

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ネットイヤーグループ

3622 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 11 月 30 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst Yuzuru Sato



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要	01
2. 2023 年 3 月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容と強み	04
■ 業績動向	07
1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要	07
2. 財務状況と経営指標	08
■ 今後の見通し	09
1. 2023 年 3 月期の業績見通し	09
2. 中期計画の進捗状況	12
3. 成長戦略	14
■ 株主還元策	16

要約

顧客起点の DX 支援サービスが成長、 NTT データとの協業効果もあり収益成長局面に移行

ネットイヤーグループ<3622>は、インターネット技術を活用した顧客起点の DX（デジタルトランスフォーメーション）支援事業を展開しており、主にデジタルマーケティング領域において豊富な実績を持つ。2019 年 2 月に NTT データ<9613>と資本業務提携契約を締結し、グループ会社となっている。NTT データのシステム開発力と同社の CX（Customer Experience、顧客体験）デザイン設計力を組み合わせた協業案件が増加しており、NTT データ向けの売上構成比が 3 割を超える。

1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2023 年 3 月期第 2 四半期累計（2022 年 4 月～9 月）の業績は、売上高で前年同期比 28.8% 増の 1,826 百万円、営業利益で同 156.1% 増の 70 百万円と増収増益となった。オウンドメディア（自社 Web サイトやスマホアプリなど）を用いたデジタルマーケティングや CX の向上に取り組む企業が増加しており、NTT データとの協業の取り組みが奏功し、通信業界や小売業界、自治体からの受注が増加したほか、前期に受注したスターバックスコーヒージャパン（株）向けデジタルマーケティング支援案件なども引き続き増収に寄与した。業務量の増加に伴い外注費が増加したことで原価率が若干上昇したものの、増収効果でカバーし 2 ケタ増益となった。なお、新規事業として「Shopify（ショッピファイ）」アプリの開発販売を 2022 年 3 月期から開始し、現在 8 本をリリースしているが、売上への影響は軽微で、今後顧客要望を収集しながら機能拡充を図っていく方針となっている。

2. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 5.4% 増の 3,600 百万円、営業利益で同 17.0% 増の 240 百万円とする期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの進捗状況は受注も含めて順調で、今後不採算案件などが発生しなければ計画を達成できる見通しだ。NTT データとの協業案件が引き続き増加するほか、リアルとデジタルを融合した顧客起点での UX デザインやシステム構築案件、EC 構築支援サービスの拡大が見込まれる。また、売上規模はまだ小さいものの「パフォーマンス最適化サービス※（以下、POS）」についても顧客数が順調に拡大（2022 年 9 月末時点で 30 社以上）しており、収益増に貢献する。トピックスとしては、2022 年 10 月に NTT テクノクロス（株）と業務提携を発表しており、NTT テクノクロスが提供するコールセンター向け AI ソリューション「ForeSight Voice Mining（フォースイト・ボイス・マイニング）」とカスタマーサポート向け Web サイトを連携させるコンサルティングサービスを開始する。

※ 顧客企業のオウンドメディアの活性化とマーケティング費用対効果の最大化を目的に、顧客課題や市場状況、競合動向などのデータ分析を行い、「SEO」「デジタル広告」「サイト改善」の 3 つの領域で改善施策と予算配分の最適案を行うほか、運用・分析、改善提案までをワンストップソリューションとして支援するサービス。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

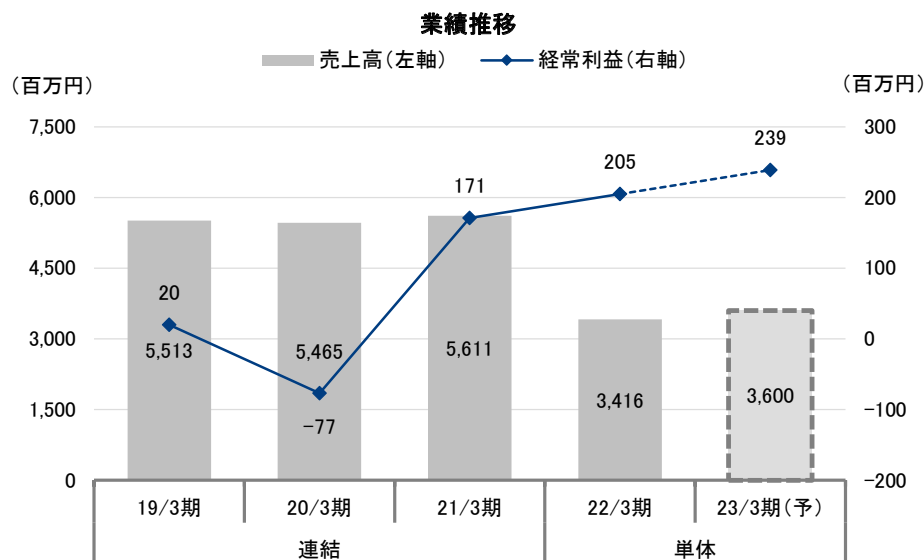
要約

3. 成長戦略

同社は 2020 年 3 月期から 2023 年 3 月期までを「経営基盤の強化」を図る期間と位置付け、利益体質への転換に取り組んできた。2024 年 3 月期からスタートする新たな中期計画（策定中）では、既存事業の成長に加え、新規事業の開発・育成に取り組むことで一段の収益成長を目指していく方針だ。新規事業としては、Shopify 関連サービスや POS のほか、社会インパクト事業の育成に取り組んでいく。社会課題解決型の新規事業の立ち上げを目指す企業に対して、サービスデザインやシステム構築、デジタルマーケティング支援等を行うサービスで、将来的には社会起業家とのオープンコラボレーション等も推進していく。その第 1 弾として 2022 年 9 月に（一社）日本顧問介護士協会と介護離職リスクの軽減支援に関する業務提携を発表しており、同協会が提供するサービスプラットフォームの DX 支援や専門 EC サイトの開発支援を行う予定だ。また、行政のデジタル化が今後一段と進展していくなかで、豊富な取引実績を持つ NTT データとの協業案件の増加も期待される。市民サービスの向上を目指す自治体にとって、同社の持つ CX デザイン力は大きな強みになると考えられ、事業規模拡大が期待できる。課題であった人的リソースの強化については、新卒・中途採用の強化に加えて、IT 人材の育成サービスを展開する（株）LULL との協業によって、プロジェクトごとに必要な人材を補充していく予定だ。

Key Points

- ・ 2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績は、既存主要顧客向けの取引深耕が進み増収増益に
- ・ 顧客起点の DX 関連投資の拡大により、2023 年 3 月期も増収増益が続く見通し
- ・ NTT データとの協業推進に加えて、新規事業の育成により中長期的な企業価値向上を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

事業概要

デジタルマーケティング支援事業を展開、 2019 年に NTT データグループ入り

1. 会社概要

同社は、「ビジネスの未来をデジタルで創る、ビジネスの未来をユーザーと創る。ユーザーエクスペリエンスからすべてが始まる。」をビジョンとして、企業や行政に対しインターネット技術を活用した DX やデジタルマーケティング支援をする SIPS (Strategic Internet Professional Services) 事業を展開している。具体的には、デジタルマーケティング施策の立案、理想の CX を実現するためのデザイン設計、オウンドメディア及びアプリの開発、デジタル広告及び SEO 運用、各種マーケティングツールの販売・導入支援、運用、EC 構築支援、ストアアプリの開発・販売等を行っており、CX を起点としていることが特徴である。



出所：決算説明会資料より掲載

会社設立は 1999 年で、2008 年に東京証券取引所マザーズ市場に株式上場し、2022 年 4 月の同市場区分再編に伴いグロース市場へ移行した。2019 年 2 月に NTT データと資本業務提携を発表し、株式の公開買い付けを経て同年 3 月に NTT データが同社株式の 48.5% を保有する筆頭株主となっている。2022 年 9 月末の従業員数は 185 名で、このうちカスタマーエクスペリエンス事業部で約 130 名、新規事業となる社会インパクト事業部 (Shopify 事業含む) で約 20 名、管理部門で 20 ～ 30 名の体制となっている。また、プロジェクトごとにアサインする外部の協力パートナーも含めると 250 ～ 260 名規模となる。

事業概要

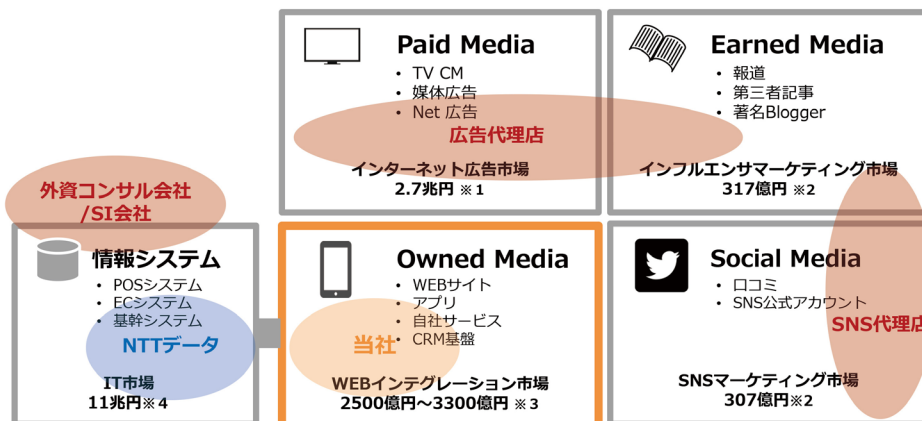
理想の CX を実現するデザイン設計力に強みを持つ

2. 事業内容と強み

同社が事業領域とするデジタルマーケティングとは、企業活動においてオウンドメディアを中心に、既存メディアや営業、コールセンター、店舗などと連携させるマーケティング手法を指す。企業や自治体などのクライアントに対して、新たなデジタルマーケティング戦略を提案・実践していくことで、クライアントが目標とするブランド価値の向上や売上成長、業務変革の推進などの成果を導き出すサービスとなる。

デジタルマーケティング領域は、顧客との接触手段によって以下の 4 つのメディアに分類される。1 つ目は、ネット広告を掲載する「ペイドメディア (Paid Media)」、2 つ目はインフルエンサーマーケティング等を行う「アーンドメディア (Earned Media)」、3 つ目が SNS など消費者が口コミ投稿を行う「ソーシャルメディア (Social Media)」、4 つ目が自社 Web サイトやアプリ上で各種コミュニケーション施策を行う「オウンドメディア (Owned Media)」である。このうち、同社は「オウンドメディア」を使ったデジタルマーケティング施策の立案・開発・運用などを行っている。

競合環境と対応方針



出典 ※1 総務省 調査レポート「2021年日本の広告費」 ※2 総務省サイバー・パズ プレスリリース「市場動向調査」2020年度
※3 デロイト トーマツ ミッドマーケット調査「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望2020年度版」におけるWebソリューション市場2022年~2024年予測値
※4 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査(2021年) 情報サービス産業」におけるソフトウェア開発、プログラム作成分野の2021年度の売上高値

出所: 決算説明会資料より掲載

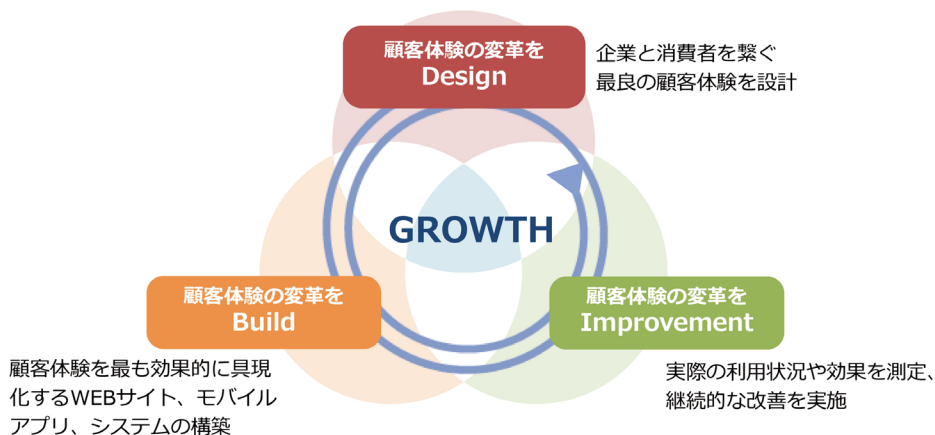
同社の強みは創業から 23 年間、CX デザインという考え方を基にプロジェクトに取り組んできたことで、理想の CX を実現するための引き出しを多く持っていることにある (=高いコンサルティング力)。CX とは直訳すると顧客体験のことだが、「顧客が店頭、広告、Web サイト、アプリなど様々な接点を通して、企業が提供するサービスや商品に興味・関心を持ち、購入し、利用し続ける一連の体験」を指し、CX を高めることで商品の購入につなげる、あるいはその企業やブランドのファンになってもらうことが最終的な目標となる。こうした CX のデザインから構築、運用・改善等の一連のプロセスを循環させていくことで、顧客企業との継続的な関係性を構築している。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

事業概要

サービスのプロセス

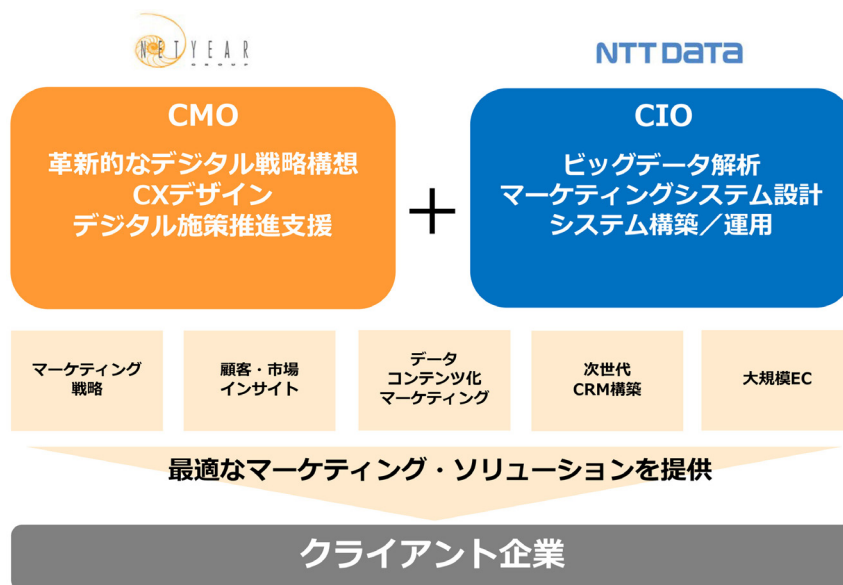


顧客企業との継続的な関係性

出所：決算説明会資料より掲載

CX を効果的に高めていく方法は、クライアントの事業内容によって異なるため、案件ごとに要件定義を設定するカスタムプロジェクトとなる。一般的に開発期間は3ヶ月程度、長いもので1年程度となる。システム開発部分に関しては大半を外注で賄っている。受注単価は案件によって様々だが、最近では「データ分析」を取り入れたマーケティング手法の活用、あるいは顧客企業の別の部門（営業部門や情報システム部門等）とのシステム連携などが求められるなど、プロジェクトが複雑化かつ大型化する傾向にある。また、デジタル情報があふれるなかで、企業のメッセージが消費者に届きにくくなっていることから、理想のCXを実現するためのデザインの重要性が従前よりも増しており、同社の強みが発揮できる環境になっていると言える。一方、同社の課題であったシステム開発力については、NTT データと協業することによって解消されつつあり、成長に向けての基盤が整ったと弊社では考えている。

NTT データとの協業



出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ネットイヤーグループ

3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)

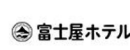
https://www.netyear.net/ir/

事業概要

カスタムプロジェクトの導入支援以外では、自社及び他社開発プロダクトの販売にも注力している。他社製品としては、Salesforce.com<CRM>のMA（Marketing Automation）ツール、Google<GOOG>、Adobe<ADBE>のアクセス解析ツールなどがある。また、2022年3月期よりShopify Inc.<SHOP>が提供する「Shopify」の導入・活用支援サービス並びにストアアプリの開発・販売も開始している。

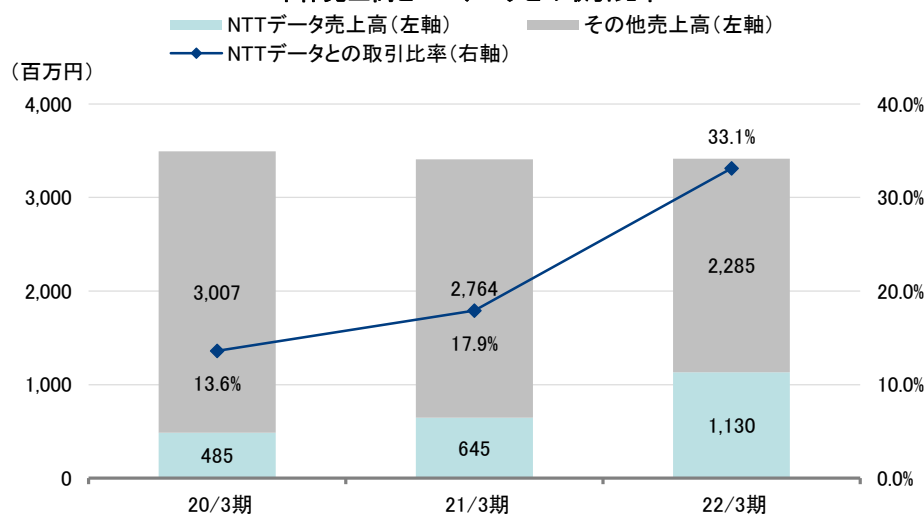
なお、クライアントの業種は小売業やサービス業、製造業、金融業など幅広く、顧客規模は日本を代表する大企業が中心となっている。なかでも、オウンドメディアによるデジタルマーケティングの重要性が高いBtoC領域を展開するクライアントが多く、取引実績は累積800社以上、案件数で2.5万件以上に上る。2022年3月期の売上高のうち、顧客上位10社の売上高構成比は66.1%を占め、なかでもNTTデータ向けは共同開発プロジェクトの増加とともに年々上昇し、3割を超える水準となっている。

顧客企業



出所：決算説明会資料より掲載

単体売上高とNTTデータとの取引比率



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績は、 既存主要顧客向けの取引深耕が進み増収増益に

1. 2023 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2023 年 3 月期第 2 四半期累計の業績は、売上高で前年同期比 28.8% 増の 1,826 百万円、営業利益で同 156.1% 増の 70 百万円、経常利益で同 144.5% 増の 70 百万円、四半期純利益で同 88.9% 減の 48 百万円となった。前年同期は株式売却益 604 百万円を特別利益として計上したため、四半期純利益は減益となったが、売上高、営業利益、経常利益はともに順調に増加した。第 2 四半期累計の会社計画は公表していないが、計画に対して売上高、各利益とも順調に進捗したと見られる。

2023 年 3 月期第 2 四半期累計業績

(単位：百万円)

	22/3 期 2Q 累計		23/3 期 2Q 累計		前年同期比	
	実績	対売上比	実績	対売上比	増減額	増減率
売上高	1,417	-	1,826	-	408	28.8%
売上原価	1,080	76.2%	1,454	79.6%	374	34.6%
売上総利益	337	23.8%	371	20.4%	34	10.1%
販管費	310	21.9%	301	16.5%	-8	-2.9%
営業利益	27	1.9%	70	3.9%	42	156.1%
経常利益	28	2.0%	70	3.8%	41	144.5%
特別利益	605	42.7%	-	-	-605	-
四半期純利益	441	31.1%	48	2.7%	-392	-88.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高については、顧客起点の DX に対する企業の投資意欲が旺盛で、NTT データとの共同プロジェクトとなる通信業界、小売業界、自治体案件など既存顧客向けの受注が増加したほか、前期に受注したスターバックスコーヒージャパン向けのデジタルマーケティング支援案件も増加した。また、別の食品流通企業向けの大型案件についても順調にプロジェクトが進行している。顧客上位 10 社の売上構成比は、前期実績の 66.1% からさらに上昇したものと見られる。また、売上規模はまだ小さいものの POS についても導入社数が着実に増加したほか、政府の実施する中小企業向け IT 導入補助金対象サービスに選定された EC 構築支援サービスについても受注実績が出始めている。

費用の増減要因を見ると、売上原価率は前年同期の 76.2% から 79.6% と 3.4 ポイント上昇した。このうち 1.5 ポイント（約 28 百万円）は前期まで販管費として計上していた「Shopify」関連アプリの開発費用を売上原価として計上したことが要因となる。このほか、業務量の増加に伴い外注費が増加したことで原価率が若干上昇した。一方、販管費は前年同期比で 8 百万円減少したが、開発費用移管の影響を除けば 20 百万円程度増加した。人員増強に伴う採用費や教育費の増加によるもので、新卒採用 7 名のほか中途採用が進んだ。この結果、2022 年 9 月末の従業員数は前期末比 9 名増の 185 名となった。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

業績動向

2022 年 3 月期から開始した「Shopify」ストアアプリについては、EC 事業者の販促や業務支援につながるアプリを 8 本リリースしている。ダウンロード数は計画どおり進捗しているものの、同社が有料プランで提供する機能を他社が無料としているアプリがあることもあり、有料プランへの切り替え率が想定を下回っているようだ。これに対し同社は、顧客要望を収集しながら機能拡充を図り、収益化を目指していく。

同社がリリースした「Shopify」ストアアプリ

アプリ名	リリース時期	概要	月額料金プラン
配送 & 注文サポーター	2021 年 7 月	大手物流会社に対応した CSV 出力が可能で、簡単な操作でカート画面に配送希望日時・休業日・アンケート項目等を表示できる。	無料、5 \$、9 \$、18 \$
懸賞・キャンペーンサポーター	2021 年 10 月	キャンペーン当選者やインフルエンサーにリンクを共有し、景品やサンプル品を配送するための専用 LP を生成するアプリ。	無料
ポップアップサポーター	2021 年 11 月	おすすめの商品をポップアップ表示するアプリ。複数商品の設定が可能。	無料、9.5 \$
年齢確認サポーター	2022 年 1 月	購入者の年齢確認をカットページ上で実施するアプリ。年齢制限は任意の設定が可能。	9 \$
クーポン抽選サポーター	2022 年 1 月	あたり・はずれを設定して日毎にランダムに結果を表示し、あたり判定時には設定したクーポンコードを表示するアプリ。	無料
Back In Stock (日本語版：再入荷通知サポーター)	2022 年 1 月	商品の再入荷を Email または SMS で自動通知するほか、在庫切れアラートや予約商品リクエスト機能も実装している。	無料、9.5 \$、15 \$、35 \$
サンキューサポーター	2022 年 3 月	商品購買後に表示されるサンクスページを簡単にカスタマイズでき、おすすめ商品の表示や SNS 連携機能も実装している。	無料、9.5 \$、14.5 \$、29 \$
ランキングサポーター	2022 年 4 月	各コンテンツの PV を計測してランキング形式でサイトに表示するアプリ。	5 \$

出所：shopify app store よりフィスコ作成

財務内容は健全、事業拡大のためのアライアンス戦略も視野に入れる

2. 財務状況と経営指標

2023 年 3 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 243 百万円減少の 2,878 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 55 百万円、売掛金及び契約資産が 207 百万円それぞれ減少した一方、固定資産では繰延税金資産が 20 百万円減少した。

負債合計は前期末比 269 百万円減少の 378 百万円となった。これは、買掛金が 61 百万円、未払法人税等が 134 百万円、未払消費税等が 22 百万円それぞれ減少したことによる。また、純資産は同 26 百万円増加の 2,500 百万円となった。四半期純利益 48 百万円の計上と配当金 22 百万円の支払により利益剰余金が 26 百万円増加した。

経営指標を見ると、自己資本比率は前期末の 79.2% から 86.8% に上昇し、無借金経営で現金及び預金も高水準であるなど、財務内容は健全な状態にあると判断される。なお、積み上がったキャッシュについては成長基盤構築のための投資に振り向ける方針で、策定中の次期中期経営計画では M&A やアライアンスなども選択肢として検討している。対象としては、EC、AI、ビッグデータ領域の技術リソースを持った会社となるが、NTT データと共同でアライアンス戦略を推進していく可能性もある。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

業績動向

貸借対照表

(単位：百万円)

	20/3 期 (連結)	21/3 期 (単体)	22/3 期 (単体)	23/3 期 2Q (単体)	増減
流動資産	2,438	1,874	3,005	2,789	-216
（現金及び預金）	992	1,073	1,962	1,906	-55
固定資産	274	441	116	89	-27
総資産	2,712	2,315	3,122	2,878	-243
流動負債	830	389	643	373	-269
固定負債	26	10	5	5	-
負債合計	856	399	648	378	-269
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	1,856	1,916	2,474	2,500	26
（安全性）					
自己資本比率	67.7%	82.7%	79.2%	86.8%	7.6pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

顧客起点の DX 関連投資の拡大により、 2023 年 3 月期も増収増益が続く見通し

1. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 5.4% 増の 3,600 百万円、営業利益で同 17.0% 増の 240 百万円、経常利益で同 16.4% 増の 239 百万円、当期純利益で同 71.2% 減の 167 百万円とする期初計画を据え置いた。通期予想に対する進捗率は売上高 50.7%、営業利益 29.4% であったが、納品時期が第 4 四半期に偏重する季節要因に加え、足元の受注は順調なことから、今後不採算案件などが発生しなければ計画を達成できる見通しだ。

2023 年 3 月期業績見通し

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期		前期比		2Q 進捗率
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	増減額	増減率	
売上高	3,416	-	3,600	-	183	5.4%	50.7%
売上総利益	852	25.0%	885	24.6%	32	3.8%	42.0%
販管費	647	19.0%	645	17.9%	-2	-0.4%	46.7%
営業利益	205	6.0%	240	6.7%	34	17.0%	29.4%
経常利益	205	6.0%	239	6.6%	33	16.4%	29.4%
当期純利益	580	17.0%	167	4.6%	-413	-71.2%	29.2%
1 株当たり当期純利益 (円)	82.95		23.86		-	-	

出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

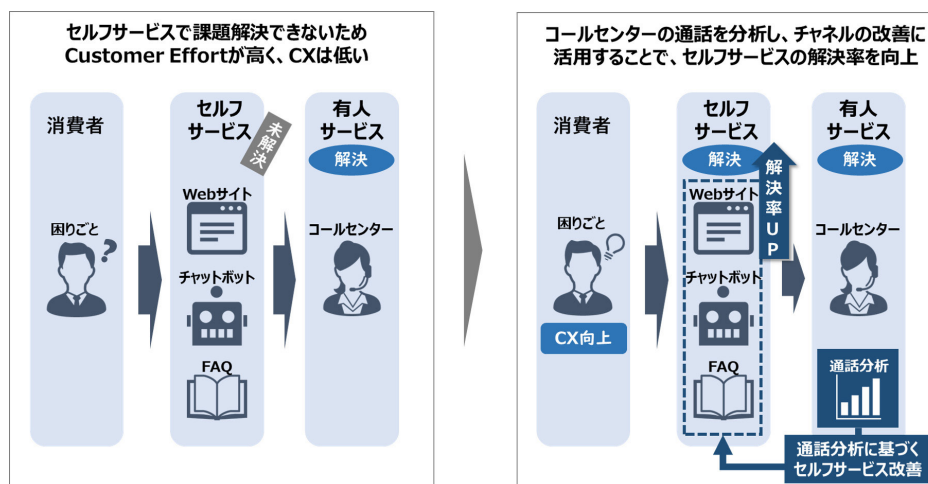
2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

売上高については、オウンドメディアを用いたデジタルマーケティングや CX の向上に取り組む企業が増加する見通しで、NTT データとの協業案件が引き続き増加するほか、食品流通企業向けの大型開発案件が見込まれている。トピックスとしては、2022 年 10 月に NTT テクノクロスと業務提携を発表しており、NTT テクノクロスが提供するコールセンター向け AI ソリューション「ForeSight Voice Mining」を活用したコンサルティングサービスを開始する。このうちコンサルティングサービスについては、「ForeSight Voice Mining」で収集した消費者の要望をカスタマージャーニー※マップを用いて分析し、デジタルセルフサービス分野での課題点を抽出し改善に導く。コールセンター業務ではここ数年、人を介さないデジタルセルフサービスの導入が増加しており、「ForeSight Voice Mining」と同社のコンサルティングノウハウを組み合わせることで、課題を解決し CX の向上につなげる。3 年間で 30 社の導入を目標としており、達成すれば数億円規模の売上になると予想される。

※ 消費者が商品・サービスを知り、実際に購入・利用するまでのプロセス。その体験を時系列に可視化したもの。

NTT テクノクロスとの取り組み



出所：会社リリースより掲載

このほか、EC 構築支援サービスや POS 等の売上拡大にも注力していく方針だ。EC 構築支援分野では、「Shopify」のネットショップ開業支援サービス並びにアプリ販売のほか、BtoB 企業向けの EC 構築支援サービスにも取り組んでいる。その一環として、2022 年 5 月に GMO メイクショップ (株) との協業を発表した。GMO メイクショップが提供するカスタマイズ対応 EC 構築ソリューション「GMO クラウド EC」の導入に向けて、EC 化の要求整理や業務設計などの上流工程と、導入後のシステム保守や EC での販促支援といった下流工程を同社がサポートし、導入企業の EC サイト成長を支援していく。BtoB 企業の EC 化率は BtoC 企業と比較すると低く、カスタム要求も強いことから同社の強みが生かせる領域と考えられる。見込み顧客獲得に向け、GMO メイクショップと共同セミナーなどを開催している。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

GMO メイクショップとの協業スキーム



出所：会社リリースより掲載

POS は企業の SEO、デジタル広告、オウンドメディアの改善の 3 つの領域をワンストップで支援し、費用対効果の最大化を目指す運用型サービスとなる。従来、SEO、デジタル広告、オウンドメディア改善などは、それぞれ異なる部署や担当者が予算管理や運用を行っており、必ずしも全体最適化できていないという課題を抱えていた。これを同社がワンストップで支援することで、全体最適化を実現する。2019 年のサービス開始以降、順調に成長し、30 社以上（2022 年 9 月末）まで拡大している。売上規模はまだ小さいものの、NTT データからの紹介も含めた新規顧客の受注も増えているようで、中長期的に売上高 10 億円を目指している。

売上総利益率については、前期比 0.4 ポイント低下の 24.6% を見込んでいる。新規サービスの立ち上げコストや外注費の増加、2022 年 3 月期に販管費として計上していた「Shopify」アプリの開発費用（62 百万円）を売上原価として計上することが要因となる。一方、販管費率は開発費 62 百万円がなくなることで同 1.1 ポイント低下の 17.9% となるが、開発費を除いたベースでは 0.8 ポイント上昇することになる。これは、人員増強に伴う採用費や教育費の増加による。

課題であった人的リソースの強化については、採用ルートの幅を拡げ新卒・中途採用を強化することで、前期末比 10% 程度の増員を計画している。具体的には、2022 年より新卒採用や地方採用を開始しており、新卒採用 7 名のほか、中途採用が進んだ（2023 年春入社の新卒採用も同程度を計画）。また、IT 人材の育成サービスを展開する LULL との協業によって、プロジェクトごとに必要な人材を補充していく予定だ。LULL が提供している IT 人材育成カリキュラムに同社独自の UX カリキュラムを追加し、プロジェクトごとに必要な人材を補充していく。LULL を通じて約 20 名（2022 年 3 月期）が同社開発プロジェクトに携わるなど、実績も出始めている。これまで人的リソース不足により受注を見送っていたケースについても、同スキームを活用することで受注が可能となることから、売上規模の拡大につながる取り組みとして評価できる。

また、同社では競争力をより一段と向上していくため、リアルとデジタルを融合した顧客起点での UX デザインや実装力の強化に取り組んでおり、全社員に UX の知見を浸透させるため UX デザイン推進タスクフォースを組成した。UX に関する基礎知識の習得だけでなく、ワークショップで実際に UX デザインも行う 6 ヶ月間のカリキュラムを作成し、2022 年 3 月期は事業部の約半分に当たる 72 名が受講した。こうした取り組みを継続することで、営業やエンジニアを含めて UX デザイン思考を全社員に根付かせ、「日本一の UX デザイン企業」を目指していく。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

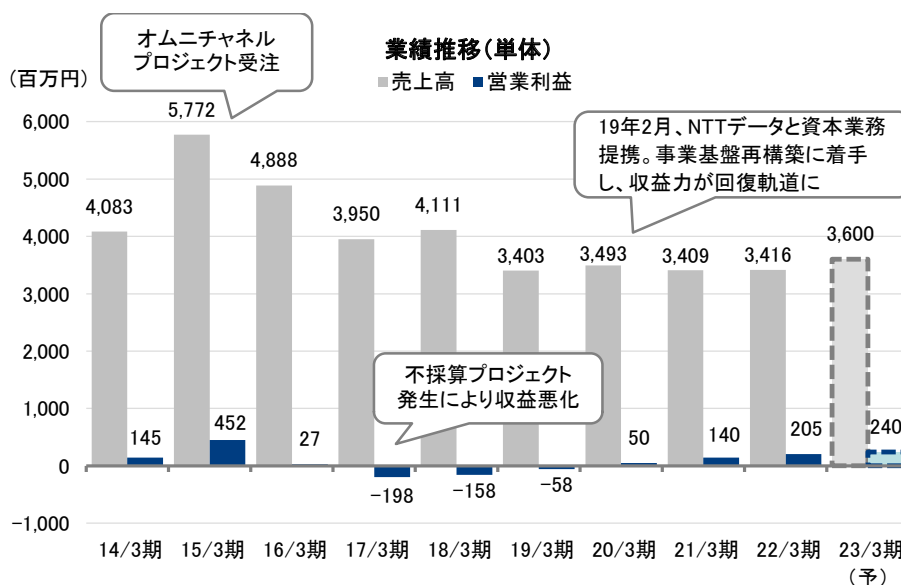
NTT データとの協業効果やプロジェクト管理体制の強化により、利益体質に転換

2. 中期計画の進捗状況

同社は、2020 年 3 月期から 2023 年 3 月期までを「経営基盤の強化」を図る期間と位置付け、収益力の回復を経営の最重要課題として以下の 4 つの施策に取り組んできた。2023 年 3 月期も増収増益が続く見通しであることから、経営基盤の強化は実現したと弊社では見ている。

(1) 利益体質への転換

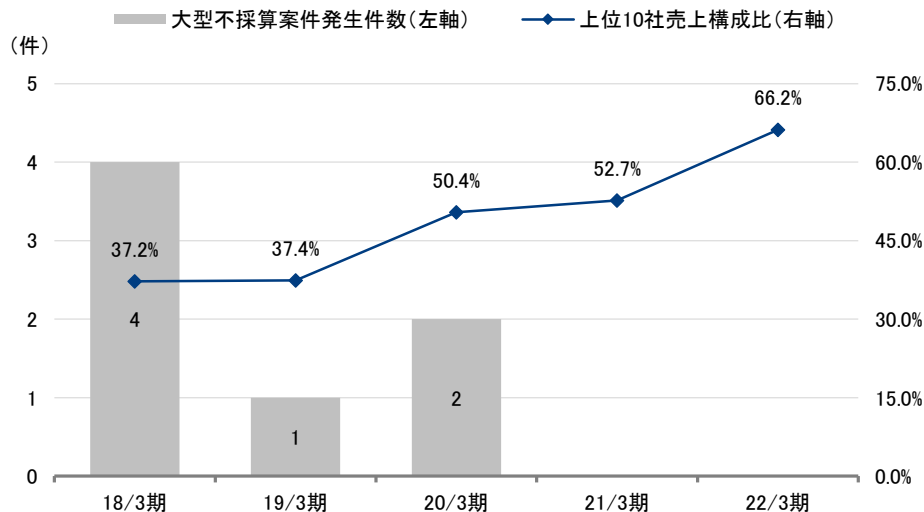
同社の単体業績は、2015 年 3 月期をピークに 2017 年 3 月期以降は不採算プロジェクトが発生したこともあり、3 期連続で営業損失を計上するなど厳しい収益状況に陥っていた。しかしながら、2019 年 2 月に NTT データと資本業務提携契約を締結し、事業基盤の再構築に取り組んだことで 2020 年 3 月期に黒字転換を果たし、それ以降は順調に増益を続けている。また、収益率（営業利益率）も 2022 年 3 月期は 6.0% まで回復した。一方で売上高については、利益重視の営業活動を推進した結果、2020 年 3 月期以降は緩やかな伸長であったが、課題であった人的リソースが強化されたこともあり、2022 年 3 月期以降は成長拡大が続いている。



黒字化と収益率の改善に向けた施策としては、重点顧客への営業活動に注力し、顧客当たり売上高の増加に取り組んだほか、不採算プロジェクトの抑制に努めた。重点顧客への営業活動に注力したことにより、上位 10 社の売上構成比は 2018 年 3 月期の 37.2% から 2022 年 3 月期は 66.2% へと上昇し（上昇分の大半は NTT データ向けの売上増による）、営業の生産性向上にもつながった。また、不採算プロジェクトの抑制については、大型不採算案件（10 百万円超の損失案件）が 2018 年 3 月期に 4 件発生したものの、受注リスク管理（受注前段階での要件定義や見積額の精査を厳格に実施）やプロジェクト収益管理の徹底のほか、プロジェクト収益改善対策の仕組みを取り入れた結果、2021 年 3 月期以降は発生しておらず、収益率の向上に寄与している。

今後の見通し

大型不採算案件の発生件数と上位10社の売上構成比



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) NTT データとの協業

NTT データとの資本業務提携を実施して以降、双方の強みを生かした共同開発案件が増加しており、収益回復の要因となっている。NTT データグループに入ったことで、流通・小売業界、金融、行政分野での新規開発案件を受注する機会も増加傾向にある。このため、NTT データ向けの売上構成比は、2022 年 3 月期の 33.1% から中期的には 40% 台半ばまで上昇することが予想され、今後も同社の収益拡大に貢献する見通しだ。

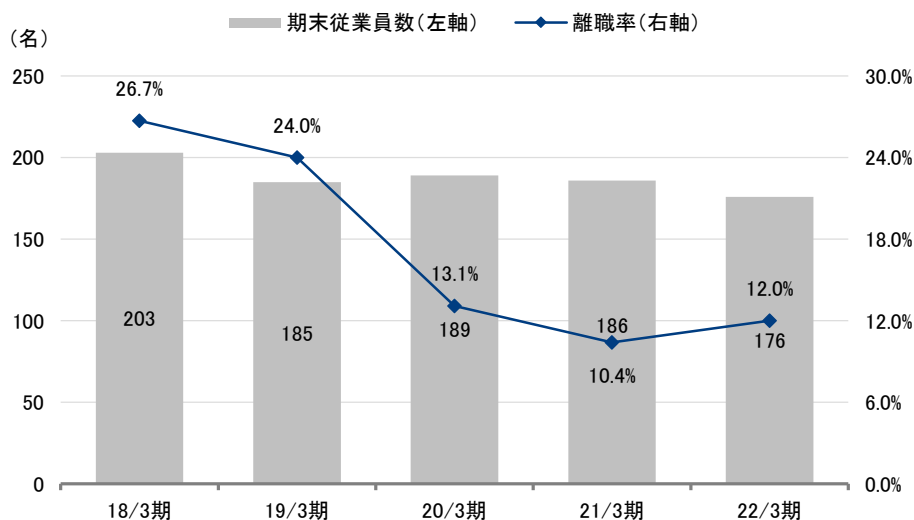
(3) 社員エンゲージメントの強化

企業の成長の源泉となる人材については、採用・育成の強化に加えて社員エンゲージメントの強化による離職率の抑制に取り組んできた。具体的には、企業ミッションを再定義し、働きやすさの向上に向けた各種制度の導入※や教育研修の強化、やりがいが高まる案件の受注などを推進している。この結果、離職率は 2018 年 3 月期の 26.7% から 2022 年 3 月期は 12.0% とおおむね業界平均水準まで低下しており、2023 年 3 月期第 2 四半期も同水準を維持しているようだ。従業員数についてはここ数年減少傾向が続いたが、新卒採用も含めた採用強化に加え、年間 10% 前後の増員を計画していることから、2023 年 3 月期以降は増加に転じるものと予想される。

※ カケモチ社員制度の導入、LGBT に対応した福利制度改定、介護・育児等を想定した柔軟な勤務管理体系の整備、遠隔地勤務制度等を導入した。

今後の見通し

期末従業員数と離職率の推移



出所：決算説明会資料、有価証券報告書よりフィスコ作成

(4) サービス開発

インターネット技術の進化に伴い、次々と新たなサービスの開発が進むなか、同社もニーズに合わせて新規サービスの開発・育成に取り組んできた。POSについては、顧客企業数が2020年3月期の8社から30社以上(2022年9月末)に増加するなど、着実に実績を積み重ねている。また、BtoBのデジタルマーケティング支援サービスも順調に拡大している。

NTT データとの協業推進に加えて、 新規事業の育成により中長期的な企業価値向上を目指す

3. 成長戦略

同社は今後の市場トレンドとして、リアルとデジタルの融合も含めた顧客起点によるDX投資が活発化することに加え、SDGsなどの社会課題解決に向けた投資も拡大していくことを想定している。策定中の新中期計画では、既存事業の成長に加え、新規事業の開発・育成に取り組むことで一段の収益成長を目指していく方針で、以下の4点に取り組む。

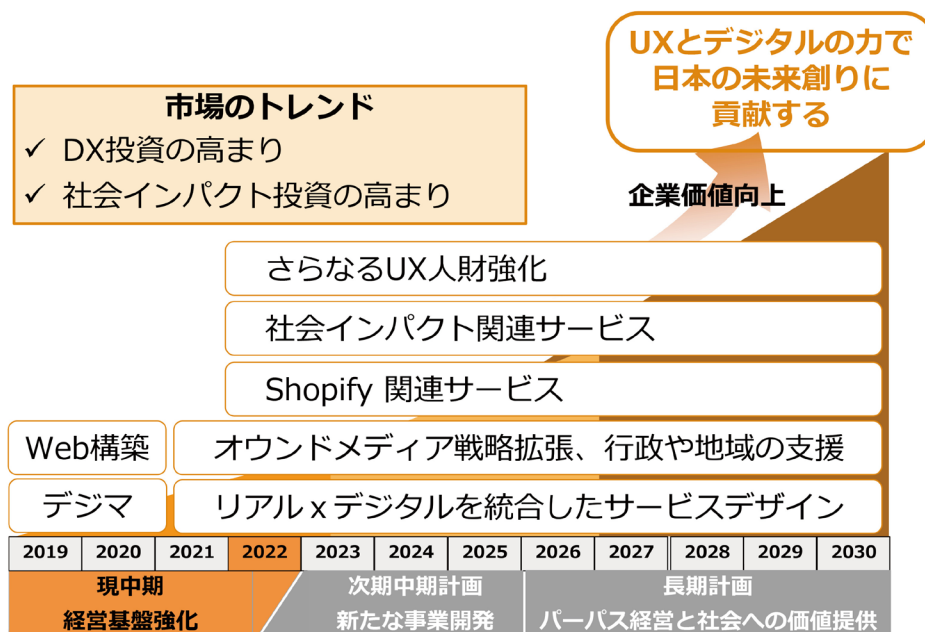
- (1) 強みであるUXで人材の育成・強化に注力する。
- (2) オウンドメディアを軸としたサービス開発支援に注力し、NTTデータとの協業を強化していくことで、UXデザインからシステム構築まで提供する。
- (3) 顧客体験の変化に伴い、業務改革まで支援するためのサービス提供に取り組む。
- (4) 社会課題に対する意識の高まりを受け、課題の解決に向けた事業開発支援に取り組む。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

市場トレンドと成長方針



出所：決算説明会資料より掲載

既存事業については、Web 構築やデジタルマーケティング支援にとどまらず、需要が拡大しているリアルとデジタルを融合した、顧客起点での UX デザインやシステム構築に注力する。リアルとデジタルを融合した新たな UX デザインでは組織・業務改革が必要となるが、顧客企業によっては DX 人材が不足していることも多く、BPO（Business Process Outsourcing）のニーズは強い。また、従来は企業向けが中心であったが、行政のデジタル化が今後一段と進展していくなかで、豊富な取引実績を持つ NTT データと協業することで、自治体向け開発案件の増加も期待される。

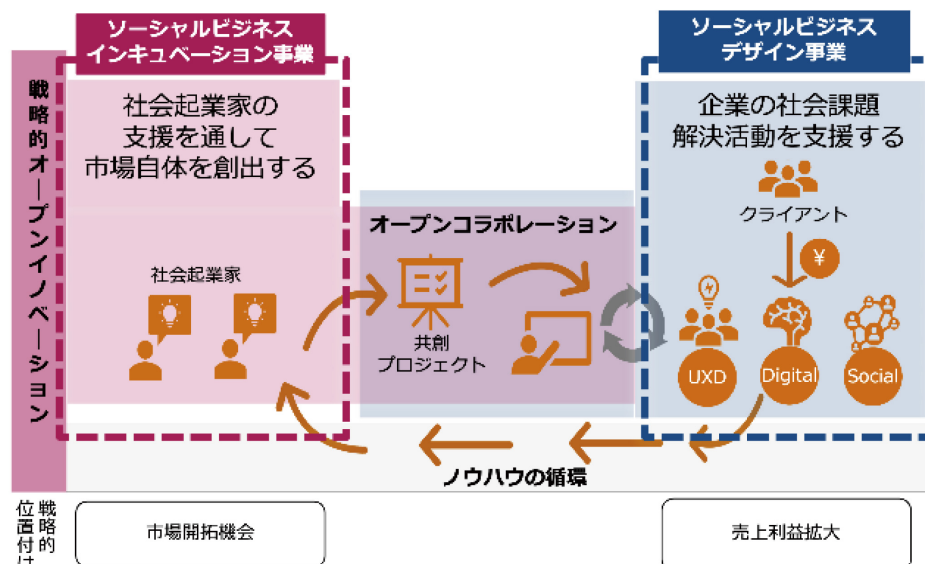
一方、新規事業については、Shopify 関連サービスや POS に加えて、社会インパクト事業の育成に取り組んでいく。SDGs への関心が高まるなか、社会課題解決型の新規事業の立ち上げを目指している企業に対して、サービスデザインやシステム構築、デジタルマーケティング支援等を行うサービスで、将来的には社会起業家とのオープンコラボレーション等も推進していく。

ネットイヤーグループ
3622 東証グロース市場

2022 年 11 月 30 日 (水)
<https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

社会インパクト関連サービス



社会インパクト事業の第1弾としては、2022年9月に、日本顧問介護士協会と介護離職リスクの軽減支援に関する業務提携を発表した。日本顧問介護士協会は、超高齢化社会で問題となっている介護離職（介護負担の増大で離職を余儀なくされる状況）のリスクを軽減することを目的に2020年に設立され、介護セミナーや相談会を実施している。業務提携により、同協会が提供する顧問介護サービスのプラットフォームのDX支援や専門ECサイトの開発支援を行う予定だ。事例を積み重ねることで同事業を育成し、社会課題解決への貢献を目指す。

株主還元策

安定的かつ継続的な配当を基本方針とするが、将来的に業績連動型配当への移行も検討

同社は株主還元策として配当を実施している。配当の基本方針としては、将来の事業展開と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定的かつ継続的な配当を行っていくこととしている。このため、1株当たり配当金については、2008年3月期以降3.25円を継続しており、2023年3月期についても3.25円（配当性向13.6%）を予定している。なお、将来的に内部留保が充実し、安定したキャッシュが毎期待られるようになれば、業績連動型配当の導入も検討していく意向を示しており、配当性向の水準は上場企業平均の20～30%程度が目安になると思われる。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp