

2024年版

東証グロース

3622

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

2024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.12
成長可能性と成長戦略	p.15
当社がユーザー体験を重視する理由	p.25
成長に向けた取り組み	p.31
経営指標	p.36
事業リスクと対策	p.42



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 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	3,630百万円 (2024年3月期)
従業員数	189名 (2024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 <ul style="list-style-type: none">• 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 **950** 社以上

案件数

年間 **2,700** 件以上





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

デザインとテクノロジーで
未来の社会を創造する

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)と親会社のNTTデータのメイン領域であるテクノロジー(技術)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。

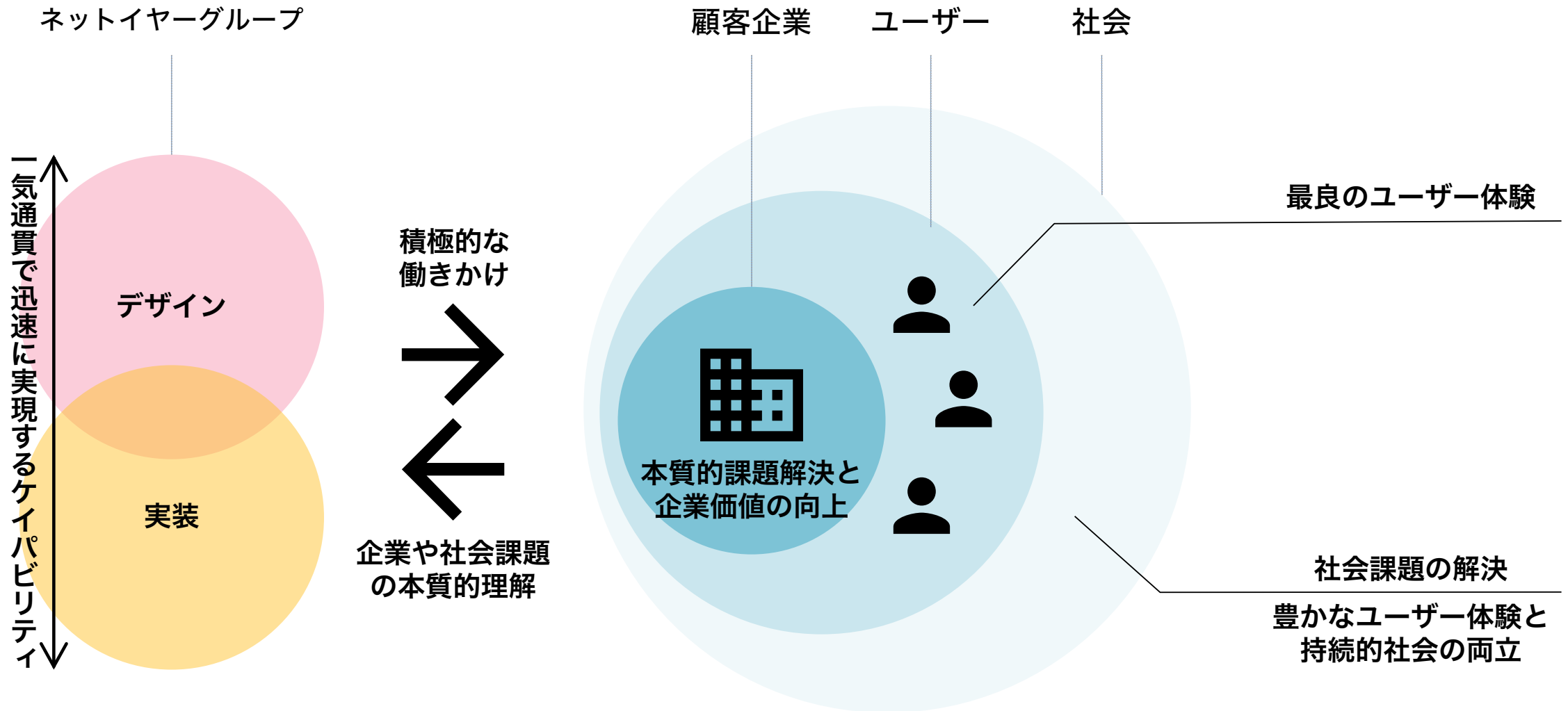
豊かな社会を創るために

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



私たちの成長ストーリー (何のために存在しているのか)



私たちのビジネスの目的は、企業とユーザーを繋ぎ、健全で便利で豊かな社会をつくることです。

私たちの顧客企業は、社会のさまざまなシーンで課題に対峙し、最適解を探しています。

そして、顧客企業のユーザーは、自身にとって役に立つ製品やサービスを探し、快適で心地よい生活を送りたいと考えています。

私たちネットイヤーグループは、**顧客企業とユーザーの相思相愛の実現**に挑戦しています。

両者にとって心地よい関係。

顧客企業にとって、自社の製品やサービスを求めているユーザーにリーチできる。

ユーザーにとって、自分にあった製品やサービスがスムーズに見つかる。

これが私たちが考える「良いユーザー体験」です。

顧客企業を知り、ユーザーを知り、それらを取り巻く社会に想いをはせ、責任ある社会の一員として貢献していくために私たちは存在しています。

その貢献を続けていくためにも、私たちの仲間 (従業員とパートナー事業者を含むすべてのステークホルダー) が最良のパフォーマンスを発揮できる環境 (ビジネス) のアップデートを続けていきます。

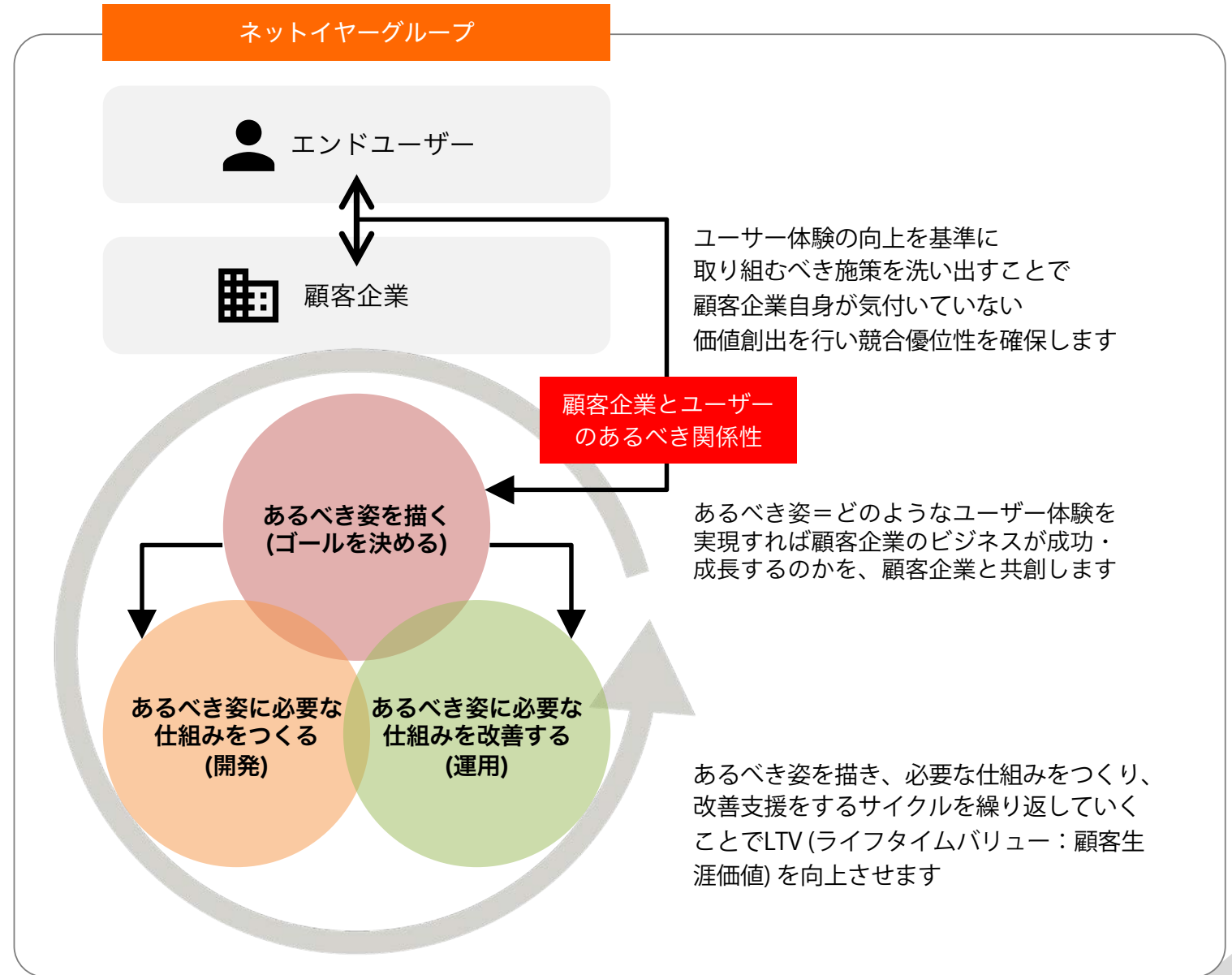
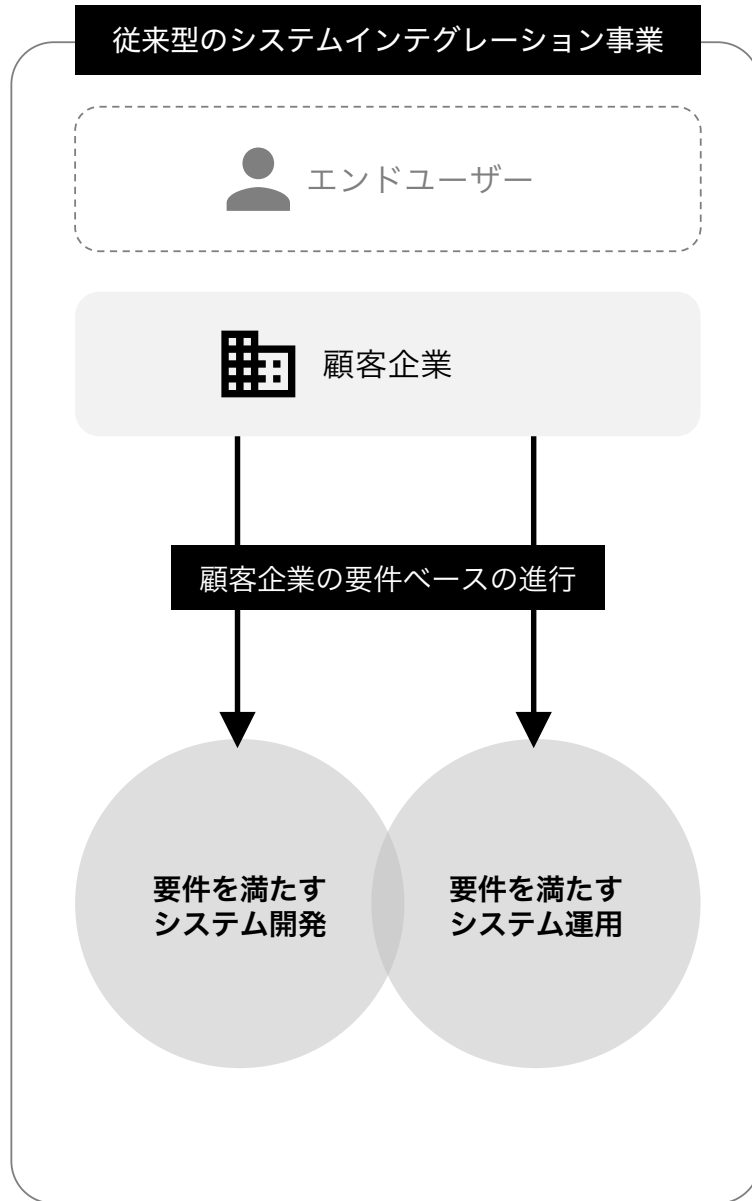
具体的には、より良いユーザー体験を創出するために、デザインとテクノロジーを駆使できる人材を増やして行くことに取り組んでいます。そして、良いユーザー体験を生み出す領域をウェブからデジタル全域へ、さらにリアルまで広げ、企業とユーザーのあらゆる接点の体験の改善に関与することを目指しています。

顧客企業を通じて、多くのユーザーの豊かな体験を創造し、社会に貢献していくネットイヤーグループにご期待ください。



ビジネスモデル

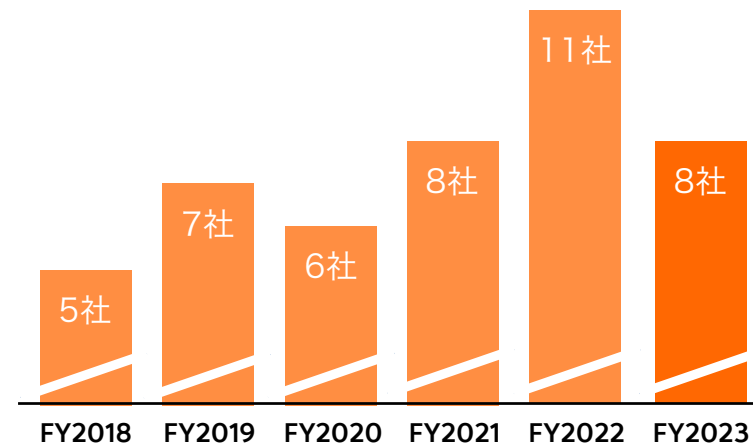
事業内容



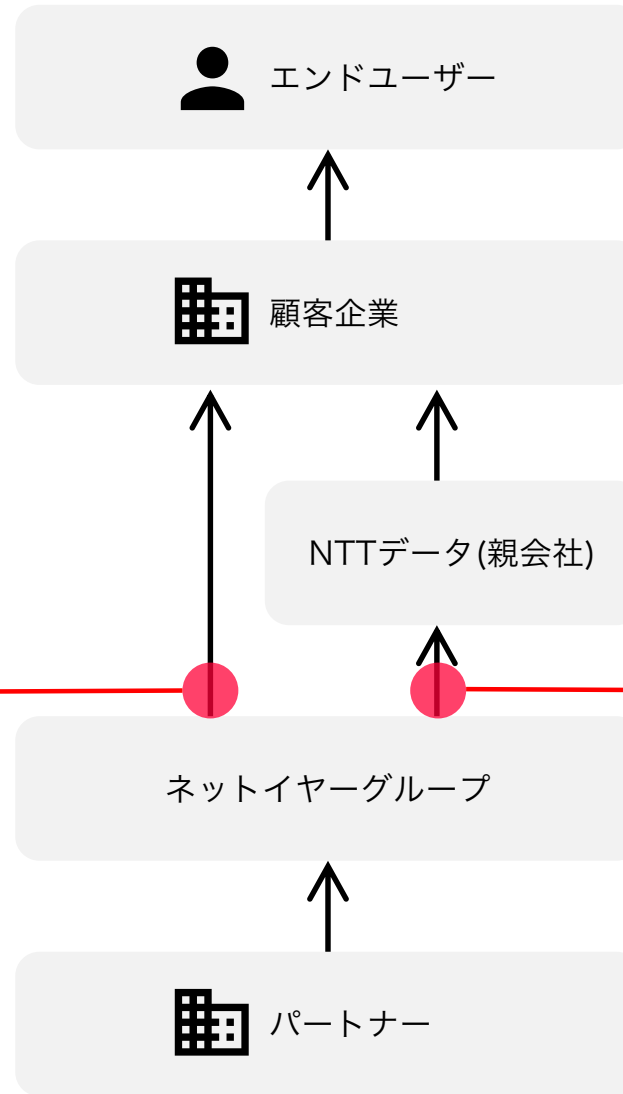
商流

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。

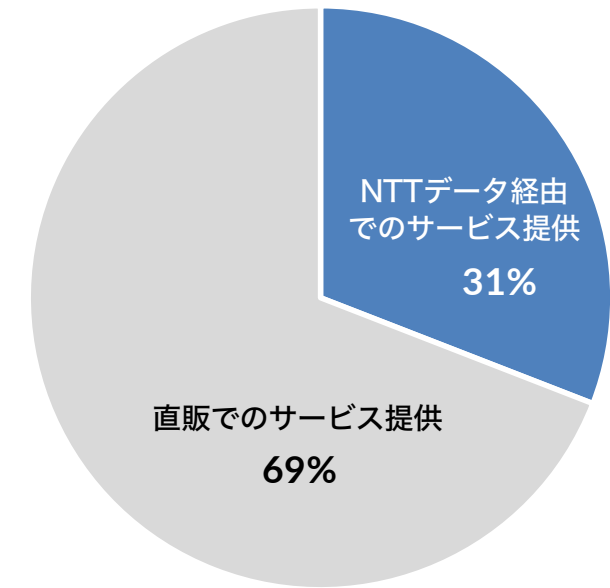
取引額が年間1億円以上の顧客企業数



※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。



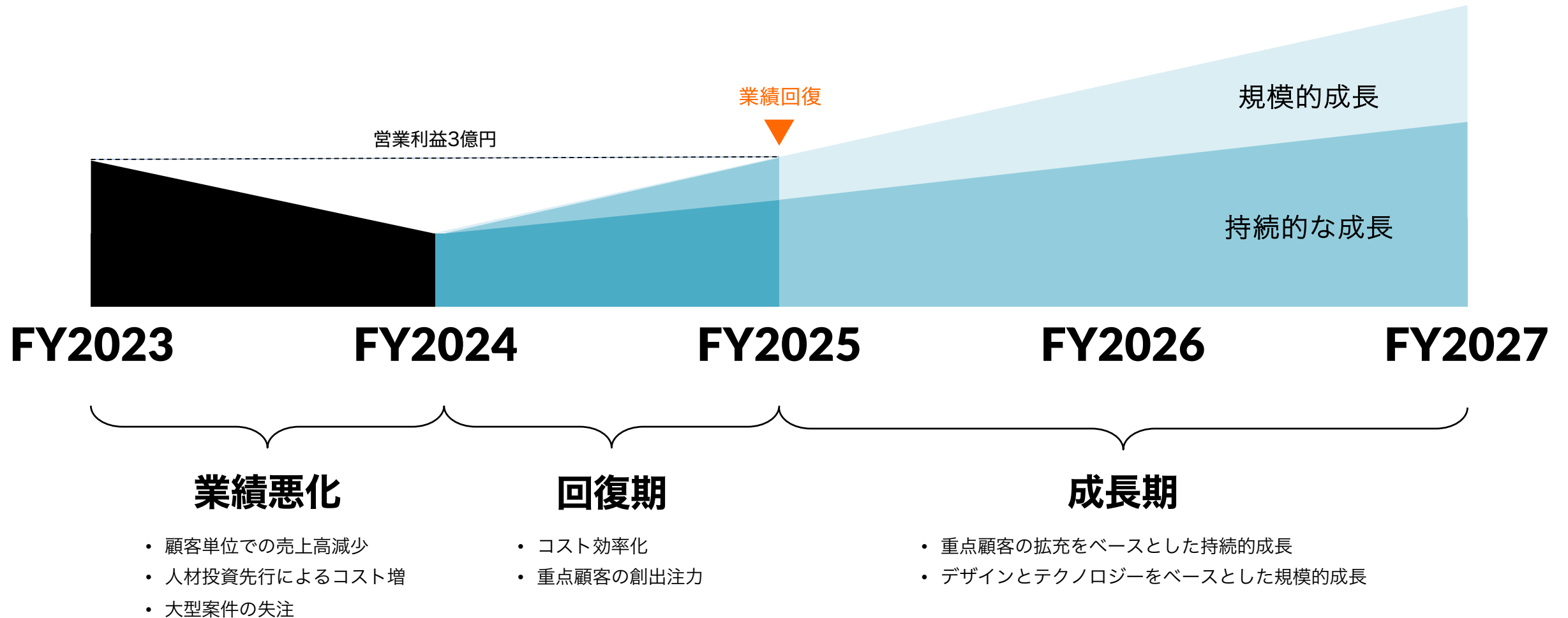
NTTデータと協業している取引においては、当社が単独ではリーチしづらい顧客企業(官公庁や金融など)との取引を安定的に確保でき、当社が得意とするユーザー体験デザインベースのサービス提供を拡大できています。





成長可能性と成長戦略

前期の業績悪化と今後の見通し



業績悪化の要因と今後の重点施策

FY2023

業績悪化

顧客単位の売上高減少

顧客都合によるプロジェクト規模の縮小などに加え、人材リソースの制約による受注の減少や、親会社グループからの受注が減少したことで、売上高が減少しました。

投資先行によるコスト増

規模的成長を目指し、人材投資を先行したほか、新規サービス開発の先行投資を行ったことから前事業年度より費用が増加しました。(約3,800万円増)

また、事業の高度化や業務の変化、社会的責任などから情報セキュリティ基盤の強化のための費用が増加しています。(約3,300万円増)

大型案件の失注

大型案件の連続失注などにより、安定した案件創出を行うことができず、先行したコスト増をカバーすることができませんでした。

FY2024

回復期

重点顧客の拡充

前期の業績悪化要因である大型案件失注による業績の不安定化を解消するため重点顧客の拡充を目指します。

NTTデータグループとの協業強化

営業面を中心に、NTTデータ及びNTTデータグループ各社との協業を強化し、新規顧客の獲得と強固な顧客基盤づくりを目指します。

徹底した内部稼働向上

ビジネスの特性上、稼働率の安定化は必須要素であり、重点顧客の拡充や親会社との連携による案件創出の安定化などによる内部稼働率の向上を図ります。

人材開発の強化

目先の対応に留まらず、持続的な成長を意図した中長期の人材開発計画を策定し、その実現を目指します。

FY2025-

成長期

重点顧客の拡大による成長

重点顧客を大幅に拡充することで、市場や顧客企業要因による案件創出の不安定化を回避し、持続的な成長を目指します。

デジタル領域の拡大

従来よりウェブ領域から拡大を目指しており、その拡大を加速させ、デザインとテクノロジーを基盤とした、オウンドメディア市場での事業拡大を狙います。

仕組み化による事業効率化

規模的事業成長を見据えて、事業基盤の整備を進め、業務効率化や高品質化を目的とした仕組み化を進めます。

前期成長施策の進捗

オファリング強化

規模的成長を目指す注力サービス

注力サービスとして「デザイン&アジャイルサービス」や「SaaSインテグレーションサービス」などを掲げ、オファリングの強化を目指しましたが、部分的な成果はあったものの、業績全体を押し上げるまで至ることができませんでした。

顧客企業側のニーズと、当社側のオファリングにギャップがあった際に、顧客企業のニーズに合わせすぎてしまうことで、結果として注力すべきオファリングを追求しきれない課題があり、今期は顧客企業にとって魅力があるオファリングとなるべくサービス品質を高めた上で、注力して拡販ができるように取り組んでまいります。

重点顧客創出

従来の顧客基盤を活かした事業拡大

既存顧客との取引を通じたノウハウの蓄積を進め、それらを活用した重点顧客の創出を目指しましたが、大型案件の失注が続き、結果として前期は新しい重点顧客を創出することができませんでした。

うまく行かなかった原因としては、投入すべき人材リソースの調整やオファリングに必要なケイパビリティの補完の失敗が挙げられます。

一方で、既存プロジェクトのノウハウを基に重点顧客を創出する戦略自体は引き続き有効であると考えており、前期の失敗を踏まえ、今期は横断的な部門連携を強化し、社内リソース調達や外部パートナーとの協調により商機を逃さないチーム編成を積極的に行うことで、新たな重点顧客の創出を図ってまいります。

人材強化

仕組み化の取り組み

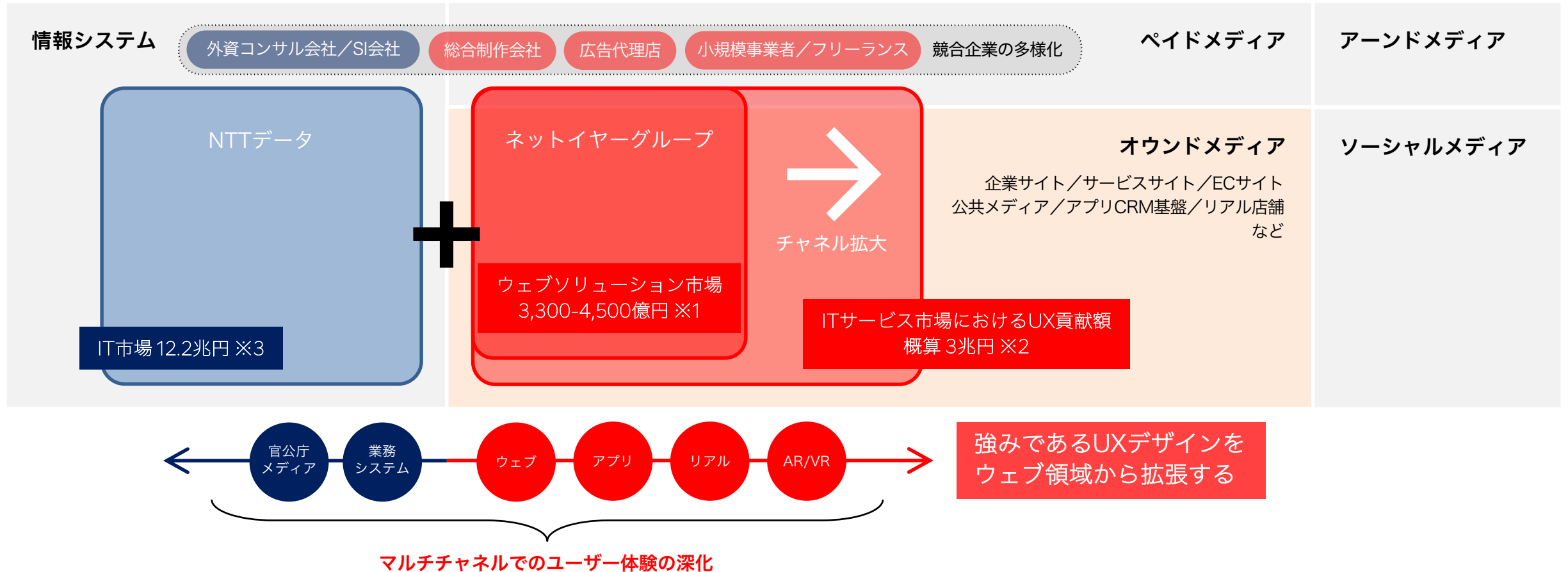
LULL社との取り組みにより、前期は20名を超す人材流通を行うことができ、獲得コストの面を含めて効率的な人材強化の仕組みの構築を進めることができました。

一方で、人材強化に見合った案件創出がうまく行かず、要員の非稼働が発生するなど需給バランスの調整がうまく行かない時期が発生するなど、課題も残りました。

今期は需給バランスのコントロールを慎重に見極めながら、構築した仕組みを活かして案件拡大に応じたスムーズな人材調達を行い、成長を目指していきます。

当社を取り巻く市場環境と成長方針

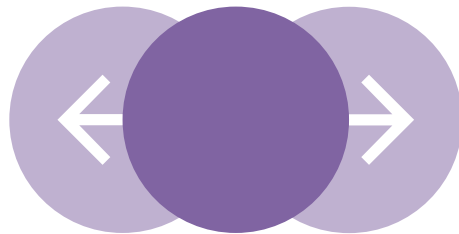
当社が持つUXデザインのノウハウと実績、またNTTデータが持つシステム開発力を活かし、市場規模の大きいオウンドメディア領域に注力しており、当領域の市場成長は今後も続くと期待されています。一方で、新規参入が続き、コモディティ化・レッドオーシャン化が進行しています。このような事業環境の中、これまでに培った当社の強みを活かしつつ、その優位性を高めるために、オウンドメディア領域内での対応チャネルの多重化・深化を進め、従来のウェブ領域に留まらず、デジタル・リアルを問わず、アプリ、広告、EC、店舗などのマルチチャネル対応を進めることで、競争優位性を高め、事業成長を図っていきます。



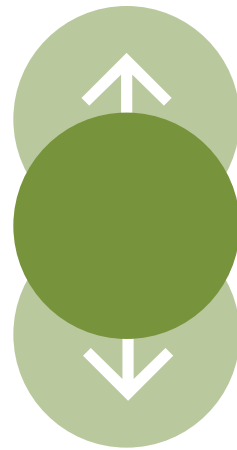
※1 デロイトトーマツミック経済研究所「ネット広告&Webソリューション市場の現状と展望 2022年版 (第14版)」におけるWebソリューション市場2023年~2025年予測値 / ※2 矢野経済研究所「ITサービス市場におけるUX貢献額に関する調査」(2018年)における情報通信業に従事するIT人材がUXを踏まえて創出した年間売上高の2021年予測値2.89兆円から概算3兆円と記載 / ※3 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」における情報サービス業の「ソフトウェア開発、プログラム作成」業務の2023年度の売上高値

成長戦略

規模的成長に向けた事業基盤づくりを
着実に進めていきます



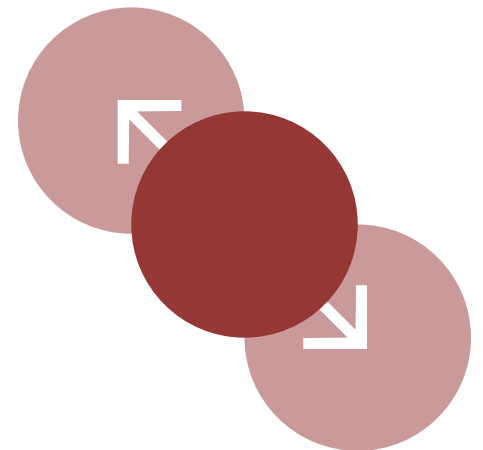
顧客接点改善の拡張による
競合優位性の強化



多層的なサービス提供による
重点顧客の拡充



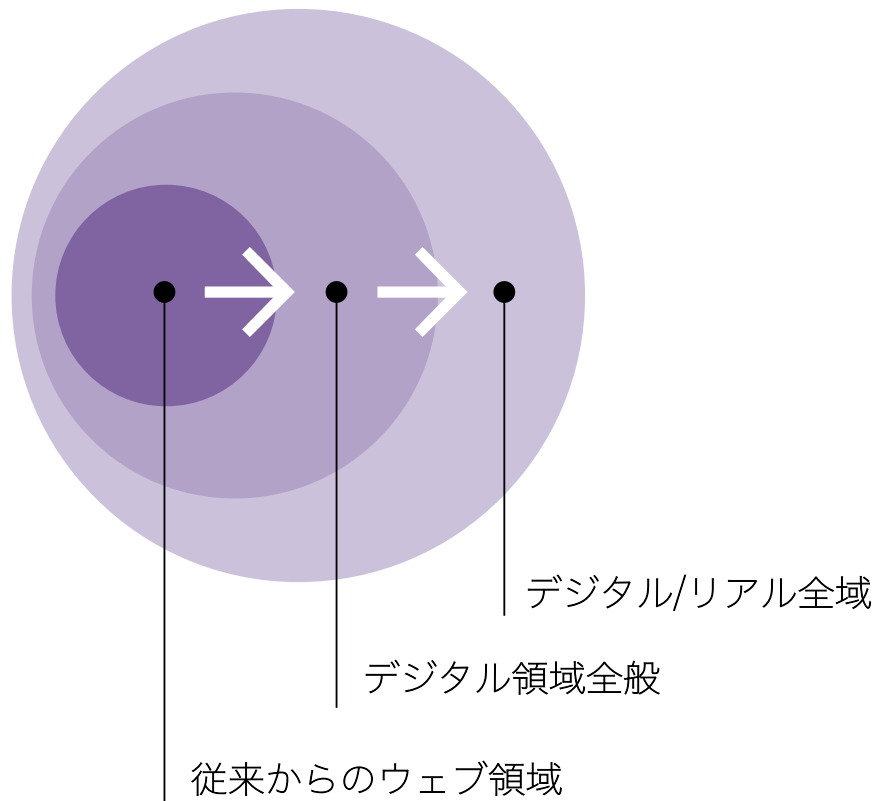
NTTデータとの協業強化による
安定的な顧客創出



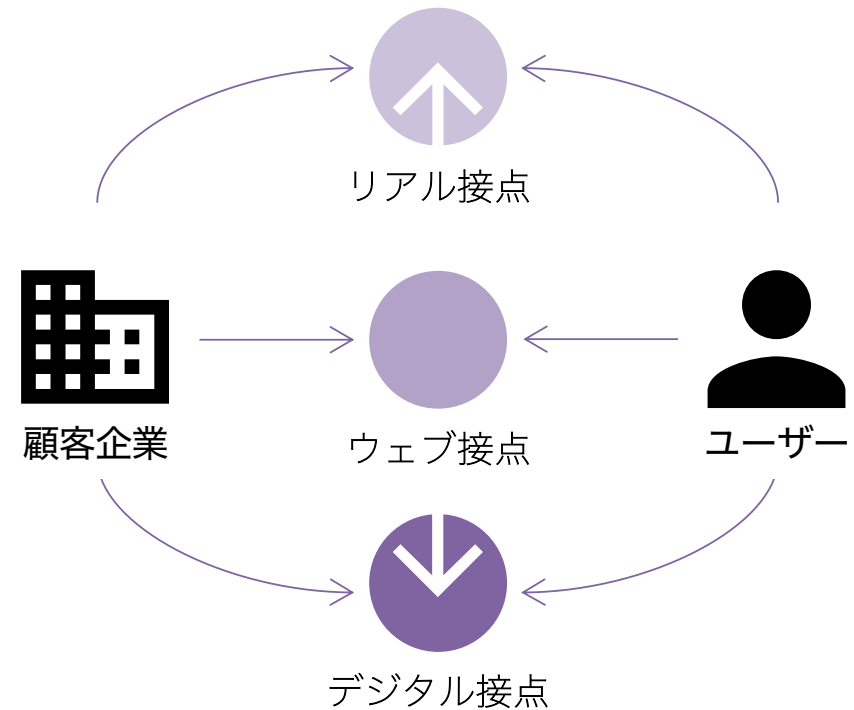
注力サービスの拡充による
力強い成長

成長戦略 (1/4)

顧客接点の改善を行う**対象領域を拡張**することで
価値提供の範囲を拡大し**事業成長を加速**させます



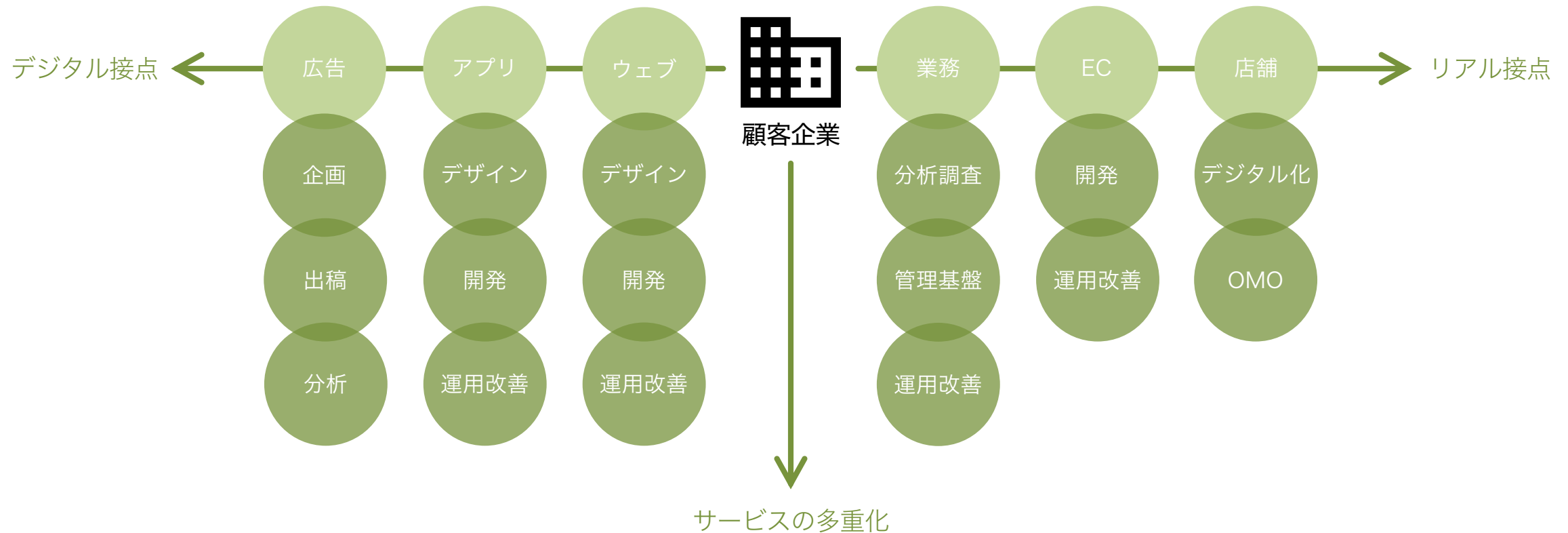
対応チャネルの拡張



顧客企業を支援できる顧客接点を拡大

成長戦略 (2/4)

顧客企業に対して**多面的なサービス提供**を行い
顧客企業との関係性を深化させ収益効率を向上



成長戦略 (3/4)

NTTデータグループ各社と顧客創出/育成から連携し
当社単独ではリーチしづらい**重点顧客の創出**を図ります



- 顧客戦略の共有
- 協働による営業開拓
- 両者の強みを活かした価値提供
- 継続的な案件創出

成長戦略 (4/4)

中長期に渡る力強い成長のために
提供サービスの拡充を目指します

既存サービスの拡充

デザイン&アジャイル
サービス

ブランドバリュアップ支援
サービス

SaaSインテグレーション
サービス

フルスタックSX
サービス

新サービスの整備



既存サービスの拡充と並行して、新サービスの整備を進めています。

特に、昨年資本提携した Hexabase 社とは共同でプロダクト開発を進めており、これ以外の取り組みも含めて、事業モデルの拡充を視野に新サービスの整備を行っています。



当社がユーザー体験を重視する理由

ユーザー体験設計(UXデザイン)の価値

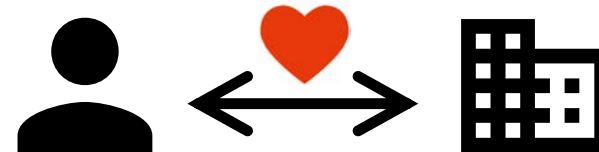
ユーザー体験の善し悪しが
企業成長に大きく影響する時代

悪いユーザー体験はブランド価値を毀損する



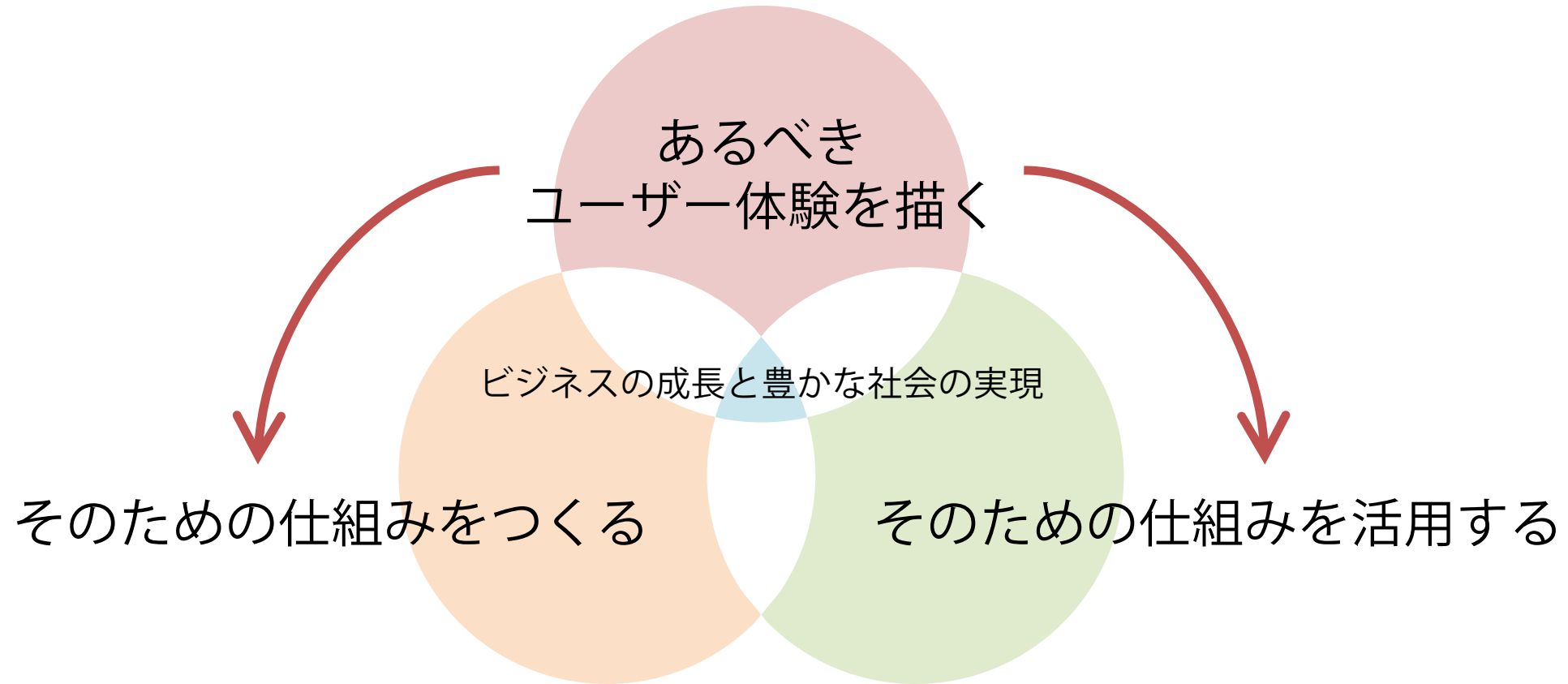
どんなに良い製品や良いサービスを開発しても、ユーザーがそれらを手に入れるまでに触れる数多くの情報による体験や、店舗やECサイトでの体験、そして入手したあとの利用体験が悪ければ、二度とその製品やサービスを選択されることはありません。良い体験を提供できない企業は、ブランド価値が毀損され、成長することが困難になっていきます。

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。

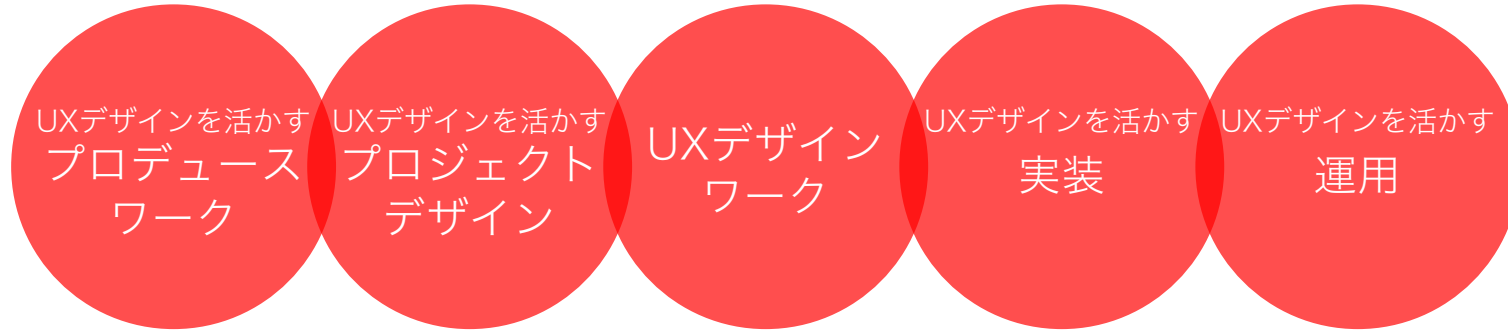
ネットイヤーグループの強み (1/3)



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

156名

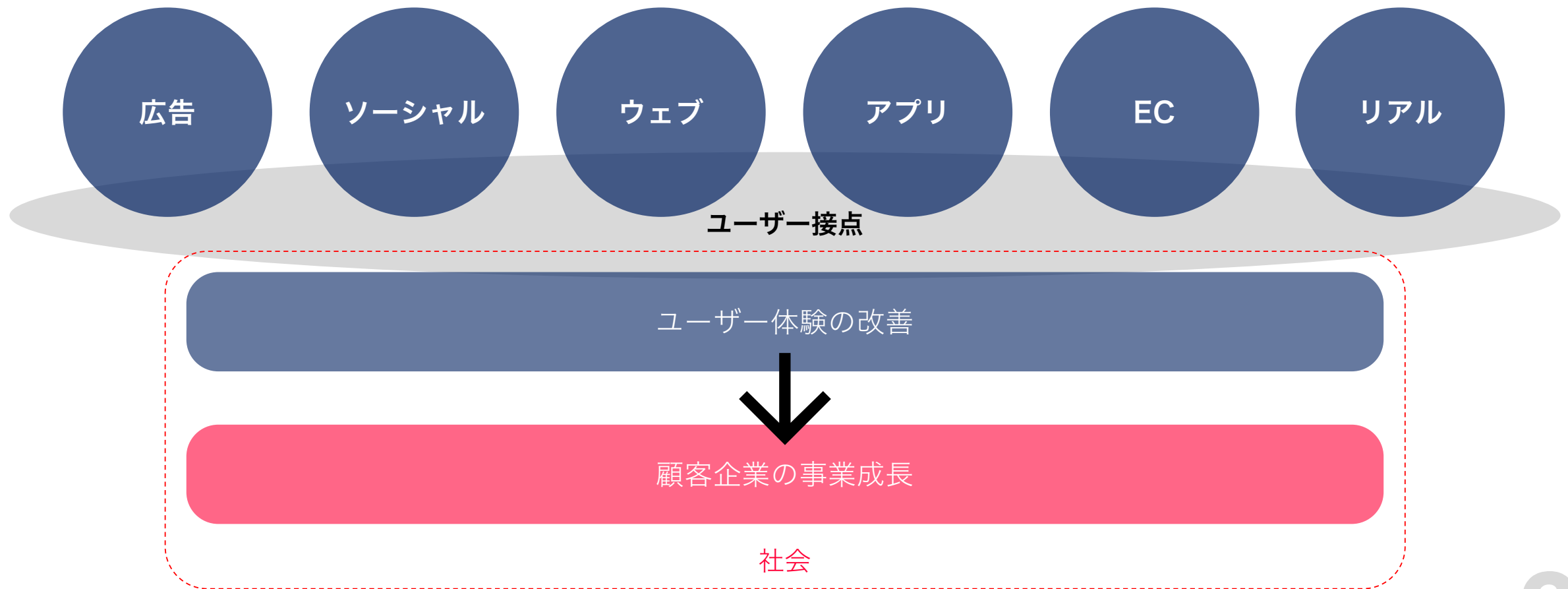
資格認定者

12名

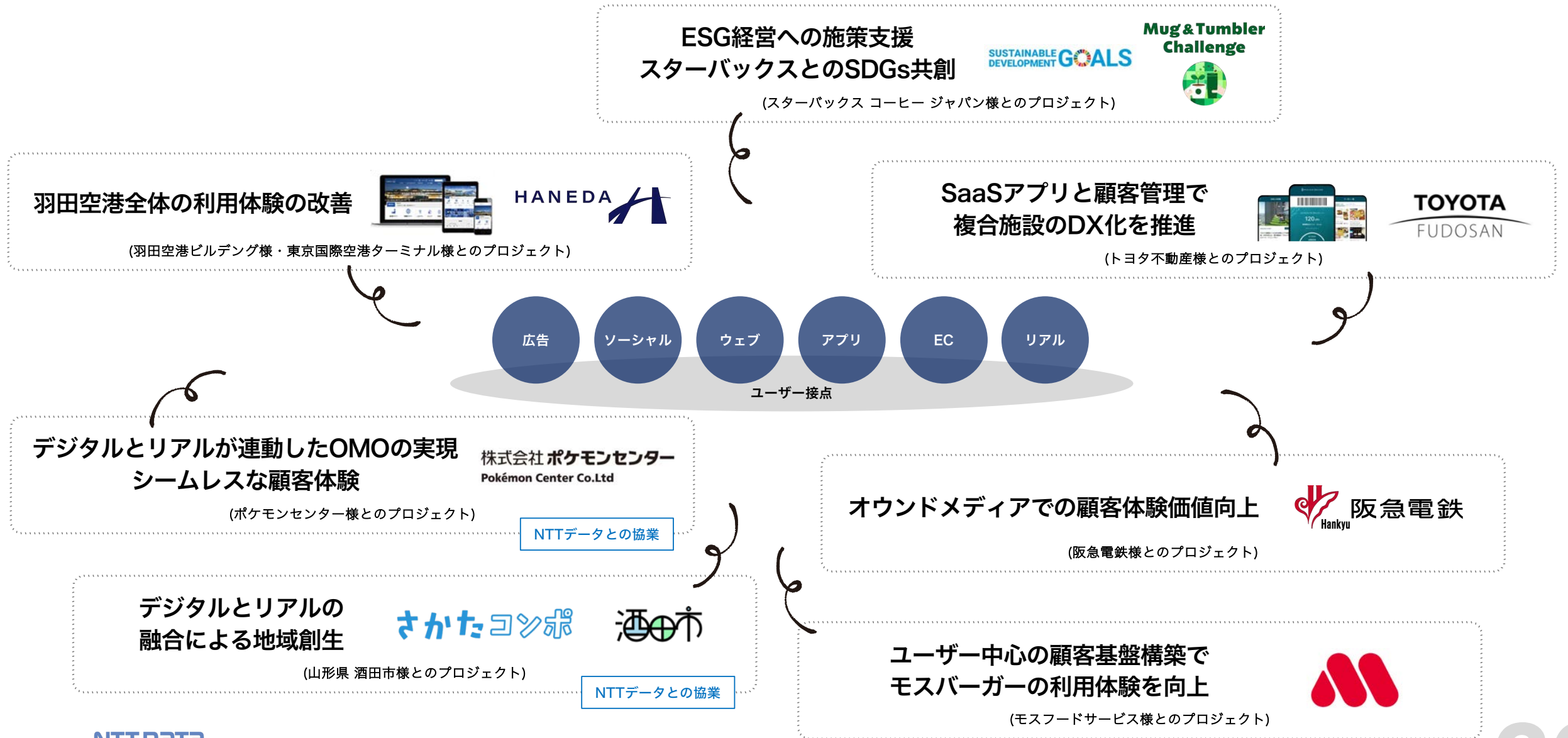
(2024年5月末現在)

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

成長に向けた取り組み (1/4)

規模的成長に向けた注力サービス

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。

ブランドバリュアップ支援 サービス

顧客企業のブランドを深く理解した上でサービスデザインからデジタルマーケティング全般の仕組みの構築、構築後のマーケティング、サービス拡張までを伴奏するサービスです。このサービスを通じて、顧客企業の継続的なブランド価値の向上を目指します。

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

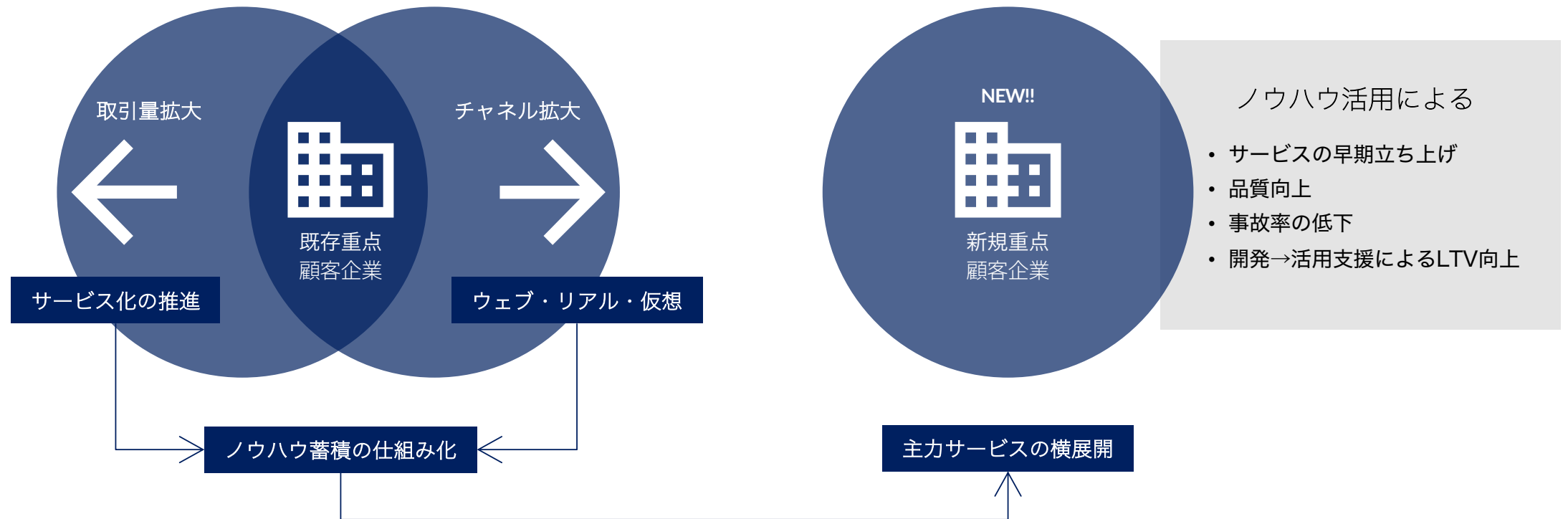
「社会的インパクト」にフォーカスをあて、企業や自治体などの新規ビジネス開発をアジャイルとオープンソースの活用を駆使して全面的に支援します。開発支援に留まらず、事業コンサルティングから、顧客企業の内製化のための人材育成支援、ビジネス成長に合わせた機能拡張までフルスタックで、社会をより良く変えていくことを目指します。



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

成長に向けた取り組み (2/4)

これまでの顧客基盤を活かした事業拡大



成長に向けた取り組み (3/4)

そのための人材強化の仕組み化

人材育成

教育をして終わりではなく
IT人材としてのキャリア形成まで
を行います。

LULL INC.

エンジニアを目指す若者
を集め育成。
独自カリキュラム、専属
講師を用意。

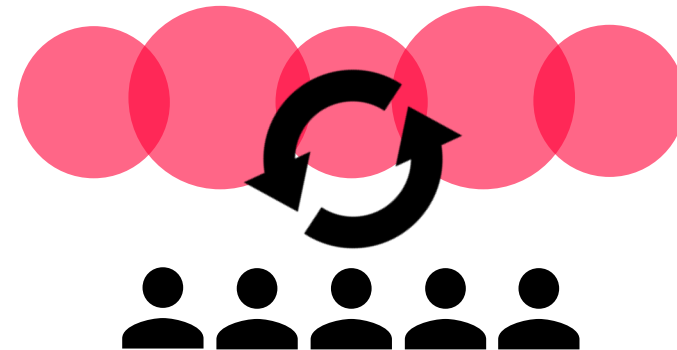


NET YEAR

大型で質の高い案件を
多数扱うネットイヤー
グループが、若手の成
長や活躍に繋がる案件・
カリキュラムを提供。

人材ネットワーク

大小さまざまな案件群

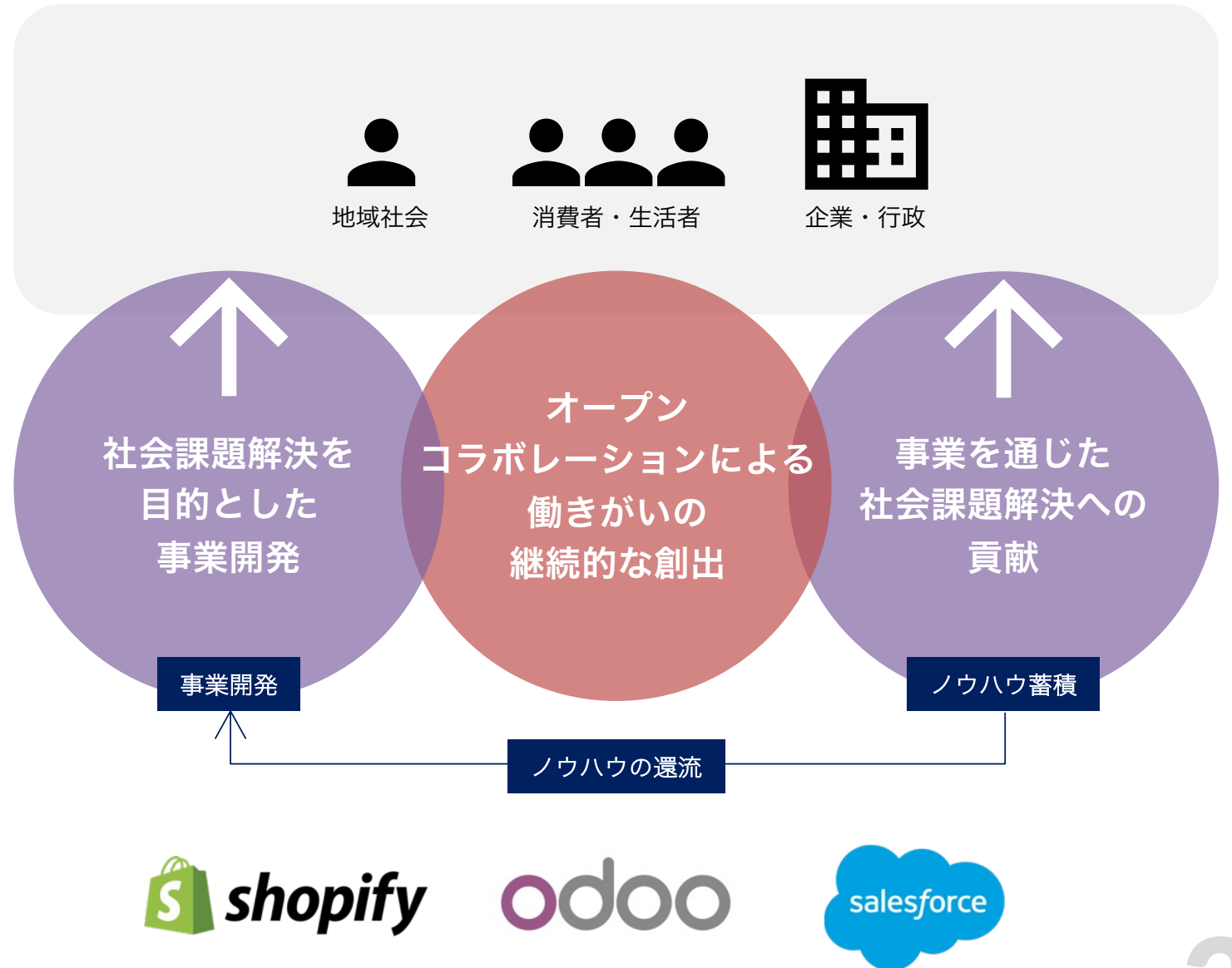


協力会社を通じたフリーランス人材

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いきます

成長に向けた取り組み (4/4)

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

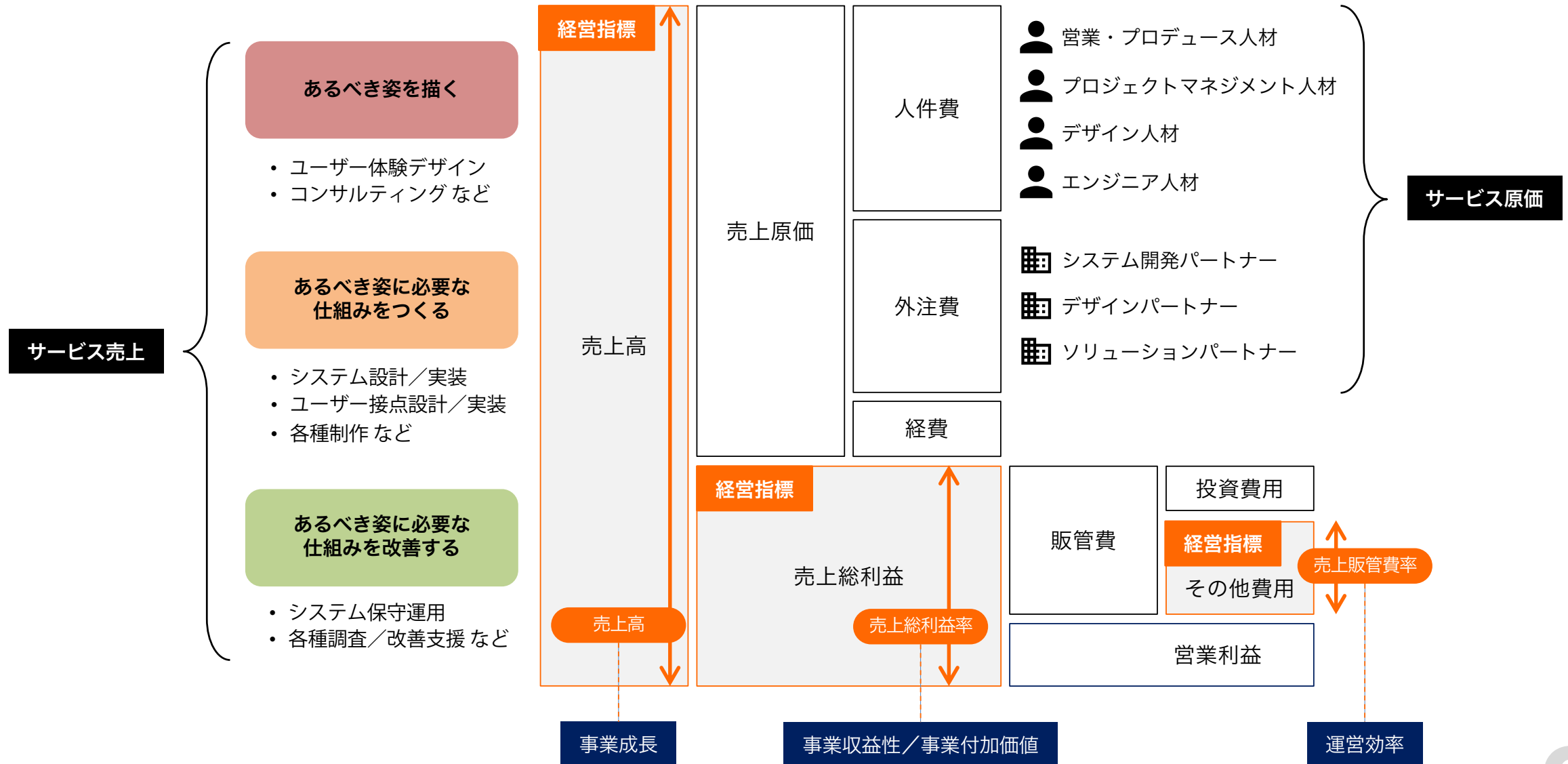




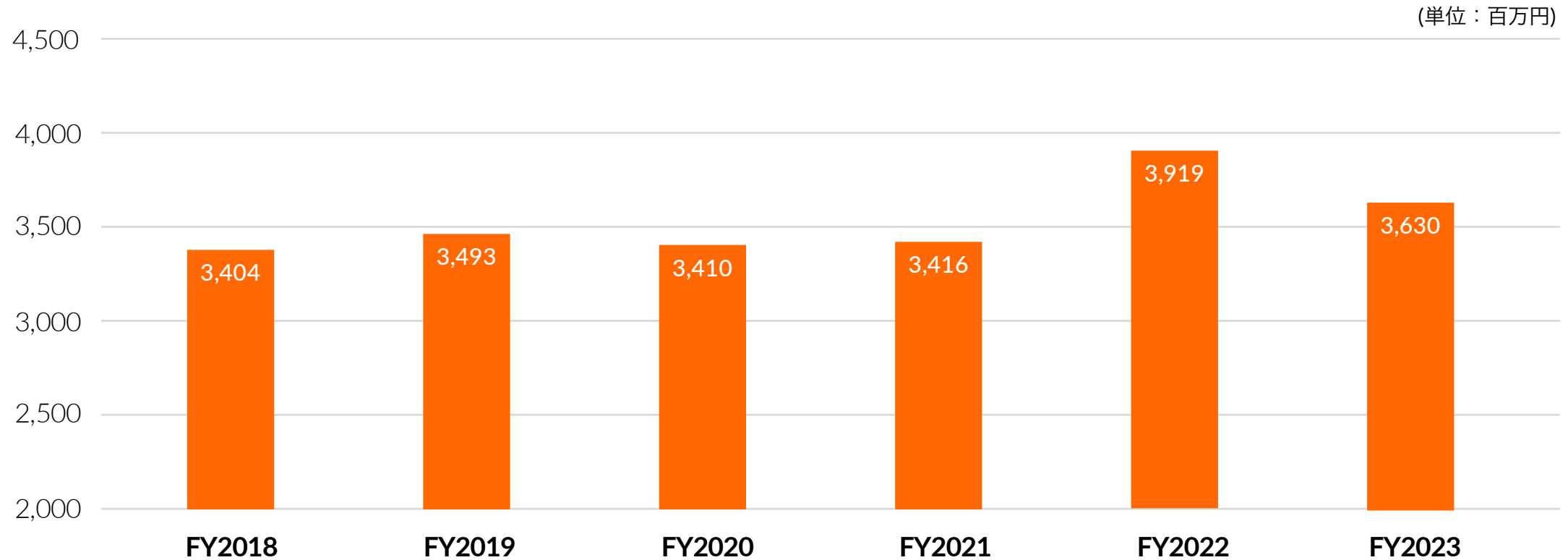
經營指標

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。

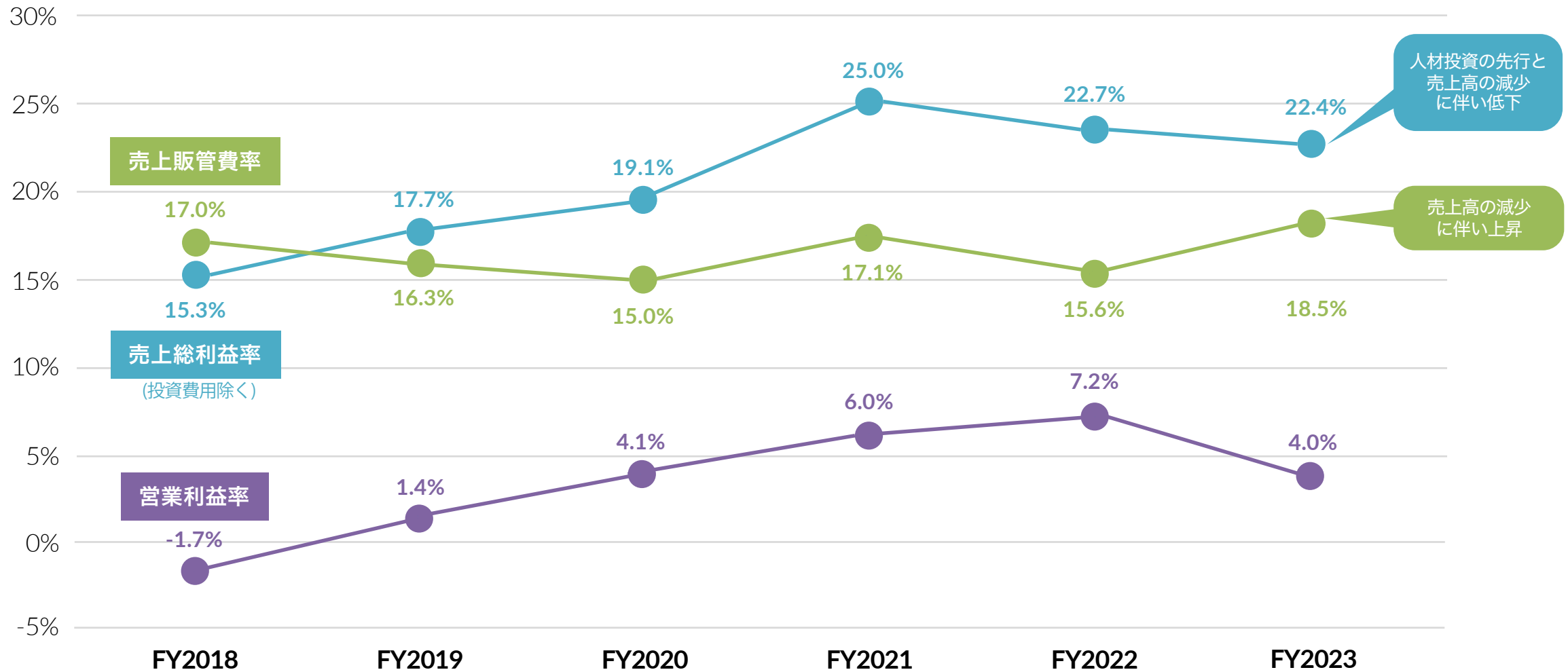


主要経営指標の推移 (売上高)



- 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。

FY2023(前期)の経営指標の実績

(単位：百万円)

	(2023年4月28日発表) 当初予想	実績	差異	差異率	
業績	売上高	4,100	3,630	▲469	▲11.4%
	営業利益	300	144	▲155	▲51.7%
	経常利益	299	144	▲154	▲51.8%
	当期純利益	209	106	▲102	▲49.2%

(単位：百万円)

	想定	実績	差異	差異理由	
経営指標	売上高	4,100	3,630	▲469	顧客都合によるプロジェクトの縮小や終了が重なったことのほか、人材リソース(人材ケイパビリティ)の制約等から受注が伸び悩み、親会社グループからの受注も減少したことから、想定を下回りました。
	売上総利益率	23.1%	22.5%	▲0.6Pt	受注の減少に伴い、人員の稼働率が低下したことから、想定を下回りました。
	売上販管費率	15.8%	18.5%	+2.7Pt	売上高が想定を下回ったことに加え、新サービスの開発コストや人材確保・育成コストが増加したことから、想定を下回りました。(約7,100万円増)

※十万円以下切り捨て表示

FY2024(当期)の経営指標の予測

(単位：百万円)

	FY2023 実績	FY2024 業績予想	増減	増減率
業績	売上高	3,630	+469	+12.9%
	営業利益	144	+155	+107.0%
	経常利益	144	+154	+107.5%
	当期純利益	106	+98	+93.2%

(単位：百万円)

	FY2023 実績	FY2024 想定	増減	前提となる考え
経営指標	売上高	3,630	+469	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、成長戦略を着実に遂行することを前提に、増収を想定しています。
	売上総利益率	22.5%	+1.3Pt	受注の増加に加え、人員稼働率の向上及び外注費の抑制を前提に、1.3%の向上を想定しています。
	売上販管費率	18.5%	▲1.8Pt	売上高の増加を前提に、サービスの開発コストや人材の確保・育成に関する費用の増加等により、販管費13百万円の増加を見込み、1.8%に低下を想定しています。

※十万円以下切り捨て表示



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図っています。</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> <p>また、重点顧客の創出施策を強化し、複数年にわたる継続的で多面的な取引を増やすことで、景気に左右されない安定的な経営環境を構築していきます。</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
<p>受注案件の採算性</p> <p>当社は、プロジェクト案件の採算性等を十分検討して受注活動を行っておりますが、仕様変更への対応等により、当初の見積り以上の作業工数が必要となる場合があります。想定以上の費用負担によりプロジェクト案件が不採算化する可能性があります。また、受注競争の激化や受注拡大に伴う人員不足等に起因した外注費の増加、見積り精度の低下等が生じた場合には、事業全体における採算性の悪化につながり、当社の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>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。</p>
<p>新規サービス</p> <p>当社は、事業規模の拡大と新たな収益基盤の構築に向けて、新規サービスの開発への取り組みを進めていく方針です。人材の確保やプロダクトの開発など追加投資が発生し、損益が悪化する可能性があるほか、新規サービスが安定して収益を生み出すまでには一定の期間と投資を要することも予想され、全体の利益率を低下させる可能性があります。また、将来の環境変化等により、新規サービスが当初の計画どおりに推移せず、十分な回収を行うことができなかつた場合、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	短期～中期	中	<p>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。</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
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継続して進めています。

※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。