

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

True Data

4416 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年12月26日(月)

執筆：客員アナリスト

石灰達夫

FISCO Ltd. Analyst **Tatsuo Ishibai**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期第2四半期累計業績の概要	02
2. 2023年3月期の業績見通し	02
3. 中長期の成長戦略の概要	03
■ 会社概要	04
■ 事業概要	06
1. 事業内容	06
2. 特色・強み	09
3. 市場環境の展望	11
■ 業績動向	12
1. 2023年3月期第2四半期の業績動向	12
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
■ 中長期的な成長戦略	18
■ サステナビリティ経営	21
■ 株主還元策	22

■ 要約

ID-POS データを活用したマーケティングサービスを提供し、成長を継続。 2023年3月期第2四半期累計は黒字転換し、通期業績予想も上方修正

True Data<4416>は「データと知恵で未来をつくる」という理念のもと、ビッグデータを用いたマーケティングサービスを、企業や自治体の持続的な成長や業務品質向上に貢献することを目的として展開している。既存のマーケティング概念を進め、次世代型のマーケティングサービスを実現し提供する企業である。具体的には、顧客ID（スーパーマーケットやドラッグストア会員のID）付きPOSデータ※（以下「ID-POSデータ」）を活用して、消費財メーカーや小売業向けに、マーケティングサービスを提供するビッグデータプラットフォームを運営している。ID-POSデータを利用したSaaS型分析システムでは、人を軸に消費者購買データを分析することで、年代や性別などの属性が購買データと紐づけられるため、顧客のリピート率が高い商品やカテゴリーのデータを分析し消費者の購買行動を確認できる。顧客の購買商品と購買行動を同時に分析することが可能であることから、商品がどれだけ売れたかという売れ筋商品の特定だけでなく、他の製品から乗り換えた（スイッチング）というような多様な分析が行える。同社の資料によると、ID-POSデータとして取り扱う購買データの年間レシート合計金額は2021年4月～2022年3月の1年間に合計で、4兆8000億円であり、同時期の年間アクティブ数（購入実績のあるポイントカード会員数）は約6,000万人規模に達する。マーケティングの改善につながるサービスを主力にして新規顧客を開拓しながら成長を続けている。また、2022年1月にFPTソフトウェア（本社：ベトナム）と業務提携したほか、同年3月に株式会社プラネットと「POSデータクレンジングサービス」を共同で開発し、データ整備のアウトソーシングサービスとして提供を行う業務提携契約を締結するなど、積極的な戦略的提携により事業領域を拡充している。

※ POSはPoint of Salesの略。POSレジで商品が売れた時に蓄積される「販売実績」を記録したデータのこと。POSデータには販売金額以外にも、どの商品が、いつ、どこで、いくらで、どのくらい販売されたか、という情報が含まれる。

要約

1. 2023年3月期第2四半期累計業績の概要

2023年3月期第2四半期累計（2022年4月～9月）の業績は、売上高が前年同期比13.9%増の709百万円、売上総利益が同27.5%増の383百万円、営業利益は44百万円、経常利益が42百万円、四半期純利益が40百万円となった。営業利益、経常利益、四半期純利益は黒字転換となった。同社の売上高は堅調に推移している。同社は全国に広がるドラッグストアやスーパーマーケットなどの小売店における消費者購買ビッグデータを小売企業や消費財メーカーが、マーケティングに活用するためのDXソリューション※¹の提供をしているが、今日、DXを用いたデジタルソリューションは日本企業の社会課題となっておりそのニーズが高まっていることが好調な業績の背景にある。その結果、同社の売上高全体の78.9%を占めているストック型サービス※²の既存顧客の使用が継続し、新規顧客の案件を順調に積み上げることができた。費用面では売上原価と販売管理費を合わせて同6.2%増の665百万円となった。売上原価が1.2%増の326百万円、販売管理費が11.6%増の338百万円となった。売上原価を押し上げる要因となったものは、新たな観光業向けのDX案件に関する業務委託費の増加であり40百万円（対前年同期比+21百万円）だった。販売管理費を押し上げる要因となったものは人員増強のための人件費で248百万円（対前年同期比+22百万円）であった。営業利益面では売上高の増加率13.9%が費用面での増加率6.2%の増加分を吸収し、黒字転換となった。一般的に同社のようなクラウド型サービスの特徴として売り上げ規模が拡大したとしても、費用面のコストは抑えられるという特徴があげられる。同社の利益構造もこの特徴を有しており、営業利益は44百万円となった。

※¹ DXはデジタルトランスフォーメーション。ここではデジタルを活用し事業モデルを進化させる意味合い。

※² ストック型サービスはクラウド上に仕組を作り、月次課金型の売上があがるビジネスモデル。

2. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期通期の業績予想は売上高を据え置きし、売上総利益、営業利益、経常利益、当期純利益を上方修正した。売上高で前期比11.9%増の1,470百万円、営業利益で同104.5%増の46百万円としている。売上高・営業利益ともに増収増益、通期では過去最高利益を更新する見通しだ。為替の円安進展に伴い国内でも幅広い物価上昇が続き、景気の先行き不透明感が強まる一方で、足元の契約取引社数は引き続き順調に推移している。ストック型売上における商品別売上高では各プロダクトの受注状況が引き続き堅調であることに加えて、ID-POSデータの積み上げも引き続き増加しており、データとしての母数が大きくなることでデータ精度が向上し続けている。データの信頼性・利便性が増していることにより、各プロダクトの利用者が増える公算は大きい。一方、1Qで売上高に寄与したスポット案件が2Qは減少した。同社全体の売上高の減少になる要因とはならないものの、スポット案件の獲得のサイクルによる反動減が響いたようだ。同社は今後も引き続き主力サービスである消費財メーカー向けサービス「イーグルアイ」「ドルフィンアイ」、小売業向けサービス「ショッピングスキャン」の販売体制を強化し既存顧客の維持をしながら、新規顧客獲得して事業を拡大に注力していく方針。内部の人員体制をはじめとした事業体制の構築も進められており、弊社では通期の業績予想を達成する可能性は高いと考える。

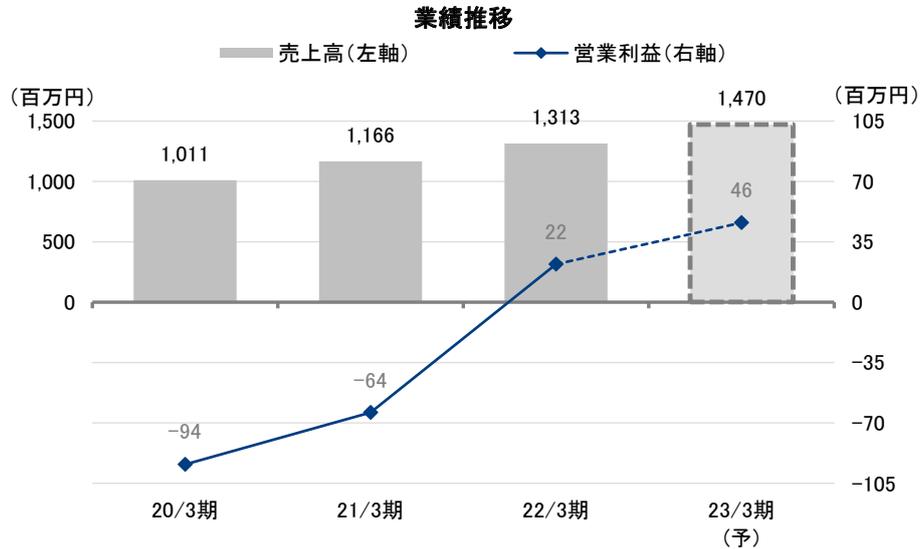
3. 中長期の成長戦略の概要

同社は中長期の成長戦略として「国内市場シェア拡大」「新規領域開拓」「海外市場への展開」を基本的な戦略として推進している。国内市場シェア拡大については、既存事業であるストック型サービスを中心に、毎年 11% から 12% 程度の売上成長率を目標に取り組みたいとしている。「契約件数の増加×客単価の向上」の双方から売上を拡大させていく。同社のサービスは生産性向上と同時に多種多様な分析機能も備えており顧客層の幅広いニーズに応えることができるため、契約件数の積み上げによる増加は、ワンストップソリューション（データの収集・精製・活用）を生かし新規の潜在顧客にアプローチを行う。既存顧客の解約率は低い状態で維持されているが、さらに低減させることにも注力している。プラットフォームとして日々、データが積みあがることによるビッグデータの規模拡大や、顧客のニーズの大きいデータの前処理作業を整備するアウトソーシングサービスである「POS データクレンジングサービス」を投入するなど、顧客ニーズに合った質の高い商品・サービスを提供することで顧客満足度の向上を図る。新規領域開拓については、業務提携などを行いながらアナリティクス領域、デジタル広告領域へと事業を拡大していく方針だ。同社はすでに花王 <4452>、味の素 <2802>、第一三共 <4568> など 200 社以上のメーカー等と取引実績があるため、顧客の事業や業務への理解を生かした新サービスを開発し、売上増加のために新規大手顧客獲得も積極的に取り組む。既存サービスのノウハウを既存顧客の内部に横展開をしながら事業拡大にも注力していく方針だ。また、小売業毎の購買データサービスや消費者の購買データサービスを用いた、さまざまなビッグデータをかけ合わせたサービスも新規顧客のニーズに応え需要を取り込み新規顧客の獲得が期待される。海外市場への展開も具体的な取り組みを進めている。日本で培ってきたノウハウをパッケージ化して横展開を進めている。2022 年 1 月に FPT コーポレーションの中核企業で、ベトナム最大級の ICT 企業である FPT ソフトウェアと業務提携し、FPT ソフトウェアグループの TRANDATA と資本業務提携を結んでいる。同社のサービスはビジネスモデルの特性上、海外展開を行う上での出資を低く抑えながら展開できるという強みがある。成長著しいアジア圏をメインに海外展開を拡大していく。市場構造の変化を追い風にして同社の成長ポテンシャルは高まっており、需要の増加に的確に対応することができれば、今後も年率 2 桁台の成長を継続していくことは可能だと弊社では見ている。

Key Points

- ・売上・利益ともに堅調で 2023 年 3 月期第 2 四半期累計は黒字転換
- ・2023 年 3 月期通期業績予想の利益を上方修正
- ・既存事業の強みと新サービスの開発により成長戦略を展開、今後も年率 2 桁成長を目指す

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

データ・テクノロジー・活用ノウハウを有し ビッグデータプラットフォームを展開、 「高品質」「費用対効果の最大化」を追求

同社は2000年10月、小売業向けマーケティング支援を行うカスタマー・コミュニケーションズ(株)として設立された。事業規模が小さく経営も安定していなかったため、ビジネスモデルを模索する状況のなか、2012年12月に米倉裕之氏が代表取締役社長に就任した。転機となったのは、同社のコア事業を現在の消費者購買データを用いた、マーケティングプラットフォーム事業へと転換させたことである。

データを活用して小売業者と消費財メーカーにマーケティング支援を行うためのマーケティングサービスを開始した。2014年3月にスーパーマーケットやドラッグストアなどからID-POSデータを取得して、小売業者向けに自社データに基づくマーケティングサービス機能を提供する「ショッピングスキャン」をリリースし、2014年11月には消費財メーカー向けにID-POSデータに基づく消費者購買行動を分析・可視化できる「イーグルアイ」をリリースした。2017年7月に社名を「(株)True Data」に変更した。以後、データ・テクノロジー・活用ノウハウの3領域を有すビッグデータプラットフォームサービスの運営・開発を中心に業績を伸ばしていくことになる。2021年12月に東京証券取引所マザーズ市場に株式上場を果たし、2022年4月に東京証券取引所の市場区分見直しによりマザーズ市場からグロース市場へ移行。2022年3月時点で取り扱う購買データ量の合計金額を年間4兆8,000億円に積み上げ、イーグルアイの契約社数を129社(第2四半期末時点)としている。

会社概要

会社沿革

年月	主な事項
2000年10月	三菱商事株式会社の戦略的子会社として、同社が50.3%出資してCRM事業を主業とするカスタマー・コミュニケーションズ株式会社(資本金400,000千円)を東京都港区芝四丁目に設立。購買者の行動が分析できるカスタマースキャンサービス開始
2001年10月	東京都港区高輪二丁目に本社移転
2008年11月	株式譲渡により、株式会社プラネットが筆頭株主となる
2009年9月	東京都港区芝公園二丁目に本社移転
2014年3月	小売業向けに、ID-POSデータの分析および消費財メーカーへのデータ開示サービスを可能にする「ショッピングスキャン」をリリース
2014年5月	メイン事業をアウトソーシング受託事業から消費者購買データのマーケティングプラットフォームとしてビジネスモデルを刷新。株式会社産業革新機構(現株式会社INCJ)等を引受先とする第三者割当増資を実施、資本金を979,010千円に増資
2014年9月	東京都港区芝大門一丁目の現在地へ本社移転
2014年11月	消費財メーカー向けに、ID-POSデータの分析を可能にする消費者の購買行動分析 SaaS「イーグルアイ」をリリース
2015年3月	全国各地の消費者の購買傾向を可視化するダッシュボード「ウレコン」をインターネット経由で無償にて提供開始
2016年1月	株式会社デジタルガレージと資本業務提携を締結
2016年7月	「簡単」「高速」な消費者の購買トレンド分析 SaaS「ドルフィンアイ」をリリース
2017年7月	カスタマー・コミュニケーションズ株式会社から株式会社 True Data へ商号変更
2017年9月	ニールセン・カンパニー合同会社と戦略的提携契約を締結
2018年1月	株式譲渡により、ニールセン・カンパニー合同会社が株主となる
2018年6月	監査等委員会設置会社へ移行
2019年6月	Google Cloud パートナープログラムにおいて Build パートナーの認定を受け、データ管理・分析・運用基盤システムの刷新に着手
2019年11月	デジタル広告枠のリアルタイムな自動買い付けのターゲティング精度を向上させるために、True Data (リアル店舗の購買データ) と Oracle Data Cloud (オンラインのオーディエンスデータ) の連携を実現し、オンライン・オフライン両データによるターゲティングソリューションの協業開始
2020年4月	Google Cloud パートナープログラムにおいて Co-sell パートナーに認定され、同社と Google LLC が SaaS 販売の協同体となる
2020年7月	同社のデータ管理・分析・運用基盤システムをクラウド環境へ移行完了。多様な消費者ビッグデータをかけ合わせて全国各地の生活者の暮らしをデータ化し、AI や商圏分析などマーケティング活用に提供する「KURASHI360」をリリース
2020年9月	Looker Data Sciences, Inc. よりリテールマーケティング (DX) のパートナー認定を受け、協業体制を構築
2020年12月	SAP SE より CX エコシステムに連携するスタートアップとしてパートナー認定を受け、協業体制を構築
2021年11月	Google Cloud パートナープログラムにおいて Service パートナーの認定を受け、協業体制を強化
2021年12月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2022年1月	FPT ソフトウェア (本社: ベトナム) と業務提携契約を締結し、その子会社である TRANDATA TECHNOLOGY ENGINEERING JOINT STOCK COMPANY が実施する第三者割当増資の引き受けを行う資本業務提携契約を締結
2022年3月	株式会社プラネットと「POS データクレンジングサービス」を共同で開発し、データ整備のアウトソーシングサービスとして提供を行う業務提携契約を締結
2022年4月	東京証券取引所の市場区分見直しによりマザーズ市場からグロース市場へ移行

出所: 有価証券報告書、会社ホームページ、会社リリースよりフィスコ作成

■ 事業概要

次世代型のマーケティングサービスを提供 ビッグデータの分析を行い、データを最大限に活用する

1. 事業内容

同社はドラッグストア、スーパーマーケット等の ID-POS データを活用した分析・ツールの提供など、データマーケティングに関するサービスの提供を主な事業として展開している。各小売業から連携されるバラバラなフォーマットのデータを商品やカテゴリの分類などを整備し、フォーマットなどの整形を行い、ユーザーが使いやすいかたちにして提供する。個々の小売業が自社のデータを分析するだけでなく、小売業名や購入者の情報が特定できないよう統計化した上で、全国の購買データとしてパネル化しメーカーなど様々な企業に提供され、マーケティングなどに活用される。この一連のプロセスにより、同社のサービスを利用するユーザーは、最短で、店頭で売り上げが立った 2 日後に購買データを分析・活用することができる。

True Data の事業モデル

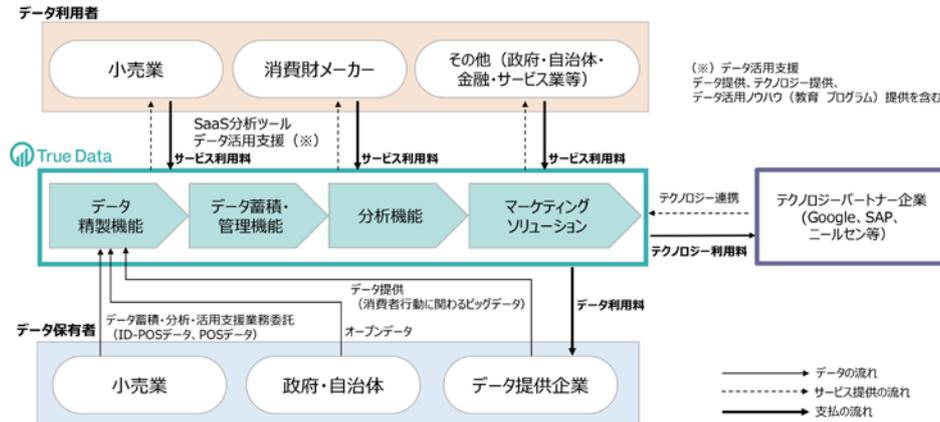


出所：決算説明資料より掲載

同社のビッグデータプラットフォームは、データ品質管理における「高品質」と「最大限の効率」という価値観に重点を置き、データを活用した DX に必要な「データ」「テクノロジー」「活用ノウハウ」の 3 つの領域でサービスを提供する。ID-POS データには性別、年代、地域、購買履歴などのさまざまな情報が含まれるため、品質と安全性を確保するプロセスの下で精緻に管理している。同サービスを利用するユーザーは、新規顧客の獲得、優良顧客の囲い込み、広告のターゲティングなど、それぞれの目的に応じてデータを安心・安全に活用でき、さまざまな場面でデータドリブンな意思決定が可能となる。

事業概要

事業構造



出所：決算説明資料より掲載

現在、DX化の流れが社会的に急速に進んでおり、ビジネス環境変化のスピードに対応するため、業務提携をしながら自社経営のスピードを上げることも合理的な経営戦略となる。同社は、他企業との協業をする場合、先述の3領域（データ・テクノロジー・活用ノウハウ）のいずれかを提供し、必要な分野の強化を双方が行い相互のシナジーを生かす関係を組み立てやすい特徴がある。人材、資金、時間、ノウハウなど、さまざまなリソースを補完できるため、リスクを抑えながら新規事業に取り組むことが可能となる。同社のビジネスは、データ保有者からデータ利用者へのサービス価値を有料で提供するデータプラットフォームをベースとする。同プラットフォームは、ビッグデータとAI技術を活用し、データを収益化する一方、データ利用者が必要とするマーケティング施策や販売戦略の材料・根拠となるデータを、提供することを目的としている。同社はデータサイエンティストのチームを自社に持ち、プラットフォームの改善とデータ保有者と利用者の双方への価値提供を行うビジネスモデルに取り組んでいる。

主カサービスは小売業向けの「ショッピングスキャン」と、消費財メーカー向けの「イーグルアイ」である。

サービスラインナップ



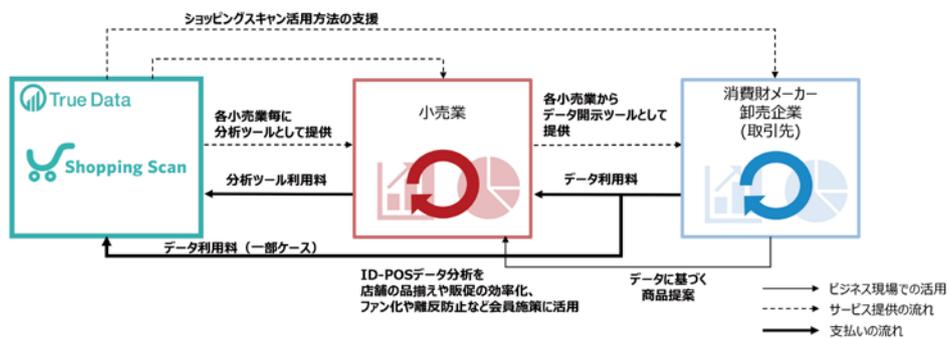
出所：決算説明資料より掲載

事業概要

(1) ショッピングスキャン

スーパーマーケットやドラッグストアなどの小売業が自社の購買データを分析するための SaaS 型のサービスで、顧客の消費行動を明らかにする用途で用いられる。同社は、小売店から分析ツールの利用料を受け取り、小売業者はツールを利用して購買データ分析を行う。一方でショッピングスキャンは、小売業者が自社の ID-POS データや各種分析メニューを消費財メーカーに開示し、消費財メーカーから利用料を得る機能も備えている。よって、消費財メーカーの営業担当者が小売業へ、データ分析に基づいた商品提案を行う等の目的でも利用できる。

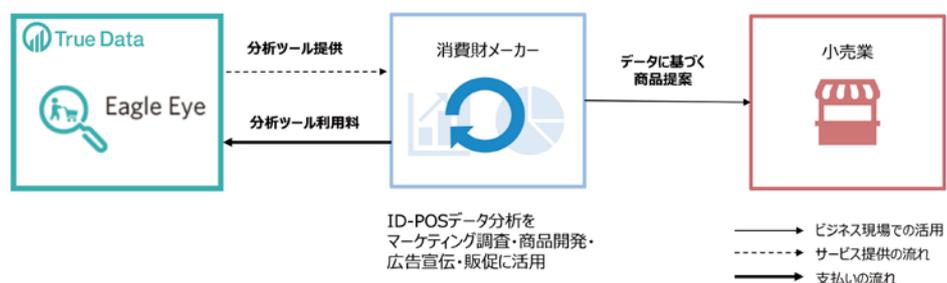
ショッピングスキャンのビジネスモデル



(2) イーグルアイ

全国の小売業で発生した購買データを統計化して消費行動全体を可視化することで、国内の消費傾向の把握、市場の変化がどのようになっているかを把握することができる、おもに消費財メーカー向けの SaaS 型のサービスである。ID-POS データの可視化によって顧客の購買行動、競合他社との比較、広告や施策の効果測定を確認することができ、実用性のあるマーケティングに必要な分析が可能となる。たとえば、商品をリニューアルする際に、既存商品と競合商品の購入者層を比較して商品開発に役立てたり、リニューアル後の自社商品に競合商品からどれくらいの流入があったのかを分析したりすることが可能。最短で2日前のデータが反映されるため、効果的かつ効率的なマーケティングキャンペーンを設計する上でも有用である。

イーグルアイのビジネスモデル



事業概要

(3) その他のサービス

ドルフィンアイは「イーグルアイ」よりもシンプルで簡単に使える ID-POS 分析の入門ツール。自社商品や競合商品の売り上げを、難しい操作を行うことなくクリックするだけでグラフ表示できるため、ダッシュボード的に利用できる。販売動向や定点観測、広告や施策の効果測定などに活用することが可能。

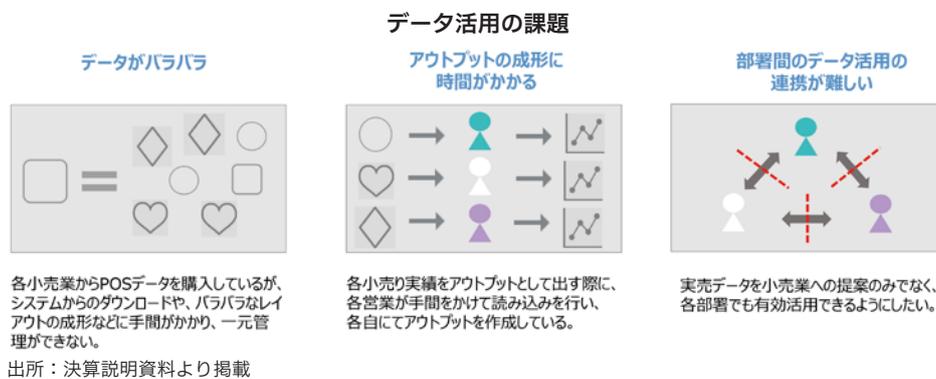
POS 分析クラウドは消費財メーカーが独自に保有する POS や ID-POS データを効率的に分析するためのクラウド型サービス。データ精製、蓄積、管理、分析に必要な一連の機能を提供することで、企業がデータによる意思決定を行い、業績を向上させるために必要な知見を提供するサービスである。

2. 特色・強み

同社はデータ収集・データ精製（クレンジング）・データ分析・データ活用のプロセスを高速で処理し、日々蓄積される大量のデータをプラットフォームとして、顧客のニーズに合わせた高品質なサービスの提供が可能である。

(1) データ精製（クレンジング）

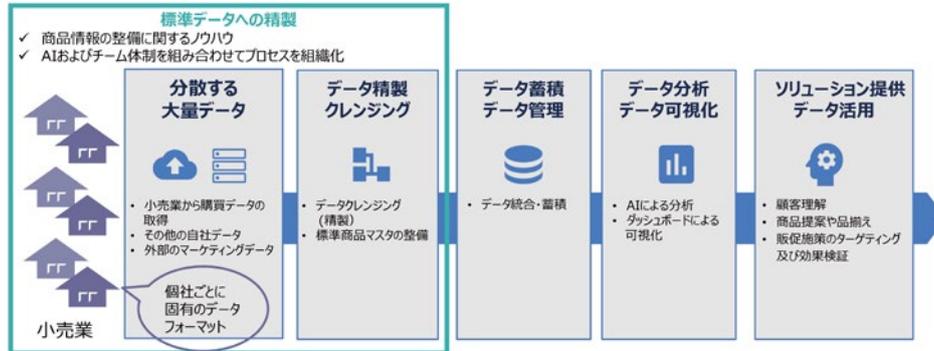
消費財メーカー各社は、各小売業から POS データや ID-POS データを購入しているが、組織が持つデータを十分に活用できない場合がある。原因は、商品の誤登録や重複登録、表記のゆがみ、チェーンごとにデータフォーマットや商品表記がバラバラなためなどである。よって小売業ごとの分析は可能だが、各小売業のデータを統合して全国で消費者分析を行うことは難しい状況にある。



この課題に対して、同社はデータ精製（クレンジング）により、データの欠損、表記のゆがみ、重複などが含まれた大量のデータを「標準化されたデータ」として蓄積・管理することができる。さらに、同社は「標準化されたデータ」を、消費者購買データベースとして構築し、マーケティングに活用できる技術を有している。ビッグデータの標準化は、多くの労力を必要とする難しい課題である。同社はビッグデータを標準化し高い品質を保つための独自の手法を持っており差別化要因となっている。

事業概要

”消費者ビッグデータ”活用の差別化要因



出所：決算説明資料より掲載

(2) テクノロジー

DX プロジェクトが頓挫したり、期待した成果を上げられない背景には人材配置と予算の問題がからんでいることが多い。DX プロジェクトの成果を十分に出すには、実務レベルでデータ活用をするところまで進める必要がある。そのためには社内のオペレーションと社外のリソースを理解して協力体制をとることがプロジェクトの効率化・作業品質の向上に有効である。同社は、大量のデータを蓄積・保管・分析し、顧客に競争力の高いソリューションを提供するために、技術面の連携を積極的に進めている。Google や SAP などの巨大 IT 企業や、ニールセンのような最先端の分析アルゴリズムを持つグローバルマーケティング企業とアライアンス関係を結び、テクノロジーのグローバルな進化を取り込む仕組みを構築。データ活用の専門性を高めるために、データ、ソフトウェア、人材など、テクノロジーを競争力のあるソリューションに変えるための経営資源を投入し、競争力向上に向けた投資の最適化を図っている。

データプラットフォームに求められる条件



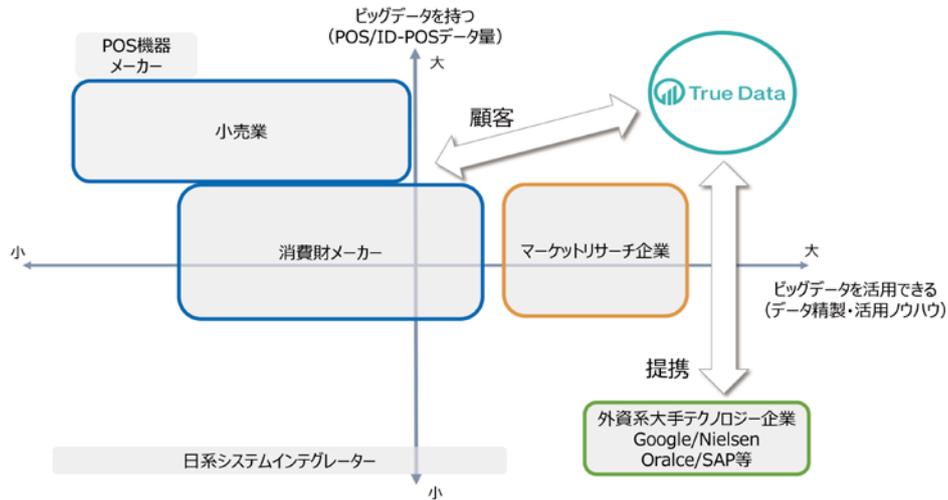
出所：決算説明会資料より掲載

(3) 独自のポジショニングと業界のパイオニア

同社はビッグデータプラットフォームの運営会社として、データマーケティング業界における独自のポジションを構築している。主要なテクノロジーとのアライアンスを通じて、双方の利便性を提供しながら、顧客に付加価値を提供できる。テクノロジーは常に進化しているが、同社は最新の技術をプラットフォームに取り込める環境にあるため、自社内で顧客のニーズに適合したサービスを、最高の形で提供できる。加えて、常にプラットフォームを改善し、さらなる価値を提供する企業文化があり、顧客からの提案に対して多くの先例をつくることができる。

事業概要

業界内プレイヤーと同社の関係



出所：決算説明資料より掲載

3. 市場環境の展望

同社を取り巻く環境は今後も市場の拡大が見込まれる。労働力の代替先として業務のDX化は、多くのサービスを提供する起点となる。アジャイルという開発手法が主流になり、少ない開発費用、少ないドキュメントで済み、非エンジニアでも参加しやすい「開発自動化」などのノンコーディング手法、開発を容易にするクラウドインフラサービス、新しいIT知識を得るためのWebベースのトレーニングサービスなどが、労働力の代替を促進させる可能性がある。人手不足の影響が最も大きい小売や外食などの店舗集約型産業での人材不足は深刻であり、この不足を補うためにこれらの業界では自動化が進むと考えられる。店舗に設置されたPOSレジから様々なデータを得ることができ、このデータを活用して、リアル店舗とネット店舗の両方で販売できる仕組みができれば、ビジネスは大きく変わる。今後も成長の余地はかなり大きいと弊社では考えている。

業績動向

2023年3月期第2四半期累計は収益拡大で黒字転換、DX需要の開拓を進める

1. 2023年3月期第2四半期の業績動向

2023年3月期第2四半期累計（2022年4月～9月）の業績は、売上高で前年同期比13.9%増の709百万円、営業利益で44百万円、経常利益は42百万円、四半期純利益は40百万円と黒字転換となった。売上高は主力サービスが軒並み前年同期実績を上回り、過去最高を更新した。既存顧客を維持しつつ、新規顧客を積み上げ続けてきたのが好調の要因だ。主要サービス別で売上高を見ると、イーグルアイが13.4%増の363百万円、ショッピングスキャン等が8.2%増の158百万円となった。売上比率の78.9%をストック型売上であげている。ストック型売上は月額利用料の収入となるため、解約の申し出がなければ継続してサービスが使用されることから、安定した売上を見込める。利益面でも売上総利益、営業利益、経常利益のいずれも前年同期実績を上回り通期でも今回の修正予想が達成される公算は大きい。同社のビジネスモデルは売上原価、販売管理費を抑えながら売上を拡大していくことができるため、事業の合理化施策やコスト改善をさらに進めると、利益率はさらに上振れする余地があると弊社では考えている。

2023年3月期第2四半期業績

(単位：百万円)

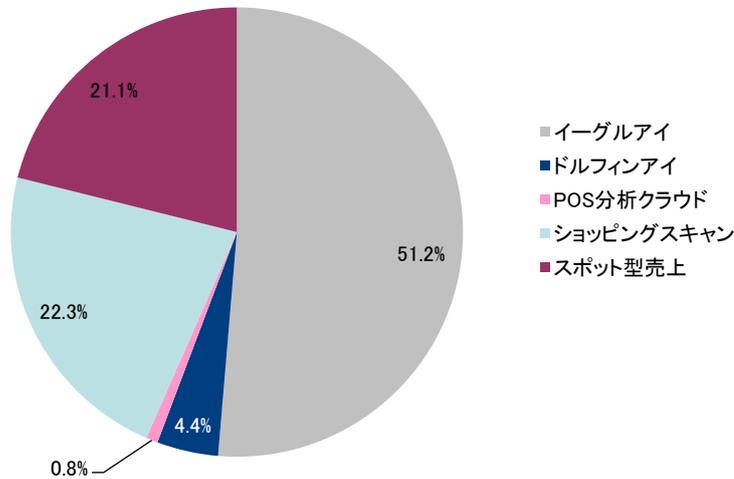
	22/3期2Q	23/3期2Q	前年同期比		23/3期	
	実績	実績	増減額	増減率	修正予想	進捗率
売上高	622	709	86	13.9%	1,470	48.3%
イーグルアイ	320	363	42	13.4%	-	-
ドルフィンアイ	29	31	1	6.9%	-	-
POS分析クラウド	6	6	0	-	-	-
ショッピングスキャン等	146	158	11	8.2%	-	-
スポット型売上	119	149	30	25.2%	-	-
売上総利益	300	383	82	27.5%	795	48.2%
販売管理費	303	338	35	11.6%	749	45.2%
営業利益	-3	44	47	-	46	96.6%
経常利益	-2	42	45	-	42	100.3%
四半期純利益	-3	40	43	-	40	100.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

同社はデータマーケティング事業のみの単一セグメントだが、目的に応じてさまざまなサービスを提供している。安定収益となるストック型売上のサービス別売上高構成比は、イーグルアイが51.2%、ドルフィンアイが4.4%、POS分析クラウド0.8%、ショッピングスキャン等22.3%となっている。これらのストック型売上が売上全体の78.9%を占めることで、安定した収益基盤が確立されている。各サービスを利用した新規顧客の獲得と顧客当たりの単価向上による売上拡大を図るため、「イーグルアイ」の簡易版である「ドルフィンアイ」で関心の高い顧客層をターゲットにアプローチを行い、ドルフィンアイをフックにしてイーグルアイの顧客数を伸ばすフローもある。ショッピングスキャンでも独自のノウハウを用いた分析を提供する。

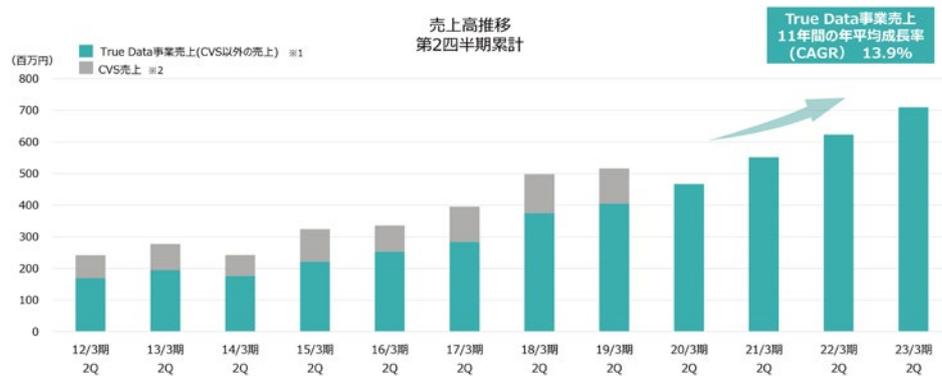
サービス別売上高構成比(2023年3月期第2四半期)



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2Qの売上高は9期連続増収を継続した。11年間の年平均売上成長率は13.9%となる。長期にわたり堅実な売上成長を続けていることから、同社が顧客満足度の高いサービスを提供していることがうかがえる。

売上高推移

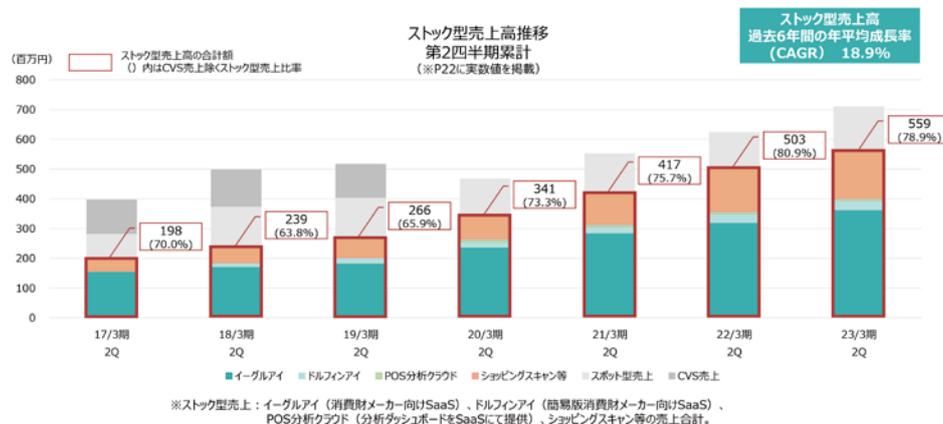


出所：決算説明資料より掲載

業績動向

ストック型ビジネスは継続的な利用を前提としているため、一度サービスを購入・契約すると、毎月継続的に売上が増加する。また、商品やサービスに満足した顧客は、継続して利用する可能性が高く、さらに売上が伸びる可能性がある。一般的に知名度の低い商品・サービスでは、新規顧客の獲得が困難な場合があるが、同社の場合は今までに取引実績が200社以上あり、一定数以上の利用者の確保をすることに成功している。サービスを開始するための投資回収も進んでおり、新しい投資ができる状況になってきている。また、知名度もマーケットに浸透してきているため、今後も新規顧客を獲得する可能性は高いと弊社では考える。

ストック型売上高推移



出所：決算説明資料より掲載

高収益ビジネスモデルとともに、財務安全性も向上

2. 財務状況と経営指標

2023年3月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比4百万円減少の1,292百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では売掛金が26百万円減少したためである。固定資産では有形固定資産が2百万円増加、無形固定資産は37百万円減少した。これはソフトウェアが24百万円減少、ソフトウェア仮勘定（製作途中のソフトウェアにかかる費用）が12百万円減少したことによる。

負債合計は前期末比50百万円減少の321百万円となった。流動負債は買掛金が11百万円、法人税や消費税等の納付などにより未払消費税等が17百万円とそれぞれ減少した。また、固定負債はクラウドへの構造転換によるシステム開発に要した長期借入金の返済が進み15百万円減少した。純資産は前期末比45百万円増加の971百万円となった。利益剰余金が40百万円増加したことによる。経営指標を見ると、財務の安全性を表す自己資本比率は前期末の71.3%から75.1%に上昇し、負債比率は前期末の40.2%から33.1%に減少し、財務体質は向上しているものと判断される。事業拡大をするとともに、財務体質の改善を進めていると言える。

業績動向

貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	22/3 期	23/3 期 2Q	増減額
流動資産	1,016	1,002	-14
(現金及び預金)	847	848	1
(売掛金)	152	125	-26
固定資産	273	284	11
有形固定資産	15	18	2
無形固定資産	165	128	-37
投資その他の資産	91	137	45
資産合計	1,297	1,292	-4
流動負債	305	269	-35
固定負債	66	51	-15
長期借入金	63	47	-15
負債合計	372	321	-50
純資産合計	925	971	45
【安全性】			
流動比率	333.1%	371.6%	38.5%
負債比率	40.2%	33.1%	-7.1%
自己資本比率	71.3%	75.1%	3.8%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

営業活動によるキャッシュ・フローは 88 百万円の収入であった。主な収入は税引前四半期純利益 42 百万円、主な支出は法人税等の支払い額 14 百万円などであった。投資活動によるキャッシュ・フローは 72 百万円の支出。主に無形固定資産の取得 35 百万円、投資有価証券の取得 31 百万円によるもの。財務活動によるキャッシュ・フローは 14 百万円の支出であったが、主に長期借入金の返済 15 百万円によるもの。この結果、期中の現金及び現金同等物四半期末残高は 389 百万円増加し 848 百万円となった。安定した財務基盤の構築が進み、事業活動を進めていくうえで問題のない水準にあり、財務内容は健全な状態にあると判断される。1 株当たりの純利益は、年度末に 8.69 円となる見通し。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22/3 期 2Q	23/3 期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	52	88	35
投資活動によるキャッシュ・フロー	-12	-72	-60
フリーキャッシュ・フロー	40	15	-24
財務活動によるキャッシュ・フロー	-15	-14	0
現金及び現金同等物の四半期末残高	459	848	389

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

ストック型売上は好調に推移、売上高・利益ともに上振れの可能性も

(1) 2023年3月期業績の見通し

2023年3月期の業績の見通しは、売上高は前期比11.9%増の1,470百万円、営業利益で同104.5%増の46百万円、経常利益で同88.1%増の42百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同163.2%増の40百万円と増収・増益を見込んでいる。

修正後の通期予想に対する第2四半期までの進捗率を見ると、売上高で48.3%、営業利益で96.6%となっており、売上高は計画通りの見通しとなっている。営業利益は好調な進捗であり上方修正もありえるが、その点については現状の利益水準を維持するという見通し。理由として来期以降を見据えた投資拡大の可能性を織り込んだため。同社が目指しているのは成長を持続し、業績拡大の更新を続けていくところにある。2023年3月期の業績予想に対して余力が生じた場合には、成長のために先行投資を行うこととしている。通期の見通しとしては今回の修正予想の水準に着地するとみている。

2023年3月期 第2四半期 計画比と進捗率

(単位：百万円)

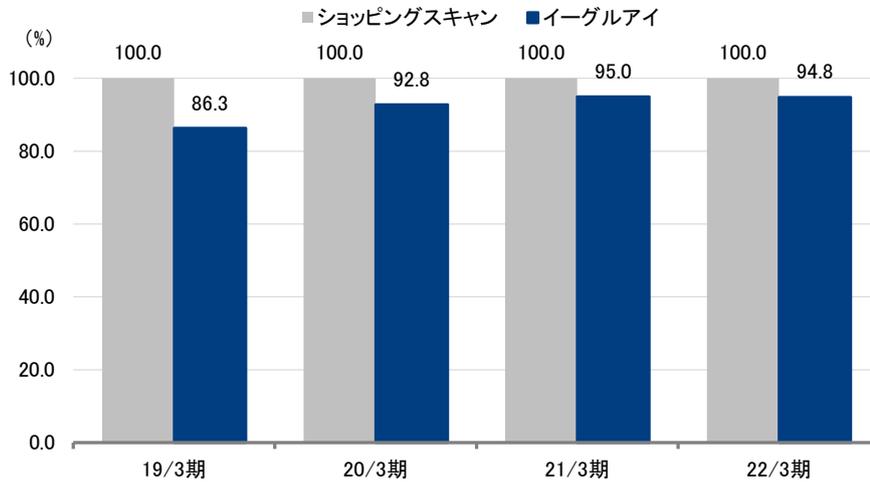
	23/3期 期初予想	23/3期 修正予想	計画比		23/3期2Q	
			増減額	増減率	実績	進捗率
売上高	1,470	1,470	0	0.0%	709	48.3%
売上総利益	790	795	5	0.6%	383	48.2%
販管費	755	749	-6	-0.8%	338	
営業利益	35	46	10	29.8%	44	96.6%
経常利益	32	42	10	29.8%	42	100.3%
当期純利益	19	40	21	106.8%	40	100.3%

出所：決算短信、決算説明資料、会社リリースよりフィスコ作成

同社は引き続き、顧客の獲得を積み上げながら、ユーザーに長期的サービスを利用してもらえるように、顧客満足度を高い水準で維持することが必要となってくる。ユーザーのニーズをくみ取り、それをサービスに反映させ、既存顧客の満足度向上と新規顧客の開拓に注力していく。同社サービスの継続率は非常に高く推移している。弊社では通期業績達成の可能性は高く同社のサービスが大手企業で新規導入された場合、業績が上方修正される可能性があると考えている。

今後の見通し

主要サービスの継続率



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

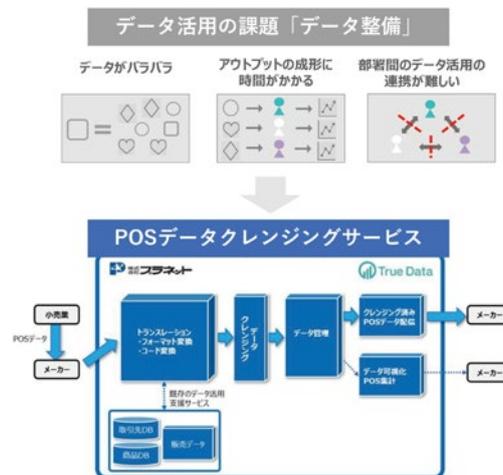
(2) 今期の重点施策と取り組み

同社サービスの基盤となるのは小売業ビッグデータを「面」で幅広く押さえることであるとの認識から、今期は小売業への更なる展開を重点施策としている。さらにアナリティクス、広告などの新規領域、および海外市場の立ち上げを目指す。これらを実現するために、同社は業務提携、新規顧客の開拓、サービス認知度向上などに取り組んでいる。

a) プラネットと業務提携を行い、POS データクレンジングサービスを共同開発

データメンテナンスのアウトソーシングサービスを開発中。POS データクレンジングサービスは、企業が高品質でリーズナブルな価格でデータメンテナンス業務を委託できる環境を整えることで、流通業界や DX の推進をサポートすることを目的としている。

POS データクレンジングサービスの概念図



出所：決算説明会資料より掲載

b) 政府主催のデータ活用による社会課題解決セミナーで講演

財務省のシンクタンクである財務総合政策研究所主催のセミナーにて講演。「ビッグデータを活用した社会課題解決の取り組み」をテーマに、財務省職員向けに、投資家からの開示要求、企業のサステナビリティに対する意識の変化など、今世界中で起きていることを踏まえ、「人間の安全保障の視点」「地域の未来の視点」「地域と地域企業の競争力強化の視点」などの事例を発表。

c) 高生産性・高付加価値を維持するために社員の成長を支援

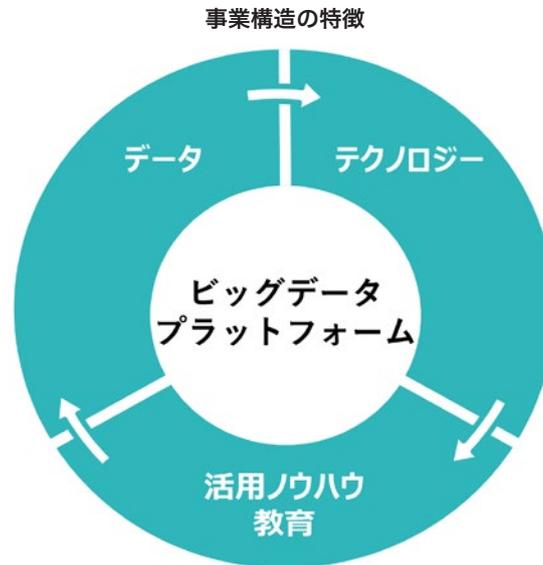
ITリテラシーを高める企業文化に加え、社内制度の拡充により、高い生産性を確保する環境を整備。2022年8月、事業環境の変化に対応した社員の学習とキャリア形成の自律を支援するため、資格支援制度の拡充を実施。新支援制度では、統計学やAI、クラウドなど対象となる資格を拡充し、資格取得に対して月額最大10万円の資格手当を導入。本支援制度は、エンジニアやデータサイエンティストの資格取得からスタートし、今後、他の資格にも拡大していく予定。また、社外においても、データ人材育成のために、教育機関と連携してデータマーケティング教育プログラムを支援するなど、啓発活動も行う。

■ 中長期的な成長戦略

新サービスへの取り組み強化による収益源の多様化。 さらなる成長のためのポートフォリオ戦略

同社は「データ」「テクノロジー」「活用ノウハウ」という3領域をワンストップで提供し事業を拡大してきた。今後もこの3領域において付加価値を高め、コスト効率を最大化していくことが、同社の中長期的な成長戦略のテーマと見て良いだろう。これまで培ってきたマーケティングサービスとシナジー効果が高いビジネスアナリティクス市場から、広告市場まで多面的な事業拡大を狙う。目標を達成するにはテクノロジーの観点からM&Aの機会もあろう。対象領域の企業もシナジー効果が発揮できる可能性が高いテクノロジー技術を有する企業を優先し、取扱いサービスの拡大を目指す。数値目標はかかげてはいないものの、これまでの既存サービスと新規事業開拓を加速して推進していく方針である。顧客の獲得が順調に進めば2ケタ増収・増益を継続していく可能性は十分にある。

中長期的な成長戦略



出所：決算説明会資料より掲載

(1) ビジネスアナリティクス市場の開拓による収益の多様化

同社はビッグデータを用いてシナジー効果の生み出せる企業と協業を進める方針である。データ・市場測定を手掛けるニールセン、ソフトウェアソリューションを提供する SAP などとアライアンス関係を構築している。これらのビジネスアナリティクス企業はビッグデータを用いて顧客に価値を提供する事業構造となっており、そのためにビジネスや業務の問題解決に必要なデータを必要な形で抽出する必要がある。具体的には「モデリング」「予測」「機械学習」「最適化」などのテクノロジーを駆使して顧客の意思決定を支援するが、そのためには判断の根拠となるデータを用いた分析が必要となる。同社の保有するドラッグストア業界の ID-POS データはデータカバー率が高く、消費者購買データを広く押さえているため、高付加価値のビジネスアナリティクスを手掛ける企業に提案が可能である。購買行動や属性をデジタル化することで、製造コストの削減・効率化の可視化も可能となる。また、それだけでなく在庫や輸送の効率化にも応用できる。また、それらのテクノロジーを使用したサービスを提供するパートナー企業がデータを用意できなかった場合に、同社の持つ消費者ビッグデータを用い分析を行うというビジネスモデルも有効である。

(2) 広告市場の開拓による収益の多様化

広告市場への参入にも具体的な取り組みを始めており、小売業の販売実績を持つ ID-POS データを必要とする広告事業者との協業を行う方針である。これまでの広告ビジネスは、広告枠の取引による手数料ビジネスであった。限られた「広告枠」をその都度売買している「モノ」としての取引性が高いと言える。今後、デジタル化が広告市場サービスへの転換だと捉えるならば、単なる広告ではなく、情報を利用した効果を顧客に提案する「サービス化」がより実用性を伴い、必要となる。デジタル広告は生活者との接点が多様化したなかでマーケティング活動を行うため、デジタルを活用し人とモノやコトとの関係性がデータ化されていくようになる。広告・マーケティング活動はデータを活用した効率と効果の可視化がテーマとなり、広告も多様化していくと考えられる。データ収集・活用のノウハウを持つ同社は、そのような需要に応えられるデータやサービスを提供することができる。

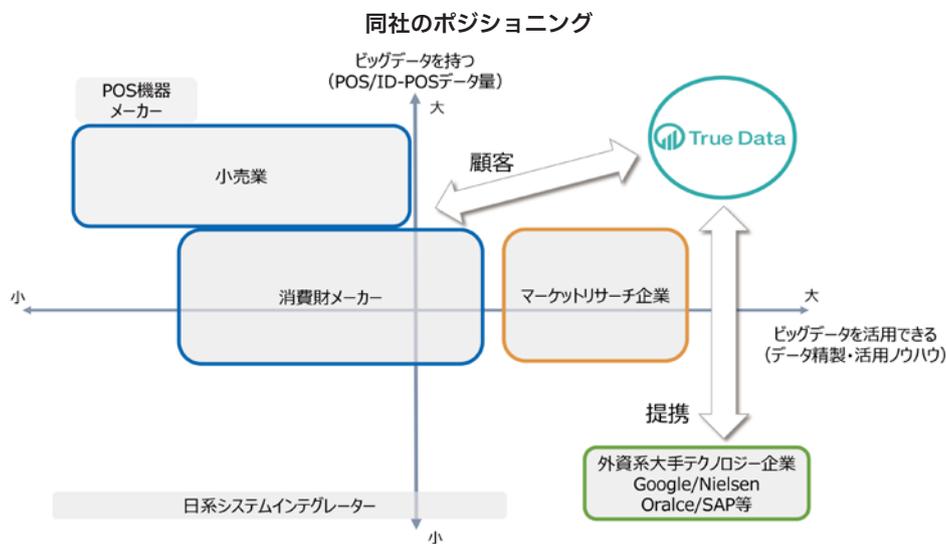
中長期的な成長戦略

(3) マーケティングサービスを推進する人員体制

同社はデータを付加価値の高いソリューションに変えるため、競争力強化の源泉となる人材の採用・育成の強化に努めている。エンジニア・データサイエンティストとして素養を備えた新卒の採用を始めている。モチベーションを高めるため次世代リーダー層へのコーチングプログラムが行われている。さらにキャリア形成の主体性を上げるために資格取得支援制度が拡大されるなど、技術革新への対応としてエンジニア・データサイエンティストのスキルアップに取り組んでいる。また戦略的に採用を進めるため、事業拡大のなかで必要とされる人材を外部から中途採用することも継続して行われている。生産性や高付加価値を推進するため、ITリテラシーを醸成する社員教育に加え、適材適所に外部からの人材を採用していく体制の構築により、それぞれが活躍できる職場環境を整備している。今後もこの取り組みを継続し全体の人材基盤を強化し、当社における人材投資と社員の自己投資によるシナジー効果により一層の生産性向上を目指す。

(4) 独自のポジショニング確保による競争力強化

同社は事業領域で独自のポジショニングを築いている。「ビッグデータを持つこと×ビッグデータを活用できる」をコンセプトとしてサービスの差別化をしてきた。ドラッグストアのID-POSデータは国内トップシェアを誇る。大量のデータを高速でクレンジングする技術を用いて、処理されたデータを迅速に活用できるという強みがある。データを活用するノウハウは外部のテクノロジー企業と提携をすることにより、最新テクノロジーが使える状態にしている。また、同社は経営陣からエンジニア、営業まで会社全体でクライアントとの連携を緊密に取っており、クライアントのニーズを吸い上げてサービスに活かす仕組みができています。これらの要素が相まって、付加価値の高いサービスを提供することと、高い顧客満足度を実現している。



出所：決算説明会資料より掲載

(5) 海外展開

ビッグデータの高度な活用は海外マーケットの顧客価値を生み出すフェーズに入っており、同社のサービス拡大の機会には日本だけにはとどまらない。今後は国内で実施してきたデータ精製、データ分析、可視化、レポートのサブスクリプションサービスを海外でも展開する方針だ。2022年1月にベトナムの FPT ソフトウェアと業務提携を行い、FPT グループの TRANDATA へと出資をしている。この資本・業務提携により、FPT ソフトウェアの AI や IT のノウハウを活用し、ベトナム国内の小売業購買ビッグデータを活用したプラットフォームを構築し、消費財・流通業界、金融市場に対してより良いデータソリューションを提供する。ベトナム国内の購買データを活用したマーケティング領域を皮切りに、アジアをターゲットに、消費者購買データを活用したマーケティング支援事業の拡充を図る。同社のビジネスモデルは、リソースの最適化が容易であり、クロスボーダー展開が可能である。海外展開に新しい生産設備の投入などの大きな資金を必要としないのも同社の強みだ。継続して事業拡大を検討していく方針だ。

■ サステナビリティ経営

「データのちから」を笑顔であふれる未来をつくる原動力に

同社の事業活動は企業理念（パーパス）である「データと知恵で未来をつくる」に基づいており、「社会へ貢献し、持続的な成長を追求します」という行動指針に通じている。同社は「データのちから」を笑顔であふれる未来をつくる原動力にしたいという思いから、事業を通じてさまざまな社会貢献を行う活動に取り組んでいる。



同社のサステナビリティ経営と関連する SDGs

<p>11 住み続けられるまちづくりを</p> 	<p>社会 (Social)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サステナブル関連指標の可視化に向けたチャレンジ ・データかけ合わせによるイノベーション創出のため、無料でアクセスできるデータの公開 ・ビジネスモデルを通じた社会課題 解決への直接のアプローチ
<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	
<p>4 質の高い教育をみんなに</p> 	<p>教育 (Education)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データのちからを活用できる人材を育てる 教育機関への支援 ・データのちからを活用できる人材を育てる 地域活動への支援

出所：会社ホームページよりフィスコ作成

■ 株主還元策

株主還元策については内部留保の充実と成長投資に優先的に振り向けるため、当面は無配を継続していくとして、配当を検討する時期は未定となっている。今後の収益状況などの見通しを総合的に勘案して、決定することを基本方針としている。

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