

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 >>>](#)

2021年10月7日(木)

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. 2021年7月期の業績概要	01
2. 2022年7月期の業績見通し	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	05
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. 2021年7月期の業績概要	06
2. サービス別売上動向	08
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2022年7月期の業績見通し	14
2. 成長戦略	17
■ 株主還元策	19
■ 情報セキュリティ対策	19

■ 要約

2022年7月期はテクノロジーソリューションサービスの成長加速により、3期ぶりの2ケタ増収増益となる見通し

はてな<3930>は、2001年設立のインターネットサービス企業である。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へと展開している。

1. 2021年7月期の業績概要

2021年7月期の業績は売上高で前期比3.1%増の2,621百万円、営業利益で同10.2%減の248百万円となったが、2021年5月に上方修正した会社計画（売上高2,607百万円、営業利益212百万円）に対してはいずれも上回って着地した。売上高は、コンテンツマーケティングサービスが同18.2%減と落ち込んだものの、SaaS型サーバー監視サービス「Mackerel（マカレル）」の顧客数増加や、マンガビューワ「GigaViewer（ギガビューワ）」※の搭載メディア数の拡大等により、テクノロジーソリューションサービスが同18.3%増と大きく伸長したことが増収要因となった。一方で、減益要因は人員体制の強化に伴う人件費の増加が主因となっている。また、会社計画比での利益の上振れ要因は、人員増員数が計画を下回ったことや、リモートワーク体制の継続により諸経費が計画を下回ったことなどによる。

※ GigaViewer：Webサイトでマンガを閲覧するためのソフトウェアで、月額利用料及び運用保守料のほか、広告配信やストア機能を付加することで、これら収益の一部をレベニューシェアしている。

2. 2022年7月期の業績見通し

2022年7月期の業績は、売上高で前期比17.0%増の3,069百万円、営業利益で同14.2%増の284百万円※と3期ぶりの増益に転じる見通しだ。人件費や広告宣伝費を中心に事業費用が同17.3%増加するものの、増収効果でカバーする。2021年7月期に落ち込んだコンテンツメディアサービスの回復が見込まれるほか、テクノロジーソリューションサービスが同27.5%増と伸長する計画となっている。引き続き「Mackerel」や「GigaViewer」が売上をけん引するほか、そのほかの受託開発サービスの増加も見込んでいる。なお、人員数については、エンジニアを中心に前期末比22名の増員を予定しているものの、保守的に策定する傾向にあるため、売上高が計画並みの水準を達成すれば利益は上振れする可能性が高いと弊社では見ている。

※ 2022年7月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、2022年7月期の業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっている。また、従来検収基準を採用していた受託開発サービスは当該会計基準を導入することになるが、全体の収益に与える影響は軽微（旧会計基準で試算した会社計画値は、売上高で3,052百万円、経常利益で282百万円）であることから、2022年7月期の対前期増減率は2021年7月期実績と比較している。

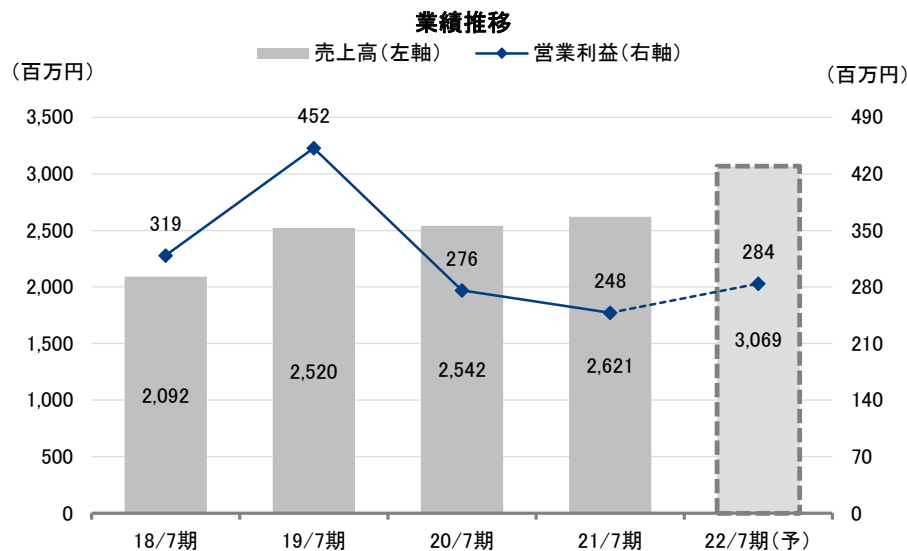
要約

3. 中期成長見通し

同社は2023年7月期以降の中期目標として、売上高で年率15%程度の成長路線に乗せていくことを見込んでいる。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）収束後に弾みをつけるべく、3つのサービスのシナジー効果を最大限に活用しながら3サービスのいずれも成長し、2～3年で売上高40億円の達成を目指していく。コンテンツプラットフォームサービスでは、機能開発や他社提携などにより「はてなブログ」等の良質コンテンツを増やし、登録ユーザー数や月間ユニークブラウザ数が増加することでアフィリエイト広告収入の拡大につなげていく。また、有料課金サービスについては、スタートアップ企業または小規模法人向け「はてなブログ Business」の顧客獲得に向けたプロモーション施策を強化する。コンテンツマーケティングサービスでは、「はてなブログ Media」顧客獲得のためにプロモーション施策を強化すると同時に、公式SNSの運用などマーケティング支援サービスを強化することで成長を目指すほか、単価アップ施策として新サービスの提供にも取り組んでいく。また、テクノロジーソリューションサービスでは、「Mackerel」の拡販や「GigaViewer」の搭載メディア数拡大及びレベニューシェア獲得により高成長を目指す。これらの戦略により売上高の2ケタ成長が続けば、営業利益率も中期的に20%近い水準まで戻るものと弊社では予想している。

Key Points

- ・2021年7月期業績は人件費増により減益となるも、売上高は7期連続増収を達成
- ・2022年7月期業績はすべての事業で増収となり、3期ぶりの2ケタ増収増益へ
- ・テクノロジーソリューションサービスを中心としたBtoBビジネスの拡大により、業績は再成長ステージへ

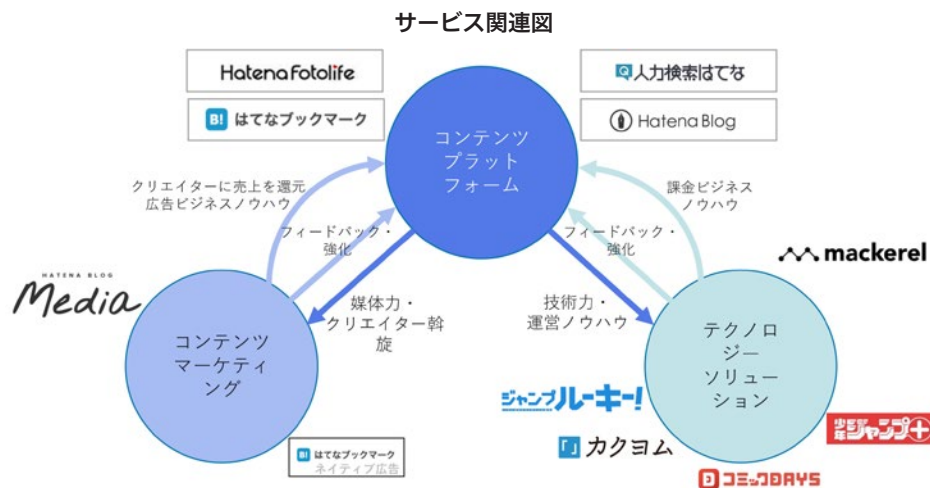


出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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へと展開し、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。



出所：決算説明資料より掲載

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アフィリエイト広告収入となり、そのほか有料サービスとして機能と利便性の向上を図った上位版サービス「はてなブログ Pro」や、2020年9月より法人向けに提供を開始した「はてなブログ Business」がある。アフィリエイト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数をいかに伸ばせるかが売上成長のカギを握る。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。2021年7月期末の登録ユーザー数は1,150万人、月間ユニークブラウザ数は1.26億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) 人力検索はてな

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、モバイル環境下での高速表示、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）となるなど、機能を拡充している。料金プランは月額1,008円、1年プラン8,434円（月額703円相当）、2年プラン14,400円（同600円相当）の3コースで提供している。また、スタートアップ企業（設立5年以内）または小規模法人（資本金5千万円以下）向けには、「はてなブログ Business」サービスを提供しており、料金プランは月額4,980円、1年プラン41,800円（月額3,483円相当）、2年プラン71,700円（同2,988円相当）の3コースとなる。

事業概要

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で提供しているため、サーバーの構築・保守運用が不要なほか、直感的なUI（User Interface）かつ複数人で編集作業が行えることが特長となっている。また、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。

売上は月額固定収入となるシステム利用料（月額7.7万円）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。売上構成比はストック収入となるシステム利用料が1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」の運用件数は2021年7月期末で111件と、直近3年間で約2.5倍に増加している。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、顧客企業が利用するクラウド環境やデータセンター環境のサーバーを監視するツールをSaaSで提供するサーバー監視サービス（クラウド支援サービス）を展開している。受託サービスの保守・運用を含めたストック型サービスの売上構成比は2021年7月期で8割程度となっている。

(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）など大手企業のシステム開発・運用を受託している。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12社14メディアのWebマンガサービスに搭載されており、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。

事業概要

GigaViewer 搭載メディア

「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)、「コミブレ」(ヒーローズ)、「コミックポーター」(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)
「コミックトレイル」(芳文社)、「コミックブシロード WEB」(ブシロードメディア)、「FEEL web」(祥伝社)

注：赤文字は2021年7月期に新規導入されたメディア
 出所：会社発表資料よりフィスコ作成

(2) クラウド支援サービス

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(Application Programming Interface)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。

導入企業は、多くのサーバー運用が必要とされるインターネットサービス企業やゲーム制作企業、アドテク企業が多いが、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>、(株)NTTドコモ、(株)バンダイナムコスタジオ、富士通クラウドテクノロジーズ(株)、ビッグロブ(株)等が挙げられ、導入企業数は右肩上がり増加している。

業績動向

2021年7月期業績は人件費増により減益となるも、売上高は7期連続増収を達成

1. 2021年7月期の業績概要

2021年7月期の業績は、売上高で前期比3.1%増の2,621百万円、営業利益で同10.2%減の248百万円、経常利益で同9.2%減の253百万円、当期純利益で同9.5%減の172百万円となった。売上高は7期連続増収、過去最高を更新した一方、各利益に関しては2期連続の減益となった。ただし、2021年5月に上方修正した会社計画(売上高2,607百万円、営業利益212百万円)に対しては、いずれも上回って着地している。

業績動向

2021年7月期業績実績

(単位：百万円)

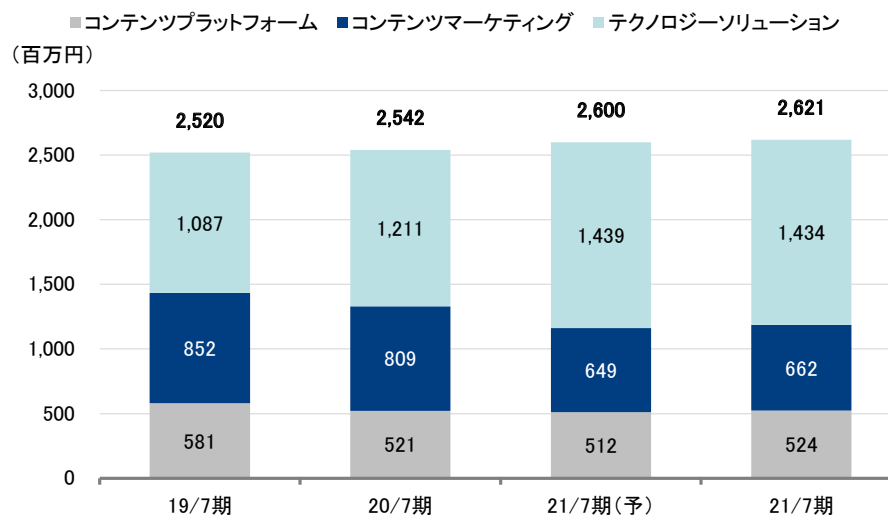
	20/7期		修正計画	21/7期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	2,542	-	2,600	2,621	-	3.1%	0.8%
事業費用	2,266	89.1%	2,493	2,373	90.5%	4.7%	-4.9%
(人件費)	1,226	48.2%	1,408	1,356	51.7%	10.6%	-3.7%
(DC利用料)	475	18.6%	466	448	17.0%	-5.7%	-3.9%
(その他)	565	22.2%	619	568	21.6%	0.7%	-8.3%
営業利益	276	10.8%	106	248	9.4%	-10.2%	133.9%
経常利益	279	10.9%	105	253	9.6%	-9.2%	140.9%
当期純利益	190	7.4%	71	172	6.5%	-9.5%	142.2%

注：2021年7月期修正計画は2021年2月発表値

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

売上高については、コロナ禍の影響でコンテンツマーケティングサービスが減収となったものの、アフィリエイト広告売上の回復によりコンテンツプラットフォームサービスが増収に転じたほか、「Mackerel」や「GigaViewer」などを中心としたテクノロジーソリューションサービスが伸長したことが増収要因となった。

サービス別売上高推移



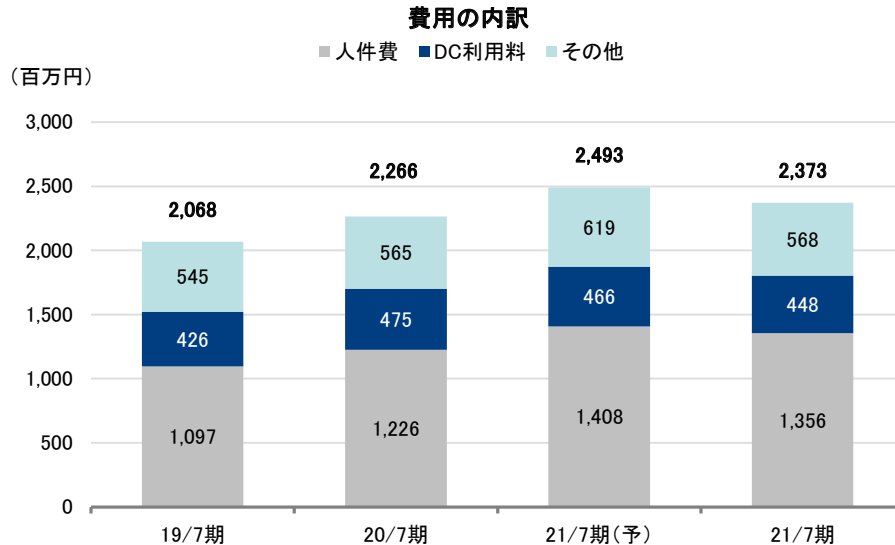
注：2021年7月期予想は2021年2月発表値

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業費用は前期比4.7%増の2,373百万円となった。内訳を見ると、人件費が同10.6%増の1,356百万円と主な減収要因となった。旺盛な引き合いに対応すべくエンジニアの採用を積極的に進めており、2021年7月期末の従業員数は前期末比7名増の167名となった。一方で、データセンター(以下、DC)利用料は料金プランの見直しを実施した効果により、同5.7%減の448百万円となった。また、その他費用については自社利用のソフトウェアの計上に伴う減価償却費増や広告レバニューシェアに伴う収益配分原価の増加等があったものの、在宅勤務の導入によるオフィス運営費用の減少や販促イベントの休止・制限などによる営業費用の減少等により、同0.7%増の568百万円と微増にとどまった。

業績動向

2021年5月に上方修正した会社計画に対する営業利益の上振れ要因は、事業費用が全般的に低く抑えられたことによる。人件費で52百万円、DC利用料で18百万円、その他費用で51百万円それぞれ計画を下回った。人件費については人員の増員計画18名に対して7名にとどまったことが要因で、その他費用についてはオフィス運営費用や営業費用の減少が主因となっている。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「Mackerel」「GigaViewer」などを中心としたテクノロジーソリューションサービスが順調に成長

2. サービス別売上動向

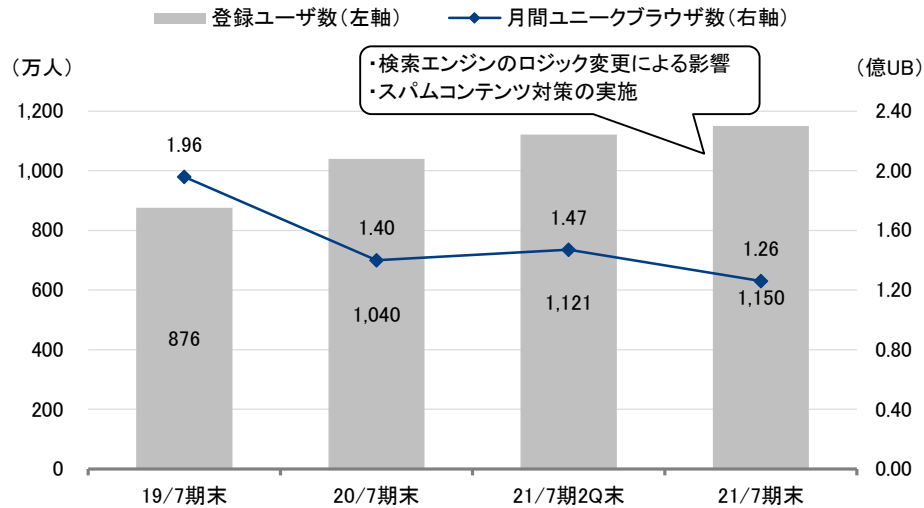
(1) コンテンツプラットフォームサービス

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0.7%増の524百万円と、2期ぶりに増収に転じた。主力サービスである「はてなブログ」を中心に、2021年7月期末の月間ユニークブラウザ数は1.26億UB（前期末は1.47億UB）となったものの、登録ユーザー数が前期末比110万人増の1,150万人と順調に増加した。月間ユニークブラウザ数の減少要因は、検索エンジンのロジック変更による流入件数の減少に加えて、コンテンツの良質化施策としてスパムコンテンツアカウントの削減施策を実施したことなどが挙げられる。このうち、検索エンジンのロジック変更については不定期に行われているもので、SEO対策を行うことで回復できると弊社では見ている。また、スパムコンテンツ対策については一時的な減少要因で、中長期的にはコンテンツの良質化により検索エンジンで上位表示される効果が期待できる。

はてな | 2021年10月7日(木)
 3930 東証マザーズ | <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向

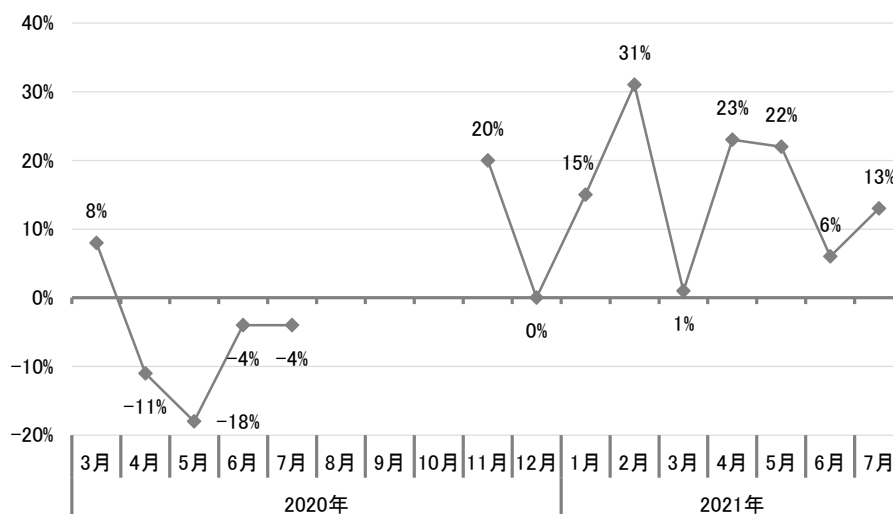
コンテンツプラットフォームサービス指標の推移



出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

売上高の大半を占めるアフィリエイト広告収入については、コロナ禍による広告出稿の冷え込みとそれに伴う広告単価下落の影響で、2020年4月以降低迷していたが、2021年7月期第2四半期以降は広告出稿の回復並びに単価の上昇によって、前年同月比2ケタ増と復調している。一方で売上高が微増にとどまったのは、個人向け有料課金サービスの減少が要因と見られる。なお、2020年9月よりサービスを開始した法人向けサービス「はてなブログ Business」については、計画どおり契約件数が増加しているものの、全体の売上に与える影響は軽微となっている。

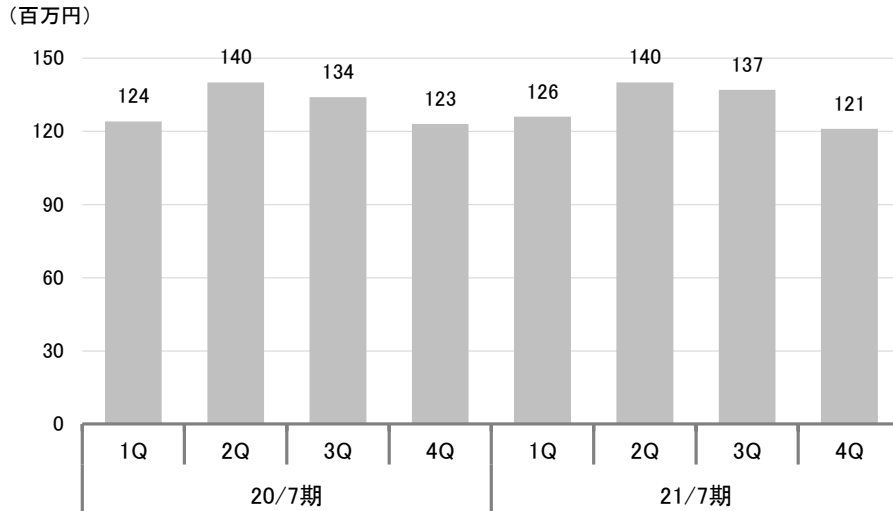
アフィリエイト広告の月次売上高(前年同月比)



出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

コンテンツプラットフォームサービスの売上高推移(四半期)

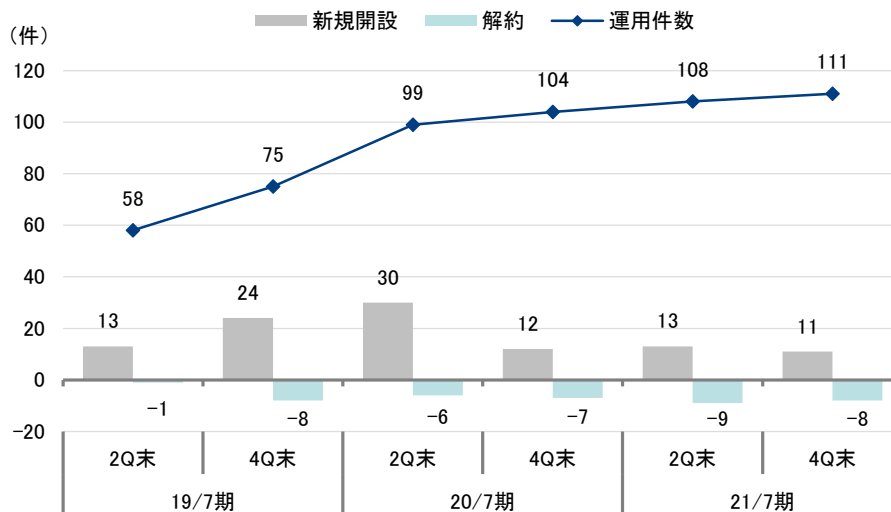


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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18.2%減の662百万円となった。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7件増(新規開設24件、解約17件)の111件と目標の120件には届かなかった。採用・広報目的を中心に引き合い件数は多いものの、コロナ禍以前と比較して受注決定や開設完了までに時間がかかる傾向にあることが、新規獲得件数の伸び悩みにつながった。一方、解約件数は計画より若干多かったものの解約率は15%であり、コロナ禍であることを考慮すれば想定範囲内としている。

「はてなブログMedia」の新規開設、解約、運用件数

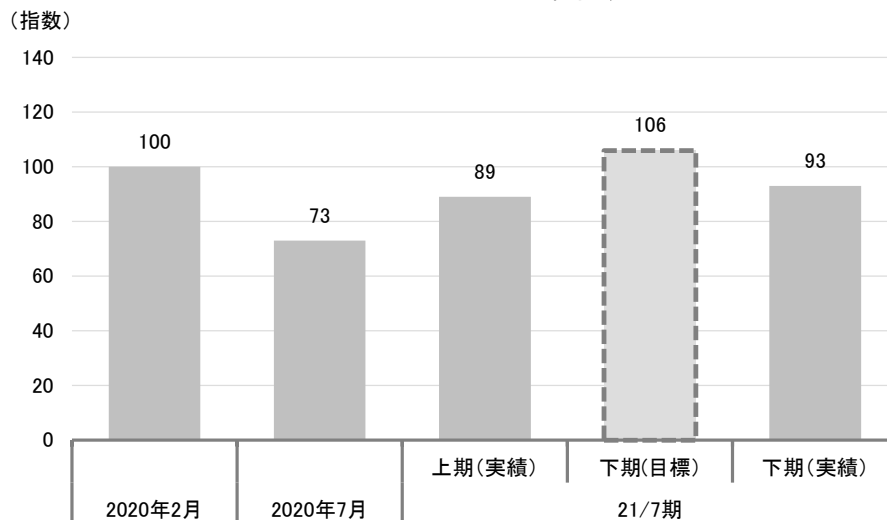


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

運用件数増加に対し減収となったのは、オウンドメディアを拡散するための広告出稿やコンテンツ制作支援サービスの減少、低価格帯の「採用オウンドメディアプラン」(月額7万円)の契約数増加によって、メディア当たりの平均売上単価が低下したことが要因だ。これは、コロナ禍が長引くなか、景気悪化懸念からオウンドメディアの運用予算を絞り込む顧客が増加したものと思われる。メディア当たり平均売上高指数で見ると、コロナ禍以前の2020年2月を100とした場合、同年7月に73まで落ち込んだものの、2021年7月上期に89、下期に93と緩やかながら回復トレンドにあるが、コロナ禍以前の水準まで戻ってはいない。また、2021年7月期下期の目標としていた106にも届かなかった。とは言え、四半期ベースの売上高推移を見ると、第4四半期は前年同期比15.1%増の167百万円となり、1年ぶりの増収に転じている。

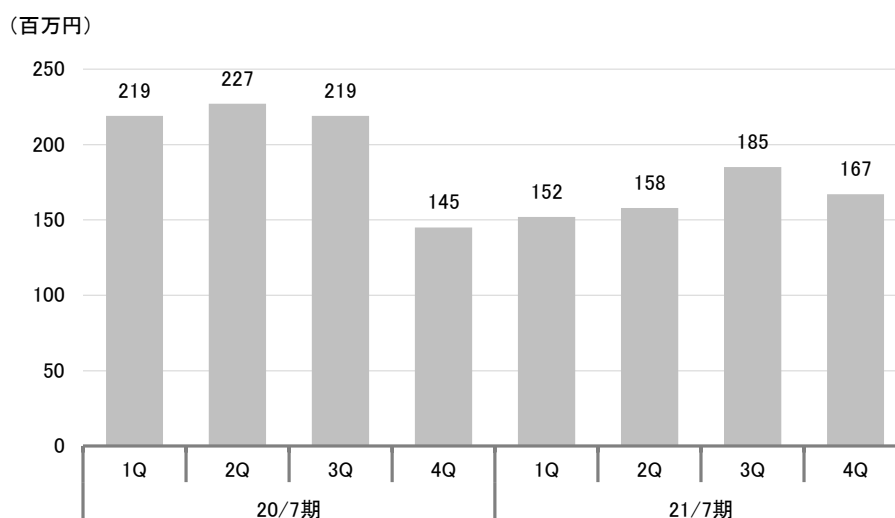
メディア当たり平均売上高指数



注：2020年2月を100とした場合の指数

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

コンテンツマーケティングサービスの売上高推移(四半期)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

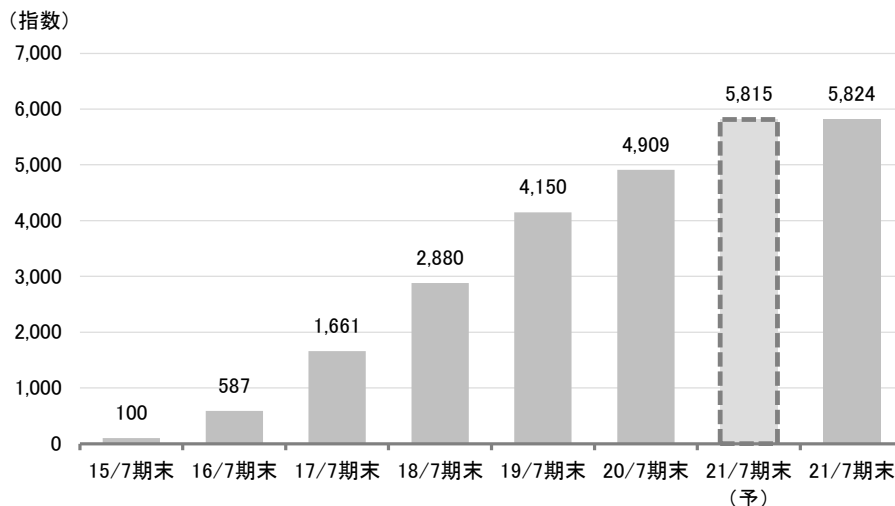
業績動向

(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 18.3% 増の 1,434 百万円と、2ケタ増収基調が続いた。サーバー監視サービス「Mackerel」の顧客数並びにマンガビューワ「GigaViewer」の搭載メディア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、前期末比 18.6% 増と計画を若干上回って着地した。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の認知度が向上し、顧客数の増加に寄与した。AWS のなかでは多くの類似サービスが提供されているが、アワードを受賞した効果は大きく、加えて、AWS 主催のオンライン展示会に出展することでリード顧客を多く獲得できたことが奏功した。

また、2020年9月に新機能として「Google Cloud インテグレーション」の提供を開始している。同機能によって、簡単に Google Cloud 連携対象サービスの監視ができるようになり、Google Cloud を利用する企業にも導入が進んでいる。また、2021年2月にはエヌ・ティ・ティ・スマートコネクト（株）が提供する「スマートコネクト クラウド監視保守サービス」、同年4月には（株）コマース21が提供するECプラットフォームサービス「ECo2（エコツー）」の監視サービスに「Mackerel」が標準機能として採用されるなど、販路の拡充が進んだことも顧客数の増加に寄与した。

「Mackerel」累積顧客指数


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

「GigaViewer」については、新たに「コミックトレイル」（（株）芳文社）、「コミックブシロードWEB」（（株）ブシロードメディア）、「FEEL web」（（株）祥伝社）の3メディアに搭載され、2021年7月末で合計12社、14メディアに採用が進んだ。また、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の提供により、売上は堅調に推移した。

業績動向

このほか、「GigaViewer」では広告運用も含めた各種ソリューションを提供することで、開発・運用料のみならず、レベニューシェア（広告・課金収益等）による収益基盤の拡大にも取り組んでいる。具体的には、2020年11月に「少年ジャンプ+」（集英社）に提供する「GigaViewer」のストア機能を拡張し、電子版「週刊少年ジャンプ」の定期購読対応を可能としたほか、同年12月には「コミプレ」（（株）ヒーローズ）、2021年7月に「くらげパンチ」（新潮社）に対して「GigaViewer」を搭載したマネタイズ支援機能「ストア機能」の提供を開始した。

また、2021年4月には集英社とマンガ投稿サービス「マンガノ」を共同開発し、提供を開始している。マンガ家にとって使いやすさを追求した作品投稿機能に加えて、作品の販売機能も備えており、継続的な機能開発を共同で進めていくことで、マンガ作品の公開や販売を支援していく。投稿サービスについては、2014年に集英社と「ジャンプルーキー!」、2015年に「あしたのヤングジャンプ」を、また、2016年にKADOKAWAと小説投稿サービス「カクヨム」、2020年に「魔法のいらんど」（リニューアル版）をそれぞれ共同開発しており、継続して開発・運用支援を行っている。なお、そのほかの受託開発案件についても、複数案件を受注し増収に貢献している。

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

2021年7月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比270百万円増加の2,609百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が188百万円、売掛金が85百万円、有価証券が51百万円それぞれ増加した。また、固定資産ではソフトウェアが13百万円増加した一方で、有形固定資産が13百万円、投資有価証券が48百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比81百万円増加の318百万円となった。未払法人税等が20百万円、未払費用が18百万円、未払金が15百万円、預り金が14百万円それぞれ増加した。また、純資産は前期末比188百万円増加の2,291百万円となった。当期純利益172百万円の計上に加えて、その他有価証券評価差額金が5百万円増加したこと等による。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末の89.9%から87.8%と若干低下したものの、無借金経営を続けているほか、預金及び現金も1,435百万円と月平均売上高の6.6ヶ月分を有するなど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。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2期連続で低下している。これは、コロナ禍の影響で売上高が伸び悩んだ一方で、人材投資を中心に将来の成長に向けた投資を継続したことが要因となっており、今後投資に見合った売上成長を実現できれば、収益性も向上していくものと予想される。

業績動向

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	18/7期	19/7期	20/7期	21/7期	増減
流動資産	1,246	1,715	1,677	1,986	308
(現金及び預金)	887	1,281	1,246	1,435	188
(売掛金)	245	281	251	336	85
固定資産	578	595	661	623	-38
総資産	1,826	2,310	2,339	2,609	270
負債合計	292	428	236	318	81
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	1,533	1,881	2,102	2,291	188
(安全性)					
自己資本比率	84.0%	81.4%	89.9%	87.8%	-2.1pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-
(収益性)					
ROA	19.6%	21.7%	12.0%	10.2%	-1.8pt
ROE	16.6%	19.2%	9.6%	7.9%	-1.7pt
売上高営業利益率	15.3%	18.0%	10.8%	9.4%	-1.4pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年7月期業績はすべての事業で増収、 3期ぶりの2ケタ増収増益となる見通し

1. 2022年7月期の業績見通し

2022年7月期の業績は、売上高で前期比17.0%増の3,069百万円、営業利益で同14.2%増の284百万円、経常利益で同12.1%増の284百万円、当期純利益で同13.5%増の196百万円と、3期ぶりの2ケタ増収増益となる見通しだ。売上高については、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が1ケタ台の伸びにとどまるが、テクノロジーソリューションサービスが同27.5%増と伸長することがけん引役となる。なお、2022年7月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、2022年7月期の業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっている。また、従来検収基準を採用していた受託開発サービスは当該会計基準を導入することになるが、全体の収益に与える影響は軽微(旧会計基準で試算した会社計画値は、売上高で3,052百万円、経常利益で282百万円)であることから、2022年7月期の対前期増減率は2021年7月期実績と比較している。

事業費用は前期比17.3%増を見込んでいるため、営業利益率は同0.2ポイント低下するものの、例年、費用については人件費を中心に保守的に策定する傾向にあるため、売上高が計画並みの水準を達成すれば利益は上振れる可能性が高いと弊社では見ている。

今後の見通し

2022年7月期業績見通し

(単位：百万円)

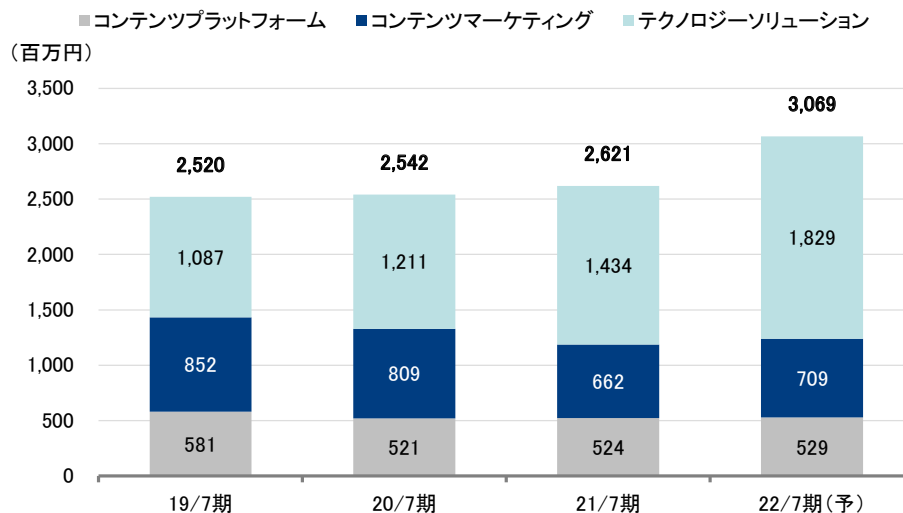
	21/7期		22/7期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	2,621	-	3,069	-	17.0%
事業費用	2,373	90.5%	2,784	90.7%	17.3%
(人件費)	1,356	51.7%	1,581	51.5%	16.5%
(DC利用料)	448	17.0%	484	15.7%	8.0%
(その他)	568	21.6%	719	23.4%	26.5%
営業利益	248	9.4%	284	9.2%	14.2%
経常利益	253	9.6%	284	9.2%	12.1%
当期純利益	172	6.5%	196	6.3%	13.5%
1株当たり当期純利益(円)	57.74		65.35		

注：2022年7月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっている。

これに当たり、従来検収基準を採用していた受託開発サービスは当該会計基準を導入することになるが、全体の収益に与える影響は軽微であることから、22/7期の対前期増減率は21/7期実績と比較

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

サービス別売上高推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 部門別売上見通し

a) 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1.0%増の529百万円を見込んでいる。コロナ禍の影響が続くことを前提としており、アドネットワーク広告単価の急回復は見込んでいない。また、「はてなブログ」の投稿者数は着実に増加すると見ているものの、2021年7月期第4四半期も売上高の低迷が続いていることから、アフィリエイト広告売上、課金収入ともに慎重な計画となっている。

今後の見通し

b) 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 7.0% 増の 709 百万円と 3 期ぶりに増収に転じる見通しだ。「はてなブログ Media」の運用件数は、前期末比 9 件増の 120 件を目標とし、メディア当たりの月平均売上単価は期中平均で 2021 年 7 月期下期並みの水準が続くことを前提としている。メディア当たりの月平均売上単価については、低価格帯の「採用オウンドメディアプラン」の動向によっても影響を受けるため見通しづらいため、単価アップ施策として、新サービスの提供にも取り組んでいく方針を掲げている。具体的には、オウンドメディアへのアクセス数を増やす施策として、公式 SNS の運用などマーケティング支援サービスを強化していく予定だ。

c) 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 27.5% 増の 1,829 百万円と成長が加速する見通しだ。引き続き「Mackerel」や「GigaViewer」が売上をけん引するほか、そのほかの受託開発サービスの増加も見込んでいる。なお、受託開発サービスの売上計画については、例年通り期初時点の受注残で 7 割程度を織り込んだ数字となっている。

SaaS 型サーバー監視サービス「Mackerel」の契約件数は前期末比 19.6% 増を計画している。AWS や Google Cloud ユーザーの利用増加並びに OEM 提供先での契約件数増加を見込んでいる。加えて、オンライン展示会への出展やデジタルマーケティングの強化により、見込み顧客の獲得を図っていく方針だ。また、サービス面での機能強化策として、2021 年 9 月より「カスタムメトリック※1」の保存機能を強化し、HOSTサーバー退役後も設定したデータを閲覧できるようにした（追加料金は不要）。HOSTサーバーの入れ替えが激しい「コンテナ型仮想化技術※2」を採用する企業※3 にとっては、サーバー退役後も「カスタムメトリック」で利用ユーザー等の長期的な傾向を把握・分析することが可能となる。

※1 Mackerel で監視できるメトリックとして、CPU 使用率やメモリ使用量等の「HOSTメトリック」と「サービスメトリック」があり、「HOSTメトリック」には標準機能によって投稿される「システムメトリック」と、クラウドインテグレーション（AWS、Microsoft Azure、Google Cloud）や各種プラグインによって投稿される「カスタムメトリック」に分かれている。

※2 従来のサーバー仮想化技術（1 台の物理サーバー上に複数の仮想的なサーバーである「仮想サーバー」をつくり実行する技術）に比べて、軽量性、移植性、再現性などの利点を持ち、開発効率の改善やサービスの可用性向上に貢献する仮想化技術。「コンテナ」は、アプリケーションとその動作環境をまとめたものを指す。

※3 「コンテナ型仮想化」を採用している企業は、EC モールの運営企業やオンラインゲームなどインターネットサービスのプラットフォームが多く、今後の新規顧客獲得につながるサービスとして注目される。

一方、「GigaViewer」は 2 ケタ増収を見込んでいる。引き続き導入媒体数の増加、課金機能の追加開発、レベニューシェアモデルの導入拡大などによる売上増を計画している。マンガビューワは、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、デファクトスタンダードになりつつある。出版社側から見れば、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。

(2) 事業費用

2022 年 7 月期の事業費用は前期比 17.3% 増の 2,784 百万円を計画している。内訳を見ると、人件費で同 16.5% 増の 1,581 百万円、DC 利用料で同 8.0% 増の 484 百万円、その他費用で同 26.5% 増の 719 百万円となる。

はてな | 2021年10月7日(木)
3930 東証マザーズ | <https://hatenacorp.jp/ir/>

今後の見通し

人件費のうち人員数については、エンジニアを中心に前期末比22名増の189人を計画している。今後の高成長を実現していくため、サービス制作部門、特にエンジニアの採用強化を進めていく。新卒社員は例年同様の約5名を予定しており、残りを中途採用で補強していく格好だが、採用ペースは計画を下回っているもようであることから、前期と同様に人件費は計画を下振れ、利益の上振れ要因となる可能性がある。

DC利用料については、引き続き料金プランの最適化に向けた見直しを進める方針であるが、運営メディアの利用数増加に伴い、2022年7月期は前期比増加に転じるものと計画している。なお、対売上比率では前期の17.0%から15.7%に低下する見込みである。

一方、その他費用の増加要因としては、2021年7月期から実施しているリモート勤務体制下の生産性向上に向けたシステム投資(コミュニケーションツールや情報共有化ツール等)、「Mackerel」「はてなブログMedia」「はてなブログBusiness」等の新規顧客獲得に向けた広報・広告宣伝費、サービス制作に関する外注・業務委託費を見込んでいる。

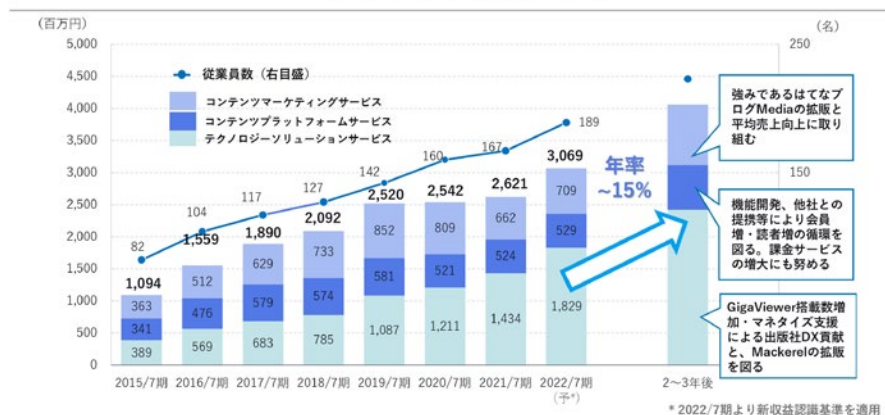
テクノロジーソリューションサービスを中心としたBtoBビジネスの拡大により、業績は再成長ステージへ

2. 成長戦略

同社は2023年7月期以降の中期目標として、売上高で年率15%程度の成長路線に乗せていくことを見込んでいる。具体的な中期成長戦略としては、売上高30億円を突破したあとは、3つのサービスのシナジー効果を最大限に活用しながら3サービスのいずれも成長し、2~3年で売上高40億円の達成を目指していく方針を打ち出している。また、人員体制については40億円達成時に225名程度を想定し、従業員1人当たり売上高については2021年7月期実績から約15%増加を見込んでおり、生産性向上により利益率も上昇するものと予想される。ここ数年は成長投資の継続やコロナ禍の影響もあって業績が伸び悩んでいたものの、今後は再度2ケタ台の成長路線へと復帰する見通しだ。主な事業方針は以下の通り。

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: 決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

(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、優れた書き手や投稿者を惹きつけることで、サービス全体の価値を向上させることに注力する。具体的には、「はてなブログ」へのアクセス数や「いいね!」数などの定量的フィードバックだけでなく、読んだ人のコメントやつぶやきなどの定性的フィードバックによる体験を増やすことで書き手を良い意味で刺激するほか、良質なコンテンツを投稿しやすくなる機会を増やすことで新たな書き手を惹きつける好循環を作り上げていく。

定性的なフィードバックに着目した施策としては、2021年7月に、「はてなブックマーク」のコメント表示改善施策としてYahoo! JAPANの独自技術「建設的コメント順位付けモデル」の導入を開始した。同モデルの導入によって、攻撃的・不謹慎であるといった穏当ではないコメントの表示を抑制し、建設的なコメントが表示されやすくなる。また、定量的フィードバックに着目した施策として、2021年7月期第4四半期に、他サイトへの誘因を目的としたスパムと判断できるコメント投稿やブログ記事を生み出すアカウントについて、システムの・人的に検出し利用を制限するシステムを構築し、運用している。

これらの施策を継続することにより、「はてなブログ」等の良質なコンテンツを増やし、登録ユーザー数や月間ユニークブラウザ数が増加することでアフィリエイト広告収入の拡大につなげていく戦略だ。また、有料課金サービスについては、スタートアップ企業または小規模法人向けの「はてなブログ Business」の顧客獲得に向けたプロモーション施策を強化していく。

(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では、「はてなブログ Media」顧客獲得のためにプロモーション施策を強化すると同時に、公式 SNS の運用などマーケティング支援サービスを強化することで成長を目指す。また、単価アップ施策として、新サービスの提供にも取り組んでいく方針を掲げており、コロナ禍収束後に弾みをつけるべく体制整備を進めている。

(3) テクノロジーソリューションサービス

クラウドサービス市場が年率2割前後で成長を続けるなか、運用コスト抑制につながることから、「Mackerel」についても年率2ケタ台の成長が続くものと予想される。このため同社では、オンライン展示会への出展やデジタルマーケティングの強化により、見込み顧客の獲得を図っていく方針だ。そのほか、AWSやGoogle Cloud ユーザーの利用増加並びに OEM 提供先での契約件数増加も見込んでいる。

一方、「GigaViewer」については、搭載メディア数の増加、課金機能の追加開発、レベニューシェアモデルの導入拡大により、さらなる収益拡大を目指す。

搭載メディア数の拡大による開発・運用料の増加だけでなく、広告配信や課金システム導入によるレベニューシェア（広告・課金収益等）の獲得によって高成長を目指す。また、同社のUGCサービスのノウハウを生かし、出版社運営のマンガ・小説サイトのマネタイズ支援にも取り組んでおり、「出版業のDX支援を推進する」という方針も継続する。電子コミック市場が年率2ケタ成長で拡大していることを考慮すれば、「GigaViewer」関連の売上高は中長期的に現状の2倍程度まで拡大できる余地があると弊社では考えている。

そのほか、受託開発サービスについては、新規大型案件の獲得・実施により、事業規模の拡大を図っていく。同社の受託案件は、任天堂（イカリング2、スマプラス）など、一般ユーザーに利用されるサイトの企画・開発・運用であるため、提供するサイトそのものの規模や品質が顧客の業界向けの最大の宣伝手段となり、次の案件にもつながりやすい。今後もこうした受注を確実に取り込んでいくことで成長を目指す。

■ 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いる。このため、配当金については当面の間、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 5-13-3

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