

## リアルワールド

3691 東証マザーズ

<http://realworld.co.jp/ir/>

2016年7月11日(月)

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  
柴田 郁夫

[企業情報はこちら >>>](#)

※1 群衆(crowd)と業務委託(sourcing)を組み合わせた造語。インターネットを通じて不特定多数の人に業務を委託する仕組みのこと。

※2 FinanceとTechnologyを掛け合わせた造語であり、情報技術(IT)を駆使して金融サービスを生み出したり、見直したりする動きのこと。

## ■「ネットからリアルへ」をミッションに掲げ、豊かな暮らしを実現

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、自社運営サイト「Gendama」「REALWORLD」「CROWD」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、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、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※1、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チェンジサービスを運営している。同社の事業コンセプトが利用者に支持されてきたことに加え、クラウドメディアとクラウドソーシングの相互作用の仕組みやマイクロタスク型クラウドソーシングなど独自の事業モデルを確立することで順調に業績を拡大してきた。2016年3月末の総会員数は国内最大級の952万人、流通総額(年間)は約80億円の規模に上る。

2016年9月期第2四半期累計期間(2015年10月-2016年3月。以下、上期)の業績は、売上高が前年同期比39.8%増の2,243百万円、営業利益が同72.9%増の102百万円と大幅な増収増益となった。四半期業績でも過去最高の売上高を更新しており、足元の業績は順調に拡大している。クラウドメディアが堅調に推移する一方、前期に連結化した(株)マークアイが期初から寄与したことや「CROWDビジネスパック」の貢献などによりクラウドソーシングサービスが大きく伸長した。

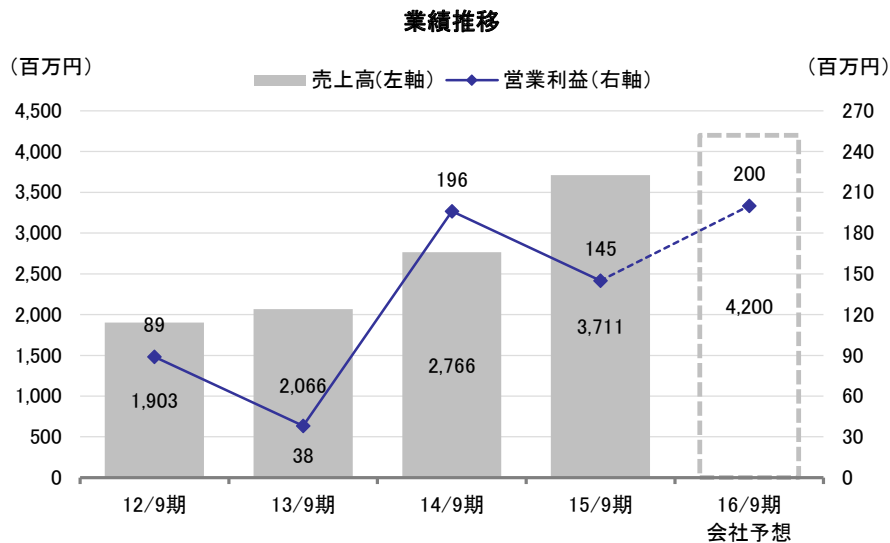
2016年9月期の業績予想について同社は、期初予想を据え置き、売上高を前期比13.2%増の4,200百万円、営業利益を同37.4%増の200百万円と見込んでおり、実現すれば8期連続の増収となる。また、総会員数1,000万人への到達を目指している。弊社ではマークアイの連結効果が一巡するものの、上期の実績や足元での業績の伸びから同社業績予想の達成は十分に可能であると判断している。

同社の成長戦略は、クラウドメディアとクラウドソーシングの一層の融合と更なる進化を図ることにより、より価値の高いリアルワールドエコシステム(「暮らすこと」「働くこと」を中心とした人が生きていくためのライフライン)の構築を目指すものである。特に、労働人口減少に対する政策である「一億総活躍社会(同一労働同一賃金)」の実現に向け、これまでのクラウドソーシングに限らず、多様な働き方を提供する「ワークエコシステム」の確立に注力する方針である。

弊社では、フィンテック※2への参入を視野に入れた「ポイント利息」付与サービスの開始など、会員獲得(囲い込み)に向けた施策のほか、国内最大級の会員基盤やノウハウを活用したクラウドソーシング及びマーケティング支援などの今後の展開に注目している。特に、独自の事業モデル(マイクロタスク型)における優位性を生かし、新たな社会基盤として潜在需要の大きいクラウドソーシング市場を、いかに同社自らの成長に取り込んでいくのかがポイントになるであろう。他社との業務提携の方向性とその成果(シナジー創出等)が今後の成長のカギを握るものとみている。

## Check Point

- ・「Gendama」「REALWORLD」などのクラウドメディアサービスを運営
- ・16/9期上期は売上高が前年同期比 39.8% 増、四半期純利益は同 562.3% 増と大幅な増収増益で着地
- ・リアルワールドエコシステムの実現へ



## 会社概要

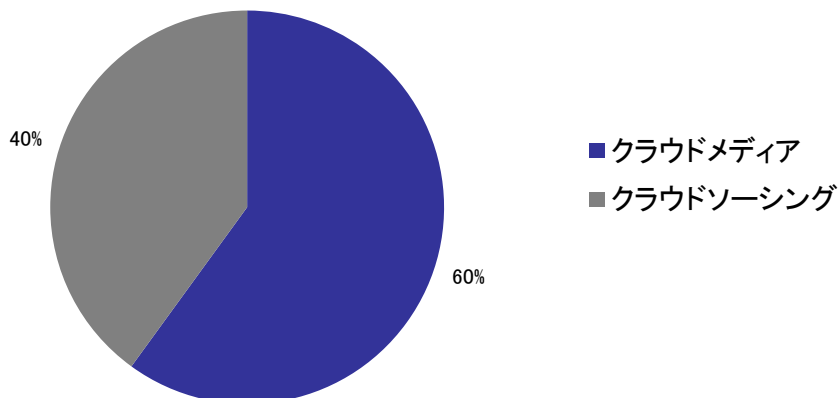
### 「Gendama」「REALWORLD」などのクラウドメディアサービスを運営

#### (1) 事業内容

事業セグメントは、クラウド事業とポイントエクステンジ事業の2つであるが、主力のクラウド事業に属するクラウドメディアサービス及びクラウドソーシングサービスのほか、ポイントエクステンジサービスの3つのサービスを展開している。

2016年9月期上期実績におけるサービス別売上構成比では、クラウドメディアが60%、クラウドソーシングサービスが40%を占めている（ポイントエクステンジサービスの売上高は小さい）。

サービス別の売上構成比率(2016年9月期上期実績)



#### a) 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を行っている。会員が同社のサイトに掲載された広告を經由して顧客企業（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である。同社の収益は、会員のアクション等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となる。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が、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クラウドメディアサービスの4分の1強を占めるまでに拡大している。同社が運営しているサービスは以下のとおりである。

##### ○ Gendama

同社設立当初（2005年7月）に開設したサイト。会員が楽しみながらポイントを獲得できるように、ポイント獲得できるミニゲームの充実や、各種広告を掲載するなどポイント獲得手段の多様化を図っている。また、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より、会員のポイント獲得の活性化にも注力している。

##### ○ REALWORLD

クラウドメディアとクラウドソーシングが一体となったサービスを目指すため、2015年10月に「ライフマイル」を統合した新しいサイトである。毎日の暮らしを賢く、楽しく、豊かにしていくメディアコマースサービスを提供している。

##### ○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。



## リアルワールド

3691 東証マザーズ

<http://realworld.co.jp/ir/>

2016年7月11日（月）

※1 Business Process Outsourcingの略であり、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 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。

※3 2015年12月には「CROWD ビジネスパック」のオンライン販売も開始。

### b) クラウドソーシングサービス

自社運営サイト「CROWD」を通じて、いつでもどこでも働くことのできる機会を提供するクラウドソーシングサービスを展開している。クラウドメディアとの相互作用によって積み上げた会員基盤が同サービスを支えている。顧客企業からのBPO※1等にかかる受託業務を単純化・細分化（マイクロタスク化）することにより、多数の会員が分担して作業を行う形（システム化）に仕上げ、その対価として会員にポイントを付与する仕組みとなっている。主な受託業務としては、インターネットを利用した手書き書類等のデータ入力業務やSEO事業者向けのコンテンツライティング（文書作成）業務等があり、最近では、需要が拡大しているビッグデータにかかるデータクレンジング業務※2や、人工知能及びロボットの精度向上支援にも注力している。また、2015年8月には、これまでの業務提携により蓄積してきたノウハウを集約した「CROWD ビジネスパック」の販売を開始※3し、顧客企業の裾野拡大にも取り組んでいる。

なお、2014年12月に連結子会社化を決定したマークアイは知的財産に関する事業を展開している。知的財産権管理の周辺分野では機密性の観点から労働集約的な業務が多く存在しており、同社のクラウドソーシングサービスとの親和性が高いと考えられ、両社のリソースを掛け合わせることで、この分野への進出を図るところに主な狙いがある。

### c) ポイントエクステンジサービス

クラウドメディアサービス及びクラウドソーシングサービス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。ポイント交換サービス「PointExchange」を通じて、会員が同社グループの運営する複数のサービス上で獲得した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の交換サービスを行っている。会員は、保有するポイントを、現金、電子マネー（「WebMoney」「Edy」等）、商品券等への交換が可能となる。また、2015年12月からはビットコインへの交換を開始すると、2016年5月には「ポイント利息」付与サービスも導入している。ポイントを交換する際の手数料が同社の収益源であるが、本サービスについては単独での業績寄与を追求するよりも、主力サービスを支えるプラットフォームとしての役割を担っており、提携先の拡充やポイントを一元管理できる「ポイント通帳」の普及など、会員の利便性を重視した施策を講じてきた。また、「ポイント利息」付与サービスも、会員獲得（囲い込み）に向けた差別化戦略の一環として見る事ができる。

## (2) 沿革

同社は、代表取締役社長である菊池誠晃（きくちまさあき）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。

**沿革**

年月	沿革
2005年 7月	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年 7月	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
2006年 7月	ポイント交換を主目的とした(株)ポイントスタイルを子会社として設立
2008年10月	北海道札幌市に札幌ラボを設置
2008年12月	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年 4月	(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年11月	(株)ポイントスタイルを吸収合併
2011年11月	新規事業開発を目的とした(株)REALCORE を子会社として設立
2011年12月	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年 5月	広告主への営業を目的とした(株)リアルマーケティングを子会社として設立
2012年 7月	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年 9月	札幌ラボを分社化し、カスタマーサポート業務及び同社のサイト運營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年 6月	(株)REALCORE を清算
2014年 9月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2014年12月	(株)マークアイの株式を取得し、グループ会社化
2015年 2月	クックパッド(株)が資本参加
2015年 6月	(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年10月	クラウドメディアサービス「ライフマイル」を「REALWORLD」へ統合
2015年10月	(株)Speee のグループ会社よりスマートフォンアプリを事業譲受
2016年 2月	人材派遣事業を目的とした(株)リアルキャリアを子会社として設立
2016年 4月	金融事業を目的とした(株)REAL FINTECH を子会社として設立

**■ 企業特長**
**クラウドメディアとクラウドソーシングの相互作用**
**(1) 成長モデル**

同社は、基本的には会員数の増加と売上単価の向上が業績の伸びをけん引する。特に、同社の場合には、クラウドメディアで接触会員数の増加を図り、クラウドソーシングによって売上単価の向上を図るという相互作用の仕組みが確立されている。ただ、クラウドソーシングに限って言えば、受託業務量と会員数がバランスよく伸びていくことが事業拡大の条件となっていることにも注意が必要である。すなわち、受託業務量に比べて会員数が多すぎると会員の離反を招く恐れがあり、逆の場合は納期に間に合わないリスクを伴う。同社は、他社との提携により当社会員以外についてもクラウドソーシングの働き手として確保することで、急激な受託業務量の拡大のほか、大型及び短納期案件への対応を図っている。

**(2) コスト構造**

同社の売上高は広告主からの広告収入（クラウドメディア）及び業務委託先からの業務受託収入（クラウドソーシング）である一方、原価は会員に還元するポイントが大部分を占めている。したがって、原価率はポイント還元率によって大きく左右されるものと考えられる。ポイント還元率は、その時々需給関係や営業政策的な判断などにより同社が決定するが、過去の実績を見るとおおむね 50% を超える水準で推移している。一方、販管費は、人件費のほか、システム構築に関わる費用が大きい。特に、クラウドソーシングでは、業務提携などによりシステム構築費用が先行投資的に発生する可能性があることに注意が必要である。ただ、同社では、これまで蓄積したノウハウを集約した「CROWD ビジネスパック」の販売により顧客企業の裾野拡大にも注力しており、収益性の改善や安定化につながる可能性もある。

### (3) 事業モデルの特長（強み）

#### a) クラウドメディアとクラウドソーシングの相互作用の仕組み

同社は、前述のとおり、クラウドメディアで接触会員数の増加を図り、クラウドソーシングによって売上単価の向上を図るという相互作用の仕組みが確立されており、国内最大級の会員基盤を潜在需要の大きなクラウドソーシング及びマーケティング支援などに活用できることが最大の強みとなっている。特に同社の会員基盤は、タイプの違う2つのクラウドメディアやクラウドソーシングが獲得チャネルとなっていることから、「暮らすこと」「働くこと」に関する情報への意識や購買意欲が高いことに加えて、幅広いターゲット層で構成されているところに魅力がある。さらには、同社の会員基盤や蓄積されたノウハウは、他社との業務提携を進めるうえで大きなアドバンテージになるとともに、様々な方向性での事業機会の広がりにも可能性を秘めている。

#### b) 独自の「マイクロタスク型」クラウドソーシングを展開

「マイクロタスク型」クラウドソーシングは、顧客企業に対して、1) 機密保持が可能（作業の細分化を実施）、2) 高品質（複数名で一致した回答を納品）、3) 安価で提供（オフィスや光熱費等の固定費が不要）、4) ハイスピード／大量件数（952万人の会員母数により実現）の4つの価値を提供するところに特長がある。特に、これまでのBPOと比べると、1) 機密保持、及び3) 単価の面で優位性を発揮できている。

一方、会員に対しては、同社が業務フローの構築や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遂行できるところに特長がある。これにより、稼ぐ機会の少ない主婦やシニア、地方在住者にも、時間や場所に関係なく稼ぐことを可能にしている。

また、業務フローの構築やシステム化における経験則は同社のノウハウとして蓄積されており、更なる事業展開の原動力となっている。2015年8月に販売を開始した「CROWDビジネスパック」は、まさにノウハウをパッケージ化したものであり、裾野拡大とともにノウハウの収益化を図っている。

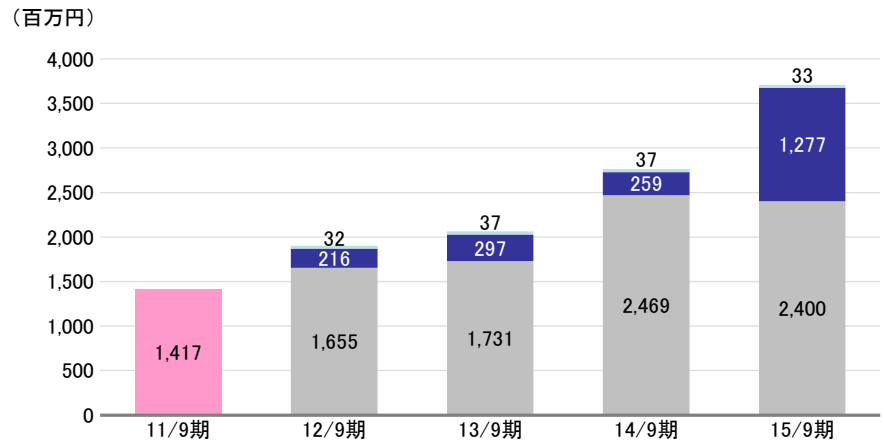
## ■ 決算動向

### クラウドソーシングサービスの伸びが顕著

#### (1) 過去の業績推移

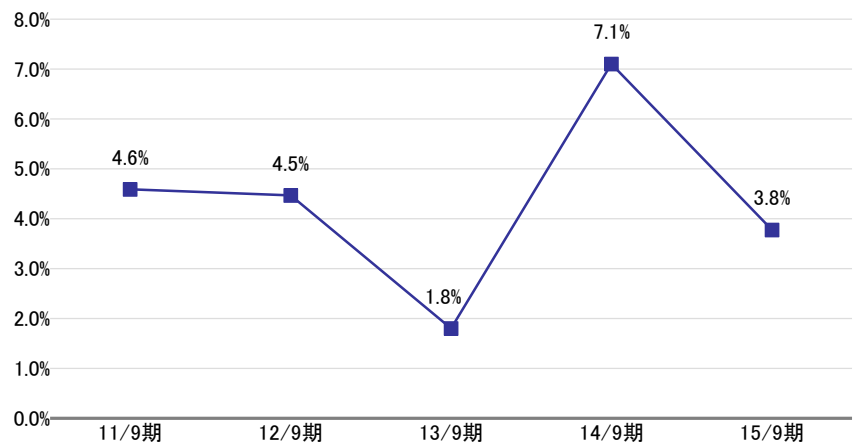
過去5期分の業績を振り返ると、売上高は会員数の拡大及びクラウドソーシングサービスの伸長とともに増収基調を続けている。特に、直近2期の売上高の伸びが大きい。2014年9月期はスマートフォン分野が急成長したことが業績の伸びに寄与した。2015年9月期はマーケティングの連結効果を含めてクラウドソーシングサービスが大きく伸長したことが要因である。

### 売上高の推移



※12/9期から連結

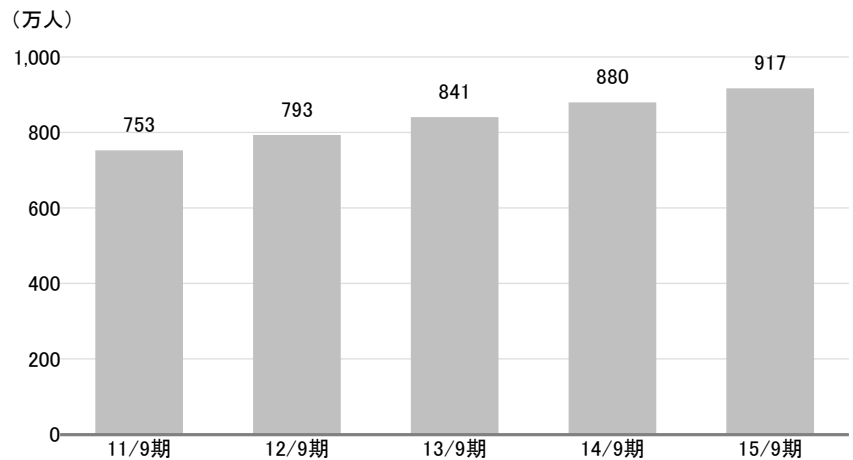
### 経常利益率の推移



※12/9期から連結

損益面では、先行費用のかけ方が利益率の変動要因となっている。2013年9月期はスマートフォン分野の強化に向けて戦略的に広告宣伝費を投下したこと、2015年9月期はクラウドソーシングのシステム構築に関わる費用が先行投資的に発生したことが利益率の低下を招いた。

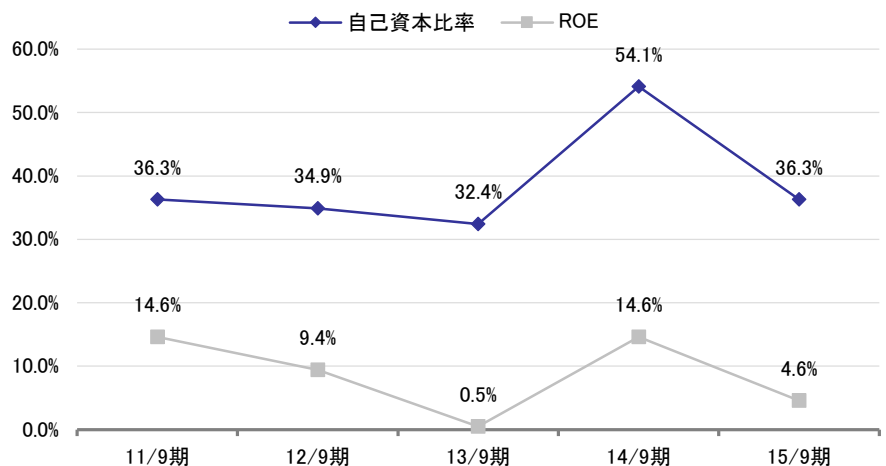
### 会員数の推移



※12/9期から連結

一方、財務面では、自己資本比率は株式上場に伴う新株発行により2014年9月期に54.1%に上昇したが、2015年9月期はマークアイの買収に伴うのれん代により総資産が膨らんだことや有利子負債の増加などにより36.3%に低下している。ROEは利益率に伴って変動しており、2015年9月期は4.6%となっている。

### 自己資本比率及びROEの推移



※12/9期から連結

## 16/9期上期は売上高が前年同期比39.8%増、四半期純利益は同562.3%増と大幅な増収増益で着地

### (2) 2016年9月期上期決算の概要

2016年9月期上期の業績は、売上高が前年同期比39.8%増の2,243百万円、営業利益が同72.9%増の102百万円、経常利益が同77.8%増の104百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同562.3%増の48百万円と大幅な増収増益となった。四半期業績のみでも過去最高の売上高を更新しており、足元の業績は順調に拡大していると言える。



売上高は、クラウドメディアサービスが会員数の伸びなどにより堅調に推移する一方、前期に連結化したマークアイが期初から寄与（3ヶ月分の上乗せ）したことや「CROWD ビジネスパック」の貢献などによりクラウドソーシングサービスが大きく伸長した。

損益面では、原価率が若干上昇するとともに、マークアイの連結化に伴う費用の増加（3ヶ月分の上乗せ）やシステム構築に関わる先行費用、「ライフマイル」統合に伴う一時的な費用の発生などにより販管費が増加したものの、増収により吸収したことで増益を確保し、営業利益率も4.6%（前年同期は3.7%）に改善した。

一方、財務面では、現預金の増加等により総資産が拡大する一方、自己資本は企業結合に関する会計基準の適用により減少したことから、自己資本比率は32.4%（前期末は36.3%）に低下した。

（単位：百万円）

	15/9 期上期		16/9 期上期		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	1,604		2,243		639	39.8%
クラウド事業	1,588	99.0%	2,228	99.3%	640	40.3%
ポイントエクステンション事業	16	1.0%	14	0.7%	-1	-8.0%
売上原価	849	53.0%	1,205	53.7%	355	41.9%
販管費	695	43.3%	935	41.7%	240	34.6%
営業利益	59	3.7%	102	4.6%	43	72.9%
経常利益	58	3.7%	104	4.6%	45	77.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	7	0.5%	48	2.2%	41	562.3%

	2015年9月末	2016年3月末	増減	
				増減率
総資産	3,299	3,449	150	4.5%
自己資本	1,194	1,118	-76	-6.4%
自己資本比率	36.3%	32.4%	-3.9	

### (3) 2016年9月期の業績予想

2016年9月期の業績予想について同社は、期初予想を据え置いており、売上高を前期比13.2%増の4,200百万円、営業利益を同37.4%増の200百万円、経常利益を同42.7%増の200百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同93.6%増の100百万円と2ケタの増収増益を見込んでおり、実現すれば8期連続の増収となる。また、総会員数1,000万人への到達を目指している。

売上高では、クラウドメディアサービスがスマートデバイスの強化や「ポイント利息」付与サービスの導入などによる会員数の伸びに伴って堅調に推移する一方、クラウドソーシングサービスがマークアイの連結効果のほか、これまでの取り組み（提携戦略や法人営業体制の強化、ビジネスパックの貢献等）の効果により大きく伸長する想定となっている。

また、損益面でも、先行投資の一巡や増収による固定費の吸収等により増益を確保し、営業利益率も4.8%（前期は3.9%）に改善する見通しである。

弊社では、上期実績が通期予想に対して、売上高で53.4%、営業利益で51.5%の進捗となっていることや足元の状況から判断して同社の業績予想の達成は十分に可能であるとみています。むしろ、マークアイの連結効果が一巡した第2四半期においても前年同期比で順調に伸びていることや、第3四半期以降も「CROWD ビジネスパック」の貢献や「ポイント利息」付与サービスの導入など、様々な施策の効果による上乗せが期待できることから業績が上振れる可能性にも注意する必要があります。

(単位：百万円)

	15/9 期 実績		16/9 期 予想		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	3,711		4,200		489	13.2%
営業利益	145	3.9%	200	4.8%	55	37.4%
経常利益	140	3.8%	200	4.8%	60	42.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	53	1.4%	100	2.4%	47	93.6%

## ■ 業界環境

### クラウドソーシングの市場規模は、2018年度には1,820億円へ

矢野経済研究所の調査によると、同社の主力事業であるクラウドソーシングの市場規模は、2012年度に100億円を超え、2014年度には408億円に成長しており、2018年度には1,820億円に拡大すると予測されている。働き方の多様化が進む一方で、労働力不足の補完やコア業務への集中によりBPO市場が拡大してきたことが背景にある。2009年頃から本格化してきたが、クラウドソーシングという言葉が一般的となったのは、2011年の東日本大震災以降であり、被災地における在宅ワークやテレワークへの需要が高まり、試験的に利用する企業が増えたことが普及を後押しした。

市場の拡大とともに、クラウドソーシングサービスを提供する事業者も増加しており、競争は激化する傾向にある。クラウドソーシングサービスには大きく3つのタイプがある。すなわち、エンジニアやWebデザイナーなど専門的なスキルをもつワーカーとのマッチングを手掛ける「特化型」、様々なタイプの仕事を取り扱う「総合型」、そして、同社が展開している「マイクロタスク型」である。なかでも、マイクロタスク型は、市場が拡大しているBPOからのリプレイスが期待できることから成長余地は大きいとみられている。

#### 主要クラウドソーシングサイト

サイト名	企業名	概要
CROWD <a href="http://www.realworld.jp/crowd">http://www.realworld.jp/crowd</a>	同社	マイクロタスク型サービスに特化。総会員数は952万人
ランサーズ <a href="http://www.lancers.jp/">http://www.lancers.jp/</a>	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 <a href="http://crowdworks.jp/">http://crowdworks.jp/</a>	(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 <a href="http://www.shufti.jp/">http://www.shufti.jp/</a>	(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 <a href="https://www.craudia.com/">https://www.craudia.com/</a>	(株)エムフロ	ベンチャー企業エムフロが運営
Job-Hub <a href="https://jobhub.jp/">https://jobhub.jp/</a>	(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 <a href="http://www.crowdgate.net/">http://www.crowdgate.net/</a>	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 <a href="http://crowdsourcing.yahoo.co.jp/">http://crowdsourcing.yahoo.co.jp/</a>	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

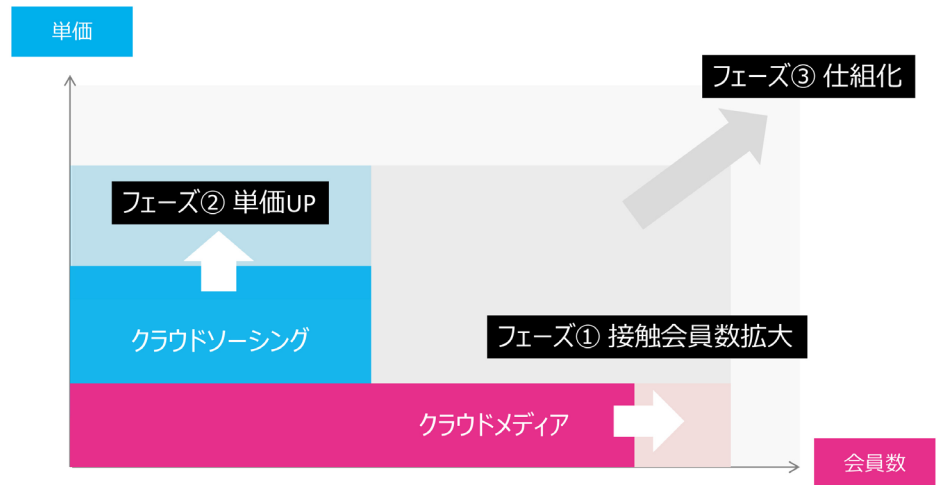
## ■ 成長戦略とその進捗

### リアルワールドエコシステムの実現へ

#### (1) 成長戦略の方向性

同社の成長戦略は、クラウドメディアとクラウドソーシングの一層の融合と更なる進化を図ることにより、より価値の高いリアルワールドエコシステム（「暮らすこと」「働くこと」を中心とした人が生きていくためのライフライン）の実現を目指すものである。特に、日本の労働力減少に対する政策である「一億総活躍社会（同一労働同一賃金）」の実現に向け、これまでのクラウドソーシングに限らず、結婚・妊娠・出産・子育てなど、様々なライフイベントに対して多様な働き方を柔軟に提供する「ワークエコシステム」の確立に注力する方針である。

#### 中期的な成長戦略の軸



出所：会社資料

#### リアルワールドエコシステムに向けての取り組み



出所：会社資料



リアルワールド

3691 東証マザーズ

<http://realworld.co.jp/ir/>

2016年7月11日（月）

**(2) 上期の活動実績**

## ・人口知能（AI）分野への展開（2016年2月）

クラウドソーシングによる人工知能やロボットのプログラム精度向上支援を商品化したものである。これまでの経験則（言語処理能力向上のための音声データ収集や会話文の作成作業等）を生かし、関心の高まっているAI分野での言語処理能力（難関と言われている日本語）の精度向上を支援するところに狙いがある。

## ・（株）リアルキャリアの設立（2016年2月）

同一労働同一賃金の実現に向け、クラウドソーシングに限らず、派遣、在宅ワークなど、様々なライフイベント（結婚・妊娠・出産・子育てなど）に対して多様な働き方を支援する「ワークエコシステム」の確立を目的としたものである。

## ・（株）REAL FINTECHの設立（2016年4月）

注目されるフィンテック分野への参入を視野に入れ、2016年2月にFintech協会へ加入すると、4月にはブロックチェーン・テクノロジー等の新技術の調査、研究、サービス展開への実証、クラウドファンディング、金融及び事業投資を目的としてREAL FINTECHを設立した。同社は、マイナス金利政策導入を背景として貯蓄方法の見直しを検討する機運が高まるなかで、2016年5月から「ポイント利息」付与サービスを開始し、会員獲得（囲い込み）に向けた差別化戦略を打ち出したが、今後は会員の投資ニーズに対応するため、クラウドファンディングやマイクロファイナンスによるポイント資産の運用についても準備を進める方針である。

## ・インスタグラムマーケティング支援を開始（2016年4月）

インスタグラムマーケティング支援を手掛ける（株）シェアコと連携し、商品やサービスのブランド認知を広めたい企業向けに、インスタグラムによる販促支援サービスの提供を開始した。シェアコが数年にわたり培ったシステムを活用し、同社員による大規模な販促支援を実現するものである。同社は、シェアコとの連携により、ソーシャルを活用したマーケティング支援をより一層拡大する方針としている。

弊社では、フィンテックへの参入を視野に入れた「ポイント利息」付与サービスの導入など、会員獲得（囲い込み）に向けた施策のほか、国内最大級の会員基盤やノウハウを活用したクラウドソーシング及びマーケティング支援などの今後の展開に注目している。特に、独自の事業モデル（マイクロタスク型）における優位性を生かし、新たな社会基盤としての潜在需要が大きいクラウドソーシング市場を、いかに自社自らの成長に取り込んでいくのかがポイントになるだろう。他社との業務提携の方向性とその成果（シナジー創出等）が今後の成長のカギを握るものとみている。

## ■ 株主還元

### 経営基盤の長期的な安定のため無配

2015年9月期については、経営基盤の長期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を第一と考え、内部留保を優先させたことから無配となった。2016年9月期についても、現時点で配当の実施は未定としている。

弊社では、しばらくは事業拡大に向けた戦略的投資が想定されることから、無配が継続される可能性が高いとみている。ただ、当初想定以上の利益が生じた場合には、業績動向、戦略的投資に必要な内部留保等を総合的に勘案しつつ、配当の有無を検討するとしていることから、その動向にも注意が必要である。

#### 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