

|| 企業調査レポート ||

データセクション

3905 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年10月30日(月)

執筆：客員アナリスト

中山博詞

FISCO Ltd. Analyst **Hiroshi Nakayama**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期第1四半期の業績概要	01
2. 2024年3月期業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	01
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. リテールマーケティング事業	04
2. ソーシャルメディア分析事業	04
3. AI・システム開発事業	05
4. 新規事業	05
■ 業績動向	05
1. 2024年3月期第1四半期の業績概要	05
2. 事業セグメント別動向	06
3. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の業績見通し	08
1. 2024年3月期の業績見通し	08
2. 2024年3月期のテーマと基本方針	09
■ 中長期の成長戦略	09
1. 成長戦略	09
2. 進捗状況	10
■ 株主還元策	10

■ 要約

3つの成長ドライバーを推進し、 2020年代後半に売上高100億円以上を目指す

データセクション<3905>は、テキスト解析技術及びAI開発技術をベースにビッグデータから得られる情報の分析サービスを行う企業である。創業以来、SNS分析などのSaaS型サービスや、システム運用・保守等を中心とした「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」を基盤に、ストック型サービスを中心とした「リテールマーケティング事業」を展開している。加えて「新規事業」として、医療系ビジネス、自社プロダクト開発にも注力している。2024年3月期以降、M&Aや新規事業開発へグローバルベースで積極的な投資を行い、同社が成長ドライバーとして推進している「自社プロダクト強化」「ターゲット市場拡大」「進出国拡大」の3つの要素をバランス良く推進しながら、2020年代後半に向けて売上高100億円以上を目指す計画である。

1. 2024年3月期第1四半期の業績概要

2024年3月期第1四半期の業績は、売上高で前年同期比11.1%増の450百万円、営業損失は71百万円（前年同期は59百万円の損失）、経常損失は64百万円（前年同期は4百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純損失は81百万円（前年同期は5百万円の損失）となった。同社グループの全連結子会社が増収である一方、同社単体の体制を強化するために人件費及び外注費が増加し営業利益がマイナスとなったものの、想定範囲内に留まった。

2. 2024年3月期業績見通し

2024年3月期通期の連結業績は、売上高で前期比3.9%増の2,000百万円、営業利益で60百万円（前期は55百万円の損失）、経常利益で同10.6%減の42百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で5百万円（前期は530百万円の損失）となる見込みである。2023年3月期から引き続き国内及び海外（特に南米）において、それぞれが着実な増収を図り、増益及び黒字転換を目指す。

3. 中長期の成長戦略

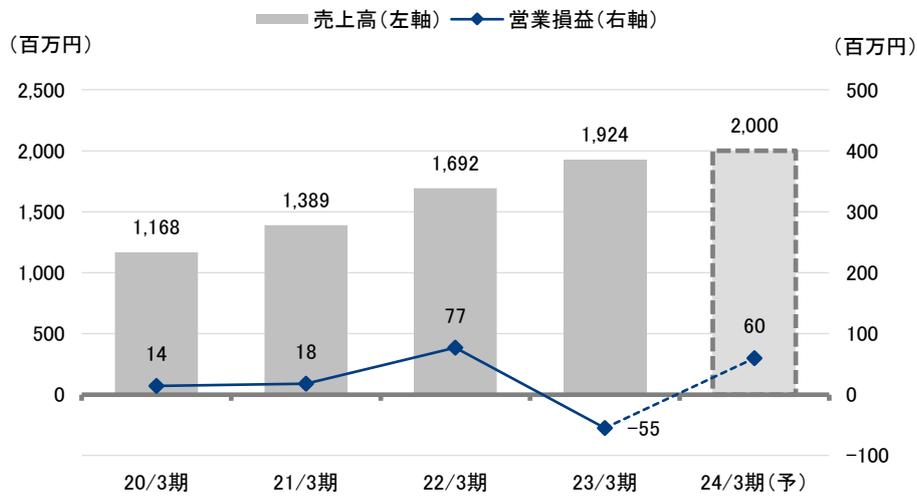
同社は、2019年3月期から2023年3月期までの「リテールマーケティング事業」を中心としたフェーズから、2024年3月期にグローバルベースでの「拡大投資」のフェーズへ移行する。これまでのリテールマーケティング事業における国内・海外双方でのバランスが良い成長に加え、今後はM&Aや新規事業開発に対してグローバルに積極的な投資を行う計画である。2024年3月期第2四半期以降に、中長期的な成長戦略を発表する予定である。

要約

Key Points

- ・ 同社グループ全体で増収を達成。利益は減益も同社想定範囲内
- ・ 2024年3月期は、国内外で増収を計画しながら営業利益の黒字化を図る
- ・ 2024年3月期第2四半期以降に、中長期的な成長戦略を発表予定
- ・ M&A、新規事業開発にグローバルに積極的な投資を行い、2020年代後半には売上高100億円以上を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

コア技術である「大容量のデータ解析技術」により 自社プロダクト・サービスを開発

1. 会社概要

同社グループは、AI による画像解析技術を用いたリテールマーケティング事業や、開発力の強みを生かした Fintech や SNS 事業を展開している。創業以来、SNS 分析などの SaaS 型サービスやシステム運用・保守等を中心とした「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」を基盤に、2018 年頃からストック型サービス等を中心とした「リテールマーケティング事業」で、海外での店舗 DX を後押ししている。加えて「新規事業」として、医療系ビジネスや自社プロダクト開発にも注力している。同社グループの構成は同社、連結子会社 6 社である。連結子会社であるソリッドインテリジェンス（株）は、多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業、同じく（株）ディーエスエスは金融系システムの保守運用受託、アプリケーション開発、Jach Technology SpA（チリ）、Alianza FollowUP S.A.S（コロンビア）、Inteligencia S.A.（チリ）、Follow UP Peru S.A.C.（ペルー）は、リテールマーケティング事業の主力である「FollowUP」の海外展開を行っている。今後も継続して AI 技術とデータ分析のさらなる活用により、様々なビジネスモデルでのイノベーションを創出する計画である。

2. 沿革

同社は 2000 年 7 月東京都渋谷区神宮前に設立され、ビッグデータブームの先駆けとなった。2009 年 2 月にインターネット上のリスク監視・危機対応サービスをリリースし（同年 6 月に（公財）日本デザイン振興会主催の 2009 年度グッドデザイン賞を受賞）、2014 年 3 月に（株）東京放送ホールディングス（現 TBS ホールディングス <9401>）の子会社である、TBS イノベーション・パートナーズ（同）を引受先とした第三者割当増資を実施した。2018 年 5 月、（株）アルムと資本業務提携し、AI によるデータ解析技術を活用した共同研究開発体制を構築し、同年 7 月にはアルムから店舗内カメラデバイスによる小売店支援ツール「FollowUP」の日本における開発・販売事業を譲受したほか、KDDI<9433>と資本業務提携を締結（2021 年 6 月資本業務提携解消）し、画像分析・ソーシャルメディア分析を活用した共同事業開発体制を構築した。2019 年 12 月には、店舗 DX ツール「FollowUP」の海外における開発・販売事業を行う Jach Technology の普通株式を取得し、子会社化した。そして 2023 年 9 月に The ROOM4D（株）から「データ分析に関するコンサルティング及び関連システムの受託開発事業」を、The ROOM Door（株）から同社子会社であるディーエスエスが「SES 事業（システム開発、データ分析、データ活用支援等）」をそれぞれ譲受した。

なお、2014 年 12 月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズに上場し、2022 年 4 月には東証の市場区分の見直しにより、東証グロース市場へ移行した。

■ 事業概要

店舗 DX 促進ツール「FollowUP」を提供する 「リテールマーケティング事業」が主力

同社は、コア技術である「大容量のデータ解析技術」を用いて収集したビッグデータを自然言語処理、画像・動画解析、音声解析等を行い、得た情報を用いる自社プロダクト・サービスを開発している。これを「リテールマーケティング事業」「ソーシャルメディア分析事業」「AI・システム開発事業」「新規事業」などの事業領域で展開している。

1. リテールマーケティング事業

主に小売店舗の DX を推進し業務の最適化を行っている。店舗 AI カメラ画像から来店客の行動データを分析し、来店客の購買率などを可視化し、顧客に情報を提供している。また、SaaS 型の分析システムをサービスとして提供しており、顧客の業務を効率化するための活用支援を行っている。

SaaS 型の分析システムはいずれもサービスとして「FollowUP」を主力に、「Store Capacity Control (SCC)」「HealtyUP」「COVID-19 Tasking」などがある。「FollowUP」は、来店客の店内行動から販売パフォーマンスの向上や改善を導き出す分析ツールである。店舗の現状を把握し、店舗のオペレーションの改善に結び付くサポートにより売上向上を促すことができる。「Store Capacity Control」は、来店制限を自動化する混雑情報配信サービスである。店舗内の人数を把握し、入り口にて来店客に入店の可否を表示で知らせることができる。「HealtyUP」は体温検知・アラートサービスである。店舗入場者の発熱やマスク着用の有無を検知し、感染者がいつどの店舗にいたかを追跡することができる。「COVID-19 Tasking」は、店舗内で実施する消毒などの感染対策オペレーションのスタッフ教育 (e ラーニング) や、日々の感染対策オペレーションを支援するサービスを提供するものである。スーパーマーケット向け商品解析ソリューション「FollowUP Shelf Analytics」は、画像処理 AI を利用したリアルタイム監視と警告システムを利用し、欠品商品の検知や商品の適切な配置に役立てることができる。なお、「Store Capacity Control」「COVID-19 Tasking」「FollowUP Shelf Analytics」は、いずれも海外でサービスを展開している。

2. ソーシャルメディア分析事業

主にクチコミ分析からのマーケティング支援を行っている。国内及び海外の SNS やインターネット上のクチコミを分析して企業のマーケティングリサーチや風評リスクを検知し、これを用いて省庁や自治体向けに観光施策のコンサルティングサービスを実施している。また、X (旧 Twitter) における販促効果測定を分析する SaaS 型の分析システムをサービスとして提供している。

SaaS 型サービスは「Insight Intelligence Q」が主力である。「Insight Intelligence Q」は、調べたいトピックに対し、ソーシャルメディアのデータ分析をリアルタイムに行えるツール「Insight Intelligence」を、メーカー向けに、一般企業向け広告出稿後の効果測定、マーケティング戦略への活用、リスク認知などにも活用できるようにしたものである。

事業概要

3. AI・システム開発事業

主にビッグデータの収集及び分析技術を業務に活用するコンサルティングを行っている。具体的には、大企業が保有するビッグデータを分析するセミオーダー型システムの開発や、業務改善のためにビッグデータ分析を活用するコンサルティングを行う。また、開発後のシステム運用保守も行っている。

4. 新規事業

主に「データ解析技術」を活用した新事業を展開している。同社のデータ分析ノウハウを、新たなマーケットの課題解決に活用するビジネスである。新しい技術やアイデアが実現可能かどうかの検証だけでは終わらずにサービス化を実現し、ストック型の拡張性の高いビジネスモデルの構築を推進している。研究開発により新ビジネスを創り上げる取り組みにより生まれた新たな技術や既存技術事業に反映することも可能になる。具体的には医療系ビジネス、小売業向けの新規プロダクトの開発に取り組んでいる。

業績動向

同社グループ全体で増収を達成。利益は減益も同社想定範囲内

1. 2024年3月期第1四半期の業績概要

2024年3月期第1四半期の業績は、売上高で前年同期比11.1%増の450百万円、営業損失は71百万円（前年同期は59百万円の損失）、経常損失は64百万円（前年同期は4百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純損失は81百万円（前年同期は5百万円の損失）となった。同社グループの全連結子会社が増収をけん引し、連結ベースで増収となった。特にチリ、ペルー、コロンビアを中心とした海外の売上高が前年同期比41%増という大幅な増収となった。同社単体の体制を強化するための費用である人件費及び外注費が増加し、営業利益がマイナスとなるも同社の想定内である。経常利益は、円安の進行により為替差益が要因で営業外損益が増加し減益となった。

2024年3月期第1四半期の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期1Q 実績	24/3期1Q 実績	前期比	
			増減率	増減額
売上高	405	450	11.1%	45
売上原価	269	322	19.6%	53
売上総利益	135	127	-5.9%	-7
販管費	194	199	2.3%	4
営業損失	-59	-71	-	-12
経常損失	-4	-64	-	-60
親会社株主に帰属する 四半期純損失	-5	-81	-	-75

出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

リテールコンサルティングにおける「FollowUP」の展開は国内外ともに増収

2. 事業セグメント別動向

同社の事業セグメントは、「FollowUP」を主力とした「リテールマーケティング」とAI・システム開発事業、ソーシャルメディア分析事業、新規事業を含む「データ分析ソリューション」の2つである。

(1) リテールマーケティング

売上高は253百万円（前年同期比50.6%増）、セグメント利益は19百万円（前年同期は6百万円のセグメント損失）となった。「FollowUP」の国内展開は、導入店舗数及びカメラ設置台数が増加し、売上高は前年同期と比べ増加した。「FollowUP」の海外展開は、特にチリの連結子会社であるJach Technologyにおいては大型ショッピングモールへの全店導入が行われたことなどが海外の売上高の増加に寄与し、売上高は前年同期と比べ増加した。

リテールマーケティングの業績概要

(単位：百万円)

	23/3期1Q	24/3期1Q	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	168	253	50.6%	85
セグメント損益	-6	19	-	25

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) データ分析ソリューション

売上高は197百万円（前年同期比16.9%減）、セグメント損失は91百万円（前年同期は3百万円のセグメント利益）となった。売上面ではAI・システム開発事業の売上高の減少により減収、利益面では体制強化のための人件費及び外注費（業務委託費）の増加により損失が拡大した。

「AI・システム開発事業」では、既存取引のストック収入が減少し前年同期に比べ減少するも、子会社のディーエスエスの保守等のストック売上が増加した。「ソーシャルメディア分析事業」では、2023年3月期より効率的な業務体制の構築を行い、スポット案件を積み上げた結果、売上高は前年同期に比べ増加した。子会社のソリッドインテリジェンスは公共部門やインバウンドニーズを的確に捉え、売上高が増加した。「新規事業」では、小売業向けの新規のプロダクト開発や医療関連ビジネスに注力した。

データ分析ソリューションの業績概要

(単位：百万円)

	23/3期1Q	24/3期1Q	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	237	197	-16.9%	-40
セグメント損益	3	-91	-	-94

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

3. 財務状況と経営指標

2024年3月期第1四半期末の財務状況は次のとおり。総資産は前期末比40百万円減少の4,345百万円となった。主な増減要因を見ると、関係会社出資資金が429百万円増加したものの、長期貸付金が407百万円減少し、現金及び預金が91百万円減少したことなどがある。負債合計は前期末比30百万円増加の1,908百万円となった。これは長期借入金（1年内返済予定を含む）が115百万円減少したものの、短期借入金113百万円、繰延税金負債27百万円増加したことによるものである。純資産合計は、前期末比71百万円減少の2,437百万円となった。これは利益剰余金が81百万円減少したことが主要因である。利益増減要因により若干の減少はあったものの、総資産規模はほぼ横ばいである。安全性を示す自己資本比率も前期末より1.2ポイント減少するも55.0%を維持した。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期1Q	増減額
流動資産	2,288	2,113	-174
現金及び預金	1,446	1,355	-91
固定資産	2,097	2,232	134
有形固定資産	244	299	54
無形固定資産	769	791	21
投資その他の資産	1,083	1,141	57
資産合計	4,386	4,345	-40
流動負債	1,170	1,262	92
短期借入金 (1年内返済予定の長期借入金含む)	841	914	72
固定負債	706	645	-61
長期借入金	668	593	-75
負債合計	1,877	1,908	30
純資産合計	2,508	2,437	-71
【安全性】			
自己資本比率	56.2%	55.0%	-1.2Pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の業績見通し

国内及び南米での着実な増収を図り、営業利益の確実な黒字化を図る

1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期通期の連結業績は、売上高で前期比3.9%増の2,000百万円、営業利益で60百万円（前期は55百万円の損失）、経常利益で同10.6%減の42百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で5百万円（前期は530百万円の損失）となる見通しだ。国内及び南米の各マーケットの特性を踏まえそれぞれが着実な増収を図り、増益及び黒字転換を目指す。特に営業利益は、国内外での増収を目指し、事業成長に必要な投資を執行しつつ採算及びコスト管理を行いながら営業利益の黒字転換を図る。調整後 EBITDA ※は、2023年3月期にのれんの減損等の一過性の特別損失発生により大幅に伸長したが、2024年3月期は平年度の水準に戻る。しかしながら2023年3月期の一過性による伸長分を除いた実力ベースの実績に対してはプロダクト開発等に伴う償却費用を相応に計画しており、増益を計画している。

※ 調整後 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 株式報酬費用 + M&A 関連費用

2024年3月期業績予想

(単位：百万円)

	23/3 期 実績	24/3 期 予想	前期比	
			増減率	増減額
売上高	1,924	2,000	3.9%	75
営業利益または損失	-55	60	-	115
調整後 EBITDA	689	295	-57.2%	-394
経常利益	46	42	-10.6%	-4
親会社株主に帰属する 当期純利益または純損失	-530	5	-	535

※ 調整後 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 株式報酬費用 + M&A 関連費用

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の業績見通し

テーマは「事業ポートフォリオ」「グローバルな体制強化」「顧客提供価値の向上」

2. 2024年3月期のテーマと基本方針

同社では、2024年3月期のテーマを「事業ポートフォリオ」「グローバルな体制強化」「顧客提供価値の向上」の3つを掲げた。「事業ポートフォリオ」は、海外は新規の連結化やM&A等を視野に入れ、資源投下とのバランスも考慮しながら成長を継続すると同時に、要素技術の強みを生かした国内事業の再構築を行いながら、ChatGPT関連事業などを将来的なビジネスとする布石を打つという施策である。「グローバルな体制強化」は、グローバルベースでの事業セグメントの見直しや、マネジメントの観点からの組織設計と幹部層の強化、バリューチェーンに基づくグループ連携強化及び横断的な機能の設置を目指す。「顧客提供価値の向上」においては、開発済み自社プロダクトの新規投入、クロスセルあるいはアカウント営業、SaaS型の直線的ビジネスへのコンサルティング機能を追加した高付加価値化などを旨とする。

2024年3月期の基本方針は、「人材投資・HR機能強化」「コーポレート・ブランディング」「ガバナンス」の3つを掲げている。「人材投資・HR機能強化」は、優秀な幹部層・エンジニアを確保すること及びグローバルベースでの体制維持の強化及びMVV※の意識を高める方針である。「コーポレート・ブランディング」は、IRやPRの強化拡大による認知度の向上とESGやSDGs等の企業価値向上を併進させる。「ガバナンス」に関しては、グローバル上場企業としての強固な礎づくりとコンプライアンス意識のさらなる徹底を実施する方針である。

※「Mission（使命）、Vision（理念）、Value（行動指針）」を示す。

■ 中長期の成長戦略

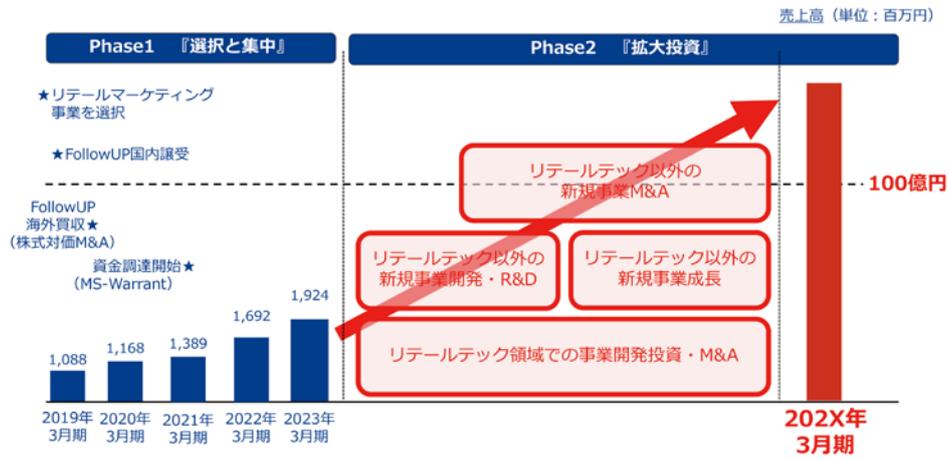
顧客業界の増加と進出国数の増加により競争力を強化し、売上高100億円以上を目指す

1. 成長戦略

同社は、「選択と集中」のフェーズ（2019年3月期～2023年3月期）から2024年3月期に「拡大投資」のフェーズへと移行した。2019年3月期に「リテールマーケティング事業」を選択し、その主力となるSaaS型サービス「FollowUP」に注力することで国内・海外双方でバランスの良い成長を遂げることができた。2024年3月期からは、M&Aや新規事業開発へグローバルベースで積極的な投資を行い、成長ドライバーである「自社プロダクト強化」「ターゲット市場拡大」「進出国拡大」の3つの要素をバランス良く推進しながら、2020年代後半に向けて売上高100億円以上を目指す計画である。なお同社は、2024年3月期第2四半期以降に全体的なグループ体制や事業セグメントを見直し、中長期的な経営計画を発表する予定である。

中長期の成長戦略

成長戦略のイメージ



出所：決算説明資料より掲載

2. 進捗状況

各成長ドライバーの進捗状況を見ると、「自社プロダクト強化」は、2020年9月より購買率の向上、予測機能、欠品検知のステップまで推し進めてきており、今後は送客^{※1}支援やOMO^{※2}に注力する。「市場拡大」は、小売(アパレル)、商業施設、スーパーマーケット等へと拡大を推進しており、さらにメーカー、ドラッグストア、百貨店、デベロッパー、不動産など多岐に渡る業界への進出を検討している。「進出国拡大」は、これまでに日本、インド、オーストラリア、ニュージーランド、チリ、コロンビア、ペルー、アルゼンチン、エクアドル、ボリビア、ブラジル、ウルグアイ、パナマ、グアテマラ、ホンジュラス、エル・サルバドル、コスタリカ、スペイン、メキシコ、米国といった、南米を中心とした20ヶ国に進出した。今後は欧州・ASEANにも進出する予定である。

※1 集客した顧客を実店舗などに誘導して売上につなげていくこと。

※2 オンラインとオフラインを区別せずに融合した状態でマーケティング戦略を推進していく考え方。

株主還元策

現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等については未定

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識しているが、同社の最重要課題であるさらなる成長に向けた組織体制の再構築を優先しており、現状は配当を実施していない。将来的には、財政状態及び経営成績を勘案しながら配当を実施する方針であるが、現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等については未定である。

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