

|| 企業調査レポート ||

## ネットイヤーグループ

3622 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年6月11日(木)

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. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容と強み	03
3. 同社が想定するコミュニケーションの将来モデル	04
4. 生成AIの利活用におけるNTTデータとの協業	05
■ 業績動向	06
1. 2026年3月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 2027年3月期の業績見通し	10
2. 中期経営計画	11
■ 株主還元策	14

## ■ 要約

### 生成AIの活用でデジタルマーケティング領域も新たな成長機会が到来

ネットイヤーグループ<3622>は、社内外に「生成AI全振り宣言」を発表し、これまでのUX/CX（ユーザー/顧客体験）の向上を基軸としたデジタルマーケティング支援に生成AI技術を活用することで、その効果を最大化する取り組みを推進している。2019年3月に（株）NTTデータのグループ会社となり、NTTデータのシステム開発力と同社の生成AI活用による事業支援力の融合によるシナジー創出を成長戦略の1つとして掲げている。

#### 1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の業績は、売上高で前期比8.7%増の3,672百万円、営業利益で同301.6%増の331百万円と3期ぶりの増収増益に転じ、営業利益率も前期の2.4%から9.0%と大きく上昇した。2024年6月に代表取締役社長CEOに就任した廣中龍蔵（ひろなかりゅうぞう）氏の強いリーダーシップの下、生成AI技術を取り入れたデジタルマーケティング支援サービスの受注活動と社内業務の効率化の成果が出た格好だ。売上面ではNTTグループ向けの減少が続いたものの、その他の主要顧客向けの売上が伸長した。加えて、今後主要顧客へと成長する可能性のある新規顧客を3~4社獲得したことや、新規に大手顧客からコンサルティング案件の受注を獲得したことが増収要因となった。利益面では、外注費の抑制と内製化率の向上により売上原価率が改善したこと（前期比4.0ポイント改善）や、生成AI活用による業務効率向上並びに経費の見直しにより販管費が同45百万円減少したことが増収要因となった。

#### 2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績は、売上高で前期比11.6%増の4,100百万円、営業利益で同5.5%増の350百万円を見込んでいる。売上高は顧客からのニーズが急速に強まっている生成AIの利活用を前提としたデジタルマーケティング支援サービスの提案により、主要顧客向けの売上拡大と新規顧客の獲得を推進することで達成を目指す。利益面では、生成AI領域を強化するための採用費や教育費など人的投資費用の増加を見込んでいるため、1ケタ増益と保守的な予想となっている。また、従業員のエンゲージメント向上を図るため、人事制度改革に着手しているほか、M&A・アライアンス戦略についても積極的に推進する。対象は生成AIをコア技術とするスタートアップ企業を想定している。M&A戦略の一例として、まずは協業からスタートしシナジーが見込めると判断した場合に出資を検討するといったケースを想定しており、既に協業については複数社と実施している。

要約

3. 中期経営計画

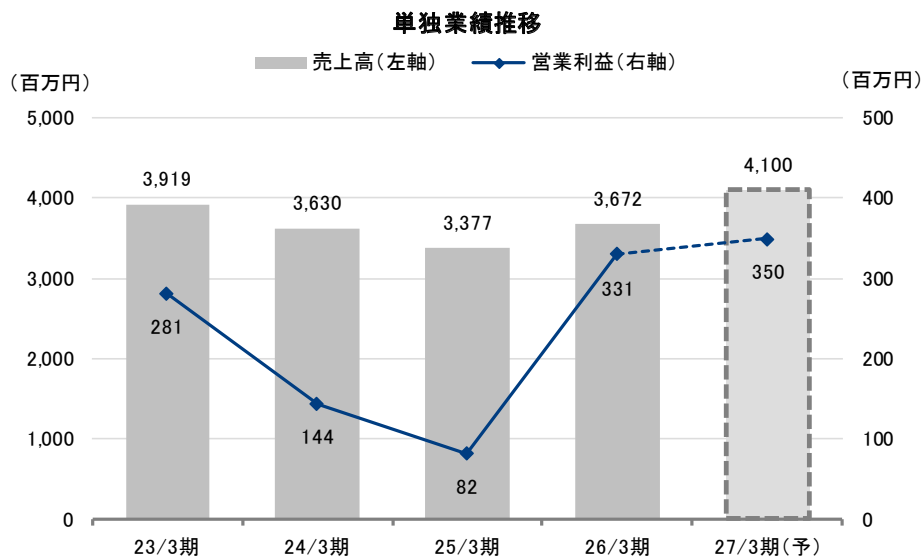
同社が2025年6月に発表した中期経営計画では、生成AIの普及を成長の好機と捉え、生成AIを活用した顧客企業へのデジタルマーケティング支援と生成AIの活用による社内業務の効率化を進めることで、持続的な成長と収益性向上を目指す方針を打ち出した。直近1年間で生成AI技術は予想を上回るスピードで進化を続けており、マーケティング領域においても「生成AI ready」を前提とした施策が求められるようになってきている。同社は、こうした市場環境の変化を好機と捉え、パートナー戦略も積極的に推進しながら受注拡大を図り、2028年3月期に売上高52億円、営業利益5.2億円、営業利益率10%を目指す。生産性向上に継続的に取り組むことで、営業利益率のさらなる向上を目指す。

4. 株主還元策

配当方針は従来と変わらず、配当性向20%程度を目安に安定的な利益還元を行うこととしている。2026年3月期の1株当たり配当金は、2026年4月に東京証券取引所（以下、東証）グロース市場からスタンダード市場に区分変更となったことによる記念配当を実施したことにより、前期比1.0円増配となる7.0円（配当性向28.2%）とした。2027年3月期は普通配当のみで同額の7.0円（同20.2%）を予定している。今後、収益成長により配当性向で20%を下回る状況となれば増配を検討すると考えられる。

Key Points

- ・ 収益構造改革により、2026年3月期は3期ぶりの増収増益
- ・ 生成AIの利活用ニーズ拡大を追い風に、2027年3月期も増収増益を見込む
- ・ 生成AI普及を追い風にして業績は成長ステージに突入へ



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、「生成AIを活用して未来の社会を創造する」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、あるべきUX/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、新規事業開発支援等を行っており、これらはすべて顧客企業の成長を支援することが特徴だ。

会社設立は1999年で、2008年に東証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、2026年4月にスタンダード市場に区分変更した。なお、2019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。2026年3月期末の従業員数は188名(派遣社員含む)である。

### 27年間にわたり、顧客企業の成長を支援してきた豊富な実績が強み

#### 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、顧客との最初の接点となる広告やSNSなどから始まり、オウンドメディアやインターネット通販などのECサイト、アプリケーションを経て、購買などのアクションに導き、その顧客の購買行動を分析して、来訪を促し、顧客のロイヤリティ化を促進することである。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。

同社の強みは創業から27年間、顧客企業の成長を促進するための施策を顧客と協働して培ってきた蓄積にあり、顧客数は累計で1千社以上、プロジェクト数で年間2,800件以上の実績を有する。それぞれの業種、業界で顧客企業の異なった課題に向き合い、その課題解決を顧客企業とともに実現してきた経験は、他の競合企業を寄せ付けない。今後は、急速に普及しつつある生成AIの利活用を推進することで、従来型プロジェクトの効率や品質を向上させるほか、AIエージェントが介在する新たな形態での顧客企業とユーザーの関係性を構築し、顧客企業のデジタルマーケティング戦略の策定を支援していく。

事業概要

3. 同社が想定するコミュニケーションの将来モデル

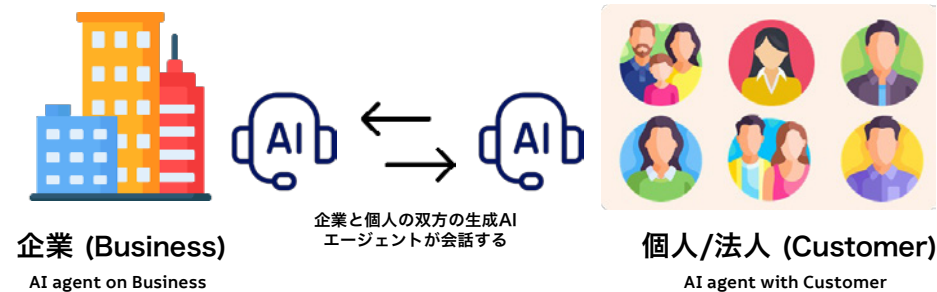
同社では、企業と消費者間のマーケティングコミュニケーションについて、将来的なモデルとなるABAC (AI agent-Based Autonomous Communication) モデル<sup>※</sup>を提唱している。具体的には、近い将来、消費者側の代理人である生成AIエージェントと企業側の代理人である生成AIエージェントが直接会話をして様々な顧客側のニーズを叶えてくれる世界が到来すると予測している。

※「AI agent-Based Autonomous Communication」は、2026年4月に商標登録済み。

例えば、就寝前にちらっと見たYouTubeに出てきたポロシャツが気になったとする。そのポロシャツに近い商品を探しておいてくれと消費者の代理人である生成AIエージェントに頼んでおくと、その消費者の代理人である生成AIエージェントは、消費者が寝ている間に、世界のアパレルメーカーやショッピングサイトの代理人である生成AIエージェントと「自律的 (Autonomous)」に会話をし、このような商品がないか、確認するのである。朝起きると、昨夜に探しておいてくれと頼んだポロシャツが家の前に到着しているかもしれない。そのような将来像を同社では予測し、このような世界が実現するための技術、システム、データベースをどう構築するべきか研究を進めている。

ABACモデル

**AI agent-Based Autonomous Communication**



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

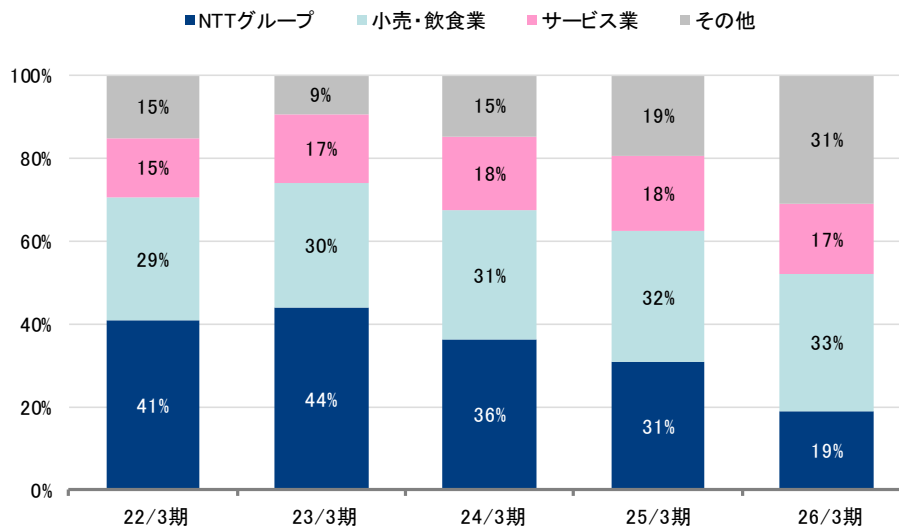
事業概要

4. 生成AIの利活用におけるNTTデータとの協業

生成AI分野に注力していこうとする同社であるが、その親会社のNTTデータは、2025年4月に世界的な生成AIの代表企業であるOpenAI, Inc.と戦略的提携を開始した。NTTデータグループの一員である同社はNTTデータグループが保持する様々な生成AIに関するケイパビリティを最大限活用して、デジタルマーケティング市場における競争力を一段と高めていくことを目指している。

2026年3月期までの5期間の顧客別売上構成比の推移を見ると、NTTデータを中心としたNTTグループは2023年3月期の44%をピークに2026年3月期は19%まで低下した。これは、NTTグループの主要顧客における特定大型プロジェクトの規模が縮小及び終了したことによる。一方、小売・飲食業は30%前後、サービス業は17%前後と構成比としては安定して推移しており、直近2期間では不動産業を中心にその他の業種の構成比が上昇している。2026年3月期の個社別売上構成比では、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) が14.0%と最も高く、次いでNTTデータが13.3%、モスフードサービス<8153>が10.5%となっており、上位3社で売上高の40%弱を占めている。NTTデータ向けに関しては、通信業や金融、自治体向けの協業案件が多い。大型プロジェクトの終了が影響して2023年3月期の34.5%をピークに低下傾向が続いたが、2027年3月期以降はいくつかの協働案件なども手掛けていくことで、中期的には売上構成比で20%強の水準まで引き上げたい考えだ。

業種別売上構成比



出所：有価証券報告書、26/3期は同社へのヒアリングよりフィスコ作成

## 業績動向

### 収益構造改革により、2026年3月期は3期ぶりの増収増益

#### 1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の業績は、売上高で前期比8.7%増の3,672百万円、営業利益で同301.6%増の331百万円、経常利益で同306.2%増の337百万円、当期純利益で173百万円（前期は33百万円の損失）と3期ぶりの増収増益に転じた。新しい経営体制下で2024年夏以降に取り組んできた収益構造改革の成果が顕在化したこと、また2025年春に社内外で「生成AI全振り宣言」を発表し、これまでのUX/CXの向上を基軸としたデジタルマーケティング支援サービスだけでなく、生成AI技術の活用提案を行うなど、顧客ニーズに沿った営業活動を推進したことが好業績につながった。期初計画に対して、売上高、各利益ともに超過達成したほか、2025年10月に発表した修正計画に対しても営業利益、経常利益は上回って着地した。営業利益率は前期の2.4%から9.0%と大きく上昇したが、これは2008年3月期に10.4%を達成して以来の高い水準であり、収益構造が利益の出る体質に転換したものと弊社では評価している。

#### 2026年3月期業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比		増減額	増減率
	実績	売上比	期初計画	修正計画※1	実績	売上比		
売上高	3,377	-	3,500	3,700	3,672	-	294	8.7%
売上原価	2,693	79.8%	-	-	2,784	75.8%	90	3.4%
売上総利益	683	20.2%	-	-	888	24.2%	204	29.8%
販管費	601	17.8%	-	-	556	15.1%	-45	-7.5%
営業利益	82	2.4%	100	250	331	9.0%	249	301.6%
経常利益	83	2.5%	100	250	337	9.2%	254	306.2%
特別損益	-90	-	-	-	-85	-	4	-
当期純利益	-33	-1.0%	69	173	173	4.7%	207	-
期末従業員数※2 (人)	208				188		-20	

※1 修正計画は2025年10月発表値

※2 派遣社員含む

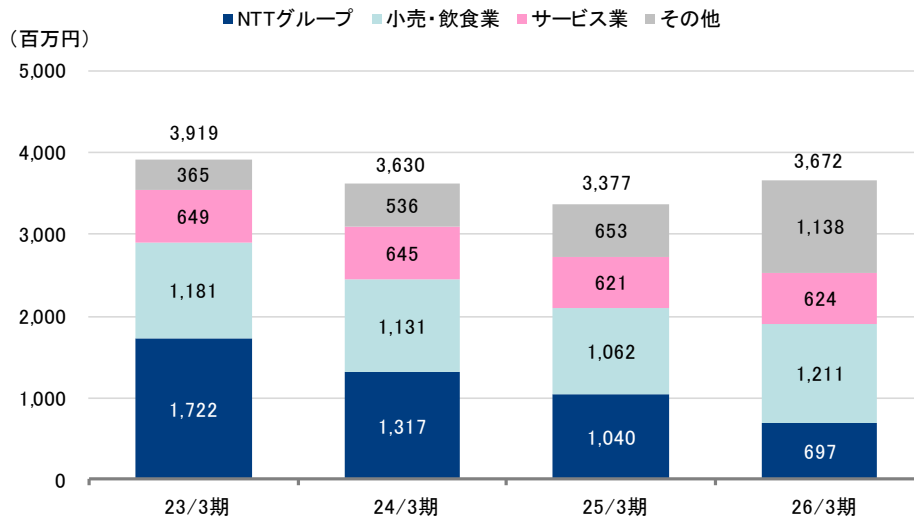
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高について見ると、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により前期比3割減の約7億円と減収基調が続いたほか、サービス業向けが同横ばいの約6億円にとどまった一方で、小売・飲食業向けが主要顧客となるスターバックスやモスフードサービス向けを中心に同1割増の約12億円と伸長したほか、不動産業などその他業界向けが新規顧客の獲得が進んだこともあって同7割増の約11億円と大幅増となったことが増収要因である。CXの向上を基軸としたCRM基盤システムの構築プロジェクトなどフルファンネルマーケティング※1支援案件が好調に推移したほか、ゼロクリック検索の普及による企業Webサイトへの訪問者数減少に対処するための、AIO※2対策などのニーズが増加した。また、前期は受注見積りみの段階で顧客先の要求を満たせず、失注するケースが散見されたが、こうした失注例を分析し、付加価値を生む提案力の強化に努めたことで、コンペでの受注率も上昇した。特に、生成AIの技術進화가予想を上回るペースで進むなか、マーケティング支援領域においても下期以降は提案内容のなかに生成AI活用を含めることがほぼ必須の状況となってきてようだ。

※1 消費者が商品やサービスを認知し、購入し、その後レポート（ロイヤリティ化）するまでの一連のプロセスを包括的にとらえる考え方で、顧客の行動を「認知」「興味・関心」「比較・検討」「行動」の4つの段階に分け、それぞれに適したマーケティング施策を実施することでLTV（Life Time Value：顧客生涯価値）の最大化を目指す。  
 ※2 AI Optimization（AI最適化）の略で、生成AIが回答を作成する際に、自社Webサイトのコンテンツが引用・要約されやすくなるよう、コンテンツの内容や見せ方を最適化する施策。

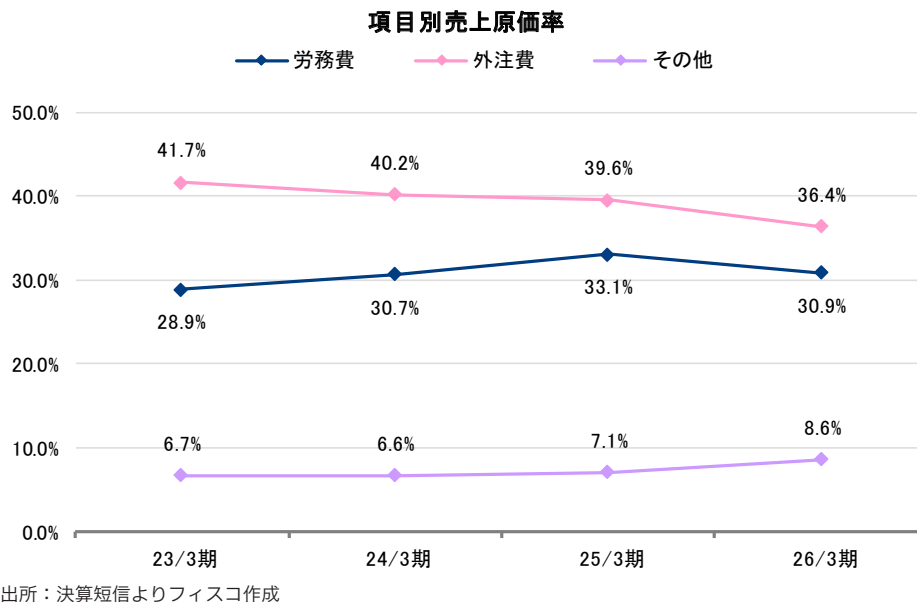
業種別売上高



出所：有価証券報告書、26/3期は同社へのヒアリングによりフィスコ作成

## 業績動向

売上原価率は75.8%と前期比で4.0ポイント改善した。プロジェクト管理を強化し、外注費の抑制と要員の最適配置による稼働率向上により、プロジェクト当たりの収益性が改善した。ここ数年は外注費を抑制しても労務費率が上昇するなど原価率の改善が進まなかったが、2026年3月期は増収に転じたこともあって、外注費率だけでなく労務費率も低下した。外注費と労務費を合計した人件費関連の対売上比率で見ると、前期比5.4ポイント減の67.3%となるなど4期ぶりに60%台に低下した。同社では外注費も含めた人件費率については、高付加価値案件の獲得や人員のスキルアップに取り組むことで、さらに引き下げられる余地があると見ている。金額ベースでは外注費が同横ばいの1,337百万円、労務費が同1.3%増の1,133百万円となった。なお、その他の比率が8.6%と同1.5ポイント上昇したが、主にソフト使用料や支払手数料の増加による。同社の間接部門人員の構成比が低下したことで、全社で使用するソフト使用料等の売上原価への配分比率が上昇した影響が大きい。



販管費は同45百万円減少の556百万円となった。生成AIツールの積極活用による業務効率の向上や、組織の見直しによる柔軟な人員配置が可能となったことで人件費が減少したほか、各種経費の抑制に取り組んだことも減少要因である。期末の従業員数(派遣社員含む)は間接部門のスリム化が進んだことで、前期末比20名減の188名となった。そのほか、特別損失として中長期的な企業価値向上を目的とした財務戦略検討のためのコンサルティング費用85百万円を計上したが、同費用は一時的なものである。

## 無借金経営で財務内容は良好、手元資金は成長投資と株主還元に充当

### 2. 財務状況と経営指標

2026年3月期末の財務状況は、資産合計が前期末比292百万円増加の3,428百万円となった。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、売掛金が208百万円それぞれ増加した。固定資産では有形固定資産と無形固定資産がそれぞれ2百万円減少した一方で、繰延税金資産が14百万円増加したほか敷金及び保証金が4百万円増加した。

負債合計は前期末比160百万円増加の654百万円となった。未払法人税等及び未払消費税等が100百万円増加したほか未払金が34百万円、未払費用が20百万円増加した。また、純資産合計は同131百万円増加の2,773百万円となった。当期純利益173百万円の計上と配当金支出41百万円により、利益剰余金が増加した。

経営指標については、自己資本比率が80.9%と高水準を維持しており、無借金経営で現金及び預金が2,247百万円と事業規模からすると問題のない水準を確保していることから、財務内容は健全な状態にあると判断できる。手元資金については、M&A・アライアンスも含めた成長投資と株主還元に充当する方針だ。M&A・アライアンスの対象は、生成AIをコア技術とするスタートアップ企業を想定している。M&A戦略の一例として、まずは協業からスタートし、シナジーが見込めると判断した場合に出資を行い、最終的に子会社化するといったケースが想定される。協業については既に複数社と実施している。生成AIの技術進歩が急速に進む中で、M&A・アライアンス戦略の積極的な推進が今後の同社の成長性を左右すると見られるだけに、今後の動向が注目される。

### 貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/3期末	24/3期末	25/3期末	26/3期末	増減
流動資産	3,075	3,003	3,049	3,328	279
（現金及び預金）	2,220	2,160	2,188	2,247	59
固定資産	101	185	86	99	13
資産合計	3,176	3,188	3,135	3,428	292
流動負債	520	464	488	649	161
固定負債	5	7	5	5	-0
負債合計	525	471	494	654	160
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産合計	2,651	2,717	2,641	2,773	131
<安全性>					
自己資本比率	83.5%	85.2%	84.2%	80.9%	-3.3pp
有利子負債比率	-	-	-	-	-
<収益性>					
ROA	8.9%	4.5%	2.6%	10.3%	7.7pp
ROE	7.8%	4.0%	-1.3%	6.4%	7.7pp
売上高営業利益率	7.2%	4.0%	2.4%	9.0%	6.6pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 生成AIの利活用ニーズ拡大を追い風に、 2027年3月期も増収増益を見込む

#### 1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績は、売上高で前期比11.6%増の4,100百万円、営業利益で同5.5%増の350百万円、経常利益で同5.2%増の355百万円、当期純利益で同39.8%増の243百万円を見込んでいる。物価の上昇や中東情勢の混迷が続く中で、景気の先行き不透明感は強まっているものの、生成AIの急速な普及によって、BtoC企業を中心にデジタルマーケティング戦略について「生成AI Ready」を前提に策定する動きが本格化することが予想され、同社にとっては収益をさらに拡大する好機になると見られる。

実際、顧客企業から生成AIをテーマとした相談件数も増えており、フルファネルマーケティング支援のなかに生成AIソリューションを盛り込むなど、複数のソリューションを総合的に提供することで受注拡大を目指す。また、多様なパートナー企業との共創により、デジタル技術と生成AI技術を融合した次世代プロダクトや新サービスの開発も推進していく。

売上高は主要顧客向けで2ケタ増収を見込んでいるほか、低迷が続いたNTTデータ向けも生成AI関連の協業案件を獲得することで4期ぶりの増収を目指す。将来、主要取引先に育つ可能性のある新規顧客の開拓も引き続き注力していく。利益面では、成長の源泉となる優秀な人材の確保・育成を最重要課題と位置付け、採用活動を強化するとともに、デジタル人材を育成する独自の教育研修プログラムを推進していく。中途採用数としては20名程度を計画しており、これら人材投資費用の増加と戦力化までの一時的な生産性低下などを織り込み、営業利益率は前期の9.0%から8.5%と保守的に予想している。

#### 2027年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	26/3期		予想	27/3期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	3,672	-	4,100	-	11.6%
営業利益	331	9.0%	350	8.5%	5.5%
経常利益	337	9.2%	355	8.7%	5.2%
当期純利益	173	4.7%	243	5.9%	39.8%
1株当たり当期純利益(円)	24.84		34.72		

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 今後の見通し

パートナー戦略の具体的な動きとして、2025年7月に世界2千社以上のグローバル企業に導入実績を持つカスタマーエンゲージメントプラットフォーム「Braze」を提供するBraze (株) (本社：米国) とパートナーシップ契約を締結したの続き、同年8月にはデジタル分析プラットフォームの業界リーダーであるAmplitude, Inc. (米国) と、2026年3月にはモバイルアプリの計測・分析及びアドフraud (広告不正) 防止における業界のリーディングカンパニーであるadjust (株) (本社：ドイツ) とパートナーシップ契約を相次いで締結した。消費者と企業のデジタル接点がモバイルアプリに急速にシフトしており、モバイルアプリを通じたUXの向上は企業の重要な経営課題となってきている。これらの先進的なツールを連携させることでモバイルアプリの行動履歴をより正確に可視化し、さらにモバイルアプリ以外のデジタル接点 (パソコン等) データも統合して、顧客企業のデジタルマーケティング投資の費用対効果の最大化を実現する。特に、AIによる予測やパーソナライゼーションの成果を左右するのは「データの質」であり、正確な流入経路の計測データが、その後の分析とAI活用の成否を握るため、「生成AI Ready」を前提とした提案を行うことで顧客ニーズに応えていく。

また、2026年2月にMastercard (本社：米国) と、ビジネス予測・分析プラットフォーム「Test & Learn」に関するパートナーシップ契約を締結した。同ツールは実際の市場での施策を小規模にテストし、その効果を機械学習アルゴリズムにより科学的に測定することで、本格導入前の確信を持った意思決定による費用対効果の最大化を実現する。具体的には、商品・サービスの価格設定や、プロモーション施策、出店計画などの予測分析が可能で、世界中で300社超のグローバル企業に導入されている。同社は小売・飲食業界の顧客が多く、これらの企業を中心に導入提案を進めていく。

## 生成AI普及を追い風にして業績は成長ステージに突入へ

### 2. 中期経営計画

#### (1) 中期経営計画の概要

同社は2025年6月に3ヶ年の中期経営計画を発表した。2024年6月に代表取締役社長CEOに就任した廣中氏の強いリーダーシップの下、「生成AIを最大限活用することに全振りする」ことを活動指針として掲げた。今後3年間で、「戦う市場領域を高付加価値領域、戦う社員を高付加価値人材へと転換」「企業のマーケティング領域をデジタル×AIで支援」「売上高営業利益率を安定的に10%計上する仕組みをつくる」「市場における当社ブランディングを強化する」の4点の実現に向けた取り組みを推進中だ。

営業戦略としては、重点顧客 (年間取引高5億円以上) を増やすべく、候補企業となりうる新規顧客 (年間取引高1~5億円) の開拓と育成に注力していく。ロングテールの顧客企業群 (取引高1億円以下) については、徹底的に生成AIを活用することで収益性の向上を図っていく。また、NTTデータグループとの協業についても生成AIの利活用をテーマとしたコンサルティング案件を中心に拡大を目指す。NTTデータグループは2025年4月に、OpenAIと戦略的提携を発表し、OpenAIの国内初の販売代理店として「ChatGPT Enterprise」の提供を開始している。今後、各業界に特化したAIエージェントの開発プロジェクト等において同社が参画する可能性がある。

## 今後の見通し

業績目標としては、2028年3月期に売上高52億円、営業利益5.2億円、営業利益率10%を掲げている。2026年3月期を生成AIを事業面で利活用する転換期と位置付けて受注の拡大と生産性向上に取り組み、既述のとおり売上高、営業利益ともに当初計画を超過達成し、順調な滑り出しとなった。2027年3月期は売上計画を当初目標の41.0億円に据え置き、営業利益は2.0億円から3.5億円に引き上げた。同社では、生成AI技術が予想を上回るペースで進化している状況を鑑み、「生成AI Ready」を前提としたフルファンネルマーケティング支援を強化する考えで、中期経営計画についても今後見直す予定だ。プロジェクトの生産性については、社内での生成AIの活用によるさらなる引き上げも可能と見ており、将来的には従業員数200名程度で売上規模を現在の2倍程度にまで拡大し、利益率も10%をさらに上回る水準に達することを見据えている。

## 事業計画

(単位：億円)

	26/3期		27/3期		28/3期
	当初計画	実績	当初計画	直近計画	当初計画
売上高	35.0	36.7	41.0	41.0	52.0
営業利益	1.0	3.3	2.0	3.5	5.2
(利益率)	2.9%	9.0%	4.9%	8.5%	10.0%

注：当初計画は2025年6月発表値

出所：決算短信、新中期経営計画資料よりフィスコ作成

## (2) 生成AIの重点領域

## a) 既存顧客のデジタルメディアを生成AI仕様に転換

インターネットを使った情報の検索行動において、これまではブラウザ検索が中心であり、企業はデジタルメディア(自社Webサイト)について、ブラウザ検索のアルゴリズムに沿った形でSEO対策を進めてきた。しかし、ここ1~2年で探索行動が生成AIツールに移行してきた影響でブラウザ検索による流入件数が減少傾向にあり、これに対処するためデジタルメディアもAIO/LLMO対策に対応した仕様に変換するといったニーズが増加している。UX/CXを起点にこれまで数多くの企業のデジタルメディアを手掛けてきた同社にとっては、受注拡大の好機となる。

## b) 生成AIツールの活用で社内外の生産性を向上

生成AIツールを積極的に活用することで、社内外での生産性向上を推進する。既にその効果は原価率の改善や販管費の抑制などで顕在化し始めているが、今後もさらなる活用の推進によって全体の収益性向上につなげていく。社外での活用例としては、デジタルメディアの開発に生成AI技術を活用することで受注単価は従前とほぼ同水準ながらも要員数を削減できている。また、ホテル業界における夜間のフロント電話対応業務や、コールセンター業務の一部でAIツールの導入実績が増えてきている。

## c) ABACモデル時代の企業側のAIエージェント開発に注力

同社では近い将来、企業と顧客(消費者等)のコミュニケーションが、双方のAIエージェントで完結する世界が到来することを想定しており、これを同社ではABACモデルと呼称している。この新しい時代に向けたサービス展開の第1段階として、企業側のAIエージェントの開発を進めている。OpenAIと戦略提携したNTTデータグループとの協働により競合他社に対する優位性も高まるものと見ている。

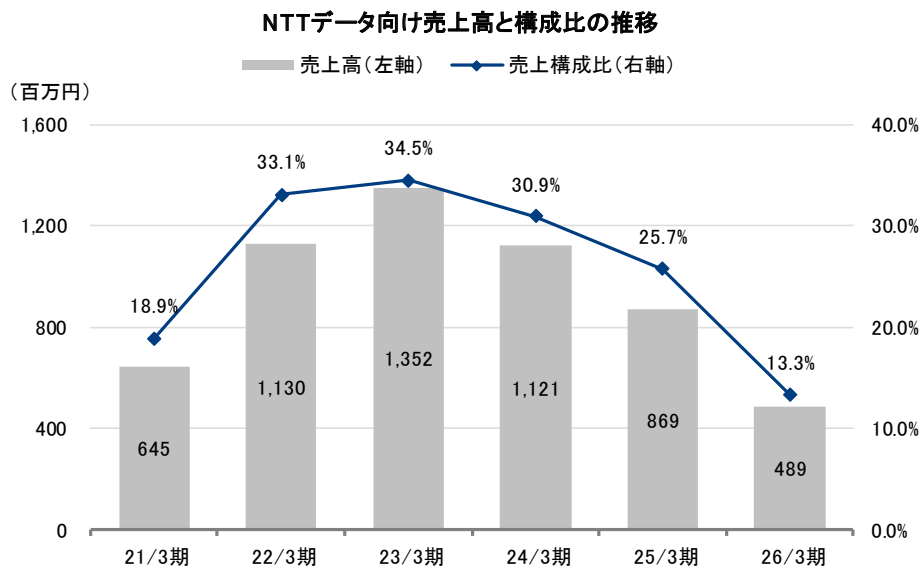
今後の見通し

**(3) 人材戦略**

人材戦略については、生成AI関連の技術者の育成・採用を強化している。育成については社内でのリスキリングを実施しつつ、キャリア採用についてはエージェンツ会社を絞り込み、インセンティブを増やしても優秀な人材の採用を進める考えだ。また、生成AI領域でのブランド力強化を採用力の向上につなげるべく、生成AI活用事例を積極的にPRしているほか、カンファレンスなどでの発表も行い認知度の向上を図っている。また、中長期的な視野で事業の主軸となる人材を定め、戦略的に確保・育成するとともに、それらの人材のパフォーマンスを最大化するための人事制度改革にも着手している。具体的な導入時期は未定だが、なるべく早期に新制度の運用を開始したい考えだ。なお、採用に関しては従来、キャリア採用のみであったが、今後は新卒採用の開始も検討している。生成AI関連の技術者は引く手あまたで採用数も限られるため、新卒からの採用・育成も選択肢の1つとなる。

**(4) NTTデータグループとの協業**

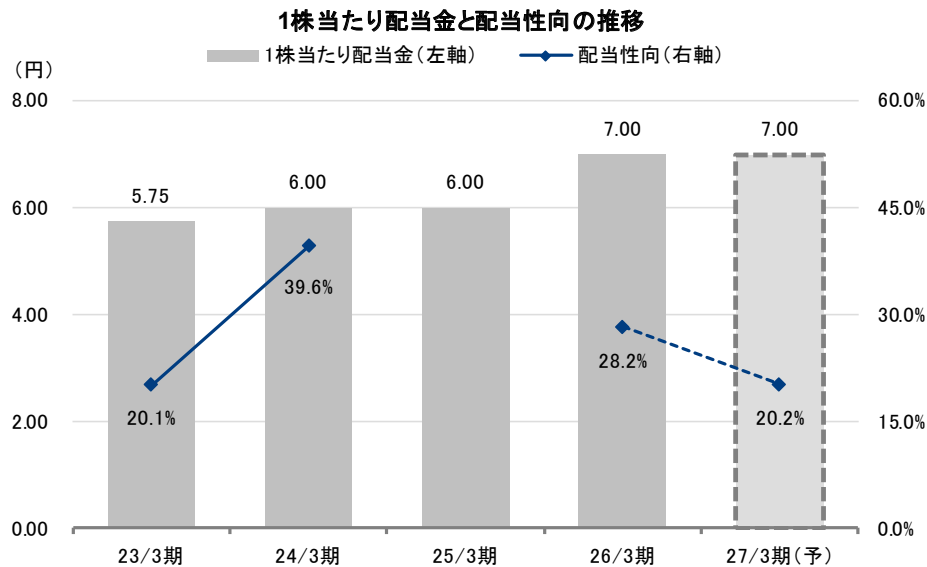
NTTデータとの資本業務提携以降、NTTデータが持つ顧客資産や技術力を背景として、案件拡大や新規顧客の開拓など一定の成果に結びつけてきた。直近は特定案件の規模縮小及び終了により減収基調が続き、2026年3月期の売上構成比は13.3%とピークであった2023年3月期の34.5%から半分以下の水準に低下したものの、2027年3月期以降はいくつかの協働案件なども手掛けていくことで、中期的には売上構成比で20%強の水準まで引き上げたい考えだ。



## 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ことを基本方針としている。2026年3月期の1株当たり配当金は東証スタンダード市場への上場記念配当1.0円を実施することを発表し、前期比で1.0円増配となる7.0円(配当性向28.2%)とした。2027年3月期は記念配当が剥落するものの、普通配当で7.0円(同20.2%)を予定している。今後、収益成長により配当性向で20%を下回る状況となれば増配を検討すると考えられる。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。



注：26/3期は記念配当1.0円を含む

出所：決算短信、会社リリースよりフィスコ作成

#### 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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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