

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ギックス

9219 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年6月28日(金)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2024年6月期第3四半期の業績動向	01
3. 2024年6月期の業績予想	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. DI コンサルティング	05
2. DI プラットフォーム	05
3. DI プロダクト	06
4. 市場環境	07
■ 業績動向	08
1. 2024年6月期第3四半期の業績概要	08
2. 財務状況	12
■ 今後の見通し	13
1. 2024年6月期の業績見通し	13
2. 重点施策	13
■ 成長戦略	14
1. 「二兎を追う」方針	15
2. 個別課題解決の展開方針	15
3. 共通課題解決の展開方針	16
4. 経営上重視する指標	16
■ 株主還元策	17

■ 要約

「縦横展開」をはじめとする各施策が奏功、 事業投資に伴う費用増加により増収減益。 配当方針の変更と初配の実施を公表

1. 会社概要

ギックス<9219>は、「あらゆる判断を、Data-Informed に。」をパーパス（目的）として掲げるデータインフォームド推進企業である。データインフォームドとは、人間の判断にデータを加える事で判断業務をアップグレードする考え方を指す。戦略コンサルティングと高度なアナリティクス能力を組み合わせた新しいタイプのプロフェッショナルサービス集団として、クライアント企業の経営課題解決、競争力強化のために判断業務の変革を支援している。

同社が提供するデータインフォームドサービスは、「個別課題解決」と「共通課題解決」に大別される。「個別課題解決」は、業務上の判断をデータインフォームドに変革するためのサービスを提供する「DI コンサルティング」と、継続的なDI判断を可能とするクラウドネイティブなデータ基盤を提供する「DI プラットフォーム」の2つのサービスからなる。「共通課題解決」は、DI コンサルティング、DI プラットフォームを提供する中で得られたノウハウや保有ツール群を活用し開発したソフトウェアサービスである「DI プロダクト」を提供している。具体的には、商業施設・観光事業向けキャンペーンツール「マイグル」がある。同社では、これらのサービスを通じて、データに基づく論理的思考や合理的判断により、人間の判断が効率化・高度化していく社会の実現を目指している。

2. 2024年6月期第3四半期の業績動向

2024年6月期第3四半期の連結業績は、売上高が前年同期比27.7%増の1,628百万円、営業利益が同45.1%減の186百万円、経常利益が同45.1%減の185百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同48.0%減の120百万円となった。（2024年6月期より連結決算に移行しているため、前年同期比は参考値。）前期に引き続き、特に大手クライアント企業において、既取引部門や取り組み中の領域におけるDIサービスの利用継続・拡大（縦）と、既存クライアント社内の新規領域へのDIサービスの提供（横）の2方向からなる縦横展開が奏功し、さらにトヨタモビリティパーツ（株）と共同開発した「AI 整備見積りシステム」といった新たな取り組みが開始するなど、DI コンサルティング及びDI プラットフォームの取扱高が増加した。DI プロダクトにおいては、JR東海グループの駅商業施設で使える共通ポイントサービス「TOKAI STATION POINT」と「マイグル」の連携開始などもあり、好調に進捗した。一方で、前期の突発的な高利益率案件が発生しなかったことや、成長投資・人員増に伴う費用、イベント出展による広告宣伝費の増加などにより前年同期比で減益となったが、売上高は順調に拡大しており、通期目標達成の蓋然性は高いと弊社では見ている。

要約

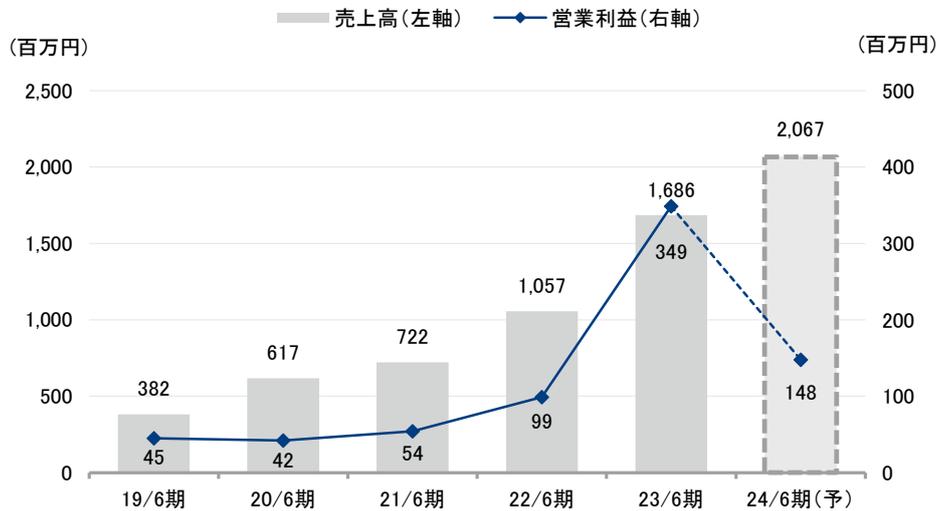
3. 2024年6月期の業績予想

2024年6月期の連結業績予想は、売上高が前期比22.6%増の2,067百万円、営業利益が同57.6%減の148百万円、経常利益が同57.9%減の147百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同62.1%減の93百万円としている。2024年4月15日に業績予想の修正を公表しており、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益が期初予想を下回る見込みである。同社では、2026年6月期に売上高40億円を目標としており、その後のさらなる成長も視野に入れた中長期的な事業投資を積極的に実施している。2024年6月期においても、将来期待されるプロダクトの「種」の開発や、新規顧客開拓、人材の確保及び育成の推進など、多くの先行投資を行っている。これらの結果、当期に見込まれる投資費用が期初予想を超えることとなった。売上高については、需要好調を追い風に期初予想どおりの案件獲得が進んでおり、利益減少額の大部分が投資費用の増加によるものであることを鑑みれば、中長期的な成長に向けた事業投資の進捗が好調に推移しているものと弊社では見ている。

Key Points

- ・戦略コンサルティングと高度なアナリティクス能力を融合したデータインフォームド推進企業
- ・2024年6月期第3四半期は、縦横展開が奏功し増収となるも、成長投資・人員増に伴う費用やイベント出展による広告宣伝費の増加などにより減益
- ・2024年6月期は、事業投資の加速を要因として各利益の下方修正を発表。市場環境や案件の獲得状況は好調であり、中長期的な成長に期待

業績推移



注：2024年6月期より連結決算に移行しているため、単体決算である2023年6月期以前は参考値
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 会社概要

戦略コンサルティングと高度なアナリティクス能力を組み合わせた データインフォームド推進企業として課題解決を実現

1. 会社概要

同社は、「あらゆる判断を、Data-Informedに。」をパーパス（目的）として掲げるデータインフォームド推進企業である。データインフォームドとは、人間の判断にデータを加える事で判断業務をアップグレードする考え方を指す。戦略コンサルティングと高度なアナリティクス能力を組み合わせた新しいタイプのプロフェッショナルサービス集団として、クライアント企業の経営課題解決、競争力強化のために判断業務の変革を支援している。

同社が提供するデータインフォームドサービスは、「個別課題解決」と「共通課題解決」に大別される。「個別課題解決」は、業務上の判断をデータインフォームドに変革するためのサービスを提供する「DI コンサルティング」と、継続的なDI判断を可能とするクラウドネイティブなデータ基盤を提供する「DI プラットフォーム」の2つのサービスからなる。「共通課題解決」は、DI コンサルティング、DI プラットフォームを提供する中で得られたノウハウや保有ツール群を活用し開発したソフトウェアサービスである「DI プロダクト」を提供している。

同社が掲げるパーパス

あらゆる判断を、
Data-Informedに。

DIコンサルティング
経営課題に全量データ分析でアプローチ

DIプラットフォーム
クライアントの日常業務をDIに

DIプロダクト
データを身近に、DIを身近に

出所：同社ホームページより掲載

会社概要

2. 沿革

同社は2012年12月にデータによる判断業務の変革を目指し設立。現代表取締役CEOの網野知博（あみのともひろ）氏が、日本IBM(株)でのビッグデータやアナリティクス関連の業務を経て、当時同僚であった田中耕比古（たなかたがひこ）氏、花谷慎太郎（はなたにしんたろう）氏と共に創業した。2020年1月には、商業施設の買い回りや観光エリアの回遊を促進するキャンペーンツール「マイグル」の提供を開始した。2022年3月には、東京証券取引所（以下、東証）マザーズへ上場し、同年4月東証グロース市場に移行した。同年5月には、データインフォームドサービスにおけるデータ分析基盤の開発及び「マイグル」の需要拡大を見据え、(株)ベーシックと業務提携契約を締結し開発体制を強化した。また、2023年8月には、完全子会社として(株)ギディアを設立し、Lab&Design(株)よりブランディング/クリエイティブデザイン事業を譲り受けた。これに伴い、2024年6月期より連結決算に移行した。2023年10月には、JR西日本グループのデジタル子会社(株)TRAILBLAZER（トレイルブレイザー）を、西日本旅客鉄道(株)と合併で立ち上げている。

沿革

年月	主な沿革
2012年12月	東京都渋谷区にて、(株)ギックス設立
2014年8月	東京都港区へ本社移転
2016年8月	SBI インベストメント(株)を引受先とする第三者割当増資の実施
2018年12月	BIPROGY<8056>と業務提携契約を締結
2019年1月	西日本旅客鉄道<9021>と資本業務提携契約を締結 (株)JR西日本イノベーションズを引受先とする第三者割当増資の実施
2019年8月	大阪市北区に大阪オフィスを設立 (株)ローランド・ベルガーと業務提携契約を締結
2020年1月	商業施設・観光事業向けキャンペーンツール「マイグル」の提供を開始
2021年4月	BIPROGYと資本業務提携を締結 BIPROGY、JR西日本イノベーションズ、三菱UFJキャピタル(株)を引受先とする第三者割当増資の実施
2022年3月	東京証券取引所マザーズへ上場 BIPROGYと業務提携契約を強化し再締結
2022年4月	東京証券取引所グロースへ市場変更 (株)電通コンサルティングと業務提携契約を締結
2022年5月	(株)ベーシックと業務提携契約を締結
2023年3月	Beyondge(株)と業務提携契約を締結
2023年8月	(株)ギディア(完全子会社)設立(ブランディング/クリエイティブデザイン事業を譲受)
2023年10月	西日本旅客鉄道(株)との合併会社「(株)TRAILBLAZER(トレイルブレイザー)」設立

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 事業概要

「データインフォームドな判断」の実現に向け 各事業部門で高い専門性と技術力を発揮

同社は、「DI コンサルティング」「DI プラットフォーム」「DI プロダクト」の3つのサービスを通じて、データに基づく論理的思考や合理的判断により、人間の判断が効率化・高度化していく社会の実現を目指している。

1. DI コンサルティング

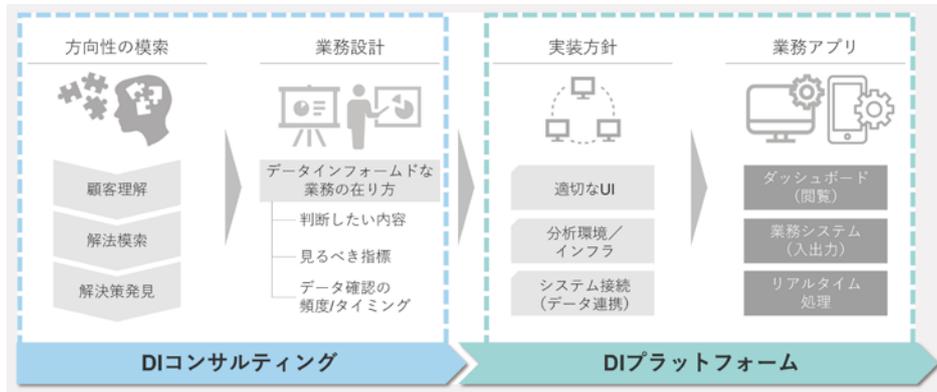
DI コンサルティングでは、顧客の業務上の判断をデータインフォームドに変革するためのサービスを提供する。同サービスは、「顧客理解」「解法模索」「解決策発見」の3つのフェーズに分かれ、顧客理解のフェーズではデータインフォームドな判断を行うために何が必要であるかを顧客と一緒に検討する。解法模索のフェーズでは、実施したい判断のために、活用可能なデータを用いた最適な分析方法を模索する。解決策発見のフェーズでは、分析結果をどのように業務に組み込んでいくべきかを見極め業務設計を行う。データ分析では、仮説検証型・試行錯誤型の2種類のスタイルによって、全件・全量データを用いた全粒度分析を行い、顧客の業務知識にデータという裏付けを与える。仮説検証スタイルでは、勘・経験に基づく仮説に対してデータによる検証・補強を行い、試行錯誤スタイルでは、顧客の興味・仮説に応じた動的な追加分析を行う。顧客理解から解決策発見のフェーズまでは、短くて3～4週間、平均6～7週間で到達する。同社に蓄積されたノウハウ・モジュール・ツールを活用し、顧客と併走しながら高速で分析を進めることで短期間での解決策発見が可能となる。顧客の蓄積されたデータを分析するだけでなく、物事を適切に判断していくためのアプローチを顧客とともに模索する点に、同サービスの価値が凝縮されていると弊社では考える。

2. DI プラットフォーム

DI プラットフォームでは、DI コンサルティングで得られた分析要件を仕組み化し、データを用いる思考態度を日々の業務に浸透させる。DI プラットフォームとはデータ処理基盤であり、必要なデータを必要な形で蓄積・処理する仕組みである。具体的には、他システムからのデータ連携により取得したデータを、「ダッシュボード」「業務システム」「リアルタイム処理」などのシステム・機能で蓄積・処理し、継続的な分析処理を安定的に実行する。GCP (Google Cloud platform) や AWS (Amazon Web Services)などを主体とするクラウドベースのデータ基盤を採用しているため、可用性と拡張性の高いプラットフォームが実現されている。また、システムの構築手法にはアジャイル型アプローチを採用しており、開発するシステムを小さな単位に分け、計画・設計・実装・テストを繰り返すことで、迅速かつ柔軟な対応を可能としている。

事業概要

DI コンサルティングと DI プラットフォームによる個別課題解決フロー

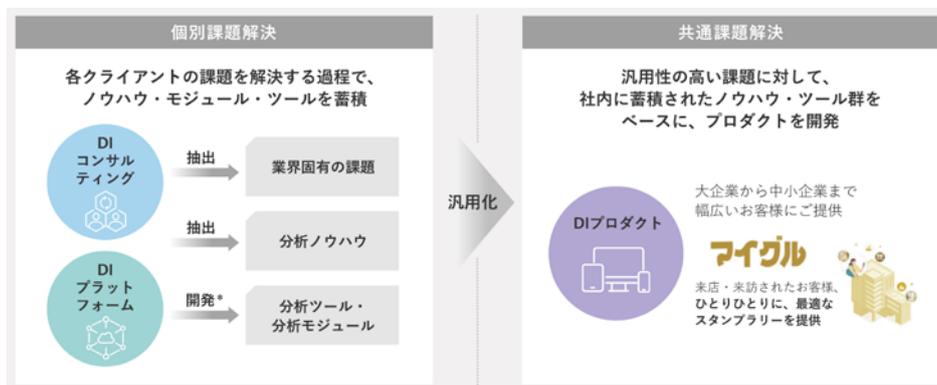


出所：決算説明資料より掲載

3. DI プロダクト

DI プロダクトでは、「個別課題解決」プロジェクトで培った分析ノウハウを用いて、「共通課題解決」に役立つ複数のプロダクトを開発・提供している。「個別課題解決」プロジェクトで抽出された、業界特有の課題や分析ノウハウ、ツール・モジュールを汎用化し、プロダクト化することで、より幅広い層におけるデータインフォームドな判断を促進する。主な DI プロダクトとしては、商業施設や観光エリアにおける買い回りや回遊を促進するキャンペーンを提供する、スマートフォン向け Web アプリ「マイグル」がある。利用施設やサービスに関して、「マイグル AI」により利用者の趣味・嗜好に合わせた選択肢が表示され、利用者がミッションを選択することで自分だけのスタンプラリーシートを作成できる。また、利用者が実際に選択した内容を「マイグル AI」が学習することで、提示内容が最適化される。顧客は、スタンプラリーの実施によって得られたデータを用いることで、一過性のキャンペーンで終わらせることなく、継続的なキャンペーンの検討・実施に活用できる。また、リアルタイムで状況を把握できるため、キャンペーン実施期間中も集客や告知面での追加対応を検討することが可能だ。主要顧客は、商業施設や地方自治体、鉄道やバスなどの公共交通事業者で、料金はスタンプラリーの規模や期間に応じて使った分だけ払う方式と、利用期間中は同時に複数のキャンペーンの実施が可能となる月額固定料金制がある。

DI プロダクトによる個別課題の汎用化



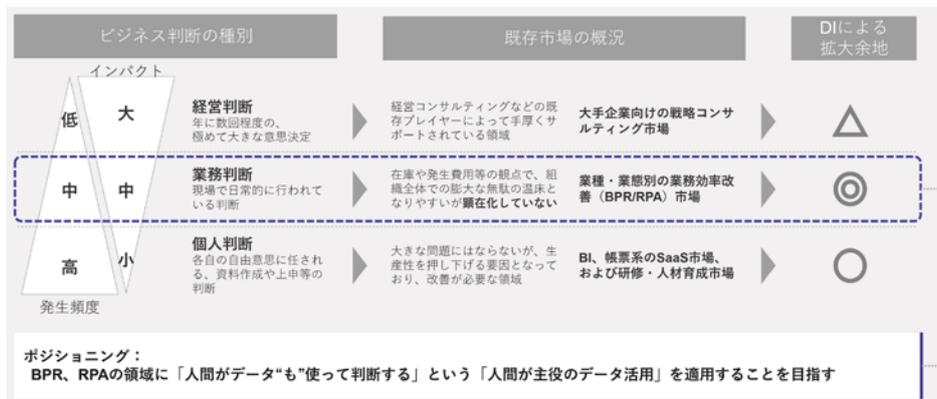
出所：決算説明資料より掲載

事業概要

4. 市場環境

同社決算説明資料によると（出所はデロイトトーマツミック経済研究所「ビジネス・アナリティクス市場展望 2022年版」）同社がターゲットとする国内ビジネス・アナリティクス市場規模は、2020年度で3,764億円であった。今後はデータ駆動型の経営・マーケティングや、需要予測に取り組むユーザーの増加を背景に、2028年度まで年平均成長率12.0%、市場規模は2028年度に9,341億円に達すると予測されている。DIの考え方を取り入れる対象となるビジネス判断は、「経営判断」「業務判断」「個人判断」に分類される。「経営判断」は年に数回程度の極めて大きな意思決定を、「業務判断」は現場で日常的に行われている判断を、「個人判断」は各自の自由意志に任せられる資料作成や上申などの判断を指している。同社ではこれらのうち「業務判断」市場を、BPRやRPAによる業種・業態別の業務効率改善の余地が大きいと捉えている。現場で日常的に行われている判断は、組織全体で膨大な無駄の温床となりやすいが顕在化していないためだ。「個別課題解決」の領域では、戦略コンサルティングのニーズに加え、データによる日々の業務判断のDI化を推進することで、経営判断・業務判断市場シェアを獲得していく。「共通課題解決」の領域では、個別課題を解決するなかで検知された共通課題を、同社が提供するプロダクトによって一気に刈り取る。事業判断にデータを活用する機運の高まりにより、企業各社も様々な取り組みを行っている。同社は、戦略コンサルティングと、高度なアナリティクスのケイパビリティを強みとしており、自社で取り組むだけでは得ることが難しい最適解を、クライアントに合わせて提供することが可能である。市場環境を鑑みれば、同社のデータインフォームド思想（以下、DI思想）は、より一層受け入れられていくものと弊社では見ている。

ビジネス判断の種別とDIによる拡大余地



出所：決算説明資料より掲載

加えて、DI市場の顕在化によりデータ活用・AI市場のさらなる拡大を見込んでいる。再現性の高い業務判断を行うためには、勘・経験・度胸をデータの活用により検証・補強する必要がある。従来のデータ提供の仕組みでは、ビジネス判断に耐え得る速度・品質のデータが提供されないという課題があった。同社は、データの蓄積・加工・判断への活用を一気通貫でサポートすることにより、データにより検証・補強された再現性の高い業務判断を実現する。

事業概要

データインフォームドな世界



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

2024年6月期第3四半期は増収減益。 「縦横展開」をはじめとする各施策が奏功し増収も、 成長投資や人材確保に伴う費用増加により減益

1. 2024年6月期第3四半期の業績概要

2024年6月期第3四半期の連結業績は、売上高が前年同期比27.7%増の1,628百万円、営業利益が同45.1%減の186百万円、経常利益が同45.1%減の185百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同48.0%減の120百万円となった。2024年6月期より連結決算に移行しているため、前年同期比は参考値であるが、単体決算での比較においても売上高は順調に拡大している。前期に引き続き、特に大手クライアント企業において、既取引部門や取り組み中の領域におけるDIサービスの利用継続・拡大（縦）と、既存クライアント内の新規領域へのDIサービスの提供（横）の2方向からなる縦横展開が奏功し、さらにトヨタモビリティパーツと共同開発した「AI整備見積りシステム」といった新たな取り組みを開始するなど、DIコンサルティング及びDIプラットフォームの取扱高が増加した。DIプロダクトにおいては、JR東海グループの駅商業施設で使える共通ポイントサービス「TOKAI STATION POINT」と「マイグル」の連携開始などもあり、好調に進捗した。一方で、前期の突発的な高利益率案件が発生しなかったことや、成長投資・人員増に伴う費用、イベント出展による広告宣伝費の増加などにより、前年同期比で減益となったが、後述する取り組みにより売上高は順調に拡大しており、通期目標達成の蓋然性は高いと弊社では見ている。

業績動向

売上成長を実現した要因として、縦横展開を加速するための人材育成やアセット活用の継続的な強化がある。前期に引き続き、プロジェクト推進で培った自社独自のノウハウをマニュアル、ツール、プログラムなどの形式でアセット化し再利用性を高めたほか、当該ノウハウをもとにした人材育成に関しても、日々ブラッシュアップを重ね効率向上につなげた。また、データサイエンティスト及びエンジニアの採用活動の強化も順調に進捗した。第3四半期末時点の従業員数は64名であり、2023年6月期末の42名から22名の増員となった。期初想定では通期で20名弱の採用を予定したことから、想定以上に採用活動が進捗していることが窺える。従業員の賃金についても、市場水準を鑑みながら処遇改善に取り組んでおり、離職率の低さからも相応のエンゲージメントが得られていると弊社では考える。

また、協業を核としたDI思想の啓発活動、営業体制・デリバリー体制の強化にも注力した。2023年9月には、西日本旅客鉄道〈9021〉との合併会社設立を発表し、同年10月2日にTRAILBLAZERを設立した。将来的に不足が懸念されている高度デジタル人材を確保・育成し、JR西日本グループの業務プロセス改革及びビジネスモデル変革を一層強化する。

DIプロダクトでは、順調に拡大している「マイグル」の拡販と機能強化に努めた。2023年8月には、サービス価値の向上を目的としてブランディング/クリエイティブデザイン事業を行う完全子会社として、ギディアを設立した。また、2024年1月には「SCビジネスフェア2024」に出展するなど、積極的な拡販施策に取り組んでいる。加えて、「マイグル」を活用したスマートシティ向けサービスを共同開発することを目的に、同年3月には、三井不動産〈8801〉、(一社)UDCKタウンマネジメントと業務提携契約を締結した。

2024年6月期第3四半期業績

(単位：百万円)

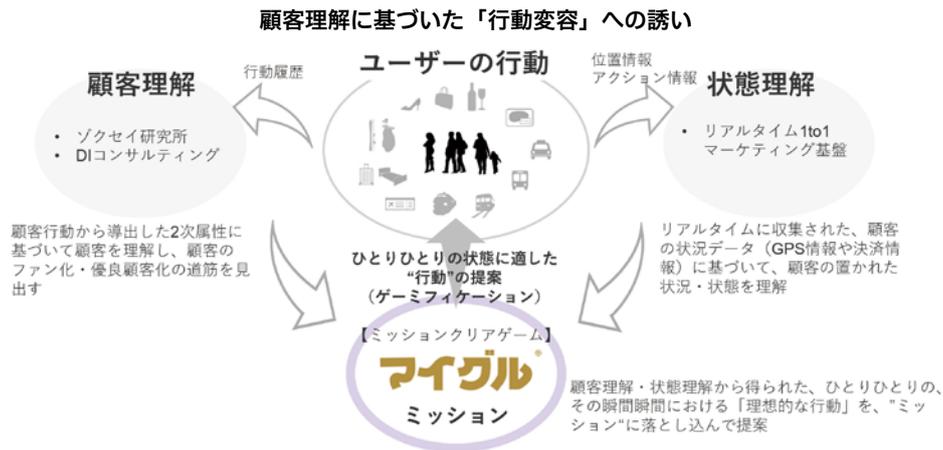
	23/6期3Q (単体)		24/6期3Q (単体)				24/6期3Q (連結)			
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,275	-	1,582	-	307	24.1%	1,628	-	353	27.7%
営業利益	338	26.5%	183	11.6%	-155	-45.9%	186	11.4%	-152	-45.1%
経常利益	338	26.5%	-	-	-	-	185	11.4%	-153	-45.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	231	18.1%	119	7.5%	-112	-48.5%	120	7.4%	-111	-48.0%
1株当たり四半期純利益(円)	41.46	-	-	-	-	-	21.54	-	-20	-

注：2024年6月期より連結決算に移行しており、同一条件での前期比較を行うために単体決算値も併記
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(1) 個別課題解決

「個別課題解決」のサービス領域では、「ゾクセイ研究所」及び「ゾクセイサービス」の立ち上げ準備が進行中である。「世界をゾクセイ（属性）で理解する」を掲げ、ユーザーを理解し表現するためにゾクセイを活用する。2016年には「2次属性®」の商標を取得しているが、これは各種データを用いて、ヒト、モノ、出来事の特徴を抽象化・概念化して付与したものである。活用データは、主に、行動履歴、移動履歴、使用履歴、修理履歴などの時系列データであり、ゾクセイを用いることで抽象度の高い分析や解像度の高いユーザー理解が可能となり、ユーザー理解の質を劇的に上げる新たなコンサルサービスを幅広い業界に提供できる。ゾクセイサービスは、同社の各サービスに幅広く適用・展開が可能であり、ユーザー理解に基づいた「行動変容」へと誘うことができる。また同時に、「リアルタイム 1to1 マーケティング基盤」の開発も進行中である。これは、リアルタイムに収集されたユーザーの行動データから各ユーザーの置かれた状況・状態を把握するデータ処理基盤である。ゾクセイ研究所や DI コンサルティングを用いて、ユーザーの行動から導出した 2 次属性に基づいてユーザーを理解するとともに、リアルタイム 1to1 マーケティング基盤を用いて、リアルタイムに収集されたユーザーの状況データ（GPS 情報や決済情報）から各ユーザーの置かれた状況・状態を理解する。これら得られた内容に基づき、ひとりひとりのユーザーに、その瞬間に最も適切な「ミッション」を提案することで、「理想的な顧客行動」へとガイドする。



出所：決算説明資料より掲載

また、トヨタモビリティパーツとの共同開発による、「AI 整備見積りシステム」のサービス提供を開始した。「AI 整備見積りシステム」とは、自動車ディーラー・自動車整備工場向けに提供される、AI による車の部品交換・整備予測を支援するシステムである。車両情報をシステムに入力するだけで、AI が約 80 項目の整備内容を診断し、整備の必要有無について推奨度を算出した「AI 診断書」を作成する。約 21 万台・約 135 万の点検における車種、年式、走行距離などの車両情報や整備履歴のデータを AI で解析し、実店舗での実証実験も実施しており、現在はトヨタモビリティパーツと共同で特許を出願中である。自動車整備業界では、先進安全技術を搭載した車両の普及に伴い、自動車整備の高度化が求められている。一方で、自動車整備要員の有効求人倍率は全職種平均の 1.05 倍に対して 4.55 倍まで上昇し、整備業界の人材不足が大きな課題となっている。そこで、安全性を最優先としながら作業効率を上げる「AI 整備見積りシステム」を、約 4 年かけて開発した。入庫前段階の顧客に対しては、データに裏付けられた整備内容の提案・見積もりが可能となり、また、入庫後の整備作業においても AI の診断結果をもとに作業計画の改善を図ることで、エンジニアの作業負荷削減を実現する。トヨタモビリティ新大阪（株）では 2024 年 3 月 1 日より順次導入を開始し、2024 年 6 月からの本格稼働を目指している。また、2025 年より全国のトヨタ車両販売店に対して、要望に合わせて順次サービス提供を開始する予定である。

業績動向

その他に、AIが観光モデルコースを提案する「おでかけレイクライン AIプランナー in 松江」が開始された。AIプランナーとは、ユーザーの趣味嗜好、滞在時間などのニーズと観光スポットをマッチングさせたモデルコースを提案するサービスである。倉敷（岡山）、白浜（和歌山）に続き、3ヶ所目の取り組みとなり、交通機関の時刻表と連携したサービス提供は今回が初めてである。松江の観光地を巡るループバス「ぐるっと松江レイクライン」でアクセスできる観光・グルメ・ショッピングスポットの中から、ユーザーへのおすすめルートとバス時刻と合わせて提案する。また、「おでかけ条件の設定」で基本条件（出発日・出発時刻・到着時刻）、こだわり条件（周遊テーマ・楽しみ方・巡り方）で、さらに細かい条件を設定することも可能である。ユーザーはAIプランナーを活用することで、本数が限られているバスを有効に利用し、効率的に観光地を巡ることができる。今後は、国内観光の活性化とインバウンド需要の拡大に対応した観光業界向けサービスとして、採用拡大が期待される。

(2) 共通課題解決

「共通課題解決」のサービス領域では、JR西日本グループでの「マイグル」活用が引き続き堅調であり、大型商業施設のキャンペーンツールとしての採用が拡大している。また、店舗単独のキャンペーンだけでなく、全国の施設を対象とするキャンペーンも実施され、多様な施策に活用されている。直近では、JR西日本の観光ナビアプリ「tabiwa by WESTER」に導入され、山陰地方でのデジタルスタンプラリーなどに活用されている。JR西日本では「データ」「個客」起点で多様なサービスを生み出し、24時間365日顧客とつながるサービスを推進している。「マイグル」は、2021年より移動生活ナビアプリ「WESTER」に導入され、2023年4月に開始した「WESTERポイント」の会員獲得促進など、既に150件以上のキャンペーンに活用されている。「WESTER」はサービス開始から1年で会員数が750万人を突破しており、「マイグル」を活用した継続的なキャンペーンが会員増加に貢献したことが「tabiwa by WESTER」の導入に際して評価された。「マイグル」における従来の成長戦略「スーパーアプリへの組込み」についても引き続き推進する方針である。

また、JR東海グループの「TOKAI STATION POINT」アプリとも連携しており、「マイグル」を活用したキャンペーンへシームレスに参加することが可能である。同アプリは、JR東海グループの駅商業施設で使える共通ポイントサービスであり、「マイグル」を活用したアプリ内スタンプラリーにより、TOKAI STATION POINT会員の購買・移動の体験価値を向上させつつ、商業施設内・施設間の回遊促進や鉄道移動需要の創出を図ることができる点が評価されている。TOKAI STATION POINTアプリで「マイグル」を活用した初のキャンペーンとして、33施設を対象とした「来店スタンプキャンペーン」が実施された。今後も既存モデルの「横展開」の実現や、さらなる発展を目指し積極的に推進する。

その他、子会社のギディアでは、ライフスタイルブランド「継（つぐ）」の今治タオルが三井住友カードプラチナ会員限定サービス「メンバーズセレクション」に採用された。「継」は、日本の伝統工芸、伝統産業を次世代へ継いでいくことを目的として、全国各地の伝統工芸・伝統産業の工房、企業と協業して立ち上げたライフスタイルブランドである。ギディアのクリエイティブ&ブランディングディレクター石山瑤留が、ブランド戦略、アートディレクション、商品化から販売戦略までを一気通貫で手掛けている。

業績動向

2. 財務状況

2024年6月期第3四半期末の資産合計は、前期末比19百万円増の2,366百万円となった。流動資産は同22百万円増の2,247百万円となり、主な内訳は、現金及び預金が1,611百万円、売掛金及び契約資産が612百万円である。固定資産は同2百万円減の119百万円となり、主な内訳は、投資その他の資産が71百万円である。

負債合計は、前期末比116百万円減の327百万円となった。流動負債は同79百万円減の284百万円となり、主な内訳は、その他流動負債が228百万円である。固定負債は同37百万円減の43百万円となり、内訳は、資産除去債務が35百万円、長期借入金が8百万円である。

純資産合計は同136百万円増の2,038百万円となった。主な内訳は、資本剰余金が1,158百万円である。自己資本比率は85.0%と財務健全性は盤石であり、短期的な懸念事項は全くないものと弊社では見ている。なお、2024年6月期より連結決算に移行しているため、単体決算である2023年6月期末に対する増減額は参考値である。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/6 期末	24/6 期 3Q 末	増減額
流動資産合計	2,225	2,247	22
(現金及び預金)	1,899	1,611	-287
固定資産合計	122	119	-2
(有形固定資産)	50	47	-2
資産合計	2,347	2,366	19
流動負債合計	363	284	-79
(1年内返済予定の長期借入金)	50	50	0
固定負債合計	80	43	-37
(長期借入金)	45	8	-37
負債合計	444	327	-116
純資産合計	1,902	2,038	136
負債純資産合計	2,347	2,366	19

注：2024年6月期より連結決算に移行しているため、単体決算である2023年6月期末は参考値
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

中長期的な事業投資のため通期業績予想を下方修正。 案件獲得状況は好調であり売上高は計画どおりに成長

1. 2024年6月期の業績見通し

2024年6月期の連結業績予想は、売上高が前期比22.6%増の2,067百万円、営業利益が同57.6%減の148百万円、経常利益が同57.9%減の147百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同62.1%減の93百万円としている。2024年6月期より連結決算に移行しているため、前期比は参考値である。2024年4月15日に業績予想の修正を公表しており、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益が期初予想を下回る見込みである。同社では、2026年6月期に売上高40億円を目標としており、その後のさらなる成長も視野に入れた中長期的な事業投資を積極的に実施している。2024年6月期においても、将来期待されるプロダクトの「種」の開発や、新規顧客開拓、人材の確保及び育成の推進など、多くの先行投資を行っている。これらの結果、当期に見込まれる投資費用が期初予想を超えることとなった。期初予想の営業利益375百万円と修正後営業利益148百万円との差額227百万円の内訳としては、DD&RD関連、プロダクト開発を含む新規事業開発、営業力強化のための関連費用など、成長投資や新規事業開拓に関連した費用が190百万円と大部分を占め、そのほかは採用関連費用の先行投資が22百万円、外部パートナーの単価アップが15百万円である。期初時点では上期にある程度の事業投資を行い、下期の投資は緩やかになる見通しであったが、事業投資を進めていく中で、研究開発や新規事業の「種」への投資を加速させることが将来の成長につながると判断した。売上高については、需要好調を追い風に期初予想どおりの案件獲得が進んでおり、利益減少額の大部分が投資費用の増加によるものであることを鑑みれば、中長期的な成長に向けた事業投資の進捗は好調に推移しているものと弊社では見ている。

2024年6月期計画進捗

(単位：百万円)

	24/6期3Q		予想	24/6期	
	実績	売上比		売上比	進捗率
売上高	1,628	-	2,067	-	78.8%
営業利益	186	11.4%	148	7.2%	125.7%
経常利益	185	11.4%	147	7.1%	125.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	120	7.4%	93	4.5%	129.0%
1株当たり四半期純利益(円)	21.54	-	16.73	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 重点施策

同社では、2024年6月期の重点施策として(1)既存クライアント向け縦横展開の推進、(2)「マイグル」の拡販、(3)中長期的な事業投資の強化を掲げている。それぞれの施策の具体的な取り組みは以下のとおりである。

(1) 既存クライアント向け縦横展開の推進

既存クライアント向けに関しては、縦横展開による DI 思想の継続的な浸透を推進することで、DI コンサルティング・DI プラットフォームの取扱高の増加を図る。既取引部門・取り組み中の領域における DI サービスの利用継続・拡大である縦展開と、クライアント企業の未取引部門・新規領域への DI サービスの提供である横展開を同時並行で実施する縦横展開は、既存クライアントを中心に高いニーズを持って受け止められている。また、DI コンサルティングに対する需要が増進しており、新テーマや新部署での取り組み拡大にも注力する。

(2) 「マイグル」の拡販

「マイグル」の拡販に関しては、追加機能を活用しながら既存・新規クライアントの双方に注力する。大手クライアントの自社アプリへの組み込みを推進し、同製品の継続利用を図るとともに、「マイグル」の機能強化投資や新プロダクトへの研究開発投資なども継続的に行う。利用実績のある「マイグル」を強化することで、成功確度の高い成長を狙えると弊社では見ている。

(3) 中長期的な事業投資の強化

中長期的な事業投資の強化に関しては、「マイグル」の機能強化投資や新プロダクトの「種」への研究開発投資など、DD&RD 領域に対して継続投資を行う。また、研究開発以外にも、新規サービスを事業として立ち上げるための投資を行う。「マイグル」は多くのキャンペーンでの利用実績があるが、機能追加により活用の選択肢が広がることで一層の利用が見込まれる。また、新規顧客獲得に向けた外部リソースを活用した営業活動強化のほか、イベント出展費用などの広告宣伝費、人材採用費の増加などを見込んでいる。

■ 成長戦略

上場時の目標である CAGR40% をターゲットに 2026年6月期には売上高 40 億円を目指す

同社では、2023年9月29日に事業計画及び成長可能性に関する資料を公表した。売上高については、上場時より掲げていた目標である CAGR40% をターゲットとしている。上場期（2022年6月期業績）を基準とし、上記目標を達成することで、2026年6月期には売上高 40 億円を目指す。同社はグロース企業であり、現時点においては事業規模の拡大に主眼を置いているため、売上高を指標としており利益目標は定めていない。事業規模の拡大に向けては、M&A の実行も視野に入れる方針だ。M&A については、DI プロダクトで提供している「マイグル」のバリューチェーンの補完、DI コンサルティング・DI プラットフォームのリソースの補完を実現できる企業や、シナジーを発揮し周辺領域の新たな事業展開が見込める企業をターゲットとしている。

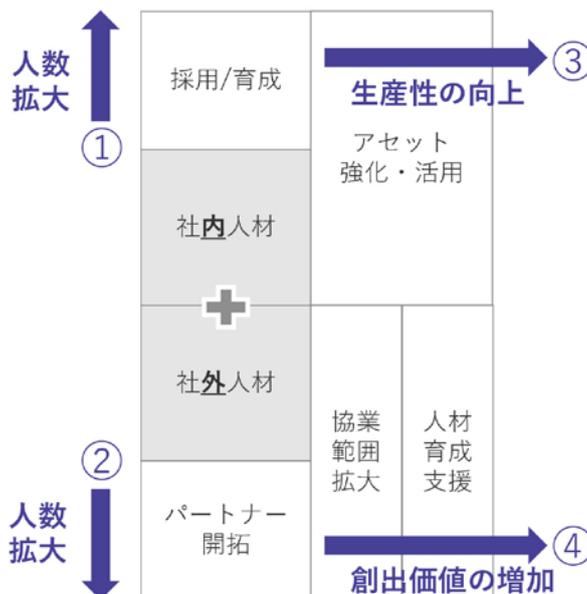
1. 「二兎を追う」方針

同社は、「個別課題解決」と「共通課題解決」の両輪で拡大・成長を推進する「二兎を追う」方針により中長期的な成長を目指す。DI コンサルティング・DI プラットフォームによる「個別課題解決」は、短期的な収益の柱として根源的価値事業に位置付けられており、ビジネスモデルは人的リソースと一定程度相関するハイ・マージン型である。一方、DI プロダクトによる「共通課題解決」は、中長期的な成長の種として戦略的投資領域に位置付けられており、ビジネスモデルは人的リソースに依存しないハイ・レバレッジ型である。同社では、祖業である「データを用いた個別企業の成長支援」の収益力を高めつつ、「マイグル」をはじめとする「プロダクト」を活用した労働集約型モデルからの脱却による非連続的な成長を目指している。

2. 個別課題解決の展開方針

「個別課題解決」においては、効率的な顧客開拓を目指し、DI 思想の部内展開・社内展開・業界内展開・他業界展開（縦横展開）を高速かつ効率的に推進する。ターゲットとしている業界には、鉄道・不動産・運輸などがあり、新規顧客の開拓にも注力する。対象業界に共通する課題は存在しているが、課題解決に向けた考え方は異なる。そのため、同社の強みでもある顧客に合った最適解の提案がより重要になると弊社では考える。また、同事業の成長には人的リソースの確保が必須であり、直近の強化領域として採用強化とパートナー開拓を挙げている。採用強化については、外部委託先を活用したノウハウの蓄積に加え、社内リソースの増員により採用体制を強化している。また、パートナー開拓については、プロフェッショナル人材ネットワークの構築・活用を強化する。プロフェッショナル人材ネットワークは、同社経営陣の人脈を中心に、戦略コンサルタント経験者、事業会社経営職経験者、トップコーダー、セールススペシャリストなどの独自ネットワークを構築し、パートナー契約により同社プロジェクトへの参画を促進する仕組みである。

人的リソースの拡充に関するイメージ図



出所：決算説明資料より掲載

3. 共通課題解決の展開方針

「共通課題解決」においては、「マイグル」を中心とした機能強化・拡張を推進する。2023年5月に WeChat ミニプログラム版の開発に向け、Beyondge(株)、(株)ルイスマーケティングと業務提携を開始しており、訪日外国人向けサービスの開発を進めている。また、2023年8月には完全子会社としてギディアを設立し、Lab&Design のブランディング/クリエイティブデザイン事業を譲受した。本事業譲受によりデザイン・クリエイティビリティを獲得したことで、キャンペーンの際にクライアントが使用するクリエイティブやデザイン企画の提供(デザインサポートサービス)が可能となった。従来のデジタル機能に「リアルな場づくり」を追加することで、より一層「ユーザーに寄り添う」サービスに近づいた。その他にも、各種機能強化に加え周辺領域を含むサービス領域の拡張が複数進捗しており、今後、適切なタイミングで開示する方針である。

4. 経営上重視する指標

同社の売上高は従業員数と1人当たり売上によって構成されており、これらの指標を経営上重視している。従業員については、2023年6月期は期初予定どおりの採用進捗を達成しており、今後もサイエンティスト、エンジニアの採用を加速する。また、1人当たり売上については、2023年6月期は、好調な案件獲得に加え研究開発の一部有償化の一過性要因があり高水準で着地した。短期的には多少のブレはあるものの、中長期的なトレンドとして右肩上がりの成長を目指す。同指標を高めるためにはプロジェクト実施数の積み上げが不可欠であり、アセット活用による生産性の向上などにより、着実な遂行能力の向上を図る。

従業員数と1人当たり売上の推移



出所：決算説明資料より掲載

■ 株主還元策

配当方針の変更と初配の実施を公表。 2024年6月期の配当は1株当たり27.0円を予定

同社は、2024年4月に配当方針の変更と初配の実施を公表した。従来の配当政策は、「今後の成長に向けた投資のために内部留保の充実を図る方針」であり配当は実施していなかった。しかし、中長期的な企業価値向上を目指した成長投資を継続しつつ、株主に対する短期的な利益還元も同時に実現すべく、配当を実施する方針に変更した。2024年6月期は、1株当たり27.0円の期末配当（初配）を予定している。また、2025年6月期以降については、1株当たり中間26.5円、期末27.0円の年間53.5円の普通配当を毎年継続的に実施する方針である。

一方、成長投資の原資となる内部留保の確保については、同社の創業取締役3名が配当実施時に受け取りを辞退するという、他に例を見ないスキームを採用した。また、中長期的な利益については、2026年6月期の売上高目標40億円を引き続き目指しつつ、利益面では「最終利益として当該年度の配当原資分を確保する水準」を目線として中長期的に最大限の積極投資を実施する方針だ。これまでは、事業投資への利益充当による企業価値の向上をもって株主への利益還元としていたが、今般の取締役3名の配当辞退を含む配当方針の変更により「安定配当（短期的側面）」と「投資などによる企業価値の持続的向上（中長期的側面）」の両輪体制が可能となり、株主に対する利益還元の姿勢がより明確になったと弊社では見ている。

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