

ホリスティック企業レポート ベクトル 6058 東証マザーズ

アップデート・レポート
2013年12月13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20131210

ベクトル (6058 東証マザーズ)

発行日:2013/12/13

**商材のマーケティングを支援する PR 專業大手
積極的な顧客開拓営業や人員拡充により、持続的な成長を実現している**

> 要旨

◆ 事業内容

- ・ベクトル(以下、同社)は、顧客企業やその商品のマーケティング活動の一端を担う戦略的 PR の企画立案及び実行支援と、IT を駆使したマーケティング支援を得意とする独立系大手 PR コンサルティング会社である。
- ・同社の事業運営上の特徴は、積極的な顧客開拓営業、最先端の IT 技術の導入、業務プロセスのパッケージ化等である。

アナリスト:高坂 茂樹
+81(0)3-6858-3216
kousaka@stock-r.org

【主要指標】

| | 2013/12/6 |
|------------|-----------|
| 株価(円) | 3,580 |
| 発行済株式数(千株) | 4,337 |
| 時価総額(百万円) | 15,529 |

◆ 14年2月期上期実績

- ・14/2 期第 2 四半期累計(以下、上期)決算は、売上高 3,177 百万円(前年同期比 32.7%増)、営業利益 407 百万円(同 53.0%増)、純利益 231 百万円(同 87.4%増)で、ほぼ期初予想通りの高成長を達成した。
- ・14/2 期上期には、インターネット広告事業や CRM 支援事業を営む企業との業務提携、ASEAN での事業拡大など、将来を見据えた施策を実施した。

| | 前期実績 | 今期予想 | 来期予想 |
|----------|------|------|------|
| PER(倍) | 40.4 | 31.4 | 24.7 |
| PBR(倍) | 7.5 | 6.2 | 5.0 |
| 配当利回り(%) | 0.3 | 0.3 | 0.3 |

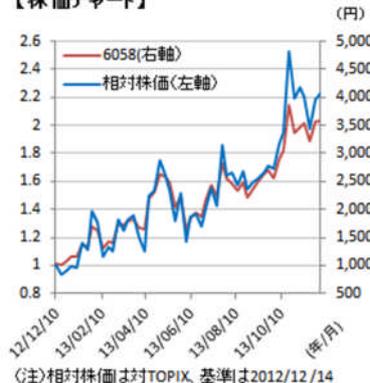
【株価パフォーマンス】

| | 1カ月 | 3カ月 | 12カ月 |
|-----------|------|------|-------|
| リターン(%) | 2.0 | 60.9 | 254.7 |
| 対TOPIX(%) | -3.2 | 41.4 | 120.2 |

◆ 14年2月期通期予想

- ・14/2 期について同社は、売上高 6,250 百万円(前期比 22.4%増)、営業利益 950 百万円(同 24.8%増)、純利益 460 百万円(同 24.7%増)と期初予想を据え置いた。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)でも、前回レポート(13年6月公表)の業績予想を据え置き、同社予想を若干上回る高成長を見込んでいる。

【株価チャート】



◆ 株価バリュエーション

- ・同社の株価は過去1年間で約3.5倍に、相対株価は約2.2倍に上昇した。類似会社と比べた今期予想基準PER、前期実績基準PBRは高位にある。
- ・当センターでは、16/2 期までの3年で営業利益 27.7%、純利益 28.5%の高成長を見込んでおり、同社の株価は割高とは考えていない。

【6058 ベクトル 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 | 3,815 | 29.2 | 492 | 67.2 | 487 | 68.4 | 310 | 117.3 | 84.5 | 307.0 | 0.0 |
| 2013/2 | 5,106 | 33.8 | 721 | 46.4 | 707 | 45.1 | 368 | 18.8 | 88.6 | 474.5 | 10.0 |
| 2014/2 CE | 6,250 | 22.4 | 900 | 24.8 | 890 | 25.9 | 460 | 24.7 | 109.3 | — | 10.0 |
| 2014/2 E | 6,500 | 27.3 | 950 | 31.8 | 940 | 33.0 | 480 | 30.4 | 110.7 | 562.0 | 10.0 |
| 2015/2 E | 7,800 | 20.0 | 1,200 | 26.3 | 1,200 | 27.7 | 620 | 29.2 | 142.9 | 694.9 | 10.0 |
| 2016/2 E | 9,200 | 17.9 | 1,500 | 25.0 | 1,500 | 25.0 | 780 | 25.8 | 179.8 | 864.7 | 10.0 |

(注) CE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想

アップデート・レポート

2/10

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。

> 事業内容

商材のマーケティングを目的とする企業等の PR 活動を支援する事業を営む。

(注 1)戦略 PR とは、「これから売りたい商品を、公共性、ニュース性のある場に位置付けてストーリーをつくり、メディアを通して設定したターゲットに認知させ、その商品が受け入れられる社会的な“空気づくり”をする」ことである(日本パブリックリレーション協会のウェブサイト・「パブリックリレーションとは」より引用)

戦略 PR は継続的な顧問契約が主体で、広告予算に比べ安価なサービスである。

(注 2)PR TIMES は、複数の著名なブログ作者を組織化し、謝礼を支払って記事広告の執筆を依頼するサービスを運営している。具体的には、影響力のある会員ブロガーと企業の広報部のマッチングを行い、適切な情報提供の機会を提供している。

◆ マーケティング支援を得意とする PR 会社

ベクトル (以下、同社) 及び同社グループは、「いいモノを世の中に広めること」を経営理念として、企業及びその商品・サービス等の PR (Public Relations : 広報) 活動を支援する事業を営んでいる。

同社の主な PR 支援事業は、戦略 PR、ePR、子会社 PR TIMES によるニュースリリース配信サービスの 3 つに分類される(ただし事業セグメントとしての業績開示はない)。

戦略 PR^{注1}とは、主に消費者向けに商品やサービス(以下、商材)を提供する企業の広報部や宣伝部及び企業を補佐する広告代理店に対して、ターゲットとする消費者に商材の持つ価値を訴えるための以下の活動である。即ち、イ)効果的な PR 戦略の策定、ロ)メッセージの開発(キーワードの選定や関連情報の収集、メディアに提供する情報のとりまとめ等)、ハ)情報を提供するメディアのリストアップ及び接触(テレビのニュース番組やバラエティ番組の情報紹介コーナーのディレクター、新聞記者、雑誌編集者等)、ニ)ニュースリリースの作成及び配信、ホ)著名人を招致したメディア向け商材発表会等のイベント企画及び実施等である。また、商材のマーケティングだけでなく、企業の危機管理や IR の支援も行っている。

ePR は、ソーシャルメディアマーケティングとも呼ばれ、Facebook 等のソーシャルメディアや LINE 等の無料メッセージングアプリ、顧客企業の自社ウェブサイト情報を拡散及び集客の手段として利用した、電子化された PR 活動の支援を行う事業である。戦略 PR を利用する企業が、インターネットの積極活用により、一層強力な商材 PR を実施するものである。受託側の作業工程として線引きすることは可能だが、顧客の支払うサービス利用料を戦略 PR と ePR に明確に線引きすることは困難であり、売上高の区分開示も行われていない。

戦略 PR はリタイナーフィー(継続的なサービス利用に対して支払われる定額顧問料)が月額 60 万円~80 万円で、イベント開催等の外注作業を含めた顧客の年間予算に換算すると 1 千万円~3 千万円程度に、ePR 利用客の場合は 5 千万円程度までに増加する。これは、テレビ CM や新聞広告の出稿を主体とする場合の広告予算に比べ、一桁低い水準と推測される。

戦略 PR 及び ePR の顧客は消費財メーカーや情報通信サービス業、小売業等の大手ないし中堅企業が主体で(次頁図表 1)、PR コンサルティング契約口座数にして約 750 (13/2 期)、約 500 社と推測される。

PR TIMES は、企業の発信するプレスリリースを、新聞、雑誌やテレビなどのマスメディアやインターネットメディア、ブロガーネットワーク「ブログタイムス」^{注2}等に配信するサービスである。配信先のメディア数(担当デスク)は 1 万超、リリース原文を乗せる提携イン

アップデート・レポート

3/10

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。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。

ターネットメディアは60超、利用社数は6,000社超(13年10月)にのぼる、わが国最大級のプレスリリース配信サービスである。

PR TIMES のリリース配信サービス利用料は1配信当たり3万円、年間100万円程度にとどまり、スタートアップのベンチャー企業から東証一部上場企業まで幅広い企業が利用している。

◆ 業界事情と同社の特徴

PR は、広告と異なり、その活動により自社商材が必ず新聞記事に掲載されたりニュース番組等で紹介されたりするとは限らないが、メディア側の自主的な価値判断に基づき情報が伝達されるため、出向者の一方的な意見表明である広告に比べ、情報の信頼度が高いと受け取られることが多いとされる。

広告と比べ、安価、信頼性が高い等の利点があるとの評価から、市場は高成長。

低予算と信頼性の二つの利点から、近年PR活動を重視する企業が増加し、市場は成長を続けている。日本パブリックリレーションズ協会(以下、日本PR協会)によれば、2012年度の市場規模は901億円、前回調査の10年度793億円に比べ、年率6.6%成長している(図表2)。

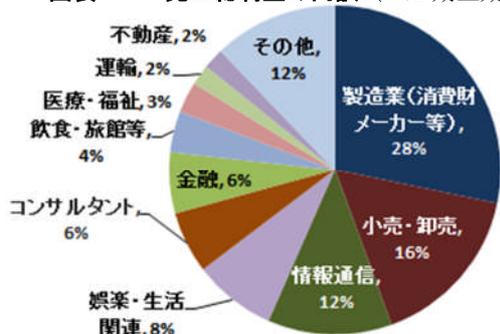
業界大手企業は電通(4324 東証一部)系列の電通ピーアール、博報堂DYホールディングス(2433 東証一部)系列のオズマピーアール、独立系では同社の他、共同ピーアール(2436 東証JASDAQ)、プラップジャパン(2449 東証JASDAQ)、サニーサイドアップ(2180 東証JASDAQ)等である。一方、日本PR協会によるアンケート調査(11年3月公表)によれば、わが国PR会社の78%は社員数50人未満であり、10人未満に限定しても46%にのぼる。同社を含む業界大手5社合計の市場占有率は約3割にとどまる(同社13/2期決算短信)。

業務プロセスのパッケージ化、積極的な顧客開拓営業、IT技術対応力等が特長。

同社は後発ながら、PR業界のトップクラスの企業に急成長を遂げた。その秘訣は、以下の2点にあると推察される。

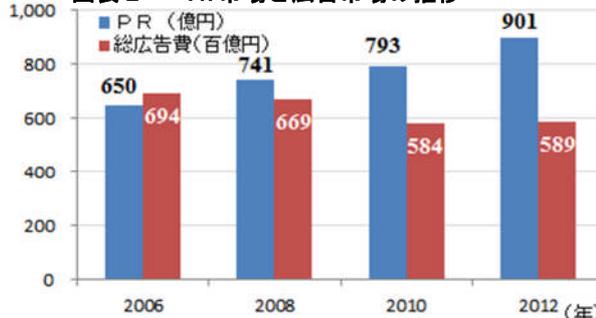
- 1) 企業の商材のマーケティング活動支援に軸足を置き、ノウハウや成功事例を蓄積し、業務プロセスをパッケージ化している。新卒

図表1 売上総利益の内訳 (14/2期上期)



(注) 広告出稿等の外注作業を除く実態を表すため売上総利益で示した(出所) ベクトル決算説明会資料に基づき証券リサーチセンター作成

図表2 PR市場と広告市場の推移



(注) PRは年度、広告費は暦年(出所) 電通、日本PR協会資料に基づき証券リサーチセンター作成

(注3)LINE社が提供するビジネスアカウントサービス。企業や店舗から消費者にトーク(プッシュ通知のチャット機能)でセール情報等を配信したり、PR ページにクーポンを掲載したりすることができる。

- 社員も短期間に戦力化し、人員拡充により収益を拡大している。
- 2) 新規顧客開拓専門チームを設けてテレフォン・アポインター業務を行うなど、事業規模の拡大に積極的である。多くの子会社を設立することで、同一業界の複数の企業を顧客にすることを可能にしている。
 - 3) LINE^{注3} や Facebook の利用、戦略 PR やウェブマーケティングの効果測定ツールの開発など、IT 新技術の積極導入により、時代に適応した PR 戦略を提案している。

> 直近決算期実績

市場の拡大、社員増員による受託能力拡充等により高成長を達成。

◆ 14年2月期第2四半期決算

14/2期第2四半期累計期間(以下、上期)の決算は、売上高3,177百万円(前年同期比32.7%増、期初予想対比105.9%)、営業利益407百万円(同順で53.0%増、101.8%)、経常利益410百万円(同順で63.9%増、105.1%)、純利益231百万円(同順で87.4%増、115.5%)であった。イベント開催や広告出稿等の外注費を除く活動実態を表す売上総利益は、前年同期比29.6%増となった。

売上総利益の増加要因は、PRの戦略的な活用を行う企業の増加やPR活動への投資額の拡大等の市場の成長、従業員数の増加による業務受託能力の拡大と新規開拓営業による顧客数の増加である。

KPIとなる戦略PRやePRの顧客数等の開示はされていない。PR TIMESの利用社数は、13年1月の4,600社から7月には5,502社と半年で約900社増加した。同社の連結従業員数は12/2期末188名から13/2期末230名に増加しており、今春の27名の新卒採用などにより、14/2期上期末には更に約30名増加した。

販売費及び一般管理費は、人件費や採用費の増加等により23.6%増となったが、伸び率は売上総利益の伸び率を下回ったため、営業利益は53.0%の大幅増益となった。

営業外収支は、13/2期上期の株式上場関連費用(18百万円)の消滅、14/2期上期の為替差益発生^{注4}(2百万円)等により改善し、経常利益の伸び率は営業利益の伸び率を上回った。

(注4)同社は日本企業の海外市場開拓を支援するため、中国、香港、シンガポール、インドネシアに子会社を設けている。但し国内で契約し海外で活動する場合もあるため、海外売上比率は開示されていない。

図表3 14/2期上期決算の概要

(単位:百万円)

| 決算期 | 13/2期 上期実績 | 構成比 | 14/2期 上期実績 | 構成比 | 前年同期 比増減率 | 期初予想 | 期初 予想比 |
|------------|---------------|--------|---------------|--------|--------------|-------|-----------|
| 売上高 | 2,395 | 100.0% | 3,177 | 100.0% | 32.7% | 3,000 | 105.9% |
| 売上総利益 | 1,322 | 55.2% | 1,713 | 53.9% | 29.6% | N.A. | — |
| 販売費及び一般管理費 | 1,056 | 44.1% | 1,305 | 41.1% | 23.6% | N.A. | — |
| 営業利益 | 266 | 11.1% | 407 | 12.8% | 53.0% | 400 | 101.8% |
| 経常利益 | 250 | 10.4% | 410 | 12.9% | 63.9% | 390 | 105.1% |
| 純利益 | 123 | 5.1% | 231 | 7.3% | 87.4% | 200 | 115.5% |

(出所)ベクトル決算短信に基づき証券リサーチセンター作成

> 14年2月期予想

積極的な顧客開拓営業等により、業界平均を上回る成長を目指している。

(注 5)中国大手 IT 企業の Tencent(0700 香港証券取引所)が提供するスマートフォン向けのコミュニケーションアプリで、音声、動画、写真、テキスト等のメッセージを送信できる。Facebook のように自分のフォロワーに向けて近況を公開する機能もあり、企業もマーケティングツールとして利用している。サービス利用者は中国に2億人超、中国以外に約1億人以上いると言われる。

(注 6)見込み客に有益なコンテンツをネット上で提供することで、検索結果やソーシャルメディア上で自社を「見つけられ」やすくし、自社のウェブサイトへ来てもらいやすくするというもの。同社では、自社コンテンツに訪問してくれた人を優良顧客化するまでのプロセスも含めた一連の活動と定義づけている。

業務提携によるサービスメニューの拡充や営業地域拡大を図る施策を実行。

◆ 14年2月期(通期)会社予想

14/2 期について同社は、売上高 6,250 百万円(前期比 22.4%増)、営業利益 900 百万円(24.8%増)、純利益 460 百万円(同 24.7%増)と期初予想を据え置いた。14/2 上期決算はほぼ期初に想定した通りであったためである。

日本 PR 協会の調査によれば、PR 専業社 46 社の 13 年度の平均売上高は 16%増加する見通しとなっている。同社は、積極的な営業活動や従業員採用等により、業界平均を上回る成長が可能と考えている。

◆ 14年2月期のトピックス

14/2 期に実施された新たな施策には、以下のようなものがある。これらの施策は今期業績に大きな影響を与えるものではないが、サービス内容の拡充やサービス提供地域の拡大により、同社の中期的な成長を支えるものであろう。

- 1) 13 年 5 月に中国子会社が、コミュニケーションアプリ微信(WeChat) 注 5 用の公式アカウント運営サービス(公式アカウントの取得や運営の代行、公式アカウントへのファン誘引を目的としたプロモーション企画等)を開始した。13 年 8 月にはインドネシアにおいても同様のサービスを開始した。
- 2) 13 年 6 月に、インバウンド・マーケティング注 6 の効果検証及び分析ツールをシナジーマーケティング(3859 東証 JASDAQ)と共同開発し、提供を開始した。両社は PR 及び CRM(Customer Relationship Management)のノウハウを持ち寄り、インバウンド・マーケティングの支援を進めることになった。
- 3) 13 年 8 月に、タイ及びベトナムへの現地法人設立を決定した。
- 4) 13 年 9 月に、鮮魚流通に関する IT システム開発及び卸売業のベンチャー企業八面六臂社に出資した(39 百万円)。ベンチャー企業への資金提供及び PR 業務支援によるインキュベーション事業を、今後も継続していく意向を同社は表明している。
- 5) 13 年 10 月に中国子会社が、PR とウェブ広告を連携させたマーケティングソリューションの提供等を目的としてサイバーエージェント(4751 東証マザーズ)グループのマイクロアド社の中国子会社と業務提携した。
- 6) 13 年 10 月に、わが国最大級の個人投資家向けソーシャルメディア「みんなの株式」を運営する、みんながぶ社(非上場)の子会社 IR アドバイザーの発行済株式の 66%を取得し、みんながぶと共に IR 支援事業に取り組むことになった。
- 7) 13 年 11 月に PR TIMES が、デザイン制作をコンペ形式で依頼で

きるクラウドソーシングサービス「designclue」を提供する Purple Cow 社 (非上場) と提携し、ビジュアル訴求力の高いプレスリリースの配信を実現する「インフォグラフィクス PR」サービスの提供を開始した。

証券リサーチセンターでは同社予想を上回る利益成長を予想。

◆ 証券リサーチセンター予想

証券リサーチセンター (以下、当センター) では前回レポート (13年6月公表) において、14/2期の売上高は6,500百万円 (前期比27.3%増)、営業利益は950百万円 (同31.8%増)、当期純利益は480百万円 (同30.4%増) と予想した (図表4)。上期実績をみて、当センターでは当該予想を据え置くこととした。ベンチャー投資の開始、IR事業への参入など、当センターの想定外の事象はあったが、短期的な影響は小さいと判断した。

中期の業績見通しについても、今回は据え置いた。前述の新規事業開始や日中関係の改善の遅れ、東京オリンピック開催決定など、中期的な業績変動要因は増加しているが、影響の度合いが不透明なため、今後の推移を見守ることとする。企業のグローバルな競争がし烈さを極める昨今、戦略的なPR活動を支援する同社の事業は、業務受託能力を適切に拡充する限り、持続的な成長が可能と考えられる。

> 株主還元

◆ 配当性向は低水準

同社は13/2期より配当を開始した。前期の1株当たり配当金は年10円、配当性向は11.3%。14/2期予想配当金も年10円で、同社予想EPSに基づく配当性向は9.2%に低下する見込みである。

成長力が高く事業意欲が旺盛で、内部留保によるM&Aや人材及びソフトウェア等への先行投資が想定されることを考慮すれば、暫くは

図表4 業績推移と証券リサーチセンターの業績予想

(単位:百万円)

| 決算期 | 2010/2 | 2011/2 | 2012/2 | 2013/2 | 2014/2E | 2015/2E | 2016/2E |
|-----------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 売上高 | 2,390 | 2,952 | 3,815 | 5,106 | 6,500 | 7,800 | 9,200 |
| (前期比増減率) | — | 23.5% | 29.2% | 33.8% | 27.3% | 20.0% | 17.9% |
| 売上総利益 | 1,451 | 1,709 | 2,156 | 2,894 | 3,650 | 4,400 | 5,200 |
| (前期比増減率) | — | 17.8% | 26.2% | 34.2% | 26.1% | 20.5% | 18.2% |
| (対売上高比) | 60.7% | 57.9% | 56.5% | 56.7% | 56.2% | 56.4% | 56.5% |
| 販売費・一般管理費 | 1,266 | 1,415 | 1,663 | 2,173 | 2,700 | 3,200 | 3,700 |
| (前期比増減率) | — | 11.8% | 17.5% | 30.7% | 24.3% | 18.5% | 15.6% |
| (対売上高比) | 53.0% | 47.9% | 43.6% | 42.6% | 41.5% | 41.0% | 40.2% |
| 営業利益 | 184 | 294 | 492 | 721 | 950 | 1,200 | 1,500 |
| (前期比増減率) | — | 59.3% | 67.2% | 46.4% | 31.8% | 26.3% | 25.0% |
| (対売上高比) | 7.7% | 10.0% | 12.9% | 14.1% | 14.6% | 15.4% | 16.3% |
| 経常利益 | 178 | 289 | 487 | 707 | 940 | 1,200 | 1,500 |
| (前期比増減率) | — | 61.7% | 68.4% | 45.1% | 33.0% | 27.7% | 25.0% |
| 当期純利益 | 94 | 142 | 310 | 368 | 480 | 620 | 780 |
| (前期比増減率) | — | 51.7% | 117.3% | 18.8% | 30.4% | 29.2% | 25.8% |

(出所) ベクトル新株発行届出目論見書及び決算短信、ヒアリングに基づき証券リサーチセンター作成

低い配当性向も容認される可能性があるが、早期に目標とする配当性向等を定め、業績に連動した配当を実施することが求められよう。

> 株価バリュエーション

PER や PBR は類似会社に
比べ高位ながら、株価は割
高と言い切れないと考える。

◆ 成長性の高さが反映されたバリュエーション

PR 事業を営む類似企業との株価バリュエーションの比較を図表 5 に示した。

今期予想基準 PER、前期実績基準 PBR とともに類似会社に比べ高位にあるが、それぞれ売上高及び利益の成長性や ROE の高さに裏付けられており、両指標を以て一概に同社の株価が割高だとは言えない。

上場後の決算で常に高い利益成長性を実証してきたため、同社の株価は過去 1 年間で約 3.5 倍に、対 TOPIX 相対株価は約 2.2 倍に上昇した(2 頁株価チャート参照)。しかし、当センターでは 16/2 期までの中期利益成長率は営業利益で年率 27.7%、純利益で 28.5% と高い成長性を予想しており(図表 4)、同社の株価上昇に過熱感はないものと判断している。

図表 5 類似企業との株価バリュエーション比較

| 銘柄 | | ベクトル | プラップジャパン | 共同ピーアール | サニーサイドアップ |
|--------------|-----|--------|----------|----------|-----------|
| 市場 | | 東証マザーズ | 東証JASDAQ | 東証JASDAQ | 東証JASDAQ |
| コード | | 6058 | 2449 | 2436 | 2180 |
| 直前決算期 | | 13/2 | 13/8 | 12/12 | 13/6 |
| 株価(12月6日) | 円 | 3,580 | 1,258 | 630 | 1,065 |
| 時価総額 | 百万円 | 15,530 | 5,886 | 794 | 3,766 |
| 今期予想売上高 | 百万円 | 6,250 | 4,994 | 3,786 | 13,920 |
| 前期比増減率 | % | 22.4 | 3.8 | -14.1 | 6.9 |
| 今期予想営業利益 | 百万円 | 900 | 583 | -182 | 487 |
| 前期比増減率 | % | 24.8 | 5.2 | — | 11.2 |
| 今期予想売上高営業利益率 | % | 14.4 | 11.7 | -4.8 | 3.5 |
| 今期予想基準PER | 倍 | 32.8 | 16.2 | — | 13.1 |
| 今期予想EPS | 円 | 109.3 | 77.9 | -110.1 | 81.5 |
| 前期比増減率 | % | 23.4 | -0.8 | — | -20.5 |
| 前期実績基準PBR | 倍 | 7.5 | 2.0 | 0.7 | 2.1 |
| 前期基準ROE | % | 23.6 | 12.9 | 1.8 | 21.7 |
| 前々期基準ROE | % | 31.9 | 9.6 | 5.4 | 16.2 |
| 今期予想配当金 | 円 | 10.0 | 27.0 | 0.0 | 20.0 |
| 今期予想基準配当利回り | % | 0.3 | 2.1 | 0.0 | 1.9 |

(注) 予想は各社公表数値

(出所) 各社決算短信に基づき証券リサーチセンター作成

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

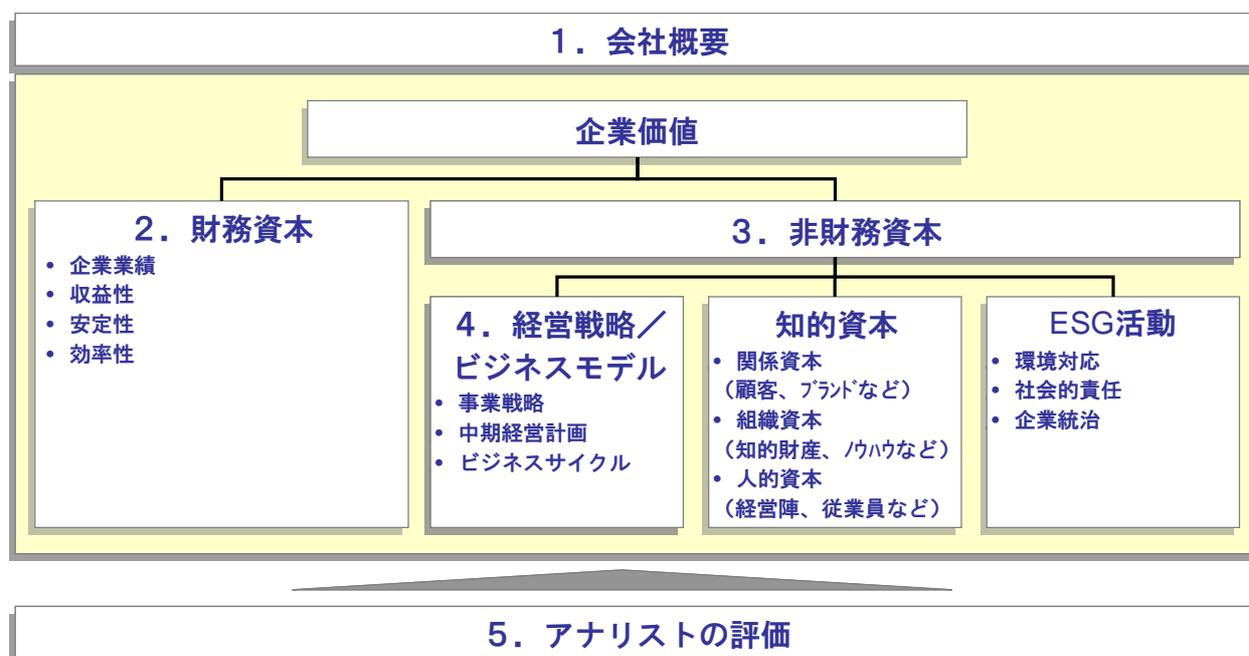
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

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)

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。

アップデート・レポート

10/10

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。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。