

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

はてな

3930 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 10 月 17 日 (月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 7 月期の業績概要	01
2. 2023 年 7 月期の業績見通し	01
3. 中期成長見通し	02
■ 事業概要	03
1. コンテンツプラットフォームサービス	03
2. コンテンツマーケティングサービス	04
3. テクノロジーソリューションサービス	05
■ 業績動向	07
1. 2022 年 7 月期の業績概要	07
2. サービス別売上動向	09
3. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
1. 2023 年 7 月期の業績見通し	15
2. 成長戦略	18
■ 株主還元策	20

要約

2023 年 7 月期は成長に向けた投資期間と位置付け、 2024 年 7 月期以降の高成長を目指す

はてな <3930> は、2001 年設立のインターネットサービス企業である。Web サイト上にユーザーがコンテンツを作成・投稿し、他のユーザーが閲覧する UGC（User Generated Content）サービスで市場をリードしてきた。国内最大級のソーシャルブックマークサービス「はてなブックマーク」やブログサービス「はてなブログ」などのコンテンツプラットフォームサービスをベースに、その技術・ノウハウを生かして、コンテンツマーケティングサービスやテクノロジーソリューションサービス等へと展開している。売上高の約 48% は SaaS 等のストック型収入で占められている。

1. 2022 年 7 月期の業績概要

2022 年 7 月期の業績は、売上高で前期比 16.9% 増の 3,063 百万円と 8 期連続の増収となり、営業利益は同 30.6% 増の 324 百万円と 3 期ぶりの増益に転じた※。売上高は、コンテンツプラットフォームサービスが広告収入の低迷等により同 7.1% 減となったものの、「はてなブログ Media」の運用件数当たりの平均月間売上の回復により、コンテンツマーケティングサービスが同 20.1% 増と 3 期ぶりに増収に転じたほか、テクノロジーソリューションサービスも SaaS 型サーバー監視サービス「Mackerel（マカレル）」や、マンガビューワ「GigaViewer（ギガビューワ）」の導入が順調に進んだことにより、同 24.1% 増と好調を持続した。費用面では、人件費が同 11.9% 増、データセンター利用料（以下 DC 利用料）が同 11.1% 増、その他費用が同 27.3% 増とそれぞれ増加したが、増収効果で吸収し営業利益率は前期の 9.5% から 10.6% に上昇した。

※ 2022 年 7 月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号）等を適用しているが、全体の収益に与える影響は軽微であることから、前期比は 2021 年 7 月期実績と比較している。

2. 2023 年 7 月期の業績見通し

2023 年 7 月期の業績は、売上高で前期比 4.0% 増の 3,184 百万円、営業利益で同 54.8% 減の 147 百万円と増収減益の見通し。売上高は、テクノロジーソリューションサービスが同 11.2% 増と 2 ケタ成長を持続するものの、コンテンツプラットフォームサービスが同 10.5% 減、コンテンツマーケティングサービスが同 3.5% 減とそれぞれ減収見込みとなっている。コンテンツプラットフォームサービスではアドネットワーク広告単価の急回復を見込まず、広告収入、課金収入ともに保守的な計画を立てている。また、コンテンツマーケティングサービスでは、「はてなブログ Media」の運用件数増加が続くものの、売上単価の大きい特定メディアの運用が終了する影響を織り込んでいる。一方、費用面では人件費で同 6.7% 増、DC 利用料で同 18.4% 増、その他費用で同 14.5% 増を計画している。「GigaViewer」など受託開発案件の受注増に対応すべく人員の積極採用を図っていく。また、DC 利用料の増加は、為替の円安進展によるクラウドサービス費用の増加が主因となっている。

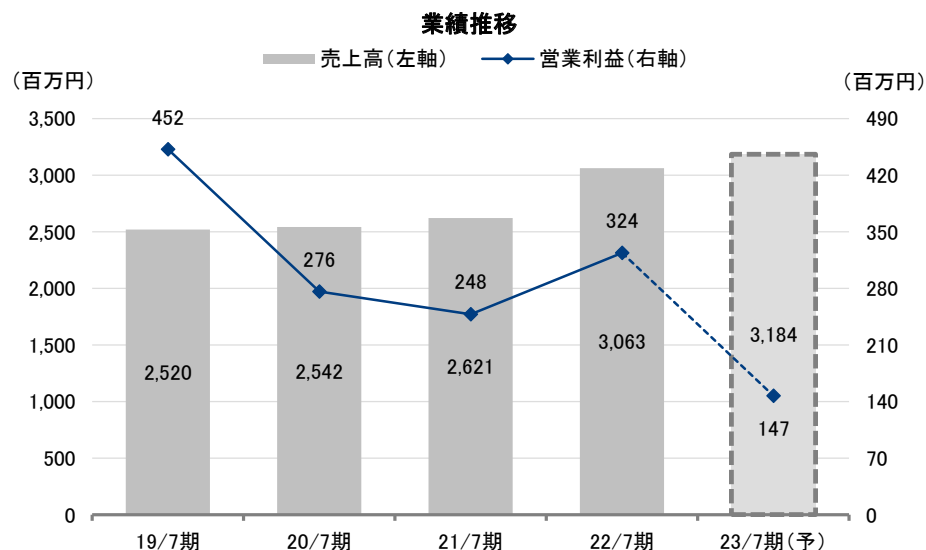
要約

3. 中期成長見通し

同社は中期目標として、2025 年 7 月期に売上高 40 億円突破を掲げている。2024 年 7 月期以降は 3 サービスすべてで売上を拡大し、年率 15% 増と成長を加速していく考えだ。けん引役となるのはテクノロジーソリューションサービスだ。「GigaViewer」を中心に大型案件の受注活動に取り組んでおり、こうした成果が 2024 年 7 月期以降のレベニューシェア売上や SaaS 売上の増加につながってくると見ている。「GigaViewer」は Web 版でデファクトスタンダードとなっており、2022 年 8 月末時点で 14 社 19 メディアに導入されている。今後は、Web 版導入メディアに対してアプリ版の導入を推進していく方針だが、2021 年 11 月に初めて 1 メディアにアプリ版を導入し、顧客からも高い評価を得ている。また、同時に広告運用やポイント販売等のマネタイズに共同で取り組むレベニューシェア型契約を進めることで、収益基盤を拡充していく戦略だ。一方、低迷が続いているコンテンツプラットフォームサービスは、「はてなブログ」で良質なコンテンツを増やし、アドネットワーク広告収入の拡大につなげていくほか、書き手の収益化を支援する新たなサービスの導入についても検討を進めている。コンテンツマーケティングサービスでは、運用件数の拡大とメディア当たり売上単価の向上に取り組んでいく。これらの戦略を推進することで売上高の 2 ケタ成長が続けば、営業利益率も中期的に 20% 近い水準まで戻るものと弊社では予想している。

Key Points

- ・ 2022 年 7 月期はテクノロジーソリューションサービスの好調により 8 期連続増収、3 期ぶりの増益に転じる
- ・ 2023 年 7 月期は大幅な事業成長に向けた先行投資などにより、増収減益の見通し
- ・ テクノロジーソリューションサービスがけん引役となり、2024 年 7 月期以降は 2 ケタ成長に回復



注：22/7 期より「収益認識に関する会計基準」等を適用

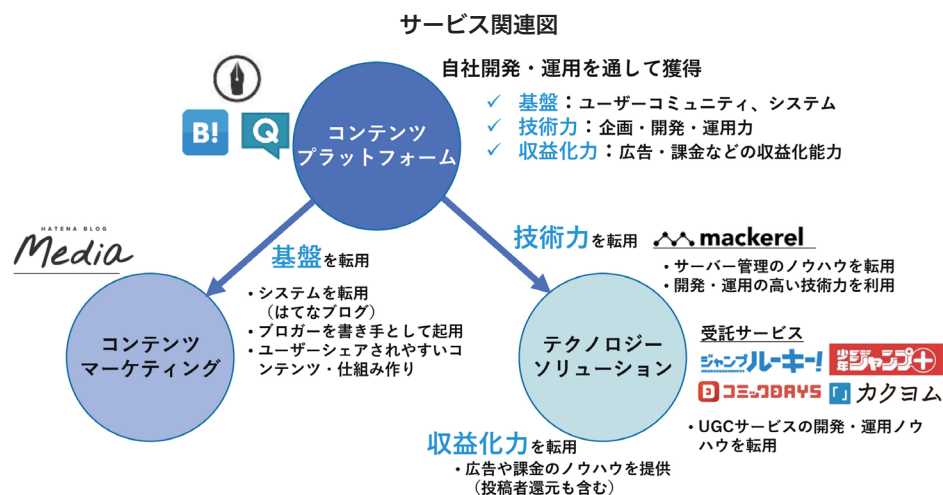
出所：決算短信よりフィスコ作成

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

事業概要

インターネット上における UGC サービスのパイオニアで、高い技術力を強みに法人向けサービスへと事業領域を拡大

同社は 2001 年に創立したインターネットサービス企業で、個人向けにユーザーが文章や画像などのコンテンツを発信・閲覧・拡散するプラットフォームを提供するコンテンツプラットフォームサービスからスタートした。2014 年以降は、同サービスで蓄積した技術・ノウハウを生かして、法人向けのコンテンツマーケティングサービスやテクノロジーソリューションサービスへと展開し、事業領域の拡大を図っている。また、法人向けビジネスでの経験がコンテンツプラットフォームサービスの強化などにも役立っており、3 つのサービス領域でシナジーを高めながら、成長を続けている。



1. コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスでは、ユーザーがコンテンツを発信・拡散する UGC サービスとして「はてなブックマーク」「はてなブログ」等のサービスを展開している。任意の Web ページにユーザーがコメントを簡潔に付けることができる「はてなブックマーク」があることで、「はてなブログ」の記事に他のユーザーの意見や批評が集まりやすいこと、長い文章や論考、コラムのようなものを発信する IT リテラシーの高いブロガーが比較的多いことなどが「はてなブログ」の特長となっている。

事業概要

売上高は「はてなブログ」等の無料ユーザーの画面に掲載されるアドネットワーク広告収入のほか、「はてなブログ」で本格的にブログを運営したいユーザー（個人・法人）に対して各種機能を有料で提供する月額課金収入で構成される。従来は売上高の 8 割程度を広告収入が占めていたが、最近は課金収入が伸びてきたことによって、広告収入の売上構成比が約 6 割まで低下している。アドネットワーク広告収入は主に PV 数×広告単価で決まる。また、広告単価はその時々需給によって変動するものの、趨勢的には低下傾向にある。このため、PV 数をいかに伸ばせるかが売上成長のカギを握る。PV 数については、サービスの登録ユーザー数を拡大していくこと、良質なコンテンツの投稿数を増やすことが重要となることから、優れた書き手や投稿者を惹きつけることでメディア全体の価値向上を目指している。

主要サービスは以下の 3 種類である。

(1) 人力検索はてな

2001 年に開始した同社の最初のサービスであり、社名の由来ともなっている。検索エンジンで解決できない疑問があるときや簡単な統計を取りたいときに有用な Q&A サービスで、ナレッジコミュニティサービスの草分け的な存在である。

(2) はてなブックマーク

2005 年に開始した国内最大級のソーシャルブックマークサービス。気になった Web ページを、感想やタグとともにオンライン上で簡単に管理できる。共有されたブックマーク先のページを見ることで、インターネット上で盛り上がっている話題を知ることができる。

(3) はてなブログ

2003 年にサービスを開始した「はてなダイアリー」を進化させたブログサービスで、2013 年に開始した。シンプルなデザインに、執筆を助ける機能が充実しており、長い文章をじっくり書いて発信したいハイエンドブロガー向けのサービスとして定評がある。

2012 年より開始した有料サービス「はてなブログ Pro」は、使用可能ストレージ容量が無料プランの 10 倍となるほか、独自ドメインの設定や管理機能の強化、モバイル環境下での高速表示、画面上の広告配置の設定変更（非表示も可）など、本格的にブログを運営したいユーザー向けのサービスとなる。料金プランは月額 1,008 円、1 年プラン 8,434 円（月額 703 円相当）、2 年プラン 14,400 円（同 600 円相当）の 3 コースとなる。また、スタートアップ企業（設立 5 年以内）または小規模法人（資本金 5 千万円以下）向けに、2020 年より「はてなブログ Business」サービスを開始している。料金プランは月額 4,980 円、1 年プラン 41,800 円（月額 3,486 円相当）、2 年プラン 71,700 円（同 2,988 円相当）の 3 コースとなる。

2. コンテンツマーケティングサービス

オウンドメディア（企業が顧客等に向けて伝えたい情報を発信するための自社メディア）の構築・運用支援サービス「はてなブログ Media」を 2014 年より開始している。同サービスは SaaS で提供しているため、顧客企業はサーバーの構築・保守運用が不要なほか、直感的な UI（User Interface）かつ複数人での編集作業が特長となっている。また、同社が UGC サービスで培ったシステム・ノウハウを生かし、費用対効果の高いオウンドメディアを構築できることが強みとなっている。

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

事業概要

料金プランはレギュラープラン、ライトプラン、HR プラン（採用オウンドメディア）の 3 コースで、売上高は月額課金となるシステム利用料※のほか、コンテンツ作成支援料や、オウンドメディアを拡散していくための広告掲載料（「はてなブログ」等の同社 UGC サービスを活用したネイティブ広告、バナー広告、タイアップ広告等）からなる。売上構成比はストック収入となるシステム利用料が 1 割程度で、残りをコンテンツ作成支援料や広告掲載料で占めており、システム利用料以外は顧客企業の予算状況によって変動する。

※ 月額システム利用料はレギュラープランが個別対応、ライトプランが 11.0 万円、HR プランが 7.7 万円となっており、レギュラープランとライトプランは別途、初期導入費用が必要となる。

「はてなブログ Media」の運用件数はサービス開始以降順調に増加しており、2022 年 7 月期末で 128 件となっている。1 企業で複数の媒体を運用するケースもあり、ここ最近では働き方改革に関する情報発信や社員インタビューといった人材採用分野での活用を目的としたオウンドメディアのニーズが増大している。

3. テクノロジーソリューションサービス

UGC サービスで蓄積したサービス開発力や IT インフラ構築力等を生かして、企業のオウンドメディアをスクラッチで開発・構築する受託サービスや、顧客企業が利用するクラウド環境やデータセンター環境のサーバーを監視するツールを SaaS で提供するサーバー監視サービス（クラウド支援サービス）を展開している。受託サービスの保守・運用を含めたストック型サービスの売上構成比は 2022 年 7 月期で 8 割程度となっている。

(1) 受託サービス

出版業を中心とする顧客向けに、ブラウザやアプリでマンガ・小説などを閲覧・購読できるサービスや、一般ユーザーが投稿できるサービスの開発・運用を受託している。なかでも、マンガビューワとして 2014 年より提供を開始した「GigaViewer」は順調に導入が進んでいる。2022 年 8 月時点で 15 社、20 メディア（Web 版 19 メディア、アプリ版 1 メディア）で利用されており、Web 版マンガビューワとしてはデファクトスタンダードとなっている。また、開発・導入実績としては、任天堂<7974>の「イカリング 2」「スマプラス」「イカリング 3※」のほか、KADOKAWA<9468>の「カクヨム」などがある。

※「イカリング 3」は 2022 年 9 月にリリースされた任天堂ゲームソフト「スプラトゥーン 3」をより快適に楽しめる機能を備えたゲーム連動サービスで、スマートフォンアプリ「Nintendo Switch Online」をダウンロードすることで利用できる。

同社の強みは、ユーザーによる投稿や閲覧行動を顧客企業のビジネスに生かすサービスを構想し実装に落とし込む企画力や、拡張性のある設計を迅速に実装できる開発力を有していること、また、サービスの規模が拡大しても表示速度等のパフォーマンスを落とすことなく、ローコスト運営を維持することが可能な IT インフラの設計・構築・運営力を有していることにある。

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

事業概要

「GigaViewer」導入メディア

「少年ジャンプ+」「となりのヤングジャンプ」(集英社)、「マガジンポケット」「コミック DAYS」(講談社)
「くらげパンチ」(新潮社)、「コミブレ」(ヒーローズ)、「コミックボーダー」(リイド社)、「コミックガルド」(オーバーラップ)
「ゼノン編集部」(コアミックス)、「MAGCOMI」(マッグガーデン)、「web アクション」(双葉社)
「コミックトレイル」(芳文社)、「コミックブシロード WEB」(ブシロードメディア)、「FEEL web」(祥伝社)
「サンデーうぇぶり」「コロコロオンライン」(小学館)、「& Sofa (アンドソファ)」(講談社)、「COMIC OGYAAA!!」(ホーム社)、「コミックガルド+ (プラス)」(オーバーラップ・プラス、アプリ版)
「モーニング・ツー」(講談社)

注：赤字は 2022 年 7 月期に新規導入されたメディア。「モーニング・ツー」は 2022 年 8 月に新規導入
出所：会社資料よりフィスコ作成

(2) クラウド支援サービス

2014 年よりクラウド支援サービスとして、サーバー監視サービス「Mackerel」の提供を開始している。サーバーやアプリケーションサービスの稼働状況を、異なるクラウドサービスやデータセンターサービスであっても一元的に監視できるほか、使いやすい UI と効率的な API (Application Programming Interface) 機能により簡単に導入・運用できることが特長となっている。従来、企業は自社サーバーの監視に関しては自前で監視ツールを構築して運用することが多かったが、クラウドコンピューティング市場の普及拡大や技術進化、IT 人材の不足を背景に、使い勝手の良い「Mackerel」等の専用ツールを導入する企業が増えてきている。

導入企業は、多くのサーバー運用が必要とされるインターネットサービス企業やゲーム制作企業、アドテク企業が多いが、エンタープライズ領域における利用も試行されている。月額利用料が比較的安価な水準（月額 1,833 円から。監視サーバー台数ごとに変動）で導入できるほか、監視業務の負担が大幅に軽減されることなどから、一旦導入すると解約するケースは極めて低く、導入企業のサーバー増設に伴って既存顧客単価も上昇する傾向にある。主なクライアントは、サイバーエージェント <4751>、任天堂、クレディセゾン <8253>、GMO ペパボ <3633>、メルカリ <4385>、グリー <3632>、KDDI <9433>、(株)NTT ドコモ、ビッグローブ (株) 等が挙げられ、導入企業数は 1,000 社以上となっている。

主な導入先企業



出所：ホームページより掲載

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向

2022 年 7 月期はテクノロジーソリューションサービスの好調により 8 期連続増収、3 期ぶりの増益に転じる

1. 2022 年 7 月期の業績概要

2022 年 7 月期の業績は、売上高で前期比 16.9% 増の 3,063 百万円、営業利益で同 30.6% 増の 324 百万円、経常利益で同 35.2% 増の 342 百万円、当期純利益で同 39.1% 増の 240 百万円と、売上高は 8 期連続の増収、各利益は 3 期ぶりの増益に転じた※。また、会社計画対比については、売上高は若干未達となったものの、各利益は上回って着地した。

※ 2022 年 7 月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号）等を適用しており、従来基準と比較して売上高は 79 百万円減少、営業利益及び経常利益はそれぞれ 44 百万円減少している。また、サービス別では、テクノロジーソリューションサービスのうち受託サービスに係る売上高、利益が減少したほか、コンテンツマーケティングサービスのうち広告代理店手数料に係る売上が減少した。

2022 年 7 月期業績

(単位：百万円)

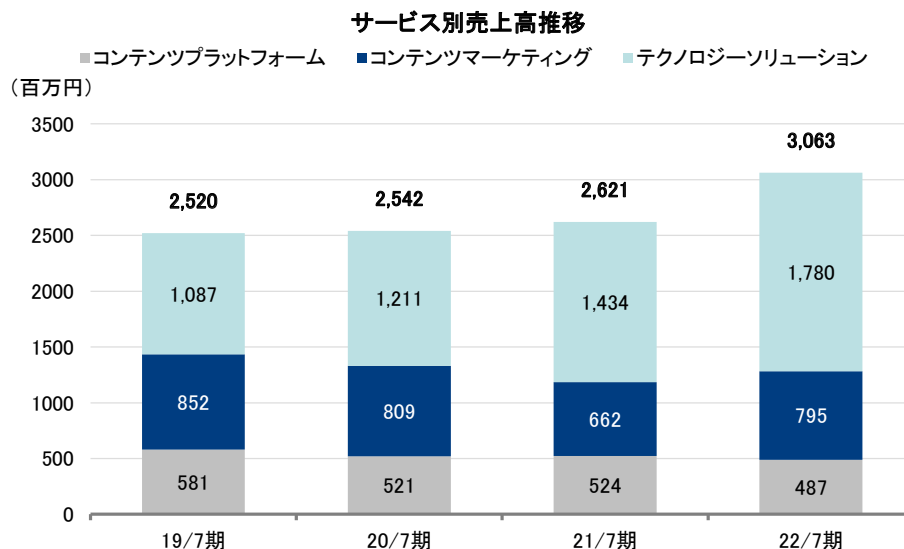
	21/7 期		会社計画	22/7 期			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	2,621	-	3,069	3,063	-	16.9%	-0.1%
事業費用	2,373	90.5%	2,784	2,739	89.4%	15.4%	-1.6%
（人件費）	1,356	51.7%	1,581	1,518	49.6%	11.9%	-3.9%
（DC 利用料）	448	17.0%	484	498	16.3%	11.1%	2.8%
（その他）	568	21.6%	719	723	23.6%	27.3%	0.5%
営業利益	248	9.5%	284	324	10.6%	30.6%	14.3%
経常利益	253	9.6%	284	342	11.2%	35.2%	20.5%
特別損益	-2	-	-	-15	-	-	-
当期純利益	172	6.5%	196	240	7.8%	39.1%	22.4%

注：22/7 期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第 29 号）等を適用しているが、全体の収益に与える影響は軽微であることから、前期比は 21/7 期実績と比較

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向

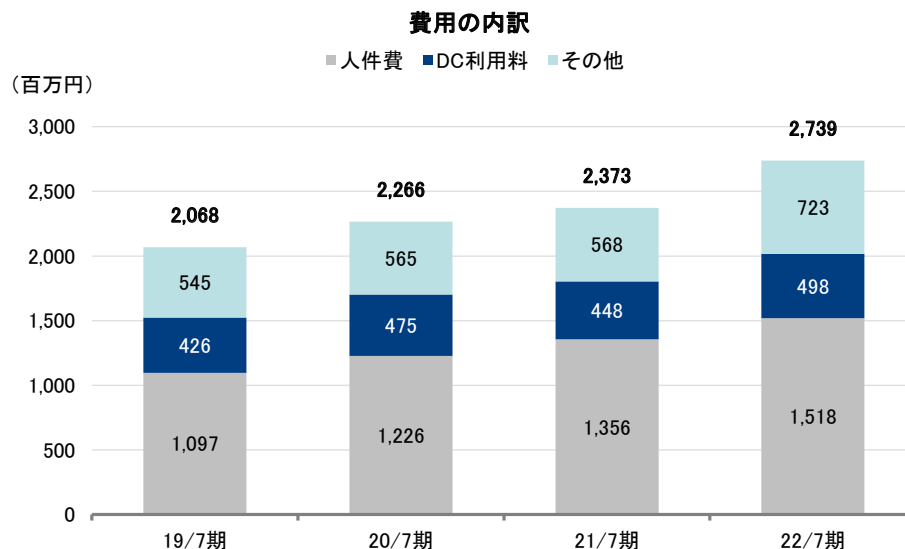


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

売上高については、コンテンツプラットフォームサービスが2期ぶりに減収に転じたものの、コンテンツマーケティングサービスが3期ぶりの増収に転じたほか、テクノロジーソリューションサービスが好調を持続したことが増収要因となった。一方、事業費用は同15.4%増の2,739百万円となった。内訳を見ると人件費が同11.9%増の1,518百万円、DC利用料が同11.1%増の498百万円、その他費用が同27.3%増の723百万円といずれも増加した。しかしながら、会社計画比では人件費が3.9%下回っており、これが営業利益の上振れ要因となった。同社は事業拡大のためエンジニアの採用を積極的に推進している。従業員数は前期末比22名増の189名を計画していたが、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）による人材市場の変化の影響を受けたこともあり、同2名増の169名にとどまったことが人件費の下振れ要因となった。DC利用料については、「GigaViewer」を利用する媒体数の増加や同社インフラを利用する顧客が増えたことに加え、円安の進展で米ドル建て支払いでのクラウドサービス利用料が増加した。その他費用については、需要が旺盛なテクノロジーソリューションサービスにおける外注費や業務委託費の増加、リモートワーク環境下での生産性向上を目的とした各種ツールの導入費用増加、広告レベニューシェアの売上拡大に伴う収益配分原価の増加、自社サービス拡販のための広告宣伝費の増加などが主な増加要因となっている。このほか、為替差益16百万円を計上したことにより、計画に対して営業外収支が若干拡大した。また、本社移転を実施したことにより、固定資産除却損を中心に15百万円の特別損失を計上した。

はてな 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

テクノロジーソリューションサービスの2ケタ成長が継続、コンテンツマーケティングサービスも増収に転じる

2. サービス別売上動向

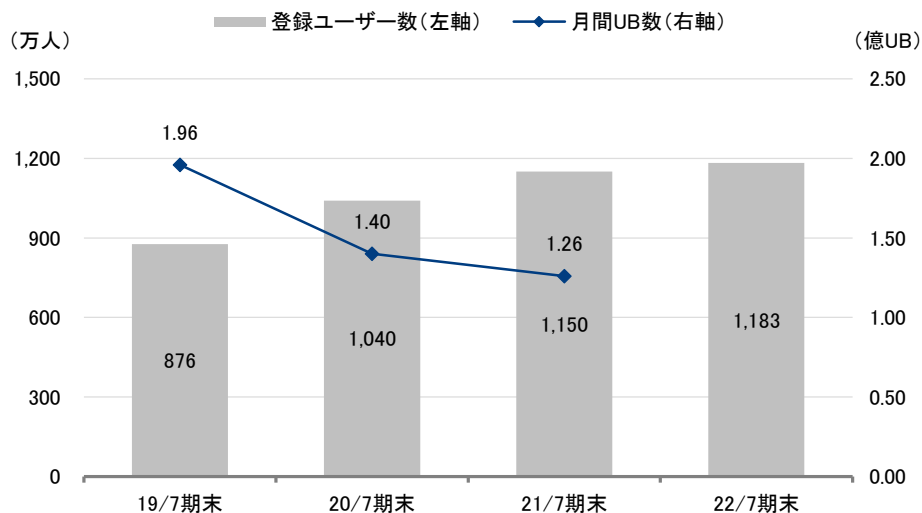
(1) コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスの売上高は前期比 7.1% 減の 487 百万円と、2 期ぶりに減収に転じた。KPI である登録ユーザー数は前期末比 33 万人増の 1,183 万人と増加したものの、2022 年 1 月末の月間ユニークブラウザ (UB) 数は 1.28 億 UB と低迷したことに加え、広告単価が軟調に推移した結果、アドネットワーク広告売上が伸び悩んだ。月間 UB 数については、検索エンジンのロジック変更に伴う流入件数の減少に加え、コンテンツの良質化施策としてスパムコンテンツアカウントの削減施策を実施したことが減少要因として挙げられるが、スパムコンテンツアカウントの削減施策が一巡したこともあり、2022 年 4 月以降はやや持ち直している。YouTube や Instagram などの SNS 普及に伴い、「はてなブログ」など同社サービスに対する需要減退の懸念があるものの、「はてなブログ」への投稿数やアクティブユーザー数は堅調に推移していることから、広告単価下落の影響が大きいと弊社では見ている。なお、広告単価についてはその時々の需給によって変動するものの、YouTube など動画広告に対する需要が拡大していることもありここ最近では低下傾向となっている。

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

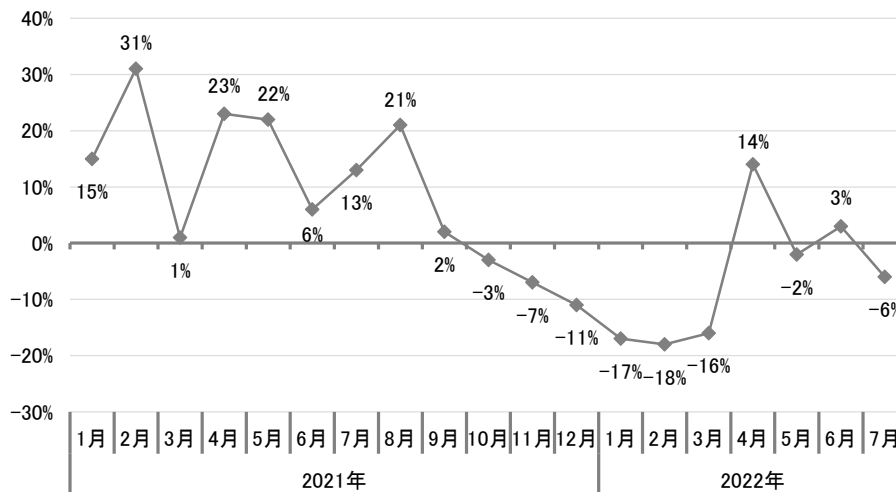
業績動向

コンテンツプラットフォームサービス KPIの推移



注：計測ツールである Google アナリティクス仕様の仕様変更により、2022 年 2 月以降は月間 UB 数の計測を停止
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

アドネットワーク広告の月次売上高(前年同月比)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

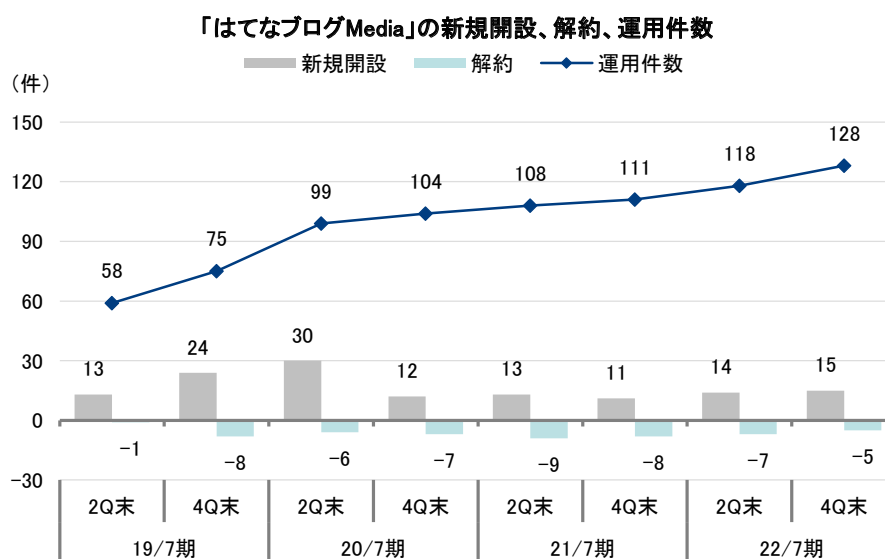
一方、有料課金サービスについても個人向けの「はてなブログ Pro」が伸び悩んでおり、今後の課題となっている。法人向けの「はてなブログ Business」はスタートアップ企業を中心に契約件数を伸ばしているものの、業績への影響は軽微である。

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロス市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向

(2) コンテンツマーケティングサービス

コンテンツマーケティングサービスの売上高は前期比 20.1% 増の 795 百万円と 3 期ぶりの増収に転じた。「はてなブログ Media」の運用件数が前期末比 17 件増の 128 件となり、会社計画の 120 件を上回ったことが増収要因となった。運用件数については、引き続き企業の採用・広報を目的とした開設案件が多いものの、潜在顧客向けマーケティングニーズも底堅く、引き合いは多数発生している。新規開設数は 29 件、解約数は 12 件（前期は新規開設 24 件、解約数 17 件）となった。オンラインセミナーの実施によるリード（見込み顧客）獲得が有効であった一方、コロナ禍前と比較し受注決定や開設完了までに要する時間が長引く傾向に変わりはなかった。

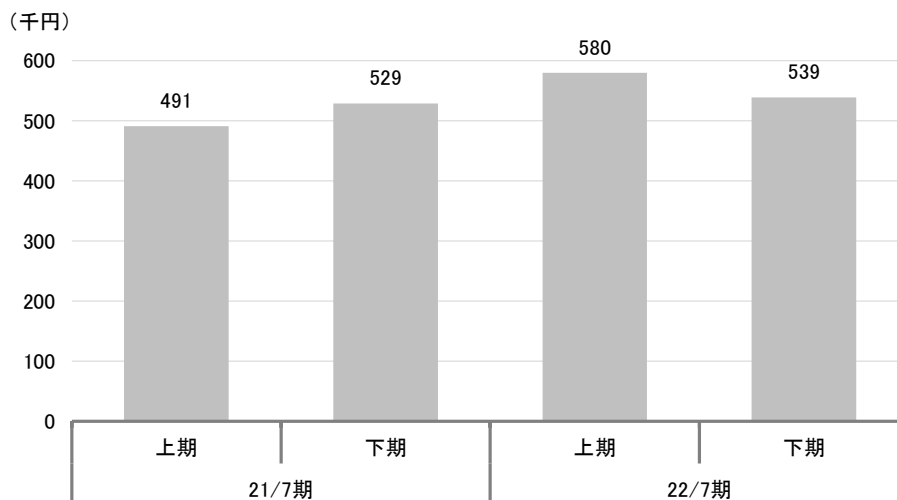


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

運用件数当たりの平均月間売上は前期比 10% 増となった。2021 年 7 月期はコロナ禍による顧客のメディア運用予算縮小の影響を受け減少したものの、2022 年 7 月期は運用予算が回復したことに加え、同社でメディア集客施策（記事制作や広告等）の提案に積極的に取り組んだことが上昇要因となった。半期ベースで見ると、上期の 580 千円に対して下期は 539 千円と低下しているが、メディア開設時には低価格なシステム運用料のみの件数が多いためだ。その後は記事制作や広告運用などを受注し、月間売上は上昇する傾向にある。なお、新規開設メディアについては、すべてのプラン（レギュラー、ライト、HR プラン）で運用件数が増加したようだ。

業績動向

メディア当たり平均月間売上高推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) テクノロジーソリューションサービス

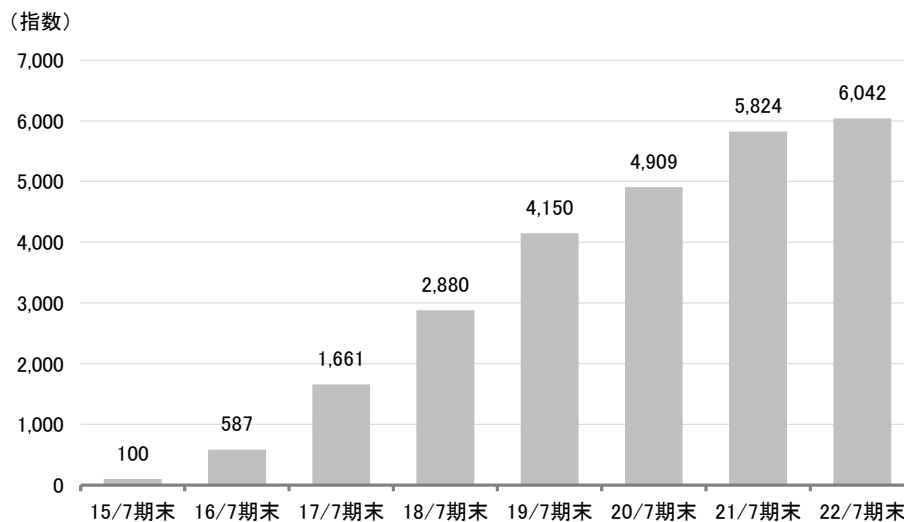
テクノロジーソリューションサービスの売上高は前期比 24.1% 増の 1,780 百万円と 7 期連続で 2 ケタ増収となった。サーバー監視サービス「Mackerel」、「GigaViewer」を中心とした受託サービスともに増収となった。なお、2022 年 7 月期より売上高の内訳を開示しており、「Mackerel」は 768 百万円、受託サービスは 1,011 百万円であった。

「Mackerel」の累積顧客数は前期末比 3.7% 増となったものの、従来の 2 ケタ増ペースから鈍化し、会社計画に対しても 13.2% 下回った。コロナ禍に伴い有力な顧客獲得ルートであったリアル展示会が中止となるなか、オンラインセミナーなどデジタルマーケティング施策によるリード獲得に取り組んだものの、成約率が想定よりも低かったことや大手顧客の開拓に注力したことが要因となった。ただし、半期ベースでは、上期の 382 百万円に対して下期は 386 百万円と過去最高を更新している

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

業績動向

「Mackerel」累積顧客指数



注：15/7 期末を 100 とした場合の指数

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「GigaViewer」については、新たに「サンデーうぇぶり」「コロコロオンライン」((株)小学館)、「& Sofa (アンドソファ)」((株)講談社)、「COMIC OGYAAA!!」((株)ホーム社)に Web 版を導入したほか、スマートフォンアプリ向け「GigaViewer for Apps」を「コミックガルド+ (プラス)」((株)オーバーラップ・プラス)向けに導入した。「GigaViewer」の導入実績はアプリ版も含めて合計 15 社、20 メディアとなる。Web 版については広告の運用・販売にも取り組み、小学館向けでは初めての導入となった(講談社向けは 3 件目)。

一方、アプリ版の「コミックガルド+」については、広告の運用とポイント販売による収益化にも共同で取り組むレベニューシェア型契約となっている(同社でユーザー獲得やプロモーションのための広告出稿を担当)。オーバーラップ・プラスは「コミックガルド」(Web 版)に「GigaViewer」の導入実績があり、Web 版で獲得した新規読者をアプリ版に誘導し収益を向上させることを狙いに、同社がアプリ版の開発提供及び広告運用等を行うこととなった。Web 版の開発については多くの引き合いがあることから、Web 版の導入顧客に対してアプリ版の開発とレベニューシェア型契約の提案を推進していくことで収益の最大化を目指す。なお、「GigaViewer」の開発期間は 1 メディア当たり 3～6 ヶ月程度かかるようで、引き合いに対応するためにエンジニアの増員を積極的に進めている。

その他の受託サービスとしては、2022 年 9 月に任天堂が発売したゲームソフト「スプラトゥーン 3」をより一層楽しく遊ぶためのサービス「イカリング 3」を同日リリースしており、2022 年 7 月期に開発料の一部を売上計上している(「収益認識に関する会計基準」等を適用)。

自己資本比率は 80% 以上で安定推移、無借金経営で財務内容は良好

3. 財務状況と経営指標

2022 年 7 月期末の総資産は前期末比 364 百万円増加の 2,973 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が 267 百万円、売掛金及び契約資産が 115 百万円それぞれ増加した。また、固定資産では本社移転に伴い有形固定資産が 54 百万円増加した一方で、ソフトウェアが 49 百万円、投資有価証券が 31 百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比 210 百万円増加の 528 百万円となった。未払費用が 43 百万円、未払法人税等が 26 百万円それぞれ増加したほか、前受金及び契約負債が 133 百万円増加した。また、純資産は前期末比 153 百万円増加の 2,444 百万円となった。当期純利益 240 百万円を計上した一方で、自己株式を 60 百万円取得（減少要因）した。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末の 87.8% から 82.2% と若干低下したものの、無借金経営を続けているほか、現金及び預金が 1,703 百万円と月平均売上高の 6.7 ヶ月分を有するなど資金流動性も十分確保されていることから、財務内容は良好な状態を維持していると判断される。一方、収益性について見ると、売上高営業利益率、ROA、ROE とともに 3 期ぶりに上昇に転じるなど、売上高の拡大とともに収益性も回復してきたことが窺える。2023 年 7 月期は人材投資の積極化などにより再度低下する見込みであるものの、投資の効果が顕在化する 2024 年 7 月期以降は上昇に転じるものと予想される。

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	19/7 期	20/7 期	21/7 期	22/7 期	増減
流動資産	1,715	1,677	1,986	2,383	396
（現金及び預金）	1,281	1,246	1,435	1,703	267
（売掛金及び契約資産）	281	251	336	452	115
固定資産	595	661	623	590	-33
総資産	2,310	2,339	2,609	2,973	364
負債合計	428	236	318	528	210
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産合計	1,881	2,102	2,291	2,444	153
（安全性）					
自己資本比率	81.4%	89.9%	87.8%	82.2%	-5.6pt
有利子負債比率	-	-	-	-	-
（収益性）					
ROA	21.7%	12.0%	10.2%	12.3%	2.1pt
ROE	19.2%	9.6%	7.9%	10.1%	2.2pt
売上高営業利益率	18.0%	10.9%	9.5%	10.6%	1.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023 年 7 月期は大幅な事業成長に向けた先行投資などにより、増収減益の見通し

1. 2023 年 7 月期の業績見通し

2023 年 7 月期の業績は、売上高で前期比 4.0% 増の 3,184 百万円、営業利益で同 54.8% 減の 147 百万円、経常利益で同 57.1% 減の 147 百万円、当期純利益で同 60.7% 減の 94 百万円と増収減益の見通し。売上高はコンテンツプラットフォームサービス、コンテンツマーケティングサービスの減収をテクノロジーソリューションサービスの成長でカバーし、増収を維持するものの、2024 年 7 月期以降の事業拡大に向けた投資（人件費や DC 利用料、外注費・業務委託費の増加）が減益要因となる。

2023 年 7 月期業績見通し

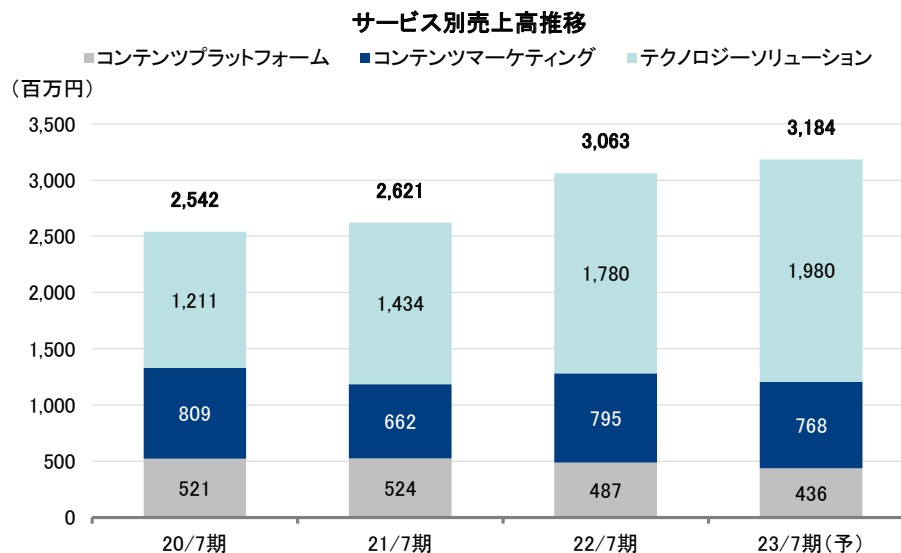
(単位：百万円)

	22/7 期		23/7 期		前期比
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	
売上高	3,063	-	3,184	-	4.0%
事業費用	2,739	89.4%	3,037	95.4%	10.9%
（人件費）	1,518	49.6%	1,619	50.8%	6.7%
（DC 利用料）	498	16.3%	590	18.5%	18.4%
（その他）	723	23.6%	828	26.0%	14.5%
営業利益	324	10.6%	147	4.6%	-54.8%
経常利益	342	11.2%	147	4.6%	-57.1%
当期純利益	240	7.8%	94	3.0%	-60.7%
1 株当たり当期純利益（円）	80.03		31.81		

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

今後の見通し



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) サービス別売上見通し

a) コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスの売上高は前期比 10.5% 減の 436 百万円の見通し。コロナ禍の影響が継続し、期中のアドネットワーク広告単価の急回復は想定していない。「はてなブログ」などへの投稿件数は着実に増加すると見ているものの、広告売上、課金売上ともに慎重な計画としている。

b) コンテンツマーケティングサービス

コンテンツマーケティングサービスの売上高は前期比 3.5% 減の 768 百万円と減収に転じる見通し。前提となる「はてなブログ Media」の運用件数は前期末比 16 件増の 144 件、運用件数当たりの平均月間売上は期中平均で 2022 年 7 月期上期 (580 千円) 並みの水準を目標としている。これらの目標を達成すれば売上高で同 18% 増※、金額ベースで 170 百万円の増収となるが、売上単価の大きい特定メディアの運用終了が決まっていることや、景気の先行き不透明感が強まっていることから保守的な売上計画としている。なお、特定メディアの運用終了の理由は顧客企業の予算縮小に伴うもので、同社のサービスに問題があったわけではない。売上影響額としては年間数千円程度であり、運用件数や平均売上単価が目標達成すれば、増収を維持することも十分可能と見られる。

※ 期中平均運用件数の増加率 (13.8% 増) × 期中平均売上単価上昇率 (3.7% 増)

c) テクノロジーソリューションサービス

テクノロジーソリューションサービスの売上高は前期比 11.2% 増の 1,980 百万円と 2 ケタ増収が続く見通し。「Mackerel」の売上高は同 3.5% 増の 795 百万円と着実な増加を計画し、受託サービスは同 17.1% 増の 1,185 百万円と高成長が続く見通しだ。「Mackerel」については、大型顧客の獲得とパートナーセールス販売に販売戦略をシフトしていることもあり、顧客獲得数は前期並みの水準を見込んでいる。一方、「GigaViewer」については、前期並みの 5 件程度の導入を計画している。直近では、2022 年 8 月に講談社の Web マンガサイト「モーニング・ツー」に導入されており、ビューワの提供に加え、サイトデザインやサービス企画、広告の販売・運用を通じたマネタイズ支援も同時に行う。

(2) 事業費用計画

事業費用は前期比 10.9% 増の 3,037 百万円を計画している。内訳を見ると、人件費で同 6.7% 増の 1,619 百万円、DC 利用料は同 18.4% 増の 590 百万円、その他費用で同 14.5% 増の 828 百万円を見込んでいる。

a) 人件費

同社は、中期的な成長を担保するため、最大の強みである開発力を拡充し、販売体制を強化することが重要な課題であると認識している。引き続きエンジニアの採用を積極的に推進することで、2023 年 7 月期は 20 名の増員を計画している。社員採用・外注活用の積極化が人件費の増加要因となる一方、利益減に伴う賞与減額を計画に織り込んでいる（減少要因）。ここ数年はエンジニアの採用環境が厳しいこともあり、計画未達が続いていることから、採用・育成力強化に向けた施策として、2022 年 5 月に組織変更を行った。2014 年より同社のサービス・システム開発本部長を務めてきた取締役の大西氏が組織・基盤開発に専念している。エンジニア出身であることを生かし、開発陣を含めた全職員の採用・配置・育成で手腕を振るう。また、働き方についても先進的な環境を整え、採用力強化につなげる考えだ。具体的には、フレキシブルワークスタイル制度の恒久措置としてフルリモート勤務を可能とする環境整備のほか、オフィス移転・改装によりハイブリッドワークが可能となった。

b) DC 利用料

DC 利用料増加の主因は、円安の進展によるクラウドサービス利用料の増加（米ドル建て支払い）となる。同社では為替予約など為替変動リスクの軽減に取り組んでいるものの、急速な為替変動に対処することは難しく、コスト増の要因となっている。なお、140 円 / 米ドル水準までは料金プランへの転嫁はせず、内部努力で吸収する方針のようだ。

c) その他費用

その他費用の増加はサービス制作に関する外注費や業務委託費の増加が主因となるほか、広報費用や広告宣伝費なども積み増す計画だ。このうち、サービス制作については、主に「GigaViewer」の開発や広告運用等のレベニューシェアに係る外注費、業務委託費の増加となる。

はてな | 2022 年 10 月 17 日 (月)
3930 東証グロース市場 | <https://hatenacorp.jp/ir/>

今後の見通し

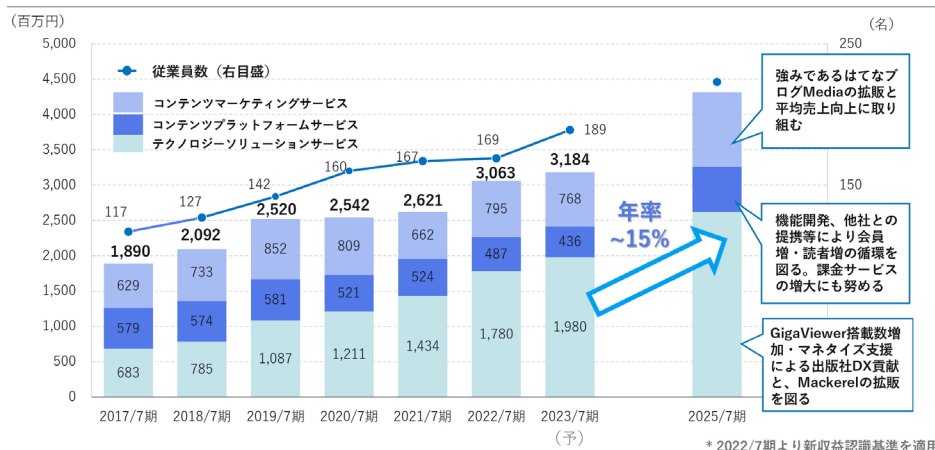
テクノロジーソリューションサービスがけん引役となり、 2024 年 7 月期以降は 2 ケタ成長に回復

2. 成長戦略

同社は中期目標として、2025 年 7 月期に売上高 40 億円突破を掲げている。2023 年 7 月期は一旦成長が鈍化するものの、2024 年 7 月期以降はテクノロジーソリューションサービスをけん引役としてシナジーを効かせながら、3 サービスのいずれも成長する計画となっている。成長の源泉となる人員についてはエンジニアを中心に増員を継続し、2025 年 7 月期時点で 225 名程度を想定している。従業員 1 人当たり売上高で換算すると、2022 年 7 月期実績から約 5% の増加となる。2023 年 7 月期は先行投資により減益を見込んでいるものの、投資の効果が顕在化し、ストック型ビジネスを中心に売上高が 2 ケタ成長軌道に乗れば、営業利益率も中期的に 20% 近い水準まで戻るものと弊社では予想している。

中期成長イメージ

売上高および従業員数の推移と予想



出所: 決算説明資料より掲載

主な事業方針は以下のとおり。

(1) コンテンツプラットフォームサービス

コンテンツプラットフォームサービスでは、2023 年 7 月期をコロナ禍収束後に成長していくための仕込みの時期と位置付けており、優れた書き手や投稿者を惹き付けることでサービス全体の価値向上を図っていく。具体的には、「はてなブログ」へのアクセス数や「いいね！」数などの定量的フィードバックだけでなく、読んだ人のコメントやつぶやきなどの定性的フィードバックを得る良い体験を増やすことで、書き手を良い意味で刺激し、良質なコンテンツを投稿したくなる機会を増やし、それが新たな書き手を惹き付けるといった好循環を作り上げていく。

定性的なフィードバックに着目した施策としては、2021 年 7 月に「はてなブックマーク」のコメント表示改善施策として、Yahoo! JAPAN の独自技術「建設的コメント順位付けモデル」の導入を開始した。同モデルの導入によって、攻撃的・不謹慎であるといった穏当ではないコメントの表示を抑制し、建設的なコメントが表示されやすくなる。また、定量的フィードバックに着目した施策として、2021 年 7 月期第 4 四半期に、他サイトへの誘因を目的としたスパムと判断できるコメント投稿やブログ記事を生み出すアカウントについて、システムの・人的に検出し利用を制限するシステムを構築し、運用している。これらの施策を継続することにより、「はてなブログ」等の良質コンテンツを増やし、登録ユーザー数や月間ユニークブラウザ数の増加によりアドネットワーク広告収入の拡大につなげていく戦略だ。このほか、広告フォーマットについても見直しの余地があるとしている。CVR（コンバージョンレート）が低いこともあり、同社はこれまで動画広告を積極的に取り扱っていなかったが、今後は検討を進める方針だ。

有料課金サービスについては、スタートアップ企業または小規模法人向けの「はてなブログ Business」の顧客獲得に向けたプロモーション施策を強化していく。また、「はてなブログ Pro」では、書き手の収益化を支援する新たなサービスの導入についても検討を進めている。

(2) コンテンツマーケティングサービス

コンテンツマーケティングサービスでは、「はてなブログ Media」の運用件数拡大に向けて、デジタルマーケティングやソリューション力を強化していく。特に、好調な採用・広告目的のメディア開設を中心に導入を進める計画だ。また、メディア当たり売上単価の向上施策として、提供するサービスの種類を拡充(公式 SNS 運用、メディアコンサルティング等)するほか、記事制作や記事広告・拡散などのサービスに対する費用対効果を可視化することで、単価アップにつなげていく。

(3) テクノロジーソリューションサービス

テクノロジーソリューションサービスのうち、受託サービスでは、「GigaViewer」の導入拡大や任天堂向け大型受託開発案件の獲得により、2024 年 7 月期以降のレベニューシェア売上や SaaS 売上の拡大を計画している。「GigaViewer」については、Web 版の導入顧客に対してアプリ版の開発とレベニューシェア型契約の提案を推進していくことで収益の最大化を目指す。レベニューシェア売上はまだ小さいものの、契約件数の増加に伴い、数年後には収益に一定のインパクトを与える水準まで拡大することを目指している。また、Web 版の開発については多くの引き合いがあることから、さらなる拡大を図る。電子コミック市場は年率 2 ケタ成長が続いていることから、広告運用やポイント販売等のマネタイズに共同で取り組むレベニューシェア型契約を進めることで、収益基盤を拡充していく戦略だ。

一方、「Mackerel」については、大手クラウドプラットフォーマー（AWS（Amazon web Service）、Microsoft Azure、Google Cloud Platform など）のサービスを活用している顧客が同社サービスを簡単に利用・運用しやすくなる「インテグレーション機能」をさらに充実させることで、利用開始への心理的ハードルを引き下げることと同時に、これらの見込み顧客に対して積極的にアプローチを図っていく。また、販路拡大のためのパートナーの拡充にも継続して取り組んでいく。パートナーセールスについては、国内データセンターサービス事業者やシステム運用保守事業者に、顧客のサーバーを監視するツールとして「Mackerel」の導入を提案していく。直近では、2022 年 5 月にソフトバンク <9434> のクラウドサービス「ホワイテクラウド ASPIRE」のオプションメニューとして採用された。全体に占める売上比率は小さいものの、今後もパートナーを拡充することで売上成長を図っていく。

はてな
3930 東証グロース市場

2022 年 10 月 17 日 (月)
<https://hatenacorp.jp/ir/>

■ 株主還元策

当面は無配を継続方針だが、自己株式取得を初めて実施

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題であると認識しており、財政状態や業績、キャッシュ・フローの状態、今後の資金需要等を勘案して、利益還元策を決定していく意向である。ただし、当面は内部留保の充実を図り、企業体質の強化、事業拡大のための投資等に資金を優先配分し、収益拡大により企業価値を高めていくことが株主に対する最大の利益還元につながると考えている。このため、配当金については当面の間、無配を継続する方針としている。

一方で、2022 年に入り株価が上場来安値の水準まで下がるなど低迷が続いている状況を鑑み、2022 年 5 月に同社として初めてとなる自己株式の取得を発表した。取得株式数 10 万株（発行済み株式総数（自己株式除く）に対する割合 3.32%）または取得総額 120 百万円を上限とし、取得期間は 2022 年 6 月から 12 月末までとしている。2022 年 10 月 4 日時点で取得累計が 98.7 千株（総額 119 百万円）となっており、取得上限に達した為、終了となっている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp