

## 「2026年3月期決算および2027年3月期業績見通し」に関する主なご質問

Q1. 2026年3月期の契約高が未達となったのは、競争力が低下したためではないか。

A. 2026年3月期の契約高計画において大きな比重を占める「GIGAスクール構想」関連の契約高が当初計画を下回ったことは事実であり、この点は真摯に受け止めております。

一方で、「GIGAスクール構想」関連については、「GIGAスクール構想第1期」から「GIGAスクール構想第2期」にかけて、当社のシェアは53%から70%へ向上しており、受注単価についても約30%上昇しております。これは、当社が提供するフィルタリング品質、教育現場での運用実績、サポート体制等に対する評価が継続していることを示すものと考えております。

したがって、今回の未達は、当社製品の競争力そのものが損なわれたことによるものではなく、一部案件における想定以上の価格競争、契約条件の変化、更新タイミングの影響などが複合的に作用したものと認識しております。

当社製品のフィルタリング品質、教育現場での運用実績、サポート体制に対する評価は引き続き高く、教育市場における顧客基盤は堅固であると考えております。今後も、販売パートナーとの連携強化に加え、自治体・教育委員会等との接点をさらに強化し、当社製品の価値をより丁寧に訴求することで、教育市場におけるシェアのさらなる向上を目指してまいります。

Q2. 競合他社の低価格攻勢に対して、価格面で対応すべきだったのではないか。

A. 一部案件では、想定を上回る価格競争が発生しましたが、当社は単に価格を引き下げて受注を追求するのではなく、教育市場において長年築いてきたブランド価値、製品品質への信頼、安定的な運用支援体制を重視した対応を行いました。

教育現場で利用されるセキュリティ製品は、価格のみではなく、フィルタリング精度、運用の安定性、サポート品質、長期的な安心感が重要であると考えております。そのため、過度な低価格競争に追随するのではなく、製品価値に見合った価格水準と中長期的な収益性を守る判断を行いました。

一方で、今回の結果を踏まえ、2027年3月期においては、教育市場における当社の強固な顧客基盤を活かし、シェアを再び90%以上の水準へ引き上げることを目指し、各種施策を実施してまいります。短期的には契約高に一定の影響が生じましたが、ブランド価値を毀損しない価格戦略を継続しつつ、顧客接点の強化と提案活動の高度化により、シェアの拡大と中長期的な企業価値向上の両立を図ってまいります。

Q3. 2027年3月期の売上高計画が弱く見えるが、成長に自信を失っているのではないか。

A. 2027年3月期の売上高計画については、契約残高の積み上がりを踏まえつつも、契約期間の変化、売上高認識時期、公共向け案件の更新タイミング、「GIGAスクール構想」関連需要の反動を慎重に織り込んだ計画としております。

これは成長に対して後ろ向きな姿勢に転じたものではなく、2026年3月期の計画未達を踏まえ、株主・投資家の皆様に対して、より確度を重視した計画を示すことを優先したものです。一方で、

「GIGAスクール構想」関連案件におけるシェア拡大、既存顧客へのクロスセル・アップセル、「Z-

FILTER」を含む新製品の案件化が進展した場合には、追加的な成長余地があると考えております。

Q4. 企業向け市場の成長が想定より遅く、中期成長を牽引できないのではないかと。

A. 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は事実であり、今後の重要な改善課題と認識しております。一方で、クラウドおよびAIの利用拡大、サイバー攻撃の高度化、ゼロトラストセキュリティへの対応などを背景に、Webセキュリティ、メールセキュリティ、認証・アクセス制御を一体的に提供するニーズは引き続き拡大しているものと認識しております。

今後は、主力製品である「i-FILTER」「m-FILTER」の継続的な拡販に加え、「Z-FILTER」をはじめとする新製品・関連製品の販売拡大を進めてまいります。さらに、販売パートナーとの連携を維持しながら、当社自らがエンドユーザーとの接点を強化し、顧客課題や現場ニーズをより直接的に把握した上で提案活動を推進する営業体制の強化を進めてまいります。

これにより、受注率の向上、案件単価の引き上げ、既存顧客へのクロスセル・アップセルを進め、企業向け市場における成長を再加速させてまいります。

Q5. 中期経営計画を見直したことで、成長シナリオが後退したのではないかと。

A. 中期経営計画の見直しは、2026年3月期の実績および足元の事業環境を踏まえ、より実現可能性を重視した計画へと再設定したものです。

成長領域である企業向けセキュリティ、クラウド型製品、ゼロトラスト領域への展開という方向性に変更はありません。むしろ今回の見直しは、過度に楽観的な前提を置くのではなく、計画の確度を高め、着実な成長を積み上げていくためのものです。

当社としては、短期的な不確実性を織り込みつつ、「GIGAスクール構想」関連で構築した高いシェアと顧客基盤、企業向け市場の成長余地、「Z-FILTER」をはじめとする新製品の育成を通じて、中長期的な企業価値向上を目指してまいります。