

ホリスティック企業レポート ジモティー

7082 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2020年2月10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 20200207

地元で情報を探す人と発信したい人をマッチングするプラットフォームを運営
近隣の住人や小規模事業者が手数料無料で簡単に取引できる仕組みを提供

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

【7082 ジモティー 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)
2017/12	660	94.1	-379	-	-380	-	-412	-	-81.9	-301.2	0.0
2018/12	983	48.9	9	-	7	-	18	-	3.9	-297.3	0.0
2019/12 予	1,199	22.0	88	9.8×	88	12.6×	61	3.4×	12.0	-	0.0
2020/12 予	1,434	19.6	306	3.5×	306	3.5×	212	3.5×	40.3	-	0.0

(注) 1. 単体ベース

2. 2019/12期、2020/12期は会社予想。2020/12期予想EPSは公募による自己株式の処分株式数(50千株)を含めた期中平均株式数により算出

【株式情報】		【会社基本情報】		【その他】
株価	商い出来ず(2020年2月7日)	本店所在地	東京都品川区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数	5,641,365株	設立年月日	2011年2月16日	大和証券
時価総額	-	代表者	加藤 貴博	【監査人】
上場初値	商い出来ず(2020年2月7日)	従業員数	49人(2019年11月)	有限責任 あずさ監査法人
公募・売出価格	1,000円	事業年度	1月1日~12月31日	
1単元の株式数	100株	定時株主総会	事業年度末から3か月以内	

➤ 事業内容

◆ 近くに住んでいる人同士が取引できるプラットフォームを運営

ジモティー(以下、同社)は、地元=近所で物品を販売・処分したい、あるいは求人といった情報を探す人と情報を発信したい人をマッチングさせるプラットフォーム「ジモティー」を運営している(図表 1)。「ジモティー」は、地域や目的によって分類された募集広告を一覧形式で掲載する広告媒体のひとつであるクラシファイドサイトという形態をとっている。

「ジモティー」へは個人、法人を問わず誰でも広告を投稿でき、掲載や成約等の手数料は無料である。通販サイトやフリマアプリと違い、直接会って取引を行うことが原則で、地元同士の人達が取引を行うことを前提としている点が特徴となっている。

【図表 1】ジモティーサイト内の投稿・問合せ



*ジモティーサイト内の投稿・問合せの中の一例です。

(出所) 届出目録見書

「ジモティー」では、地域の情報が 47 都道府県の市区町村に区分され、目的に応じたカテゴリに分類されているため、ユーザーが情報を見つけやすい(図表 2)。更に、ユーザーに対して投稿・問合せ等の機能を提供しており、投稿への問合せ後は「ジモティー」内のチャット機能でユーザー間でのやりとりが可能である。

【 図表 2 】 カテゴリ 一覧

カテゴリ	内容
売ります・あげます	物品の売買及び譲渡に関する情報
助け合い	「助けて」「手伝って」等の助け合いの依頼に関する情報
メンバー募集	個人の各種メンバー募集に関する情報
不動産	不動産物件の賃貸及び売買に関する情報
中古車	中古車物件の売買に関する情報
正社員	法人の正社員募集に関する情報
地元のお店	各種ビジネスの宣伝に関する情報
里親募集	動物の里親募集に関する情報
教室・スクール	各種スクールの宣伝に関する情報
イベント	各種イベントの開催に関する情報
アルバイト	法人のアルバイト募集に関する情報

(出所) 届出目論見書

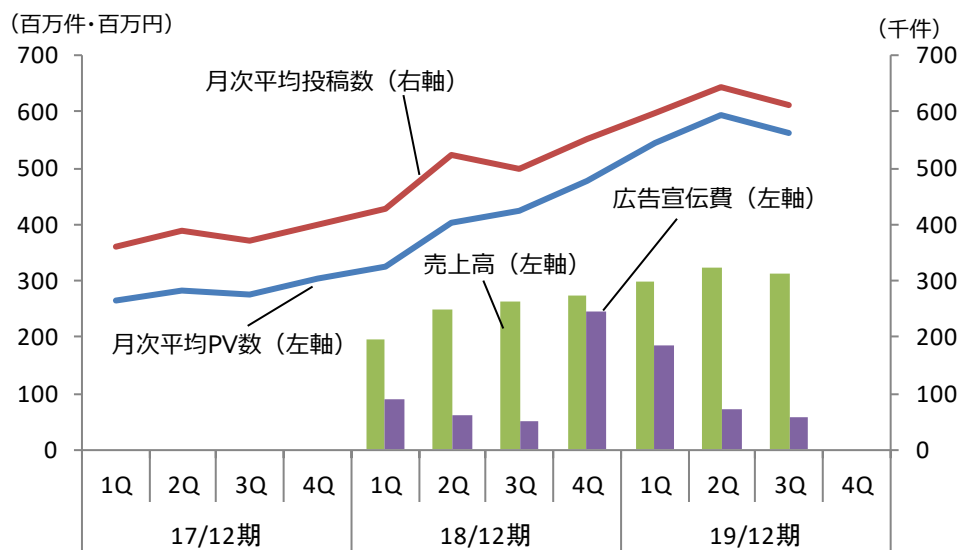
ユーザーに安心して利用してもらえるよう、サポート体制や評価・保険機能も充実している。24時間365日体制で投稿の監視をシステムチェックのみならず、全案件を目視でチェックしている。また、ユーザーからのメールでの問合せに対しても 24 時間以内に回答している。更にユーザー間の評価機能や、有料だがトラブルの際の費用を一部負担する保険機能も導入している。

◆ 投稿数と流入するユーザー数が連動

ユーザーの投稿によりサイトのコンテンツが生成されるメディアであることから、投稿により検索エンジンの最適化(SEO)が強化され、投稿数とSEOにより流入するユーザー数が連動するモデルとなっている(図表 3)。

「ジモティー」は 11 年 11 月にサービスが開始され、比較的長い運営歴があるが、投稿数やユーザー数の増加に向けては「ジモティー」ブランドの更なる認知度向上が必要となる。認知度向上に向けて、ここ数年、テレビ CM を中心に積極的にプロモーションを行っている。広告宣伝については、経験則から、3 月及び 10 月か 11 月に行うことが効果的とされ、今後も積極的に行ってゆく方針である。このため、売上高が拡大するなか、業績変動の季節性は薄れてきているものの、第 1 四半期及び第 4 四半期は広告宣伝費負担の上昇により、利益水準が低下するという傾向がある。

【 図表 3 】 順調に増加するページビュー (PV) 数と投稿数



(出所) 届出自論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ サービスと収入の流れ

同社はクラシファイドサイト運営事業の単一セグメントであるが、主要な事業は「自動配信」と「マーケティング支援」の二つである(図表 4)。

ユーザーからは手数料を受け取っておらず、広告枠の提供への対価である自動配信売上が同社の主な収益源で、18/12 期の売上構成比は 85.8%となっている。また、マッチング支援の対価であるマーケティング支援売上が 14.2%を占めている。同社はマーケティング支援売上を今後拡大してゆきたいと考えている。

◆ 自動配信

「ジモティー」ではアドネットワーク広告枠を提供し、広告がクリックされた回数や表示された回数に応じて収益を得ている(図表 4)。

アドネットワークとは複数の広告媒体(Web サイトやソーシャルメディア等)を集めて広告配信ネットワークを作り、それらの媒体にまとめて配信する仕組みである。同社はサイトページ上の広告枠のみをアドネットワーク事業者へ提供し、システムにより広告が自動配信される仕組みとなっている。

同社の主な販売先として、18/12 期の売上構成比が 34.4%を占める Supership(東京都港区)や 21.0%を占める Google Asia Pacific Pte. Ltd.といったアドネットワーク事業者が挙げられているが、これらは広告出稿者との間にはいり、広告料などを徴収している先である。

◆ マーケティング支援

マーケティング支援売上としては、ユーザー間のマッチングを支援することを目的とした投稿オプション機能への対価(機能課金)や、提携サイトの商品データベースと連動した投稿を掲載しユーザーがそれらの投稿をクリックして外部サイトへ進み、資料請求や契約に至るとその対価(成果報酬)を得ている(図表4)。

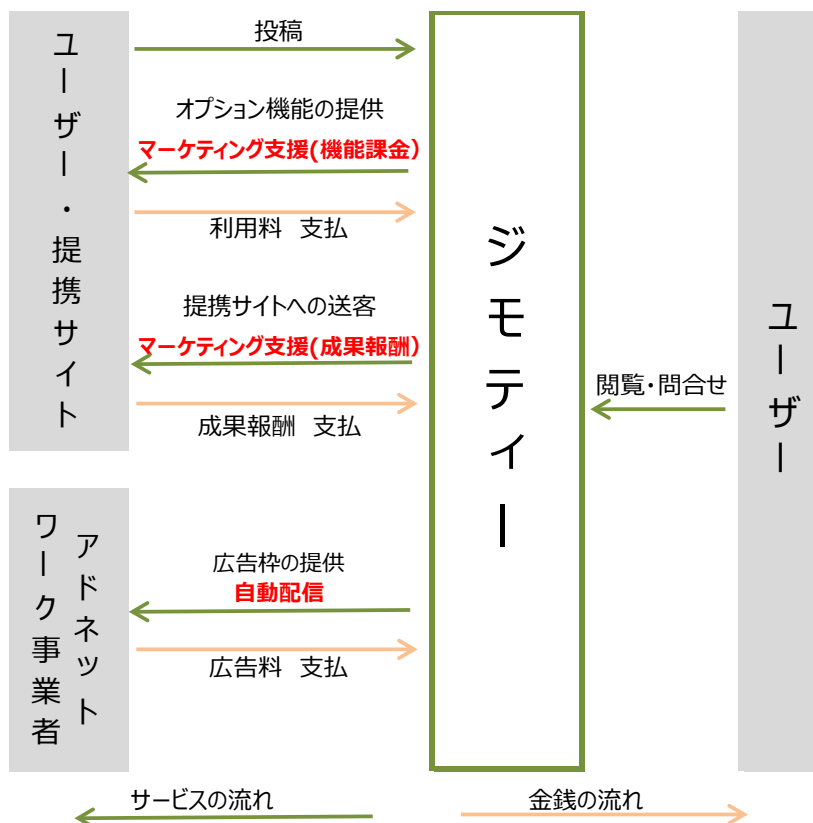
機能課金として、法人向けに投稿オプション機能の提供を17/12期より行っており、ユーザーが必要とする機能を提供して収益を得ている。機能としては古い投稿が新着投稿としてリフレッシュされる機能、投稿の背景が黄色でハイライトされユーザーの目にとまり易くする機能、一定期間投稿が上位に表示されるPR枠機能等がある。

成果報酬とは、「ジモティー」では提携サイトの商品データベースと連動した投稿を掲載しているが、ユーザーがそれらの投稿をクリックすることにより提携先の外部サイトに進み、さらに資料請求や契約等のアクションを取った場合に得る収益を指す。

例としては、中古車に特化した専門媒体と連携し、その媒体に登録されている中古車情報を「ジモティー」への投稿として掲載しているが、「ジモティー」のユーザーがその投稿に対して中古車見積り依頼を行った件数に応じて成果報酬を得るといったことが挙げられる。

同社は自動配信に偏った売上構成を改善するためにマーケティング支援の拡大に力を入れてゆく方針である。

【 図表 4 】 ビジネスモデル



(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 特色・強み

◆ 地域特化だが全国カバー

地元で情報を探す人と発信したい人をマッチングさせるプラットフォームであり、地域の情報が投稿というかたちで豊富に掲載されている。全国 47 都道府県の市区町村に区分されており、地元の情報を見つけやすい。

◆ 細分化されているが、幅広いカテゴリと特徴ある掲載情報

家具や衣類、自動車やスポーツ用品といったモノが分類される「売ります・あげます」というカテゴリや英語やパソコンや他の習い事からなる「教室・スクール」というカテゴリ、「助け合い」、「正社員」、「アルバイト」など様々なカテゴリがある。

各カテゴリに掲載されている情報や物件は、一般的なフリマアプリや中古車情報サイト、不動産情報サイトとは異なるものが多いのが特徴である。例えば、「売ります・あげます」のカテゴリで大型家電の譲渡情報が投稿されるが、投稿者は大型家電を売却して、現金を得たいというよりは引っ越しなどの際に大型家電製品を出来るだけ早く処分したいという目的から投稿しており、「取りに来てもらえるなら無料で差上げたい」といった投稿が多い。

「中古車」カテゴリにおいても高年式・低走行車というよりは、年式が古く、走行距離の多い低年式・過走行車だが価格も非常に低いものが投稿されたり、「不動産」カテゴリでは、不便な場所だが低家賃・敷金礼金不要といった物件が投稿されたりと、独特な情報が散見される。

◆ 投稿数が増加すると流入ユーザーが増加するモデル

「ジモティー」はユーザーの投稿によりサイトのコンテンツが生成されるメディアであり、投稿数の増加により SEO が強化されることから、投稿数と SEO により流入するユーザーが連動するモデルとなっている。

月次平均投稿数は 17/12 期第 1 四半期の 360 千件から 19/12 期第 3 四半期には 612 千件へと 1.7 倍となっており、同様に月次平均ページビュー(PV)数は 266 百万件から 561 百万件へと 2.1 倍となっている(図表 3)。投稿数の増加が PV 数の増加につながり、これがまた投稿数の増加につながるという好循環にある。また、PV 数の増加は、広告媒体としての「ジモティー」の価値向上にもつながり、広告出稿者にとっては費用対効果の高い媒体ということになる。

◆ 比較的年齢層が高く且つ主婦層に人気のあるプラットフォーム

同社によれば、「ジモティー」のユーザーは 40 歳以上が 74%、50 歳以上に限っても 40%を占めている。また、女性ユーザーの比率は 59%と高く、子供のいる世帯の利用が 67%を占めている。

相対的に高齢層が多く、且つ主婦層や子供のいる世帯の利用が多いという特色のあるユーザー属性も費用対効果を高めたいという広告出稿者にとっては、効果的な広告を行えるメディアということになり、その有用性は高いものと思われる。

◆ マッチングを支える豊富な仕組み

「ジモティー」ではマッチング率を高めるために様々な機能を提供している。マイエリア設定ができ、地元の情報が届けられる設定や「ジモティー」内のチャット機能を利用して取引のやり取りや、連絡を行うことができ個人情報オープンにせず、安心して取引が出来る仕組みとなっている。また、チャット内のやり取りをモニターすることにより、取引の健全性を確保することが可能になっている。

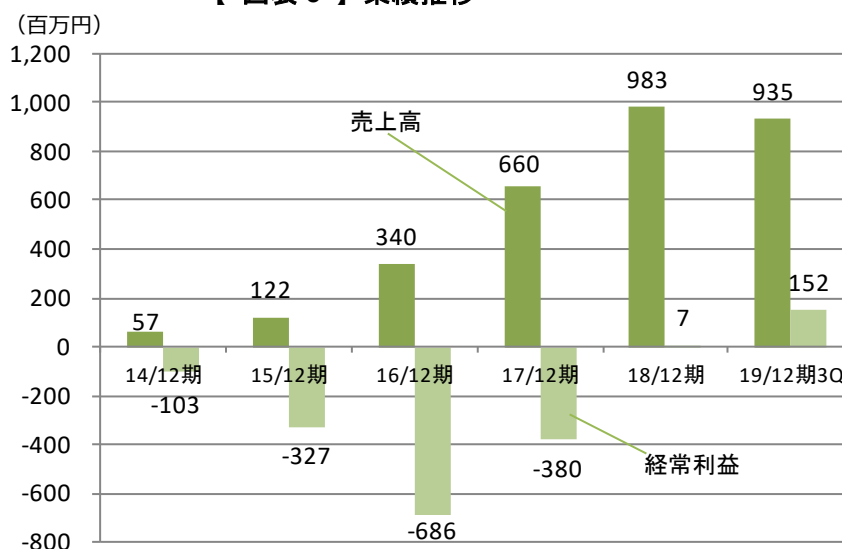
更に投稿者、問合せ者がお互いの取引を評価でき、当該評価は各ユーザーのアカウント情報に表示されており、取引の際に参考にすることができる。トラブルが報告されたユーザー情報や振込先情報も公表されており、トラブル回避に向けての手当も行われている。更に、取引でトラブルが起きた場合でも費用の一部が補填される保険機能も有償で提供している。

> 業績

◆ 過去の業績推移

17/12 期までは売上規模が小さいため、費用負担を吸収できず、経常損失が続いていた(図表 5)。18/12 期には増収率が 50%近くに達し経常黒字となったが、黒字額は 7 百万円と低い水準であった。売上総利益率は 90%弱の水準にあるが、販売費及び一般管理費に計上される広告宣伝費及び人件費の負担が大きいため、経常損失あるいは、低水準の経常黒字にとどまっている。

【 図表 5 】 業績推移



(注) 単体ベース

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

広告宣伝費は 17/12 期は 600 百万円、18/12 期は 452 百万円を計上し、売上高に占める比率は 17/12 期は 90.9%、18/12 期は売上高が拡大したこともあり、同比率は 46.0%と低下したが、依然として高い水準にある。同社はサイトの認知度を上げることは重要な課題と考えており、当面は高水準での広告宣伝費が続くものと思われる。

19/12 期第 3 四半期累計期間は売上高 935 百万円、営業利益 153 百万円、経常利益 152 百万円、四半期純利益 129 百万円となった。後述する 19/12 期の通期計画に対する進捗率は売上高 78.0%、営業利益 173.9%、経常利益 172.7%、四半期純利益 211.5%である。

◆ 19 年 12 月期会社計画

同社の 19/12 期計画は、売上高 1,199 百万円(前期比 22.0%増)、営業利益 88 百万円(同 9.8 倍増)、経常利益 88 百万円(同 12.6 倍増)、当期純利益 61 百万円(同 3.4 倍増)である(図表 6)。

19/12期通期計画から第3四半期累計実績を減じて求められる第4四半期見直しだけ見ると、売上高264百万円に対して、65百万円の営業損失を見込んでいることになるが、19/12期計画については期初に策定されたものとのことであるため、あくまで参考数値としてとらえておくことが適切と思われる。

サービス区分別の売上高は自動配信については前期比22.2%増の1,030百万円、マーケティング支援については同20.7%増の169百万円としている。

売上原価については労務費、サーバー費用、サイトの健全性向上にともなうサイト維持管理費用の増加から、前期比39.6%増の141百万円、売上原価率は前期の10.3%に対して11.8%を見込んでいる。

広告宣伝費は前期比24.3%減の342百万円としており、広告宣伝費率は前期の46.0%に対して28.5%と抑制気味の予算となっている。ただし、事業部門、開発部門を中心に8名の増員を見込んでおり、人件費が大幅に増加することから、販売費及び一般管理費全体としては同11.2%増を計画している。

【図表6】19年12月期及び20年12月期の会社計画

	17/12期	18/12期	19/12期(予)	20/12期(予)
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
売上高	660	983	1,199	1,434
自動配信	598	843	1,030	1,173
マーケティング支援	61	140	169	261
売上原価	72	101	141	149
売上総利益	588	881	1,058	1,284
販売費及び一般管理費	967	872	970	978
広告宣伝費	600	452	342	398
その他	367	420	628	580
営業利益	-379	9	88	306
営業外収支	0	-2	-	-
経常利益	-380	7	88	306
特別損益	-28	-	-	-
当期純利益	-412	18	61	212

(注) 19/12期ならびに20/12期は会社予想

(出所)「東京証券取引所マザーズ市場上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」より証券リサーチセンター作成

◆ 20年12月期会社計画

20/12期については売上高1,434百万円(前期比19.6%増)、営業利益306百万円(同3.5倍増)、経常利益306百万円(同3.5倍増)、当期純利益212百万円(同3.5倍増)と計画されている。

サービス区別の売上高は自動配信が前期比 13.9%増の 1,173 百万円、マーケティング支援が同 54.4%増の 261 百万円を見込んでいる。

同社は中長期的な成長に向けては、マーケティング支援売上の拡大が重要と考えている。求人支援企業、中古車販売会社、リサイクル業者等に対する機能課金の利用を推進する意向である。18/12 期の機能課金を利用している有料掲載者数は 1.6 万者と少なく、1 ユーザー当たりの月額平均課金単価については 19 年 9 月の実績が約 2,000 円であることから機能課金先の数の拡大と課金額の引き上げ余地は大きいと考えている。

費用面では売上原価は 149 百万円(前期比 5.7%増)、販売費及び一般管理費は 978 百万円(同 0.8%増)としている。販売費及び一般管理費の増加率が低いのは増員を予定していないためである。ただし、広告宣伝費は法人をターゲットとしてプロモーションを行うことを考えているため前期比 16.4%増の 398 百万円を予定している。

> 経営課題/リスク

◆ コーポレートガバナンスの状況

同社の社外取締役 2 名は、各々第 1 位株主であるオプトホールディング(2389 東証一部)の取締役副社長並びに第 2 位株主である NTT ドコモ(9437 東証一部)のプラットフォームビジネス部メディアビジネス推進室担当部長を務めている。

次回の株主総会でオプトホールディングからの取締役は任期満了により退任し、新社外役員の選任議案が上程される予定とのことだが、外形的に見ても取締役会の独立性が確保されたガバナンス体制の構築が期待される。

◆ 配当

同社では、設立以来配当を実施していない。今後も事業拡大に向けた投資と財務基盤の強化を目的に内部留保を優先する方針である。配当の実施及びその時期については現時点では未定としている。

◆ 株主構成

複数のベンチャーキャピタル並びにベンチャーキャピタルが組成した投資事業組合が保有している。ベンチャーキャピタル等は株式公開後に保有株式を売却しキャピタルゲインを得ることを目的としていることから、同社株式を市場で売却した場合には市場での同社株式の需給に影響し株価の変動をもたらす可能性がある。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2017/12		2018/12		2019/12 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	660	100.0	983	100.0	935	100.0
売上原価	72	10.9	101	10.3	100	10.7
売上総利益	588	89.1	881	89.6	835	89.3
販売費及び一般管理費	967	146.5	872	88.7	681	72.8
営業利益	-379	-57.4	9	0.9	153	16.4
営業外収益	1	-	0	-	0	-
営業外費用	2	-	2	-	1	-
経常利益	-380	-57.6	7	0.7	152	16.3
税引前当期(四半期)純利益	-409	-62.0	7	0.7	152	16.3
当期(四半期)純利益	-412	-62.4	18	1.8	129	13.8

貸借対照表	2017/12		2018/12		2019/12 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	327	92.6	379	93.3	910	94.9
現金及び預金	174	49.3	181	44.6	709	73.9
売上債権	105	29.7	162	39.9	160	16.7
固定資産	26	7.4	26	6.4	49	5.1
有形固定資産	3	0.8	3	0.7	8	0.8
無形固定資産	0	0.0	-	-	-	-
投資その他の資産	22	6.2	23	5.7	41	4.3
総資産	353	100.0	406	100.0	959	100.0
流動負債	92	26.1	125	30.8	171	17.8
買入債務	2	0.6	2	0.5	4	0.4
固定負債	6	1.7	6	1.5	6	0.6
純資産	255	72.2	274	67.5	781	81.4
自己資本	252	71.4	271	66.7	779	81.2

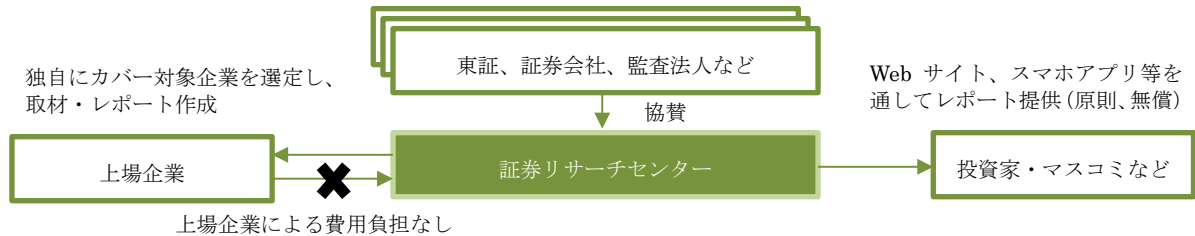
キャッシュ・フロー計算書	2017/12	2018/12
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-413	11
減価償却費	9	2
投資キャッシュ・フロー	-9	-1
財務キャッシュ・フロー	-195	-
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	-621	7
現金及び現金同等物の期末残高	174	181

(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

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

EY 新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

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・間接的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ため、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。