

ホリスティック企業レポート ツヴァイ

2417 東証二部

アップデート・レポート
2014年11月14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 20141111

ツヴァイ(2417 東証二部)

発行日: 2014/11/14

15年2月期上期は新規入会者数の減少により減収減益決算 高付加価値商品の推進やパーティ・イベント事業等で巻き返しを図る方針

> 要旨

◆ 結婚相手紹介サービス業界の最大手

- ・ツヴァイ(以下、同社)は、「データマッチング型」の結婚相手紹介サービス事業(以下、主力事業)を展開しており、主力事業における会員数約34,000人は業界トップクラスの規模を誇っている。
- ・イオングループであること、上場企業であること等が、同社のブランド力を高めており、会員獲得における優位性につながっている。

◆ 15年2月期上期決算は減収減益

- ・15/2期第2四半期累計期間(以下、上期)決算は、売上高1,898百万円(前年同期比9.4%減)、営業利益74百万円(同21.6%減)と同社の期初予想を下回り、減収減益となった。
- ・新規入会者の減少により「入会金売上」が落ち込んだことが大きく影響した。一方、注力するパーティ・イベント事業及びウェディング事業で構成される「その他」の売上高はほぼ横ばいを確保した。

◆ 15年2月期は増収増益を見込む

- ・同社は15/2期について、期初予想を据え置き、売上高4,200百万円(前期比1.8%増)、営業利益310百万円(同14.8%増)と増収増益を予想している。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、15/2期上期の実績を踏まえ、前回レポート(14年5月9日発行)の業績予想を減額修正した。新規入会者の前提を引き下げたことにより、売上高4,000百万円(前期比3.0%減)、営業利益200百万円(同25.7%減)とした。

◆ 中期業績見通し

- ・当センターは、15/2期上期の実績を踏まえ、前回レポートの中期業績予想も減額修正した。17/2期までの成長率は、売上高が年率0.2%、営業利益が同-2.4%と予想する。
- ・主力事業は伸び悩むとみているが、足元で好調なパーティ・イベント事業やウェディング事業が同社の中期的な業績を支えるものと予想する。

【2417 ツヴァイ 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)	
2012/2	4,028	4.9	480	0.4	509	0.1	244	-18.0	62.6	934.6	30.0	
2013/2	4,298	—	334	—	365	—	193	—	49.7	1,012.5	30.0	
2014/2	4,124	-4.0	269	-19.2	321	-11.9	148	-23.5	38.0	1,039.7	30.0	
2015/2	GE	4,200	1.8	310	14.8	340	5.7	173	16.8	44.3	—	30.0
2015/2	E	4,000	-3.0	200	-25.7	230	-28.3	165	11.5	42.1	1,048.7	30.0
2016/2	E	4,070	1.8	230	15.0	260	13.0	175	6.1	44.8	1,067.1	30.0
2017/2	E	4,150	2.0	250	8.7	280	7.7	185	5.7	47.4	1,084.7	30.0

(注)GE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想、2013/2期は12カ月8日の変則決算、並びに連結決算への移行により前期比の記載なし

アップデート・レポート

2/12

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。

アナリスト: 柴田 郁夫

+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】

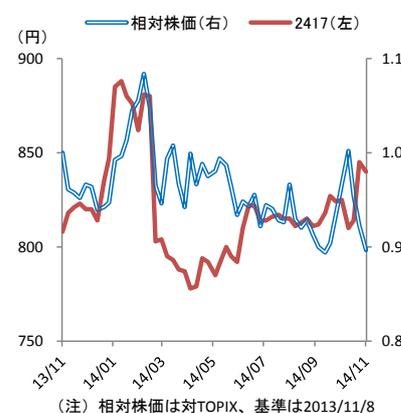
	2014/11/7
株価(円)	840
発行済株式数(株)	3,918,000
時価総額(百万円)	3,291

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	22.1	19.9	18.7
PBR(倍)	0.8	0.8	0.8
配当利回り(%)	3.6	3.6	3.6

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	0.5	3.1	4.3
対TOPIX(%)	-2.3	-2.5	-8.6

【株価チャート】



> 事業内容

注 1) 主力事業以外では、クラブチャテオ事業の会員数約 43,000 人を有する。

◆ 結婚相手紹介サービス業界でトップクラスの会員数

ツヴァイ (以下、同社) は、データマッチング型の結婚相手紹介サービス事業 (以下、主力事業) を展開している。イオングループに属し、主力事業における会員数は約 34,000 人^{注1}で業界トップクラスである。同社の特徴は、経験豊かなマリッジコンサルタントによる親身なコンサルティングと、同社独自の「双方向ベストマッチングシステム」による相性及び適合性診断に基づき、最適なパートナー候補者をコンピュータで分析及び検索するところにある。

同社は新たな事業及びサービスとして、パーティ・イベント事業 (以下、クラブチャテオ事業) の他、ウェディング事業も手掛けている。事業セグメントは単一であるが、同社の売上高は売上項目別に、入会時に一括で受け取る「入会金売上」、月々の相手紹介に関する「月会費売上」と、新たな事業及びサービスによる「その他」に分類される。「月会費売上」が売上高全体の 71.8% を占める一方、注力している「その他」の比率は 8.6% にすぎず、今のところ業績貢献度は小さい (15/2 期上期実績)。

◆ ショッピングセンターや駅ビルなど商業施設への出店を加速

同社は、全国 56 カ所に営業拠点を有しており、入会に関する相談や契約の手続きを含め、各種会員向けのサービスを提供している。これまではオフィスビルを中心に店舗していたが、認知度や利便性の向上を図るため、イオンのショッピングセンターや JR 駅ビルなど集客力のある商業施設への出店を加速している。14 年 8 月末の商業施設店舗は全国 12 店舗 (前期末比 1 店舗増) となっている。

◆ パーティ・イベント事業やウェディング事業に注力

同社は、主力事業との相乗効果が期待できるクラブチャテオ事業やウェディング事業にも注力している。クラブチャテオ事業は、東京都心の日比谷、銀座や、大阪心斎橋のパーティ専用ラウンジに加えて、ツヴァイ新宿及びツヴァイ名古屋に直営ラウンジを併設している。また、パーティアプリ^{注2}によるプロモーションも展開している。

注 2) パーティ参加者を対象としたもので、互いの相性診断や第一印象の確認の他、カップリング機能を有する。業務効率やカップル率向上が目的。

ウェディング事業は、結婚式相談デスク事業^{注3}に加え、イオングループなどとの連携により、ショッピングセンター内でのイベント事業 (人前結婚式の開催、ウェディングドレス展示即売会等) などに取り組んでいる。

注 3) 同社の成婚退会者の他、広く一般向けに結婚式場、婚礼商品紹介サービスなどを展開。

> 強み・弱みの分析**◆ 知的資本を生かした事業モデルの展開に注目**

同社の知的資本は、マリッジコンサルタントの高いスキルとモチベーション (人的資本)、双方向ベストマッチングシステムに集約された

相性及び適合性診断におけるノウハウ(組織資本)、イオングループとしてのブランド力や連携(関係資本)などを中心にバランスよく形成されている。特に、重要な会員獲得チャネルである法人及び自治体向けの営業力や、集客力のある商業施設への出店は、イオングループとしてのブランド力や経営資源が活かされていると言える。

一方、課題は、会員数の伸び悩みによる成長性の鈍化と収益性の低下である。同社の場合は、結婚、婚約、交際を理由に一定の退会者数があることを前提としているため、新規入会者を増やし続けなければ会員数が伸びない収益構造となっている。同社は、ラインナップの拡充や法人及び自治体経由の入会勧誘の強化などにより会員数の拡大を目指す方針であるが、その進捗状況に注目する必要がある。

また、ウェディング事業や婚姻後のライフサポートなどによる収益源の多様化を図ることに加えて、主力サービス以外でも会員との関係を長く維持するための仕組みを構築することにより、事業モデルそのものを転換していくことも課題として挙げられる。年間約12,000人もの新規入会者(クラブチャテオ事業や各種イベント参加者を含めればそれ以上)が更に積みあがると考えれば、その会員基盤を利用して、同社によるサービス提供(物販を含む)やサービス提供会社への送客(サービスマッチング)など、新たな収益機会を獲得できる素地は十分にあると考えられる。

【図表1】SWOT分析

強み Strength	<ul style="list-style-type: none"> ・業界トップクラスの会員数 ・イオングループ及び上場会社としてのブランド力 ・イオングループとの連携(集客力のある商業施設への出店、顧客基盤の共有等) ・法人及び自治体経由の会員獲得チャネル ・データマッチング型における独自のシステム及びノウハウ ・マリッジコンサルタントの高いスキルとモチベーション(高い成婚退会率)
弱み Weakness	<ul style="list-style-type: none"> ・会員数の伸び悩み(会員数の積み上げが困難な事業モデル) ・入金単価の低下 ・インターネット型など低価格の類似サービスの出現 ・海外事業からの一時的な撤退 ・上場子会社であることが経営自由度の足かせとなる懸念
機会 Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> ・晩婚化の進展、未婚率及び離婚率の上昇 ・国策としての政府の後押し ・法人及び自治体における福利厚生サービスへの採用 ・海外、特に新興国での需要の高まり
脅威 Threat	<ul style="list-style-type: none"> ・国内人口(特に適齢期人口)の減少トレンド ・類似サービス事業者の出現による競争激化 ・悪質な類似業者による業界イメージの悪化及び規制強化 ・個人情報の流出に伴うリスク

(出所) 証券リサーチセンター

➤ 決算概要

◆ 15年2月期上期決算は減収減益

15/2期第2四半期累計期間(以下、上期)決算は、売上高1,898百万円(前年同期比9.4%減)、営業利益74百万円(同21.6%減)、経常利益97百万円(同28.1%減)、純利益77百万円(同2.1%増)と減収及び営業利益と経常利益は前年同期を下回った。同社の期初予想に対する達成率でも、売上高が90.4%、営業利益が74.0%といずれも未達となった。なお、純利益が増益となっているのは、海外子会社に対する貸倒損失が確定したことで法人税等が軽減されたことが要因である。

売上項目別に見ると、新規入会者数が前年同期比16.6%減となり「入金売上」が落ち込んだことが大きく影響した。また、会員数の減少で「月会費売上」も減収となった。一方、「その他」は、好調なクラブチャティオ事業やウェディング事業によりほぼ横ばいを確保した。なお、同社の期初予想との差異は、新規入会者数及び退会者数ともに想定を下回ったことが主因である。

注4) 広告媒体については、デジタルサイネージ(都内8駅)や、イオングループの媒体を活用したシネマ広告など映像媒体を積極的に展開した。

利益面では、媒体費の削減^{※4}等により売上原価率が低下した半面、新規出店による減価償却費と地代家賃の増加に加えて、会員サポート機能強化のための人員配置増等により販管費が若干増加したことや、減収により営業利益及び経常利益は二桁減益となった。

【図表2】15年2月期上期決算の概要

(単位:百万円)

(単位:百万円)	14/2期上期 (実績)		15/2期上期 (実績)		増減		15/2期上期 (同社期初予想)	達成率
		構成比		構成比		増減率		
売上高	2,096		1,898		-198	-9.4%	2,100	90.4%
売上原価	993	47.4%	814	42.9%	-179	-18.0%	-	-
販管費	1,008	48.1%	1,009	53.2%	1	0.1%	-	-
営業利益	95	4.5%	74	3.9%	-21	-21.6%	100	4.8%
経常利益	135	6.4%	97	5.1%	-38	-28.1%	120	5.7%
純利益	76	3.6%	77	4.1%	1	2.1%	60	2.9%
売上項目別(単体)	2,093		1,898		-195	-9.3%		
入金売上	504	24.1%	372	19.6%	-132	-26.2%		
月会費売上	1,423	68.0%	1,363	71.8%	-60	-4.2%		
その他	166	7.9%	163	8.6%	-3	-1.8%		
入会者数	6,702		5,590		-1,112	-16.6%		
退会者数	6,242		7,041		799	12.8%		
期末会員数	35,707		34,140		-1,567	-4.4%		
クラブチャティオ事業(パーティー、イベント等)								
期末会員数	32,778		43,865		11,087	33.8%		
イベント開催数(※)	2,342		2,440		98	4.2%		
参加者(延べ)	17,639		16,603		-1,036	-5.9%		

(※) イベント開催数については今期より集計方法を変更

(出所) ツヴァイ決算説明会資料及びヒアリングにより証券リサーチセンター作成

> 戦略の進捗

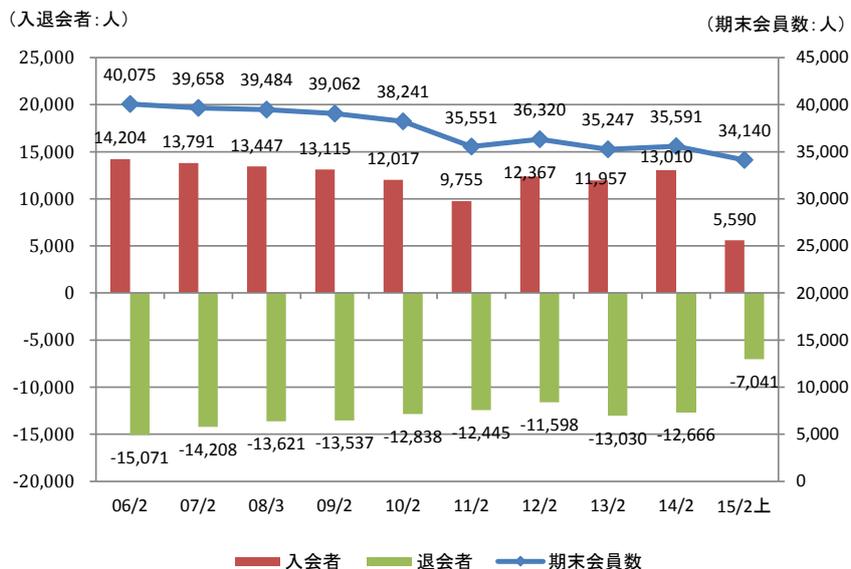
◆ 新規入会者の獲得に苦戦するが新しい事業は順調に進展

同社の成長戦略の柱は、主力事業における新規入会者の獲得と、新たな事業及びサービスの強化(クラブチャテオ事業、ウェディング事業)である。なお、中長期的な成長軸として進めてきた海外展開については、業績低迷を理由として14年6月に事業を停止した。

(1) ラインナップの拡充を図るものの新規入会者数は減少

新規入会者を増やし退会者を減らすことが同社の業績を左右する。しかし、成婚者を増やすことも同社の使命であるため、一定の退会者があることはやむを得ない。従って、成婚者数を確保しながら会員数を維持ないし拡大するためには、新規入会者を獲得し続けなければならない。

【図表3】入退会者及び期末会員数の推移



(出所) ツヴァイ決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

注5) 従来のベーシックプラン(入会金74千円)や20歳代限定のフレッシュプラン(同49.5千円)に加えて、付加価値の高いアクティブプラン(同125千円)を14年4月より開始した。データマッチングによる紹介をベースに専任のコーディネーターが出会いをサポートするサービスを加えた新商品である。

注6) 15/2期上期の入会時単価は71.1千円に上昇した(14/2期上期は66.3千円、14/2期下期は58.9千円)

14/2期は入会金の引き下げにより新規入会者の拡大を図ったものの、入会金単価の低下が減収を招いた。15/2期上期は、様々な会員ニーズに幅広く対応することを目的にラインナップの拡充を図り、付加価値の高い新商品「アクティブプラン」^{注5}の販売に注力した。しかしながら、入会金単価は上昇^{注6}したものの、新商品に対するセールストークの切り替えや販売体制の対応の遅れ等により、新規入会者数は期初計画を下回る結果となった。なお、新商品の貢献などにより、引き合わせの件数は前年同期比3.4倍増となるとともに、成婚退会者数も同132名増(成婚退会率は43.9%)となった。

一方、20歳代の会員数を増やすため、20歳代限定商品「フレッシュプラン」にも注力した結果、20歳代の新規入会者数は前年同期比6.0%、会員数は同0.5%増加した。

(2) 法人・自治体へ積極的なアプローチを図る

同社は、上場企業であることやイオングループとしてのブランド力を生かし、官公庁及び地方自治体を含めた法人契約先の開拓に注力している。各エリアに担当者を配置する組織体制の構築等により、14年8月末の法人団体契約数は590団体(集計方法の見直しにより前期比はなし)となった。なお、15/2期上期の法人団体経由の新規入会者数は1,681人(前年同期比21.8%減)に減少したものの、新規入会者全体の30.1%を占めている。

また、地方自治体に対して、ライフデザイン構築の支援や結婚支援事業の受託を推進しており、埼玉県の少子化対策推進事業である「ライフデザイン支援事業」を筆頭に、各自治体で成果をあげている。

(3) 新しい事業・サービス展開は順調に拡大

同社は、主力事業の伸び悩みを背景に、クラブチャティオ事業やウェディング事業など、新たな事業及びサービスの展開を進めている。

クラブチャティオ事業では、高単価及び多人数参加型の特別企画パーティの開催数を大幅に増加させた結果、14年8月末の会員数は43,865人(13年8月末比11,087名増、14/2期末比6,422名増)、開催回数も2,440回(14/2期上期は2,342回、14/2期下期は2,350回)と拡大した。

また、ウェディング事業では、結婚式場選びのロコミサイトを運営するみんなのウェディング(3685東証マザーズ)やイオンシネマを運営するイオンエンターテインメントとのコラボレーションにより、イオンモール幕張新都心内にあるイオンシネマでサブライズ結婚式^{注7}を実施した。イオンモール内では模擬挙式等のウェディングイベントを実施し、多くのメディアに取り上げられるなど、「イオンウェディング」の認知度向上を図った。その結果、売上高は前年同期比45.0%増となった。

注7) 結婚式を挙げていない夫婦(家族)を対象に、相手方に内緒で企画する結婚式をサポート。メディア露出やロコミサイトによるウェディング事業(イオンウェディング)の認知度向上が目的。

> 業績見通し**◆ ツヴァイによる 15 年 2 月期業績予想**

同社は、15/2 期通期業績予想について期初予想を据え置いており、売上高 4,200 百万円（前期比 1.8%増）、営業利益 310 百万円（同 14.8%増）、経常利益 340 百万円（同 5.7%増）、当期純利益 173 百万円（同 16.8%増）と増収増益を見込んでいる。

上期実績に進捗の遅れが見られるものの、高付加価値商品の推進に加えて、年末に向けてシーズンを迎えるクラブチャティオ事業やウェディング事業の伸長により、下期で巻き返しを図る方針である。特に苦戦している新規入会者の獲得については、動画ツールの導入や研修の強化など、営業力の底上げに取り組んでいる。

利益面では、媒体費の削減等により原価低減を図ることや増収による固定費軽減等により営業利益率は大きく改善するとしている。

◆ 証券リサーチセンターによる 15 年 2 月期業績予想

証券リサーチセンター（以下、当センター）は、15/2 期上期の実績等を踏まえ、前回レポート（14 年 5 月 9 日発行）の 15/2 期業績予想を減額修正した。売上高 4,000 百万円（前期比 3.0%減）、営業利益 200 百万円（同 25.7%減）と減収減益を見込んでいる。

新規入会者数及び期末会員数の想定を引き下げたことにより、「入金売上」と「月会費売上」をそれぞれ減額修正したことが主な理由である。一方、「その他」については、クラブチャティオ事業及びウェディング事業が好調を持続していることから、前回予想を据え置いた。

利益面では、前回予想において原価低減の効果や海外事業からの撤退による運営費用負担の解消などから営業利益率の上昇を見込んでいたが、売上高予想の減額修正に伴い、営業利益率は低下すると予想した。

【 図表 4 】 15 年 2 月期の業績予想

(単位：百万円)

	14/2期 (実績)		15/2期 (当センター予想)				前期比		15/2期 (同社予想)	前期比
		構成比	修正前		修正後		修正前	修正後		
				構成比		構成比				
売上高	4,124		4,180		4,000		1.4%	-3.0%	4,200	1.8%
売上原価	1,875	45.5%	1,880	45.0%	1,800	45.0%	0.3%	-4.0%	-	-
販管費	1,978	48.0%	2,000	47.8%	2,000	50.0%	1.1%	1.1%	-	-
営業利益	269	6.5%	300	7.2%	200	5.0%	11.5%	-25.7%	310	7.4%
経常利益	321	7.8%	330	7.9%	230	5.8%	2.8%	-28.3%	340	8.1%
純利益	148	3.6%	172	4.1%	165	4.1%	16.2%	11.5%	173	4.1%

売上項目別(単体)	4,118		4,180		4,000			
入金売上	897	21.8%	890	21.3%	800	20.0%	-0.8%	-10.8%
月会費売上	2,866	69.6%	2,890	69.1%	2,800	70.0%	0.8%	-2.3%
その他	353	8.6%	400	9.6%	400	10.0%	13.3%	13.3%

入会者数	13,010	13,000	12,000
退会者数	12,666	12,500	12,500
期末会員数	35,591	36,091	35,091

	15,000
	12,000
	38,591

クラブチャティオ事業(パーティー、イベント等)

期末会員数	37,443	-	50,000
イベント開催数(※)	4,692	-	5,000
参加者(延べ)	33,839	40,000	40,000

	-
	-
	40,000

(※) イベント開催数については今期より集計方法を変更

(出所) 証券リサーチセンター (同社予想はツヴァイ決算短信より)

◆ 中期業績予想

当センターは、15/2 期業績予想の減額修正を踏まえ、前回レポートの中期業績予想についても減額修正した。修正後の 15/2 期業績予想を起点として全体的な水準を引き下げたが、16/2 期以降の売上高の伸び率に大きな変更はない。17/2 期までの成長率については、売上高が年率 0.2%、営業利益が同-2.4%と見込んでいる。

新規入会者数及び期末会員数の伸びを横ばいと想定する中で、「入金売上」は入金単価の向上により微増となる一方、「月会費売上」は横ばいに推移するものと予想した。また、「その他」は、自治体からの受託事業を含め、足元で好調なクラブチャティオ事業や、イオングループ各社などとの連携が期待できるウェディング事業が今後も順調に伸長するものと見込んでいる。

利益面では、修正後の 15/2 期業績予想(営業利益率予想 5.0%)を起点に、売上高の増加に伴って営業利益率も徐々に回復するものと予想した。

【 図表 5 】 証券リサーチセンターによる中期業績予想

(単位：百万円)

	14/2期	15/2期 予想		16/2期 予想		17/2期 予想		年成長率	
	実績	前回予想	修正後	前回予想	修正後	前回予想	修正後	前回予想	修正後
売上高	4,124	4,180	4,000	4,250	4,070	4,330	4,150	1.6%	0.2%
前期比	-4.0%	1.4%	-3.0%	1.7%	1.8%	1.9%	2.0%		
営業利益	269	300	200	320	230	350	250	9.2%	-2.4%
利益率	6.5%	7.2%	5.0%	7.5%	5.7%	8.1%	6.0%		

売上項目別内訳									
入金売上	897	900	800	900	820	900	850	0.1%	-1.8%
前期比	-17.8%	0.3%	-10.8%	0.0%	2.5%	0.0%	3.7%		
月会費売上	2,866	2,880	2,800	2,900	2,800	2,930	2,800	0.7%	-0.8%
前期比	-1.4%	0.5%	-2.3%	0.7%	0.0%	1.0%	0.0%		
その他	353	400	400	450	450	500	500	12.3%	12.3%
前期比	18.1%	13.3%	13.3%	12.5%	12.5%	11.1%	0.0%		

新規入会者数(人)	13,010	13,000	12,000	13,000	12,000	13,000	12,000
退会者数(人)	12,666	12,500	12,500	12,500	12,000	12,500	12,000
期末会員数(人)	35,591	36,091	35,091	36,591	35,091	35,591	35,091

(出所) 証券リサーチセンター

> 投資に際しての留意点

◆ 当面は年 30 円配が継続する見通し

同社の配当政策は、株主への安定的な利益還元を経営の最重要課題とし、配当性向 30%を目標に掲げている。14/2 期は年 30 円配（配当性向 79.0%）を実施し、10/2 期から 4 期連続で年 30 円配を継続している。同社は、15/2 期についても年 30 円配（同社予想利益に対する配当性向は 67.7%）を予定している。当センターによる利益予想は同社予想を下回っているものの、年 30 円配は可能であると判断している。また、16/2 期以降も安定的な業績推移が見込まれることから、当面年 30 円配を継続する可能性が高いと考えられる。

「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

本レポートの特徴

■ 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

本レポートの構成

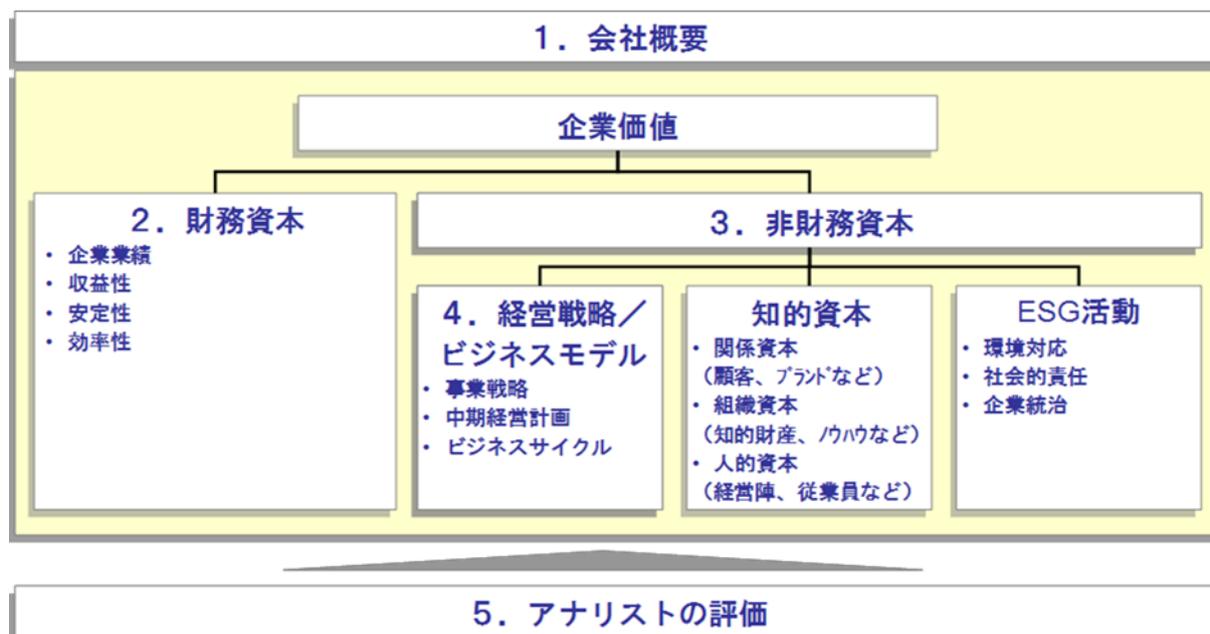
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

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計るための評価指標 (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。