

|| 企業調査レポート ||

## ネットマーケティング

6175 東証JASDAQ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年3月9日(金)

執筆：客員アナリスト

**廣田重徳**

FISCO Ltd. Analyst **Hirota Shigenori**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. セグメント	01
2. 2018年6月期第2四半期業績	01
3. 2018年6月期通期業績予想及び今後の見通し	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業概要	03
■ 業績動向	06
1. 2018年6月期第2四半期業績	06
2. 2018年6月期通期業績予想	08
■ 成長戦略	09
1. 広告事業	09
2. メディア事業	10
■ 株主・株式の状況	11
1. 大株主の状況	11
2. 株主還元策	12

## ■ 要約

### 高収益のメディア事業が市場の高成長に伴い業績をけん引し、 高い利益成長を持続

ネットマーケティング<6175>は、広告事業及びオンラインマッチングサービスのメディア事業を展開している。同社は、2017年3月31日に東京証券取引所 JASDAQ スタンダード市場へ新規上場した。

#### 1. セグメント

同社は、広告事業、メディア事業の2つを報告セグメントとしている。広告事業においては、アフィリエイト広告に特化したエージェント（代理店）として、広告展開の戦略立案から運用支援までを一貫して提供しており、安定成長の収益基盤と位置付けている。アフィリエイト広告は、インターネット広告としては比較的歴史が長いインターネット広告市場の成長とともに堅調に成長を続けている市場であり、アフィリエイト広告売上で同社は代理店業界2位（同社調査）となっている。メディア事業においては、Facebookを活用した恋愛マッチングサービス「Omiai」を運営しており、高収益の成長ドライバーとして注力している。オンラインマッチングサービス市場はデーティング・恋活・婚活から成るが、大手企業の参入により2015年から国内オンラインマッチングサービス市場の成長が加速しており、Omiaiは恋活サービス市場において累計269万人の会員を抱える大手の1つとなっている。

#### 2. 2018年6月期第2四半期業績

2018年6月期第2四半期の決算は、売上高が前年同期比（前年同期は未上場）8.0%増の5,021百万円、営業利益が同47.4%増の304百万円、経常利益が同53.5%増の315百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同59.2%増の220百万円となり、各利益において引き続き大幅な増益を達成した。前年同期比での増収増益とも、もっぱら成長ドライバーであるメディア事業の伸長によるもので、メディア事業の売上高は前年同期比39.1%増の1,507百万円、全社費用を配分していないセグメント利益は同119.5%増の261百万円と大幅に伸長した。第2四半期の業績予想に対する達成率は、売上高が△3.8%、営業利益が+19.8%、経常利益が+24.9%、親会社株主に帰属する四半期純利益が+26.9%となっており、通期業績予想に対する進捗率は、売上高が44.5%、営業利益が56.3%、経常利益が58.6%、親会社株主に帰属する当期純利益が59.5%となっている。

**ネットマーケティング** | 2018年3月9日(金)  
 6175 東証 JASDAQ | <http://www.net-marketing.co.jp/>

要約

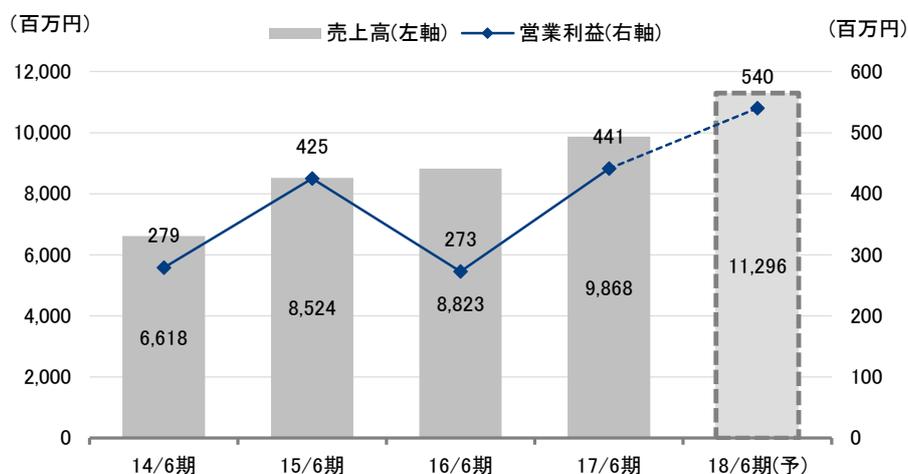
### 3. 2018年6月期通期業績予想及び今後の見通し

2018年6月期通期業績の会社予想は、売上高が前期比14.5%増の11,296百万円、営業利益が同22.4%増の540百万円、経常利益が同27.2%増の538百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同25.0%増の371百万円と、引き続き2ケタ台の増収と20%台の増益を見込んでいる。第2四半期の実績は、売上高が第2四半期予想を下回り、各利益は同予想を上回ったが、通期業績予想は据え置かれている。広告事業では、既存クライアントを維持しながら、2017年6月期と同水準の新規クライアント獲得ペースを維持する計画であり、アフィリエイト広告代理店業界のトップを目指すことを方針として掲げている。メディア事業では、Omiaiにおいて2017年6月期と同ペースでの売上拡大を計画するとともに、2018年6月期中にFacebookユーザー以外もOmiaiを利用できるようにすることで対象ユーザーの拡大を図ることに加え、オンラインマッチングサービスにおけるサービス領域の拡大として、2018年6月期末にデートングアプリ「QooN」(クーン)を新たにリリースすることを決定している。Facebookユーザー以外へのサービス拡大、新サービスQooNの開始のいずれも直ちに利益貢献するものではなく、メディア事業全体の収益性を損なわない範囲でOmiaiからの利益を新サービス開発の投資に充てていることから、全社通期業績は期首予想どおりの進捗を現時点においては予想する。

#### Key Points

- ・ 広告事業と、Facebookを活用した恋愛マッチングサービス「Omiai」のメディア事業を展開しており、Omiaiは累計269万人の会員を抱える業界大手の1つ
- ・ 2018年6月期第2四半期の業績は、大幅に伸長したメディア事業にけん引され、売上高5,021百万円、営業利益304百万円、経常利益315百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益220百万円を計上し、経常利益と四半期純利益は前年同期の1.5倍超を達成
- ・ 広告事業は安定成長を図りながらアフィリエイト広告代理店業界のトップを、高収益のメディア事業は会員数の更なる増加とサービス領域の拡大による高成長を目指しており、2018年6月期は、引き続き2ケタ台の増収と20%台の増益を見込む
- ・ 2018年6月期中にOmiaiをFacebookユーザー以外へも開放し対象ユーザーを拡大するとともに、2018年6月期末に新たにデートングアプリ「QooN」をリリース予定

#### 業績推移



注：14/6期は単体

出所：有価証券届出書、決算短信よりフィスコ作成

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.

## ■ 会社概要

### 広告事業とメディア事業を展開

#### 1. 会社沿革

同社は、ベンチャーキャピタル在籍時に投資先企業においてアフィリエイト広告事業を立ち上げた経験を持つ現代表取締役社長の宮本邦久（みやもとくにひさ）氏によって、キャンペーン型のアフィリエイト企画を提供する Web 広告の代理店として 2004 年 7 月に設立された。その後、2007 年 2 月に、現在のアフィリエイト業界のエージェントへ事業モデルを転換し、業容を着実に拡大してきた。2012 年 2 月より、現在のもう 1 つの事業の柱であり、成長ドライバーとなっているメディア事業として、恋愛マッチングサービス「Omiai」を開始した。2017 年 3 月、東京証券取引所 JASDAQ スタンダード市場への上場を果たしている。

#### 2. 事業概要

同社は、広告事業、メディア事業の 2 つを報告セグメントとしている。

##### (1) 広告事業

広告事業においては、アフィリエイト広告に特化したエージェントとして、広告展開の戦略立案から運用支援までを一貫して提供している。アフィリエイト広告は、個人・法人が運営する Web サイト等に掲載され、広告の閲覧・申込・購入等が発生した場合に、広告掲載者（アフィリエイト）に対して報酬が支払われる成果報酬型のインターネット広告である。アフィリエイト広告は、成果報酬型であり広告主にとって費用対効果が高いことや、個人運営の Web サイトでも広告収入が得られることから根強い需要があり、インターネット広告としては比較的歴史が長い。インターネット広告市場の成長とともに堅調に成長を続けている。大手エージェントにおいては多数の広告サービスの 1 つとして取り扱われているに過ぎないが、同社はアフィリエイト広告に特化していることで、アフィリエイト広告売上で代理店業界 2 位となっており（同社調査）、ASP（アフィリエイト・サービス・プロバイダー）のファンコミュニケーションズ<2461>、インタースペース<2122>、アドウェイズ<2489>等と同社は代理店契約を結んでいる。アフィリエイト広告において ASP と直取引をするか代理店経由とするかは広告主次第であり、同社の営業活動においては ASP との協力関係・すみ分けができていくとのことである。

2017 年 6 月期の上位販売先は、(株)電通デジタル、(株)EPARK、(株)DMM.com ラボ、(株)リクルートキャリアとなっており、上位 4 社で広告事業売上高の 6 割超を占めている。主な取扱分野は、エステ関連、金融関連、人材関連で、大半を占めていたが、今後、新規顧客開拓を進めバランスの良い顧客ポートフォリオとすべく EC 案件など他の分野にも広げていく。同社は、独自に開発した広告効果計測ツール「ALLADiN」を通じて、ワンタグシステムによる複数 ASP 横断での一元管理、成果情報のリアルタイム管理、ASP との連携による ASP 傘下のメディアのデータ分析、複数ブラウザ・端末横断での効果測定や高精度での成果カウントを可能としており、アフィリエイト広告に特化したエージェントとしての強みを支えている。2017 年 6 月期において広告事業が全売上高に占める比率は 75.6% であり、安定成長の収益基盤と位置付け今後も収益の拡大を見込んでいるが、メディア事業の高成長に伴い売上構成比は相対的に低下していくものと想定される。

## 会社概要

**(2) メディア事業**

メディア事業では、Facebook を活用した恋愛マッチングサービス「Omiai」を展開している。

Omiai は 2012 年 2 月にサービスを開始したが、大手企業の参入により 2015 年から国内オンライン恋愛・婚活マッチングサービス市場の成長が加速しており、Omiai が現在手掛けている国内オンライン恋愛・婚活マッチングサービス市場は 2022 年に 2016 年比で約 5.5 倍の 852 億円へ拡大すると予想されている。オンラインマッチングサービス市場は、恋愛・婚活に加え、よりライトなマッチングを提供するデーティングから成り、米国で「Match.com」や「Tinder」などのサービスを運営し、NASDAQ 市場に上場している Match Group Inc. の 2016 年 12 月期の売上高は 1,222 百万 US ドル（1 US ドル 110 円換算で約 1,345 億円）で、2018 年 1 月末時点の時価総額は約 95 億 US ドル（同、約 1 兆 500 億円）となっている。国内ではリクルートホールディングス <6098> のグループが運営する「ゼクシィ恋結び」、「ゼクシィ縁結び」、楽天 <4755> の 100% 子会社が運営する「楽天オーネット」、IBJ <6071> が運営する「プライダルネット」、サイバーエージェント <4751> グループが運営する「タッパル誕生」、「CROSS ME」、Match Group 子会社の（株）エウレカが運営する「Pairs」などが存在するなか、Omiai は恋愛サービス市場において最大手の 1 つとなっており、2017 年 12 月末で累計会員数が 269 万人となっている。各サービス間における競争は、サービス内容自体での差別化余地は大きくないものの、成長中の市場であることから、新規流入ユーザーをいかに多く獲得するかのマーケティング次第となっている。Omiai は Facebook ユーザーを対象とし、メッセージ交換前に 18 歳以上であることの年齢確認を厳格に行い、また不正ユーザーの排除や、プライバシーの保護を図ることにより、安心・安全に利用できるサービスとして運営しており、同サービスの売上げは、メッセージ交換が可能な有料会員からの月額利用料に加え、アプローチ回数を増やすために購入されるポイントや、マッチング率を高める付加機能となるプレミアムパックによる課金収入から成っている。同社は政府主催の「婚活・街コン推進サミット」や、一般社団法人の「結婚・婚活応援プロジェクト」、同業者による「Japan Dating Summit」へ参加しており、安心・安全なサービスの提供を通じて、婚姻率を上昇させることで、少子化という社会問題の解決に貢献していくことを社会的意義として掲げている。

2017 年 6 月期においてメディア事業が全売上高に占める比率は 24.4% であるが、高収益な成長ドライバーとして注力しており、売上構成比は相対的に高まっていくものと想定される。また、メディア事業が全売上総利益に占める比率は 2017 年 6 月期で 63.9% となっており、メディア事業の伸長が全社利益の成長をけん引する状況となっている。

会社概要

「Omiai」サービスの概要

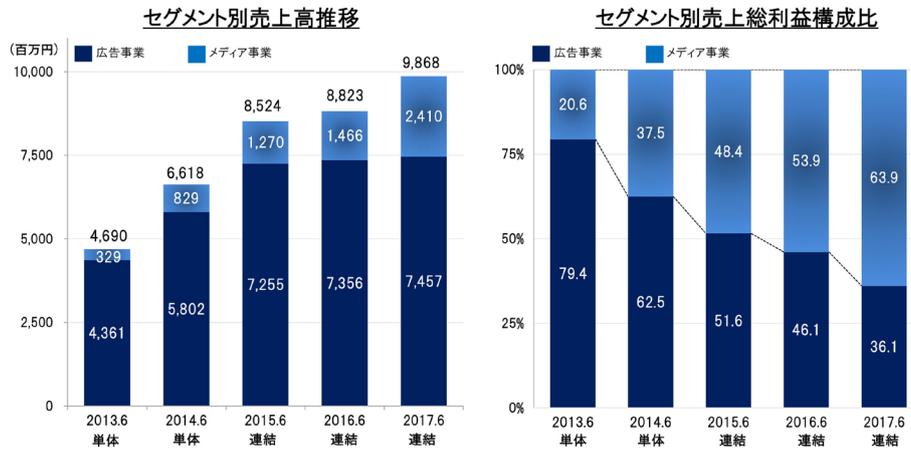
簡単な操作で気になるお相手とマッチング



出所：決算説明資料より掲載

セグメント別売上高と利益構成比の推移

売上総利益に占めるメディア事業の割合増加



※上記グラフの売上高合計は、部門における「調整額」の金額を含めた数字を表示しており、棒グラフに表示している値の合計額と異なります。

出所：決算説明資料より掲載

## ■ 業績動向

### 2018年6月期第2四半期もメディア事業が高成長を持続し、各利益とも大幅増益

#### 1. 2018年6月期第2四半期業績

2018年6月期第2四半期の決算は、売上高が前年同期比（前年同期は未上場）8.0%増の5,021百万円、営業利益が同47.4%増の304百万円、経常利益が同53.5%増の315百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同59.2%増の220百万円となり、各利益において引き続き大幅な増益を達成した。前年同期比での増収増益とも、もっぱら成長ドライバーであるメディア事業の伸長による。第2四半期の業績予想に対する達成率は、売上高が△3.8%、営業利益が+19.8%、経常利益が+24.9%、親会社株主に帰属する四半期純利益が+26.9%となっており、通期業績予想に対する進捗率は、売上高が44.5%、営業利益が56.3%、経常利益が58.6%、親会社株主に帰属する当期純利益が59.5%となっている。

広告事業の売上高は前年同期比1.4%減の3,514百万円と減収になったが、全社費用224百万円を配分していないセグメント利益は前年同期比6.3%増の266百万円と増益になり、セグメント利益率は前年同期比0.6ポイント改善し7.6%となった。単四半期（2017年10月－12月）で見た場合、前四半期（2017年7月－9月）比での減収は季節要因によるが、前年同期（2016年10月－12月）比でも減収となった。

メディア事業の売上高は前年同期比39.1%増の1,507百万円、全社費用を配分していないセグメント利益は同119.5%増の261百万円と大幅に伸長した。Omiaiは2017年12月末における累計会員数を同46.3%増の269万人と順調に伸ばし、累計マッチング組数は同95.2%増の1,343万組、月額サービスを利用している有料会員数は44,949人となった。積極的なプロモーション投資によって会員数の増加を図るとともに、各種KPI（重要業績評価指標）を日次でチェックして様々な内部施策を打ちながらKPIを改善するオペレーション体制が構築されていることで、広告宣伝費率を一定水準に維持しながら継続的にトップラインを成長させることができおり、トップラインの成長とともに収益性も向上している。ただし、単四半期（2017年10月－12月）で見た場合、売上高は前四半期（2017年7月－9月）比3.5%増となっており、売上高の増加ペースの鈍化が見られる。

**ネットマーケティング** | 2018年3月9日(金)  
 6175 東証 JASDAQ | <http://www.net-marketing.co.jp/>

業績動向

**業績の推移**

(単位：百万円)

	16/6 期 4Q 累計		17/6 期 4Q 累計		18/6 期 2Q	
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比
売上高	8,823	-	9,868	-	5,021	-
売上原価	7,030	79.7%	7,336	74.3%	3,505	69.8%
売上総利益	1,792	20.3%	2,531	25.7%	1,516	30.2%
販管費	1,519	17.2%	2,090	21.2%	1,212	24.1%
営業利益	273	3.1%	441	4.5%	304	6.1%
経常利益	274	3.1%	423	4.3%	315	6.3%
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	176	2.0%	296	3.0%	220	4.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2018年6月期第2四半期末において、純資産合計は、親会社株主に帰属する四半期純利益計上に伴う利益剰余金等の増加により、前期末比242百万円増加して1,856百万円となり、自己資本比率は前期末の41.3%から51.0%へ向上した。資産合計は、売掛金が同438百万円減少したこと等により同270百万円減少した。負債合計は、買掛金が534百万円減少したこと等により、同512百万円減少した。

**連結貸借対照表及び主要な経営指標**

(単位：百万円)

	16/6 期末	17/6 期末	18/6 期 2Q 末	増減額
<b>流動資産</b>	2,591	3,504	3,288	-216
現金及び預金	1,391	2,243	2,439	196
売掛金	1,185	1,233	794	-438
<b>固定資産</b>	243	403	349	-54
有形固定資産	20	16	9	-7
無形固定資産	137	120	68	-52
投資その他の資産	84	266	271	5
<b>資産合計</b>	2,834	3,908	3,637	-270
<b>流動負債</b>	1,656	2,054	1,581	-472
買掛金	1,228	1,431	896	-534
1年内返済予定の長期借入金	102	87	82	-4
<b>固定負債</b>	327	240	200	-39
長期借入金	327	240	200	-39
<b>負債合計</b>	1,983	2,294	1,781	-512
有利子負債	430	327	282	-44
<b>純資産合計</b>	850	1,613	1,856	242
<b>【収益性】</b>				
ROA	9.5%	12.6%	-	
ROE	22.9%	24.1%	-	
売上高営業利益率	3.1%	4.5%	6.1%	
<b>【安全性】</b>				
自己資本比率	30.0%	41.3%	51.0%	
D/E レシオ	0.51 倍	0.20 倍	0.15 倍	
流動比率	156.4%	170.6%	207.9%	

出所：有価証券届出書、決算短信よりフィスコ作成

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.

## 業績動向

## 2. 2018年6月期通期業績予想

2018年6月期通期業績の会社予想は、売上高が前期比14.5%増の11,296百万円、営業利益が同22.4%増の540百万円、経常利益が同27.2%増の538百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同25.0%増の371百万円と、引き続き2ケタ台の増収と20%台の増益を見込んでいる。第2四半期の実績は、売上高が第2四半期の期首予想を下回り、各利益は同予想を上回ったが、通期業績予想は据え置かれている。

広告事業では、大型案件を取り扱う特定企業との取引の見直しの影響が2017年6月期末までに解消されたことで、その他の既存クライアントを維持しながら、2017年6月期と同水準の新規クライアント獲得ペースを維持する計画であり、アフィリエイト広告代理店業界のトップを目指すことを方針として掲げている。セグメント毎の通期業績予想は開示されていないが、第2四半期の売上高が前年同期を下回っていることから、計画を下回って推移したものと推測され、新規クライアントの獲得が計画どおりに進捗していないものと見受けられる。従来どおりインターネット広告市場全体の成長と連動してアフィリエイト広告市場も成長を継続しているとすれば、下期(2018年1月-6月)、とりわけ季節的要因から単四半期で最大の売上げが見込める第4四半期(2018年4月-6月)での挽回は、可能な範囲にあると考えられる。

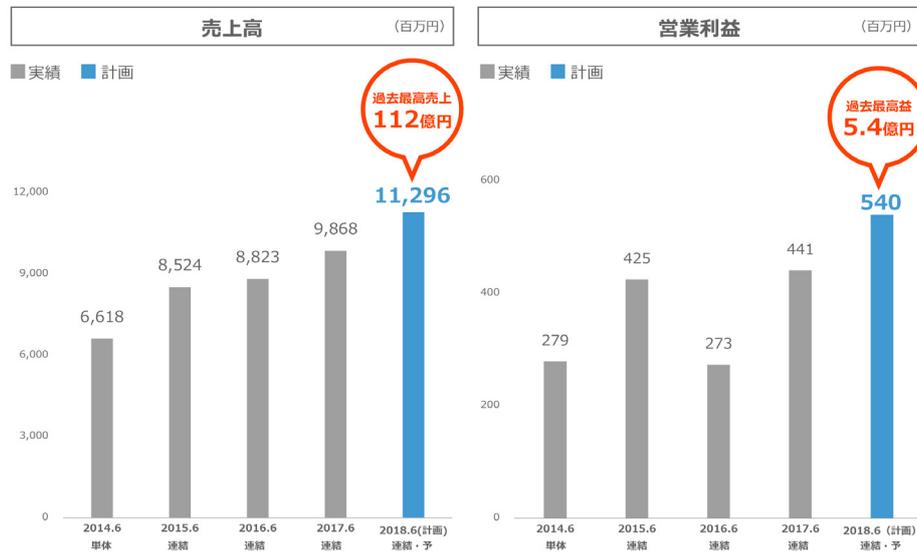
メディア事業では、Omiaiにおいて2017年6月期と同ペースでの売上拡大を計画するとともに、2018年6月期中にFacebookユーザー以外もOmiaiを利用できるようにすることで対象ユーザーの拡大を図る。また、オンラインマッチングサービスにおけるサービス領域の拡大として、2018年6月期末にデーティングアプリ「QooN」を新たにリリースすることを決定しており、開発は当初予定どおり順調に進捗しているとのことである。

メディア事業の成長により各利益とも通期業績予想比50%超の進捗率を示しているが、Facebookユーザー以外へのサービス拡大、新サービスQooNの開始のいずれも直ちに利益貢献するものではなく、Omiaiからの利益が新サービス開発の投資に充てられていることから、通期では業績予想どおりの利益進捗を現時点においては予想する。また、メディア事業において短期的な収益性を犠牲にしてユーザー獲得のための集中的なプロモーション投資を行うことは現時点において想定されていないことから、全社売上高も通期業績予想どおりの進捗を予想する。

なお、業績予想には織り込み済みだが、2018年3月に本社を移転する予定で、地代家賃が増加するほか、新卒採用により4月以降の人件費も増加する。

## 業績動向

## 今後の業績見通し



出所：決算説明資料より掲載

## 成長戦略

### 広告事業は安定的な成長を、メディア事業は高成長を持続

#### 1. 広告事業

広告事業においては、現在の事業内容に転換して10期目に当たる2016年6月期に約40社であったクライアント数を、今後も着実に増やしていく計画である。2016年6月期の広告事業売上高7,356百万円を40社で単純に割ると、1社当たりの月間売上高は平均約1,500万円と試算される。代理店手数料を15%と仮定すると、同社は月間1億円程度をアフィリエイト広告にかけられる大手の優良クライアントを抱えているものと見受けられるが、同社によれば、1クライアント当たりの売上高はこれまで増加傾向で推移してきたとのことである。事業開始後10年で約40社ということは、単純平均で年間4社となり、新規クライアントの獲得ペースは速いとは言えないが、既存の大手優良クライアントの平均売上高が今後も増加していけば、2ケタ台の増収率を維持していくことも可能と考えられる。

## 成長戦略

同社は2017年4月、英国に本社を置く Performance Horizon の日本法人との間で、Performance Horizon にとって国内で初となる代理店契約に基づくサービスの取り扱いを開始した。Performance Horizon は新しい独自のソリューションにより広告主とメディアを直接つなぐ SaaS ソリューションを提供しており、国内でも金融機関での利用が始まっている。Performance Horizon の代理店となることで、既存の大手優良クライアントのニーズに幅広く対応し、1クライアント当たりの売上高のアップを図れるほか、成長しているサービスをラインナップに加えることで新規クライアントの獲得ペースを高める効果や、獲得確度をアップする効果が期待される。同社はクライアントのニーズや市場環境に応じて、従来のアフィリエイト・エージェントというスタイルにとどまらず、今後も他の広告サービスにラインナップを広げていく可能性があり、成長を続けるインターネット広告市場において同社が安定成長を持続するための選択肢は少なくないと言える。

広告事業の安定的な成長にとっては、市場や競合といった外部環境もさることながら、高成長・高収益のメディア事業に注力している中で、経営資源配分や業績管理を適切に行っているかという社内事情の方が課題となりそう。2018年6月期通期での売上高の前年比に注目したい。

## 2. メディア事業

高収益な成長ドライバーとして注力しているメディア事業の現在の主力サービスである Omiai では、ニーズの高いコアなユーザー層である25～34歳から、18～24歳、35歳以上へとユーザーの年代層を拡大し始めているが、これまでのところ、平均獲得コストを増やすことなく会員の獲得を進めることができている。累計会員数は2017年12月末で前年同期比46.3%増の269万人とされており、順調に増加を続けている。現在の Omiai ユーザーは Facebook ユーザーに限定されているが、国内の Facebook ユーザーは全インターネットユーザーの3割に満たないことから、同社では2018年6月期中に対象ユーザーを Facebook 以外の全インターネットユーザーへ拡大する計画である。

また、デーティング市場への参入を決定し、デーティングアプリ「QooN」の2018年6月期末でのサービス開始を予定している。デーティングは恋活・婚活に限定されないカジュアルなマッチングサービスであり、ユーザーと成り得る対象者が多いことから、国内においても恋活・婚活よりさらに大きな市場になると見込まれる。世界最大のデーティングサービスである Tinder は会員数が5,000万人以上と言われており、2015年3月に有料サービスを開始してから有料会員数を大きく拡大しているものと推定される。その一方で、ユーザーの拡大に伴い、本来のマッチング目的ではない単なる暇つぶし目的で使用されることが多くなっているとも想定される。従来のマッチングサービスでは検索やメッセージ交換の時間・手間を必要としているが、「QooN」ではグルメデートや当日デートを検索やメッセージ交換なしにマッチングさせる独自機能の実装を予定しており、スピードマッチングを実現することを特徴としている。2019年6月期はユーザー獲得のプロモーション投資が先行するため、利益貢献は2020年6月期以降になると予想される。

## 成長戦略

同社は Omiiai の運営・成長を通じて得たノウハウ・経験を生かして連続的なサービス領域の拡大を計画しており、既存サービスの利益を原資として新たなサービスを立ち上げることにより、メディア事業全体の収益性を損なうことなく継続的に収益の拡大を図っていく方針を採っている。その意味で堅実と言えるが、高成長を続けていると推測されるオンラインマッチングサービス市場において、同社は規模や収益面で、公表会員数 700 万人の「Pairs」、公表会員数 300 万人の「タッフル誕生」の先行を許しているものと見受けられる。いずれも Match Group、サイバーエージェントという大手企業グループが運営するサービスであり、同水準での先行投資は難しいと思われるが、市場の成長フェーズにおいてはトップラインの伸長に重きを置くことも重要と考えられる。2018 年 6 月期通期での売上高の成長率に注目したい。

同社は中期経営計画を開示しておらず、中期的な定量目標数値は不明となっている。

## 株主・株式の状況

### 大株主の VC は全保有株を売却、2018 年 6 月期は初配当を予定

#### 1. 大株主の状況

2017 年 6 月期末で同社株式の 12.38% (866,000 株) を保有する大株主であったモバイル・インターネットキャピタル(株)(MIC) 組成ファンドが 2018 年 1 月 29 日までにすべての保有株式を売却したことにより、キャピタルゲイン目的のベンチャーキャピタル(VC) 及び VC 組成ファンドによる同社株式の保有比率は同日時点で 0.14% (10,000 株) となった。これにより、大株主の大量売却で市場価格が影響を受けるリスクは大幅に低減されることとなった。

大株主の状況 (2017 年 6 月末時点)

順位	氏名または名称	持株数 (千株)	発行済株式総数に 対する所有株式数の 割合 (%)
1	宮本 邦久	1,854	26.51
2	長野 貴浩	1,213	17.35
3	MIC アジアテクノロジー投資事業有限責任組合	428	6.12
4	MIC イノベーション 4 号投資事業有限責任組合	368	5.27
5	BARCLAYS BANK PLC A/C CLIENT SEGREGATED A/C PB CAYMAN CLIENTS (常任代理人 パークレイズ証券株式会社)	237	3.39
6	株式会社アドウェイズ	196	2.80
7	株式会社 SBI 証券	179	2.57
8	株式会社アイレップ	177	2.53
9	投資事業組合オリックス 10 号	171	2.45
10	島田 大介	110	1.57
合計		4,935	70.57

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

## 2. 株主還元策

同社は、将来の事業展開と財務体質の強化のために必要な内部留保の充実を優先し、創業以来 2017 年 6 月期まで配当を行っていなかった。今後の利益配分については、業績動向を考慮しながら、将来の事業拡大や収益の向上を図るための資金需要や財務状況を総合的に勘案して適切に実施するとともに、より一層の株主重視経営に向けて、業績に応じた積極的な株主還元を実施する方針としており、2018 年 6 月期は創業来初となる配当として、連結配当性向 18.8% となる 1 株当たり期末配当金 5 円を予定している（3 月に実施予定の 1:2 の株式分割後）。2018 年 6 月期以降は配当を継続して実施する方針としている。

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ