

|| 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 >>>](#)

2023年7月13日(木)

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月期の業績概要	01
2. 2024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月期の業績概要	07
2. 中期経営計画の取り組みの成果について	10
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2024年3月期の業績見通し	13
2. 成長戦略	15
■ 株主還元策	16

■ 要約

NTT データとの協業効果もあり収益成長が続く見通し

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、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 月期の業績概要

2023 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 14.7% 増の 3,919 百万円、営業利益で同 37.1% 増の 281 百万円と増収増益となり、会社計画（売上高 3,600 百万円、営業利益 240 百万円）に対しても上回って着地した。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 データとの協業案件（通信業界、小売業界、金融業界、自治体案件）が増加したほか、15 年以上取引が継続する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収益増に貢献した。業務量の増加に伴い外注費が増加したため原価率は若干上昇したものの増収効果でカバーし、営業利益率は 7.2% と 8 期ぶりに 7% 台の水準まで回復したことになる。

2. 2024 年 3 月期の業績見通し

2024 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 4.6% 増の 4,100 百万円、営業利益で同 6.7% 増の 300 百万円と堅調に推移する見通し。企業の DX 投資は引き続き活発で、同社の事業領域であるデジタルマーケティング支援や CX 向上を目的とした開発プロジェクトの引き合いも旺盛だ。人材不足によって受注を見送るケースも出てきていることから、人財投資を積極的に行い成長基盤を構築していく考えで、今後は年率 10% 以上のペースで社員を純増させていくとともに、外部パートナーとの戦略的な取り組みも加速させ、プロフェッショナル人材ネットワークを構築していく。具体的には、2022 年 3 月より人材派遣会社の（株）LULL との協働で「若手を IT・デジタル人材にリスキリングするプロジェクト」を始動しており、既に 5～6 名を社員として採用するなど実績も出始めている。2024 年 3 月期はこうした人材投資を行いつつ、NTT データとの協業案件や主要顧客からの継続案件を受注することで増収増益を目指す。

要約

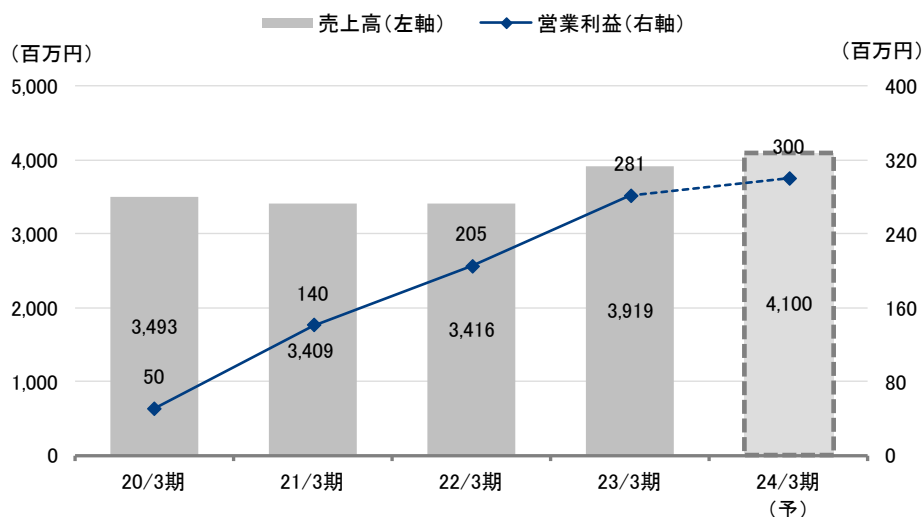
3. 成長戦略

今後の成長戦略として、既存事業の成長に加えて新規事業を開発・育成することで、一段の収益成長を目指していく。既存事業においては NTT データとの協業だけでなく、これまで蓄積してきたノウハウを型化し、E コマースプラットフォームの Shopify 等の SasS 型サービスと組み合わせることで収益性の向上にも取り組む方針だ。また、新規事業として社会課題の解決と事業課題の解決を目的とする社会インパクト事業を育成する。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行い、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となっている。また、2023年2月には地域と事業の課題解決を両立する「廃校の利活用」を核とした地域創生プロジェクトについて、愛媛県宇和島市と包括連携協定を結んだ。廃校をコワーキングスペースやシェアオフィスとして再生していくほか、地域の物販を支援する EC サイトの構築やデジタルマーケティング支援等を行っていく。当面はこれらのプロジェクトが業績に与える影響は軽微だが、こうしたプロジェクトを多く積み重ねることによって、社会への貢献と収益成長を同時に実現していく考えだ。また、このような社会貢献に資する事業に取り組むことで人材の獲得や定着化に繋げていく。

Key Points

- ・2023年3月期は旺盛な DX 投資を背景に2ケタ増収、営業利益及び経常利益も2ケタ増益を達成
- ・2024年3月期は人材投資による経営基盤の強化に軸足を置きながら増収増益を目指す
- ・NTT データとの協業による既存事業の拡大に加えて社会インパクト事業を育成し、中長期的な企業価値向上を目指す
- ・配当方針を安定配当から配当性向20%程度を目安とする業績連動型に変更

単体業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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、新規事業開発の支援、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。2023年3月期末の従業員数は前期末の176名とほぼ同等水準となっている。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16名、管理部門で約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。

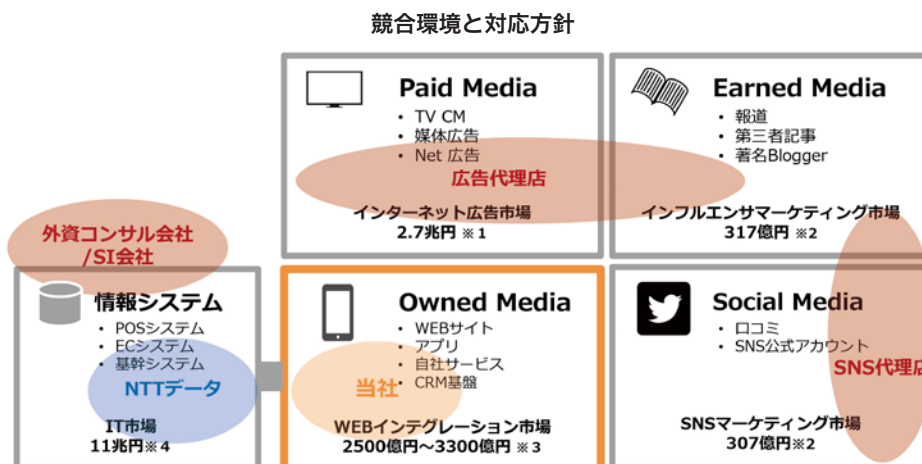
事業概要

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 などで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」を使ったデジタルサービス開発やデジタルマーケティング施策の立案・開発・運用などを強みとしている。



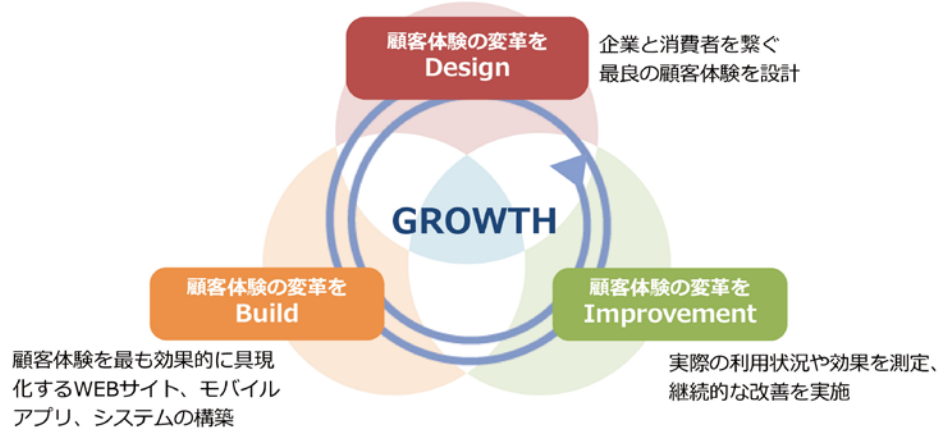
出典 ※1 総務省 調査レポート「2021年日本の広告費」 ※2 株式会社サイバー・パス プレスリリース「市場動向調査」2020年版
※3 デロイト トーマツ ミッドレンジ経済研究所 「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望2020年度版」におけるWebソリューション市場2022年～2024年予測値
※4 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査(2021年) 情報サービス産業」におけるソフトウェア開発、プログラム作成分野の2021年度の売上高値

出所：決算説明会資料より掲載

同社の強みは創業から24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。

事業概要

サービスのプロセス

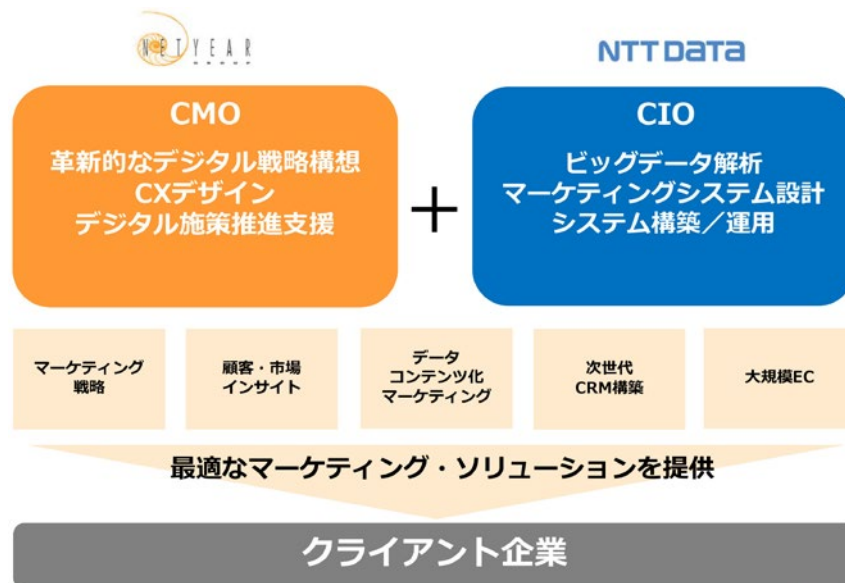


顧客企業との継続的な関係性

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、協業案件の増加によって同社の業績も上向くなどシナジー効果も出始めている。

NTT データとの協業



出所：決算説明会資料より掲載

ネットイヤーグループ | 2023年7月13日(木)
3622 東証グロース市場 | <https://www.netyear.net/ir/>

事業概要

カスタムプロジェクト以外では、自社及び他社開発プロダクトの導入支援も行っている。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り、カスタムプロジェクトと合わせて導入するケースもある。また、2022年3月期よりShopify Inc.<SHOP>が提供するECプラットフォーム「Shopify」の導入・活用支援サービスを開始している。

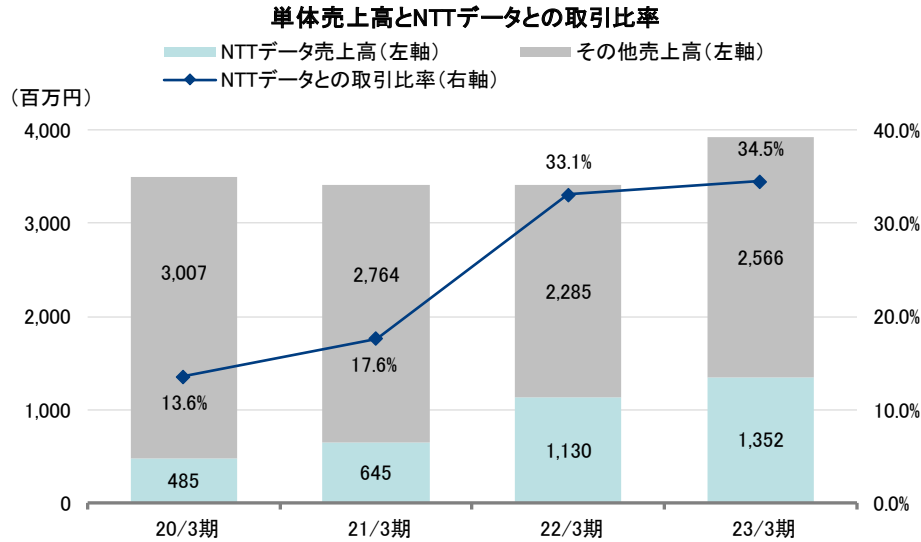
なお、クライアントの業種は小売業やサービス業、製造業、金融業など幅広く、顧客規模は日本を代表する大企業を中心となっている。なかでも、オウンドメディアによるデジタルマーケティングの重要性が高いBtoC領域を展開するクライアントが多く、取引実績は累積900社以上、案件数で年間3,000件に上る。ここ数年はNTTデータ向けの売上構成比が上昇傾向にあり、2023年3月期は34.5%まで上昇した。NTTデータ向けでは通信業や金融、自治体案件の実績が増えており、今後も共同開発プロジェクトの増加とともに構成比率は緩やかに上昇していくものと予想される。

顧客企業



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2023年3月期は旺盛なDX投資を背景に2ケタ増収、営業利益及び経常利益も2ケタ増益を達成

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期業績は、売上高で前期比14.7%増の3,919百万円、営業利益で同37.1%増の281百万円、経常利益で同36.6%増の280百万円、当期純利益で同65.5%減の200百万円となった。前期は関係会社株式売却益604百万円を特別利益として計上したため、当期純利益は減益となったものの、売上高、営業利益、経常利益はともに2ケタ成長となり、また会社計画に対してもそれぞれ上回るなど好決算となった。

業績動向

2023年3月期業績(単体)

(単位:百万円)

	22/3期		23/3期		前期比		
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	増減率	増減額
売上高	3,416	-	3,600	3,919	-	14.7%	503
売上原価	2,563	75.0%	2,715	3,028	77.3%	18.2%	465
売上総利益	852	25.0%	885	890	22.7%	4.5%	38
販管費	647	19.0%	645	609	15.6%	-5.9%	-38
営業利益	205	6.0%	240	281	7.2%	37.1%	76
経常利益	205	6.0%	239	280	7.2%	36.6%	75
特別損益	605	-	-	-	-	-	-605
当期純利益	580	17.0%	167	200	5.1%	-65.5%	-380

出所:決算短信、会社資料よりフィスコ作成

売上高は企業のDXに対する投資が続くなか、同社が事業領域とするデジタルマーケティング領域についてもCXを起点とした同社の取り組みが評価され、既存主要顧客からの継続開発案件が順調に推移したほか、NTTデータとの協業案件についても通信業界や小売業界などの継続案件に加えて、金融業界や自治体案件も増加するなど好調に推移した。主要顧客別の売上高を見ると、NTTデータ向けが前期比19.7%増の1,352百万円、スターバックスコーヒージャパン向けが同37.4%増の508百万円、その他顧客向けが同7.4%増の2,058百万円となった。

スターバックスコーヒージャパン向けについては、LINEを使ったモバイル注文サービスを設計・開発やECの改築等、継続的な購買体験の改善によるものとなっている。デジタルマーケティング施策では、Webサイトや会員アプリ等でのCXが向上するよう、改善・改修が常に行われており、継続的な受注につながっている。また、モスフードサービス<8153>向けの開発案件も売上増に貢献した。顧客の行動データの蓄積や分析などから最適なマーケティング施策の抽出と効果検証までを可能とする「データ主導型のCRM基盤システム」の構築を支援した。同システムの構築によってターゲット顧客に対して最適なマーケティング施策を打つことが可能となるほか、部門間をまたいだマーケティング施策の効果検証も行えるようになるなど、マーケティング部門のROI向上が期待されている。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)」についても増収に寄与した。一方、2022年3月期から開始した「Shopify」ストアアプリについては合計8本をリリースしたが、有料顧客の獲得に苦戦していることから、今後は「Shopify」構築支援ソリューションのメニューとして組み込むことで拡販を進めていくことにしている。

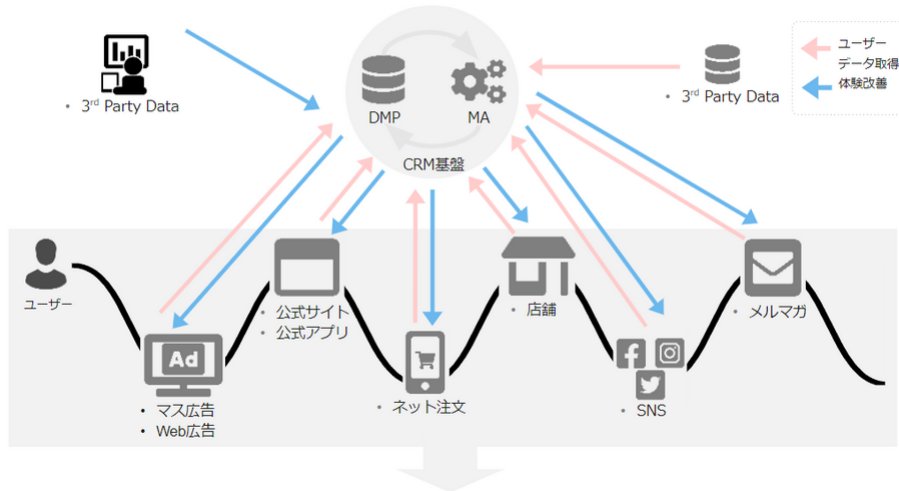
※ 顧客企業のオウンドメディアの活性化とマーケティング費用対効果の最大化を目的に、顧客課題や市場状況、競合動向などのデータ分析を行い、「SEO」「WEB広告」「サイト改善」の3つの領域で改善施策と予算配分の最適提案を行うほか、運用・分析、改善提案までをワンストップソリューションとして支援するサービス。契約社数は2023年3月末時点で25社。

業績動向

モスバーガーの導入事例

データが循環する事で高度化するCRM基盤システム

『ユーザーデータ取得』⇔『体験改善』のサイクルを回し、体験を継続改善できる環境を構築



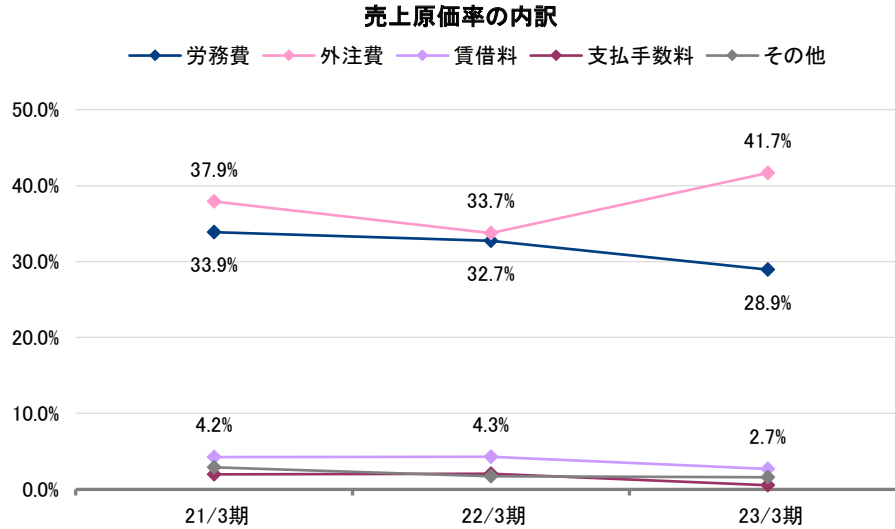
体験を継続改善し、体験への吸着力を高めるブランド体験の成長サイクル

出所：同社ホームページより掲載

費用の増減要因を見ると、売上原価率は前期の75.0%から77.3%と2.3ポイント上昇した。前期に販管費に計上していた「Shopify」関連アプリの開発費用（62百万円）を売上原価に組み入れた影響が大半を占める。前期の売上原価に同開発費を加えた原価率は76.9%となり、実質ベースでは0.4ポイントの上昇となった。内訳を見ると、労務費率は32.7%から28.9%に、賃借料が4.3%から2.7%と固定費関連については増収効果によって低下したものの、外注費率が33.7%から41.7%に上昇し、原価率の押し上げ要因となった。業務量の拡大に対応するだけの人的リソースが社内に不足しており、外注で対応したことが要因となっている。このため社内リソースの拡充が今後の課題となっている。

一方、販管費は前期比で38百万円の減少となったが、開発費用移管の影響を除けば実質24百万円の増加にとどまった。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。ただ、離職数も同等程度出たことから2023年3月末の従業員数は前期末比で横ばい水準にとどまった。

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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

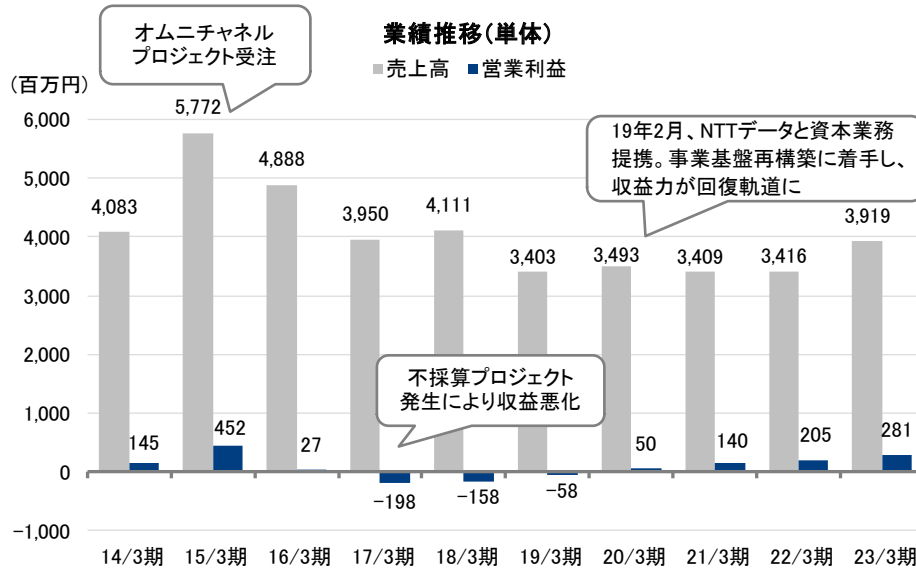
2. 中期経営計画の取り組みの成果について

同社は、2020年3月期から2023年3月期までを「収益力の回復」、すなわち利益の出る収益構造に変えていくことを経営の最重要課題として掲げ、以下の4つの施策に取り組んできた。前述したように、2023年3月期の業績は2ケタ増収増益となり、2020年3月期からの4年間で見れば右肩上がりに収益が回復し、営業利益率も7.2%と2015年3月期以来の水準まで回復したことから、同社が掲げた「収益力の回復」という目標は達成されたものと弊社では評価している。

(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2023年3月期は7.2%と過去ピークであった2015年3月期の7.8%の水準近くまで回復した。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月期以降はしばらく伸び悩んでいたが、2023年3月期は既存顧客からの大型開発案件が売上に寄与したこともあり、久しぶりに2ケタ台の伸びを示した。

業績動向



出所：決算短信、会社資料よりフィスコ作成

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、2023年3月期においても上昇傾向が続いたもようだ（上昇分の大半はNTTデータ向けの売上増による）。主要顧客の営業活動に注力することによって、営業の生産性も向上した。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を徹底するとともに、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3期連続で発生しておらず、収益性が向上する要因ともなった。

(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、売上構成比では2020年3月期の13.6%から2023年3月期は34.5%まで上昇し、業績回復の原動力となった。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が続いており、売上構成比も中期的には40%台半ばまで上昇することが予想される。

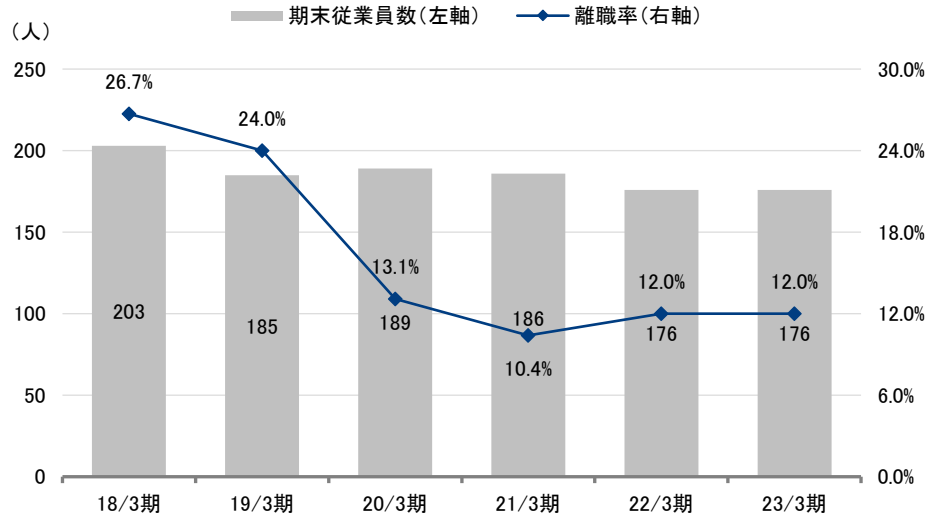
(3) 社員エンゲージメントの強化

企業の成長の源泉となる人財については、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きた。この結果、離職率は2018年3月期の26.7%から2023年3月期は12%程度とおおむね業界平均水準まで低下しており、一定の効果があったと評価される。

※ 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。

業績動向

期末従業員数と離職率の推移



※ 23/3期は会社ヒアリングによる
 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については売上高も伸びてきており一定の成果が出ているが、ストアアプリの販売や EC 構築支援サービスは苦戦しており、今後の課題と言える。

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

3. 財務状況と経営指標

2023年3月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 54 百万円増加の 3,176 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 257 百万円増加し、売上債権が 48 百万円、前払費用が 23 百万円減少した。固定資産ではソフトウェアが 3 百万円、投資その他資産が 13 百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比 122 百万円減少の 525 百万円となった。仕入債務が 10 百万円、未払費用が 27 百万円それぞれ増加した一方で、未払法人税等が 133 百万円減少した。また、純資産は同 177 百万円増加の 2,651 百万円となった。当期純利益 200 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 177 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 83.5% に上昇し、無借金経営で現金及び預金も 2,220 百万円と過去最高水準に積み上がっていることから、財務内容は健全な状態にあると判断される。一方、収益性については営業利益率で前期比 1.2 ポイント上昇の 7.2% と 2015 年 3 月期以来の水準まで向上した。今後はさらなる成長に必要な人材の採用・育成や、M&A・アライアンス戦略による新規事業領域への展開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。

業績動向

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	増減
流動資産	1,760	1,874	3,005	3,075	69
（現金及び預金）	806	1,073	1,962	2,220	257
固定資産	434	334	116	101	-14
総資産	2,195	2,315	3,122	3,176	54
流動負債	510	389	643	520	-122
固定負債	11	10	5	5	-
負債合計	522	399	648	525	-122
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	1,673	1,916	2,474	2,651	177
（安全性）					
自己資本比率	76.2%	82.7%	79.2%	83.5%	4.2pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-
（収益性）					
ROA	2.3%	6.2%	7.5%	8.9%	1.4pt
ROE	2.4%	14.7%	26.4%	7.8%	-18.6pt
売上高営業利益率	1.4%	4.1%	6.0%	7.2%	1.2pt

出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年3月期は人材投資による 経営基盤の強化に軸足を置きながら増収増益を目指す

1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の業績は、売上高で前期比4.6%増の4,100百万円、営業利益で同6.7%増の300百万円、経常利益で同6.6%増の299百万円、当期純利益で同4.4%増の209百万円と増収増益となる見通し。同社の事業領域となるCXを起点としたデジタルマーケティング施策の導入や改善に取り組む企業からの引き合いは依然活発な状況が続いているもようで、喫緊の課題は人的リソースの強化が挙げられる。このため、2024年3月期は人材投資による経営基盤の強化に軸足を置きながらも、堅実な収益成長を目指す計画となっている。

ネットイヤーグループ | 2023年7月13日(木)
 3622 東証グロース市場 | <https://www.netyear.net/ir/>

今後の見通し

2024年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		前期比
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	
売上高	3,919	-	4,100	-	4.6%
営業利益	281	7.2%	300	7.3%	6.7%
経常利益	280	7.2%	299	7.3%	6.6%
当期純利益	200	5.1%	209	5.1%	4.4%
1株当たり当期純利益(円)	28.61		29.86		

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高については、引き続き NTT データとの協業案件の増加が見込まれるほか、既存主要顧客の案件を継続していくことで1ケタ台の増収は可能と見られる。前期に伸長したスターバックスコーヒーやモスフードサービスなどで前期並みの売上水準が見込まれており、人的リソースに余裕があればさらなる売上の拡大も期待できる状況となっている。

人材戦略としては、2023年春に8名の新卒社員が入社したほか、2022年3月より人材派遣会社(株)LULLと共同で始動した「若手をIT・デジタル人材にリスクリングするプロジェクト」により、IT業界未経験者の人材をエンジニアとして育成し、社員化する取り組みを進めていく。同スキームでは、まずLULLのIT人材育成カリキュラムを採用し、Web講師とキャリアアドバイザーがスキルとキャリアの両側面をサポートし、あわせて同社からは豊富なナレッジにより設計されたUXに関するカリキュラムを提供している。2022年3月期はLULLを通じて同社の約10件の開発プロジェクトに約20名が参画しており、2023年3月期には5~6名を社員として採用するなど実績が出始めている。キャリア採用はコストも高いことから、今後もこうした未経験者の育成に仕組み、社員として採用を進めていくことにしており、新卒採用と合わせて年率10%程度のペースで人員増強を図っていく方針だ。また、プロジェクトを管理・指揮するプロジェクトマネージャーも不足しており、強化ポイントとなっている。人員の増強が進めば受注能力も拡大し、売上の成長につながっていくだけでなく、内製化率が高まることで収益性の向上も期待される。このため当面は人件費や採用・育成費の増加が見込みだが、持続的な成長を実現していくための経営基盤を構築する先行投資と位置付けている。

また、人員増強を進めるためには、離職率の低減も合わせて取り組む必要がある。2023年3月期の離職率は前期並みの12%程度と業界平均並みの水準となったが、これを1ケタ台まで抑えられれば理想的と言える。離職率の低減施策については、人事制度の見直しや多様な働き方が可能となる各種制度や福利厚生充実などに加えて、コミュニケーションの活性化等によってエンゲージメントを高めていくことが必要と思われる。新規事業である社会インパクト事業の育成は、社員とのエンゲージメントのための取り組みの一環である。

今後の見通し

そのほか、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 2021 年に立ち上げている。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受講することで、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。その一環としてデザイン人材※の育成を目的として、(特非) 人間中心設計推進機構 (HCD-Net) が実施する「人間中心設計スペシャリスト・専門家」資格の取得支援制度を 2023 年 3 月期より開始し、7 名が資格を取得している。

※ 広義には、あるべき未来を構想し、事業課題を創造的に解決できる人材のこと。デザインとビジネス、テクノロジーのスキルが結合した人材。

NTT データとの協業による既存事業の拡大に加えて 社会インパクト事業を育成し、中長期的な企業価値向上を目指す

2. 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。こうしたなか、既存事業については NTT データとの協業を強化し営業効率を高め、多様化するニーズに対して複数のソリューションを総合的に提案する活動を推進し、リアルとデジタルの垣根のない最良の CX の実現を通して、顧客企業のデジタルマーケティング及び DX を支援し、事業の拡大を図っていく。また、多様なソリューションを横展開していくために、これまで蓄積してきたノウハウを型化し、SaaS 型サービスと組み合わせることによって収益性の向上にも取り組んでいく方針だ。

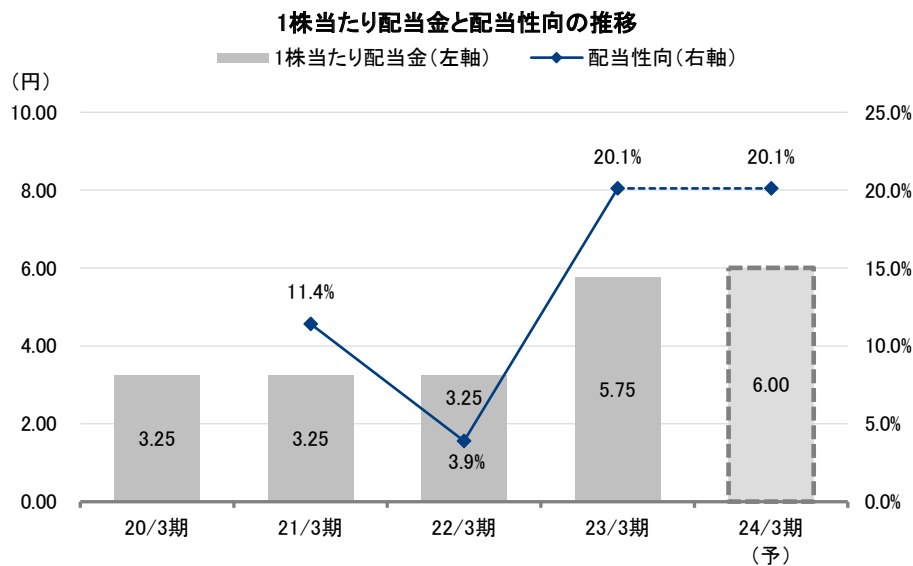
一方、新規事業としては社会課題の解決と事業課題の解決を目的とする社会インパクト事業の育成する。その第 1 弾として 2022 年 9 月に日本顧問介護士協会 (静岡県) と介護離職リスクの軽減支援に関する業務提携を発表した。日本顧問介護士協会は、超高齢化社会で問題となっている介護離職 (介護負担の増大で離職を余儀なくされる状況) のリスクを軽減することを目的に 2020 年に設立された団体で、介護セミナーや相談会を実施している。今回の業務提携により、同協会が提供する顧問介護サービスのプラットフォームの DX 支援や介護関連用品の専門 EC サイトの開発支援を行う予定となっている。

また、2023 年 2 月には地域と事業の課題解決を両立する「廃校の利活用」を核とした地域創生プロジェクトについて、愛媛県宇和島市と包括連携協定を締結した。今回の協定により具体的に実施の検討を進めていくテーマとして、1) 宇和島市内の廃校をコワーキングスペースやシェアオフィスとして活用していくこと、2) 地域創生をリードするサービスデザイン人材を育成する教育プログラムの実施、3) 企業版ふるさと納税制度等を生かし、地域創生事業に関心の高い企業から資金を呼び込み、地域の物販を支援する EC サイトの構築、デジタルマーケティング支援、ファンマーケティングの提供、などを挙げている。これらのプロジェクトが業績に与える影響は軽微だが、こうしたプロジェクトを多く積み重ねることによって、社会への貢献と収益成長を同時に実現していく考えだ。

■ 株主還元策

配当方針を安定配当から配当性向 20% 程度を目安とする 業績連動型に変更

同社は株主還元策として配当を実施しており、今回配当方針の変更を発表した。従来は、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を基本方針としてきたが、収益力が回復してきたこともあり、今後は配当性向で 20% 程度の水準を目安に配当を行っていくことにした。同方針に基づき、2023 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 2.5 円増配の 5.75 円（配当性向 20.1%）に増配し、2024 年 3 月期も同 0.25 円増配の 6.00 円（配当性向 20.1%）と連続増配の予想としている。なお、定量基準については今後の外部環境の変化や財政状態、事業展開等を総合的に勘案して、適宜見直していくことにしている。このため、今後は配当性向で 20% を下回る水準になれば増配が期待できることになる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

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、配布等することは堅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