

 東垣 直樹 社長	TDSE 株式会社(7046)
	

企業情報

市場	東証グロース市場
業種	サービス業
代表者	東垣 直樹
所在地	東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー27 階
決算月	3 月
HP	https://www.tdse.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
1,225 円	2,200,000 株	2,295 百万円	10.2%	100 株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
10.00 円	0.8%	45.63 円	26.8 倍	999.02 円	1.2 倍

*株価は 11/14 終値。各数値は 24 年 3 月期決算短信、および 25 年 3 月期中間期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2021 年 3 月(実)	1,323	50	68	190	93.11	20.00
2022 年 3 月(実)	1,723	217	219	148	72.19	10.00
2023 年 3 月(実)	2,415	265	267	168	81.76	10.00
2024 年 3 月(実)	2,521	271	274	200	96.59	10.00
2025 年 3 月(予)	2,613	140	138	95	45.63	10.00

*単位:百万円、円。予想は会社側予想。21 年 3 月期の DPS には記念配当 5.00 円、特別配当 10.00 円を含む。

TDSE 株式会社の 2025 年 3 月期上期決算概要、2025 年 3 月期業績予想などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 2025 年 3 月期上期決算概要](#)
- [3. 2025 年 3 月期業績予想と取組](#)
- [4. 中期経営計画「MISSION 2025」](#)
- [5. 今後の注目点](#)

[<参考:コーポレートガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 25/3 期上期の売上高は前年同期比 1.5%増の 12 億 65 百万円。コンサルティング事業では既存案件は拡大したものの、新規開拓が大幅に縮小した。プロダクト事業は市場の成長に伴い既存案件を主軸に好調であった。営業利益は同 30.1%減の 80 百万円。売上総利益率が低下し売上総利益は同 20%減少。成長に向けた積極的な人材採用やプロダクト開発に向けた投資により販管費は同 8.3%増加し、営業利益率が前年同期 9.3%から 6.4%に低下した。
- コンサルティング事業の売上高は前年同期比 2%減の 10.9 億円。年間計画に対する進捗は 43%にとどまった。重要課題として営業強化策を推進してきたが伸び悩んだ。既存売上は同 3%増の 10.7 億円、新規売上は同 68%減の 0.2 億円。プロダクト事業の売上高は同 24%増の 1 億 73 百万円。年間計画に対する進捗率は 52%となった。SMM 事業の売上高が同 33%増の 1 億 56 百万円と牽引。新規開拓件数が前年比 60%増の 23 件と、年間目標としていた 15 件以上を大きく上回った。
- 通期予想は減額修正。25/3 期は売上高が前期比 3.6%増の 26 億 13 百万円、営業利益は同 48.5%減の 1 億 40 百万円を予想。コンサルティング事業において、特に新規顧客の売上が年間計画に対して大きく遅れたことを受けた修正。組織強化を目的とした人的資本への投資とプロダクト開発投資は継続する。なお、好調なプロダクト事業については増額修正。配当は修正なく、前期と同じ 10.00 円/株の予定。予想妥当性向は 21.9%。
- 中期経営計画「MISSION 2025」についても戦略面で修正が施され、26/3 期に売上高 33~37 億円を目指す。コンサルティング事業の持続的な成長を確保し、高成長事業としてプロダクト事業のサービスを強化。また、既存事業によるオーガニック成長に加え、新たに M&A・資本提携による非連続成長に取り組む方針。売上高営業利益率は 10%以上を維持させる考え。なお、同社は 29/3 期に「プロダクト事業の売上高 10 億円以上を目指す」という中長期目標を打ち出している。
- 中期経営計画「MISSION 2025」の折り返しとなる 25/3 期上期だったが減益、通期予想は減額修正となったのは残念。コンサルティング事業において、既存売上は着実だが、新規売上獲得に向けた営業を早急に強化する必要がある。こうした中、目を引くのは同社でも高成長と位置付けするプロダクト事業。同社は、29/3 期に「プロダクト事業の売上高 10 億円以上を目指す」という中長期目標を打ち出しており、その目標に対しては着実な進捗を見せている。生成 AI 市場の世界需要は年平均で 50%超の成長が見込まれており、アップサイドのポテンシャルも大きい。

1. 会社概要

国内最高峰のデータサイエンティスト集団。AI 技術を核に、メンバーそれぞれが持つ業界トップクラスの経験・実績と高度な専門スキルにより、顧客企業の経営改革を支援している。データ経営を目指す企業向けに AI 技術を中心とした統合型ソリューションを提供。

安定成長事業の「コンサルティング事業」と、高成長事業の「プロダクト事業」の 2 つの事業を展開。

【1-1 沿革】

2013 年、企業経営に AI やデータ活用が求められる時代の到来を予見し、ビッグデータ事業を展開するために株式会社テクノスジャパン(東証プライム、3666)がテクノスデータサイエンス・エンジニアリング株式会社(現 TDSE)を設立。同年には早稲田大学とビッグデータ活用研究に関する産学連携を開始。

2014 年 9 月、米国 QUID 社(旧 NetBase Solutions 社)と業務提携し、グローバル規模のソーシャルデータ分析サービスを開始するため、AI 製品「Quid Monitor」(旧 Netbase)の取扱いを開始。

2015 年 1 月に統計アルゴリズムを活用した同社独自の AI 製品「scorobo」の販売を開始。

創業当時より、グローバルに展開しているマイクロソフトや NVIDIA とも提携を進め、これら企業との共同攻略を通じ、大型案件の獲得も進み、実績が積みあがり、徐々に多くの事例が情報として伝わるようになると、同社サービスに対する関心が急速に高まり引き合いも増加、売上・利益は順調に拡大していく。

2017 年には株式会社エヌ・ティ・ティ・データ、あいおいニッセイ同和損害保険株式会社が資本参加し、業務提携契約を締結した。

2018 年 11 月に Cognigy GmbH 社と業務連携し、Cognigy 社の対話型 AI プラットフォーム「Cognigy」のグローバル販売契約を締結。

同年 12 月、東証マザーズに上場。

2021 年 12 月、TDSE 株式会社に商号変更。

2022 年 4 月、市場再編に伴い東証グロス市場に移行。

2023 年は、4 月に OpenAI 社の GPT を活用した「Cognigy」最新バージョンをリリース、7 月には SNS 上の競合分析を可能とする「Rival IQ」(現 Quid Compete)の提供を開始するなど矢継ぎ早に新たなサービスの提供を始めている。

2024 年には、生成 AI アプリ構築プラットフォームである新製品「Dify」の提供を開始。

ビジネス沿革

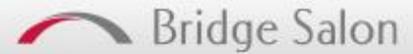


LLM: 大規模言語モデル (同社 HP より)

【1-2 ミッション・ビジョン・バリュー】

国内最高峰のデータサイエンティスト集団として、以下のようなビジョン・ミッション・バリューを掲げている。社員一人ひとりがその実現に向けて、主体的に考え、行動する組織に変革することを目指している。

BRIDGE REPORT



Mission: データに基づいて意思決定を高度化する
 私たちは、「データとテクノロジーによって、勘や経験による属人的な意思決定を高度化し、人々がより効率的に、より最善の選択ができるようにする。」

Vision: データを活用した可能性に溢れた豊かな社会
 私たちは、「データに基づいて、最善の選択肢と仕組みを提供し、非効率性が効率化され、人々の自由な時間とより良い選択肢がある、人々が幸せに暮らせる社会をつくる。」

Value:
 ■ プロフェッショナルの追求
 お客様にとって真に価値のあることを追求する。
 ■ チームワークと成長
 互いの考え方・働き方・生き方を尊重し、常に協力して、自分とチーム全体を成長させる。
 ■ 変化を楽しむ
 同じ仕事はない、世の中は常に変化していく。変化を味方につけ、変化を楽しむ。

【1-3 事業内容】

安定成長事業の「コンサルティング事業」と、高成長事業の「プロダクト事業」の 2 軸によるハイブリッドビジネスを展開。24/3 期の売上高はコンサルティング事業が 22 億 29 百万円(構成比 88.4%)、プロダクト事業が 2 億 92 百万円(同 11.6%)。

～事業全体像～

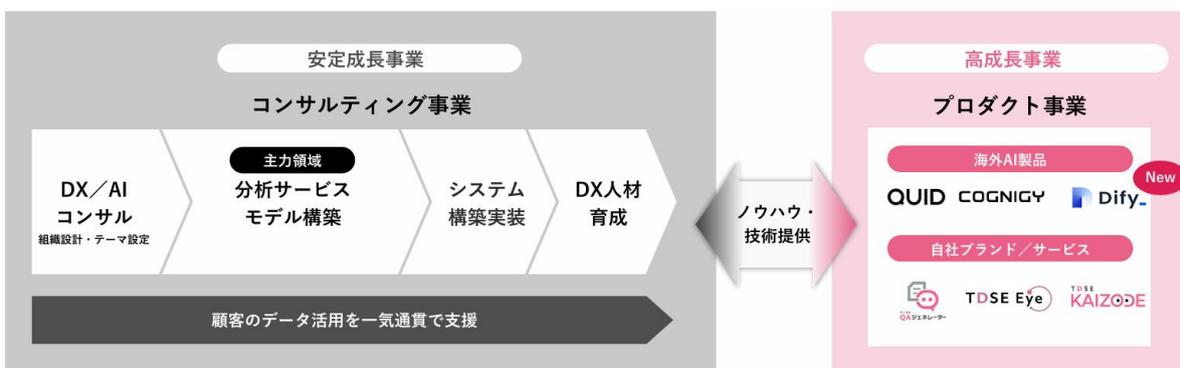


(同社資料より)

コンサルティング事業では、経験豊富なデータサイエンティストによるAI技術を用いたデータ分析やDX/AIコンサルが主力であり、サービス・小売り・金融領域の大手企業を顧客に持つ。プロダクト事業では、海外 AI 製品、自社 AI モジュールを中心に販売を手掛ける。

また、コンサルティングとプロダクトのハイブリッドサービスとしても提供する場合もある。

～事業構成図～



(同社資料より)

(1)各事業の概要

①コンサルティング事業

コンサルティング本部では、データ経営を目指す企業向けに AI を中心とした統合型ソリューションサービスを提供している。企業のデジタルトランスフォーメーションを共に推進していくため、顧客企業が進める事業戦略に沿う形でデータ活用のテーマ抽出→データ分析→AI システム実装に加え、教育まで一気通貫したコンサルティングサービスを提供している。



1 DX/AIアセスメント	2 DXコンサル	3 分析設計/分析	4 システム構築/実装	5 保守/チューニング	6 データサイエンティスト教育
<ul style="list-style-type: none"> 業務ヒアリング ・ビジネス視点 ・業務効率化視点 分析テーマの抽出 ・分析テーマの価値×難易度抽出 分析テーマの解決手法 (DS or ツール活用等含む) 設計 優先順位付け 	<ul style="list-style-type: none"> 組織設計 全社システム基盤方針策定 	<ul style="list-style-type: none"> 分析設計 分析実行 暫定分析基盤の構築 OJT 	<ul style="list-style-type: none"> (全社) 分析基盤設計 (全社) 分析基盤構築 AIモデルのインプリ 	<ul style="list-style-type: none"> システム保守 AIモデルチューニング 	<ul style="list-style-type: none"> エグゼクティブ教育 データサイエンティスト教育 (基礎～実践) e-Learning提供 (Aidemy社コンテンツ)

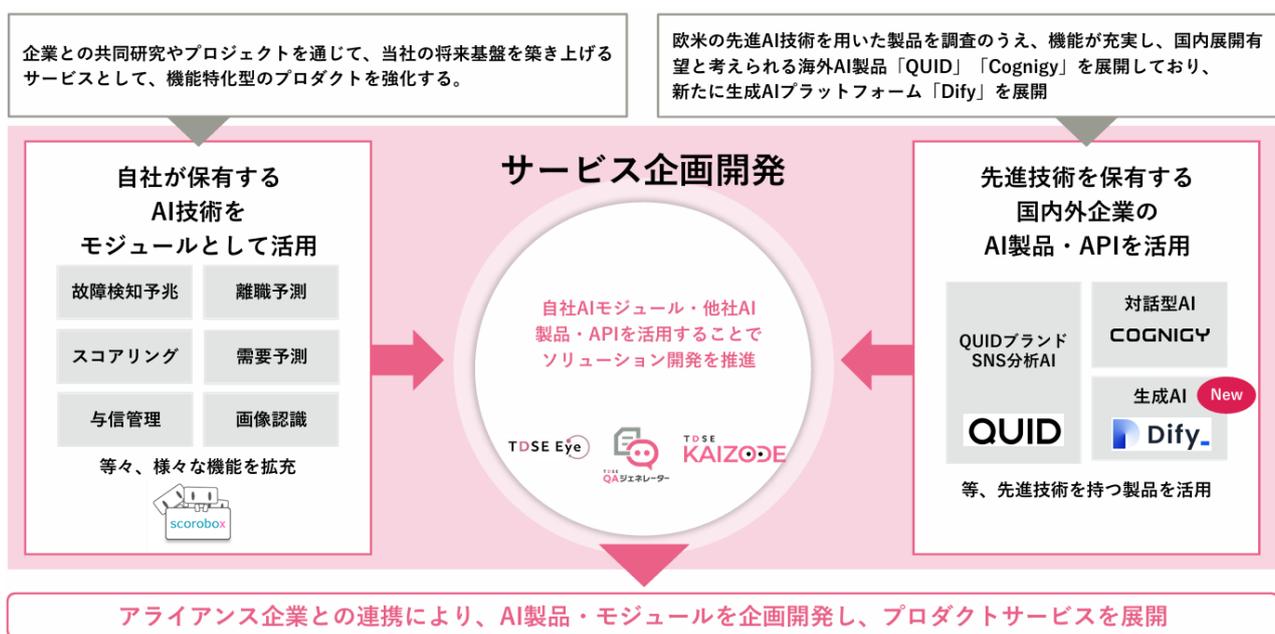
(同社資料より)

②プロダクト事業

プロダクト本部では、「QUID」や「Cognigy」など他社 AI 製品や自社独自 AI 製品「QA ジェネレーター」などの製品販売、または業務特有の AI モジュール(※)を顧客企業向けに提供し、使用料及び運用保守料を受領するサービスを推進している。

※AIモジュール

異常検知や物体認識などの AI モデル(未学習モデルも含む)であり、業務システムやアプリケーション等に組み込む、AI システムの根幹をなすもの。



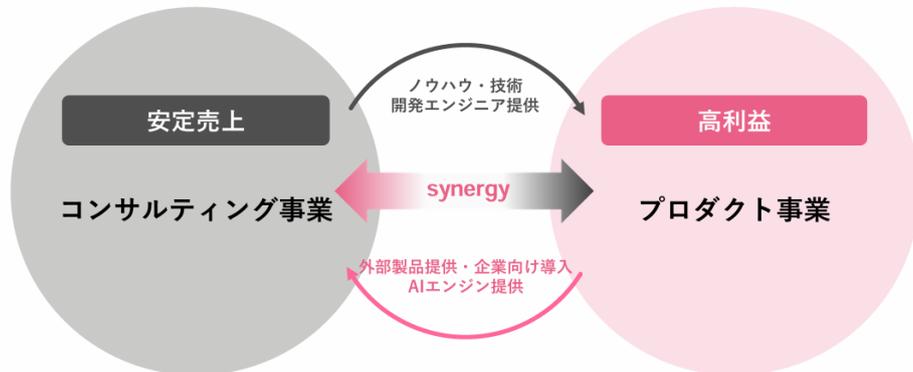
アライアンス企業との連携により、AI製品・モジュールを企画開発し、プロダクトサービスを展開

(同社資料より)

(2)ビジネスモデル

データ利活用や DX 推進を中心とした顧客課題解決型のコンサルティング事業と、そこから得たノウハウを元にした AI 製品やサービスの提供を通じたプロダクト事業の両軸で「安定かつ収益性の高いビジネスの実現」を目指している。

事業価値サイクル



(同社資料より)

【1-4 競争優位性】

同社の主な競争優位性は以下のとおり。

(1)コア・コンピタンス

創業より企業の経営課題解決を支える AI/データ活用の専門集団として、コンサルティングからプロダクト提供まで行い、200 社強の企業を支援。今後も更なる発展にむけ、当社の事業成長に必要な 3 つの強みを高める。

強み

①	国内最高峰のデータサイエンティスト集団	有能な人材を採用することに加え、データサイエンティスト/データエンジニアの育成方法を開発し、共創し合う文化を醸成。更に人材が活躍できる仕組みを強化。
②	ビジネス課題ファーストな技術力と実績	ビジネス課題ファーストで、多様なデータからアルゴリズムや分析手法を構築し、技術力及びノウハウを蓄積してきた。常に先端技術を修得し、企業の課題解決に役立つ技術力と実用的なノウハウを積上げる。
③	コンサルティングからプロダクト開発まで一貫通の実現体制	企業への実用化実績の知見を通じて、共通課題を抽出し、自社製品開発に取り込む体制。時代変化に柔軟であり、且つ価格競争に打ち勝つ製品開発を進めることで、多くの企業活動を支援。

(2)多種多様なバックグラウンドを持つ技術集団

- 役職員 169 名(24 年 10 月時点)のうち、135 名、約 8 割がデータサイエンティストとエンジニアで構成される技術集団
- データサイエンティスト職の 9 割が理系修士以上、その内 5 割が後期課程進学者・博士学位取得者で構成
- 出身校の上位 10 校は、東京大学大学院、京都大学大学院、大阪大学大学院等の有名大学

総勢 135名

(参考 2024年4月：134名、2023年10月：130名)

データサイエンティスト 101名

(2024年4月：104名)

エンジニア 34名

(2024年4月：30名)

主な出身研究所

欧州原子核研究機構 (CERN) スイスジュネーブ
 フェルミ国立加速器研究所 (FNAL) ミシゴ
 フランス国立宇宙研究センター (CNES) 仏パリ
 フランス国立科学研究所 (CNRS) 仏パリ

主な出身大学 (国内)

東京大学 京都大学 早稲田大学
 大阪大学 筑波大学 東北大学
 北海道大学 九州大学 など
 修士以上 : 109名
 後期課程・博士 : 58名

2024年10月現在

(同社資料より)

(3) 優秀な技術者の採用/育成と組織活性化に向けた環境

- 組織…技術要員の採用および育成を強化するため、コンサルティング事業本部直下に『人財強化組織』を設置し、採用と教育のクオリティを高め、業務のスピードアップを図る。
- 風土…人材強化に繋がる教育ノウハウが豊富に蓄積されており、技術習得に関する教育カリキュラムを充実させる。また社外メンバーとも渡り合えるよう自律の人材へ促す風土作りを進める。
- 取組…スキル獲得と業績成果に応じた解像度の高い人事評価／報酬制度を運用中。一方で、社員モチベーション維持・向上に役立てるため、社員満足度を定期的に確認、各階層とのコミュニケーションを行い、各種施策を見直し、会社と社員間においてフラットな風土作りを目指す。



(同社資料より)

(4) ビジネス課題解決に活かす技術ノウハウと創業以来蓄積してきた技術ライブラリー

ビジネス課題ファーストで、多様なデータからアルゴリズムや分析手法の最適な解決方法を見つけ出し、企業が抱えてきたビジネス課題の解決に結び付けている。

また、プロジェクト実績・技術・ノウハウの基礎情報を蓄積し、プロジェクト運営の効率化および AI モジュールを整備。300 を超えるライブラリー「scorobox」を有しており、経験の浅い技術社員も活用できるビジネスモデルを確立。



(同社資料より)

2. 2025 年 3 月期上期決算概要

【2-1 業績概要】

	24/3 期 上期	構成比	25/3 期 上期	構成比	前年同期比
売上高	1,246	100.0%	1,265	100.0%	+1.5%
売上総利益	429	34.5%	421	33.3%	-2.0%
販管費	314	25.2%	340	26.9%	+8.3%
営業利益	115	9.3%	80	6.4%	-30.1%
経常利益	117	9.4%	79	6.2%	-32.7%
中間純利益	80	6.5%	52	4.2%	-34.7%

*単位:百万円

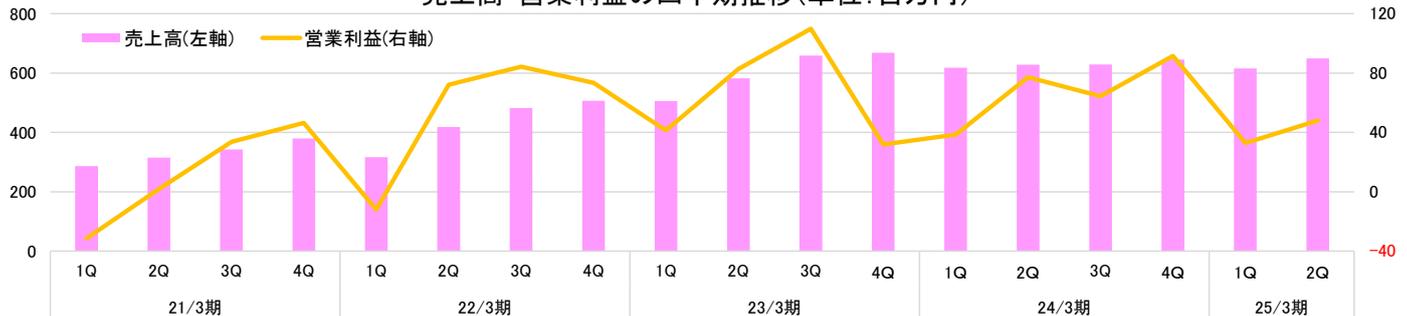
微増収、2 桁減益

売上高は前年同期比 1.5%増の 12 億 65 百万円。コンサルティング事業では既存案件は拡大したものの、新規開拓が大幅に縮小した。プロダクト事業は市場の成長に伴い既存案件を主軸に好調であった。

営業利益は同 30.1%減の 80 百万円。売上総利益率が低下し売上総利益は同 2.0%減少。成長に向けた積極的な人材採用やプロダクト開発に向けた投資により販管費は同 8.3%増加し、営業利益率が前年同期 9.3%から 6.4%に低下した。

経常利益は同 32.7%減の 79 百万円、中間純利益は同 34.7%減の 52 百万円。

売上高・営業利益の四半期推移(単位:百万円)



(四半期推移)

	23/3 期				24/3 期				25/3 期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	506	582	659	668	618	628	629	645	615	649		
増収率(Y-Y)	+59.9%	+39.3%	+36.7%	+31.9%	+22.2%	+7.8%	-4.6%	-3.3%	-0.4%	+3.5%		
増収率(Q-Q)	-0.1%	+15.1%	+13.1%	+1.4%	-7.5%	+1.6%	+0.2%	+2.7%	-4.6%	+5.5%		
営業利益	41	82	109	31	38	77	64	91	32	48		
増益率(Y-Y)	-	+14.6%	+30.3%	-56.5%	-6.9%	-6.6%	-41.4%	+186.4%	-14.6%	-37.8%		
増益率(Q-Q)	-43.7%	+99.9%	+32.9%	-70.9%	+20.5%	+100.6%	-16.7%	+42.2%	-64.1%	+46.1%		

*単位:百万円

第 1 四半期は前年同期比、前四半期比とも減収減益だったが、第 2 四半期は、前四半期では増収増益となった。

【2-2 事業別動向】

(1)コンサルティング事業

①概況

売上高は前年同期比 2%減の 10.9 億円。年間計画に対する進捗は 43%にとどまった。

重要課題として営業強化策を推進してきたが伸び悩んだ。既存売上は同 3%増の 10.7 億円、新規売上は同 68%減の 0.2 億円。継続的に戦略投資が進む既存顧客と関係強化することで、アプローチ強化を進めた結果、一部顧客では売上拡大に繋がった。新規顧客獲得にむけた各種施策に取組中だが、新規顧客の売上高は対前年比で大きく下回る結果となり、改善余地が大きい。

(補足)新規売上:今期に新規取引開始した顧客売上、既存売上:全体の売上から新規売上を除いた売上

②営業強化策に関する上期業績振返り

営業施策を全体的に見直してきたが営業強化は未だ途上段階、さらなる取組強化及び改善策を進める。今後の課題として、①案件当り新規売上の向上、②営業企画/管理人材の増強、③マーケティング施策のさらなる推進、④既存アライアンスの強化に伴う共同獲得案件の増加、⑤新規アライアンスの開拓を挙げている。

③新技術およびサービスを伴う取組

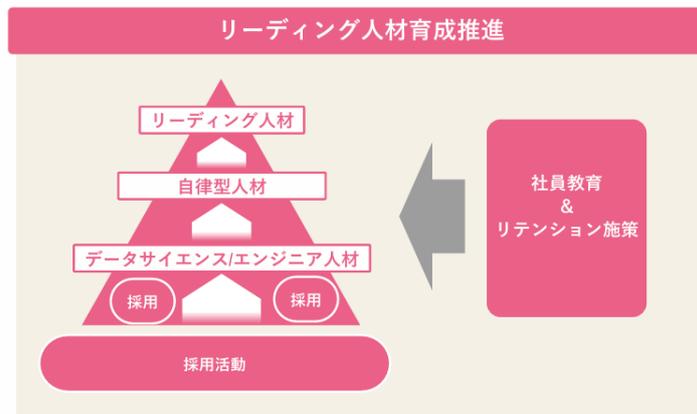
成長分野である LLM 関連テーマは引き続き増加傾向。LLM 領域での RAG、DataBricks の知識獲得が進む。



(同社資料より)

④技術人員増強にむけた計画と取組

26/3 期の目標として、技術社員 141 名、リーダー人員 41 名を掲げている。24 年 10 月現在、技術人員が 126 名(前期比 1 名増)、リーダー人員 37 名(同 2 名増)。技術員の離職が想定より発生しており、採用及びリテンションを強化するが、141 名を絶対達成数とせず、足元案件を踏まえながら採用数も調整。育成及び採用により、リーダー数は目標 41 名(残り 4 名)への達成時期を当初 4 月から昇格タイミングとなる 6 月に延期した。



(同社資料より)

変動の激しい時代に即したニーズに対応するため、人材ポートフォリオを再整備する。急成長を続ける生成 AI 市場の渦中にある同社では、データサイエンスやエンジニアといった職種の採用育成でなく、LLM エンジニアや業務展開に長けたコンサル型人材など、プロジェクト遂行に最適な体勢を構築するための職種再整理を進め、次期中計を狙いとした人材ポートフォリオ再構成を進める。

(2)プロダクト事業

①概況

売上高は前年同期比 24%増の 1 億 73 百万円。年間計画に対する進捗率は 52%となった。
既存売上が同 37%増の 1 億 40 百万円、新規売上が同 11%減の 33 百万円。

◎ソーシャルメディアマーケティング(SMM)事業

売上高は前年同期比 33%増の 1 億 56 百万円。新規開拓件数が前年比 60%増の 23 件と、年間目標としていた 15 件以上を大きく上回った。既存案件継続率については 85.4%と目標の 80%以上を達成した。

◎カンパセーショナル AI ソリューション(CAS)事業

売上高は前年同期比 23%減の 17 百万円。既存案件継続率は 100%。新規開拓件数は年間目標の 10 件以上に対して 2 件にとどまった。件数不足だが 1 件当たりの規模は大きくなっている。生成 AI にむけた各種改良を追加することで、顧客ニーズに対応する提案及び効率的な開発を実現した。

②取組と製品強化

自社製品を研究開発するラボ拠点としてベトナム企業との連携を進め、開発効率化を進めている。上期の主な取組は以下の通り。

SMM事業

1. 機能拡充

 QUID Monitor

生成AI機能『AI Summary』と『Ask Quid』を新規搭載し、膨大な取集データからLLMで回答を実現

2. 製品開発

 TOSE KAIZOZE

レビューデータの収集及びLLMでの分析機能を追加。データ+LLMの組合せで機能を拡充を継続

CAS事業

1. 導入事例

 COGNIGY

大手金融機関向け追加開発を継続、ノウハウ蓄積
大手企業複数社向けにPoCを開始

2. 研究開発の進捗

 TOSE QAジェネレーター

LLMを活用したQA生成サービス提供を開始

(同社資料より)

優先事項は生成 AI 技術への対応。SMM 事業、CAS 事業ともに技術革新の激しい生成 AI 市場においては、自社開発のみならず、海外先端技術を有する企業との提携を経て、市場スピードに対応した LLM サービスの供給態勢(技術&営業)を構築することが求められる

③トピックス

●日経 CNBC の新 NISA 特番にて「QuidMonitor」が活用

8 月 9 日(金)の日経 CNBC 昼エクスプレスにおける『SNS の AI 解析で見る新 NISA のホンネ』において同社取締役池野氏と日経 CNBC キャスター岡村氏が、新 NISA 導入前後から現在に至るまで、消費者の意識変化と相場の関係性を踏まえて今後の見通しと注目点を解説。

11 月 6 日には、米国大統領選挙における政党及び候補者に対する SNS 分析を実施し、市場への影響度をアナリストと共に解説。

●生成 AI アプリ「Dify」開発企業と国内初のパートナーシップ

新製品「Dify」は生成 AI アプリ構築プラットフォーム。ノーコードで直感的に生成 AI サービスを構築可能な日本語対応のプラットフォーム RAG 構築が効率的に展開できる「Dify」をベースに LLM サービス開発を展開する。



(同社資料より)

「Dify」の特徴

①	多様な LLM に接続が可能	OpenAI、Anthropic、Azure OpenAI、Llama2、Hugging Face、Replicate など、さまざまな大規模言語モデル(LLM)と接続が可能。必要に応じて LLM を柔軟に切り替えることで、様々なビジネスニーズに適応。
②	RAG によるナレッジ機能	Dify は RAG エンジンが標準搭載。RAG は自社に蓄積された大量の業務文書・規定などの社内情報、外部の最新情報を参照し、回答することができる技術。これにより企業情報を元に回答することが可能に。
③	外部ツールや API の連携	Google 検索、Slack などの外部ツールをはじめ、Dall-E、Stable Diffusion といった画像生成 AI ツールと連携することも可能。外部ツールや API と連携させることで、自社にあわせた AI サービスの開発により、業務の自動化を実現。

BRIDGE REPORT



【2-3 財務状態とキャッシュ・フロー】

◎主要 BS

	24 年 3 月末	24 年 9 月末	増減		24 年 3 月末	24 年 9 月末	増減
流動資産	2,194	2,227	+33	流動負債	344	332	-11
現預金	1,792	1,790	-2	固定負債	20	20	+0
売上債権	291	266	-24	負債合計	365	352	-12
固定資産	245	241	-4	純資産	2,074	2,116	+41
投資その他の資産	167	175	+7	利益剰余金合計	965	997	+31
資産合計	2,440	2,469	+28	負債純資産合計	2,440	2,469	+28

* 単位: 百万円

自己資本比率は前期末から 0.7 ポイント上昇し 85.7%。

◎キャッシュ・フロー

	24/3 期 上期	25/3 期 上期	増減
営業 CF	-56	27	+84
投資 CF	-9	-6	+3
フリーCF	-66	21	+87
財務 CF	-20	-20	-0
現金同等物残高	1,689	1,790	+100

* 単位: 百万円

キャッシュポジションはほぼ変わらず。

3. 2025 年 3 月期業績予想と取組

【3-1 業績予想】

	24/3 期	構成比	25/3 期(予)	構成比	前期比	期初予想
売上高	2,521	100.0%	2,613	100.0%	+3.6%	2,837
営業利益	271	10.8%	140	5.4%	-48.5%	284
経常利益	274	10.9%	138	5.3%	-49.8%	284
当期純利益	200	7.9%	95	3.6%	-52.6%	196

* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

通期予想は減額修正

売上高は前期比 3.6%増の 26 億 13 百万円、営業利益は同 48.5%減の 1 億 40 百万円を予想。期初予想から減額修正となった。コンサルティングサービスにおいて、特に新規顧客の売上が年間計画に対して大きく遅れたことを受けた修正。組織強化を目的とした人的資本への投資とプロダクト開発投資は継続する。

配当は修正なく、前期と同じ 10.00 円/株の予定。予想配当性向は 21.9%。

【3-2 事業別取組】

(売上動向)

	24/3 期	25/3 期(予)	前期比	期初予想
コンサルティング事業	2,229	2,272	+1.9%	2,503
プロダクト事業	292	341	+16.8%	333
合計	2,521	2,613	+3.6%	2,837

* 単位: 百万円。予想は会社側予想。

(1)コンサルティング事業

売上高は前期比 1.9%増の 22 億 72 百万円を見込む。期初予想 25 億 3 百万円から減額修正。

主な取組は以下の通り。

①営業強化策

- プリセールス活動の専任チーム化を推進
- 営業力強化に繋がるマネジメント人材を獲得
- 顧客企業との共同イベントの開催

②アライアンス強化

- DataBricks 社との連携強化(3 月～)
- Dify を軸とする LLM 関連の開発案件開拓(9 月～)
- 新たに三菱総合研究所との協業を開始(10 月～)
- 製造系コンサル、メディアコンサルとも連携(通年)

(2)プロダクト事業

売上高は前期比 16.8%増の 3 億 41 百万円の計画。期初予想 3 億 33 百万円から増額修正。

主な取組は以下の通り。

①SMM 事業

- 製品ラインナップ拡充に向けて

製品優位性を持つ QUID ブランドの認知度アップを強化しつつ、新製品「KAIZODE」の LLM 対応に向けた改良を続ける。

- 年度の見通し

今後も SNS マーケ市場の成長率が急伸びしていくため、潜在顧客も多く、企業ニーズも幅広いことから、市場全体を盛り立てるリーダー的存在として QUID ブランドの拡販を進め、国内ローカルニーズに対応できる「KAIZODE」機能拡充を展開。

- 新規開拓件数 15 件以上、既存案件継続率 80%を目標とする。

②CAS 事業

- 製品ラインナップ拡充に向けて

生成 AI 市場の高まりを受けて、生成 AI 製品「Dify」取扱いを開始し、「QA ジェネレーター」「Cognigy」等の特性を活かした開発効率化を進める。

- 年度の見通し

LLM ニーズの高まりにより、引き合いが増加傾向であり、生成 AI サービスとしての「Dify」、業務チャットボット開発としての「Cognigy」を展開するとともに、QA ジェネレーターの独自優位性を活かした取組で企業開拓を強化。

- 新規開拓件数 10 件以上、既存案件継続率 90%を目標とする。

◎プロダクト事業の成長を担う全体製品構成図



4. 中期経営計画「MISSION 2025」

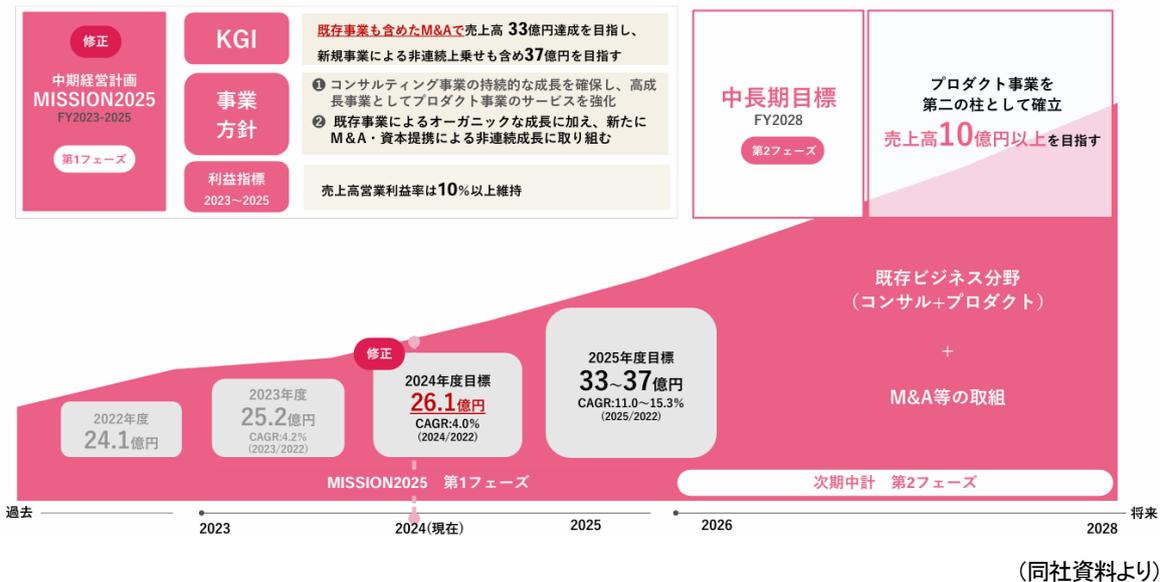
【4-1 中期経営計画「MISSION 2025」概要】

(1)方向性

DX 市場、AIビジネス市場ともに今後も急成長が見込まれる。

そうしたフォローの風を受け、各事業の経営指標及び目標、戦略・施策を含む中期経営計画「MISSION 2025」を遂行中である。

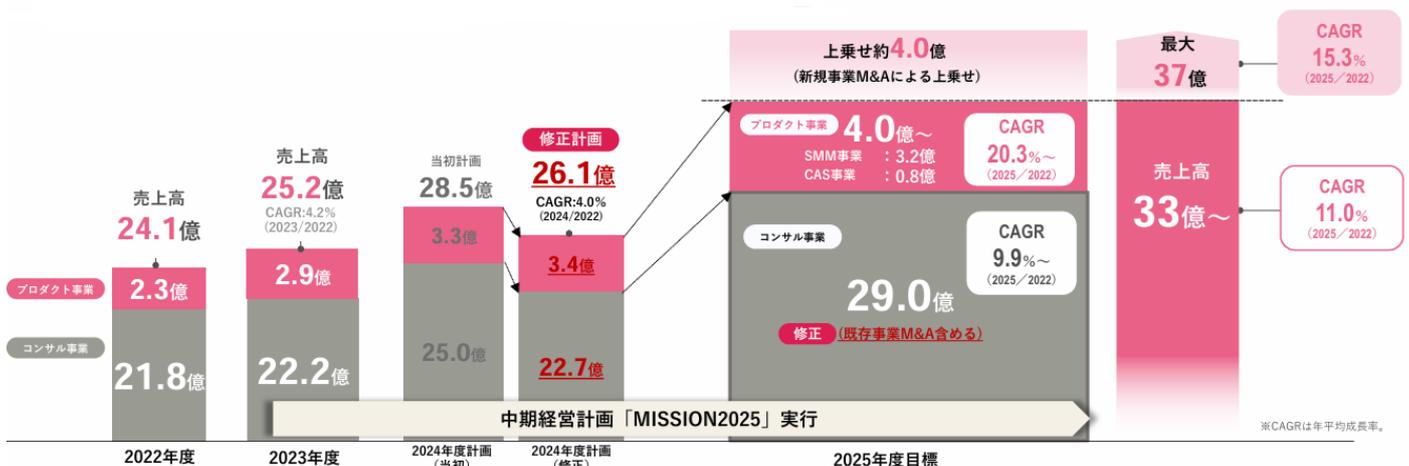
同社では、プロダクト事業を第二の事業の柱として確立させ、29/3 期までに「**プロダクト事業の売上高 10 億円以上を目指す**」という中長期目標を打ち出している。24/3 期から 26/3 期の 3 ヶ年を対象とする『MISSION2025』は、29/3 期を見据えたその第 1 フェーズ。既存事業も含めた M&A で売上高 33 億円達成を目指し、新規事業による非連続上乗せも含め 37 億円を目指す。



【4-2 25/3 期上半期実績を受けて一部修正】

折り返しとなる 25/3 期上半期を終え、一部修正が加えられた。当初は、オーガニック成長のみで中計ゴールである 26/3 期 33 億円以上の達成を目指していたが、既存事業であるコンサルティング事業の成長率鈍化に伴い、新機軸のみで検討していた M&A を既存事業であるコンサル領域まで対象を拡げることで 26/3 期コンサルティング事業 29 億円達成を実現し、成長著しいプロダクト事業と合わせ、全社で最低限 33 億円、最大 37 億円の達成を目指す。

売上高営業利益率は 10%以上を維持させていく方針。



(同社資料より)

各事業の KPI 目標は以下のとおり。

目標達成に向けては、コンサルティング事業では「営業力強化」を新たに加えた、「営業力強化、リーダー人財育成、人財獲得、先進技術取組、M&A」が、プロダクト事業では「離反防止および新規獲得、ラインナップ強化、M&A」がカギとなる。

コンサルティング事業

営業力強化、リーダー人財育成（育成体系化含）人財獲得、先進技術取組、M&A

KGI 重要目標達成指数

売上高 29億円

安定的成長を持続させるため、採用及び育成など人的資本への投資を継続する事業モデル。既存事業分野のM&A実施

修正

経営指標目標（2025年6月）

育成と採用に重きを置いた指標

- 技術人員数（コンサル事業部内）

141名（社員純増数は対前年で確認）※

- リーダー数

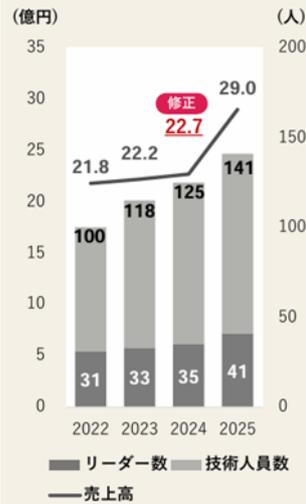
41名（プロジェクトを束ねる人員）※

修正

※いずれも達成時期を2025年6月へ延期

売上拡大に重きを置いた取組

- 重要課題として営業強化を進める



プロダクト事業

離反防止および新規獲得（デジマと代理店強化）、ラインナップ強化、M&A

KGI 重要目標達成指数

売上高 4億円～

先行投資期間は利益少ないが、ビジネス拡大時期から高い売上成長率、高い利益率となる事業モデル

経営指標目標（各年度）

開拓と継続に重きを置いた指標

SMM事業

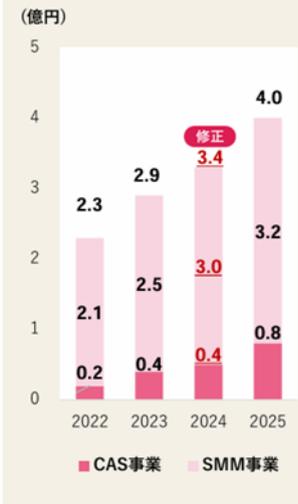
- 新規開拓数 15件以上
- 既存案件継続率 80%以上

CAS事業

- 新規開拓数 10件以上
- 既存案件継続率 90%以上

新規開発に重きを置いた目標

- プロダクトラインナップの増強



※生成AI市場でのビジネス展開を舵を切ることから、SMMとCAS事業統合を視野に

(同社資料より)

5. 今後の注目点

中期経営計画「MISSION 2025」の折り返しとなる 25/3 期上期だったが、増収は小幅にとどまり減益となり、通期予想が減額修正となったのは残念。コンサルティング事業において、既存売上は着実だが、新規売上獲得に向けた営業をさらに強化する必要があるだろう。

こうした中、目を引くのは同社でも高成長と位置付けするプロダクト事業。こちらは上期の進捗も順調で通期予想売上も増額修正となっている。同社は、29/3 期に「プロダクト事業の売上高 10 億円以上を目指す」という中長期目標を打ち出しており、その目標に対しては着実な進捗を見せている。生成 AI 市場の世界需要は年平均で 50%超の成長が見込まれており、アップサイドのポテンシャルも大きい。M&A にも積極的に取り組む見通しで今後の動向にも注目している。

株価は低調に推移しており、昨年末との比較では 3 割程度下げた水準。「MISSION 2025」では営業利益率 10%以上を維持する方針も示されており、売上計画を達成すれば EPS は 100 円を越えてくるだろう。プロダクト事業の成長をしっかりと維持させ、コンサルティング事業での営業施策見直しが進捗すれば十分可能と見ており、株価も見直されると考える。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	5名、うち社外取締役1名(うち独立役員1名)
監査役	3名、うち社外監査役2名(うち独立役員1名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2024年6月27日

<基本的な考え方>

当社は、「データに基づいて、意思決定を高度化する」というミッションのもと、「データを活用した可能性溢れた豊かな社会」の実現に向けて、更なる飛躍を目指し、株主、取引先、従業員等ステークスホルダーの信頼を得、継続的な企業価値の向上を実現するため、コーポレート・ガバナンスの充実が経営上の重要な課題であると位置づけ、コンプライアンス体制及びリスク管理体制の構築・強化を図り、取締役会を中心に「経営の効率化」及び「監督機能の強化」に主眼を置き、健全で透明性が高く、経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制の構築に努めてまいります。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由>

当社はコーポレートガバナンス・コードの基本原則をすべて実施しております。

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(TDSE:7046)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)