

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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7月5日(金)

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月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通しと中期目標	02
■ 会社概要	03
■ 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月期の業績動向	05
■ 今後の見通し	07
1. 2025年3月期の業績見通し	07
2. 2025年3月期の重点施策	08
3. トピックス	09
■ 中期成長戦略	10

要約

新領域の事業が成長を牽引し、当期純利益は過去最高。 2024年3月期は12期連続の増収を達成

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、2023年4月～2024年3月の年間レシート規模で5.0兆円となり、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6,000万人規模に上る。

※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月期の業績概要

2024年3月期の業績は、売上高1,593百万円（前期比10.6%増）、営業利益63百万円（同15.9%減）、経常利益62百万円（同14.4%減）、当期純利益60百万円（同76.5%増）となった。売上高については12期連続の増収で過去最高を更新した。各段階利益については、営業利益及び経常利益は成長投資による費用の増加で減益となるも、当期純利益は投資有価証券評価損を計上した前期に対して増益となった。業績予想に対しては、売上高については達成率99.5%とほぼ計画どおり、営業利益及び経常利益についてはそれぞれ同79.9%、80.8%と未達だが、当期純利益は同96.7%とこちらもほぼ達成しての着地となった。売上高については、同社が新領域と位置付けるビジネスアナリティクス領域において、「POS分析クラウド」が当初計画を超える受注を獲得したこと等によってスポット型売上高が前期比80.3%増の225百万円と大きく貢献した。ストック型売上高についても、主力サービスの「イーグルアイ」等が堅調に契約数を伸ばしたこと等により前期比4.0%増の1,368百万円を計上し、2024年3月期までの7年間の平均成長率が17.0%と高水準を維持しており、同社の成長を支えている。利益面では、基幹システム開発費の減価償却が2024年3月期第1四半期で終了したものの、人員増や研究開発投資、事業運営基盤の構築等により販管費が前期比161百万円増加したほか、スポット型売上高関連の売上原価の増加等（51百万円）により営業利益は前期比で減少となった。成長投資を理由とする減少要因を除けば前期比増益となることから、同社は売上とともに着実に利益を計上していると弊社では見ている。

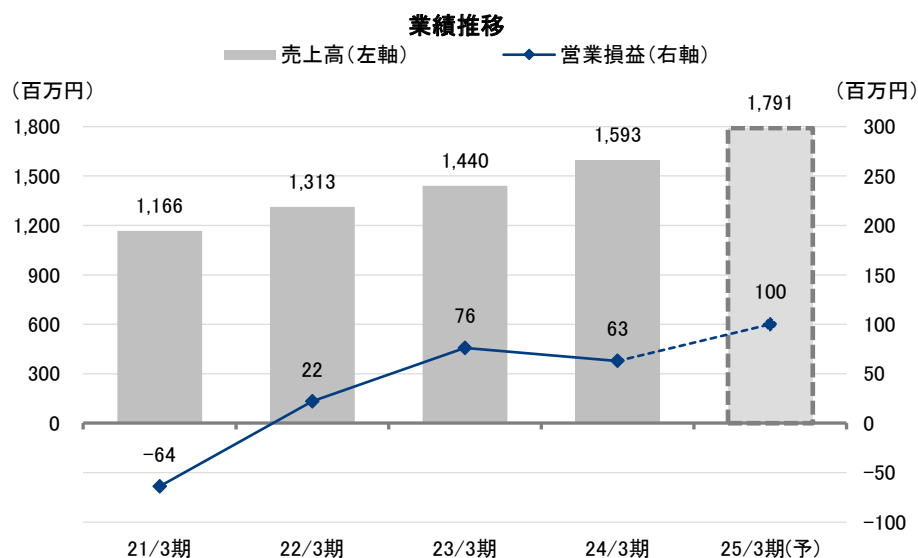
要約

2. 2025年3月期の業績見通しと中期目標

2025年3月期の業績は、売上高1,791百万円（前期比12.4%増）、営業利益100百万円（同56.4%増）、経常利益98百万円（同57.6%増）、当期純利益87百万円（同46.5%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業績貢献とスケール化を実現し、成長を加速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）」「楽天AD連携」などの新サービスを相次いでリリースしており、2025年3月期への業績貢献が見込まれる案件も出始めるなど、今後が期待される。また、ビジネスアナリティクス領域では2024年3月期第2四半期に受注し売上に貢献した「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。

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月期の売上高は過去最高、12期連続の増収を達成
- ・ 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。これを機に、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。

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(以下、東証)マザーズ市場に株式上場を果たし、2022年4月には東証の市場区分見直しによりグロース市場へ移行した。2024年3月期末時点において、取り扱う購買データ量の合計金額は年間5.0兆円に積み上がり、「イーグルアイ」の契約社数は140社に達した。

■ 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別に分類して整備し、フォーマットなどの整形を行い、ユーザーが使いやすい形に修正して提供する。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、店頭で売り上げが立った2日後に購買データを分析・活用することができる。

事業概要

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、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。

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、社内オペレーションと社外のリソースが協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を組み、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。

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、最高の形で提供できる。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の業務の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月期売上高は過去最高となり、12期連続増収を達成

● 2024年3月期の業績動向

2024年3月期の業績は、売上高1,593百万円（前期比10.6%増）、営業利益63百万円（同15.9%減）、経常利益62百万円（同14.4%減）、当期純利益60百万円（同76.5%増）となった。売上高については12期連続の増収で過去最高を更新した。各段階利益については、営業利益及び経常利益は成長投資による費用の増加で減益となるも、当期純利益は投資有価証券評価損を計上した前期に対して増益となった。業績予想に対し、売上高については達成率99.5%とほぼ計画どおり、営業利益及び経常利益についてはそれぞれ同79.9%、80.8%と未達だが、当期純利益は同96.7%とこちらもほぼ達成しての着地となった。

売上高については同社が新領域と位置付けるビジネスアナリティクス領域において、「POS分析クラウド」が当初計画を超える受注を獲得したこと等によってスポット型売上高が前期比80.3%増の225百万円と大きく貢献した。ストック型売上高についても主力サービスの「イーグルアイ」等が堅調に契約数を伸ばしたことにより前期比4.0%増の1,368百万円を計上し、2024年3月期までの7年間の平均成長率が17.0%と高水準を維持しており、同社の成長を支えている。

業績動向

ストック型売上高について、主要サービス別では、消費財メーカー向けの SaaS サービス「イーグルアイ」が中堅消費財メーカー等を対象に契約社数を 140 社と前期比 6 社増やした結果、売上高は 775 百万円（前期比 6.3% 増）となり順調に推移した。消費財メーカー向け SaaS サービス「ドルフィンアイ」は売上高 60 百万円、小売業向け SaaS サービス「ショッピングスキャン」等は売上高 300 百万円とそれぞれ前期並みで着地した。スポット型売上高については、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」が、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を初期売上として計上したことから、売上高が急伸した。導入後は、定期的な利用料がストック型売上に転じる予定である。なお、スポット型売上高では顧客がサービスを導入する際に発生する一時的な売上が計上されるため、売上高の将来に向けた成長性を測るためにはストック型売上高の動向に注目すべきであろう。2024 年 3 月期の売上高全体に占めるストック型売上高の割合は 85.9% と前期比 5.4 ポイント低下したが、前述のとおり「POS 分析クラウド」に関わるスポット型売上高伸長の影響であり、今後はストック型売上高への転換により貢献が見込めることから、同社では売上高全体の 90% 程度をストック型売上高が占めるだろうとしている。

利益面では、基幹システム開発費の減価償却が 2024 年 3 月期第 1 四半期で終了したものの、人員増や研究開発投資、事業運営基盤の構築等により販管費が前期比 161 百万円増加したほか、スポット型売上高関連の売上原価の増加等（51 百万円）により営業利益は前期比で減少となった。成長投資を理由とする減少要因を除けば前期比増益となることから、同社は売上とともに着実に利益を計上していると弊社では見ている。人材への投資としては今後のサービス強化・拡販に向け、営業及び専門人材を中心に約 2 割増員したほか、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。

2024 年 3 月期業績

（単位：百万円）

	23/3 期 実績	24/3 期 実績	前期比		24/3 期	
			増減額	増減率	期首予想	実績比
売上高	1,440	1,593	152	10.6%	1,600	99.5%
ストック型売上高	1,315	1,368	52	4.0%	-	-
イーグルアイ	729	775	46	6.3%	-	-
ドルフィンアイ	61	60	-0	-1.5%	-	-
ショッピングスキャン等	301	300	-0	-0.2%	-	-
その他ストック型売上	222	230	8	3.6%	-	-
スポット型売上	124	225	100	80.3%	-	-
売上総利益	765	914	149	19.5%	966	94.6%
販売管理費	688	850	161	23.4%	886	95.9%
営業利益	76	63	-12	-15.9%	80	79.9%
経常利益	73	62	-10	-14.4%	77	80.8%
当期純利益	33	60	26	76.5%	62	96.7%

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

2025年3月期も増収増益の見込み。 成長ペースにもこだわり、新領域のサービス強化で成長加速

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高1,791百万円（前期比12.4%増）、営業利益100百万円（同56.4%増）、経常利益98百万円（同57.6%増）、当期純利益87百万円（同46.5%増）を見込む。売上高は、既存領域においてストック型売上高を着実に積み上げながら、新領域のスケール化（規模拡大）を図ることにより、2ケタ成長を計画している。ストック型売上高については予想売上高のうち87.6%の1,568百万円を見込んでおり、2024年3月期比で14.7%増と高成長を継続する計画である。内訳としては消費財メーカー向けの主力サービスである「イーグルアイ」で847百万円、小売業向けサービスである「ショッピングスキャン」等で367百万円としており、その他を「ドルフィンアイ」及びその他ストック型売上によって達成する計画だ。「イーグルアイ」については2024年3月期比で9.3%増と高い成長を目指す。施策としては、同社が「ホワイトゾーン」と位置付ける準大手や中堅消費財メーカーをターゲットとして販売拡大を図る考えである。大手とは異なり、データ活用のノウハウ習得やインフラ整備が途上、あるいは未整備のメーカーをポテンシャル顧客と捉え、現場ニーズに合わせたソリューションを展開することで顧客拡大につなげる。ショッピングスキャン等においても2024年3月期比で22.1%増と高い成長を目指す。これは2024年3月期にスーパーマーケット等の複数の小売業から獲得した受注を反映したものであるが、それ以外にも2023年9月にサービスを開始した「SalesSensor」の受注に向けた活動が実を結びつつあるとのことであり、2025年3月期の業績に織り込まれている。

利益面については、営業利益で2024年3月期比56.4%増と大幅な増益を計画する。2024年3月期は成長投資に伴う販管費の増加により営業利益率は前期比1.3ポイント減の4.0%となったが、2024年3月期に受注した、計画を超えるスポット型売上がストック型売上に転換して貢献する見込みであること、並びに同社の実力を考慮すれば、2025年3月期における営業利益率5.6%達成は十分可能と弊社では見ている。同社は2026年3月期の数値目標として営業利益率8.0%超を目指しており、成長加速フェーズにある2025年3月期をその前段階と位置付け、利益率向上に注力すると考えられる。なお、同社によれば、2025年3月期については前期のような大規模な人材投資やシステム投資は現時点では計画しておらず、利益率を高めながら事業の成長に合わせて必要な投資を進める考えである。

2025年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	24/3期		25/3期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	1,593	100.0%	1,791	100.0%	198	12.4%
売上総利益	914	57.4%	1,028	57.4%	113	12.4%
販管費	850	53.4%	928	51.8%	77	9.1%
営業利益	63	4.0%	100	5.6%	36	56.4%
経常利益	62	3.9%	98	5.5%	36	57.6%
当期純利益	60	3.8%	87	4.9%	27	46.5%

出所：決算短信、決算説明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.

2. 2025年3月期の重点施策

同社は2025年3月期の重点施策として、前期まで推進してきた4つの施策をこれまでの進捗に合わせる形で目標を引き上げ、施策内容を再設定し、掲げている。

(1) クライアントに選ばれるデータプラットフォームとして小売業のDXを推進【リテールDX領域】

2024年3月期の成果として「ショッピングスキャン」の受注が順調に進捗し、2025年3月期の業績への貢献が期待できることを踏まえ、小売業、特にドラッグストア、スーパーマーケット、ホームセンター、コンビニエンスストア等をターゲットとしてデータ活用ソリューションの受注拡大を図り、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。「ショッピングスキャン」等の既存サービスに加え、「SalesSensor」や「Potential Scan」等のAIを活用した新サービスについても積極的に販促する計画で、現時点で既に顧客からの引き合いは高まっており、業績への貢献が期待される。

(2) 将来の成長のタネである新領域の立ち上げ【ビジネスアナリティクス領域・広告領域】

ビジネスアナリティクス領域においては、2024年3月期は「POS分析クラウド」が計画を超える受注を獲得し、スポット型売上高の増加に寄与した。2025年3月期は導入顧客からの要望に基づく設定を行うことで利便性を高める改善を行うとともに、初期導入段階における各種設定時のコスト、運用段階におけるコストなどを低減すべく、モノづくりに関わるプロセス整備を上期に実施する。よりスムーズにサービスを提供するための工夫やコスト構造の効率化（利益率の改善）を図ったうえで下期の販売に注力し、スケール化を推進する考えだ。広告領域においては、2024年3月期に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するなど、アライアンスパートナーとの協業が進んでいることから、2025年3月期において売上高への貢献が期待される。海外領域においては、2022年に業務提携したベトナムのFPT Software Co., Ltdグループ企業との間でベトナムにおけるEC及び実店舗におけるデータマーケティングに関する新サービスの立ち上げを進めている。ベトナムに進出する日本企業の現地におけるマーケティングをデータ分析により支援するもので、2025年3月期中のサービスリリースを目指して準備を進めている。

(3) 消費財メーカーのDXに貢献（データ活用ステージに進むホワイトゾーン）【データマーケティング領域】

2024年3月期には、データの活用が進んでいない準大手や中堅の消費財メーカーが現場で使いやすいソリューションの開発や、それらメーカーを顧客として取り込むための販売チャネルの多様化に取り組んできた。2025年3月期はそれらを武器に「イーグルアイ」拡販のための営業活動を本格的に推進する。メーカー側にとっても既に大手で実施しているようなデータ活用のノウハウを得ることは、DX推進による売上拡大・業務改善という大きなメリット獲得につながると考えられる。同社はメーカー各社を個別に攻略するのではなく、メーカー各社を顧客基盤として抱える企業と協業する形で販売チャネルを構築することにより、ホワイトゾーンにおける受注を一気に拡大する方針である。

今後の見通し

(4) 「人と組織の成長」「事業運営基盤の整備」による成果の最大化

「人と組織の成長」として社員の学びと専門性向上への支援を充実するほか、専門のコーチによる次世代リーダー育成、チームビルディング、女性リーダーのエンパワメントを促進する。同社は「人材」を最も重要な経営資産と捉えており、特にビッグデータのハンドリングや分析、顧客のマーケティング業務への落とし込みといった専門領域に関するノウハウやAI等の先端テクノロジーを活用できる人材の育成が同社のビジネスの競争力に直結するとしている。ビッグデータのハンドリングに関するスキルの向上を社内のOJTにより対応するほか、先端テクノロジーや専門的な分析手法等はOJTに加えて社外での教育機会を社員に提供している。また、社員の資格取得を奨励し、同社にて定めた認定資格を取得した際にはストック型の資格手当を給付する等、社員の専門性を高める土壌づくりに力を入れている。さらに、次世代リーダー育成や女性リーダーのエンパワメントについては、社内キャリアコーチング等のプログラムを提供し、リーダーシップ開発をサポートしている。「事業運営基盤の整備」では2024年3月期までに営業推進のための社内業務・情報システム整備を完了したため、2025年3月期はサービスの内容改善に注力する。前述の「POS分析クラウド」も同様であるが、顧客のサービス導入時に得られた改善要望を踏まえ、顧客に対応することで満足度の高いサービスを提供するほか、サービス提供までのプロセスを見直すことで対応コストの低減やスムーズなサービス提供を図る。

3. トピックス

2024年3月期は将来の成長のタネ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。

(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。

(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。

(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。

(5) 「SalesSensor」

2023年9月、小売業向け新サービス「SalesSensor」をリリースした。

(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。

今後の見通し

(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、売上の伸びしろを可視化するサービスで、自社店舗での売上と市場全体での売上を比較したり、もっと売れそうな商品を見つけたりすることが可能となる。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。

(8) 「ウレコン」

購買データ閲覧サイト「ウレコン」の登録者数が2024年4月に3万人を突破した。日用品や食料品約500カテゴリーの直近3ヶ月分の購買データを誰でも無料で閲覧できるサイトで、売れ筋商品の地域別ランキングや購入者属性、リピーターの割合等が確認でき、商品の市場におけるトレンドを把握することが可能である。小売業や消費財メーカーなどの企業がマーケティングに活用するなど、サービスの充実度が高い。同サービスの利用をきっかけに、より詳細で長期的なデータを閲覧したいというニーズが生まれ、「イーグルアイ」等の引き合いにつながることもあるようだ。また、あらゆる人がデータ活用に取り組むようになる「DXの民主化」を背景に、システムに多額の費用をかけられない教育機関などの組織や団体、中小企業や個人に対してビッグデータを身近に活用して欲しいという思いからも、このサービスを展開し、データ活用の裾野拡大を目指している。

■ 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。あくまで緻密な積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を積み上げ、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。したがって、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。

2024年3月期は、新領域である「POS分析クラウド」が当初の想定を上回る受注を獲得し事業の成長を牽引した。2025年3月期は現在の主力サービスからなる既存領域の成長と合わせ、新領域のスケール化により業績拡大を図ることでさらに成長を加速させ、2026年3月期の数値目標を達成する考えである。

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