

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

アイル

3854 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年4月16日(水)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 生産性向上が売上総利益率上昇につながる好循環スパイラルを形成	01
2. 2025年7月期中間期の売上高と営業利益は過去最高	01
3. 2025年7月期の過去最高予想を据え置き	01
4. 長期的に営業利益率 30% 超を目指す	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. サービス概要	05
2. 主要製品	06
3. 「CROSS-OVER シナジー」戦略	07
4. 特徴・強み	08
5. 生産性向上と売上総利益率上昇の好循環スパイラル	10
6. ビジネスパートナーとの連携強化	11
7. リスク要因と課題・対策	12
■ 業績動向	12
1. 2025年7月期中間期の連結業績概要	12
2. 事業別の動向	14
3. 財務の状況	14
■ 今後の見通し	16
● 2025年7月期の連結業績予想概要	16
■ 成長戦略	17
1. 中期経営計画（ローリングプラン）	17
2. 株主還元策	18
3. サステナビリティ経営	19
4. 弊社の視点	21

要約

2025年7月期の過去最高予想を据え置き

アイル<3854>は、中堅・中小企業の経営力アップを支援するトータルシステムソリューション企業である。リアルとWebを融合した「CROSS-OVER シナジー」戦略をベースとして、DXによる効率化支援に留まらず、日々複雑化するバックヤード業務を変革する「BX※」により、価値創造支援の実現を目指す。

※バックサイドトランスフォーメーションの略。同社独自の「CROSS-OVER シナジー」戦略によって、バックサイドから変革を起こすことで価値創造を実現するという概念。

1. 生産性向上が売上総利益率上昇につながる好循環スパイラルを形成

同社は、基幹業務管理システム「アラジンオフィス」シリーズを主力とするシステムソリューション事業、クラウド型でサービス提供する複数ECサイト一元管理ソフト「CROSS MALL」や実店舗とECの顧客・ポイント一元管理ソフト「CROSS POINT」を主力とするWebソリューション事業（CROSS事業、その他Web事業）を展開している。収益性向上に向けて製販一体体制による生産性向上及びストック売上拡大を推進している。受注段階での営業と開発の連携強化によってカスタマイズ工数削減やトラブル未然防止に取り組み、総合的な品質・生産性向上によって売上総利益率上昇につながるという好循環スパイラルを形成する戦略だ。

2. 2025年7月期中間期の売上高と営業利益は過去最高

2025年7月期中間期の連結業績は売上高が前年同期比7.8%増の9,242百万円、営業利益が同1.0%増の2,260百万円、経常利益が同0.6%減の2,235百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同3.2%増の1,537百万円だった。前期のサーバー入替特需の想定以上の反動減、人材採用や賃上げなど持続的な成長投資の影響で計画を下回ったが、中堅・中小企業におけるDX需要を着実に取り込み、売上高と営業利益は中間期として過去最高だった。売上総利益率は人件費増加やクラウド関連仕入価格上昇の影響で同1.2ポイント低下したが、四半期別に見ると第1四半期の54.6%に対して、第2四半期はクラウド月額利用料値上げ効果なども寄与して56.1%に上昇した。

3. 2025年7月期の過去最高予想を据え置き

2025年7月期の連結業績予想は、期初計画を据え置いて売上高が2024年7月期比9.4%増の19,150百万円、営業利益が同12.6%増の4,800百万円、経常利益が同12.6%増の4,826百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.8%増の3,257百万円と、増収増益で過去最高予想としている。通期予想に対する中間期の進捗率はやや低水準だったが、ストック売上の積み上げやエンジニアの成長により下期の構成比が高い季節要因があること、システムソリューション事業の受注が拡大基調であること、2024年10月からのクラウド月額利用料値上げによって第2四半期より売上総利益率が上昇に転じていること、2025年3月より「CROSS MALL」の既存顧客に対する価格改定を実施することなどを勘案すれば、通期会社予想の達成は可能であり、好業績が期待できると弊社では考えている。

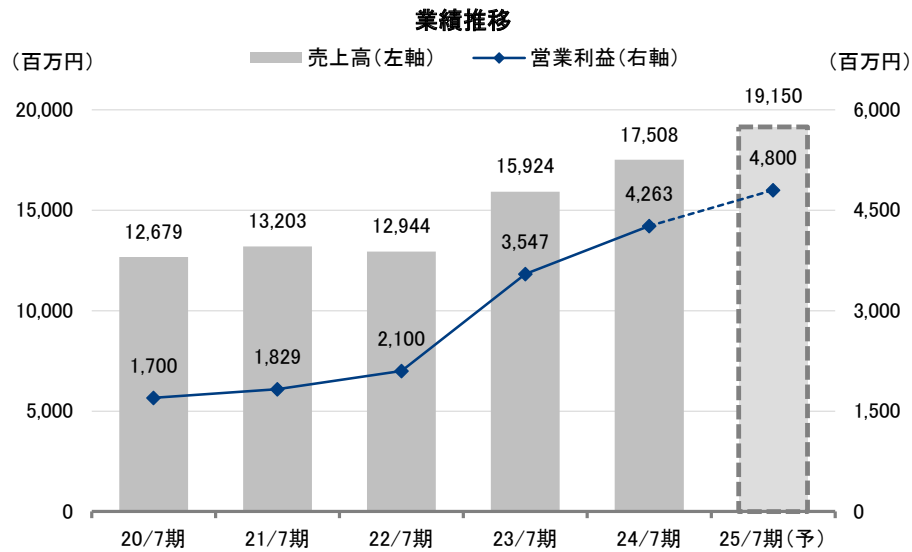
要約

4. 長期的に営業利益率 30% 超を目指す

2024年9月に策定した3ヶ年計画（ローリングプラン、2025年7月期～2027年7月期）は、長期的な目標である営業利益率 30% 超に向けた第3フェーズと位置付けて、年平均2ケタ成長を維持しつつ、人材投資やプロモーション投資など成長投資の加速によって経営基盤の一段の強化を推進する。計画の前提として、受注環境はDX需要に加え、オフコンなどのレガシーシステムのオープン化や、2020年の軽減税率対応及びサーバーOS入替特需のリプレースタイミング到来など、複合要素による強い需要を想定している。利益還元については2024年7月期より配当目標を引き上げて配当性向 35% 以上、純資産配当率 (DOE) 10% 以上を目標としている。

Key Points

- ・ 中堅・中小企業の経営力アップを支援するトータルシステムソリューション企業
- ・ 2025年7月期中間期の売上高と営業利益は過去最高
- ・ 2025年7月期の過去最高予想を据え置き
- ・ 長期的に営業利益率 30% 超を目指す、株主還元も強化
- ・ 利益率上昇基調を評価



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

顧客の経営力アップを支援するトータルシステムソリューション企業

1. 会社概要

同社は、自社開発の各種システムによって主要顧客である中堅・中小企業の経営力アップを支援するトータルシステムソリューション企業である。リアルと Web を融合した「CROSS-OVER シナジー」戦略をベースとして、DX による効率化支援に留まらず、日々複雑化するバックサイド(バックオフィス、バックヤード)を変革する「BX」により価値創造支援の実現を目指す。

2025年7月期中間期末時点の総資産は13,818百万円、純資産は7,354百万円、自己資本比率は53.2%、発行済株式数は25,042,528株(自己株式994,739株を含む)である。本社所在地は大阪市北区、事業拠点は大阪本社、東京本社(東京都港区)、名古屋支社(名古屋市中区)、研究開発拠点のアイル松江ラボ(島根県松江市)に加え、個人・企業向け研修サービスを提供するICC(アイルキャリアカレッジ)大阪校・東京校を運営している。グループは同社及び連結子会社の(株)ウェブベースの2社で構成されているほか、2017年6月にシビラ(株)に出資(2021年6月に追加出資)して資本業務提携している。

2. 沿革

同社はオフィスコンピュータ販売会社として1991年2月に設立された。その後、ソフトウェアの自社開発・販売を展開し、2004年10月に自社オリジナル販売管理ソフト「アラジンオフィス」、2009年3月に複数ECサイト一元管理サービス「CROSS MALL」、2013年4月に実店舗とECの顧客・ポイント一元管理ソフト「CROSS POINT」、2022年10月にバックヤードプラットフォーム「BACKYARD™」をリリースした。株式関係では2007年6月に大阪証券取引所(以下、大証)ヘラクレス市場に新規上場、2010年10月の市場統合に伴い大証JASDAQ市場に上場、2013年7月の大証と東京証券取引所(以下、東証)の市場統合に伴いJASDAQ グローブに上場、2018年6月に東証2部へ市場変更、2019年7月に東証1部へ指定替え、2022年4月の東証市場区分見直しに伴い東証プライム市場へ移行した。

アイル | 2025年4月16日(水)
3854 東証プライム市場 | <https://www.ill.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	項目
1991年 2月	オフィスコンピュータ販売及びコンピュータソフトウェア開発を目的として設立（大阪市福島区）
1993年 9月	本社を大阪市福島区野田に移転
1996年 4月	パソコンスクール事業開始
2000年 9月	求人・求職情報サイト「@ばる」事業開始
2001年 7月	東京都港区新橋に東京本社開設
2002年 4月	本社を大阪市北区に移転
2003年 1月	DBD（デジタル・ビジネス・デザイン）事業開始
2003年11月	Web 事業へ本格参入
2004年 9月	プライバシーマーク認定取得
2004年10月	自社オリジナル販売管理ソフト「アラジンオフィス」リリース
2005年 8月	Web ドクター事業開始
2007年 6月	大証ヘラクレスに新規上場
2008年 8月	名古屋市中区栄に名古屋支店開設
2009年 3月	複数 EC サイト一元管理 ASP サービス「CROSS MALL」リリース
2010年10月	大証の市場統合に伴って大証 JASDAQ 市場に上場
2010年12月	東京都港区芝公園に東京本社を移転
2011年 8月	名古屋市中区錦に名古屋支店を移転 （株）ウェブベースの株式 100% を取得して子会社化
2013年 4月	実店舗と EC の顧客・ポイント一元管理ソフト「CROSS POINT」リリース
2013年 7月	大証と東証の市場統合に伴って東証 JASDAQ グロースに上場
2015年 8月	名古屋支店を名古屋市中区錦（アーバンネット伏見ビル）に移転
2015年11月	基幹システム「アラジンオフィス for Foods」が第 45 回「食品産業技術功労賞」受賞
2016年 3月	大阪本社を大阪市北区（グランフロント大阪タワー B）に移転
2016年 9月	基幹システム「アラジンオフィス for Foods」が第 19 回「日食優秀機械・資材・素材賞」受賞 ISO27001（ISMS）認証取得
2017年 5月	「東洋経済オンライン」の「女性新入社員に優しいホワイト企業 500 社」の 1 位にランクイン
2017年 6月	シピラ（株）への出資及び資本業務提携を締結
2017年10月	次世代クラウド研究開発用オフィスとして島根県松江市に「アイル松江ラボ」を開設
2018年 6月	東証 2 部に市場変更
2019年 7月	東証 1 部に指定
2019年11月	求人・求職情報サイト「@ばる」サービス終了
2020年 3月	経産省近畿経済産業局「関西おもしろ企業事例集～企業訪問から見える新たな兆：KIZASHI～」で紹介
2020年12月	Shopify パートナー「Shopify Experts」に認定
2021年 6月	シピラに追加出資
2022年 4月	東証市場区分見直しに伴いプライム市場へ移行
2022年12月	業界初のバックヤードプラットフォーム「BACKYARD™」をリリース
2023年 3月	「アラジンオフィス」の伝票承認機能を強化し、オプション機能「アラジンワークフロー」としてリリース
2023年10月	東京都千代田区に神田ショールームを開設
2024年 2月	国際的 NGO 団体 CDP の気候変動調査でマネジメントレベル「B-」評価に認定
2024年 5月	提供サービスが経済産業省「IT 導入補助金 2024」の対象ツールに認定（2020 年度から 5 年連続）
2025年 1月	「CROSS MALL」がイーベイ・ジャパン（株）の「SSP Program」初の認定サービスに選出

出所：有価証券報告書、同社ホームページ、会社リリースよりフィスコ作成

事業概要

リアルと Web の融合で BX を支援

1. サービス概要

同社は、基幹業務管理システム「アラジンオフィス」シリーズを主力とするシステムソリューション事業、クラウド型でサービス提供する複数 EC サイト一元管理ソフト「CROSS MALL」や実店舗と EC の顧客・ポイント一元管理ソフト「CROSS POINT」を主力とする Web ソリューション事業（CROSS 事業、その他 Web 事業）を展開している。顧客企業のビジネスプロセス変革を支援すべく、リアルと Web の融合で「BX」を推進する。

事業別の主要ソリューション・サービス

システムソリューション事業 SI × コンサルティング	Webソリューション事業 クラウドサービス × コンサルティング
<p>業務効率化と経営管理支援 ーバックオフィスー</p> <p>Aladdin Office イニシャル 基幹業務管理システム 中堅中小企業の業務効率化を支援 ストック</p> <p>Aladdin Cloud ストック アラジンオフィス専用のクラウドサーバ (IaaS)</p> <p>Aladdin EC イニシャル BtoB EC・Web受発注システム 電話・Faxなどアナログ業務からの脱却 ストック</p>	<p>売上・利益拡大に直結する業務支援 ーバックヤードー</p> <p>CROSS MALL ストック 複数ネットショップ管理システム ネットショップの多店舗運営を支援</p> <p>CROSS POINT ストック オムニチャネル・スマホアプリ ネットショップと実店舗の顧客管理を統合</p>

出所：会社紹介資料より掲載

(1) システムソリューション事業

システムソリューション事業では、顧客企業に対して基幹システム設計・開発、ハードウェア保守、システム運用サポート、ネットワーク構築、セキュリティ管理などをほぼ自社で提供している。5,000社以上の導入実績を誇る「アラジンオフィス」シリーズを主力として、ファッション業界向け店舗管理システム「アラジンショップ」、企業間取引特化型の BtoB EC・Web 受発注システム「アラジン EC」、データセンター運用型 IaaS※「アラジクラウド」などを展開している。このほか、ICC 大阪校・東京校を運営している。

※ Infrastructure as a Service の略で、仮想サーバーやネットワークなどのインフラをインターネット経由で提供するサービス。「アラジクラウド」では、「アラジンオフィス」を従来のオンプレミス型ではなく、データセンターにて運用している。

同社は顧客企業の属する業種・業態に適したシステム開発、柔軟なカスタマイズ、各業種に特化した製品バリエーションの充実などによって競争優位性の確保を図っている。また販売後も保守・運用サポートで継続的に収入を得るストック型ビジネスに注力している。2006年にIT企業として初めて関西ねじ協同組合の賛助会員に認定されたことをはじめ、複数の組合の賛助会員として認められ、つながりを活用した営業活動を展開している。

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.

事業概要

(2) Web ソリューション事業

Web ソリューション事業は CROSS 事業及びその他 Web 事業からなる。CROSS 事業は「CROSS MALL」及び「CROSS POINT」を主力として、2023年11月にはバックヤードプラットフォーム「BACKYARD™」の提供を開始した。

その他 Web 事業は、人材派遣会社向けスタッフ管理クラウドシステム「CROSS STAFF」(2016年開始)、BtoC EC 支援や Web マーケティング支援(企業ホームページ制作・運用支援、EC サイト構築支援、顧客の事業分析・事業戦略コンサルティング、プロモーション、ホームページ制作後のログ解析結果を基にした更新・改良)などを提供している。

2. 主要製品

主要製品及び主要導入企業例は以下のとおりである。なお、同社が提供するサービスは、2024年5月に経済産業省「IT 導入補助金 2024」の対象ツールに認定(2020年度から5年連続)された。

中堅・中小企業向け基幹業務管理システム「アラジンオフィス」シリーズは、販売・在庫・生産・店舗管理など企業における業務管理をデジタル化し、業務効率化による働き方改革推進や内部統制強化による経営力アップを支援する。主要導入企業例として、シャツ・ネクタイのメーカーズシャツ鎌倉(株)、ストッキング・靴下の福助(株)、レディスファッションの ANAP ホールディングス<3189>、高級革靴のマドラス(株)、機能性食品素材開発・販売のファーマフーズ<2929>、老舗料亭と総菜・弁当販売の(株)なだ万、宅配水や用品レンタルのナック<9788>、学校給食用食材提供の大阪府学校給食会、鋼材専門商社の藤原鋼材(株)、金属部品加工・精密機械部品の(株)佐竹製作所、電動工具などプロツール専門商社の印藤産業(株)などがある。

BtoB EC・Web 受発注システム「アラジン EC」は、企業間・社内間などの受発注業務管理をデジタル化し、業務効率化による働き方改革推進や他社差別化による売上アップを支援する。主要導入企業例として、食品商社の PRECO GROUP(グループ統括会社(株)プレコフーズ)、酒類・酒類関連備品販売のサントリーマーケティング&コマース(株)、家具インテリアメーカーのフランスベッド(株)、サラダチキンなど加工食品製造・販売の(株)アマタケ、給食受託・食材販売の HITOWA フードサービス(株)、化粧品や美容健康器具・機材の(株)コンフォートジャパン、ヘアケア製品のテクノエイト(株)、乳製品・洋菓子の黒川乳業(株)、自転車の RITEWAY(ライトウェイプロダクツジャパン(株))、メンズ・レディスアパレルの(株)ゲストリスト、医療機器販売のシーマン(株)などがある。

複数 EC サイト一元管理ソフト「CROSS MALL」が、各種 EC モール・EC カートなど複数ネットショップを一元管理し、業務効率化による働き方改革推進や EC 展開強化による売上アップを支援する。主要導入企業例として、クラフトビール製造・販売の(株)ヤッホーブルーイング、スポーツ用品販売の(株)ムラサキスポーツ、スニーカーショップの atmos、メンズファッション通販の Silver Bullet((株)ピー・ビー・アイ)、環境に優しい製品の輸入・卸のイーオクト(株)、呉服卸・ネット通販「きもの京小町」の(株)マルヒサなどがある。

事業概要

実店舗と EC の顧客・ポイント一元管理ソフト「CROSS POINT」は、実店舗・EC のオムニチャネル化やスマートフォンアプリ活用などにより、実店舗と EC の顧客・ポイントを一元管理し、オムニチャネル化による売上アップやブランディング強化によるファン層拡大を支援する。主要導入企業例として、靴製造・販売のリーガルコーポレーション <7938>、シャツ・ネクタイのメーカーズシャツ鎌倉、ストッキング・靴下の福助、ベビー服・子供服・ママ服の BRANSHES (ブランシェス (株))、カジュアル婦人服の w closet (ダブルクローゼット:(株)ウェアーズ)、レディスファッション通販「flower」の (株) ソラオプトウキョウ、カバンなどアパレル企画製造販売の COO COMPANY LIMITED. ((株) クー) などがある。

バックヤードプラットフォーム「BACKYARD™」は、日々複雑化するバックヤード業務を卸・小売や EC などの業態を超えてボーダレスに支援し、業務効率化だけではなく、バックサイドから変革することにより「BX」を実現するクラウドサービス (2023 年 11 月より提供開始) である。ボーダレス化と複数チャネル化に対応する管理機能と連携機能、自動処理による効率化とデータ融合により、ネットショップの範囲だけではなく、すべての業態を含めたバックヤード業務全体の一元管理を実現する。5 つの管理機能 (CROSS/ 連携管理、ORDER/ 注文管理、ITEM/ 商品管理、STOCK/ 在庫管理、COMMUNICATION/ 接客支援) で構成され、「自動化」「見える化」「カスタム」「コミュニケーション」をテーマにした機能実装により、バックヤードチームや顧客とのコミュニケーションを促進することで「ONE by 1」※を実現する。

※「ボーダレスな 1 つのプラットフォームでオンリー ONE なショップらしさを実現する」という、「BACKYARD™」が目指す新しいスタンダードとなるビジョン。

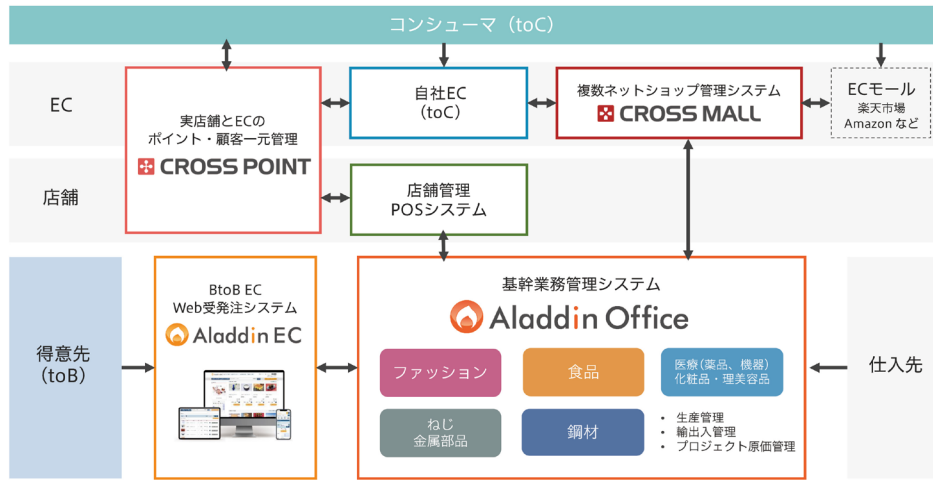
なお「BACKYARD™」は、当初は「CROSS MALL」の次世代サービスと位置付けていたが、EC 消費行動の変化や多様化するニーズに対応し、大企業を含む幅広い業種・業態向けに展開することを検討している。具体的には、サービス対象企業を EC 業態から小売・卸売・製造業へ拡大する EC 業態のネットショップ管理に留まらず、小売業態の実店舗管理、卸業態の受発注管理や販売管理、接客支援の問い合わせ管理など、市場で課題となっているボーダレスな業務管理の実現に向けて機能拡張を継続する。

3. 「CROSS-OVER シナジー」戦略

同社は、IT の有効活用が必要な中堅・中小企業の経営力アップを支援するための商材をリアルと Web の両面から開発・提案し、顧客の企業力強化を図る「CROSS-OVER シナジー」戦略を推進している。この戦略は同社独自の提案スタイルで、業務効率化を支援するシステムソリューション事業 (リアル) の基幹業務システムと、販売力強化を支援する Web ソリューション事業 (Web) のサービスを複合的に提案することで、「オール・ワンストップ」サービスを実現して強力なシナジー効果を生み出している。「CROSS-OVER シナジー」戦略によって顧客企業数は増加基調である。2024 年 7 月期の顧客数は 7,449 社 (システムソリューション事業が 5,152 社、Web ソリューション事業が 2,297 社) で、2020 年 7 月期の 6,342 社 (システムソリューション事業が 4,591 社、Web ソリューション事業が 1,751 社) に対して 4 期で約 17% 増加し、保守料やクラウドサービス利用料などのストック売上の拡大につながっている。

事業概要

リアルと Web を一社で提案・サポート (CROSS-OVER シナジー)



出所：会社紹介資料より掲載

4. 特徴・強み

同社の特徴・強みとしては、(1) 中堅・中小企業市場への特化、(2) 特化業種の深耕戦略、(3) 高い販売・在庫管理ノウハウ、(4) トータルソリューションを実現する商品生態系戦略、(5) 社員の約7割が技術職の体制、(6) 個別カスタマイズ対応力、(7) 小売業へのオムニチャネル戦略、(8) 自社製品・サービス比率の高さ、(9) パートナー戦略、などが挙げられる。

(1) 中堅・中小企業市場への特化

会社創業以来、中堅・中小企業市場に特化して独自サービスを提供しており、顧客企業数に占める割合は年商50億円未満の中小企業が約9割となっている。それらの取り組みが評価され、2011年には経済産業省「中小企業IT経営力大賞2011」の特別賞(商務情報政策局長賞)を受賞している。なお(9)パートナー戦略の強化の成果として、銀行などのパートナー紹介による大企業からの受注も増加傾向である(詳細は後述)。

(2) 特化業種の深耕戦略

卸売業・小売業や製造業のなかでも、特に中堅・中小企業の多い業種に絞り込んだ特化業種の深耕戦略も強みである。業種特化型システム開発や業種別専門チーム体制などサービス力・営業力で負けない体制を形成し、新規顧客獲得力アップにつなげている。具体的にはアパレル・ファッション業界、食品業界、医療・化粧品・理美容品業界、ねじ・金属部品業界、鋼材業界を主力5業種と位置付けて、業種特化型パッケージソフト「アラジンオフィス」シリーズなどによる市場深耕を推進している。なお近年は主力5業種に留まらず、建材などの物販に加えて施工まで請け負う企業が増加し、こうした企業向けに「アラジンオフィス」のオプションとして2022年9月にバージョンアップした「プロジェクト管理機能」の受注が増加傾向のため、今後はこうした業態の企業向け拡販も推進する。

事業概要

(3) 高い販売・在庫管理ノウハウ

会社創業以来、顧客の業務への理解が求められる販売・在庫管理ソフトウェアの提供を続けている。製造・卸・小売などの業態や各業種、さらには個社ごとに管理方法が異なる販売・在庫管理において、リアルと Web を問わず豊富な導入事例とノウハウを有している。

(4) トータルソリューションを実現する商品生態系戦略

複数の商品群からなる商品生態系戦略も強みである。ネットショップ構築・運営支援サービスのインターネット領域、店頭での売上管理やバックヤードの在庫管理のリアル店舗・本部領域、さらにリアルと Web の在庫やポイントを一元管理するリアル・ネット融合領域をすべてカバーし、自社製品・サービスを開発・提供している。そして様々な商品を組み合わせることで複合的な提案を行い、顧客へのトータルソリューションを実現している。

(5) 社員の約 7 割が技術職の体制

2024年7月期末時点の単体ベース社員数921人(前期末比69人増加)の構成は技術職73%、営業17%、スタッフ9%となっている。社員の約7割が技術職の体制で、システム提供後のサポートも重視している。今後も1人3役(業界・業務ノウハウ、基幹システム、Web)をこなす人材育成と技術力強化を促進する組織構成を目指し、技術部門の人員強化を継続する。一方で、労働集約型の生産体制から脱却するための環境整備や商品開発も推進している。

(6) 個別カスタマイズ対応力

中堅・中小企業は業種ごともしくは個別企業ごとに業務運営方法が異なる。そのため多様なニーズに対応するソフトウェアの個別カスタマイズを基本戦略としている。ソフトウェア開発市場における近年の動向として、ソフトウェアの個別カスタマイズに対応できる企業が減少傾向にあり、受注競合が減少していることも同社の利益率向上につながっている。なお、さらなる生産性向上や利益率向上に向けて、個別カスタマイズ対応を最小限に抑え、オプション機能としての提供も推進している。

(7) 小売業へのオムニチャネル戦略

近年の小売業においては、リアル店舗と Web 店舗を融合して、あらゆるチャネル(販路、顧客接点)から顧客が同じように商品を購入できる環境・流通経路を実現するオムニチャネル戦略が普及している。同社は創業時からリアルと Web の融合を事業化し、一朝一夕では実現できない事業ノウハウ・事例を蓄積しているため、小売業におけるオムニチャネル戦略の進展に対しても、他社には真似できない優位性を確立していると言える。

(8) 自社製品・サービス比率の高さ

同社は、価格変動に左右されやすく利益率も低いハードウェアなどといった、他社製品の売上に依存しない収益構造の構築を経営方針の重要事項としており、自社製品・サービスを中心とする拡販を推進している。その結果、売上高に占める自社製品・サービス(ソフトウェア・運用・保守・会費など)の比率は約7割と高水準である。

事業概要

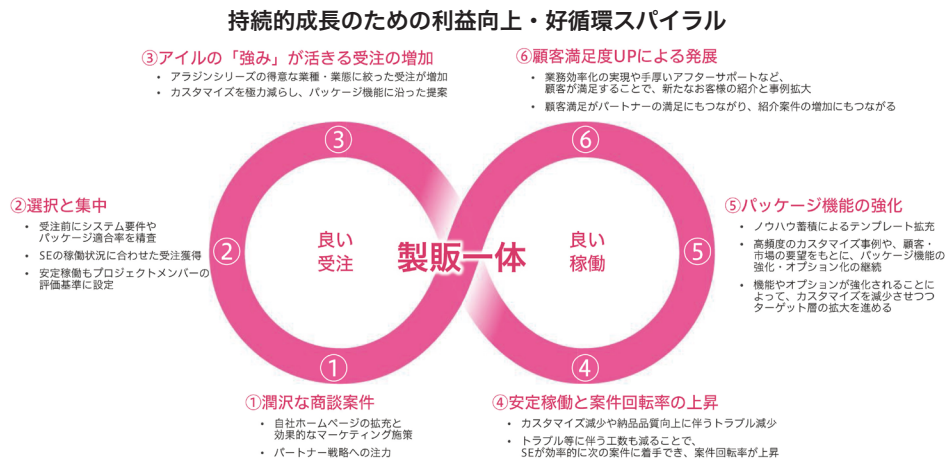
(9) パートナー戦略

新規案件紹介元・営業協力会社であるパートナー（銀行、SIer、IT 機器メーカー、コンサルタント、会計事務所等）からの高い信頼も特徴である。2024年7月期のシステムソリューション事業の新規受注高販売チャネル別構成比（金額ベース）は、パートナー紹介が前期比2.6ポイント上昇して45.3%、ホームページを通じての引き合いが同2.3ポイント低下して35.8%、自社営業による開拓が同0.3ポイント低下して18.9%となった。パートナー紹介を通じての引き合いという Pull 型営業の比率上昇が営業効率化につながっている。また銀行などのパートナー紹介による大企業からの受注が増加傾向にあり、全体としての受注単価上昇にもつながっている。

このように、業界・業務に精通した業務コンサルティング力やパートナー戦略の結果、2024年7月期のシステムソリューション事業の競合勝率は85.7%、ユーザーリピート率は98.4%となっており、同社の競合優位性は高いと言える。また、従来のSIerのような機能提案からコンサル提案にシフトすることで要件定義のボリュームが増加し、他社との差別化も進展している。

5. 生産性向上と売上総利益率上昇の好循環スパイラル

同社は収益性を向上させるため、製販一体（営業とSEの一体化）体制による生産性向上及びストック売上拡大を推進している。受注段階での営業と開発の連携強化によってカスタマイズ工数削減やトラブル未然防止に取り組み、総合的な品質・生産性向上によって売上総利益率上昇につなげるという好循環スパイラルを形成する戦略だ。営業とサポートを一体化（システム営業、システムサポート）して連携を一段と強化しているほか、個別カスタマイズ対応を基本戦略とする一方で、パッケージ機能の強化・オプション化による受注拡大や、品質・生産性向上によるリードタイム短縮などの施策により、継続的に売上総利益率の改善を推進している。



出所：会社紹介資料より掲載

これらの結果、売上高は拡大基調、売上総利益率は上昇基調となっている。2020年7月期と2024年7月期を比較すると、売上高は38.1%増加、売上総利益率は44.7%から55.8%へ同11.1ポイント上昇した。特にシステムソリューション事業の売上総利益率が44.3%から56.5%へ同12.2ポイント上昇し、全体の売上総利益率の上昇をけん引している。Webソリューション事業のうちCROSS事業の売上総利益率は57.8%から58.0%へ横ばいの形だが、これは「BACKYARD™」開発関連費が増加したため、今後はストック売上の拡大に伴って上昇基調が見込まれる。

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.

事業概要

ストック売上高は同 72.9% 増加、ストック売上総利益は同 81.1% 増加した。この結果、ストック売上総利益の販管費カバー率は 59.4% から 77.4% まで上昇し、販管費の約 8 割をストック売上総利益でカバーできる収益構造となった。今後はストック売上総利益の販管費カバー率 100% を目指す。なおストック売上高構成比及びストック売上総利益構成比は 2023 年 7 月期に低下したが、これはシステムソリューション事業におけるメーカーのサーバー保守終了に伴うハード機器特需という一過性要因によるものであり、ソフト改修・更新需要の掘り起こしやクラウドへの移行提案などを推進し、全体の売上総利益率は上昇基調を維持している。またストック売上総利益率は 50% 台後半の水準で推移している。

事業別業績の推移

(単位：百万円)

	20/7 期	21/7 期	22/7 期	23/7 期	24/7 期
売上高	12,679	13,203	12,944	15,924	17,508
システムソリューション事業	11,167	11,505	11,036	13,857	15,339
Web ソリューション事業	1,512	1,698	1,907	2,067	2,168
(CROSS 事業)	984	1,186	1,385	1,521	1,634
(その他 Web 事業)	527	512	522	546	534
売上総利益	5,664	6,137	6,738	8,682	9,773
システムソリューション事業	4,951	5,298	5,775	7,659	8,659
Web ソリューション事業	713	838	962	1,022	1,113
(CROSS 事業)	569	667	792	849	948
(その他 Web 事業)	143	171	170	172	165
売上総利益率	44.7%	46.5%	52.1%	54.5%	55.8%
システムソリューション事業	44.3%	46.1%	52.3%	55.3%	56.5%
Web ソリューション事業	47.2%	49.4%	50.4%	49.4%	51.3%
(CROSS 事業)	57.8%	56.2%	57.2%	55.8%	58.0%
(その他 Web 事業)	27.1%	33.4%	32.6%	31.5%	30.9%
ストック売上高	4,172	4,803	5,576	6,290	7,212
(売上高構成比)	32.9%	36.4%	43.1%	39.5%	41.2%
ストック売上総利益	2,354	2,791	3,304	3,682	4,264
(売上総利益構成比)	41.6%	45.5%	49.0%	42.4%	43.6%
(売上総利益率)	56.4%	58.1%	59.3%	58.5%	59.1%
販管費	3,964	4,307	4,637	5,134	5,509
ストック売上総利益の販管費カバー率	59.4%	64.8%	71.3%	71.7%	77.4%

注：22/7 期より会計基準を変更したため 21/7 期以前の実績を遡及修正している。なお売上高、売上総利益は変更ない。
 出所：決算概要よりフィスコ作成

6. ビジネスパートナーとの連携強化

同社は売上成長と利益拡大に向けた施策として、様々な分野でビジネスパートナーとの連携を強化している。2025 年 7 月期は、2025 年 1 月に「CROSS MALL」が、世界最大規模のオンライン・マーケットプレイス「eBay」で日本セラー（出品者）の越境 EC（海外販売）を支援するイーベイ・ジャパン（株）が 2024 年 12 月 13 日より開始した「SSP Program (Selected Service Provider Program)」の最初の認定 3 サービスに選定された。また同年 3 月には同サービスが、(株)JALUX が運営する JAL 公式総合オンラインショッピングモール「JAL Mall」と注文情報・出荷情報・在庫情報の連携を開始した。

事業概要

7. リスク要因と課題・対策

情報システム・サービス産業における一般的なリスク要因としては、受注競合、案件大型化に伴う開発期間の長期化、個別プロジェクトの不採算化、技術革新への対応遅れ、人材確保などがある。ただし同社はパッケージソフト開発・販売が主力のため、受託開発が主力のシステム開発会社に比べて個別プロジェクト不採算化のリスクは小さい。一方で、顧客ニーズに沿った柔軟な個別カスタマイズによって競合他社との差別化を図っているため、カスタマイズ時における工数増加などが利益率低下要因となるが、この対策として製販一体体制による生産性向上を推進している。

業績動向

2025年7月期中間期の売上高と営業利益は過去最高

1. 2025年7月期中間期の連結業績概要

2025年7月期第中間期の連結業績は売上高が前年同期比7.8%増の9,242百万円、営業利益が同1.0%増の2,260百万円、経常利益が同0.6%減の2,235百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同3.2%増の1,537百万円だった。前期のサーバー入替特需の想定以上の反動減、人材採用や賃上げなど持続的な成長投資の影響で計画(2024年9月6日付の期初公表値、売上高9,333百万円、営業利益2,356百万円、経常利益2,367百万円、親会社株主に帰属する中間純利益1,595百万円)を下回ったが、中堅・中小企業におけるDX需要を着実に取り込み、売上高と営業利益は中間期として過去最高だった。ストック売上高は同14.9%増の4,015百万円、ストック売上総利益は同12.2%増の2,337百万円、ストック売上総利益率は同1.4ポイント低下して58.2%、ストック売上総利益の販管費カバー率は同2.1ポイント上昇して81.8%となった。ストック売上総利益率は若干低下したものの、システムソリューション事業におけるシステムの大型化に伴う月額保守料増加やクラウド商材導入増加、CROSS事業の安定成長により、ストック売上総利益の販管費カバー率は80%を超えた。

業績動向

2025年7月期中間期の連結業績概要

(単位：百万円)

	24/7 期中間期		25/7 期中間期		前期比		前回予想	予想比	
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	金額	増減額	達成率
売上高	8,571	100.0%	9,242	100.0%	670	7.8%	9,333	-91	-1.0%
売上総利益	4,854	56.6%	5,119	55.4%	265	5.5%	-	-	-
販管費	2,615	30.5%	2,858	30.9%	243	9.3%	-	-	-
営業利益	2,238	26.1%	2,260	24.5%	21	1.0%	2,356	-96	-4.0%
経常利益	2,249	26.2%	2,235	24.2%	-14	-0.6%	2,367	-132	-5.6%
親会社株主に帰属する中間純利益	1,489	17.4%	1,537	16.6%	47	3.2%	1,595	-58	-3.6%
事業別売上高									
システムソリューション事業	7,480	87.3%	8,124	87.9%	643	8.6%	-	-	-
Web ソリューション事業	1,090	12.7%	1,117	12.1%	27	2.5%	-	-	-
(CROSS 事業)	807	9.4%	854	9.2%	47	5.8%	-	-	-
(その他 Web 事業)	282	3.3%	263	2.8%	-19	-6.7%	-	-	-
事業別売上総利益									
システムソリューション事業	4,298	57.5%	4,554	56.1%	256	6.0%	-	-	-
Web ソリューション事業	555	50.9%	564	50.5%	9	1.6%	-	-	-
(CROSS 事業)	462	57.2%	487	57.0%	25	5.4%	-	-	-
(その他 Web 事業)	93	33.0%	76	28.9%	-17	-18.3%	-	-	-
ストック売上高	3,494	40.8%	4,015	43.4%	521	14.9%	-	-	-
ストック売上総利益	2,083	59.6%	2,337	58.2%	254	12.2%	-	-	-
ストック売上総利益の販管費カバー率	79.7	-	81.8	-	-	2.1pp	-	-	-

注1：前回予想は2024年9月6日付の期初公表値

注2：事業別売上総利益及び全社ストック売上総利益の売上比はそれぞれの売上高に対する売上総利益率

出所：決算短信、決算概要よりフィスコ作成

売上総利益は同 5.5% 増加したが、売上総利益率は人件費増加やクラウド関連仕入価格上昇などの影響で同 1.2 ポイント低下して 55.4% となった。ただし四半期別に見ると第 1 四半期の 54.6% に対して、第 2 四半期は 2024 年 10 月からのクラウド月額利用料値上げ効果も寄与して 56.1% に上昇した。販管費は人件費増加などで同 9.3% 増加し、販管費比率は同 0.4 ポイント上昇して 30.9% となった。この結果、営業利益率は同 1.6 ポイント低下して 24.5% となった。営業利益 21 百万円増益の増減要因は、システムソリューション事業の売上総利益 256 百万円増、Web ソリューション事業の売上総利益 9 百万円増、人件費（販管費分）増加で 157 百万円減、その他販管費増加で 86 百万円減だった。総人件費（原価 + 販管費）は継続的な人事制度見直しと社員数増加により同 11.6% 増加（原価分が同 15.3% 増加、販管費分が同 8.4% 増加）した。その他販管費では TVCM や展示会出展により広告宣伝費・販促費が増加、パートナー企業からの案件増加に伴い紹介手数料が増加、採用活動強化により採用費が増加した。なお経常利益は営業外費用に一時的費用となる株式需給緩衝信託® 設定手数料を計上したため小幅減益だった。親会社株主に帰属する中間純利益は税金費用の減少により増益だった。

システムソリューション事業の成長が継続

2. 事業別の動向

(1) システムソリューション事業

システムソリューション事業は売上高が同 8.6% 増の 8,124 百万円、売上総利益が同 6.0% 増の 4,554 百万円、売上総利益率が同 1.4 ポイント低下して 56.1% となった。メーカー保守終了に伴う前期のサーバー機器入替特需の反動減が想定以上だったため設定などの役務を含むハード関連売上が計画未達だったものの、システム開発関連が中堅・中小企業の DX 需要を着実に取り込んでおおむね計画水準で推移し、全体として増収増益と成長を継続した。売上総利益率は低下したが、第 1 四半期の 55.0% に対して第 2 四半期は 57.0% と 2.0 ポイント改善した。製販一体体制をはじめとした継続的な利益向上施策、パートナー企業からの紹介による大型案件増加に加え、2024 年 10 月からのクラウド月額利用料値上げによって仕入価格上昇を吸収したことも寄与した。受注は大型案件を中心とする新規顧客獲得も寄与して過去最高を更新中である。2017 年 7 月期中間期実績を 100 とする受注高指数は、2025 年 7 月期中間期にイニシャルが 165、ストックが 191 で、いずれも過去最高となった。

(2) Web ソリューション事業

Web ソリューション事業は売上高が同 2.5% 増の 1,117 百万円、売上総利益が同 1.6% 増の 564 百万円、売上総利益率が同 0.4 ポイント低下して 50.5% となった。その他 Web 事業は EC サイト制作の縮小で減収減益となったが、CROSS 事業は新規顧客獲得と単価上昇などで売上高が同 5.8% 増の 854 百万円、売上総利益が同 5.4% 増の 487 百万円、売上総利益率が同 0.2 ポイント低下して 57.0% とおおむね計画水準で順調に成長した。EC 消費行動の変化により小規模 EC 事業者には事業縮小や撤退を行う動きが見られたが、この対策として中堅・大企業へのアプローチを強化して大型案件獲得に努めた。

財務の健全性を維持、一時的要因は期末に解消

3. 財務の状況

財務面で見ると、2025 年 7 月期中間期末の資産合計は 2024 年 7 月期末比 335 百万円減少して 13,818 百万円、負債合計は 1,990 百万円増加して 6,463 百万円、純資産合計は 2,326 百万円減少して 7,354 百万円、自己資本比率は 15.2 ポイント低下して 53.2% となった。

業績動向

なお、同社の代表取締役社長で主要株主でもある岩本哲夫（いわもとてつお）氏より保有株式の一部売却の要請を受け、2024年12月6日付で株式需給緩衝信託[®]を設定（信託期間2024年12月6日～2025年7月31日予定、取得株数の上限1,250,000株、取得価額総額の上限4,500百万円）し、同社が拠出する資金を原資として同年12月9日の東証の立会外終値取引（ToSTNeT-2）により同社株式1,250,000株を取得した。その後、同社株式の市場需給に与える影響を極力回避する方法で同社株式を売却する。本信託が取得した同社株式は信託期間内に売却され、売却代金はあらかじめ定めるタイミングで定期的に同社へ分配される。本信託は同社を受益者とする自益信託のため会計処理においては自己株式として扱い、株価上昇により処分差益が生じた場合はその他資本剰余金（純資産）の増加、株価下落により処分差損が生じた場合はその他資本剰余金（純資産）の減少となる。この株式需給緩衝信託[®]の設定により、2025年7月期第2四半期末時点においては流動資産で現金及び預金が154百万円減少、流動負債で短期借入金が2,190百万円増加、純資産で自己株式（減算）が3,088百万円増加した。その結果として自己資本比率が15.2ポイント低下したが、この一時的要因は2025年7月期末時点では解消される。これを除けば特に懸念材料は見当たらず、財務の健全性が維持されていると弊社では評価している。

貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円）

項目	21/7 期末	22/7 期末	23/7 期末	24/7 期末	25/7 期中間末	増減
資産合計	8,449	9,576	12,115	14,153	13,818	-335
（流動資産）	6,087	7,249	9,675	11,567	11,313	-254
（固定資産）	2,362	2,326	2,440	2,585	2,504	-81
負債合計	3,860	3,861	4,374	4,473	6,463	1,990
（流動負債）	2,246	2,134	2,546	2,555	4,463	1,908
（固定負債）	1,613	1,727	1,828	1,918	2,000	82
純資産合計	4,589	5,715	7,740	9,680	7,354	-2,326
（経営指標）						
流動比率	271.0%	339.7%	380.0%	452.7%	253.5%	-199.2pp
固定比率	51.5%	40.7%	31.5%	26.7%	34.1%	7.4pp
自己資本比率	54.3%	59.7%	63.9%	68.4%	53.2%	-15.2pp

項目	21/7 期	22/7 期	23/7 期	24/7 期	25/7 期中間
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,027	1,134	3,073	2,637	1,766
投資活動によるキャッシュ・フロー	-216	-482	-547	-712	-232
財務活動によるキャッシュ・フロー	-551	-465	-526	-901	-1,688
現金及び現金同等物の期末残高	3,453	3,640	5,639	6,663	6,509

出所：決算短信、半期報告書よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年7月期の過去最高予想を据え置き

● 2025年7月期の連結業績予想概要

2025年7月期の連結業績予想は、期初計画を据え置いて売上高が2024年7月期比9.4%増の19,150百万円、営業利益が同12.6%増の4,800百万円、経常利益が同12.6%増の4,826百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.8%増の3,257百万円と、増収増益で過去最高予想としている。売上総利益は同10.3%増の10,783百万円、売上総利益率は同0.5ポイント上昇して56.3%、販管費は同8.6%増の5,983百万円、販管費比率は同0.3ポイント低下して31.2%の計画である。なお増収増益を継続しつつも、次のステップに向けた成長投資を優先する方針としている。

2025年7月期の連結業績予想概要

(単位：百万円)

	24/7期		25/7期		前期比		中間期実績	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率	金額	進捗率
売上高	17,508	100.0%	19,150	100.0%	1,642	9.4%	9,242	48.3%
売上総利益	9,773	55.8%	10,783	56.3%	1,010	10.3%	5,119	47.5%
販管費	5,509	31.5%	5,983	31.2%	474	8.6%	2,858	47.8%
営業利益	4,263	24.4%	4,800	25.1%	537	12.6%	2,260	47.1%
経常利益	4,285	24.5%	4,826	25.2%	541	12.6%	2,235	46.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,887	16.5%	3,257	17.0%	370	12.8%	1,537	47.2%

出所：決算短信、決算概要よりフィスコ作成

全体の市場観として、2025年10月予定のWindows10サポート終了関連需要の影響は軽微だが、中堅・中小企業における人手不足深刻化などによりDX需要が高水準に推移し、案件規模の大型化が進展することを想定している。コスト面ではライセンスなどの仕入商品の値上げ、採用強化や人事制度見直しに伴う人件費増加、TVCM通年化による広告宣伝費増加などを見込むが、増収効果、契約案件の見極め精度向上による納期短縮と安定稼働、仕入価格高騰に対する価格転嫁、ストック売上積み上げなどによりコスト増加を吸収する見込みだ。

事業別の重点施策として、システムソリューション事業では上期の計画未達分に対してシステム開発案件の回転率アップでカバーするほか、エンジニア全体（SE/プログラマ）の稼働状況を考慮したプロジェクト進行による組織全体の作業負荷の偏り解消、プログラミング作業やテスト工程での生成AI活用を推進する。CROSS事業では「アラジンオフィス」ユーザーへのアプローチ強化、システム連携パートナーの拡大のほか、サポート品質向上に伴い「CROSS MALL」の既存顧客に対する価格改定を2025年3月より実施した。その他Web事業ではEC運営の付加価値サービスとして分析支援やブランディング支援を強化する。

今後の見通し

通期予想に対する中間期の進捗率は売上高が48.3%、営業利益が47.1%、経常利益が46.3%、親会社株主に帰属する当期純利益が47.2%とやや低水準だった。ただしストック売上の積み上げやエンジニアの成長により下期の構成比が高い季節要因があること、システムソリューション事業の受注が拡大基調であること、2024年10月からのクラウド月額利用料値上げによって第2四半期より売上総利益率が上昇に転じていること、2025年3月より「CROSS MALL」の既存顧客に対する価格改定を実施したことなどを勘案すれば、通期会社予想の達成は可能であり、好業績が期待できると弊社では考えている。

■ 成長戦略

長期的に営業利益率 30% 超を目指す

1. 中期経営計画（ローリングプラン）

同社は中期経営計画について、急激な事業環境の変化に応じて随時計画を見直すローリングプランを採用している。2024年9月に策定した3ヶ年計画（2025年7月期～2027年7月期）は、長期的な目標である営業利益率30%超に向けた第3フェーズと位置付けて、年平均2ケタ成長（2024年7月期～2027年7月期のCAGRは売上高10.3%、売上総利益11.6%、営業利益15.7%、親会社株主に帰属する当期純利益15.7%）を維持しつつ、人材投資やプロモーション投資など成長投資の加速によって経営基盤の一段の強化を推進する。計画の前提として、受注環境はDX需要に加え、オフコンなどのレガシーシステムのオープン化や、2020年の軽減税率対応及びサーバーOS入替特需のリプレースタイミング到来など、複合要素による強い需要を想定している。これに伴ってシステム開発プロジェクトの案件規模が継続的に拡大する。年間人材採用数は新卒70名～80名、中途25名～35名を想定し、認知度向上に向けてTVCMなどのメディア戦略も強化する。

中期経営計画（連結）

	2024年 7月期	2025年 7月期	2026年 7月期	2027年 7月期	CAGR (2024-2027)
	実績	計画			
(単位：百万円)					
売上高	17,508	19,150	21,200	23,500	10.3%
粗利	9,773	10,783	12,085	13,587	11.6%
(率)	(55.8%)	(56.3%)	(57.0%)	(57.8%)	
営業利益	4,263	4,800	5,600	6,600	15.7%
(率)	(24.4%)	(25.1%)	(26.4%)	(28.1%)	
当期純利益	2,887	3,257	3,798	4,473	15.7%

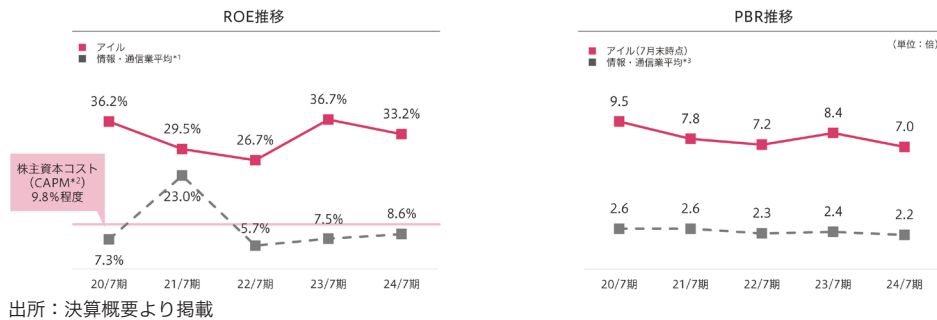
出所：決算概要より掲載

成長戦略

重点施策としては、人事制度見直しによる成果配分と優秀な人材確保のための給与・賞与・報酬の継続的な上昇、人材投資（採用・育成の強化）や認知度向上のための広告宣伝投資（TVCMの通年化など）の継続、組織再編と製品開発スピード加速による「CROSS-OVER シナジー」戦略の深化、余剰資金を活用したM&Aの検討や株主還元の一環の強化などを推進する方針だ。また事業戦略として、システムソリューション事業では、製販一体体制による案件見極め精度向上や大型案件への対応を継続的に強化することに加え、新たなパートナーの開拓、銀行からの紹介を活用した営業エリアの拡大（東名阪から100%リモートサポートを前提）などを推進する。CROSS事業では「BACKYARD™」の機能強化・拡販などを推進する。

なお同社は現状の株主資本コストを9.8%程度(2020年7月期～2024年7月期の平均)と認識している。ROE(自己資本利益率)はおおむね30%前後と株主資本コストを上回る水準で推移しており、業界(情報・通信業)平均を上回るパフォーマンスを出している。またPBR(株価純資産倍率)はおおむね8倍前後と業界(同)平均を大幅に上回る水準で推移しており、市場からも一定の評価を得られている。今後も継続した利益率向上と人材投資により企業価値を高める。なお同社は、海外投資家比率の上昇及び海外投資家との取材増加を受けて英文開示資料の充実を図り、会社・ビジネスモデルの理解に資する英文資料も自社ホームページ上で公開している。

ROE 推移、PBR 推移



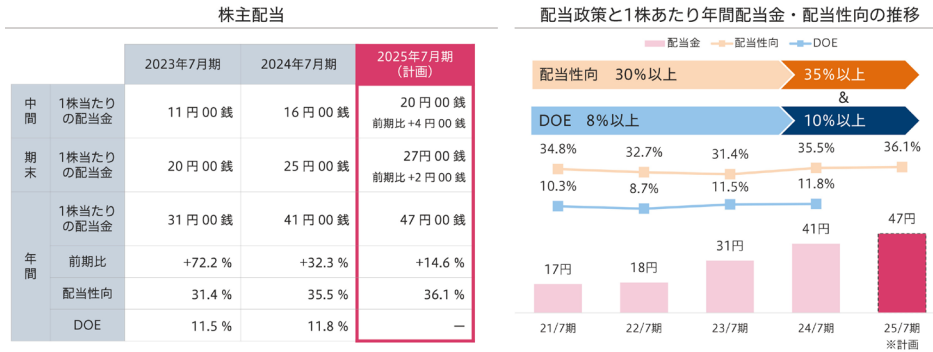
2025年7月期は大幅増配予想、株主還元を強化

2. 株主還元策

利益還元については2024年7月期より配当目標を引き上げて、配当性向35%以上、DOE10%以上を目標としている。そして2025年7月期の配当予想は2024年7月期比6.00円増配の47.00円(中間期末20.00円、期末27.00円)としている。2018年7月期から8期連続増配で予想配当性向は36.1%となる。同社は今後も株主還元を強化する方針であり、収益拡大に伴って株主還元のさらなる充実が期待される。

成長戦略

配当政策について



出所：決算概要より掲載

人材投資を重視

3. サステナビリティ経営

同社は、ミッションに「Always free, Love&dream with you. That is our responsibility. いつだって FREE を、LOVE を、DREAM を一緒に感じられるために。」を掲げ、事業による営利活動だけでなく、事業を通じて FREE を、LOVE を、DREAM を感じることができていることを大切にすることが社会的責任と考えている。またバリューには「“BX”を通じ、社会に夢を与える」「環境と両立した経営と、過剰在庫ゼロの世界を創る」「社員一人ひとりが力を発揮できる風土・制度を発展させる」「透明・健全な経営を維持し、企業成長とともに企業価値を向上させる」を掲げている。

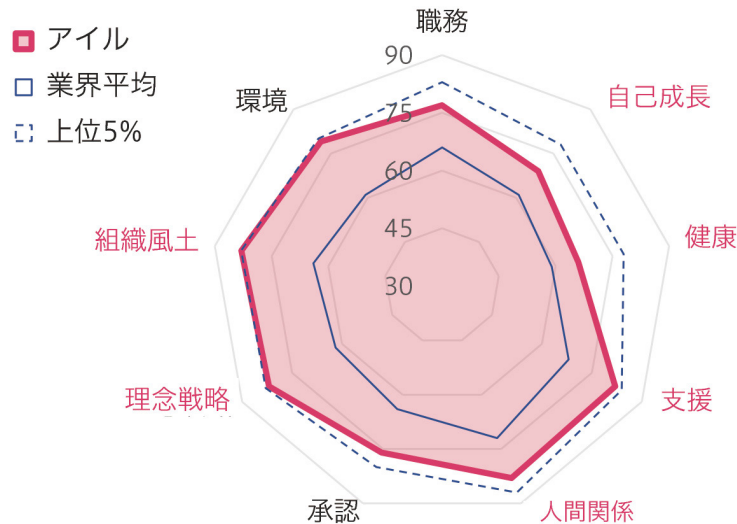
「“BX”を通じ、社会に夢を与える」としては、「BX」を通じて「単純作業」からの開放を支援することで新たな価値創造のきっかけをつくり、より良い社会をつくるほか、テレワークなど多様な働き方の実現を助け、あらゆる人が活躍できる社会の構築への貢献を目指す。また顧客やパートナーとの信頼を一義とし、単なる「取引先」の関係ではなく、二人三脚で成長できる共存共栄の関係を築く。「環境と両立した経営と、過剰在庫ゼロの世界を創る」としては、2022年7月の取締役会で決議した気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）賛同と環境関連情報の開示を強化し、2030年度にGHG（温室効果ガス）排出量半減、2050年度に実質ゼロを目指して活動する。また「BX」を通じて在庫管理・予測の精度を上げ、顧客とともにアパレルロス・フードロスといった社会問題の解決を目指す。

「社員一人ひとりが力を発揮できる風土・制度を発展させる」としては、社員の自律性を養い、夢をもって自由に取り組める風土づくりに取り組むほか、人種・性別・年齢・地位に関係なく「頑張った人」が報われる公平な評価制度を確立する。また働く時間や場所を拘束せず、子育て世代や介護、地方在住の社員も力を発揮できる環境を整備する。「透明・健全な経営を維持し、企業成長とともに企業価値を向上させる」としては、独立社外取締役5名体制（全14名中）により、多様な意見を反映させた健全な経営を維持する。また、ステークホルダー（株主、顧客、取引先、社員）との積極的な対話を通じ、経営に反映させる。

成長戦略

同社はバリューのうち「社員一人ひとりが力を発揮できる風土・制度を発展させる」を特に重視している。具体的には風土づくりとしてガラス張りの経営、失敗を咎めず挑戦を称賛する文化、個人に合わせた多様な働き方、社長自ら行う新人研修などを推進し、制度としては社長・役員会食や年間賞の設定、生理休暇の有給化やフレックス制度など女性が安心して働ける制度、「頑張った人が正しく評価される」公平な評価制度、社長や役員へ直接メッセージを発信できるメッセージメールなどを推進している。なお単体ベースでは、社員の平均年収（休職者を除く数値）は2020年7月期を100とすると2024年7月には109まで上昇した。これらの環境整備もあり、2024年7月期の離職率は3.4%（男性2.5%、女性5.0%）で、業界平均（同社調べ12.8%）に比べて非常に低い水準となっている。女性の産休復帰率は7期連続100%となり、男性の育休取得率は59.3%まで上昇している。2025年1月に実施したエンゲージメントサーベイ結果は79（業界平均63）で、全項目において業界平均を上回る高いスコアとなった。今後も環境を向上させ、さらなる好循環を目指す。

2025年1月エンゲージメントサーベイ結果



出所：決算概要より掲載

またサステナビリティへの直近の取り組み事例として、2024年2月には国際的な環境評価の情報開示システムを運用する国際的 NGO 団体 CDP の気候変動調査でマネジメントレベル「B-」評価に認定された。同年5月にはカスタマーハラスメントへの対応方針を策定した。同年7月には福利厚生の一環として ZERO (株) が提供するフードロス削減 BOX「ZERO」を導入した。また同じく7月には國學院大学の体育連合会アルティメット部「TRIUMPH (トライアンフ)」のメインスポンサーに就任した。同年11月には難病 ALS (筋萎縮性側索硬化症) の啓発活動を行う (一社) WITH ALS 主催の「MOVE FES.2024」に協賛 (2019年、2021年、2023年に続いて4回目) した。

利益率上昇基調を評価

4. 弊社の視点

同社の売上総利益率及び営業利益率は2025年7月期中間期に一時的に低下したものの、通期ベースで見れば上昇基調である。これは同社が継続的に推進している人材育成・環境整備、製販一体体制による品質・生産性向上及びプロジェクト管理レベル向上、ストック売上高拡大という、地味ながらも着実な経営戦略の成果であり、この点を弊社では高く評価している。2024年9月に策定した中期経営計画では年平均2ケタ成長を維持しつつ、人材投資やプロモーション投資など成長投資の加速によって経営基盤の一段の強化を推進する方針としている。長期的目標である営業利益率30%超の達成が視野に入っており、弊社では引き続き成長戦略の進捗状況や「BX」による成長加速の動向に注目したいと考えている。

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