

|| 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 >>>](#)

2023年12月4日(月)

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月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2024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	07
1. 2024年3月期第2四半期累計業績の概要	07
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 2024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

アライアンス戦略により外部リソースも活用しながら成長を目指す

ネットイヤーグループ<3622>は、インターネット技術を活用した顧客起点のDX(デジタルトランスフォーメーション)支援事業を展開しており、デジタルマーケティング領域において豊富な実績を持つ。2019年2月にNTTデータ<9613>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(Customer Experience、顧客体験)デザイン設計力を組み合わせた協業案件が増加しており、NTTグループ向け売上比率は2024年3月期第2四半期累計実績で37.2%を占めている。

1. 2024年3月期第2四半期累計業績の概要

2024年3月期第2四半期累計(2023年4月~9月)の業績は、売上高で前年同期比6.6%減の1,704百万円、営業損失で36百万円(前年同期は70百万円の利益)と減収減益となった。第2四半期累計の会社計画は開示していないが、売上高、営業利益ともに若干下回ったと見られる。売上高については既存取引先でのプロジェクト終了や規模の縮小が重なったほか、新規の見込み案件について求められるニーズに対して自社の人的リソースが揃わず、受注機会を逸失したことなども減収要因となった。利益面では、売上減に伴う稼働率低下に加えて、人材の確保・育成に関する費用が増加したことが減益要因となった。

2. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の業績は、売上高で前期比4.6%増の4,100百万円、営業利益で同6.7%増の300百万円と期初計画を据え置いた。ただ、受注が当初計画を下回るペースであり、売上高、利益ともに会社計画をやや下回るリスクがあると弊社では見ている。企業のDX投資は引き続き活発に推移しているが、小売業界などでは新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)の一巡で投資配分をEC関連から実店舗に移す傾向にあることや、デジタルマーケティング技術の進化のスピードが速く、求められるニーズも今まで以上に専門的で難易度が上昇していることが受注の伸び悩み要因である。このため、短期的には収益が悪化する可能性はあるが、成長の源泉となる人材投資を下期も継続して強化する方針である。

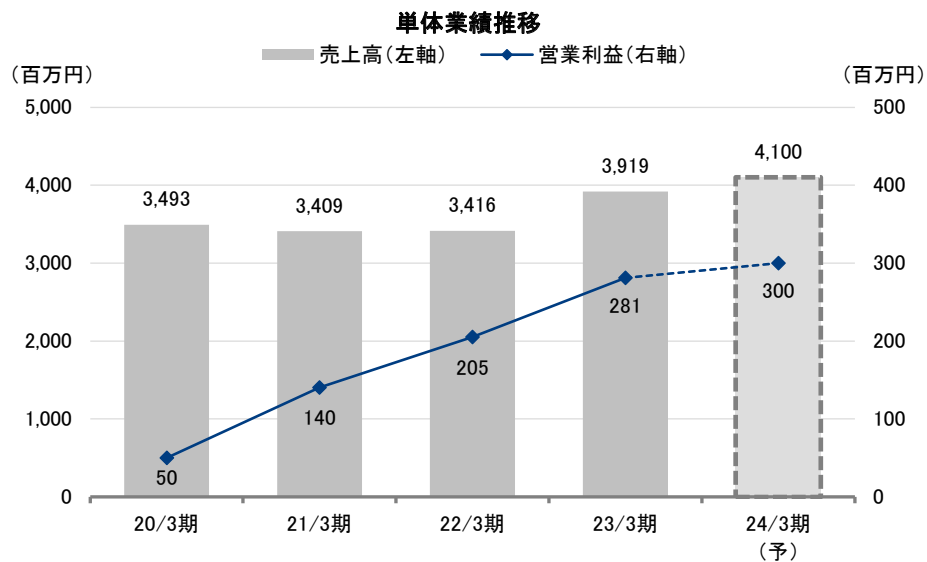
要約

3. 成長戦略

今後の成長戦略として、既存事業の強化に加えてアライアンス戦略による新規サービスの開発・育成を推進する。既存事業においては NTT データとの協業を中心に、同社の強みである CX 向上のための Web サイトのデザイン設計・制作案件の受注拡大を図るほか、エンジニアのスキルアップを図ることで難易度の高い案件なども手掛ける方針だ。またアライアンス戦略においては、2023年9月に AI・データ活用領域に強みを持つスタートアップ企業の(株)FLUX と AI 技術を活用した「次世代型マーケティングプラットフォーム」の共同開発を行うことを発表したほか、システム開発基盤をクラウドサービスとして提供する(株)Hexabase (ヘキサベース)と資本提携契約を締結した。Hexabase の持つ高い技術力を活用したプロダクト開発で事業領域を拡大する。まずは両社の強みを合わせて共同で営業活動を行うことで受注拡大につなげる方針だ。中期的にはストック型のプロダクトサービスを育成・拡大し、収益の安定性向上にも取り組んでいく意向で、シナジーが見込める M&A・アライアンス案件があれば引き続き前向きに検討する考えである。

Key Points

- ・ 2024年3月期第2四半期累計業績はリソース不足がボトルネックとなり減収、3期ぶりに損失を計上
- ・ 2024年3月期業績は下振れリスクがあるものの、2025年3月期に向けた仕込みと人材投資の手綱は緩めず
- ・ アライアンス戦略による新規サービスの開発等で新規顧客及び市場を開拓し、収益成長を目指す



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、理想の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、CXを起点とし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。2023年3月期末の従業員数は178名であり、このうちカスタマーエクスペリエンス事業部で約130名、新規事業の社会インパクト事業部（Shopify事業含む）で16名、管理部門で約30名の体制である。また、プロジェクトごとにアサインする外部の協力パートナーも含めると250～260名規模となる。

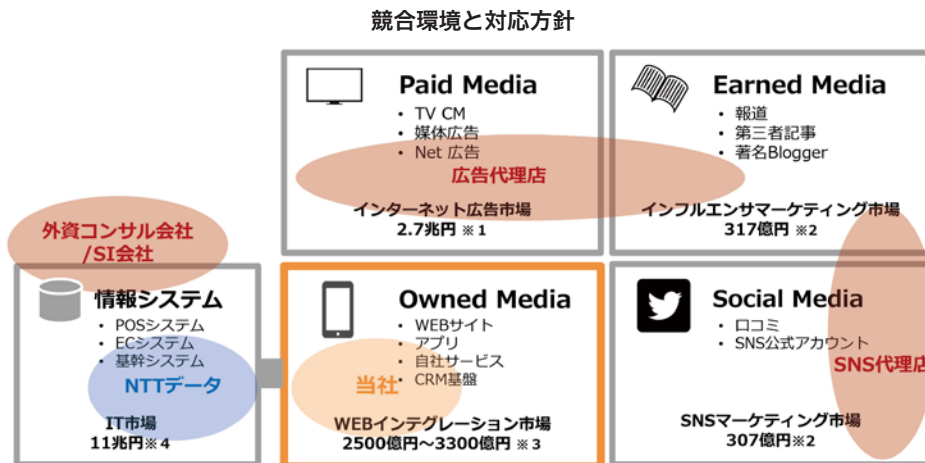
事業概要

理想の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 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。



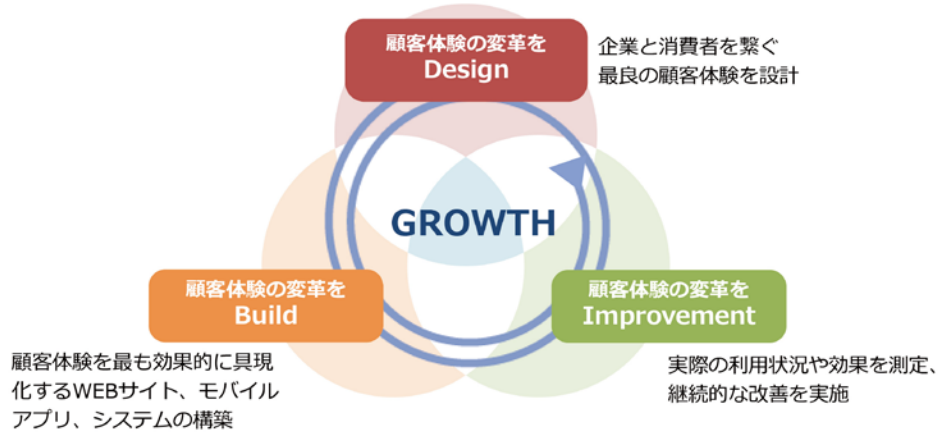
出典 ※1 総務省 調査レポート「2021年日本の広告費」 ※2 株式会社サイバー・パス プレスリリース「市場動向調査」2020年版
※3 デロイト トーマツ ミッドレンジ経済研究所 「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望2020年度版」におけるWebソリューション市場2022年～2024年予測値
※4 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査(2021年) 情報サービス産業」におけるソフトウェア開発、プログラム作成分野の2021年度の売上高値

出所：決算説明会資料より掲載

同社の強みは創業から24年間、CXデザインという考え方を基にプロジェクトに取り組んできたことで、理想の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げる、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循環させより良いものにすることで、顧客企業との継続的な関係性を構築している。

事業概要

サービスのプロセス

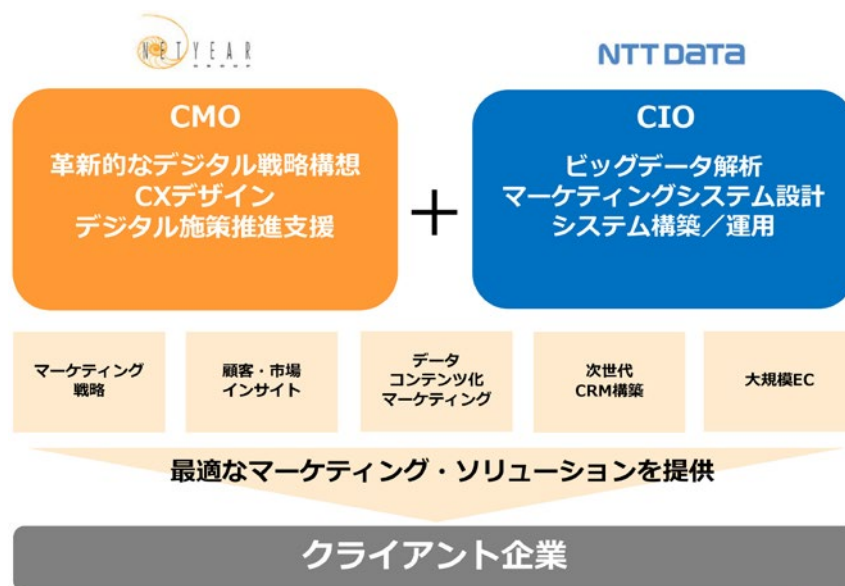


顧客企業との継続的な関係性

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なっている。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上向くなどシナジー効果も出始めている。

NTTデータとの協業



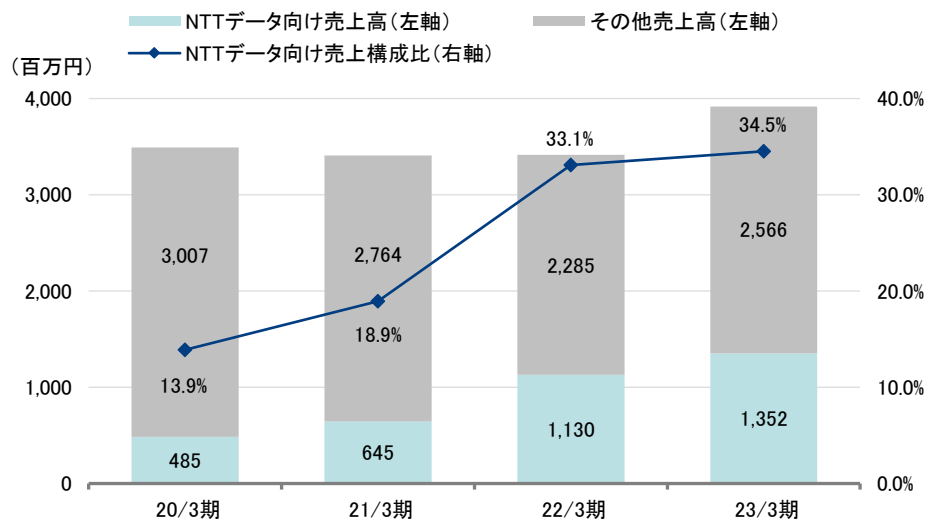
出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

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。他社製品としては、Salesforce.com<CRM>のMA (Marketing Automation) ツール、Google<GOOG>、Adobe<ADBE>のアクセス解析ツールなどがあり、カスタムプロジェクトと合わせて導入するケースもある。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。また、ここ数年はNTTデータ向けの売上構成比が上昇傾向にあり、2023年3月期は34.5%まで上昇した。NTTデータ向けでは通信業や金融、自治体向けの案件が増えており、今後も共同開発プロジェクトの増加とともに構成比率は緩やかに上昇していくと予想される。

NTTデータ向け売上高と構成比率



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

業績動向

2024年3月期第2四半期累計業績は リソース不足がボトルネックとなり減収、3期ぶりに損失を計上

1. 2024年3月期第2四半期累計業績の概要

2024年3月期第2四半期累計業績は、売上高で前年同期比6.6%減の1,704百万円と2期ぶりに減収に転じ、営業損失で36百万円（前年同期は70百万円の利益）、経常損失で36百万円（同70百万円の利益）、四半期純損失で27百万円（同48百万円の利益）と各利益においては3期ぶりの損失を計上した。

2024年3月期第2四半期累計業績（単体）

（単位：百万円）

	23/3期2Q累計		24/3期2Q累計			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	増減額
売上高	1,826	-	1,704	-	-6.6%	-121
売上原価	1,454	79.6%	1,411	82.8%	-2.9%	-42
売上総利益	371	20.4%	293	17.2%	-21.1%	-78
販管費	301	16.5%	329	19.3%	9.5%	28
営業利益	70	3.9%	-36	-2.2%	-	-107
経常利益	70	3.8%	-36	-2.2%	-	-107
四半期純利益	48	2.7%	-27	-1.6%	-	-75

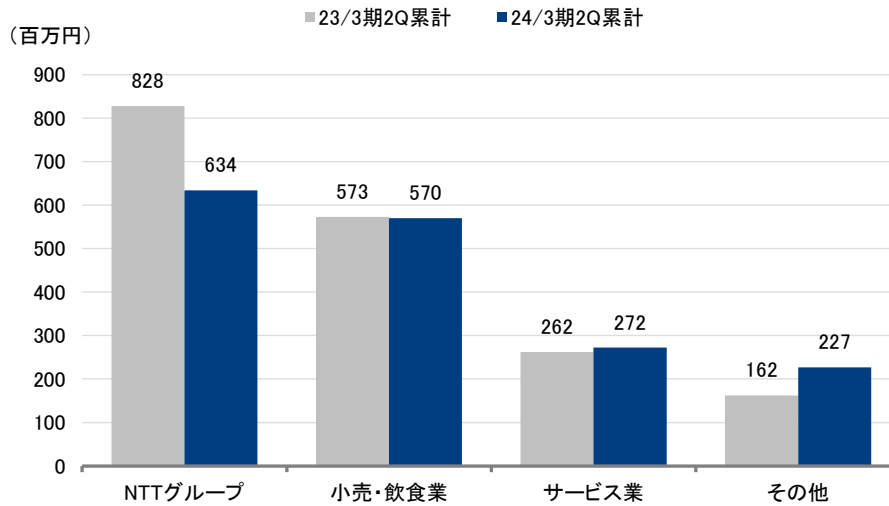
出所：決算短信よりフィスコ作成

企業のDX関連に対する投資意欲は引き続き堅調に推移した。また、コロナ禍が収束するとともに消費者の購買行動が多様化し、顧客一人ひとりのニーズに応えるサービスの開発やマーケティング施策の重要性がますます高まるなど、同社を取り巻く市場環境は引き続き良好であった。にもかかわらず、売上高が減収となったのは既存取引先において比較的規模の大きいプロジェクトの終了や縮小が重なったことが影響した。また、これら既存案件の減少分をカバーすべく、新規受注獲得のための営業活動に取り組んだが、専門的かつ高度化する顧客ニーズに応えられるだけの人的リソースが不足しており、受注獲得機会を逸失したことも減収要因となった。

業界別売上動向を見ると、売上高の37.2%を占めるNTTグループ向けが前年同期比23.3%減の634百万円と大きく減少した。過半を占めるNTTデータ経由のプロジェクトが終了したことやその他のNTTグループ会社向けの売上も減少した。また、小売・飲食業向けも同0.6%減の570百万円と伸び悩んだ格好だ。スターバックスやモスフードサービスが主要顧客で、両社合計では前年同期並みの水準だった。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、店舗投資の優先順位が上がった影響もあり、新規受注の獲得についても停滞した。サービス業界向けについては同3.8%増の272百万円、その他業界向けは同40.2%増の227百万円とそれぞれ増加したが、NTTグループ向けの減収分をカバーしきれなかった。第2四半期累計の会社計画は開示していないが、前年同期並みの売上水準を見込んでいたと見られる。

業績動向

業界別売上高

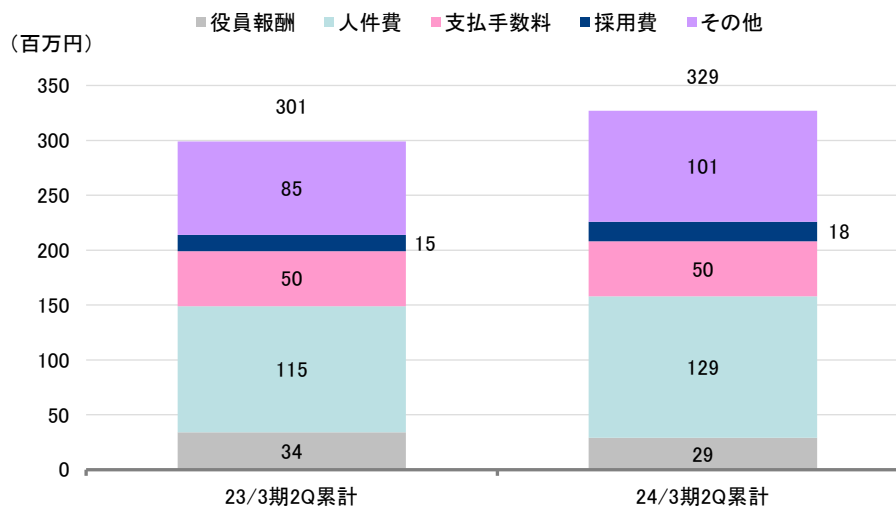


出所：四半期報告書よりフィスコ作成

売上高の減少に伴いエンジニアの稼働率が低下したことにより、売上総利益率が前年同期の20.4%から17.2%に低下し、売上総利益は同21.1%減の293百万円となった。また、積極的な人材投資を継続したことにより、販管費が同28百万円増加の329百万円となった。増加の内訳としては人件費[※]で14百万円、採用費で2百万円となっており、その他従業員のスキルアップを支援するための教育費等も増加した。採用状況については新卒・中途採用含めて通期で40名程度を予定していたが、第2四半期までは順調に推移したようだ。また、離職率についても10%台と前期並みの水準を維持した。

※ 給与、賞与引当金、退職給付費用の合算値。

販管費の内訳



出所：四半期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・アライアンス戦略も推進

2. 財務状況と経営指標

2024年3月期第2四半期末の財務状況は、総資産が前期末比231百万円減少の2,944百万円となった。主な増減要因として、流動資産では現金及び預金が106百万円、売掛金及び契約資産が271百万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、繰延税金資産が10百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比164百万円減少の360百万円となった。買掛金が125百万円、未払費用が29百万円、未払消費税等が26百万円それぞれ減少したことによる。また、純資産は同67百万円減少の2,584百万円となった。四半期純損失27百万円の計上と配当金40百万円の支払により利益剰余金が67百万円減少した。

経営指標では、自己資本比率は前期末の83.5%から87.8%に上昇した。無借金経営で現金及び預金も2,114百万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、具体的な動きも出始めている。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、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 2Q	増減額
流動資産	1,874	3,005	3,075	2,741	-334
(現金及び預金)	1,073	1,962	2,220	2,114	-106
固定資産	334	116	101	203	102
資産合計	2,315	3,122	3,176	2,944	-231
流動負債	389	643	520	351	-168
固定負債	10	5	5	9	3
負債合計	399	648	525	360	-164
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産	1,916	2,474	2,651	2,584	-67
(安全性)					
自己資本比率	82.7%	79.2%	83.5%	87.8%	4.3pt
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

2024年3月期業績は下振れリスクがあるものの、 2025年3月期に向けた仕込みと人材投資の手綱は緩めず

1. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の業績は、売上高で前期比4.6%増の4,100百万円、営業利益で同6.7%増の300百万円、経常利益で同6.6%増の299百万円、当期純利益で同4.4%増の209百万円と期初計画を据え置いた。会社業績計画を達成するためには、下期に売上高で前年同期比14.4%増の2,395百万円、営業利益で同59.8%増の336百万円が必要となる。同社の業績は開発プロジェクトの納品が第4四半期に集中するため、下期に損失が続く可能性は低いが、第2四半期までの進捗がやや遅れ気味で、足元の受注も伸び悩んでいる状況から、売上高は会社計画をやや下回るリスクがあると弊社では見ている。利益面においても引き続き成長の源泉となる人材投資を強化する方針のため、売上高と同様に下振れリスクがあると見ておいた方が良さそうだ。

こうした状況から、同社では2025年3月期以降の業績回復に向けて、NTTデータとの共同開発案件の受注獲得に注力している。既に中規模案件を受注したもようで、大規模案件についても下期中に1~2件受注すべく営業活動を進めている状況だ。また、後述するアライアンス戦略についても始動しており、2025年3月期以降の収益貢献が期待される。

2024年3月期業績見通し

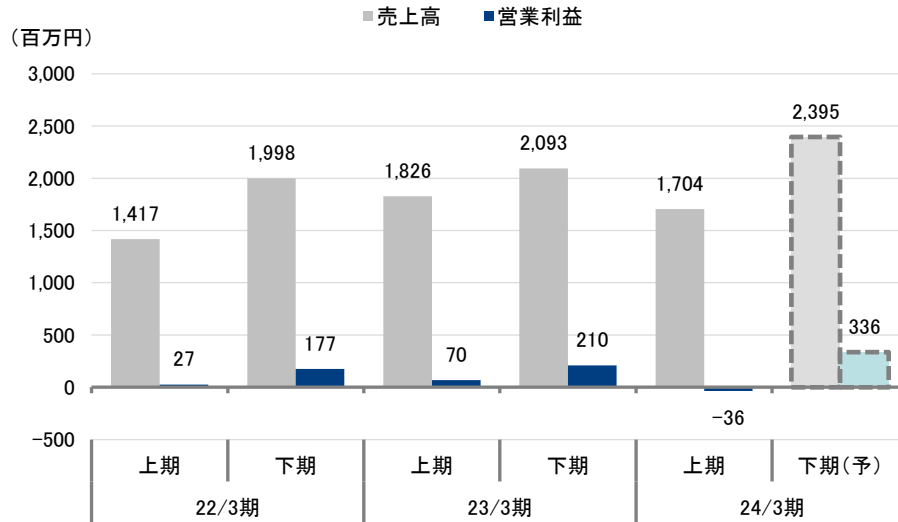
(単位：百万円)

	23/3期		24/3期			2Q進捗率
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比	
売上高	3,919	-	4,100	-	4.6%	41.6%
営業利益	281	7.2%	300	7.3%	6.7%	-
経常利益	280	7.2%	299	7.3%	6.6%	-
当期純利益	200	5.1%	209	5.1%	4.4%	-
1株当たり当期純利益(円)	28.61		29.86			

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

半期業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

アライアンス戦略による新規サービスの開発等で新規顧客及び市場を開拓し、収益成長を目指す

2. 成長戦略

(1) アライアンス戦略

今後の成長戦略として、既存事業の強化に加えてアライアンス戦略による新規サービスの開発・育成を推進する。既存事業においてはNTTデータとの協業を中心に、同社の強みであるCX向上のためのWebサイトのデザイン設計・制作案件の受注獲得を図るほか、難易度の高い顧客ニーズに応えられるだけのスキルを持つエンジニアを数多く育成することで、受注能力を拡大する方針だ。例えば、同社はCX向上のためのデザイン設計や開発のノウハウは豊富に持っているが、AIやビッグデータを用いて効率的に売上拡大を実現するような最先端のデジタルマーケティング技術に関するノウハウを持つ人材は少なく、受注機会の逸失につながっていた。このため、今後はこうした高度なスキルを持つ人材の採用や育成に注力すると同時に、アライアンスによって外部リソースを活用することで受注拡大につなげる戦略だ。また、現在はシステム構築などフロー型ビジネスが売上の大半を占めるが、収益の安定性向上を図るため、ストック型ビジネスとなるプロダクト開発を進めサービス収入の売上比率を高めることに注力する方針である。

なお、アライアンスの取り組みとして2023年9月にFLUXとの共同開発、Hexabaseとの資本提携契約、米 behamics, Inc. との国内における代理店契約を締結した。

a) FLUX との共同開発

FLUX は AI・データ活用領域に強みを持つスタートアップ企業で、同社が持つ Web サイトにおける UX/UI デザインの知見（累計 3 万社超の実績）と、FLUX が持つノーコードプラットフォーム「FLUX AI」を融合し、AI を活用した Web サイト構築をはじめとする「次世代型マーケティングプラットフォーム」を共同開発することを発表した。同プラットフォームは、Web サイトの制作やリニューアル、デジタルマーケティング施策等の業務を生成 AI 技術で大幅に効率化でき、多くの企業で抱える「デジタル人材不足」の課題を解決するソリューションとなる。

具体的には、Web サイトはノーコードで構築できるため、HTML や CSS をはじめとする専門知識を持つ人材に頼る必要がないほか、同プラットフォームにはデータ基盤・ホスティングサービスが含まれるため、コンテンツのデータやサーバー管理といった専門技術を要する人材に頼らず運用することも可能といった点が挙げられる。こうした特徴を生かして、同社では「デジタル人材」の不足という経営課題を抱える中堅・中小企業を顧客ターゲットに拡販する戦略だ。2024 年 3 月期中に PoC（実証実験）を実施し、2025 年 3 月期から本格的にサービスを展開する計画である。

b) Hexabase との資本提携

2023 年 9 月に資本提携契約を締結した 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 システムを開発することが可能で、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する。顧客企業は同サービスを利用することで、アプリケーションのバックエンドをゼロから構築したり、運用する必要がなくなり、フロントエンド（UI）の設計と機能開発に集中できるため、新規サービスを立ち上げるまでの期間を大幅に短縮することができる。また、継続的な改善を行いながら、ビジネス要件に最適かつ効率的なシステムを構築・展開することが可能になる。

※ 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、配布することが可能なソフトウェア。

今回の資本提携は、Hexabase の高い技術力を採用したプロダクト開発で事業領域の拡大と収益化モデルを構築するとともに、エンジニアリング領域における人材獲得と育成により、市場に新しい価値を提供しさらなる成長につなげることが狙いだ。まずは、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にして顧客に提案することで、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方針である。既に営業活動も連携を始めており、今後の受注拡大につなげる取り組みとして注目される。

c) AI プラットフォームベンダーの米 behamics と国内代理店契約締結

米国の AI プラットフォームベンダーである behamics (ベハミクス) と 2023 年 9 月に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。

(2) 人材戦略

人材戦略としては、新卒・中途採用により年率 10% ペースで人員増強を図ることで受注能力を拡大し、収益成長につなげる方針だ。新卒採用は 2021 年からスタートし、2023 年に 8 名の新卒社員が入社したが、2024 年も 9 名の入社を予定している。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 と共同で始動した「若手 IT・デジタル人材育成プロジェクト」で、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も継続して進める。

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、2023 年 3 月期にはそのうち 5 ～ 6 名を社員として採用した。キャリア採用はコストも高いため、今後 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、プロジェクトを管理・指揮するプロジェクトマネージャーも慢性的に不足しており、強化ポイントの 1 つである。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も抑えることができ、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。

人員増強を進めるためには、離職率の低減にも併せて取り組む必要がある。2023 年 3 月期の離職率は 12% 程度と業界平均並みの水準であったが、これを 1 ケタ台まで抑えられれば理想的と言える。離職率の低減施策については、人事制度の見直しや多様な働き方が可能となる各種制度、スキルアップ支援制度、福利厚生充実などに加えて、コミュニケーションの活性化などによってエンゲージメントを高めることが必要と思われる。後述する社会インパクト事業の取り組みは、社員とのエンゲージメントのための取り組みの一環でもある。

そのほか、同社は競争力をより一段と高めるため、リアルとデジタルを融合した顧客起点での UX デザインや実装力の強化に取り組んでおり、全社員に UX の知見を浸透させるため UX デザイン推進タスクフォースを 2021 年に立ち上げた。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 ヶ月間のカリキュラムを受講することで、営業やエンジニアを含めて UX デザイン思考を全社員に根付かせ、「日本一の UX デザイン企業」を目指している。2023 年 3 月期における事業部門の入社者に対する UX 講習の実施率は 76.2% であり、2027 年 3 月期には 100% を目標にしている。

(3) 社会インパクト事業

新規事業として社会課題の解決と事業課題の解決を目的とする社会インパクト事業に取り組んでいる。具体的事例として、2023年2月に地域と事業の課題解決を両立する「廃校の利活用」を核とした地域創生プロジェクトについて、愛媛県宇和島市と包括連携協定を締結した。プロジェクトの第一弾として、宇和島市や（一社）ソーシャルデザイン・ラボと共同で、「廃校モール」であるビーチビレッジ石応（旧石応（こくぼ）小学校）において、地域の少子高齢化など社会課題に関心のある人々が気軽に参加、課題解決に貢献できる仕組み「つながる古着」の実証実験を2023年12月より開始し（実施期間：2023年12月4日～2024年3月31日）、デジタル技術を活用した地域経済活性化の方向性を検証する。

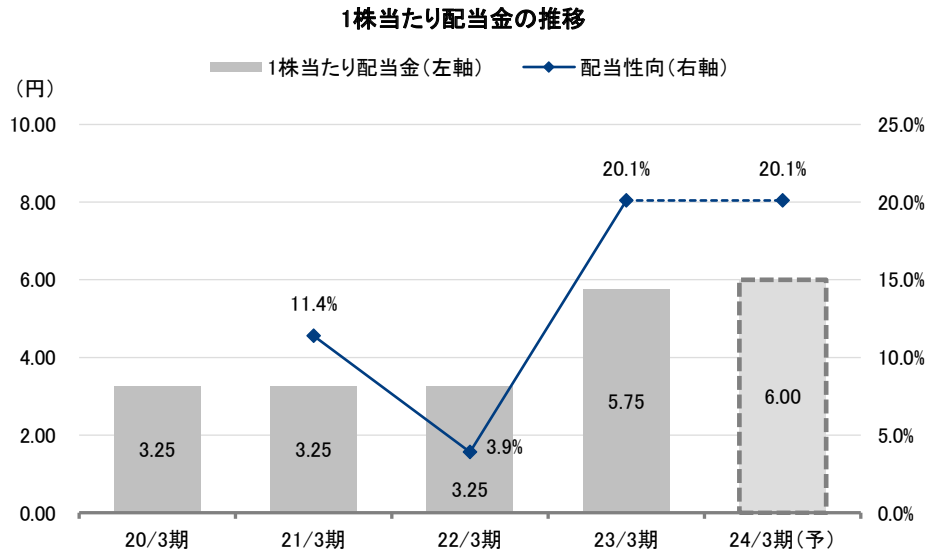
実証実験の具体的内容は、古着の「回収キット」販売、古着回収・販売（ECサイトもオープン）、ブロックチェーン技術を活用した信頼性の高い地域ポイントの発行・利用、同社が持つマーケティングプラットフォームによるファンマーケティングの効果検証、実証実験プロジェクトへの参加権付き、限定NFT（ブロックチェーン上で発行されるデジタル資産）の発行などである。

このほかにも、宇和島市と包括連携協定を締結している日本郵便（株）と連携して、ビーチビレッジ石応を地域イノベーションの拠点と位置付け、宇和島市の支援のもと新規事業創出を目指す事業者に対して、同社でUXデザインとデジタルマーケティングの知見を生かした支援を、日本郵便では自社商品・サービスの有効活用提案等を行い、地域経済の活性化と地域創生を促進する。これらプロジェクトが業績に与える影響は軽微だが、社会貢献プロジェクトを多く積み重ねることによって、地域の活性化に貢献するとともに社員のエンゲージメント向上につなげていく考えだ。

株主還元策

配当方針を安定配当から配当性向 20% 程度を目安とする業績連動型に変更

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 20.1%)と連続増配を予想している。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