

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
佐藤 譲

■Googleのアルゴリズム変換に迅速に対応

リスティング広告（SEM）・検索エンジン最適化サービス（SEO）を主軸とするSEM事業、アフィリエイト広告・DSP広告をはじめとするアドネットワーク事業などのインターネット広告サービスを専業とするインターネット総合広告代理店の大手の1社。2012年4月に子会社のベッコアメ・インターネットを売却し、ノンコア事業を完全整理、再飛躍に向けた事業体制が整った。

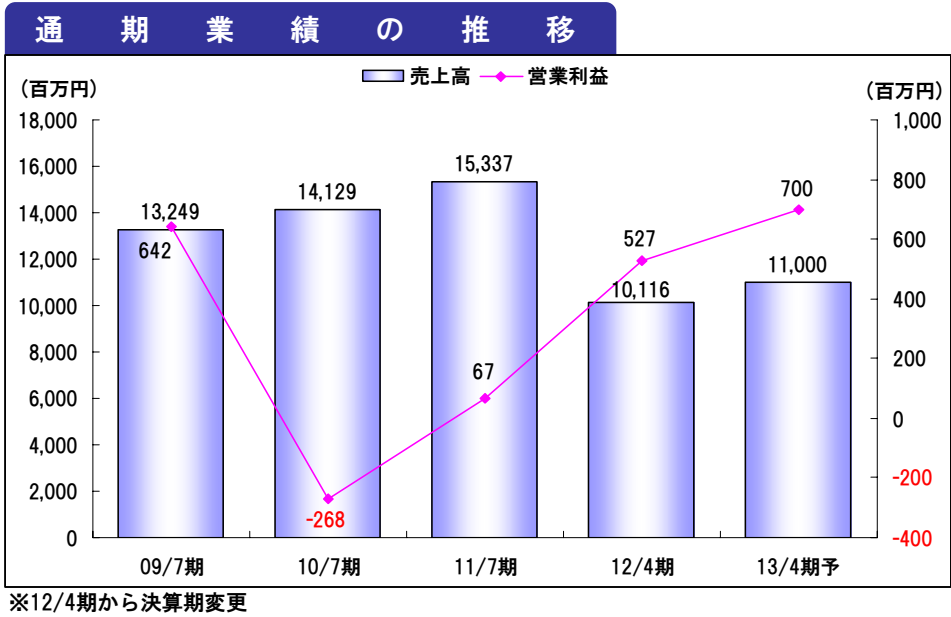
2013年4月期の業績は売上高が11,000百万円、経常利益が640百万円と期初会社計画線を維持、既存事業ベースでみれば実質2ケタ増益となる見通しである。Googleの大規模なアルゴリズム変換に迅速に対応できたことで、SEO事業の売上が2012年11月以降拡大しているほか、リスティング広告事業におけるスマートフォン端末向けの配信やディスプレイ広告の販売拡充に加え、アフィリエイト広告収入に関してもスマートフォン向けの需要増が継続しているためだ。

2014年4月期以降、収益は再び成長拡大局面に入る見通し。既存事業に加えて、現在開拓中の国内ナショナルクライアント向けの売上貢献が見込まれるほか、より高度な広告効果が期待できる新プラットフォーム「AdMatrix」シリーズのラインナップ拡充によるシェア拡大も期待できるためだ。海外戦略でも中国での事業展開がスタートし、今後の収益貢献が予想される。事業再構築と負の遺産処理はこの第2四半期（5-10月期）で終結しており、業績面でのリスク要因が無くなったこともプラス要因となろう。

なお、同社は2012年12月に親会社であるフリービット<3843>向けに第三者割当増資を実施した。また、フリービットは同時に市場内での同社株式の買い付けを実施することを発表している。期間は2013年6月10日までで、発行済み株式数の約10%の水準となり、株価面で再評価される契機となる可能性がある。

■Check Point

- ・売上高から経常利益まではほぼ期初会社計画線で着地
- ・北京や深センのほかその他東南アジア諸国への進出も視野
- ・業績の拡大トレンドを確認後再評価の局面へ



■業績動向

売上高から経常利益まではほぼ期初会社計画線で着地

(1) 2013年4月期の第2四半期累計決算について

2012年12月7日付けで発表された2013年4月期の第2四半期（5-10月）累計の連結決算は、売上高が5,348百万円、営業利益が230百万円、経常利益が217百万円、四半期純利益が554百万円の損失となり、売上高から経常利益まではほぼ期初会社計画線での着地となった。2012年4月期が9カ月間の変則決算（2011年8月-2012年4月）のため、前年同期比の増減率は開示されていないが、前第2四半期（2011年8月-2012年1月）累計との比較でみれば表の通り、売上高は1,286百万円、営業利益は106百万円の減少となっている。

連結P/Lの収益比較（単位：百万円）

	12/4期 2Q (8-1月) 実績	13/4期 2Q (5-10月) 会社計画	13/4期 2Q (5-10月) 実績	増減額	増減要因
売上高	6,634	5,130	5,348	-1,286	ベッコアメの売却により売上高は1,328百万円の減少要因
売上原価 (対売上比)	5,185 78.2		4,344 81.2	-841	
販管費 (対売上比)	1,112 16.8		773 14.5	-339	本社移転費用（22百万円）、採用費（10百万円）等の一時費用のほか、今後の体制強化に向けた開発費用等を販管費に計上
営業利益 (対売上比)	336 5.1	250 4.9	230 4.3	-106	ベッコアメの売却により営業利益は66百万円の減少要因
経常利益 (対売上比)	299 4.5	220 4.3	217 4.1	-82	有利子負債の減少により営業外収支は改善
特別損失	92		745	653	旧ギルド社に対する債務保証損失引当金など734百万円を計上
当期純利益 (対売上比)	126 1.9	150 2.9	-554 -10.4	-680	

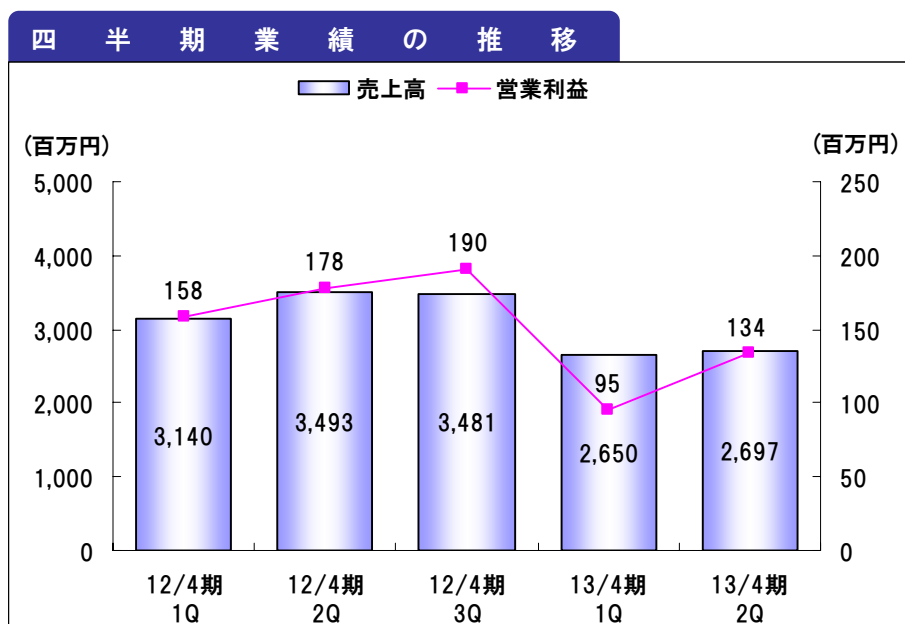


■業績動向

売上高、営業利益が減少した最大の要因は、2012年4月にデータセンター事業を主に手掛けていた連結子会社のベッコアメ・インターネットをフルスピードの親会社のフリービット<3843>に売却したことによるもので、売上高で1,328百万円、営業利益で66百万円の減少要因となっている。そのほか、費用面では本社移転費用（22百万円）や採用費の増加（10百万円）等の一時費用32百万円を第1四半期で計上したほか、今後の体制強化に向けた開発費用の増加もあって、減収する結果となった。このため、ベッコアメの売却や一時費用の影響を除けば、既存事業ベースでは安定した水準の業績基調に移行したことがうかがえる。

また、当第2四半期では2年前にノンコア事業整理の一環で売却したアパレル子会社（旧ギルドコーポレーション）に対する貸付金及び債務保証について、今後の懸念される債務を保守的に全額引き当てたことから、貸付金及び債務保証額の全額を貸倒引当金（154百万円）及び債務保証損失引当金（580百万円）を特別損失として計上、これにより当四半期純利益は554百万円の損失となっているが、同引当については今後の回収金額によっては引当金の戻し益が立つ可能性があり、また、現在保有する投資有価証券は既に含み益状態にあることから、過去からのノンコア事業に係る債務は一掃された形だ。

なお、四半期ベースでの業績推移はグラフの通りで、当第2四半期（8-10月）は前四半期比で増収増益となっており、既存事業は堅調に推移したと言える。



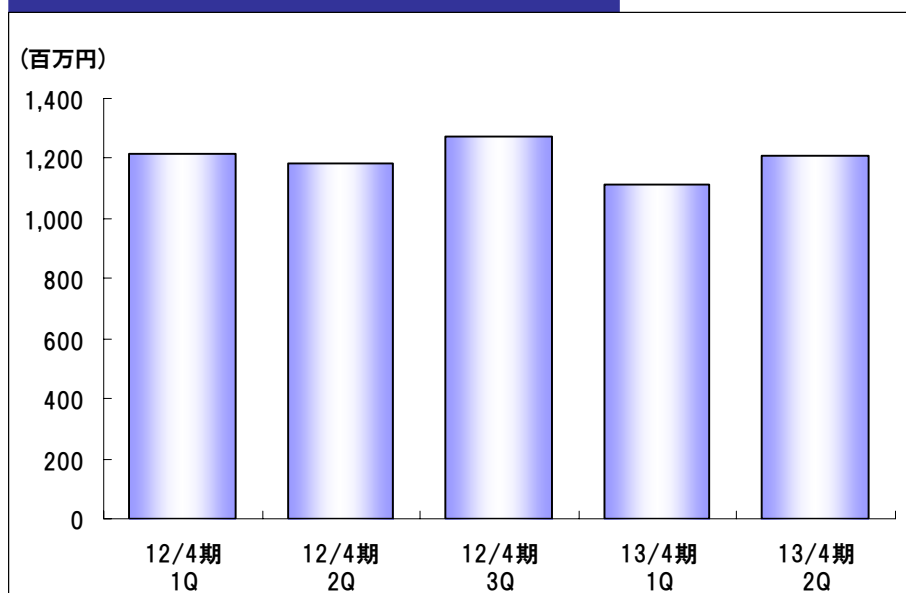
主力事業の売上動向をみると、まず、リスティング広告売上高に関しては第1四半期（5-7月期）において低利益率だった顧客の削減を進めたことで一時的に売上が落ち込んだが、第2四半期（8-10月期）には緩やかながら回復を見せている。

また、SEM広告ソリューション売上高に関しては大手開拓チームの立ち上げなど営業体制の抜本的な見直しのタイミングも重なり、第2四半期で若干の一時的な落ち込みをみせた。

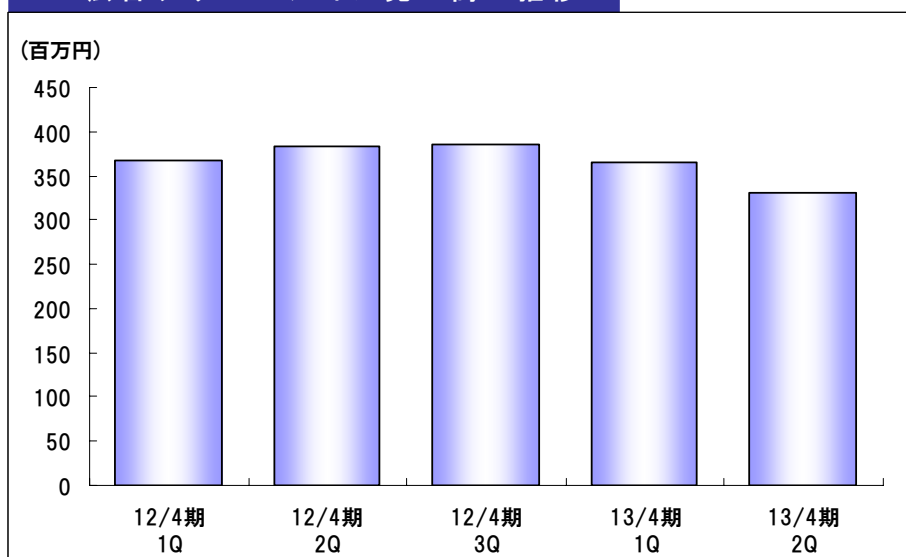
■業績動向

アフィリエイト広告の売上高（子会社フォーイットのアフィリエイト・サービス・プロバイダー事業含む）に関しては、季節性による変動要因や夏季オリンピック開催によるテレビ視聴率のアップ等が影響して、第2四半期の売上高は前四半期比で伸び悩んだものの、フォーイットが展開するアフィリエイト・サービス・プロバイダー事業はスマートフォンの普及拡大を背景としたfacebook用販促ツール「Apps-B」の提供が好調に推移、売上高の基盤となる提携サイト数も第2四半期末で25万サイトを超えるなど、順調に推移していると言える。

リスティング広告売上高の推移

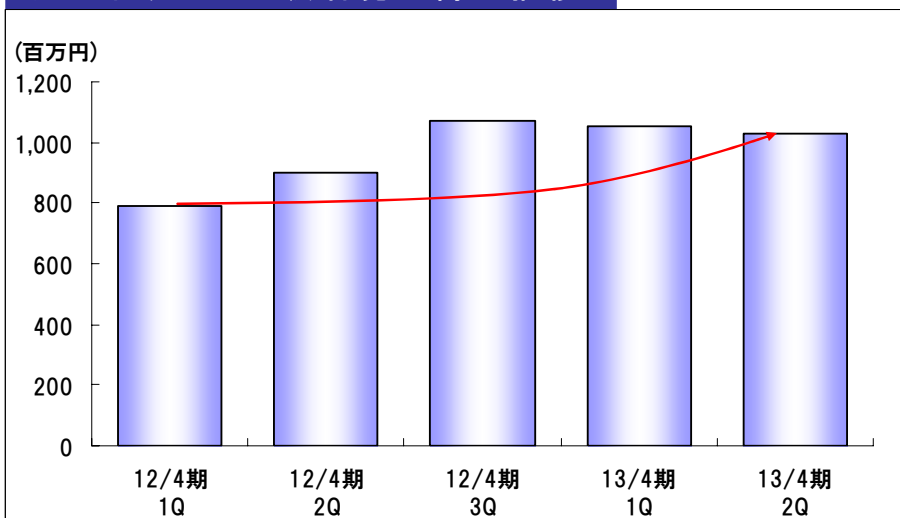


SEM 広告ソリューション売上高の推移



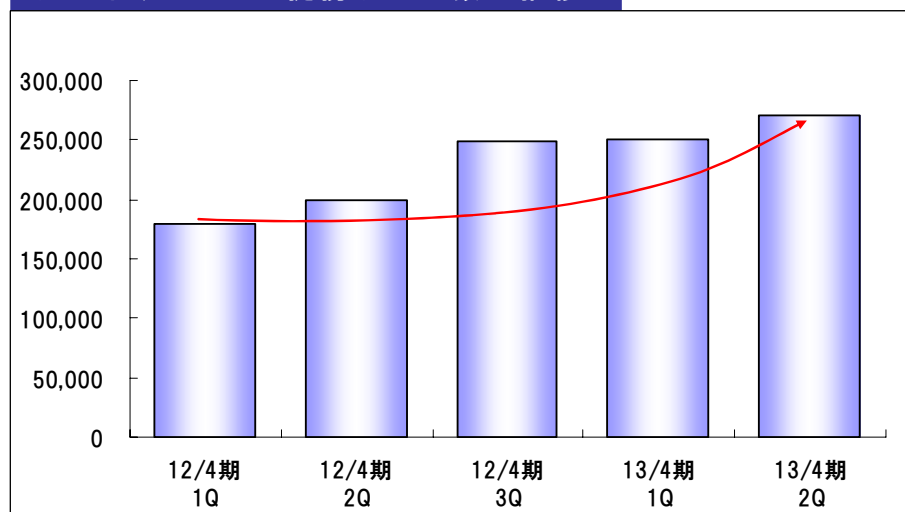
■業績動向

アフィリエイト広告売上高の推移



注：当該数値はインターネット広告代理事業のアフィリエイト広告とアドネットワーク事業のASPの売上高を合算し、内部取引額を消去した数値。

アフィリエイトB提携サイト数の推移



第3四半期以降も収益拡大トレンドは継続する見通し

(2) 2013年4月期の業績見通し

同社は、第2四半期（5-10月期）累計決算の発表と同時に、通期業績見通しにおける当期純利益の数値を下方修正した。第2四半期に計上した特別損失の影響によるものだが、売上高、営業利益、経常利益は期初計画を維持した。第2四半期累計までの進捗率でみれば、売上高は48.6%、営業利益は32.9%、経常利益は33.9%となる。売上高に関しては順調に推移しているが、利益ベースではやや進捗が低いように見える。同社では、引き続き売上高の拡大と生産性の向上を図りながら計画の達成を目指していくとしている。

■業績動向

2013年4月期の業績見通し（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
期初計画	11,000	700	640	490
今回修正予想	11,000	700	640	-250
増減額	0	0	0	-740

通期業績の推移（単位：百万円）

	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	当期純利益	前期比	EPS(円)	配当(円)
09/7期	13,249	40.3%	642	-57.0%	613	-58.7%	105	-87.4%	743.20	300.00
10/7期	14,129	6.6%	-268	-	-421	-	-1,651	-	-11,546.50	100.00
11/7期	15,337	8.5%	67	-	-8	-	-1,221	-	-8,504.03	-
12/4期	10,116	-	527	-	486	-	532	-	3,620.34	-
13/4期予	11,000	-	700	-	640	-	-250	-	-1,699.52	-

※12/4期から決算期変更

弊社では四半期ベースでは第3四半期（11-1月期）以降も収益の拡大トレンドが続くとみており、会社計画達成の可能性はあるとみている。利益インパクトの大きいSEO事業においては、パンダ・アップデートへの迅速な対応ができたことで、成功報酬型契約をしている顧客からの売上増が見込まれていること、ソリューションサービス事業で新たに「マネタイズSEM」のサービスを12月からスタートし、従来の「フルスピードクラブ」よりも1契約当たりの単価アップを進めていくこと、「Apps-B」提携サイトの拡大によりアフィリエイト広告収入の拡大が見込めること、などが背景だ。以下、第3四半期以降の増収ポイントについて詳述する。

OSEM事業

SEM事業に関しては、主にSEOサービスやフルスピードクラブ、マネタイズSEMプログラム等のソリューション商材で構成されている。その中でもとりわけ利益インパクトの大きいSEOサービスは固定報酬と成功報酬の課金契約による収入となっている。成功報酬課金とは、例えば一定のキーワードで検索をかけた際に、検索結果で上位10位以内（1ページ目）に入るかどうかによって、課金（収入）が発生する契約のことだ。フルスピードでは同社が設立されて以降、歴代最高となる順位達成を実現しており、また販売戦略自体も固定報酬型からより高い利益インパクトを見込める成功報酬型にシフトしている。このため、第2四半期（8-10月期）で一時的に落ち込んでいるように見えるものの、仕込み済みの成功報酬案件の順位が上がることで、売上高も第3四半期（11-1月期）以降はすでに急速に回復している模様。フルスピードにおいては過去2年で数億円の大規模な投資フェーズを終えており、これらの投資に出遅れたSEO会社も多く、直近のパンダ・アップデートへの対策が遅れている同業のSEO会社からフルスピードに乗り換える企業がここ数ヶ月で増えているとの状況で、今後も主力商材のSEOについては期待が膨らむ。

■業績動向

○「マネタイズSEM」サービスの開始

同社は従来、SEOやリスティング広告、サイトの作成やソリューションサービスなど複数のサービスをパッケージ化した月額固定会員サービス「フルスピードクラブ」を提供してきたが、2012年12月に新たに「マネタイズSEM」としてサービス内容並びに料金体系を一新したサービスを立ち上げた。スマートフォンの普及拡大に対応するため、スマートフォンへの対応を強化したほか、効果測定のためのクリエイティブな分析ツールなども用意した。

「フルスピードクラブ」の会員数は現在700件程度で、これを2013年2月までには大半、「マネタイズSEM」サービスに切り替えていく方針。サービスの質の向上によって需要は十分見込めると判断しており、今後さらに会員数を上積みしていく計画だ。

新サービス 「Monetize SEM」 プログラム

集客サービス	○SEO ○リスティング
制作サービス	○スマホまたはPC用のランディングページ制作
効果測定サービス	○Webサイト改善のための課題抽出 ○電話コンバージョンによる効果測定ツール提供 ○ユーザビリティ分析ツール提供

○アフィリエイト広告事業

アフィリエイト広告事業に関しては、季節要因で第3四半期（11-1月期）は下がるものの、第4四半期（2-4月期）以降は再び増収トレンドになるものと見込まれる。アフィリエイト広告の売上基盤となる提携サイト数が25万サイトを大きく超えてくるなど順調に拡大しており、facebookなどを介した広告収入の増加が見込まれる。

○リードジェネレーションメディア事業の新サービス

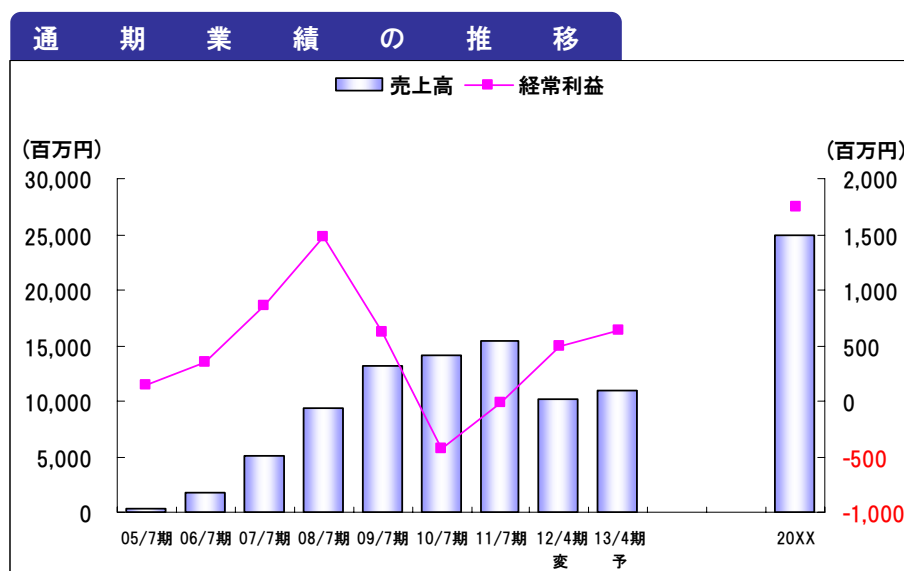
その他、新サービスとしてアプリベンダー向けの専門サービスとして、アンドロイドアプリをユーザーに動画で紹介するアプリレビューサイト「AppVIP（アップビップ）」を昨年12月にスタートした。

スマートフォン向けのアプリが急増する中で、現在新規リリースしたアプリを紹介する媒体が少なく、アプリベンダーにおいては効果的なプロモーション活動をどのように行っていくかが喫緊の課題となっていた。そこで、同社は自社で運営する情報サイトを通じて、アプリベンダーに対して新たなプロモーション媒体を提供するだけでなく、ユーザーレビューやその他の評価基準を掲載し、ランキングしていくことで、利用者にとってもその媒体価値を高めていく戦略だ。動画によるアプリ紹介だけでなく、新作アプリのリリース情報やスマートフォン関連ニュースやiphone、アンドロイド端末の普及に伴い増えることが想定されるスマートフォン関連グッズの販売などのコンテンツの充実も図っていく。収入源としてはゲームメーカーなど大手アプリベンダーからの広告掲載料を考えているが、サービス開始から一定期間は無料サービス期間とする方針としている。

■成長戦略

ナショナルクライアントへはSEOの提案を切り口とした営業

同社は中長期的な収益目標として、売上高で20,000～30,000百万円、経常利益で1,500～2,000百万円をターゲットとしておいている。目標達成のための施策として、営業面では国内ナショナルクライアントの開拓及び海外での事業展開を、また、サービス面では「AdMatrix」シリーズのラインナップ拡充による競争力アップを進めていく方針だ。また、人材の育成についても強化していく。以下にそれぞれのポイントについて詳述する。



(1) ナショナルクライアントの開拓

同社の顧客は現在中小企業や個人事業主などが中心であり、大手ナショナルクライアントに関してここ数年は殆ど営業実績が無かったが、成長拡大のため2011年より再び新規開拓に注力し始めた。1件当たりの広告収入が従来顧客の4～5倍と大きく、国内での成長を進めるためには、大手顧客の開拓による効果が最も大きい。このため、同社では専門の営業組織を2011年より作り、現在は5名体制で新規開拓を進めている。同社が最も強みを持っているSEOの提案を切り口に営業をかけており、当第2四半期（5-10月期）までに実績も少しずつではあるが上がり始めている。

時に、Googleのアルゴリズム変更でSEO対策の見直しを大手企業でも進めている可能性があり、技術力のある同社にとっては顧客開拓の絶好のタイミングと言えよう。大手ナショナルクライアントでの広告受注を獲得するには社内でのコンペに参加するのが必要条件となっており、同社はこのコンペに参加するための営業を2011年以降、積み重ねてきている。最近ではコンペに参加できる件数も増えてきていると思われ、もともとSEOでの技術力には業界No.1企業として定評があるだけに、2013年以降は大手顧客の開拓が進む可能性は十分ある。1件当たりの受注額として数億円規模になるケースもあり、そのサービスのなかには低利益率のリスティング広告が入る可能性が大きい。そのため、大手ナショナルクライアントの獲得によって、利益率が低下する可能性はある。ただ、同社ではSEOやディスプレイ広告を同時に取り込むことで十分収益性は保たれるとみている。

北京や深センのほか東南アジア諸国への進出も視野

(2) 海外展開

同社では中国・上海で2012年8月末に現地法人を設立し、本格的に海外事業をスタートした。当初計画を前倒して営業を開始し、既に日系現地企業から初受注を獲得しているが、今後は営業人員の増強も進めながら顧客開拓を進めていく方針だ。サービスメニューとしては、同社が強みを持つSEOに当面は注力していく。中国ではリスティング広告が圧倒的で、SEOに関してサービス展開しているのは中小・零細のローカル企業が大半を占めており、開拓余地が大きいとみているためだ。また、中国では百度（バイドゥ）がポータルサイトの最大手だが、同社の検索アルゴリズムはGoogleが使用していたアルゴリズムの少し前の世代のものが基本となっており、同社にとって対応は比較的容易とみられる。

現在は日系企業向けに営業人員1人の体制だが、当面はあと3人程度増強する計画を持っている。2014年4月期中に月次ベースでの黒字化を目指しており、ある程度軌道に乗り始めたら、中国ローカル企業向けの営業も始める予定だ。また、上海での事業が軌道に乗れば北京や深センなど日系企業が多く進出している地域への進出、あるいはその他の東南アジア諸国への進出も視野に入れている。

既に提供を開始している「SEM Optimizer」は如実な導入効果

(3) 「Ad Matrix」シリーズの開発について

同社ではSEM、ディスプレイ広告、ソーシャルマーケティングなどのプロモーションを統合・一元管理し、全体最適化を図る広告運用最適化プラットフォーム「AdMatrix」シリーズを開発しており、既に2012年6月よりリスティング広告の自動最適化ツール「SEM Optimizer」の提供を開始している。2013年4月期中には「DisplayAd Trader」（注2）、「Social Analyzer」（注3）の開発をそれぞれ進め、2014年4月期前半のサービス開始を予定、同業他社に対して競争力のあるサービスのラインナップが整うことになる。

（注2）「DisplayAd Trader」：ユーザーの行動履歴からターゲティングを行うDSP（Demand Side Platform）の運用管理ツール

（注3）「Social Analyzer」：ソーシャルマーケティングでベースとなるソーシャルメディアでのバイラル情報（口コミ情報等）を取得・分析するツール

■成長戦略

既に導入社数ベースで数百社までユーザーが急増している「SEM Optimizer」では、コンバージョン数やクリック数のいずれの場合でも導入の効果が如実に表れており、また、従来までの他社製品との比較においても圧倒的な効果が確認されている。同ツールの長所はデータを蓄積すればするほど精度が高まっていき、より効果的な広告運用ができるところにある。クライアント側からみれば、同じ広告費用で大きな成果が得られることになり、同ツールの導入によって今まで以上に収益が拡大すれば、結果的に広告費用の拡大（＝フルスピードの売上増）に繋がるという好循環が生まれることになる。もちろん、広告効果が他社よりも優れていれば、新規顧客の開拓、市場シェアの拡大にも繋がってくる。

以上から、業界での競争力向上が一段と見込まれ、売上成長の加速が期待されよう。

今後の企業規模の拡大にそなえて若手社員の育成に注力

(4) 人材育成について

同社では従来、人材面での補強については中途採用で殆ど賄ってきた。ただ、今後の企業規模の拡大、成長を進め、それに耐えうるだけの組織を作り上げていくためには若手社員の育成が必要と判断し、2013年春に初めて17人というまとまった数の新卒新入社員を採用した。今後も人材育成・補強に関しては、年間で20名程度の新卒新入社員と中途採用によって進めていく方針で、こうした新入社員の中から次代のリーダーとなりうる人材の育成についても、今後注力していく方針だ。

■財務状況

貸倒引当金、債務保証損失引当金の計上で株主資本が減少

(1) 2013年4月期の第2四半期末の財務状況について

2013年4月期の第2四半期（5-10月期）末の財務状況について、第1四半期（5-7月期）末との比較では旧ギルド社に対する貸倒引当金、債務保証損失引当金の計上によって、株主資本が第1四半期末比で616百万円減少の40百万円と大幅に減少したことが最大の変化ポイントとなっている。

第2四半期末の自己資本比率をみると1.7%と前四半期末の20.9%から大幅に低下した。また、有利子負債残高は前四半期末比で124百万円減少の1,168百万円と順調に減少したものの、株主資本の減少により有利子負債比率も2,388%と大幅に悪化した。

連結財務諸表（単位：百万円）

	12/4期 3Q末	13/4期 1Q末	13/4期 2Q末	増減額 1Q末比	
現金	1,213	935	938	3	
売掛金	1,403	1,357	1,383	26	
その他	293	372	132	-240	
流動資産	2,909	2,666	2,454	-212	・ 本社移転に伴う差入保証金の返還（84百万円）、旧ギルド社への貸付金（103百万円）表示区分の変更により、その他流動資産が減少
有形固定資産	26	110	106	-4	
無形固定資産	42	102	102	0	・ 旧ギルド社への長期貸付金（111百万円）の表示区分変更、貸倒引当金を積み増し、破産更生債権等が増加
投資その他資産	279	283	246	-37	
固定資産	347	497	455	-42	
総資産	3,257	3,163	2,910	-253	
買掛金	1,193	919	925	6	
短期借入金	337	250	220	-30	
1年内返済長期借入金	277	377	377	0	
その他	269	269	187	-82	
流動負債	2,076	1,816	1,710	-106	
長期借入金	559	665	570	-95	・ 借入金の返済は順調に推移し、有利子負債は125百万円減少
その他	0	0	580	580	・ 旧ギルド社の借入債務に対する債務保証損失引当金（580百万円）をその他固定負債として計上
固定負債	559	665	1,150	485	
株主資本	594	656	40	-616	・ 旧ギルド社への貸倒引当金、債務保証損失引当金の計上により株主資本が減少
純資産	621	681	48	-633	

親会社であるフリービット向けに第3者勘当割当を実施

(2) 株主資本を増強

こうした状況下で、同社は株主資本の増強と運転資金並びに成長投資資金の確保を目的に、2012年12月に99百万円の第三者割当増資を親会社であるフリービット<3843>向けに実施した。発行された新株式数は5,200株となり、1株当たりの株主価値は約4%希薄化されたこととなる。また、フリービットは今回の増資とは別に、今後の関係強化を進めるため、同社株式15,000株、または取得総額350百万円を上限として市場内での買い付けを実施することを発表している。期間は2013年6月10日までで、発行済み株式数の約10%の水準となる。市場買い付けが予定通り行われたとすれば、フリービットの出資比率は約63%となる見通しだ。

■財務状況

インターネット分野で高い技術ノウハウを持ち、中国など海外市場で先行して事業展開を進めているフリービットとの業務面における関係強化は、同社にとって事業拡大を進めていくうえで、プラスに作用するものと期待される。

復配の目途は利益剰余金1,000百万円の水準

(3) 株主還元策について

配当金に関しては内部留保の充実を優先していくため、2013年4月期は無配を継続する予定。復配の目途としては、過去に配当を行っていた時期の利益剰余金の水準1,000百万円を超えてくることが1つの目安になってこよう。早ければ2015年4月期にも復配の可能性があると思われ、弊社ではみている。

■同業他社比較

業績の拡大トレンドを確認後再評価の局面へ

最後にインターネット広告業界の同業他社との比較についてみる。2012年度の売上高計画に関しては、スマートフォンの普及やモバイルコンテンツ市場の拡大を背景として、同業他社8社合計では前期比16%増と2ケタ増収の見込みとなっている。一方、利益ベースでは合計で1%増とほぼ横ばい水準となっている。利益動向に関しては、各社戦略の違いなどもありまちまちの動きとなっている。同社においては事業の再構築、新サービスへの切り替え期に当たっていることから、実質ベースでの伸びはやや劣るものの、2014年4月期以降の収益成長ポテンシャルは前述したように大きいと思われる。

大手などと比較すると売上規模の差は否めないものの、今後はインターネット広告市場においても、費用対効果が厳しく精査される時代に入ってくるとみられ、同社の技術開発力が売上の拡大を図る上で強みとなってくる可能性は高い。

株価指標面では同社が今期赤字予想であり、株主資本も大きく減少するため、同基準で判断するのは難しいが、前述したような2014年4月以降の収益成長シナリオはまだ株価に織り込まれていない可能性が高く、今後業績の拡大トレンドが確認できれば再評価されてくるものと弊社ではみている。

■同業他社比較

同業他社比較

		決算期	売上高	経常利益	EPS	BPS	DPS	経常利益率	予想PER	実績PBR
2159	フルスピード	12/4変	10,116	486	3,620		0.0			
株価	22,100	13/4会予	11,000	640	-1,700	333	0.0	5.8%	-13.0	66.5
2132	アイレップ	12/9	37,761	922	42.5		6.0			
株価	795	13/9会予	41,550	1,027	45.2	216	3.0	2.5%	17.6	3.7
2389	オプト	11/12	62,260	1,294	20.2		6.0			
株価	665	12/12会予	77,000	1,300	28.2	633	18.5	1.7%	23.6	1.1
2459	アウンコンサルティング	12/5	1,460	-129	-1,796		1.5			
株価	173	13/5会予	1,574	12	1.7	91	未定	0.8%	100.3	1.9
2461	ファンコミュニケーションズ	11/12	10,590	1,788	104		22.0			
株価	2,160	12/12会予	12,781	1,855	148	609	24.0	14.5%	14.6	3.5
2489	アドウェイズ	12/3	17,972	1,334	10,225		1,080			
株価	96,600	13/3会予	19,500	280	2,587	63,535	未定	1.4%	37.3	1.5
4281	DAC	12/3	82,785	2,295	2,727		600			
株価	29,170	13/3予	96,000	2,350	2,780	21,917	600-650	2.4%	10.5	1.3
4293	セブテーニ	12/9	41,358	1,638	5,381		1,000			
株価	66,900	13/9会予	45,000	2,100	8,737	51,370	1000-1300	4.7%	7.7	1.3
4784	GMOアドパートナーズ	11/12	12,253	430	3,219		1,150.0			
株価	81,100	12/12会予	15,300	740	4,785	55,433	1,400.0	4.8%	16.9	1.5

注：アイレップは昨年9月末に1：500、オプトは12月末に1：200、アウンコンサルティングは11月末に1：100、ファンコミュニケーションズは12月末に1：100の株式分割を実施。1株当たり各指標は分割後の株式数で表示。
DACの13/3期会社予想は非開示のため、四季報予想を記載。
株価は1月25日終値。BPSは直近四半期実績値。

株価の推移（1月25日終値、週足）



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・大阪証券取引所・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、株式会社大阪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、企業との面会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