

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

はてな

3930 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2020年10月13日(火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2020年7月期業績概要	01
2. 2021年7月期業績見通し	01
3. 中期成長見通し	02
■ 事業概要	03
1. コンテンツプラットフォームサービス	03
2. コンテンツマーケティングサービス	04
3. テクノロジーソリューションサービス	05
■ 業績動向	06
1. 2020年7月期業績概要	06
2. サービス別売上動向	07
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2021年7月期業績見通し	13
2. 成長戦略	17
■ 株主還元策	18
■ 情報セキュリティ対策	18

■ 要約

2021年7月期の業績計画は保守的に策定、 法人向けサービスの強化により2022年7月期以降は高成長路線への 復帰を目指す

はてな<3930>は、2001年設立のインターネットサービス企業。Webサイト上にユーザーがコンテンツを作成・投稿し、他のユーザーが閲覧するUGC（User Generated Content）サービスで市場をリードしてきた。国内最大級のソーシャルブックマークサービス「はてなブックマーク」やブログサービス「はてなブログ」などのコンテンツプラットフォームサービスをベースに、その技術・ノウハウを生かして、コンテンツマーケティングサービスやテクノロジーソリューションサービス等の法人向けサービスへと展開している。

1. 2020年7月期業績概要

2020年7月期の売上高は前期比0.9%増の2,542百万円、営業利益は同38.8%減の276百万円と会社計画（売上高2,781百万円、営業利益287百万円）を若干下回って着地した。第3四半期に入って新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、コンテンツプラットフォームサービスにおける広告収入が落ち込んだこと、コンテンツマーケティングサービスも「はてなブログ Media」（オウンドメディアの構築・運用に特化したSaaS型CMS）の運用件数は前期末比29件増の104件と順調に増加したものの、運用メディア当たりの売上単価（CMSの利用料の他、コンテンツ制作料やコンテンツの拡散を図った広告料等）が減少したこと等が収益の下振れ要因となった。前期比の減益要因は、人件費とデータセンター（以下、DC）利用料の増加によるもので、それぞれ前期比で11.8%増、11.5%増となった。DC利用料についてはパフォーマンス向上だけでなく、安全性向上を図るための機能を拡充したことも増加要因となっている。

2. 2021年7月期業績見通し

2021年7月期の売上高は前期比4.5%増の2,657百万円、営業利益は同93.6%減の17百万円と増収減益を見込む。売上高については新型コロナウイルス感染症の影響が一定程度続く前提としており、コンテンツプラットフォームサービス、コンテンツマーケティングサービスともに2期連続減収を見込んでいるものの、テクノロジーソリューションサービスが前期比16.0%増と好調に推移し、両部門の低調をカバーする。マンガビューワ「GigaViewer（ギガビューワ）」※の採用が順調に拡大し、開発・運用料や広告・課金収入等のレベニューシェアが拡大するほか、SaaS型サーバー監視サービス「Mackerel（マカレル）」の導入顧客数も前期末比18.5%増と順調に拡大すること等が増収要因となる。一方、利益面では今後の成長に向けた人材投資を継続していく方針で、人件費が前期比14.6%増（従業員数は前期末比20名増の180名を目標）となるほか、DC利用料も同16.8%増とそれぞれ売上成長以上の増加を見込んでいることが減益要因となる。ただ、事業費用については毎年保守的に見積もる傾向にあるため、売上高が若干未達になった場合でも、利益計画は達成可能と弊社では見ている。

※ GigaViewer：Webサイトでマンガを閲覧するためのソフトウェアで、ユーザーが快適に作品を楽しむための各種機能を備え、また広告を掲載することでサービス提供者の運用コストを削減できるようになっている。

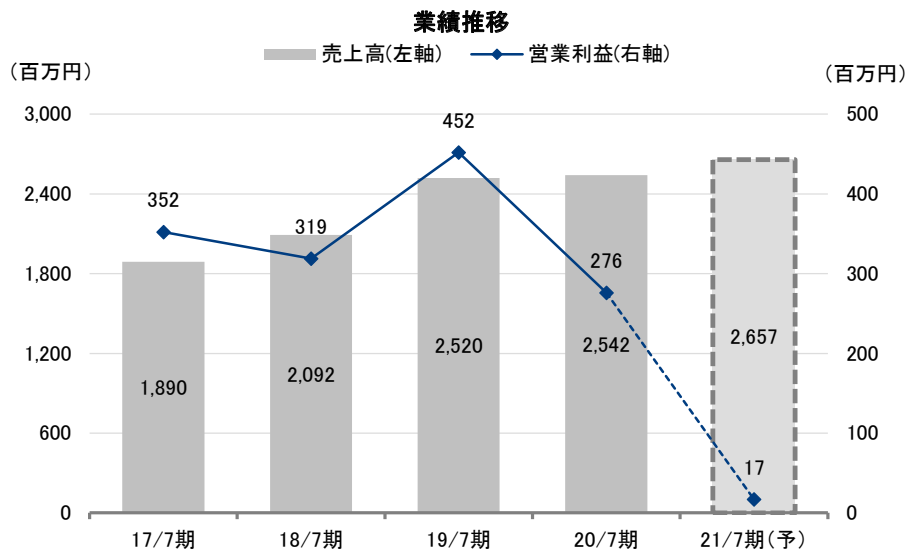
要約

3. 中期成長見通し

同社は2022年7月期以降の中期目標として、売上高で年率15%程度の成長を目指している。「はてなブログ」については法人向けにも有料課金サービスを開始し、広告収入以外の収益基盤を育成していくほか、「はてなブログ Media」については運用メディア数の拡大とメディア当たり売上高の向上に取り組んでいく。また、「Mackerel」「GigaViewer」なども拡販を図り、3つのサービスをそれぞれ拡大していくことで成長を目指す。2022年7月期以降も人件費やDC利用料は増加するものの、15%程度の増収率を実現できれば利益率も上昇に転じるものと予想される。

Key Points

- ・2020年7月期業績は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、会社計画を若干下回って着地
- ・新型コロナウイルス感染症の影響を考慮して、2021年7月期の業績計画は保守的に策定
- ・BtoB ビジネスの強化により2022年7月期以降は年率15%程度の売上成長を目指す

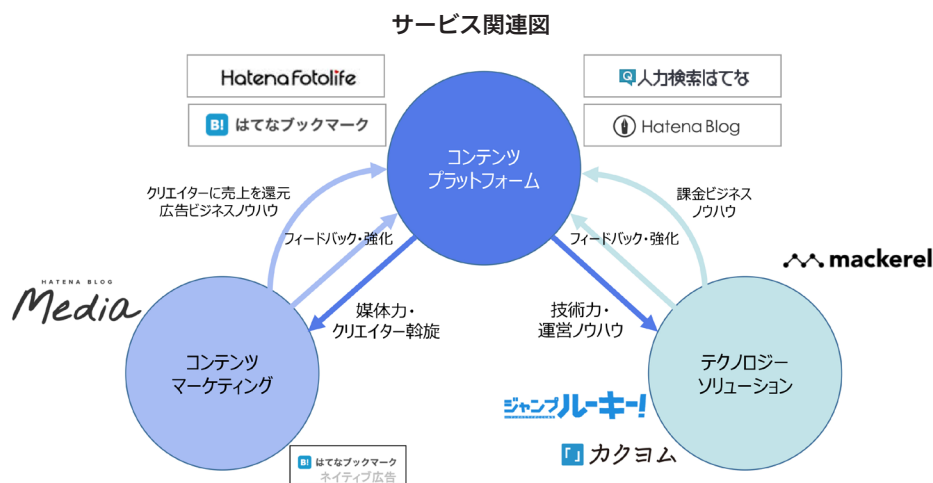


出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

インターネット上における UGC サービスのパイオニアで、高い技術力を強みに法人向けサービスへと事業領域を拡大

同社は 2001 年に創立したインターネットサービス企業で、個人向けにユーザーが文章や画像などのコンテンツを発信・閲覧・拡散するプラットフォームを提供するコンテンツプラットフォームサービスからスタートした。2014 年からは同サービスで蓄積した技術・ノウハウを生かして、法人向けのコンテンツマーケティングサービスやテクノロジーソリューションサービスに展開し、事業領域の拡大を図っている。また、法人向けビジネスでの経験がコンテンツプラットフォームサービスの強化などにも役立っており、3 つのサービス領域でシナジーを高めながら、成長を続けている。



1. コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスでは、ユーザーがコンテンツを発信・拡散する UGC サービスとして「はてなブックマーク」「はてなブログ」等のサービスを展開している。任意の Web ページにユーザーがコメントを簡潔に付けることができる「はてなブックマーク」があることで、「はてなブログ」の記事に他のユーザーの意見や批評が集まりやすいことや、長い文章や論考、コラムのようなものを発信する IT リテラシーの高いブロガーが比較的多いことが「はてなブログ」の特長となっている。

事業概要

売上高の8割前後は、「はてなブログ」等の無料ユーザーの画面に掲載する広告収入となり、そのほか有料サービスとして「はてなブログ Pro」を提供している。広告収入に関しては、PV数×広告単価で決まる。広告単価に関してはその時々需給によって決まるものの趨勢的には低下傾向となっており、PV数をいかに伸ばすことができるかが、売上成長のカギを握ることになる。PV数についてはサービスの登録ユーザー数や月間ユニークブラウザ数[※]の伸びなどが参考となる。2020年7月期末の登録ユーザー数は1,040万人、月間ユニークブラウザ数は1.40億UBとなっている。

[※]ユニークブラウザ数：ある一定の期間内にWebサイトに訪れた、重複のないユーザーの数。1人のユーザーが何度も同じWebサイトを訪れても1人と数えられる。「訪問数」ではなく「訪問者数」を表し、Webサイトの人気や興味の度合いを判断する指標として重視される。「ユニークユーザー」と同義。

主要サービスは以下の3種類である。

(1) 人材検索はてな

2001年に開始した同社の最初のサービスであり、社名の由来ともなっている。検索エンジンで解決できない疑問があるときや簡単な統計を取りたいときに有用なQ&Aサービスで、ナレッジコミュニティサービスの草分け的な存在である。

(2) はてなブックマーク

2005年に開始した国内最大級のソーシャルブックマークサービス。気になったWebページを、感想やタグとともにオンライン上で簡単に管理できる。共有されたブックマーク先のページを見ることで、インターネット上で盛り上がっている話題を知ることができる。

(3) はてなブログ

2003年にサービスを開始した「はてなダイアリー」を進化させたサービスで、2013年に開始している。シンプルなデザインに、執筆を助ける機能が充実したブログサービスで、長い文章をじっくり書いて発信したいハイエンドブロガー向けのサービスとして定評がある。有料サービスの「はてなブログ Pro」では、使用可能ストレージ容量が無料プランの10倍となるほか、独自ドメインの設定や管理機能の強化、画面上の広告配置も自由に設定することが可能（非表示も可）となる。料金プランは月額1,008円、1年プラン8,434円、2年プラン14,400円の3コースで提供している。

2. コンテンツマーケティングサービス

オウンドメディア（企業が顧客等に向けて伝えたい情報を発信するための自社メディア）の構築・運用支援サービス「はてなブログ Media」を2014年より開始している。同サービスはSaaSで提供されており、同社がUGCサービスで培ったシステム・ノウハウを生かし、費用対効果の高いオウンドメディアを構築できることが強みとなっている。

事業概要

売上は月額固定収入となるシステム利用料（月額10万円～、ライトプランも2018年7月期より開始）のほか、コンテンツ作成支援料や、オウンドメディアを拡散していくための広告掲載料（はてなブログ等の同社UGCサービスを活用したネイティブ広告、バナー広告、タイアップ広告等）から成っている。売上構成比ではストック収入となるシステム利用料が3割程度で、残りをコンテンツ作成支援料や広告掲載料で占めている。「はてなブログ Media」の運用媒体数は2020年7月期末で104件と順調に増加している。1企業で複数の媒体を運用しているケースもあり、ここ最近では働き方改革に関する情報発信や社員インタビューといった人材採用分野での活用を目的としたオウンドメディアのニーズが増大している。

3. テクノロジーソリューションサービス

UGCサービスで蓄積したサービス開発力やITインフラ構築力等を生かして、企業のオウンドメディアをスクラッチで開発・構築する受託サービスや、保有するビッグデータを分析して顧客企業にSaaSで提供するソリューションサービス（クラウド支援サービス、アドテクノロジーサービス）を展開している。

(1) 受託サービス

オウンドメディア構築のためのコンテンツマーケティングサービスとは別に、ユーザー企業独自のネットサービスに関する企画・開発・運用を受託するサービスで、売上は受託開発料及び保守・運用料から成る。任天堂<7974>（イカリング2、スマプラス）、KADOKAWA<9468>（カクヨム、魔法のiらんど）など大手企業のシステムを受託している。また、2014年より提供を開始したマンガビューワ「GigaViewer」については（株）集英社、（株）講談社、（株）新潮社など合計9社11件のWebマンガサービスに導入されており、開発・運用料のほかレベニューシェア売上（広告・課金サービス等）も得ている。

同社の強みは、ユーザーによる投稿や閲覧行動を顧客企業のビジネスに生かすサービスを構想し、実装に落とし込む企画力や拡張性のある設計を迅速に実装できる開発力を有していること、また、サービスの規模が拡大しても表示速度等のパフォーマンスを落とすことなく、ローコスト運営を維持することが可能なITインフラの設計・構築・運営力を有していることにある。

GigaViewer 搭載媒体

「少年ジャンプ+」「となりのヤングジャンプ」（集英社）
「マガジンポケット」「コミック DAYS」（講談社）
「くらげパンチ」（新潮社）「コミプレ」（ヒーローズ）
「コミックボーダー」（リイド社）「コミックガルド」（オーバーラップ）
「ゼノン編集部」（コアミックス）「MAGCOMI」（マッグガーデン）
「web アクション」（双葉社）
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

(2) ビッグデータサービス

2014年よりクラウド支援サービスとして、サーバー監視サービス「Mackerel」の提供を開始している。サーバーやアプリケーションサービスの稼働状況を、異なるクラウドサービスやデータセンターサービスであっても一元的に監視できるほか、使いやすいUIと効率的なAPI機能により簡単に導入・運用できることが特長となっている。従来、企業は自社サーバーの監視に関しては自前で監視ツールを構築して運用することが多かったが、クラウドコンピューティング市場の普及拡大や技術進化、IT人材の不足を背景に、使い勝手の良い「Mackerel」等の専用ツールを導入する企業が増えてきている。

インターネットサービス企業やゲーム制作企業、アドテク企業での導入が顕著だが、エンタープライズ領域における利用も試行されている。月額利用料が比較的安価な水準（月額1,833円から。監視サーバー台数ごとに変動）で導入できるほか、監視業務の負担が大幅に軽減されることなどから、一旦導入すると解約するケースは極めて低く、導入企業のサーバー増設に伴って既存顧客単価も上昇傾向にある。主なクライアントは、サイバーエージェント<4751>、任天堂、クレディセゾン<8253>、GMOペパボ<3633>、メルカリ<4385>、KDDI<9433>、NTTドコモ<9437>、フリー<4478>、(株)バンダイナムコスタジオ、ビッグロブ(株)等が挙げられ、導入企業数は右肩上がりが増加している。

業績動向

2020年7月期業績は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、会社計画を若干下回って着地

1. 2020年7月期業績概要

2020年7月期の業績は、売上高で前期比0.9%増の2,542百万円、営業利益で同38.8%減の276百万円、経常利益で同37.9%減の279百万円、当期純利益で同41.8%減の190百万円と増収減益となり、会社計画に対しても売上高、各利益ともに若干下回って着地した。

2020年7月期業績実績

(単位：百万円)

	19/7期		20/7期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	2,520	-	2,781	2,542	-	0.9%	-8.6%
事業費用	2,068	82.0%	2,494	2,266	89.1%	9.6%	-9.1%
(人件費)	1,097	43.5%	1,343	1,226	48.2%	11.8%	-8.7%
(DC利用料)	426	16.9%	539	475	18.7%	11.5%	-11.9%
(その他)	545	21.6%	612	565	22.2%	3.7%	-7.7%
営業利益	452	18.0%	287	276	10.9%	-38.8%	-3.6%
経常利益	449	17.8%	287	279	11.0%	-37.9%	-2.8%
当期純利益	327	13.0%	197	190	7.5%	-41.8%	-3.2%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

売上高については、テクノロジーソリューションサービスが順調に拡大したものの、コンテンツプラットフォームサービスにおいて2020年7月期上期まで一部のアドネットワーク事業者との接続ができなかった影響で広告単価が下落したこと、また、第3四半期に入って新型コロナウイルス感染症拡大により、企業の広告出稿意欲が冷え込んだ影響で、コンテンツプラットフォームサービスやコンテンツマーケティングサービスの売上が低調に推移したことが、計画比での下振れ要因となった。

事業費用は前期比9.6%増の2,266百万円となった。内訳を見ると、人件費が中長期的なサービス拡張と事業創出のため、サービス開発要員を中心に人員採用（期末人員数は前期末比18名増の160名）を進めたことで、同11.8%増の1,226百万円となったほか、DC利用料が同11.5%増の475百万円、オフィス増床に伴う賃借料の増加等を主因にその他費用が同3.7%増の565百万円となった。DC利用料の増加については、サービスの安全性向上に向けた費用増※も含まれている。売上高が微増にとどまるなか、人件費やDC利用料など先行投資的な費用の増加が減益要因となったことがわかる。また、期初計画比で見ると、人員採用やその他費用の抑制に取り組んだため、事業費用は9.1%下回る格好となり、営業利益ベースでは計画比で若干の未達にとどまった。

※ コンテンツプラットフォームサービスにおいて、2019年7月期下期から一部のアドネットワーク事業者と一時接続ができなくなったことを受け、サービスの安全性を担保する体制を整備するため、利用規約に違反する可能性のある投稿を系統的にスクリーニングするツールを新たに導入した。

「はてなブログ Media」「Mackerel」等の法人サービスの契約件数は順調に拡大

2. サービス別売上動向

(1) コンテンツプラットフォームサービス

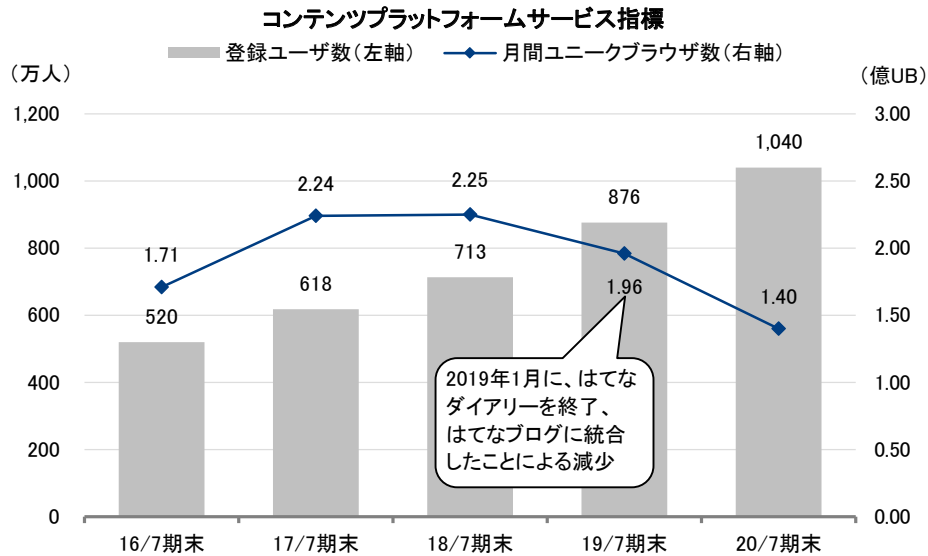
コンテンツプラットフォームサービスの売上高は前期比10.3%減の521百万円と2期ぶりに減収に転じた。主力サービスである「はてなブログ」を中心に、登録ユーザー数は前期末比164万人増の1,040万人と順調に増加した一方で、2020年7月の月間ユニークブラウザ数は同28.6%減の1.4億UBと2ケタ減少となった。2020年1月は1.8億UBだったため、さらに減少していることになるが、月間UB数については月ごとに変動が大きく、7月の落ち込みは一時的なものであると会社側では認識している。

売上高は、広告収入の減少により2019年7月期下期から減少傾向が続いている。2020年7月期第2四半期までは、「はてなブログ」等の同社が運営するメディアについて、一部のアドネットワーク事業者（Googleディスプレイネットワーク（GDN）やYahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）など10社以上）との1次接続が停止される状況が続いたことで、アドネットワークの入札参加型広告主が減少し、広告単価が下落したことが減収要因であった。同問題は第3四半期に入って解消されたものの、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、旅行や外食など一部業界の広告出稿が冷え込んだことで、広告単価の低迷が長引いたことが減収要因となった。

はてな | 2020年10月13日(火)
 3930 東証マザーズ | <https://hatenacorp.jp/ir/>

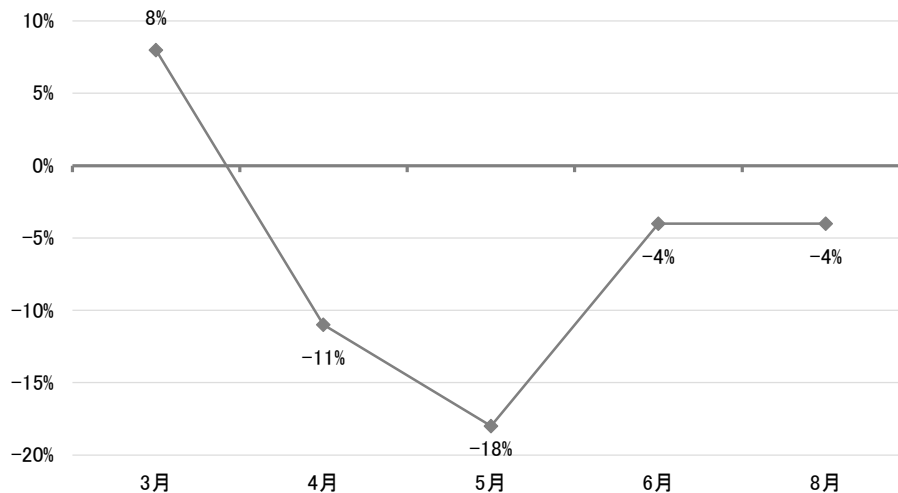
業績動向

広告収入が減少するなかで、「はてなブログ Pro」の有料課金サービスについては着実に契約数を伸ばしており、売上構成比では2割前後まで上昇したものと見られる。TwitterやFacebookなどSNSを使って情報発信する人が増加傾向にあるなかで、さらに深い情報を発信したいユーザーが同社の「はてなブログ」を利用するようになり、また、ヘビーユーザーが有料プランを利用するといった流れができつつあるものと思われる。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

アフィリエイト広告の月次売上高(2020年、前年同月比)



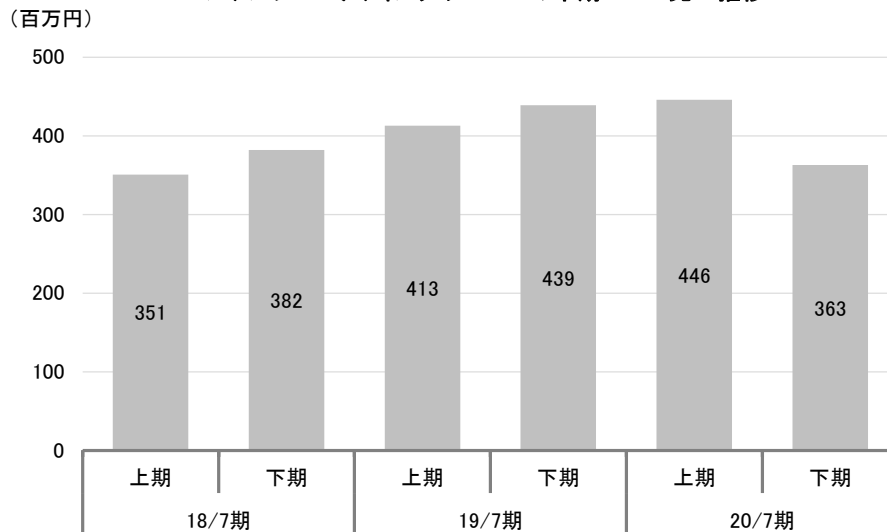
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) コンテンツマーケティングサービス

コンテンツマーケティングサービスの売上高は前期比 5.0% 減の 809 百万円と減収に転じた。企業のオウンドメディアとなる「はてなブログ Media」の運用件数は前期末比 29 件増（新規開設 42 件、解約 13 件）の 104 件と期初計画通り拡大したものの、新型コロナウイルス感染症拡大による景気悪化懸念から、顧客企業のオウンドメディアに掲載する記事制作及び記事拡散のための広告出稿依頼が減少し、メディア当たり平均売上高が落ち込んだことが減収要因となった。新型コロナウイルス感染拡大前の 2020 年 2 月と同年 7 月の平均売上高で比較すると、約 27% 減と大きく落ち込んでいる。このため、上期までは運用件数の増加とともに売上高も着実に成長を続けてきたが、下期だけで見ると前年同期比 17.2% 減と急減した格好となっている。

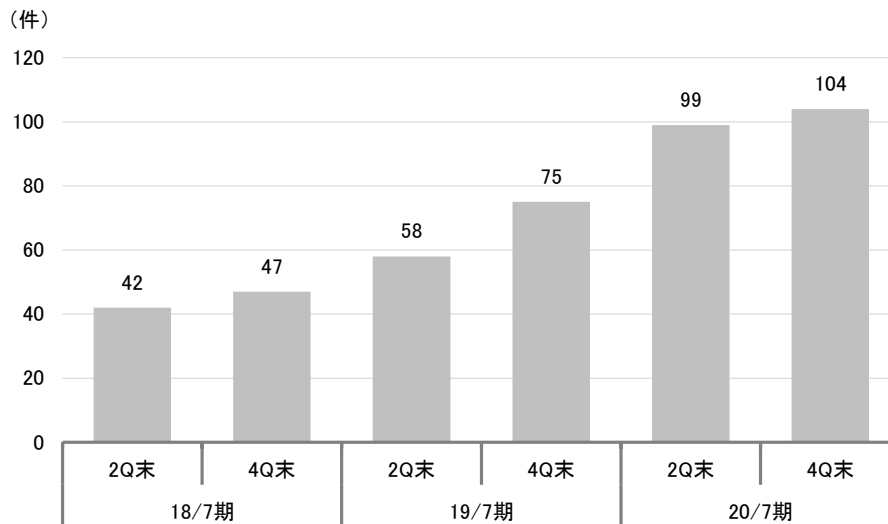
なお、新規開設については引き続き、採用・広報目的のメディアが多く、大企業からベンチャー企業まで幅広い企業に採用が進んでいる。一方、解約理由については、顧客事情によるオウンドメディアの更新停止や他の CMS の利用などだが、既存顧客からの評価も高く、サービス品質そのものに問題はないと当社では考えている。

コンテンツマーケティングサービスの半期ベース売上推移


出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

はてなブログMedia運用数



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) テクノロジーソリューションサービス

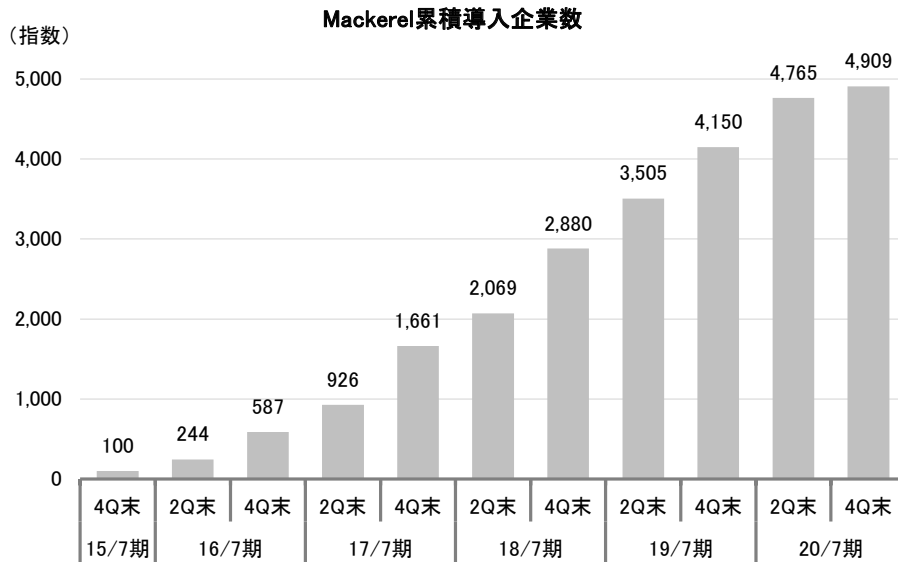
テクノロジーソリューションサービスの売上高は前期比 11.5% 増の 1,211 百万円となった。サーバー監視サービス「Mackerel」やマンガビューワ「GigaViewer」の顧客数が順調に拡大したことが増収要因となった。

「Mackerel」の顧客数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、リード顧客獲得のための各種展示会が中止になるなど、第3四半期以降営業活動が制限されたことが影響して目標からは約 1 割下回ったものの、前期末比では 18.3% 増加した。AWS（アマゾンウェブサービス）のパートナー制度「AWS パートナーコンピテンシープログラム」において、「AWS DevOps コンピテンシー」認定を国内企業で初めて取得したほか、「AWS Partner Network (APN) Award2019」において「APN Technology Partner of the Year 2019 - Japan」を受賞するなど、AWS ユーザーのなかでサーバー監視ツールとして認知度が向上し、導入実績が積み上がったことが評価された。

また、新機能として 2019 年 6 月に正式リリースした「Mackerel コンテナエージェント」も好評で、顧客獲得に貢献している。同機能は仮想化技術の 1 つとして米国などで普及が進んでいる「コンテナ」技術に対応した監視サービスとなる。同年 8 月に正式リリースした「ロール内異常検知」機能は、機械学習を活用した技術で、複雑な監視ルールの設定とメンテナンスを不要とし、簡単な項目の設定のみでサーバーの異常検知を可能にする機能となる。機械学習のためデータの蓄積に一定の期間が必要となることから目立った動きは見られないが、同機能を活用することで監視初心者でも簡単に利用が可能となるほか、大量のサーバーを運用する大企業での監視担当者の省力化が一段と図れることから、今後の利用拡大が期待される機能として注目される。

販路拡大戦略としては、2019 年 10 月にソニービズネットワークス（株）が提供する AWS 導入・運用支援サービス「マネージドクラウド with AWS」のオプションサービスとして「Mackerel」が採用されたほか、同年 11 月には NHN テコラス（株）が提供する AWS の活用支援サービス「C-Chorus（シー コーラス）」の監視ツールとしても採用され、サービス提供を開始するなど販売ネットワークについても着実に広がっている。

業績動向



注：15/7期4Q末を100とした場合の指数
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

「GigaViewer」については、新たに2020年3月に(株)マッグガーデンの「MAGCOMI」、(株)双葉社の「webアクション」に搭載され、合計9社、11サービスに採用が進んだ。ユーザー向けの各種機能に加え、サービス提供者の運用コスト削減に貢献する管理機能の継続的な機能開発や、マンガビューワに掲載する広告の販売と運用に注力したことで、売上高は堅調に推移した。

受託開発案件については、2019年10月よりKADOKAWAが運営するWeb小説サイト「カクヨム」にて、クリエイターに収益を還元するための決済及び送金プラットフォームを同社で開発し、提供を開始した。同プラットフォームをベースに、今後は作品ページに掲載される広告収益の一部をクリエイターに分配できるようにしたり、読者からの課金受付機能などの機能拡張を進めていく予定となっている。UGCサービス提供事業者にとって負担の大きいこれら機能をシステム化し、優れたクリエイターと良質な作品が集まる仕組みを構築することで、サービスとビジネスの成長につなげていく。また、KADOKAWA向けでは、2020年4月に日本最大級の『女の子のための小説投稿サイト』である「魔法のいらんど」のリニューアル版の開発・リリース支援をしており、今後も機能強化のための継続開発や広告運用支援等を行う予定となっている。

自己資本比率は 80% 以上、無借金経営で財務内容は良好

3. 財務状況と経営指標

2020年7月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比28百万円増加の2,339百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が34百万円、売掛金が30百万円それぞれ減少した一方で、前払費用が29百万円増加した。また、固定資産ではソフトウェアが57百万円増加した。

負債合計は前期末比192百万円減少の236百万円となった。未払金が85百万円、未払費用が37百万円、未払法人税等が47百万円それぞれ減少した。また、純資産合計は前期末比221百万円増加の2,102百万円となった。当期純利益190百万円の計上に加えて、新株予約権行使に伴い資本金及び資本準備金がそれぞれ16百万円増加した。

経営指標を見ると、負債の減少と自己資本の増加により自己資本比率が前期末の81.4%から89.9%に上昇した。無借金経営を続けているほか、現金及び預金も1,246百万円と月平均売上高の5.9か月分と資金流動性は十分確保されており、財務内容は良好な状態を維持していると判断される。なお、新型コロナウイルス感染症に対するリスクファイナンスの一環として、取引銀行と総額10億円の当座貸越契約を締結しており、適切なタイミングでは借入れを実行していくことにしている。一方、収益性について見ると、売上高営業利益率、ROA、ROEともに前期比で低下している。新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた格好で、今後の課題となる。

貸借対照表

(単位：百万円)

	17/7期	18/7期	19/7期	20/7期	増減額
流動資産	1,259	1,246	1,715	1,677	-37
(現金及び預金)	959	887	1,281	1,246	-34
(売掛金)	215	245	281	251	-30
固定資産	334	578	595	661	66
総資産	1,595	1,826	2,310	2,339	28
負債合計	303	292	428	236	-192
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	1,292	1,533	1,881	2,102	221
(安全性)					
自己資本比率	81.0%	84.0%	81.4%	89.9%	8.5pt
有利子負債比率 (有利子負債 ÷ 自己資本)	-	-	-	-	-
(収益性)					
ROA	24.4%	19.6%	21.7%	12.0%	-9.7pt
ROE	20.0%	16.6%	19.2%	9.6%	-9.6pt
売上高営業利益率	18.6%	15.3%	18.0%	10.9%	-7.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

新型コロナウイルス感染症の影響を考慮して、 2021年7月期の業績計画は保守的に策定

1. 2021年7月期業績見通し

2020年7月期の業績は、売上高で前期比4.5%増の2,657百万円、営業利益で同93.6%減の17百万円、経常利益で同93.6%減の17百万円、当期純利益で同93.6%減の12百万円と増収減益の見通しとなっている。新型コロナウイルス感染症が今後の経済活動や事業環境に与える影響については、依然不透明な状況が継続しているとの認識であり、特に、景気変動の影響を受けやすい広告市場については、厳しい市場環境が続くことを前提としている。一方で、中期的な成長に向けた人材投資やインフラ投資などは継続していく計画となっており、事業費用の増加が減益要因となる。ただ、事業費用については毎年保守的に見積もる傾向にあり、2021年7月期についてもある程度の余裕を持たせた計画になっていると見られる。このため、売上高が仮に計画から若干程度下振れたとしても、利益計画は達成可能と弊社では見ている。

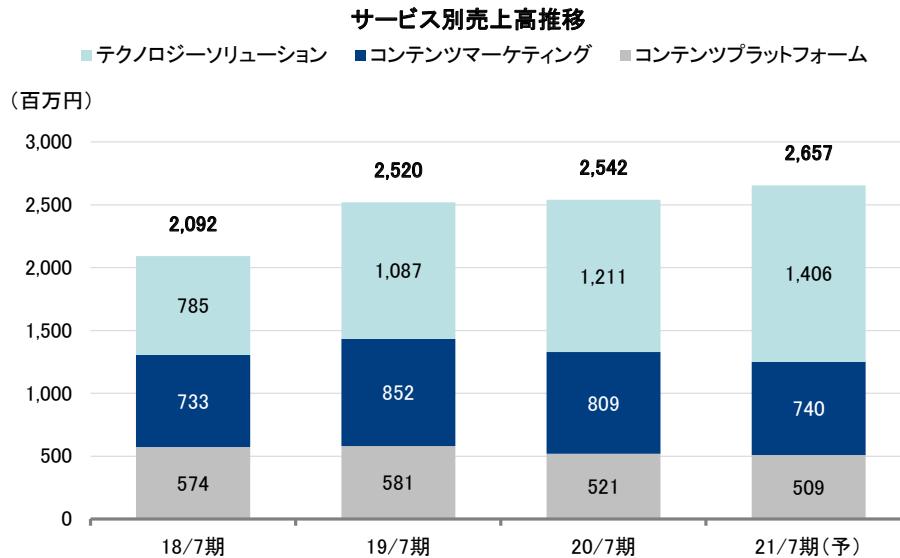
2021年7月期業績見通し

(単位：百万円)

	20/7期		会社計画	21/7期	
	実績	対売上比		対売上比	前期比
売上高	2,542	-	2,657	-	4.5%
事業費用	2,266	89.1%	2,639	99.3%	16.5%
(人件費)	1,226	48.2%	1,405	52.9%	14.6%
(DC利用料)	475	18.7%	555	20.9%	16.8%
(その他)	565	22.2%	679	25.6%	20.2%
営業利益	276	10.9%	17	0.6%	-93.6%
経常利益	279	11.0%	17	0.6%	-93.6%
当期純利益	190	7.5%	12	0.5%	-93.6%
1株当たり当期純利益(円)	64.78		4.11		

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) 部門別売上見通し

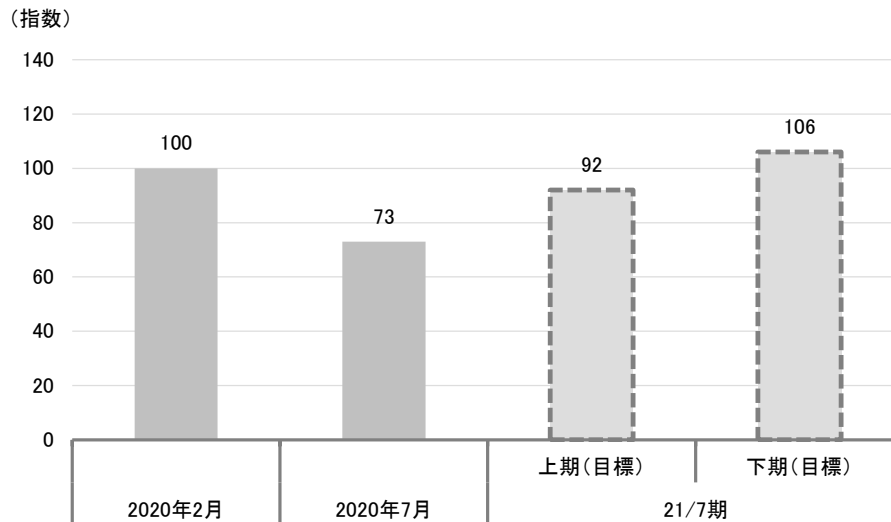
コンテンツプラットフォームサービスの売上高は前期比2.4%減の509百万円と連続減収を見込んでいる。「はてなブログ」等のUGCサービスの登録ユーザー数やユニークブラウザ数については拡大する見通しだが、広告単価については2020年9月時点でもまだ弱含みの状況が続いていることから、前下期並みの売上水準が2021年7月期も続くことを前提とした計画となっている。

ただ、2020年9月より新たに提供を開始した法人向け有料課金サービス「はてなブログ Business」については、計画に殆ど織り込んでおらず、契約件数の状況次第では上乘せ要因となる。同サービスは、「はてなブログ Media」を活用した本格的なオウンドメディアよりも手軽に情報発信を行いたいスタートアップ企業やスモールビジネスを展開する企業のニーズに対応したサービスとなり、機能を絞って「はてなブログ Media」よりもリーズナブルな価格(月額2,388円相当^{*})で提供する。今後も有料課金サービスについては、個人・法人向け問わず機能の拡充を図りながら、契約件数を積み上げていく方針だ。

^{*} 2020年10月27日までのキャンペーン価格。以降は月額2,988円相当。

コンテンツメディアサービスの売上高は前期比8.6%減の740百万円を見込む。「はてなブログ Media」運用数は前期末比16件増の120件を目指す。新型コロナウイルス感染症の影響によってリード顧客獲得のためのセミナーや訪問営業が制限されるなか、オンラインセミナーをフル活用して顧客の開拓を進めていく。メディア当たり平均売上高については、2020年7月に対して回復を見込んでいるものの、新型コロナウイルス感染拡大以前の水準まで戻るの、早くても2021年7月期下期以降になると見ており、結果、売上高については減収が続く見通しとなっている。同社では記事制作や記事拡散を図るための広告支援などのコンサルティングを強化することで、メディア当たり売上高の早期回復に取り組んでいく方針だ。

今後の見通し

メディア当たり平均売上高


注：2020年2月を100とした場合の指数
 出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

テクノロジーソリューションサービスの売上高は、前期比16.0%増の1,406百万円と2ケタ成長が続く見通し。SaaS型サービスである「Mackerel」や「GigaViewer」の契約件数拡大、並びに既存顧客の売上深耕に取り組むことで高成長を目指す。

「Mackerel」については、リアルのセミナーや展示会が開催できないほか、訪問営業活動が制限されるなか、オンラインセミナーやデジタルマーケティングを活用することで新規顧客の獲得を推進していく。2021年7月期末の顧客件数は前期末比18.5%増と前期並みの成長を目指す。2020年9月には新たにGoogle Cloud™と連携し、新機能「Google Cloud インテグレーション」のサービス提供を開始した。Google Cloudは、Googleが企業向けに提供するクラウドソリューションで、同ソリューションを利用する企業に対して「Mackerel」の導入拡大が期待される。「AWS」「Microsoft Azure」など主要クラウドプラットフォームとも連携しており、複数のクラウドプラットフォームを利用する企業にとってはサーバー監視業務の負担軽減効果が見込まれるため、顧客数の拡大だけでなく、監視対象サーバー数の増加による顧客当たり売上単価の上昇も期待できることになる。

「GigaViewer」については、引き続き導入件数の増加が見込まれる。マンガビューワについては主戦場となるスマートフォンアプリ版は競争が激しいものの、Web版については「GigaViewer」の利便性や広告運用も含めたソリューションが顧客から高く評価されており、年々導入数が増えている。雑誌社側から見れば、スマートフォンアプリはプラットフォーム（AppleやGoogle）に支払う手数料も高いため、Web版で広告運用も含めて収益化を図りたいというニーズが強く、こうしたニーズを取り込んでいることが背景にある。また、最近ではスマートフォンアプリのリニューアルにあたって、Web版を開発した同社に相談が舞い込むケースも出てきており、今後も安定成長が期待できるサービスとして注目される。そのほか、新規の受託開発案件も受注しているようで、2021年7月期の売上に貢献する見通しだ。

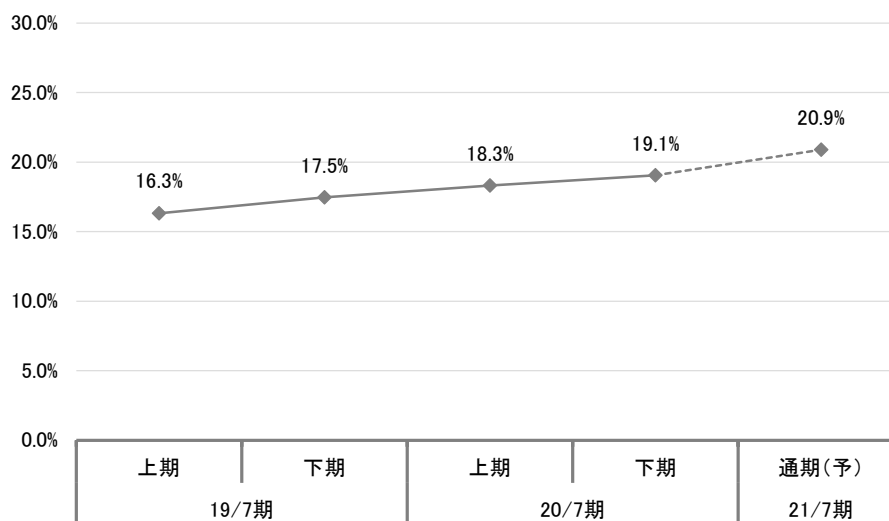
(2) 事業費用

2021年7月期の事業費用は合計で前期比16.5%増の2,639百万円を計画している。内訳を見ると、人件費で同14.6%増の1,405百万円、DC利用料で同16.8%増の555百万円、その他費用で同20.2%増の679百万円となる。

人件費については、エンジニアを中心に前期末比20名の増員（期末従業員数は180名）を計画していることが増加要因となっている。2022年7月期以降の高成長を実現していくための体制整備を図っていく予定だ。ただ、今後の市場環境次第では採用数についてもフレキシブルに対応していく意向のようだ。

DC利用料については、既存サービスの成長に連動した費用増に加えて、前期に引き続きサービスの品質向上・維持のための費用増も織り込んでいることが増加要因となっている。運営メディアの安全性を担保するためのツールの導入費用、「Mackerel」や「はてなブログ Media」などのサービス品質向上を目的としたミドルウェアソフトの機能強化を予定しており、それに伴って利用料金も増加する。売上比率で見ると20.9%と前期の18.7%からさらに上昇する見込みとなっている。ただ、前期も会社計画では19.4%と高めの設定にしていることから、2021年7月期も保守的な計画になっているものと弊社では見ている。同様にその他費用についても前期比20.2%増と増加率が大きくなっているが、特別な支出の予定はなく、計画は上限値と考えられる。

DC利用料の売上比率



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

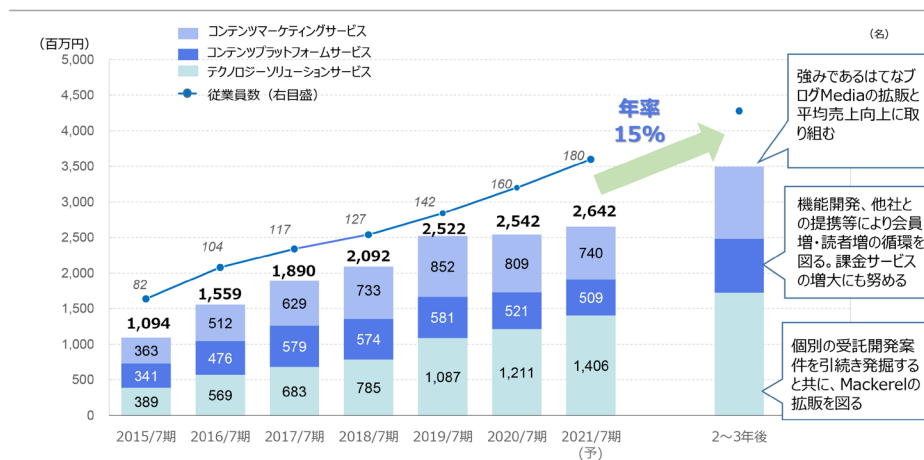
BtoB ビジネスの強化により 2022年7月期以降は年率15%程度の売上成長を目指す

2. 成長戦略

同社は2021年7月期の今後の事業方針として、BtoB（法人向け）サービスを深掘りして売上を伸ばしつつ、人材投資を行い、成長に向けた力を蓄える一年と位置付けている。こうしたなかで、1) 出版業のDX支援の推進、2) BtoBストック型ビジネスにおける営業活動のアップデート、3) 人材投資・技術投資の継続、の3点を重点方針として掲げ、会社計画の達成を目指していく考えだ。

また、2022年7月期以降は市場環境も改善し、先行投資の効果が顕在化し始めるものと予想されることから、売上成長率では年率15%程度の成長を目標としている。高成長を実現していくため、3つのサービスにおけるシナジー効果を最大限に活用しながら各サービスの売上拡大を図っていく方針で、営業利益率についても増収効果で人件費やDC利用料の増加を吸収し、再度上昇に転じるものと予想される。

短中期成長イメージ
売上高および従業員数の推移と予想



出所：決算説明会資料より掲載

(1) 出版業のDX支援の推進

インターネット市場の拡大により、出版業は紙媒体による発行部数が年々縮小しており、DX化が喫緊の経営課題となっている。マンガ分野においては、出版社に対して「GigaViewer」の導入拡大をさらに推進し、開発・運用料だけでなくレベニューシェア（広告・課金収益等）の獲得による収益拡大に注力していく方針だ。

また、小説分野においては、KADOKAWAと共同でWeb小説サイト「カクヨム」などの投稿者に収益を還元する決済・送金プラットフォームを2020年7月期に開発しており、今後は同プラットフォームをベースにクリエイターの創作活動を支援していくとともに、メディア活性化のための広告・運用支援なども行いながら、サービス事業者とレベニューシェアしていく予定となっている。

(2) BtoB ストック型ビジネスの営業強化

BtoB 向けビジネスについては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で営業活動が制限されるなかで、オンラインセミナーやデジタルマーケティングを活用して新規顧客の獲得に注力している。2020年7月期下期は、「Meckerele」や「はてなブログ Media」において新規顧客獲得が足踏みしたものの、2021年7月期以降は営業体制のデジタルシフトにより巻き返しを図っていく。また、「はてなブログ Media」については記事作成や広告支援などの提案力を強化して、メディア当たり売上高の早期回復を目指す。

(3) 人材投資・技術投資

今後の成長を実現していくうえで、技術基盤に対する投資についても継続して取り組んでいく。既述の通り、エンジニアについては引き続き年間20名前後の増員を進めていく予定で、技術開発力の強化を高成長実現に向けた重要課題と位置付けている。BtoB ストック型ビジネスの成長により、売上高が持続的に年率15%程度の成長を維持できるようになれば、営業利益率も再び20%近い水準まで上昇することは可能と弊社では見ている。

株主還元策

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題であると認識しており、財政状態や業績、キャッシュ・フローの状態、今後の資金需要等を勘案して、利益還元策を決定していく意向である。ただし、当面は内部留保の充実を図り、企業体質の強化、事業拡大のための投資等に資金を優先配分し、収益拡大により企業価値を高めていくことが株主に対する最大の利益還元につながると考えており、配当金については無配を継続する方針となっている。

情報セキュリティ対策

同社はインターネットを活用したサービスを展開していることから、情報セキュリティ対策については経営の最重要課題の1つとして取り組んでいる。社内でセキュリティポリシーを策定し、また、セキュリティ管理担当者を配置して定期的に研修・情報共有などを行っているほか、インフラ面では外部からの不正アクセス防止策やマルウェア対策などを実施している。

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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp