

リアルワールド

3691 東証マザーズ

2016年2月2日(火)

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート

執筆 客員アナリスト
森本 展正

※ 群衆 (crowd) と業務委託 (sourcing) を組み合わせた造語。不特定多数の人に業務を委託するという比較的新しい事業形態のインターネットサービスの1つ。一般には、小規模または個人事業者等と希望する顧客を結び付けるビジネスマッチング型サービスと、受託業務を細分化した多くの人が業務を行うマイクロタスク型サービスに区分される。

■ クラウドソーシング事業の拡大で2016年9月期は2ケタ営業増益へ

リアルワールド<3691>は、「ネットからリアルへ。」というミッションを掲げ、「Gendama」「REALWORLD」「CROWD」の自社運営サイトを通じて個人の豊かな暮らしを実現する事業を展開する。ネットショッピングなどでポイントを貯めるクラウドメディアサービスと時間や場所に関係なく自分のペースで働くことのできるクラウドソーシングサービス※が主力事業。2005年7月に菊池誠晃(きくちまさあき)氏により設立された。2015年9月末の総会員数は917万人、アクティブ・ユニーク・ユーザー数は68万人。2014年9月にクラウドソーシングの社会的信用度の向上と資金調達を目的として東証マザーズ市場に株式を上場した。

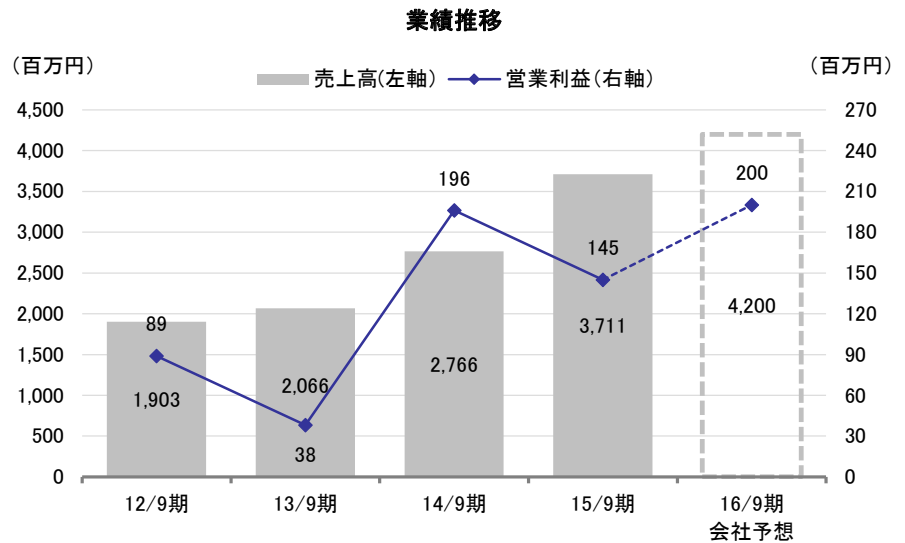
11月12日に発表された2015年9月期連結業績は、売上高が前期比34.2%増の3,711百万円、営業利益は同26.1%減の145百万円となった。大幅増収となったのは、クラウドソーシングサービスが拡大したことが主要因。にもかかわらず、営業減益となったのはクラウド事業で積極的な投資を行ったことに伴うコスト増がマイナス要因として働いたことによる。一方、会社予想(売上高4,000百万円、営業利益300百万円)を9月18日に下方修正したが、クラウドソーシングサービス拡大のためのシステム構築が当初予定より複雑化したために、同事業の立ち上がりが遅れたことが主要因。

2016年9月期会社予想は、売上高が前期比13.2%増の4,200百万円、営業利益が同37.4%増の200百万円と、2ケタ増収・営業増益を見込む内容となっている。弊社では、前期の業績の下振れ要因のひとつとなったシステム投資が膨らむ可能性が低いこと、2015年9月期に実施した提携戦略の効果が本格的に顕在化することや8月に投入した「CROWDビジネスパック」による売上拡大が期待されることなどを考慮すると、2016年9月期業績は保守的な会社予想を上回る可能性が高いとみている。

同社は中期経営計画を公表していないため、コミットした目標数値はないが、クラウドメディアサービスとクラウドソーシングサービスの一層の融合を図ることで中長期的な成長を図ることを戦略として掲げている。当面の目標として総会員数1,000万人の獲得を掲げているが、中期的には売上高100億円の達成、営業利益率10%の確保が菊池社長の目標となっていると弊社ではみる。このため、注力しているクラウドソーシング事業の今後の動向に注目している。

■ Check Point

- ・ 2015年9月末の総会員数は917万人(2014年9月末880万人)へ拡大、1,000万人の確保を目標
- ・ 注力分野のスマートフォン分野は前期比142%、クラウドソーシング事業は同492%と高い伸びを記録
- ・ 2016年9月期業績は売上高4,200百万円、営業利益200百万円と2ケタ増収・増益を計画



■ 会社の概要・沿革

ポイントに着目し、ビジネスモデルを構築

同社は、「ネットからリアルへ。」というミッションを掲げ、インターネットを通じて豊かな暮らしを実現する事業を展開する。具体的には、時間や場所に関係なく、自分のペースで働くことができるクラウドソーシングサービス、ネットショッピングやサービスの利用でポイントを貯めることができるクラウドメディアサービス、貯めたポイントを現金や電子マネーに交換することができるポイントエクステンジサービスを提供している。2015年12月にはビットコインに交換するサービスも開始している。2014年9月にクラウドソーシング事業の認知度、信用力の向上と、資金調達を目的として東証マザーズ市場に株式を上場した。

代表取締役社長である菊池誠晃氏により、クラウドメディアである「Gendama」の事業展開を目的として2005年7月に設立された。2006年7月にはポイント交換を主目的とした(株)ポイントスタイルを設立(2011年11月に吸収合併)。さらに、2008年12月に作業をこなして貯める、クラウドソーシングサービス「CROWD」を開始し、事業基盤を拡大。2011年4月にはサイバーエージェント<4751>から「ライフマイル」を事業譲受し、買物をしてポイントを貯めるクラウドメディアサービス「ライフマイル」を開始し、現在の事業基盤が整った。

アジア地域における市場調査及びクラウド事業展開をにらみ2011年12月にシンガポール、2012年7月にインドネシアへそれぞれ子会社を設立した。一方、国内では、2014年12月に知的財産に関する総合コンサルティング事業を行うマークアイを子会社化。2015年2月にはインターネット・メディア事業を展開するクックパッド<2193>が同社に資本参加するなど、クラウドソーシングの事業基盤の強化・拡大を狙った動きを加速している。



リアルワールド

3691 東証マザーズ

2016年2月2日(火)

沿革

年	月	沿革
2005	7	東京都渋谷区神泉町に、(株)リアルワールド(資本金10,000千円)を設立
2005	7	使って貯めるクラウドメディアである「Gendama」のサービス開始
2008	10	北海道札幌市に札幌ラボを設置
2008	12	作業をこなして貯める、クラウドソーシングサービス「CROWD」の開始
2011	4	(株)サイバーエージェントより「ライフマイル」を事業譲受。 買い物して貯めるクラウドメディアである「ライフマイル」サービス開始
2011	12	シンガポールにアジア統括を目的としたREALWORLD ASIA PTE. LTD.(現連結子会社)を子会社として設立
2012	7	インドネシアにクラウド事業を目的としたPT.SITUS KARUNIA INDONESIA(現連結子会社)を子会社として設立
2013	9	札幌ラボを分社化し、カスタマーサポート業務及び当社のサイト運営業務の一部受託を目的とした(株)READO(現連結子会社)を子会社として設立
2014	9	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2014	12	(株)マークアイの株式を取得し、グループ会社化
2015	2	クックパッド(株)が資本参加
2015	6	(株)サイバーエージェントとクラウドソーシング分野で提携
2015	10	クラウドメディアサービス「ライフマイル」を「REALWORLD」へ統合

■事業の内容

クラウドメディアサービスとクラウドソーシングサービスが2本柱

同社グループは、同社のほか子会社4社により構成され、「Gendama」「REALWORLD」のクラウドメディアサービス(企業の販売促進等にかかるインターネット広告を収益とする)と、「CROWD」サイト会員を活用した企業のBPO※1事業を行うクラウドソーシングサービスからなるクラウド事業、及びクラウド事業の会員に付与されるポイントの交換サービスを提供するポイントエクステンジ事業の2つからなる。2015年9月期の売上構成比(セグメント利益額)は、クラウド事業99.1%(692百万円)、ポイントエクステンジ事業0.9%(22百万円)。

※1 Business Process Outsourcingの略。自社の業務プロセスの一部を外部の企業に委託すること。

※2 同社グループが運営するサイトに登録した会員をクラウド会員と定義。

グループ会社一覧

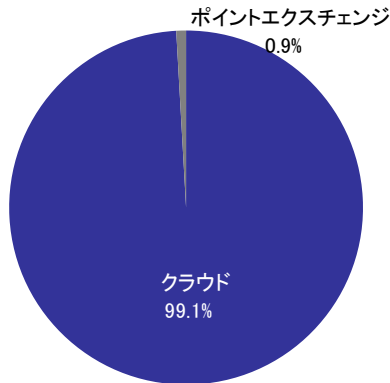
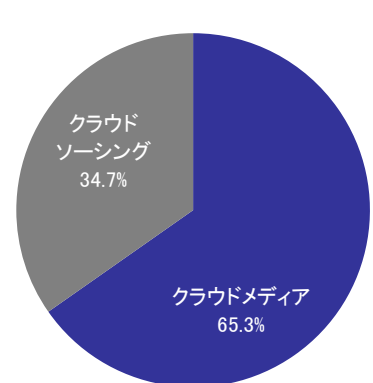
会社名	事業内容
(株)READO	クラウド事業(カスタマーサポート業務及びサイト運営業務)
REALWORLD ASIA PTE. LTD	クラウド事業(アジア地域における市場調査等)
PT.SITUS KARUNIA INDONESIA	クラウド事業(アジア地域における市場調査、およびクラウドメディア、ソーシング業務の展開)
(株)マークアイ	知的財産に関わる事業

●クラウド事業

同社の運営するサイトに登録した会員※2が同社のサービスにおいて行ったアクションにより同社グループが収益を獲得し、その一部を会員に還元する事業モデルで、クラウドメディアサービスとクラウドソーシングサービスの2つで構成される。2015年9月末時点における総会員数は917万人、アクティブ・ユニーク・ユーザー(期末から遡る6ヶ月間において同社のサービス等で報酬を得たユーザー)数は68万人。

2016年2月2日(火)

クラウドメディアサービスにおいてはインターネット広告（成果報酬型広告及び純広告）が、クラウドソーシングサービスにおいてはBPO等の業務委託収入が同社の主な収益となり、同社は会員に対してサービスごとに同社のポイント（Gendamaポイント、CROWDポイント等、これらのポイントをまとめてRWポイントと言う。なお、ポイントは現金、電子マネー及び商品券に交換が可能）を付与する仕組み。2015年9月期のクラウドメディアサービスの売上高は2,400百万円（クラウド事業における売上構成比65.3%）、クラウドソーシングサービスは1,277百万円（同34.7%）であった。

セグメント別売上構成
(2015年9月期)クラウド事業の売上構成
(2015/9月期)

出所：同社決算短信をもとにフィスコ作成

クラウドメディアサービスでは主にポイントメディア運営等を行う

(1) クラウドメディアサービス

インターネット上において、主に成果報酬型広告（アフィリエイト広告）を集約したポイントメディアの運営等を行っている。会員が同社のサイトに掲載された広告を経由して顧客企業（広告主等）の商品・サービスの購入、会員登録、口座開設、資料請求、アプリダウンロード等のアクションを行うことにより、ポイントを付与するサービス。同社の収益は、会員のアクションに連動した成果広告報酬及びサイトに掲載する広告掲載料等。同社が運営しているサービスはGendama、REALWORLD、その他の3つに大別される。なお、2012年9月期からはPC版サービスに加えて、スマートフォン版サービスの提供を開始した。2015年9月期におけるスマートフォン版サービスの売上高は640百万円となっており、クラウドメディアサービスの売上高の4分の1強を占めるまでに成長している。

a) Gendama

2005年7月に開設したサイト（www.gendama.jp）で、会員数は国内最大級の440万人。会員が楽しみながらポイントを獲得できるように、ポイント獲得ができるミニゲームの充実、各種広告を掲載することによるポイント獲得手段の多様化を図っている。加えて、会員が継続的にアクションしやすいサービス及びサイト設計に注力している。

b) REALWORLD

TwitterやFacebookといったソーシャルメディアからの情報量の増加やPCからスマートデバイスへのシフトといった足元のトレンド変化に対応するために「ライフマイル」を今年10月に統合した新しいサイト（www.realworld.jp）。

2016年2月2日(火)

※1 データベースの中から誤りや重複を洗い出し、異質なデータを取り除いて整理すること。同社グループのクラウドソーシングサービスにおいては、複数のクラウド会員の目視等によって当該データベースの誤りや重複の洗い出し作業及び収集等の作業を実施している。

※2 英語で「Nomad」と表記し、遊牧民を表す。オフィスなどの拠点を構えることなく(定住することなく)、仕事をしやすい場所があれば、いつでもどこでも移動しながら仕事をすすめる新しいライフスタイルのこと。インターネットの有線接続が主流の時代はSOHO(Small Office Home Office)と呼ばれていたが、モバイル接続が主流となり移動という概念が強調され、用いられるようになった。

※3 英語で「freelance」。特定の企業や団体、組織に専従しておらず、自らの才覚や技能を提供することにより社会的に独立した個人事業主もしくは個人企業法人を指す。

c) その他

同社グループがクラウドメディアサービスの運営において培ったノウハウに基づき、他社サービスにかかる共同運営、運営受託を行っている。

マイクロタスク化した業務の対価としてポイントを付与する仕組みを構築

(2) クラウドソーシングサービス

いつでも、どこでも、誰でも仕事ができるクラウドソーシングサービス「CROWD」(www.realworld.jp/crowd)を開設しており、会員は同社が受託し単純化・細分化(マイクロタスク化)した業務を分担して作業を行い、その対価としてポイントが付与される仕組みとなっている。

同社では、受託した業務について独自に業務フローを構築し、システム化を行うことにより、体系的な専門知識のない会員でも作業を簡単に遂行できるようにしている。一方、業務を委託する顧客企業にとっては、労働集約的な膨大な量の単純作業を、機密性を保ったまま、安価で高品質、かつ短時間で完了できるというメリットを享受できる。具体的な業務としては、インターネットを利用した手書き書類等のデータ入力やSEO(検索エンジン最適化)事業者向けのコンテンツライティング(文書作成)業務などがあり、足元ではビッグデータにかかるデータクレンジング業務※1などへも裾野が広がっている。

●ポイントエクステンジ事業

クラウド事業において会員に付与されるポイントの交換サービスを提供している。同社は「PointExchange」(www.point-ex.jp)を開設しており、会員が同社の運営する複数のサービスで獲得したRWポイント及び提携企業等のサービスにかかる各種ポイントを、現金、電子マネー(「WebMoney」「Edy」等)、商品券(「iTunes Card」「Amazonギフト券」等)等へ手数料を徴収し交換する。2015年12月からは、ビットコインへの交換も開始している。

■強みと事業リスク

総会員数917万人を保有し、マイクロタスク型に特化

(1) クラウドソーシング市場

同社の主力事業であるクラウドソーシングは、ノマド※2ブームやフリーランス※3として働く者が増加する一方、労働力不足に伴うBPO市場の拡大により、2009年頃からその利用が本格化。矢野経済研究所の調査によると、2012年度に市場規模は100億円を超え、2013年度には215億円へ順調に成長している。

市場の拡大に足並みを合わせる格好で、クラウドソーシングサービスを提供するサイト運営者が増加、競争は激化する傾向にある。クラウドソーシングサイトは、様々なタイプの仕事を取り扱っているサイトである「総合型クラウドソーシングサイト」とある特定の仕事のみを取り扱っているサイトである「特化型クラウドソーシングサイト」の2つに大別される。

主要クラウドソーシングサイト

サイト名	企業名	概要
CROWD http://www.realworld.jp/crowd	同社	マイクロタスク型サービスに特化。総会員数は917万人
ランサーズ http://www.lancers.jp/	ランサーズ(株)	2008年12月にサービス開始。デザイン案件に強い総合型アウトソーシング。依頼件数は800千件を超え、依頼総額は600億円を超える
クラウドワークス http://crowdworks.jp/	(株)クラウドワークス<3900>	2012年3月サービス開始。システム開発、Webデザイン等に強みを持つ総合型クラウドソーシングサービスを提供。登録仕事予算総額は85億円超
シュフティ http://www.shufti.jp/	(株)うるる	主婦向けが中心のクラウドソーシングサービス
Craudia https://www.craudia.com/	(株)エムフロ	ベンチャー企業エムフロが運営
Job-Hub https://jobhub.jp/	(株)パソナテック	パソナグループが運営。システム開発、Webデザイン、ライティングに特色
Crowd Gate http://www.crowdgate.net/	クラウドゲート(株)	イラスト・デザイン系の仕事を中心のクラウドソーシングサービス
Yahoo! クラウドソーシング http://crowdsourcing.yahoo.co.jp/	ヤフー(株)<4689>	マイクロタスク型。クラウドワークス等と提携

注：会員数は HP に表示されている会員数を掲載

出所：各社 HP をもとにフィスコ作成

(2) 強みと事業リスク

クラウドソーシング事業における同社の強みは、潜在的な働き手となる 917 万人の総会員を有することを挙げることができる。このため、大規模、短納期の作業への対応が可能となり、マイクロタスク型のクラウドソーシングにおいて他社との大きな差別化要因になっていると考えられる。さらに、これまで業務提携によって蓄積してきたマイクロタスク型のクラウドソーシングのノウハウをシステム化したほか、パッケージ化したことも強みとして挙げることができるだろう。

事業リスクは、法規制や税制等の変更により、同社から見て準委任契約による現在の状況、会員にとって気軽に働けるという現在の状況が変化するような場合には、クラウドソーシング事業にマイナスの影響が発生する可能性がある。

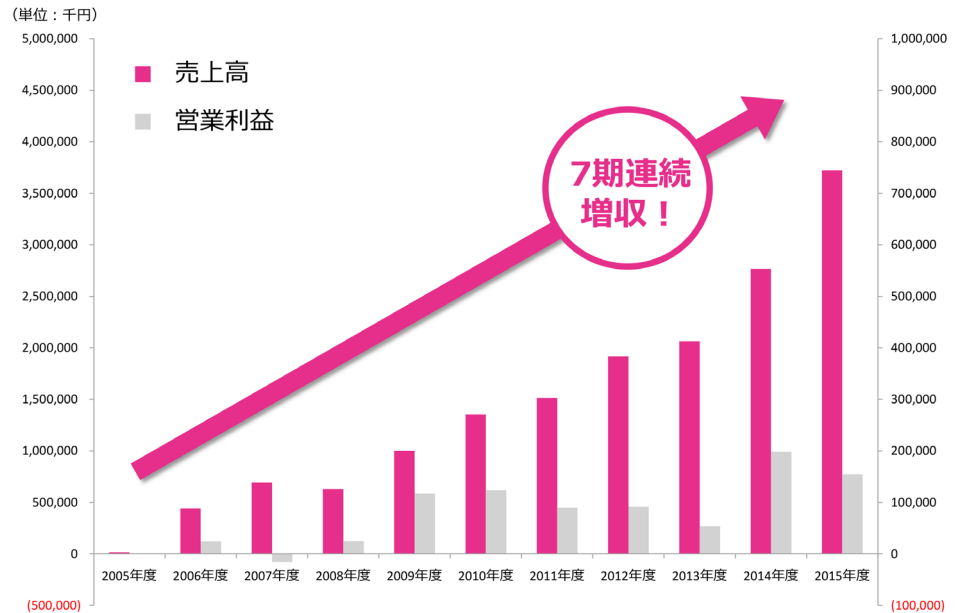
■ 業績動向

会員数の増加を背景に業績の拡大トレンドが続く

● 過去業績の推移

過去の業績について見ると、売上高は各運営サイトの会員数の増加に足並みを合わせる格好となり順調に拡大している。売上高は 2009 年度から 7 期連続して増収を確保しているほか、利益については事業の再構築により一時的に伸び悩む場面があったものの基本的に拡大トレンドを持続している。

過去業績の推移



クラウドソーシング事業拡大の取り組みを積極化

● 2015年9月期業績動向

(1) 主要な取り組み

同社はクラウドソーシング事業拡大のために様々な取り組みを行っているが、2015年9月期の主要な取り組みは以下のとおり。

まず、2014年12月に知的財産権に関する総合コンサルティング事業を展開するマークアイの株式を取得し、子会社化した。取得価額は561百万円(保有割合58.8%)※。子会社化の目的は、1)クラウドソーシングを活用した企業法務分野の事業開拓、2)マークアイが保有する1,800社を超える顧客企業へのクラウドソーシング導入促進、3)マークアイが保有する弁護士・弁理士のネットワークを活用した世界200以上の国と地域へのグローバル展開、一の3点に集約される。

2015年3月にクラウドソーシングサービスを運営するランサーズ(株)と共同ソリューションの開発を始めとする業務提携を行ったほか、ネット印刷のイノベーターであるラクスル(株)と業務提携した。さらに、6月にはサイバーエージェントと提携し、サイバーエージェントのポイントプラットフォームである「.money(ドットマネー)」に対してクラウドソーシングサービスの提供を開始した。

加えて、2015年8月には同社が業務提携戦略において培ったノウハウを集約、ニーズの多い作業をパッケージ化した「CROWDビジネスパック」の販売を開始した。料金や依頼方法、アウトプットイメージまでをすべてパッケージ化したことにより顧客企業は個別のコンサルティングを通すことなく作業の依頼が可能となった。

※ 2015年1月にマークアイの普通株式16.1%を追加取得(取得金額139百万円)している。

クラウド事業拡大のための先行投資により減益に

(2) 2015年9月期連結業績の概要

2015年9月期連結業績は、売上高が前期比34.2%増の3,711百万円、営業利益は同26.1%減の145百万円と、大幅増収ながら2ケタ営業減益を強いられる格好となった。

2015年9月期連結業績の概要

(単位：百万円)

	14/9期		15/9期					
	実績	対売上比	会社予想	修正予想 ※1	修正予想 ※2	実績	対売上比	前期比
売上高	2,766	—	3,500	4,000	3,650	3,711	—	34.2%
クラウド	2,729	98.7%	—	—	—	3,678	99.1%	34.8%
ポイントエクステンジ	37	1.3%	—	—	—	33	0.9%	-11.2%
売上原価	1,532	55.4%	—	—	—	1,963	52.9%	28.1%
売上総利益	1,233	44.6%	—	—	—	1,747	47.1%	41.7%
販管費	1,037	37.5%	—	—	—	1,602	43.2%	54.4%
営業利益	196	7.1%	300	300	150	145	3.9%	-26.1%
クラウド	535	19.3%	—	—	—	692	18.7%	29.5%
ポイントエクステンジ	11	0.4%	—	—	—	22	0.6%	101.7%
調整額	-350	0.0%	—	—	—	-570	0.0%	—
経常利益	195	7.1%	300	300	140	140	3.8%	-28.4%
当期純利益	110	4.0%	150	150	50	53	1.4%	-51.4%

※1：2015年2月13日発表

※2：2015年9月18日発表

出所：同社決算短信、プレスリリースを基にフィスコ作成

大幅増収となったのは、マークアイを子会社化したプラス効果に加えて、クラウドソーシングサービスが拡大したことが主要因。売上総利益は同41.7%増の1,747百万円と増益を確保、売上総利益率は前期の44.6%から47.1%へ上昇した。にもかかわらず、営業減益となったのはクラウド事業で積極的な投資を行ったことに伴うコスト増や、マークアイののれん代の償却費などにより、販管費が前期に比べ564百万円増加し1,602百万円となったことによる。

セグメント別では、クラウド事業の売上高は同34.8%増の3,678百万円と拡大、セグメント利益も同29.5%増の692百万円と増益を確保した。内訳を見ると、クラウドメディアサービスが同2.8%減の2,400百万円となったものの、クラウドソーシングサービスが同392.1%増の1,277百万円と急拡大したことがプラス要因として働いた。一方、ポイントエクステンジ事業の売上高は33百万円となり前期比11.2%の減収となったが、セグメント利益は同101.7%増の22百万円と大幅増益を確保した。

マークアイの子会社化を反映し2月に発表された会社予想（売上高4,000百万円、営業利益300百万円）※対比では、売上高、営業利益ともに予想を下回った。これは、クラウドソーシングサービス拡大のためのシステム構築が当初予定より複雑化したために、同事業の立ち上がりが遅れたことが主要因。

※ 期初会社予想は売上高3,500百万円、営業利益300百万円であったが、マークアイの影響を勘案して2015年2月13日に予想を修正した。

先行投資継続だが、クラウドソーシング事業拡大で増益へ

● 2016年9月期会社予想

2016年9月期業績は、売上高が前期比13.2%増の4,200百万円、営業利益が同37.4%増の200百万円と、2ケタ増収・営業増益を見込む会社計画となっている。

2016年9月期会社予想の概要

(単位：百万円)

	15/9期		16/9期		
	実績	対売上比	予想	対売上比	前期比
売上高	3,711	—	4,200	—	13.2%
売上原価	1,963	52.9%	—	—	—
売上総利益	1,747	47.1%	—	—	—
販管費	1,602	43.2%	—	—	—
営業利益	145	3.9%	200	4.8%	37.4%
経常利益	140	3.8%	200	4.8%	42.7%
当期純利益	53	1.4%	100	2.4%	93.6%

出所：同社決算短信を基にフィスコ作成

増収、増益を見込むのは、2015年9月期と同様にクラウドソーシング事業拡大のための先行投資を継続するものの、子会社化したマークアイがフル寄与することに加えて、2015年9月期に取り組んだクラウドソーシング事業拡大策の効果が顕在化してくることで、クラウドソーシング事業が拡大すると予想している。加えて、クラウドメディアサービス事業では、スマートデバイス、ソーシャルメディアへの対応に注力する計画。

弊社では、前期の業績の下振れ要因のひとつとなったシステム投資が膨らむ可能性は低いこと、2015年9月期に実施した提携戦略の効果が顕在化することや8月に投入した「CROWDビジネスパック」による売上拡大が期待されることなどを考慮すると、2016年9月期業績は保守的な会社予想を上回る可能性が高いとみている。

■ 財務状況

マークアイの子会社化による財務状態の悪化は一時的

2015年9月末の総資産残高は前期末比1,211百万円増加し3,299百万円となった。内訳を見ると、流動資産が同91百万円増加したが、これはマークアイを連結したことに伴う資産増加が主要因。一方、固定資産は同1,113百万円増加し1,230百万円となった。流動資産の増加と同様にマークアイを連結したことによる資産の増加に加えて、本社移転に絡んだ資産の増加が主要因。具体的には、のれんが494百万円、敷金及び補償金が144百万円、建物等の有形固定資産が187百万円増加した。

負債合計は同1,064百万円増加し2,022百万円となった。内訳を見ると、流動負債が606百万円、固定負債が458百万円増加した。これは、マークアイを連結したことによる負債の増加と、借入金・社債による資金調達を行ったことによる。純資産は新株発行により資本金、資本準備金がそれぞれ6百万円増加したほか、当期純利益の計上により利益剰余金が53百万円増加したことが主要因。

2016年2月2日(火)

キャッシュ・フローの状況を見ると、2015年9月末における現金及び現金同等物の残高は前期末より332百万円減少し、892百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは売上債権の増加や未払法人税の減少がマイナス要因として働き、22百万円の支出となった。また、投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得、敷金及び保証金の差し入れ、マークアイを取得したことによる支出により997百万円の支出となった。一方、財務活動によるキャッシュ・フローは687百万円の収入となった。これは、長短借入金の実施に加えて、社債を発行したことが主要因。

貸借対照表と経営指標

(単位：百万円)

	13/9期	14/9期	15/9期	増減	内訳
流動資産	1,044	1,970	2,062	91	売掛金+202 仕掛品+73 現金及び預金-332
固定資産	157	117	1,230	1,113	
有形固定資産	20	11	198	187	建物+122
無形固定資産	41	27	686	659	のれん+494
投資その他の資産	95	79	345	266	敷金及び補償金+144 投資有価証券+112
総資産	1,201	2,088	3,299	1,211	
流動負債	776	945	1,551	606	短期借入金+300 買掛金+161
固定負債	33	12	470	458	社債+227 長期借入金+157
負債合計	810	957	2,022	1,064	
純資産	391	1,130	1,277	146	資本金+6 資本準備金+6 利益剰余金+53
負債純資産合計	1,201	2,088	3,299	1,211	
営業CF	122	16	-22		
投資CF	-21	-27	-997		
財務CF	-67	795	687		
現金及び現金同等物	439	1,224	892		
有利子負債	58	230	1,031		
ネットキャッシュ	380	994	-139		
収益性					
ROE	0.5%	14.6%	4.6%		
ROA	3.0%	11.9%	5.2%		
営業利益率	1.9%	7.1%	3.9%		
健全性					
流動比率	134.4%	208.5%	132.9%		
自己資本比率	32.4%	54.1%	36.3%		
D/Eレシオ	14.9%	56.0%	247.2%		

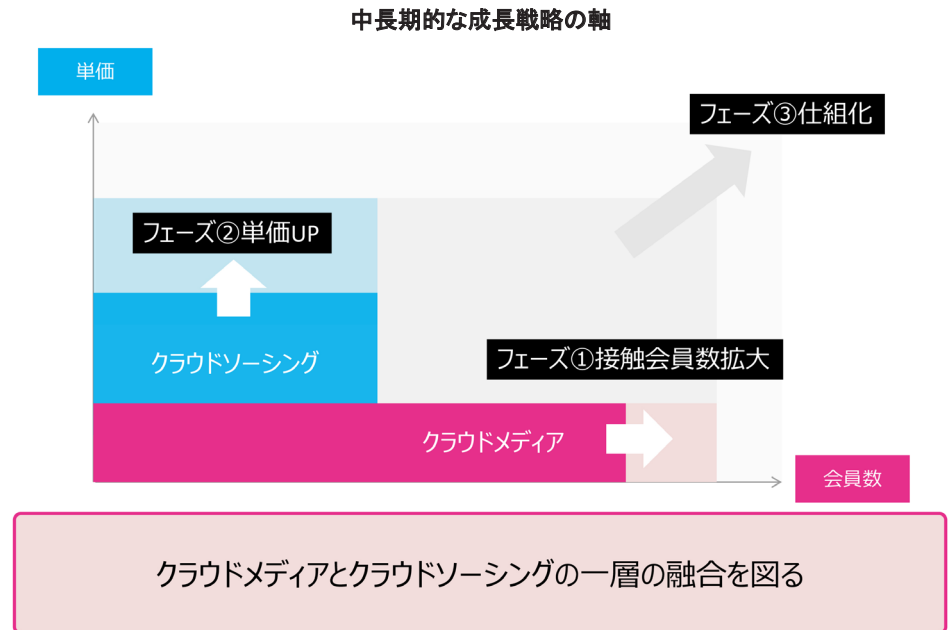
出所：有価証券報告書、決算短信

マークアイのM&Aにより健全性、収益性を表す経営指標は一時的に悪化した。クラウドソーシング市場自体が急成長を遂げている途上であるため、関連事業者は投資が不可欠な状態となっていること、今後はマークアイの子会社化の効果顕在化による収益改善が期待されること、などからすると、許容の範囲内で問題視する必要はないと弊社ではみている。

■ 中期戦略

クラウドメディアとクラウドソーシングの一層の融合により成長を目指す

同社は中期経営計画を公表していないため、コミットした目標数値はない。しかし、同社では、クラウドメディアサービスとクラウドソーシングサービスの一層の融合を図ることで中長期的な成長を図ることを戦略として掲げている。



具体的には、1) スマートデバイス強化、2) SNS 経由のトラフィック増加と新たな収益源の確保、3) サービス・ブランドの統合（「ライフマイル」は2015年10月に「REALWORLD」に統合済であるが、「Gendama」「CROWD」も順次統合する予定になっている）による運営効率化、4) 物流総額の最大化、の4点を運営方針として、会員数1,000万人の獲得を目標としている。

同社では、重視する指標として1) 売上高、2) 営業利益、3) 経常利益の3指標を挙げている。弊社では、中期的に売上高100億円の達成、営業利益率10%の達成が菊池社長の目標となっているとみている。このため、注力しているクラウドソーシング事業の今後の動向に注目している。

2016年2月2日（火）

■ 株主還元

内部留保を優先し、当面は無配。想定以上の利益が出れば配当実施も

2015年9月期は経営基盤の長期的安定に向けた財務体質の強化、及び事業の継続的な拡大発展の実現を第一義と考え内部留保を優先し、無配とした。

2016年9月については企業価値向上による株主利益の最大化を目指すために、事業への継続的な投資を計画しており、現時点で配当の実施については未定。ただし、想定以上の利益が生じた場合は、業績動向、戦略的投資に必要な内部留保等を勘案しつつ、配当の有無について検討するとしている。

ディスクレーマー（免責条項）

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・表示したのですが、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・加工することは強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・譲渡することは強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