

2026 年 8 月 21 日

各 位

会 社 名 ソ ー シ ャ ル ワ イ ヤ ー 株 式 会 社  
 代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 矢 田 峰 之  
 (コード番号：3929 東証グロース)  
 問 合 せ 先 管 理 部 長 笹 川 友 幸  
 (TEL. 03-5363-4872)

### 2027 年 3 月期第 1 四半期 決算説明会質疑応答の要約

下記要領にて開催いたしましたオンライン個人投資家説明会において、視聴者の皆さまからいただきましたご質問と、当社の回答を以下にまとめております。

個人投資家向けオンライン説明会

開催日時：2026 年 8 月 14 日（金）

開催場所：オンライン（[説明動画](#)）

資 料：2027 年 3 月期第 1 四半期決算 個人投資家向け説明会資料

| ご質問                                   | 当社回答                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (会社の状況)                               |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2027 年 3 月期第 1 四半期の業績概況について教えてください。   | 売上高は 971 百万円（前年同期比 39%増）、営業利益は 33 百万円（同 96%増）と増収・営業増益となりました。成長ドライバーであるインフルエンサーPR が前年同期比 133%増と大きく伸長し、全体の成長を牽引しており、売上構成比は約 50%となっています。経常利益は M&A 実行に伴う一過性費用の計上により 18 百万円（同 25%減）となりましたが、各段階利益で黒字を維持しております。引き続き、収益構造改革により下期にむけた利益成長基盤の強化を進めてまいります。 |
| 営業利益の伸びに比べて、経常利益・当期純利益の伸びが小さいのはなぜですか？ | 主として、SEIRYO 社の M&A 実行に伴う仲介手数料等の一過性費用を営業外費用に計上したことによるものです。営業利益は前年同期比 96%増と大きく伸長した一方、経常利益は当該一過性費用の影響により同 25%減の 18 百万円、当期純利益は同 1%増の 21 百万円となりました。いずれも成長投資に伴う費用を吸収したうえで、各段階利益で黒字を維持しております。                                                          |
| 通期計画に対する第 1 四半期の進捗をどのように評価していますか？     | 第 1 四半期の進捗率は、売上高 22%、営業利益 8%となっております。売上高は概ね想定どおりの進捗である一方、段階利益の進捗は低調であると率直に受け止めております。固定費削減など利益にインパクトのある施策の効果は第 2 四半期終盤から下期にかけて発現する見込みであり、下期にむけて利益成長を高めていく計画としております。                                                                              |
| 通期業績予想に、SEIRYO 社の連結効果は織り込まれていますか？     | 通期業績予想を開示した 2026 年 5 月時点では、SEIRYO 社の M&A 実行前であったため織り込んでおりません。M&A 実行後間もないことから、PMI の進行と連結効果を精査したうえで、業績予想に反映すべき事項が生じた場合には、適時開示等により速やかにお知らせいたします。                                                                                                   |

| ご質問                                              | 当社回答                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 株式会社 SEIRYO を子会社化した狙いと期待効果について教えてください。           | 同社は、TikTok・ショート動画領域の広告運用支援事業を展開しているとともに、当社が未参入であった「購買施策」を専業としていることから、現有のインフルエンサーPR 事業の顧客獲得活動における当社の手札が増えるという文脈でのシナジーを期待しており、成長ドライバーの拡大による持続的な成長を見込んでおります。                                                                                                                        |
| iHack 社・SEIRYO 社のPMI（経営統合）の進捗とシナジー効果について教えてください。 | iHack 社は、2025 年 9 月の子会社化から約 1 年が経過し、PMI は良好に進捗しております。チームの再編や人員配置の最適化が有効に機能しており、シナジー効果を発現しております。SEIRYO 社は、取得後間もないこともあり速やかに PMI を進行してまいります。                                                                                                                                        |
| 今後の M&A 方針について教えてください。                           | 黒字性および既存事業とのシナジーを前提に、選別的に実施してまいります。当社における M&A は、新規事業創出ではなく、既存事業領域における成長加速および競争力強化を目的としております。現在の事業ポートフォリオと親和性の高い領域に限定し、収益性・キャッシュ創出力の向上に資する案件を慎重に検討してまいります。                                                                                                                        |
| 財務健全性に問題はありませんか？                                 | 有利子負債は 836 百万円から 1,178 百万円に増加しましたが、これは主に SEIRYO 社の取得に伴う借入によるものです。一方で、現金及び預金は 1,305 百万円を確保しており、ネット有利子負債は▲126 百万円（預金超過）を維持しております。自己資本比率も 46%と高水準であり、財務健全性は引き続き維持されているものと考えております。また、のれん償却費の増加により営業利益と EBITDA（98 百万円、前年同期比 109%増）の差が大きくなっており、借入の返済原資の観点では、EBITDA ベースで高い健全性を確保しております。 |
| 収益構造改革（拠点統合・AI 活用）の進捗について教えてください。                | 本社・グループ拠点の統合移転（2026 年 9 月）により年換算約 1.2 億円、AI 活用・組織最適化（2026 年 7 月～）により年換算 0.7 億円以上の固定費削減効果を見込んでおり、効果は第 2 四半期終盤から下期にかけて本格的に発現する見込みです。社内では「1 人当たり売上総利益」を指標とし、定型業務の AI 化推進により人員の最適化を図ることで、中期的な利益率改善につなげてまいります。                                                                        |
| AI 活用・組織最適化により人員が減少していますが、その内容について教えてください。       | AI による業務効率化を踏まえた人員配置の最適化を実施したものであります。自然退職は一定程度は存在しておりますが、組織最適化によるネガティブ退職は極めて限定的な範囲で進行しております。現時点（回答日時点）では、構造改革としての取り組みは一段落し、効果の発現を待つ段階にあります。                                                                                                                                      |
| AI 活用に伴い、AI 利用料等のコストは増加していませんか？                  | サーバーコストや AI のトークン費用は増加しておりますが、労務関連費の削減効果がこれを上回っており、コスト増を十分に吸収できております。それに伴い、1 人当たり売上総利益の向上も進行しており、AI 活用による生産性向上が実現してきております。                                                                                                                                                       |
| （各事業の状況）                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| インフルエンサーPR<br><br>インフルエンサーPR の急成長要因を教えてください。     | 主な要因は 3 点ございます。①市況によるオーガニック成長、②iHack 社（2025 年 9 月子会社化）の連結効果、③SEIRYO 社（2026 年 6 月子会社化）の連結効果です。M&A による事業拡大と既存事業の成長が相まって、全体売上を大きく押し上げており、取引社数も 90 社から 329 社へと大きく増加しております。テクノロジー基盤の強化と運用ノウハウの高度化により、高付加価値案件の獲得が進んでおり、加えて M&A を含む成長投資が構造的な競争優位の構築につながっております。                          |
| インフルエンサーPR の成長は今後も持続可能でしょうか？                     | デジタル PR・メディアリスニングの事業基盤が、成長ドライバーであるインフルエンサーPR を支える構造となっており、認知・ブランディング支援機能を基盤としながらも、新たに購買・CV 支援領域へ参入開始したこともあり、中長期的な成長余地の確保が進行していると考察しております。                                                                                                                                        |

| ご質問                                                                                                                                                                     | 当社回答                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>リリース配信</b></p> <p>リリース配信の取引社数が減少していますが、その背景と今後の取り組みについて教えてください。</p> <p><b>メディアリスニング</b></p> <p>ソーシャルリスニングツール「Clip Master」の導入状況など、メディアリスニング事業の取り組みについて教えてください。</p> | <p>取引社数の減少は、低単価でのプロモーション的な新規獲得を取りやめたことによるものが大半であり、意図的な顧客選別によるものです。営業戦術を単価向上へと切り替えており、配信単価は 41.8 千円（前年同期比 13.8%増）と上昇しております。リリース配信は、新規顧客との接点創出と認知拡大を担うエントリー商材として、成長ドライバーであるインフルエンサーPR への入口・クロスセル基盤に位置づけ、収益性を重視した運営を進めてまいります。</p> <p>クリッピングサービスからリスニングサービス（データ型）への PIVOT（転換）を推進しており、ブラップ社と共同開発した「Clip Master」の導入促進に取り組んでおります。固有のデータベースと履歴性を活かしたデータ提供・API 連携を強化し、データ基盤への転換を進めてまいります。また、リスクチェックサービス「RISK EYES」は、日常の業務フローに根付くツールとして解約率が低く、2026 年 6 月末の MRR（月次経常収益）はおよそ 31 百万円と成長が継続しております。</p> |
| (その他)                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>AI の進展により、リリース配信やクリッピングなどの事業が代替されるリスクをどのように見えていますか？</p>                                                                                                              | <p>当社運営の「@Press」は、専属担当者による原稿校正をするサポート体制を優位性および付加価値として提供を続けておりました。但し、生成 AI による代替カバー率の高い業務であることもあり、本サポート部分を極力 AI で代替するような UI に変更シフトを進行しております。クリッピングについては、市場規模への影響は限定的と考えており、むしろレポーティング等の制作業務を AI で効率化できる機会と捉えており業務効率化を進行することができると考えております。</p>                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>中期の成長戦略とターゲットについて教えてください。</p>                                                                                                                                        | <p>中期ターゲットとして、2028 年 3 月期に売上高 50 億円・営業利益 8 億円を掲げております。売上高は、前年度実績 35 億円に対し今年度は 44 億円を計画しており、ターゲット実現に向けたラインに乗って進行しております。テクノロジー基盤と M&amp;A を活用し、成長ドライバーであるインフルエンサーPR を伸長させるとともに、認知・ブランディング領域から購買・CV 支援領域への拡張を進めることで、中期成長の実現を目指してまいります。</p>                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p>配当についての考え方を教えてください。</p>                                                                                                                                              | <p>当社は BS 上の配当可能利益の観点から、当面は配当を見合わせることを適当と考えております。現時点における株主還元は、シェア型株主優待を通じた還元を基本としつつ、自社株買い等についても選択肢の一つとして認識しております。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>株主優待（シェア型優待）を導入した狙いと、今後の増額や継続性についての方針を教えてください。</p>                                                                                                                   | <p>個人投資家の皆さまに当社株式を中長期で保有いただくための、重要な株主還元手段の一つとして、今年度より導入したものです（200 株以上を 6 カ月以上継続保有される株主さまが対象）。優待総額の業績連動度合いについては、継続的な検討事項としてまいります。優待制度においては、その継続性は、高い確度で継続していく方針であり、変更等が生じる場合には適時開示もしくは IR サイトを通じて速やかにお知らせいたします。</p> <p>まずは、利益を伴う形で、トップラインの成長率を大きく好転させることを実績として残すことを優先する時期であるということでご理解いただきたくお願い申し上げます。</p>                                                                                                                                                                                 |
| <p>時価総額基準への対応など、時価総額向上のための取り組みがあれば教えてください。</p>                                                                                                                          | <p>当社は東京証券取引所グロース市場に上場しており、時価総額基準への対応は経営上の重要課題として認識しております。中期ターゲット（売上高 50 億円・営業利益 8 億円）をオントレンドで進行することが、時価総額向上に資する最善かつ最短の活動と考えております。そのうえで、株主還元等の施策、ならびに IR 活動の充実化を加えることで、利益成長の着実な実現と資本効率の改善を通じ、市場評価が段階的に見直されていくことを目指しております。</p> <p>なお、2026 年 6 月 24 日公表の「上場維持基準への適合に向けた計画（改善期間入り）について」のとおり、維持基準の充足に向けて網羅的かつ蓋然性の高い対処に取り組んでまいります。</p>                                                                                                                                                        |

以上