

|| 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 >>>](#)

2024年8月19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月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
3. 事業の強みと目指すべき姿	05
■ 事業概要	06
1. 国内事業	07
2. 海外事業	08
■ 業績動向	09
1. 2024年3月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別の動向	10
3. 財務状況と経営指標	12
4. キャッシュ・フロー計算書	13
■ 今後の見通し	13
1. 2025年3月期の業績見通し	13
2. 2025年3月期のテーマと基本方針	15
■ 中長期の成長戦略	16
1. 成長戦略	16
2. 進捗状況	17
3. KPIの進捗状況	17
4. サステナビリティ方針	18
■ 株主還元策	19

■ 要約

2025年3月期もトップラインの成長と連結黒字化への転換を目指す

データセクション <3905> は、テキスト解析技術及び AI 開発技術を基盤にビッグデータの分析サービスを提供する企業である。同社は経営管理・業績管理体制の見直しと高度化を図り、投資家やステークホルダーへの分かりやすさを重視しながら、国内事業と海外事業の2区分で事業を推進している。2025年3月期も引き続きトップラインの成長と連結黒字化への転換を目指しており、黒字事業のオーガニックな利益成長を重視しつつ、国内事業のリストラクチャリングを通じて採算改善に取り組んでいる。具体的には、事業ドメインの再定義と事業構造改革を進めることで、国内事業の黒字化を実現し、営業黒字転換を達成する計画だ。調整後 EBITDA も前期比 377 百万円の増加を目指しており、これにより大幅な業績改善を見込んでいる。同社は国内外双方の成長を通じて最高売上高を計画しており、将来的な事業展開に向けたバランスの良い投資を推進している。

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 15.9% 増の 2,229 百万円、営業損失は 216 百万円（前期は 55 百万円の損失）、経常損失は 235 百万円（同 46 百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純損失は 1,261 百万円（同 530 百万円の損失）となった。2024年3月期の売上高は過去最高を更新したものの、営業損失と経常損失は拡大した。国内では子会社（株）ディーエスエス（以下、DSS）のシステム開発案件の受注増加とパブリックセクター向けのソリッドインテリジェンス（株）（以下、SI）案件が貢献し、海外では新たに連結子会社化した企業のサービス受注が増加した。一方で、人件費と業務委託費の増加により、売上原価と販管費が大幅に増加し、最終的に親会社株主に帰属する当期純損失は 1,261 百万円となった。特別損失の影響で最終損失が拡大したものの、調整後 EBITDA は修正計画を上回った。

2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期通期の連結業績は、売上高で前期比 18.9% 増の 2,650 百万円、営業利益で 80 百万円（前期は 216 百万円の損失）、経常利益で 55 百万円（同 235 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益で 17 百万円（同 1,261 百万円の損失）となる見通しだ。国内事業でコンサルティング機能の強化とエンジニア採用により大型案件の受注を狙い、データサイエンスや「FollowUP」の提供を通じたオーガニック成長、自社プロダクトのクロスセルで売上と利益の拡大を目指す。海外事業では、南米市場に注力し、上場デベロッパーや小売業オーナーとのリレーションを生かし、大型案件の獲得を目指す。戦略的買収でリセラー販路を抑え、プロダクトラインナップを強化する。スーパーコンピュータやデータセンター分野での提携も視野に入れ、南米市場での競争力を高める計画だ。

要約

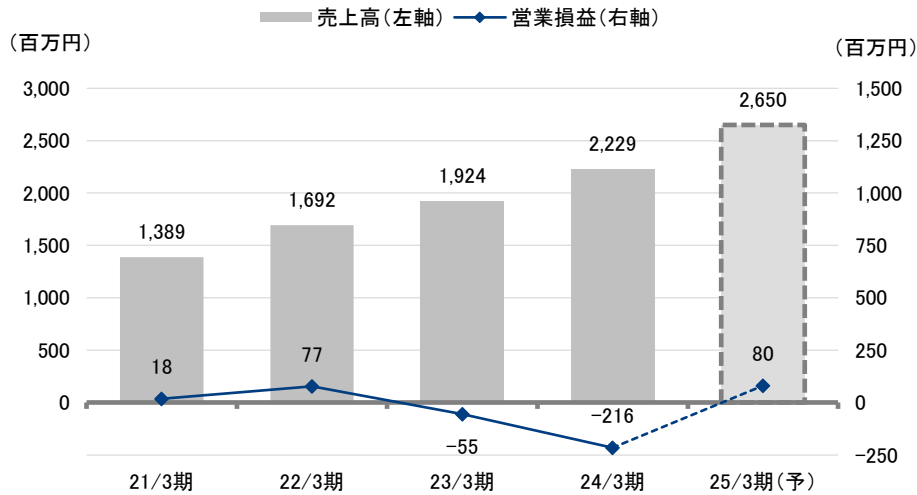
3. 中長期の成長戦略

同社は、事業ドメインの再定義を通じて収益性の高い分野に集中し、各事業の採算管理を強化する。特に国内事業では親会社の黒字化と収益性改善を最優先課題とし、不採算事業のリストラクチャリングを実施する。海外事業では既存基盤を生かしたオーガニックな成長を目指し、新規事業では Super Micro Computer<SMCI> (以下、Supermicro) との業務提携を中心に AI サーバー分野における R&D や AI データセンター運営における協議を継続する。全社戦略としては、ガバナンス強化と人事制度の改定を行い、コーポレート・ブランディングを強化する。また、サステナビリティの充実により企業価値の向上を図る。2025年3月期には「データとAI」を強みとする事業ドメインに回帰し、全社的な成長を目指す。これにより、国内外での成長と連結黒字化を実現し、持続的な企業価値の向上を図る。

Key Points

- ・ 2024年3月期の売上高は過去最高を更新したものの、営業損失と経常損失は拡大
- ・ 国内事業は、親会社の黒字化と収益性改善を最優先課題とし、海外事業は、既存基盤を生かしたオーガニックな成長を目指す
- ・ 2025年3月期には「データとAI」を強みとする事業ドメインに回帰し、全社的な成長を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

グローバル展開を推進する 「データセクションスタートアップ連合」を目指す

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従来の同社及び連結子会社で合計 8 社である。

連結子会社である SI 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 DSS 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を行っている。リテールマーケティング事業の主力である「FollowUP」の海外子会社は、Jach Technology SpA (チリ)、Alianza FollowUP S.A.S. (コロンビア)、INTELIGENXIA S.A. (チリ)、FollowUP Peru S.A.C. (ペルー)、FollowUP Customer Experience S.L. (スペイン)、Alianza FollowUP Panamá S.A. (パナマ) の合計 6 社である。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。

2024 年 2 月、代表取締役社長の林健人氏が辞任したため、これを受け、取締役会は同社代表取締役副社長 CFO の岩田真一氏を新たな代表取締役社長 CEO 兼 CFO に選任した。同年 2 月、同社はバルクホールディングス <2467> との間で包括的業務提携に関し、基本合意することを決議した。この提携により、マーケティングリサーチとセールスプロモーションを主軸とするバルクホールディングスの子会社(株)MSS と、データ解析と AI に強みを持つ同社グループとの間で大きなシナジーが期待される。このため、2024 年 7 月に同社は MSS を完全子会社化した。

会社概要

同社グループの構成

会社名	連結化年度	議決権所有割合	事業内容
データセクション(株)	2000	-	データ分析の技術力で実社会の変革(企業の業務改善や消費者生活の向上)を推進
ソリッドインテリジェンス(株)	2013	86.9%	多言語ソーシャルメディア分析・コンサルティング事業
(株)ディーエスエス	2018	100.0%	金融系システム運用保守及びアプリケーション開発
Jach Technology SpA	2019	100.0%	チリにおけるリテールマーケティング事業
Alianza FollowUP S.A.S.	2019	100.0%	コロンビアにおけるリテールマーケティング事業
INTELIGENXIA S.A.	2021	100.0%	チリにおけるリテールマーケティング事業
FollowUP Peru S.A.C.	2022	55.0%	ペルーにおけるリテールマーケティング事業
FollowUP Customer Experience S.L.	2023	95.0%	スペインにおけるリテールマーケティング事業
Alianza FollowUP Panamá S.A.	2023	100.0%	パナマにおけるリテールマーケティング事業
(株)MSS	2024	100.0%	マーケティングリサーチ・セールスプロモーション事業

出所：決算説明資料、有価証券報告書、同社ホームページよりフィスコ作成

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「インターネット上の風評リスク監視・機器対応サービス」が(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を締結し、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、小売店支援ツール「FollowUP」の海外における開発・販売事業を行うJach Technology SpA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DSS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。2024年2月には、バルクホールディングスと包括的業務提携に関し基本合意、2024年4月には、Supermicroと業務提携に向けた基本合意書を締結した。

データセクション | 2024年8月19日(月)
 3905 東証グロース市場 | <https://www.datasection.co.jp/ir>

会社概要

沿革

年月	沿革
2000年 7月	東京都渋谷区神宮前にて同社設立
2008年 6月	「ウェブクロージングサービス」をリリース
2009年 2月	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
2009年 6月	「インターネット上の風評リスク監視・危機対応サービス」が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
2009年10月	「ブログデータ収集 ASP」をリリース
2010年 1月	SaaS型 CGM ダッシュボードサービス「Insight Intelligence For Marketing (現 Insight Intelligence)」をリリース
2011年 8月	アジア圏ソーシャルメディアを分析する SaaS サービス「Insight Intelligence for Asia」をリリース
2012年 5月	東京都渋谷区渋谷に本社を移転
2012年 7月	(株)博報堂と資本業務提携し、ソーシャルメディア情報を活用したマーケティングソリューションの共同開発体制を構築
2013年 4月	子会社であるソリッドインテリジェンスを設立
2013年 7月	ソーシャルメディアデータ供給企業である(株)エヌ・ティ・ティ・データ(現 NTT データグループ<9613>)から「Twitter (現 X) データの商用利用許諾」を取得
2014年 3月	データエクステンジコンソーシアム有限責任事業組合を設立
2014年 3月	TBS グループとの資本業務提携を目的として東京放送ホールディングス(現 TBS ホールディングス)の子会社である TBS イノベーション・パートナーズを引き受け先とし、第三者割当増資を実施
2014年 4月	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム(株)と資本業務提携し、ビッグデータ分析を活用した広告・マーケティングプラットフォームの共同研究開発体制を構築
2014年12月	東証マザーズ市場に上場
2016年 2月	(株)日本データ取引所を設立
2016年 9月	(株)共同通信イメージズと資本業務提携を締結し、AIによる画像解析技術を活用した共同研究開発体制を構築
2018年 1月	KAG ネットワークソリューションズ(株)(現 DSS)を連結子会社化
2018年 5月	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
2018年 7月	アルムより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
2018年 7月	KDDI と資本業務提携(2021年6月に解消)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
2018年 8月	東京都品川区西五反田に本社を移転
2019年 7月	ソーシャルリスニングツール「Insight Intelligence Q」をリリース
2019年12月	「FollowUP」の海外における開発・販売事業を行う Jach Technology SpA の普通株式を取得し、同社及びその子会社を子会社化
2022年 4月	東証の市場区分の見直しにより、マザーズ市場からグロース市場へ移行
2023年 9月	The ROOM4D 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」を譲受(同時に、The ROOM Door から子会社である DSS が「SES 事業(システム開発、データ分析、データ活用支援等)」を譲受)
2024年 2月	パルクホールディングスと包括的業務提携に関し、基本合意することを決議
2024年 4月	Supermicro と業務提携に向けた基本合意書を締結
2024年 7月	MSS を連結子会社化

出所：有価証券報告書、同社ホームページよりフィスコ作成

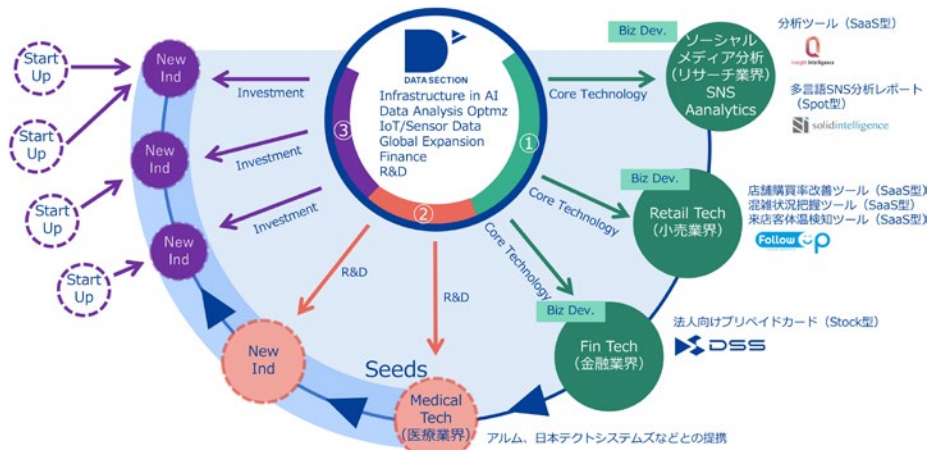
3. 事業の強みと目指すべき姿

同社の強みは、コア技術である「大容量のデータ分析技術」により、爆発的に増加するデータから必要なデータを収集・分析し、優れた解析技術でデータを情報へ変換し、自社プロダクトやサービスを開発することができることである。

会社概要

同社は、グローバル展開を推進するテクノロジー・スタートアップ企業で構成する「データセクションスタートアップ連合」を目指す。分析技術の中核とした親会社（同社）と各業界の業務改善 DX を実施する子会社（サテライト・カンパニー）との連合企業群を創り上げる。具体的な構築フローとして、同社のコア技術を担うグループ会社が市場ニーズを検知し、潜在的なニーズを探る新チームを形成して、新しいソリューションを構築する。次に、市場のニーズにフィットさせる改善（PMF）を行い、事業が安定化した後、分社化（スピノフ）する。分社化した企業は、同社のファンドを通じてアーリーステージのスタートアップ企業として投資を行う。最終的には、既に同社グループが形成しているグローバル展開のフローを活用し、グループ会社へのシナジーに対しても貢献する。

データセクションスタートアップ連合



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

「データ」と「AI」を核に「データサイエンス」「マーケティングソリューション」「システムインテグレーション」の3つの事業領域を展開

同社は設立以来、「データ」と「AI」を核とし企業価値を向上させてきた。グローバルベースで企業のDXの推進や、企業活動におけるAIの活用が進展するこの変化の時代を新たな成長の機会と捉えている。グループ全体でサステナブルな成長を追求し、“Change the Frame”による社会的変革を実現し、新しい生活様式を創造するというミッションに取り組んでいる。

同社は、マネジメント・アプローチの観点から経営管理・業績管理体制の見直しと高度化を図ること、投資家やステークホルダーへの分かりやすさ、及び今後国内・海外双方にバランスの良い投資で成長を促すことなどから将来の事業展開を踏まえ、セグメントを「国内事業」「海外事業」の2区分としている。

事業概要

1. 国内事業

同社のセグメントの1つは「国内事業」である。コア技術である「DATA&AI（「データ」と「AI」）」を軸に「データサイエンス」「マーケティングソリューション」「システムインテグレーション」の3つの事業領域で展開する。「データサイエンス※1」では、データ統合基盤の設計、構築、運用まであらゆる場面（AWS、Azure、GCP 各種クラウドへの対応等）で専門的サポートとコンサルティングを提供し、データに精通した組織を育成するための教育も実施する。「マーケティングソリューション」では、IoT デバイスを用いたオフライン店舗のデータ化及びデータ活用の支援を行い、ソーシャルビッグデータの分析、エンジン等、マーケティング領域でのソリューションの提供を行う。「マーケティングソリューション」には、店舗に IoT デバイスを設置し来店した顧客の興味関心をデータ化し分析する「インスタアナリティクス※2」及び膨大に存在するビッグデータから消費者インサイト発掘・リスク投稿を抽出する「ソーシャルリスニング※3」の2つのサービスがある。「インスタアナリティクス」の主力商品が「FollowUP」、 「ソーシャルリスニング」の主力商品は「Insight Intelligence Q」である。「システムインテグレーション※4」では、顧客の個別案件に基づき、コンサルティングから保守運用まで一貫通貫で AI 受託開発・システム受託開発で支援する。

- ※1 同社が本来コア技術としている事業領域で、新しく追加された事業領域である。
- ※2 従来の「リテールマーケティング事業」を担う。
- ※3 従来の「ソーシャルメディア分析事業」を担う。
- ※4 従来の「AI・システム開発事業」を担う。

(1) インスタアナリティクス（FollowUP の国内展開）

「インスタアナリティクス」とは、小売業界において製品やサービスを消費者に販売する際に行われるマーケティング活動のことである。小売業において商品を消費者に提供する役割を果たすために、「インスタアナリティクス」は、店舗デザインと陳列、価格戦略、プロモーション等の効果的なマーケティング戦略を展開し、顧客を引き付け、商品を売り込む重要な手法である。同社は、そのなかでも主に小売店舗の 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て、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。

購買率を軸とした売上向上支援サービスである「FollowUP」は、店舗に入店人数を計測できる 3D カメラを設置することで、入店人数を正確に計測し、POS と連携することで購買率を算出できる。購買率を軸として、店舗のポテンシャルや課題の抽出、店舗改善サイクルの構築、店舗からの報告における本部とのコミュニケーションの円滑化、店舗オペレーションの最適化などの支援サービスを提供する。アパレル、リユース、コスメ、雑貨、釣り、ジュエリー、文具など様々な小売業界に導入実績がある。

事業概要

(2) ソーシャルリスニング

「ソーシャルリスニング」とは、ソーシャルメディアプラットフォーム上で生成されるデータを収集し、分析するプロセスのことである。この分析は、企業や組織がソーシャルメディア上での展開やキャンペーンの効果を理解し、意思決定や戦略の改善に活用するために必要なものである。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。

「ソーシャルリスニング」のサービスは「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、マーケター向けに、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。活用事例として、商品クチコミ調査、ファネルの競合との比較調査、キャンペーン反響調査、プロモーション効果測定等がある。

(3) システムインテグレーション

「AI 受託開発」は、人工知能技術を活用して機械が知的なタスクを実行できるようにするプロセスである。AI システムは、データを学習し、認識、判断、予測、問題解決などの複雑なタスクを実行することができる。同社は、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。「システム受託開発」は、上流工程から下流工程の保守運用まで一貫して提供し、検索エンジンの開発、大規模データ処理技術、Web アプリ開発、AWS のオンプレミスクラウドの開発、スマホアプリの開発等を行う。

主な開発事例としては、「AI 受託開発」においては、生体情報（脳波・心電図波形）の分析、音声解析エンジンの開発、不適切画像のフィルタリングエンジンの開発、太陽光パネルの異常検知システムの開発等、「システム受託開発」においては、監査データ解析ダッシュボードの開発、SNS& 広告出稿データ分析ダッシュボードの開発、製造業向け検索エンジンの開発等がある。

2. 海外事業

同社のもう 1 つのセグメントは、「海外事業」である。インスタアナリティクスの主力である「FollowUP」の展開を行う。現在はスペイン語圏の南米を中心に展開しており、同社の海外子会社 6 社で支援する。

事業概要

● インストアアナリティクス (FollowUP の海外展開)

海外では主力の「FollowUP」とは別に、「Store Capacity Control (SCC)」「HealthyUP」「COVID-19 Tasking」「FollowUP Shelf Analytics」などのサービスを提供している。「Store Capacity Control」は、入店制限を自動化する混雑状況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。「HealthyUP」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棚解析ソリューション「FollowUP Shelf Analytics」は、画像処理 AI を使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。

同社の「FollowUP」は、南米大手リテールグループの Falabella S.A. が運営する百貨店 47 施設をはじめ、Falabella S.A. がライセンスを取得してチリで展開する「Clarks」「Aldo」「Mango」など 12 ブランドにおける路面店 58 店舗にも導入している。

業績動向

売上高は過去最高を更新。 最終損失が拡大するも、調整後 EBITDA は計画を上回る

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 15.9% 増の 2,229 百万円、営業損失は 216 百万円 (前期は 55 百万円の損失)、経常損失は 235 百万円 (同 46 百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純損失は 1,261 百万円 (同 530 百万円の損失) となった。

2024 年 3 月期の売上高は大幅に増加し、過去最高を更新した。国内では連結子会社 DSS によるシステム開発案件の受注増加と、SI によるパブリックセクターやインバウンドニーズの案件増加が主な要因だ。海外では、同第 2 四半期から連結子会社化した FollowUP Customer Experience S.L. 及び Alianza FollowUP Panamá S.A. を含め、サービスの受注が増加した。しかし、主に人件費と業務委託費の増加により、売上原価と販売費及び一般管理費が増加し、営業損失は前期比で拡大した。調整後 EBITDA は 47 百万円 (前期比 93.1% 減) で、営業外費用の増加により経常損失は拡大した。特別利益として新株予約権戻入益 9 百万円、負ののれん発生益 6 百万円、固定資産売却益 3 百万円を計上した一方、貸倒損失 505 百万円、減損損失 378 百万円を計上した。最終的に、親会社株主に帰属する当期純損失は 1,261 百万円となり、前期の 530 百万円から増加した。総じて、国内外ともに成長を続け、特に海外は約 40% 増と高成長を維持した。しかし、国内では親会社の収益構造に課題があり、構造改革コストを吸収できず大幅な損失となった。また、財務上の課題解決を目的とした一過性の特別損失により、最終損失が拡大した。ただし、実質的な創出力を示す調整後 EBITDA は修正計画を上回る結果となった。

業績動向

2024年3月期の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期 実績	24/3期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	1,924	2,229	305	15.9%
売上原価	1,138	1,527	389	34.2%
売上総利益	785	701	-84	-10.7%
販管費	841	917	76	9.1%
営業損失	-55	-216	-160	-
経常損益	46	-235	-281	-
親会社株主に帰属する 当期純損失	-530	-1,261	-731	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

海外事業は南米市場の高い成長性と PMI により、今後の成長が期待される

2. 事業セグメント別の動向

2024年3月期第2四半期より、同社の従来の事業セグメントである「FollowUP」を主力とした「リテールマーケティング」及び「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」を含んだ「データ分析ソリューション」の2セグメントから「国内事業」「海外事業」の2セグメントに再編した。

(1) 国内事業

売上高は1,383百万円(前期比9.8%増)、セグメント損失は18百万円(前期は76百万円のセグメント利益)となった。2024年3月期において、売上高は前期比で増加した。主な要因は、2023年9月に譲り受けたThe ROOM4Dのデータサイエンス事業が寄与し、連結子会社DSSにおける複数の大型開発案件が進行したことによる。今後は、The ROOM4Dの買収後の統合(PMI)を通じてデータサイエンス領域を強化し、データ利活用やAI開発の実績を生かしたコンサルティングやIT教育の提供を拡大する。また、DSSとの連携を深め、Fintech領域での受注拡大に努める。ソーシャルメディア分析事業では、自社の「Insight Intelligence」シリーズや連結子会社SIによる多言語ソーシャルメディア分析のコンサルティングサービスが提供され、パブリックセクターやインバウンドニーズの案件増加により売上高が増加した。リテールマーケティング事業においては、AIカメラとPOSデータを組み合わせた「FollowUP」の導入が進み、特に多店舗展開を行う小売業からの受注が増加した。新規事業では、AIによる医療系データ解析サービスの開発に注力し、モニタリングAIや国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)プロジェクトの進行があった。小売業向けの新製品開発や医療関連ビジネスの進行により、国内各社全般に受注が拡大したものの、事業ポートフォリオの再構築に向けた先行費用、エンジニア人材の増強、BPO費用の拡大、人件費及び業務委託費の増加により、セグメント損失は18百万円となった。

業績動向

国内事業の業績概要

(単位：百万円)

	23/3 期 実績	24/3 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	1,260	1,383	123	9.8%
セグメント損益	76	-18	-94	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 海外事業

2024年3月期の海外事業の売上高は865百万円(前期比12.6%増)となり、セグメント利益は176百万円(前期は118百万円のセグメント損失)となった。同社の海外事業は、グローバル展開が進み、特に南米市場での成長が著しい。「FollowUP」は20ヶ国以上で展開されており、チリの連結子会社 Jach Technology SpA では、現地上場ディベロップメントなどの大口顧客からの受注が増加した。また、スペインとパナマの非連結子会社を連結子会社化し、商圏を拡大することでグローバルな事業基盤を強化している。さらに、2021年9月に子会社化した INTELIGENXIA S.A. や、2023年3月期に連結子会社化した、FollowUP Peru S.A.C. も順調に成長し、買収後のPMIも順調に進行している。南米市場の高い成長性とPMIの進行により、グローバル事業の基盤が強化され、今後の成長が期待される。

海外事業の業績概要

(単位：百万円)

	23/3 期 実績	24/3 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	768	865	96	12.6%
セグメント損益	-118	176	294	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024年3月期は、国内事業について、売上高の増加はプラスの兆候ではあるものの、セグメント損失が発生している点は懸念材料である。データサイエンス事業やFintech領域の拡張など、新規事業への積極的な投資は長期的な成長には必要だが、短期的にはコスト管理と事業効率の向上が重要になる。特に、人件費や業務委託費の増加には注意が必要だ。これらの支出が収益の改善に直結するかどうか、継続的なモニタリングが求められる。海外事業に関しては、売上高と利益の両方で前年を上回る結果を出しており、特に南米市場での強いパフォーマンスが見られる。新興市場への積極的な投資が実を結んでいるものの、PMIの進捗と、新市場でのブランドと製品の浸透度を評価することが今後の成功を左右すると見ている。今後も地域特有のニーズに応える製品開発とマーケティング戦略が重要になると、弊社では見ている。

業績動向

3. 財務状況と経営指標

2024年3月期末の資産合計は3,786百万円で、前期末比13.7%減の599百万円減少した。これは現金及び預金が244百万円、有形固定資産が139百万円、受取手形、売掛金及び契約資産が86百万円増加した一方、投資その他の資産が862百万円、無形固定資産が124百万円減少したことが主な要因だ。負債合計は1,803百万円で、前期末比3.9%減の73百万円減少した。これは短期借入金が86百万円、流動負債が148百万円、その他固定負債が64百万円増加した一方、長期借入金（1年内返済予定の長期借入金を含む）が358百万円減少したことが要因である。純資産は1,982百万円で、前期末比21.0%減の526百万円減少した。2024年1月26日付の第三者割当による新株式及び新株予約権の発行により、資本金及び資本剰余金がそれぞれ352百万円、新株予約権が22百万円増加したものの、親会社株主に帰属する当期純損失により利益剰余金が1,253百万円減少したことが主な要因である。

2024年3月期の連結財務指標は、自己資本比率が50.6%となり、前期の56.2%から低下したものの、健全な水準を維持している。一方、時価ベースの自己資本比率は329.7%に急上昇し、前期の88.0%から大幅に改善した。これは、株価上昇や市場評価の向上が寄与していると考えられる。キャッシュ・フロー対有利子負債比率は、前期の623.7年から3.7年へと劇的に改善した。これはキャッシュ・フローの増加と有利子負債の削減が主な要因である。インタレスト・カバレッジ・レシオも前期の0.2倍から28.6倍へ大幅に改善し、利息支払い能力が飛躍的に向上した。これらの指標から、同社は財務健全性の向上と市場評価の改善に成功しており、経営基盤が強化されていると言える。特に、有利子負債の管理とキャッシュ・フローの強化が財務体質の改善に寄与している点が評価される。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期	増減
流動資産	2,288	2,536	248
現金及び預金	1,446	1,690	244
固定資産	2,097	1,249	-848
有形固定資産	244	383	139
無形固定資産	769	644	-124
投資その他の資産	1,083	221	-862
資産合計	4,386	3,786	-599
流動負債	1,170	1,319	148
短期借入金	513	600	86
固定負債	706	484	-221
長期借入金（1年内返済予定の長期借入金含む）	996	638	-358
負債合計	1,877	1,803	-73
純資産合計	2,508	1,982	-526
【安全性】			
自己資本比率	56.2%	50.6%	-5.6pt
時価ベース自己資本比率	88.0%	329.7%	241.7pt
キャッシュ・フロー対有利子負債比率（年）	623.7	3.7	-620.0
インタレスト・カバレッジ・レシオ（倍）	0.2	28.6	28.4

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

4. キャッシュ・フロー計算書

2024年3月期末の現金及び現金同等物は、前期末比で244百万円増加し、1,659百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは333百万円となり、前期の2百万円から大幅に改善した。これは、税金等調整前当期純損失が1,099百万円であったにもかかわらず、貸倒損失や減損損失、減価償却費などの非現金費用の計上が寄与したことによる。投資活動によるキャッシュ・フローは569百万円の支出となり、前期末の255百万円から増加した。これは主に、有形固定資産の取得による支出が536百万円に達したことなどが原因である。これにより、将来的な成長基盤が強化されることが期待される。財務活動によるキャッシュ・フローは382百万円の獲得となり、前期末の242百万円から増加した。これは主に、株式の発行による収入が704百万円、長期借入金による収入が135百万円、短期借入金の増加が86百万円となったものの、長期借入金の返済による支出が504百万円発生したことによる。これらの活動により、資金調達が進み、財務基盤の安定化が図られた。総じて、2024年3月期においては、営業活動によるキャッシュ・フローの改善と資金調達の成功により、現金及び現金同等物が増加し、財務の健全性が向上している。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2	333
投資活動によるキャッシュ・フロー	-255	-569
財務活動によるキャッシュ・フロー	242	382
現金及び現金同等物の期末残高	1,415	1,659

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

南米でフォーマルマーケットへの市場成長が加速、大型案件獲得が期待される

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期通期の連結業績は、売上高で前期比18.9%増の2,650百万円、営業利益で80百万円（前期は216百万円の損失）、経常利益で55百万円（同235百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益で17百万円（同1,261百万円の損失）となる見通しだ。2025年3月期においては、売上及び利益の拡大を目指し、具体的な施策を実施する。

今後の見通し

(1) 国内事業

国内事業では、顧客ニーズに基づいたコンサルティング機能の強化やターゲティングの先鋭化により、大型案件の受注を図る。また、エンジニアの採用と稼働体制の整備を通じて受注採算の向上を図る。さらに、データサイエンス領域の強化や「FollowUP」の提供によるオーガニックな成長、自社プロダクトやほかの自社サービスとのクロスセルを通じて、売上と利益の拡大を目指す。「Insight Intelligence」シリーズについては、リード獲得とチャネル拡大を図り、確実な成長を目指す。SIでは、観光領域の知名度拡大や中央省庁からの受託拡大を進め、新サービスの開発にも取り組む。DSSにおいては、金融機関とのリレーションを生かし、デジタル決済や自社プロダクト開発を推進し、中期的な収益基盤の拡大を図る。また、柔軟な人材採用や外注の活用、マネジメント層の育成を進め、体制強化を図る。

(2) 海外事業

海外事業では、同社は特に南米市場での成長を重視している。南米では、インフォーマルマーケットからフォーマルマーケットへの市場成長が加速しており、ショッピングモールなどの大型案件の獲得が期待される。現地の上場デベロッパーや小売業オーナーとの強固なリレーションを生かし、この成長を取り込む戦略だ。また、戦略的な買収によってリセラーの販路を抑えることで、同社のプロダクトラインナップを強化し、提供価値を拡大する計画だ。具体的には、現地デベロッパーや小売業オーナーとの協力を強化し、ショッピングモールや大規模商業施設向けの案件を積極的に獲得することで、収益基盤を強化する。さらに、スーパーコンピュータやデータセンターの分野での提携も視野に入れ、技術力の向上と製品・サービスの多様化を進める。これにより、南米市場での競争力を一層高めることを目指す。特に、現地のインフラやIT環境の整備が進むなか、同社のデータサイエンスやAI技術を活用したソリューションの需要が増加すると予想される。

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期 実績	25/3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,229	2,650	420	18.9%
営業損益	-216	80	296	-
調整後 EBITDA	47	425	377	797.0%
経常損益	-235	55	290	-
親会社株主に帰属する当期純損益	-1,261	17	1,278	-

注：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、決算説明資料よりフィスコ作成

2025年3月期は事業ドメインを再定義し、 事業構造改革と採算改善を実行

2. 2025年3月期のテーマと基本方針

2025年3月期は、基本方針として、既存事業の整理と新規事業の推進を通じた企業価値の向上を掲げ、2024年3月期以上のトップライン成長と連結黒字化への転換を計画している。黒字事業のオーガニックな利益成長を志向し、国内事業の事業構造見直しを含めたリストラクチャリングにより採算改善に注力する。国内・海外双方の成長により最高売上高を計画し、国内事業の黒字化を実現するために事業ドメインを再定義して、事業構造改革と採算改善を実行する。これにより、営業黒字転換の達成、調整後 EBITDA の前期比 377 百万円増を目指し、大幅な増益とする計画だ。

(1) 事業戦略

事業ドメインの再定義を通じて、各事業の採算管理を強化する。これにより、収益性の高い分野に集中し、事業の効率化を図る。また、データサイエンス領域の成長を促進するための戦略的な取り組みを継続する。この一環として、新たな研究機関の設立や、バルクホールディングスとの取引の具体化を進め、データ活用の可能性を最大限に引き出す。国内事業においては、特に親会社の黒字化と収益性の改善が最重要課題であるため、国内の不採算事業については、リストラクチャリングを実施し、事業構造の改革を行う。一方、海外事業では、オーガニックな利益成長を目指し、既存の強固な基盤を生かした成長戦略を推進する。新規事業では、Supermicro との業務提携を中心に、AI サーバー分野における R&D や AI データセンター運営における協議を継続する。この提携により、新たな市場機会を捉え、事業の多角化と収益基盤の強化を図る。また、その他の新規投資案件についても、タイムリーに資源を投入し、事業化を推進する。

(2) 全社戦略

全社戦略としては、親会社の持株会社機能とガバナンスの強化を図る。グローバルベースで多くの連結子会社を持つグループ特性を勘案し、全社戦略としてリテンションの強化や人事制度の改定を行い、基盤の増強を目指す。また、コーポレート・ブランディングの強化を進め、認知度の向上を図る。特に、サステナビリティをはじめとする非財務領域の充実により、企業価値の向上を目指す。ガバナンスの強化については、グローバル上場企業としての責任を果たすべく、強固なガバナンス体制の向上を図る。さらに、PMI によるデータサイエンス領域を伸長させ、企業全体の競争力を高める。また、オペレーショナル・エクセレンスの進展により、事業の効率化と採算の向上を実現する。

(3) 事業ドメインの再定義

2025年3月期においては、「データと AI」を強みとする事業ドメインに原点回帰し、3つの事業ドメインに再定義する。これにより、各事業の強みを最大限に生かし、シナジー効果を創出しつつ、全社的な成長を目指す。

■ 中長期の成長戦略

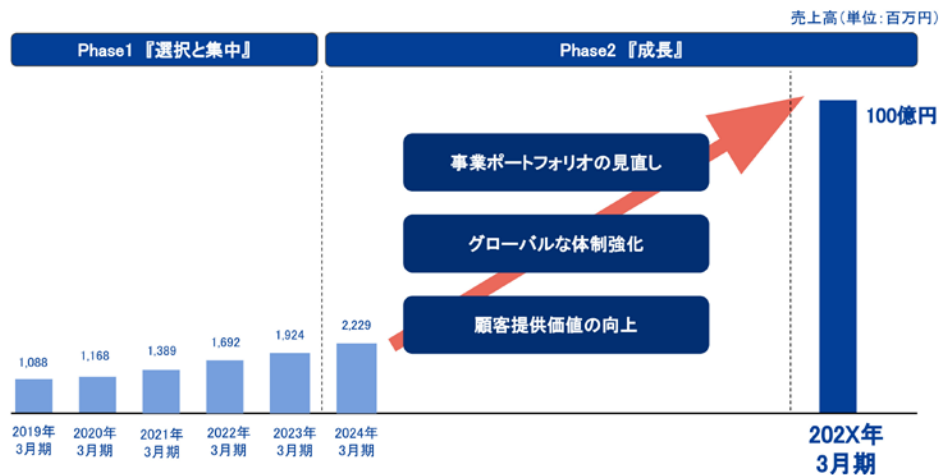
先端 AI データイノベーション研究所設立により、競争力強化を狙う

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「成長」のフェーズへと移行した。「選択と集中」のフェーズで、同社は限定された資源を最大限に活用するために、特定の分野や事業に焦点を当て、限られた重要な領域に注力することで専門性や効率性を高め、競争優位性を構築し構造改革を行ってきた。自らの強みである「データとAI」を中心に顧客のニーズに基づき、特定の製品やサービス、市場に焦点を当て、深い専門知識を構築しリソースを最適に活用することに集中してきた。結果として、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てきた。

2024年3月期からの「成長」のフェーズにおいては、「事業ポートフォリオの見直し」「グローバルな体制強化」「顧客提供価値の向上」の3つに重点を置く。バランスの良い資源投下により、国内・海外双方において継続的な成長を目指す。加えて、強みを生かした事業の再構築により、4～5年後の2020年代後半に向けて売上高100億円以上を目指す計画だ。

成長戦略のイメージ



2. 進捗状況

2025 年 3 月期は、国内事業では、親会社（同社）の事業再生を急ぐ。これまで適材適所のガバナンスや役割配置ができておらず、十分な専門性を持たない人材の配置、外注依存などがコストアップを引き起こしていた。今後はシステムインテグレーションやマーケットソリューションでの工数管理と適正なプロダクト投資を進め、期間損益の安定と投資採算の見直しを行い、6,000 万円のコスト削減を図る。海外事業では南米の連結子会社の買収が完了し、一定の成果を上げている。今後、リソースと投資を促進することで、セグメント利益の増加が見込まれる。

2024 年 3 月期において、バルクホールディングスとの包括的業務提携に関し基本合意することを決議し、両社の事業基盤を強化して、企業価値の向上を図った。この提携は、マーケティング事業、AI 関連事業、システムインテグレーション事業、セキュリティ事業などでの相互送客や人材交流、技術分野での協業を推進するものである。さらに、新規事業における共同投資も検討し、戦略的提携関係を強化する。今後の進捗に応じて業績への影響を精査し、必要に応じて適時開示を行う予定である。資本提携も視野に入れており、協業体制のさらなる構築とシナジーの発揮を目指す。

2024 年 4 月 9 日付で先端 AI データイノベーション研究所（AIDI）を設立した。この研究所は、AI やデータ領域の先端技術研究を行い、同社グループへの迅速な還元を目指す。同月 12 日には、Supermicro との業務提携に向けた基本合意書を締結した。この提携は、AI サーバー分野における R&D や AI データセンター運営などを中心とした協業を目的としている。具体的な方針や内容については今後協議を進め、決定次第開示する予定である。この提携により、2025 年 3 月期の連結業績への影響は軽微と見込まれているものの、中長期的には同社の業績及び企業価値向上に寄与することが期待される。両社の技術、製品、リソース、ネットワークを活用し、需要拡大が見込まれる AI サーバー分野での競争力強化が狙いである。これらの戦略的な取り組みにより、さらなる成長と企業価値の向上を図る。

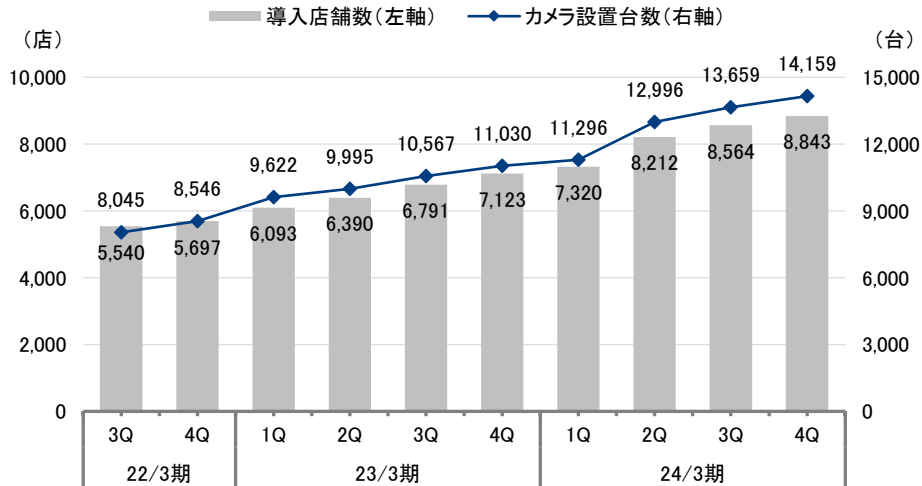
2024 年 6 月 2 日に、同社は、Supermicro、シャープ<6753>、そして KDDI と AI データセンター構築のための協議を開始することに合意した。これらの企業はシャープ堺工場跡地に NVIDIA<NVDA> の最先端 AI 計算基盤「GB200 NVL72」などを搭載した AI データセンターを構築し、早期稼働を目指す。

3. KPI の進捗状況

2025 年 3 月期における進捗状況について、同社は前期比で順調に売上高を増加させている。売上高の先行指標である導入店舗数とカメラ設置台数が、特にチリ市場での大型ショッピングモールへの全店導入が寄与したことにより、オーガニックな成長を推進した。この結果、売上高は前期比で約 30% の成長を達成した。また、パナマとスペインの新規連結により、ほぼフル連結化を実現した。導入店舗数は非連結子会社を合算して 8,986 店舗、カメラ設置台数は非連結子会社を合算して 14,360 台に達している（国内では 2024 年 3 月 31 日時点、海外では 2023 年 12 月 31 日時点のデータによる）。連結ベースで見ると、導入店舗数は前期比で 24.1% 増加し、カメラ設置台数は同 28.4% 増加している。この成長は、既存市場での顧客基盤の拡大と新規市場への積極的な展開が相まって実現されたものだ。特にチリ市場での成功が顕著であり、ほかの南米市場でも同様の成長が期待される。総じて、同社は南米市場でのフォーマルマーケットの成長を取り込み、売上高を持続的に増加させた。導入店舗数とカメラ設置台数の増加が中期的な売上成長を支え、さらなる市場拡大と収益基盤の強化に寄与している。このような進捗状況は、今後の成長戦略の実現に向けて堅実な基盤を築いていることを示していると言える。

中長期の成長戦略

導入店舗数及びカメラ設置台数(連結ベース)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

4. サステナビリティ方針

同社は、創業以来「技術と実社会の融合」を基盤とし、ビッグデータ解析や AI、深層学習などの最先端技術を社会に実装することで、持続可能な成長と企業の飛躍を目指してきた。この理念は、地球規模の課題に対して企業としての責任を強く意識し、100年後の世界と人々の暮らしに貢献するという長期的なビジョンに根ざしている。「100年後の世界と人々の暮らしに貢献する。」というビジョンを掲げ、持続可能な社会の実現を目指している。ミッションである「Change the Frame」には、「世界中で人々の暮らしを進化させ続ける」という強い意志が込められている。同社グループは、グローバルなビジネスフィールドで活動を展開し、人と地球が共存し繁栄する未来の形成を目指す。

また、同社は、南米の子会社を中心に発展途上の開発技術の創出と新たなビジネスの拡大を支援している。さらに、総務省と協力してチリの公共機関におけるオペレーション改善を行い、国境を越えたイノベーションを推進している。このように、グローバルなパートナーシップを基盤に持続的なイノベーションを生み出すことを目指している。加えて、東南アジア企業とのパートナーシップを通じて、多様性を推進する労働環境の整備に努めている。2022年からは男性の育児休暇制度を導入し、女性社員の増員も進めている。また、多国籍のエンジニアの採用を積極的に行い、あらゆる人種、文化が違う人材が働きやすい環境を提供している。

データサイエンスがビジネスの中核となる未来に向けて、同社は教育プログラムを提供し、データサイエンスに対する理解を促進している。これにより、あらゆる業界で活躍できるデータサイエンティストの育成に貢献し、データの活用方法や分析結果を分かりやすく伝えることができる人材の育成に力を入れている。同社は、透明性のある企業運営を目指し、定期的な 1on1 ミーティングや経営会議の傍聴制度を設けている。外部専門家のアドバイスを取り入れ、ビジネスのスケールを試みるとともに、産業医との連携で社員の心身の健康をサポートしている。これにより、コーポレートガバナンスの強化に努めている。

中長期の成長戦略

同社は、技術革新と社会的責任を両立させることで、持続可能な成長と企業価値の向上を目指している。グローバルなパートナーシップ、ダイバーシティの推進、人材育成、コンプライアンスの徹底を通じて、100年後の未来に貢献することを目指す同社の取り組みは、長期的な視野に立った戦略的なものであり、今後の成長が期待される。

■ 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だと認識しているが、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