

# ホリスティック企業レポート エードット

## 7063 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート  
2019年4月2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 20190401

## セールスプロモーションや PR、クリエイティブ等の企画・制作・実施運営を行うブランディング事業を展開

アナリスト:高木 伸行 +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

## 【7063 エードット 業種:サービス業】

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)
2017/6	825	-	102	-	104	-	73	-	44.9	114.3	0.0
2018/6	1,451	75.9	124	21.6	122	17.3	87	19.2	50.1	168.8	0.0
2019/6 予	2,027	39.7	185	49.2	163	33.6	102	17.2	53.6	-	0.0

- (注) 1. 連結ベース。2019/6期は会社予想  
2. 2017年12月1日付で1:50の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正  
3. 2019/6期の1株当たり指標は公募株式数(550千株)を含めた期中平均株式数より算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価	2,953円(2019年4月1日)	本店所在地 東京都渋谷区
発行済株式総数	2,319,000株	設立年月日 2012年7月26日
時価総額	6,848百万円	代表者 伊達 晃洋
上場初値	2,453円(2019年4月1日)	従業員数 72人(2019年1月)
公募・売出価格	1,110円	事業年度 7月1日~翌年6月30日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 毎年9月
		【主幹事証券会社】 みずほ証券
		【監査人】 監査法人 A&A パートナース

## &gt; 事業内容

## ◆ ブランディング事業が主力業務

エードット(以下、同社)グループは同社並びに7社の子会社から成り、顧客企業に対してブランド構築のために種々のソリューションを提供している。

同社がセールスプロモーション(以下、SP)サービスやパブリックリレーションズ(以下、PR)サービスを、子会社の「カラス」がクリエイティブサービスを、同じく「噂」がバズサービスを提供している。この他、アジアを中心としたインバウンド・アウトバウンドに関するブランディングを行う「エードット・アジア」や一般消費者向けスポーツ教室のマッチングプラットフォームを管理・運営する「アスラボ」等の子会社を傘下に持つ(図表1)。

SP サービスは、商品やサービスの売上拡大を目的に、一般消費者の認知度や購買意欲の向上等、顧客が抱える課題解決のためのソリューションを提供している。プレゼントキャンペーンや他社商品とのタイアップ施策等の店頭プロモーションの企画・制作、試供品の配布により需要を喚起するサンプリング、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下、SNS)やデジタルコンテンツ等と連動したキャンペーンやイベントの企画、TVCMの制作等を行っている。

なお、同社は SP サービスの一部としてスーパーマーケット等での商品の試飲・試食といった販促活動を運営するイベントプロモーション運用サービスを行っていたが(17/6期の売上構成比17.1%)、17年7月に事業譲渡した。

PR サービスは顧客の商品・サービスがメディアに記事として取り上げられ、

消費者の注目を集めるよう、PR 戦略の企画立案から携わり、メディアプロモート、PR イベントを実施・運営している。

カラスが担当するクリエイティブサービスは顧客のブランドイメージや商品・サービスの強みをキャッチコピーやロゴ・マーク等により具現化することで、消費者に選ばれるブランドづくりを支援している。子会社の中ではカラスが一番の収益源となっている。

噂は SNS 利用者が情報を拡散したくなるような企画の立案やキャッチコピー・グラフィック等の制作を通じてより多くの消費者に情報を届け、顧客の商品・サービス対しての購買意欲向上や認知度向上につながる支援をバズサービスとして行っている。

顧客のニーズに合うような様々なサービスを組み合わせた提案を行うことが可能で、グループ各社との連携により、ワンストップでソリューションを提供できる体制にある。

【 図表 1 】 提供サービス

サービス	担当会社	内容
SPサービス	エードット	売上の拡大を目的とした一般消費者の認知度・購買意欲の向上等、顧客企業が抱える課題解決のための各種ソリューションを提供。具体的には店頭プロモーションの企画・制作、試供品の配布により、需要を喚起するサンプリング、SNSと連動したキャンペーンやイベントの企画等
PRサービス	エードット	顧客の商品・サービスが様々なメディアに記事・ニュースとして取り上げられ消費者の注目を集めるよう商品やサービスのPR戦略の企画立案から携わり、メディアプロモート、PRイベントの実施・運営等を行う
クリエイティブサービス	カラス	顧客のブランドイメージや商品・サービスの強みをキャッチコピーやロゴ・マーク等により具現化することで消費者に選ばれるブランドづくりを支援する
バズサービス	噂	SNS等での話題化が重要なマーケティング手法のひとつとなっている。SNS利用者がSNS上で情報を拡散したくなるような企画の立案、キャッチコピー、グラフィック等の制作を通じてより多くの情報を消費者に届け、顧客の商品・サービスの認知度、購買意欲向上につなげる支援を行う
「アスラポ」サービス	アスラポ	スポーツをテーマにした「アスラポ」サービスの提供
クロスボーダー・ブランディングサービス	エードット・アジア	アジアを中心としたインバウンド、アウトバウンドに関するブランディングを行う
人材サービス	S p a r k	採用活動や人材育成に関するコンサルティングを行う人材サービスの提供
コンサルティング	A R U Y O	事業やサービスをグロースさせるコンサルティングサービスの提供
クロスボーダー・コンサルティングサービス	北京伊藤商貿有限公司	中国進出を目指す日本企業、日本進出を目指す中国企業に向けたクロスボーダー・コンサルティングサービスを提供

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

同社のブランディング事業での代表的な受注例としては、17 年秋に行ったローソン(2651 東証一部)の「おにぎり屋」のリブランディングが挙げられる。「おにぎり屋」のロゴのデザイン、キーカラーの刷新、パッケージや店頭 POP 等、全体のリニューアルを行った。大手広告代理店 2 社とのコンペとなった

が、大手広告代理店が TVCM を軸とした提案であったのに対し、同社はターゲットを明確にした動画を Web 上で届けるという提案を行い、受け入れられた。「おにぎり屋」のリブランディングを機にローソンの他の商品のブランディングも担当している。

この他、東京メトロの広告キャンペーン「Find my Tokyo.」のビジュアルや明治の「プロビオヨーグルト PA-3」の居酒屋店とのタイアップによるサンプリング等多数の著名案件も担当してきた。

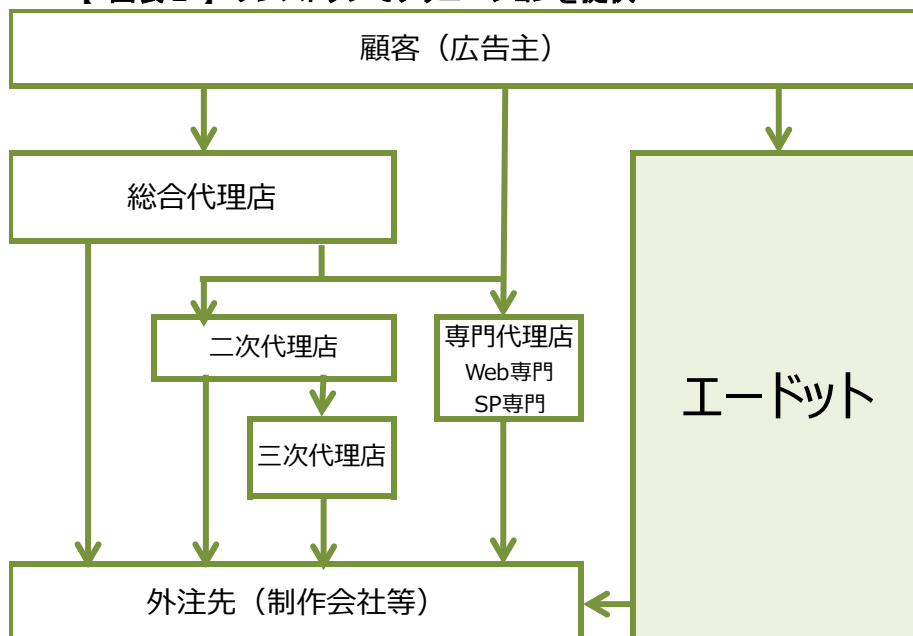
> 強み・特徴

◆ ワンストップソリューション

同社は元請けから下請けに至る多段階構造ではなくワンストップでソリューションを提供できる体制にある(図表 2)。二次代理店や三次代理店は顧客企業と企画等について直接意見を交換できる機会が極めて少なく、通例は総合代理店経由で顧客のニーズを把握するだけである。同社は専門領域をグループで内製していることから、総合代理店を始めとする機能を取り揃えており、顧客企業の多様なニーズに対して的確に応えられる体制にある。

同社は規模的には二次下請け、三次下請けとなってもおかしくはないが、総合的な提案力(つまり質の高さ)と対応の速さで元請けの地位を確保している。また下請けのマージンも節約できコスト競争力にもつながっている。

【 図表 2 】 ワンストップでソリューションを提供



(出所) 成長可能性に関する説明資料を基に証券リサーチセンター作成

◆ 特定取引先への依存度が高くなる傾向にある

同社は 18/6 期の売上高が 1,451 百万円と規模が小さく、大型案件の受注等により特定取引先への依存度が高くなる傾向にある。17/6 期は明治への売

上高が全体の 32.8%、凸版印刷(7911 東証一部)への売上高が 22.9%を占めた。18/6 期はローソンへの売上高が急拡大し、全体の 28.7%を占めるに至っている。

#### ◆ しがらみのない若い広告会社

同社グループの平均年齢は 30 歳に届いておらず、4 月に入社予定の新卒社員が加わると、更に平均年齢は低下する。常勤取締役 3 名の平均年齢も 35 歳と、若い人材から成る組織である。広告業界のベンチャー企業として既存メディアの広告枠の購買力は低いものの、若い人材からの企画や既存メディアにとらわれない提案力が同社の強みとなっている。

#### ◆ 優秀な人材が活躍できる環境

同社の採用は同社の社員や社外の信頼できる人脈からの紹介による、いわゆるリファーマル採用が 8 割程度を占めている。また、役割が明確な子会社群を多く持つことから、それぞれの分野に強みを持つ人材に適した環境も作り易い。権限移譲も進んでおり、自主性と自由度の高い企業となっている。

### > 事業環境

#### ◆ 市場環境

電通(4324 東証一部)の調査によれば、18 年の広告市場は前年比 2.2%増の 6 兆 5,300 億円と 7 年連続で増加している。インターネット広告費は同 16.5%増の 1 兆 7,589 億円となり、地上波テレビ広告費の 1 兆 7,848 億円に迫る水準となっている。大手広告代理店が得意としている新聞、雑誌、ラジオ、テレビのマス 4 媒体の広告費は同 3.3%減となっており、同社が得意とするインターネット広告が主流になりつつある。広告業界には電通、博報堂といった巨大広告代理店からブティックタイプの広告代理店等が多数存在する。

### > 業績

#### ◆ 過去の業績推移

同社は 12 年 7 月にスーパーマーケットの店頭等で商品の試飲や試食といった販売促進活動の運営を行うイベントプロモーション運用サービス(17 年 7 月に事業譲渡)を中心とした SP サービスの提供を目的に設立された。

その後、15/6 期に明治との取引を開始、16/6 期に PR サービスや「アスラボ」サービスを開始した。17/6 期にローソンとの取引を開始したのに加えて、クリエイティブサービスやバズサービスを開始した。同社は取引先や事業領域を拡大することにより、業績を拡大してきている(図表 3)。

#### ◆ 18 年 6 月期

18/6 期には、人材サービスとクロスボーダー・ブランディングサービスを開始したことと、ローソンとの取引が売上高の 28.7%を占めるまでに拡大したことにより、売上高は前期比 75.9%増の 1,451 百万円へと大幅に増加した。一方、

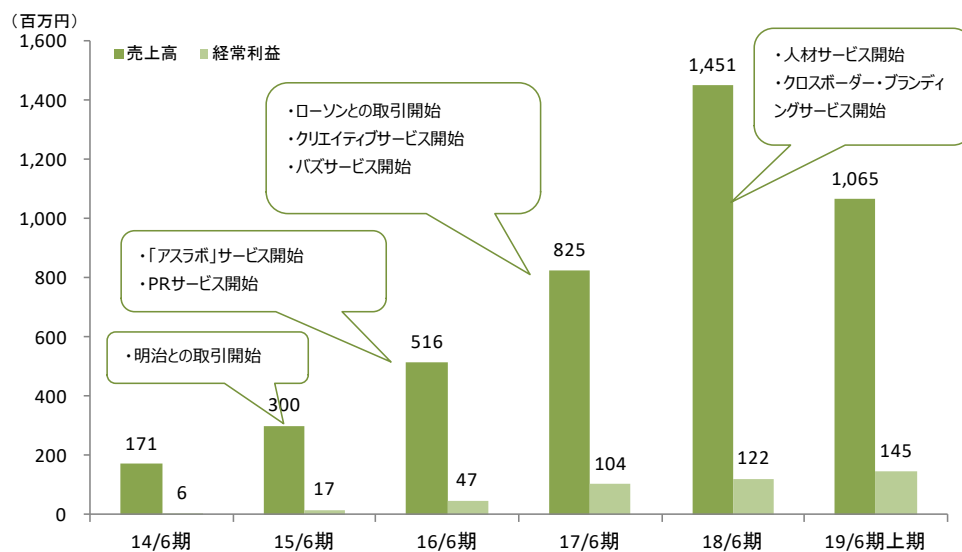
大幅増収に比して営業利益の増加率は同 21.6%増と低い水準にとどまっている。同社は売上総利益額を重視するという独特の予算の立て方をしており、売上から一定の利益を確保するという考え方を取っていないため、18/6期の営業利益率の悪化を同社は深刻にはとらえていない。

◆ 19年6月期第2四半期累計期間

19/6期第2四半期累計期間の業績は、売上高1,065百万円、営業利益145百万円、経常利益145百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益92百万円となった。営業利益は既に18/6期の実績を上回っており、好調な決算と言える。

19/6期に入ってから、18年7月に「ARUYO」を設立し、コンサルティングサービスを開始した。また、10月にはクロスボーダー・コンサルティングサービスを行う「北京伊藤商貿有限公司」を設立した。

【 図表 3 】 業績推移



(注) 16/6期までは単独ベース。17/6期以降は連結ベース  
(出所) 届出目論見書、成長可能性に関する説明資料より証券リサーチセンター作成

◆ 19年6月期会社計画

19/6期の会社計画は、売上高2,027百万円(前期比39.7%増)、営業利益185百万円(同49.2%増)、経常利益163百万円(同33.6%増)、親会社株主に帰属する当期純利益102百万円(同17.2%増)である(図表4)。

【 図表 4 】 19 年 6 月期会社計画

(単位:百万円)

	17/6期	18/6期	19/6期		
			上期	下期(予)	通期(予)
売上高	825	1,451	1,065	962	2,027
売上原価	435	835	560	582	1,142
売上総利益	390	615	504	381	885
販売費及び一般管理費	287	491	359	340	699
営業利益	102	124	145	40	185
営業外収支	2	-2	0	-22	-22
経常利益	104	122	145	18	163
特別損益	-	4	-	-	-
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	73	87	92	10	102

(出所) 届出目論見書、適時開示資料より証券リサーチセンター作成

同社は複数のサービスを組み合わせて提供しており、案件によっては利益率が低くなる傾向があるため、売上総利益の確保を重視して利益計画を立てている。また、売上高を追求するような目標を前面に出すと TVCM のような売上額が大きい一方、収益性が低い媒体にウエイトをかけすぎる弊害が生まれるが、それを避ける意味合いもあるようである。19/6 期の売上総利益は前期比 43.9%増の 885 百万円を同社は見込んでいる(売上高については売上総利益予想を想定売上総利益率で割り戻して算定している)。

同社にとって年間売上高が 50 百万円以上で知名度の高い広告主をナショナルクライアントと定義し、17/6 期 3 社、18/6 期 6 社から、19/6 期は 9 社の獲得を目指している。ナショナルクライアントに対しては、複合的にサービスを組み合わせて利益を確保するという戦略をとってゆくことになる。

販売費及び一般管理費は 699 百万円を想定している。人員の増加(26 名の増加)やそれに伴う間接費の増加を見込んでいる。営業外費用としては上場関連費用を考慮に入れており、特別利益や損失は見込んでいない。

第 2 四半期累計実績の 19/6 期計画に対する進捗率は売上総利益が 56.9%、営業利益が 78.4%、経常利益が 89.0%、親会社株主に帰属する四半期純利益は 90.2%と利益面では非常に高い進捗率となっている。下半期には新本社オフィスへの移転費用や上場費用等が見込まれるものの、証券リサーチセンターは同社の業績は良い流れにあると考えている。

#### ◆ 成長戦略

同社は成長戦略として、①国内市場でのシェア拡大、②クロスボーダー領域への事業領域の拡大、③自社サービスの開発・展開の 3 つを念頭に置いている。

国内市場でのシェア拡大に向けては、優秀な人材の確保とともに、優秀な人材が活躍できる環境を用意し、既存サービスの強化と新規サービスの内製化

を進めるとともにナショナルクライアントとの直接取引を拡大することを目指すとしている。

クロスボーダー領域への展開についてはクロスボーダー・ブランディングサービスを提供するエドット・アジアや中国への進出を目指す日本企業や日本進出を目指す中国企業へのクロスボーダー・コンサルティングサービスを提供する北京伊藤商貿有限公司が担うことになる。クロスボーダー領域については、19/6期の利益に対して1割程度の貢献を同社は期待しているようである。

「アスラボ」サービスのような自社サービスについてはストック型のビジネスモデルを意識しているが、一定の認知度に達するまでは売上の獲得が難しく、営業損失を計上している。同社は当分野については来期以降の課題としている。

## > 経営課題/リスク

(注)中国の国家戦略である商品追跡管理プロジェクト。中国政府の管理管轄のもと世界各国で展開される製品の偽造防止、ブランドの保護、商品の追跡管理、消費者購入情報の取得等に利用できる商品の追跡管理システム

### ◆ 中国事業に関する長期の業務委託契約と中国合弁会社

同社は中国の商品追跡管理プロジェクト「維信 312<sup>®</sup>」を推進する共和 JAPAN と 18 年 10 月から 7 年間に亘る業務委託契約を結び、業務委託料 35 百万円を一括で支払っている。「維信 312」関連のプロモーション案件を受注するためのサポートを受けているが、想定どおりに行かない場合は利益が上がらないリスクがあるとともに、前払費用として計上している業務委託費の減損損失の発生等により同社の経営成績に影響を与える可能性がある。

北京伊藤商貿有限公司は共和 JAPAN の取締役との合弁会社であり、当該取締役は同合弁会社の代表を兼務している。中国進出企業や日本進出企業に対するコンサルティングサービスの提供を事業領域としているが、事業環境の急変等により、事業計画からの大幅な乖離があった場合には同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

### ◆ 配当政策

同社は創業以来、配当を実施しておらず、当面の間は内部留保の充実と事業拡大に向けての事業投資を優先する意向である。19/6 期についても配当を実施しない予定である。

### ◆ 新株予約権行使による株式価値の希薄化

同社役職員に対して新株予約権を付与しているが、潜在株式総数は 279,450 株となり、発行済株式総数の 12.1%に相当している。新株予約権が行使された場合には、1 株当たりの株式価値が希薄化する可能性がある点には留意が必要である。



【 図表 5 】 財務諸表

損益計算書	2017/6		2018/6		2019/6 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	825	100.0	1,451	100.0	1,065	100.0
売上原価	435	52.7	835	57.5	560	52.6
売上総利益	390	47.3	615	42.4	504	47.3
販売費及び一般管理費	287	34.8	491	33.8	359	33.7
営業利益	102	12.4	124	8.5	145	13.6
営業外収益	4	-	4	-	2	-
営業外費用	2	-	6	-	2	-
経常利益	104	12.6	122	8.4	145	13.6
税引前当期(四半期)純利益	104	12.6	127	8.8	145	13.6
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	73	8.8	87	6.0	92	8.6

貸借対照表	2017/6		2018/6		2019/6 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	378	87.1	570	92.5	696	89.7
現金及び預金	165	38.0	293	47.6	348	44.8
売上債権	198	45.6	243	39.4	316	40.7
固定資産	55	12.7	45	7.3	80	10.3
有形固定資産	3	0.7	4	0.6	3	0.4
無形固定資産	0	0.0	5	0.8	4	0.5
投資その他の資産	51	11.8	35	5.7	71	9.1
総資産	434	100.0	616	100.0	776	100.0
流動負債	176	40.6	258	41.9	309	39.8
買入債務	75	17.3	98	15.9	105	13.5
固定負債	61	14.1	63	10.2	58	7.5
純資産	197	45.4	294	47.7	408	52.6
自己資本	197	45.4	294	47.7	408	52.6

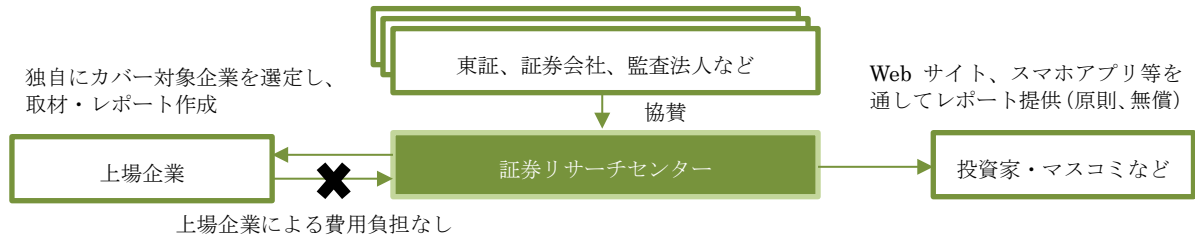
キャッシュ・フロー計算書	2017/6		2018/6		2019/6 2Q累計	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	10	78	34			
減価償却費	1	1	0			
投資キャッシュ・フロー	-43	2	-			
財務キャッシュ・フロー	72	37	20			
配当金の支払額	-	-	-			
現金及び現金同等物の増減額	38	118	54			
現金及び現金同等物の期末残高	165	293	348			

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

## 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。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所

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

EY 新日本有限責任監査法人

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

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 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。
- ・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・間接的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。