

# 株式会社コスモネットの 完全子会社化に関する補足説明資料

True Data

×

コスモネット | MUSASI

生活者の購買データ × プロ市場の取引データ

2026年10月7日

株式会社True Data

東証グロース：4416

- ・ 建材・金物・工具・住関連商品などを扱うプロショップ向けに**販売管理システム「MUSASI」**を展開するコスモネットの全株式を取得する。
- ・ 本件の本質は**プロ市場のデータ基盤の獲得**にある。当社が本業で確立した「データ×AIインサイト」の型を、プロ市場向けでも再現する。

## 01 何を取得するのか

現状

プロ市場の「取引データ」が生まれる  
**業務接点を持つ(株)コスモネット**を取得する

掛売・顧客別単価・請求・仕入・在庫までを一体で支援できる、金物店・プロショップ向けのPOS・販売管理システムである「MUSASI」を提供している

**1992年**

販売開始

**約40万点**

商品マスタ

**約180社**

取引先

## 02 なぜTrue Dataなのか

現状

膨大なデータを、各ステークホルダーに適した**AIインサイトへと変換し事業化**できる

小売のデータを市場データとして標準化し、AIインサイトとして、小売・メーカーに提供してきた実績を持つ。このビジネスモデルをプロ市場でも再現できる

**6,500万人**

年間アクティブ数

**201社**

メーカー向け導入

**81.4%**

ストック比率

## 03 どこへ向かうのか

中長期の可能性

「データ×AIインサイト」の型を  
**標準化し、他業界にも横展開**していく

プロショップの需要予測・在庫最適化から、金物・工具・住関連メーカーへのデータ提供へと業容拡大できる。生活者市場とプロ市場をつなぐことでデータ活用領域を拡大する。また、「データ×AIインサイト」の型を標準化し他業界に横展開する

**メーカー**

データ販売

**生活者側**ホームセンター領域  
の強化**他業界**

型の横展開

### 取引概要

取得比率 **100%（完全子会社化）**取締役会決議 **2026年10月7日**株式譲渡実行日 **2026年10月13日（予定）**

詳細は後述

注：MUSASIの販売開始年・商品マスタ数はコスモネット公開情報、取引先数は対象会社資料による。

当社ストック比率は26/3期実績、年間アクティブ数は2025年4月～2026年3月の1年間に購入実績のあるポイントカード会員数、メーカー向け導入件数は27/3期1Q末時点を参照した。

- 株式会社コスモネットの発行済株式の100%を取得する。株式譲渡実行日は2026年10月13日を予定している。
- 中期経営計画で設けたM&A投資枠（10億円以上）の初の実行案件であり、29/3期目標「30億円 + α」の「α」に向けた一歩となる。

取引概要

|         |                                                      |
|---------|------------------------------------------------------|
| 対象会社    | 株式会社コスモネット（大阪府大阪市西区）                                 |
| 事業内容    | 金物店・プロショップ向けPOS連動型販売管理システム「MUSASI」の<br>開発・販売・導入支援・保守 |
| 取得比率    | 100%（完全子会社化）                                         |
| 取得価額    | 合計248百万円（概算）<br>= 取得対価等220百万円 + アドバイザー費用等28百万円（概算）   |
| 取得資金    | 自己資金および銀行借入                                          |
| 取締役会決議日 | 2026年10月7日                                           |
| 株式譲渡実行日 | 2026年10月13日（予定）                                      |
| 業績への影響  | 27/3期3Qより連結決算に移行する。連結業績に与える影響は精査中である。                |

対象会社の業績動向（単体）

（百万円）

|      | 23/8期 | 24/8期 | 25/8期 |
|------|-------|-------|-------|
| 売上高  | 97    | 92    | 106   |
| 営業利益 | 10    | 3     | 8     |
| 純資産  | 45    | 55    | 63    |

中期経営計画における位置付け

29/3期 財務目標

売上高 30億円 + α

α = M&A・提携による  
シナジー（計画未反映）

M&A投資額

10億円以上

本件 = 初の実行案件

注：取得価額・業績への影響等の詳細は、本日公表の適時開示「株式会社コスモネットの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」を参照されたい。  
対象会社の業績は同社決算書（単体）に基づき、百万円未満を切り捨てて表示している。

- MUSASIは、顧客別単価・請求・仕入・在庫までを一体で管理する、**プロショップ向けのPOS・販売管理システム**である。
- 約40万点の商品マスタと導入時のマスタ構築支援で店舗業務に深く入り込み、**長期の継続利用と保守によるストック収益**を生んでいる。

## プロ市場の商流とMUSASIの位置



## MUSASIが一体で支える店舗業務

 = プロ市場特有の商慣習に対応する機能

| 掛売・請求     | 顧客別単価・値引率 | 入金・売掛管理 | 納品書発行     |
|-----------|-----------|---------|-----------|
| 販売（POSレジ） | 仕入・発注     | 在庫・棚卸   | 顧客管理・購入履歴 |

一般的な小売POSが「何が・いつ・いくらで売れたか」を扱うのに対し、MUSASIは「**誰に・どの条件で・どう決済されたか**」までを業務として記録する。

注：コスモネット公開情報（製品Webサイト：販売開始年・商品マスタ数・機能）、対象会社資料（取引先数）。

## 1992年

### 販売開始

30年以上にわたり、現場の声を反映して改良を続けてきた

## 約40万点

### 連携可能な商品マスタ

業種特有の多品種を管理するため、導入時のマスタ構築を支援しておりデータ基盤が整っている

## 約180社

### 全国の取引先

全国のプロショップ・金物店等（代理店経由を含む）と密接な関係性を構築できている

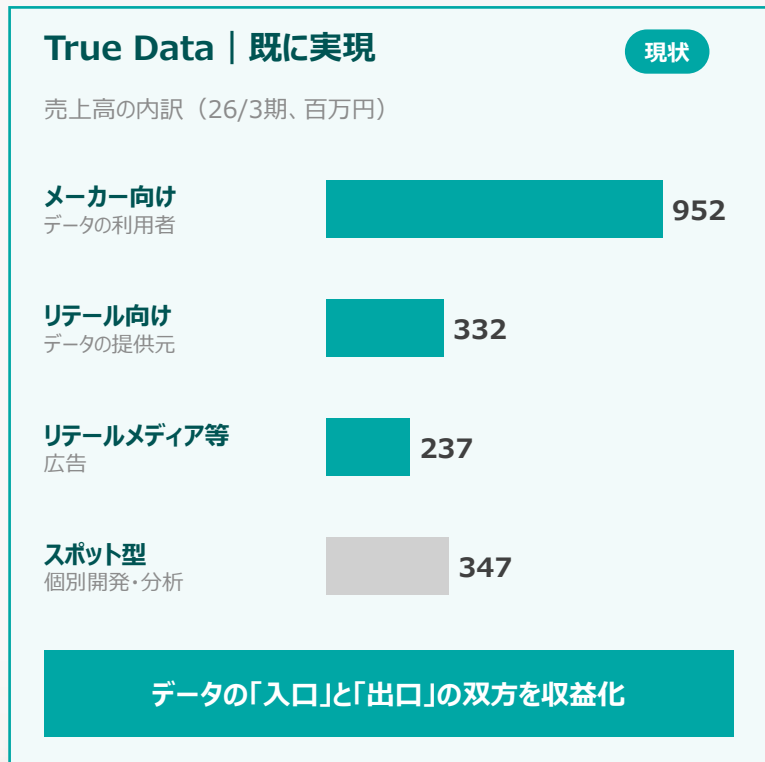
- 小売のデータを市場データとして標準化し、AIインサイトとして小売・メーカーに提供してきた「データ×AIインサイト」が当社の強みである。
- 本件により、この事業の型をプロ市場で再現する土台を得た。業界特化型のデータ×AIインサイトの、もう一つのパターンが生み出せる。



このM&Aは、収益の足し算をするためではなく、「プロ市場のデータ基盤」を獲得しに行くためのM&Aである

注：年間アクティブ数は2025年4月～2026年3月の1年間に購入実績のあるポイントカード会員数である。メーカー向け導入件数は27/3期1Q末時点、ストック比率は26/3期実績である。紫の点線は中長期の可能性を示す。

- 当社は、データ基盤を導入いただいている小売にも、そのデータを活用するメーカーにも価値を提供し、収益源を複層化してきた。
- 同社収益は約180社のプロショップからのシステム・保守収入に閉じている。取引データを活かせば各メーカー等への収益機会が生まれる。



保有データは膨大で潜在力は高いが、キャッシュポイントは約180社のプロショップ等向けサービスに限られている

注：True Dataの売上高は26/3期実績（取引先の属性別区分）である。右列の収益機会は中長期の可能性である。

- 生活者資料とプロ市場は「住まい」でつながる。プロ市場の購買データは、住まいに関する需要を捉える先行指標となる潜在力を秘める。
- 2つの市場のデータを組み合わせ、住まいに関する需要をより早く、立体的に捉え、商品企画や品揃えなどの意思決定を高度化する。



プロ市場の「取引」を先行情報にして、住まいに関わる生活者市場の需要変化を捉え、新商品開発や在庫・生産の最適化につなげる

注：年間アクティブ数は2025年4月～2026年3月の1年間に購入実績のあるポイントカード会員数である。メーカー向け導入件数は27/3期1Q末時点である。

- 短期はMUSASIの価値向上、中期にプロショップ市場のデータ基盤を強化、長期に両市場をつなぐデータ×AI基盤へ発展させる。
- 各ステップの進捗は、既存事業・データ資産・新たな収益の3つの観点で測っていく。

## STEP 1 短期

本件後の施策

MUSASIの価値向上と  
プロショップ支援

- サービスの安定提供と顧客基盤の維持
- 当社の分析ノウハウを、店舗経営を支援する機能として実装
- 開発・営業体制の強化

## STEP 2 中期

本件後の施策

プロショップ市場の  
データ基盤を強化

- 適切なルールとデータ保護のもとで、購買データを標準化・統合
- エリア毎の需要を統計的に可視化し、プロ市場の需要変化を捉える
- 工具・建材メーカー等へのデータ提供を通じて、商品開発・生産・販売計画のを高度化につなげる

## STEP 3 長期

中長期の可能性

生活者市場とプロ市場を  
つなぐデータ×AI基盤へ

- プロ市場×生活者のデータに、外部データとAIを組み合わせ、需要を予測
- 住まいに関わる商品の品揃え・在庫を高度化
- 商品・発注・生産・物流の意思決定を支援

取引データの価値の顕在化

## 進捗を測る観点（開示の方法は今後検討）

既存事業

MUSASI導入社数・店舗数／ストック売上

データ資産

分析可能な店舗数／取引明細数

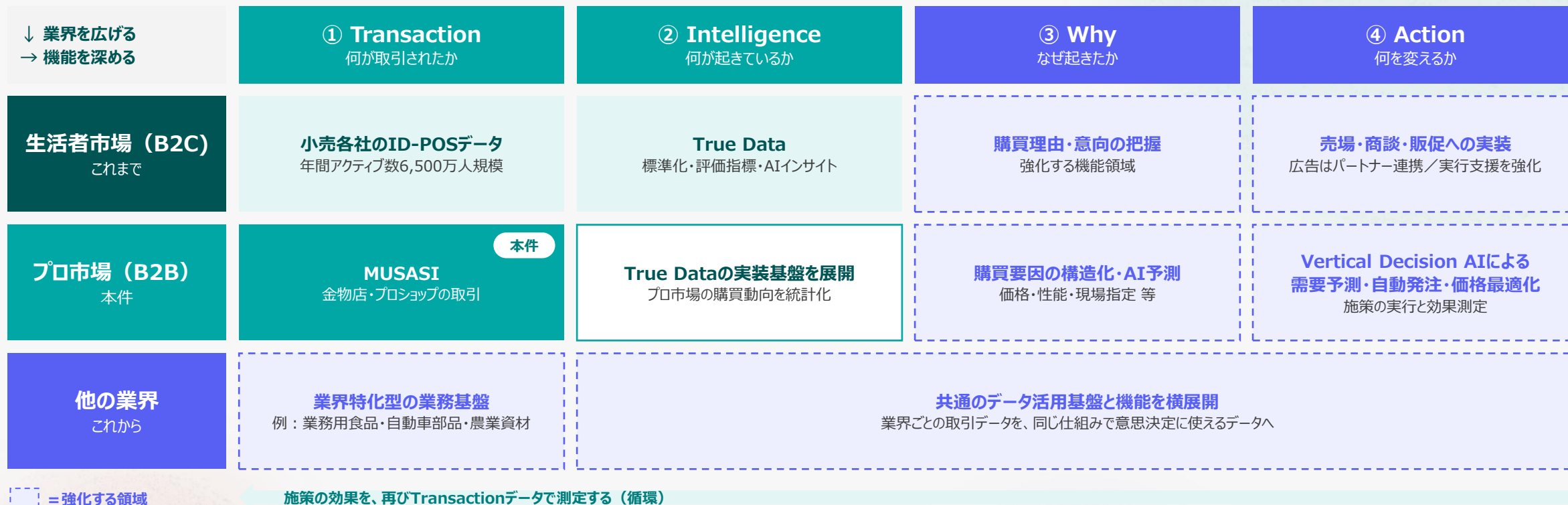
新たな収益

メーカー向けデータ契約社数

注：各ステップの時期・内容は本資料作成時点の想定であり、今後の事業環境や検討の進捗により変更となる可能性がある。

# 「業界を広げ、機能を深める」：本件を応用し成長モデルを拡張

- 業界を広げて「取引が生まれる接点」を増やす（縦）ことと、「なぜ」「何を変えるか」まで機能を深める（横）ことが重要である
- 本件はプロ市場という新たな接点を得る「縦」の第一歩にあたる。各機能は、今後も自社開発・提携・M&Aを含めて強化していく。



中期経営計画 | 29/3期 売上高30億円+α

縦（業界）と横（機能）の掛け合わせで、「α」を形づくる。産業特化型データ×AIプラットフォームの確立

注：本頁は当社の中長期的な成長の考え方を示すものであり、特定の案件や計画を示すものではない。他業界の例は同様のモデルが適用可能と考える市場の例示である。

本資料には、株式会社True Data（以下「当社」といいます）に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、当社が当該資料作成時点（又はそこに別途明記された時点）において入手した情報に基づく、当該時点における予測等を基礎として作成されています。これらの記述のためには、一定の前提・仮定を使用しています。これらの記述又は前提・仮定は当社経営陣の判断ないし主観的な予想を含むものであり、様々なリスク及び不確実性により、将来において不正確であることが判明し、あるいは将来において実現しないことがあります。したがって、当社の実際の業績、経営成績、財政状態等については、当社の予想と異なる結果となる可能性があります。かかるリスク及び不確実性には、日本その他の国・地域における経済社会状況、日本円と米ドルその他外貨との為替レートの変動、テロ事件及び戦争、伝染病その他当社事業を取り巻く様々なリスクが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

本資料に掲載されている情報は、情報提供を目的としたものであり、いかなる有価証券、金融商品又は取引についての募集、投資の勧誘や売買の推奨を目的としたものではありません。

本資料の著作権やその他本資料にかかる一切の権利は当社に属します。