

|| 企業調査レポート ||

True Data

4416 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年1月10日(水)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



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月期の業績見通しと中期目標	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	03
1. 事業内容	03
2. 特色・強み	04
3. 市場環境の展望	05
■ 業績動向	05
● 2024年3月期第2四半期の業績動向	05
■ 今後の見通し	07
1. 2024年3月期の業績見通し	07
2. 2024年3月期の重点施策と進捗状況	07
3. トピックス	09
■ 中期成長戦略	10

■ 要約

ストック型収益で成長を継続し、 2024年3月期より成長加速フェーズへ

True Data<4416>は「データと知恵で未来をつくる」という理念の下、POS※1/ID-POS※2など全国の消費者購買データを扱うビッグデータプラットフォームを運営し、小売業や消費財メーカーなどに消費者データ分析や購買行動分析ソリューションを開発・提供している。消費者購買データ量は、2022年4月～2023年3月の年間レシート規模で4.8兆円となり、同時期の年間アクティブ数（購入実績のあるポイントカード会員数）は約6,500万人に達する。

※1 POSはPoint of Salesの略。POSレジで商品が売れた時に蓄積される「販売実績」を記録したデータのこと。POSデータには販売金額以外にも、どの商品が、いつ、どこで、いくらで、どのくらい販売されたか、という情報が含まれる。
※2 ID-POSは、POSデータに顧客のID（識別情報）を付与したデータのこと。POSデータの情報に、誰が購入したか、という情報が加わり、性別、年代別の購買層、リピート率の高い商品、来店頻度や他の商品からの乗り換え（スイッチング）などの分析が可能となる。

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（2023年4月～9月）の業績は、売上高785百万円（前年同期比10.7%増）、営業損失19百万円（前年同期は44百万円の黒字）、経常損失20百万円（同42百万円の黒字）、四半期純損失22百万円（同40百万円の黒字）と増収減益となった。ストック型売上高は前年同期比2.1%増だったが、スポット型売上高は新領域のサービスにおいて計画を超える受注獲得ができたことから同127.3%増と急伸し、全体の売上高は第2四半期（累計）としては過去最高を更新した。第2四半期（単独）の売上高は前年同期比18.4%増の411百万円と伸長し、売上成長軌道を回復してきた。利益面では、今後のサービス強化・拡販に向けた計画的な人材投資や研究開発投資、及び売上構成比の変化により、第2四半期（累計）では前年同期比で利益水準が低下し営業損失を計上した。しかし、2020年に完了した基幹システム開発費の減価償却費負担が第1四半期で終了したこともあり、第2四半期（単独）の営業利益は17百万円を確保、投資先行で営業赤字となった第1四半期から利益回復基調となっている。

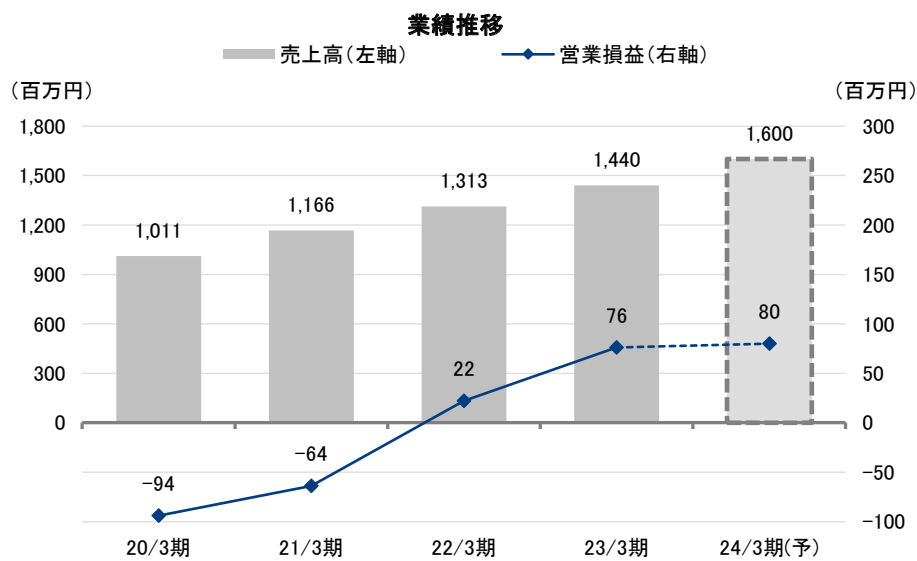
2. 2024年3月期の業績見通しと中期目標

2024年3月期の業績は、売上高1,600百万円（前期比11.1%増）、営業利益80百万円（同5.2%増）、経常利益77百万円（同5.9%増）、当期純利益62百万円（同82.6%増）を見込む。また、2024年3月期より成長加速フェーズと位置付け、2026年3月期に売上高2,000百万円以上、営業利益160百万円以上、営業利益率8.0%以上を達成するという数値目標を掲げている。主力サービスである「ショッピングスキャン」「イーグルアイ」などのストック型売上高を着実に積み上げながら一定の利益を出しつつ、ビジネスアナリティクス領域や広告領域など新領域で将来の成長の種となるサービスを展開していく計画である。既に2024年3月期に入って、小売業向けのAIシリーズ「Shopping Scan for LINE」「SalesSensor」「Potential Scan」、消費財メーカー向けの「POSデータクレンジングサービス」、広告領域では「Poswell（ポスウェル）」などの新サービスを相次いでリリースしており、今後の業績貢献が期待される。また、ビジネスアナリティクス領域では第2四半期までに受注した「POS分析クラウド」が今後ストック型売上に転じ、スケール化も見込まれるなど、成長が加速していく可能性が高いと弊社では見ている。

要約

Key Points

- ・様々な環境変化に適応しながら成長を継続。既存事業の強みに加え、新サービスの矢継ぎ早の投入により成長戦略を加速
- ・2024年3月期第2四半期(累計)は前年同期比10.7%増収も、19百万円の営業損失を計上。一方、第2四半期(単独)の売上高は前年同期比18.4%増と伸長、利益面でも営業黒字を確保。足元の業績は回復基調
- ・2026年3月期に売上高2,000百万円以上、営業利益160百万円以上、営業利益率8.0%以上とする数値目標を設定



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

DX時代に有効なデータ活用ソリューションを提供

同社は2000年10月、小売業向けマーケティング支援を行うカスタマー・コミュニケーションズ(株)として設立された。事業規模が小さく経営も安定していなかったため、ビジネスモデルを模索する状況のなか、2012年12月に米倉裕之(よねくらひろゆき)氏が代表取締役社長に就任した。転機となったのは、同社のコア事業を現在の消費者購買データを用いた「マーケティングプラットフォーム事業」へと転換させたことである。このことを機に、データを活用して小売業者と消費財メーカーにマーケティング支援を行うためのマーケティングサービスを開始した。

会社概要

2014年3月にスーパーマーケットやドラッグストアなど小売業者向けに自社データに基づくマーケティングサービス機能を提供する「ショッピングスキャン」をリリースし、2014年11月には消費財メーカー向けにID-POSデータに基づく消費者購買行動を分析・可視化できる「イーグルアイ」をリリースした。2017年7月に社名を「(株)True Data」に変更し、以後、データ・テクノロジー・活用ノウハウの3領域を有するビッグデータプラットフォームサービスの運営・開発を中心に業績を伸ばした。2021年12月に東京証券取引所マザーズ市場に株式上場を果たし、2022年4月に東京証券取引所の市場区分見直しによりグロース市場へ移行。2023年3月時点で取り扱う購買データ量の合計金額を年間4.8兆円に積み上げ、「イーグルアイ」の契約社数を139社(2024年3月期第2四半期末時点)とした。

事業概要

ビッグデータ活用による次世代型のマーケティングサービスを提供

1. 事業内容

同社はドラッグストア、スーパーマーケット等のID-POSデータを活用した分析・ツールの提供など、データマーケティングに関するサービスの提供を主な事業として展開している。各小売業から連携されるバラバラなフォーマットのデータを商品やカテゴリーの分類などを整備し、フォーマットなどの整形を行い、ユーザーが使いやすいかたちにして提供する。個々の小売業が自社のデータを分析するだけでなく、小売業名や購入者の情報が特定できないよう統計化したうえで、全国の購買データとしてパネル化しメーカーなど様々な企業に提供され、マーケティングなどに活用される。この一連のプロセスにより、同社のサービスを利用するユーザーは、最短で、店頭で売上げが立った2日後に購買データを分析・活用することができる。

DX化の流れが急速に進んでおり、ビジネス環境変化のスピードに対応するため、業務提携により自社経営のスピードを上げることも合理的な経営戦略となり得る。同社が他企業と協業を行う場合、既述の3領域(データ・テクノロジー・活用ノウハウ)のいずれかを提供し、双方が必要な分野を強化していくことで、相互のシナジーを生かした関係を構築できるという特徴がある。人材、資金、時間、ノウハウなど、様々なリソースを補完できるため、リスクを抑えながら新規事業に取り組むことが可能となる。同社のビジネスは、データ保有者からデータ利用者へのサービス価値を有料で提供するデータプラットフォームをベースとする。同プラットフォームは、ビッグデータとAI技術を活用しデータを収益化する一方、データ利用者が必要とするマーケティング施策や販売戦略の材料・根拠となるデータを提供することを目的としている。データサイエンティストのチームを自社に持ち、プラットフォームの改善とデータ保有者と利用者の双方への価値提供を行うビジネスモデルに取り組んでいる。なお、主力サービスはスーパーマーケットやドラッグストアなどの小売業が自社の購買データを分析するためのSaaS型のサービスで、顧客の消費行動を明らかにする「ショッピングスキャン」と、消費財メーカー向けのSaaS型のサービスである「イーグルアイ」である。また、「イーグルアイ」よりもシンプルで簡単に使えるID-POS分析の入門ツールの「ドルフィンアイ」もある。

事業概要

2. 特色・強み

同社はデータ収集・データ精製（クレンジング）・データ分析・データ活用のプロセスを高速で処理し、日々蓄積される大量のデータをプラットフォームとして、顧客のニーズに合わせた高品質なサービスの提供が可能である。

(1) データ精製（クレンジング）

消費財メーカー各社は、各小売業から POS データや ID-POS データを購入しているが、組織が持つデータを十分に活用できない場合がある。原因は、商品の誤登録や重複登録、表記のゆらぎ、チェーンごとにデータフォーマットや商品表記がバラバラなためなどである。よって小売業ごとの分析は可能だが、各小売業のデータを統合して全国で消費者分析を行うことは難しい状況にある。

この課題に対して、同社はデータ精製（クレンジング）により、データの欠損、表記のゆらぎ、重複などが含まれた大量のデータを「標準化されたデータ」として蓄積・管理することができる。さらに、同社は「標準化されたデータ」を、消費者購買データベースとして構築し、マーケティングに活用できる技術を有している。ビッグデータの標準化は、多くの労力を必要とする難しい課題である。同社はビッグデータを標準化し高い品質を保つための独自の手法を持っており、競合他社との差別化要因となっている。

(2) テクノロジー

DX プロジェクトが頓挫したり、期待した成果を上げられない背景には人材配置と予算の問題がからんでいることが多い。DX プロジェクトの成果を十分に発揮するには、実務レベルでデータを活用するフェーズまで進める必要がある。そのためには、社内のおペレーションと社外のリソースが協力体制をとることがプロジェクトの効率化・作業品質の向上にとって有効である。同社は、大量のデータを蓄積・保管・分析し、顧客に競争力の高いソリューションを提供するために、テクノロジー面では自社開発にこだわらず、Google や SAP などの巨大 IT 企業や、The Nielsen Company（ニールセン）のような最先端の分析アルゴリズムを持つグローバルマーケティング企業とアライアンス関係を結び、テクノロジーのグローバルな進化を取り込んでいる。さらに、同社はテクノロジーを競争力のあるソリューションに変えるために、人材などの経営資源への投資を積極的に行っている。これにより、データやソフトウェア活用ノウハウを向上させ競争力を強化している。

テクノロジーのアライアンス先

NielsenIQ
マーケティングリサーチのグローバルNo.1企業
2018年2月 日本のマーケティングパートナーとして業務提携
日本・グローバルのリテールマーケティングを推進

Google Cloud Partner
・2019年6月 Buildエンゲージメントモデル認定
・2021年11月 Serviceエンゲージメントモデル認定

ORACLE Advertising
2019年11月 データに基づいたデジタル広告枠のリアルタイム自動
買い付けのために、True Data（国内リアル店舗購買データ）と
Oracle Advertising（旧：Oracle Data Cloud）の
オーディエンスデータとコネクストし、協業開始

SAP iO
2020年12月 SAPのCXエコシステムに連携するスタートアップとして
パートナー認定

FPT
2022年1月 ベトナム国内の購買データを活用した
マーケティングの領域において、日本とベトナムの両国における
データマーケティングビジネスの拡大を目指す、業務提携

True Data

出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

(3) 独自のポジショニングと業界のパイオニア

同社はビッグデータプラットフォームの運営会社として、データマーケティング業界における独自のポジションを構築している。主要なテクノロジー企業とのアライアンスを通じて、双方の利便性を提供しながら、顧客に付加価値を提供できる。テクノロジーは常に進化しているが、同社は最新の技術をプラットフォームに取り入れる環境にあるため、自社内で顧客のニーズに適合したサービスを、最高のかたちで提供できる。加えて、常にプラットフォームを改善し、さらなる価値を提供する企業文化があり、顧客からの要望に対してフレキシブルに対応することができる。

3. 市場環境の展望

同社がターゲットとしている市場は、今後も拡大が見込まれる。労働力の代替先として業務のDX化は、多くのサービスを提供する起点となる。アジャイルという開発手法が主流になり、少ない開発費用、少ないドキュメントで済み、非エンジニアでも参加しやすい「開発自動化」などのノーコーディング手法、開発を容易にするクラウドインフラサービス、新しいIT知識を得るためのWebベースのトレーニングサービスなどが、労働力の代替を促進させる可能性がある。人手不足の影響が大きい小売や外食などの店舗集約型産業での人材不足は深刻であり、この不足を補うためにこれらの業界では自動化が進むと考えられる。店舗に設置されたPOSレジから様々なデータを得ることができ、このデータを活用して、リアル店舗とネット店舗の両方で販売できる仕組みができれば、ビジネスは大きく変わる。今後も成長の余地はかなり大きいと弊社では考えている。

業績動向

2024年3月期第2四半期売上高は過去最高、第2四半期単独で黒字転換し成長軌道を回復

● 2024年3月期第2四半期の業績動向

2024年3月期第2四半期(2023年4月～9月)の業績は、売上高785百万円(前年同期比10.7%増)、営業損失19百万円(前年同期は44百万円の黒字)、経常損失20百万円(同42百万円の黒字)、四半期純損失22百万円(同40百万円の黒字)と増収減益となった。売上高は2ケタ成長となり、第2四半期として過去最高を更新した。業績を四半期(単独)に分解すると、第2四半期(単独)の売上高は前年同期比18.4%増の411百万円となり、成長軌道を回復してきている。利益面においても、第2四半期(単独)の営業利益は17百万円を確保し、投資先行で営業赤字となった第1四半期から利益回復基調となっている。

業績動向

スポット型売上高は同 127.3% 増の 110 百万円と急伸し、その結果ストック型売上高の比率は 85.9% と前年同期より 7.2pt 低下したが、ストック型売上高は前年同期比 2.1% 増の 674 百万円と着実に積み上がっている。主要サービス別に売上高を見ると、小売業向け SaaS の「ショッピングスキャン」などの売上高は前年第 3 四半期に主要顧客 1 社の解約が発生した影響により前年同期比 5.9% 減の 149 百万円となった。消費財メーカー向け SaaS の「イーグルアイ」は、契約社数が 139 社（同 10 社増）と順調に成長し、売上高は同 6.0% 増の 384 百万円となった。売上高の伸びが緩やかになっているのは、2024 年 3 月期は顧客当たり売上高がやや小さい中堅消費財メーカーの獲得が比較的多いことによる。他の消費財メーカー向け SaaS の「ドルフィンアイ」「POS 分析クラウド」の売上高は横ばいで推移した。消費財メーカーが保有する大量の POS データを整形・解析する「POS 分析クラウド」は、ビジネスアナリティクス領域のサービスとして計画を超える受注を獲得し、導入に必要な初期設定などにかかる費用を初期売上としてスポット計上したため、スポット型売上高が急伸したかたちとなった。導入後は、定期的な利用料がストック型売上に転じていく予定である。

利益面では、今後のサービス強化・拡販に向け、社員を約 2 割増員するなど専門性の高い人材への投資を進めたほか、購買データと位置情報の組み合わせによる情報価値の向上、AI を活用した予測精度の向上など、新しいサービス開発に必要な研究開発投資も積極的に進めた。そのため販管費が前年同期比で 35.2% 膨らみ第 2 四半期累計では営業損失を計上したが、2020 年に完了した基幹システム開発費の減価償却費負担が第 1 四半期で終了し、第 2 四半期（単独）では黒字に転換している。

2024 年 3 月期第 2 四半期業績

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期		増減		23/3 期		24/3 期		増減		1Q 比との増減*		23/3 期		24/3 期		増減	
	1Q 実績	1Q 実績	額	率	2Q 実績	2Q 実績	額	率	額	率	額	率	額	率	累計実績	累計実績	額	率		
売上高	362	373	11	3.3%	347	411	64	18.4%	37	10.0%	709	785	76	10.7%						
ストック型売上高	333	339	5	1.8%	327	335	7	2.4%	-3	-1.0%	660	674	13	2.1%						
イーグルアイ	181	191	10	5.7%	181	193	11	6.4%	1	0.7%	363	384	21	6.0%						
ドルフィンアイ	15	15	0	1.5%	15	15	0	-1.4%	0	-3.2%	31	31	0	0.0%						
POS 分析クラウド	3	3	0	13.8%	3	3	0	+7.2%	0	0.0%	6	7	0	10.4%						
ショッピングスキャン等	79	74	-4	-6.2%	79	74	-4	-5.7%	0	0.9%	158	149	-9	-5.9%						
その他	53	53	0	-0.2%	47	48	0	1.7%	-4	-9.2%	101	101	0	0.7%						
スポット型売上	28	34	5	20.6%	19	75	56	283.3%	40	117.2%	48	110	62	127.3%						
売上原価	165	170	5	3.3%	161	176	15	9.6%	6	3.5%	326	347	20	6.4%						
売上総利益	196	203	6	3.3%	186	234	48	26.1%	31	15.5%	383	438	55	14.4%						
販管費	175	241	65	37.3%	163	216	53	32.9%	-24	-10.0%	338	458	119	35.2%						
営業利益 / 損失	21	-37	-59	-	23	17	-5	-22.0%	55	-	44	-19	-64	-						
経常利益 / 損失	20	-38	-58	-	22	17	-4	-21.5%	55	-	42	-20	-63	-						
四半期純利益 / 純損失	18	-41	-60	-	22	19	-2	-11.6%	61	-	40	-22	-62	-						

※ 24/3 期 2Q と同期 1Q との対比

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年3月期は増収増益の見込み。 新領域のサービス強化で成長加速

1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の業績は、売上高 1,600 百万円（前期比 11.1% 増）、営業利益 80 百万円（同 5.2% 増）、経常利益 77 百万円（同 5.9% 増）、当期純利益 62 百万円（同 82.6% 増）を見込む。売上高はストック型売上高を着実に積み上げながら、新サービスも投入し2ケタ成長を計画している。売上高の通期計画に対する第2四半期の進捗率は49.1%とおおむね順調に推移しており、導入までのリードタイムが数ヶ月かかるサービスの受注を第2四半期までで積み上げていること、新サービスに対する引き合いも順調であることなどから、通期計画の達成確度は高い。また、利益面では2020年にリリースした基幹システムの減価償却負担が第1四半期で終了し、通期で減価償却費が軽減されるため、粗利率は7.3pt向上する見込み。一方、減価償却費の減少分を中長期的な成長に向けた人材投資や研究開発投資に振り向けていく方針であり、販管費は前期比28.6%増加し、営業利益は前期比5.2%増となる見込みである。人材投資、研究開発投資は第1四半期に先行投資したため、第1四半期は営業損失を計上したが、第2四半期（単独）は黒字転換している。下半期は大きな投資は見込まないため黒字が積み上がり、利益についても計画を達成できる可能性が高いと弊社では考えている。

2024年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	23/3期		24/3期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	1,440	100.0%	1,600	100.0%	160	11.1%
売上総利益	765	53.1%	966	60.4%	201	26.3%
販管費	688	47.8%	886	55.4%	197	28.6%
営業利益	76	5.3%	80	5.0%	3	5.2%
経常利益	73	5.1%	77	4.8%	4	5.9%
当期純利益	33	2.4%	62	3.9%	28	82.6%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 2024年3月期の重点施策と進捗状況

2024年3月期は、主力サービスである「ショッピングスキャン」「イーグルアイ」などのストック型売上高を着実に積み上げながら一定の利益を出しつつ、中長期的な成長に向けた競争力を強化するために以下の4つの重点施策を推進していく計画だ。

今後の見通し

(1) 小売業の「面」の拡大・深耕

スーパーマーケットなどを含め、小売業の購買ビッグデータに関する「面」の拡大・深耕を目指す。重点KPIを「購買データ量」とし、2023年3月期の4兆8,309億円から2024年3月期は5兆1,500億円を目指している。「ショッピングスキャン」は2024年3月期第2四半期においてスーパーマーケットなど複数チェーンの新規受注や受注確度の高い案件が積み上がったが、顧客のシステム改修や予算確保のタイミングなどにより導入まで平均で3～6ヶ月のリードタイムが必要となるため、下期以降の業績に貢献する見込みだ。そのほか、第2四半期までに小売業向けの「Shopping Scan for LINE」「SalesSensor」といった新サービスをリリースしており、引き合いも順調で下期の業績に貢献する見込みだ。また、下期に入り、小売業向けAIツール「Potential Scan」をリリースするなど新サービスの発表が相次いでいる。「ショッピングスキャン」など小売業向けストック型売上高は通期で309百万円と前期比2.7%増を見込んでいる。

(2) 将来の成長の種である新領域の立ち上げ

ビッグデータホルダーの強みを生かして、ビジネスアナリティクス領域や広告領域を立ち上げていく計画だ。2024年3月期第2四半期はビジネスアナリティクス領域において「POS分析クラウド」が計画を超える受注を獲得し、導入にかかる初期設定などを進め、初期売上が業績に貢献した。導入後の利用料は安定したストック型売上に転じていく見込みだ。同サービスについては消費財メーカーの強い需要が確認できたため、下期は拡販に向けた開発・運用体制の整備、コスト構造の改革を行い、成長をさらに加速させる備えを進める予定だ。一方、広告領域においても、協業先とのエコシステムによる新サービスとしてYouTube広告の効果検証を行う「Poswell」や、楽天グループ<4755>のマーケティングソリューションにおけるメニュー「Instore Tracking」とのデータ連携をリリースした。これらは下期の業績貢献が期待される。

(3) ホワイトゾーン開拓、営業チャネル多様化

比較的数据活用が進んでいなかった準大手・中堅消費財メーカーにおいても、小売業と同様にDX化によるデータ活用が進展してきている。同社のリソースで多くのメーカーに直接アプローチしていくよりは、多くの消費財メーカーと取引関係にある協業先と連携しながら販売チャネルを広げ、ホワイトゾーンである準大手・中堅企業に「イーグルアイ」をはじめとした同社のソリューションの認知を広げ、契約を拡大していく方針である。現在、体制を構築しながら一部受注も進展している状況だ。「イーグルアイ」の売上高は通期で802百万円と前期比10.0%増を見込んでいる。

(4) 社内の事業運営基盤の整備・効率化

営業、オペレーション、人事など社内の業務・情報システムを整備・効率化していく方針である。具体的には、営業管理ツールの導入により営業の進捗状況をリアルタイムに可視化するなどの営業効率化や、システム開発の工数管理ツールなどによる効率化などを進めていく予定だ。2023年5月には経済産業省より「DX認定事業者」として認定され、経済産業省が定める「デジタルガバナンス・コード」に沿ったビジョンの策定や戦略・体制の整備、教育面での人材育成の取り組みを進めている。

3. トピックス

2024 年 3 月期は将来の成長の種となる新サービスの開発に注力しており、相次いで新サービスをリリースした。同社の運営するビッグデータプラットフォームをベースにして協業先などとのエコシステムで新サービスを開発・展開しており、今後のスケール化が期待される。

(1) 「Shopping Scan for LINE」

2023 年 5 月、ドラッグストアや食品スーパーマーケットなどの小売業向け新サービス「Shopping Scan for LINE」をリリースした。顧客の許諾を得たうえで、ID-POS データと LINE アカウントを連携させ、ID-POS データから顧客の嗜好やニーズを AI が判定して、顧客に合わせた LINE のメッセージやクーポン配布などの販促施策を実施するサービスである。施策実施後には、販促の効果を ID-POS データで検証して次のアクションにつなげ、販促施策の PDCA を一気通貫で支援する。

(2) 「Poswell」

2023 年 5 月、新たに広告領域における消費財メーカー向け新サービス「Poswell」をリリースした。Google がオープンソースで公開している Causal Impact という統計モデルと同社の購買ビッグデータを活用して、YouTube 広告による実店舗での売上効果を検証するサービスである。

(3) 楽天グループ「Instore Tracking」とのデータ連携

2023 年 5 月、楽天グループの ID マーケティングソリューション「RMP-Omni Commerce」におけるメニュー「Instore Tracking」と、同社が統計化した全国規模のオフライン購買データとの連携をリリースした。「Instore Tracking」は、企業が出稿するディスプレイ広告や動画広告などオンライン広告の効果を、実店舗での購買実績に基づいて測定することができるメニューであり、そのデータ基盤として楽天ポイントカードの加盟店データなどに加え、同社のデータを活用することで、広告配信のターゲティングや事後分析に活用されるデータボリュームが拡大する。同サービスはレバニューシェアで売上高が計上される。

(4) ドラッグストアにおけるインバウンド消費分析

2023 年 6 月、ドラッグストアにおける新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド消費を分析するサービスをリリースした。これは、全国ドラッグストアの統計化された購買データから、複数の購買条件によりインバウンド消費を抽出するもので、全国またはエリアを限定してデータ分析できる。

(5) 「SalesSensor」

2023 年 9 月、小売業向け新サービス「SalesSensor」をリリースした。幅広い業界におけるアルゴリズム構築に強みを持つ(株)DATAFLUCTと連携し、小売業が新規出店する際の売上高を予測するサービスである。小売業が独自に持つ売上実績データや店舗情報に加え、競合店の情報、人口や乗降客数、平均世帯年収など外部のオープンデータを AI が分析し、地域特性を加味した売上予測を自動的に算出する。社内に専門知識のある担当者がいなくても、高精度の売上予測を立てることができ、売上の最大化と新規出店コストの最適化につながる事が可能である。

(6) 「POS データクレンジングサービス」

2023 年 9 月、プラネット<2391>と共同で消費財メーカー向け新サービス「POS データクレンジングサービス」をリリースした。これは、消費財メーカーが取引している小売業から提供されたバラバラな形態の POS データを統一のフォーマットに整形し、必要な情報を付与することでデータ分析できる状態に下ごしらえを行う、購買データクレンジング代行サービスである。

(7) 「Potential Scan」

2023 年 12 月、今村商事（株）と共同で小売業向け新サービス「Potential Scan」をリリースした。これは、小売業向けに「自社店舗での売上と市場全体での売上を比較する」「もっと売れそうな商品を見つける」といった機能を提供し、売上の伸びしろを可視化するサービスである。売上データや来店顧客データをクイックに確認できるダッシュボード機能と、もっと売れそうな商品をさがす商品ポテンシャル AI 機能を搭載している。

■ 中期成長戦略

成長加速フェーズ、2026 年 3 月期売上高 2,000 百万円以上を目指す

同社は 2023 年 5 月に、今後 3 年間で成長加速フェーズと位置付け、2026 年 3 月期に売上高 2,000 百万円以上、営業利益 160 百万円以上、営業利益率 8.0% 以上を達成するという数値目標を掲げた。緻密な積み上げによる事業計画ではないとしながらも、経営としてコミットする下限の目標数値を投資家向けに開示した。売上高は M&A などを除いたオーガニックグロースで、年率 11 ~ 12% の成長率を想定している。現在の主力サービスである「ショッピングスキャン」「イーグルアイ」「ドルフィンアイ」などのストック型売上が積み上げ、10% 以上の成長を目指す。そのうえで、「POS 分析クラウド」「Poswell」「Shopping Scan for LINE」「SalesSensor」「POS データクレンジングサービス」「Potential Scan」などの新領域 / 新サービスで 20% 以上の成長を目指す。M&A などは機会を狙いながら継続的に検討していくこととしている。利益面では、成長に向けた投資を行いながら、ストック型売上と新サービスにより継続的に利益率を高めていく計画だ。同社のビジネスは限界利益率が高いため、売上成長が加速すれば営業利益率が継続的に向上する収益構造になっている。従って、営業利益率 8% 達成後は早期に 10% を視野に入れていく想定である。

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