

新中期経営計画 サマリー

2025年度 - 2027年度

ネットイヤーグループ株式会社
代表取締役社長 CEO 廣中 龍蔵





“生成AIを活用して未来の社会を創造する”

Change and Grow Ever

変わります。そして、成長します。いついかなる時でも。

生成AIの登場は、情報収集であったり、何かを実行する労力であったり、多くの人間の営みを劇的に変化することを促しています。

1990年代にインターネット技術が商用化され、私たちの生活、社会は大きな変化を経験してきました。その大きな変化が、生成AIと共に、また、訪れようとしています。

私たちネットイヤーグループはこの機会を最大のチャンスとして捉え、生成AIを利活用して、社会を豊かにしてまいります。

代表取締役社長 CEO 廣中 龍蔵

AI Agents

01

事業領域

マーケティングプロセス全般に対して、生成AI技術が導入され、従前のデジタルマーケティングについて大きな変革が進むことが想定されます。この変革を好機と捉え、生成AIを中心にした事業を推進します。

02

顧客分野①

重点顧客(Tier1取引高5億円以上)を増やし、2番手集団(Tier2取引高3~5億円)、3番手集団(Tier3取引高1~3億円)の創出に注力します。

02

顧客分野②

ロングテールの顧客企業群(Tier4取引高1億円以下)については、徹底的に生成AIを活用して収益性を高めていきます。

04

業績目標

事業領域を、生成AIを活用した顧客のマーケティングプロセスの改善領域に転換するため、2025年度は転換コストを計上し、利益を抑え、2027年度で利益率10%以上を目指します。

05

コスト削減

販管費の高コスト体質を改善します。管理本部に積極的に生成AIを活用して、業務の効率化を図り、また、多能工型の管理スタッフを育成し、専門性と汎用性を両立してまいります。

06

生成AI人材の育成

全社員が生成AIを活用できるよう教育体制の充実を図り、市場でより高付加価値な人材となれるようリスキリングします。

中期計画
ハイライト

Generate

生成AIがもたらすデジタルマーケティング業界の将来像



生成AIの登場が社会・経済を変える

生成AIの登場により、私たちの様々な生活様式、コミュニケーションが劇的に変化します。



探索、検索様式の変化①

2000年以来、私たちは、何かわからないことが出て来ると、Google検索の窓に調べたいキーワード入れて検索してきました。この検索様式を「ググる」と世間では呼んでいます。



探索、検索様式の変化②

ところが、生成AIツールの出現以来、若年層を中心に、何か調べようと思ったとき、生成AIに調べたいことを口語で入れて探索することが広がっています。



消費者のエージェントである生成AI

消費者のこれまでの経験値や、思想、関与集団など意思決定に影響を及ぼすであろう事柄を前提として、消費者のニーズに合ったものを生成AIは消費者のエージェントとして活動します。



企業側のエージェントとしての生成AI

企業側も、様々な企業活動のアクティビティに自由にアクセスできて、情報の結合であったり、編集をおこなう企業側の側面に立った生成AIのエージェントが生まれます。

近未来の情報流通の構造変化



① 情報発見

情報を探す側の変化

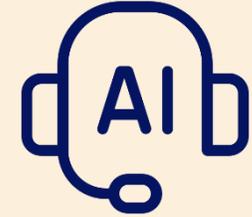
- 「キーワード検索」から「会話・対話型検索」へ
Googleに代表されるブラウザ検索からChatGPTなどの生成AI検索へ
- 探索行動様式が「ググる」から生成AIに「聞く」「会話する」「任せる」へ



② 情報提供

情報を出す側の変化

- Webサイト中心からコンテンツ単位・API単位の提供へ
- 書き手中心から「AIが読める・使える」情報設計(構造化、RAGなど)へ
- 顧客体験は「読む」から「生成される」あるいは「要約される」へ



③ 発見と提供の「仲介」

AIエージェントの登場

- 消費者向けはパーソナルAI(価値観・過去露歴・予算ベースの選定)
- 企業向けは、セールスAI(製品知識・FAQ対応・比較提示)
- エージェントは探索と提供を「翻訳」し、意思決定を支援
- **市場は「ABACモデル」*へ**

*ABAC(AI agent-Based Autonomous Communication)モデルについて商標登録出願中

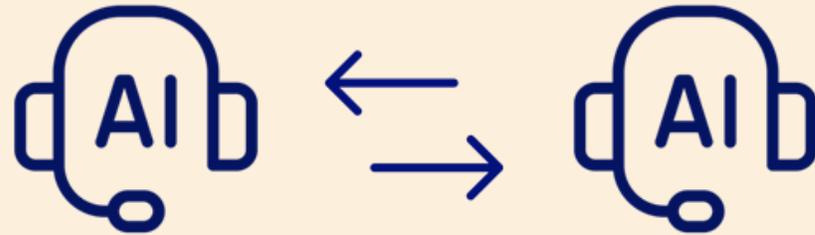
AI agent-Based Autonomous Communication



企業 (Business)

AI agent on
Business

企業と個人の双方の生成
AIエージェントが会話する



個人・法人 (Customer)

AI agent with
Customer

*ABAC(AI agent-Based Autonomous Communication)モデルについて商標登録出願中

ABACモデルとは？

定義	人間とAIエージェントが、自律的かつ相互理解的に情報を“やり取り”する新しいコミュニケーション構造
役割	従来の「検索者と情報提供者」という静的な構図を脱し、AIが探索～意思決定の全体をエージェントとして支援 - UXとDXの融合点として機能する
構成	人間の“意図”を解釈するAI - 多様なデータから最適解を構成する生成AIエンジン - 情報提供側との接続（API/RAG/ドキュメント）
社会的意義	「どこにアクセスするか」ではなく、 「何を伝えればよいか」が重要になる時代のOS的モデル

*ABAC(AI agent-Based Autonomous Communication)モデルについて商標登録出願中

トピック | NTTデータグループがOpenAI, Inc.と戦略的提携を締結

(報道発表)2025年4月24日 株式会社NTTデータグループ <https://www.nttdata.com/global/ja/news/release/2025/042400/>

株式会社NTTデータグループ(代表取締役社長:佐々木 裕、以下:NTTデータグループ)は、OpenAI, Inc.(CEO:Sam Altman、以下:OpenAI)と、2025年5月1日から、グローバルを対象とした戦略的提携を開始します。これにより、NTTデータグループのシステム開発の豊富な実績とOpenAIの革新的な生成AI技術を融合し、高度で安全・信頼性の高いAIエージェント等の生成AIサービスを提供します。

本提携によりNTTデータグループは、OpenAIの日本初の販売代理店として「ChatGPT Enterprise」の提供を開始します。まずは大手企業100社に向けて、専門人財によるユースケース創出支援などのOpenAIアクセラレーションプログラムの提供を予定しています。

OpenAIの優れた最新モデルを活用した事前検証や実装を先行的に実施するとともに、NTTデータグループが有する幅広い業界・業務・業種の知見を掛け合わせ、金融、製造、流通、ヘルスケア、公共など業界に特化したAIエージェント等の提供を行います。本取り組みを通じて、お客さまの業務変革を一層支援していきます。

NTTデータグループは、生成AI関連ビジネスのグローバル展開をさらに強化し、OpenAI関連ビジネスにおいて2027年度末までに累計1,000億円規模の売り上げをめざします。

NTT DATA **OpenAI**

ネットイヤーグループは、NTTデータグループの一員として
NTTデータが推進する生成AIに関するテクノロジーを
協業して国内外のお客さまに普及してまいります

活動指針：生成AIを最大限活用することに全振りする



①

戦う市場領域を高付加価値領域、戦う社員を高付加価値人材へと転換

低付加価値な領域は、極力人が関わらない→機械、コンピュータ、生成AIに任せます



②

企業のマーケティング領域をデジタル*AIで支援していく

企業の事業をデジタル*AIでマーケティング支援する会社に転換いたします



③

2027年度3月期の売上高利益率を安定的に10%計上する仕組みをつくる

売上高の成長とコストアップをバランスさせながら常時売上高利益率を10%台にします



④

市場における当社ブランディングを強化する

採用市場で優位に人材獲得ができる企業ブランディングを意識的に強化します

当社の生成AI事業の重点領域について

① 生成AIツールとプロトコルを合わせたデジタルメディアに転換

若年層を中心に、探索行動が変化しています。これまで長く、ブラウザ検索が探索行動の主役であり、企業は、デジタルメディアについて、ブラウザ検索のアルゴリズムに沿った形で、SEO対策を進めてきました。企業は、ブラウザ検索から生成AIツールに探索行動が変化した時代に合わせて、デジタルメディアを変換していかねばなりません。このデジタルメディアの生成AIツールへの適合を一手に担ってまいります。

② デジタルメディアの構築を生成AI技術を活用して生産性の向上へ

これまで、当社は、企業から受託して、企業のデジタルメディア(Webサイトやアプリケーション等)を開発してきました。デジタルメディアを開発するにあたり、生成AI技術を取り入れることによって、社内の生産性を著しく向上させ、なおかつ社外に発注していた費用を抑えることによって、全体の収益性を高めてまいります。

③ ABACモデル*時代の企業側のAI agent 開発に注力

当社では、近い将来、企業と顧客(消費者等)のコミュニケーションが、双方のAI agentで完結する世界を想定しています。これを、当社では、ABACモデル(AI agent-Based Autonomous Communication)*と呼称し、新しい時代のコミュニケーションとして、第1段階として、企業側のAI agent の開発に注力いたします。

*ABAC(AI agent-Based Autonomous Communication)モデルについて商標登録出願中

成長戦略 ① 既存顧客のデジタルメディアを生成AI仕様に大転換



これまで

これから

消費者の情報探索がウェブ検索から生成AIツール探索に変化
企業は自社のウェブサイトを生成AI時代に即したメディアに作り替えなければならない

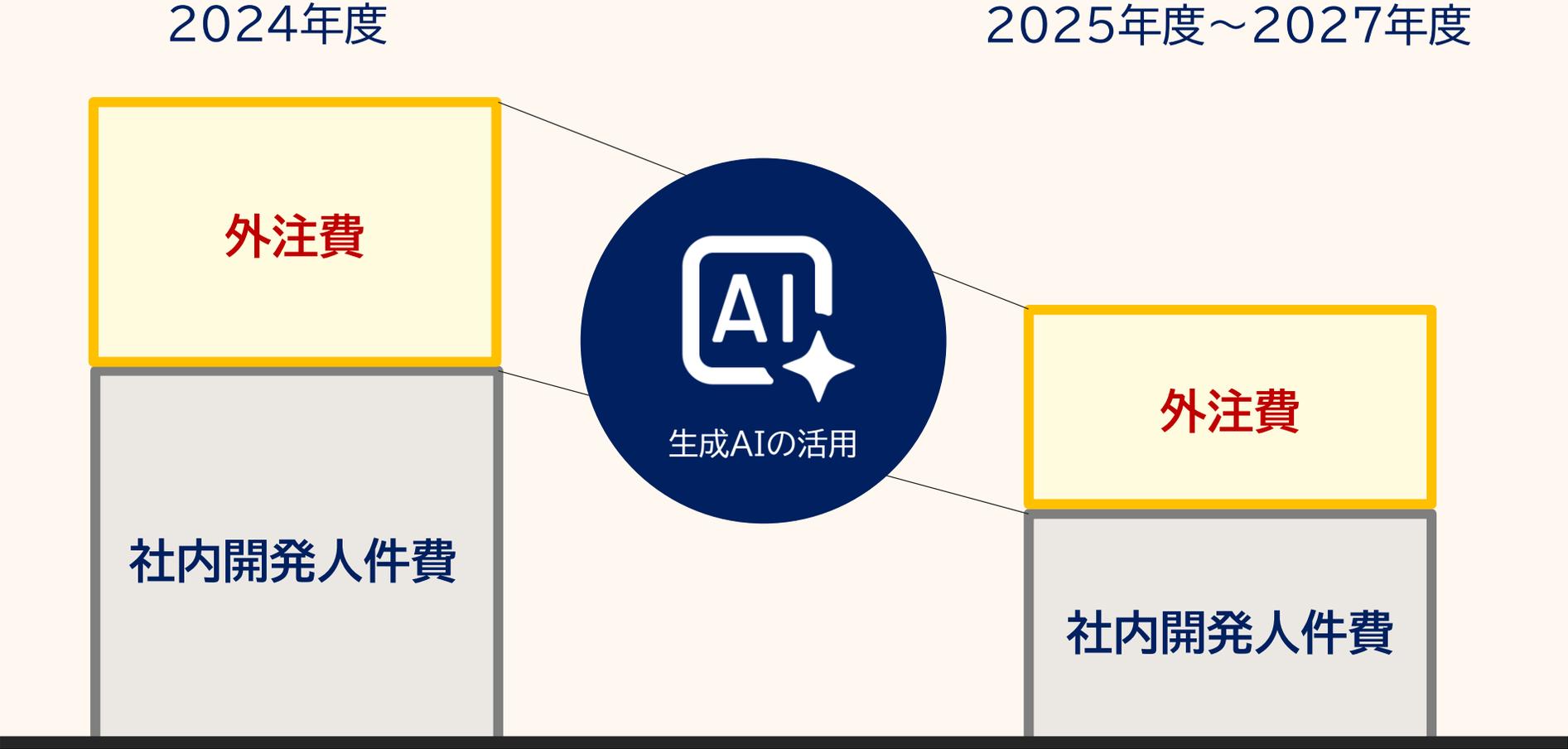


顧客企業の
デジタルメディア



顧客企業の
デジタルメディアを
AIO/LLMO仕様に
変換する

成長戦略 ② 生成AIツールの活用で社内外の生産性向上



生成AIツールを活用することで、社内外の費用を圧縮

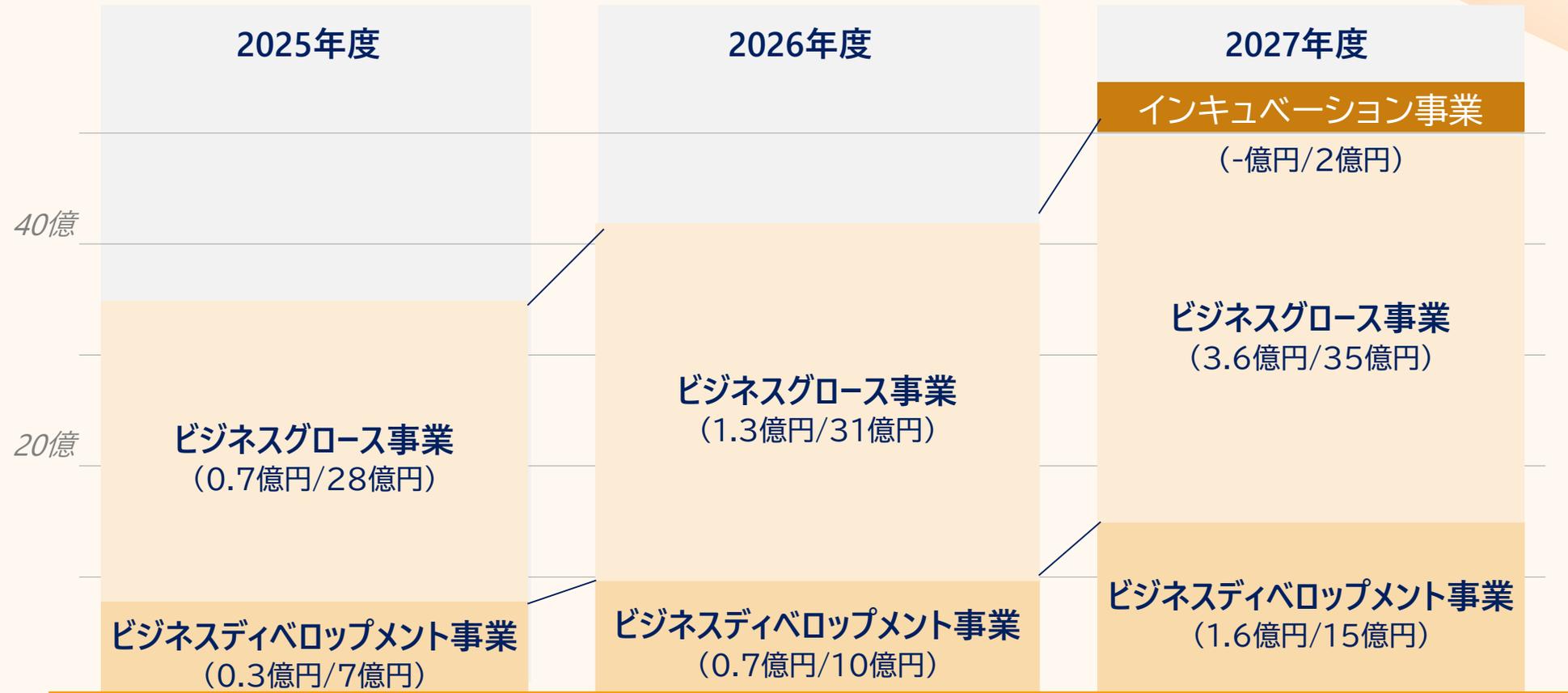
成長戦略 ③ 顧客企業の生成AI エージェントの開発

AI agent-Based Autonomous Communication



*ABAC (AI agent-Based Autonomous Communication) モデルについて商標登録出願中

事業計画



営業利益/売上高 **1.0億円/35.0億円**

2.0億円/41.0億円

5.2億円/52.0億円

大転換期

- 業務をすべてAIに置き換えるよう推進する
- 転換コストを見込むため、利益目標は抑えめに設定する

定着期

- 提案や業務遂行にAIを活用することが定着化している
- 生成AIを活用してマーケティング支援することが当社の中心領域

飛躍期

- 生成AIを活用し高い利益を生み出す
- 「ネットイヤーグループは、AI導入のプロ」というブランディングが浸透

要員計画

ネットイヤーグループは、AI人材やデザイン人材の継続的な教育に取り組めます



■ 社員育成計画の推進

1. 生成AIの徹底的な利活用を日常的な業務の中で遂行できる水準まで引き上げる
2. 生成AIの社会的普及に連れて低付加価値になると予測される職種・職能社員のリスクリング
3. 職種のジョブディスクリプションを再定義し、教育を実施

■ 人事制度の刷新

1. 生成AIが社会に進展することに合わせて、人事制度の刷新を進めてまいります
2. 時間管理型の制度から、付加価値、創造性が評価される制度に転換してまいります

株主還元方針

上場維持について

企業価値を高める施策

1. 大前提は業績の向上（計画値を上回る業績達成）
2. 「生成AI業界」に属する企業だというPR・広報機能の強化
3. 株主還元策など、株価上昇のための施策に全力を尽くす

ネットイヤーグループは、1999年に米国にて設立され、その後、日本に逆上陸を果たし、2000年ごろからインターネット技術を企業が戦略的に活用することを支援するプロ集団（SIPS=Strategic Internet Professional Service）として業界を牽引してきました。

2008年に東証マザーズに上場し、「上場しているSIPS企業」という分類では、唯一の企業となりました。※当初SIPS企業群と考えられていた1者は大手外資系コンサル企業に買収され、また1社は、業態を変えてBPO企業となっております。

営業面、人材獲得という両面から上場企業として存在できるメリットは大きいと考えています。また、社員にとっても上場会社で働いているという心理的な充足感が高く、上場維持を堅持すべきと考えている理由です。

従って、上場維持のための株価上昇を中期計画の中心位置据えることにより、株主様への期待に答えてまいります。

株主還元

安定的な利益還元施策

配当性向20%程度を目安として配当額を決定することを基本方針とし、安定的利益還元を目指してまいります

継続的な企業価値の向上と安定的な利益還元を重要課題と認識しております。2023年4月28日に変更した配当政策の基本方針に則って収益の拡大に向けた事業投資や人材開発等に必要な内部留保を確保しつつ、当期純利益に対する配当性向20%程度を目安として配当額を決定することを基本方針としております。2025年3月期についても、従前通り、1株当たりの配当金を6円とする予定です。

当定量基準は、外部環境の変化や財政状態、事業展開等を総合的に勘案して適宜見直すこととしており、さらなる配当性向の向上を検討してまいります。

	1株当たり当期純利益	1株当たり配当金	配当性向
(連結) 2018年3月期 実績	44.71円	3.25円	7.3%
(連結) 2019年3月期 実績	△11.94円	3.25円	-
(連結) 2020年3月期 実績	△9.75円	3.25円	-
(連結) 2021年3月期 実績	28.60円	3.25円	11.4%
(個別) 2022年3月期 実績	82.95円	3.25円	3.9%
(個別) 2023年3月期 実績	28.61円	5.75円	20.1%
(個別) 2024年3月期 実績	15.16円	6.00円	39.6%

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
人材の確保・育成	中	中期 ～ 長期	中 ～ 大	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。
景気変動	中	短期 ～ 中期	中	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。 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。

認識しているリスクと対応策

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

認識しているリスクと対応策

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

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
AI技術の影響	中	短期～中期	中	親会社や協業パートナーなどとの連携を進め、当社サービスのアップデートを進めることで陳腐化を回避するほか、政府等によるAI規制についての情報収集を積極的に行うことで、当社事業に与える影響を最小化します。
上場維持基準の不適合	中	短期	中～大	本資料の「成長戦略」の項に記載の通り、生成AI技術を中心とした取り組み等により業容の拡大を図るほか、株主還元、サステナビリティ経営の推進、IR活動の強化といった取り組みを継続することでリスクを最小化します。

※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点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月に開示する予定です。

【本件に関するお問い合わせ先】

ネットイヤーグループ株式会社

担当:社長室 広報担当 MAIL:pr@netyear.net