

|| 企業調査レポート ||

ファブリカホールディングス

4193 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年8月20日(火)

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3月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 中期成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. セグメント情報	05
2. SMS ソリューショングループ	05
3. U-CAR ソリューショングループ	07
4. インターネットサービスグループ	09
5. オートサービスグループ	10
■ 業績動向	11
1. 2024年3月期の業績概要	11
2. 財務状況	15
■ 今後の見通し	17
1. 2025年3月期の業績見通し	17
2. 中期成長戦略	18
■ 株主還元策	20

要約

2024年3月期は売上高、 営業利益ともに期初計画を未達となるも、 2025年3月期には再び増益基調へ回帰する見通し

ファブリカホールディングス<4193>は、法人向けSMS（ショートメッセージ）配信サービス「メディアSMS」と自動車販売業務支援システム「symphony（シンフォニー）」を主軸に、「デジタルの力で新たな価値を創造し、あらゆる組織と人々に貢献する」をミッションに掲げ、テクノロジーによる社会課題の解決に取り組んでいる。1992年創業、本社所在地は東京都港区である。

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の業績は、売上高8,162百万円（前期比7.4%増）、営業利益1,070百万円（同16.5%減）、経常利益1,087百万円（同13.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益673百万円（同16.9%減）と、売上高は過去最高を更新したが、営業利益は2021年4月の上場以来続けてきた連続増益が途絶えた。また、期初に計画した売上高8,967百万円、営業利益1,418百万円、経常利益1,424百万円、親会社株主に帰属する当期純利益893百万円に対しては、全ての指標で計画を下振れた。主力であるSMSソリューショングループにおいて、前年度のコロナ関連特需の剥落があった他、競合他社が国内市場に注力する方針を打ち出したことで、競争環境の激化により大口顧客の一部から単価見直し要請が発生し、単価の見直し幅が期初想定を上回るものとなったことにより期初計画を下回った。しかしながら、同社では大口顧客の大幅な単価見直しは一巡が近いと予想しており、配信数は順調に増加傾向にあることから、2024年3月期の業績予想未達はあくまで成長過程における一時的な過渡期にあったとの見方である。今後は悪化傾向にあった四半期ベースでの利益率がどの時点で反転するか、また、2025年3月期の期初計画の達成に向けた施策のフィジビリティの高まりが株価反転のカギを握ると弊社では考えている。

2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高で前期比6.6%増の8,700百万円、営業利益が同2.7%増の1,100百万円、経常利益が同1.2%増の1,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同3.9%増の700百万円と、主力のSMSソリューショングループの売上高が前期比6.5%増の5,126百万円となることをはじめ、全事業が前期比で増収となる見通し。一方、売上高に対して営業利益の増加幅が小幅にとどまっているが、これは、高度人材採用などの人材投資を中心とした成長投資の実施や、マーケティング費用の拡大などを見込んでいることによる。一方、SMSソリューショングループの売上高においては「メディアSMS」の新規導入社数が売上高の先行指標となっており、四半期ごとに250社程度の新規顧客の増加が継続しているため、成長に鈍化は見られていない。今後は、2023年6月に設立したSparkle AI(株)が注力するブロックチェーン及びAI関連技術を既存事業へ応用することや、新たなサービスのローンチによる差別化を狙っている。

要約

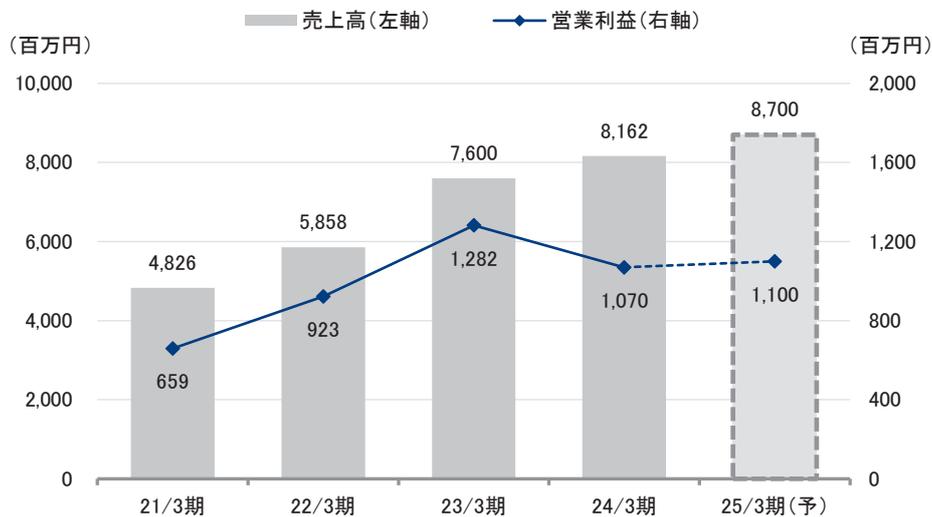
3. 中期成長戦略

同社は、SMS 配信サービスと自動車販売事業者向けの業務支援システムを主力事業とし、「顧客数×顧客単価の最大化」による高成長を続ける方針である。SMS ソリューショングループでは導入支援・コンサルティングを含めたサービス体制による「差別化戦略」で市場をけん引し、U-CAR ソリューショングループでは「コスト・リーダーシップ戦略」により顧客基盤の構築を進めることをそれぞれ基本戦略としている。また、2023年6月に設立した Sparkle AI が手掛けるブロックチェーン及び AI 関連技術を活用して、新たなサービスの事業化も進めている。同社は2024年4月から社名を(株)ファブリカホールディングスへ変更し、持株会社制によるグループ経営体制に移行した。今後は子会社の独自性を出し、グループ間のシナジーをより発揮しやすい環境へと組織改革することで、中長期成長に向けた取り組みを加速していく。

Key Points

- ・主力の SMS ソリューショングループにおける、前年度のコロナ関連特需の剥落と競争激化に伴う一部大口顧客からの単価見直し要請が顕在化し、2024年3月期は上場来初の営業減益決算となった
- ・2025年3月期は単価下落影響の一巡により再び営業増益となる計画。一方、将来の成長に向けた積極的な人材投資やプロモーション活動も実施する
- ・「顧客数×顧客単価の最大化」で、高い中期成長が続く。大幅な単価見直しは限定的であり、配位数は順調に増加。市場シェアトップも堅持している

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

変化を好機と捉え、新たな価値を創造し、社会に貢献する

1. 会社概要

同社の掲げるミッションは「デジタルの力で新たな価値を創造し、あらゆる組織と人々に貢献する」であり、ビジョンは「世界最高レベルのデジタルサービスを創る！」である。同社が目指しているのは、世の中にある様々な問題や課題を新しい発想と最新のテクノロジーで解決し、人々の暮らしがより安全に、より豊かで、未来への希望に満ちた社会の実現である。その実現のために、顕在化した社会のニーズはもちろん、未来の姿を思い描き、今後必要となるサービスや解決すべき課題を挙げ、今までにないサービスをいち早く開発し提供していく考えである。

愛知県で1992年に創業。 自動車関連にとどまらない様々なITサービスを展開

2. 沿革

同社は、中学時代の同級生である現 代表取締役社長 CEO の谷口政人（たにぐちまさひと）氏と現 取締役副社長の近藤智司（こんどうさとし）氏が、1992年に自動車修理業として創業し、1994年に（有）中部車検センターの商号で設立した。車検見積時に車を無料点検することで不透明であった整備金額を明確にし、不要不急な整備については自動車オーナーに伝えたくえで削減することによってコストを抑えた安価な車検を実現した。今でこそ当たり前となったが、当時では画期的なことであり、多くの利用者に支持され事業は順調に発展した。それ以降、同社は時代の変化を好機と捉え、様々なアイデアを絞り出し創意工夫をして、世の中に新しいサービスを提供し続けてきた。

1990年代後半にはインターネットが一般に広まり、商用としても広まった。このことが同社にとってIT事業に進出するターニングポイントとなった。まず钣金塗装のオークションシステムを開発し、钣金塗装工場をネットワークでつなぐ仕組みを構築した。2004年には中古車販売の管理システムや検索サイトを立ち上げた。当時の通信回線では、まだ動画を配信しているサイトが少なかったことなどもあり、同社には多くの問い合わせが寄せられ、事業は好調に推移した。

2005年3月には商号を「(株)ファブリカコミュニケーションズ」に変更し、創業から蓄積してきた自動車アフターマーケット※に関するノウハウを生かした様々なITサービスの開発・提供を本格的に開始した。事業環境の変化などで、すべての事業が成功したわけではなかったが、その後も同社はインターネットを活用した新たな事業の創造を継続している。

※ 新車販売後に発生する様々な事業の総称であり、中古車事業（中古車小売、中古車輸出、中古車買取、オートオークション）、自動車賃貸事業（オートリース、レンタカー、カーシェアリング）、自動車部品・用品事業（カー用品、補修部品、リサイクル部品（中古・リビルト））、自動車整備事業（自動車整備、自動車整備機器）、その他関連サービス事業（自動車保険、ロードサービス）を含む。

ファブリカホールディングス

4193 東証スタンダード市場

2024年8月20日(火)

<https://www.fabrica-hd.co.jp/ir>

会社概要

自動車関連以外では、2011年にはSMS配信サービスを開始した。それまでは携帯電話事業者の相互接続ができなかったが、2011年に相互接続が可能になったことが背景にある。同社グループは、親会社である(株)ファブリカホールディングス、そしてその子会社である(株)ファブリカコミュニケーションズ、(株)メディア4u、Sparkle AI(株)の4社で構成しており、SMS配信事業はメディア4uが展開している。同社グループの2024年3月期の連結売上高におけるメディア4uの売上高の割合は58.9%と高水準であり、同社グループの連結営業利益への寄与度も高い。メディア4uは、主力サービスである「メディアSMS」により、顧客に対して高い付加価値を安定的に提供することで信頼関係を構築し、継続的な取引関係を維持している。

そして、同社はさらなる企業価値の向上並びに持続的成長の達成を支える経営基盤を整えるため、2024年4月1日付で社名をファブリカホールディングスへ変更し、持株会社制によるグループ経営体制に移行した。同社はグループ経営機能に特化し、経営戦略の策定、グループ各社の業績及び資金管理、シナジーの創出に加え、成長に必要な資本政策、M&A等経営資源の最適化や機能強化を図る。傘下の事業会社は各社の責任・権限のもと、事業推進における意思決定を迅速に行える体制を整え、環境変化に適応した競争力強化と事業拡大によってグループのさらなる成長の実現を目指す。

沿革

年月	事項
1992年 9月	自動車修理業を愛知県春日井市にて創業
1994年11月	(有)中部車検センターを設立
1995年 6月	中古車販売をスタート
2000年11月	(有)中部車検センターを(株)シーアイシーに改組
2002年 3月	「钣金塗装ファブリカ」サービスをスタート
2003年 9月	システム開発会社、(有)アシクリエイトを合併
2003年12月	関連会社として(株)車選びドットコムを設立
2004年 5月	中古車販売管理システム「トレーディングマネージャー(現 symphony)」及び中古車検索サイト「車選びドットコム」をリリース
2005年 3月	(株)シーアイシーから(株)ファブリカコミュニケーションズへ商号変更
2005年 5月	(株)車選びドットコムを合併
2005年11月	(株)新東通信との共同出資により、(株)メディア4uを設立
2006年 9月	「車選びドットコム」が「Yahoo!オークション」と業務提携開始
2011年10月	(株)メディア4uにて法人向けSMS配信サービス開始
2016年12月	(株)カービュー(現LINEヤフー(株))と資本・業務提携契約を締結
2017年 7月	自動車WEBマガジン「CarMe」を事業譲受
2018年 3月	(株)メディア4uを連結子会社化
2021年 4月	東証JASDAQ及び名証2部へ上場
2022年 4月	東証スタンダード市場及び名証メイン市場(2024年2月に上場廃止)へ移行
2022年 7月	(株)iimonと資本・業務提携
2023年 2月	EC特化型CRMプラットフォーム「アクションリンク」を事業譲受
2023年 6月	Sparkle AI(株)を設立
2024年 4月	(株)ファブリカコミュニケーションズから(株)ファブリカホールディングスへ商号変更

出所：ホームページよりフィスコ作成

■ 事業概要

創業から蓄積してきた自動車アフターマーケット領域の IT サービスに加え、SMS 配信サービスを手掛ける

1. セグメント情報

同社は、法人向け SMS 配信プラットフォーム「メディア SMS」と、自動車販売業務支援システム「symphony」を主軸に、顧客の業務効率向上に資するサービスの提供に取り組んでいる。セグメントは、「SMS ソリューショングループ」「U-CAR ソリューショングループ」「インターネットサービスグループ」「オートサービスグループ」の4つに分かれている。

法人向けに SMS 配信サービス「メディア SMS」を提供

2. SMS ソリューショングループ

「SMS ソリューショングループ」は、子会社であるメディア 4u が展開しており、法人向けの SMS 配信サービスの提供をメイン事業としている。法人向け SMS 配信サービスは、顧客である企業や自治体などに対しインターネットを通じて SMS 配信機能を提供し、SMS の配信数に応じて課金する従量課金での売上が主な収益となっている。

最近では、電話（音声電話）の接続率が低くなっていること、ダイレクトメール（DM）や、封書・ハガキの開封率が低くなっていることもあり、SMS は企業や自治体とエンドユーザーを結ぶ強力なコンタクトツールとして市場認知が高まっている。SMS の利用用途は本人認証・業務連絡・督促・事前連絡など多岐にわたり、同社資料によると現在は A2P（Application-to-Person：法人から個人にメッセージを配信する）SMS 国内法人市場の約 3 割が本人認証であるという。また、同社グループの配信数における本人認証の割合は約 2 割にとどまっており、付加価値が高いとされる業務連絡・督促・事前通知で約 7 割を占め、国内法人市場において配信数はトップシェアを占め、なおかつ競合他社比で高い収益性が同社の強みとなっている。顧客それぞれのニーズに沿った導入支援・コンサルティングを含めたサービス体制によって、さらなる市場シェアの拡大を目指している。

ファブリカホールディングス | 2024年8月20日(火)
4193 東証スタンダード市場 | https://www.fabrica-hd.co.jp/ir

事業概要

新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）において、自治体が新型コロナウイルス感染者への連絡手段としてSMSを活用する動きも見られた。自宅療養者への健康観察において保健所から全件電話で連絡していたものを、重症化のリスクがない療養者へはSMSなどで代替することで自治体の業務効率化に貢献した。同社は、自治体がコロナ禍においてSMS利用の実効性を得られたのを機に、アフターコロナにおいても定期的にほかの業務（徴税・健診勧奨など）への利用促進に努めている。北米では企業のSMS活用が活況で、マーケティング用途での利用が4割を超えているが、日本におけるSMS送信サービス市場は配信数ベースで32億6,022万通（2023年度時点）と人口対比で市場規模が小さく、今後も年率30%近い高成長が見込まれる市場である。国内における主要なサプライヤーも同社を含め4社寡占となっており、今後も業界のリーディングプレイヤーとして市場拡大の恩恵を最大限に享受できるだろう。

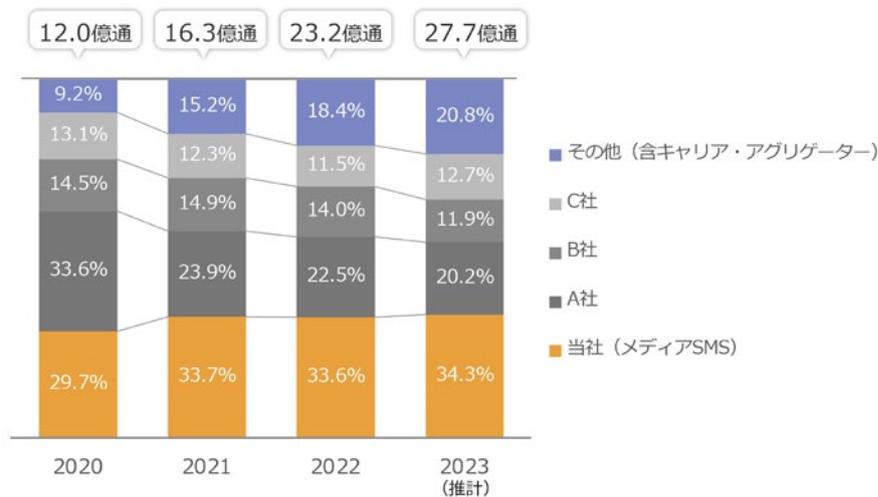
国内SMS市場（配信数）の推移



出所：決算説明資料より掲載

国内法人向け 国内アグリゲーターの配信数シェア 推移

2020-2023配信数CAGR 33.0%



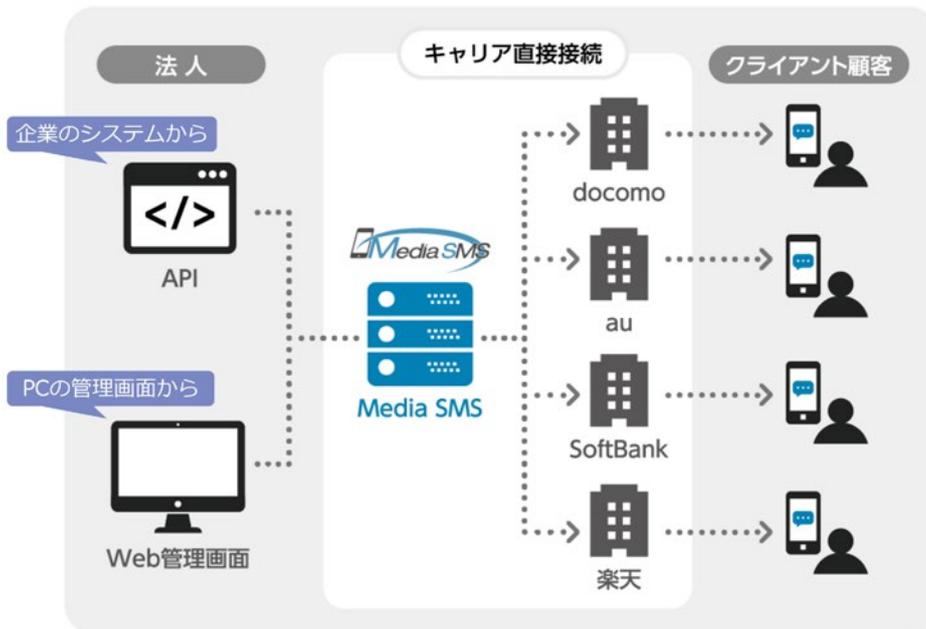
参考：デロイト トーマツミック経済研究所株式会社「ミックITリポート2024年1月号」
 ©Fabrica Holdings Co., Ltd. 株式会社ファブリカホールディングス（証券コード：4193） 2024年3月期 通期決算説明資料
 出所：決算説明資料より掲載

事業概要

SMS 配信サービスの強みは、ほぼ全ての携帯電話にメッセージを配信できることである。SMS 配信サービスを運営するにあたり、主要な携帯電話事業者（(株)NTTドコモ、KDDI<9433>、ソフトバンク <9434>、楽天モバイル(株)）と直接接続契約を締結しており、メディア 4u では顧客である企業や自治体から依頼された配信コンテンツを携帯電話事業者の SMS 配信ルートを利用して、一般ユーザーに配信している。

「メディア SMS」では、主な携帯電話事業者と直接接続の契約を行い、専用インターフェースに繋ぐ設計により高いサービス品質を実現している。機能面では「双方向サービス」「他人接続判定機能」「長文化 SMS 対応」「キャリア判定機能」「IVR（自動音声応答）連携」「決済サービス連携」などの多くの追加機能を持っており、「長文化 SMS 対応（SMS の文字数制限を最大 670 文字にする）」を早期から対応していたことにより、本人認証以外の用途での利用が多いことが同社の強みとなっている。

「メディア SMS」概念図



出所：決算説明資料より掲載

自動車販売業務支援サービス「symphony」を提供

3. U-CAR ソリューショングループ

「U-CAR ソリューショングループ」は、自動車販売業務支援システム「symphony」を提供し、自動車アフターサービスに関連する事業者のビジネスを支援している。同社がターゲットとする国内の中古車販売事業者数は近年増加傾向にあり、約 3 万社となっており、整備事業に特化していた事業者が車両販売に新規進出し、顧客獲得を進める動きが活発化している。現在の同社の国内の拠点数は 13 ヶ所であり、「symphony」の提供エリアは限定的であるが、今後も拠点の新設を活発化し、「symphony」の導入社数の増加に注力していくものと弊社は見ている。

ファブリカホールディングス | 2024年8月20日(火)
4193 東証スタンダード市場 | <https://www.fabrica-hd.co.jp/ir>

事業概要

U-CAR ソリューショングループでは、自社開発した販売管理システムと広告出稿プラットフォームを融合した「symphony」を全国の自動車販売店に提供し、月額で利用料※を得ている。「symphony」は、顧客である国内の自動車販売店が必要とする商品在庫車の仕入れ販売管理、請求・見積書発行やユーザーからの問い合わせ管理機能、CRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）やグループウェア（組織や団体の内部で情報を共有・コミュニケーション可能なソフトウェア）など、自動車販売に必要なあらゆるツールをワンストップで提供する SaaS（Software as a Service）である。主な収益モデルは、「売上高 = 利用企業数 × システム利用料（月額）」である。

※ 同社が運営する中古車検索メディア「車選びドットコム」の車両掲載台数に応じて月額の利用料が変わる料金体系となっている。

また、複数の中古車検索サイトへの広告出稿プラットフォームの提供、ユーザー向けの中古車保証サービスの販売、個人向けオークションや国内 BtoB マーケットプレイスとのシステム連携、輸出事業者へのデータ提供など、自動車販売を行ううえで必要なサービスを網羅している。これにより多様な商品車の売買機会を提供し、在庫回転率の向上を実現するとともに膨大な車両データの入力の手間を大幅に削減するなど、「symphony」を利用する自動車販売店の収益機会の最大化に貢献している。

「symphony」の関連図



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

最新のマーケティング手法やテクノロジーを グループ内の事業推進のためにフィードバック

4. インターネットサービスグループ

「インターネットサービスグループ」は、他セグメントへのWeb集客支援を担っているほか、独自サービスとして自動車Webマガジンの運営や、中古車一括査定サービスの提供を行っている。

インターネットサービスグループでは、自社メディアや自社サービスの開発運営で培ってきたマーケティングノウハウを生かし、SMSソリューショングループやU-CARソリューショングループのWeb集客支援を担っている。独自サービスとしては、車買取事業者への一括査定サービスの提供や自動車Webマガジン「CarMe」の運営、YouTubeチャンネル「CARPRIME」「車選びドットコム〈公式〉」、EC特化型CRMプラットフォーム「アクションリンク」の運営などを展開している。

これらの運営によって日々蓄積される最新のマーケティングノウハウやテクノロジーは、同社グループの各事業の推進のためにフィードバックされ、同社グループのさらなる成長のための新規サービスの開発にも活用している。業績はセグメント損失となる年度もあるが、同社のインキュベーション部門のような位置付けであることから弊社では悲観はしなくて良いと考えている。

インターネットサービスグループの概念図



最新のマーケティングノウハウやテクノロジーを日々蓄積し、
当社グループの各事業の推進のためにフィードバック

出所：決算説明資料より掲載

BP・レンタカー事業、車検・整備事業を展開

5. オートサービスグループ

「オートサービスグループ」は、BP（Body repair and Paint：钣金塗装）・レンタカー事業と、車検・整備事業で構成している。

BP・レンタカー事業は BtoBtoC モデルであり、「钣金塗装 fabrica」及び「ファブリカレンタカー」を手掛けている。具体的には、損害保険会社や保険代理店からの依頼を受けて、事故で損害を受けた自動車の修理と修理期間中の代車となるレンタカーの貸出、事故車両を引き揚げるレッカーサービスなどをワンストップで提供している。1台1台状況の異なる事故修理には、レッカー事業者、代車・レンタカー事業者、部品商、ガラス業者、钣金塗装工場など独立した事業者が分業しており、その工程が複雑で部品発注ミスや工員の作業ミスなどで納期管理や品質管理が極めて難しいサービスと言われていた。そのようななか、同社は独自に開発した工程管理システムと検査体制、優良な工場ネットワークなどを駆使して、短納期・高品質のサービスを提供している。

車検・整備事業は BtoC モデルであり、同社の祖業である自動車整備事業を行っている。具体的には、愛知県春日井市の国土交通省中部運輸局の指定工場（中指第 10654 号）で、顧客に対して車検整備や新車・中古車の販売サービスなどを提供している。BP・レンタカー事業及び車検・整備事業の店舗及び工場は、巨大な自動車アフターマーケットに対して、同社が当事者として直接的に接することで市場や業界が抱える様々な課題を抽出するための機会も担っている。また同社グループが開発提供する様々な IT サービスの実験店舗（パイロットショップ）としての役割も有しており、U-CAR ソリューショングループが提供する「symphony」などあらゆる IT サービスを試験導入し、ユーザー評価を開発陣にフィードバックすることでサービス品質の向上に役立てている。

業績動向

主力のSMSソリューショングループの前年度コロナ特需剥落及び競争環境の激化により収益性が悪化し、期初計画は未達

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の業績は、売上高8,162百万円（前期比7.4%増）、営業利益1,070百万円（同16.5%減）、経常利益1,087百万円（同13.8%減）、親会社株主に帰属する当期純利益673百万円（同16.9%減）と、売上高は過去最高を更新したが、営業利益は2021年4月の上場以来続けてきた連続増益が途絶えた。また、期初に計画した売上高8,967百万円、営業利益1,418百万円、経常利益1,424百万円、親会社株主に帰属する当期純利益893百万円に対しては、全ての指標で計画を下振れた。主力であるSMSソリューショングループにおいて、前年度のコロナ関連特需の剥落があった他、競合他社が国内市場に注力する方針を打ち出したことで、競争環境の激化により大口顧客の一部から単価見直し要請が発生し、単価の見直し幅が期初想定を上回るものとなったことにより期初計画を下回った。しかしながら、同社では大口顧客の大幅な単価見直しは一巡が近いと予想しており、配信数は順調に増加傾向にあることから、2024年3月期の業績予想未達はあくまで成長過程における一時的な過渡期にあったとの見方である。今後は悪化傾向にあった四半期ベースでの利益率がどの時点で反転するか、また、2025年3月期の期初計画の達成に向けた施策のフィジビリティの高まりが株価反転のカギを握ると弊社では考えている。

2024年3月期の業績概要

(単位：百万円)

	23/3期		期初計画	24/3期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	7,600	100.0%	8,967	8,162	100.0%	7.4%	-9.0%
営業利益	1,282	16.9%	1,418	1,070	13.1%	-16.5%	-24.5%
経常利益	1,262	16.6%	1,424	1,087	13.3%	-13.8%	-23.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	810	10.7%	893	673	8.3%	-16.9%	-24.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

セグメント別業績

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期		前期比	
	実績	期初計画	実績	増減額	増減率
売上高	7,600	8,967	8,162	562	7.4%
SMSソリューショングループ	4,543	5,627	4,814	270	6.0%
U-CARソリューショングループ	1,262	1,396	1,355	92	7.4%
インターネットサービスグループ	267	333	318	51	19.1%
オートサービスグループ	1,526	1,610	1,673	146	9.6%
その他	-	-	1	1	-
営業利益	1,282	1,418	1,070	-212	-16.5%
SMSソリューショングループ	1,299	-	1,249	-49	-3.8%
U-CARソリューショングループ	342	-	352	9	2.8%
インターネットサービスグループ	-18	-	-20	-2	-
オートサービスグループ	100	-	87	-12	-12.8%
その他	-	-	-30	-30	-
調整額	-441	-	-568	-126	-
営業利益率	16.9%	15.8%	13.1%	-	-3.8pt
SMSソリューショングループ	28.6%	-	26.0%	-	-2.6pt
U-CARソリューショングループ	27.1%	-	26.0%	-	-1.1pt
インターネットサービスグループ	-6.8%	-	-6.4%	-	0.4pt
オートサービスグループ	6.6%	-	5.3%	-	-1.3pt

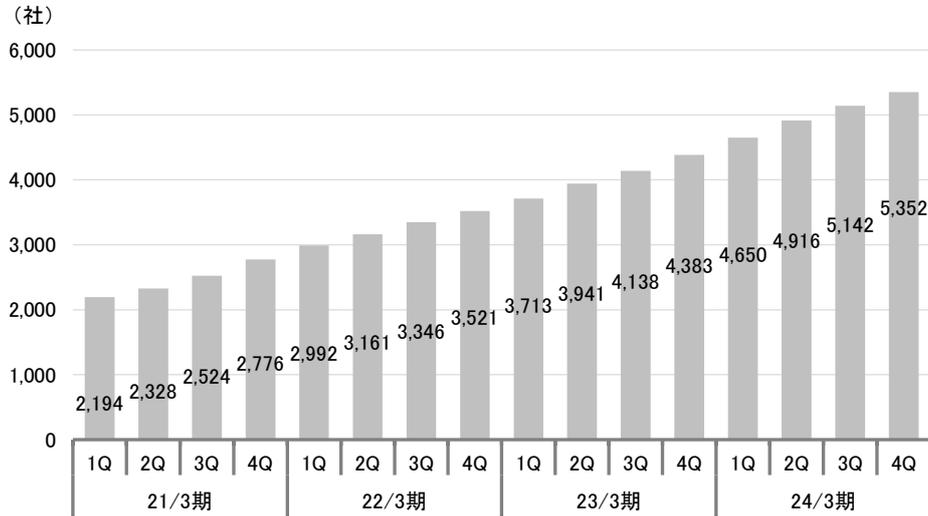
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) SMSソリューショングループ

SMSソリューショングループは、売上高が前期比 6.0% 増の 4,814 百万円、営業利益が同 3.8% 減の 1,249 百万円と増収減益になった。前年度のコロナ関連特需の剥落が前期比での主要な減益要因となったが、SMS が企業と顧客をつなぐ新たなコミュニケーション手段として幅広い分野で活用されたことにより、「メディア SMS」の導入社数の増加に加えて、既存顧客による SMS 配信数も順調に増加したことで売上高は増収基調を維持した。なお、「メディア SMS」の導入社数は、2024 年 3 月期末時点で 5,352 社となった。前期末と比べて 969 社、第 3 四半期末からは 210 社増加しており、順調に推移した。

業績動向

「メディアSMS」導入社数の推移



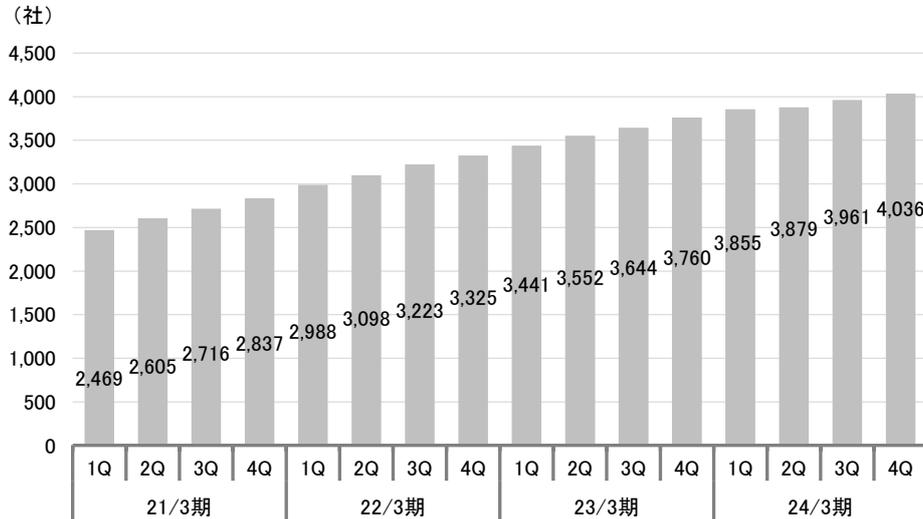
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) U-CAR ソリューショングループ

U-CAR ソリューショングループは、売上高が前期比 7.4% 増の 1,355 百万円、営業利益が同 2.8% 増の 352 百万円となった。「symphony」の導入社数は、2024 年 3 月期末時点で 4,036 社。前期末に比べ 276 社、第 3 四半期末からは 75 社増加しており、堅調に推移した。レベニューチャーンレートは微増となったが、引き続き 1% 未満と低水準で推移しており大きな懸念はないと見られる。なお、顧客である中古車販売店の「symphony」導入にあたっては、中古車販売業界の影響によって経営判断が左右される。2024 年 3 月期は第 2 四半期に導入社数の純増数が一時的に急減したが、これはビッグモーターの不正問題により中古車業界で一時的に様子見ムードが広がったことによるものと推察される。第 3 四半期以降は再び導入社数の純増ペースが従来の水準へと回復したことから、特段の懸念は不要と見られる。

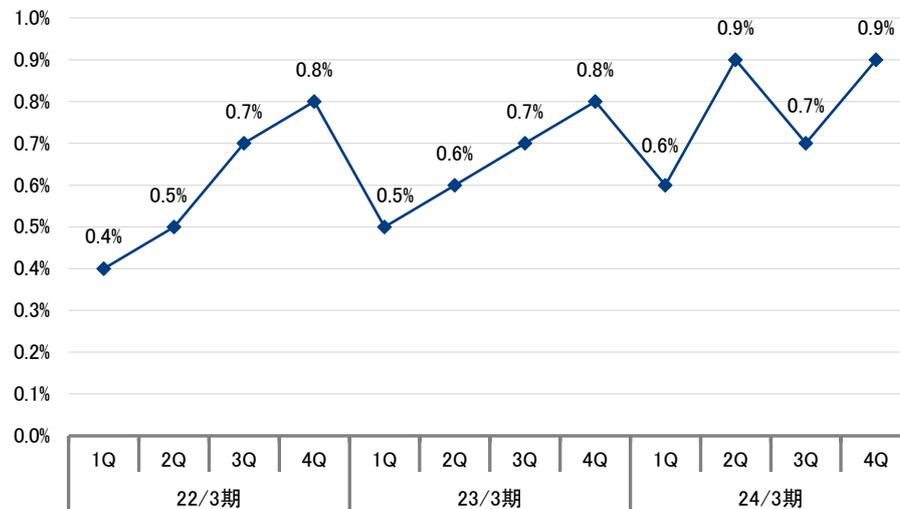
業績動向

「symphony」導入社数の推移



出所：決算説明資料、IR ニュースよりフィスコ作成

レベニューチャーンレートの推移


 注：算出方法は当月の解約月額利用料 / 先月末時点での月額利用料総額
 出所：決算説明資料より掲載

(3) インターネットサービスグループ

インターネットサービスグループは、売上高が前期比 19.1% 増の 318 百万円、営業損失 20 百万円（前期は 18 百万円の損失）となった。前期を上回る売上高を確保しながらも、ほぼ同水準の営業損失を計上した。

(4) オートサービスグループ

オートサービスグループは、売上高が前期比 9.6% 増の 1,673 百万円、営業利益が同 12.8% 減の 87 百万円となった。売上高は堅調に推移したものの、原価率の上昇や販管費の増加が影響した結果、増収減益となった。

2. 財務状況

(1) 連結貸借対照表

2024年3月期末における資産合計は前期末比601百万円増加の5,303百万円となった。主な要因は、投資有価証券の取得に伴い投資その他の資産が212百万円、有形固定資産が181百万円、売掛金の増加などに伴い流動資産が133百万円増加したことによるものである。一方、負債合計は同182百万円増加の1,706百万円となった。主な要因は、支払手形及び買掛金が65百万円、長期借入金・社債が49百万円、リース債務が57百万円増加したことなどによるものである。純資産合計は同418百万円増加3,597百万円となった。主な要因は、親会社株主に帰属する当期純利益673百万円の計上に伴う利益剰余金の増加によるものである。

自己資本比率は67.5%（前期末は67.5%）、2024年3月期の自己資本当期純利益率は19.9%（同29.1%）となった。財務の安定性は高く、今後も順調な業績拡大に伴い自己資本比率の上昇が続くことが見込まれる。

要約連結貸借対照表と主な経営指標

(単位：百万円)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	増減額
流動資産合計	1,134	1,624	3,119	3,309	3,443	133
現金及び預金	690	1,054	2,296	2,265	2,102	-162
固定資産合計	598	640	641	1,392	1,860	468
有形固定資産	291	299	307	316	497	181
無形固定資産	150	148	132	244	318	73
投資その他の資産	157	191	201	831	1,043	212
資産合計	1,737	2,267	3,762	4,702	5,303	601
流動負債合計	788	1,020	1,088	1,353	1,397	44
支払手形及び買掛金	165	233	356	443	508	65
短期借入金・1年以内償還予定社債等	233	238	159	136	142	6
固定負債合計	596	440	278	170	308	138
長期借入金・社債	546	391	226	90	139	49
負債合計	1,385	1,460	1,367	1,523	1,706	182
有利子負債	779	630	385	226	282	55
株主資本合計	352	807	2,395	3,136	3,602	465
その他の包括利益累計額	-	-	-	36	-22	-59
新株予約権	-	-	-	5	17	12
純資産合計	351	807	2,395	3,178	3,597	418
負債純資産合計	1,737	2,267	3,762	4,702	5,303	601
自己資本比率 (%)	20.3%	35.6%	63.7%	67.5%	67.5%	-
自己資本当期純利益率 (%)	41.0%	78.6%	35.8%	29.1%	19.9%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(2) 連結キャッシュ・フロー計算書

2024年3月期における各キャッシュ・フローの状況は次のとおりである。

1) 営業活動におけるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは602百万円の収入（前期は1,038百万円の収入）となった。主に、税金等調整前当期純利益1,085百万円、減価償却費98百万円、仕入債務の増加額65百万円などがあった一方、売上債権の増加額144百万円、法人税等の支払額584百万円などがあったことによるものである。

2) 投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは、451百万円の支出（前期は753百万円の支出）となった。主に、投資有価証券の取得による支出295百万円、無形固定資産の取得による支出122百万円、有形固定資産の取得による支出232百万円などによるものである。

3) 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、204百万円の支出（前期は240百万円の支出）となった。主に、長期借入金の返済による支出94百万円、社債の償還による支出50百万円、配当金の支払いによる支出186百万円などによるものである。

4) 現金及び現金同等物の期末残高

現金及び現金同等物の減少額は53百万円（前期は44百万円の増加）となった。期末における現金及び現金同等物の残高は2,259百万円となり、前期末の2,312百万円から若干の減少となった。

要約連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	392	621	566	1,038	602
減価償却費	83	87	87	68	98
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-142	-102	-100	-753	-451
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	250	519	466	284	150
財務活動によるキャッシュ・フロー	93	-154	774	-240	-204
現金及び現金同等物の増加額	343	363	1,241	44	-53
現金及び現金同等物の期首残高	319	663	1,027	2,268	2,312
現金及び現金同等物の期末残高	663	1,027	2,268	2,312	2,259

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

大口顧客向け単価引き下げの影響が一巡し、営業増益へ回帰。 会社計画を上回る売上伸び率の加速に期待

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高で前期比6.6%増の8,700百万円、営業利益が同2.7%増の1,100百万円、経常利益が同1.2%増の1,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同3.9%増の700百万円と、主力のSMSソリューショングループの売上高が前期比6.5%増の5,126百万円となることをはじめ、全事業が前期比で増収となる見通し。一方、売上高に対して営業利益の増加幅が小幅にとどまっているが、これは、高度人材採用などの人材投資を中心とした成長投資の実施や、マーケティング費用の拡大などを見込んでいることによる。一方、SMSソリューショングループの売上高においては「メディアSMS」の新規導入社数が売上高の先行指標となっており、四半期ごとに250社程度の新規顧客の増加が継続しているため、成長に鈍化は見られていない。今後は、2023年6月に設立したSparkle AI(株)が注力するブロックチェーンおよびAI関連技術を既存事業へ応用することや、新たなサービスのローンチによる差別化を狙っている。

事業別の売上高は、主力のSMSソリューショングループが前期比6.5%増の5,126百万円、U-CARソリューショングループが同8.5%増の1,470百万円、インターネットサービスグループが同19.4%増の380百万円、オートサービスグループが同2.8%増の1,720百万円を見込んでいる。同社では引き続きSMSソリューショングループとU-CARソリューショングループの主力2事業を主軸として継続的な業績の拡大を見込んでいる。SMSソリューショングループにおいては、国内SMS配信市場がSMS利用用途の拡大に伴い引き続き成長することを背景に増収を見込む。U-CARソリューショングループにおいては、引き続き「symphony」の導入社数の増加に取り組むことで売上高の拡大を目指す方針である。

ファブリカホールディングス | 2024年8月20日(火)
 4193 東証スタンダード市場 | <https://www.fabrica-hd.co.jp/ir>

今後の見通し

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	売上比	会社計画	売上比	
売上高	8,162	100.0%	8,700	100.0%	6.6%
SMS ソリューショングループ	4,814	59.0%	5,126	58.9%	6.5%
U-CAR ソリューショングループ	1,355	16.6%	1,470	16.9%	8.5%
インターネットサービスグループ	318	3.9%	380	4.4%	19.4%
オートサービスグループ	1,673	20.5%	1,720	19.8%	2.8%
その他	1	0.0%	4	0.0%	279.2%
営業利益	1,070	13.1%	1,100	12.6%	2.7%
SMS ソリューショングループ	1,249	26.0%	1,345	26.2%	7.6%
U-CAR ソリューショングループ	352	26.0%	354	24.1%	0.5%
インターネットサービスグループ	-20	-6.4%	86	22.6%	-
オートサービスグループ	87	5.3%	91	5.3%	3.5%
その他	-30	-	-40	-	-
調整額	-568	-	-736	-	-
経常利益	1,087	13.3%	1,100	12.6%	1.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	673	8.3%	700	8.0%	3.9%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 中期成長戦略

同社は、SMS 配信サービスと自動車販売事業者向けの業務支援サービスを主力事業とし、顧客数×顧客単価の最大化による高成長を続ける方針である。さらに、コアビジネスである SMS ソリューショングループと U-CAR ソリューショングループのプロダクト強化や提供価値の向上にとどまらず、「BtoB × SaaS」型のビジネス展開による企業のデジタル化の推進も打ち出している。具体的には、2022年7月に不動産 DX 事業を手掛ける(株)iimonとの資本業務提携を実施し、2023年2月末からEC特化型のCRMプラットフォームのアクションリンク事業を譲り受けた。加えて、人工知能やブロックチェーンへの研究開発も積極化しており、2023年6月に新たに設立した Sparkle AI においてブロックチェーン及び AI 関連技術の研究開発を進めている。

(1) SMS ソリューショングループ

基本戦略は、導入支援・コンサルティングを含めたサービス体制による「差別化戦略」で市場をけん引する戦略である。顧客数の最大化のためには、自治体の開拓、BtoB 向けサービスを展開するプラットフォームや大手 DX (デジタルトランスフォーメーション) コンサルティング事業者とのアライアンスの強化を促進する方針である。顧客単価については、既存顧客に対してよりニーズを深掘りしたコンサルティング営業を推進し、企業及び自治体の多様化するニーズや課題をソリューション化する高付加価値化に取り組む。

今後の見通し

(2) U-CAR ソリューショングループ

基本戦略は、「コスト・リーダーシップ戦略※」により顧客基盤の構築を進める戦略である。顧客数の最大化のためには、営業拠点数の増加による営業可能エリアの拡大を進めるとともに、社内用の営業管理システムの開発による営業効率の改善で、社員1人当たりの担当顧客数の増加を図る。2031年3月期には「symphony」の導入社数1万社（2024年3月末時点：4,036社）を目標としている。顧客単価については、中小規模の中古販売店が導入及び活用しやすい機能と料金を設定し、低コストの実現による競争優位を築きながらリース・オートローン・保証などの商品展開を行い、クロスセルで顧客単価を向上する方針である。

※ 同社における考え方は、競合他社より低い価格で積極的に顧客数を増やしつつ、より低い運営コストで収益も確保するもの。

中期方針

中期方針：主力2事業の売上高の高成長継続

顧客数の最大化 × 顧客あたり売上高の拡大

主力事業1 SMSソリューショングループ

基本戦略：差別化戦略

- 高付加価値化
- ソリューション営業の推進
- アライアンス強化
- サービス価値の浸透

主力事業2 U-CARソリューショングループ

基本戦略：コスト・リーダーシップ戦略

- 低価格による競争優位の確立
- 稼働率の向上
- チャーンレートの改善

出所：決算説明資料より掲載

株主還元策

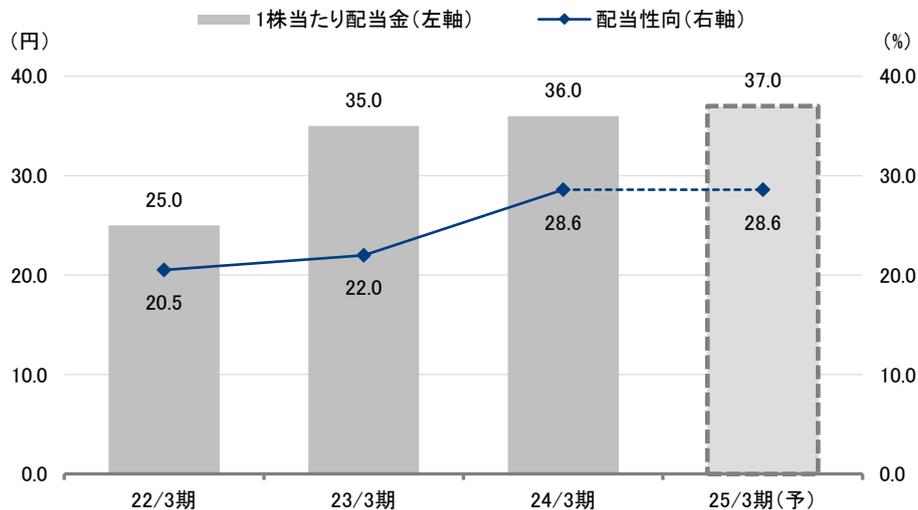
2025年3月期は前期比1.0円増配の37.0円の配当を計画

同社では株主に対する利益還元策を重要な経営課題の1つであると認識している。内部留保金については、既存事業の成長投資、また将来有望な新規分野及び人材への投資に活用し、自己株式の取得に関しては、資本効率や経営環境の変化に機動的に対応すべく、株価水準等を総合的に判断の上、機動的に実施。剰余金の配当については、収益力の強化や事業基盤の整備を実施しつつ、連結業績や財務状況、グループ事業戦略等を勘案したうえで、株主に対して安定的かつ継続的な利益還元として株主配当を実施する方針で、従来は配当性向20%を目標としてきたが、2024年3月期からは25～30%へと引き上げた。剰余金の配当を行う場合、年1回の期末配当を基本方針としている。

この基本方針に基づき、2024年3月期の配当については、期初計画どおりの36円の期末配当（配当性向28.6%）を実施した。

2025年3月期の配当については、利益回復に伴い、前期比1.0円増配の1株当たり37.0円の配当（配当性向28.6%）を実施する予定である。同社では着実に毎期の増配を達成するとともに、成長投資と内部留保の維持にも努める意向である。

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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