

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ポート

7047 東証マザーズ・福証 Q-Board

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年12月13日(月)

執筆：客員アナリスト

石津大希

FISCO Ltd. Analyst **Daiki Ishizu**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022年3月期第2四半期累計業績の概要	01
2. 2022年3月期業績の見通し	01
3. 中長期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業概要	04
■ 業績動向	05
1. 2022年3月期第2四半期累計業績の概要	05
2. 財務状況と財務指標	07
■ 今後の見通し	09
1. 2022年3月期業績の見通し	09
2. 領域別の戦術	10
■ 中長期の成長戦略	11
1. 成長戦略及び中期経営計画	11
2. 中期経営計画の進捗	14
■ 株主還元策	16

要約

収益力の改善により投資コストを吸収し、各利益は計画を上回る進捗

ポート<7047>はインターネットメディアを複数運営している。メディアのジャンルは多岐にわたるが、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」の3つの領域を主力としつつ、既存事業とのシナジーも期待できる新規領域として、自治体向けや医療系などのメディアの開発・育成のほか、2021年11月にはエネルギー領域へ本格参入し事業展開を開始した。

1. 2022年3月期第2四半期累計業績の概要

2022年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上収益が2,914百万円(前年同期比58.3%増)、EBITDA^{※1}が221百万円(同55.0%増)、営業利益が123百万円(同71.7%増)、税引前利益が105百万円(同105.5%増)、親会社の所有者に帰属する四半期利益が57百万円(同38.8%増)となった^{※2}。就職・カードローン領域がけん引し、第2四半期(2021年7月～9月。以下、当四半期)及び第2四半期累計で過去最高売上を更新したほか、EBITDA・営業利益は計画を上回って着地した。加えて、事業拡大に向けて広告宣伝費や人件費などの投資を戦略的に継続しているものの、全指標前年同期比で増益となった。

^{※1} EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

^{※2} 2022年3月期第1四半期よりIFRSへ移行していること、前年同期は非連結であることから、前年同期比は参考値。

2. 2022年3月期業績の見通し

2022年3月期の連結業績見通しについては、2021年11月12日に連結業績予想の上方修正を発表した。売上収益は期初レンジ予想を据え置き7,000～7,500百万円(前期比48.8%増～59.4%増)、EBITDAは700～900百万円(前回予想から下限値が200百万円増)、営業利益は550～700百万円(同150百万円増)、税引前利益が550～700百万円(同150百万円増)、親会社の所有者に帰属する当期利益が400～500百万円(同100百万円増)としている。各利益の上方修正の要因として、就職領域では就活生の7割以上となる会員数を基盤に送客、人材紹介とも順調に推移したこと、カードローン領域では2021年3月前期第4四半期において戦略的に実行した広告宣伝効果やアライアンス効果、広告効率を重視した運用もあり好調に推移したことが挙げられる。この結果、売上収益はほぼ計画通りの進捗に対して、収益力の改善により投資コストを吸収し、各利益において計画を上回る進捗となっていることから上方修正に至った。

なお、2021年11月に(株)INEを子会社化し、エネルギー領域へ本格参入した。INEの2021年3月期実績は売上高が前期比38%増の3,299百万円、営業利益が592百万円、当期純利益が402百万円、EBIDAが593百万円、EBITDAマージンが18%である。2022年3月期も増収増益見込みであることから、今後の同社への業績寄与についても期待できる。なお、2022年3月期第4四半期より連結される予定であるが、2022年3月期業績への影響は現在精査中であり、判明次第公表するとしている。

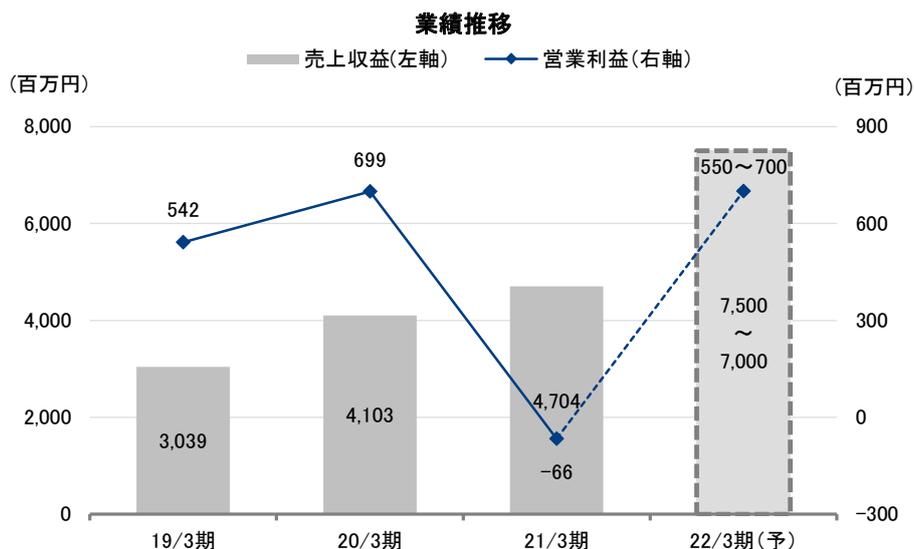
要約

3. 中長期成長戦略

課題先進国と呼ばれる日本で同社は、主に離職率、過疎化、生活習慣病などの社会課題に対してサービス開発を行ってきた。そのなかで同社は、より大きな社会課題を解決していくためには「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」の3つのアセットが必要であると考え、非日常領域のマッチング DX に基づいた取り組みによってこれら3つの基盤を蓄積する戦略を描いた。具体的には、「販促活動のデジタル化」によって意思決定支援をすることでユーザーとサプライヤーのマッチングを最適化し、各領域の「サプライチェーンの最適化」を推進する。一方で同社は、マッチング最大化による高い売上高成長を実現するために、「コンテンツ投資（会員数拡大）」「アカウント投資（顧客数拡大）」「システム投資（マッチング数拡大）」の3種類への積極投資を行っている。2022年3月期第2四半期累計業績は過去最高売上を更新するなど順調に進捗していることもあり、積極的な投資を継続しているものの EBITDA 及び営業利益は計画を上回って推移していること、エネルギー領域で業績寄与度の大きな INE の子会社化も予定していることから、中期経営計画達成の蓋然性は高まってきたと言える。

Key Points

- ・「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションに、インターネットメディア事業を展開
- ・2022年3月期第2四半期累計業績は就職・カードローン領域がけん引し、第2四半期累計で過去最高売上を更新、EBITDA・営業利益は計画を上回って着地
- ・2022年3月期業績は収益力の改善により投資コストを吸収し、各利益は計画を上回る進捗であることから、EBITDA 以下の各利益を上方修正
- ・「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」のアセット蓄積と非日常領域のマッチング DX により、社会課題の解決を目指す



注：21/3 期 2Q より連結決算。22/3 期の業績予想はレンジ予想のため、グラフは上限値を表記。22/3 期より IFRS へ移行

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションに、インターネットメディア事業を展開

1. 会社概要

同社はインターネットメディアを複数運営している。メディアのジャンルは多岐にわたるが、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」の3つの領域を主力としつつ、既存事業とのシナジーも期待できる新規領域として、自治体向けや医療系などのメディアの開発・育成のほか、2021年11月にはエネルギー領域へ本格参入し事業展開を開始した。現代表取締役社長の春日博文（かすがひろふみ）氏は大学在籍中から企業の採用を支援しており、2011年4月、大学卒業と同時に同社（旧（株）ソーシャルリクルーティング）を設立した。その後、資金調達や新メディアの開発・運用、業績拡大を経て、2018年12月に東京証券取引所マザーズ市場及び福岡証券取引所Q-Boardに上場した。

同社は「世界中に、アタリマエとシアワセを。」をコーポレート・ミッションとして掲げ、幅広い分野での社会問題の解決を目指している。具体的には、社会課題領域を前提として、あらゆるサービスに対して、ユーザー側の問題を「非日常領域」、サプライヤー側の問題を「デジタル化遅延領域」とそれぞれ捉えている。「非日常領域」とは、ユーザー側で知識や経験の蓄積が不十分なためにサプライヤー側との情報格差が大きくなり、ユーザーだけでは意思決定が難しい領域のことである。同社の主力領域でいえば、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」が該当する。これらは、一般個人では知識・経験が乏しいために情報収集の仕方や価格の目安、業者の選び方などがわからず、意思決定が困難な領域である。一方で「デジタル化遅延領域」とは、デジタル化が進んでいないためにサービスのマーケティングから契約手続きまでの一連の流れが非効率となっている領域のことである。同社はこの「非日常領域」「デジタル化遅延領域」の重なる部分を重点アプローチ領域と捉え、マッチングDXをコンセプトにユーザーとサプライヤーの効率的なマッチングを提供している。

同社の経営方針



出所：会社紹介資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

2. 事業概要

同社は、インターネットメディアの運営を通じてユーザーとサプライヤーのマッチングサービスを提供している。送客手数料を収入源とし、「就職領域」「リフォーム領域」「カードローン領域」「エネルギー領域」の4つのサービス領域からなる。

事業全般に共通する強みとして、「ストック型のコンテンツマーケティングモデルである」ことが挙げられる。同社は流行に左右されづらいコンテンツ（就活におけるマナー解説記事など）に厳選してビジネスを展開しているため、長期間にわたってコンテンツが陳腐化せず、積み上げにより資産化したコンテンツをもとに安定したアクセスを獲得している。また、ユーザーを会員化することで行動データを蓄積・分析し、それを効率的に活用することで送客時に高単価な成果報酬を得ることができている。

主要3領域の概要については、以下のとおりである。

(1) 就職領域

就職領域では、就職活動生向けに役立つ情報を提供するメディアを運営している。具体的には、就活ノウハウを提供する「キャリアパーク!」、企業の口コミを提供する「就活会議」、就活生と企業のマッチングを支援する「キャリアパーク!就職エージェント」などがある。特徴としては、就職活動におけるあらゆる段階（情報収集やイベント参加、入社試験など）で必要とされる情報を、複数メディアを網羅して提供している点が挙げられる。同社は、メディアを通じて人材会社や求人企業にユーザーを送客することで手数料を受け取る。KPIは、送客予算、人材紹介数、マッチング担当者数、会員数などである。

(2) リフォーム領域

リフォーム領域では、住宅の外壁塗装に関する情報を専門メディア「外壁塗装の窓口」にて提供している。運営主体は、同社が2020年7月末に買収した(株)ドアーズである。「外壁塗装の窓口」では住所や延床面積、予算などからユーザーに合った外壁塗装業者を探すことができる。充実した情報をもとにユーザーを集め、施工業者とマッチングさせることで、同社は送客手数料を得る。KPIは、ユーザーの問い合わせ数、送客数、成約契約数、施工業者の累計加盟店数などである。

(3) カードローン領域

カードローン領域では、専門家監修の記事や口コミなど、カードローン利用における役立つ情報を運営メディア「マネット(カードローン)」にて提供している。そのほか、エキサイト(株)や大手消費者金融が運営しているメディアも共同運営(同社は記事執筆)している。お金に関する悩みを抱えたユーザーが各メディアにて情報収集し、大手消費者金融機関など各事業者に申し込むことで、同社は送客手数料を受け取る。KPIは送客数などである。

(4) エネルギー領域

同社は2021年11月にINEを子会社化し、エネルギー領域へ本格参入した。INEは、ユーザーと電力事業者の国内最大規模のマッチングDXカンパニーで、「エネチヨイス」「引越し手続きドットコム」等のマッチングDXメディアを運営している。Webとリアルの集客経路を持つインサイドセールス、取次の完全内製による高いマッチング率が強みである。同社とINEそれぞれのノウハウ、アセットを活用しシナジーを創出し、成長市場でのシェア拡大によってエネルギー事業を第4の柱にすることを旨とする。なお、エネルギー事業のKPIは取次件数などを想定している。

業績動向

就職・カードローン領域がけん引し、 第2四半期累計で過去最高売上を更新、 EBITDA・営業利益は計画を上回って着地

1. 2022年3月期第2四半期累計業績の概要

2022年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上収益が2,914百万円（前年同期比58.3%増）、調整後EBITDA※が599百万円（同76%増）、EBITDAが221百万円（同55.0%増）、営業利益が123百万円（同71.7%増）、税引前利益が105百万円（同105.5%増）、親会社の所有者に帰属する四半期利益が57百万円（同38.8%増）となった。就職・カードローン領域がけん引し、当四半期及び第2四半期累計で過去最高売上を更新したほか、EBITDA・営業利益は計画を上回って着地した。加えて、事業拡大に向けて広告宣伝費や人件費などの投資を戦略的に継続しているものの、全指標前年同期比で増益となった。

※ 調整後 EBITDA=EBITDA + アカウント投資 + コンテンツ投資 + システム投資。同社は投資資産化の特性が強く、投資額は期によって増減があることから、投資額の影響を除いて平準化された収益として調整後 EBITDA を設定し、重要指標としている。

2022年3月期第2四半期累計の連結業績（IFRS）

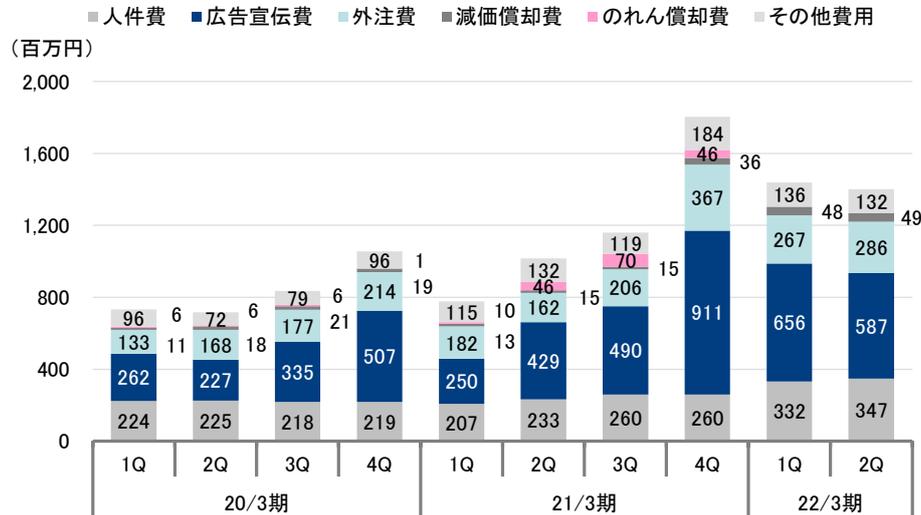
（単位：百万円）

	21/3 期 2Q 累計		計画	22/3 期 2Q 累計			前年同期比
	実績	売上収益比		実績	売上収益比	計画比	
売上収益	1,841	100.0%	2,934	2,914	100.0%	99.3%	58.3%
EBITDA	143	7.8%	37	221	7.6%	592%	55.0%
営業利益	71	3.9%	-69	123	4.2%	-	71.7%
税引前利益	51	2.8%	-	105	3.6%	-	105.5%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	41	2.2%	-	57	2.0%	-	38.8%

注：22/3 期 1Q より IFRS に移行していることから、前年同期比は参考値
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

営業費用の推移



注：21/3期以前は日本基準、22/3期以降はIFRS
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

各領域の業績については、以下のとおりである。

(1) 就職領域

売上収益は565百万円（前年同期比59.6%増）、事業利益は人員増強及びコンテンツ投資により267百万円（同30.9%増）となった。2022年3月期第2四半期上期累計の成長率としては、KPIである送客予算が115%、人材紹介数が69%と計画通りに進捗した。送客先拡充のための業務提携も進めており、一例を挙げると、チェンジ<3962>と資本業務提携を締結し、地方の雇用課題解決のための取り組みを開始したほか、全国約4,000社の中堅、中小規模の人材紹介会社とのネットワークを保有するキャリアバンク<4834>や（株）アクセスネクステージとの業務提携も行った。

(2) リフォーム領域

売上収益は282百万円（前年同期比14.2%増※）、事業利益は44百万円※となった。KPIである成約契約数は当四半期に四半期最高の件数となったほか、累計加盟店舗数も4,236社（2021年9月末時点）と好調に推移したものの、依然として送客先の不足等により計画上是軟調に推移した。トピックスとしては、不動産関連事業を手掛ける（株）ヤマダホームズ及びホームセンター経営及びリフォーム事業を展開する（株）カインズへの送客が決定したほか、（株）マッチングジャパンとの資本業務提携締結により、シナジー創出に向けた各種取り組みを開始した。そのほか、成約支援に向けたDXプロジェクトも本格稼働しており、成約向上に寄与している。

※ 2020年8月から連結化のため、売上収益の前年同期比は参考値、事業利益の前年同期比較はない。

業績動向

(3) カードローン領域

売上収益は481百万円（前年同期比34.7%増）と年間成長率のレンジ内の成長を実現、事業利益は89百万円（同134.2%増）となった。2022年3月期第2四半期上期累計の成長率としては、KPIである送客数が52%と年間計画の成長率を大きく上回って推移している。このほかアライアンスメディアも好調で、事業利益率が改善傾向にある。また、オウンドメディア開発や相互送客のための業務提携を発表し、各種送客を開始している。一例を挙げると、個人事業主や中小企業向けに在庫流動化支援を展開するオークファン<3674>との業務提携により、オークファンのサービスを利用する個人事業主や中小企業向けにファイナンス情報を提供すべくメディアを共同運営するほか、アイフル<8515>グループのアイフルビジネスファイナンス（株）との業務提携により、オウンドメディア開発及び相互送客を開始している。

(4) 新規・その他領域

売上収益は161百万円（前年同期比17.4%減）、事業利益は13百万円（同78.7%減）となった。フリーランス支援サービスは順調に推移したものの、新規メディアが軟調に推移した。

短期的な財務懸念はなし。親会社所有者帰属持分比率も改善し、負債の活用しやすさはさらに向上

2. 財務状況と財務指標

2022年3月期第2四半期末の資産合計は前期末比77百万円減少の6,678百万円となった。流動資産は16百万円減少し、3,763百万円となった。主な要因は、現金及び現金同等物が272百万円増加した一方で、営業債権及びその他の債権が103百万円、その他の金融資産が161百万円減少したことによる。非流動資産は60百万円減少し、2,915百万円となった。主な要因は、使用権資産が52百万円減少したことによる。一方で、流動負債が161百万円減少したことにより、負債合計は同349百万円減の4,383百万円となった。資本合計は、同272百万円増の2,294百万円となった。

経営指標については、流動比率が前期末比14.2ポイント上昇の193.9%であることから、短期的な財務懸念はないと弊社では見ている。また、親会社所有者帰属持分比率は同4.5ポイント上昇の34.4%となった。なお、INE子会社化後の親会社所有者帰属持分比率は、23.0%※を想定している。同社は、M&Aに関するリリース内でも積極的な負債活用を掲げていることから、現状の資本構成は方針に沿った展開であると言える。

※対象会社2021年6月末時点での数値を加算したイメージであり、精緻にPPAや同社連結対象として算出した数値ではない。

業績動向

連結財政状態計算書及び経営指標

(単位：百万円)

	21/3 期末	22/3 期 2Q 末	増減
流動資産	3,780	3,763	-16
非流動資産	2,975	2,915	-60
資産合計	6,755	6,678	-77
流動負債	2,103	1,941	-161
非流動負債	2,630	2,442	-187
負債合計	4,733	4,383	-349
資本合計	2,022	2,294	272
(経営指標)			
流動比率	179.7%	193.9%	14.2pt
親会社所有者帰属持分比率	29.9%	34.4%	4.5pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、のれんについて同社は、就職領域の足元の業績は M&A 時の計画以上に推移しているほか、リフォーム領域は計画上軟調に推移しているものの、第 2 四半期から回復基調にあり、第 3 四半期以降はさらなる伸長を目指す戦略を実行する方針である。なお、INE の子会社化により、のれん / 自己資本倍率は一時的に増加するものの、営業キャッシュ・フロー増加で対応していく方針だ。これらの状況から今後の見通しは順調であり、中長期的な業績貢献が期待できる。

のれんに対する評価



※1：「就活会議株式会社」が運営
 ※2：「株式会社ドアーズ」が運営
 単位：百万円

出所：決算説明資料より掲載

■ 今後の見通し

収益力の改善により投資コストを吸収し、各利益は計画を上回る進捗であることから、EBITDA 以下の各利益を上方修正

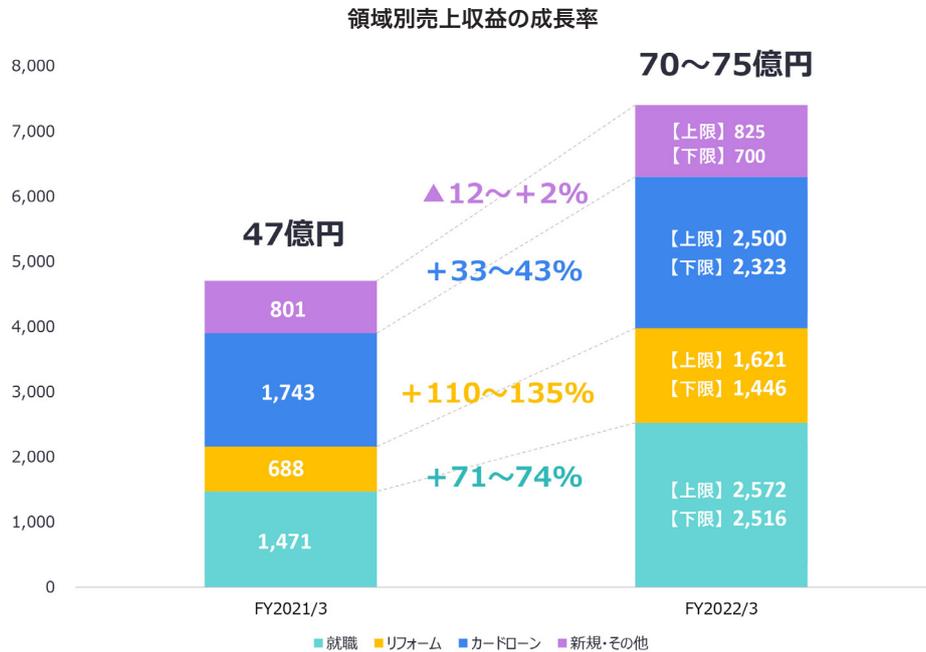
1. 2022年3月期業績の見通し

2022年3月期については、2021年11月に連結業績予想の上方修正を発表した。売上収益は期初レンジ予想を据え置き7,000～7,500百万円（前期比48.8%増～59.4%増）、EBITDAは700～900百万円（前回予想から下限値が200百万円増）、営業利益は550～700百万円（同150百万円増）、税引前利益が550～700百万円（同150百万円増）、親会社の所有者に帰属する当期利益が400～500百万円（同100百万円増）としている。各利益の上方修正の要因として、就職領域では就活生の7割以上となる会員数を基盤に送客、人材紹介とも順調に推移したこと、カードローン領域では2021年3月期第4四半期に戦略的に実行した広告宣伝効果やアライアンス効果、広告効率を重視した運用もあり好調に推移したことが挙げられる。この結果、売上収益はほぼ計画通りの進捗に対して、収益力の改善により投資コストを吸収し、各利益において計画を上回る進捗となっていることから上方修正に至った。

また、同社は2021年11月にINEを子会社化し、エネルギー領域へ本格参入した。INEの2021年3月期実績は売上高が前期比38%増の3,299百万円、営業利益が592百万円、当期純利益が402百万円、EBIDAが593百万円である。同社では、INEの子会社化による業績インパクトとして、売上収益が44～47%増※の10,290～10,790百万円、EBITDAが65～84%増※の1,290～1,490百万円、営業利益が84～107%増※の1,140～1,290百万円、EPSは41～51%の増加を想定している。今後のシナジーが加わることで、同社の成長性はさらに高まると弊社では見ている。なお、2022年3月期第4四半期より連結される予定であるが、2022年3月期業績への影響は現在精査中であり、判明次第公表するとしている。

※同社の2022年3月期業績予想とINE前期実績を単純合算した実力値イメージ。

今後の見通し



2. 領域別の戦術

(1) 就職領域

2022年3月期の売上収益は、2,516～2,572百万円（前期比71.0%増～74.8%増）を見込んでいます。人材会社のイベントや求人企業の説明会などへの送客については会員を十分獲得できているため、送客では、送客予算獲得と予算消化率※アップが重点ポイントとなり、人材紹介では、紹介先の拡充や組織規模の拡大が重要な戦術となる。なお、既述のとおり就活生の7割以上となる会員数を基盤に送客、紹介とも順調に推移しており、第3四半期以降においても引き続き順調な業績を見込んでいます。

※ 同社では消化率を「獲得した企業の予算枠に対して、送客（予算消化）できた割合」としている。

(2) リフォーム領域

2022年3月期の売上収益は、1,446～1,621百万円（前期比43.0%増～60.3%増※）、成約契約数は同41%～56%増を目標としている。売上収益は、会員を顧客（加盟店）に紹介した際に発生する送客売上と施工完了後の成約売上に分解される。売上総和を高めるうえで重要なのは送客売上であり、そのためには1会員あたりに紹介できる施工会社数の増加（送客先加盟店の獲得）が重要ポイントとなる。なお、期初計画に対して業績は若干軟調に推移しているものの、課題については明確に把握できているため、販管費を抑制することなく改善に向けて効果的な投資活動方針を強化し、取り組んでいくとしている。

※ 年間売上対比による数値。

今後の見通し

(3) カードローン領域

2022年3月期の売上収益は2,323～2,500百万円（前期比33.3%増～43.4%増）を見込んでいる。また、第1四半期と比較すると第2四半期以降は顧客予算抑制が見込まれるものの、効率重視の運営により、事業利益は順調な推移を見込んでいる。

(4) エネルギー領域

2022年3月期の具体的な数値目標は公表されていないものの、2022年3月期第4四半期からINEが連結化されることなどから、主要領域として成長していくことが期待できる。

(5) 新規・その他領域

2022年3月期の売上収益は700～825百万円（前期比12.6%減～3.0%増）を見込んでいる。フリーランス支援サービスのさらなる成長のほか、業務提携の効果による伸長を見込んでいる。

■ 中長期の成長戦略

「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」のアセット蓄積と非日常領域のマッチングDXにより、社会課題の解決を目指す

1. 成長戦略及び中期経営計画

同社はこれまで離職率や過疎化、生活習慣病などの社会課題に対してサービス開発を行ってきたが、より大きな社会課題を解決していくためには「ユーザー基盤」「投資資本」「顧客基盤」の3つのアセットが必要であると考え、ユーザーにノウハウが蓄積されづらい非日常領域のマッチングDXに基づいた取り組みをベースとした3ヶ年中期経営計画（2021年3月期から2023年3月期）を策定した。

マッチングビジネスによるアセット



出所：成長戦略及び中期経営計画より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中長期の成長戦略

(1) 販促活動のデジタル化

「販促活動のデジタル化」について同社は、情報収集から契約までの流れが人や書籍などに依存しデジタル化されていない領域に対し、プロセスの最初から最後までを一気通貫してデジタル化していくことと定義しており、「販促活動のデジタル化」によってユーザーと顧客企業とのマッチング最適化を目指している。具体的には、領域シェアの拡大（既存領域内でのシェア拡大）、新領域への展開（同じビジネスモデルで類似領域への参入）、クロスセルによる利益最大化（領域横断でのクロスセル実現）、の3方向展開により実現していく。

a) 領域シェアの拡大

同社の強みである「集客」「会員化」「マッチング最適化」「顧客資産」を強化することで、さらなる収益拡大を目指す。同社は流行性が低く、ユーザー体験が少ない領域でビジネス展開しているため、コンテンツは流行に左右されず、長期間にわたってコンテンツが陳腐化せず、安定したアクセスを獲得できる。このため「集客」として、潜在的にアプローチできるコンテンツをストックすることで安定したアクセスを実現していく。また同社は、専門家監修の質の高いコンテンツとユーザーインセンティブという特長を持つ。この良質なコンテンツにより、初心者や潜在層に向けたコンテンツまで網羅性を持つことで対象ユーザーのパイを最大化し、顕在層へと「会員化」できる。そして、会員と顧客のマッチング最適化により流通総量を高めマッチングデータを蓄積することで、さらなる「マッチング最適化」を目指す好循環が発生する。なお、同社サービスは完全成果報酬型モデルを採用していることから、送客数に支払いのみとなる。このため、顧客にとっては契約ハードルが低く、高いリピート率を確保でき、これによりマッチング先となる顧客も資産化できる（「顧客資産」）。

b) 新領域への展開

同社は、これからデジタル化が進む領域を新規参入対象市場とし、独自の参入判断基準に当てはまる領域に進出することで再現性を高めている。また、親和性が高い事業を M&A し、同社の強みである各種マーケティングノウハウや事業開発ノウハウ、資産を投下することで、比較的早期にシナジーを発揮することを可能としている。

対象市場の参入基準

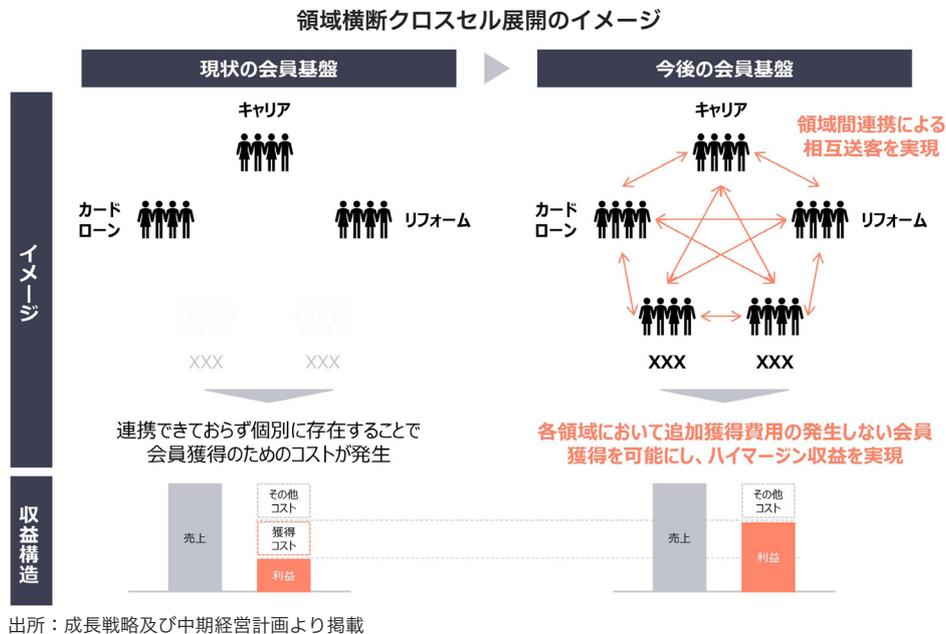
参入基準	就職	カードローン	リフォーム	説明
普遍性が高い	○	○	○	情報の流行性が低く、コンテンツのライフサイクルを長くすることができる領域。
ユーザーの経験頻度が少ない	○	○	○	就職は人生に1回、カードローンやリフォームも人生に何度も経験する領域ではないため、ユーザーに知識が蓄積されないためコンテンツメディアが必要とされる領域。
選択肢が多い（顧客が多い）	○	○	○	ユーザーにとって選択肢が多く、マッチングのミスマッチも起きやすい領域。また、顧客資産を得ることができる。
会員型モデル	○	× 要改善	○	サービスの閲覧から会員化することができる領域。会員化することで、ユーザーの基盤をつくることができる。中期経営計画パートにてカードローン領域の会員型モデルへの対応について説明。
成果報酬型マッチングモデル	○	○	○	当社の得意とする成果報酬型のマッチングモデルを横展開できる領域。

出所：成長戦略及び中期経営計画より掲載

中長期の成長戦略

c) クロスセルによる利益最大化

各領域において獲得したユーザー（会員）基盤を生かして他領域にクロスセル展開をすることで、追加獲得費用の発生しない送客を通じたハイマージン収益の実現を目指している。各領域における会員基盤は強固で、既存の参入領域においても、就職領域では1学年当たり約40万人の会員を獲得、リフォーム領域では2021年3月期に約7万人を獲得している。この結果、成長性を加味しなくてもグループ全体で2025年3月期には約235万人の会員基盤を拡充できる計画となっている。また、INEの子会社化によってクロスセルのさらなる強化が見込まれる。INEの子会社化によって年間67万人が同社グループの会員となるが、エネルギー領域は全人口が対象となるサービスであることから、就職領域及びリフォーム領域からの会員クロスセルが可能となる。一例を挙げると、就職領域の会員に対しては新社会人の転居時の支援、リフォーム領域の会員に対しては戸建てユーザーへの電力や太陽光等の提案などがある。同社は、エネルギー領域へのクロスセルを優先的に実施し、今後はエネルギー領域からのクロスセルを視野に入れる方針だ。



(2) サプライチェーン最適化

同社は、社会課題を根本的に解決するためにはマッチングだけではなくその後のフローにも介入し、産業全体の課題を解決するプロダクトを開発する必要があると考えている。このため、マッチングビジネスで蓄えた顧客ネットワークとユーザーネットワークをベースに、販促活動以外のサプライチェーンについてもDXを推進することで顧客の業務効率化を支援し、結果的にユーザーが最適なサービス提供を受けられる取り組みを進めている。具体的には、販促活動のデジタル化からスタートし、管理機能をすべて取り込むことでデジタルシフトを推進していく。

(3) 数値目標

数値目標としては、最終年度の2023年3月期に連結売上高100億円以上、連結EBITDA20億円以上、調整後連結EBITDA30億円以上を目指しているが、INEの子会社化により、数値目標の達成確度は高まったと言える。

積極投資の継続により、中期経営計画達成の蓋然性が高まる

2. 中期経営計画の進捗

同社はこれまで積極的な投資による高い売上高成長率を経て、利益のJカーブを実現した。2021年3月期から2023年3月期は株主価値最大化（長期的なフリー・キャッシュフローの最大化）に向けた「第2投資フェーズ」と位置付け、業績成長の加速を目指している。

同社のビジネスモデルはマッチングプラットフォームを軸としており、マッチング総数（会員数、顧客数及びそれぞれの総量）の増加が売上高成長のキードライバーとなる。マッチング最大化による高い売上高成長を実現するために、同社では「コンテンツ投資（会員数拡大）」「アカウント投資（顧客数拡大）」「システム投資（マッチング数拡大）」の3種類への積極投資を行っている。当四半期は第1四半期と同規模の190百万円の投資を実行しており、引き続き投資を拡大する方針を掲げている。なお、当四半期では、カードローン領域のアライアンスメディアのコンテンツ生成やリフォーム領域のシステム開発を中心に投資を実行している。過去最高売上を更新するなど順調に進捗していることもあり、積極的な投資を継続しているもののEBITDA及び営業利益は計画を上回って推移していること、エネルギー領域で業績寄与度の大きなINEの子会社化も予定していることから、中期経営計画達成の蓋然性は高まってきたと言える。

中期経営計画の投資進捗

投資種別	投資額 2022年3月期 2Q	投資額 2022年3月期 上期累計	投資内容
コンテンツ投資	33百万円	65百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 動画コンテンツの生成（就職領域） ・ オンライン学習コンテンツの生成（就職領域） ・ 就職診断コンテンツの生成（就職領域） ・ オリジナルコンテンツの生成（リフォーム領域） ・ アライアンスメディアのコンテンツの生成（カードローン領域） ・ 共同サービスの開発（就職領域） ・ 書籍出版（リフォーム領域）
アカウント投資	36百万円	72百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規顧客開拓（就職・リフォーム領域） ・ 新商流のR&D（就職・リフォーム領域）
マッチングシステム投資	120百万円	240百万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ マッチングオペレーションのための人員強化（就職領域） ・ 費用削減のためのツール開発（就職領域） ・ 売上向上のためのツール開発（カードローン領域） ・ マッチング効率の改善（リフォーム・カードローン領域） ・ 加盟店向け販売管理システムの開発（リフォーム領域） ・ クロスセルのオペレーションシステムの構築（リフォーム領域）

注：ハイライト部分は2022年3月期第2四半期から投資を開始した内容
出所：決算説明資料より掲載

(1) 就職領域

会員数50万人、顧客資産5,000社を突破することで、toC向けメディアナンバーワンを目指している。そのための戦略としては、ユーザーが求めるコンテンツ拡充へ積極投資を実行することで独自サービスブランドの確立を目指すほか、顧客資産を全国に増加することで通年型新卒求人契約数トップを目指す。加えて、マッチングシステムへの積極投資により1to1マーケティングシステムを実装し、会員1人当たりアクション回数を増加させることで、就職活動のプラットフォームとしてのサービス価値を高めていく。

中長期の成長戦略

そのほか、2021年11月には、次世代のマッチングサービスとして、メタバース※を活用したマッチング DX 事業の実証実験を開始した。ワークスタイルが多様化する昨今、メタバースを1つの「働く場所」として活用する例が増えてきているが、働く場所の変化は採用活動の変化も促進すると考え、主要領域の1つである就職領域との親和性を検証する実証実験を開始した。さらに12月には、AIソリューション事業を展開しているオプティメース(株)と資本業務提携を締結し、AIを活用した面接診断サービスを共同開発することを発表した。今後も就職関連イベント(就職相談イベントやバーチャル合同説明会)等のサービス開発について検討していくとしている。

※「meta」(超越、高次の)と「universe」(宇宙)を組み合わせた造語。オンライン上でアバター等を使用して人々が活動できる仮想空間を意味する。

(2) リフォーム領域

同社ノウハウのチューニングとサービスラインナップの拡充により、流通総額(同社サービス経由での総工事金額)100億円を目指している。そのための戦略としては、同社がこれまで培ってきた強み・ノウハウを注入し広告効果の改善やコンテンツ拡充などを進めることで、マッチング効率及び収益性を向上させるほか、全国規模の顧客基盤の獲得、サービス提供範囲の拡大を推進している。

(3) カードローン領域

アライアンス、マッチング投資で競合優位性を高め、業界最大手クラスを目指している。そのための戦略としては、アライアンス戦略による市場シェアの拡大、システム投資によるマッチング効率改善を推進している。

(4) エネルギー領域

INEの子会社化については、同社のエネルギー領域の中核事業として事業拡大を進めていく方針だ。短期的にはシナジーによるバリューアップを、中長期的には領域ナンバーワンへ向けての成長投資を推進する。なお、短期戦略について具体的には、コンテンツ投資等の集客チャネル拡大、広告改善による収益効率向上、会員クロスセルによる収益機会拡大、法人向けSaaSによるARR最大化、組織拡大による成長スピードの加速がある。また、長期戦略について具体的には、ユーザー向け省エネ・スマートホーム化等に寄与するプロダクトの開発、送配電・発電事業者のサプライチェーン支援、再エネ創出量増大にむけた発電事業等の自社プロダクトの開発を挙げている。

(5) 新規・その他領域

新領域への参入と革新的イノベーションの創出を目指している。そのための戦略としては、ドアーズと同規模またはそれ以上のM&Aを複数実施するほか、新たなビジネスモデルの研究開発を続けていく。

■ 株主還元策

投資フェーズのため目先の配当はないものの、 収益性向上が顕著であることから、将来的には株主還元の可能性も

同社は2018年の上場以来、配当を実施していない。当面は積極的に事業に投資するほか、M&Aなども計画していることから、利益を還元せず内部留保することは適切な方針と弊社では評価できる。ただ、2022年3月期第2四半期末で各利益が黒字となるなど収益性が向上するなか、中長期的には利益のさらなる積み上げが予想されることから、将来的には株主還元が実施される可能性も高いと弊社では予想している。

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