

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## ブランジスタ

6176 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月28日(木)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. プロモーション支援、メディア、ソリューションの3事業を展開	01
2. 有名タレントを低価格かつ初期費用無料、月額定額制で自社のプロモーションツールや採用などに利用できる「アクセルジャパン」が大好評	01
3. 「アクセルジャパン」の好スタートで成長が加速、中期経営計画も上方修正	01
4. 2024年9月期も引き続き「アクセルジャパン」が業績をけん引する見通し	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業と子会社	04
■ 事業内容	05
1. プロモーション支援事業	05
2. メディア事業	07
3. ソリューション事業	09
■ 業績動向	11
1. 2023年9月期の業績動向	11
2. セグメント別の業績動向	12
3. 2024年9月期の業績見通し	15
■ 中期経営計画	17
1. 中期経営計画	17
2. 成長戦略の考察	18
■ 株主還元策	19

## ■ 要約

### 「アクセルジャパン」で成長加速

#### 1. プロモーション支援、メディア、ソリューションの3事業を展開

ブランジスタ<6176>は、顧客企業の事業規模拡大と地域経済の活性化を目的に、プロモーション支援事業、メディア事業、ソリューション事業の3つの事業を展開している。プロモーション支援事業では、企業の成長を加速させ、日本経済の再興に貢献する企業応援プロジェクト「ACCEL JAPAN（アクセルジャパン）」を展開している。「アクセルジャパン」では、これまで高額な費用を必要とする有名タレントを活用したPRが、低価格かつ初期費用無料、月額定額制で使える。有名タレントの写真や動画を、自社のプロモーションツールや採用などのブランディングに活用できるだけでなく、経営者の学びと交流の場などを提供している。メディア事業では、雑誌の良さやウェブならではの表現力と利便性を兼ね備えた、無料で読める独自企画の電子雑誌を制作・発行している。主力の「旅色（たびいろ）」では、有名俳優が全国の旅の楽しみを紹介するほか、自治体とタイアップして発行する専用の電子雑誌の提供をしており、オプションである紙冊子や動画の制作を受注することも多い。また、男性のためのライフスタイルマガジン「GOODA（グーダ）」や暮らしスタイルマガジン「マドリーム」など、様々な電子雑誌も発行している。強みは、有名タレントなどのキャスティング力、クリエイティブによる独自の企画力、全国規模のプッシュ型提案営業にある。ソリューション事業では、ECサイトの運営に欠かせない広範囲なサポートをワンストップで提供している。ツールの提供だけでなく経験あるディレクターが、その時々に必要な業務に対して、柔軟かつ迅速に対応できる高付加価値なサービスとなっている。

#### 2. 有名タレントを低価格かつ初期費用無料、月額定額で販促や採用に利用できる「アクセルジャパン」が大好評

「アクセルジャパン」の強みは、低価格に加え初期費用無料かつ月額定額制で、写真素材や動画素材を使用でき、様々な広告やプロモーションに利用できるなど、非常に利便性が高い点にある。2022年10月に開始したばかりの事業にもかかわらず、大変好調となっている。

#### 3. 「アクセルジャパン」の好スタートで成長が加速、中期経営計画も上方修正

2023年9月期の業績は、売上高4,558百万円（前期比35.7%増）、営業利益604百万円（同136.0%増）と非常に好調で、売上高、利益ともに過去最高を更新、期初の通期業績予想に対して大幅な超過達成となった。業績好調の最大の要因は「アクセルジャパン」の好スタートにあり、業績全体を押し上げ、成長を加速。このため中期経営計画で2024年9月期に目標としていた業績を1年前倒して達成することとなった。同社は中期経営計画をローリングし、2023年9月期以降の業績目標を1年前倒して達成する見通しで上方修正したうえ、新たに2026年9月期の目標値を売上高6,000百万円、営業利益1,300百万円と設定した。

要約

4. 2024年9月期も引き続き「アクセルジャパン」が業績をけん引する見通し

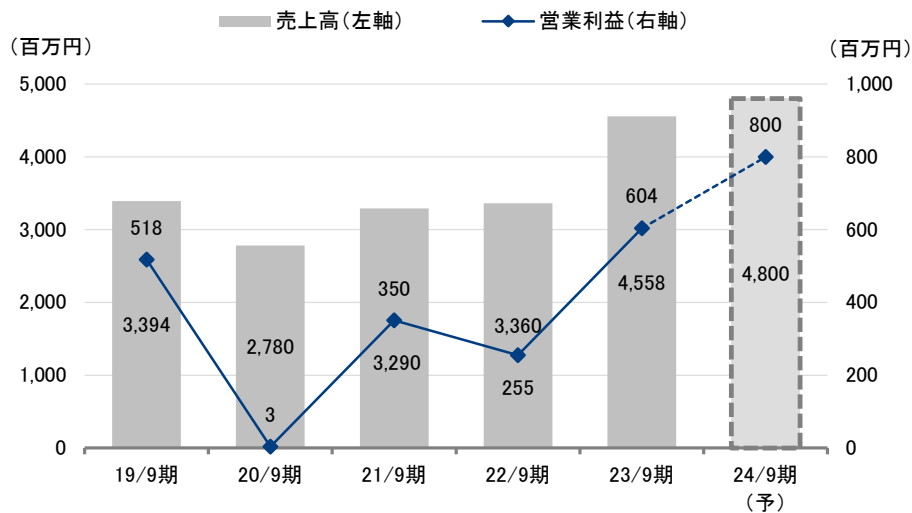
同社は2024年9月期業績については、売上高4,800百万円(前期比5.3%増)、営業利益800百万円(同32.4%増)と新たに見込んでいる。プロモーション支援事業では、引き続き「アクセルジャパン」が業績をけん引する見通しで、プッシュ型営業やエリア販売施策などによって新規契約を増やしながら、参画企業と当社営業担当やサポート担当との定期的なミーティングの実施や成功事例の共有など、サポートの充実によって契約更新を拡大する方針である。なお、2024年9月期に2年目を迎えた「アクセルジャパン」は新規件数に追加し、更新件数も上乘せとなるため、再び業績の超過達成が期待されている。

メディア事業では、「旅色」で各地域の特集企画を増やすとともに、自治体とタイアップした地域一体型プロモーションを強化する計画である。ソリューション事業では、ECサポート関連の新規契約数の増加や単価向上を図る。

Key Points

- ・有名タレントの写真や動画を月額定額制で広告などに使える「アクセルジャパン」が大好評
- ・「アクセルジャパン」がけん引し、2023年9月期業績は大幅増収増益、超過達成となった
- ・さらに中期経営計画を1年前倒して上方修正、新たに2026年9月期営業利益1,300百万円を目指す

業績推移



注：2022年9月期より「収益認識に関する会計基準」を適用し、一部売上高の計上方法を一括から月次按分へと変更した

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 目的は顧客企業の事業規模拡大と地域経済の活性化

#### 1. 会社概要

同社は、顧客企業の事業規模拡大と地域経済の活性化を目的に、プロモーション支援事業、メディア事業、ソリューション事業の3事業を展開している。プロモーション支援事業では企業応援プロジェクト「アクセルジャパン」を展開し、低価格かつ初期費用無料、月額定額制で有名タレントの写真や動画が使えるプロモーションツールを企業などに提供している。メディア事業では、「旅色」をはじめ広告掲載料を収益源とする各種電子雑誌を一般向けに発行するほか、企業や自治体から依頼を受け、有名俳優を活用した、専用の電子雑誌・動画・紙の冊子を制作している。このPRツールは、観光・ふるさと納税・移住定住の効果的なPRに活用されている。ソリューション事業では、ECモールへの出店や自社ECサイトを運営する企業向けに、ECサイトの企画・制作・運営などの支援サービスをワンストップで提供している。

### 企業や団体の成長・活性化を支援するサービスを次々投入

#### 2. 沿革

同社は、親会社であるネクシィーズグループ<4346>のメールマガジン会員の運営を目的に2000年にイデアキューブ(株)として設立され、設立当初から販促支援サービスを提供するソリューション業務を提供している。その後、2005年にECサイトの運営業務を丸ごと受託するECサポートサービスを開始、2007年には企業や団体のプロモーションを支援するため電子雑誌を創刊した。2011年に(株)ブランジスタへと商号を変更、2015年に東京証券取引所マザーズ(現グロース)に上場した。2019年には企業の販促支援ノウハウに加え、2007年から発行している「旅色」で培った旅行コンテンツの取扱実績、電子メディアの運営実績を活かして地方創生の支援を開始。観光・ふるさと納税・移住定住といった自治体のプロモーション向け電子雑誌「旅色FO-CAL(フォーカル)」を創刊した。さらに、2022年10月にはメディア事業の強みを活かして「アクセルジャパン」を開始するなど、同社は企業や団体の成長・地域活性化を支援するサービスを次々と投入している。

## 会社概要

## 沿革

年月	沿革
2000年11月	親会社である(株)ネクシィーズ(現(株)ネクシィーズグループ)のメールマガジン会員の運営を目的にアイデアキューブ(株)設立
2003年4月	販売促進支援サービスを提供するソリューション業務を開始
2007年12月	大人の女性の旅をナビゲートするトラベルマガジン 電子雑誌「旅色(たびいろ)」創刊に伴い、「旅色」掲載施設の広告取次業務を開始
2011年4月	商号を(株)ブランジスタに変更
2011年9月	大人男の“ドラマチック”を演出するライフスタイルマガジン 電子雑誌「GOODA(グーダ)」創刊
2013年4月	次代を創る情熱リーダーのための電子雑誌「SUPER CEO(スーパー・シーイーオー)」創刊
2013年9月	電子雑誌における業務提携強化を目的として、楽天(株)(現楽天グループ(株))から出資を受ける
2013年11月	政治・経済を武器にする“解説”メディア 電子雑誌「政経電論(セイケイデンロン)」創刊
2015年4月	“自分らしさ”をデザインする暮らしスタイルマガジン 電子雑誌「マドリーム」創刊、不動産・住宅情報サイト「HOME'S」を運営する(株)ネクスト(現(株)LIFULL)と共同発行
2015年9月	東京証券取引所マザーズ(現グロース)に株式を上場
2017年10月	台湾に海外現地法人 博設技股份有限公司(Brangista Taiwan Inc. 連結子会社)を設立 国分グループ本社(株)と共同でお酒とおつまみを楽しむ旅「飲み旅」にフォーカスした「旅色」の別冊「飲み旅本。Powered by 旅色」を創刊
2018年12月	国内・海外の旅行・観光スポット・グルメ・ホテルなどの情報発信メディア「TravelNote」を運営する(株)Dugong(現(株)CrowdLab(クラウドラボ))を子会社化
2020年4月～ 7月	(株)ブランジスタメディア(連結子会社)を東京都渋谷区に設立 連結子会社(株)ブランジスタメディア、(株)ブランジスタソリューション、博設技股份有限公司、(株)CrowdLabを傘下とする持株会社体制へ移行
2021年11月	SBCメディカルグループとの共同メディア「1-ONE-」を公開
2022年4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所のマザーズ市場からグロース市場に移行
2022年10月	(株)ブランジスタエール(連結子会社)を東京都渋谷区に設立し、新プロジェクト「ACCEL JAPAN(アクセルジャパン)」のサービスの提供を開始

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

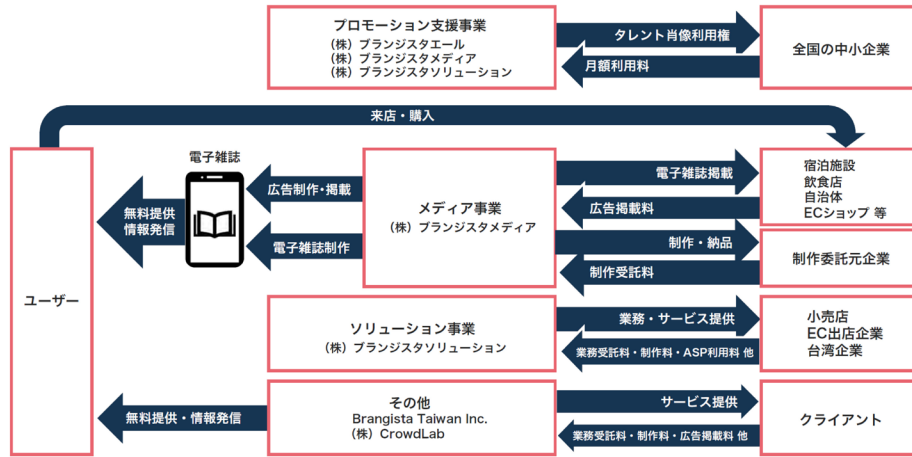
## プロモーション支援事業、メディア事業、ソリューション事業を展開

### 3. 事業と子会社

同社グループは、同社を実質的な持株会社として、子会社がプロモーション支援、メディア、ソリューション、その他の各事業を運営している。プロモーション支援事業で「アクセルジャパン」を提供しているのが(株)ブランジスタエールである。(株)ブランジスタメディアは電子雑誌などの制作・提供を行っているメディア事業を展開しており、(株)ブランジスタソリューションはECサイトの運営サポートなどを行っている。そのほかに、観光情報サイト「Travel Note」を運営する(株)CrowdLabや、台湾でのECサポートやウェブサイト制作などを展開している海外子会社 Brangista Taiwan Inc. などがある。

会社概要

事業系統図



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

## ■ 事業内容

### 急成長「アクセルジャパン」を展開

#### 1. プロモーション支援事業

プロモーション支援事業では、企業の成長を加速させ、日本経済の再興に貢献することを目的に、企業支援プロジェクト「アクセルジャパン」を展開している。「アクセルジャパン」に参画すると、顧客は初期費用無料、月額定額制（月々40万円～）で有名タレントの肖像（1タレントで写真素材約300パターン・動画素材約20パターン）を使用したPRが実現できることに加えて、一流経営者の講演会やセミナーへの参加や経営者同士のビジネスマッチングといったサービスも利用できる。特にタレントの肖像に関しては、一般的に有名タレントの契約料は高額になるため、経営資源に限りのある中小企業は有名タレントを使った宣伝効果の高いプロモーションを展開できない。これに対して「アクセルジャパン」は、同社が高額な契約料を負担しているため、顧客はタレントの写真や動画を広告やプロモーション、採用活動などに、利用することができるのである。また、タレントの変更やポータルサイトでの利用、アフィリエイト広告への利用が可能という、他社に比べて使用用途が広く、柔軟性が非常に高いツールとなっている。



事業内容

「アクセルジャパン」は、同社がメディア事業で培ってきた強みを活かして生みだされた新事業で、現在、アンバサダーとして契約しているタレントには、ヒロミ氏をはじめ名倉潤氏、板野友美氏、篠田麻里子氏、上地雄輔氏、鈴木杏樹氏、岡田結実氏、藤森慎吾氏、赤星憲広氏がおり、随時追加されることになっている。こうした特徴から、2022年10月の「アクセルジャパン」始動以来、テレビ各局（民放全局）や新聞、ウェブニュースなど、数多くの番組・記事で紹介され、抜群のパブリック・リレーションズ効果をあげている。なお、「アクセルジャパン」は年間契約のみとなっており、利用企業から同社に毎月支払いがあるが、2022年9月期第1四半期連結会計期間の期首から適用している「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等においては使用権に該当するため、契約を開始した時点で契約期間中（1年間分）の売上高をすべて一括計上することとなっている。

「アクセルジャパン」の特徴

	アクセルジャパン	A社	B社	C社
タレント変更	◎ <b>変更可</b>	✕ 変更不可	✕ 変更不可	✕ 変更不可
写真素材	◎ <b>300パターン</b>	△ 60パターン	◎ 最大300パターン	◎ 200パターン
動画素材	◎ <b>20パターン</b>	△ 1パターン	✕ 提供なし	✕ 提供なし
ポータルサイト	◎ <b>利用可</b>	✕ 利用不可	△ タレントによる	△ タレントによる
アフィリエイト広告	◎ <b>利用可</b>	✕ 利用不可	✕ 利用不可	△ タレントによる

出所：決算説明資料より掲載

また、「アクセルジャパン」は、全国9拠点で会員数約4,000名の経営者が集う日本最大級の経営者交流団体「パッションリーダーズ」と連携しており、「アクセルジャパン」参画企業の経営者はセミナーなど「パッションリーダーズ」のすべてのプログラムに無料で参加し、他業種やリーダー同士の交流を通して知恵・人脈・仲間を得ることができる。2023年4月からは、企業の成長支援の場をさらに広げることを目的に、TOKYO MXで本格的経済番組「アクセルジャパン presents 企業家たちの挑戦ストーリー」の放送を開始した。キャスターの安藤優子氏が、独自の視点で社会課題の解決に挑む企業のビジネスモデルや経営ノウハウを深掘りする番組となっている。

このように、「アクセルジャパン」に参画すれば、中小企業でも有名タレントを使用した広告などを実現し、自社のプレゼンス向上や差別化を図ることができ、「パッションリーダーズ」などを通して企業経営者自身も学習し、成長していくことができる。このため「アクセルジャパン」は大変好評で、スタートした初年度から売上高1,073百万円、セグメント利益368百万円の実績を上げ、早くも同社最大の利益を上げる事業へと成長した。さらに「アクセルジャパン」が対象とする企業は個人経営を除いて全国に206万社あり、今後、「アクセルジャパン」に参画する企業が加速度的に増えていくことが容易に推察される。



事業内容

## 電子雑誌「旅色」は有力なプロモーションメディア

### 2. メディア事業

同社は、雑誌の良さとウェブならではの豊かな表現力や利便性の高さを兼ね備えた新しいメディアとして、無料で読める独自企画の電子雑誌を制作・発行している。毎月ナビゲーターとして有名俳優が地域の魅力や旅の楽しみを発信する主力の「旅色」や、自治体や企業がPRに活用できる「旅色 FO-CAL」、海外版「旅色」、テーマ別に旅スタイルを提案する「旅色」別冊、全国のお取り寄せ商品をご紹介する「旅色お取り寄せグルメ」、モノにこだわる男性のためのライフスタイルマガジン「GOODA」、「自分らしさ」をデザインする暮らしスタイルマガジン「マドリーム」、多様な価値観に触れ、様々な人の「個」を掘り下げる「1-ONE-」などがあり、編集から制作まで本社がワンストップで提供している。

#### 電子雑誌ラインナップ



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

このように同社の電子雑誌は、旅行電子雑誌「旅色」をはじめ幅広いジャンルで様々発行しており、いずれも会員登録やダウンロードの必要がなく、いつでも、どこでも、誰でも好きなときに無料で読むことができ、また雑誌を読みながらその場で予約・購入ができる非常に利便性の高いサービスとなっている。同社は、こうした電子雑誌への広告掲載や電子雑誌の制作受託といったサービスを、企業や団体などの顧客に提供することで収益を得ており、顧客はブランド価値向上や集客といったメリットを享受することができる。

## 事業内容

同社のメディア事業の収益は広告掲載と制作・納品の2タイプあり、広告掲載がメディア事業の売上高の大半を占める。広告は主力の「旅色」をはじめ「GOODA」や「マドリーム」といった雑誌に掲載され、顧客は宿泊施設や飲食店、レジャー施設、自治体などとなっている。「旅色」に広告を掲載する顧客は、民間と自治体の2タイプに分けられる。民間の宿泊施設や飲食店は、プロのライターが執筆する紹介記事と質の高い画像を、月額数万円からの費用で、有名俳優が登場する電子雑誌に掲載して旅行好きなユーザーに魅力を訴求するほか、自社と関連する情報だけに再編集された自社専用の電子雑誌を自社ウェブサイトに掲載することができる。一方、自治体は、1冊に1自治体の情報をまとめて掲載した専用電子雑誌を、観光やふるさと納税、移住・定住などのPRを目的に利用することができる。有名俳優をキャスティングして現地で撮影を行った場合、1自治体あたり1,000万円からとなり、紙雑誌(フリーペーパー)や専用動画の制作、翻訳などをオプションとして追加することもできる。紙雑誌は国内外のイベントや駅、店舗、観光施設などで配布に利用され、専用動画は当該自治体のホームページなどで配信されており、同社独自の自治体向けマルチPRツールとして好評を博している。

前述したように「アクセルジャパン」でも発揮しているという同社電子雑誌の強みは大きく3つあり、まず1つ目は日本を代表する有名俳優をキャスティングできることである。これまで同社の電子雑誌には有名俳優が320人以上(2023年10月時点)登場しているが、これは多くの芸能事務所などと、創刊以来17年にわたって培ってきた信頼関係が基盤となっている。2つ目に、135名体制、全国8拠点に展開している営業社員によるプッシュ型提案営業が強みであり、大手広告代理店では手の届かない地方の顧客に直接訪問して様々な企画を提案している。加えて、編集者などのクリエイティブ人材を50人以上社員として擁しているため、依頼された電子雑誌の企画から編集、運営、広告販売をワンストップで完結できることも強みである。3つめの強みとして、ここまで述べてきたように、電子雑誌への広告掲載のノウハウそのものも強みである。特に「旅色」は、よくあるスペック情報だけのメディアとは異なり、広告が編集者による第三者目線で書かれているため本来の魅力が伝わりやすく、有力なプロモーションメディアといえる。なお、同社の広告掲載が対象とする市場は、全国の宿泊施設や飲食店、都道府県及び市区町村など官民間問わず幅広く、このような強みを持つ同社にとって非常に伸びしろの大きい市場といえる。

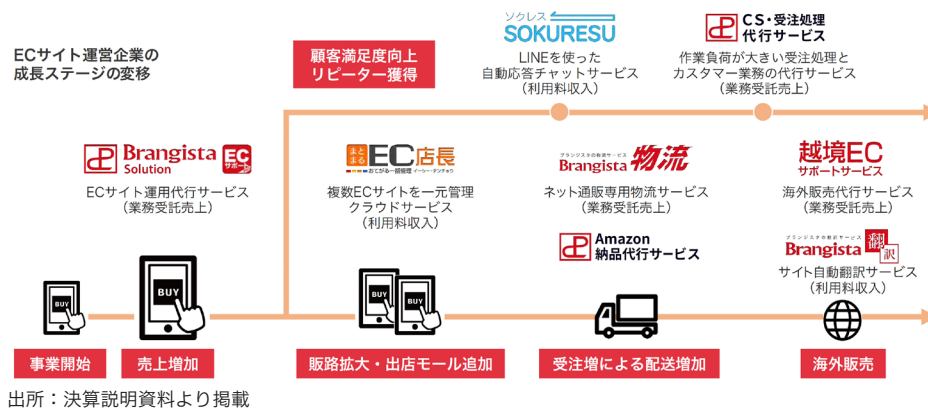
事業内容

## EC 運営のサポートサービスをワンストップで提供

### 3. ソリューション事業

日本の EC 市場は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）を経ても成長を続けていると言われる一方、競争も激化しており、EC サイト運営企業は成長と効率化を同時に実現する必要に迫られている。こうした EC サイト運営企業のなかで、楽天市場や Yahoo! ショッピング、Amazon といったモールに出店している EC サイトを中心に、同社は売上増加や販路拡大、リピート率の向上、受注増加、海外販売などの支援サービスを提供している。同社の強みは、2,000 社以上の EC サイトを運営した経験で得たノウハウをベースにしており、こうしたノウハウを EC サイトの運営代行を行う「EC サポート pro」、在庫一元管理 ASP「まとまる EC 店長」、サイト制作・運営、コンサルティング、分析、プロモーションといった EC サイト運営に関わるサービスを顧客の戦略やニーズに合わせてワンストップで提供しているところにある。さらに、システムやツールを提供するだけでなく経験あるディレクターが顧客先の一員のように、EC サイトの売上拡大に必要な業務を提案し、その時々の変化や企業の成長ステージに合わせた業務・サービスを柔軟かつ迅速に提供する、人の手を介した高付加価値サービスが評価されている。以下は、代表的なサービスである「EC サポート pro」「まとまる EC 店長」「ブランジスタ物流」などである。

#### EC サポートサービスの特徴



#### (1) 「EC サポート pro」

人手不足や技術・知識不足、販促ノウハウ不足の EC サイト運営企業に対し、サイトの運営代行からコンサルティング、EC サイトのデザイン・制作、ウェブプロモーションなど EC サイトに必要な業務をトータルでサポートしている。特徴は、豊富な実績とノウハウ、充実したサポート体制、質の高い PDCA サイクル、幅広い対応業務にある。同社は、2005 年からの長い EC サイト運営の実績によって圧倒的に豊富なノウハウを蓄積してきたため、楽天市場や Yahoo! ショッピング、Amazon といったモールがそれぞれに有する独自の仕様を使いこなして効果を発揮することができる。そして、運営を主導する担当ディレクターが EC サイト運営企業に入り込んで一緒に考え行動することで、運営・制作人員の確保、制作業務の実施、アクセス解析、改善点の提案など質の高い PDCA を回し、EC サイト運営企業の課題を解決して目標達成に導いている。そのほか、EC サイト運営の一部業務を受託する場合でも、毎月のように変わるクライアントが必要とする業務に柔軟に対応するなど、EC サイト運営に関するあらゆる課題に対して、月額固定費のなかで様々なニーズに合わせて解決にあたっている。以上から、EC サポートサービスは特に付加価値の高いサービスとなっている。

## 事業内容

**(2) 「まとまる EC 店長」**

商品登録・在庫管理・受注管理といった業務を効率化する一元管理 ASP を提供している。月額 9,800 円からと非常に低価格で、同社サービスのエントリーツールにもなっている。低価格にもかかわらず機能は充実しており、在庫管理では、24 時間 365 日の複数モールの在庫連携を自動化することで在庫回転率を上げ、販売機会ロスを削減している。商品管理では、商品情報の編集やデータの書き出し、複数モールへの複製が自由に行え、複数モールの商品ページを一括で管理することができる。受注管理では、複数モールの受注を一元化することで、配送処理・帳票出力からメールの送信といった様々な業務を効率化している。また、料金不要で各モールの仕様変更に対応、専任の担当者による電話での問い合わせサポートもある。このため、複数店舗を運営するなかで発生する煩雑な業務など、様々な問題の解決を図るシステムとして最適ということができ、楽天 RMS 正式パートナーにも認定されている。

**(3) 「ブランジスタ物流」**

在庫管理や受注・出荷、電話・メールによるカスタマー対応など、中・小規模店向けにネット専用物流サービスを展開している。事業が拡大するにつれて在庫管理が煩雑化してくるため、自社で対応していると様々な作業でボトルネックが生じ、委託をすれば出荷数や作業内容に種々制限が出てくる。同社は、培ってきた EC サイト運営ノウハウと担当制による二人三脚で、そうした課題の解消を進めている。さらに、同社との取引実績により、低価格の配送料金を提供することも可能となっている。

**(4) その他のサービス**

このほか、EC サイト運営のためのサポートサービス「CS・受注処理代行サービス」や、LINE を使った自動応答チャットサービス「SOKURESU」、ウェブサイト自動翻訳クラウドサービス「ブランジスタ翻訳」、「越境 EC サポートサービス」などを提供している。「ブランジスタ翻訳」は初期費用無料、年間ライセンス料 36 万円で、英・韓・中(簡・繁)の主要 4 言語への翻訳が可能であり、日本語サイトに合わせた自動更新もできる。「越境 EC サポートサービス」では、海外への販売に必要なリサーチや翻訳、集客、決済、配送などの環境整備からカスタマーサポートまでワンストップで対応している。

## 業績動向

### 「アクセルジャパン」が好調な結果、 2023年9月期は超過達成・最高益更新

#### 1. 2023年9月期の業績動向

2023年9月期の業績は、売上高4,558百万円（前期比35.7%増）、営業利益604百万円（同136.0%増）、経常利益601百万円（同133.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益579百万円（同224.5%増）と非常に好調で、売上高、営業利益、経常利益が過去最高を更新した。また、期初の通期業績予想に対し、売上高で+458百万円、営業利益+204百万円、経常利益で+201百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で+329百万円の大規模な超過達成となった。超過達成の最大の要因は、2022年10月にサービスを開始したばかりの「アクセルジャパン」の好スタートにあり、同社の成長に弾みがついたといえそうだ。なお、「アクセルジャパン」の好調を背景に繰延税金資産を計上したことで法人税等調整額が減少したため、当期純利益の増加率、超過達成幅が一時的に大きくなっている。

#### 2023年9月期業績

（単位：百万円）

	22/9期		23/9期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	3,360	100.0%	4,558	100.0%	35.7%
売上総利益	2,404	71.6%	3,262	71.6%	35.7%
販管費	2,148	63.9%	2,658	58.3%	23.7%
営業利益	255	7.6%	604	13.3%	136.0%
経常利益	258	7.7%	601	13.2%	133.1%
親会社株主に帰属する 当期利益	178	5.3%	579	12.7%	224.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、各種政策の効果もあって雇用・所得環境が改善し、緩やかな回復が続くことが期待されている一方で、世界的な金融引締めや景気の下振れ、原材料価格高騰による物価上昇などの影響が下押しリスクとなっており、依然として先行きは不透明な状況が続いている。一方、新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への移行により、宿泊や飲食など観光・外出需要が戻りつつあり、観光・外食関連企業では市場が回復していることや自治体では観光やふるさと納税受入額の増加に向けて、アピール意欲も高まってきたようだ。このような状況のもと、同社は既存サービスに加え、2022年10月より「アクセルジャパン」を開始するなど業容拡大に努めた。売上高は新規事業の「アクセルジャパン」がけん引する形で伸長し、利益面でも「アクセルジャパン」の立ち上げに際した広告など先行費用は発生したものの、増収効果と利益率の高い「アクセルジャパン」が好調なことから大幅な増益を達成することとなった。



## 一気に収益けん引役となったプロモーション支援事業

### 2. セグメント別の業績動向

2023年9月期のセグメント別の業績※は、プロモーション支援事業が売上高で1,073百万円、セグメント利益368百万円、メディア事業が売上高2,258百万円（前期比5.7%増）、セグメント利益214百万円（同4.4%増）、ソリューション事業が売上高970百万円（同5.0%減）、セグメント利益159百万円（同7.1%増）となった。また、プロモーション支援事業がセグメント利益の構成比で45%を占めるなど一気に収益をけん引する事業に成長し、メディア事業ではプロモーション支援事業への人員異動を行ったものの、自治体とのタイアップ広告の契約額・公開数が3年連続で過去最高を更新するなど、メディア事業とソリューション事業も堅調といえる業績内容だった。

※ プロモーション支援事業は前期実績がないため前期比増減を示していない。売上高、セグメント利益ともに連結調整前数値。

#### 2023年9月期のセグメント別業績（調整前）

（単位：百万円）

調整前売上高	22/9期		23/9期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
プロモーション支援事業	-	-	1,073	23.6%	-
メディア事業	2,137	63.6%	2,258	49.6%	5.7%
ソリューション事業	1,021	30.4%	970	21.3%	-5.0%
その他	293	8.7%	329	7.2%	12.1%

調整前セグメント利益	22/9期		23/9期		増減率
	実績	利益率	実績	利益率	
プロモーション支援事業	-	-	368	34.3%	-
メディア事業	205	9.6%	214	9.5%	4.4%
ソリューション事業	148	14.6%	159	16.4%	7.1%
その他	81	27.6%	71	21.6%	-12.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

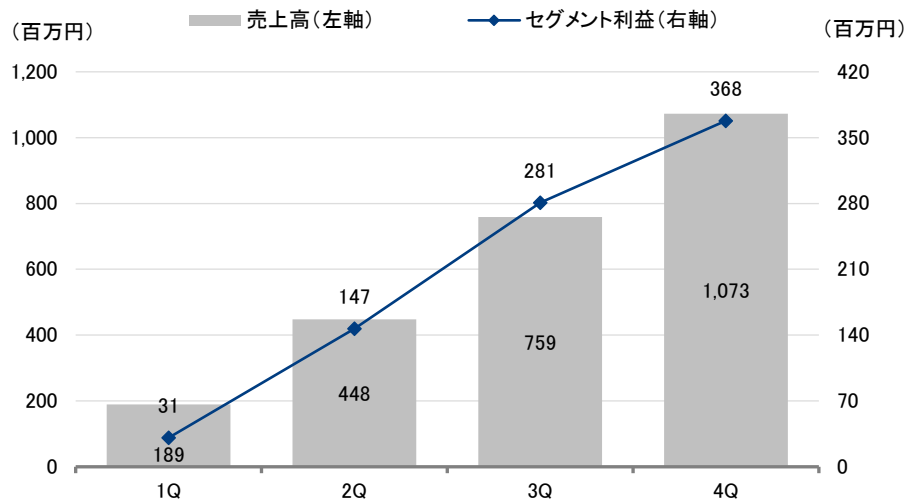
#### (1) プロモーション支援事業

プロモーション支援事業は、「アクセルジャパン」が事業開始初年度から非常に多くの企業が興味を示し、2023年9月期は205件という契約企業社数を確保することができた。この要因は、前述した「アクセルジャパン」の強みに加え、立ち上げ段階からメディア事業やソリューション事業で培ったノウハウや、キャスティング力、クリエイティブ力、プッシュ型提案営業といった強みを使ったことにあると思われる。これにより契約企業数の伸びにつながっただけでなく、早い時期に経済産業省・中小企業庁に採用されることとなった。中小企業庁では、全国の中小企業への広報として公式サイト内の動画やポスター、チラシなどにアンバサダー契約した有名タレントを使用してもらっているが、中小企業庁に採用されたことで「アクセルジャパン」自体の認知が全国の中小企業に広がるとともに、ほかの政府・自治体や大企業からも注目を集めることになり、同社の事業拡大にとって強い追い風になったといえることができる。なお、ウェブ広告からのリードが多いことや、大企業の期間限定キャンペーンでの活用、ふるさと納税のPRツールとして自治体に活用されている現状からターゲットの業種・業態が格段に広いことが特徴だ。

業績動向

「アクセルジャパン」の提供素材の制作原価（撮影費や素材制作費など）は、年に1回だけ発生し、計上は有名タレントとの契約期間に応じて按分計上される。アンバサダーである有名タレントへの報酬は、固定部分と採用社数によって決まる変動費部分がある。ほかの固定費はリード（見込み客）向け広告などの広告宣伝費と人件費程度しかなく、利益面では非常に好採算な事業といえる。リード向け広告費については、第1四半期に事業開始に伴う記者発表イベントや広告を実施するなどのプロモーションを行ったことでやや膨らんだ模様だが、同社の強みを集結させた結果、垂直立ち上げが実現した。この結果、セグメント利益率が34.3%と、同社事業のなかで最も高くなっている点は強く評価したい。なお、契約社数が好調に推移しているため、より広い顧客の確保に向けて期中でアンバサダーを追加した。

プロモーション支援事業 2023年9月期四半期別累計業績



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

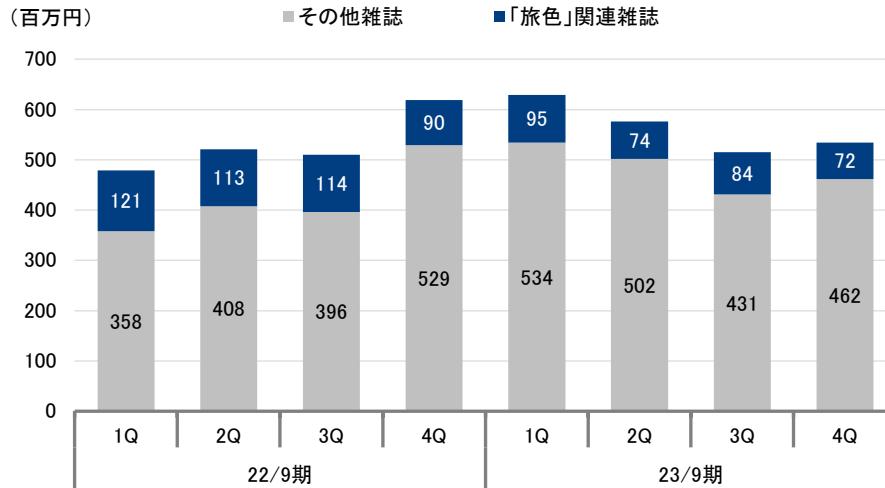
(2) メディア事業

メディア事業は、インバウンドを含めた観光・外食需要の回復を背景に、「旅色」の広告掲載数が増加した。特に自治体に対しては、「旅色 FO-CAL」で観光・ふるさと納税・移住定住といったテーマをもって、1,600の自治体にコンタクトしてきたこともあり、タイアップ広告の公開数が43件（前期39件）と3年連続で過去最高を更新することができた。さらに、地域活性化への貢献を強化するため、台湾の高速道路にある清水（チンスイ）サービスエリアを運営しているNEXCO中日本のグループ会社で台湾現地法人の艾客思国際股份有限公司と業務提携を結んだ。清水SAは日本への旅行や日本食が人気な台湾の方へ向けて、「和」をテーマにした食と文化を発信しているため、今回の業務提携で自治体や企業などがこの空間を活用したPRイベントを実施できるようになった。第一弾は和歌山県湯浅町と、スーツケースの「プロテカ」やアルミニウム合金製のハードケース「ゼロハリバートン」を展開する日本の総合バッグメーカーのエース株式会社のイベントを実施した。なお、2023年9月期は「アクセルジャパン」への人員拠出を行ったため営業人員が一時的に減少したが、売上高、セグメント利益の前期比は堅調に推移し、自治体タイアップは、3年連続で過去最高契約額、公開数を更新した。



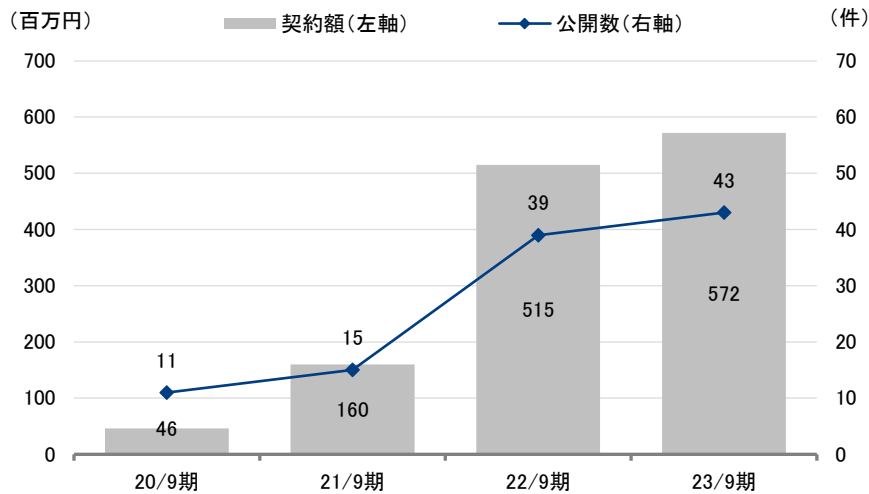
業績動向

メディア事業の内訳 四半期推移



※「旅色」関連雑誌は宿・飲食店・自治体・取り寄せほか、その他雑誌は「GOODA」「マドリーム」ほか。  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

自治体タイアップ 契約額・公開数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) ソリューション事業

ソリューション事業は、EC市場がコロナ禍で激化している状況から通販サービスの縮小により売上高は減少したが、広告宣伝費等の販管費が減少したことでセグメント利益は増益を達成することができた。

## 引き続き「アクセルジャパン」による業績けん引を見込む

### 3. 2024年9月期の業績見通し

同社は2024年9月期業績について、売上高4,800百万円（前期比5.3%増）、営業利益800百万円（同32.4%増）、経常利益800百万円（同32.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益520百万円（同10.3%減）と高成長を見込んでおり、売上高、営業利益、経常利益は2期連続で過去最高を更新する見込みだ。「アクセルジャパン」が引き続き好調に推移し、連結業績をけん引するとの見方である。なお、法人税等調整額が通常ベースに戻るため当期純利益は減益予想となっているが、実質的には30%程度の増益予想といえることができる。

#### 2024年9月期業績予想

（単位：百万円）

	23/9期		24/9期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	4,558	100.0%	4,800	100.0%	5.3%
プロモーション支援事業	1,073	23.6%	1,490	31.0%	38.9%
メディア事業	2,258	49.6%	2,260	47.1%	0.1%
ソリューション事業	970	21.3%	1,070	22.3%	10.2%
その他	329	7.2%	140	2.9%	-57.5%
売上総利益	3,262	71.6%	-	-	-
販管費	2,658	58.3%	-	-	-
営業利益	604	13.3%	800	16.7%	32.4%
経常利益	601	13.2%	800	16.7%	32.9%
親会社株主に帰属する当期利益	579	12.7%	520	10.8%	-10.3%

※ セグメント別売上高は連結調整前の数値。

出所：決算短信よりフィスコ作成

プロモーション支援事業では、事業開始2年目の「アクセルジャパン」において、契約更新件数の増加と新規契約企業数の拡大を目指す。契約更新の増加施策としては、2023年9月期からクライアントのサポートを行う専門の部署を設置しており、定期的にクライアントのフォローや成功事例の共有などを行っている。クライアントの満足度を向上させることが更新に繋がるという考えのもと、継続的な付き合いが構築できるように丁寧なサポートを実施している。

新規契約企業数の拡大に向けては、プッシュ型営業、エリア販売、自治体への提案などの施策を講じる計画である。ウェブ広告によるリード獲得は顧客が能動的であるため効率はよいが、ウェブ広告だけではリーチできない顧客も多く存在する。そこで、メディア事業で培った全国規模の営業力を活用したプッシュ型営業をさらに強化する方針である。エリア販売施策を活用しながら、これまでにサービスの認知をしていない企業に対して直接アプローチできるため、営業人員の増員などによって積極的なプッシュ型営業によって売上高の増加を実現する。また、代理店からの販売も強化する方針である。さらに、クロスセル商材の販売も開始しており、一社あたり売上の増加も図る。なお、「アクセルジャパン」は強みが明確なため、相対で顧客に説明するプッシュ型営業と相性がよさそうだ。

業績動向

エリア販売施策は「アクセルジャパン」の認知拡大と導入に向けた強いきっかけになるものとして開始した施策で、エリアごとに特に人気の有名人をキャスティングし、そのエリアの企業向けに特別プランを提案している。阪神タイガースが38年ぶりに日本一になったことや2023年10月にG7大阪・堺貿易大臣会合を開催し、2025年には大阪・関西万博を控え、経済活動が活発になることでアフターコロナの日本経済回復のカギになると考えられる関西地域からスタートとした。関西地域特別プランは、関西で知名度と人気が高い元阪神タイガースの赤星憲広氏をキャスティングし、これまで接触できなかった見込み客とコンタクトをとっていく方針である。エリアごとに通常とは異なる特別プランが提供されるため、なおさらプッシュ型営業との相性がよく、期待の一手となっている。また、関西地域特別プランの立ち上げに伴い、2023年9月に大阪で開催された西日本最大級のマーケティング総合展示会「Japan マーケティング Week」に出展した。関西エリアの販促・マーケティング・宣伝など様々な企業の担当者に「アクセルジャパン」の通常プランや関西地域特別プランのサービス内容や、広告物のサンプル、参画企業の活用実績、広告効果について詳しくご紹介し、好評だった。今後は、関西以外のエリアにも特別プランを拡大していく可能性がある。

メディア事業で関係を築いてきた自治体への提案に関しては、特にふるさと納税PRの活用ニーズが高く、ふるさと納税ポータルサイトなどにおいては、アンバサダーを起用したサムネイル画像を掲出できることによって差別化を実現しており、すでに数自治体での活用が始まっている。

クロスセル商材の販売では、「アクセルジャパン」を利用する際に必要となる広告制作の受託や、顧客が並行して実施するイベントやキャンペーンなどのキャスティングなどを行っている。これにより1社あたりの売上高の上積みを狙っており、同社の業容拡大につながっていくことが期待される。通常イベントへのキャスティングにおいては、有名タレントが決定するまで複数社を介し、費用も日数も相当に必要となるが、芸能事務所などの厚い信頼がある会社だからこそ実現できている商材である。

メディア事業については、決められた期間に特定のエリアを対象に「旅色」の主要コンテンツと営業活動を集中投下する「旅色セレクション」を展開しており、営業の効率化とコンテンツによる話題作りによって、広告掲載売上の増加と地域活性化を目指す。さらに、有名俳優を起用した自治体向け専用電子雑誌「旅色 FO-CAL」は、リピート契約する自治体も増加しており、引き続き提案を強化する。また、将来的にはこれまで着手していなかった手数料収益という、新しい収益源の獲得も検討していく方針である。

ソリューション事業では、ECサポート関連の新規契約数増加や1社当たりの売上の増加を図る。ECサポートの成長は人材に依存する部分が多い。しかし、これまで人材の確保が難しく人材の教育にも時間がかかっていたが、徐々に好転している模様で、今後は新規営業の強化による契約数の増加が見込まれる。また、経験あるディレクターによる高付加価値サービスのため、引き続き1社当たり取引規模も大きくなる傾向にあると思われる。

## ■ 中期経営計画

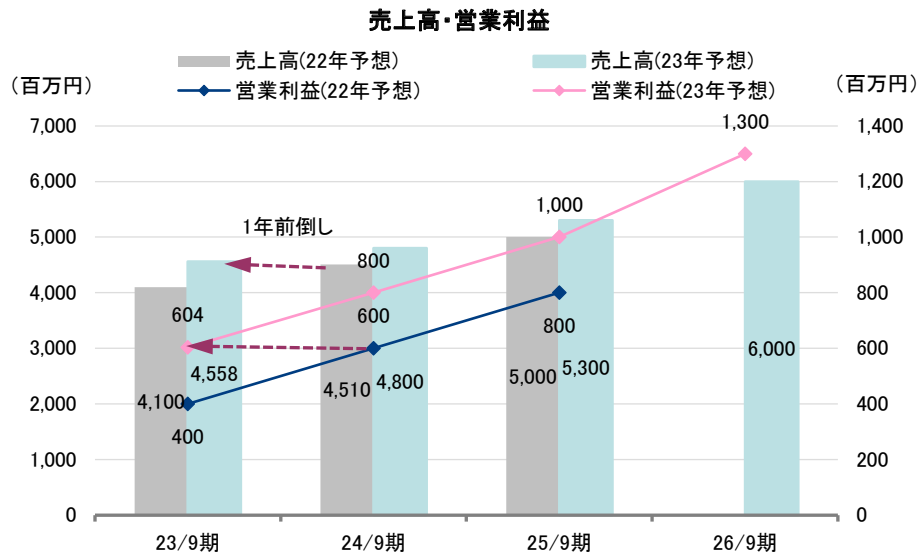
### 2023年9月期は中期経営計画を1年前倒して達成

#### 1. 中期経営計画

2022年12月に、2023年9月期～2025年9月期までの連結売上高・営業利益計画を発表した。しかし、ここまで述べてきたように「アクセルジャパン」の好調を背景に、初年度の2023年9月期において、2024年9月期の数値計画を1年前倒して達成することとなった。同社は中期経営計画をローリングし、新たな「中期経営計画2024-2026」を2023年9月期決算発表とともに発表した。

好調な「アクセルジャパン」の成長力を引き上げてプロモーション支援事業を大幅に上方修正する一方、メディア事業とソリューション事業を若干下方修正するも着実な成長を見込んだものとなっている。これにより、2023年9月期に引き続いて2024年9月期も数値目標をほぼ1年前倒し、2024年9月期業績予想を売上高4,800百万円、営業利益800百万円とし、加えて新たに2025年9月期は売上高5,300百万円、営業利益1,000百万円、2026年9月期は売上高6,000百万円、営業利益1,300百万円を目指すこととなった。「アクセルジャパン」の成長力はより強まったが、「中期経営計画2024-2026」の成長戦略が現行の中期経営計画と大きく変わることはない想定し、以下で事業別の成長戦略について考察してみた。

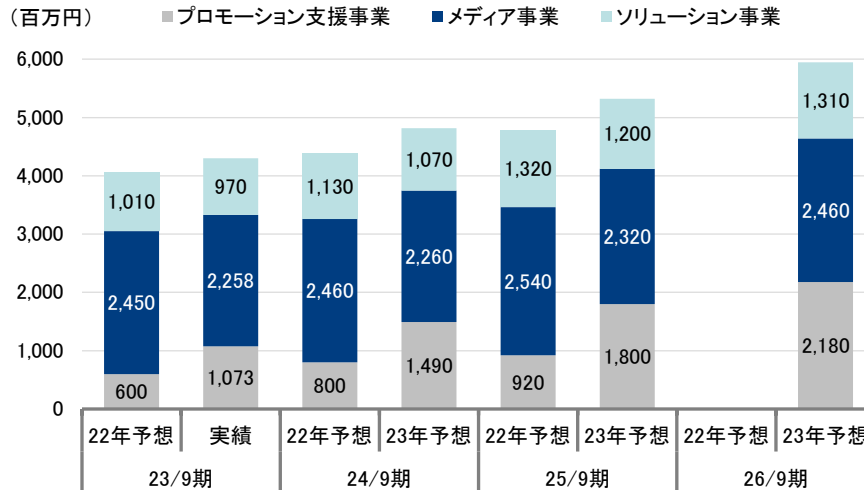
新旧中期経営計画の比較



※ 2023年9月期売上高(23年予想)は実績値。

中期経営計画

### セグメント別売上高



※ セグメント別売上高にはその他を含んでいない。  
 出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 期待の「アクセルジャパン」にフォーカスする

### 2. 成長戦略の考察

#### (1) プロモーション支援事業

「アクセルジャパン」は始まってすぐに急成長したプロジェクトだが、試金石となる2年目の2024年9月期における新規契約と契約更新の状況次第では好循環が始まり、将来へ向かって大きく飛躍する可能性を秘めている。このため、販売網、商材を拡大するだけでなく、営業対象として日本全国206万社の中小企業を本格的に視野に入れることになる。販売は、ウェブ広告や代理店販売に加え、自社営業スタッフによるプッシュ型営業をさらに強化、アンバサダーは契約社数や企業ニーズに合わせて追加するなど、拡大していくことが予想される。また、エリア販売施策における、エリアへの親和性が高いアンバサダーを起用する特別プランも効果を期待したい。自治体向けでは、ふるさと納税ポータルサイトでの活用なども効果的で、実際の導入も進んでいる。ただし、実績が2023年9月期しかないため、契約更新率の予測、プッシュ型営業、エリア販売施策、自治体への提案の効果は保守的に見ざるをえない。しかし、好循環であるほど上振れの要素になると思われることから、同社は2025年9月期の売上高目標を920百万円から1,800百万円に上方修正、2026年9月期には2,180百万円の達成を目指しているが、それを上回っていく可能性は否定できないと思われる。

## (2) メディア事業

「アクセルジャパン」への人員拠出はあるものの、自治体タイアップの増加や、インバウンド・国内景気の回復を背景に外食・旅行需要が戻りつつあることにより、2024年9月期は売上高の伸びは緩やかになることが予想されるが、2025年9月期には人員に関する課題が若干解消されることで伸びが再び強まることが見込まれる。とはいえ人的資本の投入は「アクセルジャパン」が優先されることになりそうで、電子雑誌の成長戦略としては、引き続き民間と自治体への広告販売を伸ばしていくことになると思われる。具体的には、決められた期間に特定のエリアを対象に営業活動やコンテンツ展開を集中投下する施策の「旅色セレクション」にフォーカスすることで、営業の効率化とエリアの話題作りを進める。さらに、自治体に対しては、観光需要の回復と訪日旅行客数の増加を背景に、国内外へのPRを支援するツール・サービスの提供を進め、これまで以上の効果的なプロモーションにつなげる。将来的には、新たな収益源として手数料収益獲得のための新サービスの開発を強化していくことも検討されそうだ。これにより2025年9月期の売上高は2,490百万円から2,320百万円へと下方修正されたが着実な成長を確保し、2026年9月期には2,460百万円の達成を目指す。創刊から17年を迎えた「旅色」はファンが多く、外部環境も改善してきたことから、会社の予想を上回る可能性もあると思われる。

## (3) ソリューション事業

従来通り、低価格サービス「まとまるEC店長」のサービスと機能拡充をフックに顧客数を伸ばしていく見込みである。さらに、顧客の事業拡大を背景に中核サービスの「ECサポートサービス」の新規顧客の獲得と、既存サービスからのアップセルを図り、ニーズの拡大に合わせ「ブランジスタ物流」や「SOKURESU」といった周辺サービスへとクロスセルしていくと考える。そのようななかで、足もとで進んでいる人材教育の成果や新規営業の効果に期待したい。ただし、コロナ禍でECが大きく伸びた反動もあり、ECサイトの業況はまちまちな状況が続くと思われる。したがって2025年9月期の売上高は1,320百万円から1,200百万円へと下方修正されたが、その後は緩やかな成長を確保、2026年9月期には1,310百万円の達成を目指す。

# 株主還元策

## 2024年9月期の配当は未定

同社は、「将来の事業展開のための内部留保の充実」と「成長に応じた利益還元」を重要な経営課題であると認識している。現在、同社は成長過程にあり一層の業容拡大を目指しており、事業資金の流出を避け内部留保の充実を図ることが重要であると考え、会社設立以来、配当は実施していない。しかしながら、株主をはじめとするステークホルダーに対し、安定的な利益還元を実施していくことも重要であると考えており、今後は、安定的な経営基盤の確立と収益力の強化に努め、業績及び今後の事業展開を勘案し、その都度適正な経営判断を行いながら配当を決定する方針となった。なお、剰余金の配当の決定機関は、中間配当は取締役会、期末配当は株主総会である。また、中間配当を取締役会の決議によって行うことができる旨を定款に定めている。以上から、コロナ禍を脱し再成長を目指しているところであることや、新事業「アクセルジャパン」を開始したばかりであることなどを考え、現時点において配当実施の可能性及びその開始時期については未定である。



#### 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