

ネットイヤーグループ株式会社

事業計画及び成長可能性に関する事項

DESIGN FOR THE FUTURE

2023年5月31日

目次

ネットイヤーグループの紹介	p.2
ネットイヤーグループが目指していること	p.7
ビジネスモデル	p.11
成長可能性	p.14
成長に向けた取り組み	p.22
経営指標	p.27
事業リスクと対策	p.33



ネットイヤーグループの紹介

会社概要

社名	ネットイヤーグループ株式会社 (Netyear Group Corporation)
代表者	代表取締役社長 CEO 佐々木 裕彦 代表取締役副社長 COO 林田 敏之
所在地	東京都中央区銀座2-15-2 KR Ginza II
証券コード	東証グロース (3622)
設立	1999年7月7日
資本金	570百万円
売上高	3,919百万円 (2023年3月期)
従業員数	178名 (2023年3月31日現在)
事業内容	ユーザー体験の向上による企業価値向上の支援全般 ・ オウンド・ソーシャル・広告・リアルなどの各種ユーザー接点の改善 ・ それに付随するコンサルティング・システム開発・運用保守 および 活用支援全般

価値提供体制



NTTデータグループとしてのシナジー

2019年にNTTデータと資本業務提携を行い、NTTデータグループに参画して以降、相互に強みを活かして、顧客企業や社会の課題解決に向けたプロジェクトを強力に推進しています。



NTT DATA

ユーザー体験デザイン



圧倒的なシステム開発力

顧客企業と社会を変える力の最大化

主な顧客企業

取引実績

累計 **900** 社以上

案件数

年間 **3,000** 件以上



Kao



TRYT

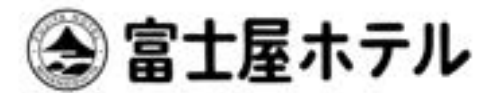


SECOM




NHK出版

co-opdeli



ODAKYU





ネットイヤーグループが目指していること

ネットイヤーグループが目指していること

**UXとデジタルで
豊かな社会を創る**

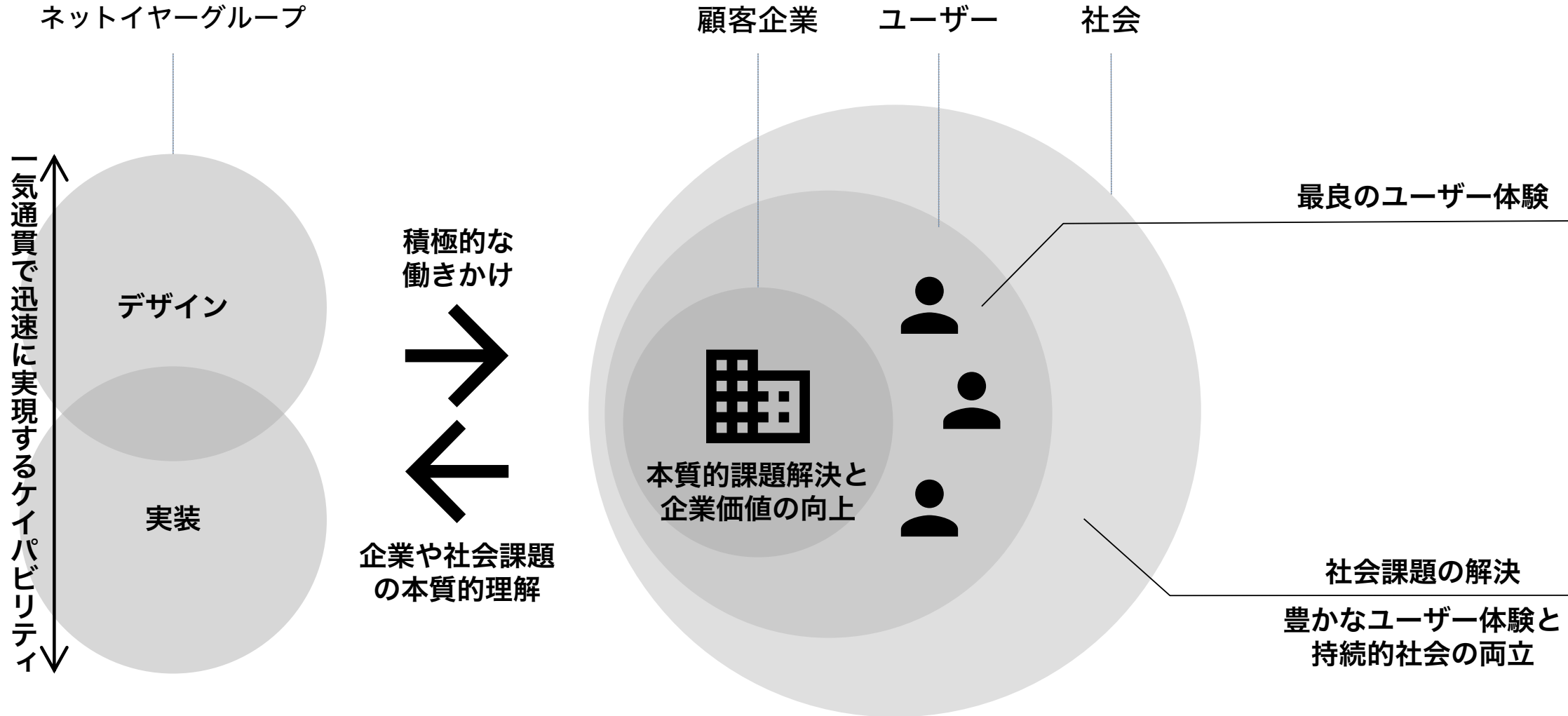
創業以来ずっと追求してきたユーザー体験デザイン(UXデザイン)とデジタルを手段として
今よりもっと豊かで暮らしやすい社会を創ることを目指し続けます。

豊かな社会を創るために

Webサイト構築でも、アプリ開発でも、システム開発でも、
ユーザー調査でも、データ分析でも、コンサルティングでも、運用保守でも、
その先には必ずユーザーが居て、**そのユーザーの生活や日常に繋がっています。**

そのユーザーの体験を**良い体験に変える**事ができれば、
そして、そのユーザーの数が多ければ多いほど、**社会は豊かになる**と考えています。

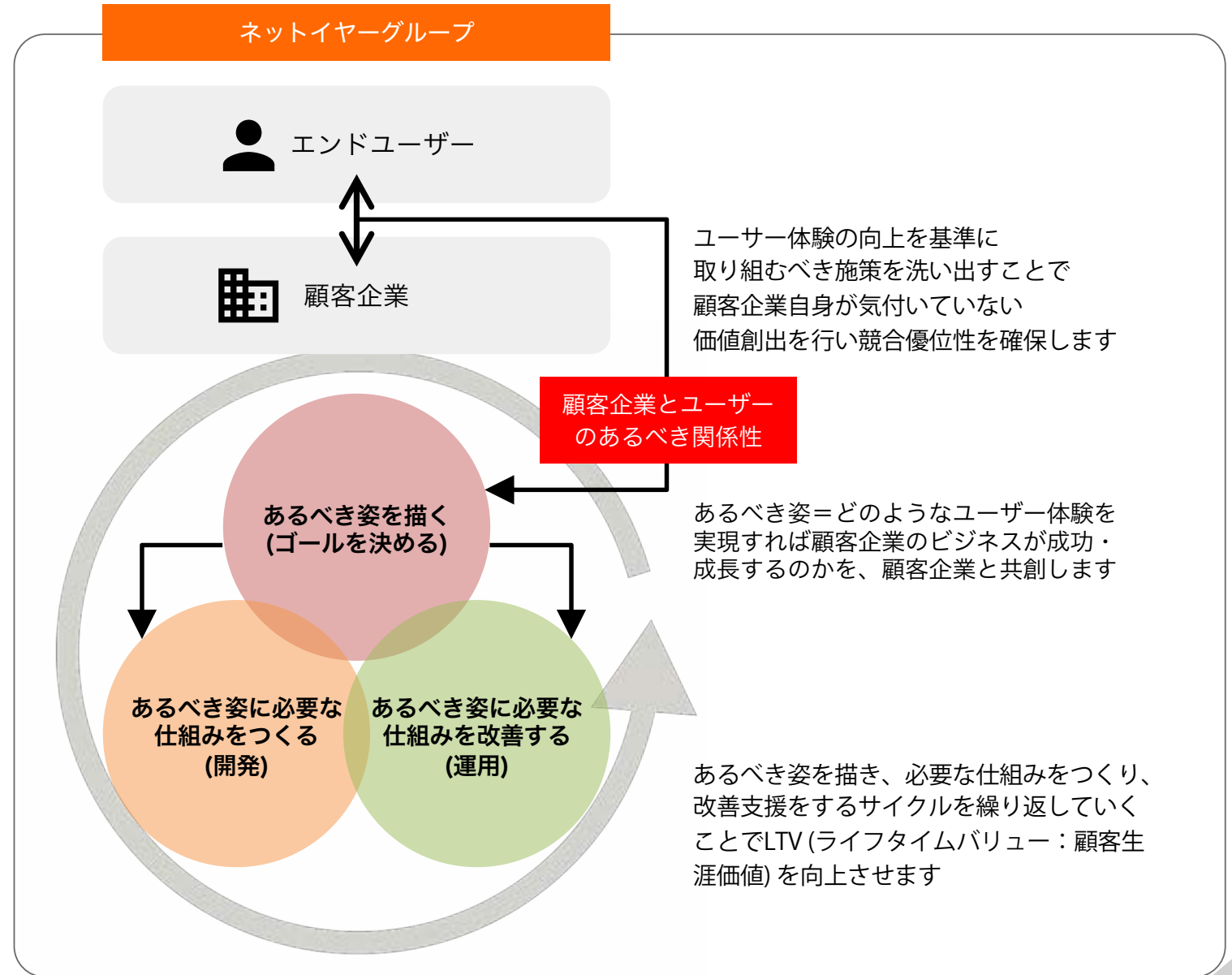
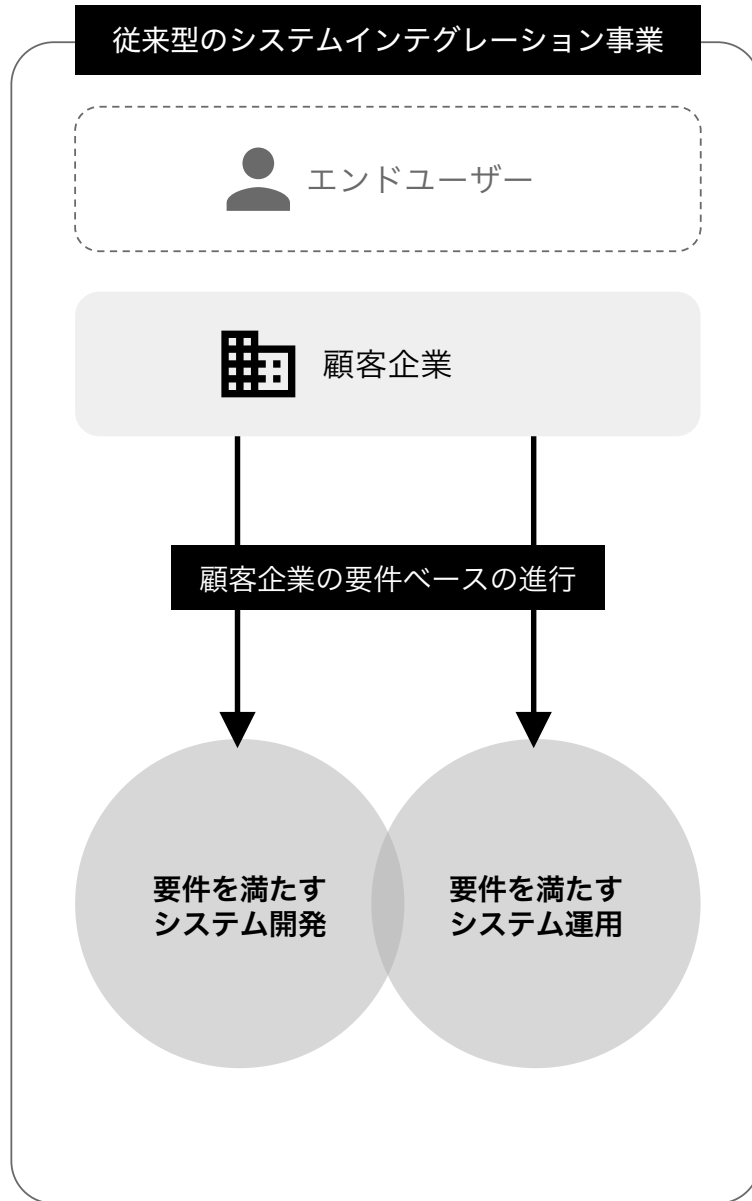
私たちが目指す顧客企業や社会との関わり方





ビジネスモデル

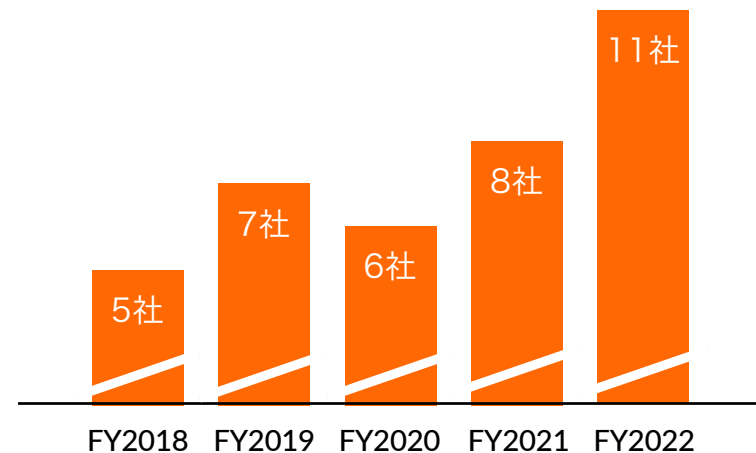
事業内容



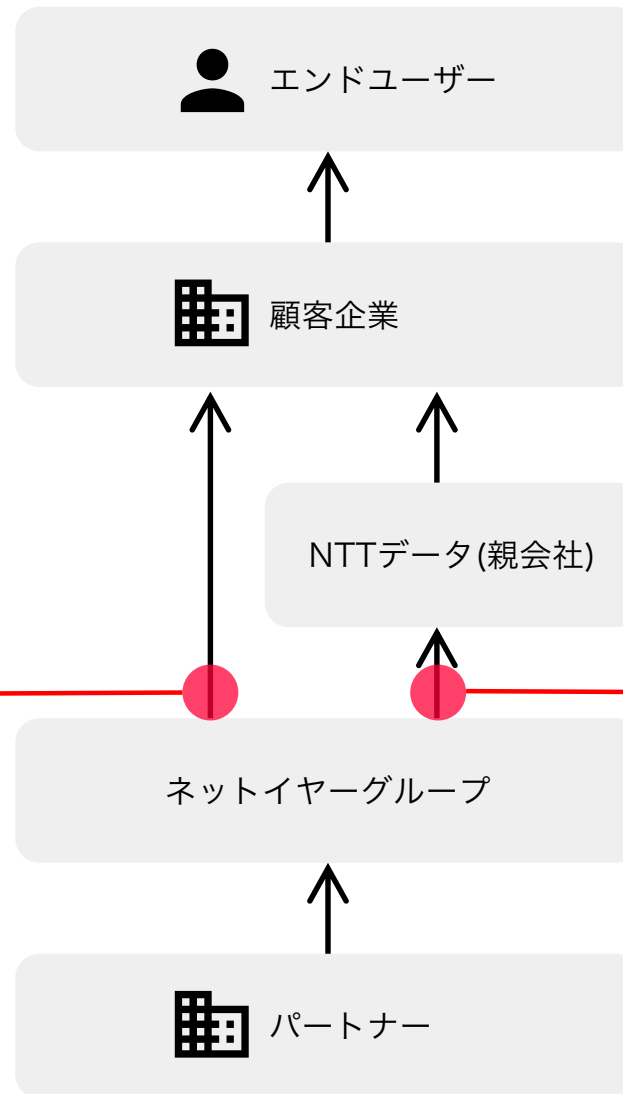
商流

営業効率を高め、年間を通しての稼働率を安定的に維持するために、取引額が年間1億円以上の顧客企業の増加を重視しています。近年は順調に増加しており、今後も継続して大口取引先を増やして行く方針です。

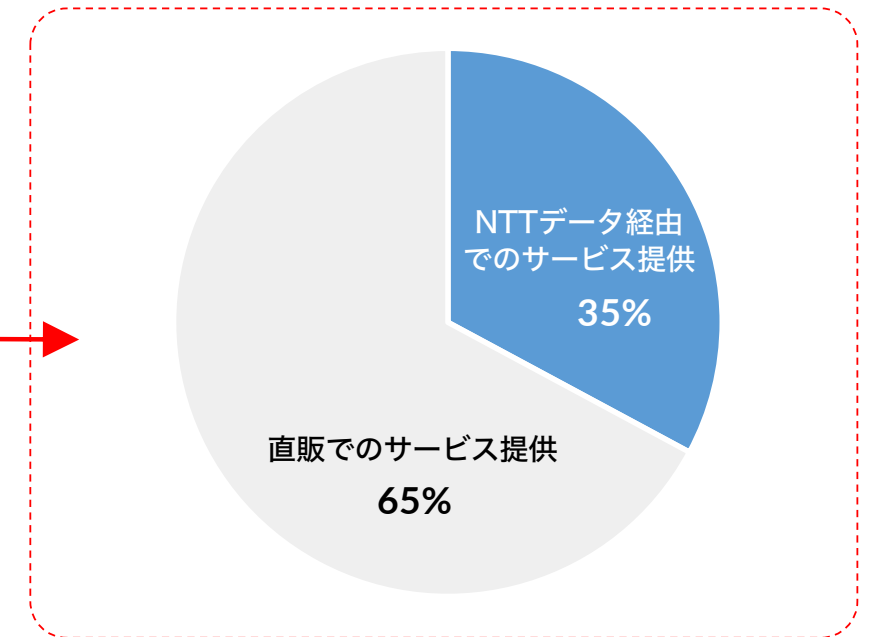
取引額が年間1億円以上の顧客企業数



※FY2021 (2022年3月期) から「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、本グラフでは経年比較のために同基準適用前の従来基準で算定した取引額ベースで集計しています。



NTTデータと競業している取引においては、当社が単独ではリーチしづらい顧客企業(官公庁や金融など)との取引を安定的に確保でき、当社が得意とするユーザー体験デザインベースのサービス提供を拡大できています。



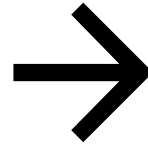


成長可能性

成長ステージへの移行

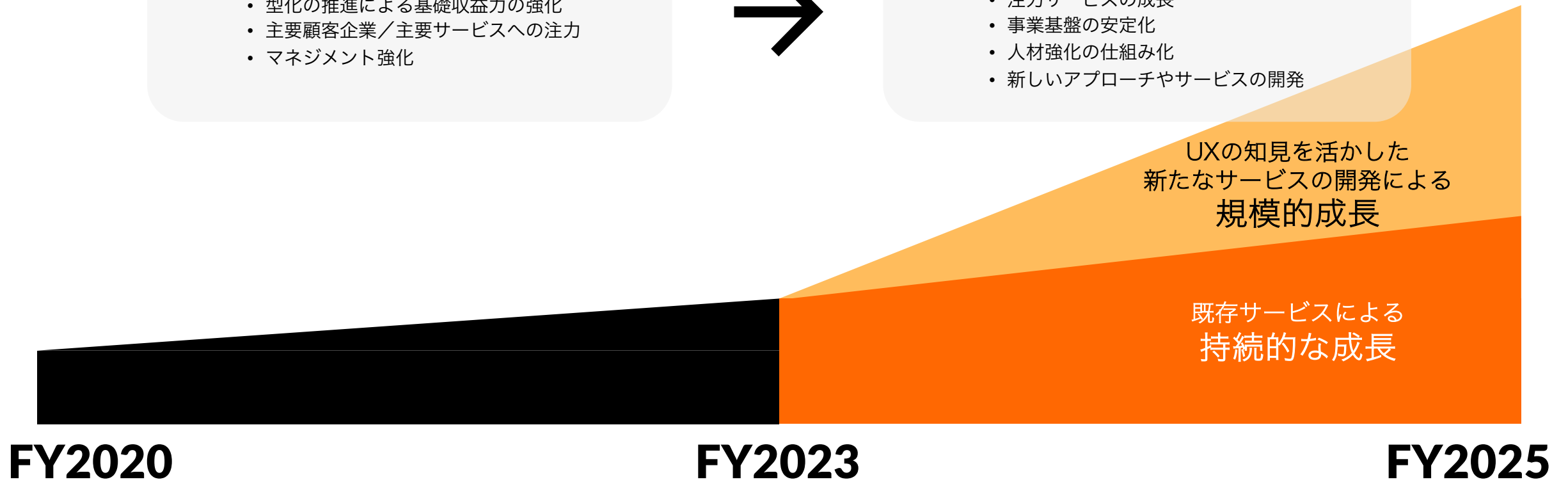
事業基盤の再構築

- 型化の推進による基礎収益力の強化
- 主要顧客企業／主要サービスへの注力
- マネジメント強化



新たな成長基盤の確立

- 注力サービスの成長
- 事業基盤の安定化
- 人材強化の仕組み化
- 新しいアプローチやサービスの開発

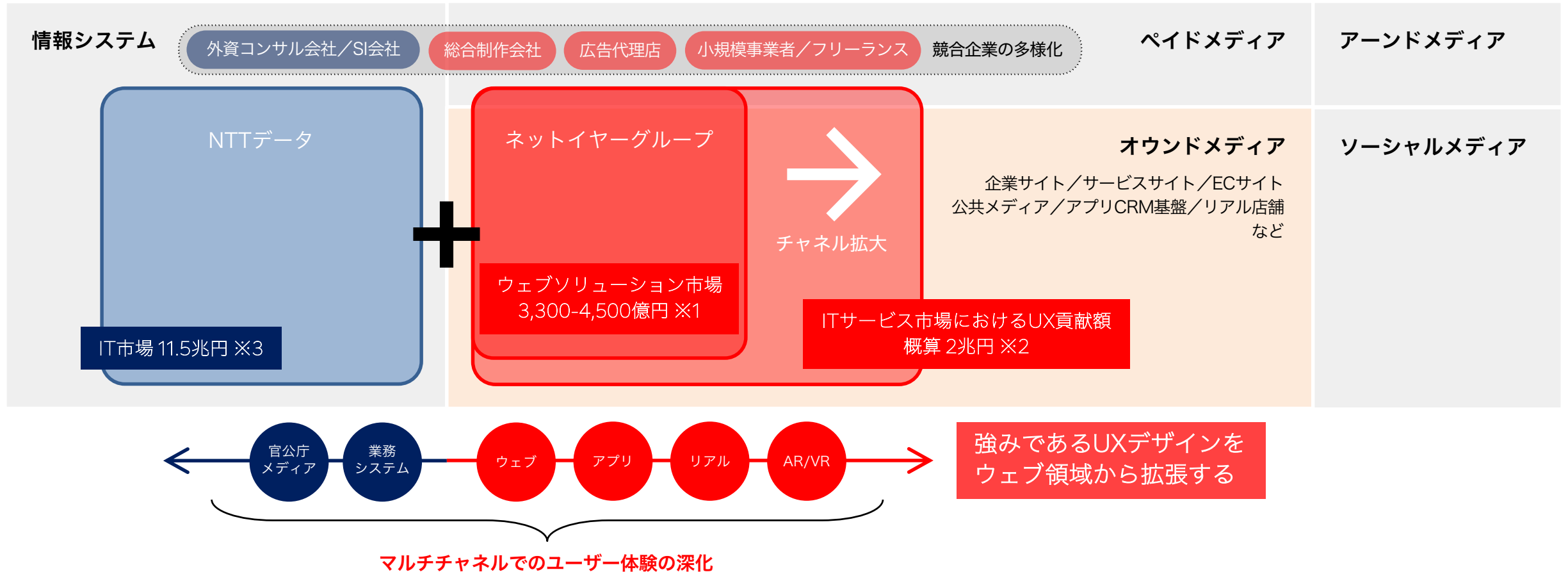


新中期計画の策定と見直し

新中期計画の実現

市場環境と成長戦略

当社の事業領域は業務ごとに細分化され、参入障壁も低く、コンサルティング会社やSI会社、広告代理店などが多く参入している他、小規模事業者やフリーランスなど競合先は多様化しています。当社は、自社が持つUXデザインのノウハウと実績、またNTTデータが持つシステム開発力を活かし、市場規模の大きいオウンドメディア領域に注力しており、当領域の市場成長は今後も続くと期待される一方、新規参入が続き、コモディティ化・レッドオーシャン化が進むことが予測されます。このような事業環境の中、当社の強みを活かしつつ、その優位性を高めるために、オウンドメディア領域内での対応チャンネルの多重化を進め、従来のウェブ領域からデジタル・リアルを問わず、マルチチャンネル化することで事業成長を図る方針です。



※1 デロイトトーマツミック経済研究所「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望 2022年版(第14版)」におけるWebソリューション市場2023年~2025年予測値 / ※2 矢野経済研究所「ITサービス市場におけるUX貢献額に関する調査」(2018年)における情報通信業に従事するIT人材がUXを踏まえて創出した年間売上高の2021年予測値2.1兆円から概算2兆円と記載 / ※3 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」における情報サービス業の「ソフトウェア開発、プログラム作成」業務の2022年度の売上高値

ユーザー体験設計(UXデザイン)の価値

ユーザー体験の善し悪しが
企業成長に大きく影響する時代

悪いユーザー体験はブランド価値を毀損する



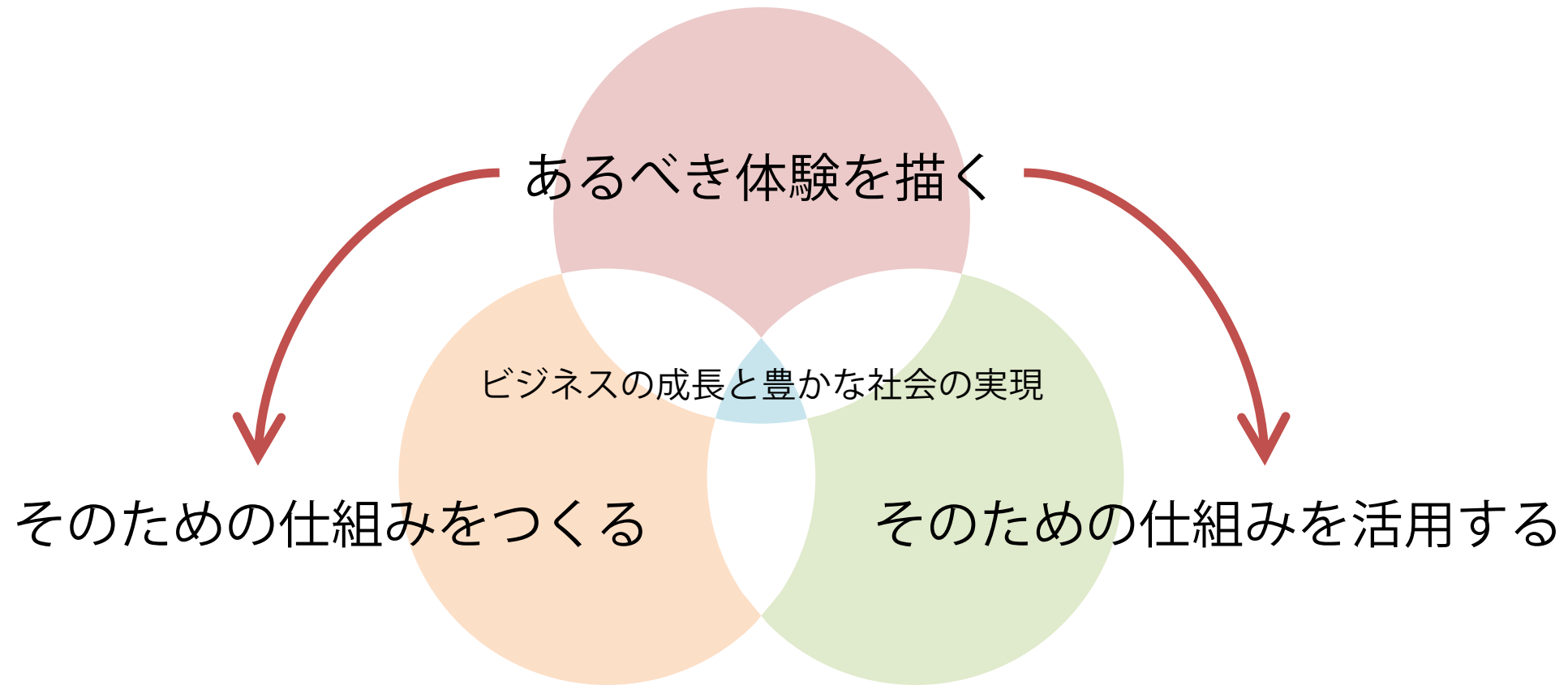
どんなに良い製品や良いサービスを開発しても、ユーザーがそれらを手に入れるまでに触れる数多くの情報による体験や、店舗やECサイトでの体験、そして入手したあとの利用体験が悪ければ、二度とその製品やサービスを選択されることはありません。良い体験を提供できない企業は、ブランド価値が毀損され、成長することが困難になっていきます。

最良のユーザー体験はブランド価値を最大化する



製品やサービスを探している段階、吟味している段階、購入する段階、利用する段階などの各ステージにおいて、楽しい・わかりやすい・便利だ・うれしい・助かる、といった良い体験を繰り返し提供できる企業は、ブランド価値が高まり、継続的に成長していくことができる時代が到来しています。

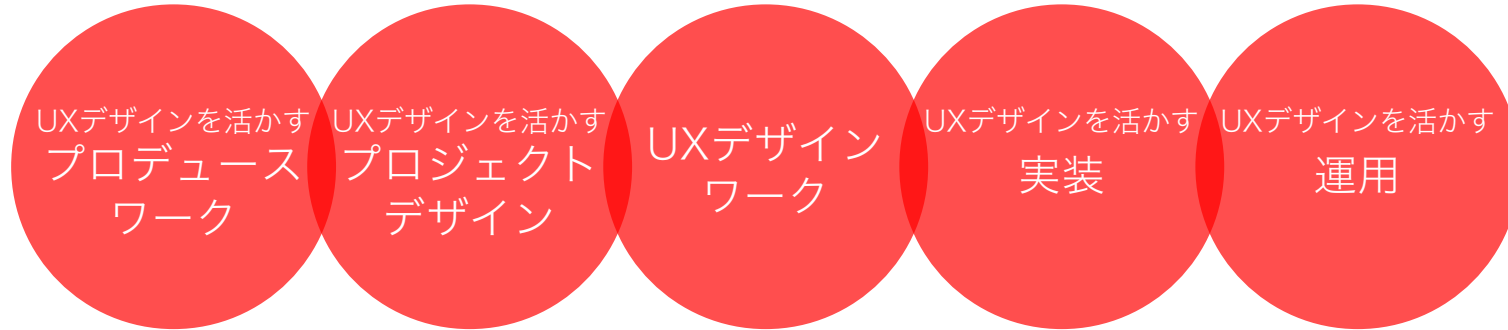
ネットイヤーグループの強み (1/3)



あるべき姿を明確に描いた上で
仕組みをつくり・活用するところまでを支援することで
顧客企業の事業成長を支援し、豊かな社会の実現を目指します。

ネットイヤーグループの強み (2/3)

スペシャリストとしてのUXデザイナー以外の人材が
UXデザインの価値を理解しプロジェクトを推進できることが強み



社内のUXデザインレベルを高める活動として、一定のスキルを満たした従業員などに対して認定を行う制度を運用しています

UX講習受講者

120名

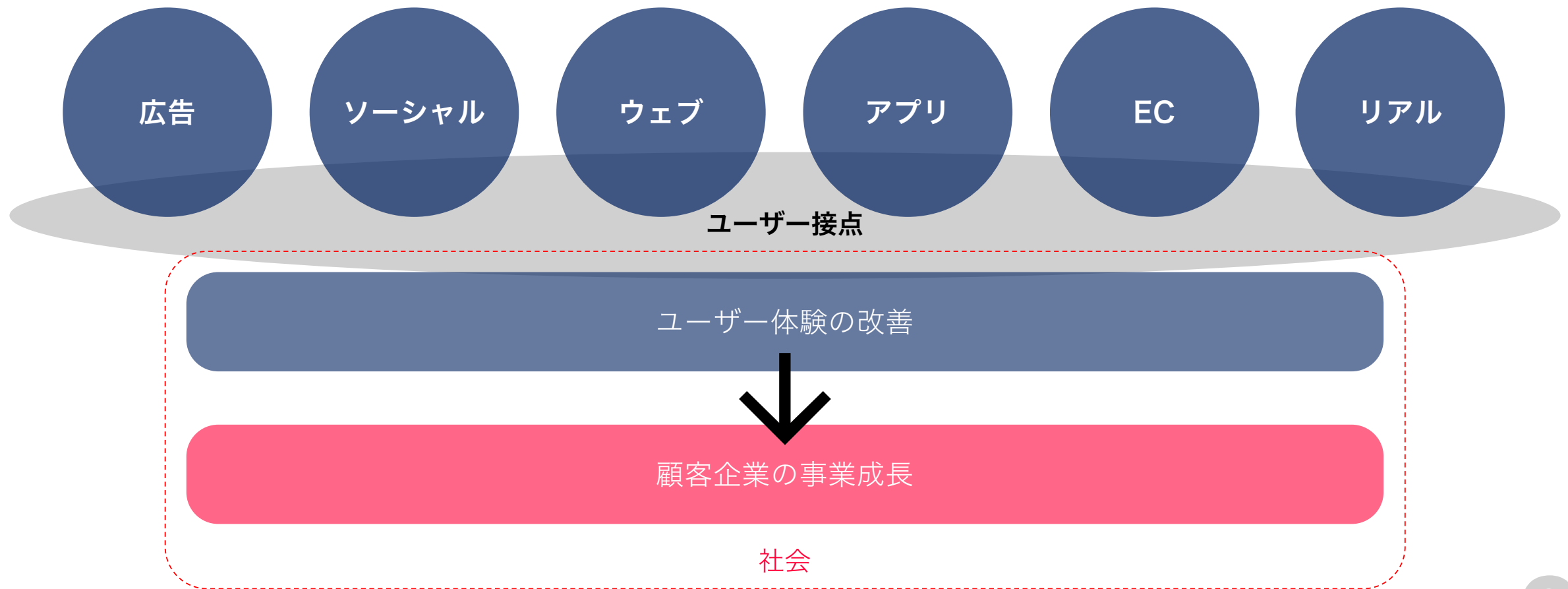
資格認定者

9名

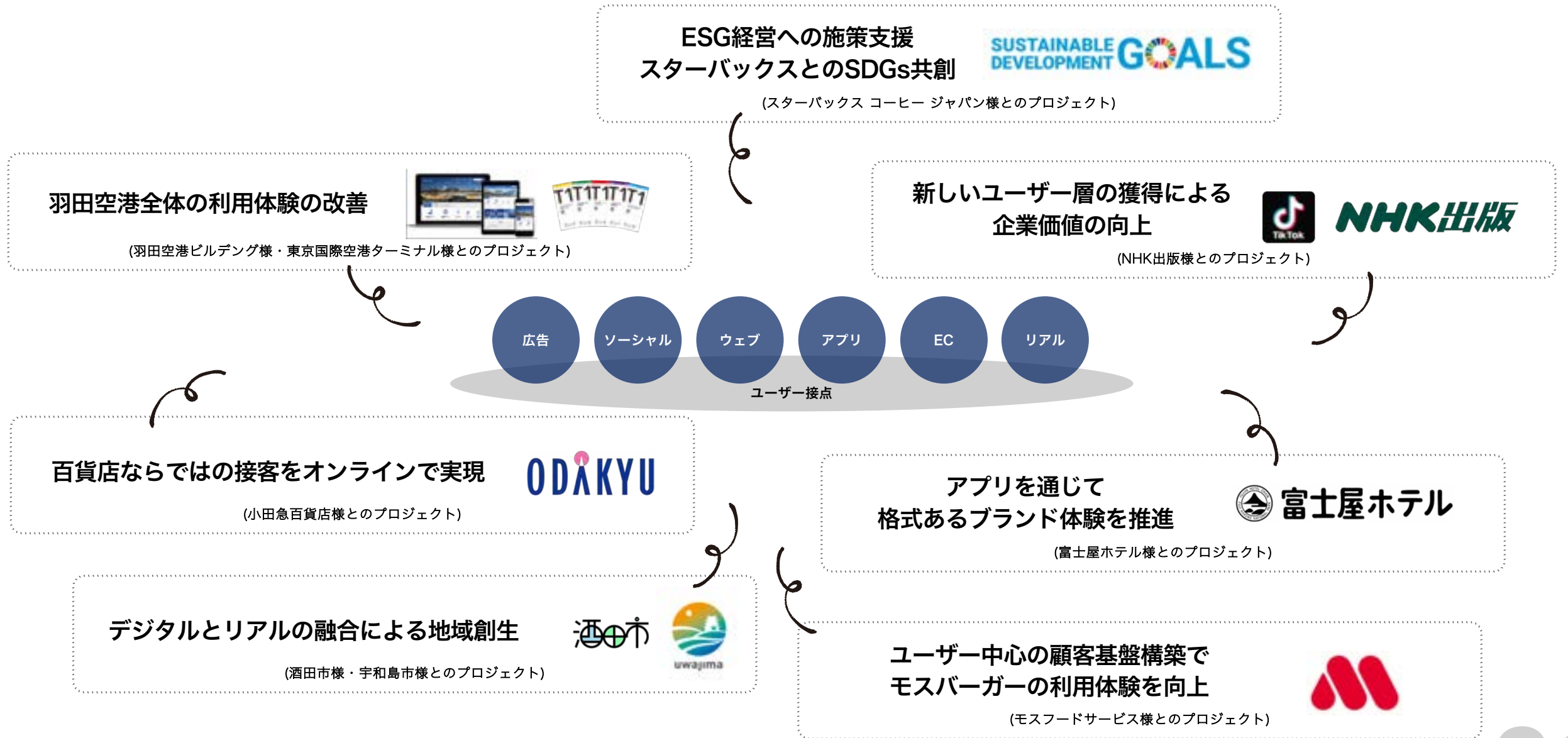
(2023年5月末現在)

ネットイヤーグループの強み (3/3)

ネットイヤーグループはユーザー体験に影響する様々なユーザー接点における体験を改善し、顧客企業のブランド価値を高め、事業成長を強力に支援していきます。



ユーザー体験改善の取り組み例





成長に向けた取り組み

事業施策

規模的成長に注力するサービス

少量多品種から大量少品種への転換の起点となるサービス

デザイン&アジャイル サービス

RFPや要件定義ありきではなく、顧客企業の課題解決をテーマに、デザイン思考で能動的にあるべきゴールを描き、その実現まで顧客企業と併走するサービス。従来型の受託開発モデルでは到達できない、提供価値の継続的な創出を目指します。

ブランド型CRM サービス

顧客企業のブランドを深く理解した上で、ユーザー体験を通じたブランド価値の向上を支援するサービス。表層的なデザインに留まらず、システム開発や運用保守のクオリティがユーザー体験に与える影響を最大化することを目指します。

SaaSインテグレーション サービス

従来の顧客企業の要件に応じたフルカスタマイズ型のサービスではなく、既存のSaaS型サービスを組み合わせることで短期間でシステムリリースを行い、リリース後の活用支援までをパッケージ化することで「作るだけ」から「成果を出す」サービスへの転換を目指します。

フルスタックSX サービス

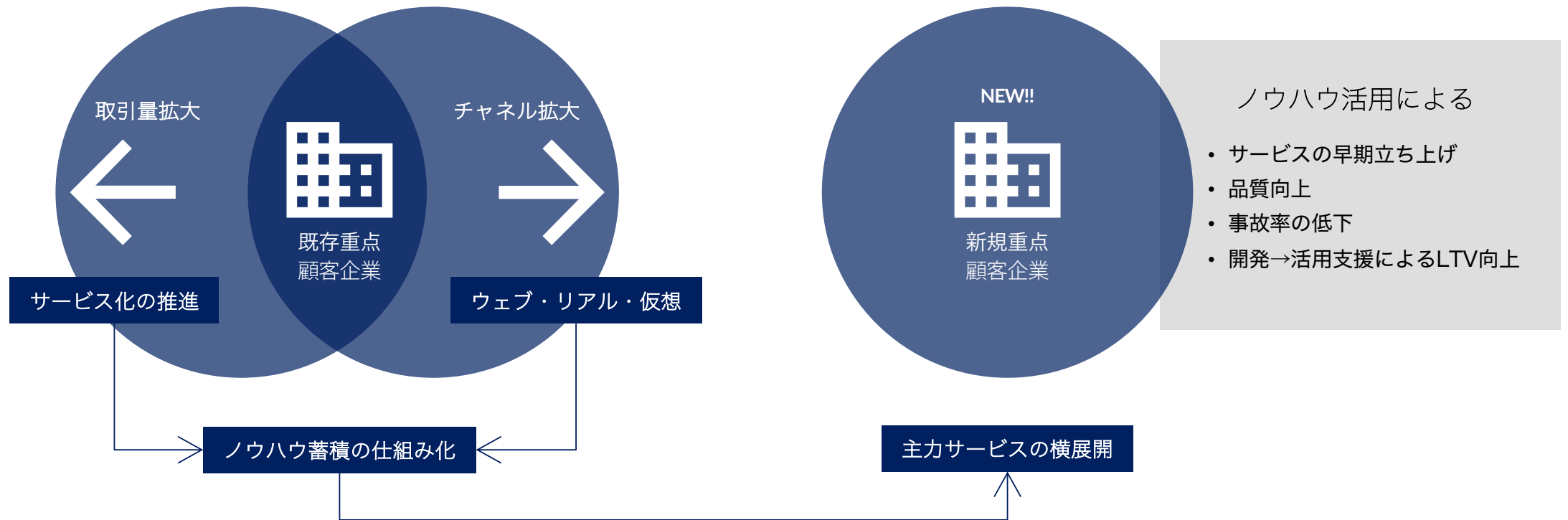
「社会的インパクト」にフォーカスをあて、企業や自治体などの新規ビジネス開発をアジャイルとオープンソースの活用を駆使して全面的に支援します。開発支援に留まらず、事業コンサルティングから、顧客企業の内製化のための人材育成支援、ビジネス成長に合わせた機能拡張までフルスタックで、社会をより良く変えていくことを目指します。



型化による規模的成長を狙うサービスの新規開発・再編成

当期の取り組み (1/3)

これまでの事業基盤を活かした事業拡大



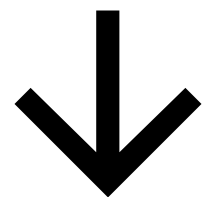
当期の取り組み (2/3)

そのための人材強化の仕組み化

人材育成



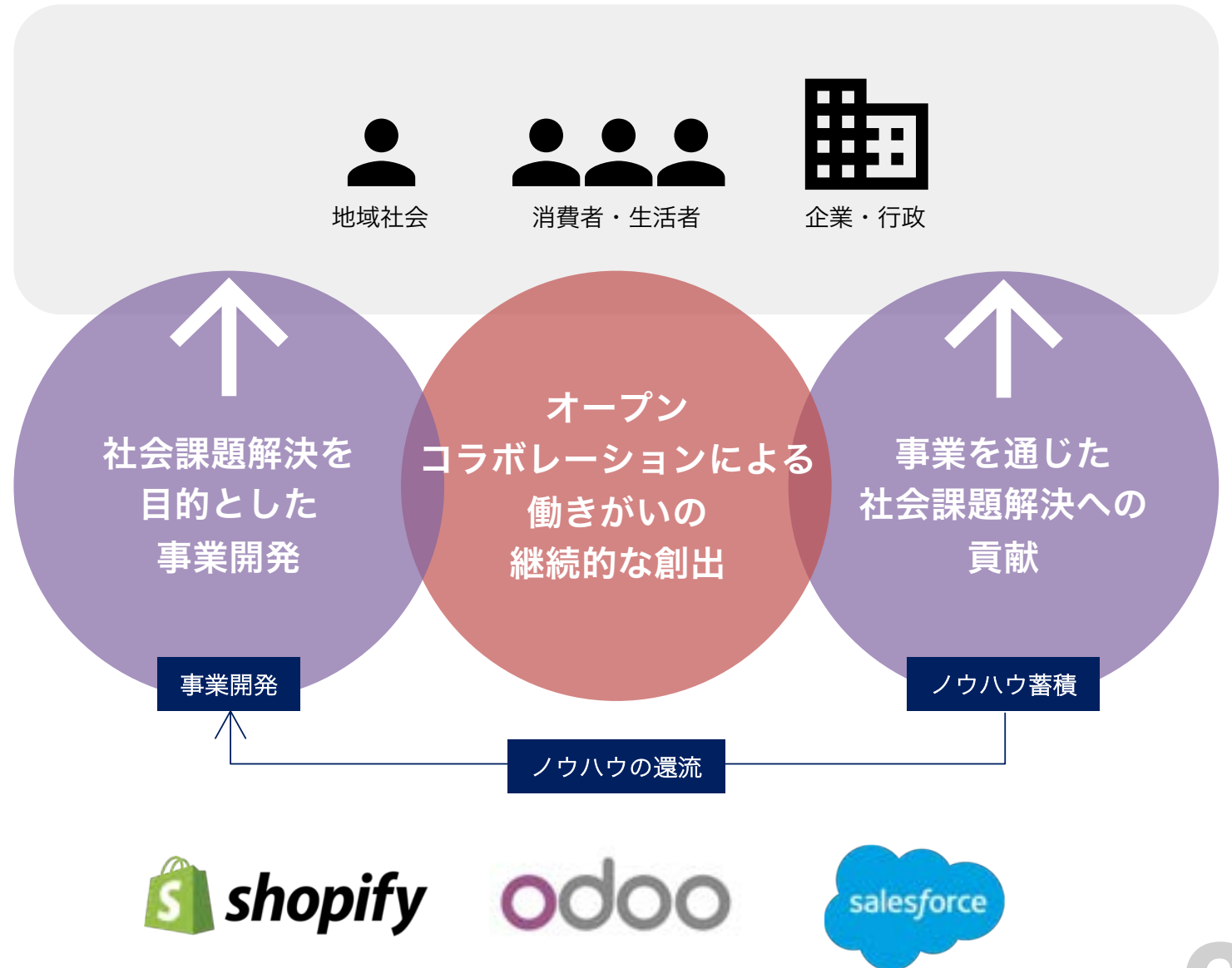
人材ネットワーク



これらの取り組みを通じて市場競争力のある人材確保を進めて行きます

当期の取り組み (3/3)

社会課題と事業課題を
UXデザインと
デジタルで一気通貫に
解決するアプローチ

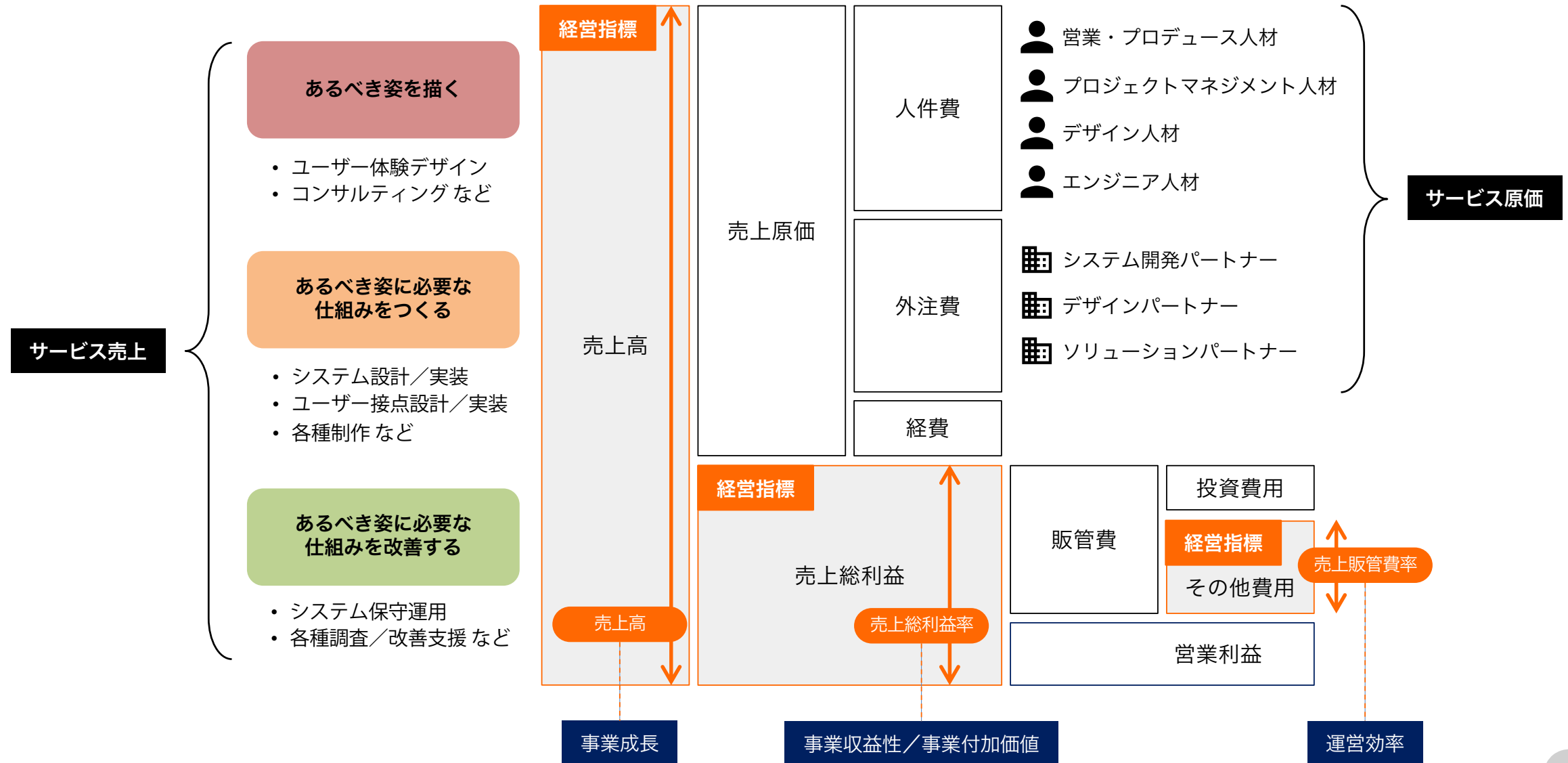




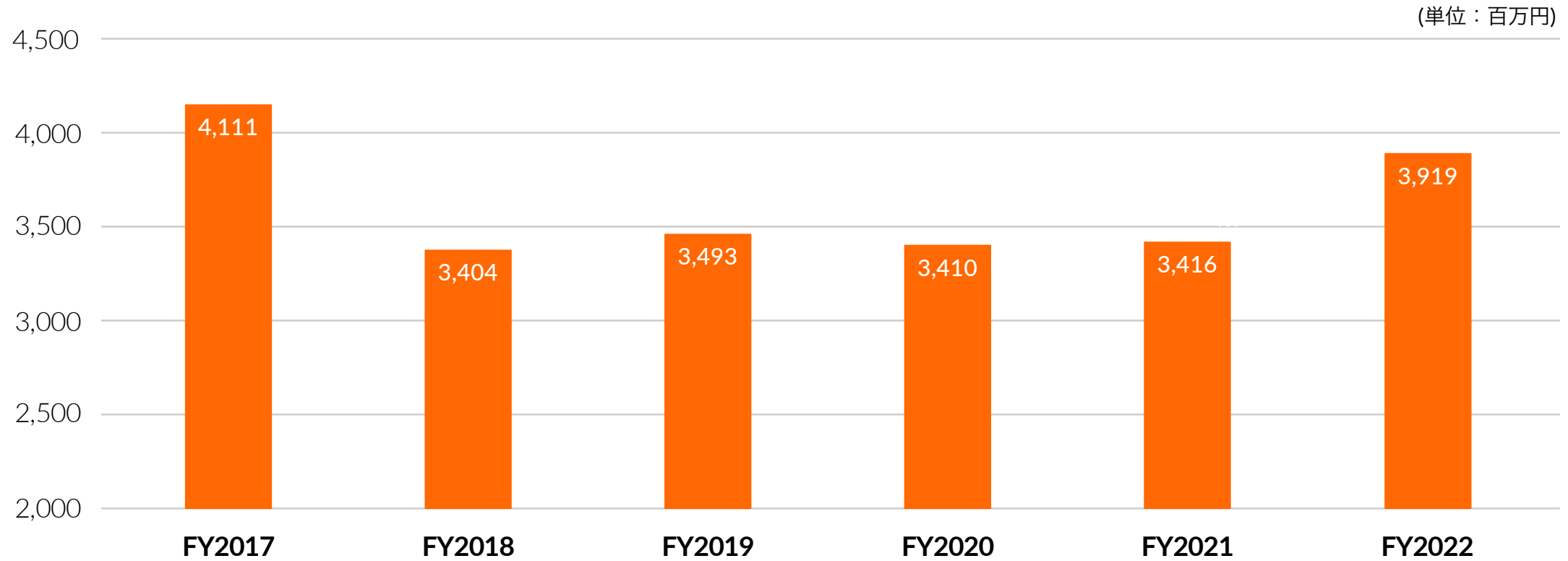
經營指標

事業の収益構造と主要経営指標

当社は「売上高」「売上総利益率」「売上販管費率」を主要経営指標としています。

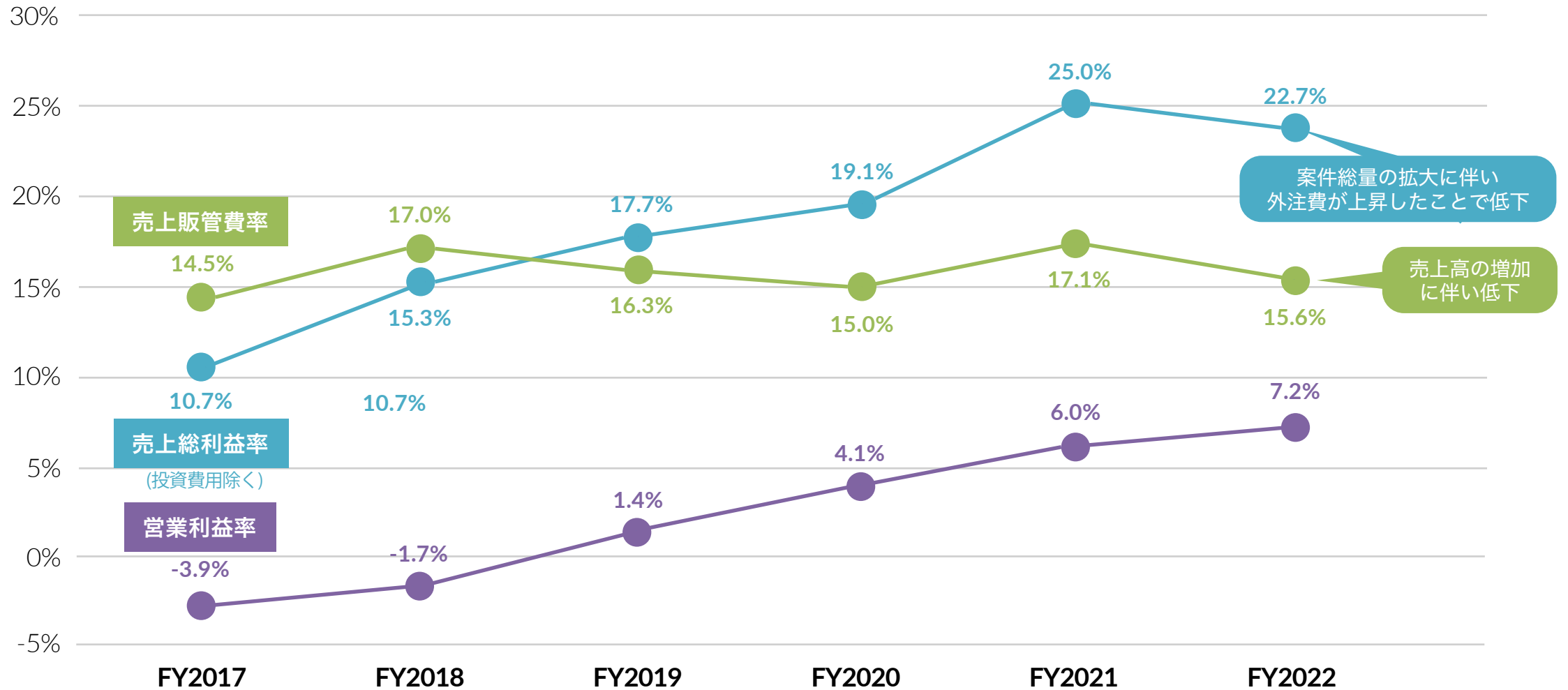


主要経営指標の推移 (売上高)



- 当社はFY2021 (2022年3月期) より単体決算会社となりましたので、各年度は単体数値にて比較しています。

主要経営指標の推移 (売上総利益率／売上販管費率)



・ 当社はFY2021 (2022年3月期) より単体決算会社となりましたので、各年度は単体数値にて比較しています。

FY2022(前期)の業績予想と経営指標の実績

(単位：百万円)

	予想	実績	差異	差異率	
業績	売上高	3,600	3,919	319	+8.9%
	営業利益	240	281	41	+17.1%
	経常利益	239	280	41	+17.2%
	当期純利益	167	200	33	+19.8%

(単位：百万円)

	想定	実績	差異	差異理由
経営指標	売上高	3,600	+319	通信業界、小売業界の主要顧客を中心に受注が好調に推移したことから、想定以上の売上高となりました。
	売上総利益率	24.6%	△1.9%	想定以上の受注に対応する外注費が増加したことから、想定を下回りました。
	売上販管費率	17.9%	△2.3%	売上高の想定以上の増加により、想定を下回りました。

FY2023(当期)の業績予想と経営指標

(単位：百万円)

	FY2022 実績	FY2023 業績予想	増減	増減率
業績	売上高	3,919	+181	+4.6%
	営業利益	281	+19	+6.7%
	経常利益	280	+19	+6.6%
	当期純利益	200	+9	+4.4%

(単位：百万円)

	FY2022 実績	FY2023 想定	増減	前提となる考え
経営指標	売上高	3,919	+181	「デジタルトランスフォーメーション (DX)」に対する企業の投資意欲は底堅く、当社の事業領域におけるニーズは引き続き高い状態が続くと期待されるため、増収を想定しています。一方、デジタル人材の採用競争は益々激化していることからFY2022 (前期) を下回る成長率を想定しています。
	売上総利益率	22.7%	+0.4%	外注費の抑制等により、若干の上昇を想定しています。
	売上販管費率	15.6%	+0.2%	人材の確保・育成のための費用の増加等により、若干の上昇を想定しています。



事業リスクと対策

認識しているリスクと対応策

リスク	顕在可能性	影響期間	影響度合	対応策
<p>人材の確保・育成</p> <p>当社の事業におきましては、個々の人材の知識や能力に依存する要素が大きく、優秀な人材の継続した確保と育成が必要となります。優秀な人材の確保及び育成が想定通りに進まなかった場合には、競争力の低下や事業拡大の制約要因となり、中長期的な成長が低下する可能性があります。</p>	中	中期 ～ 長期	中 ～ 大	<p>人材確保につきましては、優れた専門性を有した多様性に富む人材の採用に努めるとともに、働き方の多様化に対応した雇用形態や、リモートワークを中心とした柔軟な勤務形態など、労務環境の整備を推進しています。また人材育成については、各種資格の取得を支援する制度を設けているほか、内発的動機を引き出す教育プログラムや人材マネジメントの拡充をはかっています。</p>
<p>景気変動</p> <p>当社の取引は、顧客企業のデジタルトランスフォーメーション (DX) 予算やマーケティング予算の影響を強く受けます。地政学リスクの高まりによる資源価格の高騰や物価上昇による個人消費への影響等、景気の変動によって顧客企業の予算が縮小した場合には受注が減少し、売上高が減少する可能性があります。また、当社の事業領域に対する企業の投資意欲が後退した場合には、新たな顧客企業の獲得が想定どおりに進まない可能性があり、当社の事業展開、業績及び財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	中	短期 ～ 中期	中	<p>当社の強みであるユーザーエクスペリエンスデザイン力を強化して競争優位性を高めるとともに、ユーザーエクスペリエンスの知見を活かしたサービスの開発を推進し、景気の変動を受けにくい成長基盤の構築にスピードを上げて取り組みます。</p>

認識しているリスクと対応策

リスク	顕在可能性	影響期間	影響度合	対応策
受注案件の採算性	中	短期～中期	中	案件単位、顧客単位の採算性の可視化、受注時及びシステム要件定義時のレビュー等を強化し、受託案件の採算性を適正に確保するように努めています。
新規サービス	中	短期～中期	中	新規サービスの開始や投資に当っては、投資回収方針等を慎重に検討、精査した上で計画を策定しています。

認識しているリスクと対応策

リスク	顕在可能性	影響期間	影響度合	対応策
M&A	中	短期～中期	中	M&Aを行う場合には、対象企業の財務内容、契約関係等について詳細なデューデリジェンスを行い、リスクを回避するように努めています。
顧客情報・個人情報の漏洩	中	短期～中期	中～大	当社は情報管理を事業運営上の重要事項と認識しており、必要なシステム面でのセキュリティ対策を実施するとともに、社団法人情報サービス産業協会よりプライバシーマークの認定(認定番号第11820395)を受けております。また、親会社のNTTデータのセキュリティ基準に準拠するセキュリティ強化の施策をすすめています。

※その他のリスクについては、有価証券報告書の事業等のリスクをご参照ください。

当資料について

当資料に含まれる意見や将来に対する予測は、本資料の発表日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいた判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

様々な要因の変化等により、実際の業績や結果が異なることがある点を予めご了承ください。また、業界等に関する記述や意見に関しても、信頼できると当社が判断したデータに基づいて作成していますが、当社がその内容を保証するものではありません。

当資料のアップデートは、今後、本決算発表を目処として毎年5月に開示を行う予定です。