

ホリスティック企業レポート フューチャーリンクネットワーク 9241 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2021年8月24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 20210823

地域情報プラットフォームの構築・運営やふるさと納税業務支援事業などを行う 地域の魅力を掘り起こすとともに地域が抱える課題解決を支援

アナリスト:高木 伸行 +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

【9241 フューチャーリンクネットワーク 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)
2019/8	1,074	69.2	1	-	0	-	17	-	24.4	-43.1	0.0
2020/8	1,134	5.6	44	-	42	-	39	2.3×	56.2	13.0	0.0
2021/8 予	1,349	18.9	87	97.4	83	98.1	76	94.3	108.8	-	0.0

(注) 1. 単体ベース

2. 2021/8期は会社予想。EPSは公募株式数(80千株)を含めた予定期中平均株式数により算出

3. 2021年5月8日付で1:20の株式分割を実施。一株当たり指標は遡って修正

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価	3,050円(2021年8月23日)	本店所在地 千葉県船橋市
発行済株式総数	783,000株	設立年月日 2000年3月2日
時価総額	2,388百万円	代表者 石井 丈晴
上場初値	4,315円(2021年8月20日)	従業員数 91人(2021年6月)
公募・売価	2,470円	事業年度 9月1日～翌年8月31日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 事業年度終了後3ヵ月以内
		【主幹事証券会社】 岡三証券
		【監査人】 千葉第一監査法人

> 事業内容

◆ 地域の多様性創出と課題解決を目指す

フューチャーリンクネットワーク(以下、同社)は、地域社会の活性化を実現することをミッションとし、地域情報プラットフォームである「まいぷれ」を構築・運営している。「まいぷれ」はグルメやショッピング、イベント、サークル、求人情報などのいわゆる「お役立ち情報」を集め配信している。取材により得た情報、イベント主催者や店舗の経営者が自ら発信する情報を重視し、地域に埋もれている情報を届けることで地域の魅力を掘り起こし地域の活性化につなげている。

同社は「まいぷれ」の運営を起点に地域情報流通事業、公共ソリューション事業、マーケティング支援事業を行っている(図表1)。

【図表1】事業内容

セグメント	20/8期					
	売上高 (千円)	構成比 (%)	前期比 (%)	セグメント利益 (千円)	利益率 (%)	前期比 (%)
地域情報流通事業	393,393	34.7	6.4	121,281	30.8	25.0
まいぷれ関連	82,841	7.3	2.6	-	-	-
パートナー関連	310,552	27.4	7.5	-	-	-
公共ソリューション事業	468,402	41.3	22.3	126,909	27.1	64.6
ふるさと納税業務支援	362,308	31.9	76.4	-	-	-
公共案件	47,736	4.2	-40.6	-	-	-
まいぷれポイント	58,356	5.1	-39.9	-	-	-
マーケティング支援事業	273,023	24.1	-15.3	39,257	14.4	1.0
調整額	-	-	-	-243,336	-	-
合計	1,134,818	100.0	5.6	44,111	3.9	26.8×

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 地域情報流通事業

地域を熟知したスタッフを各地に配置し、その地域ならではの魅力を発掘し、足で稼いだコンテンツを同社の運営する地域情報サイト「まいふれ」を中心に Google マイビジネスや各種ソーシャルメディア、地上波テレビデータ放送、デジタルサイネージといった幅広いメディアを通じて地域へ発信している。

千葉県船橋市をはじめとした同社の近隣地域は同社が「まいふれ」を直接運営しているが、それ以外の地域では営業・編集機能を担う運営パートナーと協働で「まいふれ」を運営しており、この運営体制や仕組みが公共ソリューション事業やマーケティング支援事業の展開を支える基盤ともなっている。

21年7月1日現在で148社の運営パートナーと秋田県を除く46都道府県、736市区町村で地域情報プラットフォームである「まいふれ」を運営している。運営パートナーにとっては自治体や地域とのつながりを深められる上に、安定した収益が得られるといったメリットがあり、事業の多角化を目指す企業や起業を目指す個人などが運営パートナーとして「まいふれ」に加盟している。

地域情報流通事業の売上高は同社の直営地域からの売上高を「まいふれ関連」に、運営パートナーからの収入を「パートナー関連」に分類している。直営地域では「まいふれ」の運営を通じて中小事業者や店舗経営者から「まいふれ」への情報掲載料を月額課金のかたちで受け取っている。直営地域以外では、「まいふれ」の運営パートナーから、パートナー加盟料(システム構築、研修、エリア独占権利費)及びロイヤリティ(システム利用料といった固定費、「まいふれ」への広告掲載料の20%)を受け取っている。

◆ 公共ソリューション事業

公共ソリューション事業では地域情報プラットフォーム「まいふれ」を活用して地方自治体や国の課題に対して解決策を提案している。同事業は、1) ふるさと納税業務支援、2) まいふれポイント(地域共通ポイント)、3) 公共案件に分類される。

1) ふるさと納税業務支援

同社は地域密着の体制を活かして地場産業振興や町おこしにつながるふるさと納税の業務受託を行っている。「まいふれ」の運営を通して地域の魅力的な返礼品や事業者を発掘して、「楽天ふるさと納税」、「ふるなび」、「ふるさとチョイス」といったふるさと納税ポータルサイトに登録したり、寄付者との連絡、発送管理、精算業務など自治体が行う業務を代行している。

20/8期の契約自治体は37自治体(21年7月1日時点では33自治体)であり、同社の扱った寄付額は4,077百万円となった。同社は寄付額の一定

割合を対価として受取っており、ふるさと納税業務支援の売上高は 362 百万円(前期比 76.4%増)であった。

2) まいふれポイント

地域内限定で利用されるポイント制度「まいふれポイント」を7月1日現在で全国8エリアにおいて、5自治体と3民間団体とで運営している。同社は地域店舗からポイント発行手数料などを受け取っている。20/8期の売上高は、新規エリアの稼働がないことに加え、19/8期に導入した自治体向けへのICカードや関連機器の大口納品があった反動で前期比39.9%の減収となった。

3) 公共案件

「まいふれ」で培った情報発信ノウハウを活かして、官民の情報を一元化したポータルサイトの構築・運営を行っている。7月1日時点で10自治体と協働でポータルサイトを運営している。同社の収益は地域の中小事業者や店舗からの広告掲載料やプラットフォームへの参加利用料、運営受託料となる。この他、国や地方自治体などへコンサルティングやシステムを提供し、その対価を受け取っている。前期にあった受託開発案件の反動で20/8期は前期比40.6%の減収となった。

◆ マーケティング支援事業

大手小売りチェーンなどの販促支援や特定の商圈や地域に直接情報を発信したい企業に対してマーケティングソリューションの提供やホームページ制作を行っている。主な顧客としてはマツモトキヨシホールディングス(3088 東証一部)やホームセンターを展開するケーヨー(8168 東証一部)といった大手小売企業その他、マンションデベロッパーなどが挙げられる。20/8期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け前期比15.3%減収となった。

◆ 収益構造

同社の20/8期のセグメント別の売上総利益率は地域情報流通事業が95%超、公共ソリューション事業は50%弱、マーケティング支援事業は30%弱と推定される。売上原価のなかでは外注費が大きな部分を占めるが、地域情報流通事業は売上高外注費率が1.4%と低く、公共ソリューション事業は同32.1%、マーケティング支援事業は同61.9%と高くなる。公共ソリューション事業では一部事務作業を外注しており、マーケティング支援事業では業務の外注や広告販促物のデザインや印刷、看板施工などで専門業者を活用しているため、売上高外注費率が高くなっている。

20/8期における販売費及び一般管理費(以下、販管費)は売上高の56.7%に相当している。販管費の中では人件費が大きな比率を占めており、20/8期の販管費に占める人件費の割合は61.9%、売上高人件費率は35.1%であった。この他、広告宣伝費(販管費に占める比率は5.3%、対売上比は

3.0%)、旅費及び交通費(同順で 4.8%、2.7%)、上場関連費用(同順で 2.7%、1.5%)が主な費目として挙げられる。

> 特色・強み

◆ 様々な地場企業、地場事業主との密接な関係

地域の中小事業者との直接あるいは運営パートナーとの協業による接点が中小事業者の経営をサポートしていく上で強みとなっている。インターネット広告運用、情報発信や IT についての知識が乏しい中小事業者に寄り添うかたちでインターネットソリューションを提供できる数少ない企業と言える。

「まいぷれ」の顧客は地域に根差したあらゆる業種の企業や店舗、事業主である。グルメ系の情報サイトは多数があるが、「まいぷれ」の顧客に占める飲食業の割合は約 4 分の 1 であり、他は雑貨屋や整体、塾といった様々な業種からなる点も特徴と言える。

> 事業環境

◆ 拡大が続くインターネット広告市場

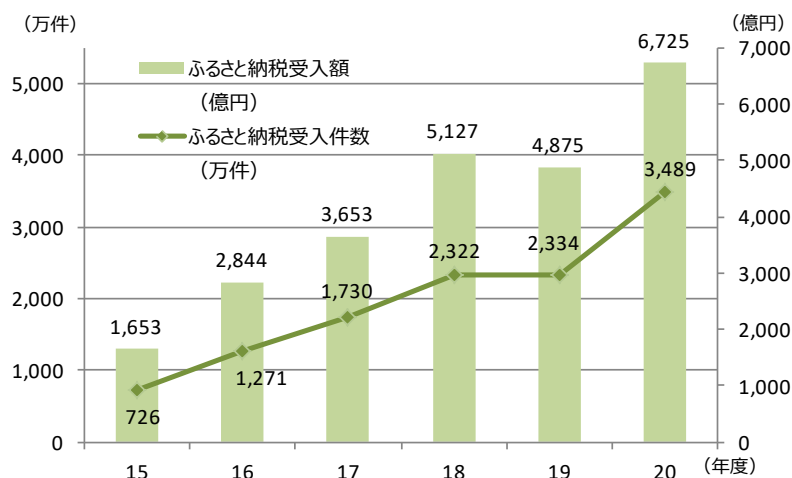
電通の「2020 年の広告費」によると、20 年の総広告費は新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるイベントや販促キャンペーンの延期や中止の影響を受け、年末に向けて復調の兆しを見せたものの、前年比 11.2%減の 6 兆 1,594 億円となった。このような中、同社の事業と関連するインターネット広告費は同 5.9%増の 2 兆 2,290 億円となり、成長率は鈍化したものの一貫して拡大を続けている。

また、同社の商材と類似する検索連動型広告の 20 年の市場規模は前年比 1.6%増の 6,787 億円に達している。

◆ ふるさと納税市場

ふるさと納税の受入額と受入件数は傾向としては上昇基調にある。新型コロナウイルス感染症拡大を受けてステイホームによる取り寄せ需要が拡大したことやふるさと納税の認知が進んでいることから、20 年度のふるさと納税受入額は前年度比 37.9%増の 6,725 億円、受入件数は同 49.5%増の 3,489 万件に達した(図表 2)。

【図表2】ふるさと納税受入額と受入件数



(出所) 総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果(令和3年度実施)」を基に証券リサーチセンター作成

過剰な返礼品競争を制限するために19年6月に返礼品を「寄付額の3割以下の地場産品」に限定する新制度が導入されたため、ふるさと納税受入額は19年度に前年度比4.9%減と7年度ぶりに減少したが、一過性のものとなり、ふるさと納税制度は生活者に定着しつつある。

◆ 競合

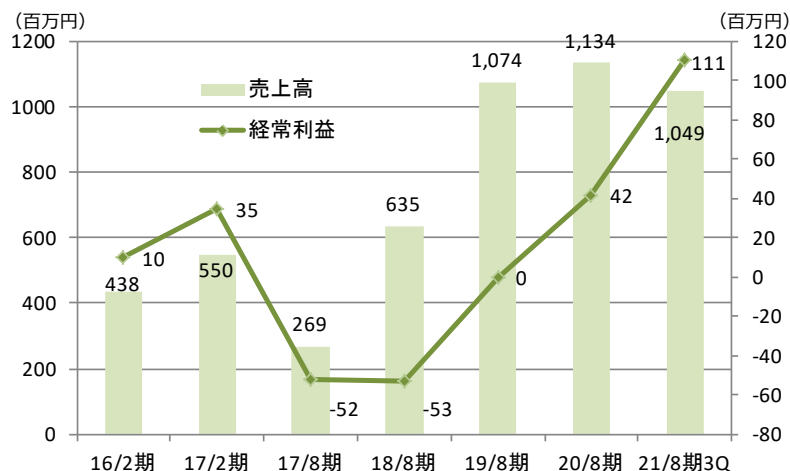
同社は地域のあらゆるジャンルの情報を提供しているが、グルメといった特定のジャンルに特化するサイトなど部分的に競合するサイトは多数存在している。また、ふるさと納税関連業務の業務受託者はプロポーザル方式で募集選定されることが一般的で常に競争にさらされている。同社は運営パートナーとの協業により地域に密着した体制と同社による集中管理を差別化点としている。

> 業績

◆ 過去の業績推移

20/8期までの6期間での同社の業績は売上高、利益とも低い水準で推移してきた(図表3)。17/8期は決算期変更による6カ月間の業績となり、もともと利益水準の低い期間であることから52百万円の経常損失となった。18/8期は子会社2社の吸収合併に向けての費用のため53百万円の経常損失を計上し、続く19/8期には辛うじて962千円の経常黒字となった。

【 図表 3 】 業績推移



(注) 単体ベース

21/8 期 3Q は第 3 四半期累計期間

17/8 期は決算期変更により 6 カ月決算

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 20 年 8 月期業績

20/8 期は売上高 1,134 百万円(前期は 1,074 百万円)、営業利益 44 百万円(同 1 百万円)、経常利益 42 百万円(同 962 千円)、当期純利益 39 百万円(同 17 百万円)となった。

地域情報流通事業は、まいふれ関連の売上高は 82 百万円(前期比 2.6%増)、パートナー関連の売上高は 310 百万円(同 7.5%増)となった。期末の運営パートナーは目標の 135 社に対して 133 社となり、エリア展開は目標 798 市区町村に対して 642 市区町村となった。新型コロナウイルス感染症の拡大により新規パートナー契約候補先がキャンセルしたことや地域の中小業者や店舗が休業要請を受けて広告を解約するという影響が出た。

公共ソリューション事業の売上高はまいふれポイントと公共案件の大幅減収をふるさと納税業務支援の大幅増収で補い前期比 22.3%増となった。ふるさと納税の取り扱い寄付額は同 87.8%増の 4,077 百万円となり、ふるさと納税業務支援の売上高は同 76.4%増の 362 百万円となった。まいふれポイントは前期同様 8 エリア、5 自治体・3 民間団体との運営を継続しているが、前期にあった特定自治体のサービス導入にともなう端末などの大口納品の反動から、売上高は同 39.9%減の 58 百万円となった。公共案件の売上高も前期にあった受託開発案件がなくなったことから、同 40.6%減の 47 百万円となった。

マーケティング支援事業の売上高は新規開店予定の延期、インバウンド向け広告キャンペーンの予定変更、イベント企画の中止といった大手顧客の販促計画変更の影響を受けて前期比 15.3%減の 273 百万円となった。

売上原価率は前期比 3.6%ポイント改善した。売上高が増加するなか、外注費が前期の 323 百万円に対して 325 百万円とほぼ同額に留まったことなどが貢献した。ただし外注費率の改善は売上原価率の改善幅の半分程度を説明できるにとどまり、他の原価項目の改善も無視できない。

販管費率は横ばいで推移した。人件費(前期比 18.1%増)、広告宣伝費(同 11.7%増)、上場関連費用(同 51.1%増)は高い増加率となったが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うリモートワークの定着により、旅費及び交通費が前期比 25.5%減となるなど支出が抑制された費目が多かったことが貢献した。

以上により営業利益、経常利益ともに水準は低いものの、前期からは大幅に増加した。

◆ 21 年 8 月期第 3 四半期累計業績

21/8 期第 3 四半期累計期間の売上高は 1,049 百万円、営業利益は 113 百万円、経常利益は 111 百万円、四半期純利益は 97 百万円となった。

後述する 21/8 期の会社計画に対する進捗率は、売上高 77.8%、営業利益 130.4%、経常利益 133.1%、四半期純利益 126.6%となった。第 4 四半期は季節性、上場関連費用が高まることや 4 月以降の人件費の増加の影響から損失を計画しており、利益の進捗率は 100%を超えている。なお前年同期の実績は開示されていない。

地域情報流通事業の売上高は 350 百万円となった。まいふれ関連売上高は 71 百万円と 20/8 期通期売上高 82 百万円との比較から、順調に増加しているものと思われる。また、パートナー関連売上高も第 3 四半期末の運営パートナー数が 148 社(20/8 期末 133 社)、展開エリアも 736 市区町村(同 642 市区町村)と順調に増加していることから、高い増収率で推移したものと思われる。

公共ソリューション事業の売上高は 514 百万円となった。ふるさと納税関連売上高は 378 百万円と 20/8 期通期の売上高(362 百万円)を上回っている。21 年 3 月末に 8 自治体との契約が終了したが、楽天ふるさと納税経由での寄付額の増加でカバーした。まいふれポイントの売上高も 72 百万円と 20/8 期通期の売上高 58 百万円を上回り順調に推移している。8 エリア、5 自治体・3 民間団体での運営は前期と同じである。他にはスマートシティモデル事業の開発受託も貢献している。

マーケティング支援事業は緊急事態宣言の再発令の影響を受けて低調であったようで、売上高は 184 百万円となり減収傾向が続いている模様である。

◆ 21年8月期の会社計画

同社は21/8期について、売上高 1,349 百万円(前期比 18.9%増)、営業利益 87 百万円(同 97.4%増)、経常利益 83 百万円(同 98.1%増)、当期純利益 76 百万円(同 94.3%増)と計画している(図表 4)。

【図表 4】21年8月期会社計画

	20/8期			21/8期会社計画		
	売上高	構成比	前期比	売上高	構成比	前期比
	(千円)	(%)	(%)	(千円)	(%)	(%)
地域情報流通事業	393,393	34.7	6.4	484,726	35.9	23.2
まいぶれ関連	82,841	7.3	2.6	100,548	7.5	21.4
パートナー関連	310,552	27.4	7.5	384,178	28.5	23.7
公共ソリューション事業	468,402	41.3	22.3	619,584	45.9	32.3
ふるさと納税業務支援	362,308	31.9	76.4	413,112	30.6	14.0
公共案件	47,736	4.2	-40.6	111,889	8.3	134.4
まいぶれポイント	58,356	5.1	-39.9	94,583	7.0	62.1
マーケティング支援事業	273,023	24.1	-15.3	245,105	18.2	-10.2
売上高	1,134,818	100.0	5.6	1,349,416	100.0	18.9
売上原価	447,205	39.4	-3.3	504,369	37.4	12.8
地域情報流通事業	-	-	-	12,662	2.6	-4.5
公共ソリューション事業	-	-	-	310,366	50.1	29.0
マーケティング支援事業	-	-	-	181,341	74.0	-6.5
売上総利益	687,613	60.6	12.3	845,047	62.6	22.9
販売費及び一般管理費	643,502	56.7	5.4	757,949	56.2	17.8
人件費	398,539	35.1	18.1	451,750	33.5	13.4
広告宣伝費	33,868	3.0	11.7	44,394	3.3	31.1
上場関連費用	17,589	1.5	51.1	30,131	2.2	71.3
その他	193,506	17.1	-16.2	231,674	17.2	19.7
営業利益	44,111	3.9	26.8×	87,097	6.5	97.4
営業外損益	-1,806	-	-	-3,280	-	-
経常利益	42,305	3.7	-	83,817	6.2	98.1
特別損益	0	-	-	-	-	-
税引前当期純利益	42,305	3.7	4.6×	83,817	6.2	98.1
当期純利益	39,487	3.5	2.3×	76,746	5.7	94.3

重要経営指標	20/8期	21/8期会社計画
地域情報流通事業		
運営パートナー(社)	133	153
契約済み展開エリア(市区町村)	642	764
掲載店(店舗)	1,376	1,595
平均月額掲載料(円/店)	4,142	4,929
月額掲載料合計(千円)	5,699	7,863
公共ソリューション事業		
ふるさと納税BPO受託自治体	37	33
ふるさと納税受入額(百万円)	4,077	4,700
まいぶれポイント運営エリア	8	8
まいぶれポイント運営自治体	5	5

(注) 21/8期の各セグメントの売上原価の構成比は各セグメント売上高に対する比率
(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」、
「事業計画及び成長可能性に関する事項」を基に証券リサーチセンター作成

地域情報流通事業の売上高は 484 百万円(前期比 23.2%増)を計画している。まいぷれ関連は 21.4%増収、パートナー関連は 23.7%増収とともに高い伸びを見込んでいる。

まいぷれ関連の売上高の前提は期末の掲載店 1,595 店舗(20/8 期末 1,376 店舗)、平均月額掲載料 4,929 円(20/8 期 4,142 円)、月額掲載料合計 7,863 千円(同 5,699 千円)である。パートナー関連の売上高の前提は期末の運営パートナーは 153 社(20/8 期末 133 社)、展開エリアは 764 市区町村(同 642 市区町村)としている。

公共ソリューション事業の売上高は 619 百万円(前期比 32.3%増)を計画している。ふるさと納税業務支援が同 14.0%増収、公共案件が 134.4%増収、まいぷれポイントは 62.1%増収と見込んでいる。

ふるさと納税業務支援については、期末受託自治体数は 33 自治体(20/8 期末 37 自治体)、ふるさと納税受入額は 4,700 百万円(20/8 期 4,077 百万円)という前提である。高い増収率が予想されている公共案件は契約を個別に積み上げての予測である。まいぷれポイントは 8 エリア、5 自治体・3 民間団体との運営が継続することと、5 月の実績売上高が第 4 四半期を通して続くという前提である。

マーケティング支援事業は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響が第 4 四半期も続くという前提で、売上高を前期比 10.2%減の 245 百万円と見込んでいる。

各セグメントの売上総利益率は地域情報流通事業と公共ソリューション事業は改善、マーケティング支援事業は悪化を同社は見込んでいる。外注依存度が低いこともあり、売上総利益率が非常に高い情報流通事業の売上構成比が上昇することも相まって、21/8 期の全体の売上総利益率は前期比 2.0%ポイント改善する計画となっている。

販管費は、広告宣伝費(前期比 31.1%増)や上場関連費用(同 71.3%増)については高い増加率を見込んでいる。構成比の高い人件費は前期比 13.4%増を見込んでいるものの、売上高人件費率は同 1.6%ポイント改善の 33.5%と計画しており、販管費率の改善見通しの要因となっている。

以上の結果、営業利益は同 97.4%増となり営業利益率は同 2.6%ポイント拡大する計画となっている。

◆ 成長戦略

同社は、今後の成長にむけて、1)「まいぷれ」のメディアとしての価値の向上、2)まいぷれの経営支援機能を強化することにより地域の中小事業者の

満足度を高め、広告掲載料収入にとどまらずプラットフォーム利用料の増加を図る、3) 運営パートナーの増加とともに、経営指導を強化することにより運営パートナーの質を改善し、地域、顧客、自治体の拡大を図る、4) ふるさと納税業務支援では寄付額向上の施策に取り組むとともに、これまでの成功事例をもとにコンサルティング領域を強化する、としている。

> 経営課題/リスク

◆ 認知度の向上

同社は今まで会社や提供するサービスの認知度を向上させるための活動を積極的に行っていなかった。認知度の向上は事業を展開するスピードを高めてゆく上で必要と同社は考えており、来期以降は積極的に認知度向上に向けての施策を打ってゆく方針である。

◆ 企業規模の拡大

同社はマザーズ上場企業のなかでも小規模であり、事業規模の拡大ペースを高めて行くことが重要と経営陣は認識している。企業規模拡大に向けては、上場により知名度の向上を図るのに加え、人材の拡充・育成に向けて取り組む方針である。

規模拡大の過程で内部管理体制の整備が追いつかない場合やプロモーション費用、人材獲得費や人件費の増加ペースが急な場合、同社の業績や財政状態に影響を及ぼす可能性がある点には留意が必要である。

◆ 業績の季節的変動

ふるさと納税業務支援の受託業務に関する売上高は、ふるさと納税の寄付が12月に行われる比率が高いため、同社の業績は第2四半期に偏る傾向がある。

◆ 税務上の繰越欠損金

同社は20/8期末時点で税務上の繰越欠損金を保有しているが、業績が順調に推移し繰越欠損金が解消した場合には通常の税率に戻ることであり、同社の当期純損益やキャッシュ・フローに影響を及ぼす可能性がある。

◆ 配当政策

同社は財務基盤の強化を優先していることから、設立以来、配当を実施していな。株主に対する利益還元を重要な経営課題として認識しているが、同社は現在成長過程にあり、内部留保を将来の事業展開及び経営体質強化のための投資に充当することがあるため、無配を継続する可能性があるとしている。

【 図表 5 】 財務諸表

損益計算書	2019/8		2020/8		2021/8 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,074	100.0	1,134	100.0	1,049	100.0
売上原価	462	43.0	447	39.4	388	37.0
売上総利益	612	57.0	687	60.6	661	63.0
販売費及び一般管理費	610	56.8	643	56.7	547	52.2
営業利益	1	0.2	44	3.9	113	10.8
営業外収益	1	-	0	-	0	-
営業外費用	2	-	2	-	2	-
経常利益	0	0.1	42	3.7	111	10.6
税引前当期(四半期) 純利益	9	0.8	42	3.7	111	10.6
当期 (四半期) 純利益	17	1.6	39	3.5	97	9.3

貸借対照表	2019/8		2020/8		2021/8 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	233	73.6	349	78.7	557	85.4
現金及び預金	26	8.2	166	37.5	401	61.6
売上債権	203	63.9	153	34.5	128	19.7
棚卸資産	2	0.9	1	0.3	7	1.1
固定資産	83	26.4	94	21.3	95	14.6
有形固定資産	31	9.8	34	7.8	31	4.8
無形固定資産	22	7.2	22	5.1	20	3.1
投資その他の資産	30	9.5	37	8.5	43	6.7
総資産	317	100.0	444	100.0	652	100.0
流動負債	279	88.0	286	64.5	421	64.6
買入債務	65	20.6	47	10.7	63	9.7
短期借入金	50	15.7	50	11.3	50	7.7
1年内返済予定の長期借入金	14	4.7	19	4.3	28	4.4
固定負債	68	21.6	148	33.5	124	19.1
長期借入金	53	16.7	129	29.2	108	16.6
純資産	-30	-9.5	9	2.1	106	16.3
自己資本	-30	-9.5	9	2.1	106	16.3

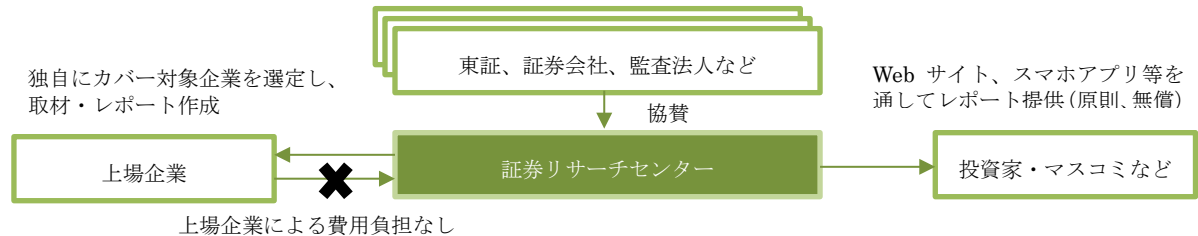
キャッシュ・フロー計算書	2019/8	2020/8
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-8	72
減価償却費	12	13
投資キャッシュ・フロー	-25	-9
財務キャッシュ・フロー	4	77
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	21	0
現金及び現金同等物の期末残高	26	166

(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
宝印刷株式会社

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
株式会社プロネクサス

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
監査法人 A&A パートナーズ

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。