

ホリスティック企業レポート ギックス 9219 東証グロース

アップデート・レポート
2024年10月11日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20241008

ギックス(9219 東証グロース)

発行日:2024/10/11

データを活用して顧客の経営課題を解決するデータインフォームド事業を展開
25年6月期は営業増益ながら開発費用の増加により利益率は若干低下する計画

> 要旨

◆ 事業内容

・ギックス(以下、同社)は、「あらゆる判断を、Data-Informed(データインフォームド)に。」をパーパス(企業の目的や存在意義)とし、企業の経営課題解決、競争力強化のために、データを用いて物事を理解して判断する仕組みを構築するData-Informed事業を行っている。データインフォームドとは、人間が論理的に思考し、合理的な判断をすることを目的としたデータ活用のことである。

◆ 24年6月期決算の概要

・24/6期の売上高は2,117百万円(前期単体比25.6%増)、営業利益は133百万円(同61.7%減)であった。既存取引先との取引額拡大、新規取引先の増加により増収となった一方、プロダクト開発を積極化したことに伴い労務費や外注費が増加して営業減益となった。

◆ 25年6月期の業績予想

・25/6期の会社計画は、売上高が2,890百万円(前期比36.5%増)、営業利益が153百万円(同14.3%増)である。増収効果により営業増益を見込むが、引き続きプロダクト開発に係る支出を積極化することにより営業利益率は若干低下する計画となっている。

・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、24/6期実績及び同社の方針を踏まえ、25/6期予想について従来予想の売上高2,768百万円、営業利益523百万円から売上高2,810百万円(前期比28.5%増)、営業利益152百万円(同14.0%増)に修正した。利益予想を大幅下方修正したのは、プロダクト開発に係る外注費などの増加による売上総利益率の悪化を織り込んだためである。

◆ 今後の事業戦略

・同社は、積極的に顧客企業の新規開拓を行うとともに、サービス導入企業内における他部署への展開などに注力し、持続的な事業成長につなげていく考えである。

・当センターでは、プロダクト開発に係る費用は当面高い水準が続くものの、売上増により営業利益率は緩やかに改善すると考え、26/6期以降も増収増益を予想している。

【9219 ギックス 業種: サービス業】

| 決算期 | 売上高 (百万円) | 前期比 (%) | 営業利益 (百万円) | 前期比 (%) | 経常利益 (百万円) | 前期比 (%) | 純利益 (百万円) | 前期比 (%) | EPS (円) | BPS (円) | 配当金 (円) |
|-----------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|
| 2023/6 | 1,686 | 59.5 | 349 | 3.5× | 349 | 3.7× | 245 | 3.4× | 43.9 | 338.8 | 0.0 |
| 2024/6 | 2,117 | 25.6 | 133 | -61.7 | 132 | -61.9 | 88 | -64.0 | 15.8 | 354.6 | 27.0 |
| 2025/6 CE | 2,890 | 36.5 | 153 | 14.3 | 151 | 13.5 | 105 | 19.1 | 18.8 | - | 53.5 |
| 2025/6 E | 2,810 | 28.5 | 152 | 14.0 | 151 | 13.5 | 105 | 19.1 | 18.8 | 352.9 | 53.5 |
| 2026/6 E | 3,610 | 28.5 | 242 | 59.2 | 241 | 59.6 | 167 | 59.0 | 29.9 | 362.4 | 53.5 |
| 2027/6 E | 4,541 | 25.8 | 333 | 37.6 | 332 | 37.8 | 231 | 38.3 | 41.4 | 383.4 | 53.5 |

(注) CE: 会社予想、E: 証券リサーチセンター予想、2024/6期から連結決算に移行(2023/6期までは単体数値)

アップデート・レポート

2/15

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト: 佐々木 加奈

+81(0)3-6812-2521

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

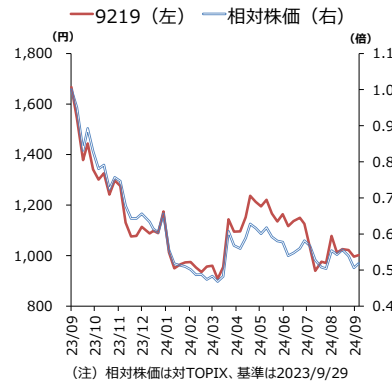
| | 2024/10/4 |
|-----------|-----------|
| 株価(円) | 1,002 |
| 発行済株式数(株) | 5,581,574 |
| 時価総額(百万円) | 5,593 |

| | 前期実績 | 今期予想 | 来期予想 |
|----------|------|------|------|
| PER(倍) | 63.4 | 53.3 | 33.5 |
| PBR(倍) | 2.8 | 2.8 | 2.8 |
| 配当利回り(%) | 2.7 | 5.3 | 5.3 |

【株価パフォーマンス】

| | 1カ月 | 3カ月 | 12カ月 |
|-----------|------|-------|-------|
| リターン(%) | 0.2 | -11.2 | -30.8 |
| 対TOPIX(%) | -1.6 | -7.9 | -42.2 |

【株価チャート】



> 事業内容

(注1) 機械学習

様々なデータから機械(コンピューター)が自動で学習し、データのルールやパターンを発見する方法のこと

(注2) 数理最適化

現実の問題を数式(数理モデル)として定義し、制約条件を満たしつつコストの最小化や利益の最大化を実現する変数の値を求める手法のこと

(注3) 全粒度

一部をサンプルとして抜粋したものではなく、課題解決に関連した期間、単位、種類の全てのデータのこと

(注4) クレンジング

データの誤記や未入力、重複などの不備を修正して正確性を高める作業のこと

◆ データを活用して企業の経営課題を図る

ギックス(以下、同社)は、「あらゆる判断を、Data-Informed(データインフォームド)に。」をパーパス(企業の目的や存在意義)とし、企業の経営課題解決、競争力強化のために、データを用いて物事を理解して判断する仕組みを構築するData-Informed(DI)事業を行っている。

データインフォームドとは、人間が論理的に思考し、合理的な判断をすることを目的としたデータ活用である。具体的には、人間が日常の判断業務を行う際に、機械学習^{注1}や数理最適化^{注2}などの分析を通じて生み出されたデータを活用することで判断業務の高度化・効率化を目指すものである。

23年8月に子会社ギディアを設立してLab&Design(東京都目黒区)のブランディングデザイン事業を譲受したため、24/6期から連結決算の開示も行っている。

同社は、Data-Informed事業の単一セグメントであるが、提供するサービスを「個別課題解決」と「共通課題解決」に分類している。「個別課題解決」は、顧客企業固有の経営課題に対してデータを活用した判断の在り方を検討するDIコンサルティング、その判断を継続的に実行するために必要なデータ活用の仕組み(基盤)を構築・運用するDIプラットフォームの2つのサービスからなる。

「共通課題解決」は、DIコンサルティング及びDIプラットフォームを提供するなかで蓄積したノウハウを活用し、社会一般に共通する課題を解決するためのサービスであるDIプロダクトを提供している。

◆ DIコンサルティング

DIコンサルティングは、同社のコンサルタントが顧客企業の経営方針や経営課題、成長戦略を深く理解して解決のための方向性を模索し、業務の在り方を設計するステップである(図表1)。このステップは、解決したい経営課題に関連する全件・全量・全粒度^{注3}のデータを預かることから始まる。預かったデータを分析ができる状態にクレンジング^{注4}して機械学習、数理最適化などの方法論で様々な角度から分析していく。分析結果を踏まえて顧客企業の課題を再定義し、解決策のプロトタイプを作成する。

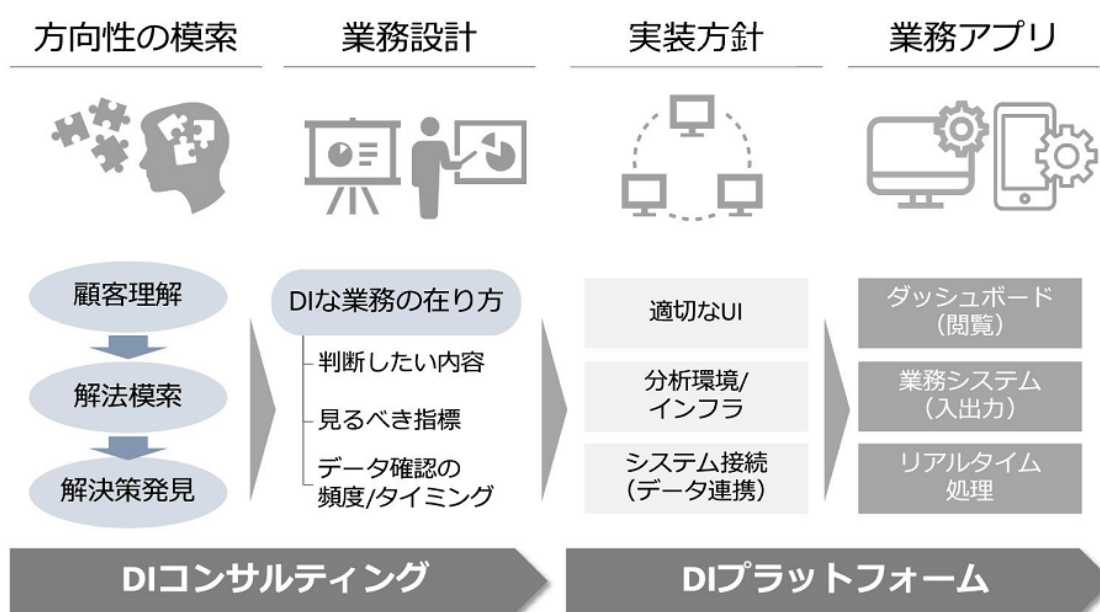
◆ DIプラットフォーム

DIプラットフォームは、DIコンサルティングで作成した課題解決策のプロトタイプを、顧客企業が自ら実行できるように実装方法を検討し、業務アプリとして組み込むステップで、手順は以下の通りである。

- ① DI コンサルティングで作成したプロトタイプを基に、日々の業務への適用方針を検討する
- ② 業務上の判断に対して、インプット情報の更新タイミングなど、制約の有無を確認する
- ③ システムとの接続方法を検討し、データの重要度や開発難易度を考慮して開発順序を定める
- ④ 接続されたデータを用いてアウトプットを生成し、業務に組み込む
- ⑤ 実際の業務のなかで、どのように判断が高度化・効率化されたかを検証し、次の開発方針を定める

システム構築に際しては、クライアント企業の業務の変化に対応するために、システムを小さな単位に分け、計画・設計・実装・テストを繰り返し行うことで、成果を確認しながら柔軟に機能を追加できるアジャイル型アプローチを採用している。

【 図表 1 】 DI コンサルティングと DI プラットフォームの概要



(出所) 有価証券報告書

◆ DI プロダクト

顧客企業の個別課題解決を行うなかで蓄積したアルゴリズム、ツール、ノウハウを活用し、社会一般に共通する課題に対する解決策をプロダクトとして開発し提供している。同社が現在提供しているプロダクトは、一人一人の趣味・嗜好に合わせた個客選択型スタンプラリー「マイグル」である。

マイグルは、多くのテナントを擁する商業施設内での回遊や、観光エリアの観光名所、飲食店などのエリア内回遊を促すスタンプラリーをスマートフォンのアプリとして提供するサービスである。利用者は、利用施設やサービスを選択して独自のスタンプシートを作ることができるのに加え、購買履歴やアンケート結果をもとに嗜好や利用意向を類推し、個々人に合わせたスタンプカードを自動生成する機能も備えている。

マイグルの主な利用者は、商業施設の運営者や観光エリアを抱える地方自治体、鉄道やバス等の公共交通事業者で、利用目的は集客による地域や施設の活性化、買い回りや回遊の促進である。マイグルは全国の大型商業施設などでキャンペーンツールとしての採用が増加しており、実施キャンペーン数(累計月数)は24/6期第1四半期が80(前年同期は65)、第2四半期が122(同77)、第3四半期が104(同69)、第4四半期が100(同48)となっている(キャンペーン数は3月25日～6月24日にわたって実施した場合、第3四半期に「1」、第4四半期に「3」とカウントしている)。

> ビジネスモデル

(注5) DX

Digital Transformationの略称で、デジタル技術を活用して企業のシステムやビジネスモデルの付加価値を高め、業務効率や生産性の向上を図ること

(注6) UX

User Experienceの略称で、サービスや商品の利用を通じてユーザーが得る体験のこと

◆ DIによるUXの変革を目指す

同社が提唱するDIは判断業務のDX^{注5}であり、その目的はUX^{注6}の変革である。

同社は、AIやクラウド技術といった最新のデジタル技術を活用して人間の思考能力を拡張し、より高度で精度の高い判断が可能となる環境を構築することを目指している。その考えのもと、クライアント企業の競争力強化の道筋を検討する「Strategy(ストラテジー)」、膨大なデータを用いて高度な予測、数理最適化を行う「Analytics(アナリティクス)」、仕組みに実装していく「Technology(テクノロジー)」という同社の保有する3つの実務能力を連携して企業の判断業務の変革を支援している。

◆ 主要顧客の売上構成比が高い

24/6期における同社の主要顧客は西日本旅客鉄道(9021 東証プライム)、アサヒグループホールディングス(2502 東証プライム)傘下のアサヒグループジャパンで、2社合計の売上構成比は74.3%である(図表2)。これらの顧客からは、複数の部署からのプロジェクトの受注、既存プロジェクトにおける機能追加などにより継続的に売上が発生している。

【 図表 2 】 主要顧客別売上高

| 相手先 | 21/6期 | | 22/6期 | | 23/6期 | | 24/6期 | |
|-------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| | 金額 (千円) | 割合 (%) | 金額 (千円) | 割合 (%) | 金額 (千円) | 割合 (%) | 金額 (千円) | 割合 (%) |
| 西日本旅客鉄道 | 205,907 | 28.5 | 353,619 | 33.4 | 780,407 | 46.3 | 1,121,143 | 52.9 |
| アサヒグループジャパン | 142,947 | 19.8 | 353,570 | 33.4 | 617,375 | 36.6 | 452,361 | 21.4 |
| 三菱UFJ銀行 | 101,000 | 14.0 | 63,439 | 6.0 | - | - | - | - |

(注) 割合は売上高に対する比率

(出所) 有価証券報告書を基に証券リサーチセンター作成

(注 7) MaaS

Mobility as a Service の略称で、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせる検索・予約・決済等を一括で行うサービスのこと

同社と西日本旅客鉄道は、18年12月の資本業務提携以来、分岐器(ポイント)の状態監視によるメンテナンスや軌道整備の最適化といった鉄道事業における生産性向上のためのプロジェクトを行ってきた。21年4月に契約を再締結し、西日本旅客鉄道のグループ会社であるJR西日本イノベーションズから追加出資を受けるとともに、提携の範囲をマーケティング分野まで拡大して西日本旅客鉄道が提供する MaaS^{注7}アプリである「WESTER(ウェスター)」にマイグルを組み込むプロジェクトなどを行っている。

アサヒグループジャパン向けには営業効率化のシステム構築や量販営業の業務改革などのプロジェクトを行っており、機能の追加により取引金額は高い水準となっている。また、23/6期、24/6期の販売実績は開示されていないが、三菱UFJ銀行向けには営業効率化のシステム構築及び機能の追加や改善を継続的に行っている。

◆ 収益構造

DIコンサルティング及びDIプラットフォームの売上高は、同社のコンサルタントによるサービス提供に対して顧客企業が支払う代金で、プロジェクトに応じた個別の設定となっている。単価はプロジェクト規模によりバラつきがあるものの、既存プロジェクトへの機能の追加などで上昇傾向にある。尚、24/6期における1億円以上の取引がある顧客企業は3社、1千万円以上が9社、1千万円未満が57社となっている。

DIプロダクトの売上高は、サービスを利用する顧客企業が支払う利用料で、マイグルの場合はスタンプラリーの規模や期間に応じた設定となっている。

同社は、顧客企業への付加価値の高いサービス提供により従業員1人当たり売上高を増加させることで、売上高成長率と営業利益率の引き上げを図っている。

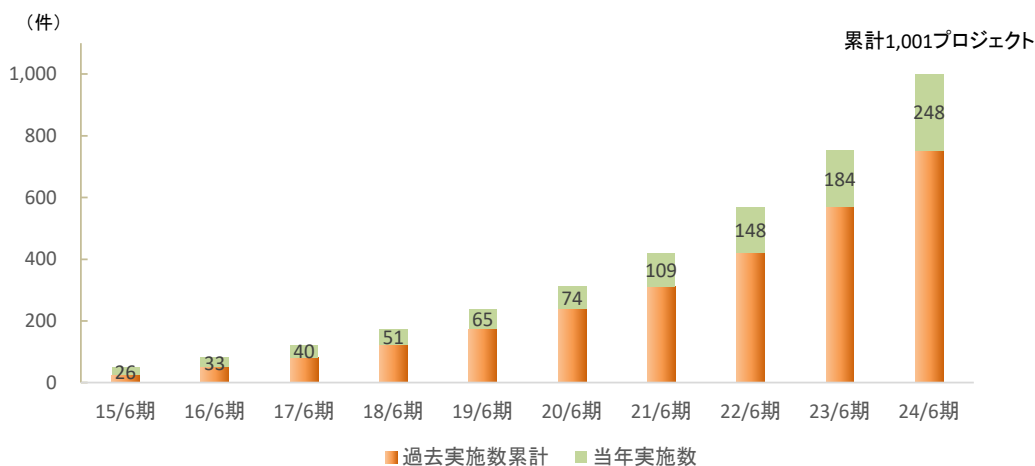
売上原価はエンジニア及びコンサルタントに係る労務費、システム構築やプロダクト開発に係る業務の一部を外注することに伴う外注費、地代家賃等である。販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、エンジニア及びコンサルタント以外の従業員に係る人件費、研究開発費、役員報酬、社外の専門家への業務委託に係る支払報酬などである。

◆ **アジャイル型アプローチと蓄積したノウハウが強み**

同社は、DI コンサルティングではデータインフォームドな業務体制を構築するために可視化、分析、解釈というサイクルを、DI プラットフォームでは計画、設計、実装、テストというサイクルを繰り返し行うアジャイル型アプローチを採用している。これらの手法と、これまで手掛けてきた様々なプロジェクトの経験から蓄積したノウハウを活用することで、DI コンサルティングでは2~4週間程度でデータインフォームドによる課題解決が可能か判断し、DI プラットフォームでは、3~6カ月程度でシステム構築を完了する。

プロジェクト期間の短縮化は、顧客企業にとってはトータルコストの抑制につながるメリットとなる。こうした仕組みで効率的にプロジェクトを進めていることが顧客企業の支持を集め、プロジェクト実施数は着実に増加している(図表3)。

【図表3】プロジェクト実施数の推移



(注) プロジェクト実施数はDI コンサルティング、DI プラットフォーム、DI プロダクトの合計(同一顧客で2つのプロジェクトがある場合は2とカウント)

(出所) 決算説明資料を基に証券リサーチセンター作成

また、蓄積したノウハウの一部を特許化しており、特許件数は、取得済みが11件(国際特許を含む)、出願中は9件(うち5件はクライアント企業との共同特許)となっている(24年6月末時点)。

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表4のようにまとめられる。

【 図表 4 】 SWOT 分析

| | |
|------------------------------------|---|
| <p>強み (Strength)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・DIにより顧客企業の判断業務の変革を支援するという独自性の高い事業展開 ・機能の追加や改善により継続的にサービス提供を行う取引先が多いこと ・代表取締役と取締役、合計3名の創業メンバーのコミットメント |
| <p>弱み (Weakness)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・事業規模が小さいこと ・特定の売上先への依存度が高いこと |
| <p>機会 (Opportunity)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・国内ビジネス・アナリティクス市場の中期的な拡大 ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客企業獲得の容易化 ・業務提携企業との連携によりサービス提供先が拡大する可能性 |
| <p>脅威 (Threat)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・経済環境の悪化により企業がプロジェクト規模を縮小する可能性 ・顧客企業に関する経営情報や機密情報などが漏洩する可能性 ・プログラム不良や不正アクセスなどによりシステム障害が発生する可能性 |

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は蓄積した DI 事業におけるノウハウなどにある
同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表5に示し、KPIの数値をアップデートした。

知的資本の源泉は、同社が事業開始以来蓄積してきた DI 事業におけるノウハウや培った知見、継続的にサービスを提供する大手の顧客企業といった関係資本などにあると考えられる。

【 図表 5 】 知的資本の分析

| 項目 | 分析結果 | KPI | |
|--|--|----------------------------------|--|
| | | 項目 | 数値 |
| 関係資本 | ユーザー ・顧客企業 (DIコンサルティング、DIプラットフォーム、DIプロダクトの利用企業) | ・顧客企業数 | 非開示 |
| | | ・主要顧客向けの売上高 | 西日本旅客鉄道(1,121百万円) アサヒグループジャパン(452百万円) |
| | ブランド ・顧客選択型スタンプラリー「マイグル」 | ・提供開始からの年数 | 4年 |
| | ネットワーク ・外注先であるITエンジニアリング会社など ・資本業務提携企業 | ・外注先企業数 | 非開示 |
| ・西日本旅客鉄道(マイグルでの共同プロジェクトなどを実施) ・BIPROGY(人材育成などで協力) | | 18年12月から 21年4月から(18年12月に業務提携) | |
| 組織資本 | プロセス ・DIコンサルティングにより顧客企業の課題を理解し、データを収集して様々な角度から分析する ・DIプラットフォームにより顧客企業が日常の判断業務に用いることができるシステムを構築して運用する ・DIコンサルティング、DIプラットフォームで得たノウハウを活用し、社会一般の共通課題を解決するプロダクトを提供 | ・特になし | 特になし |
| | | ・特になし | |
| | | ・特になし | |
| | 知的財産 ノウハウ ・蓄積されたノウハウ ・「Strategy(ストラテジー)」、「Analytics(アナリティクス)」、「Technology(テクノロジー)」という実務能力を保有し、業務に活用している ・顧客企業へサービスを提供するなかで蓄積したノウハウを特許化 | ・12年の創業からの年数 | 12年 |
| ・特になし ・取得済みの特許数 | | 特になし 11件(国際特許を含む) | |
| 人的資本 | 経営陣 ・ビジネスモデルを確立し、成長を牽引する創業者及び取締役 ・インセンティブ | ・在任期間 | 12年 |
| | | ・代表取締役CEOの保有 | 1,983千株(35.5%) |
| | | ・代表取締役COOの保有 | 777千株(13.9%) |
| | 従業員 ・少数精鋭のプロフェッショナル集団。完全リモートワーク、完全フレックスタイム制を採用し、働きやすい環境を整備している ・インセンティブ | ・役員報酬総額(取締役) *社外取締役は除く | 58百万円(3名) |
| | | ・従業員数 | 73名 |
| | | ・平均年齢 | 35.0歳 ※単体66名平均 |
| | ・平均勤続年数 | 2.8年 ※単体66名平均 | |
| | ・自らが判断したタイミングで昇格(昇給)にチャレンジできるリアルタイムプロモーション制度を導入 | 特になし | |
| | ・従業員持株会制度を導入 | 50千株 | |
| | ・ストックオプション制度を導入 | 197千株 | |

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は24/6期か24/6期末のものである

(出所) 有価証券報告書、決算短信、決算説明資料、株主総会招集通知書、ヒアリングを基に証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 24年6月期決算概要

24/6期の売上高は2,117百万円(前期単体比25.6%増)、営業利益は133百万円(同61.7%減)、経常利益は132百万円(同61.9%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は88百万円(同64.0%減)であった(図表6)。同社は24/6期から連結決算を開示しているため、前期比は単体実績との比較である。

同社は、期初計画(売上高2,067百万円、営業利益375百万円、経常利益374百万円、親会社株主に帰属する当期純利益264百万円)について、24年4月15日に営業利益以下を減額修正している(修正計画は営業利益148百万円、経常利益147百万円、親会社株主に帰属する当期純利益93百万円)。修正の理由は、中長期の成長を見据えてプロダ

クト開発に係る支出を期初計画より増額したためであるが、支出額は修正時より増加して営業利益は修正計画を15百万円下回った。

DI コンサルティング、DI プラットフォームにおいて、コンサルタントによる提案を強化してプロジェクト規模を拡大したことで既存取引先との取引額が拡大したこと、マイグルの実施キャンペーン数が増加したことが増収につながった。

プロダクト開発の積極化に伴う労務費や外注費の増加により売上原価が前期単体比60.7%増となり、売上総利益率は同13.9%ポイント悪化の36.6%となった。増員に伴う給料及び手当の増加、採用費などの増加により販管費は23/6期(単体)の501百万円から641百万円に増加して販管費率は同0.6%ポイント悪化の30.3%となった。結果として営業利益は同61.7%減となった。

> 今後の事業戦略

◆ 顧客開拓やマイグルの機能強化に注力し、事業規模拡大を図る

国内ビジネス・アナリティクス市場の拡大が続くなか、同社は、業務判断に係るDIについてのニーズも、今後一層高まると予想している。そのなかで、持続的な事業規模拡大のために、1) 新規顧客開拓と既存顧客の深耕、2) マイグルの機能強化・拡張などに注力していく考えである。

1) 新規顧客開拓と既存顧客の深耕

顧客企業の新規開拓のために、大規模イベントなどDIの認知度を向上させる活動を継続的に行うとともに、新規顧客の開拓チームを24/6期上期に立ち上げている。

既に取り引のある企業に対しては、他部署への展開や、既存プロジェクトの派生ニーズに対応した機能の追加などを促進して顧客当たりの取引額を拡大していく考えである。また、企業内での展開が進んだ後は、導入した企業の属する業界内での横展開を進め、導入企業が増加して業界における共通課題が浮かび上がったら、それに対応するDIプロダクトを開発して提供し、業界内での展開を加速するという流れをつくっていく方針である。

2) マイグルの機能強化・拡張

大手商業施設などでの採用が増加しているマイグルの機能強化・拡張を推進し、より多くの企業にキャンペーンツールとして採用されることを目指す考えである。24/6期にはAIが利用者に合った観光コースを提案してくれる「おでかけAIプランナー」の提供を開始したことに加え、クライアントの多様なニーズに対応するためシステム設計を変更

している(位置情報の活用や時間帯の細分化などで、より複雑なキャンペーンツールの設計が可能となった)。同社は、その他にも複数の機能開発が進行中としている。

また、マイグルの認知度を上げるために展示会などへの出展も積極化する考えで、24年1月には「第48回日本ショッピングセンター全国大会 SC BUSINESS FAIR 2024」、7月には「第16回マーケティングWeek-夏2024-」、「第4回東海スーパーマーケットビジネスフェア2024」に出展している。

尚、同社は24年9月1日にレトロック(東京都渋谷区)からフォトコンテストサービスCamecon(カメコン)を事業譲受している。Cameconは、誰でも応募が可能なフォトコンテストをスマートフォンのアプリとして提供するサービスで、利用者は観光エリアを抱える地方自治体、鉄道やバス等の公共交通事業者などマイグルと共通している。同社は2つのサービスを組み合わせ、更に利用価値の高いサービスを提供していく考えである。

> 業績予想

◆ 25年6月期の会社計画

25/6期の会社計画は売上高が2,890百万円(前期比36.5%増)、営業利益が153百万円(同14.3%増)、経常利益が151百万円(同13.5%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が105百万円(同19.1%増)である(図表6)。

【図表6】25年6月期の会社計画

(単位:百万円)

| | 22/6期(単) | 23/6期(単) | 24/6期(連) | 25/6期(連) | |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|-------|
| | 実績 | 実績 | 実績 | 会社計画 | 前期比 |
| 売上高 | 1,057 | 1,686 | 2,117 | 2,890 | 36.5% |
| 売上総利益 | 486 | 850 | 775 | - | - |
| 売上総利益率 | 46.0% | 50.5% | 36.6% | - | - |
| 販売費及び一般管理費 | 387 | 501 | 641 | - | - |
| 販管費率 | 36.6% | 29.7% | 30.3% | - | - |
| 営業利益 | 99 | 349 | 133 | 153 | 14.3% |
| 営業利益率 | 9.4% | 20.7% | 6.3% | 5.3% | - |
| 経常利益 | 94 | 349 | 132 | 151 | 13.5% |
| 経常利益率 | 8.9% | 20.7% | 6.3% | 5.2% | - |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 72 | 245 | 88 | 105 | 19.1% |

(注) 24/6期から連結決算を開始(23/6期までは単体ベース)

(出所) 決算短信より証券リサーチセンター作成

既存取引先との取引額拡大、新規取引先の寄与、マイグルの実施キャンペーン数増加による増収を見込んでいるが、取引先数及び実施キャンペーン数の想定などについては開示していない。

増収により営業増益に転じる見込みであるが、引き続きプロダクト開発を積極化することに伴う労務費や外注費の増加により、営業利益率は前期比 1.0%ポイント悪化の 5.3%と計画している。

同社は 23/6 期まで無配を継続していたが、成長投資を継続しながら株主への利益還元も同時に行うという考えから 24/6 期に 1 株当たり期末配当 27.0 円を実施した。今後は、22 年 3 月の上場時における売出価格 1,070 円の 5%に該当する 1 株当たり年間配当 53.5 円（中間配当 26.5 円、期末配当 27.0 円）を、金額固定で継続的に実施する方針である。尚、同社の筆頭株主である代表取締役 CEO の網野知博氏、上位株主である代表取締役 COO の花谷慎太郎氏及び取締役の田中耕比古氏については配当金の受け取りを辞退している。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想：25 年 6 月期

証券リサーチセンター（以下、当センター）では、24/6 期実績及び同社の取り組みを踏まえ、25/6 期業績予想を修正した。売上高は前期比 28.5%増の 2,810 百万円、営業利益は同 14.0%増の 152 百万円、経常利益は同 13.5%増の 151 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 19.1%増の 105 百万円と予想した（図表 7）。利益予想については大幅下方修正した。

前回予想からの変更点は、24/6 期実績を踏まえた売上高の微修正（42 百万円の増額）、プロダクト開発に係る外注費などの増加による売上総利益率の悪化（46.0%→35.9%）、給料及び手当などの増加による販管費率の悪化（27.1%→30.5%）である。売上総利益率及び販管費率の悪化を見込むのは、当面は利益を追わずに中長期的な成長を見据えてプロダクト開発に関する支出を積極化するという会社方針を踏まえたためである。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

1) 売上高 2,810 百万円の内訳は、個別課題解決サービス（DI コンサルティング、DI プラットフォーム）の売上高 2,389 百万円（同サービスの期末従業員数は前期末比 10 名増加、経験の浅い社員の増加により 1 人当たり売上高は前期の当センター推定値比 1.3%減）、共通課題解決サービス（DI プロダクト）の売上高は 421 百万円（マイグルの実施キャンペーン数は前期比 140 件増加、1 件当たり単価は前期の当センター推定値と同程度）と予想した。

2) 労務費や外注費の増加により売上総利益率は前期比 0.7%ポイント悪化の 35.9%と予想した。労務費は 520 百万円(前期の当センター推定値比 34.0%増)、外注費は 1,117 百万円(同 34.4%増)と予想した。

3) 販管費率は、増員に伴う給料及び手当の増加により前期比 0.2%ポイント悪化の 30.5%と予想した。期末従業員数(全社)は 24/6 期末より 20 名増加の 93 人、給料及び手当は 170 百万円(前期比 29.8%増)と予想した。

【図表7】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位:百万円)

| | 23/6 (単) | 24/6 (連) | 25/6CE (連) | 25/6E (前回) | 25/6E (連) | 26/6E (前回) | 26/6E (連) | 27/6E (連) |
|-----------------------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| 損益計算書 | | | | | | | | |
| 売上高 | 1,686 | 2,117 | 2,890 | 2,768 | 2,810 | 3,543 | 3,610 | 4,541 |
| 前期比 | 59.5% | 25.6% | 36.5% | 28.4% | 28.5% | 28.0% | 28.5% | 25.8% |
| 個別課題解決サービス(DIコンサルティング、DIプラットフォーム) | - | - | - | - | 2,389 | - | 3,069 | 3,860 |
| 共通課題解決サービス(DIプロダクト) | - | - | - | - | 421 | - | 541 | 681 |
| 売上原価 | 835 | 1,341 | - | 1,495 | 1,802 | 1,896 | 2,275 | 2,839 |
| 前期比 | 46.2% | 60.7% | - | 27.2% | 34.4% | 26.8% | 26.2% | 24.8% |
| 労務費 | 273 | - | - | 438 | 520 | 518 | 657 | 820 |
| 外注費 | 478 | - | - | 938 | 1,117 | 1,210 | 1,410 | 1,760 |
| 売上総利益 | 850 | 775 | - | 1,273 | 1,008 | 1,647 | 1,335 | 1,702 |
| 前期比 | 75.0% | -8.8% | - | 29.9% | 30.1% | 29.4% | 32.4% | 27.5% |
| 売上総利益率 | 50.5% | 36.6% | - | 46.0% | 35.9% | 46.5% | 37.0% | 37.5% |
| 販売費及び一般管理費 | 501 | 641 | - | 750 | 856 | 952 | 1,093 | 1,369 |
| 販管費率 | 29.7% | 30.3% | - | 27.1% | 30.5% | 26.9% | 30.3% | 30.2% |
| 営業利益 | 349 | 133 | 153 | 523 | 152 | 695 | 242 | 333 |
| 前期比 | 3.5x | -61.7% | 14.3% | 33.1% | 14.0% | 32.9% | 59.2% | 37.6% |
| 営業利益率 | 20.7% | 6.3% | 5.3% | 18.9% | 5.4% | 19.6% | 6.7% | 7.3% |
| 経常利益 | 349 | 132 | 151 | 522 | 151 | 694 | 241 | 332 |
| 前期比 | 3.7x | -61.9% | 13.5% | 33.2% | 13.5% | 33.0% | 59.6% | 37.8% |
| 経常利益率 | 20.7% | 6.3% | 5.2% | 18.9% | 5.4% | 19.6% | 6.7% | 7.3% |
| (親会社株主に帰属する)当期純利益 | 245 | 88 | 105 | 362 | 105 | 482 | 167 | 231 |
| 前期比 | 3.4x | -64.0% | 19.1% | 33.1% | 19.1% | 33.1% | 59.0% | 38.3% |

◇期末従業員数、1人当たり売上、マイグルの実施キャンペーン数、1件当たり単価

| | 23/6 | 24/6 | 25/6CE | 25/6E (前回) | 25/6E | 26/6E (前回) | 26/6E | 27/6E |
|-------------------|------------|------|--------|---------------|-------|---------------|-------|-------|
| 期末従業員数(全社) | (人) 41 | 73 | - | 69 | 93 | 84 | 113 | 133 |
| 1人当たり売上 | (百万円) 41.1 | 29.0 | - | 40.1 | 30.2 | 42.2 | 31.9 | 34.1 |
| (個別課題解決サービスの従業員数) | (人) 20 | 29 | - | - | 39 | - | 49 | 59 |
| (1人当たり売上高) | (百万円) - | - | - | - | 61.3 | - | 62.6 | 65.4 |
| (マイグルの実施キャンペーン数) | (件) 259 | 406 | - | - | 546 | - | 686 | 826 |
| (1件当たり単価) | (百万円) - | - | - | - | 0.8 | - | 0.8 | 0.8 |

(注) 24/6 期から連結決算を開始(23/6 期までは単体ベース)、CE: 会社予想 E: 証券リサーチセンター予想
(出所) 決算短信、決算説明資料、有価証券報告書、ヒアリングを基に証券リサーチセンター作成

> 中期業績予想

◆ 26年6月期業績予想

当センターでは、26/6 期の業績予想についても売上高の 67 百万円の増額、25/6 期と同じ理由による売上総利益率の修正(46.5%→37.0%)、販管費率の修正(26.9%→30.3%)を行っている。26/6 期の売上高は前期比 28.5%増の 3,610 百万円、営業利益は同 59.2%増の 242 百万円と予想する。

個別課題解決サービスの売上高は前期比 28.5%の 3,069 百万円(期末従業員数は前期末比 10 名増加、社員のスキルアップにより 1 人当たり売上高は前期比 2.1%増)、共通課題解決サービスの売上高は同 28.5%の 541 百万円(マイグルの実施キャンペーン数は前期より 140 件増加、1 件当たり単価は前期と同程度)と予想した。

増収による固定費負担の軽減により、売上総利益率は前期比 1.1%ポイント改善の 37.0%、増員に伴い給料及び手当が増加する一方、その他の経費の効率的な運用により販管費率は同 0.2%ポイント改善の 30.3%と予想した。期末従業員数(全社)は 25/6 期末より 20 名増加の 113 人、給料及び手当は 218 百万円(前期比 28.2%増)と予想した。

◆ 27 年 6 月期業績予想

27/6 期の売上高は前期比 25.8%増の 4,541 百万円、営業利益は同 37.6%増の 333 百万円と予想する。

個別課題解決サービスの売上高は前期比 25.8%の 3,860 百万円(期末従業員数は前期末比 10 名増加、社員のスキルアップにより 1 人当たり売上高は前期比 4.5%増)、共通課題解決サービスの売上高は同 25.9%の 681 百万円(マイグルの実施キャンペーン数は前期より 140 件増加、1 件当たり単価は前期と同程度)と予想した。

増収による固定費負担の軽減により売上総利益率は前期比 0.5%ポイント改善の 37.5%、販管費率は同 0.1%ポイント改善の 30.2%と予想した。期末従業員数(全社)は 26/6 期末より 20 名増加の 133 人、給料及び手当は 269 百万円(前期比 23.4%増)と予想した。

> 投資に際しての留意点

◆ 外部クラウドサーバーへの依存について

同社は、Google LLC が提供する Google Cloud Platform、Microsoft Corporation が提供する Microsoft Azure、Amazon Web Services, Inc.が提供する Amazon Web Services の 3 つのクラウドサービスと契約し、いずれかのサービスに障害が発生しても業務が継続できる体制を敷いている。しかし、全てのクラウドサービスが同時にシステムエラーや人為的な破壊行為、自然災害の発生などにより停止した場合や、ウイルスの侵入などが発生した場合には、事業運営に影響が出る可能性がある。

◆ 情報管理について

同社は、業務に付随して顧客企業の経営情報や機密情報などを取り扱っている。セキュリティ強化のため、情報セキュリティガイドラインの制定、社員への教育の徹底、外部専門家によるセキュリティチェッ

クの継続的な実施などを行っているものの、情報漏洩に関しては一定のリスクがあることに留意する必要がある。

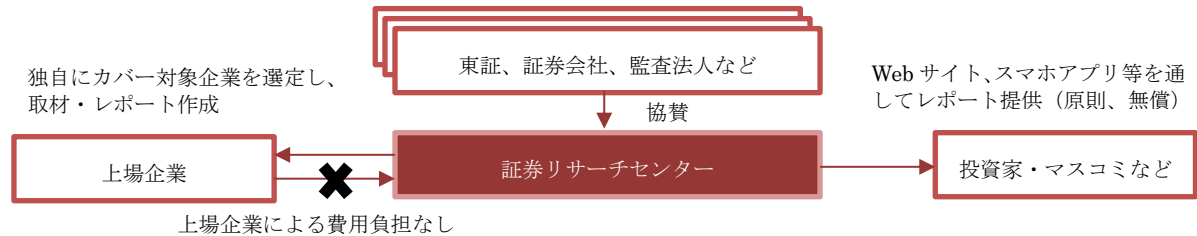
◆ 特定顧客への依存について

同社の提供するサービスは顧客企業の変革を共に推進するという性質上、特定の顧客企業への売上金額が大きくなる傾向があり、24/6 期については西日本旅客鉄道とアサヒグループジャパンの 2 社合計で売上の 74.3%を占めている。大口取引先の業績悪化や同社に対する評価の低下などにより取引が縮小した場合、業績に悪影響を及ぼす可能性がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

| | | | |
|--------------------|------------------|-----------------|--------------|
| 株式会社東京証券取引所 | S M B C 日興証券株式会社 | 大和証券株式会社 | 野村證券株式会社 |
| みずほ証券株式会社 | EY 新日本有限責任監査法人 | 有限責任あずさ監査法人 | 株式会社 I C M G |
| 太陽有限責任監査法人 | 有限責任監査法人 トーマツ | 株式会社 S B I 証券 | 三優監査法人 |
| PwC Japan 有限責任監査法人 | いちよし証券株式会社 | 監査法人 A&A パートナーズ | 仰星監査法人 |
| 監査法人アヴァンティア | 宝印刷株式会社 | 株式会社プロネクサス | 日本証券業協会 |
| 公益社団法人日本証券アナリスト協会 | | | |

■後援

| | |
|----------------------|----------------------|
| 株式会社名古屋証券取引所 | 証券会員制法人札幌証券取引所 |
| 一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会 | 一般社団法人日本 IR 協議会 |
| 一般社団法人スチュワードシップ研究会 | 一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム |

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならないため、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。