

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

WACUL

4173 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年4月8日(火)

執筆：客員アナリスト

吉林拓馬

FISCO Ltd. Analyst **Takuma Yoshibayashi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年2月期第3四半期累計業績概要	01
2. 2025年2月期業績見通し	01
3. 成長戦略のトピックス	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業別概要	04
2. 競合環境	06
■ 業績動向	06
1. 2025年2月期第3四半期累計の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	08
■ 今後の見通し	09
1. 2025年2月期の業績見通し	09
2. 成長戦略に関するトピックス	10
■ 株主還元策	10

■ 要約

2025年2月期は営業減益の計画だが、 2026年2月期は分析需要の回復に伴い利益回復局面入りへ

WACUL（ワカル）<4173>は2010年9月に設立され、企業のデジタルマーケティング領域を中心として、AIやビッグデータを活用して戦略の設計から運用まで一気通貫で支援するサービスを提供している。主要サービスは、Webサイトのアクセス解析データを基に、自動で課題発見及び改善提案を行う自社プロダクト「AIアナリスト」である。また、マーケティング施策の企画から実行までを伴走型で支援を行うコンサルティングサービスや、マーケティング業界に特化した人材マッチングサービスなども併せて展開している。

1. 2025年2月期第3四半期累計業績概要

2025年2月期第3四半期累計の業績は、売上高が前年同期比3.8%増の1,351百万円、営業利益が同69.5%減の37百万円、経常利益が同70.2%減の37百万円、四半期純利益が同67.8%減の35百万円と、増収減益となった。

売上面は、第1四半期が前年同期比6.4%増の453百万円、第2四半期が同9.0%増の461百万円に対し、第3四半期はプロダクト事業におけるSEO（Search Engine Optimization：検索エンジンにおいて自社サイトを上位に表示させるための施策）・制作サービスの納品タイミングの影響などにより同3.5%減の435百万円と減収に転じ、期初の通期売上高計画2,233百万円に対する第3四半期累計の進捗率は60.5%に留まった。利益面は、人材マッチング事業及びインキュベーション事業の伴走型案件の拡大に伴う売上ミックスの変化により、売上総利益率は前年同期比10.1ポイント悪化した。また、販管費は人件費の適正化及び広告宣伝費のROI（Return on Investment：投下した費用に対する利益の割合）向上などにより、販管費比率が同3.4ポイント改善した。その結果、EBITDA（営業利益に減価償却費を加算して算出）は同36.0%減の131百万円、営業利益は37百万円と黒字を確保した。

2. 2025年2月期業績見通し

2025年2月期通期の連結業績は、売上高が前期比1.6%増の1,846百万円、EBITDAは同24.7%減の232百万円、営業利益が同45.9%減の107百万円、経常利益が同45.4%減の114百万円、当期純利益が同54.6%減の91百万円と増収減益の見通しである。

事業別に見ると、プロダクト事業はGoogleが提供していたサイトアクセス解析ツール「ユニバーサルアナリティクス」（UA）から「Google アナリティクス 4 プロパティ」（GA4）への移行に時間を要する企業が多かったことから、上期まで主力サービス「AIアナリスト」を活用した分析需要の低迷が続き、新規獲得数及び同サービスを起点としたクロスセルが低調に推移した。他方で、足元では分析需要は回復局面に入っており、周辺サービスのクロスセルなども含めリカーリング売上高の積み上げにより、2026年2月期以降の復調が期待される。インキュベーション事業は増収での着地を見込んでいる。上期に既存の伴走型案件が拡大するなかで、営業リソース不足などにより新規顧客の流入が減少した。今後は、高付加価値なコンサルタントを含む採用の強化及び営業やデリバリーの効率化・増強などにより、さらなる事業拡大を図っていく。

要約

人材マッチング事業は順調に事業拡大しており、増収での着地を計画しているものの、上期に実施した販促活動の投資対効果が低調であったことから下期は投資を停止し、他事業から獲得されるリードの転用やウェビナー等のコンテンツの強化、既存顧客への集中アプローチなどに注力した。今後は、顧客向けには顧客セグメントの細分化及びそれぞれに適したアクションの徹底、マーケター向けには優秀層のマーケターの新規獲得及び関係の深化などに注力し、2026年2月期以降も増収基調を維持する見通しだ。

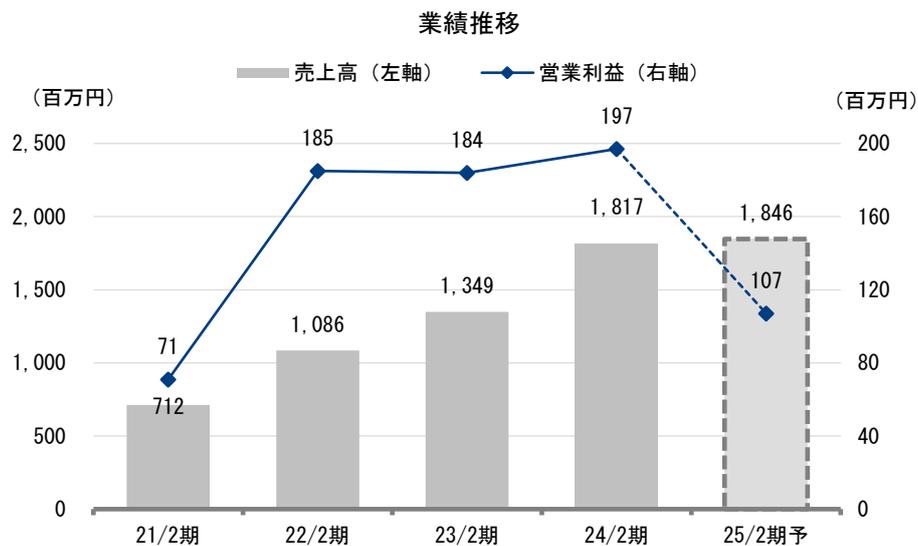
利益面については、人件費や広告宣伝費など営業コストの最適化を図っているものの、営業利益は売上ミックスの変化により前期比45.9%減で着地する計画である。他方で、リカーリング売上高は「AIアナリスト」を中心に回復基調であり、売上ミックスの変化による全体の収益性の悪化については底打ち感がある。2026年2月は増収効果及び収益性の維持及び向上により、利益回復局面入りが見込まれる。

3. 成長戦略のトピックス

同社は2024年7月、サービスラインナップの拡充を目的としてCRM（Customer Relationship Management：顧客との関係性を管理する経営手法）ツールの設計・構築・運用に強みを持つ（株）100（以下、ハンドレッド社）の第三者割当増資を引き受け、資本業務提携契約を締結した。今後は、顧客基盤の相互送客、両社がコラボレートしたサービスの構築及び展開などにより、顧客が抱える課題に対してワンストップで対応する体制を整備していく。同社のハンドレッド社への出資比率は36.78%である。ハンドレッド社との協業の深化によりさらなる事業規模の拡大が期待される。同社は今後、連結決算への移行も視野にあり、持分法利益での貢献や追加投資による連結決算への取り込みで売上高の大幅な積み上げが起こる可能性がある。

Key Points

- ・デジタルマーケティング領域のソリューションを一気通貫で支援
- ・2025年2月期第3四半期累計は増収確保も、売上ミックスの変化により営業減益
- ・2025年2月期は減益見通しだが、2026年2月期は分析需要の回復に伴い利益回復局面入りへ



出所：決算短信及び「通期業績予想の修正に関するお知らせ」よりフィスコ作成

■ 会社概要

デジタルマーケティング領域のソリューションを一気通貫で支援

1. 会社概要

同社は、企業のデジタルマーケティング領域を中心として、AI やビッグデータを活用して戦略の設計から運用の支援まで一気通貫で支援するサービスを提供している。主要サービスは、Web サイトのアクセス解析データを基に、自動で課題発見及び改善提案を行う自社プロダクト「AI アナリスト」である。また、マーケティング施策の企画から実行までを伴走型で支援を行うコンサルティングサービスや、マーケティング業界に特化した人材マッチングサービスなども併せて展開している。

2. 沿革

同社は2010年9月に設立され、デジタルマーケティングにおけるコンサルティング事業を開始した2014年8月にアクセス解析データ分析レポートサービス「Sure!」のベータ版をリリースし、2015年11月にその後継版であり、同社の現在の主力サービスであるアクセス解析・改善提案サービス「AI アナリスト」の正式版をリリースした。

2018年4月には「AI アナリスト」のユーザーが累計2万サイトを突破し、国内トップクラスのマーケティング支援 SaaS (Software as a Service: 提供者側で稼働しているソフトウェアをインターネットなどのネットワーク経由で利用するサービス) としての地位を確立した。その後、2019年1月にはコンテンツマーケティングサービス「AI アナリスト SEO」、自動広告運用サービス「AI アナリスト AD」の提供を開始し、自社サービスのラインナップを拡充した。

2021年2月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズ市場（現 東証グロース市場）に上場した後、同年12月にフリーランスマーケティング向け人材マッチングサービス「Marketer Agent」、2022年11月にマーケティング特化型転職サービス「Marketer Agent 転職」を提供開始し、業容を拡大した。また、2024年7月にはCRM ツール設計・構築・運用に強みを持つハンドレッド社と資本業務提携を締結し、第三者割当増資によりハンドレッド社の株式を36.78% 保有しており、CRM 領域において協業を進めている。

同社は単なるIT ツール提供に留まらず、顧客のマーケティング体制の構築から施策実行に至るまでワンストップで支援しており、定量的な成果創出にこだわった事業運営を行っている。今後もデジタルマーケティング領域においてさらなる事業拡大を目指している。

■ 事業概要

「AI アナリスト」を中心に、 コンサルティングから人材マッチングまで幅広く事業展開

同社事業は「DX 事業」の単一セグメントであるが、提供しているサービス内容からプロダクト事業、インキュベーション事業、人材マッチング事業の3つに分類している。詳細は以下のとおりである。

1. 事業別概要

(1) プロダクト事業

プロダクト事業では、データ分析に基づくデジタルビジネスの改善活動について、同社が蓄積してきたナレッジとテクノロジーを活用し、自動化した自社プロダクトである「AI アナリスト・シリーズ」を提供している。主なプロダクトは、「AI アナリスト」「AI アナリスト SEO」「AI アナリスト AD」である。

「AI アナリスト」は、顧客の Web サイトの中に蓄積されているデータを収集し、デジタルマーケティングに関するデータ分析、課題抽出やインサイトの導出から具体的な改善策の提案までを自動化するサービスを SaaS で提供している。顧客が Google アナリティクス、Meta 広告、Yahoo! 広告などから得られる自社 Web サイトのアクセス解析データなどを同サービスと連携するだけで、AI がユーザーの行動データを分析し、レポートの作成、改善策の提案、実施した改善施策の効果測定などを自動化することができるため、顧客のデジタルマーケティングにおける PDCA の高速化を実現する。行動データをレポートして「見える化」するだけでなく、現状から改善すべきポイントを具体的に示して「分かる化」することに重点を置いている点の特徴である。また、同サービスは無料でサービスを利用開始することができるフリーミアムモデルを採用しており、基本機能を無料で提供するかわりに、同社は顧客が保有する Web サイトの行動データを獲得している。同サービスには有料版もあり、月額利用料金は 10 万円（税抜き）からである。

「AI アナリスト SEO」は、SEO による集客の拡大及びコンバージョン（問い合わせ、商品の購入など、Web サイトにおける最終的な成果・目的）の改善などを意識し、検索上位を獲得するために、ウェブサイトの構造を修正するテクニカル SEO と、記事コンテンツを顧客に代わって制作する、コンテンツ SEO とを、ワンストップで支援するサービスである。コンテンツ SEO とは、見込み客の疑問や関心に沿ったコンテンツを提供し、見込み客を引き寄せ、最終的に自社製品やサービスの購買へと導くマーケティング手法である。コンテンツマーケティングにおいて重要なポイントは、キーワードの選定、コンテンツの検索順位、Web サイト内におけるコンテンツの設置場所の選定である。同社はテクニカル面及びコンテンツ面のそれらに関するコンサルティングからコンテンツの作成までをワンストップで提供している。同社はコンテンツ SEO において、生成 AI の活用を行っており、すでに顧客向けのコンテンツ納品にも同社がチューニングした生成 AI を利用して作ったコンテンツを納品している。同サービスの月額利用料金は 30 万円（税抜き）からである。

事業概要

「AI アナリスト AD」は、コンバージョンを増やすための Web 広告の運用を代行するサービスであり、顧客の属性に合わせて検索連動型広告、SNS 広告、記事広告など多様な広告媒体を横断的に提案し、最適化を図る。「AI アナリスト」と「AI アナリスト AD」を同時に導入することにより、ただ自社サイトへの訪問数を増やす Web 広告ではなく、コンバージョンを増やすための「Web 広告と Web サイトの一体運用」を顧客に代わって行い、広告効率を高める。同サービスを利用することにより、顧客はコンバージョンにつながらない広告費の削減、CVR（Conversion Rate：Web サイトの訪問者数に対してコンバージョンした割合）の向上を期待することができる。

(2) インキュベーション事業

インキュベーション事業では、企業のデジタルマーケティングに関する戦略策定から実行に至るまで伴走型のコンサルティングサービスを提供している。同事業は同社の祖業であり、これまでのナレッジの蓄積を生かし、事業全体の再構築、KPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）設計、組織設計、オペレーション構築・運用などのコンサルティングサービスを提供している。継続的に顧客から「AI アナリスト」を通じて共有される最新の PDCA データから過去に成果が出ることの多かった事例を抽象化した「勝ちパターン」を見出し、最も効果を見込むことができる施策を短時間・少工数で提供できることが特徴である。

2019年2月には、社内研究所である「WACUL テクノロジー&マーケティングラボ」を立ち上げ、AI やマーケティングを専門とする大学教授や民間企業のスペシャリストなど外部の有識者を顧問に迎え、先端テクノロジーの導入とナレッジの蓄積に注力している。このような活動から得られたナレッジを「AI アナリスト・シリーズ」などの新規ソリューションの立ち上げ及び「AI アナリスト・シリーズ」の機能拡張などに生かしている。

(3) 人材マッチング事業

人材マッチング事業では、専門性を持つマーケティング人材のスキルやリソースを最大活用するフリーランス向け人材マッチングサービス「Marketer Agent」及びマーケティングに特化した転職支援サービス「Marketer Agent 転職」を提供している。主なサービスはマッチング、アップスキリング、コラボレーションである。

マッチングは、3 万社以上の豊富なマーケティング部門を中心とした顧客ネットワークを基に、企業とフリーランスのマーケターをマッチングする。企業側は知らないフリーランスに重要な業務を任せるとハードルがあるが、企業の課題を把握し、かつマーケターの特性も把握している同社が企業とマーケターの間に入ることにより、安心して任せることができる。また、フリーランス側はマーケティング支援を本業とする同社が間に入ることにより、専門知識を基に案件や専門スキルの目利きを徹底し、ミスマッチを回避することができる。また、フリーランス活用から正社員採用へとステップを進める企業向けには「Marketer Agent 転職」により、企業が欲する人材の正社員紹介を行う。

アップスキリングは、同社が独自に収集した約 4 万サイトのデータ及び 1 万超の成功事例・失敗事例のデータにより蓄積したノウハウを、研修や OJT の形でマーケターに提供する。

コラボレーションは、マーケターと同社の協業により企業の課題解決を推進する。また、マーケター同士の連携を進め、マーケター間での情報共有や案件の相互紹介などの機会を創出する。

事業概要

2. 競合環境

同社はデジタルマーケティング領域を中心として事業展開しているが、競合は事業ごとに異なっている。プロダクト事業の主な競合は、デジタルホールディングス<2389>などデジタル領域に強みを持つ中堅規模の広告代理店、CDP（Customer Data Platform:顧客データの収集、統合、分析などを行うプラットフォーム）メーカー、あるいは企業内で内製化されたマーケティング担当者などである。インキュベーション事業の主な競合はアクセントチュア（株）、PwCコンサルティング（同）、バイカレント<6532>、（株）日立コンサルティングなどの総合系コンサルティングファームである。人材マッチング事業の主な競合は、クラウドワークス<3900>などのクラウドソーシングサービス、INTLOOP<9556>、みらいワークス<6563>などのマッチングサービスを提供する企業である。

それぞれの事業において競合は存在するものの、デジタルマーケティング領域に特化して戦略の立案から施策の実行、人材供給に至るまでワンストップでサービスを提供しているのは現時点では同社のみと見られる。同社はこれまで積み上げた顧客の実績データを基に成果を出すことができる施策を型化し、「勝ちパターン」を蓄積している。具体的にどの部分をどのように直したらCVRなどの成果が改善するのかをソリューションとして提供しているため、マーケティングの成果が出ていない、あるいはこれから本腰を入れてマーケティングに取り組みたい企業などに選ばれている。

■ 業績動向

2025年2月期第3四半期累計は増収確保も、売上ミックスの変化により営業減益

1. 2025年2月期第3四半期累計の業績概要

2025年2月期第3四半期累計の業績は、売上高が前年同期比3.8%増の1,351百万円、EBITDAは同36.0%減の131百万円、営業利益が同69.5%減の37百万円、経常利益が同70.2%減の37百万円、四半期純利益が同67.8%減の35百万円と、増収減益となった。

売上面は、第1四半期が前年同期比6.4%増の453百万円、第2四半期が同9.0%増の461百万円と拡大基調であったのに対し、第3四半期はプロダクト事業におけるSEO・制作サービスの納品タイミングの影響などにより同3.5%減の435百万円と減収に転じ、期初の通期売上高計画2,233百万円に対する第3四半期累計の進捗率は60.5%に留まった。

業績動向

事業別に見ると、プロダクト事業は SEO・制作サービスの納品タイミングの影響などの影響を受けたが、アクセス解析ツール GA4 に対応した「AI アナリスト」の需要は回復基調で推移しているもようである。Google が提供していたサイトアクセス解析ツール UA は 2023 年 7 月にデータ計測を停止し、デジタルマーケティングを実施している企業の大半は GA4 へ移行する必要があるが、UA と GA4 はデータの処理方法や計測方式が異なるなど、移行において一定のコストがかかることから、UA のデータ計測停止の直前に GA4 へ移行するケースが多かったと見られる。それに伴い、同社の「AI アナリスト」の分析需要も一時的に低調に推移したが、足元では同サービスの販売は回復基調に転じている。2025 年 2 月期第 3 四半期のリカーリング売上高比率は 58.3% と前年同期比 2.0 ポイント改善、前四半期比 2.4 ポイント改善しており、リカーリング収益の積み上げによる段階的な売上高回復が見込まれる。インキュベーション事業は、既存顧客との粘着性を高めることにより堅調に売上拡大している。1 つのプロジェクトを起点として、周囲の事業部門との関係も深耕し、1 顧客当たりの案件規模の大型化が進んでいる。また、マーケティングの戦略立案を支援した顧客向けに、その高度化を担う AI を活用したシステムの開発受託を行うなど、施策の実行において伴走型で支援を行うなど、提供サービスの幅も広がっている。人材マッチング事業は、顧客とフリーランスのマーケターのマッチングが順調に拡大していることに加え、同社が紹介したフリーランスが顧客の正社員に登用されたことにより紹介料が発生する案件も発生した。

利益面については、人材マッチング事業及びインキュベーション事業の伴走型案件の拡大に伴う売上ミックスの変化により、売上総利益率は前年同期比 10.1 ポイント悪化した。他方で、相対的に収益性の高いリカーリング売上の比率は回復基調にあり、売上総利益率の悪化に底打ち感があると見られる。また、販管費は人件費の適正化及び広告宣伝費の ROI 向上などにより、販管費比率が同 3.4 ポイント改善した。その結果、EBITDA は同 36.0% 減の 131 百万円、営業利益は 37 百万円と黒字を確保した。

2025 年 2 月期第 3 四半期累計の業績

(単位：百万円)

	24/2 期 3Q 累計		25/2 期 3Q 累計		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	1,301	-	1,351	-	49	3.8%
売上原価	500	38.4%	654	48.5%	154	30.9%
売上総利益	801	61.6%	696	51.5%	-105	-13.2%
販管費	679	52.2%	658	48.8%	-20	-3.0%
EBITDA	205	15.8%	131	9.7%	-73	-36.0%
営業利益	122	9.4%	37	2.8%	-84	-69.5%
経常利益	126	9.7%	37	2.8%	-88	-70.2%
四半期純利益	108	8.4%	35	2.6%	-73	-67.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

資本業務提携を実施したが、財務面は安定的な水準を維持

2. 財務状況と経営指標

2025年2月期第3四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比45百万円減少の2,189百万円であった。流動資産は同241百万円減少の1,553百万円であり、うち現金及び預金が229百万円減少した。固定資産は同195百万円増加の635百万円であり、うち2024年7月にハンドレッド社との資本業務提携により、関係会社株式が同211百万円増加した。負債合計は前期末比80百万円減少の932百万円となった。流動負債は同83百万円減少の543百万円であり、うち1年内返済予定の長期借入金が同15百万円減少した。固定負債は同3百万円増加の388百万円と前期末比横ばいであった。純資産合計は前期末比35百万円増加して1,256百万円となり、うち四半期純利益の計上により利益剰余金が35百万円増加した。

主な財務指標を見ると、自己資本比率は有利子負債の減少及び利益の積み上げなどにより57.0%と、前期末比2.8ポイント改善した。また、流動比率は285.8%、ネットキャッシュ（現金及び預金から有利子負債を減算して算出）は704百万円であり、ハンドレッド社への投資を実行したうえで財務面は安定的な水準であると評価される。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	23/2 期末	24/2 期末	25/2 期 3Q 末	増減額
流動資産	1,173	1,795	1,553	-241
現金及び預金	823	1,461	1,232	-229
売掛金	192	213	176	-36
固定資産	406	439	635	195
有形固定資産	5	4	4	0
無形固定資産	246	255	239	-16
投資その他の資産	154	179	391	212
資産合計	1,579	2,234	2,189	-45
流動負債	505	627	543	-83
1年内返済予定の長期借入金	81	155	139	-15
未払金	340	365	361	-3
固定負債	68	385	388	3
長期借入金	68	385	388	3
負債合計	574	1,012	932	-80
(有利子負債)	150	540	528	-12
純資産合計	1,005	1,221	1,256	35
利益剰余金	359	560	595	35
新株予約権	3	11	10	-0
負債純資産合計	1,579	2,234	2,189	-45
【財務指標】				
自己資本比率	63.4%	54.2%	57.0%	2.8pp
流動比率	232.0%	286.1%	285.8%	-0.3pp
ネットキャッシュ	673	920	704	-216

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年2月期は減益見通しだが、 2026年2月期は分析需要の回復に伴い利益回復局面入りへ

1. 2025年2月期の業績見通し

2025年2月期通期の連結業績は、売上高が前期比1.6%増の1,846百万円、EBITDAは同24.7%減の232百万円、営業利益が同45.9%減の107百万円、経常利益が同45.4%減の114百万円、当期純利益が同54.6%減の91百万円と増収減益の見通しである。

同社は2025年2月26日、各事業の売上・利益が会社計画を下回って着地する見通しであることを踏まえ、2025年2月期通期業績計画の減額修正を発表した。売上高は期初計画比387百万円、EBITDAは同94百万円、営業利益は同93百万円、経常利益は同100百万円、当期純利益は123百万円それぞれ引き下げた。

事業別に見ると、売上高はプロダクト事業が期初計画比10%以上、インキュベーション事業が同20%程度、人材マッチング事業が同10%程度下回って着地する見通しである。プロダクト事業はUAからGA4への移行に時間を要する企業が多かったことから、上期まで主力サービス「AIアナリスト」を活用した分析需要の低迷が続ぎ、新規獲得数及び同サービスを起点としたクロスセルが低調に推移した。他方で、足元では分析需要は回復局面に入っており、同サービスの契約数は純増基調に転じたもようである。周辺サービスのクロスセルなども含めリカーリング売上高が積み上がっていけば、2026年2月期以降は復調が期待される。インキュベーション事業は増収での着地を見込んでいるものの、新規顧客の流入が2024年2月期と比較して減少した。主な要因は、上期に既存の伴走型案件が拡大するなかで、単発型の戦略案件などへの営業リソースを十分に割くことができなかったことである。今後は、高付加価値なコンサルタントを含む採用の強化及び営業やデリバリーの効率化・増強などにより、さらなる事業拡大を図っていく。人材マッチング事業は順調に事業拡大しており、増収での着地を計画しているものの、上期に実施した販促活動の投資対効果が低調であったことから下期は投資を停止し、コンテンツの強化や既存顧客への集中アプローチなどに注力した。今後は、顧客向けには顧客セグメントを細分化し、それぞれに適したアクションを徹底、マーケター向けには優秀層のマーケターの新規獲得及び関係の深化などに注力し、2026年2月期以降も増収基調を維持したいとしている。

利益面については、人件費や広告宣伝費など営業コストの最適化を図っているものの、相対的に収益性が低い人材マッチング事業やインキュベーション事業の伴走型プロジェクトなどの売上構成比の上昇に伴う売上ミックスの変化により、営業利益は前期比45.9%減で着地する計画である。他方で、リカーリング売上高は「AIアナリスト」を中心に回復基調であり、売上ミックスの変化による全体の収益性の悪化については底打ち感がある。2026年2月期は増収効果及び収益性の維持及び向上により、利益回復局面入りが期待される。

今後の見通し

2025年2月期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/2 期		25/2 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減率	増減額
売上高	1,817	-	1,846	-	1.6%	28
EBITDA	307	16.9%	232	12.6%	-24.7%	-75
営業利益	197	10.9%	107	5.8%	-45.9%	-90
経常利益	208	11.5%	114	6.2%	-45.4%	-94
当期純利益	200	11.0%	91	4.9%	-54.6%	-109

出所：決算短信及び「通期業績予想の修正に関するお知らせ」よりフィスコ作成

出資したハンドレッド社との協業により CRM 領域のラインナップ拡充へ

2. 成長戦略に関するトピックス

同社は2024年7月、サービスラインナップの拡充を目的としてハンドレッド社の第三者割当増資を引き受け、資本業務提携契約を締結した。ハンドレッド社は営業、マーケティング、カスタマーサービスなどに関する業務の世界的な統合管理プラットフォームである「HubSpot」の販売、導入支援、運用支援などを行うITベンダーで、「HubSpot」の日本のパートナーとしてはトップであるDIAMONDランクである。同社はマーケティング領域の戦略立案から運用支援、人材供給までを一気通貫でサービス提供しているが、顧客が導入しているCRMの設計及び構築の領域を強化するため、そのケイパビリティが高いハンドレッド社への出資を決めた。今後は、顧客基盤の相互送客、両社がコラボレートしたサービスの構築及び展開などにより、顧客が抱える課題に対してワンストップで対応する体制を整備していく。

同社のハンドレッド社への出資比率は36.78%である。同社は単体決算を行う企業であるため現時点で収益に与える影響は軽微と見られるが、ハンドレッド社との協業の深化によりさらなる事業規模の拡大が期待される。また、同社は今後も事業シナジーが見込まれる企業への出資あるいはM&Aなどの実施を検討しており、連結決算へ移行した際には売上高5億円程度のハンドレッド社の数値が同社業績に反映されることになるため、同社のコーポレートアクションを含む動向について注視していきたい。

株主還元策

現時点では事業投資を優先、中長期的には利益還元を期待

同社は現時点では株主還元を実施しておらず、本業の利益創出により内部留保を確保し、事業規模拡大及び稼ぐ力の強化に向けた投資により、キャピタルゲインの最大化を図っている。他方で、同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題と捉えており、利益拡大及び財務面の強化により一定の配当原資を確保することができたタイミングでは、早期の利益還元が期待される。

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