

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

カドカワ

9468 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2018 年 12 月 12 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2019年3月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2019年3月期業績見通し	01
3. 今後の成長戦略	02
■ 事業概要	03
1. Web サービス事業	03
2. 出版事業	05
3. 映像・ゲーム事業	06
4. その他事業	06
■ 業績動向	06
1. 2019年3月期第2四半期累計業績の概要	06
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	13
1. 2019年3月期の業績見通し	13
2. 事業セグメント別見通し	14
■ 成長戦略と ESG の取り組みについて	18
■ 株主還元策	20
■ 情報セキュリティ対策	20

■ 要約

電子書籍・電子雑誌事業が好調持続、 下期にリリースするオリジナルゲームの投入効果等により 2019 年 3 月期は大幅増益を目指す

カドカワ<9468>は、大手出版社の(株)KADOKAWAと日本最大級の動画サービス「niconico」を運営する(株)ドワンゴが2014年10月に経営統合して誕生した総合メディア企業である。出版事業のほか「niconico」を中心としたWebサービス事業、映像・ゲーム事業を中心に、メディアミックス戦略による事業拡大を推進している。

1. 2019 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2019年3月期第2四半期累計(2018年4月-9月)の連結業績は、売上高が前年同期比0.6%増の102,129百万円、営業利益が同0.2%増の2,864百万円となった。Webサービス事業は有料会員数の減少傾向が続き減収減益となったものの、電子書籍・電子雑誌の販売好調により出版事業が増収増益となったほか、アニメの海外ライセンス販売、ゲームの海外ロイヤリティ収入の好調による映像・ゲーム事業の増収増益でカバーした。「niconico」については通信回線の増強や画質向上などサービスの改善を図ったほか、2018年8月より新しい生放送サービス「nicocas(実験放送)」をリリースし、視聴者が配信者にアイテムを送ることで配信者を支援することができる「ギフト」(投げ銭機能)も導入するなど新機能の拡充を実施した。2018年9月末のプレミアム会員数は194万人とダウントレンドが続いているものの、「niconico」の視聴者数・回数はこれら施策により前年よりも増加しており、着実にその効果は出始めている。

2. 2019 年 3 月期業績見通し

2019年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.7%増の231,000百万円、営業利益が同154.4%増の8,000百万円と期初計画を据え置いた。主な増益要因はWebサービス事業と映像・ゲーム事業の増益によるもので、2018年11月以降リリースを予定しているオリジナルゲーム4タイトルの収益貢献を見込んでいる。なかでも最も期待度が高いのは2018年11月29日にリリースしたAR技術を使った位置情報ゲーム「テクテクテク」だ。リリース当初から大型コラボがなされ、ゲームの魅力度をアップさせる。その他のゲーム作品の中には、「ニコニコ生放送」や「nicocas」等による生放送の視聴者が参加することを前提としたゲームもあり、有料会員数の増加にもつながる可能性がある。その他、VTuber(バーチャルYouTuber)に必要な要素をワンストップでユーザーに提供するVR事業において、サブスクリプションモデルのサービスを開始するほか、「ギフト」や「カスタムキャスト」(VTuber作成+ニコ生放送配信アプリ)でのパーツ販売による都度課金収益の拡大を見込んでいる。2019年3月期の業績はこれらの取り組みがどの程度、収益貢献するかがポイントになってくる。

要約

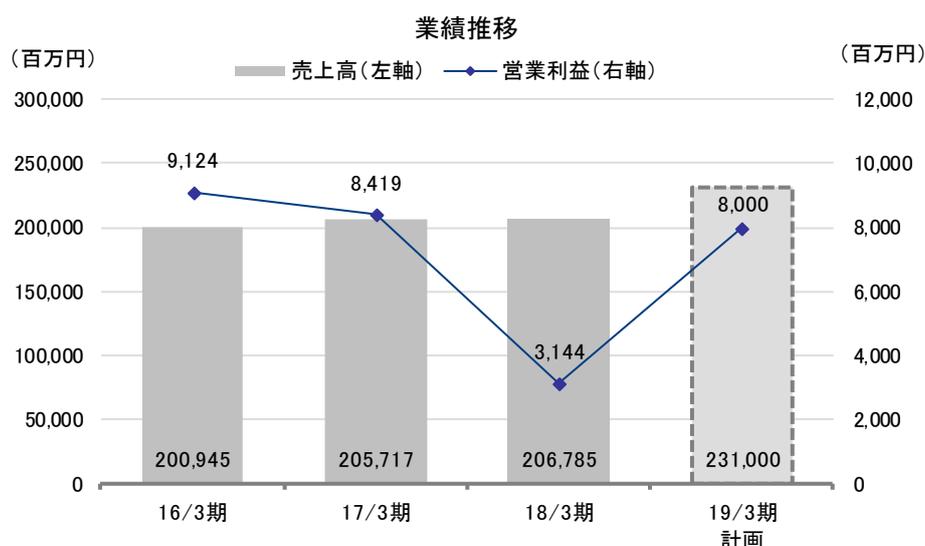
3. 今後の成長戦略

同社は、ネットとリアルを融合したメディアミックス戦略を国内外で展開しながら事業を拡大していく方針だ。グループのIP戦略として、出版を起点とする従来型のメディアミックスだけでなく、niconico等の出版以外から生まれた原作を起点とした統合シナジー型のメディアミックスを実現していく戦略を掲げている。IPの創造と育成も強化しており、2018年4月よりサービス開始したアニメ総合情報サイト「N アニメ」※は旧作アニメの、無料配信・一挙放送や新作アニメのコラボキャンペーン等、様々な取組により四半期ごとに月間UU数が成長しており、第2四半期(2018年7月-9月)で月平均700万UUまで増加しており、10月より本格始動している。出版事業では適量生産・適時配送に対応する新たな書籍製造・物流システムのテスト稼働を開始しており、2020年春に完成する所沢の書籍製造・物流拠点において本格稼働を開始する。同システムの導入によって、需要に見合った少量生産を低コストで実現できるほか、返品率低減による収益性向上が見込まれる。また、電子書籍事業も年率2ケタ台の増収ペースが続く見通しだ。現状は先行投資ステージである業績も、これら施策を推進していくことで中長期的には着実に成長していくものと弊社では予想している。

※ 動画・漫画・ニュース・イラストなど niconico の各サイトに分散していたアニメコンテンツや情報を集約したアニメポータル。アニメファンがニコニコ内アニメコンテンツを回遊できるようになっており、ユーザー数の拡大が期待される。2018年10月より本格サービスを開始、新作アニメの配信(有料・無料)情報の他、TV放送日など作品情報も紹介し、新作アニメとのコラボレーション企画も開始している。

Key Points

- ・2019年3月期はWebサービス事業、映像・ゲーム事業の収益拡大により3期振りの増益に転じる見通し
- ・新サービス拡充のほか、オリジナルゲームとの相乗効果やVR事業の取り組み強化で「niconico」の再成長を目指す
- ・IPの創造と育成、出口戦略の強化を図り、中期的な成長拡大を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

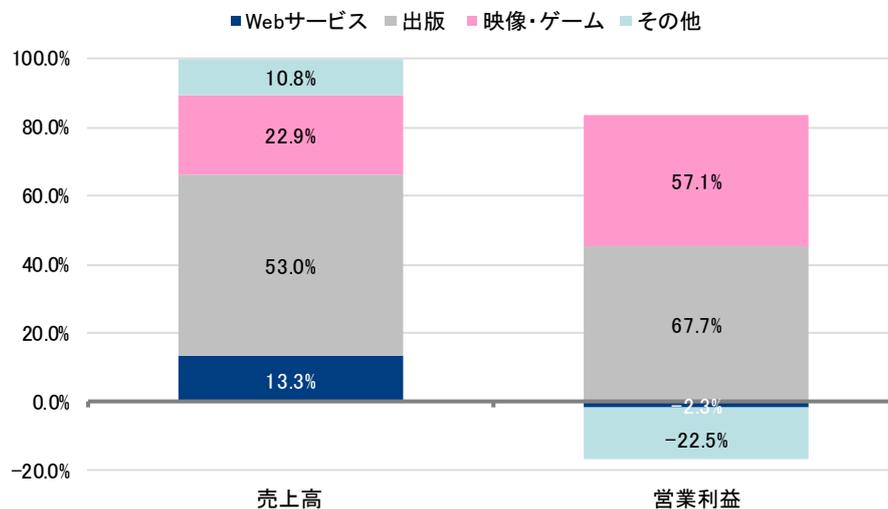
■ 事業概要

出版と Web サービス事業、 映像・ゲーム事業を展開する総合メディア企業

同社は出版事業を展開する KADOKAWA と日本最大級の動画サービス「niconico」を運営するドワンゴが 2014 年 10 月に経営統合して設立した持株会社となる。事業セグメントは、「niconico」を中心とする Web サービス事業、出版事業、映画・ゲーム事業と、グッズ販売や教育事業などからなるその他事業に区分されている。

2019 年 3 月期第 2 四半期累計のセグメント別売上構成比は、Web サービス事業 13.3%、出版事業 53.0%、映像・ゲーム事業 22.9%、その他事業 10.8% となっている。営業利益構成比では Web サービス事業とその他事業が先行投資段階で損失計上となっており、出版事業と映像・ゲーム事業でカバーする格好となっている。現在は出版事業が売上高、営業利益ともに過半を占めているが、今後は IP 戦略に基づき映像・ゲーム事業のトップラインを伸長させ、収益性向上を図っていくほか、Web サービス事業でもオリジナルゲームや「ギフト」の導入による都度課金収入の拡大により、定額制課金サービスに依存しない収益構造の確立を目指していく方針となっている。

セグメント別構成比(2019年3月期第2四半期累計)



出所：決算短信よりフィスコ作成

1. Web サービス事業

Web サービス事業は、ポータル事業（ドワンゴの動画サービス「niconico」）を中核ビジネスとして、その広告宣伝の色彩が濃い各種イベントの企画・運営やイベント会場の賃貸等を行うライブ事業、携帯電話向けの音楽配信を行うモバイル事業から成る。

事業概要

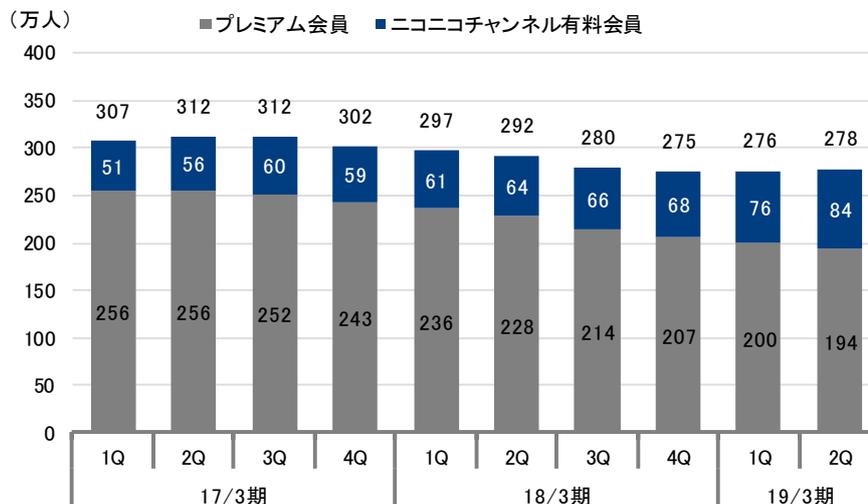
主力のポータル事業では、ニコニコ動画、ニコニコ生放送、ニコニコチャンネルなどの様々なサービスを提供する。売上はニコニコ動画や生放送を快適に視聴できるプレミアム会員収入のほか、Webサイト上のバナーや動画などの広告収入、有料動画などの視聴に利用するポイント収入などから成る。2018年9月末時点におけるID発行数は7,453万人(前期末比231万件増)と増加しているが、プレミアム会員数は194万人(同13万人減)と減少傾向が続いている。2018年7月-9月における利用状況は、非ログイン視聴UU※も含めたベースで見るとMAU(月間アクティブユーザー)で1,942万人、DAU(1日当たりアクティブユーザー)で319万人となっており、前四半期比ではMAUが118万人、DAUが3万人それぞれ増加した。ちなみに、前年同期のログインMAUは910万人、DAUは309万人だったため、非ログインも含めた視聴者数ベースでは増加に転じたことになる。

※2018年2月末より非ログイン視聴を可能とした。

企業・団体・ユーザーが動画や生放送を配信できるプラットフォームである「ニコニコチャンネル」に関しては、全チャンネル数が2018年9月末時点で8,427チャンネル(前期末比245チャンネル増)、月額有料チャンネル数1,361(同56チャンネル増)、月額有料会員数84万人(同16万人増)といずれも増加した。プレミアム会員とニコニコチャンネルの有料会員を合計した数字で見ると、2019年3月期第2四半期末は278万人となっており、前年同期末比ではまだ14万人減となっているが、前四半期ベースでは2万人増と2四半期連続で増加しており、先行きに関して明るい兆しが見え始めている。

また、2018年8月には新しい生放送サービス「nicocas(実験放送)」をリリースし、生放送中にアイテムを贈ることで配信者を支援することができる「ギフト」(投げ銭機能)サービスも新たに導入している。また、「nicocas」アプリ(Android/iOS)では会員でなくても動画や生放送の視聴、配信が可能となっている。2019年3月末を目前に、「nicocas(実験放送)」における双方向機能を「ニコニコ生放送」と統合する計画となっており、「ギフト」サービスの更なる拡大や双方向性サービスの充実を図っていくことで視聴者数を拡大し、有料会員数や都度課金収入を増やしていく戦略となっている。

有料会員数の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

ライブ事業では、「ニコニコ超会議」※1、「闘会議」※2、「アニメロサマーライブ」、「ニコニコ超パーティー」※3などのライブイベントの企画・運営を手掛けるほか、「ネットとリアル」の融合を実現した新しいエンタテインメントの形を創出するライブハウス「ニコファーレ」の運営、2014年10月にリニューアル、グランドオープンした「niconico」のアンテナショップ「ニコニコ本社」(池袋)※4で期間限定コラボカフェやゲーム実況イベントなどの運営も行っている。

- ※1 「ニコニコのすべてを地上で再現する」をコンセプトに幕張メッセで行われるニコニコ最大のイベント。参加するユーザーが「全員主役」となり、ネットとリアルが融合した様々な企画を展開する。2018年4月29日、30日に開催された「ニコニコ超会議2018」では、来場者数約16.1万人、ネット総来場者数約612万人を記録した。
- ※2 デジタルからアナログまで古今東西のゲームが集まる、日本最大級の“ユーザー参加型”ゲームイベント。2018年2月10日、11日に幕張メッセで開催された「闘会議2018」では会場来場者数約7.2万人、ネット総来場者数約513万人を記録し、日本のゲーム市場拡大に貢献している。また、今回開催されたeスポーツ大会の結果、ジャパン・eスポーツ・プロライセンスを新たに15人に発行するなどeスポーツ市場の発展に向けた取り組みも推進している。
- ※3 日本最大級の動画サービス「niconico」の大規模ステージイベントで、niconico内の「歌ってみた」、「踊ってみた」ジャンルなどで活躍するユーザーや、有名アーティストが一堂に会し行われるniconico最大のライブイベント。開催7回目の2018年は11月3日にさいたまスーパーアリーナで開催され、約1.5万人が来場した。
- ※4 「niconico」のアンテナショップで、nicocafe、イベントスペース、ニコぶくろスタジオ、ニコニコショップのある複合施設。2011年4月に原宿でグランドオープンし、池袋に移転・リニューアルした。

音楽配信事業は音楽関連の市場全体の環境変化により会員数が減少傾向にあるものの、依然として利益率の高いビジネスの1つであり、「シングル楽曲 / 着うた®」などの配信を行う「ドワンゴジェイピー」やデジタルコンテンツ配信サイト「animelo mix」の運営を行っている。

2. 出版事業

KADOKAWAの主力事業で、紙媒体の単行本、文庫、ライトノベル、コミックスなどの書籍のほか、電子書籍の出版・販売等を行う。加えて、「ザテレビジョン」、「Walkerシリーズ」、「ファミ通」、「レタスクラブ」など雑誌やムック誌のほか、カスタムメディア、雑誌及びWeb広告の販売などを手掛けている。

紙媒体の書籍販売はメディアミックスによる作品展開で数多くの実績があるほか、ライトノベルは業界トップの地位を確立している。長年にわたりマーケティングに基づいた製作・出荷の適正化に取り組んでおり、2018年3月期の書籍返品率は30%台前半の水準で、業界平均(30%台後半)を下回る水準となっている。

一方、電子書籍では直営の電子書籍配信プラットフォーム「BOOK ☆ WALKER」にて自社、他社の作品を販売しているほか、Amazonや楽天など他社の電子書籍ストアでの外販を行っている。また、電子雑誌ではNTTドコモ<9437>と協業し、雑誌読み放題サービス「dマガジン」を展開している。ドワンゴが運営していた「ニコニコ漫画」「ニコニコ書籍」「読書メーター」は、「BOOK ☆ WALKER」を運営する(株)ブックウォーカーの下に一体化され、グループ全体による電子書籍・電子雑誌事業の強化が図られている。

なお、雑誌・ムック誌に関しては、デジタル化の進展に伴って収益源となる紙媒体の広告収入の減少が続いており、厳しい収益状況となっている。このため、合理化を行うと同時に紙媒体からデジタルメディアへの移行に積極的に取り組んでいる。

事業概要

3. 映像・ゲーム事業

映像事業では、パッケージソフト販売や映画の企画・製作・配給、アニメの海外版權販売、映像配信などを手掛けているほか、(株)角川大映スタジオ、グロービジョン(株)がスタジオ事業を展開している。出版事業や映像・ゲーム事業から生み出されるグループ IP の映像化、実写映画及びアニメ作品の製作配給に注力している。

ゲーム事業では、(株)KADOKAWA、(株)ドワンゴ、(株)フロム・ソフトウェア、(株)スパイク・チュンソフト、(株)角川ゲームス、(株)MAGES. (メーガス)、がパッケージゲームソフト及びネットワークゲーム、アプリゲームの企画・開発・販売を行っている。ヒットタイトルには「DARK SOULS」「Bloodborne」(フロム・ソフトウェア)、「GOD WARS」(角川ゲームス)、「喧嘩番長」「ダンガンロンパ」「ARK:Survival Evolved」(スパイク・チュンソフト)、「STEINS;GATE」(MAGES.) などがある。

4. その他事業

その他事業は、キャラクター商品やアイドル CD の e コマース、アニメや「niconico」から生まれたコンテンツの CD 販売や著作権利用事業に加えて、クリエイティブ分野で活躍する人材を国内外で育成するスクール「バンタン」、「KADOKAWA Contents Academy」の運営のほか、高校卒業資格をオンラインで取得できる「N 高等学校」といった教育事業、インバウンド事業の企画・運営等で構成されている。2018 年 6 月には、インバウンド事業推進の一環として、KADOKAWA 初となるレストラン「INUA」(イヌア)※を飯田橋に開業した。

※デンマーク・コペンハーゲンの有名なレストラン「noma」(ノーマ)のヘッドシェフ レネ・レゼビ氏と(株)KADOKAWA がパートナーシップを結び、noma で活躍したトーマス・フレベル氏をヘッドシェフとして迎えて 2018 年 6 月 29 日に開業したレストラン。

業績動向

2019 年 3 月期第 2 四半期累計は出版事業、映像・ゲーム事業の成長により増収増益に

1. 2019 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2019 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 0.6% 増の 102,129 百万円、営業利益が同 0.2% 増の 2,864 百万円、経常利益が同 29.4% 増の 3,934 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 21.1% 増の 2,119 百万円と増収増益決算となった。

業績動向

2019年3月期第2四半期累計業績

(単位：百万円)

	18/3期2Q累計		19/3期2Q累計				
	実績	売上比	実績	売上比	前年同期比	通期計画	進捗率
売上高	101,473	-	102,129	-	0.6%	231,000	44.2%
売上原価	73,480	72.4%	73,765	72.2%	0.4%	-	-
売上総利益	27,992	27.6%	28,364	27.8%	1.3%	-	-
販管費	25,133	24.8%	25,500	25.0%	1.5%	-	-
営業利益	2,858	2.8%	2,864	2.8%	0.2%	8,000	35.8%
経常利益	3,039	3.0%	3,934	3.9%	29.4%	9,100	43.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,749	1.7%	2,119	2.1%	21.1%	5,400	39.2%

出所：決算短信をもとにフィスコ作成

売上高はWebサービス事業が前年同期比10.2%減となったものの、出版事業が同1.2%増、映像・ゲーム事業が同3.2%増、その他事業が同11.2%増となったことで、全体では増収基調を維持した。営業利益は、Webサービス事業やその他事業で損失を計上したものの、出版事業、映像・ゲーム事業の増益でカバーして第2四半期累計としては2年ぶりの増益に転じた。営業外収支が前年同期比で890百万円改善したことで、経常利益は2ケタ増益となっている。前年同期に計上した寄付金610百万円がなくなったこと、為替差益が288百万円増加したことが主因となっている。第2四半期累計の会社計画は非開示となっているものの、売上高、営業利益はほぼ計画どおりの進捗となったようだ。

電子書籍事業と海外ライセンス収入が好調に推移

2. 事業セグメント別動向

(1) Webサービス事業

Webサービス事業の売上高は前年同期比10.2%減の13,828百万円、営業損失は100百万円（前年同期は393百万円の営業利益）となった。

主力のポータル事業は、主な収入源である「niconico」の有料会員数が2019年3月期第2四半期末で194万人と前年同期末比34万人の減少となったことが減収要因となった。減収に伴い営業損失も拡大したが、前期から取り組んできたインフラ改善施策の効果で、通信費が減少するなどコスト改善効果も出てきており、2019年3月期第2四半期（7月-9月）の営業損失額は前四半期比で縮小するなど改善方向に向かっている。「niconico」の再成長戦略として、サービス品質の向上（通信回線の増強、高画質化対応）による動画・生放送の視聴環境改善に取り組んだほか、2018年6月から新バージョンとなる「niconico（<）」の提供を開始。また、2018年8月には新しい生放送サービス「nicocas（実験放送）」をリリースし、生放送番組にアイテムを贈ることで配信者を支援することができる「ギフト」（投げ銭機能）を導入するなどサービス機能の拡充を図った。また、VR市場の育成・発展を目的に、VRコミュニケーションサービス「バーチャルキャスト」※を2018年4月にリリースしている。

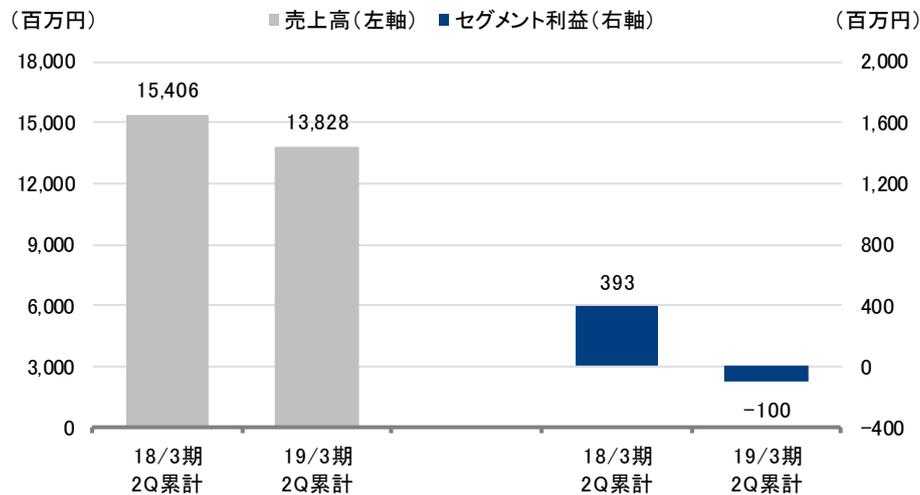
※ ニコニコ生放送などの配信サービスを介して、誰でもVtuberとなって配信できるサービス。

業績動向

ライブ事業については、競合する他の動画サービスとの差別化を図るためネットとリアルを融合した各種イベントを継続して行っている。2018年4月に開催した「ニコニコ超会議2018」では会場来場者数が16.1万人(前年は15.4万人)と過去最高を記録したほか、2018年8月に開催した世界最大級のアニソンライブ「Animelo Summer Live 2018 “OK!”」でも前年と同様8.1万人を集客し、収益貢献している。

モバイル事業については、音楽配信サービスの「dwango.jp (ダウンゴジェイピー)」の会員数減少が続いており、前年同期比で2ケタ減収減益が続いているものの、費用の削減も同様に進めており、収益性は維持している。

Webサービス事業売上高、セグメント利益



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) 出版事業

出版事業の売上高は前年同期比1.2%増の55,079百万円、営業利益は同25.1%増の3,003百万円となった。書籍、雑誌の新刊点数は前年同期と比べて抑え目で推移したものの、電子書籍・電子雑誌が2ケタ成長の勢いで伸びているほか、著作権収入も遊技機向けの権利許諾収入が入ったことや海外向けの成長により増収増益要因となった。

業績動向

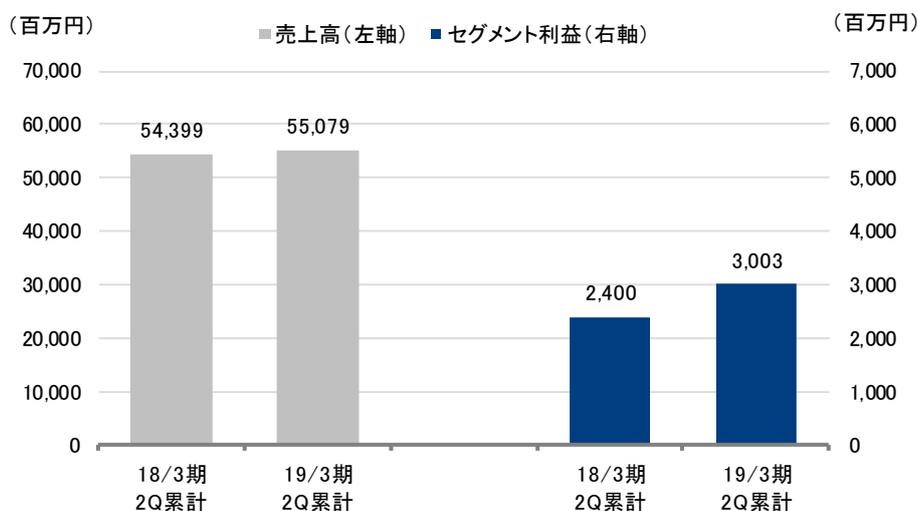
電子書籍・電子雑誌事業においては、同社グループで展開する総合電子書籍ストア「BOOK ☆ WALKER」での販売が好調に推移したほか、外販事業で新たな外部電子書籍ストアに販売許諾を開始したことも寄与した。特に、「BOOK ☆ WALKER」に関しては、効果的な販促施策を実施したことや9月に「ニコニコ書籍」アプリとの統合を完了し、作品の品ぞろえが拡大したことで、第2四半期累計売上高は前年同期比32%増（アプリ統合を完了した9月は39%増）となり、営業利益で黒字化している。「BOOK ☆ WALKER」の新たな取り組み施策として、「読書メーター」※1とのAPIレビュー連携を開始し、2018年6月より購入前の試し読みと作品レビューの閲覧を可能としたほか、「カクヨム」※2との連携も同年5月より開始し、「カクヨム」で書いた作品を「BOOK ☆ WALKER」で販売できるようにした。「BOOK ☆ WALKER」では1,000社に上る出版社の書籍・雑誌を取り扱っており、品ぞろえの充実と各種サポート・サービス機能の拡充により今後も成長が期待される。一方、外販事業についても販路拡大と異世界系作品がヒットしたこともあり、前年同期比39%増収となっている。なお、電子書籍・電子雑誌の売上構成比は出版事業セグメントの2割強を占めるまでに成長している。

※1 (株)トリスタが運営する日本最大級の読書コミュニティサイト。2008年よりサービスを開始、2014年にドワンゴが子会社化し、2018年4月にブックウォーカーが全株式を譲受し、子会社化している。
 ※2 KADOKAWAが提供する小説投稿サイト。作者登録することで誰でも無料でWeb上に小説を公開することができる。

一方、書籍事業ではコミックスで「よつぱと!」「ダンジョン飯」といった大型作品や「オーバーロード」「殺戮の天使」シリーズが好調に推移したほか、一般書では小学生向けの学習まんがが好調で収益貢献した。メディアミックス関連では、映画「ラプラスの魔女」や「ビブリア古書堂の事件手帖」の原作本や、映画「未来のミライ」の関連本が好調に推移し売上高は増収となったが、利益は減益となっている。2020年4月の本格稼働に向けてテスト生産を始めている所沢プロジェクトの製造・物流拠点の整備がスケジュール通り進捗しており、関連費用が増加していることが要因となっている。

雑誌事業に関しては市場縮小が続くなかで減収、営業損失が続いている。現在はWebメディアへの移行等ビジネスモデルの転換を進めている段階で、Webサイトのページビューや広告収入については増加している。

出版事業売上高、セグメント利益推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

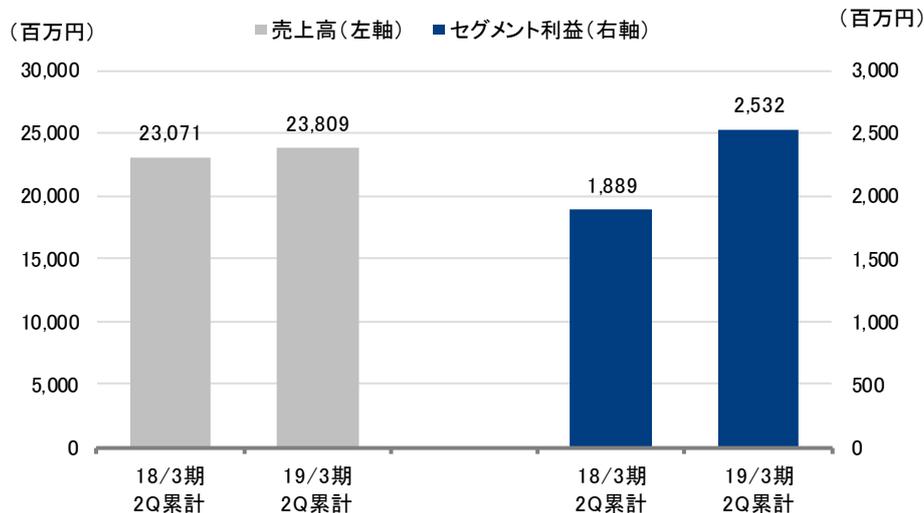
業績動向

(3) 映像・ゲーム事業

映像・ゲーム事業の売上高は前年同期比 3.2% 増の 23,809 百万円、営業利益は同 34.0% 増の 2,532 百万円となった。このうち、映像事業の売上高は前年同期比横ばい、営業利益は増益となった。「STEINS;GATE ゼロ」「殺戮の天使」「オーバーロード」等の海外ライセンス販売が好調だったほか、(株)ムービーウォーカーの展開する劇場前売券サービス「ムビチケ」も順調に伸び収益貢献した。利益率の高い海外ライセンス販売の増加が増益要因となった。

一方、ゲーム事業は増収増益となった。「DARK SOULS REMASTERED」が国内外で好調に推移したほか、海外ロイヤリティ収入も拡大基調が続いた。また、「METAL MAX Xenon」「コナン アウトキャスト」等のパッケージゲームも総じて好調に推移し、増益に貢献している。

映像・ゲーム事業売上高、セグメント利益



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(4) その他事業

その他事業の売上高は前年同期比 11.2% 増の 11,276 百万円、営業損失は 999 百万円（前年同期は 212 百万円の営業損失）となった。売上高は、インターネットを活用した通信高校「N 高等学校」やクリエイティブ分野に特化した専門学校の生徒数が順調に拡大したことに加えて、キャラクター商品やアイドル CD の e コマース等の物販事業が堅調に推移したことで増収となったが、利益面では 2020 年を収益化の目途としているインバウンド事業の準備費用の増加等が損失額の拡大要因となった。「N 高等学校」では 2018 年 4 月に東京（御茶ノ水）、大宮、横浜、千葉、名古屋、福岡の 6 拠点にキャンパスをオープンし、合計で 8 拠点となっている。なお、2018 年 11 月に開催された NHK 杯国際フィギュアスケート競技大会で優勝した紀平梨花（きひらりか）選手は N 高等学校 1 年生ということで、時間の束縛がない通信制高校のメリットを生かした活躍を見せている。

総工費 399 億円の所沢プロジェクトは計画どおりに進捗、 財務の健全性も確保

3. 財務状況と経営指標

2019 年 3 月期第 2 四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 1,808 百万円減少の 238,073 百万円となった。内訳を見ると、流動資産で 3,680 百万円減少し、固定資産で 1,871 百万円増加した。流動資産では、たな卸資産が 965 百万円増加した一方で、現金及び預金が 1,364 百万円、受取手形及び売掛金が 2,556 百万円減少した。受取手形及び売掛金については 2018 年 3 月 31 日が銀行の休業日だった影響で増加した反動による。固定資産では保有株式の時価上昇を主因として、投資有価証券が 2,687 百万円増加した。

負債合計は前期末比 1,138 百万円減少の 129,614 百万円となった。このうち、有利子負債は銀行からの借り換えを行うなどして、前期末比で 3,974 百万円増加している。一方で、支払手形及び買掛金が 1,675 百万円減少したほか、未払金が 2,042 百万円、前受金が 1,207 百万円それぞれ減少した。

純資産合計は前期末比 669 百万円減少の 108,458 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益の計上 2,119 百万円と配当支出金 1,348 百万円により利益剰余金が 771 百万円増加したほか、保有株式の時価総額増加などによりその他の包括利益累計額が 1,453 百万円増加した一方で、3,000 百万円の自己株式取得を実施したことが減少要因となっている。

キャッシュ・フローの状況について見ると、2019 年 3 月期第 2 四半期末の現金及び現金同等物は前期末比 6,513 百万円増加の 73,921 百万円となった。営業キャッシュ・フローは、税金等調整前四半期純利益や減価償却費の計上等により、3,189 百万円の収入となった。投資キャッシュ・フローは、有形固定資産 (2,202 百万円) 及び無形固定資産 (1,600 百万円) の取得による支出があったものの、定期預金の払い戻し (7,792 百万円) があったことにより、3,521 百万円の収入となった。財務キャッシュ・フローは長期借入金の借り換えによる収入 (3,962 百万円) があったが、自己株式の取得による支出 (3,000 百万円)、配当金の支払 (1,348 百万円) により 349 百万円の支出となった。

経営指標を見ると、健全性を表す自己資本比率は前期末比横ばいの 44.7% となった。D/E レシオ (有利子負債 / 自己資本) については有利子負債の増加により、前期末比 0.04 上昇の 0.65 となったものの、現金及び預金も 800 億円以上と潤沢にあることから、財務の健全性は保たれていると判断される。

なお、2019 年 3 月期の設備投資計画はキャッシュベースで前期比 3,112 百万円増加の 19,100 百万円と期初計画どおりとなっている。第 2 四半期までに 3,803 百万円を支出し、下期では、所沢プロジェクト建設費用等の支払が予定されている。今後も所沢プロジェクト関連の支出が予定されており、キャッシュアウトとしては 2021 年 3 月期がピークとなる見込みで投資フェーズは続くが、2022 年 3 月期以降は、フリーキャッシュフローは黒字になることが予想される。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	18/3期	19/3期2Q	増減額	主な増減要因
流動資産	155,312	151,632	-3,680	現金及び預金 -1,364、受取手形及び売掛金 -2,556、棚卸資産 +965
(現金及び預金)	85,962	84,598	-1,364	
固定資産	84,569	86,440	1,871	有形固定資産 +78、無形固定資産 -156、投資その他の資産 +1,949
総資産	239,881	238,073	-1,808	
流動負債	74,266	58,147	-16,119	支払手形及び売掛金 -1,675、短期借入金及び1年内返済予定の長期借入金 -11,029
固定負債	56,487	71,466	14,979	長期借入金 +15,003
負債合計	130,753	129,614	-1,138	
(有利子負債)	65,399	69,373	3,974	
純資産合計	109,128	108,458	-669	利益剰余金 +771、自己株式 -2,978、その他の包括利益累計額 +1,453

出所：決算短信よりフィスコ作成

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	18/3期2Q 累計	19/3期2Q 累計
営業キャッシュ・フロー	-5,119	3,189
投資キャッシュ・フロー	-6,074	3,521
財務キャッシュ・フロー	-4,003	-349
現金及び同等物	75,903	73,921

出所：決算短信よりフィスコ作成

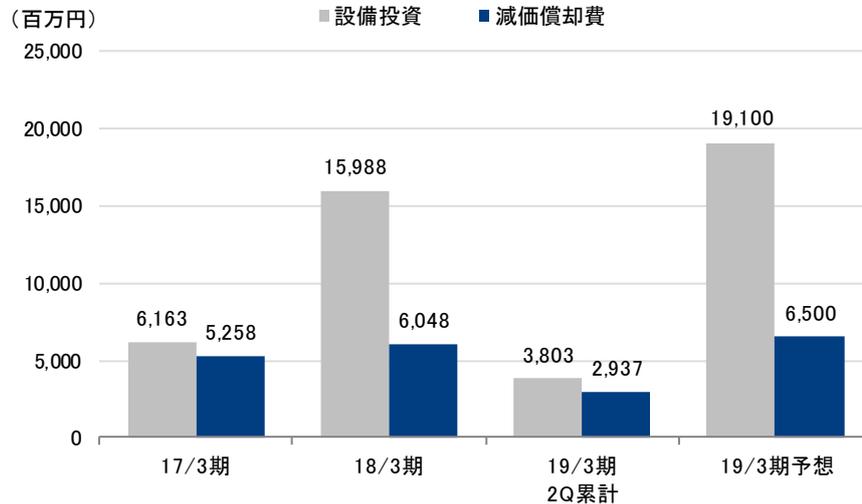
経営指標

	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期2Q
<安全性>				
流動比率	214.5%	285.9%	209.1%	260.8%
自己資本比率	51.4%	44.5%	44.7%	44.7%
D/Eレシオ	0.28%	0.61%	0.61%	0.65%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

設備投資と減価償却費の推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年3月期はWebサービス事業、映像・ゲーム事業の収益拡大により3期ぶりの増益に転じる見通し

1. 2019年3月期の業績見通し

2019年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.7%増の231,000百万円、営業利益が同154.4%増の8,000百万円、経常利益が同144.8%増の9,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同420.1%増の5,400百万円と期初計画を据え置き、利益ベースでは3期ぶりの増益に転じる見通しとなっている。計画を達成していくうえでのポイントは、2018年11月以降に投入予定の4つのオリジナルゲームの反響次第となる。なかでも、2018年11月末にリリースしたAR技術を活用する位置情報ゲーム「テクテクテク」への期待度は高い。

これらゲームがヒットすればポータル事業の都度課金による収益増加につながるだけでなく、ゲーム事業の収益拡大にも貢献することになる。「niconico(く)」のリリースやサービス品質の改善により、「niconico」の視聴者数は既に増加に転じていることから、有料会員にシフトさせるためのフック役としてこれらオリジナルゲームが機能すれば、ポータル事業の黒字化並びに再成長シナリオも現実味を増してくるものと思われる。逆に、これらオリジナルゲームが不発に終わった場合や有料会員数が下げ止まらない場合は、業績面で下振れリスクが高まることになる。

今後の見通し

2019年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/3 期			19/3 期		
	実績	売上比	前期比	会社計画	売上比	前期比
売上高	206,785	-	0.5%	231,000	-	11.7%
営業利益	3,144	1.5%	-62.6%	8,000	3.5%	154.4%
経常利益	3,716	1.8%	-49.8%	9,100	3.9%	144.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,038	0.5%	-82.0%	5,400	2.3%	420.1%
1株当たり当期順利益(円)	15.53			82.13		

出所：決算短信よりフィスコ作成

新サービス拡充と、オリジナルゲームとの相乗効果や VR 事業の取組み強化で「niconico」の再成長を目指す

2. 事業セグメント別見通し

2019年3月期事業セグメント別業績見通し

(単位：百万円)

	18/3 期実績		19/3 期計画		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
連結合計	206,785	3,144	231,000	8,000	11.7%	154.5%
Web サービス	29,023	-1,067	34,800	1,000	19.9%	-
出版	112,691	6,000	119,400	6,400	6.0%	6.7%
映像・ゲーム	47,440	2,874	56,300	7,000	18.7%	143.6%
その他	20,821	-1,356	24,200	-2,200	16.2%	-
全社・消去	-3,191	-3,306	-3,700	-4,200	-	-

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) Web サービス事業

Web サービス事業の売上高は前期比 19.9% 増の 34,800 百万円、営業利益は 1,000 百万円（前期は 1,067 百万円の損失）を見込んでいる。第 2 四半期累計売上高が 13,828 百万円だったため、下期はポータル事業で大幅な増収増益を見込んでいることになる。

「niconico」は新しい生放送サービス「nicocas（実験放送）」をリリースし、世界最先端のストリーミング技術を用いて、動画・生放送・双方向・映像合成を一体化したインターフェースを自社開発したほか、通信インフラの広帯域化による高画質化にも対応したことで、視聴者数が回復トレンドに転じている。プレミアム会員数についても今後、緩やかながら増加に転じ、2019年3月期末で 201 万人（前期末比 6 万人減、当第 2 四半期末比 7 万人増）まで回復することを想定している。また、下期はオリジナルゲームの投入や「nicocas」のギフト、並びに「カスタムキャスト」でのパーツ販売等による都度課金収益が拡大すると見ている。

今後の見通し

今回投入するオリジナルゲームの中でも、特に期待度が高いタイトルとして 2018 年 11 月 29 日に配信を開始した「テクテクテク」が挙げられる。同ゲームは、位置情報を使って歩きながら街区（道に囲まれたエリア）を塗りつぶすと、その街区がファンタジー化され、宝箱やゴールド、モンスターが出現。モンスターを倒すことで経験値やアイテムを獲得し、主人公となるキャラクターを成長させながら全国各地の名所に出現する「ランクボス」を倒していくゲームとなる。また、カメラモードとして AI 技術「デブス AR」機能が使用されており、現実の風景とモンスターの大きさ、距離などを AI で判定し、リアルな大きさを感じながら登場するモンスターを撮影できる。キャラクターとして、映画「シン・ゴジラ」「ポプテピピック」「エヴァンゲリオン」「小林幸子」等とのコラボキャラが登場。今後のアップデートでは、仲間になったモンスターを育てる「牧場」や、みんなでデカボスと戦う「レイドバトル」を実装予定。ダウンロードは無料で、有力アイテム取得の際の都度課金で収益を獲得するビジネスモデルとなる。

12 月に投入予定の「ARTILIFE」※は、仮想空間で自律的に動く“人工生命”の観察・育成ゲームとなる。AI 技術によって自主学习することで“人工生命”が環境に適応しながら増殖・進化し、ユーザー同士で交換したり、配合して家系図を作成することも可能となっている。Web ブラウザ版では生放送も行い、「nicocas」アプリで視聴も可能で、生放送の視聴者が参加することを前提としたゲームで、有料会員数の増加につながる可能性がある。ドワンゴの機械学習技術の開発・研究部門である「Dwango Media Village」が開発した。

※ 2018 年 12 月に Web ブラウザ版、スマートフォン用 iOS 版を提供予定、スマートフォン用 Android 版は 2019 年初旬提供予定。

また、スマートフォンでレトロゲームをプレイできる「PicoPico」は、2019 年初旬の投入を予定している。価格は iOS 版で月額 550 円（税込）（Android 版は 540 円（税込））を予定している。特徴としては、セーブやパスワード機能の無いゲームでも自由にセーブとダウンロードが可能のほか、セーブデータを投稿することで他ユーザーが続きを遊べることも可能となっている。その他、2019 年 4 月に PC ブラウザゲーム「エンゲージプリンセス」の、リリースを予定している。カドカワグループにおけるメディアミックス戦略の中で、エンターテインメント・ノベルレーベル「電撃文庫」の 25 周年記念として企画された作品で、ジャンルはラブコメ RPG となる。

今後の見通し

オリジナルゲームについて

<p>スマートフォン向けゲームアプリ “一生歩けるRPG”「テクテクテク」</p>  <p>【サービス開始日】 2018年11月29日 【価格】 無料 (アプリ内課金あり) 【プラットフォーム】 iPhone / Android 【公式サイト】 https://www.teku4.jp/ ©DWANGO Co., Ltd.</p>	<p>人工知能を備えた“人工生命”の 観察・育成プロジェクト「ARTILIFE」</p>  <p>【サービス開始日】 2018年12月 ※スマホ用「ARTILIFE」のAndroid版は2019年初旬以降提供予定 【価格】 無料 (アプリ内課金あり) 【プラットフォーム】 ・スマホ用「ARTILIFE」 (生命の観察・育成) > iOS/Android (Android版は2019年初旬以降) ・Webブラウザ生放送配信「ARTILIFE」 (生命の観察・育成、生放送用のカスタマイズが可能) > Windows ・nicocas (ARTILIFE生放送視聴および生放送への関与が可能) > iOS/Android/Webブラウザ 【公式サイト】 https://artilife.net</p>
<p>レトロゲームをプレイできる「PicoPico」 有料会員に登録するとレトロゲームが遊び放題</p>  <p>【サービス開始日】 2019年初旬 【価格】 iOS : 月額550円 (税込) 予定 Android : 月額540円 (税込) 予定 【公式サイト】 https://site.nicovideo.jp/picopico/ ©2018 EngagePRINCESS Co., Ltd. ©2018 PICOPICO Special is a trademark of Special. Pico and Pico Game is a trademark of Pico, Inc. registered or pending in the US and other countries. ©2018 EngagePRINCESS Co., Ltd. ©2018 PICOPICO</p>	<p>電撃文庫×niconicoが贈る、 PCブラウザゲーム「エンゲージプリンセス」</p>  <p>【サービス開始日】 2018年末 【公式サイト】 http://engageprincess.nicovideo.jp 【原作・メインストーリー】 伏見つかさ 【メインキャラクターデザイン・イラスト】 かんざきひろ ©2018 EngagePRINCESS Co., Ltd. ©2018 ENGAGE PRINCESS ©2018 ENGAGE PRINCESS Co., Ltd. ©2018 ENGAGE PRINCESS</p>

出所：決算説明会資料より掲載

VR 市場の育成・発展に向けた取り組みにも注力していく方針となっており、VTuber に必要な要素をワンストップでユーザーに提供するサービスを、サブスクリプションモデルによって提供していく予定だ。現在は、複数のサービスを個々に提供している。例えば、VTuber の 3D アバター制作及び配信アプリとして 2018 年 10 月より提供を開始した「カスタムキャスト」は、プロモーション施策を打たずにリリース後 11 日間で 100 万ダウンロードを達成するなど前例のないほど注目を集めている。現在は、3D アバターを制作し、その画像を Twitter などの SNS に投稿するといった使われ方が多く、今後パーツ販売による都度課金収益を予定している。また、2014 年より正式オープンした「ニコニ立体」は 3D モデル投稿 UGC プラットフォームとして投稿数 No.1 の地位を確立しているほか、2018 年 4 月には生放送等の配信サービスを介して、誰でも好きなバーチャルキャラクターになりきって VR 空間上でコミュニケーションができる「バーチャルキャスト」のサービス提供を開始している。これらのサービスを VTuber になるためのツールとしてサブスクリプションモデルでサービス提供していくことを想定している。また、VTuber は「niconico」や「nicocas」で生放送を配信し、ギフト（投げ銭）によって視聴者から収益を獲得することが可能となる。

こうした取り組みによって、ポータル事業の収益モデルは従来の有料会員からの月額収入をベースとした定額制課金サービスモデル（2018 年 3 月期の売上構成比 78%）から、ゲームやギフト等による都度課金収入と月額課金収入で二分するハイブリッド型モデルに今後はシフトしていくものと予想される。

今後の見通し

なお、サービス品質の改善に向けた取り組みとして、新バージョン（く）のサービス開始以降は生放送番組を HD 画質（720p）で配信可能とし、また、今後の通信トラフィック量の増加に対応するため、ネットワーク帯域も従来の 730Gbps から 1,400Gbps と 2 倍弱に拡大している。これら施策によって動画を快適に視聴できるようにになっている。同社では今後もサービス品質の改善に取り組むと同時に、インフラコストの削減も進めていく。情報システムの仮想化を進めることで障害発生率が低減し、トータルコストの削減につながると見ている。具体的には、通信費の削減等によりインフラコストは 2018 年 3 月期の 50 億円から、2019 年 3 月期は 42 億円、2020 年 3 月期は 33 億円まで低下する見込みとなっており、今後のポータル事業の収益性向上に寄与するものと考えられる。

ライブ事業についてはイベント開催を積極的に進めていく予定にしており、前期よりも赤字幅は若干拡大する可能性がある。また、モバイル事業は音楽配信サービスの会員数減少に伴い減収減益が続くが、コストコントロールを行うことで高収益性は維持する見通しだ。

(2) 出版事業

出版事業の売上高は前期比 6.0% 増の 119,400 百万円、営業利益は同 6.7% 増の 6,400 百万円となる見通し。下期は売上高で前年同期比 10.3% 増、対上期比で 16.8% 増とややハードルは高くなるが、電子書籍・電子雑誌の成長加速や海外市場での著作権収入拡大等により達成は可能と見られる。電子書籍・電子雑誌に関しては自社配信プラットフォーム「BOOK ☆ WALKER」と「ニコニコ書籍」のアプリ統合を 2018 年 9 月に完了したことで、更なる事業効率の向上と売上の最大化が期待できる。また、外販事業も新規販路の獲得効果が下期も継続する見通しだ

書籍事業については、紙の出版市場が縮小するなかで、「カクヨム」等のネット上での原作発掘を強化するなど、強力な IP の創出に注力していくことで増収を目指していくほか、利益面でもクラウドでのコンテンツデータ管理による制作部門の効率化や、AI を活用した営業部門の効率化（重版決定の精度向上や返品率の低減）を進めることで、収益の最大化を目指していく。

なお、2020 年 4 月からの本格稼働を予定している所沢プロジェクトの製造・物流一体の最新鋭システムについては、一部の文庫やライトノベルで商業生産を開始している。原版はクラウド管理しており、オンラインでつながっている倉庫に在庫があれば高速で荷合わせして出荷する体制を整備している。従来、出版業界のサプライチェーンでは書店が商品を発注してから受け取るまで 7～10 日かかっていたが、今回の新システムでは 2～4 日と大幅な納期短縮を実現している。受発注システムから製造、在庫管理まで全ての機能を IoT システムで一元管理し、適時適量の生産・配送によって返品率の低下が実現可能となる。同社では現在 30% 台前半の返品率が将来的に 20% 台前半まで低減できると見ており、同業他社へのソリューションサービス（受託製造）拡大の可能性も考えれば、2021 年 3 月期以降は所沢新工場の本格稼働によって、書籍事業の収益は拡大していくもの予想される

今後の見通し

(3) 映像・ゲーム事業

映像・ゲーム事業の売上高は前期比 18.7% 増の 56,300 百万円、営業利益は同 143.6% 増の 7,000 百万円となる見通し。下期の売上高で見ると前年同期比 33.3% 増、対上期比で 36.5% 増と大幅増収を見込んでいることになるが、ゲーム事業において、前述したオリジナルゲームが貢献する。また、映像事業では映画やアニメを中心にメディアミックス戦略を推進するとともに、海外市場におけるライセンス販売の拡大を見込んでいる。また、アニメ市場の拡大に対応するため、制作機能の強化も図っている。

ゲーム事業についてはオリジナルゲームの投入効果に加えて、フロム・ソフトウェアより 2019 年 3 月に新作ゲーム「SEKIRO: SHADOWS DIE TWICE」の販売が予定されている。

(4) その他事業

その他事業の売上高は前期比 16.2% 増の 24,200 百万円、営業損失は 2,200 百万円（前期は 1,356 百万円の損失）を見込んでいる。教育事業については「N 高等学校」（学校法人角川ドワンゴ学園）の生徒数増加により増収が続く見通し。同社の連結業績には、同学校に提供するオリジナル学習システムや学習アプリ「N 予備校」の利用料等が計上されている。

また、新規事業として取り組んでいるインバウンド事業では、カドカワグループ内外のコンテンツを活用したイベント事業やグッズ販売等のビジネス機会の創出、高速バス会社の WILLER(株)と提携し、インバウンド顧客を中心にエンタテインメント性の高い旅行体験サービスの商品化にも取り組んでいる。ただ、現在は先行投資段階であり、収益化は 2021 年 3 月期以降になると見ている。

■ 成長戦略と ESG の取り組みについて

メディアミックス戦略の推進により、中期的な成長拡大を目指す

同社は中期ビジョンとして、ネットとリアルを融合したメディアミックス戦略を展開しながら事業を拡大していく方針を打ち出している。成長に向けて IP 創出の触媒としての機能を果たすだけでなく、IP をメディアミックスによって多重化していくことで価値の最大化を図るとともに、様々なチャネルにおいてユーザー接点を持つことで収益獲得機会につなげていく。メディアミックス戦略としては、niconico やゲーム、コミックスなど様々なメディアで生まれた原作 (IP) を起点として、他のメディアに展開していく統合シナジー型メディアミックス戦略を推進していく方針だ。

また、製造・物流面では 2020 年に本格稼働する所沢の最新鋭工場によって出版事業の収益力強化が進むものと予想される。海外売上（海外拠点売上、海外ライセンス売上の合計）は、2018 年 3 月期において 100 億円程度の売上規模を 2021 年 3 月期に 200 億円超まで拡大していくことを目指している。特に、市場規模の大きい中国市場では外資規制の適用外である IP の「原案・原作」部分を現地子会社で開発し、メディアミックス戦略の推進により売上を拡大していく戦略となっている。

成長戦略と ESG の取り組みについて

弊社では、1) 同社が推進するメディアミックス戦略が着実に収益に結びつき、そのノウハウが蓄積され、各事業セグメントにおいてシナジー効果が発揮されること、2) 出版事業においては、ワンカンパニー制による収益力の向上・安定化が進むなかで、2020 年の書籍製造・物流拠点稼働によって収益力の向上が一段と進むこと、3) 新規 Web サービスの投入と同時に都度課金収益の拡大による新たな成長ポテンシャルが期待されること——などから、同社の業績は中長期的に拡大していくものと予想している。

なお、今後は ESG に対する取り組みも強化していくもようだ。ESG とは、環境 (Environment)、社会 (Social)、ガバナンス (Governance) の頭文字を取ったもので、企業が長期的な成長を実現していくためには ESG の 3 つの観点での取り組みが必要であるとの認識が国内外で広がっている。また、最近では機関投資家の間でも企業投資の際の評価基準として ESG の取り組み状況を取り入れるところが増えてきている。主には、働き方改革、環境・社会への貢献、コーポレートガバナンス体制のチェック等となる。このうち、働き方改革では女性の活躍状況 (役員や管理者の女性比率) やワークスタイルの変革 (年間総労働時間の削減、テレワークやフレックスタイム制の導入状況) など、環境への貢献では CO2 の排出量削減やリサイクルへの取り組み状況などが主な項目として挙げられる。

同社で働き方改革と環境への貢献と言う点で見れば、2020 年に完成する「所沢プロジェクト」が大きな変化点になると見られる。所沢の新製造・物流拠点の稼働により、書籍の適時適量生産が可能となり、返品率の削減なども含めて、紙の消費量を削減することが可能となり、環境負荷の軽減につながる。また、所沢新オフィスは 1 フロアで約 3 千坪と国内最大規模となり、先進的なワークスタイルの変革に挑戦していく意向を示している。最新オフィス機能を備えたクリエイティブな環境で、世界に向けたコンテンツ開発を推進していくと同時に、多様な働き方とワークライフバランスの実現を目指していく。具体的には、場所、働き方を限定せず「目的」によって最善のワークスタイル、ワークプレイスを選択できる環境を整えることで「ワークスタイル変革」を実現する。また、生産性向上を図ることで次世代の競争力を創出し、世界水準のグローバルエンタテインメント企業へと飛躍すべく、魅力を感じる企業風土を醸成していくことで優秀な人材の確保を進めていく。

また、社会貢献の観点では、教育事業として新たに「N 中等部」を 2019 年 4 月に開校すると発表している。中学生にとって新しい学びの選択肢を実現するため、N 高の教育ノウハウを生かして、探究型学習やプログラミング学習を行い、創造力を育てていく。通学型スクールとなり、東京 (新宿)、大阪 (江坂) に開設する。

■ 株主還元策

株主配当と自己株式取得、株主優待制度等で株主還元を実施

同社は、企業体質の強化、将来の事業展開に備えた内部留保の充実を図りながら、株主への利益還元についても重要な経営課題と認識しており、各期の経営成績を考慮した上で、配当を実施していく方針としている。2019年3月期第2四半期累計期間においても自己株式取得を実施しており、総発行株式数に占める自己株取得比率は10.8%（前期末7.2%）に上昇した。2019年3月期の1株当たり配当金は前期比横ばいの20.0円（配当性向24.4%）を予定している。

また、株主優待制度も導入している。優待内容は、100株以上を1年以上継続して保有（株主名簿に連続3回以上記載）した株主に対して、書籍3冊、DVDまたはBlu-ray1点、映画チケット（ムビチケ）2枚セット、BOOK☆WALKER 1,500円 GIFTカード2枚セット、ニコニコグッズ1点のうち、いずれか1セットを贈呈するというもの。なお、3年以上継続して保有（株主名簿に連続7回以上記載）した株主に対しては、長期優待制度を設けており、書籍2冊、映画チケット1枚、BOOK☆WALKER 1,500円 GIFTカード1枚のいずれか1セットを追加できる。

■ 情報セキュリティ対策

同社は、主要サービスの1つとしてWebサービスを展開しており、情報セキュリティ対策については個人情報の保護も含めて十分な対策と社員に対する教育を実施している。社内ネットワークへの不正アクセス等に関しては、ハードウェア、ソフトウェアの両面で侵入を阻止する対策を取っているほか、組織的、人的、物理的、技術的な安全管理策を社内規定で定め、必要かつ適切な措置の実施や管理を行っている。また、個人情報保護に関してはプライバシーポリシーを定め、その遵守に努めているほか、個人情報の取り扱いを外部委託する場合には、当該委託先に対して、必要かつ適切な監督を実施している。

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ