

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

パイプドHD

3919 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年5月24日(月)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2021年2月期の業績概要	01
2. 2022年2月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
3. 事業内容	04
■ 業績動向	11
● 2021年2月期の業績概要	11
■ 今後の見通し	18
● 2022年2月期の業績見通し	18
■ 中長期の成長戦略	19
● 中期経営計画	19
■ 株主還元策	22

■ 要約

2021年2月期はコロナ禍の影響を受けたものの、 営業利益は前期比2.6%増を確保

パイプドHD <3919> は純粋持株会社であるが、主要な連結子会社である(株)パイプドビッツは、自社製品である「SPIRAL®」というプラットフォーム(ミドルウェア)をクラウド型で提供するユニークなIT企業である。ナショナルクライアントをはじめとする大企業や中堅企業、中小SIer(システムインテグレーター)向けにプラットフォームの提供をするだけでなく、特定の業界(美容業界や建築業界など)向けに自社開発したアプリケーションの販売やそれを使った事業展開も行っている。

1. 2021年2月期の業績概要

2021年2月期は、売上高6,524百万円(前期比5.1%増)、営業利益1,427百万円(同2.6%増)、経常利益1,455百万円(同3.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,226百万円(同78.2%増)となった。第1四半期には新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ禍)の影響を大きく受けたが、下期以降は回復に向かい通期では営業増益を確保した。セグメント別では、主力の情報資産プラットフォーム事業が同6.4%増収、同9.3%増益となり全体の業績を牽引した。また、販促CRMソリューション事業はコロナ禍の影響で減益となったものの、広告事業、xTech事業及び社会イノベーション事業については、金額は少ないものの増益となった。また四半期別では、特に第4四半期で前年同期比14.8%増収となっており、回復傾向を裏付けている。コロナ禍の環境下としては健闘した結果と言えるだろう。なお、親会社株主に帰属する当期純利益が大幅増益となった要因については、2020年2月期に投資有価証券評価損を計上していたことに加え、2021年2月期には米国株式の売却益を計上したことによる。

2. 2022年2月期の業績見通し

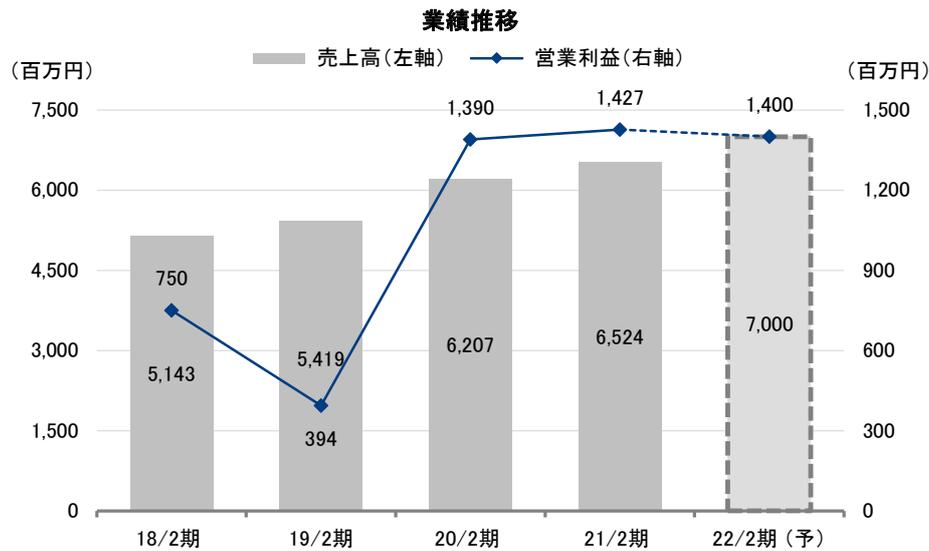
2022年2月期の連結業績予想については、売上高7,000百万円(前期比7.3%増)、営業利益1,400百万円(同1.9%減)、経常利益1,400百万円(同3.8%減)、親会社株主に帰属する当期純利益840百万円(同31.5%減)を見込んでいる。主力の情報資産プラットフォーム事業を中心に全体の業績は回復傾向にあるが、依然としてコロナ禍の影響により先行きが不透明であることから、堅めの予想となっている。このことから、上方修正される可能性もあり、今後の四半期ごとの状況を注視したい。なお、年間配当は25.0円(配当性向23.2%)としている。

3. 中期経営計画

同社は、コロナ禍の影響で見送りとなっていた新しい中期経営計画「中期経営計画2023」を発表した。基本政策としては、「ホリゾンタルDXの強化と拡充」「パーティカルDXの積極的な挑戦」「カスタマーエンゲージメントの新たな挑戦」「脱炭素社会への貢献」「採用・育成の通例化」などを掲げている。また、最終年度である2023年2月期の数値目標を売上高7,500百万円、営業利益1,700百万円としており、この数値目標を達成した場合、3年間の平均成長率(CAGR)は売上高6.5%、営業利益6.9%となる。

Key Points

- ・自社開発した「SPIRAL®」というプラットフォームを軸に事業展開
- ・2021年2月期は前期比2.6%の営業増益を確保するも、2022年2月期は1.9%減益と堅めの予想
- ・「中期経営計画2023」を発表。2023年2月期に売上高7,500百万円、営業利益1,700百万円を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

自社開発した「SPIRAL®」というプラットフォームを軸に事業展開

1. 会社概要

同社は2015年9月1日付でパイプドビッツから単独株式移転によって設立された純粋持株会社であり、2021年2月期末現在で連結子会社13社、持分法適用関連会社1社を有している。

会社概要

2. 沿革

パイプドビッツは、現パイプドHDの代表取締役社長である佐谷宣昭（さたにのぶあき）氏によって2000年4月に設立された。多くの企業にとって、その顧客の属性やメールアドレスなど、事業上知り得たデータは重要な「情報資産」であり、これらの「情報資産」を安全に預かると同時に有効利用するサービスを事業として開始した。この事業を行うために自社開発したのが、情報管理のためのプラットフォーム「SPIRAL®」である（詳細後述）。その後、この「SPIRAL®」を中心に各種のアプリケーションを開発し、これらの応用事業を展開しつつ現在に至っている。

パイプドHD沿革

2015年 9月	(株)パイプドビッツの単独株式移転により設立し、東京証券取引所市場第1部に上場（パイプドビッツは2015年8月に上場廃止）。パイプドビッツの子会社4社について、現物配当によりその株式を取得し子会社化
2015年12月	(株)カレンへ追加出資し子会社化
2016年 3月	(株)ゴンドラ、(株)フレンジット、(株)美歴を設立
2016年10月	(株)ブルームノーツを設立
2017年 3月	(株)VOTE FOR、(株)アイラブを設立
2017年12月	(株)エルコインを設立
2018年 3月	(株)シモキタコインを設立
2018年 4月	(株)フレンジットを存続会社、(株)アズベイスを消滅会社として吸収合併
2019年 5月	(株)VOTE FORを存続会社、(株)パブリカを消滅会社として吸収合併
2020年 3月	ダブルシャープ・パートナーズ(株)を設立

出所：ホームページよりフィスコ作成

会社概要

パイプドビッツ沿革

2000年 4月	(株)カレン(東京都世田谷区)からの出資を受け、電子メールを中心としたマーケティング支援ソフトウェアの開発を目的として、東京都世田谷区に(株)サハラ設立
2000年10月	メールマーケティング支援プラットフォーム「スパイラル・メッセージングプレース®」開発
2000年12月	MBOにより独立し、本社を東京都渋谷区神南一丁目12番15号に移転
2001年 1月	商号を(株)パイプドビッツに変更
2001年 2月	ASPサービス「スパイラル・メッセージングプレース®」の提供開始
2001年 4月	「スパイラル・メッセージングプレース®」に販売代理店制度を導入
2001年12月	「スパイラル・メッセージングプレース®」にSLA(品質保証制度)を導入
2006年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2009年 4月	サービス名称を「スパイラル・メッセージングプレース®」から「SPIRAL®」に変更
2010年 1月	(株)ハイデザインズから、一部事業であるCMS・eコマース(EC)事業を譲り受け
2010年 4月	アパレル特化型ECプラットフォーム「SPIRAL EC®」の提供開始
2010年12月	インターネット広告やインターネットメディアにかかる分野への取り組みとして、メディアEC事業を開始
2011年 3月	(株)Grasから、一部事業であるアパレルWebソリューション事業を譲り受け、アパレル・ファッションに特化したECサイトの運営受託、企画、制作などのEC運営事業を開始
2011年 9月	ユナイテッドベンチャーズ(株)を割当先とする第三者割当増資を実施 ビジネスオンライン(株)から、一部事業である会計クラウド事業を譲り受け
2012年 3月	(株)サムライプロジェクトから、一部事業である美容師名鑑プロジェクト事業を譲り受け ペーパレススタジオジャパン(株)へ出資し子会社化
2014年 3月	株式交換により(株)アズベイスを完全子会社化
2015年 2月	Sprinklr Japan(株)へ出資
2015年 3月	(株)カレンの第三者割当引き受け Sprinklr, Inc.(米国)へ出資
2015年 5月	(株)パブリカ設立
2015年 7月	(株)ウェアハート設立

出所：ホームページよりフィスコ作成

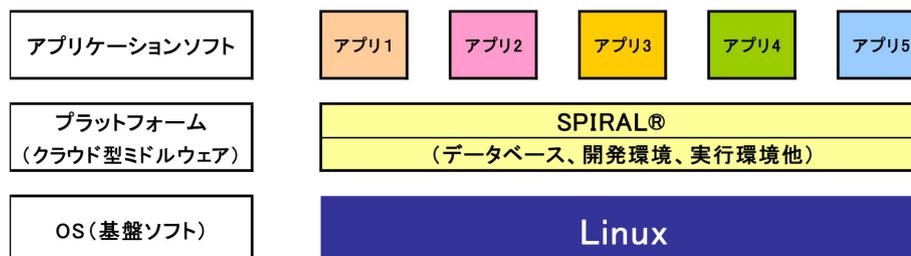
3. 事業内容

(1) 製品概要

同社グループの主力事業を一言で言えば、自社開発した「SPIRAL®」というプラットフォーム及び関連したアプリケーションソフトを、売り切りではなくレンタル方式(月額課金方式)でユーザーに提供することである。ソフトウェアの階層(レイヤー)のなかで「SPIRAL®」の位置付けは、クラウド型ミドルウェアとも言える。

「SPIRAL®」の位置付け

階層



出所：ホームページ、会社資料よりフィスコ作成

会社概要

一般的に多くの企業は業務上のシステムなどを構築する際に、開発・運用のためのハードウェアや基本ソフトウェア (OS)、開発環境 (ツール)、データベース、ミドルウェアなどを自社で購入 (または開発委託) し、それらを組み合わせてシステムが稼働するための基盤 (プラットフォーム) を構築する必要があり、さらに開発後もそれらを維持する手間または保守費用も必要であった。しかし、パイプドビッツの開発した「SPIRAL®」は、開発ツールが搭載されているので各種アプリケーションを簡単に開発することができるだけでなく、データベースも内蔵しているため「SPIRAL®」に格納された顧客データなどの情報資産を各アプリケーションで共有して利用することが可能になる。また、これらのアプリケーションやデータ類を簡単に複製したりデリバリーしたりすることもできる。ここがパッケージ型ソフトと大きく異なる優位性である。

このため顧客企業は、「SPIRAL®」を利用することでアプリ開発のコストを大幅に削減すると同時に、情報の運営 (利用)・管理を簡単かつ一括して行うことができる。さらに従量制の月額課金型プラットフォームであることから、コスト削減にも役立っている。「SPIRAL®」の導入企業は、大手金融機関をはじめとする著名な企業が顧客に名を連ねている。

昨今の IT 業界では多くのサービスが「クラウド型」で提供されており、これらのクラウド型サービスは提供される内容によって様々な呼び方をされている。同社の「SPIRAL®」は一般的に「PaaS」(Platform as a Service) と呼ばれる分野、すなわち各種業務に利用されるアプリケーションだけでなく、それらを動かす基盤 (プラットフォーム) をクラウド型で提供する分野に該当する。

(2) 主要製品の内容と価格

同社の主力製品は「SPIRAL®」というプラットフォーム環境である。これを利用する主要顧客は自社の業務用ソフトなどを社内開発する大手企業や街の中小企業向けなどに開発を行う中小 Sier 及び Web 制作 / Web 開発会社など、その業種は多岐にわたる。同社は、この「SPIRAL®」を使って特定業界やユーザー向けに同社自身でアプリケーションを開発し、これらの販売も行っている。このような主要製品はパッケージ販売 (売切り) ではなく、すべて ASP 型で販売されている。以下は主要製品とその月額価格 (最低料金) である。

言うまでもなく同社の事業モデルでは、有効 (有料) アカウント数が増えることが売上高増につながる。ただし、以下に述べる料金はあくまで基本料金あるいは最低料金であり、実際は利用するデータ量によって料金が変わる (従量制) ため、単純にアカウント数 × 基本料金 = 売上高とはならないが、売上高動向を見るうえでは有効アカウント数は重要な指標である。

a) SPIRAL®

同社の主力製品。基本となるプラットフォームでデータベース、開発環境、実行環境などを内蔵している。メール配信や、セミナー管理、アンケートフォームの作成等の用途で使われることが多いが、ほかにも多くの機能を兼ね備え、また、他社サービスとも柔軟に連携が可能であり、カスタマイズ次第で用途の幅は大きく広がる。月額利用料金は 50,000 円 (税抜き。2020 年 10 月に価格改訂) から。

会社概要

b) SPIRAL PLACE®

クラウド型のグループウェアで、Web サイトの作成・更新機能を持ち、同時に SNS とも連携している。グループウェアとしてカレンダーやファイルを共有化しながら、簡単な操作で Web コンテンツの改善・更新やアクセス解析を行うことができ、Facebook や Twitter にもリンクしている。従業員を大量に抱えるチェーン店などから高い評価を得ている。基本料金は月額 6,000 円（税抜き）から。

c) SPIRAL EC®

アパレル専用に特化した e コマースのプラットフォーム。アパレル向け EC サイトの高級なブランドイメージを追求しながら、同時に更新作業手順を簡素化し、しかも低予算に抑えるといういくつかの課題を同時に解決できる点が業界から高く評価されている。利用料は流通額の 5% を最大とした従量制。

d) スパイラルアフィリエイト®

広告主のアフィリエイト広告の導入や運用にかかる負担や課題を軽減するアフィリエイト ASP 一括管理サービス。初期費用無料など、「SPIRAL®」ユーザー限定の特典がある。

e) その他

特定分野や業種向けのアプリケーションがある。さらに各種の専門会社と提携することで、「SPIRAL®」の利用・応用の拡大を目指している。

(3) 事業セグメント

同社では事業セグメントを、2018 年 2 月期までは「情報資産プラットフォーム事業」「広告事業」「ソリューション事業」「社会イノベーション事業」の 4 つに分けていたが、2019 年 2 月期からは大分類として「機能別事業群」「分野別事業群」「グループ共通」に分け、それぞれの事業群の中に各事業を振り分けた。

大分類は、対象とする顧客群（営業活動の対象）によって分けられている。「機能別事業群」は、クラウド等の IT 基盤の活用により、CRM、販売促進、EC 等の業務効率化に伸びしろが期待される企業や団体全般をターゲット顧客とした事業群であり、言い換えれば水平的（Horizontal）に営業活動を行える事業群である。「分野別事業群」は、クラウド等の IT 基盤を活用した新たな情報共有モデルの実現によって、イノベーションが期待される特定の業界や分野をターゲットとした事業群、つまり垂直的（Vertical）に営業活動を行う事業群となっている。また、「グループ共通」は、それまで各事業分野に振り分けていた純粋持株会社の管理費用、グループ採用及び育成にかかる費用等を切り出したものである。

なお、グループの成長の方向性をより明確にするために、2022 年 2 月期から事業セグメントを変更することを発表している。具体的には、今までの販促 CRM ソリューション事業を分割し、ソリューションを提供する部分を情報資産プラットフォーム事業（クラウド）と合わせて「ホリゾンタル DX」セグメントとする。また、その他の販促 CRM ソリューション事業部門と広告事業を融合させ、新たに「カスタマーエンゲージメント」セグメントとする。なお、従来の分野別事業群は業種・業界に特化したソリューションであるため、名称を「パティカル DX」セグメントと変更する（詳細は後述）。

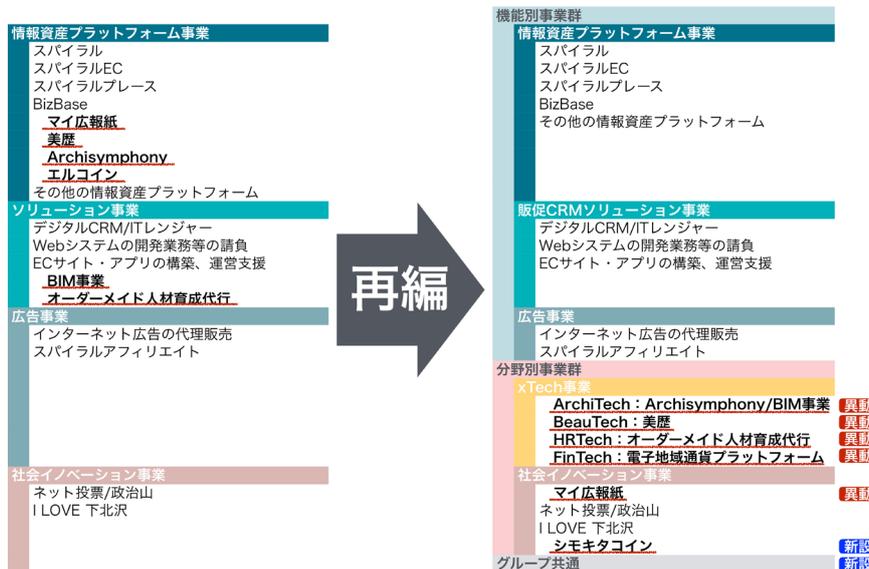
会社概要

セグメント再編 (大分類/各セグメントの詳細)

機能別事業群	クラウド等のIT基盤の利活用により、CRM、販売促進、EC等の業務効率化に伸びしろが期待される企業・団体全般をターゲット顧客とした事業群
情報資産プラットフォーム事業	人手不足社会における課題解決の一助として、顧客のコスト低減・業務効率化に資するシステムの開発・提供等
販促CRMソリューション事業	ITを活用した業務最適化や顧客との接点機会創出及び接点強化を支援するサービスの提供、顧客に応じた最適なITシステムの開発請負等
広告事業	顧客の目的に応じたプロモーション設計や広告コンテンツの制作・開発・運用、インターネット広告の代理販売等
分野別事業群	クラウド等のIT基盤を活用した新たな情報共有モデルの実現によってイノベーションが期待される業界・分野をターゲットとした事業群
xTech事業	IT技術の利活用により企業や団体の垣根を越えて情報を共有することで、業界に革新的なサービスを創出することが期待できる事業
社会イノベーション事業	個々の企業や業界の内部にある問題の解決でなく、それらの枠を超えて存在する社会的課題の解決を図ることを目的とした公益性の高い事業
グループ共通	純粋持株会社の管理費用、グループ採用及び育成に係る費用等

出所：決算補足資料より掲載

セグメント再編 (商品・サービス別のセグメントの異動)



出所：決算補足資料より掲載

(4) 主な連結子会社と事業内容

主力事業（「SPIRAL®」）を行うパイプドピッツに加え、当社では以下の子会社群を通じてそれに関連した様々な事業を行っている。

会社概要

a) ペーパーレススタジオジャパン(株)

建設プロジェクトプロデュース & マネジメントや BIM コンサルタント事業を手掛ける。設計や施工に携わる人々を対象とした BIM/CIM 人材講座も展開している。2012 年 5 月に BIM 建築情報プラットフォーム「ArchiSymphony®」を提供開始した。さらに 2017 年 9 月には、国内初となる BIM/CIM コラボレーション専用クラウドサービス「ArchiSymphonyVBP」をリリースした。

b) (株)VOTE FOR

ネット投票の実現のために 2017 年 3 月に設立された。ブロックチェーンなどの新技術を生かした投票システムの構築を目指している。カンパニー時より運営していた政治・選挙情報サイト「政治山®」の運営も引き続き行う*。

| * 2019 年 5 月 1 日にパブリカを吸収合併した。 |

c) (株)ゴンドラ

それまでのメディアストラテジーカンパニーを 2016 年 3 月 1 日付で分社化した。広告ソリューション、Web ソリューション、ソーシャルマネジメントの 3 つのサービス領域を展開する。企画、制作、システム開発、運用面における独自のサービスメニューと、「スパイラルアフィリエイト®」「SPIRAL®」などの情報管理プラットフォームを活用した IT 技術を掛け合わせるにより、企業の経営課題の解決や事業活動の最適化をワンストップで実現することを可能にしている。

d) (株)フレンジット

e コマースに関するシステム運用、オンラインショップ運営、施策レベルのオムニチャネルを総合的に支援する。顧客の共通課題である人手不足・経験不足を補い、IT による業務最適化から商品/会員/購買データ利活用の推進まで、「販売・売上」に直結するマーケティング活動をプロデュースしている。社内のアパレル・ファッションカンパニーから 2016 年 3 月 1 日付で分社化した。

また 2018 年 4 月にはパイプドビッツが持つ「SPIRAL EC®」及び「SPIRAL PLACE®」を譲受し、さらに ASP/SaaS 型コールセンタープラットフォームサービス「BizBase®」を提供していた(株)アズベイスを吸収合併した。これにより、「SPIRAL EC®」と「SPIRAL PLACE®」、さらにはクラウド CTI を融合した新サービスの開発を推進してきたが、2020 年 5 月には再び「SPIRAL PLACE®」をパイプドビッツに譲渡した。パイプドビッツが持つ HR クラウドサービスの情報資産と親和性の高い「SPIRAL PLACE®」を連携させることで、働き方改革及び顧客企業の事業継続をより一層高めることが可能となった。

e) (株)美歴

美容室向け電子カルテアプリ「美歴®」を中心とした IT サービスの提供を通じ、一人でも多くの美容に携わる人たちの価値向上に貢献し、美容をもっと身近に楽しめるものにして、人々の生活をより豊かにすることを目指し事業活動を行っている。それまでの美歴カンパニーから 2016 年 3 月 1 日付で新設・分社化した。

会社概要

f) (株) カレン

情報資産を統合し、ユーザーへのベストメッセージングを実施するなかで、Web アクセスの向上及びロイヤルユーザーを育成するデジタル CRM（コミュニケーション・データマネジメント設計、メッセージのクリエイティブ・構築、メッセージのデリバリー、効果検証等の運用サービスの提供）を主力事業とする企業。情報資産利活用と IT ソリューションのノウハウを持つパイプドビッツと、常駐型のマーケティング支援に強みを持つカレンとの事業シナジーを志向し、2015 年 12 月に出資比率を上げて子会社化した。

g) (株) アイラブ

地域活性化プロジェクト「I LOVE 下北沢」をさらに進めると同時に、電子地域通貨を活用した少額決済で投げ銭やチップなどの新しい取引の創造を目指すために、2017 年 3 月に設立された。

h) (株) エルコイン

2017 年 12 月に設立されたエルコインに 70% の資本出資を行い連結子会社化。エルコインは、ブロックチェーン技術を活用した電子地域通貨プラットフォームを地方自治体や事業会社、地域金融機関に提供して決済システムを構築し、地域のキャッシュレス化を進める。また同社のプラットフォームによって、独自の電子地域通貨を低コストで発行し、決済システム及び店舗のポイントシステムを容易に構築することが可能となる。

i) (株) シモキタコイン

エルコインの子会社（同社の孫会社）として 2018 年 3 月に設立された。エルコインが提供する電子地域通貨プラットフォームを利用し、下北沢地域に限定した電子地域通貨を発行する。またアイラブと協業して地元の店舗から出資・加盟店を募り、地域経済の活性化を目指している。

j) ダブルシャープ・パートナーズ (株)

同社グループの中長期的な発展と、収益力の拡大に資することを目的に、グループ内外のベンチャー企業へ投資することにフォーカスする専門組織として、2020 年 3 月 4 日に設立された。

自由なカスタマイズ性が「SPIRAL®」最大の特長

(5) 特色、強み
a) システム構築が容易

「SPIRAL®」の最大の特長は、自由なカスタマイズ性にある。同社自身が「SPIRAL®」の機能を組み合わせる自社の業務用システムや特定顧客（分野）向けのアプリケーションを開発しており、世に存在するあらゆる業務系のシステムを「SPIRAL®」の機能の組み合わせによってつくることができると言っても過言ではない。以前はこのような業務系のシステムは、一般的には Sier と呼ばれる専門事業者が構築していた。しかし、従来 Sier が行っていた業務の大半は「SPIRAL®」の機能を組み合わせることで置き換えが可能であり、顧客企業自身が各種の開発やシステム構築を容易に行うことができるようになっている。そのため、大企業だけでなく、システム開発等に多額の費用をかけられない中小企業にとって同社製品は、安価でかつ使いやすい製品となっている。

会社概要

b) 各種アプリケーション間の連携が可能

「SPIRAL®」の持っている機能は多岐にわたるが、最も基本的な機能は、例えば顧客企業が Web を通じてデータベースを管理するうえで、データベースの作成から「登録／更新／削除」などのデータ操作、一括データ登録、ダウンロードなどが簡単にできる点である。具体的には、企業が Web を通じてアンケートを実施し、市場調査や新製品の評価を行うような場合、企業側では「SPIRAL®」を使用して、ごく手軽にアンケートを作成し、それをターゲットとする顧客や見込み客の元に届け、アンケートに回答してもらい、それを回収することができる。顧客情報のデータベースに満足度調査のアンケートを関連付ければ、それがそのまま顧客属性に応じた分析になり、満足度の向上のためのフォローアップも可能になる。アンケート結果はリアルタイムで集計され、その結果をそのまま報告書に仕上げることもできる。「SPIRAL®」を通じて、これらの異なるアプリ間での一連の作業を簡単な操作で行うことができるのだ。

同様に、プレゼント特典付きのキャンペーン、人事採用のエントリーシート、問い合わせフォーム、セミナーの申し込み、口座開設、資料請求などのフォーム作成に関しても、「SPIRAL®」を通じて、フォームの作成や会員属性の登録、更新、削除、ログイン認証などを手早く行うことも可能である。例えばセミナーの開催などの場合、仮に複数のセミナーが同時進行しても、複数の申込受付やキャンセルの管理が即時に可能であり、セミナーの開催が効率的になる。これらのデータを検索フォームに一覧表示させ、一問一答式の分岐アンケートや集計表、グラフなどに発展させることも容易である。さらに、音声（電話）でのソリューションを持つアズベース（現 フレンディット）のサービスが加わったことによって顧客の利便性は一段と向上する見込みだ。

同社の競合会社の 1 つが米国の salesforce.com<CRM> だが、この会社は買収を繰り返して成長してきた。そのため、各種のアプリケーションは異なる被買収企業が開発してきたものであり、各アプリケーションは同じ基盤（プラットフォーム）上で作成されたものではない。その結果、顧客がこれらの複数アプリの連携を必要とした場合、追加の開発コストや時間が必要となる場合が多い。その点でパイプドビッツの「SPIRAL®」は同じプラットフォーム上にアプリが載っているため、各種アプリの相互連携を容易に（安価かつ短時間で）行うことが可能であり、salesforce.com よりはかなり優位であると言える。

c) 導入コスト、セキュリティ面での優位性

また「SPIRAL®」は、パッケージソフトウェアとして販売されずに、期間利用型のクラウドサービスとして提供されているため、顧客企業は無駄な時間やコストをかけずに、必要とするシステムを独自に短時間で安価に構築できるのも特長だ。すなわちシステム導入の初期であっても多額の費用をかけずに少額の投資からシステム開発が可能になる。

このようなコスト面での優位性に加えて、セキュリティ面での保証・保守や監視機能も付いていることから、特に中小 Sler にとっては利便性の高い製品となっている。例えば、ネット上での通信暗号化技術として最も一般化している SSL（Security Sockets Layer）に脆弱性が指摘された場合、通常であれば各 Sler は個別にこの脆弱性への対応をする必要があるが、同社の「SPIRAL®」を利用していれば、必要な対応は同社が行う（「SPIRAL®」上で解決される）ため、各 Sler は個別に対応する必要がなくなる。一方で、同社の「SPIRAL®」を利用していることが、最終顧客に対してセキュリティ面での安心感を与えているとも言える。

会社概要

特にシステム開発やセキュリティ確保のために多額の費用をかけられない中小企業にとって、同社製品はワンストップでこれらの問題を解決してくれるため、同社製品は大企業だけでなく、特に中小企業に対して強みを発揮できると言えるだろう。

d) 導入事例

同社の「SPIRAL®」の導入事例として、オリエンタルホテル東京ベイがある。同ホテルでは、クーポン配信アプリを使用しアプリ登録者にクーポンを配信していたが、PMS※と連携されていなかったため、ホテル会員との紐づけができておらず、会員への効果的なクーポン配信ができていなかった。その結果、ホテル会員の来館者を効果的に集客できず、収益向上の機会をロストしていた。そこで PMS 内の会員情報と紐づけされた情報発信システムを、スマートフォンアプリではなく「SPIRAL®」と LINE を利用して開発することで、開発コストを2分の1に抑えることができた。「SPIRAL®」、LINE、PMS を連携させ、ホテル会員の利用頻度や性別、居住地などに応じた効果的な情報を LINE で配信することで、ホテル会員の来館促進が可能となった。すべての導入例が同様ではないが、「SPIRAL®」の優位性を示す好例である。

※ PMS (Property Management System) : 宿泊の予約・客室の管理などを行うシステム。

業績動向

2021年2月期はコロナ禍の影響を受けるも、前期比2.6%の営業増益で着地

● 2021年2月期の業績概要

(1) 損益状況

2021年2月期は、売上高6,524百万円(前期比5.1%増)、営業利益1,427百万円(同2.6%増)、経常利益1,455百万円(同3.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,226百万円(同78.2%増)となった。第1四半期にはコロナ禍の影響を大きく受けたが、下期以降は回復に向かい通期では営業増益を確保した。なお、親会社株主に帰属する当期純利益が大幅増益となった要因については、2020年2月期に投資有価証券評価損を計上していたことに加え、2021年2月期には米国株式の売却益を計上したことによる。

セグメント別では、主力の情報資産プラットフォーム事業が前期比6.4%増収、同9.3%増益となり全体の業績を牽引した。また、販促CRMソリューション事業はコロナ禍の影響で減益となったものの、広告事業、xTech事業及び社会イノベーション事業については、金額は少ないものの増益となった。また四半期別では、特に第4四半期で前年同期比14.8%増収となっており、回復傾向を裏付けている。

業績動向

損益面では、比較的利益率の高い情報資産プラットフォーム事業の売上構成比が上がったこと、不採算子会社を整理したことなどから売上総利益率は75.3%（前期は72.3%）へ改善し、売上総利益は4,910百万円（前期比9.4%増）となった。販管費は、コロナ禍の影響による営業費用（出張費等）の減少があったものの、新卒採用による人件費増等により同12.4%増となった。その結果、営業利益は同2.6%増を確保した。

要約損益計算書

(単位：百万円)

	20/2期		21/2期		増減率
	金額	構成比	金額	構成比	
売上高	6,207	100.0%	6,524	100.0%	5.1%
（機能別事業群）	5,940	95.7%	6,257	95.9%	5.3%
情報資産プラットフォーム事業	4,249	68.4%	4,522	69.3%	6.4%
販促 CRM ソリューション事業	963	15.5%	965	14.8%	0.2%
広告事業	727	11.7%	768	11.8%	5.6%
（分野別事業群）	267	4.3%	266	4.1%	-0.4%
xTech 事業	188	3.0%	180	2.8%	-4.5%
社会イノベーション事業	79	1.3%	86	1.3%	9.3%
売上総利益	4,489	72.3%	4,910	75.3%	9.4%
販管費	3,099	49.9%	3,483	53.4%	12.4%
営業利益	1,390	22.4%	1,427	21.9%	2.6%
（機能別事業群）	1,813	-	1,903	-	5.0%
情報資産プラットフォーム事業	1,419	-	1,551	-	9.3%
販促 CRM ソリューション事業	84	-	32	-	-61.5%
広告事業	309	-	319	-	3.4%
（分野別事業群）	-76	-	-15	-	-
xTech 事業	-34	-	7	-	-
社会イノベーション事業	-41	-	-22	-	-
全社費用	-346	-	-461	-	-
経常利益	1,402	22.6%	1,455	22.3%	3.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	688	11.1%	1,226	18.8%	78.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

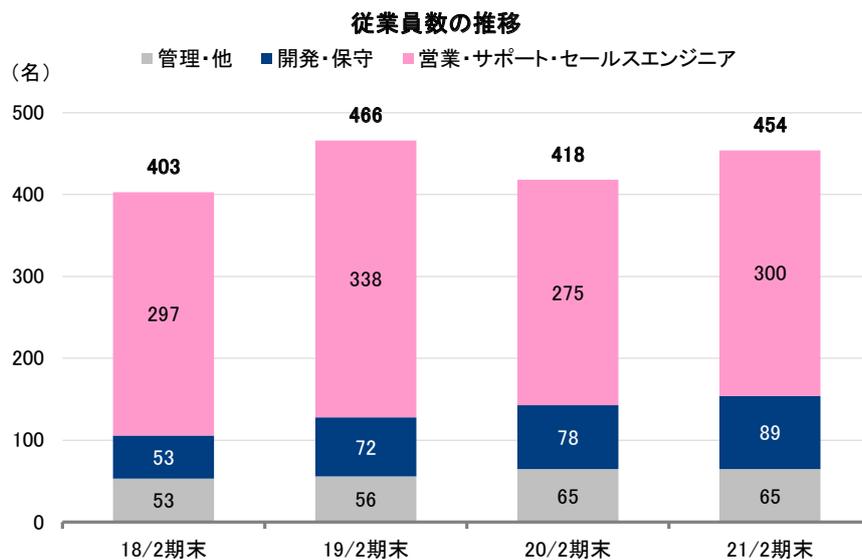
売上高は前期比316百万円増加したが、増減要因としては、情報資産プラットフォーム事業が273百万円増（うち「SPIRAL®」280百万円増）、販促 CRM ソリューション事業が2百万円増（うちデジタル CRM18百万円減、EC 運営支援18百万円減、開発請負47百万円増）、広告事業が40百万円増（うちスパイラルアフィリエイト®65百万円増）、xTech 事業 / 社会イノベーション事業1百万円減（うちBIM15百万円増、マイ広報紙7百万円増、ネット投票6百万円増、オーダーメイド人材育成代行25百万円減）であった。オーダーメイド人材育成代行は事業から撤退したことで前期比では減収となった。

営業利益は前期比36百万円増加したが、主な増加要因は、売上高増による増加316百万円、外注費の減少77百万円（主に内部人事の育成効果による）など。主な減少要因は、人件費 / 研修費の増加164百万円（主に人員増）、業務委託費の増加113百万円（案件により外部委託が増加）、販売促進費の増加58百万円、その他費用の増加20百万円であった。

業績動向

(2) 従業員数の推移

同社では2020年2月期を最終年度とする中期経営計画の達成のために、2018年2月期から2019年2月期にかけて積極的に人材の採用（先行投資）を行い、2019年2月期末には従業員数は466名となった。その後、2020年2月期は新卒を含めて新規の採用を控えたことから、2020年2月期末の従業員数は418名まで減少した。しかし今後の成長を見据えて、2021年2月期に入ってからは新卒37名、第二新卒11名を採用した結果、自然減と合わせて2021年2月期末の従業員数は454名（前期末比36名増）となった。



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

(3) セグメント別損益状況

「機能別事業群」の状況は以下のとおり。

a) 情報資産プラットフォーム事業

売上高は4,522百万円（前期比6.4%増）、営業利益は1,551百万円（同9.3%増）となった。期末の「SPIRAL®」有効アカウント数が3,772件（前期末は3,680件）と増加したことなどから、契約販売（クラウド利用の月額課金）は堅調に推移した。一方、スポット的な売上である一般販売は、コロナ禍の影響による営業活動の自粛、商談の先送りなどが発生した。この事業の主力製品はクラウドであることから、損益分岐点を超えてからの利益率は高く、さらに人件費を中心とした経費増が抑制されたことから、増収に伴ってセグメント利益は増益となった。

b) 販促CRMソリューション事業

コロナ禍の影響により顧客側の需要が減少し、売上高は965百万円（前期比0.2%増）と微増収に止まった。主力のEC支援では、一般向けは比較的堅調であったものの、主力のアパレル業界向けがコロナ禍の影響を受けて低調であったことから、売上高は微増に止まった。その結果、経費増を吸収できず、営業利益は同61.5%減の32百万円となった。

業績動向

c) 広告事業

売上高は 768 百万円（前期比 5.6% 増）、営業利益は 319 百万円（同 3.4% 増）となった。全体的にはコロナ禍の影響で経済活動停滞の影響を受けたものの、一部では Web 広告へのシフトも見られた。

「分野別事業群」の状況は以下のとおり。

d) xTech 事業

IT 技術の活用により企業や団体の垣根を越えて情報を共有することで、業界に革新的なサービスを創出することが期待できる事業を行っている。BIM は堅調に推移したものの、「美歴®」は主要顧客である美容院がコロナ禍の影響を受け低調に推移し、売上高は 180 百万円（前期比 4.5% 減）となった。利益面では、不採算子会社を解散（2019 年 12 月）したことなどにより、営業利益は 7 百万円（前期は 34 百万円の損失）となり前期比では改善した。

e) 社会イノベーション事業

個々の企業や業界の内部にある問題の解決だけでなく、それらの枠を超えて存在する社会的問題の解決を図ることを目的とした公益性の高い事業を行う。売上高は 86 百万円（前期比 9.3% 増）、営業損失 22 百万円（前期は 41 百万円の損失）となった。コロナ禍の影響を受けて様々なイベントが中止や延期となり「I Love 下北沢」「シモキタコイン®」などが大きな影響を受けた。一方で自治体向け広報紙のオープン化・活用サービス「マイ広報紙」は順調に拡大が続いている。2021 年 2 月期末には掲載自治体が 931 となり、国内の自治体数の 5 割超をカバーするまでになっている。このセグメントは、依然として小規模であり収益への貢献は少ないが、将来的には期待できる分野でもある。

(4) 財務状況及びキャッシュ・フローの状況

2021 年 2 月期末の財務状況は、資産合計は 8,074 百万円（前期末比 945 百万円増）となった。流動資産は 1,729 百万円増加したが、主に現金及び預金の増加 1,510 百万円、受取手形及び売掛金の増加 269 百万円などによる。固定資産は 784 百万円の減少となったが、無形固定資産の減少 50 百万円、投資その他の資産の減少 733 百万円による。投資その他の資産の減少は主に投資有価証券（米国株式）の売却による。

負債合計は 3,582 百万円（同 356 百万円増）となったが、主に 1 年内返済予定の長期借入金を含めた短期借入金等の増加 477 百万円、未払法人税等の減少 253 百万円、長期借入金の減少 147 百万円などによる。純資産合計は 4,491 百万円（同 589 百万円増）となったが、主に親会社株主に帰属する当期純利益の計上などによる利益剰余金の増加 1,057 百万円、自己株式の取得による減少 500 百万円などによる。

業績動向

要約貸借対照表

(単位：百万円)

	20/2 期末	21/2 期末	増減額
流動資産	5,191	6,921	1,729
現金及び預金	3,538	5,049	1,510
受取手形及び売掛金	1,371	1,641	269
固定資産	1,936	1,152	-784
有形固定資産	85	85	0
無形固定資産	478	428	-50
投資その他の資産	1,372	638	-733
資産合計	7,128	8,074	945
流動負債	2,626	3,127	501
短期借入金等	825	1,302	477
固定負債	600	454	-145
長期借入金	600	453	-147
負債合計	3,226	3,582	356
純資産合計	3,901	4,491	589

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業活動によるキャッシュ・フローは891百万円の収入となったが、主な収入は税金等調整前当期純利益の計上1,735百万円、減価償却費163百万円、未払金の増加289百万円などで、主な支出は投資有価証券売却益293百万円、売上債権の増加269百万円などであった。投資活動によるキャッシュ・フローは950百万円の収入となったが、主な収入は投資有価証券の売却1,201百万円、主な支出はソフトウェアを中心とした無形固定資産の取得107百万円、投資有価証券の取得154百万円などによる。財務活動によるキャッシュ・フローは337百万円の支出となったが、主な収入は借入れによる収入(ネット)330百万円、主な支出は、自己株式の取得501百万円、配当金支払い168百万円などによる。この結果、期中の現金及び現金同等物は1,510百万円増加し、期末の残高は5,049百万円となった。

要約キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/2 期	21/2 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,272	891
投資活動によるキャッシュ・フロー	-175	950
財務活動によるキャッシュ・フロー	17	-337
現金及び現金同等物の増減額	1,114	1,510
現金及び現金同等物の期末残高	3,538	5,049

出所：決算短信よりフィスコ作成

(5) 2021年2月期の主なトピックス

a) 「SPIRAL® ver.2」をリリース

新たなローコード開発プラットフォーム「SPIRAL® ver.2」の提供を、2020年11月に開始した。これは、「SPIRAL®」のアーキテクチャーを刷新し、国際化対応したローコード開発基盤を提供している。ローコード開発ならではのスピード感とハイレベルなセキュリティを両立していることに加え、国際化にも迅速な対応が可能となっている。なお、先行して10社以上の企業に導入済みである。

業績動向

b) 「SPIRAL®」のプロダクト強化

20年のノウハウと高い信頼性を誇る「SPIRAL® ver.1」は強化を継続しながら引き続き提供する一方で、「SPIRAL® ver.2」とともにローコード開発プラットフォームとして幅広い分野のDXの推進に貢献する。

c) 自治体にネット投票システムを提供

つくば市に「xID」と連携したネット投票システムを導入した。これにより、スマートフォンでの投票による投票数の増加、海外を含む投票場所の自由化、マイナンバーカードとの連携を実証した。また、町田市が実施した投票企画にネット投票システムを提供した。

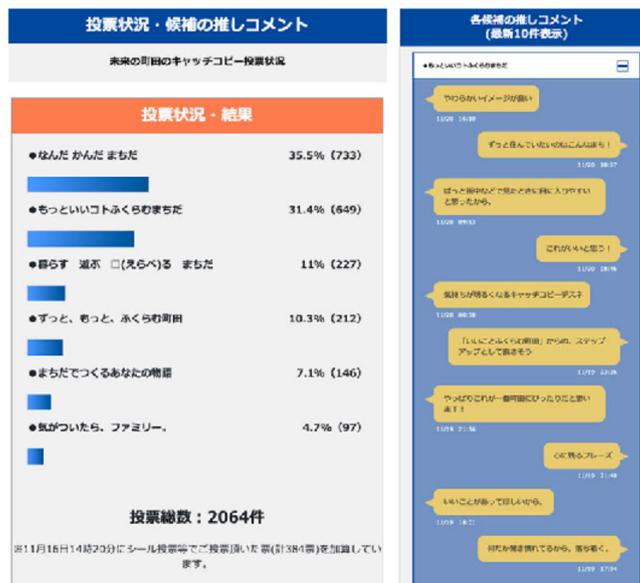
つくば市案件の投票の流れ

以下のようなステップで、大凡1~2分で、スマートフォンだけで投票が可能です。
※画面によって本イメージとは異なる場合があります。



出所：決算補足資料より掲載

町田市案件の投票状況のリアルタイム表示と投票者のコメント



出所：決算補足資料より掲載

業績動向

d) CVC (Corporate Venture Capital) ファンドを設立、投資事業を開始

以前から同社は、有望なベンチャー企業等に対して直接投資（出資）を行ってきたが、効率や評価という観点で課題があった。グループの中長期的な発展と、収益力の拡大に資することを目的として、2020年3月に投資事業子会社ダブルシャープ・パートナーズを設立し、4月には第1号であるダブルシャープ・パートナーズ・ファンド1号投資事業組合（ファンド規模約5億円、期間10年）を組成し、組合経由の投資事業を開始した。

既に2021年2月期末までに、ナレッジ・マーチャントワークス（株）（【リテールテック】小売・飲食・サービス業の生産性向上を支援する店舗マネジメントツール「はた Luck」を提供）、JOINS（株）（【HRテック】地方企業と大都市の副業・兼業人材マッチングサービス「JOINS」を提供）、（株）subslife（【リテールテック】家具のサブスクリプション型サービスを提供）、BPM（株）（【建設テック】建設メンテナンス業務管理 SaaS の提供）、CO-NECT（株）（【リテールテック】小売・飲食店とメーカー・卸会社間のアナログな受発注をスマートにするクラウドサービスを提供）の5社に総額約130百万円を出資済みである。同社では、「今後も良い候補企業があれば出資を行っていく」としている。

e) 自己株式の取得について

資本効率の向上及び今後の資本政策の実施に備えるため、自己株式を取得した。具体的には、東京証券取引所における市場買付により、同社普通株式500,000株・500百万円を上限とし、取得期間は2020年4月22日から2020年10月21日までとした。取得結果としては、累計取得自己株式334,300株（上限の66.9%）、累計取得価額総額499,936,000円（上限500百万円の100.0%）、保有自己株式数334,532株（2020年11月末の発行済株式総数8,138,964株の4.1%）となった。

f) Sprinklr, Inc. 株式の売却

2020年10月に、投資有価証券として保有していた米国の Sprinklr, Inc. 株式を売却し、投資有価証券売却益293百万円を計上した。Sprinklr, Inc. とはリセラー契約をしていたが、想定していたほどの効果が出なかったことから株式を売却した。

(6) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

案件の失注や商談の長期化等、特に営業面で停滞が見られた IT 活用需要の顕在化により、2021年2月下期にシステム案件の受注が加速した。以下は各セグメントの影響である。

a) 情報資産プラットフォーム事業

「SPIRAL®」の収益の根幹であるシステム利用料売上（ストック売上）への影響は軽微にとどまった。また、当初アウトバウンドによる新規開拓営業が難航したものの、IT 活用需要の高まりにより徐々に復調している。加えて、ワクチン接種やウェビナー申込等、新型コロナウイルス感染症対策に関連する急を要するシステム案件を多数受注し、業績に寄与した。

b) 販促 CRM ソリューション事業

販促、CRM 運用案件で失注やペンディングが発生した。また、インサイドセールス代行事業では、新規案件の商談が停滞した。

業績動向

c) 広告事業

消費活動の自粛等により、企業の広告宣伝活動が停滞した。特に交通広告に関連するインターネット広告の取扱が停滞した。

d) xTech 事業/社会イノベーション事業

BIM 事業は比較的堅調に推移したものの、「美歴®」で主要顧客である美容室の休業が相次いだことでマイナスの影響を受けた。ネット投票「政治山®」では、ネット投票の機運の高まりが見られることに加え、「マイ広報紙」は自治体の積極的な情報発信の一助として掲載が増加した。一方、「I LOVE 下北沢」はイベントが開催できないことによる影響を大きく受け、「シモキタコイン®」は飲食店でのコイン流通額が大きく減少した。

e) グループ共通/全社

初回の緊急事態宣言中は9割以上の従業員を在宅勤務させる対策を講じた。また、在宅勤務の制度を整えたうえで在宅勤務を継続させ、顧客等に約束している事業の品質や情報セキュリティを確保しながら、通勤や移動時間の削減等による業務効率化と感染症拡大リスクの低減の両立を目指した取り組みを推進した。

■ 今後の見通し

2022年2月期は先行き不透明なため、営業利益1.9%減を予想

● 2022年2月期の業績見通し

2022年2月期の連結業績予想については、売上高7,000百万円（前期比7.3%増）、営業利益1,400百万円（同1.9%減）、経常利益1,400百万円（同3.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益840百万円（同31.5%減）を見込んでいる。

主力の情報資産プラットフォーム事業を中心に全体の業績は回復傾向にあるが、依然としてコロナ禍の影響により先行きが不透明であることから、堅めの予想となっている。このことから、今後の状況によっては上方修正される可能性もあり、四半期ごとの状況を注視したい。なお、年間配当は25.0円（配当性向23.2%）としている。

2022年2月期業績予想

(単位：百万円)

	21/2期		22/2期		増減	
	金額	構成比	予想	構成比	金額	率
売上高	6,524	100.0%	7,000	100.0%	475	7.3%
営業利益	1,427	21.9%	1,400	20.0%	-27	-1.9%
経常利益	1,455	22.3%	1,400	20.0%	-55	-3.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,226	18.8%	840	12.0%	-386	-31.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

なお、2022年2月期の業績に対して同社では、国や自治体の新型コロナウイルス感染症対策や多くの産業分野におけるデジタル化への対応等、コロナ禍だからこそ需要が高まる分野もあることから、引き続き同社グループが価値を発揮できる機会は多いと期待している。また、東京2020オリンピック・パラリンピック開催やワクチン接種が進捗することで、2021年後半からは国内景気や経済環境の回復が期待でき、コロナ禍による自粛で影響を受けた同社グループ各社も徐々に復調してくると予想している。他方、持続的な成長の礎となる人材確保のため、新卒及び中途の育成採用を継続することにより人件費の増加が見込まれる。

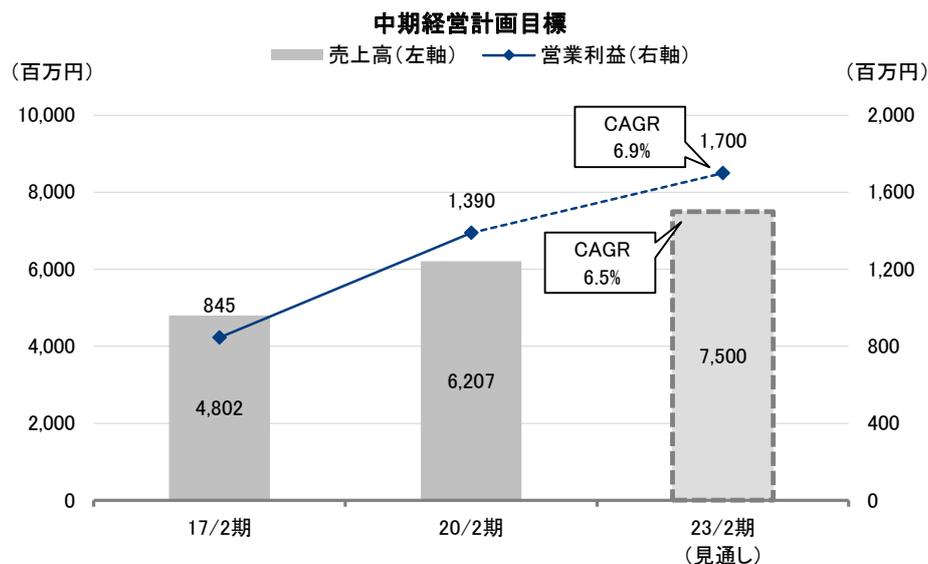
■ 中長期の成長戦略

「中期経営計画 2023」を発表。 2023年2月期に営業利益1,700百万円を目標に掲げる

● 中期経営計画

(1) 基本政策と数値目標

同社は、2023年2月期を最終年度とする新しい中期経営計画「中期経営計画 2023」を発表した。基本政策としては、「ホリゾンタル DX の強化と拡充」「パーティカル DX の積極的な挑戦」「カスタマーエンゲージメントの新たな挑戦」「脱炭素社会への貢献」「採用・育成の通例化」などを掲げている。また、最終年度である2023年2月期の数値目標を売上高7,500百万円、営業利益1,700百万円としており、この数値目標を達成した場合、3年間の平均成長率（CAGR）は売上高6.5%、営業利益6.9%となる。



出所：決算補足資料よりフィスコ作成

(2) 事業方針

上記の基本政策を含め、「中期経営計画 2023」の主な事業方針として、以下のような施策を実行していく。

a) ホリゾンタル DX の強化と拡充

「SPIRAL®」を中心とするローコード開発基盤のさらなる充実とともに、新たなクラウドサービスの開発と提供を目指す。また、パートナーとの連携強化を軸に、引き続き幅広い業種や分野の DX を支援する。

b) パーティカル DX の積極的な挑戦

建設、美容、政治・行政、タウンマネジメントの各分野から成功事例を創出する。また、特定の分野に特化して DX をトータルで支援するパーティカル DX の新たな事業を創出する。

c) カスタマーエンゲージメントの新たな挑戦

既存のアフィリエイトを活用した集客支援と、集客後の CRM をシームレスに支援するサービスの提供を目指す。

d) 投資育成事業の立ち上げ

グループ事業の成長の加速と、外部企業への投資に対するコミットメントの強化を目的として、投資ファンドの運営機関を立ち上げる。

e) 営業と開発のグループシナジーの追求

グループ各社に分散する営業と開発の能力強化と全体最適を促進する。

f) 働き方改革

就業形態の多様化を促進する労務制度改革を推進し、フェアで柔軟な働き方を可能とする環境を整備する。また、社員それぞれの立場に目を向け、社員の働き甲斐の最大化を推進する。

g) 脱炭素社会への貢献

引き続き脱炭素社会の実現に貢献する。「SPIRAL®」を提供するパイプドビッツでは、2008 年に「グリーン IT 方針」を掲げ、2009 年以降毎年、「SPIRAL®」を構成するコンピューターと通信機器が同年中に排出した CO₂ 全量をオフセットし、カーボンニュートラル化してきた。また、ユーザーごとに「スパイラルカーボンオフセット証書」を発行し、ユーザーごとの CO₂ 排出量を可視化することで、ユーザーの SDGs への取り組みを支援する。

h) 採用・育成の通例化

「中期経営計画 2020」では、最初の 2 年間は採用を増やし、最終年度には控えていたが、「中期経営計画 2023」では、すべての年度で新卒採用や中途採用等、育成枠の採用を行う。

i) インセンティブ制度の見直し

グループの成長の成果を役職員に還元する新たな仕組みを企画する。

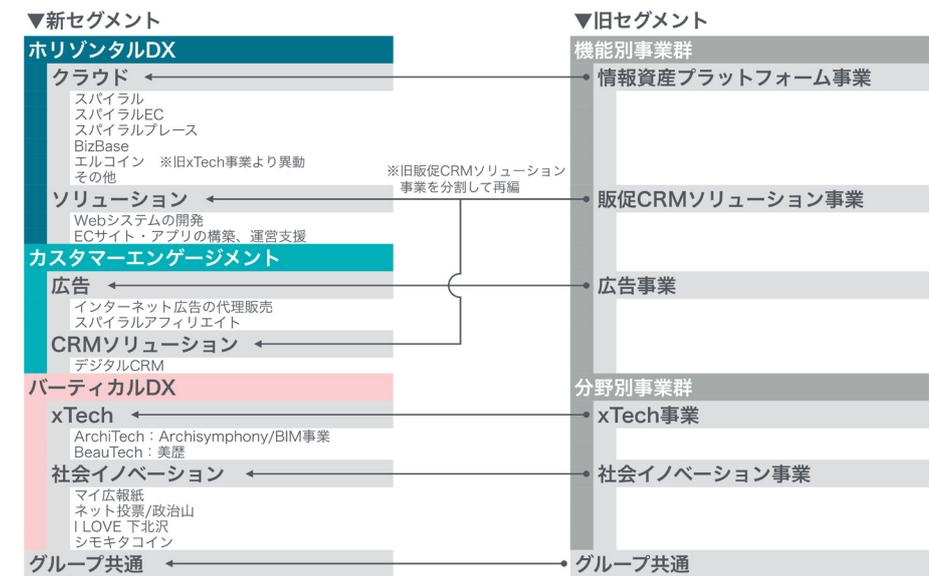
中長期の成長戦略

(3) セグメント変更

同社では、グループの成長の方向性をより明確にするために、2022年2月期から事業セグメントを下記のように変更することを発表している。

具体的には、今までの販促 CRM ソリューション事業を分割し、ソリューションを提供する部分を情報資産プラットフォーム事業（クラウド）と合わせて「ホリゾンタル DX」セグメントとし、様々な顧客に幅広いソリューションを提供する。また、その他の販促 CRM ソリューション事業部門と広告事業を融合させ、新たに「カスタマーエンゲージメント」セグメントとする。この部門は顧客と深く付き合うことが要求されるため、これらを融合することでより効率的に事業を推進する。また従来の分野別事業群は、業種・業界に特化したソリューションであるため、名称を「パーティカル DX」セグメントと変更する。

セグメント変更

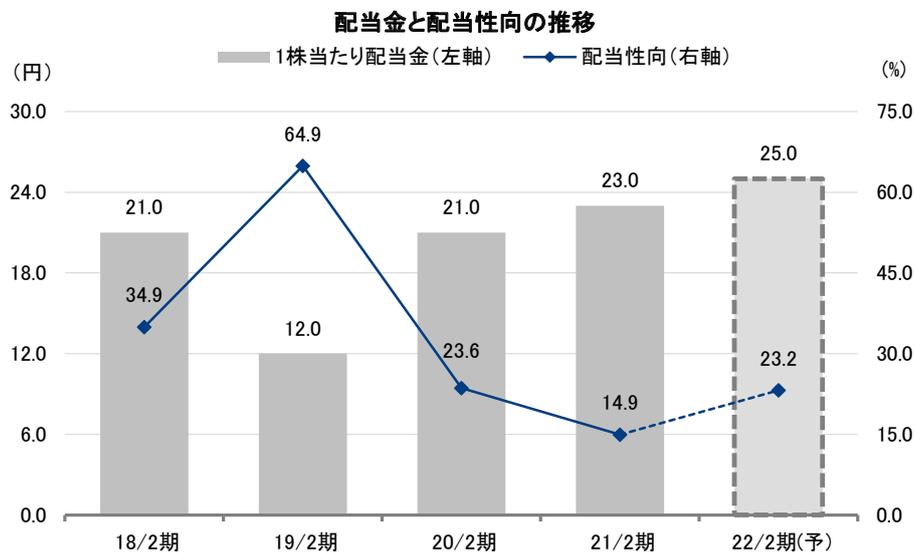


出所：決算補足資料より掲載

■ 株主還元策

2022年2月期は年間25.0円配当、配当性向23.2%を予定

同社は株主還元策として配当性向30%を掲げており、2020年2月期には年間21.0円の配当を実施した。2021年2月期については、コロナ禍の影響で当初は未定としていたものの、最終的には年間23.0円配当を行った。2022年2月期については、現時点で年間25.0円（中間11.0円、期末14.0円）の配当、配当性向は23.2%を予定している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp