

2026年5月28日

ペイクラウドホールディングス

東証グロース市場 4015

株価 (5/22)

470 円

サマリー

- ① キャッシュレスサービス事業において、キャッシュレス決済とマーケティングを組み合わせた「独自 Pay」を軸としたサービスを提供、様々な用途で活用されている。
- ② デジタルサイネージ関連事業において、企画から配信管理や保守までワンストップでサービスを提供。様々な場所でデジタルサイネージ化が進み、需要が拡大している。
- ③ 29/8 期までに「直近 2 年間の経常利益合計 25 億円以上」を目指す。

キャッシュレスサービス、デジタルサイネージ関連等を展開

ペイクラウドホールディングスは、「アイデアとテクノロジーで、世界をもっとハッピーに」をミッションに掲げ、グループ各社において、キャッシュレスサービス事業（成長投資事業）、デジタルサイネージ関連事業（成長投資事業）、ソリューション事業（安定収益事業）を展開。

29/8 期までに「直近 2 年間の経常利益合計 25 億円以上」を目指す

現在の中長期的目標は、「直近 2 年間の経常利益合計 25 億円以上を 29/8 期までに目指す」。同社は、ROE や ROIC の改善の余地があると考え、売上高原価率・売上高販管費率の改善を、事業拡大を継続した上で目指す。具体的には、リカーリング売上高の増額、1 人当たりの営業利益の増額を各事業会社の実情にあわせ、目標として設定。

26/8 期は増収増益を計画、キャッシュレスサービス事業等が成長へ

26/8 期通期（9-8 月）の会社計画は、売上高が 11,500 百万円（前年比 12.4%増）、調整後 EBITDA が 1,300 百万円（同 0.8%増）、営業利益が 800 百万円（同 9.4%増）。キャッシュレスサービス事業及びデジタルサイネージ関連事業を成長ドライバーと位置付け、投資を継続していく。

26/8 期 2Q 累計（9-2 月）の業績は、売上高が 4,723 百万円（前年比 2.4%減）、調整後 EBITDA が 593 百万円（同 12.7%減）、営業利益が 327 百万円（同 19.1%減）。会社計画に沿った進捗であった。

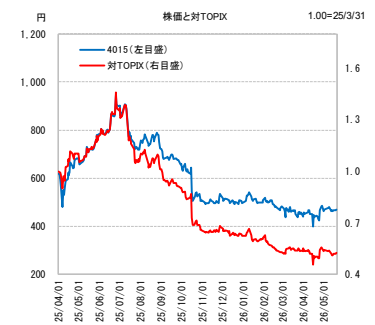
リスク要因

リスク要因として①インターネットの利用環境、②技術革新への対応、③システムトラブル等が挙げられる。同社は、リスク発生の可能性を認識した上で、発生の回避及び発生した場合の対応に努める方針。

上場市場

東証グロース市場	
株価(5/22、円)	470
TOPIX(5/22)	3,892.46
時価総額(十億円)	7.5
株式数(百万株)	16.0
25/8 期実(%)	
ROE	3.4
自己資本比率	46.5
配当利回り	0.0
PER(倍)	80.0
PBR(倍)	2.64

株価パフォーマンス



出所：QUICK より弊社作成

リサーチ

ソリューション室

業績と株価バリュエーション

決算期	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		EPS	DPS	PER	PBR
	百万円	前年比%	百万円	前年比%	百万円	前年比%	百万円	前年比%	円	円	倍	倍
23/8	4,476	284.1	163	-	133	-	114	-	10.7	0.0	76.2	4.50
24/8	6,853	53.1	337	106.6	320	140.0	74	-35.0	5.4	0.0	115.5	2.35
25/8	10,234	49.3	731	116.4	714	123.1	143	93.9	9.1	0.0	80.0	2.64
26/8 会予	11,500	12.4	800	9.4	770	7.8	360	150.4	22.6	0.0	20.8	-

注：会予は会社計画、実績株価は期末終値、百万円以下は切り捨て 出所：会社資料より弊社作成

本レポートは該当企業からの対価を得て東海東京インテリジェンス・ラボが作成しました。詳しくは巻末の免責事項をご覧ください。

目次

1. エグゼクティブサマリー	3
2. 企業情報	5
会社概要	5
パーパス（存在意義）	5
沿革	5
社名の由来	6
3. 事業内容	7
4. ビジネスモデル	8
5. 成長戦略	9
6. 29/8 期までに目指す利益水準	10
7. キャッシュレスサービス事業	11
独自 Pay	11
市場環境	12
成長戦略	12
主要 KPI	14
8. デジタルサイネージ関連事業	15
事業概要	15
市場環境	15
成長戦略	16
主要 KPI	16
9. ソリューション事業	17
事業概要	17
10. 25/8 期業績	19
11. 26/8 期会社計画	21
12. 26/8 期 2Q 累計業績	22
13. キャッシュアロケーション	23
14. 大株主の状況	24
15. リスク要因	25
16. 財務諸表及び各種指標	26

1. エグゼクティブサマリー

ペイクラウドホールディングスは、2020年にアララとして東京証券取引所マザーズに上場した。22年にバリューデザインと経営統合をし、24年にはクラウドポイントと経営統合すると共にホールディングス体制へと移行。社名をアララからペイクラウドホールディングスに変更をした。

グループ各社において、①キャッシュレスサービス事業（バリューデザイン）、②デジタルサイネージ関連事業（クラウドポイント）、③ソリューション事業（アララ）を展開。

キャッシュレスサービス事業（バリューデザイン）の独自 Pay サービスは、キャッシュレスの様々な用途で活用されるインフラサービス。海外展開においても事業拡大を加速させている。

デジタルサイネージ関連事業（クラウドポイント）では、市場において、リテールショップ内サイネージ、駅周辺ポスターの置き換えと、様々な場所でデジタルサイネージ化が進み需要が拡大。その中で、パネルの調達から設置、メンテナンス、コンテンツコントロールをワンストップで提供している。

ソリューション事業（アララ）は、メール配信の安定したニーズに加えて、今後 AI 関連の新しいサービスの展開を進めている。

そして、同社は、さらに最速で事業拡大していくために、オーガニックな事業成長に加え、新規サービス・新規事業への取り組みと M&A を積極的に進める構え。

また AI の進化と普及は同社にとってチャンスとし、全社を挙げた AI シフトを進める方針。①AI を活用した社内業務の徹底的な効率化と開発のスピードアップ、②既存事業への AI の活用、③AI 関連事業・サービスへの取り組みを進める。AI をフル活用し、成長分野に積極的に投資し、3年後・5年後には現在とは大きく異なる企業グループへ変革するほどのスピード感で事業を展開していく方針。

29/8期までに目指す利益水準は、直近2年間の経常利益合計25億円以上。同社は、ROE や ROIC について改善の余地があると考え、売上高原価率の改善や売上高販管費率の改善を、事業拡大を継続した上で目指す。具体的には、リカーリング売上高の増額、1人当たりの営業利益の増額を、各事業会社の実情にあわせ目標として設定。

26/8期の会社計画は、売上高が11,500百万円（前年比12.4%増）、調整後 EBITDA が1,300百万円（同0.8%増）、営業利益が800百万円（同9.4%増）、当期純利益が360百万円（同150.4%増）。キャッシュレスサービス事業及びデジタルサイネージ関連事業を成長ドライバーと位置付け、積極的に投資していく。

キャッシュレスサービス事業（バリューデザイン）では、①新規顧客対応の為に POS 改修、②独自 Pay プラットフォームの統合、③各種汎用決済手段対応のための Gateway、④オンラインチャージ対応に投資を予定。

デジタルサイネージ関連事業（クラウドポイント）においては、ワンストップで行う強みを活かし、顧客基盤の強化を進める。

最後に、同社はミッションに、「アイデアとテクノロジーで、世界をもっとハッピーに」を掲げている。このミッションに基づく事業活動が社会に貢献し、ひいては企業価値の最大化につながると考えている。

2. 企業情報

会社概要

ペイクラウドホールディングスは、グループ各社において、①キャッシュレスサービス事業、②デジタルサイネージ関連事業、③ソリューション事業を展開している。

図表 1:会社概要

社名	ペイクラウドホールディングス株式会社
設立	2006年8月
従業員数	301名（25年8月末時点）
代表者	取締役会長 三浦巖嗣、代表取締役社長 岩井陽介、取締役 尾上徹
資本金	1,054百万円（25年8月31日時点）
事業内容	ペイクラウドグループ各社の経営管理事業等
子会社	株式会社バリューデザイン、株式会社クラウドポイント、アララ株式会社、その他国内1社、海外4社

出所：会社資料より弊社作成

パーパス（存在意義）

同社のミッションは、「アイデアとテクノロジーで、世界をもっとハッピーに」を掲げ、全ての人々の幸せな生活を創造し、アイデアとテクノロジーでサービスを創造し、提供することで社会的課題を解決、みんながハッピーでいられる社会を実現していく方針。このミッションに基づく事業活動が社会に貢献し、ひいては企業価値の最大化につながると考えている。

持続的な企業価値向上の源泉となる人材戦略については、多様な人材を積極的に確保・育成し、グループミッションの浸透を図り、従業員エンゲージメントを高めることで、多数のグループ経営人材を輩出、持続的な企業価値向上を目指す。

沿革

同社は、キャッシュレスサービス事業を目的に 2006 年にレピカとして設立。低い手数料率に強みを持つ、サーバ管理型のプリペイド式電子マネーシステムの提供に加え、大量のメールを一斉に配信できるメール配信サービスをメインに提供していた。

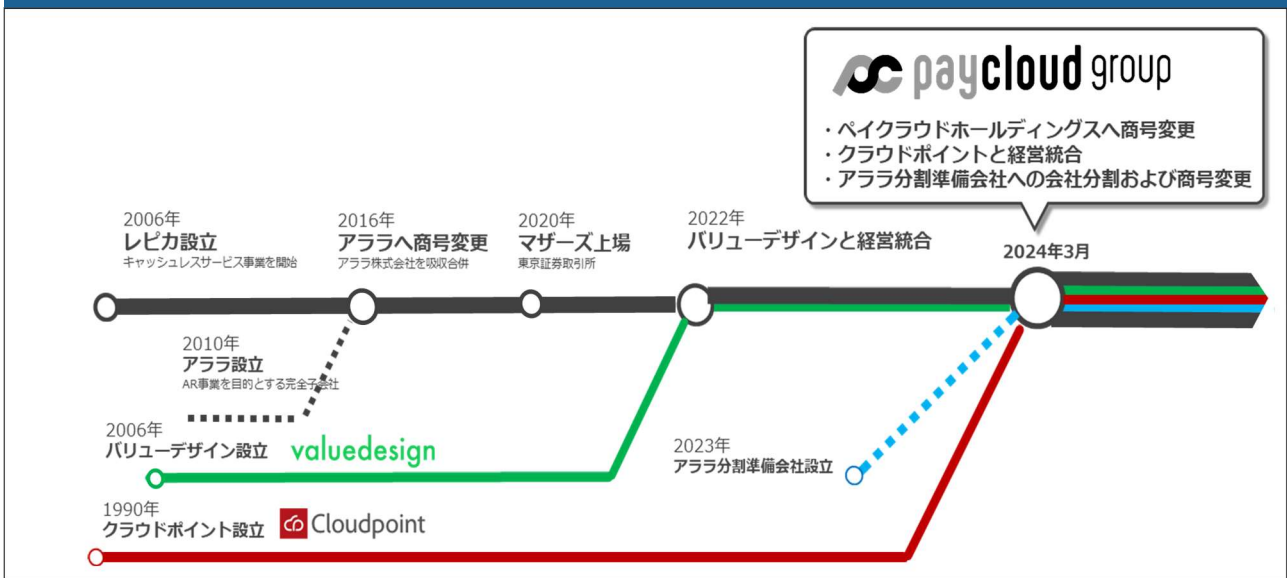
16 年に AR*サービスを手掛ける子会社のアララを吸収合併し、社名をアララに変更。20 年に東京証券取引所マザーズに上場した。*拡張現実

22 年には同じくキャッシュレスサービス事業を行うバリューデザインと経営統合し、決済取扱高が 1 兆円となる。

24年3月にはデジタルサイネージ関連事業を展開するクラウドポイントと経営統合すると共にホールディングス体制へと移行し、社名をアララからペイクラウドホールディングスに変更した。

ペイクラウドホールディングスの傘下には、キャッシュレスサービス事業のバリューデザイン、デジタルサイネージ関連事業を展開するクラウドポイント、メール配信等のソリューション事業を展開するアララ（旧：アララ分割準備株式会社）が入っている。

図表 2:沿革



出所：会社資料より弊社作成

社名の由来

ペイクラウドホールディングスの由来は、「PAY」が、キャッシュレス化が進む中で、独自 Pay の切り口で PAY サービスの可能性を広げ、より便利でお得な社会を作るサービスを提供し続けることを示している。

「CLOUD」は、マーケティング分野・企業 DX の分野において、AI や様々なクラウドテクノロジーを駆使し、社会課題を解決し、ビジネスプロセスを効率化し、スケーラビリティを高め、顧客に優れたクラウドサービスを提供していくことを示している。

こうした社名の由来と共に、ミッションとして、「アイデアとテクノロジーで世界をもっとハッピーに」を掲げている。そして目指す姿は「日本を代表する世界で活躍する企業グループ」。

3. 事業内容

同社は、以下の3つの事業を展開。法人向けにリテールマーケティングを軸とする各種サービスを提供している。

バリューデザインは、キャッシュレス決済とマーケティングを組み合わせた「独自 Pay」を軸としたサービスを提供。店舗の売上アップ・業務効率化につながる関連サービスで導入企業の成長をサポートしている。

クラウドポイントは、デジタルサイネージのリーディングカンパニーの一社として、企画プランニングや機器手配、設置からコンテンツの提案、配信管理や保守に至るまでワンストップで提供している。

アララは、大量・高速配信が可能なメッセージングサービスをはじめ、PCやファイルサーバに散在する個人情報データを検出するデータセキュリティサービス、プロモーションに活用されるフィルターを制作する AR サービス等を提供。

成長投資事業として、キャッシュレスサービス事業とデジタルサイネージ関連事業を、安定収益事業として、ソリューション事業を位置付ける。

図表 3:事業内容

	キャッシュレスサービス事業	デジタルサイネージ関連事業	ソリューション事業
事業			
提供会社	valuedesign	Cloudpoint	arara
サービス	マーケティングに効く！お店や地域が自分たちで発行する、常連さん向け電子マネーの仕組み	省人化ニーズに対応！ 伝えたい情報を瞬時に届ける電子看板	業務効率化を支援！大量のメールを一斉に配信できるメール配信システム
2025年8月期 セグメント 売上高	3,768百万円 売上高構成比率：37%	5,690百万円 売上高構成比率：56%	770百万円 売上高構成比率：7%
2025年8月期 セグメント 利益	802百万円 利益構成比率：42%	805百万円 利益構成比率：42%	298百万円 利益構成比率：16%

出所：会社資料より弊社作成

4. ビジネスモデル






各事業で、主に代理店、サービス連携パートナーを通じて、全国の顧客・店舗にサービスを展開。かつソリューション事業は、代理店経由での販売の他、サービス連携パートナーが提供するサービスと統合し販売。

キャッシュレスサービス事業は、決済手数料収入を中心としたリカーリングビジネス。

デジタルサイネージ関連事業は、新規設置と定期的にリプレースオーダーがあるスポットビジネスと保守・システム利用料のリカーリングビジネス。

ソリューション事業は、低い解約率を確保することで、安定的な収益を確保するリカーリングビジネス。

図表 4: ビジネスモデル

		キャッシュレスサービス事業	デジタルサイネージ関連事業	ソリューション事業
売上分類	リカーリング	<ul style="list-style-type: none"> 決済手数料 (決済取扱高×手数料率) サービス利用料 	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 保守手数料 	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 (顧客社数×顧客単価) 年間ライセンス料
	スポット	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 (保守期間終了後に機器を再販) 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 受託開発費用
商流		直販/代理店 →  → 	直販/代理店 → 	直販/代理店 サービス連携 パートナー →  → 
業績季節トレンド		1Q 9-11月 2Q 12-2月 3Q 3-5月 4Q 6-8月	1Q 9-11月 2Q 12-2月 3Q 3-5月 4Q 6-8月	1Q 9-11月 2Q 12-2月 3Q 3-5月 4Q 6-8月

出所：会社資料より弊社作成

5. 成長戦略

同社は、キャッシュレスサービス事業及びデジタルサイネージ関連事業を成長投資事業と位置付けて事業展開。

バリューデザインが展開するキャッシュレスサービス事業は、月額利用料等、リカーリングビジネスによる継続的な売上を得ることを最重要な戦略と位置付けている。

クラウドポイントが展開するデジタルサイネージ関連事業は、①継続的な受注の見込める優良顧客からのデジタルサイネージ機器販売・施工工事によるスポットビジネスによる売上増加、②リカーリングビジネスである「Cloud Exa*」のシステム提供数の増加、機器保守提供数の増加による継続的な売上を得ることを、最重要な戦略と位置付けている。*デジタルサイネージ配信管理システム

なお安定収益事業であるソリューション事業は、月額利用料等もしくは年間ライセンス料というリカーリングビジネスによる継続的な売上を得ることを最重要な戦略と位置付けている。

図表 5:今後の投資計画

開発案件	
①	より大規模かつ顧客の要望に対応できるよう、データ処理能力の向上及び多種多様な機能を搭載した独自Payプラットフォームの開発
②	現地決済型ふるさと納税「ふるまちPay」のシステム開発
③	銀行口座、その他汎用決済手段から独自Payへチャージするためのシステム開発
④	デジタルマーケティングサービス領域におけるレシート販促キャンペーンをデジタル化したインスタントウィンサービスのための新サービスの開発
⑤	デジタルサイネージ事業において新機能を追加したセットトップボックスの開発
⑥	メッセージングサービスにおいてサービス連携パートナー等の他社システムとの連携を容易にし、長期的に顧客がサービスを提供できるような多種多様なAPIの開発

出所：会社資料より弊社作成

6. 29/8 期までに目指す利益水準

現在の中期長期的目標は、「直近 2 年間の経常利益合計 25 億円以上を 29/8 月期までに目指す」。

前期中期経営計画（23/8 期-25/8 期）に対する同社の総括は、「オーガニックグロースに加え、クラウドポイントとの経営統合で売上高は計画を達成、EBITDA も非連続に成長を実現」。

前中計において目指した経営統合による純粋持株会社の定常コスト想定 1 億円削減は、クラウドポイントの経営統合後の監査費用増加も吸収し、想定を上回る 1.2 億円の削減を実現。特に①経営のスリム化による役員報酬の削減、②オフィス賃料の削減、③採用費削減が主たる要因であった。

ただし、キャッシュレスサービス事業の EBITDA は、当初計画比 1 年遅れで進捗。iD と独自 Pay の連携サービスや独自 Pay を活用したメーカーにおける販促サービスの導入遅延が未達の主要因であった。

ソリューション事業の顧客数は年平均成長率 62.3%であったが、客単価が計画を下回り、EBITDA は計画に対して未達。

同社は、ROE や ROIC について改善の余地があると考え、今後は、売上高原価率の改善や売上高販管費率の改善を、事業拡大を継続した上で目指す。具体的には、リカーリング売上高の増額、1 人当たりの営業利益の増額を、各事業会社の実情にあわせ目標として設定。

また AI などを積極的に活用し、一層の改善を目指す。将来的な ROE・ROIC の改善を見据えた新規事業の展開、積極的な M&A による事業拡大を図る。

利益水準目標については、同社は、将来のプライム市場への市場区分変更も視野に入れ、収益基盤として求められる直近 2 年間の経常利益合計 25 億円以上を 29/8 期までに目指す。

グロース上場企業として期待される「高い成長を志向する経営」を今後も継続。その過程において、グロース市場における時価総額上位 30 位をターゲットしている。

7. キャッシュレスサービス事業

独自 Pay

バリューデザインは、店舗ビジネスを展開する企業等を中心に、店舗の常連客向けに特典や優遇を提供できるキャッシュレスサービス独自 Pay を軸としたサービスを展開。

独自 Pay とは会員証決済。店舗が独自のデジタル会員証を発行し、店頭決済を行う独自決済サービス（プリペイド式ハウス電子マネー）に加え、汎用決済サービス（銀行、クレジットカード等）から独自決済サービスへチャージできる機能もある。

スーパーマーケットや飲食店舗等を展開する導入顧客が、各々の独自 Pay を発行し、便利・お得に利用できるキャッシュレスサービスとして、エンドユーザーへ提供することで常連化を促す。独自 Pay の場合、消費者がチャージをした段階で店舗へ前受金が入りキャッシュ・フローが改善。また、従来の紙の商品券等をデジタル化することで、業務効率化や利用状況の把握を可能にする。

主な売上は、決済手数料によるリカーリング売上（売上高構成比 75.8%）。リカーリング売上は決済手数料（決済取扱高×手数料率）とサービス利用料からなる。スポット売上は初期費用・物品販売等。

図表 6:独自 Pay の特徴

	独自Pay	汎用決済
導入目的	利用頻度の向上	新規客の獲得（集客）
決済機能	<ul style="list-style-type: none"> 手数料が相対的に低い 特定の店舗での利用 	<ul style="list-style-type: none"> 手数料が相対的に高い 幅広い店舗での利用
マーケティング機能	<ul style="list-style-type: none"> 常連客に対し手厚い特典 顧客にとってデータの蓄積・活用が容易 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者に一律の特典 顧客にとってデータの蓄積・活用の難易度が高い
主な利用者	常連客	一般客

出所：会社資料より弊社作成

市場環境

キャッシュレス市場では、汎用決済では叶えられない自社会員向けサービスとして、独自 Pay によるマーケティング機能発揮が求められている。

また、キャッシュレス決済の普及により顧客店舗が決済事業者を支払う手数料負担が増加。独自 Pay の導入・利用促進により決済手数料負担の低減が期待される。

最近では、店舗運営企業をはじめ、地方自治体等でも業務効率化・データ活用の観点から紙の商品券等のデジタル化が加速している。







市場規模は、TAM がキャッシュレス市場の 141 兆円。SAM が電子マネー+コード決済市場の 20.1 兆円、SOM が電子マネー市場の 6.5 兆円と想定。電子マネー市場における独自 Pay の市場占有率は 22.3% (25/8 期) である。なお 20-24 年までの 5 年間のキャッシュレス市場全体の CAGR(年平均成長率) は 13.2%であった。

競合環境は、同様のサービス提供事業者は、バリューデザインを除くと 2、3 社。顧客店舗における役割の違いから、独自 Pay は汎用決済と競合関係には無い。またバリューデザインは、主にスーパー・小売店等を展開する企業に独自 Pay のサービスを提供。システム提供事業者との競合は少ない。

成長戦略

キャッシュレスサービス事業の成長戦略は、独自 Pay の提供により築いた顧客基盤へ、様々なキャッシュレスサービスを包括的に提供することによる増収増益の実現。更に成長加速に向け、既存の独自 Pay 領域から提供サービス領域を広げ、新たな成長軌道を描く「第二創業期」を開始している。

図表 7: キャッシュレスサービス事業の成長戦略

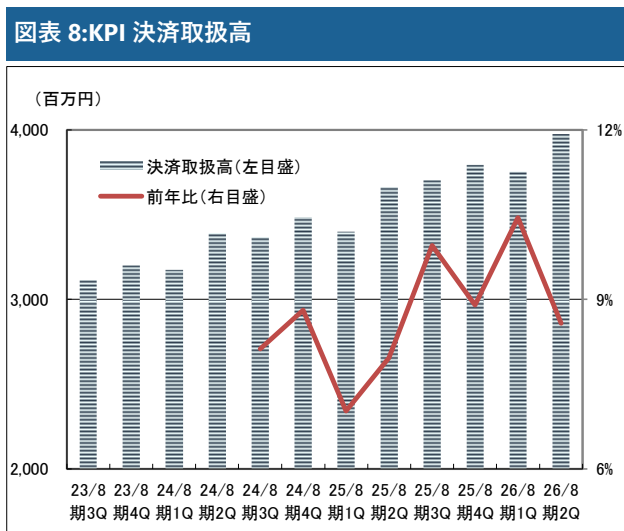
サービス	対象	目的	事例 (一部)
独自Payを活用した デジタルギフト 	独自Pay 顧客	ギフトの発行支援 SNS・ECを活用した販路拡大	【日本】 ・すかいらーく優待券発行。LINEギフトでの販路拡大。 【海外】 インド：adivaha社、Zyro社での販路拡大。 タイ：インバウンド対策。訪日旅行者を国内の顧客店舗へ送客する支援を提供。
	上場企業	株主優待を活用した販路拡大 株主優待券の電子化	【日本】 ・当社も活用する「選べるデジタルギフト」は販路拡大の一例。 ・すかいらーくグループでは、優待券を電子化し運用効率を向上。 
独自PayとiDの 連携サービス 	全企業	食事補助制度拡大への対応 経済産業省 令和8年度税制改正要望 明記	【日本】 ・新しい用途開発を目的に福利厚生サービスとしての活用を模索。社内でPoC (概念実証) 中。 
独自Point & SNS連携サービス 	独自Point 顧客	LINEミニアプリ連携による CRM構築	【国内】 CARTA HD傘下のデジクル社とパートナー連携。 【海外 タイ】 Buzzbees社とパートナーシップを組み、CRMサービスを共同開発。 

出所：会社資料より弊社作成

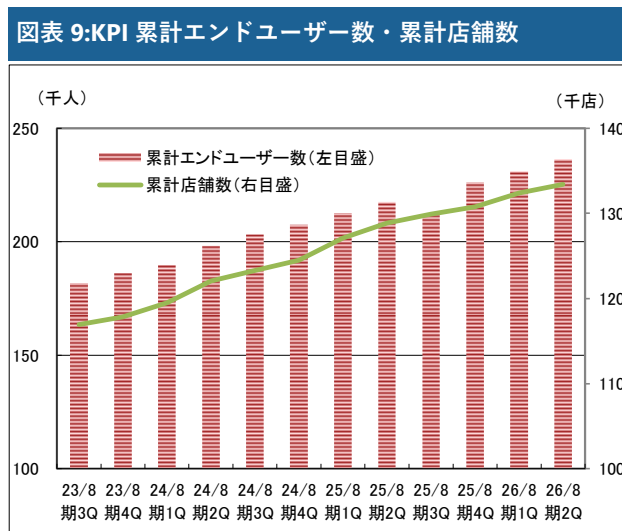
主要 KPI

キャッシュレスサービス事業における 25/8 期通期（9-8 月）の年間決済取扱高は 1 兆 4,500 億円超。新規顧客獲得により累計店舗数、累計エンドユーザー数が共に拡大し、25/8 期末時点で累計店舗数は 130,771 店舗、累計エンドユーザー数は 226,186 千人。

26/8 期 2Q 累計（9-2 月）の独自 Pay の決済取扱高は 7,728 億円と堅調に推移。また 26/2 期末の 133,425 店舗、累計エンドユーザー数は 236,354 千人となった。



出所：会社資料より弊社作成



出所：会社資料より弊社作成

8. デジタルサイネージ関連事業

事業概要

デジタルサイネージ関連事業では、「スマートな生活空間の創造」をミッションとして、空間演出で培ったクリエイティブ力を背景に、デジタルサイネージのコンサルティング・企画設計・システム開発・設置工事・コンテンツ制作・メンテナンスに至るまで、クラウドポイントオリジナルの映像デバイスを組み合わせ、ワンストップでサービスを提供している。

ビジネスモデルは、機器やシステム等の導入/入替時の物品売上等のスポット売上と、配信システムの運用や機器・システム保守等の手数料売上をリカーリングで受領する2層構造。

売上構成は、全体の89.8%がスポット売上。初期費用や物品販売、保守期間終了後の機器再販、サイネージコンサルティング収入からなる。リカーリング売上はサービス利用料や保守手数料。

導入事例として、KFCやサーティワンの店舗では、メニューボードやPOPにデジタルサイネージを活用。メニュー等の発信に加えて、時間帯に合わせた販促プロモーション情報を配信。

ミニストップの店舗では、メニューボードに加え、ソフトクリームなど店内販売商品の用意が完了したことを知らせる呼び出し掲示板としても活用されている。広告枠としての活用も進む。

市場環境

市場のニーズは良好。情報量が増え、常に伝えたい情報のアップデートが求められる時代背景や人手不足という社会問題を受け、デジタルサイネージの需要は拡大中。

その中で同社は、デジタルサイネージに表示する内容を一元管理できるシステムを提供し、人手不足対策、省人化のニーズに対応。動画による圧倒的な情報伝達力により、プロモーション・販促・空間デザインに活用されている。

市場規模は、デジタルサイネージ関連市場が1,860億円*と想定。クラウドポイントの年間売上高が約56億円であることを勘案すると、シェア拡大の余地があると考えられる。小売店や飲食店等でのプロモーションメディア広告のサービス展開を長期的に目指しつつ、短期的にはデジタルサイネージと関連市場（システム販売+コンテンツ制作+保守サポート）内での顧客基盤の拡大を図る。*同社資料より

強み・特徴は、競合他社では取り扱う機器の特定メーカーへの偏りや対象外のサービスがあるものの、クラウドポイントでは顧客のデジタルサイネー

ジの導入計画策定からシステム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの運用・保守まで、導入前から導入後をワンストップで行うことが強み。

図表 10: デジタルサイネージ関連事業の強み

		Cloudpoint	ディスプレイ 機器メーカー	大手広告代理店	システム会社/ Sier	設計/ デザイン会社
工程	企画立案/機器選定	☑				☑
	システム提案	☑		☑	☑	
	機器選定・販売	☑	☑		☑	
	設置工事	☑				☑
	コンテンツ制作	☑		☑		
	コンテンツ配信・運用	☑		☑		
	機器保守	☑	☑			

注: 図表内に「ワンストップで提供」という赤い吹き出しがあり、矢印が「企画立案/機器選定」から「機器保守」までを指している。

出所：会社資料より弊社作成

成長戦略

同社は、労働力の減少や価値観の変化を受け、販促や空間演出においてデジタルを活用した生産性の向上、リアル空間での体験価値の向上を推進。

デジタルサイネージでは、導入前から導入後までワンストップで提供できるプラットフォームとしての強みを活かし、ターゲット業界とのコネクション強化（ロイヤルカスタマー育成）、システムやサービスの開発・機能拡充を進め、課題解決を支援→成長を加速させる構え。

主要 KPI

KPI はデジタルサイネージの累計設置面数。25/8 期末時点ではデジタルサイネージの累計設置面数は全国で 68,450 面に拡大。顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用までワンストップで行う強みが活かされている。

KPI の補足としてリカーリング売上成長率を採用。リカーリング売上を牽引するクラウド型のデジタルサイネージ配信システム「CloudExa」は、インターネット経由で、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作を可能とする。25/8 期のリカーリング売上の成長率は前年比 43%。

9. ソリューション事業

事業概要

アララが展開するソリューション事業においては、約 8 割以上をメッセージングサービスが占める。

メッセージングサービスは、販促をメインとするマーケティングメールや情報通知を目的とするトランザクションメールにおいて、大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスを提供。メールの配信遅延や不達リスクを低減している。

用途は、①マーケティングメール（自社顧客に対する集客やロイヤルカスタマー化を促すメール）、②トランザクションメール（商品・サービスの予約、登録など顧客のアクションに応じた自動通知メール）。

主要機能は、①メール配信 API（基幹システムなどの外部システムと自動連携したメール配信を API で実現）、②メールマーケティング（ターゲティング配信から配信後の効果測定までを標準装備し、HTML メールも手軽に作成）。

ビジネスモデルはリカーリング型。売上の 93.6% がリカーリング売上である点が特徴である。リカーリング売上はサービス利用料（顧客社数×顧客単価）や年間ライセンス料で構成され、スポット売上は初期費用等が中心。

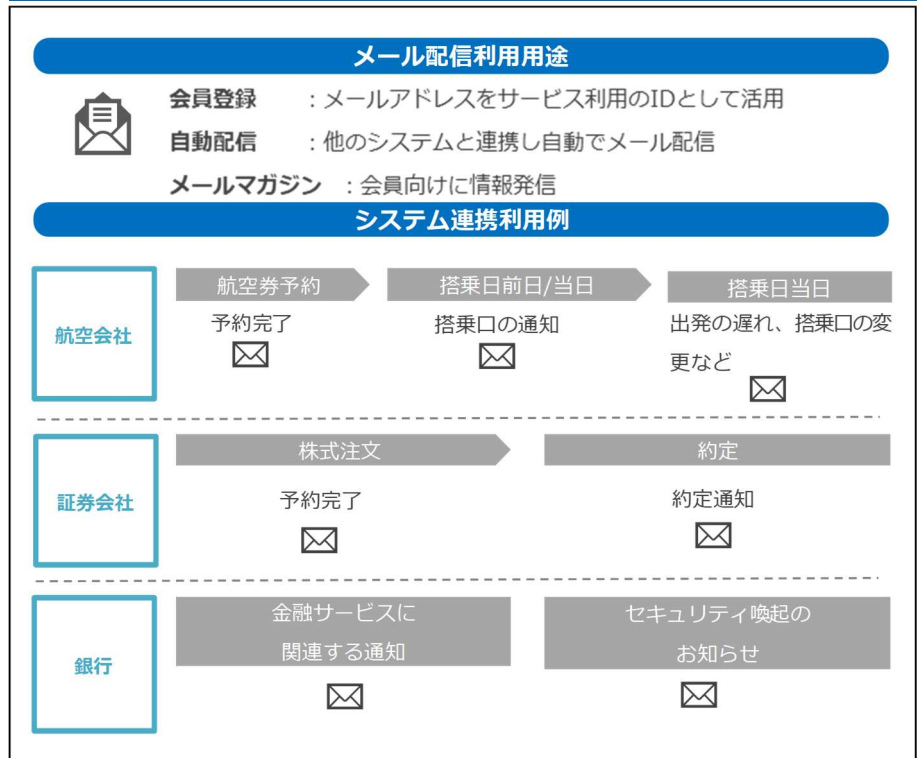
導入事例は、EC 事業者をはじめ、BtoB、BtoC を問わず、多数の会員を抱える企業が、販促や情報伝達のためにメールマガジンとしてメール配信を活用。また企業の基幹システムと連携し、アクションに応じた通知メールとしても幅広く活用されている。MA*ツールの一部として、メール配信システムを連携し、高速かつ到達率の高いメール配信を実現。*マーケティングオートメーション

「アララメッセージ」の市場シェアは、メール送信市場 208 億円のうち、3.7% を占める。メール送信市場が属する CX/デジタルマーケティング市場の規模は 3,738 億円であり、潜在的な成長余地は大きい市場と考えられる。

競合環境は、メール送信市場では、メルマガ等のマーケティングメールから予約確認等のトランザクションメールへ需要が移行する傾向がある。その中で同社は、API 連携×小規模配信の成長市場に事業範囲を拡大させている。

強みは高い顧客利便性。アララの高速メール配信システムを、顧客のサービスにとって最も重要な基幹システムと容易に連携できるようにすることで、欠くことのできないポジションを確保。また安心・安全・安定した API を提供することで、顧客の長期間の利用につなげている。

図表 11:メール配信サービスの事例



出所：会社資料より弊社作成

10. 25/8 期業績

25/8 期通期の売上高は 10,234 百万円（前年比 49.3%増）、営業利益は 731 百万円（同 116.4%増）、当期純利益は 143 百万円（同 93.9%増）。また、同社が経営戦略上の重要指標であると捉えている調整後 EBITDA*は 1,289 百万円（同 78.7%増）となった。*調整後 EBITDA は、営業利益と減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む）及び株式報酬費用の合計額

セグメント別では、キャッシュレスサービス事業の売上高が 3,768 百万円（前年比 11.6%増）、セグメント利益が 802 百万円（同 30.0%増）。デジタルサイネージ関連事業の売上高が 5,690 百万円（同 107.0%増）、セグメント利益が 806 百万円（同 105.3%増）。ソリューション事業の売上高が 770 百万円（同 4.6%増）、セグメント利益が 298 百万円（同 32.3%増）。

キャッシュレスサービス事業については、決済手数料収入の上積みが進み、利益率が当初の計画を上回った。顧客数は 1,131 社となり、累計エンドユーザー数は 226,186 千人。また、独自 Pay の決済取扱高は約 1.45 兆円と堅調に増加も、サービス展開の時期ずれ等により、前中計において計画していた 2.0 兆円には未達となった。

加えて、汎用電子マネーである iD を用いた独自 Pay との連携サービス：iD 連携サービスについて、当初計画よりサービスリリースが遅れており、当該サービスに係るソフトウェア資産等に対し減損処理を実施し、54 百万円を特別損失として計上。

また、同社は、iD 連携サービスに係る一部のサービス運用業務を外部業者へ委託しており、解約申し入れ時点における債務残高相当額を一括で支払う義務を負っている。iD 連携サービスに係るソフトウェア資産の減損に伴い、当該契約における将来の支払い義務の履行による損失へ備えるため、契約損失引当金繰入額 298 百万円を特別損失として計上。

デジタルサイネージ関連事業については、24 年 3 月 1 日付で株式交換により完全子会社化したクラウドポイントにおいて、①24/8 期は、下期の業績を連結業績として計上したが、25/8 期は、通期業績を連結業績として計上、②多店舗展開する企業へのデジタルサイネージや商業施設・オフィスサイネージの導入拡大が寄与し好調に推移。デジタルサイネージ累計設置面数は 68,450 面、累計設置箇所は 30,810 箇所に増加した。

ソリューション事業については、アララの主要なサービスであるメッセージングサービスにおいて、事業者向けにメッセージ配信を行う法人企業へのアウトバウンド営業活動を強化。また、Web マーケティングの強化にも積極的に取り組み、新規顧客の獲得を推進した。事業は堅調な伸びを続けており、メッセージングサービスの取引社数は 395 社、解約率は 0.6%となった。

図表 12:セグメント別通期業績 (単位:百万円)

	23/8期		24/8期		25/8期		26/8期会予	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
キャッシュレスサービス事業	3,792	679.2%	3,376	-11.0%	3,768	11.6%	-	-
デジタルサイネージ関連事業	0	-	2,748	-	5,690	107.0%	-	-
ソリューション事業	689	1.6%	736	6.8%	770	4.6%	-	-
その他事業	0		1		13			
調整額	-5		-8		-8			
売上高	4,476	284.2%	6,853	53.1%	10,234	49.3%	11,500	12.4%
キャッシュレスサービス事業	620	12419.5%	616	-0.6%	802	30.0%	-	-
デジタルサイネージ関連事業	0	-	392	-	805	105.3%	-	-
ソリューション事業	226	-7.6%	225	-0.5%	298	32.3%	-	-
その他事業	-36		-72		-66			
調整額	-647		-824		-1,108			
営業利益	163		337	106.6%	731	116.4%	800	9.4%

出所: 会社資料より弊社作成、会予は会社計画

11. 26/8 期会社計画

26/8 期通期の連結業績は、会社計画において、売上高が 11,500 百万円（前年比 12.4% 増）、調整後 EBITDA が 1,300 百万円（同 0.8% 増）、営業利益が 800 百万円（同 9.4% 増）、当期純利益が 360 百万円（同 150.4% 増）を想定。

26/8 期も、キャッシュレスサービス事業及びデジタルサイネージ関連事業を成長ドライバーと位置付け、積極的な投資を継続していく方針。

キャッシュレスサービス事業においては、技術革新やサービス提供が行われており、今後も市場規模は拡大すると見込んでいる。

バリューデザインでは、顧客のキャッシュ・フローの良化とロイヤルカスタマーの構築に寄与する点を強みに、決済・マーケティングサービスの強化等、事業領域の拡大に向けた投資を継続。具体的には、①新規顧客対応の為の POS 改修、②独自 Pay プラットフォームの統合、③各種汎用決済手段対応のための Gateway、④オンラインチャージ対応に投資を実行予定。

デジタルサイネージ関連事業については、動的かつ視覚的にインパクトのある情報をリアルタイムに提供することで、変化する市場のニーズに応えられることに加え、労働力不足を補う自動化ツールとしての役割への期待から、引き続きデジタルサイネージの旺盛な需要が続くものと想定。

クラウドポイントでは、顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用まで、ワンストップで行う強みを活かし、顧客基盤の強化を進める構え。26/8 期もセグメント全体の約 6 割を占めるロイヤルカスタマーへの継続的な営業を強化し、配信システムや機器の保守による継続的な売上の増額に経営リソースを投入。また、今後の多店舗・大型店舗での導入を見据え、その実現にあたり必要な人材の採用・育成への投資を実施する方針。

ソリューション事業は、アララの主要なサービスであるメッセージングサービスにおいて、サービスメニューの拡充等の施策により既存顧客の単価向上を図り、今後も同事業の業績は安定的に推移していく見通し。

12. 26/8 期 2Q 累計業績

26/8 期 2Q 累計（9-2 月）の業績は、売上高が 4,723 百万円（前年比 2.4% 減）、営業利益が 327 百万円（同 19.1% 減）、当期純利益が 137 百万円（同 35.5% 減）。また、調整後 EBITDA は 593 百万円（同 12.7% 減）。

2Q 累計実績の通期会社計画に対する進捗率は、売上高が 41.0%、営業利益が 40.8%、当期純利益が 38.0%、調整後 EBITDA が 45.6%。会社計画に沿った進捗。

セグメント別業績は、キャッシュレスサービス事業が売上高 1,925 百万円（前年比 2.1% 増）、セグメント利益 463 百万円（同 11.6% 増）。バリューデザインにおいて、新サービス導入や既存顧客での独自 Pay 決済割合増加等で、業績は堅調に推移。2Q 末の顧客数は 1,144 社、累計エンドユーザー数は 236,354 千人となった。また、独自 Pay の 2Q 累計の決済取扱高は 7,728 億円と堅調に推移。2Q 累計における会社想定を上回った模様。

デジタルサイネージ関連事業は、売上高が 2,413 百万円（前年比 6.0% 減）、セグメント利益が 330 百万円（同 12.8% 減）。デジタルサイネージ導入需要が旺盛であり、受注は堅調に推移しているものの、クラウドポイントにおいて、一部顧客向けに納品の期ズレが発生。売上高及び営業利益の進捗は会社想定より遅延。なおデジタルサイネージ累計設置面数は 71,064 面、累計設置箇所は 31,673 箇所、順調に増加。

ソリューション事業は、売上高が 388 百万円（前年比 0.4% 増）、セグメント利益が 149 百万円（同 6.4% 減）。メッセージングサービスにおいて、新規顧客の獲得が順調に進み、業績は堅調に推移。2Q 累計の解約率は 0.5%、取引社数は 406 社となった。

4 月 1 日から、京都仏教会監修の寺院・神社専用キャッシュレス決済「おまいり Pay@」を開発、提供を開始。おまいり Pay を通じ、独自 Pay における包括代理業務による新たな手数料ビジネスと期待される。

バリューデザインは、独自 Pay と汎用決済のノウハウを融合し、寺院・神社の課題であった①信教の自由の確保、②寺務・社務の効率化の実現を目指す。また寺院ごとの決済を一括で担い、寺社名の非開示と、手数料収入の獲得を両立。京都仏教会加盟寺院だけでなく、全国の寺院・神社への拡大も視野に入れ展開する。

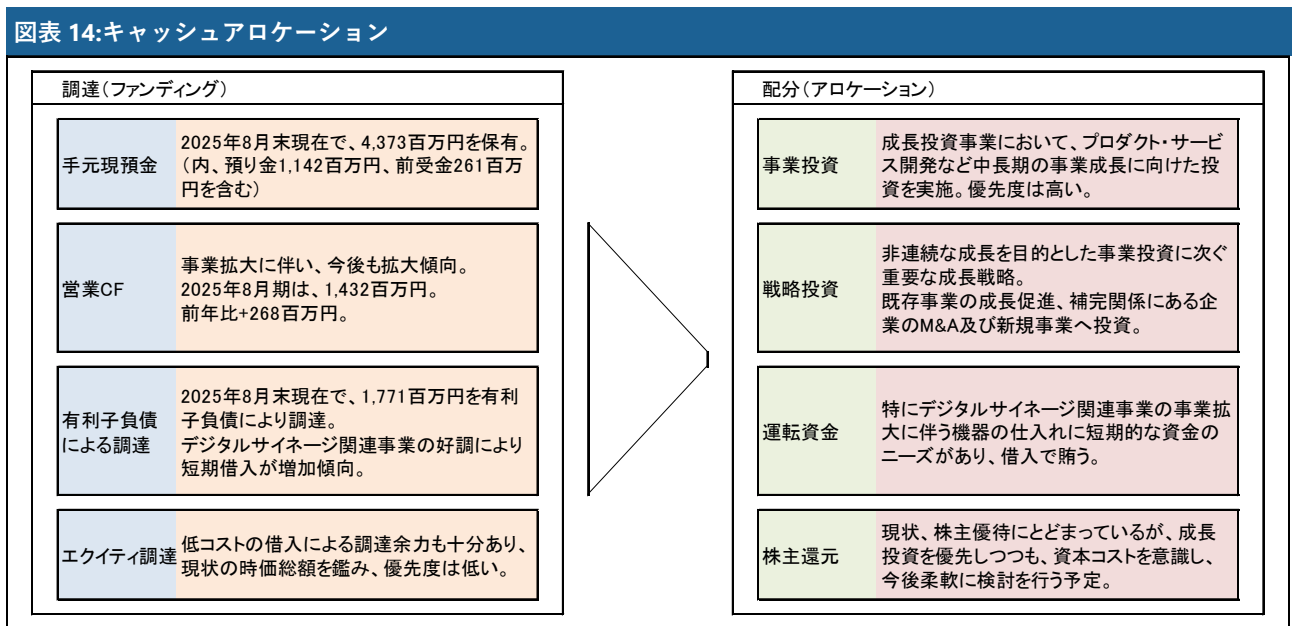
図表 13:四半期業績（単位：百万円）

	25/8期1Q		25/8期2Q		25/8期3Q		25/8期4Q		26/8期1Q		26/8期2Q	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
売上高	2,342	125.4%	2,495	162.3%	2,807	-0.6%	2,588	27.0%	2,399	2.4%	2,324	-6.9%
調整後EBITDA	287	139.2%	392	269.8%	357	-6.8%	253	125.9%	276	-3.8%	317	-19.1%
営業利益	151	202.0%	253	602.8%	218	-18.4%	109	-	140	-7.3%	187	-26.1%
当期純利益	65	-	148	-	121	-20.4%	-191	-	54	-16.9%	83	-43.9%

出所：会社資料より弊社作成

13. キャッシュアロケーション

同社は、事業成長へのキャッシュアロケーションを最優先。M&A、新規事業などへの戦略投資への配分は更なる成長を目指し、積極的に検討し、実行する予定である。



出所：会社資料より弊社作成

14. 大株主の状況

26/2 期末時点の上位株主の構成は、①三浦 巖嗣：所有株式数 249.09 万株、所有割合 15.61%、②岩井 陽介：所有株式数 150.65 万株、所有割合 9.44%、③CARTA HOLDINGS：同 91.79 万株、同 5.75%、④尾上 徹：57.30 万株、同 3.59%、⑤マーフコーポレーション：46.50 万株、同 2.91%、⑥大日本印刷：同 43.90 万株、同 2.75%。

15. リスク要因

投資判断に影響を及ぼす可能性のある主要な事項は、①インターネットの利用環境、②技術革新への対応、③システムトラブル、④他社との競合、⑤サービス等の不具合によるリスク、⑥工事関連事故、⑦情報管理体制、⑧代理店及びサービス連携パートナーとの関係、⑨海外展開。

同社は、図表 15 の通り、リスク発生の可能性を認識した上で、発生の回避及び発生した場合の対応に努める方針。

リスク要因	内容	対応策
インターネットの利用環境	インターネットの利用に関する新たな規制の導入や技術的障害の発生、その他予期せぬ要因により、インターネットの利用環境が変化した場合には、事業及び業績に影響	インターネット環境に関する規制動向や技術に関する調査等により、環境に適応した事業展開を実施
技術革新への対応	・新技術・サービスの開発等、インターネット業界は変化が激しいため、技術革新への対応が遅れた場合、業績に影響 ・新技術への対応に予定していないシステムへの投資が必要になった場合、業績に影響	・顧客からの要望をサービス開発に生かすことで、ニーズのある技術やサービスを継続的に展開 ・ITエンジニアの通年採用や資格取得補助等を実施
システムトラブル	・サービス提供を行っているコンピュータシステムへの急激なアクセスの増加や、電力供給停止等の予測不可能な要因によって当該コンピュータシステム及び周辺システムがダウンした場合、業績に影響 ・コンピュータシステム・周辺システムへの急激なアクセス増加やコンピュータウィルス・ハッカーの侵入、予測不可能な要因によりシステム障害等が生じた場合、業績に影響 ・従業員の過誤等によるプログラム改ざんや重要データの削除による業績への影響	・安定的なサービス提供のため、複数のサーバによる負荷分散や設備の増強、定期的なバックアップなどを実施 ・顧客が閲覧できる障害掲示板の提供等の事前対応 ・将来的なパブリッククラウドへの完全移行に向けた開発
他社との競合	・同社が展開する事業領域において、特にキャッシュレスサービス事業、デジタルサイネージ関連事業については、参入障壁が比較的高いと認識しているものの、同様の事業を展開する企業とのさらなる競合激化により十分な差別化が図られなかった場合には、事業及び業績に影響	・顧客との関係強化によるニーズの吸い上げ、サービスへの反映を通じ、事業拡大 ・最適なユーザビリティを追求したシステムの構築、コンテンツの提供、システム利用時の安全性の確保及びカスタマーサポートの充実等への取り組み
サービス等の不具合によるリスク	・高度化したソフトウェアの瑕疵を完全に解消することは困難であり、同社が開発し、提供するアプリ、ソフトウェアやシステムにおいて致命的な瑕疵が発見され、その不具合を適切に解決できない場合は、事業及び業績に影響	・高度な人材の採用や社内教育によって、信頼度の高い開発体制を維持・構築
工事関連事故	・デジタルサイネージ関連事業においては、機器の施工工事を行っており、施工した機器の落下、倒壊等により人的又は物的被害が発生した場合は、事業及び業績に影響	・施工にあたっては、日々の安全衛生管理や技能講習受講の推進、定期的な安全大会実施の他、外部委託先に対しても同様の対策を実施
情報管理体制	・同社は、顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っており、重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等による事業及び業績に影響	・情報資産を保護するため個人情報保護方針、情報セキュリティ基本方針を定めると共に、プライバシーマークを取得し、情報資産を適切に管理、保護
代理店及びサービス連携パートナーとの関係	・代理店及びサービス連携パートナーを活用した顧客への各サービス販売力強化を図っているため、パートナー等の事業展開等や多くの顧客と契約を締結しているパートナー等との契約終了が業績に影響	・パートナー等との密な情報連携により、契約状況等を把握した上で事業運営・サービス提供を実施 ・新たなパートナー等との契約締結に向けた営業を強化
海外展開におけるリスク	・同社は、シンガポール、タイ、インド等アジア領域を中心に、海外への事業の進出を図っており、各国における法的規制、政情不安や事業環境の不確実性等のリスクに直面した場合は、事業及び業績に影響	・海外事業を取り巻く環境に関する積極的な情報収集を行い、各国の情勢等を把握した上で適宜事業活動の展開方針を検討

出所：会社資料より弊社作成

16. 財務諸表及び各種指標

図表 16: 損益計算書及び各種指標

		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期	26/08期会予
売上高	百万円	1,461	1,165	4,476	6,853	10,234	11,500
売上原価	百万円	434	417	2,179	3,844	6,229	
売上総利益	百万円	1,026	747	2,296	3,008	4,004	
販売費及び一般管理費	百万円	721	908	2,133	2,670	3,273	
営業利益	百万円	305	-160	163	337	731	800
営業外収益	百万円	10	0	13	6	14	
営業外費用	百万円	35	1,345	43	24	32	
経常利益	百万円	280	-1,506	133	320	714	770
特別利益	百万円	0	9	14	2	39	
特別損失	百万円	0	304	12	0	360	
税引前利益	百万円	279	-1,801	135	322	393	
法人税・住民税等	百万円	34	2	73	256	398	
法人税等調整額	百万円	15	30	-51	-8	-148	
少数株主損益	百万円	0	0	0	0	0	
当期純利益	百万円	229	-1,834	114	74	143	360
EPS(一株当たり利益)	円	37.3	-252.1	10.7	5.4	9.1	22.6
DPS(一株当たり配当金)	円	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
BPS(一株当たり純資産)	円	209.2	138.4	180.1	264.3	275.0	
発行済株式総数	百万株	6.3	10.2	11.8	15.9	15.5	16.0
売上高比		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期	26/08期会予
売上高		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
売上原価率		29.7%	35.8%	48.7%	56.1%	60.9%	-
売上総利益率		70.2%	64.1%	51.3%	43.9%	39.1%	-
販管費率		49.3%	77.9%	47.7%	39.0%	32.0%	-
営業利益率		20.9%	-13.7%	3.6%	4.9%	7.1%	7.0%
経常利益率		19.2%	-129.3%	3.0%	4.7%	7.0%	6.7%
税引前利益率		19.1%	-154.6%	3.0%	4.7%	3.8%	-
法人税率		12.2%	-0.1%	54.1%	79.5%	101.3%	-
当期純利益率		15.7%	-157.4%	2.5%	1.1%	1.4%	3.1%
前年比伸び率		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期	26/08期会予
売上高増減率		21.7%	-	284.1%	53.1%	49.3%	12.4%
営業利益増減率		123.2%	-	-	106.6%	116.4%	9.4%
経常利益増減率		97.0%	-	-	140.0%	123.1%	7.8%
当期純利益増減率		59.2%	-	-	-35.0%	93.9%	150.4%

注：22/8期より連結財務諸表を作成、会予は会社計画

出所：会社資料より弊社作成

図表 17:連結キャッシュ・フロー表

		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期
営業活動キャッシュ・フロー	百万円	46	-218	561	1,164	1,432
減価償却費及び償却費	百万円	32	37	196	169	197
投資活動キャッシュ・フロー	百万円	-2,510	-194	-87	-19	-296
有形固定資産に取得による支出	百万円	-9	-8	-19	-7	-22
フリーキャッシュ・フロー	百万円	-2,464	-412	474	1,145	1,136
財務活動キャッシュ・フロー	百万円	2,324	-96	-80	121	10
自己株式取得による支出	百万円	0	0	0	0	0
配当金の支払い	百万円	0	0	0	0	0
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	560	1,094	1,490	3,228	4,373

注：22/8 期より連結財務諸表を作成

出所：会社資料より弊社作成

図表 18:連結貸借対照表及び各種指標

		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期
流動資産	百万円	707	1,776	2,349	4,834	6,143
現金及び預金	百万円	560	1,094	1,490	3,228	4,373
受取手形、売掛金及び契約資産	百万円	134	441	698	1,090	1,127
棚卸資産	百万円	0	150	88	375	426
その他	百万円	13	91	73	141	217
固定資産	百万円	2,679	2,264	2,052	3,428	3,266
有形固定資産	百万円	25	91	67	62	58
無形固定資産	百万円	250	2,062	1,897	3,159	2,956
投資その他の資産	百万円	2,404	110	87	207	250
資産合計	百万円	3,386	4,041	4,401	8,262	9,409
流動負債	百万円	576	2,161	1,134	2,803	3,873
買掛金	百万円	52	134	349	378	630
短期借入金	百万円	100	50	0	316	675
1年以内返済予定の長期借入金	百万円	200	1,580	280	387	331
未払金	百万円	30	154	126	293	276
未払法人税等	百万円	40	18	23	203	272
前受金	百万円	105	150	187	357	261
預り金	百万円	0	0	12	648	1,142
その他	百万円	49	75	157	221	286
固定負債	百万円	1,500	447	1,103	1,243	1,005
長期借入金	百万円	1,500	191	898	1,096	765
契約損失引当金	百万円	0	0	0	0	236
その他	百万円	0	256	205	147	4
負債合計	百万円	2,076	2,609	2,238	4,047	4,879
純資産合計	百万円	1,310	1,431	2,163	4,215	4,530
負債純資産合計	百万円	3,386	4,041	4,401	8,262	9,409
自己資本	百万円	1,310	1,405	2,133	4,147	4,374
経営・財務指標		21/08期	22/08期	23/08期	24/08期	25/08期
安全性指標						
流動比率	%	122.7	82.2	207.1	172.5	158.6
固定比率	%	204.5	161.1	96.2	82.7	74.7
自己資本比率	%	38.7	34.8	48.5	50.2	46.5
負債比率	%	158.5	185.7	104.9	97.6	111.5
収益性指標						
自己資本利益率 (ROE)	%	26.5	-130.5	6.4	2.4	3.4
総資産利益率 (ROA)	%	10.3	-49.4	2.7	1.2	1.6
総資産回転率	回	0.7	0.3	1.1	1.1	1.2

注：22/8 期より連結財務諸表を作成

出所：会社資料より弊社作成

東海東京インテリジェンス・ラボからの注意事項

金融商品取引法に基づきお客様にご留意いただきたい事項を以下に記載させていただきます

東海東京インテリジェンス・ラボの概要

商号等 : 株式会社東海東京インテリジェンス・ラボ 金融商品取引業者 東海財務局長(金商)第187号
加入協会 : 一般社団法人資産運用業協会

このレポートは、当該企業からの委託に基づき対価として報酬を得て、株式会社東海東京インテリジェンス・ラボ（以下「弊社」）が作成しております。

このレポートは、当該企業または弊社から提供する形でのみ配布いたしております。提供されたお客様限りでご利用ください。このレポートの権利は弊社に帰属しており、いかなる目的であれ、無断で複製又は転送等を行わないようお願いいたします。

このレポートは、当該企業についての情報提供を目的として作成しており、投資勧誘を目的としたものではありません。このレポートは、信頼できると考えられる情報に基づいて作成されておりますが、弊社は、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。このレポートに記載された内容は、作成日におけるものであり変更される場合があります。投資に際しての最終的な判断は、ご自身の判断でなさいますようお願いいたします。