2027年6月期 第1四半期
連結決算説明資料

株式会社ブリーチ （証券コード：9162）

2026年11月13日

BLEACH

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

目次

1　2027年6月期 第1四半期 業績　・・・・・　P.3

2　事業計画及び成長可能性に関する事項　・・・・・　P.17

3　会社概要　・・・・・　P.26

4　当社のビジネスモデル　・・・・・　P.29

5　株主還元について　・・・・・　P.38

6　よくあるご質問への回答　・・・・・　P.40

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

2027年6月期 第1四半期 業績

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

業績ハイライト

連結売上高

5,321 百万円

前期比＋890百万円 / ＋20.1%

- 新規商材・ジャンルの開拓と既存商材の伸長により、連結売上高が大幅に拡大
- 取扱商材数・コア商材数がともに増加し、商材ポートフォリオの拡充が進展
- 収益の柱となるコア商材の育成を進め、収益基盤の安定化を図る

広告利益/ROAS*1

959 百万円

前期比 ＋87百万円 / ＋10.1%

ROAS 122.5%

- 広告利益は前年同期を上回る水準を確保
- 新規商材の立ち上げに向けて、積極的な広告投資を継続
- AI活用・マーケター育成による広告運用の最適化を進め、収益性の向上を図る

連結営業利益

91 百万円

前期比＋9百万円

- 主力事業の利益拡大により、連結営業利益が増加
- 中長期的な利益拡大に向けて、人材採用・育成、AI投資、新規事業領域への積極投資を継続
- 拡充したマーケター人材の早期戦力化と新規商材の収益化により、利益成長の基盤強化を目指す

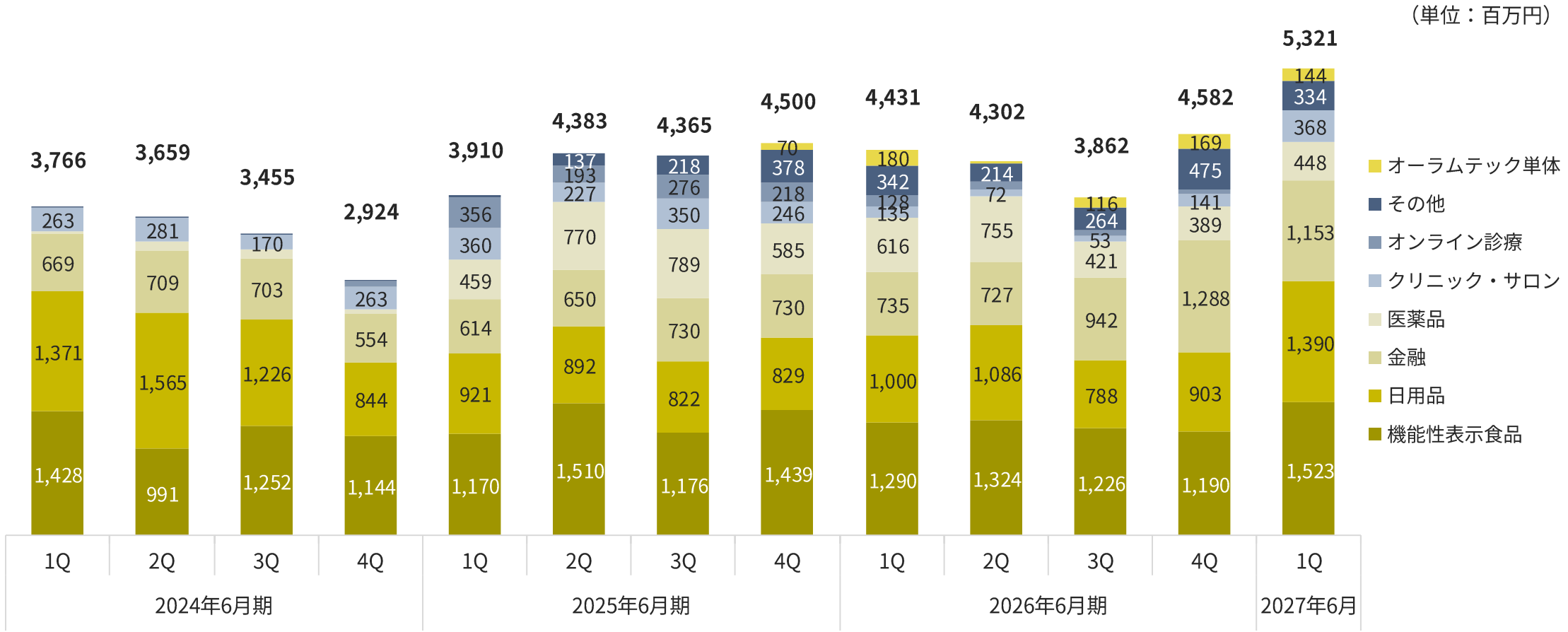
*1 広告利益及びROASは親会社である株式会社ブリーチの独自指標であるため、株式会社ブリーチ単体の売上高、広告宣伝費を基に算出しております。

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

売上高推移（商材・ジャンル別）

金融・日用品・機能性表示食品など複数ジャンルが前年同期比で伸長し、売上高の拡大を牽引

既存ジャンルの拡大と新規ジャンルの開拓を進め、収益基盤の安定化を図る



* 商材・ジャンル別の売上高推移はP.16 Appendixに詳細を記載

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

主要指標ハイライト（四半期比較）

	主要指標	単位	2026年6月期 1Q	2026年6月期 2Q	2026年6月期 3Q	2026年6月期 4Q	2027年6月期 1Q
PL	売上高	（百万円）	4,251	4,277	3,758	4,440	5,219
PL	広告利益	（百万円）	871	721	549	834	959
PL	営業利益	（百万円）	78	▲79	▲176	▲56	127
PL	営業利益率	（%）	1.9	▲2.1	▲4.7	▲1.3	2.4
KPI	コア商材数*1	（商材）	20	21	21	19	27
KPI	うち、Aランク商材数	（商材）	4	5	3	3	4
KPI	Aランク商材 月次平均売上高	（百万円）	182	161	206	203	210
KPI	ROAS	（%）	125.8	120.3	117.1	123.1	122.5
KPI	マーケター人員数*2	（人）	111	112	114	133	131
KPI	マーケター1人当たり売上高	（百万円）	38	38	33	33	39

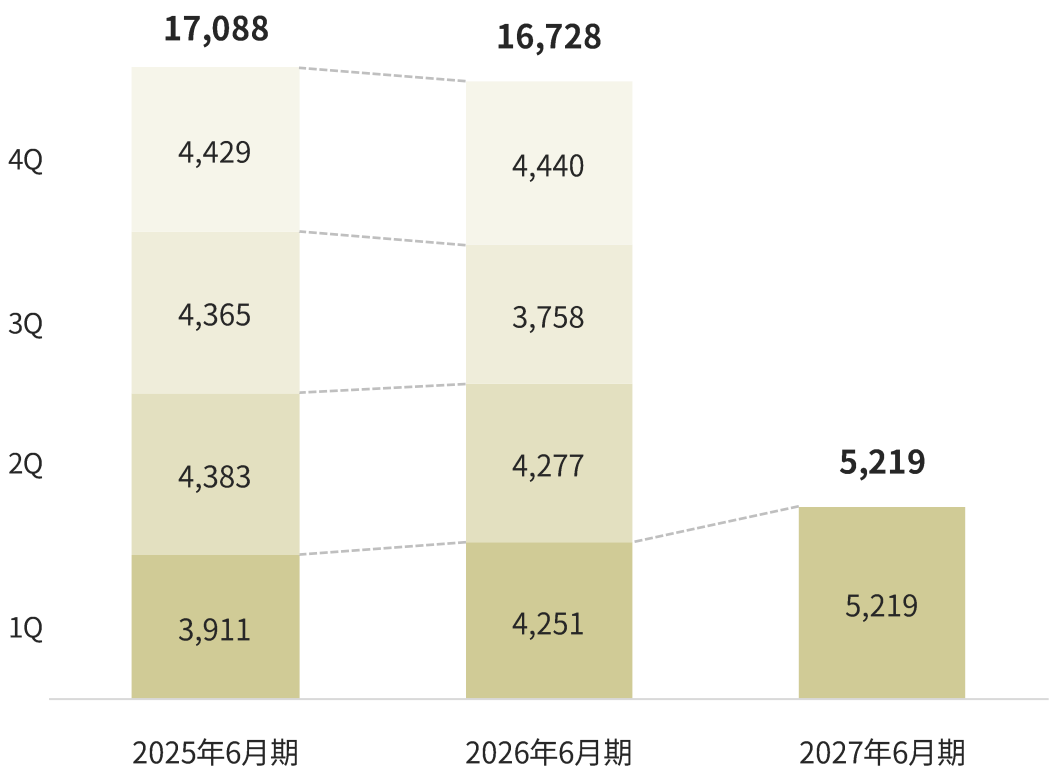
*1 コア商材：月間平均レベニューシェア額（当社売上高）が10百万円以上の商材
*2 該当四半期平均の人員数

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

売上高、広告利益

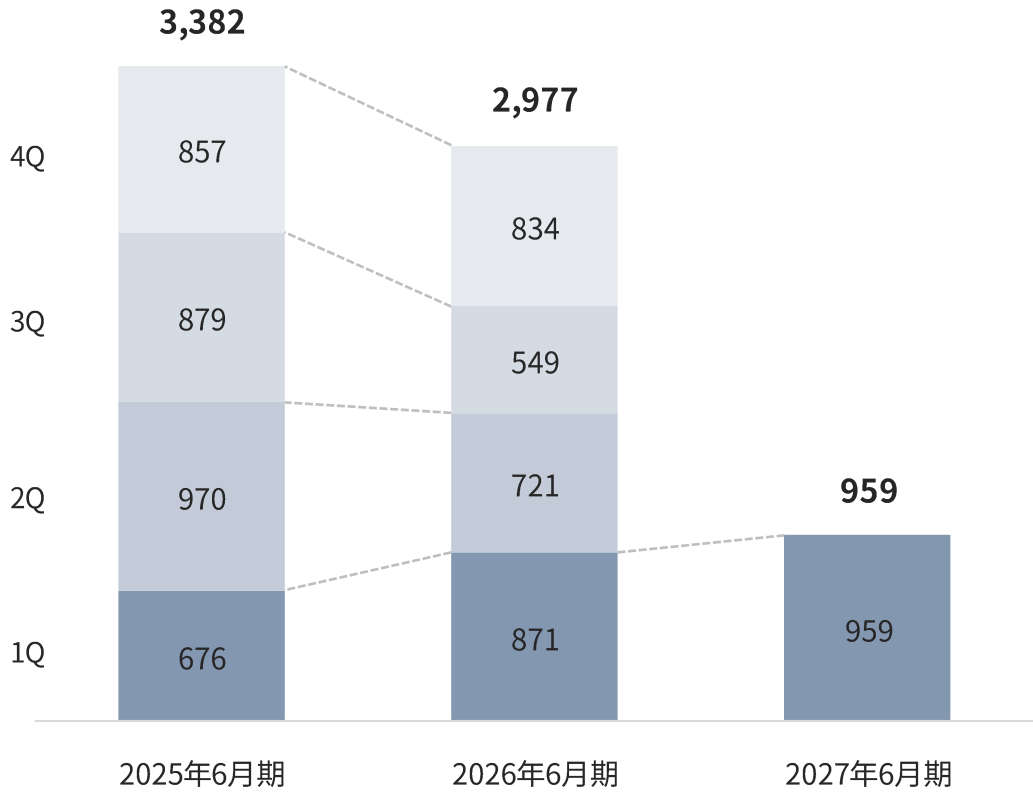
売上高推移

（単位：百万円）



広告利益推移

（単位：百万円）

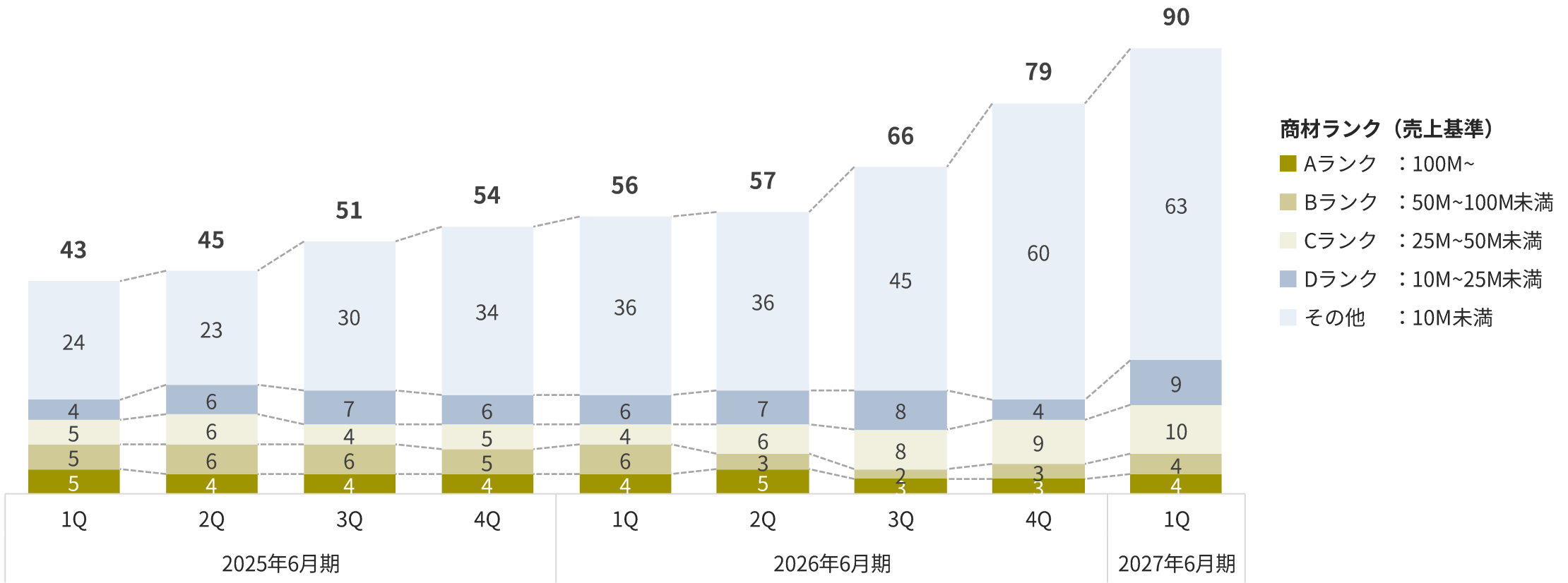


Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

商材ランク別商材数（四半期推移）

新規商材開拓の継続により取扱商材数が90に増加し、商材ポートフォリオの拡充が進展

新規商材の立ち上げが好調に進み、コア商材数が増加し、安定的な収益基盤を強化



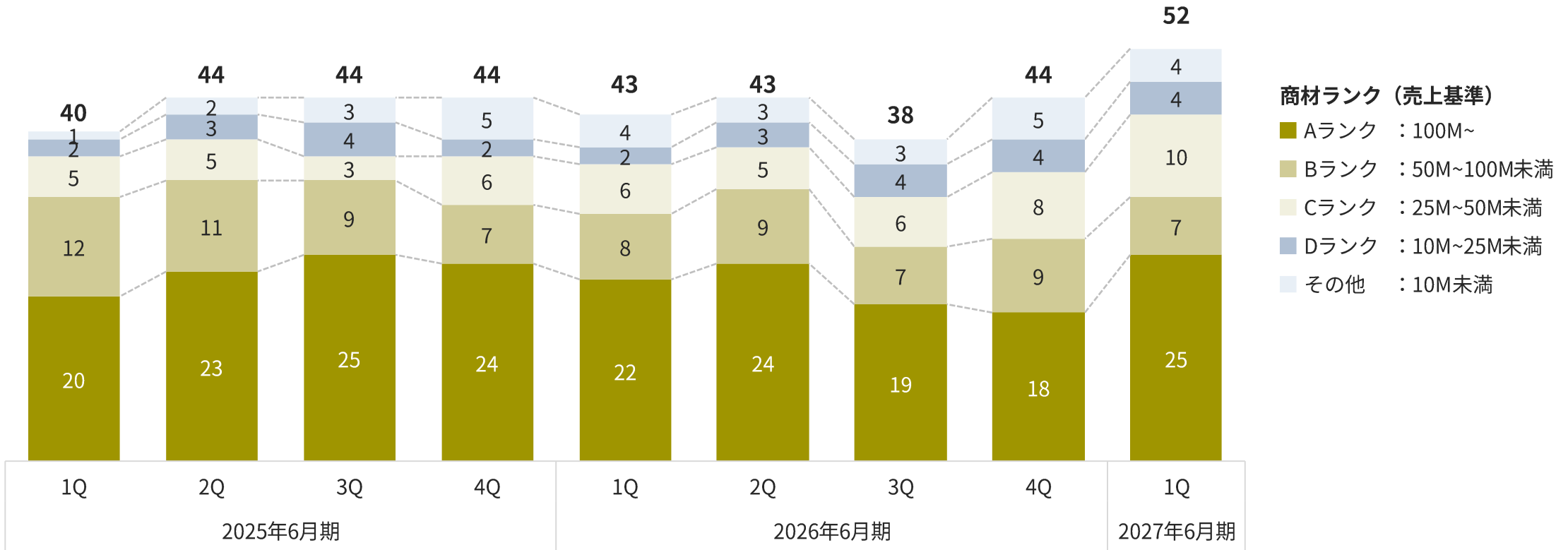
Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

商材ランク別売上高*1（四半期推移）

売上規模の大きいAランク商材の伸長が全体を牽引し、売上高は好調に推移

積極的な広告投資を継続し、コア商材の育成による売上拡大に取り組む

（単位：億円）



*1 各四半期における各ランク商材の売上高合計

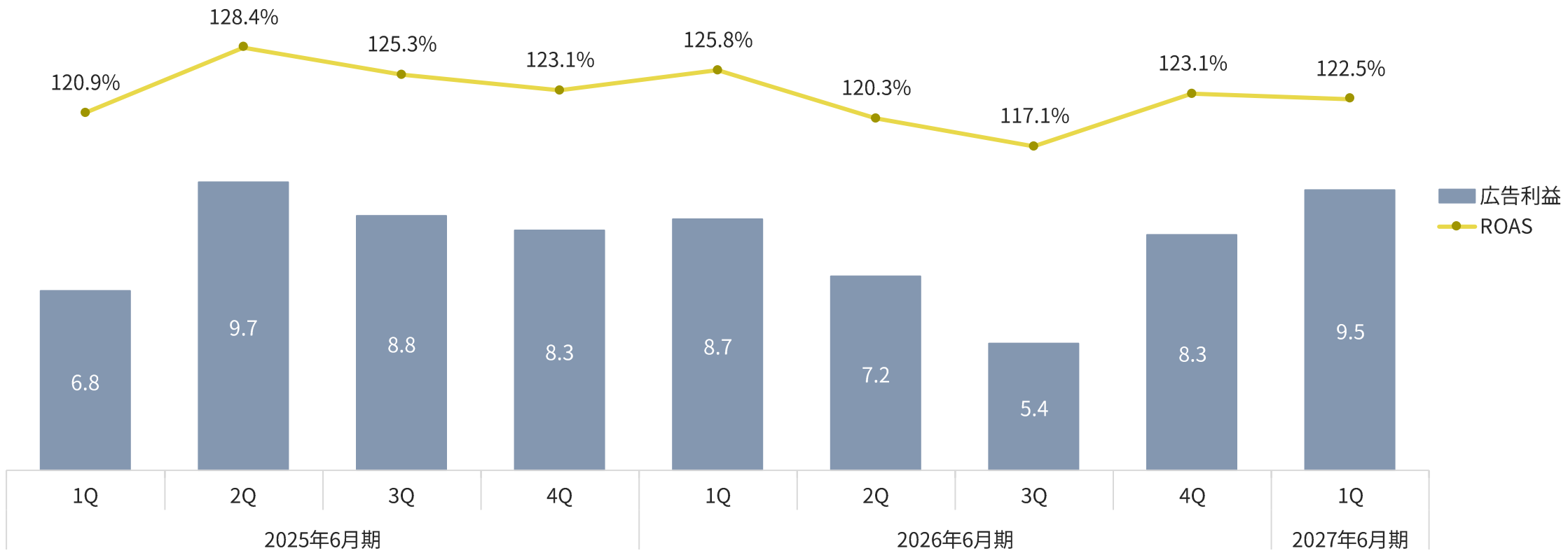
Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

広告利益*1、ROAS*2推移

積極的な広告投資を継続しながらも、コア商材の増加により広告利益が順調に拡大

新規商材の育成と広告投資効率の最適化を進め、安定的な利益創出につなげる

（単位：億円）



*1 広告利益：マーケティング事業の売上高から広告宣伝費（売上原価）を控除した利益
*2 ROAS：マーケティング事業における広告宣伝費（売上原価）に対する投資収益率

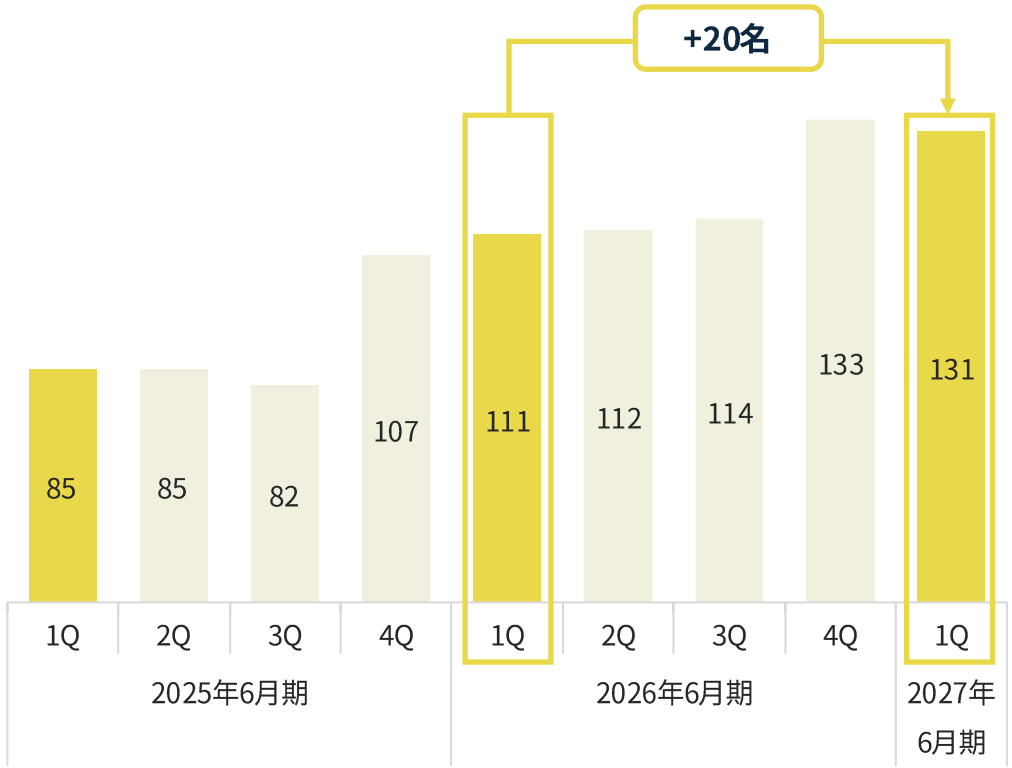
Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

マーケター人員数*1、マーケター1人当たり売上高

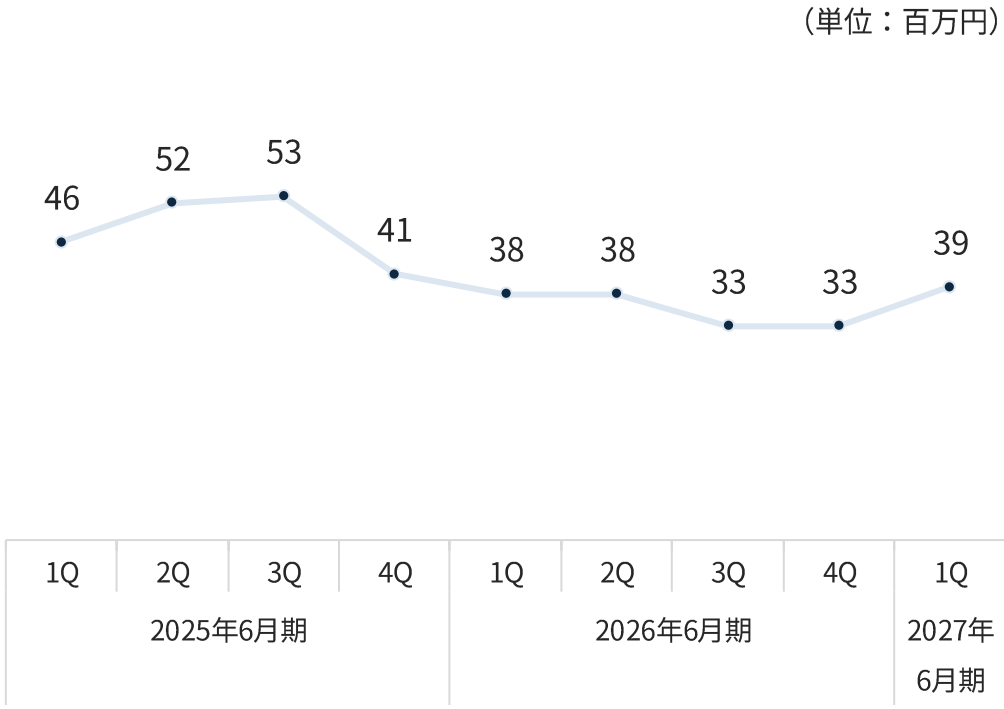
中長期の事業拡大を見据えたマーケターの積極採用により、成長を支える人材基盤を強化

マーケターの育成を進め、広告投資の効率化と新規商材・ジャンルの拡大を両立

マーケター人員数推移



マーケター1人当たり売上高推移



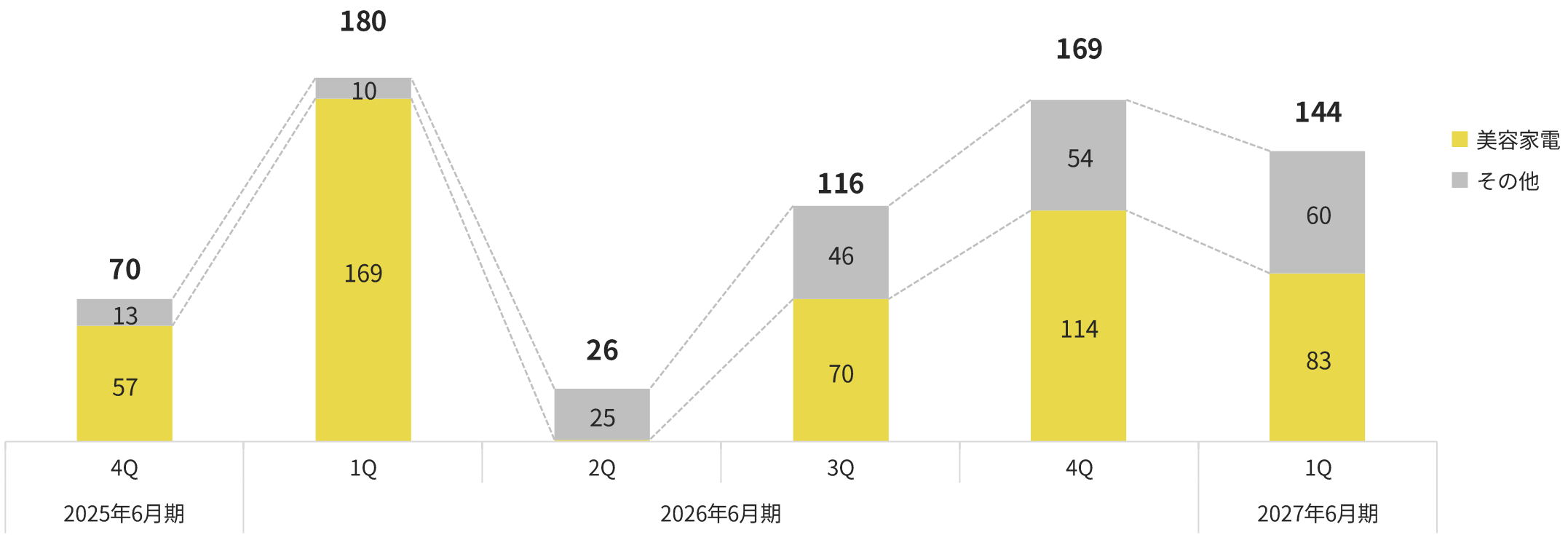
*1 該当四半期平均の人員数

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

商材カテゴリ別売上高

オンラインモールにおいて美容家電の拡販と新規商材の開拓が進展し、売上高は堅調に推移

（単位：百万円）



Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

連結損益計算書 四半期推移

（単位：百万円）		2025年6月期					2026年6月期					2027年6月期
		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期累計	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期累計	第1四半期
売上高		3,911	4,383	4,365	4,500	17,160	4,431	4,302	3,862	4,582	17,179	5,321
売上原価	広告宣伝費	3,234	3,412	3,485	3,572	13,704	3,379	3,556	3,208	3,606	13,750	4,259
	商品売上原価	-	-	-	59	59	160	22	72	100	357	81
	労務費	151	153	150	186	641	184	176	170	231	762	212
	外注費・経費	114	107	110	120	453	120	145	138	161	566	179
	合計	3,501	3,674	3,747	3,939	14,860	3,846	3,901	3,589	4,099	15,437	4,731
売上総利益		410	709	618	561	2,300	585	401	273	483	1,742	590
販管費	人件費	141	128	130	144	544	155	162	166	175	660	167
	採用教育費	112	104	124	119	460	132	105	39	93	369	41
	業務委託費	80	46	38	48	214	45	40	47	53	188	55
	システム利用料	15	15	17	19	68	21	21	22	25	91	24
	その他	130	157	132	164	575	148	163	184	267	762	209
	合計	480	452	434	496	1,864	503	493	460	615	2,072	498
営業利益		▲70	257	184	65	436	82	▲92	▲187	▲133	▲330	91
経常利益		▲59	253	181	57	433	83	▲91	▲177	▲145	▲331	96
税引前当期純利益		▲59	254	181	61	438	83	▲53	▲177	▲143	▲290	96
当期純利益		▲60	181	131	51	303	75	▲59	▲165	▲144	▲293	75

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

連結損益計算書 概要

（単位：百万円）		2026年6月期 第1四半期	2027年6月期 第1四半期	増減額	増減率
売上高		4,431	5,321	890	*20.1%*
売上原価	広告宣伝費	3,379	4,259	879	*26.0%*
	商品売上原価	160	81	▲79	*◢49.7%*
	労務費	184	212	27	*14.9%*
	外注費・経費	120	179	58	*48.8%*
	合計	3,846	4,731	885	*23.0%*
売上総利益		585	590	4	*0.7%*
販管費	人件費	155	167	11	*7.4%*
	採用教育費	132	41	▲90	*◢68.8%*
	業務委託費	45	55	9	*20.6%*
	システム利用料	21	24	3	*14.8%*
	その他	148	209	61	*41.2%*
	合計	503	498	▲5	*◢1.1%*
営業利益		82	91	9	*12.1%*
経常利益		83	96	13	*15.9%*
税引前当期純利益		83	96	13	*15.9%*
当期純利益		75	75	0	*◢0.2%*

連結売上高

- 新規商材・ジャンルの開拓と既存事業の拡大が進み、主力のマーケティング事業を中心に売上高が伸長

売上原価

- 新規商材への積極的な広告投資の継続や売上拡大により、広告宣伝費が増加
- 中長期の事業成長を支えるマーケター人員の拡充により、労務費が増加
- 広告投資効率の向上を目的としたAI活用および広告手法の多様化により外注費・経費が増加

販管費

- マーケターの採用プロセスの最適化および育成プログラムの体系化により、採用教育費が減少
- その他の費用は、主に子会社におけるオンラインモール等の広告運用費により増加

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

連結貸借対照表 概要

（単位：百万円）		2026年6月末	2026年9月末	増減額	増減率
資産	現金及び預金	6,786	6,125	▲660	◢9.7%
	売掛金	2,341	2,521	179	7.7%
	前渡金	1,684	1,899	214	12.7%
	棚卸資産	877	899	21	2.5%
	その他流動資産	410	360	▲49	◢12.1%
	固定資産	257	255	▲1	◢0.7%
	投資その他資産	370	363	▲7	◢2.1%
	合計	12,729	12,425	▲304	◢2.4%
負債	買掛金	1,101	1,146	45	4.1%
	短期借入金等	720	720	-	-
	その他流動負債	1,316	1,071	▲245	◢18.6%
	長期借入金等	360	180	▲180	◢50.0%
	合計	3,498	3,118	▲379	◢10.9%
純資産	資本金等	6,689	6,689	-	-
	利益剰余金	2,541	2,617	75	3.0%
	評価・換算差額等	-	-	-	-
	合計	9,231	9,306	75	0.8%
純資産・負債合計		12,729	12,425	▲304	◢2.4%

現金及び預金

- 主に借入金の返済や前渡金の増加により前期末比で減少

前渡金

- 広告出稿額の増加を見越した広告媒体への前払い増額により、前渡金が増加

長期借入金等

- 契約に基づく借入金の返済により、長期借入金等が減少

その他流動負債

- 主に未払金の減少および賞与の支給に伴う引当金の減少

純資産

- 当期純利益の計上により利益剰余金が増加
- 自己資本比率は74.9%

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

商材・ジャンル別売上高推移

（単位：百万円）	2025年6月期				2026年6月期				2027年6月期
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
合計	3,910	4,383	4,365	4,500	4,431	4,302	3,862	4,582	5,321
ブリーチ	3,910	4,383	4,365	4,430	4,251	4,277	3,758	4,440	5,219
機能性表示食品	1,170	1,510	1,176	1,439	1,290	1,324	1,226	1,190	1,523
日用品	921	892	822	829	1,000	1,086	788	903	1,390
金融	614	651	731	731	736	727	942	1,288	1,153
医薬品	459	770	789	585	616	755	421	389	448
クリニック・サロン	360	227	350	246	135	72	53	141	368
オンライン診療	356	193	276	218	128	93	66	51	-
その他	27	137	218	378	342	214	264	475	334
オーラムテック	-	-	-	70	180	26	116	169	144

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

事業計画及び成長可能性に関する事項

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

2027年6月期 業績予想の開示について

当社グループは、商材ポートフォリオの拡大と支援領域の拡大、人材採用・育成とITへの投資を通じて、収益基盤の多様化と業績の予見性向上を図り、継続的かつ安定的な事業成長を目指してまいります。重点的に取り組むテーマは次のとおりです。

■ 既存ジャンルの深耕と金融・オンライン診療・人材紹介など新規ジャンルへの展開による商材ポートフォリオの拡大

■ SNS広告・動画広告・ECモール運用など新たな広告媒体およびマーケティング手法の拡大

■ 新卒採用の拡大とマーケター育成プログラムの強化による人材採用・育成の強化

■ 広告運用データ活用およびAIを活用した広告制作・運用プロセスの高度化・自動化による広告効果最大化を推進

■ オーラムテック社との連携による販売インフラ構築支援の展開とメーカー支援機能の拡充

しかし、主力のレベニューシェア型のマーケティング支援事業は、支援商材の成長に連動して収益が拡大する一方、商材ごとの成長タイミングや規模、広告媒体の環境変化等により利益が変動しやすい特性を有しております。

当社グループでは、上記の取り組みにより、長期的な企業価値の向上と業績の予見性向上を目指しておりますが、現時点では新規商材の収益化時期や事業ポートフォリオの変化が業績に与える影響を合理的に予測することが困難な状況にあります。このため、2027年6月期の業績予想については未定としております。

今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに公表いたします。

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

マーケティングプラットフォームへの進化

蓄積したデータを起点に、顧客の売上とともに成長するモデルを構築

事業の深化・支援領域の拡大・M&Aの3段階で、事業を積み上げる

広告の運用代行から、
売上成長のパートナーへ。

レベニューシェア型で顧客の売上成長にコミットし、上流工程への関与により取引を独占化・長期化・大型化

広告支援から、
「売る仕組み」全体の支援へ。

対応市場と支援機能を広げ、自社商材や販売インフラまで支援範囲を拡大

単独での成長から、
グループでの成長へ。

当社の強みが活きるB2C事業を取得し、データ・人材・広告投資を投入

3 M&Aで事業を取り込み、成長を加速

2 支援領域の拡大

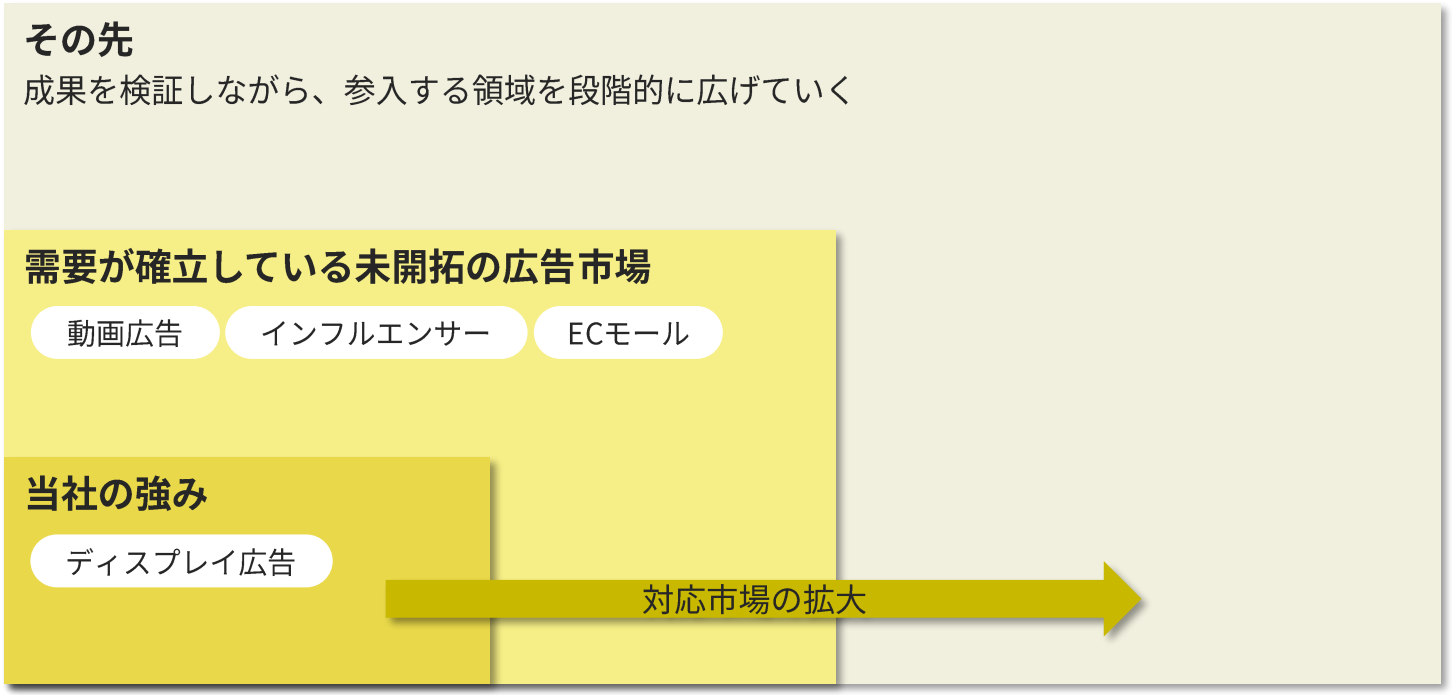
1 マーケティング事業の深化

データの循環 ／ 人材の採用と育成 ／ 成長を支える投資

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

対応市場の拡大

強みを持つディスプレイ広告を起点に、動画・インフルエンサー・ECモール等の広告市場へマーケティング力を展開し、対応市場を拡大



共通の土台

ディスプレイ広告で成果を出し続ける中で培ったマーケティング力と運用を通じて蓄積したデータが他市場でも戦える土台となる。

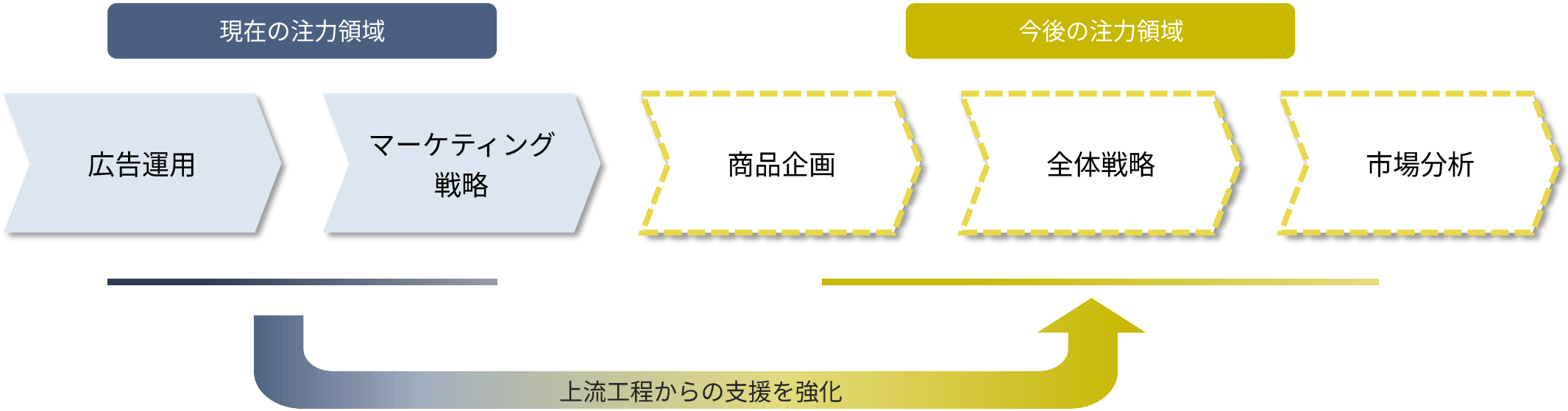
蓄積したデータと運用力を武器に、需要が確立した市場でも安定して成果を出し、対応市場を拡大

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

上流工程への関与による、取引の独占化・長期化・大型化

蓄積したマーケティングデータを武器に、市場分析・全体戦略・商品企画といった上流工程から関与
商品の成功要因を当社が押さえることで、取引の独占化・長期化・大型化を実現

コンサルティング領域拡大のイメージ



商品づくりの前段階から関わることが、代替されにくく・長く・大きい取引を生む

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

オーラムテック：販売インフラ支援機能

オーラムテックの販売インフラと当社のマーケティング支援を組み合わせることで、
商品はあるが「売る力」に課題を持つ企業（OEMメーカー等）まで、グループとして支援範囲を拡大



両機能が揃うことで、「売る仕組み」に課題を持つ企業まで支援範囲が広がる

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

IT・AI活用：データ基盤と生成AIによる実行力の拡張

データを一元管理する基盤の上で、制作・分析・リサーチに生成AIを活用

今後は広告運用とマーケティング戦略の両面でAIの担う範囲を広げ、人員数に比例しない成長を実現



AIが担う領域を作業から判断へ広げ、人員数に比例しない成長を実現

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

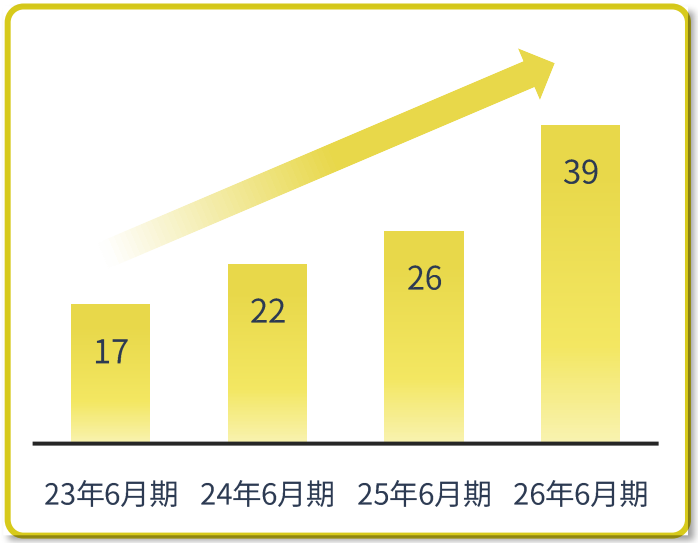
人材採用・育成：未経験者を早期に戦力化する育成プロセス

優秀人材を獲得できる採用力と、未経験者を早期に戦力化する育成プログラムをブラッシュアップ

知識・スキルを体系化し、再現性を高めることで、優れたマーケターを継続的に創出

1. 採用 → 2. 育成プログラム → 3. 配属後のスキルアップ

新卒採用人数推移（名）



育成プロセス

1. 用語・業界知識・関連法令を習得
2. 管理画面・ITツールの操作を習得
3. ユーザー心理・訴求・キーワードを理解
4. CTR・CVR・ROASの改善手法を習得
5. 現状把握・課題設定・施策立案を実践

徹底的な過去データのインプット

データに基づき、主な対処方法をロジックツリーにて体系化

成功・失敗事例の蓄積

事例毎に要因を分析し、プラクティスとして社内に共有

行動指針の体現

目標から逆算した施策の実行と、自主自立型の組織文化

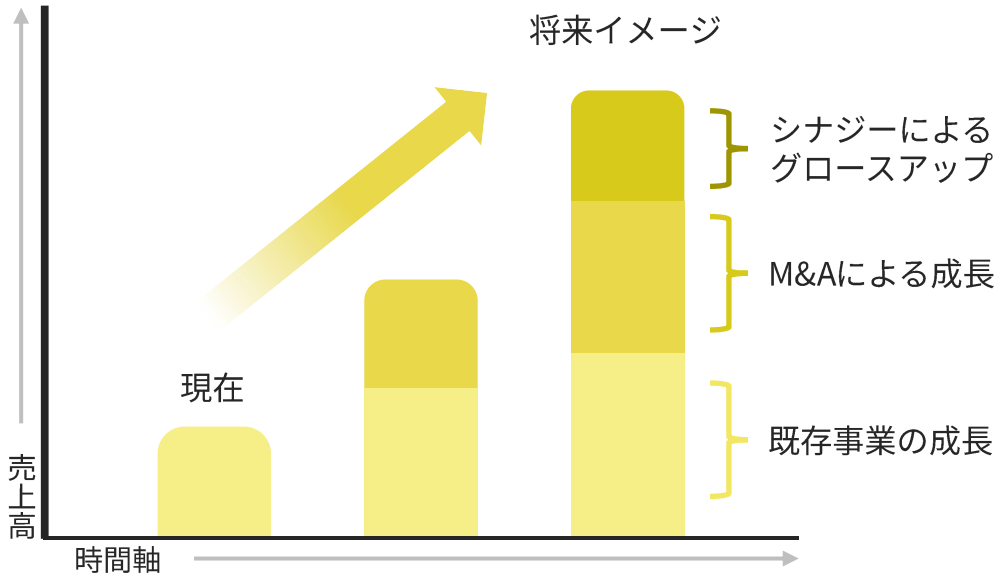
体系化された育成プロセスにより、優れたマーケターを再現性をもって創出

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

M&A：マーケティングの再構築による事業グロースアップ

マーケティングデータ・実行力を持つ当社ならではの、買収先の再構築とグロースアップ
成長可能性を高められるB2C事業を対象とした、M&Aによる非連続な成長

事業成長イメージ



マーケティング企業だからこそ実現できる成長支援

1 マーケティング主導のPMI

蓄積データで勝ち筋を見極め、成功確度の高い商品・訴求を設計

2 マーケティングリソース・広告投資の投入

マーケティング人材と実行体制を投入し、施策の設計から運用までを担う

3 既存クライアント・ネットワークの活用

当社の顧客・媒体ネットワークを紹介し、販路と取引先を拡大

買収して終わりにせず、当社のマーケティング力で買収先をグロースアップ。他社にはない成長を生む。

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

会社概要

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

会社概要

経営理念

世界を照らす。

独自の卓越したマーケティング支援により
世の中に普及していない魅力ある商品やサービスに
光をあて、輝かせていくことで
より豊かな社会の創造に貢献していきます。

そして、当社の人財一人一人が成長して輝くことで、
社会を、世界を照らしていきます。

会社名	株式会社ブリーチ（英語名：Bleach, Inc.）
代表者	代表取締役社長　大平 啓介
所在地	東京都目黒区上目黒2-1-1 中目黒GTタワー21階
設立	2010年4月28日
資本金	3,382百万円（2026年9月末時点）
事業内容	シェアリング型統合マーケティング事業
従業員数	173名（2026年9月末時点、臨時雇用者除く）

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

沿革

2010

2010年4月
ジャパンウェブリンク株式会社 設立

2013

2013年3月
株式会社ブリーチに商号変更

2016

2016年11月
現在の主要事業である
シェアリング型統合マーケティング
事業開始

2022

2022年1月
本社を目黒区（現住所）に移転

2021年
Yahoo! セールスパートナー3つ星 受賞

2022年
Line Sales Partner Gold 受賞

2023

2023年7月
東京証券取引所グロース市場
新規上場

2023年
TikTok for Business Japan Agency
Awards Rising Star部門
プラチナムアワード受賞

2025

2025年3月
株式会社オーラムテック設立

2024年
LINEヤフー Partner Program 2024年度
下半期 Sales Partner Premier 認定

2025年
X広告認定代理店Advanced Partner 認定

2026

2026年6月
株式会社みのり自然食品 設立

2026年
TikTok for Business Japan Agency
Rising Star Partner Award &
Web Commerce Growth Award
W受賞
SmartNews Ads Gold パートナー認定
X広告認定代理店Advanced Partner 認定
（2年連続）

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

当社のビジネスモデル

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

当社ビジネスモデルの特徴

当社は、成果に応じて報酬を受け取るレベニューシェア型を主力モデルとして採用

初期費用不要で費用リスクを抑えたマーケティング支援により、中堅・中小企業を含む幅広い企業に対応

レベニューシェア型
Revenue Share Marketing

マーケティング施策の実行
費用は当社負担
顧客は初期費用・リスクなし

マーケティング効果の実現
圧倒的な売上グロース力
当社も成果にコミット

レベニューシェア額の支払い
レベニューシェア単価は事前に確定済み
顧客の売上増加に連動して報酬も増加

従来型（予算型）
Advanced Marketing

予算確保・初期費用の支払い
事業予算に沿ったプランニング
顧客が初期費用を負担

マーケティング施策の実行
事業収益最大化に向けた支援
予算の範囲内で運用

マーケティング効果の実現
事業予算との整合性確認
予算に応じた運用結果

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

2つの支援モデルの比較

レベニューシェア型は、費用負担・収益連動・戦略の自由度・対象企業の広さの4点で従来型（予算型）に優位

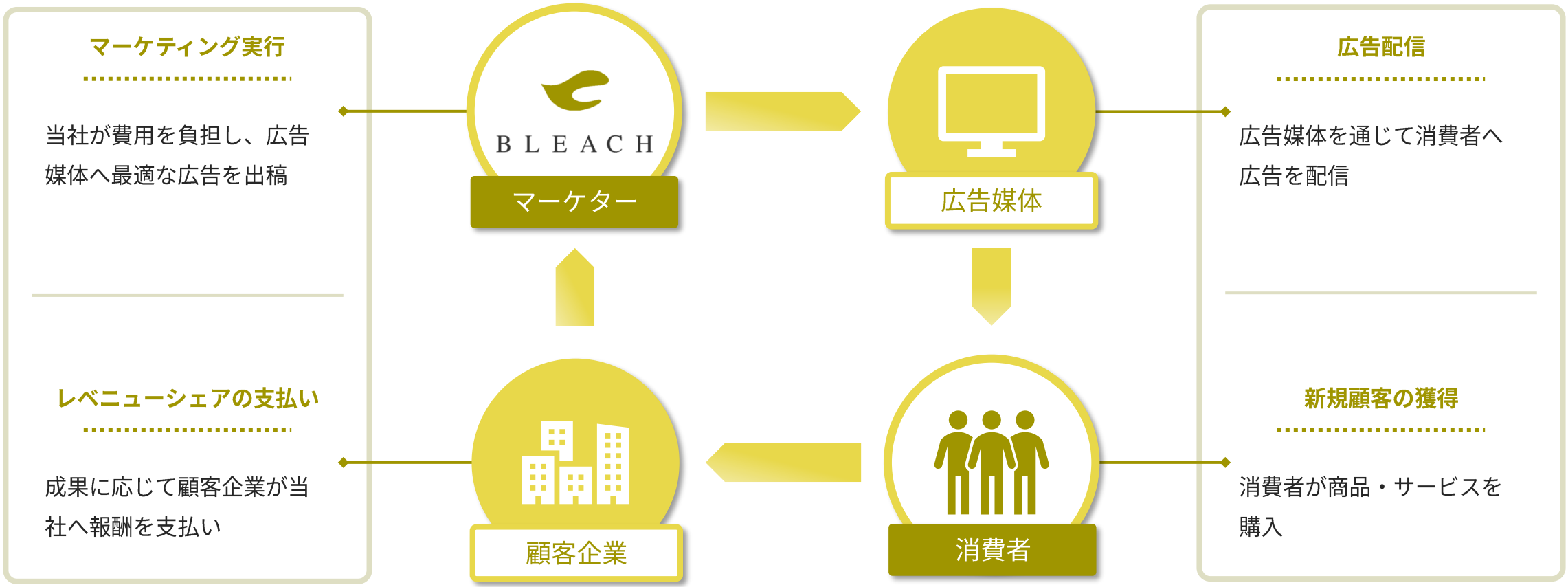
	当社のビジネスモデル レベニューシェア型（Revenue Share Marketing）	予算型（Advanced Marketing）
予算計画	初期費用/コンサルティング費用等事前の予算は不要	事業計画に紐づくご予算に応じて設計
収益計画	CPA*1を事前に確定、 獲得実績に連動するため収益見通しが立ちやすい	事業計画に紐づき収益最大化、 効率については変動の可能性あり
戦略の幅	獲得効率、収益最大化に向けた戦略立案 /実行が適切に実施可能	事前の予算の範囲内で、 目的に応じて幅広く施策を実施
インセンティブ	顧客の“売上”が増えるほどレベニューシェアが増える	配信実績に応じたフィー（マージン）モデル
対象企業	中堅・中小企業など予算を確保しにくい企業を 含む幅広い企業	事業計画に基づいたマーケティング戦略を 希望される企業

*1 CPA（Cost per Acquisition）：新規ユーザーの獲得単価

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

レベニューシェア型の支援スキーム

当社が費用を負担してマーケティング施策を実行し、成果に応じてレベニューシェアを頂く、
独自の成果連動型モデルを採用

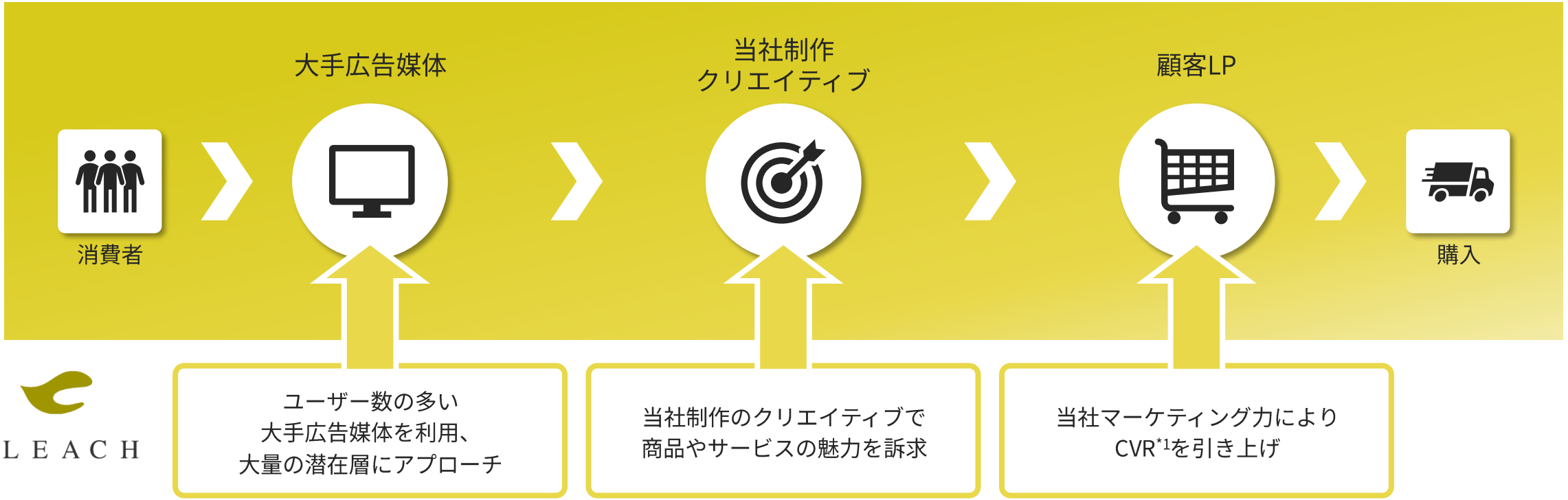


Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

当社が活用するマーケティング手法

国内主要の大規模広告媒体を通じて潜在層に幅広くアプローチし、
広告パフォーマンスを最適化しながら新規購入ユーザーを多数獲得

広告閲覧から購買までのユーザーの動線



*1 CVR（Conversion Rate）：顧客LPにおいて購買に至るユーザーの比率

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

オーラムテック社との連携による新たな顧客創出

当社のデジタルマーケティング支援に、オーラムテック社の販売インフラ構築支援が加わる

「売り方」に加え「売る仕組み」まで支援でき、対象企業の範囲が拡大



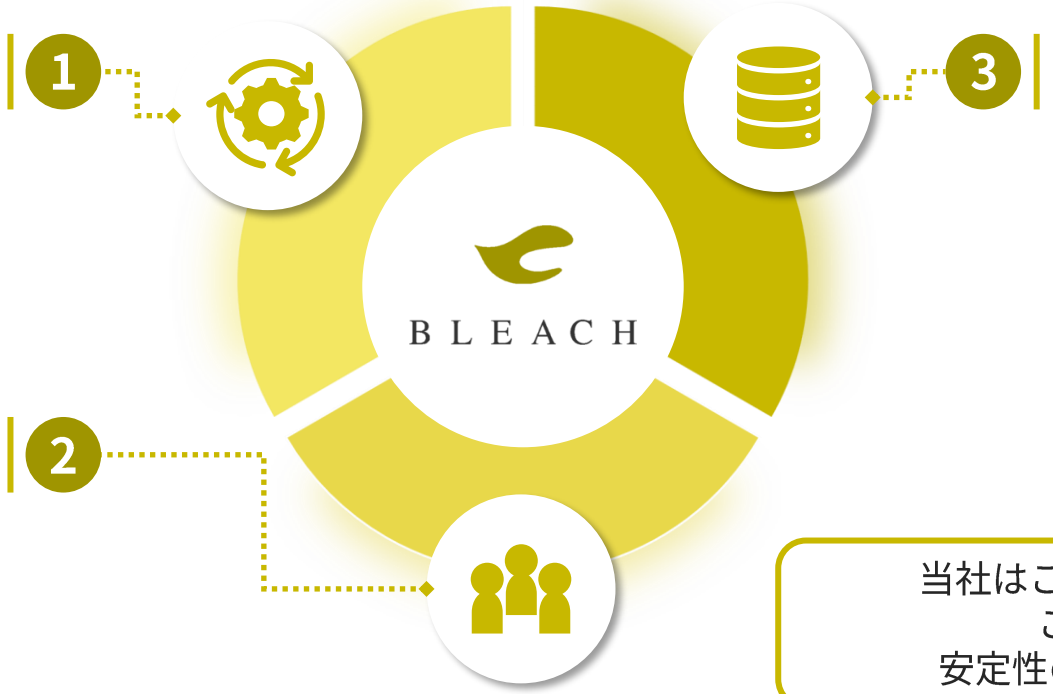
両機能が揃うことで、これまで支援対象とできなかった企業まで、
グループとして支援できる範囲が広がる

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

新規参入のハードルが高い事業構造

レベニューシェア型でのマーケティング支援には、競争優位性の構築や大量のデータ蓄積、
そしてそれを遂行できる優秀なマーケターの存在が不可欠であり新規参入のハードルは高い

高い参入障壁を築く3つの要素



競争優位性の組み合わせ

安定性をもってコア商材を生み出すには、商材選定・戦略構築と実行・広告投資体制といった複数の優位性を組み合わせる必要がある。単一の強みでは成果が安定せず、これら全てを兼ね備えることは容易ではない。

優秀なマーケター

レベニューシェア型での支援を完遂できる優秀なマーケターを揃える必要がある。マニュアル化できずOJTが必要な業務が多く、育成には相応の期間を要する。

大量のデータ蓄積

過去の多額の広告投資と運用実績により、蓄積した広告実績データを社内に保有している。データは実際に自ら運用しなければ得られず、後発が短期間で同量を揃えることは難しい。

当社はこれまでの運用実績を通じて
これら3つを構築し、
安定性のある支援を実現している

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

経営指標（KPI）の全体像

収益の源泉である「商材ポートフォリオ」「広告投資効率」「マーケティング人材基盤」の3つを重要な経営指標として設定し、四半期ごとに進捗を開示

1 商材ポートフォリオ

コア商材数*1

Aランク商材数

- 収益の柱となる商材の保有数
- 商材数の積み上げにより売上規模を拡大

2 広告投資効率

ROAS*2

- 広告宣伝費に対する売上の回収率
- 効率を維持しながら広告投資を拡大

3 マーケティング人材基盤

マーケター人員数

1人当たり売上高

- 同時に支援できる商材数の上限
- 人員の拡大と育成の進捗を管理

コア商材の量産 ✖ 投資効率の維持 ✖ 人材基盤の拡大 = 持続的な売上成長

*1 コア商材数：月間平均レベニューシェア額（当社売上高）が10百万円以上の商材数
*2 ROAS（Return On Advertising Spend）：マーケティング事業における広告宣伝費（売上原価）に対する投資収益率

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

経営指標の定義と見方

各経営指標の実績値を四半期ごとにモニタリングし、商材ポートフォリオと人材基盤の拡大、広告投資の回収効率の維持を両立する運営を推進

各指標の実績値は、四半期ごとに決算説明資料で開示

経営指標	定義・算定方法	見方
コア商材数	月間平均レベニューシェア額（当社売上高）が10百万円以上の商材数	本数が増えるほど、特定商材への依存が低下
うち、Aランク商材数	月間平均レベニューシェア額（当社売上高）が100百万円以上の商材数	本数が増えるほど、1本あたりの収益貢献が拡大
Aランク商材 月次平均売上高	当該四半期におけるAランク商材の月次平均売上高	金額が上がるほど、商材を大型化させる力が向上
ROAS	売上高 ÷ 広告宣伝費（売上原価）	数値が高いほど、同じ広告費でより多くの売上を獲得
マーケター人員数	当該四半期平均のマーケター人員数	人員が増えるほど、新たに引き受けられる商材が増加
マーケター1人当たり売上高	売上高 ÷ マーケター人員数	採用直後は一時的に低下し、育成が進むほど上昇

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

株主還元について

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

株主還元について

当社グループでは、財務体質の強化並びに将来の事業展開に備えるため、配当可能利益を全額内部留保とし、配当を実施しておりません。

しかしながら、株主に対する利益還元については経営の最重要課題の一つと位置付けており、事業規模や収益の安定性等も鑑み、経営成績・財政状態を勘案しながら、株主への利益配当を検討していく方針としております。

内部留保資金につきましては、今後予想される経営環境の変化に対応すべく、財務体質の強化及び将来の事業展開のための財源として利用していく予定であります。

剰余金の配当を行う場合、年1回の期末配当を基本方針としております。また、当社は、剰余金の配当等会社法第459条第1項各号に定める事項について、法令に別段の定めのある場合を除き、取締役会の決議によって定めることができる旨を定款に定めております。

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

よくあるご質問への回答

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

よくあるご質問への回答（1/4）

ご質問と回答
サービスの強み、お客さまにとっての付加価値を最も端的に説明すると、何でしょうか？ CPA（ユーザー当たりの獲得コスト）を確定させながら、たくさんの新規ユーザーを獲得できることです。当社はレベニューシェア型の報酬を採用しているため、お客さまは事前にCPAを確定することができます。 さらに、当社がリスクを取って広告投資を行っていくことで、お客さまはリスクなく新規ユーザーを大量に獲得することができます。このような顧客本位のサービスをご提供させていただいていることが、お客さまに強く支持されていると考えております。
レベニューシェア額（＝貴社の売上高）は、レベニューシェア単価×新規ユーザー獲得数にて算定されるとのことでしたが、レベニューシェア単価はどのように決まりますか？　また新規ユーザー獲得数は、どのように計測するのでしょうか？ レベニューシェア単価は、まずお客さま側のほうで収益計画に基づいて当社にどのくらいのレベニューシェア単価を払ってもよいか検討いただき、ご提示いただくことが多いです。 それを受けて、当社にて、そのレベニューシェア単価でROASや広告利益を確保できるかを当社が持つ過去データ等を踏まえて検討し、お客さまと協議させていただいた上で単価を決めさせていただいております。 また、新規ユーザー獲得数については、当社が配信する広告経由で購買に至ったユーザー数をシステム上計測できるようになっております。
貴社がマーケティング支援をする上で、顧客とはどのような形態の契約を締結しているのでしょうか？　支援期間や獲得ユーザー数に何らかのコミットメントはあるのでしょうか？ お客さまとは取引基本契約（自動更新）を締結させていただき、商材の支援ごとに個別契約を締結させていただくことが多いです。最低支援期間や最低獲得ユーザー数のようなものは基本的にございません。ただし、一定以上のユーザー数を獲得した場合にはレベニューシェア単価を引き上げることをあらかじめお客さまと合意させていただくことはございます。

*その他のリスク情報については有価証券報告書に記載

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

よくあるご質問への回答（2/4）

ご質問と回答

他にも成果型やKPI保証型にてマーケティング支援を行っている会社があると思いますが、それらと貴社の違いは何でしょうか？

当社の主要事業はレベニューシェア型報酬であり、初期費用やコンサルティング費用は一切受領しておりません。また、当社はマーケティング支援機能（マーケティング戦略の構築、広告制作、広告運用）を内製化しており、当社起点でお客さまの売上グロース、新規ユーザーの獲得をご支援させていただいていることが特徴です。
そのため、いわゆるASP（アフィリエイトサービスプロバイダー）のように、広告主さまとアフィリエイターを仲介するサービスとは役割や機能が異なっております。

顧客の新規開拓はどのように行っているのでしょうか。

基本的に既存のお客さま、広告代理店さまなどからの多数のお客さまや支援対象となる商品やサービスをご紹介いただいておりますので、その中からご支援させていただく商品やサービスを当社にて選ばせていただいております。
それに加えて、新規メーカー・広告代理店へ直接アプローチさせていただくことも実施しております。

特定の販売先への売上比率が高い理由と、今後の見通しについて教えてください。

当社は広告代理店である株式会社アールを通じて、多数の商品の支援をさせていただいております。同社は、大手の食品・化粧品・日用品メーカーを含む多数の企業を顧客として抱えていらっしゃる広告代理店です。当社はレベニューシェア型の報酬体系を採用しているためアップサイドが大きいビジネスモデルとなります。当社が同社からの紹介案件に協業させていただき、同社との取引金額が結果として大きくなりました。特定販売先に売上が集中することはビジネスリスクとなりうるため、2023年6月期3Qより、商材のポートフォリオを拡大し、他のお客さまの商品の支援を増やすことで、売上の集中を軽減しております。その結果、同社への売上比率は低下傾向にあり、今後も引き続き、特定の販売先に依存しない事業構造を目指してまいります。

*その他のリスク情報については有価証券報告書に記載

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

よくあるご質問への回答（3/4）

ご質問と回答
貴社事業に季節性はありますか？ 12月から3月にかけては、他のマーケティング支援会社による広告出稿が増える時期であり、インターネット広告の広告単価が上がる傾向にあります。当社は広告利益の最大化を図っておりますが、同時期は広告利益が出にくくなる場合があります。
景気後退時には、お客さまからの依頼や予算が減るなど、広告業界特有の影響は想定されますか？ 当社の主要事業はレベニューシェア型の報酬体系のため、お客さまから事前に予算をいただく必要はありません。また、当社の場合、お客さまはあらかじめCPA（Cost per Acquisition）を確定できます。つまり、お客さまは、そのCPAであればお客さま自身が利益を確保できるかどうかの見通しを立てやすくなっています。 景気後退時こそ、マーケティングの費用対効果について見直しがされやすく、当社のサービスをより活用いただきやすくなると考えています。
お客さまが広告予算を減少させた場合、貴社の業績には影響があるのでしょうか？ 当社の主力事業はレベニューシェア型の報酬体系のため、お客さまには広告予算を確保いただく必要はございません。お客さまの予算にかかわらず、当社がお客さまのためにしっかりと新規購入ユーザーを獲得していけば、お客さまも売上高を伸ばすことができますし、当社としてもより多くのレベニューシェアをいただくことができます。 お客さまが限られた予算の中でマーケティング効果を高めていかなければならない局面では、当社サービスへのニーズがむしろ増えると考えております。
貴社の広告審査体制について教えてください。 当社は、当社が配信する広告について、社内担当者のチェックに加えて外部の弁護士や専門機関のレビューも受けることで、広告関連法令の遵守等を配信前にしっかりと確認する体制を構築しております。

*その他のリスク情報については有価証券報告書に記載

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.

よくあるご質問への回答（4/4）

ご質問と回答

貴社のKPI、成長ドライバーは何でしょうか？

コア商材数・Aランク商材数、ROAS、マーケター人員数・1人当たり売上高です。コア商材とは、当社の収益の柱となる商材のことで、具体的には月間平均レベニューシェア額（当社売上高）が10百万円以上の商材をいいます。コア商材を増やして商材ポートフォリオを拡充するとともに、広告投資の回収効率であるROASを維持し、商材を支えるマーケター人材を拡大・育成することで、継続的に成長していきます。また、収益性を確認する指標として、広告利益額も重視しています。

今後それらをどのように伸ばしていく計画ですか？

当社のバリューチェーンを強化していくべく、まずは人材の採用と育成を強化していきます。お客さまからのご支援の依頼は多数あるものの、まだその一部にしかお応えできていません。マーケターを中心に社内リソースを増やしていくことで、より多くのお客さまや商材をご支援していきたいと考えています。

また、マーケターの生産性を高め、当社のマーケティング力をさらに高めていくべく、すでに活用を進めているITシステムやAIツールの活用範囲を拡大していきます。

*その他のリスク情報については有価証券報告書に記載

Copyright© BLEACH Inc. All Rights Reserved.



BLEACH

