



2025年3月期 第3四半期 決算説明会資料

2025年3月3日

株式会社True Data

東証グロース：4416

Agenda

01 カンパニーハイライト p.03

02 2025年3月期 第3四半期概況 p.16

03 加速する価値創造ストーリー p.30

04 Appendix p.46

1. 会社概要
2. 業績推移明細
3. サステナビリティ
4. リスク

01

カンパニーハイライト

Company Highlights

業態横断的なリテールデータ

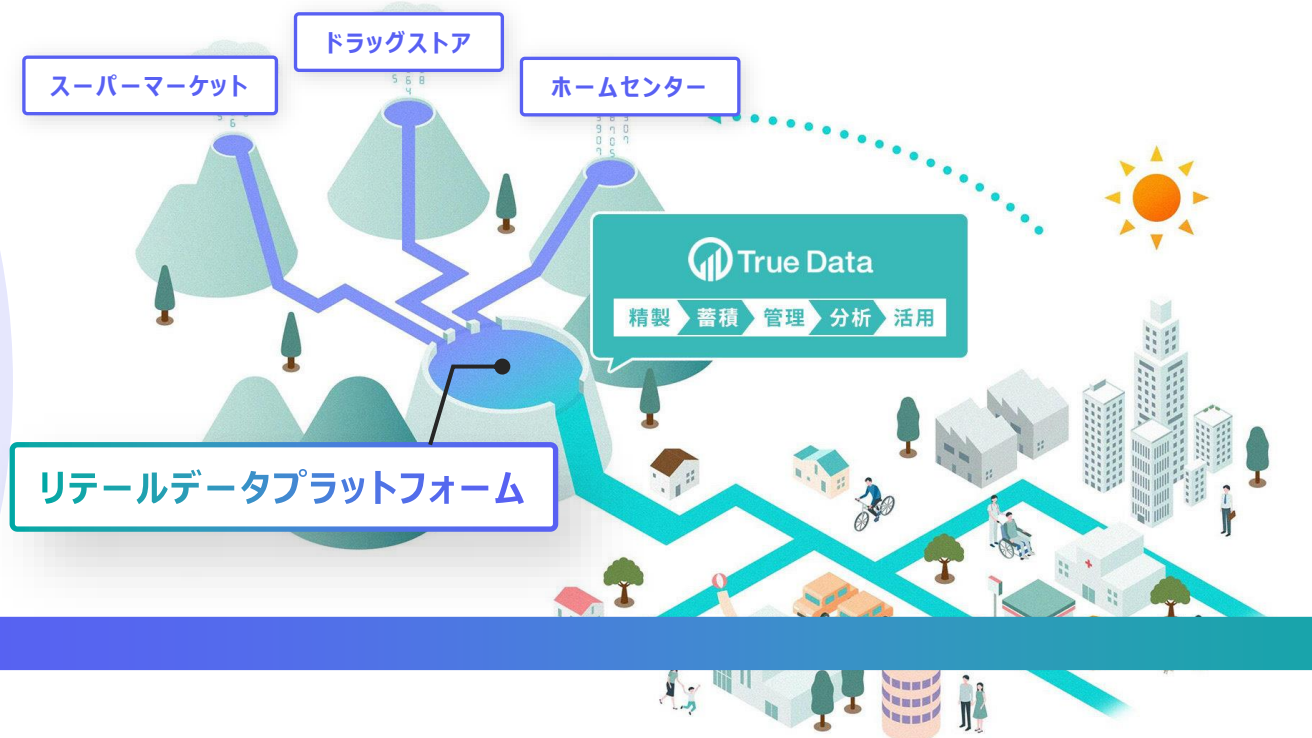
の精製・活用を実現し

あらゆる消費財メーカー・小売業の

収益をDXで最大化

する

リテールデータの
精製・活用



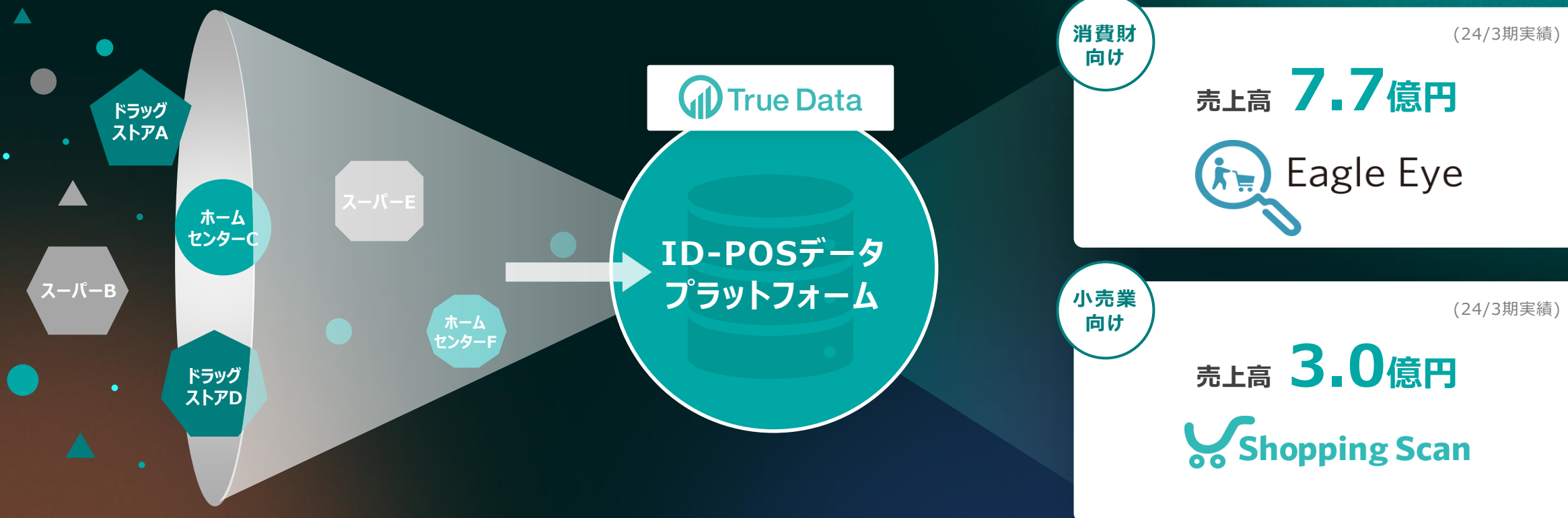
収益を
DXで最大化

- マスタ・フォーマットが異なる様々なチェーン・業態における「人」を軸とした購買データ（≒ID-POSデータ）を一元化できるプロセスが強み。
- 消費財メーカー・小売業に対し、ビッグデータとその有効活用が特徴のマーケティングSaaSを提供している。

各小売業の許諾を得てID-POSデータを管理、

データクレンジングを経てデータ一元化し、

複数の **マーケティングSaaS** として提供



- 消費者の購買行動の変化を、大量なID-POSデータ分析によって可視化することで、消費財メーカーのデータに基づく顧客理解をサポート。
- 現在、約150社の消費財メーカーに対し、平均500万円/年でサービス提供している（基本的に年間契約で役務提供しており、リカーリング性が高い）。

消費財メーカー向けマーケティングSaaS

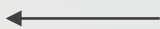


Eagle Eye

日本最大級、年間**6,000万人規模のアクティブ会員**の消費者購買情報データベース「True Data」と連動し、全国のドラッグストア・スーパーマーケットにおける消費者の購買行動（ID-POS）を手軽に分析できるツール。「属性別購入者分析」「直前／直後期間購入者分析」「同時併買分析」「トライアル率／リピート率」など、顧客軸の購買行動を表す多彩な分析を組み合わせ、**さまざまな切り口から自社・他社製品を詳しく把握**できる。



利用料支払
(年間契約)



分析ツールの
継続提供



消費財メーカー

- メーカー・小売双方の売上最大化に資する棚割などの営業・企画提案
- 最終消費者の詳細分析を元にした効果的な販促プロモーションの実施
- 精度の高い需要分析から導いた商品企画/マーケティング戦略策定

データに基づく
Win-winな
商品提案など



小売業

- スーパーマーケット
- ドラッグストア 等

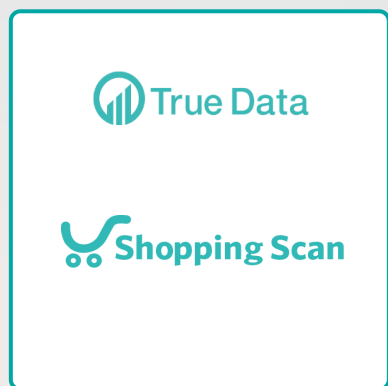


- 小売業がPOSデータ等を消費財メーカーに開示し、データに基づく商品提案を受けるためのツール。自社の販売戦略策定等にも活用可能。
- 小売業が消費財メーカーに対しデータを2次販売できるのが一つの特徴。大手小売チェーンの場合は取引先が100社超となるケースもある。

小売業向けマーケティングSaaS



ポイントカードや電子マネーなどの利用により、日々蓄積されるPOSデータだけでなく、「お客様」の**顧客ID付POSデータを分析**することで、「お客様」の購買傾向や嗜好などをより深く理解することが可能。真に「お客様」が必要とするお店・サービス・商品を提供するために、最適な**クラウド型の分析ツール・サービスを提供**する。また**取引先へ安心安全にデータ開示可能なツール**としても**活用可能**である。



利用料支払
(年間契約)



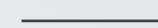
分析ツールの
継続提供



小売業

- 自社利用 | データに基づく売場改善・商品選定・販促施策強化などを実現
- データ提供 | 消費財メーカーによる、よりプロアクティブな商品提案を促進し自社売上高の拡大に繋げる上に、データの2次販売で収益享受できる

利用料支払
商品提案など



メーカーへの
データ開示
(ツール提供)

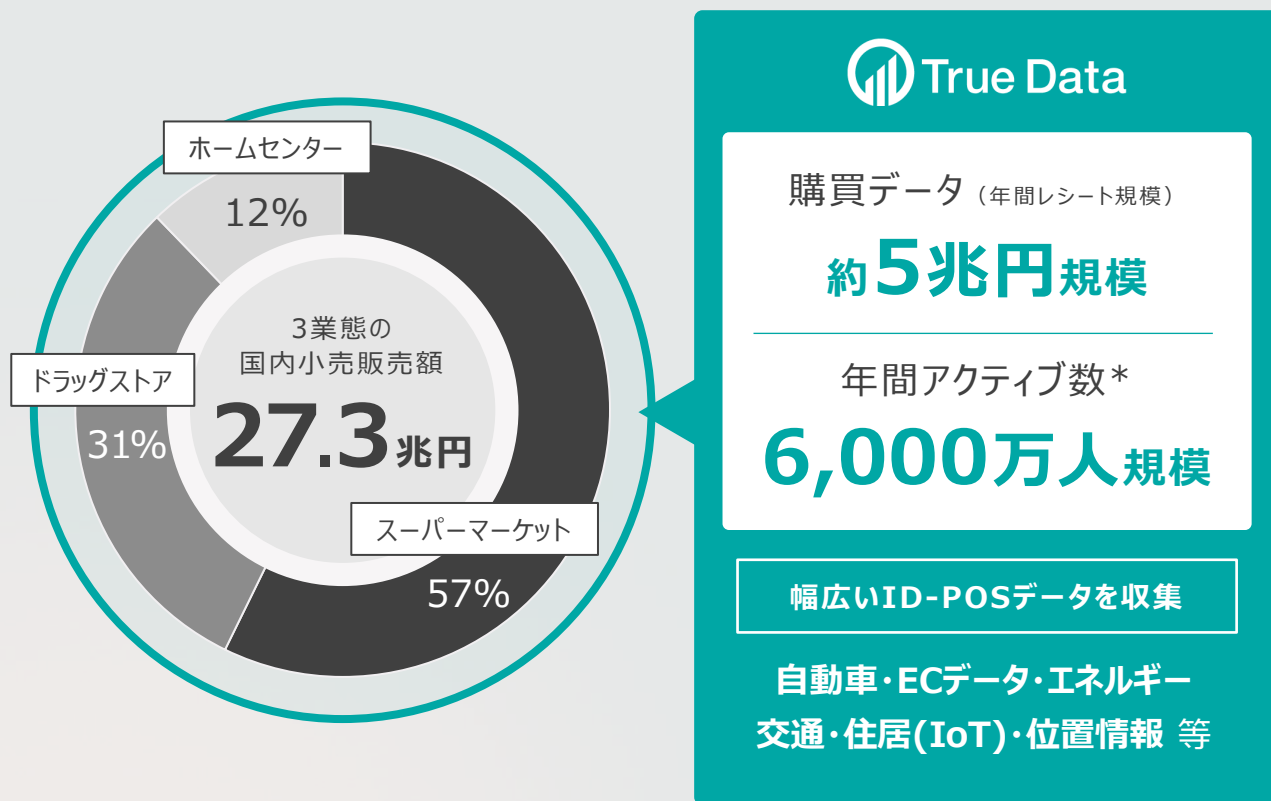
消費財メーカー

- ビバレッジ/食品
- 化粧品/トイレットリー等



- 小売3業態の国内年間販売額27.3兆円のうち、約2割に相当する5兆円規模のリアルなリテールデータを一元的に保有・精製している。
- 日本全国、リアル店舗の購買データを安全に活用できるため、数多くの業界トップ企業や中央省庁など行政に導入・活用されている。

企業グループ/業態横断的なマーケティング分析が可能



■ 大手消費財メーカー/小売業に導入多数

※イーグルアイ導入は151社 (2024年12月現在)

メーカーとの取引実績 (クライアント企業の一例)



全国の消費統計データとして採用
(地域経済分析システム「RESAS」 産業構造マップ)



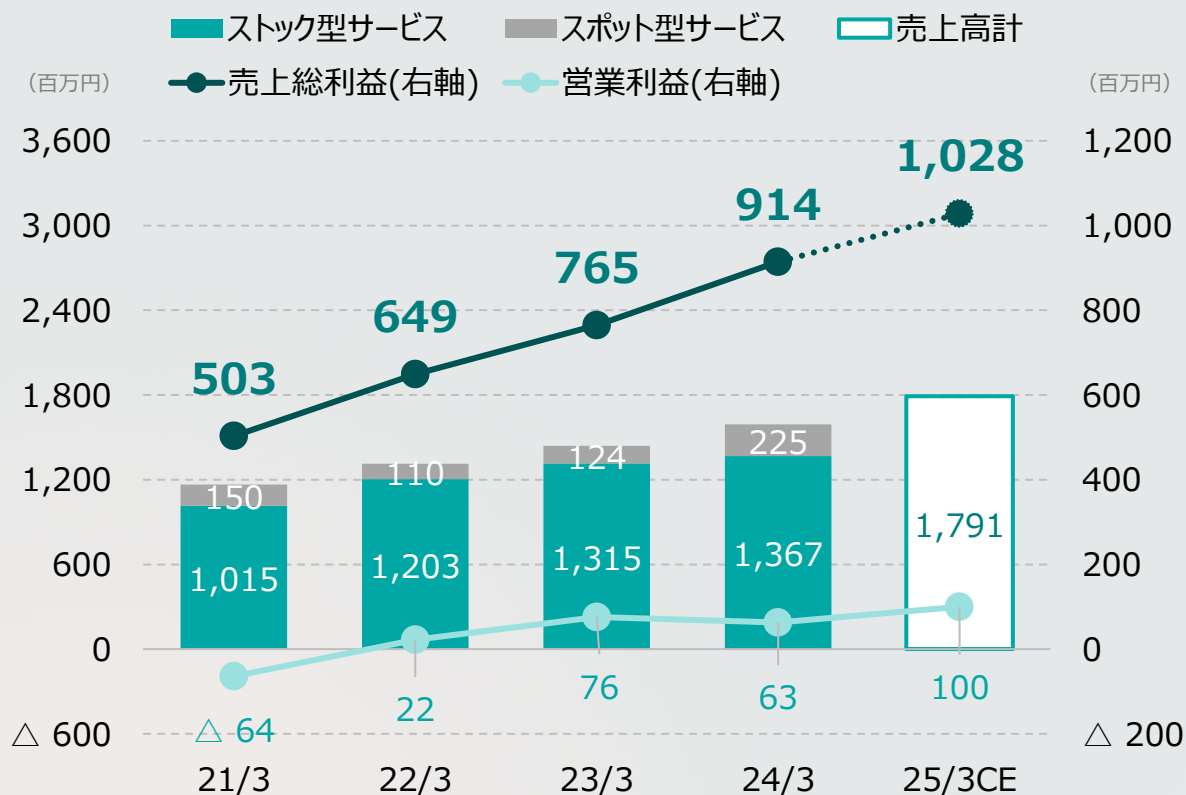
地域活性化の取り組み
(連携協定を締結)



注：小売販売額は経済産業省-経済解析室「2023年 小売業販売を振り返る」を参照した。百貨店・コンビニ・家電量販店は除外し集計している。
年間アクティブ数は、2023年4月～2024年3月の1年間に購入実績のあるポイントカード会員数を参照している。

- 全社売上高の85.9%は各SaaSサービスのストック型サービス売上高が占め、業績の安定性は高い。
- 売上総利益は年率22.0%増と高成長している。費用の相当程度は固定費的で、規模拡大に伴う利益率改善余地は大きい。

■ サービス別売上高、売上総利益、営業利益の推移



ストック型サービス売上高

13.7 億円

(24/3期 通期実績)

ストック型サービス比率

85.9%

(24/3期 通期実績)

売上総利益CAGR

22.0%

(21/3~24/3期の3カ年実績)

営業利益率

4.0%

(24/3期 通期実績)

Net Cash

903 百万円

(24/12末時点)

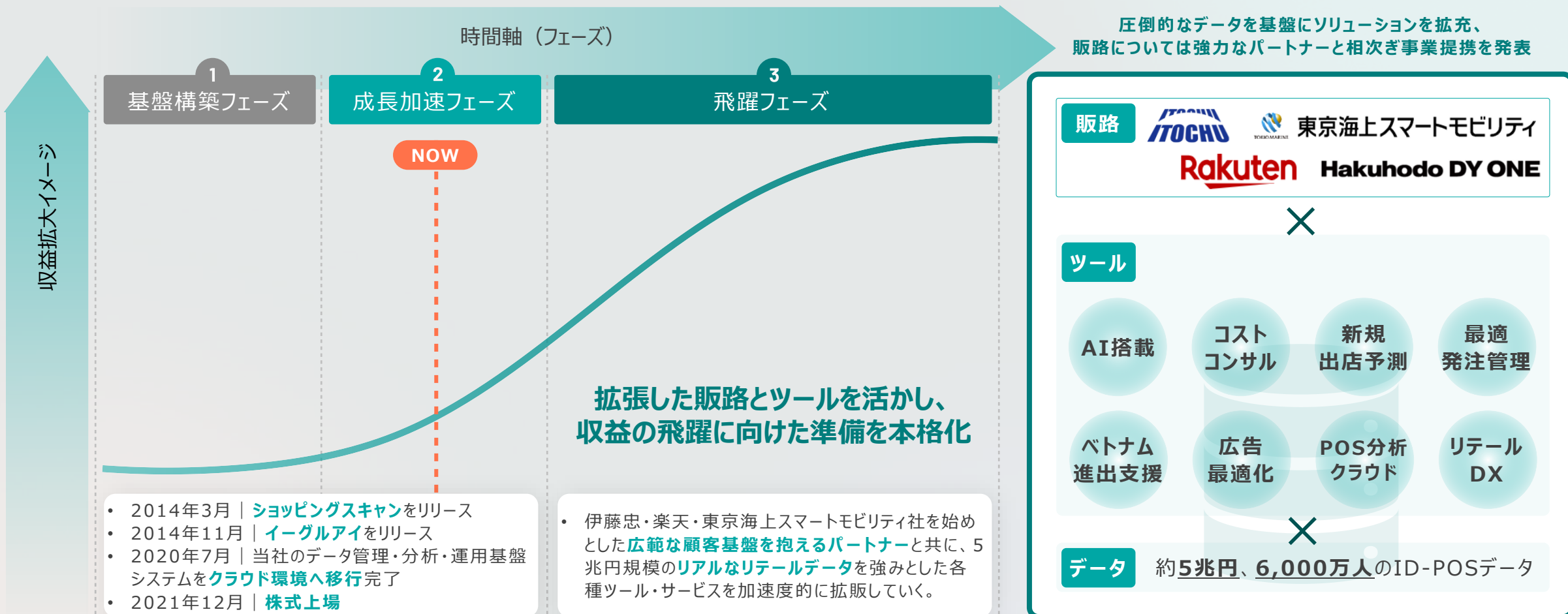
自己資本比率

80.9%

(24/12末時点)

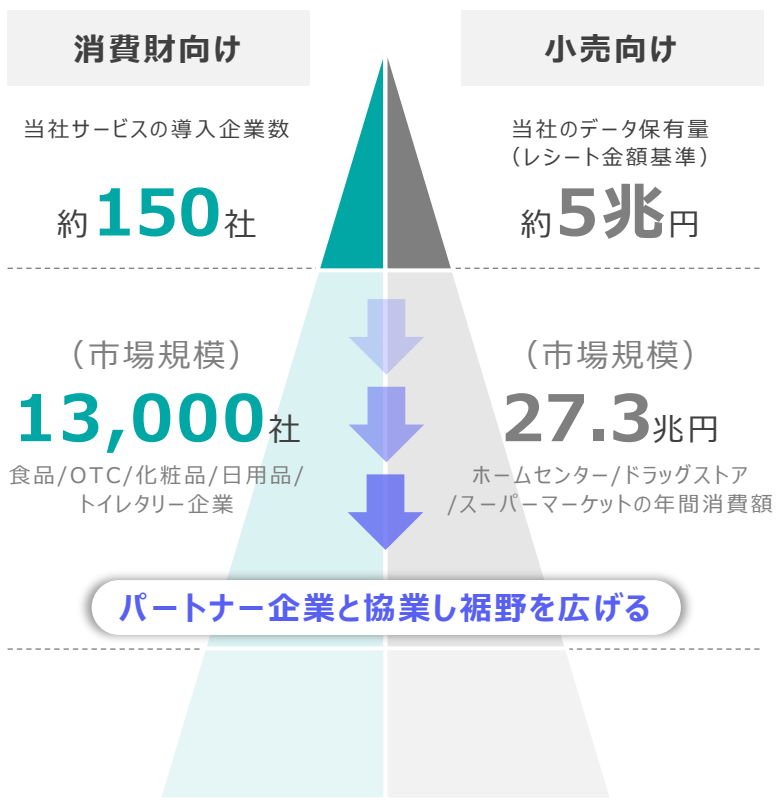
注：25/3CEは、会社計画値である。ストック型には、イーグルアイ・ドルフィンアイ・ショッピングスキャン等の継続収益を内包している。

- 25/3期は、伊藤忠商事との資本業務提携、コストコンサル事業の買収、AIソリューションの開発など、「販路」と「ツール」の強化が進む。
- 26/3期は、これら業容拡大策を本格化することを通じて、27/3期以降の飛躍的な収益拡大に向け歩を進める。



- Eagle Eye/Shopping Scan の潜在顧客への拡販を強化する。中堅・中小へのリーチは限定的で、アップサイドポテンシャルが大きい。
- 24年12月に資本業務提携を結んだ伊藤忠商事は、グループとして約1万社の食品企業・約2千社の小売業と取引がある。

大企業～中堅・中小への拡販



2021年7月より伊藤忠商事が提供を開始した「FOODATA」を強化
「**FOODATA ID-POS powered by True Data**」としてリニューアル

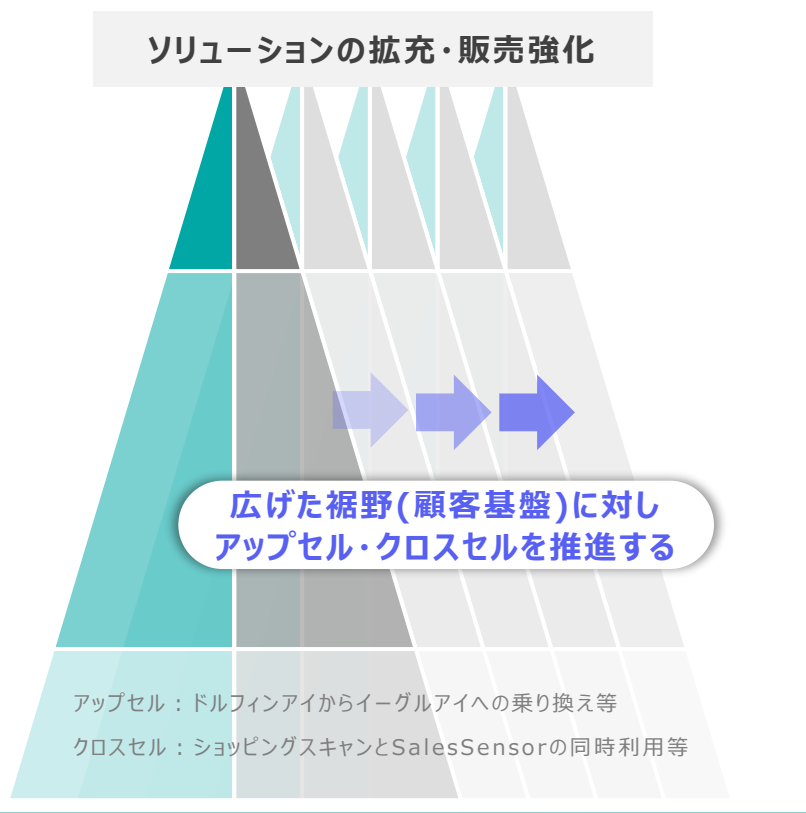


あらゆる企業がデータ活用に取り出す「**DXの民主化**」の潮流を捉える

注：潜在市場規模（社数）は、株式会社ユーザベース「スピーダ」登録企業数を参照した。業種は、「加工食品」「清涼飲料」「酒類」「OTC医薬品」「化粧品」「日用品・生活雑貨」「トイレタリー」を参照した。

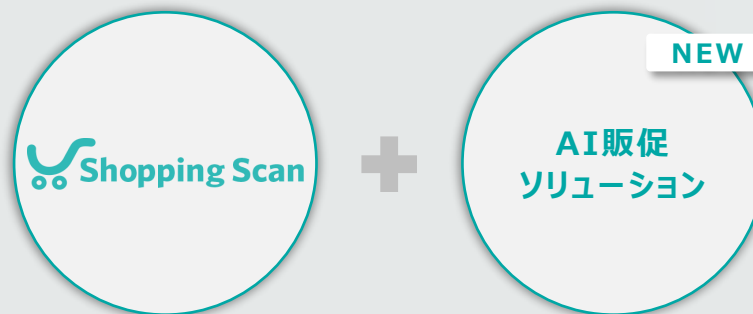
- Google/ニールセン/博報堂ほかパートナーの技術力を活かし、DXでクライアント企業の収益拡大に資するソリューションを開発・拡販する。
- 大手ドラッグストアであるウエルシアで、新たに当社の「一気通貫型リテールDXサービス」が導入されるなど、ケースが積み上がってきている。

アップセル・クロスセルの推進



従来からShopping ScanユーザーであるウエルシアHDがAI販促ソリューションを導入*

(2024年12月4日公表)

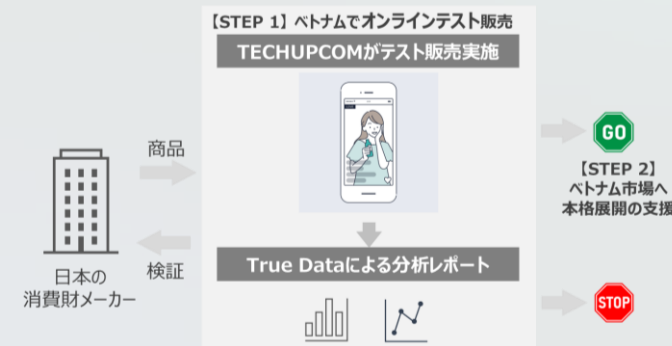


- データ分析からAIを活用した販促～効果検証までを一気通貫するリテールDXサービスとして提供する。
- 顧客1人1人の過去の購買データやクーポン利用データなどを元に、AIが販促施策ごとにベストマッチする顧客を抽出し、販促最適化する。

相次ぎ、新サービスを開発・ローンチ

- 23年04月 Shopping Scan for LINE (LINE販促AI)
- 23年08月 SalesSensor (新規出店時の売上予測AI)
- 23年12月 Potential Scan (商品ポテンシャル算出AI)

海外展開（ベトナム）にも着手*



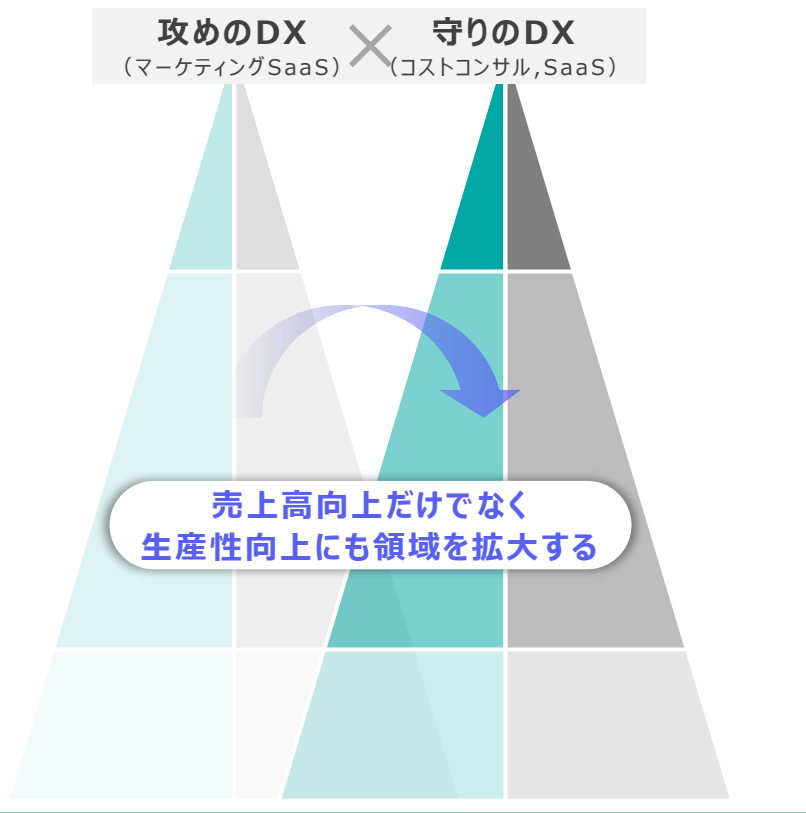
(2024年11月7日公表)

参考URL01 | [ウエルシアがTrue DataのAI販促ソリューションを導入](#)

参考URL02 | [F P T IS、TECHUPCOMと共同で、日本の消費財メーカーのベトナム進出を支援するテストマーケティングサービスのベータ版を提供開始](#)

- 売上高向上に資するマーケティングSaaSだけでなく、生産性向上・コスト削減を支援するコンサルティング・SaaSサービスの提供を強化する。
- 物流ロス削減や発注量最適化、出店売上予測シミュレーションなど、ID-POSデータの応用可能な範囲は、コスト側にも広大に存在する。

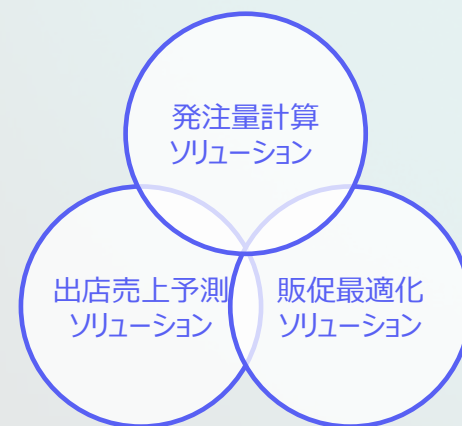
守りのDXの強化 (生産性改善支援)



東京海上スマートモビリティ

移動・物流データの効果的な活用や 流通・業務の最適化支援を共に推進

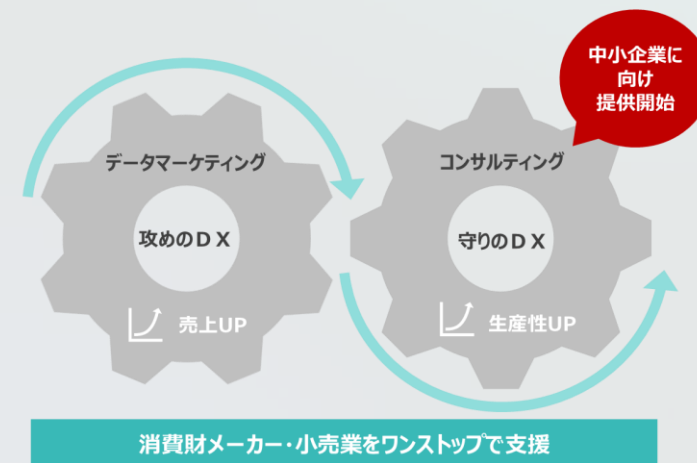
2024年11月26日、東京海上スマートモビリティと業務提携に向けた基本合意を締結。生産性向上・コスト削減領域において新たなソリューションを提供するとともに、守りのDXも強化する。



Advantage Partners

生産性向上とコスト削減を支援する コンサルティングサービスを提供開始

2024年11月1日、アドバンテージ・パートナーズ株式会社から事業譲受し、DXによる間接費の最適化支援などコンサルティングサービスの提供を開始。



参考URL01 | [東京海上スマートモビリティとTrue Data 業務提携に向けた基本合意を締結](#)

参考URL02 | [間接費最適化支援などを提供するアドバンテージ・パートナーズから事業を譲受 中小企業の生産性向上とコスト削減を支援するコンサルティングサービスを提供開始](#)

- リテールデータをコアバリューに、協業を通じてソリューション展開を加速した (第3四半期のトピックスは次章参照)。
- 事業拡大のスケール化を支える組織づくりをあわせて推進、26/3期以降の成長加速を見据えた組織強化も実施した。

クライアントに選ばれ続けるデータプラットフォームとして小売業のDXを推進

- **小売業向け** | AI搭載ソリューションの開発及びアップセルの実現 (ウエルシアへの統合パッケージおよびAI販促ソリューションの導入)
- **小売業向け** | 伊藤忠商事を通じた拡販体制の構築
- **守りのDX** | 新規出店売上予測SaaS (SalesSensor) の提供開始

将来の成長のタネである新領域の立ち上げ

- **消費財向け** | ベトナム進出のためのテストマーケティングサービスのβ版を提供開始
- **消費財向け** | 広告精度向上を実現するデジタルとリアルのビッグデータ連携および拡販 (博報堂との協業プロジェクト)
- **守りのDX** | コスト削減コンサルティング事業の買収

消費財メーカーのDXに貢献 (データ活用ステージに進むホワイトゾーン)

- **消費財向け** | 大手 + 中堅・中小への拡販に向けた施策開始 (伊藤忠商事と協業するFOODATA ID-POS powered by True Dataの販売加速)
- **守りのDX** | 物流・最適発注予測SaaSの開発・提供開始 (東京海上スマートモビリティとの協業プロジェクト) に向けた基本合意の締結

「人と組織の成長」、「事業運営基盤の整備」による成果の最大化

- アントレプレナーシップの醸成に向けた社内体制強化
- 入社→オンボーディング→キャリア開発→定着の仕組みづくり実施

| No. | 公表日 | IRニュース |
|-----|------------|--|
| 1. | 2024/7/29 | 誰でも簡単にデータに基づいた説得力ある資料作成が可能に！ 消費財メーカー向け「Eagle Eye DashBoard」の提供を開始 |
| 2. | 2024/11/1 | 間接費最適化支援などを提供するアドバンテージ・パートナーズから事業を譲受 中小企業の生産性向上とコスト削減を支援するコンサルティングサービスを提供開始 |
| 3. | 2024/11/7 | F P T IS、TECHUPCOMと共同で、日本の消費財メーカーのベトナム進出を支援するテストマーケティングサービスのベータ版を提供開始 ～ベトナムでのオンラインテスト販売・データ分析から実店舗での本格展開までサポート～ |
| 4. | 2024/11/26 | 東京海上スマートモビリティとTrue Data 業務提携に向けた基本合意を締結 物流ロスの削減や移動データを活用したDXソリューションを開発 世の中に潜む無駄の削減を目指す |
| 5. | 2024/12/4 | ウエルシアがTrue DataのAI販促ソリューションを導入 ～データ分析から顧客一人ひとりに合わせたクーポン配信まで一気通貫でDXを推進～ |
| 6. | 2024/12/20 | 伊藤忠商事株式会社との資本業務提携および 新サービス「FOODATA ID-POS」の提供開始に関するお知らせ |
| 7. | 2025/1/15 | Hakuhodo DY ONE のDMP「AudienceOne®」と True Data の広告用購買データが国内初の連携を開始 ～国内最大級のDMP×購買データ連携により、全国ドラッグストアや スーパーマーケットでのデータに基づいた精緻な広告ターゲティングが可能に～ |
| 8. | 2025/2/14 | ウエルシア薬局が新規出店時の売上予測精度向上のためTrue DataのAIサービス「SalesSensor」を導入 ～リテールDXソリューションでデータドリブン経営を推進～ |

参考URL：[当社IRニュースページトップ](#)

02

2025年3月期 第3四半期概況

Financial Summary

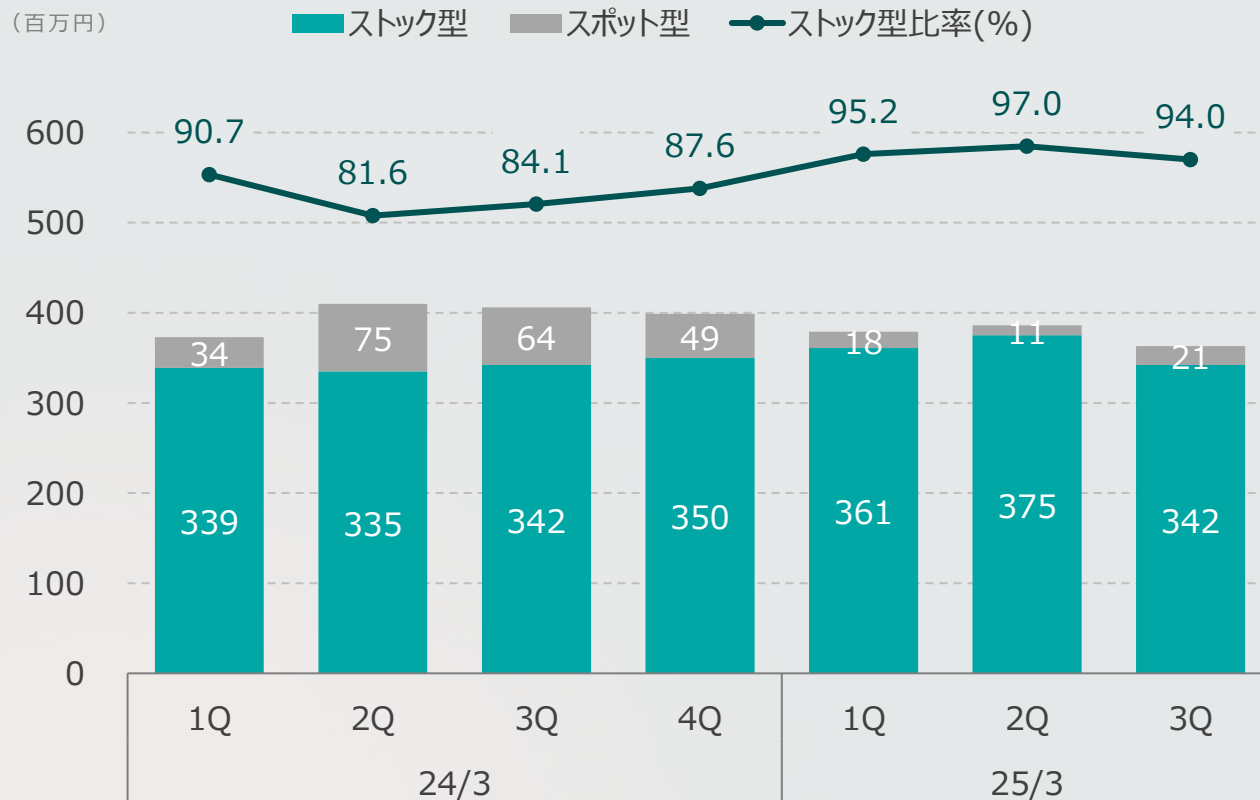
- 低採算案件の一部契約打ち切り影響で、ストック型売上高は一時的に落ち込んだ。**4Qから成長軌道に回帰する見込み**である。
- 25/3期の**スポット型売上高は4Q偏重**で、3Qは限定的である。当四半期は売上高が端境期にあり、各段階利益は堅調に推移した。

| 項目 (百万円) | 24/3期 | | | | 25/3期 | | | | |
|-------------|-------|------|------|------|-------|------|------|---------|---------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | YoY | QoQ |
| 売上高 | 373 | 411 | 406 | 400 | 380 | 387 | 364 | △10.3% | △5.8% |
| └ ストック型 | 339 | 335 | 342 | 350 | 361 | 375 | 342 | +0.2% | △8.7% |
| └ スポット型 | 34 | 75 | 64 | 49 | 18 | 11 | 21 | △66.1% | 86.1% |
| 売上総利益 | 203 | 234 | 231 | 244 | 221 | 218 | 217 | △6.1% | △0.6% |
| (粗利率,%) | 54.4 | 57.1 | 56.9 | 61.0 | 58.4 | 56.5 | 59.6 | +2.7ppt | +3.1ppt |
| 営業利益 | △37 | 17 | 27 | 55 | 22 | 16 | 2 | △90.2% | △83.6% |
| (営業利益率,%) | △10.1 | 4.4 | 6.9 | 13.9 | 5.9 | 4.3 | 0.7 | △6.1ppt | △3.6ppt |

注：ストック型には、イーグルアイ・ドルフィンアイ・ショッピングスキャン等の継続収益を内包している。

- ストック型は一部契約打ち切り影響でQoQ減収も、**大型案件の受注が複数決まり**、4Q以降の再成長に向け順調である。
- スポット型の積み上げは限定的だが、4Qに複数案件を収益認識見込み。ただし、**開発進捗次第で一部期ズレする可能性**がある。

■ ストック・スポット別売上高の四半期推移



- イーグルアイは、10月開始の大型案件が貢献し前四半期比(2Q比)で5.9%増収した。4Qにも複数の大型案件を獲得見込みで、引き続き需要は旺盛である。



- ショッピングスキャンは、10月に打ち切りした低採算な大型案件が売上高ベースでマイナス寄与したが、その他は昨期受注分の導入が進み着実に収益を積み上げた。
- 大手小売向けを新規受注した。26/3期2Qから本格収益貢献を見込む。4Q期間中はスポット開発を進める。

その他ストック型

- AI販促をはじめ、近年開発したソリューションの受注が本格的に積み上がり始めている。

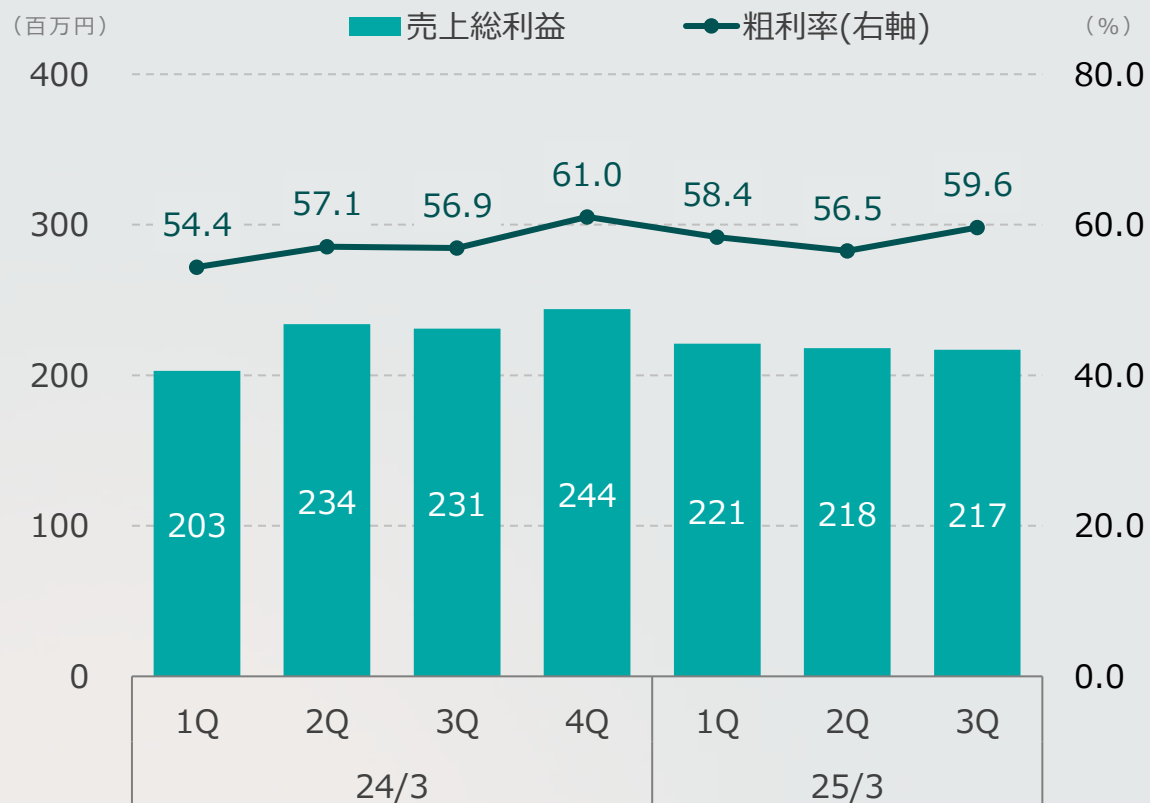
その他スポット型

- 25/3期は新規の開発案件が4Qに集中しており、3Qまでの収益計上は限定的だった。4Qは複数の大型案件で開発を進めているが、進捗次第で26/3期に収益認識が期ズレする可能性がある(詳細後述)。

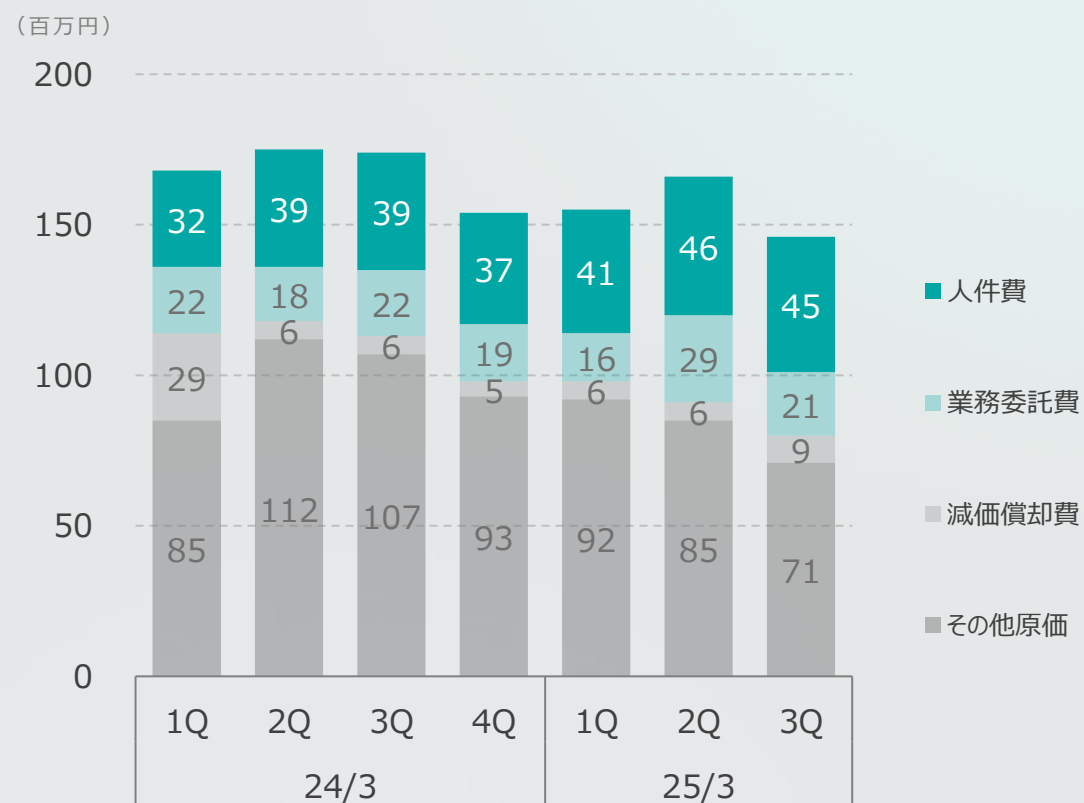
(ソリューション別の売上高明細はP.56、58に掲載)

- 低採算案件の見直しが進んだことで、**粗利率は前四半期比3.1ppt上昇**の59.6%と**収益性が改善**した。
- 売上原価は、人員の増員や待遇改善等から人件費が増加傾向にある一方、**その他費用は適正なコントロール及びスリム化が進んだ**。

■ 売上総利益と粗利率の四半期推移

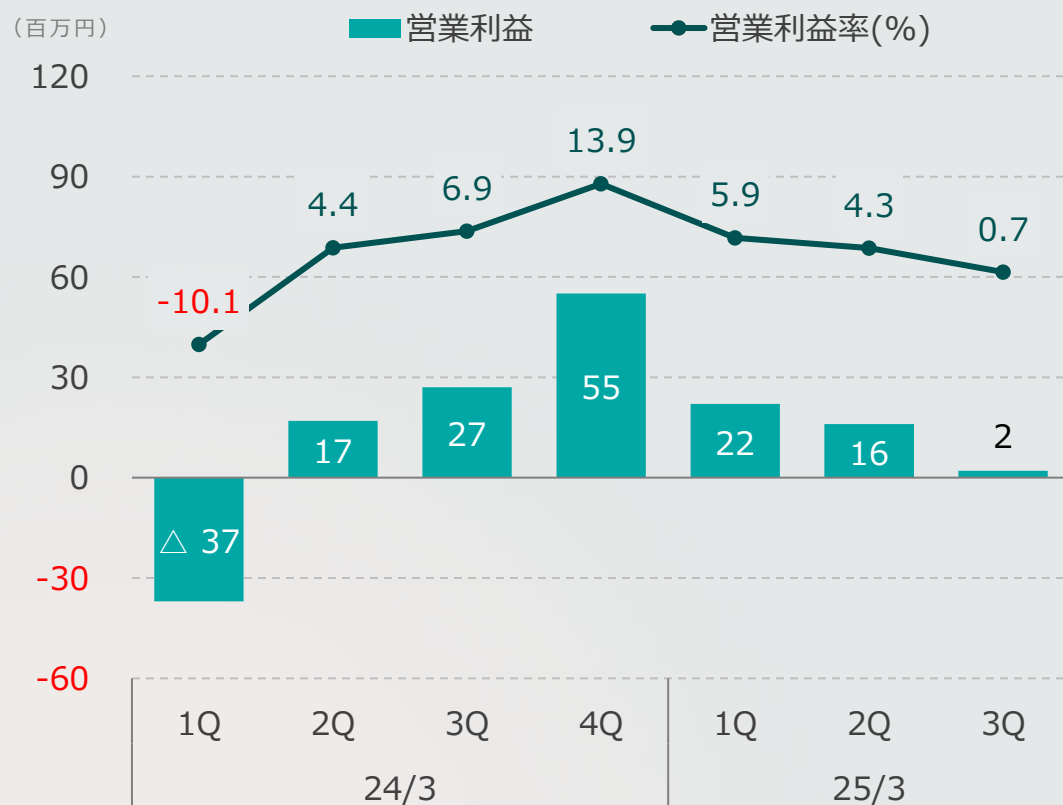


■ 売上原価明細の四半期推移

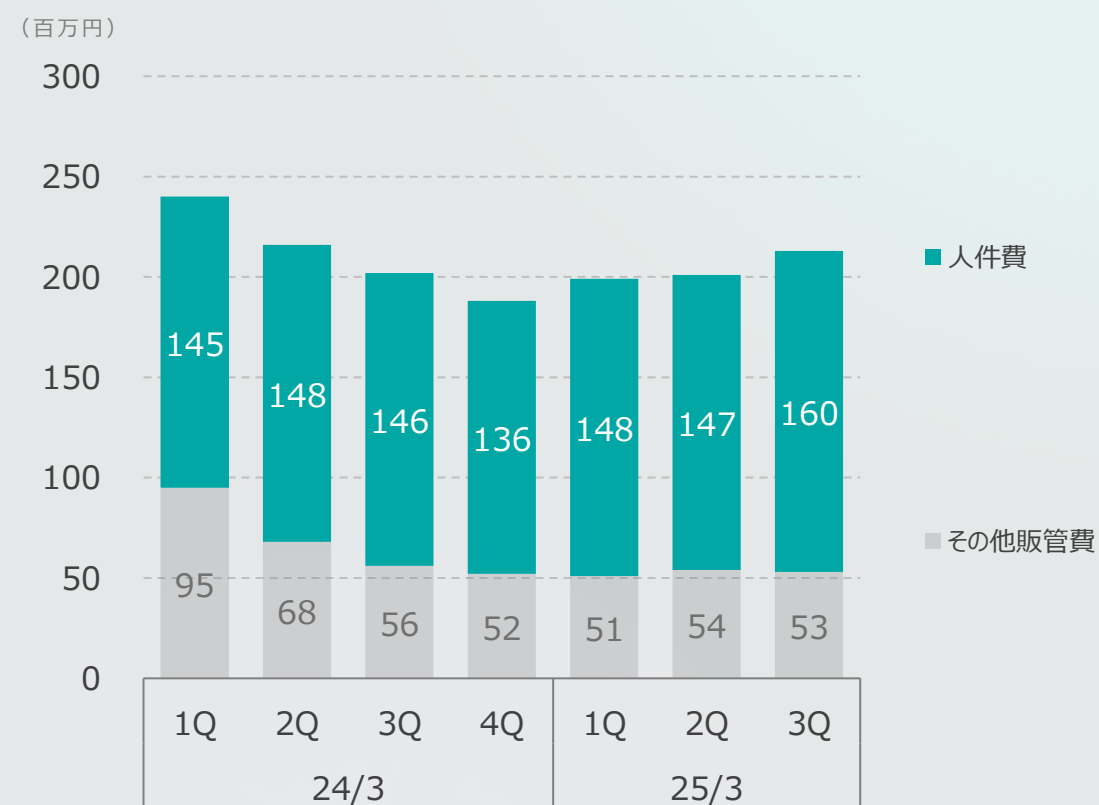


- 一部契約打ち切り影響で売上総利益が横ばい圏に留まる中、人的資本への投資を強化したため、3Q営業利益は2百万円となった。費用の多くは固定費的なため、ストック型の積み上げ・再成長やスポット型の収益貢献で、**4Qは一定の利益確保を見込んでいる**。

■ 営業利益と営業利益率の四半期推移



■ 販管費明細の四半期推移



- グループで約1万社の食品メーカー、2,000社の小売業との取引基盤を持つ**伊藤忠商事と資本業務提携**を締結した。
- 伊藤忠商事が提供する「FOODATA」に、当社のID-POSデータと分析システムを連携し、**2025年1月より新サービスを提供開始**する。



全国6,000万人規模の購買データを活用する
プラットフォームを保有し、食品・日用品業界を支援



約1万社の食品メーカー
2,000社の小売業との取引基盤を持つ

Pickup

2025年1月 新サービス提供開始

FOODATA ID-POS powered by True Data

国内屈指の
データ量高度な
分析機能実務での
有効性

相手先 伊藤忠商事株式会社

提携目的

- 食品業界の幅広い企業におけるデータ利活用の促進
- 競争力強化と事業成長への寄与

提携内容

- 食品メーカー向けの新サービス「FOODATA ID-POS powered by True Data」の提供開始（2025年1月開始）
- 伊藤忠商事が「Shopping Scan」の販売代理店となり導入推進

公表日

2024年12月20日（資本業務提携契約の締結）

参考URL：[伊藤忠商事株式会社との資本業務提携および新サービス「FOODATA ID-POS」の提供開始に関するお知らせ](#)

- 保険商品と連動したリスクソリューションの企画力や顧客基盤を持つ**東京海上スマートモビリティ**と**業務提携に向けた基本合意**を締結した。
- 販促など「攻めのDX領域」だけでなく、費用・投資最適化に資する「守りのDX領域」の**開発・提供本格化**に向け歩を進める。



全国6,000万人規模の購買データを活用する
プラットフォームを保有し、食品・日用品業界を支援



リスクデータ・リスクマネジメントの知見と
強固な顧客基盤を持つ

今後3つの領域においてソリューションを提供

発注量計算
ソリューション

製造業

卸売業

小売業

出店売上予測
ソリューション

小売業

外食業

販促最適化
ソリューション

自動車ディーラー

| | |
|------|--|
| 相手先 | 東京海上スマートモビリティ株式会社 |
| 提携目的 | <ul style="list-style-type: none"> • 企業のDX推進 • 荷主企業や消費者サイドも含めた運輸業界の効率化推進 |
| 提携内容 | <ul style="list-style-type: none"> • 発注量計算ソリューション • 出店売上予測ソリューション • 販促最適化ソリューション の開発・提供 |
| 公表日 | 2024年11月26日（業務提携に向けた基本合意の締結） |

参考URL：[東京海上スマートモビリティとTrue Data 業務提携に向けた基本合意を締結](#)

- 国内最大級の3.8億IDを超える膨大な行動データを保有するパブリックDMP「AudienceONE」との連携を開始した。
- 屋内外デジタルサイネージなど“リテールメディア”でも利用される、**当社保有データの活用可能性が拡がる事例**として取り組みを積極化する。



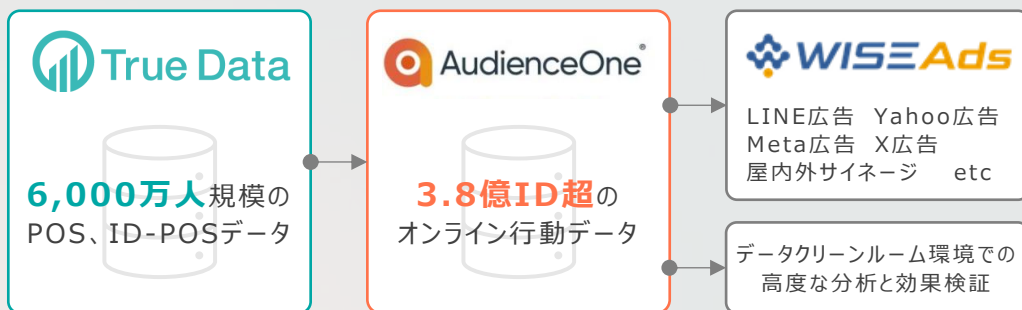
全国6,000万人規模の購買データを活用するプラットフォームを保有し、食品・日用品業界を支援

国内DMP
初の連携

Hakuhodo DY ONE

国内最大級の3.8億IDを超える膨大なオンライン行動データを保有するパブリックDMP

精緻な広告ターゲティングが可能に



| | |
|------|---|
| 相手先 | 株式会社Hakuhodo DY ONE |
| 提携目的 | <ul style="list-style-type: none"> 食品、飲料、日用品など1,000以上のカテゴリやブランドにおける更なる精緻なターゲティング |
| 提携内容 | <ul style="list-style-type: none"> Hakuhodo DY ONEが提供するパブリックDMP「AudienceOne」と、True Dataの広告用購買セグメントデータの接続 |
| 公表日 | 2025年1月15日（国内最大級のDMP×購買データ連携の開始） |

参考URL : [Hakuhodo DY ONE のDMP「AudienceOne®」と True Data の広告用購買データが国内初の連携を開始](#)

- 当社のリテールDXサービスが、ドラッグストア大手のウエルシアホールディングスに採用された。
- 第一弾として、顧客一人ひとりに合わせた1to1マーケティングが可能となるAI販促ソリューションの導入が決定した。



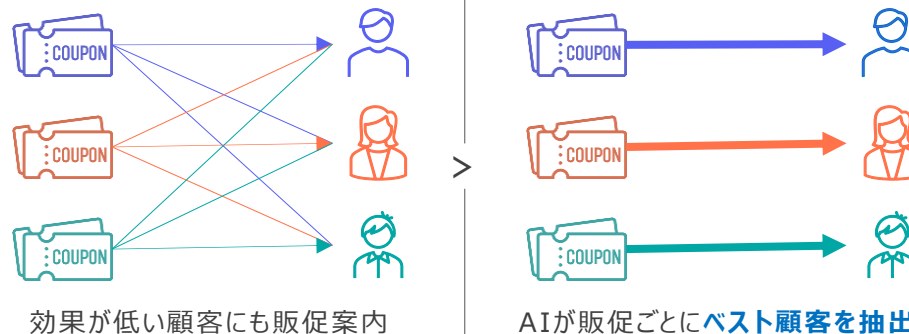
データ分析やAIを活用した販促から効果検証までを一気通貫で支援する**リテールDXサービスの導入**を採択

 True Data 第1弾

当社の**AI販促ソリューション**を導入

顧客一人ひとりに合わせた1to1マーケティングを実現

顧客ごとに最適化した販促で LTV（顧客生涯価値）を最大化



| | |
|------|---|
| 相手先 | ウエルシアホールディングス株式会社 |
| 提供目的 | データドリブン経営による <ul style="list-style-type: none"> • LTV（Life Time Value:顧客生涯価値）の最大化 • 販促業務の大幅な省力化 |
| 提供内容 | <ul style="list-style-type: none"> • AI販促ソリューションの導入決定（2025年度予定） |
| 公表日 | 2024年12月4日 |

参考URL：[ウエルシアがTrue DataのAI販促ソリューションを導入](#)

- ウエルシアへのリテールDXサービス導入第2弾として、出店売上予測ソリューション「SalesSensor」の導入が決定した。
- 新規出店時の売上予測精度向上・作業の省力化を実現し、**新規出店に係るROI最大化**に貢献する。



データ分析やAIを活用した販促から効果検証までを一気通貫で支援する**リテールDXサービスの導入**を採択

 True Data 第2弾

- 当社の**出店売上予測ソリューション**を導入

新規出店時の売上予測精度向上・作業の省力化を実現

| | |
|------|---|
| 相手先 | ウエルシアホールディングス株式会社 |
| 提供目的 | 新規出店検討時の <ul style="list-style-type: none"> 売上予測精度の向上 店舗開発者の作業負担の軽減 |
| 提供内容 | <ul style="list-style-type: none"> 出店売上予測ソリューションの導入決定（2025年度予定） |
| 公表日 | 2025年2月14日 |

新店売上を最大化、店舗減損を最小化



- 物販売上予測機能
- 調剤売上予測機能
- 売上影響要因説明機能
- 商圈情報自動生成機能
- エリアポテンシャル検索機能

参考URL：[ウエルシア薬局が新規出店時の売上予測精度向上のためTrue DataのAIサービス「SalesSensor」を導入](#)

- 売上高は、期初計画に織り込んでいなかった低採算な大型案件の打ち切り影響から、計画進捗率は**63.2%**と**ビハインド**している。
- 営業利益の計画進捗率は41.6%と低位に見えるが、**4Qに多額のスポット型売上高の計上を見込み**、相応の挽回が可能である。

■ 25/3期 3Q累計（4～12月期）の計画進捗状況

| 項目 (百万円) | 24/3期 | 25/3期 | | |
|-------------|-------|-------|-------|--------|
| | 通期実績 | 3Q累計 | 通期計画 | 進捗率, % |
| 売上高 | 1,593 | 1,132 | 1,791 | 63.2 |
| 売上原価 | 679 | 473 | 763 | 62.1 |
| 売上総利益 | 914 | 658 | 1,028 | 64.0 |
| 販管費 | 850 | 616 | 928 | 66.4 |
| 営業利益 | 64 | 41 | 100 | 41.6 |
| 経常利益 | 63 | 40 | 98 | 41.7 |
| 当期純利益 | 60 | 5 | 87 | 5.7 |

■ 期初計画と現状実態の主な差異

低採算な大型案件の打ち切り影響

| 25/3期への影響 | | 26/3期以降への影響 | |
|-----------|----------|-------------|----------|
| 売上影響 (△) | 利益影響 (△) | 売上影響 (△) | 利益影響 (△) |
| 中 | 小 | 中 | 小 |

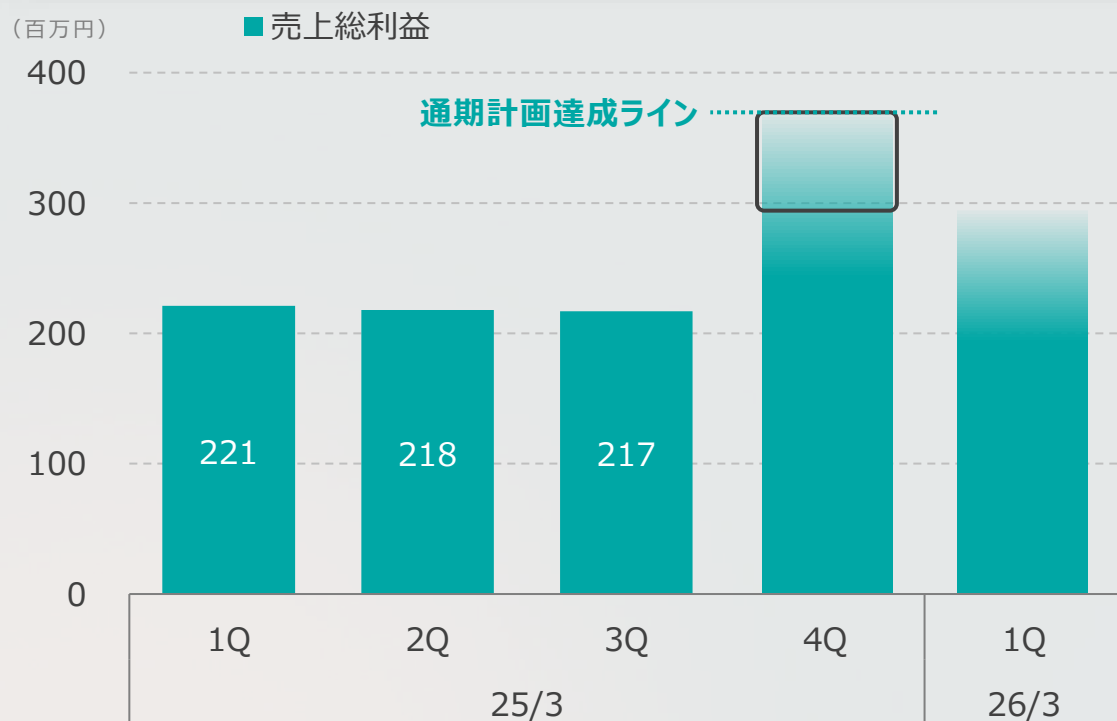
期初計画を上回る大型案件の受注

| 25/3期への効果 | | 26/3期以降への効果 | |
|-----------|----------|-------------|----------|
| 売上効果 (+) | 利益効果 (+) | 売上効果 (+) | 利益効果 (+) |
| 小～中 | 小～中 | 大 | 大 |

- 4Qは、複数の受注済み大型案件のスポット開発が進行している。
- 当社のスポット開発収益は“検収基準”で収益認識しており、開発の進捗次第でPL計上が26/3期1Qに期ズレするリスクがある。

■ パターン① | 想定通りスポット型収益を計上

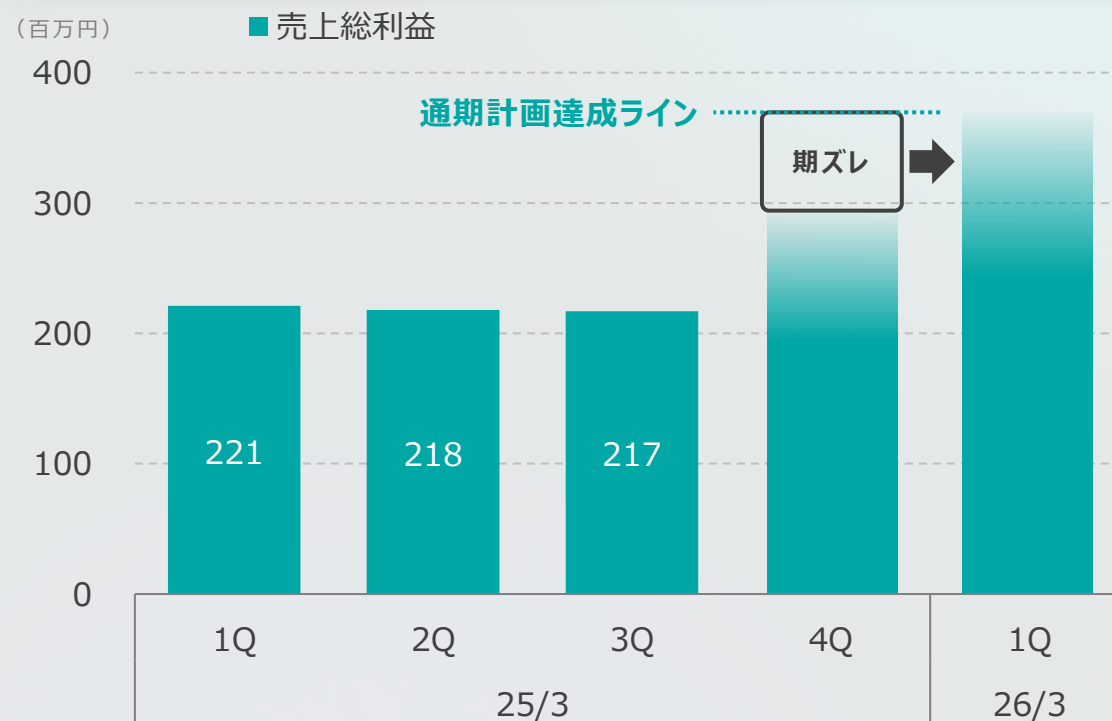
大型案件のスポット開発が想定通り収益計上できれば、**売上総利益はインライン**で着地する。
売上高は計画達成ハードルはあるが、低採算案件の打ち切りが主因で**利益面は計画通り**を見込む。



注：25/3期4Q及び26/3期1Qはイメージであり、実際の見込み数値を表現したものではない点の留意されたい。

■ パターン② | 一部開発の検収が26/3期に期ズレ

大型案件のスポット開発が想定通り収益計上できなければ、**売上総利益は未達**となる。
ただし、既に受注済みで開発進行中の案件のため**期ズレ分は26/3期業績の押し上げ要素**となる。

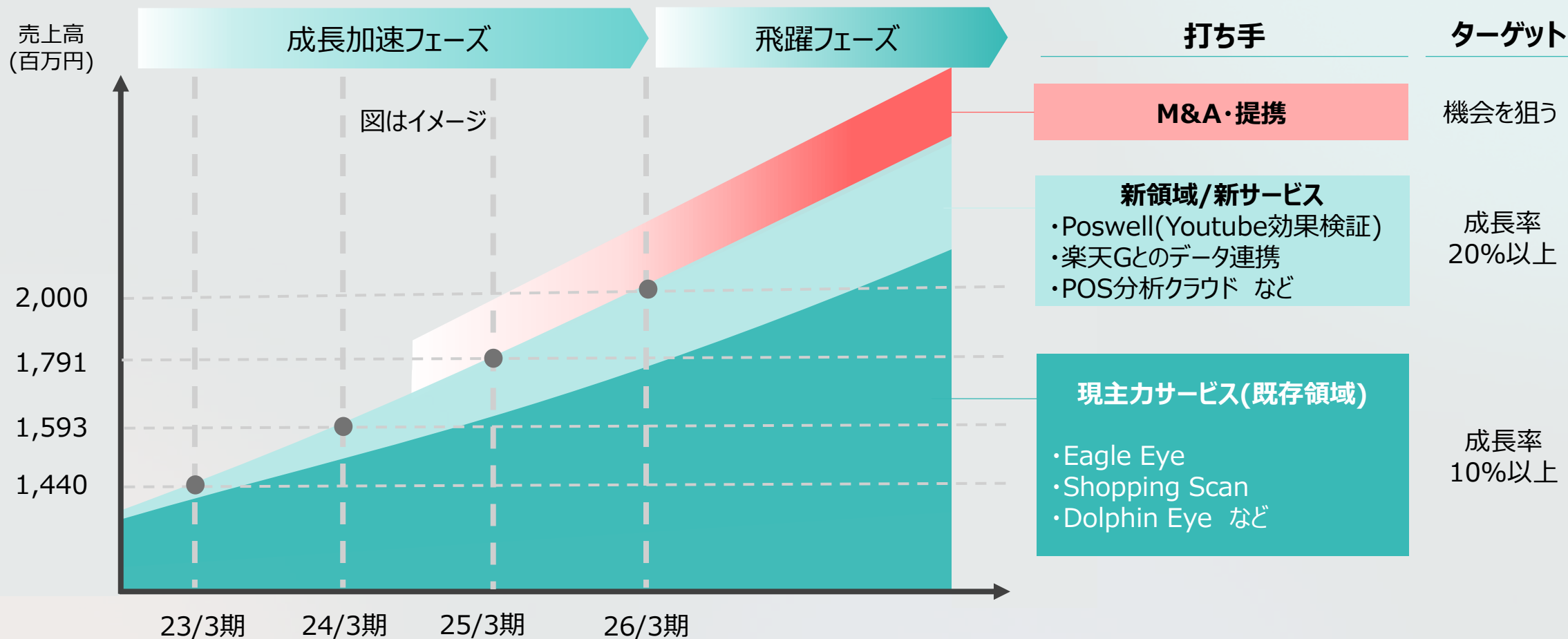


- 売上高は、オーガニックグロースで年間11～12%の成長率を目指す。(M&A等は継続的に検討しているが、本目標には含まない)
- 持続的な成長投資を行いつつ、営業利益率8.0%超を目指し、その後早期に10%超を視野に入れる。
- 原価率が高いサービスや案件の抜本的な見直しを行い、更なる利益構造の強化を図る。

| | 23/3期 実績 | 24/3期 実績 | 25/3期 予想 | 26/3期 目標 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 売上高 (百万円) | 1,440 | 1,593 | 1,791 | 2,000以上 |
| 営業利益 (百万円) | 76 | 63 | 100 | 160以上 |
| 営業利益率 | 5.2% | 4.0% | 5.6% | 8.0%以上 |

注：25/3期計画に対する進捗状況を説明したスライドに記載している新規受注・打ち切りは、26/3期目標に対してはプラス影響となる。上記数値には、25/3期の一時的な増減影響は加味されていない。

- 24/3期は、新領域の「POS分析クラウド」が想定を超える受注を獲得し、成長を牽引。
- 25/3期は、既存領域の成長と共に、新領域のスケール化による業績貢献を急ぎ成長を加速。
- 高成長を加速しながら26/3期の数値目標の達成と、その後の飛躍的な成長を目指す。



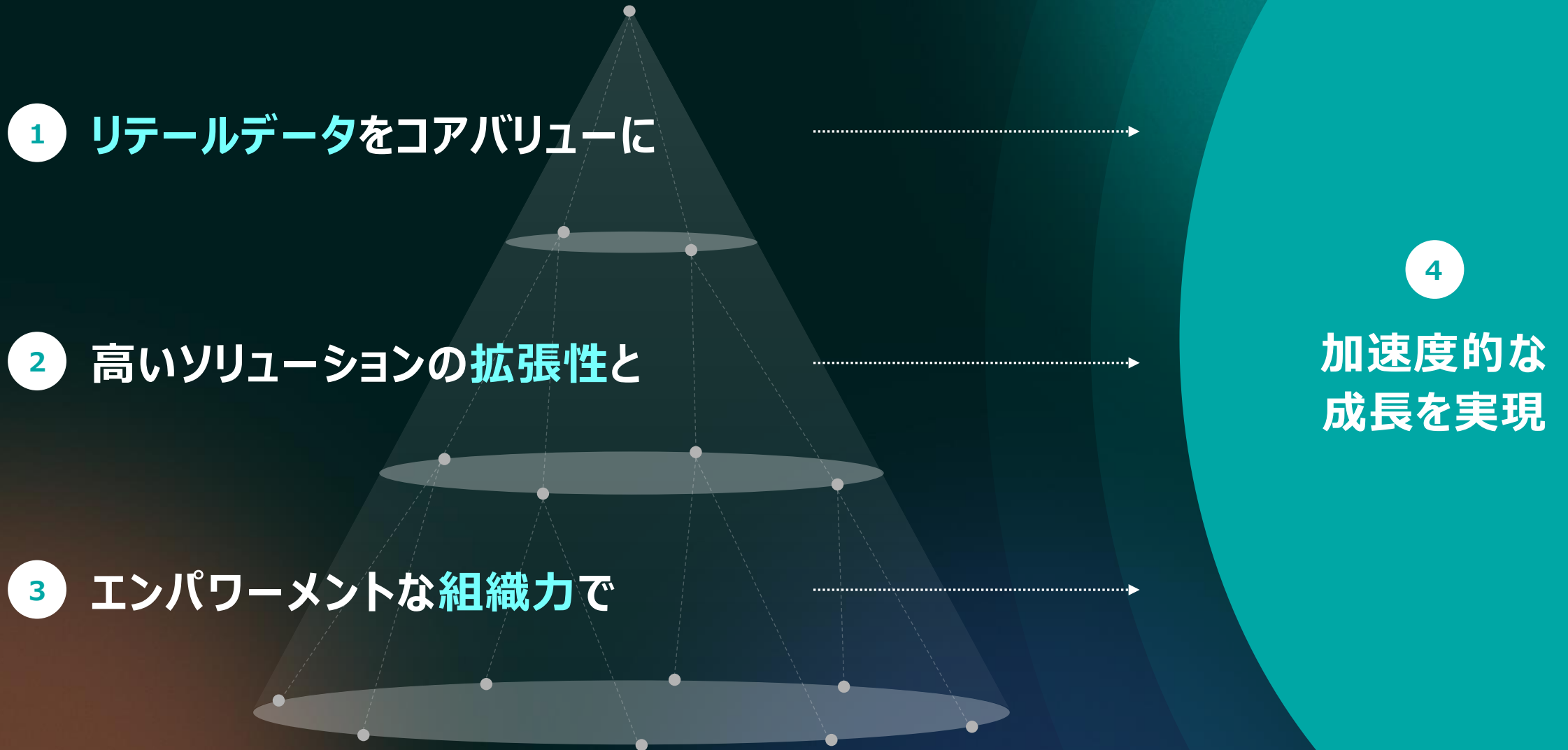
03

加速する価値創造ストーリー

A Journey of Accelerated Value Creation

販路拡大やソリューション拡張が進み、**企業としてのフェーズが変化**したことから、
当社の価値創造の源泉と拡張可能性を整理した説明資料を新たに作成致しました。

価値創造の源泉と拡張可能性



4つの特徴を持つ **リテールデータ** が **付加価値創出** の源泉

年間20億枚の
レシートデータ

膨大なデータ

標準マスタ・
クレンジング

一元的なデータ

世界基準の
データガバナンス

安全なデータ

AI分析・
クラウドデータ

使いやすいデータ

過去15年以上にわたり、**膨大なデータ** を蓄積し続けている



- 年間20億枚のレシートデータ
- 6,000万人のアクティブユーザー

過去15年以上にわたりデータを蓄積

異なるマスタ・フォーマットを統一し、**一元的なデータ**を精製している

| | |
|----------|---------------------------------|
| スーパーA | GREEN DAKARA やさしいレイボス 600ml |
| ? スーパーB | グリーンダカラレイボス&M |
| スーパーC | STレイボスマスカット600 |
| スーパーD | サントリー ダカラ やさしいレイボス&マスカット<600ml> |
| ドラッグストアA | GREEN ダカラ レイボス&マスカット600ml |
| ドラッグストアB | GDレイボス&マスカット600ml |
| ドラッグストアC | サントリー グリーンダカラレイボス&マスカット600ml |

↓ **統一する**

OK!

| | |
|------|-------------------------------------|
| 商品名 | GREEN DAKARA やさしいレイボス & マスカット 600ml |
| メーカー | サントリーホールディングス |
| ブランド | GREEN DAKARA |
| 商品分類 | その他茶ドリンク |



| 小売りA | | 小売りB | |
|----------|---------------|------------|---------------|
| 買上年月日 | 商品名称 | 買上年月日 | 商品名称 |
| 20240304 | 小枝 ミルク 44本 | 2024/03/04 | 小枝 ミルク 44本 |
| 20240304 | トッポ ザ・ショコラ 2袋 | 2024/03/04 | トッポ ザ・ショコラ 2袋 |
| 20240304 | 白いダース 12粒 | 2024/03/04 | 白いダース 12粒 |
| : | : | : | : |

?

買上年月日の
書き方が異なる

↓ **統一する**

OK!

| 買上年月日 | 商品名称 |
|------------|---------------|
| 2024-03-04 | 小枝 ミルク 44本 |
| 2024-03-04 | トッポ ザ・ショコラ 2袋 |
| 2024-03-04 | 白いダース 12粒 |
| : | : |

テクノロジーを掛け合わせ、**安全で使いやすいデータ** を備えている



テクノロジー面では、**自社開発にこだわらず**、GoogleやSAPなどグローバルなクラウドを提供するIT企業、ニールセンなど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組み、テクノロジーの進化をデータプラットフォームに取り込む構造となっている。このような**幅広いアライアンスをエコシステムとしてデータプラットフォームに取り込む拡張性と専門性**が、競争力の源泉の一つとなっている。

グローバルなクラウド基盤の上にプラットフォームを構築しサービス提供しているため、**近年成長著しいAI poweredな他のアプリケーションとの連携を前提としたソリューションをスピーディに開発**することができる。また、**グローバル基準のデータガバナンスを徹底運用**しており、**安全かつ高速に膨大なデータ**を分析し、インサイトを提供することができる。

2 高いソリューションの拡張性 (1/3)

販路

ITOCHU
ITOCHU

Hakuhodo DY ONE

Rakuten

東京海上スマートモビリティ

コアバリュー

リテール
データ

データで尖り、**販路とツール**でレバレッジをかけ、加速度的な成長を実現

販促AI

POS分析
クラウド

最適発注
管理AI

新規出店
予測AI

ツール

販路



企業が出稿するディスプレイ広告や動画広告などオンライン広告の効果を、実店舗での購買実績に基づいて測定できる楽天の広告サービス「Instore Tracking」が、True Dataの購買データと連携した。

広告主にとって精度の高い広告ターゲティングが可能となり、また広告配信が実際に購買につながったのかの事後分析が可能となった。

23年5月公表

販路

 東京海上スマートモビリティ

東京海上グループが保有する顧客基盤に対して、物流・店舗・在庫などの最適化ソリューションをTrue Dataと共同開発して販売する。

豊富な消費者データ・テクノロジー・リスクマネジメントを融合したソリューションにより、企業のデータに基づく適切な意思決定を支援する。

具体的には、発注量計算・出店売上予測・販促最適化ソリューションの開発・販売を想定している。

24年11月公表

販路



伊藤忠商事が食品業界に販売する消費トレンド分析システム「FOODATA」の活用データが、True Dataとの提携により従来比約3倍の1,500万人となり、分析機能が向上した。伊藤忠商事グループで取引のある食品メーカー・小売業への拡販を図る。

また、True Dataが小売業向けに提供する店頭消費動向の分析ツール「Shopping Scan」につき、伊藤忠商事が販売支援する。

24年12月公表

販路



3.8億IDを超える膨大なオンライン行動データを保有するDMP「AudienceOne」が、6,000万人規模の購買データを扱うTrue Dataの広告用購買セグメントデータと接続した。

食品・飲料・日用品など1,000以上のカテゴリやブランドにおける見込み客をこれまで以上に精緻にターゲティングし、広告効果分析できるようになった。

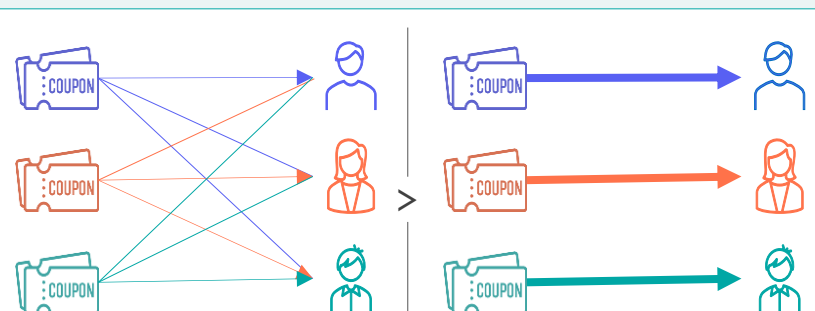
屋内外デジタルサイネージなどでも利用され、当社保有データの活用可能性が広がった。

25年1月公表

ツール

顧客ごとに最適化した販促でLTVを最大化

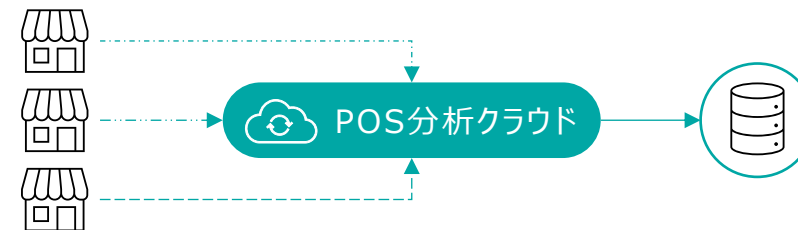
販促AI



ツール

データ精製/蓄積/管理等機能をクラウドで提供

POS分析クラウド



複数の小売業から提供される形式の異なるデータを、
消費財メーカー社内でクレンジングしデータ分析を容易にするサービス

ツール

予測AIエンジンが出荷予測を自動生成

最適発注管理AI



ツール

新店売上を最大化、店舗減損を最小化

新規出店予測AI



- 物販売上予測機能
- 調剤売上予測機能
- 売上影響要因説明機能
- 商圈情報自動生成機能
- エリアポテンシャル検索機能

アントレプレナーシップ を醸成し、**プロアクティブ** な人材を育む土壌がある

学びの奨励

従業員の30%強が入社後に新たなDX関連プロフェッショナル資格を取得

代表取締役との定期的な1on1MTG

役員・従業員の株主化

従業員持株会のプレミアムは20%に設定、株主と役員・従業員との利害一致を図る

事業拡大に応じた積極的な人材採用

DXを組み合わせた生産性の高い業務プロセス

フルリモートを含む、裁量ある柔軟な働き方

チャレンジを促し、従業員間で認め合う風土

モデルケース①

IT営業職から、DX知見を活かした**アライアンス構築・新規事業創出の推進担当**に

データマーケティング事業部 デジタルソリューショングループ

古泉 彰

経歴

- 2017年 中途入社
- 2019年 DMPプロジェクトをリード（Oracle Data Cloudにデータ連携、現在は終了）
- 2020年 DMP専門部署を立ち上げ
- 2023年 楽天「Instore Tracking」とのデータ連携プロジェクト
- 2025年 広告領域を中心にビッグデータ活用・効果向上プロジェクトを推進

True Dataに入社する前と今とを比べて、変わったことー

当社は、新しい技術やサービスに対して非常に前向きな会社です。デジタルマーケティングや関連テクノロジーなどの最新知見・動向に、世間一般よりも先に触れることができ、それをビジネスにどう活かすかを考えるのは刺激的ですし、パートナー企業との議論を通じて、自分自身の視野も広がっていく実感があります。

新しい価値を創り出すために、アライアンス先の企業とともにチーム全体で議論を重ね、課題を一つずつクリアしていくことには大変さもありますが、面白さもあります。当社の強みと多様な企業の強みを掛け合わせることで、人々の生活をより豊かに、より便利にしていくような新しい仕組みを作ることができるとも、大きなやりがいを感じます。

主な担当・プロジェクト

主にデジタルマーケティング分野におけるアライアンス構築や新規事業の推進を担当しています。具体的には、広告代理店やプラットフォーマーなど様々な企業と連携し、True Dataが保有する統計化した購買ビッグデータを様々なデータと掛け合わせることで、新たなビジネスモデルを創出したり、既存サービスの価値を高めたりするための戦略立案・実行を担っています。

モデルケース②

営業事務職から、社内オペレーションや各種SaaSソリューションの機能強化の企画担当に



データマーケティング事業部 オペレーショングループ 兼 営業部

伊藤 麻衣子

経歴

- 2016年 中途入社
- 2018年 Eagle Eyeリニューアルプロジェクト（2019年リリース）
- 2023年 営業基盤刷新（salesforce導入）プロジェクト
- 2024年 Tableau DATA Saber を取得

True Dataに入社する前と今とを比べて、変わったこと

前職では、OA機器リース企業で営業事務職を担っていました。当社に入社した当初はサポートデスク業務を担当していたのですが、徐々にユーザーセミナー企画などを通じた「ロジ構築」、SaaSのサポートデスク業務で得た気付きを踏まえた「仕組づくり」や「システム改修・開発」など、より広範な業務領域に関わる機会が増えていきました。もともと数値管理や運用は得意だったのですが、システム化する場合の要件整理やオペレーション設計など上流工程に関与する機会が増えたことで、業務の幅や知識が広がったことを実感しています。

Tableau関連のプロダクトに関わるようになったことや、オペレーショングループの業務改善にも活かすことができそうという動機から、Tableau DATA Saberの取得プログラムに参加しました。プログラムは大変だったのですが、プロダクトの理解が進み、社内関係者とのコミュニケーションに活かすことが出来るようになりました。今後は、社内の営業基盤（salesforce）上にTableauのダッシュボードを作って、更なる業務改善に資する仕組みを構築していきたいです。

入社前はシステム企画・構築は門外漢だった私でも、自身の適性を活かしてチャレンジできたことで、業務の幅が広がったと思います。

主な担当・プロジェクト

オペレーショングループ・営業部を兼務するメンバーとして、営業活動へのデータ活用を推進しております。営業担当者が、今のようなアクションが必要なのかを把握できる環境をつくるため、情報基盤の整備やデータの可視化に取り組んでいます。営業メンバーのオンボーディングやサポートデスクの業務改善のためのAIの導入も準備中です。また、Eagle Eye、Dolphin EyeなどのSaaSツールの機能強化（改善推進）も担当しています。

モデルケース③

専門商社の営業職から業務と資格取得を並行し成長、**中途入社1~2年で重要PJのPM**に



データマーケティング事業部 事業企画グループ

和田 龍暁

経歴

- 2022年 中途入社
- 2023年 Potential Scan開発プロジェクトのPMを担当
- 2024年 Eagle Eye DashBoard開発プロジェクトのPMを担当
商品マスタにおける商品属性付与プロジェクトのPMを担当
Tableau DATA Saber を取得

True Dataに入社する前と今とを比べて、変わったこと

入社以来、Potential ScanやEagle Eye DashBoardなど、Tableauを活用したソリューションの開発に携わってきました。これらのプロジェクトでは、プロジェクトマネジメントを担当しましたが、当時は未経験ということもあり、様々な苦労がありました。

特に、顧客や営業担当者から寄せられる様々な要望に対し、PMとして早期に実現可能性や実現方法を見極められれば、プロジェクトをよりスムーズに進められると感じていました。そこで、資格取得支援制度の対象となっていたTableau DATA Saberに応募しました。業務と並行しての取得は苦労しましたが、学習を通してTableauの機能やデータ構造に関する理解が深まりました。その結果、顧客や営業担当者とのコミュニケーションが円滑になり、要望の実現可能性を迅速に判断できるようになりました。開発チームとのコミュニケーションにも活かす事ができていると感じています。

また、Tableauだけでなく、生成AIを活用したプロジェクトなどにも関わっています。短期間の中で新しい技術にキャッチアップしながら、業務やソリューションに活かす経験というのは非常に刺激的だと感じています。

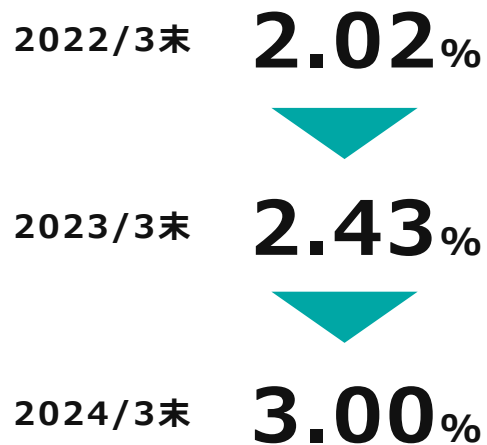
主な担当・プロジェクト

事業企画グループの一員として、主にアライアンス企業との業務提携推進と、新規ソリューションの企画・開発を担当しています。業務提携の推進においては、様々な業界の企業様と連携し、自社リソースとの組み合わせによって新たな価値を創出するためのビジネス検討や、社内外との調整業務を行っています。

新規ソリューションの開発においては、開発要件の整理や開発スケジュール管理といったプロジェクトマネジメントに加え、コスト確認、価格プラン検討、営業資料作成、提供開始までの社内タスク整理など、リリースに関わる業務全般を他部署と連携して行っています。

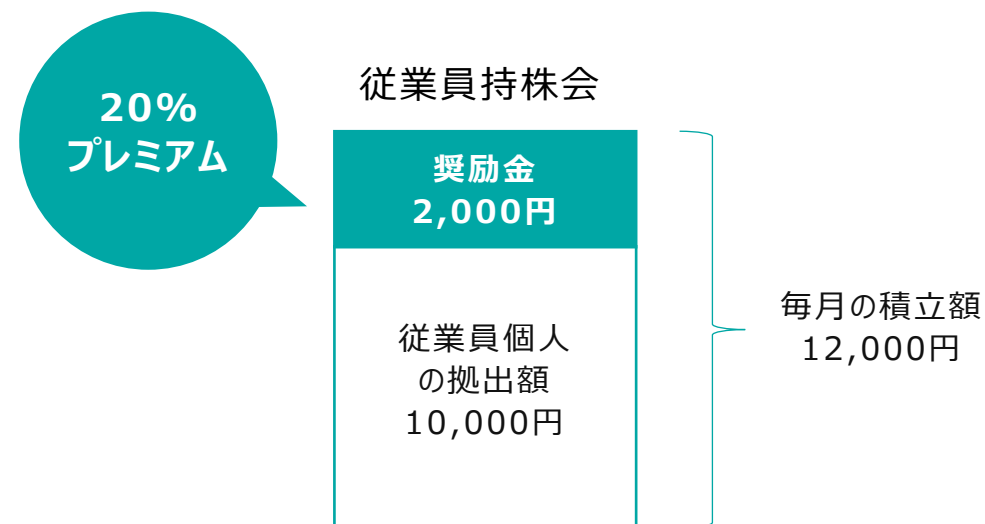
株主と役員・従業員のインセンティブ構造の一致を図り、株価向上に向けたプロアクティブな事業を構想・推進する

代表米倉が段階的に当社株式を買い増し



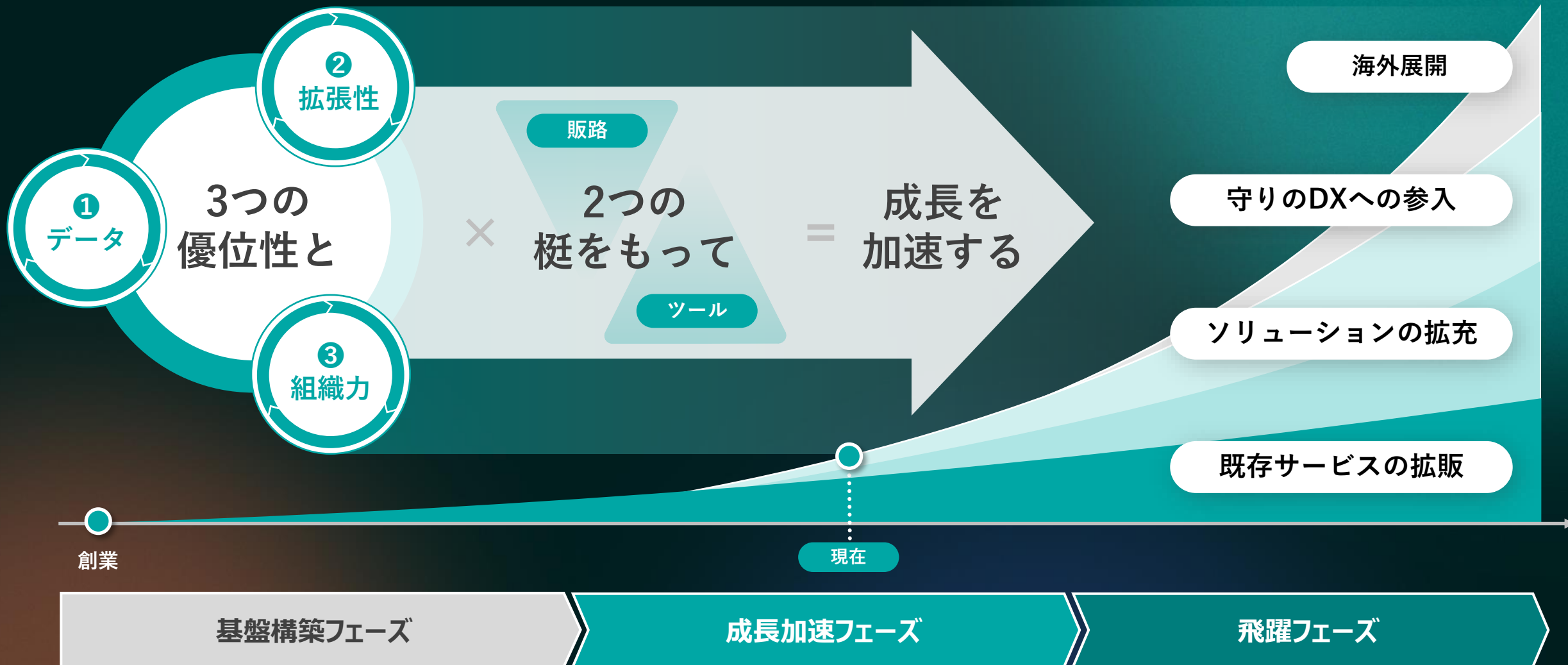
代表個人が株式を購入することで、
企業価値向上にコミットする

従業員にも当社株式を保有しやすい制度を整備



従業員持株会のプレミアム20%とし、
従業員も株価のベネフィット・リスクを株主と共有

4 加速度的な成長を実現 (1/2)



4 加速度的な成長を実現（2/2）

あらゆる消費財メーカー・小売業の収益をDXで最大化することを通じて、
広大なDX市場に挑む



注：データマーケティング市場の規模は、一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会「第46回経営実務実態調査」を参照した。
各DX市場規模、及び将来予測値は、富士キメラ総研「2023 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編」を参照した。

04

Appendix

会社概要

Accelerated Value Creation Story
Company Profile
Accelerated Value Creation Story



企業理念

データと知恵で未来をつくる

行動指針

- 社会へ貢献し、持続的な成長を追求します。
- 地域や規模を超え、あらゆる組織のデータ活用を支援します。
- データやテクノロジーを使う人の教育を推進します。

コーポレートスローガン

見えない真実を、見に行こう

| | | |
|------|---|--|
| 会社名 | 株式会社True Data | |
| 設立 | 2000年10月 | |
| 上場市場 | 東京証券取引所 グロース [証券コード 4416] | |
| 資本金 | 1,363,524,000円 (2024年12月31日現在) | |
| 本社 | 東京都港区芝大門1-10-11 芝大門センタービル 4階 | |
| 取締役 | 代表取締役社長 取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役 (監査等委員) 社外取締役 (監査等委員) 社外取締役 (監査等委員) | 米倉 裕之 島崎 尚子 玉生 弘昌 結城 義晴 伊藤 久美 石原 弘隆 村山 利栄 保井 俊之 |
| 事業内容 | 全国の消費者購買データを扱うビッグデータプラットフォームを運営。POS/ID-POSなど消費者データ分析や購買行動分析ソリューションを小売業、消費財メーカー等に開発・提供。データマーケティング支援。 | |
| 取引実績 | ドラッグストア、スーパーマーケット、消費財メーカー企業や国、学校など200社以上 | |

データと知恵で未来をつくる

社会が変わる、その時こそデータの価値が最大化するときです。
いま、世界中で人々の生活スタイルや価値観は変化し、これからの時代のニューノーマルへ動いています。

人々の暮らしを支える企業・団体にとって、データにもとづいたマーケティング、デジタルトランスフォーメーション（DX）が不可欠な時代になりました。私たちのもとにも、以前にも増して多くのご相談をいただいています。

多様化する消費者のニーズに対応して毎年多くの新商品が誕生する日本では、ポイントカードによるID-POSデータをマーケティングに活用するようになり、当社のビジネスは2000年にスタートしました。以来、多くのお客様に支えられ、20年以上にわたってデータマーケティング事業を展開してきました。

現在では技術革新により、ID-POSデータを軸に様々なビッグデータを掛け合わせ、AIを使ってより大きなマーケティング価値を生み出せるようになりました。そしてこの先、私たちは、こうしたスキルやデータ資源を活用し、マーケティング領域に留まらず、廃棄物の削減や地域課題のデータ化による解決支援など、社会が抱える課題を解決できるソリューションを生み出していきます。

どんなにテクノロジーが進みデータドリブンな時代になったとしても、それらを使う「人」が最も大切であることに変わりはありません。「データと知恵で未来をつくる」をパーパスに掲げる当社は、安心して活用できる「データの充実」、そしてデータを使う「テクノロジーの進化」と「人の教育」、この3つを組み合わせ、パワフルで使いやすいデータマーケティングサービスを提供します。

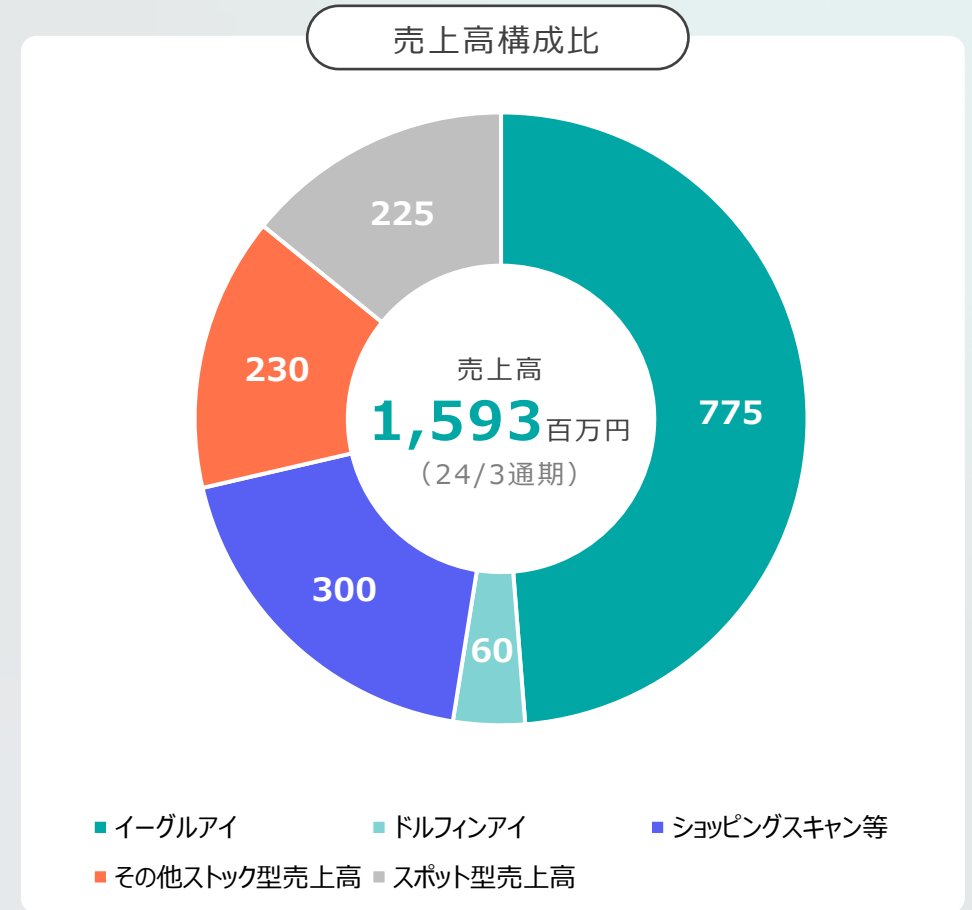
地域の小さな町からグローバルな大都市まで。中小企業から大企業まで。地域や規模に関わらず、あらゆる人々により良い未来を届けるために、ビッグデータ・プラットフォームとして貢献していきます。



代表取締役社長

米倉 裕之 / Hiroyuki Yonekura

- 当社は、堅牢なデータガバナンスとセキュリティのもと、精製・管理されたデータを活用し、サービス提供先のニーズに応じた分析・AIをマーケティングソリューションとして提供している。当社の現在の主力サービスは「イーグルアイ」と「ショッピングスキャン」である。



消費ビッグデータ

地域

性別

年代毎

全国の小売業の日々の購買を網羅する
消費者購買ビッグデータ

クリックするだけで分析が実現

当社のマーケティングの知見と最新テクノロジーで
実務に使える分析が誰でもクリックするだけで実現

さまざまなデータ活用に対応

オンライン・オフラインのマーケティング施策の
プランニングから効果検証まで、様々な活用に対応

消費財メーカー
向けに最適化

消費者購買データ分析SaaS

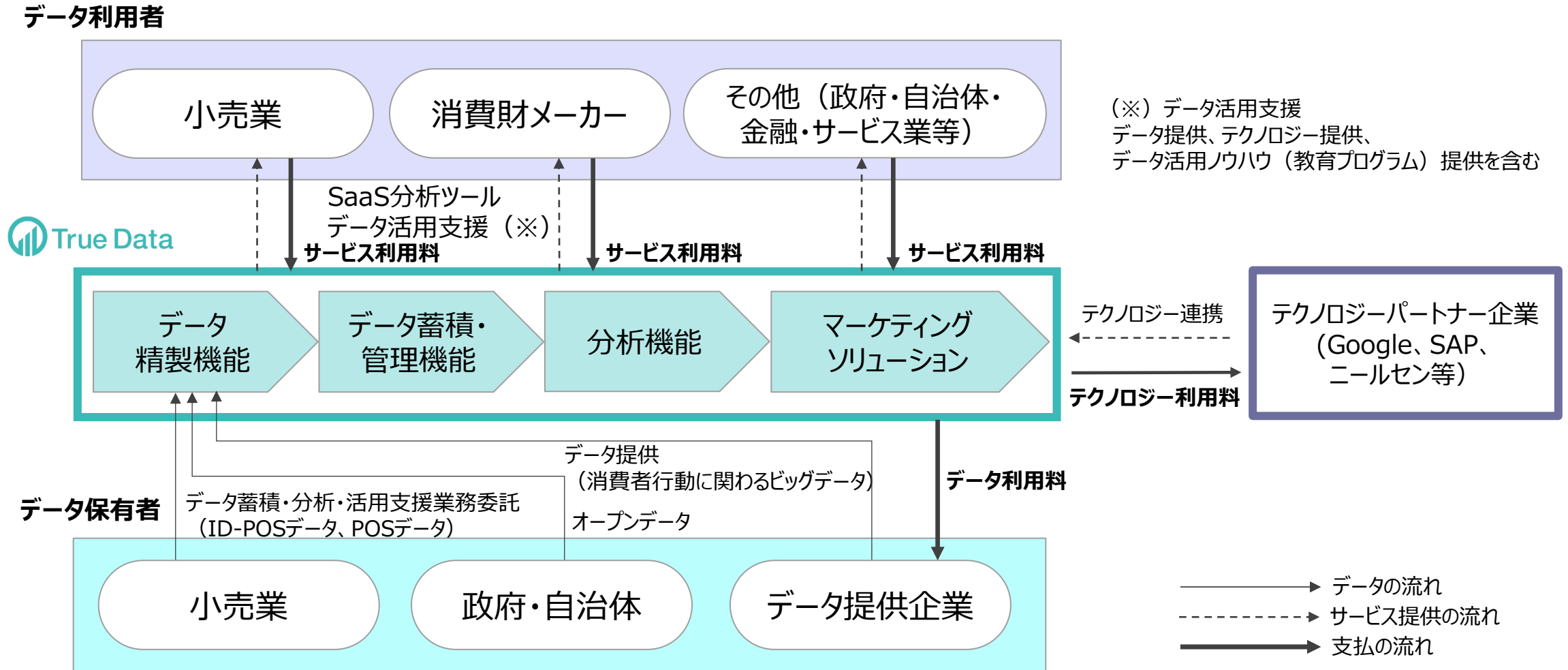


Eagle Eye

小売業
向けに最適化

小売業データ分析SaaS

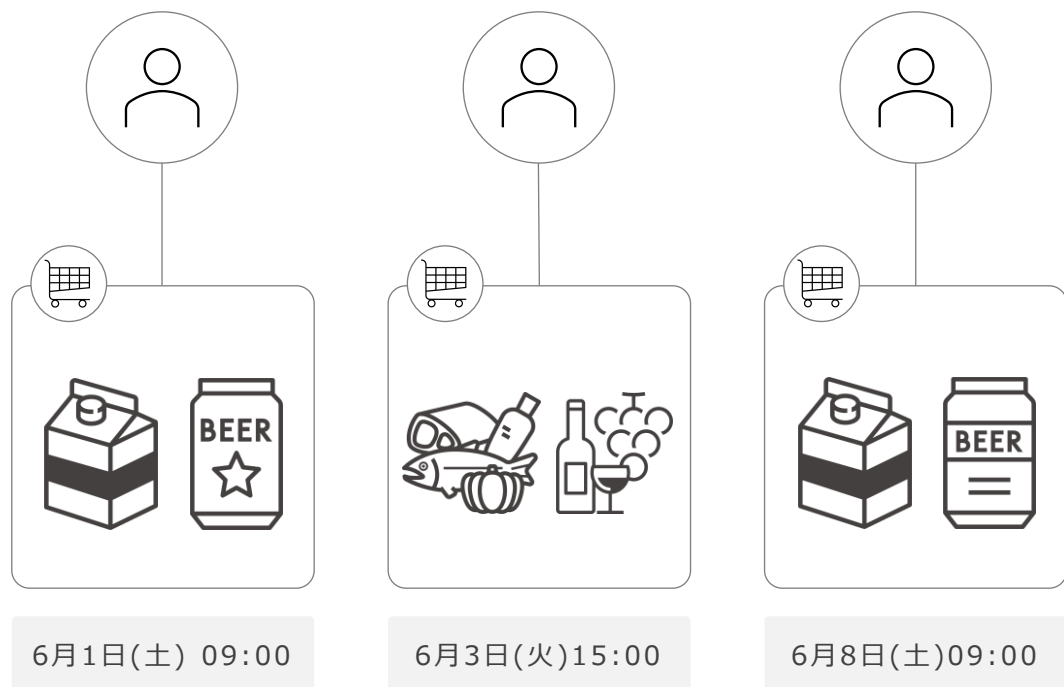




- レシート単位でのリテールデータが把握できるPOSデータに対し、ID-POSデータは「人」を軸にレシート間の紐づけも可能としたデータである。
- 商品単位での「リピート率」、競合商品同士の乗り換え割合を表す「スイッチング率」など、人を軸とした分析が可能である。

POSデータ

何が、何と、いつ、いくつ、いくらで売れたか“しか”分からない



ID-POSデータ

会員番号101010番、女性32歳……

人を軸に分析できる



同一人物

- 毎週土曜朝に牛乳とビールを買う顧客なんだな。
- 6月1日と6月8日でビールの銘柄が違うな。スイッチングかな。
- 6月3日の午後に食料品を購入しているけど、他の日には来ていないな。ワインを買いに来たけど、ついで買ったのかな。





全国各地の購買動向を確認できるマーケティングダッシュボード

<https://urecon.jp/>

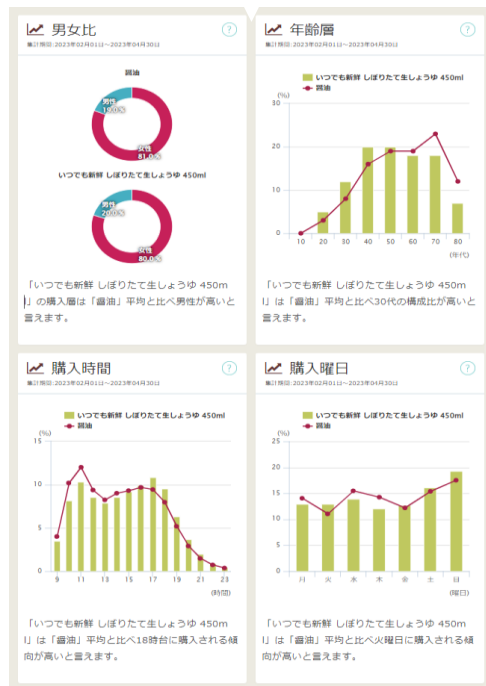
市場シェア・ランキング

地域別に購買された商品の
ランキング・平均価格・市場シェア等



男女比/年齢層/時間・曜日

商品を購入した人の
性別・年代別の割合



平均価格

商品の平均売価を地域別に把握



会員登録QRコード



業績推移明細

Accelerated Value Creation Story
Details of Business Performance

| 損益計算書 | | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期 | 24/3期 | 25/3期 | 24/3期 | | | | 25/3期 | | |
|-------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|-------|------|------|
| | | (単位) | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 会社計画 | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q |
| 売上高 | 百万円 | 1,166 | 1,313 | 1,440 | 1,593 | 1,791 | 373 | 411 | 406 | 400 | 380 | 387 | 364 |
| ストック型 | 百万円 | 1,015 | 1,203 | 1,315 | 1,367 | – | 339 | 335 | 342 | 350 | 361 | 375 | 342 |
| イーグルアイ | 百万円 | 580 | 655 | 729 | 775 | – | 191 | 193 | 196 | 193 | 201 | 198 | 210 |
| ドルフィンアイ | 百万円 | 49 | 60 | 61 | 60 | – | 15 | 15 | 14 | 14 | 15 | 15 | 15 |
| ショッピングスキャン等 | 百万円 | 234 | 302 | 301 | 300 | – | 74 | 74 | 76 | 75 | 78 | 76 | 57 |
| その他ストック型 | 百万円 | 151 | 184 | 222 | 230 | – | 57 | 52 | 54 | 66 | 66 | 84 | 59 |
| スポット型 | 百万円 | 150 | 110 | 124 | 225 | – | 34 | 75 | 64 | 49 | 18 | 11 | 21 |
| 売上原価 | 百万円 | 662 | 664 | 675 | 678 | 763 | 170 | 176 | 175 | 156 | 158 | 168 | 147 |
| 労務費 | 百万円 | 149 | 153 | 125 | 149 | – | 32 | 39 | 39 | 37 | 41 | 46 | 45 |
| 業務委託費 | 百万円 | 64 | 61 | 87 | 82 | – | 22 | 18 | 22 | 19 | 16 | 29 | 21 |
| 減価償却費 | 百万円 | 113 | 134 | 115 | 47 | – | 29 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 | 9 |
| その他原価* | 百万円 | 335 | 314 | 347 | 398 | – | 85 | 112 | 107 | 93 | 92 | 85 | 71 |
| 売上総利益 | 百万円 | 503 | 649 | 765 | 914 | 1,028 | 203 | 234 | 231 | 244 | 221 | 218 | 217 |
| (粗利率) | % | 43.1 | 49.4 | 53.1 | 57.4 | 57.4 | 54.4 | 57.1 | 56.9 | 61.0 | 58.4 | 56.5 | 59.6 |
| 販売費及び一般管理費 | 百万円 | 567 | 626 | 688 | 850 | 928 | 241 | 216 | 203 | 188 | 199 | 202 | 214 |
| 人件費 | 百万円 | 408 | 450 | 495 | 576 | – | 145 | 148 | 146 | 136 | 148 | 147 | 160 |
| その他販管費 | 百万円 | 159 | 176 | 193 | 273 | – | 95 | 68 | 56 | 52 | 51 | 54 | 53 |
| 営業利益 | 百万円 | -64 | 22 | 76 | 63 | 100 | -37 | 17 | 27 | 55 | 22 | 16 | 2 |
| (営業利益率) | % | -5.5 | 1.7 | 5.2 | 4.0 | 5.6 | -10.1 | 4.4 | 6.9 | 13.9 | 5.9 | 4.3 | 0.7 |
| 税引前利益 | 百万円 | -64 | 22 | 37 | 62 | – | -38 | 17 | 27 | 55 | 22 | -10 | 2 |
| 当期純利益 | 百万円 | -60 | 15 | 33 | 60 | 87 | -41 | 19 | 23 | 58 | 18 | -11 | -1 |

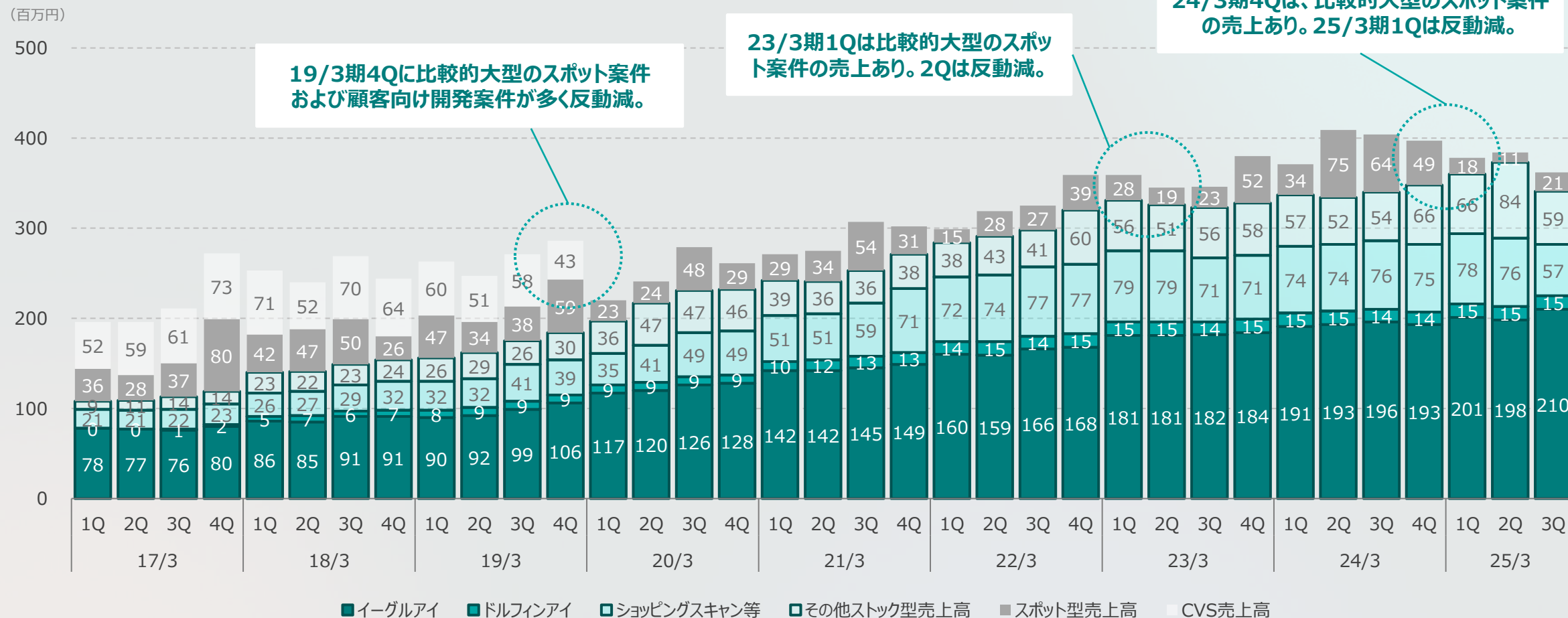
| 貸借対照表 | | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期 | 24/3期 | 25/3期 |
|---------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (単位) | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 3Q末 |
| 資産合計 | 百万円 | 890 | 1,297 | 1,278 | 1,362 | 1,309 |
| 流動資産 | 百万円 | 563 | 1,016 | 1,079 | 1,152 | 1,086 |
| 現預金 | 百万円 | 434 | 847 | 879 | 937 | 925 |
| 売上債権 | 百万円 | 111 | 152 | 157 | 159 | 124 |
| その他 | 百万円 | 18 | 17 | 43 | 55 | 36 |
| 固定資産 | 百万円 | 326 | 273 | 193 | 208 | 223 |
| 有形固定資産 | 百万円 | 16 | 15 | 20 | 22 | 26 |
| 無形固定資産 | 百万円 | 265 | 165 | 72 | 83 | 126 |
| 投資その他資産 | 百万円 | 44 | 91 | 100 | 102 | 69 |
| 繰延資産 | 百万円 | 0 | 7 | 4 | 1 | 0 |
| 負債合計 | 百万円 | 352 | 372 | 307 | 314 | 250 |
| 流動負債 | 百万円 | 255 | 305 | 271 | 305 | 246 |
| 仕入債務 | 百万円 | 40 | 57 | 53 | 56 | 41 |
| 短期有利子負債 | 百万円 | 30 | 30 | 30 | 29 | 22 |
| 未払法人税等 | 百万円 | 8 | 23 | 16 | 7 | 5 |
| その他 | 百万円 | 175 | 193 | 170 | 212 | 177 |
| 固定負債 | 百万円 | 97 | 66 | 36 | 9 | 3 |
| 長期有利子負債 | 百万円 | 93 | 63 | 32 | 5 | 0 |
| その他 | 百万円 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 純資産合計 | 百万円 | 538 | 925 | 970 | 1,047 | 1,058 |
| 自己資本 | 百万円 | 538 | 925 | 970 | 1,047 | 1,058 |
| その他 | 百万円 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| キャッシュフロー計算書 | | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期 | 24/3期 |
|-------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| (単位) | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 |
| 営業キャッシュフロー | 百万円 | 135 | 137 | 138 | 127 |
| 投資キャッシュフロー | 百万円 | -80 | -56 | -87 | -58 |
| フリーキャッシュフロー | 百万円 | 54 | 80 | 51 | 68 |
| 財務キャッシュフロー | 百万円 | 25 | 332 | -19 | -10 |
| 現金同等物の換算差額 | 百万円 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 現金同等物の増減額 | 百万円 | 80 | 413 | 31 | 58 |
| 現金同等物の期首残高 | 百万円 | 353 | 434 | 847 | 879 |
| 現金同等物の期末残高 | 百万円 | 434 | 847 | 879 | 937 |

| 主要財務指標 | | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期 | 24/3期 | 25/3期 |
|----------|-----|--------|--------|--------|--------|-------|
| (単位) | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 会社計画 |
| 発行済み株式総数 | 千株 | 4,439 | 4,688 | 4,725 | 4,778 | - |
| うち、自己株式数 | 千株 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| EPS | 円 | -13.69 | 3.43 | 7.23 | 12.68 | 18.39 |
| BPS | 円 | 121.22 | 197.36 | 205.36 | 219.31 | - |
| DPS | 円 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| ROE | % | -10.7 | 2.1 | 3.6 | 5.9 | - |
| 自己資本比率 | % | 60.4 | 71.3 | 75.9 | 76.9 | - |
| 設備投資額 | 百万円 | 63 | 38 | 35 | 70 | - |

売上高明細 (1/3)

主力のイーグルアイは着実に収益を積み上げた。一方、低収益な大型案件の打ち切り影響でストック型全体ではQoQで減収した。



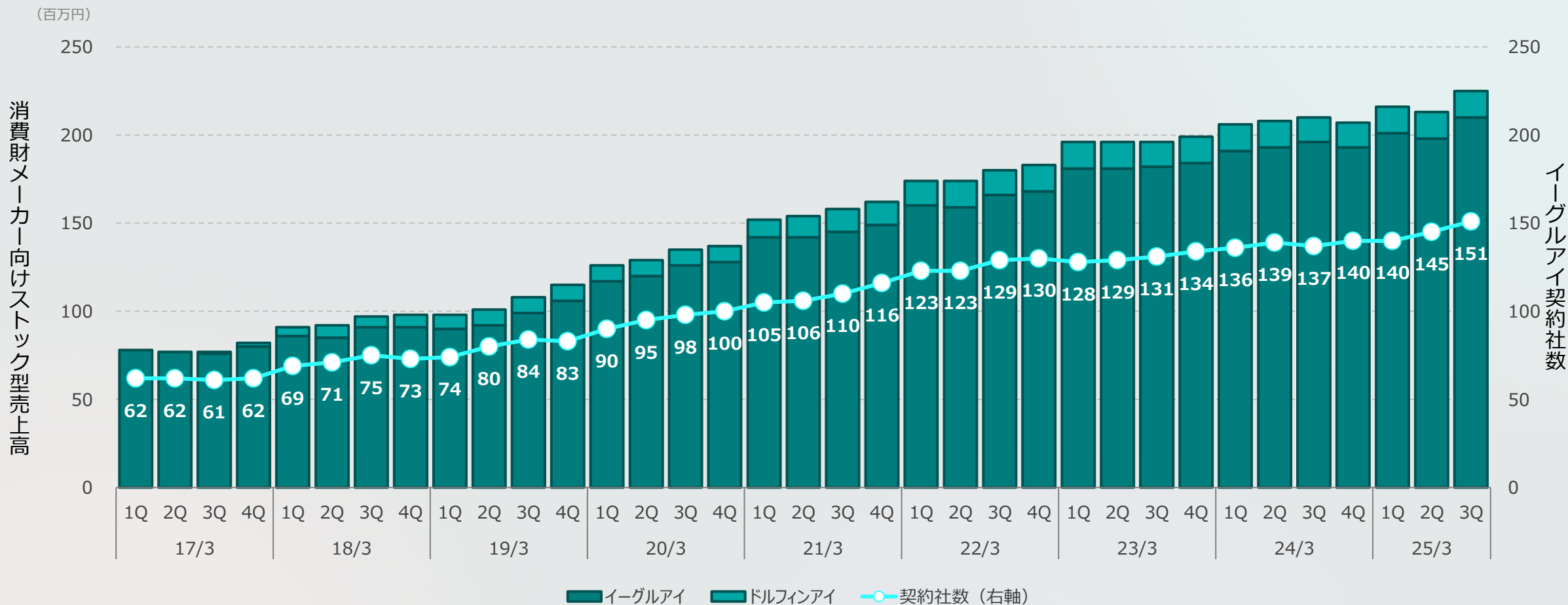
19/3期4Qに比較的大型のスポット案件および顧客向け開発案件が多く反動減。

23/3期1Qは比較的大型のスポット案件の売上あり。2Qは反動減。

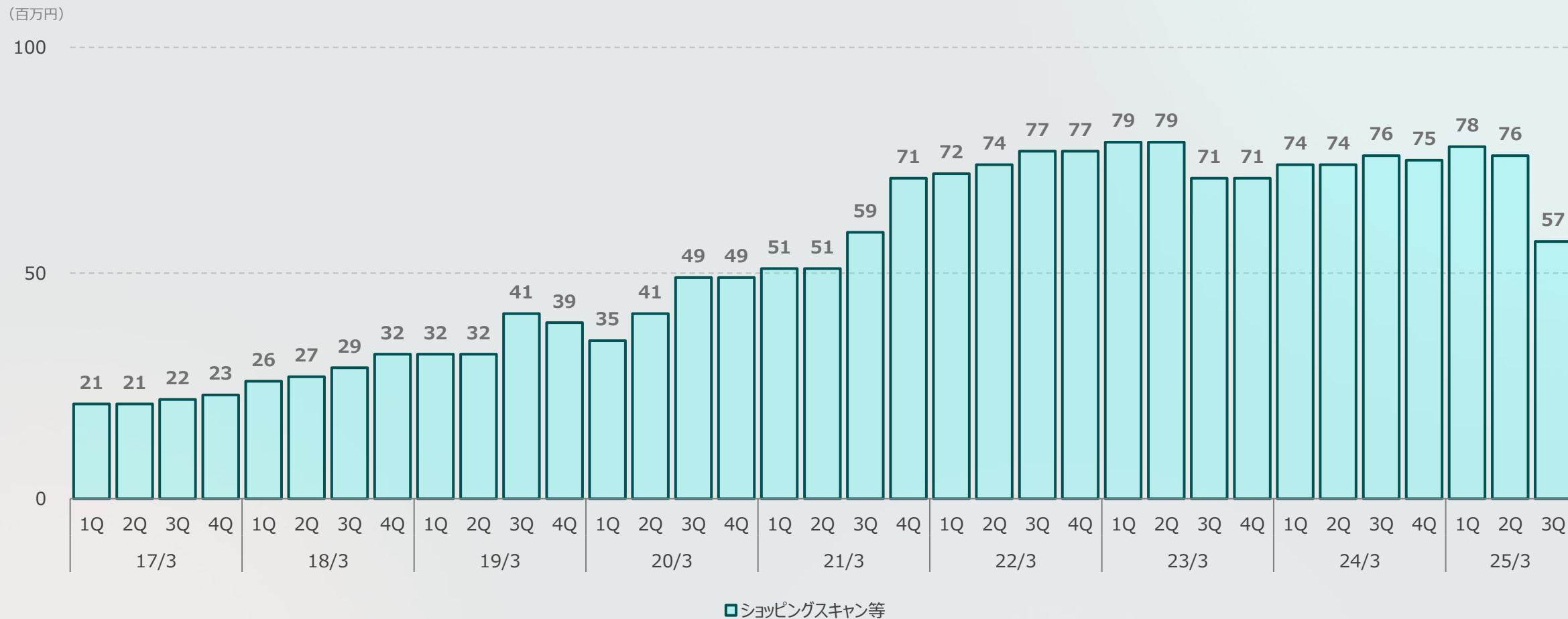
24/3期4Qは、比較的大型のスポット案件の売上あり。25/3期1Qは反動減。

注：ストック型売上高は、イーグルアイ(消費財メーカー向けSaaS)、ドルフィンアイ(簡易版消費財メーカー向けSaaS)、ショッピングスキャン等、その他ストック型売上高を集計している。

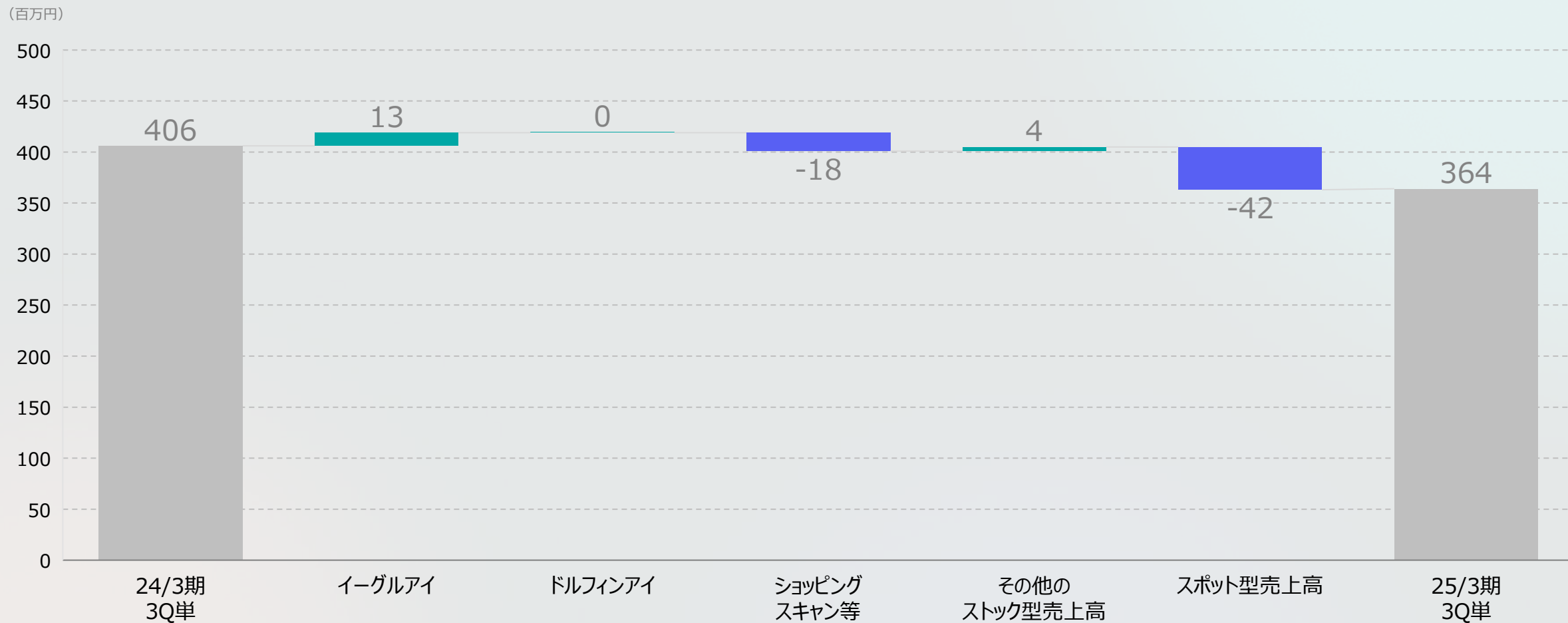
- イーグルアイの契約社数は、前四半期比で6社積み上がり151社となった。



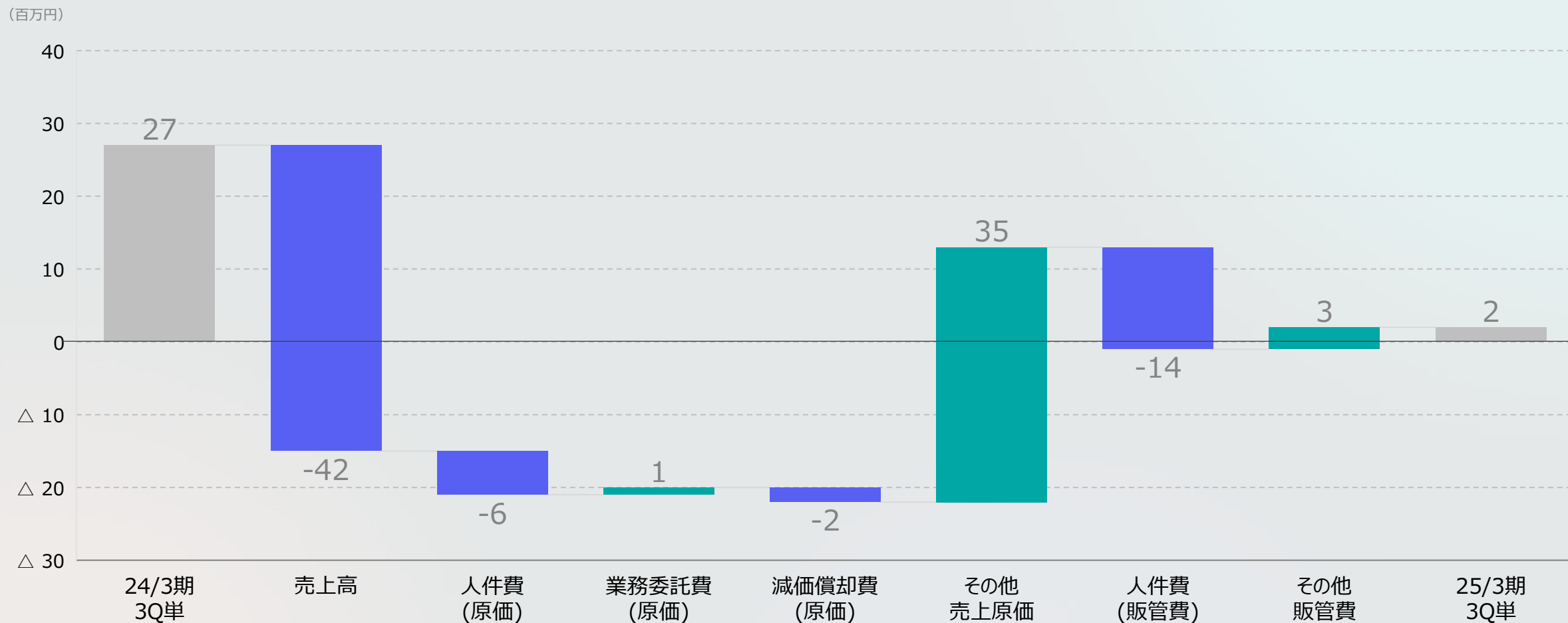
- 低採算の大型案件を打ち切った影響でショッピングスキャン等全体ではQoQ減収となった。打ち切り案件を除くと、2桁成長を実現している。



- ショッピングスキャン等の打切影響と、前年同期ほどスポット型売上高が計上されなかったことで、全社売上高は前年同期比で減収だった。



- スポット型売上高と対応する売上原価が増減に大きく影響した。売上高が端境期となる中、人的資本への投資分、営業利益が減少した。



サステナビリティ

Accelerated Value Creation Story
Sustainability

データと知恵で未来をつくる

True Dataのサステナビリティ

いま、人類はこれまでに経験したことのない危機に直面しています。

長い間、資本主義経済が外部化してきた自然資本は実は無限ではなく、気候変動や生物多様性の危機をもたらし、人々の生活に直接的な影響を与え始めています。

さらには、新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ侵攻が助長する世界の分断など、貧困や差別のない世界の実現には、行きつ戻りつ of 困難が見受けられます。

私たちは「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。私たちの事業を通じて、企業活動のインパクト（ポジティブ & ネガティブ）の可視化に貢献し、持続可能な社会を実現するイノベーションの創出を支援し、志を同じくする団体や教育機関の活動を応援します。

5つのアクション

- 01 **サステナブル関連指標の可視化に向けたデータ活用のチャレンジ**
- 02 **データのかけ合わせによるイノベーション創出のため当社データへのアクセスを無料に**
- 03 **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**
- 04 **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**
- 05 **当社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**

01 サステナブル関連指標の可視化に向けたデータ活用のチャレンジ

● 人間の安全保障指標へのデータ提供

特定非営利活動法人「人間の安全保障」フォーラム（HSF: Human Security Forum）が、「宮城県の人間の安全保障指標」（2021年）、「愛知県の人間の安全保障指標」（2024年）を発表しました。当社はこの取り組みに賛同し、購買データを提供しています。



02 データのかけ合わせによるイノベーション創出のため当社データへのアクセスを無料に

● 「ウレコン」の無料公開

あらゆる人がアクセスできるデータを「ウレコン」サイトで公開しています。約500カテゴリの食品、日用品の直近3か月のデータを搭載しており、企業の皆さまに加えて、高校や大学など、学校教育の現場でも活用いただいています。2015年のリリースから多くの方にご利用いただき、登録者数は延べ3万人を超えています。



● 内閣官房「RESAS」へのデータ提供

内閣官房と経済産業省が提供する、「地域経済分析システム RESAS（リーサス）」の消費マップに、当社データを提供しています。「RESAS」は、地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、無料で公開されています。



03 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

● 教育機関のビッグデータマーケティング教育支援

社会で求められるデータ人材の育成をめざし、高校、専門学校、大学など教育機関のデータマーケティング教育を支援しています。これまでに、愛媛県立松山南高等学校、早稲田大学、富山情報ビジネス専門学校、城西大学、東北公益文科大学など数々の教育機関で実施し、今年度は周南公立大学・神奈川大学などで実施しています。



● ビッグデータマーケティング教育推進協会への参画

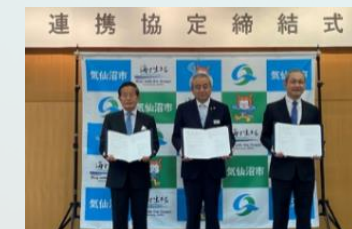
一般社団法人ビッグデータマーケティング教育推進協会（略称 Dream）の理念に賛同し、企業会員としてプログラム開発などに参画しています。



04 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

● 地域との連携協定

2019年6月、データマーケティングを活用した地域活性化に向け、山形県酒田市とパートナーシップ協定を締結。2021年8月には、宮城県気仙沼市、特定非営利活動法人「人間の安全保障」フォーラムと、「誰一人取り残されない気仙沼」の実現を目指して、連携協力を推進するための協定を締結しました。



● 地方創生 ☆ 政策アイデアコンテストへの協賛

内閣府主催「地方創生 ☆ 政策アイデアコンテスト」に協賛しています。毎年多くの中高生、大学生や地方公共団体の方が、データを活用して地域課題を分析し、地域を元気にするような政策アイデアを発表しています。



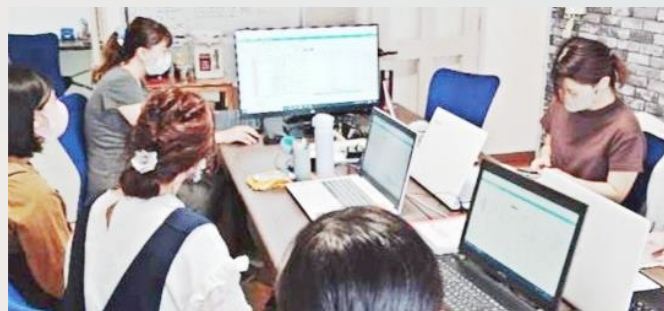
05

当社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

● 地域で暮らす女性の就労支援

地域で「DXやデータの仕事に就きたい未経験者」にデータ関連業務を担っていただく取り組みを行っています。現在、パートナー企業の協力のもと、福岡県宗像市、山形県酒田市、宮城県気仙沼市の3拠点で「データ分類マイスター」が活躍しています。地域で暮らしながら、生活スタイルに合わせた働き方でデータ業界のお仕事にチャレンジしていただくことをめざしています。

2024年5月には、気仙沼市の女性向けデジタル研修に登壇し、女性のキャリアやデータの仕事について紹介しました。



ICTを活用した女性支援モデル

オフィス ミモザ

オフィスミモザの開設

子育て中の女性が働きやすい職場、データを扱える地元女性人材の育成を目的として2022年4月、大谷海岸に「オフィスミモザ」が開設されました。3名の方の就労から、OJTを経て順調に業務を立ち上げる事が出来ました。



データメンテナンスの仕事

普段お買い物で目にするような商品についての情報を整備する、なじみやすいお仕事です。

子育てしながら働ける

お子さんがいる方でも、時間の調整が効くような働き方ができます。

働きがいも収入も

地方だから安い単価で発注するのではなく、正当な単価で発注する事で、働きがいも収入もしっかりと確保いたします。

わたしたちと、オフィスミモザを育てていきませんか？

オフィスミモザが作り出す価値

- ・子育てしながら働ける
- ・仕事をしながらスキルアップできる
- ・安心して働ける
- ・デジタル女性人材の育成ができる
- ・誇りをもって働ける
- ・女性が働きたいと憧れる就労拠点をつくる

これからのSDGs × ビジネス(=SDGs経営) :
仕事の作り方・企業の在り方そのものがSDGs達成につながります。



リスク

Accelerated Value Creation Story
Risks

| 分類 | 概要 | 発生可能性 | 発生時期 | 発生影響度 | 内容 |
|------|-----------------|-------|------|-------|---|
| 事業活動 | データの安定供給に影響する事項 | 中 | 長期的 | 大 | 当社は、国内大手小売業者よりID-POSデータ及びPOSデータの提供を受けて事業展開しております。現在、各小売業者とは良好な取引関係を築いており、今後につきましても各社と良好な取引関係を継続していく方針であります。しかしながら、大量のデータ提供を上位数社に依存しており、将来において取引の終了及び取引条件の変更等が発生した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。 |
| | 技術開発及び設備投資に係る事項 | 中 | 中期的 | 中 | 当社は、顧客の要望に応えるべく様々な技術開発及び設備投資を行っております。その中で、開発には相当の期間を要することが想定され、不測の事態が発生し計画どおりに進捗できない場合、投資資本を回収できない場合等、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。 |
| | 業界及び競合他社 | 中 | 中期的 | 大 | 当社は、クライアントニーズの変化及び環境変化を的確に捉え、競争力の維持向上に努めておりますが、特に資金力・ブランド力を有する大手企業の参入や、全く新しいコンセプト及び技術を活用した画期的なシステムを開発した競合他社が出現した場合など、関連市場の様々な環境変化によって、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。 |
| | 事業投資等 | 中 | 長期的 | 中 | 当社は、事業拡大を図るために、各種の事業投資（IT投資、新規事業投資等）を検討していく方針です。これらを実施する際には、既存ビジネスとのシナジー、リスクや収益力の見通し等を十分に分析したうえで実行しますが、何らかの事情により事業の展開が計画どおりに進まない場合には、当社の業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 |
| | 情報の漏洩等の影響 | 中 | 長期的 | 大 | 当社は、ID-POSデータならびにPOSデータに基づく事業を展開しているため、極めて多くの消費者の個人情報を持しております。当社は、これらの個人情報を含む重要情報の漏洩等を防ぐために、各種規程・マニュアルの整備、社員への周知徹底、プライバシーマークの取得等、管理体制の整備を行い、システムを含め情報管理に対して、適切なセキュリティ対策を実施しております。しかしながら、現在予期し得ない不正アクセス等により情報が漏洩、改ざんされるリスクがあります。また、コンピューターウイルス感染等によって情報システムが一定期間使用できないリスクも考えられます。このような事態が発生した場合、事業活動に支障をきたし、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。 |

注：表記は代表的なリスクとその影響度を一覧化している。より詳細には、有価証券報告書【事業活動に関するリスク】の項を参照されたい。

| 分類 | 概要 | 発生可能性 | 発生時期 | 発生影響度 | 内容 | | | | | | | |
|-------|------------------------|-----------------|------------|-------|---|----|----------|-----------------|-------|-------|-----|---------|
| 事業活動 | 高度な専門知識を有した人材の確保及び継続雇用 | 中 | 長期的 | 中 | 当社は、今後の事業展開のため、優秀な人材の採用・確保及び育成が重要と考えております。こうした中、ITやマーケティング領域の専門人材（エンジニア、データサイエンティスト、データアナリスト等）が市場に不足している現状は今後も継続する可能性が高く、人材の争奪により、優秀な人材の採用・確保及び育成が計画どおりに進まない場合や、優秀な人材の流出が生じた場合には、競争力の低下や事業規模拡大の制約、顧客に提供するサービスレベルの低下をもたらす、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。 | | | | | | | |
| | 株式会社プラネットとの関係 | 小 | 長期的 | 中 | <p>当社は株式会社プラネットの関連会社であり、同社は本資料開示日現在において当社議決権の24.88%(1,176,000株)を所有しています。同社は流通業界を構成する各企業(製造者・配給者・販売者)が合理的に利用できる情報インフラをプラットフォームとして構築・運営する会社としております。</p> <p>本資料開示日現在における当社取締役は8名おり、株式会社プラネットに属するものは1名であり、その者の氏名、当社及び株式会社プラネットにおける役職、兼任の理由は以下のとおりです。</p> <table border="1" data-bbox="1177 676 2410 825"> <thead> <tr> <th>氏名</th> <th>当社における役職</th> <th>株式会社プラネットにおける役職</th> <th>兼任の理由</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>玉生 弘昌</td> <td>取締役</td> <td>代表取締役会長</td> <td>経営陣強化のため兼任</td> </tr> </tbody> </table> <p>当社は、経営方針、営業活動等すべての業務を独自に意思決定し事業展開しております。また、株式会社プラネットの役員の兼務状況は、当社の経営判断を妨げるものではなく、当社の経営の独立性、自立性は確保されております。</p> | 氏名 | 当社における役職 | 株式会社プラネットにおける役職 | 兼任の理由 | 玉生 弘昌 | 取締役 | 代表取締役会長 |
| 氏名 | 当社における役職 | 株式会社プラネットにおける役職 | 兼任の理由 | | | | | | | | | |
| 玉生 弘昌 | 取締役 | 代表取締役会長 | 経営陣強化のため兼任 | | | | | | | | | |
| 経営環境 | 景気変動の影響 | 中 | 長期的 | 大 | 当社がサービスを提供する主要顧客は、各種消費財メーカー及び小売業であります。当社の売上構成はストック型売上が85.9%を占め、持続的な健全性・安定性を確保しておりますが、国内外の景気動向等により顧客企業が予算を抑制し当社との契約内容の見直し等が発生した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。 | | | | | | | |
| 法的規制 | 法律関係 | 小 | 長期的 | 中 | 当社の事業は、「個人情報保護法」「景品表示法」等の法律規制を受けております。今後、想定外の事態の発生により何かしらの法令に抵触した場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。 | | | | | | | |

注：表記は代表的なリスクとその影響度を一覧化している。より詳細には、有価証券報告書【事業活動に関するリスク】の項を参照されたい。

25/3期 第3四半期決算の機関投資家・アナリスト向け決算説明会の書き起こし資料を2025年3月中旬に下記記載のURLにて掲載予定です。



2025年3月期 第3四半期決算説明会書き起こし
<https://finance.logmi.jp/articles/381295>

※ログミーファイナンスのページに遷移します

本資料には、株式会社 True Data（以下「当社」といいます）に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、当社が当該資料作成時点（又はそこに別途明記された時点）において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記述のためには、一定の前提・仮定を使用しています。これらの記述又は前提・仮定は当社経営陣の判断ないし主観的な予想を含むものであり、様々なリスク及び不確実性により、将来において不正確であることが判明し、あるいは将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。かかるリスク及び不確実性には、日本その他の国・地域における経済社会状況、日本円と米ドルその他外貨との為替レートの変動、テロ事件及び戦争、伝染病その他当社事業を取り巻く様々なリスクが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

本資料に掲載されている将来情報に関する記述は、上記のとおり当該資料の作成時点（又はそこに別途明記された時点）のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新するという義務も方針も有しておりません。本資料に掲載されている情報は、情報提供を目的としたものであり、いかなる有価証券、金融商品又は取引についての募集、投資の勧誘や売買の推奨を目的としたものではありません。従いまして、本資料を利用した結果生じた、いかなる損害についても当社は一切責任を負うものではありません。

本資料の著作権やその他本資料にかかる一切の権利は当社に属します。