

|| 企業調査レポート ||

## データセクション

3905 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月29日(金)

執筆：客員アナリスト

中山博詞

FISCO Ltd. Analyst **Hiroshi Nakayama**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期第2四半期の業績概要	01
2. 2024年3月期業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
3. 事業の強みと目指すべき姿	05
■ 事業概要	06
1. 国内事業	07
2. 海外事業	08
■ 業績動向	09
1. 2024年3月期第2四半期の業績概要	09
2. 事業セグメント別動向	10
3. 財務状況と経営指標	11
4. キャッシュ・フロー計算書	12
■ 今後の業績見通し	13
1. 2024年3月期の業績見通し	13
2. 2024年3月期のテーマと基本方針	14
■ 中長期の成長戦略	15
1. 成長戦略	15
2. 進捗状況	16
3. KPIの進捗状況	16
4. サステナビリティ方針	17
■ 株主還元策	18

## ■ 要約

### 3つの成長ドライバーを推進し、 2020年代後半に売上高100億円以上を目指す

データセクション<3905>は、テキスト解析技術及びAI（人工知能）開発技術をベースにビッグデータから得られる情報の分析サービスを行う企業である。創業以来、SNS分析などのSaaS型サービスや、システム運用・保守等を中心とした「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」を基盤に、ストック型サービスを中心とした「リテールマーケティング事業」を展開し、加えて「新規事業」として、医療系ビジネス、自社プロダクト開発にも注力してきた。2024年3月期第2四半期から、従来の「リテールマーケティング事業」「データ分析ソリューション事業」の2区分から、「DATA & AI」を軸に「データサイエンス」「マーケティングソリューション」「システムインテグレーション」の3つの事業領域で展開する「国内事業」とインスタアナリティクスサービスの主力商品である「FollowUP」の海外展開を軸とした「海外事業」の2区分に再編した。今後、同社は経営管理・業績管理体制の高度化や国内外のバランスの良い投資等による成長を目指す。

#### 1. 2024年3月期第2四半期の業績概要

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高で前年同期比13.8%増の978百万円、営業損失は162百万円（前年同期は104百万円の損失）、経常損失123百万円（前年同期は8百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純損失は99百万円（前年同期は75百万円の利益）となった。海外子会社各社の業績が好調であること、スペインとパナマの非連結子会社を連結子会社化したことにより売上高が増加した。「国内事業」の業績においては売上高はほぼ横ばい、セグメント利益は大幅に減少している。一方で、「海外事業」の業績は大幅な増収増益で好調に推移している。

#### 2. 2024年3月期業績見通し

2024年3月期の連結業績は、売上高で前期比3.9%増の2,000百万円、営業利益で60百万円（前期は56百万円の損失）、経常利益で同1.5%増の42百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で5百万円（前期は534百万円の損失）となる見込みである。2023年3月期から引き続き国内及び海外（特に南米）において、それぞれが着実な増収を図り、増益及び黒字転換を目指しており、2023年5月発表の期初予想と変わりはない。下期の業績は、第3四半期以降に偏重する傾向は変わらないものの、前年同期に比べて、おおむねなだらかな盛り上がりを見せて着地するものと見ている。

## 要約

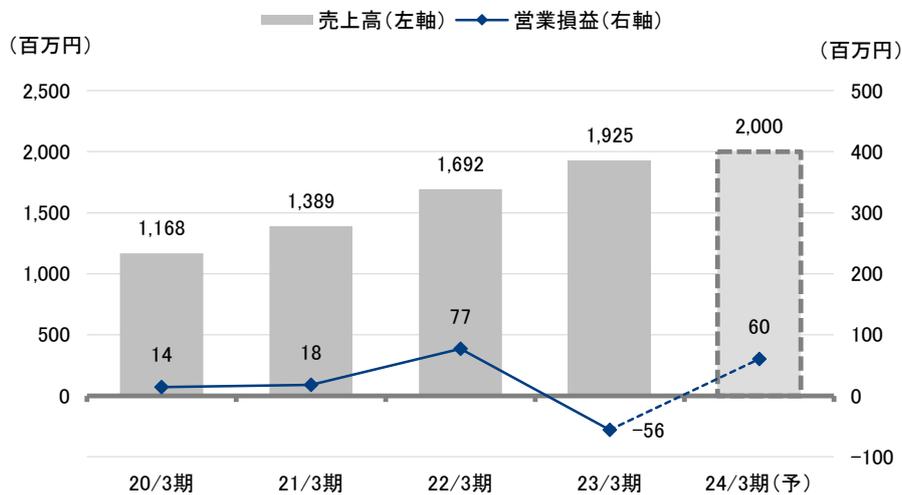
## 3. 中長期の成長戦略

同社は、2019年3月期から2023年3月期までの「リテールマーケティング事業」を中心としたフェーズから、2024年3月期にグローバルベースでの「拡大投資」のフェーズへ移行した。これまでのリテールマーケティング事業における国内・海外双方でのバランスが良い成長に加え、今後はM&Aや新規事業開発に対してグローバルに積極的な投資を行う計画である。成長ドライバーである「自社プロダクト強化」「ターゲット市場拡大」「進出国拡大」については順調に進捗している。2023年6月にスーパーマーケット向け商品棚解析ソリューション商品をリリースした。小売（アパレル）、商業施設、スーパーマーケット、医療業界等へとターゲットを拡大しており、さらにメーカー、ドラッグストア、百貨店、デベロッパー、不動産など多岐にわたる業界への進出を検討している。2024年3月期第2四半期には、海外連結子会社がチリ、コロンビア、ペルーの4社に、スペイン、パナマの2社を加え、合計6社となった。

## Key Points

- ・2023年3月期第2四半期より、「国内事業」「海外事業」の2区分に再編
- ・2024年3月期第2四半期の「国内事業」の業績は、売上高が横ばい、利益面はマイナス着地
- ・2024年3月期第2四半期の「海外事業」の業績は、大幅な増収増益
- ・2024年3月期の業績見通しは、期初予想と変わらず、売上高2,000百万円、営業利益60百万円

## 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### コア技術「大容量のデータ解析技術」により 自社プロダクト・サービスを開発

#### 1. 会社概要

同社グループは、AIによる画像解析技術を用いたリテールマーケティング事業や、開発力の強みを生かしたFintechやSNS事業を展開している。創業以来、SNS分析などのSaaS型サービスやシステム運用・保守等を中心とした「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」を基盤に、2018年頃からストック型サービス等を中心とした「リテールマーケティング事業」で、海外での店舗DXを後押ししている。加えて「新規事業」として、医療系ビジネスや自社プロダクト開発にも注力している。同社グループの構成は従来の同社、連結子会社6社に、2023年3月期第2四半期よりスペインとパナマの連結子会社2社を加えた合計8社となった。

連結子会社であるソリッドインテリジェンス(株)は、多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業、同じく(株)ディーエスエスは金融系システムの保守運用受託、アプリケーション開発を行っている。リテールマーケティング事業の主力である「FollowUP」の海外展開には、Jach Technology SpA(チリ)、Alianza FollowUP S.A.S(コロンビア)、Inteligencia S.A.(チリ)、Follow UP Peru S.A.C.(ペルー)に、さらに、同第2四半期よりFollowUP Customer Experience S.L.(スペイン)、Alianza FollowUP Panamá S.A.(パナマ)が加わった。今後も継続してAI技術とデータ分析のさらなる活用により、様々なビジネスモデルでのイノベーションを創出する計画である。

#### 同社グループの構成

会社名	連結化年度	保有議決割合	事業内容
データセクション(株)	2000	-	データ分析の技術力で実社会の変革(企業の業務改善や消費者生活の向上)を推進
ソリッドインテリジェンス(株)	2013	86.9%	多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業
(株)ディーエスエス	2018	100.0%	金融系システム運用保守及びアプリケーション開発
Jach Technology SpA	2019	100.0%	チリにおけるリテールマーケティング事業
Alianza FollowUP S.A.S	2019	100.0%	コロンビアにおけるリテールマーケティング事業
Inteligencia S.A.	2021	100.0%	チリにおけるリテールマーケティング事業
Follow UP Peru S.A.C.	2022	55.0%	ペルーにおけるリテールマーケティング事業
FollowUP Customer Experience S.L.	2023	95.0%	スペインにおけるリテールマーケティング事業
Alianza FollowUP Panamá S.A	2023	100.0%	パナマにおけるリテールマーケティング事業

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 会社概要

## 2. 沿革

同社は2000年7月東京都渋谷区神宮前に設立され、ビッグデータブームの先駆けとなった。2009年2月にインターネット上のリスク監視・危機対応サービスをリリースし（同年6月に（公財）日本デザイン振興会主催の2009年度グッドデザイン賞を受賞）、2014年3月に（株）東京放送ホールディングス（現TBSホールディングス<9401>）の子会社であるTBSイノベーション・パートナーズ（同）を引受先とした第三者割当増資を実施した。2018年5月、（株）アルムと資本業務提携し、AIによるデータ解析技術を活用した共同研究開発体制を構築し、同年7月にはアルムから店舗内カメラデバイスによる小売店支援ツール「FollowUP」の日本における開発・販売事業を譲受したほか、KDDI<9433>と資本業務提携を締結（2021年6月資本業務提携解消）し、画像分析・ソーシャルメディア分析を活用した共同事業開発体制を構築した。2019年12月には、店舗DXツール「FollowUP」の海外における開発・販売事業を行うJach Technologyの普通株式を取得し、子会社化した。そして2023年9月にThe ROOM4D（株）から「データ分析に関するコンサルティング及び関連システムの受託開発事業」を、The ROOM Door（株）から同社子会社であるディーエスエスが「SES事業（システム開発、データ分析、データ活用支援等）」をそれぞれ譲受した。

なお、2014年12月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズに上場し、2022年4月には東証の市場区分の見直しにより、東証グロース市場へ移行した。

## 会社概要

## 沿革

年月	沿革
2000年 7月	東京都渋谷区神宮前にて同社設立
2008年 6月	「ウェブクロージングサービス」をリリース
2009年 2月	インターネット上のリスク監視・危機対応サービスをリリース
2009年 6月	「インターネット上の風評リスク監視・危機対応サービス」が日本デザイン振興会主催の2009年度グッドデザイン賞を受賞
2009年10月	「ブログデータ収集 ASP」をリリース
2010年 1月	SaaS型 CGM ダッシュボードサービス「Insight Intelligence For Marketing (現 Insight Intelligence)」をリリース
2011年 8月	アジア圏ソーシャルメディアを分析する SaaS サービス「Insight Intelligence for Asia」をリリース
2012年 5月	東京都渋谷区渋谷に本社を移転
2012年 7月	(株)博報堂と資本業務提携し、ソーシャルメディア情報を活用したマーケティングソリューションの共同開発体制を構築
2013年 4月	子会社であるソリッドインテリジェンスを設立
2013年 7月	ソーシャルメディアデータ供給企業である(株)エヌ・ティ・ティ・データから「Twitter データの商用利用許諾」を取得
2014年 3月	データエクステンジコンソーシアム有限責任事業組合を設立
2014年 3月	TBS グループとの資本業務提携を目的として東京放送ホールディングス(現 TBS ホールディングス)の子会社である TBS イノベーション・パートナーズを引き受け先とし、第三者割当増資を実施
2014年 4月	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム(株)と資本業務提携し、ビッグデータ分析を活用した広告・マーケティングプラットフォームの共同研究開発体制を構築
2014年12月	東証マザーズ市場に上場
2016年 2月	(株)日本データ取引所を設立
2016年 9月	(株)共同通信イメージズと資本業務提携を締結し、AIによる画像解析技術を活用した共同研究開発体制を構築
2018年 1月	KAG ネットワークソリューションズ(株)(現 ディーエスエス)を連結子会社化
2018年 5月	アルムと資本業務提携し、AIによるデータ解析技術を活用した共同研究開発体制を構築
2018年 7月	アルムより店舗内カメラデバイスによる小売店支援ツール「FollowUP」の日本における開発・販売事業を譲受
2018年 7月	KDDI と資本業務提携(2021年6月に解消)し、画像分析・ソーシャルメディア分析を活用した共同事業開発体制を構築
2018年 8月	東京都品川区西五反田に本社を移転
2019年 7月	ソーシャルリスニングツール「Insight Intelligence Q」をリリース
2019年12月	「FollowUP」の海外における開発・販売事業を行う Jach Technology SpA の普通株式を取得し、同社及びその子会社を子会社化
2022年 4月	東証の市場区分の見直しにより、マザーズ市場からグロース市場へ移行
2023年 9月	The ROOM4D から「データ分析に関するコンサルティング及び関連システムの受託開発事業」を譲受(同時に、The ROOM Door から子会社であるディーエスエスが「SES 事業(システム開発、データ分析、データ活用支援等)」を譲受)

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

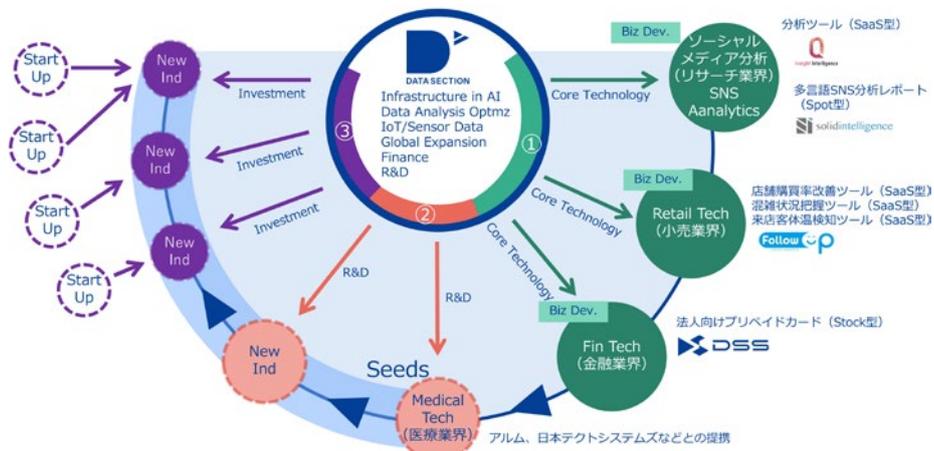
### 3. 事業の強みと目指すべき姿

同社の強みは、コア技術である「大容量のデータ分析技術」により、爆発的に増加するデータから必要なデータを収集・分析し、優れた解析技術でデータを情報へ変換し、自社プロダクトやサービスを開発することができることである。

会社概要

同社は、グローバル展開を目指すテクノロジー・スタートアップ企業で構成する「データセクションスタートアップ連合」を目指す。分析技術の中核とした親会社(=同社)と各業界の業務改善DXを実施する子会社(サテライト・カンパニー)との連合企業群を創り上げる。具体的な構築フローとして、同社のコア技術を担うグループ会社が市場ニーズを検知し、潜在的なニーズを探る新チームを形成し、新しいソリューションを構築する。次に、市場のニーズにフィットさせる改善(PMF)を行い、事業が安定化した後、分社化(スピノフ)する。分社化した企業は、同社のファンドを通じてアーリーステージのスタートアップ企業として投資を行う。最終的に、既に同社グループが形成しているグローバル展開のフローを活用し、グループ会社へのシナジーに対しても貢献する。

データセクションスタートアップ連合



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

## ■ 事業概要

### 2023年3月期第2四半期より 「国内事業」「海外事業」の2区分に再編

従来、同社は「FollowUP」を主力とした「リテールマーケティング事業」「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」「新規事業」の4つの事業領域で展開してきた。2023年3月期第2四半期より、マネジメント・アプローチの観点から経営管理・業務管理体制の見直しと高度化を図ること、投資家やステークホルダーへの分かりやすさ、及び今後国内・海外双方にバランスの良い投資で成長を促すことなどから将来の事業展開を踏まえ、「国内事業」「海外事業」の2区分に再編した。

事業概要

従来のセグメントとの構成比較

エンティティ	DS	DSS	SI	Jach	INX	Alianza	Peru	Spain	Panama
変更前	リテール	データ分析ソリューション			リテールマーケティング				
変更後	国内				海外				

出所：決算説明資料より掲載

1. 国内事業

2024年3月期第2四半期から、同社は、セグメントの1つとして「国内事業」を再編した。コア技術である「DATA&AI」を軸に「データサイエンス」「マーケティングソリューション」「システムインテグレーション」の3つの事業領域で展開する。「データサイエンス※1」では、データ統合基盤の設計、構築、運用まであらゆる場面（AWS、Azure、GCP 各種クラウドへの対応等）で専門的サポートとコンサルティングを提供し、データに精通した組織を育成するための教育も実施する。「マーケティングソリューション」では、IoTデバイスを用いたオフライン店舗のデータ化及びデータ活用の支援を行い、ソーシャルビッグデータの分析、エンジン等、マーケティング領域でのソリューションの提供を行う。「マーケティングソリューション」には、店舗にIoTデバイスを設置し来店した顧客の興味関心をデータ化し分析する「インスタアナリティクス※2」及び膨大に存在するビッグデータから消費者インサイト発掘・リスク投稿を抽出する「ソーシャルリスニング※3」の2つのサービスがある。「インスタアナリティクス」の主力商品が「FollowUP」、 「ソーシャルリスニング」の主力商品は「Insight Intelligence Q」である。「システムインテグレーション※4」では、顧客の個別案件に基づき、コンサルティングから保守運用まで一気通貫でAI受託開発・システム受託開発で支援する。

- ※1 同社が本来コア技術としている事業領域で、新しく追加された事業領域である。
- ※2 従来の「リテールマーケティング事業」を担う。
- ※3 従来の「ソーシャルメディア分析事業」を担う。
- ※4 従来の「AIシステム開発事業」を担う。

(1) インスタアナリティクス (FollowUPの国内展開)

「インスタアナリティクス」とは、小売業界において製品やサービスを消費者に販売する際に行われるマーケティング活動のことである。小売業において商品を消費者に提供する役割を果たすために、「インスタアナリティクス」は、店舗デザインと陳列、価格戦略、プロモーション等の効果的なマーケティング戦略を展開し、顧客を引き付け、商品を売り込む重要な手法である。同社は、そのなかでも主に小売店舗のDXを推進し業務の最適化を行っている。店舗AIカメラ画像から来店客の行動データを分析し、来店客の購買率などを可視化し、顧客に情報を提供している。また、SaaS型の分析システムをサービスとして提供しており、顧客の業務を効率化するための活用支援を行っている。

購買率を軸とした売上向上支援サービスである「FollowUP」は、店舗に入店人数を計測できる3Dカメラを設置することで、入店人数を正確に計測し、POSと連携することで購買率を算出できる。購買率を軸として、店舗のポテンシャルや課題の抽出、店舗改善サイクルの構築、店舗からの報告における本部とのコミュニケーションの円滑化、店舗オペレーションの最適化などの支援サービスを提供する。アパレル、リユース、コスメ、雑貨、釣り、ジュエリー、文具など様々な小売業界に導入実績がある。

#### 事業概要

### (2) ソーシャルリスニング

「ソーシャルリスニング」とは、ソーシャルメディアプラットフォーム上で生成されるデータを収集し、分析するプロセスのことである。この分析は、企業や組織がソーシャルメディア上での展開やキャンペーンの効果を理解し、意思決定や戦略の改善に活用するために必要なものである。主にクチコミ分析からのマーケティング支援を行っている。国内及び海外の SNS やインターネット上のクチコミを分析して企業のマーケティングリサーチや風評リスクを検知し、これを用いて省庁や自治体向けに観光施策のコンサルティングサービスを実施している。また、X（旧 Twitter）における販促効果測定を分析する SaaS 型の分析システムをサービスとして提供している。

「ソーシャルリスニング」のサービスは「Insight Intelligence Q」が主力である。「Insight Intelligence Q」は、調べたいトピックに対し、ソーシャルメディアのデータ分析をリアルタイムに行えるツール「Insight Intelligence」を、マーケター向けに、一般企業向け広告出稿後の効果測定、マーケティング戦略への活用、リスク認知などにも活用できるようにしたものである。活用事例として、商品クチコミ調査、ファネルの競合との比較調査、キャンペーン反響調査、プロモーション効果測定等がある。

### (3) システムインテグレーション

「AI 受託開発」は、人工知能技術を活用して機械が知的なタスクを実行できるようにするプロセスである。AI システムは、データを学習し、認識、判断、予測、問題解決などの複雑なタスクを実行することができる。同社は、主にビッグデータの収集及び分析技術を業務に活用するコンサルティングを行っている。具体的には、大企業が保有するビッグデータを分析するセミオーダー型システムの開発や、業務改善のためにビッグデータ分析を活用するコンサルティングを行う。また、開発後のシステム運用保守も行っている。「システム受託開発」は、上流工程から下流工程の保守運用まで一貫して提供し、検索エンジンの開発、大規模データ処理技術、Web アプリ開発、AWS のオンプレミスクラウドの開発、スマホアプリの開発等を行う。

主な開発事例としては、「AI 受託開発」においては、生体情報（脳波・心電図波形）の分析、音声解析エンジンの開発、不適切画像のフィルタリングエンジンの開発、太陽光パネルの以上検知システムの開発等、「システム受託開発」においては、監査データ解析ダッシュボードの開発、SNS& 広告出稿データ分析ダッシュボードの開発、製造業向け検索エンジンの開発等がある。

## 2. 海外事業

2023年3月期第2四半期より、同社は、もう1つのセグメントとして「海外事業」を再編しており、インスタアナリティクスの主力である「FollowUP」の展開を行う。現在はスペイン語圏の南米国を中心に展開しており、同第2四半期からは、従前の同社の海外子会社4社に、スペインとパナマを加えた合計6社で、さらに拡大支援する。

## 事業概要

## ● インストアアナリティクス (FollowUP の海外展開)

海外では主力の「FollowUP」とは別に、「Store Capacity Control (SCC)」「HealtyUP」「COVID-19 Tasking」「FollowUP Shelf Analytics」などのサービスを提供している。「Store Capacity Control」は、入店制限を自動化する混雑情報配信サービスである。店舗内の人数を把握し、入り口にて来店客に入店の可否を表示で知らせることができる。「HealtyUP」は体温検知・アラートサービスである。店舗入場者の発熱やマスク着用の有無を検知し、感染者がいつどの店舗にいたかを追跡することができる。「COVID-19 Tasking」は、店舗内で実施する消毒などの感染対策オペレーションのスタッフ教育 (e ラーニング) や、日々の感染対策オペレーションを支援するサービスを提供するものである。スーパーマーケット向け商品解析ソリューション「FollowUP Shelf Analytics」は、画像処理 AI を利用したリアルタイム監視と警告システムを利用し、欠品商品の検知や商品の適切な配置に役立てることができる。

同社の「FollowUP」は、南米大手リテールグループの Falabella S.A. が運営する百貨店 47 施設をはじめ、同社がライセンスを取得してチリにて展開する「Clarks」「ALDO」「MANGO」など 12 ブランドにおける路面店 58 店舗にも導入している。

## 業績動向

### 同社グループ全体で増収を達成。 売上原価増加も、減益は通期計画上の想定内

#### 1. 2024 年 3 月期第 2 四半期の業績概要

2024 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高で前年同期比 13.8% 増の 978 百万円、営業損失は 162 百万円 (前年同期は 104 百万円の損失)、経常損失 123 百万円 (前年同期は 8 百万円の損失)、親会社株主に帰属する四半期純損失は 99 百万円 (前年同期は 75 百万円の利益) となった。海外子会社各社の業績が好調であること及び FollowUP Customer Experience (スペイン)、Alianza FollowUP Panamá (パナマ) を新たに連結子会社化したこと等により売上高が増加し、海外売上高は前年同期比 41.4% 増となった。一方で、同社単体及びチリの連結子会社である Jach Technology における体制強化のための人件費が 59 百万円増加したこと、連結子会社の受注増に伴う外注費増加により業務委託費が 51 百万円増加したことなどにより売上原価が前年同期比 22.6% 増加し利益面を圧迫したが、通期計画上の想定内である。

## 業績動向

## 2024年3月期第2四半期の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期2Q 実績	24/3期2Q 実績	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	859	978	13.8%	118
売上原価	544	668	22.6%	123
売上総利益	315	310	-1.5%	-4
販管費	419	472	12.5%	52
営業損失	-104	-162	-	-57
経常損失	-8	-123	-	-114
親会社株主に帰属する 四半期純損失	75	-99	-	-174

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 国内事業の売上高は横ばいで減益の一方、海外事業は大幅な増収増益

### 2. 事業セグメント別動向

2024年3月期第2四半期より、同社の従来の事業セグメントである「FollowUP」を主力とした「リテールマーケティング」及び「AI・システム開発事業」「ソーシャルメディア分析事業」「新規事業」を含んだ「データ分析ソリューション」の2セグメントから「国内事業」「海外事業」の2セグメントに再編した。

#### (1) 国内事業

売上高は536百万円（前年同期比2.0%減）、セグメント損失は69百万円（前年同期は10百万円のセグメント利益）となった。「FollowUPの国内展開」は前期に引き続き顧客層の拡大、チェーン展開、フランチャイズ展開を行っている顧客への一括導入を進めた結果、「FollowUP」の導入店舗数・カメラ設置台数が増加した。「ソーシャルメディア分析事業」では、2023年3月期から効率的な業務体制の構築を進め、スポット案件を積み上げた結果、前年同期に比べ売上高は増加した。連結子会社であるソリッドインテリジェンスにおいては、官公庁や外国人観光客向けのニーズを的確に捉え売上高が増加した。「AI・システム事業」は、同社単体で既存取引のストック収入及び新規案件の減少により売上高は前年同期に比べ減少した。連結子会社であるディーエスエスにおいては、ずれていた案件の検収が2023年10月に完了したため、計画どおり推移している。

#### 国内事業の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期2Q	24/3期2Q	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	547	536	-2.0%	-10
セグメント利益	10	-69	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

## (2) 海外事業

売上高は441百万円（前年同期比41.4%増）、セグメント利益は85百万円（前年同期比223.0%増）と大幅な増収増益となった。2023年3月期より引き続きプロジェクトの大型化を進め、ショッピングモールに出店している小売店舗の全店へ一括導入を行った。特にチリの連結子会社におけるモールへの導入が寄与し増加した。

## 海外事業の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期2Q	24/3期2Q	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	312	441	41.4%	129
セグメント利益	26	85	223.0%	59

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024年3月期第2四半期末時点で、国内事業の業績において売上高はほぼ横ばい、セグメント利益は大幅に減少している。一方で、海外事業の業績は大幅な増収増益で好調に推移している。セグメントを「国内事業」と「海外事業」に再編することは、「国内事業」のあらゆる課題を抽出し、見直しを図り、事業基盤を盤石にする目的がある。今後、事業戦略を推進するにあたり「国内事業」「海外事業」双方においてバランスの良い投資を促すことが肝要となる。

## 3. 財務状況と経営指標

2024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98百万円減少の4,287百万円となった。主な増減要因は、有形固定資産が190百万円、のれんが78百万円、ソフトウェアが80百万円増加したものの、長期貸付金が151百万円、現金及び預金が445百万円減少したことなどがある。負債合計は前期末比67百万円減少の1,809百万円となった。これは短期借入金が23百万円、未払金が36百万円、固定負債のその他が44百万円増加した一方、長期借入金（1年内返済予定の長期借入金含む）が189百万円減少したことによるものである。純資産合計は、前期末比30百万円減少の2,478百万円となった。これは海外子会社の財務諸表の為替換算により生じた為替換算調整勘定が58百万円増加した一方、親会社株主に帰属する四半期純損失99百万円を計上したことが主要因である。利益増減要因により若干の減少はあったものの、総資産規模はほぼ横ばいである。安全性を示す自己資本比率も前期末より0.3ポイント増加の56.5%となった。

## 業績動向

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期2Q	増減額
流動資産	2,288	1,803	-484
現金及び預金	1,446	1,000	-445
固定資産	2,097	2,484	386
有形固定資産	244	434	190
無形固定資産	769	929	159
投資その他の資産	1,083	1,120	36
資産合計	4,386	4,287	-98
流動負債	1,170	1,210	39
短期借入金	513	537	23
固定負債	706	598	-107
長期借入金(1年内返済予定の長期借入金含む)	996	806	-189
負債合計	1,877	1,809	-67
純資産合計	2,508	2,478	-30
【安全性】			
自己資本比率	56.2%	56.5%	0.3Pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 4. キャッシュ・フロー計算書

2024年3月期第2四半期のキャッシュ・フロー計算書を見ると、営業活動によるキャッシュ・フローは159百万円の資金の支出（前年同期は27百万円の獲得）となった。これは主に税金等調整前四半期純損失が113百万円、減価償却費69百万円及びのれん償却費24百万円の計上、売上債権の減少32百万円などによるものである。投資活動によるキャッシュ・フローについては、92百万円の資金の支出（前年同期は86百万円の支出）となった。主因は、有形固定資産の売却による収入16百万円、無形固定資産取得に伴う支出81百万円、保険金積立に伴う支出20百万円によるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは、217百万円の資金の減少（前年同期は392百万円の減少）で、主に長期借入金返済に伴う支出200百万円によるものである。こうした活動に伴い、現金及び現金同等物の四半期末残高は前期末比445百万円減少の969百万円となった。

## キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/3期2Q	24/3期2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	27	-159
投資活動によるキャッシュ・フロー	-86	-92
財務活動によるキャッシュ・フロー	-392	-217
現金及び現金同等物の四半期末残高	987	969

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の業績見通し

### 2024年3月期は期初予想どおり、 売上高2,000百万円、営業利益60百万円

#### 1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期通期の連結業績は、売上高で前期比3.9%増の2,000百万円、営業利益で60百万円（前期は56百万円の損失）、経常利益で同1.5%増の42百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で5百万円（前期は534百万円の損失）となる見通しで、2023年5月発表の期初予想と変わりはない。国内及び南米の各マーケットの特性を踏まえそれぞれが着実な増収を図り、増益及び黒字転換を目指す。特に営業利益は、国内外での増収を目指し、事業成長に必要な投資を実行しつつ採算及びコスト管理を行いながら営業利益の黒字転換を図る。調整後EBITDA※は、2023年3月期ののれんの減損等の一過性の特別損失発生により大幅に伸長したが、2024年3月期は平年度の水準に戻る。しかしながら2023年3月期の一過性による伸長分を除いた実力ベースの実績に対してはプロダクト開発等に伴う償却費用を相応に計画しており、増益を計画している。

※ 調整後 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 株式報酬費用 + M&A 関連費用

同第2四半期までの業績は構造改革における費用増加や国内事業の不採算案件の影響などにより利益面を圧迫した。一方で、同第3四半期以降の業績は、業績が第3四半期以降に偏重する傾向は変わらないものの、前年同期に比べて、おおむねなだらかな盛り上がりを見せて着地するものと見ている。

#### 2024年3月期業績予想

(単位：百万円)

	23/3期 実績	24/3期 予想	前期比	
			増減率	増減額
売上高	1,925	2,000	3.9%	75
営業利益または損失	-56	60	-	117
調整後 EBITDA	689	295	-57.2%	-394
経常利益	41	42	1.5%	1
親会社株主に帰属する当期純利益または純損失	-534	5	-	540

※ 調整後 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 株式報酬費用 + M&A 関連費用

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 基本方針は「人材投資・HR 機能強化」「コーポレート・ブランディング」「ガバナンス」

### 2. 2024 年 3 月期のテーマと基本方針

同社では、2024 年 3 月期のテーマとして「事業ポートフォリオ」「グローバルな体制強化」「顧客提供価値の向上」の 3 つを掲げた。「事業ポートフォリオ」は、海外は新規の連結化や M&A 等を視野に入れ、資源投下とのバランスも考慮しながら成長を継続すると同時に、要素技術の強みを生かした国内事業の再構築を行いながら、ChatGPT 関連事業などを将来的なビジネスとする布石を打つという施策である。「グローバルな体制強化」は、グローバルベースでの事業セグメントの見直しや、マネジメントの観点からの組織設計と幹部層の強化、バリューチェーンに基づくグループ連携強化及び横断的な機能の設置を目指す。「顧客提供価値の向上」においては、開発済み自社プロダクトの新規投入、クロスセルあるいはアカウント営業、SaaS 型の直線的ビジネスへのコンサルティング機能を追加した高付加価値化などを旨とする。

2024 年 3 月期第 2 四半期時点までに、「事業ポートフォリオ」では、事業セグメントを「国内事業」と「海外事業」の 2 区分に再編し、海外ではスペイン、パナマにおいて連結子会社化を実施した。「グローバルな体制強化」においては、2023 年 9 月の THE ROOM4D からの事業譲渡により、組織体制及びグローバル展開の強化、競争力向上を目指している。この事業譲渡により、同社における今後の AI・システム受託開発に大きく貢献する可能性がある。「顧客提供価値の向上」においては、2023 年 6 月にスーパーマーケット向け商品棚解析ソリューション「FollowUP Shelf Analytics」をリリースした。

2024 年 3 月期の基本方針は、「人材投資・HR 機能強化」「コーポレート・ブランディング」「ガバナンス」の 3 つを掲げている。「人材投資・HR 機能強化」は、優秀な幹部層・エンジニアを確保すること及びグローバルベースでの体制維持の強化及び MVV<sup>※</sup>の意識を高める方針である。「コーポレート・ブランディング」は、IR や PR の強化拡大による認知度の向上と ESG や SDGs 等の企業価値向上を併進させる。「ガバナンス」に関しては、グローバル上場企業としての強固な礎づくりとコンプライアンス意識のさらなる徹底を実施する方針である。

※「Mission (使命)、Vision (理念)、Value (行動指針)」を示す。

「人材投資・HR 機能強化」において、2023 年 9 月には、同社に強みがあるデータ分析及び AI ソリューションの事業領域で SES を含めたエンジニア人材を強化し、さらに競争力を高めるため、The ROOM4D(株)から子会社の The ROOM Door(株)の事業譲受が完了した。「コーポレート・ブランディング」においては、2023 年 9 月に個人投資家向けの会社説明会を開催し、2023 年 10 月には、フィスコ<3807>による企業調査レポートの配信を開始した。今後、会計年度の第 2 四半期、第 4 四半期の年 2 回、英文・和文のレポートを配信していく予定である。「ガバナンス」においては、これまでの同社の活動が認められ、2023 年 10 月には、データとテクノロジーを用いて、新たなワークスタイルを作り出そうとしている(株)SalesNow が国内 530 万社の動的データから急成長企業を選出する「SalesNow Growth Award 2023 Autumn」において、同社は SMB<sup>※</sup>カテゴリーに選出された。

※ 従業員 30 名～99 名の規模の小規模企業。

## ■ 中長期の成長戦略

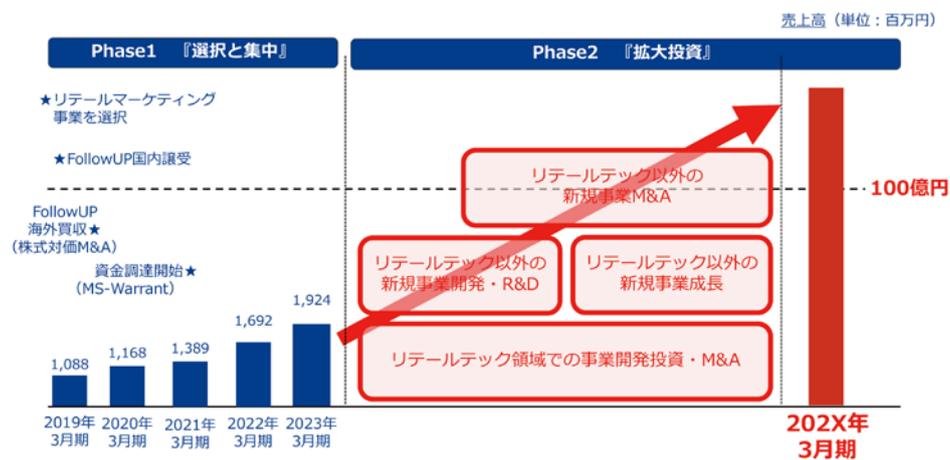
売上高の KPI は、前年同期比で導入店舗数 28.5% 増、  
 カメラ設置台数 30.0% 増

### 1. 成長戦略

同社は、「選択と集中」のフェーズ(2019年3月期～2023年3月期)から2024年3月期に「拡大投資」のフェーズへと移行した。「選択と集中」のフェーズで、同社は限定された資源を最大限に活用するために、特定の分野や事業に焦点を当て、限られた重要な領域に注力することで専門性や効率性を高め、競争優位性を構築し構造改革を行ってきた。自らの強みである「Data & AI」を中心に顧客のニーズに基づき、特定の製品やサービス、市場に焦点を当て、深い専門知識を構築しリソースを最適に活用することに集中してきた。結果として、2019年3月期に「リテールマーケティング事業」を選択し、その主力となる SaaS 型サービス「FollowUP」に注力することで国内・海外双方でバランスの良い成長を遂げることができた。

2024年3月期からは、M&A や新規事業開発へグローバルベースで積極的な投資を行い、成長ドライバーである「自社プロダクト強化」「ターゲット市場拡大」「進出国拡大」の3つの要素をバランス良く推進しながら、今後3年間はCAGR35%を目標に、7～8年後の2020年代後半に向けて売上高100億円以上を目指す計画である。2024年3月期第3四半期以降、中期経営計画を発表する予定である。

成長戦略のイメージ



## 2. 進捗状況

各成長ドライバーの進捗状況を見ると、「自社プロダクト強化」は、2020年9月より購買率の向上、予測機能、欠品検知のステップまで推し進めてきており、今後は送客※1支援やOMO※2に注力する。2023年6月にスーパーマーケット向け商品棚解析ソリューション「FollowUP Shelf Analytics」をリリースしたが、同製品により、リアルタイムに商品棚上の欠品、誤配置、フェイス数違い、価格違いをAIで検知し、顧客側の機会損失を削減できるサービスを提供できるようになった。「ターゲット市場拡大」は、小売（アパレル）、商業施設、スーパーマーケット、医療業界等へと拡大を推進しており、さらにメーカー、ドラッグストア、百貨店、デベロッパー、不動産など多岐にわたる業界への進出を検討している。2023年12月には、同社の資本業務提携先である、医療ICTベンチャーのアルムより委託を受け、一部開発を担当した概念実証（PoC）を開始した。「進出国拡大」は、これまでに日本、インド、オーストラリア、ニュージーランド、チリ、コロンビア、ペルー、アルゼンチン、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ、パナマ、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ、スペイン、メキシコ、米国といった、南米を中心とした20ヶ国に進出している。2024年3月期第2四半期には、同社の海外連結子会社はチリ、コロンビア、ペルーの4社に、スペイン、パナマの連結子会社2社を加え、合計6社となった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響で進出が遅れていたメキシコ、エクアドル、アルゼンチン（すべてスペイン語圏）に対し優先的に注力し、その延長線上でスペインにて、日系のパブリックセクターや現地のショッピングモールへアプローチしていく。

※1 集客した顧客を実店舗などに誘導して売上げにつなげていくこと。

※2 オンラインとオフラインを区別せずに融合させた状態でマーケティング戦略を推進していく考え方。

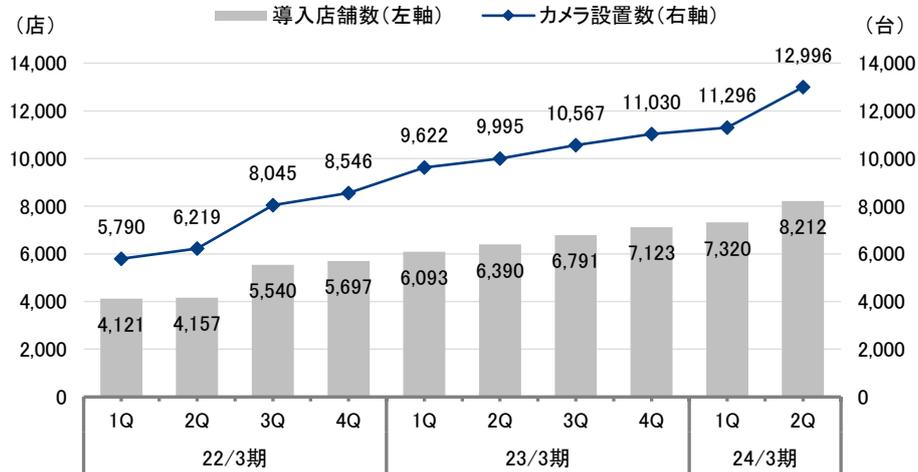
2023年9月のThe ROOM4DからのAIエンジニアの受け入れを含めた事業譲受は、同社の体制強化だけでなく、競争力の向上にもつながる。将来的には新規の自社プロダクト開発やグローバル展開、データサイエンスから保守運用までの一気通貫の体制づくりなど、既存の事業基盤を活用したシナジーまで展望できる。またThe ROOM4Dは既に大手優良企業を中心とした顧客や開発実績を保有しており、今後も継続して有効な関係を築き上げることで、同社はAI・システム開発の受託事業を強化できると見ている。

## 3. KPIの進捗状況

同社が中期的な売上高のKPIとして重視しているのは、導入店舗数とカメラ設置台数である。2024年3月期第2四半期において、連結ベースで導入店舗数は、前年同期比28.5%増の8,212店、カメラ設置台数は前年同期比30.0%増の12,996台へ伸長した。チリでの大型ショッピングモールへの全店導入が寄与した。従来どおり、導入店舗数に連動してカメラ設置台数も増加している。近年では、南米などの大型店舗への導入が進むことで、カメラ台数の設置数が導入店舗数以上に伸びている。

一方で、前々年同期から前年同期までの増加率を見ると、導入店舗数は53.7%増、カメラ設置台数は60.7%増である。前年同期から2024年3月期第2四半期までの増加率と比較すると、成長が鈍化しているように見えるが、これは同社の海外子会社買収における「M&Aグロース」が大きな要因である。それに対し、前年同期から2024年3月期第2四半期までの増加要因は「オーガニックグロース」であり、同社は中長期的な成長につながるものと見ている。海外事業では案件が大型化していること、顧客に上場会社が多いことなどから、今後も前期比増加率は30%以上の成長を見込んでいる。国内事業におけるキャッシュ・フローや投資家等からの資金調達に寄与すれば、さらに南米の周辺国へ成長を拡大することができる。

中長期の成長戦略

**導入店舗数及びカメラ設置台数**


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

**4. サステナビリティ方針**

2024年3月期第2四半期に、同社はサステナビリティ方針を発表した。同社は、テクノロジーの先駆者として世界中の人々の暮らしを進化させ続け、100年後の世界と人々の暮らしに貢献する「サステナビリティビジョン」を掲げている。そのうえで、「グローバルなパートナーシップを基にしたイノベーション」「未来の世界を担う多様な人材の育成・輩出」「グローバルベースのダイバーシティ・インクルージョンの推進」「コンプライアンスの徹底とコーポレートガバナンスの強化」の4つの方針を掲げている。

**(1) グローバルなパートナーシップを基にしたイノベーション**

同社は、南米の連結子会社を中心に安定した経営のサポートをすることで発展途上国の開発技術の創出、新たなビジネスの拡大に寄与するといった、継続的なパートナーシップを基に自社サービスを導入し、イノベーションの創出に努める。

**(2) 未来の世界を担う多様な人材の育成・輩出**

データサイエンスがビジネスの中核となる近未来に向けて、データの活用方法や分析結果を分かりやすく伝えることのできる人材を育成する教育プログラムを提供し、あらゆる業界で活躍できるデータサイエンティストの輩出に貢献する。

**(3) グローバルベースのダイバーシティ・インクルージョンの推進**

東南アジアの企業とパートナーシップを組み、労働環境を守りながら多様性の推進を行っている。性別・国籍・文化・家庭環境等に対して柔軟な組織体制を構築する。2022年には男性育児休暇制度を導入し、女性社員は増加傾向にあり、多国籍におけるエンジニアの採用も積極的に行っている。

#### 中長期の成長戦略

2023年2月、同社は(株)横浜銀行と「SDGs フレンズローン・ネクスト※」による融資契約を締結した。同社は、「男性の育児休暇取得推進」等をサステナビリティ戦略における施策・目標に設定し、横浜銀行より認定を受領した。具体的な施策・目標は、1) 男性の育児休暇取得を推進し、従業員のワークライフバランスを実現する、2) DX 化貢献により顧客の在庫量を適正化することで過剰生産や汚染を防止する、の2つである。

※ 借主がその事業内容や SDGs 目標を踏まえた施策・KPI 設定を行い、ファイナンスや各種経営課題へのアドバイスなどを通じて、経営課題の解決やサステナビリティ経営の向上にともに取り組んでいく商品。

#### (4) コンプライアンスの徹底とコーポレートガバナンスの強化

透明性のある風通しの良い会社を目指し、定期的な上層部と全社員との1on1の面談や経営会議の傍聴制度の導入などを推進する。ビジネス面では、専門家からのアドバイスを試み、健康面では、産業医と連携することで社員のサポートを行う。

## 株主還元策

### 現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等については未定

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識しているが、同社の最重要課題であるさらなる成長に向けた組織体制の再構築を優先しており、現状は配当を実施していない。将来的には、財政状態及び経営成績を勘案しながら配当を実施する方針であるが、現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等については未定である。

#### 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