2025年6月期 通期連結決算説明資料

株式会社ブリーチ（証券コード：9162）

2025年8月14日

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

目次

1. 2025年6月期 通期連結業績・・・・・・・・・・・・・・・・p.3

2. 2026年6月期 成長戦略　・・・・・・・・・・・・・・・・・p.17

3. 会社概要／当社のビジネスモデル　・・・・・・・・・・p.27

4. よくあるご質問への回答　・・・・・・・・・・・・・・・p.33

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

1. 2025年6月期 通期連結業績

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

2025年6月期 通期 連結決算ハイライト

商材ポートフォリオ拡大施策によるコア商材数の増加により、売上高・広告利益ともに順調に増加

連結 売上高

17,160 百万円

前期比＋3,353百万円/＋24.3%

平均コア商材数 **20**

前期比 ＋7

平均Aランク商材数 **4**

前期比 ＋2

- 商材ポートフォリオ拡大施策として新規商材・新規ジャンルが順調に立ち上がり、当期の平均コア商材数は20商材へ大幅増加
- 24年6月期に支援開始した新規商材（医薬品・化粧品・機能性表示食品・美容医療）、オンライン診療・人材紹介ジャンルの立ち上げが順調に進捗
- 当期4QよりAT社*2が新たなマーケティング支援サービスの提供を開始

広告利益 *1

3,385 百万円

前期比+1,076百万円/+46.7%

ROAS*1 **124.7%**

前期比 +4.6%

- 主に医薬品・機能性表示食品・化粧品・オンライン診療ジャンルの広告利益が増加
- 今後の事業成長基盤の構築に向けたコア商材数の増加に注力し、化粧品や人材紹介ジャンルなどの新規商材・新規ジャンルへの積極的な広告投資を継続

連結 営業利益

436 百万円

前期比+804百万円

営業利益率 **2.5%**

その他 売上原価

- マーケティング支援体制強化のためのマーケター人員の採用により労務費が増加

販管費

- 採用人数の増加及び人材育成施策の強化のため、人件費及び採用教育費が増加
- 新規事業開発やM&A・提携等の検討に伴う調査費用が増加した一方、主に上場時の業務委託契約の終了により業務委託費が減少

営業利益

- 広告利益の増加により営業利益は大幅に増加(+804百万円)

*1：広告利益及びROASは親会社であるブリーチ社独自の指標であるため、ブリーチ社単体の売上高、広告宣伝費を基に算出しております。
*2：当社が2025年3月に設立した100%子会社である株式会社オーラムテックをAT社と表記しております。

BLEACH
Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

コンサルティング強化により有望商材選定・コア商材化の再現性を向上
顧客企業のニーズに応じた支援領域の拡大により収益獲得機会を創出

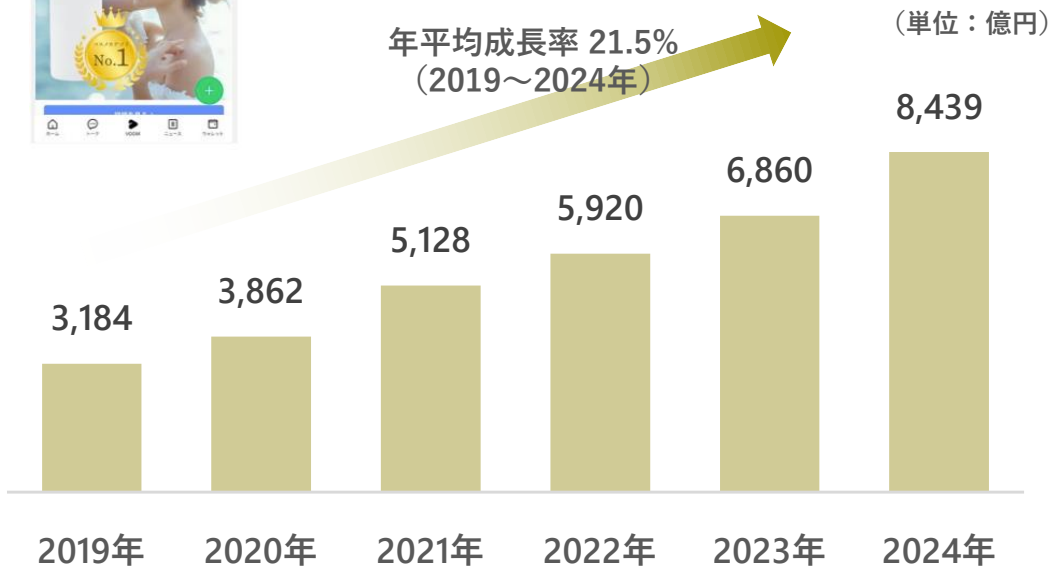
商品ジャンル	A社 機能性表示食品	B社 美容医療	C社 化粧品
支援の経緯	大手メーカー企業A社より、オンライン販売商品の広告効果を高めるため、限られた予算内での運用や施策改善について依頼を受けた。	広告主B社より、売上と広告費のバランスを保ちながら、顧客獲得ボリュームを増やすことができないか依頼を受けた。	当社と過去に直接取引のあったメーカーC社から新規ブランド企画時に、当社の広告知見を活かした総合的な支援の依頼を受けた。
当社の支援内容	• チャットボット（会話形式で質問に答えてくれる案内ツール）のシナリオを見直し、手続き完了までの流れをスムーズ化 • 購入導線の改善、購入ボタンの配置見直し、入力フォーム簡略化などを実施 • 広告ターゲットの最適化や効果測定を実施し、広告費効率を向上	• 月間予約数の向上のため、以下の施策を提案・実施 • 芸能人のアテンド、撮影内容のコンサルテーションおよび実撮影 • オンライン予約の導線やオファー設計のコンサルティングによる、来店率 / 契約率 / 契約単価の向上施策を実施	• 支援領域を拡大し、ECモールの商品ページの設計と運用をコンサルティング • インフルエンサーマーケティングを活用した新規獲得手法で支援 • LTV予測と管理の支援 • LINE公式アカウントの活用、コールセンター、配送システムの改善などのCRMコンサルティング • メーカー側のインハウス広告運用の支援
売上実績	支援開始後3ヶ月で、当社の月次売上高が14百万円となり、コア商材化。実績が評価され、A社の他商材の支援も開始	支援開始後2か月で、当社の月次売上高は10百万円となり、コア商材化。実績が評価され、新規サービスの商品企画段階から支援開始。	支援開始後3か月で、当社の月次売上高は29百万円となり、コア商材化。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

市場規模が拡大する動画広告を活用し、複数の商材・ジャンルの売上を順調に拡大

動画広告の市場規模推移

TikTok、Youtubeショート、LINE Voomや、
アプリ・ゲーム等におけるインフィード広告など、
近年、広告配信面が急速に拡大

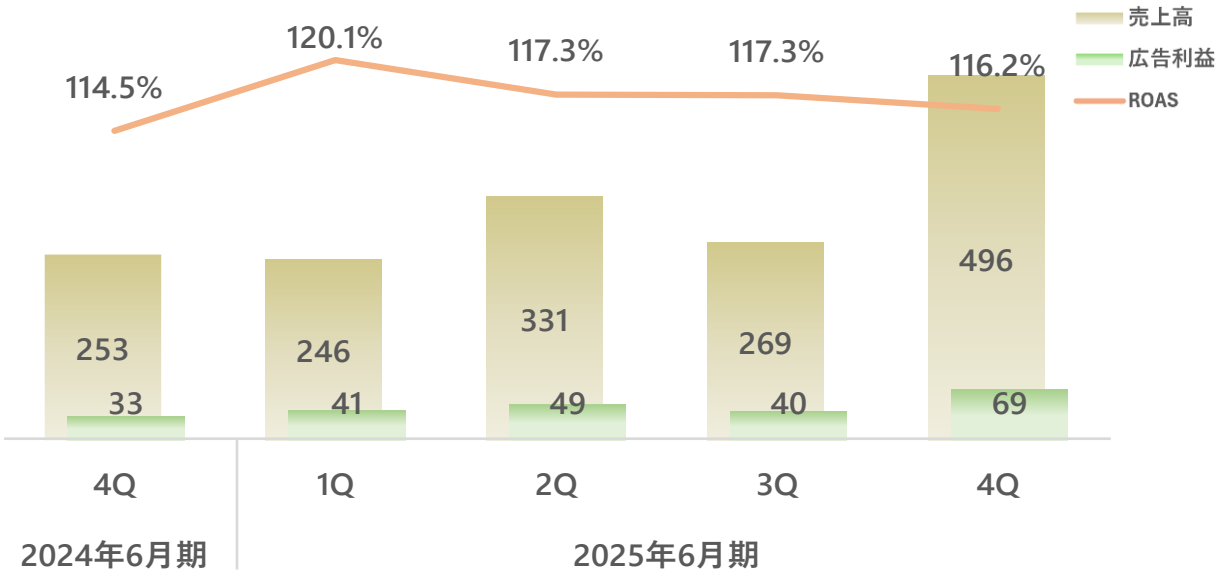


出所： 株式会社電通「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

当社における主な取り組み内容

- これまで蓄積した当社独自のデータ・ノウハウを活用
- 市場や消費者を分析、高精度のマーケティング戦略を構築
- 高速PDCAによりマーケティング効果を継続的に改善
- 化粧品や美容サロンを中心に幅広いジャンルで売上・広告利益増加

動画広告関連売上高とROASの推移

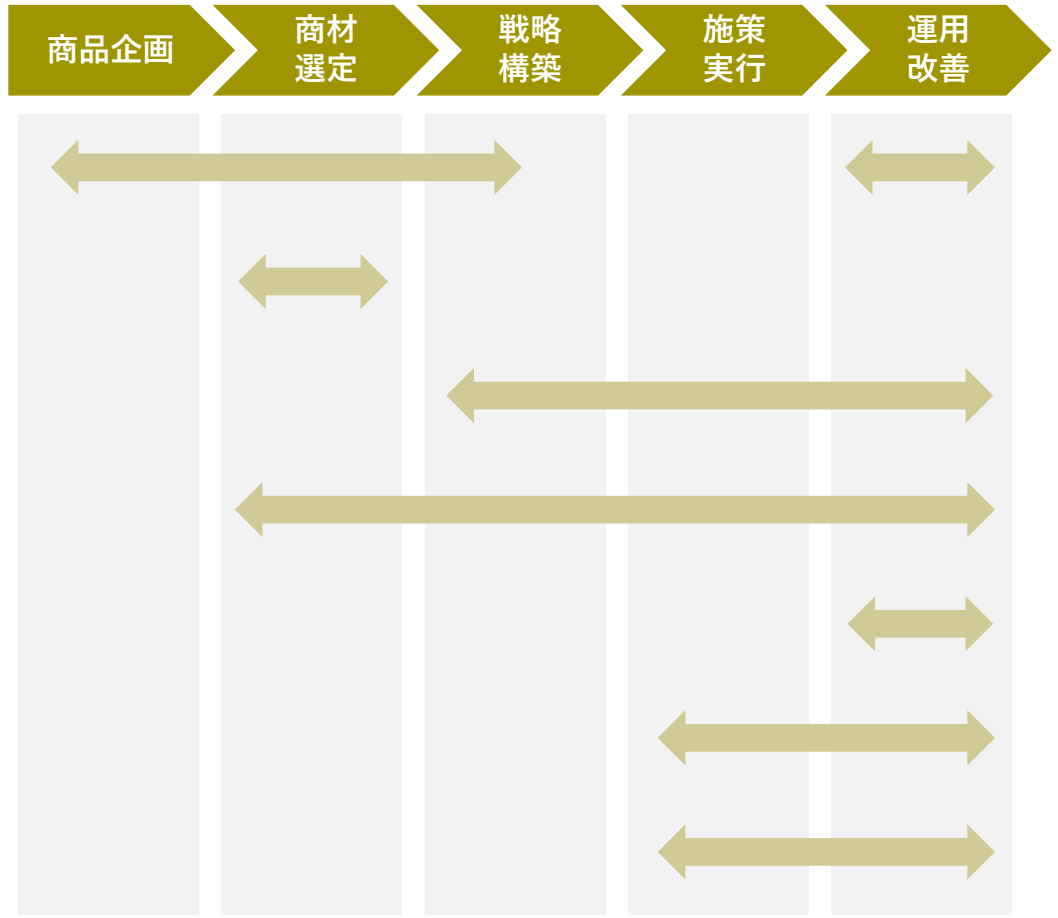


Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

コア商材の量産を再現性高く実現するため、マーケティング力を強化するプロジェクトを推進

社内プロジェクトの例	概要
A：顧客企画支援	• 蓄積したデータを活用し、消費者ニーズを逆算し、顧客企業の企画や戦略に対するコンサルティングを強化
B：商材選定力の向上	• コア商材の傾向を分析して言語化・データ化し、顧客企業に対する商品企画サポートを実施
C：データ活用基盤の整備	• 広告関連データを分析・可視化し、施策ごとの効果を判断可能にする基盤を整備。広告投資の最適化を支援
D：ナレッジ共有の強化	• 成功失敗事例を抽象化して再現性を向上 • 育成プログラムを改善し、人材のスキル底上げを図る
E：業務オペレーション最適化	• 業務ごとの作業時間や稼働状況を自動で集計・可視化し、配置の適正化と生産性の向上を図る
F：広告効果の減衰可視化	• 広告効果が最大化される期間と、反応が鈍化し始めるタイミングを分析し、予算配分や運用の最適化に活用
G：媒体別訴求の最適化	• 各媒体における記事フォーマットや構成要素を分析し、媒体特性に合致した訴求力の高いコンテンツを作成

各プロジェクトの対象範囲



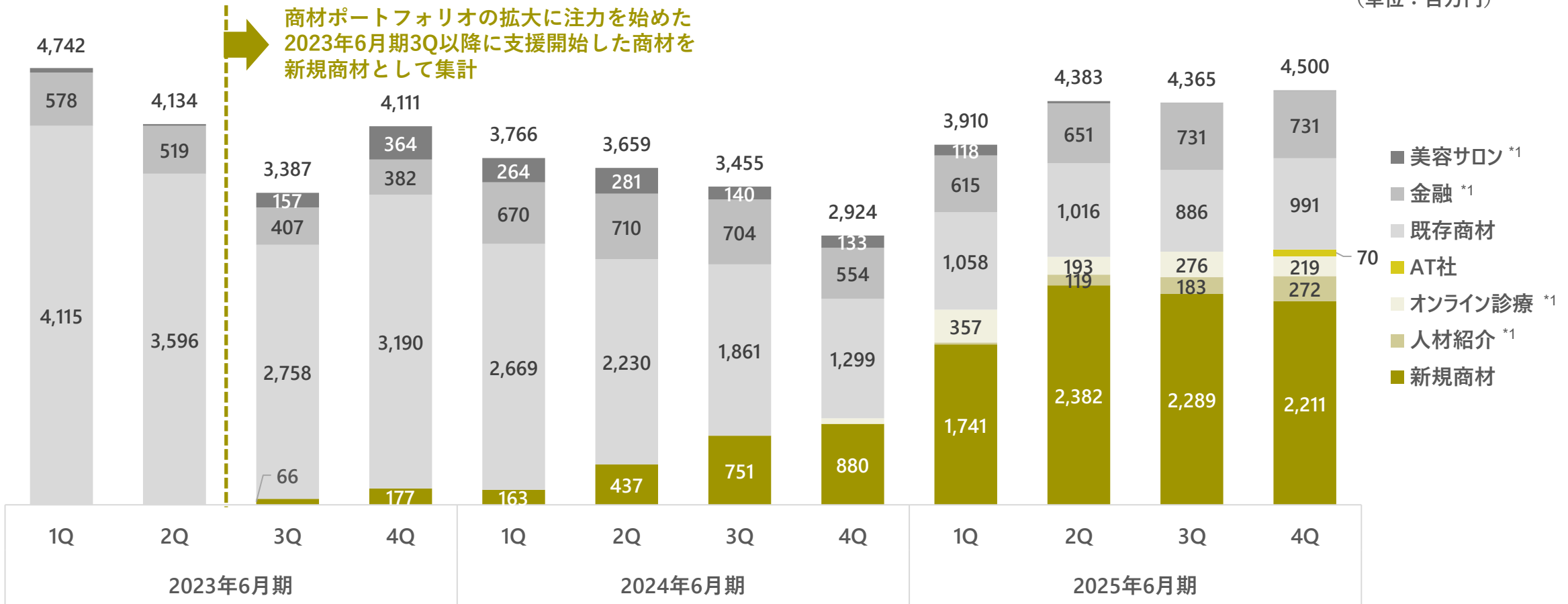
Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

連結売上高推移（既存商材・新規商材別）

商材ポートフォリオ拡大施策の効果により新規商材・新規ジャンルの売上高が順調に拡大

2025年3月設立のAT社がサービス提供開始し、当4Qより販売開始

（単位：百万円）



*1：金融・美容サロン・オンライン診療・人材紹介ジャンルは、比較メディアにより複数の顧客のマーケティング支援を行う手法を用いていることから別途集計しております。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

単体 主要指標ハイライト（通期比較）*1

主要指標		23年6月期	24年6月期	25年6月期	対前期増減率
PL					
	売上高	16,377百万円	13,806百万円	17,090百万円	23.8%
	広告利益	**4,150百万円**	**2,308百万円**	**3,385百万円**	**44.6%**
	営業利益	2,173百万円	▲367百万円	441百万円	－
	営業利益率	*13.3%*	*▲2.7%*	*2.6%*	
	当期純利益	1,466百万円	▲554百万円	321百万円	－
	当期純利益率	*9.0%*	*▲4.0%*	*1.9%*	
KPI					
	コア商材数*2	11.5商材	13.0商材	21.4商材	64.6%
	うち、Aランク商材数*2	**6.5商材**	**3.5商材**	**4.3商材**	**22.9%**
	Aランク商材月次平均売上高	347百万円	176百万円	165百万円	▲6.0%
	ROAS	**134.1%**	**120.1%**	**124.7%**	**-**
	マーケター人員数*2	71人	78人	89人	14.1%
	マーケター当たり売上高	230百万円	177百万円	192百万円	8.5%

*1：記載の財務数値は、主要指標の前期までとの比較のため、株式会社ブリーチ単体の数値を表示しております。
*2：期中平均

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

単体 主要指標ハイライト（四半期比較） *1

主要指標	2024年6月期 1Q	2Q	3Q	4Q	2025年6月期 1Q	2Q	3Q	4Q	対前四半期増減率
PL									
売上高	3,766百万円	3,659百万円	3,455百万円	2,925百万円	3,911百万円	4,383百万円	4,365百万円	4,429百万円	1.5%
広告利益	**696百万円**	**589百万円**	**600百万円**	**422百万円**	**676百万円**	**970百万円**	**879百万円**	**857百万円**	**▲2.5%**
営業利益	158百万円	▲120百万円	▲64百万円	▲341百万円	▲70百万円	257百万円	184百万円	70百万円	▲61.7%
営業利益率	4.2%	▲3.3%	▲1.9%	▲11.7%	▲1.8%	5.9%	4.2%	*1.6%*	-
KPI									
コア商材数*2	11 商材	13 商材	13 商材	15 商材	19 商材	22 商材	21 商材	**20**商材	▲4.7%
うち、Aランク商材数	**5 商材**	**4 商材**	**3 商材**	**2 商材**	**5 商材**	**4 商材**	**4 商材**	**4商材**	**0.0%**
Aランク商材 月次平均売上高	201百万円	192百万円	170百万円	144百万円	131百万円	188百万円	165百万円	177百万円	7.2%
ROAS	**122.7%**	**119.2%**	**121.0%**	**116.9%**	**120.9%**	**128.3%**	**125.2%**	**123.5%**	**-**
マーケター人員数*3	81人	75人	66人	82人	85人	85人	82人	107人	30.5%
マーケター1人当たり売上高	46百万円	48百万円	52百万円	35百万円	46百万円	51百万円	53百万円	41百万円	▲22.2%

*1：記載の財務数値は、主要指標の前期までとの比較のため、株式会社ブリーチ単体の数値を表示しております。
*2：当社の収益の柱となっている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（顧客企業の商品やサービス）
*3：四半期平均

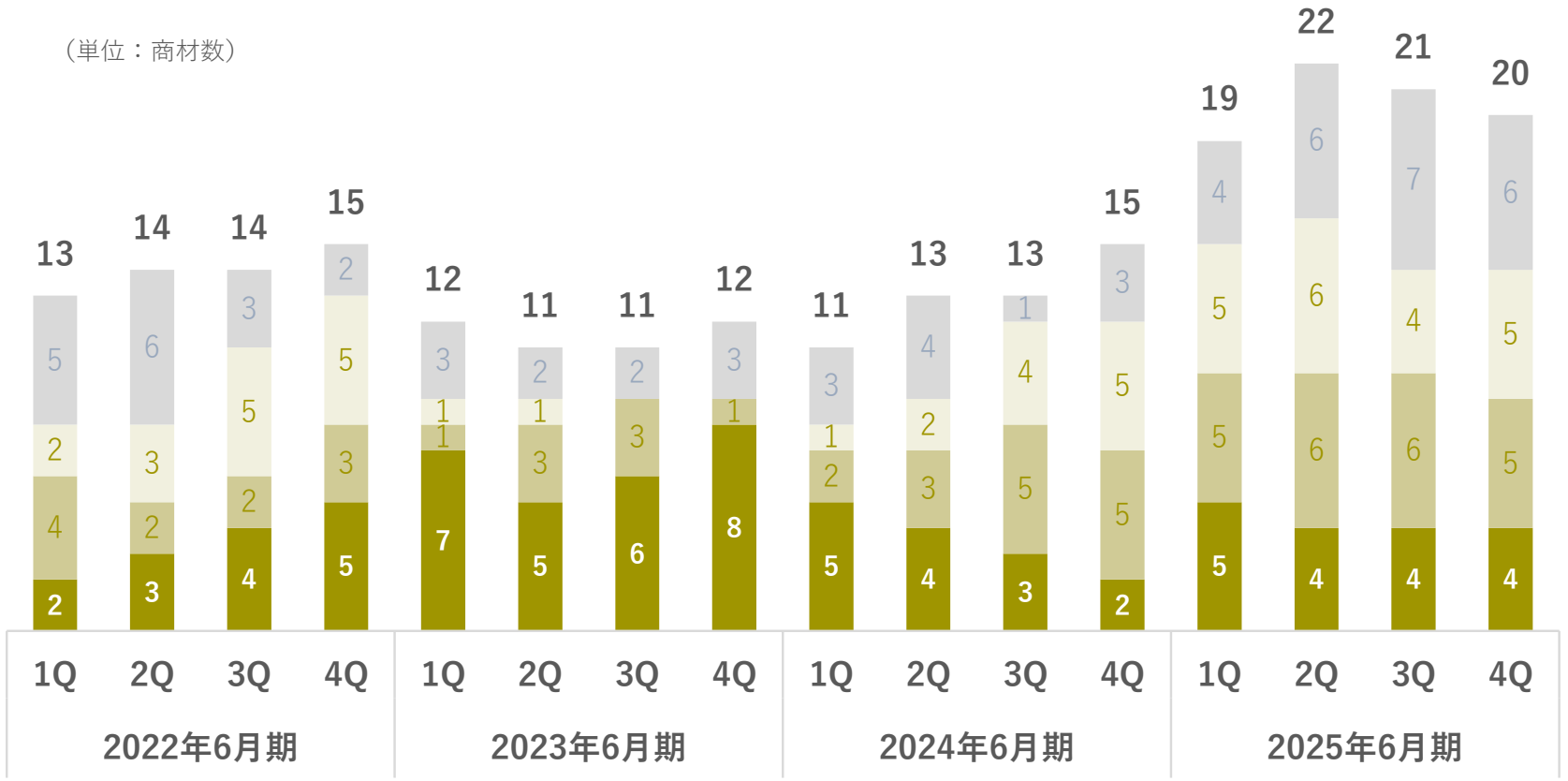
BLEACH

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

単体 商材ランク別コア商材数 四半期推移

商材ポートフォリオ拡大施策として取扱商材数を拡大し、新規商材・ジャンルの開拓に継続して注力したことで、前期比でコア商材数、Aランク商材数は増加

（単位：商材数）



- 取扱商材数は順調に増加しており、コア商材化に向け、積極的に広告投資を継続

24年6月期				25年6月期			
1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
25	27	30	34	43	45	51	55

- 広告媒体の動向影響、商材ライフサイクル経過や一部顧客による販売戦略の変更などの外部環境の影響はいまだ予測できない状況であるが、新規商材の立ち上げは着実に進捗
- 当期の新規取扱商材である医薬品・機能性表示食品・美容医療やオンライン診療に加えて、商品企画などの上流領域からコンサルティング参画した化粧品が順調にコア商材化

Aランク：100百万円以上の商材*　Bランク：50百万円以上100百万円未満の商材*　Cランク：25百万円以上50百万円未満の商材*　Dランク：10百万円以上25百万円未満の商材*

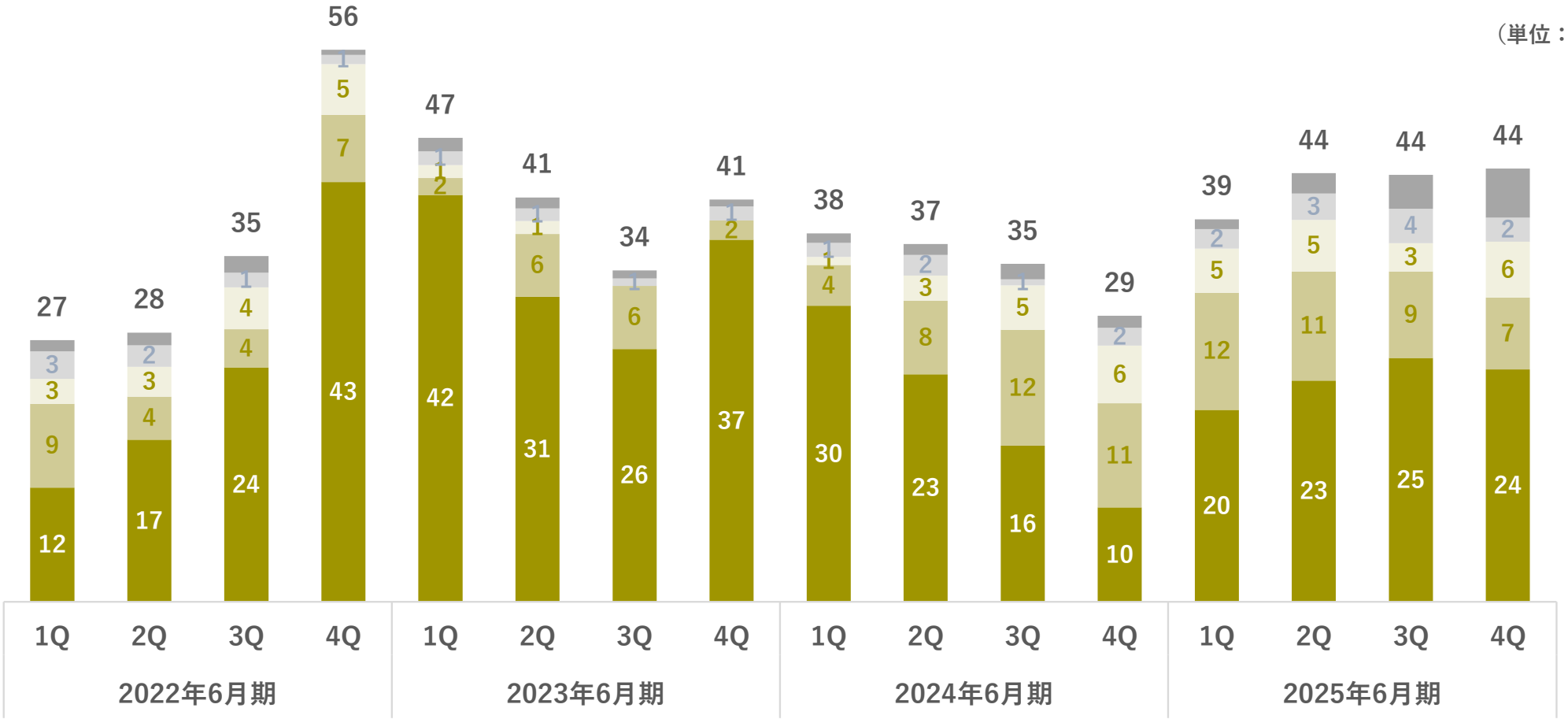
注：商材別の月間平均レベニューシェア額（当社売上高）を基準としたランク分けであり、レベニューシェア額は各四半期における平均月次売上高としております。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

商材ランク別売上高*1の四半期推移

商材ポートフォリオ拡大施策によりコアランク商材が順調に増加し、顧客の販売戦略変更や媒体環境の悪化の影響を受けつつも、新規商材・新規ジャンルの立ち上げが着実に進捗している

（単位：億円）



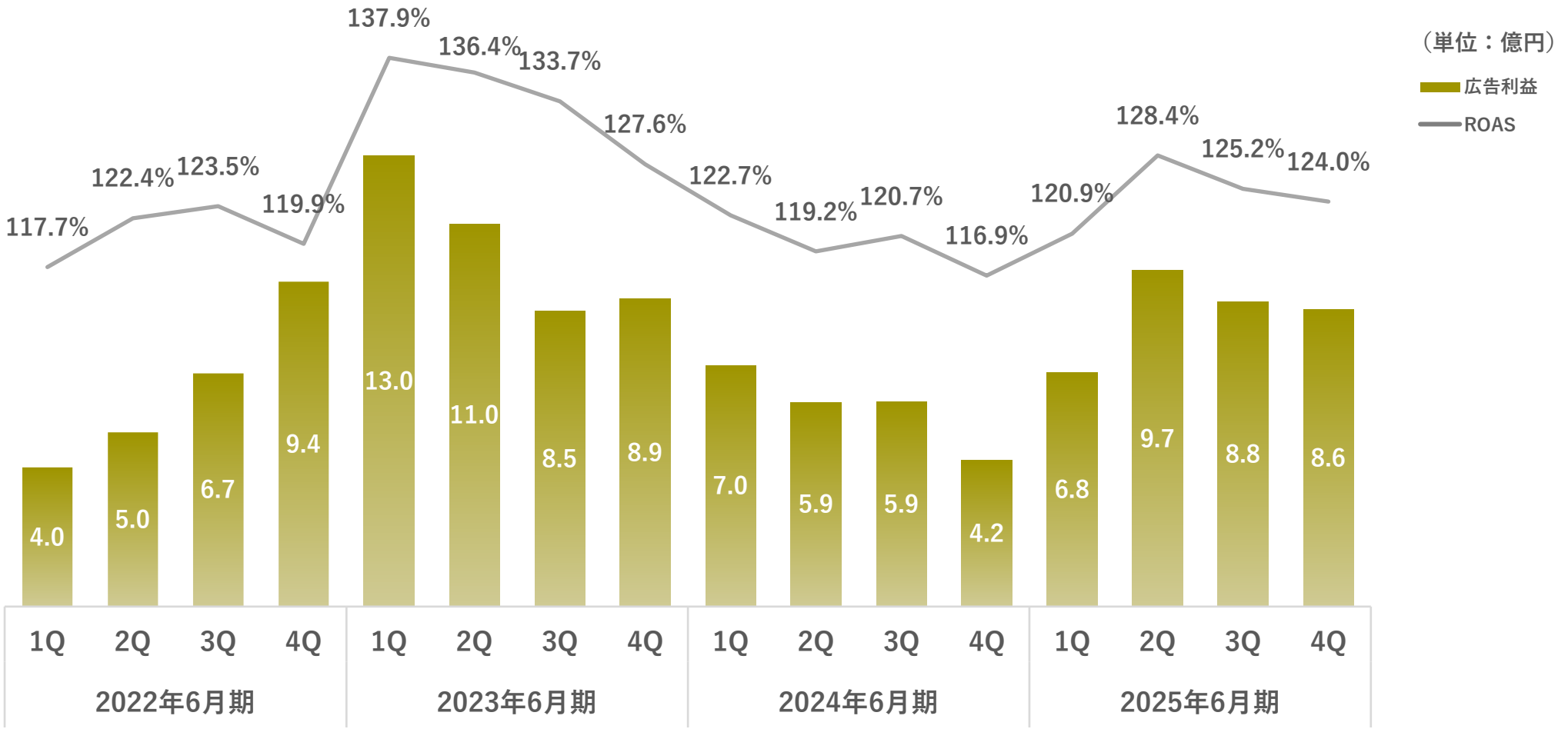
Aランク：100百万円以上の商材*2　Bランク：50百万円以上100百万円未満の商材*2　Cランク：25百万円以上50百万円未満の商材*2　Dランク：10百万円以上25百万円未満の商材*2

*1：商材ランク別売上高はブリーチ社単体の数値を表示しております。
*2：商材別の月間平均レベニューシェア額（当社売上高）を基準としたランク分けであり、レベニューシェア額は各四半期における平均月次売上高としております。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

広告利益*1、ROAS*2の四半期推移

媒体環境悪化の影響があったものの、積極的な広告投資を継続した結果
新規商材・新規ジャンルの立ち上げが実現し、商材ポートフォリオの改善が進捗



*1 ：当社の直接的な収益を表す指標で、右記の計算式により算出。レベニューシェア額（売上高） － 広告出稿額（広告宣伝費（売上原価））
*2 ：Return On Advertising Spend（広告投資額に対する投資収益率）

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

連結損益計算書*1 四半期推移

（単位：百万円）

項目		2024年6月期 第1四半期	2024年6月期 第2四半期	2024年6月期 第3四半期	2024年6月期 第4四半期	2024年6月期 通期累計	2025年6月期 第1四半期	2025年6月期 第2四半期	2025年6月期 第3四半期*1	2025年6月期 第4四半期	2025年6月期 通期累計
売上高		3,766	3,659	3,455	2,925	13,806	3,911	4,383	4,365	4,500	17,160
売上原価	広告宣伝費	3,069	3,070	2,855	2,502	11,498	3,234	3,412	3,485	3,572	13,704
	商品売上原価	-	-	-	-	-	-	-	-	59	59
	労務費	103	86	120	153	465	151	153	150	186	641
	外注費・経費	90	127	120	106	445	114	107	110	120	453
売上総利益		502	374	358	161	1,396	410	709	618	561	2,300
販管費	人件費	126	121	128	140	517	141	128	130	144	544
	採用教育費	54	144	94	180	473	112	104	124	119	460
	業務委託費	54	111	78	52	296	80	46	38	48	214
	その他	107	116	122	129	476	146	173	140	184	644
営業利益		158	▲120	▲64	▲341	▲367	▲70	257	184	65	436
	営業外収益	2	0	4	0	7	17	3	5	0	26
	営業外費用	49	6	6	6	68	6	7	7	7	29
経常利益		112	▲126	▲67	▲348	▲429	▲59	253	181	57	433
	特別利益	2	-	-	-	2	0	0	0	3	4
	特別損失	0	0	-	-	0	-	-	-	-	-
税引前当期純利益		114	▲126	▲67	▲348	▲427	▲59	254	181	61	438
	法人税、住民税及び事業税	0	0	0	0	3	0	72	50	10	134
	法人税等調整額	35	▲35	▲28	151	123	-	-	-	-	-
当期純利益		78	▲92	▲39	▲500	▲554	▲60	181	131	51	303

*1 ：子会社 株式会社オーラムテックの設立に伴い、 2025年6月期 第3四半期から連結損益計算書を作成しております。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

連結損益計算書*1 推移

（単位：百万円）

項目		2024年6月期	2025年6月期	増減額	増減率
連結売上高		13,806	17,160	3,354	*24.3%*
売上原価	広告宣伝費	11,498	13,704	2,206	*19.2%*
	商品売上原価	-	59	59	-
	労務費	465	641	176	*37.8%*
	外注費・経費	445	453	8	*1.7%*
売上総利益		1,396	2,300	904	*64.7%*
販管費	人件費	517	544	27	*5.2%*
	採用教育費	473	460	▲13	*▲2.7%*
	業務委託費	296	214	▲82	*▲27.8%*
	その他	476	644	168	*35.2%*
営業利益		▲367	436	803	-
	営業外収益	7	26	19	*271.9%*
	営業外費用	68	29	▲39	*▲57.8%*
経常利益		▲429	433	862	-
	特別利益	2	4	2	*104.0%*
	特別損失	0	-	▲0	-
税引前当期純利益		▲427	438	865	-
	法人税、住民税及び事業税	3	134	131	*3,438.9%*
	法人税等調整額	123	-	▲123	-
当期純利益		▲554	303	857	-

*1 ：子会社 株式会社オーラムテックの設立に伴い、 2025年6月期 第3四半期から連結損益計算書を作成しております。

売上高
- 人材採用と育成が進んだことでマーケターリソースが拡充しており、順調に取扱商材が増加
- AT社の支援サービス提供開始により、当4Qから売上発生

売上原価
- AT社が新たなマーケティング支援サービスの提供を開始し、美容機器の販売により売上原価が計上
- マーケティング支援体制の強化のためマーケター採用により、労務費が増加

販管費
- 新規事業開発やM&A・提携等の検討に必要な調査費用が増加した一方、主に上場時の業務委託契約の終了により、業務委託費が減少
- オフィス増床による地代家賃、マーケター人員の増加による福利厚生費などが増加し、「その他」費用が増加

営業外損益
- 当期の保険契約解除による返戻金16百万円計上により営業外収益増加
- 前期発生の上場関連費用 68百万円により営業外費用減少

法人税等調整額
- 前期に繰延税金資産の取崩を行い、法人税等調整額123百万円を計上

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

連結貸借対照表*1 推移

（単位：百万円）

	項目	2024年6月期	2025年6月期	増減額	増減率
資産	現金及び預金	9,642	8,899	▲743	◢7.7%
	売掛金・前渡金	2,368	2,988	619	26.1%
	棚卸資産	-	356	356	-
	その他流動資産	489	273	▲216	◢44.2%
	固定資産	194	293	98	50.7%
	投資その他資産	204	424	219	107.1%
	合計	**12,900**	**13,234**	**333**	**2.6%**
負債	買掛金	558	973	414	74.2%
	短期借入金等	720	720	0	0.0%
	その他流動負債	577	920	342	59.3%
	長期借入金等	1,811	1,086	▲725	◢40.0%
	合計	**3,667**	**3,699**	**31**	**0.9%**
純資産	資本金等	6,676	6,685	9	0.1%
	利益剰余金	2,532	2,835	303	12.0%
	評価・換算差額等	24	13	▲11	◢44.4%
	合計	**9,233**	**9,534**	**301**	**3.3%**
純資産・負債合計		**12,900**	**13,234**	**333**	**2.6%**

*1 ：子会社 株式会社オーラムテックの設立に伴い、 2025年6月期 第3四半期から連結貸借対照表を作成しております。

現金及び預金
- 主に営業キャッシュフローによる増加（+3.6億円）、借入金返済による減少（▲7.2億円）、投資キャッシュフロー（増床に係る設備投資等）による減少（▲3.9億円）
- ネットキャッシュ（現預金ー有利子負債）は71.9億円

棚卸資産
- AT社における支援企業の商品仕入により在庫増加

その他流動資産
- 主に還付法人税及び還付消費税の還付による取崩し（▲3.5億円）及びAT社における商品の仕入に係る前渡金の増加（＋1.7億円）

その他流動負債
- 未払法人税等及び未払消費税の計上による増加（2.3億円）

長期借入金等
- 長期借入金から1年内返済予定借入金への振替による減少（▲7.2億円）

純資産
- 当期純利益計上により利益剰余金が増加（3.0億円）
- 自己資本比率は72.1%

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

2. 2026年6月期 成長戦略

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

2026年6月期 業績予想の開示について

2026年6月期の業績予想につきましては、現時点で合理的な業績予想の算定が困難であることから、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。

当該理由につきましては以下の通りです。

当社グループを取り巻く外部環境については、広告関連法令の改正や一部の広告媒体におけるルールの変更、インターネット広告単価の変動による影響などにより、事業環境は厳しく、不透明性が増しております。

当社グループは中長期的な成長のため新規商材の拡大に注力し、商材ポートフォリオの転換を図っており、多くの新規商材がコア商材※となっていくことで当社業績が着実に拡大していくと見込んでおりますが、新規商材・新規ジャンルの立ち上げに想定以上の時間を要しており、これが当社業績に貢献する時期や度合いを合理的に予測することが困難な状況にあります。

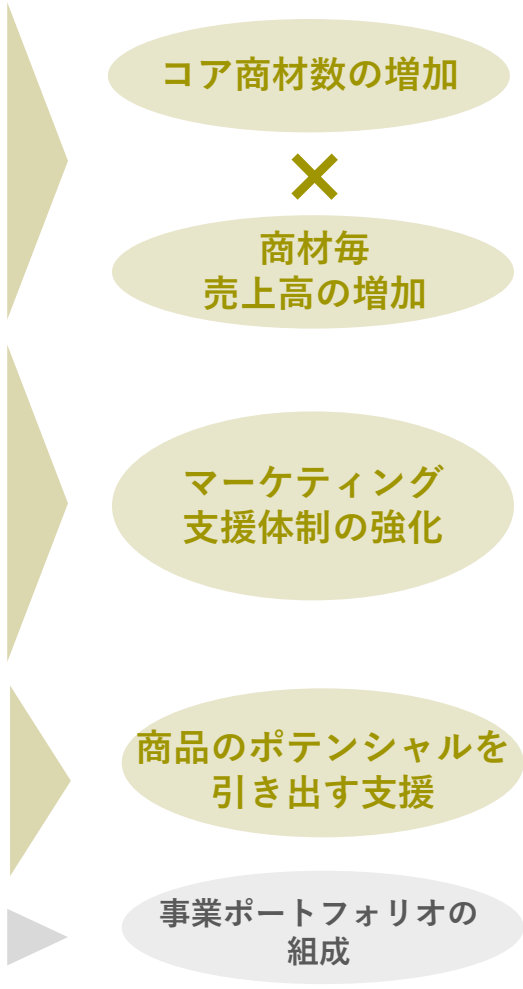
なお、成長可能性資料につきましては、2025年9月に公表させて頂く予定です。

※コア商材とは、当社の収益の柱となる、月間平均レベニューシェア(当社売上高)が10百万円以上の商材（顧客企業の商品やサービス）をいいます。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

商材ポートフォリオの拡大などにより高ランクのコア商材を量産することで継続的かつ安定的な成長を目指す。また、これを支えるための人材やITへの投資を加速

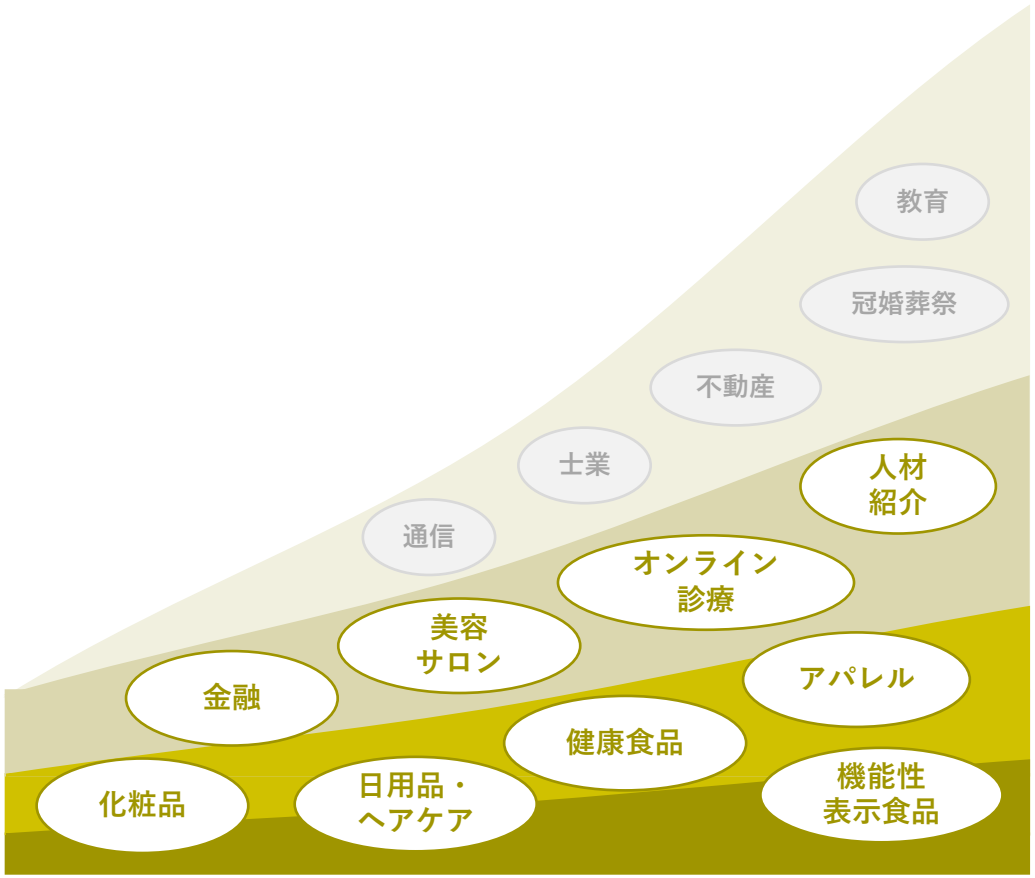
1. 商材ポートフォリオの拡大	• 既存ジャンルの深堀りに加え、通販以外のリード案件を含む新ジャンルを拡大 • 商品企画等の上流コンサルティングの強化による成功確率を向上
2. マーケティング手法の拡大	• LINE、Yahoo!、ByteDanceに加えて、XやInstagram等の広告媒体の活用も強化 • ディスプレイ広告に加えて、動画広告、リスティング広告を強化 • ECモール運用、インフルエンサーなど新たなマーケティング手法を拡大
3. 人材採用・育成の強化	• 新卒採用を中心に採用枠を拡大 • マーケター育成プログラム等の社内教育制度のアップグレード
4. IT投資・AI活用	• データベース構築と自動解析ツールの開発、自動トレーディングツールの更新などによるマーケティング力の向上・業務効率化 • 画像や文章などの生成AIの活用
5. メーカー支援機能の拡充	• 商品仕入/販売に加え、商品設計や販売戦略に関するコンサルティングを強化 • メーカーが持つ商品のポテンシャルを引き出す支援を通じ、新たな商材の開発・育成を推進
M&A・事業提携	• マーケティング関連企業やメーカーとのM&A・提携による非連続的な成長



Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

化粧品・日用品・機能性表示食品、金融・美容サロンなど実績豊富な既存ジャンルの深堀りに加えて、オンライン診療や人材紹介などの通販以外の新規ジャンルの開拓も加速

新ジャンルへの展開イメージ



EC以外

- EC以外のウェブ集客・申し込み案件を拡大
- 既に実績のある金融（クレジットカード、カードローン）、美容サロンを更に拡大
- 加えて、市場拡大余地が大きいオンライン診療、人材紹介ジャンルなども新たに開拓
- さらに、当社のマーケティング力やネットワークを横展開し、不動産、士業、通信、教育、冠婚葬祭など、デジタルマーケティングを活用しきれていない業界を幅広く開拓

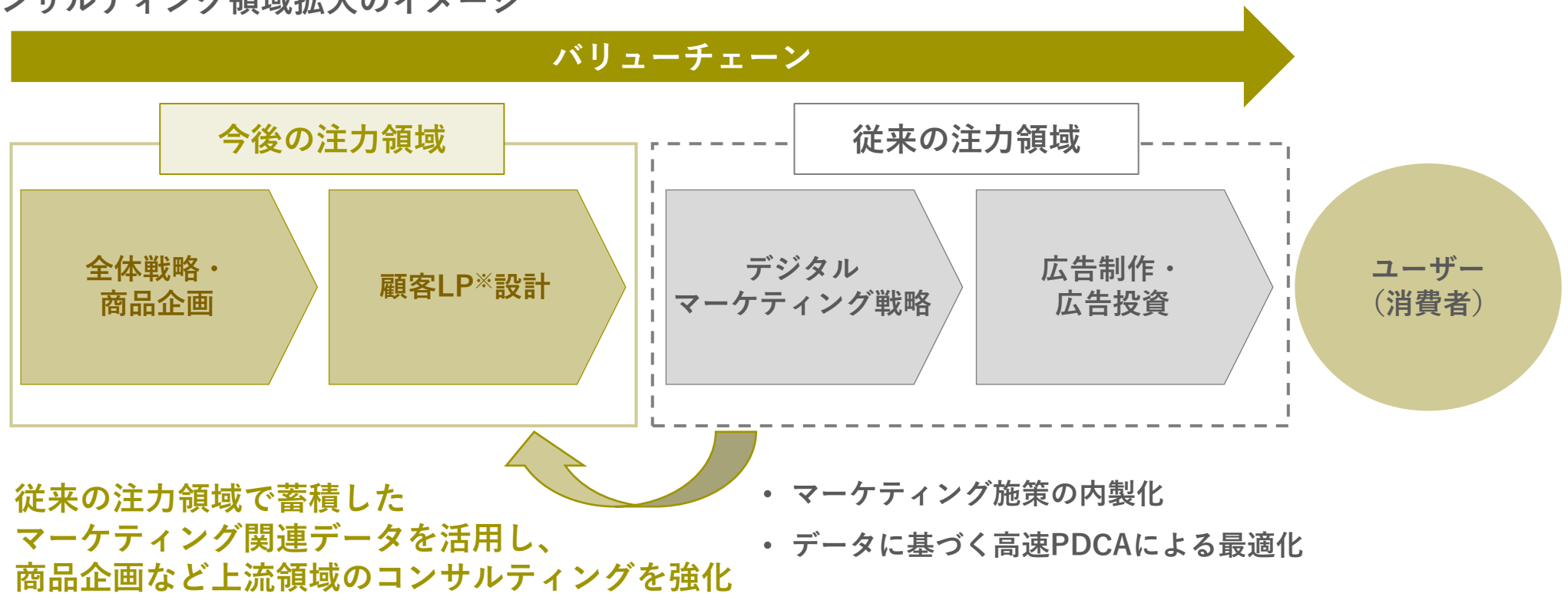
EC関連

- 当社独自のデータと商材選定メカニズムにより ポテンシャルの高い商材を見極め、新規顧客を開拓
- 伸び余地が大きいが、競争の少ないサブジャンルを深堀り
- 他商材での成功パターンを横展開し、再現性をもってコア商材化
- 従来の注力領域で蓄積したマーケティング関連データを活用し、商品企画など上流領域のコンサルティングを強化

BLEACH
Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

マーケティング関連データを活用し、商品企画を含むバリューチェーン上流のコンサルティング力を強化することで、売上グロース力の更なる向上を図る。

コンサルティング領域拡大のイメージ



従来の注力領域で蓄積した
マーケティング関連データを活用し、
商品企画など上流領域のコンサルティングを強化

- マーケティング施策の内製化
- データに基づく高速PDCAによる最適化

※ ユーザーが購買・申し込みを行うランディングページ

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

より多くの広告媒体を活用することで幅広い消費者にリーチ。また、動画広告を含め、マーケティング手法を拡充することで、マーケティング力を更に向上

利用する広告媒体の拡大

現在当社が主に
活用している広告媒体

LINE / TikTok / Google / X / YouTube / Yahoo! / Facebook / Instagram

→ その他広告媒体

- ✓ 新しい広告媒体での広告配信方法に見合ったフォーマットでのクリエイティブの作成
- ✓ 新しい広告媒体の活用手法の確立

➡ 既存商材の売上利益を拡大するとともに、より幅広いユーザーにリーチし、より幅広い商材の売上を拡大

×

マーケティング手法の拡大

- 当社が強みを持つディスプレイ広告に加えて、動画広告、リスティング広告、ECモール、インフルエンサー等にもマーケティング手法を拡大
- 独自データに基づく高速PDCAなど、これまで培った当社のマーケティング力を活用

（参考）動画広告の市場規模推移（単位：億円）

出所： 株式会社電通「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析

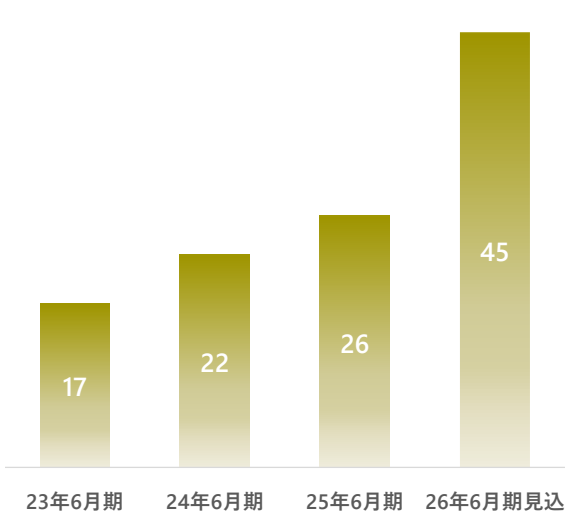
Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

優秀人材を採用できる強い採用力。未経験者採用を中心としながらも独自の育成プログラムで早期に戦力化することで、再現性をもって組織を拡大し、生産性の維持向上を図る

未経験者中心の採用

- マーケターの9割は未経験
- 旧帝大などの上位大学出身者を採用

新卒採用人数推移



マーケター育成プログラムの運用・アップデート

- 知識やスキルをステップ・テーマ毎に言語化・体系化
- 実践的なテストで目標利益を達成できるまでは研修・サポート業務を継続

テーマ	項目例
基礎知識	用語解説
	業界基礎知識
	関連法令の基礎知識
業務基礎	管理画面・ITツールの操作方法
	各種数値の基本概念
マーケティング基礎	ユーザー心理の深堀り
	商材の訴求ポイント
	キーワード分析
CTR上げる	過去事例インプット
CVR上げる	ペルソナ分析
ROAS上げる	運用手法の理解
Imp上げる	配信面・ターゲット・広告媒体の拡大
全体戦略の構築	現状把握・課題設定・施策事項
実践テスト	実際に運用し目標となる数値達成

継続的なスキルアップ

- 各人の知識・スキルのアップデート
- 属人性を廃し、組織全体での生産性向上

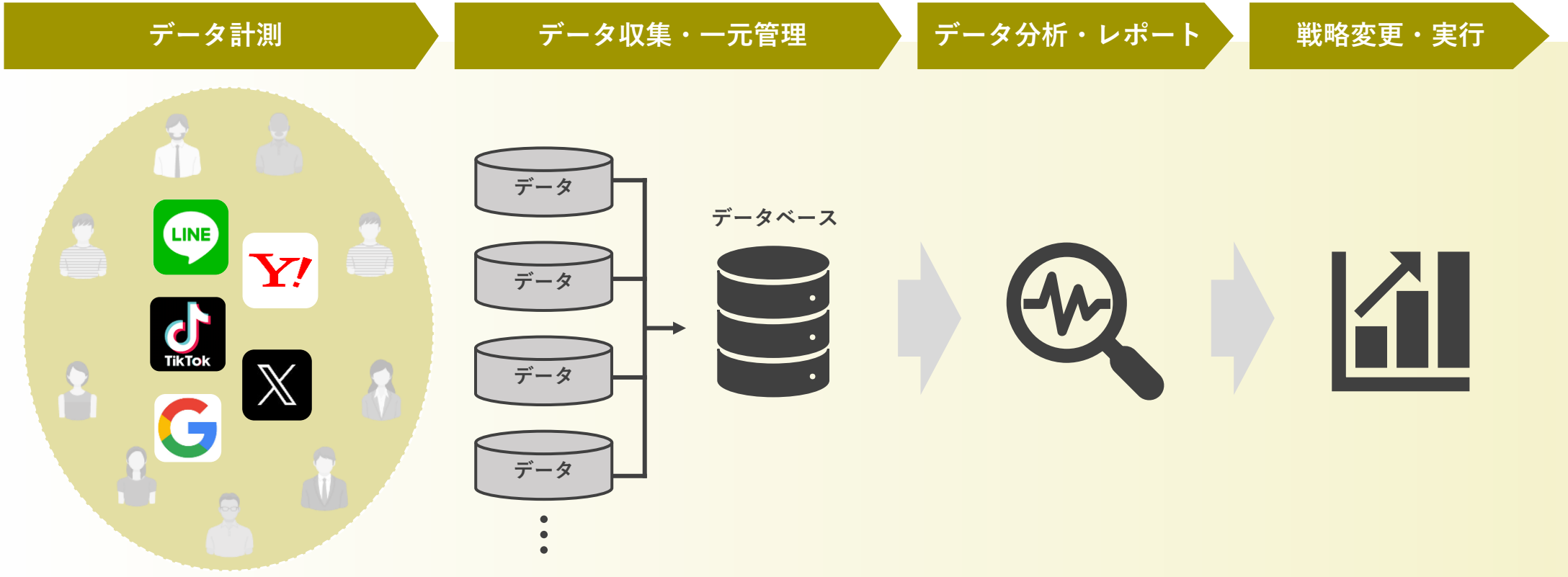
徹底的な過去データのインプット
・データに基づき、主な対処方法をロジックツリーにて体系化

成功・失敗事例の共有
・事例毎に要因を分析し、プラクティスとして社内に蓄積

行動指針の体現
・目標から逆算した徹底的な施策の実行
・自主自立型の組織文化

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

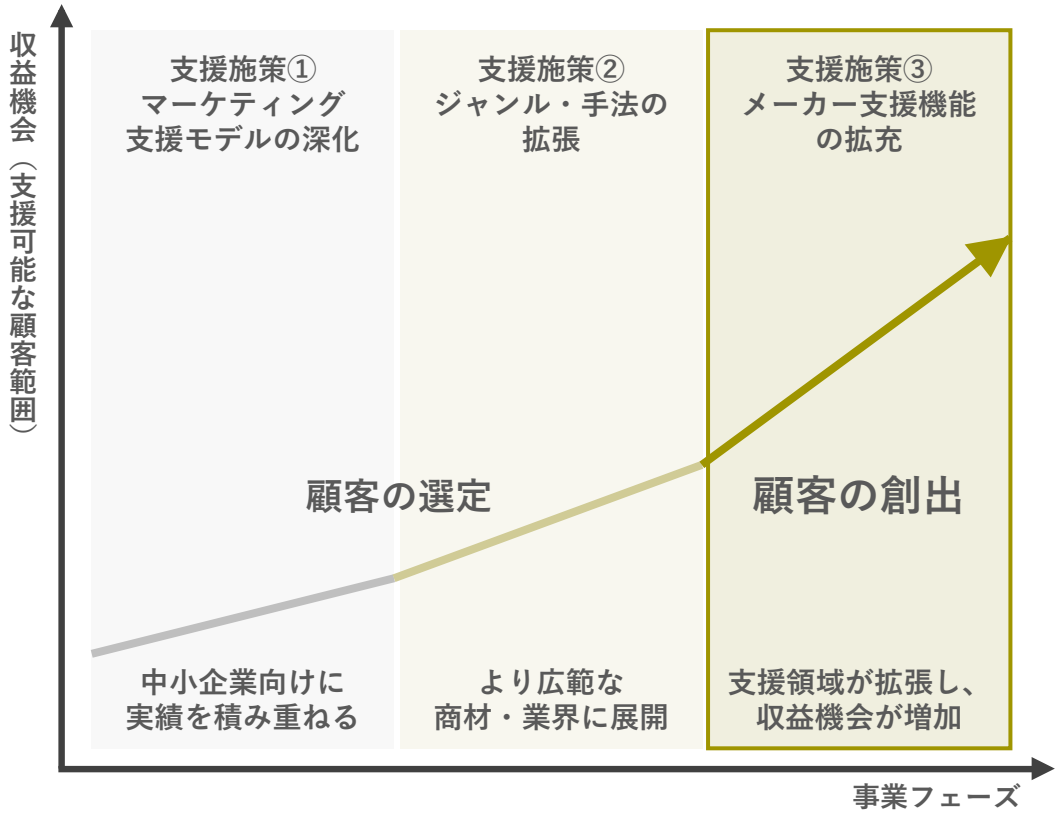
当社独自の様々な広告媒体で計測したマーケティング関連データを収集して一元管理し、システムで自動解析することで広告投資の意思決定を迅速化・効率化



- ✓ 様々な広告媒体の膨大な計測データをオンタイムで収集
- ✓ 形式の異なる計測データを標準フォーマットで蓄積、一元管理
- ✓ 当社が定めるKPIに基づき、独自の自動解析ツールを開発
- ✓ 広告投資の意思決定を迅速化・効率化

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

商品コンセプト設計から販売インフラ構築まで、上流から下流まで一貫した支援機能を拡充
従来より支援領域を拡張し、グループ全体としての収益機会を多層化・拡大



支援施策①：マーケティング支援の深化
主に中堅・中小企業向けに、広告運用やクリエイティブ制作などマーケティング支援を中心としたサービスを展開。レベニューシェア型モデルを活用し、着実に支援実績とノウハウを蓄積。

支援施策②：ジャンル・手法の拡大
化粧品・日用品・機能性表示食品に加え、金融やオンライン診療など多様なジャンルに展開。マーケティング手法もSNS広告・動画・モール運用などへと進化し、より広範な商材に対応可能な体制へ。

支援施策③：メーカー支援機能の拡充
商品設計や販路構築、物流体制までを含むメーカー支援機能を新たに構築。これにより、販売インフラが未整備のメーカーやOEM企業、M&A候補など、より広範な企業へのアプローチが可能。
グループ全体としての支援領域と収益源をさらに拡大。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

商品の本質的な魅力を見極め、価値の最大化から販路設計・物流運用までを包括的に支援
AT社とブリーチの連携により、集客から運用まで「売れる仕組み」を一気通貫で提供し、ブランド価値をともに育てる事業パートナーへ

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

3. 会社概要／当社のビジネスモデル

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

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	〒153-0051 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	3,380百万円（2025年6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	126名（2025年6月末時点、臨時雇用者除く）

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

沿革

2010年4月
・ジャパンウェブリンク株式会社設立

2013年3月
・株式会社ブリーチに商号変更

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

2019年
・LINE Sales Partner Bronze初受賞

2020年
・LINE Sales Partner Silver初受賞
・Yahoo! セールスパートナー 認定

2021年
・Yahoo!セールスパートナー
3つ星初受賞

2022年1月
・本社を目黒区（現住所）に移転

2022年
・LINE Sales Partner Gold初受賞

2023年7月
・東京証券取引所グロース市場に新規上場

2023年
・TikTok for Business Japan Agency
Awards Rising Star部門
プラチナムアワード受賞
・LINE Sales Partner Silver受賞
・Yahoo!セールスパートナー 3つ星認定

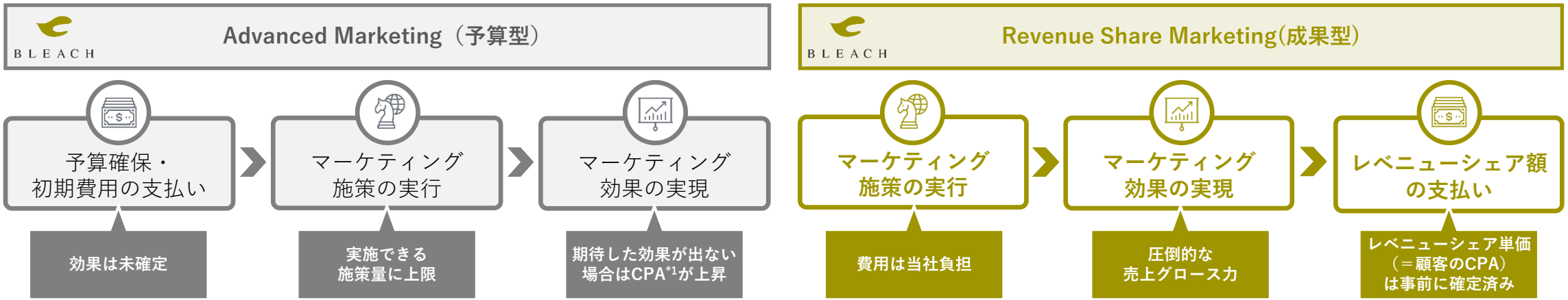
2024年
・LINE Sales Partner Premier受賞
・X広告認定代理店 Advanced Partner 認定
・SmartNews Ads Gold パートナー認定

2025年3月
・株式会社オーラムテック設立

Copyright© BLEACH Inc. All Right 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頂く<u>レベニューシェア型</u>を主力モデルとして採用。<u>初期費用不要</u>で、費用リスクを抑えたマーケティング支援を実現し、<u>中堅・中小企業</u>を含む幅広い企業に対応。また、事業フェーズやクライアントニーズに応じて予算型での支援も提供。



特徴の比較（予算型とレベニューシェア型の比較）

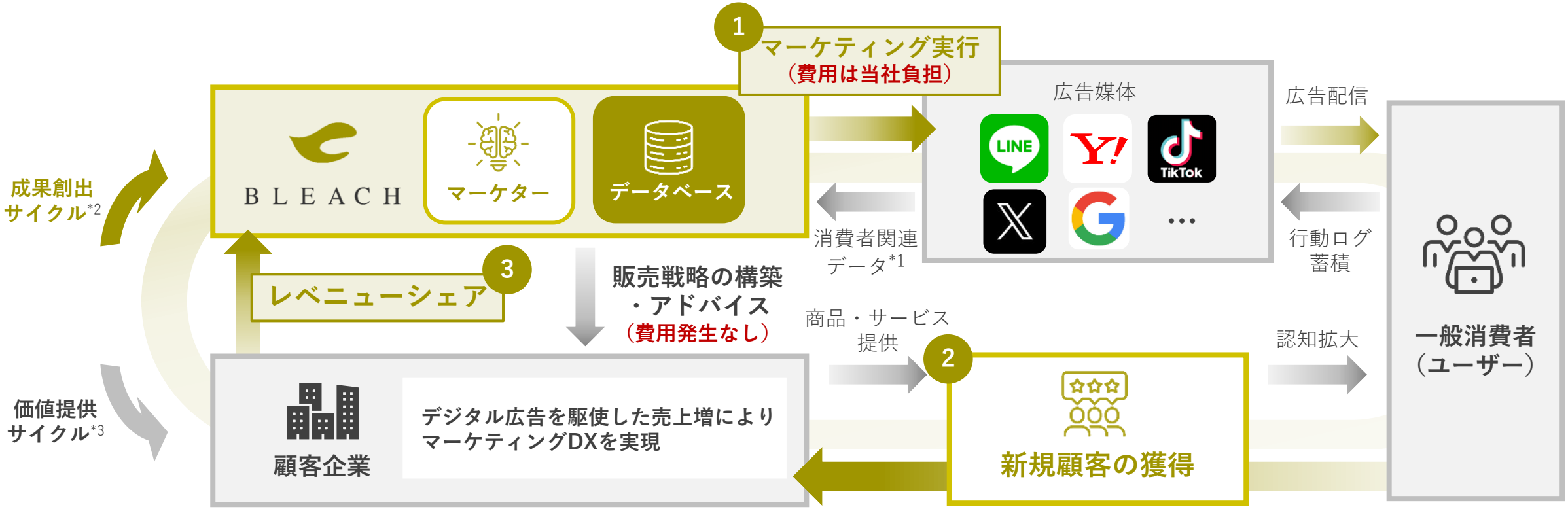
事業計画に紐づくご予算に応じて設計	予算計画	初期費用/コンサルティング費用等事前の予算は不要
事業計画に紐づき収益最大化、効率については変動の可能性あり	収益計画	CPA*1を事前に確定、獲得実績に連動するため収益見通しが立ちやすい
事前の予算の範囲内で、目的に応じて幅広く施策を実施	戦略の幅	獲得効率、収益最大化に向けた戦略立案/実行が適切に実施可能
配信実績に応じたフィー（マージン）モデル	インセンティブ	顧客の“売上”が増えるほどレベニューシェアが増える
事業計画に基づいたマーケティング戦略を希望される企業	対象企業	中堅中小企業など予算を確保しにくい企業を含む幅広い企業

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

Copyright© BLEACH Inc. All Right 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
さらに、**価値提供サイクル**を通じて蓄積したデータとノウハウを活用し、顧客企業と共に
持続的な成長を目指す共創型の支援スキームを提供



*1：個人情報を除く、様々なデジタル広告における商材情報、購買情報など
*2：成果創出サイクル（売上を発生させる仕組み）：顧客企業の売上拡大を目的に、当社が広告施策を実行し、その成果に応じて報酬を得るプロセス全体。主にレベニューシェア型支援モデルを通じて構築。
*3：価値提供サイクル（売上を積み上げる仕組み）：市場から得た消費者データや反応を活かし、次なる戦略提案や商品支援にフィードバックしていく情報循環プロセス。中長期的な価値提供と改善に重点を置く。

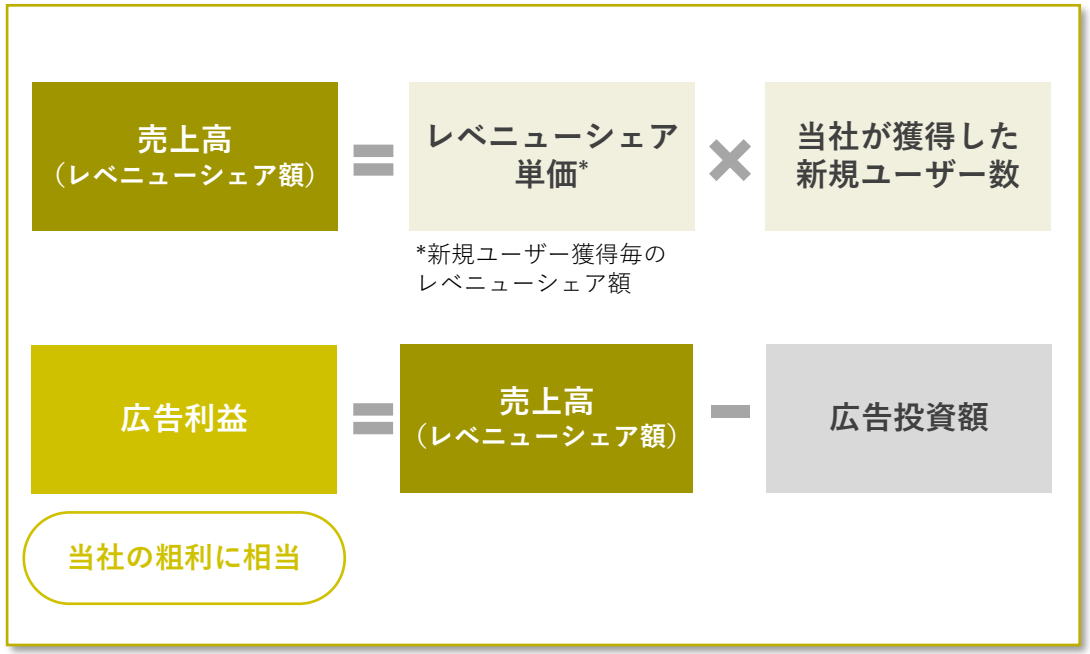
Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

当社のレベニューシェア型の収益モデル

当社が受領するレベニューシェア額（＝当社売上高）は、**予めお客様と合意したレベニューシェア単価**に、当社がお客様のために獲得した**新規ユーザー数**を乗じて算出

当社が広告投資を行い、**レベニューシェア額で投資を回収**する収益モデルであり、収益性指標として**ROAS**を採用

当社の収益構造



主な収益性指標：ROAS

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

4. よくあるご質問への回答

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（1/6）

No.	ご質問	回答
1	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。
2	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。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（2/6）

No.	ご質問	回答
3	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。
4	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、広告主さまとアフェ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。
5	支援している商材のジャンルの内訳はどのようになっていますか？	時期により異なりますが、直近では、化粧品、日用品、機能性表示食品のインターネット通販に関するご支援が当社売上高の6～7割程度を占めています。内訳はそれぞれが2割から3割です。また、美容サロン、金融ジャンル、オンライン診療がそれぞれ1～2割程度です。
6	現在、何社くらいの顧客を抱えていますか？また、どのような会社が多いのでしょうか？	2025年6月末時点で約150社と契約を締結させていただいております。お客さまの属性は化粧品や日用品、食品などのメーカーさま、広告代理店様などさまざまであり、事業規模についても大手企業から中堅中小企業までさまざまです。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（3/6）

No.	ご質問	回答
7	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けておりますので、基本的に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。
8	特定の販売先への売上比率が高まった理由と、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さまを通じて、多数の商品の支援をさせていただいております。アールさまは、大手の食品メーカーさま、化粧品・日用品メーカーさま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が、当社がアールさまからご紹介いただいたいくつもの案件で協業させていただいたことで、結果としてアールさま経由でのお取引金額が大きくなりました。 特定販売先に売上が集中することが証券審査上の論点ともなりえたため、2023年6月期3Qから商材のポートフォリオを大きく転換し、他のお客さまの商品の支援を増やすことで、売上の集中を大幅に軽減しています。 今度もアールさまとのお取引は強化してまいりますが、それとともに他のお客さまの商品の支援にも注力して参ります。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（4/6）

No.	ご質問	回答
9	貴社事業に季節性はありますか？	例年1月から3月は、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。そのため、当社にとっては、第3四半期は業績成長が弱まる傾向にあります。
10	コロナ禍による巣ごもり需要、コロナ明けによるネット通販の需要減少といった影響はありましたか？	当社は、このようなマクロ環境の影響を感じたことはほとんどありません。それよりも、お客さまの商品やサービスの魅力をしっかりと伝えられるマーケティング戦略や、効率的な広告投資体制の運営といった、当社内での施策の方が業績への貢献は大きいと考えています。
11	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を見通しし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。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（5/6）

No.	ご質問	回答
12	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。
13	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。
14	貴社のKPI、成長ドライバーは何でしょうか？	コア商材数と商材別平均売上高です。コア商材とは、当社の収益の柱となる商材のことで、具体的には当社の月間レベニューシェア額が1,000万円以上の商材をいいます。これらをしっかりと増やして商材ポートフォリオを作っていくとともに、商材別売上高も増やしていくことで、継続的に成長していきます。また、収益性指標として、ROASや広告利益額も重視しています。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

よくあるご質問への回答（6/6）

No.	ご質問	回答
15	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、ITシステムやAIツールの導入も行っていきます。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来見通しに関する記述は、現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、 開示規則により求められる場合を除き、更新・修正を行う義務を負うものではありません。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

Copyright© BLEACH Inc. All Right Reserved.

BLEACH