

2025 年 12 月期決算説明会 質疑応答の要約

2026 年 2 月 12 日に開催した決算説明会において、参加者の皆さまから頂いた質問をまとめたものです。
弊社代表取締役社長 山名より回答させていただきました。

なお、一部 IR 部門にて回答を補足させていただいております。

Q1：2028 年営業利益 10 億円の達成に向けた、最大のハードルは何か教えてください。

A1：中期ビジョンとして掲げた数字は現状の成長ベースで達成ができる現実ラインで、大きなハードルはないと考えております。また、2028 年の営業利益 10 億円という数字はあくまでも通過点としており、それ以上にグループ連携や仲間づくり（M&A）などの推進によって、スピード感のある＋αのアップサイドを狙ってまいります。

Q2：今後の成長投資、キャッシュの活用方針や計画などについて教えてください。

A2：成長投資としては、まず当社の強みである顧客基盤やデータを生かせるプロダクトを開発し続けることに投資する方針です。そしてさらにシナジーを生むプロダクトや店舗系の顧客を有する会社等との仲間づくり（M&A）を積極的に検討してまいります。これによって、当社の強みである顧客基盤の拡大およびデータ基盤の強化を着実に進めることに加え、加速度的な成長を実現していきたいと考えております。

Q3：AI の進化によって事業へどのような影響があるか教えてください。

A3：当社にとって AI の進化は脅威ではなく、良い影響をもたらす「追い風」となっているととらえています。理由としては、当社事業では AI 技術の進化に伴ってパーソナライズマーケティングが強化でき、効果的な配信ターゲットを効率的に拡大することによって販促効果の最大化ができるようになっているほか、業務の効率化による営業リソース創出など事業拡大につながる AI 活用ができているためです。

世の中では中期的に AI の進化により不要になるサービスがあるという話も出てきていますが、AI の効果的な利用にはその学習等に必要データが最重要であり、当社は店舗販促に必要な重要なデータを大量に保有しておりますので、むしろ事業としての優位性が増すと考えております。また、店舗単位での販促という AI 活用の内製化が難しい領域を主な市場としていることも、強みになってくると考えております。

Q4：今期（2026 年 12 月期）の需要の見通し（飲食・小売以外の業種獲得の見通し）について教えてください。また特に注力する業種、期待できる業種についても教えてください。

A4：今期の需要は、前期（2025 年 12 月期）から引き続き好調な獲得ペースを維持しています。これまで当社の中心顧客であった飲食・小売・エンタメ以外の業種獲得については、パートナー連携の促進によって領域の拡大を目指す方針です。美容・医療などの業界に強い企業との連携協議が始まっており、早い段階で顧客獲得が進むと期待しております。また、その他にも旅行・不動産・自動車など他業種に強い企業との連携も視野に入れております。

Q5：販管費率が低下していますが、今期（2026 年 12 月期）も低下傾向は続きそうでしょうか？どのようなコストを想定しているか教えてください。

A5：今期も引き続き販管費率の低下傾向が続くと見込んでおります。想定している主なコストは人件費で、新規採用が抑制気味だった前期に比べ、今期は成長に向けて採用の強化を行う予定です。売上成長以上に人員は拡大させないという方針を前提としておりますので、全体として大きな影響が出るほどのコスト増にはならず、引き続き販管費率を抑えながら事業拡大ペースを加速する運営が可能であると考えております。

以上