

スターティアホールディングス (3393)

連結通期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
FY03/2019		11,907	517	573	323	32.15	9.00	473.95
FY03/2020		12,778	732	771	219	22.45	9.00	478.24
FY03/2021会予		13,000	(200)	(200)	(372)	(37.97)	10.00	-
FY03/2020	前年比	7.3%	41.6%	34.5%	(32.0%)	-	-	-
FY03/2021会予	前年比	1.7%	-	-	-	-	-	-
連結半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q-2Q FY03/2020		6,240	320	335	180	-	-	-
3Q-4Q FY03/2020		6,538	412	435	39	-	-	-
1Q-2Q FY03/2021会予		6,000	(340)	(340)	(441)	-	-	-
3Q-4Q FY03/2021会予		7,000	140	140	69	-	-	-
1Q-2Q FY03/2021会予	前年比	(3.8%)	-	-	-	-	-	-
3Q-4Q FY03/2021会予	前年比	7.1%	(66.1%)	(67.9%)	73.2%	-	-	-
連結四半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q FY03/2020		2,873	(2)	(12)	(31)	-	-	-
1Q FY03/2021		2,758	(143)	(132)	(100)	-	-	-
1Q FY03/2021	前年比	(4.0%)	-	-	-	-	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

1.0 エグゼクティブサマリー (2020年9月29日)

継続課金の追求

成長力の大きいデジタルマーケティングへの注力を進めるスターティアホールディングスは、継続課金に基づく収益の拡大を進めることを通して中長期的な成長を達成していくことを目指している。中期経営計画「NEXT'S 2025」では、2025年3月期に対して売上高 31,000 百万円、営業利益 3,300 百万円を達成することが計画されている。2020年3月期の実績を起点とした場合、2025年3月期に向けての5年間の年平均で増収率 19.4%、増益率 35.1%が見込まれていることになる。ただし、2021年3月期は、中長期的な成長に向けての過渡期となることを余儀なくされる。新型コロナウイルス感染症の影響が不可避であることに加えて、デジタルマーケティングにおいては、第1四半期より売切り販売を廃して継続課金への完全転換が行われており、これに伴う影響の発生も不可避である。更には、継続課金の強化に向けて先行投資も予定されており、これも短期的な損益に対して大きなマイナス影響を発生させる。継続課金は、売切り販売との比較で売上高を計上するタイミングを後ろ倒しする傾向が強い。従って、短期的な損益は低下せざるを得ないのだが、継続課金で売上高を計上していくことは、安定的な収益を生み出すストックを積み上げていくことに他ならず、中長期的な観点においては売切り販売との比較で、より大きな収益を安定的に達成することに寄与するとされている。

IR 窓口: 取締役 兼 グループ執行役員 植松 崇夫 (03 5339 2109 / tk.uematsu@startiaholdings.com)

2.0 会社概要

最先端を、人間らしく。

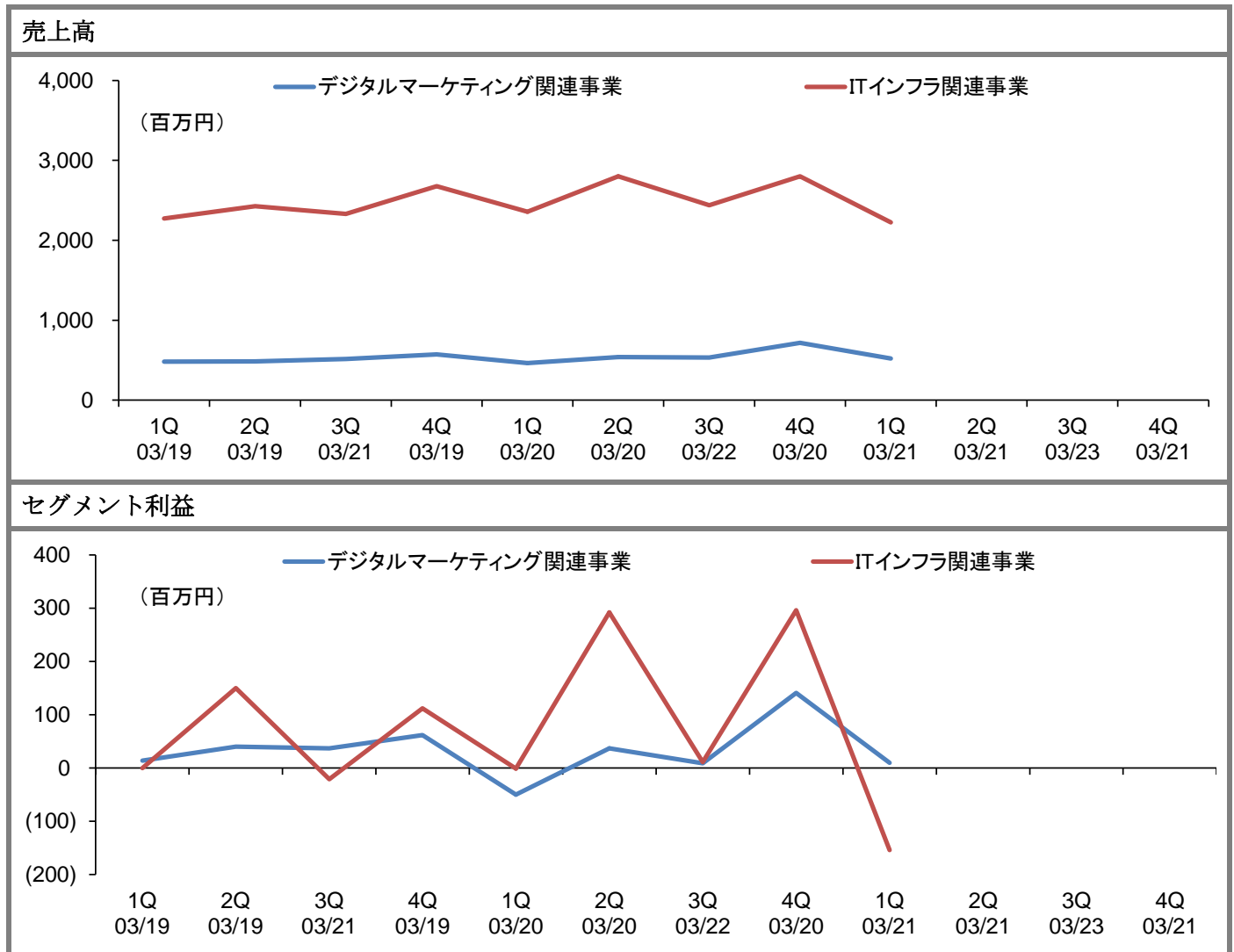
商号	スターティアホールディングス株式会社 Web サイト IR 情報 最新株価	
設立年月日	1996年2月21日	
上場年月日	2014年2月28日：東京証券取引所第1部（証券コード：3393） 2005年12月20日：東京証券取引所マザーズ	
資本金	824百万円（2020年6月末）	
発行済株式数	10,240,400株、自己株式内数58株（2020年6月末、自己株式内数：株式給付信託に係る信託口が保有する393,300株を除く）	
特色	<ul style="list-style-type: none">● 成長力の大きいデジタルマーケティングで先行投資負担● 売切り販売を廃して継続課金に完全転換● 中小・中堅企業向けITインフラの構築でも中長期的な成長力	
事業セグメント	I. デジタルマーケティング関連事業 II. ITインフラ関連事業 III. CVC関連事業 IV. 海外関連事業	
代表者	代表取締役社長 兼 グループ最高経営責任者：本郷 秀之	
主要株主	本郷 秀之 40.38%、光通信 5.64%、財賀 明 4.88%（2020年3月末、自己株式を除く）	
本社	東京都新宿区	
従業員数	連結 637名、単体 42名（2020年3月末）	

出所：会社データ

3.0 業績推移

2021年3月期第1四半期

2021年3月期第1四半期は、売上高 2,758 百万円（前年同期比 4.0%減）、営業利益▲143 百万円（前年同期：▲2 百万円）、経常利益▲132 百万円（▲12 百万円）、親会社株主に帰属する四半期純利益▲100 百万円（▲31 百万円）での着地である。また、営業利益率▲5.2%（5.1%ポイント低下）である。一方、同社によれば当初の会社予想の前提に沿った業績推移とのことである。



出所：会社データ、弊社計算

事業セグメント別では、デジタルマーケティング関連事業で売上高 520 百万円（11.8%増）、セグメント利益 10 百万円（▲50 百万円）、セグメント利益率 2.1%（13.0%ポイント上昇）であり、IT インフラ関連事業で売上高 2,224 百万円（5.6%減）、セグメント利益▲154 百万円（▲1 百万円）、セグメント利益率 7.0%（6.9%ポイント低下）である。また、同社としての業績推移は、両事業セグメントの業績動向に依存して推移する傾向が強い。一方、両事業セグメントにおいて新型コロナウイルス感染症の影響が発生しており、その分だけ売上高が下振れているとのことである。特に、IT インフラ関連事業が大きな影響を受けている。

デジタルマーケティング関連事業

デジタルマーケティング関連事業では、顧客企業が持っている情報を自社で開発した多様なツールを用いて最適化し顧客企業の収益拡大を支援する事業が展開されている。また、同社は、ここでのアプリケーションやサービスを用いてマーケティングプロセスの上流から下流までをオールインワンでサポートする事業の内容を総称して「Cloud Circus」と呼んでいる。

デジタルマーケティング関連事業の主要商品及びサービス



COCOAR

導入実績：
1,900社以上



ActiBook

導入実績：
2,500社以上



CMS
Blue Monkey

導入実績：
1,600社以上

継続率99.6%

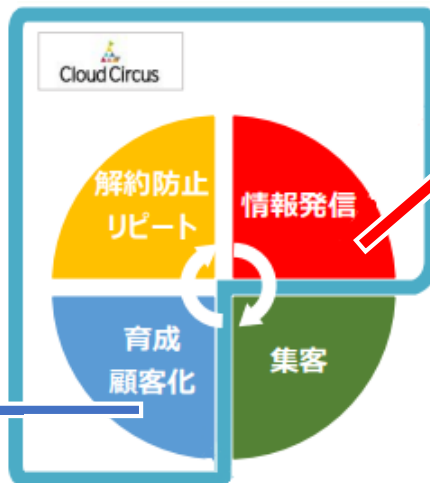


有料CMSシェア率
国内第3位

マーケティング
オートメーションツール

Bow Now

導入実績：
4,000社以上
継続率98.4%



出所：会社データ

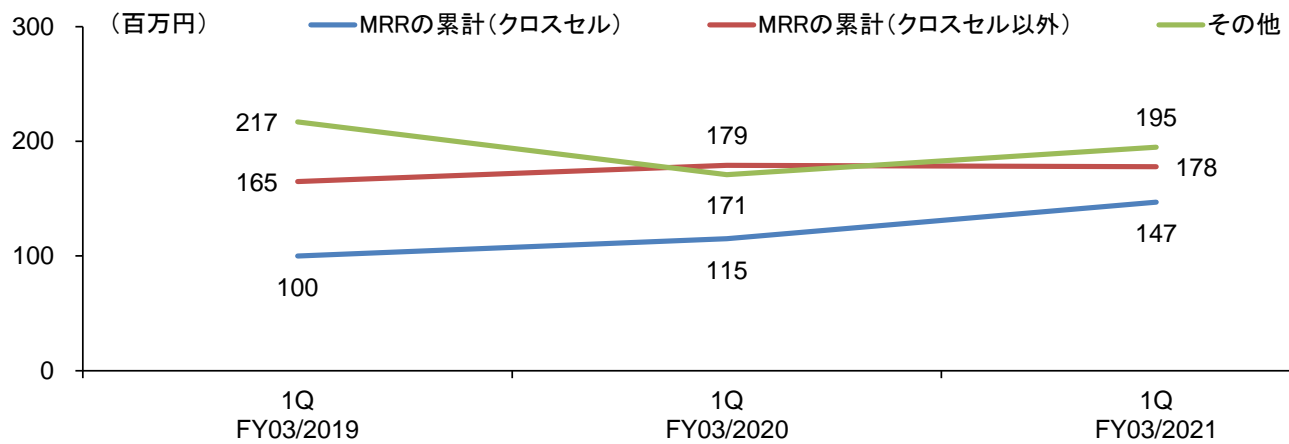
アプリケーションに属する商品として挙げられているのは、CMS（Content Management System：コンテンツ管理システム）「Blue Monkey」、AR（Augmented Reality：拡張現実）作成ソフト「COCOAR」、電子ブック作成ソフト「Actibook」、スマホ LP（Landing Page：ランディングページ）、スマホアプリ、商品 DB（Data Base：データベース）といった、誰でも簡単にデジタルコンテンツを作成し情報発信を実現する多様なツールである。一方、サービスの内容として挙げられているのは、Web サイト制作、マーケティングコンサル、広告運用などであり、当該デジタルコンテンツが掲載されるサイトにおける集客及び見込み顧客の獲得が促されている。更には、ここで獲得した見込み顧客を効率的に顧客化するためのマーケティングオートメーションツール「BowNow」の提供も行われている。

第1四半期においては、前年同期に対して堅調な増収及び大幅なセグメント利益率の向上が達成されている。ただし、通期の業績推移としては、減収及び大幅な損益悪化を余儀なくされることが会社予想の前提において織り込まれている。具体的には、セグメント売上高 2,100 百万円（前年比 7.0%減）、セグメント利益▲500 百万円（前年：137 百万円）、セグメント利益率▲23.8%（29.9%ポイント低下）が見込まれている。

第1四半期における増収の背景として挙げられているのは、継続課金収入が堅調に推移していることである。更には、受託開発に係る売上高の計上もあり、一時的に売上高が拡大している側面もあるとされている。また、当該期間においては売切り販売による売上高の剥離による影響が限定的に留まっていることも影響を及ぼしている模様である。短期的な収益に対する寄与が大きい売切り販売による売上高は、例年において第4四半期に集中してきた側面が強く、セグメント利益においても第4四半期に対する集中が認められる。即ち、2021年3月期においては、第4四半期においてセグメント売上高が前年同期を大きく下回り、セグメント利益が大幅に悪化することになる模様である。

また、2021年3月期に対する会社予想の前提におけるデジタルマーケティング関連事業に関しては、上述の通り、セグメント売上高 2,100 百万円（7.0%減）が織り込まれているのに対して、広告費及び開発費の総計拠出額 1,200 百万円が織り込まれている。即ち、売上高の 60%近くに及ぶ費用を投じて中長期的に継続課金収入を引き上げていくとのことであるが、短期的な損益に対してかなり大きな影響を及ぼすことになる。一方、第1四半期においては、広告費及び開発費の拠出が限定的に留まっているとされており、下半期に向けて本格的な拠出が始まっていくことが計画されている模様である。

デジタルマーケティング関連事業の売上高



出所：会社データ、弊社計算

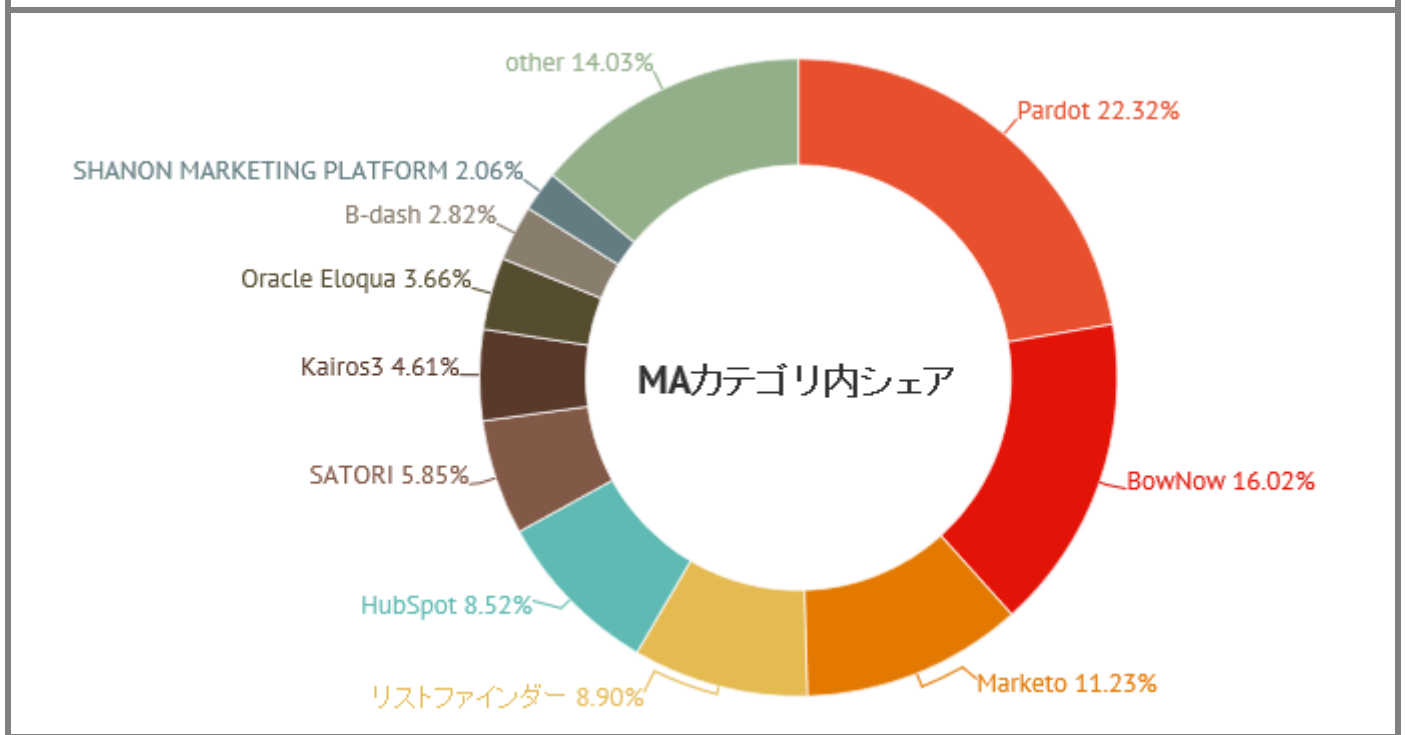
第1四半期においては、月次の継続課金収入を意味するMRR（Monthly Recurring Revenue）の累計（2020年4月～6月）として、売上高325百万円（10.5%増）であり、その他で売上高195百万円（14.0%増）である。2019年3月期及び2020年3月期においては、売切り販売及び継続課金の両方で売上高が計上されていたのだが、2021年3月期に入って売切り販売を廃して継続課金に完全転換していることから、参考までに過去のデータを現在の基準に組み替えて同社は開示している。

また、MRRの累計における内訳としては、クロスセルで売上高147百万円（27.8%増）、クロスセル以外で売上高178百万円（0.6%減）である。「クロスセル」とは、「既に提案や説明をしているメイン商品（またはサービス）に関連させてプラスアルファの上乗せ販売を実現させる営業手法」のことである。従って「クロスセル」の売上高とは、複数の「商品（またはサービス）」を採用している顧客企業に係る売上高であり、「クロスセル以外」の売上高とは、単一の「商品（またはサービス）」のみを採用している顧客企業に係る売上高である。

新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも、継続課金収入において増収率10.5%が達成されている。既存の顧客企業においては、解約率が一時的に上昇したとされている一方、新規の顧客企業の開拓に向けては従来型の訪問営業が受入れられる状態ではなかったとのことである。ただし、こういった状況だからこそデジタルマーケティングを通じた集客への注力を進める必要があるとする動きもあり、増収が達成されているとのことである。

特に、マーケティングオートメーションツール「BowNow」とCMS（Content Management System：コンテンツ管理システム）「Blue Monkey」で構成されるクロスセルが奏功しているとのことである。比較的に規模が小さい企業が、同社とのWeb会議を通して両者を同時に新規採用している事例が多々認められるとのことである。WordPressなど、無償のCMSとして利用できるオープンソースのブログソフトウェアなどが多々あるなかで、有償の「Blue Monkey」が選ばれる理由としては、セキュリティ対応に優れている側面が挙げられている。有償であるからこそ、「Blue Monkey」はセキュリティ対応に向けてのメンテナンスなどが充実しており、結果的にコストパフォーマンスにおいても優れているとされている。

「マーケティングオートメーション 35 種類」

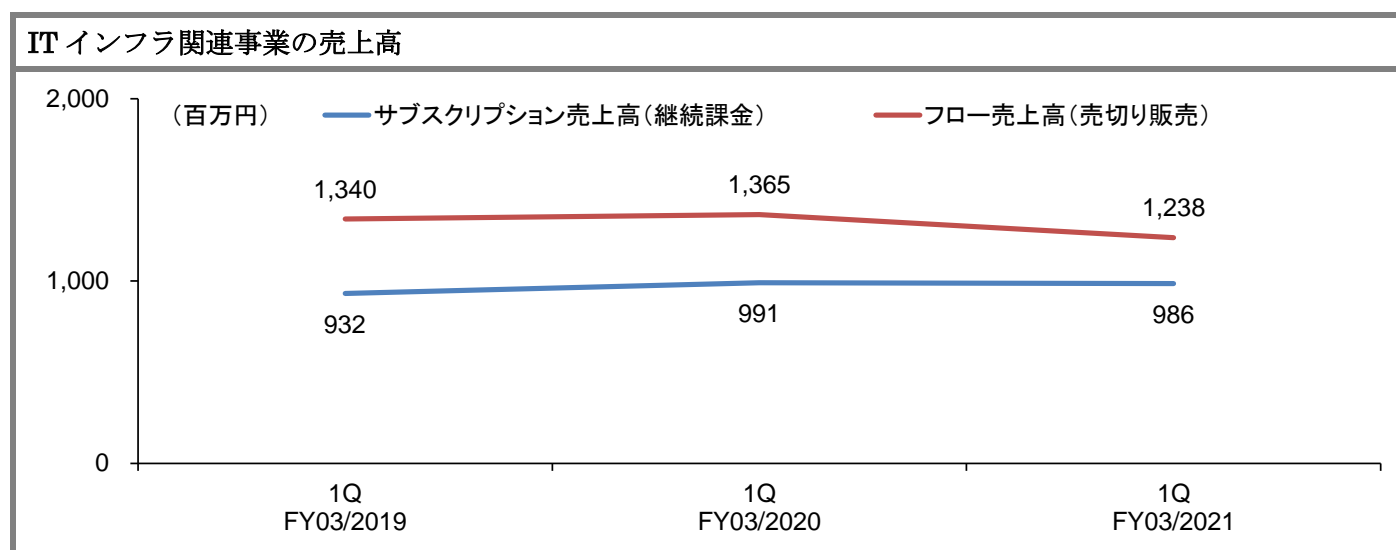


出所：株式会社 DataSign

また、「BowNow」に関しては、そもそもフリーミアムプランでの採用を促してから有償化を進めるという販売戦略が採られていたのだが、ここにきて有償での拡販が着実に進捗し始めているとのことである。例えば、株式会社 DataSign による「国内約 15 万 Web サイトで利用されている Web サービス調査」（2020 年 8 月）においては、「マーケティングオートメーション 35 種類」において市場シェア第 2 位（16.02%）と、「BowNow」は、かなり多くの顧客企業で採用されていることが確認できる。

IT インフラ関連事業

IT インフラ関連事業では、中小・中堅企業向けに IT インフラの構築を展開する事業が展開されている。第 1 四半期においては、新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、前年同期に対して減収を余儀なくされており、セグメント利益率は大幅に悪化している。一方、通期の業績推移としては、増収が達成されることが会社予想の前提において織り込まれている。ただし、新卒採用を従来以上に増やしていることなどから人材関連費用が増加するため損益面では一時的な調整を余儀なくされる。具体的には、セグメント売上高 10,940 百万円 (5.2%増)、セグメント利益 320 百万円 (46.6%減)、セグメント利益率 2.9% (2.8%ポイント低下) が見込まれている。会社予想の前提においては、新型コロナウイルス感染症の影響が、2020 年 9 月頃を目途に収束することが織り込まれている。即ち、下半期に向けては、この影響が一巡していくことから、セグメント売上高が回復していくことが織り込まれている模様である。



出所：会社データ、弊社計算

第 1 四半期においては、サブスクリプション売上高（継続課金）986 百万円（0.5%減）であり、フロー売上高（売切り販売）1,238 百万円（9.3%減）である。新型コロナウイルス感染症の影響は、特にフロー売上高において発生している模様である。サブスクリプション売上高に関しては、前年同期とほぼ同水準が達成されている。ただし、顧客企業における休業や在宅勤務へのシフトを受けて、従量課金型のいわゆるカウンターなどに係る売上高が伸び悩んだとのことである。カウンターとは、複合機（MFP：Multifunction Peripheral）で印刷した枚数分の使用料を課金する代わりに修理費・トナー代を無料とする保守サービスのことである。一方、フロー売上高は、複合機やネットワーク機器、ビジネスフォンなどを売切り販売することによって計上されている。顧客企業における休業や在宅勤務へのシフトを受けて、同社としては従来と同様に積極的な訪問営業を展開していくことができなかったとのことである。

損益計算書（四半期累計／四半期）

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q累計 03/2020	3Q累計 03/2020	4Q累計 03/2020	1Q 03/2021	2Q累計 03/2021	3Q累計 03/2021	4Q累計 03/2021		
売上高	2,873	6,240	9,240	12,778	2,758	-	-	-	-	(115)
売上原価	1,641	3,469	5,168	7,062	1,597	-	-	-	-	(43)
売上総利益	1,232	2,770	4,071	5,715	1,160	-	-	-	-	(71)
販売費及び一般管理費	1,235	2,450	3,716	4,982	1,304	-	-	-	-	+69
営業利益	(2)	320	355	732	(143)	-	-	-	-	(140)
営業外損益	(9)	15	27	38	11	-	-	-	-	+20
経常利益	(12)	335	383	771	(132)	-	-	-	-	(120)
特別損益	-	2	2	(111)	(10)	-	-	-	-	(10)
税金等調整前純利益	(12)	338	385	659	(142)	-	-	-	-	(130)
法人税等合計	20	159	193	441	(42)	-	-	-	-	(63)
非支配株主に帰属する当期純利益	(1)	(1)	(1)	(1)	-	-	-	-	-	+1
親会社株主に帰属する当期純利益	(31)	180	193	219	(100)	-	-	-	-	(68)
売上高伸び率	+3.3%	+8.9%	+7.1%	+7.3%	(4.0%)	-	-	-	-	-
営業利益伸び率	-	+8.6%	(6.0%)	+41.6%	-	-	-	-	-	-
経常利益伸び率	-	+1.5%	(7.7%)	+34.5%	-	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	(21.1%)	(26.9%)	(32.0%)	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	42.9%	44.4%	44.1%	44.7%	42.1%	-	-	-	-	(0.8%)
売上高販売管理費率	43.0%	39.3%	40.2%	39.0%	47.3%	-	-	-	-	+4.3%
営業利益率	(0.1%)	5.1%	3.8%	5.7%	(5.2%)	-	-	-	-	(5.1%)
経常利益率	(0.4%)	5.4%	4.1%	6.0%	(4.8%)	-	-	-	-	(4.4%)
親会社株主に帰属する当期純利益率	(1.1%)	2.9%	2.1%	1.7%	(3.6%)	-	-	-	-	(2.5%)
法人税等合計／税金等調整前純利益	-	47.3%	50.3%	66.9%	-	-	-	-	-	-

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q 03/2020	3Q 03/2020	4Q 03/2020	1Q 03/2021	2Q 03/2021	3Q 03/2021	4Q 03/2021		
売上高	2,873	3,366	3,000	3,538	2,758	-	-	-	-	(115)
売上原価	1,641	1,828	1,698	1,894	1,597	-	-	-	-	(43)
売上総利益	1,232	1,538	1,301	1,643	1,160	-	-	-	-	(71)
販売費及び一般管理費	1,235	1,214	1,266	1,266	1,304	-	-	-	-	+69
営業利益	(2)	323	35	377	(143)	-	-	-	-	(140)
営業外損益	(9)	24	12	11	11	-	-	-	-	+20
経常利益	(12)	347	47	388	(132)	-	-	-	-	(120)
特別損益	-	2	-	(114)	(10)	-	-	-	-	(10)
税金等調整前純利益	(12)	350	47	273	(142)	-	-	-	-	(130)
法人税等合計	20	139	34	247	(42)	-	-	-	-	(63)
非支配株主に帰属する当期純利益	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	+1
親会社株主に帰属する当期純利益	(31)	211	13	26	(100)	-	-	-	-	(68)
売上高伸び率	+3.3%	+14.2%	+3.7%	+7.8%	(4.0%)	-	-	-	-	-
営業利益伸び率	-	+25.4%	(57.7%)	+170.9%	-	-	-	-	-	-
経常利益伸び率	-	+23.7%	(44.0%)	+145.2%	-	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	-	+27.0%	(63.3%)	(54.9%)	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	42.9%	45.7%	43.4%	46.5%	42.1%	-	-	-	-	(0.8%)
売上高販売管理費率	43.0%	36.1%	42.2%	35.8%	47.3%	-	-	-	-	+4.3%
営業利益率	(0.1%)	9.6%	1.2%	10.7%	(5.2%)	-	-	-	-	(5.1%)
経常利益率	(0.4%)	10.3%	1.6%	11.0%	(4.8%)	-	-	-	-	(4.4%)
親会社株主に帰属する当期純利益率	(1.1%)	6.3%	0.4%	0.7%	(3.6%)	-	-	-	-	(2.5%)
法人税等合計／税金等調整前純利益	-	39.8%	71.8%	90.3%	-	-	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

報告セグメント（四半期累計／四半期）

報告セグメント (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q累計 03/2020	3Q累計 03/2020	4Q累計 03/2020	1Q 03/2021	2Q累計 03/2021	3Q累計 03/2021	4Q累計 03/2021		
デジタルマーケティング関連事業	465	1,006	1,540	2,257	520	-	-	-	-	+54
ITインフラ関連事業	2,356	5,156	7,595	10,395	2,224	-	-	-	-	(132)
CVC関連事業	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-
海外関連事業	48	73	99	121	13	-	-	-	-	(35)
その他	2	3	3	4	-	-	-	-	-	(2)
売上高	2,873	6,240	9,240	12,778	2,758	-	-	-	-	(115)
デジタルマーケティング関連事業	(50)	(13)	(3)	137	10	-	-	-	-	+61
ITインフラ関連事業	(1)	291	302	598	(154)	-	-	-	-	(153)
CVC関連事業	(0)	(0)	(0)	(51)	(0)	-	-	-	-	0
海外関連事業	20	9	7	3	(11)	-	-	-	-	(31)
その他	(7)	(13)	(14)	(14)	-	-	-	-	-	+7
セグメント利益	(39)	272	290	673	(155)	-	-	-	-	(116)
調整額	36	47	64	59	11	-	-	-	-	(24)
営業利益	(2)	320	355	732	(143)	-	-	-	-	(140)
デジタルマーケティング関連事業	(10.9%)	(1.4%)	(0.2%)	6.1%	2.1%	-	-	-	-	+13.0%
ITインフラ関連事業	(0.0%)	5.6%	4.0%	5.8%	(7.0%)	-	-	-	-	(6.9%)
CVC関連事業	-	-	(178.4%)	-	-	-	-	-	-	-
海外関連事業	41.6%	12.7%	7.5%	2.5%	(82.6%)	-	-	-	-	(124.2%)
その他	(290.4%)	(398.1%)	(396.8%)	(363.0%)	-	-	-	-	-	-
営業利益率	(0.1%)	5.1%	3.8%	5.7%	(5.2%)	-	-	-	-	(5.1%)

報告セグメント (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q 03/2020	3Q 03/2020	4Q 03/2020	1Q 03/2021	2Q 03/2021	3Q 03/2021	4Q 03/2021		
デジタルマーケティング関連事業	465	540	534	717	520	-	-	-	-	+54
ITインフラ関連事業	2,356	2,799	2,439	2,799	2,224	-	-	-	-	(132)
CVC関連事業	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
海外関連事業	48	25	25	21	13	-	-	-	-	(35)
その他	2	1	0	0	-	-	-	-	-	(2)
売上高	2,873	3,366	3,000	3,538	2,758	-	-	-	-	(115)
デジタルマーケティング関連事業	(50)	37	9	141	10	-	-	-	-	+61
ITインフラ関連事業	(1)	292	11	296	(154)	-	-	-	-	(153)
CVC関連事業	(0)	(0)	0	(51)	(0)	-	-	-	-	0
海外関連事業	20	(10)	(1)	(4)	(11)	-	-	-	-	(31)
その他	(7)	(6)	(1)	0	-	-	-	-	-	+7
セグメント利益	(39)	311	18	382	(155)	-	-	-	-	(116)
調整額	36	11	17	(5)	11	-	-	-	-	(24)
営業利益	(2)	323	35	377	(143)	-	-	-	-	(140)
デジタルマーケティング関連事業	(10.9%)	6.9%	1.9%	19.7%	2.1%	-	-	-	-	+13.0%
ITインフラ関連事業	(0.0%)	10.4%	0.5%	10.6%	(7.0%)	-	-	-	-	(6.9%)
CVC関連事業	-	-	7.1%	-	-	-	-	-	-	-
海外関連事業	41.6%	(43.1%)	(7.1%)	(21.1%)	(82.6%)	-	-	-	-	(124.2%)
その他	(290.4%)	(656.6%)	(382.4%)	77.5%	-	-	-	-	-	-
営業利益率	(0.1%)	9.6%	1.2%	10.7%	(5.2%)	-	-	-	-	(5.1%)

出所：会社データ、弊社計算

貸借対照表（四半期）

貸借対照表 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q 03/2020	3Q 03/2020	4Q 03/2020	1Q 03/2021	2Q 03/2021	3Q 03/2021	4Q 03/2021		
現金及び預金	2,983	2,855	2,976	3,414	3,457	-	-	-	-	+474
受取手形及び売掛金	1,615	1,984	1,671	2,079	1,588	-	-	-	-	(27)
たな卸資産	131	112	143	203	203	-	-	-	-	+71
その他	487	523	395	489	352	-	-	-	-	(134)
流動資産	5,218	5,476	5,186	6,187	5,602	-	-	-	-	+384
有形固定資産	124	118	111	113	112	-	-	-	-	(11)
無形固定資産	476	503	502	360	410	-	-	-	-	(66)
投資その他の資産合計	1,437	1,420	1,372	1,249	1,371	-	-	-	-	(65)
固定資産	2,038	2,043	1,986	1,723	1,894	-	-	-	-	(143)
資産合計	7,256	7,519	7,173	7,910	7,497	-	-	-	-	+240
支払手形及び買掛金	685	725	684	763	514	-	-	-	-	(170)
1年内返済予定の長期借入金	466	466	466	600	675	-	-	-	-	+208
その他	879	999	837	1,281	981	-	-	-	-	+102
流動負債	2,031	2,191	1,988	2,644	2,172	-	-	-	-	+140
長期借入金	626	498	373	512	646	-	-	-	-	+19
その他	70	77	83	52	76	-	-	-	-	+6
固定負債	697	575	457	564	722	-	-	-	-	+25
負債合計	2,728	2,767	2,445	3,208	2,894	-	-	-	-	+166
株主資本	4,354	4,578	4,569	4,607	4,457	-	-	-	-	+103
その他合計	173	172	157	93	144	-	-	-	-	(29)
純資産	4,528	4,751	4,727	4,701	4,602	-	-	-	-	+74
負債純資産合計	7,256	7,519	7,173	7,910	7,497	-	-	-	-	+240
自己資本	4,528	4,751	4,727	4,701	4,602	-	-	-	-	+74
有利子負債	1,093	965	840	1,112	1,321	-	-	-	-	+227
ネットデット	(1,889)	(1,890)	(2,135)	(2,302)	(2,136)	-	-	-	-	(246)
自己資本比率	62.4%	63.2%	65.9%	59.4%	61.4%	-	-	-	-	-
ネットデットエクイティ比率	(41.7%)	(39.8%)	(45.2%)	(49.0%)	(46.4%)	-	-	-	-	-
ROE(12カ月)	5.0%	5.7%	5.4%	4.7%	3.3%	-	-	-	-	-
ROA(12カ月)	7.1%	7.9%	7.3%	9.6%	8.8%	-	-	-	-	-
在庫回転日数	7	6	8	10	12	-	-	-	-	-
当座比率	226%	221%	234%	208%	232%	-	-	-	-	-
流動比率	257%	250%	261%	234%	258%	-	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

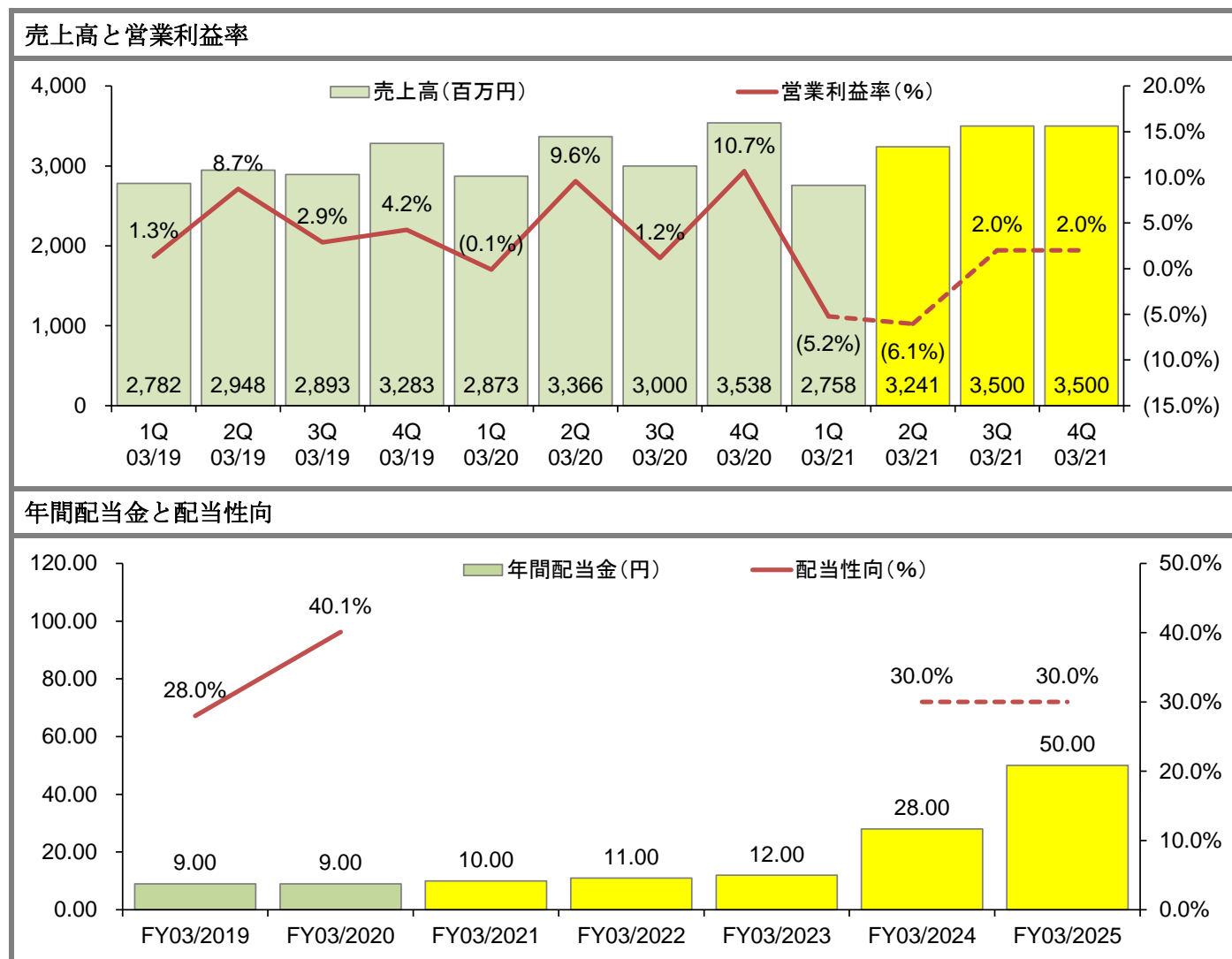
キャッシュフロー計算書（四半期累計）

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2020	2Q累計 03/2020	3Q累計 03/2020	4Q累計 03/2020	1Q 03/2021	2Q累計 03/2021	3Q累計 03/2021	4Q累計 03/2021		
営業活動によるキャッシュフロー	-	49	-	529	-	-	-	-	-	-
投資活動によるキャッシュフロー	-	(178)	-	(234)	-	-	-	-	-	-
営業活動によるOF+投資活動によるOF	-	(128)	-	294	-	-	-	-	-	-
財務活動によるキャッシュフロー	-	(294)	-	(163)	-	-	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

2021年3月期会社予想

2021年3月期に対する当初の会社予想は据え置かれている。売上高13,000百万円（前年比1.7%増）、営業利益▲200百万円（前年：732百万円）、経常利益▲200百万円（771百万円）、親会社株主に帰属する当期純利益▲372百万円（219百万円）の見通しである。また、営業利益率▲1.5%（7.3%ポイント低下）の見通しである。一方、年間配当金予定10.00円である。



出所：会社データ、弊社計算（2021年3月期3Q及び4Q：下半期会社予想を均等に按分）

同社は、2019年3月期に対して年間配当金9.00円（配当性向28.0%）を実施しているのに引き続いて、減損処理のため親会社株主に帰属する当期純利益が大きく調整した2020年3月期においても年間配当金9.00円（配当性向40.1%）と、基本的に安定配当を実施することを旨としてきた。

一方、中期経営計画「NEXT'S 2025」の開示に際して同社は、配当政策に関して新たな基本方針を打ち出している。積極的な投資期間に該当する当初の3年間（2021年3月期～2023年3月期）に向けては毎年1円の増配を続け、収益化期間に該当する最後の2年間（2024年3月期～2025年3月期）に向けては配当性向30.0%を目途とする業績連動型の配当を実施することを計画しているとのことである。2021年3月期に向けては配当原資の毀損が不可避となる見通しではあるものの、同社は「NEXT'S 2025」における業績目標の達成に自信を持っていることから、安定配当から継続的な増配へと基本方針を変更している。即ち、業績連動型で持続的に右肩上がりとなる配当を実施していくことが計画されている模様である。

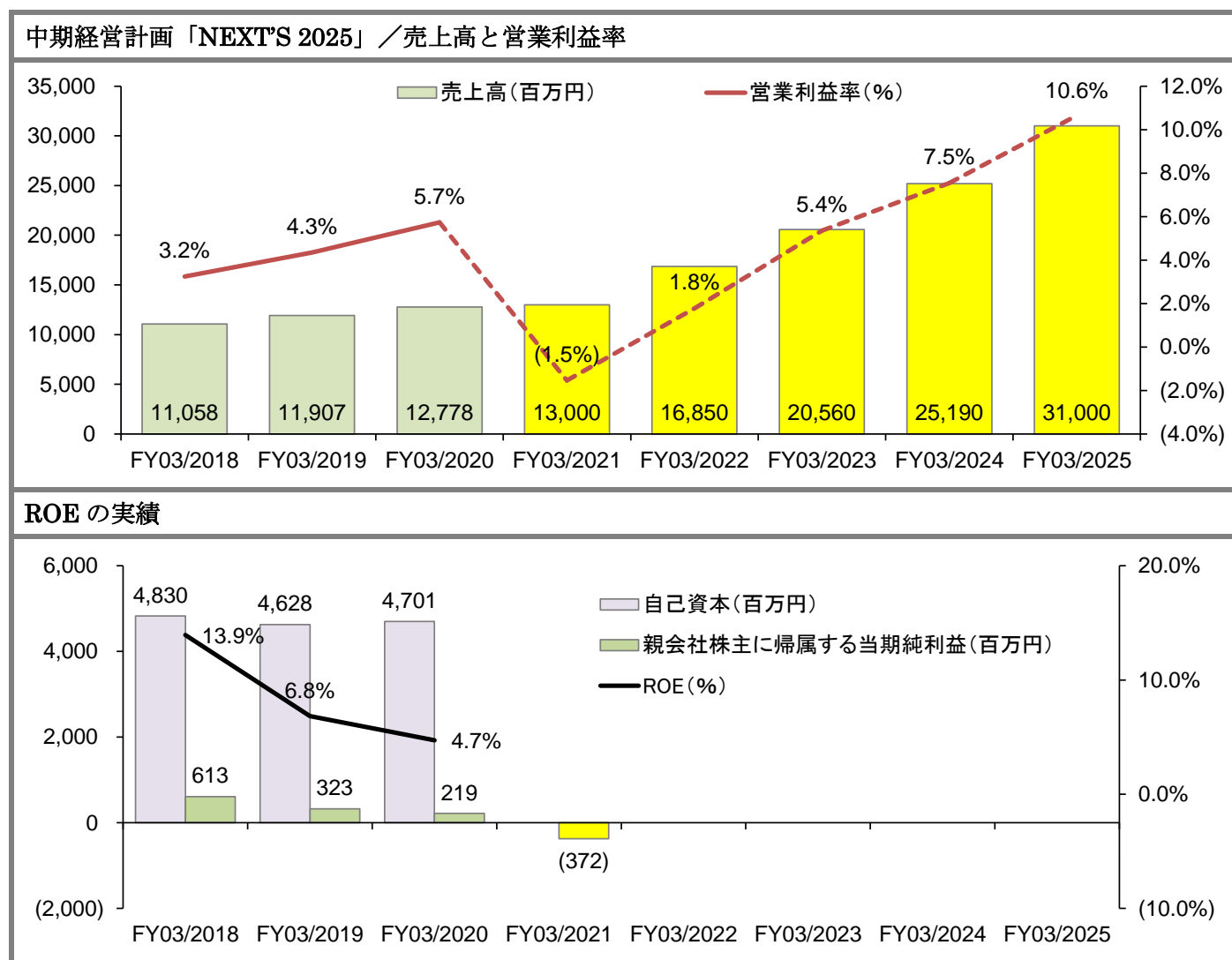
2021年3月期に対する会社予想

連結通期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	13,000	(200)	(200)	(372)
FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	13,000	(200)	(200)	(372)
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	-	-	-
FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	13,000	(200)	(200)	(372)
FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	13,000	(200)	(200)	(372)
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	-	-	-
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益
1Q-2Q FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	6,073	112	110	63
1Q-2Q FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	6,073	112	110	63
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
1Q-2Q FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	6,073	112	110	63
1Q-2Q FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	6,073	112	110	63
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益
3Q-4Q FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	6,927	(312)	(310)	(435)
3Q-4Q FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	6,927	(312)	(310)	(435)
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	-	-	-
3Q-4Q FY03/2021会予	2020年5月15日	4Q決算発表	6,927	(312)	(310)	(435)
3Q-4Q FY03/2021会予	2020年8月7日	1Q決算発表	6,927	(312)	(310)	(435)
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

中長期業績見通し

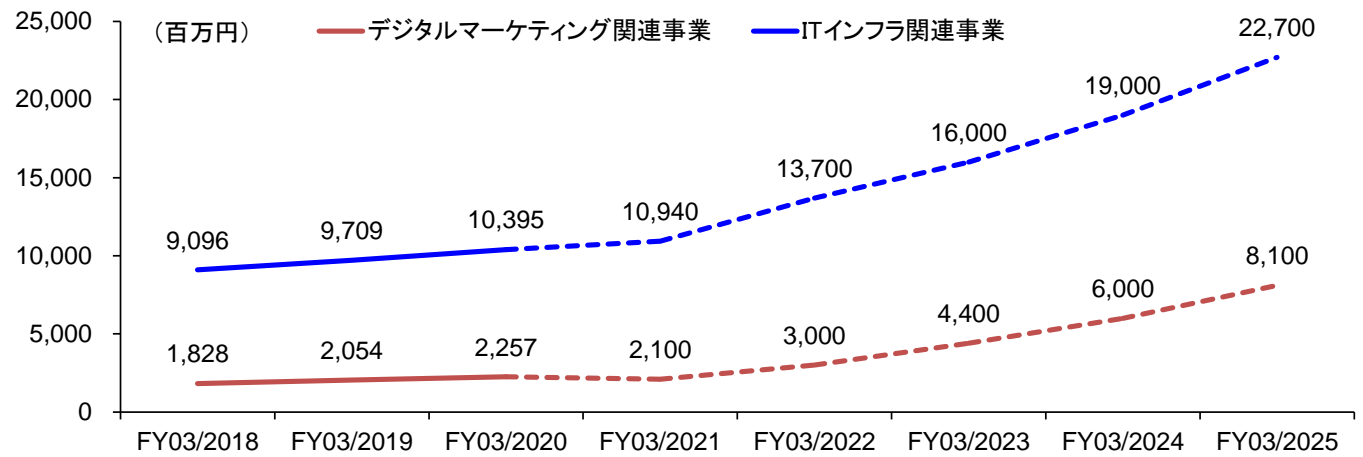
2020年5月15日、同社は、2020年3月期の実績を発表すると同時に、5カ年の中期経営計画「NEXT'S 2025」（2021年3月期～2025年3月期）を開示している。最終年度である2025年3月期に対して売上高31,000百万円、営業利益3,300百万円、営業利益率10.6%を達成することが計画されている。更には、より長期的な観点においても同等の増収率及び増益率を確保していくことが計画されている模様である。また、2020年3月期の実績においてROE4.7%であったのに対して、できるだけ早期にROE10%以上を達成することも目標として掲げられている。2018年3月期の実績においてはROE13.9%と、ここでの目標が既に達成されているようにも考えられるのだが、これは一時的な要因によるところが大きい。投資有価証券売却益399百万円が特別利益として計上されている。



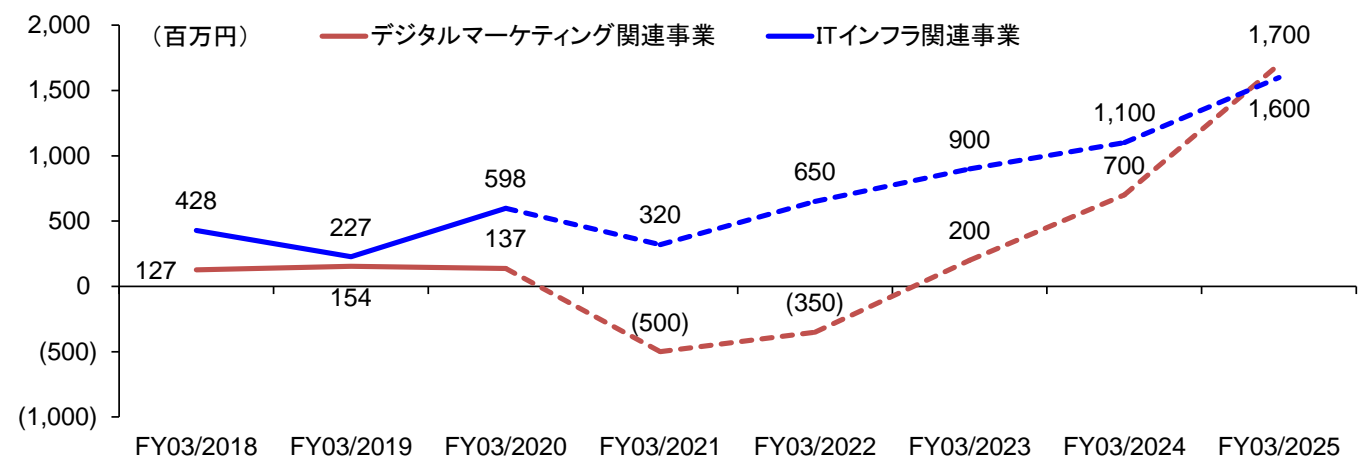
出所：会社データ、弊社計算

2020年3月期の実績を起点とした場合、2025年3月期に至る5年間に向けての年平均で増収率19.4%、増益率35.1%と、同社の業績推移はかなり堅調に推移することになる。事業セグメント別では、デジタルマーケティング関連事業での増収率及び増益率が、ITインフラ関連事業を上回ることが見込まれている。同社は、ITインフラ事業を収益の基盤として事業を展開してきたのだが、2025年3月期においては、デジタルマーケティング関連事業のセグメント利益がITインフラ関連事業のセグメント利益を凌駕する。

中期経営計画「NEXT'S 2025」／セグメント売上高



中期経営計画「NEXT'S 2025」／セグメント利益



出所：会社データ、弊社計算

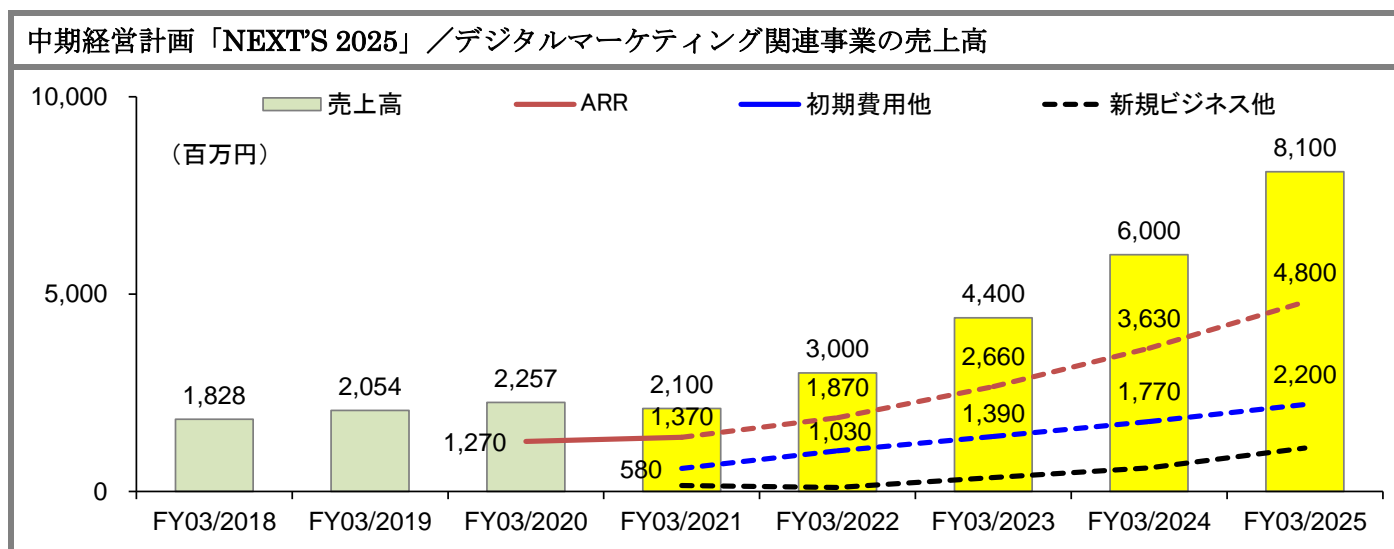
2025年3月期に至る5年間に向けての年平均としては、デジタルマーケティング関連事業で増収率29.1%、増益率65.3%であるのに対して、ITインフラ関連事業で増収率16.9%、増益率21.7%である。

ただし、2021年3月期に向けては、デジタルマーケティング関連事業で売上高の伸び悩み並びに大幅な損失の計上が余儀なくされる。短期的な損益に対して大きく寄与する売切り販売が剥離することに加えて、先行投資負担が発生することが背景である。一方、2021年3月期に向けてのITインフラ事業では増収率が比較的に低水準に留まり、セグメント利益は一時的に調整することを余儀なくされる。2020年9月頃を目途に収束することが前提とされているのだが、第2四半期累計期間(2020年4月～9月)においては、新型コロナウイルス感染症の影響が顕在化していることから売上高が伸び悩むことが想定されている。一方、費用面では、新卒採用を従来以上に増やしていることなどから人材関連費用が大きく拡大するとされている。

結果、同社としては、2021年3月期に対して営業利益率▲1.5% (7.3%ポイント低下)の見込みである。ただし、これを大底として営業利益率はV字回復を続け、2025年3月期に対して営業利益率10.6%が達成される見込みである。

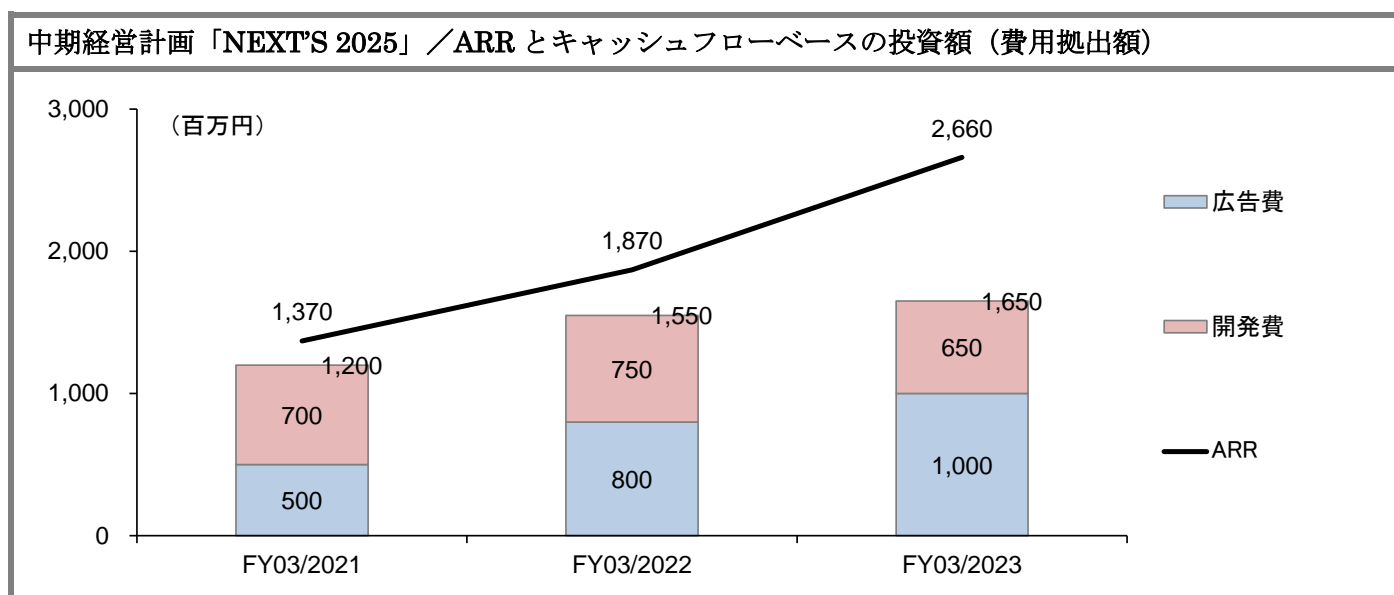
デジタルマーケティング関連事業

デジタルマーケティング関連事業の売上高を牽引するのは、継続課金収入である。年度を通した継続課金収入を意味するARR（Annual Recurring Revenue）としては、2020年3月期に対して売上高1,270百万円であったことが開示されている。これを起点とした場合、2025年3月期に至る5年間に向けての年平均としては増収率30.5%が見込まれている。事業セグメントとしての増収率と同等である。また、継続課金収入の持続的な拡大に際しては、これに関連する初期費用の売上高も右肩上がりの推移を続ける見通しである。更には、2025年3月期に向けては、継続課金に関連しない領域において新規ビジネスが立ち上がり始めていき、これも事業セグメントとしての増収に寄与していくことが想定されている。



出所：会社データ、弊社計算

2021年3月期に引き続いて2022年3月期においてもセグメント損失の計上を余儀なくされる要因の1つとしては、2023年3月期までを、「成長を加速する積極的な投資」を行い「高成長モデルへと移行を目指す」ためのフェーズと位置付けていることから先行投資負担が大きくなることが挙げられている。一方、2024年3月期より収益化フェーズが始まり、2025年3月期に至っては、先述の通りITインフラ関連事業を上回るセグメント利益が達成される見通しである。



出所：会社データ、弊社計算

「成長を加速する積極的な投資」における投資の内容として挙げられているのは、広告費並びに開発費の拠出である。キャッシュフローベースの投資額（費用拠出額）と、ARRの絶対額を比較した場合、当該期間の何れの年度においても後者が前者を上回るようになるため、後者によって前者を十二分に補うことができるとされている。ただし、短期的な損益への寄与が大きい売切り販売による売上高が剥離する影響までは補えないため、損益面においては当該期間が収益フェーズに向けての準備期間と位置付けられている模様である。

広告費の拠出に関しては、従来からの Web 広告に加えて、ブランディング広告をかなり手厚く行うことが計画されている。後者によって前者の効果が拡大していくとされている一方、自社の認知度向上に伴い同社が展開するデジタルマーケティング関連事業の内容に対する認知度も高まり、これに起因して売上高も拡大していくとされている。一方、開発費の拠出に関しては、従来の AR 関連や電子ブック関連から「BowNow」関連へと注力の対象をシフトし、これをもって真の SaaS 企業としての発展を遂げていくとのことである。具体的には、先述の「Cloud Circus」を構成する商品やサービスの管理画面を顧客企業が閲覧できるシステムを構築することを通してクロスセルを加速していくとのことである。顧客企業においては、現在利用している商品やサービス以外にも多くの有用な商品やサービスが存在することが告知されることになり、従来においては、訪問営業をもって推進されてきたクロスセルがシステム上で完結することになるとされている。

そもそも同社がデジタルマーケティング関連事業で対峙している市場には大きな市場規模の拡大余地が残されており、5年後を目途とした場合の概算では、市場規模 700,000 百万円と、現状の 1.3 倍にまで拡大することである。これは、従業員数 10 名～1,000 名規模の 340,000 社ほどが創出するデジタルマーケティング市場の規模に等しいとされているのだが、同社のデジタルマーケティング関連事業の現状においては従業員数 50 名から 1,000 名規模の企業に係る売上高が中核を形成しているとのことである。一方、IT インフラ関連事業は、従業員数 10 名～50 名規模を中心とする、累計で 25,000 社ほどにも及ぶ顧客企業を有しており、将来的にはここでの顧客企業に対してデジタルマーケティング関連事業における商品やサービスの拡販を図っていくとのことである。

こういった拡販に向けての戦略方針としては、「商品強化」、「競争力強化」、「実行力強化」、以上を実施していくとのことである。また、これをもって、「NEXT'S 2025」の業績目標を達成していくとのことである。

「商品強化」に関しては、CSM（Customer Success Manager：顧客企業に対する成功体験の提供）という領域での新商品開発に取り組んでいるとのことである。現状に至る経緯においては、顧客企業による情報発信に向けてのデジタルコンテンツを作成するツールを提供し、集客に向けてのマーケティングコンサルを担い、「BowNow」を通して見込み顧客の顧客化を支援してきたのだが、ここにきて解約防止やリピートに向けてのニーズも強まっており、これに対応する新商品を開発し市場に投入するとのことである。

「競争力強化」に関しては、現在の主力である B2B の顧客企業の領域においてマーケティングバリューチェーンにより深く関与していく一方、上述にあるような比較的に規模が小さい企業における、クロスセルに注力し顧客当たり売上高を引き上げていくとのことである。従って、大手企業向けの激しい価格競争への関与は敢えて回避するとされており、比較的にニッチな領域における競争力を高めていくとのことである。また、B2C の顧客企業においては、そのマーケティングバリューチェーンにおいての関与が情報発信の領域のみに留まっており、将来に向けては集客などに向けての対応を進めていき、ここにおいても顧客当たり売上高を引き上げていくとのことである。

「実行力強化」に関しては、B2B の顧客企業、B2C の顧客企業、パートナー企業といった属性別での社内営業体制を構築し、それぞれに対して最適な戦略アクションプランを実行することである。B2B の顧客企業においては、そもそもクロスセルが奏功しており、今後に向けては先述のブランディング強化などから更なる増収を追求していくことである。B2C の顧客企業においては、B2B の顧客企業での成功体験を移植するかたちで商品の開発や拡販を進めていくことである。また、同社の販売代理店を意味するパートナー企業においては、未だ売切り販売が残っている。同社としては、これの継続課金へのシフトを促し、早期に継続課金収入の増収率を引き上げていきたいことである。

IT インフラ関連事業

IT インフラ関連事業における拡販に向けては、ストック契約数、複数商材利用社数、営業担当者 1 人当たり売上高といった主要 KPI を引き上げていき、「NEXT'S 2025」の業績目標を達成していくことである。営業担当者 1 人当たり売上高に関しては、2021 年 3 月期に向けて 43.8 百万円が見込まれているのに対して、2025 年 3 月期に向けて 51.9 百万円が見込まれている。また、これの実現を通して事業セグメントとしての業績推移が大きく引き上げられることである。

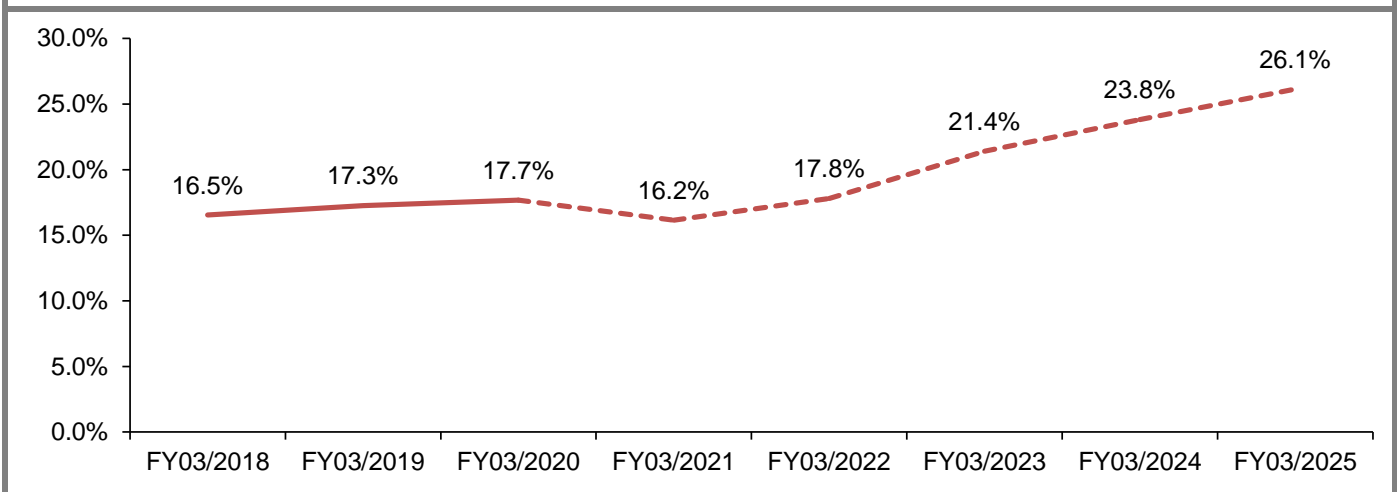
また、営業担当者 1 人当たり売上高の引き上げに向けては、そもそもの取扱商材の拡充を進めることに加え、新たな支店開設や企業買収を通じた新規顧客の獲得も進めるとのことである。昨今の新型コロナウイルス感染症の蔓延に鑑みれば、従来以上に事業の継続が困難になる、規模の小さい同業他社が出現してくる可能性が高いとされている。同社としては、これを好機と捉え当該同業他社の顧客を獲得していきたいとしている。

4.0 ビジネスモデル

IT インフラからデジタルマーケティングへ

同社は、2018年4月の持株会社体制への移行に際して、安定成長を続けるITインフラ関連事業の収益を基盤としてデジタルマーケティング関連事業を育成していくことを基本的な成長モデルとしていく方針を打ち出している。また、現状に至る経緯においてこれが実際に進捗している。

デジタルマーケティング関連事業の売上高構成比の推移



出所：会社データ、弊社計算

持株会社体制に移行する直前の2018年3月期においては、デジタルマーケティング関連事業で売上高構成比16.5%であったのに対して、2019年3月期で売上高構成比17.3%、2020年3月期で売上高構成比17.7%と、上述の同社の方針は着実に実績を積み上げている。2021年3月期においては、期初より売切り販売を廃して継続課金への完全転換を実施していることから、一時的に売上高が伸び悩み売上高構成比は低下する見通しではあるが、翌年度である2022年3月期及びそれ以降に向けては、中長期的に安定した右肩上がりの売上高が引き続くこととなり、売上高構成比の上昇が引き続く見通しである。また、同社は、ここにきて新たな成長モデルとして、アジア地域でもデジタルマーケティング関連事業を展開していることを掲げるに至っている。

5.0 財務諸表

損益計算書

損益計算書 (百万円)	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結実績 通期 03/2018	連結実績 通期 03/2019	連結実績 通期 03/2020	連結予想 通期 03/2021	前年比 純増減
売上高	10,171	10,282	11,058	11,907	12,778	13,000	+221
売上原価	5,561	5,745	6,144	6,582	7,062	-	-
売上総利益	4,609	4,536	4,914	5,325	5,715	-	-
販売費及び一般管理費	4,106	4,271	4,555	4,807	4,982	-	-
営業利益	503	265	358	517	732	(200)	(932)
営業外損益	41	20	18	55	38	-	(38)
経常利益	544	285	376	573	771	(200)	(971)
特別損益	(33)	(103)	389	25	(111)	-	-
税金等調整前純利益	510	182	766	598	659	-	-
法人税等合計	261	174	169	289	441	-	-
非支配株主に帰属する当期純利益	(3)	2	(16)	(13)	(1)	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	253	5	613	323	219	(372)	(591)
売上高伸び率	+17.1%	+1.1%	+7.5%	+7.7%	+7.3%	+1.7%	-
営業利益伸び率	(32.6%)	(47.3%)	+35.1%	+44.4%	+41.6%	-	-
経常利益伸び率	(38.0%)	(47.6%)	+31.9%	+52.3%	+34.5%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	(57.3%)	(97.7%)	-	(47.3%)	(32.0%)	-	-
売上総利益率	45.3%	44.1%	44.4%	44.7%	44.7%	-	-
売上高販売管理費率	40.4%	41.5%	41.2%	40.4%	39.0%	-	-
営業利益率	5.0%	2.6%	3.2%	4.3%	5.7%	(1.5%)	(7.3%)
経常利益率	5.4%	2.8%	3.4%	4.8%	6.0%	(1.5%)	(7.6%)
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.5%	0.1%	5.5%	2.7%	1.7%	(2.9%)	(4.6%)
法人税等合計／税金等調整前純利益	51.2%	95.5%	22.1%	48.3%	-	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

報告セグメント

報告セグメント (百万円)	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結実績 通期 03/2018	連結実績 通期 03/2019	連結実績 通期 03/2020	連結予想 通期 03/2021	前年比 純増減
デジタルマーケティング関連事業	-	-	1,828	2,054	2,257	2,100	(157)
ITインフラ関連事業	-	-	9,096	9,709	10,395	10,940	+544
CVC関連事業	-	-	1	-	0	-	-
海外関連事業	-	-	132	141	121	-	-
その他	-	-	-	1	4	-	-
売上高	10,171	10,282	11,058	11,907	12,778	13,000	+221
デジタルマーケティング関連事業	-	-	127	154	137	(500)	(637)
ITインフラ関連事業	-	-	428	227	598	320	(278)
CVC関連事業	-	-	(45)	(30)	(51)	-	-
海外関連事業	-	-	14	(11)	3	-	-
その他	-	-	-	(4)	(14)	-	-
セグメント利益	-	-	524	335	673	-	-
調整額	-	-	(165)	181	59	-	-
営業利益	503	265	358	517	732	(200)	(932)
デジタルマーケティング関連事業	-	-	7.0%	7.5%	6.1%	(23.8%)	(29.9%)
ITインフラ関連事業	-	-	4.7%	2.3%	5.8%	2.9%	(2.8%)
CVC関連事業	-	-	-	-	-	-	-
海外関連事業	-	-	10.8%	(8.2%)	2.5%	-	-
その他	-	-	-	-	(363.0%)	-	-
営業利益率	5.0%	2.6%	3.2%	4.3%	5.7%	(1.5%)	(7.3%)

出所: 会社データ、弊社計算

1株当たりデータ

1株当たりデータ (株式分割調整前) (円)	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結実績 通期 03/2018	連結実績 通期 03/2019	連結実績 通期 03/2020	連結予想 通期 03/2021	前年比 純増減
期末発行済株式数(千株)	10,240	10,240	10,240	10,240	10,240	-	-
当期純利益/EPS(千株)	10,195	10,193	10,101	10,060	9,797	-	-
期末自己株式数(千株)	44	139	139	475	409	-	-
1株当たり当期純利益 (潜在株式調整後)	24.82	0.58	60.74	32.15	22.45	(37.97)	-
1株当たり純資産	400.57	393.04	478.21	473.95	478.24	-	-
1株当たり配当金	9.00	9.00	12.00	9.00	9.00	10.00	-
1株当たりデータ (株式分割調整後) (円)	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結実績 通期 03/2018	連結実績 通期 03/2019	連結実績 通期 03/2020	連結予想 通期 03/2021	前年比 純増減
株式分割ファクター	1	1	1	1	1	1	-
1株当たり当期純利益	24.82	0.58	60.74	32.15	22.45	(37.97)	-
1株当たり純資産	400.57	393.04	478.21	473.95	478.24	-	-
1株当たり配当金	9.00	9.00	12.00	9.00	9.00	10.00	-
配当性向	36.3%	1,551.7%	19.8%	28.0%	40.1%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結予想	前年比 純増減
	通期 03/2016	通期 03/2017	通期 03/2018	通期 03/2019	通期 03/2020	通期 03/2021	
現金及び預金	2,638	2,221	3,718	3,293	3,414	-	-
受取手形及び売掛金	1,597	1,772	1,684	1,918	2,079	-	-
たな卸資産	66	89	104	106	203	-	-
その他	398	416	420	801	489	-	-
流動資産	4,700	4,498	5,927	6,119	6,187	-	-
有形固定資産	172	108	99	116	113	-	-
無形固定資産	927	531	398	499	360	-	-
投資その他の資産合計	728	756	1,320	1,482	1,249	-	-
固定資産	1,828	1,396	1,819	2,098	1,723	-	-
資産合計	6,529	5,894	7,747	8,218	7,910	-	-
支払手形及び買掛金	640	681	766	810	763	-	-
1年内返済予定の長期借入金	333	346	400	466	600	-	-
その他	904	684	1,222	1,465	1,281	-	-
流動負債	1,878	1,712	2,388	2,742	2,644	-	-
長期借入金	559	200	466	751	512	-	-
その他	1	11	26	93	52	-	-
固定負債	561	211	493	845	564	-	-
負債合計	2,440	1,923	2,881	3,588	3,208	-	-
株主資本	4,095	3,932	4,455	4,431	4,607	-	-
その他合計	(7)	38	409	198	93	-	-
純資産	4,088	3,970	4,865	4,629	4,701	-	-
負債純資産合計	6,529	5,894	7,747	8,218	7,910	-	-
自己資本	4,084	3,970	4,830	4,628	4,701	-	-
有利子負債	893	546	866	1,218	1,112	-	-
ネットデット	(1,745)	(1,674)	(2,852)	(2,075)	(2,302)	-	-
自己資本比率	62.6%	67.3%	62.3%	56.3%	59.4%	-	-
ネットデットエクイティ比率	(42.7%)	(42.2%)	(59.1%)	(44.8%)	(49.0%)	-	-
ROE(12カ月)	6.3%	0.1%	13.9%	6.8%	4.7%	-	-
ROA(12カ月)	8.9%	4.6%	5.5%	7.2%	9.6%	-	-
当座比率	225%	233%	226%	190%	208%	-	-
流動比率	250%	263%	248%	223%	234%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結予想	前年比 純増減
	通期 03/2016	通期 03/2017	通期 03/2018	通期 03/2019	通期 03/2020	通期 03/2021	
営業活動によるキャッシュフロー	366	155	846	194	529	-	-
投資活動によるキャッシュフロー	(762)	(165)	401	(537)	(234)	-	-
営業活動によるCF+投資活動によるCF	(396)	(10)	1,248	(343)	294	-	-
財務活動によるキャッシュフロー	705	(403)	276	(73)	(163)	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

6.0 その他の情報

初の中期経営計画

1996年2月21日、同社の前身である有限会社テレコムネットが、現代表取締役社長である本郷秀之氏によって設立されている。また、2004年2月のスターティア株式会社への商号変更を引き続いて翌年12月には東京証券取引所マザーズへの上場、そして、2014年2月には東京証券取引所第1部への上場が果たされている。また、同年5月9日には、「2ヶ年経常利益計画」（2015年3月期～2016年3月期）が開示されている。更には、2018年4月の持株会社体制への移行を経て、同社にとって初となる中期経営計画である「NEXT'S 2025」（2021年3月期～2025年3月期）が開示されるに至っている。また、本郷氏によれば、今般の「NEXT'S 2025」は、持株会社体制に移行する2年ほど前より、同社の強みを活かした成長戦略をどうしていくのかを社内で相当議論してかなり緻密な計算を行ったうえで満を持して公表されており、それだけに業績目標の達成に向けて自信を持っているとのことである。

一方、本郷氏は、サステナビリティ経営の実施を標榜している。SDGsの実現を前提として変革（Innovation）と成長（Growth）の2軸で進化を目指すとのことである。変革（Innovation）としては、社内においてデジタルトランスフォーメーション（Digital transformation : DX）を徹底し、その実績をもって顧客企業におけるDX展開を支援していくとのことである。成長（Growth）としては、デジタルマーケティング関連事業において継続課金の特徴である中長期的かつ継続的な右肩上がりの成長の実現を目指すとのことである。一方、ITインフラ関連事業においては、サブスクリプション売上高とフロー売上高の両方における拡販に対してリソースが配分されたかたちでの成長を目指すとのことである。

沿革

年月	変遷の内容
1996年2月	有限会社テレコムネットを設立（埼玉県所沢市山口3丁目2番）
1996年10月	株式会社エヌディーテレコムに組織変更
2003年8月	本社を東京都新宿区に移転
2004年2月	商号をスターティア株式会社に変更
2005年12月	東京証券取引所マザーズ上場
2006年6月	電子ブック作成ソフト「Digit@Link ActiBook」の提供開始
2008年2月	法人向けクラウドストレージ「セキュア SAMBA」の提供開始
2009年4月	スターティアラボ株式会社（現連結子会社）を設立
2009年5月	株式会社 MAC オフィス（現持分法適用関連会社）の株式を取得
2011年10月	西安思達典雅軟件有限公司（英文名称：STARTIASOFT INC.）を設立（西安世維軟件有限公司との合弁会社）
2012年1月	株式会社アーバンプラン（現持分法適用関連会社）の株式を取得
2012年9月	社内 IT ネットワーク保守サービス「ネットレス Q」の提供開始
2012年11月	AR コンテンツ作成サービス「ActiBook AR COCOAR」の提供開始
2014年2月	東京証券取引所市場第1部上場
2015年10月	株式会社エヌオーエス（現連結子会社）の株式を取得
2016年7月	ビーシーメディア株式会社（現連結子会社）の株式を取得
2017年2月	株式会社エヌオーエス（現連結子会社）の株式を追加取得により完全子会社化
2017年7月	スターティアウィル株式会社（現連結子会社）を設立
2017年11月	スターティア分割準備株式会社（現連結子会社 スターティア株式会社）を設立
同上	スターティアレイズ株式会社（現連結子会社）を設立
同上	Startia Asia Pte.Ltd.（現連結子会社）を設立
同上	Mtame 株式会社（現連結子会社）を設立
2018年3月	台湾思達典雅股份有限公司（現連結子会社）を設立
2018年4月	スターティア分割準備株式会社及びスターティアレイズ株式会社に吸収分割を行い、持株会社体制に移行
同上	同社は、スターティアホールディングス株式会社に、スターティア分割準備株式会社はスターティア株式会社に商号変更
2020年3月	西安思達典雅軟件有限公司（英文名称：STARTIASOFT INC.）の株式を一部売却し、持分法適用関連会社から除外

Disclaimer

ここでの情報は、ウォールデンリサーチジャパンが当該事業会社の発信する「IR 情報」を中立的かつ専門的な立場から要約して、レポート形式にまとめたものである。「IR 情報」とは、すなわち当該事業会社に係る①弊社との個別取材の内容、②機関投資家向け説明会の内容、③適時開示情報、④ホームページの内容などである。

商号：株式会社ウォールデンリサーチジャパン

本店所在地：〒104-0061 東京都中央区銀座 1-13-1 ヒューリック銀座一丁目ビル 4 階

URL: www.walden.co.jp

E-mail: info@walden.co.jp

電話番号：03 (3553) 3769