

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## イード

### 6038 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年9月24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. 2021年6月期の業績概要	01
2. 2022年6月期の業績見通し	01
3. 中期目標	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容	03
3. 特徴と強み	04
■ 業績動向	05
1. 2021年6月期の業績概要	05
2. 財務状況	07
3. 2022年6月期の業績見通し	08
4. 中期目標	09
■ 株主還元策	10

## ■ 要約

### メディアの360度ビジネスモデル展開とM&A戦略により、 2026年6月期に売上高100億円、EBITDA12億円を目指す

イード<6038>は、Webメディア・コンテンツの運営を行うコンテンツマーケティングプラットフォーム（以下、CMP）事業と、リサーチ及びECソリューション（ECシステムのASPサービス）を提供するコンテンツマーケティングソリューション（以下、CMS）事業を展開している。売上高の8割以上を占めるCMP事業には、Webメディア上で提供されるインターネット広告やデータ・コンテンツ収入（EC物販含む）のほか、出版ビジネス等も含まれている。WebメディアはM&Aや自社開発を進めながら、自動車、IT、エンターテインメント、暮らしなど、合わせて21ジャンル70サイトを運営している（2021年6月末時点）。

#### 1. 2021年6月期の業績概要

2021年6月期の連結業績は、売上高で前期比2.7%増の5,407百万円、営業利益で同44.1%増の454百万円と4期連続の増収増益となった。（株）絵本ナビが第3四半期以降に連結子会社から外れたことで3億円強の減収要因となったものの、インターネット広告収入の回復やM&A効果※も含めた出版ビジネスの好調により、売上高は過去最高を更新した。利益面では、増収効果に加えて2021年1月に本社を移転したことに伴う賃借料等の固定費削減効果により増益となった。事業セグメント別では、CMP事業が増収増益となり、CMS事業は利益重視の受注活動を行ったことにより減収増益となった。

※ 2020年2月に（株）学研プラスからアニメ専門月刊誌「アニメディア」、月刊声優専門誌「声優アニメディア」、男性向け月刊アニメ専門誌「メガミマガジン」のほか、不定期のムック本やWebメディアの「超！アニメディア」の運営事業を譲受した。売上高で3億円程度の増収要因になったと見られる。

#### 2. 2022年6月期の業績見通し

2022年6月期の業績は、売上高で前期比5.4%増の5,700百万円、営業利益で同16.6%増の530百万円と増収増益を見込む。主力のCMP事業が引き続きけん引し、営業利益は7期ぶりに過去最高を更新する見通しだ。2021年7月には新たにECショップの一元管理サービス「TEMPOSTAR（テンポスター）」を提供するSAVAWAY（株）を子会社化した。年間売上高は4億円強で若干の赤字となっているが、同社グループの顧客基盤やネットワークを活用することで早期の黒字化が可能と見ている。また、2021年1月より開始した会員制メディア「mirai.Response」や、エンターテインメント領域における新規ビジネスとして同年8月に開始した「エンタメプリント」サービス※なども、今後の収益貢献が期待されるサービスとして注目される。

※ コンビニエンスストアに設置されているコピー機で、アニメ、ゲーム、映画等に関連するプロマイド等のコンテンツを購入・プリントできるサービス。第1弾として販売した映画「マクロス」の入場券付きプロマイドは好評だったとしている。

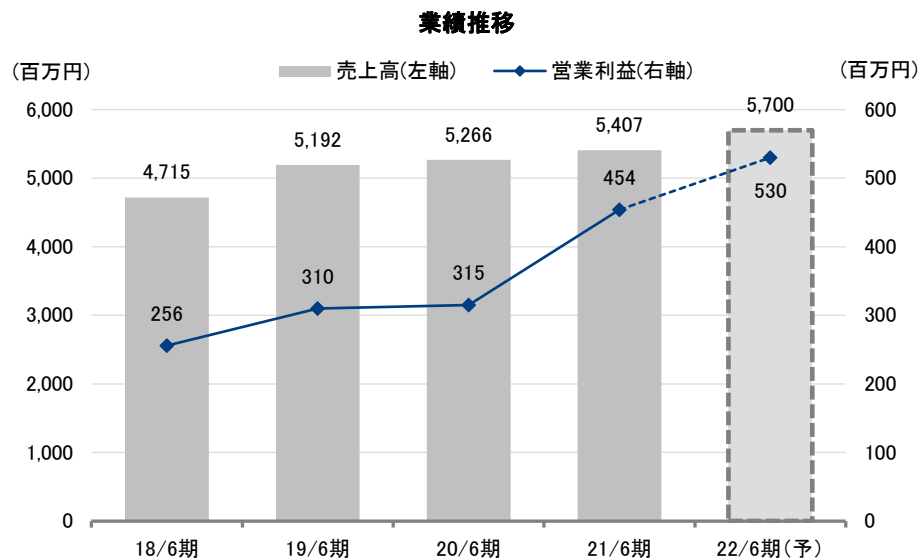
## 要約

## 3. 中期目標

同社は中期業績目標として、2026年6月期に売上高100億円、EBITDA（営業利益+減価償却費+のれん償却額）で12億円を目指す方針を明らかにした。5年間の年平均成長率は、売上高で13%、EBITDAで17%となる。CMP事業を主軸に積極的なM&Aや事業開発を進めることで運営メディアや事業領域の拡大を図り、また各領域でのビジネスモデルを多角化し、事業機会と収益の多様化・最大化に取り組んでいく。売上高の7~8割は既存事業の成長で達成可能と見ており、残りを今後のM&A、新規事業開発で創出していくことにしている。

## Key Points

- ・2021年6月期業績は増収効果と固定費削減効果で4期連続増収、営業増益を達成
- ・2022年6月期も増収増益が続き、営業利益、経常利益は7期ぶりに最高益を更新する見通し
- ・「iid 5G Mobility」やクリエイターエコノミーメディア領域に注力し、年率2ケタ成長を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### Webメディア・コンテンツの運営事業と リサーチ・ECソリューション事業が両輪

#### 1. 会社概要

同社は、Webメディア・コンテンツの運営を行うCMP事業と、リサーチ及びECソリューションを提供するCMS事業の2つの事業を展開するコンテンツマーケティング企業で、設立は2000年となる。M&A戦略を推進しており、2021年6月末時点の連結子会社は4社（(株)エンファクトリー/(株)ネットショップ総研/マイケル(株)/Interface in Design, Inc）、連結従業員数は200名（臨時従業員含む）となっている。なお、2020年6月期まで子会社だった絵本ナビについては、2020年11月に保有株式の一部を投資ファンドに売却したことにより持分法適用関連会社に異動している（出資率は58.9%→30.9%）。

連結子会社及び持分法適用関連会社（2021年6月末時点）

連結子会社	出資比率	主な事業内容
(株)エンファクトリー	78.8%	Webメディア・EC関連事業
(株)ネットショップ総研	90.0%	領域特化型のECサイト運営及び運営代行、コンサルティング
マイケル(株)	100.0%	自動車愛好家向けコミュニティサイト「CARTUNE」の運営
Interface in Design, Inc	100.0%	海外市場におけるリサーチソリューション事業

持分法適用関連会社	出資比率	主な事業内容
(株)絵本ナビ	30.9%	絵本関連Webサイト運営
SODA(株)	35.1%	オウンドメディア構築支援、CMS事業

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

#### 2. 事業内容

事業セグメントはCMP事業とCMS事業の2つで、CMP事業が売上高・利益の8割以上を占める主力事業となっている。なお両事業の連携としては、CMP事業のクライアント企業をCMS事業に紹介し、そのクライアント企業に対してCMS事業のソリューションサービスを提供するケースがある。

##### (1) コンテンツマーケティングプラットフォーム事業（CMP事業）

Webメディア・コンテンツを運営しながら、顧客企業のインターネット広告や各種データ・コンテンツをサイト利用ユーザーに配信する事業となる。売上高としては、Webメディア上に掲載するインターネット広告や、EC物販を含むデータ・コンテンツ販売が主なものとなっている。このため、いかに費用をかけずにWebメディアの媒体価値（PV数）を向上させていくことができるかが収益拡大のカギを握っている。

#### 事業概要

同社が運営する Web メディア・コンテンツ数は 2021 年 6 月末時点で 21 ジャンル 70 サイト（前期末比 5 サイト増）となっており、自動車や IT、エンターテインメント、暮らし、EC 分野など幅広いジャンルの Web サイトを運営している。なかでも自動車分野の Web メディア「Response（レスポンス）」は日本最大級の総合自動車ニュースサイトで、同社が運営する Web メディアの中でも中心的な存在となっている。

#### (2) コンテンツマーケティングソリューション事業（CMS 事業）

顧客企業に対してリサーチソリューションと EC ソリューションを提供する事業となる。リサーチソリューションに関しては、自動車向けが売上高の過半を占めている。リサーチ内容は、大規模な定量調査から個人に対する定性調査まで行い、マーケティングリサーチ、デザイン関連リサーチ、ユーザビリティ / 人間中心設計、海外リサーチをメニューとして取り揃え、インターネットを活用したリサーチからリアルな行動観察まで幅広い分野をカバーしている。自動車以外では通信やエレクトロニクス分野のリサーチも行っている。一方、EC ソリューションでは、EC 事業者向けに EC サイト構築システム「marbleASP」の提供を行っている。同サービスは低コスト、短納期、高拡張性が特徴で、会員数で数十万人規模の EC サイトにも対応している。売上高は EC サイト構築時の一時売上と、稼働後のシステム利用料（月額課金）で構成されている。

## Web メディア・コンテンツを効率的に運用する 自社開発システムが強み

### 3. 特徴と強み

#### (1) 「iid-CMP」

同社の強みは、CMP 事業において数多くの Web メディアやコンテンツを効率的に運用するためのシステム、「iid-CMP」（イード・コンテンツ・マーケティング・プラットフォーム）を自社開発していることにある。「iid-CMP」では主に 4 つの機能により、Web メディアの早期収益化を実現可能としている。第 1 に、高い集客機能（SEO 施策、SNS 対応、Web ページ高速表示、スマートフォンを含めた最適なユーザビリティとユーザーエクスペリエンス等）による売上アップの実現、第 2 に、ローコストオペレーション（システムの共同利用・CPU リソース分散機能、ポータルサイトへのニュース記事提供フォーマットの共有化、最適なネットワーク広告・アフィリエイト広告の共同運用等）によるコスト最適化、第 3 に、データベースの蓄積・管理機能（コンテンツにより取得したビッグデータ管理）、第 4 に、コンテンツマネジメント機能（ニュース記事・写真の投稿、文章校正・類似度チェック）による編集の効率化等である。

#### (2) M&A 戦略

同社は M&A により Web メディア・コンテンツの取得を積極的に進めている。M&A については、経営陣のこれまでの人的ネットワークを主な情報入手ルートとしており、常時 5 サイト程度を検討している。事業取得する場合は、投資回収期間で 5 年を目安に計画を策定し、取得後 2 年以内の黒字化達成を判断基準としている。

## 事業概要

2021年6月期までに資本出資も含めて取得したWebメディア・コンテンツは58サイト(うち、43サイト継続、15サイト撤退)で、取得総額は1,798百万円(内訳は、事業取得総額993百万円、出資総額805百万円、撤退サイト含む)となっている。1サイト平均31百万円で取得した計算となる。そのほか、自社で事業開発したWebサイトが40サイト(うち、27サイト継続、13サイトは撤退)となっている。「iid-CMP」のプラットフォームを活用することで、これまで手掛けたWebサイトのほとんどで目標を達成している。こうした成功実績から、最近では相手先から声が掛かるケースも増えている。

そのほか、新規事業領域での協業を目的とした戦略的な出資も実施している。出資案件としては、クリエイター向けC2Cプラットフォーム「note」を運営するnote(株)のほか、シェアリングエコノミーサービスを展開するキャンピングカー(株)、音声広告プラットフォームを提供するロボットスタート(株)、集金業務のキャッシュレス化プラットフォーム「enpay」を運営する(株)エンペイなどがある。

## 業績動向

### 2021年6月期業績は増収効果と固定費削減効果で4期連続増収、営業増益を達成

#### 1. 2021年6月期の業績概要

2021年6月期の連結業績は、売上高で前期比2.7%増の5,407百万円、営業利益で同44.1%増の454百万円、経常利益で同67.2%増の464百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同346.5%増の464百万円となった。売上高・営業利益は4期連続の増収増益となり、売上高に関しては過去最高を連続更新した。絵本ナビが第3四半期以降に連結子会社から外れたことで3億円強の減収要因となったものの、ネット広告収入が前下期を底に回復傾向に転じたほか、巣ごもり需要を背景にEC物販が好調に推移したこと、2020年2月に事業取得した「アニメメディア」関連事業の売上が通年で寄与し、出版ビジネスが好調に推移したことにより増収となった。また利益面では、増収効果に加えて販管費が前期比で37百万円減少したことも増益要因となった。2021年1月に本社を移転したことにより賃借料が減少したほか、テレワークの推進により交通費等も減少した。

営業外収支は前期比47百万円改善した。為替差損益が26百万円改善したほか、持分法投資損失が21百万円縮小したことが主な要因だ。また、特別利益として絵本ナビの株式売却益418百万円を計上した一方、特別損失として減損損失219百万円、本社移転費用39百万円、投資有価証券評価損37百万円を計上した。減損損失は、M&Aで事業譲受した一部のメディアの収益が新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)で低迷が続いており、今回のれん部分について減損処理を実施したことによる。

## 業績動向

## 連結業績推移

(単位：百万円)

	17/6期	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期
売上高	4,399	4,715	5,192	5,266	5,407
前期比	-2.9%	7.2%	10.1%	1.4%	2.7%
売上原価	2,445	2,470	2,881	2,922	2,960
前期比	4.1%	1.0%	16.7%	1.4%	1.3%
売上比	55.6%	52.4%	55.5%	55.5%	54.8%
販管費	1,867	1,988	2,000	2,029	1,991
前期比	-0.6%	6.5%	0.6%	1.5%	-1.9%
売上比	42.4%	42.2%	38.5%	38.5%	36.8%
営業利益	87	256	310	315	454
前期比	-71.5%	194.5%	20.9%	1.5%	44.1%
売上比	2.0%	5.4%	6.0%	6.0%	8.4%
経常利益	90	269	313	277	464
前期比	-69.7%	198.2%	16.6%	-11.5%	67.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-437	50	194	104	464
前期比	-	-	287.4%	-46.4%	346.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## (1) CMP 事業

CMP 事業の売上高は前期比 5.5% 増の 4,676 百万円、営業利益は同 43.1% 増の 379 百万円と 4 期連続増収、2 期ぶりの増益に転じた。また、営業利益率も同 2.1 ポイント上昇の 8.1% となった。新規に取得したメディアとしては、2020 年 10 月にプロトコーポレーション<4298> から事業譲受した趣味・習い事の教室検索サイト「グースクール」、(株)Adolescence が運営する婚活関連サービスの情報メディア「Marriage Consultant」のほか、スマートフォンに関する情報メディア「すまアレ」、食事宅配・食材宅配の情報メディア「デリ食ナビ」及び「食事宅配ライフ」の 5 サイトとなり、自社開発メディアとして、モビリティ・スマートシティビジネス関連の会員制メディア「mirai.Response」を 2021 年 1 月に立ち上げた。運営サイト数は前期末比 5 サイト増加の 70 サイトとなる。また、2020 年 6 月末に子会社化したマイケルが運営する自動車愛好家向けコミュニティサイト「CARTUNE」や、2020 年 2 月に事業取得した「アニメディア」関連事業についても増収要因となっている。

運営 Web サイト全体の月平均 UU 数は運営サイト数の増加により、前期比 3.4% 増の 54 百万 UU と拡大したものの、月平均 PV 数は同 0.7% 減の 167 百万 PV と若干減少した。テレワークの普及により社員が通勤する機会が減少したこともあり、主力メディアでビジネスユースのアクセスが多い「Response」の PV 数が落ち込んだことが主因だ。また、広告単価については、期の前半に企業の広告出稿意欲が低調だったことから低迷していたが、後半以降は緩やかながら上昇に転じている。この結果、ネット広告売上高も上期は減収だったものの、下期に盛り返し通期では前期比 4.1% 増の 1,846 百万円となった。



#### 業績動向

また、データ・コンテンツ提供売上高（EC物販含む）は、前期比5.3%減の1,849百万円となった。絵本ナビが子会社から外れた影響で2.5億円程度の減収要因となっており、同要因を除けば5%近い増収であった。巣ごもり需要の拡大を追い風に、子会社（エンファクトリー、ネットショップ総研）で手掛けるEC物販売上が伸長した。出版ビジネスについても、2020年2月に学研プラスから取得した「アニメディア」関連事業が上乘せ要因となったほか、アニメ「鬼滅の刃」がブームになったこともあり、同72.7%増の682百万円と大幅増となった。一方、メディア・システム売上高は、オウンドメディア構築支援の新規案件が減少したことにより、前期比5.1%減の332百万円と低調に推移した。

営業利益の増減要因を見ると、売上増に伴う外注費や商品原価の増加で137百万円、人件費の増加で40百万円の減収要因となったが、売上高の増加243百万円とその他費用の減少48百万円で吸収して2ケタ増益となった。

#### (2) CMS事業

CMS事業の売上高は前期比12.3%減の730百万円、営業利益は同49.5%増の74百万円と減収増益となった。収益性重視の営業活動を推進したことにより、売上高はリサーチソリューションで同6.8%減の559百万円、ECソリューションで同27.9%減の192百万円とそれぞれ減少したものの、採算が改善したほかコスト抑制に取り組んだこともあり、利益は2期連続で増益となった。

## 資金はM&Aや新規事業開発など、さらなる成長投資に充当する方針

### 2. 財務状況

2021年6月期末の資産合計は、前期末比745百万円増加の4,724百万円となった。主な変動要因を見ると、流動資産では現金及び預金が913百万円増加した。一方、固定資産ではのれんが減損処理を実施したことにより、前期末の264百万円から67百万円に減少した。

一方、負債合計は前期末比265百万円増加の1,275百万円となった。有利子負債が208百万円増加したことが主因となっている。また、純資産合計は利益剰余金の増加等により前期末比479百万円増加の3,448百万円となった。

収益性を見ると、ROA、ROE、売上高営業利益率ともに2018年6月期以降は収益拡大とともに上昇傾向となっている。また、自己資本比率については70%台と高い水準で推移し、有利子負債も少なく財務の健全性は高い。積み上がった現金及び預金は、今後のM&Aや新規事業開発投資に充当していく方針となっている。

## 業績動向

## 簡易連結貸借対照表

(単位：百万円)

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	増減額
流動資産	2,728	2,429	3,062	3,918	855
現金及び預金	1,870	1,526	2,014	2,928	913
固定資産	662	816	916	805	-110
資産合計	3,391	3,245	3,978	4,724	745
負債合計	836	886	1,009	1,275	265
有利子負債	140	146	171	380	208
純資産合計	2,554	2,359	2,969	3,448	479
【経営指標】					
(収益性)					
ROA	7.6%	9.5%	7.7%	10.7%	3.0pt
ROE	2.0%	8.1%	4.0%	14.8%	10.8pt
営業利益率	5.4%	6.0%	6.0%	8.4%	2.4pt
(安全性)					
自己資本比率	73.9%	71.0%	72.8%	71.7%	-1.1pt
D/E レシオ	0.05 倍	0.06 倍	0.06 倍	0.11 倍	0.05pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2022年6月期も増収増益が続き、 営業利益及び経常利益は7期ぶりに最高益を更新する見通し

### 3. 2022年6月期の業績見通し

2022年6月期業績は、売上高で前期比5.4%増の5,700百万円、営業利益で同16.6%増の530百万円、経常利益で同14.2%増の530百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同24.7%減の350百万円を計画している。増収効果に加えて本社移転に伴う固定費削減効果が継続し、営業利益や経常利益は2015年6月期以来7期ぶりに過去最高を更新する見通しだ。親会社株主に帰属する当期純利益に関しては、前期に投資有価証券売却益を計上したため減益見込みとなる。

売上高については絵本ナビが子会社対象から外れた影響により3億円強の減収要因となるが、2021年7月に子会社化したSAVAWAYで4億円強の売上高が見込めるため相殺できる見通し。利益面での影響も軽微となる。SAVAWAYはECプラットフォーム一元管理サービス「TEMPOSTAR」を提供している。同市場ではHamee<3134>やアイル<3854>が大手だが、同社もトップ5位内に入る主要ベンダーの一角で、顧客企業数は1千社弱程度と見られる。現在は若干損失となっているものの、グループの顧客基盤やネットワークを活用することで早期に収益化できる見通しだ。

コロナ禍が長引いているものの、CMP事業のうちネット広告については、PV数の回復により安定的に推移すると見ている。また、データ・コンテンツ提供（EC物販含む）や出版ビジネスも巣ごもり需要の継続により、堅調が続く見通しだ。CMS事業のうち、ECソリューションについてはEC市場拡大によるEC開設や機能強化の需要を、リサーチソリューションではオンラインリサーチの需要をそれぞれ取り込み、増収を目指す。

業績動向

新たな取り組みとしては、2021年1月より会員制メディア「mirai.Response」を立ち上げている。業界最大級の自動車関連情報メディアである「Response」の知名度を生かし、最新の業界ニュースや調査レポート配信、オンラインセミナー参加権などをパッケージにして有料会員サービス（無料会員もあり）として提供する。サービス開始後、順調に有料会員数は伸びている。そのほか、サイバーセキュリティ関連の「ScanNetSecurity」や、デジタルメディア・コンテンツ関連の「Media Innovation」でも有料会員サービスを提供しており、今後、月額課金型のサブスクリプションモデルの事業を育成していく考えだ。

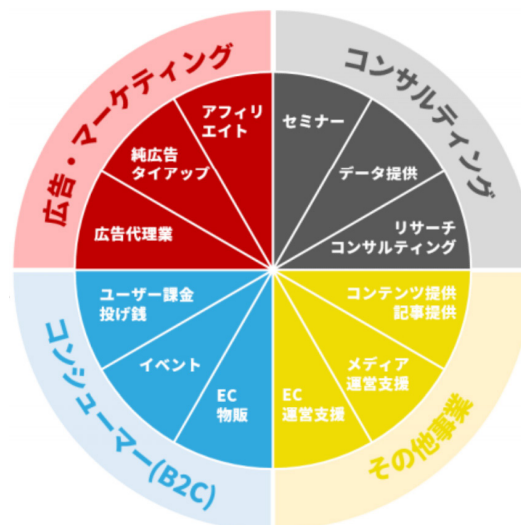
また、2021年8月にはエンターテインメント領域での新規サービスとして「エンタメプリント」サービスを開始している。IPを持つ会社がプロモーション施策として活用するサービスとなる。アニメ、ゲーム、声優などのプロモイドをはじめとした様々なコンテンツを提供していく予定となっている。エンタメ業界ではコアなファン層も多く、希少価値の高いコンテンツを提供することで一定の需要が見込まれることから、今後の動向が注目される。

## 「iid 5G Mobility」やクリエイターエコノミーメディア領域に注力し、年率2ケタ成長を目指す

### 4. 中期目標

同社は中期業績目標として、2026年6月期に売上高100億円、EBITDA12億円を目指す方針を明らかにした。5年間の年平均成長率は売上高で13%、EBITDAで17%となり、5年でそれぞれ約2倍に成長することになる。CMP事業を主軸に積極的なM&Aや事業開発を進めることで運営メディアや事業領域の拡大を図り、また、専門領域に特化したメディアによる360度のビジネスモデルを構築することで、収益の多様化・最大化に取り組んでいく。

360度のビジネスモデル



出所：ホームページより掲載

#### 業績動向

売上高の7～8割は既存事業の成長で達成可能と見ており、残りを今後のM&A、新規事業開発で創出していくことになる。M&Aについては、同社の事業規模が拡大してきたことや過去の成功実績もあり、従来よりも大型案件も手掛けていくことも可能になると見ている。また今後の成長領域としては、2017年より取り組んでいる「iid 5G Mobility」（自動車業界における第5次モビリティ革命を支援する取り組み）や、ここ数年で市場が急成長しているクリエイターエコノミーメディア領域（小規模事業者・個人）をターゲットとし、プラットフォームやソリューションを提供していくことで成長を実現していく戦略となっている。

「iid 5G Mobility」では、2017年より複数のMaaS※関連のベンチャーと資本業務提携を行い、事業支援を進めてきた。なかでも（株）ジゴワッツと共同開発した「バーチャルキー」については、民間企業や行政機関での採用が2020年以降相次いでおり、普及期に入ろうとしている。2021年以降では、オートアフターマーケット連絡協議会との連携によるカーシェアリングサービス「Patto」のほか、「Jネットレンタカー」の無人化店舗の実証実験や、J-ウイングレンタリース（株）が運営する「スカイレンタカー・スマートサービス」など、レンタカー事業者でも導入に向けた取り組みが進み始めている。同社は「バーチャルキー」の月額利用料の一定率をロイヤルティ収入として受け取るため、導入台数が増えればストック収益として貢献することになる。なお、カーシェアリング市場の車両台数は現在の4万台弱から、今後は40万台規模まで拡大すると見られている。またレンタカー市場については約90万台の規模となっており、これらが「バーチャルキー」の当面のターゲット市場となる。非接触・非対面サービスに対する需要は今後も増加すると見られ、中長期的に同社の収益に貢献するものと期待される。

※ MaaS (Mobility as a Service) : 代表例としてはカーシェアリングが挙げられるが、同社では新車販売からメンテナンス、給油、保険、中古車流通、リサイクルなど自動車に関わる既存のサービスを、ITを活用した利便性の高いサービスへと進化させたもの、また自動運転技術によって創出される新サービスを含めてMaaSと定義している。

なお主要子会社では、エンファクトリーが新たな人材ソリューションサービスとして2020年7月に提供を開始した「複業留学」が注目される。「複業留学」とは、企業が従業員の人材育成や成長機会の提供、自立支援などを目的に、ベンチャー企業で2～3ヶ月程度、副業あるいは研修経験を積ませるサービスとなる。送り手側企業にとっては従業員の人材育成や成長機会となり、受け入れ側企業にとっては外部人材活用により課題解決につながる可能性があり、双方がメリットを享受できるサービスとなる。既に、東海東京フィナンシャル・ホールディングス<8616>やみずほビジネスパートナー（株）など大手企業で導入実績も出始めるなど注目度も高まっているようで、新たな人材ソリューションサービスとして今後の展開が注目される。

## 株主還元策

同社は株主還元策について、期間利益に関しては内部留保の充実と成長投資に優先的に振り向けるため、当面は無配を継続し、企業価値を向上させていくことで株主に還元していく考えを示している。また、株価の水準次第では機動的な株主還元として自己株式の取得も選択肢の1つと考えているようだ。

#### 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