

デジタルアーツ株式会社

2026年3月期決算説明会

書き起こし

※本資料は、決算説明会での発言内容をIR開示・投資家向け閲覧用に編集・整理したものです。

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
イベント名	2026年3月期決算説明会
イベント種別	機関投資家・アナリスト向け決算説明会
決算期	2026年3月期
開催日	2026年5月8日（金）
開催時間	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

司会挨拶

定刻となりましたので、デジタルアーツ株式会社2026年3月期決算説明会を開始いたします。

本日の出席者は、代表取締役社長の道具登志夫、IR室長の谷崎文彦です。それでは、道具より決算概要についてご説明申し上げます。

代表取締役社長 道具登志夫 説明

本日はお忙しい中、当社決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。私より、2026年3月期の通期決算及び2027年3月期の見通しについてご説明いたします。なお、本説明では2026年3月期を「当期」、2027年3月期を「来期」と表現いたします。

以下理由により、中期経営計画における2027年3月期の計画を見直し

1. 企業向け市場における成長の立ち上がりが当初想定より緩やかに推移したこと
2. 契約高に占めるクラウドサービス系製品比率の上昇に伴い、売上高への反映が当初想定より緩やかになったこと
3. AI活用等による人員・費用計画の見直しを実施したこと

	2024年3月期 実績※	2025年3月期 実績 (当初計画)	2026年3月期 実績 (当初計画)	2027年3月期 計画の見直し (当初計画)
連結契約高	8,630百万円	10,570百万円 (-)	16,604百万円 (-)	13,500百万円 (-)
連結売上高	9,304百万円	9,982百万円 (10,720百万円)	10,835百万円 (12,550百万円)	12,000百万円 (15,000百万円)
営業利益	4,330百万円	4,558百万円 (5,130百万円)	4,791百万円 (6,150百万円)	5,400百万円 (7,800百万円)
営業利益率	46.5%	45.7% (47.9%)	44.2% (49.0%)	45.0% (52.0%)
従業員数	292名	318名 (360名)	326名 (420名)	360名 (450名)

※2024年3月29日に株式譲渡を完了したデジタルアーツコンサルティング株式会社の実績を除いております

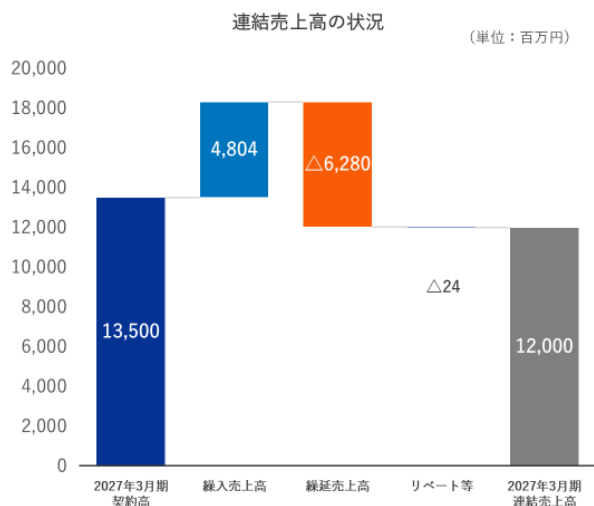
まず、昨日公表した資料のうち、2025年3月期から2027年3月期までの三ヵ年計画である中期経営計画の修正についてご説明します。来期の計画については、当初の中期経営計画に対して売上高・利益ともに修正しました。主な要因は、第一に企業向け市場の成長立ち上がりが想定より緩やかだったこと、第二に契約高に占めるクラウドサービス系製品の比率が上昇し、売上計上が想定より緩やかになったこと、第三にAI活用等を踏まえて人員・費用計画を見直したことです。

2027年3月期計画の考え方

2027年3月期の売上高予想について



2027年3月期獲得の契約高からの売上高計上（収益認識）を保守的に織り込み予想



契約高

- 複数年契約を予定している案件については、確度が高い案件以外は、単年契約と見込み計画

繰入売上高

- 2027年3月期売上高計画の40%は、繰入売上高で構成

繰延売上高

- 契約高に占めるクラウドサービス系製品比率の上昇を見込み、2027年3月期契約高（135億円）の内、約63億円が2028年3月期以降に繰延べられる計画

契約高に占めるクラウドサービス系製品比率の計画：

企業 64%（当期 49%）、公共 71%（前期 59%）※

※当期は、「GIGAスクール構想 第2期案件」がピークであったため、前期と比較
なお、当期の公共の契約高に占めるクラウドサービス系製品比率は、82%となります

3

来期の契約高は13,500百万円を見込んでいます。複数年契約を予定している案件についても、確度が高い案件を除き、保守的に単年契約として織り込んでいます。売上高計画12,000百万円のうち約40%は、既に積み上がっている繰入売上高で構成されます。また、2028年3月期以降に繰り延べられる契約残高は約6,300百万円を想定しています。

クラウドサービス系製品の比率については、契約高から売上高へ変換される部分に影響します。来期は企業向けで64%、公共向けで71%をクラウドサービス系製品と想定し、契約高13,500百万円に対して売上高12,000百万円の計画としました。

本来であれば、当期までの状況を踏まえると、売上高12,000百万円ではなく13,500百万円、営業利益5,400百万円ではなく7,000百万円を目指すべき水準であると認識しています。一方で、当期第4四半期の着地が想定外であり、30年にわたり継続してきたパートナービジネスを中心とする営業体制を見直す必要があると判断しました。そのため、来期計画は保守的な水準で公表しています。

当社としては、来期計画を保守的に置きながらも、社内ではより高い水準の達成を目指して取り組んでいます。来期上期の進捗を踏まえ、企業向け市場におけるハイタッチ施策の効果や案件獲得状況を確認し、中期経営計画最終年度として上方修正を目指してまいります。

当期業績の振り返り

2026年3月期 業績数値未達の要因



主に以下理由により、**通期予算に対して未達**

1. 企業向け市場において、エンドユーザーとの接点強化不足の課題があり、案件獲得が進まなかったこと
2. 複数年契約で計画していた案件が、顧客予算都合に伴い、単年（毎年更新）での契約となったこと
3. 「GIGAスクール構想 第2期」案件において、競争環境の激化によって、新規案件獲得が想定通り進まなかったこと及び一部教育委員会における端末調達時期が、2027年3月期にスライド（期ずれ）したこと

※なお、費用実績に関しては、**AIの業務活用により、費用計画に対して適切なコスト構造を実現**



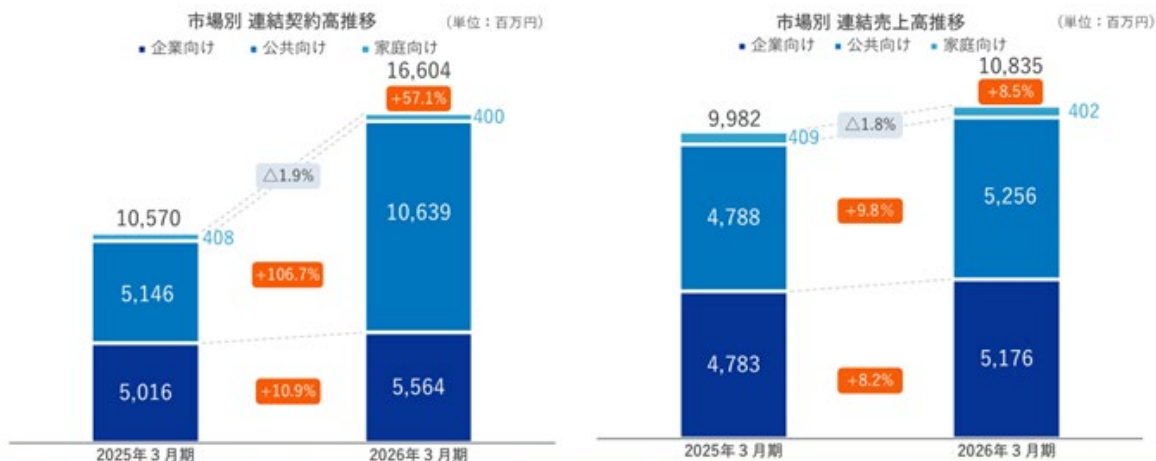
4

当期の契約高は前年比 57.1%成長しました。特に「GIGA スクール構想 第2期」案件を中心に公共向け市場が大きく伸長しました。一方、当期第4四半期においては、「GIGA スクール構想 第2期」案件で競争環境が想定以上に変化し、一部案件で当初想定どおりの獲得に至りませんでした。また、企業向け市場においても、見込んでいた案件の一部が翌期へ期ずれ、または獲得に至らない結果となりました。

従来は、エンドユーザーに関する情報が販売代理店（パートナー）経由で当社に入ってくる流れであったため、第4四半期の着地を十分に読み切れませんでした。この点は経営上の反省点であり、来期に向けて構造改革、人材教育、営業力強化に取り組む必要があると判断しています。

企業向け市場：クラウド型のセキュリティ対策ニーズを取り込み、契約高は**二桁成長を達成**

公共向け市場：「GIGAスクール構想 第2期」案件の獲得が牽引し、契約高が**大幅増収**

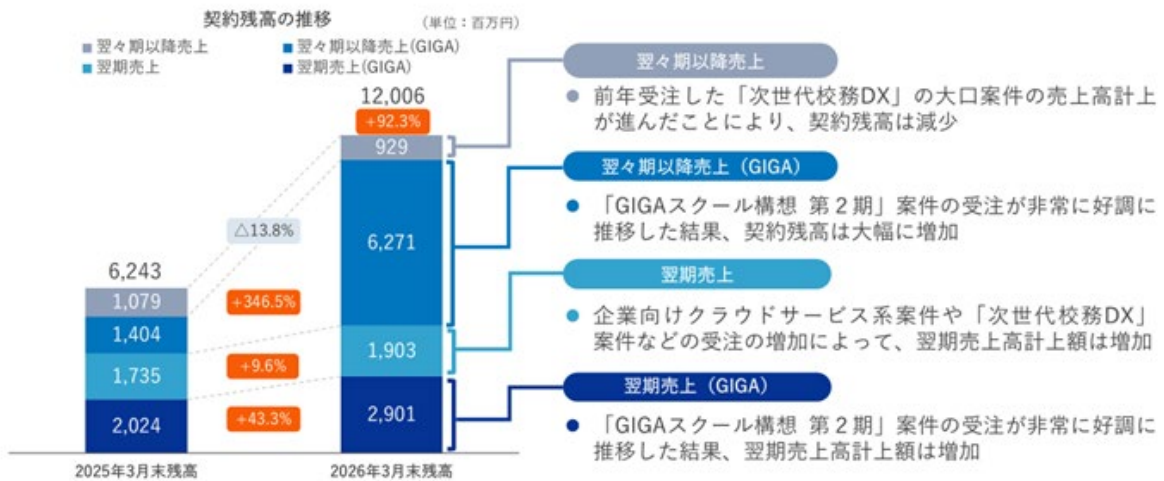


7

市場別の状況です。

公共向け市場では、契約高約 10,600 百万円のうち 8 割近くが「GIGA スクール構想 第2期」による貢献となり、前年比で約 2 倍の成長となりました。ただし、クラウドサービス系製品・複数年契約での受注が増加したことから、売上高は前年比 9.8% 増にとどまりました。これはクラウド型ビジネスの特性であり、契約高の成長の一部が繰り延べされるかたちで当期売上高へ全額反映されるものではございません。

「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から、**契約残高は大幅に増加**



契約残高については、2027年3月期に売上高計上される翌期売上高が約4,800百万円、2028年3月期以降に売上計上される残高が約6,300百万円まで積み上がっています。売上高計上は繰り延べられる一方、前受金及びキャッシュは増加しており、経営基盤としては安定性が高まっています。

費用構造・財務面の状況

連結売上原価と販売費及び一般管理費の状況			DigitalArts	
人材投資の強化により、売上原価ならびに販売費及び一般管理費は前年同期比で増加したものの、AIの業務活用を含む業務の高度化・効率化を進め、 計画に対して適切なコスト構造を実現している (単位：百万円)				
	2025年3月期	2026年3月期	前年差	主な増減要因
売上原価	2,948	3,334	+386	
労務費	1,040	1,172	+131	開発人材への投資強化
減価償却費	865	919	+54	
通信費	1,505	1,707	+202	クラウドサービス系製品の利用者数増加に伴い増加 ※為替影響は△10M
その他	653	685	+31	
他勘定振替	△1,116	△1,150	△33	
販売費及び一般管理費	2,474	2,708	+234	AIの業務活用（システム開発、サポート、営業・マーケティングなど）を含む業務の高度化・効率化の推進により計画対比で適切なコスト構造を実現
人件費	1,229	1,476	+247	営業部門、管理部門などの人材への投資強化
広告宣伝費	309	240	△68	前期実施したスポットのプロモーション施策を当期は実施しなかったことや、クラウドサービス系製品の試用版提供費用を抑制
その他	936	991	+54	

当社の年間費用は全体で約 6,000 百万円です。そのうち約 1,700 百万円は通信費であり、クラウドサービス系製品の拡大に伴って増加する費用です。逆にいえば、クラウドサービス系製品関連以外の費用は約 4,300 百万円であり、売上高に対して高い収益性を維持できる構造にあります。

契約高の大幅な成長に伴い、前受金が大幅に増加

(単位：百万円)

	2025年3月期 期末残高	2026年3月期 期末残高	前期末 増減率	主な増減要因
流動資産	20,112	25,080	+24.7%	現金及び預金の増加(+5,131M)、自己株式取得による仮払金減少等
(うち現金及び預金)	17,952	23,083	+28.6%	受注増による増加
固定資産	2,515	2,784	+10.7%	ソフトウェア(+439M)、ソフトウェア仮勘定(△214M)
総資産	22,627	27,865	+23.1%	
流動負債	5,209	9,358	+79.6%	前受金(+3,717M)、未払法人税等(+424M)
(うち前受金)	4,082	7,800	+91.1%	クラウドサービス系製品の契約高の大幅な成長に伴い増加
固定負債	52	52	+0.7%	
自己資本	17,336	18,425	+6.3%	自己株式取得等(△1,122M)、支払配当金(△1,220M)、当期純利益(+3,427M)
純資産	17,365	18,454	+6.3%	
自己資本比率	76.6%	66.1%	-	契約高成長に伴う前受金の増加に伴い低下
ROE	19.1%	19.2%	-	当期純利益の増加により19.2%と前年並みの高水準を維持
ROA	14.1%	13.6%	-	契約高成長に伴う前受金の増加により総資産が拡大したことで低下

クラウドサービス系製品の複数年契約が増えたことにより、前受金は大きく増加しました。これに伴い流動資産も約5,000百万円増加しています。一方、前受金の増加により自己資本比率は低下していますが、キャッシュの増加を伴うものであり、財務面では安定的な状態にあります。

個別決算サマリー

「GIGASCHOOL構想 第2期」案件の獲得が好調に推移した結果、契約高が大幅に成長

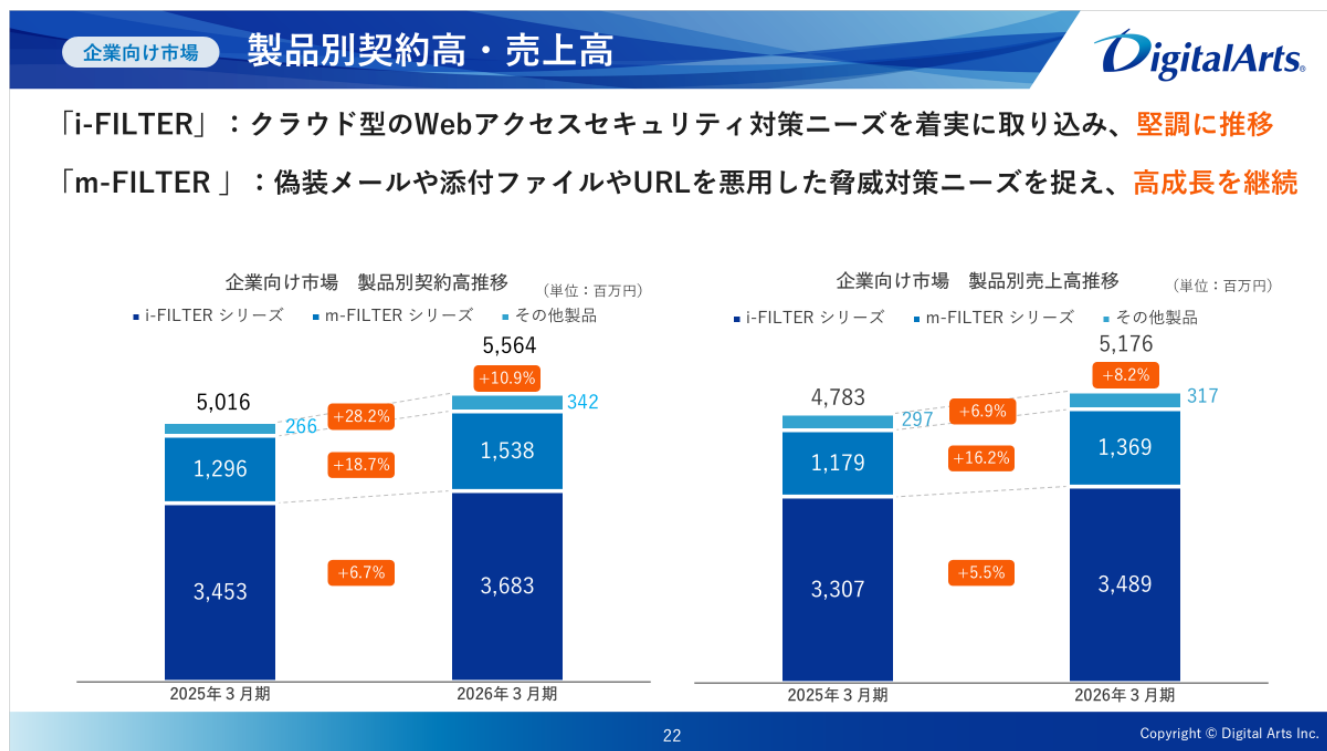
(単位：百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前年比	2026年3月期 通期業績予想 ¹
契約高	10,561	16,598	+57.2%	18,995
売上高	9,972	10,828	+8.6%	11,795
売上原価	2,945	3,332	+13.1%	3,295
売上総利益	7,026	7,496	+6.7%	8,499
販売管理費	2,464	2,697	+9.5%	2,883
契約高営業利益 ²	5,151	10,568	+105.1%	-
契約高営業利益率 ³	48.8%	63.7%	-	-
営業利益	4,562	4,798	+5.2%	5,615
営業利益率	45.8%	44.3%	-	47.6%
経常利益	4,569	4,850	+6.2%	5,635
当期純利益	3,187	3,439	+7.9%	3,888

※1「業績予想」は2025年10月30日公表の業績予想 ※2 計算式は前掲ご参照 ※3 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

なお、海外子会社の売上は一部数百万円規模にとどまっており、連結・個別の数値に大きな差はありません。

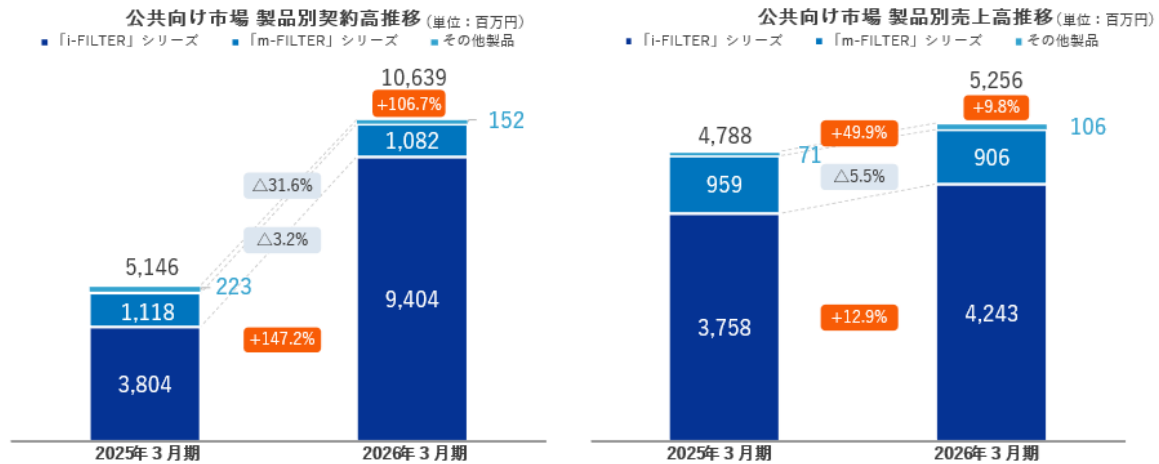
市場別・製品別の状況



企業向け市場では、「i-FILTER」「m-FILTER」を中心に契約高は約10%成長しました。ただし、当社としては、当期さらに高い成長を実現すべきであったと考えており、来期以降は企業向け市場の立ち上げを最重要課題の一つとして取り組みます。

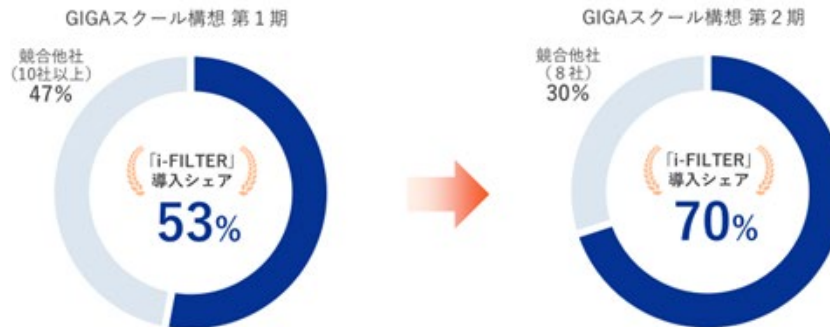
「i-FILTER」：「GIGAスクール」案件や公共機関向け案件の獲得により、**契約高が大幅成長**

「m-FILTER」：前期に獲得した「自治体セキュリティ強靱化」案件の反動減の影響により減収



公共向け市場では、「i-FILTER」の契約高が前年比147.2%増となり、大きく伸長しました。契約高が大きく伸びる一方、売上高の伸びが限定的に見えるのは、複数年契約及びクラウドサービス系製品の比率上昇によるものです。実態としては、多くのユーザーを獲得できたことが重要な成果です。

「GIGAスクール構想 第1期」と比較して、**高い導入シェアを獲得**
加えて、受注単価も「GIGAスクール構想 第1期」と比較して、**約30%上昇**

GIGAスクール構想における有償フィルタリングの導入状況^{※1}

※1 1,741教育委員会に対するヒアリング調査（当社調べ）（2026年3月）

「GIGA スクール構想 第2期」については、第3 四半期までは90%超の高いシェアで推移していましたが、第4 四半期の競争激化によりシェアは70%となりました。来期は、シェアを優先するのか、受注単価を優先するのかを案件ごとにより明確に判断し、継続して獲得を目指します。

製品価値の再訴求と営業改革

当期は新製品として「Z-FILTER」及び「a-FILTER」をリリースしました。これにより、主力製品である「i-FILTER」「m-FILTER」に加え、SSE 領域や認証セキュリティ領域まで製品ラインアップが拡大しました。2027年3月期には、当社製品群だけでインターネット利用を安心・安全にするためのラインアップが整うと考えています。

一方で、製品の価値を販売代理店（パートナー）及びエンドユーザーへ十分に伝え切れていなかった点を反省しています。従来は、製品ごとに詳細な資料を用意し、販売代理店（パートナー）向け勉強会を行ってきました。しかし、エンドユーザーが最終的に何を価値として捉えるのか、当社営業自身がより深く理解し、わかりやすく伝える必要があります。

「i-FILTER」の本質的な価値は、ホワイト運用により Web アクセスを安全に保つことです。当社が把握する限り、「i-FILTER」を経由したマルウェア感染被害の報告は長年にわたり発生していません。この「Web アクセスにおける安心・安全」という価値を、より明確に伝えていきます。

「m-FILTER」については、受信したメールを安全に開ける状態にすることが価値です。現在、多くのユーザーは、受信したメールが安全かどうかを自ら判断しなければなりません。しかし、「m-FILTER」を導入することで、受信メールを安心して開ける環境を実現できます。このような当社ならではの価値を、より簡潔に、より強く訴求していく必要があります。

「Z-FILTER」 「a-FILTER」 「D 教室」 の位置づけ

新製品リリース

「Z-FILTER」 リリース

DigitalArts

どこからでも、便利に・安全にWeb・SaaS・社内システムへアクセスできる環境を実現

Z-FILTER

01

必要な人に
必要なアクセスだけ



不要なアクセスを遮断し、
情報漏えいを防止

02

VPN不要で
シンプル&安全



面倒な接続なし、
どこでも同じ環境

03

Web/SaaS利用も
まとめて安全に



危険サイト・不適切アクセスを
ブロック。シャドーITも防止

33

Copyright © Digital Arts Inc.

「Z-FILTER」は、在宅勤務や社外から社内情報へアクセスするユーザーを対象とした製品です。大手企業では高価な海外製品の導入が進んでいる一方、従業員1万人以下の企業ではコスト面から導入が難しいケースがあります。国産でコストパフォーマンスの高い製品として、「Z-FILTER」への引き合いは順調に推移しており、来期には約10億円規模の案件獲得を目指します。

煩雑なパスワード入力を、スマホワンクリックで
社員の負担と管理の手間を同時に低減し、ID・パスワード漏えいや不正利用リスクを防止

統合認証プラットフォーム
a-FILTER
エーフィルター

端末ログオンからクラウド利用まで、認証を統合

- ID/パスワード漏えいや端末紛失時の不正利用リスク防止
- 管理者の運用負荷を抑制し、環境に左右されにくい運用を実現

Windowsログオン認証

多要素認証 (MFA)

シングルサインオン (SSO)

ID同期/IDプロビジョニング

ログ管理

ISMAP登録済み
政府機関システムのためのセキュリティ評価機関

PC (Windows) ログオン時に多要素認証

「Authenticator」 or 「ICカード」で認証


Authenticator


ICカード

ユーザー → [Laptop] → 自動でログイン → [Cloud]

「a-FILTER」は、従来の「StartIn」をリネーム・機能拡張した認証セキュリティ製品です。SaaS へのログインだけでなく、Windows PC へのログイン段階から ID・パスワードを不要にし、二要素認証を実現します。PC の電源を入れた際にスマートフォンで認証するだけでログインできるなど、わかりやすい価値を提供できる製品です。

当社がGIGAスクールで培った知見を活かし、学びそのものを支援するWeb学習システム
 「i-FILTER@Cloud GIGAスクール版」ユーザー限定の無償サービス
 児童の基礎理解定着と、先生の個別指導負担を同時に支援する

解決したい課題

- 端末整備は進んだ一方、学習活用の定着・継続には差がある
- 個別最適な学びの支援や、家庭学習まで含めた学習履歴の可視化が不足
- 教員は進捗確認・教材準備・声かけなど運用負荷が大きい

サービスの方向性

- 学習の実行・記録・定着・振り返りを一気通貫で支援する教育プラットフォームへ

見込み効果

- 既存GIGAユーザー基盤を起点に、教育市場での顧客接点を拡大

D教室

アカウント機能
学習の記録を残して、これまでの取り組みを確認

ポイント
頑張った分だけポイントが溜まり、学習のやる気をサポート

スモールステップ学習
4STEPの小さなステップで学び、100点を取ってから次に進むことで基礎を定着

学習ガイド
次に学ぶ内容を自動で案内し、迷わず学習を進められる

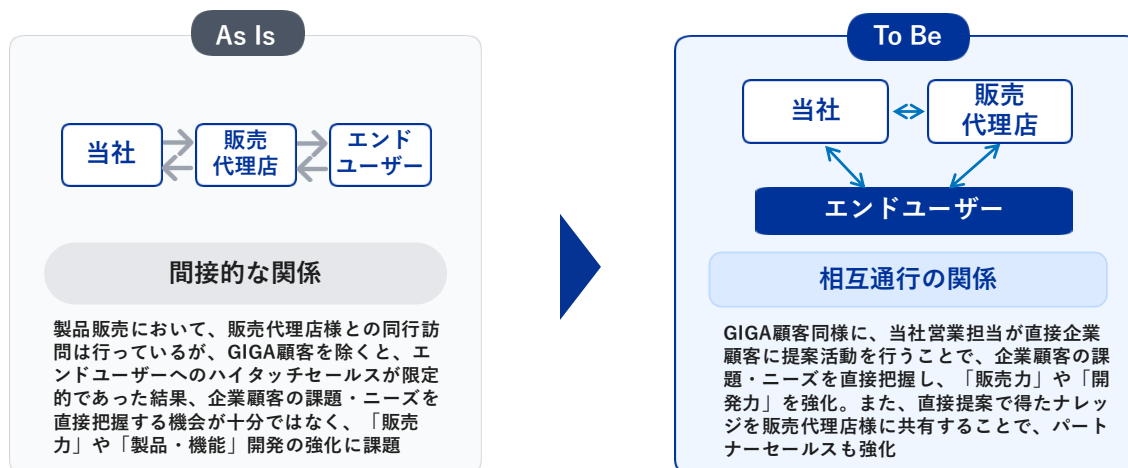
学年	1年生	2年生	3年生	4年生
算数	100点	100点	100点	100点
国語	100点	100点	100点	100点
英語	100点	100点	100点	100点
総合	100点	100点	100点	100点
合計	420点	420点	420点	420点

教育分野では、「D教室」を提供していきます。これは、「i-FILTER」を利用する学校向けに提供する教材サービスであり、「i-FILTER」ユーザーは無料で利用できます。日本の小中学生約900万人の多くは、「i-FILTER」ユーザーであり、先生の負担軽減やインターネットを活用した学習支援に貢献していきます。来期以降の「GIGAスクール案件」では、セキュリティ機能だけでなく、こうした付加価値も含めて訴求してまいります。

エンドユーザーへのハイタッチセールスの実施



営業人材の提案力強化と顧客接点の拡大により、販売力を強化
あわせて、エンドユーザーの声を開発へ直接つなぐ体制を構築し、開発力も強化



40

Copyright © Digital Arts Inc.

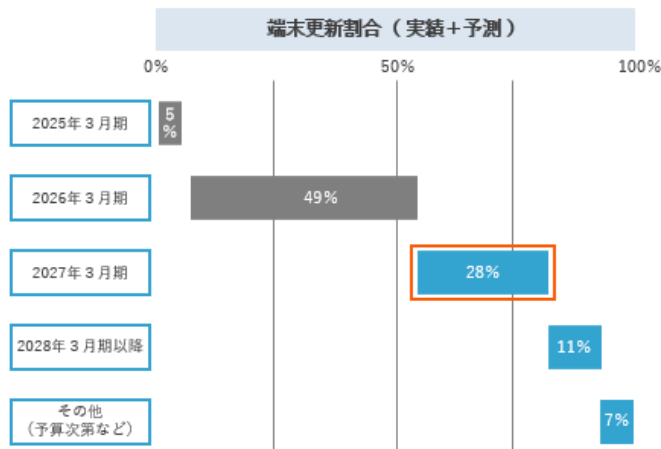
来期は、「GIGA スクール構想」で実践してきたエンドユーザーへのハイタッチセールスを企業向け市場にも展開します。これは直販へ移行するという意味ではありません。最終的な販売は引き続き販売代理店（パートナー）に担っていただきますが、当社がエンドユーザーに直接提案し、ニーズを把握したうえで、販売代理店（パートナー）へ案件を連携する形に変えていきます。

この取り組みにより、案件の時期・金額・確度をより正確に把握できるようになります。また、当社自身がメーカーとして、どのように製品価値を伝えればエンドユーザーに選ばれるのかを実践し、その実績をもとに販売代理店（パートナー）営業の皆様へ共有することで、販売代理店（パートナー）との関係もより強固になると考えています。

ただし、当社はこれまで長くパートナービジネスを中心に営業活動を行ってきたため、急にエンドユーザー対応を強化できるわけではありません。そのため、東京、大阪等に営業の専門家に常駐いただき、当社営業の教育とハイタッチセールスの実践支援を進めています。社内教育と外部専門家の支援を組み合わせ、企業向け市場の拡大に取り組みます。

継続して更新が見込まれる「GIGAスクール構想 第2期」案件に対して、
更なるシェア拡大と受注単価の向上を目指す

GIGA端末更新の時期



POINT

- 2027年3月期において、全体の約28%の教育委員会がGIGAスクール端末の契約を更新する見込み
- 継続的な製品機能強化と個別案件管理の徹底を行うことで、シェア拡大と受注単価の向上を目指す
- 加えて、2026年3月期に無償のフィルタリング製品を導入した教育委員会に対しても継続してアプローチして、収益機会を最大化したい

文部科学省データや各種報道情報などから当社作成

「GIGA スクール構想 第2期」についても、来期に実施される案件がまだ残っています。対象案件の約28%が来期に予定されており、後半でぶれないよう、エンドユーザーへの接点を強化し、引き続き獲得を目指します。

AI 時代における事業機会

AI の普及は、当社にとって大きな事業機会になると考えています。当社自身も昨年から本格的に AI を活用しており、利便性と同時にリスクも認識しています。今後、AI を業務で活用するには、セキュリティ対策を講じたうえで、安全に利用できる環境を整えることが重要になります。

生成AIの回答の安全化に加えて、生成AIへのユーザー入力を評価し、AI利用全体を守る
生成AIの安全利用を、“回答評価”と“入力評価”により二重に防御

生成AIによる回答の安全化

生成AIの回答が不適切な場合に、不適切なデータを削除し、削除理由を表示



- 生成AIの回答が不適切なデータを含むか否かを評価
- 不適切なデータを削除し、削除理由を表示して安全な回答に補正

生成AIの回答がユーザーに有害な場合に、ユーザーのアクセスを回避

特許7598424号

ユーザー入力の評価と回答制御

AIへのユーザー入力を評価し、不適切な場合に、AI回答の送信を不許可/編集して送信



- ユーザーの入力内容を評価し、不適切か否かを評価
- 不適切な場合に、AI回答の送信を不許可/編集して送信

ユーザーのAI入力による情報漏えい等の防止

特許7826448号

生成AIの
安全利用

運用・監査

特許技術を基盤に、当社は生成AIの「入力」「回答」「運用」全体を守るAIセキュリティを推進

当社は、AIの誤作動・不適切な出力、機密情報の漏えいといったリスクに関連する特許技術を発表しました。今後、AIがより能動的に動くようになると、社内の機密情報が意図せず外部へ流出するリスクも高まります。当社は既に「i-FILTER」にも関連機能を搭載しており、AI時代における安全な利用環境の実現に向けて、技術的な強みを活かしていきます。

インターネットが普及した当初は利便性が注目され、その後に安全性の課題が顕在化しました。現在のAIも同様に、利便性の普及に続いて、安全に使うためのセキュリティ需要が拡大すると見えています。AIが普及すればするほど、セキュリティ業界の重要性は高まると考えています。

社内DXと今後の展開

当社では、開発業務にもAIを活用し始めています。開發生産性はこの半年間で大きく向上しており、中期経営計画で人員計画を見直したことは、後ろ向きな削減ではなく、AI活用により人員を大きく増やさなくても製品開発が可能になっていることを示すものです。

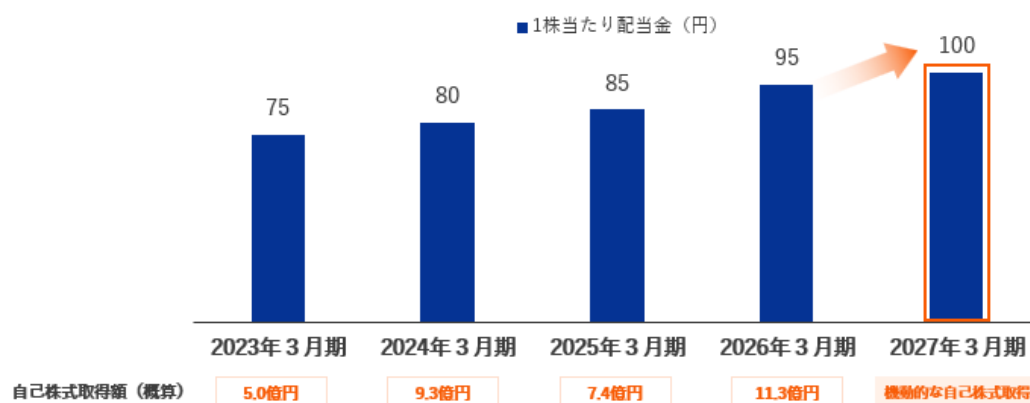
社内では、DX関連ツールも複数開発を進めています。案件管理などの自動化も今後さらに進めていく予定です。将来的には、これらのDX系ツールを外販し、セキュリティに加えてDX・SaaS領域のメーカーとして展開する可能性もあります。そのためにも、まずは企業向け市場をしっかりと立ち上げることが重要です。

株主還元

株主還元方針



2027年3月期 株主還元方針	大方針	● 累進配当の実施及び、目標総還元性向 50% 以上
	配当	● 1株あたり配当金は、 100円 。13年連続増配を予定
	自己株式取得	● 業績動向ならびに株式市場の動向等を勘案しつつ、機動的に実施予定



55

Copyright © Digital Arts Inc.

当期の配当は1株当たり100円を予定しています。

自社株買いについては、株価動向を見ながら機動的に検討していきます。

以上で、私からの説明を終了いたします。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

Q1. 2026年3月期の契約高は、計画190億円に対して166億円の着地となりました。主な未達要因は、「GIGAスクール構想」案件における競争環境の変化によるものでしょうか。また、2027年3月期へ期ずれした案件もあるのでしょうか。

A1. ご指摘のとおり、複数の要因があります。最も大きかったのは「GIGAスクール構想第2期」案件です。当期第4四半期に約20億円程度の獲得を見込んでいましたが、その一部は翌期へ期ずれし、一部は案件ごとの競争状況により獲得に至りませんでした。

来期は、案件ごとの競争環境を踏まえながら、シェア獲得と受注単価のバランスを適切に判断してまいります。また、企業向け市場においても、第4四半期に見込んでいた案件の一部が期ずれ、または獲得に至りませんでした。これらを踏まえ、来期は案件管理の精度向上と営業力の強化に取り組んでまいります。

Q2. 今回の計画と実績の差異は、販売代理店（パートナー）との関係に起因するものではなく、主に案件ごとの競争環境によるものと理解してよいのでしょうか。

A2. 販売代理店（パートナー）との関係に問題が生じているわけではありません。特に「Z-FILTER」の投入以降、これまで当社製品の販売実績が少なかった販売代理店（パートナー）にも参加いただいております。販売網は広がっています。

今回の未達は、販売代理店（パートナー）との関係悪化によるものではなく、「GIGAスクール構想第2期」案件を中心とした競争環境の変化や、一部案件の期ずれが主な要因です。来期は、当社がエンドユーザーへの提案活動をより主体的に行い、最終的には販売代理店（パートナー）に案件を連携する形を強化してまいります。これにより、販売代理店（パートナー）との関係をより深く、強固なものにしていきたいと考えています。

Q3. 企業向け契約高の伸び悩みは、AI の進化が早いために顧客が導入判断に時間を要したことも影響しているのでしょうか。

A3. AI が製品選定の参考にされるケースはあると思いますが、それによって導入判断が遅れたとは考えていません。今回の反省点は、エンドユーザーが本当に求めるものを把握し、当社製品を指名していただく状態を十分に作れていなかったことです。一部の販売代理店（パートナー）は、エンドユーザーが既に欲しいと考えている製品に対して見積もりを出す役割に近くなっています。そのため、当社としてはエンドユーザーに製品価値を直接伝え、当社製品を選んでいただける状態を作ることが重要です。自社で開催しているオンラインセミナー等で、月数百件のエンドユーザー接点がありますので、今後は当社自身がこれらの接点をより積極的に活用していきます。

Q4. 2027 年 3 月期の「GIGA スクール構想」案件におけるシェア前提はどの程度でしょうか。当期第 4 四半期はシェアが低下したとのことですが、巻き返しは可能でしょうか。

A4. 来期においても、シェアの巻き返しは可能であると考えています。当期第 2 四半期・第 3 四半期には 90% 超のシェアを確保できており、来期も同水準を目指してまいります。当期第 4 四半期は、受注単価の向上を重視した方針も影響しました。来期は、案件ごとの状況を見極めながら、シェア獲得と受注単価のバランスを柔軟に判断してまいります。

Q5. 今後、「GIGA スクール構想」案件に限らず、同様に厳しい競争環境となった場合、どのように対応しますか。

A5. 当社の強みは、高い収益性を維持できる事業構造にあります。過去の「GIGA スクール構想 第 1 期」においても、案件ごとの状況に応じて柔軟に対応しながら、一定の利益率を確保してまいりました。

今後も、すべての案件で価格を優先するという考えではありませんが、シェアを重視すべき案件については、競争環境を踏まえて柔軟に対応することが可能です。来期は、案件ごとの状況を見極めながら、シェア獲得と収益性のバランスを適切に判断してまいります。

Q6. 本日の株価下落幅は大きかったです、自社株買いなどの株価対策は検討しなかったのでしょうか。また、今後実施する可能性はありますか。

A6. 決算発表後の市場の反応をまず確認したいと考えていました。来週以降の株価動向も踏まえ、会社として社内協議を行い、必要な施策については機動的に検討していきます。

締めくくり

今回公表した計画は、投資家の皆様の期待を下回る内容であったと認識しています。一方で、当社は30年続けてきた営業のあり方を見直す改革の年に入ったと考えています。販売代理店（パートナー）の強みを活かしながら、当社自身もエンドユーザーに向き合い、製品価値を直接伝える体制を構築していきます。来期計画は保守的に設定していますが、できるだけ早い段階で成果を出し、中期経営計画最終年度として上方修正を目指してまいります。

以上をもちまして、デジタルアーツ株式会社2026年3月期決算説明会を終了いたします。本日はご多忙の中ご参加いただき、誠にありがとうございました。