

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

Hamee

3134 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019年1月18日(金)

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4月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2019年4月期業績見通し	01
3. 中期経営ビジョンを策定	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業概要	04
3. 競合について	09
■ 業績動向	09
1. 2019年4月期第2四半期累計業績の概要	09
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
1. 2019年4月期の業績見通し	15
2. 事業セグメント別見通し	17
■ 成長戦略	19
1. 中期経営ビジョン	19
2. グローバル展開	21
3. リスク要因	22
■ 株主還元策	22
■ 情報セキュリティ対策	23

■ 要約

先行投資の実施により短期的な利益は伸び悩むも、 データセントリックなビジネスモデルへの転換により、 中長期的には大きく飛躍する見通し

Hamee<3134>は、「iFace」を中心としたモバイル周辺アクセサリーの企画販売を行うコマース事業と、EC事業者向けのプラットフォーム事業を展開している。中期経営ビジョンとして「全事業のデータを活用したデータセントリックなビジネスモデルへの転換」を打ち出し、更なる成長を目指している。経済産業省・東京証券取引所が選ぶ「攻めのIT経営銘柄」※に2016年以降、3年連続で選定されるなど、IT系の成長企業として注目されている。

※ 日本企業の戦略的IT利活用の促進に向けた取り組みの一環として、中長期的な企業価値の向上や競争力の強化といった視点から経営革新、収益水準・生産性の向上をもたらす積極的なITの利活用に取り組んでいる企業を「攻めのIT経営銘柄」として、業種区分ごとに選定している。2018年度は全上場企業約3,600社の中から32社が選定された。

1. 2019年4月期第2四半期累計業績の概要

2019年4月期第2四半期累計(2018年5月-10月)の連結業績は、売上高で前年同期比10.2%増の4,639百万円、営業利益で同15.2%減の466百万円となった。コマース事業の売上高は国内向けが減少したものの、米国向けの伸長により前年同期比5.1%増となり、プラットフォーム事業も契約社数の拡大やM&A効果により同41.0%増と高成長を持続した。営業利益については、コマース事業における販売構成比の変化や研究開発費等の先行投資を実施したことにより減益となったものの、先行投資を加味した収益(EBITDA※+研究開発費)で見ると、前年同期比13.7%増と順調に拡大している。また、今後の収益の源泉となるEC自動化プラットフォーム「ネクストエンジン」の契約社数は、前期末比345社増加の3,440社と想定以上の増加となった。

※ EBITDA = 税引前利益 + 支払利息 + 償却費 (減価償却費、のれん償却費)。

2. 2019年4月期業績見通し

2019年4月期の連結業績は、売上高で前期比8.9%増の10,214百万円、営業利益で同1.7%増の1,403百万円と期初計画を据え置いた。第2四半期までの進捗率は売上高で45.4%、営業利益で33.2%となっており、前期実績(売上高44.9%、営業利益39.9%)と比較すると、利益面での進捗が遅れている。売上高はプラットフォーム事業の高成長持続に加え、コマース事業で2018年8月に事業譲受したモバイルアクセサリーブランド「PATCHWORKS」が加わることもあり、会社計画の達成は可能と見られるが、下期の国内コマース事業の売上動向次第では営業利益が減益に転じる可能性もある。

要約

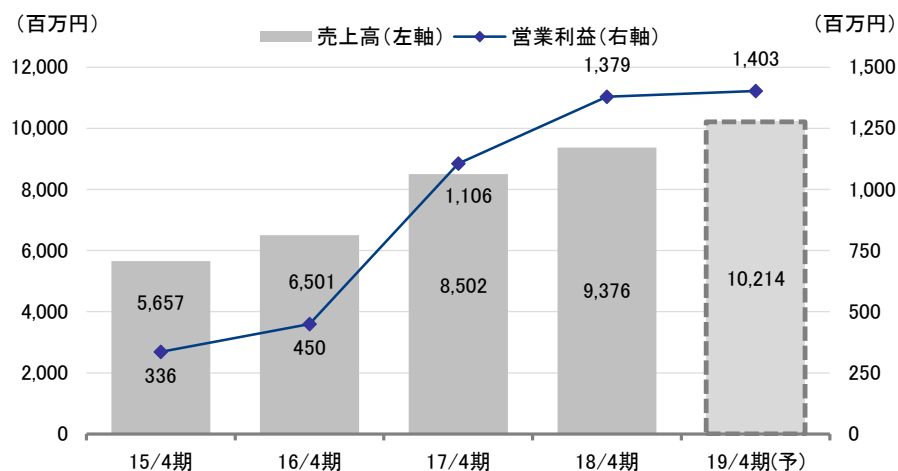
3. 中期経営ビジョンを策定

中期経営ビジョンとして「データセントリックなビジネスモデルへの転換」を打ち出した。コマース事業、プラットフォーム事業において収集される様々なデータを活用して新たなサービスソリューションを創出し、更なる成長を目指す戦略となる。プラットフォーム事業では「ネクストエンジン」のECデータを元に開発したレコメンドメール自動配信アプリを2018年12月にリリースした。顧客店舗の売上アップにつながるサービスとして当初は無料で提供し、AIによる精度向上を図ったうえで有料化していく予定となっている。一方、コマース事業では2019年早々にもIoT技術を活用したクマ型メッセージロボット「Hamic BEAR (はみくくベア)」をリリースした。親と子供のコミュニケーション・ネットワークサービスやコンテンツを提供していく計画で、従来のアクセサリ販売がフロー型ビジネスであったのに対して、ストック型ビジネスモデルを目指しているのが特徴だ。両事業ともにデータを活用した付加価値サービスを提供し、また、同モデルをグローバルでも展開していくことで中長期的な飛躍を目指している。先行投資を積極的に行っているため、2021年4月期まで営業利益は伸び悩む可能性があるが、先行投資が一巡すればプラットフォーム事業を中心に利益成長が一気に加速していくものと予想される。2019年4月期決算と同時期発表予定の中期経営計画の内容が注目される。

Key Points

- ・モバイル周辺アクセサリーの販売とECプラットフォーム事業が両輪、「攻めのIT経営銘柄」として2016年以降3年連続で選出
- ・国内コマース事業が伸び悩むも、「ネクストエンジン」の契約社数は想定を上回るペースで拡大
- ・コマース事業、プラットフォーム事業でデータセントリックなビジネスモデルへの転換を図り、中長期的な飛躍を目指す

業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

モバイル周辺アクセサリーの販売と EC プラットフォーム事業が両輪、「攻めの IT 経営銘柄」として 2016 年以降 3 年連続で選出

1. 会社沿革

同社は現代表取締役の樋口敦士（ひぐちあつし）氏がインターネット市場の将来性に着目し、モバイル周辺アクセサリーの企画及びインターネット通販を目的に 1997 年に創業したのが始まりとなる。当時は携帯電話にストラップを付けるのが流行っていた時代で、同社も天然石をオンデマンドで制作するストラップを企画し、自社サイトでの販売や実店舗への卸販売から開始、事業規模をさらに拡大するため 2000 年以降、「楽天市場」や「Yahoo! ショッピング」などのマーケットプレイスに出店するなど多店舗展開を進めていった。

EC サイトの多店舗展開により取扱高が順調に拡大するなかで、出店店舗の受注・在庫確認や商品の発送指示、顧客への連絡メールなどバックヤード業務も煩雑さを増していくことになる。また、当時は複数の EC 店舗の在庫連携ができなかったため、販売機会ロスが生じてしまうなどの課題もあった。2000 年より、パッケージソフトの導入や外注によるシステム開発によって IT 化を進めたが、満足のいくレベルではなかったため 2005 年に自社開発することを決断した。システムエンジニアを採用して開発したシステムが、「ネクストエンジン」（複数店舗の受発注・売上・在庫の一元管理と顧客管理システム）となる。2007 年に自社の EC サイトで稼働を開始し、2008 年より他の EC 事業者への外販も開始、現在は国内で 3,400 社を超える企業が利用するなど EC 事業者向けバックヤードシステムとしてトップシェアを獲得するまでになっている。

また、コマース事業（モバイル周辺アクセサリーの企画販売）については海外展開も進めている。2001 年にグローバル対応 EC サイトとして「StrapyWorld」を立ち上げたのが始まりだが、本格的には 2011 年に「AmazonUS」へ出店、また、韓国に子会社を設立してからとなる。その後も、2013 年に米国、2015 年に台湾、中国、インドにそれぞれ子会社を設立し、直近では 2018 年 8 月に韓国の PNS Holdings Inc. からモバイルアクセサリー事業を譲受するなど海外ネットワークの拡充に取り組んできた（中国、インドは 2018 年 4 月期より連結対象会社に加わる）。

株式の上場は 2015 年 4 月で東証マザーズに上場後、2016 年 7 月に東証第 1 部に上場を果たしている。また、同社は経済産業省及び東京証券取引所が選ぶ「攻めの IT 経営銘柄」に 2016 年以降、3 年連続で選定されたことを発表している。「攻めの IT 経営銘柄」とは IT を積極的に活用することによって革新的な生産性向上、付加価値創出などに取り組んでいる企業の中から特に優れた企業を毎年、経済産業省と東京証券取引所が共同で選出しているもので、2018 年度は全上場企業約 3,600 社の中から 32 社が選定された。同社は、EC 市場において複数店舗を一元管理するための EC 自動化プラットフォーム「ネクストエンジン」において、更なる利便性向上への取り組みを続けていることが評価されたと見られる。

会社概要

なお、同社の社名「Hamee（ハミィ）」の由来は、事業ドメインである「happy mobile, easy e-commerce（世界中のモバイルユーザーに驚きを。ネット通販をもっと簡単に）」の頭文字を取ってできたものとなっている。

沿革

年月	主な沿革
1998年 5月	神奈川県小田原市にてモバイル周辺アクセサリーの企画・販売・ECを目的にマクロウィル(有)を設立(現、Hamee(株))
1999年 8月	自社サイト「携帯アクセ市場」でのモバイル周辺アクセサリーのECを開始 モバイル周辺アクセサリーの実店舗向け BtoB 販売を開始
2000年 1月	販売網の拡大を目的としてインターネットショッピングモール「楽天市場」へ出店
2001年 3月	グローバル展開を目的としてグローバル対応 EC サイト「StrapyWorld」開始
2007年11月	EC 事業者向けクラウド型バックエンドソリューションシステム「ネクストエンジン」の稼働開始
2008年 5月	「ネクストエンジン」の外部向けサービス開始
2011年 6月	グローバル対応 EC の「Strapy World」を「AmazonUS」へ出店
2011年10月	韓国市場への本格進出に向けた韓国法人「Strapy Korea Co.,Ltd. (現 Hamee Korea Co.,Ltd.)」設立
2013年 5月	グローバル市場への本格進出に向け米国法人「Hamee US,Corp.」設立
2013年12月	「ネクストエンジン」の API を公開しプラットフォームとして提供開始
2015年 4月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場
2015年 7月	海外展開強化の一環として台湾法人「Hamee Taiwan,Corp.」設立 海外展開強化の一環として中国法人「Hamee Shanghai Trade Co.,Ltd」設立
2015年 9月	コマース事業及びプラットフォーム事業の海外展開強化の一環としてインド法人「Hamee India Pvt.Ltd.」を設立
2015年12月	韓国にて「ネクストエンジン 코리아」をリリース
2016年 2月	人工知能・機械学習を研究する「ネクストエンジン AI ラボ」を新設
2016年 7月	東京証券取引所マザーズ市場から市場第1部へ市場変更
2016年 8月	現代人のためのアウトドアスマートフォングッズ子会社「ROOT(株)」設立
2018年 4月	EC サイトのコンサルティング事業を行う(株)JSコンサルティング(現、Hamee コンサルティング(株))の全株式を取得、子会社化
2018年 8月	PNS Holdings Inc (韓国) よりモバイルアクセサリー事業を譲受

出所：ホームページよりフィスコ作成

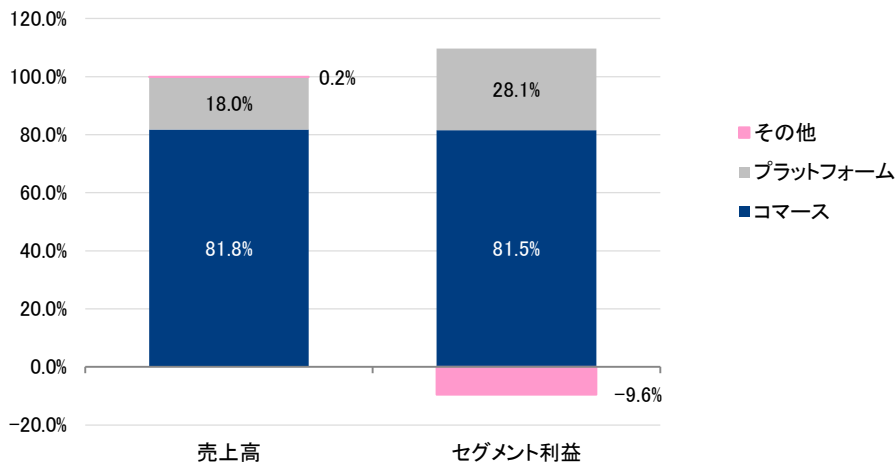
2. 事業概要

同社の事業セグメントは、モバイル周辺アクセサリー等の企画販売を行うコマース事業と、EC 事業者向けの SaaS 型 EC 自動化プラットフォーム「ネクストエンジン」を販売するプラットフォーム事業、及び 2018 年 4 月期より両事業に属さない新サービス（ネクストエンジンのメイン機能に紐付かない EC 事業者向けのサービス等）をその他として区分している。

事業セグメント別構成比（2019 年 4 月期第 2 四半期累計）で見ると、コマース事業が売上高の 81.8%、セグメント利益の 81.5% を占める主力事業となっているが、中期的には利益率の高いプラットフォーム事業の利益構成比が上昇する見通しとなっており、全体の収益性を向上させながら事業規模を拡大していく戦略となっている。

会社概要

事業セグメント別構成比(2019年4月期2Q累計)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) コマース事業

コマース事業では、モバイル（スマートフォン及び携帯電話）アクセサリを主とした雑貨等の商品企画、仕入れを行い、インターネット通販や大手雑貨量販店や家電量販店等への卸販売を行っている。また、海外向けについても自社 EC サイトや大手マーケットプレイスへの出店を通じた小売販売及び卸販売を行っている。

国内インターネット通販では自社運営サイトでの販売のほか、楽天市場や Yahoo! ショッピング、Amazon、ボンパレモール、Wowma! などの大手マーケットプレイスにも出店している。楽天市場では「楽天市場ショップ・オブ・ザ・イヤー 2017」でスマートフォン・タブレット・周辺機器ジャンル大賞を3年連続（7回目）で受賞している。また、実店舗への卸販売先としては（株）ロフトや（株）東急ハンズ、（株）ヨドバシカメラ、ビックカメラ<3048>などの大手量販店に直接卸しているほか、商社経由での販売も行っている。海外では米国、韓国、台湾、中国、インドにて主に自社サイトを通じた販売を行っているほか、米国、韓国では実店舗への卸販売も行っている。

Hamee | 2019年1月18日(金)
 3134 東証1部 | <http://hamee.co.jp/ir>

会社概要

コマース事業 主要な販売チャネル



出所：決算説明会資料より掲載

同事業における小売と卸売の比率は、2019年4月期第2四半期累計期間で、42：58となっている。粗利益率は小売の方が高くなるものの、物流費等の販管費率も高くなるため、営業利益率段階ではほぼ水準となっている。また、海外売上比率は2019年4月期第2四半期累計で14%とまだ低いが、人気キャラクターの商品化権を利用した企画商品等の販売が米国でヒットしているほか、2018年8月にPNS Holdings Inc. (韓国)より事業譲受した「PATCHWORKS」ブランドの商材が貢献し始めるため、今後は構成比も上昇するものと予想される。「PATCHWORKS」は北米市場でAmazonを通じた販売しているが、そのほかにも欧州や中東など合計26ヶ国で小売・卸販売を行っている。同社はこれら販売ネットワークを生かして、自社商材の売上拡大を目指している。

2019年4月期第2四半期累計の商材別売上構成比は、自社企画商品が9割弱(スマートフォン用ケースが6～7割、その他アクセサリ類が2割)、仕入商品が1割強となっている。以前は仕入商品が6～7割を占めていたが、成長を図っていくためには自社企画商品を伸ばすことが重要と考え、2013年以降自社企画商品の開発に注力してきた。このうち主力商材である「iFace」の売上構成比は5～6割となっている。標準品で約2,600円だが、耐衝撃性や質感、デザイン性などで顧客から高い支持を集めており、商品ラインナップも多彩で3,000円以上の商品もそろえている。そのほかディズニーやムーミン、ハローキティ等の人気キャラクターの商品化権を取得して企画販売するなど商品ラインナップの拡充を進めている。開発アイテム数は年間で少なくとも20～30シリーズとなる。

会社概要

生産については韓国企業に委託している。このうち、「iFace」については2016年3月に韓国企業から商標権を買い取った経緯もあり、韓国子会社を通じて仕入販売を行っている。また、海外子会社等との取引はすべて円建てで行っているため、為替変動による収益への直接的な影響はほとんどない。

(2) プラットフォーム事業

プラットフォーム事業には、EC事業者向けバックヤード業務（受発注、売上、在庫管理、顧客管理等）のSaaS型自動化プラットフォームである「ネクストエンジン」の事業のほか、2018年4月より子会社化したHameeコンサルティング（株）の事業が加わっている。Hameeコンサルティングは、EC事業者向けに販売施策等のコンサルティングサービスを行う企業で、ECサイト運営の中でもフロントエンド側のサービスとなる。「ネクストエンジン」はバックヤード側のサービスとなり、シナジーが見込めると判断して子会社化した。

「ネクストエンジン」のサービス内容について見ると、メイン機能とアプリケーション機能（拡張機能）があり、顧客のニーズに合わせてアプリケーション機能を選択することができる。また、顧客が独自で開発したアプリを「ネクストエンジン」上で販売できることも特徴の1つとなっている。「ネクストエンジン」のプラットフォーム上に、自社や他社開発を含めて様々なアプリを加えることで、プラットフォームの機能を拡充しているほか、2013年末からはAPI連携も開始し、他社システムとの連携も可能となり、拡張性の高いプラットフォームとなっている。また、メイン機能については別のサービス名にてOEM供給も行っている※。

※ GMOソリューションパートナー（株）の「ストックマネージャー」、GMOコマース（株）の「すごい！ネットショップ管理」。

メイン機能の基本料金は月額1万円からとなっており、これにEC事業者の受注件数に応じた従量課金制を取っている。月の受注件数が400件までは従量課金は無料だが、400件を超えると1件当たり5～25円の課金を行う。例えば、受注件数が月400件の場合は従量課金が無料となり、1千件の場合は1.5万円、3千件の場合は5.5万円となる。2019年4月期第2四半期累計における顧客当たり月平均売上単価は基本料+従量課金で約3.3万円（前期は約3.2万円）の水準となっている。ここ数年は、既存顧客の成長（受注件数増による従量課金のアップ）により、平均売上単価も年率2%程度で上昇傾向が続いている。

また、メイン機能以外のアプリについては自社開発品と他社開発品に分けられ、1機能で月3,000～5,000円の利用料金となる。このうち他社アプリ品に関しては月額利用料の3割を手数料収入として売上高に計上している。アプリ機能で契約数の多いものとしては、出荷業務自動化機能やデータ分析機能、在庫管理機能等が挙げられる。ただ、同事業の中でアプリ関連の売上比率は5%強程度と小さく、大半はメイン機能からの収入となっている。

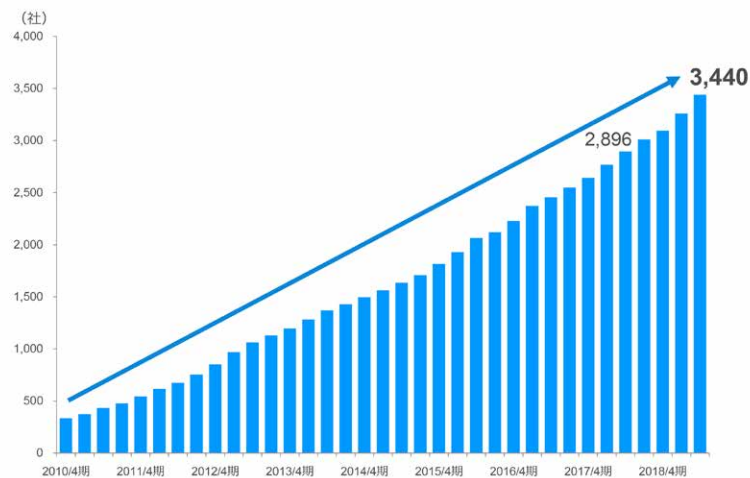
営業活動については、EC事業者向けのイベント・セミナー等への出展・参加を通じて見込み顧客を獲得し、営業提案を行っていくスタイルを基本とし、30日間の無料体験サービスを通じて成約につなげていく流れとなる。このため、初期導入から30日間の無料体験でいかに顧客にその利用価値を理解してもらえるかが、成約率向上のカギを握ることになる。無料体験を利用する見込み顧客数は月間で200～250件程度あり、このうち従来は50～60件程度が成約していたが、成約率を上げるため初期設定代行サービスなどの取り組みを進めたことで直近では70件を超える水準まで成約率が上昇している。

会社概要

同社の強みは、自身も EC 事業者として「ネクストエンジン」を利用しており、ユーザー目線でシステムの改善点を早期に発見し改良につなげていることにある。こうした強みを生かしてメイン機能の契約社数は 2018 年 10 月末時点で前年同期比 18.8% 増の 3,440 社、アプリ契約数は同 38.8% 増の 1,732 社（うち、約 4 割は自社アプリ）とそれぞれ右肩上がりに拡大が続いている。

メイン機能契約社数推移

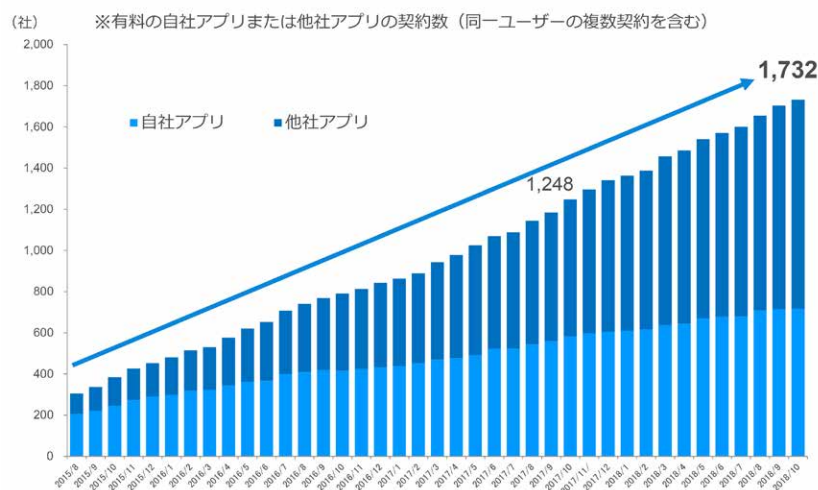
2019年4月期第2四半期の契約社数は前年同期比18.8%増の3,440社



出所：決算説明資料より掲載

アプリ契約数推移

アプリ契約数※は前年同期比38.8%増の1,732社



出所：決算説明資料より掲載

3. 競合について

コマース事業では参入企業が未上場企業も含めて多数ある中で競争環境は厳しい。競合大手としてはエレコム<6750>が挙げられ、実店舗を含めた売上規模は同社よりも大きく※、同社も一部商材をエレコムから仕入れて自社店舗で販売している。ただ、インターネット通販だけの売上規模としては同社の方が大きいと見られる。

※エレコムのスマートフォン・タブレット関連商品の売上実績は2019年3月期第2四半期累計で10,031百万円(前年同期比2.2%増)、同社のスマートフォン関連商品の売上実績は2019年4月期第2四半期累計で3,793百万円(同5.1%増)となっている。

一方、プラットフォーム事業で競合するのは、アイル<3854>の「CROSS MALL(クロスモール)」となる。メイン機能はほぼ同様で、アイルの契約社数は非開示となっているものの、売上実績から見ると同社のほうが大きいと見られる※。

※アイルのCROSS事業(CROSS MALLのほか、CROSS POINTのサービスを含む)の売上実績は2019年7月期第1四半期(2018年8月-10月)で213百万円(前期比17.0%増)、同期間における同社のプラットフォーム事業(Hameeコンサルティング除く)の売上実績は346百万円(同14.6%増)となっている。

業績動向

2019年4月期第2四半期累計業績は営業減益となったものの、先行投資費用を加味した収益で見ると増益基調を継続

1. 2019年4月期第2四半期累計業績の概要

2019年4月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比10.2%増の4,639百万円、営業利益が同15.2%減の466百万円、経常利益が同0.2%減の469百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同8.5%増の337百万円となり、売上高と親会社株主に帰属する四半期純利益はそれぞれ半期ベースで過去最高を更新した。

業績動向

2019年4月期第2四半期累計業績(連結)

(単位:百万円)

	18/4期2Q累計		19/4期2Q累計		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	4,210	-	4,639	-	10.2%
売上総利益	2,125	50.5%	2,323	50.1%	9.3%
販管費	1,578	37.5%	1,857	40.0%	17.7%
うち物流費	251	6.0%	244	5.3%	-2.7%
うち人件費	371	8.8%	432	9.3%	16.6%
うち支払手数料	251	6.0%	298	6.4%	18.5%
うち研究開発費	17	0.4%	59	1.3%	243.1%
営業利益	550	13.1%	466	10.1%	-15.2%
経常利益	470	11.2%	469	10.1%	-0.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	310	7.4%	337	7.3%	8.5%
EBITDA※	587	14.0%	627	13.5%	6.9%

※ EBITDA = 税引前利益 + 支払利息 + 償却費

出所: 決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

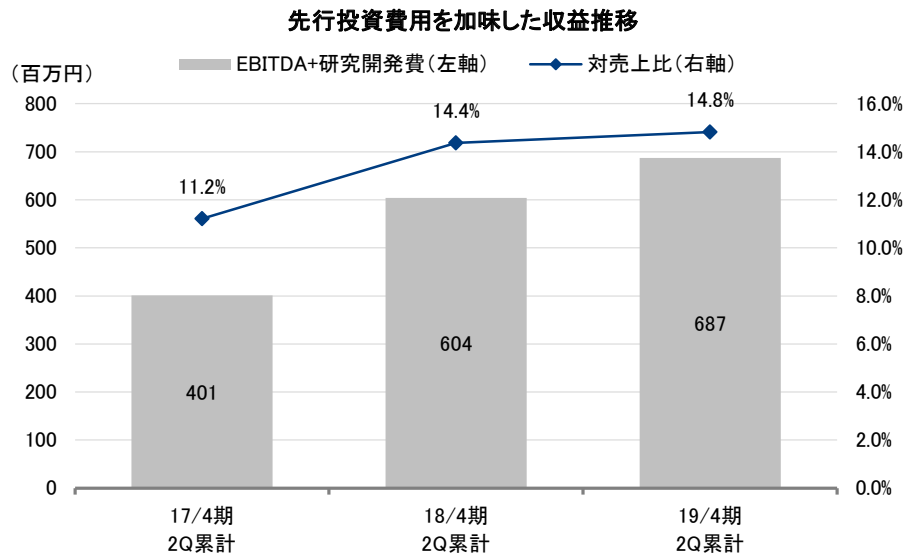
事業セグメント別売上高は、コマース事業で前年同期比 5.1% 増、プラットフォーム事業で同 41.0% 増となった。2018年4月に子会社化した Hamee コンサルティングを除いた既存事業の増収率は約 6% となっている。売上総利益率は前年同期比 0.4 ポイント低下の 50.1% となった。このうち、コマース事業は海外卸販売比率が上昇したことにより同 1.0 ポイント低下の 49.4% となり、プラットフォーム事業についても機能開発やサポート人員の増員、インフラ投資を継続したことにより同 1.3 ポイント低下の 52.8% となった。売上総利益率は低下したものの、増収効果により売上総利益は同 9.3% 増の 2,323 百万円と増益を維持した。

販管費率は前年同期比 2.5 ポイント上昇の 40.0% となった。主要項目別で見ると、物流費率は前年同期比 0.7 ポイント低下したものの、人件費率が同 0.5 ポイント、支払手数料率が同 0.4 ポイント、研究開発費率が同 0.9 ポイント上昇したことに加え、のれん償却額 34 百万円を計上(売上比率で 0.7%) したことが販管費率の上昇要因となっている。支払手数料の増加はコマース事業における Amazon 経由の販売増により FBA サービス※に関連する支払手数料が増加したことが主因となっており、FBA サービスのコストも含めると、物流費率はほとんど変わらない水準だったと見られる。また、研究開発費の増加は主に「ネクストエンジン」の機能開発や、IoT 製品「Hamic BEAR」の開発投資によるものとなっている。

※ FBA (フルフィルメント by Amazon) サービスとは、商品の保管から注文処理・配送・返品までの物流工程を一括して Amazon が引き受けるフルフィルメントサービスのこと。

この結果、2019年4月期第2四半期累計の営業利益率は前年同期比 3.0 ポイント低下の 10.1% となり、営業利益も減益に転じた。ただ、減益要因は将来の成長を見据えた先行投資を積極的に行ったことが主因であり、こうした先行投資を加味した収益(EBITDA(税引前利益 + 支払利息 + 償却費) + 研究開発費)は前年同期比 13.7% 増の 687 百万円と増益となっており、対売上比率も同 0.4 ポイント増の 14.8% と上昇傾向が続いている。

業績動向



出所：四半期報告書よりフィスコ作成

営業外収支は前年同期比で82百万円の改善となった。持分法による投資損失が前年同期の70百万円から5百万円に縮小したほか、為替差損益が14百万円改善したことによる。持分法による投資損失については、前年同期がシッピーノ(株)(出資比率36.7%)※に関するのれん未償却部分の一括償却を実施した影響で悪化していたが、第2四半期累計ではそうした特殊要因がなくなったことが改善要因となっている。なお、シッピーノについては単月ベースで黒字が見える水準まで収益力が向上している。営業外収支の改善により、経常利益は前年同期比0.2%の減益とほぼ横ばい水準となり、また、実効税率が低下したことで親会社株主に帰属する四半期純利益は同8.5%の増益となった。

※ シッピーノ…EC事業者の出荷業務を自動化するツール「シッピーノ」の運営開発会社。2017年に業務資本提携を締結。ネクストエンジンのFBAマルチチャネルサービスと「シッピーノ」を連携し、EC事業者の出荷作業の完全自動化を実現するサービスの提供を開始している。出資額は1億円だが、2018年4月期第2四半期の単独決算において関係会社株式評価損として80百万円を計上した。

コマース事業はiPhone新機種の販売低調の影響を受けるも、プラットフォーム事業は順調に成長中

2. 事業セグメント別動向

(1) コマース事業

コマース事業の売上高は前年同期比5.1%増の3,793百万円、セグメント利益は同6.6%減の715百万円となった。売上高の内訳を見ると、ECサイトを通じた小売販売が同7.4%増の1,603百万円、卸販売が同3.5%増の2,190百万円となった。減益となったのは、相対的に利益率の低い海外卸販売の構成比が上昇したこと、韓国企業からのモバイルアクセサリ事業取得に伴う無形固定資産の減価償却費計上、自社企画商品に関する広告宣伝費増などが減益要因となった。

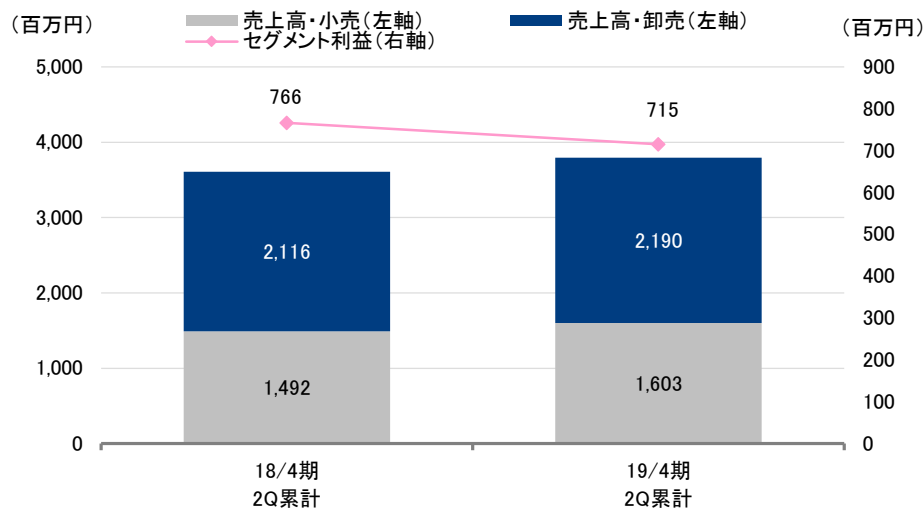
業績動向

地域別で見ると、同事業の86%を占める国内向け売上は前年同期比4%減、実額で149百万円の減収となった。iPhone用ケース「iFace」シリーズは中古機種向けが伸びたことや商品の横展開（「iFace 液晶保護ガラス」や「iFace Finger Ring Holder」など）を図ったことで堅調に推移したものの、国内スマートフォン市場全体が低調だったこともあり、その他商材の売上が減少した。また、iPhone新機種向けケースについても欠品が発生し、2018年10月末に119百万円の受注残を抱えるなど販売機会ロスが生じたことも減収要因となった。

国内売上のうち、小売販売については前年同期比52百万円の増収となったが、卸販売は同201百万円の減収となった。2018年はiPhoneの中古市場が拡大したことにより、「iFace」も旧機種向けの需要が旺盛だったが、家電量販店等の卸販売先の売場は新機種向けケースが中心となるため、こうした需要を捕まえきれなかったこと、また、2018年秋に投入された新機種向けケースで欠品が生じたことも減収要因となった。反面、小売販売は旧機種から新機種向けまで幅広い商材の注文に対応することが可能であり、増収につながったと見られる。

一方、海外売上については前年同期比2.6倍増、実額では334百万円増と大幅増収となった。2018年秋から米国の大手雑貨量販店向けに販売を開始したハローキティのキャラクター商品（SQUISHIES商品）がヒットしており、増収の主因となっている。米国向けについては海外売上高の6割弱を占めるまでになっている。また、韓国や中国向けについても順調に拡大している。韓国については2018年8月に事業譲受したモバイルアクセサリブランド「PATCHWORKS」の商材が2ヶ月分（2018年9月-10月）寄与している。事業譲受に伴うのれんは暫定的に121百万円（5年償却）を計上している。直近年度の売上規模は数億円のレベル感だが、自社企画商品のため利益率は同社の自社企画商品とほぼ遜色ない水準となっている。のれん償却を考慮すると当面は利益面での貢献は軽微となるが、「PATCHWORKS」の販売ネットワーク（世界26ヶ国）を活用して自社商材の海外販売を拡大する戦略であり、全体で見れば今後プラスに貢献してくるものと思われる。

コマース事業の業績推移



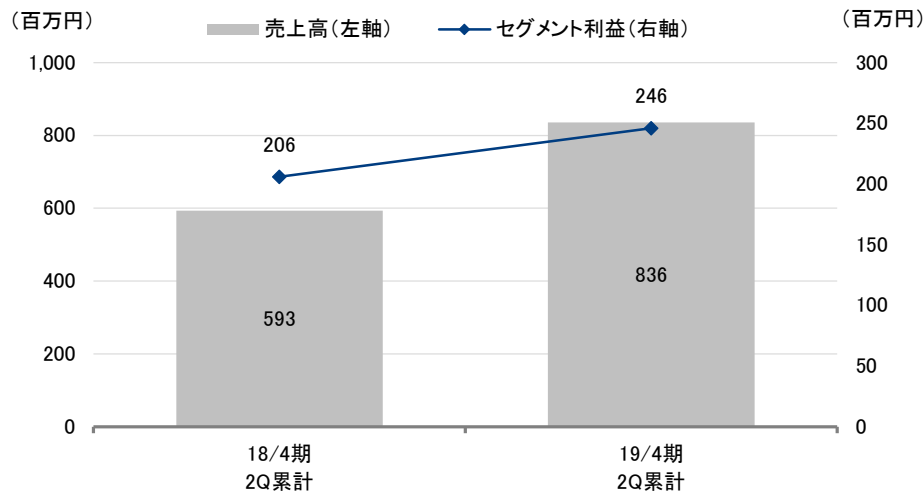
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) プラットフォーム事業

プラットフォーム事業の売上高は前年同期比 41.0% 増の 836 百万円、セグメント利益は同 19.6% 増の 246 百万円となった。このうち、Hamee コンサルティングを子会社化したことに伴う影響額は売上高で 146 百万円、営業利益で 52 百万円、のれん償却費で 30 百万円となる。同要因を除いた既存事業ベースの売上高は前年同期比 16% 増、営業利益は同 9% 増になったと見られる。利益率の低下要因は、契約社数増加に対応するためのサポート人員の増加や初期設定代行サービス事業者への外注費増、目標契約社数 5,000 社に対応したインフラ投資の実施などで、当初想定どおりとなっている。

プラットフォーム事業の業績推移



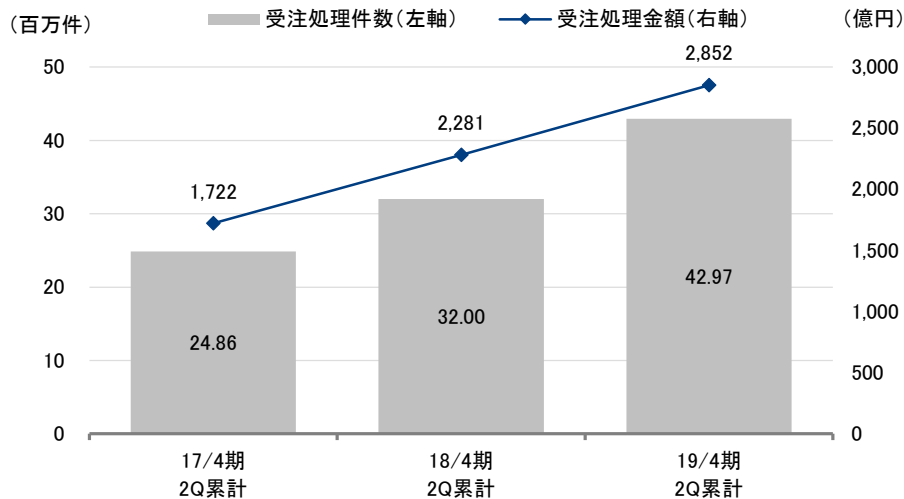
出所：決算短信よりフィスコ作成

2019年4月期第2四半期末における「ネクストエンジン」の総契約社数は前期末比 345 社増加の 3,440 社 (OEM 除く)、利用店舗数は同 2,212 店舗増の 26,064 店となった。前年同期の増加数が 254 社だったため、増加ペースは加速していることになる。導入時の初期設定作業の円滑化を図るためのサポート人員を充実したこと、販売代理店等のパートナーの活用などに加えて、経済産業省が実施する IT 導入補助金の対象サービスに認定されたことも追い風になったと考えられる。なかでも、前期から取り組みを開始したパートナー企業による初期設定代行サービスの効果が大きかったようだ。パートナー企業が顧客に代わって初期設定作業を行うサービスで、1 件当たり 5 万円の手数料を同社がパートナー企業に支払っている。30 日間の無料トライアル期間中にユーザーがスムーズに「ネクストエンジン」を活用できるようになり、成約率の向上につながった。同社にとっては顧客獲得費用の増加要因となるが、数ヶ月で費用回収できる計算のため、顧客として一定期間以上継続すればプラスに寄与することになる。

「ネクストエンジン」の主要 KPI を見ると、利用店舗による受注処理金額は前年同期比 25.0% 増の 2,852 億円、受注処理件数は同 34.3% 増の 4,297 万件となり、いずれも 2 ケタ成長を継続した。EC 市場の拡大が追い風となっているが、大手マーケットプレイスである楽天市場 <4755> の流通総額 (2018 年 4 月 -9 月) が前年同期比で 11.6% 増だったことからすると、同社は業界平均を上回る成長を続けていると言える。また、顧客当たり平均売上単価についても月額で 3.3 万円と前年同期の 3.2 万円から 3% 程度上昇しており、顧客件数増に加えて既存顧客の売上単価上昇も増収要因となっている。

業績動向

受注処理件数と受注処理金額の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) その他

その他の売上高は前年同期比 0.4% 減の 8 百万円、セグメント損失は 84 百万円（前年同期は 49 百万円の損失）となった。売上高は主にふるさと納税支援事業で占められており、現在は、小田原市が行うふるさと納税のポータルサイトの運營業務を「ネクストエンジン」を使って受託している。2018年11月以降は、南足柄市のほか3つの自治体からの受注も決まっているほか、業務内容もバックヤードの管理（寄附申込管理、納税関連書類の発送、問合せ受付等）だけでなく、返礼品検索対策、返礼品のページの作り方など、寄附を受けるまでに必要なサービスの提供も行っていく予定にしており、当第3四半期以降は売上高も増加してくるものと予想される。セグメント損失が拡大したが、これはIoT製品である「Hamic BEAR」やアプリの開発費増が主因となっている。

収益成長とともに財務の健全性も向上

3. 財務状況と経営指標

2019年4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192百万円増加の5,235百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では商品が149百万円増加した一方で、現金及び預金が416百万円減少した。また、固定資産では無形固定資産が336百万円増加した。Hameeコンサルティングの2019年4月期業績が想定を上回る見込みとなったことで株式取得対価の追加支払いが発生※したことや「PATCHWORKS」の事業譲受により、のれんが199百万円増加した。また、「PATCHWORKS」にかかる顧客関連資産として102百万円、技術資産9百万円等を計上している。

※ 子会社化の際の条件として、2019年4月期の業績があらかじめ定められた水準を超過すれば、従前の株式取得額に対して110百万円を追加支払いする契約となっていた（のれんの増額、5年償却）。

業績動向

負債合計は前期末比 92 百万円減少の 1,352 百万円となった。主な増減要因を見ると、未払金が 105 百万円増加した一方で、未払法人税等が 120 百万円、有利子負債が 60 百万円それぞれ減少した。純資産合計は前期末比 285 百万円増加の 3,882 百万円となった。主に親会社株主に帰属する四半期純利益 337 百万円の計上と配当金の支払い 88 百万円によるものとなっている。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率は前期末の 68.8% から 71.4% に上昇し、有利子負債比率は同 8.6% から 6.3% に低下するなど、財務の健全性が着実に向上していることがうかがえる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/4 期末	16/4 期末	17/4 期末	18/4 期末	19/4 期 2Q 末	増減
流動資産	2,712	2,644	3,573	3,988	3,822	-166
(現金及び預金)	1,437	1,102	1,324	1,695	1,279	-416
固定資産	181	364	662	1,053	1,413	359
総資産	2,906	3,016	4,240	5,042	5,235	192
流動負債	785	821	1,407	1,234	1,124	-110
固定負債	384	200	76	210	228	17
負債合計	1,169	1,022	1,483	1,445	1,352	-92
(有利子負債)	532	382	467	297	237	-60
純資産合計	1,736	1,993	2,756	3,596	3,882	285
(安全性)						
自己資本比率	59.8%	66.1%	63.6%	68.8%	71.4%	2.6pt
有利子負債比率	30.6%	19.2%	17.3%	8.6%	6.3%	-2.3pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年4月期業績は期初計画を据え置くが、国内コマース事業の動向次第で利益はやや下振れする可能性も

1. 2019年4月期の業績見通し

2019年4月期の連結業績は、売上高が前期比 8.9% 増の 10,214 百万円、営業利益が同 1.7% 増の 1,403 百万円、経常利益が同 9.8% 増の 1,391 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 12.2% 増の 979 百万円と期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの進捗率は売上高で 45.4%、営業利益で 33.2% となっており、前期実績（売上高 44.9%、営業利益 39.9%）と比較すると、利益面での進捗が遅れている。売上高についてはプラットフォーム事業の高成長が続くほか、コマース事業では当初計画に無かった「PATCHWORKS」の売上が加わることで、米国向け販売がさらに拡大しそうなことから会社計画の達成は可能と見られる。一方、営業利益は下期の国内コマース事業の売上動向次第で減益となる可能性もある。

今後の見通し

2019年4月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/4期		19/4期			2Q累計進捗率
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比	
売上高	9,376	-	10,214	-	8.9%	45.4%
売上総利益	4,758	50.7%	5,345	52.3%	12.3%	43.5%
販管費	3,380	36.1%	3,941	38.6%	16.6%	47.1%
うち物流費	547	5.8%	595	5.8%	8.8%	41.0%
うち人件費	738	7.9%	996	9.8%	35.0%	43.4%
うち支払手数料	574	6.1%	618	6.1%	7.7%	48.2%
営業利益	1,379	14.7%	1,403	13.7%	1.7%	33.2%
経常利益	1,266	13.5%	1,391	13.6%	9.8%	33.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	872	9.3%	979	9.6%	12.2%	34.4%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

売上総利益率は販売構成比の変化によって前期比 1.6 ポイントの上昇を見込んでいたが、コマース事業における国内卸販売が低調なこともあり計画を下回る可能性がある。販管費については第 2 四半期までの進捗率が 47.1% と前期 (46.7%) とほぼ同様の進捗率となっており、計画の範囲内に納まるものと予想される。主な費用項目を見ると、物流費については運賃の値上げを見込み前期比 8.8% 増と保守的に織り込んでいるほか、人件費も同 35.0% 増と保守的に見積もっている。人件費の増加については、新たに Hamee コンサルティング分が上乘せされることが主因となっている。Hamee コンサルティングの人員は 2018 年 4 月末時点で 15 名、10 月末時点で 17 名だったが、下期も事業拡大のためさらに増員を進めていく方針で、期初比で 10 名程度の増員を計画に織り込んでいる。

国内コマース事業が伸び悩むも、「ネクストエンジン」の契約社数は想定を上回るペースで拡大

2. 事業セグメント別見通し

セグメント別業績推移

(単位：百万円)

	17/4期	18/4期	19/4期(予)	前期比
セグメント別売上高				
コマース事業	7,483	8,120	8,521	4.9%
小売	3,021	3,637	3,832	5.4%
卸売	4,462	4,483	4,688	4.6%
プラットフォーム事業	1,018	1,238	1,670	34.9%
その他	-	18	22	22.2%
売上高合計	8,502	9,376	10,214	8.9%
セグメント別利益				
コマース事業	1,349	1,780	1,784	0.2%
プラットフォーム事業	388	399	496	24.4%
その他	-	-70	-100	-
調整額	-632	-729	-776	-
営業利益合計	1,106	1,379	1,403	1.7%
セグメント別利益率				
コマース事業	18.0%	21.9%	20.9%	-1.0pt
プラットフォーム事業	38.2%	32.2%	29.7%	-2.5pt
合計	13.0%	14.7%	13.7%	-1.0pt

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) コマース事業

コマース事業の売上高は前期比 4.9% 増の 8,521 百万円、セグメント利益は同 0.2% 増の 1,784 百万円を見込んでいる。国内売上については前期並みの水準を見込んでおり、増収要因は海外売上の増加によるものとなっている。国内については第 2 四半期累計で前年同期比 4% 減となっており、後半の巻き返しが期待されるが、2018 年秋に投入された iPhone 新機種の販売が伸び悩んでおり、卸販売については 11 月、12 月と前年同月比で横ばいまたは若干減にとどまったと見られる。一方、小売販売については iPhone 旧機種向けケースの販売が堅調で、前年同月を上回るペースが続いている。全体で見れば基調はまだ弱く、2019 年春の販売動向次第で国内売上は減収となる可能性がある。

一方、海外売上については米国向け SQUISHIES 商品の引き合いが旺盛で下期も一段の売上拡大が見込まれているほか、2018 年 11 月には中国最大の EC モール「天猫 (TMALL)」に「hamee 旗艦店」を正式オープンしたことで中国向けの売上増も見込まれる。また、当初計画には無かった「PATCHWORKS」の売上も新たに加わることから、売上高は計画に対して 5 億円以上上回る可能性があると弊社では見ている。

今後の見通し

このためコマース事業の売上高は、国内の下振れを海外の増収でカバーして、会社計画を達成できるものと予想される。ただ、利益面では米国向け商品の利益率が低いことや、「PATCHWORKS」についてはのれん償却費の計上で利益が相殺されることもあり、国内の売上動向次第で計画を下振れする可能性がある。

(2) プラットフォーム事業

プラットフォーム事業の売上高は前期比 34.9% 増の 1,670 百万円、セグメント利益は同 24.4% 増の 496 百万円を見込んでいる。Hamee コンサルティングを新たに子会社化したことにより、売上高で 2 億円強、のれん償却後の営業利益で数千万円程度の上積み要因になるとみられ、Hamee コンサルティングを除いた既存事業では売上高で前期比 12% 増（上記を前提として）、セグメント利益もほぼ同様の増益率で見込んでいる計算となる。

契約社数 5,000 件の達成に向けた先行投資を行っていく計画で、売上原価では労務費が増加するほか、サーバー費用、ソフトウェア償却費、開発外注費がそれぞれ増加する見込み。また、販管費も人件費及び外注費の増加を見込んでいる。外注費としては販売代理店の拡充による費用増や初期設定代行サービス料等の増加を見込んでいる。特に、販売代理店に関しては全国にネットワーク網を持つ大塚商会 <4768> とパートナー契約を 2018 年 8 月に締結し、大塚商会が提供するサービス & サポートプログラム「たよれーる」への掲載及び、基幹業務システム「SMILE BS2 販売」との連携を開始しており、大塚商会を通じた新規顧客の獲得が期待される。

2019 年 4 月期の契約社数目標については開示していないが、顧客当たり売上平均単価を横ばいとしていることから、期末契約社数で前期末比 12% 増の 3,500 社程度が目安になっているものと考えられる。ただ、第 2 四半期末で既に 3,440 社となっており、3,650 ~ 3,700 社まで拡大する可能性があるが弊社では見ている。契約社数が想定以上に増加し、サポート業務を行う社内の人的リソースが不足してきたことから、同社では 2018 年 11 月末にサポート業務の一部をアウトソーシングすることを発表しており、今後の顧客数拡大に対応していく考えだ。

Hamee コンサルティングでは、営業方針の転換を進めている。従前は月額 5 万円の低価格プランを中心に営業活動を行ってきたが、生産性向上を図るためコンサルティングプロセスの自動化に取り組んでおり、月額 5 万円プランについては人的リソースをかけずに顧客獲得を進め、月額 30 万円プラン以上の顧客獲得に人的リソースを投下していく方針としている。EC サイトの売上アップにつなげていくためのコンサルティングニーズは旺盛で、今後は同社との協業によるシナジー効果も含めて、中長期的な高成長が期待される。Hamee コンサルティングとの協業は、営業方針の転換を優先的に取り組んでいるため、まだ開始していないものの今後のシナジー効果としては以下の 4 点が挙げられる。

今後の見通し

Hamee コンサルティングの経営成績

(単位：百万円)

	15/10 期	16/10 期	17/10 期
売上高	12	51	173
営業利益	-1	-1	25
経常利益	-1	-1	27
当期純利益	-1	-1	19
純資産	-0	11	31
総資産	5	18	64

出所：会社資料よりフィスコ作成

a) 解約防止効果

売上が低迷している「ネクストエンジン」の顧客企業に対して、無料で1～2ヶ月コンサルティングを行うことで売上が回復させ、解約防止につなげる効果が期待される。「ネクストエンジン」の解約理由の半分以上は売上低迷による解約となっているため、解約率の低減につながる可能性がある。

b) 成約率向上効果

「ネクストエンジン」の新規契約前30日間の無料トライアル期間中に、コンサルティングを行うことで、効果的に売上拡大につなげていくことができれば、成約率が向上する可能性がある。

c) 顧客送客

Hamee コンサルティングの顧客の中で、まだ1～2店舗しか出店していない企業に対して、「ネクストエンジン」を導入して多店舗展開する営業提案を行うことで、契約件数の増加が見込まれる。

d) Hamee コンサルティングの業績拡大

「ネクストエンジン」の顧客企業から販売支援コンサルティングのニーズのある企業を送客することで、Hamee コンサルティングの業績拡大が見込まれる。

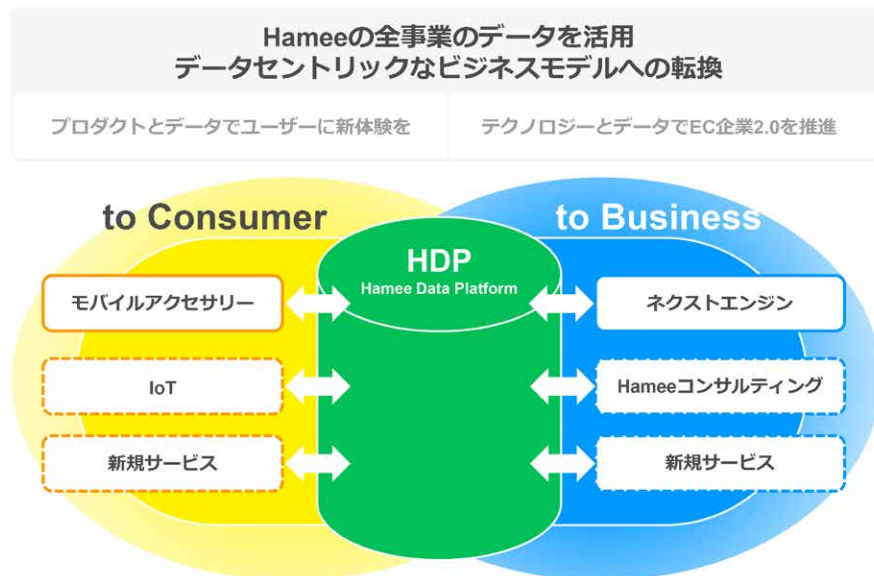
■ 成長戦略

コマース事業、プラットフォーム事業でデータセントリックなビジネスモデルへの転換を図り、中長期的な飛躍を目指す

1. 中期経営ビジョン

同社は今回、新たに中期経営ビジョンを策定した。「全事業のデータを活用し、データセントリックなビジネスモデルへの転換を目指して行く」というもので、その実現に向けた開発投資も積極的に進めていく計画となっている。コマース事業とプラットフォーム事業で収集した顧客データ等をHDP(Hamee Data Platform)に集積し、新たなソリューションサービスに活用していくことで、業績の更なる成長を目指して行く戦略だ。

中期経営ビジョン



出所：決算説明資料より掲載

(1) プラットフォーム事業

プラットフォーム事業では「ネクストエンジン」のECデータを活用したサービスとして、2018年12月より商品レコメンドAI搭載のレコメンドメール自動配信アプリを正式リリースした。「ネクストエンジン」から購入者向けに配信されるメールに、パーソナライズされたレコメンド商品の情報が自動で掲載される仕組みで、先行してβ版（2018年8月リリース）の試験運用を行った10社では売上増の効果が確認されている。同社の実績でもメールの平均開封率が46%で、月間600万円以上の売上増につながったとしている。

商品レコメンドに関するメールはAmazonや楽天など大手ECモールでも行っているが、これらECモールでは他社商品も含まれるため、自社商品の売上アップ効果も限定的だったが、同社のサービスは自社商品のレコメンド情報のみを掲載するため売上アップの効果も大きく、また、リピーターの確保・育成にもつながるサービスとして注目される。AIによってサイト訪問者の属性を分析することで、レコメンドエンジンの精度を向上し、導入効果もアップしていくものと見込まれる。

同社では当初、無料でサービスを提供し、実績を積み重ねて精度向上を図った上で有料サービスに移行する方針となっている。料金体系はまだ決まっていないが、レコメンドメールによって発生した売上に対する一定割合を成果報酬として徴収する方向で検討している。例えば、2019年4月期における「ネクストエンジン」利用店舗の取引総額は6,000億円を超える見通しだが、うち、5%がレコメンドメールでの売上増分であれば300億円、このうち成果報酬率を3%とすれば9億円が同社の収入及び利益となる計算だ。取引総額は今後も契約社数増加に伴って2ケタ成長が続く見通しであることから、同サービスの有料化以降は同事業の利益も一気に拡大することが予想される。また、同社ではHDPのデータを活用した新サービスの創出も継続して進めていく予定にしている。

成長戦略

(2) コマース事業

コマース事業では従来の売り切り型のビジネスモデルから、HDPのデータを活用したストック型ビジネスモデルへの取り組みも開始する予定となっている。2019年早々にリリースしたクマ型メッセージロボット「Hamic BEAR」が第1弾となる。同商品はWi-Fi機能を搭載したIoT製品で、親と子供をつなぐ安心・安全なコミュニケーション・ネットワークサービスやアプリを使って様々なコンテンツを提供していく予定となっている。製品の販売価格は5千円前後とし、アプリ使用に伴う利用料が加算されるものと見られる。販売方法は自社サイトやECモールのほか、卸販売での展開も行っていく。また、将来的には、「ネクストエンジン」等の他事業とデータベースを統合し、より付加価値の高いAIソリューションの開発・提供を行っていくことも視野に入れている。

2. グローバル展開

海外展開については、米国でのSQUISHIES商品のヒットに加えて、「PATCHWORKS」ブランド譲受による販売ネットワークの獲得によって、コマース事業での売上が積極的に拡大していく方針となっている。また、海外でもIoT製品を展開し、データセントリックなストック型ビジネスを目指して行く考えだ。

中期的(3~5年)な営業利益の成長イメージとしては、コマース事業で安定成長を図り、プラットフォーム事業の飛躍により収益性を高めながら高成長を実現していくことになる。また、海外事業においてもコマース事業の拡大やデータセントリックなストック型ビジネスモデルの構築を目指し、成長を実現していく考えだ。ここ1~2年は開発投資やインフラ投資など将来の成長を見据えた投資を積極的に行っているため、営業利益ベースでの伸びは抑えられる格好となるが、前述したように先行投資も加味した収益では順調に拡大しており、先行投資が一巡した後は利益成長も一気に加速していくものと弊社では予想している。

グローバル戦略商品：iFace
世界出荷累計1,400万個超「iFace」シリーズ

 iFace 日本公式サイト
<https://jp.iface.com/>


iPhone XS Max / XS / XR 対応



iFace ブランド強化 (関連アクセサリ展開)



iFace ブランド強化 (シリーズ展開)

出所：決算説明資料より掲載

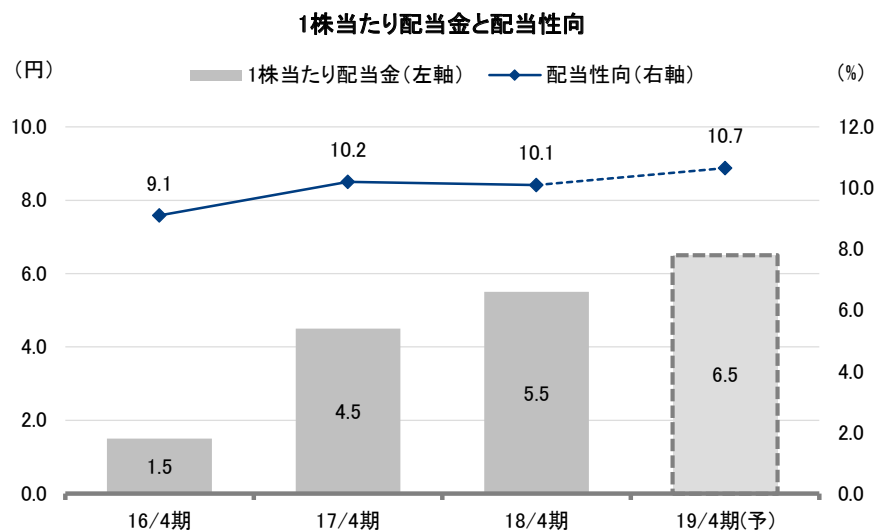
3. リスク要因

リスク要因として、コマース事業では iPhone のシェア低下による「iFace」の需要減少や参入企業増加による価格競争激化等が挙げられる。一方、プラットフォーム事業では、マーケットプレイスが Amazon 一強体制になり、EC 事業者が多店舗出店する必要がなくなる環境になった場合、「ネクストエンジン」の優位性もなくなるためマイナスの影響を受ける可能性がある。ただ、いずれも現時点でその可能性は低いと弊社では考えている。

■ 株主還元策

当面は配当性向 10% を確保、 将来的には 20 ~ 30% の安定配当を目指す

同社は配当方針として、連結業績、財務の健全性、将来の事業展開のための内部留保水準を総合的に勘案して決定すること基本方針としており、当面は配当性向で 10% を目安に配当を実施する予定となっている。2019 年 4 月期の 1 株当たり配当金については前期比 1.0 円増配の 6.5 円（配当性向 10.7%）を予定している。将来的には 20 ~ 30% の安定配当を目指しており、今後収益の成長とともに配当成長も期待できることとなる。



注：17/4 期に 1：2 の株式分割を実施。配当金は過去に遡及して修正
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社は EC 販売や EC 事業者向けのクラウドサービスを主力事業として展開していることから、情報セキュリティ対策についても全社的な取り組みとして推進している。社内に情報セキュリティ委員会を設置するなど、情報セキュリティ対策の運用体制を確立し、維持及び改善を含めた活動を継続的に実施しているほか、情報セキュリティに関する法令・規範等の遵守や情報の取扱いに関する社内ルールを策定した上で、すべての役職員に周知徹底し、定期的な教育を実施している。

また、情報システムについては外部からの不正アクセス防止やウイルス対策ソフトの導入を行っているほか、外部へ業務委託する際は、委託先としての適格性を十分審査し、同社と同等以上のセキュリティレベルを維持するよう要請するなど、外部委託先からの情報漏えい等の防止にも努めている。

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