

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

GMO メディア

6180 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月15日(金)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

| | |
|---------------------|----|
| ■ 要約 | 01 |
| 1. 2023年12月期の業績概要 | 01 |
| 2. 2024年12月期の業績見通し | 01 |
| 3. 成長戦略 | 02 |
| ■ 会社概要 | 03 |
| 1. 会社沿革 | 03 |
| 2. 事業内容 | 04 |
| 3. 市場環境と会社の強み・事業リスク | 07 |
| ■ 業績動向 | 09 |
| 1. 2023年12月期の業績概要 | 09 |
| 2. 事業セグメント別動向 | 11 |
| 3. 財務状況と経営指標 | 16 |
| ■ 今後の見通し | 18 |
| 1. 2024年12月期の業績見通し | 18 |
| 2. 中期計画の進捗状況 | 20 |
| 3. 投資育成2事業の成長戦略 | 21 |
| 4. 人的資本経営の取り組み | 23 |
| ■ 株主還元策 | 24 |

■ 要約

教育・美容医療関連事業の成長により 業績は2ケタ増収増益が続く見通し

GMOメディア<6180>は、GMOインターネットグループ<9449>のメディア事業会社で、ポイントサイトやHTML5ゲームプラットフォーム等のメディア運営によって広告収入や課金収入等を得るメディア事業と、メディア事業で蓄積したノウハウ・システムを活用して、他社メディアの収益化を支援するサービスやASP※事業が含まれるソリューション事業を展開する。2020年3月にクーポン・チケット購入サイト「くまポン」や「キレイパス」を運営するGMOビューティー(株)(旧GMOくまポン(株))を子会社化した。

※「Affiliate Service Provider」の略で、成功報酬型広告を配信するサービス・プロバイダ。

1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高で前期比12.1%増の6,266百万円、営業利益で同72.0%増の533百万円と2ケタ増収増益となり、営業利益は過去最高を7期ぶりに更新した。メディア事業のうち、ゲームプラットフォーム事業が広告収入、課金収入ともに前期比2ケタ増と好調に推移したほか、教育関連事業(コエテコ)や美容医療関連事業(キレイパス)といった投資育成事業も順調に拡大し増収要因となった。とりわけ社会人向けプログラミングスクール等のポータルサイト「コエテコ campus」(アフィリエイト広告収益)については、政府のリスクリング支援策等を追い風に急成長した。利益面では、人材投資や開発投資が膨らんだものの、増収効果に加えて前期まで積極投下してきた販促費や広告宣伝費が合わせて約2.5億円減少したことなどが増益に寄与した。同社は2020年12月期からの5ヶ年計画において、既存事業の成長に加えて投資育成事業に積極投資し収益化することで、2024年12月期に営業利益510百万円を目標に掲げていたが、1年前倒しで達成したこととなる。

2. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の業績は売上高で前期比10.1%増の6,900百万円、営業利益で同21.7%増の650百万円と2ケタ増収増益が続く見通し。売上高は引き続きゲームプラットフォーム事業や投資育成事業で2ケタ成長を見込んでいる。利益面では、増収効果に加えてAIの活用による業務効率向上によって、利益率の上昇を見込んでいる。投資育成事業のうち、教育関連事業では「コエテコドローン」や「コエテコキャリア」などプログラミング以外の領域にも対象を拡大することで高成長を目指す。また、美容医療関連事業ではチケット販売のさらなる拡大が見込めるほか、美容クリニック向け経営支援プラットフォーム「キレイパスコネクト」も機能拡充により契約件数が増え始めており、第4四半期にも月次ベースで黒字化する見通しである。第1四半期業績については前年同期の水準が高かったこともあり成長率が一時的に鈍化する可能性があるが、通期計画については十分に達成可能な水準と弊社では見ている。

要約

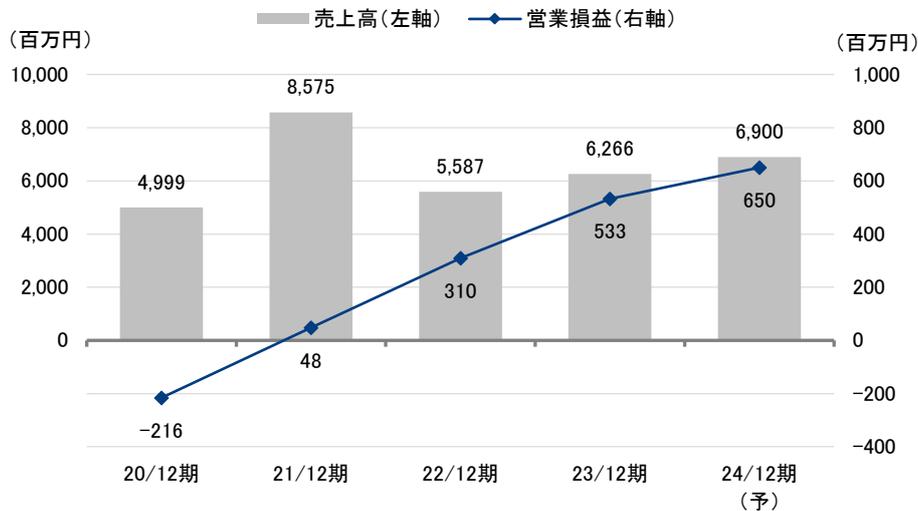
3. 成長戦略

今後の成長戦略として、既存の収益事業をベースに成長領域である教育・美容医療関連事業への投資の継続で売上成長を目指すとともに、ストック型ビジネスであるDX事業（SaaS事業）の育成を図り、収益の安定性を高める方針だ。また、ポイントサイトやゲームプラットフォームの運営で培ったノウハウを提携パートナーに横展開するソリューション事業の拡大にも取り組む。ポイントサイトの構築支援ツール「GMOリピータス」は従来、大手サイト運営事業者を顧客ターゲットとしてきたが、顧客層の拡大に向けて、2024年後半を目途に廉価版サービスをリリースする予定だ。これら成長戦略が順調に進めば、年率10%以上の持続的成長が可能になると弊社では見ており、業績は成長ステージが続く見通しだ。

Key Points

- ・2023年12月期業績は2ケタ増収増益となり、7期ぶりに過去最高益を更新
- ・2024年12月期もゲームプラットフォーム事業と投資育成事業がけん引し2ケタ増収増益が続く見通し
- ・教育・美容医療領域でDX事業の育成に注力、シナジー創出による成長加速を狙う

業績推移



注：20/12期以降、連結数値。22/12期より収益認識会計基準等を適用
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

自社メディアから得られる広告収入や課金収入を収益源とする メディア事業とソリューション事業を展開

1. 会社沿革

同社はインターネット黎明期から一般消費者向けに様々なインターネットサービスを無料で提供し、これらサービスの顧客接点であるメディアを基盤とした広告事業やゲーム事業を中心とする課金事業を手掛けている。「For your Smile, with Internet.」を企業理念として掲げ、関わるすべての人々にインターネットを通じて「笑顔、ほほえみ、幸福、満足、こちよさ」を提供するという想いで事業を展開している。

同社の前身はインターネット広告配信技術のベンチャーである iWeb.com Ltd.(本社:イスラエル)と、電通グループ<4324>及びソフトバンクグループ<9984>の合併により 2000 年 10 月に設立されたアイウェブ・テクノロジー・ジャパン(株)[※]で、2001 年 7 月にインターキュー(株)(現 GMO インターネットグループ)が資本参加し、その後は GMO インターネットグループのメディア事業を再編しながら事業展開を進めてきた。

[※] 2000 年 12 月に、(株)電通のほか、電通ドットコム第二号投資事業有限責任組合、(株)サイバー・コミュニケーションズ(現(株)CARTA COMMUNICATIONS)、ソフトバンク・メディア・アンド・マーケティング(株)(現 SB メディアホールディングス(株))が資本参加し、事業展開を開始した。

2004 年 3 月に GMO インターネットグループの子会社である壁紙ドットコム(株)(2001 年 1 月設立)と合併し、「壁紙.com」のサービスを取り込んだ。2005 年 5 月には GMO メディアアンドソリューションズ(株)からポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業などを会社分割により承継、社名を現在の GMO メディアに変更した。2006 年 6 月には若年女性層をターゲットとしたソーシャルメディアサービス「プリキャン革命(現 プリキャン)」を開始、2009 年 4 月に GMO ティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継した。

2010 年以降は、スマートフォンの普及によるインターネット業界の変化に対応するため、アプリケーションエンジニアの強化・育成を図り、また、2014 年 12 月に「ポイントタウン」のポイント交換対象としてビットコインを国内で初めて採用するなど新たな取り組みにも積極的にチャレンジしている。2012 年 7 月には HTML5 ゲームプラットフォーム「ゲソてん」のサービスを開始し、ゲーム分野における広告並びに課金収益モデルを確立した。

2017 年 11 月に教育領域への参入を目的に、プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始したほか、2020 年 3 月にはクーポン・チケット購入サイト「くまポン」や「キレイパス」を運営する GMO ビューティー(旧 GMO くまポン)を子会社化し、2020 年 12 月期より連結決算を開始した。2023 年 12 月期末の連結従業員数は 207 名(役員・臨時従業員除く)で、このうちクリエイター(エンジニア、デザイナー、ディレクター)の比率は 64.7% を占める。

GMOメディア | 2024年3月15日(金)
 6180 東証グロース市場 | <https://www.gmo.media/ir/>

会社概要

沿革

| 年 | 月 | 概要 |
|------|----|--|
| 2000 | 10 | イスラエルで開発された PC 画面に広告を配信する技術を利用した広告ネットワークを世界に展開する iWeb.com Ltd. (米国ニューヨーク州) が、同事業を日本で展開するために、「アイウェブ・テクノロジー・ジャパン株式会社」(現同社) を設立 |
| 2001 | 7 | インターキュー(株)(現 GMO インターネットグループ) が資本参加 |
| 2002 | 5 | 商号を「ユーキャストコミュニケーションズ株式会社」に変更。本店の所在地を東京都渋谷区に移転 |
| 2004 | 3 | 壁紙ドットコム(株)と合併し、PC 壁紙総合ポータルサービス「壁紙.com」を承継。商号を「GMO モバイルアンドデスクトップ株式会社」に変更 |
| 2005 | 5 | 会社分割方式により、GMO メディアアンドソリューションズ(株)から無料メールリストサービス「FreeML」(現「freeml」※2019年12月2日にサービス終了)事業及びポイントサービス「ポイントメール」(現「ポイントタウン」)事業を承継。商号を「GMO メディア株式会社」に変更 |
| 2006 | 6 | 女子大生向け日記サービス「プリキャン革命」(現「プリキャン」)を開始 |
| 2009 | 4 | GMO ティーカップ・コミュニケーション(株)と合併し、掲示板サービス「teacup.」事業を承継 |
| 2012 | 7 | HTML5 ゲームプラットフォーム「ゲソてん」を開始 |
| 2014 | 12 | 「ポイントタウン」のポイント交換対象にビットコインを採用 |
| 2015 | 10 | 東京証券取引所マザーズ市場に新規上場 |
| 2016 | 9 | PC ブラウザ向けゲームプラットフォーム事業「aima (アイマ)」を ACCESSPORT(株)から譲受 |
| 2017 | 11 | プログラミング教育ポータルサイト「コエテコ」の運営を開始 |
| 2020 | 3 | クーポン・チケット購入サイトを運営する GMO くまポン(株)の株式を取得し連結子会社化 |
| 2021 | 4 | エデュケーション・デザイン(株)より生徒管理・決済ツール「Smart Manage」を譲受、DX 事業に参入 |
| 2022 | 2 | オンライン講座の販売・管理が一括でできる「コエテコカレッジ」の提供開始 |
| 2022 | 4 | 東京証券取引所市場再編に伴い、グロース市場に移行 |

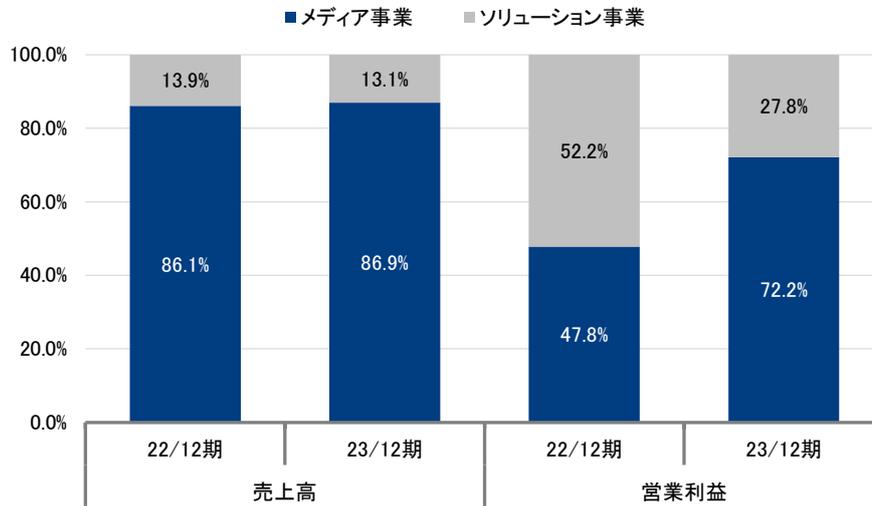
出所：有価証券報告書、会社資料よりフィスコ作成

2. 事業内容

同社は「メディア事業」と「ソリューション事業」を展開している。メディア事業は、自社で運営するポイントサイトや HTML5 ゲームプラットフォーム、ヴァーティカルメディア(業界特化型メディア)を通じて広告収入や課金収入を獲得するビジネスである。ソリューション事業は、メディア運営事業で培ったノウハウをパートナー企業に提供することで収益を獲得するビジネスである。2023年12月期の事業セグメント別構成比では、メディア事業が売上高の 86.9%、営業利益の 72.2% を占める主力事業となっている。

会社概要

事業セグメント別構成比



出所：決算短信よりフィスコ作成

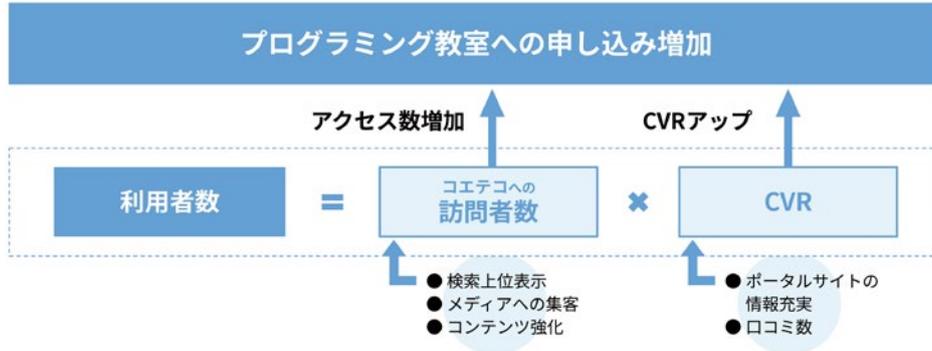
(1) メディア事業

メディア事業では、ポイントインセンティブ等による既存の収益事業と投資育成事業を展開している。既存の収益事業では業界トップクラスのポイントサイトである「ポイントタウン」やHTML5ゲームプラットフォームの「ゲソてん」「かんたんゲームボックス」、クーポン・チケット購入サイトの「くまポン」などを運営しており、これらのサイトを通じて得られる広告・課金収入が売上高、利益の大半を占めている。

投資育成事業では教育関連と美容医療関連で事業展開している。教育関連事業では子ども向けプログラミングスクールのポータルサイトとして掲載教室数、口コミ掲載数ともに業界トップの地位を確立した「コエテコ」やリスキリングに取り組む社会人向けの「コエテコ campus」などを運営している。そのほか、プログラミング教室向け経営支援プラットフォーム「コエテコ Plus」(月額課金型)、誰でも簡単にオンラインスクールを構築できる「コエテコカレッジ」(月額課金+従量課金)などのサービスを開発・提供している。売上の大半は「コエテコ」や「コエテコ campus」などのポータルサイトを通じた成果報酬型広告収入である。「コエテコ」では掲載スクールにユーザーが体験申込を行い、実際に訪問した際に成果報酬として売上が発生する。また、「コエテコ campus」は、ユーザーが掲載スクールに資料請求、入会申込等を行った際に成果報酬として売上が発生するモデルである。

会社概要

「コエテコ」の収益構造

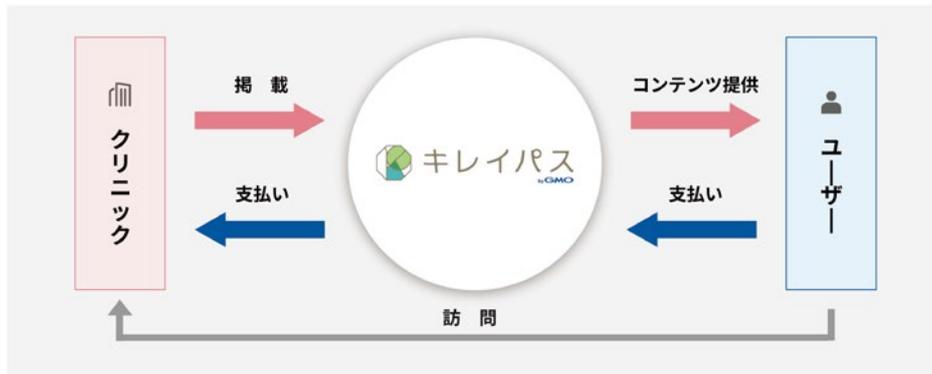


出所：決算説明資料より掲載

美容医療関連事業では、美容クリニックの検索・予約サイト「キレイパス」を運営しているほか、美容クリニック向け経営支援プラットフォーム「キレイパスコネクト」（月額課金型）※のサービスを開発・提供している。売上の大半はチケット掲載数業界トップの「キレイパス」を通じて得られる成果報酬型広告収入で、契約するクリニックから委託を受けたコンテンツ（チケット）を「キレイパス」に掲載し、ユーザーがコンテンツを購入した時に販売手数料（同社の売上）を除いた金額をクリニックに支払うモデルである。

※ 予約管理から電子カルテ・会計、経営分析など経営の効率化を図るための機能を一括で提供している。

「キレイパス」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

投資育成事業は2020年以降、先行投資を積極的に行ってきた。その結果、2023年12月期のメディア事業に占める構成比率は売上高で約13%、売上総利益で30%に近い水準まで成長している。今後はそれぞれの領域でストック型ビジネスであるプラットフォームサービスを育成し、安定収益基盤を拡大しながらさらなる成長を目指す。

会社概要

主要運営メディアの概要

| 既存の収益事業 | |
|-------------|--|
| ポイントタウン | ショッピングや各種申込をすることによってポイントを貯めるサービス。貯めたポイントは現金や自分の好きな提携ポイント等に交換できる。1999年開始の老舗ポイ活サービス |
| ゲソてん | 「ゲソてん」とはゲーム&ソーシャル天国の略称。ダウンロード・インストールすることなく気軽にゲームプレイできるHTML5ゲームプラットフォーム。ポイントタウンで貯めたポイントやクレジットカード、キャリア決済、ビットコイン決済等でアイテムを購入できる |
| かんたんゲームボックス | 広告を視聴することを条件に無料のカジュアルゲームを楽しめるプラットフォーム。自社+パートナーネットワークにより、月間約570万のユーザーが利用 |
| くまボン※ | グルメから美容、レアアイテム通販まで幅広いジャンルの商品・サービスのクーポンを購入できるサイト |
| 投資育成事業 | |
| コエテコ | 小学生向けプログラミングスクールのポータルサイト。掲載教室数、口コミ掲載数で業界トップ。掲載教室数は約1.3万教室。社会人向けを対象とした「コエテコ campus」やドローンスクールポータルサイト「コエテコドローン」、転職や副業、独立を目指す社会人に向けたポータルサイト「コエテコキャリア」を相次いで開設している |
| キレイパス※ | 美容医療サービスのチケット購入サイト。事前決済型で予約申込も可能。2023年12月時点の登録会員数は前年同月比1.48倍、2023年12月期第4四半期のチケット購入件数は前年同期比1.18倍に成長 |

※ GMO ビューティーのサービス
出所：会社資料よりフィスコ作成

(2) ソリューション事業

ソリューション事業では、「ポイントタウン」の運営ノウハウを生かし他社運営メディア上でポイントサイトの構築・運営支援を行うポイント CRM ツール「GMO リピータス」や、アフィリエイト広告に関するナレッジを活用した ASP 事業「affi town (アフィタウン)」などを展開している。「GMO リピータス」についてはシステム開発から導入支援、運用サポートまで手掛けており、NTT ドコモ <9437> の「ポイント広場」のほか「イオンカードポイントモール」や「ポイント広場」など合計7サイトに導入している。

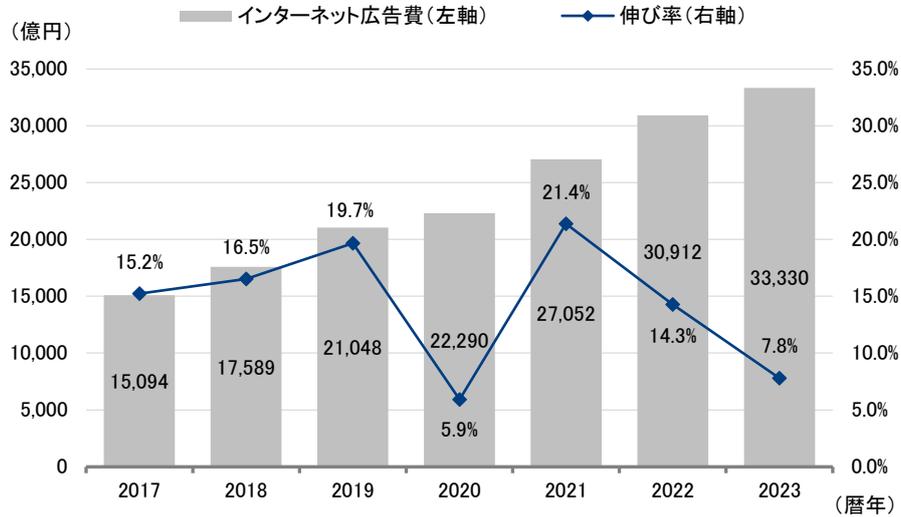
3. 市場環境と会社の強み・事業リスク

(1) 市場環境

国内のインターネット広告の市場規模は年々拡大を続けており、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響で一時的に広告需要が冷え込んだ2020年においても前年比5.9%増と成長を継続し、2023年は同7.8%増の33,330億円と国内広告費全体の約45.5%を占めるまでになり（「2023年日本の広告費」（電通調べ））、存在感がさらに増す状況となっている。スマートフォンやソーシャルネットワークサービス（以下、SNS）の普及拡大と、それに伴う生活スタイルの変化（テレビ、新聞離れ）、アドテクノロジーの進化によって費用対効果の高いインターネット広告に予算を振り向ける企業が増えていることが背景にある。特に、ここ数年では SNS 向けの動画広告が大きく伸長している。同社が主に展開しているアフィリエイト広告やディスプレイ広告の成長率については、やや鈍化傾向にあるが、今後も販促や集客などの効果的な施策として利用拡大が続くと見られ、後述する成長戦略を推進することで同社の成長余地も広がるものと弊社では考えている。

会社概要

インターネット広告費の推移



出所：電通「2023年日本の広告費」よりフィスコ作成

(2) 同社の強み・事業リスク

a) 強み・優位性

同社の強みは、1) ポイント・ゲーム・アフィリエイト広告・アドネットワーク事業などで長年培ってきたノウハウを、自社だけでなく他社へのソリューションサービスとして提供し、効率的に事業を拡大できること、2) 社員の過半を技術者で占めており※1、新規サービスの開発だけでなく機能の拡充・改修などが必要となった場合は迅速に対応可能なこと、3) マーケティング・開発・運用のすべてを自社内で行っているほか、システムインフラを各サービス間で共用しているため、重複コストを発生させずに迅速で柔軟なサービス展開が行えること、4) PC・スマートフォンにおける SEO※2・ASO※3・コンテンツマーケティング※4のノウハウを社内に蓄積しており、プロモーションコストをかけずに新規会員を獲得する仕組みを構築していること、などが挙げられる。

※1 2023年12月末時点の正社員のうち、クリエイター（エンジニア、デザイナー、ディレクター）が64.2%を占める。
 ※2 SEO（Search Engine Optimization）：検索エンジン最適化のことで、検索エンジンの検索結果で自社のwebサイトが上位に表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
 ※3 ASO（App Store Optimization）：スマートフォン向けアプリストアにおいて、検索結果やランキング表示で自社アプリが上位に表示されるように工夫すること、またそのための技術やサービス。
 ※4 コンテンツマーケティング：顧客が必要とする情報を理解し、それを適切にコンテンツとして提供することで、集客・購買行動につなげる手法。

また、投資育成事業である「コエテコ」については、子ども向けプログラミング教育ポータルサイトの教室・口コミ掲載数で業界トップ※となっており、Google検索でも主要都市においてトップの表示順位を実現するなど、プログラミング教育ポータルサイトとしてのブランド力を確立していることが挙げられる。また、プログラミング教育市場に特化し、そのノウハウを基に近接領域への展開が可能になることも強みである。

※ 2023年11月17日～12月22日にかけて（株）日本マーケティングリサーチ機構が実施した調査によれば、インターネット上で小学生を対象とするプログラミング・ロボット教室を検索でき、一定期間通える教室が掲載されているサイトを運営する11社のなかで掲載教室数がトップとなり、口コミ掲載数についても口コミ投稿ができるサイトを運営する6社のなかでトップとなった。

会社概要

「キレイパス」については、美容医療チケット掲載数で業界トップとなっている。ユーザーにとっては全国600店舗超のクリニックから自分の希望にあった施術方法やクリニックを簡単に検索できるほか、事前決済システムのため施術当日にクリニックから追加料金を請求される心配がなく、予約や来院時の受付などもアプリで一括管理できるなど使い勝手の良いシステムである。事業者側にとっても事前決済となるためキャンセル発生リスクが低くなる。そのほか、美容医療に特化することで、そのノウハウを基に近接領域への事業展開が可能になることも強みである。

b) 事業等のリスク

同社が取り扱うインターネット広告は、他のメディア広告と比べると高い成長率を維持しているが、市場環境の変化や景気動向によって広告主の出稿意欲が低下した場合には、需給バランスによって広告掲載単価が下落し、同社の業績に影響を及ぼすリスクがある。

また、同社はSEOのノウハウを活用して集客を行っているため、検索エンジンの表示順位判定基準（アルゴリズム）が変更された場合に表示順位が低下し、運営メディアへのアクセス数に影響を及ぼす可能性がある。

業績動向

2023年12月期業績は2ケタ増収増益となり、7期ぶりに過去最高益を更新

1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高で前期比12.1%増の6,266百万円、営業利益で同72.0%増の533百万円、経常利益で同75.7%増の540百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同97.4%増の361百万円と大幅増収増益となり、利益ベースでは2016年12月期以来、7期ぶりに過去最高を更新した。売上高も会計基準変更の影響を除けば2021年12月期の水準(8,575百万円)を2期連続で更新したことになる※。子会社のGMOビューティーで展開するクーポン事業が不調だったものの、ゲームプラットフォーム事業が課金・広告収入とも前期比2ケタ増と好調に推移したほか、リスティング市場の拡大を追い風に社会人向けプログラミングスクール等のポータルサイト「コエテコ campus」による成果報酬型広告収入が急成長し業績をけん引した。会社計画に対しても同様の理由により、売上高、各利益ともに上回って着地した。

※ 2022年12月期より収益認識会計基準等を適用した。会計基準変更による売上高のマイナス影響額は2022年12月期で4,435百万円、2023年12月期で4,228百万円となり、旧会計基準で換算した場合の売上高推移を見ると2022年12月期は前期比16.9%増の10,022百万円、2023年12月期は同4.7%増の10,494百万円となる。

業績動向

2023年12月期業績実績

(単位：百万円)

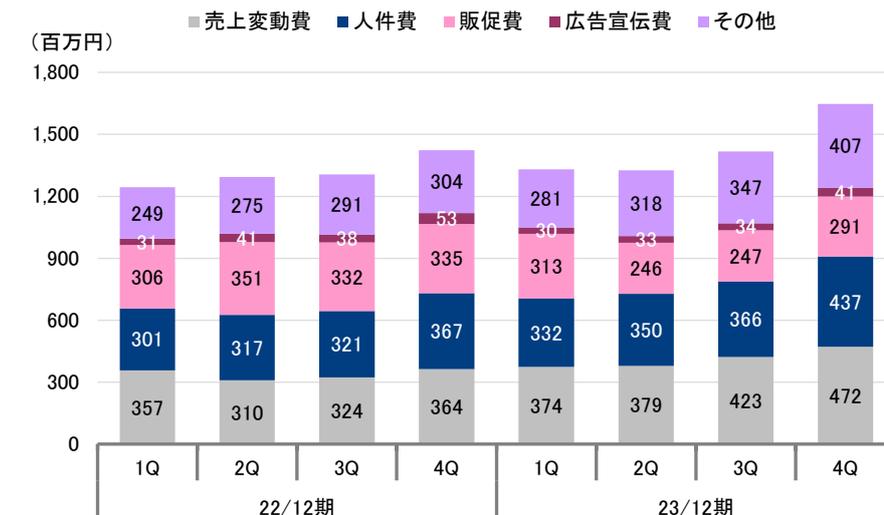
| | 22/12期 | | 会社計画* | 23/12期 | | 前期比 | 計画比 |
|---------------------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|------|
| | 実績 | 売上比 | | 実績 | 売上比 | | |
| 売上高 | 5,587 | - | 6,100 | 6,266 | - | 12.1% | 2.7% |
| 売上原価 | 3,291 | 58.9% | - | 3,483 | 55.6% | 5.8% | - |
| 売上総利益 | 2,296 | 41.1% | - | 2,782 | 44.4% | 21.2% | - |
| 販管費 | 1,985 | 35.5% | - | 2,248 | 35.9% | 13.2% | - |
| 営業利益 | 310 | 5.6% | 510 | 533 | 8.5% | 72.0% | 4.6% |
| 経常利益 | 307 | 5.5% | 500 | 540 | 8.6% | 75.7% | 8.0% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 183 | 3.3% | 330 | 361 | 5.8% | 97.4% | 9.4% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上原価と販管費を合わせた営業費用は前期比 8.6% 増の 5,732 百万円となった。前期に投資育成事業に積極投資した販促費及び広告宣伝費が約 2.5 億円減少した一方で、人員増*や賃金改定により人件費が約 1.8 億円、売上変動費が約 2.9 億円、開発費を含めたその他費用が約 2.3 億円それぞれ増加した。四半期ベースでは、第 4 四半期の営業費用が前年同期比 15.7% 増の 1,649 百万円と増加率が大きくなったが、これは賞与支給等による人件費増に加えて、2023 年 12 月にリリースしたブロックチェーンゲーム基盤「GESO Verse (ゲソバース)」の開発費約 0.4 億円を計上したのが主因だ。営業利益率は増収効果や売上ミックスの改善により、前期比 2.9 ポイント上昇の 8.5% となった。

* 連結従業員数は積極採用を実施し、前期末比で 34 名増の 207 名となった。

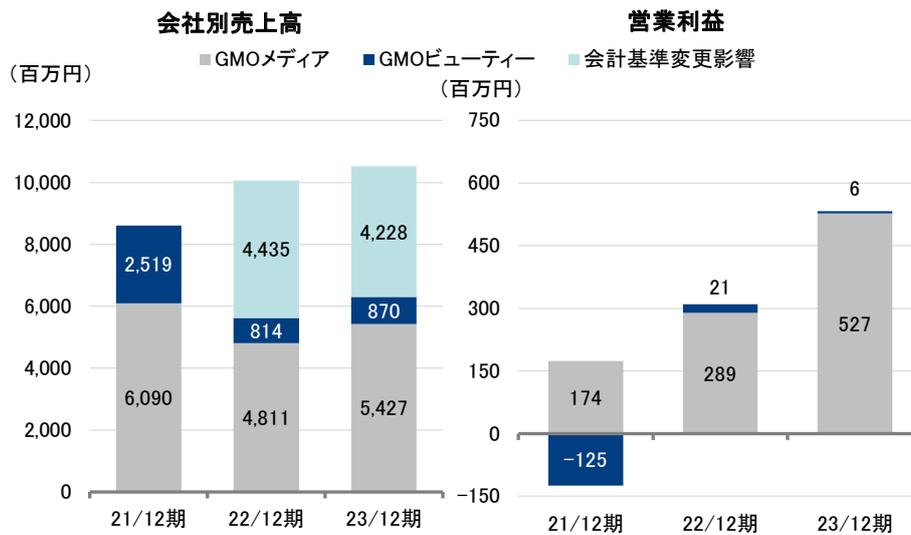
営業費用の内訳



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

会社別業績を見ると、同社単体の売上高が前期比12.8%増の5,427百万円、営業利益が同82.4%増の527百万円、GMOビューティーの売上高が同6.9%増の870百万円、営業利益が同71.4%減の6百万円となった。GMOビューティーの減益要因はクーポン事業の売上減少による。同子会社の利益水準は、美容クリニック向け経営支援プラットフォーム「キレイパスコネクト」の先行投資が続いているため低水準が続いているが、2024年12月期以降は投資回収期に入り、利益水準も向上する見通しである。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

投資育成事業の「コエテコ」は1.6倍増、「キレイパス」は1.5倍増と順調に成長

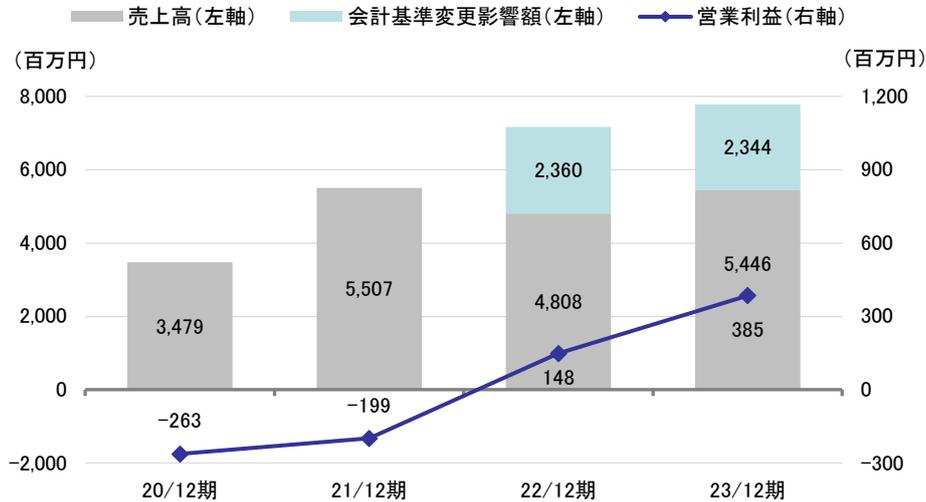
2. 事業セグメント別動向

(1) メディア事業

2023年12月期の売上高は前期比13.2%増の5,446百万円、営業利益は同159.8%増の385百万円となった。主要サービス別の売上動向では、ゲームプラットフォーム事業における課金収入、広告収入がそれぞれ前期比30%増と好調に推移したほか、投資育成事業の「コエテコ」が同60%増、「キレイパス」が同50%増とそれぞれ順調に成長し、利益増に貢献した。「ポイントタウン」は同2%増と伸び悩んだが、原価率の低い広告収入が伸長し利益率は大きく改善した。一方、「くまポン」は人的リソースを「キレイパス」にシフトした影響で低調に推移した。利益率の高いサービスの伸長に加えて、販促費や広告宣伝費の減少も増益要因となり、営業利益率は前期の3.1%から7.1%に上昇した。

業績動向

メディア事業の業績推移

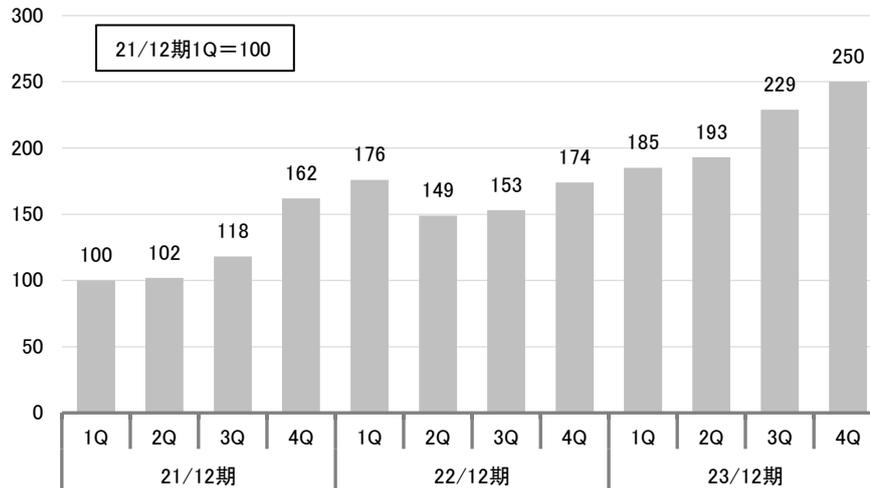


※ 22/12期以降は「くまポン」「キレイパス」の売上高を売上からネット売上に変更。
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

ゲームプラットフォーム事業の売上高は四半期ベースでも右肩上がりに拡大し、第4四半期は前年同期比47%増となった。課金収入が好調に推移した要因としては、2022年6月よりNTTドコモの「ポイント広場」向け、同年12月よりauのゲームポータルサイト「イージーゲーム」向けに人気ゲームコンテンツの提供を開始した効果が大きい。実際、PC経由の課金収入は2022年以降、横ばい水準で推移しているのに対し、スマートフォン経由の課金収入は2022年後半以降大きく伸長しており、2023年12月期は前期比8割増と急成長した。また、無料の広告ゲームをプレイするユーザーに対して課金ゲームをリコメンドする取り組みも課金収入の増加に寄与した。一方、広告収入についてはゲームタイトル数の追加などコンテンツ拡充に取り組み、アクティブユーザー数が前期比2ケタ増と拡大したことや、サイト改善などの成果もあってアドネットワーク広告単価が下期に入って上昇したことも売上好調の要因となった。なお、2023年12月期第4四半期のアクティブユーザー数は前年同期比18%増の573万人と過去最高を更新した。

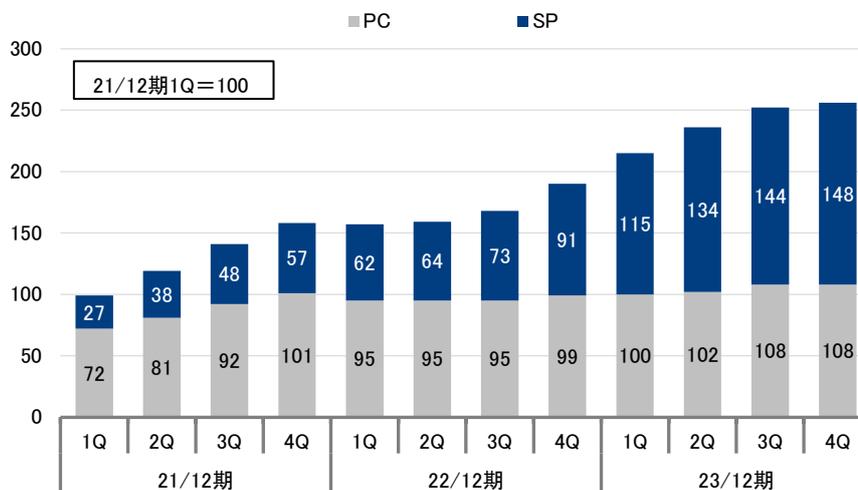
業績動向

ゲームプラットフォーム売上指数(課金+広告)の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

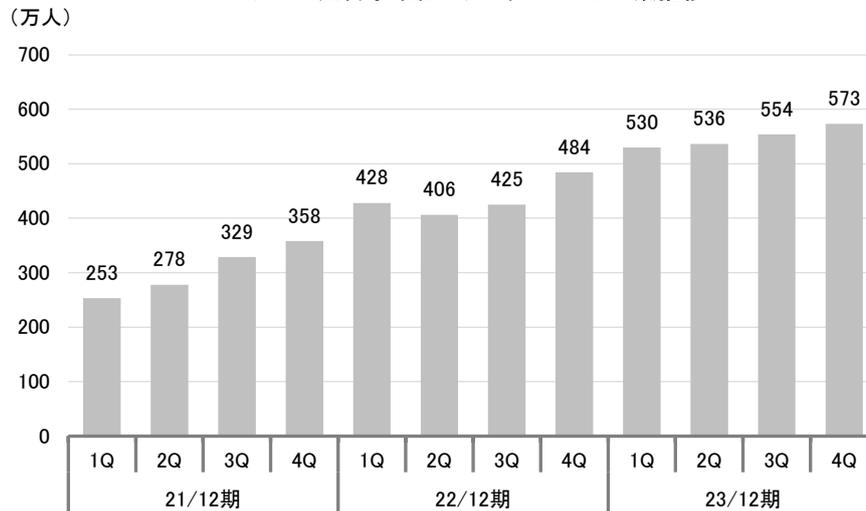
ゲーム課金事業のデバイス別売上指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

ゲーム広告事業総アクティブユーザー数推移



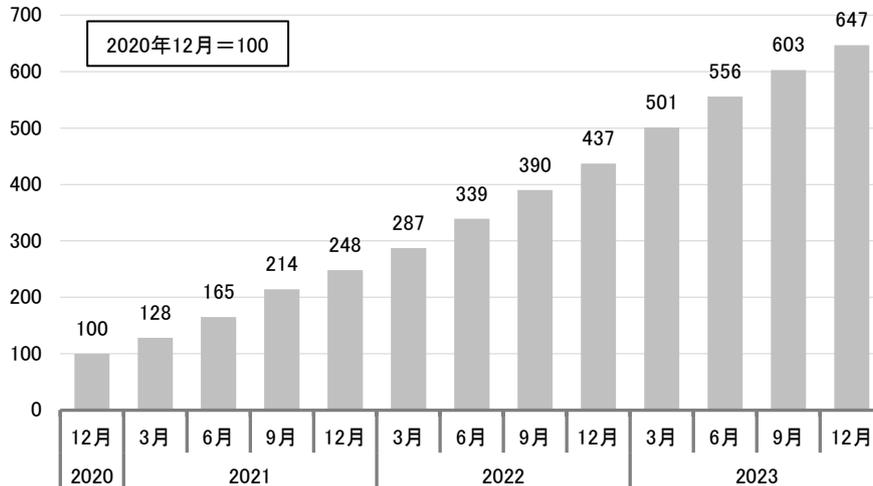
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「コエテコ」は社会人向けの「コエテコ campus」が急成長し、売上のけん引役となった。IT人材の慢性的不足が続くなかで、リスクリングに対する国の補助金政策も後押しになって、プログラミングやWebデザイナーの資格取得を目指す社会人が増え、スクールの口コミ掲載数で業界トップの「コエテコ campus」のアクセス数が増加し高成長につながった。一方で、子ども向けの「コエテコ」については掲載教室数の増加が一巡したこともあり伸び悩んだようで、「コエテコ」全体の売上構成比も7割超が「コエテコ campus」で占めたと見られる。また、2023年10月より独立や転職・副業を目指す社会人向けのポータルサイトとして「コエテコキャリア」を新たに立ち上げている。

「キレイパス」については新規クリニックの掲載数増加やアプリUI/UXの継続改善により、登録会員数が2023年12月時点で前年同月比48%増と順調に拡大していることが好調の背景となっている。チケット購入数も前年同月比18%増と2ケタ成長が続いている。なお、「キレイパスコネクト」についてはオンラインセミナーの開催や機能強化を進めており、着実に導入件数が伸び始めている。

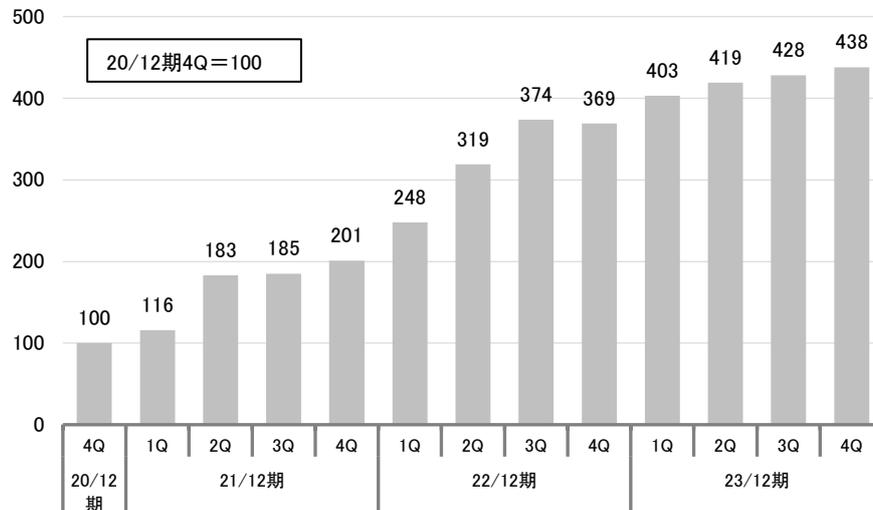
業績動向

「クレイパス」登録会員の指数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「クレイパス」チケット購入数の指数推移

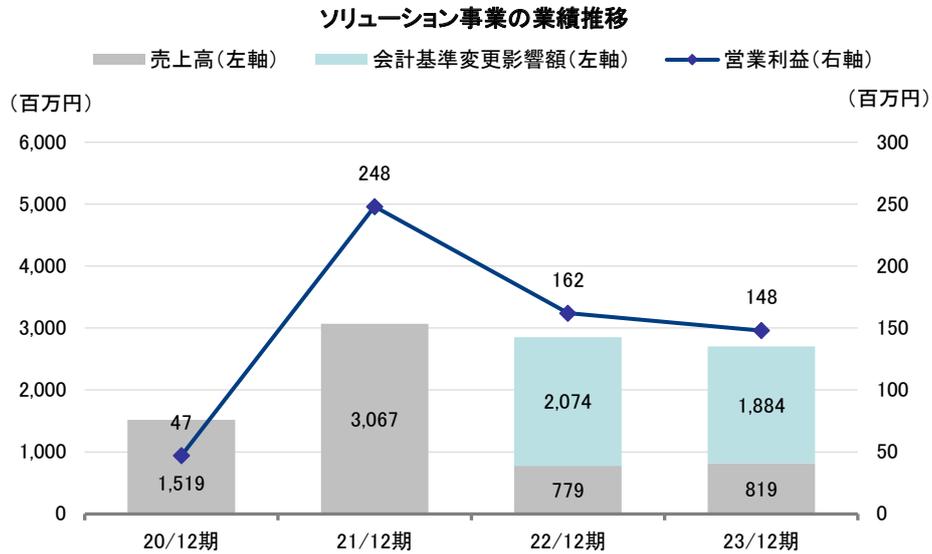


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) ソリューション事業

ソリューション事業の売上高は前期比 5.1% 増の 819 百万円、営業利益は同 8.2% 減の 148 百万円となった。「GMO リピータス」の売上高は主要顧客でレベニューシェアの比率が変更となった影響もあり同 1% 増と微増にとどまった。ASP 事業は、下期に金融ジャンルで大型案件の停止があったものの、その他案件の増加でカバーして同 6% 増となった。利益面では、売上構成比の変化や下期から「GMO リピータス」のシステムリプレースの開発をスタートさせたことで、減益となった。

業績動向



注：21/12期以前は旧会計基準
出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

無借金経営で手元キャッシュは過去最高水準に積み上がる

3. 財務状況と経営指標

2023年12月期末の資産合計は前期末比485百万円増加の5,470百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金と関係会社預け金の合計が409百万円増加した。また、固定資産は有形固定資産が7百万円、のれんが12百万円それぞれ減少した一方で、ソフトウェアが19百万円、投資有価証券が19百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比174百万円増加の3,068百万円となった。主に買掛金が113百万円、未払金が45百万円、ポイント引当金が31百万円増加した。また、純資産合計は同310百万円増加の2,401百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上及び配当金支出により利益剰余金が268百万円増加したのが主因だ。

経営指標については、経営の安全性を表す自己資本比率が収益増に伴って43.5%と前期末比で1.7ポイント上昇した。無借金経営で現金及び預金と関係会社預け金の合計が3,277百万円と潤沢であることから、財務の健全性は高いと判断される。収益性についてもROA（総資産経常利益率）、ROE（自己資本当期純利益率）、売上高営業利益率ともに3期連続で上昇しており、2020年12月期以降の投資育成事業への戦略的な投資の効果が顕在化したものと評価される。実際、同社の2023年12月期の売上総利益構成比を2016年12月期と比較すると、2016年12月期はポイ活メディア事業（ポイントタウンやゲームプラットフォーム事業）が50.6%、掲示板等のソーシャルメディア事業が38.0%と両事業で大半を占める収益構造となっていたが、2023年12月期はポイ活メディア事業で39.7%、投資育成事業で23.9%、ソリューション事業で25.8%とバランスの取れた収益構造となっている。市場環境の変化により事業縮小を進めたソーシャルメディア事業の落ち込み分を投資育成事業でカバーするところまできている。

業績動向

貸借対照表と経営指標

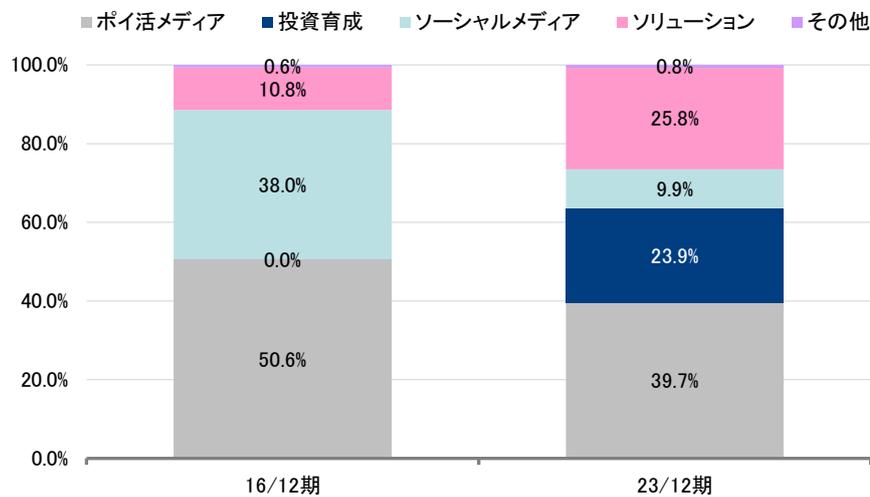
(単位：百万円)

| | 20/12期 | 21/12期 | 22/12期 | 23/12期 | 増減 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 流動資産 | 3,194 | 4,107 | 4,334 | 4,764 | 429 |
| (現金及び預金・関係会社預け金) | 2,197 | 2,642 | 2,868 | 3,277 | 409 |
| (売掛金) | 797 | 1,233 | 1,259 | 1,241 | -17 |
| 固定資産 | 421 | 526 | 649 | 706 | 56 |
| 総資産 | 3,615 | 4,633 | 4,984 | 5,470 | 485 |
| 負債合計 | 1,734 | 2,744 | 2,893 | 3,068 | 174 |
| (有利子負債) | - | - | - | - | - |
| 純資産合計 | 1,881 | 1,889 | 2,090 | 2,401 | 310 |
| (安全性) | | | | | |
| 自己資本比率 | 52.0% | 40.8% | 41.8% | 43.5% | 1.7pt |
| (収益性) | | | | | |
| ROA | -5.9% | 1.4% | 6.4% | 10.3% | 3.9pt |
| ROE | -21.7 | 0.3% | 9.2% | 16.2% | 7.0pt |
| 売上高営業利益率 | -4.3% | 0.5% | 5.6% | 8.5% | 3.0pt |

注：20/12期以降は連結数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別売上総利益構成比



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年12月期もゲームプラットフォーム事業と投資育成事業がけん引し2ケタ増収増益が続く見通し

1. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高で前期比10.1%増の6,900百万円、営業利益で同21.7%増の650百万円、経常利益で同18.4%増の640百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同16.2%増の420百万円と2ケタ増収増益となり、連続で過去最高を更新する見通しだ。前期に引き続きゲームプラットフォーム事業や投資育成事業が業績のけん引役となる。第1四半期については前年同期の収益水準が高かったことや、1月の広告単価が軟調だったこともあり、売上高、利益ともに伸び率が鈍化する可能性はあるが、広告単価が堅調に推移すれば通期計画は十分に達成可能な水準と弊社では見ている。

2024年12月期業績見通し

(単位：百万円)

| | 23/12期 | | 24/12期 | | |
|-----------------|--------|------|--------|------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 会社計画 | 売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 6,266 | - | 6,900 | - | 10.1% |
| 営業利益 | 533 | 8.5% | 650 | 9.4% | 21.7% |
| 経常利益 | 540 | 8.6% | 640 | 9.3% | 18.4% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 361 | 5.8% | 420 | 6.1% | 16.2% |
| 1株当たり当期純利益(円) | 209.56 | | 240.90 | | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

主要サービス別の売上見通しについては、メディア事業ではゲームプラットフォーム事業や投資育成事業の「コエテコ」「キレイパス」がそれぞれ前期比20～30%増と2ケタ成長が続くほか、「ポイントタウン」が同5%増、「くまポン」が同横ばい水準となる見通し。前期にリソース不足で減収となった「くまポン」についてはリソースを増員し、売上水準を確保する計画となっている。一方、ソリューション事業では「GMOリピータス」が同10～15%増、「affi town」が同横ばい水準を見込んでいる。

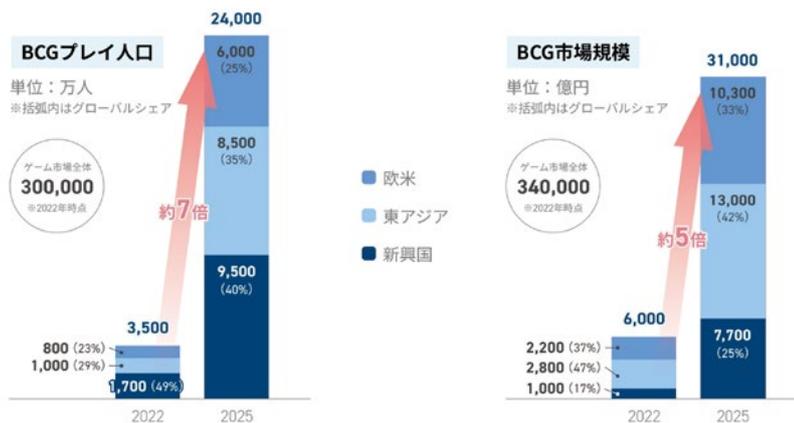
費用面では販促費や広告宣伝費が前期並みの水準となるほか、人件費については業務の効率化に取り組むことで採用数を抑制するため、増加率は1ケタ台にとどまる見込みである。増収効果に加えてAIの活用による業務効率向上もあり、営業利益率は9.4%と前期比で0.9ポイント上昇する見通しだ。AIによる業務効率化の具体的な取り組みとしては、カスタマーサポート部門における顧客問い合わせ対応業務が挙げられる。これまで蓄積してきた顧客対応履歴をAIエンジンに学習させることで、顧客からの一次問い合わせについてはコンピュータでの自動対応が可能となった。この取り組みによって、カスタマーサポート部門の人件費は2022年12月期を100%とした場合、2023年12月期は70%の水準まで減少しており、2024年12月期はさらに30%の水準まで引き下げることを目指している。

今後の見通し

新たな取り組みとして、ゲーム分野でブロックチェーンゲーム市場を開拓すべく、ゲーム特化型ブロックチェーン「Oasys」の独自レイヤー2※チェーン「GESO Verse」を2023年12月にリリースした。ゲームプラットフォーム「ゲソてん」の会員基盤と連携し、2024年12月期第1四半期より「ゲソてん」に新設する「ブロックチェーンゲーム PARK」内のブロックチェーンゲームをプレイすることが可能となる。ブロックチェーンゲームの世界市場は2025年にプレイ人口で2022年比約7倍の24,000万人、市場規模で同約5倍の3兆1,000億円に拡大すると予想されており、日本での今後の普及拡大を見据えて同社でも新たに取り組むことにした。ビジネスモデルは従来のゲームプラットフォーム事業と変わりはなく、広告収入や課金収入で収益化する。ブロックチェーンゲームについては新サービスとなるため業績計画には織り込んでいないが、競争激化が続く既存のゲーム業界のなかで新たな需要を取り込もうとブロックチェーンゲーム市場に参入する企業が増える可能性があり、今後の動向に注目したい。

※レイヤー2とは2層目のブロックチェーンを指す。取引の大部分を独自レイヤー2チェーン「GESO Verse」で実行することで、データを書き込むレイヤー1チェーンの負荷軽減や処理速度の向上が期待できる。

Web3 ブロックチェーンゲーム (BCG) の市場規模



*参考: KEARNEY 「“Play to Earn”という新しい価値の登場 〜ブロックチェーンゲーム (BCG) の市場規模と将来見通し〜」
<https://www.jp.kearney.com/issue-papers-perspectives/play-to-earn>

出所: 決算説明資料より掲載

また、現在システムリプレースを実施している「GMO リピータス」についても、顧客層の拡大を図るべく2024年後半に廉価版のサービスを開始する予定である。従来は、NTTドコモなど大手企業を顧客ターゲットとしてきたため、導入時にカスタマイズ開発が必要であったが、中堅企業でもポイントサイトを手軽に導入できるようにするため、使い勝手の良い機能を揃え、サービス提供していく。同サービスについても業績計画には織り込んでいないが、今後「GMO リピータス」のさらなる拡大に貢献する取り組みとして注目される。

今後の見通し

各事業の市況と今後の見通し

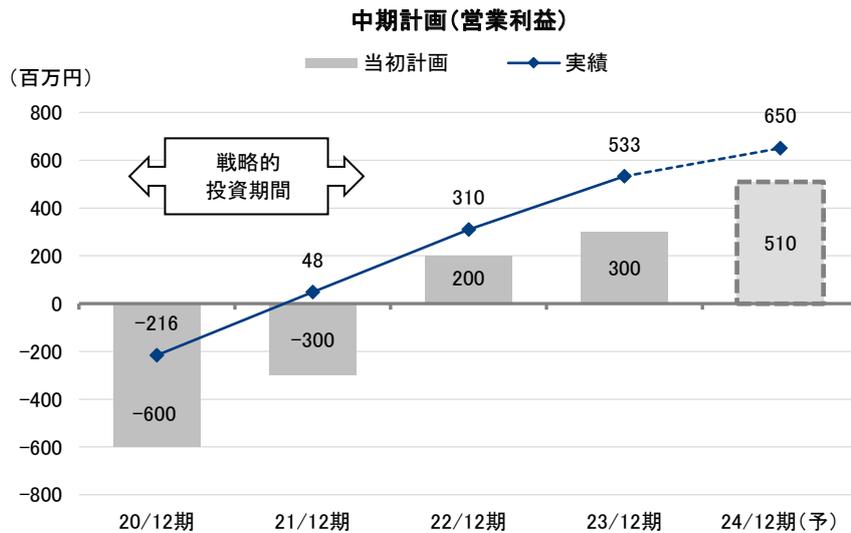
| | 市況 | 今後の見通し |
|---------|--|---|
| ゲーム&ポイ活 | カジュアルゲームは伸長 ソーシャルゲームは停滞 ポイントを導入した企業のCRMの拡大によりポイ活市場が伸長 | 大手ゲーム会社がブロックチェーンゲーム市場へ進出、国内での市場形成が加速する可能性 インターネット広告を取り巻く環境変化（3rd Party Cookie等）に伴う広告単価の下落リスク |
| 教育 | 国や公共団体のリスクリング支援による需要増 子ども向けプログラミング教育市場は着実な成長 未経験者のエンジニア採用市況は成長鈍化 | 政府によるリスクリング支援を通じたキャリアアップ支援事業の認定スクール拡大 2025年度から大学入試科目に「情報」が採用されることに伴い、受検科目市場としての成長期待 |
| 美容医療 | 女性の美容内科・皮膚科利用率は伸長 女性の審美・矯正歯科利用率は伸長 女性の美容脱毛利用率は横ばい | 美容医療の一般化が男女ともに進み需要拡大が続く 医院やメニューの比較検討の機会が増える 人材獲得競争の激化に伴い美容クリニックのDXニーズが増大 |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

投資育成事業が順調に成長し、 2024年12月期の営業利益目標は1年前倒しで達成

2. 中期計画の進捗状況

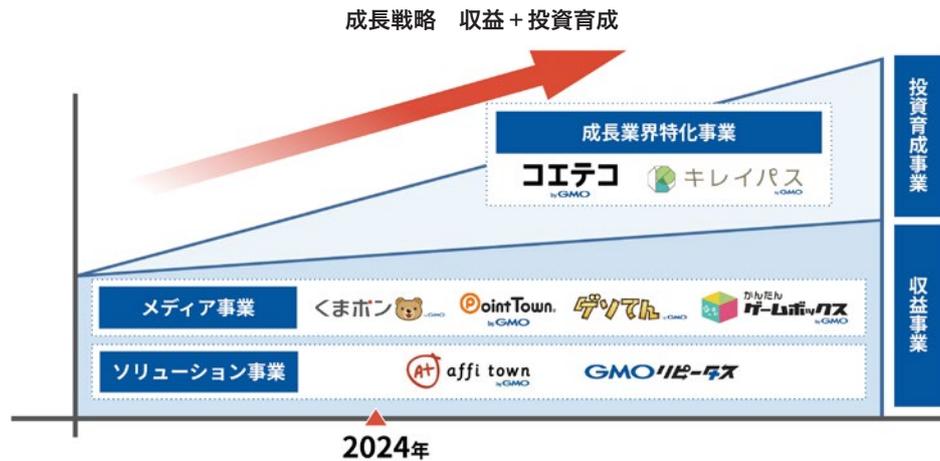
同社は2020年2月に発表した2024年12月期までの5ヶ年の中期計画において、2021年12月期までを教育・美容医療関連といった投資育成事業の戦略的投資期間と位置付け、2022年12月期からの黒字化と、2024年12月期に営業利益で過去最高となる510百万円を目標に掲げてきた。前述のとおり、営業利益目標については2023年12月期に1年前倒しで達成したことになる。ゲーム関連事業の好調が続いたほか、投資育成事業についても「コエテコ campus」が政府のリスクリング支援が追い風となって急成長したことが主因だ。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

今後の成長戦略としては、既存の収益事業をベースに既存事業で蓄積した集客・リピーターを作るノウハウを教育事業や美容医療事業など、投資育成事業へ展開し成長を加速する。また市場環境の影響を受けやすい広告事業に加えて、安定成長が見込めるストック型ビジネス（DX事業等）を育成し、年率10%以上の持続的な成長を可能とする収益基盤を構築する考えだ。投資育成事業に関しては、2023年12月期に売上総利益の23.9%を占めるまでに成長しており、今後も同事業の動向が収益成長の鍵を握るものと弊社では見ている。



出所：決算説明資料より掲載

教育・美容医療領域で DX 事業の育成に注力、シナジー創出による成長加速を狙う

3. 投資育成 2 事業の成長戦略

投資育成事業の成長戦略の第1ステップとして取り組んだメディア（送客・広告）事業の立ち上げについては、「コエテコ」「キレイパス」とともに業界トップクラスの規模に育つなど順調に成果を挙げている。現在は第2ステップとしてこれらメディアを活用する取引先の経営支援につながるプラットフォームを提供するDX事業の育成に取り組んでいる。また第3ステップとして、当該メディアで収集した顧客情報や資産をベースにD2C事業を展開する複利成長戦略を指向する。

今後の見通し

投資育成事業の複利成長戦略

- 1st (B2C)** メディア（送客・広告）事業立ち上げ
- 2nd (B2B2C)** 1stで得た取引先様に向けたSaaS開発（ストック事業）
- 3rd (D2C)** 1stで得たお客様情報、メディア資産をベースにD2C展開



出所：決算説明資料より掲載

(1) 教育関連事業

新たな取り組みとしては、今まで無料で提供していたドローンスクールポータルサイト「コエテコドローン」（2022年12月リリース）の有料化を2024年1月よりスタートした。ビジネスモデルは「コエテコ campus」と同様で2023年10月に「コエテコ campus」から切り分けてオープンした「コエテコキャリア」と並んで、今後の成長が期待される。また、同社は社会人向けの「コエテコ campus」について、プログラミング教育以外（Web デザイナー、マーケティング、動画編集、英会話等）に領域を拡大し、さらなる成長を目指す*。

* 社会人向け売上高の職種別構成比（2023年12月期第4四半期）は、プログラミング 50.9%、デザイン 16.5%、人材系 15.4%、マーケティング 7.1%、動画編集 4.8%、英会話 4.7% 等となっている。

DX 事業として取り組んでいるプログラミング教室向け経営支援サービス「コエテコ Plus」については、好調な「コエテコ campus」の開発を優先している結果、伸び悩んでいる状況だが、2024年第1四半期より受講予約機能を実装し利便性を向上させており、今後の動向が注目される。子ども向けのプログラミング教室は、2025年度から大学入試科目に「情報」が新設され、今後の市場拡大が予測されており*1、ビジネスチャンスは大きい。そのほか、「コエテコカレッジ」*2（2022年2月リリース）については、俳句・短歌講座や各種資格取得講座、占い師講座など徐々にコンテンツが増えているが、流通金額がまだ小さく、講師募集のためのプロモーションを強化する必要がある。その一環として、2023年12月より月額課金型の講座を自由に作成できるサブス機能の無料提供を開始した。ライブや動画コンテンツの配信を伴うオンラインサロンの運営、動画見放題スクールの構築、固定受講者の獲得を目指す講師にとって最適なサービスであり、今後の利用者数増加が期待される。

*1 同社の決算説明資料に掲載されている（株）船井総合研究所「情報教育白書」によれば、子ども向けプログラミング教室の市場規模は2023年の221億円から2025年に500億円、2030年に1,000億円と予測されている。

*2 料金プランは月額料金が無料のフリープランと有料プラン（ベーシック 990円/月、プロ 9,900円/月）を用意しており、それぞれで利用できる機能等が異なる（別途大規模・法人向けビジネスプラン有り）。販売額の約5%を手数料収入として売上に計上するビジネスモデルである。

今後の見通し

(2) 美容医療関連事業

美容医療関連事業では DX 事業として美容クリニックの院内業務を一元管理できる「キレイパスコネクト」を2021年11月にリリースし、段階的に機能の拡充を図りながら導入を進めている。「キレイパスコネクト」は、予約受付から問診、電子カルテ、会計、CRM、経営分析機能までを一括して提供できるのが特徴で、同様のサービスを提供する競合※¹は少なく、市場開拓の余地も大きい。初期導入費用は無料で、月額料金プランは利用可能機能に合わせて4プラン※²を用意している。現状の平均月額 ARPU は6万円で導入実績も継続的な機能強化※³とオンラインセミナーの開催により、現在の新規契約件数は、順調に増加している模様。このまま順調に導入件数が伸びれば2024年12月期第4四半期には損益分岐点を超え、2025年12月期には通期で利益貢献する見通しだ。

- ※¹ 自由診療・美容クリニック向けを対象として同様の機能でサービス提供している競合としては、(株)メディカルフォースの「medicalforce」(2021年リリース)があり、2024年1月時点で導入院数は400院を超えている。
- ※² 月額料金(税抜)は9千円、4万円、6万円、9万円のプランを用意。
- ※³ 機能強化の取り組みとして、2023年4月に「連鎖予約機能」、同年6月に「LINEメッセージ配信機能」、同年8月に「デジタル診察券」、「SMS配信機能」、同年9月に「電子同意書機能」を追加した。

一方、「キレイパス」については引き続き利用者数(クリニックへの送客数)拡大に向けて、登録者数の獲得、チケット掲載数や口コミ掲載数の充実によるCVR(コンバージョンレート)の上昇、アプリのCRM機能の設計&改善等によるリピート率向上などに取り組む。また、新機能として2023年11月に「キレイパス」で使えるギフトコードをオンラインで贈ることができる機能「キレイパスギフト」をリリースした。友人や恋人へのギフトとしての需要増加が期待される。

美容医療業界の国内市場規模は2019年以降、4,000億円前後で推移しているが、今後は美容医療への心理的ハードル低下によるターゲット層の拡大や男性需要の拡大によって安定成長が見込まれる。一方で、顧客獲得競争は激しく人件費の上昇も経営課題となっている。こうしたなか、同社は「キレイパス」を費用対効果の高い集客ツールとして、また「キレイパスコネクト」を業務効率の向上並びに顧客のリピート率向上のためのツールとして提案していくことで、美容医療関連事業の拡大を目指す戦略だ。

人的資本経営として社員のIT・AIリテラシー向上に取り組む

4. 人的資本経営の取り組み

同社は人的資本経営の実現に向けて、職種を問わず全正社員のIT・AIリテラシー向上に向けた取り組みを強化している。具体的には、2023年末までに全正社員が「AI For Everyone」※¹の受講を完了したほか、資格取得についても自社教材を活用したITパスポート※²の資格取得率が2024年3月時点で42.8%(目標100%)、G検定※³の資格取得率が32.4%(目標50%)までそれぞれ上昇している。なお、同社は「コエテコカレッジ」を通じて、「ITパスポート対策講座」やG検定対策のための「G検定単語集」などの販売も行っている。

- ※¹ (一社)日本ディープラーニング協会が開講しているオンラインビデオ講座。AIの基礎が学べる内容で、受講時間は約5時間(無料)。
- ※² 情報処理技術者試験のうち最も簡単なエントリーレベルの資格で、(独)情報処理推進機構が実施する国家試験。
- ※³ ディープラーニングをはじめとするAIの技術的手法やビジネス活用のための基礎知識を有しているかを検定する試験。日本ディープラーニング協会が実施している。

今後の見通し

IT・AI リテラシー向上に向けた取り組み

| | 2023年10月末 | 2024年1月末 | 目標 |
|-------------|-----------|----------|--------|
| IT パスポート合格率 | 16.9% | 39.4% | 100.0% |
| G 検定合格率 | 14.1% | 32.4% | 50.0% |

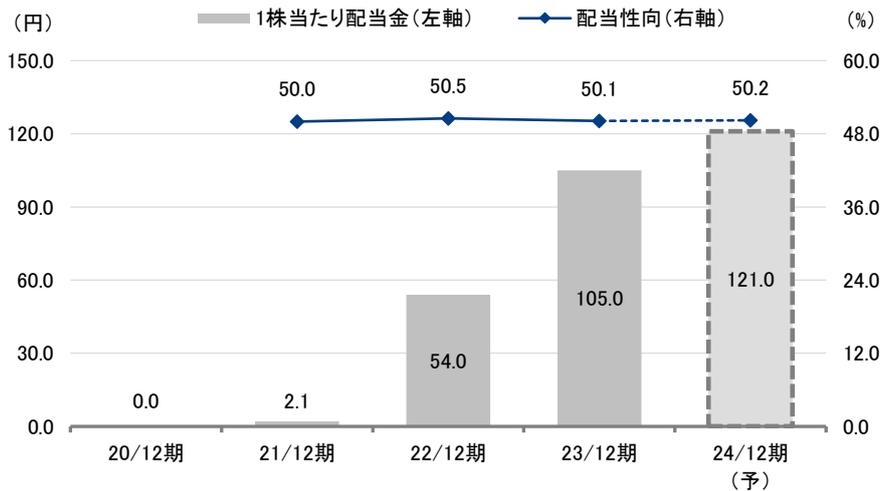
※ 単体正社員ベース
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

株主還元策

配当性向 50% 以上を目途に配当を実施する方針

同社では、環境変化の激しいインターネット業界において、企業体質の強化及び積極的な事業展開に備えるための内部留保の確保が重要であると考えると同時に、株主への利益還元も重要な経営課題として認識している。事業の成長に基づき中長期的な株式価値の向上を目指すとともに、業績に連動した配当を継続的に実施することを基本方針としている。配当金については配当性向 50% 以上を目安に実施する方針を示している。同方針に基づき、2023 年 12 月期の 1 株当たり配当金は前期比 51.0 円増配となる 105.0 円（配当性向 50.1%）を実施した。2024 年 12 月期も利益成長に伴い同 16.0 円増配の 121.0 円（同 50.2%）を予定している。このため、利益が上振れすれば増配が期待できるだろう。

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