



2026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)

フィードフォースグループ株式会社

2026年3月26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	23
2026年5月期 進捗状況	24
事業計画	28
競争力の源泉	47
ビジネスモデル	52
市場環境とリスク対応	62

1. 決算ハイライト

連結業績概要

(百万円)

	2025/5期 Q3累計	2026/5期 Q3累計	YoY	2025/5期 Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
取扱高	11,749	14,543	+23.8%	4,110	4,391	5,008	4,603	4,931	+7.1%
売上高	3,213	3,603	+12.1%	1,128	1,160	1,199	1,172	1,232	+5.2%
EBITDA*	1,275	1,581	+23.9%	513	513	531	482	567	+17.6%
営業利益	1,130	1,430	+26.6%	463	462	483	432	514	+18.9%
経常利益	1,071	1,414	+32.0%	433	455	478	426	509	+19.4%
税金等調整前 当期純利益	1,078	1,441	+33.6%	440	367	506	426	508	+19.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	707	1,035	+46.3%	306	295	336	370	328	△11.3%

連結業績

YoY・QoQで増収増益

※ 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 Q3累計	2026/5期 Q3累計	YoY	2025/5期 Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業※									
売上高	1,906	2,218	+16.3%	682	731	751	716	749	+4.6%
セグメント損益	780	955	+22.4%	314	342	353	293	307	+4.9%
SaaS事業									
売上高	938	1,010	+7.8%	322	321	332	335	342	+2.1%
セグメント損益	360	396	+10.2%	138	123	114	123	159	+29.2%
DX事業									
売上高	368	375	+1.7%	123	107	115	119	140	+17.5%
セグメント損益	△10	78	-	11	△3	14	16	47	+197.2%

PS事業

YoY・QoQともに、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

SaaS事業

YoY・QoQともに、ソーシャルPLUSの顧客増が寄与し増収増益

DX事業

YoYは増収、採算性向上により大幅黒字転換

QoQは、Shopify構築案件増加により増収増益

※ 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 Q3累計	2026/5期 Q3累計	YoY	2025/5期 Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
PS事業	1,906	2,218	+16.3%	682	731	751	716	749	+4.6%
Anagrams	1,857	2,184		668	716	739	706	738	
その他	49	34		14	14	12	10	10	
SaaS事業	938	1,010	+7.8%	322	321	332	335	342	+2.1%
ソーシャルPLUS	593	681		207	206	217	227	236	
dfplus.io	305	319		103	104	105	107	106	
その他	38	10		12	10	9	1	0	
DX事業	368	375	+1.7%	123	107	115	119	140	+17.5%
Shopify関連事業	232	287		89	77	85	91	110	
Shippinno	82	76		26	25	26	25	24	
ベトナム事業	16	11		6	3	3	3	5	
その他	37	—		1	0	—	—	—	

PS事業

Anagramsでは、YoY・QoQともに増収

SaaS事業

ソーシャルPLUSは、YoY・QoQともに増収

dfplus.ioは、YoY増収・QoQ減収

EC Boosterは、2025年9月サービス終了

DX事業

Shopify関連事業は、YoY・QoQともに増収

営業費用

(百万円)

	2025/5期 Q3累計	2026/5期 Q3累計	YoY	2025/5期 Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	Q3	QoQ
営業費用	2,083	2,173	+4.3%	664	697	716	739	717	△2.9%
売上原価	928	1,050	+13.1%	294	328	338	356	355	△0.1%
人件費	677	803		215	225	260	270	273	
経費	251	247		78	103	78	85	82	
販売費及び一般管理費	1,154	1,122	△2.7%	370	368	377	382	361	△5.5%
人件費	602	556		196	194	188	189	178	
経費	552	566		174	174	188	193	183	
採用研修費	38	38		10	25	12	17	9	
広告宣伝費	17	22		7	5	9	7	5	
不動産関係費	85	86		29	29	29	28	28	
減価償却費	110	114		38	38	36	37	40	
のれん償却額	35	35		11	11	11	11	11	
その他	265	268		78	66	88	90	88	

営業費用

YoYは費用増、QoQは採用活動の落ち着きにより費用減

売上原価

YoYは増加、QoQは微減

販売費及び一般管理費

人件費は業務効率化及び直接部門への配属により、YoY・QoQともに減少

特別損益

(百万円)

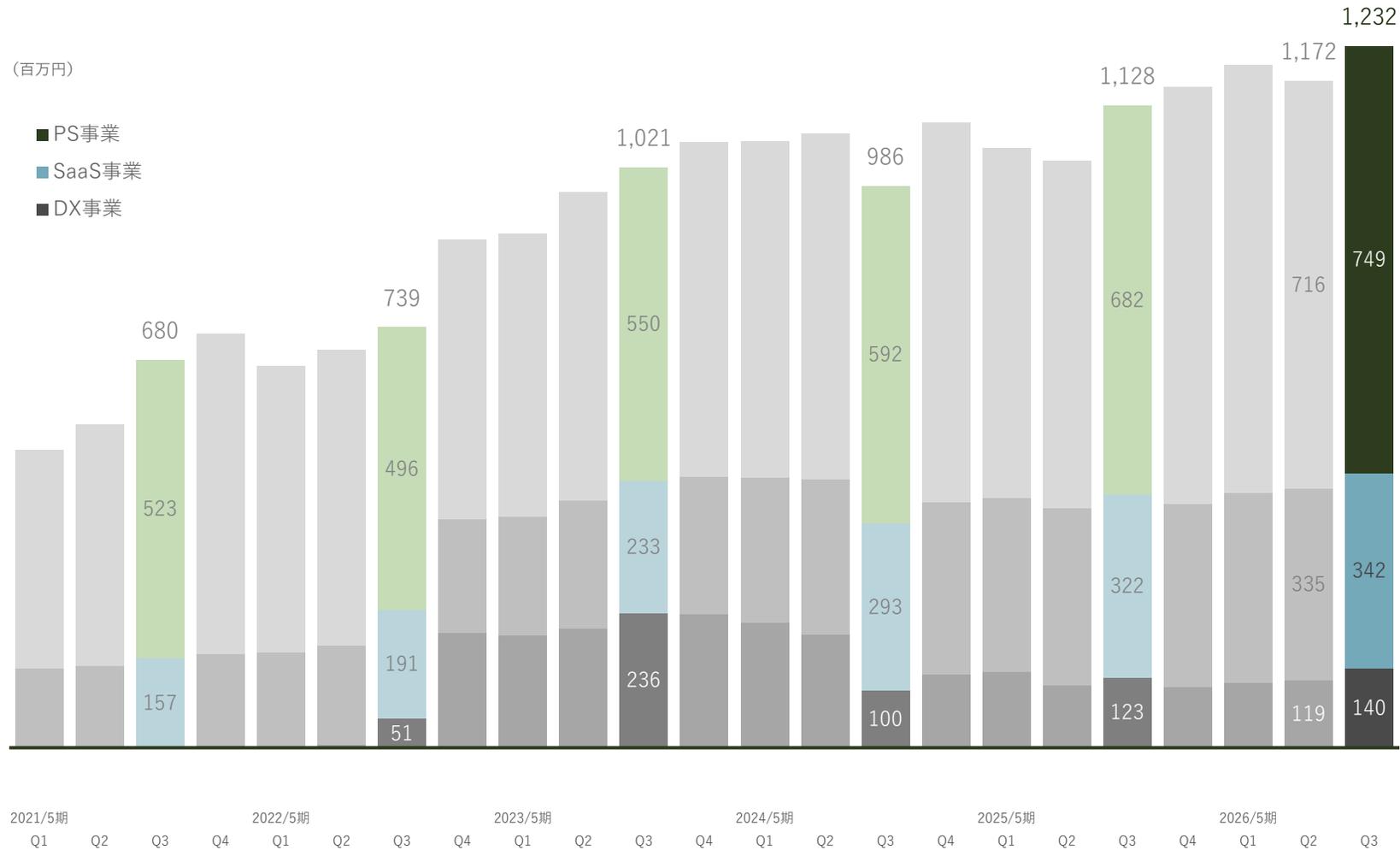
	2025/5期 Q3累計	2026/5期 Q3累計	2025/5期 Q3	Q4	2026/5期 Q1	Q2	Q3	内容
特別利益	8	28	7	2	27	0	0	
新株予約権戻入益	8	28	7	0	27	0	0	行使期限終了・退職者からの無償取得による戻入益
投資有価証券売却益	—	—	—	0	—	—	—	
その他	—	—	—	0	—	—	—	
特別損失	0	1	0	90	—	—	1	
投資有価証券売却損	—	—	—	90	—	—	—	前Q4：特別支配株主からの売渡請求による売却損
その他	0	1	0	0	—	—	1	当Q3：固定資産除却損

Q3累計で、特別利益28百万円、特別損失1百万円を計上

売上高四半期推移

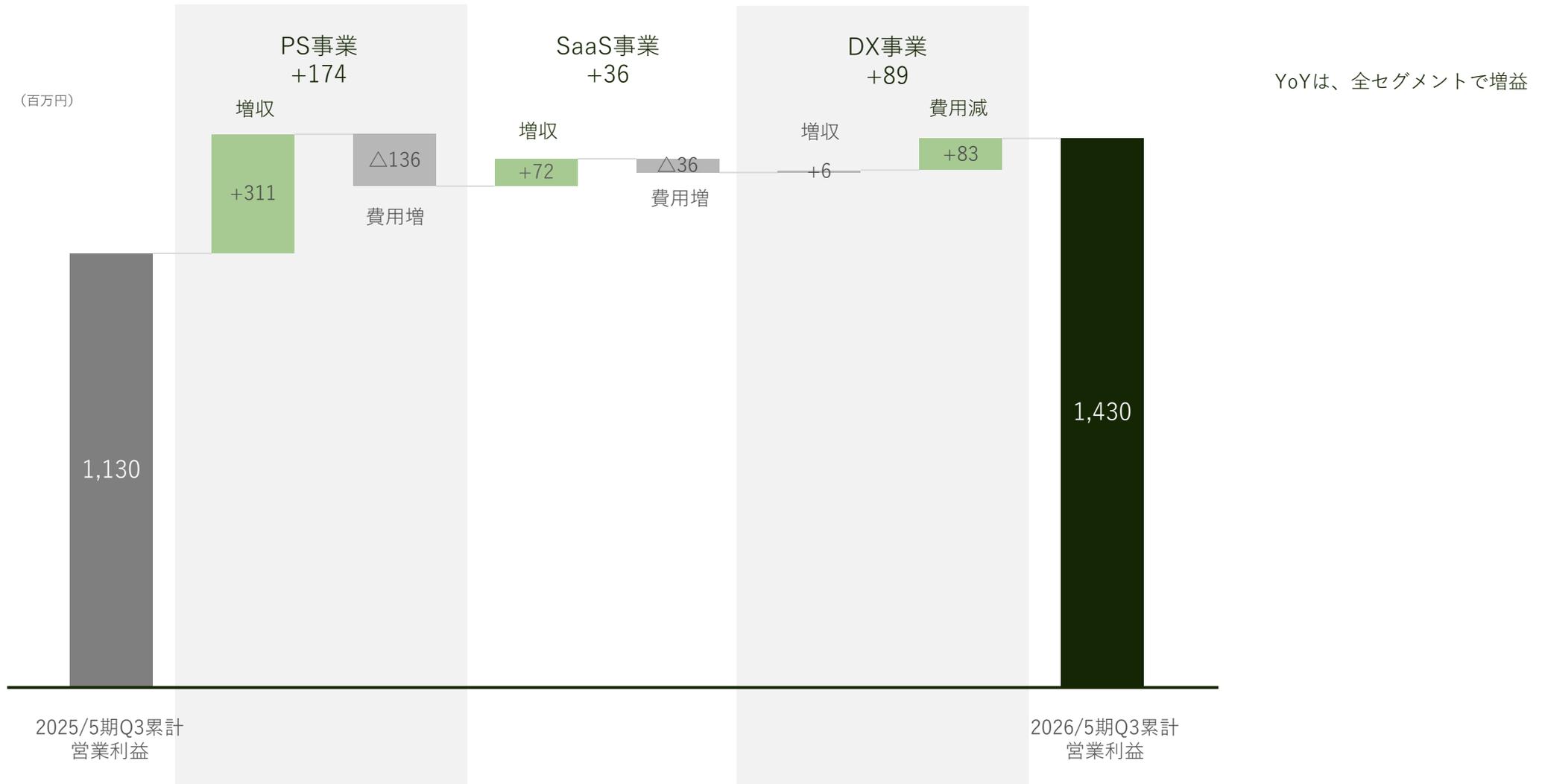
(百万円)

- PS事業
- SaaS事業
- DX事業

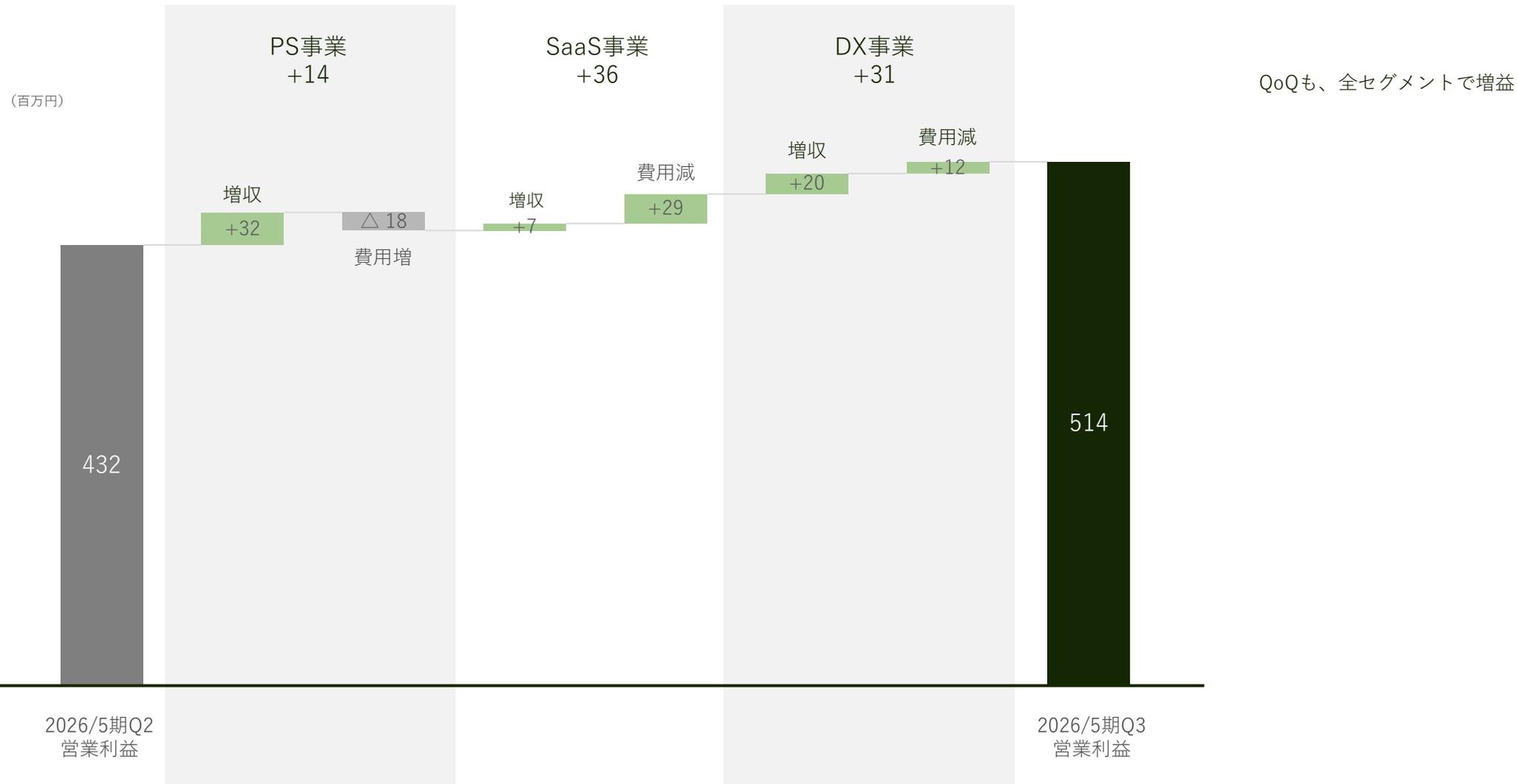


Q3は、四半期最高売上を達成。QoQで、全セグメントで増収

営業損益増減要因 YoY



営業損益増減要因 QoQ



Shopify モバイルアプリ



Shopifyからモバイルへのプッシュ通知の配信が可能。
顧客セグメントを指定したスケジュール配信や、注文などをトリガーにした自動配信もできます。



活用場面 USECASE

- ブランドやショップのネイティブアプリで、常時スマホ画面上に表示される関係を築く
- モバイルアプリ上で会員登録し、2回目以降の来店時の会員証表示が容易に

特徴 FEATURES

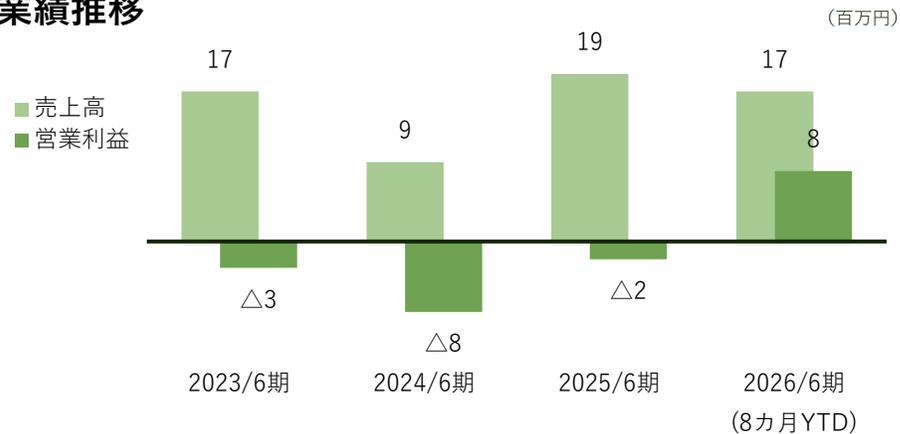
- iOSとAndroidに対応したネイティブアプリを構築
- 顧客セグメントや時間に合わせたプッシュ通知が可能
- どこポイ・らんキィ・Omni Hubと連携したポイント・ランク・会員証表示に対応

株式会社ECPowerのグループイン

会社概要・事業内容

会社名	株式会社ECPower	 Shopify構築・運用支援 ・ストア設計から構築・運用までの一貫支援。「売れるEC」の実現
設立	2020年7月 (株式会社Palfitとして設立)	 Shopifyグロース支援 ・顧客データ分析から改善施策までを支援し、LTVとリピート率向上にコミット
代表取締役	増田 大夢	 顧客分析ツール「ECPower」 ・Shopifyアプリとして提供するSaaSプロダクト。リピート特化の顧客分析CRMツール
本店所在地	東京都港区南青山二丁目2番15号 Win AoyamaビルUCF6階	

業績推移



子会社化の手法・スケジュール等

株式取得

相手先	増田大夢氏ほか5名
株式取得数	1,116,667株 (議決権所有割合84.8%)
株式取得価額	合計107百万円 (アドバイザー費用等0百万円)
譲渡日	2026年4月1日 (予定)

簡易株式交換

当事者	完全親会社：フィードフォースグループ株式会社 完全子会社：株式会社ECPower
対象株式	株式会社ECPower株式200,000株 (議決権所有割合15.2%)
株式交換比率	ECPower株式1株につき、フィードフォースグループ株式0.97株を割当交付 (予定)
効力発生日	2026年5月1日 (予定)

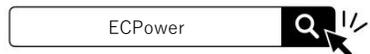
会計処理

手法	「企業結合に関する会計基準」における「取得」に該当。「のれん」の発生を見込む。
連結時期	2026年5月期末の連結貸借対照表にて計上予定。業績は、2027年5月期Q1以降に反映予定。

顧客分析 ツール



Shopifyの顧客データをもとに、セグメント抽出から分析、施策の改善までを一つの画面で進められる顧客分析ツールです。LTV・リピート率・購入間隔などの指標をセグメント単位で可視化し、どこに伸びしろがあるかを把握しやすくします。



活用場面 USECASE

- 情報を届けたい顧客セグメントをすぐに抽出し、CRM施策の設計を前に進める
- RFM情報をセグメントごとに比較し、伸ばすべき層と改善ポイントを特定する
- 流入チャネルや購入商品の傾向をセグメント単位で把握して、CRM施策に反映する

特徴 FEATURES

- 顧客をセグメント化し、重要顧客や離脱リスクを把握しやすい形で整理
- セグメントごとのRFMを可視化し、「何を改善すべきか」の判断材料を揃える
- 作成したセグメントにタグを自動付与し、メールやLINE等の配信に活用
- 配信した施策の反応や売上を施策単位で振り返ることができる

App Unity ConnectOS

～成果につながる顧客体験を再現する CX-OS～

顧客との接点を、成果につながる形でつなぐ



成果につながる
勝ちパターンがわかる

フィードフォースグループ各社が積み上げてきた顧客体験を向上させる成功パターンを提案します。



用途に応じたアプリを
迷わず選べる

様々な顧客接点や目的に合わせて活用できる豊富なアプリを用意しています。用途に応じたアプリを提案します。



顧客体験が積み上がる
設計ができる

短期的・局所的な施策ではなく、顧客のステージに合わせた施策を設計し、顧客体験が積み上がるサービスを提案します。

Connect
接続



Action
鍵となる行動



Trial
初回利用



Repeat
複数利用

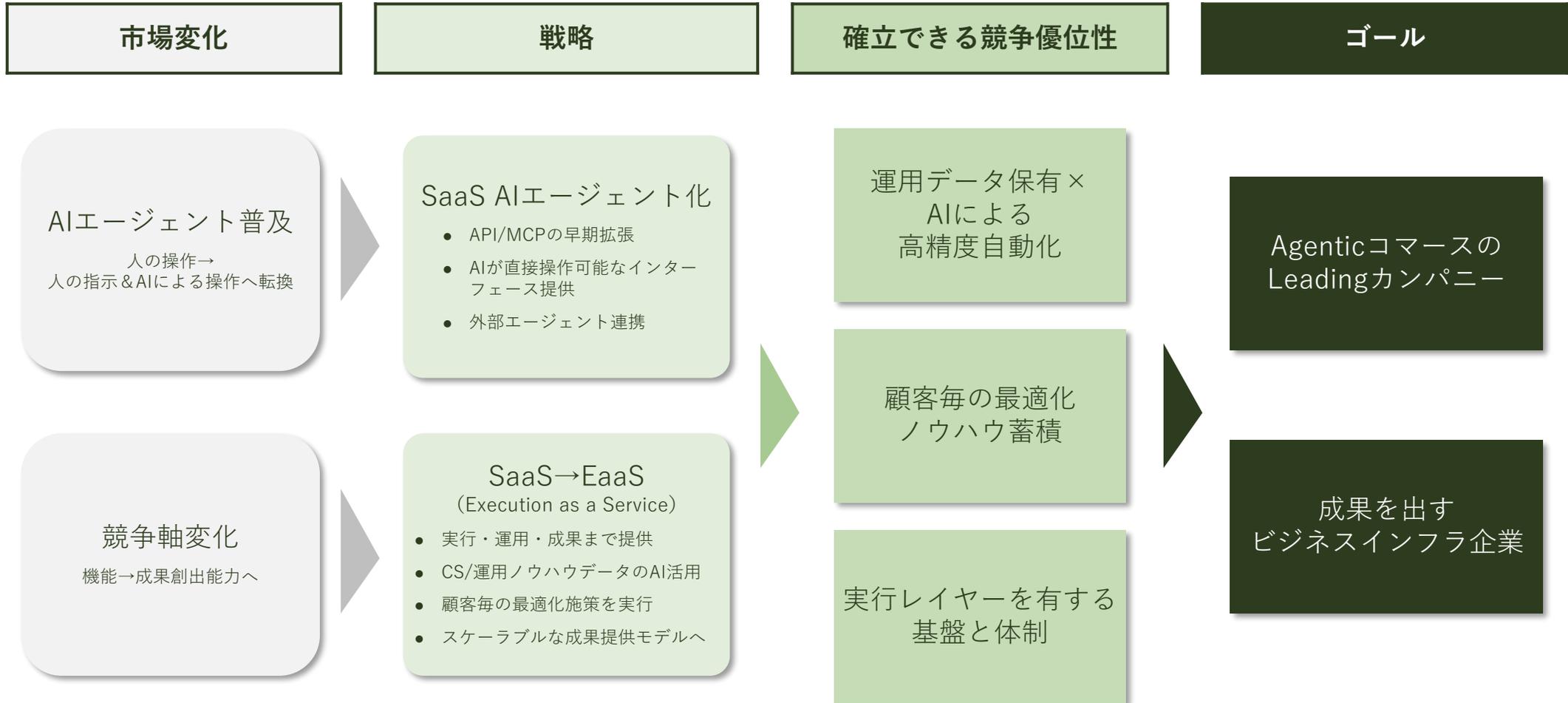


Promote
推奨

ConnectOSは、一連の顧客体験を
分断させずにつなぎ続けるための基盤です

フィードフォースグループ提供SaaSにおけるAI対応

～ツール提供から「実行代行」へ、人から「AIエージェント」へ～



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	2026/2末	前期末比
流動資産	4,915	5,503	5,248	6,198	6,425	6,681	+255
固定資産	1,552	2,515	1,870	1,361	1,228	1,185	△42
資産合計	6,467	8,019	7,119	7,559	7,653	7,866	+213
流動負債	2,255	2,861	2,541	3,496	3,194	3,405	+210
固定負債	1,810	2,009	1,686	1,172	1,136	1,127	△9
負債合計	4,065	4,870	4,228	4,669	4,331	4,532	+201
株主資本	2,366	2,983	2,777	2,795	3,217	3,240	+23
その他の包括利益累計額	—	△0	△2	△3	△3	△3	+0
新株予約権	32	77	95	96	108	96	△11
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	3,333	+12

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

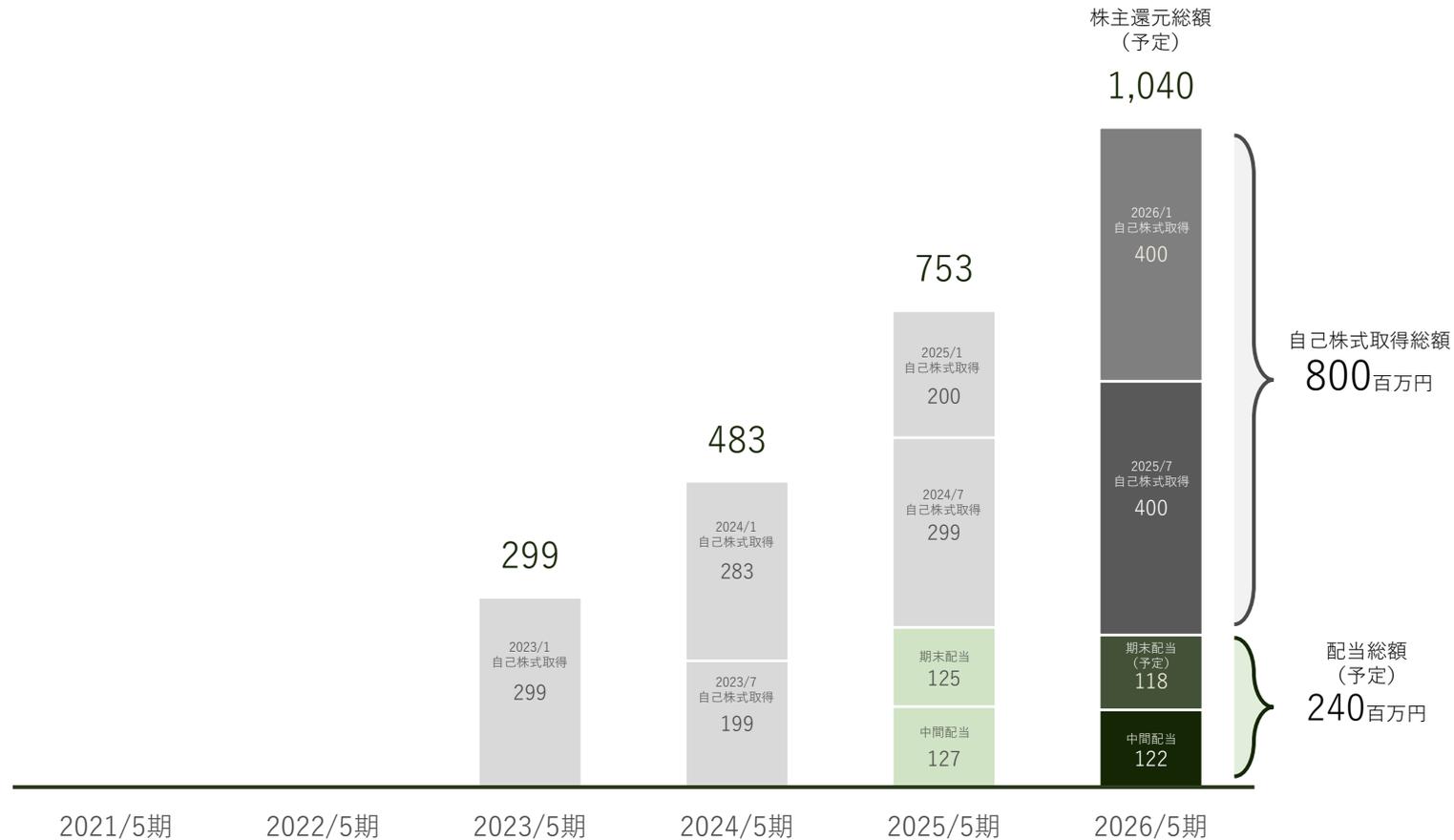
貸借対照表内訳



配当・自己株式取得により、現預金は減少

株主還元の様況

(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10億円以上を見込む

※ 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Q3
売上高成長率	+69.5%	+20.7%	+32.0%	+6.6%	+3.4%	+12.1%
PS事業	+88.7%	+6.1%	+8.3%	+12.8%	+7.4%	+16.3%
SaaS事業	+26.4%	+21.9%	+24.1%	+23.3%	+12.2%	+7.8%
DX事業	—	—	+236.6%	△25.9%	△26.8%	+1.7%
売上高営業利益率	34.4%	31.0%	26.0%	29.3%	36.4%	39.7%
PS事業	40.0%	43.2%	45.5%	42.9%	42.6%	43.1%
SaaS事業	24.4%	38.9%	38.1%	40.5%	37.9%	38.7%
DX事業	—	△94.6%	△39.3%	△44.8%	△2.9%	20.8%
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%	41.1%
D/Eレシオ※5	0.7x	0.8x	0.6x	0.8x	0.6x	0.6x

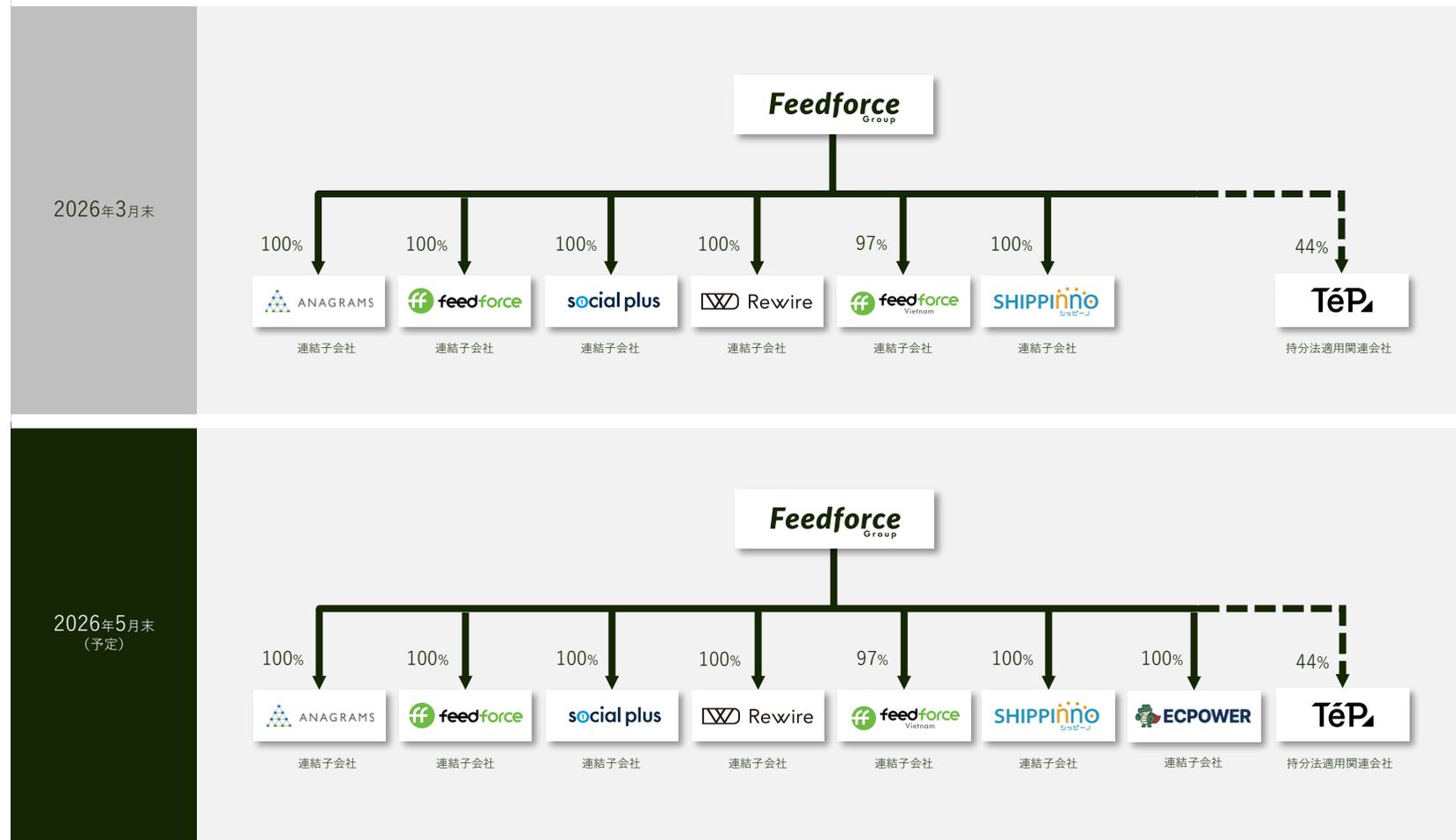
PS事業の
売上高成長率は約16%
営業利益率は約43%

SaaS事業の
売上高成長率は約7%
営業利益率は約38%

DX事業の
売上高成長率は約1%
営業利益率は約20%

※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



2026年5月期中に、(株)ECPower株式を100%所有予定

当社流通株式比率



2026年2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

	2026/5期 (2025/10修正予想) (a)	2026/5期 Q2累計実績 (b)	Q2予想対比 進捗率 (b) / (a)	2026/5期 Q3累計実績 (c)	Q3予想対比 進捗率 (c) / (a)
売上高	5,081	2,371	46.7%	3,603	70.9%
PS事業	3,001	1,468	48.9%	2,218	73.9%
SaaS事業	1,457	667	45.8%	1,010	69.4%
DX事業	622	234	37.7%	375	60.2%
EBITDA	2,279	1,014	44.5%	1,581	69.4%
営業利益	2,052	916	44.6%	1,430	69.7%
PS事業	1,257	647	51.5%	955	76.0%
SaaS事業	580	237	40.9%	396	68.3%
DX事業	214	31	14.4%	78	36.8%
経常利益	2,026	904	44.6%	1,414	69.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,452	706	48.6%	1,035	71.2%
1株当たり当期純利益	59.27円	28.83円	—	42.46円	—

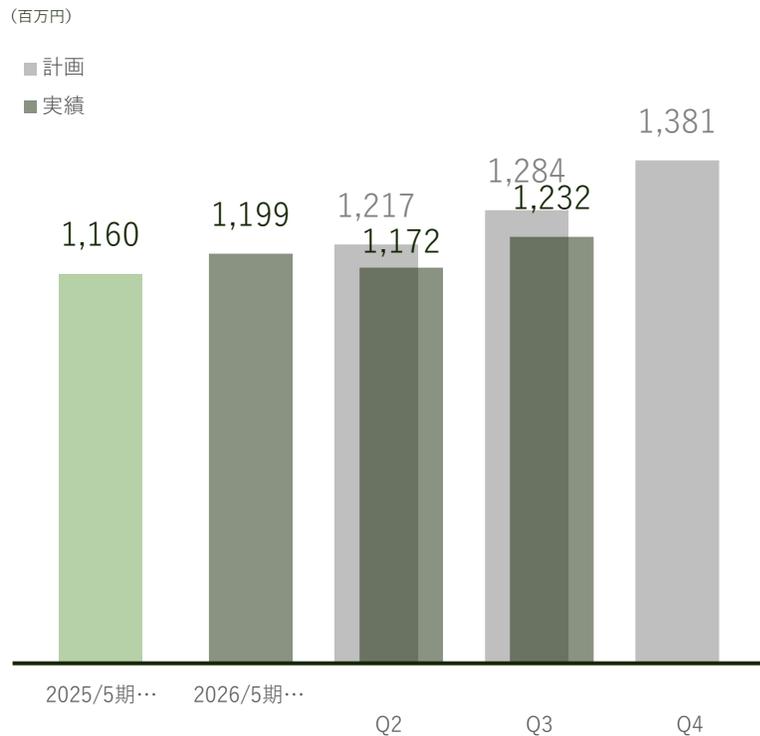
(百万円)

2026/5期は、売上高50億円・営業利益20億円を見込む

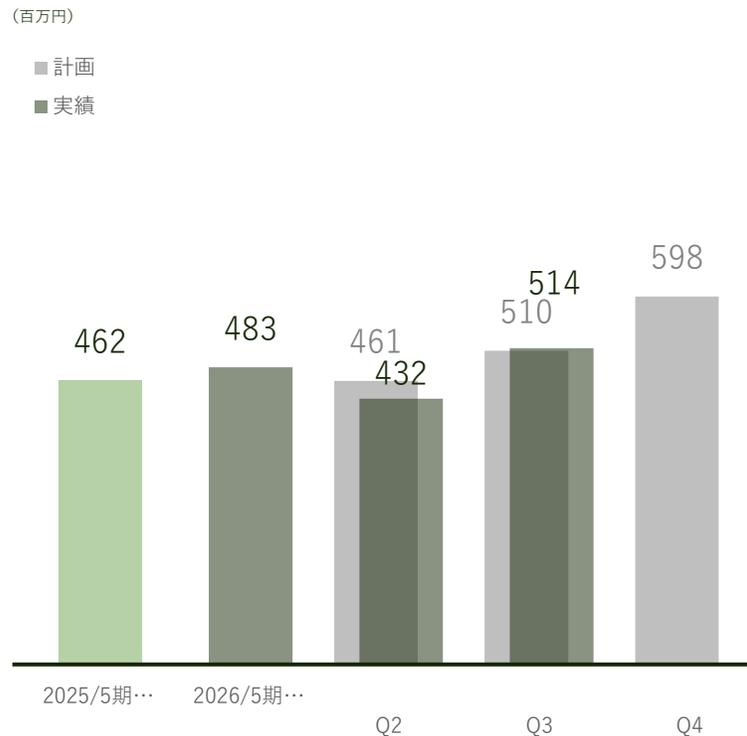
Q3累計は、予想対比で売上高進捗率70%、営業利益進捗率69%

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Q3累計
達成率
売上高 **97.4%**



2026/5期Q3累計
達成率
営業利益 **98.4%**

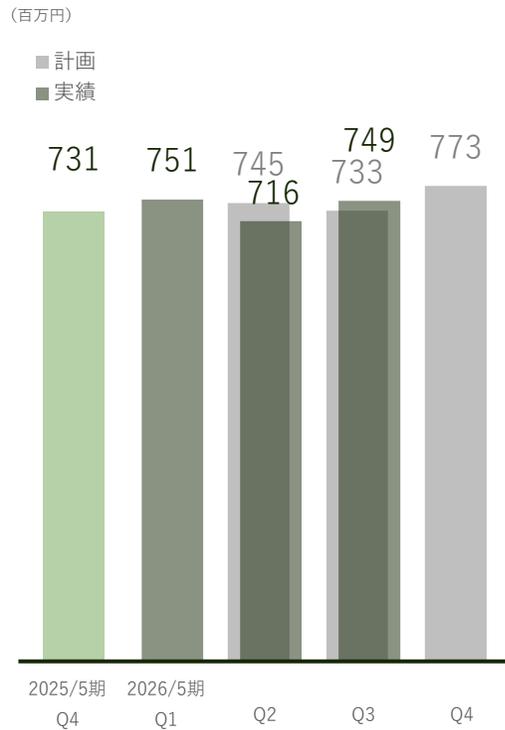


Q3累計は、売上・利益ともに計画をやや下回って着地するも、Q3営業利益は計画を上回る

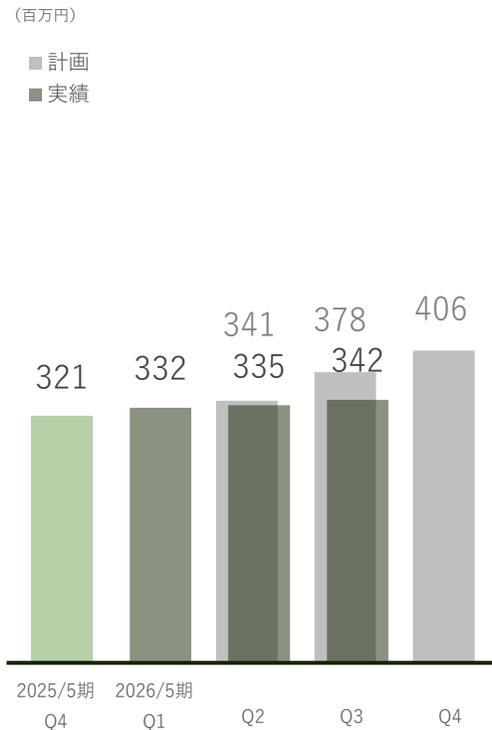
四半期毎に「事業計画及び成長可能性に関する事項」をアップデートし、進捗を開示予定
(次回は2026年6月を予定)

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

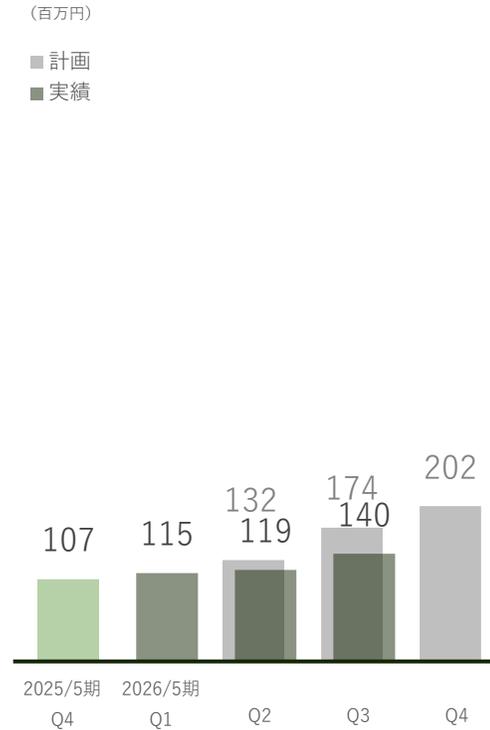
PS事業
2026/5期Q3累計
達成率
売上高 **99.5%**



SaaS事業
2026/5期Q3累計
達成率
売上高 **96.2%**



DX事業
2026/5期Q3累計
達成率
売上高 **89.2%**

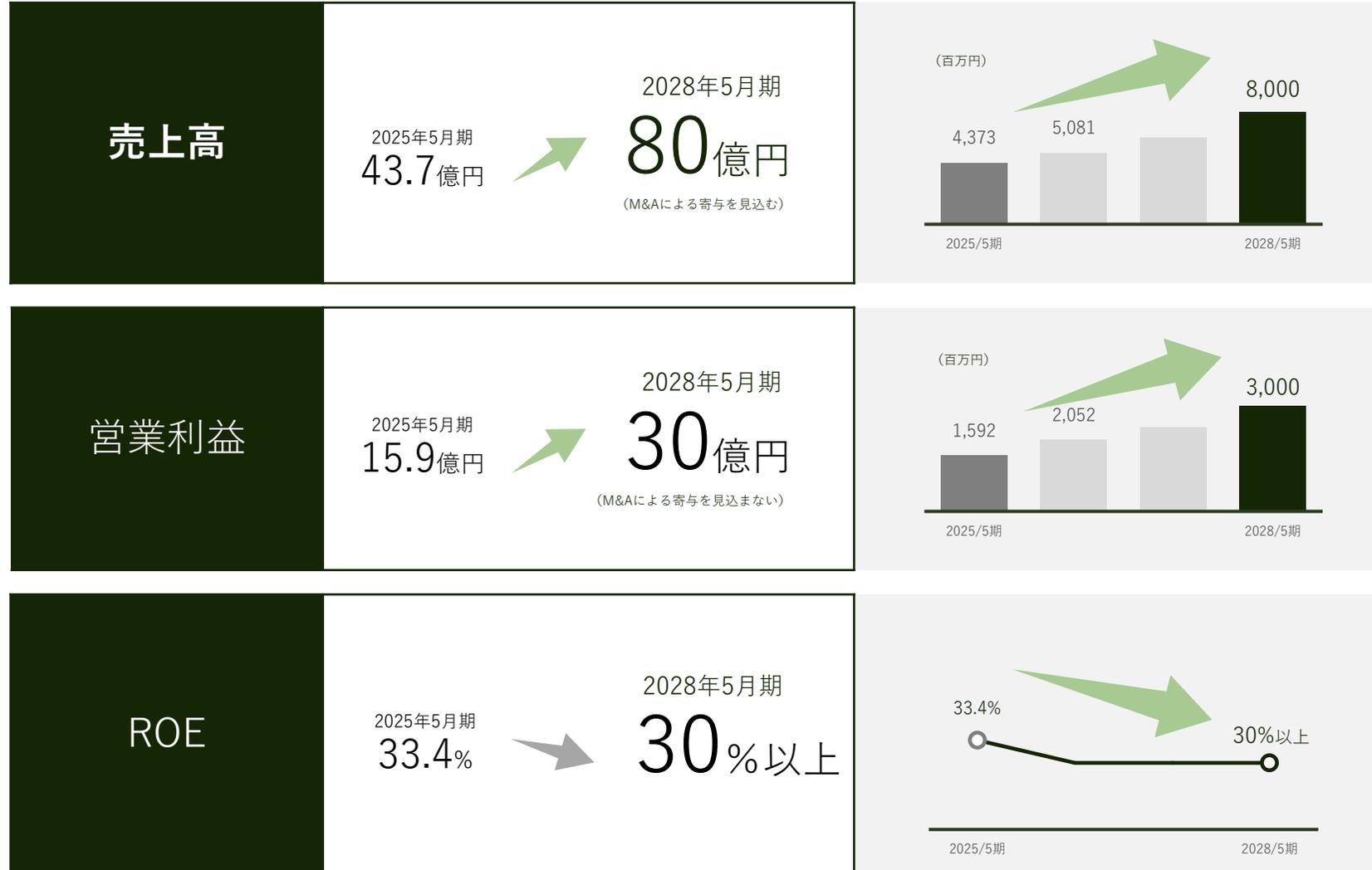


Q3累計は各セグメントで計画を下回るも、Q3のPS事業セグメント売上高は計画達成

事業計画

Business Plan

2028年5月期 数値目標



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

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

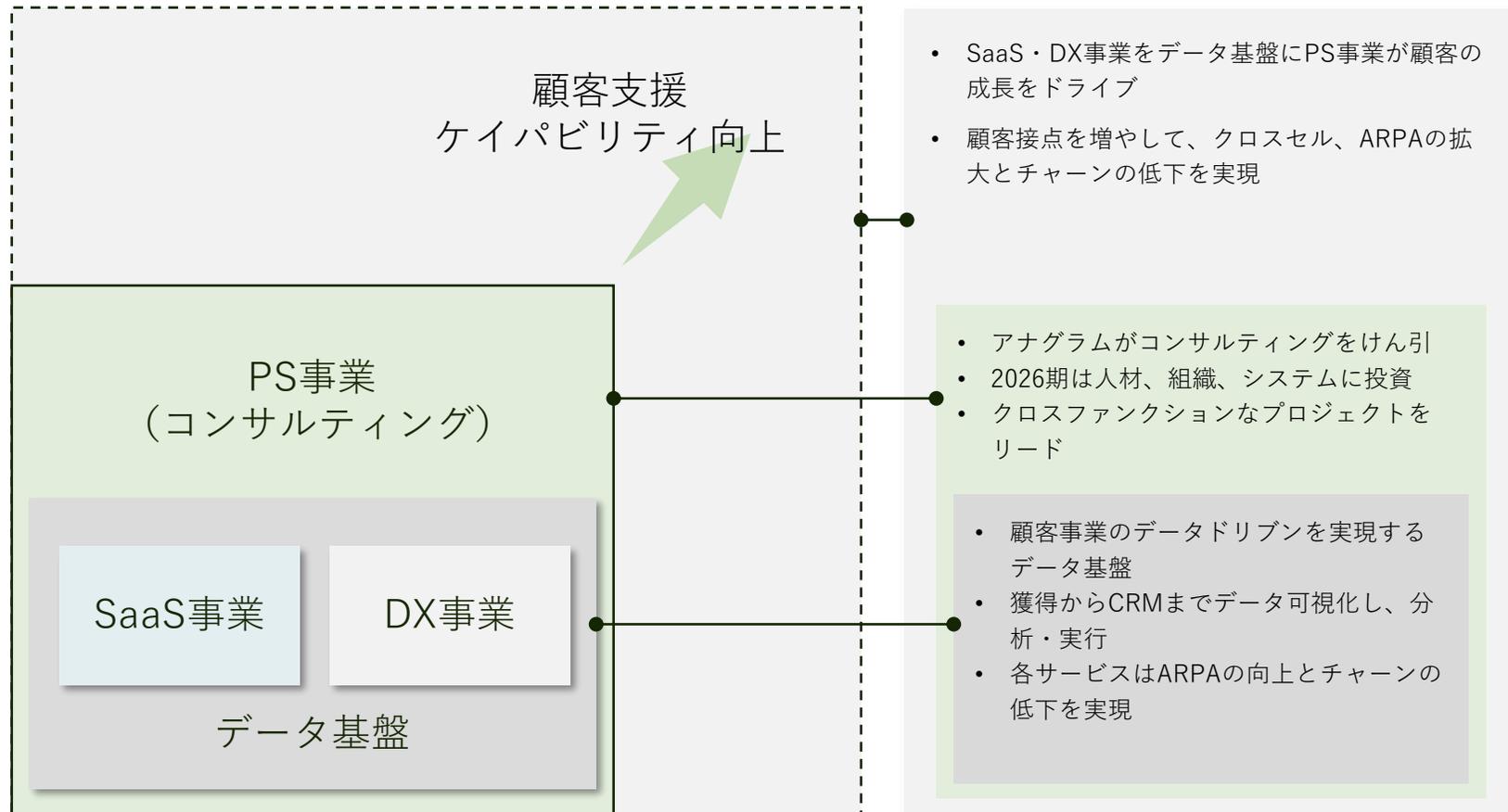
顧客の成長をグループで支援



- 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

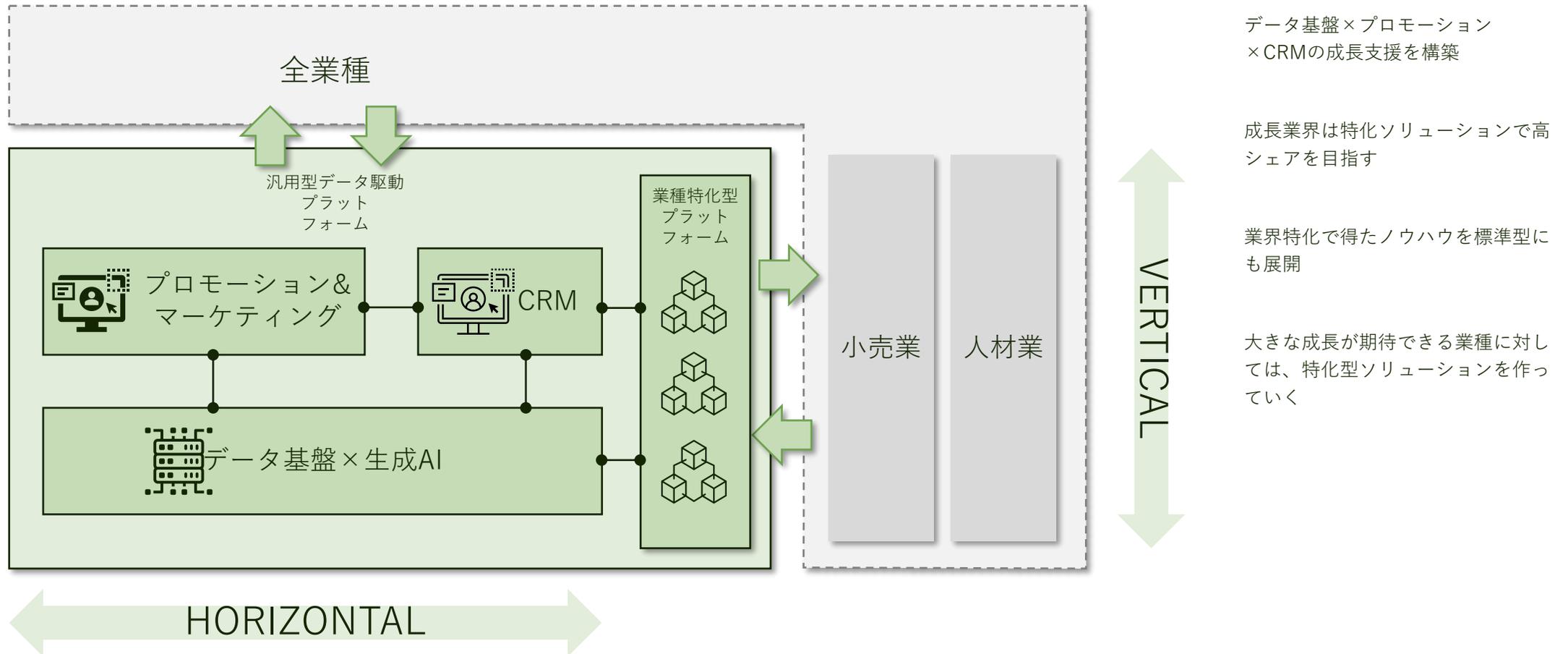
シナジー深化により顧客支援ケイパビリティ拡大



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

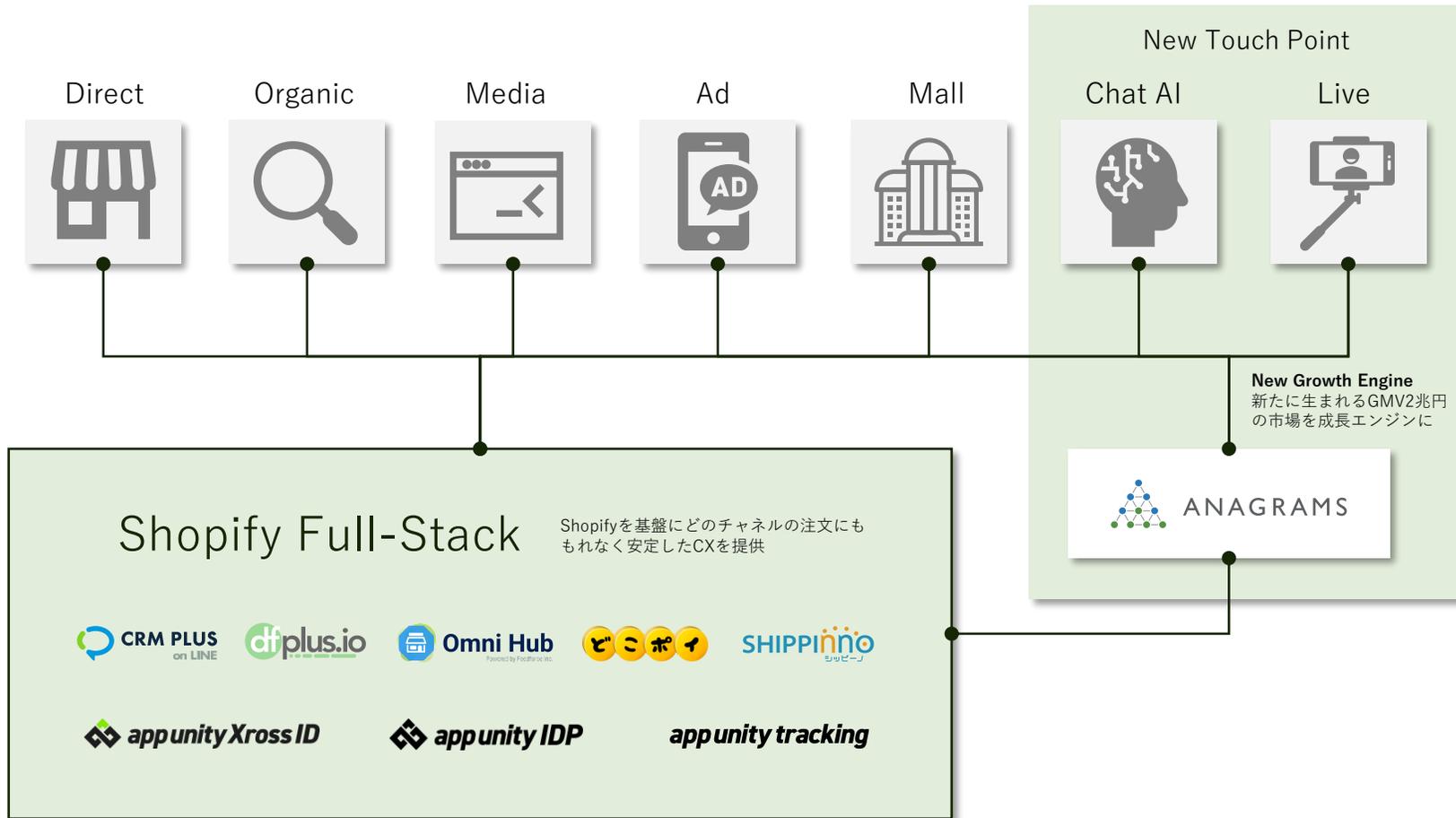
2. Full-Stack & Deep-Dive

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

Agentic Commerce

Research

Insights, structure, and real world signals

エージェンティックコマース リサーチメディア 立ち上げ

～海外動向・事例・現場課題をリサーチし実務で使える視点に翻訳して整理・解説～

エージェンティックコマースを

仕組みや前提から理解するための

リサーチメディア

App Unity Research - Agentic Commerce

About

海外動向・事例・現場課題をリサーチし

実務で使える視点に翻訳して整理・解説します

このメディアで得られること

Agentic Commerce に関する最新動向と論点の整理

海外事例・技術トレンドを日本の実務視点に翻訳した解説

AIを取り入れる前に何を整えるべきかがわかる構造的な視点

App Unity Research - Agentic Commerce

Contents

注目記事

Key Insights



「需要が生まれる場所が変わる」——プラットフォームがより遠くの事業者に向けて開発している、Agentic Commerceの本質

AIが買物を知り、フィードバックグループにインタビュー。需要発生の経済変化から、AIに選ばれるための「やわらかい商品データ」の重要性まで、企業が今すぐ備えるべき本質に迫ります。

注目記事を読む

最新動向・ニュース

Signals



百貨業界の「Agentic Commerce」への対応が進む——マリオット、ヒルトン、ハイアットの戦略と「新行代店」としてのAIの台頭

コラム・考え方

Deep Column



「Single Source of Truth? 不在の組織がAIを導入すると何が起きるか? —— 検証される問題とその回避策

対談・インタビュー

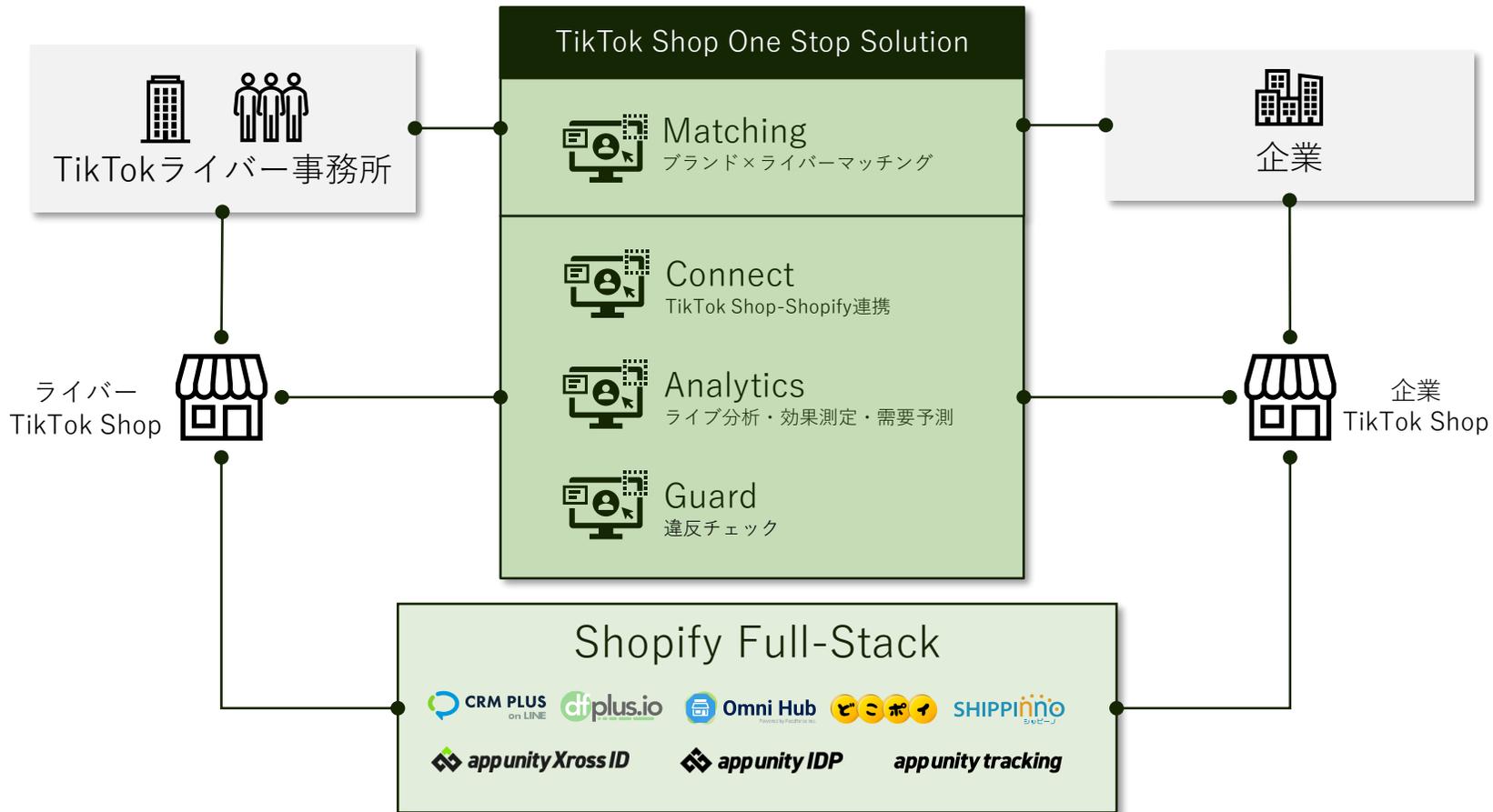
Dialogue



「需要が生まれる場所が変わる」——プラットフォームがより遠くの事業者に向けて開発している、Agentic Commerceの本質

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

出荷自動化アプリ「シッピーノ」が TikTok ShopとAPI連携を開始！

シッピーノ | TikTok Shopの連携イメージ

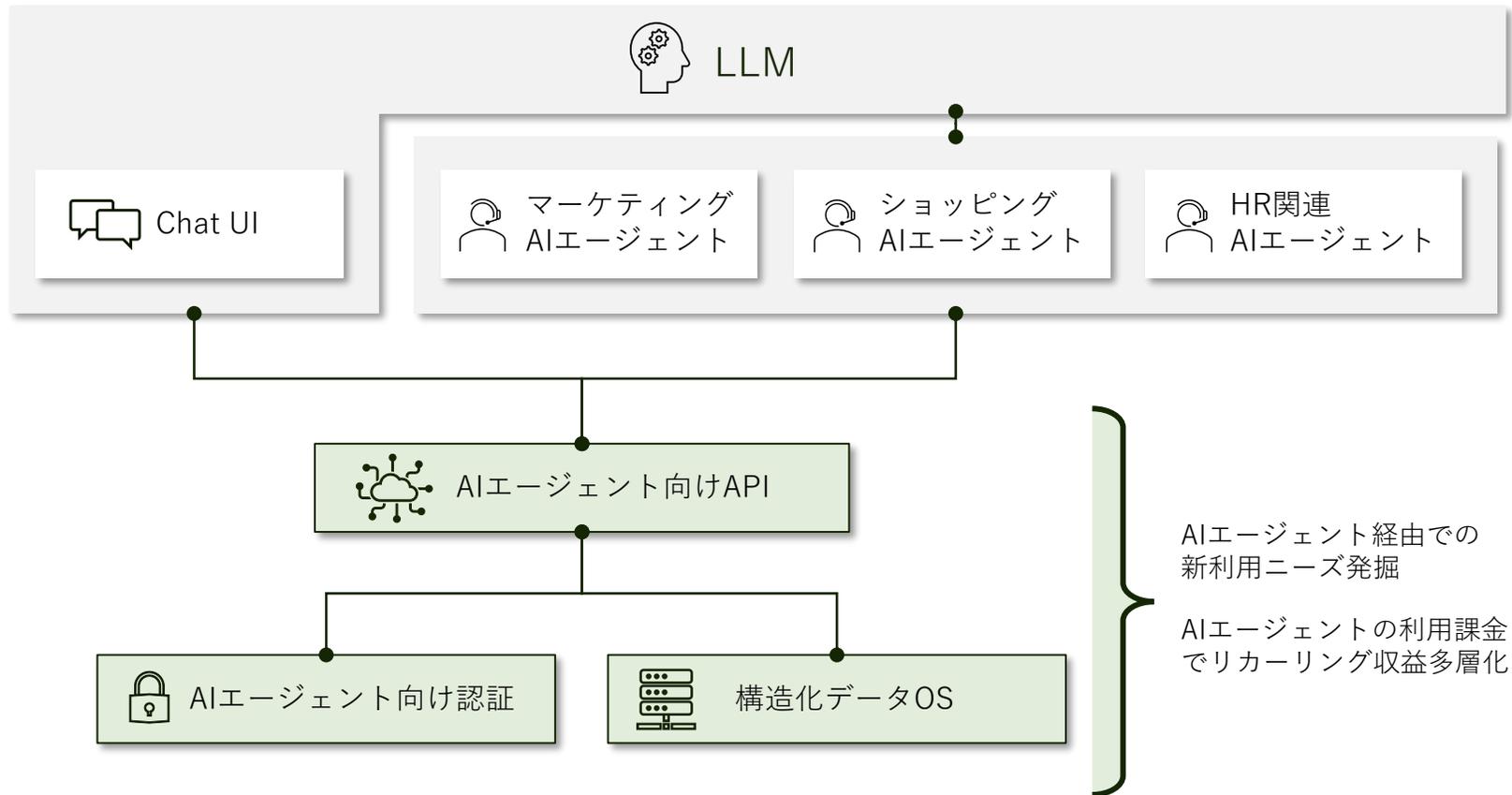


連携機能のメリット

- 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

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

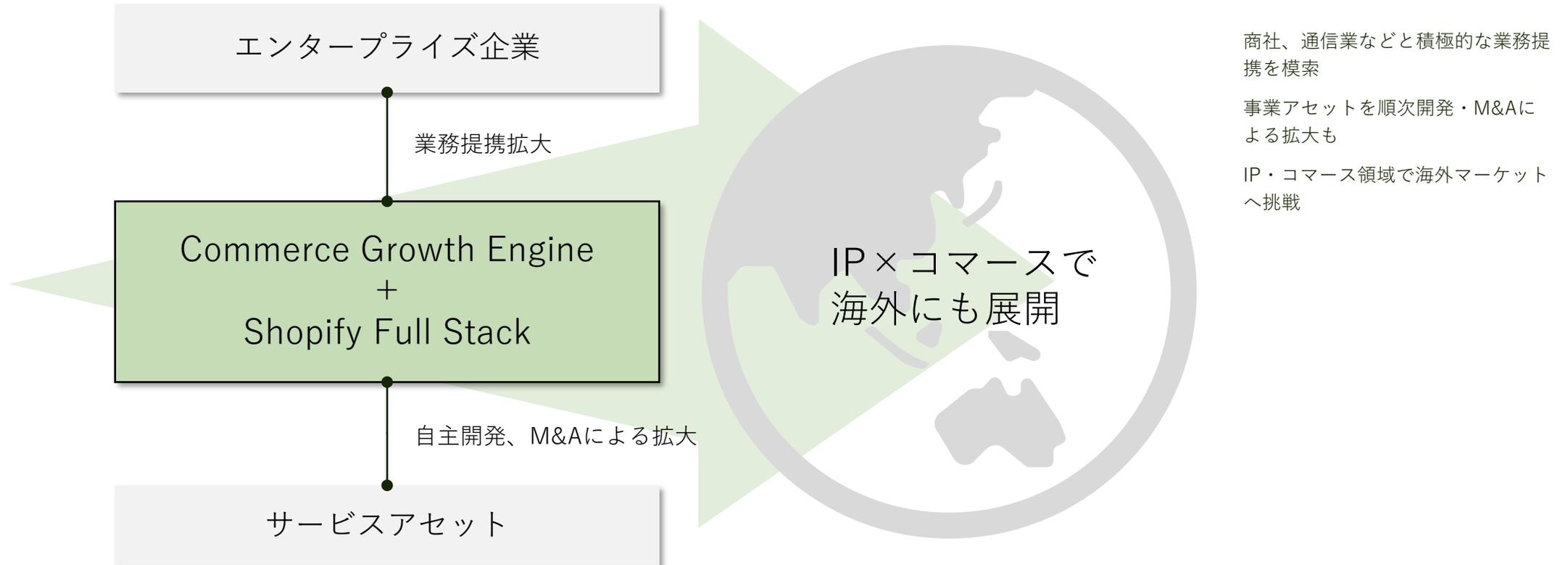
営業・サポート・導入にもAIを活用し、規模が拡大するほど利益率が高まる構造を実現

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



資本を活用し、案件数とケイパビリティの両方を拡大

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

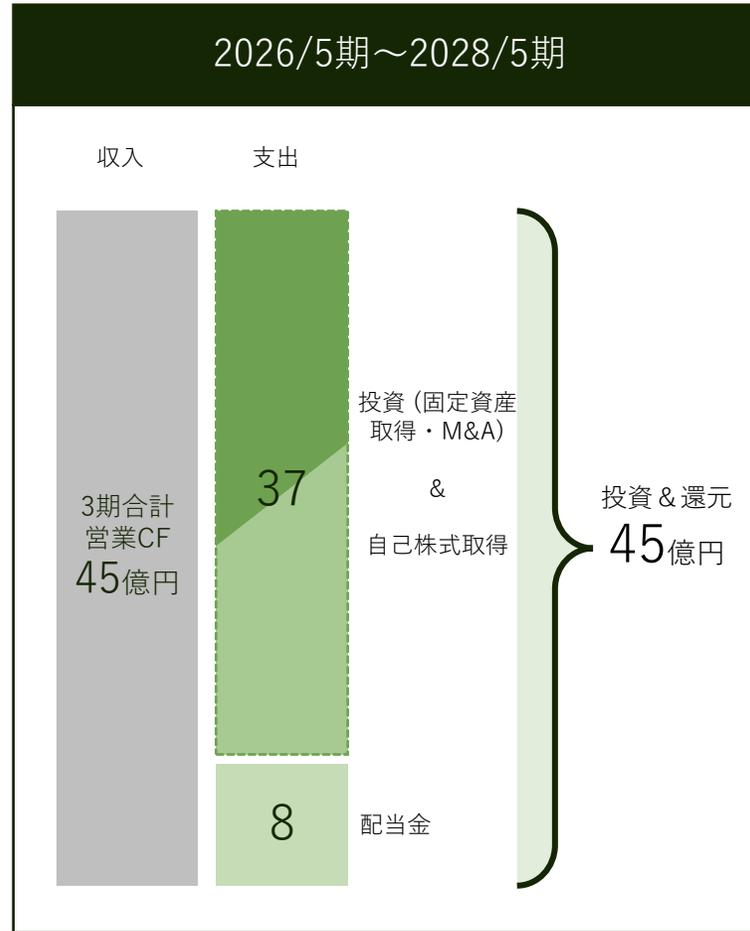
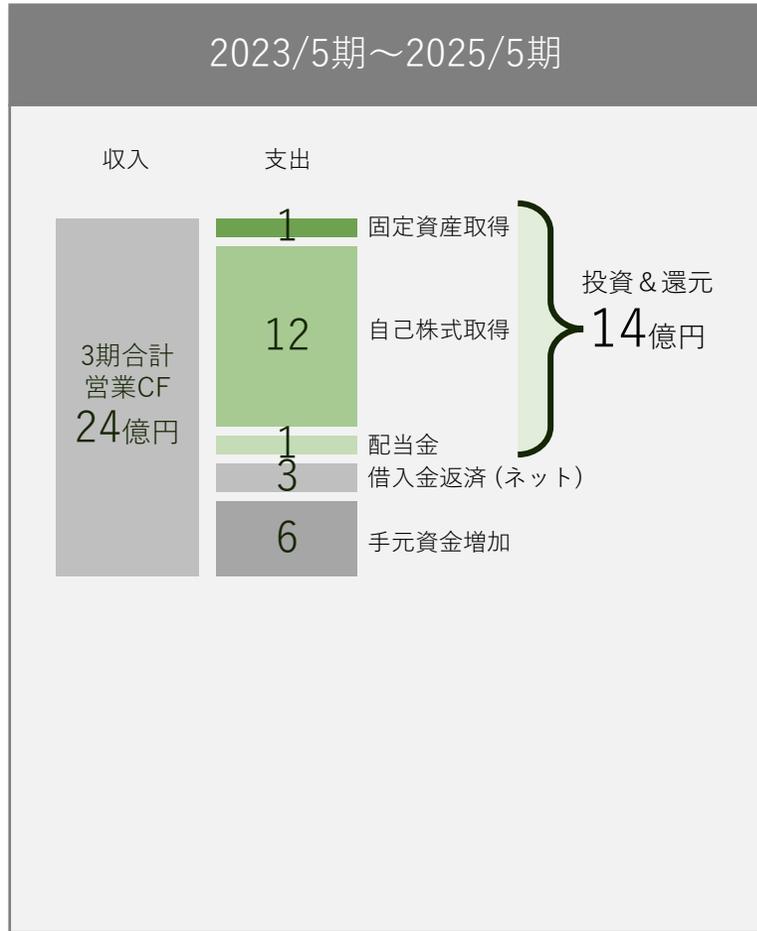
株主資本50億円程度（2025年5月末で約33億円）までは、現状の配当水準（1株あたり10円/年）を維持

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	2026/2末	前期末比
PS事業							
Anagrams	115	116	156	166	160	163	+3
Feedmatic ^{※1}	45	49	—	—	—	—	—
SaaS事業							
ソーシャルPLUS	309	361	391	440	467	483	+16
dfplus.io	175	235	302	375	414	400	△14
EC Booster	303	283	460	419	317	—	—
DX事業							
Shopifyアプリ ^{※2}	—	532	144	258	650	757	+107
Shippinno ^{※3}	—	495	435	417	381	363	△18
FRACTA	—	53	43	8	—	—	—

PS事業

Anagramsでは案件数増加

SaaS事業

ソーシャルPLUSはアカウント数が増加するも、dfplus.ioでは減少

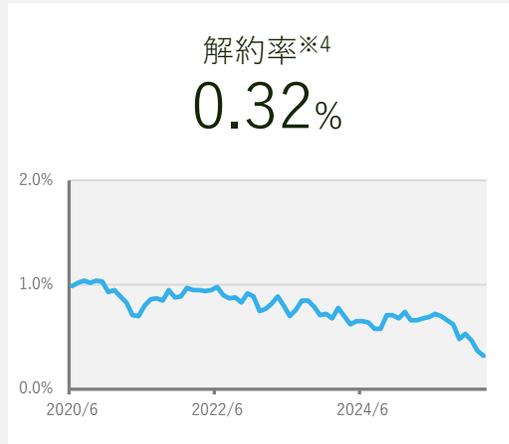
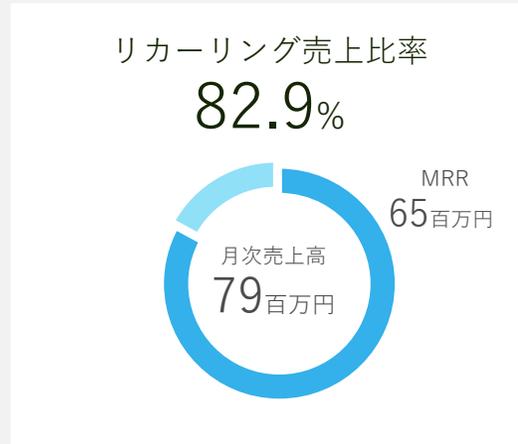
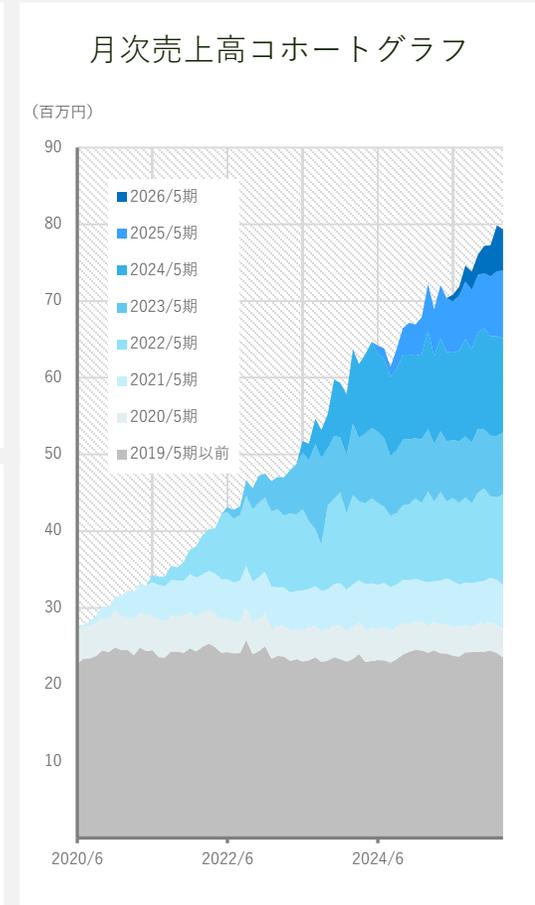
EC Boosterは、2025年9月にサービス終了

DX事業

Shopifyアプリはアカウント数増加

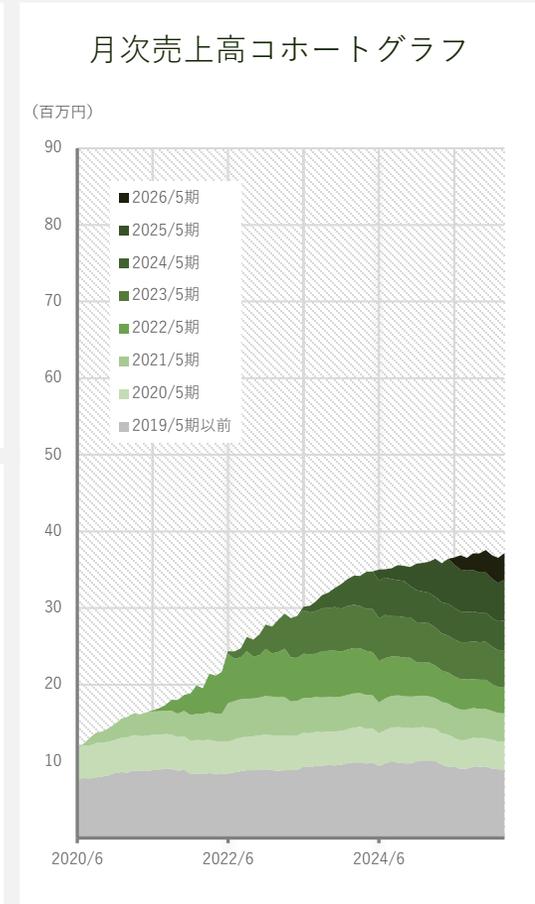
※1 2022年6月吸収分割に伴い、2023/5末以降は利用件数もAnagramsと統合
 ※2 Shopify提供アプリの有料アクティブアカウント数 (Shopifyアプリ「定期購買(2022/5末まで)」「Omni Hub」「どこボイ」「XrossID」「IDP」「Tracking」の合計)
 ※3 決算期が異なるため、各決算期の2月前の件数を記載

経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



※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。Shopofyアプリ「CRM Plus on Line」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

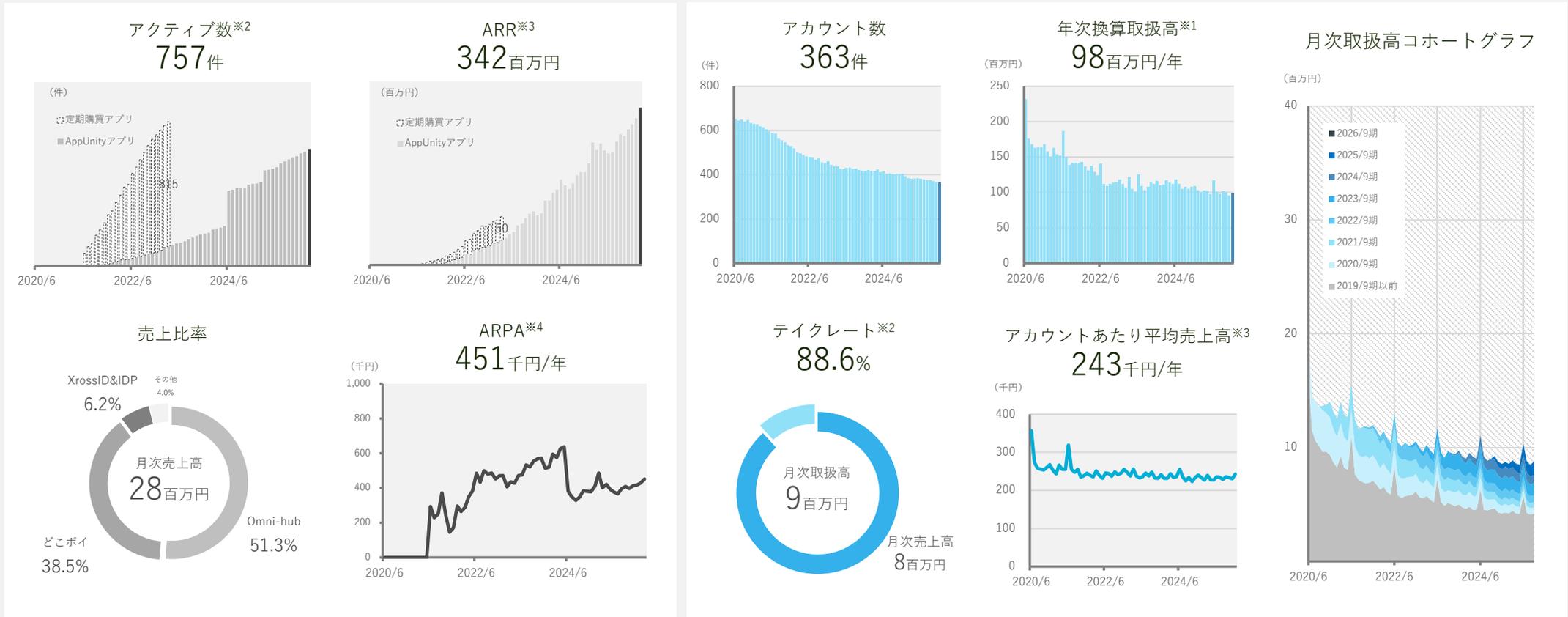


※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和、EC Boosterフリープランは2022年12月にて終了し、2023年1月以降はエントリープランによるデータフィード数を算入
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

経営指標 [売上関連データ] DX業績指標



(直近月次は2025年12月)



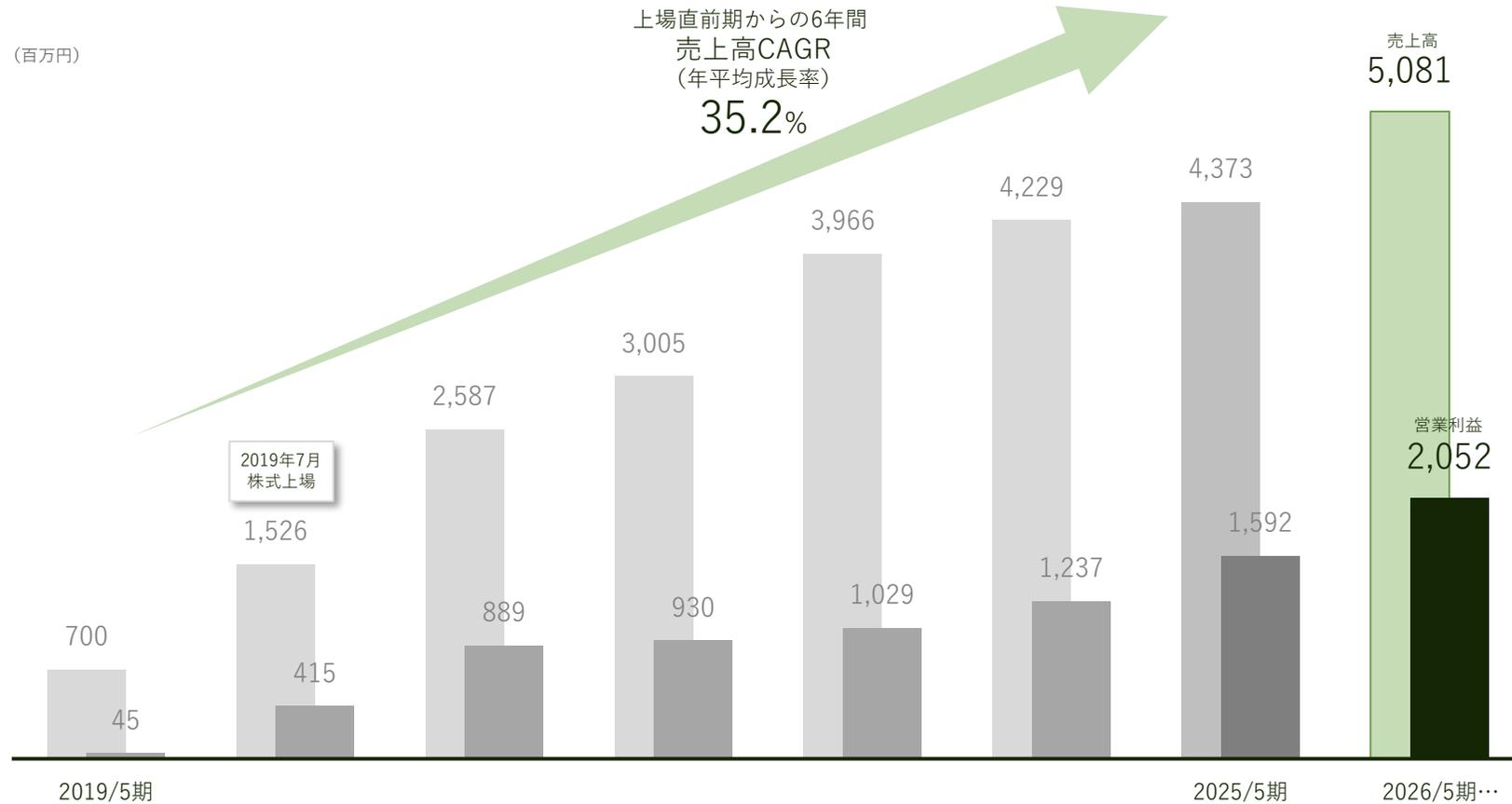
※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「Omni Hub」「どこボイ」「XrossID」「IDP」「Tracking」の合計。定期購買アプリは共同事業としては2023年3月で終了
 ※2 有料プランアクティブ数のみを計上
 ※3 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出。定期購買アプリでは当季収益額のみ計上
 ※4 1アカウント当たり平均ARR

※1 各月次取扱高に12を乗じて算出
 ※2 取扱高に占める売上高の割合。売上高は、取扱高から連携先への支払手数料を控除して算出
 ※3 2022年5月までは売上高を基準として算定し、2022年6月以降は売上高のうちリカーリングレベニューを基準として算定

競争力の源泉

Source of competitiveness

経営資源・競争優位性 持続的な成長

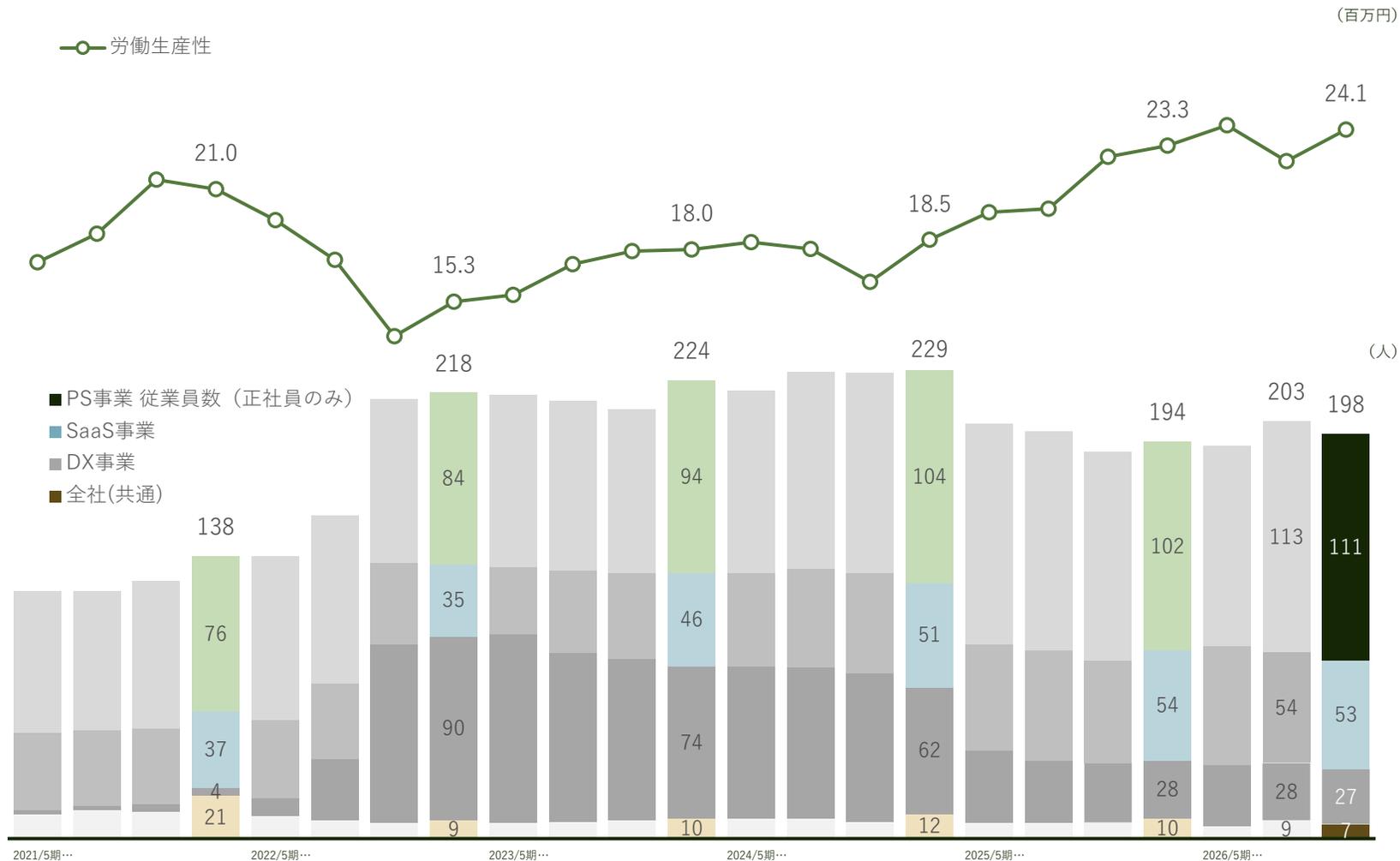


高い売上成長率を維持しながら、株式上場前より連続増収増益を達成

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、前四半期末比で5名減少

労働生産性は、年換算ベースで24百円/人と高水準を維持

※ 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
㈱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㈱
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㈱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㈱代表取締役社長就任

取締役社長
㈱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、㈱セプテーニ、㈱サイバーエージェント、㈱LITALICO、㈱Legolissを経て、2020年11月㈱リワイア取締役、2025年8月取締役社長就任

社外取締役
(監査等委員)

浦 勝則

2002年一橋大学法学部卒業後、ブレイクモア法律事務所を経て、東京丸の内法律事務所入所。
2017年8月監査役就任、2018年8月取締役（監査等委員）就任
弁護士

グループ執行役員
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㈱（現SMBC日興証券㈱）を経て、2017年1月㈱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、㈱旭通信社（現㈱ADKホールディングス）、㈱デジタルガレージ、インフォシーク、グーグル㈱、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

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	 feedforce	✓	✓	✓
	 ANAGRAMS	✓		
	 social plus		✓	
	 Rewire			✓
	 SHIPPInno			✓
	 feedforce Vietnam			✓

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



私たちが叶えたいことは、お客さま自身も気づいていない「会社の隠れた魅力を発掘」し、ビジネスを成功に導くこと。運用型広告の運用だけにとどまらず、お客さまのビジネスを成功につなげるためにあらゆることをサポートするパートナーのような存在でありたいとアナグラムは考えています。

— アナグラムの特徴と強み —

運用型広告に圧倒的に強い
マーケターがいる



ビジネス全体、マーケット全体の
相談ができる



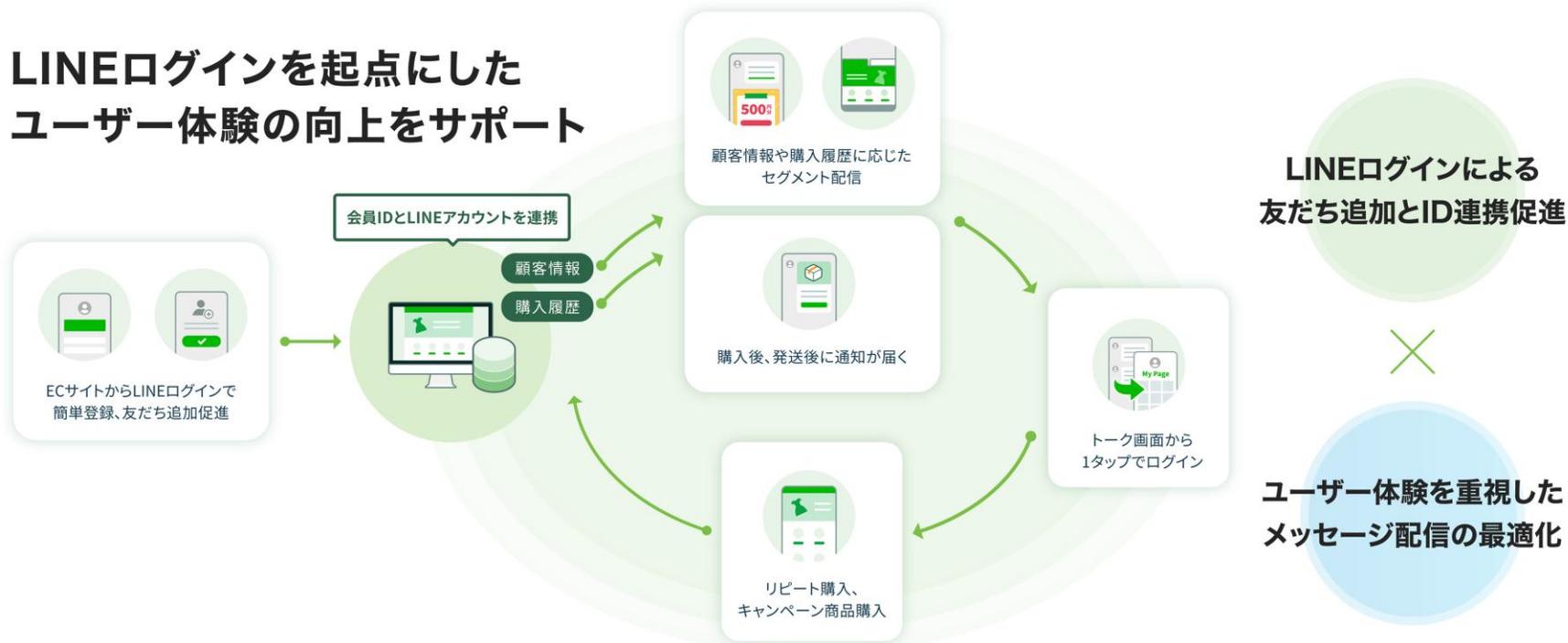
営業と運用を分けない、
一気通貫な体制



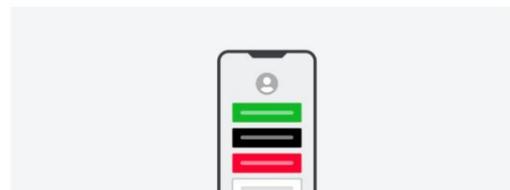
social plus

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

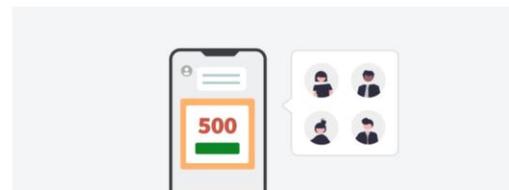


会員登録・購入フローの簡略化



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

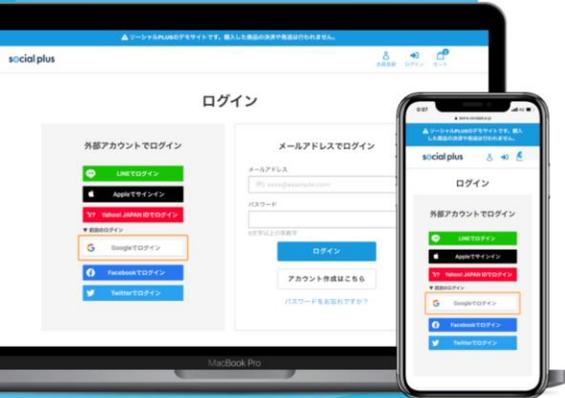


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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。



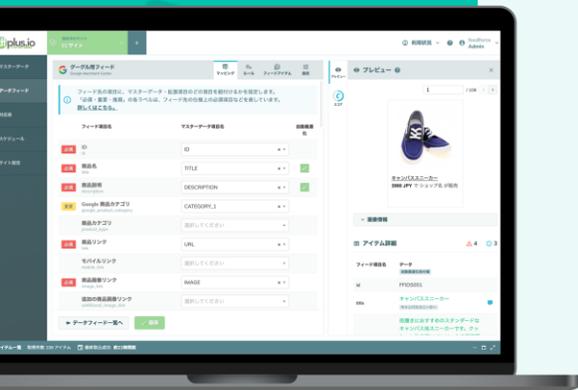
強力な機能

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。



店舗・EC 会員連携



「スマレジ」や「Square POS」等のPOSアプリと連携し、実店舗とオンラインストアで会員情報を統合できる顧客一元化アプリです。どのような事業者でも簡単にオムニチャネル化を実現できます。



Rewire



- | | |
|-----------------|--|
| 活用場面
USECASE | <ul style="list-style-type: none">店舗とECの会員統合を行い、オムニチャネルでつながり続ける顧客を増やすオンラインストアで商品の店舗在庫を確認して、来店のきっかけを作るスマホのウォレット機能上で会員証を表示。ログインせずとも会員証を表示する来店やイベント参加など、購買以外のオフライン行動情報を把握する |
| 特徴
FEATURES | <ul style="list-style-type: none">会員情報をスマレジ・Square等と連携、Shopifyのマイページ上に会員証を表示スマレジ・Square等のPOSで発生した購入履歴を自動でShopifyに連携ShopifyとPOSにポイントを共通で付与・消化が可能店舗在庫表示や来店チェックインなど来店誘導・店舗体験向上につながる機能が充実 |

ポイント管理 ポイント共通化



日本語サポートが充実したポイントアプリです。初心者でも簡単に理想のポイントプログラムがすぐに実現できます。FlowやPOS連携に対応。ロイヤリティ施策などで幅広くご利用いただけます。



Rewire

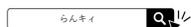


- | | |
|-----------------|---|
| 活用場面
USECASE | <ul style="list-style-type: none">初回購入・初回アクションに対してポイントを付与し、価値体験のハードルを下げるポイント失効前に通知を送り、ポイント失効前の再購入を促す購入に加え、各アクションにポイントを付与し、推奨行動が起きる理由をつくる商品購入にいたるキーアクションにポイント付与し第一歩を行いモチベートする |
| 特徴
FEATURES | <ul style="list-style-type: none">カスタマイズ性の高い「ポイント付与条件」と「ポイント還元率」ポイント利用方法は2種類から選択顧客のアクションに応じたポイント付与やポイント情報の通知Shopify 以外のカートシステムからのポイント移行に対応 |

ランク管理 ランク共通化



指定の集計期間にあわせて、自動でランクアップ・ランクダウンを実行する「会員ランク」アプリです。マイページへの会員ランク表示もノーコードで簡単に実装できます。



Rewire



- | | |
|-----------------|---|
| 活用場面
USECASE | <ul style="list-style-type: none">継続利用の大きなモチベーションとなるランク制度を導入するレビュー投稿数・紹介数・参加回数などの行動で称号やランクを付与するファンの貢献が可視化される状態をつくり、愛用固定・口コミにつなげる |
| 特徴
FEATURES | <ul style="list-style-type: none">「過去1年間の購入金額」など期間に応じたランク設計会員ランクごとのディスカウントを自動適用可能にランクアップ特典クーポンなどをメールやLINEで送付マイページに会員ランクや次のランクアップまでの情報を表示 |

サンキューページ 最適化・アンケート



サンキュー（購入完了）ページをカスタマイズできるアプリです。購入完了後に適切な情報を顧客に提供することで、商品到着までの不安を軽減し、ストアへの信頼と安心感を高めます。



Rewire



- | | |
|-----------------|--|
| 活用場面
USECASE | <ul style="list-style-type: none">サンキューページでアンケートを行い商品のベネフィットを再認識してもらう購入前の簡易診断を行い、最適な商品を提示して迷いを減らす |
| 特徴
FEATURES | <ul style="list-style-type: none">サンキューページの任意の場所にノーコードでコンテンツの追加が可能購入金額・回数、顧客、商品、決済方法などの条件に応じてコンテンツの表示を制御アンケート機能で購入直後に顧客の声の収集が可能誕生日メッセージやクーポンのプレゼント、先行案内などマーケティング施策が可能 |

チェックアウト ページ最適化

あとプラ

商品を購入してくれた顧客にお得な情報をあとからプラス。チェックアウトのカスタマイズや購入後の商品提案で新たな体験機会を創出します。



活用場面
USECASE

- 決済方法や配送方法等を顧客のニーズに応じて提供し購入の障壁を下げる
- チェックアウトページをカスタマイズして、アップセルの提案を行う

特徴
FEATURES

- チェックアウトページに個別メッセージや規約同意を設けるなどカスタマイズが可能
- 購入時の状況（商品や金額、顧客タグなど）に応じてページのカスタマイズが可能
- 購入後の追加表示内で直接購入（追加注文）が可能

あとプラ

Rewire

顧客退会管理

appunity Safe Delete

退会処理を顧客自身で完結できる「退会ボタン」を、マイページにノーコードで追加。サポート窓口を介さず、顧客が好きなタイミングでワンクリックで退会できるUXを実現します。



活用場面
USECASE

- 退会処理を顧客自身で完結できる「退会ボタン」を設置し、つながりを安全に解除する

特徴
FEATURES

- 退会ボタンを設置し、顧客がサポート不要でいつでも退会できる
- 名前や住所、メールなどの個人情報や任意のメタ情報を自動で削除可能
- Shopify Flowと連携し「未ログインでの退会」などのワークフローを自由に構築可能
- Shopify お客様アカウントや管理画面からの手動マスキングにも対応済み

app unity safe delete

Rewire

Shopify モバイルアプリ

つなポケ

Shopifyからモバイルへのプッシュ通知の配信が可能。顧客セグメントを指定したスケジュール配信や、注文などをトリガーにした自動配信もできます。



活用場面
USECASE

- ブランドやショップのネイティブアプリで、常時スマホ画面に表示される関係を築く
- モバイルアプリ上で会員登録し、2回目以降の来店時の会員登録表示が容易に

特徴
FEATURES

- iOSとAndroidに対応したネイティブアプリを構築
- 顧客セグメントや時間に合わせたプッシュ通知が可能
- どこボイ・らんキイ・Omni Hubと連携したポイント・ランク・会員登録表示に対応

つなポケ

Rewire

出荷業務 自動化

SHIPPInno

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。ショップ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します。



活用場面
USECASE

- 受注業務の効率化を行い、集客などの他の業務に集中する時間をつくる

特徴
FEATURES

- FBAやロジザーZERO等と連携し、出荷依頼を自動化できる
- 自社ECサイトに加え、複数モールで同じ商品を販売する場合には、在庫同期も可能
- 物流倉庫の紹介も実施、これからEC物流を外注するECのサポートも可能

Shippinno

SHIPPInno

ID統合・認証 シングルサインオン

appunity Xross ID

企業が提供するブランド共通のIDを利用して、Shopifyストアにログイン(シングルサインオン)を実現するソリューションです。

app unity xross id 🔍

Rewire

リッチな マイページ導入

appunity Account Hub

日本のEC事業者が求める“デザイン・機能”を標準装備したマイページを、自社ブランドに合わせて調整し、導入できるソリューションです。各種アプリとのAPI連携を活用し、ポイント・LINE連携・会員登録表示などの情報を統合表示を実現します。

app unity account hub 🔍

Rewire



活用場面
USECASE

- ・ 企業・ブランドが持つ顧客資産を統合、広告に頼らず早期に顧客数を増大させる
- ・ サポートサイトの顧客IDを統合し、購入場所を横断した顧客管理を実現する
- ・ コミュニティサイトと顧客IDを統合し、交流や推奨行動を促進する

特徴
FEATURES

- ・ 企業の共通IDを組み合わせて、複数の顧客接点で収集された顧客情報を一元管理できる
- ・ 複数のブランドサイト間でのシングルサインオンを実現し顧客体験を向上する
- ・ 複数のブランドサイト間での商品やサービスの紹介を通して顧客のサイト間移動を促進



活用場面
USECASE

- ・ マイページ上で登録情報・同意状態・連携サービスを可視化し、顧客自身に「つながっている実感」を持ってもらう

特徴
FEATURES

- ・ リッチなマイページを、Shopifyのお客様アカウントに導入できる
- ・ 自社ブランドに合わせてデザインを調整して実装が可能
- ・ 顧客が初回ログインした直後に、会員登録フォームや同意規約画面を表示可能
- ・ 各種アプリと連携し、ポイント・LINE連携・会員登録表示などの情報を統合表示を実現

ID統合・認証 シングルサインオン

appunity IDP

Shopifyストアでユーザーが保有しているログインIDを利用して、外部のサイトやコミュニティサイトにログインできるID統合サービス。ユーザーは1つのIDとパスワードで自社の持つ複数のサイトを横断してログインが可能になります。

app unity idp 🔍

Rewire

広告・GA4 計測連携

appunity tracking

GTMの設定とGA4、Google・Facebook・Twitter・LINE・Yahoo!・Tiktok・Microsoft・Pinterest広告などの計測設定を5分で一括設定でき、ストアのマーケティング・広告データの連携がすぐに始められます。

app unity tracking 🔍

Rewire



活用場面
USECASE

- ・ 企業・ブランドが持つ顧客資産を統合、広告に頼らず早期に顧客数を増大させる
- ・ サポートサイトの顧客IDを統合し、購入場所を横断した顧客管理を実現する
- ・ コミュニティサイトと顧客IDを統合し、交流や推奨行動を促進する

特徴
FEATURES

- ・ 企業の共通IDを組み合わせて、複数の顧客接点で収集された顧客情報を一元管理できる
- ・ 複数のブランドサイト間でのシングルサインオンを実現し顧客体験を向上する
- ・ 複数のブランドサイト間での商品やサービスの紹介を通して顧客のサイト間移動を促進



活用場面
USECASE

- ・ 広告や外部サイトでの接触情報を取り込み、EC内での行動につなげる導線を設計する

特徴
FEATURES

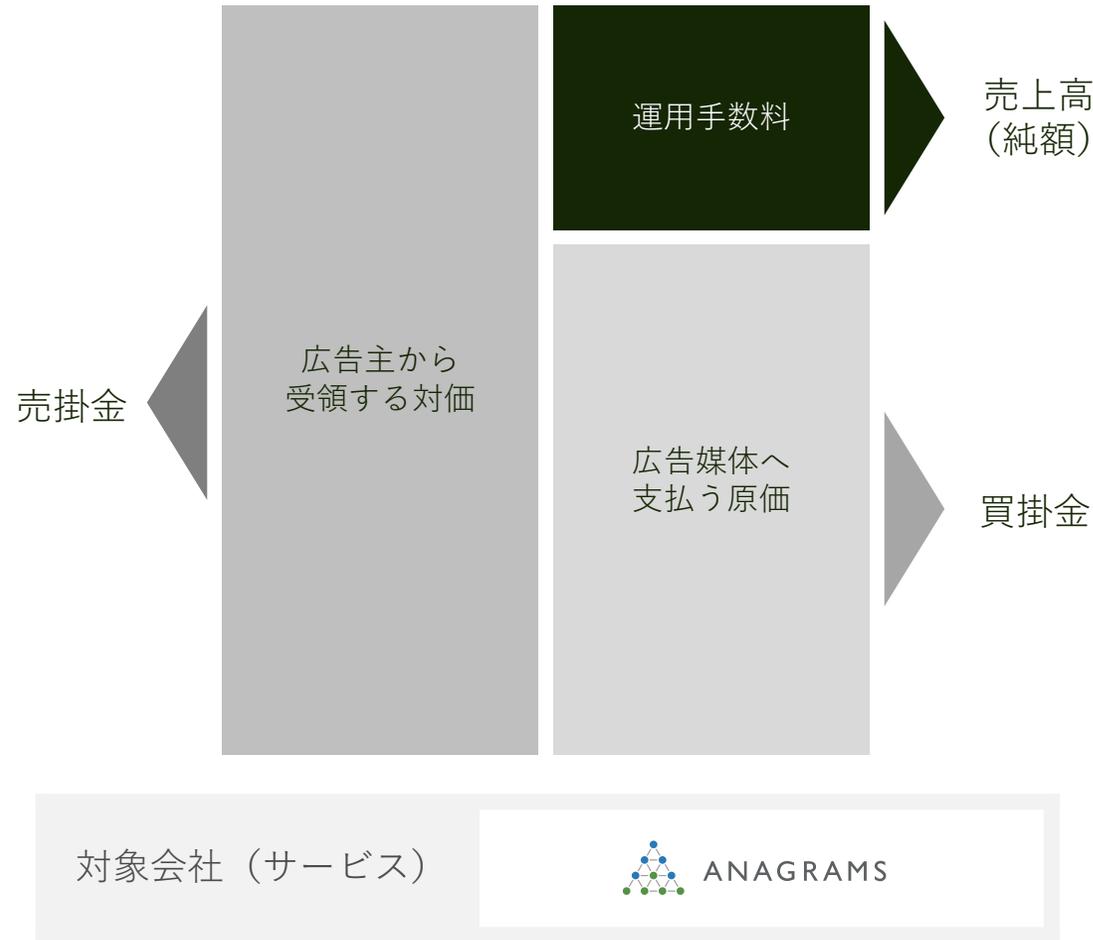
- ・ GoogleタグマネージャーのコンテナIDをアプリに入力するだけで簡単に設置可能
- ・ GA4やGoogle広告、Facebook広告など9サービス・100件以上のGTM設定を自動化
- ・ Checkout Extensibility環境におけるYahoo!広告のコンバージョン計測が可能
- ・ 各コンバージョンタグで金額が記録されることをサポートするためROASの算出が可能

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 		
月額固定	データフィード運用アウトソース 	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) 
		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 
構築 (初期) 費用 + 月額固定			 

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



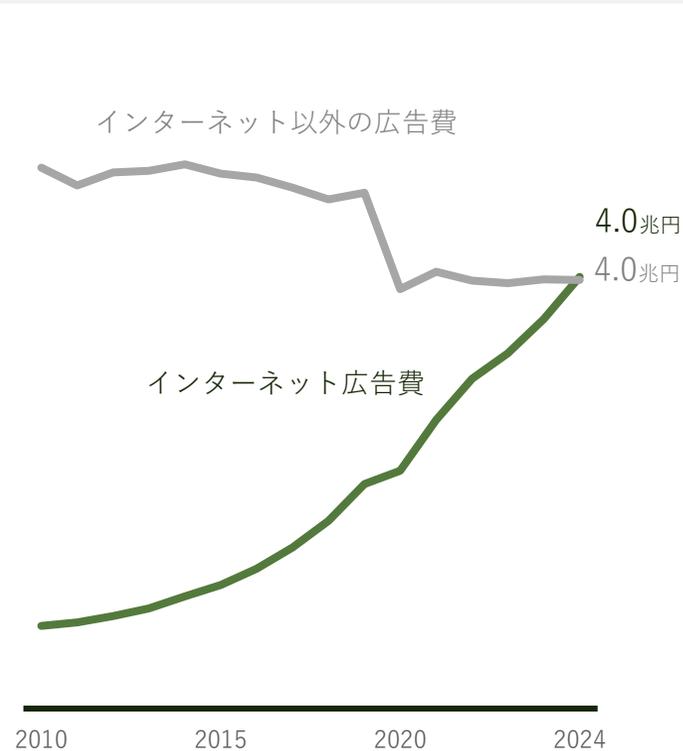
広告運用代行業務は、純額ベースで売上高を計上

市場環境とリスク対応

Market Environment and Risk Management

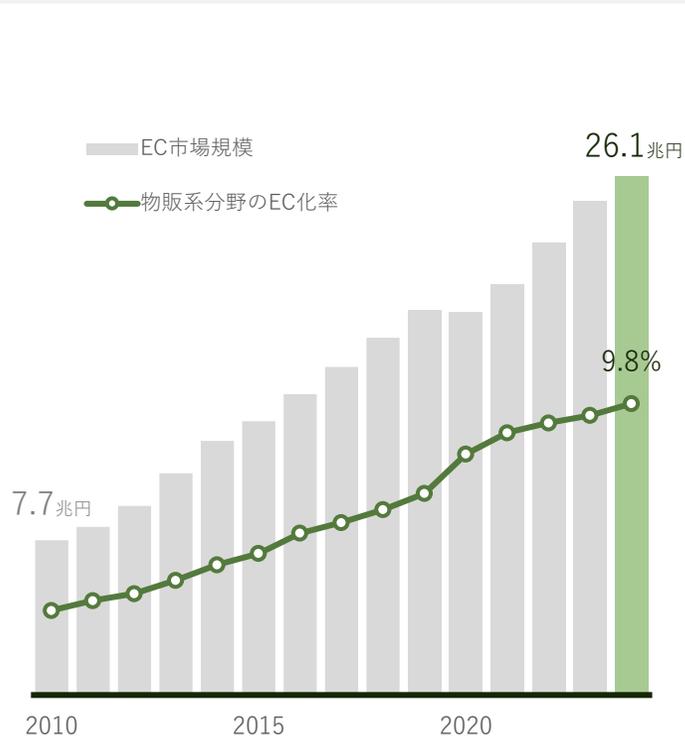
市場規模 インターネット広告市場・電子商取引市場

国内インターネット広告市場



出所：株式会社電通「2025年 日本の広告費」(2026年3月)

国内電子商取引市場



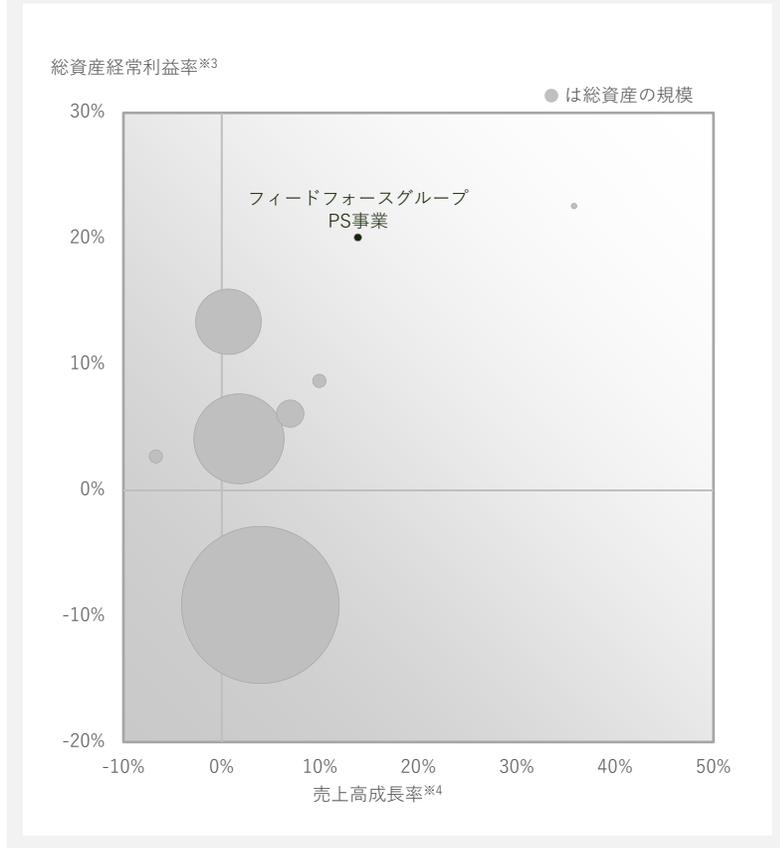
出所：経済産業省「令和6年度電子商取引に関する市場調査」(2025年8月)

2025年のインターネット広告費は、4.0兆円と10%以上伸長し、総広告費に占める割合は過半数に達する

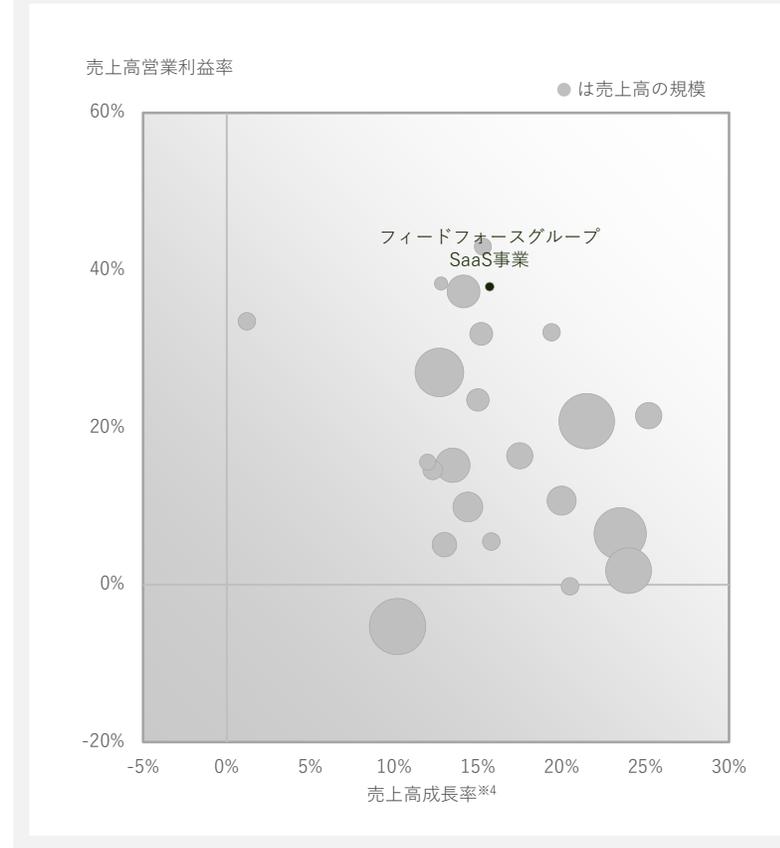
2024年のEC取引市場規模は26.1兆円となり、物販系分野においては前年比+3.7%の拡大で、EC化率は9.8%

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

認識するリスクと対応策

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	対応策
インターネット 広告市場 顕在化時期：短期 発生可能性：高	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	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 顕在化時期：長期 発生可能性：中	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	継続的なサービス改善・エンジニア採用
法的規制 顕在化時期：長期 発生可能性：高	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	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		
リスク内容・ 顕在化時期・発生可能性	内容	対応策
特定媒体への集中度 顕在化時期：長期 発生可能性：中	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	Shopify・LINE等GAFA以外とも連携強化
情報セキュリティ 顕在化時期：長期 発生可能性：中	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	アクセス権限限定・定期的な脆弱性検査等

財務リスク		
リスク内容・ 顕在化時期・発生可能性	内容	対応策
新規事業の投資回収 顕在化時期：短期 発生可能性：高	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	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 顕在化時期：長期 発生可能性：中	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	10年以内での定額償却

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

このため、リスクが顕在化する前から対応を実施

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

グループミッション

「働く」を豊かにする。