

ホリスティック企業レポート アイリッジ

3917 東証マザーズ

フル・レポート
2016年10月7日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20161004

スマートフォンを利用した O2O ソリューションの提供が主力事業 提供しているプラットフォーム「popinfo」のユーザーの増加が業績拡大に寄与

1. 会社概要

・アイリッジ(以下、同社)は、スマートフォンを利用した企業への O2O ソリューション提供、集客・販売促進等を中心とした企画・運営支援を手掛けている。同社が提供するプラットフォームは多様な機能を備えた「popinfo (ポップインフォ)」である。

2. 財務面の分析

・ユーザー数の拡大に伴い「月額報酬」及び「アプリ開発、コンサル等」収入が増加し、業績拡大が続いている。16/7 期の売上高は前期比 65.2% 増の 1,230 百万円、営業利益は同 27.2% 増の 136 百万円であった。
・17/7 期の会社計画は、売上高が前期比 30.1% 増の 1,600 百万円、営業利益が同 46.1% 増の 200 百万円である。利用ユーザー数の増加が寄与し、二桁増収増益が続くとしている。

3. 非財務面の分析

・同社の知的資本の源泉は、高成長が予想される O2O 関連事業を他社に先行して手掛け、企業の集客・販売促進のためのノウハウを蓄積していることや、多様な機能を備えたプラットフォーム「popinfo」を活用した独自の事業展開をしていることにある。

4. 経営戦略の分析

・O2O アプリの開発による顧客層の拡大や、サービスラインナップ拡充による単価の上昇に取り組み、継続的な業績拡大に繋げていく考えである。そのために、開発要員を中心とした積極的な人材採用を進めている。

5. アナリストの評価

・証券リサーチセンターでは、O2O マーケティングの重要性は今後更に高まっていくと予想しており、O2O 専門としてポジションを確立した同社にとって事業規模拡大のチャンスであると考えている。同社の提供する「popinfo」の中期的な拡大余地は大きく、当面の業績牽引役になると予想している。

アナリスト: 佐々木加奈

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

	2016/9/30
株価 (円)	3,520
発行済株式数 (株)	2,752,800
時価総額 (百万円)	9,690

	前期実績	今期予想	来期予想
PER (倍)	104.8	70.3	51.8
PBR (倍)	10.9	9.4	8.0
配当利回り (%)	0.0	0.0	0.0

【株価パフォーマンス】

	1 ヵ月	3 ヵ月	12 ヵ月
リターン (%)	6.7	4.1	14.1
対TOPIX (%)	7.2	-1.9	21.7

【株価チャート】



【3917アイリッジ 業種: 情報・通信業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2015/7	744	55.5	107	296.1	108	290.0	72	311.8	29.4	289.8	0.0
2016/7	1,230	65.2	136	27.2	137	27.2	92	27.4	33.6	323.5	0.0
2017/7 CE	1,600	30.1	200	46.1	200	45.5	138	49.7	50.1	—	0.0
2017/7 E	1,600	30.1	200	46.1	200	45.5	138	49.7	50.1	372.9	0.0
2018/7 E	2,090	30.6	271	35.5	271	35.5	186	34.8	67.9	439.9	0.0
2019/7 E	2,720	30.1	364	34.3	364	34.3	250	34.4	90.8	530.6	0.0

(注) CE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想

フル・レポート

2/25

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

目次

1. 会社概要

- － 事業内容
- － ビジネスモデル
- － 業界環境と競合
- － 沿革・経営理念・株主

2. 財務面の分析

- － 過去の業績推移
- － 他社との比較

3. 非財務面の分析

- － 知的資本分析
- － ESG 活動の分析

4. 経営戦略の分析

- － 対処すべき課題
- － 今後の事業戦略

5. アナリストの評価

- － 強み・弱みの評価
- － 経営戦略の評価
- － 今後の業績見通し
- － 投資に際しての留意点

補. 本レポートの特徴

1. 会社概要

> 事業内容

◆O2O ソリューションの提供により企業のマーケティングを支援

アイリッジ（以下、同社）は、「インターネットを通じて、世の中に新しい価値を創り続けていく。」という理念のもと、顧客企業へ O2O ソリューションを提供し、集客や販売促進を中心とした支援をしている。

O2O とはオンライン（Online）to オフライン（Offline）の略で、消費者にインターネット（オンライン）上の Web サイトやアプリを通じて情報を提供し、実店舗（オフライン）への集客や販売促進に繋げるという手法である。同社の O2O ソリューションは、主にスマートフォンを利用したもので、自社のソリューションを組み込んだスマートフォンアプリ（以下、アプリ）を通じて、消費者に情報を提供している。

同社が展開する O2O ソリューションのプラットフォームは「popinfo（ポップインフォ）」で、09 年 11 月にフィーチャーフォン向けに提供を開始し、10 年 7 月にスマートフォン対応となった。「popinfo」は、企業の集客・販売促進に必要な情報配信機能、ユーザー管理機能、会員証機能、ポイント管理機能、クーポン管理機能といった諸機能を備えている。これを利用する企業は、一般ユーザー向けに提供するアプリに「popinfo」を組み込むことで、アプリをダウンロードしたユーザーの携帯待受画面に情報を配信することが可能となる。

◆ O2O 関連事業の単一セグメント、売上高は 2 種類に分類される

同社に連結子会社はなく非連結決算を公表しており、O2O 関連事業の単一セグメントとしている。売上高については、「月額報酬」、「アプリ開発、コンサル等」に分類されている（図表 1）。15/7 期まで売上区分にあった「その他」は自社ネットサービスに関するもので、現在は事業を行っていない。

【 図表 1 】 売上高の内訳

(単位：百万円)

売上高	15/7期	16/7期	構成比	前期比
O2O関連	742	1,230	100.0%	65.7%
月額報酬	190	295	24.1%	55.7%
アプリ開発、コンサル等	552	934	75.9%	69.1%
その他	2	－	－	－
合計	744	1,230	100.0%	65.2%

(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算短信より証券リサーチセンター作成

> ビジネスモデル

注 1) 従量制

通信サービスの課金方式の一つで、利用時間やデータ通信量に応じて課金される料金体系のこと。

◆ 売上高の約 8 割を占めるのが「アプリ開発、コンサル等」収入

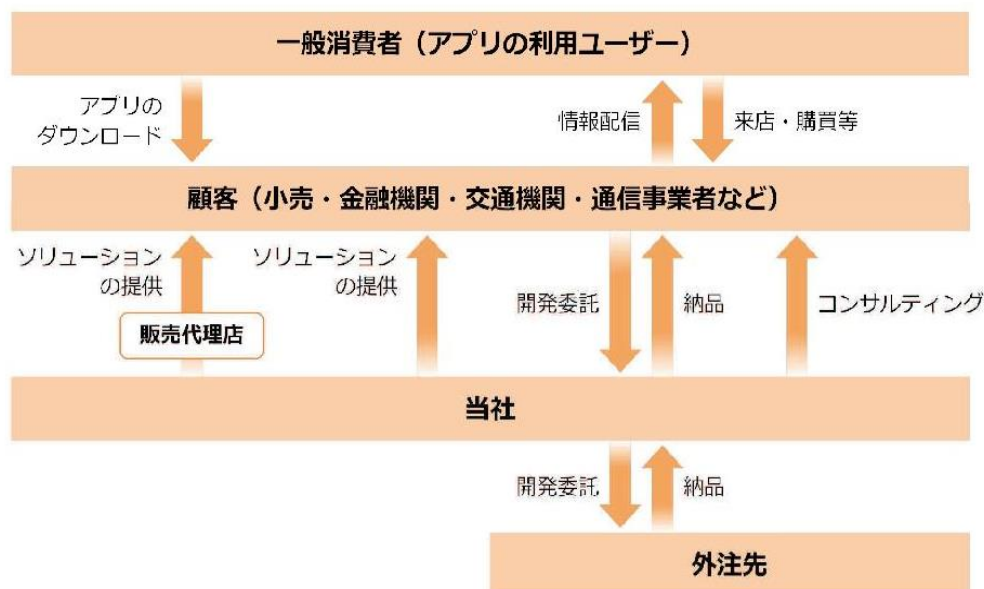
同社は、O2O ソリューションを提供することにより、集客や販売促進を中心とした企業への支援をしている。提供する O2O ソリューションのプラットフォームは「popinfo」である。

「popinfo」のサービス利用料は利用ユーザー数に応じた従量制^{注1}で、「popinfo」利用料とアプリのシステム保守料等を月額制で導入企業から収受している。これが売上高の 24.1%を占める、「月額報酬」である（16/7 期実績、以下同様）。

「popinfo」を組み込んだアプリ開発やアプリ追加機能に伴う開発収入及び O2O 企画・運営支援に伴う収入が、売上高の 75.9%を占める「アプリ開発、コンサル等」である。「アプリ開発、コンサル等」の 7 割弱が前事業年度からの継続取引先への販売高となっており、ストック型の収益構造に近いといえる。

同社の顧客である「popinfo」導入企業は、金融機関、交通機関、小売業、通信事業者等を始めとして幅広い業種にわたっている。販売実績で 10%以上の比率を占める顧客は、15/7 期が三井不動産（8801 東証一部）、デジタルガレージ（4819 東証一部）、KDDI（9433 東証一部）、エヌ・ティ・ティ・データ（9613 東証一部）、16/7 期が、ファーストリテイリング（9983 東証一部）の子会社であるジーユー、三井不動産である。

【図表 2】アイリッジの事業概要



（出所）アイリッジ有価証券報告書

売上原価の構成は、労務費(社内エンジニアの person 費、16/7 期 28.3%)と外注費(開発に関する外部委託費用など、同 58.6%)が主体で、16/7 期の売上総利益率は 37.3%であった。販売費及び一般管理費(以下、販管費)については、person 費が同 166 百万円、販管費の 51.7%を占めている。16/7 期の売上高営業利益率は 11.1%であった。

◆ O2O ソリューションの詳細

1) O2O ソリューションについて

「popinfo」は、顧客となる企業の集客・販売促進に必要な様々な機能を備えている。顧客企業は、一般ユーザー向けアプリに「popinfo」を組み込むことで、アプリをダウンロードしたユーザーの携帯待受画面への情報配信が可能となる(図表 3)。

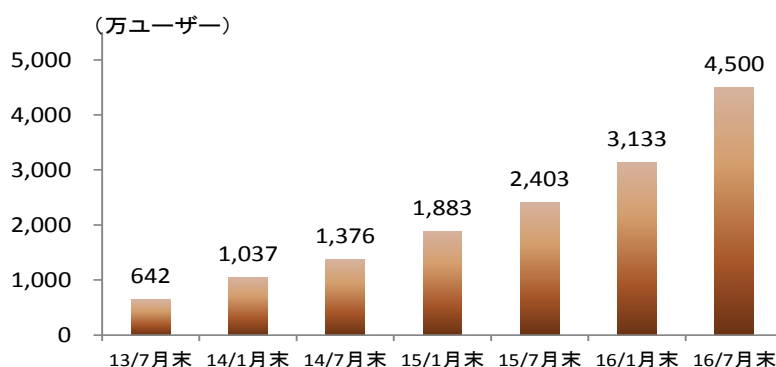
【図表 3】待受画面への情報配信例



(出所) アイリッジウェブサイト

「popinfo」を組み込んだアプリの利用ユーザー数は順調に増加しており、16 年 7 月末現在 4,500 万ユーザーとなっている(図表 4)。

【図表 4】利用ユーザー数の推移



(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

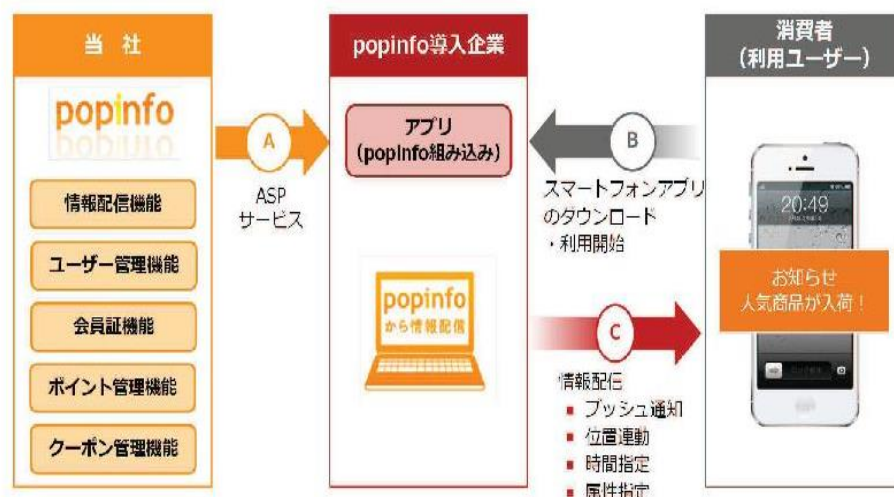
注2) ASP サービス

ASP とはアプリケーション・サービス・プロバイダの略で、ASP サービスとはアプリケーションソフトの機能をインターネット経由で顧客に提供するサービスのこと。

①「popinfo」の導入方法

「popinfo」はアプリ開発時に組み込む他、ASP サービス^{注2}であるため、既存のアプリにも容易に組み込むことが可能である。導入後は専用のユーザー管理画面から簡単に情報配信設定等の操作をすることができる。

【 図表 5 】「popinfo」の概要



(出所) アイリッジ有価証券報告書

②「popinfo」の情報配信機能

◇配信内容

集客や販売促進を目的とした商品情報、新店舗情報、割引クーポンの配布、観光スポットの情報、災害・遅延情報、株や為替のマーケット情報など、多様な情報発信に利用されている。

◇情報配信方法

専用のユーザー管理画面から、「位置連動×属性指定×時間指定」を組み合わせ、プッシュ通知による配信をすることができる。例えば、位置情報を利用して、店舗周辺のユーザーに対して商品情報や時間限定の割引クーポンを配信することで、集客に繋げるといった利用方法がある。また、大型商業施設においては、Wi-Fi や Bluetooth ^{注3}、iBeacon ^{注4} などを利用して目的階に誘導するための情報配信を行うといった利用もできる。

・待受画面へのプッシュ通知

プッシュ通知とは、ユーザーがアプリを起動していなくても、携帯電話の待受画面にメッセージを配信することができる仕組みである(ユーザーの事前許可が必要)。待受画面に直接情報を提供するため、メールマガジン等に比較して、高い視認率、クリック率が見込まれる。

注3) Bluetooth

近距離無線通信の規格。

注4) iBeacon

アップル社が提供する位置情報サービスのこと。端末(Beacon)から発信される電波をスマートフォン等にダウンロードしたアプリで検知することで、スマートフォン等のユーザーに向けて、お知らせ情報やクーポン情報を配信することができる。

- ・位置連動

ユーザーが指定エリアに入ったタイミングで情報配信できる位置連動のため、情報を効率的なタイミングで配信することができる。

- ・属性指定

性別、年齢、居住エリアといったユーザーの属性情報に応じて配信範囲を設定することができる。

- ・時間指定

配信時間を事前に設定しておく予約配信が可能である。また、即時配信機能により、急な告知やメールマガジンとしての利用も可能となっている。

③ 会員証機能、ポイント管理機能、クーポン管理機能

会員証機能、ポイント管理機能、クーポン管理機能を備えており、顧客企業やユーザーは、必要な情報や機能をアプリに一元化することができる。

顧客企業にとっては、ポイントの付与・利用状況やクーポンの配信・利用状況を管理し、効果的なマーケティング活動をすることができるメリットがある。ユーザーにとっては、アプリを会員証として利用することで、従来の紙やプラスチックの会員証やポイントカードを持ち歩く必要がないといったメリットがある。

④ 外部データとの連携

顧客企業が保有する既存の会員データベース、ポイント管理システム、売上管理システム等との連携が可能である。また、ユーザー管理画面から手動で行う情報配信に加え、同社の提供するプラットフォームとシステムを連携することにより、自動配信が可能となる。

2) O2O アプリの企画・開発について

同社は、これまでに蓄積したノウハウを生かし、企業ニーズに対応した O2O アプリの企画・開発を行っている。このアプリは、企業とユーザーを繋ぐ重要なメディアであり、効果的な O2O 実現のためには不可欠である。

3) O2O に効果的な企画・運営支援について

同社は O2O に効果的な企画・運営支援を継続的に行っている。主に、集客・販売促進のための「マーケティング施策」、アプリの利便性を向上させるための機能追加等の「ソリューション施策」である。

「マーケティング施策」の例では、アプリのリリースから 1～3 カ月目にはユーザーのダウンロード推進のための企画、4～6 カ月目には来店促進のための企画など、タイミングを捉えた企画を継続的に導入することで、O2O の活性化を図っている。

4) 消費者の購買プロセスと同社のサービス領域

「popinfo」の基本機能である「集客・販売促進」を中心に、上流の「ターゲティング」領域、下流の「決済」領域でも「popinfo」と連携したソリューションの提供を行っている（図表 6）。

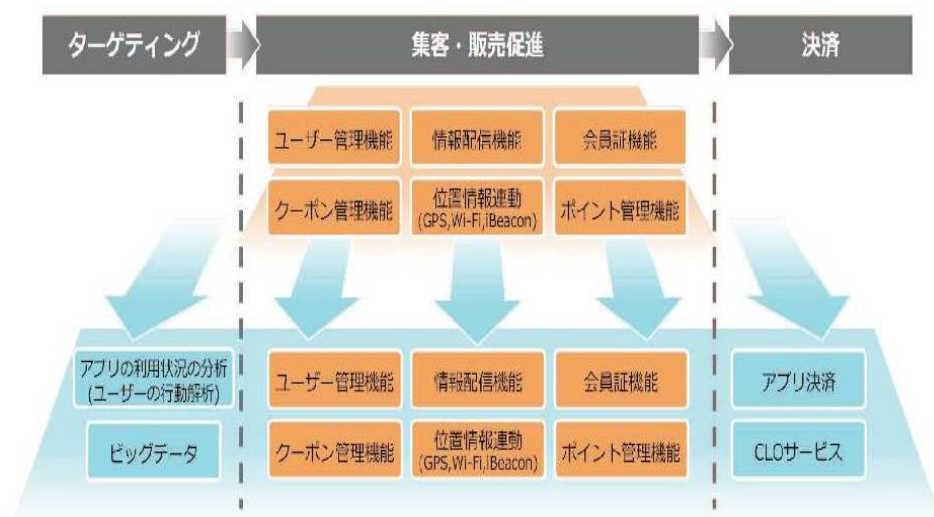
「ターゲティング」については、「popinfo」を搭載したアプリの利用状況（クリック率、回数や頻度などの来店動向、アプリ起動状況、割引クーポン利用状況など）を分析することで、よりマーケティング効果の高い配信方法を探り、従来方法の改善に繋げている。

「決済」については、アプリを利用する決済や、クレジットカード決済直後におすすめ情報等をアプリに配信する CLO サービス^{注5}を提供している。

注 5) CLO サービス

CLO とは Card Linked Offer の略で、クレジットサービス利用者の属性や購買状況に応じて、クーポンを提供するサービスのこと。

【 図表 6 】 消費者の購買プロセスとアイリッジのサービス領域



(出所) アイリッジ有価証券報告書

> 業界環境と競合

◆ インターネット利用の普及により O2O 市場の拡大が続く

スマートフォンによるインターネット利用の普及が進んでいる。総務省の「平成 27 年通信利用動向調査」によると、15 年の世代別インターネット利用機器の状況において、スマートフォンによるインターネット利用率は全ての世代で前年より上昇している。15 年末時点では調査対象の 54.3%がインターネットを利用する際にスマートフォンを利用しており、この数値は前年末より 7.2%ポイント上昇している。また、年齢階層別にみると 13～19 歳、20～29 歳、30～39 歳、40～49 歳の各年齢階層において、スマートフォンでのインターネット利用率がパソコンでの利用率を上回っている。

スマートフォンによるインターネット利用の普及によって一般の生活者が位置情報を活用する機会が増えたこと、SNS 上で位置情報を共有するサービスが増加したことなどを背景に、位置情報を活用した O2O サービスの市場は拡大基調が続いている。

◆ 競合

近年、ネットサービスと実店舗での購買を連動させる様々な手法が開発され、多くの企業がこの領域での事業展開を進めている。大規模な投資や設備を必要としないことから、参入障壁は比較的低いと考えられ、今後も参入企業が増える可能性が高い。

関連事業を事業の一部として手掛ける上場企業としては、自社のエンジンを用いた O2O 対応 POS システムを運営するサイジニア (6031 東証マザーズ)、O2O マーケティング分野や、IoT^{注6}ビジネスに対応した業務用 Beacon を提供するフォーカスシステムズ(4662 東証一部)、O2O 事業向け請求書決済代行サービスを提供するラクーン (3031 東証一部)、独自のマーケティングテクノロジーを活かした O2O ビジネスを手掛けるデジタルガレージなどが挙げられる。

注 6) IoT

Internet of Things の略で、あらゆるものがインターネットを通じてつながることで実現する新たなサービス、ビジネスモデル、それを可能とする要素技術の総称。

> 沿革・経営理念・株主

◆ 08年8月設立、「popinfo」の拡大で成長

同社は08年8月にモバイル関連ビジネスを事業目的として設立された。09年11月、フィーチャーフォン向けに、ポップアップで待受画面に情報配信する「popinfo」の提供を開始した。翌年2月には配信エリアの設定が可能なGPS配信機能を搭載、7月にはスマートフォンに対応した「popinfo」の提供を開始した。

「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザーは順調に拡大し、14年1月に1,000万ユーザーを突破、15年3月には2,000万ユーザーを超え、16年7月には4,500万ユーザーを超えている。ユーザー数の増加と比例するかたちで、同社の業績も拡大してきた。

15年7月に東証マザーズ市場に株式を上場した。16年3月にはスマートフォンアプリ向けのポイントシステム「popinfo ポイント」の提供を開始している（図表7）。

創業時から社長を務める小田健太郎氏は、慶應義塾大学経済学部卒業後、NTTデータ（現エヌ・ティ・ティ・データ）を経て、ボストン・コンサルティング・グループに入社、モバイル業界を中心に事業戦略や新規サービス立ち上げに関するコンサルティングに携わったのちに同社を設立した。

【図表7】沿革

年	月	事項
2008年	8月	モバイル関連ビジネスを事業目的として株式会社アイリッジ設立。
2009年	11月	フィーチャーフォン向けに、携帯電話の待受画面にポップアップで情報配信する「popinfo (ポップインフォ)」の配信を開始。
2010年	2月	「popinfo」に、配信エリアの設定が可能なGPS配信機能を搭載。
	7月	スマートフォンに対応した「popinfo」の提供開始。
2014年	1月	「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザー数が1,000万ユーザーを超える。
	5月	「popinfo」が「iBeacon」に対応。
2015年	3月	「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザー数が2,000万ユーザーを超える。
	7月	東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場。
2016年	2月	「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザー数が3,000万ユーザーを超える。
	3月	「popinfoポイント」の提供を開始。
	5月	「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザー数が4,000万ユーザーを超える。
	7月	「popinfo」を搭載したスマートフォンアプリの利用ユーザー数が4,500万ユーザーを超える。

(出所) アイリッジ有価証券報告書、プレスリリースより証券リサーチセンター作成

◆ 経営理念

「インターネットを通じて、世の中に新しい価値を創り続けていく。」というのが同社の企業理念である。理念を実現するため、全ての役員及び従業員の行動指針として、1) 近未来の実現、2) 成果にこだわる、3) 「顧客満足」と「ユーザー満足」の追求、4) 全力コミット、5) 毎日1%の成長、6) 10%の思いやり、7) 継続改善と仕組み化の7項目を定めている。

◆ 株主

16年7月末時点で、代表取締役社長の小田健太郎氏が発行済株式総数の44.3%を保有する筆頭株主で、第2位がクレディセゾン(9.8%保有)、第3位が日本トラスティ・サービス信託銀行(2.7%保有)となっている。上位保有者10名の保有株比率は66.4%である(図表8)。

【図表8】大株主の状況

株主(敬称略)	16年7月末時点			備考
	株数(株)	割合	順位	
小田 健太郎	1,220,000	44.3%	1	代表取締役社長
株式会社クレディセゾン	270,000	9.8%	2	
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	74,700	2.7%	3	
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	65,000	2.4%	4	
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	63,200	2.3%	5	
京セラコミュニケーションシステム株式会社	33,000	1.2%	6	
TBSイノベーション・パートナーズ1号投資事業組合	30,000	1.1%	7	
日本証券金融株式会社	28,400	1.0%	8	
大和証券株式会社	22,000	0.8%	9	
BNY GCM ACCOUNTS M NOM	20,700	0.8%	10	
(大株主上位10名)	1,827,000	66.4%	-	
(新株予約権による潜在株式数)	260,200	9.5%	-	
発行済株式総数	2,752,800	100.0%	-	

(出所) アイリッジ決算説明会資料及び有価証券報告書、ヒアリングより証券リサーチセンター作成

2. 財務面の分析

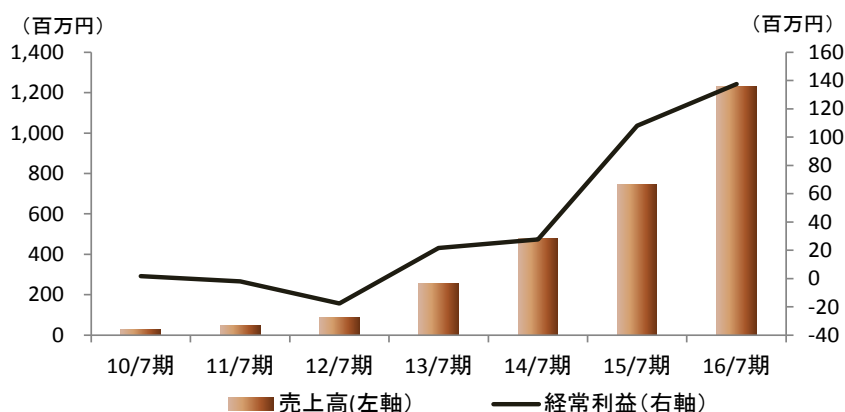
> 過去の業績推移

◆ 過去の業績

同社は10/7期以降の業績を開示している。「popinfo」の普及に比例して売上高は順調に拡大しており、16/7期までの6期間で約44倍となった。

利益面では、「popinfo」の導入間もない12/7期までは経費先行となり、11/7期、12/7期と経常赤字が続いた。売上高が大幅に伸びたことで13/7期に黒字転換し、その後は連続増益となっている(図表9)。

【図表9】売上高、経常利益の推移



(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算短信より証券リサーチセンター作成

◆ 16年7月期は売上高、利益ともに修正計画を上回る結果

16/7期の売上高は前期比65.2%増の1,230百万円、営業利益は同27.2%増の136百万円、経常利益は同27.2%増の137百万円、当期純利益は同27.4%増の92百万円であった。

同社は3月1日に期初予想(売上高1,100百万円、営業利益200百万円、経常利益200百万円、当期純利益133百万円)の修正を公表したが、修正計画である売上高1,114百万円、営業利益120百万円、経常利益120百万円、当期純利益80百万円を実績は上回った。主な要因は、既存取引先の継続支援、新規受注ともに順調に伸びたことで、売上高が修正公表時の想定を上回ったことである。

ユーザー数が15/7期末の2,403万ユーザーから16/7期末は4,500万ユーザーまで増加し、売上拡大につながった。一方、エンジニア外注コストの上昇や、今後の事業拡大に向けた人材採用を積極的に行ったことに伴う費用増加により、増益率は抑えられる結果となった。

> 他社との比較

◆ ネットを利用した販促支援や位置情報を利用した事業を手掛ける企業と比較

インターネットを利用した販促支援や、位置情報を利用した事業を手掛ける企業と財務指標を比較してみた（図表 10）。

比較対象企業として、子会社でメディアを使った企業の販促支援を手掛けるオールアバウト（2454 東証 JQ）、高精度の顧客データを活用した広告関連サービスを手掛けるショーケース・ティービー（3909 東証マザーズ）、位置情報を利用したゲームなどを展開するモバイルファクトリー（3912 東証マザーズ）、独自のマーケティングテクノロジーを活かした O2O ビジネスを手掛けるデジタルガレージを選定した。

【 図表 10 】 財務指標比較：ネットを利用した販促支援、位置情報関連事業などを手掛ける企業

項目	銘柄	コード	アイリッジ	オールアバウト	ショーケース・ ティービー	モバイル ファクトリー	デジタル ガレージ
		直近決算期	3917 16/7	2454 16/3	3909 15/12	3912 15/12	4819 16/6
規模	売上高	百万円	1,230	7,751	1,237	1,751	43,763
	経常利益	百万円	137	34	291	305	6,193
	総資産	百万円	1,093	4,387	1,246	1,796	77,335
収益性	自己資本利益率	%	10.9	-3.8	21.5	15.6	17.6
	総資産経常利益率	%	13.3	0.8	30.2	20.5	7.6
	売上高営業利益率	%	11.1	1.0	24.7	17.9	9.6
成長性	売上高（3年平均成長率）	%	68.5	33.0	19.9	14.9	16.1
	経常利益（同上）	%	85.1	-41.2	30.2	74.0	26.2
	総資産（同上）	%	48.6	3.0	43.3	23.3	11.4
安全性	自己資本比率	%	81.4	78.3	89.3	81.7	38.9
	流動比率	%	498.8	370.7	597.0	508.5	160.1
	固定長期適合率	%	16.2	33.8	25.8	12.4	62.3

（注）数値は直近決算期実績、平均成長率は前期実績とその3期前との対比で算出（前期または3期前に連結がない場合は単体の数値を用いて算出）

自己資本利益率、総資産経常利益率については、期間利益を期初及び期末の自己資本ないし総資産の平均値で除して算出
流動比率は流動資産÷流動負債、固定長期適合率は固定資産÷（自己資本＋固定負債）

（出所）各社有価証券報告書および決算短信より証券リサーチセンター作成

事業規模及び事業内容、決算期に違いがあるために単純比較はできないものの、同社の収益性指標は、他社を大きく上回っていない。一方、売上高、経常利益、総資産の3年平均成長率はともに二桁の水準で、成長性の全ての項目が他社を上回っている。

安全性についてみると、自己資本比率が80%を超える水準となっている。その他の数値を含め、同社の財務の安定性については問題ないと言える。

3. 非財務面の分析

> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は蓄積した O2O 関連事業でのノウハウにある
同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表 11 に示した。
知的資本の源泉は、高成長が予想される O2O 事業を他社に先行して
手掛け、企業の集客・販売促進のためのノウハウを蓄積していること
や、プラットフォーム「popinfo」を活用した独自の事業展開をして
いることにある。結果として顧客、消費者の双方から支持を得て、順
調な事業規模拡大を実現している。

【 図表 11 】 知的資本の分析

項目		分析結果	KPI	
			項目	数値
関係資本	ユーザー	・一般消費者 (アプリ利用ユーザー)	・利用ユーザー数	4,500万ユーザー
			・アプリケーション数	300アプリケーション以上
	クライアント	・「popinfo」利用クライアント	・クライアントの社数	開示無し
			・クライアントの業種 (小売、金融機関、通信事業者など)	多業種
	ブランド	・提供するプラットフォーム「popinfo」	・「popinfo」を組み込んだアプリケーション数	300アプリケーション以上
			・高い来店率	40%
組織資本	ネットワーク	・開発を手掛ける外注先	・高いクーポン使用率	95%
			・特になし	特になし
	プロセス	・「popinfo」を組み込んだアプリケーションを開発 ・消費者の購買プロセスに沿った多様なソリューション 提供 「ターゲティング」「集客・販売促進」「決済」	・「popinfo」を組み込んだアプリ数	300アプリ以上
			・特になし	特になし
	知的財産 ノウハウ	・蓄積したアプリ企画・開発に関するノウハウ ・蓄積したマーケティング施策に関するノウハウ ・社内エンジニアによる開発 ・ソフトウェア	・09年「popinfo」運営開始以来の実績	7年
			・同上	7年
			・開発要員数	40名
			・貸借対照表上のソフトウェア資産	89,618千円
人的資本	経営陣	・現代表取締役社長の下での体制 ・インセンティブ	・在任期間	8年
			・社長（資産管理会社含む）の保有	1,220,000株（44.3%）
			・ストックオプション (取締役・監査役)	260,200株（9.5%） ※従業員分を含む
			・役員報酬総額（取締役） *社外取締役は除く	31百万円（3名） 15/7期
	従業員	・企業風土 (少数精鋭の機動的な組織運営) ・インセンティブ (自己実現のための多様な制度を採用)	・従業員数	59名（派遣社員等除く）
			・平均年齢	34.1歳
			・平均勤続年数	1.9年
			・新規事業のプレゼン制度	特になし
			・新機能の追加提案制度	特になし
			・技術イベントへの参加を推奨	特になし

(注) KPI の数値は、特に記載がない場合は 16/7 期か 16/7 期末のものとする

(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリングをもとに証券リサーチセンター作成

> ESG活動の分析

◆ 環境対応 (Environment)

同社の会社資料やホームページ等の中で環境対応に関する具体的な取り組みについての言及は確認できない。

◆ 社会的責任 (Society)

同社は、「世の中に新しい価値を創り出していきたい。」という想いで創業しており、インターネットを通じて新しい価値を創造することで社会へ貢献する考えである。

◆ 企業統治 (Governance)

同社の取締役会は5名(社外取締役は2名)で構成されている。社外取締役の有賀貞氏は野村総合研究所(4307 東証一部)常務取締役、CSK ホールディングス(非公開)代表取締役、ミスミグループ本社(9962 東証一部)代表取締役副社長を経て、11年にAIT コンサルティング(非公開)を設立し、代表取締役に就任している(現任)。15年に同社の社外取締役に就任した。

踊契三氏は、フェイス(4295 東証一部)取締役、ギガネットワークス(非公開)代表取締役、DG モバイル(非公開、デジタルガレージの子会社)代表取締役を経て、15年に同社の社外取締役に就任した。デジタルガレージ取締役、ベリトランス(非公開)取締役、ナビプラス(非公開)取締役、イーコンテクト(非公開)代表取締役等との兼任である。2名とも、事業会社の取締役としての豊富な経験と知識を持つ人物である。

監査役会は常勤監査役1名、非常勤監査役2名の合計3名で構成されており、3名とも社外監査役である。常勤監査役の谷真理子氏は公認会計士であり、専門知識と経験を有している。

非常勤監査役のうち、隈本慶幸氏は弁護士で堀総合法律事務所に所属しており、パソナグループ(2168 東証一部)の子会社であるパソナ、小倉クラッチ(6408 東証JQ)、オルトプラス(3672 東証一部)、大塚家具(8186 東証JQ)の社外監査役との兼任である。高橋智氏はアクロスザシー(非公開)代表取締役との兼任である。両者ともに、事業会社における豊富な経験と幅広い知識が評価され、監査役に選任されている。

4. 経営戦略

> 対処すべき課題

◆ サービスラインナップの拡充

同社はこれまで、位置情報やスマートフォンに対応したソリューションを開発し、顧客企業に効果的な O2O の企画・運営を提案することで事業を拡大してきた。

今後も継続的に拡大するためには、「popinfo」を軸に、決済機能との連携、ビックデータを活用した行動分析との連携等を図り、企業とユーザー双方にとって有用なサービスラインナップを拡充していくことが必要になると同社は考えている。

◆ ターゲットとする顧客層の拡大

同社が事業を拡大するためには、より幅広い企業層に O2O の浸透を図り、顧客数の継続的な増加を図ることが必要であると同社は認識している。

◆ サイトの安定性、安全性を維持

安定的に事業を継続するためには、サービスの拡大やアプリ数、利用者数、データ量の増加に合わせたシステムの改善を継続的に進め、システムの安定的な稼働に努めることが必要であると同社は認識している。

◆ 優秀な人材の確保

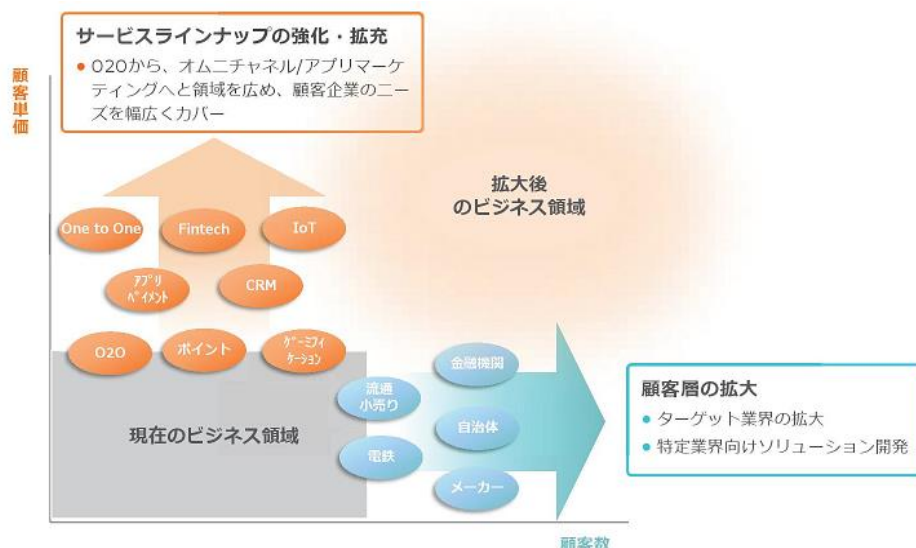
インターネット関連業界の技術革新スピードは速く、既存サービスの機能向上や新技術への速やかな対応ができなければ、競争力が低下する可能性がある。このため、高いスキルを持った人材を確保し、定着と育成を図ることが必要と同社では認識している。

> 今後の事業戦略

◆ 顧客層の拡大、サービスラインナップ拡充等に取り組む

同社は今後の成長戦略として、1) O2O アプリの開発による顧客層の拡大、2) サービスラインナップ拡充による顧客単価の上昇、3) 成長加速に向け、人材への積極的な投資の継続、を挙げている(図表 12)。

【図表 12】今後の成長戦略



(出所) アイリッジ決算説明会資料

1) O2O アプリの開発による顧客層の拡大

スマートフォンの普及率の上昇が続いていることに加え、O2O マーケティングの活用企業も増加傾向にある。こうした流れを追い風に、O2O アプリの開発を継続し、顧客層を拡大していく考えである。現在、金融機関、交通機関、小売業、通信事業者等が顧客の中心であるが、業種を広げるとともに、各業界上位企業 10 社への「popinfo」導入を目指している。

2) サービスラインナップの拡充

顧客ニーズの高い機能を自社サービスとして開発し、サービスラインナップの拡充を進めていく考えである。現在、導入（またはリニューアル）を進めているのが、「popinfo ポイント」、「popinfo クーポン」、「アプリペイメント（アプリを利用した決済）」などである。

注 7) オムニチャネル
店舗やイベント、ネットやモバイルなどのチャネルを問わず、あらゆる場所で顧客と接点を持つとする考え方やその戦略のこと。

16 年 3 月に導入した「popinfo ポイント」は、自社ポイントを簡単に導入し、オムニチャネル^{注 7}に対応したポイント施策の運用が可能となるアプリ向けポイントシステムである。顧客企業が導入する際、システムの要件定義やサーバーの構築等が不要で、低コスト且つ短期間での導入が可能となる。

「アプリペイメント」については、16年7月にイーコンテキスト（東京都渋谷区、デジタルガレージの子会社）との協業によりバス業界向けアプリ決済「BUS PAY」の提供を開始している。「BUS PAY」とは、バス乗車券の予約から支払い、乗車時の乗車券提示までスマホアプリで簡単に行える業界初のサービスである。現在、高速バス（徳島－大阪路線）及び路線バス（埼玉県）にて運用されている。

3) 成長加速に向け、人材への積極的な投資の継続

上記のアプリ開発やサービスラインナップ拡充を自社で進めるため、開発要員を中心とした人材採用を積極化している。16/7期は27人(内開発要員17名)の新規採用を実施し、期末人員数は59名(15/7期末32名)となっている。

◆ FinTech 領域への取り組み

O2O で培った技術やノウハウを活用し、FinTech^{注8} 領域への取り組みを強化している。これまでに FinTech 系企業へ O2O 技術を提供した例としては、メガバンクのアプリに対する為替レートのプッシュ通知サービス提供、「popinfo」を活用したエヌ・ティ・ティ・データの「アプリバンキング」の地方銀行への提供などがある。

今後も O2O と親和性が高い FinTech サービスの開発を積極化し、企業への導入を図っていく考えである。

注 8) FinTech

金融（Finance）と技術（Technology）を組み合わせた造語で、ITを活用して金融、決済、財務サービスなどの領域にもたらさせるイノベーションのこと。

5. アナリストの評価

> 強み・弱みの評価

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表 13 のようにまとめられる。

【図表 13】SWOT 分析

強み (Strength)	・様々な機能を持つプラットフォーム「popinfo」を有すること ・集客・販売促進のための企画・ノウハウを蓄積していること ・O2Oアプリの企画・開発のできる技術者を有していること ・金融機関や交通機関、小売業者など幅広い業種を顧客としていること
弱み (Weakness)	・特定人物（代表取締役社長）への依存度が高い事業運営 ・小規模組織であること ・事業モデルを模倣される可能性があること
機会 (Opportunity)	・O2O関連市場の拡大が見込まれること ・顧客となる業種の拡大余地があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
脅威 (Threat)	・通信ネットワーク機器の故障、アクセス数の急増、コンピューターウィルス等が要因によるシステム障害 ・競合の増加による事業環境の悪化 ・新たな法令等による規制や既存法令の改正が事業に影響を及ぼす可能性

(出所) 証券リサーチセンター

> 経営戦略の評価

◆ 市場環境は追い風

同社の事業が拡大が続いている要因は、①規模拡大が続いている O2O 関連市場で事業展開していること、②様々な機能を持つプラットフォーム「popinfo」を持つこと、③集客、販売促進のためのノウハウやサービス開発に関するノウハウを蓄積していることなどにあると考えられる。

スマートフォンの普及やソーシャルメディアの浸透、位置情報サービスの進化による O2O 市場の拡大が続いている。証券リサーチセンター（以下、当センター）では、ネットとリアルを相互に行き来する消費行動は定着し、企業にとっての O2O マーケティングの重要性は今後更に高まっていくと予想している。O2O 専業としてポジションを確立した同社にとっては事業規模拡大のチャンスであると言える。

同社では、今後の成長戦略として、1) O2O アプリの開発による顧客層の拡大、2) サービスラインナップ拡充による単価の上昇、3) 成長加速に向け、人材への積極的な投資の継続を挙げている。

3) については、16/7 期に開発要員を中心とした 27 人という積極的な人材採用を実現している。これが、1)、2) のアプリ開発、サービスラインナップ拡充を実現するための原動力となり、中期的な顧客層拡大や単価上昇につながっていくと当センターでは考えている。

◆ FinTech 領域は有望な分野

同社は Finance（金融）系企業への O2O 技術の提供及び Finance 系機能への O2O 技術の転用といった、FinTech 領域への取り組みを強化している。これまでに、メガバンクや地方銀行、クレジットカード会社など、各種金融機関へ O2O 技術を提供しており、関連するノウハウの蓄積も進んでいる。

日本における FinTech は 15 年以降、急速に注目度が高まっており、テクノロジーの進歩、デジタル・ネイティブ世代（生まれた時からパソコンやインターネットが普及している環境で育った世代）の増加などを背景に関連市場規模も高い伸びとなっている。サービスは様々な金融領域へ広がっており、市場規模拡大はこの先も継続することが予想されている。

当センターでは、FinTech 関連は拡大が見込まれる有望な市場であり、同社の取り組みは、将来的な業績拡大に貢献する可能性が高いと考えている。

> 今後の業績見通し

◆ 17 年 7 月期も増収増益を見込む

17/7 期の会社計画は、売上高が前期比 30.1%増の 1,600 百万円、営業利益が同 46.1%増の 200 百万円、経常利益が同 45.5%増の 200 百万円、当期純利益が同 49.7%増の 138 百万円である（図表 14）。

【 図表 14 】 アイリッジの業績計画

	15/7期 実績	16/7期 実績	17/7期 会社計画	前期比
売上高	744	1,230	1,600	30.1%
月額報酬	190	295	400	35.2%
アプリ開発、コンサル等	552	934	1,200	28.4%
その他	2	—	—	—
売上総利益	305	458	—	—
売上総利益率	41.0%	37.3%	—	—
営業利益	107	136	200	46.1%
営業利益率	14.5%	11.1%	12.5%	—
経常利益	108	137	200	45.5%
経常利益率	14.5%	11.2%	12.5%	—
当期純利益	72	92	138	49.7%

（注）前期比は 16/7 期実績と 17/7 期会社計画との比較

（出所）アイリッジ決算短信および決算説明会資料をもとに証券リサーチセンター作成

17/7 期末のアプリ利用ユーザー数は 16/7 期末比 2,000～2,500 万ユーザー増加することを想定し、売上増につながることを見込んでいる。新規サービス・事業への取組強化による経費増加を想定するものの、売上高の伸びで吸収し、増収率を上回る営業利益の伸びを予想している。

株主還元に関しては、成長重視の投資を優先するという判断から、内部留保を優先して無配を継続する予定である。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

当センターでは、同社の 17/7 期業績について、売上高 1,600 百万円（前期比 30.1%増）、営業利益 200 百万円（同 46.1%増）、経常利益 200 百万円（同 45.5%増）、当期純利益 138 百万円（同 49.7%増）と、会社予想と同様の水準を予想している（図表 15）。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

- 1) 売上高については、「月額報酬」400 百万円（前期比 35.2%増）、「アプリ開発、コンサル等」が 1,200 百万円（同 28.4%増）と、同社計画と同水準を想定した。17/7 期末の「popinfo」利用ユーザー数は 16/7 期末比 2,200 万ユーザー増の 6,700 万ユーザーとなることを想定している。

2) 17/7 期の売上総利益率は前期比 0.5%ポイント改善の 37.8%と予想する。労務費と外注費の増加が予想されるものの、売上増で吸収できると判断した。販管費率については、人件費等の増加が見込まれるものの、売上増で吸収して 16/7 期比 0.9%ポイント改善すると想定した。

18/7 期以降も、継続的なアプリ開発が顧客数拡大に繋がり、売上高、利益の成長が継続することを予想している。売上高については 30%程度の成長が続き、営業利益率は改善傾向が続くと予想する。

【 図表 15 】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位:百万円)

	15/7	16/7	17/7CE	17/7E	18/7E	19/7E
損益計算書						
売上高	744	1,230	1,600	1,600	2,090	2,720
前期比	55.5%	65.2%	30.1%	30.1%	30.6%	30.1%
月額報酬	190	295	400	400	540	720
アプリ開発、コンサル等	552	934	1,200	1,200	1,550	2,000
その他	2	0	0	0	0	0
売上総利益	305	458	-	604	796	1,044
前期比	54.3%	49.9%	-	31.9%	31.8%	31.2%
売上総利益率	41.0%	37.3%	-	37.8%	38.1%	38.4%
販売費及び一般管理費	198	321	-	404	524	680
販管費率	26.6%	26.2%	-	25.3%	25.1%	25.0%
営業利益	107	136	200	200	271	364
前期比	296.1%	27.2%	46.1%	46.1%	35.5%	34.3%
営業利益率	14.5%	11.1%	12.5%	12.5%	13.0%	13.4%
経常利益	108	137	200	200	271	364
前期比	290.0%	27.2%	45.5%	45.5%	35.5%	34.3%
経常利益率	14.5%	11.2%	12.5%	12.5%	13.0%	13.4%
当期純利益	72	92	138	138	186	250
前期比	311.8%	27.4%	49.7%	49.7%	34.8%	34.4%

(注) CE:会社予想 E:証券リサーチセンター予想

(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料をもとに証券リサーチセンター作成

【 図表 16 】証券リサーチセンターの財政状態予想 (貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書)

(単位:百万円)

	15/7	16/7	17/7CE	17/7E	18/7E	19/7E
貸借対照表						
現預金	717	656	-	719	807	934
売掛金	128	227	-	296	386	503
仕掛品	18	36	-	48	62	81
前払費用	5	7	-	8	9	10
繰延税金資産	16	17	-	18	19	19
その他	0	0	-	0	0	0
流動資産	887	946	-	1,090	1,286	1,550
有形固定資産	0	8	-	8	8	8
無形固定資産	65	90	-	117	144	171
投資その他の資産	12	46	-	44	41	40
固定資産	77	146	-	170	194	220
資産合計	965	1,093	-	1,261	1,480	1,771
買掛金	53	44	-	57	75	97
未払金	15	8	-	9	9	9
未払費用	10	29	-	32	35	38
未払法人税等	42	33	-	35	37	39
未払消費税等	15	22	-	26	28	30
預り金	2	7	-	8	8	8
賞与引当金	27	42	-	52	62	72
資産除去債務	2	-	-	0	0	0
流動負債	170	189	-	221	256	297
資産除去債務	-	12	-	13	13	13
固定負債	-	12	-	13	13	13
純資産合計	795	890	-	1,026	1,211	1,460
(自己資本)	795	890	-	1,026	1,211	1,460
キャッシュ・フロー計算書						
税金等調整前当期純利益	108	137	-	200	271	364
減価償却費	24	42	-	43	43	43
賞与引当金の増減額 (－は減少)	12	15	-	10	10	10
受取利息	0	0	-	0	0	0
売上債権の増減額 (－は増加)	-40	-98	-	-68	-90	-116
棚卸資産の増減額 (－は増加)	-17	-17	-	-11	-14	-18
仕入債務の増減額 (－は減少)	26	-9	-	13	17	22
前払費用の増減額 (－は増加)	-1	-2	-	0	-1	-1
未払金の増減額 (－は減少)	11	-6	-	0	0	0
未払費用の増減額 (－は減少)	1	16	-	2	3	3
未払消費税等の増減額 (－は減少)	6	6	-	4	2	2
未払法人税等の増減額 (－は減少)	0	1	-	1	2	2
前受金の増減額 (－は減少)	-1	-	-	0	0	0
預り金の増減額 (－は減少)	0	5	-	0	0	0
その他	0	0	-	0	0	0
利息の受取額	0	0	-	0	0	0
法人税等の支払額	-23	-63	-	-62	-84	-114
営業活動によるキャッシュ・フロー	106	28	-	132	158	196
有形固定資産の取得による支出	-	-4	-	-5	-5	-5
無形固定資産の取得による支出	-46	-55	-	-65	-65	-65
資産除去債務の履行による支出	-	-4	-	0	0	0
敷金の支払・返還による支出・収入	-	-28	-	0	0	0
投資活動によるキャッシュ・フロー	-46	-92	-	-70	-70	-70
株式の発行による収入	330	-	-	0	0	0
新株予約権の行使による株式の発行による収入	-	2	-	0	0	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	330	2	-	0	0	0
現金及び現金同等物の増減額 (－は減少)	390	-61	-	62	88	126
現金及び現金同等物の期首残高	327	717	-	656	719	807
現金及び現金同等物の期末残高	717	656	-	719	807	934

(注) CE:会社予想 E:証券リサーチセンター予想

(出所) アイリッジ有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 「アプリ開発、コンサル等」の収益について

同社の売上は「月額報酬」と「アプリ開発、コンサル等」で構成されている。月額報酬を収受するビジネスは、アプリの利用ユーザー増加に応じた安定的な収益が見込める一方、アプリ開発については、検収時期の変動により売上計上時期にズレが生じることや、仕様変更により追加の工程が発生し、プロジェクト収支が悪化する可能性がある。

◆ システム障害について

同社は主にインターネット通信を利用してサービスを提供している。安全性維持のために、様々なセキュリティ対策を講じているものの、想定外のシステム障害やサービスへの妨害行為、自然災害等が生じた場合には事業展開に影響が出る可能性がある。

◆ 配当について

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けている。しかし、現在は財務体質の強化と事業拡大に向けた投資が先行するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定である。

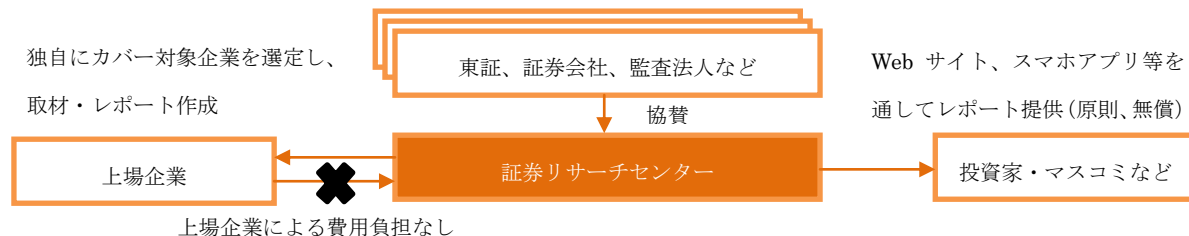
ホリスティック企業レポート(一般社団法人 証券リサーチセンター 発行)

アイリッジ (3917 東証マザーズ)

発行日:2016/10/07

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



■ 協賛会員

(協賛)

東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

新日本有限責任監査法人

優成監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

本レポートの特徴

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ 魅力ある上場企業を発掘

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ 企業の隠れた強み・成長性を評価

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ 第三者が中立的・客観的に分析

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

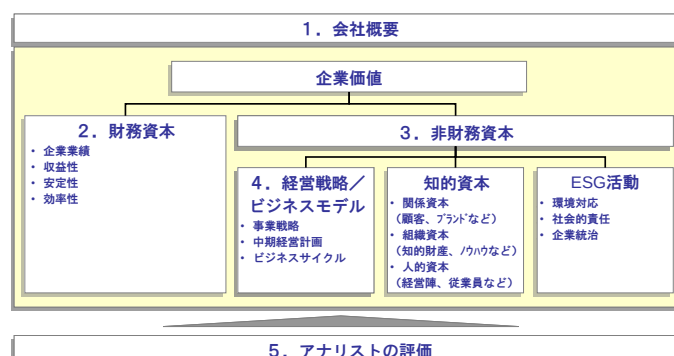
本レポートの構成

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略／ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



指標・分析用語の説明

■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

■ ESG

Environment: 環境、Society: 社会、Governance: 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を算するための評価指標 (ものさし) のことです

■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。