

<粗利率60%超へ>

**AI活用と高粗利プロダクトによる
売上高総利益率の収益性向上策について
(中期Vision 2026補足資料)**



第二創業期は、事業をスケールし、売上を急拡大するフェーズ

向こう3年間で、持続的な高い売上成長軌道の確立と、粗利益率（売上総利益率）の最大化を図る

前・中期経営計画

売上高 **260** 億円以上

営業利益 **20** %以上

ROE **15** %以上



中期Vision 2026

2029.5期

売上高成長率 **10** %以上

売上高総利益率 **60** %以上

2027.5期～2029.5期

普通配当の**3** 年連続増配

2026年7月策定「中期ビジョン」より抜粋

原価に掛かるオペレーション業務のAI自動化と高粗利プロダクトへのシフトで 3年間で粗利益率+12.7pt以上の改善を見込む

【1】顧客対応業務の完全自動化

- 既存の顧客対応業務を全てAIで代替し労務費を大幅削減
- 労務費の削減幅がAIコスト増を大幅に上回る見込み

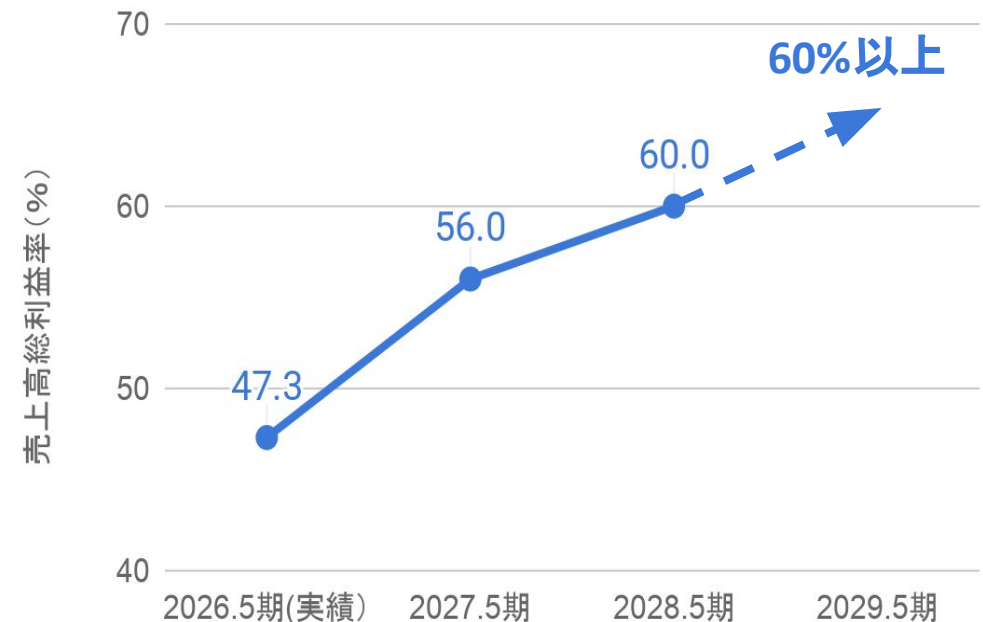
【2】高粗利プロダクトの集中販売

- 開発・営業リソースを高粗利の主力プロダクトに集中
- 既存顧客との契約も高粗利プロダクトへ順次シフト

各Domainの主力プロダクト

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| ● Sea : SeaNavigator | ● Sky : SkyAviators |
| ● Land : ウェザーニュース for business | ● Internet : ウェザーニュースアプリ |

売上高総利益率の推移(予想)



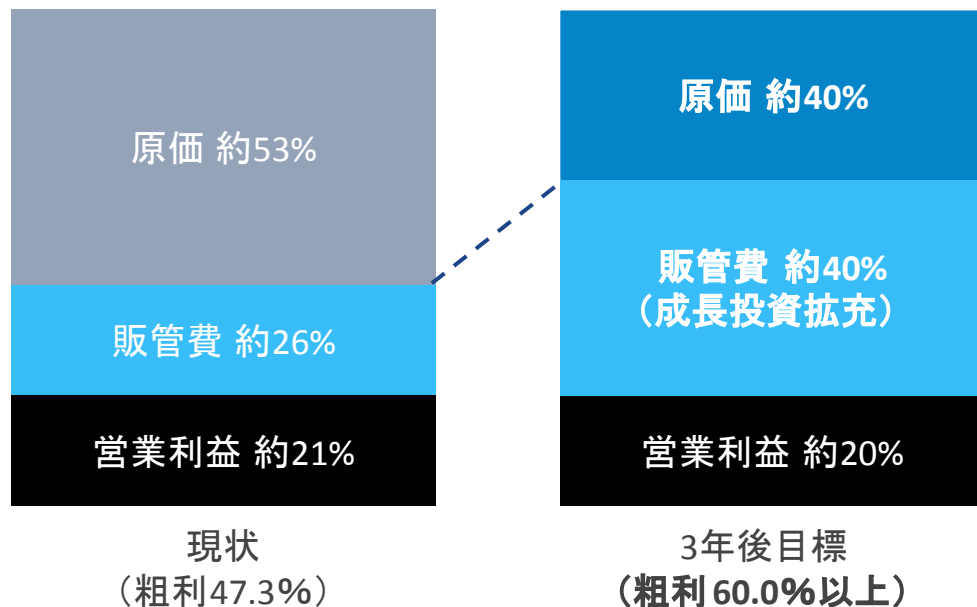
リストラなしの 生産性改革

顧客対応業務の自動化で発生した余剰人員は、カスタマーサクセス（CS）および営業へ戦略的配置転換
新規獲得と解約率低下を加速させ、さらなる売上成長の原動力の役割を担う

粗利改善で生み出した原資は成長投資へ最適配分 トップライン成長を最優先としつつ、営業利益率20%水準は維持

PL構造のBefore/After想定比較

(売上高 = 100%とした構成比)



■ 売上原価 ■ 販管費(人件費・マーケティング費用等) ■ 営業利益(20%水準)

Q：粗利率が12pt以上改善する一方で 営業利益率20%で横ばいの理由は？

- 粗利改善で獲得した資金を「トップライン成長の再投資原資」として活用するためです
- カスタマーサクセス・営業等の人件費増加に加え、顧客の新規獲得に向けたマーケティング投資を強化します

Q：マーケティング投資拡大による 利益下振れリスクはないか？

- マーケティング投資は費用対効果を厳密に検証して実施し、投資効率が見合わない場合は投資抑制の上、株主還元の実施も検討します
- 実施状況や規律ある運用に伴い営業利益率が20%を超えて上振れる可能性もあります



注意事項

- ◆ 当社は、現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき、本資料を作成しておりますが、
- ◆ 本資料の正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- ◆ また、業績予想など将来に関する記述は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、
- ◆ 実際の業績は様々なリスクや不確定な要素などの要因により異なる場合があります。