

ホリスティック企業レポート デジタリフト

9244 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2021年10月1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 20210930

デジタル広告の運用を代行するトレーディングデスクの専門会社 3つのサービスにより、クライアントの「長期的な伴走者」となることを目指している

アナリスト:大間知 淳 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【9244 デジタルリフト 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) |
|----------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|
| 2019/9 | 2,060 | 57.2 | 106 | - | 106 | 148.9 | 71 | 145.2 | 52.6 | 124.6 | 0.0 |
| 2020/9 | 2,065 | 0.2 | 110 | 4.3 | 113 | 6.1 | 73 | 3.1 | 53.7 | 178.3 | 0.0 |
| 2021/9 予 | 2,523 | 22.2 | 175 | 57.9 | 169 | 49.5 | 110 | 50.4 | 80.7 | - | 0.0 |

(注) 1. 単体ベース。2021/9期予想は会社予想

| 【株式情報】 | 【会社基本情報】 | 【その他】 |
|---------|---------------------|-----------------------|
| 株価 | 1,860円 (2021年9月30日) | 本店所在地 東京都港区 |
| 発行済株式総数 | 1,475,000株 | 設立年月日 2012年11月27日 |
| 時価総額 | 2,744百万円 | 代表者 百本 正博 |
| 上場初値 | 2,110円 (2021年9月28日) | 従業員数 49人 (2021年7月) |
| 公募・売出価格 | 1,570円 | 事業年度 10月1日から翌年9月30日 |
| 1単元の株式数 | 100株 | 定時株主総会 毎事業年度末日から3カ月以内 |
| | | 【主幹事証券会社】 みずほ証券 |
| | | 【監査人】 有限責任あずさ監査法人 |

> 事業内容

◆ デジタル広告の運用を代行するトレーディングデスクの専門会社

デジタルリフト(以下、同社)は、広告主からデジタル広告配信に関することを一手に引き受け、効果の最大化を目指して、広告の運用を代行するサービスであるトレーディングデスク事業の専門会社である。

デジタル広告は、特定メディアの広告枠を買取って掲載する「予約型広告」と、配信内容・配信数・配信先・広告予算等をリアルタイムで変更する「運用型広告」に大別されるが、トレーディングデスク会社が扱うのは運用型広告である。

同社のトレーディングデスク事業は、「アジャイル広告運用サービス」、「CdMO(シーディーエムオー)サービス」及び、20年4月にサービスを開始した「LIFT+(リフトプラス)」の3つのサービスによって構成されている。同社は、業界や広告予算規模にかかわらず、あらゆるクライアントニーズに合致した価値提供を目指している。具体的には、広告予算規模が小さいクライアントにはLIFT+、中規模のクライアントにはアジャイル広告運用サービス、大規模のクライアントにはCdMOサービスとアジャイル広告運用サービスの併用を提供している。20/9期のサービス別売上高構成比は、CdMOサービスとアジャイル広告運用サービスの併用36.0%、アジャイル広告運用サービス61.5%、LIFT+2.5%である。

(1) アジャイル広告運用サービスは、中～大規模クライアントを対象に、広告運用期間において、消費者の変化を捕捉しつつ、その変化に対応して運用計画を柔軟に変更して広告運用を継続することで、消費者の購買行動を喚起し、クライアントの売上向上への貢献を目指している。

同社の担当者が、運用計画設定時において自社のリサーチ情報とクライアントからのヒアリング情報・開示情報に基づいて配信構造を設定し、広告配信の運用を実行している。その後は、運用結果に応じて、運用計画を短いサイクルで継続的に改善する仕組みとなっている。

(2) CdMO サービスは、大企業を対象に、CMO(Chief Marketing Officer、最高マーケティング責任者)の digital(デジタル)領域の補佐役となることを目指して、同社の担当者が包括的なマーケティング・コンサルティングサービスを提供している。具体的には、デジタル戦略のアイデアの提供や、デジタルツールの最新事例及び他社事例の提供、新製品・新サービスの立上げに関するアドバイス、デジタルマーケティング組織の構築・強化等の方針検討等を行っている。

(3) LIFT+は、小規模企業や事業立上げ期の企業を対象に、独自開発のパッケージ型広告運用サービスを提供している。広告予算が限られているクライアントのために、業務を定型化・自動化することでコストを抑えつつ、運用品質を高く維持できるようにサービスを提供している。

運用計画の設定に当たっては、同社の担当者がヒアリングを行うが、効果的な配信設定を行った後は、広告配信ツールである LIFT+が設定通りに自動運用を行い、運用期間中及び運用終了後に、運用状況、配信結果をレポートとして自動的に生成し、クライアントに提供している。

同社は、特定の業種業界への特化を志向しておらず、多種多様な顧客層に対して、サービスを提供している。結果として、19/9 期から 21/9 期第 3 四半期までの延べ取引先業種数(広告代理店経由の取扱数は、案件単位で業種の数に含めている)は 83 業種にのぼっている。

また、同社は、「ノウハウを備えた専門人材」と幅広い「取扱い広告配信プラットフォーム」によって、専門性の高い運用体制を構築している。同社は、広告業界における技術変更点を習得し、知識レベルの標準化、組織内の人材育成を行える人材を、「ノウハウを備えた専門人材」と定義しており、同人材は、19/9 期末の 7 名から 21/9 期第 3 四半期末で 16 名に増加している。

同社は、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会(JIAA)の正会員である広告配信プラットフォーム事業者 35 社のうち、85.7%に当たる 30 社を取扱っており、多種多様なクライアントのニーズに対応している。

◆ 博報堂DYメディアパートナーズ等の 3 社への依存度が高い

同社の取引先は、広告代理店とエンドユーザーである広告主によって構成されている。主な広告代理店としては、博報堂DYホールディングス(2433

東証一部)の中核子会社である博報堂及び博報堂DYメディアパートナーズ、Web サイト制作やデジタルマーケティング支援等を手掛けるセンタード(東京都新宿区)が挙げられる。一方、主な広告主としては、テレビ朝日ホールディングス(9409 東証一部)の連結子会社で通信販売を手掛けるロッピングライフ、英国ブランド靴の販売会社であるドクターマーチン・エアウエアジャパン(東京都渋谷区)、ポート(7047 東証マザーズ・福証 Q-Board)の連結子会社で外壁塗装マッチングサイトを運営するドアーズ(東京都港区)が挙げられる。

売上高の約 5 割は広告代理店を経由している模様であり、特に、博報堂DYメディアパートナーズ等の広告代理店 3 社との取引が多い状態が継続している。各年度での各社との取引額には変動はあるが、3 社合計の取引額は、19/9 期以降では概ね売上高の 3 割前後で推移している(図表 1)。

【 図表 1 】 相手先別売上高の推移

| 相手先 | 19/9期 | | 20/9期 | | 21/9期3Q累計 | |
|-----------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
| | 金額 (百万円) | 割合 (%) | 金額 (百万円) | 割合 (%) | 金額 (百万円) | 割合 (%) |
| 博報堂DYメディアパートナーズ | 319 | 15.5% | 255 | 12.4% | 209 | 11.8% |
| 博報堂 | 89 | 4.3% | 80 | 3.9% | 179 | 10.2% |
| センタード | 273 | 13.3% | 278 | 13.5% | 151 | 8.6% |

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ フリークアウトグループとの関係は深くはない

同社は、12 年 11 月に、代表取締役の百本正博氏によってトレーディングデスクサービスを事業目的として設立された。13 年にはフリークアウト・ホールディングス(6094 東証マザーズ)の前身会社であるフリークアウトの認定パートナー資格を取得した。お互いが事業上のシナジー効果が期待できると考えたため、同社は 16 年 8 月にフリークアウトの連結子会社となった。

フリークアウト・ホールディングスは、21 年 7 月 31 日時点で同社の議決権の 54.9%を保有していたが、公募増資や売出しを実施後の上場時点でも同社株式の 32.5%を保有しており、同社はフリークアウト・ホールディングスの持分法適用会社に該当する。フリークアウト・ホールディングスは、DSP 注事業を中心に展開しており、同事業の中核子会社がフリークアウトである。同社のクライアントがフリークアウトの DSP サービスの利用を希望する場合、フリークアウトからの仕入取引が発生するが、その金額は、20/9 期において、広告枠の仕入に際しインターネットメディアやアドネットワークに支払うインターネット広告費(以下、媒体費)の 4.1%に相当する 64 百万円と僅少である。また、現時点で、フリークアウト・ホールディングスグループ内の他社との競合関係はない。

(注) DSP とは、ダイヤモンドサイドプラットフォームの略称であり、インターネット広告事業者の中で、広告主側の広告効果を最適化、最大化するための広告配信システムを開発、販売している事業者である。

同社の役員7名(取締役4名、監査役3名)のうち、フリークアウト・ホールディングスの出身者や、フリークアウト・ホールディングスの役職員の兼務者はいない。また、同社は、経営上の重要な意思決定において、フリークアウト・ホールディングスによる事前承認事項はなく、自由な事業活動は阻害されていないとしている。

◆ クライアントの「長期的な伴走者」になることを目指している

同社は、主力サービスであるアジャイル広告運用サービスのクライアントとは、複数年で契約しており、21/9 期第 3 四半期末における平均取引継続月数は 43.5 カ月と長い。クライアントの事業規模の拡大に応じて、CdMO サービスを付加する等、クライアントの「長期的な伴走者」となることを目指してサービスを提供していることが取引の長期化に繋がっていると見られる。

アジャイル広告運用サービスとCdMOサービスを対象とした四半期の1社あたり顧客取引高については、20/9 期第 3 四半期の 25,560 千円から 21/9 期第 2 四半期には 37,235 千円に増加しており、顧客との関係が深まっているようである(但し、21/9 期第 3 四半期は、新型コロナウイルス問題の影響を受けて、27,851 千円に減少した)。

同社の 20/9 期の原価率は 75.6%と高い。売上原価の全ては媒体費となっており、変動費に該当する。

サービス別の収益の内訳については、アジャイル広告運用サービスは、媒体費に 15~20%程度の手数料と、その他の付帯手数料を加算した金額となっている。CdMO サービスとアジャイル広告運用サービスの併用は、上記に加え、CdMO サービス手数料(コンサル費用や成果報酬、制作手数料等)を加算した金額となっている。LIFT+は、媒体費に 15~20%程度の手数料と初期設定手数料を加算した金額となっている。結果、サービス別の売上総利益率は、アジャイル広告運用サービスが最も低く、CdMO サービスとアジャイル広告運用サービスの併用が最も高くなっている模様である。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)については、給与手当、支払報酬、地代家賃、役員報酬、減価償却費等の固定費が中心を占めており、販管費率は 19.1%、営業利益率は 5.4%となっている。なお、CdMO サービスはコンサルティングサービスを提供しているため、給与手当等の人件費の負担が他のサービスよりも重くなっているが、営業利益率で見ても、CdMO サービスの収益性が最も高いことには変わりはないようである。

同社は、KPI として、平均取引継続月数、1 社あたり顧客取引高、既存取引先(自社で開拓した広告主)からの紹介顧客数及び同比率の四半期数値を挙げており、20/9 期第 1 四半期、または第 3 四半期以降の数値を開示している(図表 2)。

【 図表 2 】 KPI の推移

| | 20/9期 | | | | 21/9期 | | |
|------------------|-------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q |
| 平均取引継続月数(月) | 30.2 | 31.6 | 31.5 | 34.5 | 37.5 | 40.5 | 43.5 |
| 1社あたり顧客取引高(千円) | - | - | 25,560 | 27,605 | 32,837 | 37,235 | 27,851 |
| 既存取引先からの紹介顧客数(社) | - | - | 8 | 13 | 24 | 15 | 11 |
| 全紹介顧客数(社) | - | - | 28 | 25 | 39 | 36 | 24 |
| 既存取引先からの紹介比率 | - | - | 28.6% | 52.0% | 61.5% | 41.7% | 45.8% |

(注) 平均取引継続月数は直近取引顧客の契約期間。1社あたり顧客取引高の対象はアジャイル広告運用サービスと CdMO サービス。既存取引先は自社で開拓した広告主に限定されており、取引先の広告代理店を含まない。
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 特色・強み

◆ トレーディングデスク専業会社としての専門性等に特徴がある

同社の特色及び強みの多くは、トレーディングデスク専業会社としての専門性と強固な顧客基盤に関係している。

具体的には、(1)長期に亘る平均取引継続期間や幅広い顧客業種等、顧客基盤が強固であること、(2)顧客の広告予算の規模に応じて、適切なサービスを提供していること、(3)既存取引先からの紹介を通じて、継続的に新規顧客を開拓できていること、(4)マーケティング領域だけではなく、エンジニアリング領域にも精通した専門人材を育成できていること、(5)特定の大手だけではなく、幅広い広告配信プラットフォームに配信できる体制を構築していること、(6)3つのサービスがシナジー効果を発揮していること、(7)自己資本利益率が高いこと(20/9期 35.4%)等が特色及び強みとして挙げられる。

> 事業環境

◆ ネット広告の中でも運用型広告は高い伸びが継続している

電通の「2020年日本の広告費」によれば、20年のインターネット広告業界の市場規模は2兆2,290億円(前年比5.9%増)であった。中でも、運用型広告費は、巣ごもり消費等に伴うSNS、EC、動画配信サービス等への需要の高まりを背景に、1兆4,558億円と前年比9.7%の高い伸びが継続している。新型コロナウイルス感染症の影響から4~6月期には落込みも見られたものの、総広告費が同11.2%減少する中、通年では好調であった。

◆ 競合

運用型広告を中心としたデジタルマーケティングサービスを展開する競合企業としては、デジタルホールディングス(2389 東証一部)の連結子会社であるソウルドアウト(6553 東証一部)や、Orchestra Holdings(6533 東証一部)、フィードフォースグループ(7068 東証マザーズ)の中核子会社であるアナグラム等が挙げられる。競合会社の多くは、複数の事業やサービスを展開しているが、同社は、専業会社として、企業規模や業種を問わない幅広い顧客基盤と、エンジニアリング領域にも精通した人材の蓄積を武器にして、競合先に対抗する方針を示している。

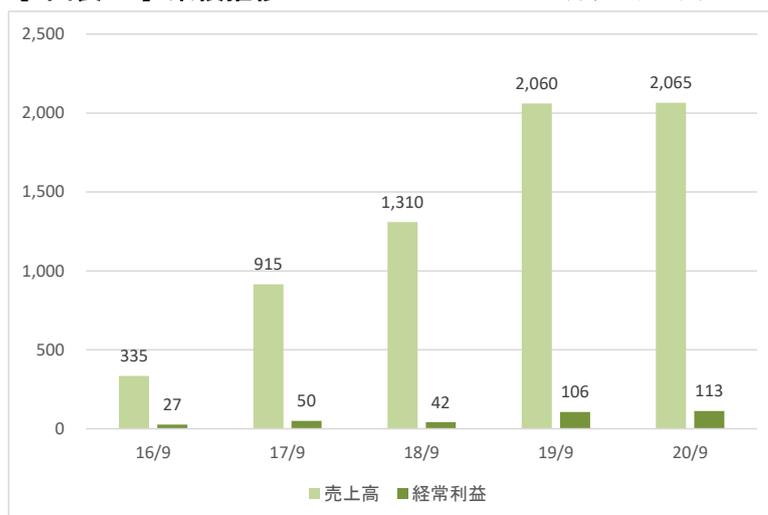
> 業績

◆ 過去の業績推移

届出目論見書には、同社の設立後4期目にあたる16/9期以降の業績が記載されている(但し、16/9期は決算期変更による11カ月決算)。20/9期に掛けての3期間では、運用型広告市場が成長する中、顧客数と1社あたり顧客取引高が共に拡大したため、売上高は年平均31.1%、経常利益は同30.4%増加した(図表3)。

【図表3】業績推移

(単位:百万円)



(注) 16/9期は決算期変更による11カ月決算

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 20年9月期業績

20/9期の業績は、売上高2,065百万円(前期比0.2%増)、営業利益110百万円(同4.3%増)であった(図表4)。

【図表4】業績の推移

| | 内訳 | 19/9期 | | 20/9期 | | | 21/9期3Q累計 | |
|------------|-------|-------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| | | 金額 (百万円) | 構成比 (%) | 金額 (百万円) | 構成比 (%) | 前期比 (%) | 金額 (百万円) | 構成比 (%) |
| 売上高 | | 2,060 | 100.0 | 2,065 | 100.0 | 0.2 | 1,770 | 100.0 |
| 売上原価 | | 1,564 | 75.9 | 1,560 | 75.6 | -0.2 | 1,297 | 73.3 |
| 売上総利益 | | 496 | 24.1 | 504 | 24.4 | 1.6 | 473 | 26.7 |
| 販売費及び一般管理費 | | 389 | 18.9 | 393 | 19.1 | 0.9 | 320 | 18.1 |
| | 給与手当 | 150 | 7.3 | 165 | 8.0 | 10.0 | - | - |
| | 支払報酬 | 41 | 2.0 | 35 | 1.7 | -13.5 | - | - |
| | 減価償却費 | 6 | 0.3 | 4 | 0.2 | -33.1 | 3 | 0.2 |
| 営業利益 | | 106 | 5.2 | 110 | 5.4 | 4.3 | 152 | 8.6 |
| 経常利益 | | 106 | 5.2 | 113 | 5.5 | 6.1 | 153 | 8.7 |
| 当期純利益 | | 71 | 3.5 | 73 | 3.5 | 3.1 | 100 | 5.7 |

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

売上高については、新型コロナウイルス問題により一部クライアントが広告予算を縮小した影響を受けたものの、1社あたり顧客取引高の増加や、20年4月に提供を開始したLIFT+の貢献もあり、前期並みの水準を確保した。

売上総利益率は、高利益率案件の獲得があり、19/9期の24.1%から24.4%に上昇した。一方、販管費は、支払報酬や減価償却費が減少したものの、給与手当の増加に加え、本社移転に伴う地代家賃(前期比14百万円増)の増加等があり、前期比0.9%増加した。なお、20/9期末の従業員数は、前期末比2名減の43名であった。

◆ 21年9月期第3四半期累計期間業績

21/9期第3四半期累計期間の業績は、売上高1,770百万円、営業利益152百万円であった。

サービス別売上高では、主要サービスであるアジャイル広告運用サービスとCdMOサービスが堅調に推移しており、特に、CdMOサービスでは、クライアントのコンサルティング領域が拡大している。また、LIFT+では、取扱社数と取扱高が堅調に増えている。

売上総利益率は、採算性が高いCdMOの売上高構成比の上昇により、前通期の24.4%から26.7%に上昇した。一方、販管費の伸びは抑制されており、販管費率は前通期の19.1%から18.1%に低下した。結果、営業利益率は、前通期の5.4%から8.6%に上昇した。

◆ 21年9月期の会社計画

21/9期の会社計画は、売上高2,523百万円(前期比22.2%増)、営業利益175百万円(同57.9%増)、経常利益169百万円(同49.5%増)、当期純利益110百万円(同50.4%増)である。

サービス別売上高は、アジャイル広告運用サービスが前期比184百万円(14.5%増)、CdMOサービスとアジャイル広告運用サービスの併用が同105百万円(13.6%増)、LIFT+が同173百万円(332.7%増)と見込まれている。

売上総利益率は、第3四半期累計期間の実績を基に、26.1%と計画されている。販管費は483百万円(前期比22.9%増)と見込まれている。主要科目別では、21/9期末の従業員数を63名(21年7月末は49名)と想定し、人件費(採用費を含む)が293百万円(同13.9%増)と計画されている。

営業外収益は、助成金収入(4百万円)を中心に6百万円と、営業外費用は、上場関連費用(10百万円)を中心に12百万円と見込まれている。一方、特別損益の発生は見込まれていない。

> 経営課題/リスク**◆ 顧客基盤の強化が経営課題**

同社は、拡大する運用型広告市場において、自社の市場シェアはまだ低いと認識しており、顧客基盤の強化を経営課題としている。顧客ニーズに合わせた柔軟なサービス提供を通じて課題に対処する方針である。

◆ 技術革新への対応が遅れるリスク

インターネット関連分野は、新技術の開発と新技術に対応した新サービスの導入が相次いでおり、非常に変化が激しい市場となっている。同社は最新の技術動向や企業ニーズ等に注視すると共に、優秀な人材の確保と育成に取り組む方針を掲げている。しかし、技術革新への対応が遅れた場合は、同社の事業の陳腐化や競争力の低下が起こる恐れがあるほか、新技術や新サービスに対応するための多大な投資が必要になった場合は、同社の財政状態や業績に影響を与える可能性がある。

◆ 大株主の株式売却リスク

フリークアウト・ホールディングスは、21年7月31日時点で同社の議決権の54.9%を保有していたが、公募増資や売出しを実施した上場時点でも同社株式の32.5%を保有している。長期的には、フリークアウト・ホールディングスが同社株式の全部、または、一部を売却する可能性はあり、その際は同社の株価に影響を及ぼす可能性がある。

また、21年7月31日時点で、ベンチャーキャピタルが組成した投資事業組合は、同社の議決権の7.3%を保有していたが、公募増資や売出しを実施した上場時点でも同社株式の5.0%を保有している。今後、一定の条件を満たした場合、投資事業組合が同社株式の全部、または、一部を売却する可能性はあり、その際は同社の株価に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 無配が当面続く可能性

同社は、現時点において自社が成長過程にあるという認識の下、将来の成長に必要な投資を優先しているため、設立以来、配当を実施していない。将来的には配当を検討する方針であるとしているものの、無配が当面続く可能性には注意が必要である。

【 図表 5 】 財務諸表

| 損益計算書 | 2019/9 | | 2020/9 | | 2021/9 3Q累計 | |
|---------------|--------|-------|--------|-------|-------------|-------|
| | (百万円) | (%) | (百万円) | (%) | (百万円) | (%) |
| 売上高 | 2,060 | 100.0 | 2,065 | 100.0 | 1,770 | 100.0 |
| 売上原価 | 1,564 | 75.9 | 1,560 | 75.6 | 1,297 | 73.3 |
| 売上総利益 | 496 | 24.1 | 504 | 24.4 | 473 | 26.7 |
| 販売費及び一般管理費 | 389 | 18.9 | 393 | 19.1 | 320 | 18.1 |
| 営業利益 | 106 | 5.2 | 110 | 5.4 | 152 | 8.6 |
| 営業外収益 | 2 | - | 4 | - | 2 | - |
| 営業外費用 | 1 | - | 2 | - | 1 | - |
| 経常利益 | 106 | 5.2 | 113 | 5.5 | 153 | 8.7 |
| 税引前当期(四半期)純利益 | 105 | 5.1 | 113 | 5.5 | 153 | 8.7 |
| 当期(四半期)純利益 | 71 | 3.5 | 73 | 3.5 | 100 | 5.7 |

| 貸借対照表 | 2019/9 | | 2020/9 | | 2021/9 3Q | |
|---------------|--------|-------|--------|-------|-----------|-------|
| | (百万円) | (%) | (百万円) | (%) | (百万円) | (%) |
| 流動資産 | 694 | 92.7 | 704 | 94.3 | 894 | 95.5 |
| 現金及び預金 | 404 | 54.0 | 449 | 60.2 | 608 | 64.9 |
| 売上債権 | 285 | 38.0 | 246 | 33.0 | 280 | 29.9 |
| 固定資産 | 54 | 7.3 | 42 | 5.7 | 42 | 4.5 |
| 有形固定資産 | 13 | 1.7 | 8 | 1.2 | 5 | 0.6 |
| 無形固定資産 | - | - | - | - | - | - |
| 投資その他の資産 | 41 | 5.5 | 33 | 4.5 | 36 | 3.9 |
| 総資産 | 749 | 100.0 | 746 | 100.0 | 937 | 100.0 |
| 流動負債 | 502 | 67.1 | 493 | 66.1 | 548 | 58.6 |
| 買入債務 | 226 | 30.3 | 188 | 25.3 | 192 | 20.5 |
| 短期借入金 | - | - | 200 | 26.8 | 200 | 21.3 |
| 1年内返済予定の長期借入金 | 16 | 2.2 | 16 | 2.2 | 47 | 5.1 |
| 固定負債 | 76 | 10.2 | 9 | 1.3 | 44 | 4.7 |
| 長期借入金 | 26 | 3.5 | 9 | 1.3 | 44 | 4.7 |
| 純資産 | 170 | 22.7 | 243 | 32.6 | 343 | 36.7 |
| 自己資本 | 170 | 22.7 | 243 | 32.6 | 343 | 36.7 |

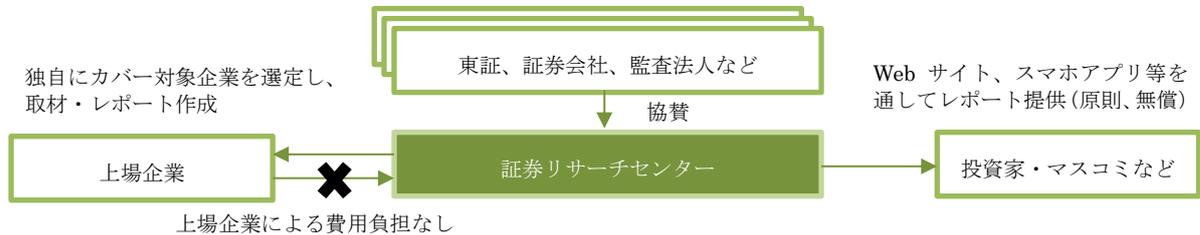
| キャッシュ・フロー計算書 | 2019/9 | | 2020/9 | |
|----------------|--------|-------|--------|-------|
| | (百万円) | (百万円) | (百万円) | (百万円) |
| 営業キャッシュ・フロー | 71 | 21 | | |
| 減価償却費 | 6 | 4 | | |
| 投資キャッシュ・フロー | -23 | -10 | | |
| 財務キャッシュ・フロー | 47 | 33 | | |
| 配当金の支払額 | - | - | | |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 95 | 44 | | |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 404 | 449 | | |

(出所) 届出目論見書を基に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

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社
有限責任監査法人トーマツ
日本証券業協会
監査法人 A&A パートナーズ

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
三優監査法人
日本証券アナリスト協会
宝印刷株式会社

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
太陽有限責任監査法人
エイチ・エス証券株式会社
株式会社プロネクサス

野村證券株式会社
株式会社 ICMG
株式会社 SBI 証券
いちよし証券株式会社

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。