



2027年5月期Q1 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9月29日

目次

1. 決算ハイライト	2
Q1 業績 / 株主還元状況	3
Q1 トピックス / リリース	17
2. 業績予想に対する進捗状況	21
3. 事業計画及び成長可能性に関する事項	25
事業計画とその進捗状況	26
競争力の源泉と経営指標	34
ビジネスモデル	43
市場環境とリスク対応	57

1. 決算ハイライト

Q1 業績 / 株主還元状況

Q1 Results / Shareholder Return

連結業績概要

(百万円)

	2026/5期 Q1	Q2	Q3	Q4	2027/5期 Q1	YoY	QoQ
取扱高	5,008	4,603	4,931	5,084	4,906	△2.0%	△3.5%
売上高	1,199	1,172	1,232	1,308	1,306	+8.9%	△0.2%
EBITDA※	531	482	567	606	589	+10.8%	△2.9%
営業利益	483	432	514	550	536	+11.1%	△2.5%
経常利益	478	426	509	542	533	+11.5%	△1.8%
税金等調整前 当期純利益	506	426	508	542	535	+5.8%	△1.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	336	370	328	410	316	△5.8%	△22.7%

連結業績

YoYで増収増益、QoQで減収減益

※ 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)

	2026/5期 Q1	Q2	Q3	Q4	2027/5期 Q1	YoY	QoQ
PS事業※							
売上高	751	716	749	781	745	△0.8%	△4.6%
セグメント損益	353	293	307	322	303	△14.3%	△6.0%
SaaS事業							
売上高	332	335	342	354	370	+11.5%	+4.4%
セグメント損益	114	123	159	162	159	+39.6%	△2.1%
DX事業							
売上高	115	119	140	171	190	+64.9%	+10.6%
セグメント損益	14	16	47	65	74	+394.6%	+13.2%

PS事業

YoY・QoQともに、減収減益

SaaS事業

YoY増収増益、QoQ増収減益
ソーシャルPLUSの顧客増が寄与
するも、QoQでは採用費等が増加

DX事業

YoY・QoQともに、増収増益
Shopifyアプリ導入増・Shopify
構築案件が寄与

※ 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)

	2026/5期 Q1	Q2	Q3	Q4	2027/5期 Q1	YoY	QoQ
PS事業	751	716	749	781	745	△0.8%	△4.6%
Anagrams	739	706	738	771	735		
その他	12	10	10	10	10		
SaaS事業	332	335	342	354	370	+11.5%	+4.4%
ソーシャルPLUS	217	227	236	247	261		
dfplus.io	105	107	106	107	108		
EC Booster	9	1	0	—	—		
DX事業	115	119	140	171	190	+64.9%	+10.6%
Shopify関連事業	85	91	110	141	160		
Shippinno	26	25	24	24	24		
ベトナム事業	3	3	5	6	6		
その他	—	—	—	—	—		

PS事業

Anagramsでは、YoY・QoQともに減収

SaaS事業

ソーシャルPLUSは、YoY・QoQともに増収

dfplus.ioは、YoY・QoQともにわずかに増収

DX事業

Shopify関連事業は、YoY・QoQともに大幅増収

Shopifyアプリ導入増・Shopify構築案件が寄与

営業費用

(百万円)

	2026/5期 Q1	Q2	Q3	Q4	2027/5期 Q1	YoY	QoQ
営業費用	716	739	717	757	769	+7.4%	+1.6%
売上原価	338	356	355	367	373	+10.3%	+1.5%
人件費	260	270	273	280	274		
経費	78	85	82	87	98		
販売費及び一般管理費	377	382	361	389	395	+4.8%	+1.7%
人件費	188	189	178	179	187		
経費	188	193	183	209	208		
採用研修費	12	17	9	18	18		
広告宣伝費	9	7	5	5	7		
不動産関係費	29	28	28	28	29		
減価償却費	36	37	40	43	38		
のれん償却額	11	11	11	11	13		
その他	88	90	88	102	101		

営業費用

YoY・QoQともに、費用増

売上原価

YoY・QoQともに、増加
QoQで人件費減少も、案件関連の経費が増加

販売費及び一般管理費

YoY・QoQともに、増加

営業外損益・特別損益・法人税等合計

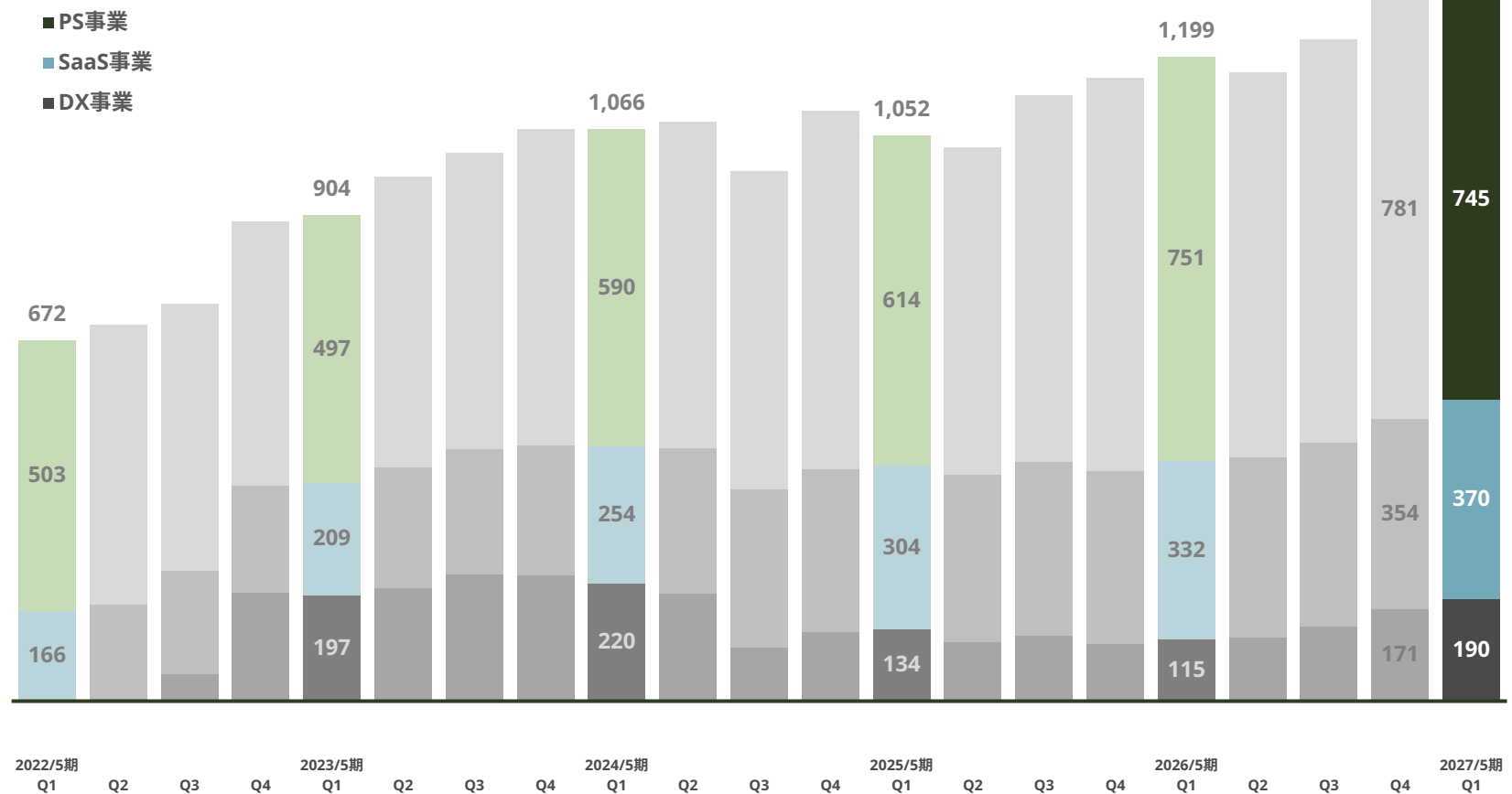
(百万円)

	2026/5期 Q1	Q2	Q3	Q4	2027/5期 Q1	内容
営業外収益	3	0	4	0	6	
受取利息	3	0	3	0	5	
その他	0	0	0	0	0	
営業外費用	8	6	9	9	10	
支払利息	6	6	7	8	9	
その他	2	0	2	0	0	
特別利益	27	0	0	—	2	
新株予約権戻入益	27	0	0	—	2	行使期限終了・退職者からの無償取得による戻入益
その他	—	—	—	—	—	
特別損失	—	—	1	0	—	
その他	—	—	1	0	—	
法人税等合計	170	56	180	132	218	
法人税、住民税及び事業税	147	183	142	170	150	
法人税等調整額	22	△126	38	△38	68	当Q1：原状回復費用増加に伴う資産除去債務計上・繰越欠損金の当期控除による繰延税金資産の減少

原状回復費用増加を踏まえて資産除去債務計上を行った結果、繰延税金資産が減少したこと等により、税金費用が増加

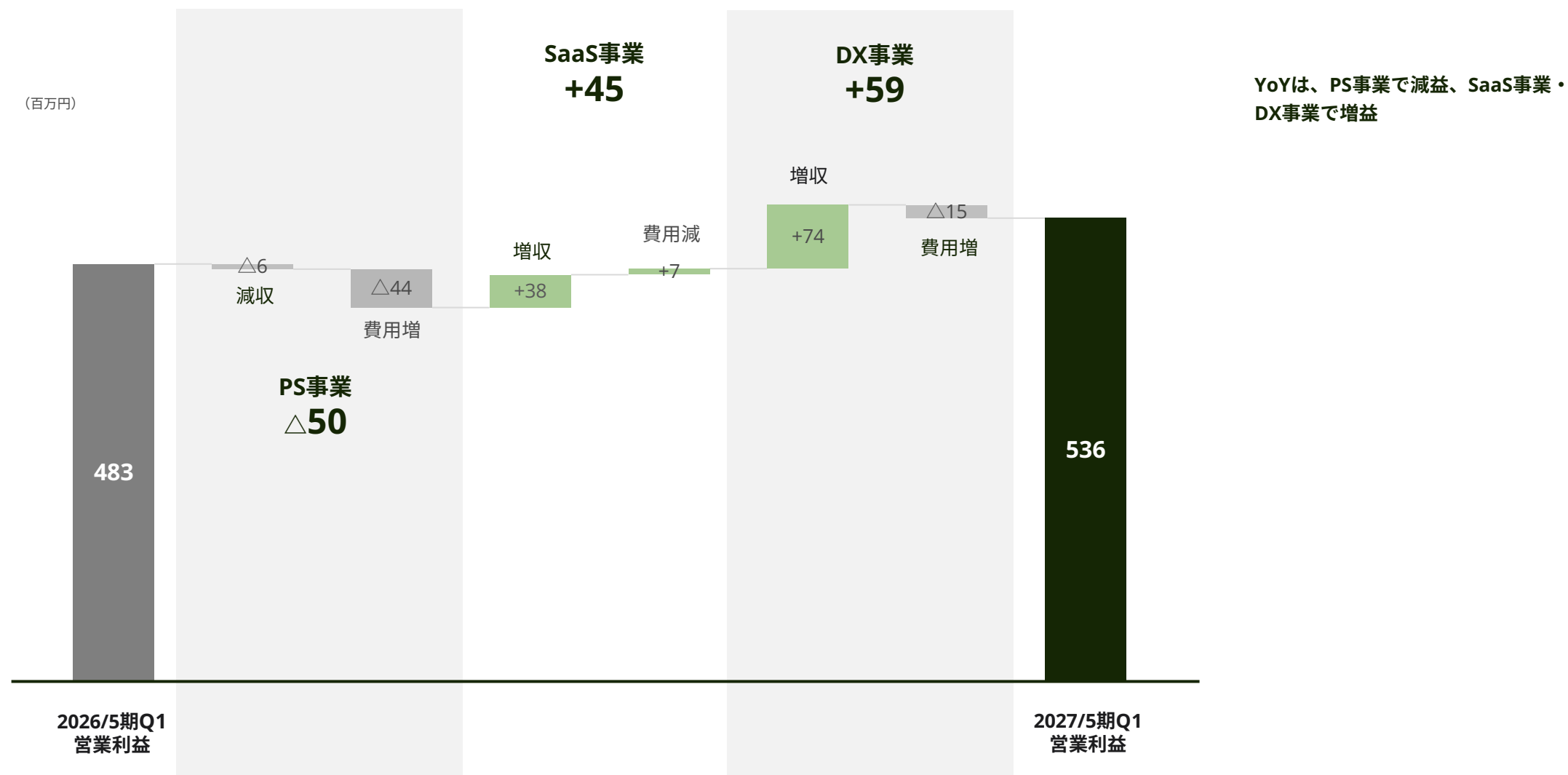
売上高四半期推移

(百万円)

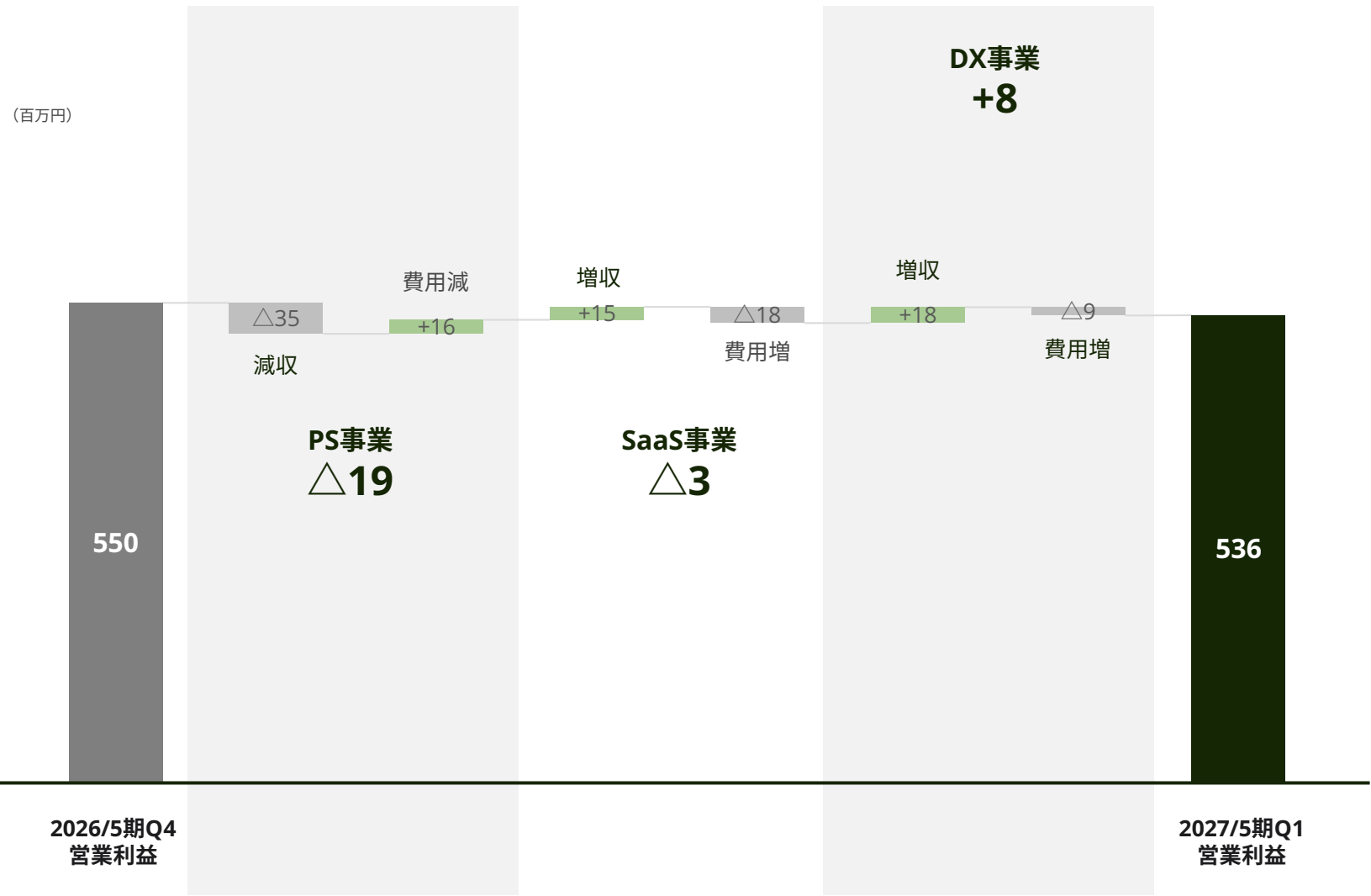


QoQでは減収となるものの、SaaS事業は四半期最高売上

営業損益増減要因 YoY



営業損益増減要因 QoQ



QoQは、PS事業・SaaS事業で減益、DX事業で増益

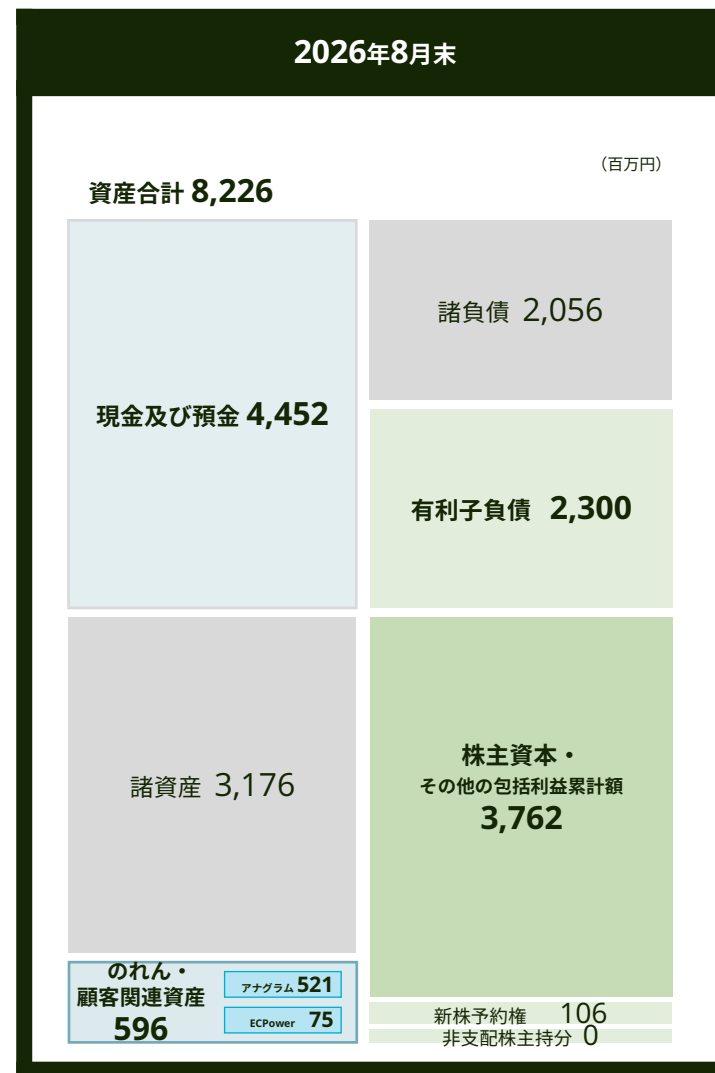
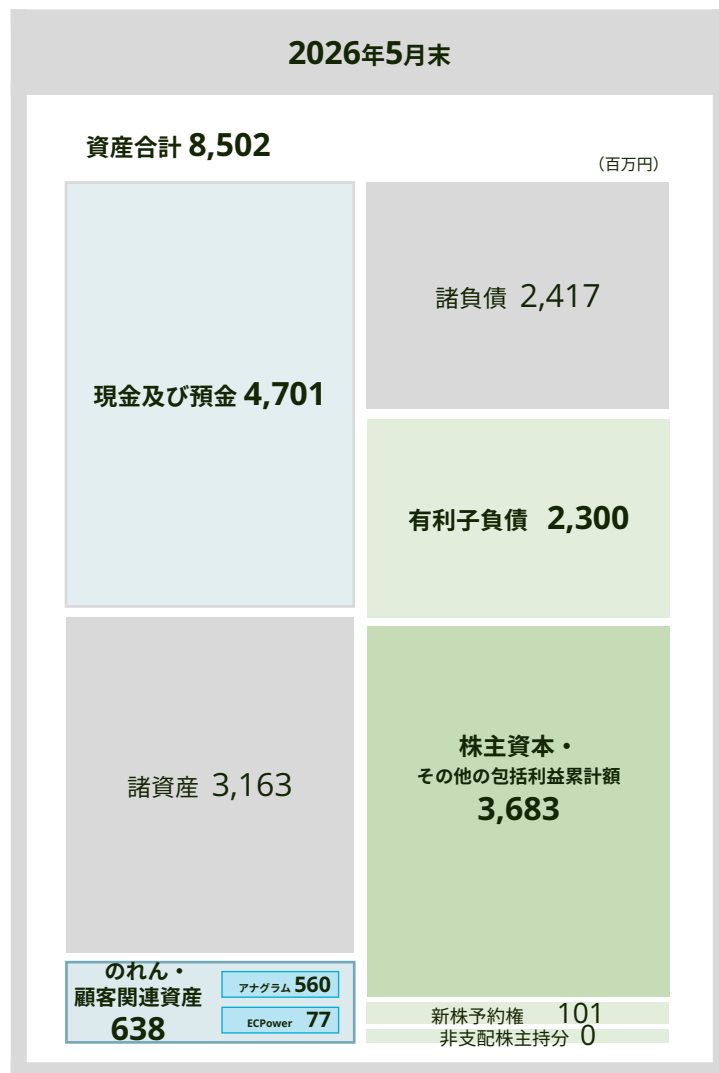
連結貸借対照表

(百万円)

	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/5末	2026/5末	2027/5期Q1末	前期末比
流動資産	5,503	5,248	6,198	6,425	7,287	7,010	△277
固定資産	2,515	1,870	1,361	1,228	1,214	1,215	+1
資産合計	8,019	7,119	7,559	7,653	8,502	8,226	△276
流動負債	2,861	2,541	3,496	3,194	3,628	3,155	△473
固定負債	2,009	1,686	1,172	1,136	1,088	1,201	+112
負債合計	4,870	4,228	4,669	4,331	4,717	4,356	△360
株主資本	2,983	2,777	2,795	3,217	3,686	3,766	+79
その他の包括利益累計額	△0	△2	△3	△3	△3	△3	+0
新株予約権	77	95	96	108	101	106	+5
非支配株主持分	87	20	0	0	0	0	+0
純資産合計	3,148	2,890	2,889	3,321	3,784	3,869	+84

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
億円台、純資産は概ね30億円台で推
移

貸借対照表内訳



配当実施及び納税により、現預金は減少

財務関連指標

	2022/5期	2023/5期	2024/5期	2025/5期	2026/5期	2027/5期Q1
売上高成長率	+20.7%	+32.0%	+6.6%	+3.4%	+12.3%	+8.9%
PS事業	+6.1%	+8.3%	+12.8%	+7.4%	+13.7%	△0.8%
SaaS事業	+21.9%	+24.1%	+23.3%	+12.2%	+8.4%	+11.5%
DX事業	—	+236.6%	△25.9%	△26.8%	+14.9%	+64.9%
売上高営業利益率	31.0%	26.0%	29.3%	36.4%	40.3%	41.1%
PS事業	43.2%	45.5%	42.9%	42.6%	42.6%	40.7%
SaaS事業	38.9%	38.1%	40.5%	37.9%	40.4%	42.5%
DX事業	△94.6%	△39.3%	△44.8%	△2.9%	26.2%	38.7%
ROA※1,※2	12.8%	13.6%	15.9%	20.1%	24.5%	—
ROE※2,※3	22.5%	3.9%	17.0%	33.4%	41.9%	—
自己資本比率※4	37.2%	39.0%	36.9%	42.0%	43.3%	45.7%
D/Eレシオ※5	0.8x	0.6x	0.8x	0.6x	0.6x	0.6x

PS事業の
売上高成長率は△0%
営業利益率は約40%

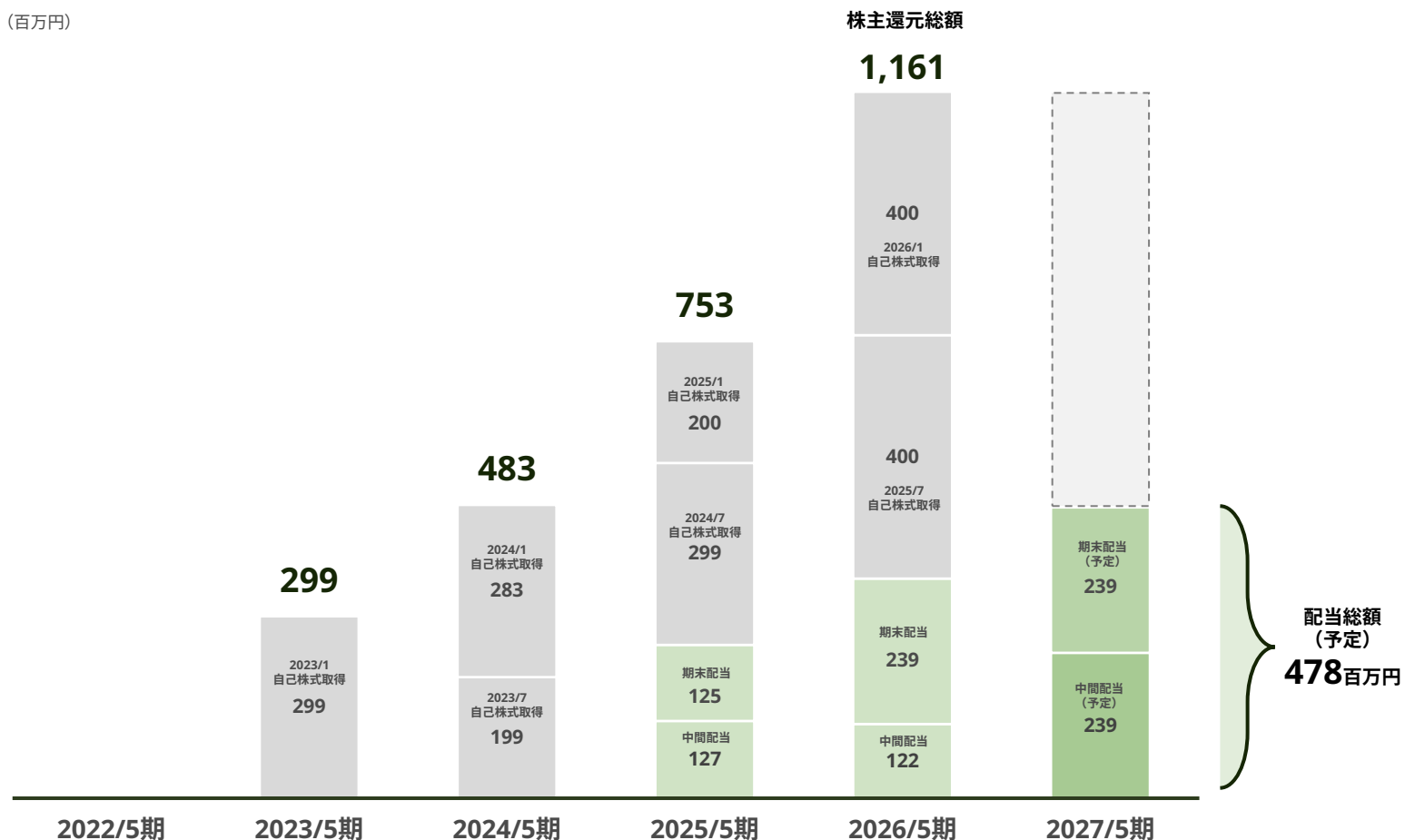
SaaS事業の
売上高成長率は約11%
営業利益率は約42%

DX事業の
売上高成長率は約64%
営業利益率は約38%

※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

株主還元の状況

(百万円)



2023/5期以降、継続的な株主還元を実施。

2026/5期期末配当より増配を決定し、自己株式取得とあわせて、株主還元総額11億円以上へ

2027/5期は、4.7億円程度の配当を予定

※ 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

投資・株主還元方針

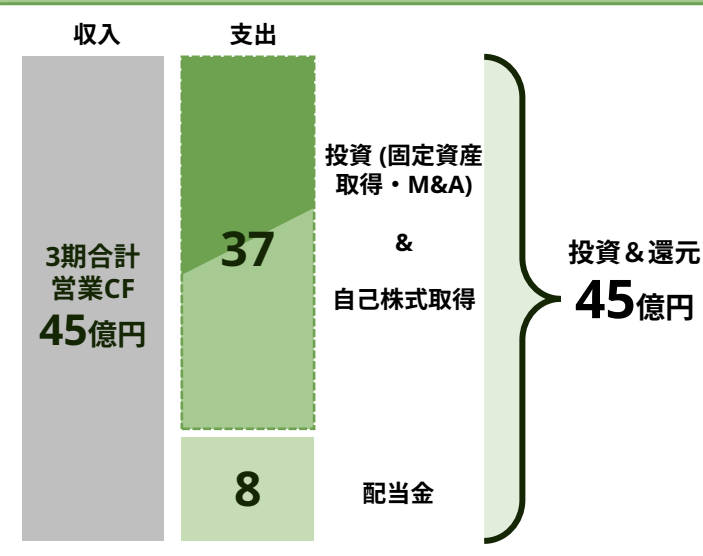
投資	対象領域	• Eコマース・人材 • マーケティング・データテクノロジー
	対象資産	• 固定資産（ソフトウェア等） • M&Aまたは投資有価証券
	判断基準	• 原則IRR10%以上が期待できる案件

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	• DOE 5%（年間）を目安
	自己株式取得	• 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

ROE
30%維持
(レバレッジも活用)

キャッシュ・アロケーション方針（2026/5期～2028/5期）



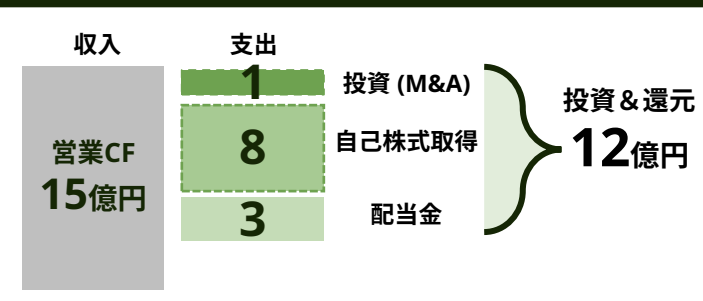
高い収益率が期待できる案件を投資対象とし、事業シナジーが見込めるM&Aも含む

機動的な株主還元を実施することにより、ROE30%を維持

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方針

2026/5期は、営業CF15億円に対して、M&A投資1億円・株主還元11億円で、合計12億円を支出

キャッシュ・アロケーション実績 2026/5期



Q1 トピックス・リリース

Q1 Topics / New Releases

対応サービス・アプリ俯瞰図



規約・ポリシー 同意管理

appunity Policy Consent

利用規約・プライバシーポリシーの同意をバージョン管理するアプリです。改定のたびに未同意の顧客へ再同意モーダルを自動で表示し、同意状況を顧客メタフィールドに記録します。

app unity policy consent



 Rewire



活用場面 USECASE

- ・ 利用規約やプライバシーポリシーを改定時に、既存の顧客から確実に再同意をもらう
- ・ 顧客ごとの同意状況を記録し、法令対応や問い合わせ対応の根拠として管理する

特徴 FEATURES

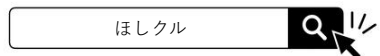
- ・ 規約・ポリシーをバージョンごとに管理し、改定ごとの同意状況を把握できる
- ・ 未同意の顧客には、ログイン時に再同意モーダルを自動で表示
- ・ 同意状況は顧客メタフィールドに記録され、管理画面から確認できる
- ・ テーマエディタからノーコードで設置・カスタマイズできる

商品レビュー レビュー管理



ほしクル

レビューの収集・管理・公開ができる国産レビューアプリです。テーマエディタからノーコードで設置でき、Shopify Flowと連携すれば、レビューをきっかけにした顧客施策を自動化できます。



 Rewire



活用場面 USECASE

- 商品ページにレビューを載せ、購入を迷っている顧客の後押しをする
- レビュー投稿のお礼にポイントを付与し、投稿数とリピート購入を増やす
- 星評価や上位レビューを表示し、商品の信頼性を高める

特徴 FEATURES

- 商品ごとにレビューを投稿でき、管理者が承認したものだけを公開できる
- テーマエディタからアプリブロックを追加するだけで、ノーコードで設置できる
- Shopify Flowと連携し、ポイント付与・メール配信・社内通知を自動化できる

2. 業績予想に対する進捗状況

2027年5月期業績予想

(百万円)

	2027/5期 Q1実績 (a)	2027/5期 Q2累計計画 (b)	進捗率 (a) / (b)	2027/5期 通期計画 (c)	進捗率 (a) / (c)
売上高	1,306	2,707	48.2%	5,741	22.7%
PS事業	745	1,625	45.9%	3,358	22.2%
SaaS事業	370	744	49.7%	1,595	23.2%
DX事業	190	337	56.4%	787	24.1%
EBITDA	589	1,153	51.1%	2,576	22.9%
営業利益	536	1,046	51.3%	2,362	22.7%
PS事業	303	665	45.6%	1,382	21.9%
SaaS事業	159	288	55.3%	700	22.8%
DX事業	74	92	80.1%	280	26.5%
経常利益	533	1,029	51.8%	2,328	22.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	316	676	46.8%	1,529	20.7%
1株当たり当期純利益	13.23円	27.82円		63.86円	

2027/5期は、売上高57.4億円、営業利益23.6億円を見込む

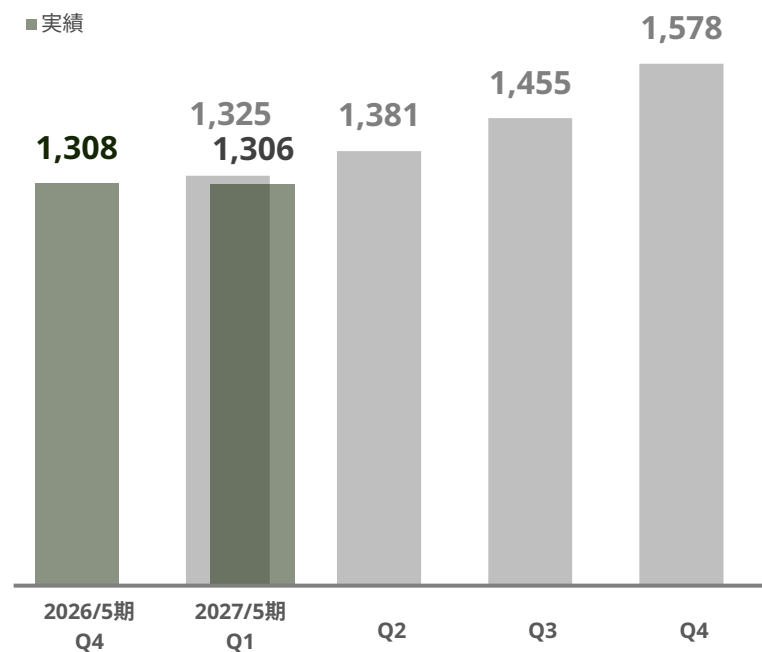
Q1での進捗率は、売上高・営業利益ともに22.7%

2027年5月期業績予想 成長率・四半期推移

2027/5期Q1
達成率
売上高 **98.6%**

(百万円)

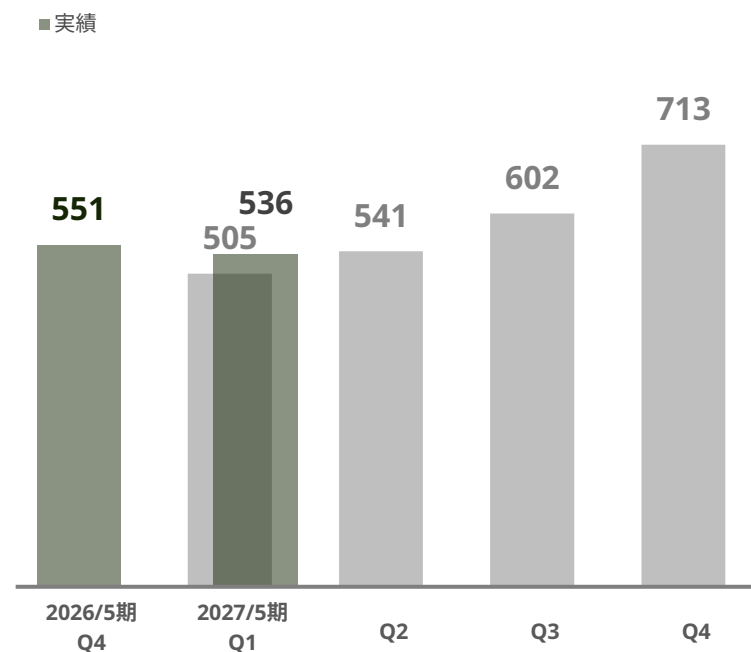
■計画
■実績



2027/5期Q1
達成率
営業利益 **106.3%**

(百万円)

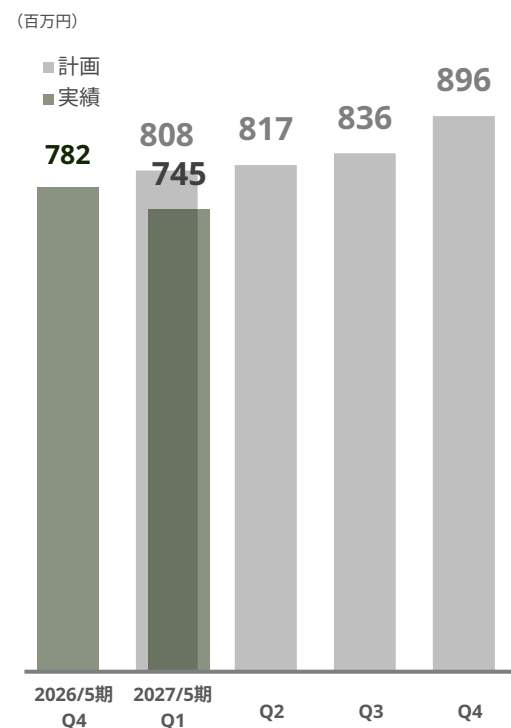
■計画
■実績



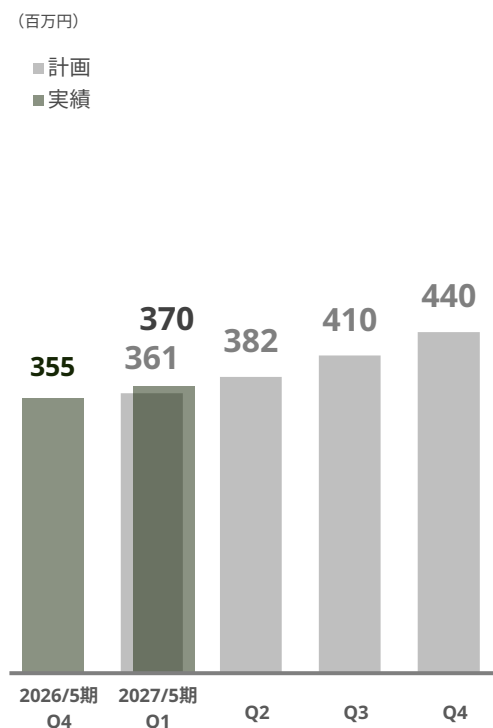
売上高は計画をわずかに下回ったものの、
営業利益は計画を上回って着地

2027年5月期業績予想 セグメント別成長率・四半期推移

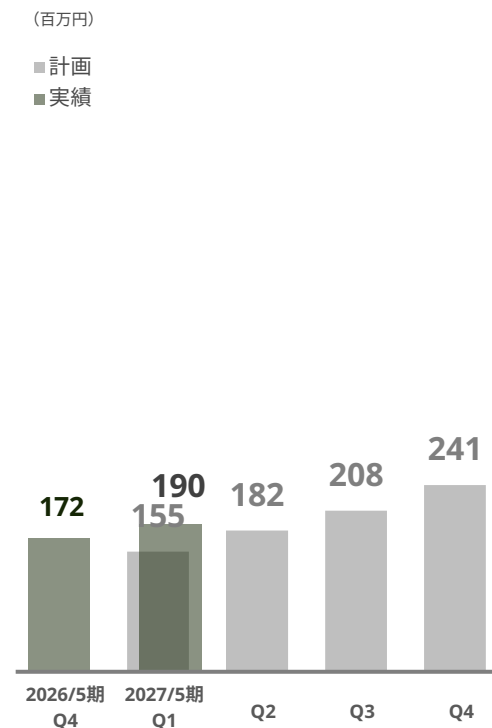
PS事業
2027/5期Q1
達成率
売上高 **92.3%**



SaaS事業
2027/5期Q1
達成率
売上高 **102.3%**



DX事業
2027/5期Q1
達成率
売上高 **122.7%**



PS事業では計画を下回ったものの、
SaaS事業とDX事業では計画を上
回って着地

3. 事業計画及び成長可能性に関する事項

事業計画とその進捗状況

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

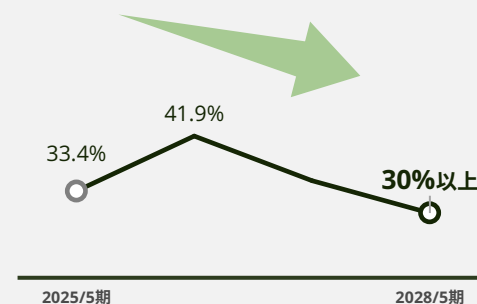
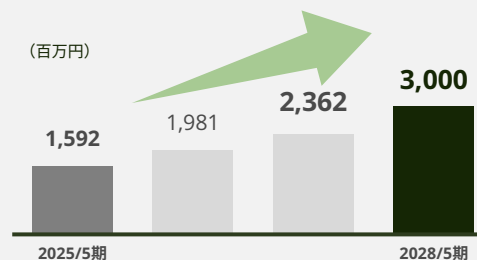
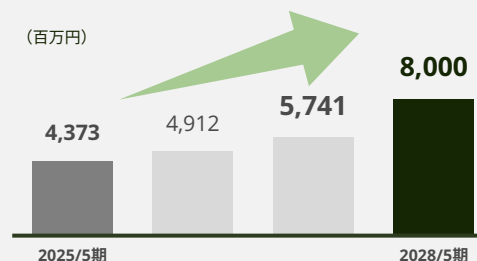
2025年5月期
15.9億円

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月期目標 40億円
	セグメント損益	2025年5月期 11.2億円	2028年5月期目標 15億円

- 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

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

SaaS事業	売上高	2025年5月期 12.5億円	2028年5月期目標 20億円
	セグメント損益	2025年5月期 4.8億円	2028年5月期目標 9億円

- 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

DX事業	売上高	2025年5月期 4.7億円	2028年5月期目標 20億円
	セグメント損益	2025年5月期 △0.1億円	2028年5月期目標 6億円

- 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

5つの成長戦略

1.	Group Synergy	- 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	全方位データマーケティング × EC・HR特化
3.	¥2 Tn Commerce Frontier	- 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	LLM、AIエージェントからの利用拡大
5.	Partner & Propel	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

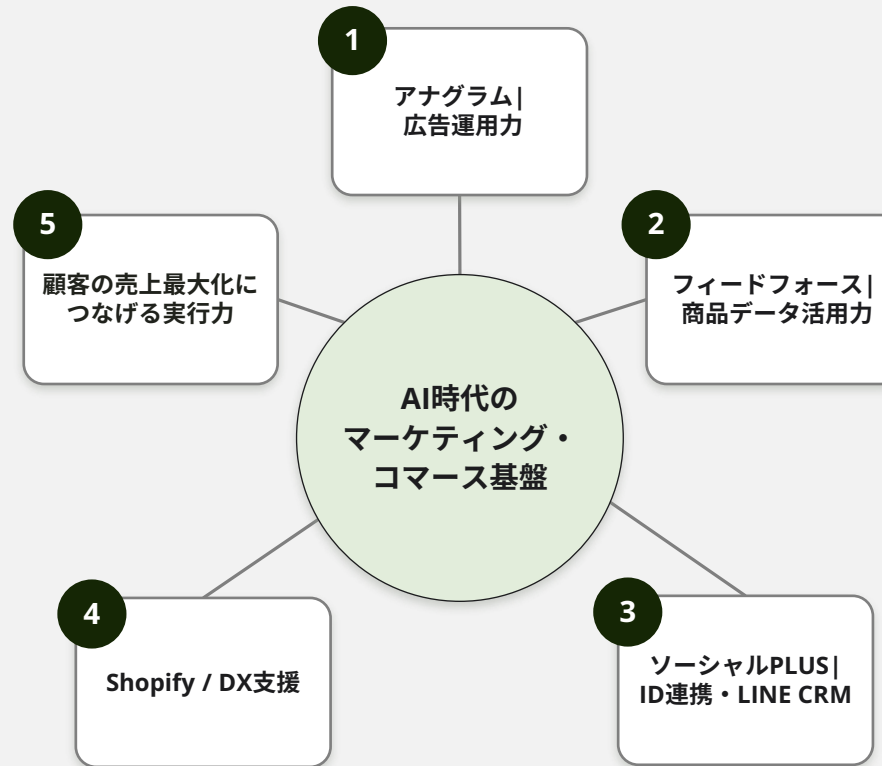
戦略のブラッシュアップ：AIを追い風にする

- 広告運用、SaaS、EC支援の前提がAIで変化
- AIエージェントが、商品・サービスを理解して、比較し、推薦する時代へ
- この変化は脅威ではなく、追い風



顧客企業に必要なのは、
AIに顧客・商品・購買情報を正しく
理解させるための

データ資産&基盤



AIを追い風に、広告運用・SaaS・EC
支援の統合された成長基盤を確立

個別事業の集合ではなく、“**統合された成長基盤**”として提供する

2027/5期以降の方針

2027/5期計画
売上高

57.4億円

2027/5期計画
営業利益

23.6億円

2027/5期計画
売上成長率

16.9%

2027/5期計画
営業利益率

41.1%

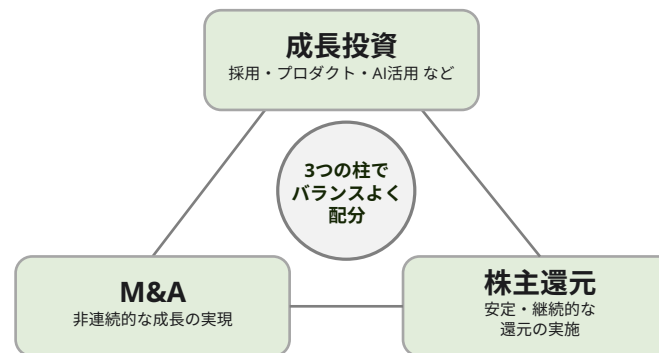
50 Rule of 50

58.0%

2年目以降も、投資と株主還元のバランスを保ち、収益性を維持した成長を目指す

- 1 売上成長率を10%台後半～20%水準へ引き上げる
- 2 営業利益率30%以上の高収益性を維持
- 3 採用・プロダクト投資・AI活用・M&Aへ再投資
- 4 成長投資と株主還元を両立

資本配分の基本方針



年間配当は **10円**（2025/5期） → **20円**（2027/5期） へ倍増

セグメント別の方針

2028/5期目標

PS事業

40億円 / 15億円

SaaS事業

20億円 / 9億円

DX事業

20億円 / 6億円

売上高 / セグメント利益

3つのセグメントを個別に伸ばすだけでなく、顧客の売上成長を起点に“クロスで提供”する

1 PS事業

広告運用から、
データ活用型の成長支援へ

- AIで運用生産性を向上
- 1人あたり付加価値を拡大
- コンサルティング型へ進化

2 SaaS事業

高収益を維持しながら、
AI時代のサービス領域へ拡張

- ソーシャルPLUSは統合メッセージングへ
- フィードフォースはAI推薦時代の商品データ基盤へ
- EaaS型を強化

3 DX事業

Shopify構築から、
コマース成長基盤の提供へ

- Shopify需要の拡大を捉える
- Connect OS推進
- 商品データ・CRM・AEO・広告運用を接続

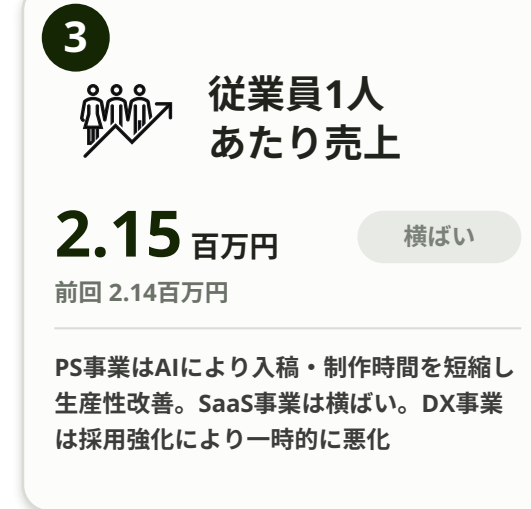
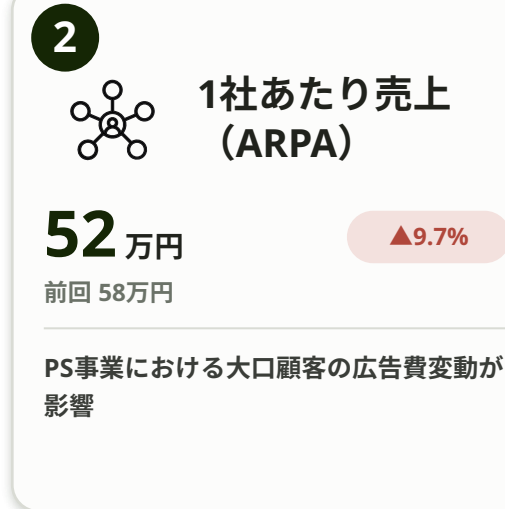
4 セグメント連携

1社の顧客に対して、
複数の価値を組み合わせる

- 広告運用顧客へ商品データ・LINE CRM・Shopify改善を提案
- 顧客の売上成長を総合的に支援
- ARPA向上へ

“Group Synergy” を、より実行可能な形に具体化する

再成長KPIの進捗（Q1）



※ KPIの定義

- ① **グループ連携案件数**
→ 子会社を跨いでクロスセルしている案件数
- ② **1社あたり売上**
→ グループ連携案件の売上総額 ÷ グループ連携案件数
(概数で表示)
- ③ **従業員1人あたり売上**
→ 売上 ÷ 正社員数

※ 比較期間

2026年5月 → 2026年8月

1Qの取り組み

結果につながったこと

- ・ グループ会社間の出向を強化。各サービスの理解を現場レベルで深め、受注につなげた

取り組み始めたこと（結果は2Q以降）

- ・ Anagramsの伴走型支援ノウハウをソーシャルPLUSへ転用し、LINE CRMサービスをリリース
- ・ グループ会社間で共催セミナーを実施（ChatGPT広告、縦型動画×LINE など）
- ・ クロスセルの提案営業を評価制度へ組み込み

課題と今後の取り組み

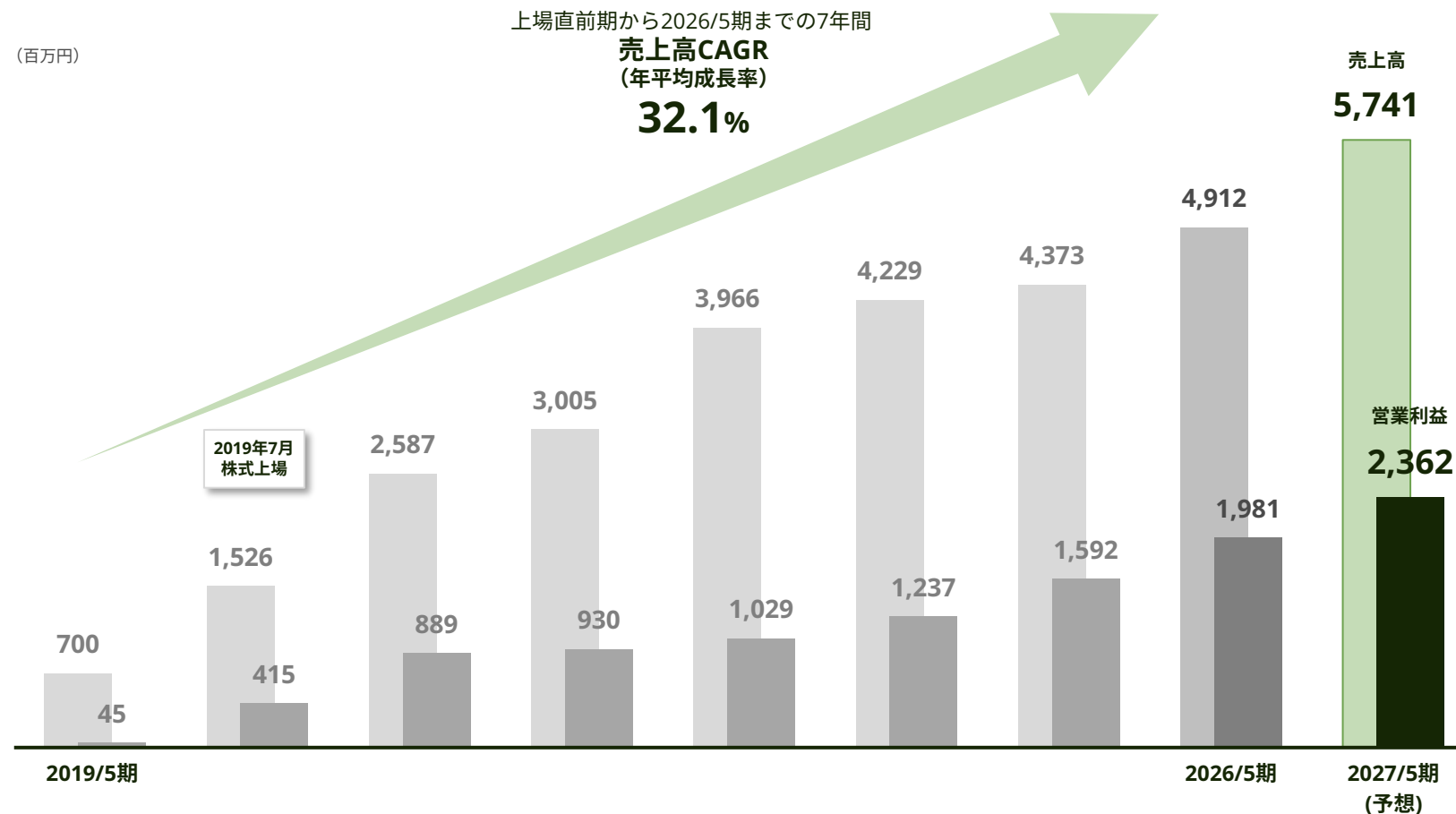
- ・ Shopify向けサービスは併用メリットが大きいため、連携しやすい仕組みを構築していく
- ・ グループプロダクト提案を組み込んだAnagramsの新たな「提案の型」を作り、大口広告案件の受注へ繋げる

連携案件は着実に増加。単価・生産性は、1Q施策の反映を2Q以降で確認する

競争力の源泉と経営指標

Source of competitiveness

経営資源・競争優位性 持続的な成長

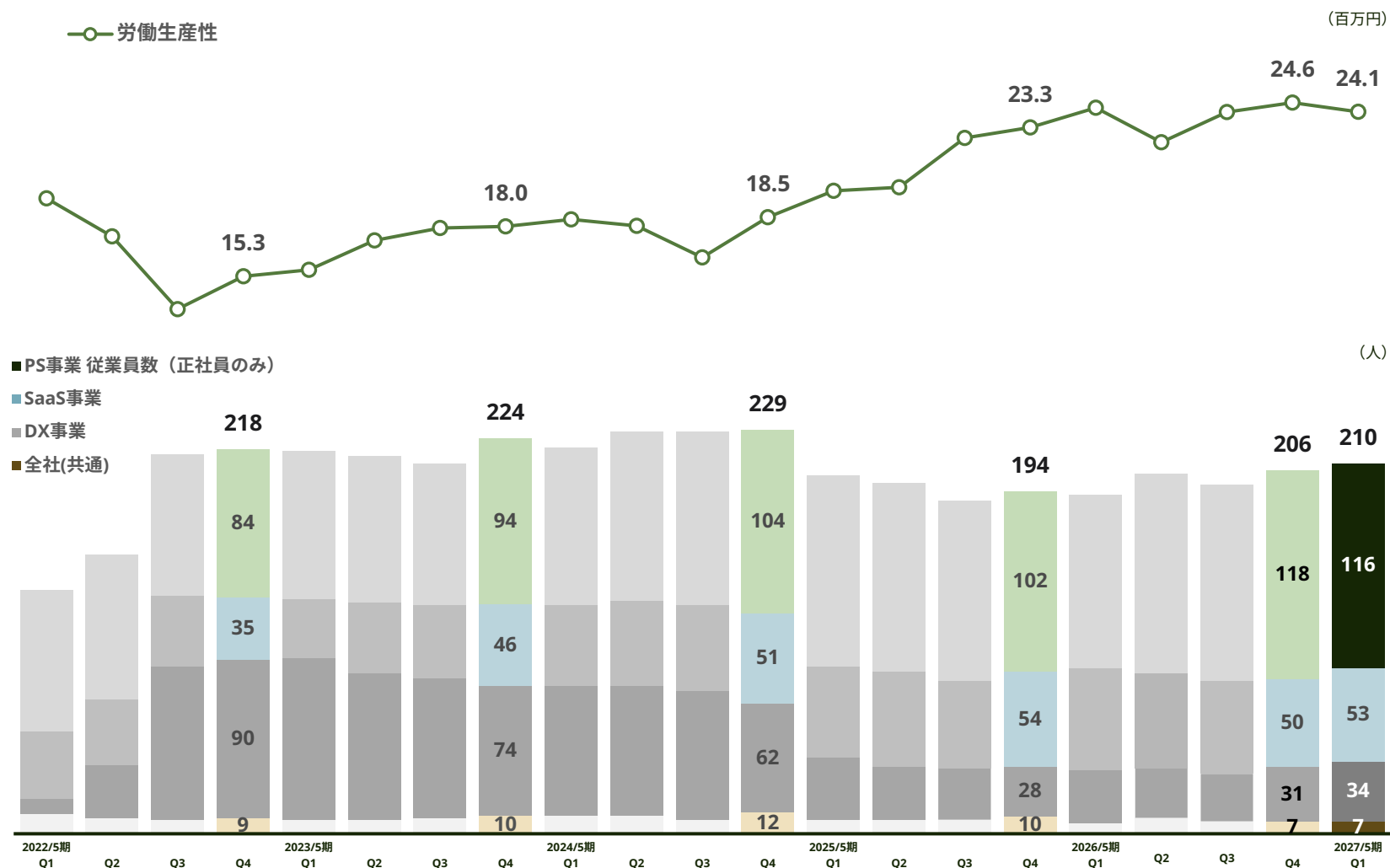


※ 2020/5期以降は連結

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期も増収増益を達成し、2027/5期もさらなる増収増益を計画

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4名増加

労働生産性は、年換算ベースで24百万円/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	□ 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 2,999 百万円 (2026/5期) 正社員数 118 名 (2026/5期末)	売上高営業利益率 (2026/5期) 42.6%		
SaaS事業	□ 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 1,365 百万円 (2026/5期) 正社員数 50 名 (2026/5期末)	売上高営業利益率 (2026/5期) 40.4%	上場直前期 (2019/5期)以降 連続増収増益	
DX事業	□ 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 546 百万円 (2026/5期) 正社員数 31 名 (2026/5期末)			Shopify関連事業 YoY売上高成長率 (2026/5期) +38.5%

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月取締役社長就任

グループ執行役員会長

(株)フィードフォース・
(株)ソーシャルPLUS・
シッピーノ(株)
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

取締役
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

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)

浦 勝則

2002年一橋大学法学部卒業後、ブレー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

小坂 彩

2019年東京大学経済学部卒業後、(株)ドームを経て、2021年1月アナグラム(株)入社。運用型広告事業の現場経験を積んだ後、経営戦略室へ。2026年8月アナグラム(株)取締役及びグループ執行役員就任。

社外取締役
(監査等委員)

佐藤 康夫

大学卒業後、(株)旭通信社（現(株)ADKホールディングス）、(株)デジタルガレージ、インフォシーク、グーグル(株)、アタラ合同会社社長（現任）などを経て、2020年8月取締役（監査等委員）就任

経営指標 サービス別利用案件数

(件)

	2022/5末	2023/5末	2024/5末	2025/5末	2026/5末	2026/8末	前期末比
PS事業							
Anagrams	116	156	166	160	165	168	+3
Feedmatic※1	49	—	—	—	—	—	—
SaaS事業							
ソーシャルPLUS	361	391	440	467	470	480	+10
dfplus.io	235	302	375	414	395	394	△1
EC Booster	283	460	419	317	—	—	—
DX事業							
Shopifyアプリ※2	532	144	258	650	791	809	+18
Shippinno※3	495	435	417	381	356	365	+9
FRACTA	53	43	8	—	—	—	—

PS事業

Anagrams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

DX事業

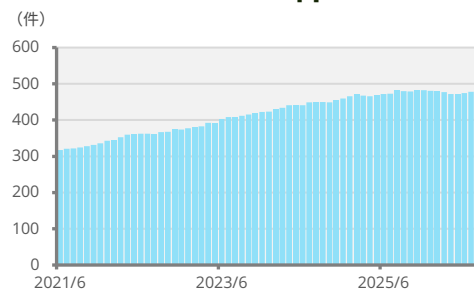
Shopifyアプリはアカウント数増加し、Shippinnoも増加に転じる

※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か月前の件数を記載

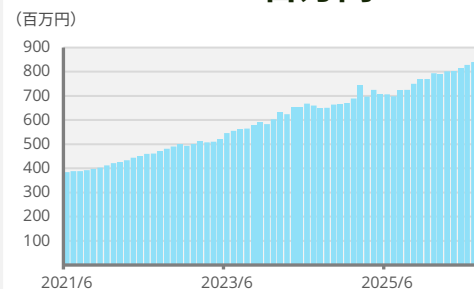
経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標

social plus

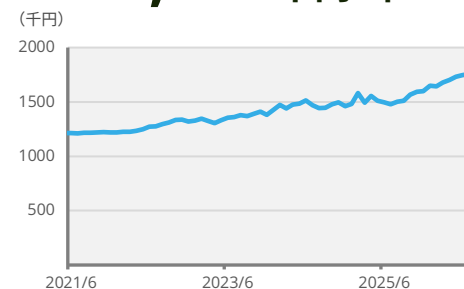
アカウント数
480件



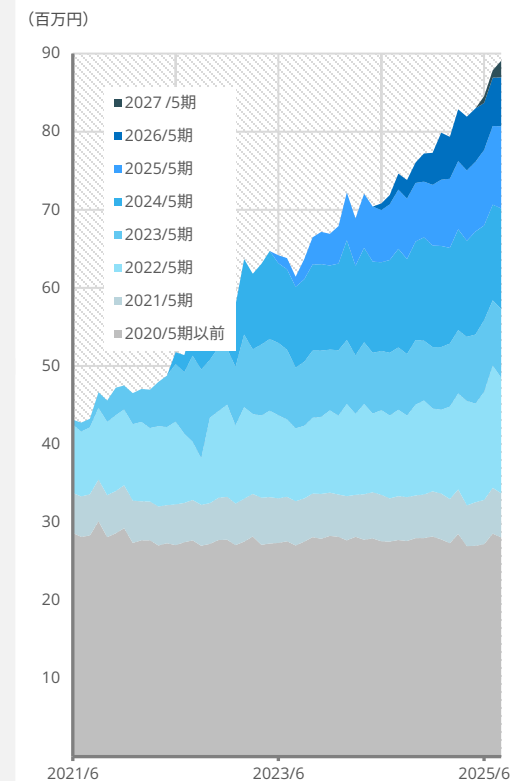
ARR※2
830百万円



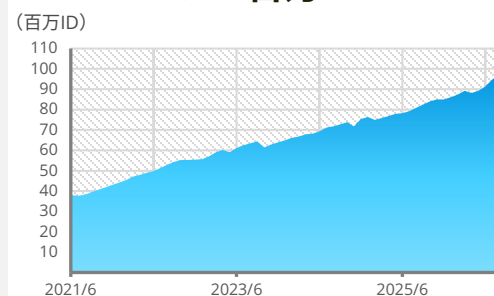
ARPA※3
1,729千円/年



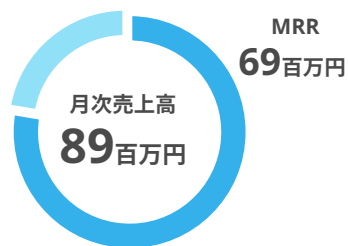
月次売上高コホートグラフ



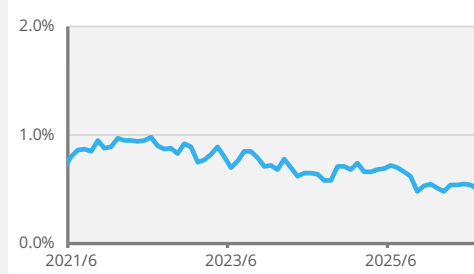
登録ユーザーID数※1
97百万ID



リカーリング売上比率
77.7%



解約率※4
0.52%

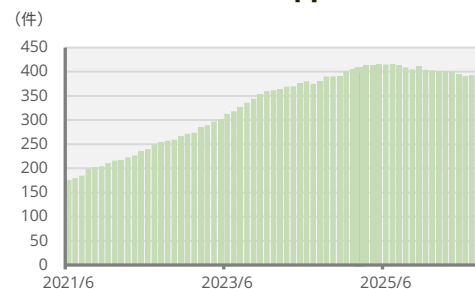


※1 ソーシャルPLUSサービスを通じて登録されているユーザーID総数
※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
※3 1アカウント当たり平均ARR。Shopifyアプリ「CRM Plus on Line」は1アカウントとして算出
※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

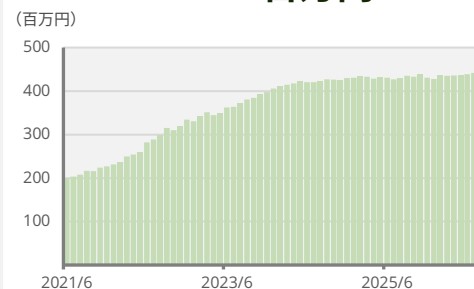
経営指標 [売上関連データ] SaaS業績指標



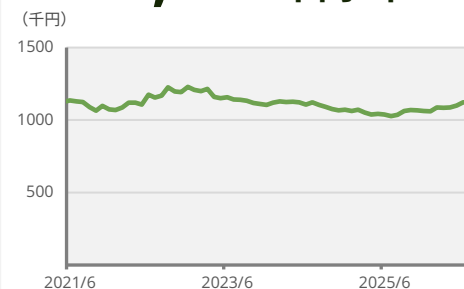
アカウント数
394件



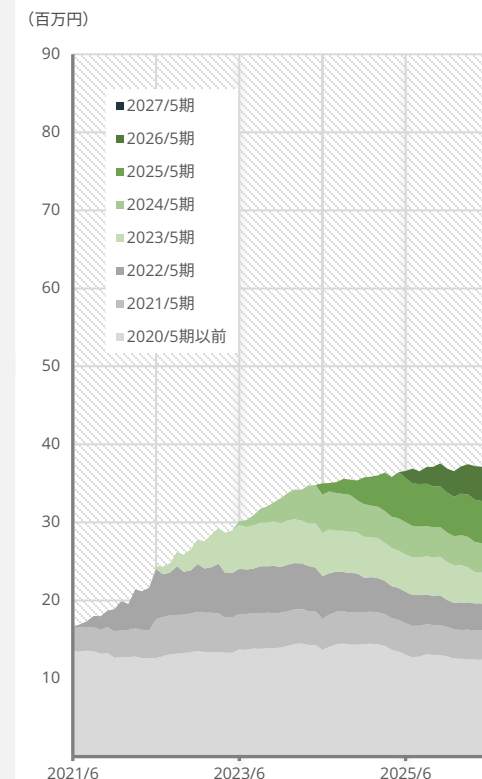
ARR^{※2}
440百万円



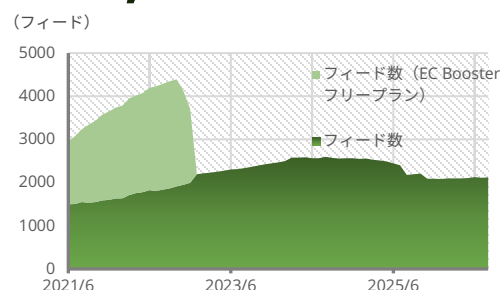
ARPA^{※3}
1,117千円/年



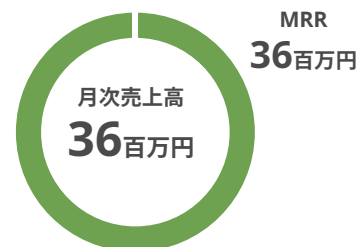
月次売上高コホートグラフ



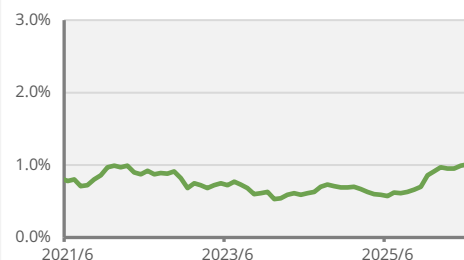
データフィード数^{※1}
2,123 フィード



リカーリング売上比率
100.0%



解約率^{※4}
0.98%



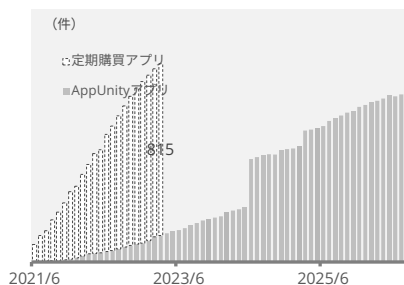
※1 各アカウントごとのデータ送信先媒体数の総和、EC Boosterフリープランは2022年12月にて終了し、2023年1月以降はエントリープランによるデータフィード数を算入
 ※2 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出
 ※3 1アカウント当たり平均ARR
 ※4 月次リカーリングレベニューに対する月次解約金額（ダウングレード含まない）の直近12ヶ月加重平均値を記載

経営指標 [売上関連データ] DX業績指標

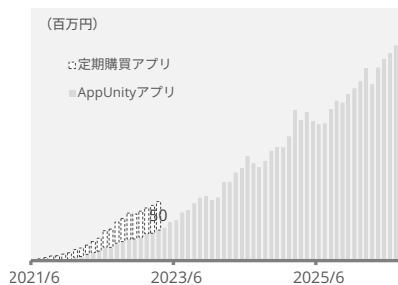


(直近月次は2026年6月)

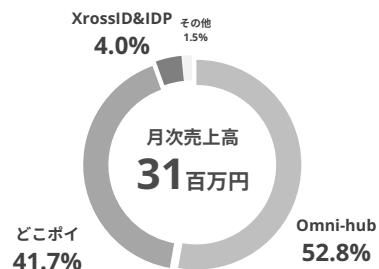
アクティブ数※2
809件



ARR※3
388百万円



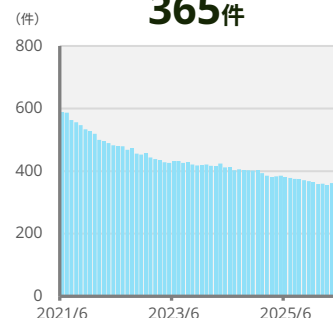
売上比率



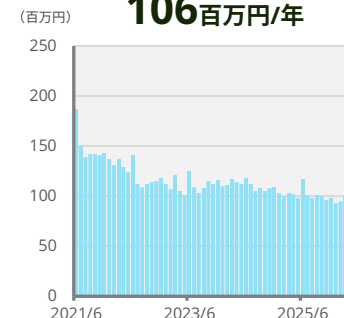
ARPA※4
480千円/年



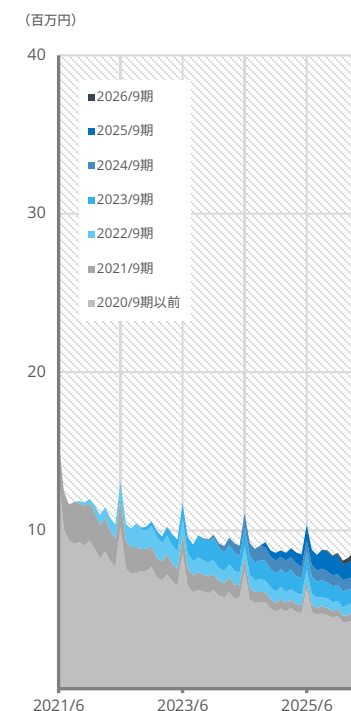
アカウント数
365件



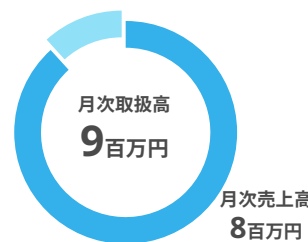
年次換算取扱高※1
106百万円/年



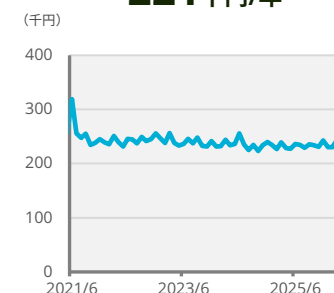
月次取扱高コホートグラフ



ディクレート※2
88.0%



アカウントあたり平均売上高※3
221千円/年



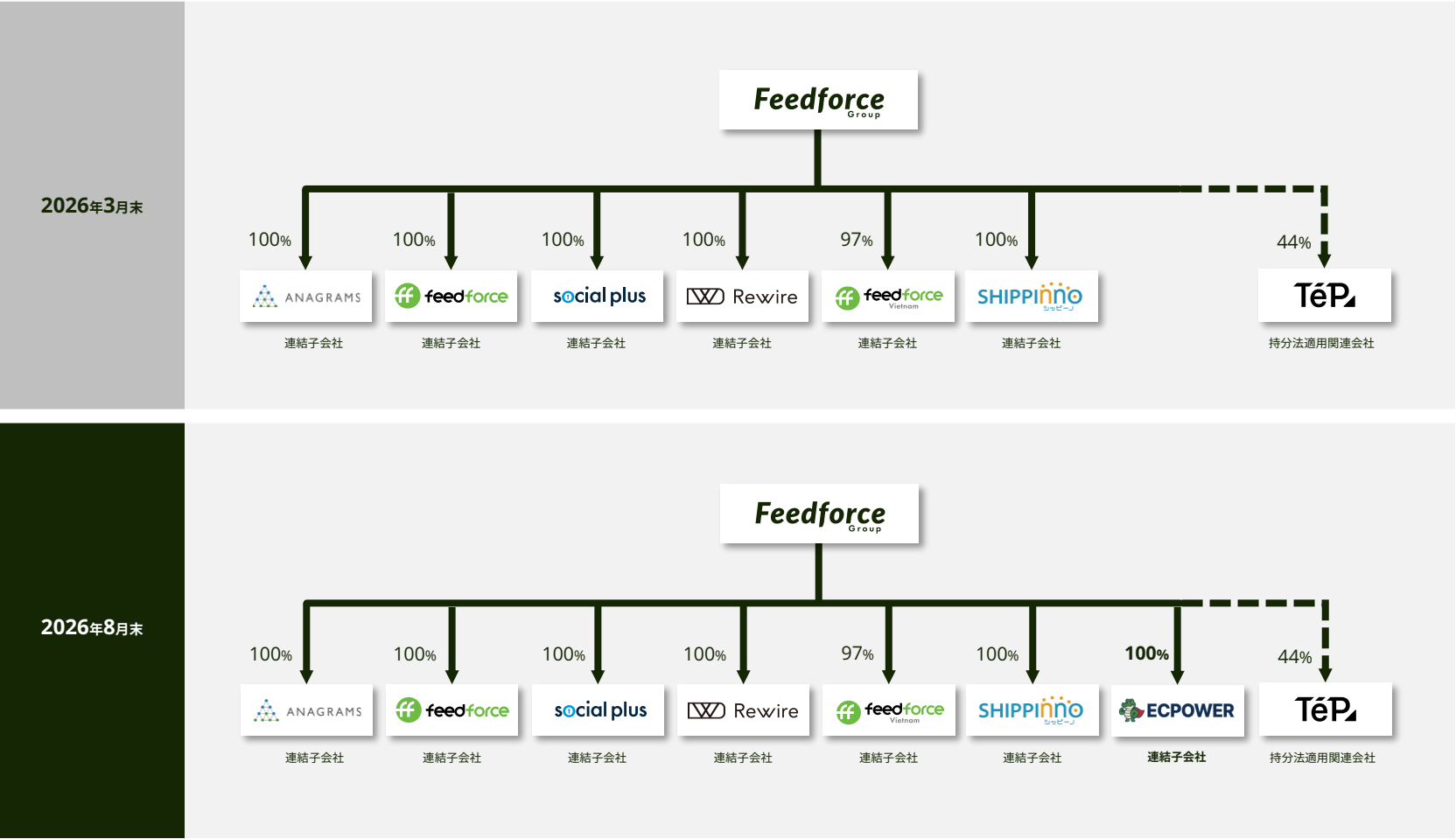
※1 DX事業に属するShopifyアプリ「定期購買」「OmniHub」「どこボイ」「XrossID」「IDP」「Tracking」の合計。定期購買アプリは共同事業としては2023年3月で終了
※2 有料プランアクティブ数のみを計上
※3 各月次リカーリングレベニュー（継続的な固定収益）に12を乗じて算出。定期購買アプリでは当社収益額のみ計上
※4 1アカウント当たり平均ARR

※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

ビジネスモデル

Business Model

主要グループ会社関係図



2026年5月にて、(株)ECPower株式を100%所有

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	- 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	- 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	- 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



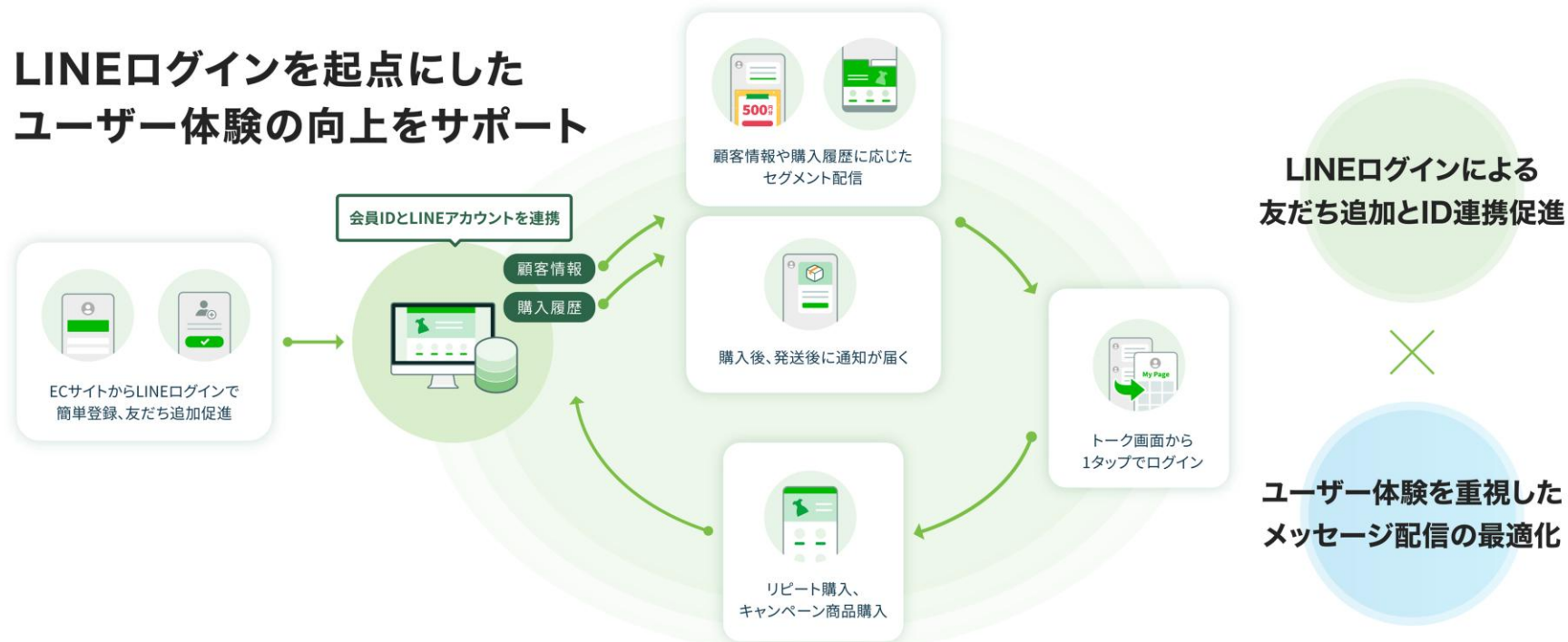
営業と運用を分けない、
一気通貫な体制



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

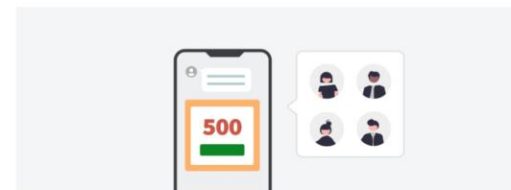


会員登録・購入フローの簡略化



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

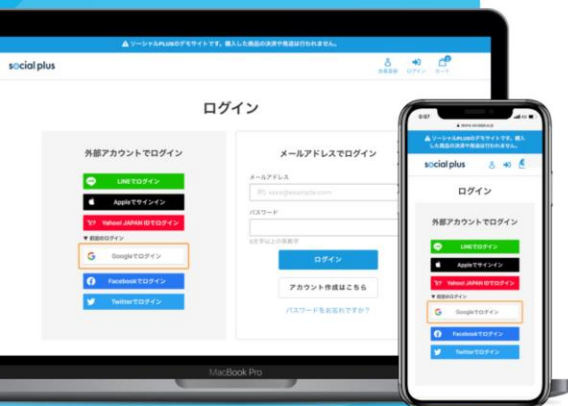


LINEログインによる友だち追加とID連携の促進から、メッセージ配信の最適化まで。
LINE株式会社のTechnology PartnerおよびSMB Sales Partnerに認定されている技術力とノウハウをもとに、ユーザー体験と売上の向上をサポートします。

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。



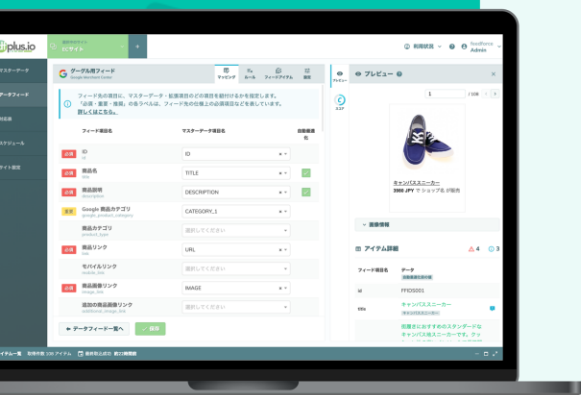
強力な機能

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。



対応サービス・アプリ俯瞰図



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

- ・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

- ・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にポイントで共通で付与・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を実現できます。FlowやPOS連携に対応。ロイヤリティ施策などで幅広くご活用いただけます。



Rewire



活用場面
USECASE

- ・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
- ・ポイント失効際に通知を送り、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

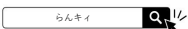
特徴
FEATURES

- ・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

- ・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

- ・「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

- ・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

- ・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



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。

あとプラ



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

商品レビュー レビュー管理



レビューの収集・管理・公開ができる国産レビューアプリです。テーマエディタからノーコードで設置でき、Shopify Flowと連携すれば、レビューをきっかけにした顧客施策を自動化できます。

ほしクル



活用場面
USECASE

- ・ 商品ページにレビューを載せ、購入を迷っている顧客の後押しをする
- ・ レビュー投稿のお礼にポイントを付与し、投稿数とリポート購入を増やす
- ・ 星評価や上位レビューを表示し、商品の信頼性を高める

特徴

FEATURES

- ・ 商品ごとにレビューを投稿でき、管理者が承認したものだけを公開できる
- ・ テーマエディタからアブリブロックを追加するだけで、ノーコードで設置できる
- ・ Shopify Flowと連携し、ポイント付与・メール配信・社内通知を自動化できる

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。

つなポケ



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・らんキィ・Omni Hubと連携したポイント・ランク・会員登録表示に対応

出荷業務 自動化



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。

Shippinno



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やロジザード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

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



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

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・会員証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

- 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・会員証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です。

app unity idp 🔍

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

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

- 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

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。

app unity safe delete

🔍

Rewire



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

EC特化 ノーコードツール

TéP

EC運営に今ほしい自動処理をノーコードでつくれるサービスです。EC運営に欠かせない各サービスとAPIで連携。ブロックを組み合わせるだけで、まるでプログラマのように、今ほしい自動処理をつくれます。

Téps

🔍



活用場面 USECASE	EC運営にほしい自動処理をノーコードでつくり作業効率化を実現する
特徴 FEATURES	- 受注伝票の細かな操作を効率化し、他サービスとのデータ連携を補完できる - 顧客へのメール送信や商品の更新を自動化し、施策の効率化を実現できる - 各種レポートの取得や、カートボックス維持の施策を自動化できる - ダイレクトフルフィルメントとリテールの業務効率化に対応

LINE連携 ログイン

CRM PLUS on LINE

LINE公式アカウントだけでは実現しづらい、Shopifyの顧客・購買データと連携した配信を可能にするアプリです。無料ワークフロー自動化アプリ「Shopify Flow」にも対応しています。

CRM PLUS on LINE

🔍

social plus



活用場面 USECASE	- 日本のソーシャルログイン利用率で8割を超えるLINEとのID連携によりつながりを強化 - 人気コンテンツの商品ランキングをリアルタイムで配信し、購入のきっかけを作る - 前回利用からの経過時間に応じてメッセージやクーポンを配信し、自然な再訪を促す - 一定条件を満たした満足度の高い顧客に紹介・共有を依頼するメッセージを配信する
特徴 FEATURES	- 購入完了ページやマイページにLINE連携・友だち追加のブロックを追加できる - Shopify上の顧客データで配信対象を絞り込み、LINEでメッセージ配信できる - 商品発送やLINE連携などをトリガーにしたステップ配信を設定できる - LINEログインなど6種のソーシャルログインや、LINEのデジタル会員証を導入可能

顧客分析 ツール

ECPower

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。

ECPower

🔍

ECPOWER



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

規約・ポリシー 同意管理

appunity Policy Consent

利用規約・プライバシーポリシーの同意をバージョン管理するアプリです。改定のたびに未同意の顧客へ再同意モーダルを自動で表示し、同意状況を顧客メタフィールドに記録します。

app unity policy consent 

 Rewire



活用場面 USECASE

- ・ 利用規約やプライバシーポリシーを改定時に、既存の顧客から確実に再同意をもらう
- ・ 顧客ごとの同意状況を記録し、法令対応や問い合わせ対応の根拠として管理する

特徴 FEATURES

- ・ 規約・ポリシーをバージョンごとに管理し、改定ごとの同意状況を把握できる
- ・ 未同意の顧客には、ログイン時に再同意モーダルを自動で表示
- ・ 同意状況は顧客メタフィールドに記録され、管理画面から確認できる
- ・ テーマエディタからノーコードで設置・カスタマイズできる

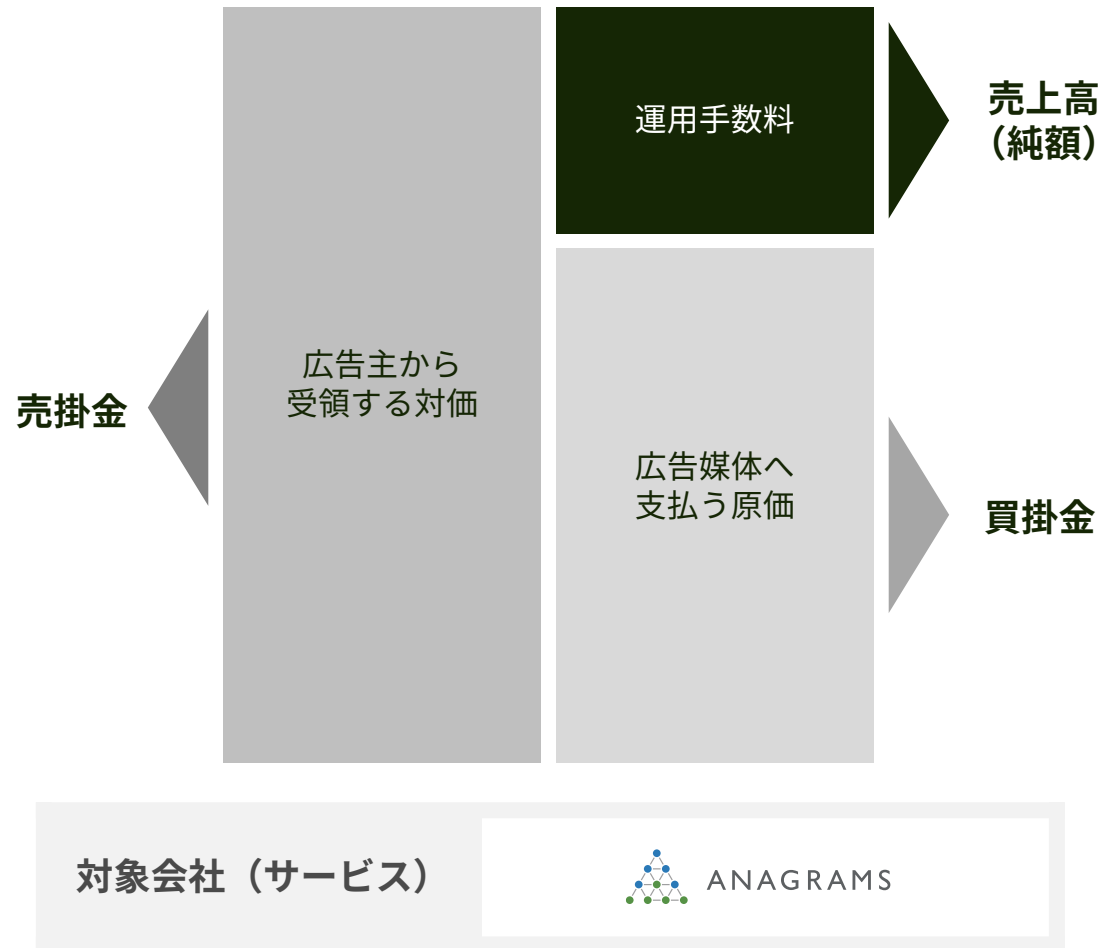
事業の収益構造 主要サービス一覧と料金体系

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



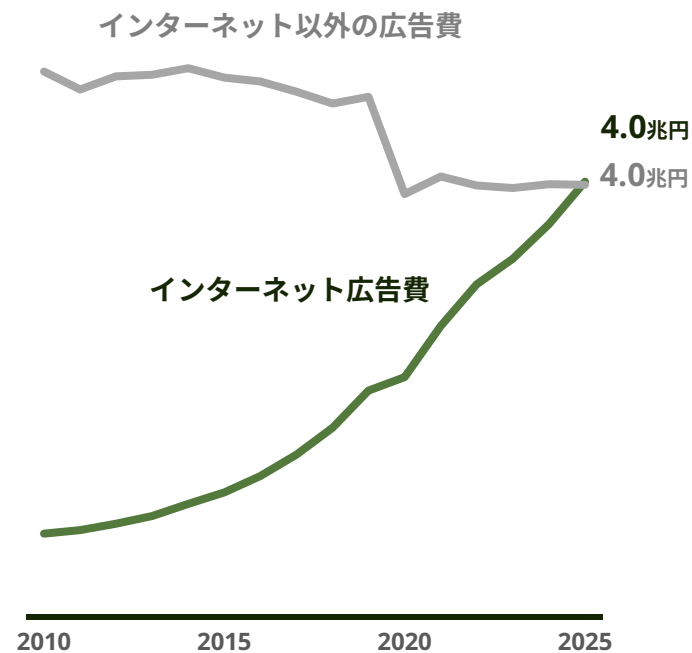
広告運用代行業務は、純額ベースで
売上高を計上

市場環境とリスク対応

Market Environment and Risk Management

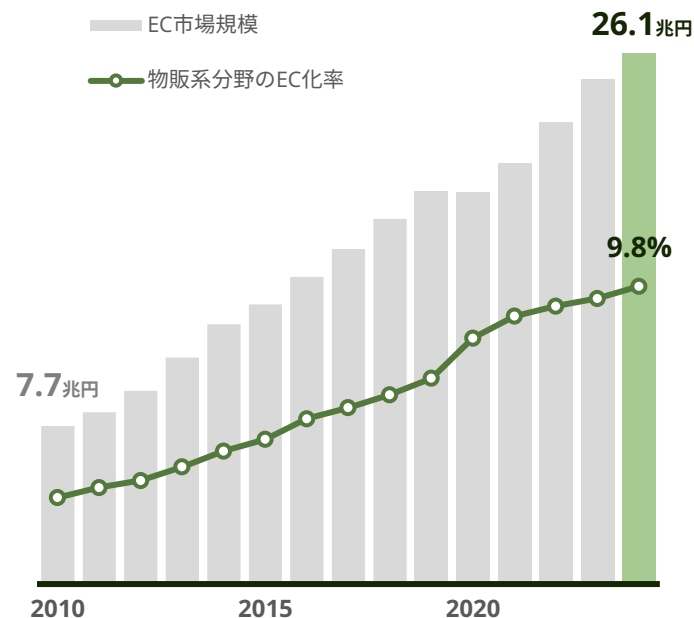
市場規模 インターネット広告市場・電子商取引市場

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



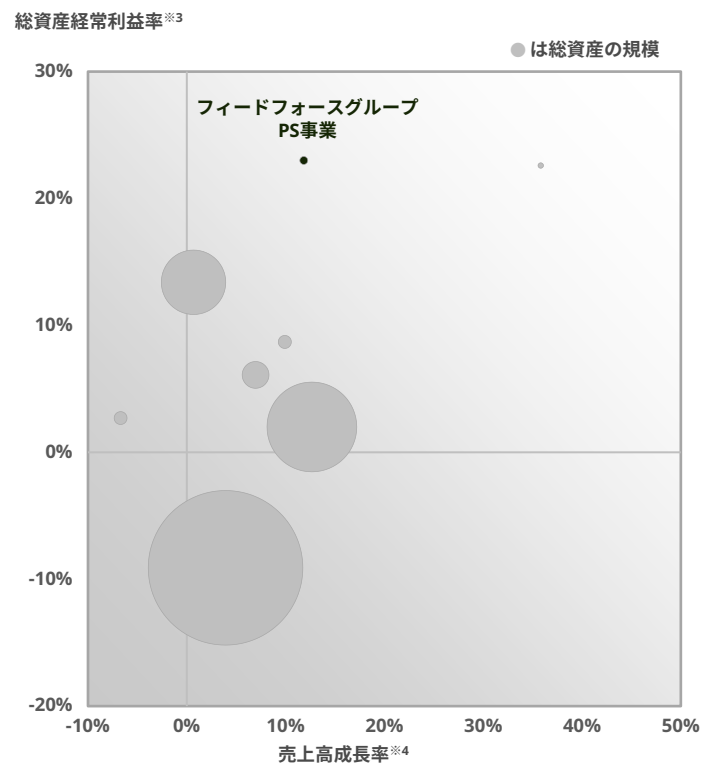
出所：経済産業省「令和6年度電子商取引に関する市場調査」（2025年8月）

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

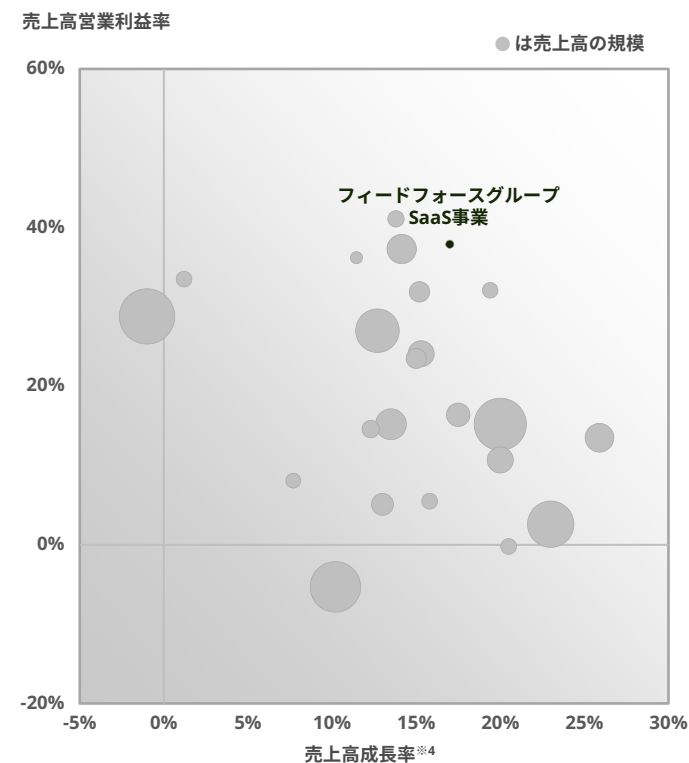
2024年のEC取引市場規模は26.1兆円となり、物販系分野においては前年比+3.7%の拡大で、EC化率は9.8%

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

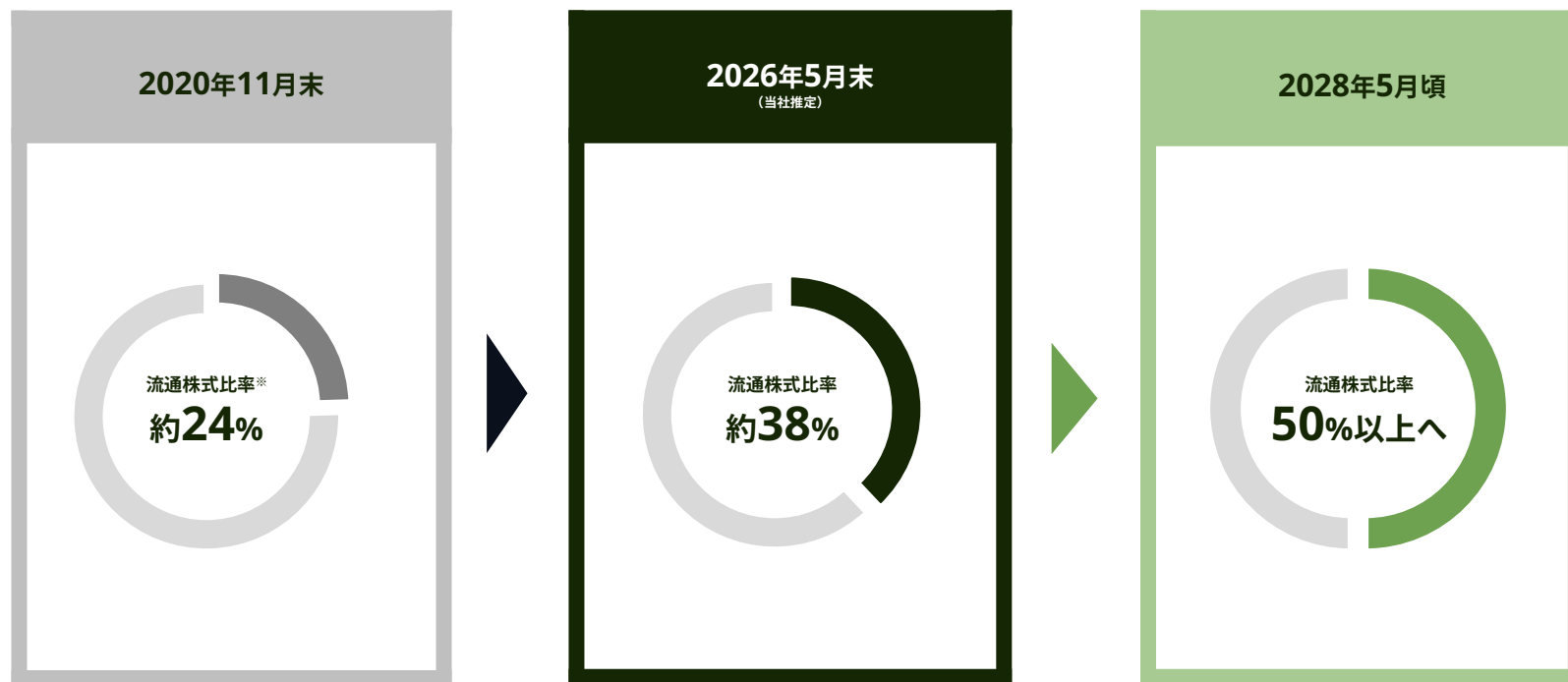
※1 国内上場する広告代理業を主力とする主要企業の直近決算に基づき算出

※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

当社流通株式比率



2026年5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

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	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。