

|| 企業調査レポート ||

Appier Group

4180 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年3月30日(月)

執筆：客員アナリスト

渡邊俊輔

FISCO Ltd. Analyst **Shunsuke Watanabe**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年12月期の業績概要	01
2. 2026年12月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	03
1. ビジネスモデル(ファネル起点)	03
2. 競争優位性	04
3. 収益構造(モデル、利益構造)	05
■ 業績動向	05
1. 2025年12月期の業績概要	05
2. 業種別売上	06
3. 重要指標の推移	06
4. 財務状況と経営指標	07
5. キャッシュ・フローの状況	08
■ 今後の見通し	08
■ 中長期の成長戦略	09
1. 2027年12月期の財務目標	09
2. 成長戦略	09
■ 株主還元策	10

要約

2025年12月期は増収増益、2026年12月期も大幅な増収増益を見込む

Appier Group (エイピア・グループ) <4180>は、自律型AIプラットフォームにより企業のマーケティングを支援するAgentic AI as a Service (“AaaS”)※企業である。AIを活用した高精度な予測による顧客ターゲティング・エンゲージメント及びマーケティング予算のリアルタイムでの配分最適化等で顧客の投資対効果 (ROI) を最大化させている。独自の強みは、創業以来蓄積したマーケティング分野に特化したAI技術と、顧客から直接受け入れる非公開のファーストパーティータータを用いた自律型AIモデルの学習にある。売上収益の95%以上が安定的なリカーリング収益で構成され、同社自身もAI活用による社内オペレーションの自動化で高い生産性を実現し、グローバルに成長を続けている。

※ 自律的に判断・実行するAIエージェントを、クラウド経由でサービスとして提供する形態を指す。

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上収益で前期比28.4%増の43,737百万円、営業利益で同50.2%増の2,976百万円、税引前利益で同29.7%増の2,674百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同12.6%減の2,558百万円となった。Eコマースとオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスがけん引し、増収となった。増収の56%を既存顧客が占め、ROI主導のアップセル・クロスセルが進展した。売上総利益率は53.8% (前期比1.5ポイント上昇)、営業利益率は6.8% (同1.0ポイント上昇) へ改善し、収益性も向上した。一方、親会社の所有者に帰属する当期利益は前期の税金費用調整の反動により減益となった。

2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上収益で前期比23.5%増の54,013百万円、営業利益で同44.9%増の4,313百万円、税引前利益で同37.0%増の3,663百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同35.4%増の3,463百万円と、増収増益の見通しである。売上収益は、引き続きEコマースとオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスにおいて、既存顧客との取引拡大と新規顧客獲得を推進し、地域と業種の拡大を進めることで、過去最高更新を計画している。利益面では、自律型AIモデルの改善を含む技術革新に伴う原価率低減により、売上総利益率は54.5% (前期比0.7ポイント上昇) を見込む。営業利益は、売上収益の拡大に伴うオペレーティング・レバレッジ※の発現により、人件費や研究開発費の増加を吸収し、営業利益率は8.0% (同1.2ポイント上昇) へと改善を伴いつつ、44.9%の増益を見込む。

※ 営業レバレッジ。固定費をどれだけ活用して営業利益を生み出しているかを測定する指標。限界利益÷営業利益で算出する。

要約

3. 成長戦略

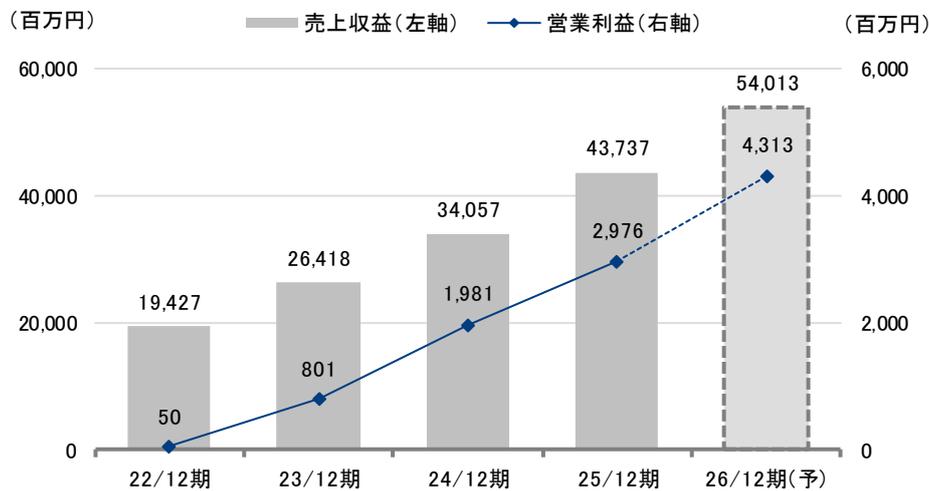
同社は2027年12月期に売上収益70,000百万円以上、営業利益9,000~11,000百万円以上を目標とし、売上拡大と収益性向上を図る。成長戦略は、ファーストパーティデータの高度活用、独自のデータと業種特化・顧客中心型AIモデルの融合を強みとする自律型AIがエンタープライズ顧客のROIを高めることに伴うプラットフォーム利用量の拡大、主要地域である北東アジア（日本・韓国）、米国及びEMEAを軸とする地域展開、Eコマース及びオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスを中心とした業種拡大の4軸で構成される。特に米国及びEMEAでは北東アジアを上回る成長を見込み、地域ポートフォリオの分散を進める。広告クラウドを起点としたフルファンネル※展開によりARPC（顧客1社当たり平均売上収益）向上と顧客基盤拡大を同時に実現し、プロダクトミックス改善を通じて利益率を引き上げる方針である。

※ 顧客が商品やサービスを知り、購入・リピート・継続利用に至るまでの購買プロセス全体を包括的に捉える考え方。

Key Points

- ・ 2025年12月期は増収増益、Eコマースとオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスがけん引
- ・ 2026年12月期も前期比23.5%の増収・44.9%の営業増益を見込む
- ・ 2027年12月期に売上収益70,000百万円、営業利益9,000~11,000百万円以上とする目標

業績推移



出所：有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

自律型AI活用により、顧客のマーケティングROI向上を支援

同社は、自律型AIプラットフォームを活用し企業のマーケティング向けソリューションを提供するAgentic AI as a Service (“AaaS”) 事業を展開する企業である。企業理念として「自律型AIでROIを向上させる」を掲げ、マーケティング予算に対するROI向上を目的に事業を展開している。こうした方針の下、同社はマーケティングファネルの全段階をカバーするAIソリューションを提供している。開発拠点は主に台湾に置きつつグローバルに広げており、販売拠点は全世界で17拠点を展開し、2,111の企業グループにサービスを提供している。

2025年12月期における地域別売上収益構成比は、北東アジア (日本・韓国) が68.0%と最大を占めている。次いで、米国及びEMEAが19.0%、グレーターチャイナが10.7%、東南アジアが2.3%となっている。北東アジアが同社の業績を支える中核市場であるが、米国及びEMEA、グレーターチャイナも一定の比率を占めており、地域ポートフォリオの分散が進展している。

業種別売上構成比は、Eコマースが59%、デジタルコンテンツが23%、その他インターネットサービスが10%、消費財ブランド及び金融サービスが8%であった。前期の構成比 (Eコマース51%、デジタルコンテンツ37%、その他インターネットサービス8%、消費財ブランド及び金融サービス4%) と比較すると、ポートフォリオの最適化が進展している。デジタルコンテンツへの依存度が低下した一方、Eコマースをはじめとする他業種の比率が上昇したことで、ポートフォリオの分散が進展した。

■ 事業概要

AIネイティブの設計が競争優位性の源泉

1. ビジネスモデル (ファネル起点)

同社は、自律型AIによる高精度な予測による顧客のターゲティング・エンゲージメント、マーケティング予算のリアルタイムでの配分最適化等を活用し、企業のマーケティング予算に対するROI向上を支援している。従来の属性ベースの手動での顧客セグメンテーションに代わり、AIを用いてターゲティング精度を高めることで広告配信の無駄を抑制し、生涯価値 (LTV) の高いユーザーを獲得するだけでなく、既存顧客の興味・関心・行動を予測して質の高いエンゲージメント及び取引額の拡大を実現している。

同社のAIソリューションは、マーケティングファネルの全段階を網羅する「広告クラウド」「パーソナライゼーションクラウド」「データクラウド」の3つのクラウドで構成される。これらプロダクト群を統合モデルとして連携させることで、データの収集から将来行動の予測に至る全工程をAIにより最適化している点が最大の特徴である。

事業概要

具体的には、「広告クラウド」が潜在ユーザーの予測及び獲得を担い、新規ユーザーを獲得する「CrossX (クロスエックス)」と、広告クリエイティブの自動生成を担う「AdCreative.ai」を軸に展開している。「パーソナライゼーションクラウド」では、既存ユーザーの維持及び関係構築を担う。ユーザーエンゲージメントを強化する「AIQUA (アイコア)」や、会話型エンゲージメントを実行するセールスポット「BotBonnie (ボットボニー)」を提供するほか、取引の実行段階では「AiDeal (アイディール)」がインセンティブの最適化により顧客の収益性を向上させている。ユーザー予測を担う「データクラウド」では、「AIXON (アイソン)」がデータ分析と施策最適化を行い、「AIRIS (アイリス)」がAI搭載の次世代CDP*を通じて顧客企業のデータ統合と活用の高度化を支援している。

* カスタマー・データ・プラットフォームの略。企業が保有する顧客データを統合・整理し、マーケティング施策に活用できる形に整備するための基盤システムのこと。

これらのクラウド及び各プロダクトがファネル横断で相互に連携することで、プラットフォーム内でのデータ循環により同社のAIモデルの学習量が増加することで、施策精度が向上し、アップセル及びプロダクト間のクロスセル拡大を可能にしている。この仕組みが、顧客の投資効率改善と、同社の顧客単価向上を両立させる収益構造の源泉となっている。

商品ラインナップ

クラウド種別	ファネル	商品名	機能	提供開始
広告クラウド	潜在ユーザーの予測及び獲得	CrossX	新規ユーザー獲得	2014年
		AdCreative.ai	広告クリエイティブ自動生成	2025年
パーソナライゼーションクラウド	ユーザーの維持及び関係構築	AIQUA	ユーザーエンゲージメント	2018年
		BotBonnie	会話型エンゲージメント	2021年
		AiDeal	コンバージョン最適化	2019年
データクラウド	ユーザーの予測	AIXON	データサイエンス	2017年
		AIRIS	AI搭載次世代CDP	2022年

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

2. 競争優位性

同社の強みは、創業以来一貫してAIを起点としたプロダクトを開発してきた点にある。SaaS企業の多くが近年既存ソフトウェアにAI機能を追加する形を採るのに対し、同社はAgentic AI as a Service (“AaaS”) 企業として「AIネイティブ」の設計思想を採用している。この構造により、マーケティングに特化し、独自データと業種特化・顧客中心型の自律型AIモデルがエンタープライズ水準の顧客ワークフローへの適応及び信頼性を実現することで、競争優位性を確保している。

AIの精度は「学習データの量・質」と「モデル精度」により規定される。同社の自律型AIモデルは創業から10年以上にわたり、顧客との取引を通じて蓄積された非公開のファーストパーティーデータを学習してきた。Eコマースやオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスなどの主要領域で業界トップ企業との取引を通じてデータを継続的に学習し、自律型AIモデルの高度化・精緻化を継続している。この継続的に蓄積されたデータの学習及びマーケティングに特化したAIモデルは、公開情報を主な学習対象とする汎用AIでは代替が難しく、高い参入障壁となっている。

事業概要

また、単なるデータ統合や可視化にとどまらず、AIによる将来行動予測を起点に施策を最適化する点に独自性があり、業種・顧客の独自データの特性を反映した自律型AIモデルを通じて、マーケティングにおけるROIの最大化に直結する独自のアルゴリズムを構築している。これが、顧客企業が持続的なROI改善を通して継続的にプラットフォーム利用量を拡大させるビジネスモデル拡張を支えている。

3. 収益構造 (モデル、利益構造)

売上収益の95%以上はリカーリング売上で構成されており、2025年12月のARR (年間経常利益) は48,259百万円 (前年同月比33.1%増) と大きく伸長した。その内訳として、売上構成の多くを占める主力の「広告クラウド」は、顧客の広告予算の同社プラットフォームへの配分額を売上収益、広告媒体費及びクラウドサーバー費等を売上原価として計上するモデルである一方、「パーソナライゼーションクラウド」「データクラウド」はユーザー数やトランザクション数等に連動する月額課金型モデルであり、売上総利益率は相対的に高水準である。

こうした利益率の異なるプロダクト間で、「CrossX」を起点としたクロスセルが進展した結果、複数プロダクト利用率は20%を越えるまで拡大している。プロダクト構成の高度化 (プロダクトミックス) が進んだことで、全社売上総利益率を53.8% (前期比1.5ポイント上昇) へと押し上げられている。

費用面では、継続的にオペレーティング・レバレッジが向上している。2025年12月期においては、社内でのAI活用による業務自動化とコスト管理を徹底したこと等により、従業員1人当たり売上総利益額は過去6年で5倍、前年比23%増の8.56百万円と営業生産性が大幅に改善し、既存事業の営業費用の対比売上収益比率は44.7% (為替ニュートラルベースでは42.3%) と前期の47.5%から大幅に改善した。買収会社の営業費用増加を吸収することで、営業利益率は6.8% (同1.0ポイント上昇) へ上昇した。

業績動向

2025年12月期は増収増益、Eコマースとオンライン旅行業がけん引

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の業績は、売上収益で前期比28.4%増の43,737百万円、営業利益で同50.2%増の2,976百万円、税引前利益で同29.7%増の2,674百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で前期の税金費用調整の反動により同12.6%減の2,558百万円となった。

業績動向

売上収益は、コア業種であるEコマースが前期比49%増、オンライン旅行業を含むその他インターネットサービスが同59%増と伸長したことが寄与した。増収の内訳は、既存顧客が56%、新規顧客が44%を占める。Eコマース分野におけるROI主導のアップセルが既存顧客売上を押し上げる一方、オンライン旅行業等の成長業種における新規顧客獲得も進展した。既存・新規のバランスに加え、業種構成の分散が進んでいる。利益面では、アップセルとクロスセルの進展により売上総利益率は53.8%(前期比1.5ポイント上昇)となった。営業利益は、販売及びマーケティング費用や研究開発費の増加はあったものの、売上成長に加え、AI活用による業務自動化を背景とした継続的なオペレーティング・レバレッジの改善により、営業利益率は6.8%(同1.0ポイント上昇)へ改善し、50.2%の増益となった。一方、親会社の所有者に帰属する当期利益は、前期に計上された税金費用調整の反動により減益となった。

2025年12月期の業績

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上収益	34,057	100.0%	43,737	100.0%	9,680	28.4%
売上総利益	17,802	52.3%	23,518	53.8%	5,716	32.1%
営業費用	16,182	47.5%	20,929	47.9%	4,747	29.3%
営業利益	1,981	5.8%	2,976	6.8%	995	50.2%
税引前利益	2,062	6.1%	2,674	6.1%	612	29.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,927	8.6%	2,558	5.8%	-369	-12.6%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 業種別売上

業種別売上構成比は、Eコマースが59%(前期比8ポイント上昇)、デジタルコンテンツが23%(同14ポイント低下)、その他インターネットサービスが10%(同2ポイント上昇)、消費財ブランド及び金融サービスが8%(同4ポイント上昇)となった。主力のEコマースに加えて、オンライン旅行業(その他インターネットサービス)が好調に推移した。一方、デジタルコンテンツは一部のモバイルゲーム顧客向け売上の鈍化に伴い減収となった。

顧客数と1社当たり平均売上収益は2ケタ増加

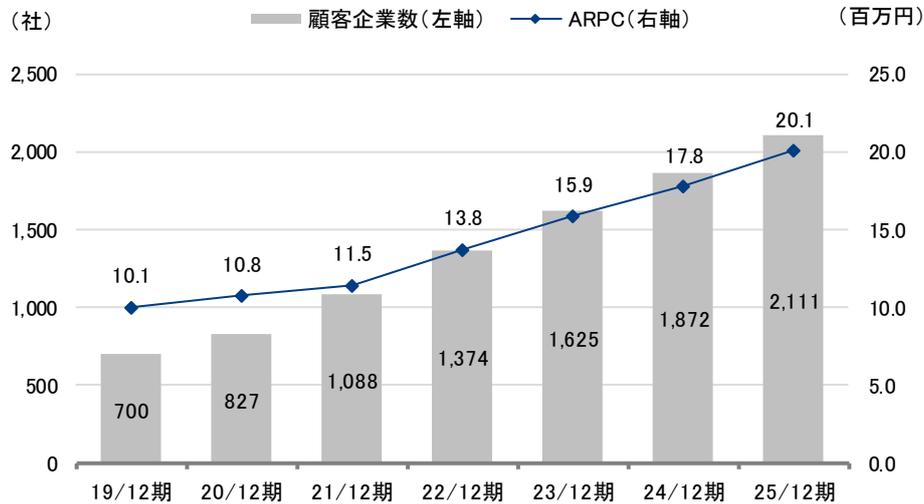
3. 重要指標の推移

(1) 顧客数とARPC

重要指標である顧客数は前期比12.8%増の2,111社、ARPCは同12.9%増の20.1百万円となった。増収の56%は既存顧客によるものであり、ウォレットシェア拡大によるアップセルと、広告クラウドを起点にパーソライゼーションやデータ活用へと利用範囲を拡張するクロスセルの進展が寄与した。顧客基盤の拡大と単価上昇が同時に進行し、売上収益の拡大と営業利益率の上昇につながった。また、2025年12月のARRは48,259百万円(前年同月比33.1%増)となり、ストック型収益の積み上がりが進んだ。売上収益の95%以上がリカーリング売上収益で構成され、収益基盤の安定性は一段と高まっている。

業績動向

顧客企業数とARPC



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 解約率

月次顧客解約率は前期比0.049ポイント低下の0.340%、月次顧客収益解約率は同0.024ポイント上昇の0.316%となり、いずれも低水準で推移している。同社は、精度の高い予測モデルを活用したROI向上を競争優位としており、顧客のマーケティング成果に直結することで継続利用を促進している。大企業顧客では解約率は安定的に推移している。一方、中小規模の顧客では保有データ量が限定的であることから導入効果が相対的に小さくなり、一定程度の解約が発生すると同社は見ている。

事業拡大に伴い資産を拡大しつつ、財務健全性は維持

4. 財務状況と経営指標

2025年12月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比15,860百万円増加の60,497百万円となった。流動資産では、事業拡大に伴い営業債権が4,208百万円、契約資産が1,800百万円、現金及び預金が2,080百万円増加し、非流動資産では、M&Aに伴うのれん及び無形資産が8,011百万円増加したことが主因である。

負債合計は前期末比13,026百万円増加の23,348百万円となった。流動負債では、営業債務が1,976百万円、短期借入金が2,287百万円増加し、非流動負債では長期借入金が5,754百万円増加したことが大きく影響した。結果として有利子負債は長短合計で8,041百万円増加し、9,541百万円となった。

資本合計は前期末比2,834百万円増加の37,149百万円となった。親会社の所有者に帰属する当期利益2,558百万円の計上主因であり、利益剰余金の積み上げが資本増加に寄与した。

安全性指標では、親会社所有者帰属持分比率(自己資本比率)は61.4%(前期比15.5ポイント低下)、流動比率は236.0%(同87.0ポイント低下)となった。有利子負債の増加によりD/Eレシオは0.26倍(同0.21上昇)へ上昇したが、依然として財務の健全性は維持している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。
 Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

5. キャッシュ・フローの状況

2025年12月期の営業活動によるキャッシュ・フローは、3,273百万円の収入となった。主な増加要因は、税引前利益2,674百万円、減価償却費及び無形資産償却費3,875百万円の計上による。一方、売上収益拡大に伴う営業債権の増加4,078百万円、契約資産の増加1,719百万円が資金減少要因となったが、営業債務の増加1,882百万円が一部相殺した。

投資活動によるキャッシュ・フローは4,332百万円の支出となった。定期預金の純減による収入4,079百万円、無形資産の取得による支出5,034百万円、子会社の取得による支出3,229百万円が減少要因である。

財務活動によるキャッシュ・フローは7,041百万円の収入となった。配当金の支払203百万円、長短借入金の純増額7,980百万円が主因である。

この結果、2025年12月期末の現金及び現金同等物は前期末比6,238百万円増加し、11,734百万円となった。

■ 今後の見通し

2026年12月期も23.5%の増収・44.9%の営業増益を見込む

2026年12月期通期の連結業績は、売上収益で前期比23.5%増の54,013百万円、営業利益で同44.9%増の4,313百万円、税引前利益で同37.0%増の3,663百万円、親会社の所有者に帰属する当期利益で同35.4%増の3,463百万円と、増収増益の見通しである。

売上収益は、主要セクターであるEコマースとオンライン旅行業を含むその他インターネットサービス、主要地域である北東アジア(日本・韓国)・米国及びEMEAにおいて既存顧客との取引拡大と新規顧客獲得を推進し、地域・業種の拡大を進めることで、過去最高の更新を見込んでいる。利益面では、自律型AIモデルの技術的優位性に伴う原価率低減により、売上総利益率は54.5%(前期比0.7ポイント上昇)を見込む。営業利益については、継続的な売上収益の拡大に伴うオペレーティング・レバレッジの発現により、セールス人材の採用やAIモデル開発などの投資増加を吸収する計画である。生産性向上を背景とした財務規律を維持することで、営業利益率は8.0%(同1.2ポイント上昇)へと改善を伴いつつ、44.9%の増益を見込む。

2026年12月期の業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	43,737	100.0%	54,013	100.0%	10,276	23.5%
営業利益	2,976	6.8%	4,313	8.0%	1,337	44.9%
税引前利益	2,674	6.1%	3,663	6.8%	989	37.0%
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,558	5.8%	3,463	6.4%	905	35.4%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

2027年12月期目標は営業利益90～110億円以上。利益率も引き上げへ

1. 2027年12月期の財務目標

同社は2027年12月期の中期目標として、売上収益70,000百万円以上、営業利益9,000～11,000百万円以上を目標としている。2025年12月期の売上収益は、2019年12月期比で約6倍に拡大したが、2027年12月期の目標達成に向けてさらに約1.6倍の規模拡大で到達する計算となる。引き続き、既存顧客及び新規顧客からのバランスの取れた成長を継続することで達成可能な計画である。利益成長率は売上成長率を上回る設計とし、トップライン拡大と収益性向上を両立させる戦略である。

2. 成長戦略

同社は、自律型AIを活用した既存事業の高度化を通じて、Agentic AI as a Service (“AaaS”) のパイオニアとしてのリーダーシップ確立を成長戦略の中核に据えている。北東アジア(日本・韓国)・米国及びEMEAを主要重点地域と位置付け、既存顧客への浸透拡大及び新規顧客獲得を通じて売上拡大を推進する。また、重点地域における営業体制強化とフルファネルのプロダクト浸透により、ARPCの上昇と顧客基盤拡大の両立を図る。

(1) ファーストパーティーデータのトレンド活用

同社の継続的な成長を支える背景の1つに、マーケティング業界におけるファーストパーティーデータ活用の重要性の高まりが挙げられる。デジタル広告市場ではサードパーティーデータの活用制限が進むなか、顧客企業が保有する購買・行動データをAIモデルが学習することによって活用する重要性が高まっている点は、同社にとって追い風である。これらのデータを同社が創業以来開発してきたマーケティングに特化したAIモデルが学習することにより精度を高め、エンタープライズ顧客のROI改善に貢献することでプラットフォームの利用量を拡大させ、顧客基盤を広げてきた。今後も業界トップ企業との取引拡大を通じて継続的にデータを学習し、予測AI・生成AIの精度向上と自律型AIへの進化を実現することで、トップラインの持続的成長を目指す。

(2) 新プロダクトの投入

同社は「AIQUA」「AIXON」「AiDeal」「BotBonnie」「AIRIS」など段階的に投入し、マーケティングファネル全体をカバーする体制を構築し、AIを活用したクリエイティブの自動生成ツールである「AdCreative.ai」の買収によりプラットフォームの価値をさらに拡大することで、広告クラウドから、パーソナライゼーションとデータ活用領域へプロダクトファネルを拡充してきた。今後は、自律型AIを中核としたネイティブなAIプロダクト展開の強化を進め、各クラウド毎の成長及びクラウド間のクロスセルを加速させて収益性の向上を図る。

(3) 主要地域戦略の展開

同社は、北東アジア(日本・韓国)に加え近年では米国及びEMEAが成長ドライバーとなっている。欧州では「AdCreative.ai」の顧客基盤活用、米国ではEコマース・その他インターネットサービス分野での展開強化により、北東アジアと並ぶ成長率を見込む。その結果、2027年12月期の地域別売上収益構成は、北東アジア63～68%、米国及びEMEA25～30%を目標とし、地域ポートフォリオの分散と拡大を進める。

中長期の成長戦略

(4) 業種拡大

業種面では、Eコマースを中核としつつオンライン旅行業を含むその他インターネットサービスへの展開を強化し、トップライン成長の加速を図る。両業種は市場規模が大きく、AI活用によるROI改善効果が顕在化しやすい分野である。一方、金融サービスを含む新しい業種への展開も進め、業種ポートフォリオの分散により収益基盤の安定性向上を目指す。金融分野ではスマートフォンアプリ利用促進に伴う新規顧客獲得の拡大が追い風になっているほか、フードデリバリー分野では業界トップクラスの企業との取引も開始している。重点業種の深耕と新規業種の拡大により、成長と安定性の両立を図る。

株主還元策

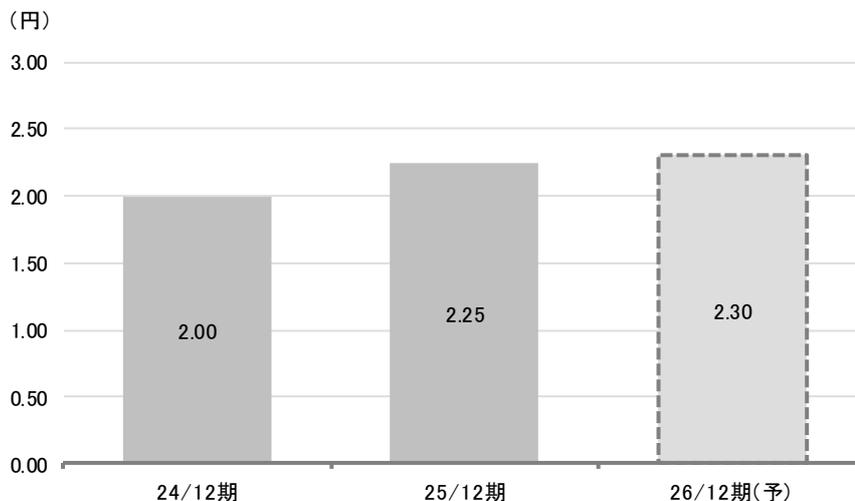
コア・フリー・キャッシュ・フローの創出に伴い 配当水準は引き上がる見込み

同社は、持続的な成長投資と財務健全性を確保しつつ、株主への利益還元を実施することを基本方針としている。2025年12月期の年間配当は2.25円を実施し、前期比0.25円の増配となった。2026年12月期は年間2.30円を予定しており、0.05円の増配を見込んでいる。

2026年12月期も増益を予想しているが、利益成長に加え営業活動によるキャッシュ・フローからソフトウェア投資額を控除したコア・フリー・キャッシュ・フロー^{*}の状況を踏まえながら、株主還元を行う方針である。

※ コア・フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 無形資産の取得による支出

1株当たり配当金と配当性向



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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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