

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5月9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20140502

ツヴァイ(2417 東証二部)

発行日: 2014/5/9

**14年2月期は会員数が増加したものの入会金引き下げの影響で減収減益
パーティ、ウェディング事業が好調だが、苦戦が続く海外事業は停止を決定**

> 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35,000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や上場企業であることが、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。

◆ 14年2月期決算は減収減益

・14/2期決算は、売上高4,124百万円(前期比4.0%減)、営業利益269百万円(同19.2%減)、経常利益321百万円(同11.9%減)、当期純利益148百万円(同23.5%減)と減収減益であった。
・入会金の引き下げや法人及び自治体向けのアプローチ強化により新規入会者が増加したものの、入会金単価の低下や海外事業の苦戦が響いた。なお、14年4月18日に海外事業の停止を決定した。

◆ 15年2月期は増収増益を見込む

・15/2期について、同社は売上高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、会員数の伸びを同社計画よりも保守的に想定したことから、売上高4,180百万円(前期比1.4%増)、営業利益300百万円(同11.5%増)を見込んでいる。

◆ 中期業績見直し

・当センターでは、14/2期の実績を踏まえ、前回レポートの中期業績予想を減額修正した。17/2期までの成長率は売上高が年率1.6%、営業利益が同9.2%を予想する。
・入会金引き下げ等により新規入会者数が増加したものの、更なる拡大には慎重な見方が必要と判断して、主力事業の会員数は緩やかに増加するものと想定した。一方、好調なクラブチャティオ事業やウェディング事業が同社の中期的な成長を牽引すると予想する。

【2417 ツヴァイ 業種: サービス】

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	OE	4,200	1.8	310	14.8	340	5.7	173	16.8	44.3	-	30.0
2015/2	E	4,180	1.4	300	11.5	330	2.8	172	16.2	1,053.8	30.0	
2016/2	E	4,250	1.7	320	6.7	350	6.1	185	7.6	1,071.4	30.0	
2017/2	E	4,330	1.9	350	9.4	380	8.6	200	8.1	1,092.9	30.0	

(注)CE:会社予想、E:証券リサーチセンター予想。2013年2月期は12カ月8日の変則決算及び連結決算に移行となるため前期比の記載なし

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】

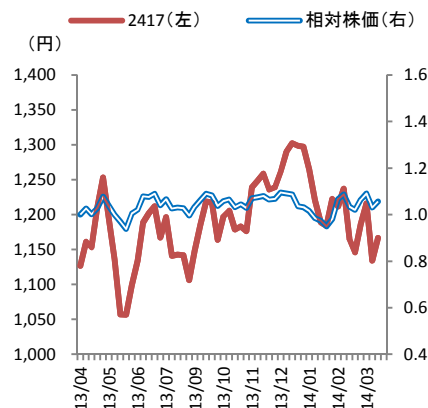
	2014/4/25
株価(円)	794
発行済株式数(株)	3,906,000
時価総額(百万円)	3,101

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	18.0	18.0	16.8
PBR(倍)	0.8	0.7	0.7
配当利回り(%)	3.8	3.8	3.8

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	1.1	-9.4	-1.0
対TOPIX(%)	4.3	-5.2	-1.2

【株価チャート】



(注)相対株価は対TOPIX、基準は2013/4/19

> 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 37,000 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 35,000 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ーで分析及び検索するところにある。

新しい事業及びサービスとして、パーティ・イベント事業 (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、売上項目別には、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、新しい事業及びサービスによる「その他」に分類される。その内、「月会費売上」が売上高全体の 69.5%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 (14/2 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 57 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。過去において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。14/2 期末の商業施設店舗は全国 11 店舗 (前期末比 3 店舗増) となった。

◆ 苦戦が続くアジア展開は事業停止を決定

同社は、11 年 12 月にタイ (バンコク) に現地法人 ZWEI (THAILAND) Co., LTD. を設立し、アジアでの事業展開を進めていたが、業績低迷を理由として 14 年 4 月 18 日に事業停止の決定をした。今後は、短期的には国内事業に経営資源を集中させるが、海外事業については、パーティ事業やウェディング事業を中心とした事業モデルの再構築を図ったうえで再スタートを目指す方針である。

> 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生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出ることを前提とした事業モデルであるため、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、入会金の引き下げや法人及び自治体経由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、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言えよう。年間約 13,000 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)を積み上げていくことができれば潜在的な会員基盤拡大の余地は大きく、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) ・入会金単価の低下 ・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

◆ 14年2月期決算は減収減益

14/2期決算は、売上高 4,124 百万円(前期比 4.0%減)、営業利益 269 百万円(同 19.2%減)、経常利益 321 百万円(同 11.9%減)、当期純利益 148 百万円(同 23.5%減)と減収減益であった。同社期初予想

に対する達成率では、売上高が 93.7%、営業利益が 70.8%といずれも未達であり、同社よりも保守的な想定をしていた当センター予想をも下回る結果となった。

売上項目別(単体)に見ると、「入会金売上」は、入会金の引き下げや法人及び自治体への積極的なアプローチにより新規入会者数が増加したものの、入会金単価が低下したことから前期比 17.8%の減収となった。

一方、「月会費売上」は営業日数の違い(13/2期は12カ月8日間の変則決算)や、高単価コースの増加が一巡したことにより若干の減収となったが、「その他」はパーティ開催数の増加やウェディング事業の拡大等により順調に伸長した。同社期初予想との差異は、新規入会者数及び退会者数の両方が想定から乖離したことが主因である。また、当センター予想との差異は、退会者数が想定を上回ったことによる。

利益面では、媒体費の削減等により売上原価率が低下した半面、海外事業の費用増加や減収効果等から減益となった。

【図表 2】14年2月期決算の概要と前期比較

(単位:百万円)	13/2期 連結 (実績)		14/2期 連結 (実績)		増減		14/2期 連結 (当センター予想)			14/2期 連結 (同社期初予想)		
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率	金額	達成率	金額	構成比	達成率	
売上高	4,298		4,124		-174	-4.0%	4,350	94.8%	4,400		93.7%	
売上原価	1,987	46.2%	1,875	45.5%	-112	-5.6%	-	-	-	-	-	
販管費	1,976	46.0%	1,978	48.0%	2	0.1%	-	-	-	-	-	
営業利益	334	7.8%	269	6.5%	-65	-19.2%	350	8.0%	380	8.6%	70.8%	
経常利益	365	8.5%	321	7.8%	-44	-11.9%	380	8.7%	410	9.3%	78.3%	
純利益	193	4.5%	148	3.6%	-45	-23.5%	190	4.4%	195	4.4%	75.9%	
売上項目別(単体)	4,296		4,118		-178	-4.1%	4,350					
入会金売上	1,091	25.4%	897	21.8%	-194	-17.8%	1,000	23.0%	897	89.7%		
月会費売上	2,906	67.6%	2,866	69.6%	-40	-1.4%	3,000	69.0%	955	95.5%		
その他	299	7.0%	353	8.6%	54	18.1%	350	8.0%	100.9%			
海外売上高	2		6		4	200.0%	0	-	-			
入会者数	11,957		13,010		1,053	8.8%	13,000	100.1%	14,000		92.9%	
退会者数	13,030		12,663		-367	-2.8%	12,047	105.1%	12,047		105.1%	
期末会員数	35,247		35,594		347	1.0%	36,200	98.3%	37,200		95.7%	
クラブチャティオ事業(パーティ、イベント等)												
会員数	25,899		37,443		11,544	44.6%						
イベント開催数	1,696		2,360		664	39.2%						
参加者(延べ)	25,722		33,839		8,117	31.6%						

(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

苦戦が続く海外事業については、売上高は僅かに増加したものの、人件費の増加等から営業損失幅が拡大したことに加えて、当初の事業計画からの乖離が大きくなったことから事業停止を決定し、減損損失 28 百万円と事業整理損失引当金繰入額 24 百万円を特別損失に計上した。なお、海外子会社の事業停止は、14 年 4 月 18 日に決定したものであり、それに伴って、14 年 4 月 8 日に公表した 14/2 期決算の訂正を行っている。

➤ 戦略の進捗

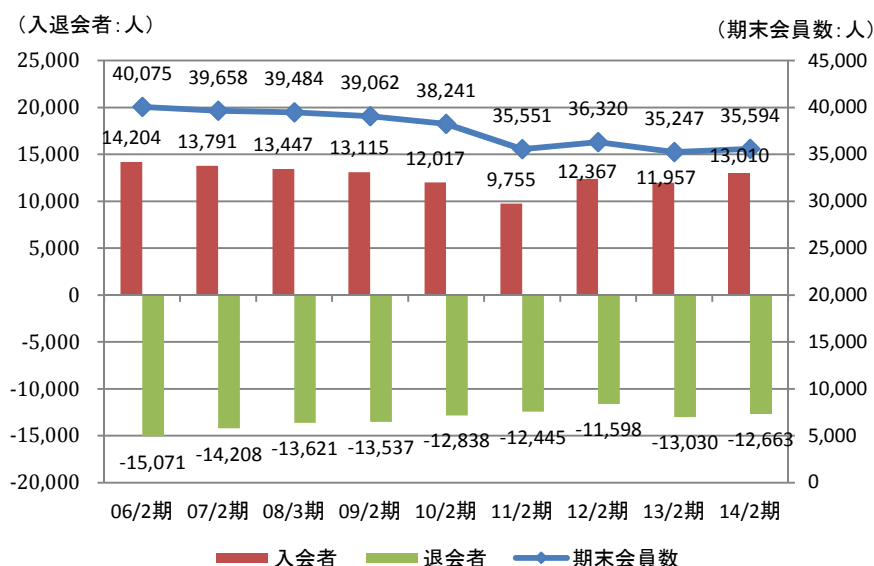
◆ 新規入会者の獲得や新しい事業・サービスは好調に推移

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、新しい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、業績低迷を理由に事業を停止した。

(1) 入会金引き下げに伴い新規入会者数は復調の兆し

同社は、新規入会者の獲得による会員数の積み上げが業績拡大を牽引するため、新規入会者を増やし退会者を減らすことが業績のカギを握る。しかし、その一方で、成婚者を増やすことも同社の使命であるため、一定の退会者が出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成長モデルと言える。

【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

14/2 期の新規入会者数は 13,010 人(前期比 1,053 人増)と好調であった。これまで 10 万円前後であった入会金を約 8 万円に引き下げ、入会しやすい料金体系への見直しを図ったことが主因である。これにより、所得減などで停滞していたコアターゲット層である 30 歳~40 歳代を中心に新規入会者が増加したと見られる。14/2 期末現在の会員数は 35,594 人(前期末比 347 人増)となった。また、14/2 期の成婚退会率(退会者数に占める成婚者の比率)は 47.1%と高い水準を維持している。

(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、14/2 期末の契約法人及び団体数は 821 社(前期末比 22 社増)となった。これにより、法人経由新規入会者数は 4,358 人(前期比 10.0%増)に伸長し、14/2 期における新規入会者全体の 33.5%(13/2 期 33.1%)を占めている。

(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(パーティ、イベント)、ウェディング事業(結婚式に関する相談サービス等)など、新しい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は、日比谷、銀座、大阪心斎橋のパーティ専用ラウンジに加えて、13 年 6 月にツヴァイ新宿、13 年 11 月にツヴァイ名古屋に直営ラウンジを併設したことやパーティアプリによるプロモーションなどにより、14/2 期末の会員数は 37,443 人(前期比 11,554 人増)、開催回数 2,360 回(前期比 664 回増)、延べ参加者 33,839 人(前期比 8,117 人増)と順調に拡大し、売上高も伸長した(前期比 43.9%増)。

また、ウェディング事業は、結婚式相談デスク事業に加え、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)に取り組んだことから、売上高が伸長した(前期比 44.6%増)。

> 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 期について、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。前提となる新規入会者数は 15,000 人(退会者数は 12,000 人)で期末会員数は 38,594 人(前期比 3,000 人増)の大幅な増加を想定している。但し、会員数の大幅な増加予想に比べて、売上高予想が僅かな伸びに

留まっているのは、入会金単価及び月会費単価について、それぞれを保守的に見ていることが要因と考えられる。

利益面では、媒体費の削減などにより原価低減を図ることや増収による固定費吸収等により営業利益率は大きく改善する予想となっている。

◆ 証券リサーチセンターによる 15 年 2 月期業績予想

当センターでは、14/2 期の実績等を踏まえ、15/2 期については、売上高 4,180 百万円 (前期比 1.4%増)、営業利益 300 百万円 (同 11.5%増) と同社予想を若干下回る水準を予想している。

前提となる新規入会者数は 13,000 人 (退会者 12,500 人) で、期末会員数を 36,094 人 (前期比 500 人増) として前期をやや上回る水準を想定した。また、入会金単価や月会費単価についても前期とほぼ同水準に据え置いた。その他については、好調なクラブチャティオ事業及びウェディング事業による増収を予想した。

【図表 4】 15 年 2 月期の業績予想

(単位: 百万円)	14/2期 連結 (実績)		15/2期 単体 (当センター予想)		増減		15/2期 単体 (同社予想)		増減	
		構成比		構成比		増減率		構成比		増減率
売上高	4,124		4,180		56	1.4%	4,200		76	1.8%
売上原価	1,875	45.5%	1,880	45.0%	5	0.3%	-	-	-	-
販管費	1,978	48.0%	2,000	47.8%	22	1.1%	-	-	-	-
営業利益	269	6.5%	300	7.2%	31	11.5%	310	7.4%	41	14.8%
経常利益	321	7.8%	330	7.9%	9	2.8%	340	8.1%	19	5.7%
純利益	148	3.6%	172	4.1%	24	16.2%	173	4.1%	25	16.8%
売上項目別(単体)	4,118		4,180		62	1.5%				
入会金売上	897	21.8%	890	21.8%	-7	-0.8%				
月会費売上	2,866	69.6%	2,890	69.6%	24	0.8%				
その他	353	8.6%	400	8.6%	47	13.3%				
海外売上高	6		-		-					
入会者数	13,010		13,000		-10	-0.1%	15,000		1,990	15.3%
退会者数	12,663		12,500		-163	-1.3%	12,000		-663	-5.2%
期末会員数	35,594		36,094		500	1.4%	38,594		3,000	8.4%
クラブチャティオ事業(パーティー、イベント等)										
会員数	37,443		-		-	-	-		-	-
イベント開催数	2,360		2,500		140	5.9%	2,500		140	5.9%
参加者(延べ)	33,839		40,000		6,161	18.2%	40,000		6,161	18.2%

(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)

利益面では、原価低減の効果や海外事業における運営費用負担の解消などから、営業利益率は0.7%ポイント改善するものと予想した。

なお、海外事業の停止に伴う特別損失については、14/2 期末時点で既に事業整理損失引当金 24 百万円 (連結)、海外子会社への短期貸付金に対する貸倒引当金 200 百万円 (単体) を計上しており、15/2 期決算への影響は限定的と想定した。従って、想定よりも損失が大きくなれば、純利益に対する下振れ要因となる可能性がある。

◆ 中期業績見通し

当センターでは、14/2 期の実績や 15/2 期の業績予想を踏まえ、前回レポート (13 年 10 月発行) の中期業績見通しについて減額修正するとともに、新たに 17/2 期の業績予想を追加した。14/2 期の売上高及び期末会員数が前回予想を下回ったことから、14/2 期実績を起点として全体的な水準を引き下げたが、会員数や売上高の伸びに大きな変更はない。17/2 期までの平均成長率は、売上高年 1.6%、営業利益年 9.2% を見込んでいる。

【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
	前回予想	実績	前回予想	修正後	前回予想	修正後		
売上高	4,350	4,124	4,420	4,180	4,500	4,250	4,330	1.6%
前期比	1.2%	-4.0%	1.6%	1.4%	1.8%	1.7%	1.9%	
営業利益	350	269	370	300	390	320	350	9.2%
利益率	8.0%	6.5%	8.4%	7.2%	8.7%	7.5%	8.1%	

売上項目別内訳(単体)	14/2期	15/2期	16/2期	17/2期	年成長率			
入会金売上	1,000	897	1,000	900	900	900	-3.5%	
前期比	-8.4%	-17.8%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
月会費売上	3,000	2,866	3,020	2,880	3,050	2,900	2,930	-0.8%
前期比	3.2%	-1.4%	0.7%	0.5%	1.0%	0.7%	1.0%	
その他	350	353	400	400	450	450	500	12.6%
前期比	17.1%	18.1%	14.3%	13.3%	12.5%	12.5%	11.1%	
海外事業	0	6	0	-	0	-	-	-

新規入会者数(人)	13,000	13,010	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	0.0%
退会者数(人)	12,047	12,633	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	-0.4%
期末会員数(人)	36,247	35,594	36,747	36,094	37,247	36,594	37,094	1.4%

(出所) 証券リサーチセンター

売上項目別に見ると、「入会金売上」は、新規入会者数とともに横ばいに推移することを予想した。また、期末会員数も年間 500 人増の緩やかな伸びを想定したことから「月会費売上」は微増の予想に留めた。

一方、「その他」は、パーティなどのイベント事業や展示即売会を含めた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。海外事業については、前回レポートにおいて業績貢献を見込んでいなかったことから、事業停止に伴うコスト要因の解消のみを反映した。

利益面では、14/2 期に入会金単価の低下等から、営業利益率の低下があったものの、15/2 期以降は、海外事業の停止と増収による固定費吸収等から徐々に改善するものと予想している。

> 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ながら、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%) を決定し、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。当センターによる予想利益に対する配当性向も同社とほぼ同水準であり、年 30 円配は可能であると判断している。また、当センターによる中期業績予想に基づけば、16/2 期以降も安定的な利益成長を見込んでいることから、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

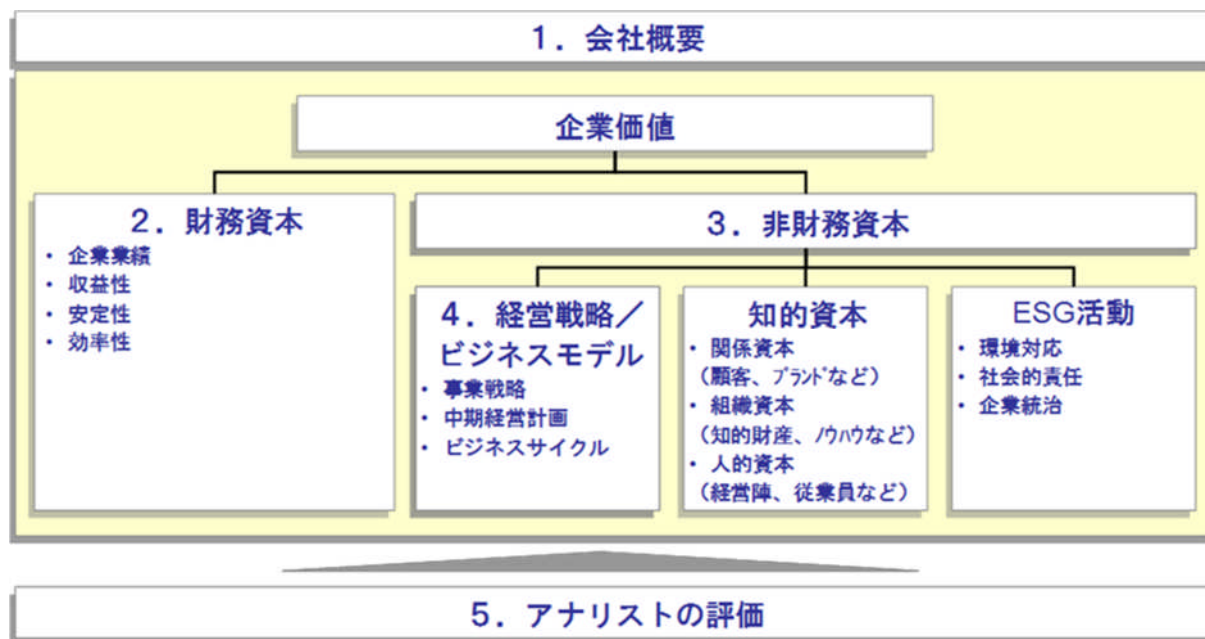
本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

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。