

|| 企業調査レポート ||

Orchestra Holdings

6533 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年4月11日(水)

執筆：客員アナリスト

内山崇行

FISCO Ltd. Analyst **Takayuki Uchiyama**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
■ 事業概要	02
1. デジタルマーケティング事業	03
2. ライフテクノロジー事業	04
3. ソリューション事業	05
■ 業績動向	06
■ 今後の見通し	08
■ 中長期の成長戦略	09

■ 要約

主力デジタルマーケティング事業の好調に加え、 新規事業に積極投資し非連続的な成長を狙う

Orchestra Holdings (旧社名：デジタルアイデンティティ) <6533> は、2009年に設立され、2016年9月に東証マザーズに上場を果たした IT ベンチャー企業である。更なる成長を図るため、2017年7月に現在の持株会社体制へ移行した。グループは、同社及び連結子会社8社 ((株) デジタルアイデンティティ、(株) ライフテクノロジー、(株) あゆた、(株) Orchestra Investment 等) により構成されている。同社の手掛ける事業は、運用型広告サービス、SEO コンサルティングサービス、クリエイティブサービスを中心とするデジタルマーケティング事業、主にスマートフォン向けアプリの企画開発・販売を行うライフテクノロジー事業、各種ゲーム、ツール系アプリ開発、その他各種 Web システム開発を中心とするソリューション事業である。2017年12月期の事業別売上高構成は、デジタルマーケティング事業が9割を占めている。

2017年12月期は売上高が5,897百万円(前期比19.9%増)、営業利益が364百万円(同20.2%増)、経常利益が363百万円(同21.6%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が241百万円(同21.2%増)と売上高、利益ともに過去最高を更新した。なお、売上高営業利益率は2016年12月期、2017年12月期といずれも6.2%を保っており、M&Aにより新規事業であるソリューション事業を開始した後も収益力が持続している。

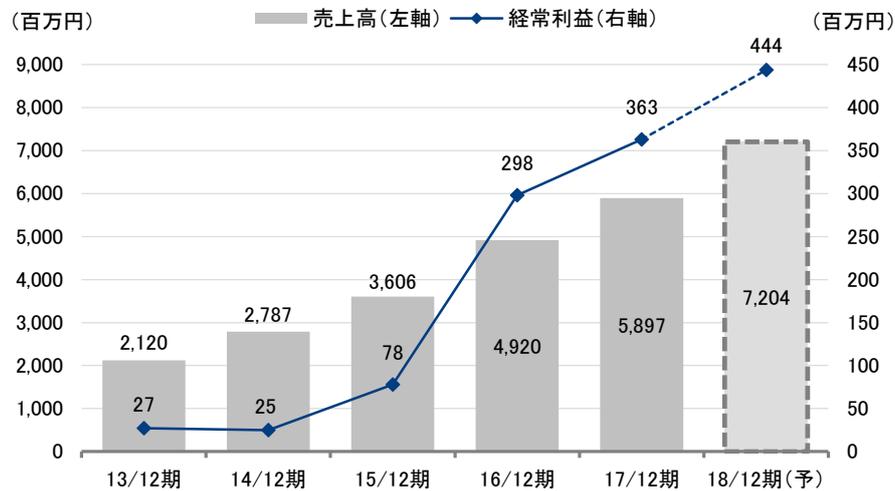
2018年12月期の見通しは、売上高が7,204百万円(前期比22.2%増)、営業利益が445百万円(同22.1%増)、経常利益が444百万円(同22.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が291百万円(同21.0%増)を見込んでいる。M&Aの活用や、事業間のシナジーを生かしての新規事業の創出により、既存事業の拡大スピードを早め、成長性・収益性の高い新事業領域に積極投資を行う。

Key Points

- ・ 2017年12月期は売上高・利益ともに過去最新を記録
- ・ 2018年12月期は成長性・収益性の高い新事業領域に積極投資を行う
- ・ デジタルマーケティング事業において市場成長を着実に捉え、全体の成長をけん引する計画

要約

業績推移



注：15/12期より連結
出所：決算短信よりフィスコ作成

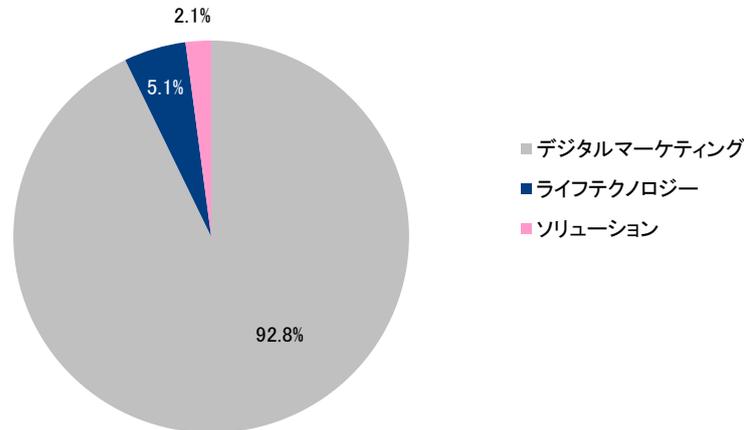
■ 事業概要

主力のデジタルマーケティング事業が売上の9割を占める

同社はデジタルマーケティング事業、ライフテクノロジー事業、ソリューション事業の3事業を手掛けている。2017年12月期の事業別売上高は、主力事業であるデジタルマーケティング事業が5,487百万円(92.8%)と大半を占めており、ライフテクノロジー事業が300百万円(5.1%)、ソリューション事業が123百万円(2.1%)となっている。

事業概要

事業別売上高構成(2017年12月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

1. デジタルマーケティング事業

デジタルアイデンティティが手掛けており、同グループの売上げの9割以上を占める主力事業である。デジタル媒体を使つてのマーケティングを中心に、次の3つのサービスを提供している。

- (1) ディスプレイ広告、リスティング広告などの運用型広告サービス
- (2) SEO最適化のためのHTML修正、コンテンツ企画・設計・運用、Web担当者への教育などを行うSEOコンサルティングサービス
- (3) サイト制作、ランディングページ制作、バナー・メール制作を行うクリエイティブサービス

主力は運用型広告サービスである。同社独自のアイデンティティ設計(広告戦略立案時の設計)、ワンストップサービスなどが顧客の評価を受け、既存顧客からのアップセルや新規顧客の紹介などにつながり、市場成長率を越えて伸長している。2017年12月期は、医師限定のWeb広告メニュー(ドクリーチ)をリリースした。加えて、(株)セールスフォース・ドットコムから「Salesforce Consulting Partner」の認定を受け、(株)あゆたとデジタルアイデンティティの専門性を融合した一気通貫のサービス提供を始めるなど、事業間のシナジーを生かして新たなサービス展開を始めている。

事業概要

デジタルマーケティング事業

サービスラインナップ

市場の隆盛にあわせた最適なソリューションを常に開発

運用型広告サービス、その他のサービス		SEOコンサルティング	クリエイティブサービス
リスティング広告 Yahoo, Google	ディスプレイ広告 Yahoo, FreakOut, Logiced	SEOコンサルティング サイト内部のHTMLや構造改善、外部構築	サイト制作 ・ブランドサイト ・企業サイト ・サービスサイト
ネイティブ広告 Hike, クリナー, SmartNews	ソーシャル広告 LINE, Facebook, Twitter, Instagram	コンテンツマーケティング SEO視点でのコンテンツ企画、設計・運用	ランディングページ制作 ・企業型ランディングページ ・DPCAMパッケージ ・15万LPプラン
動画広告 YouTube	アフィリエイト	内製支援・勉強会 WEB担当者向け個別勉強会など	バナー・メール制作 ・ディスプレイ用 ・PCCAパッケージ
認知・PR	DMP活用	CRM	アクセス解析
全体設計			

出所：決算説明会資料より掲載

2. ライフテクノロジー事業

ライフテクノロジーが主体となり、主にスマートフォン向けアプリの企画開発・販売を行っている。従来から手掛けていたチャット占いアプリ「ウララ」、恋愛相談に特化したチャットアプリ「コイウラ」に続き、2017年12月期は、メンタルヘルス分野における相談に特化した「メンタルケアーズ」、KDDIグループの(株)medibaと業務提携して「au 占い」アプリのリリースなどを行った。その後もアイドルやタレントとの交流が身近になるライブ配信プラットフォーム「スカウトライブ」をリリースするなど、収益拡大を図っている。

ライフテクノロジー事業

事業内容

テクノロジー×マーケティングで新市場を開拓

自社開発プラットフォーム

出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

3. ソリューション事業

ソリューション事業では、各種ゲーム、ツール系アプリ開発、Webシステム開発を行っており、2017年12月期第3四半期より事業を開始している。(株)あゆた、(株)セレットのM&Aに続き、2018年2月に(株)グローバル・リサーチのITソリューション部門を(株)あゆたに迎え、2018年4月には(株)エス・エス・アヴェニューを子会社化するなど、開発体制をさらに強化している。

ソリューション事業

事業内容

高い技術力と豊富な開発実績でITソリューションを提供

事業内容	あゆた社概要
<p>システムインテグレーション</p> <p>Webフロント開発 Webサーバサイド開発 スマートフォンアプリ開発</p> <p>クラウドインテグレーション</p> <ul style="list-style-type: none"> Salesforce Google Cloud Platform Amazon web services etc <p>システムエンジニアリングサービス</p>	<p>開発実績</p> <ul style="list-style-type: none"> クラウド開発、ビッグデータ向けダッシュボード開発 ARアプリの開発 ディープラーニングモデルの構築など先端技術知識を有する <p>代表取締役社長 毛利真克 経歴</p> <ul style="list-style-type: none"> 2007年 独立行政法人 日本情報処理機構 未踏ソフトウェア創造事業に採択 Google主催のハッカソンで2回優勝 mixi主催のハッカソンで1回優勝 技術勉強会80回以上開催など実績多数

出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

2017年12月期は売上高・利益ともに過去最新を記録

同社は売上・利益ともに右肩上がり成長を続けている。2017年12月期は売上高が5,897百万円（前期比19.9%増）、営業利益が364百万円（同20.2%増）、経常利益が363百万円（同21.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が241百万円（同21.2%増）と売上高、利益ともに過去最高を更新した。なお、売上高営業利益率は2016年12月期、2017年12月期といずれも6.2%を保っており、M&Aにより新規事業であるソリューション事業を開始した後も収益力が持続している。

事業別に見ると、デジタルマーケティング事業は、同社のオリジナルメソッド（アイデンティティ設計）が顧客からの高評価を得て、成長市場であるインターネット広告市場の成長率を越えて業績が拡大した。その結果、売上高5,487百万円（前期比17.2%増）、セグメント利益727百万円（同16.6%増）と増収増益を達成した。ライフテクノロジー事業は古いアプリ「ウラーラ」の利用者が増加したこともあり、2017年12月期第2四半期から黒字化している。売上高300百万円（前期比25.6%増）、セグメント利益6百万円（同32百万円増）とこちらも増収増益で、通期での黒字化も達成した。ソリューション事業は売上高123百万円、セグメント利益35百万円となり、事業開始初年度から業績向上に貢献している。

2017年12月期セグメント別業績

(単位：百万円)

	16/12期	17/12期	
	実績	実績	前期比
売上高	4,920	5,897	19.9%
デジタルマーケティング事業	4,681	5,487	17.2%
ライフテクノロジー事業	239	300	25.6%
ソリューション事業	-	123	-
調整額	-	-13	-
セグメント利益	303	364	20.2%
デジタルマーケティング事業	624	727	16.6%
ライフテクノロジー事業	-26	6	-
ソリューション事業	-	35	-
調整額	-294	-404	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

Orchestra Holdings | 2018年4月11日(水)
6533 東証マザーズ | <https://orchestra-hd.co.jp/ir/>

業績動向

財務状況を見ると、2017年12月期末における資産は、2,168百万円（前期末比586百万円増加）となっている。流動資産は、現金及び預金が365百万円（前期末比101百万円減少）、受取手形及び売掛金が828百万円（前期末比116百万円増加）、預け金が462百万円（前期末比168百万円増加）となったこと等で、1,789百万円（前期末比272百万円増加）となった。固定資産は、有形固定資産が29百万円（前期末比24百万円増加）、無形固定資産が162百万円（前期末比143百万円増加）、投資その他の資産が187百万円（前期末比144百万円増加）となったこと、379百万円（前期末比313百万円増加）となった。負債は、1,385百万円（前期末比342百万円増加）となった。流動負債は、買掛金が837百万円（前期末比202百万円増加）、短期借入金が150百万円（前期末比150百万円増加）、1年内返済予定の長期借入金が33百万円（前期末比18百万円減少）、未払法人税等が80百万円（前期末比9百万円減少）となったこと、1,376百万円（前期末比376百万円増加）となった。固定負債は長期借入金の計上により、8百万円（前期末比33百万円減少）となった。純資産は、資本金が183百万円（前期末比416千円増加）となったこと、783百万円（前期末比243百万円増加）となった。自己資本比率が上昇しており、財務的な安全性が向上している。

貸借対照表

(単位：百万円)

	16/12 期末	17/12 期末	増減
流動資産	1,516	1,789	272
（現預金）	466	365	-101
固定資産	66	379	313
総資産	1,582	2,168	586
流動負債	1,000	1,376	376
固定負債	41	8	-33
負債合計	1,042	1,385	342
純資産	539	783	243
(安全性)			
流動比率	151.5%	129.9%	-21.6%
自己資本比率	34.1%	36.0%	1.9%
(収益性)			
ROA（総資産経常利益率）	22.3%	19.4%	-2.9pt
ROE（自己資本当期純利益率）	57.4%	36.5%	-20.9pt
売上高営業利益率	6.2%	6.2%	0.0pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2018年12月期は成長性・収益性の高い新事業領域に積極投資を行う

2018年12月期は、M&Aの活用や、事業間のシナジーを生かしての新規事業の創出により、既存事業の拡大スピードを早め、成長性・収益性の高い新事業領域に積極投資を行う。これにより持続的な利益成長を実現させ、企業価値の成長を図る。

事業別に見ると、デジタルマーケティング事業は、各主要サービスの受注見込及び実績、既存大口取引先の動向、持続的な成長が見込まれるインターネット広告市況等を踏まえ、引き続き売上が順調に伸長するものと見込んでいる。ライフテクノロジー事業は、引き続き主力アプリである「ウララ」の新規ユーザー獲得のためのプロモーション施策を実施し収益拡大を図る。新規リリースタイトルの、オンラインカウンセリングアプリ「メンタルケアーズ」、ライブ配信プラットフォーム「スカウトライブ」については、コンテンツ拡充とユーザー獲得のためのプロモーションに注力し、新たな主力サービスとするべく育てる計画である。ソリューション事業は、持続的な拡大が見込まれるIT市場と、深刻化するIT人材不足により、引き続き受注環境が良好に推移する見込みである。先端技術を生かしたサービス提供により、IT市場の需要を確実に取り込むことで収益拡大を図る。

これらの状況から、次期業績予想は、売上が7,204百万円(前期比22.2%増)、営業利益が445百万円(同22.1%増)、経常利益が444百万円(同22.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が291百万円(同21.0%増)を見込んでいる。

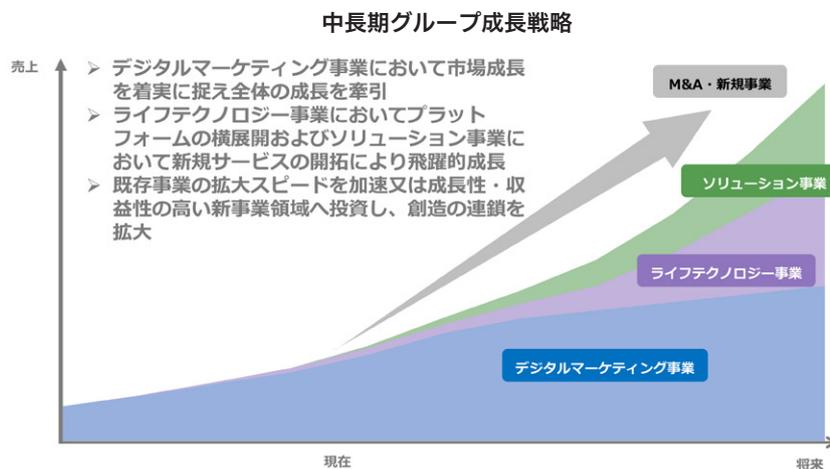
■ 中長期の成長戦略

デジタルマーケティング事業において市場成長を着実に捉え、全体の成長をけん引する計画

同社の成長戦略の基本方針は、成長市場への積極投資である。

デジタルマーケティング事業が行っているインターネット広告市場は、2017年は前年比115.2%と成長している。その中でも同社が注力する運用型広告市場は、前年比127.3%と際立った成長を続けている。また、ソリューション事業については、人材不足が続いており、2018年時点で24万人不足と言われているが、2030年には59万人の不足まで拡大する見込みである。

同社としては、デジタルマーケティング事業において市場成長を着実に捉え、全体の成長をけん引する計画である。加えてライフテクノロジー事業においてプラットフォームを横展開し、ソリューション事業においては、先端IT人材を有する企業を中心にM&Aを実施し、新規サービスの開拓で飛躍的な成長を遂げることで、非連続的な成長を狙う。



出所：決算説明会資料より掲載

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