



2026年5月期Q2 決算説明資料
(事業計画及び成長可能性に関する事項)

フィードフォースグループ株式会社

2025年12月25日

目次

1. 決算ハイライト	2
2. 事業計画及び成長可能性に関する事項	20
2026年5月期 進捗状況	21
事業計画	25
競争力の源泉	43
ビジネスモデル	48
市場環境	59
リスク情報	62

1. 決算ハイライト

連結業績概要

	(百万円)								
	2025/5期 Q2累計	2026/5期 Q2累計	YoY	2025/5期 Q2	Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	QoQ
取扱高	7,639	9,611	+25.8%	3,827	4,110	4,391	5,008	4,603	△8.1%
売上高	2,084	2,371	+13.7%	1,032	1,128	1,160	1,199	1,172	△2.3%
EBITDA※	762	1,014	+33.0%	364	513	513	531	482	△9.3%
営業利益	666	916	+37.4%	315	463	462	483	432	△10.4%
経常利益	637	904	+41.9%	297	433	455	478	426	△10.9%
税金等調整前 当期純利益	638	932	+46.2%	297	440	367	506	426	△15.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	400	706	+76.3%	203	306	295	336	370	+10.2%

連結業績

YoYは増収増益、QoQは減収減益
(親会社株主に帰属する当期純利益は増益)

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

セグメント業績概要

(百万円)

	2025/5期 Q2累計	2026/5期 Q2累計	YoY	2025/5期 Q2	Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	QoQ
PS事業※									
売上高	1,224	1,468	+20.0%	609	682	731	751	716	△4.7%
セグメント損益	466	647	+38.7%	227	314	342	353	293	△17.1%
SaaS事業									
売上高	615	667	+8.5%	311	322	321	332	335	+1.1%
セグメント損益	221	237	+7.1%	93	138	123	114	123	+7.8%
DX事業									
売上高	245	234	△4.2%	110	123	107	115	119	+3.5%
セグメント損益	△21	31	－	△6	11	△3	14	16	+7.0%

PS事業

YoYは、新規顧客の増加や主要顧客の広告予算増により増収増益
QoQは、予算減および人員増・採用費増等により、減収減益

SaaS事業

ソーシャルPLUS・duplus.ioの増収により、YoY・QoQともに増収増益

DX事業

YoYは不採算事業縮小により減収も、採算性向上により黒字転換
QoQは、増収増益

※ 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)

	2025/5期 Q2累計	2026/5期 Q2累計	YoY	2025/5期 Q2	Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	QoQ
PS事業	1,224	1,468	+20.0%	609	682	731	751	716	△4.7%
Anagrams	1,188	1,445		593	668	716	739	706	
その他	35	23		15	14	14	12	10	
SaaS事業	615	667	+8.5%	311	322	321	332	335	+1.1%
ソーシャルPLUS	386	444		197	207	206	217	227	
dfplus.io	202	212		101	103	104	105	107	
EC Booster	26	10		12	12	10	9	1	
DX事業	245	234	△4.2%	110	123	107	115	119	+3.5%
Shopify関連事業	142	176		77	89	77	85	91	
Shippinno	55	51		27	26	25	26	25	
ベトナム事業	9	6		6	6	3	3	3	
その他	36	—		0	1	0	—	—	

PS事業

Anagramsでは、YoY増収、QoQ減収

SaaS事業

ソーシャルPLUS・dfplus.ioでは、YoY・QoQともに増収

EC Boosterは、2025年9月でサービス終了

DX事業

YoYは減収だったものの、Shopify関連事業は、YoY・QoQともに増収

営業費用

(百万円)

	2025/5期 Q2累計	2026/5期 Q2累計	YoY	2025/5期 Q2	Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	QoQ
営業費用	1,418	1,455	+2.6%	716	664	697	716	739	+3.2%
売上原価	634	694	+9.4%	310	294	328	338	356	+5.3%
人件費	461	530		218	215	225	260	270	
経費	173	164		91	78	103	78	85	
販売費及び一般管理費	783	760	△2.9%	406	370	368	377	382	+1.4%
人件費	406	378		215	196	194	188	189	
経費	377	382		191	174	174	188	193	
採用研修費	28	29		17	10	25	12	17	
広告宣伝費	10	17		5	7	5	9	7	
不動産関係費	55	57		28	29	29	29	28	
減価償却費	72	73		37	38	38	36	37	
のれん償却額	23	23		11	11	11	11	11	
その他	187	180		91	78	66	88	90	

営業費用

YoY・QoQともに、費用増

売上原価

YoY・QoQともに増加

販売費及び一般管理費

人件費は、YoY減少・QoQ増加

特別損益

(百万円)

	2025/5期 Q2累計	2026/5期 Q2累計	2025/5期 Q2	Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	内容	Q2累計で、特別損失の発生なし
特別利益	0	28	—	7	2	27	0		
新株予約権戻入益	0	28	—	7	0	27	0	行使期限終了・退職者からの無償取得による戻入益	
投資有価証券売却益	—	—	—	—	0	—	—		
その他	—	—	—	—	0	—	—		
特別損失	—	—	—	0	90	—	—		
投資有価証券売却損	—	—	—	—	90	—	—	前Q4：特別支配株主からの売渡請求による売却損	
その他	—	—	—	0	0	—	—		

出荷自動化アプリ「SHIPPIInno」が TikTok ShopとAPI連携を開始！

SHIPPIInno | TikTok Shopの連携イメージ



連携機能のメリット

- セラーはTikTok Shopに出店している自身のストアから、注文情報を自動取り込み
- 取得した注文情報を、FBAマルチチャネルサービスなどの物流サービスへ自動送信
- TikTok Shopへの出荷実績反映など、出荷依頼に付随する業務も自動化
- シンプルな設定で最短60分から自動出荷を開始できる

「Answer IO」 正式版リリース



Answer IO

AI検索での
ブランドスコアを
見える化



VISIBILITY SCORE
前回実行との差 +4

TREND

+6.2%



クエリ別サマリー

現在の可視性

Answer IO 評判
ChatGPT



AIブランド監視
Perplexity



Answer IO 比較
Perplexity



AI検索 可視化
ChatGPT



モデル別スコア



引用ドメイン

perplexity.ai	3 件
openai.com	2 件
feedforce.jp	1 件

2年連続「Shopify Partner of the Year 2025 Japan」受賞



**Partner of the Year 2025
Japan**

Shopify Plus App Developer of the Year

Feedforce
Group

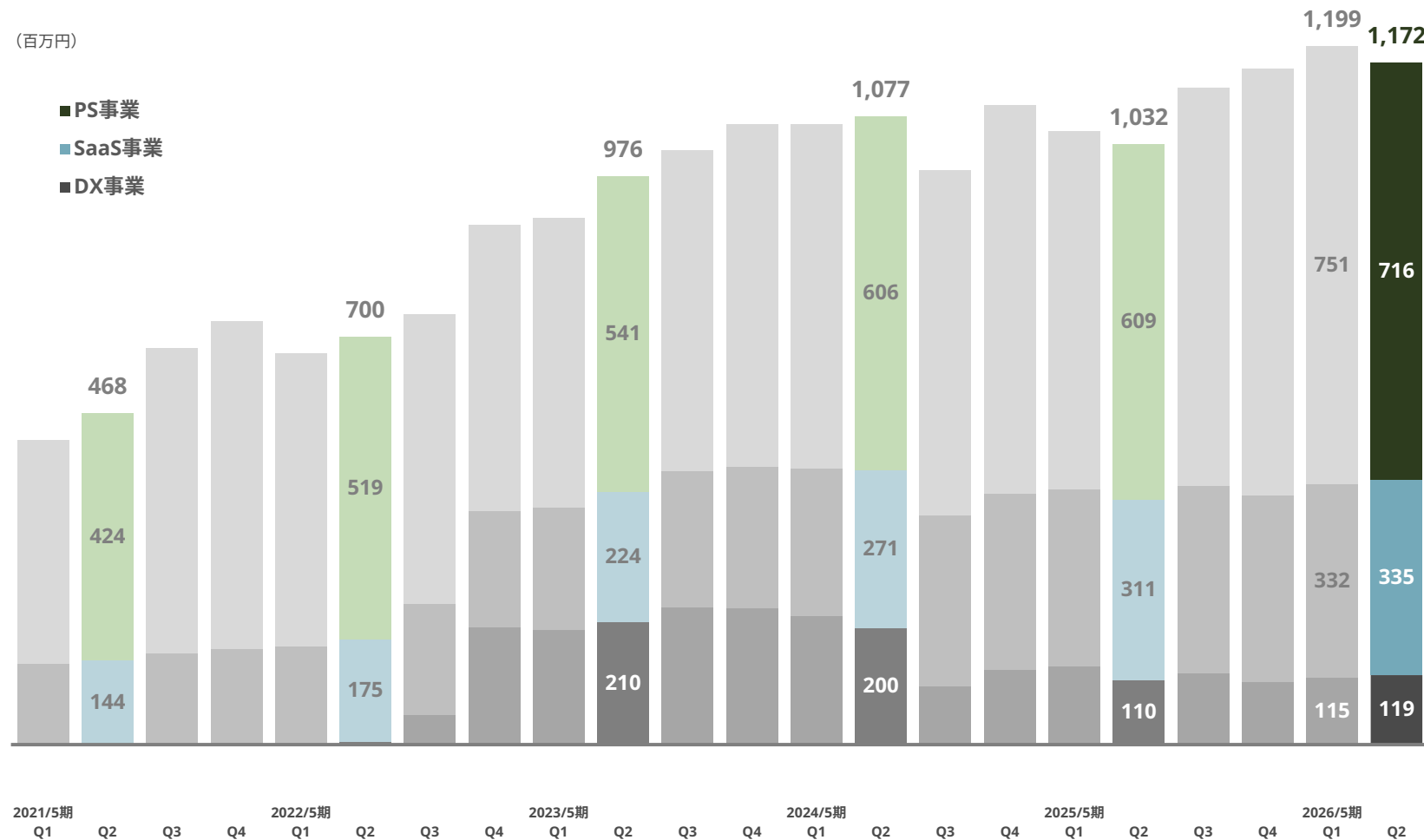
Feedforce Group Inc.



売上高四半期推移

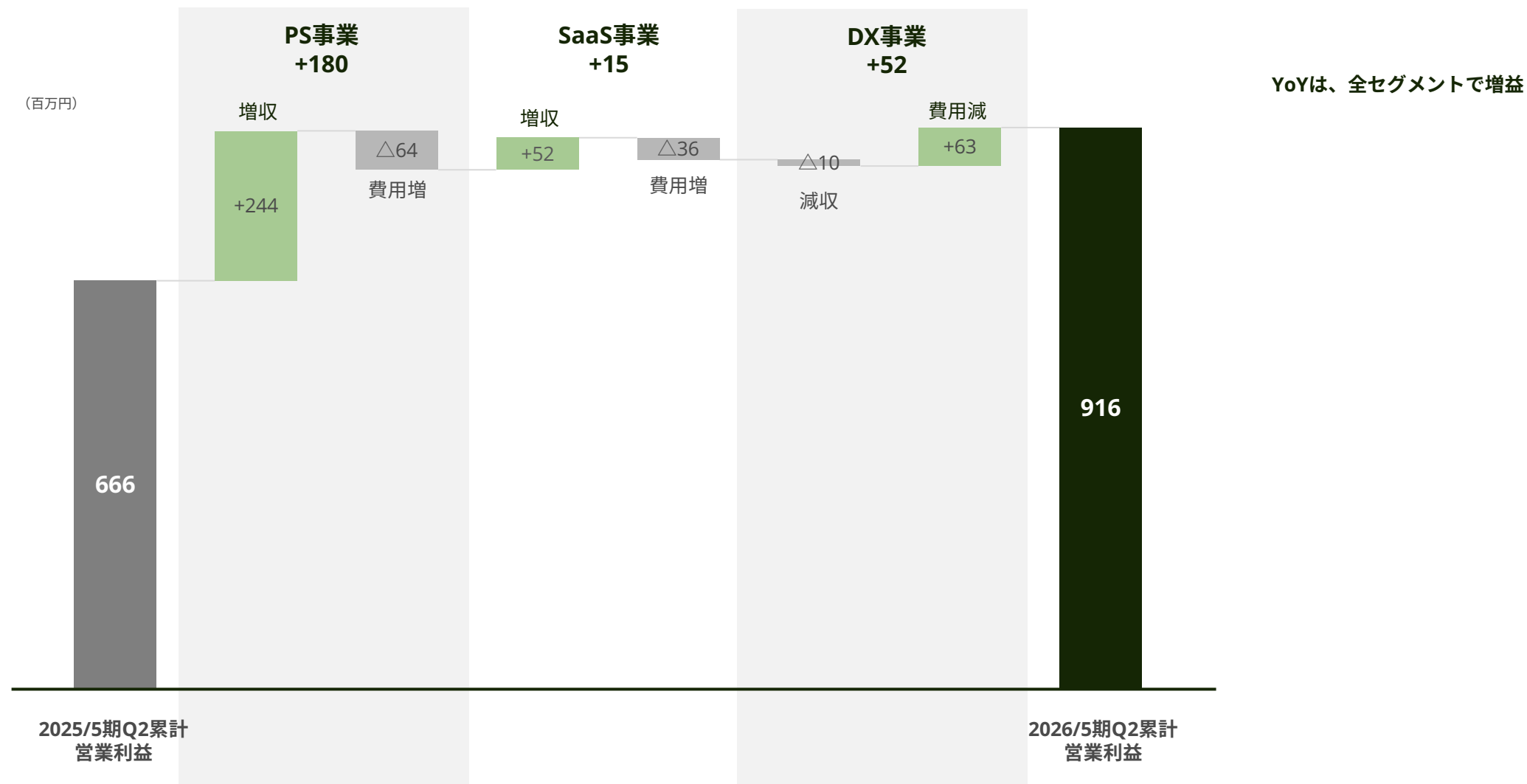
(百万円)

- PS事業
- SaaS事業
- DX事業

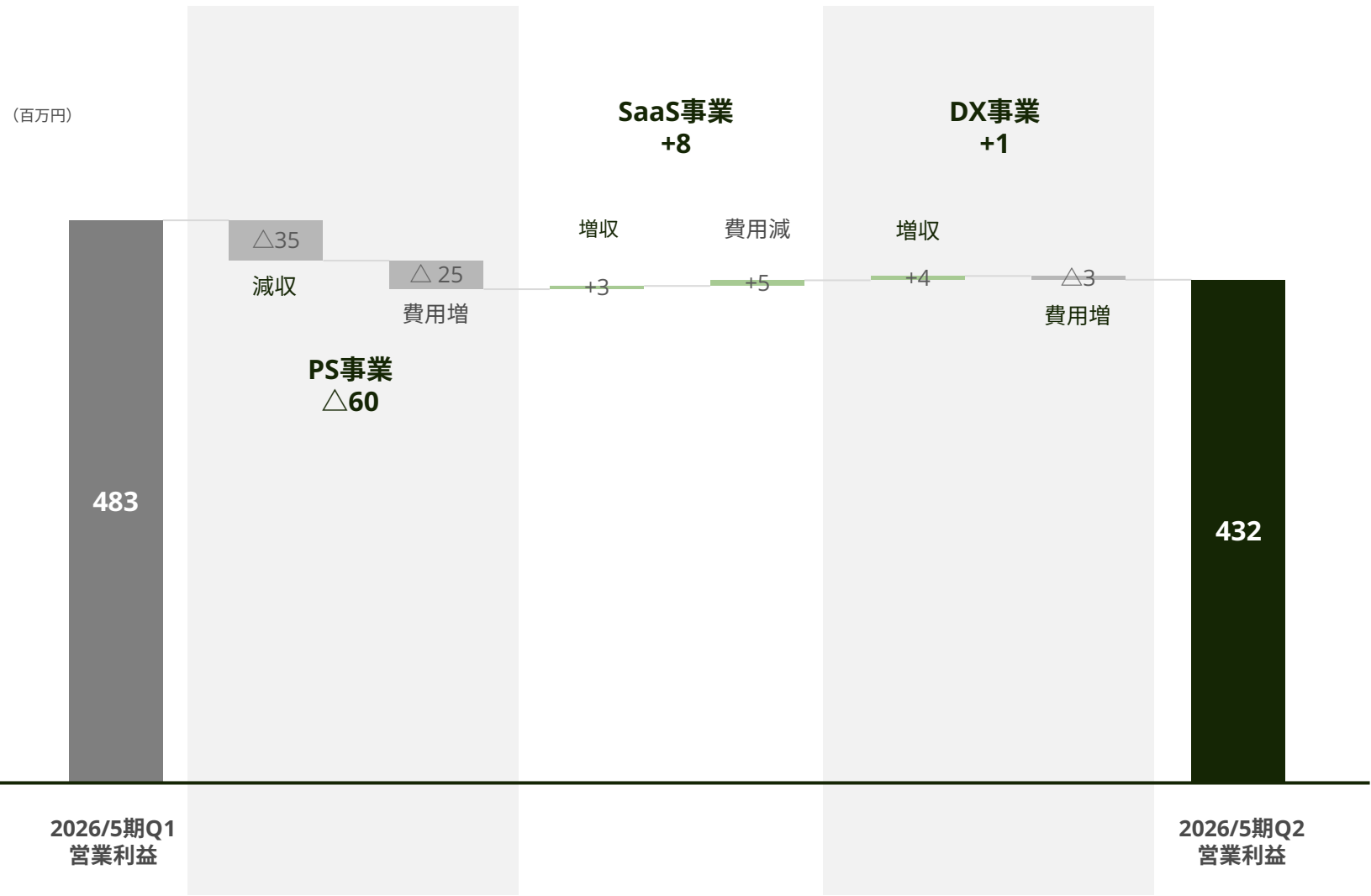


Q2売上高はQoQ減収も、SaaS事業は過去最高売上高

営業損益増減要因 YoY



営業損益増減要因 QoQ



QoQは、SaaS事業・DX事業では増益寄与も、PS事業での減収費用増により全体で減益

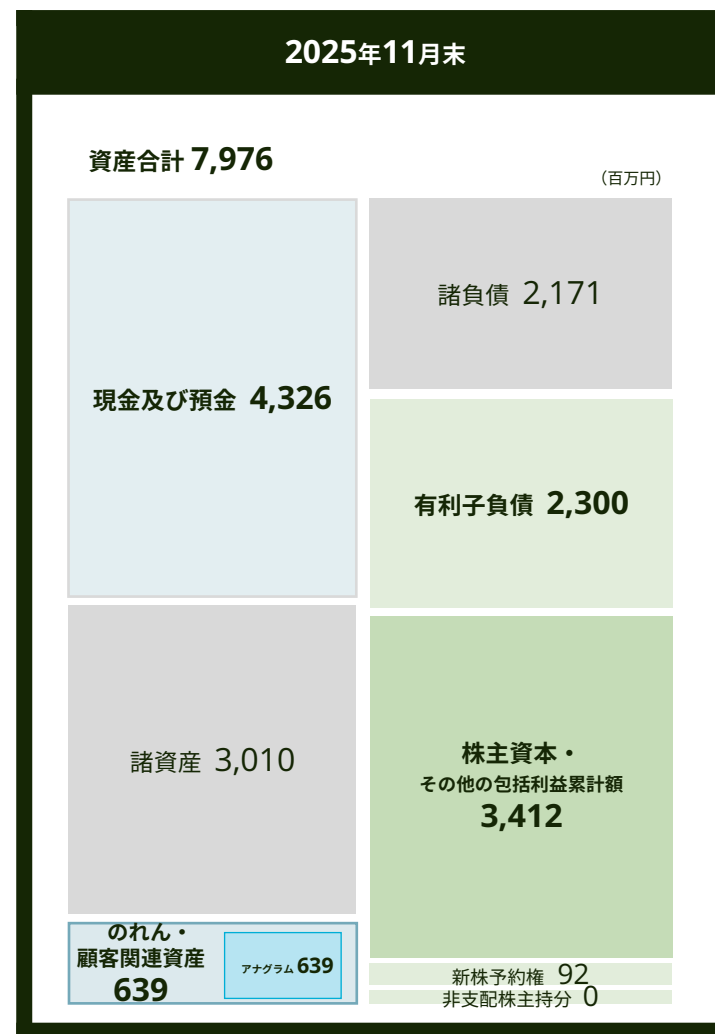
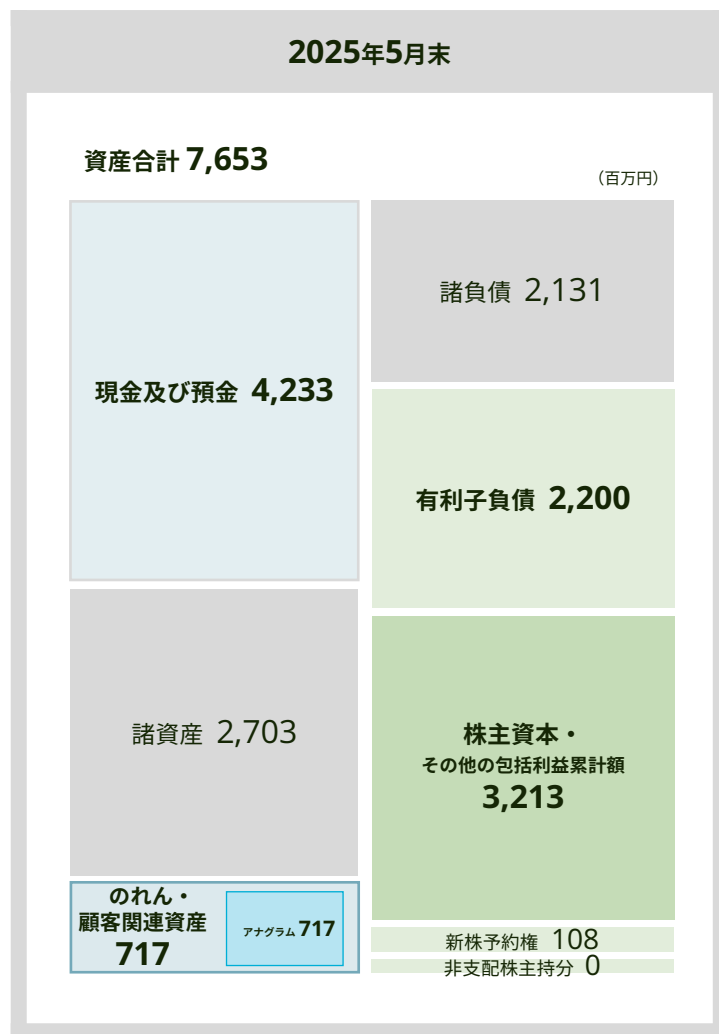
連結貸借対照表

(百万円)

	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/5末	2025/11末	前期末比
流動資産	4,915	5,503	5,248	6,198	6,425	6,716	+291
固定資産	1,552	2,515	1,870	1,361	1,228	1,259	+31
資産合計	6,467	8,019	7,119	7,559	7,653	7,976	+323
流動負債	2,255	2,861	2,541	3,496	3,194	3,356	+161
固定負債	1,810	2,009	1,686	1,172	1,136	1,115	△21
負債合計	4,065	4,870	4,228	4,669	4,331	4,471	+139
株主資本	2,366	2,983	2,777	2,795	3,217	3,416	+199
その他の包括利益累計額	—	△0	△2	△3	△3	△4	△0
新株予約権	32	77	95	96	108	92	△15
非支配株主持分	2	87	20	0	0	0	△0
純資産合計	2,401	3,148	2,890	2,889	3,321	3,505	+183

自己株式取得・配当の実施により、
2022/5期以降、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

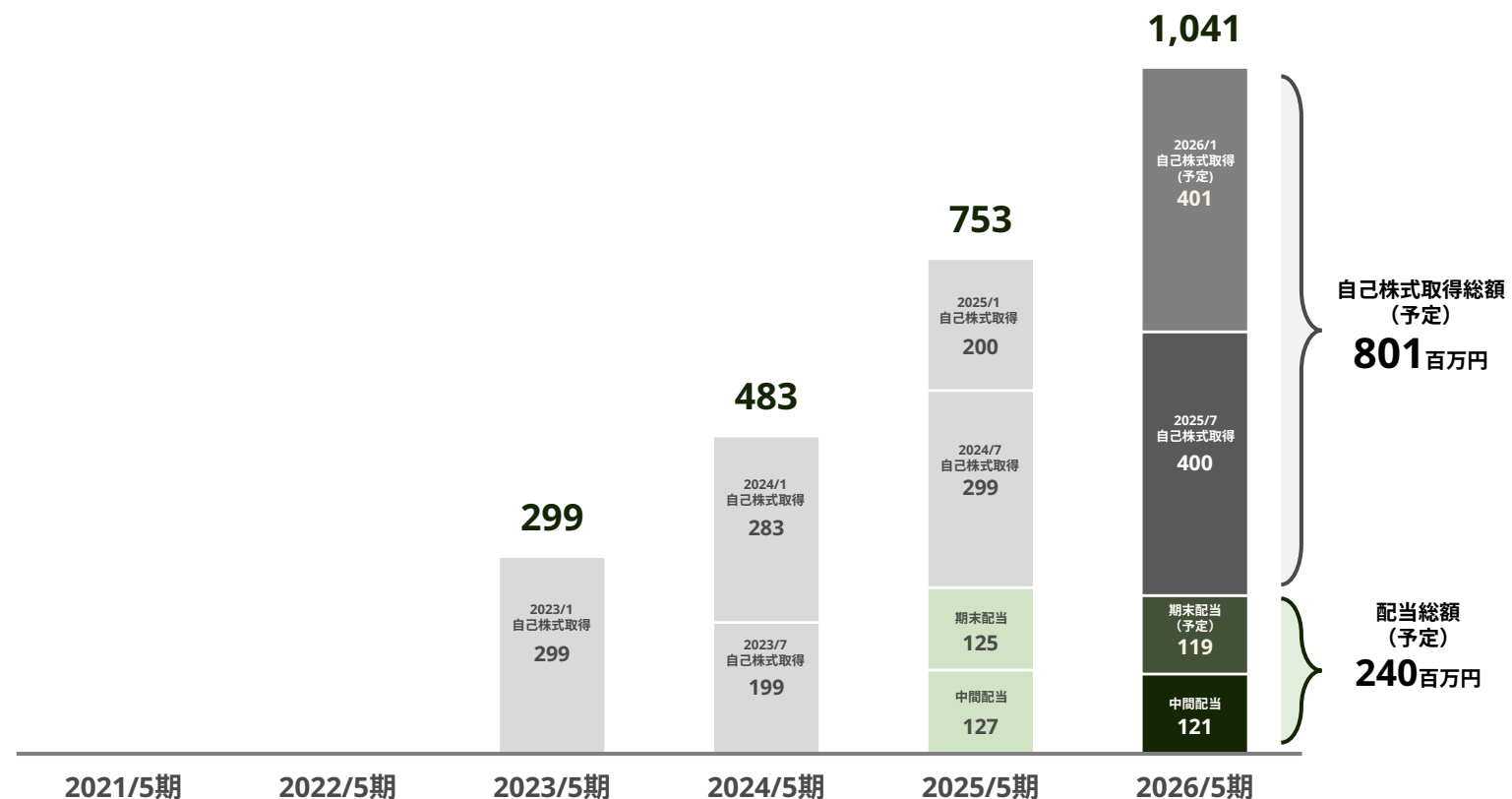
貸借対照表内訳



当期純利益が、配当・自己株式取得の金額を上回り、総資産・株主資本は増加

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

2026/5期は、株主還元総額約10億円

※ 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

財務関連指標

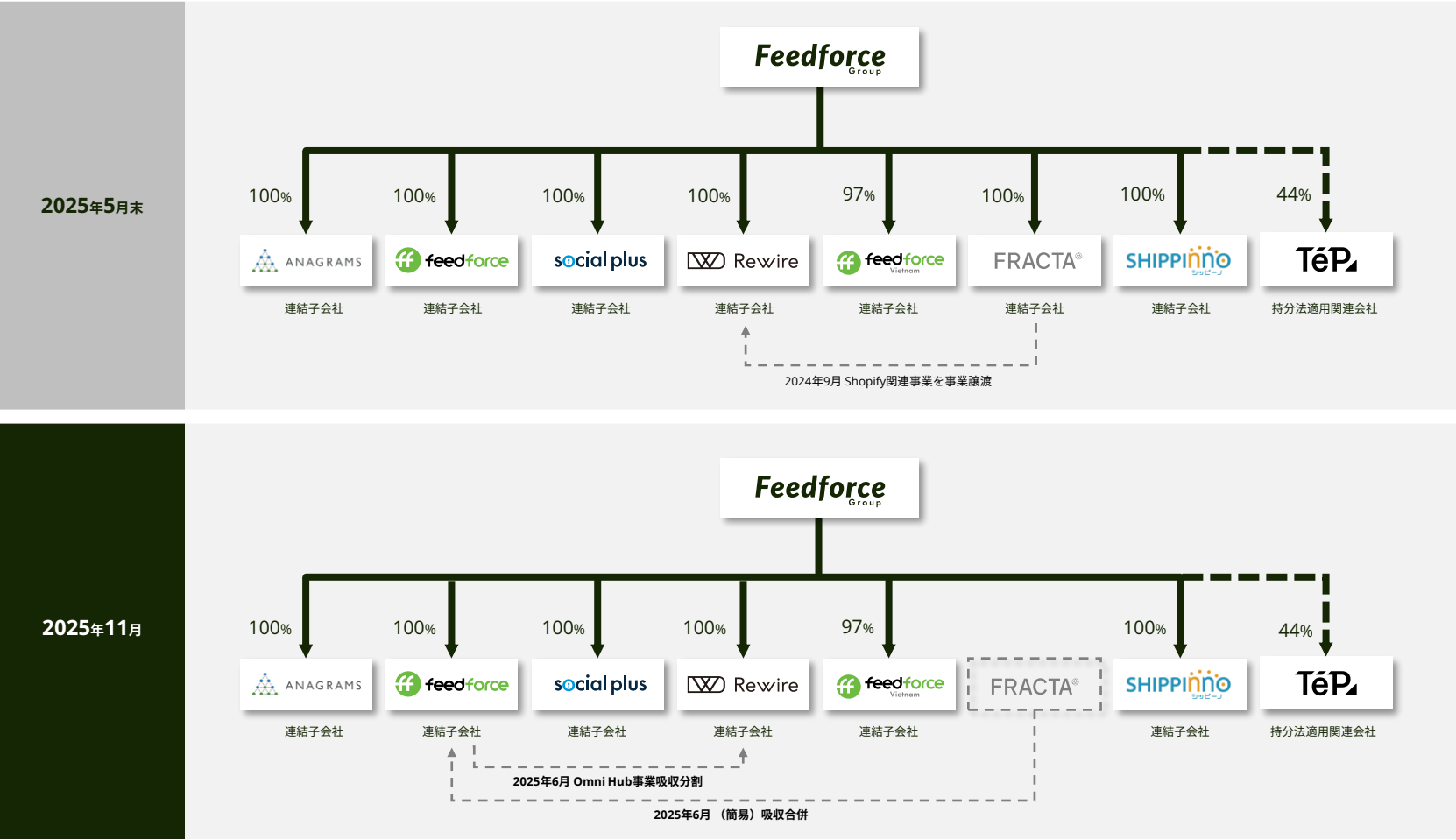
	2021/5期	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2025/5期	2026/5期Q2
売上高成長率	+69.5%	+20.7%	+32.0%	+6.6%	+3.4%	+13.7%
PS事業	+88.7%	+6.1%	+8.3%	+12.8%	+7.4%	+20.0%
SaaS事業	+26.4%	+21.9%	+24.1%	+23.3%	+12.2%	+8.5%
DX事業	—	—	+236.6%	△25.9%	△26.8%	△4.2%
売上高営業利益率	34.4%	31.0%	26.0%	29.3%	36.4%	+38.6%
PS事業	40.0%	43.2%	45.5%	42.9%	42.6%	+44.1%
SaaS事業	24.4%	38.9%	38.1%	40.5%	37.9%	+35.1%
DX事業	—	△94.6%	△39.3%	△44.8%	△2.9%	+13.1%
ROA※1,※2	15.2%	12.8%	13.6%	15.9%	20.1%	n.a.
ROE※2,※3	28.5%	22.5%	3.9%	17.0%	33.4%	n.a.
自己資本比率※4	36.6%	37.2%	39.0%	36.9%	42.0%	42.8%
D/Eレシオ※5	0.7x	0.8x	0.6x	0.8x	0.6x	0.6x

PS事業の
売上高成長率は約20%
営業利益率は約44%

SaaS事業の
売上高成長率は約8%
営業利益率は約35%

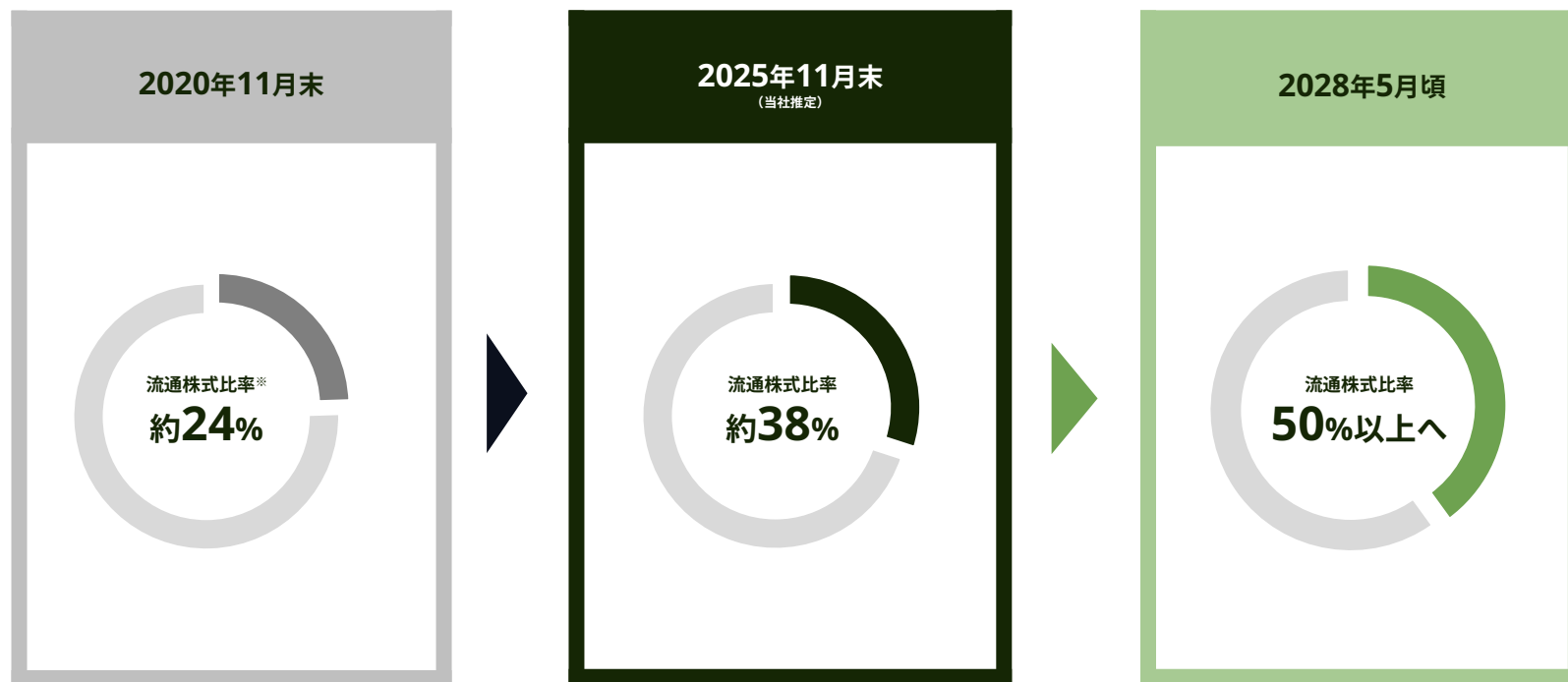
※1 ROA：営業利益 / ((期首資産合計+ 期末資産合計)/2)
 ※2 四半期またはマイナス値の場合は、「—」で表記
 ※3 ROE：親会社株主に帰属する当期純利益+ ((期首自己資本合計+ 期末自己資本)/2)
 ※4 自己資本比率：(株主資本+ その他包括利益累計額) ÷ 総資産
 ※5 D/Eレシオ：有利子負債 ÷ 純資産

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実施

当社流通株式比率



2025年8月時点の流通株式比率
38%（当社推定）

2028年5月頃を目途に、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

2. 事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年5月期 進捗状況

Progress

2026年5月期業績予想 進捗率

	(百万円)				
	2026/5期 Q2累計実績 (a)	2026/5期 (2025/6当初予想) (b)	2026/5期 (2025/10修正予想) (c)	修正予想 増減率 (c) / (b)-100%	修正後予想対比 進捗率 (a) / (c)
売上高	2,371	4,923	5,081	+3.2%	46.7%
PS事業	1,468	2,826	3,001	+6.2%	48.9%
SaaS事業	667	1,456	1,457	+0.0%	45.8%
DX事業	234	641	622	△2.8%	37.7%
EBITDA	1,014	2,096	2,279	+8.7%	44.5%
営業利益	916	1,850	2,052	+10.9%	44.6%
PS事業	647	1,032	1,257	+21.8%	51.5%
SaaS事業	237	586	580	△0.9%	40.9%
DX事業	31	231	214	△7.3%	14.4%
経常利益	904	1,823	2,026	+11.1%	44.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	706	1,200	1,452	+21.0%	48.6%
1株当たり当期純利益	28.83円	47.95円	59.27円	—	—

業績予想を上方修正し、2026/5期は、売上高50億円・営業利益20億円を見込む

Q2累計は、予想対比で売上高進捗率46%、営業利益進捗率44%

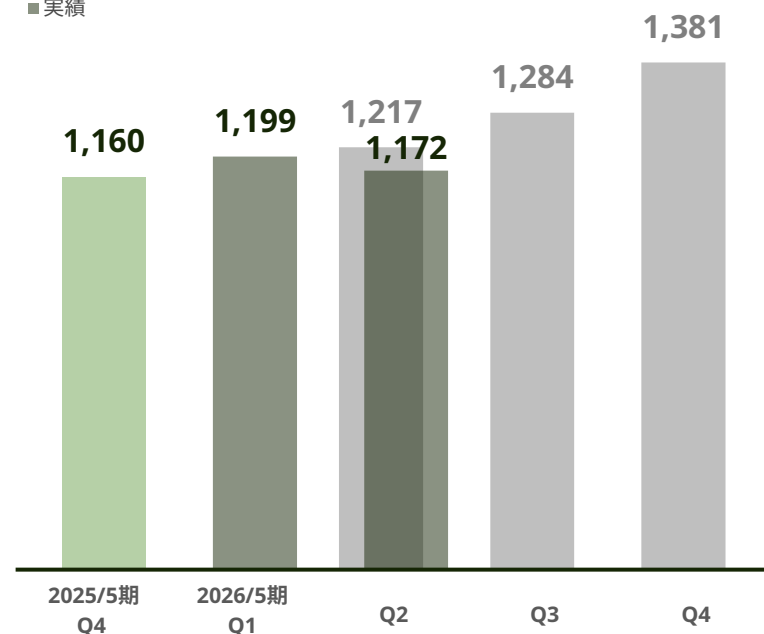
2026年5月期業績予想（2025/10修正後） 達成率・四半期推移

2026/5期Q2累計
達成率

売上高 **98.1%**

(百万円)

■ 計画
■ 実績

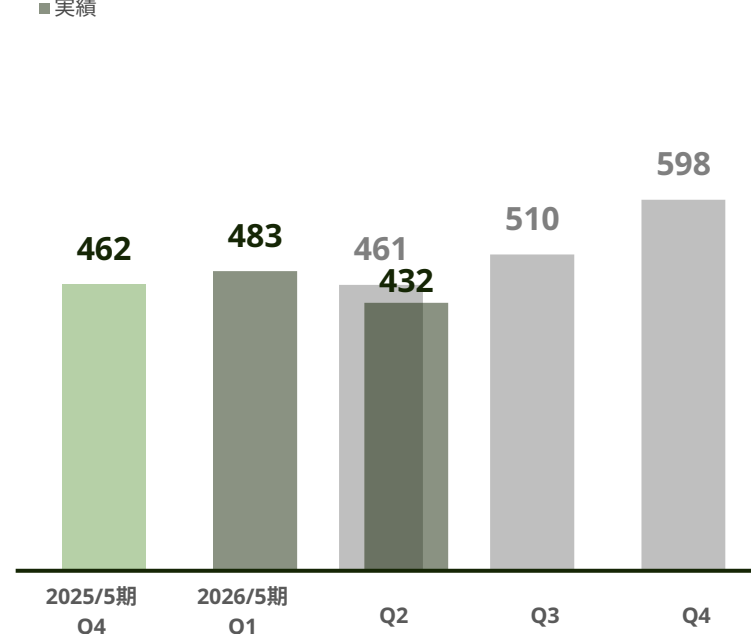


2026/5期Q2累計
達成率

営業利益 **97.1%**

(百万円)

■ 計画
■ 実績



Q2は、売上・利益ともに計画をやや下回って着地

Q3からQ4にかけて、新サービスの展開や季節的なトレンドを加味し大幅な増収増益を見込む

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2026年3月を予定)

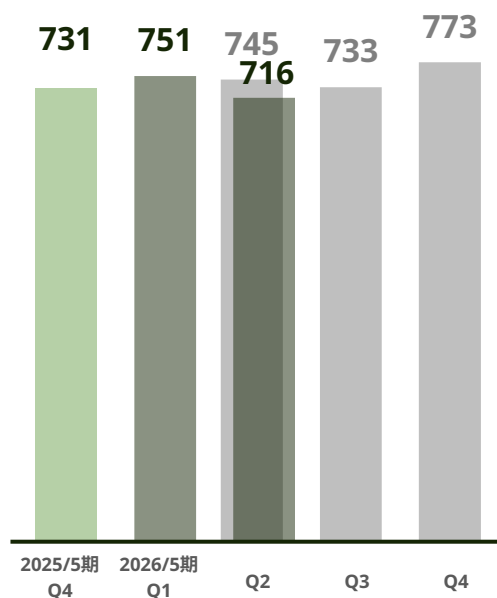
2026年5月期業績予想 (2025/10修正後) セグメント別達成率・四半期推移

PS事業
2026/5期Q2累計
達成率

売上高 **98.1%**

(百万円)

■計画
■実績

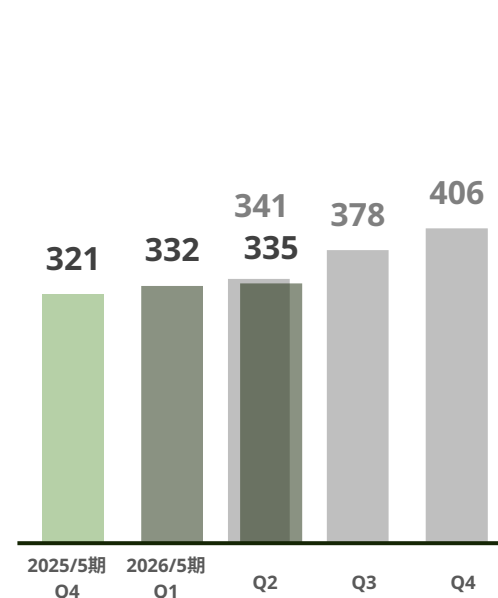


SaaS事業
2026/5期Q2累計
達成率

売上高 **99.2%**

(百万円)

■計画
■実績

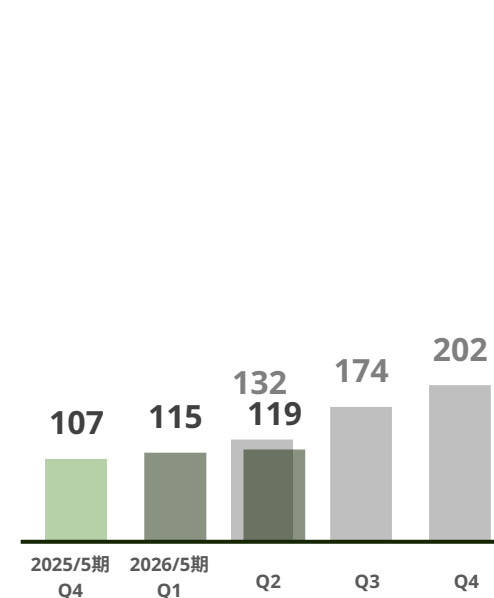


DX事業
2026/5期Q2累計
達成率

売上高 **95.1%**

(百万円)

■計画
■実績



Q2は、各セグメントでやや計画を下回る

事業計画

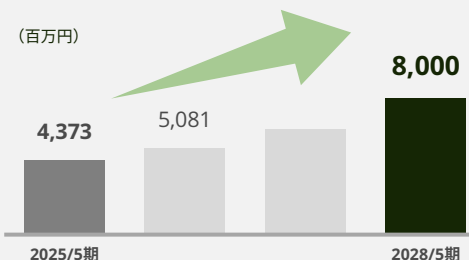
Business Plan

2028年5月期 数値目標

売上高

2025年5月期
43.7億円

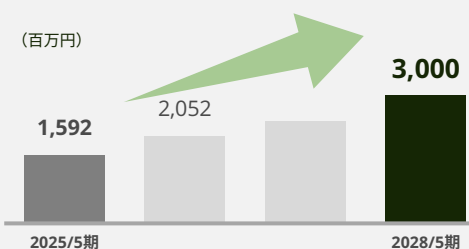
2028年5月期
80億円
(M&Aによる寄与を見込む)



営業利益

2025年5月期
15.9億円

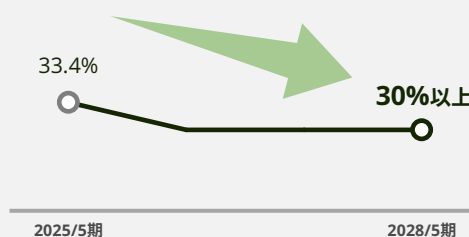
2028年5月期
30億円
(M&Aによる寄与を見込まない)



ROE

2025年5月期
33.4%

2028年5月期
30%以上



2028年5月期において、

- 売上高 80億円
(M&Aによる寄与を一定程度見込む)
 - 営業利益 30億円
(M&Aに伴う償却費用等が見込まれるため、M&Aによる寄与を見込まない)
 - ROE 30%以上
- を目標に据える

2028年5月期 セグメント別数値目標

PS事業	売上高	2025年5月期 26.3億円	2028年5月目標 40億円	<ul style="list-style-type: none"> 採用強化を図りつつ、データ連携を駆使したコンサルティング型支援体制へ
	セグメント損益	2025年5月期 11.2億円	2028年5月目標 15億円	
SaaS事業	売上高	2025年5月期 12.5億円	2028年5月目標 20億円	<ul style="list-style-type: none"> 高収益体制を維持しつつ、サービス領域を拡張しトップシェアを目指す
	セグメント損益	2025年5月期 4.8億円	2028年5月目標 9億円	
DX事業	売上高	2025年5月期 4.7億円	2028年5月目標 20億円	<ul style="list-style-type: none"> 既存Shopifyアプリの成長に加え、リワイアを中心に既存アプリ事業とIDソリューションの成長及びEC顧客向けソリューションを立ち上げ、大幅な利益成長へ
	セグメント損益	2025年5月期 △0.1億円	2028年5月目標 6億円	

営業利益の内訳は、PS事業とSaaS/DX事業にてそれぞれ15億円ずつ増加させる目標

主要サービス別事業計画

		2026年5月期計画	2028年5月期までの計画
PS事業	ANAGRAMS	<ul style="list-style-type: none"> 成長を維持しつつ安定的な運用体制を構築 <p>稼働人員の推移</p> <p>84名 120名 140名へ</p> <p>2022/5期末 2025/5期末 2026/5期末</p>	<ul style="list-style-type: none"> 採用の加速 給与水準の引上で採用競争力を高める Google Cloud Platform導入支援開始 データ連携等より深い支援が可能に
SaaS事業	social plus	<ul style="list-style-type: none"> LINE メッセージ配信機能をスタンドアローン化し、マーケティングオートメーション機能を強化 Emailパスワードレス認証、多要素認証、パスキーへの対応 	<ul style="list-style-type: none"> CDP とマーケティングソリューションを融合させ、認証領域・マーケティングオートメーション領域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、新顧客アカウントへの対応 少額利用可能オプション機能提供、アップセル促進 	<ul style="list-style-type: none"> 国内 EC 事業の「Must Have」サービスへ
	dfplus.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など業界特化でフィードの周辺領域含め提供価値拡大
DX事業	Rewire	<ul style="list-style-type: none"> 既存IDソリューションとの連携によるShopify関連新規事業の立ち上げ 	<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
	appunity	<ul style="list-style-type: none"> カスタマイズ開発、構築を含めたサービス展開強化によるエンタープライズ案件の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 国内外のパートナー戦略の拡大によるマーケット進出 プロダクトとプロフェッショナルサービスの掛け合わせによる拡大
	Omni Hub	<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 	<ul style="list-style-type: none"> OMOソリューションで国内No1へ
	SHIPPInno	<ul style="list-style-type: none"> TikTok Shopなど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"> TikTok Shop関連サービスを強化
	feedforce Vietnam	<ul style="list-style-type: none"> エンタープライズ・メーカーの現地EC・広告運用に注力 	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム市場での成長拡大を目指す事業者へのマーケティング支援へ

全セグメントの主要サービスで、成長のための施策を絶え間なく実施

5つの成長戦略

1.	Group Synergy	<ul style="list-style-type: none">顧客の成長をグループで支援シナジー深化により顧客支援ケイパビリティ拡大
2.	Full-Stack & Deep-Dive	<ul style="list-style-type: none">全方位データマーケティング × EC・HR特化
3.	¥2 Tn Commerce Frontier	<ul style="list-style-type: none">TikTokとLLM×Shopping、2兆円マーケットへの挑戦TikTok Shopの安定運用を支えるアプリケーション提供
4.	Agent-First SaaS	<ul style="list-style-type: none">LLM、AIエージェントからの利用拡大
5.	Partner & Propel	<ul style="list-style-type: none">事業パイプラインの拡大

これまで蓄積してきたデータ活用を
コアとして、5つの成長戦略を策定

1. Group Synergy

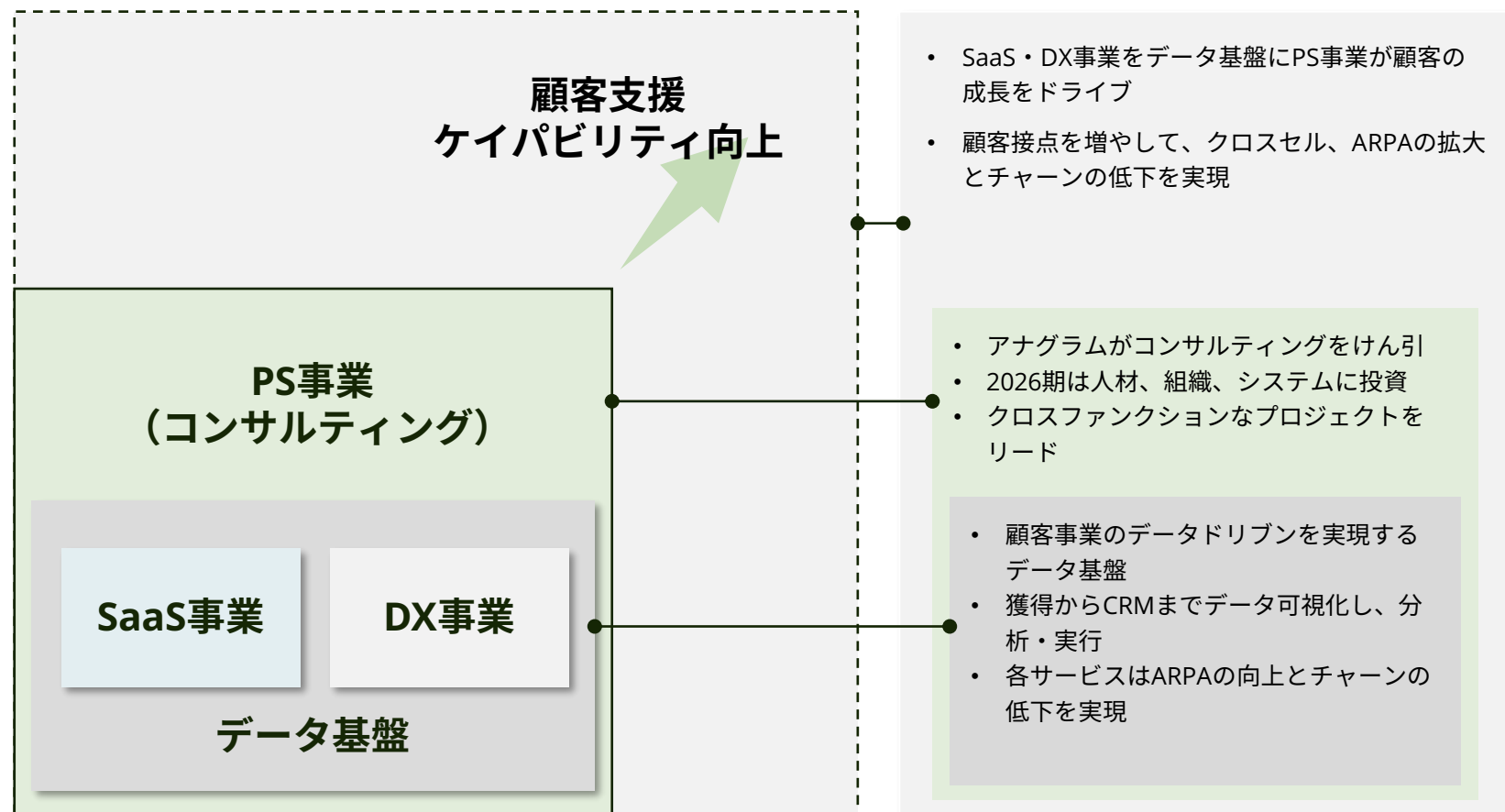
顧客の成長をグループで支援



- 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. Group Synergy

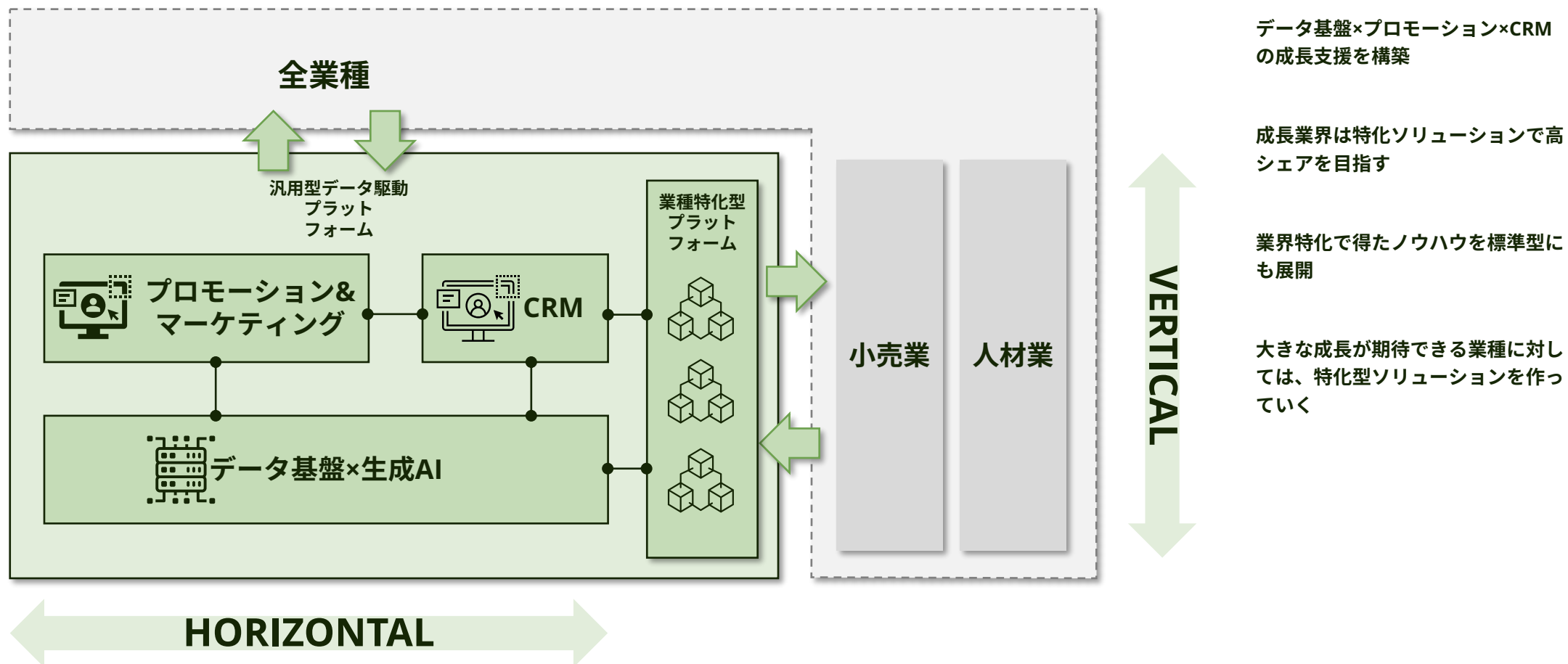
シナジー深化により顧客支援ケイパビリティ拡大



グループ連携で顧客支援のケイパビリティを広げ、共通のデータ基盤でLTVベースの顧客育成を実現

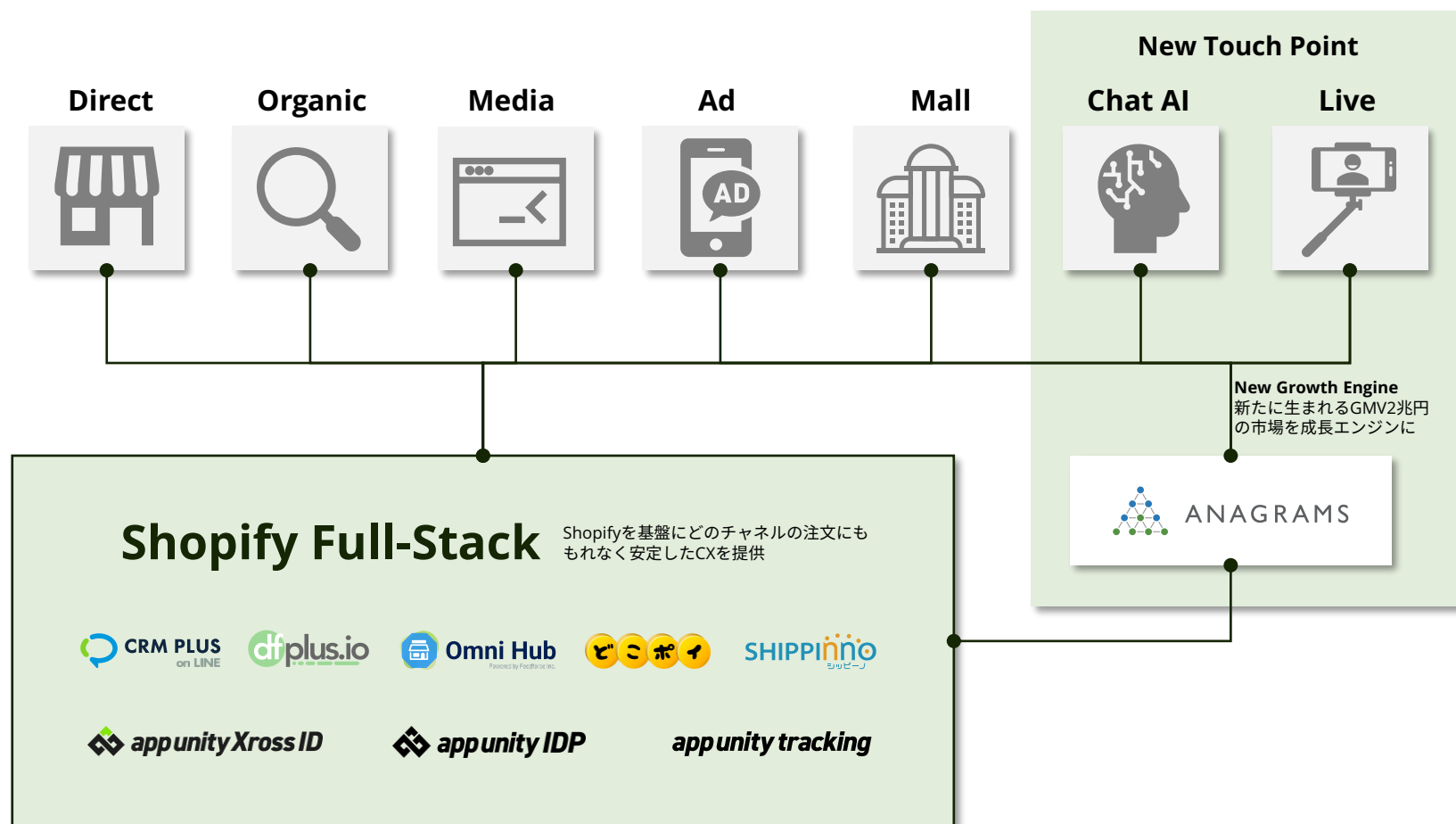
2. Full-Stack & Deep-Dive

全方位データマーケティング × EC・HR特化



3. ¥2 Tn Commerce Frontier

TikTokとLLM×Shopping、2兆円マーケットへの挑戦



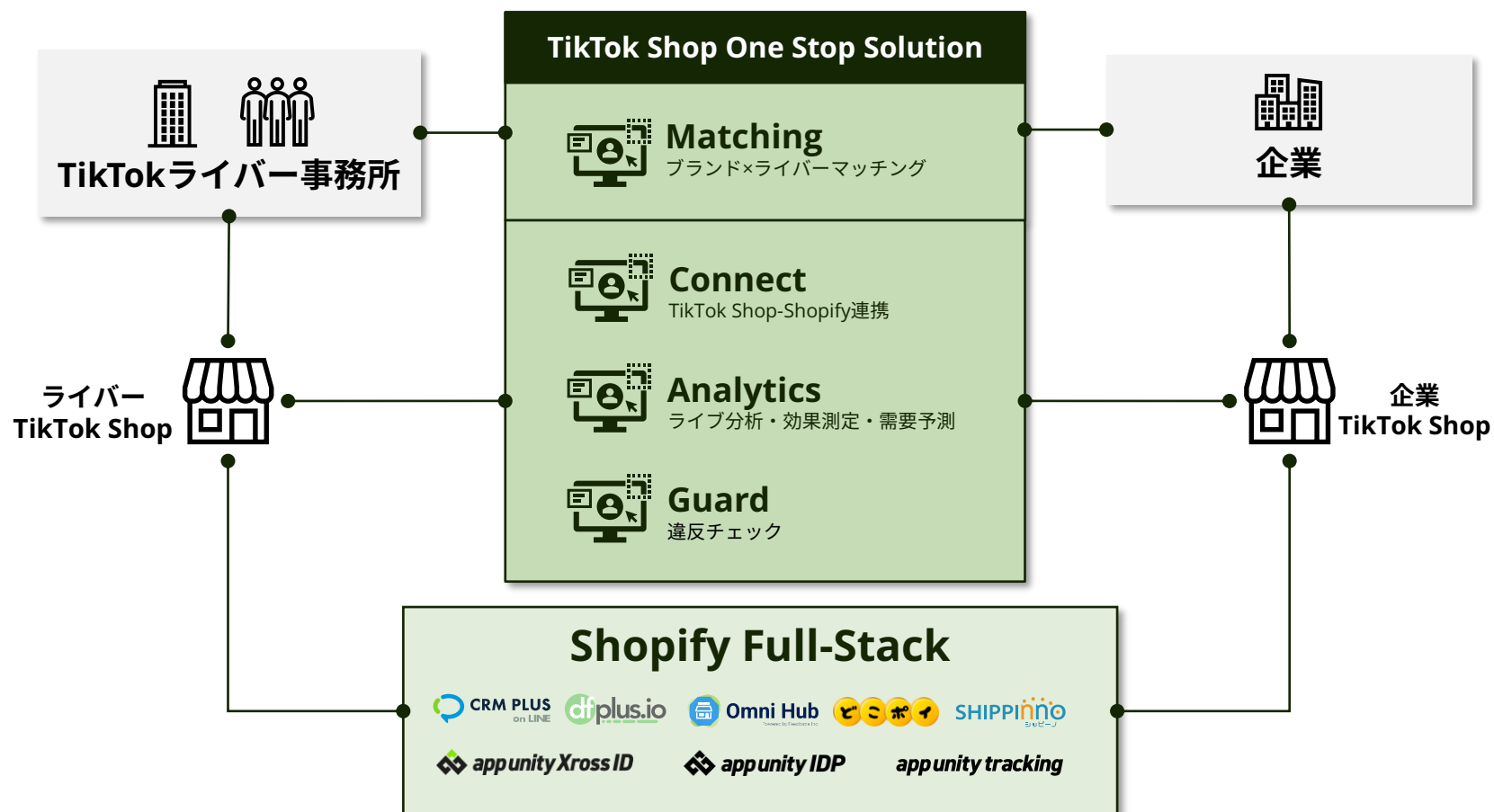
コマース領域で2つの新規事業

3年後に推計各1兆円規模のGMVを見込み、その中でNo1ソリューションを狙う

Shopifyと連動し既存アプリを活用

3. ¥2 Tn Commerce Frontier

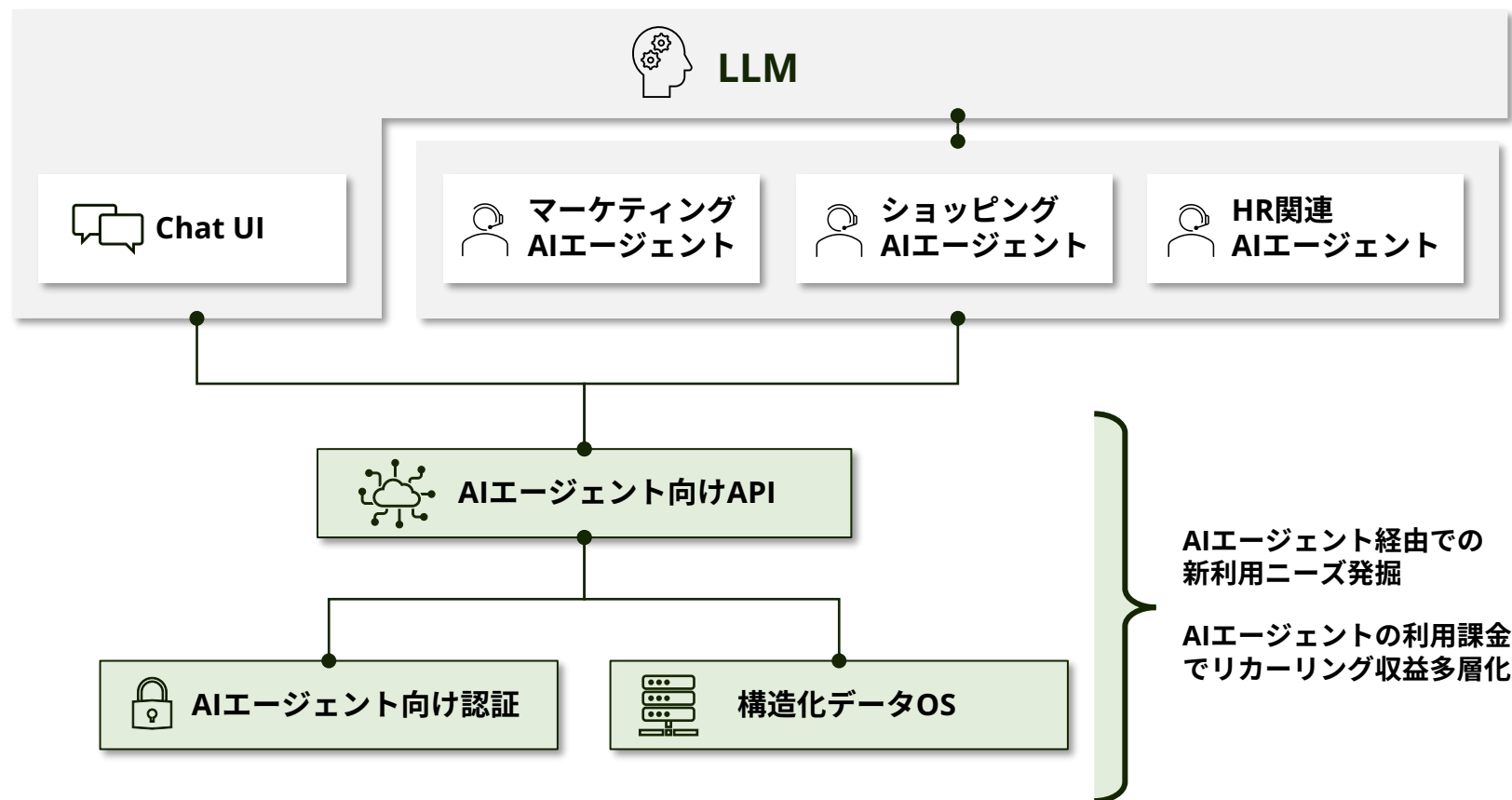
TikTok Shopの安定運用を支えるアプリケーション提供



TikTok Shop運用をワンストップで
支援する各種アプリ・ツールを開
発・提供

4. Agent-First SaaS

LLM、AIエージェントからの利用拡大



AIエージェントが最初のタッチポイントになることで、リーチできなかったユースケース・業界へ展開

サブスク基盤に従量課金とエージェント専用アドオンを重ね、リカーリング収益を多層化

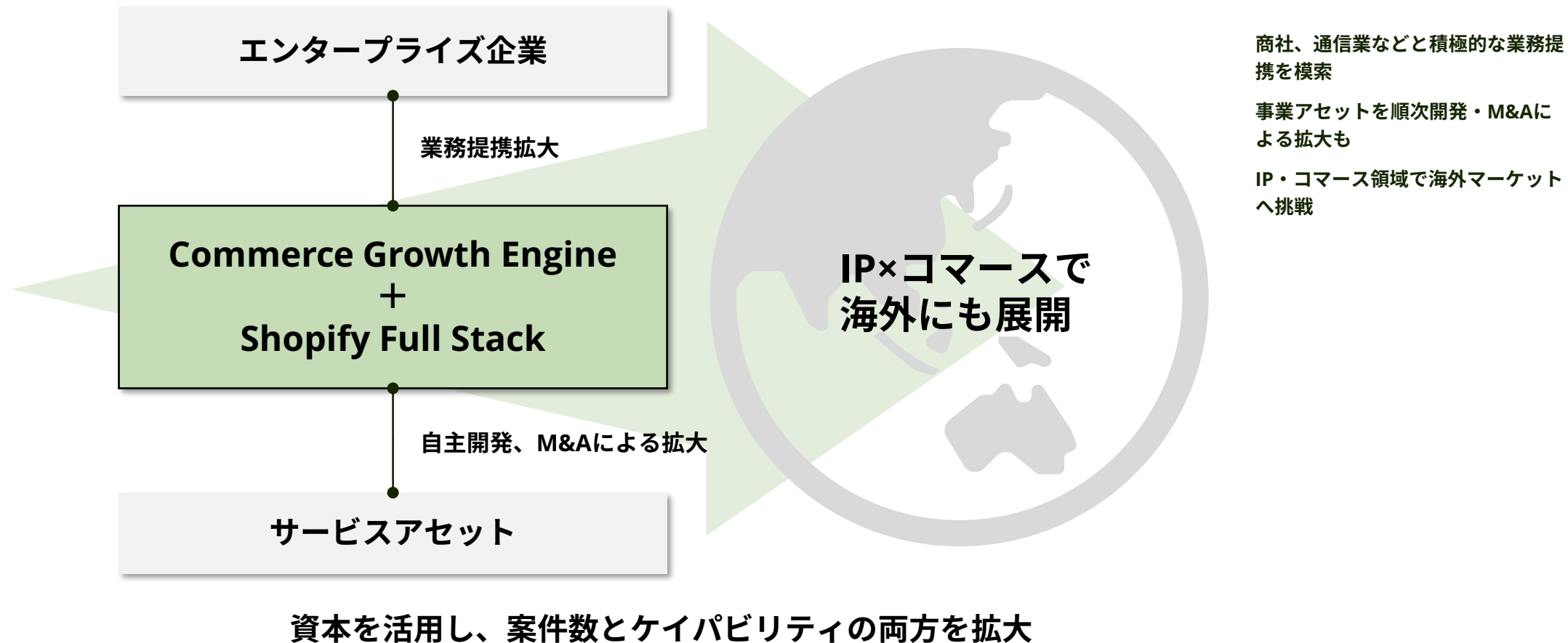
営業・サポート・導入にもAIを活用し、規模が拡大するほど利益率が高まる構造を実現

AIエージェント経由での
新利用ニーズ発掘

AIエージェントの利用課金
でリカーリング収益多層化

5. Partner & Propel

事業パイプラインの拡大



投資・株主還元方針

投資	対象領域	<ul style="list-style-type: none">・ Eコマース・人材・ マーケティング・データテクノロジー
	対象資産	<ul style="list-style-type: none">・ 固定資産（ソフトウェア等）・ M&Aまたは投資有価証券
	判断基準	<ul style="list-style-type: none">・ 原則IRR10%以上が期待できる案件

投資基準に満たなければ株主還元強化

株主還元	配当方針	<ul style="list-style-type: none">・ DOE 5%（年間）を目安
	自己株式取得	<ul style="list-style-type: none">・ 投資・配当を上回るキャッシュフローがあった場合に機動的に実施

成長戦略に沿ったシステム開発・M&A・資本提携に注力

- ・ 2025年6月にTikTok LIVEクリエイター事務所株式会社BOY NEXT DOORと資本業務提携実施

グループシナジーとして、各種ツール・アプリの連携開発

PS事業におけるデータ活用のための社内システム開発

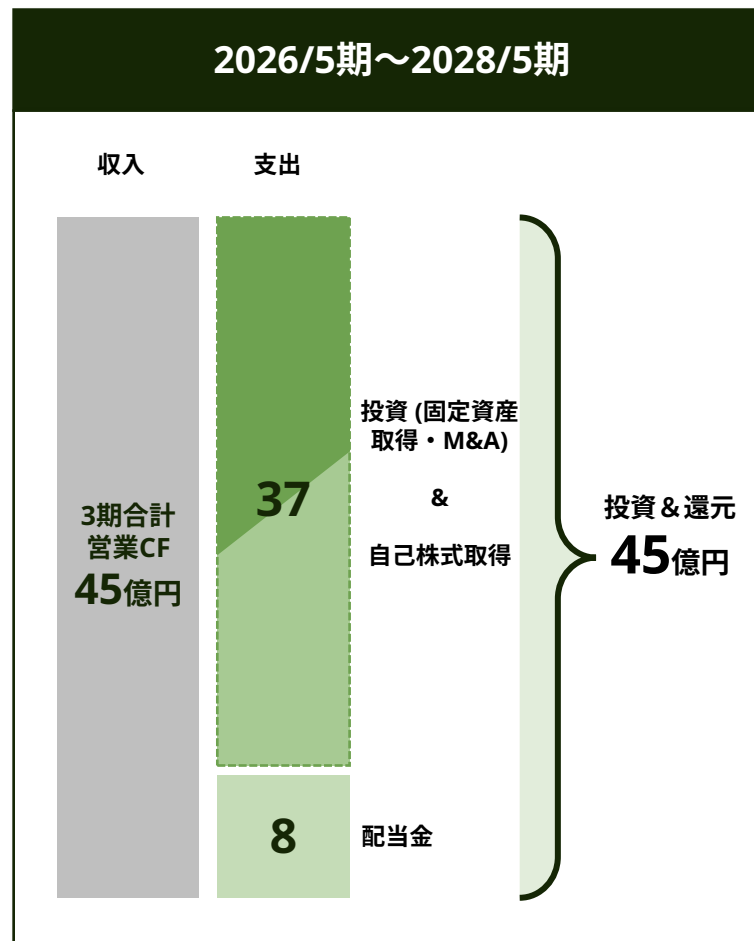
株主資本50億円程度（2025年5月末で約33億円）までは、現状の配当水準（1株あたり10円/年）を維持

ROE
30%維持
(レバレッジも活用)

高い収益率が期待できる案件を投資対象とし、事業シナジーが見込めるM&Aも含む

安定的な配当と機動的な株主還元を実施することにより、ROE30%を維持

キャッシュ・アロケーション方針



今後の営業キャッシュフローは、投資または株主還元として支出

M&Aを含む投資の最大額としては、37億円程度

投資案件がない場合の、株主還元の最大額は45億円程度

内部留保による手元資金増加は予定していない

経営指標 サービス別利用案件数

(件)

	2021/5末	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/5末	2025/11末	前期末比
PS事業							
Anagrams	115	116	156	166	160	167	+7
Feedmatic※1	45	49	—	—	—	—	—
SaaS事業							
ソーシャルPLUS	309	361	391	440	467	482	+15
dfplus.io	175	235	302	375	414	410	△4
EC Booster	303	283	460	419	317	—	—
DX事業							
Shopifyアプリ※2	—	532	144	258	650	716	+66
Shippinno※3	—	495	435	417	381	381	—
FRACTA	—	53	43	8	—	—	—

PS事業

Anagramsでは広告運用案件数に変動なし

SaaS事業

ソーシャルPLUSでは引き続きアカウント数が増加するも、dfplus.ioでは微減

EC Boosterは、2025年9月にサービス終了

DX事業

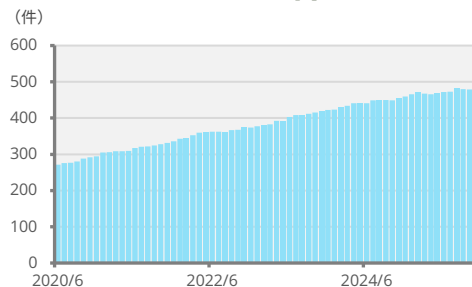
Shopifyアプリはアカウント数増加

※1 2022年6月吸収分割に伴い、2023/5末以降は利用件数もAnagramsと統合
 ※2 Shopify提供アプリの有料アクティブアカウント数（Shopifyアプリ「定期購買(2022/5末まで)」 「Omni Hub」 「どこボイ」 「XrossID」 「IDP」 「Tracking」 の合計）
 ※3 決算期が異なるため、各決算期の2月前の件数を記載

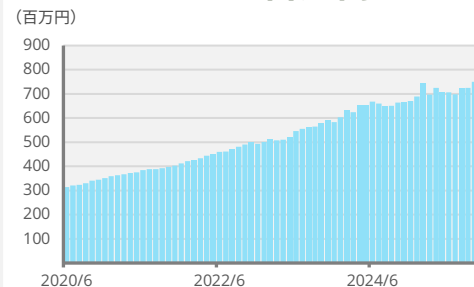
経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

social plus

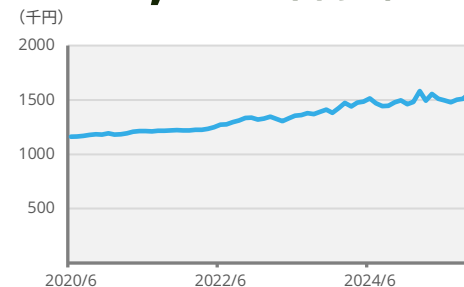
アカウント数
482件



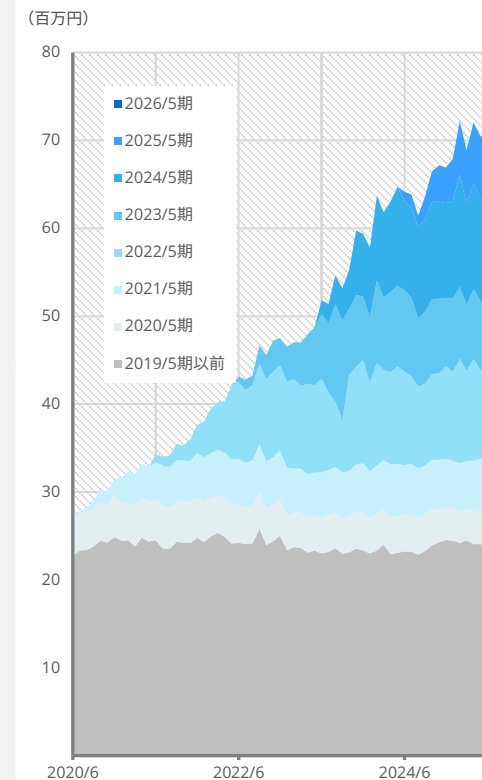
ARR※2
767百万円



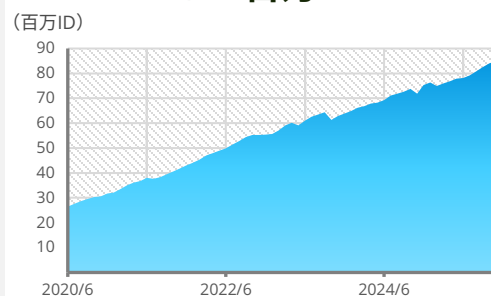
ARPA※3
1,591千円/年



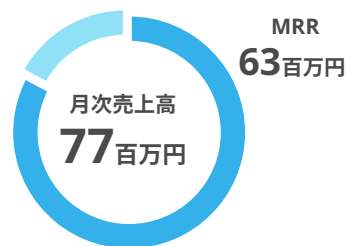
月次売上高コホートグラフ



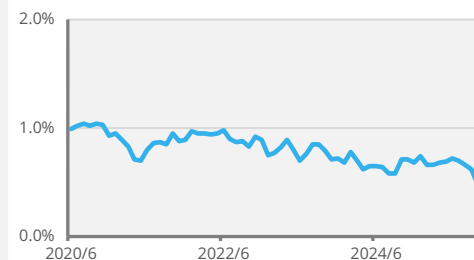
登録ユーザーID数※1
84百万ID



リカーリング売上比率
82.8%



解約率※4
0.53%

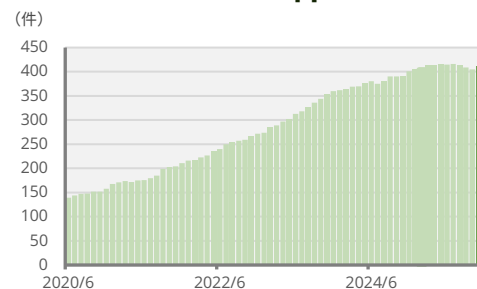


※1 ソーシャルPLUSサービスを通じて登録されているユーザーID総数
※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
※3 1アカウント当たり平均ARR。Shopifyアプリ「CRMonLine」は1アカウントとして算出
※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

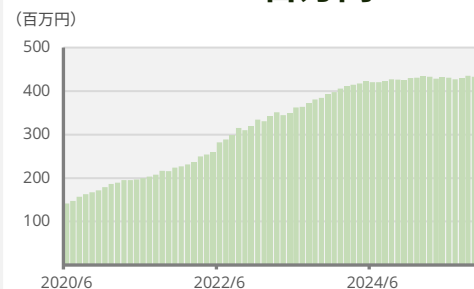
経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



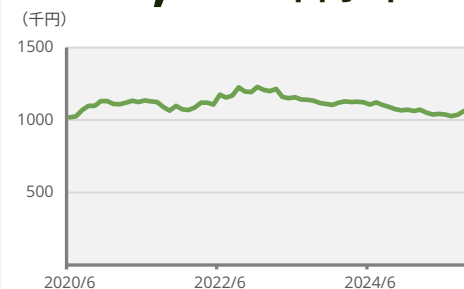
アカウント数
410件



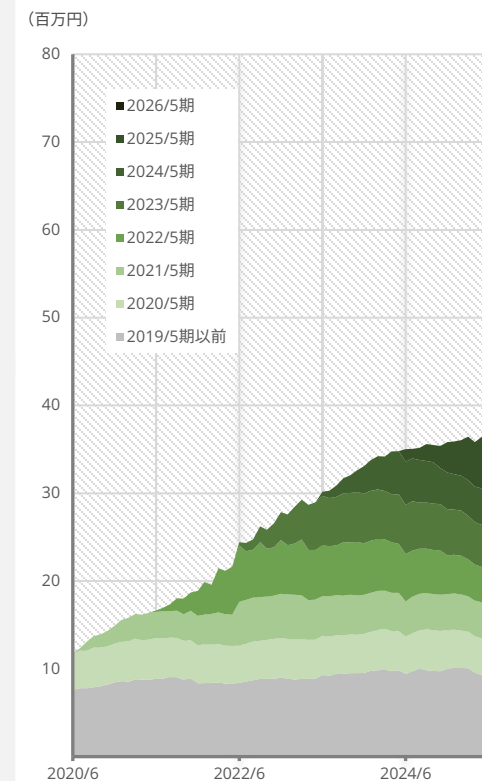
ARR^{※2}
437百万円



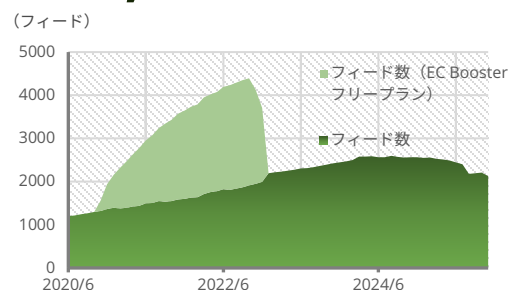
ARPA^{※3}
1,067千円/年



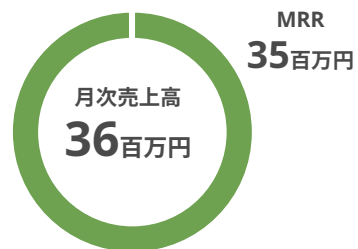
月次売上高コホートグラフ



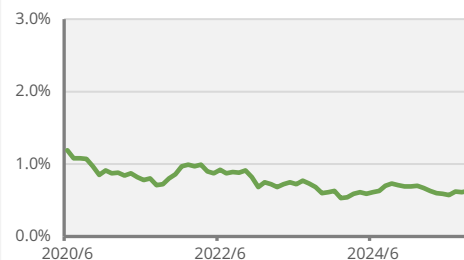
データフィード数^{※1}
2,124 フィード



リカーリング売上比率
100.0%



解約率^{※4}
0.70%



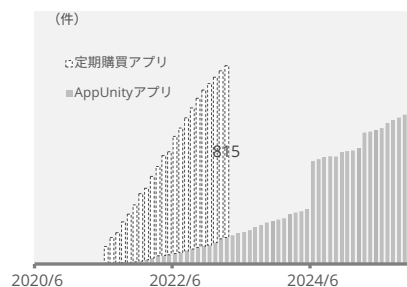
※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和、EC Boosterフリープランは2022年12月にて終了し、2023年1月以降はエントリープランによるデータフィード数を算入
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

経営指標 [売上関連データ] DX業績指標

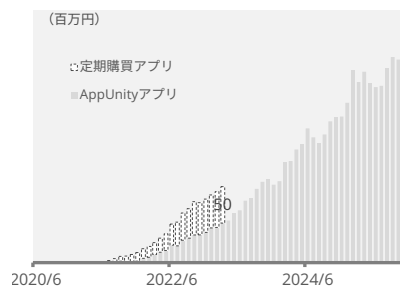


(直近月次は2025年9月)

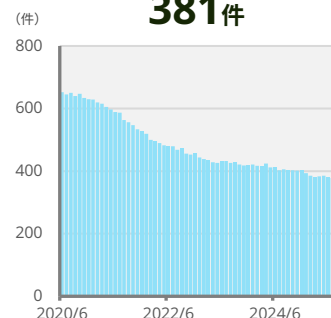
アクティブ数※2
716件



ARR※3
295百万円



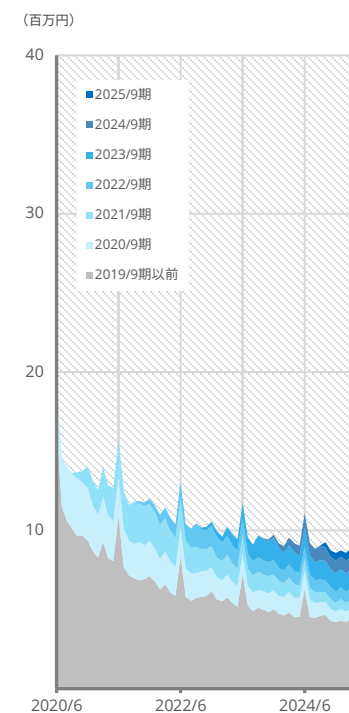
アカウント数
381件



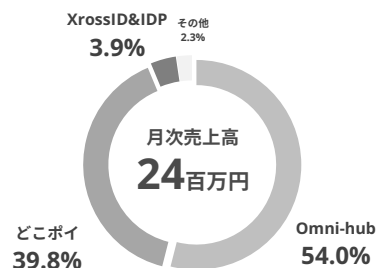
年次換算取扱高※1
101百万円/年



月次取扱高コHORTグラフ



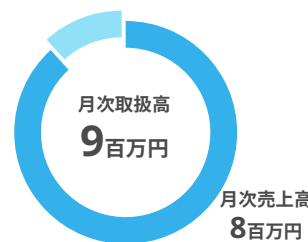
売上比率



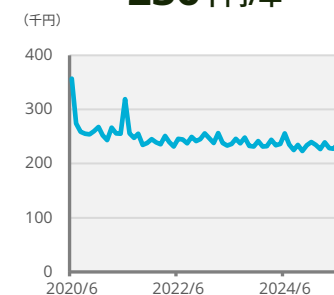
ARPA※4
412千円/年



ディクレート※2
88.2%



アカウントあたり平均売上高※3
236千円/年



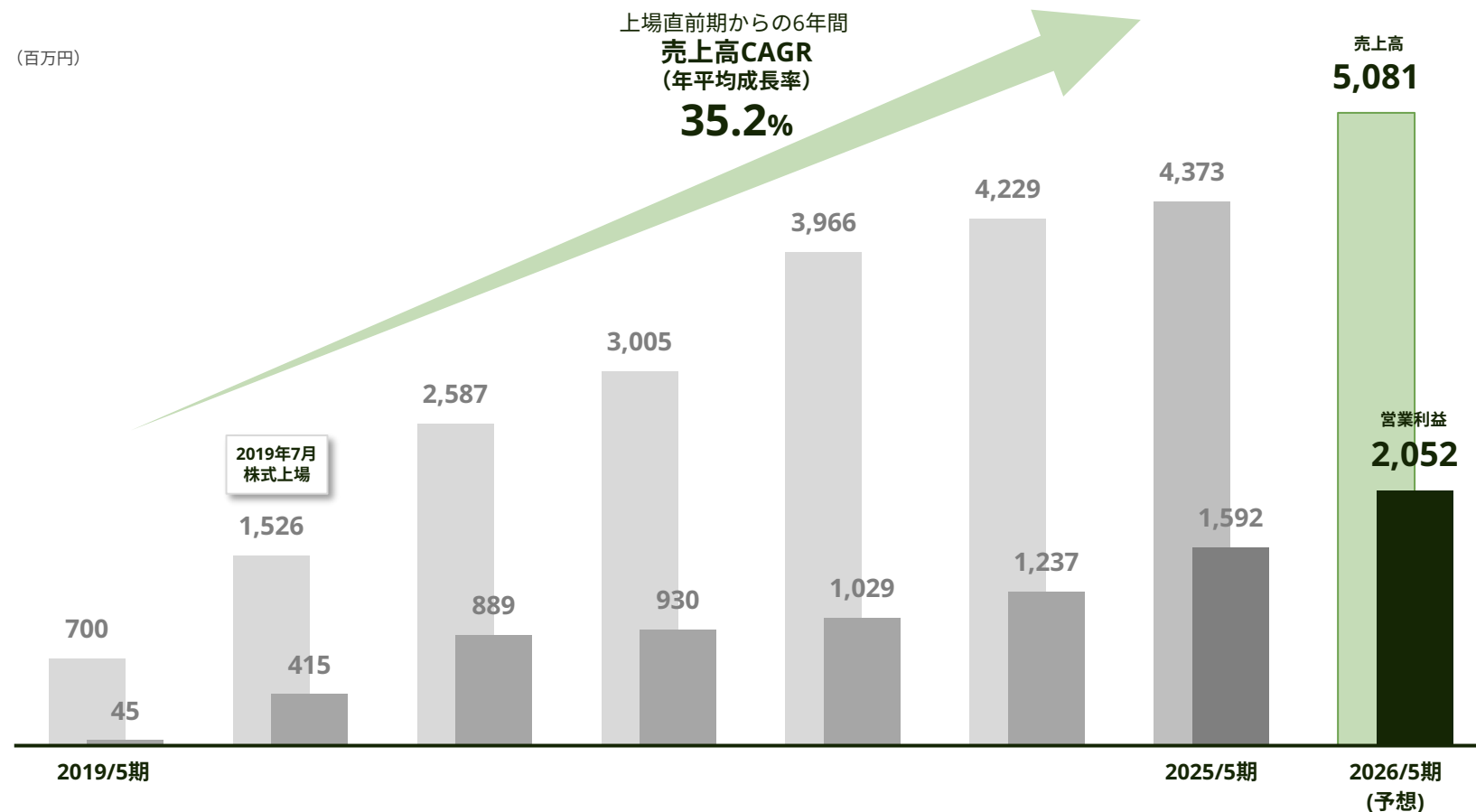
※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「OmniHub」「どこボイ」「XrossID」「IDP」「Tracking」の合計。定期購買アプリは共同事業としては2023年3月で終了
※2 有料プランアクティブ数のみを計上
※3 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出。定期購買アプリでは当社収益額のみ計上
※4 1アカウント当たり平均ARR

※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

競争力の源泉

Source of competitiveness

経営資源・競争優位性 持続的な成長

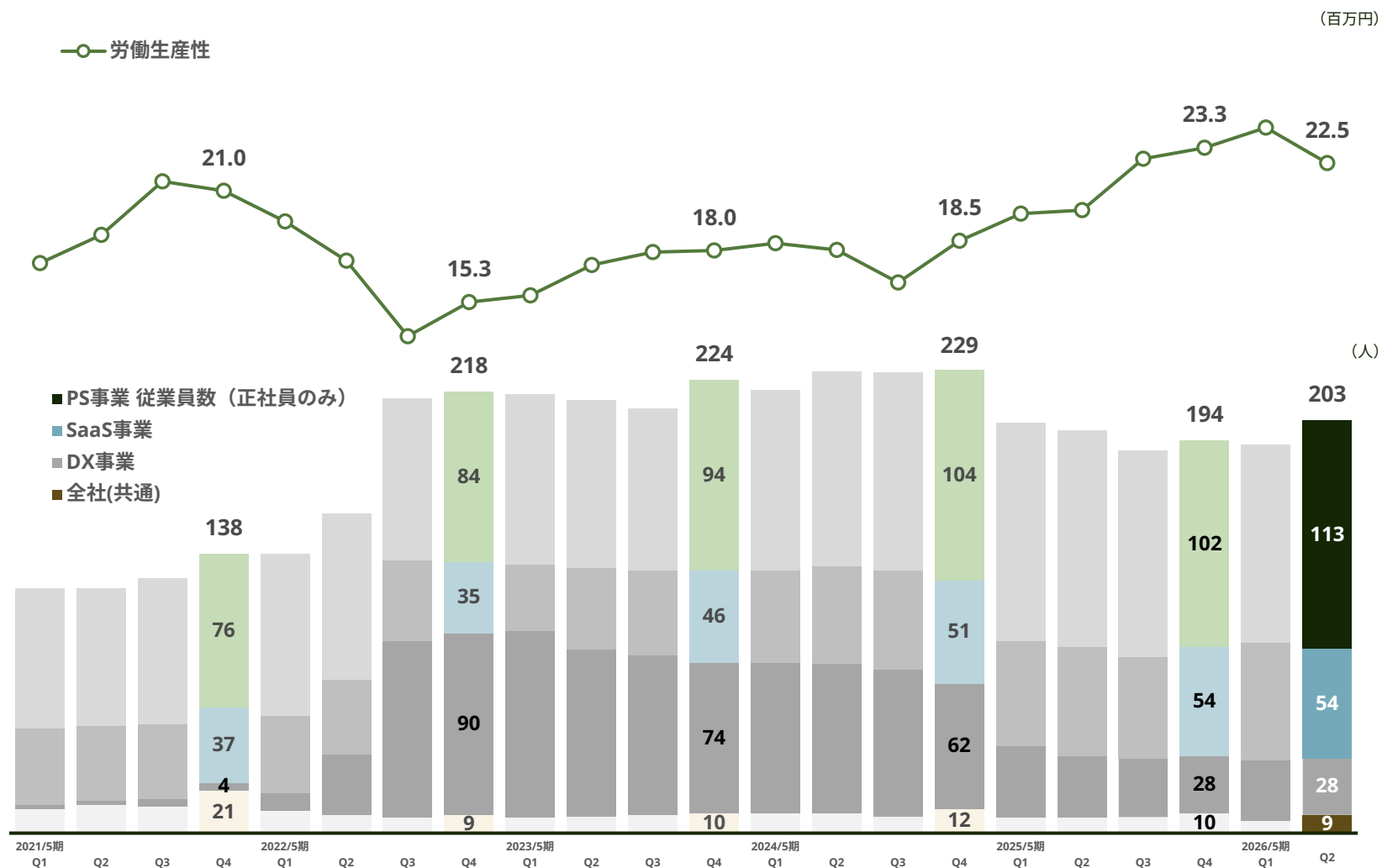


高い売上成長率を維持しながら、株式上場前より連続増収増益を達成

2026/5期も増収増益を見込む

※ 2020/5期以降は連結

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、主にPS事業での増員により前期末比で9名増加

人員増加に伴い労働生産性は、年換算ベースで22百万円/人とQoQでやや下落するも高水準を維持

※ 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（正社員数）で除して算出

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 2,637 百万円 (2025/5期) 正社員数 102 名 (2025/5期末)	売上高営業利益率 (2025/5期) 42.6%		
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 1,259 百万円 (2025/5期) 正社員数 54 名 (2025/5期末)	売上高営業利益率 (2025/5期) 37.9%	上場直前期 (2019/5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 476 百万円 (2025/5期) 正社員数 28 名 (2025/5期末)			Shopify関連事業 YoY売上高成長率 (2025/5期) +106.9%

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

経営資源・競争優位性 経営メンバー

代表取締役会長
(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

取締役社長
(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)セプテーニ、(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、2025年8月取締役社長役就任

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
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

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

ビジネスモデル

Business Model

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		✓	✓	✓
		✓		
			✓	
				✓
				✓
				✓

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



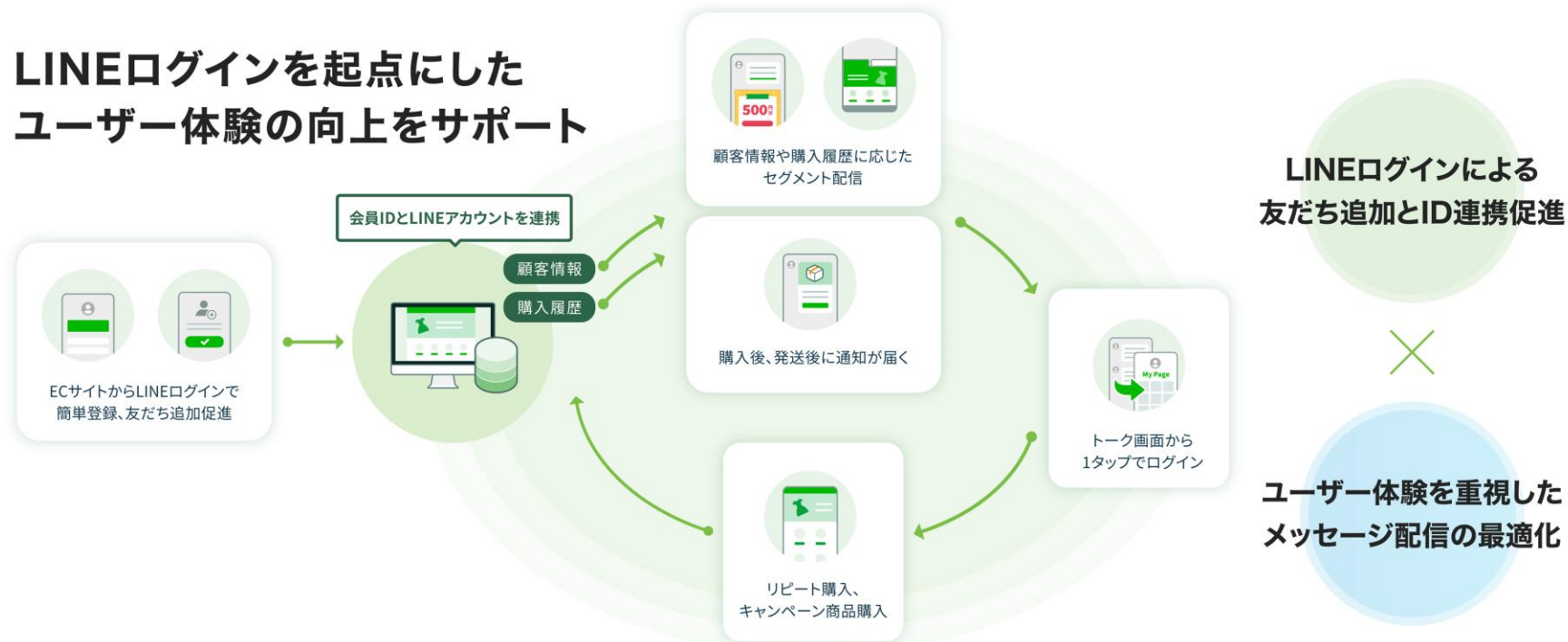
営業と運用を分けない、
一気通貫な体制



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

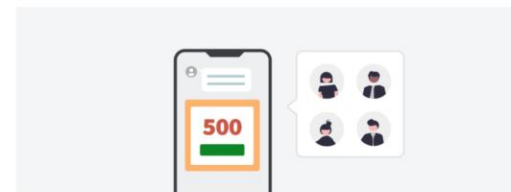


会員登録・購入フローの簡略化



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

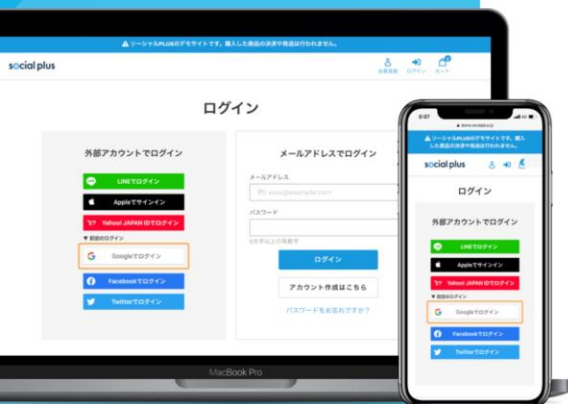


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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





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。



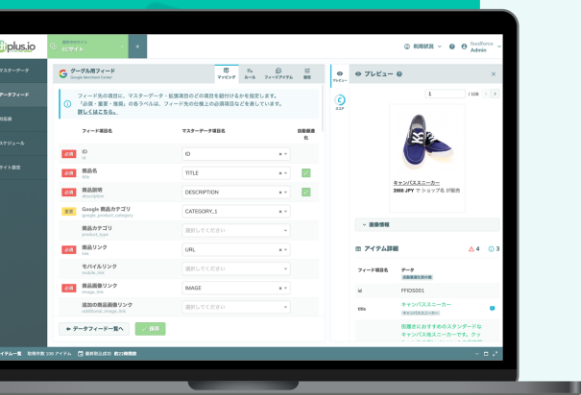
強力な機能

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。





スマレジ



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

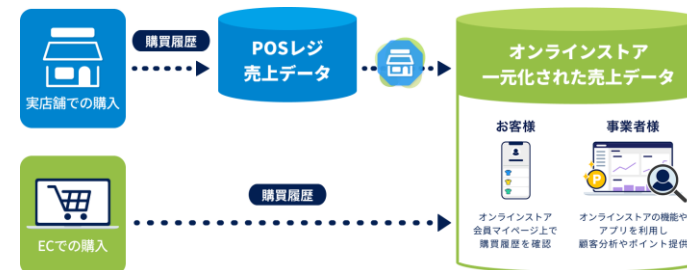
ECサイト上に
会員バーコードを表示！



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



ノーコードインストール

コードを編集せずに導入可能（最新Online Store2.0対応）

※テーマ・機能により一部コード修正必要



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



会員ランク

顧客のタグごとにポイント付与率変更



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



チェックアウト拡張

チェックアウト画面でポイントの利用や表示 ※Shopify Plusストア限定



商品ごとの付与率変更

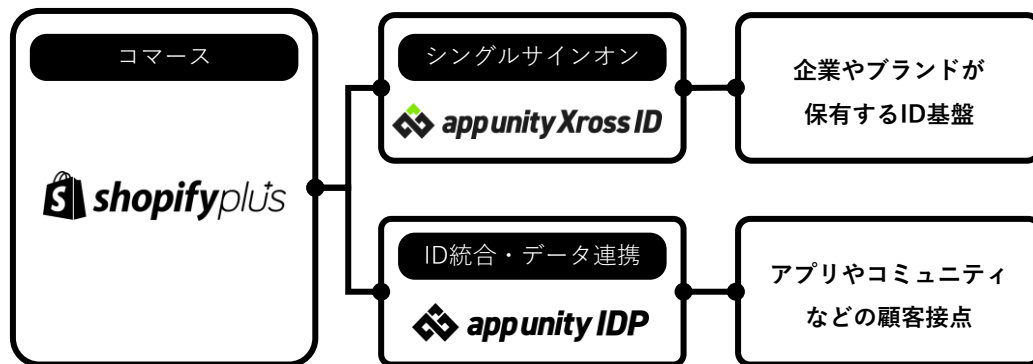
商品単位でポイント付与率のアップダウンが可能

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/>



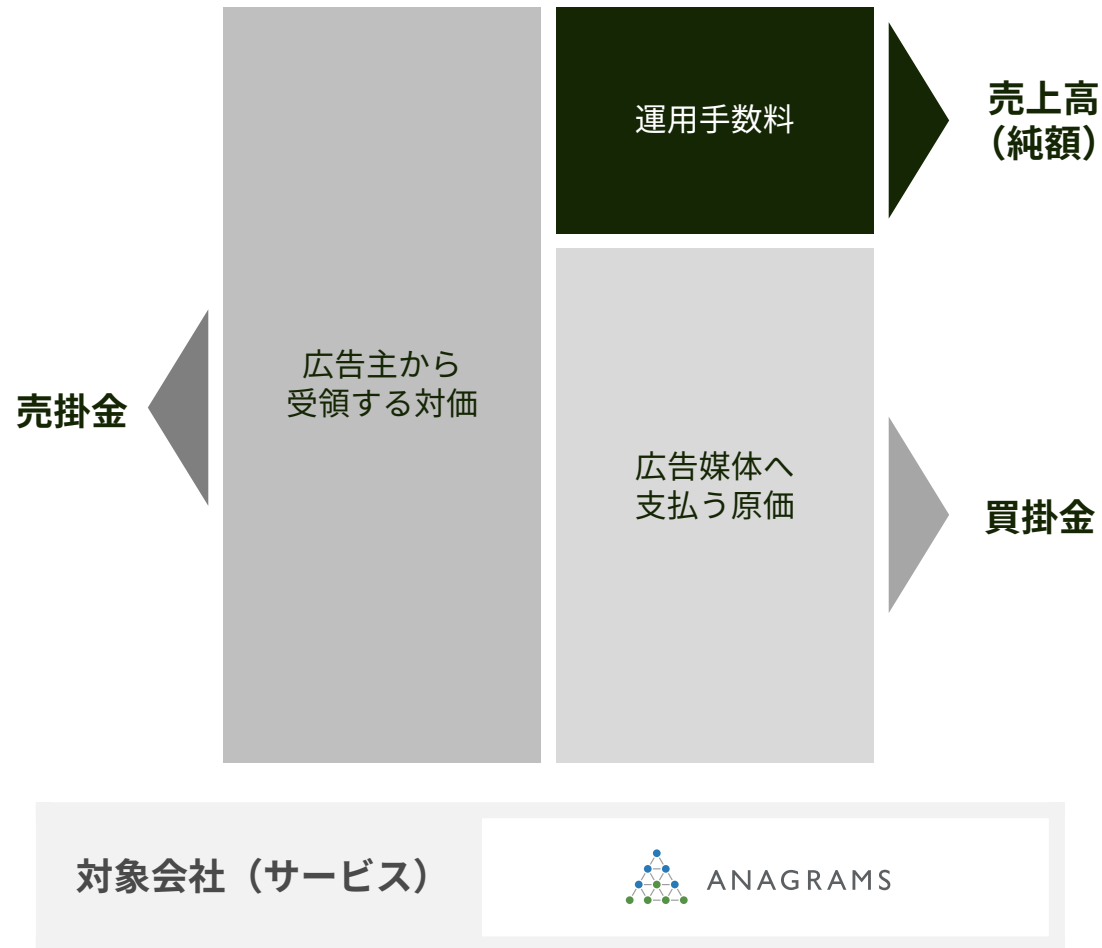
事業の収益構造 主要サービス一覧と料金体系

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		
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 	ECの出荷・受注業務自動化ツール（従量料金部分あり） 
構築（初期）費用 + 月額固定		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 	スマレジ連携Shopifyアプリ 
		LINE活用CRM基盤Shopifyアプリ 	ポイント機能Shopifyアプリ 
			 

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

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



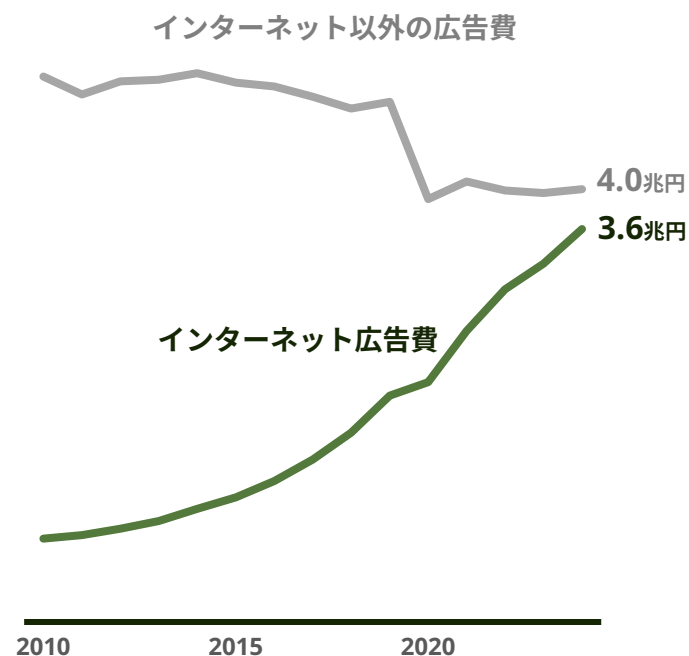
広告運用代行業務は、純額ベースで
売上高を計上

市場環境

Market Environment

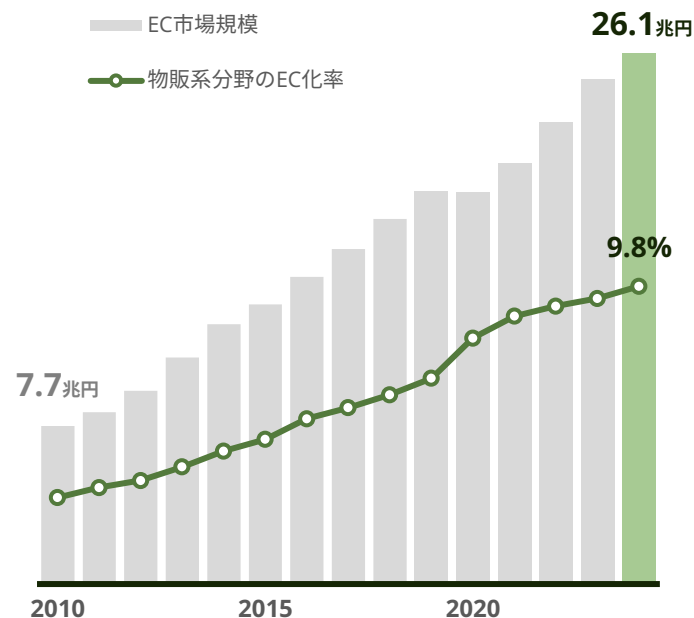
市場規模 インターネット広告市場・電子商取引市場

国内インターネット広告市場



出所：株式会社電通「2024年 日本の広告費」（2025年2月）

国内電子商取引市場



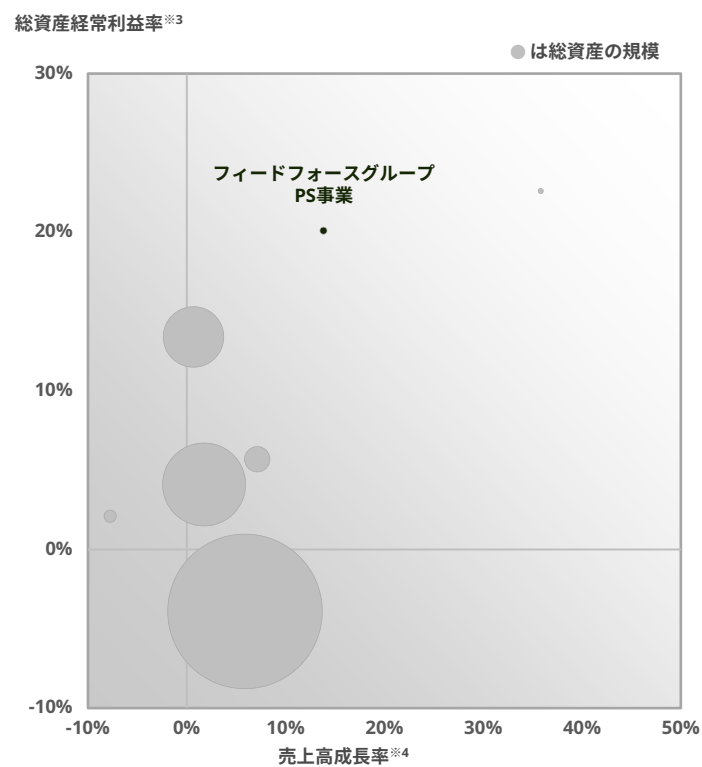
出所：経済産業省「令和6年度電子商取引に関する市場調査」（2025年8月）

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

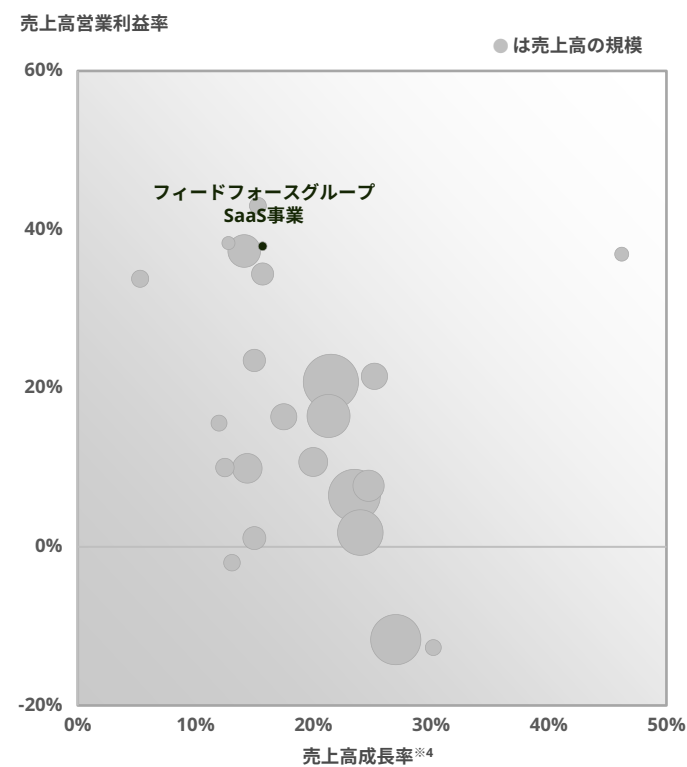
2024年のEC取引市場規模は26.1兆円となり、物販系分野においては前年比+3.7%の拡大で、EC化率は9.8%

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

リスク情報

Risk Information

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

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。