

|| 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 >>>](#)

2024年12月4日(水)

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. 2025年3月期中間期の業績概要	01
2. 2025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	08
1. 2025年3月期中間期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
1. 2025年3月期の業績見通し	11
2. 成長戦略	12
■ 株主還元策	16

■ 要約

企業のコーポレートサイト制作から基幹業務システムへ軸足をシフト

ネットイヤーグループ<3622>は、CX（顧客体験）の向上を起点として顧客企業のブランド価値や企業価値向上を支援するデジタルマーケティング施策の立案や各種リサーチ、システム開発、運用保守、プロモーション施策などを展開している。2019年2月に（株）NTTデータ（現 NTTデータグループ<9613>の事業子会社）と資本業務提携契約を締結し、グループ会社となった。NTTデータのシステム開発力と同社のCXデザイン設計力の融合によるシナジー創出を成長戦略の1つとして掲げており、NTTグループ向け売上比率は2024年3月期で36.3%を占めている。

1. 2025年3月期中間期の業績概要

2025年3月期中間期（2024年4月～9月）の業績は、売上高で前年同期比11.9%減の1,502百万円、営業損失で59百万円（前年同期は36百万円の損失）となり当初計画を下回る進捗となった。売上高は前期末の受注残高が低水準だったことやNTTグループ向けの特典案件が終了したことなどが減収要因となった。ただ、売上総利益率は同0.2ポイント改善したほか、販管費も採用費や支払手数料の抑制により同9百万円減少したことにより、営業損失は小幅な増加に留まった。

2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高で前期比12.9%増の4,100百万円、営業利益で同107.0%増の300百万円と期初計画を据え置いた。当期純利益に関しては、第2四半期に投資有価証券評価損を計上したことにより、同8.4%増の115百万円（計画比90百万円減）となるが営業体制の強化による受注率の上昇や稼働率の改善を見込んでいる。重点顧客との取引深耕やNTTデータとの協業強化に加えて新規に受注した大手小売りチェーンの大型プロモーション案件が収益貢献する見込みだ。SES※も含む案件で2026年3月期以降の継続受注も期待でき、重点顧客の1社に育つ可能性がある。NTTデータグループとの協業では、同社を含むグループ関連会社の協業体制を作り、顧客情報を共有しあいながら協業案件の受注につなげていく考えだ。

※SES（System Engineering Service）とは、ソフトウェアやシステムの開発、保守、運用など特定業務において、エンジニアを派遣することによって対価を得るサービス。

要約

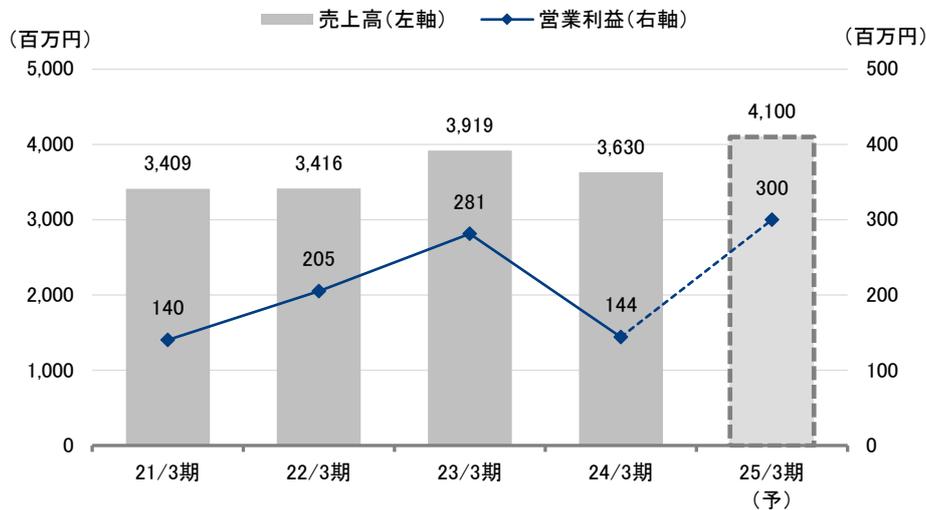
3. 成長戦略

2024年6月の株主総会で新たな代表取締役社長として2009年まで同社に在籍していた廣中龍蔵(ひろなかりゅうぞう)氏が就任した。廣中氏はデジタルマーケティング領域の現役コンサルタントとして豊富な実績を持ち、高いプレゼンスを生かして同社の強みを最大限発揮し、収益を成長軌道に乗せるべく陣頭指揮を執っていく。現在、2026年3月期からスタートする中期経営計画を策定中で、骨子としては社員の意識改革を図り積極的な事業展開を推進する。具体的には、従来は企業のコーポレートサイト制作を中心に手掛けていたが、今後は営業部門など主要業務システムへとシフトし、SESなども組み合わせることで1顧客当たりの売上を拡大し、年間5億円前後の重点顧客数を増やしていくことで、収益拡大を目指す。また、AI技術など先進技術を積極的に取り入れたサービスを提供することで、他社との差別化を図る。株主還元方針は、配当性向20%程度を目安に安定的な利益還元を行うこととし、2025年3月期の1株当たり配当金は前期と同額の6.0円(配当性向36.5%)を予定している。

Key Points

- ・2025年3月期中間期はNTTグループ向けの案件終了等が響いて減収減益に
- ・2025年3月期業績は新規大型案件の寄与もあり期初計画どおり増収増益を見込む
- ・年間5億円前後の売上規模となる重点顧客の育成とNTTデータとの協業強化により中長期的な成長を目指す

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、あるべき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、これらはすべてCXの向上を起点にして進められ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データとの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た。2024年3月期末の従業員数は189名である。

あるべき 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、各顧客接点における体験価値を向上させることで、企業とエンドユーザーの関係性を強化す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・実践することで、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である。

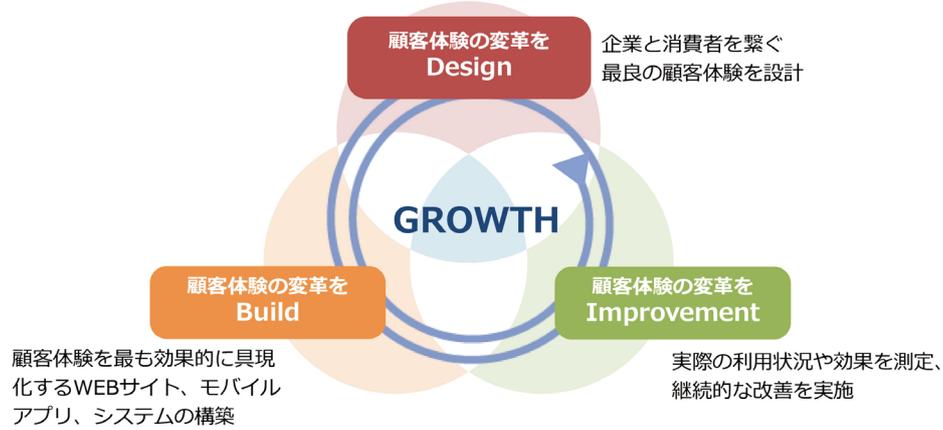
デジタルマーケティング領域は、顧客との接触手段によって以下の 4 つのメディアに分類される。1 つ目は、ネット広告を掲載する「ペイドメディア (Paid Media)」、2 つ目はインフルエンサーマーケティング等を行う「アワードメディア (Earned Media)」、3 つ目が SNS など消費者が口コミ投稿を行う「ソーシャルメディア (Social Media)」、4 つ目が自社の Web サイトやアプリ上で各種コミュニケーション施策を行う「オウンドメディア (Owned Media)」である。このうち、同社は「オウンドメディア」を主軸としたデジタルサービス開発やデジタルマーケティング施策の立案・開発・運用などを強みとしている。

同社の強みは創業から 25 年間、CX の向上を起点としてプロジェクトに取り組んできたことで、あるべき 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がる、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 PDCA で回すことでより良いものにし、顧客企業の事業成長を支援している。また、同社はスペシャリストとしての UX デザイナー以外の人材が UX デザインの価値を理解し、プロジェクトを推進できることも強みだ。社内の UX デザインレベルを高める活動として、一定のスキルを満たした従業員などに対して認定を行う制度を運用しており、UX 講習^{*}の受講者は 156 名と全従業員の約 8 割が受講しており、うち 12 名が資格認定者である (2024 年 5 月末時点)。

| ^{*} 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 デザインを行う 6 ヶ月間の講習。 |

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

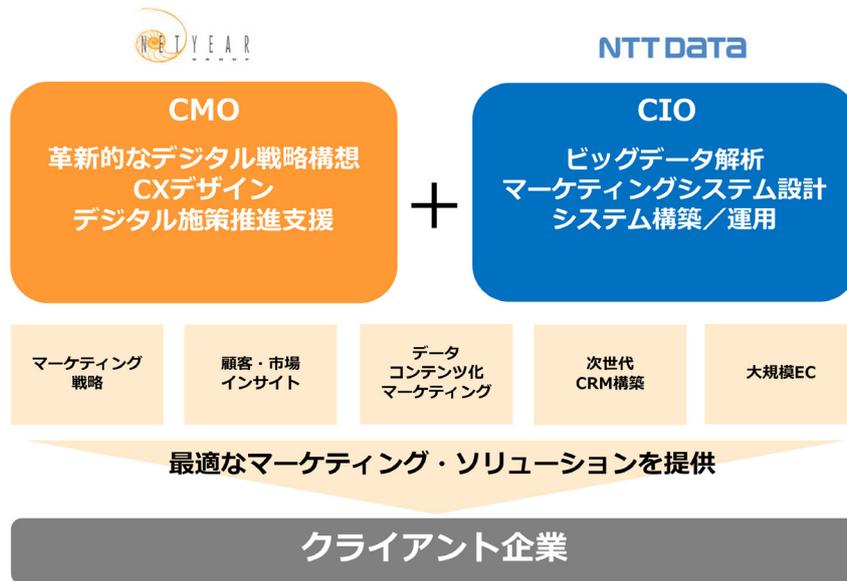
出所：決算説明会資料より掲載

CX を効果的に高める方法はクライアントの事業内容によって異なるため、案件ごとにクライアントが直面する本質的な課題を踏まえた上で「目指すべきゴール」を設定するカスタムプロジェクトとなる。一般的にプロジェクト期間は3ヶ月程度、長いもので1年程度となる。また、それ以降も継続して成果を出し続けるためにクライアントと伴走するためのサービス提供を行う。システム開発部分に関しては目指すゴールにより必要なテクノロジーを組み合わせるため、外部パートナーを含めて臨機応変に体制を構成している。受注単価は案件によって様々だが、クライアントが持つ既存システムとの複合的な連携や、クライアント社内の横断的な調整といった、能動的な繋ぎ込みを行うことでプロジェクト全体の進行をドライブすることが求められるなど、プロジェクトが複雑化かつ大型化する傾向にある。これはCX/DXプロジェクトが目指すものが「クライアント自身の変革」となる傾向が強まっているためでもある。また、デジタルマーケティング技術もAI技術を取り入れるなど日々進化を続けており、ここ最近ではクライアントの要求もより専門的かつ高度化している。こうした市場環境において、同社の課題であった高度なシステム開発については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低迷期を脱するなどシナジー効果が出始めている。

ネットイヤーグループ | 2024年12月4日(水)
3622 東証グロース市場 | <https://www.netyear.net/ir/>

事業概要

NTT データとの協業



出所：決算説明会資料より掲載

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。クライアントの業種は小売・飲食業やサービス業、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が中心だ。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、最近手掛けた大型案件にはスターバックスコーヒージャパン（株）（以下、スターバックス）やモスフードサービス <8153> などのプロジェクトがある。

主な顧客企業



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

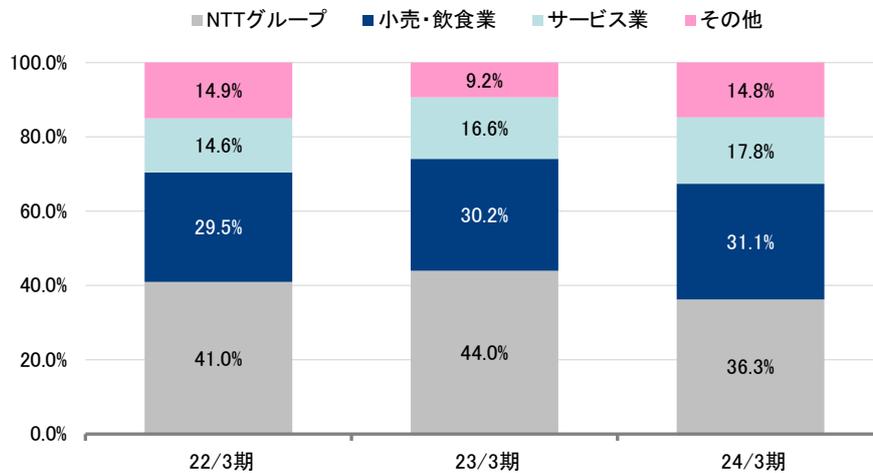
UX改善プロジェクトの取り組み例

顧客企業	プロジェクトの内容
スターバックス	ESG 経営への施策支援
モスバーガー	ユーザー中心の顧客基盤構築で利用体験を向上
羽田空港ビルディング、東京国際空港ターミナル	羽田空港全体の利用体験の改善
トヨタ不動産	SaaS アプリと顧客管理で複合施設の DX を推進
阪急電鉄	オウンドメディアでの顧客体験価値向上
ポケモンセンター	デジタルとリアルが連動した OMO の実現、シームレスな顧客体験
山形県酒田市	デジタルとリアルの融合による地域創生

注：ポケモンセンターと酒田市のプロジェクトは NTT データとの協業案件
出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

2024年3月期までの3期間の顧客別売上構成比では、NTTデータを中心としたNTTグループが3～4割と最も高く、次いで小売・飲食業が2～3割、サービス業が1割台となっている。2024年3月期の個社別売上構成比ではNTTデータが30.9%、スターバックスが12.3%となっており、両社で売上高の40%以上を占める状況が続いている。NTTデータ向けでは通信業や金融、自治体向けの協業案件が多く、今後も協業関係を強化していくことで売上規模も中期的に拡大していくと予想される。

顧客別売上構成比



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

業績動向

2025年3月期中間期は NTTグループ向け案件終了が響いて減収減益に

1. 2025年3月期中間期の業績概要

2025年3月期中間期の業績は、売上高で前年同期比11.9%減の1,502百万円、営業損失で59百万円（前年同期は36百万円の損失）、経常損失で59百万円（同36百万円の損失）、中間純損失で132百万円（同27百万円の損失）となった。受注は堅調に推移したものの、前期末の受注残高が667百万円と2023年3月期末の909百万円と比較して低い水準であったことが減収要因となった。売上総利益率は前年同期比で0.2ポイント改善し、販管費も同2.8%減とコスト抑制に努めたこともあり、営業損失は小幅な増加に留まった。ただ、特別損失として投資有価証券評価損90百万円を計上したため、中間純損失は前年同期比で105百万円増加した。資本業務提携先企業の純資産が減少したことに伴い、取得価額を全額評価損として計上した。ただ、業務提携については継続しており、共同開発案件についてもリリースするなど一定の成果が出ている。

2025年3月期中間期業績（単体）

（単位：百万円）

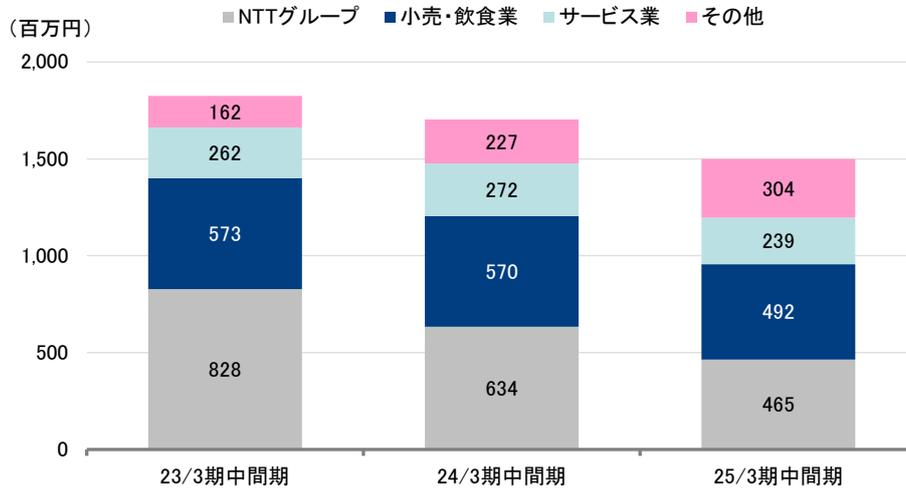
	24/3 期中間期		25/3 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,704	-	1,502	-	-202	-11.9%
売上原価	1,411	82.8%	1,241	82.6%	-170	-12.1%
売上総利益	293	17.2%	260	17.4%	-32	-11.0%
販管費	329	19.3%	320	21.3%	-9	-2.8%
営業利益	-36	-2.2%	-59	-4.0%	-22	-
経常利益	-36	-2.2%	-59	-4.0%	-22	-
特別損益	-	-	-90	-	-90	-
中間純利益	-27	-1.6%	-132	-8.8%	-105	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

業種別売上動向は、NTTデータを中心としたNTTグループ向けは大型プロジェクトの終了が影響して、前年同期比26.7%減の465百万円となった。また、小売・飲食業向けが同13.7%減の492百万円、サービス業向けが同12.1%減の239百万円とそれぞれ減少し、これらの落ち込みをカバーすべくその他業界向けが同34.2%増の304百万円となったがカバーしきれなかった。

業績動向

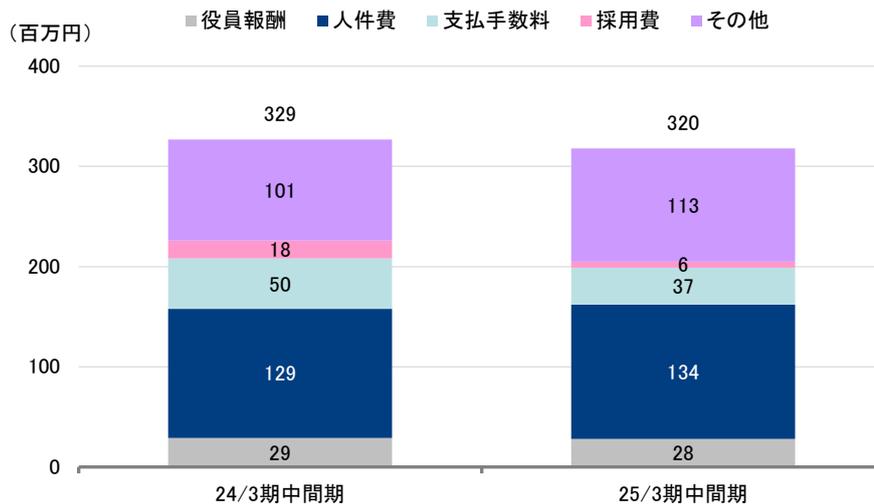
業種別売上高



出所：四半期報告書、半期報告書よりフィスコ作成

販管費の増減要因を見ると、人件費が前年同期比5百万円増加したほか、新規プロダクトの開発費計上によりその他が同12百万円増加したが、支払手数料が同13百万円、採用費が同12百万円それぞれ減少した。新卒採用は9名と前年から1名増加したが中途採用を抑えたことで採用費が減少した。中間期末の従業員数は前期末の189名から若干増となったようだ。

販管費の内訳



注：人件費 = 給与手当 + 賞与引当金繰入額 + 退職給付費用
出所：半期報告書よりフィスコ作成

無借金経営で自己資本比率は80%台と財務内容は良好

2. 財務状況と経営指標

2025年3月期中間期末の財務状況は、資産合計が前期末比296百万円減少の2,892百万円となった。主な増減要因として、流動資産では現金及び預金が24百万円、売掛金及び契約資産が251百万円それぞれ減少し、固定資産では投資有価証券が90百万円減少し、繰延税金資産が18百万円増加した。

負債合計は前期末比121百万円減少の349百万円となった。買掛金が82百万円、賞与引当金が14百万円減少した。また、純資産合計は同174百万円減少の2,542百万円となった。中間純損失132百万円の計上と配当金支出41百万円により、利益剰余金が減少した。

経営指標については、自己資本比率が87.9%と高水準を維持しており無借金経営で、現金及び預金も2,136百万円と事業規模からすると問題のない水準を確保しており、財務内容は健全な状態にあると判断できる。今後は手元資金をM&A・アライアンスも含めた成長投資と株主還元へ充当する方針だ。M&A・アライアンスの対象は、EC、AI、ビッグデータ領域の先進技術や人的リソースを持った会社となる。現在不足しているリソースをM&A・アライアンスで補充していくことで、効率的に事業を拡大していく戦略だ。

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期中間期	増減
流動資産	3,005	3,075	3,003	2,778	-224
（現金及び預金）	1,962	2,220	2,160	2,136	-24
固定資産	116	101	185	114	-71
資産合計	3,122	3,176	3,188	2,892	-296
流動負債	643	520	464	343	-120
固定負債	5	5	7	5	-1
負債合計	648	525	471	349	-121
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産合計	2,474	2,651	2,717	2,542	-174
（安全性）					
自己資本比率	79.2%	83.5%	85.2%	87.9%	2.7pp
有利子負債比率	-	-	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年3月期は新規大型案件の寄与もあり 期初計画どおり増収増益を見込む

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高で前期比12.9%増の4,100百万円、営業利益で同107.0%増の300百万円、経常利益で同107.5%増の299百万円、当期純利益で同8.4%増の115百万円と増収増益を見込む。第2四半期までの進捗率はやや低水準だったものの、例年第4四半期に売上が集中する季節要因があることや、下期は大手小売チェーン向けの新規大型案件の売上貢献が見込めるほか、営業体制の見直しによる受注率の向上や稼働率の改善などから、現時点ではおおむね達成可能な水準と同社では考えている。新規大型案件については、SNSなども含めたプロモーション施策全体の企画・開発・運用支援等を行っていく計画だ。また、2025年3月期よりNTTデータを含むグループ3社と協業案件獲得に向けた協業体制の強化を進めており、案件創出が期待される。

利益面では、売上拡大に伴う人員稼働率の向上と外注費の抑制により売上総利益率が前期の22.5%から23.8%に上昇する見通しである。販管費は新規プロダクトの開発コスト増などにより前期比13百万円増を見込むが、対売上比率は増収効果で前期の18.5%から16.7%に低下し、営業利益率は同4.0%から7.3%に上昇する見通しだ。中途採用数については受注状況を見ながら引き続きコントロールしていく。

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		会社計画	25/3期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	3,630	-	4,100	-	12.9%
営業利益	144	4.0%	300	7.3%	107.0%
経常利益	144	4.0%	299	7.3%	107.5%
当期純利益	106	2.9%	115	2.8%	8.4%
1株当たり当期純利益(円)	15.16		16.43		

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、2024年6月に新たな代表取締役社長として廣中龍蔵氏が就任した。廣中氏は大卒後、大手銀行の研究所に11年間在籍し、情報分野のコンサルティング業務に長く携わってきた。2001年に調査先の1社であった同社から誘いを受けたのを機に入社し、2009年まで在籍したのちに独立して起業した。その後も大企業のデジタルマーケティング施策等、多くのプロジェクトを手掛けた豊富な経験と、同社の強みも熟知していることから白羽の矢が立った格好だ。

今後の見通し

新社長が15年ぶりに復帰して感じた社内の印象としては、優秀な社員がいるものの以前の熱量が高くアグレッシブな社風から少し保守的な社風が変わったと感じたようだ。このため、まずは社長自身が率先してアグレッシブに行動することで社員の意識改革を図り、保守的な傾向にある企業風土の変革を目指すとしている。また、事業面ではNTTデータグループとの協業体制をさらに強化していくことに加えて、生成AIやブロックチェーンなど日々進化を続ける先端技術を積極的に自社サービスに取り入れることで、他社との差別化を図っていく。対象領域も従来はコーポレートサイトの制作を多く手掛けていたが、これらは一度開発、納品するとその後の運用支援のニーズが小さく、単発的な収益貢献に留まる傾向にあったことから、今後は継続的に売上が見込める主要業務システム（営業システム等）を中心に手掛けていく考えだ。施策の企画・立案から運用、評価、改善施策の提案とPDCAサイクルを回していくことで継続的に収益が見込める案件を増やしていく。このため、案件ごとにエンジニアを現場に派遣するSES事業についても強化していく。

こうした取り組みにより、中期的に年間売上高が5億円前後の顧客先を10社程度創出し、営業利益率で10%以上を目指す。事業拡大を進めていくためには人材の採用・育成強化が重要となるが、提携先の人材派遣会社である（株）LULLからの取り込みだけでなく、同社に入社すれば自身のスキルアップにつながる会社であることを人材サービス会社にアピールしていくことで、キャリア採用の強化を進める。具体的な施策や経営数値目標については、現在策定中の中期経営計画でまとめる予定であり、その内容が注目される。

重点顧客の育成とNTTデータとの協業強化により 中長期的な成長を目指す

2. 成長戦略

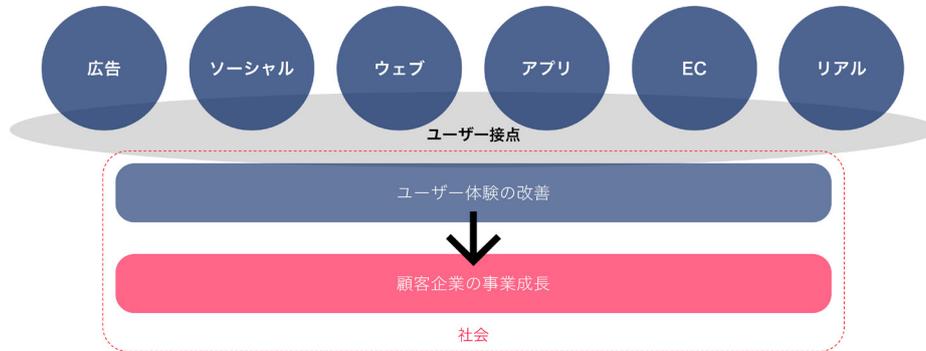
同社は従前より成長戦略として、1) 顧客接点改善の対象領域拡張による競合優位性の強化、2) 多面的なサービス提供による重点顧客の拡充、3) NTTデータとの協業強化による安定的な顧客創出、4) 提供サービスの拡充、5) 人的リソースの確保・育成の5点を推進しており、主なポイントと進捗状況は以下のとおりである。

(1) 顧客接点改善の対象領域拡張による競合優位性の強化

顧客接点改善の対象領域を拡張し、価値提供の範囲を拡大することで顧客の多様なニーズに応え事業成長を加速させる。具体的には、従来のWeb領域に留まらず、デジタル領域全般（ソーシャルメディア、ネット広告、EC等）やリアル（実店舗）まで顧客接点を広げることで顧客企業を支援できる範囲を広げ、競争が激しい市場において競合優位性を確保していく。

今後の見通し

同社の強み

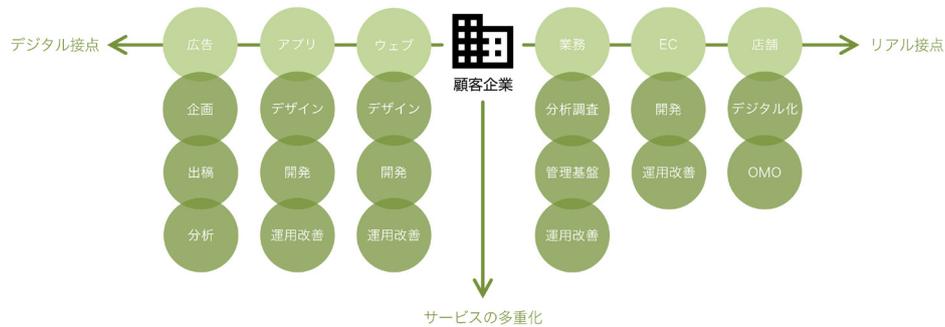


出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

(2) 多面的なサービス提供による重点顧客の拡充

顧客企業に対する多面的なサービス提供による関係深化と、重点顧客数の増加による収益効率の向上を目指す。顧客接点ごとに企画やデザイン、開発、運用改善など複数のサービスをワンストップで提供することで、スターボックスのように複数年にわたって数億円規模の安定した取引が見込める重点顧客との取引深耕を図る。現在は数社に留まるが、候補企業として10社程度あり、今後重点顧客へと育成していく考えだ。

成長戦略



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

(3) NTT データとの協業強化による安定的な顧客創出

NTT データ及びグループ各社と顧客戦略を共有し、協働による営業開拓と両社の強みを生かした価値を提供することで、同社単独ではリーチしづらい重点顧客の創出を図る。既述のとおり2025年3月期は4社での協業体制を強化し、協業案件の獲得に注力している。

(4) 提供サービスの拡充

中長期的な持続的成長を実現するため、カスタムプロジェクトの拡大だけでなく、ある程度仕組み化されたサービスの提供にも取り組んでいく。同社は現在「デザイン & アジャイル」「ブランドバリューアップ支援」「SaaS インテグレーション」「フルスタック SX」の4つのサービスの拡大に注力している。前期は一部で成果があったものの、顧客企業側のニーズと、同社が提案するサービスのギャップを埋めることができず、全体の収益を押し上げるまでには至らなかった。2025年3月期は顧客企業にとって魅力あるサービスとなるよう、サービス品質を向上することで拡販を図る。

今後の見通し

規模的成長に向けた注力サービス

サービス名	内容
デザイン&アジャイル	顧客からの提案依頼や要件定義ありきでなく、顧客企業の課題解決をテーマにデザイン指向で能動的にあるべきゴールを描き、その実現まで顧客企業と伴走するサービス。従来型の受託開発モデルでは到達できない、提供価値の継続的な創出を目指す。
ブランドバリューアップ支援	顧客企業のブランドを深く理解したうえでサービスデザインからデジタルマーケティング全般の仕組みの構築、構築後のマーケティング、サービス拡張までを伴走するサービス。同サービスを通じて、顧客企業の継続的なブランド価値向上を目指す。
SaaS インテグレーション	従来の顧客企業の要件に応じたフルカスタマイズ型のサービスではなく、既存の SaaS 型サービスを組み合わせることで短期間でシステムリリースを行い、リリース後の活用支援までをパッケージ化することで「作るだけ」から「成果を出す」サービスへの転換を目指す。
フルスタック SX	「社会的インパクト」にフォーカスをあて、企業や自治体などの新規ビジネス開発をアジャイルとオープンソースの活用を駆使して全面的に支援する。開発支援に留まらず、事業コンサルティングから顧客企業の内製化のための人材育成支援、ビジネス成長に合わせた機能拡張までをフルスタックで、社会をよりよく変えていくことを目指す。

出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」よりフィスコ作成

また、新規サービスの開発も進めている。2023年9月に資本提携契約を締結した(株)HexabaseとはヘッドレスCMS(コンテンツ管理システム)を共同開発し、既に受注実績も出始めている。ヘッドレスCMSとは、フロントエンド(ヘッド)を持たないCMSのことで、従前のCMSとは異なりフロントエンドとバックエンドが完全に分かれているため、柔軟な開発や管理が可能となる。重厚長大なエンタープライズ型のCMSソリューションに対して、自由度の高い開発が可能であり、最近のCMSのトレンドとなっている。

また、2024年6月にはWebサイトのCRO(コンバージョン率最適化)を支援する新サービス「ネットイヤーCVR Max」の提供を開始した。(株)LeanGoのサイト改善ツール「DEJAM」を活用して顧客オウンドメディアのCVR(コンバージョン率)を向上し、効率よく収益成長を支援するサービスである。これまで推進してきたPOS(パフォーマンス最適化サービス)におけるコンサルタントの経験と勘に頼ったアプローチから脱却し、同社のUX視点と「DEJAM」の活用によって、データに基づく客観的な洞察と定性的な分析により、改善策の立案及び施策の実行・効果検証といったPDCAサイクルを通じたパフォーマンス向上をサポートしていく。

現在開発中のツールとしては、AI技術を活用して顧客タイプを類型化し、最適なチャネル(Web、アプリ、SNS、リアル等)を通じてプロモーション施策を実行する「AI Deep Insights」があり、2026年3月期中のリリースを目標としている。同社としては新規顧客開拓のためのドアノックツールとして活用していく考えだ。そのほか、公共空間CRMアプリ「coconiko(ココニコ)※」を開発、提供開始した。公園やスポーツ施設、商店街や観光施設などの公共空間とその来訪・利用者である地域住民をつなぐシステムで、マップ機能やクーポン発行機能、デジタルスタンプラリー施策などの仕組みを提供することにより地域の活性化を支援するアプリとなる。従来、運営側が把握できていなかった、個人属性情報や行動履歴、位置情報などの来訪・利用者データを収集・分析することで、イベント開催者や観光地、商店街などのサービス事業者は効果的なマーケティング施策を打つことも可能となる。今後、展示会などに出展しながら認知度向上を図る考えだ。

※ 企業や自治体、スポーツチーム、公園施設、及びエンターテインメント分野のファンマーケティングを支援する(株)nandary candary(ナンダリカンダリ)との共同開発アプリ。nandary candaryが総代理店となって販売する。

今後の見通し

(5) 人的リソースの確保・育成

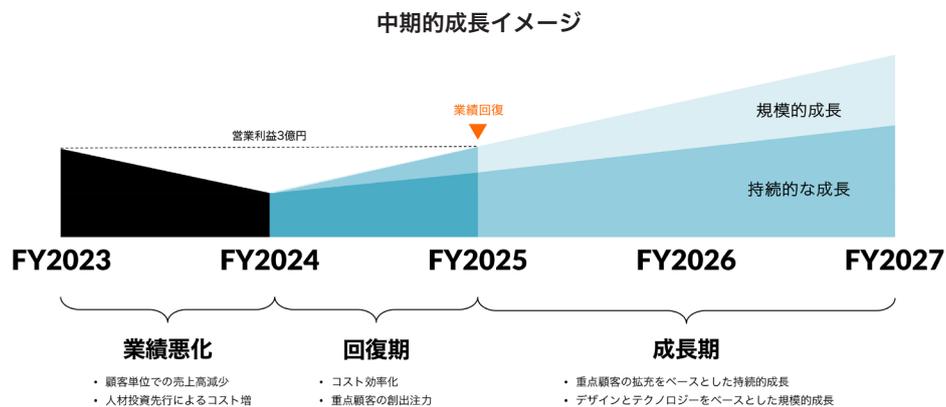
事業成長に伴う人材の確保については、優れた専門性を有した多様性に富む人材の採用に努めるとともに、働き方の多様化に対応した雇用形態や、リモートワークを中心とした柔軟な勤務形態など、労働環境の整備を進める。また、人材育成については各種資格の取得を支援する制度を設けているほか、内発的動機を引き出す教育プログラムや人材マネジメントの拡充を図っており、離職率も業界平均を下回る10%以下の水準となっている。2025年3月期は持続的な成長を意図した中長期の人材開発計画も策定する予定だ。

また、人材確保のための具体的な取り組みとして、中途採用についてはリファラル採用や地方採用のほか、2022年3月よりLULLと共同で「若手IT・デジタル人材育成プロジェクト」を推進している。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である。同スキームでは、LULLのIT人材育成カリキュラムを採用しており、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する。併せて同社から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。LULLを通じて同社の開発プロジェクトに参画しているメンバーは数十名であり、そのなかから社員化する人材も出てきており、今後もこうした取り組みを継続する考えだ。また、不足する人的リソースについては、協力会社を通じて必要なスキルを持ったフリーランス人材をプロジェクトごとにアサインし対応するなど、人的流通ネットワークも構築している。

人員の増強が進めば、売上原価の4割前後を占める外注比率が低下し収益性向上につながる事が期待される。2025年3月期は中途採用を抑制したが、2026年3月期以降は持続的な成長を実現するための経営基盤を構築するため、積極的に人材投資も行う方針だ。

(6) 中期的成長イメージ

同社は今後の業績成長に向けて、2025年3月期を回復期と位置付け、コスト効率化と重点顧客の創出に注力している。2026年3月期以降は重点顧客の拡充による持続的な成長に取り組むとともに、同社が強みを持つUXデザイン力とテクノロジーを融合した規模的成長によって収益を成長軌道に乗せていく戦略である。

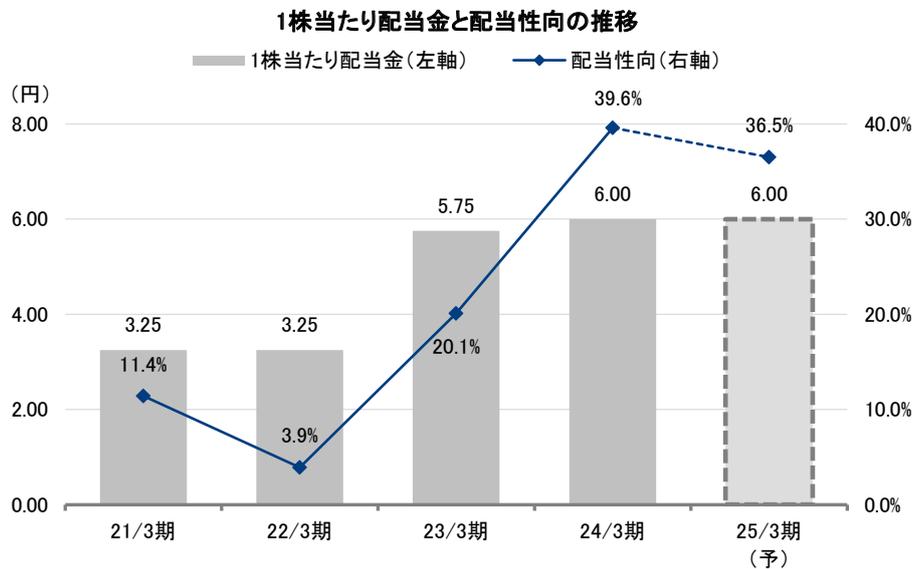


出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

■ 株主還元策

配当性向 20% 程度を目安に安定的かつ継続的な配当を行う

同社は株主還元策として配当を実施している。配当方針については2023年3月期より安定的かつ継続的な配当を行うことを基本方針とし、配当性向で20%程度の水準を目安に配当を行う方針を決定した。同方針に基づき、2025年3月期の1株当たり配当金は前期と同額の6.0円(配当性向36.5%)を予定している。今後、配当性向で20%を下回る状況となれば増配を検討すると考えられる。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す考えである。



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