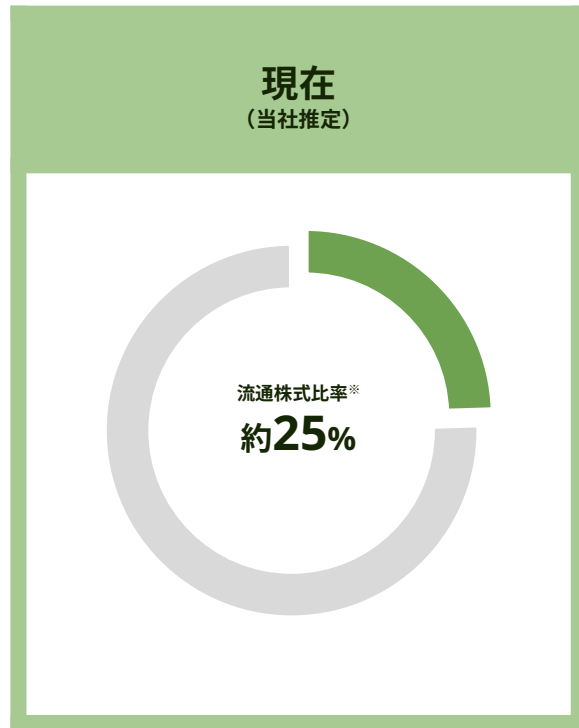
シッピーノ社子会社化に伴うのれんの計上により、固定資産は増加

# 連結貸借対照表内訳 2021年11月30日現在

(百万円)



# 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」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

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
	リスティング・SNS等運用型広告代行  ANAGRAMS データフィード広告運用  feedmatic	Googleショッピング広告自動運用  ecbooster	ECの出荷・受注業務自動化  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  df plus.io	EC特化ノーコードツール  TéP
		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 <small>Powered by Feedforce Inc.</small>
		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



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



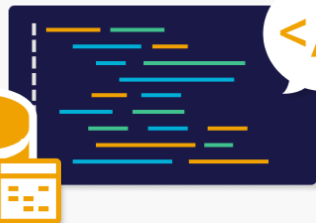
営業と運用を分けない、  
一気通貫な体制



# feedmatic

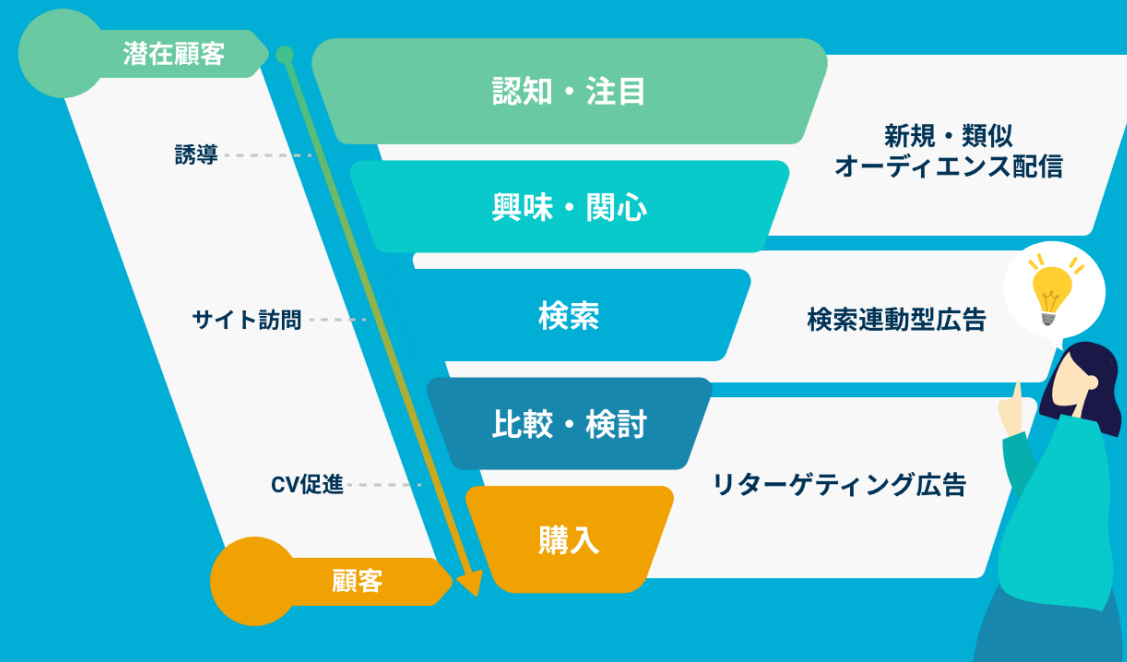
フィードフォースが有するデータフィードのノウハウを活かし、特にEコマース、リテール、人材、不動産における、デジタルアセット（商品データ）を活用したデジタルマーケティングを得意としています。

## 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。

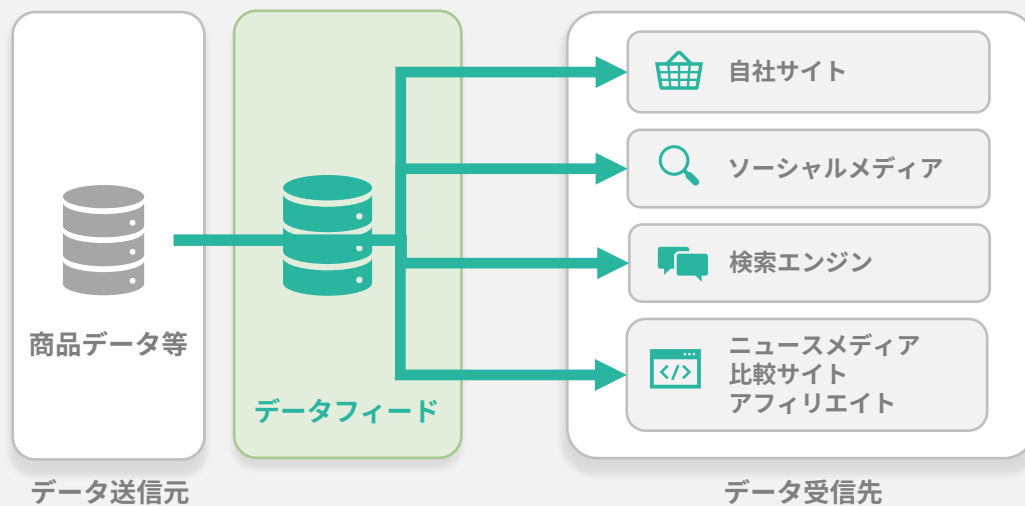
# DF PLUS

## 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

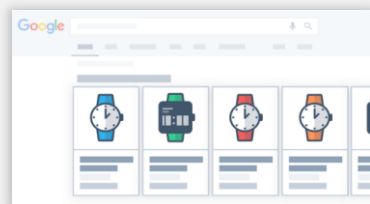
### データフィードとは

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

## 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。



# dfplus.io

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。



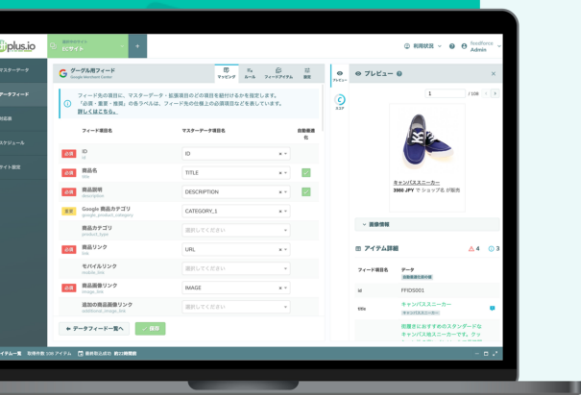
### 強力な機能

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

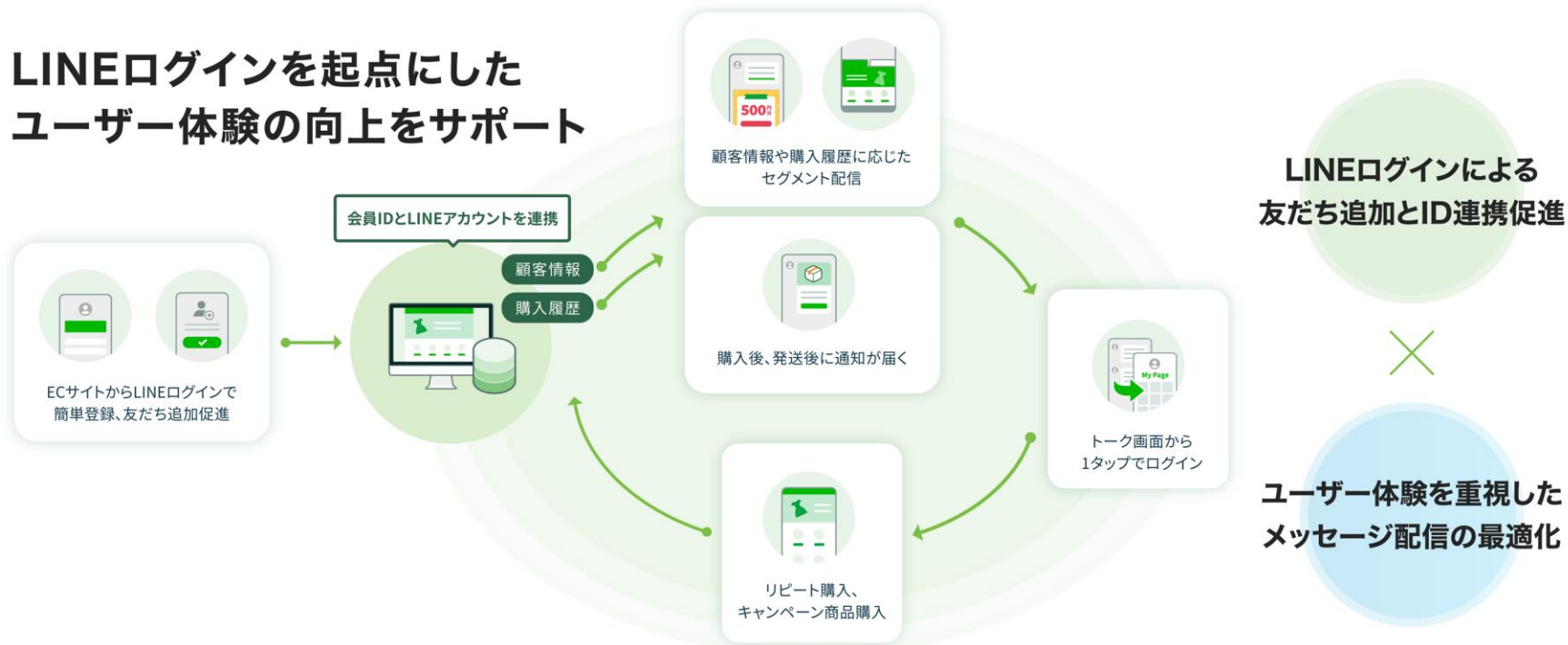
データフィード初心者の方にもわかりやすいUIで、「詳しい人」に属人化しない運用体制を実現します。サポートも充実。



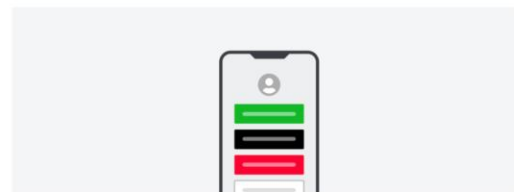
# social plus

ソーシャルログイン導入を、  
もっと手軽に。

## 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

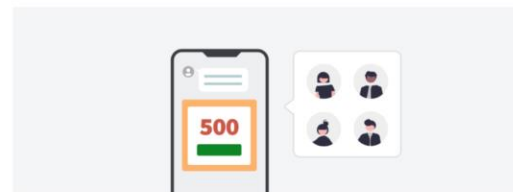


### 会員登録・購入フローの簡略化



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

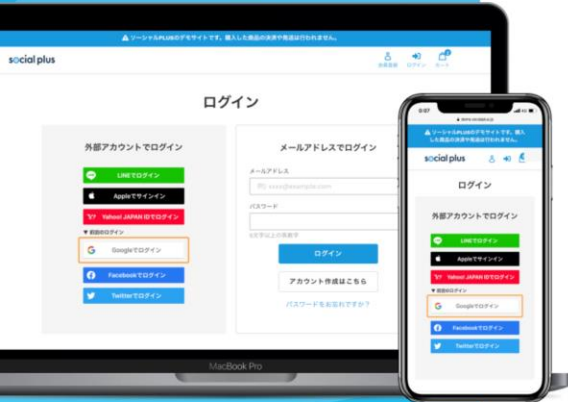


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。  
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

### 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





# 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！



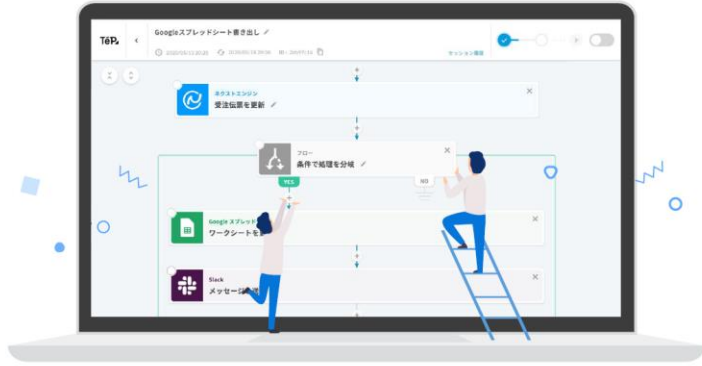


# TēPs 概要

## 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

コピー機能で実行  
15分ごとに実行

レポートイベントを即時  
レポートを取得

フローループ  
行ごとに繰り返す

ワークシートを更新  
Google スプレッドシートを更新

Slack! メッセージを生成  
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



# SHIPPINNO 概要



SHIPPINNO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/>

ECの出荷業務を完全自動化

90秒でわかるSHIPPINNO

受注確認や注文履歴、発送前まで、EC事業者の完全自動処理をサポート。正しい発注は在庫管理や顧客サービス向上、新たな販路拡大に。FBAをはじめ、Amazon以上の物流連携と連携可能な物流サービス。

無料ダウンロード

無料で使ってみる

amazon marketplace developer council

shopify partners

NEXT ENGINE

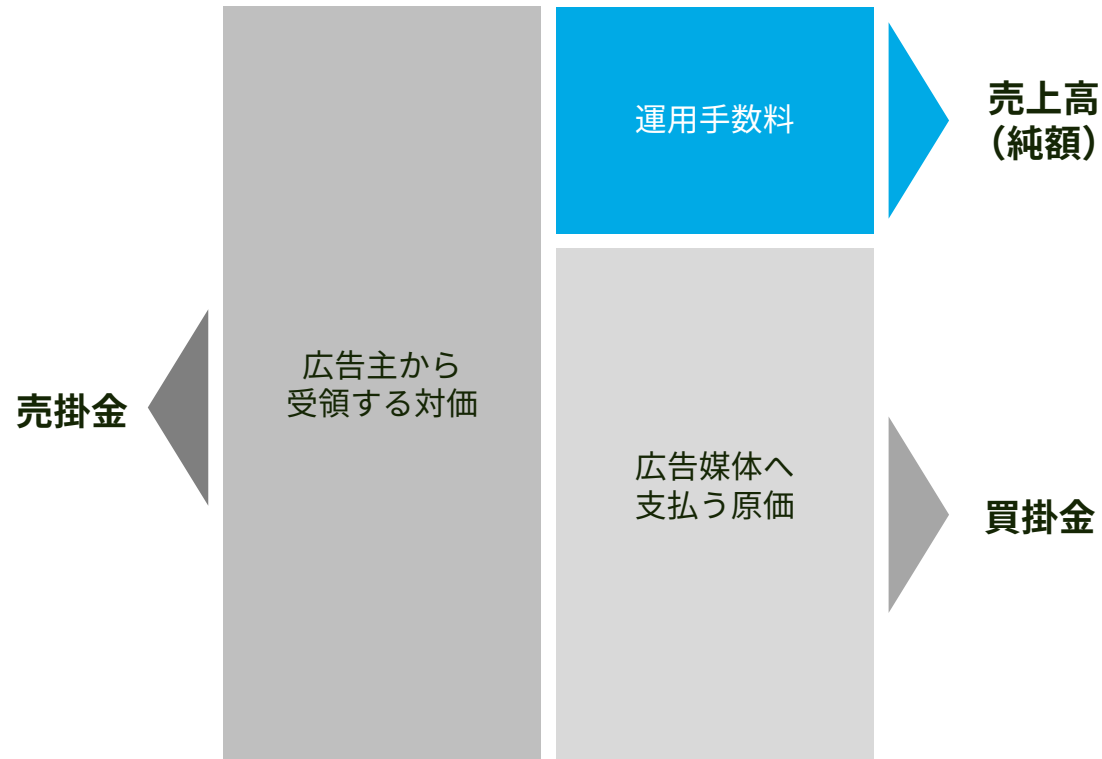
モールのシステム

- 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

物流サービス

- FBAマルチチャネルサービス
- ロジザード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 広告運用サービスの収益構造と売上計上方法



Anagrams  
Feedmatic  
EC Booster  
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

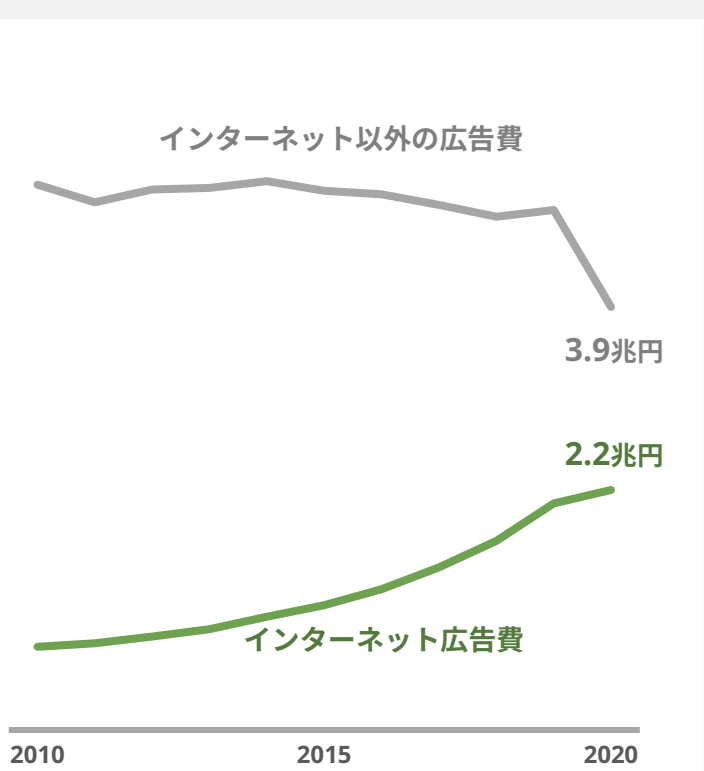
	PS事業		SaaS事業										
サービス名													
基本料金体系	広告額に対する一定料率	月額固定料金 ※初期費用あり、配信数に応じて従量課金	広告額に対する一定料率 (1,000円/日～)	月額固定料金 ※配信数・利用機能に応じた4プラン	月額固定料金 ※初期費用あり、LINEログインオプション、ユーザー数に応じて従量課金等								
料金詳細	 <p><b>広告運用代行費</b></p> <p>※データフィード運用にて別途費用が発生します。 ※詳細はお問い合わせください。</p>	<p>1配信目</p> <p><b>5万円～ / 月額</b> 初期費用 1.0万円～</p>	<p><input type="checkbox"/> サービス利用料</p> <p>初期費用 / 月額費用は無料！ 広告消化金額に対する30%</p> <p><input type="checkbox"/> 利用料金例</p> <table border="1"> <tr> <td>Google広告費 (70,000円)</td> <td>EC Booster利用料 (30,000円)</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>消化金額 (100,000円)</b></td> </tr> </table> <p>※請求時は消費税を乗じ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けます。</p>	Google広告費 (70,000円)	EC Booster利用料 (30,000円)	<b>消化金額 (100,000円)</b>		<table border="1"> <tr> <td> <p>エントリー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥30,000</b></p> <p>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</p> </td> <td> <p>スタンダード</p> <p>月額料</p> <p><b>¥50,000</b></p> <p>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</p> </td> </tr> <tr> <td> <p>プロフェッショナル</p> <p>月額料</p> <p><b>¥75,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +15,000円 1万アイテム追加: +5,000円 1サイト追加: +5,000円</p> </td> <td> <p>エージェンシー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥100,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +12,000円 1万アイテム追加: +2,500円 1サイト追加: 0円</p> </td> </tr> </table>	<p>エントリー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥30,000</b></p> <p>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</p>	<p>スタンダード</p> <p>月額料</p> <p><b>¥50,000</b></p> <p>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</p>	<p>プロフェッショナル</p> <p>月額料</p> <p><b>¥75,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +15,000円 1万アイテム追加: +5,000円 1サイト追加: +5,000円</p>	<p>エージェンシー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥100,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +12,000円 1万アイテム追加: +2,500円 1サイト追加: 0円</p>	<p>「ソーシャルPLUS」利用料金</p> <p><b>¥80,000～</b> 月額</p> <p>初期費用 ¥80,000 ユーザー数1万人以降、月額費用プラス ¥10,000/1万人 ※ボリュームディスカウント有</p> <p>ソーシャルログイン機能 LINEログイン時の自動友だち追加 LINE Profile+ メッセージマネージャー</p>
Google広告費 (70,000円)	EC Booster利用料 (30,000円)												
<b>消化金額 (100,000円)</b>													
<p>エントリー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥30,000</b></p> <p>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</p>	<p>スタンダード</p> <p>月額料</p> <p><b>¥50,000</b></p> <p>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</p>												
<p>プロフェッショナル</p> <p>月額料</p> <p><b>¥75,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +15,000円 1万アイテム追加: +5,000円 1サイト追加: +5,000円</p>	<p>エージェンシー</p> <p>月額料</p> <p><b>¥100,000</b></p> <p>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</p> <p>容量追加オプション 1フィード追加: +12,000円 1万アイテム追加: +2,500円 1サイト追加: 0円</p>												
	 <p><b>最低出稿金額</b></p> <p><b>100万円～/月</b></p> <p>※最低出稿金額は、媒体毎の金額となります。</p>	<p>2配信目以降</p> <p><b>3万円～ / 月額</b> 初期費用 4万円～</p>											

市場環境

Market Environment

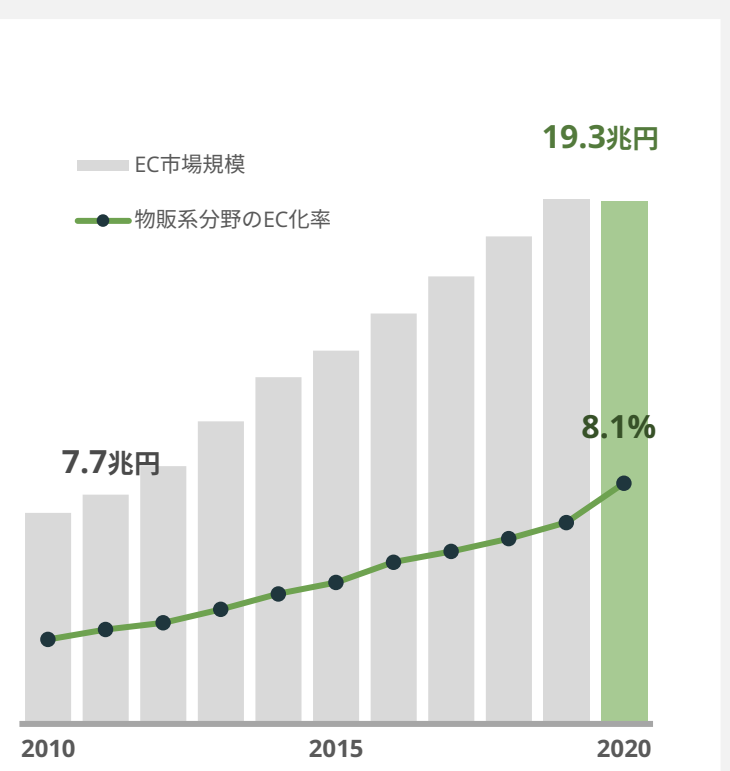
# (1) 市場規模

## 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



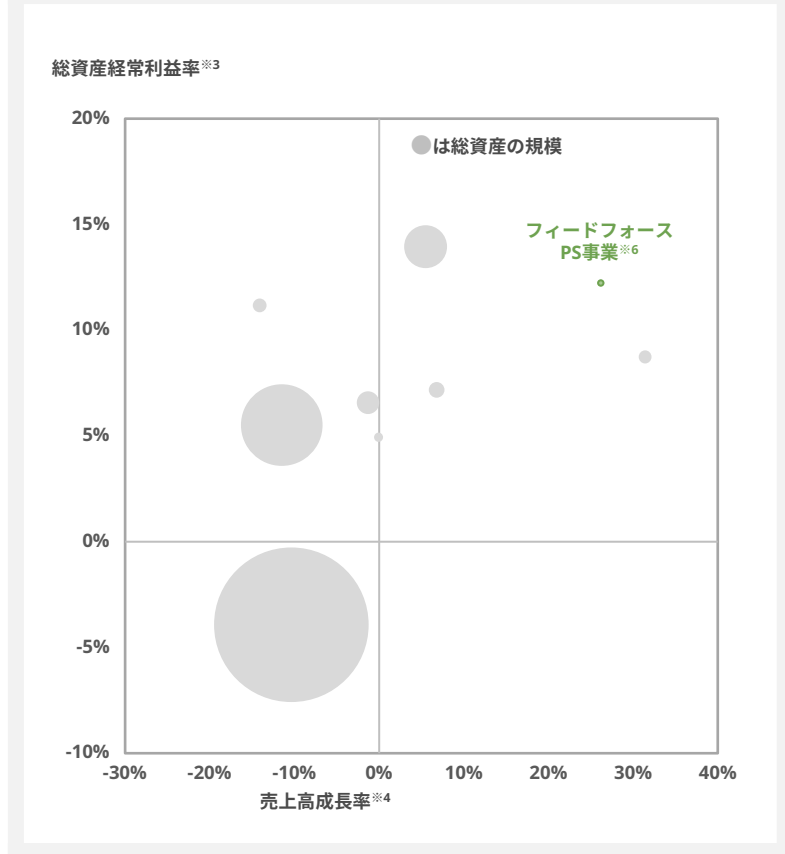
出所：経済産業省「令和2年度電子商取引に関する市場調査」(2021年7月)

インターネット広告費は、2020年もプラス成長

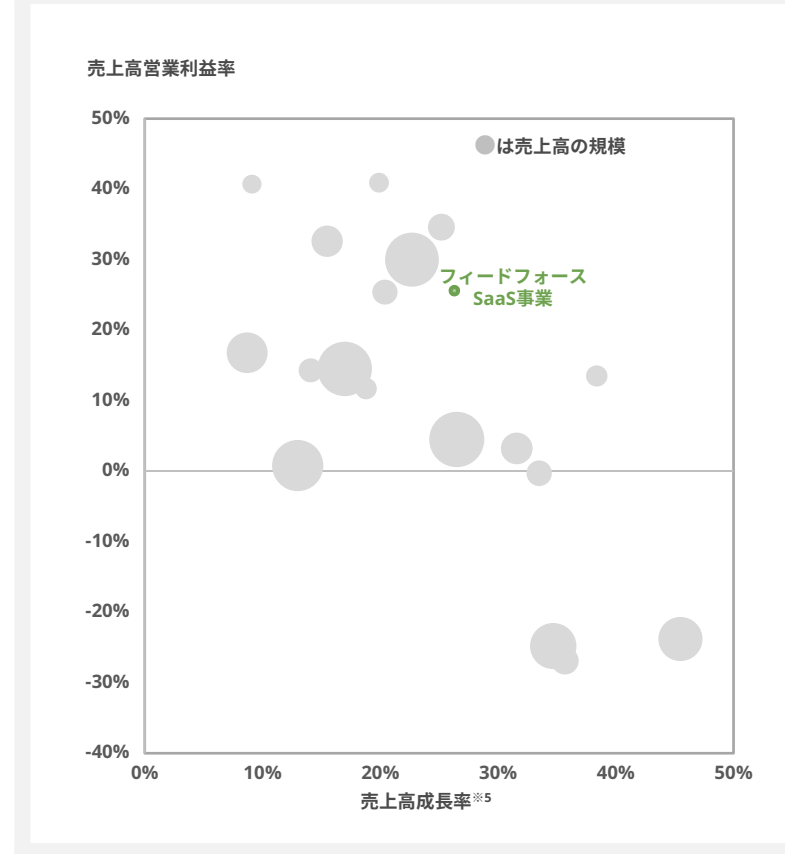
EC取引市場は、2020年にサービス系分野（旅行・飲食・チケット等）で大きく落ち込むものの物販系分野では拡大

## (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

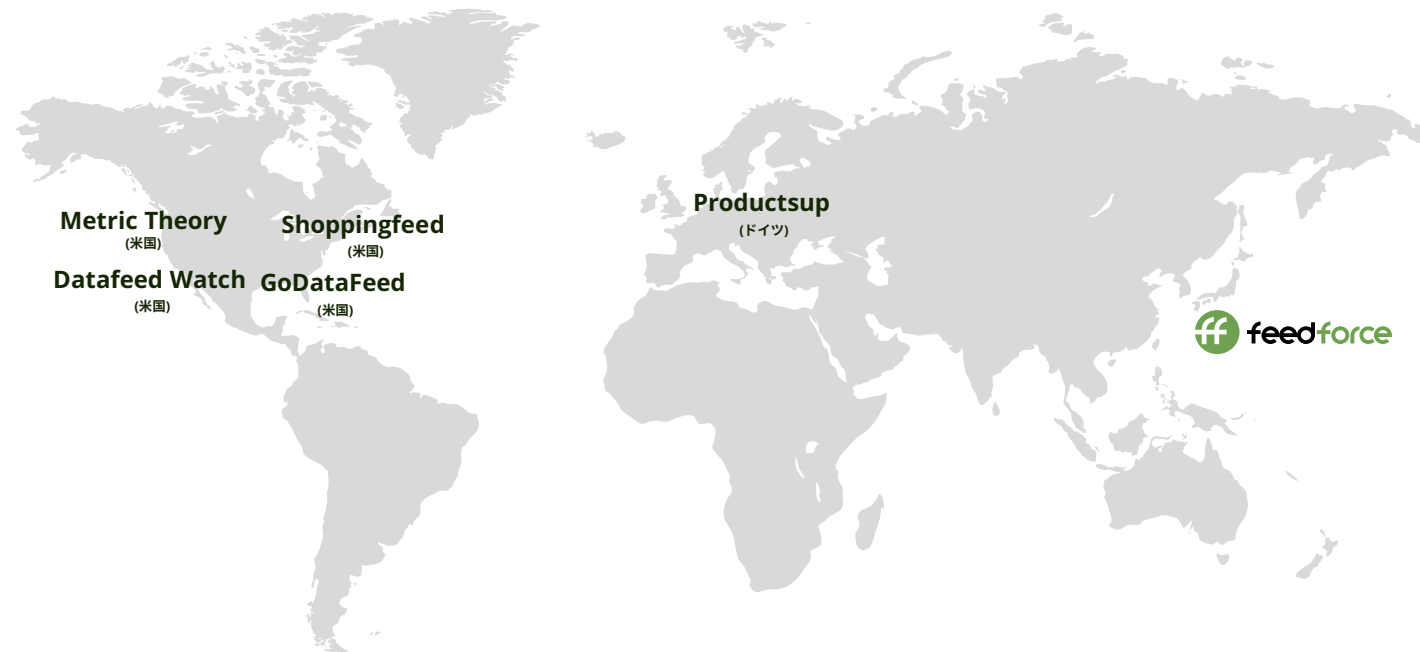


国内主要広告代理業・SaaS企業との比較では、資産・売上規模は劣るものの高成長かつ高利益率を堅持

※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 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  
 ※6 フィードフォースの成長率・利益率は2021年5月期。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

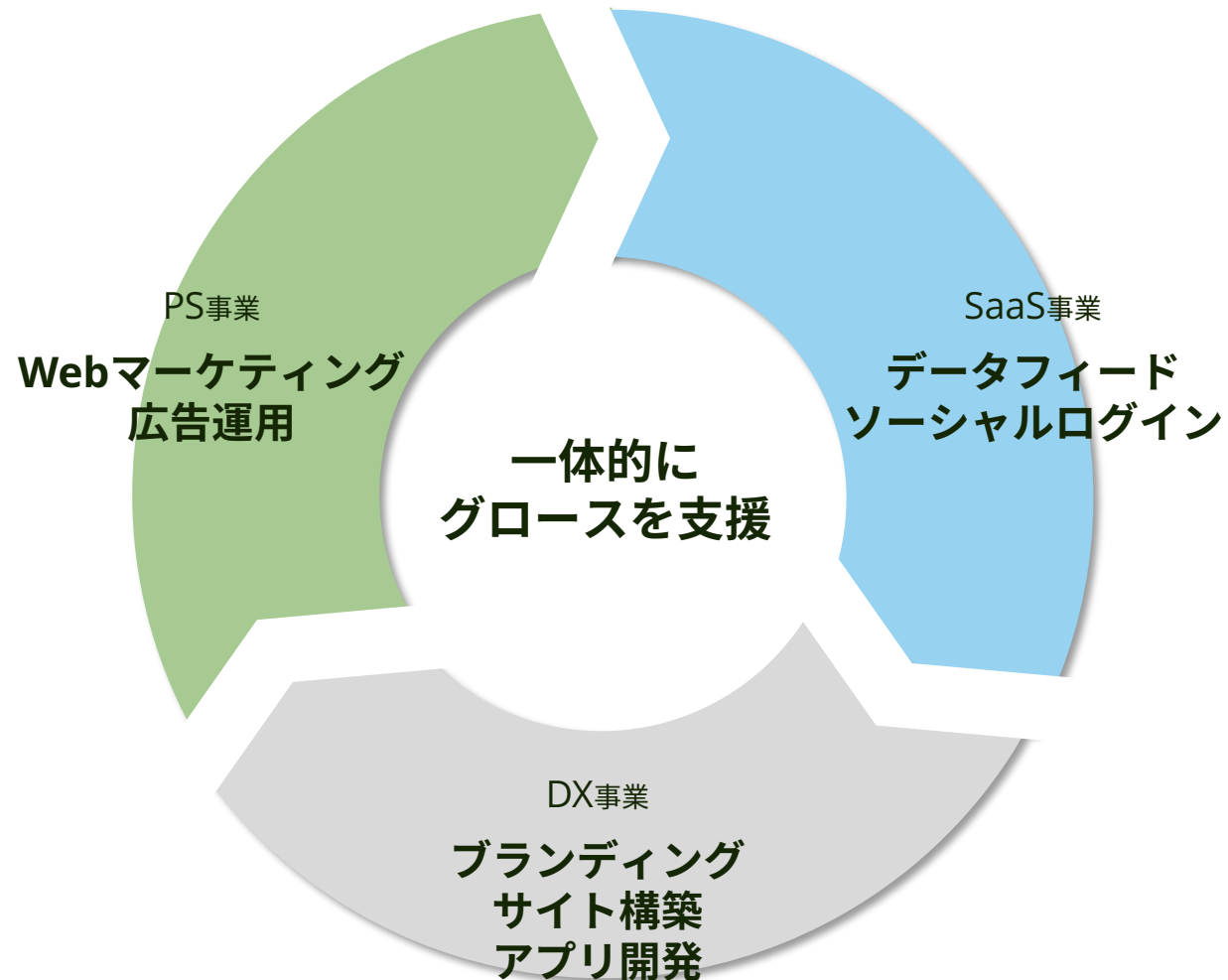
海外ではOkta (NASDAQ上場) 子  
会社のAuth0がソーシャルPLUSと  
同様のサービスを展開



# 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)  
ブランディング・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・ソフトウェア、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

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)

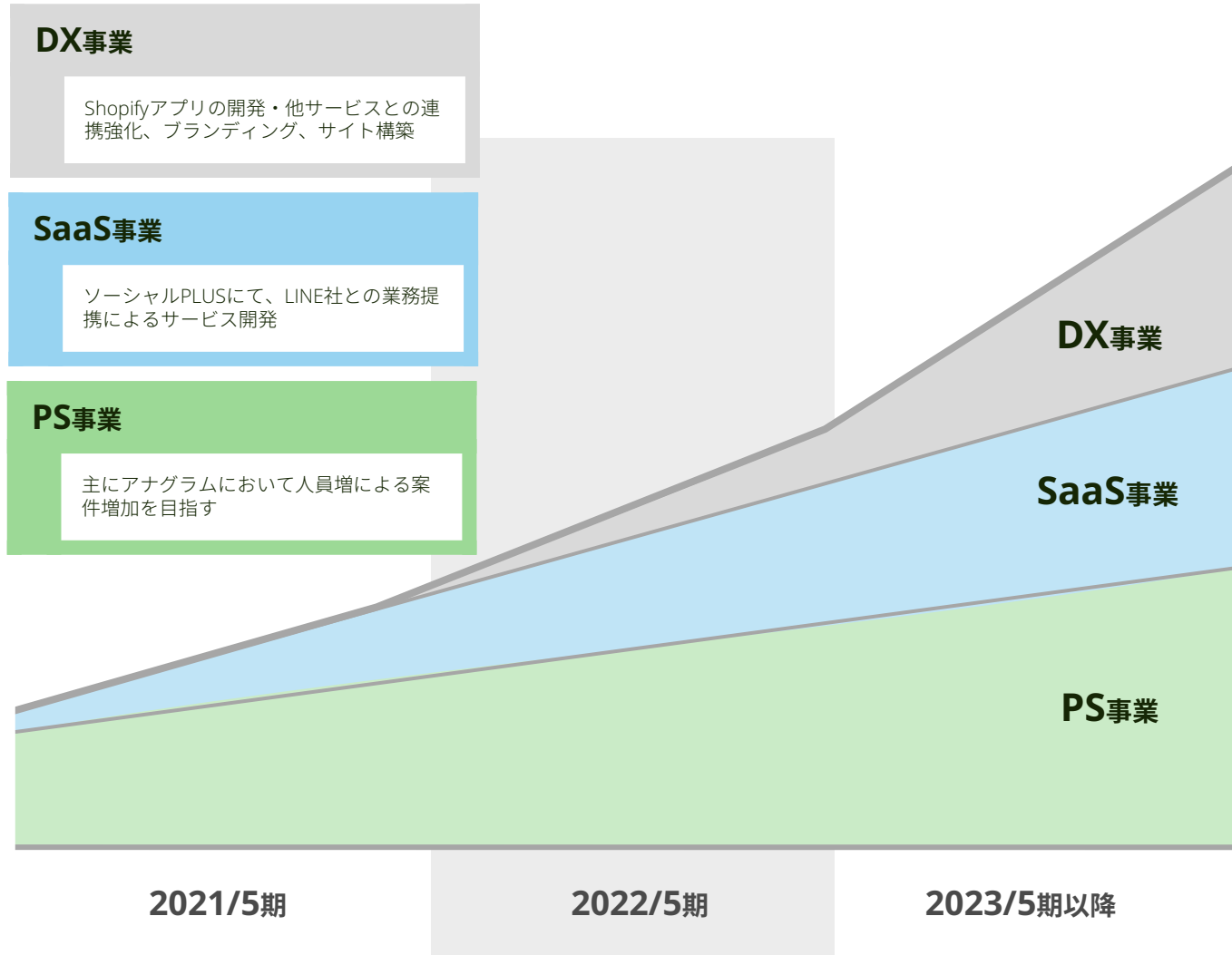
佐藤 康夫

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

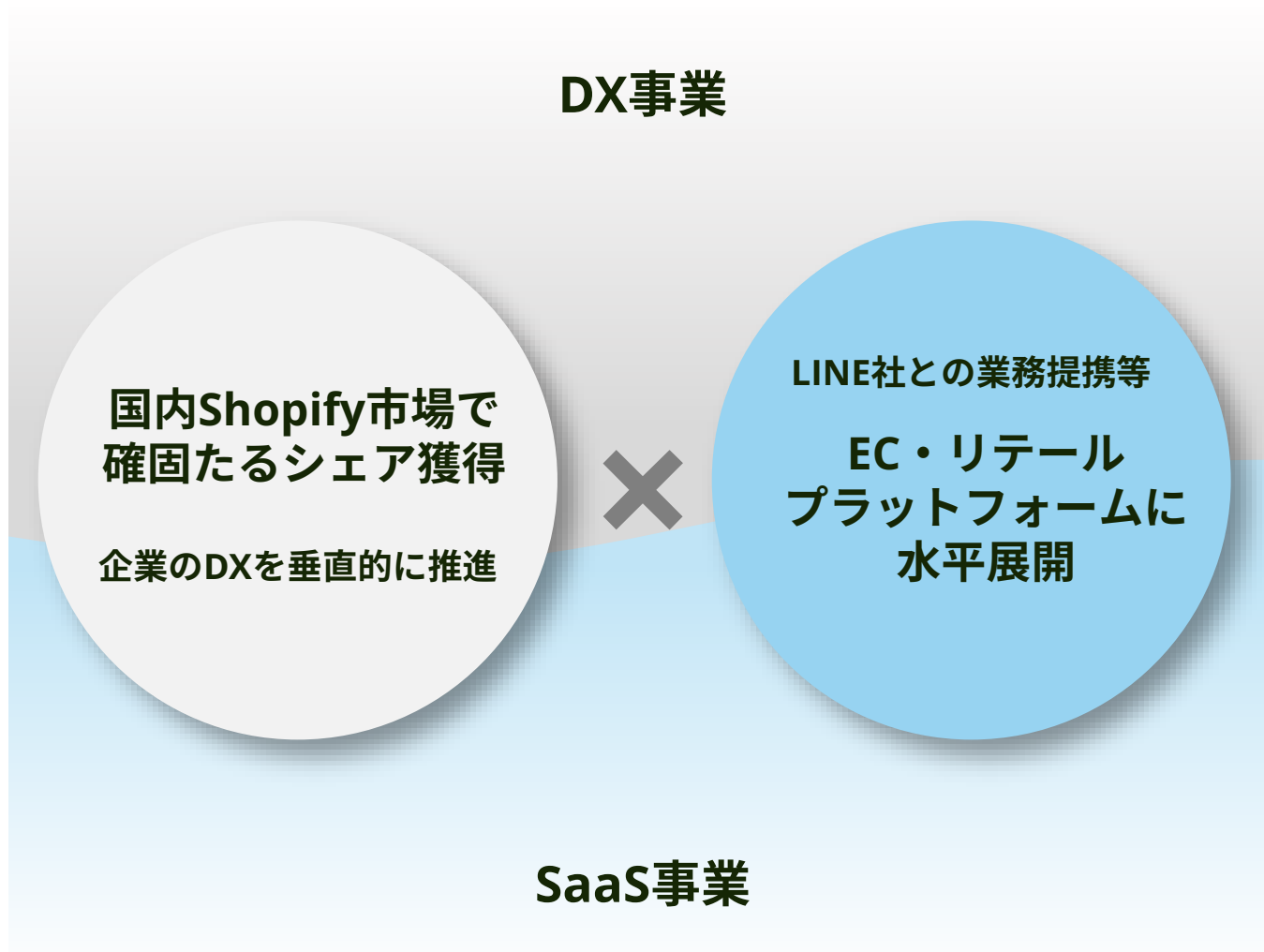
Our Business Plan

# (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

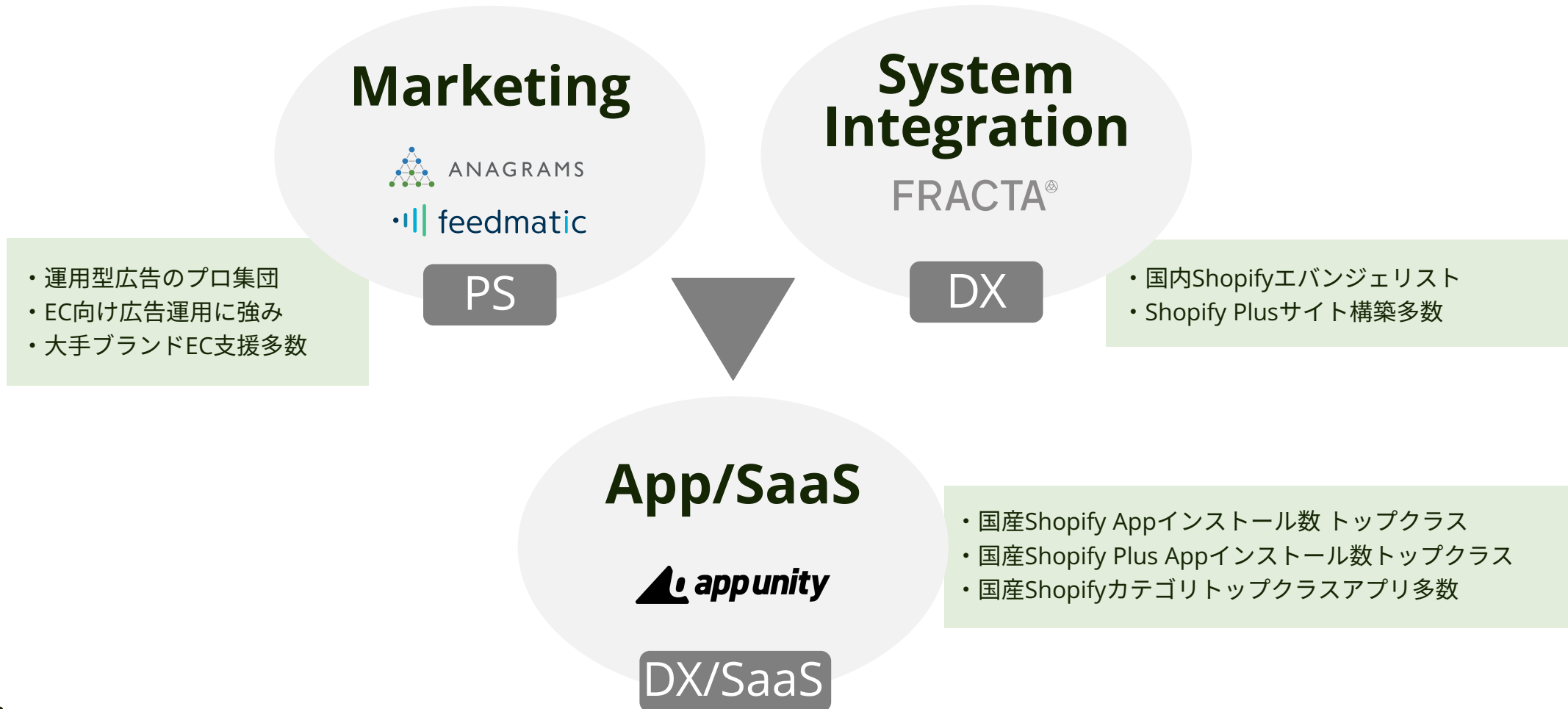
# (1) 成長戦略 アプローチの方向性



Shopify・LINEのプラットフォームを活用し、DX事業とSaaS事業のシナジー追求で成長を目指す

# (1) 成長戦略 FFG×Shopify 日本のShopifyエコシステムでNo.1を目指す

FRACTAのグループジョインで構築、アプリ、マーケティングをフルサポート可能な体制に各分野のトップクラスのプレイヤーが揃う





## (1) 成長戦略 FFGのコマース向けサービスラインナップ

日本の商習慣に適合したコマース・Shopify向けサービスを数多く提供、それぞれが互いに連携

	CRM PLUS on LINE	LINEを使ったメッセージCRM
	TēPs	ECの業務自動化ノーコードツール
	dfplus io EC Booster	SNS連携の販売チャネル構築
	Omni-hub	ECと店舗を連携するOMOツール
	定期購買	サブスクリプション支援
	どこポイ	ロイヤリティプログラム支援
	シッピーノ	自動出荷
	FRACTA	EC構築、ブランディング戦略立案と実行
	Anagrams/Feedmatic	マーケティング戦略立案と実行

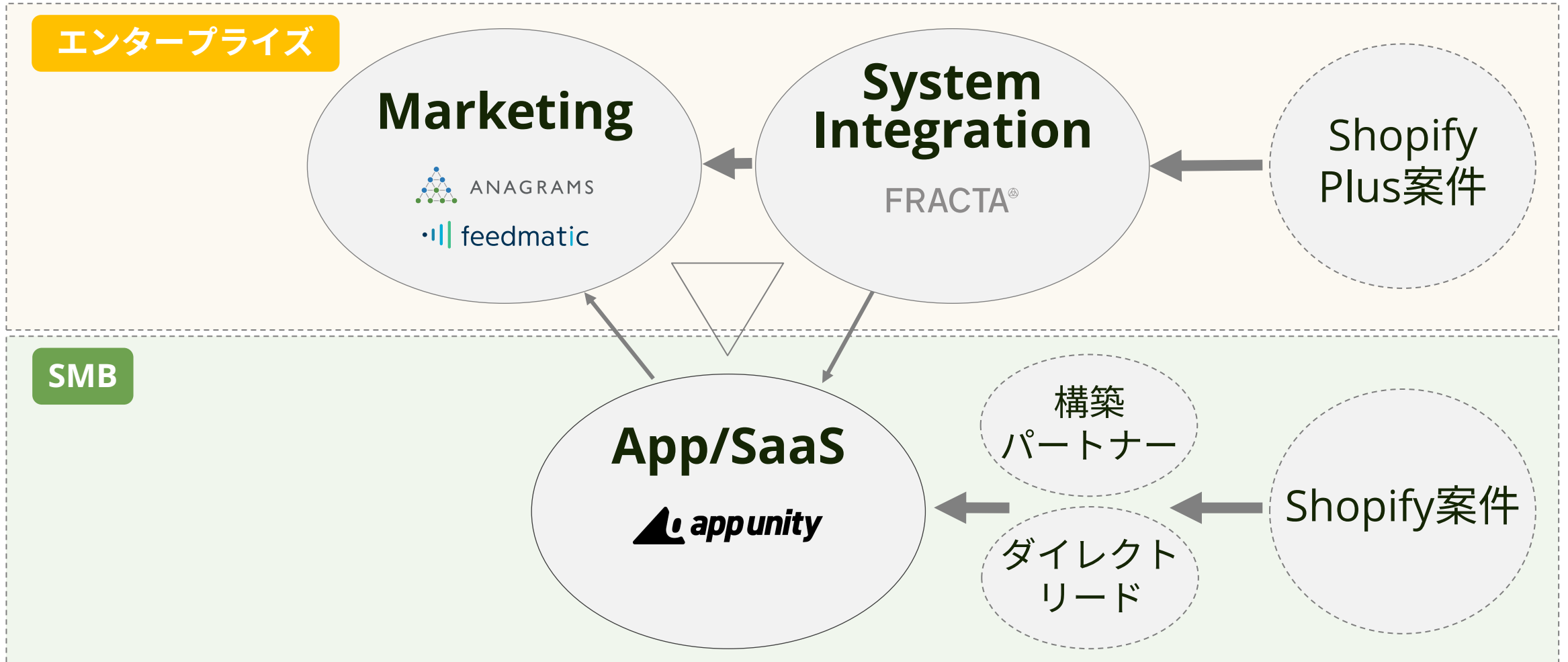
## (1) 成長戦略 国内コマースシステムをShopifyエコシステムでアップデートする

- グループで、バーチャルなバリューチェーンを構築
- Shopifyアプリにより機能提供。優れた顧客体験と施策のPDCAが高速で回せるように
- 地方の多くの制作会社をショップ構築チャンネルとして支援
- 周辺ソリューションのパートナーも巻き込み、コマースエコシステムを形成する



# (1) 成長戦略 顧客規模に沿ったバリューチェーンを構築

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



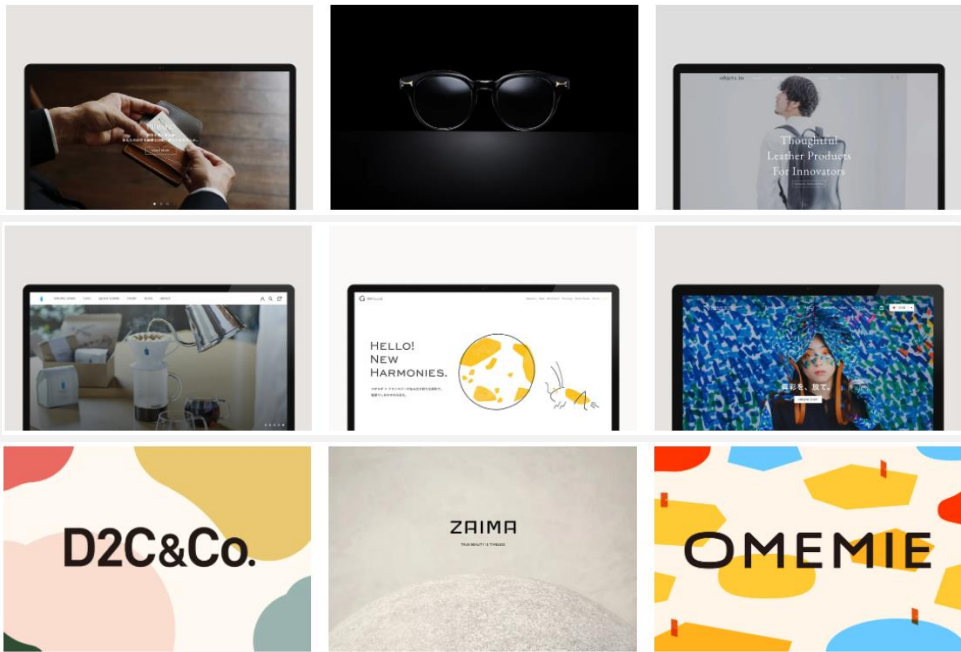
# (1) 成長戦略 エンタープライズ顧客向けバリューチェーン

エンタープライズ

Shopify Plusをベースに構築、ブランディング、アプリから広告運用、売上向上までワンストップ支援

FRACTA®

## BRANDING



×



ANAGRAMS

feedmatic

## PERFORMANCE

国内有数の広告プラットフォーム認定パートナー



AD  
SALES  
PARTNER  
LINE

FACEBOOK  
BUSINESS PARTNER  
YAHOO! JAPAN Marketing Solutions  
Sales Partner

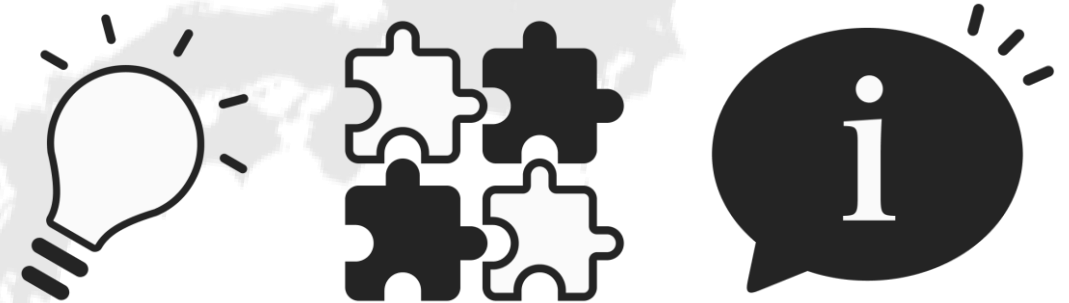
PREMIER Google Partner  
Specialized in:  
Search ads Display ads Shopping ads

## (1) 成長戦略 SMB顧客向けバリューチェーン

**SMB** App Unityのアプリ群と全国の制作会社によるコマースエコシステムで支援

App Unityとは

- 国内の商習慣に特化したShopifyアプリのネットワーク
- アプリ会社と日本全国のEC構築支援会社をネットワーク化
- コミュニティハブと積極的な情報提供

The logo for App Unity, featuring a stylized 'u' icon followed by the word 'appunity' in a bold, lowercase sans-serif font.

## (1) 成長戦略 SaaS事業：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



実店舗事業者向け  
会員証パッケージ



2021年5月にLINE社と業務提携

2021年12月にサービス名を「CRM PLUS on LINE」として事業展開開始

## (1) 成長戦略 DX事業：資本業務提携・新会社設立

年月	会社名	目的		
2021年8月	(株)ハックルベリーと資本提携 (2021年5月業務提携)	 株式会社ハックルベリー	App UnityでのShopify アプリ開発・連携強化	2021年8月にApp Unityでのさらなる連携強化を目的として、(株)ハックルベリーと資本提携
2021年10月	シッピーノ(株)連結子会社化	 シッピーノ株式会社	EC事業者向けSaaSの拡充	2021年10月にEC事業者向け自動出荷システム「シッピーノ」やECに特化したノーコードツール「TēPs (テープス)」を提供するシッピーノ(株)を連結子会社化
2021年11月	ベトナム現地法人設立	 FEEDFORCE VIETNAM COMPANY LIMITED	オフショア開発等	2021年11月にオフショア開発等を目的としてベトナムに法人設立し営業開始
2021年12月	(株)フラクタ連結子会社化	 株式会社フラクタ	事業者のブランディング ECサイト構築支援	2021年12月にShopifyPlusにおけるブランディングや構築コンサルティングに強みをもつ(株)フラクタを連結子会社化

## (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 2Q 連結累計
売上高成長率	+46.2%	+15.6%	+24.5%	+118.0%	+69.5%	<b>+25.7%</b>
PS事業	—	+1.8%	△0.3%	+162.6%	+88.7%	<b>+26.6%</b>
SaaS事業	—	+74.4%	+86.3%	+58.6%	+26.4%	<b>+20.6%</b>
売上高営業利益率	△5.9%	△4.6%	6.6%	27.2%	34.4%	<b>36.9%</b>
PS事業	32.0%	34.6%	28.0%	35.5%	40.0%	<b>45.1%</b>
SaaS事業	△157.2%	△94.6%	△19.5%	8.6%	24.4%	<b>38.0%</b>
ROA <sup>※1,※2</sup>	—	—	11.2%	14.6%	15.2%	<b>n.a.</b>
ROE <sup>※2,※3</sup>	—	—	57.2%	31.0%	28.5%	<b>n.a.</b>
自己資本比率 <sup>※4</sup>	19.7%	15.7%	20.7%	18.3%	36.6%	<b>39.5%</b>
D/Eレシオ <sup>※5</sup>	2.1x	2.6x	1.6x	1.1x	0.7x	<b>0.6x</b>

SaaS事業の売上高成長率は20%、  
営業利益率は38%

※1 ROA：営業利益 / ((期首資産合計 + 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末	2022/5期 1Q末	2Q末	前期末比	QoQ
<b>PS事業</b>	123	112	136	225	242	242	<b>252</b>	+10	+10
Anagrams	—	—	—	96	115	116	<b>124</b>	+9	+8
Feedmatic	24	23	45	48	45	46	<b>50</b>	+5	+4
DF PLUS	88	82	85	76	79	77	<b>75</b>	△4	△2
その他	11	7	6	5	3	3	<b>3</b>	—	—
<b>SaaS事業</b>	140	293	648	755	787	801	<b>833</b>	+46	+32
EC Booster※1	—	57	313	344	303	294	<b>298</b>	△5	+4
dfplus.io	7	48	98	139	175	185	<b>204</b>	+29	+19
ソーシャルPLUS	133	188	237	272	309	322	<b>331</b>	+22	+9
<b>DX事業※2</b>	—	—	—	—	3	166	<b>273</b>	+270	+107
<b>合計</b>	263	405	784	980	1,032	1,209	<b>1,358</b>	+326	+149

利用件数はEC Boosterでは減少したもののSaaS事業全体で増加継続

DX事業でのShopifyアプリアクティブアカウント数は大幅に増加

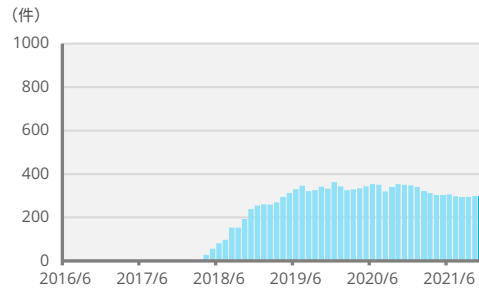
※1 EC Boosterフリープラン利用アカウントは含まない  
 ※2 サイト構築等案件数とDX事業提供アプリのアクティブアカウント数の合計

## (2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



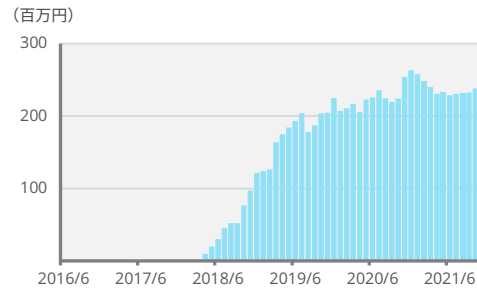
有料広告アカウント稼働数

**298件**



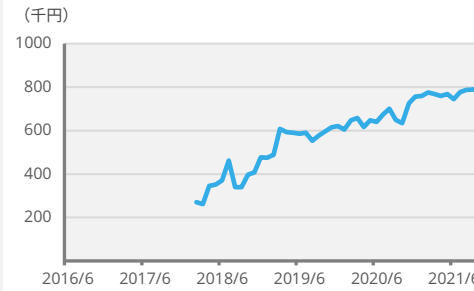
年換算取扱高※1

**244百万円**



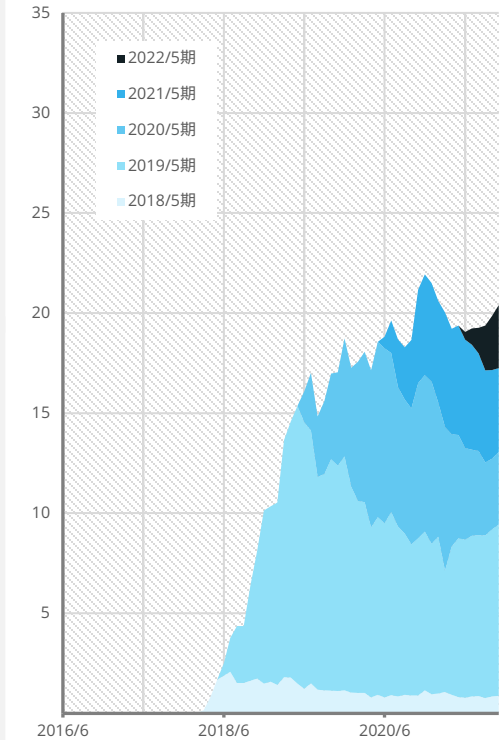
アカウントあたり平均取扱高

**821千円/年**



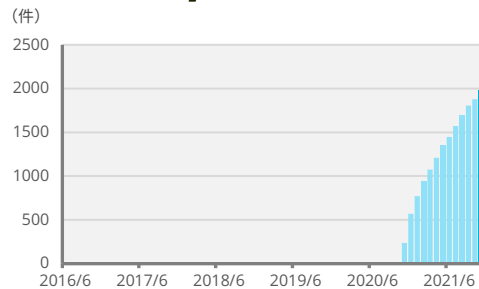
月次取扱高コホートグラフ

(百万円)



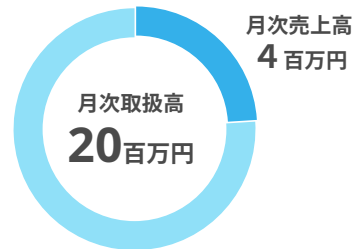
フリープランアカウント稼働数

**1,981件**



テイクレート※2

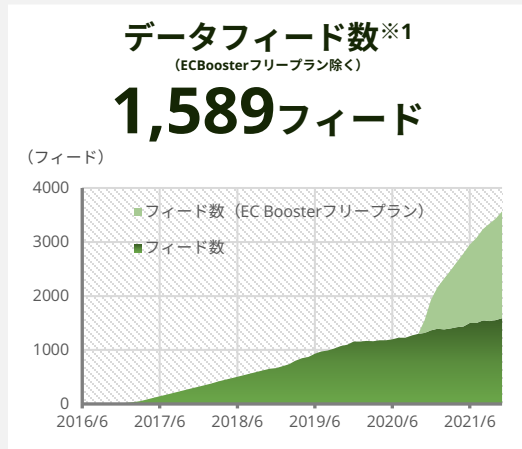
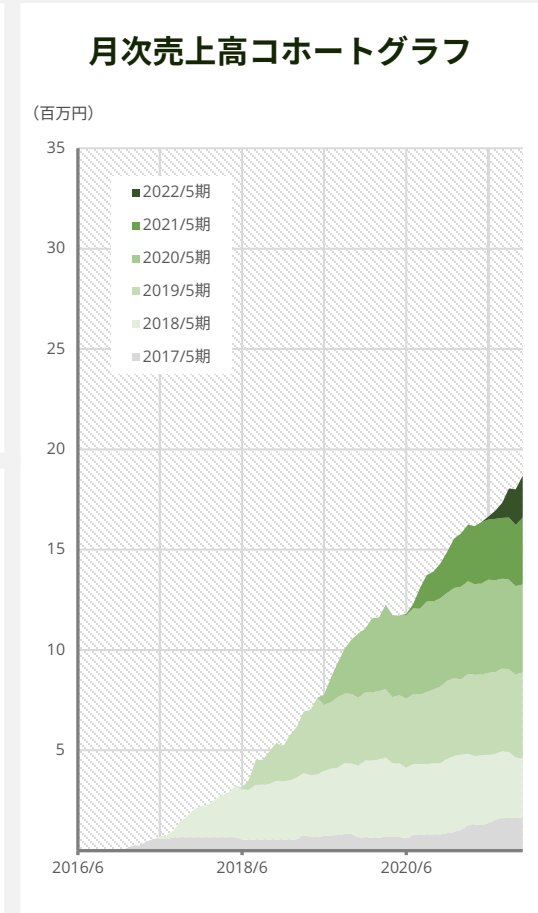
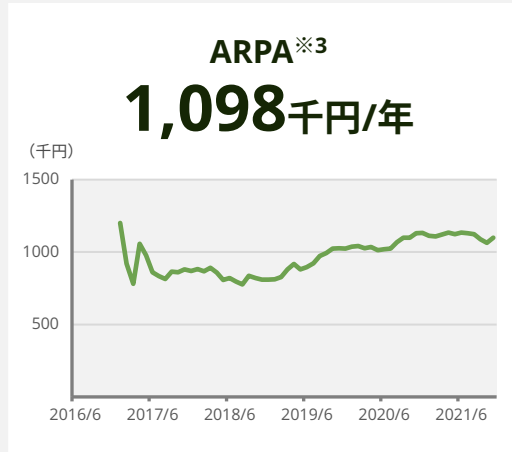
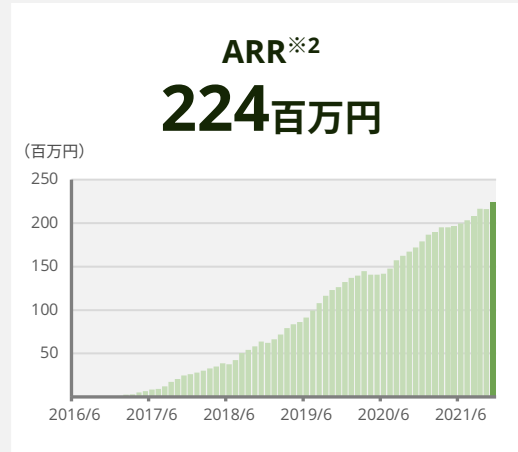
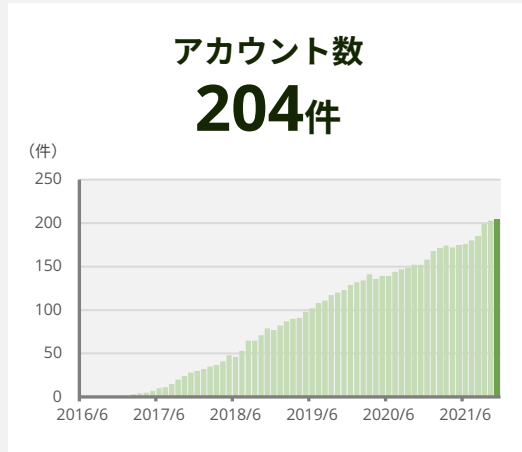
**23.6%**



※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

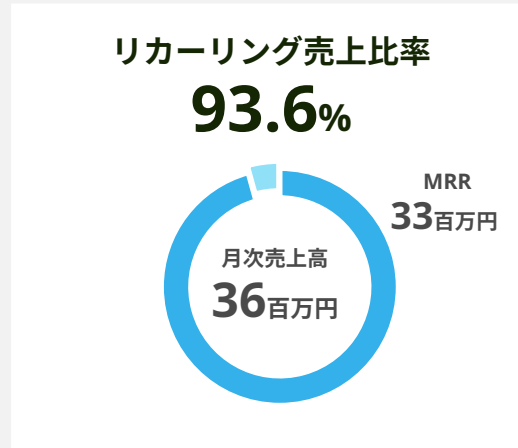
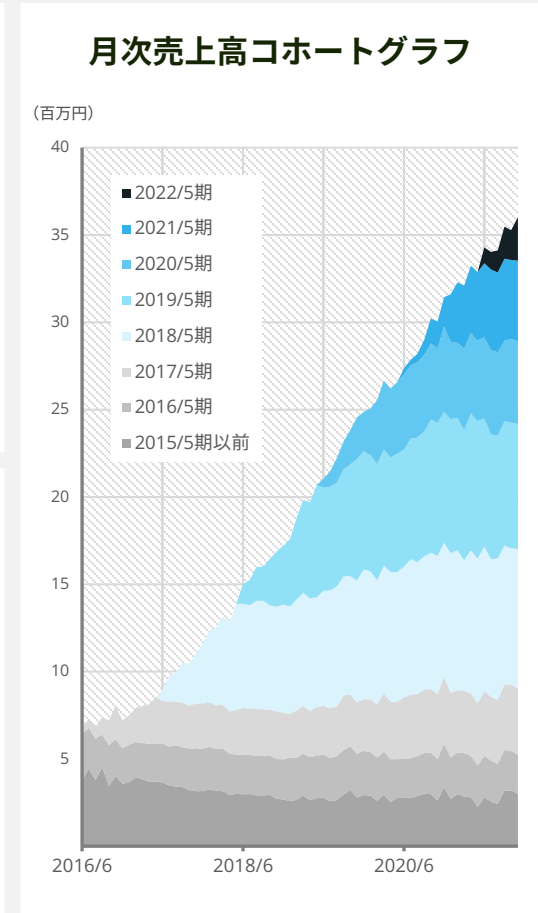
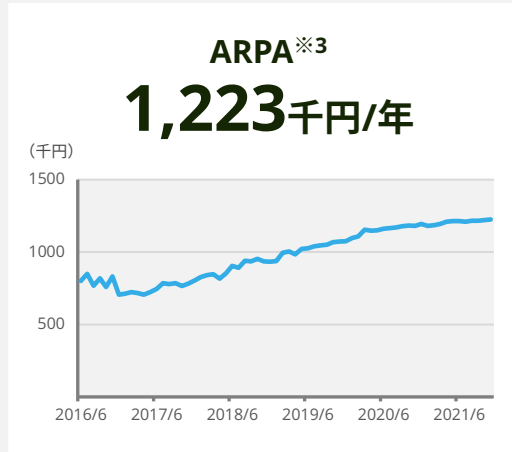
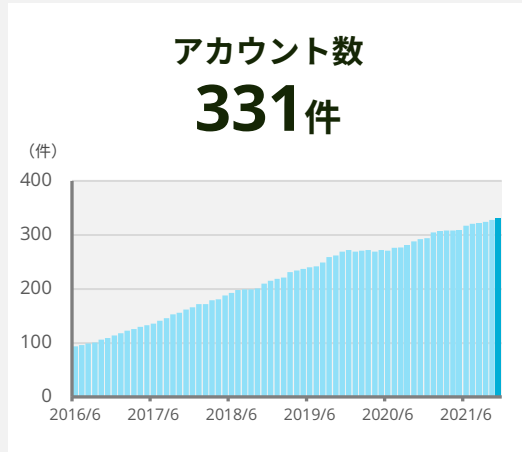
## (2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和  
 ※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

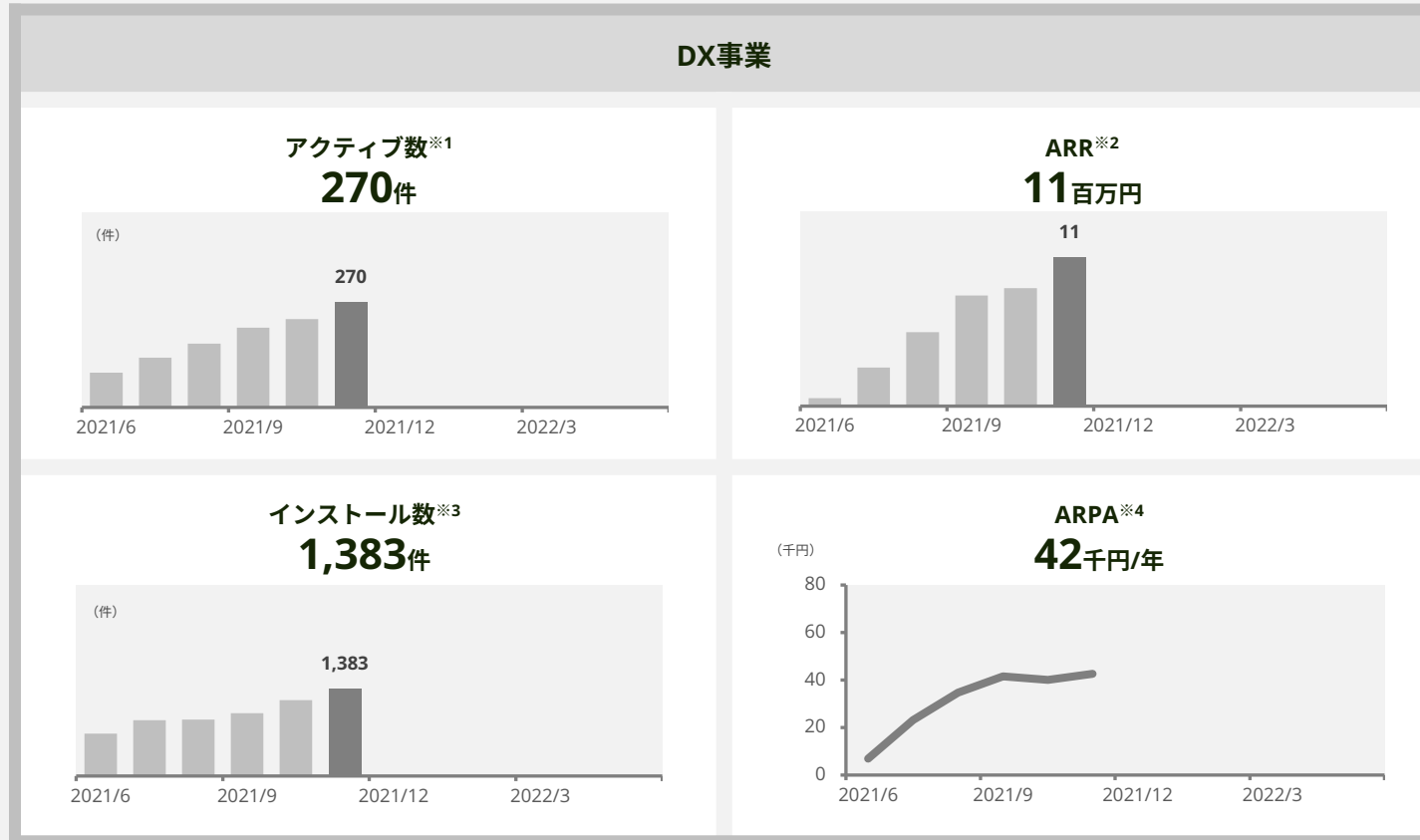
## (2) 経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

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 有料プランアクティブ数のみを計上  
 ※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。共同事業開発アプリでは当社収益額のみ計上  
 ※3 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  
 ※4 1アカウント当たり平均ARR  
 ※5 無料プランアクティブ数を含む

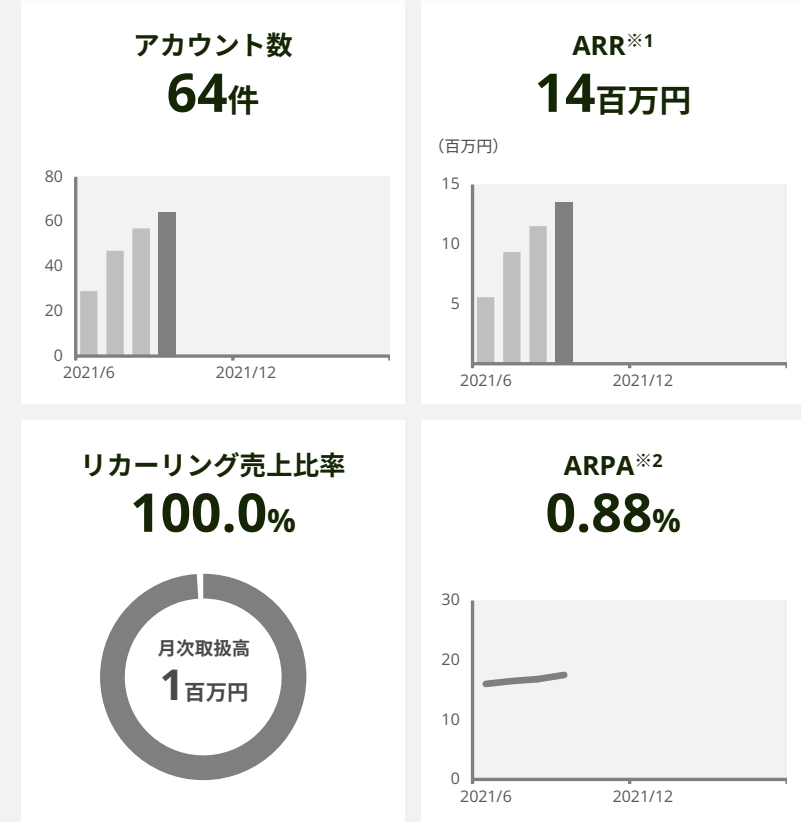
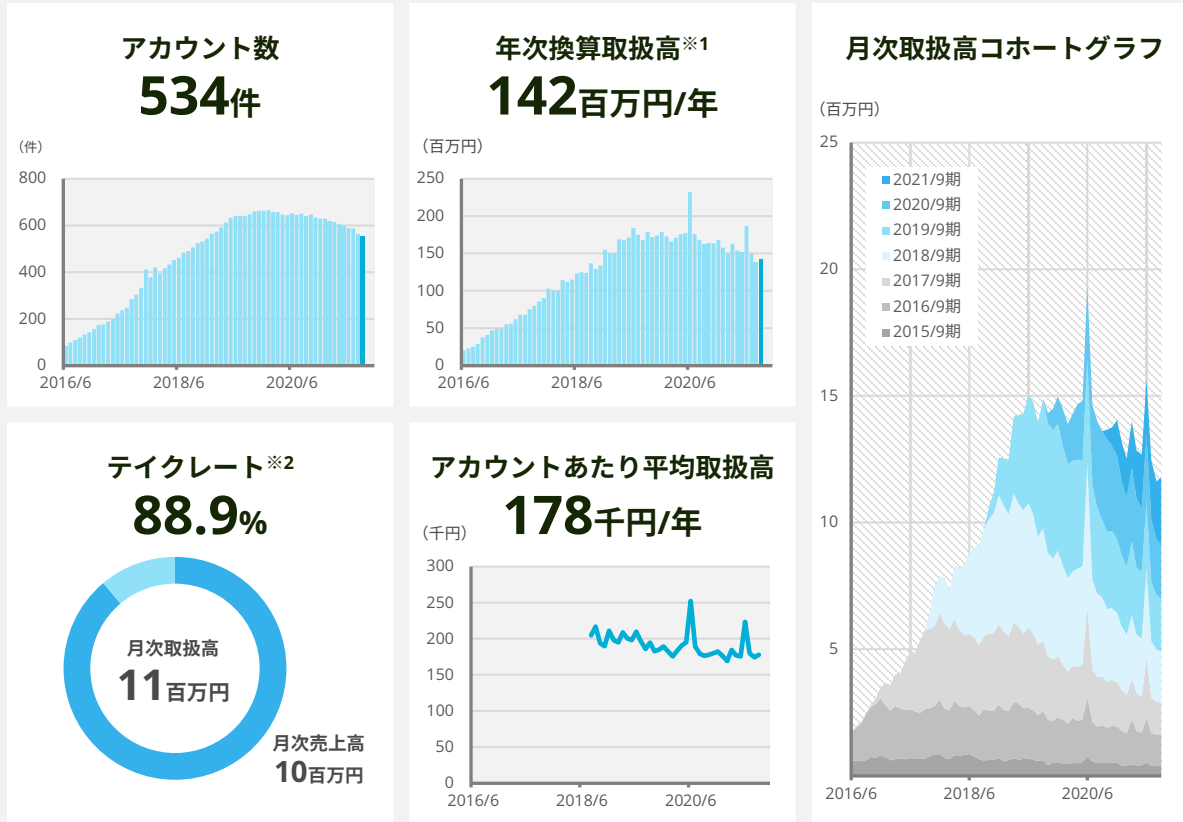
## (2) 経営指標 [売上関連データ] DX業績指標



(直近月次は2021年9月)



(直近月次は2021年9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 [費用関連データ] グループ従業員数（正社員のみ）

	2017/5末	2018/5末	2019/5末	2020/5末	2021/5末	2022/5期 1Q末 連結	2Q末 連結	前期末比	QoQ
従業員数	64	64	73	122	138	138	<b>158</b>	+20	+20
<b>PS事業</b>	n.a.	23	24	66	76	80	<b>82</b>	+6	+2
アナグラム	—	—	—	41	52	55	<b>56</b>	+4	+1
フィードフォース	n.a.	23	24	25	24	25	<b>26</b>	+2	+1
<b>SaaS事業</b>	n.a.	29	33	35	37	38	<b>37</b>	—	△1
<b>DX事業</b>	—	—	—	—	4	9	<b>30</b>	+26	+21
シッピーノ	—	—	—	—	—	—	<b>19</b>	+19	+19
その他	—	—	—	—	4	9	<b>11</b>	+7	+2
<b>全社（共通）※</b>	n.a.	12	16	21	21	11	<b>9</b>	△12	△2

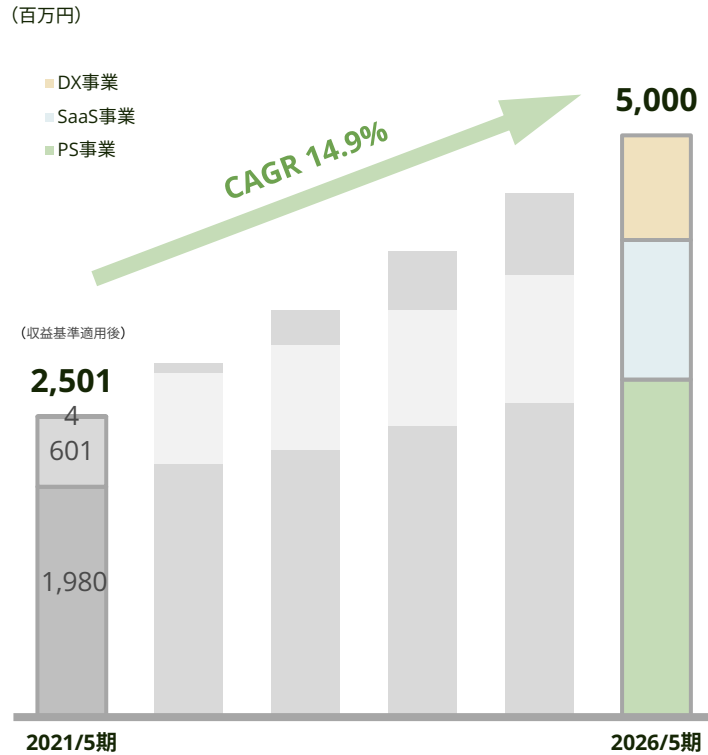
(人)

グループ従業員数（正社員のみ）は  
158人

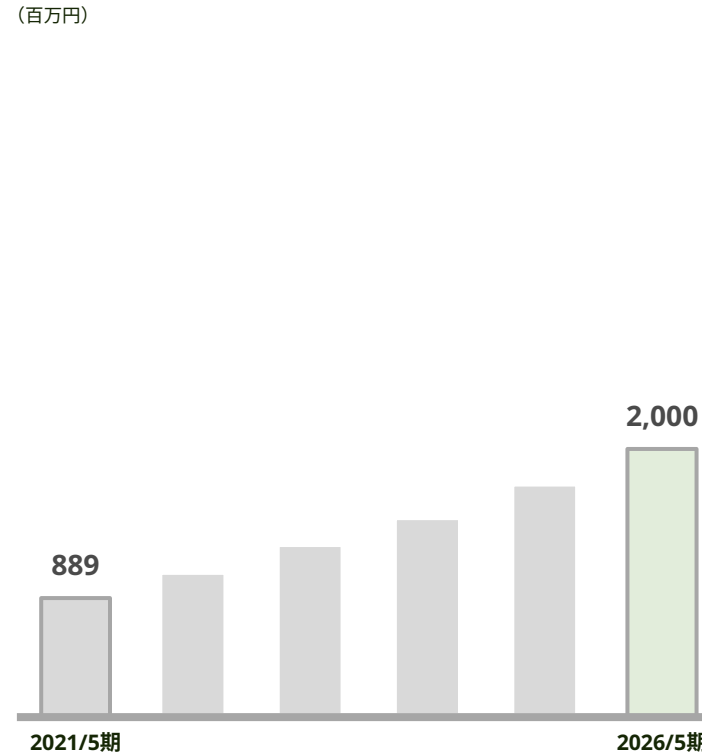
※ 従来の役員員数（役員・正社員のみ）から、従業員数（正社員のみ）の人数の開示に変更（過年度末を含む）

### (3) 利益計画及び前提条件 2026年5月期までの中期目標

#### 売上高 中期目標



#### 営業利益 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
- を目指す

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

DX事業：Shopifyを利用したシステム構築・アプリ開発

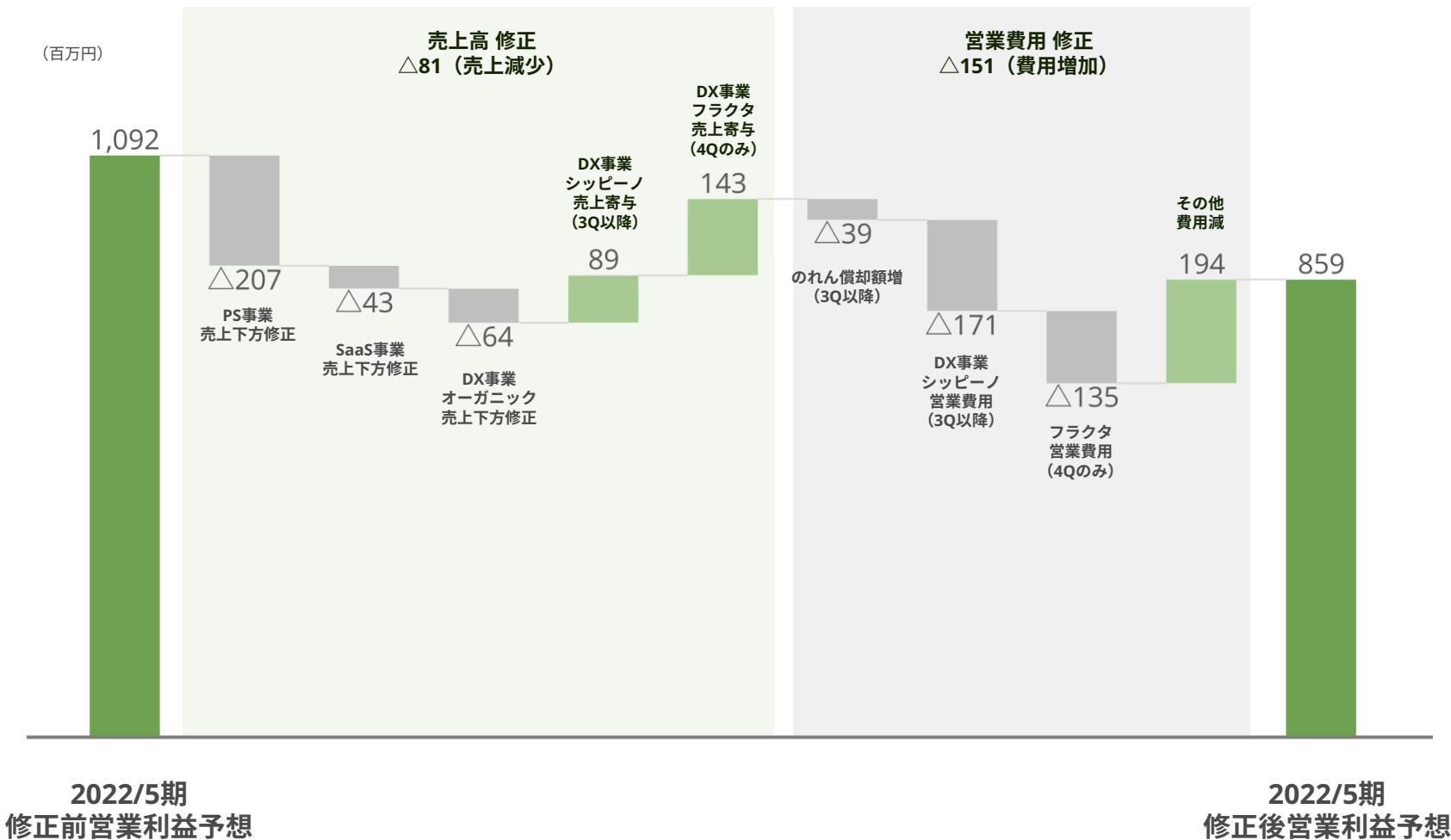


### (3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期業績予想の修正

	2021/5期 実績 (A)	2021/5期 修正前予想 (B)	2022/5期 修正後予想 (C)	前期比 (C) / (A) -100%	修正前予想比 (C) / (B) - 100%
<b>売上高</b> <small>(2021/5期収益認識基準適用後)</small>	2,501	3,047	<b>2,966</b>	+18.6%	△2.7%
<b>EBITDA</b>	1,058	1,266	<b>1,093</b>	+3.3%	△13.7%
<b>営業利益</b>	889	1,092	<b>859</b>	△3.4%	△21.4%
<b>経常利益</b>	874	1,083	<b>853</b>	△2.5%	△21.3%
親会社株主に帰属する <b>当期純利益</b>	472	675	<b>517</b>	+9.5%	△23.3%
<b>1株当たり当期純利益</b>	18.88円	25.98円	<b>19.95円</b>	+5.5%	△23.2%

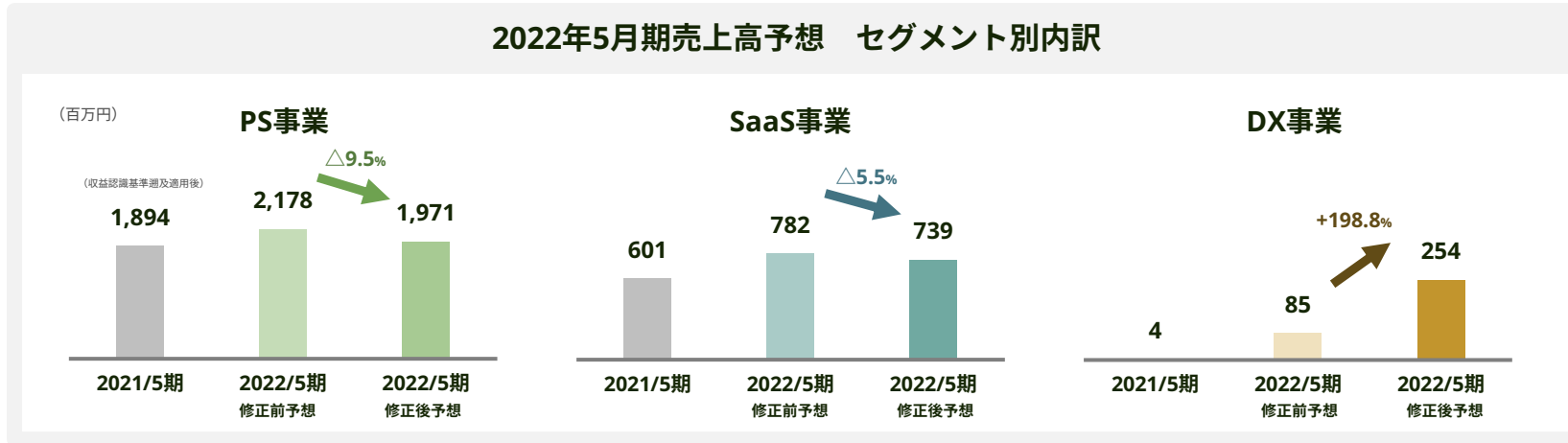
PS事業での売上下方修正、のれん償却費等の増加、連結子会社化したシッピーノでの営業損失見通し等を踏まえて業績予想を修正

### (3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期業績予想修正前後の増減要因

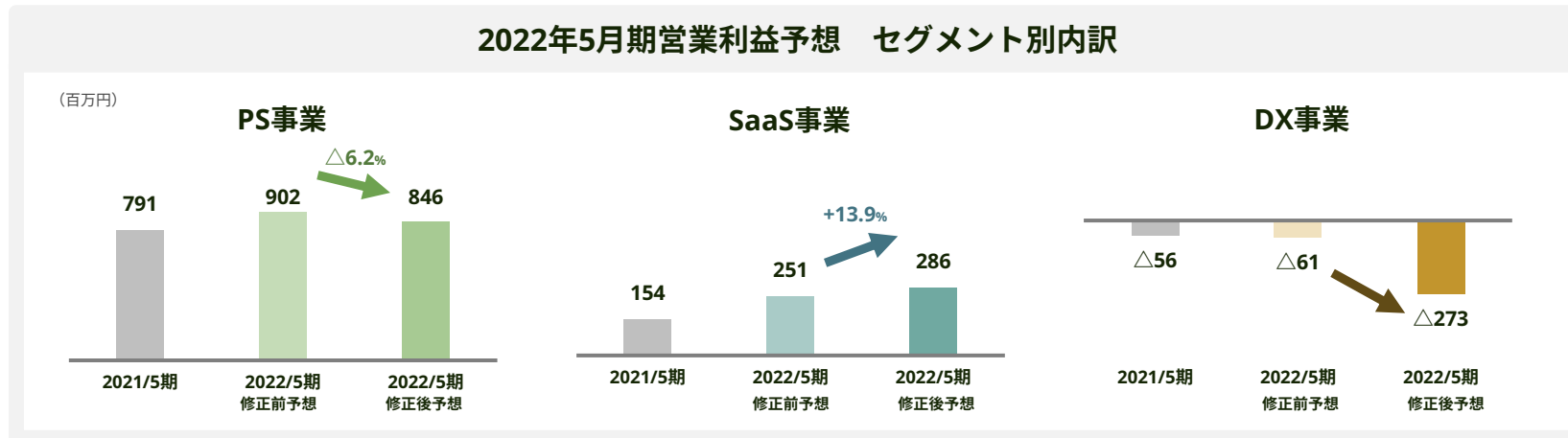


連結子会社2社の売上寄与を見込むも、当初予想に対して、売上高△81百万円、営業費用△151百万円を修正

### (3) 利益計画及び前提条件 2022年5月期修正後業績予想のセグメント別内訳



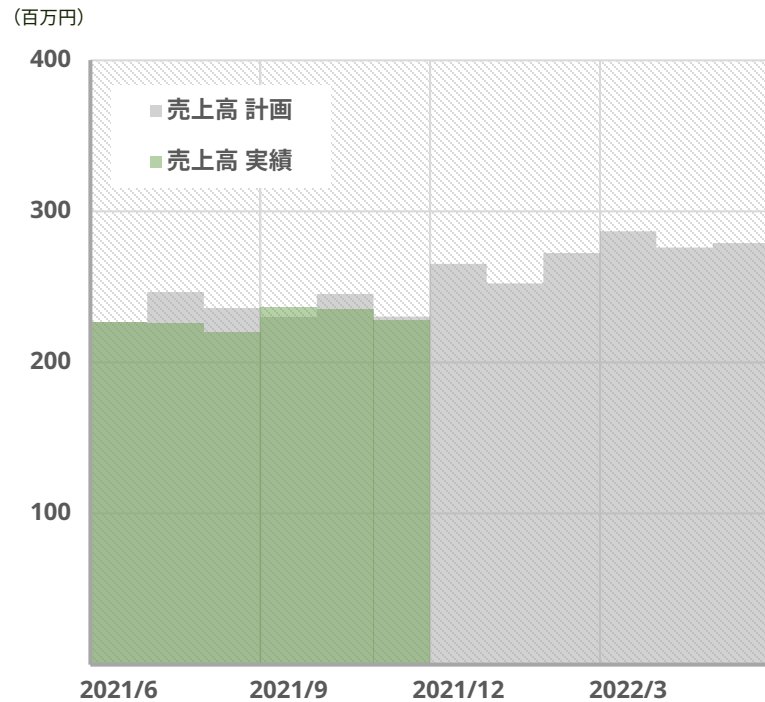
PS事業での下期見通しを下方修正  
DX事業は連結子会社化2社による売上拡大も、DX事業における人件費等開発費用増加に伴い損失拡大の見通し



## (4) 進捗状況 2022年5月期業績予想（修正前）の月次進捗

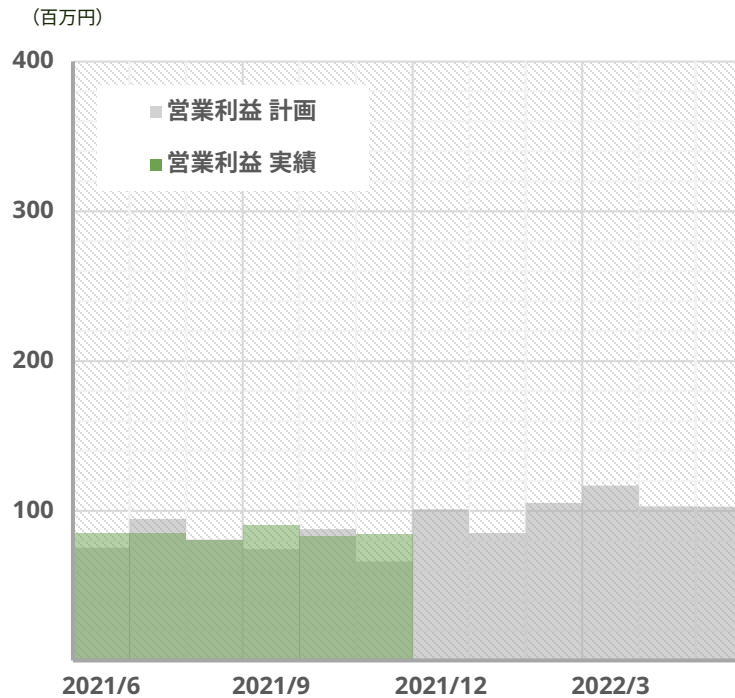
2Q累計 計画対比進捗率

売上高 **97.0%**



2Q累計 計画対比進捗率

営業利益 **105.9%**

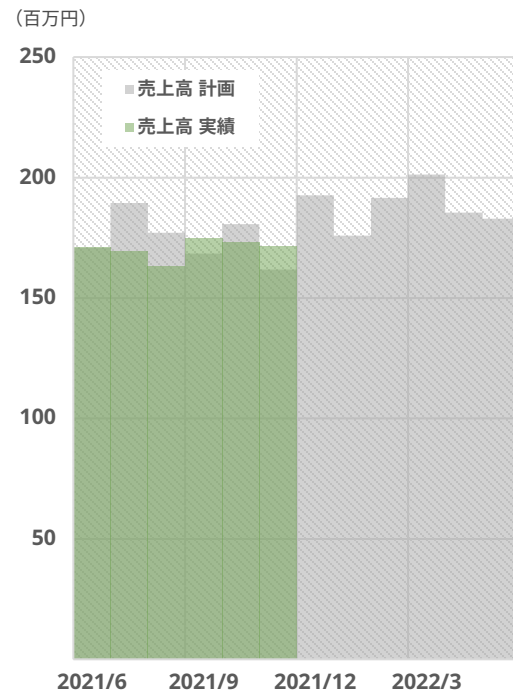


売上高は計画対比で97%にとどまる  
も営業利益は100%を上回る

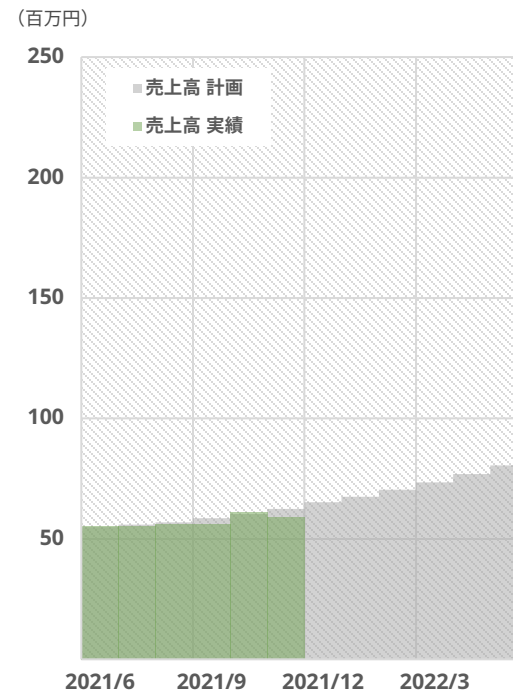
今後も四半期毎に「事業計画及び成長可能性に関する事項」をアップデートし進捗を開示予定  
(次回は2022年3月を予定)

## (4) 進捗状況 2022年5月期業績予想（修正前）のセグメント別月次進捗

PS事業  
2Q 計画対比進捗率  
売上高 **97.6%**



SaaS事業  
2Q 計画対比進捗率  
売上高 **98.1%**



DX事業  
2Q 計画対比進捗率  
売上高 **41.8%**



DX事業において計画を大きく下回る

# 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

リスクと顕在化時期	内容
<b>新型コロナウイルス感染症</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">短期</div>	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
<b>インターネット広告市場</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">短期～長期</div>	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
<b>技術革新</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">長期</div>	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
<b>法的規制</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">長期</div>	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
<b>特定媒体への集中度</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">長期</div>	特定のデジタルプラットフォームへの依存 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
<b>特定顧客への集中度</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">短期～長期</div>	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
<b>情報セキュリティ</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">短期～長期</div>	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
<b>新規事業の投資回収</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">長期</div>	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
<b>のれん等の減損</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">長期</div>	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
新型コロナウィルス感染症	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。**