

|| 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7月17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. 2024年3月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	01
■ 事業概要	02
1. 会社概要	02
2. 事業内容と強み	03
■ 業績動向	07
1. 2024年3月期の業績概要	07
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 2025年3月期の業績見通し	10
2. 成長戦略	11
■ 株主還元策	15

要約

重点顧客の拡充と NTT データとの協業強化により 持続的成長を目指す

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システム開発・運用保守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. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の業績は、売上高で前期比7.4%減の3,630百万円、営業利益で同48.5%減の144百万円と減収減益となった。顧客都合によるプロジェクトの縮小や終了が重なったほか、人材ケイパビリティの制約等により新規受注も低迷したことが減収要因となった。顧客別ではNTT データをはじめとするNTT グループ向けが、同23.5%減の1,318百万円と減少したことが響いた。利益面では受注減に伴う人的リソースの稼働率低下に加えて、人材投資や新サービス開発などの先行投資が約38百万円、情報セキュリティ基盤強化のための費用が約33百万円それぞれ増加したことが減益要因となった。

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300百万円を計画している。売上高は重点顧客の拡充やNTT データとの協業強化により新規顧客の開拓を進め、回復を目指す。利益面では、稼働率の向上による売上総利益の向上、並びに中途採用の抑制により増益を見込む。2024年6月24日の株主総会では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っており、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。

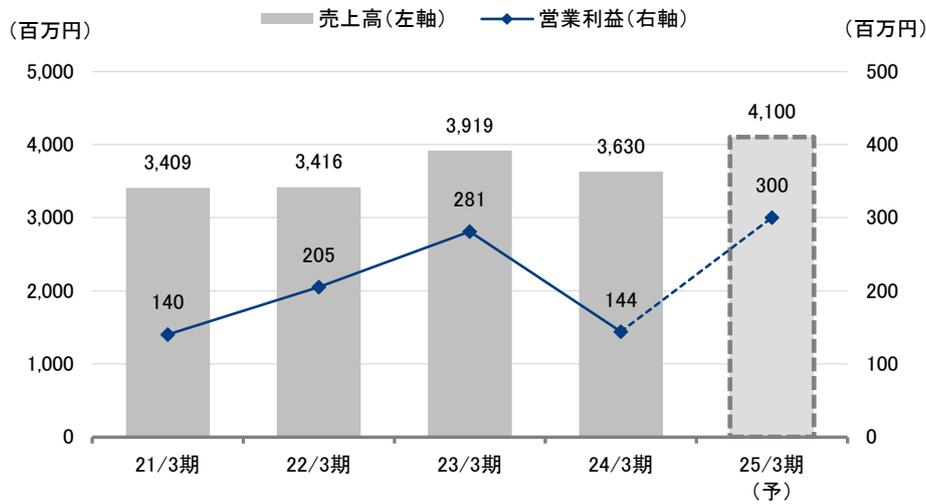
3. 成長戦略

今後の成長戦略として、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点に取り組んでいく方針だ。2023年9月に資本提携契約を締結した（株）Hexabase（ヘキサベース）とは、小規模事業者をターゲットとしたプロダクトを共同開発中で年内のリリースを目指している。株主還元方針は、配当性向20%程度を目安としており、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20.5%）を予定している。

Key Points

- あるべき CX を実現するデザイン設計力に強みを持つ
- 2025年3月期は NTT データとの協業案件を増やすなど重点顧客を拡充することで増収増益を目指す
- 顧客接点改善の対象領域拡張と多面的なサービス提供、NTT データとの協業強化等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

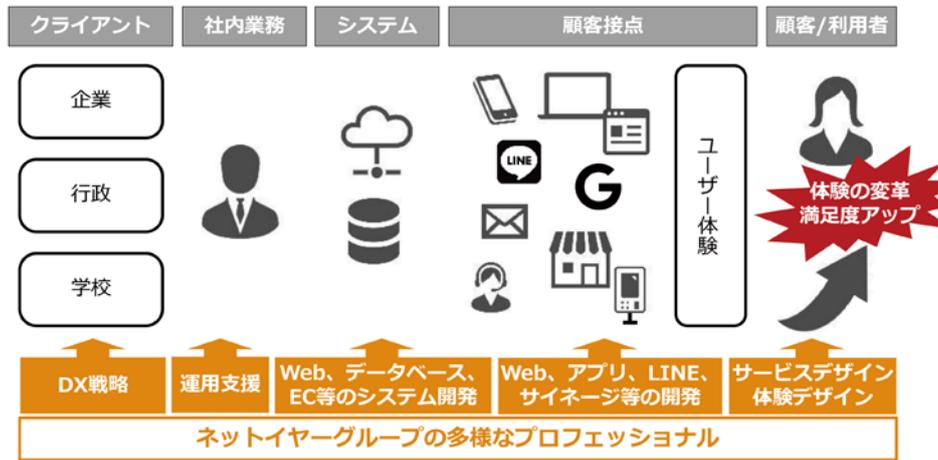
デジタルマーケティング支援事業を展開、2019年にNTTデータグループ入り

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。

事業概要

事業内容



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「アーンドメディア (Earned Media)」、3つ目がSNSなどで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」を使っ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。

事業概要

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となっている。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。 |

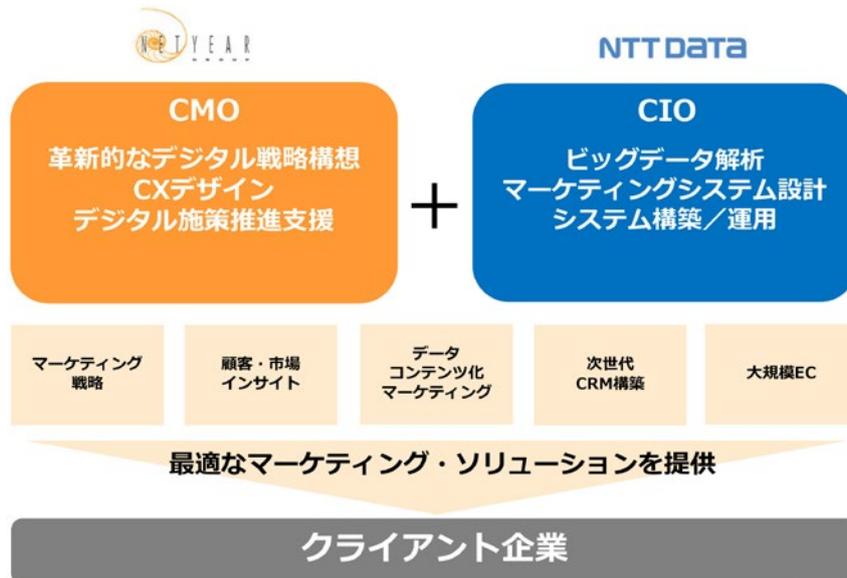


CXを効果的に高める方法はクライアントの事業内容によって異なるため、案件ごとに要件定義を設定するカスタムプロジェクトとなる。一般的に開発期間は3ヶ月程度、長いもので1年程度となる。システム開発部分に関しては大半を外注でまかっている。受注単価は案件によって様々だが、最近では「データ分析」を取り入れたマーケティング手法の活用、あるいは顧客企業の他の部門(営業部門や情報システム部門等)とのシステム連携などが求められるなど、プロジェクトが複雑化かつ大型化する傾向にある。また、デジタルマーケティング技術も進化を続けており、ここ最近はクライアントの要求もより専門的かつ高度化している。こうした市場環境において、同社の課題であったシステム開発力は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も出始めている。

ネットイヤーグループ | 2024年7月17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。また、2022年3月期より Shopify Inc.<SHOP> が提供する EC プラットフォーム「Shopify」の導入・活用支援サービスも開始した。

クライアントの業種は小売業やサービス業、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

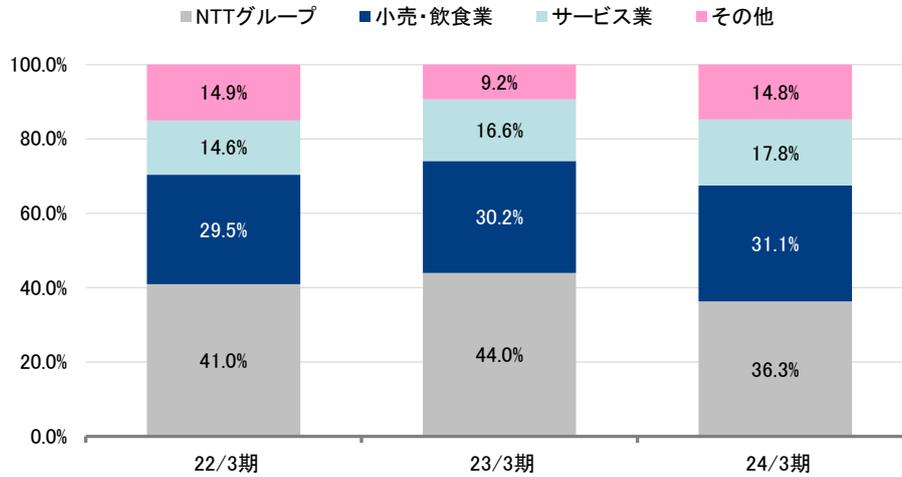
UX改善プロジェクトの取り組み例

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月期の売上構成比は、NTTデータを中心としたNTTグループが36.3%と最も高く、次いで小売・飲食業が31.1%、サービス業が17.8%、その他が14.8%となっている。個社別ではNTTデータが30.9%、スターバックスが12.3%となっており、直近3年間は両社で売上高の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い。2024年3月期の構成比は前期から低下したものの、今後も協業関係の強化により構成比も緩やかに上昇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

2024年3月期はNTTグループ向けの減少が響いて減収減益に

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の業績は、売上高で前期比7.4%減の3,630百万円、営業利益で同48.5%減の144百万円、経常利益で同48.6%減の144百万円、当期純利益で同47.0%減の106百万円と減収減益決算となった。期初計画では増収増益を目指していたが、既存顧客において顧客都合によるプロジェクトの終了や縮小が重なったほか、顧客ニーズに応えられる人材ケイパビリティの制約等により新規受注が伸び悩み、NTTグループからの受注減少も下振れ要因となった。

2024年3月期の業績

(単位：百万円)

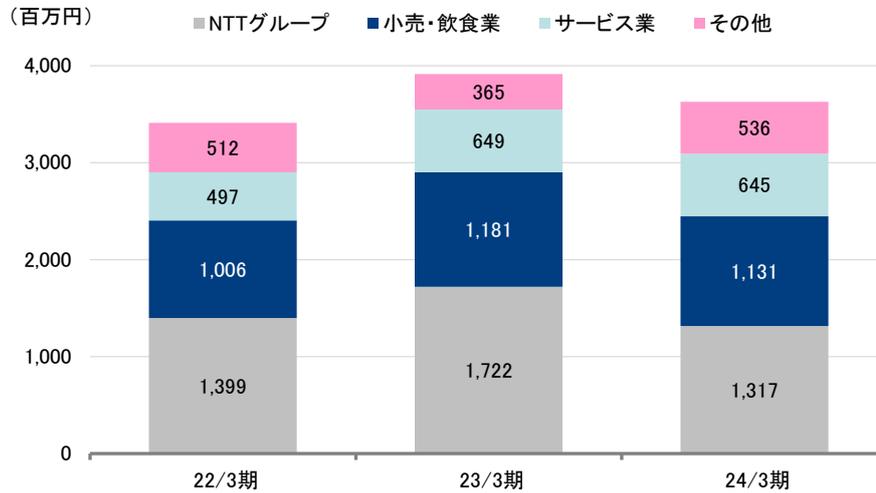
	23/3期		24/3期		前期比		計画比 増減額	
	実績	売上比	期初計画	実績	売上比	増減額		増減率
売上高	3,919	-	4,100	3,630	-	-288	-7.4%	-469
売上原価	3,028	77.3%	-	2,813	77.5%	-215	-7.1%	-
売上総利益	890	22.7%	-	817	22.5%	-73	-8.2%	-
販管費	609	15.6%	-	672	18.5%	62	10.3%	-
営業利益	281	7.2%	300	144	4.0%	-136	-48.5%	-155
経常利益	280	7.2%	299	144	4.0%	-136	-48.6%	-154
当期純利益	200	5.1%	209	106	2.9%	-94	-47.0%	-102
期末従業員数(人)	178			189		11	6.2%	

出所：決算短信等よりフィスコ作成

業種別売上動向を見ると、NTTデータを中心としたNTTグループ向けが大型プロジェクトの終了等が影響して、前期比23.5%減の1,318百万円と大きく減少した。また、小売・飲食業向けもスターバックス向けが同12.0%減の447百万円と落ち込み、全体で同4.3%減の1,131百万円と伸び悩んだ。小売・飲食業界では2023年5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から季節性インフルエンザと同等の5類に引き下げられたことを契機に実店舗への来客数が回復したため、顧客企業の投資予算が店舗投資に振り向けられたことが影響したと見られる。サービス業界向けについては同0.6%減の645百万円となり、その他業界向けは同46.9%増の536百万円となった。その他業界向けの増加については、NTTグループ向けの受注減少をカバーするために、営業活動を強化したことが要因と見られる。

業績動向

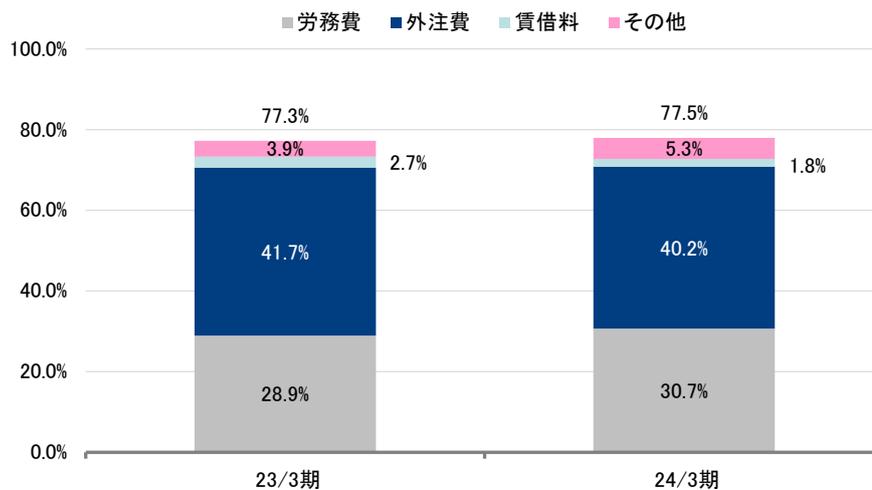
業種別売上高



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

売上原価率は前期の 77.3% から 77.5% に上昇した。受注減に伴い人的リソースの稼働率が低下したことで、労務費率が 28.9% から 30.7% に上昇したが、外注費率が 41.7% から 40.2% に低下したほか、本社フロアの削減に伴い賃借料が 2.7% から 1.8% に低下した。この結果、売上総利益は前期比 73 百万円減少した。また、新サービスの開発や人材採用・育成などの先行投資費用等が約 71 百万円増加したことにより、販売費は同 62 百万円増加した。人材採用については新卒 8 名を含めて 40 名程度と予定どおり採用できたほか離職率も前期の 12% から 8% に改善したことで、期末従業員数は 11 名増の 189 名となった。

売上原価率の内訳



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

財務内容は健全、事業拡大のための M&A・アライアンス戦略を推進

2. 財務状況と経営指標

2024年3月期末の財務状況は、資産合計が前期末比11百万円増加の3,188百万円となった。主な増減要因として、流動資産では現金及び預金が59百万円、仕掛品が12百万円それぞれ減少した。固定資産では、投資有価証券が90百万円増加し、繰延税金資産が10百万円減少した。

負債合計は前期末比54百万円減少の471百万円となった。未払金が12百万円増加した一方で、買掛金が25百万円、未払費用が29百万円、未払消費税等が13百万円減少した。また、純資産合計は同65百万円増加の2,717百万円となった。配当金40百万円の支出があったものの、当期純利益106百万円の計上により利益剰余金が65百万円増加した。

経営指標について見ると、自己資本比率は前期末の83.5%から85.2%に上昇した。無借金経営で現金及び預金も2,160百万円と事業規模から比較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に充当する方針であり、2023年9月にはHexabaseと資本提携契約を締結するなど、具体的な動きも始めている。今後もEC、AI、ビッグデータ領域の技術や人的リソースを持った会社を対象にM&A・アライアンスを進めることで、効率的に成長につなげる戦略だ。

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	増減
流動資産	1,874	3,005	3,075	3,003	-71
(現金及び預金)	1,073	1,962	2,220	2,160	-59
固定資産	334	116	101	185	83
資産合計	2,315	3,122	3,176	3,188	11
流動負債	389	643	520	464	-56
固定負債	10	5	5	7	2
負債合計	399	648	525	471	-54
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	1,916	2,474	2,651	2,717	65
(安全性)					
自己資本比率	82.7%	79.2%	83.5%	85.2%	1.7pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-
(収益性)					
ROA	6.2%	7.5%	8.9%	4.5%	-4.4pt
ROE	14.7%	26.4%	7.8%	4.0%	-3.8pt
売上高営業利益率	4.1%	6.0%	7.2%	4.0%	-3.2pt

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NTTデータとの協業案件を増やすなど 重点顧客を拡充することで増収増益を目指す

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93.2%増の205百万円と増収増益を見込む。DXに対する企業の投資意欲は底堅く、引き続きCXを起点としたデジタルマーケティング支援の提供により重点顧客との取引深耕を図る。またNTTデータ及びNTTデータグループ各社との協業関係を強化し、新規顧客を獲得していくことで売上高の拡大を目指す。

利益面では、受注拡大に伴う人員稼働率の向上が見込まれるほか外注費を抑制することで、売上総利益率を前期の22.5%から23.8%に引き上げる。販管費は売上高の増加を前提に、新規サービスの開発コストや人材採用・育成費用の増加等により前期比13百万円増加を見込むが、対売上比率では増収効果で前期の18.5%から16.7%に低下する見通しだ。2024年春は新卒で9名を採用した。中途採用数については受注状況を見ながらコントロールする方向で考えているようだ。

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		
	実績	売上比	会社計画	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%	205	5.0%	93.2%
1株当たり当期純利益(円)	15.16		29.29		

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、同社は2024年6月24日の株主総会で代表取締役社長として廣中龍蔵氏が就任した。廣中氏は、2009年まで同社に在籍し、独立後も大企業のデジタルマーケティング施策に関するコンサルタントとして多くのプロジェクトを手掛けてきた経歴を持つ。プレゼンスが高く、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。NTTデータとの協業関係については一定の成果を上げてきたものの、同社としてはさらに強みを生かせるプロジェクトの受注が可能と見ており、廣中氏が陣頭指揮を執ることで協業関係を一層強固なものとしていきたい考えだ。

今後の見通し

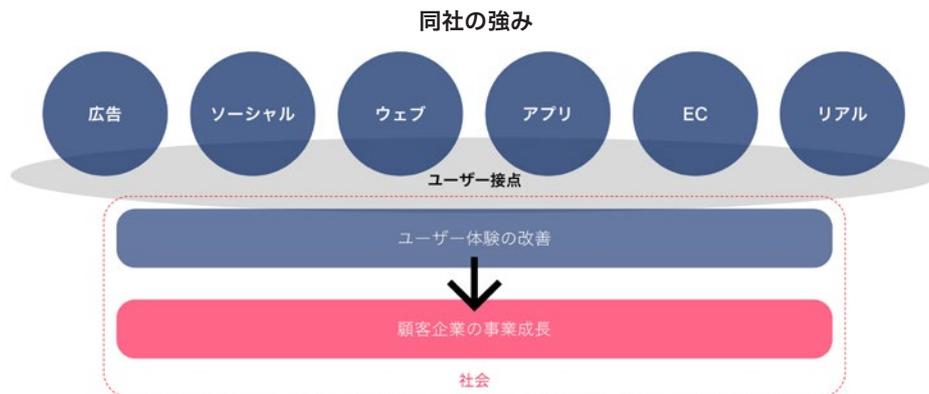
顧客接点改善の対象領域拡張と多面的なサービス提供、NTT データとの協業強化等により中長期的な成長を目指す

2. 成長戦略

同社は、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点を成長戦略として推進している。

(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

同社は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。

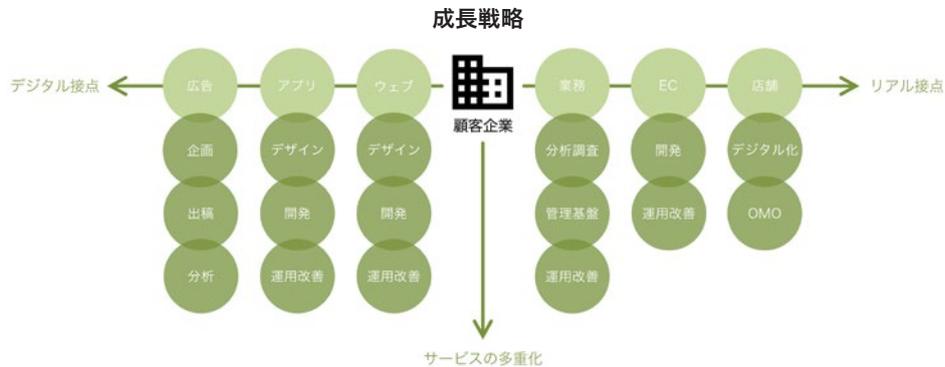


出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

(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、スターバ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、10社程度の候補企業を重点顧客へと育成していく。

今後の見通し



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していくことで、同社単独ではリーチしづらい重点顧客の創出を図る。2024年3月期は大型プロジェクトが終了したこともあり減収となったが、2025年3月期は新社長のプレゼンスも生かしながら協業案件の受注を獲得し、2023年3月期の水準までの売上回復を目指す。

(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拡充による効率化が重要となるため、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。

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。開発支援にとどまらず、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

今後の見通し

さらには、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 Hexabase とは、小規模事業者をターゲットとしたプロダクトを共同開発中で年内のリリースを目指している。Hexabase は、企業が新規事業を立ち上げる際に必要となるシステムの開発基盤をクラウドサービスとして提供する、いわゆる BaaS (Backend as a Service) 企業である。Hexabase が提供する BaaS 「Hexabase」は、エンジニアがバックエンドのコーディングなしで本格的な Web システムの開発が可能であり、OSS※による先進的なマイクロサービス基盤により、業務プロセスやビジネスニーズに応じた多様なバックエンド機能をクラウドサービスとして一元的に提供している。Hexabase とは今回の共同開発だけでなく、同社が手掛けるフロントエンド領域と「Hexabase」のサービスをセットで顧客に提案し、今まで取りこぼしていた見込み案件の受注成約率を高めるべく営業活動の連携も開始している。

※ OSS (Open Source Software): ソースコードが公開されており、誰でも自由に閲覧、変更、配布可能なソフトウェア。

そのほか、自社にないリソースを持つ企業に対して M&A やアライアンスを行い、効率的に事業基盤を強化・拡大する。特に、AI の活用はデジタルマーケティング領域においても重要になってきていることから、積極的に取り組む。具体的には、2023年9月に米国の AI プラットフォームベンダーである behamics, Inc. と国内初の代理店契約を締結した。

Behamics は EC サイトのパフォーマンスを AI で分析し、収益を向上させることに特化した EC 向け SaaS AI プラットフォームを提供している。サービスの特徴としては、1) EC サイト上で商品閲覧中のユーザーに対して、正しく購入の意思決定を下せるように追加情報とリマインダーをポップアップで表示する機能、2) AI によって技術的及びパフォーマンスの問題を検出し、見つけにくいバグを自動的に発見する機能、3) AI 分析によって迅速に収益増減の理由が把握できる機能の3つがある。同社は EC 分野において「Shopify」の導入支援を手掛けており、behamics のサービスも併せて提案することで、顧客の EC ビジネスの早期収益化を支援するとともに、EC 分野における受注拡大につなげる考えだ。2024年4月には国内初ユーザーとして、50代以上の女性を対象に出版・物販事業を展開する(株)ハルメクの公式通販サイトに導入された。顧客からの評価は上々のようで、今後はハルメクの導入事例をもとに拡販していく。

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 を向上し、効率よく収益成長を支援するサービスとなる。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の脱却を図り、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を行う。これにより、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の向上をサポートしていく。

(5) 人的リソースの確保・育成

企業の成長の源泉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によって離職率も 10% を下回るなど、これら取り組みの成果も出始めている。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。

今後の見通し

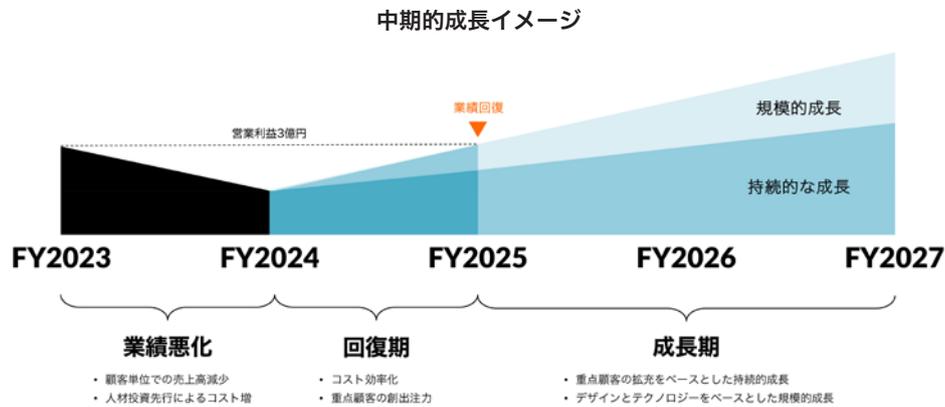
また、人材確保のための具体的な取り組みとして、中途採用についてはリファラル採用や地方採用のほか、2022年3月より人材派遣会社(株)LULLと共同で「若手IT・デジタル人材育成プロジェクト」を推進している。IT業界未経験者の人材をエンジニアとして育成し、社員化する取り組みとなる。

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程度であり、そのなかから社員化する人材も出てきている。キャリア採用はコストも高いため、今後もLULLを通じて未経験者を育成し、社員として採用するスキームを継続する考えだ。また、不足する人的リソースについては、協会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5割前後を占める外注比率の抑制による収益性の向上が期待される。当面は人件費や採用・育成費の増加が続く見込みだが、持続的な成長を実現するための経営基盤を構築する先行投資と位置付けている。

(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。

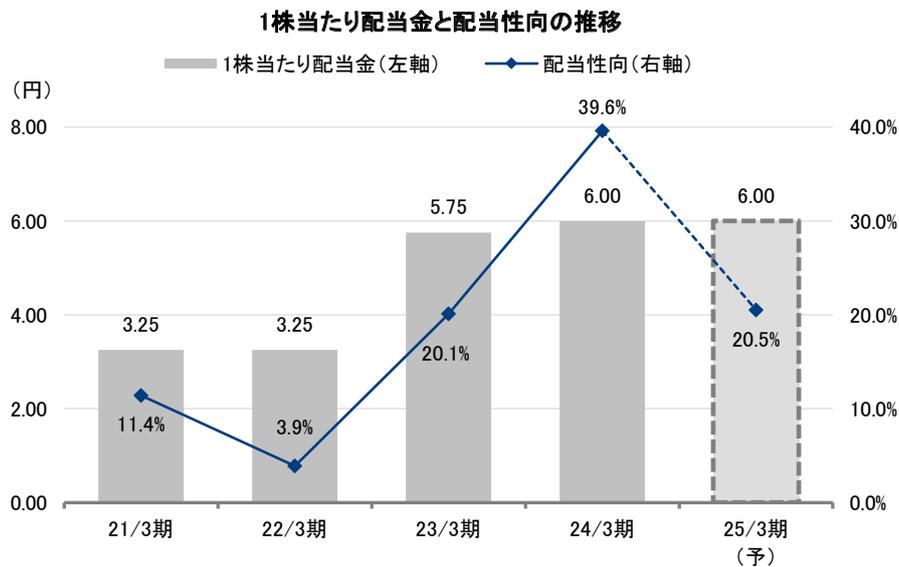


出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

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、2024年3月期の1株当たり配当金は前期比0.25円増配の6.0円（配当性向39.6%）を実施し、2025年3月期も前期と同額の6.0円（同20.5%）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ものと考えられる。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