

ホリスティック企業レポート ファイナズ 5125 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2022年9月30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 20220929

**動画制作を起点に中小企業の DX を支援する Video クラウド事業が主力
営業人員増強による顧客基盤拡大と動画制作単価の向上で成長を目指す**

アナリスト:鎌田 良彦 +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

【 5125 ファインズ 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)
2021/6	2,199	13.5	373	82.5	382	82.8	256	98.4	64.2	33.3	0.0
2022/6	2,595	18.0	591	58.4	601	57.3	420	64.1	101.0	97.5	0.0
2023/6 予	2,979	14.8	735	24.4	732	21.8	502	19.5	113.5	-	0.0

(注) 1. 単体ベース、2023/6期は会社予想
2. 2021年11月1日付で1:40の株式分割を実施、1株当たり指標は遡って修正
3. 2023/6期予想EPSは、公募株式数(250,000株)を含めた予定期中平均株式数で算出

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】
株価 2,044円 (2022年9月29日)	本店所在地 東京都渋谷区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 4,490,000株	設立年月日 2019年3月15日	野村證券
時価総額 9,178百万円	代表者 三輪 幸将	【監査人】
上場初値 2,703円 (2022年9月28日)	従業員数 263人 (2022年7月)	太陽有限責任監査法人
公募・売出価格 1,800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 事業年度終了後3カ月以内	

> 事業内容

◆ 動画制作を起点に中小企業のマーケティング DX を支援

ファインズ(以下、同社)は、中小企業及び個人事業主向けに、動画を活用した顧客のマーケティング DX(デジタルトランスフォーメーション)を支援する Video クラウド事業と、店舗向け予約・顧客管理システムの提供により店舗 DX を支援する店舗クラウド事業を行っている。Video クラウド事業では、製品・サービスの PR や人材採用のための会社紹介等の動画を制作し、同社の動画配信プラットフォームで配信し、動画視聴データに基づくマーケティング支援等のコンサルティングも行っている。

22/6期のセグメント別売上高は、Video クラウド事業が2,369百万円(売上高構成比 91.3%)、店舗クラウド事業が226百万円(同 8.7%)と Video クラウド事業が太宗を占めている(図表1)。

【 図表 1 】 売上内訳

	20/6期		21/6期		22/6期	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
Videoクラウド事業	1,535	79.2	1,837	83.5	2,369	91.3
店舗クラウド事業	402	20.8	362	16.5	226	8.7
合計	1,937	100.0	2,199	100.0	2,595	100.0

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ Video クラウド事業

Video クラウド事業では、動画制作サービス、動画配信プラットフォームサービス、DX コンサルティングの 3 つのサービスを提供している。22/6 期の Video クラウド事業の売上高構成比は、動画制作サービスが 85.5%、動画配信プラットフォームサービス(利用料)が 1.6%、DX コンサルティングが 12.9%であった。

動画制作サービスでは、長さが 3 分程度までの動画を制作している。動画の利用目的は、企業のブランディング及び商品・サービスの PR と人材採用のための会社紹介が凡そ半々となっている。動画制作サービスの累計取引社数は、22 年 7 月末で 7,735 社となっている。

制作する動画は、再生開始から終了まで一方通行で情報を提供する通常の動画に加え、動画の途中にあるタッチポイントを触ることでより深い情報を得ることができたり、ストーリーを選択することが可能なインタラクティブ動画や VR^{注1}(360°)動画もある。

19 年 11 月にサービスを開始した有料動画配信プラットフォームである Video クラウドでは、制作した動画を顧客のホームページやランディングページに配信している。Video クラウドのアカウント数は、22/6 期末で 1,446 アカウントとなっている。

Video クラウドの利用料金は、月額 5,000 円のライトプラン、同 10,000 円のスタンダードプラン、同 35,000 円のプレミアムプランの 3 つがある。ライトプランでは、制作動画を Viewer 機能で視聴できるほか、動画の視聴データの分析ができる。スタンダードプランでは、動画にタッチポイントを設置できるインタラクティブ動画の利用ができる。プレミアムプランでは、ストーリー分岐ができる動画や VR(360°)動画の利用に加えてや数量化されたデータやユーザーの興味・関心に関してのデータ等の定性的なデータの取得が可能になる。利用プラン数ではライトプランが多い。

DX コンサルティングでは、動画視聴データ活用のコンサルティングやサイト制作、デジタルマーケティングの支援等のコンサルティングを行っている。25 人規模の DX コンサルタントが従事しており、22/6 期には、オプションサービスである DX コンサルティングの付帯率は約 13%だった。

◆ 店舗クラウド事業

店舗クラウド事業では、店舗の予約・顧客管理システムの「TSUNAGU」と「いつあき」を運営している。TSUNAGU は、来店したユーザー情報の台帳管理機能やメルマガ配信機能を持ち、24 時間の予約対応が可能なシステムである。いつあきは、シンプルに予約のみを行うシステムとなっている。売上高は、契約時の初期制作費用と月額利用料からなる。両システムとも、来

(注 1)Virtual Reality の略。人工的に作られた仮想空間を表示させて仮想空間を現実かのように体験させる技術

店型ビジネスに対応したものであるため、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で新規契約が低調に推移した。このため、今後は、新規顧客の開拓は行わず、既存顧客の機能追加等への対応のみを行う計画である。

> 特色・強み

◆ セールスコンサルタントによる直販体制

22/6 期の制作動画納品件数は前期比 16.6%増の 1,523 件であり、納入顧客数もほぼ同数であった(図表 2)。また、制作した動画は 4~5 年程度は利用するため、リピート顧客よりも新規顧客が多い。

22/6 期における動画の販売はセールスコンサルタントによる直販が 98.6%を占め、残りは代理店によるものであった。セールスコンサルタント数は 22/6 期末 139 人、期中平均では 120 人(前期比 57.9%増)であり、東京の本社のほか、大阪、名古屋、札幌、仙台、福岡に営業所を設置し、それぞれの地域での営業を行っている。

【 図表 2 】 Video クラウド事業の主要経営指標

		20/6期	21/6期	22/6期
セールスコンサルタント数	人	63	76	120
動画制作サービス納品件数	件	1,189	1,306	1,523
動画制作単価	千円	860	1,100	1,320
内製化率	%	33.6	34.1	46.6

(注)1.セールスコンサルタント数は Video クラウド事業(DX コンサルティングを除く)の期中平均在籍人数
 2.内製化率は、動画制作工程の①ディレクション、②撮影、③編集、④納品のうち、②撮影以外の工程を同社で担った案件の比率
 (出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

(注 2) Robotic Process Automation の略。従来人間が行ってきた作業をルールエンジンや AI、機械学習等を含む認知技術を活用して代行・代替する取り組み

同社では見込顧客リストを作成する際に、RPA^{※2}を活用している。過去の顧客 19,000 社を対象に、業種や設立年月等によりスコア化し、RPA を利用して Google 検索により、その条件に合う企業をスクリーニングし、毎月 2 万社程度の見込顧客リストを作成している。この見込顧客リストをもとに、メルマガやセミナー、Web コンテンツの提供等による営業を行っている。セールスコンサルタントによる営業で、DX の意義や必要性等、顧客の潜在ニーズを顕在化させて受注を獲得しており、セールスコンサルタントによる直販体制が同社の強みとなっている。

◆ 一気通貫のサービス提供体制と動画制作の内製化

同社では、動画制作のクリエイティブ部門、セールスコンサルタント、DX コンサルタント、既存顧客をサポートするカスタマーサクセス部門等、機能別の分業体制を構築し、営業から動画制作、Video クラウドによる配信、DX コンサルティングの提供までを一気通貫で提供している。動画制作においても内製化率を高めており(図表 2)、これが直近の売上総利益率の上昇につながっている。

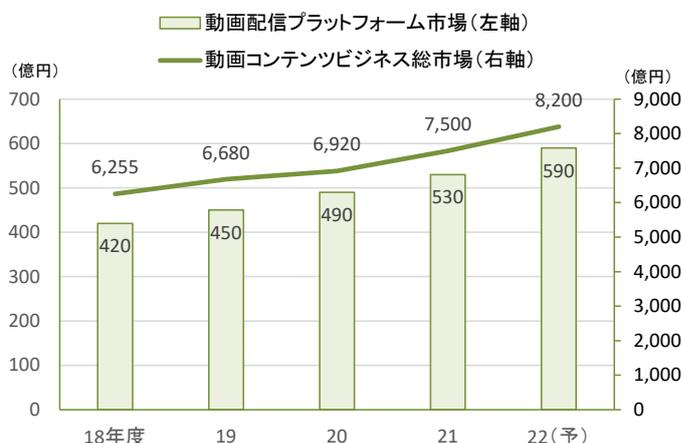
> 事業環境

◆ 拡大する動画コンテンツビジネス事業

矢野経済研究所の「2022 動画コンテンツビジネス動向」によれば、①動画制作サービス、②動画編集ソフト、③動画配信プラットフォーム(有料)、④ライブ配信アプリ、⑤アニメ制作の5市場からなる、

動画コンテンツビジネス総市場規模は、21年度に7,500億円(前年度比8.4%増)に達したと推計されており、22年度には8,200億円(同9.3%増)と予想されている(図表3)。このうち、有料の動画配信プラットフォームは、21年度の530億円(前年度比8.2%増)から22年度には590億円(同11.3%増)に達すると予想されている。新型コロナウイルス感染症拡大を契機に対面での活動が制限され、動画コンテンツ活用した企業広告や販売促進等が増加していることが成長の背景としている。

【図表3】動画コンテンツビジネス市場の推移と予想



(出所) 矢野経済研究所「2022 動画コンテンツビジネス動向」より証券リサーチセンター作成

◆ 高成長が見込まれるデジタル関連ビジネスコンサルティング市場

IDC Japan が公表した「国内コンサルティングサービス市場予想 2021年～2025年」(2021年7月)によれば、国内コンサルティングサービス市場は、20年の8,623億円(前年比1.1%増)から25年には1兆2,551億円と年率7.8%成長が見込まれている。

国内コンサルティングサービス市場のうち、デジタル関連ビジネスコンサルティングは、DX支援型案件が増加していることから、20年の1,337億円(前年比29.3%増)から25年には4,986億円と年率30.1%の高成長が見込まれている。

> 業績

◆ 競合

競合先としては、動画制作では映像制作会社、動画配信プラットフォームでは、Jストリーム(4308 東証グロース)や米国の Brightcove Inc.等、DX コンサルティングでは、船井総研ホールディングス(9757 東証プライム)傘下の船井総合研究所等があるが、個人事業主を含む中小企業向けに、動画制作から動画配信プラットフォームの運営、DX コンサルティングまでを一気通貫で行っている競合先はないと当社では見ている。

◆ 過去の業績推移

同社の前身企業のファインズ(以下、旧ファインズ)は、Web サイトの制作等を行うフリーセル(現ブランディングテクノロジー(7067 東証グロース))の100%子会社として09年5月に設立され、携帯電話やスマートフォン向けサイトの制作等を行ってきた。13年12月には、旧ファインズの代表取締役社長武吉広大氏とその資産管理会社がフリーセルから全株式を取得し、資本関係を解消した。

その後、旧ファインズの業績が伸び悩む中で、18年6月に現代表取締役社長である三輪幸将氏が旧ファインズの代表取締役社長に就任し、店舗予約事業から15年に開始した動画事業へのシフトや、不採算事業の整理等を行い業績を回復させた。19年3月には三輪社長がLBOのための特別目的会社エスピーシーを設立し(名目的存続会社)、旧ファインズの株主から株式を取得して完全子会社化した。19年6月にエスピーシーが旧ファインズを吸収合併、社名をファインズと変更した(図表4)。旧ファインズの事業や従業員を継承しており、旧ファインズが実質的な存続会社といえる。

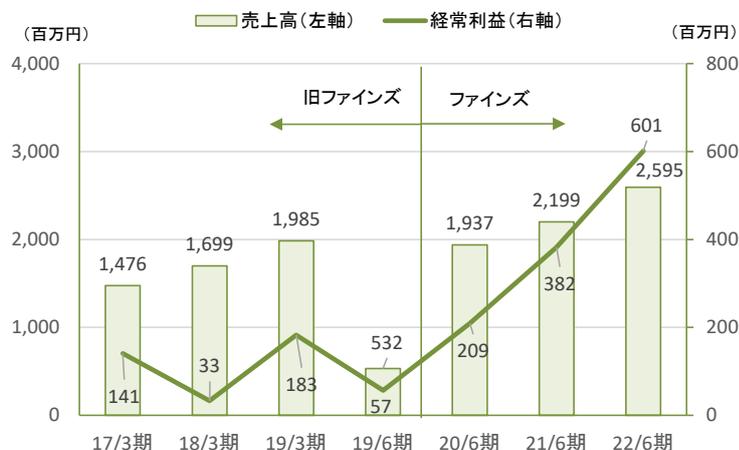
【 図表 4 】 沿革

年月	事項
2009年5月	フリーセル(現ブランディングテクノロジー)の100%子会社としてファインズを設立
2009年7月	モバイルFlashサイト制作の提供開始
2010年9月	スマートフォンサイト制作の提供開始
2013年8月	予約システム「TSUNAGU」、「いつあき」の提供開始
2015年1月	動画サービスの提供開始
2016年2月	デジタルマーケティング支援サービスの提供開始
2017年8月	広告配信レポートシステム「Raise」の提供開始
2017年12月	自社メディア「manga factory」を公開
2019年3月	特別目的会社エスピーシーを設立(現同社)
	エスピーシーがファインズの株式をLBOにより取得し完全子会社化
2019年6月	エスピーシーがファインズを吸収合併し、称号をファインズに変更
2019年11月	動画配信プラットフォームサービス「Videoクラウド」の提供開始

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

LBOにより同社が事業を引き継いで以降は、動画制作、動画配信、DX コンサルティングを行う Video クラウド事業の拡大により、売上高、経常利益とも拡大している(図表5)。

【 図表 5 】 業績推移



(注)19/6 期は決算期変更に伴い3 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

◆ 22 年 6 月期

22/6 期の業績は、売上高 2,595 百万円(前期比 18.0%増)、営業利益 591 百万円(同 58.4%増)、経常利益 601 百万円(同 57.3%増)、当期純利益 420 百万円(同 64.1%増)であった。

Video クラウド事業の売上高は、2,369 百万円(前期比 29.0%増)と大幅に伸びた。期中平均のセールスコンサルタント数が 120 人(同 57.9%増)と増加し、制作動画納品件数が 1,523 件(同 16.6%増)と増え、顧客層を同社の定義によるスモール(従業員数 1~19 人の企業及び個人事業主)に加え、ミディアム B(同 20~99 人の企業)にシフトを進めたため、動画制作単価が 132 万円(前期比 20.0%増)と上昇したことが寄与した。店舗クラウド事業の売上高は、226 百万円(同 37.6%減)に留まった。店舗クラウド事業は、顧客対象が来店型ビジネスを展開する事業者であり、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて新規契約が低迷した。

動画制作の内製化率を 21/6 期の 34.1%から 22/6 期には 46.6%に高めたことを主因に、売上原価率が 21/6 期の 22.0%から 22/6 期には 18.9%に低下し、販売費及び一般管理費(以下、販管費)の伸びが増収率を下回ったこともあり、営業利益と経常利益の大幅増益につながった。

◆ 23 年 6 月期の会社計画

同社の 23/6 期計画は、売上高 2,979 百万円(前期比 14.8%増)、営業利益 735 百万円(同 24.4%増)、経常利益 732 百万円(同 21.8%増)、当期純利益 502 百万円(同 19.5%増)である(図表 6)。

Video クラウド事業の売上高は、2,872 百万円(前期比 21.2%増)を見込んでいる。期中平均のセールスコンサルタント数は152人(同 26.7%増)、動画制作単価は135万円(同 2.3%増)、動画の内製化率は60%(同 13.4%ポイント上昇)という計画に基づいている。セールスコンサルタント拡充により新規顧客開拓が進むとして、売上高拡大を見込んでいる。

店舗クラウド事業の売上高は、107 百万円(前期比 52.7%減)と引き続き減少する計画である。新規顧客開拓は見込まず、既存顧客からの追加サービスと月額利用料のみを見込んでいるためである。

【 図表 6 】 23 年 6 月期会社計画

	22/6期		23/6期会社計画		
	(百万円)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,595	100.0	2,979	100.0	14.8
Videoクラウド事業	2,369	91.3	2,872	96.4	21.2
店舗クラウド事業	226	8.7	107	3.6	-52.7
売上原価	491	18.9	530	17.8	7.9
売上総利益	2,104	81.1	2,449	82.2	16.4
販売費及び一般管理費	1,512	58.3	1,713	57.5	13.3
営業利益	591	22.8	735	24.7	24.4
営業外収支	10	-	-3	-	-
経常利益	601	23.2	732	24.6	21.8
当期純利益	420	16.2	502	16.9	19.5

(注) 端数処理の関係で合計と一致しない

(出所) 「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

売上原価の主要項目は、外注費と労務費である。動画制作の内製化率引き上げにより外注費の抑制を進め、売上原価は530百万円(前期比 7.9%増)、売上総利益は2,449百万円(同 16.4%増)の計画である。売上原価率は17.8%と前期比 1.1%ポイントの低下を見込んでいる。

販管費の主要項目は、人件費、採用費とシステム利用料等の支払手数料である。人件費、採用費は、営業部門を中心とした20名の採用計画に基づいて増加を見込んでいる。また、同社のサービス認知拡大を目的とした広告宣伝費26百万円を見込んでいる。これらの結果、販管費は1,713百万円(前期比 13.3%増)、営業利益は735百万円(同 24.4%増)の計画である。

営業外収益では、顧客が動画制作をキャンセルした場合の逸失利益に相当する受取補償金18百万円を見込み、営業外費用では上場関連費用21百万円を見込み、経常利益は732百万円(前期比 21.8%増)の計画である。特別損益は見込んでおらず、当期純利益は502百万円(同 19.5%増)の計画である。

> 経営課題/リスク**◆ 成長戦略**

同社は今後の成長戦略として、①顧客層をスモールからミディアム B にシフトすることによる動画制作単価の上昇、②セールスコンサルタントの強化、③動画制作の内製化の推進を挙げている。セールスコンサルタントの強化については、潜在化している中小企業の動画活用による DX の推進を顕在化させる重要な役割を担っているとの考えから、その採用と育成を重視している。営業拠点の拡大も検討している。

◆ 人材の採用と育成

セールスコンサルタント及び DX コンサルタントの採用と育成は、新規顧客の開拓と DX コンサルティングの提供による顧客当たり売上高の拡大に重要な役割を果たす。採用は第 2 新卒を含む中途採用を中心に行われているが、人材の採用と育成が計画通りに進まない場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ Video クラウド事業への依存度の高さ

同社は Video クラウド事業の売上高構成比が 22/6 期 91.3%、23/6 期会社計画で 96.4%と Video クラウド事業への依存度が高い。市場成長率の鈍化や競争激化等により、売上高が伸び悩んだり、減少する場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 景気低迷による中小企業の業況悪化

同社の顧客基盤は個人事業主を含む中小企業である。景気の低迷により中小企業の業況が悪化する場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 配当政策

同社は、成長過程にあるとのから、内部留保を充実させ、事業拡大のための新規投資を実行することが、長期的に株主に対する利益還元になると考えている。今後も将来の成長のための内部留保の確保を基本方針としており、現時点においては、配当実施の可能性及び実施時期等については未定としている。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2020/6		2021/6		2022/6	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,937	100.0	2,199	100.0	2,595	100.0
売上原価	485	25.0	484	22.0	491	18.9
売上総利益	1,451	74.9	1,715	78.0	2,104	81.1
販売費及び一般管理費	1,246	64.3	1,341	61.0	1,512	58.3
営業利益	204	10.5	373	17.0	591	22.8
営業外収益	11	-	15	-	16	-
営業外費用	7	-	6	-	7	-
経常利益	209	10.8	382	17.4	601	23.2
税引前当期純利益	206	10.6	382	17.4	601	23.2
当期純利益	129	6.7	256	11.6	420	16.2

貸借対照表	2020/6		2021/6		2022/6	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	821	75.3	1,118	80.0	1,216	82.3
現金及び預金	567	52.0	867	62.1	965	65.3
売上債権	206	18.9	203	14.5	211	14.3
棚卸資産	16	1.5	15	1.1	11	0.7
固定資産	269	24.7	279	20.0	261	17.7
有形固定資産	14	1.3	16	1.1	14	0.9
無形固定資産	172	15.8	149	10.7	129	8.7
投資その他の資産	82	7.5	114	8.2	117	7.9
総資産	1,090	100.0	1,397	100.0	1,478	100.0
流動負債	471	43.2	612	43.8	660	44.7
買入債務	35	3.2	29	2.1	25	1.7
1年内償還予定の社債	20	1.8	20	1.4	20	1.4
1年内返済予定の長期借入金	78	7.2	70	5.0	-	-
固定負債	485	44.5	394	28.2	-	-
社債	40	3.7	20	1.4	-	-
長期借入金	445	40.8	374	26.8	-	-
純資産	133	12.2	390	27.9	818	55.3
自己資本	133	12.2	390	27.9	818	55.3

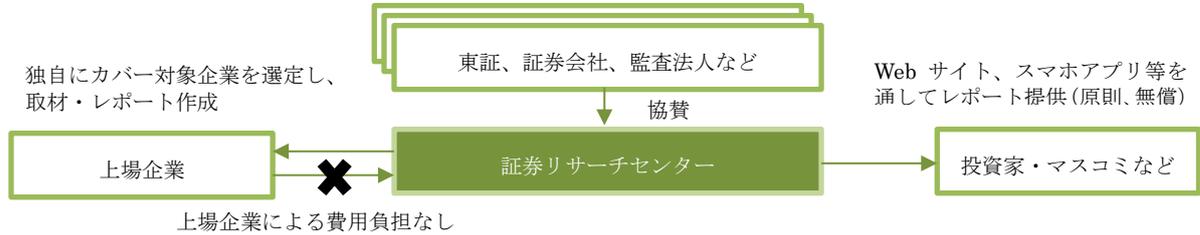
キャッシュ・フロー計算書	2020/6		2021/6		2022/6	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	237	431	561			
減価償却費	15	10	7			
のれん償却額	18	18	18			
投資キャッシュ・フロー	28	-33	-3			
財務キャッシュ・フロー	-98	-98	-460			
配当金の支払額	-	-	-			
現金及び現金同等物の増減額	167	299	98			
現金及び現金同等物の期末残高	567	867	867			

(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
太陽有限責任監査法人
PwC 京都監査法人
監査法人 A&A パートナーズ
株式会社プロネクサス

S M B C 日興証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
有限責任監査法人トーマツ
エイチ・エス証券株式会社
仰星監査法人
日本証券業協会

大和証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
株式会社 S B I 証券
いちよし証券株式会社
監査法人アヴァンティア
日本証券アナリスト協会

野村證券株式会社
株式会社 I C M G
三優監査法人
宝印刷株式会社

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。