

|| 企業調査レポート ||

## エヌリンクス

6578 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月21日(木)

執筆：客員アナリスト

永岡宏樹

FISCO Ltd. Analyst **Hiroki Nagaoka**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2024年2月期上期の業績概要	01
2. 2024年2月期通期の業績見通し	02
3. 中長期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 経営理念とビジョン	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	06
1. セールスポモーション事業	07
2. メディア事業	10
■ 業績動向	13
1. 2024年2月期上期の業績概要	13
2. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	17
1. 2024年2月期通期の業績見通し	17
2. 中期成長戦略	19
■ 株主還元策	20

## ■ 要約

### NHK 事業の終息により事業構造の転換期。 採用・教育・営業の専門性を強みとし、太陽光やライフラインなど これまでとは異なった商材での事業拡大を進める

エヌリンクス<6578>は、「ウェブ」と「リアル」の両輪を駆使するマーケティングを推進し、最高の「ウェブ×リアル」カンパニーを創造する、というスローガンを掲げ、セールスプロモーション事業とゲーム攻略サイト「アルテマ」や、チャット型コマースを活用したお家探しサイト「イエブラ」を中心としたメディア事業の2事業を中核としている。2010年の創業当初は訪問によるNHK（日本放送協会）放送受信料の契約収納業務からスタートし業績拡大を大きく牽引してきたが、NHKが訪問営業による受信料徴収を2023年9月までに全廃したことに伴い、同社のNHK関連事業は2023年9月に終息した。それに伴い、同社では事業モデルの転換期を迎えているが、NHK事業で培った人材採用力と営業に関する専門性を強みとし、ライフラインや太陽光関連商材など、これまでとは異なった新分野での業容拡大を進めているのが特徴である。

#### 1. 2024年2月期上期の業績概要

2024年2月期上期の連結業績は、売上高1,846百万円(前年同期比17.2%減)、営業利益72百万円(同26.3%増)、経常利益71百万円(同27.9%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益40百万円(前年同期は16百万円の損失)となり、期初に発表した会社計画の売上高1,692百万円、営業利益23百万円を超過達成した。当四半期はNHK関連業務が2023年9月に終息することに伴い、売上高は前年同期比で2ケタ減収となったが、営業利益は増益となった。主要事業別に業績を見ると、NHK事業を含むセールスプロモーション事業の売上高は844百万円(前期比38.6%減)、営業利益は7百万円(同96.8%減)とNHK事業の売上高が大きく減少したことが影響したが、メディア事業は売上高が982百万円(同20.3%増)、営業利益が154百万円(同116.3%増)と大幅な増収増益となり、NHK事業の終息に伴うネガティブ影響を吸収した。また、前期に赤字を計上していたアプリ事業が、事業縮小に伴い赤字幅が圧縮されたことも、利益面ではポジティブに働いた。

要約

## 2. 2024年2月期通期の業績見通し

2024年2月期通期の連結業績は、売上高 3,670 百万円（前期比 10.9% 減）、営業利益 112 百万円（同 58.3% 減）、経常利益は 112 百万円（同 58.5% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益は 86 百万円（同 57.1% 減）と同社では見込んでおり、期初計画を据え置いている。前期比で減収減益となるのは稼ぎ頭であった NHK 事業が終息することによるものであり、非 NHK 事業はセールスプロモーション事業、メディア事業の双方とも順調に進捗している。セールスプロモーション事業においては、2023年8月より保険代理店事業を新たにローンチしており、生命保険・損害保険の保険商品の仲介を通じて同社が抱える多数の既存顧客へのクロスセルを目指し、平均単価の上昇を進める計画だ。また、メディア事業においても「外構工事プラス」「転職ジョブズ」の2つも新規メディアをローンチする予定である。これら新規ビジネスの展開と同時に組織体制の強化も進めており、2023年6月には外資系投資銀行出身の CFO を採用し、管理体制の強化や M&A、IR 業務を積極的に推進する予定としている。また、持続可能な企業の発展を目的とし、ESG 経営を推進するために新たに ESG 推進部も設置した。これらのビジネス面・組織面の両方から事業拡大を進め、期初に計画した業績予想の達成を目指している。

## 3. 中長期成長戦略

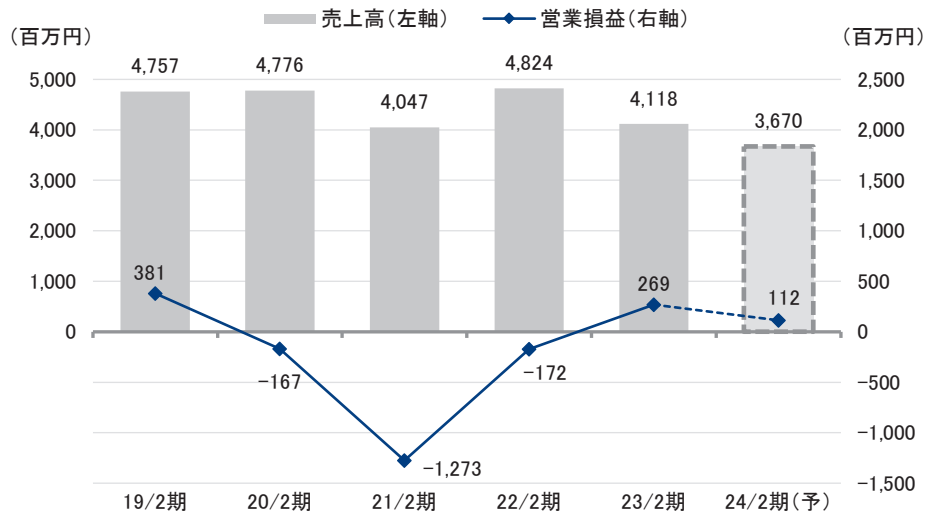
NHK 事業の終息に伴い、同社では中長期的にセールスプロモーション事業とメディア事業の2つを拡大し、そこから生まれた収益を活用して M&A により成長することを目指している。同社の強みはかつて NHK の訪問集金という採用の難しい職種において最大 1,000 名まで従業員を採用した採用力及び教育力にあり、これらをライフラインや太陽光関連商材の販売など今までとは異なった商材で事業拡大することを狙っている。セールスプロモーション事業においては、ライフライン、太陽光、テレマーケティング、また、新たにスタートした保険という4つの商材をバランスよく成長させ、5年後を目途に 40 億円程度の売上高まで拡大させる計画である。メディア事業においても同社は小粒なサイズから慎重に新規進出する方針であり、営業利益率 20% 程度をベンチマークにしながら着実に売上高を拡大させる計画だ。また M&A に関しては、数億円規模の案件を同社では中期的に検討したいとしている。

### Key Points

- ・ これまでは NHK 放送受信料の訪問集金業務が中核だったが、2023年9月に事業が完全終息。太陽光やライフラインなど非 NHK 事業の拡大を進めている
- ・ セールスプロモーション事業とメディア事業の2つが今後の軸に。セールスプロモーション事業では 2023年8月から保険商品の取り扱いも新たに開始
- ・ 事業構造の変革の過渡期にあるが、NHK 業務で集積した採用・教育・営業の専門性を武器に、異なる商材や事業分野においても優位性を発揮させる計画
- ・ 外資系投資銀行出身の CFO が 2023年6月から参画。今後はやや規模の大きい M&A についても検討し、事業拡大の契機としたい考え

要約

業績推移



注：19/2期は非連結決算  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 「ウェブ×リアル」カンパニーを創造するというスローガン、「変わり続ける、進み続ける、ともに愉しみを創りだす」というビジョンを掲げる

#### 1. 経営理念とビジョン

同社は最高の「ウェブ×リアル」カンパニーを創造するというスローガン掲げ、現在、セールスプロモーション事業、メディア事業及びアプリ開発・運営事業を手掛けている。創業当初はNHKからの契約・収納代行業の受託会社としてスタートしたが、2012年の成果報酬型のメディアサイト「塾・予備校ナビ」のリリースをきっかけに本格的にメディア事業に進出。現在は「ウェブ×リアル」カンパニーとして事業を運営している。また、2020年11月にはマッチングアプリ「ペアフル」をリリースし、事業の多角化を進めてきた。

また、同社は「変わり続ける、進み続ける、ともに愉しみを創りだす」というビジョンを掲げており、時代の変化に柔軟に対応し、現状に甘んじることなく進み続け、また、楽しんで進むのではなく、従業員とともに艱難辛苦を乗り越えて、目標を達成した喜びや、クライアント・顧客の喜ぶ姿をたくさん作っていかうという意図をここに込めている。

会社概要

同社はインターネットやメディア領域に専門性を持つと同時に BtoC 領域での対面営業スキルも併せ持つ。環境変化が著しい昨今のインターネットメディア業界において、「ウェブ」に「リアル」の関係性を掛け合わせることで、独自性を強め、他企業との差別化を図っている。

会社概要と経営スローガン、ビジョン及びミッション

<会社概要>

会社名	株式会社エヌリンクス
本社所在地	東京都豊島区南池袋2-32-4
設立日	2010年3月
資本金	326,090千円
従業員数	362名(2023年8月)

<代表者>



**代表取締役社長 栗林憲介**

- ・ 大学時代より起業を経験したアントレプレナー
- ・ 大学卒業後は後の起業に備えて、不動産会社と営業会社で経験を積む
- ・ 2010年に双子の兄弟と共に(株)エヌリンクスを創業
- ・ 弟は栗林圭介(現副社長)

出所：決算説明資料より掲載

<スローガン>

「ウェブ」と「リアル」この両輪を駆使するマーケティングを推進し、最高の『リアル×ウェブ』カンパニーを創造する。

<ビジョン>

変わり続ける、進み続ける、ともに愉しみを創りだす

<ミッション>

みんなでメガベンチャーを創ろう、「チーム・エヌリンクス」という意識を絶対に忘れない。

本音の対話を繰り返し、組織改善を行い続け、選ばれる会社づくりを徹底的に実現しよう。

継続的な企業成長を目指し、利益追求することで一生働ける環境を実現しよう。

自由を勘違いせず、規則や枠の中で工夫や創造を行い、組織人として自由を創ろう。

家族にいつまでも誇れるよう、礼節を重んじ、法令を順守し、モラルの高い会社にしよう。

選択肢に困ったら、変化を続ける選択、前に進める選択、拡大につながる選択をする。それが難題半端だとしても、その先にある圧倒的成果を愉しもう。

長所を生かす人材教育を徹底し、ともに成長できる環境を創り、成果を矜賛で迎えよう。

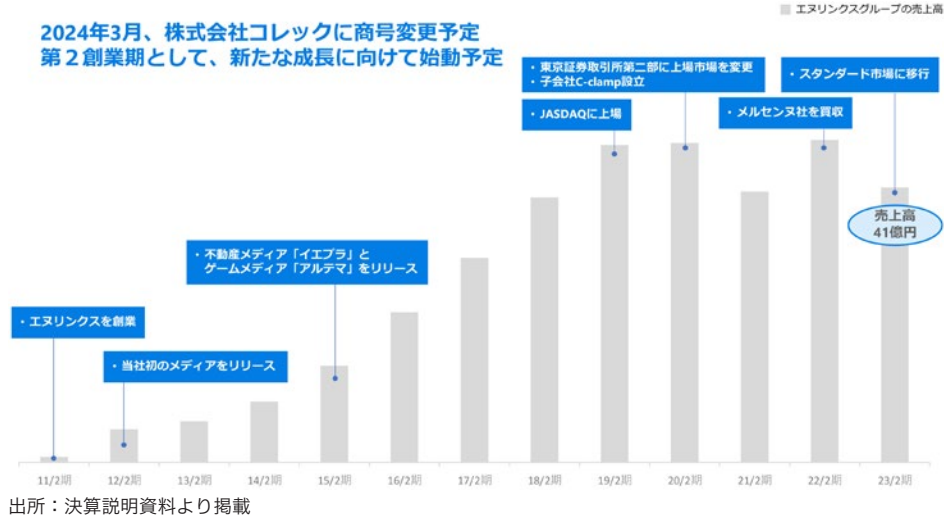
**2010年3月に創業。**  
**2018年の上場当時はNHKの受信契約・受信料収納代行業務が売上高の80%超を占めたが、**  
**事業終息に伴い取り扱い商材の多角化が進展**

2. 沿革

同社は、2010年3月に代表取締役社長の栗林憲介(くりばやしけんすけ)氏が双子の弟である栗林圭介(くりばやしけいすけ)副社長とともに設立した。2018年4月に東京証券取引所JASDAQスタンダード市場へ上場したが、当時の売上高は80%以上がNHKの受信契約・受信料収納代行業務となっており、部屋探しサイト「イエブラ」やスマートフォンゲーム攻略サイト「アルテマ」などの運営による非NHK事業の売上構成比は20%以下であった。その後、2022年1月12日にNHKが「個別訪問をして受信料の契約をする外部業者への委託契約を2023年9月までに全廃する方針」を明らかにし、同社のNHK関連事業も2023年9月に終息した。それに伴い、同社では事業モデルの転換期を迎えている。同社が創業以来培ってきたBtoC営業・訪問営業のノウハウを生かし、前述の報道以前からセールスプロモーション事業において積極的に新規取引先の開拓や取り扱い商材の多角化を進めて、NHK業務以外の事業を拡大させている。

会社概要

創業からの売上高推移と主なマイルストーン



沿革

年月	概要
2010年 3月	BtoCに特化したコンサルティング、アウトソーシング企業として、東京都港区六本木に株式会社 エヌリンクス（資本金 1,000 千円）を設立
2010年 6月	埼玉県所沢市に本社を移転
2011年 9月	東京都豊島区東池袋に本社を移転
2012年 2月	当社初のオウンドメディア「塾・予備校ナビ」をリリース
2012年 4月	資本金を 10,000 千円に増資
2012年 7月	東京都豊島区池袋に本社を移転
2013年 2月	大阪府大阪市に大阪支店を開設
2014年 7月	インターネットメディア「家 AGENT +（現「イエブラ）」をリリース
2014年 8月	東京都豊島区に町の家探し店舗「家 AGENT」を開設
2015年 2月	インターネットメディア「アルテマ」をリリース
2015年 3月	メディア事業のさらなる拡大を目的として東京都豊島区に Media Lab を開設
2018年 4月	東京証券取引所 JASDAQ 市場に株式を上場
2018年10月	東京都豊島区に子会社、ドワーフワークス株式会社（旧社名ブロックチェーンゲームス株式会社）を設立
2019年 3月	東京証券取引所第二部に上場市場を変更
2019年12月	東京都豊島区に子会社、株式会社 C-clamp を設立
2020年 3月	東京都豊島区に子会社、株式会社サンジュウナドを設立
2020年11月	マッチングアプリ「ペアフル」をリリース
2020年12月	東京都豊島区南池袋に本社を移転
2021年 9月	株式会社メルセンヌを株式取得により子会社化
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しにより、東京証券取引所の市場第二部からスタンダード市場に移行。
2022年12月	ドワーフワークス株式会社を清算
2023年10月	株式会社ジョイントよりライフライン系メディアサイト「ネットの教科書」を取得

出所：有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### NHK 業務を含むセールスプロモーション事業と メディア事業の2つが中核。

### セールスプロモーション事業では取り扱い商材の多角化を進める

同社事業は、NHK 契約収納業務のほか、個人向けに新電力・都市ガス・ウォーターサーバー・通信回線などを販売するライフライン関連サービス、個人向けに太陽光パネル・蓄電池・HEMS・V2H 製品などを販売する太陽光関連商材の販売、法人向けにフィールドセールス・テレマーケティングによる営業支援サービスを提供する BPO (Business Process Outsourcing) サービスの4つが中心となり構成されている「セールスプロモーション事業」、自社で運営するデジタルメディアである不動産及び地域情報サイト「Rooch (現 イエプラコラム)」をはじめ、ゲーム攻略サイト「アルテマ」、マッチングアプリ情報サイト「マッチングアプリ Plus」「マッチライフ」、転職者向け情報サイト「キャリアハイ転職」等のデジタルメディア及び不動産仲介店舗である「家 AGENT」の運営を行う「メディア事業」の2つのセグメントを中心に事業展開している。

なお、同社は連結決算を行っており、同社及び連結子会社3社((株)C-clamp、(株)サンジュウナナド、(株)メルセンヌ)により構成されている。C-clamp は家庭用太陽光発電システムの販売やコスト削減のためのコンサルティングサービスを展開、サンジュウナナドはマッチングアプリ「ペアフル」を運営、メルセンヌは「キャリアハイ転職」を運営している。マッチングアプリ「ペアフル」は既に事業を縮小しており、業績への寄与は軽微である。



\*1: Face to Face Marketing: 個人宅訪問におけるダイレクトマーケティング

\*2: Tele Marketing: 電話によるダイレクトマーケティング

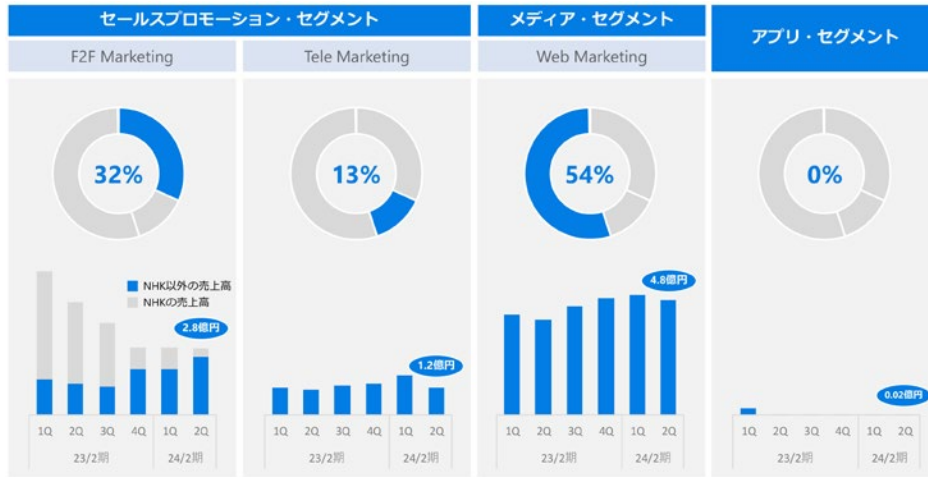
\*3: Webメディアを利用したダイレクトマーケティング

出所: 決算説明資料より掲載



事業概要

主要事業の売上高構成比



\*1: 売上高構成は2024年2月期第2四半期の数字に基づく

出所：決算説明資料より掲載

## NHK 事業の縮小に伴い、個人向けライフライン関連サービス、太陽光関連商材の販売、法人向け BPO サービスなど多角化による収益拡大を図る

### 1. セールスプロモーション事業

セールスプロモーション事業は、(1) NHK 契約収納業務、(2) 個人向けに新電力・都市ガス・ウォーターサーバー・通信回線などを販売するライフライン関連サービス、(3) 個人向けに太陽光パネル・蓄電池・HEMS・V2H 製品などを販売する太陽光関連商材の販売、(4) 法人向けにフィールドセールス・テレマーケティングによる営業支援サービスを提供する BPO サービスの4つが中心となり構成されている。また、同社では2023年8月から生命保険・損害保険の保険販売も開始しており、新たな商材として今後の販売動向が注目される。

事業概要

セールスプロモーション事業の事業内容

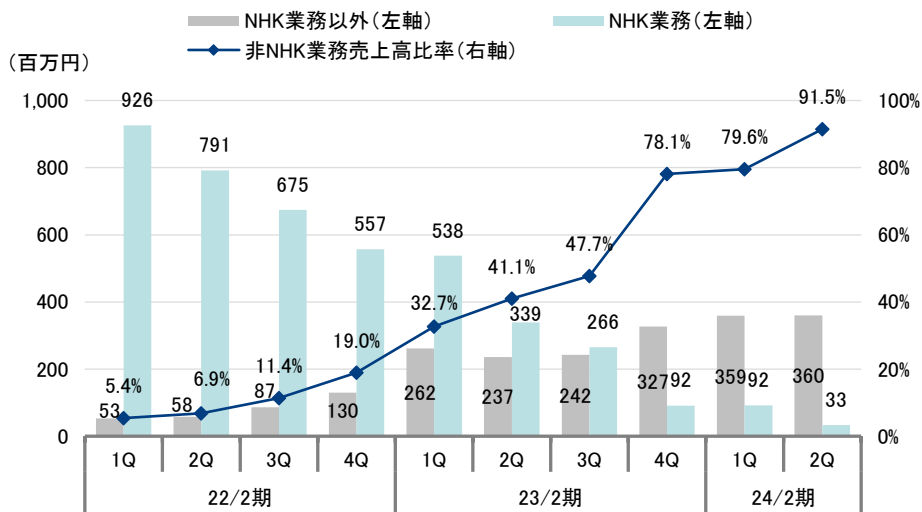
<p><b>NHK 契約 収納業務</b></p> <p>放送受信料の契約収納業務は、2021年2月期より段階的に事業規模が縮小。2023年2月期については、前年同期比売上58.1%減少。</p>	<p><b>ライフライン関連サービス</b></p> <p>個人向けに新電力・都市ガス・ウォーターサーバー・通信回線などを販売。生活インフラにおける豊かさの向上とコスト削減をサポート。</p>
<p><b>太陽光関連商材の販売</b></p> <p>個人向けに太陽光パネル・蓄電池・HEMS・V2H製品などを販売。家庭の電気代削減のサポートとともに、CO2排出量の削減や、災害時の電源確保に貢献。</p>	<p><b>BPOサービス</b></p> <p>法人向けにフィールドセールス・テレマーケティングによる営業支援サービスを提供。自社雇用からアウトソーシングへの市場潮流により、案件数が増加。</p>

出所：決算説明資料より掲載

(1) NHK 契約 収納業務

NHK 契約 収納業務は同社創業以来の収益の柱であり、NHK の放送受信料の契約・収納業務を代行する営業代行事業である。行政区単位の入札によって契約を獲得し、契約数を増やすことで同社は成長を続けてきた。契約獲得時には入札制度が用いられ、価格点と企画点を合計した総合点により業者の決定がされる仕組みであった。企画点については達成率などの過去の実績や、人員の採用力・教育環境の社内体制が点数化されるが、特に落札から半年程度で営業要員の確保など社内体制の整備を求められるため、採用計画が特に重要な評価対象であった。同社は求人サイトの代理店業務を行っていることにより効率的な採用ノウハウを蓄積していることに加え、採用チャネルを多様化することで競争優位性を確保していることが強みとなり、NHK からトップクラスの評価を受けていた実績を持つ。NHK 契約 収納業務が 2023 年 9 月に完全終息したことに伴い、同社では創業以来の同事業で培った採用ノウハウや教育力などを武器として他の商材にこれらを活用することで、売上高の補完と拡大を進めている。

セールスプロモーション事業のNHK関連売上高の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

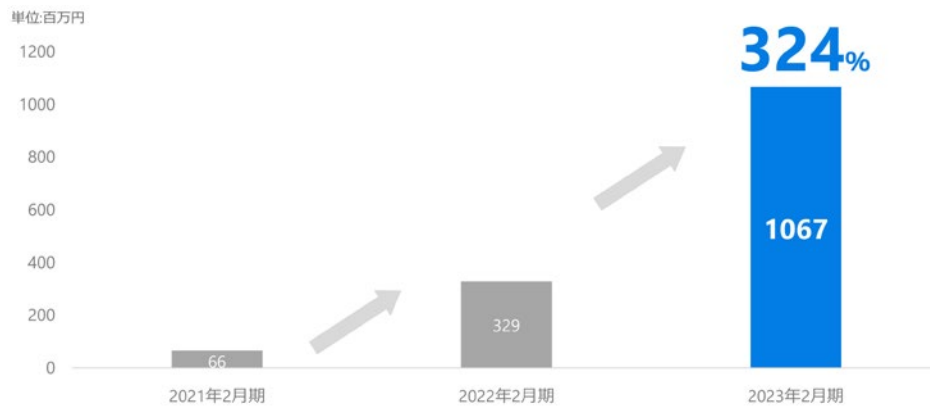
(2) ライフライン関連サービス

引越しをする際には電気やガス、インターネット、ウォーターサーバーなどの生活インフラの契約を切り替えることが多いが、同社は転居者に対してこれらの新生活に必要なインフラサービスを提案するビジネスを展開している。NHKの契約収納業務においても同社は訪問による集金が基本方針となっていたが、ライフライン関連サービスにおいても一般の個人宅を訪問し、ウォーターサーバーやガス・電気の切り替えやお得なおまとめプランを提案営業している。

(3) 太陽光関連商材の販売

太陽光関連商材については、個人向けに太陽光パネル・蓄電池・HEMS・V2H製品などを個人宅に訪問販売するビジネスである。シャープ<6753>、パナソニック(株)、京セラ<6971>などに代表される大手太陽光パネルメーカーの商品を取り扱い、同社の営業マンが個人宅を直接訪問して営業し、成約に結び付ける活動である。近年は太陽光パネル設置への補助金や電気代の高騰などの外部環境が追い風となり、セールスプロモーション事業で扱う商材の中でもいち早く売上高が成長軌道に乗っている分野である。なお、太陽光関連商材の販売は子会社であるC-clampで提供されている。

ライフライン関連サービス及び太陽光関連商材の売上高

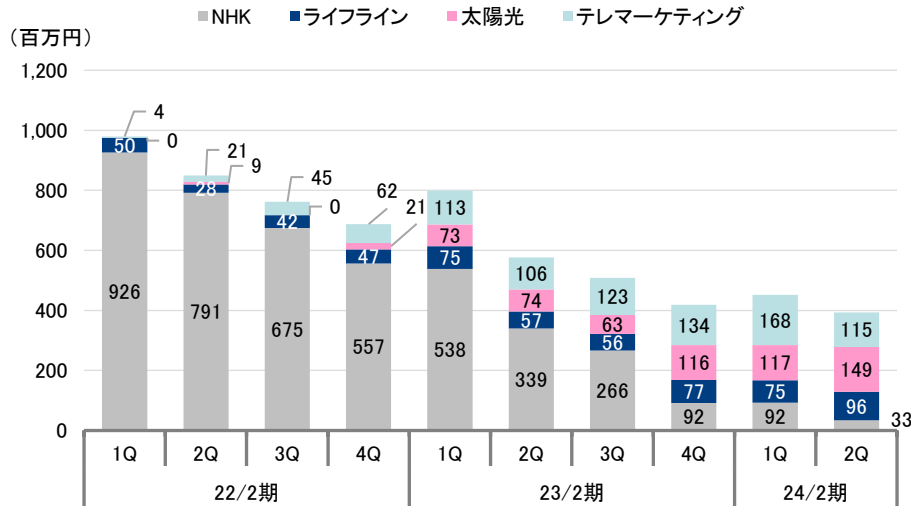


(4) BPO サービス

BPOサービスは、法人向けにフィールドセールス・テレマーケティングによる営業支援サービスを提供するといういわゆる営業のアウトソーシングビジネスである。営業に対するマンパワーが不足していたり、営業方法が確立できていない、テストセールスを行いたいなどの顧客ニーズに応えることが可能であり、同社の持つ営業ノウハウ等を最大限に活用することが可能である。国内のBPOサービスの市場規模は年々増加しているが、この背景には人材不足、働き方改革、DX推進、グローバル化など様々な理由があり、今後、さらに営業業務を効率化するためにも営業代行を同社へ依頼するケースが増加すると見られる。

事業概要

**セールスプロモーション事業の商材別売上高推移**



出所：決算説明資料よりフィスコ掲載

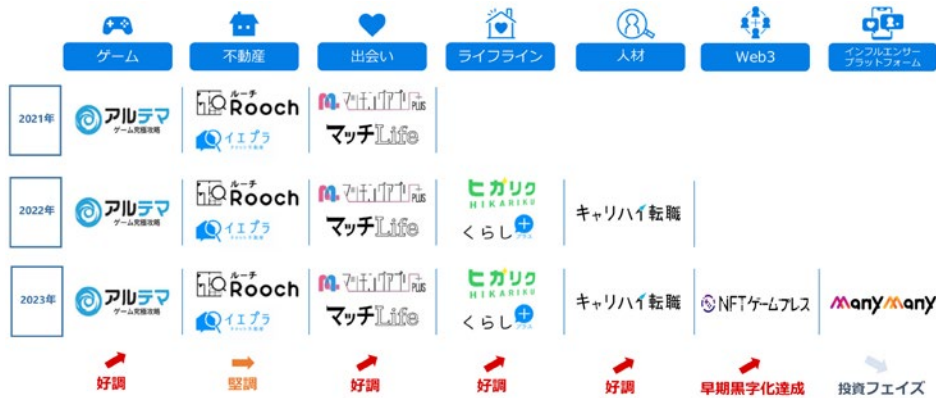
## 住宅仲介関連の「イエプラ」とゲーム攻略サイトの「アルテマ」を 中核として事業領域を拡大中。 今後は M&A も視野にさらなる事業規模拡大を狙う

### 2. メディア事業

メディア事業は、賃貸住宅仲介関連の「イエプラ」、デジタルメディアである不動産及び地域情報サイト「イエプラコラム」、ゲーム攻略サイト「アルテマ」、マッチングアプリ情報サイト「マッチングアプリ Plus」「マッチライフ」、転職者向け情報サイト「キャリアハイ転職」等から構成されており、2023年8月末時点で29メディアを運営している。過去は「イエプラ」と「アルテマ」の2つで売上高の大半が構成されていたが、事業領域を徐々に拡大させているのが特徴である。事業領域としてはゲーム、不動産、出会い、ライフライン、人材、Web3、インフルエンサープラットフォームなどに展開しており、100名を超えるライターやディレクターの内製化、月間1.8億PVのメディア運営経験の横展開、広告運用ノウハウ転用によるマネタイズ強化などに強みを有している。

事業概要

主要運営メディア一覧

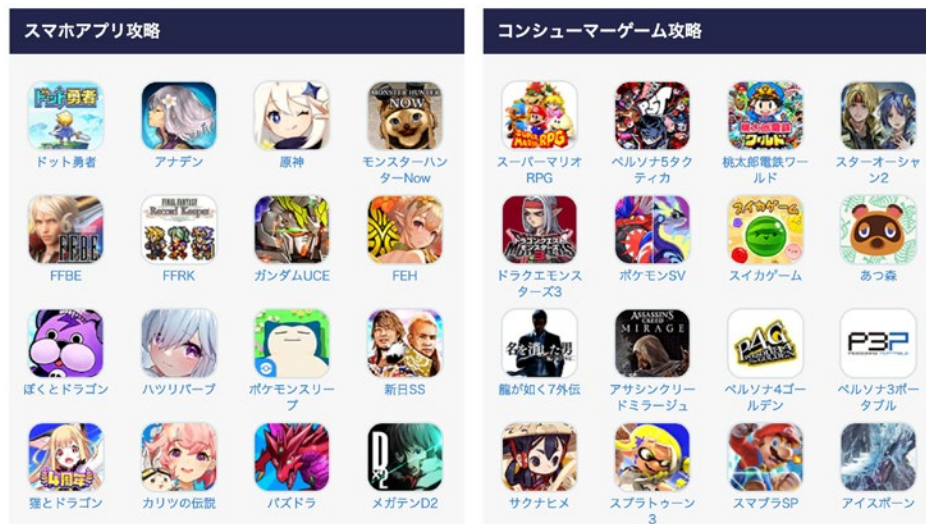


出所：決算説明資料より掲載

(1) ゲーム領域（アルテマ）

ゲーム攻略サイトの「アルテマ」は、スマートフォンゲーム及びコンシューマーゲームの攻略サイトである。メディアとしての価値を向上させるために、ゲーム攻略だけに留まらずゲームの紹介もするなど充実を図っている。収益獲得のためのビジネスモデルは、主に広告主または広告代理店に対して、アドネットワーク等を利用した「ネットワーク広告」、または、広告枠を販売すること等で収益を得ている「タイアップ広告」の2つに分けられる。当初はネットワーク広告のみで成長していたため、月間平均PV数が重要な経営上のKPIとなっていたが、モバイルゲームが鈍化するなかでネットワーク広告だけでは戦えないため、同社としてはタイアップ広告にも力を入れている。

ゲーム攻略サイト「アルテマ」



出所：「アルテマ」ホームページより掲載

事業概要

(2) 不動産領域 (イエプラコラム / イエプラ)

「イエプラ」は部屋探しから契約までオンラインで完結できる賃貸サイトで、チャットで希望条件を伝えるだけで担当の営業マンが条件に合う物件を提案する仕組みとなっている。「イエプラ」のビジネスにおいては、まず部屋探しのノウハウをまとめたポータルサイト「イエプラコラム」を集客サイトとして運営し、そこでイエプラを紹介することによって広告費をかけずに「イエプラ」のサイトへ潜在顧客を誘導している。一方、仲介店舗として「家 AGENT」を展開しており、池袋、大阪、名古屋の3店舗を構えている。「イエプラ」はチャットによって部屋を探す人の相談に応えるサイトであり、これを通じて「家 AGENT」に送客するか、提携する不動産会社の物件を紹介し、その不動産会社から紹介料を受け取る仕組みである。「家 AGENT」は入居者から仲介手数料を受け取ることも入居者を募集する不動産管理会社からも広告料を徴収している。すなわち、「イエプラコラム」「イエプラ」「家 AGENT」を通じた一連の不動産領域のビジネスにおいて、「家 AGENT」までを一体とした賃貸契約の成約により仲介手数料を受け取るビジネスモデルに近いと見られる。

来店不要の不動産屋「イエプラ」

利用者数 **117万人**突破  
**来店不要の**  
**不動産屋**  
不動産屋専用の  
物件情報からお部屋を紹介



深夜 **0時**  
まで対応

今すぐお部屋探しを始めよう

無料でお部屋探しを始める

出所:「イエプラ」ホームページより掲載

## ■ 業績動向

**eスポーツとの親和性が見込まれるゲーマー向け光回線事業に加え、今後成長の見込まれる NFT ゲームの共同開発や運営、専門メディアの開設も 2024 年 2 月期上期は期初計画を順調に達成。NHK 関連ビジネスの終息に伴うネガティブ影響はあったが、非 NHK ビジネスは太陽光や BPO を中心に拡大中**

### 1. 2024 年 2 月期上期の業績概要

2024 年 2 月期上期の連結業績は、売上高 1,846 百万円(前年同期比 17.2% 減)、営業利益 72 百万円(同 26.3% 増)、経常利益 71 百万円(同 27.9% 増)、親会社株主に帰属する四半期純利益 40 百万円(前年同期は 16 百万円損失)となり、期初に発表した会社計画の売上高 1,692 百万円、営業利益 23 百万円を超過達成した。NHK 関連業務が 2023 年 9 月に終息することに伴い、売上高は前年同期比で 2 ケタ減収となったが、営業利益は増益となった。

主要事業別に業績を見ると、NHK 事業を含むセールスプロモーション事業の売上高は 844 百万円(前期比 38.6% 減)、営業利益は 7 百万円(同 96.8% 減)と NHK 事業の売上高が大きく減少したことが影響したが、メディア事業は売上高が 982 百万円(同 20.3% 増)、営業利益が 154 百万円(同 116.3% 増)と大幅な増収増益となり、NHK 事業の終息に伴うネガティブ影響を吸収した。また、前期に赤字を計上していたアプリ事業が、事業縮小に伴い赤字幅が圧縮されたことも、利益面ではポジティブに働いた。

業績動向

2024年2月期上期の連結業績

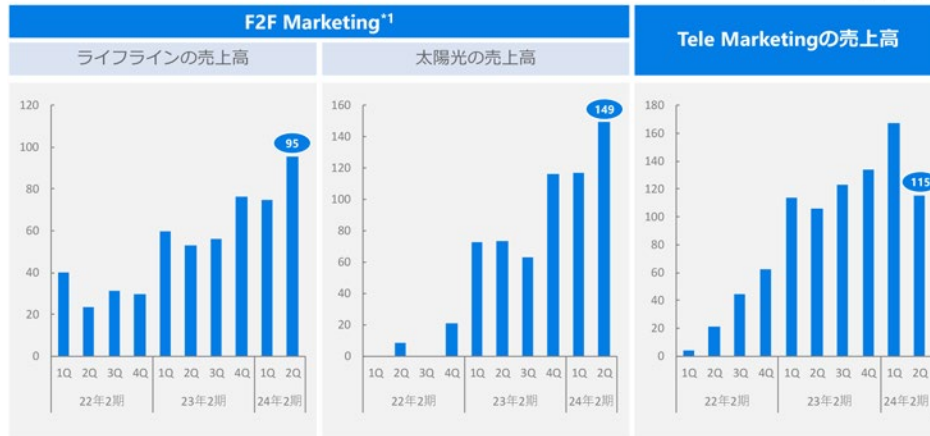
(単位：百万円)

	23/2 期上期		期初計画	24/2 期上期		前期比
	実績	売上比		実績	売上比	
売上高	2,231	100.0%	1,692	1,846	100.0%	-17.2%
セールスプロモーション	1,375	61.6%	-	844	45.8%	-38.6%
メディア	816	36.6%	-	982	53.2%	20.3%
アプリ	34	1.5%	-	4	0.3%	-85.9%
その他・全社費用	4	0.2%	-	14	0.8%	202.4%
営業利益	57	2.6%	23	72	3.9%	26.3%
セールスプロモーション	227	16.5%	-	7	0.9%	-96.8%
メディア	71	8.7%	-	154	15.7%	116.3%
アプリ・その他・全社費用	-240	-	-	-88	-	-
EBITDA	87	3.9%	43	92	5.0%	5.7%
セールスプロモーション	231	10.4%	-	18	1.0%	-92.2%
メディア	79	3.5%	-	179	9.7%	126.6%
アプリ	-172	-7.7%	-	-1	-0.1%	-
その他・全社費用	-51	-2.3%	-	-104	-5.6%	-
経常利益	56	2.5%	23	71	3.9%	27.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-16	-0.7%	12	40	2.2%	-

出所：四半期報告書、決算説明資料よりフィスコ作成

ライフライン、太陽光、テレマーケティング（BPO）の売上高推移

(単位:百万円)



\*1: NHK業務は除く

出所：決算説明資料より掲載



業績動向

メディア事業の売上高推移



出所：決算説明資料より掲載

自己資本比率は 55.5% と高い財務健全性を維持。  
今後は安定的に黒字化できるかどうかポイントに

2. 財務状況と経営指標

(1) 連結貸借対照表

2023年2月期末の資産合計は前期末比109百万円減少し、1,817百万円となった。流動資産は現金及び預金が増加した一方、売掛金が減少したことなどにより、同39百万円増加し1,611百万円となった。固定資産は有形固定資産が建物の減価償却が進んだことなどにより14百万円減少、無形固定資産の減価償却が進んだことなどにより63百万円減少したことなどにより、同148百万円減少し205百万円となった。

負債合計は前期末比242百万円減少し、806百万円となった。流動負債は同242百万円減少し806百万円となった。これは主に、短期借入金が増加した一方で、未払消費税等が増加したことなどによる。固定負債は変動がなかった。純資産は同133百万円増の1,010百万円となった。2023年2月末時点での自己資本比率は55.5%と2022年2月末時点の45.5%から大幅に上昇しており、高い財務健全性を維持している。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	増減額
流動資産合計	1,459	2,116	1,572	1,611	39
現金及び預金	887	1,579	1,041	1,048	7
売掛金等	457	413	400	361	-39
その他	114	123	130	202	71
固定資産合計	393	425	353	205	-148
有形固定資産	36	47	29	14	-14
無形固定資産	123	70	118	55	-63
投資その他の資産	233	307	206	135	-70
資産合計	1,852	2,541	1,926	1,817	-109
流動負債合計	660	1,271	1,049	806	-242
買掛金	-	-	17	19	1
短期借入金	-	200	341	316	-24
その他	660	1,071	689	470	-219
負債合計	660	1,271	1,049	806	-242
有利子負債	-	200	341	316	-24
株主資本合計	1,191	1,270	876	1,009	132
資本金	316	319	326	326	-
資本剰余金	306	309	316	316	-
利益剰余金	568	641	234	366	132
新株予約権	-	-	-	1	1
純資産合計	1,191	1,270	876	1,010	133
負債純資産合計	1,852	2,541	1,926	1,817	-109
自己資本比率 (%)	64.3%	50.0%	45.5%	55.5%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## (2) 連結キャッシュ・フロー計算書

2023年2月期における営業活動によるキャッシュ・フローは41百万円の支出となった。これは主に、未払消費税等の減少額118百万円などの支出要因があったものの、税金等調整前当期純利益241百万円、減価償却費14百万円、のれん償却費34百万円などの収入要因があったことに起因するものである。投資活動によるキャッシュ・フローは22百万円の収入、財務活動によるキャッシュ・フローは23百万円の支出と大きな増減はなかった。この結果、2023年2月期の現金及び現金同等物の期末残高は前期比42百万円減の948百万円となった。

業績動向

**連結キャッシュ・フロー計算書**

(単位：百万円)

	20/2 期	21/2 期	22/2 期	23/2 期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	-228	703	-644	-41
減価償却費	25	35	22	14
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-183	-181	-63	22
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-412	521	-707	-19
財務活動によるキャッシュ・フロー	-21	170	119	-23
現金及び現金同等物の増加額	-434	692	-588	-42
現金及び現金同等物の期首残高	1,223	887	1,579	991
現金及び現金同等物の期末残高	887	1,579	991	948

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

**メディア事業の収益体質をすることで短期的な利益の確保もしながら、  
中長期の成長に向けた先行投資、  
事業ポートフォリオのさらなる深化を進める**

### 1. 2024年2月期通期の業績見通し

2024年2月期通期の連結業績は、売上高 3,670 百万円 (前期比 10.9% 減)、営業利益 112 百万円 (同 58.3% 減)、経常利益は 112 百万円 (同 58.5% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益は 86 百万円 (同 57.1% 減) と同社では見込んでおり、期初計画を据え置いている。前期比で減収減益となるのは稼ぎ頭であった NHK 事業が終息することによるものであり、非 NHK 事業はセールスプロモーション事業、メディア事業の双方とも順調に進捗している。セールスプロモーション事業においては、2023年8月より保険代理店事業を新たにローンチしており、生命保険・損害保険の保険商品の仲介を通じて同社が抱える多数の既存顧客へのクロスセルを目指し、平均単価の上昇を進める計画だ。

また、メディア事業においても「外構工事プラス」「転職ジョブズ」の2つも新規メディアをローンチする予定である。これら新規ビジネスの展開と同時に組織体制の強化も進めており、2023年6月には外資系投資銀行出身の CFO を採用し、管理体制の強化や M&A、IR 業務を積極的に推進する予定としている。また、持続可能な企業の発展を目的とし、ESG 経営を推進するために新たに ESG 推進部も設置した。これらのビジネス面・組織面の両方から事業拡大を進め、期初に計画した業績予想の達成を目指している。

**エヌリンクス** | 2023年12月21日(木)  
 6578 東証スタンダード市場 | <https://www.n-links.co.jp/investors>

今後の見通し

**2024年2月期通期業績見通し**

(単位：百万円)

	23/2期		期初計画	24/2期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	4,118	100.0%	3,670	100.0%	-10.9%
セールスプロモーション	2,301	56.0%	1,753	47.8%	-23.8%
メディア	1,761	42.8%	1,902	51.8%	8.0%
アプリ	40	1.0%	0	0.0%	-
その他・全社費用	15	0.4%	15	0.4%	-6.3%
営業利益	269	6.5%	112	3.1%	-58.3%
セールスプロモーション	332	14.4%	-	-	-
メディア	248	14.1%	-	-	-
アプリ	-179	-442.0%	-	-	-
その他・全社費用	-131	-909.7%	-	-	-
経常利益	270	6.6%	112	3.1%	-58.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	201	4.9%	86	2.3%	-57.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

**セールスプロモーション事業の業績詳細**

(単位：百万円)

	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期(予)
売上高	3,729	2,718	3,277	2,301	1,753
1) NHK 業務以外	0	66	328	1,067	1,619
ライフライン	0	66	166	264	468
太陽光	0	0	30	325	678
テレマーケティング	0	0	132	478	473
2) NHK 業務	3,729	2,653	2,950	1,235	134
非 NHK 業務売上高比率	0.0%	2.4%	10.0%	46.4%	92.4%
営業利益	124	-761	285	332	-
営業利益率	3.3%	-28.0%	8.7%	14.4%	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

**メディア事業の業績詳細**

(単位：百万円)

	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期(予)
売上高	1,023	1,318	1,522	1,761	1,902
営業利益	-46	104	204	248	-
営業利益率	-4.5%	7.9%	13.4%	14.1%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

## プロモーション事業とメディア事業をバランスよく成長させ、 2025年2月期に売上高70億円、営業利益5億円を目指す

### 2. 中期成長戦略

NHK事業の終息に伴い、同社では中長期的にセールスプロモーション事業とメディア事業の2つを拡大し、そこから生まれた収益を活用してM&Aにより成長することを目指している。同社の強みはかつてNHKの訪問集金という採用の難しい職種において最大1,000名まで従業員を採用した採用力及び教育力にあり、これらをライフラインや太陽光関連商材の販売など、今までとは異なった商材で事業拡大することを狙っている。プロモーション事業においては、ライフライン、太陽光、テレマーケティング、また、新たにスタートした保険という4つの商材をバランスよく成長させ、5年後を目途に40億円程度の売上高まで拡大させる計画である。メディア事業においても同社は小粒なサイズから慎重に新規進出する方針であり、営業利益率20%程度をベンチマークにしながら着実に売上高を拡大させる計画。またM&Aに関しては、数億円規模の案件を同社では中期的に検討したいとしている。

#### 2025年2月期までの業績目標

2023年2月期からの3年間数値目標とロードマップ



出所：決算説明資料より掲載

## ■ 株主還元策

### 株主への利益還元を重要な経営課題と認識するも、 足元では財務体質強化及び積極的な事業展開に備えるため無配を継続

同社は、企業価値を継続的に拡大し、株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と認識している。一方で、財務体質の強化及び積極的な事業展開に備えるための内部留保の充実を優先させるため、現在までのところ無配を継続している。今後においては、毎期の業績及び財政状態を勘案しつつ、将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら配当による株主への利益還元を安定的かつ継続的に実施する方針である。ただ、現時点において配当の実施の可能性及びその実施の時期等は未定である。なお、内部留保資金については、今後予想される経営環境の変化に応じ、また、一層の事業拡大を目指すため、中長期的な投資原資として利用していく予定である。

#### 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・表示したのですが、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、配布等することは堅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