

|| 企業調査レポート ||

ギグワークス

2375 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年1月29日(月)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. ビジネスモデル	01
2. 業績動向	01
3. 成長戦略・トピック	02
4. 株主還元策	02
■ 会社概要	04
1. 会社概要・ビジョン	04
2. 沿革	04
3. 事業構成	05
■ 市場・競合動向	06
■ ビジネスモデル	07
1. ヒト・スキルのシェアリングを行うオンデマンドエコノミー事業	07
2. M&Aにより新たに加わったデジタルマーケティング事業	09
3. 収益性の高いシステムソリューション事業	10
4. 稼働率が上昇し黒字化を達成したシェアリングエコノミー事業	11
■ 業績動向	13
1. 2023年10月期の業績概要	13
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	16
■ 成長戦略・トピック	17
1. Web3技術を活用し新しい働き方を創造する戦略を推進	17
2. 写真撮影でトークンを稼ぐ Snap to Earn「SNPIT」が好調スタート	18
3. 秋元康氏が総合プロデューサーとして日本直販に参加	19
■ ESGへの取り組み	20
■ 株主還元策	21
1. 配当予想	21
2. 株主優待制度	21

■ 要約

2023 年 10 月期は日本直販の子会社化等により過去最高売上高を達成。特需案件終了や IT 機器フィールドサービスの低調等により減益

ギグワークス <2375> は、10 万人を超える登録ギグワーカー（登録スタッフ）の空いた時間やスキルに合わせて、IT 関連の機器サポートやコンタクトセンターなどの多様な業務をマッチングするビジネスモデルで成長する企業である。毎月 1,000 社以上の企業からのオンデマンド性が高い業務（単発短期業務）に即時対応できることが同社の強みとなっている。2019 年 8 月に「スリープログループ株式会社」から「ギグワークス株式会社」に商号変更し、次代に向けてギアチェンジをした。同社の最大の経営資源はヒトであり、女性の活躍や健康経営において先進的で内外からの評価も高い。東京証券取引所（以下、東証）2 部に市場変更した 2015 年からは M&A を積極化し、事業規模を急速に拡大しており、2022 年 7 月には日本直販（株）及び（株）悠遊生活を子会社化した（同年 10 月に合併。以下、日本直販）。同年 4 月の東証市場区分見直しに伴いスタンダード市場へ移行し、将来的にはさらに上を目指している。

1. ビジネスモデル

同社のビジネスモデルは、“IT 関連の仕事を中心としたマッチングプラットフォーム” に特長がある。同社は“パソコン家庭教師” から出発した経緯もあり IT 関連（設置、トラブル対応、システム開発など）を得意とするが、現在は IT 関連以外（販売、コールセンター、調査など）も増え、依頼を受ける仕事は多岐にわたる。IT 関連での事例としては、パソコン（以下、PC）やタブレットのキッティング、アンテナ基地局設置、バス停工事（IoT 対応）などがある。大手通信会社や大手 SI（システムインテグレーション）会社、外資系 PC 会社など大企業からの依頼が多く、継続的なパイプを持つ。特に全国規模での短期集中（単発短期・即時対応）の依頼は同社でなければ受け手がいない場合が多く、同社の存在価値を高めている。2021 年には、ギグワーカー（働き手）とクライアント企業（発注者）の間で、仕事の受発注が直接できるプラットフォーム「GiGWorks Basic」を本格稼働し、利用者が拡大している。創業以来、累計で 6,255 社、743 万件を超えるのマッチングを行い、2023 年 10 月期は年間 5,689 名が稼働した。

2. 業績動向

2023 年 10 月期の連結業績は、売上高が前期比 15.3% 増の 26,432 百万円、営業利益が同 74.9% 減の 111 百万円、親会社株主に帰属する当期純損失が 718 百万円（前期は 232 百万円の利益）となった。売上面では、デジタルマーケティング事業（通販等）の M&A により過去最高売上高を更新した。利益面では、オンデマンドエコノミー事業での特需案件終了や IT 機器フィールドサービスの低調、デジタルマーケティング事業への事業投資等により減益となった。

要約

2024年10月期の連結業績は、売上高が前期比7.7%減の24,400百万円、営業利益が同84.6%増の205百万円と、収益を着実に改善する予想である。主力のオンデマンドエコノミー事業では、販売支援業務やIT機器の設置設定業務などのフィールドサービスは、引き続き厳しい状況が継続する見通しである。これらの需要落ち込みをコンタクトセンター、システムソリューション、シェアオフィスなどの成長分野で補えるかが鍵となる。利益面では、IT機器フィールドサービスの回復やデジタルマーケティング事業のさらなるコスト効率化に一定の期間がかかると想定し、保守的な事業計画となったと見られる。弊社では、IT分野やサービス業の人材不足は顕在化しており、同社にとっての外部環境は好転の兆しがあると見ている。デジタルマーケティング事業での秋元康氏との新規取り組み、Web3領域の新事業などの成長と業績への寄与に注目したい。

3. 成長戦略・トピック

Web3ギグワーカーの働く選択肢の拡張例として、写真撮影でトークンを稼ぐSnap to Earn「SNPIT（スナップイット）」が好調にスタートを切った。「SNPIT」は、スマートフォンカメラを活用した画期的なGame-Fi^{※1}体験を提供する、全く新しいSnap to Earnサービスである。ユーザーは、カメラNFTを活用して撮影を行い、それにより独自のトークン^{※2}を獲得できる。さらに、トークンを用いてカメラの性能向上やバトルを行うことができる。将来的な発展形態としては、自動販売機・公園の遊具などの写真撮影の依頼を受け、報酬として通貨を獲得できるプラットフォームである。2023年9月には「SNPIT」のストラテジックアドバイザーに秋元康氏が就任し、同氏ならではの企画とプロモーションを進行させることで普及を図る。同年9月から10月にかけて、「SNPIT」ではNFTの販売を行い、1万個が完売するほどの人気を博した。

※1 ゲーム (Game) と金融 (Finance) を組み合わせた造語。ゲームに DeFi (分散型金融) の要素を掛け合わせたブロックチェーンゲーム全般を指す

※2 従来の硬貨や紙幣の代わりに使うデジタルマネー

4. 株主還元策

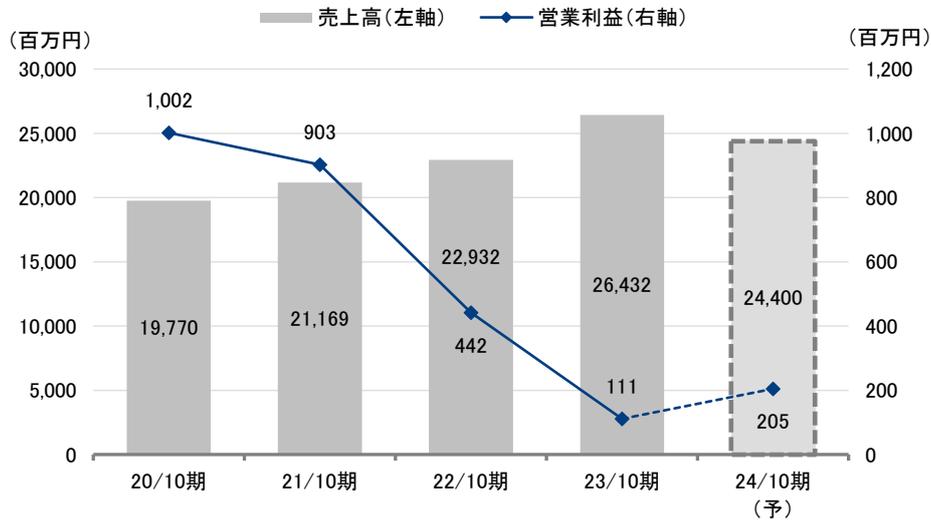
同社は、重点分野への積極的な投資等により確固たる競争力を早期に築くことを重要な課題と認識しつつ、同時に株主に対する利益還元についても重要な経営の課題として認識している。2023年10月期は特別損失の計上等により親会社株主に帰属する当期純損失を計上したが、年4円（前期は8円）の配当を実施した。2024年10月期の配当は年5円（前期比1円増配）、配当性向116.0%を予想する。同社は株主還元の1つの指標としてDOE（純資産配当率）を重視している。過去のDOE実績は、4.1%（2021年10月期）、4.0%（2022年10月期）、2.3%（2023年10月期）と一定水準を維持している。DOEは配当性向×ROEに分解することができ、DOEを維持・向上する政策は、2023年10月期のようにROEが下がった局面においても配当が維持され、株主還元の視点では業績下振れの影響が緩和されたと言えるだろう。

要約

Key Points

- ・2023年10月期は日本直配の子会社化等により過去最高売上高を達成。特需案件終了やIT機器フィールドサービスの低調、デジタルマーケティングへの事業投資等により減益
- ・2024年10月期の売上高は24,400百万円、営業利益は205百万円を予想。対面型フィールドサービスの需要落ち込みを成長分野で補えるかが鍵
- ・Web3技術を活用し新しい働き方を創造する戦略を推進。秋元康氏が総合プロデューサーとして日本直販に参加
- ・2023年10月期は損失計上も、年4円配当を実施。DOEを重視する政策により、業績不振時も配当を継続

業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

**「日本一のギグ・エコノミーのプラットフォームになり、
 労働市場に革命を起こす」をビジョンに掲げ、
 単発短期業務のマッチングや IT サービス、通販、
 シェアオフィス等を展開**

1. 会社概要・ビジョン

同社は、10万人を超える登録ギグワーカーの空いた時間やスキルに合わせて、IT関連の機器サポートやコンタクトセンターなどの多様な業務をマッチングするビジネスモデルで成長する企業である。PC初期設定やアンテナ基地局設置、リコール対応、世論調査など毎月1,000社以上の企業からのオンデマンド性が高い業務（単発短期業務）に即時対応できることが同社の強みとなっている。2019年8月にスリープログループからギグワークスに商号変更し、同年9月には港区虎ノ門に本社を移転、次代に向けてギアチェンジをした。「日本一のギグ・エコノミーのプラットフォームになり、労働市場に革命を起こす」をビジョンに掲げ、人々の能力がフル活用され、公平で納得できる評価を受けられるプラットフォームを目指している。これまでもギグエコノミーとシェアリングエコノミーをけん引してきたが、さらに大きな社会的インパクトをもたらす企業に進化することを宣言した。2022年7月には日本直販等の通販事業をM&Aで取得し、事業領域を広げた。同社の最大の経営資源はヒトであり、女性の活躍や健康経営において先進的で内外からの評価も高い。同年4月の東証市場区分見直しに伴いスタンダード市場へ移行しているが、将来的にはさらに上を目指している。

2. 沿革

創業は1996年で、1990年代後半のYahoo!BB設置事業で急成長、2003年に東証マザーズ市場に株式公開した。その後はIT関連商品・サービスの販売支援事業の開始、コールセンター事業、システム開発事業などをM&Aにより取得し、IT関連サービスを総合的に行う企業グループとなった。2011年に経営体制を一新し、BPO事業に特化して経営体質の強化に取り組んだ。2015年3月には東証2部へ市場変更、その後攻めに転じ、同年8月にWELLCOM IS(株)^{※1}（コンタクトセンター）、同年11月には(株)アセットデザイン^{※2}（コワーキングスペース）、2016年2月には(株)JBMクリエイト^{※1}（コンタクトセンター）、同年9月にはヒューマンウェア(株)^{※1}（システム・エンジニアリング）、2017年10月にはオー・エイ・エス(株)^{※1}（システム・エンジニアリング）の株式取得・完全子会社化を行い、事業規模を拡大している。2022年7月には日本直販及び悠遊生活^{※3}を子会社化した。

^{※1} 2022年2月にWELLCOM ISとJBMクリエイト、スリープロ(株)が合併してギグワークスアドバリュー(株)が発足。オー・エイ・エスとヒューマンウェアが合併してギグワークスクロスアイティ(株)が発足。

^{※2} アセットデザインは、2022年3月にnex(株)に商号変更。

^{※3} 2022年10月に日本直販と悠遊生活が合併して日本直販が発足。

会社概要

3. 事業構成

同社の事業セグメントはオンデマンドエコノミー事業、デジタルマーケティング事業、システムソリューション事業、シェアリングエコノミー事業の4つである。主力のオンデマンドエコノミー事業は、フリーランスを中心とした登録ギグワーカーの空いた時間やスキルに合わせて、フィールドサポート、コンタクトセンター、営業・販売サポートなどの多様な業務をマッチングする。一般的には“スキルシェア”と呼ばれる分野である。全社売上高の42.2%（2023年10月期）、全社調整前営業利益の54.1%（同）を稼ぐ。デジタルマーケティング事業は、日本直販「悠遊生活」ブランドでの総合通販を主体としおり、45年以上続く通信販売の実績を基盤に創業来1,485万人を超える顧客基盤を持つ。ギグワーカーのフィールドサービス力とコンタクトセンターのコミュニケーション力を活用した「駆けつけサービス」や「デリバリーサービス」などサービスを強化し、新生「日本直販」として再スタートを切った。全社売上高の24.1%（同）の規模である。システムソリューション事業は、ITエンジニアによるシステム開発を主体としたプロフェッショナルサービス及び自社開発商品のコールセンター向けCRMシステム「デコールCC.CRM3」などの販売を行う。全社売上高の17.7%（同）、全社調整前営業利益の53.2%（同）と収益性が高い。シェアリングエコノミー事業は、子会社のnexが展開しているシェアオフィスサービスである。コワーキングスペース、レンタルオフィス、サテライトオフィスなどと呼ばれるサービスである。バーチャルなマッチングだけでなく、リアルな場でもマッチングや情報交換を行う環境が整っている点は同社グループの特長である。南青山に展開しているヘアサロン「nex the salon」も好調に推移している。全社売上高の15.9%（同）と構成比はまだ小さいが、成長性は高い。

セグメント別の事業内容と業績（2023年10月期）

（単位：百万円）

事業内容	売上高		セグメント利益	
	23/10期	構成比	23/10期	構成比
オンデマンドエコノミー事業	11,166	42.2%	712	54.1%
デジタルマーケティング事業	6,365	24.1%	-112	-8.6%
システムソリューション事業	4,688	17.7%	701	53.2%
シェアリングエコノミー事業	4,211	15.9%	16	1.2%
合計	26,432	100.0%	1,316	100.0%

注：売上高は内部売上を除く。セグメント利益は全社調整前
 出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 市場・競合動向

スキルシェアリング市場は働き方改革の追い風もあり急成長中

「ギグエコノミー」とは、インターネット等を通じて単発・短期の仕事を受注する働き方やそれによって成立する経済活動のことを言う。もともと「ギグ (Gig)」とは、ライブハウス等で演奏者がゲストとして一度限りのセッションを行うことを意味する言葉である。「ギグエコノミー」は2015年頃から米国を中心に使われるようになった用語で、ネット仲介の配車サービスや宅配サービスなどに注目が集まったが、ソフトウェア開発やクリエイティブ系の仕事など様々な業務がある。シェアリングエコノミーの一分野であり、“スキルシェアリング”と呼ばれることもある。ギグエコノミーは、個人の働き方が多様化した1つの形態であり、日本国内においても、働き方改革、副業・兼業の容認拡大やフリーランスの増加のなかで、これからの本格的な普及が期待される。経済誌が巻頭特集で「ギグワーカー」(ギグエコノミーにおける働き手)を紹介するなど、国内でも注目度が上がってきた。ギグワーカーは、独立したフリーランスや個人事業主、学生や主婦、本業を持つビジネスマンなど多彩である。年々その数は増えており、近年は米国で5,000万人以上が副業を含めたギグワークに従事していると報告される。日本においては新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)でリモートワークが一般的に普及し、また働き方改革により副業・複業を解禁する企業が増えたため、スキマ時間を有効活用する人口が増加し、フリーランス人口は1,577万人(ランサーズ<4484>「新・フリーランス実態調査2021-2022年版」)と高水準で推移している。これは生産年齢人口6,917万人(2021年)の22.8%に相当し、5人に1人がフリーランスと言える。また、副業・兼業という観点からも働き方は変化している。「副業に関するアンケート調査」(クラウドワークス<3900>、2022年11月公表)によると「現在副業をしている」と答えた人は19.8%であり、一定数が複数の仕事を持つワークスタイルを開始している。また「過去に副業経験あり」と「副業未経験だが副業意向あり」を合計した”潜在副業人口”は、推計4,089万人、日本の労働力人口の約6割に達する。これらの変化は、2019年頃から本格化した働き方改革やコロナ禍でのテレワークの普及なども影響している。

市場成長の背景には、必要な時に必要なだけ仕事ができるという利便性の高いマッチングサイト・アプリの存在があり、プラットフォーム提供企業の役割が重要となる。世界的にギグエコノミーをリードするのは、米国に本社を置くUber Technologies<UBER>やUpwork<UPWK>などのプラットフォームである。国内企業でも多くの企業がギグエコノミー関連事業(スキルシェアリング事業)を展開しており、同社のほか、クラウドワークス、ランサーズ、ビザスク<4490>、ココナラ<4176>、みんなのマーケット(株)(「くらしのマーケット」を運営)などが該当する。

■ ビジネスモデル

**オンデマンド性の高い業務を創業来 743 万件以上マッチング。
 各種フィールドサービス支援、IT ソリューション、
 コンタクトセンター、シェアオフィスなど多様な得意分野を持つ**

1. ヒト・スキルのシェアリングを行うオンデマンドエコノミー事業

同社のビジネスモデルは、“IT 関連の仕事を中心としたマッチングプラットフォーム” に特長がある。依頼を受ける仕事は多岐にわたり、創業来 6,255 社、毎月 1,000 社以上から仕事を受ける。同社は“パソコン家庭教師” から出発した経緯もあり IT 関連（設置、トラブル対応、システム開発など）を得意とするが、現在は IT 関連以外（販売、コールセンター、調査など）も増えている。IT 関連での事例としては、PC やタブレットのキッティング、アンテナ基地局設置、バス停工事（IoT 対応）などがある。大手通信会社や大手 SI 会社、外資系 PC 会社など大企業からの依頼が多く、継続的なパイプを持つのが同社の強みである。IT 関連以外の事例では、フードデリバリーサービス企業に対しての店舗開拓営業、店頭での PC や家電の販売、多言語コンタクトセンター（1,112 席）、ミステリーショッパー、製品リコール、補助金・助成金の事務処理、世論調査や選挙開票機器のセットアップなどがある。特に全国規模での短期集中（単発短期、即時対応）の依頼は同社でなければ受け手がいない場合が多く、同社の存在価値を高めている。これまで依頼主は比較的大きな法人・団体が主だったが、中小企業や個人向けも増加している。

創業以来、同社は 743 万件を超えるマッチングを行い、多様な働き方を支援してきた。仕事を行うのは、同社の従業員とともに 10 万人を超える登録ギグワーカーである。2023 年 10 月期に稼働したワーカー（ユニークワーカー）は 5,689 名となる。ギグワーカーにはスキルの高いフリーランスが多いことに加え、常時雇用ではないため、同社の固定費負担は極力抑えられる。ギグワーカーにとっては、同社が営業して企業から様々な仕事を受けるため、自分に合ったライフスタイルで働くことができ、スキルのアップデートも図れるというメリットがある。

同社のプラットフォームとしての役割として重要となるのが、「登録ギグワーカーのスキル・実績・評価の管理」と「マッチング」である。「登録ギグワーカーのスキル・実績・評価の管理」については、教育の支援をすることによりスキルアップを促進する、覆面調査により実態に即した評価を行うなど、様々な工夫をしている。「マッチング」については、システムによる自動的なマッチングに加え、同社社員によるきめ細かな調整作業も行っており、これが強みとなっている。同社社員がプロジェクト管理を行う業務委託もあれば、依頼主の要望で派遣契約にも対応するなど、多様な形態を提案している。

ビジネスモデル

オンデマンドエコノミー事業の KPI 推移

KPI		21/10 期末	22/10 期 2Q 末	22/10 期末	23/10 期 2Q 末	23/10 期末
クライアント数	創業来、社	-	-	5,243	6,062	6,255
お仕事マッチング数	創業来、千件	7,040	7,140	7,238	7,337	7,430
ユニークワーカー数	期初から積み上げ、名	7,718	5,310	7,170	4,533	5,689
コンタクトセンター席数	席	-	-	1,112	1,112	1,112

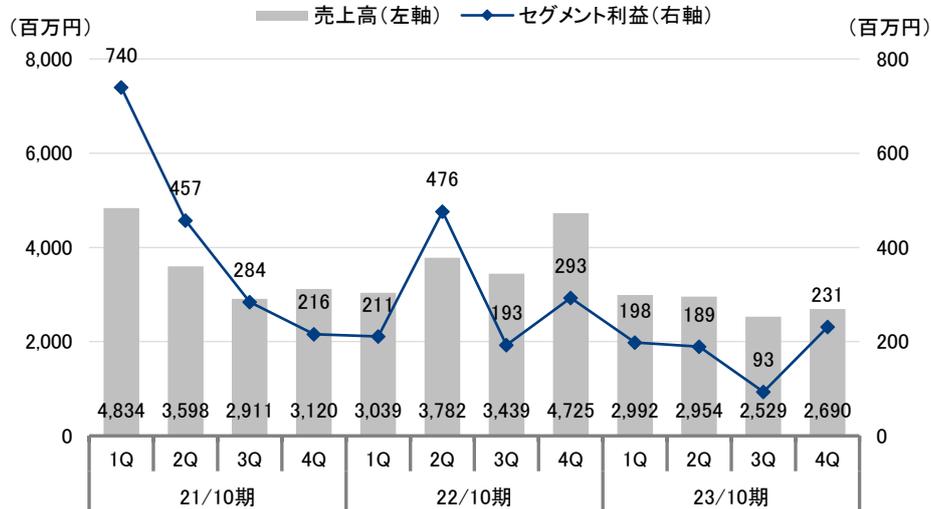
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2021年10月期には、ギグワーカー（働き手）とクライアント企業（発注者）の間で、仕事の受発注が直接できるプラットフォーム「GiGWorks Basic」が本格稼働した。クライアント企業は、仕事の募集から契約の締結、委託報酬料の支払いまでを一括して同サイト内で行うことができ、利用料金は「仕事成立の際に支払報酬額の10%」と業界標準よりも廉価である。一方ギグワーカーは、「GiGWorks Basic」サイトを通じて経歴、保持するスキルの一覧、これまでの受託実績内容の履歴、企業からの評価を表示することで自己アピールができ、利用料金は無料である。シフトカレンダープラットフォーム機能(特許出願中)や決済手段、eKYC(本人確認)機能が整っており、利便性が高い。同様のサイトサービスはクラウドワークスやランサーズなども展開しており、利用者数を増やしている。2023年3月には、同社のマッチングプラットフォーム「GiGWorks Basic」がイオレ<2334>の運用型求人広告プラットフォーム「HR Ads Platform」と連携開始した。「HR Ads Platform」は、運用型求人広告プラットフォームであり、求人企業が求人広告を入札すると提携している複数の求人メディアに求人広告が自動掲載され、簡単かつ即時性の高い求人広告運用を可能にする。今回の連携により、「GiGWorks Basic」は「HR Ads Platform」に自動出稿された求人広告を掲載することで、サイト内の求人情報を現掲載数から100倍以上と大幅に充実させ、ギグワーカーの多様な働き方や新たな仕事の出会いを支援できることになる。今後も継続的に広告宣伝やシステム改善に積極投資を行う予定である。

2023年10月期のオンデマンドエコノミー事業（システムソリューション事業を含まない）の売上高は前期比13.6%減の11,442百万円、セグメント利益は同41.6%減の712百万円となった。通販・テクニカルサポートのコンタクトセンターは受注が拡大しているものの、コロナ禍から手掛けてきた大型案件が剥落したことに加え、IT機器に関する加工・設置・販売などのフィールドサポートの不調が続く。

ビジネスモデル

オンデマンドエコノミー事業 業績の推移



注：システムソリューション事業の数値を含まない
 売上高は外部売上を除いた数値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

2. M&A により新たに加わったデジタルマーケティング事業

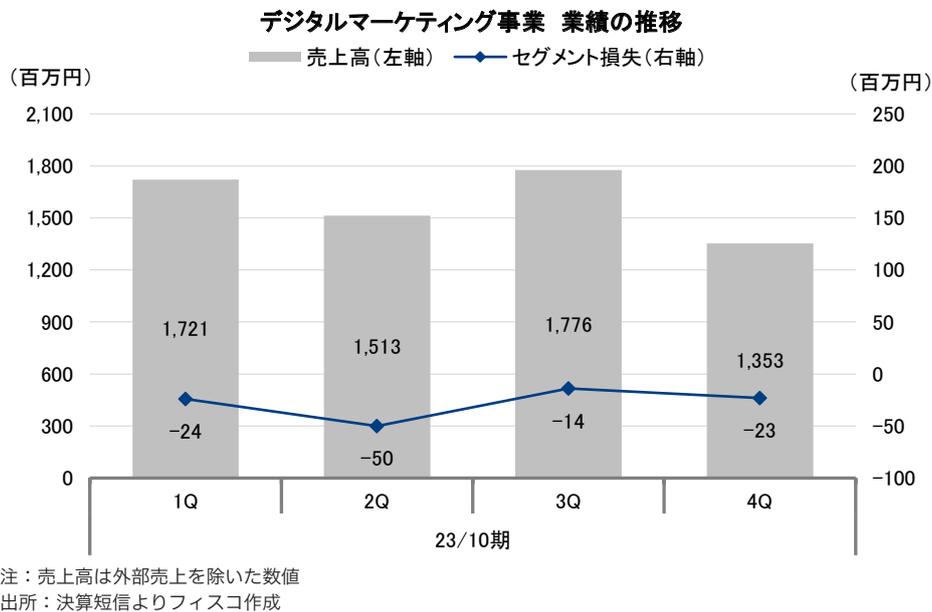
同社は2022年7月に、中堅の通販専業会社2社の全株式を取得し、通販事業に参入した。そのうちの1社である日本直販は日本屈指の通販ブランドである。日本では誰も通信販売を認知していなかった1976年に「日本直販」をスタートし、店舗では販売していない斬新かつユニークな商品を、テレビCMを活用することで一大ブームを起こした老舗ブランドであり、創業開始から45年以上経った今も、通信販売業界の先駆者としての存在感を示し続けている。悠遊生活は、自社ブランドのショッピングカタログ「悠遊生活」を中心とした通販事業を展開する一方で、近年はECサイト利用客も増加している。取り扱い品目は、健康・美容用品、くらし・生活雑貨、レジャー・趣味用品をはじめ、浄水器、カメラ・望遠鏡等の光学機器、時計、電子製品、ファッション、食品等、取り扱いアイテム数は約2,000に及んでいる。同年10月には、両社が合併し、新生「日本直販」として再スタートを切った。

新生「日本直販」では、物販の強みはそのままに、主な対象顧客であるシニア層に向けたサービスを強化することを基本戦略としている。その一環として開始されたサービスとして、ギグワーカーのフィールドサービス力とコンタクトセンターのコミュニケーション力を活用した「駆けつけサービス」や「デリバリーサービス」など「訪問お手伝いサービス」がある。このサービスは、日本直販で販売した商品に関して、フィールドサポート部隊が購入者の自宅を訪問し、商品の設置、組み立て、使用サポートなどを行う。

ビジネスモデル

2023年11月からはプレミアム会員制度を開始した。顧客のLTV（ライフタイムバリュー：顧客生涯価値）を向上させ、サービス販売を追加していく方針にそった戦略施策である。プレミアム会員に入会すると、商品の割引（常時最大5%OFF）、送料・返品送料無料、訪問お手伝いサービス3,000円OFF、プレミアム・限定商品・サービスの購入、専用ダイヤルでの受付など様々な特典が受けられる。将来的には秋元康氏参画による新サービスや新商品が会員限定で登場することも想定される。月額550円(税込)であり、現在入会特典として1,500円分のクーポンが獲得できる。

2023年10月期のデジタルマーケティング事業の売上高は6,372百万円、セグメント損失は112百万円となっており、収益構造の抜本的な改善、損失幅縮小を進めている。



3. 収益性の高いシステムソリューション事業

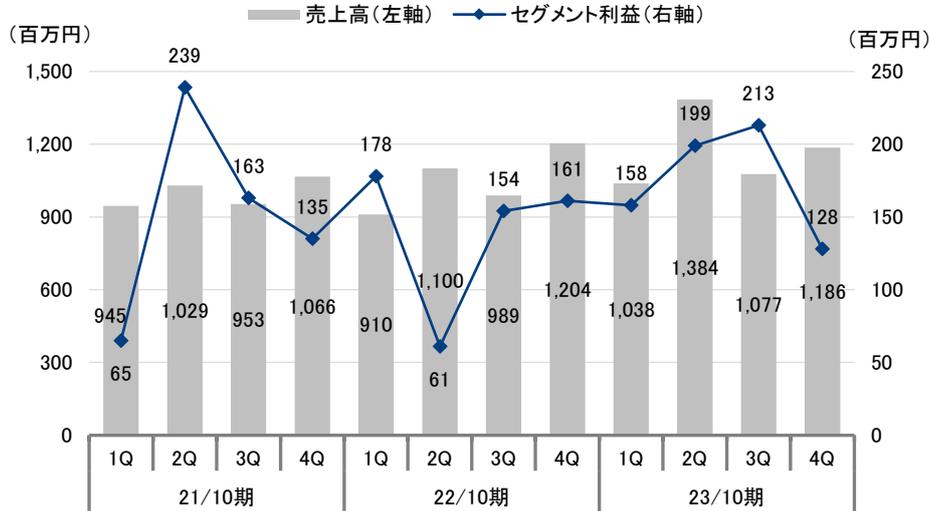
システムソリューション事業は、2022年10月期にオンデマンドエコノミー事業から独立した。ITエンジニアによるシステム開発を主体としたプロフェッショナルサービス及び自社開発商品のコールセンター向けCRMシステム「デコール CC.CRM3」などの販売を行っている。専門性の高い人材の確保が鍵となる事業であり、過去には複数のM&Aを通じて補強を行ってきた。

コロナ禍の投資抑制の影響が弱まり、自社開発商品のCRMシステム「デコール CC.CRM3」の販売状況が改善している。プロフェッショナルサービスでは、業務量が増えるなか、ギグワーカーを含むビジネスパートナーとの協業・連携を積極的に行い、成長機会に対応している。

2023年10月期のシステムソリューション事業の売上高は前期比9.3%増の4,851百万円、セグメント利益は同26.0%増の701百万円と売上高・セグメント利益ともに過去最高を達成した。収益性は高く、全社的にも利益貢献が大きい。

ビジネスモデル

システムソリューション事業 業績の推移



注：売上高は外部売上を除いた数値
出所：決算短信よりフィスコ作成

4. 稼働率が上昇し黒字化を達成したシェアリングエコノミー事業

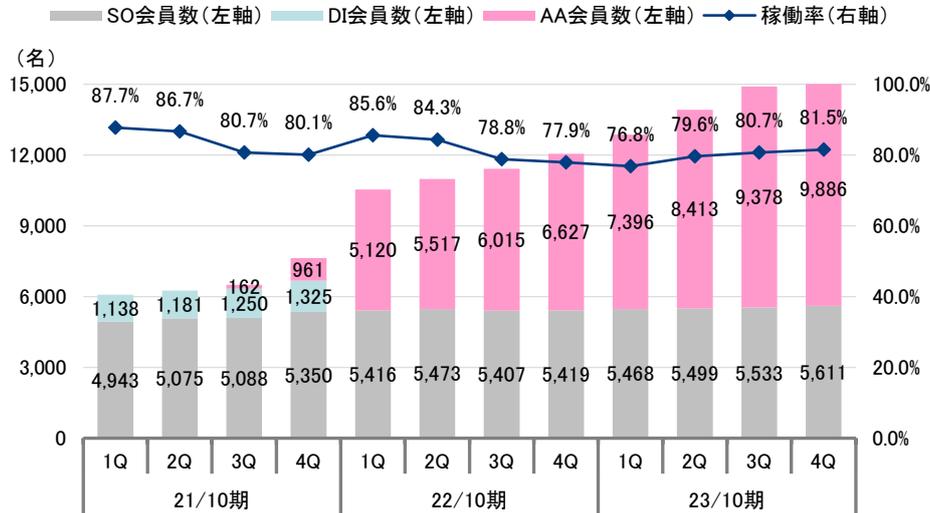
同社は、スペースのシェアリングも行っている点に特長がある。2015年に参入したシェアリングエコノミー事業ではオフィススペース及び店舗スペースの共有を行っており、利用するワーカー（個人事業主）にノウハウ共有やスキルアップ支援といった付加価値も提供している。

同社のシェアリングエコノミー事業は子会社の nex が展開しているシェアオフィスサービスが主体であり、「THE HUB」のブランドを中心に東京・神奈川・千葉・埼玉・愛知・大阪・京都で 84 拠点（2023年10月末現在）を展開する。半数以上の店舗は直営店で、残りは運営受託店である。様々な利用提携先の施設を含めると国内最大級となる 700 拠点以上のオフィスネットワークを持つ。最近では、サテライトオフィスの需要を獲得すべく、マルチロケーションで利用できるサテライトオフィスのサービスを開始し、好評を得ている。従来は起業家や個人事業主・フリーランサー、ギグワーカーなどが主な会員であったが、働き方の多様化が定着するなか、大企業の従業員も増える傾向にある。

2023年10月期末時点のKPIの推移は順調で、シェアオフィス（SO）会員数は 5,611 名と微増傾向で推移している。注力している（AA）会員（自社店舗及び提携店舗 700 以上が利用可能）は 9,886 名と、積極的な広告投資が奏功し大きく伸長した。nex 合計の会員数は過去最高の 15,497 名となり、右肩上がりですべて推移している。シェアオフィスの稼働率は 81.5% と前期末から 3.6 ポイント上昇した。

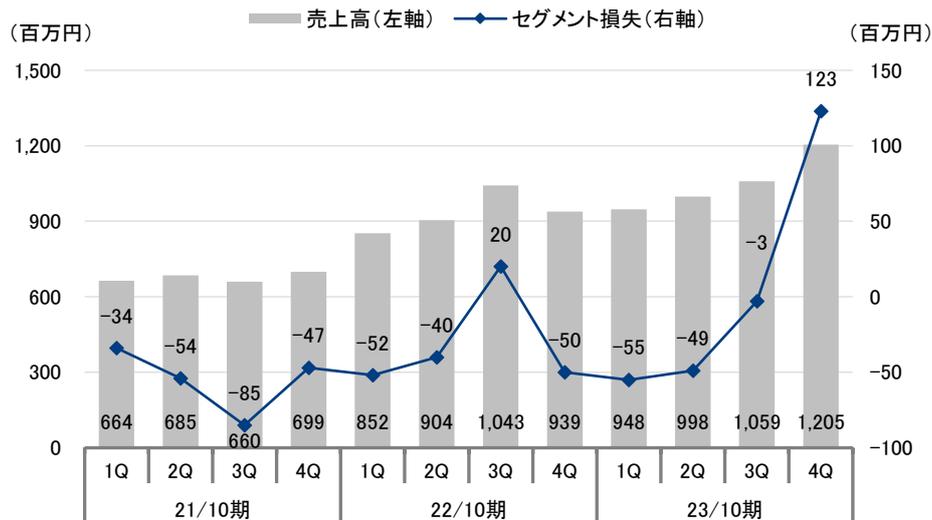
ギグワークス | 2024年1月29日(月)
 2375 東証スタンダード市場 | <https://www.gig.co.jp/ir>

ビジネスモデル

シェアリングエコノミー事業 KPI推移


注：稼働率は開業してから1年経過した拠点を対象に算出
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2023年10月期のシェアリングエコノミー事業の売上高は前期比13.7%増の4,400百万円、セグメント利益は16百万円（前期は122百万円の損失）となった。事業特性として、投資が先行し稼働率が一定以上になると損益分岐に達し、利益があがる。初期費用0円キャンペーン等の効果やコロナ禍以前の日常へ戻ったことも影響し黒字化を達成した。

シェアリングエコノミー事業 業績の推移


注：売上高は外部売上を除いた数値
 出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2023年10月期は日本直販の子会社化等により過去最高売上高を達成。特需案件終了やIT機器フィールドサービスの低調、デジタルマーケティングへの事業投資等により減益

1. 2023年10月期の業績概要

2023年10月期の連結業績は、売上高が前期比15.3%増の26,432百万円、営業利益が同74.9%減の111百万円、経常利益が同76.6%減の111百万円、親会社株主に帰属する当期純損失が718百万円(前期は232百万円の利益)となった。デジタルマーケティング事業(通販等)のM&Aにより過去最高売上高を更新したものの、オンデマンドエコノミー事業の減益等が影響し減益となった。

主力のオンデマンドエコノミー事業では、ユニークワーカー5,689名(前期は7,170名)が日本全国で稼働した。自治体や行政におけるコロナ対策業務や経済復興関連業務が終了したのに加え、IT機器の設定設置業務やキックティング業務などが低調に推移した。一方で、EV充電器関連では現地調査業務を中心に稼働が始まった。また、政府が推進する働き方改革やAIテクノロジーを活用したコンタクトセンターの推進、企業のDXによる業務効率向上への動き、インボイス制度への対応などを背景に、ヘルプデスクやサービスデスク関連のニーズは引き続き高い水準を維持した。自社運営するコンタクトセンターは、東京都・大阪府・福岡県を中心に7拠点体制が整い、テクニカルサポート・通販関連の受注が拡大した。

デジタルマーケティング事業は、日本直販「悠遊生活」ブランドでの総合通販を主体としたサービスの提供を行っており、堅調に推移した。物販に加え、サービスを強化することを基本戦略としており、強みのフィールドサービスカとコンタクトセンターのコミュニケーション力を活用した「駆けつけサービス」や「デリバリーサービス」、ITテクノロジーを活用したオンライン店舗の出店など、M&Aのねらいである相乗効果を発揮する取り組みがさっそく開始されている。また、連結子会社化前は大幅な損失を計上していたため、カタログや広告宣伝、仕入れの共通化によるコスト削減努力などの収益構造の抜本的な改善策を進めており、損失幅は縮小している。

システムソリューション事業は売上高及びセグメント利益で過去最高を達成した。ITエンジニアによるプロフェッショナルサービスは、IT需要の増加やIT人材の不足を背景に需要が増加傾向にあるなか、ギグワーカーを含むビジネスパートナーとの連携を強化し、需要増加に対応した。また、エンジニア人件費の高騰に伴う顧客との契約単金やコスト見直しの影響もあり大幅な増益となった。自社開発商品のコールセンター向けCRMシステム「デコールCC.CRM3」の販売も、コロナ禍の投資抑制の影響が弱まり、販売は改善した。

シェアリングエコノミー事業は会員数が堅調に伸びた。運営するシェアオフィス(84拠点)に加え、利用提携先の施設を含めると700拠点以上となるオフィスネットワーク及びシェアオフィス利用会員数(15,497名)は、日本最大級である。特に(AA)会員の増加に注力した結果、9,886名(前期末比3,259名増加)と大きく伸長した。初期費用0円キャンペーン等の販促施策を行った効果やコロナ禍以前の日常へ戻ったことも影響し、シェアオフィスの稼働状況が改善し、セグメント利益で黒字化を達成した。

業績動向

営業利益は前期比 74.9% 減、営業利益率は同 1.5 ポイント減の 0.4% となった。オンデマンドエコノミー事業の大型案件縮小や IT 関連フィールドサービスの低調、デジタルマーケティング事業への事業投資などにより、収益性は一時的に低下している。なお、2023 年 10 月期において、デジタルマーケティング事業ののれん償却 (379 百万円)、シェアリングエコノミー事業などにおける固定資産減損損失 (268 百万円)、繰延税金資産取崩 (97 百万円) など特別損失・税金費用の計上を合計 745 百万円行ったが、これらは全額キャッシュの流出を伴わない損失である。

2023 年 10 月期業績

(単位：百万円)

	22/10 期		23/10 期		前期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	22,932	100.0%	26,432	100.0%	15.3%
売上原価	17,792	77.6%	19,938	75.4%	12.1%
売上総利益	5,140	22.4%	6,493	24.6%	26.3%
販管費	4,698	20.5%	6,382	24.1%	35.8%
営業利益	442	1.9%	111	0.4%	-74.9%
経常利益	476	2.1%	111	0.4%	-76.6%
親会社株主に帰属する 当期純損益	232	1.0%	-718	-2.7%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

のれん償却などキャッシュの流出を伴わない処理により資産が減少。 健全な財務基盤は維持

2. 財務状況と経営指標

2023 年 10 月期末の総資産は前期末比 1,488 百万円減の 9,193 百万円となった。このうち流動資産は同 510 百万円減の 6,224 百万円となった。現金及び預金が 164 百万円増加した一方で、受取手形、売掛金及び契約資産が 335 百万円、商品・仕掛品が 151 百万円それぞれ減少したことが主な要因である。固定資産は、のれんの減少などにより無形固定資産が 447 百万円減少したことなどにより、同 978 百万円減の 2,968 百万円となった。現金及び預金の期末残高は 2,753 百万円となった。

負債合計は前期末比 662 百万円減の 6,097 百万円となった。このうち流動負債は、未払金が 117 百万円減少したことなどにより、同 82 百万円減の 4,680 百万円となった。固定負債は、長期借入金 が 483 百万円減少したことなどにより、同 579 百万円減の 1,416 百万円となった。有利子負債は同 419 百万円減少して 2,868 百万円となった。

純資産合計は前期末比 826 百万円減の 3,095 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純損失 718 百万円を計上したこと、配当金の支払により利益剰余金が 156 百万円減少したことが主な要因である。

ギグワークス | 2024年1月29日(月)
 2375 東証スタンダード市場 | <https://www.gig.co.jp/ir>

業績動向

2023年10月期末の経営指標は、流動比率が133.0%（前期末は141.4%）、自己資本比率が32.5%（同35.8%）であり、財務の安全性を維持している。

連結貸借対照表、経営指標

（単位：百万円）

	22/10 期末	23/10 期末	増減額
流動資産	6,735	6,224	-510
（現金及び預金）	2,589	2,753	164
（受取手形、売掛金及び契約資産）	3,103	2,767	-335
（商品、仕掛品）	317	166	-151
固定資産	3,946	2,968	-978
（無形固定資産）	1,121	674	-447
総資産	10,682	9,193	-1,488
流動負債	4,763	4,680	-82
（買掛金）	920	868	-51
（短期借入金、1年内返済予定の長期借入金）	1,755	1,930	175
（賞与引当金）	222	151	-71
（未払金）	1,154	1,037	-117
固定負債	1,996	1,416	-579
（長期借入金）	1,093	610	-483
負債合計	6,760	6,097	-662
純資産合計	3,922	3,095	-826
（自己株式）	-525	-497	27
負債純資産合計	10,682	9,193	-1,488
<安全性>			
流動比率	141.4%	133.0%	-
自己資本比率	35.8%	32.5%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年10月期の売上高は24,400百万円、 営業利益は205百万円を予想。 対面型フィールドサービスの需要落ち込みを成長分野で補えるかが鍵

2024年10月期の連結業績は、売上高が前期比7.7%減の24,400百万円、営業利益が同84.6%増の205百万円、経常利益が同79.8%増の200百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が85百万円(前期は718百万円の損失)と、収益を着実に改善する予想である。

オンデマンドエコノミー事業では、販売支援業務やIT機器の設置設定業務などのフィールドサービスは、引き続き厳しい状況が継続する見通しである。非IT関連のフィールドサポートサービスを強化しつつ、IT関連の需要回復を待つ戦略である。ヘルプデスク、サービスデスクの運営を手掛ける非対面型業務のコンタクトセンターサービスは、通販市場の成長、企業のDX化などを背景に、引き続き底堅い需要を想定する。デジタルマーケティング事業では、一層の運営コストの効率化を行うとともに、総合プロデューサーの秋元康氏とともに新たな利益創出と成長に取り組む。システムソリューション事業は、国内のソフトウェア設備投資が回復基調にあるなか人材不足は顕著であり、受託開発業務やシステムエンジニアリングサービスは引き続き堅調な需要が期待できる。シェアリングエコノミー事業では、コロナ禍で定着し働き方のニーズの取り込みを推進し、さらなるシェアオフィス稼働率向上、利用会員獲得を見込む。対面型フィールドサポートサービスの需要落ち込みをコンタクトセンター、システムソリューション、シェアオフィスなどの成長分野で補えるかが鍵となる。

営業利益は前期比84.6%増、営業利益率は0.8%(前期は0.4%)と着実な回復を見込んでいる。同社は従来、営業利益率は5%前後というパフォーマンスであるものの、IT機器フィールドサービスの回復やデジタルマーケティング事業のさらなるコスト効率化に一定の期間がかかると想定し、保守的な事業計画となったと見られる。弊社では、IT分野やサービス業の人材不足は顕在化しており、同社にとっての外部環境は好転の兆しがあると見ている。デジタルマーケティング事業での秋元康氏との新規取り組み、Web3領域の新事業などの成長と業績への寄与に注目したい。

2024年10月期業績予想

(単位：百万円)

	23/10期		24/10期		
	実績	対売上比	予想	対売上比	前期比
売上高	26,432	100.0%	24,400	100.0%	-7.7%
営業利益	111	0.4%	205	0.8%	84.6%
経常利益	111	0.4%	200	0.8%	79.8%
親会社株主に帰属する 当期純損益	-718	-2.7%	85	0.3%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 成長戦略・トピック

Web3 技術を活用し新しい働き方を創造する戦略を推進。 秋元康氏が総合プロデューサーとして日本直販に参加

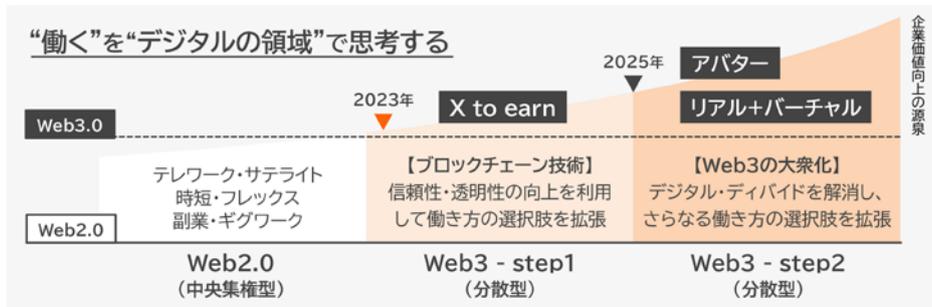
1. Web3 技術を活用し新しい働き方を創造する戦略を推進

同社は、「働くひとりひとりの労働が公平な評価を受けられる社会」を目指している。”公平な評価”のためには、透明かつ公平な評価を受けられる労働市場やプラットフォーム・働く場所が必要であり、同社は4事業を通じてこれらの実現を推進している。その成果として、テレワーク・サテライト、時短・フレックス、副業・ギグワークなど様々な働き方支援の基盤を構築し、インターネットやスマホアプリ等を通じて、企業に雇用されることなく、プロジェクト単位で単発の仕事を請け負う働き方を普及させることに貢献してきた。中期的（2023～2025年）なビジョンでは、ブロックチェーン技術などの分散型・Web3技術を活用し、信頼性・透明性の向上を利用して働き方の選択肢を拡張し、価値を生み出しているユーザーに還元される社会の実現を目指す。

VISION & 戦略

GiG Economy で働くに革命を起こす。

インターネットやスマホアプリ等を通じて、企業に雇用されることなく、プロジェクト単位で単発の仕事を請け負う働き方、およびこれらによって成り立つ経済の仕組みです。



Web3の出現により、中央集権型から分散型の仕組みが生まれ、価値を生み出しているユーザーに還元される社会の実現が可能と考えます。中央集権されることなく、様々な格差を解消し、働くひとりひとりの労働が公平な評価を受けられる社会を目指しています。

出所：決算説明資料より掲載

2. 写真撮影でトークンを稼ぐ Snap to Earn 「SNPIT」 が好調スタート

同社の連結子会社(株)GALLUSYSは、チューリング(株)と共同開発するブロックチェーンゲーム「SNPIT」をリリースしている。「SNPIT」は、スマートフォンカメラを活用した画期的な Game-Fi 体験を提供する、全く新しい Snap to Earn サービスである。ユーザーは、カメラ NFT を活用して撮影を行い、それにより独自のトークンを獲得できる。さらに、トークンを用いてカメラの性能を向上させることで、より精巧な画質での撮影や、トークン獲得量の増加が可能となる。特定の画質基準を超えた写真はバトルへのエントリー資格を得て、バトルでの勝利によるトークン獲得も可能である。「SNPIT」を通じて、ユーザーは美しい風景を捉え、その価値を再認識することができ、自然保護や文化遺産保護への意識向上に資するとしている。

将来的な発展形態としては、写真撮影の依頼を受け、報酬として通貨を獲得できるプラットフォームである。自動販売機・公園の遊具、遠隔地の資産状況、ライブ通販：市場や農園での商品、終活の写真撮影、土地の境界、危険な場所、研究(生物画像、歴史保存、生体保存(絶滅危惧種))など様々な被写体の撮影への応用に可能性があり、過去に同社が受託してきた単発短期の業務との親和性が高い。

2023年9月には「SNPIT」のストラテジックアドバイザーに秋元康氏が就任した。日本政府の成長戦略の一環でありながら、まだ広く普及できていない Web3 の領域で、日本が世界に誇れるプロダクトであるカメラを用いてブロックチェーンゲームにし、秋元康氏ならではの企画とプロモーションを進行させることで普及を図る。同年9月から10月にかけて、「SNPIT」では NFT の販売を行い、1万個が完売するほどの人気を博し、スタートは好調である。

Web3 ギグワーカーの働く選択肢の拡張例



Snap to Earn

Game - fi

カメラNFTを使用した世界初のSnap to Earnであり、ただのカメラバトルアプリではありません。ブロックチェーン技術による信頼性・透明性の向上を利用し、カメラで写真を撮る・写真を評価する等の体験をしながら、報酬として通貨を獲得できるアプリです。

ミッションモード

— Mission Mode —

AR宝箱の探索



SNPITトークンを使用し、ARモードのカメラで宝箱の撮影や収集を行います。

- 未回収の宝箱は一定時間後に別の場所に移動
- SNPITトークンを消費することで、宝箱の出現場所を特定の範囲に絞ることが可能

撮影依頼の達成



自動販売機・公園の遊具等の写真撮影の仕事を受け、報酬を獲得できます。

遠隔地の資産状況 / ライブ通販：市場や農園での商品
終活の写真撮影 / 土地の境界 / 危険な場所
研究 - 生物画像 / 歴史保存 / 生体保存(絶滅危惧種)

出所：決算説明資料より掲載

3. 秋元康氏が総合プロデューサーとして日本直販に参加

2023 年 9 月に同社は、日本直販の総合プロデューサーに秋元康氏が就任するとともに、日本直販の株式の一部を秋元康氏関係者に譲渡することを発表した。秋元康氏は、AKB48 とその地方姉妹グループ、乃木坂 46・櫻坂 46・日向坂 46 などをはじめとするアイドルグループのプロデュース、映画、ゲーム、イベント、新商品・新サービスなど様々な分野で活躍するプロデューサーである。BtoB ビジネスを主力としてきた同社では、通販という BtoC ビジネスのノウハウ獲得や早期育成に課題を持っており、秋元康氏の知見を活用することで、営業施策やブランド構築面で成長スピードを加速させることが目的である。具体的には、さらに「プレミアム会員特典の共同開発」「プレミアム商品の共同開発」「新たなブランディング戦略の展開」「タレント コンテンツ連動型のプロモーションの始動」などの準備が進められており、順次リリースされる予定である。

資本に関しては、同社の新株予約権を、社外協力者である秋元康氏に 1,500 個（1 個 100 株）、秋元伸介氏に 500 個（同）、同社の長期的な企業価値・株主価値の向上を目指すためのストック・オプションとして割り当てた。また、日本直販の株式の一部（20%）を秋元康氏の関係者に譲渡することで、より強固な関係を築いていく。

2023 年 12 月には、秋元康氏、秋元伸介氏との共同出資により株式会社 Green Light を設立した。この会社は、ライブ・エンタテインメントに関する各種イベントの企画・運営、スタッフィングなどの事業（ライブエンタメ事業）を行う。ライブやコンサート、フェス、舞台、ミュージカルなどのライブエンタメ市場は、コロナ禍で大きく落ち込んだものの、2023 年にはコロナ禍前の水準を超え、今後も拡大していくことが予測されている。ライブエンタメ事業では、最先端のオンライン配信技術や VR 配信等、同社グループが得意とする技術が活用でき、登録ギグワーカーにとってもイベント支援業務に領域を拡大することができるなど、様々な経営資源の活性化が見込まれる。また、実績ある教育ノウハウによるアイドルのセカンドキャリアの構築、飲食店等の運営、縁日やパーベキュー等のイベント企画などを視野に入れた事業展開も検討している。

以上、秋元康氏と同社は、重層的かつ長期的視野に基づいて連携しており、爆発力のある新しいサービス事業の創出や既存事業とのシナジー効果などが期待できる。

■ ESG への取り組み

働き方改革の推進を通じて ESG に貢献

同社は創業当初から ESG (Environment : 環境、Social : 社会、Governance : ガバナンス) の理念を宣言し、本業や CSR 活動を通じて実践してきた。以下に事例を示す。

(1) E (Environment : 環境)

同社は、企業行動指針、CSR 基本方針、環境ポリシーにおいて、社内外で LED・ペーパーレス化、環境にやさしい技術、再生可能エネルギー等の普及・促進を宣言し実践している。本業においては、オンデマンドエコノミー事業において産業用太陽光発電システム設置などを行う。また、シェアリングエコノミー事業を展開するなど、シェアリングエコノミーの普及を通じてリソースの効率利用に貢献している。

(2) S (Social : 社会)

同社は、「労働市場に革命を起こす！」ことをビジョンに掲げており、主力のオンデマンドエコノミー事業において、副業・学生・主婦・フリーランスなど多彩な人材の自由自在な活躍を創出し、働き方改革を推進している。ダイバーシティ・女性活躍を積極的に推進しており、女性活躍推進企業として「なでしこ銘柄」に 5 年連続選定 (2021 年 3 月) されている。また、毎年、最終利益の 1% を貧困の撲滅や人々が生きるための食物や医療費へ寄付する方針の下、過去 7 年間に (公財)SBS 鎌田財団をはじめ、日本赤十字社や各自治体等に対して 1,887 万円を寄付している。2023 年 4 月には、子会社のギグワークス・アドバンス (株) がハンディキャップクリエイターとして活躍する版画家 石原陸郎氏の代表作品を商品化し、日本直販を通じて販売する取り組みを開始した。障がい者雇用の創出だけでなくインクルージョン推進を推進し、障がい者の従業員が働きがいを感じる環境を整備している。

(3) G (Governance : ガバナンス)

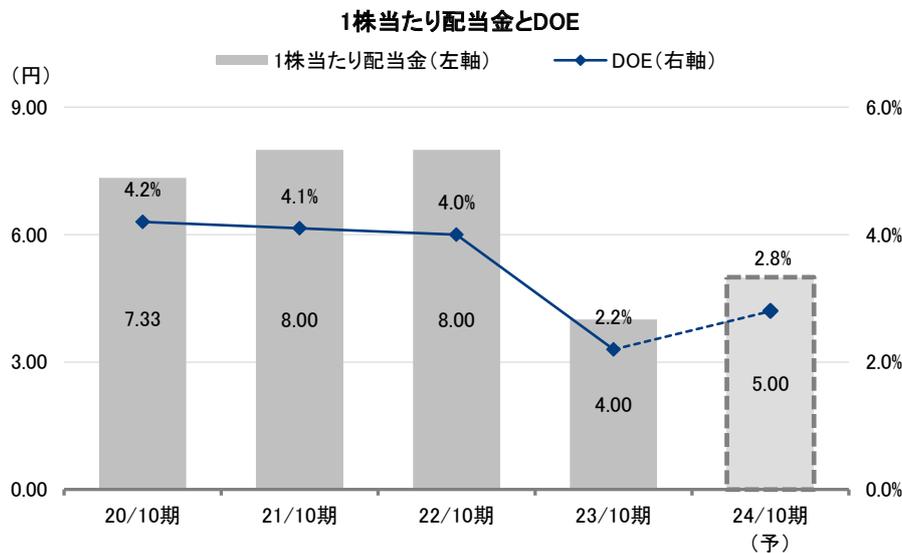
企業統治においても様々な取り組みを行っている。その一例として、1) 社外取締役の高い構成比 (10 名のうち 4 名)、2) コーポレート・ガバナンス報告書や統合報告書を通じた情報開示、3) セキュリティ水準の向上のため、ISO/IEC27001 規格認証及びプライバシーマークなどを取得している。

■ 株主還元策

2023年10月期は損失計上も、年4円配当を実施。 DOEを重視する政策により、業績下振れ時も配当を継続

1. 配当予想

同社は、重点分野への積極的な投資等により確固たる競争力を早期に築くことを重要な課題と認識しつつ、同時に株主に対する利益還元についても重要な経営の課題として認識している。2023年10月期は特別損失の計上等により親会社株主に帰属する当期純損失を計上したが、年4円（前期は8円）の配当を実施した。2024年10月期の配当は年5円（前期比1円増配）、配当性向116.0%を予想する。同社は株主還元の1つの指標としてDOEを重視している。過去のDOE実績は、4.1%（2021年10月期）、4.0%（2022年10月期）、2.3%（2023年10月期）と一定水準を維持している。DOEは配当性向×ROEに分解することができ、DOEを維持・向上する政策は、2023年10月期のようにROEが下がった局面においても配当が維持され、株主還元の視点では業績下振れの影響が緩和されたと言えるだろう。



注：2021年4月1日付けで普通株式1株につき3株の割合で株式分割実施。遡及して修正済み
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 株主優待制度

同社は、株式への投資の魅力を高めるとともに、株式の中長期的な保有を促進することを目的として、2018年10月期から株主優待制度を導入している。日本直販を子会社化したことを機に、2022年10月期より株主優待制度をリニューアルしており、毎年10月31日現在の株主を対象に、日本直販のWebサイトで1年間利用可能な割引クーポン（30%割引、割引金額の上限は累計（合算）で30万円（税抜））を贈呈する。

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