

2025年5月29日(木)

2025年3月期 機関投資家・アナリスト向け 決算説明会 書き起こし

デジタルアーツ株式会社



【イベント概要】

企業名：デジタルアーツ株式会社

証券コード：2326

イベント言語：日本語

イベント種別：機関投資家・アナリスト向け 決算説明会

イベント名：2025年3月期 決算説明会

決算期：2025年3月期

日程：2025年5月9日(金)

時間：16:00-17:00

開催方式：オンライン配信

登壇者：代表取締役社長 道具 登志夫

IR室 室長 谷崎文彦

【司会】

皆様、ただいまよりデジタルアーツ株式会社 2025年3月期 決算説明会を開始いたします。

本日の出席者をご紹介します。代表取締役社長 道具登志夫でございます。IR室長 谷崎文彦でございます。それでは早速、道具より、デジタルアーツの決算概要につきましてご説明申し上げます。

【道具】

昨日決算を発表しておりますので、皆さんがすでに理解されているところは省かせていただいて、ポイントだけ私から20分ほどで説明させていただきます。おそらく質問が多くなると思いますので、私の説明は端的に行います。

製品価格			DigitalArts 30YEARS	
i-FILTER@Cloud 参考価格 月額換算@ 500円	i-FILTER 参考価格 月額換算@ 250円 (500ライセンスご購入の場合)	FINALCODE@Cloud 参考価格 月額換算@ 1,000円*1 (10ライセンスご購入の場合)	i-FILTER@Cloud GIGAスクール版 参考価格 月額換算@ 150円	
m-FILTER@Cloud 参考価格 月額換算@ 500円	m-FILTER 参考価格 月額換算@ 250円 (500ライセンスご購入の場合)	FINALCODE 参考価格 月額換算@ 1,000円*1 (10ライセンスご購入の場合)	Desk GIGAスクール版 参考価格 月額換算@ 250円 (10ライセンスからご購入可能)	
Outlook/Becky!/Thunderbird版 ポップアップ型メール誤送信対策 m-FILTER Mail Adviser 参考価格 月額換算@ 300円	Microsoft 365対応版 ポップアップ型メール誤送信対策 m-FILTER Mail Adviser 参考価格 月額換算@ 300円	f-FILTER 参考価格 月額換算@ 300円 (10ライセンスからご購入可能)	Desk 参考価格 月額換算@ 300円 (10ライセンスからご購入可能)	
オプション 「i-FILTER」もしくは「m-FILTER」との連携オプションでの購入の場合		StartIn 参考価格 月額換算@ 300円 月額換算@ 150円*2 (10ライセンスからご購入可能)	*1 組織内の暗号化・編集するユーザーのみ 課金対象 *2 デジタルアーツ製品とセット購入の場合	
Anti-Virus & Sandbox 参考価格 月額換算@ 200円	f-FILTER 参考価格 月額換算@ 100円			

4ページは弊社製品のラインアップとそのライセンス単価を掲載しています。デジタルアーツはi-FILTERの会社という印象が強いと思いますので、他にどのような製品があるかを知っていただくためにこのスライドを掲載しています。

2025年3月期決算のポイント

DigitalArts
30YEARS

契約高は、企業向け市場の成長と「GIGAスクール構想 第2期」案件の受注が好調に推移したことにより、**2桁増収**を達成し、**期初計画を上回った**

売上高は、企業向け市場の成長が牽引し、**増収**を達成

営業利益は、売上原価の増加を売上高の増加と販管費の抑制で吸収し、**増益**となった

企業向け市場

クラウド、オンプレミスの両環境に対応した製品戦略とオプション製品や新製品を主力製品と組み合わせる販売戦略（クロスセル・アップセル）が功を奏し**増収**（DAC除く）

公共向け市場

「GIGAスクール構想 第2期」の受注シェアを大幅に伸ばしたことに加え、継続して需要のある「自治体セキュリティ強靱化」案件と「次世代校務DX」案件を獲得できたことにより、契約高が**大幅成長**し、売上高も**増収**

収益

クラウドサービス系製品の利用者数増加に伴うデータセンターの通信費増加により、売上原価は増加したが、当該費用の増加を売上高の増加と販管費の抑制で吸収し、営業利益は**増益**となった

DAC = デジタルアーツコンサルティング（前年度末株式譲渡した連結子会社）。以下本資料内の DACも同様

5

Copyright © Digital Arts Inc.

まず、2025年3月期の決算のポイントでございます。ご覧の通り、契約高は社内の計画を上回る結果となりました。企業向け市場、公共向け市場の業績についても記載の通りの状況であり、詳しくは後ほどご説明いたします。

INDEX

01. 連結決算ハイライト
02. 個別決算ハイライト
03. 市場別売上高
04. 2025年3月期 施策の結果
05. 2026年3月期 取組み方針
06. 2026年3月期 通期業績予想
07. 2026年3月期 株主還元



Copyright © Digital Arts Inc.

契約高

当会計期間中に当社がお客様から注文をいただいた金額の総額(受注高)を意味します
従いまして、契約高の状況が事業環境を示すと捉えていただければと存じます

売上高

前期以前に獲得した契約高から当会計期間中に売上高計上される金額(繰入売上高)と
当会計期間中に獲得した契約高から来期以降に繰り延べられて売上高計上される契約高
(繰延売上高)を差し引いた金額の合計を意味します

本日のご説明では、契約高の状況、計画を中心にお話させていただきます

開示資料には掲載していませんが、本日の説明にあたり改めてご説明したい内容があり、このスライドを追加しました。

弊社はこれまでも契約高と売上高の2種類の数値を開示してきましたが、特に今回の開示からは契約高に関する情報を増やして発表しています。その理由は、皆様が注目されている主要な点は「今期の業績はどのような状況か?」という点だと理解していますが、その状況が数値として表われるのが契約高であるからです。契約高は「今期にお客様からいただいた注文」を合計した金額を表しています。

一方で、売上高は、特にクラウドサービス系製品の業績が関係してくるのですが、前年以前の契約高から「繰り入れ」される分、及び今期受注した複数年契約等の契約高から来期以降へ「繰り延べ」られる分、それらを考慮して算出されるのが売上高ですので、弊社が属する業界以外での売上高とは解釈の仕方が異なるという点を改めてご認識いただきたく考えています。

特に2025年3月期のようにクラウドサービス系製品の業績において対計画での差分が多くなると、どうしても「繰り延べ」られる分が大きくなり、契約高と売上高との差分が大きくなってしまふ、ということを改めてご認識いただけると幸いです。

弊社としては直近の業績状況を出来るだけご理解いただけるように契約高という情報を発表するようにしております。その点を是非ご理解いただけますと幸いです。

連結決算ハイライト

DigitalArts
30YEARS

契約高	<p>10,570 百万円</p> <p>前年比 $\Delta 267$百万円 / $\Delta 2.5\%$ 前年比(DAC除く) +1,928百万円 / +22.3%</p>	<p>企業向け市場 Webとメールのクラウドセキュリティ対策ニーズとオンプレミスでの継続対策ニーズを捉えたことや、新製品・オプション製品のクロスセル・アップセルが好調に推移し成長</p> <p>公共向け市場 「GIGAスクール構想 第2期」案件に加え、「自治体セキュリティ強化」案件、「次世代校務DX」案件の獲得により大幅成長</p>
売上高	<p>9,982 百万円</p> <p>前年比 $\Delta 1,529$百万円 / $\Delta 13.3\%$ 前年比(DAC除く) +666百万円 / +7.2%</p>	<p>企業向け市場 受注が好調なクラウドサービス系製品やライセンス販売系製品の売上高計上により成長</p> <p>公共向け市場 「GIGAスクール構想 第1期/第2期」案件に加え、「自治体セキュリティ強化」案件、「次世代校務DX」案件の売上高計上により成長</p>
営業利益	<p>4,558 百万円</p> <p>前年比 +131百万円 / +3.0% 前年比(DAC除く) +231百万円 / +5.3%</p>	<p>売上原価 クラウドサービス系製品の利用者数増加に伴い、データセンターの通信費が増加</p> <p>販管費 計画の範囲内で、「GIGAスクール構想 第2期」案件を見据えた販促強化と、人材投資強化を実施</p> <p>全体 売上原価の増加を売上高の増加と販管費の抑制で吸収し、増益</p>
特記事項	<p>前年度末に連結子会社デジタルアーツコンサルティング（DAC）の当社保有全株式を譲渡したことにより、当期間における契約高、売上高ともに約2,196百万円減の影響が発生、営業利益においては約99百万円※の影響が発生</p>	

※ DAC の2024年3月期単体利益より試算

8

Copyright © Digital Arts Inc.

ここからは売上高よりも契約高により焦点を当ててご説明いたします。

特に2025年3月期はDAC（デジタルアーツコンサルティング）の売却ということが前期（2024年3月期）にありましたので、DACの業績が含まれた年度とそうでない年度との比較をしなければならないという年度でした。特に個人投資家の方に多かったという印象があるのですが、この点を上手くお伝えできなかったために「なぜ前年度より売上高が減っているのか？」といったことや、「なぜコストが前年度よりもここまで下がったのか？」というご質問をいただくことがございました。ただ、このようなご質問を招く開示も2025年3月期まででして、2026年3月期の開示からは前年度比較において「DAC除く」という注釈が不要になり、より分かり易い発表ができると考えています。

さて、本題に入ります。今申し上げました契約高が、2025年3月期にどうであったのかという点については、前年比22.3%増でございました。この結果は社内計画を上回るものでしたので、2025年3月期については企業向け市場、公共向け市場ともに計画通り、むしろ「よくやったな」と思っているところでございます。その理由としては、i-FILTERやm-FILTERといった主力製品以外の製品として一昨年度前からリリースして参りました、f-FILTERやStartInといった様々な製品が業績貢献したことに拠ります。これら製品を既存のお客様へアップセル、もしくはクロスセルする活動を下期から強化しました。また、公共向け市場においては「GIGAスクール構想 第2期」が2025年3月期から始まりましたが、期初に申し上げた「シェア100%」を掲げて活動した結果が業績に結びつきました。

一方で費用については、人件費が主要な費用となっており、またクラウドサービス系製品の比率が高まっており、それに伴い通信費が増大していますが、営業利益は売上高に強く影響を受けるという特性が表れています。

連結損益計算書



契約高は、企業/公共向け市場とも好調に推移し、**20%を超える増収**を達成、**期初計画を上回った**
 売上高は、契約高に占めるクラウドサービス系製品の比率が高まった結果、**約7%の増収**となった (DAC除く)
 営業利益は、通信費の増加に伴う売上原価の増加を売上高の増加と販管費の抑制で吸収し、**増益**となった

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	前年比	2025年3月期 通期業績予想※1
契約高 (内はDAC除く数値)	10,838(8,641)	10,570	△2.5%(+22.3%)	10,300
売上高 (内はDAC除く数値)	11,512(9,315)	9,982	△13.3%(+7.2%)	10,720
売上原価	4,583	2,948	△35.7%	2,850
売上総利益	6,928	7,033	+1.5%	7,870
販売管理費	2,500	2,474	△1.0%	2,730
営業利益 (内はDAC除く数値)※2	4,427(4,327)	4,558	+3.0%(+5.3%)	5,140
営業利益率 (%)	38.5%	45.7%	-	47.9%
(ご参考指標)				
契約高営業利益率 (%)※4	34.6%	48.7%	-	-
経常利益 (内はDAC除く数値)※2	4,443(4,341)	4,562	+2.7%(+5.1%)	5,140
親会社株主に帰属する当期純利益 (内はDAC売却益除く数値)	4,377(3,053)	3,183	△27.3%(+4.3%)	3,540
EBITDA ※3	5,429	5,566	+2.5%	-

※1 「業績予想」は2024年5月8日公表の連結業績予想

※2 DAC の2024年3月期単体利益より試算

※3 EBITDA= 営業利益+減価償却費+営業費用に含まれる税金費用 ※4 契約高営業利益率=(契約高 - 売上原価 - 販売管理費) ÷ 契約高 × 100 として計算

9

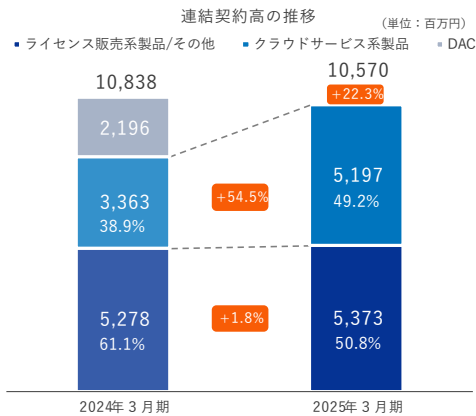
Copyright © Digital Arts Inc.

連結損益計算書となります。この括弧「()」内に記載の数値がDACを除いた実績となりますが、この実績はほぼデジタルアーツ株式会社単体の損益計算書の内容となっています。DACを除いて平仄を揃えた比較をすると、契約高が22.3%増、売上高が7.2%増でした

契約高と売上高の大小関係を見ていただきますと、2024年3月期では契約高より売上高の方が大きくなっています。この傾向はそれ以前の期も同様でした。一方、2025年3月期を見ていただきますと、売上高の方が契約高より下回っている、つまり「繰り入れ」より「繰り越し」のほうが増えたということですが、これがまさに私たちの今期の想定外だったこととして、その結果、売上高は未達という状況になりました。

また、開示しているスライドには掲載していませんが、契約高を重視するという観点から「契約高営業利益率」を算出してみました。この指標は、営業利益率の算出式における売上高を契約高へ置き換えたもので、算出結果は2024年3月期が34.6%、2025年3月期は48.7%でありました。2024年3月期からは10%以上増えています。

連結契約高はクラウドサービス系製品の成長により
前年比**22.3%増加**の**10,570百万円**に増加 (DAC除く)



クラウドサービス系製品

- 企業向け市場における Webとメールのクラウドセキュリティ対策ニーズに対して、クラウド版の「i-FILTER」「m-FILTER」の販売が好調に推移（特に「m-FILTER」は契約高に占めるクラウドサービス系製品の割合が上昇）
- 公共向け市場において、「GIGAスクール構想 第2期」案件や「次世代校務DX」案件を獲得し、計画以上に増加

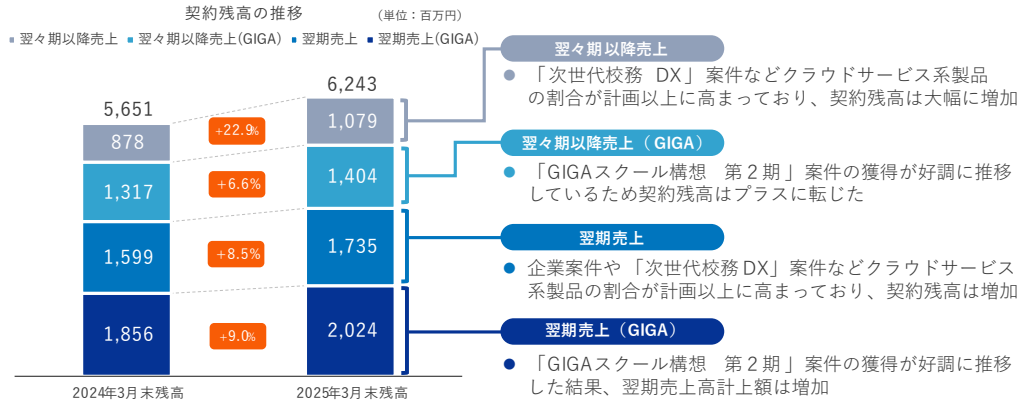
ライセンス販売系製品/その他

- 企業向け市場においては、オンプレミスでの継続対策ニーズを捉え成長
- 公共向け市場においては、「自治体セキュリティ強化」案件を継続獲得し成長

契約高におけるクラウドと、ライセンス販売つまりオンプレミスとの比率でございます。i-FILTER及びm-FILTERのクラウド比率が一段と増えたというのが2025年3月期でしたので、クラウドサービス系製品においては過去にない対前年度プラス54%となりました。また、公共向け市場においては、「GIGAスクール構想 第2期」が2025年3月期から開始されたことから、更にクラウド比率が高まるという結果となりました。

契約残高推移

「GIGAスクール構想 第2期」「次世代校務DX」案件などの獲得により 契約残高は着実に増加



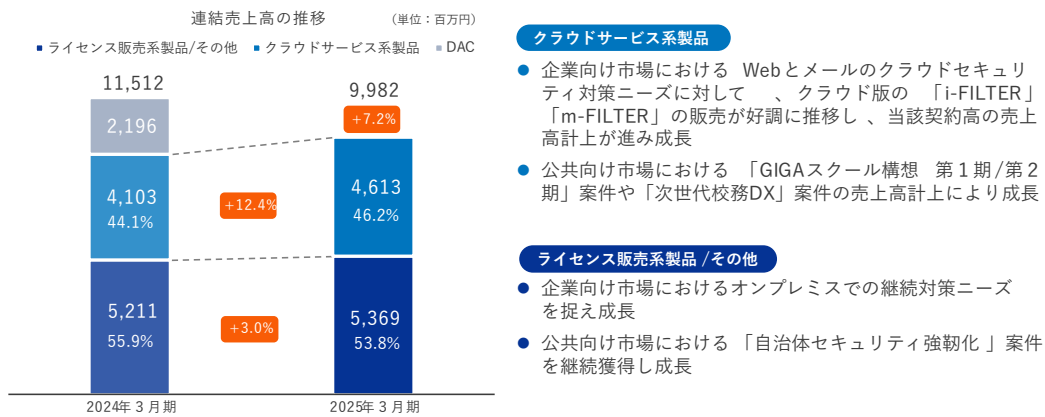
11

Copyright © Digital Arts Inc.

契約残高の推移です。

連結売上高推移

連結売上高は前年比**7.2%増加**の**9,982百万円**に成長 (DAC除く)

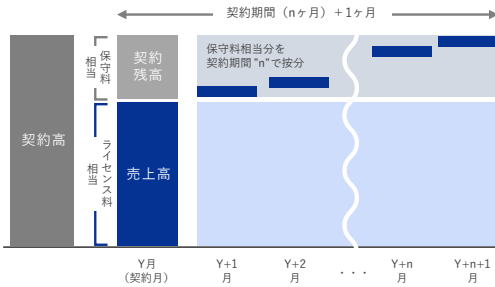


12

Copyright © Digital Arts Inc.

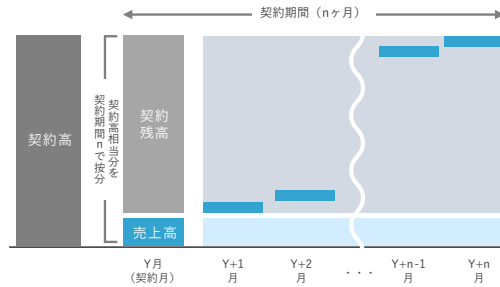
売上高の推移です。

ライセンス販売系製品



- 契約高のうち大部分を占めるライセンス料相当分を契約月に一括売上計上
- 保守料相当分は契約期間で除した金額で按分計上

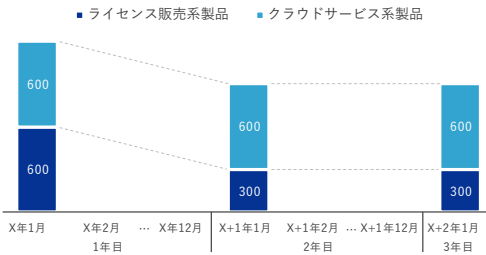
クラウドサービス系製品



- 契約高を契約期間で除した金額（月額按分）で売上計上
- クラウドサービス系製品の契約高が増加すると契約残高（繰り延べられる契約高）が増加

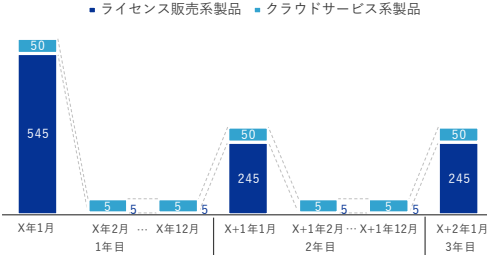
例えば、契約期間1年、契約高600万円の場合の契約更新時のライセンス販売系製品とクラウドサービス系製品の契約高と売上高の関係は下図の通り

契約高の推移



ライセンス販売系製品は2年目以降の契約高が1年目の契約高の半額となるが、クラウドサービス系製品の契約高は1年目と2年目以降も同額となる。そのため、クラウドサービス系製品の新規契約高が増えると、ライセンス販売系製品よりも翌期以降の成長率が高まる。

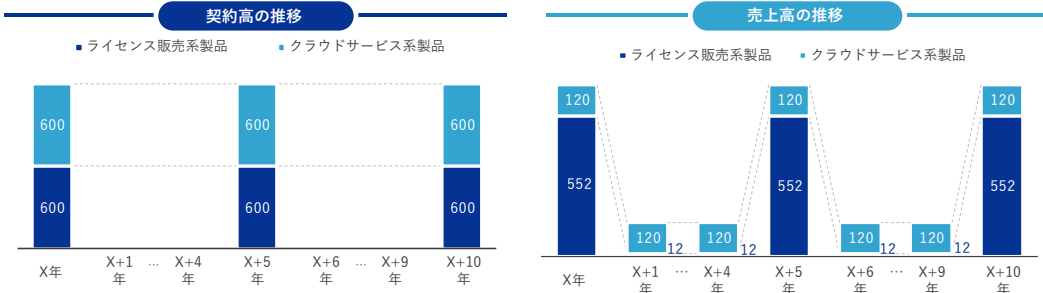
売上高の推移



ライセンス販売系製品は契約時に計上する売上高の割合が高く、クラウドサービス系製品は月額按分計上。ライセンス販売系製品は更新による契約高減少により売上高が減少するが、クラウドサービス系製品は売上高に変動はない。

公共向け市場案件の契約期間は5年などの複数年が多く、更新までの期間が長くなる

例えば、契約期間5年、契約高600万円の場合のライセンス販売系製品とクラウドサービス系製品の契約高と売上高の関係は下図の通り

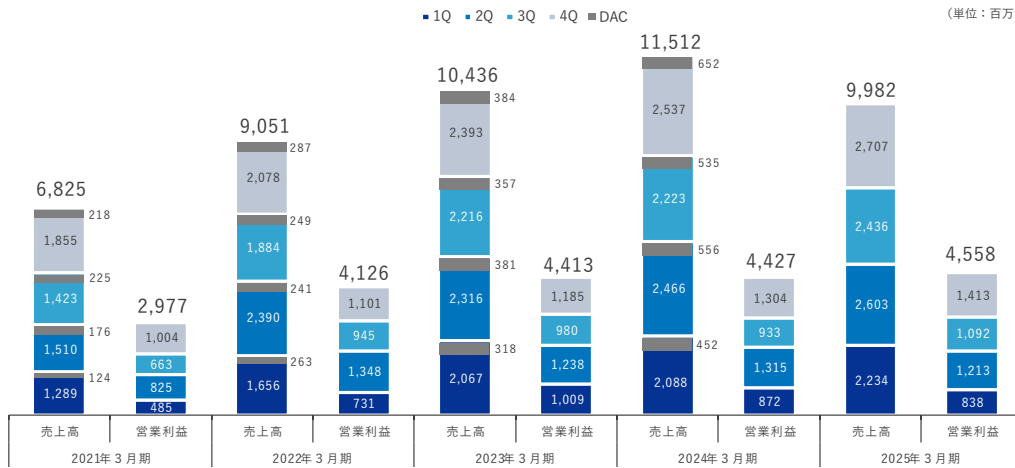


ライセンス販売系製品とクラウドサービス系製品の契約高は、更新においても同額となる。

ライセンス販売系製品は、契約時に計上する売上高の割合が高いが、クラウドサービス系製品は5年に渡り月額按分で売上計上されるため、契約高と売上高の差額（契約残高）が大きくなる。

契約高と売上高の関係について説明しているスライドとなります。このスライドについては毎回掲載している内容となりますが、ご覧いただければと思います。

連結売上高・営業利益の推移



売上高と営業利益の推移です。2025年3月期からDACの業績は対象外となっています。

連結売上原価と販売費及び一般管理費の状況



DAC連結除外によりDAC売上原価とDAC人件費が減少した一方、クラウドサービス系製品の利用者数増加に伴い、データセンターの通信費が増加（ただし、徐々に抑制傾向）
 販管費は、期中に人材採用方針の変更を行ったため、期初計画よりも抑制

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	前年差	主な増減要因
売上原価	4,583	2,948	△1,635	
労務費	2,038	1,040	△997	DAの開発人員の増強による増加(+123M) DAC連結除外影響(約△1,113M)
減価償却費	839	865	+25	
通信費	1,304	1,505	+201	クラウドサービス系製品の利用者数増加に伴い増加(+201M) ※うち為替影響による増加は+48M
その他	1,384	653	△731	DAの新製品開発に伴う増加(+53M)、DAC連結除外影響(約△780M)
他勘定振替	△982	△1,116	△134	
販売費及び一般管理費	2,500	2,474	△26	
人件費	1,275	1,229	△46	DAの人件費(+43M)、DAC連結除外影響(約△90M)
広告宣伝費	313	309	△4	DAC連結除外影響(約△3M)
その他	911	936	+25	DAの採用費等

17

Copyright © Digital Arts Inc.

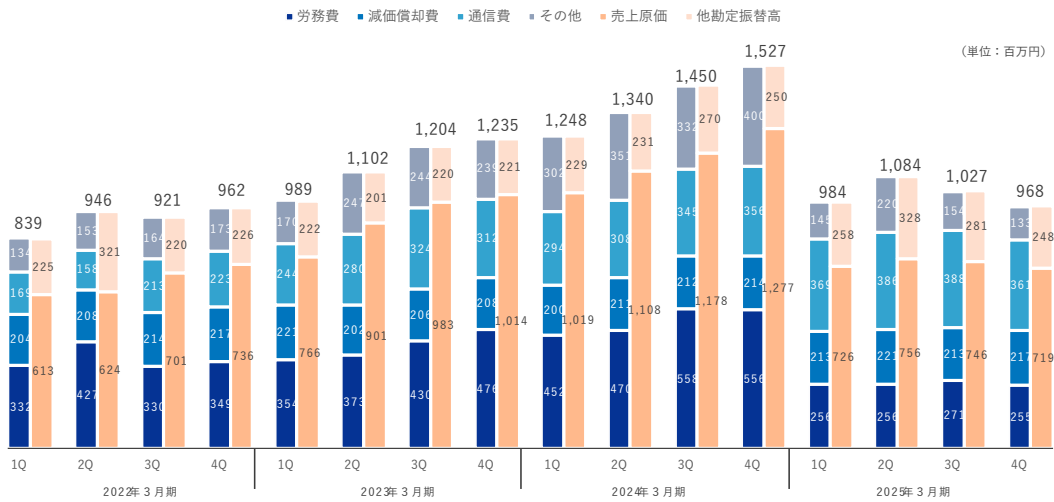
売上原価と販管費のコストについて説明しているスライドです。

トピックスとしては、中期経営計画で発表しています人への投資を行った結果が主に労務費や人件費の項目に現れています。

また、クラウド比率が高まったことで通信費が増えました。通信費の中にはデータセンター代が入っています。特に2025年3月期はドル円の為替が160円を超えた時期がありましたので、その影響も含めて対前年度でプラス200百万円強増えました。ただ、2026年3月期はソフトウェア的な改善とデータセンターの乗り換え等を行うことで、売上高に占める通信費の割合を抑えられるように工夫をしています。

連結売上原価 四半期推移

DigitalArts
30YEARS

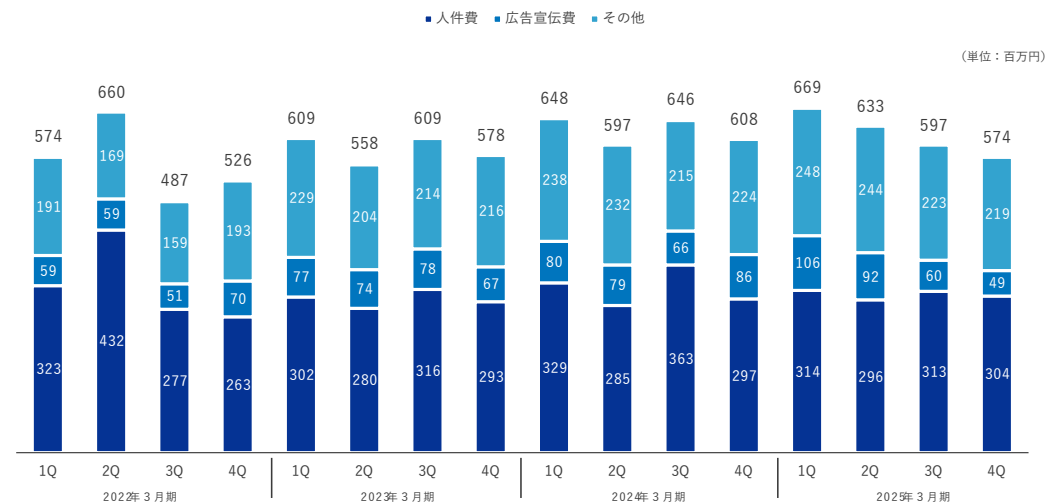


18

Copyright © Digital Arts Inc.

連結販売費及び一般管理費 四半期推移

DigitalArts
30YEARS



19

Copyright © Digital Arts Inc.

この2枚のスライドはコストの四半期推移を表しています。

連結貸借対照表



固定資産は、販売用製品と自社開発の社内 DX ツールなどの計上により増加
自己資本比率は前期末比で 5.6pt 改善し、76.6%に向上

(単位：百万円)

	2024年3月期 期末 残高	2025年3月期 期末 残高	前期末 増減率	主な増減要因
流動資産	20,183	20,012	△0.8%	現預金 (△387M)
(うち現金及び預金)	18,339	17,952	△2.1%	自己株式買付資金 (△1,000M)
固定資産	2,334	2,615	+12.0%	ソフトウェア (+105M)、ソフトウェア仮勘定 (+76M)
総資産	22,518	22,627	+0.5%	
流動負債	6,467	5,209	△19.4%	未払法人税等 (△965M) 前受金 (△336M)
(うち前受金)	4,418	4,082	△7.6%	役務提供が進み売上計上が進んだため減少
固定負債	52	52	△0.2%	
自己資本	15,986	17,336	+8.4%	自己株式取得等 (△736M)、支払配当金 (△1,095M)、 当期純利益 (+3,183M) 等
純資産	15,998	17,365	+8.5%	
自己資本比率	71.0%	76.6%	-	
ROE	29.1%	19.1%	-	
ROA	20.1%	14.1%	-	

連結の貸借対照表です。2025年3月期は、自社株買いを10億円の規模で実施しました。

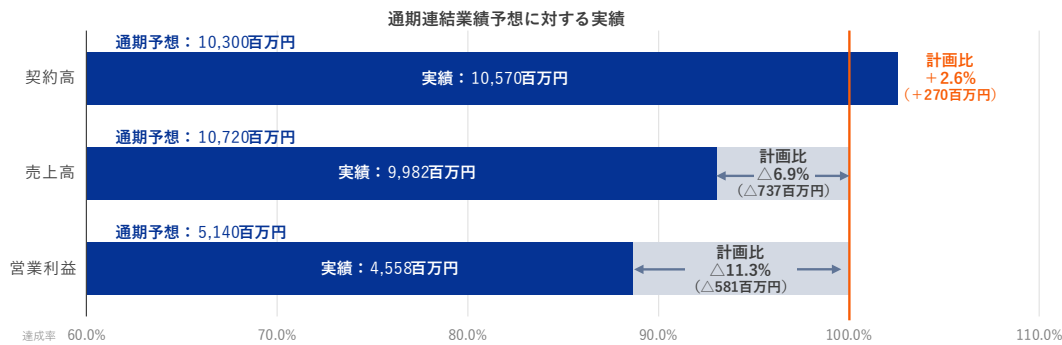
期初計画との差異について



契約高は、期初計画に対して上振れて着地。ビジネス環境は非常に良好と評価している

売上高は、契約高に占めるクラウドサービス系製品の割合が期初計画以上に増加したことによって、契約高計上と売上高計上のタイミングに会計上「ずれ」が生じたため、期初計画に対して未達となった

営業利益においては、費用を期初計画対比で抑制することができたものの、売上高が期初計画に対して未達になったことで、営業利益も期初計画に対して未達となった



21

Copyright © Digital Arts Inc.

このスライドでは、先ほど少し言及しましたが、契約高は計画比プラス 2.6%と、私たちが社内で計画していた契約高を達成できたことを表しています。ただし、クラウド比率等が計画よりも乖離すると、このように売上高も乖離します。そして売上高が対計画で乖離した結果、営業利益も対計画で乖離したというところです。その点で、特に売上高を重視している投資家の皆様に対しては大変申し訳ない結果だったと思っておりますが、契約高の数値が示す通りビジネスとしては満足のいく結果が出せたと考えています。

個別決算サマリー



契約高は、企業/公共向け市場とも好調に推移し、**20%を超える増収**を達成、**期初計画を上回った**
 売上高は、契約高に占めるクラウドサービス系製品の比率が高まった結果、**約7%の増収**となった
 営業利益は、通信費の増加に伴う売上原価の増加を売上高の増加と販管費の抑制で吸収し、**増益**となった

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	前年比	2025年3月期通期 業績予想※1
契約高	8,630	10,561	+22.4%	-
売上高	9,304	9,972	+7.2%	10,710
売上原価	2,664	2,945	+10.6%	2,850
売上総利益	6,639	7,026	+5.8%	7,860
販売管理費	2,309	2,464	+6.7%	2,710
営業利益	4,330	4,562	+5.4%	5,150
営業利益率(%)	46.5%	45.8%	-	48.1%
(ご参考指標) 契約高営業利益率※2	42.4%	48.8%	-	
経常利益	4,348	4,569	+5.1%	5,150
当期純利益 (内はDAC売却益除く数値)	4,536(3,030)	3,187	△29.7% (+5.2%)	3,550

※1「業績予想」は2024年5月8日公表の連結業績予想

※2 契約高営業利益率 = (契約高 - 売上原価 - 販売管理費) ÷ 契約高 × 100 として計算

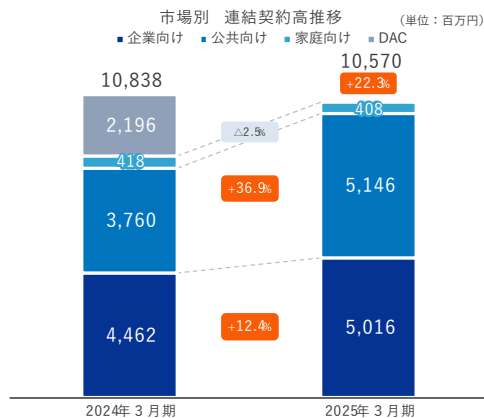
23

Copyright © Digital Arts Inc.

この個別決算サマリーのスライドは、殆ど先にご説明した連結損益計算書のスライドの括弧「()」内に記載の数値を取り出した内容となっています。

特に2024年3月期はDACの売却に伴う売却益が当期純利益に含まれていますので、その部分が前年比で大きな差異となっています。

企業向け市場、公共向け市場ともに2桁成長(DAC除く)



企業向け市場

- Webとメールのクラウドセキュリティ対策ニーズとオンプレミスでの継続対策ニーズを捉えたことに加え、新製品「f-FILTER」やオプション製品「Anti-Virus & Sandbox」のクロスセル・アップセルが好調に推移し、553百万円 (+12.4%) の増加 (DAC除く)

公共向け市場

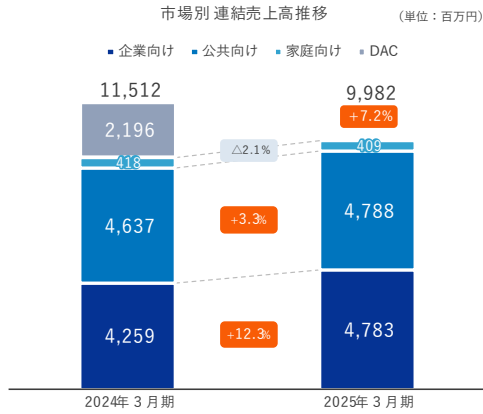
- 「GIGAスクール構想 第2期」案件においては、「GIGAスクール構想 第1期」時を上回るシェアを獲得することができたことに加え、「自治体セキュリティ強靱化」案件や「次世代校務DX」案件の獲得が順調に推移したことにより、1,385百万円 (+36.9%) の大幅増加

市場別の契約高を表したスライドです。

公共向け市場は、「GIGA スクール構想 第2期」に加えて「自治体セキュリティの強靱化」、「次世代校務DX」等の予算が付いている案件を確実に受注できました。

企業向け市場については、クロスセル・アップセルができたことで契約高が伸長しています。2024年3月期は対前期比プラス22%増でしたので、2025年3月期は対前期比プラス12%増と減ったのは何故かと思われるかもしれませんが、2024年3月期は契約高にDACの契約高も含まれており、DACは利益率が低かったのですが契約高の成長率だけを見れば大きかったため、結果として「対前期比プラス22%増」と高い数値となりました。その点を考慮し、企業向け市場についても計画通りに成長することができたと考えています。

企業向け市場は2桁成長を達成、公共向け市場は計画以上に契約高に占めるクラウドサービス系製品の比率が高まった結果、わずかに成長(DAC除く)



企業向け市場

- 契約高と傾向は同様で、Webとメールのクラウドセキュリティ対策ニーズとオンプレミスでの継続対策ニーズを捉えたことに加え、新製品「f-FILTER」やオプション製品「Anti-Virus & Sandbox」のクロスセル・アップセルが好調に推移し、524百万円(+12.3%)の増加(DAC除く)

公共向け市場

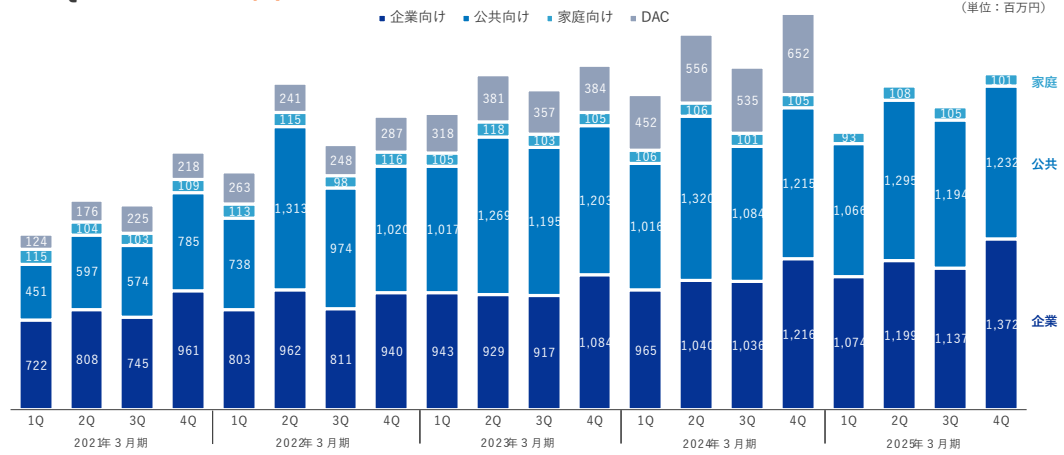
- 「自治体セキュリティ強靱化」案件や「GIGAスクール構想 第1期」案件の売上高計上が進んでいるが、「GIGAスクール構想 第2期」案件や「次世代校務DX」案件など、クラウドサービス系製品での受注が計画以上に増えたため、売上高計上が進まず、151百万円(+3.3%)とわずかに増加

市場別の売上高を表したスライドです。

連結売上高 市場別四半期推移

DigitalArts
30YEARS

当4Q売上高は**過去最高**を更新 (DAC除く)



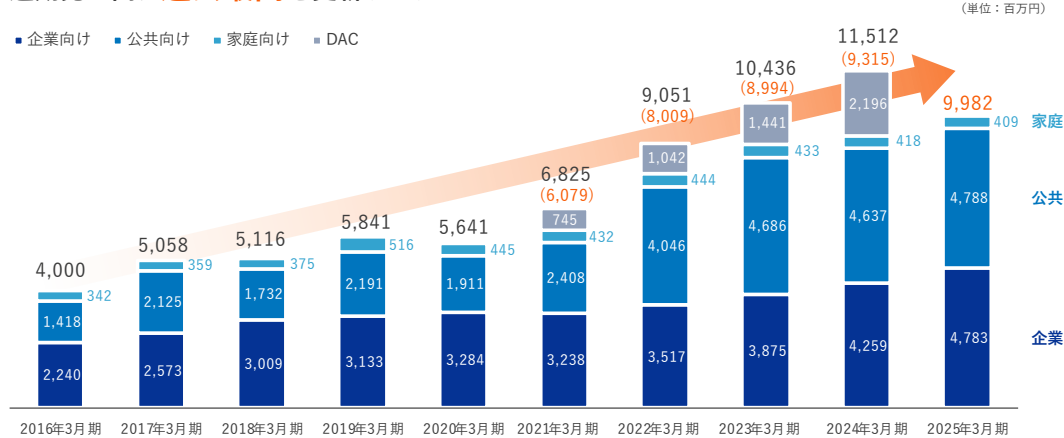
28

Copyright © Digital Arts Inc.

連結売上高 市場別推移

DigitalArts
30YEARS

通期売上高は**過去最高**を更新 (DAC除く)



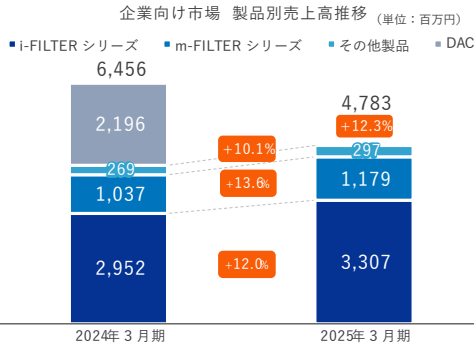
※2020年3月期以前のDAC数値は影響軽微のため記載省略しております。()内の数値は、DAC売上高を除いた売上高です

27

Copyright © Digital Arts Inc.

市場別の売上高の四半期単位、及び年度単位での推移を表したスライドです。

クラウドセキュリティ対策ニーズとオンプレミスでの継続対策ニーズを捉えたことに加え、新製品「f-FILTER」やオプション製品「Anti-Virus & Sandbox」の販売が好調に推移したことにより、**売上高は高成長**（DAC除く）



i-FILTERシリーズ

- クラウドセキュリティ対策ニーズ（クラウドプロキシ、ローカルブレイクアウト通信制御、IP固定、CASBなど）やオンプレミス製品での継続対策ニーズ（他社オンプレミス製品終売に伴う乗換え、クラウド製品とオンプレミス製品のハイブリッド運用など）を捉えたことに加え、オプション製品「Anti-Virus & Sandbox」の販売が好調に推移（+355百万円/+12.0%）

m-FILTERシリーズ

- クラウド型メールサービスの普及に伴うクラウドベースでのメールセキュリティ対策ニーズ（マルウェア対策、PPAP*対策、誤送信対策、メールアーカイブなど）に対して、多様なメールセキュリティ対策ニーズに対応した総合的な機能が評価され、新規案件獲得が堅調に推移したが、クラウド比率の高まりによる売上高計上の「ずれ」と一部大口案件の受注時期のズラドが発生（+141百万円/+13.6%）

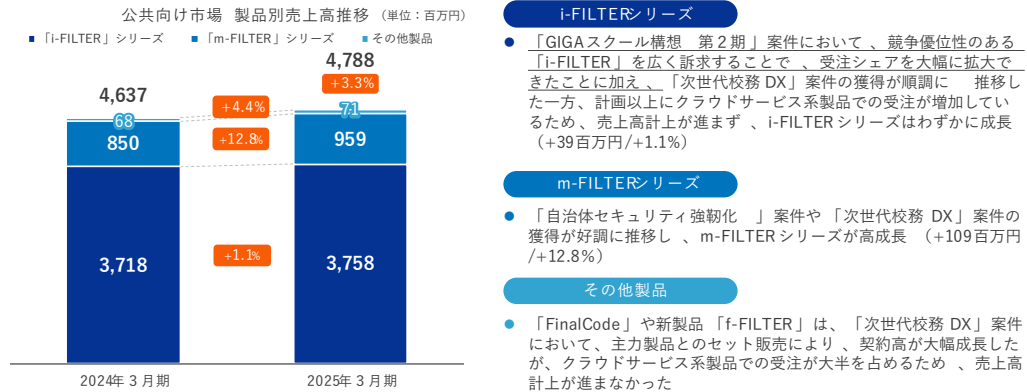
その他製品

- 新製品「f-FILTER」は、「m-FILTER」とのセット販売によって、主にPPAP*対策案件やDLP対策案件の獲得が順調に進んだ

※PPAP: ファイルをパスワード付き ZIPファイルにしてメールで送付し、パスワードを別送するファイルのやり取り

企業向け市場における製品別の売上高を説明しているスライドです。特に i-FILTER と m-FILTER の売上が伸びています。また、「その他製品」においては f-FILTER の売上が、i-FILTER や m-FILTER とのクロスセル等の効果もあり伸びました。

「GIGAスクール構想 第2期」の受注シェアの大幅拡大や「次世代校務DX」案件の順調な獲得により、**契約高は大幅増加 (+36.9%)** したが (P25参照)、契約高に占めるクラウドサービス系製品の比率が高まった結果、売上高はわずかに成長

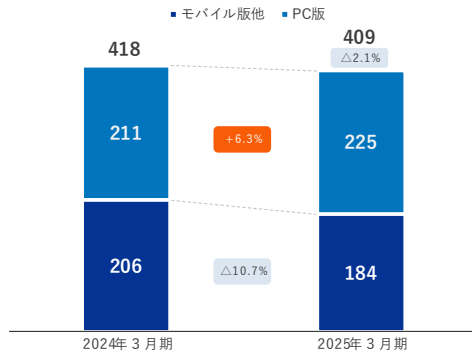


公共向け市場における製品別の売上高を説明しているスライドです。売上高の増加は対前年プラス3.3%に留まっている一方、契約高は対前年プラス36.9%です。

また、契約高が好調であった理由は、「GIGAスクール構想 第2期」が2025年3月期よりスタートしましたが、その市場で高い市場シェアを取ることができた結果です。併せて、「自治体セキュリティ強靱化」案件や「次世代校務DX」案件も順調に受注できたことも理由です。

家庭向け市場は、フィルタリング対策ニーズの一巡によりモバイル版向けが伸び悩み
製品強化により、ターゲットの拡大を行い、新たなニーズの獲得を目指す

家庭向け市場 製品別売上高推移（単位：百万円）

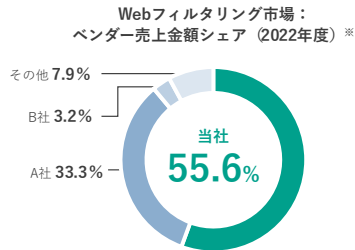


- 複数年パッケージ製品の販促強化やネットカフェ向け製品の販売促進施策を行ったが、新規獲得数が鈍化し、減収（△8百万円/△2.1%）
- PC版、モバイル版ともに、子ども向けのフィルタリング対策ニーズに一巡感があるため、製品強化を行い、ターゲットの拡大により新たなニーズ獲得を目指す
- 新たなニーズ獲得にあたり、フィッシング詐欺やオンラインカジノなど、顕在化している社会課題に対する訴求を今後強化していきたい

家庭向け市場における製品別の売上高を説明しているスライドです。家庭向け市場で提供の弊社製品は、主に子どもをターゲットとした製品でしたが、ターゲット範囲を広げた製品にすることでこの市場に対しても手を打っていきたいと思っておりますので、2026年3月期の売上高は、2025年3月期よりももう少し増える予定です。

「i-FILTER」 企業・公共における市場シェア

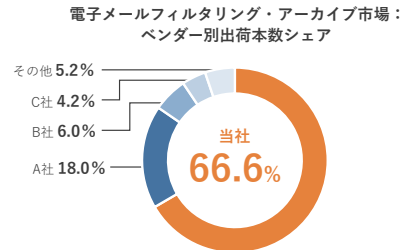
株式会社アイ・ティ・アールの市場調査レポート「ITR Market View：サイバー・セキュリティ対策市場 2024」において、「i-FILTER」は2022年度の「Webフィルタリング市場：ベンダー別売上金額シェア」の55.6%を占有し、シェア1位を獲得しています。



※出典：ITR「ITR Market View：サイバー・セキュリティ対策市場 2024」Webフィルタリング市場：ベンダー別売上金額シェア（2022年度）（2024年5月発行）

「m-FILTER」 企業・公共における市場シェア



デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社の市場調査レポート「内部脅威対策ソリューション市場の現状と将来展望 2023年度（<https://mic-r.co.jp/mr/03010/>）」において、「m-FILTER」は2022年度の「電子メールフィルタリング・アーカイブツール市場の出荷本数シェア」の66.6%を占有し、シェア1位を獲得しています。



※出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「内部脅威対策ソリューション市場の現状と将来展望 2023年度（<https://mic-r.co.jp/mr/03010/>）」電子メールフィルタリング・アーカイブツール出荷本数（社数）（2022年度）（2024年2月発行）

ここからは2025年3月期に実施した施策の結果に関する説明です。このシェアのデータは対象年度が「2022年度」と少し古いものとなっていますが、この数字が最新のものとございます。

予め安全性を検証したWebサイト、メールにだけアクセスできる「ホワイト運用（ホワイトリスト方式）」
利用者のリテラシーに関係なく、未知・既知の脅威からICT環境を守ることが可能

	ホワイト運用（ホワイトリスト方式）	DA以外のセキュリティ対策（ブラックリスト方式）
 未知の危険なサイトへのアクセス	<ul style="list-style-type: none"> ・アクセスできない ・最初からアクセスして大丈夫 	<ul style="list-style-type: none"> ・アクセスできてしまう ・感染後に対策を行う ・次からはアクセスして大丈夫
 未知の危険なメールの受信	<ul style="list-style-type: none"> ・受信しない ・最初から開いて大丈夫 	<ul style="list-style-type: none"> ・受信してしまう ・感染後に対策を行う ・次からは開いて大丈夫
<input checked="" type="checkbox"/> 違い	「グレー」領域（安全か、危険か不明な領域）へのアクセスを防ぐ「ホワイト運用」とグレー領域にアクセスしてしまうDA以外のセキュリティ対策においては、セキュリティの強度に大きな違いがある	

なぜ他社は「ホワイト運用」を採用しないのか
ホワイト運用の実現には右記2つの要素が必要であり、他社では技術的に実現が困難
一方、デジタルアーツでは独自技術により、ホワイト運用を実現している

1 「高網羅率/高精度データベース」の構築



2 「データベースの改ざん」対策の実装

私たちの特徴は「ホワイト運用」です。なぜこれだけ毎日毎日セキュリティに関する被害が出ているのかというと、私たち以外のセキュリティ対策はブラック運用、つまりブラックなもの（危険と分かっているもの）はブロックしますが、グレーのもの（安全か危険かが不明なもの）はブロックしないという方式がセキュリティ対策で採用されている一般的なものです。私たちは、ホワイト以外はグレーもブラックもブロックするという「ホワイト運用」の考え方を採用しているという特徴を持っています。

なぜ「ホワイト運用」だと守れるのかについては、一番被害が出ているのは先に申したグレーの領域だからです。ブラックというのは、もう昔からブラックだと分かっているものですので誰でもブロックができるのですが、ブラックかホワイトかが不明であるグレーをブロックできずに通してしまうので、被害に繋がってしまうということが起きています。私たちの「ホワイト運用」の場合、グレーは一旦止めて、私たちがそのグレーのものがホワイトなのかブラックなのかを検証し、ホワイトだと判明したらユーザー様にアクセスしてもらい、また一方でブラックだと判明したらアクセスさせずにブラックリストに加えるという運用をしています。この運用をしているからこそ被害が出ていない、簡単に言うとそのようなことです。このことは分かりやすいことだと個人的には思っているのですが、セキュリティ業界の中であってもまだ十分なご理解に繋がられていない部分があると感じています。

2024年12月リリース

「i-FILTER」における生成AIセキュリティを強化



35

Copyright © Digital Arts Inc.

現在、日本でも AI が流行してきています。より流行しているアメリカでは AI が子供に親の殺害をすすめたということも起きていますし、AI の結果を鵜呑みにして仕事上の資料を作成してミスをしてしまう、もしくは情報漏洩を犯してしまうといったことも起き始めています。弊社製品の「i-FILTER」には現在、AI からの答えをブロックする、AI の利用履歴を残すといった機能が既に付いていますが、生成 AI に関してはこれから起こり得るだろうリスクを踏まえて、近い将来、更に踏み込んだセキュリティ対策となる製品に仕上げていこうと考えています。現在、既に付いているこれら機能も非常に評価をいただいているところですが、AI に対するリスクについては今後、数年以内に利用者の方はより強く感じるようになるだろうと思っています。

2024年7月リリース

大容量保存/ファイル保存期間調整機能

f-FILTERに寄せられているご要望例

機能強化



Aさま

メールで送信できないような
100MBを超える**大容量ファイル**にも
対応して欲しい



アップロードできる**ファイルサイズを20GBまで増量**し、
必要数に応じて保管容量を選択できる**オプション**を準備



Bさま

セキュリティの観点でファイル閲覧期間
を数日間にしたい
(30日よりも短くしたい)



ファイル閲覧可能期間を1日~30日に
標準機能で設定できるように調整



Cさま

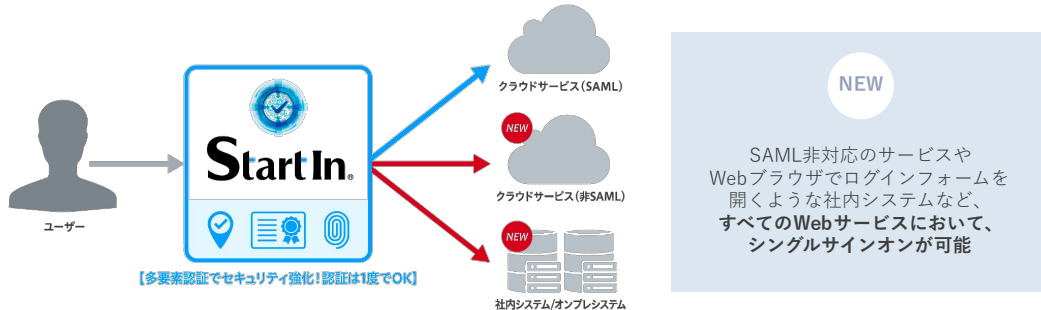
監査対応で、30日よりも長い期間
(5年や7年) ファイル保存したい



ファイル保存期間を1年、3年、5年、7年など
調整できる**オプション**を準備

2025年3月リリース

オンプレミス・クラウドの混在によるID管理・認証の煩雑さを解決する機能をリリース

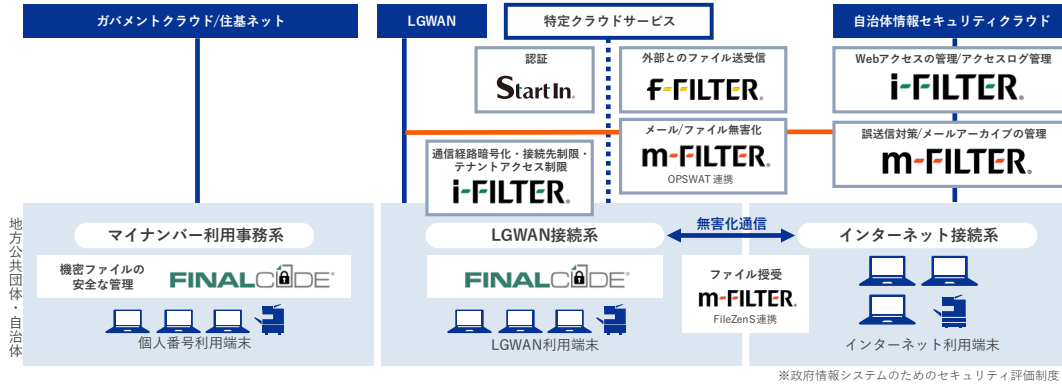


(これらスライドでは) リリースした製品に対して、継続して細かい機能改善を行っているということをお伝えさせていただいています。

自治体セキュリティ強化 新ガイドライン対応

DigitalArts
30YEARS

自治体のネットワークとそれにつながる PCなどの業務端末は、三層分離のセキュリティ対策として「αモデル」が広く採用されているが、セキュリティを重視しているため、柔軟な運用が難しく、使い勝手や業務効率面などで課題を抱えている。そこで「αモデル」のまま、業務端末から直接クラウドサービスに接続する方式として「α'モデル」が新ガイドラインで定義された結果、当社ソリューションによって対策できる範囲が広がったことに加え、対策にあたり ISMAP※取得が必須となるため、ISMAP※取得済みの当社ソリューションが選定される可能性が高まる見込み



38

Copyright © Digital Arts Inc.

デジタルアーツソリューション ISMAP※登録状況

DigitalArts
30YEARS

2025年3月、公共機関向けに提供する全クラウド製品でのISMAP登録が完了



39

Copyright © Digital Arts Inc.

2024年4月リリース

児童・生徒がどのようなサイトをどれくらい閲覧しているか、可視化することが可能

<p>CASE 1</p>  <p>深夜帯の端末 利用人数</p>	<p>CASE 2</p>  <p>学校ごとの 端末利用率</p>	<p>CASE 3</p>  <p>Webサービス ごとの利用時間</p>	<p>CASE 4</p>  <p>時間帯別の 利用率ランキング</p>
--	--	--	---

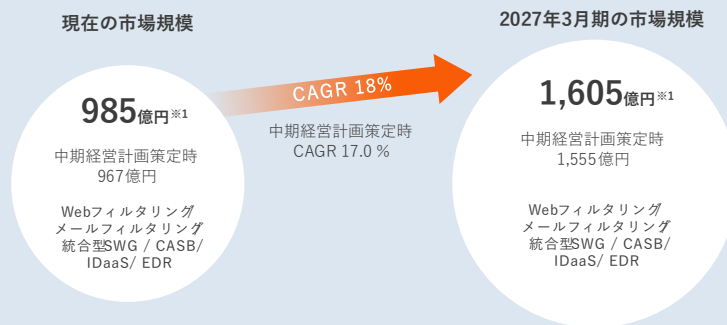
端末更新費用補助条件の一つ「最低スペック基準を満たすこと」における項目の
「端末の稼働状況を把握する機能」に対応
「GIGAスクール構想 第2期」における受注シェア拡大に大きく寄与



(これらスライドでは) 公共向け市場において、ガイドラインに対応した製品作りを行ったということを説明しています。

昨今のセキュリティインシデントの増加を受け、中期経営計画（2025年3月期～2027年3月期）策定時と比較して、セキュリティ市場の成長率が高まっていることから、旺盛なセキュリティ対策ニーズは継続するものと想定している

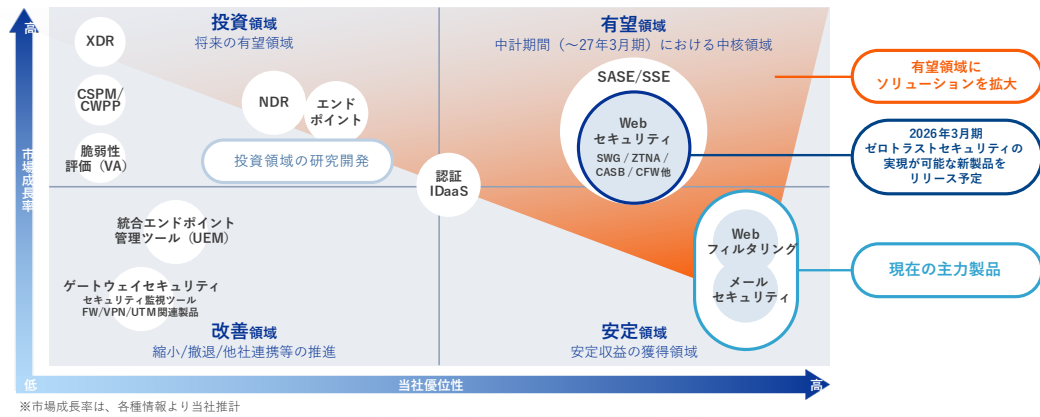
当社がカバーするネットワークセキュリティ市場成長予測



ここから2026年3月期について、つまりまさに先月4月から始まった期についての話をさせていただきます。

皆さんが体感されているように、毎日のようにセキュリティに纏わるインシデントが発生しており、セキュリティ市場はますます成長している状況です。

市場成長率が高く、当社優位性が発揮できる「有望領域」へのソリューションの拡充と
将来ビジネスの拡大のために「投資領域」における研究開発を行う



ここから数ページの内容が特に注目いただきたいポイントとなります。

2026年3月期の業績に関連する数字は既に発表しておりますが、公共向け市場においては「GIGA スクール構想 第2期」の案件が最も発生するのが今期（2026年3月期）である点はよく理解していただいている方も多いだろうと思っておりますが、一方で企業向け市場においてどのようにしていくのか、ということも非常に重要なポイントであると私たちは考えています。中期経営計画における2026年3月期もそうですし、来期2027年3月期も同様ですが、計画を達成していくためには「GIGA スクール構想 第2期」の案件だけをしっかりとやっているだけでは、来期、再来期、更にはその先まで続く成長を続けられるとは考えておりません。この「GIGA スクール構想 第2期」の案件という特需があるうちに、しっかりと企業向け市場を更なる成長軌道に乗せていくことが重要だと考えています。

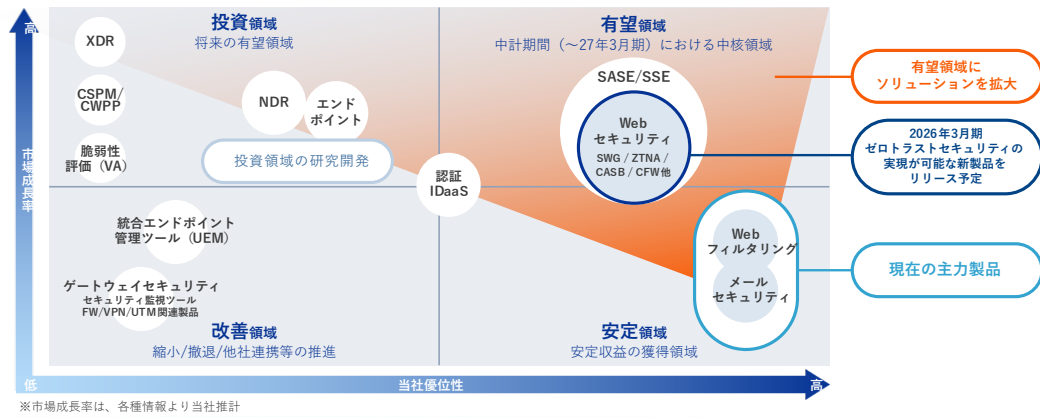
ゼロトラストセキュリティの実現が可能な新製品のリリースを行い、
大企業・中堅企業・中小企業向けに総合的なセキュリティ提案を実行予定



参考：経済産業省、ニッセイ基礎研究所作成「我が国における規模別企業構成」より作成

説明スライドが少し前後しますが、企業向け市場においては、ご存知のように企業数を規模別にみるとピラミッド構成となっていますが、そのうちの99%は中小企業です。私たちの企業向けの製品というのは、現在はまだ主に大企業において導入いただいております。中小企業において導入いただけるようにしっかりやらないと、企業向け市場における高い成長は望めないという状況です。ここでスライドを前ページに戻しますが、(次ページへ続く)

市場成長率が高く、当社優位性が発揮できる「有望領域」へのソリューションの拡充と将来ビジネスの拡大のために「投資領域」における研究開発を行う



特にクラウド化は中小企業にとってはもう必須となってきています。その中小企業に対してクラウド化され中小企業が運用できる製品領域を、(スライド図内の青い円で囲われた部分である)「Webセキュリティ」として掲載していますが、この領域に該当する製品を今期発売します。今期発売することは販売パートナー様には既に前期からお伝えしていることなのですが、今期のなるべく早い段階でこの新製品を出すことによって、(次ページへ続く)

ゼロトラストセキュリティの実現が可能な新製品のリリースを行い、
大企業・中堅企業・中小企業向けに総合的なセキュリティ提案を実行予定

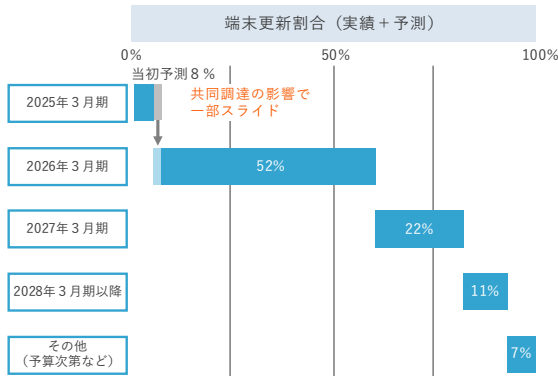


参考：経済産業省、ニッセイ基礎研究所作成「我が国における規模別企業構成」より作成

この大企業以下の99%の市場へ製品を販売していくというのが、今期からこの3年程度
の間に企業向け市場の業績を成長させるために中心となる方針となります。

2025年3月期におけるGIGA端末更新は、端末共同調達の見込みが長引いた教育委員会もあり、2026年3月期に更新を持ち越した教育委員会があったが、2026年3月期には実行される見込み

GIGA端末更新の時期



POINT

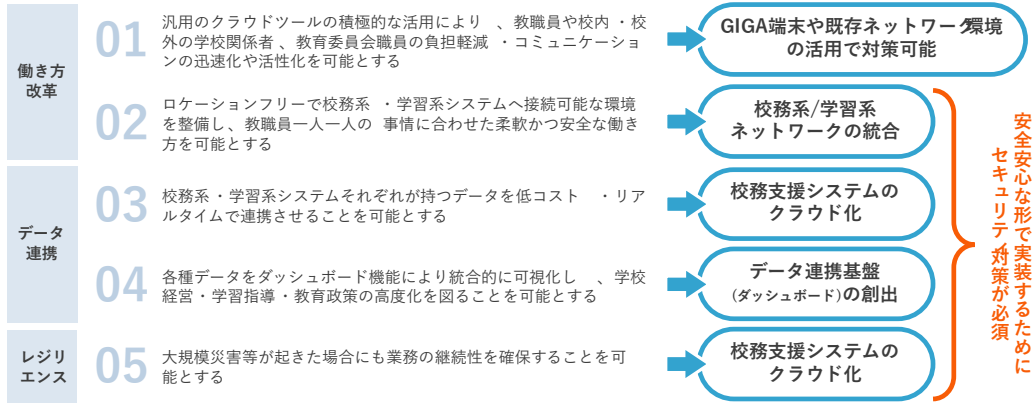
- GIGA端末の更新時期については、約6割の教育委員会が「2026年3月末まで」に完了
- 文部科学省から示されているGIGAスクール構想 第2期における端末調達のガイドラインにおいて、Webフィルタリング機能が整備されていることが要件となっているため、Webフィルタリングの調達が第1期と比べ加速することが想定される

文部科学省データや各種報道情報などから弊社作成

ここから公共向け市場における取組みのご説明です。もう何度もお話し致しましたが、「GIGA スクール構想 第2期」のピークを迎えるのが今期でございます。この第2期の1年目にあたる昨年度2025年3月期においては、先ほど申しましたように高いシェアを獲得することができました。

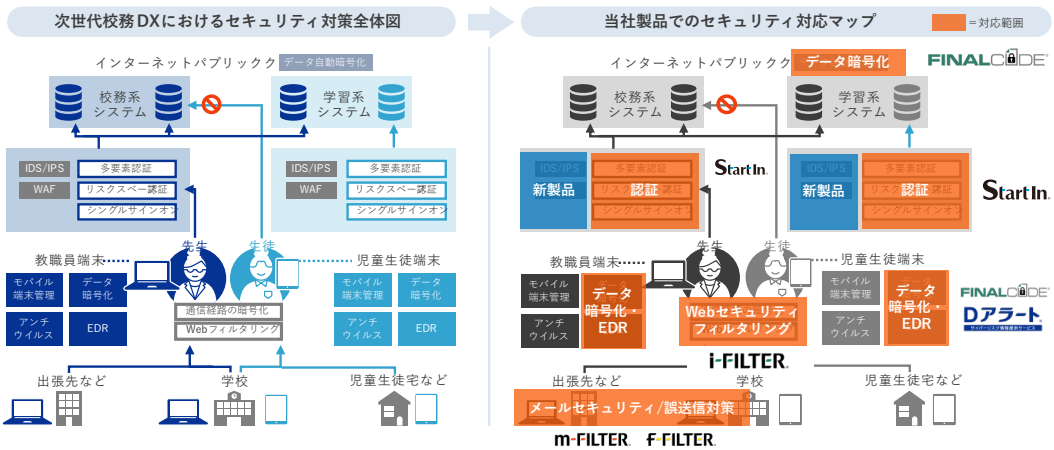
「GIGA スクール構想 第2期」の5年間全体のうち、当初予測ではその8%の調達が行われると見ていましたが、一部で翌期である今期にスライドいたしました。そのスライド分と元々予定していた52%、つまり5年間全体のうち52%を超える調達が今期行われる予定です。この状況の中で、先ほど申しました昨年度に達成した高いシェア率で今期もシェアを獲得していく、というのが今期の公共向け市場における計画です。

文部科学省は「次世代校務DXの方向性」として以下の実現を求めている
※校務の情報化に向けた財政支援は、従前から地方財政措置 単年度1,805億円が講じられている



出典：https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/175/mext_01385.html を参考に弊社作成

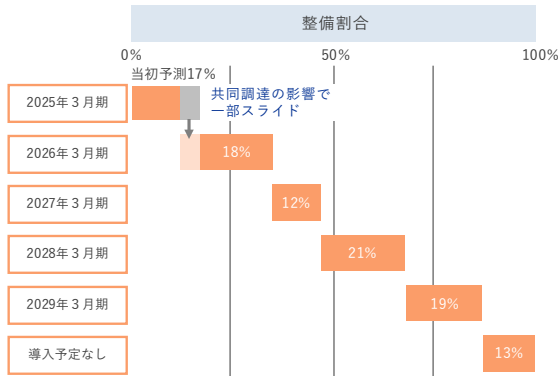
新製品のリリースにより当社製品での対応領域は更に拡大



「GIGA スクール構想 第2期」以外にもここに示す「次世代校務DX」などの諸々の案件が公共向け市場においては見込めますので、これら案件も引き続き着実に受注できるように進めていく計画です。

校務支援システム稼働に向けて、2026年3月期は前期以上に製品の調達を実施される見込み

校務DX整備スケジュール



POINT

- 校務の情報化に向けた財政支援は、従前から地方財政措置が単年度1,805億円講じられている
- 文部科学省の「GIGAスクール構想の下での校務DXについて」において、セキュリティ対策の重要性が事例とともに示されており、児童生徒の個人情報を扱う校務においては、GIGA端末以上の対策を講じる必要がある

文部科学省データや各種報道情報などから弊社作成

「次世代校務DX」の整備スケジュールについてはスライドに記載の通りです。

2026年3月期 通期業績予想（連結）



企業向け市場における製品・販売戦略の実行と公共市場におけるシェア・受注金額最大化により、売上高と営業利益・経常利益の成長を目指す

(単位：百万円)

	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 通期予想	増減額	増減率	備考
契約高	10,570	16,475	+5,904	+55.9%	注力ターゲット先への提案活動強化と既存顧客へのクロスセグメントセルの推進の実行による企業向け市場でのプレゼンス向上と「GIGA第2期」「次世代校務DX」の案件獲得により契約高、売上高の成長を見込む
売上高	9,982	12,550	+2,567	+25.7%	
売上原価	2,948	3,290	+341	+11.6%	約2億円の開発人材投資の増加と製品強化による減価償却費、クラウドサービス系製品の利用者数の増加に伴う通信費の増8億円を見込む
売上総利益	7,033	9,260	+2,226	+31.7%	
売上総利益率	70.5%	73.8%	-	-	
販売管理費	2,474	3,110	+635	+25.7%	約4億円の人材投資(ベースアップ人材採用・育成)を見込む
営業利益	4,558	6,150	+1,591	+34.9%	
営業利益率(%)	45.7%	49.0%	-	-	
契約高 営業利益率(%)	48.7%	61.2%	-	-	ご参考指標となります - 契約高営業利益率 = (契約高 - 売上原価 - 販売管理費) ÷ 契約高 × 100 として計算
経常利益	4,562	6,150	+1,587	+34.8%	
親会社株主に帰属 する当期純利益	3,183	4,200	+1,016	+31.9%	

52

Copyright © Digital Arts Inc.

2026年3月期の業績予想です。先ほどより申し上げております契約高は、16,475百万円と対前年で5,904百万円の増額、55.9%増という計画です。営業利益が6,150百万円、営業利益率が49.0%、経常利益が6,150百万円を計画し、先ほど言及しました「契約高営業利益率」を算出しますと61.2%となります。つまり、私たちが2026年3月期に発注いただく金額合計から費用合計を差し引いた場合の利益率が61.2%になるということです。

2026年3月期 通期業績予想（個別）



企業向け市場における製品・販売戦略の実行と公共市場におけるシェア・受注金額最大化により、売上高と営業利益・経常利益の成長を目指す

(単位：百万円)

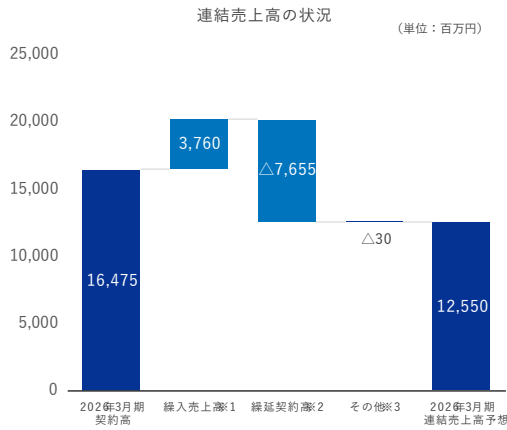
	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 通期予想	増減額	増減率	備考
契約高	10,561	16,470	+5,908	+55.9%	注力ターゲット先への提案活動強化と既存顧客へのクロスセグメントセルの推進の実行による企業向け市場でのプレゼンス向上と「GIGA第2期」「次世代校務DX」の案件獲得により契約高、売上高の成長を見込む
売上高	9,972	12,545	+2,572	+25.8%	
売上原価	2,945	3,290	+344	+11.7%	約2億円の開発人材投資の増加と製品強化による減価償却費、クラウドサービス系製品の利用者数の増加に伴う通信費の増8億円を見込む
売上総利益	7,026	9,255	+2,228	+31.7%	
売上総利益率	70.5%	73.8%	-	-	
販売管理費	2,464	3,095	+630	+25.6%	約4億円の人材投資(ベースアップ人材採用・育成)を見込む
営業利益	4,562	6,160	+1,597	+35.0%	
営業利益率	45.8%	49.1%	-	-	
契約高 営業利益率(%)	48.8%	61.2%	-	-	ご参考指標となります - 契約高営業利益率 = (契約高 - 売上原価 - 販売管理費) ÷ 契約高 × 100 として計算
経常利益	4,569	6,160	+1,590	+34.8%	
当期純利益	3,187	4,210	+1,022	+32.1%	

53

Copyright © Digital Arts Inc.

個別の業績予想も連結のものとはほぼ一緒です。

連結売上高は以下の通り予想



当期売上高

- 当期契約高は、新製品リリースを含めた製品強化と企業向け市場における注力ターゲット先への提案活動強化や既存顧客へのクロスセル・アップセルの推進、公共向け市場における「GIGAスクール構想 第2期」案件の受注シェアの拡大と既存顧客の単価引上げや「次世代校務DX」案件の獲得などにより16,475百万円を見込む。なお、当期契約高の計画においては、前期にてクラウドサービス系製品の計画以上の高まりを予想できなかった点を踏まえ、契約高の売上高換算率を保守的に見積もり策定している
- 前期以前に獲得した「GIGAスクール構想 第1期」などのクラウドサービス系製品の案件は、当期に繰入売上高として3,760百万円計上される

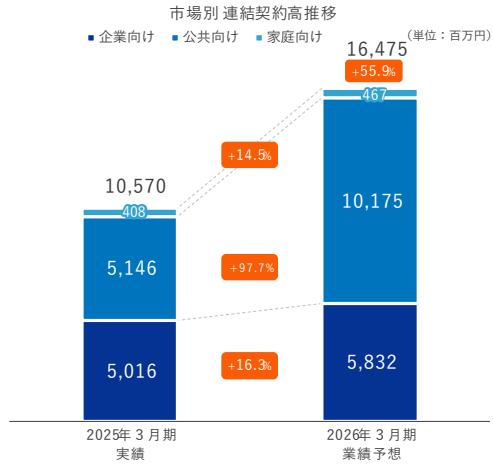
※1 前期以前に獲得した契約高の契約残高から当期に売上計上
 ※2 当期契約高のうち、翌期以降に繰り延べられて売上計上 (契約残高)
 ※3 売上戻り及び海外子会社売上

先ほどより契約高を重視する発言をしてまいりましたが、一方で売上高を軽視するわけにはいきませんので、昨年度の反省を踏まえて当期の計画においては来期以降に繰り延べられる売上高を、クラウドサービス系製品が販売される想定比率をかなり高めに設定することで多めに想定しています。ですので、ここで示す契約高を達成すれば、クラウドサービス系製品の販売比率が仮に前期より高まったとしても、売上高の予想値を達成できるだろうという数字を設定しています。

それらの計算結果を示しているのが本スライドです。7,655百万円が来期以降の売上高として繰り延べされるという前提で売上高を計算しています。

市場別連結契約高の状況

市場別連結契約高は以下の通り予想



企業向け市場

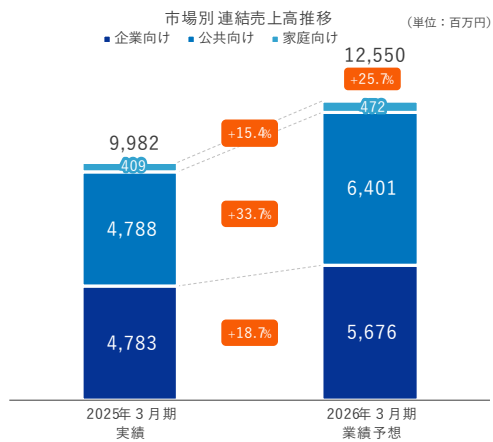
- 業界と企業規模を掛け合わせたターゲット顧客に対する提案活動強化と「ホワイト運用」顧客へのクロスセル・アップセル提案に加え、ゼロトラストセキュリティの実現が可能な新製品リリースや継続的な製品の機能強化により契約高の成長を見込む

公共向け市場

- 「GIGAスクール構想 第2期」案件において、トップシェアの顧客基盤を活かし、ユーザーからの要望を吸い上げ、「i-FILTER」の教育機関向け機能を更に強化することで顧客満足度と製品価値を向上することに加え、前期より実践し好結果を得ることができた案件管理手法を継続、付加価値訴求型の営業・マーケティング活動を徹底することで、受注シェア拡大と既存顧客の単価引上げの両立を行い、契約高の最大化を目指す。また、「次世代校務DX」案件においては、「GIGAスクール構想」の顧客基盤を最大限活かすことで営業機会を創出、主力製品だけでなく新製品やオプション製品とのセット販売を行うことで、契約高の成長を見込む

市場別連結売上高の状況

市場別連結売上高は以下の通り予想



企業向け市場

- 業界と企業規模を掛け合わせたターゲット顧客に対する提案活動強化と「ホワイト運用」顧客へのクロスセル・アップセル提案に加え、ゼロトラストセキュリティの実現が可能な新製品リリースや継続的な製品の機能強化により売上高の成長を見込む

公共向け市場

- 「GIGAスクール構想 第2期」案件において、トップシェアの顧客基盤を活かし、ユーザーからの要望を吸い上げ、「i-FILTER」の教育機関向け機能を更に強化することで顧客満足度と製品価値を向上することに加え、前期より実践し好結果を得ることができた案件管理手法を継続、付加価値訴求型の営業・マーケティング活動を徹底することで、受注シェア拡大と既存顧客の単価引上げの両立を行い、売上高の最大化を目指す。また、「次世代校務DX」案件においては、「GIGAスクール構想」の顧客基盤を最大限活かすことで営業機会を創出、主力製品だけでなく新製品やオプション製品とのセット販売を行うことで、売上高の成長を見込む

市場別での契約高、売上高の数値です。

連結売上原価と販売費及び一般管理費の状況

DigitalArts
30YEARS

売上原価は、主に開発人材への投資と製品強化による減価償却費の増加を見込む
販売費及び一般管理費は、主に人材投資の強化による増加を見込む

(単位：百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 業績予想	前年比	主な増減要因
売上原価	2,948	3,290	+11.6%	
労務費	1,040	1,239	+19.1%	新製品、機能開発人材への投資
減価償却費	865	976	+12.8%	ソフトウェアの開発・改良に伴う減価償却費増
通信費	1,505	1,684	+11.9%	クラウドサービス系製品の利用者数の増加に伴う通信費の増加を見込むが、抜本的な費用抑制施策の実行により増加幅を抑える
その他	653	699	+6.9%	
他勘定振替	△1,116	△1,309	△17.2%	ソフトウェア開発に伴う勘定振替
販売費及び一般管理費	2,474	3,110	+25.7%	
人件費	1,229	1,630	+32.7%	人員増加、ベースアップ、インセンティブプラン等の人的投資
広告宣伝費	309	348	+12.7%	GIGA第2期獲得に向けた販促費増、創立30周年関連費用等
その他	936	1,131	+20.8%	採用強化等(約1.3億円)

57

Copyright © Digital Arts Inc.

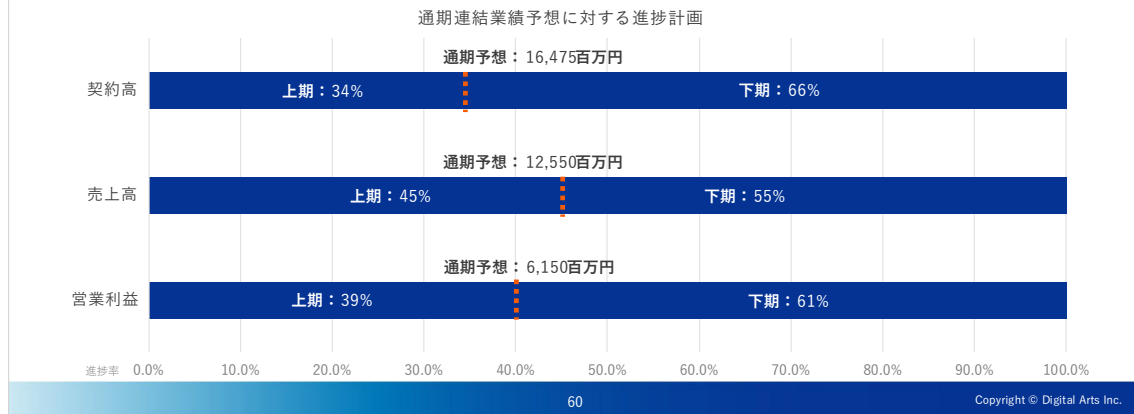
費用についてですが、中期経営計画において人材投資を進めていくことを述べていますので、人材に関する費用については少し厚く見込んでいます。

また通信費についてもご説明いたします。契約高が対前年で約60%増を予想していますが、通信費としては対前年で約12%増の予想としていますが、ソフトウェア的な改善、設備的な改善を行うことで、通信費の増加率は抑えていく計画です。

通期連結業績予想に対する進捗計画

DigitalArts
30YEARS

契約高は、主に「GIGAスクール構想 第2期」案件の受注が下期に偏重することが起因して、下期偏重での進捗を計画
売上高は、受注済みクラウドサービス系製品の売上高計上により、契約高と比較し、上期比率が高くなる進捗を計画
営業利益は、販管費が上期偏重の計画であるため、売上高と比較して、下期偏重になる進捗を計画



通期連結業績予想における上期・下期の比率を示しています。契約高の比率については下期の比率をかなり高く予想していますが、この理由は主に契約高の三分の二を占める公共向け市場において入札時期が下期に偏重することによる影響を強く受けるためです。

2026年3月期 株主還元



株主の皆様への利益還元を充実させるため、2026年3月期より方針を変更いたします
新方針に基づき、2026年3月期の株主還元につきましては、以下の通り計画しております

2025年3月期	2026年3月期
方針 目標連結配当性向 30%以上	方針 累進配当 ※原則として減配せず、配当の維持もしくは増配を行う配当政策 目標総還元性向 50%以上
株主還元 配当金 1株あたり85.00円	2026年3月期 株主還元（予想） 配当金 1株あたり95.00円 2025年3月期から 10.00円増配 (12年連続増配) 内、 5.00円は創立30周年記念配当 自己株式取得 10億円 ※ ※業績動向並びに株式市場の動向等を勘案しつつ、 機動的に実施予定

62

Copyright © Digital Arts Inc.

株主還元の方針については、スライドに示している通り今期2026年3月期より変更している点があります。今期の自己株式取得については、10億円前後を予定しています。

以上で私からの説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

【司会】

それでは只今より質疑応答の時間とさせていただきます。

【質疑応答】

- ◆ 最近、投資証券口座の乗っ取りが話題になっておりますが、この動向に対して貴社が寄与できる部分として、どのようなことを想定されていますでしょうか。

【道具】

証券口座の乗っ取りについて、被害額がこの一ヶ月でも大きく拡大してしまっていますが、私自身もフィッシングメールを毎日たくさん受けています。簡単に言うと個々人がフィッシングメールを受けてIDやパスワードを入れてしまうといった事象ということだと思いますが、私たちとしては放っておけない問題だと思っております。先ほど少し触れましたけれど、コンシューマー向け、つまり私たちにとっての「家庭向け市場」で個人向けにご提供するセキュリティ製品を現在作っているところです。この製品によって、フィッシングメールでの被害は抑えられると考えています。

この製品を販売できる時期になりましたらプレスリリースを出す予定ですが、私たちのホワイト運用によってこのような問題なども防ぐことができると考えていますので、ご期待いただければと思っています。

◆ トランプ関税による企業業績の悪化が懸念されるようですが、そのことによって貴社の「企業向け市場」への影響をどのように想定されておりますでしょうか。

【道具】

おっしゃる通り、日本の企業の収益面には米国の関税政策の影響等が出てくる可能性はあると思います。ですが、これほど毎日情報セキュリティに関する被害が出ている状況であること、また企業のセキュリティに対する投資意欲は高まっているという実感があることも踏まえますと、言及された関税による企業業績の悪化があったからといって、セキュリティ対策製品の購入を控えるということは現状では当てはまらないと考えています。このことから、私たちにとっても関税の影響により「企業向け市場」において弊社製品が売れなくなるということにはならないと考えています。

◆ ここ数年、業績予想として開示された営業利益を達成できていません。今期の営業利益予想の61.5億円は強気すぎないでしょうか。特に契約高を59億円増やす予想をされていますが、それに伴い受注に係る費用もかかると思われしますので、より売上原価が膨らむのではないのでしょうか。

【道具】

営業利益予想に関しては「GIGA スクール構想 第2期」の案件を計画通り受注することで十分に達成できると考えています。契約高や売上高が増えますと、他社においては運搬費や人件費といった費用が増えるということはあると思うのですが、私たちの場合、納品はメールで行い運搬費といったものは生じませんし、今の人員体制で「GIGA スクール構想 第2期」の案件も十分に受注できています。ですので、契約高が60億円ほど増えるから、それに伴って人件費や広告宣伝費が増えるということはありません。先ほど言いました通信費については、売上高に連動する性質が強い費用ですが、その他の費用については開示しております現在の計画内に十分に収まると考えています。

- ◆ 株主還元の見直しの背景についてコメントをください。

【道具】

2026年3月期 株主還元

株主の皆様への利益還元を充実させるため、2026年3月期より方針を変更いたします
新方針に基づき、2026年3月期の株主還元につきましては、以下の通り計画しております

2025年3月期		2026年3月期
方針 <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;">目標連結配当性向 30%以上</div> 株主還元 <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;">配当金 1株あたり85.00円</div>	▶	方針 <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0; color: #e67e22;">累進配当</div> <small>※原則として減配せず、配当の維持もしくは増配を行う配当政策</small> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0; color: #e67e22;">目標総還元性向 50%以上</div> 2026年3月期 株主還元（予想） <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> 配当金 1株あたり95.00円 <small>2025年3月期から10.00円増配 (12年連続増配) 内、5.00円は創立30周年記念配当</small> </div> <div style="text-align: center;"> 自己株式取得 10億円<small>※</small> <small>※業績動向並びに株式市場の動向等を 勘案しつつ、機動的に実施予定</small> </div> </div>

62
Copyright © Digital Arts Inc.

株主還元方針の変更についてですが、配当金と自社株式取得をどのようなバランスにしていくべきかについては、常々主要メンバーと議論してまいりました。今後、配当金は増やしつつも、自社株式取得も積極的に実施していこうという結論となりまして、このような方針の変更を行いました。

【司会】

これもちまして質疑応答の時間を終了とさせていただきます。本説明会の内容に関するご質問は随時受け付けておりますので、谷崎までご連絡くださいませ。

【道具】

このようなオンライン方式で皆様のお顔が見えない状況で一方的に喋るのは、個人的にはあまり得意ではないのですが、皆様から他にもご意見・ご質問があるようでしたら、この後、どしどしと IR 担当までご連絡いただければと思っております。

【司会】

以上をもちまして、デジタルアーツ株式会社 2025 年 3 月期 決算説明会を終了いたします。本日はお忙しい中ご出席を賜りまして誠にありがとうございました。

以上