



2028年5月期 中期経営計画
(事業計画及び成長可能性説明資料)

フィードフォースグループ株式会社

2025年6月26日

目次

2025年5月期 ふりかえり	2
2028年5月期 中期経営計画	5
競争力の源泉	23
市場環境	28
ビジネスモデル	31
リスク情報	43

2025年5月期ふりかえり

2025年5月期数値目標（業績予想）と実績との差異

売上高	2025年5月期 業績予想 48億円  2025年5月期 43.7億円 (未達)	SaaS事業のARR増加ペースの鈍化
営業利益	2025年5月期 業績予想 18億円  2025年5月期 15.9億円 (未達)	売上未達の影響があったものの、事業構造見直しによる費用圧縮により未達幅縮小の寄与あり
ROE	2025年5月期 目標 30%  2025年5月期 33.4 % (達成)	ボトムライン未達も、株主還元強化・レバレッジ活用により高ROEを実現

2025年5月期は、主にSaaS事業でのリカーリング収益増加水準の鈍化により、

・売上高48億円、営業利益18億円
の目標値は未達

一方で、ボトムライン未達も株主還元強化・レバレッジ活用により、

・ROE 30%
の目標値は、大きく上回る

2025年5月期セグメント別数値目標（業績予想）と実績との差異

PS事業	売上高	2025年5月期予想 26.9億円	2025年5月実績 26.3 億円 (未達)	下半期は新規案件により広告運用額が大きく増加するも、8-10月にかけての広告出稿減をカバーできず
	セグメント損益	2025年5月期予想 11.2億円	2025年5月実績 11.2 億円 (達成)	
SaaS事業	売上高	2025年5月期予想 14.0億円	2025年5月実績 12.5 億円 (未達)	ソーシャルPLUS - 新プロダクトリリースの後ずれ dfplus.io - 新規顧客減、ダウングレード増
	セグメント損益	2025年5月期予想 6.2億円	2025年5月実績 4.8 億円 (未達)	
DX事業	売上高	2025年5月期予想 4.8億円	2025年5月実績 4.7 億円 (未達)	事業再構築が完了し、売上高はおおむね計画通りに進捗
	セグメント損益	2025年5月期予想 0.6億円	2025年5月実績 △ 0.1 億円 (未達)	

全セグメントで売上未達となるものの、PS事業の営業利益は予想に一致

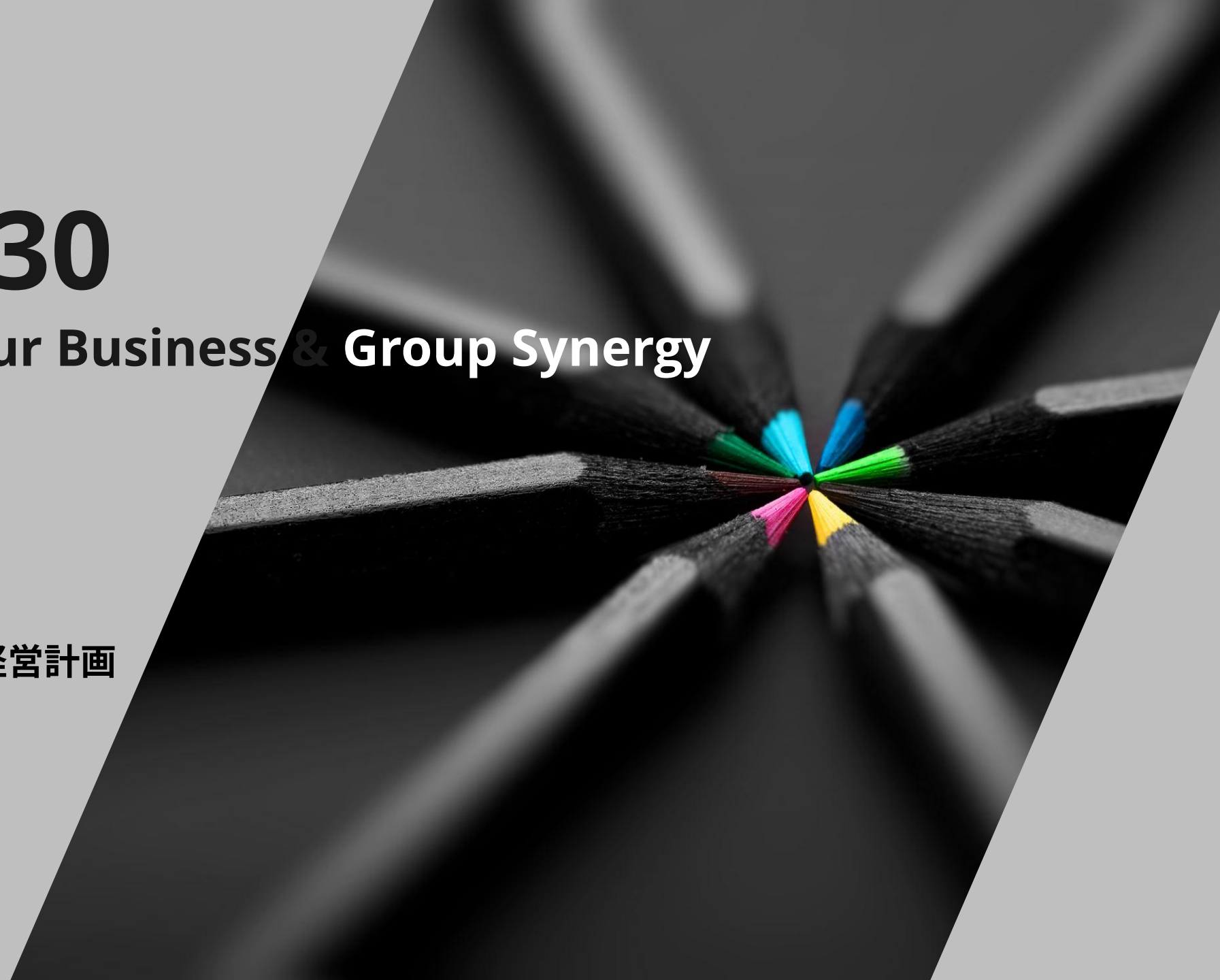
SaaS事業は、売上成長鈍化が大きく影響

DX事業においては、事業再構築が進捗したもの、収益性が想定を下回り未達

UNITE 30

Accelerate Our Business & Group Synergy

2028年5月期 中期経営計画





数値目標

成長戦略

セグメント別
事業計画

投資・還元方針

数値目標

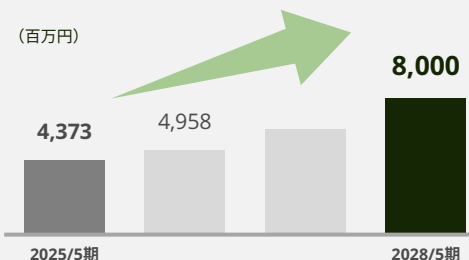
売上高

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)

(百万円)



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

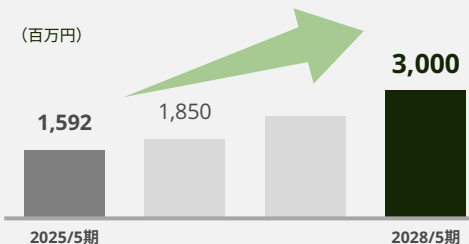
営業利益

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)

(百万円)



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2025年9月を予定)

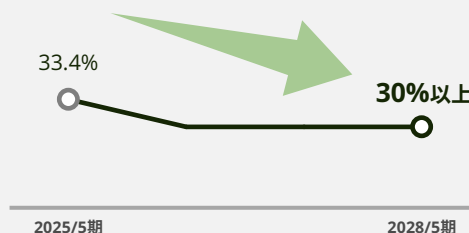
ROE

2025年5月期
33.4%



2028年5月期
30%以上

33.4%





数値目標

成長戦略

セグメント別
事業計画

投資・還元方針

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	- 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	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

1. Group Synergy

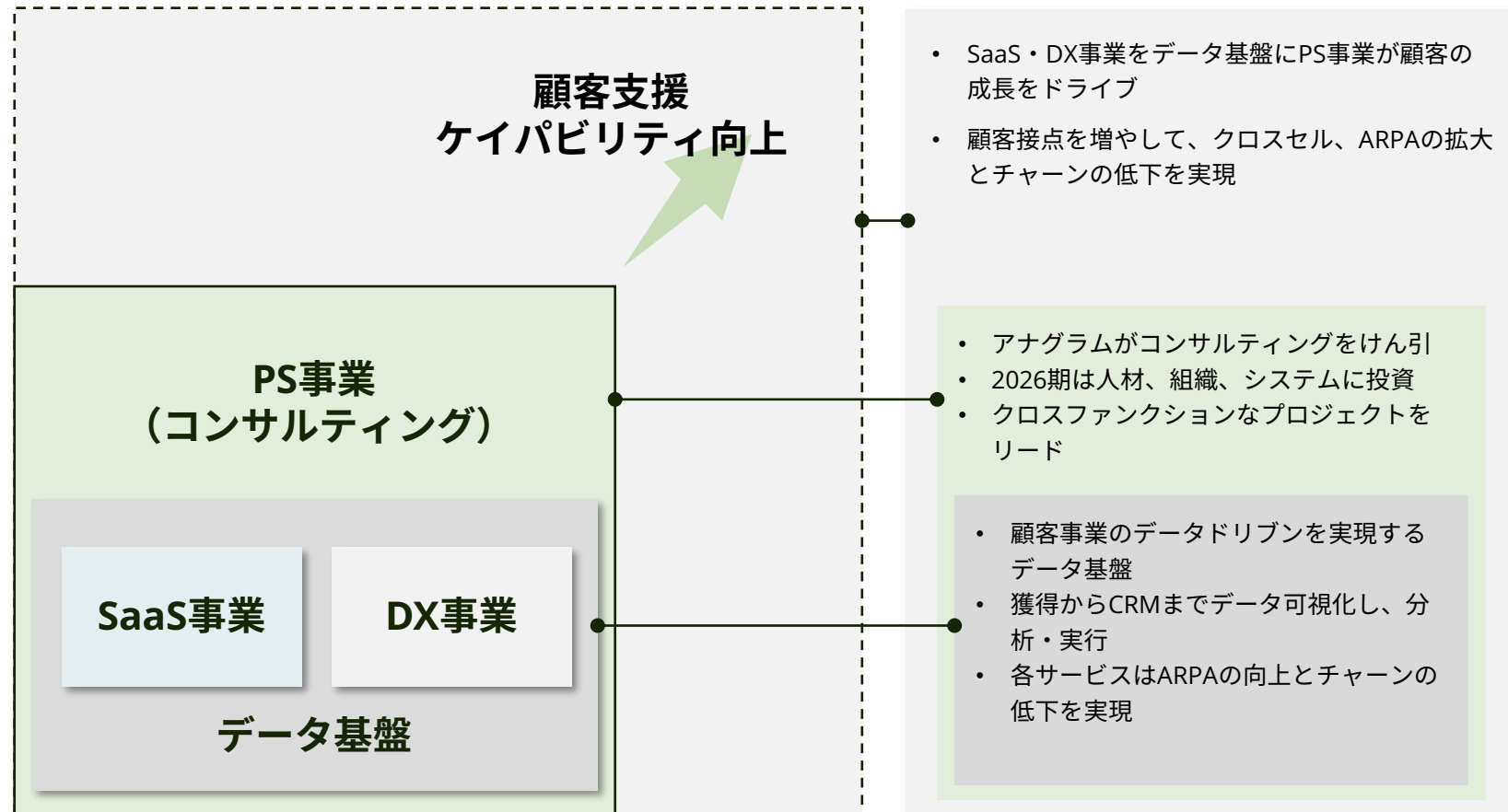
顧客の成長をグループで支援



- 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

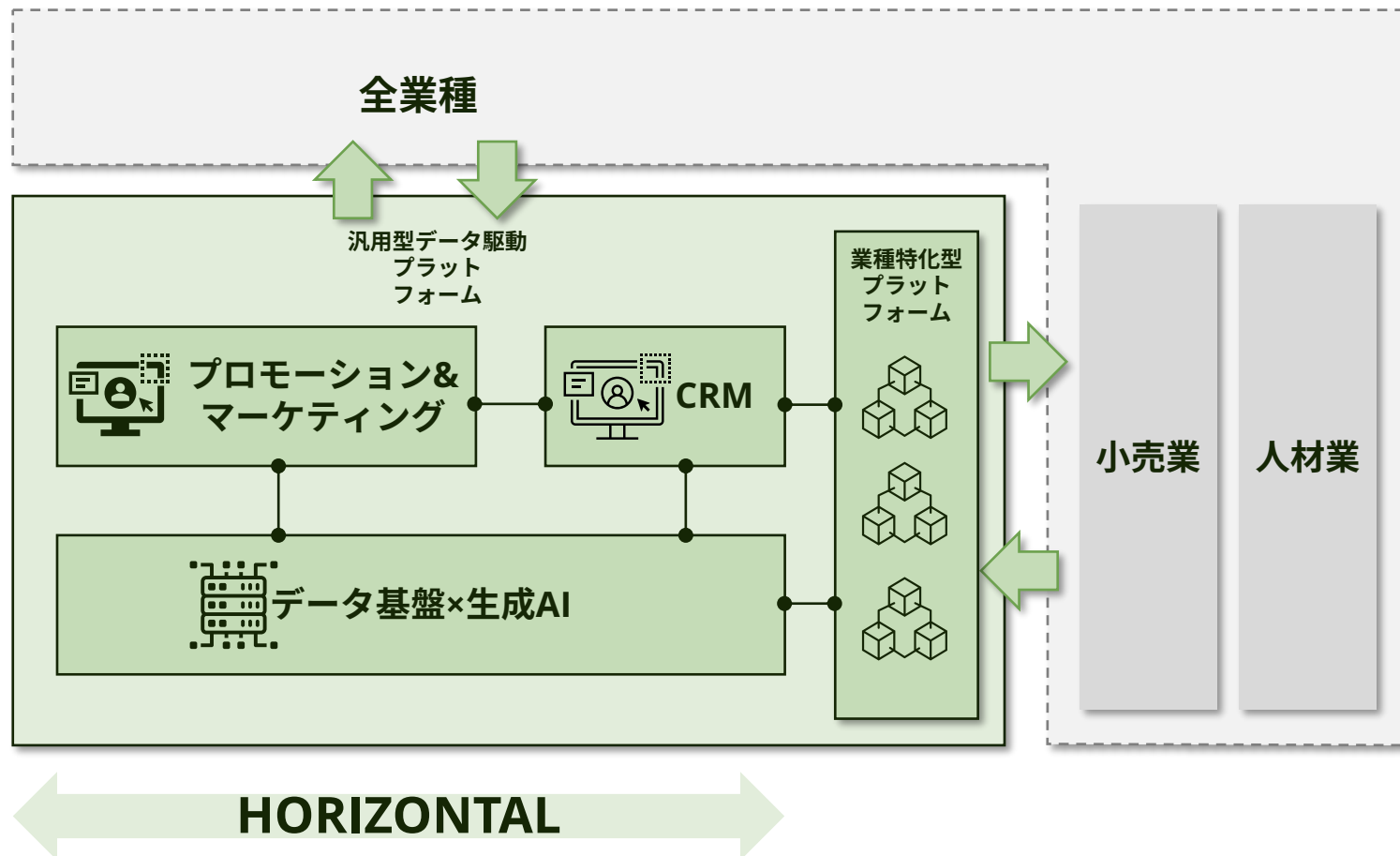
シナジー深化により顧客支援ケイパビリティ拡大



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



データ基盤×プロモーション×CRM
の成長支援を構築

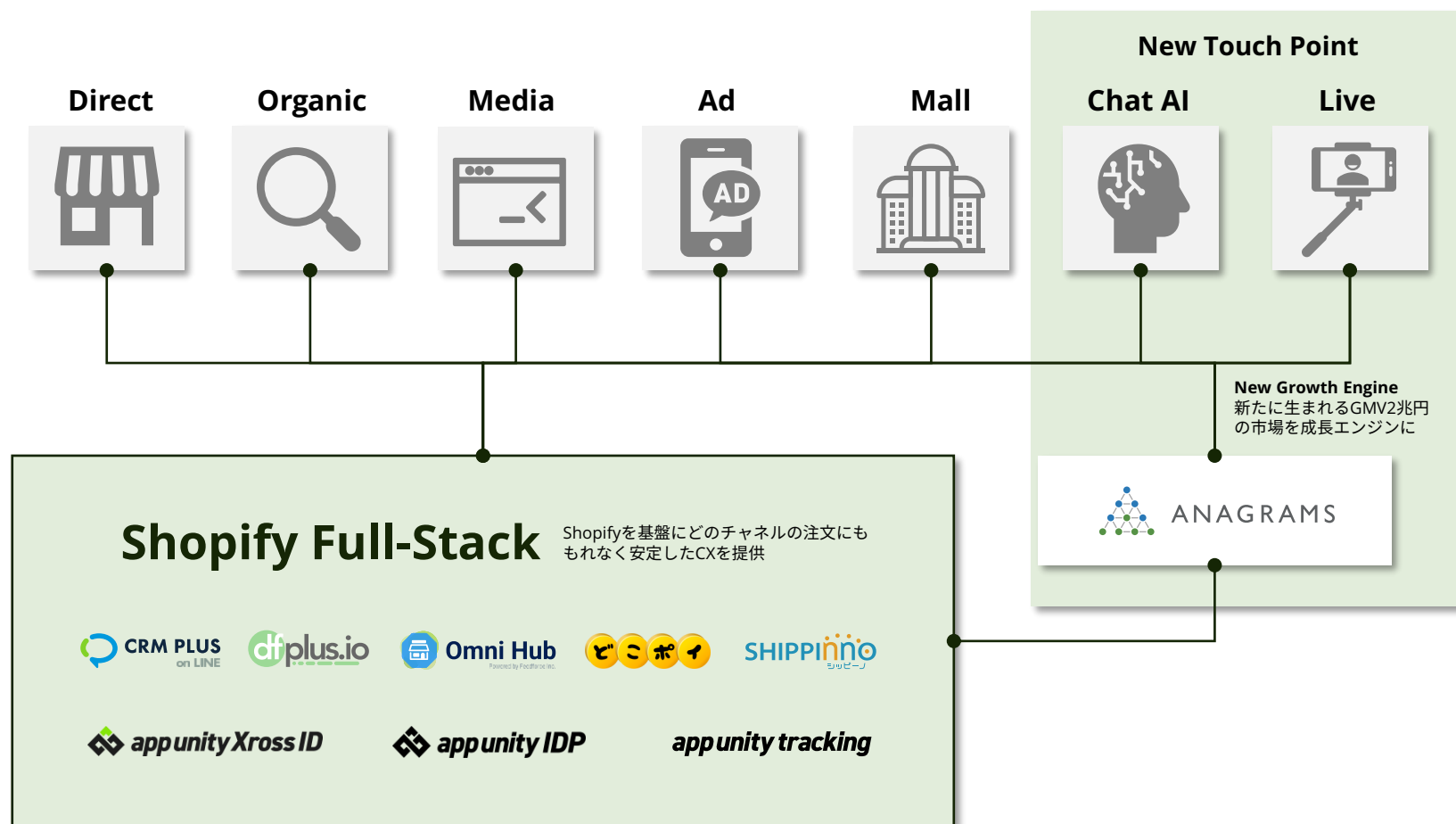
成長業界は特化ソリューションで高
シェアを目指す

業界特化で得たノウハウを標準型に
も展開

大きな成長が期待できる業種に対し
ては、特化型ソリューションを作っ
ていく

3. ¥2 Tn Commerce Frontier

TikTokとLLM×Shopping、2兆円マーケットへの挑戦



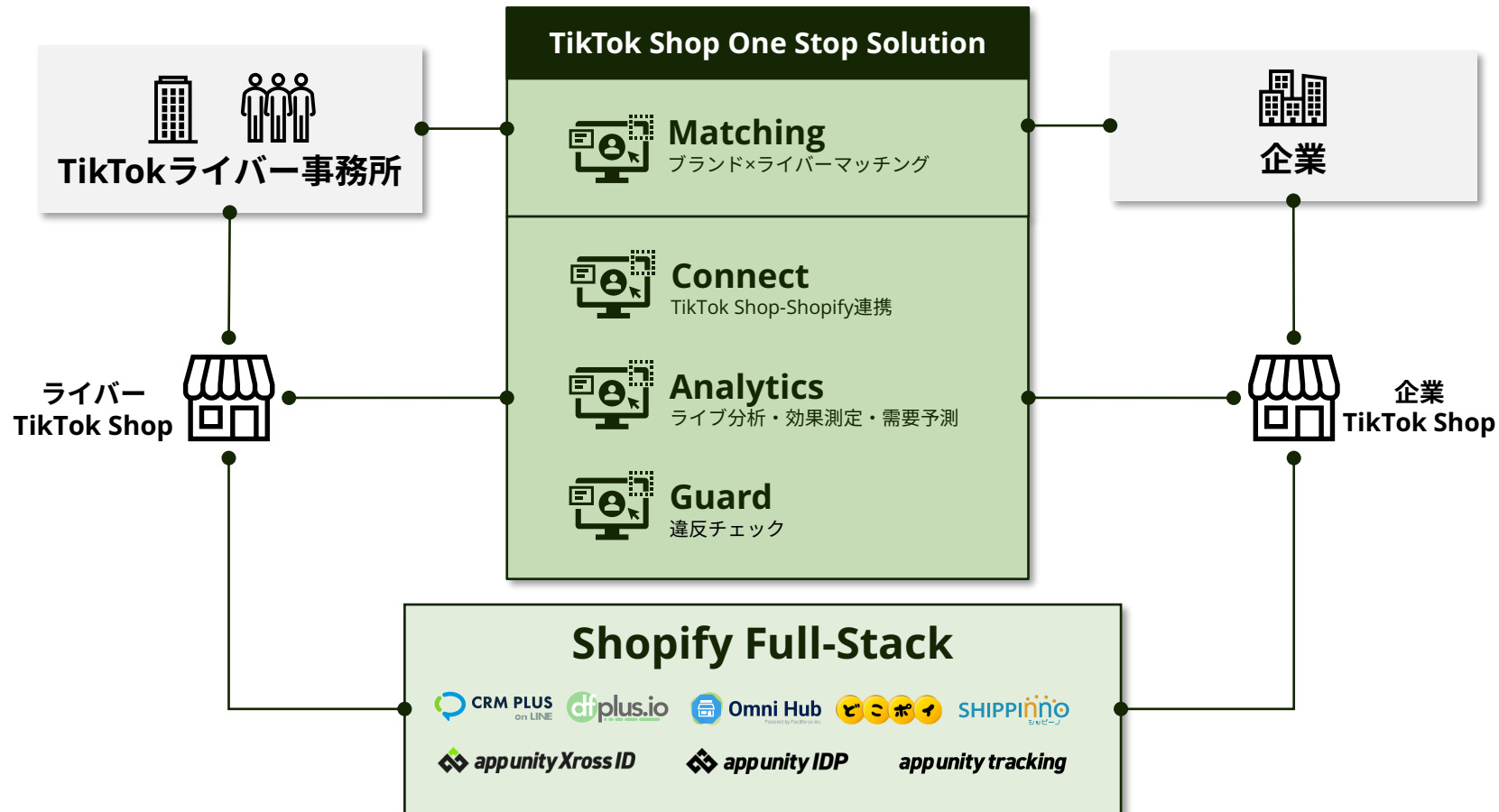
コマース領域で2つの新規事業

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

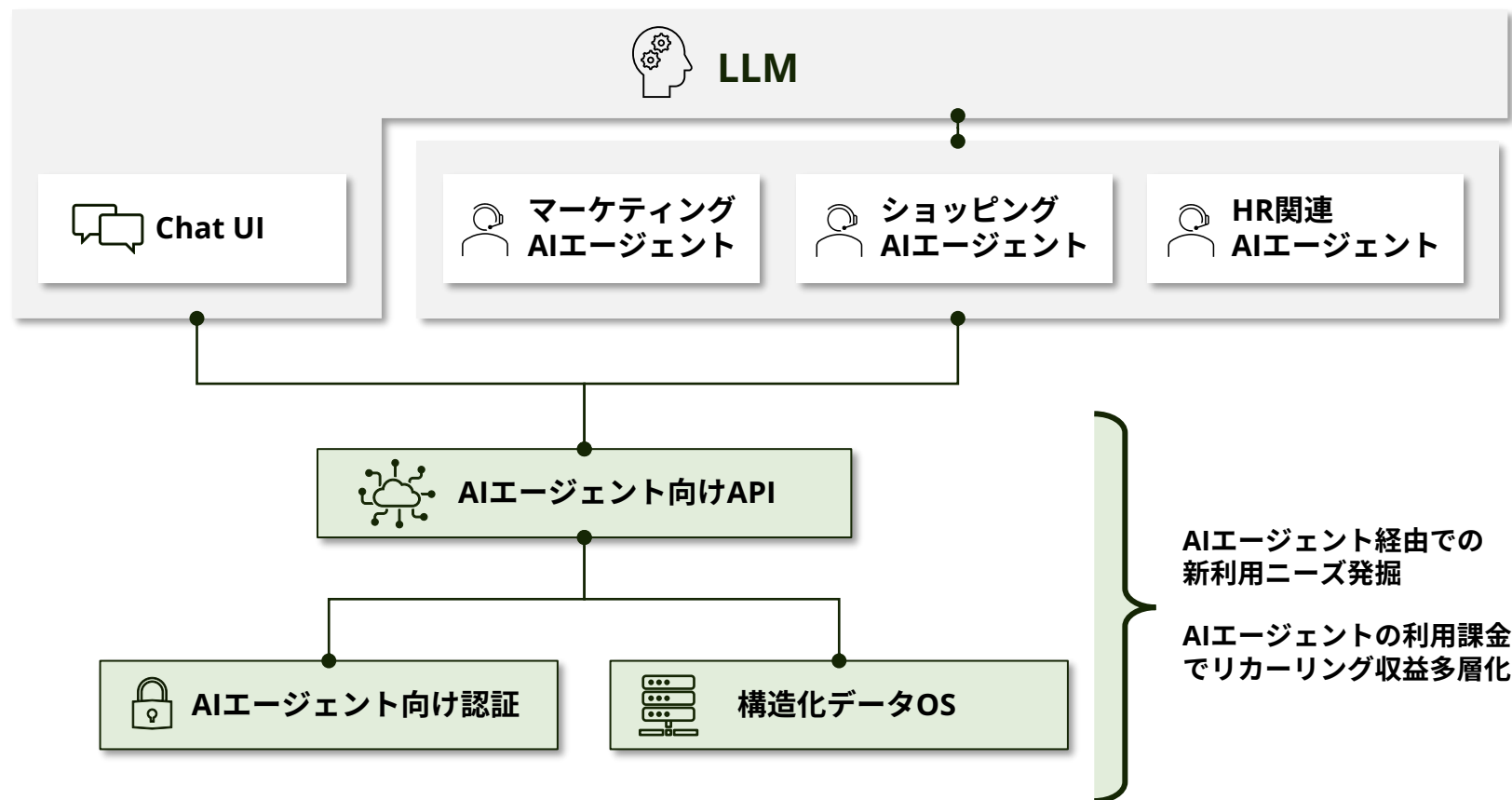
TikTok Shopの安定運用を支えるアプリケーション提供



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

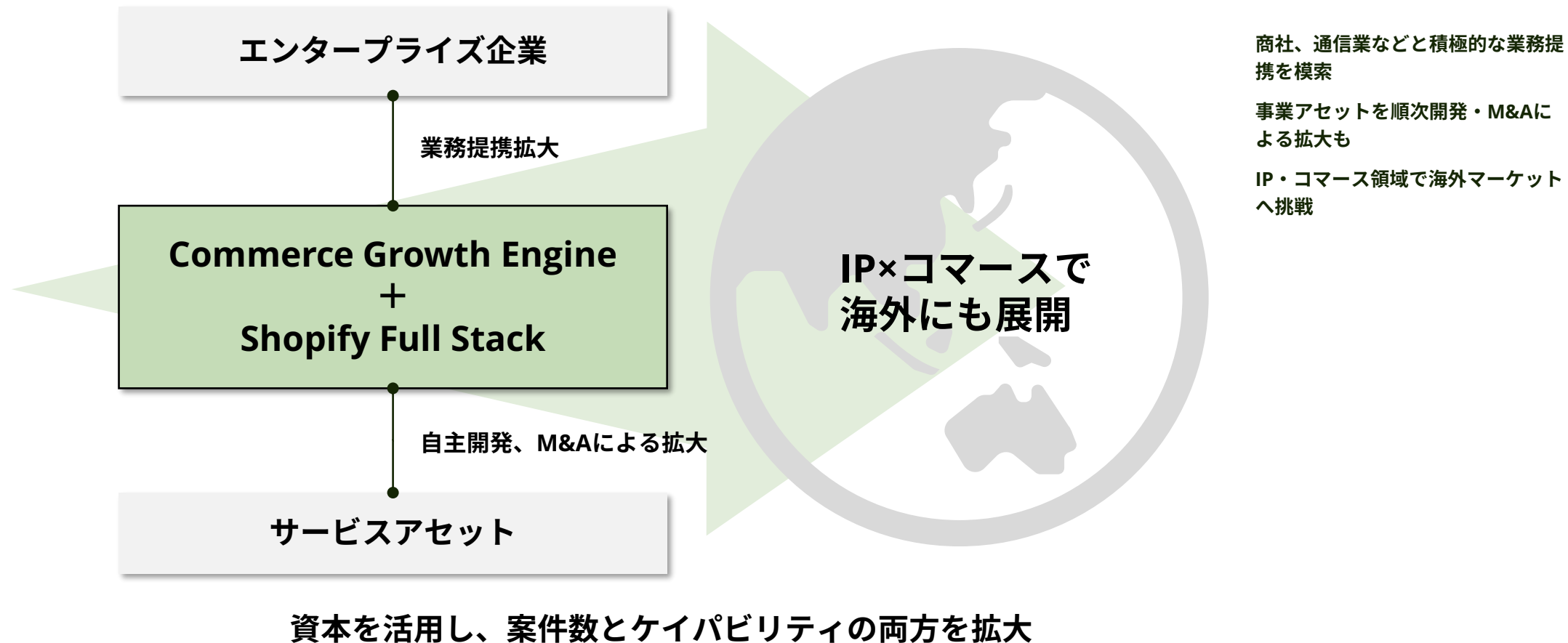
営業・サポート・導入にもAIを活用し、規模が拡大するほど利益率が高まる構造を実現

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





数値目標

成長戦略

セグメント別
事業計画

投資・還元方針

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	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	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	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	成長を維持しつつ安定的な運用体制を構築 稼働人員の推移 84名 120名 140名へ 2022/5期末 2025/5期末 2026/5期末	- 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	- 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	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	- 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	国内 EC 事業の「Must Have」サービスへ
	dfplus.io	人材関連サービス「Micro ATS」リリースへ	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	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	Shopify開発における国内リーディングカンパニーへ
	appunity	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	- 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	対応POS拡大によってより大きなマーケットへ進出	OMOソリューションで国内No1へ
	SHIPPInno	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	TikTok Shop関連サービスを強化
	feedforce Vietnam	エンタープライズ・メーカーの現地EC・広告運用に注力	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



数値目標

成長戦略

セグメント別
事業計画

投資・還元方針

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

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

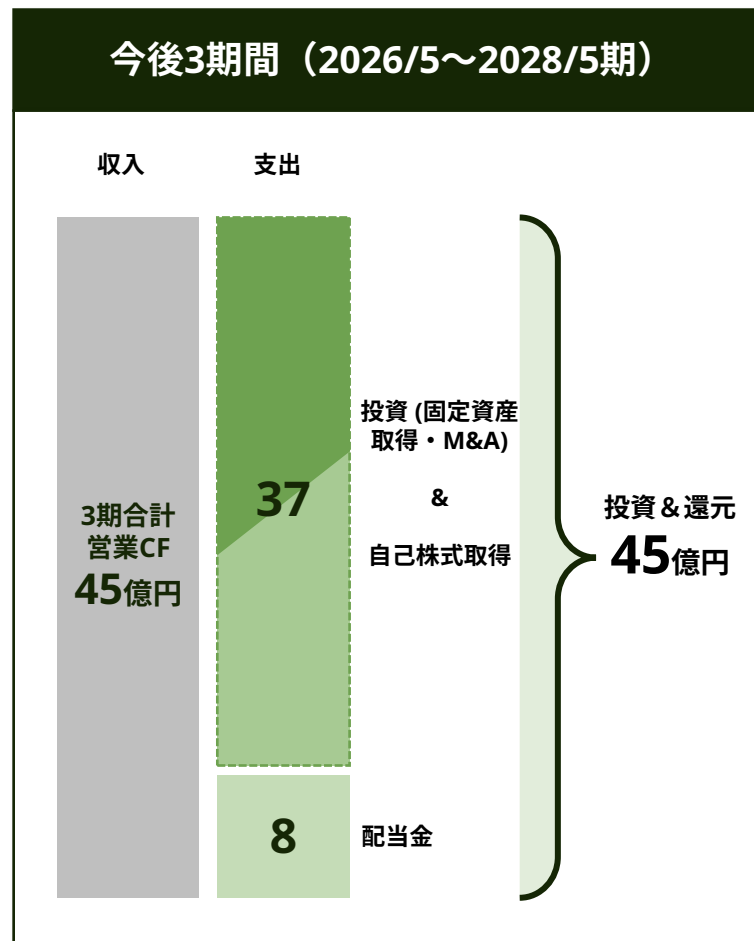
株主資本50億円程度（2025年5月末で約33億円）までは、現状の配当水準（1株あたり10円/年）を維持

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

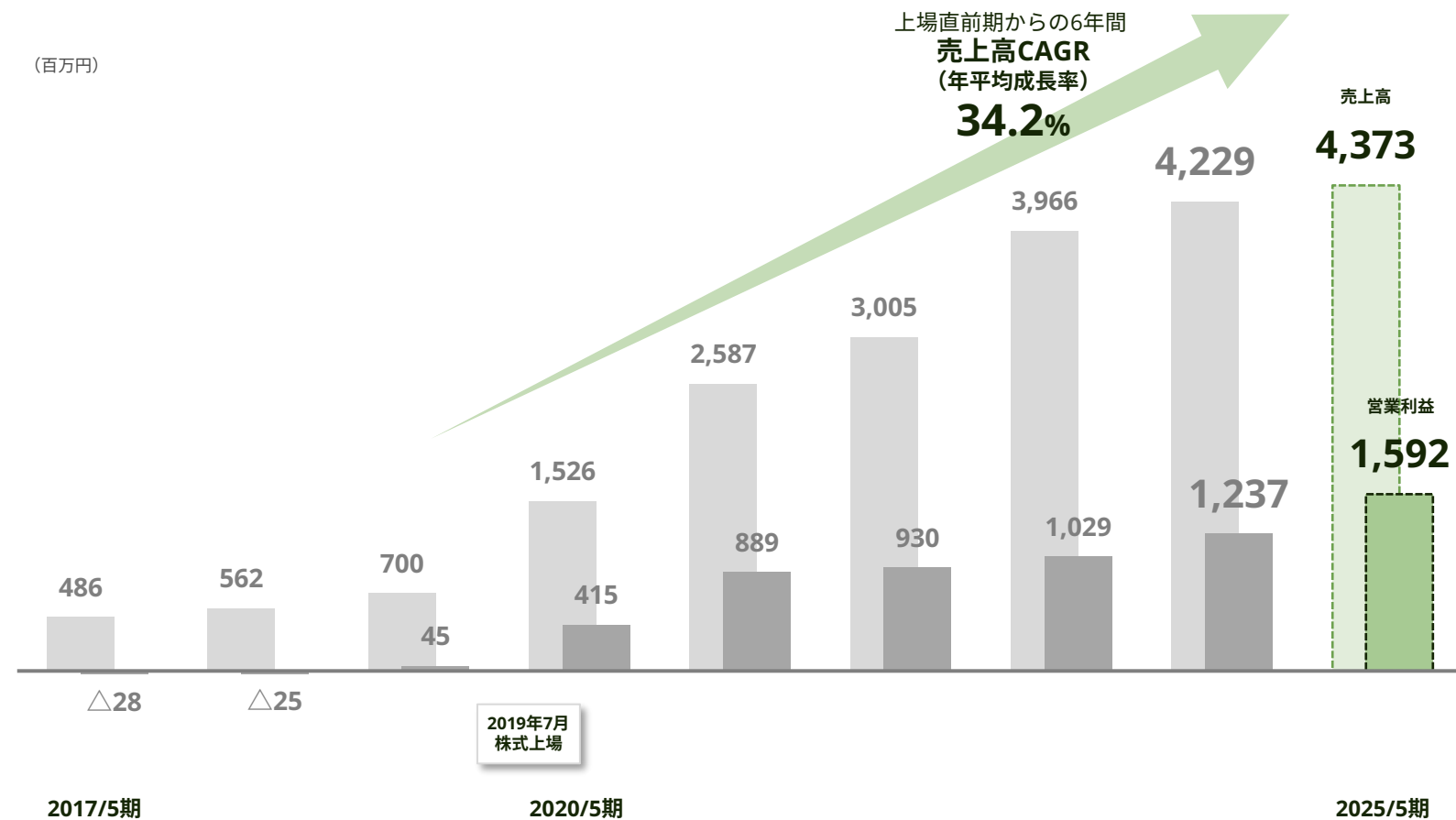
投資案件がない場合の、株主還元の最大額は45億円程度

内部留保による手元資金増加は予定していない

競争力の源泉

Source of competitiveness

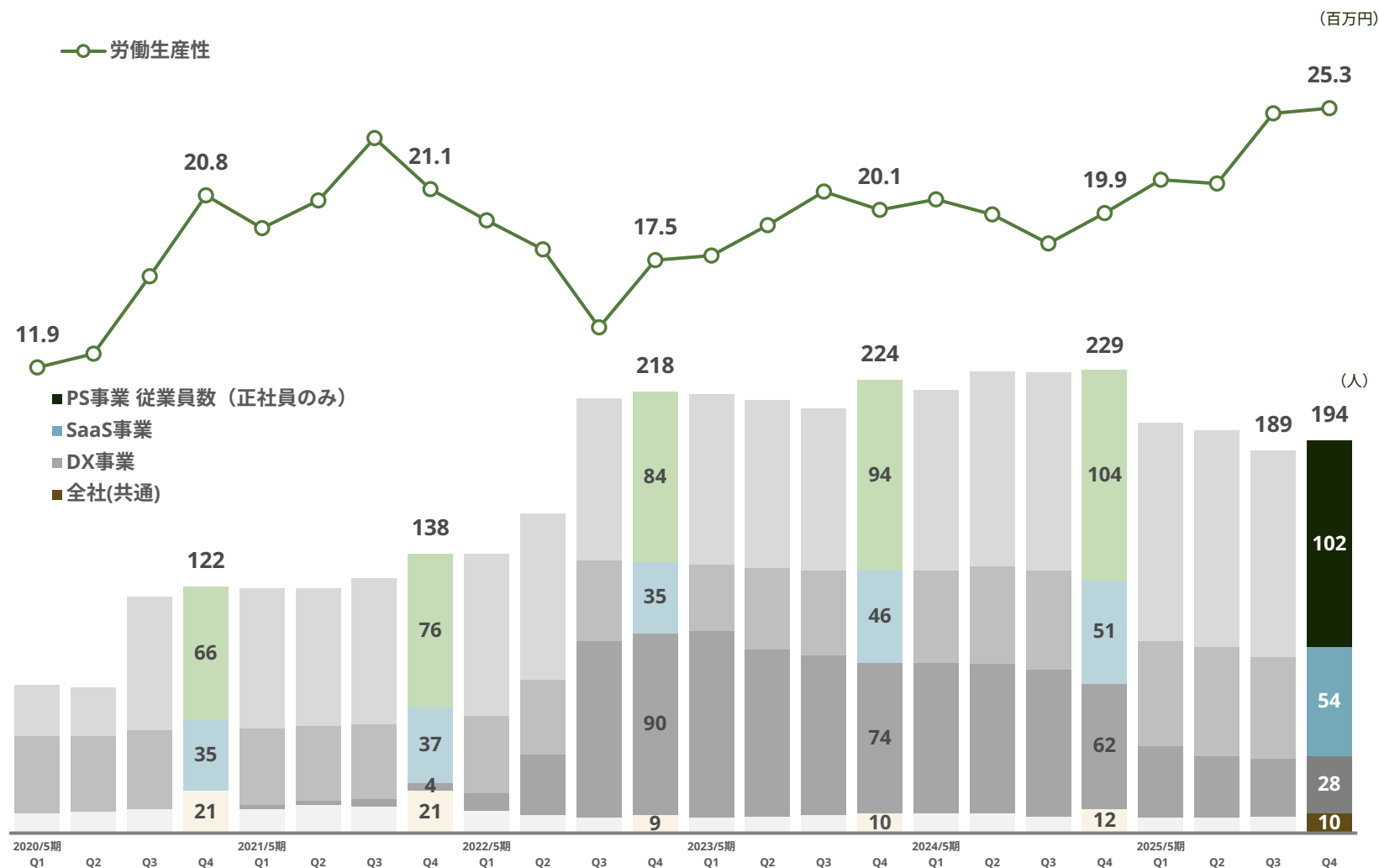
経営資源・競争優位性 成長の継続



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

※ 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）は増加傾向にあったものの、DX事業再構築により、2024/5期末から35人減少

労働生産性は、年換算ベースで25百万円/人と過去最高水準

※ 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 2,637 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	□ 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%	事業セグメント開示開始 (2017/5期)以降 連続増収増益	
DX事業	□ 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

代表取締役社長
(株)フィードフォース
代表取締役社長

塚田 耕司



1992年京都大学工学部卒業後、安田信託銀行を経て、1996年に株式会社ルートコミュニケーションズ設立。
2006年5月株式会社フィードフォース設立、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
アナグラム(株)
取締役会長

阿部 圭司



2001年5月文化服装学院卒業。卒業後はアパレル・EC事業を対象としたフリーランスとして活動。
2010年4月アナグラム株式会社設立
代表取締役、2024年8月取締役会長就任

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
(株)リワイア
代表取締役社長

加藤 英也

2006年International Pacific University New Zealand卒業後、(株)セブテーニ、(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、2022年3月代表取締役就任

社外取締役
(監査等委員)

佐藤 康夫

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

グループ執行役員
グループ担当

西山 真吾

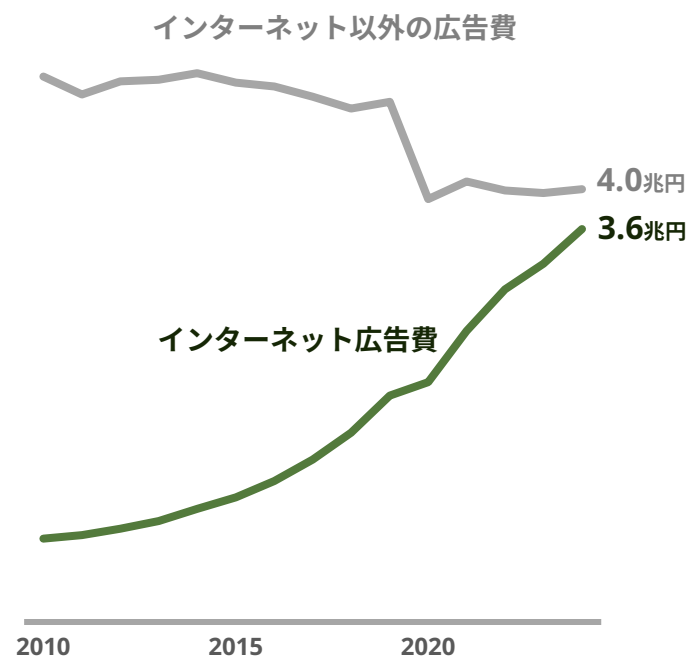
2000年京都大学工学部卒業後、建設省（現国土交通省）、日興シティグループ証券(株)（現SMBC日興証券(株)）を経て、2017年1月(株)フィードフォース入社

市場環境

Market Environment

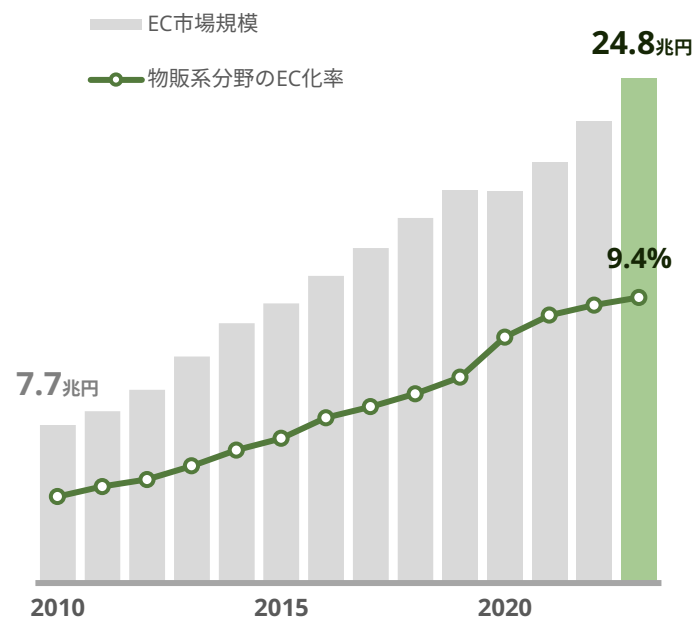
市場規模 インターネット広告市場・電子商取引市場

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



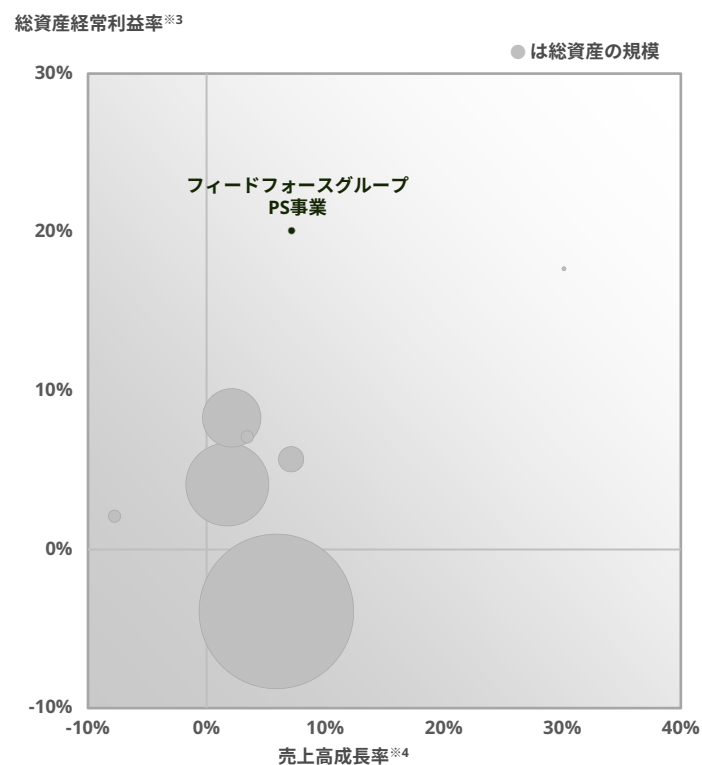
出所：経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」（2024年9月）

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

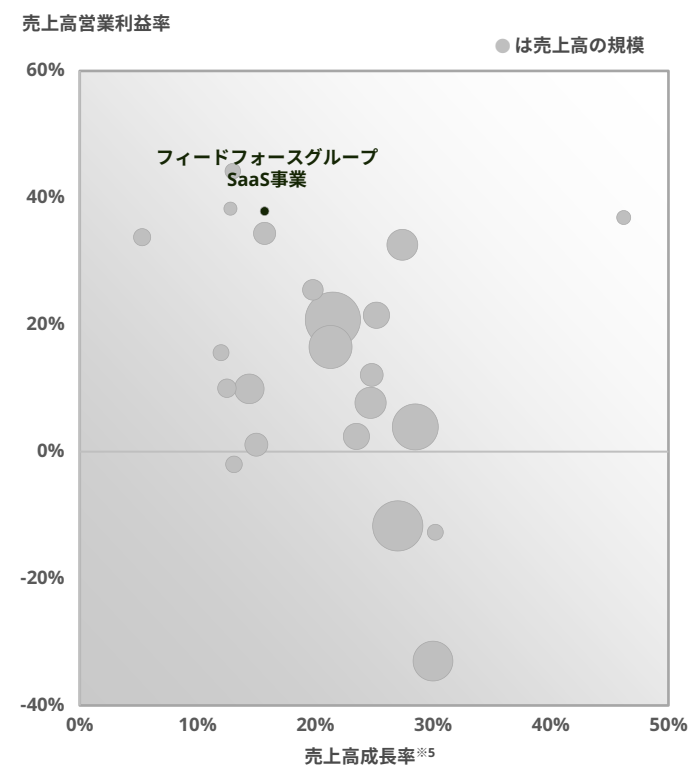
2023年のEC取引市場規模は24.8兆円となり、物販系分野においては前年比+4.8%の拡大で、EC化率は9.4%

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
 ※5 会社予想売上高に基づき算出

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		- 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 - ショッピング広告自動出稿ツール	- 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



ecbooster

最短5分、
Googleに商品掲載

EC Boosterとは

「EC Booster」は、中小規模のEC事業者をターゲットにした、ECの集客業務を自動化するサービスです。現在は、「Google 無料リスティング」「Google ショッピング広告」「Google動的検索広告」への掲載・運用を自動化しており、EC事業者様が手がけるこだわりの商品を、Google検索におけるECの一等地へ簡単に掲載できます。

EC ショップ 対応 EC カートシステム



ecbooster EC ショップと Google を連携

① かんたん出稿・自動運用機能

② 出稿ステータス通知機能

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

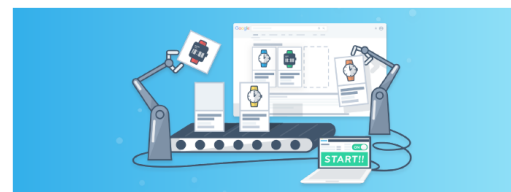


簡単出稿・自動運用機能



最短5分の初期設定でお使いのECサイトから自動出稿！運用の手間もかかりません。難しい審査対応などを全自動で対応！日々の運用も全て自動で行われるので安心です。

出稿ステータス通知機能



Google上で掲載されていない商品はあるのか？を自動的にお知らせ。Google上で不承認が発生していた場合、対応方法も一緒にご連絡するので、すぐにECシステム上で改善でき、機会損失を最小化できます！





データフィードで
商品データを
トップセールスに。

データフィード管理ツール 「dfplus.io」

「dfplus.io」は、ECの商品データ、人材の求人票データ、不動産の物件データなどをマーケティングにフル活用するためのデータフィード管理ツールです。Googleショッピング広告、Criteo、Facebook、Indeedなどのデータフィード広告はもちろん、レコメンド、提携サイトとのデータ連携、ソーシャルコマースまで、少人数チームでも無理なく成果を出しやすい運用環境を実現します。



手元で完結

手元でデータフィード作成・管理が完結するため、コミュニケーションコストを大幅削減。スピーディな施策実施が可能です。



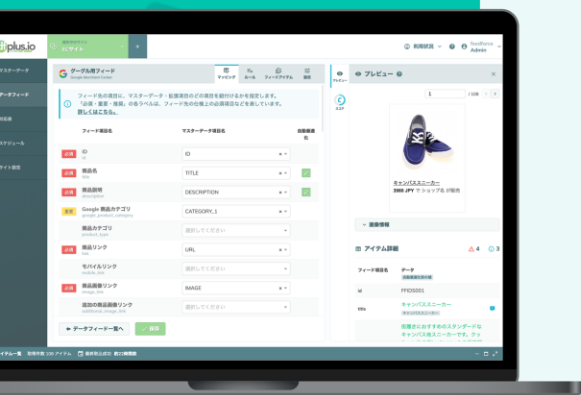
強力な機能

自動最適化をはじめ、フィード自動作成、人的ミス回避など、年100回以上の機能改善を行っています。主要媒体に標準対応。



初心者も安心

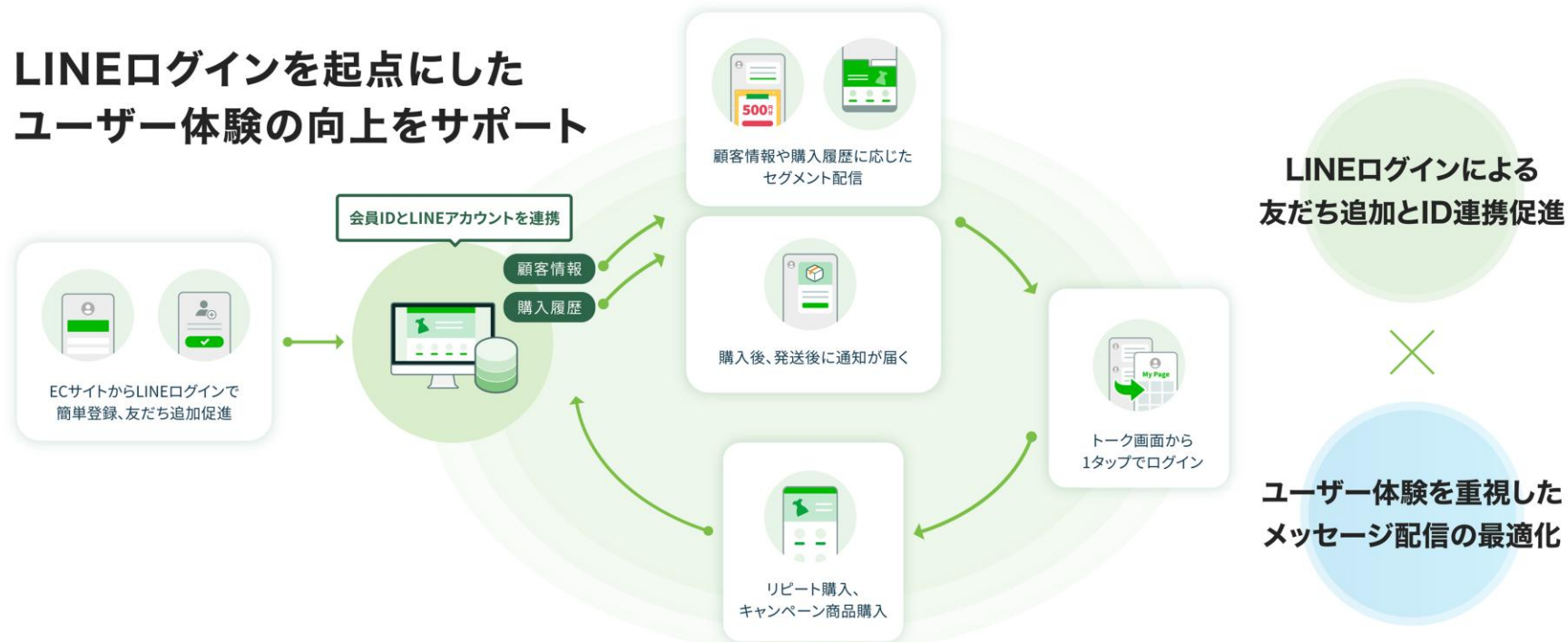
データフィード初心者の方にもわかりやすいUIで、「詳しい人」に属人化しない運用体制を実現します。サポートも充実。



social plus

ソーシャルログイン導入を、
もっと手軽に。

LINEログインを起点にした ユーザー体験の向上をサポート

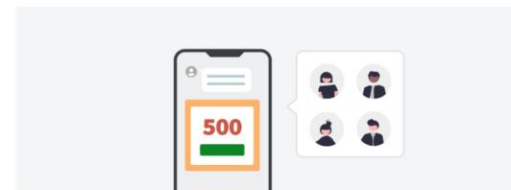


会員登録・購入フローの簡略化



ソーシャルログインで取得した個人情報を会員登録フォームに自動入力させることで、会員登録がグッと簡単に。
また、会員IDとSNSアカウントのIDを紐付けることで、ユーザーは使い慣れたSNSアカウントで簡単にログインができます。

LINE公式アカウントを活用したCRM



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

ShopifyとLINEを連携



ソーシャルログインの導入と、ShopifyとLINEを連携したCRM施策を手軽に実現。
Shopifyの顧客情報や購入履歴に応じたセグメント配信はもちろん、購入・発送完了をトリガーにしたLINE通知メッセージの自動配信等の実現もサポートします



Omni Hub



shopify



スマレジ



Square

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

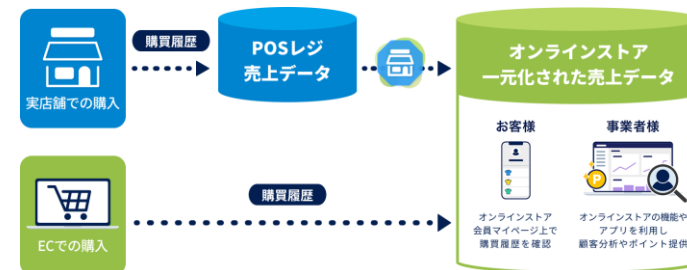
ECサイト上に
会員バーコードを表示！



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



ユーザーごとのポイント管理

イレギュラーのポイント変更、ポイント履歴を表示



分析ツール

ポイント利用状況や付与状況などLTV改善のためのデータを表示



エクスポート

どこポイに登録されている顧客情報と、ポイント履歴をCSVファイルでエクスポート



期間限定キャンペーン

購入時の条件（期間、累計金額など）を複数組み合わせ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

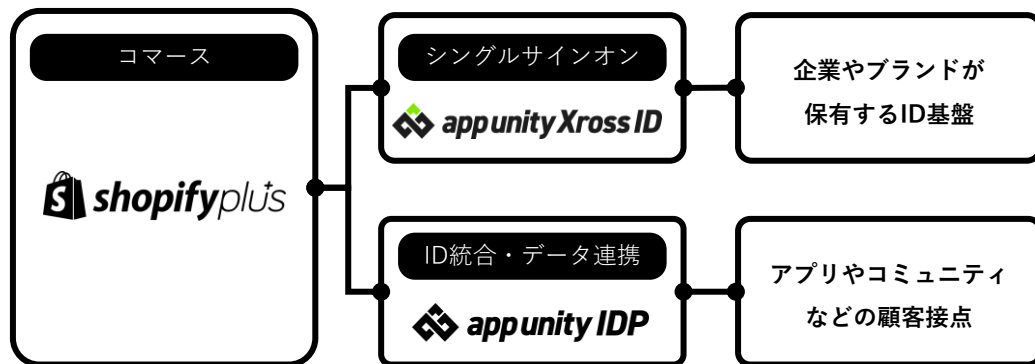
どこポイに登録されている顧客情報と、ポイント履歴をCSVファイルでエクスポート

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/>

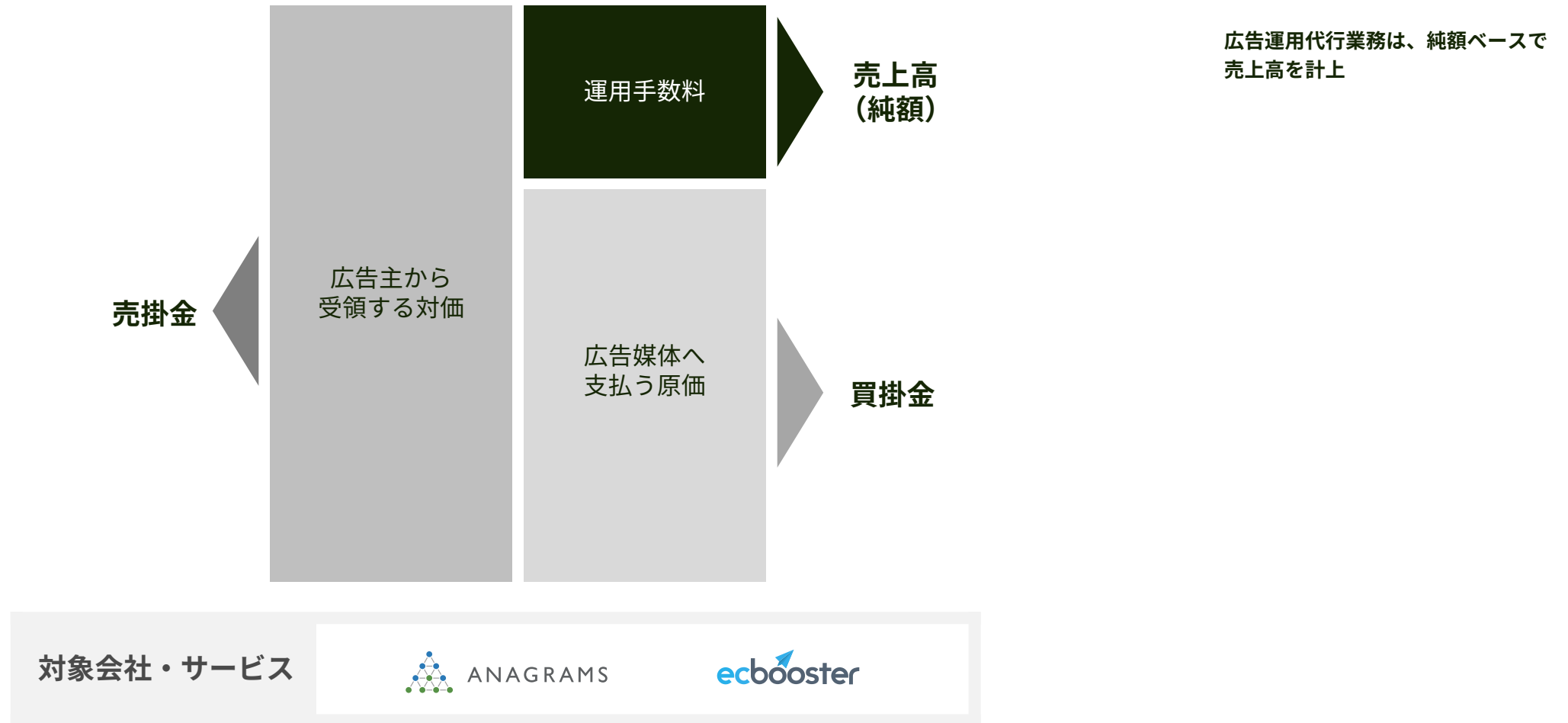


事業の収益構造 主要サービス一覧と料金体系

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	Googleショッピング広告自動運用ツール 	
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



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 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
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
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

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 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
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

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 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
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

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 ンジン採用
法的規制	IDマーケティングへの取り 組み

ビジネスリスク・内部環境	
リスク	対応策
特定媒体への 集中度	Shopify・LINE等GAFA以 外とも連携強化
情報 セキュリティ	アクセス権限定・定期的 な脆弱性検査等

財務リスク	
リスク	対応策
新規事業の 投資回収	リーン・スタートアップ方 式による初期コスト低減
のれん等の減損	10年以内での定額償却

リスクが顕在化する前から対応を
実施

グループミッション

「働く」を豊かにする。

Feedforce Group Inc.