# 2027年3月期
# 第2四半期 決算説明資料

2026年11月13日

株式会社True Data

東証グロース：4416

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# Agenda


**01** カンパニーハイライト p.04

**02** 2027年3月期 第2四半期決算 p.15

**03** 2027年3月期 通期計画 p.26

**04** Appendix p.30

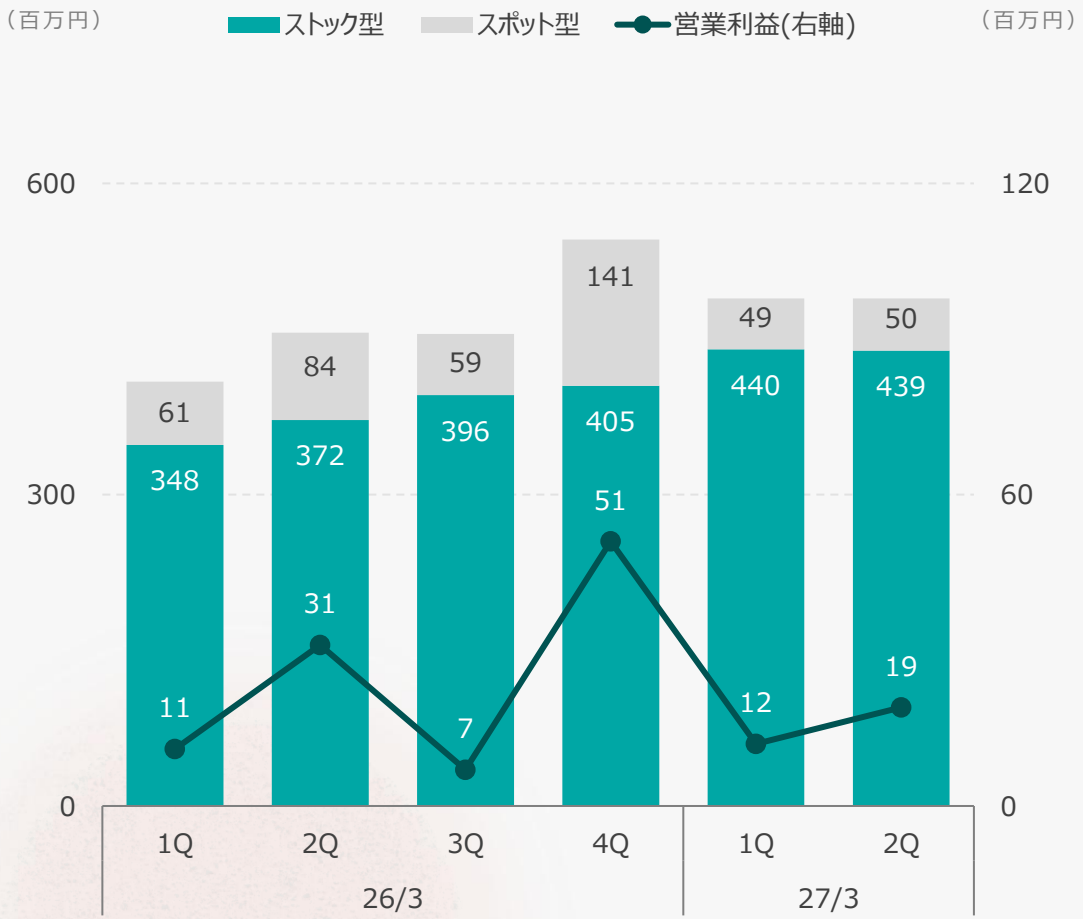
1. 中期経営計画
2. 競争優位性の源泉
3. サステナビリティ＆リスク


Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 決算ハイライト

True Data

## ■ 売上高と営業利益の四半期推移




**進捗** 売上高44.6%・営業利益40.0%（期初から下期偏重の計画） （百万円）

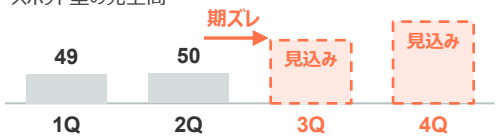
| | | | |
|---|---|---|---|
| 売上高 | 44.6% | 計画 | 2,200 |
| 営業利益 | 40.0% | 計画 | 80 |

50%

スポット型
**3Qへ**

**大手小売向けは2Q→3Qに期ズレしたが、営業黒字を確保**

スポット型の売上高




2Q営業利益 **19百万円**
粗利率53.3%に回復
（QoQ+2.1pt）

SalesSensor
**2社目**

**SalesSensor、大手ドラッグストア2社目の採用**

ウエルシアに続きツルハHDが導入決定

ウエルシア
2025/2 導入
→ ツルハHD
2026/8 決定→27/2期稼働
→ 次の大手小売
横展開へ

調整後EV/EBITDA
**約3.2倍*1**

**初のM&A：プロ市場のデータ基盤を獲得**

取引データで、プロショップ→建材メーカー→生活者市場へ収益機会を拡張

| 売上高:26/8期見込*1 | 調整後営業利益*1 | 株式取得対価*2 | PL連結*3 |
|---|---|---|---|
| 131百万円 | 36百万円 | 200百万円 | 4Qから |

注1：EV=124百万円（株式取得対価200百万円－役員退職慰労金控除後の修正Net Cash76百万円）、EBITDA=39百万円（営業利益30百万円＋役員報酬その他調整項目13百万円＋減価償却費2百万円－一過性大型案件粗利7百万円、端数差あり）より、調整後EV/EBITDA倍率=3.2倍を算出した。なお、26/8期は、2026年9月末時点の着地見込み値。
注2：10/7公表の取得対価等220百万円＝株式取得対価200百万円（半期報告書の取得原価）＋役員退職慰労金20百万円。
注3：M&Aに伴うアドバイザリー費用等の関連費用（概算28百万円）は、連結決算上、当第3四半期に計上する予定である。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 01

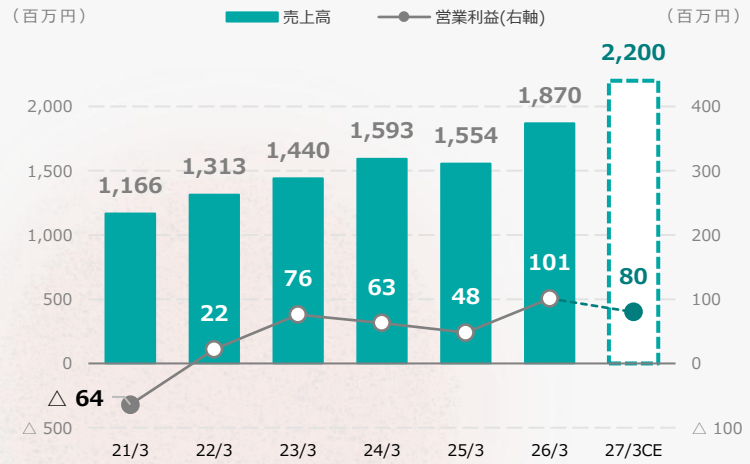
# カンパニーハイライト

Company Highlights

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 基本情報

| | |
|---|---|
| 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 |
| 本　　社 | 東京都港区芝大門1-10-11<br>芝大門センタービル 4階 |
| 取 締 役 | 代表取締役社長　米倉 裕之<br>取締役　島崎 尚子<br>取締役　越尾 由紀<br>社外取締役　5名<br>（うち監査等委員　3名） |
| 従業員数 | 97名（2026年3月末時点、パート・アルバイト含む） |
| 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基盤としたソリューション開発・データマーケティング支援 |




## TOP MESSAGE　ステークホルダーと共に

AIの台頭により、企業を取り巻く環境は大きな転換点を迎えています。同時に、資本効率と成長レバレッジがこれまで以上に問われる時代に入りました。True Dataが限られたリソースをどこに投じれば、最も大きな価値創出とリターンを生み出せるのか――それが今回の中期経営計画を考える出発点でした。

当社はこれまで、自らを「マーケティングSaaS企業」と説明してきました。確かに、AIの進展により従来型のSaaSモデルが価値を失うという議論もあります。しかし私たちは、SaaSを「機能提供」ではなく、**意思決定を組み込むための器であるべき**だと再定義しました。

全国6,500万人規模、10兆円に及ぶ購買起点のリテールデータは、依然として高い模倣困難性を持つ当社の競争優位の源泉です。一方で、更なる成長のためには、このデータにもう一段の価値を重ねる必要がある――辿り着いた答えが、「リテールデータ×AIインサイト」です。これは、**データの希少性を起点に、提供価値と単価を同時に引き上げられる成長モデル**です。

日本を代表する消費財メーカー・小売業と共に現場の意思決定を支えてきた当社には、実務で求められるインサイトの仮説と、それを検証できる取引基盤があります。AIは、それを一気にスケールさせるための強力な触媒です。

インフレの常態化、チャネルの多様化、3rdパーティクッキーの終焉など、マーケティングの前提条件が大きく変わる中で、1stパーティデータを横断的に活用し、意思決定を支える新たな基軸が求められています。オフラインからオンラインへ、SaaSからAIソリューションへと連携の和を拡げてきたTrue Dataは、この新時代のリテール戦略を支える意思決定基盤（OS）になります。

一度組み込まれると、企業の意思決定プロセスそのものに定着する基盤となるための知的・技術的・社会関係的資本を、私たちはすでに蓄積してきました。あらゆる購買の裏側に、True Dataのリテールデータと AIインサイトがある。これをOSとして活用することで、消費財・小売業の収益を向上させ、業界全体の価値創造を底上げする。その好循環を私たちは本気で実現しにいきます。

だからこそ、この3年間は、事業戦略の推進と組織構造の変革を同時にやり切ります。
社内外の人材や企業を巻き込みながら、プロジェクトを設計し、新たな挑戦を生み出しつづける組織へ。
現計画は、必要な投資を継続しつつ、ステークホルダーと共にトップライン成長を加速させるフェーズです。
私たちは、この戦略を言葉ではなく、**数値と実行で評価されることから逃げない経営**を貫きます。

株主の皆さまをはじめとするステークホルダーの期待に応え、その成果を中長期で還元していく。
そのサイクルを着実に回す経営を、これからも推進してまいります。



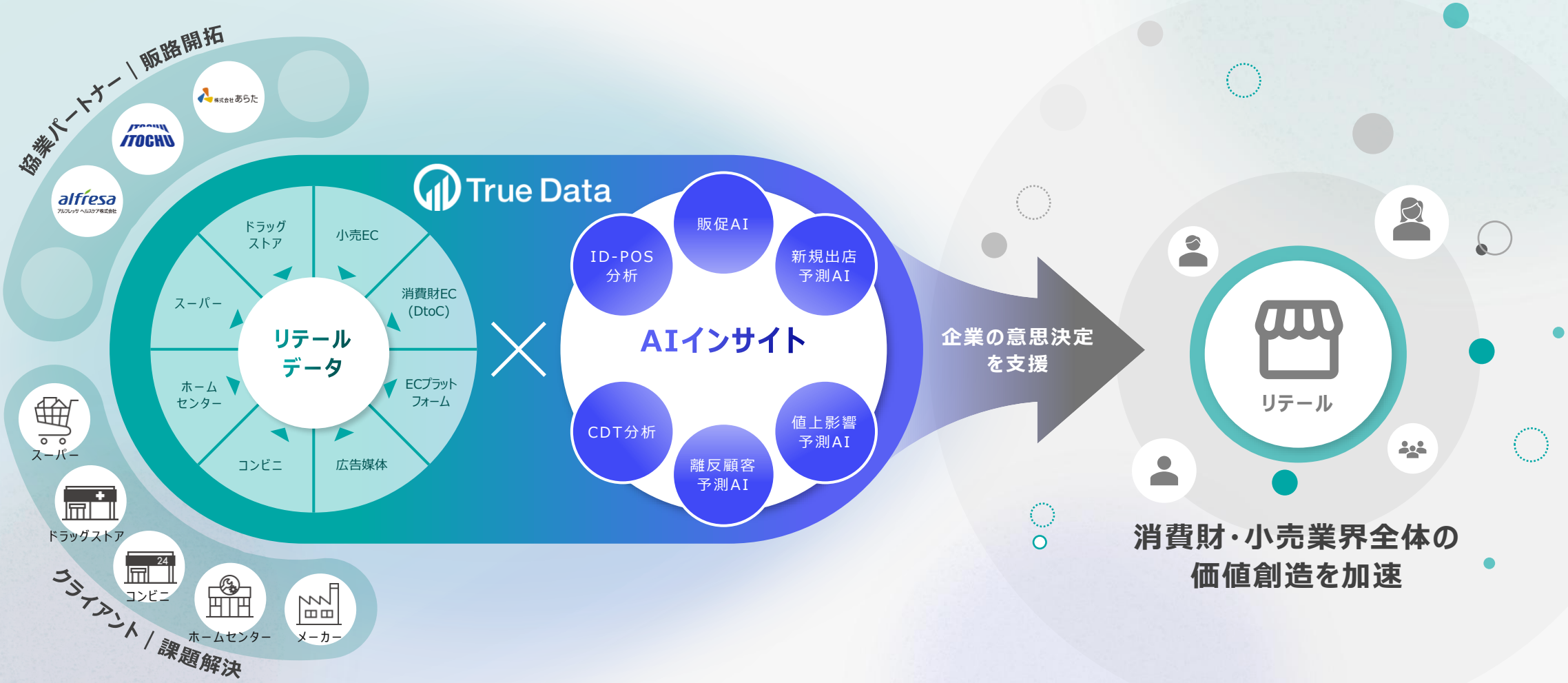
代表取締役社長
米倉 裕之 / Hiroyuki Yonekura

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 提供価値

**リテールデータ** × **AIインサイト** で企業の**意思決定**を支援し

消費財・小売業全体の価値創造を**ステークホルダーと共に**加速する

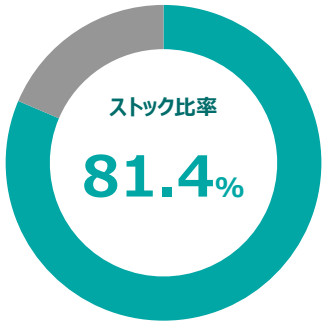



Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 事業概要

- **6,500万人**規模のアクティブ会員の購買データを付加価値の源泉に、顧客属性ごとに、経営判断を支援するソリューションを提供する。
- 役務提供の多くは年間契約であり、26/3期の売上高1,870百万円のうち、**ストック型は81.4%**を占め、収益の安定性は高い。

**売上高の構成（26/3期）**




**ストック型売上高**

**1,523**百万円

（26/3期実績）

**スポット型売上高**

**347**百万円

（26/3期実績）

## ① メーカー向け

**統計化したID-POSデータを活用し、購買行動を多角的に分析**



Eagle Eye

- 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

**さまざまな切り口から自社・他社製品を詳しく把握**

## ② リテール向け

**小売業ごとのID-POSデータを活用し、顧客理解を深耕**



Shopping Scan

- 購買傾向や嗜好を把握
- お店・サービス・商品の最適化
- 取引先へのデータ開示

**データに基づく売場づくり・販促強化**

## ③ リテールメディア

**当社の広告用購買データと連携先企業のオンライン情報を相互活用**

Rakuten　Hakuhodo DY ONE　SMN　MBK Digital　FreakOut

- 消費財メーカーの広告ターゲティングを支援
- 広告効果の検証に活用

**④その他**

メーカー、リテール以外の産業向けのサービス提供等

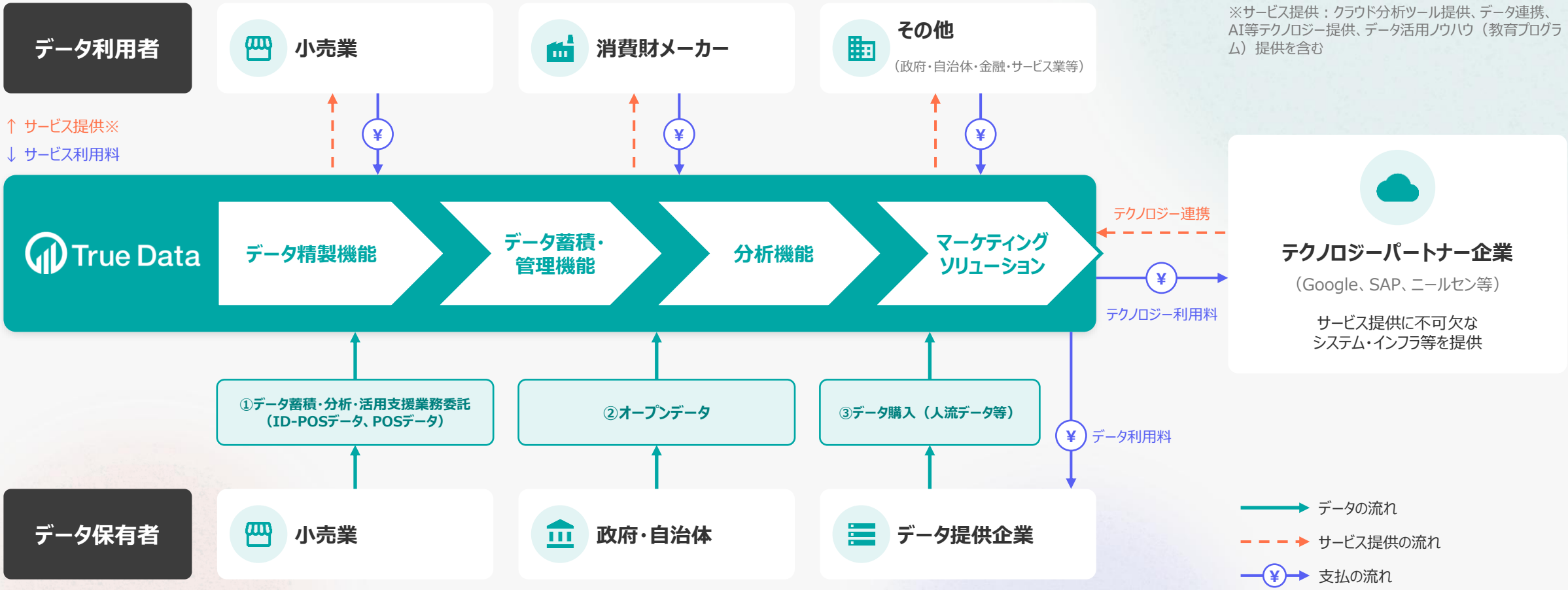
**スポット型**

個別クライアント向けのデータ活用基盤の初期開発・追加改修や、
リテールメディア・特定課題に対応する単発の分析レポートの提供など

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 事業系統図

- 小売業などデータ保有者、消費財メーカーなどデータ利用者、高度なデータ流通を支えるテクノロジーパートナーの3者と連携している。
- データ保有者からリテールデータを収集・精製し、消費財メーカー・小売業の**意思決定を支えるインサイト**を提供している。

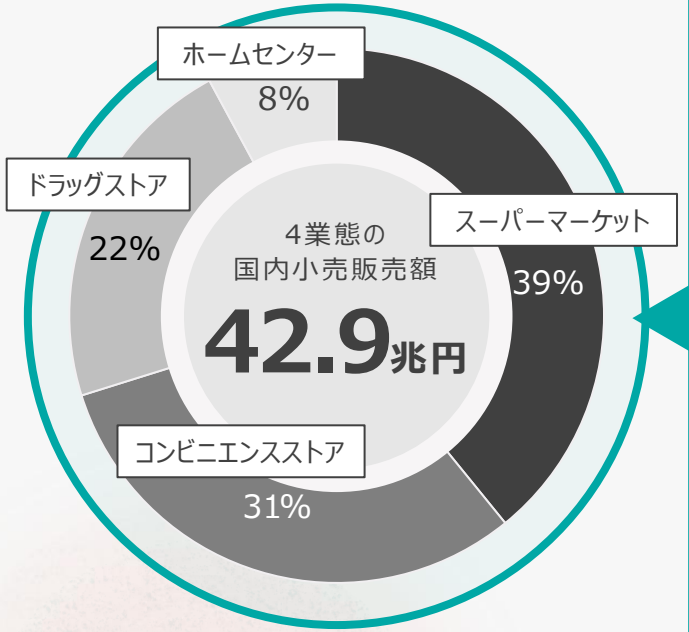



Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 競争優位性（1/2）

- 小売4業態の国内年間販売額42.9兆円のうち**2割強**に相当する10.0兆円規模のリアルなリテールデータを一元的に管理・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




True Data

購買データ（年間レシート規模）

**約10.0兆円規模**

年間アクティブ数*

**6,500万人規模**

**幅広いID-POSデータを収集**

**自動車・ECデータ・エネルギー**
**交通・住居(IoT)・位置情報 等**

## ■ 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180社（2026年3月末現在）

**メーカーとの取引実績**（クライアント企業の一例）

Nestlé / Unilever / KIRIN / kao / Zenyaku 全薬工業株式会社
BANDAI / アース製薬 / NISSHIN oillio / KOSÉ
Kracie / 永谷園 / ロート製薬 / SANGI
SAPPORO / Kewpie / 田辺ファーマ / SUNTORY BEVERAGE & FOOD

**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）

内閣府 Cabinet Office / 経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry

**地域活性化の取り組み**
（連携協定を締結）

気仙沼市 KESENNUMA CITY / 酒田市 Sakata City

注：小売販売額は経済産業省-経済解析室「2025年 小売業販売を振り返る」を参照した。百貨店・家電量販店は除外し集計している。
年間アクティブ数は、 2025年4月～2026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。

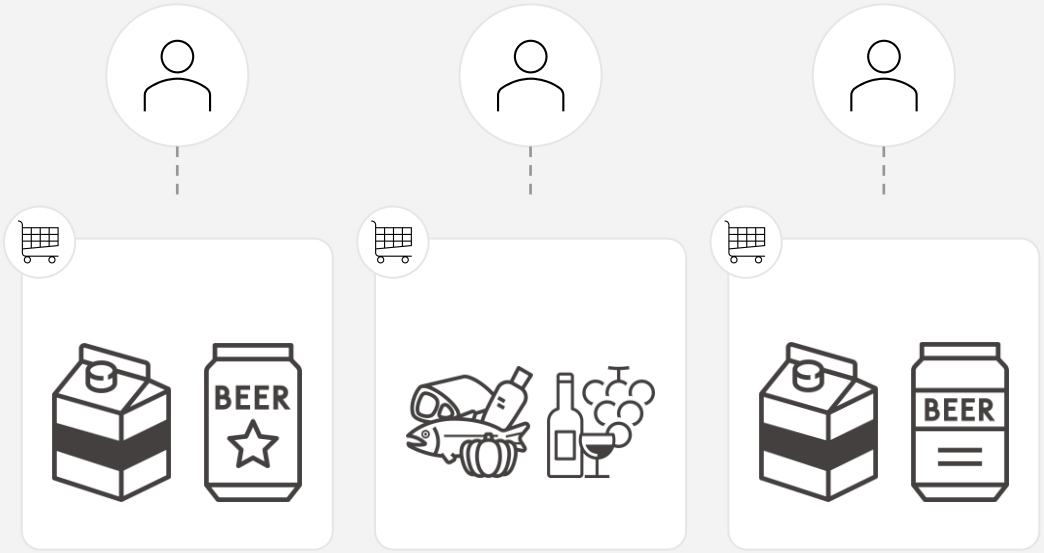
Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 競争優位性（2/2）

- 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（=ID）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




6月1日(土) 09:00　6月3日(月)15:00　6月8日(土)09:00

## ID-POSデータ

人を軸に分析できる



同一人物

**会員番号101010番、女性32歳・・・・・**

・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、ついで買いしたのかな。




**6月1日(土) 09:00　6月3日(月)15:00　6月8日(土)09:00**

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 市場環境認識

- 当社の属する市場は「データマーケティング」、「広告」および「ビジネスアナリティクス」市場と認識している。
- ID-POSデータを活用した**人軸での詳細分析**、データを意味ある形へ変換しインサイトを導き出す**統合されたプロセス**に優位性がある。

**一般的な競合**

**大手調査会社などのマーケットリサーチ会社**
POSデータで消費財市場を商品軸のマクロに分析

**広告代理店・データ分析企業**
データ活用の個別プロセスに強みを持つ

**当社の差別化要因**

## 01 人軸での詳細分析

ID-POSデータでペルソナ単位に購買を深掘りし、
消費財市場をミクロに分析する

商品軸 ＋ 消費者軸

マクロ ＋ ミクロ の両面から分析

## 02 統合されたプロセス

データを意味ある形へ変換し、
インサイト導出までを一気通貫で提供する

取得 → 精製 → マスタ整備 → 分析 → 可視化

データ取得から可視化までを自社で担う

## 03 協業エコシステム

当社のデータとプロセスに、
既存プレイヤーの強みを掛け合わせて活用領域を広げる

当社｜データと統合プロセス
＋
パートナー｜既存プレイヤーの強み

## ID-POSデータ分析でトップシェア

Eagle Eye

Shopping Scan

注：当社調べ。国内でID-POSデータを活用した消費者パネル分析を提供する事業者のうち、公表数値のある事業者との比較（年間アクティブ数ベース、2026年3月期）。POSデータとID-POSデータの差異についてはP10を参照されたい

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 協業ネットワーク

- 各社へのカスタム・ソリューションの提供を通じて**汎用化できる開発知見を蓄積**、AI活用と合わせアップセル商材を整える基盤がある。
- あらゆる中堅・中小の消費財メーカーにアプローチできる**卸商社網**を構築、**リテールメディアネットワーク**プレイヤーとの協業も進展している。

## パターンを作る

### 個別企業の課題解決

ドラッグストア
メーカー
スーパー
コンビニ
ホームセンター

### 機能の汎用化

ID-POS分析
新規出店予測AI
CDT分析
値上影響予測AI
販促AI
発注量計算シミュレーション
離反顧客予測AI
地域経済分析
…

True Data

**ID-POSデータプラットフォーム**

## パターンを横展開する

**1**

### 当社プロダクトを販促パートナーが拡販

各業種に強い取引基盤を持つパートナーと提携

ITOCHU 食品・小売
alfresa アルフレッサ ヘルスケア株式会社 ヘルスケア
株式会社あらた 日用品・化粧品メーカー、小売業

**2**

### リテールメディアネットワークにデータ連携

既に影響力を持つリテールメディアネットワークにデータ連携し、**広告効果の最大化をファクト強化の面から支援**

Rakuten
Hakuhodo DY ONE
SMN
MBK Digital
FreakOut

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 中期経営計画（内容に変更なし）

- 29/3期に売上高**30億円超**、営業利益**3.0～4.0億円**を計画する。10億円超のM&A投資枠を設けるが、収益計画には未反映である。
- 既存の大型案件の拡張性が見通しにくく、営業利益はレンジ計画とした。既存大型案件は保守～成行想定で計画に織り込んでいる。

| WHAT 財務目標 | 1. 売上高 | 2. 営業利益 | 3. 営業利益率 | 4. M&A投資額 | 5. 株主還元 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 30億円＋α | 3～4億円 | 10+% | 10+億円 | 中計期間中の株主還元の開始 |

## HOW 経営戦略

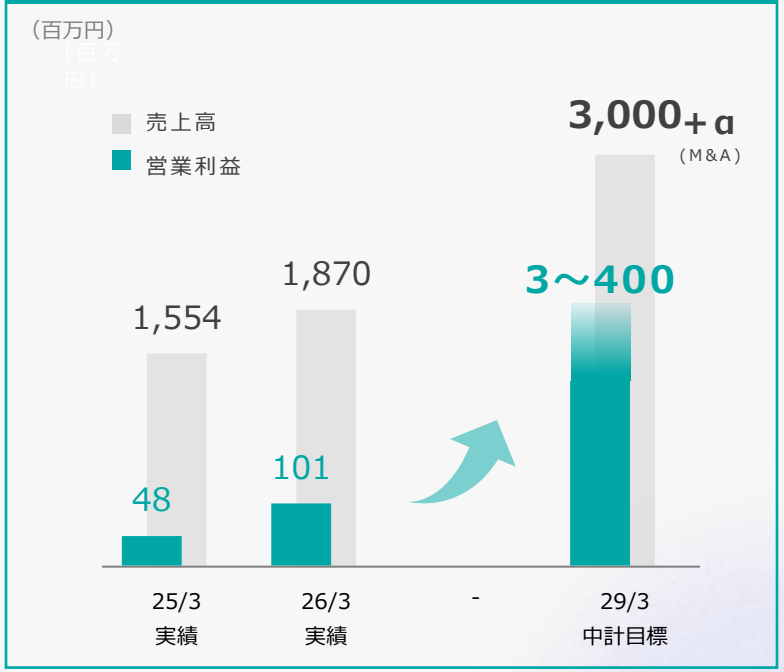
1. 業務提携を活かしたコア事業の拡販促進
2. AI関連ソリューションの開発を含むアップセル・クロスセルの本格化
3. リテールメディアネットワーク領域の収益化
4. M&Aによる収益構造・シナジー拡大
5. ステークホルダーエンゲージメントの促進

### ASSUMPTION 計画の前提

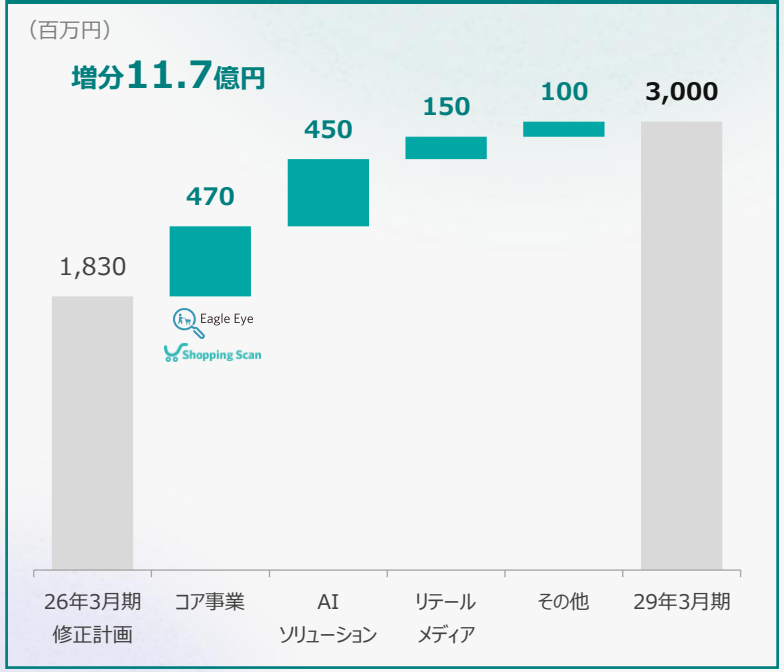
- 既存の大型案件のアップサイド・ポテンシャルが見通しにくいため、保守～成行(インライン)想定で計画に織り込み、営業利益はレンジ計画とした。今後の展開次第で、成行想定を上回る可能性は否定できない。
- AIスタートアップとのエコシステム構築に伴う先行投資等により、中計中間期は売上総利益率が一時的に低下する可能性があるものの、案件選別と原価管理の徹底により、早期の再浮上を図る。最終年度には現行水準を維持した上で、より高付加価値な事業構造を確立する。また、パートナー戦略で生産性を向上し、販管費率の低減を図る。

注：26/3期3Q開示内容から変更はない。

### 売上高と営業利益の中計目標（27/3～29/3）




### 売上高の増分内訳（26/3期 修正計画 → 29/3期）




Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 中期行動計画（内容に変更なし）

- 少人数体制でも収益を最大化できる事業モデルを具体化し、その実行力を高めるため、組織体系・報酬設計を再構築する。
- M&Aを含め、外部パートナー網の更なる拡張と連携の深耕を通じて、資本効率が高く、成長レバレッジを効かせる経営を推進する。

**事業の飛躍×組織の変革フェーズ**

| | | 1年目 | 2年目 | 3年目 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | **事業側**での実行施策による**売上高創出力の向上** | 26/3期 実績[*1] **18.7億円** | **約1.6倍** | 29/3期[*2] **30億円+α** |
| | | ● 既存プロダクト/案件による継続的なキャッシュ創出 | | |
| | | • 大手顧客との共同開発×技術の汎用化によるアップセル/クロスセルソリューション創出<br>• 提携を活用した横展開による収益の更なる複層化 | • クライアントの意思決定を促進するAIソリューションの開発/横展開<br>• リテールメディアネットワーク領域の本格化 | • リテールメディアによる業態×チャネル横断的なインサイトを提供（ステークホルダーエンゲージメント）<br>• M&Aによるシナジー・収益拡大 |
| 営業利益 | **組織側**での実行施策による**利益創出力の向上** | 26/3期 実績[*1] **1.0億円** | **約3～4倍** | 29/3期[*3] **3～4億円** |
| | | • バーチャル社内カンパニー組織体系の導入による役割と成果を明確化<br>• 営業などのプロセス定型化・再現性あるオペレーション再設計 | • アップセル/クロスセルなどの営業パターンの創出/型化・横展開<br>• 営業管理としてパイプライン、トライアル、その他運用ルールの見直し・徹底 | • 自発的な事業開発やプロジェクトリードを相次ぎ実現する人材・組織への昇華<br>• そのための報酬設計見直しを含むエンゲージメント強化 |

注1：修正計画比で売上高+2.2%、営業利益+69.3%の上振れ着地
注2：29/3期における売上高目標である30億円+αの「α」分については、M&Aや提携によるによるシナジー効果を想定している。
注3：29/3期における営業利益目標数値については、大型案件の拡張性が見通しにくく、保守～成行（インライン）想定でレンジ計画としている。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 02

# 2027年3月期 第2四半期決算

Financial Summary

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 四半期業績｜サマリー

- **リテール向けのストック化が進展**し、2Q累計のリテール向け売上はYoYで約1.8倍（125百万円→225百万円）。
- 大手小売り向けの追加スポット開発が3Qにずれ込んだものの、**メーカー向けの積み上げ**や**コストコントロール**により営業黒字を確保した。

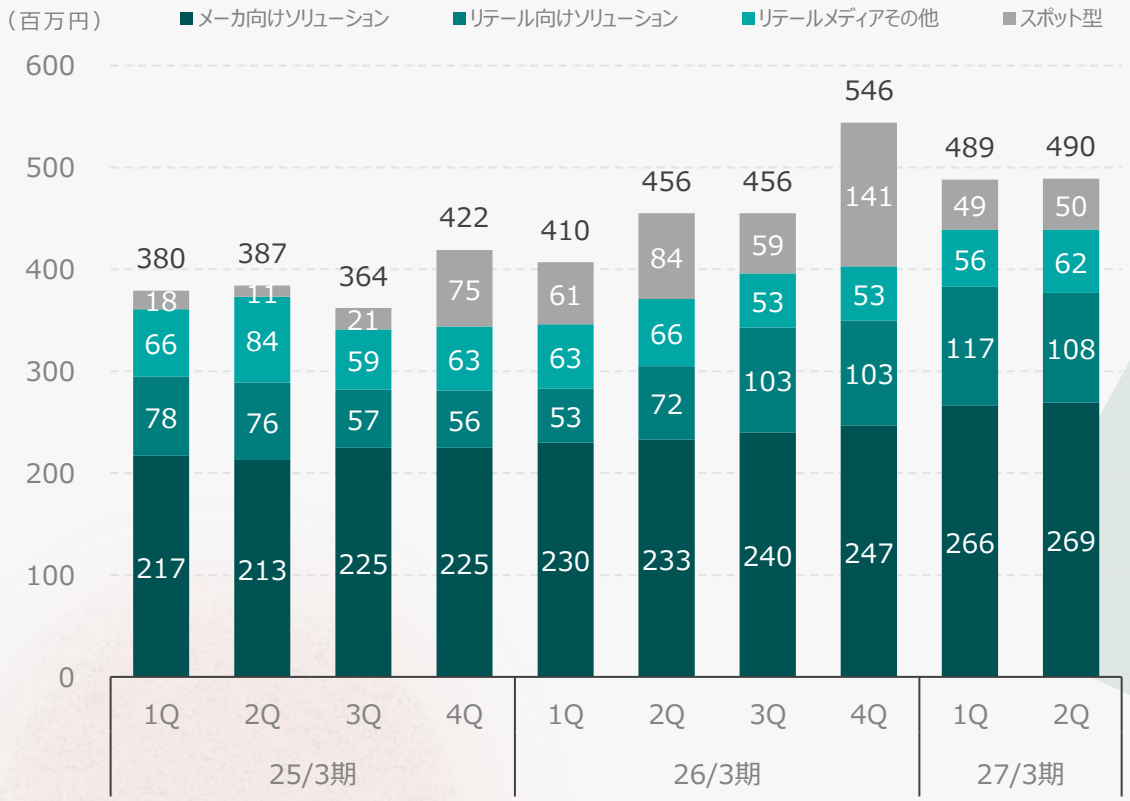
| 項目（百万円） | 25/3期 | | | | 26/3期 | | | | 27/3期 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | YoY | QoQ |
| 売上高 | 380 | 387 | 364 | 422 | 410 | 456 | 456 | 546 | 489 | 490 | +7.3% | +0.1% |
| └ ストック型 | 361 | 375 | 342 | 346 | 348 | 372 | 396 | 405 | 440 | 439 | +18.2% | △0.1% |
| メーカー向けソリューション | 217 | 213 | 225 | 225 | 230 | 233 | 240 | 247 | 266 | 269 | +15.4% | +0.9% |
| └ KPI：導入件数（件） | 140 | 145 | 151 | 159 | 162 | 164 | 172 | 180 | 201 | 197 | +20.1% | △2.0% |
| リテール向けソリューション | 78 | 76 | 57 | 56 | 53 | 72 | 103 | 103 | 117 | 108 | +50.0% | △7.5% |
| リテールメディアその他 | 66 | 84 | 59 | 63 | 63 | 66 | 53 | 53 | 56 | 62 | △6.4% | +10.7% |
| └ スポット型 | 18 | 11 | 21 | 75 | 61 | 84 | 59 | 141 | 49 | 50 | △40.3% | +1.8% |
| 売上総利益 | 221 | 218 | 217 | 236 | 247 | 256 | 250 | 294 | 250 | 261 | +1.9% | +4.2% |
| 売上総利益率(%) | 58.4 | 56.5 | 59.6 | 56.1 | 60.2 | 56.1 | 54.9 | 53.9 | 51.2 | 53.3 | △2.8pt | +2.1pt |
| EBITDA | 31 | 26 | 15 | 21 | 26 | 48 | 24 | 68 | 28 | 35 | △27.6% | +24.4% |
| 営業利益 | 22 | 16 | 2 | 6 | 11 | 31 | 7 | 51 | 12 | 19 | △38.7% | +56.7% |
| 営業利益率(%) | 5.9 | 4.3 | 0.7 | 1.6 | 2.7 | 7.0 | 1.6 | 9.4 | 2.5 | 4.0 | △3.0pt | +1.4pt |
| 経常利益 | 22 | 16 | 2 | 8 | 15 | 32 | 8 | 52 | 13 | 16 | △47.9% | +25.1% |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

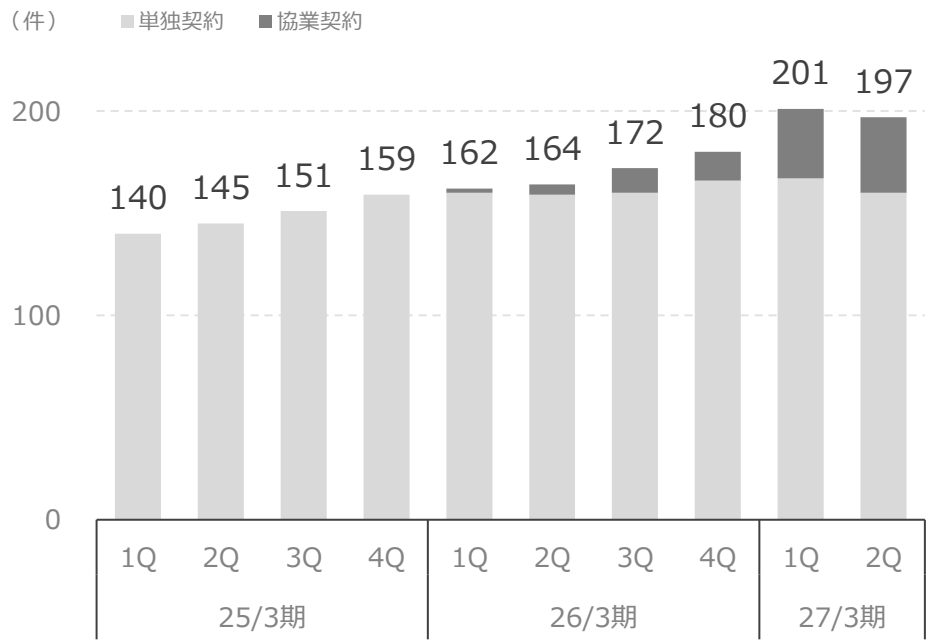
# 四半期業績｜サービス別売上高・KPI

- 大手小売り向けの追加スポット開発で、数千万円規模の売上計上が**3Qにずれ込んだ**ものの、その他ストック収益は堅調に推移した。
- メーカー向け導入件数は、協業契約が積み上がった一方、複数社で利用していた**企業グループの解約**により、全体では微減となった。

## ■ 売上高詳細の四半期推移




### メーカー向けソリューション導入件数内訳

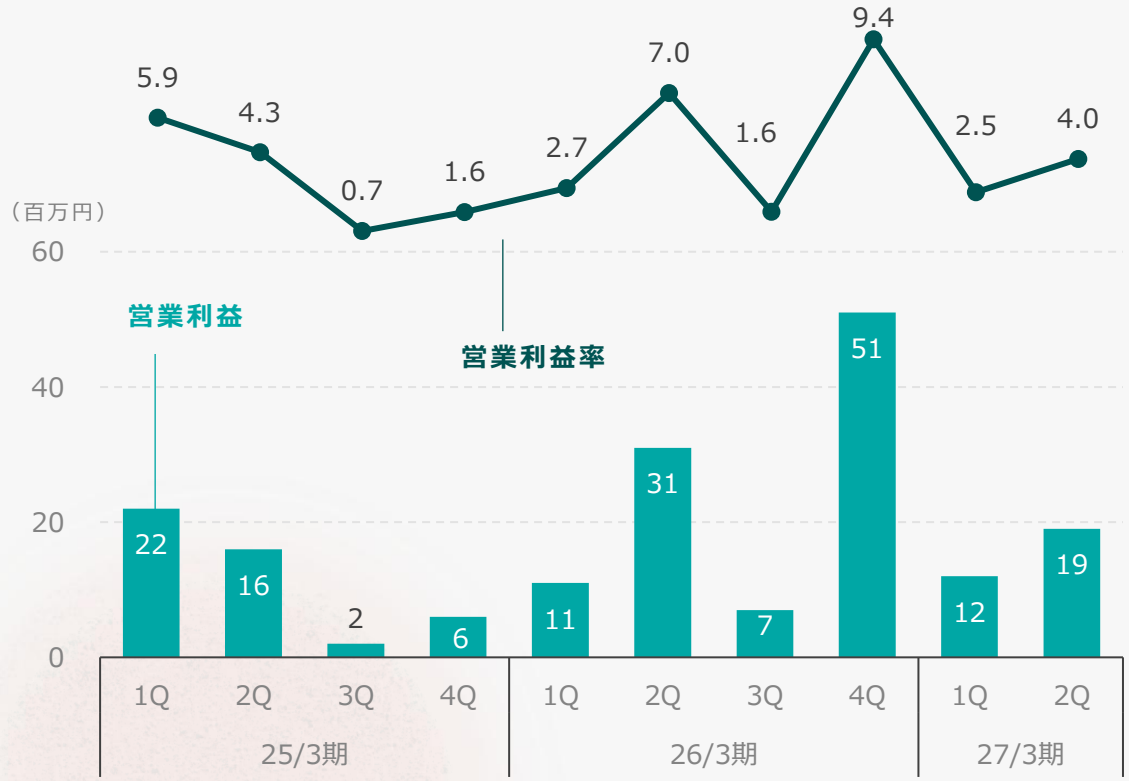



Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

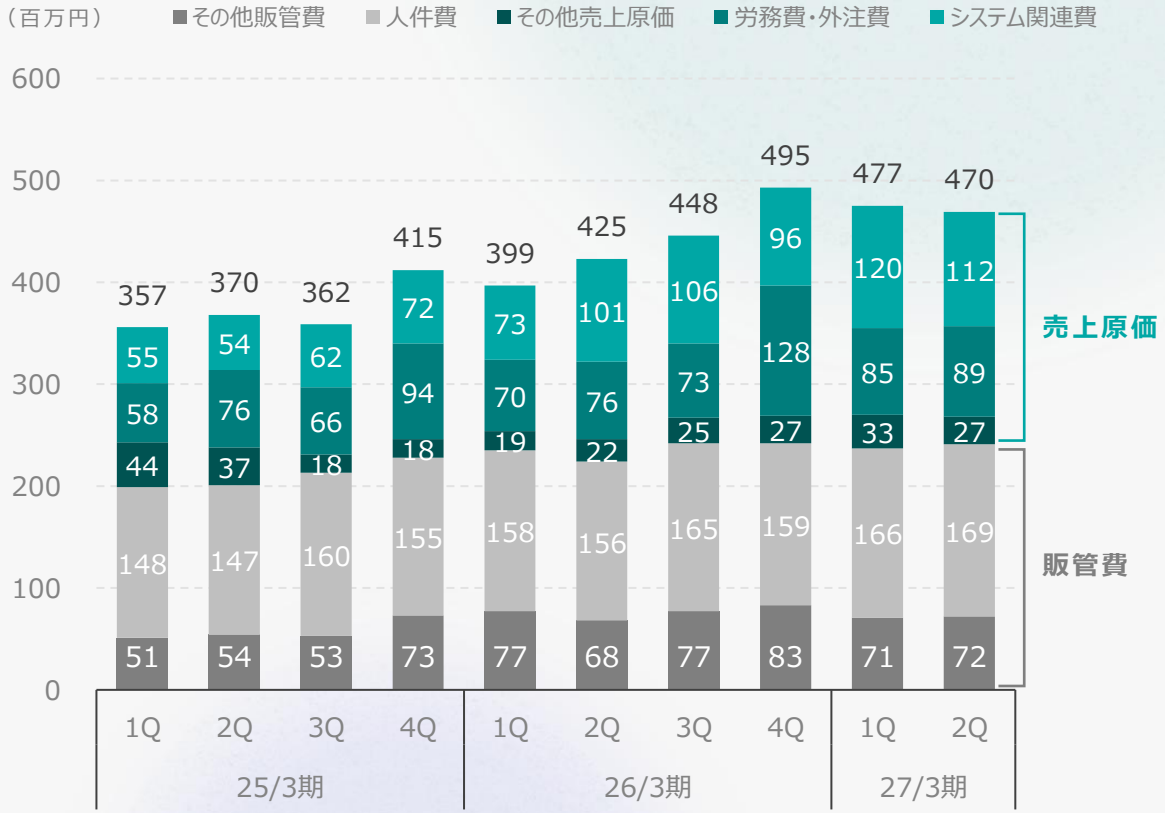
# 四半期業績｜営業利益・営業費用

- 協業契約の積み上げにより**メーカー向けの積み上げが期初想定を上回った**ことを主因に、2Qも営業黒字を確保した。
- ベースアップに伴い**人件費等が微増**したが、その他費用項目を適切にコントロールしたことで、営業費用総額は**QoQで概ね横ばい**だった。

## ■ 営業利益と営業利益率の四半期推移




## ■ 営業費用の四半期推移




Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 主なIRニュース一覧

| No. | 公表日 | 主なIRニュース一覧 |
|---|---|---|
| 1. | 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 |
| 2. | 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～ |
| 3. | 2024/12/20 | **伊藤忠商事**との資本業務提携<br>および 新サービス「FOODATA ID-POS」の提供開始に関するお知らせ |
| 4. | 2025/1/15 | **Hakuhodo DY ONE** のDMP「AudienceOne®」と<br>True Data の広告用購買データが国内初の連携を開始 |
| 5. | 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<br>True DataのAIサービス「SalesSensor」を導入 |
| 6. | 2025/3/11 | **Hakuhodo DY ONE** とTrue Data、購買データを活用した<br>ブランドマーケティング支援サービス「WISE Ads BrandBooster」を提供開始 |
| 7. | 2025/5/14 | OTC医薬品と健康食品に特化した**アルフレッサ ヘルスケア**の<br>購買データ分析クラウドサービス「Ms-POS」を開発、市場データを提供 |
| 8. | 2025/6/23 | 間接材コスト適正化支援サービスの提供において**日販テクシード**とパートナー提携 |
| 9. | 2025/7/31 | **ソニーグループのSMN**が提供するデジタルマーケティングサービスに<br>True Dataの広告用購買データを連携開始 |
| 10. | 2025/11/12 | **MBKデジタル**の広告ソリューションにTrue Dataの広告用購買データを連携 |

| No. | 公表日 | 主なIRニュース一覧 |
|---|---|---|
| 11. | 2025/12/18 | 日用品・化粧品の**卸商社あらた**とTrue Dataが戦略的業務提携を締結 |
| 12. | 2026/2/12 | 購買データ×AI領域に特化した**CVC事業を開始** |
| 13. | 2026/4/23 | True Data の広告用購買データをソリューションに連携する**SMN**と共同で、<br>大手飲料メーカーの広告によるオフライン購買効果を可視化 |
| 14. | 2026/6/24 | AIを活用した米国**SAS**の予測システムを組み込み、<br>消費財メーカー向け価格シミュレーションサービスを提供開始 |
| 15. | 2026/6/30 | **フリークアウト**とリテールメディア領域で協業開始<br>購買データを活用した広告ターゲティング・効果検証を支援 |
| 16. | 2026/8/17 | **ツルハホールディングス**、<br>True Dataの新店売上予測AIサービス「SalesSensor」の導入を決定 |
| 17. | 2026/8/26 | 店頭売上に効くSNSクリエイティブを発見・運用する**NEL**の新サービス<br>「Trade Lift Ads」に True Data の広告用購買データを連携開始 |
| 18. | 2026/10/7 | 子会社の異動を伴う株式の取得に関するお知らせ<br>株式会社**コスモネット**の完全子会社化に関する補足説明資料 |

参考URL：当社IRニュースページトップ

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# TOPIC①

- **ツルハHD**が、データとAIを活用して新規出店時の売上を予測するサービス「SalesSensor」の導入を決定した。
- 高精度な売上予測による投資判断の精度向上と、事業リスクの低減、および収益性の高い強固な店舗網の構築を目指す。

TSURUHA HOLDINGS
ツルハホールディングス

投資判断の精度向上と事業リスクの低減
および収益性の高い強固な店舗網の構築

True Data

当社の**新店売上予測AIサービス**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 | 株式会社ツルハホールディングス |
| 提供目的 | 新規出店検討時の<br>• 売上予測精度の向上<br>• 店舗開発者の作業負担の軽減 |
| 提供内容 | • 出店売上予測ソリューションの導入決定<br>※**2027年2月期までに導入予定** |
| 公表日 | 2026年8月17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
- 商圏情報自動生成機能
- エリアポテンシャル検索機能

参考URL：ツルハホールディングス、True Dataの新店売上予測AIサービス「SalesSensor」の導入を決定

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# TOPIC②-1

- プロショップ向けPOS・販売管理システム「MUSASI」を開発・提供する㈱コスモネットを、株式取得対価200百万円で完全子会社化した。
- 中計のM&A投資枠（10億円以上）の**初の実行案件**で、29/3期 売上高30億円＋αの**「α」に向けた第一歩**と位置付けられる。

## 取引概要

| | |
|---|---|
| **対象会社** | 株式会社コスモネット（大阪市西区、1982年設立） |
| **事業内容** | 金物店・プロショップ向けPOS連動型販売管理システム「MUSASI」 |
| **取得内容** | 全株式200株（100%）／2026年10月13日 株式譲渡実行 |
| **取得価額** | 248百万円（取得対価等220＋アドバイザリー費用等28、概算）*3 |
| **取得資金** | 自己資金＋借入200百万円（三菱UFJ銀行・無担保・2031年10月期限） |
| **連結** | 27/3期3Q末にBS連結、4QよりPL取込開始予定（影響は精査中） |

## 対象会社の業績（単体・百万円）

| | 23/8 | 24/8 | 25/8 | 26/8* |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 97 | 92 | 106 | 131 |
| 営業利益 | 10 | 3 | 8 | 30 |
| **調整後営業利益*** | **19** | **16** | **22** | **36** |
| 純資産 | 45 | 55 | 63 | 99 |

**1992年** 販売開始

**約40万点** 商品マスタ

**約180社** 取引先

## 株式取得対価の水準*

**調整後EV/EBITDA*1**

**約3.2倍**

**調整後PER（NOPAT基準）*2**

**約7.9倍**

## 中期経営計画におけるM&A戦略の建付け

**中計で掲げる経営戦略（5本柱）**

1 業務提携を活かしたコア事業の拡販
2 AIソリューションのアップセル・クロスセル
3 リテールメディア領域の収益化
**4 M&Aによる収益構造・シナジー拡大**
5 ステークホルダーエンゲージメント

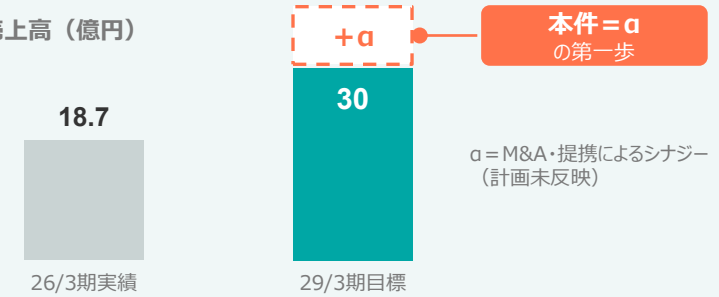
**M&A投資枠（中計期間）**

**10億円以上**

**本件 2.48億円** ／ 次の案件へ（7.5億円以上）

戦略的合理性と財務規律を満たす案件に機動的に投資。本件は収益計画に未反映

**売上高（億円）**

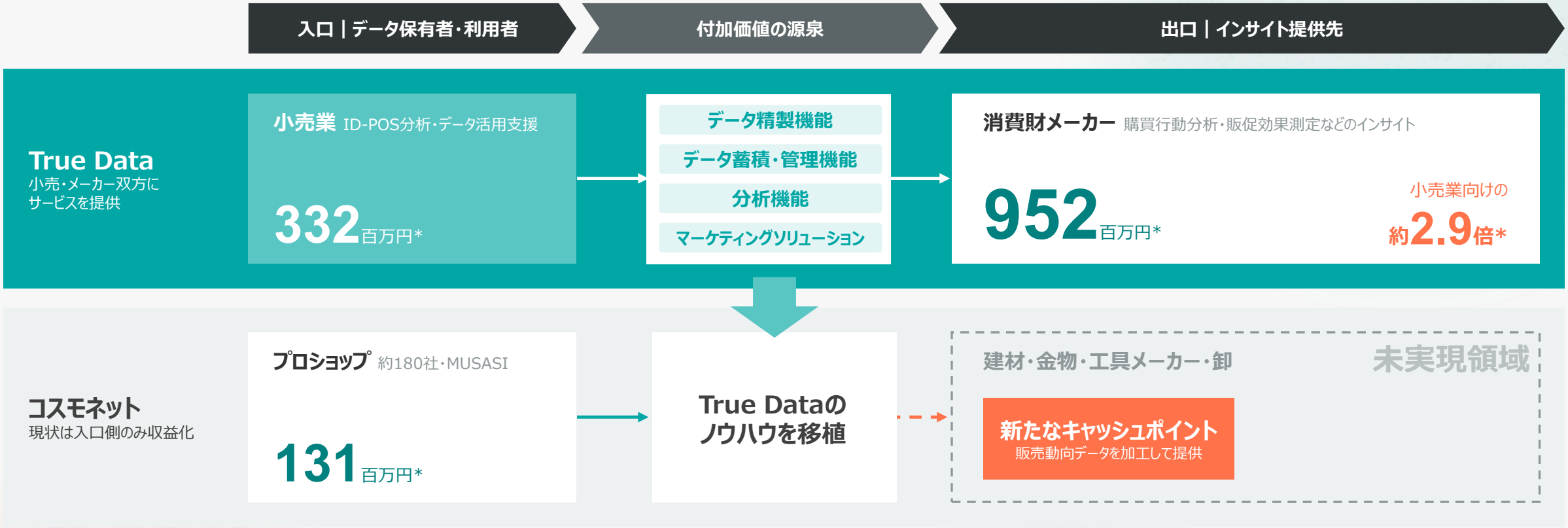



注1：EV＝124百万円（株式取得対価200百万円－修正Net Cash76百万円）、EBITDA＝39百万円（営業利益30百万円＋役員報酬その他調整項目13百万円＋減価償却費2百万円－一過性粗利7百万円、端数差あり）より、調整後EV/EBITDA倍率＝3.2倍を算出した。修正Net Cashは未払計上済みの役員退職慰労金20百万円を控除後。 26/8期は、2026年9月末時点の着地見込み値。
注2：株式取得対価＝200百万円、調整後当期利益＝25百万円（調整後営業利益36百万円×0.7（税率30%））より、調整後PER＝7.9倍を算出した。26/8期は、2026年9月末時点の着地見込み値。
注3：10/7公表の取得対価等220百万円＝株式取得対価200百万円（半期報告書の取得原価）＋役員退職慰労金20百万円。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# TOPIC②-2

- True Dataは、小売業から預かる**購買データを独自のノウハウで価値に変え**、メーカー向けサービスとして大きく収益化してきた。
- コスモネットに**同じ型を移植**し、プロショップ向けのみの収益を**建材・金物・工具メーカー・卸**へ広げることで、収益拡大を図る。




＋ 入口側（プロショップ向け）も、True Dataの分析ノウハウを注入して高度化

注：True Dataは26/3期ストック型売上高（取引先の属性別区分）、「約2.9倍」は952÷332で算出。
コスモネットは26/8期売上高（単体・着地見込み）。コスモネットの既存事業の高度化およびキャッシュポイント拡大は中長期の可能性であり、業績予想・中計数値には織り込んでいない。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# TOPIC②-3

- プロ市場という新たな接点の獲得は**「縦（業界を広げる）」の第一歩**。業界特化型の業務基盤を起点に同じ型の他業界への展開を図る。
- 「横（機能を深める）」で「何を変えるか」まで踏み込み、**縦×横の掛け合わせで中計の「α」を形づくる**。

機能を深める →

| 業界を広げる ↓ | ① Transaction<br>何が取引されたか | ② Intelligence<br>何が起きているか | ③ Why<br>なぜ起きたか | ④ Action<br>何を変えるか |
|---|---|---|---|---|
| これまで<br>**生活者市場（B2C）** | **小売各社のID-POSデータ<br>年間アクティブ数6,500万人規模** | **標準化・評価指標・AIインサイト** | 購買理由・意向の把握 | 売場・商談・販促への実装<br>（広告はパートナー連携） |
| 本件<br>**プロ市場（B2B）** | **MUSASI<br>金物店・プロショップの取引** | 当社の実装基盤を展開し<br>プロ市場の購買動向を統計化 | 購買要因の構造化<br>（価格・性能・現場指定 等） | Vertical Decision AIによる<br>需要予測・自動発注・価格最適化 |
| これから<br>**他の業界** | **業界特化型の業務基盤を起点に、共通のデータ活用基盤と機能を横展開<br>＝ 業界ごとの取引データを、同じ仕組みで意思決定に使えるデータへ** | | | |

↺ 施策の効果を、再びTransactionデータで測定する（循環）

□ ＝今後強化する領域

**29/3期 売上高30億円＋α** 縦（業界）×横（機能）の掛け合わせで「α」を形づくり、**産業特化型データ×AIプラットフォーム**を確立する

注：本頁は当社の中長期的な成長の考え方を示すものであり、特定の案件や計画を示すものではない。各機能は自社開発・提携・M&Aを含めて強化していく。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

2027年3月期 第2四半期決算

# 売上高明細と損益計算書

| 損益計算書 | (単位) | 22/3 | 23/3 | 24/3 | 25/3 | 26/3 | 27/3 | 25/3 | | | | 26/3 | | | | 27/3 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 計画 | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q |
| 売上高 | 百万円 | 1,313 | 1,440 | 1,593 | 1,554 | 1,870 | 2,200 | 380 | 387 | 364 | 422 | 410 | 456 | 456 | 546 | 489 | 490 |
| ストック型 | 百万円 | 1,203 | 1,315 | 1,367 | 1,426 | 1,523 | - | 361 | 375 | 342 | 346 | 348 | 372 | 396 | 405 | 440 | 439 |
| メーカー向け | 百万円 | 716 | 791 | 836 | 882 | 952 | - | 217 | 213 | 225 | 225 | 230 | 233 | 240 | 247 | 266 | 269 |
| └ 導入件数 | 件 | 130 | 134 | 140 | 159 | 180 | - | 140 | 145 | 151 | 159 | 162 | 164 | 172 | 180 | 201 | 197 |
| リテール向け | 百万円 | 302 | 301 | 300 | 269 | 332 | - | 78 | 76 | 57 | 56 | 53 | 72 | 103 | 103 | 117 | 108 |
| リテールメディアその他 | 百万円 | 184 | 222 | 230 | 274 | 237 | - | 66 | 84 | 59 | 63 | 63 | 66 | 53 | 53 | 56 | 62 |
| スポット型 | 百万円 | 110 | 124 | 225 | 127 | 347 | - | 18 | 11 | 21 | 75 | 61 | 84 | 59 | 141 | 49 | 50 |
| 売上原価 | 百万円 | 664 | 675 | 678 | 659 | 821 | 1,077 | 158 | 168 | 147 | 185 | 163 | 200 | 205 | 252 | 239 | 229 |
| 労務費・外注費 | 百万円 | 215 | 212 | 232 | 296 | 348 | - | 58 | 76 | 66 | 94 | 70 | 76 | 73 | 128 | 85 | 89 |
| システム関連費 | 百万円 | 184 | 213 | 251 | 244 | 377 | - | 55 | 54 | 62 | 72 | 73 | 101 | 106 | 96 | 120 | 112 |
| その他原価 | 百万円 | 264 | 249 | 195 | 119 | 95 | - | 44 | 37 | 18 | 18 | 19 | 22 | 25 | 27 | 33 | 27 |
| 売上総利益 | 百万円 | 649 | 765 | 914 | 894 | 1,048 | 1,122 | 221 | 218 | 217 | 236 | 247 | 256 | 250 | 294 | 250 | 261 |
| （粗利率） | % | 49.4 | 53.1 | 57.4 | 57.6 | 56.1 | 51.0 | 58.4 | 56.5 | 59.6 | 56.1 | 60.2 | 56.1 | 54.9 | 53.9 | 51.2 | 53.3 |
| 販売費及び一般管理費 | 百万円 | 626 | 688 | 850 | 846 | 947 | 1,042 | 199 | 202 | 214 | 229 | 236 | 224 | 243 | 243 | 238 | 241 |
| 人件費 | 百万円 | 450 | 495 | 576 | 612 | 640 | - | 148 | 147 | 160 | 155 | 158 | 156 | 165 | 159 | 166 | 169 |
| その他販管費 | 百万円 | 176 | 193 | 273 | 233 | 307 | - | 51 | 54 | 53 | 73 | 77 | 68 | 77 | 83 | 71 | 72 |
| EBITDA | 百万円 | 161 | 198 | 122 | 95 | 167 | - | 31 | 26 | 15 | 21 | 26 | 48 | 24 | 68 | 28 | 35 |
| 営業利益 | 百万円 | 22 | 76 | 63 | 48 | 101 | 80 | 22 | 16 | 2 | 6 | 11 | 31 | 7 | 51 | 12 | 19 |
| （営業利益率） | % | 1.7 | 5.3 | 4.0 | 3.1 | 5.4 | 3.6 | 5.9 | 4.3 | 0.7 | 1.6 | 2.7 | 7.0 | 1.6 | 9.4 | 2.5 | 4.0 |
| 税引前利益 | 百万円 | 22 | 37 | 62 | 22 | 102 | 78 | 22 | △10 | 2 | 8 | 15 | 32 | 8 | 47 | 13 | 16 |
| 当期純利益 | 百万円 | 15 | 33 | 60 | 13 | 80 | 63 | 18 | △11 | △1 | 8 | 8 | 28 | 3 | 40 | 6 | 14 |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 貸借対照表／キャッシュフロー計算書／主要財務指標

| 貸借対照表 | (単位) | 22/3期 実績 | 23/3期 実績 | 24/3期 実績 | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 | 27/3期 2Q末 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 資産合計 | 百万円 | 1,297 | 1,278 | 1,362 | 1,362 | 1,534 | 1,461 |
| 流動資産 | 百万円 | 1,016 | 1,079 | 1,152 | 1,142 | 1,315 | 990 |
| 現預金 | 百万円 | 847 | 879 | 937 | 859 | 971 | 721 |
| 売上債権 | 百万円 | 152 | 157 | 159 | 195 | 261 | 186 |
| その他 | 百万円 | 17 | 43 | 55 | 86 | 82 | 83 |
| 固定資産 | 百万円 | 273 | 193 | 208 | 220 | 218 | 470 |
| 有形固定資産 | 百万円 | 15 | 20 | 22 | 26 | 26 | 27 |
| 無形固定資産 | 百万円 | 165 | 72 | 83 | 118 | 82 | 78 |
| 投資その他資産 | 百万円 | 91 | 100 | 102 | 75 | 109 | 364 |
| 繰延資産 | 百万円 | 7 | 4 | 1 | - | - | - |
| 負債合計 | 百万円 | 372 | 307 | 314 | 281 | 370 | 272 |
| 流動負債 | 百万円 | 305 | 271 | 305 | 278 | 366 | 268 |
| 仕入債務 | 百万円 | 57 | 53 | 56 | 51 | 95 | 56 |
| 短期有利子負債 | 百万円 | 30 | 30 | 29 | 5 | - | - |
| 未払法人税等 | 百万円 | 23 | 16 | 7 | 13 | 26 | 16 |
| その他 | 百万円 | 193 | 170 | 212 | 207 | 243 | 195 |
| 固定負債 | 百万円 | 66 | 36 | 9 | 3 | 3 | 3 |
| 長期有利子負債 | 百万円 | 63 | 32 | 5 | - | - | - |
| その他 | 百万円 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 純資産合計 | 百万円 | 925 | 970 | 1,047 | 1,080 | 1,163 | 1,189 |
| 自己資本 | 百万円 | 925 | 970 | 1,047 | 1,080 | 1,163 | 1,186 |
| └ 利益剰余金 | 百万円 | △606 | △572 | △512 | △499 | △419 | △397 |
| その他 | 百万円 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |

| キャッシュフロー計算書 | (単位) | 22/3期 実績 | 23/3期 実績 | 24/3期 実績 | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 営業キャッシュフロー | 百万円 | 137 | 138 | 127 | 37 | 189 |
| 投資キャッシュフロー | 百万円 | △56 | △87 | △58 | △104 | △74 |
| フリーキャッシュフロー | 百万円 | 80 | 51 | 68 | △67 | 114 |
| 財務キャッシュフロー | 百万円 | 332 | △19 | △10 | △10 | △2 |
| 現金同等物の換算差額 | 百万円 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 現金同等物の増減額 | 百万円 | 413 | 31 | 58 | △77 | 111 |
| 現金同等物の期首残高 | 百万円 | 434 | 847 | 879 | 937 | 859 |
| 現金同等物の期末残高 | 百万円 | 847 | 879 | 937 | 859 | 971 |

| 主要財務指標 | (単位) | 22/3期 実績 | 23/3期 実績 | 24/3期 実績 | 25/3期 実績 | 26/3期 実績 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 発行済み株式総数 | 千株 | 4,688 | 4,725 | 4,778 | 4,833 | 4,841 |
| └ うち、自己株式数 | 千株 | - | - | - | - | - |
| EPS | 円 | 3.43 | 7.23 | 12.68 | 2.76 | 16.63 |
| BPS | 円 | 197.36 | 205.36 | 219.31 | 223.59 | 240.41 |
| DPS | 円 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| ROE | % | 2.1 | 3.6 | 5.9 | 1.2 | 6.9 |
| 自己資本比率 | % | 71.3 | 75.9 | 76.9 | 79.3 | 75.9 |
| 設備投資額 | 百万円 | 38 | 35 | 70 | 86 | 30 |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 03

# 2027年3月期 通期計画

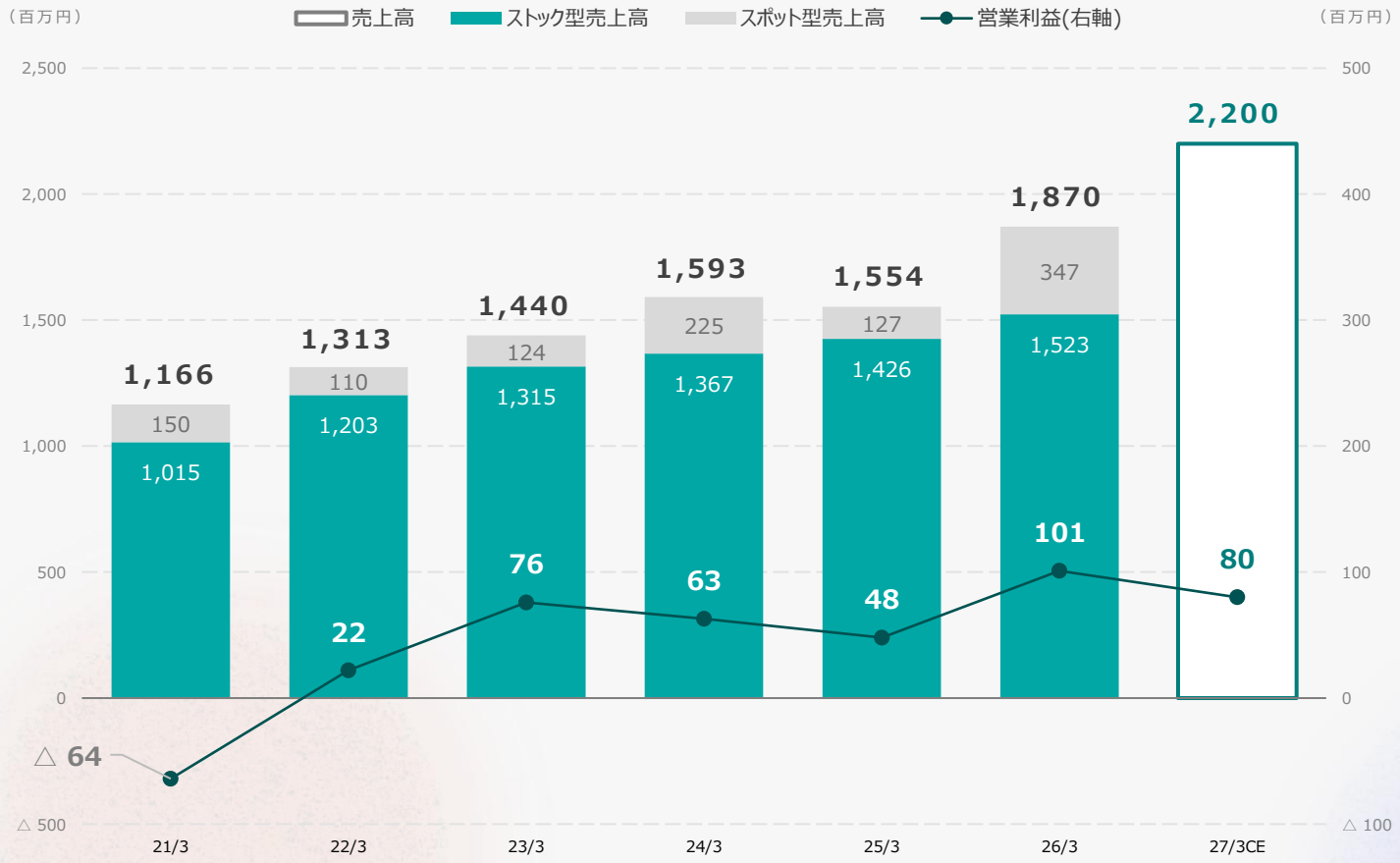
Guidance

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 2027年3月期計画｜サマリー（2026年5月15日開示から変更なし）

- 売上高は前期比**＋17.6%**の22.0億円、営業利益は同**△21.3%**の0.8億円を計画する。
- 3ヵ年中計の初年度は、中期的な利益拡大に向けた仕込みを強化する期として、必要経費を投下する計画である。

## ■ 27/3期の各段階収益の計画値



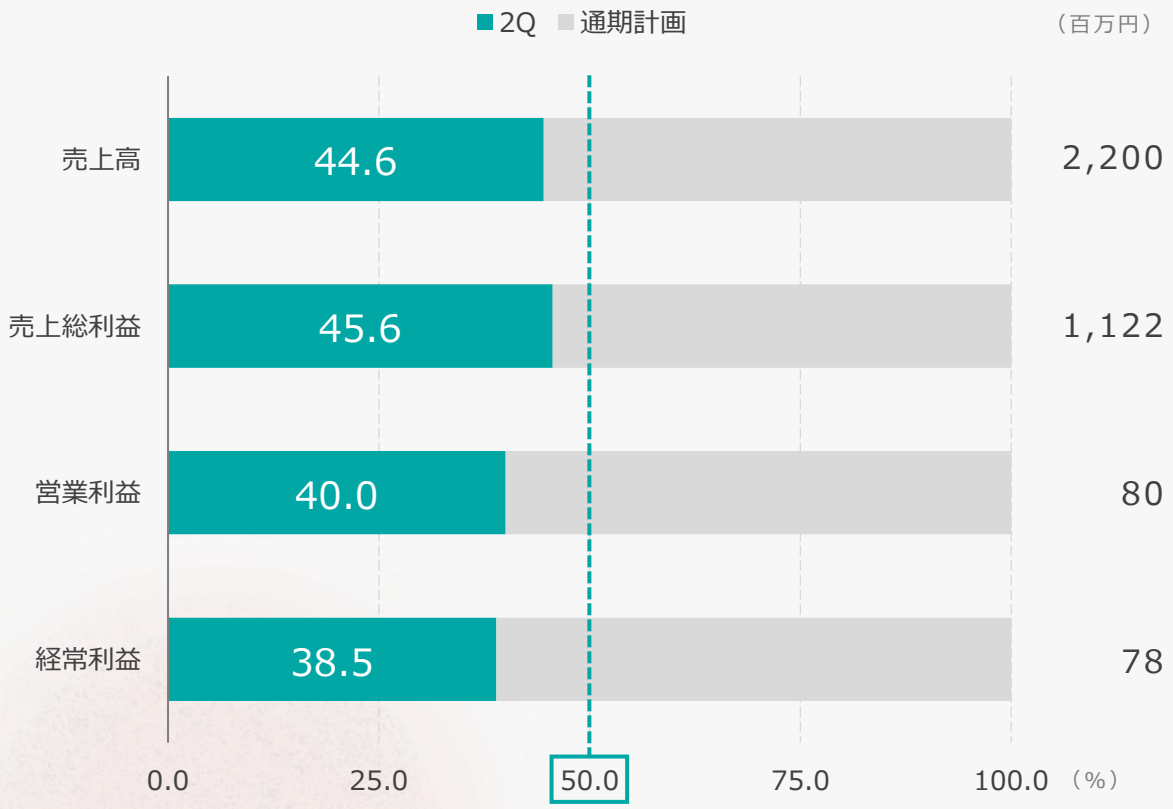

| 項目（百万円） | 26/3期 通期実績 | 27/3期 通期計画 | 27/3期 YoY |
|---|---|---|---|
| 売上高 | 1,870 | 2,200 | +17.6% |
| └ ストック型 | 1,523 | – | – |
| └ スポット型 | 347 | – | – |
| 売上総利益 | 1,048 | 1,122 | +7.0% |
| 売上総利益率(%) | 56.1 | 51.0 | △5.1pt |
| 営業利益 | 101 | 80 | △21.3% |
| 営業利益率(%) | 5.4 | 3.6 | △1.8pt |
| 経常利益 | 108 | 78 | △27.6% |
| 当期純利益 | 80 | 63 | △21.4% |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 2027年3月期計画｜進捗状況

- 各段階利益ともに目安の50%を下回るが、ストック型の期中積み上げ／3Q以降の大型案件を踏まえれば、**進捗は堅調**と考えている。
- コスモネット買収に係る諸経費28百万円は、期初計画の戦略投資予算枠内で吸収し、**通期計画は据え置いている**。

## ■ 各段階収益の計画進捗率




| | 主なポイント　赤字 ＝ 前回資料からの変更事項 |
|---|---|
| 1Q | • メーカー向けソリューションで協業契約がまとまって積み上がるため、ストック型収益の水準が一段切り上がる。<br>• 一方、スポット型の収益計上ラインナップは限定的である。システム費や人件費の増加もあり、1Qは営業赤字を見込む。<br>• 一部費用の未消化もあり、1Qは若干の営業黒字で着地した。 |
| 2Q | • 大手小売り向けの追加開発に関連するスポット収益は、2Q→3Qに期ズレした。<br>• メーカー向けソリューションやリテールメディアの積み上げが期初計画以上で、スポット型の期ズレ影響をカバーした。コストコントロールも黒字確保に一部寄与した。 |
| 3Q | • 各種ストック型収益が徐々に積み上がり、収益向上に寄与する。<br>• 2Q→3Qに期ズレした大手小売り向けのスポット収益に加え、特定メーカー向けのAIソリューションを納品し、スポット型収益を積み上げる計画である。<br>• コスモネット買収に係る諸経費28百万円（期初計画の戦略投資予算枠内で吸収）を費用認識するため、3Q単の営業利益は、期ズレ取り込みを加味しても、大きくは上振れない。 |
| 4Q | • ストック型の着実なボリューム拡大に加え、大手小売向けソリューションの追加開発に係るスポット収益を計上予定である。結果、**27/3期の営業利益の過半を4Qに稼ぐ見込み**である。<br>• コスモネットを4QよりPL連結開始する（BSは3Q末時点から取込開始する） |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 2027年3月期計画｜前提条件（2026年5月15日開示から変更なし）

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| **売上高** | **ストック型**<br>• 全社売上高の前期比増分330百万円（=2,200-1,870）の多くは、ストック型の積み上げにより確保する。<br>• ①26/3期に立ち上げた複数の大手小売向けソリューションの通期寄与効果に加え、②単独契約の強化および伊藤忠商事をはじめとした卸商社パートナー網を通じたイーグルアイシリーズの新規導入積み上げ、③リテールメディアのデータ連携収益の拡充が、トップライン増を牽引する計画である。<br>• 卸商社パートナー網を通じた拡販は、収益をシェアするため1契約あたりの当社収益は従来型より限定的だが、まずは量的拡大を図り、その後のアップセル・クロスセルのための土台を整える。<br>**スポット型**<br>• 26/3期に引き続き、スポット型は高水準を維持する見込みである。大手小売り向けソリューションの追加開発や、AIを活用したカスタム・ソリューションの提供を見込んでいる。計画には、by nameでプロジェクトが具体化しているもののみ織り込んでおり、期ズレを除いて大きなダウンサイドリスクはない。 |
| **売上総利益** | • 売上総利益率は26/3期=56.1%から、27/3期=51.0%へ、5.1ptの低下を計画している。<br>• ①イーグルアイの協業契約が増加することに伴うミックス悪化が第一の背景である。短期的には全社収益性の押し下げ圧力になるものの、先んじて量的拡大を推し進めることで、中期的なアップセル・クロスセル余地の拡大に繋げる。<br>• ②開発費等を両建て計上するスポット型収益を複数見込んでいる。これらは将来のストック収益の拡大に向けた開発フェーズの案件であり、今期においては売上総利益率を一時的に押し下げる一因となる。<br>• ③クラウド製品を含む主要システムコストの値上げ影響および円安リスクを織り込んだことも一因である。価格転嫁を含め、適正な収益性を確保すべくコントロールを図るものの、期初段階では一定の費用増を先行して織り込んでいる。 |
| **営業利益** | • 販管費の増分の多くは、人件費の増加に依る。新規採用は若干名に留まるものの、賃上げを含め、適切な人的資本投資を実行する。<br>• また、一定額の戦略投資費用（予算枠）を計画に織り込んでおり、当該予算を消化しなければ26/3期比で増益は確保できるものの、中長期的な収益拡大に資する施策は、積極的に模索・実行する。M&Aの実施やそれに付随する一過性の費用増は現時点の計画には織り込んでいないが、戦略的合理性と財務規律を満たす案件が生じた場合には機動的に対応する方針である。 |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 04

# Appendix


04-1　中期経営計画

04-2　競争優位性の源泉

04-3　サステナビリティ＆リスク


Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 04-1

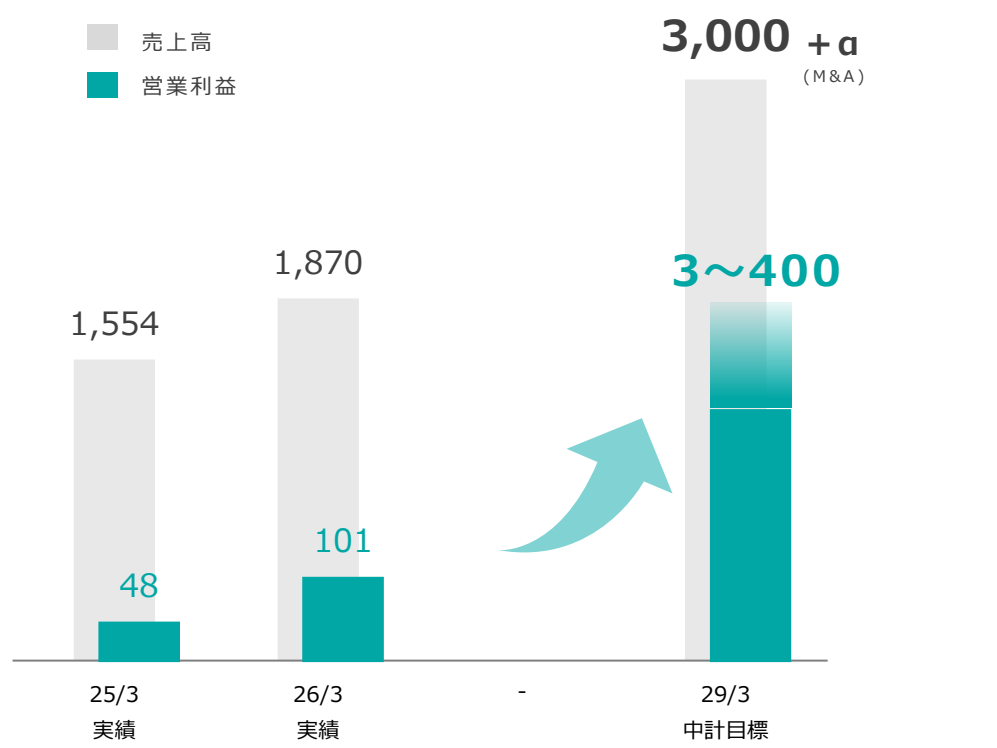
# 中期経営計画

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 中期財務目標

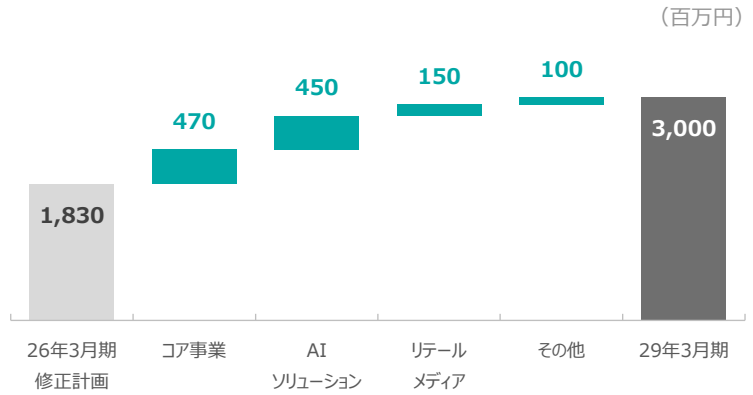
- 29/3期に売上高30億円超、営業利益3.0～4.0億円を計画する。10億円超のM&A投資枠を設けるが、計画には未反映である。
- 既存の大型案件の拡張性が見通しにくく、営業利益はレンジ計画とした。既存大型案件は保守～成行想定で計画に織り込んでいる。

## 売上高と営業利益の中計目標（27/3～29/3）




## 売上高

30億円＋α
（M&A）




**営業利益**
3～4億円

**営業利益率**
10%以上

**M&A投資額**
10億円以上

**剰余金がプラスに転じ次第株主還元開始**

注：26/3期3Q決算発表と同時に、26/3期計画を修正している。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 消費財・小売業の環境変化

- インフレ常態化やチャネル多様化、3rdパーティクッキーの終焉で、これまで各社が蓄積してきた「売るノウハウ」は、形骸化しつつある。
- 業態×チャネル横断的な1stパーティのリテールデータを核とした評価指標の再構築と、AI活用による経営高度化が求められ始めている。

## – 売るノウハウの転換点 –

**インフレの常態化**
インフレの常態化で価格が弾力化し、
値上げ・値引きや販促効果が非連続に変化

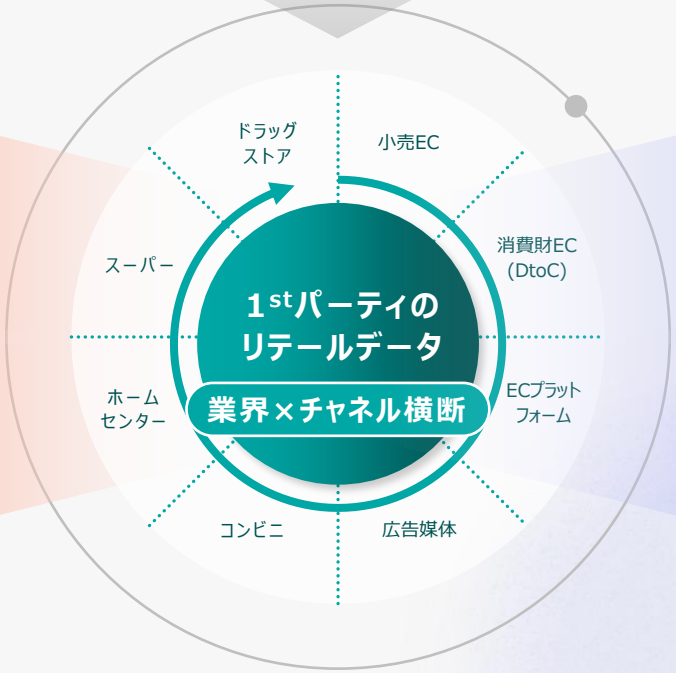
**チャネルの多様化**
チャネルの多様化（店舗・EC他）で、
顧客接点と購買行動の分断化が進む

**3rdパーティクッキーの終焉**
3rdパーティクッキーの終焉で、従来型の
広告指標に依存した意思決定が困難化

**新たな環境に最適化するには**

**評価指標の再構築**

活用




活用

**AI活用による経営高度化**

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 前回中計（24/3～26/3期）の成果と今後の方針

- 協業パートナーとのオフライン×オンラインデータ連携を通じ、企業の意思決定を支援するAIソリューションの開発・上市が着実に進んだ。
- 一方、成長パターンが急速に多角化したため、成長痛を抑制するために、優先順位を明確にした事業戦略推進と、それに対応する組織構造の見直しが不可欠となっている。

**前中期経営計画の成果**




**顧客**

イーグルアイ（プロダクト型）を中心とした事業ポートフォリオから、大手企業中心に**カスタマイズ性**が高まり、成長の型が急速に**多角化**

アース製薬 / セブン-イレブン・ジャパン / ロート製薬 / KIRIN / KOSÉ / oillio / Unilever / Kao / welcia

**方針**

新中期経営計画は、優先順位ある「**事業戦略推進**」と対応した「**組織構造改革**」を同時に進める「**発展的な構造転換期**」となる

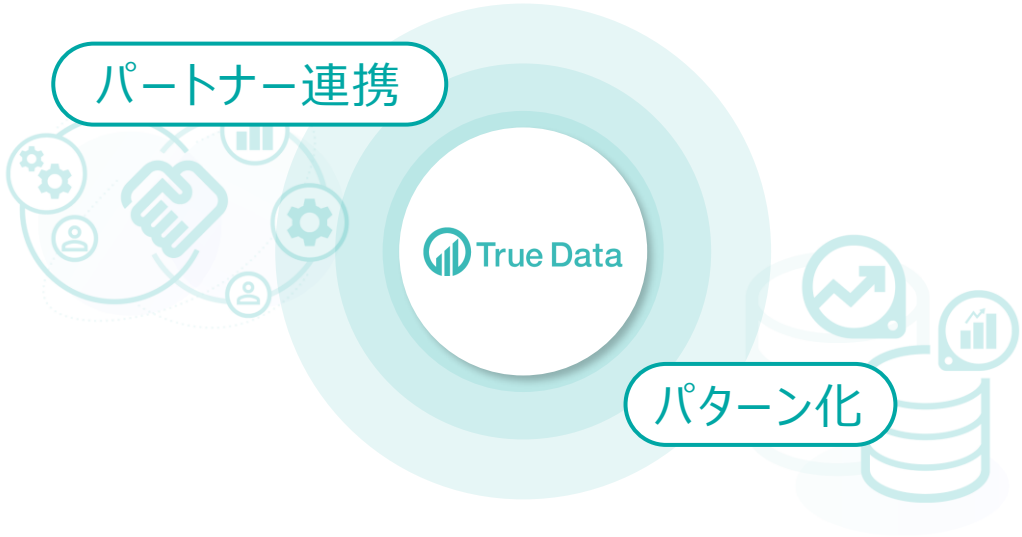
Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 新中期経営計画のコンセプト

- 少人数組織ながら、最大限の収益拡張を実現するために、「パートナー連携×パターン化」を徹底した事業戦略を志向する。
- パターンを作る組織と、パターンを横展開する組織に大別した「社内カンパニー制」を敷き、役割の明確化と成果の見える化を推進する。

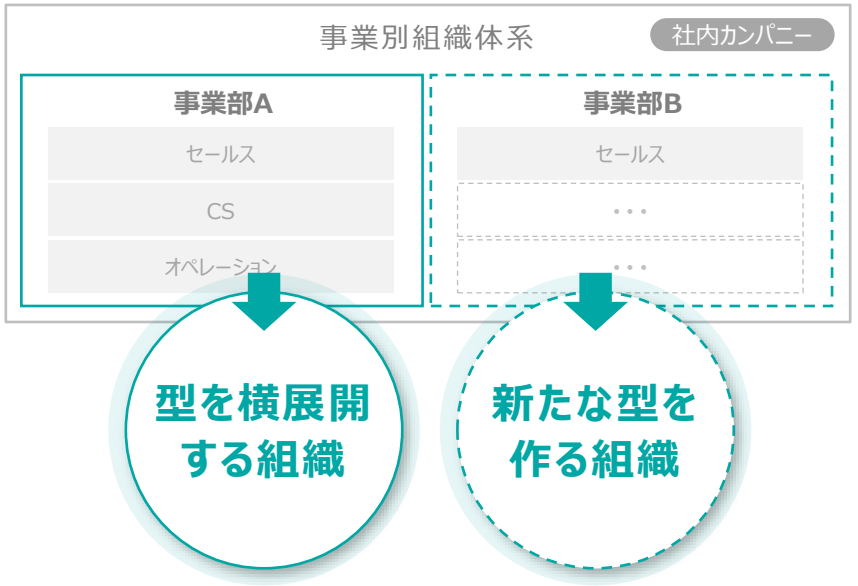
## 事業

### 少人数組織でも
### 最大限に収益を拡張する事業戦略




## 組織

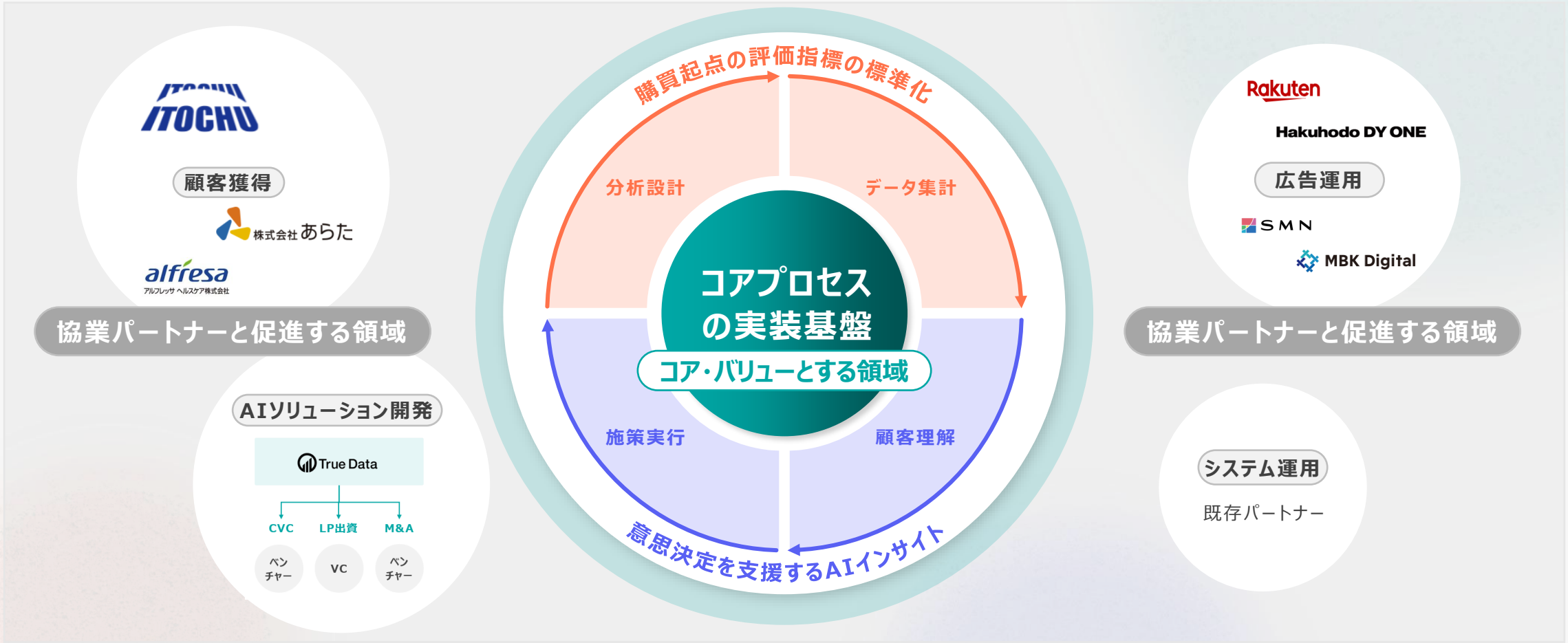
### 役割と成果を見える化する
### 社内カンパニー制へ




Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 内製化するコア・バリューと外製を活用する機能領域

- 購買起点の評価指標の標準化およびAIインサイト導出に係るコア・プロセスの実装基盤（=OS）は、内製で抱えコア・バリューと位置づけ。
- 他方、顧客獲得や広告運用、AIソリューションの開発・実装、システム運用等は外部パートナーを積極活用し、価値協創を促進する。




Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# パターンを作る｜大手顧客向けカスタム対応で知見蓄積

- 多数の大手顧客に対し、各社のニーズに応えるAIソリューションを開発し、アップセルを実現する。
- 収益を確保しつつ汎用化できるAI開発知見を蓄積しながら、次なるパターン化に繋げる。

## 大手顧客のニーズ対応開発を促進

食品メーカー
化粧品メーカー
トイレタリー
飲料メーカー
医薬品・常用薬
⋮

**多数の消費財メーカー・卸・小売業**
**における大手顧客の課題解決にチャレンジ**

## 収益確保しつつ知見・技術を汎用化

顧客　当社

大手小売業 × True Data

- AI活用ソリューション
- 業態横断の示唆導出

**知見・技術を汎用化**

**収益を確保しつつ、**
**パッケージソリューションを開発**

## プロダクト型のアップセル機能へ応用

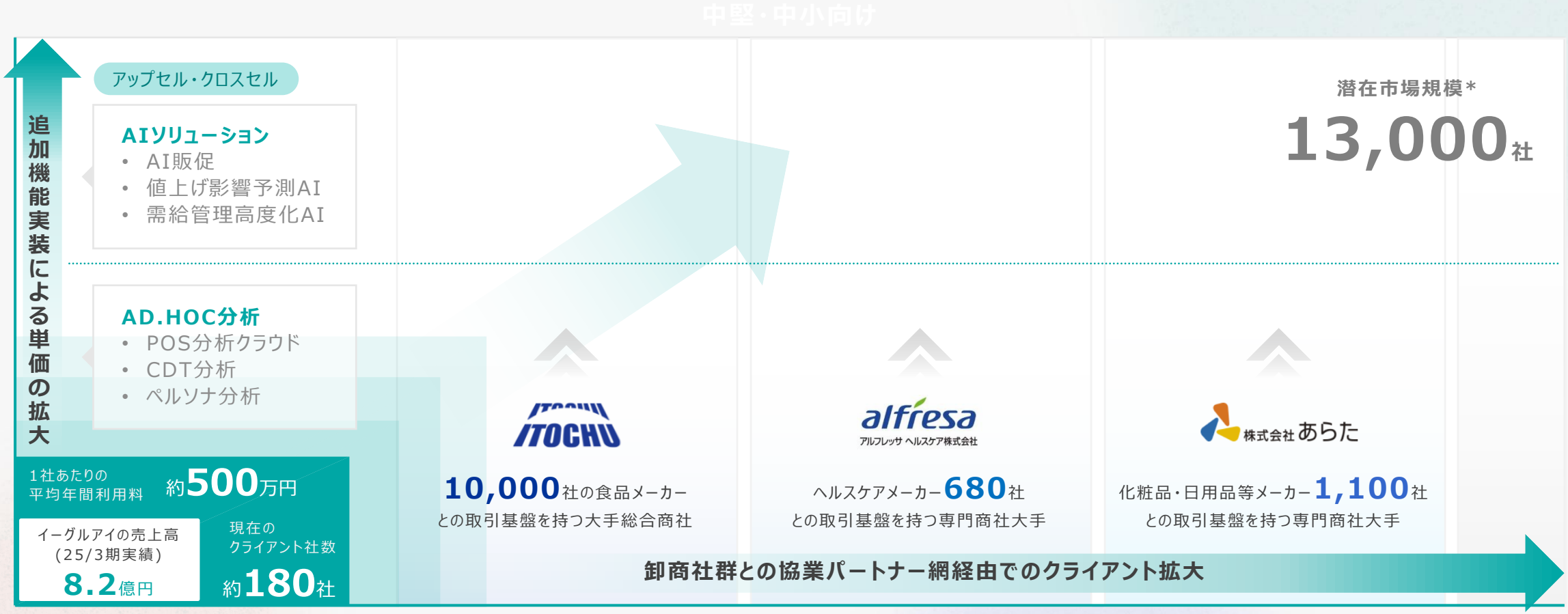



**汎用化した技術・知見を**
**追加機能としてプロダクトに反映**

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# パターンを横展開する｜プロダクトを複層化しパートナーと拡販

- 中堅・中小向けは、あらゆる消費財メーカーをカバーできる卸商社との協業パートナー網を活かし、基幹プロダクトの量的拡大を本格化する。
- 企業の意思決定を支援するAIインサイトを軸に、基幹プロダクトに追加機能を実装。アップセル・クロスセルを通じた顧客単価の向上を図る。




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。

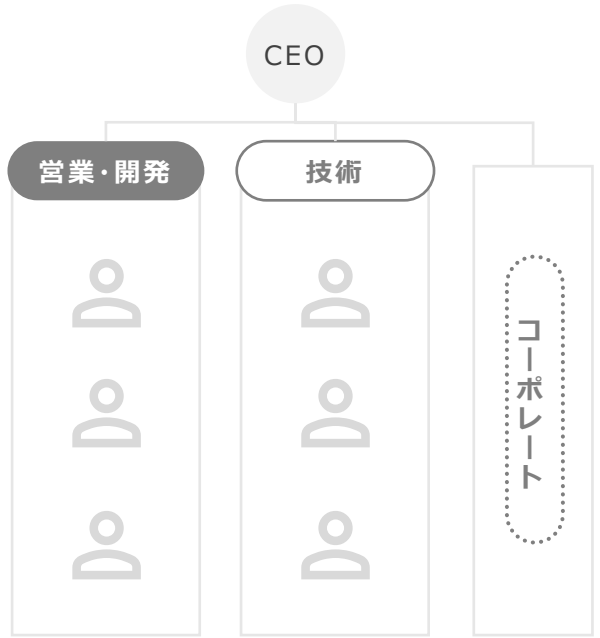
Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# パターン活用を支える｜組織体系と人的資本戦略をアップデート

- 社内カンパニー制への移行で、執行役員から部門長クラスへの権限・責任の委譲を進め、中堅層を育成しつつ組織を強固にする。
- 2026年9月、有償ストックオプション（第6回新株予約権）を発行。株主との利害共有を一段と進めた。

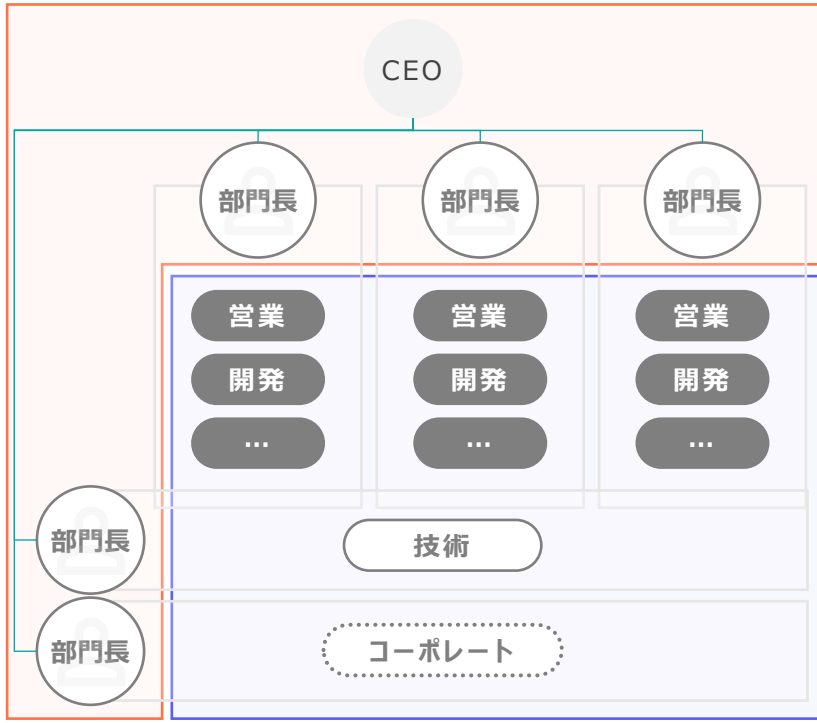
現在(実態)

**部門**ごとで部署を分ける組織体制




近い将来｜社内カンパニー制

**事業**ごとで部署を分ける組織体制




## 第3の報酬

### 有償ストックオプション*

対象　**権限を委譲された部門長クラス**

補足　権限・責任の委譲と共に、成果や業績・株価へのコミットメント強化を促進

### エンゲージメントストック*

対象　**各部門のメンバークラス**

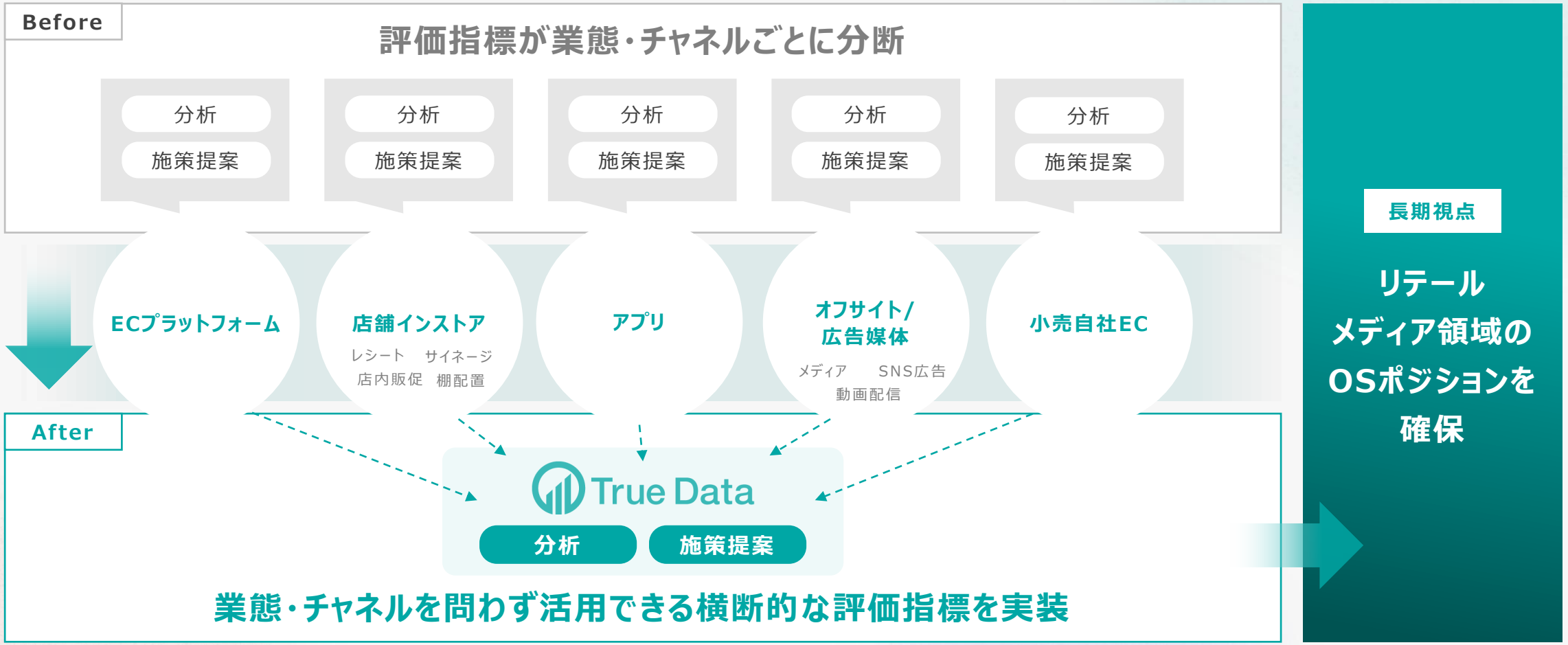
補足　在籍期間や貢献度に応じたポイントを付与し、株価連動で受け取ることが可能な報酬の新設により、従業員のエンゲージメントを高めることでコミットメント強化を促進

注：エンゲージメントストックについては、詳細が決まり次第、必要に応じて追加開示を行う想定である。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# コア・バリューを補強する｜業態×チャネル横断的なインサイトを提供

- オフライン/オンライン、オフサイト/オンサイトを問わず、様々なリテールメディアで施策効果最大化のための連携強化を進める。
- 長期的には、業態・チャネルを問わず活用できる横断的な評価指標を実装し、リテールメディア領域のOSのポジションを確立する。



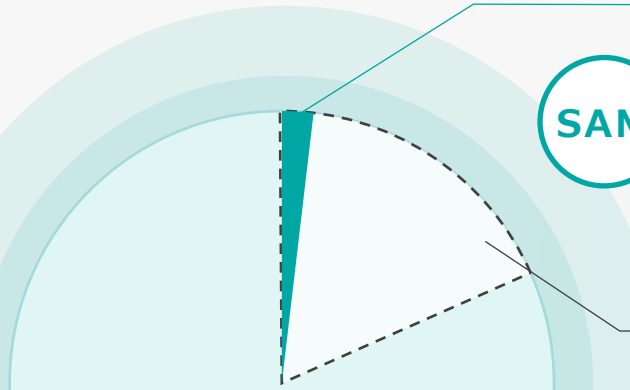

注：リテールメディア領域は、ECプラットフォームやアプリ、店舗内のデジタルサイネージやレシート、および外部SNS等への広告用購買セグメントデータを活用した広告配信サービス全体を指します。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# コア・バリューを収益化する｜リテールメディア領域のポテンシャル

- 日本のリテールメディアネットワーク市場は、2028年に約2,760億円規模に拡大すると見込まれている。
- 協業パートナーとシェアを分け合うとは言え、コア・プロセスの実装基盤を核とした同領域のOSポジションには大きな潜在力がある。

## リテールメディアネットワーク市場



**市場規模*1**

2025年 約1,900億円 ➡ 2028年 **約2,760億円**

**当社の全社売上高**
**約18.5億円**

**SAM** 当社のRevenue Opportunity*2

**2025年** 約**190**億円 ➡ **2028年** 約**360**億円

## TAM リテールメディア広告市場

**市場規模*3**

2025年 約6,000億円 ➡ 2028年 **約1兆1,120億円**

注1：リテールメディアネットワークの市場規模は、Grand View Research「Retail Media Networks Market」における日本の2025年および2028年のRMN市場規模に対して、日本銀行が公表している「東京インターバンク相場の2026年1月末の17時時点」のスポット為替レート（1USD=153.8円）を乗じて算出している。
注2：リテールメディアネットワークのSAMは、リテールメディアネットワークの市場規模に対し、当社が受け取るデータフィーである10～13%の数値を乗じている。リテールメディアネットワークの市場規模における2024年の数値に10%、2028年数値に13%を乗じて算出している。
注3：リテールメディア広告の市場規模は、CARTA HOLDINGS「国内リテールメディア広告市場調査　2026年」より、抜粋している。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 04-2

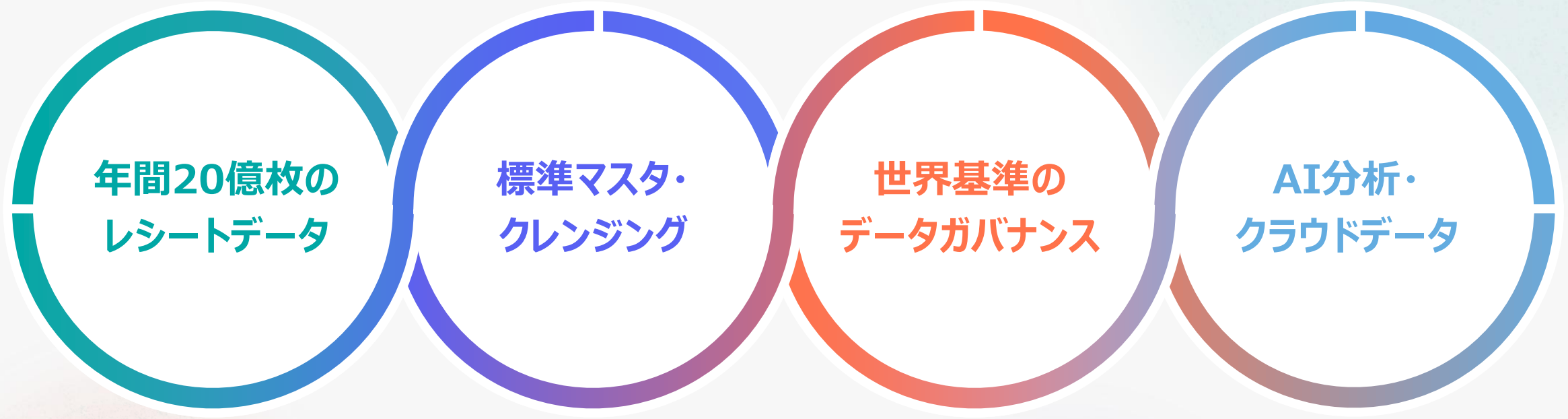
# 競争優位性の源泉

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# インサイトを導くデータ基盤（1/4）

True Data

## 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




膨大なデータ

一元的なデータ

安全なデータ

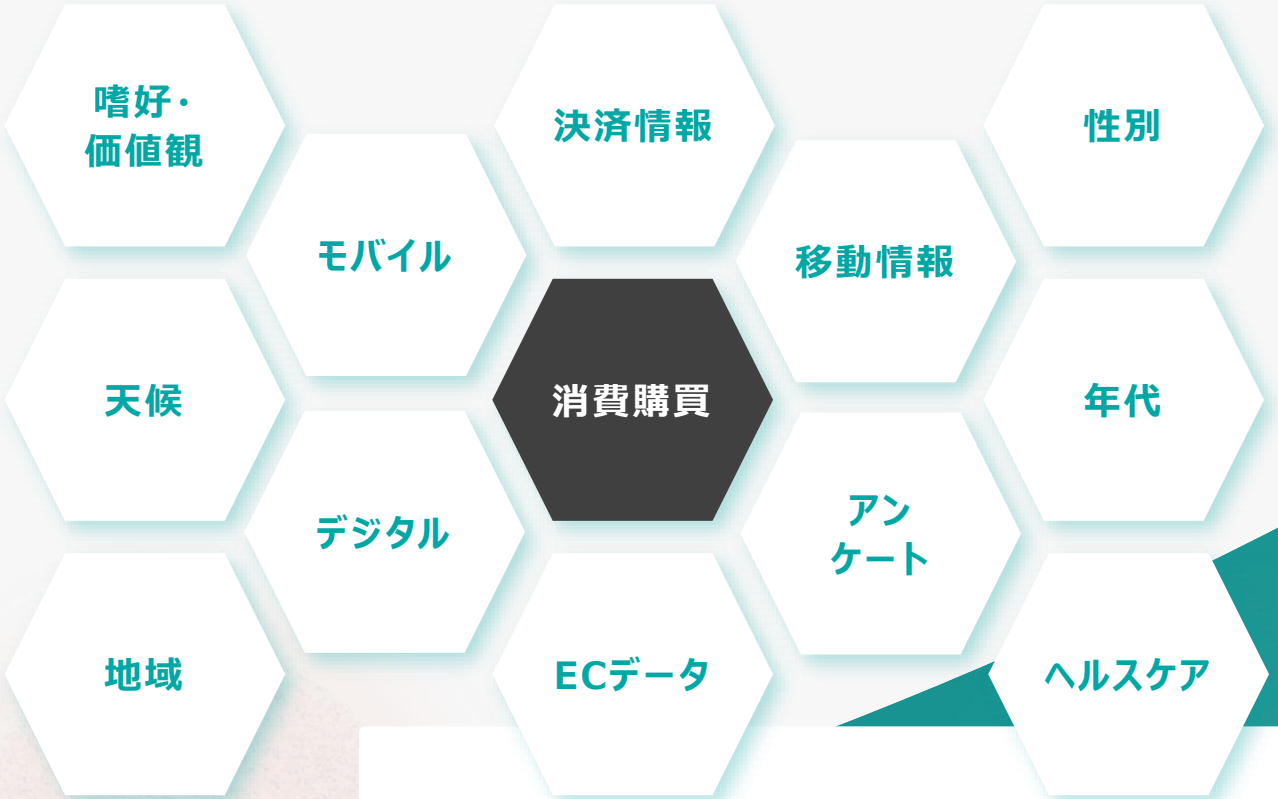
使いやすいデータ

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# インサイトを導くデータ基盤（2/4）

True Data

## 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
- 6,500万人のアクティブユーザー

15年以上にわたりデータを蓄積

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# インサイトを導くデータ基盤（3/4）

True Data

## 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　やさしいルイボス６００ｍｌ |
| スーパーB | グリーンダカラルイボス＆Ｍ |
| スーパーC | ＳＴルイボスマスカット６００ |
| スーパーD | サントリー　ダカラ　やさしいルイボス＆マスカット＜６００ｍｌ＞ |
| ドラッグストアA | ＧＲＥＥＮ　ダカラ　ルイボス＆マスカット６００ｍＬ |
| ドラッグストアB | ＧＤルイボス＆マスカット600ml |
| ドラッグストアC | サントリー　グリーンダカラルイボス＆マスカット６００ｍｌ |

？

統一する

OK!

| | |
|---|---|
| 商品名 | GREEN DAKARA やさしいルイボス＆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

| 買上年月日 | 商品名称 |
|---|---|
| 20240304 | 小枝 ミルク ４４本 |
| 20240304 | トッポ ザ・ショコラ ２袋 |
| 20240304 | 白いダース １２粒 |
| : | : |

小売りB

| 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 |
| : | : |

？ 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 |
| : | : |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# インサイトを導くデータ基盤（4/4）

## 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




Google Cloud Partner

NielsenIQ

SAP Partner

FPT

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。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 高いソリューションの拡張性（1/2）

True Data

卸商社網・リテールメディア・ソリューション共同開発の**3領域で協業を拡大**し、中計の成長ドライバーと直結させている。

## ① 販路パートナー（卸商社網）

メーカー向けソリューションの拡販

- ITOCHU：食品メーカー約1万社・小売業2,000社の取引基盤
- alfresa（アルフレッサ ヘルスケア株式会社）：ヘルスケアメーカー680社との取引基盤
- 株式会社あらた：日用品・化粧品メーカー約1,100社・小売業約3,370社の取引基盤

**True Data**
リテールデータ
×AIインサイト

## ② リテールメディア連携

広告用購買セグメントデータの連携

| | | |
|---|---|---|
| Rakuten | Hakuhodo DY ONE | SMN |
| 2023/5/16 | 2025/1/15 | 2025/7/31 |
| MBK Digital | FreakOut | NEL / TARRES |
| 2025/11/12 | 2026/6/30 | 2026/8/26 |

## ③ ソリューション共同開発・導入

大手小売・事業会社・行政とのAI／データソリューション

| welcia | 東京海上スマートモビリティ | RESAS | 米国SAS | ツルハHD |
|---|---|---|---|---|
| AI販促ソリューション・出店売上予測ソリューションの導入 | 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・提供 | 都道府県単位で消費傾向を把握できるデータを提供（2016年より継続） | SAS® Viya®を活用した消費財メーカー向け価格シミュレーションサービスを提供開始 | NEW<br>新店売上予測AI「SalesSensor」の導入 |

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 高いソリューションの拡張性（2/2）

2024年以降、**3領域すべてで協業・導入の公表が継続**し、パートナー網が積み上がっている。

| | ～2023年 | 2024年 7-12月 | 2025年 1-6月 | 2025年 7-12月 | 2026年 1-6月 | 2026年 7月～ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ① 販路パートナー（卸商社網） | | ITOCHU 2024/12 | alfresa アルフレッサ ヘルスケア株式会社 2025/5 | 株式会社あらた 2025/12 | | |
| ② リテールメディア連携 | Rakuten 2023/5 | | Hakuhodo DY ONE 2025/1・3 | SMN 2025/7<br>MBK Digital 2025/11 | FreakOut 2026/6 | NEL TARRES 2026/8 |
| ③ ソリューション共同開発・導入 | | 東京海上スマートモビリティ 2024/11<br>welcia 2024/12 | welcia 2025/2<br>RESAS 2025/3 | | 米国SAS 2026/6 | ツルハHD 2026/8 |

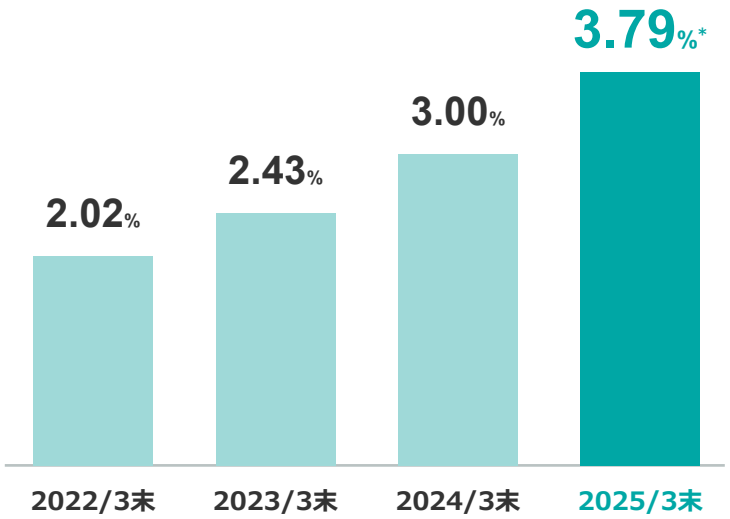
Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# エンパワーメントな組織力

**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

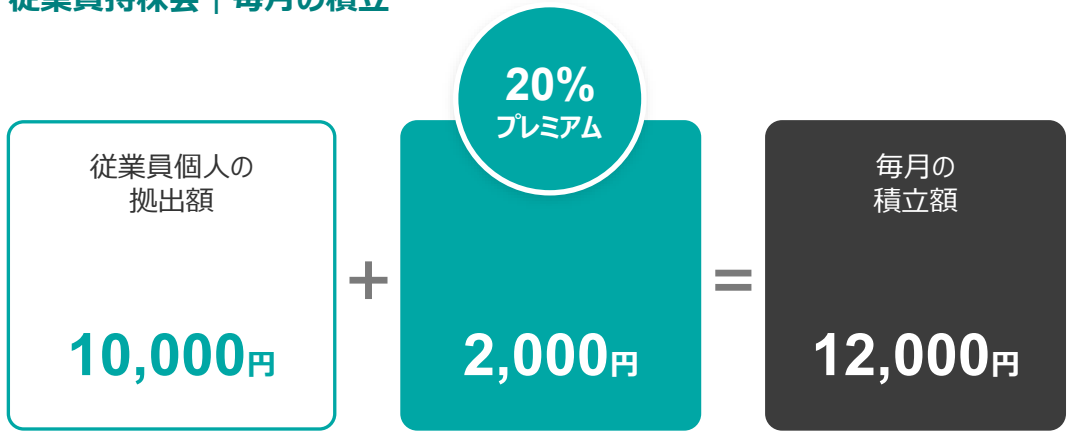





代表個人が株式を購入することで、
企業価値向上にコミットする

## 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｜毎月の積立**




従業員持株会のプレミアムを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

注：2025年3月末時点の持株比率

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# 04-3

# サステナビリティ＆リスク

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# サステナビリティ

## 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、行きつ戻りつの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

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# リスク（1/2）

| 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をしております。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保持しております。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。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# リスク（2/2）

<table>
<tr><th>分類</th><th>概要</th><th>発生可能性</th><th>発生時期</th><th>発生影響度</th><th>内容</th></tr>
<tr><td rowspan="2">事業活動</td><td>高度な専門知識を有した人材の確保及び継続雇用</td><td>中</td><td>長期的</td><td>中</td><td>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であると考えております。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し、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</td></tr>
<tr><td>株式会社プラネットとの関係</td><td>小</td><td>長期的</td><td>中</td><td>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24.3%(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。<br>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。<br><table><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><tr><td>玉生　弘昌</td><td>取締役（監査等委員）</td><td>名誉会長</td><td>経営陣強化のため兼任</td></tr></table><br>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。</td></tr>
<tr><td>経営環境</td><td>景気変動の影響</td><td>中</td><td>長期的</td><td>大</td><td>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81.4%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。</td></tr>
<tr><td>法的規制</td><td>法律関係</td><td>小</td><td>長期的</td><td>中</td><td>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。</td></tr>
</table>

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。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# ご案内

27/3期 第2四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2026年12月に下記のURLにて掲載予定です。

2027年3月期 第2四半期決算説明会書き起こし
https://finance.logmi.jp/articles/386473
※ログミーファイナンスのページに遷移します

IRに関する情報は、X・noteでも発信しています。

公式X
https://x.com/truedata_inc

公式note
https://note.com/truedata_inc

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved

# ディスクレーマー

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。

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。

Copyright © True Data Inc. All Rights Reserved