



3843

フリービット

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。



目次

要約	3
主要経営指標の推移	6
直近更新内容	7
業績動向	9
四半期業績動向	9
今期会社予想	12
中期業績の見通し	13
事業内容	19
事業の概要	19
市場とバリューチェーン	30
SW (Strengths, Weakness) 分析	33
財務諸表	36
損益計算書	36
貸借対照表	36
キャッシュフロー計算書	37
過去の業績	38
ニュース&トピックス	48
その他の情報	50
企業概要	52

要約

フリービット株式会社（以下、同社）は、グループとして、法人向け・個人向けにさまざまなインターネット関連サービスを提供する。B2Bでは、MVNO向け事業支援（MVNE）サービスやISP向け事業支援サービス、クラウドサービス、インターネット広告関連サービスなどを提供する。B2B2Cでは集合住宅向けISPサービスを、B2CではMVNOサービスや光回線サービスなどを提供する。なお同社は通信回線や通信帯域などを自社保有せず、主にNTTグループから調達する。2024年4月期売上高は53,038百万円（前期比13.4%増）、営業利益は5,888百万円（同46.9%増）であった。報告セグメントは、5Gインフラ支援事業、5G生活様式支援事業、企業・クリエイター5G DX支援事業の3つである。

同社は、通信インフラの進化に合わせて新しいサービスを展開し、事業を拡大してきた歴史がある。固定通信では、ダイヤルアップの時代（2001年ごろまで）には無料サービスの提供により地位を築き、xDSLやFTTHのブロードバンドサービスではISP's ISP（ISP事業者向けインターネット接続サービス）や集合住宅向けISPサービスにより事業を拡大した。一方、モバイル通信では、3Gでは最安値であったDTI SIMやMVNOによるfreebit mobileを提供し、その延長線上で4GではMVNEサービスを開始したものの、市場を支配するには至っていない。これまでの歴史が示すとおり、同社は価格訴求によりサービスを拡大したのち、それらサービスの基盤となるプラットフォームの提供にシフトしている。5Gに進化した現在、同社はさらにその方向性を強め、5G/web3時代のPlatformer Makerを目指すとする。

同社は、インターネットビジネス支援を事業目的に2000年5月に設立され、ISP支援事業を開始した。「Being The NET Frontier!（Internetをひろげ、社会に貢献する）」という企業理念のもと、事業領域をインフラレイヤーからサービスレイヤーへ、顧客領域をB2BからB2C（B2B2C含む）へ拡大している。通信インフラの構築支援だけではなく、そのインフラを活用する事業者のサービスやマーケティング支援が必要との考えのもと、時間を買う形でM&Aを進めてきた。

具体的には、2007年8月に個人向けにモバイル通信サービスやISPサービスを提供する株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（非上場、以下、DTI）を連結子会社化した。2009年3月には集合住宅向けISPサービスを提供する株式会社ギガプライズ（名証NXT 3830、出資比率61.07%、以下、ギガプライズ）を、2010年8月にはインターネット広告代理店の株式会社フルスピード（2022年9月1日上場廃止、以下、フルスピード）およびアフィリエイト広告事業を展開する株式会社フォーイット（以下、フォーイット）などを連結子会社化した。

5Gインフラ支援事業（2024年4月期売上高構成比17.8%、営業利益構成比25.5%）は、MVNO向け事業支援（MVNE）サービスやISP向け事業支援サービス、法人向けクラウドサービスを提供し、同社単体が主として属するセグメントである。同事業に関し、同社は売上高の内訳や回線数、ARPUなどの詳細は開示していない。ただし同社によると、売上高の大半がMVNEサービスで、次いでISP向けサービス、クラウドサービスの順とのことである。

主力のMVNEサービス「freebit MVNO Pack」は、同社がNTTドコモから通信帯域を調達し、MVNOに対して顧客独自の料金プランに基づく回線数ベースまたは帯域幅に基づく契約のもと、ネットワーク運用監視サービス、ユーザー管理ツール、クラウドやセキュリティなどのコンポーネントを提供する。外部のMVNOに加えて、5G生活様式支援事業において同社子会社のDTIが提供する「DTI SIM」や「トーンモバイル」も同サービスを利用する。

「freebit MVNO Pack」の収益構造は以下のとおりである。売上はMVNOとの契約形態により異なり、回線数ベースもしくは帯域幅ベースとなる。そこにクラウドやセキュリティなど追加する機能の料金が加算される。一方、費用側ではNTTドコモから調達する帯域原価に加え、運用費や設備費などが含まれる。帯域原価の基礎となるモバイルデータ接続料単価は、MNO各社が総務省に対し届け出るが、NTTドコモの接続料単価は、2018年度実績から2023年度（見込み値）にかけて年平均約20.5%下落している。同社によると、顧客数の増加により、同社が調達する帯域数は増加傾向にあるものの、接続料単価の下落により帯域原価は低下傾向にある。特に2022年4月期は接続料単価が前期比約27.5%下落するなどにより帯域原価は減少した。接続料単価の低下に伴う値下げなどにより減少傾向にあった売上高も新規参入事業者の獲得を背景に増収に転じたことで、2024年4月期もサービス粗利は増加傾向にあるとしている。

総務省のデータによると、2024年3月時点でのMVNO事業者数は1,889社で、MNOと直接契約する一次MVNOが829社、一次MVNOから再卸を受ける二次以降MVNOが1,060社であった。二次以降MVNOがMVNEサービスの顧客となるが、二次以降MVNOのうち30千契約以上有するのは31社に過ぎず、小規模な事業者がほとんどを占める。サービス区分別でみると、スマートフォン向けが中心となるSIMカード型MVNOは74社で、うち二次以降MVNOは31社で微増傾向にとどまる。MNOによる低価格プランの導入やサブブランドの浸透により、SIMカード型MVNO契約数は2022年3月に14,920千契約に減少したものの、その後増加に転じ、2024年3月は16,360千契約となった。

MVNEサービスを提供する会社は複数あるが、費用面での差別化は難しく、運用監視やセキュリティなどの付帯サービスにも大きな差はないとSR社では認識している。よって同社が選ばれる理由は価格面にあると推測する。さまざまな「モノ」がつながる5Gの時代では、特に通信モジュール市場においてコスト意識がさらに高まる可能性が高く、同社のMVNEサービスにとってビジネスチャンスがあるとSR社では考える。

5G生活様式支援事業（同47.7%、同56.2%）は、5G Homestyleとして集合住宅向けISPサービスや社宅管理代行サービスを、5G Lifestyleとして主にキッズやシニア向けを対象とした個人向けにモバイル通信サービスや、ISPサービスを提供する。5G Homestyleを提供するギガプライズを中心に、5G LifestyleのDTI、その他の新規事業を担当する同社単体が主として属する。

同事業の売上高は、ギガプライズが約80%を、DTIが約20%を占め、営業利益はギガプライズの営業利益がセグメント利益を上回る状況にある。ギガプライズは、集合住宅向け全戸一括型ISPサービスと社宅管理代行サービスを主に提供する。集合住宅向けISPサービスは、主としてアパートやマンションなどの中小規模の賃貸集合住宅向けに展開する。2024年4月期において、主として集合住宅向けISPサービスを提供するHomeIT事業の売上高はギガプライズの売上高の98.1%を占める。

集合住宅向けISPサービスでは、集合住宅に対しインターネット設備の設計、導入、工事から導入後のサービス運用・保守および入居者サポートを提供する。ハウスメーカーや不動産管理会社などのサービス提供先とギガプライズが直接契約を結ぶ。集合住宅全戸に対してインターネット設備を一括導入することで、入居者は個別にインターネット事業者と回線契約を結ぶ必要がなく、集合住宅に備え付けの設備を利用すれば、入居と同時にインターネットを利用可能となる。導入工事は子会社ギガテックが主体となる。

ギガプライズの2024年4月期のHomeIT事業売上高の70.5%が回線利用料からなるランニング収益、29.5%が接続機器の設置・設定作業からなるイニシャル収益であった。OEMの主要顧客は、大和ハウス工業株式会社（東証PRM 1925）系列のD.U-NET株式会社（2024年4月期売上高構成比41.3%）、大東建託株式会社（東証PRM 1878、同2.0%）とその子会社である大東建託パートナーズ株式会社（同16.6%）である。積水ハウス株式会社（東証PRM 1928）の子会社である積水ハウス不動産東京株式会社（同9.4%）を加えた4社で売上高の69.2%を占めた。2024年4月期末のISPサービス提供戸数は前期末比約158千戸増の約1,210千戸であった。

株式会社MM総研の「全戸一括型マンションISPシェア調査」（2024年3月末）によると、2024年3月末時点のサービス提供戸数は5,790千戸（前年同月比580千戸増）と過去最高となり、ギガプライズのシェアは第10位であった。ただし、この数値はOEM提供分を含んでおらず、ギガプライズがOEMで提供するシェア4位のD.U-NETを含む2024年4月末のサービス提供戸数は約1,210千戸（前年3月末比約158千戸増）と、シェア1位のアルテリア・ネットワークス株式会社をしのぐ規模であった。

DTIは、個人向けモバイル通信関連サービスを提供するほか、光回線など個人向けインターネット接続関連サービスも提供する。個人向けモバイル通信では「トーンモバイル」と「DTI SIM」のブランドで展開し、前者はネット経由、株式会社キタムラ（非上場）が展開する「カメラのキタムラ」に加え、2021年12月よりNTTドコモのエコノミーMVNOとしてドコモショップが取り扱いを開始した。後者はネット経由で販売する。主力の「トーンモバイル」ではインターネット使い放題（動画は1GBまで）で月額1,100円（税込）のワンプランを提供し、キッズやシニア層にフォーカスし、同社が独自で設計・開発したスマートフォンを提供することでこれまで差別化を図ってきた。2024年4月期においてはサービス提供端末を拡大し、NTTドコモが取り扱う2021年以降から最新モデルまでの全Android/iPhone端末での利用が可能となった。

企業・クリエイター5G DX支援事業（同34.5%、同18.7%）は、主としてインターネットマーケティング関連サービスやアドテクノロジー関連サービスが含まれる。フルスピードを中心にフルスピードの100%子会社であるフォーイット、同社単体などが属する。同事業の売上高・営業利益は、ほぼフルスピードグループのものである。

フルスピードは、マーケティングとアドテクノロジーを共に展開する点に特徴がある。収益構造としては、インターネットマーケティング事業では、ソーシャルメディアマーケティング、リスティング広告などが売上の大部分を占める。フルスピード社の資料によると、顧客からの広告掲載料が売上高となる。主な費用としては広告枠利用料を検索ポータルやインターネットメディアに支払う。

アドテクノロジー事業では、成果報酬型パフォーマンスマーケティング・プラットフォーム「afb」とディスプレイ型アドネットワーク「ADMATRIX DSP」が売上の大部分を占める。「afb」では、成果に応じて生じる広告料が売上となる一方で、アフィリエイトメディアに成果報酬手数料の支払いが発生する。「ADMATRIX」ではCPC（Cost Per Click、クリック課金）やCPM（Cost Per Mille、1,000回表示ごとのインプレッション課金）により売上が生じ、インターネットメディアの広告枠料の支払いが発生するとSR社は理解している。

業績動向

2024年4月期通期の売上高は前期比13.4%増、営業利益は同46.9%増、経常利益は同55.3%増、親会社株主に帰属する当期純利益は同99.0%増であった。連結子会社である株式会社ギガプライズおよびその子会社が決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更したことで、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算となる。通期会社予想の達成率は、売上高100.1%、営業利益100.6%、経常利益101.0%、親会社株主に帰属

する当期純利益108.1%であった。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前期比9.7%増の51,306百万円、営業利益は同37.0%増の5,489百万円、経常利益は同44.6%増の5,360百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同90.2%増の3,408百万円であった。

2025年4月期通期会社予想は、売上高54,000百万円（前期比1.8%増）、営業利益5,700百万円（同3.2%減）、経常利益5,500百万円（同4.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益3,000百万円（同15.9%減）を見込む。営業利益以下の各段階利益が減益予想となっているが、2024年4月期においてギガプライズおよびその子会社が13ヵ月決算となったことに加え、前期予定していた戦略投資の繰越しが背景である。決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前期比5.3%増、営業利益は同3.8%増、経常利益は同2.6%増、親会社株主に帰属する当期純利益は同12.0%減となる。親会社株主に帰属する当期純利益の減益予想は、2024年4月期に投資有価証券および関係会社株式の売却益ならびに繰延税金資産の計上による一時的な影響約450百万円が計上されたためである。なお、同社によると2025年4月期の戦略投資は2024年4月期並みを想定している模様である。

同社は2024年7月24日に、新たな中期経営計画『SiLK VISION 2027』を公表した。『SiLK VISION 2027』では、「通信生まれのweb3（5G+AI）実装企業」をテーマとする。そしてweb3の根幹技術となる独自開発のブロックチェーンとAIを駆使しつつ、その社会実装に向けた取り組みをより一層推進していく。2027年4月期業績目標として、連結売上高63,000～70,000百万円、連結営業利益8,000百万円を掲げる。既存事業では売上高62,000百万円、営業利益7,400百万円を目標とし、2024年4月期から売上高11,000百万円、営業利益1,900百万円の積み上げを計画する。また、アップサイド施策として、2024年4月期までのシードを中心に海外展開やM&Aも含め、売上高1,000～8,000百万円、営業利益600百万円を既存事業からさらに積み上げることを目標とする内訳である。

株主還元方針としては、単年度の総還元性向25%もしくは1株あたり30円の大きい方を基準とした配当を実施しつつ、最終年度の2027年4月期に総還元性向30%を目標とする。キャピタルアロケーションとしては、2027年4月期までに事業活動にて創出する営業キャッシュフローにおいて12,000百万円以上のキャッシュインを見込む。一方、既存事業の継続的成長を企図した事業投資をはじめ、機動的な実施を可能とするM&A資金の確保、SiLK Investment Policyに則ったグループ戦略の推進など、「成長投資」として7,500百万円以上の配分を計画する。また、株主還元方針に則り「株主還元」の総額として3,000百万円程度、その他、継続的な人的投資と健全な財務体質維持における内部留保などにおいて1,500百万円程度のアロケーションを計画する。

同社の強みと弱み

SR社では同社の強みは以下の3点と考える（後述の「SW（Strengths & Weaknesses）分析」の項参照）。

- 1) ネットワークとデバイス両面で蓄積してきた経験を、さまざまな「モノ（デバイス）」がつながる5G時代の新サービス開発に生かせること
- 2) NTTドコモの約2,000店の販売網活用により、2026年3月末に停波予定の3Gユーザーにリーチしやすくなること
- 3) 集合住宅向けISPサービスで複数の賃貸住宅管理会社大手を顧客に持つこと

一方、弱みは以下の3点と考える。

- 1) 相対的な企業体力の小ささにより、MVNOサービスの展開力が制限されること
- 2) 個人向けサービスにおいて知名度が低いこと
- 3) フルスピードの抜本的な構造改革の成果が顕在化するまでには時間を要すること

MVNO（Mobile Virtual Network Operator）：仮想移動体通信事業者。NTTドコモなどMNOから通信回線を借り受け、サービスを提供している事業者のこと。

MNO（Mobile Network Operator）：移動体通信事業者。NTTドコモなど、総務省から直接、周波数帯を割り当てられ、自社の回線網を使用して通信サービスを提供する事業者のこと。

MVNE（Mobile Virtual Network Enabler）：仮想移動体サービス提供者。MNOから回線をまとめて借りて通信制御を行い、小分けにしてMVNOにサービスを提供するほか、技術やノウハウの提供など、MVNOに対して運営支援を行う。

ISP（Internet Service Provider）：インターネット接続サービスを提供する事業者。インターネット回線に接続するためのアクセスポイントを提供する。

コロケーション：データセンター内に顧客が所有するサーバーやネットワーク機器などを設置するスペースを借りることのできるサービス。

主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	15年4月期 連結	16年4月期 連結	17年4月期 連結	18年4月期 連結	19年4月期 連結	20年4月期 連結	21年4月期 連結	22年4月期 連結	23年4月期 連結	24年4月期 連結	25年4月期 会社予想
売上高	21,469	28,390	35,222	38,654	50,366	55,295	52,010	43,076	46,772	53,038	54,000
前年比	3.9%	32.2%	24.1%	9.7%	30.3%	9.8%	-5.9%	-17.2%	8.6%	13.4%	1.8%
売上総利益	7,560	8,212	8,215	10,667	15,153	16,817	15,449	12,410	13,327	15,386	
前年比	-5.5%	8.6%	0.0%	29.8%	42.1%	11.0%	-8.1%	-19.7%	7.4%	15.5%	
売上総利益率	35.2%	28.9%	23.3%	27.6%	30.1%	30.4%	29.7%	28.8%	28.5%	29.0%	
営業利益	1,245	1,903	1,321	1,851	2,982	2,588	3,403	3,165	4,008	5,888	5,700
前年比	-5.8%	52.9%	-30.6%	40.1%	61.1%	-13.2%	31.5%	-7.0%	26.6%	46.9%	-3.2%
営業利益率	5.8%	6.7%	3.8%	4.8%	5.9%	4.7%	6.5%	7.3%	8.6%	11.1%	10.6%
経常利益	982	1,323	808	1,426	2,569	2,481	3,662	2,879	3,707	5,756	5,500
前年比	-19.5%	34.6%	-38.9%	76.6%	80.1%	-3.4%	47.6%	-21.4%	28.8%	55.3%	-4.5%
経常利益率	4.6%	4.7%	2.3%	3.7%	5.1%	4.5%	7.0%	6.7%	7.9%	10.9%	10.2%
当期純利益	1,026	553	-150	-567	279	-619	1,587	828	1,792	3,566	3,000
前年比	335.1%	-46.1%	-	-	-	-	-	-47.8%	116.5%	99.0%	-15.9%
純利益率	4.8%	1.9%	-0.4%	-1.5%	0.6%	-1.1%	3.1%	1.9%	3.8%	6.7%	5.6%
一株当たりデータ(円、株式分割、併合調整後)											
期末発行済株式数(千株)	22,545	22,195	22,195	22,195	22,195	21,944	20,992	18,800	19,960	19,972	
EPS	51.40	24.75	-6.77	-25.56	12.59	-27.93	74.06	41.86	95.07	178.58	150.24
DPS	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.50	8.00	27.00	30.00
BPS	436.56	449.30	434.70	399.88	405.57	368.19	415.12	366.01	412.94	582.26	
貸借対照表 (百万円)											
現金・預金・有価証券	6,983	7,911	10,249	13,656	15,459	15,721	17,621	17,741	18,306	18,722	
流動資産合計	12,597	15,990	17,414	22,013	27,558	33,116	28,797	29,820	30,640	31,818	
有形固定資産	1,790	1,710	1,886	2,123	2,925	2,725	2,661	2,483	2,476	3,038	
投資その他の資産計	2,222	1,839	1,588	2,391	3,045	2,958	2,828	2,285	2,421	2,743	
無形固定資産	2,715	2,393	4,709	4,269	5,636	3,672	551	463	389	585	
資産合計	19,324	21,932	25,597	30,797	39,164	42,472	34,836	35,050	35,926	38,184	
支払手形及び買掛金	60	53	286	87	449	652	421	342	256	352	
短期有利子負債	2,367	2,846	2,212	2,697	3,349	5,460	5,892	5,271	5,834	5,806	
流動負債合計	6,983	9,050	9,580	10,352	13,835	17,764	13,908	13,802	14,364	14,150	
長期有利子負債	1,534	1,585	4,288	9,411	13,593	13,438	8,426	9,873	10,158	8,338	
固定負債合計	1,686	1,717	4,766	9,769	14,021	13,860	8,779	10,209	10,530	8,837	
負債合計	8,669	10,767	14,346	20,121	27,855	31,624	22,687	24,011	24,894	22,987	
純資産合計	10,654	11,165	11,251	10,675	11,309	10,849	12,149	11,039	11,032	15,197	
有利子負債(短期及び長期)	3,901	4,431	6,500	12,108	16,942	18,897	14,318	15,145	15,992	14,144	
キャッシュフロー計算書 (百万円)											
営業活動によるキャッシュフロー	2,207	1,752	3,812	1,030	3,182	1,480	7,123	2,334	3,322	4,226	
投資活動によるキャッシュフロー	-524	-509	-2,291	-2,141	-3,688	-1,870	-2,656	511	-645	-1,085	
財務活動によるキャッシュフロー	585	-306	844	4,505	2,321	626	-2,572	-2,731	-2,111	-2,720	
財務指標											
総資産経常利益率 (ROA)	5.4%	6.4%	3.4%	5.1%	7.3%	6.1%	9.5%	8.2%	10.4%	15.5%	
自己資本純利益率 (ROE)	12.9%	5.6%	-1.5%	-6.1%	3.1%	-7.3%	18.9%	10.6%	23.7%	35.9%	
自己資本比率	50.9%	45.5%	37.7%	28.8%	23.0%	19.0%	25.0%	19.6%	22.9%	30.5%	

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

直近更新内容

2025年4月期配当予想の修正および中期経営計画『SiLK VISION 2027』を発表

2024年7月24日

フリービット株式会社（東証PRM 3843、以下、同社）は2025年4月期配当予想の修正ならびに中期経営計画『SiLK VISION 2027』を発表した。

（リリースへのリンクはこちら1・2）

2025年4月期配当予想の修正

修正内容

- 第2四半期末配当金：0.00円（前回未定）
- 期末配当金：30.00円（前回未定）

修正理由

2024年5月よりスタートした中期経営計画『SiLK VISION 2027』においては、売上・利益の成長を鑑みつつ、「成長投資」「株主還元」「健全な財務体質の維持」の3つのバランスを考慮しながら、余剰資本や財務余力に応じた配当または自己株式取得などの株主還元を積極的に実行していくことを計画している。この計画に基づき、2025年4月期の期末配当予想については、前期実績から1株当たり3.00円増配し、1株につき30.00円とする。

中期経営計画『SiLK VISION 2027』を発表

同社は、同社グループの中期経営計画『SiLK VISION 2027』（以下、SV2027）を2024年5月よりスタートした。概要は以下のとおりである。

対象期間

2025年4月期～2027年4月期の3カ年

趣旨

同社グループは、2021年から2030年の10カ年計画を視野に入れた企業経営を推進している。前3カ年の中期経営計画『SiLK VISION 2024』（以下、SV2024）においては、戦略投資を積極的に実行しつつ、SiLK Investment Policyに則り、事業のオフバランス化や垂直統合などにおいて財務体質の改善を行った。また株式会社フルスピードの完全子会社による新規事業立ち上げの加速化およびリソースの再配置、株式会社ギガプライズの決算期変更、アルプスアルパイン株式会社との資本業務提携によるモビリティ領域における共同開発ならびに「LIVINGTOWN みなとみらい」での5G共同実証実験など、グループとしての競争力向上に向けた取り組みを進めてきた。

その結果、SV2024の最終年度である2024年4月期において、当初の業績目標であった売上高50,000百万円、営業利益5,000百万円を大きく上回る実績を達成した。また、web3における取り組みについても、世界第3位規模（同社調べ）のnode数に到達したTONE Chain や医療/ヘルスケア領域/EdgeAI/生成AI領域といった「非中央集権化の動き」に合わせた事業のシードを開拓してきており、SV2027へのセットアップも完了している。

一方で、SV2024期間中に発生した国際情勢の変化による経済格差などの新たな社会課題の解決に向けては、分散型の仕組みを作ることが不可欠であり、その実装のためには、Web2.0とweb3を対立軸とするのではなく、協調と調整をしながらハイブリッドに組み合わせていくことが必要だと同社グループは捉えている。

社会課題の解決に向けて、同社グループは、日本政府が推進する「Trusted Web」構想のもと、通信とAIのトレーサビリティや約束ごとの確実な実行において得られる“信用（Trust）”を核とした「通信生まれのweb3（5G+AI）実装企業」をSV2027のテーマとする。そしてweb3の根幹技術となる独自開発のブロックチェーンとAIを駆使しつつ、その社会実装に向けた取り組みをより一層推進していく。

2027年4月期業績目標

- 連結売上高：63,000～70,000百万円
- 連結営業利益：8,000百万円

既存事業においては、売上高62,000百万円、営業利益7,400百万円を目標とし、2024年4月期から売上高11,000百万円、営業利益1,900百万円の積み上げを計画する。また、アップサイド施策として、SV2024までのシードを中心に海外展開やM&Aも含め、売上高1,000～8,000百万円、営業利益600百万円を既存事業からさらに積み上げることを目標とした内訳になっている。なお、売上高については、ハードウェアやソフトウェア、もしくはサービスとしてなど、そのビジネスモデルによって金額規模は異なるものと想定し、レンジでの設定としている。

株主還元方針

SV2027において計画する売上・利益の成長を鑑みつつ、余剰資本や財務余力に応じた配当または自己株式取得などの株主還元を、株主への利益還元、将来の事業展開や競争力強化に向けた設備投資およびM&A、健全な財務体質の維持、の3つのバランスを考慮しながら積極的に実行していく。

SV2027においては、単年度の総還元性向25%もしくは1株あたり30円の大きい方を基準とした配当を実施しつつ、SV2027最終年度の2027年4月期に総還元性向30%を目標とする。

さらに、web3体験/コミュニティによる新しい株主還元の仕組みとして「株主DAO」を2024年6月末に開始した。同社が独自開発したレイヤー1ブロックチェーン「TONE Chain」ネットワークへの参加・貢献への報酬として「TONE Coin」を付与するほか、株主同士の交流をはじめ、同社の経営陣やIR担当者との交流も可能な株主掲示板への参加権も付与する。

キャピタルアロケーション

同社グループは、SV2027における事業活動にて創出する営業キャッシュフローにおいて12,000百万円以上のキャッシュインを見込んでいる。生み出した原資については、既存事業の継続的成長を企図した事業投資をはじめ、機動的な実施を可能とするM&A資金の確保、SiLK Investment Policyに則ったグループ戦略の推進など、「成長投資」として7,500百万円以上の配分を計画する。また、上記株主還元方針に則り「株主還元」の総額として3,000百万円程度、その他、継続的な人的投資と健全な財務体質維持における内部留保などにおいて1,500百万円程度のアロケーションを計画し、継続的な企業価値向上を目指していく。

資本コストと企業価値を意識した経営

同社の自己資本利益率（ROE）は、SV2024における平均で23.4%であり、東証プライム市場平均値および想定する資本コスト（8～9%）を上回る水準を維持している。一方、同社の株価収益率（PER）については、現状、通信カテゴリーの銘柄であると評価されていることから、9倍台となっている。SV2027では、テーマである「通信生まれのweb3（5G+AI）実装企業」となるべくそのテーマに沿った取り組みのほか、既存事業も含めた継続的事业成長、M&AやSiLK Investment Policyに則ったグループ戦略の推進などの成長投資と株主還元の拡大も積極的に実行していく。そして、より株価収益率（PER）が高いweb3（40～60倍）やAI（35～70倍）へのカテゴリーチェンジを行っていくことで、さらなる企業価値向上を目指していく。

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移 (累計) (百万円)	24年4月期				25年4月期				25年4月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	進捗率	会社予想
売上高	14,040	27,073	39,992	53,038	13,291				24.6%	54,000
前年同期比	26.0%	19.9%	16.9%	13.4%	-5.3%					1.8%
売上原価	9,916	19,281	28,337	37,651	9,342					
前年同期比	25.5%	20.4%	17.0%	12.6%	-5.8%					
原価率	70.6%	71.2%	70.9%	71.0%	70.3%					
売上総利益	4,124	7,792	11,655	15,386	3,949					
前年同期比	27.3%	18.7%	16.5%	15.5%	-4.2%					
売上総利益率	29.4%	28.8%	29.1%	29.0%	29.7%					
販管費	2,460	4,721	6,985	9,499	2,486					
前年同期比	3.6%	2.6%	2.2%	1.9%	1.1%					
売上高販管費比率	17.5%	17.4%	17.5%	17.9%	18.7%					
営業利益	1,665	3,072	4,670	5,888	1,463				25.7%	5,700
前年同期比	92.5%	56.5%	47.4%	46.9%	-12.1%					-3.2%
営業利益率	11.9%	11.3%	11.7%	11.1%	11.0%					10.6%
経常利益	1,624	3,014	4,592	5,756	1,451				26.4%	5,500
前年同期比	110.0%	67.0%	54.9%	55.3%	-10.6%					-4.5%
経常利益率	11.6%	11.1%	11.5%	10.9%	10.9%					10.2%
四半期純利益	863	1,981	2,869	3,566	814				27.1%	3,000
前年同期比	182.5%	134.8%	73.2%	99.0%	-5.7%					-15.9%
四半期純利益率	6.2%	7.3%	7.2%	6.7%	6.1%					5.6%

四半期業績推移 (百万円)	24年4月期				25年4月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	14,040	13,033	12,919	13,045	13,291			
前年同期比	26.0%	13.9%	11.0%	3.9%	-5.3%			
売上原価	9,916	9,365	9,057	9,314	9,342			
前年同期比	25.5%	15.4%	10.5%	0.9%	-5.8%			
原価率	70.6%	71.9%	70.1%	71.4%	70.3%			
売上総利益	4,124	3,668	3,862	3,732	3,949			
前年同期比	27.3%	10.4%	12.3%	12.2%	-4.2%			
売上総利益率	29.4%	28.1%	29.9%	28.6%	29.7%			
販管費	2,460	2,261	2,264	2,514	2,486			
前年同期比	3.6%	1.6%	1.3%	1.2%	1.1%			
売上高販管費比率	17.5%	17.3%	17.5%	19.3%	18.7%			
営業利益	1,665	1,407	1,599	1,217	1,463			
前年同期比	92.5%	28.2%	32.6%	45.0%	-12.1%			
営業利益率	11.9%	10.8%	12.4%	9.3%	11.0%			
経常利益	1,624	1,390	1,578	1,164	1,451			
前年同期比	110.0%	34.8%	36.2%	-	-10.6%			
経常利益率	11.6%	10.7%	12.2%	8.9%	10.9%			
四半期純利益	863	1,117	888	697	814			
前年同期比	182.5%	107.7%	9.2%	-	-5.7%			
四半期純利益率	6.2%	8.6%	6.9%	5.3%	6.1%			

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

セグメント別業績推移

四半期業績推移 (累計) (百万円)	24年4月期				25年4月期				25年4月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	進捗率	会社予想
売上高	14,040	27,073	39,992	53,038	13,291				24.6%	54,000
前期比	26.0%	19.9%	16.9%	13.4%	-5.3%					
5Gインフラ支援事業	2,428	4,924	7,425	9,932	2,547					
前期比	4.3%	4.1%	4.4%	4.7%	4.9%					
売上高構成比	16.5%	17.4%	17.7%	17.8%	18.3%					
5G生活様式支援事業	7,600	13,655	19,904	26,612	6,214					
前期比	38.8%	22.4%	18.7%	14.4%	-18.2%					
売上高構成比	51.7%	48.1%	47.4%	47.7%	44.6%					
企業・クリエイター5G DX支援事業	4,668	9,799	14,655	19,278	5,162					
前期比	15.6%	21.3%	18.0%	14.4%	10.6%					
売上高構成比	31.8%	34.5%	34.9%	34.5%	37.1%					
その他	-	-	-	-	-					
前期比	-	-	-	-	-					
売上高構成比	-	-	-	-	-					
調整額	-656	-1,305	-1,991	-2,785	-632					
営業利益	1,665	3,072	4,670	5,888	1,463				25.7%	5,700
前期比	92.5%	56.5%	47.4%	46.9%	-12.1%					
営業利益率	11.9%	11.3%	11.7%	11.1%	11.0%					
5Gインフラ支援事業	463	907	1,342	1,506	325					
前期比	17.7%	23.6%	15.6%	9.3%	-29.7%					
営業利益率	19.1%	18.4%	18.1%	15.2%	12.8%					
営業利益構成比	27.8%	29.5%	28.7%	25.5%	22.2%					
5G生活様式支援事業	1,009	1,746	2,579	3,319	769					
前期比	167.5%	78.2%	68.0%	62.8%	-23.7%					
営業利益率	13.3%	12.8%	13.0%	12.5%	12.4%					
営業利益構成比	60.6%	56.9%	55.2%	56.2%	52.6%					
企業・クリエイター5G DX支援事業	199	429	767	1,104	373					
前期比	106.3%	67.8%	59.3%	82.7%	87.7%					
営業利益率	4.3%	4.4%	5.2%	5.7%	7.2%					
営業利益構成比	11.9%	14.0%	16.4%	18.7%	25.5%					
その他	-5	-11	-16	-21	-5					
前期比	-	-	-	-	-					
営業利益率	-	-	-	-	-					

	-0.3%	-0.3%	-0.3%	-0.4%	-0.4%
調整額	-0	1	-2	-21	1
四半期業績推移	24年4月期				25年4月期
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q 2Q 3Q 4Q
売上高	14,040	13,033	12,919	13,045	13,291
前期比	26.0%	13.9%	11.0%	3.9%	-5.3%
5Gインフラ支援事業	2,428	2,497	2,500	2,508	2,547
前期比	4.3%	3.8%	5.2%	5.4%	4.9%
売上高構成比	16.5%	18.2%	18.4%	18.1%	18.3%
5G生活様式支援事業	7,600	6,054	6,249	6,709	6,214
前期比	38.8%	6.6%	11.5%	3.3%	-18.2%
売上高構成比	51.7%	44.3%	45.9%	48.5%	44.6%
企業・クリエイター5G DX支援事業	4,668	5,131	4,855	4,624	5,162
前期比	15.6%	27.1%	11.9%	4.3%	10.6%
売上高構成比	31.8%	37.5%	35.7%	33.4%	37.1%
その他	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-
売上高構成比	-	-	-	-	-
調整額	-656	-649	-686	-794	-632
営業利益	1,665	1,407	1,599	1,217	1,463
前期比	92.5%	28.2%	32.6%	45.0%	-12.1%
営業利益率	11.9%	10.8%	12.4%	9.3%	11.0%
5Gインフラ支援事業	463	444	435	164	325
前期比	17.7%	30.5%	1.9%	-24.6%	-29.7%
営業利益率	19.1%	17.8%	17.4%	6.6%	12.8%
営業利益構成比	27.8%	31.6%	27.2%	13.3%	22.2%
5G生活様式支援事業	1,009	738	833	740	769
前期比	167.5%	22.3%	49.9%	0	-23.7%
営業利益率	13.3%	12.2%	13.3%	11.0%	12.4%
営業利益構成比	60.6%	52.5%	52.0%	59.9%	52.6%
企業・クリエイター5G DX支援事業	199	230	339	337	373
前期比	106.3%	44.4%	49.7%	174.8%	87.7%
営業利益率	4.3%	4.5%	7.0%	7.3%	7.2%
営業利益構成比	11.9%	16.3%	21.1%	27.3%	25.5%
その他	-5	-5	-5	-5	-5
前期比	-	-	-	-	-
営業利益率	-	-	-	-	-
営業利益構成比	-0.3%	-0.4%	-0.3%	-0.4%	-0.4%
調整額	-0	1	-3	-19	1

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

2025年4月期第1四半期実績

- 売上高：13,291百万円（前年同期比5.3%減）
- 営業利益：1,463百万円（同12.1%減）
- 経常利益：1,451百万円（同10.6%減）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：814百万円（同5.7%減）

2025年4月期第1四半期の売上高は前年同期比5.3%減、営業利益は同12.1%減、経常利益は同10.6%減、親会社株主に帰属する四半期純利益は同5.7%減であった。連結子会社である株式会社ギガプライズおよびその子会社は、2024年4月期第1四半期に決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更した。その結果、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算、2024年4月期第1四半期は2023年4月1日から2023年7月31日の4カ月決算となる。同社によると、決算期変更の影響を除いた場合、2025年4月期第1四半期の売上高は同8.0%増、営業利益は同15.5%増となる。

通期会社予想の進捗率は、売上高24.6%（前年同期の前期実績に対する進捗率26.5%）、営業利益25.7%（同28.3%）、経常利益26.4%（同28.2%）、親会社株主に帰属する当期純利益27.1%（同24.2%）であった。同社によると、当第1四半期業績は順調な進捗であり、セグメント別では特に企業・クリエイター5G DX支援事業が想定以上に好調だったとのことである。なお、2025年4月期通期会社予想の修正はなかった。

売上高

2025年4月期第1四半期の売上高は前年同期比5.3%減であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同4.9%増、5G生活様式支援事業が同18.2%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同10.6%増となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、当第1四半期の売上高は同8.0%増、5G生活様式支援事業の売上高は同5.9%増であった。

営業利益

2025年4月期第1四半期の営業利益は前年同期比12.1%減であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同29.7%減、5G生活様式支援事業が同23.7%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同87.7%増となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、当第1四半期の営業利益は同15.5%増、5G生活様式支援事業の営業利益は同26.0%増であった。

当第1四半期において、5Gデータセンター移設や「StandAlone」プラットフォームの多面展開など、新たな成長ドライバーへ125百万円を投資した。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が40百万円、5G生活様式支援事業が39百万円、企業・クリエイター5G DX支援事業が45百万円であった。なお同社は、新たな中期経営計画『SiLK VISION 2027』への移行に合わせて前期まで開示してきた戦略投資の開示を取りやめている。同社によると、今回から開示された新たな成長ドライバーへの投資は戦略投資とは異なり、『SiLK VISION 2027』で示されているアップサイド施策に関連する投資とのことである。

経常利益

2025年4月期第1四半期の経常利益は前年同期比10.6%減であった。支払手数料の減少などにより営業外損益は改善しており、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、経常利益は同18.2%増であった。

親会社株主に帰属する四半期純利益

2025年4月期第1四半期の親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比5.7%減であった。主に税金費用が95百万円、非支配株主に帰属する四半期純利益が21百万円増加した。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、親会社株主に帰属する四半期純利益は同15.3%増であった。

セグメント別業績動向

5Gインフラ支援事業

- 売上高：2,547百万円（前年同期比4.9%増）
- 営業利益：325百万円（同29.7%減）

2025年4月期第1四半期は、MVNEとしてのMVNO向け事業支援サービスの規模拡大が堅調に推移した一方、ネットワーク設備更改による一時費用や人件費などが増加した結果、売上高は前年同期比4.9%増、営業利益は同29.7%減となった。

営業利益（前年同期比138百万円減）の増減要因は、B2B2X（B/C）モバイルにおけるサービス利用増が60百万円の増益要因となった。一方、B2B2X（B/C）モバイルの通信品質向上に係る費用が54百万円、クラウドサービス事業における為替変動影響などによる仕入原価増などが28百万円、その他人材強化などによる共通費増などが減益要因となった。なお、当第1四半期の5Gインフラ支援事業における新たな成長ドライバーへの投資は40百万円で、5Gデータセンターの移設などに投じられた。

MVNO向けのモバイルサービスでは、顧客ニーズに合わせた独自プラン（アカウント卸）や帯域幅による提供（帯域卸）に加え、ネットワーク運用監視サービスや管理ツール、クラウド・固定IP・VoIPなどのコンポーネントを提供する。同社によると、回線の絶対数としては帯域卸が多いものの、伸びているのはアカウント卸であり、かつアカウント卸において「データ+SMS+音声」SIMの比率が引き続き上昇傾向にあることが増収ならびに売上総利益率の改善につながっているとのことである。2024年7月末の販売SIMの構成比は、データ+SMS+音声が48.8%、データ+SMSが3.6%、データが47.6%であった。なお、同社によると、2025年4月期第1四半期はIoT向けサービス用のデータSIMの販売が一時的に増加したとのことである。

5G生活様式支援事業

- 売上高：6,214百万円（前年同期比18.2%減）
- 営業利益：769百万円（同23.7%減）

2025年4月期第1四半期は、主に5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）におけるサービス提供戸数が順調に推移した。売上高は前年同期比18.2%減、営業利益は同23.7%減となったが、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は同5.9%増、営業利益は同26.0%増であった。

営業利益（前年同期比240百万円減）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が112百万円、web3・5G Healthstyle領域・データ連携プロジェクトに係る費用減が44百万円、TONE事業の獲得コストコントロールなどによる利益改善が33百万円の増益要因となった。一方、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更が398百万円、5G Lifestyle（DTI）の固定網サービス利用減に伴う利益減が17百万円、その他が13百万円の減益要因となった。なお、当第1四半期の5G生活様式支援事業における新たな成長ドライバーへの投資は39百万円であった。

ギガプライズの重要指標である集合住宅向けISPサービスの2024年7月期末の提供戸数は前四半期末比34千戸増の1,243千戸と、順調に推移した。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：5,162百万円（前年同期比10.6%増）
- 営業利益：373百万円（同87.7%増）

2025年4月期第1四半期は、アフィリエイト事業を中心に業績が堅調に推移した結果、売上高は前年同期比10.6%増、営業利益は同87.7%増となった。

営業利益（前年同期比174百万円増）の増減要因は、国内外におけるアフィリエイト事業の売上増による利益増が125百万円、アドテックプロダクトにおけるコスト削減施策などによる利益増が59百万円の増益要因となった一方、その他が9百万円の減益要因となった。なお、当第1四半期の企業・クリエイター5G DX支援事業における新たな成長ドライバーへの投資は45百万円で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

トピックス

日本最大クラスの病床数/臨床データ基盤を持つ学校法人藤田学園と共同研究開発の基本合意書を締結

同社は2024年5月20日、学校法人藤田学園と共同研究開発などを行うことについて基本合意したと発表した。藤田医科大学内「ヘルスケアデータアーキテクチャーセンター」と連携して、藤田学園が保有する日本最大規模の医療情報（医療ビッグデータ）を活用し、同社が保有するweb3を含む特許技術などと連携し、共同で研究開発を行う。

同社と藤田学園は、本合意に先行して昨年より共同の取り組みを開始しており、今後は合同で新会社を設立することなどを検討しながら、Trusted Webの概念に沿ったサービスを構築していく予定である。同社は中期経営計画「SiLK VISION 2027」の主要テーマである5G/web3の“社会実装”に向けて、医療分野においても、幅広い形で最先端の技術やサービスを提供する取り組みを進めていく考えである。

今期会社予想

2025年4月期通期会社予想

(百万円)	24年4月期			25年4月期
	上期実績	下期実績	通期実績	通期会予
売上高	27,073	25,965	53,038	54,000
前年比	19.9%	7.3%	13.4%	1.8%
営業利益	3,072	2,816	5,888	5,700
前年比	56.5%	37.7%	46.9%	-3.2%
営業利益率	11.3%	10.8%	11.1%	10.6%
経常利益	3,014	2,742	5,756	5,500
前年比	67.0%	44.2%	55.3%	-4.5%
経常利益率	11.1%	10.6%	10.9%	10.2%
当期純利益	1,981	1,585	3,566	3,000
前年比	134.8%	67.1%	99.0%	-15.9%
純利益率	7.3%	6.1%	6.7%	5.6%

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

期初予想（2024年6月14日発表）

- 売上高：54,000百万円（前期比1.8%増）
- 営業利益：5,700百万円（同3.2%減）
- 経常利益：5,500百万円（同4.5%減）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：3,000百万円（同15.9%減）

2025年4月期通期会社予想は、売上高54,000百万円（前期比1.8%増）、営業利益5,700百万円（同3.2%減）、経常利益5,500百万円（同4.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益3,000百万円（同15.9%減）を見込む。営業利益以下の各段階利益が減益予想となっているが、2024年4月期においてギガプライズおよびその子会社が13ヵ月決算となったことに加え、前期予定していた戦略投資の繰越しが背景である。決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前期比5.3%増、営業利益は同3.8%増、経常利益は同2.6%増、親会社株主に帰属する当期純利益は同12.0%減となる。親会社株主に帰属する当期純利益の減益予想は、2024年4月期に投資有価証券および関係会社株式の売却益ならびに繰延税金資産の計上による一時的な影響約450百万円が計上されたためである。なお、同社によると2025年4月期の戦略投資は2024年4月期並みを想定している模様である。

2021年から2030年の10ヵ年計画の第二弾となる中期経営計画「SiLK VISION 2027」の初年度となる2025年4月期においては、既存事業の継続的成長に加え、M&Aや業務提携を通じて戦略的ポートフォリオの拡充を図っていく。また、5G/web3領域の事業については、社会実装段階と位置付け、「トーンモバイル」で培った技術やサービスを、IoTを始めとした他分野へ展開していく「TONE IN」戦略の拡大や、医療・ヘルスケア領域での「医療DX」と「Trusted Web構想」の概念設計に基づくサービスの構築などを企図していく。そして、IoTをはじめとする次世代通信（5G）と、同社が有するブロックチェーン技術や先進テクノロジーを活用することで、5G/web3時代における各種社会課題の解決に向けた取り組みをグループの総力をあげて推進する。

中期業績の見通し

『SiLK VISION 2027』（2024年7月24日公表）

同社は、2024年5月よりスタートした同社グループの中期経営計画『SiLK VISION 2027』（以下、SV2027）を公表した。概要は以下のとおりである。

対象期間

2025年4月期～2027年4月期の3ヵ年

趣旨

同社グループは、2021年から2030年の10ヵ年計画を視野に入れた企業経営を推進している。前3ヵ年の中期経営計画『SiLK VISION 2024』（以下、SV2024）においては、戦略投資を積極的に実行しつつ、SiLK Investment Policyに則り、事業のオフバランス化や垂直統合などにおいて財務体質の改善を行った。また株式会社フルスピードの完全子会社による新規事業立ち上げの加速化およびリソースの再配置、株式会社ギガプライズの決算期変更、アルプスアルパイン株式会社との資本業務提携によるモビリティ領域における共同開発ならびに「LIVINGTOWN みなとみらい」での5G共同実証実験など、グループとしての競争力向上に向けた取り組みを進めてきた。

その結果、SV2024の最終年度である2024年4月期において、当初の業績目標であった売上高50,000百万円、営業利益5,000百万円を大きく上回る実績を達成した。また、web3における取り組みについても、世界第3位規模（同社調べ）のnode数に到達したTONE Chain や医療/ヘルスケア領域/Edge LLM/生成 AI 領域といった「非中央集権化の動き」に合わせた事業のシードを開拓してきており、SV2027へのセットアップも完了している。

一方で、SV2024期間中に発生した国際情勢の変化による経済格差などの新たな社会課題の解決に向けては、分散型の仕組みを作ることが不可欠であり、その実装のためには、Web2.0とweb3を対立軸とするのではなく、協調と調整をしながらハイブリッドに組み合わせていくことが必要だと同社グループは捉えている。

社会課題の解決に向けて、同社グループは、日本政府が推進する「Trusted Web」構想のもと、通信とAIのトレーサビリティや約束ごとの確実な実行において得られる“信用（Trust）”を核とした「通信生まれのweb3（5G+AI）実装企業」をSV2027のテーマとする。そしてweb3の根幹技術となる独自開発のブロックチェーンとAIを駆使しつつ、その社会実装に向けた取り組みをより一層推進していく。

2027年4月期業績目標

- 連結売上高：63,000～70,000百万円
- 連結営業利益：8,000百万円

既存事業においては、売上高62,000百万円、営業利益7,400百万円を目標とし、2024年4月期から売上高11,000百万円、営業利益1,900百万円の積み上げを計画する。また、アップサイド施策として、SV2024までのシードを中心に海外展開やM&Aも含め、売上高1,000～8,000百万円、営業利益600百万円を既存事業からさらに積み上げることを目標とした内訳になっている。なお、売上高については、ハードウェアやソフトウェア、もしくはサービスとしてなど、そのビジネスモデルによって金額規模は異なるものと想定し、レンジでの設定としている。

既存事業においては、同社単体としてはMVNE（5G）事業の市場拡大に沿った成長を計画し、ギガプライズでは3年間にわたって年平均150千戸導入を維持する計画である。またフォアイトではアフィリエイト事業の継続成長を、フルスピードではインターネットマーケティング事業の生産性向上と利益改善を見込む。

想定している新たな成長ドライバーとしては、同社とギガプライズによる新たな共同領域や新たなB2Bプラットフォーム、Platform Maker サービス、医療や自動運転、IoT領域を展開する考えである。「TONE」を運営するDTIでは、独自web3サービスの展開として、「TONE Coin」「TONE Chain」などのIEO（Initial Exchange Offering）や、新型与信サー

ビスとして新たなトラストのサービスも検討する。ギガプライズでは、全戸一括型の回線提供+αによって社会問題解決に挑戦する。フルスピードでは、クリエイター支援事業の拡大に加えて、次のSiLK VISIONである『SiLK VISION 2030』では積極的な海外展開を予定しており、その先行策として、フォーイトが代表してアジアを中心とした海外展開を行う。クライドでは、web3/AI領域、特にデジタルアイデンティティの領域に関して、社会実装におけるトップの技術を持つアセンブリ集団を目指して展開していく考えである。

株主還元方針

SV2027において計画する売上・利益の成長を鑑みつつ、余剰資本や財務余力に応じた配当または自己株式取得などの株主還元を、株主への利益還元、将来の事業展開や競争力強化に向けた設備投資およびM&A、健全な財務体質の維持、の3つのバランスを考慮しながら積極的に実行していく。

SV2027においては、単年度の総還元性向25%もしくは1株あたり30円の大きい方を基準とした配当を実施しつつ、SV2027最終年度の2027年4月期に総還元性向30%を目標とする。

さらに、web3体験/コミュニティによる新しい株主還元の仕組みとして「株主DAO」を2024年6月末に開始した。同社が独自開発したレイヤー1ブロックチェーン「TONE Chain」ネットワークへの参加・貢献への報酬として「TONE Coin」を付与するほか、株主同士の交流をはじめ、同社の経営陣やIR担当者との交流も可能な株主掲示板への参加権も付与する。

キャピタルアロケーション

同社グループは、SV2027における事業活動にて創出する営業キャッシュフローにおいて12,000百万円以上のキャッシュインを見込んでいる。生み出した原資については、既存事業の継続的成長を企図した事業投資をはじめ、機動的な実施を可能とするM&A資金の確保、SiLK Investment Policyに則ったグループ戦略の推進など、「成長投資」として7,500百万円以上の配分を計画する。また、上記株主還元方針に則り「株主還元」の総額として3,000百万円程度、その他、継続的な人的投資と健全な財務体質維持における内部留保などにおいて1,500百万円程度のアロケーションを計画し、継続的な企業価値向上を目指していく。

資本コストと企業価値を意識した経営

同社の自己資本利益率（ROE）は、SV2024における平均で23.4%であり、東証プライム市場平均値および想定する資本コスト（8~9%）を上回る水準を維持している。一方、同社の株価収益率（PER）については、現状、通信カテゴリーの銘柄であると評価されていることから、9倍台となっている。SV2027では、テーマである「通信生まれのweb3（5G+AI）実装企業」となるべくそのテーマに沿った取り組みのほか、既存事業も含めた継続的事业成長、M&AやSiLK Investment Policyに則ったグループ戦略の推進などの成長投資と株主還元の拡大も積極的に実行していく。そして、より株価収益率（PER）が高いweb3（40~60倍）やAI（35~70倍）へのカテゴリーチェンジを行っていくことで、さらなる企業価値向上を目指していく。

『SiLK VISION 2024』

同社は、2021年7月に中期経営計画「SiLK VISION 2024」を公表し、最終年度である2024年4月期売上高500億円（2022年4月期比16.1%増）、営業利益50億円（同58.0%増）を目標に掲げてきた。2024年4月期実績における目標達成率は、売上高が106.1%、営業利益が117.8%であった。「SiLK VISION 2024」は、2021年から2030年にかけての10カ年計画に基づいており、5Gとweb3をその間の技術的変化の核心とする。10年間の前段となる「SiLK VISION 2024」をPre 5G/web3、「SiLK VISION 2027」をCore5G/web3、「SiLK VISION 2030」を6G/web4 Standbyとする三段階の計画である。なお同社は、2024年7月に次期中期経営計画となる「SiLK VISION 2027」を発表する予定である。

5Gが広がり始めた現在、「SiLK VISION 2024」において、同社は5G/web3時代のPlatformer MakerとしてExponential Technology（指数関数的に成長する技術）に取り組み、社会の持続可能性に留意しつつ、事業の拡大を実行する。世界的な成長領域と考えるモバイル革命領域、生活革命領域、生産革命領域にフォーカスし、経営資源を集中的に投下することで、中期経営計画の達成を目指す。

5G Infra Platform（MVNE、固定網、クラウドなど）や5G Homestyle（集合住宅向けISP）などの既存事業をパフォーマンスゾーンに位置づけ、5Gなどの変化の中で継続成長を見込む。そしてトランスフォーメーションゾーンにて成長事業へと転換を図る5G Lifestyle（TONE/DTI）と、インキュベーションゾーンに位置する新規事業（5G Workstyleや5G Healthstyle、Creator Maker（StandAlone）、Bizmodel Maker（4.0））に戦略投資を実施していく。5G時代に想定される生活様式に向けて、新たな事業を創り上げる投資を行うフェーズが「SiLK VISION 2024」である。

「SiLK VISION 2024」の公表にあわせて、同社は事業セグメントを5Gインフラ事業、5G生活様式支援事業、企業・クリエイター5G DX支援事業の3セグメントに変更した。5Gインフラ事業はモバイル革命領域として、5G・eSIM・AI・Blockchainにより、膨大なヒトとモノが安心・安価に相互接続できるインフラプラットフォームを提供する。5G生活様式支援事業は生活革命領域に位置付け、安心安全な生活、健康、働き方、住まいなどのコト市場の創造を支援する事業プラットフォームを提供する。企業・クリエイター5G DX支援事業は生産革命領域として、市場創出・価値創造→検証→市場投入→顧客関係維持までを可能とするプラットフォームを提供する。

5G戦略

創業来、同社はさまざまな通信サービスのインフラを支援する「Smart Infra提供事業」を行ってきた。そのベースとなるのが、同社が有する技術群をレゴブロックのように組み合わせて活用する「Building Blocks」である。「Building Blocks」は、技術群の組み合わせを変えることで、ISPや継続課金サービス、IoTサービスなどさまざまなサービスの提供を可能とする。

通信インフラの進化に合わせて、同社は新しいサービスを展開し、事業を拡大してきた歴史がある。固定通信では、ダイヤルアップの時代（2001年頃まで）には無料サービスの提供により地位を築き、xDSLやFTTHのブロードバンドサービスではISP's ISP（ISP事業者向けインターネット接続サービス）や集合住宅向けISPサービスにより事業を拡大した。一方、モバイル通信では、3Gでは最安値であったDTI SIMやMVNOによるfreebit mobileを提供し、その延長線上で4GではMVNEサービスを開始したものの、市場を支配するには至っていない。

2G、3G、4Gと続いてきたこれまでの通信インフラの進化の中で、10年ごとにメインプレーヤーが大きく入れ替わってきたと同社は捉えている。また今後10年間で5Gの本格化や6Gへとシフトしていく中で、5G時代がどのように変化するかを見越した上で、逆算した戦略を立てていく必要があると考えている。

5G時代を担う技術群として、5Gそのものに加え、ブロックチェーンやAI、データ、IoTなど一定の技術を有していると同社は考えている。その中で、5G時代に向けて、モバイルの高速化や固定網からモバイルへの移行、そしてプラットフォームを支えていく事業の三領域への投資を行う。これらの投資により、これまでの「Smart Infra提供事業」から5G/web3時代の「Platform Maker」として、プラットフォームを「Building Blocks」で支援する高付加価値事業への転換を図る。

アルプスアルパイン株式会社と資本業務提携

同社は2023年3月31日、アルプスアルパイン株式会社（東証PRM 6770、以下、アルプスアルパイン社）と資本業務提携契約を締結したと発表した。資本提携の内容としては、同社が保有する自己株式1,140,000株をアルプスアルパイン社に割り当てた。両社は2019年7月23日にCASEおよびMaaS領域において業務提携契約を締結したが、その過程においてアルプスアルパイン社は同社株2,370,600株を取得した経緯がある。今回の追加取得によりアルプスアルパイン社の持株比率（自己株式除く）は12.60%（2022年10月31日時点）から17.59%に上昇した（2023年4月30日時点）。

CASE（Connected Autonomous Shared Electric）：車の概念を変えるコネクティッド、自動化、シェアリング、電動化のこと

MaaS（Mobility as a Service）：複数の交通手段や情報通信技術を活用したサービスのこと

業務提携の内容としては、ブロックチェーン技術・その他web3関連の技術などを用いたモビリティやIoT向け製品に関する協業およびリカーリングビジネスモデルの開発などを促進する。そしてモビリティやIoT向け製品に関連する通信の高速化・低遅延化、web3への移行および個人情報保護の強化、グローバル競争力を向上させることを目的とする。

同社の主力事業であるMVNE事業では、今後の5G SA方式の普及により、顧客が従来のMVNO事業者や一般の個人・法人に加え、IoT事業者や自動運転を目指す自動車関連メーカーへと拡大することが見込まれる。同社は5G SA方式の普及を事業機会と捉える一方で、今後対応すべき課題であると認識する。

5G SA（StandAlone）方式：4GであるLTE方式を併用しない5G単独の通信規格

アルプスアルパイン社は、国内外の自動車メーカーに対し、主にカーナビゲーションなどのIVIシステムの豊富な納入実績を持ち、車載用入出力デバイスや通信など幅広い部品の設計製造技術を有する。また中期経営計画の中で、Digital Cabin Solution事業を立ち上げ、コックピットの統合化を通じて「安心」、「快適」、「感動」という3つの価値をもたらすソリューションの提供を目指している。そしてそれらのソリューションを継続的に利益を得るリカーリングモデルによって実現していくという方向性を示している。

IVI (In-Vehicle Infotainment) システム：自動車に搭載される「情報の提供」と「娯楽の提供」を実現するシステムの総称

同社は、2019年7月の業務提携に基づく緊密な関係と成果を踏まえ、5G/web3/AI技術に対応したソリューションサービスの提供や共同ビジネスの提案を行う上で、アルプスアルパイン社が最適な協業先と判断した。今回の資本業務提携により、2019年7月の業務提携をweb3、5G、ADAS関連に事業領域を拡張し、共同の技術開発および共同のリカーリングモデルを含むビジネスの構築を目指す。

ADAS (Advanced Driver-Assistance Systems)：先進運転支援システム

今回の自己株式の第三者割当により調達する資金(1,470,600,000円)から発行諸費用の概算額(14,000,000円)を差し引いた手取概算額(1,456,600,000円)の用途は以下のとおりである。

資金用途	金額 百万円	支出予定時期
①DIDを考慮した分散型共通IDの基礎システムの開発	140	2023年5月～2025年4月
②グローバル決済を考慮したリカーリング向け汎用課金システムの開発	312	2023年5月～2028年4月
③上記①および②の付加システムとしてのCRMシステムの基礎開発	192	2023年5月～2028年4月
④web3をつなぐ各種コネクタ開発	100	2023年5月～2026年4月
⑤車載領域におけるブロックチェーン知財に関する調査および取得費用	150	2023年5月～2028年4月
⑥ブロックチェーンプロダクトを運用する既存インフラの強化	562	2023年5月～2028年4月
合計	1,456	

出所：会社資料をもとにSR社作成

資本業務提携の第一段階として、ギガプライズが2023年9月にオープンしたインキュベーション事業「LIVINGTOWN みなとみらい」において、同社とアルプスアルパイン社も協力して5G・web3・AI・IoTの技術を垂直統合した住宅・仕事・モビリティ領域での新しい街づくりの研究に取り組んでいる。

web3戦略

5G時代はプラットフォーム集中型の時代から分散型社会にシフトしていくと同社はみている。その中でブロックチェーンなどの新しい技術を使ったweb3という新しい動きに、どのように向かっていくかが同社にとって非常に重要なテーマと考えている。そしてweb3戦略を同社グループの核に位置づけ、web3に同社の将来の多くの部分を賭けていくとする。

ブロックチェーン：情報を記録するデータベース技術の一種で、ブロックと呼ばれる単位でデータを管理し、それを鎖(チェーン)のように連結してデータを保管する技術。ブロックが時系列順につながっていることからブロックチェーンと呼ばれる。特定の管理者は存在せず、台帳の全部あるいは一部を、暗号資産を取り扱う参加者全員が共有し、保存・管理する。

Web1.0やWeb2.0の時代はインターネットのプロトコルを支えていた通信事業者や接続事業者ではなく、プロトコル上でアプリケーションを提供するアプリケーションレイヤーに価値が集まる時代であったと同社は捉えている。これがweb3の時代になると、ブロックチェーン上に流れるデータ自体の信頼性をコンセンサスアルゴリズムやプロトコルによって保証できるため、プロトコルレイヤーの価値が高まると同社は考えている。

ブロックチェーンの問題点

その中でプロトコルレイヤー側からブロックチェーンを見た場合、ブロックチェーン自体にはかなりの問題があると同社は考えている。

コンセンサスアルゴリズム：中央集権的な管理者を持たないブロックチェーンでは、台帳情報をネットワーク上の全員で共有するため、全体の合意形成を行う。その合意を行う方法のこと。
プロトコル：コンピューター同士の通信をする際の手順や規格のこと。

同社が考える、ブロックチェーンの問題点は、

- 1) 流通価値に見合うノード数を達成していないこと (bitcoinやEthereumでも9~17千ノード)
- 2) ノードの運営者が分散していないこと
- 3) マイニングのための環境負荷が高いこと (PoW)
- 4) 処理速度が遅いこと
- 5) 一般ユーザーが利用するまでの敷居が高いこと
- 6) ノード運営者のインセンティブとなる暗号資産のボラティリティが高いこと
- 7) 法的整備が国によってまちまちであること

である。

これらの問題点の中で、1)については、同社の調査によると約84兆円 (2023年6月27日時点) という最大の時価総額を有するbitcoinのノード数は16,853にすぎない。不正な取引が可能となる51%の処理能力を取得する (いわゆる51%攻撃) 費用も1時間当たり約1.9億円 (Crypto51) にすぎず、時価総額の大きさを考えるとbitcoinの仕組みには無理があると同社は考えている。

ノード：取引情報の監視や管理、取引承認などを行う端末(通信機器)のこと。

マイニング：トランザクション (取引) のデータを検証・承認したのち、データをブロックチェーンのブロックに保存し、その一連の作業に対する報酬として仮想通貨を獲得する行為のこと。

PoW (Proof of Work) : コンセンサスアルゴリズムの一種で、取引が発生したとき、マイナーと呼ばれる承認作業を行う人々によるマイニングによってデータの承認が行われ、最も早く正しい処理を行ったマイナーに対して暗号資産が報酬として付与される。bitcoinなど多くの仮想通貨が採用する。

PoS (Proof of Stake) : コンセンサスアルゴリズムの一種で、保有 (ステーク) によって取引を承認する合意方法。暗号資産の保有量が多いほど承認に対する役割を割り当てられる確率が高まり、承認が完了すると暗号資産が付与される。Ethereumは2022年9月にPoWからPoSに移行した。

51%攻撃：悪意のあるグループまたは個人により、ネットワーク全体の採掘速度の51% (50%以上) を支配し、不正な取引を行うこと。

2)に関しては、2022年9月の大型アップグレードによりPoSに移行しEthereum2.0となったEthereumは、ノード数が増加し、Validatorも分散することとなった。しかし同社の調査によるとValidatorの約58%は、上位10位までのステーキングプロバイダーに集中する状況にある。

Validator : Ethereum2.0などの暗号資産 (仮想通貨) で取引データが正しいかどうか検証するノードのこと。主にPoSを採用しているブロックチェーンで使用される用語であり、PoWにおけるマイナーと同じ役割を持つ。

3)については、PoWはコンピューターの処理能力を競い、最も早く解をみつけた人が通貨を得る仕組みのため、環境負荷が非常に高い。同社によると、bitcoinのマイニングにかかる年間の電力消費量はスウェーデンやウクライナの年間電力消費量を上回る状況にある。またPoSに移行したEthereum2.0は電力消費量を99.5%削減可能と言われるものの、1枚のNFTを発行するために4日分の家庭用電力が必要になる。

NFT (Non-Fungible Token) : ブロックチェーンを基盤にして作成された代替不可能なデジタルデータのこと。形は様々で、デジタルアートやデジタルファッション、ゲームのアイテムなど、有形・無形さまざまなのがNFT化されている。

4)に関しては、同社によると、クレジットカードのTPS (秒間トランザクション数) がMASTERで約5,000 (最大65,000) 、VISAで約1,700 (最大24,000) である。それに対してbitcoinでは3~7、Ethereumで15~25と、クレジットカードとブロックチェーンでは処理速度が大きく異なる。

「freebit web3 Blocks」

同社はこれらの問題点の解決に挑むために、「freebit web3 Blocks」を発表した。「freebit web3 Blocks」はパブリックでもプライベートでもコミュニティに適応した新しいレイヤー1のブロックチェーンを作り出すことを可能とする。またノードとしてサーバーのみならず、スマートフォンを含めたモバイル端末を利用でき、UI（ユーザーインターフェース）の機能だけではなく、レイヤー1のブロックチェーンを作ることができる。

従来のブロックチェーンは、bitcoinやEthereumなどのレイヤー1の非常に大きなブロックチェーンである。1つの大きなブロックチェーンで、さまざまなコミュニティのニーズを満たすという考え方で、満たせない場合はレイヤー2のブロックチェーンに拡張して展開するが、電力やトランザクションの問題は変わらない。一方、「freebit web3 Blocks」は、コミュニティ毎に異なるニーズに適応するレイヤー1ブロックチェーンを、コミュニティそれぞれが運用するという異なる考え方をとる。レイヤー1チェーンにすべて集める集中型であった従来のweb3に対して、レイヤー1ブロックチェーン自体を各コミュニティに分散させることが「freebit web3 Blocks」の特徴である。

またもう1つの特徴は、スマートフォン上で動かせることである。スマートフォンの余剰電力や余剰リソース、余剰CPUなどを利用してブロックチェーンのアプリケーションを動かすため、環境負荷も小さくなる。

同社は、「freebit web3 Blocks」の第一号案件として、2022年5月に実証実験プロジェクト「TONE Labo」を開始した。同社のスマートフォン「TONE e22」ユーザーを対象に、世界初（同社調べ）のスマートフォン上で動作するEthereum互換レイヤー1ブロックチェーン「TONE Chain」を利用したポイントサービス「TONE Coin」（DApps）を提供している。同社は2024年3月、この実証実験において定常的な実稼働ノード数が21ヵ月で6,010となり、世界のレイヤー1ブロックチェーンにおいて世界トップ3規模（同社調べ）のノード数の運用に成功したと発表した。

DApps（Decentralized Applications）：ブロックチェーンを基盤にした分散型（非中央集権型）アプリケーションの総称。Ethereumブロックチェーンを中心とした、様々なブロックチェーン上で開発がおこなわれている。

同社は、「SiLK VISION 2024」において、さまざまなシード事業を立ち上げ、次の「SiLK VISION 2027」においてそれらを「社会実装」していく考えである。「freebit web3 Blocks」を含む「Building Blocks」を活用し、さまざまなレイヤーのブロックチェーンやコミュニティに向けてサービスを展開していく。

同社によると、「TONE」をプラットフォームとした健康・医療サービスの実証実験「TONE Care」をオープン化し、B2Cでは「TONE」を中心とした個人向けサービスを、B2Bでは医療機関などへのプラットフォーム提供を目指す。同社の「Building Blocks」を多数利用する形のサービスを準備中とのことである。

事業内容

事業の概要

フリービット株式会社（以下、同社）は、子会社とともに、主に法人向け・個人向けにインターネット関連サービスを提供する。具体的には、同社単体がMVNO向け事業支援（MVNE）サービスやISP向け事業支援サービス、法人向けクラウドサービスなどを提供する。通信サービスを手掛ける子会社への提供も含む。主要子会社では株式会社ギガプライズ（名証NXT 3830、出資比率61.07%、以下、ギガプライズ）が集合住宅向けインターネット関連サービスを、株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（非上場、以下、DTI）が個人向けモバイル通信サービスやインターネット関連サービスを、株式会社フルスピード（同社のTOBにより2022年9月1日上場廃止、出資比率100.00%、以下、フルスピード）がインターネット広告サービスを提供する。

MVNO (Mobile Virtual Network Operator)：仮想移動体通信事業者。NTTドコモなどMNOから通信回線を借り受け、サービスを提供している事業者のこと。

MNO (Mobile Network Operator)：移動体通信事業者。NTTドコモなど、総務省から直接、周波数帯を割り当てられ、自社の回線網を使用して通信サービスを提供する事業者のこと。

MVNE (Mobile Virtual Network Enabler)：仮想移動体サービス提供者。MNOから回線をまとめて借りて通信制御を行い、小分けにしてMVNOにサービスを提供するほか、技術やノウハウの提供など、MVNOに対して運営支援を行う。

ISP (Internet Service Provider)：インターネット接続サービスを提供する事業者。インターネット回線に接続するためのアクセスポイントを提供する。

同社は報告セグメントとして、5Gインフラ支援事業、5G生活様式支援事業、企業・クリエイター5G DX支援事業の3つを有する。

各セグメントの事業内容と担当会社

セグメント	事業内容	担当会社
5Gインフラ支援事業	・5G Infra Platform MVNO向け事業支援（MVNE）サービス ISP向け事業支援サービス 法人向けクラウドサービス	フリービット
5G生活様式支援事業	・5G Homestyle 集合住宅向けインターネット接続関連サービス 社宅管理代行サービス	ギガプライズ
	・5G Lifestyle 個人向けモバイル通信関連サービス 個人向けインターネット接続関連サービス	DTI
	・5G Workstyle（新規事業） ・5G Healthstyle（新規事業）	フリービット
	・5G Carlifestyle（新規事業）	フリービット
企業・クリエイター5G DX支援事業	・インターネットマーケティング関連サービス ・アドテクノロジー関連サービス	フルスピード
	・Creator Maker（新規事業） ・Bizmodel Maker（新規事業）	フリービット、フルスピード

出所：会社資料をもとにSR社作成

5Gインフラ支援事業

5Gインフラ支援事業は、5GとeSIM/AI/Blockchainにより「ヒト」だけでなく膨大な「モノ」を安心・安価にConnectedな状態とすることで、その先につながる「コト（消費）」市場の創出までを支援するプラットフォームを提供する事業である。具体的には、5G Infra PlatformとしてMVNO向け事業支援（MVNE）サービスやISP向け事業支援サービス、法人向けクラウドサービスを提供し、同社単体が主として属するセグメントである。2024年4月期の5Gインフラ支援事業の売上高は9,932百万円（売上高構成比17.8%）、営業利益は1,506百万円（営業利益構成比25.5%）であった。

同事業に関し、同社は売上高の内訳や回線数、ARPUなどの詳細は開示していない。ただし同社によると、売上高の大半がMVNEサービスで、次いでISP向けサービス、クラウドサービスの順にあり、MVNEサービスは増加基調にあるとのことである。同事業のMVNEサービス「freebit MVNO Pack」は、同社がNTTドコモから通信帯域を調達し、顧客独自の料金プランまたは帯域幅による契約のもと、ネットワーク運用監視サービス、ユーザー管理ツール、クラウドやセキュリティなどのコンポーネントを提供する。外部のMVNOに加えて、5G生活様式支援事業においてDTIが個人向けに提供する「DTI SIM」や「トーンモバイル」も同サービスを利用する。

MVNEサービスを提供する会社は複数あるが、コスト面での差別化は難しく、運用監視やセキュリティなどの付帯サービスにも大きな差はないとSR社では認識している。よって同社が選ばれる理由は価格面にあると推測する。さまざまな「モノ」がつながる5Gの時代では、特に通信モジュール市場においてコスト意識がさらに高まる可能性が高く、同社のMVNEサービスにとってビジネスチャンスになるとSR社では考える。

収益構造

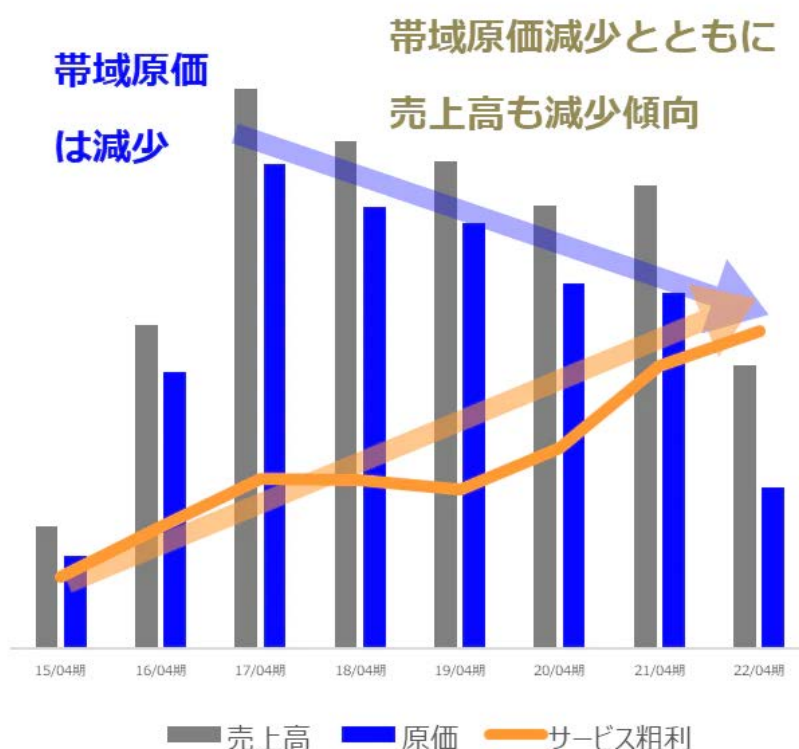
「freebit MVNO Pack」の収益構造としては、売上は契約形態により異なり、回線数ベースもしくは帯域幅ベースで課金され、クラウドやセキュリティなど追加する機能の料金が加算されるとみられる。一方、費用側ではNTTドコモから調達する帯域原価に加え、運用費や設備費などが含まれる。帯域原価の基礎となるモバイルデータ接続料単価は、MNO各社が総務省に対し届け出るが、NTTドコモの接続料単価は、2018年度実績から2023年度（見込み値）にかけて年平均約20.5%下落している。同社によると、顧客増により調達する帯域数は増加傾向にあるものの、接続料単価の下落により帯域原価は低下傾向にあり、特に2022年4月期は接続料単価が約27.5%下落するなどにより帯域原価は大幅に減少した。接続料単価の低下に伴う値下げなどにより減少傾向にあった売上高が、新規参入事業者の獲得による提供帯域の増加などを背景に増収に転じたこともあり、2023年4月期もサービス粗利の増加傾向が継続したとしている。

NTTドコモのモバイルデータ接続料の推移

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 見込み	2024年度 見込み	2025年度 見込み	2025年度 見込み
モバイルデータ接続料 (Mbps/円/月)	49,311	42,702	37,280	27,024	19,979	15,644	12,862	10,874	10,708
前年度比		-6.0%	-13.4%	-12.7%	-27.5%	-26.1%	-21.7%	-17.8%	-15.5%

出所：総務省資料をもとにSR社作成

MVNEサービスの業績トレンド



出所：会社資料

フリービット単体の売上原価明細をみると、2022年4月期の通信回線利用料が大きく減少している。NTTドコモから調達する帯域原価以外も含むものの、NTTドコモの接続料単価の下落による影響が表れている。

フリービット単体の売上原価明細

売上原価 (百万円)	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
労務費	469	540	617	524	541	557	606	636	753	819
経費	5,666	8,003	10,044	9,637	9,421	8,909	8,630	5,076	5,462	5,512
通信回線利用料	3,492	5,817	7,942	7,254	7,288	6,762	6,748	3,617	3,944	3,904
支払賃借料	561	580	574	569	572	538	514	451	403	446
支払手数料	-	-	-	-	371	503	534	234	274	308
減価償却費	281	278	309	372	424	394	257	124	-	-
業務委託費	918	855	732	708	488	432	314	378	418	392
その他	413	473	487	735	278	280	264	273	423	463
当期事業原価	6,135	8,542	10,661	10,160	9,962	9,466	9,235	5,712	6,215	6,332
期首商品棚卸高	67	84	676	159	182	171	73	32	7	26
当期商品仕入高	44	1,160	1,201	1,232	1,194	678	642	730	735	106
合計	111	1,244	1,877	1,391	1,376	849	715	763	742	132
他勘定振替高	7	7	9	203	60	108	22	13	36	3
期末商品棚卸高	84	676	159	182	171	73	32	7	26	21
当期商品原価	20	561	1,710	1,006	1,145	668	661	743	681	108
当期売上原価	6,155	9,104	12,371	11,166	11,107	10,134	9,896	6,455	6,896	6,440

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

業績推移

5Gインフラ支援事業はセグメント変更により2021年4月期より開示されている。2024年4月期の5Gインフラ支援事業の売上高は前期比4.7%増の9,932百万円（売上高構成比17.8%）、営業利益は同9.3%増の1,506百万円（営業利益構成比25.5%）であった。

営業利益（前年同期比128百万円増）の増減要因は、B2B2Xモバイルにおけるサービス利用増が471百万円の増益要因となった一方、B2B2X固定網のサービス利用減が78百万円、人材強化による人件費増が180百万円、戦略投資の増加が1百万円、その他が85百万円の減益要因となった。なお、2024年4月期通期の5Gインフラ支援事業における戦略投資は301百万円（前期300百万円）で、5Gデータセンター整備やデータ連携プロジェクトなどに投じられた。

5Gインフラ支援事業の通期業績推移

5Gインフラ支援事業 (百万円)	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
売上高	11,652	9,033	9,489	9,932
前期比	-	-22.5%	5.1%	4.7%
営業利益	470	1,134	1,378	1,506
前期比	-	141.3%	21.6%	9.3%
営業利益率	4.0%	12.6%	14.5%	15.2%
戦略投資	267	284	300	301
収益認識基準等の適用影響				
売上高	-	-1,887	-	-
営業利益	-	18	-	-

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

5Gインフラ支援事業の四半期業績推移

四半期業績推移 (累計) (百万円)	23年4月期				24年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	2,328	4,733	7,109	9,489	2,428	4,924	7,425	9,932
前年同期比	4.7%	5.8%	6.1%	5.1%	4.3%	4.1%	4.4%	4.7%
営業利益	393	733	1,161	1,378	438	907	1,342	1,506
前年同期比	33.2%	34.7%	21.2%	21.6%	11.5%	23.6%	15.6%	9.3%
営業利益率	16.9%	15.5%	16.3%	14.5%	18.1%	18.4%	18.1%	15.2%
戦略投資	60	132	210	300	74	131	214	301
四半期業績推移 (百万円)	23年4月期				24年4月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	2,328	2,404	2,376	2,380	2,428	2,497	2,500	2,508
前年同期比	4.7%	7.0%	6.6%	2.0%	4.3%	3.8%	5.2%	5.4%
営業利益	393	340	427	218	438	468	435	164
前年同期比	33.2%	36.5%	3.4%	23.4%	11.5%	37.6%	1.9%	-24.6%
営業利益率	16.9%	14.2%	18.0%	9.1%	18.1%	18.8%	17.4%	6.6%
戦略投資	60	72	78	90	74	57	83	87

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

5G生活様式支援事業

5G生活様式支援事業は、5Gインフラ支援事業によって生み出されるプラットフォームを活用し、5G時代ならではの「安心安全な生活」「健康」「働き方」「住まい」などのさまざまな「コト」市場の創造を支援する事業プラットフォームを構築・提供する事業である。具体的には、5G Homestyleとして集合住宅向けインターネット接続関連サービ

スや社宅管理代行サービスを、5G Lifestyleとして個人向けのモバイル通信関連サービスやインターネット接続関連サービスを提供し、新規事業として5G Workstyleや5G Healthcare、5G Carlifestyleを展開する。

5G Homestyleを提供するギガプライズを中心に、5G LifestyleのDTI、新規事業を展開する同社単体が主として属する。2024年4月期の5G生活様式支援事業の売上高は26,612百万円（売上高構成比47.7%）、営業利益は3,319百万円（営業利益構成比56.2%）であった。同事業の売上高のうちギガプライズが約80%を、DTIが約20%を占め、営業利益ではギガプライズがセグメント利益を上回る状況にあり、同事業はギガプライズの業績寄与が極めて大きいとSR社では認識している。

業績推移

5G生活様式支援事業はセグメント変更により2021年4月期より開示されている。2024年4月期の5G生活様式支援事業の売上高は26,612百万円（売上高構成比47.7%）、営業利益は3,319百万円（営業利益構成比56.2%）であった。

なお、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前期比7.0%増、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は同22.7%増であった。

営業利益（前年同期比1,280百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が532百万円、新端末発売の一時費用および店舗展開費用の圧縮を背景としたTONE事業の利益改善が274百万円、戦略投資減が245百万円の増減要因となった。一方、固定網サービス利用減に伴うDTIの利益減が165百万円、その他が4百万円の減減要因となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更は398百万円の利益増要因となった。なお、2024年4月期通期の5G生活様式支援事業への戦略投資は524百万円（前期769百万円）で、「TONE」と「TONE Labo」のユーザー獲得やTONE Open化施策、「TONE Care」の開発および実証実験、web3（Blockchain）関係の開発およびテストの実施などに投じられた。

5G生活様式支援事業の通期業績推移

5G生活様式支援事業 (百万円)	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
売上高	22,973	21,735	23,261	26,612
前期比	-	-5.4%	7.0%	14.4%
ギガプライズ（出資比率61.07%）	15,879	15,790	17,869	21,669
前期比	16.3%	-0.6%	13.2%	21.3%
HomeIT事業	15,178	15,621	17,680	21,263
不動産事業	691	160	181	412
その他	10	9	7	-
調整額	0	-	-	-7
DTI（100%子会社）	7,189	5,610	5,068	-
TLS（100%子会社）	-	-	-	-
フリービットその他	-95	335	325	4,944
営業利益	2,143	1,446	2,039	3,319
前期比	-	-32.5%	41.1%	62.8%
営業利益率	9.3%	6.7%	8.8%	12.5%
ギガプライズ（4月決算）	2,158	2,239	2,941	3,855
前期比	74.7%	3.8%	31.3%	31.1%
営業利益率	13.6%	14.2%	16.5%	17.8%
HomeIT事業	3,599	3,532	4,266	5,380
不動産事業	-133	18	12	-31
その他	2	1	1	-
調整額	-1,310	-1,312	-1,338	-1,495
DTI	-	-	-	-
TLS	-	-	-	-
フリービットその他	-15	-793	-901	-535
戦略投資	827	1,246	769	524
収益認識基準等の適用影響	-	-	-	-
売上高	-	-1,493	-	-
うちギガプライズ	-	-1,069	-	-
営業利益	-	-265	-	-
うちギガプライズ	-	-249	-	-

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

5G生活様式支援事業の四半期業績推移

四半期業績推移（累計） (百万円)	23年4月期				24年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	5,477	11,157	16,764	23,261	7,600	13,655	19,904	26,612
前年同期比	4.2%	4.4%	4.6%	7.0%	38.8%	22.4%	18.7%	14.4%
ギガプライズ（出資比率61.07%）	4,092	8,424	12,705	17,869	-	-	-	-
前年同期比	11.1%	10.8%	10.4%	13.2%	-	-	-	-
HomeIT事業	4,050	8,337	12,579	17,680	-	-	-	-
不動産事業	40	82	119	181	-	-	-	-
その他	3	5	7	7	-	-	-	-
調整額	-	-	-	-	-	-	-	-
DTI（100%子会社）	-	-	-	-	-	-	-	-
TLS（100%子会社）	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	1,385	2,733	4,058	5,393	-	-	-	-

営業利益	377	980	1,535	2,039	1,034	1,746	2,579	3,319	
前年同期比	-33.4%	-17.5%	-6.4%	41.1%	174.4%	78.2%	68.0%	62.8%	
営業利益率	6.9%	8.8%	9.2%	8.8%	13.6%	12.8%	13.0%	12.5%	
ギガプライズ	644	1,349	2,039	2,941	-	-	-	-	
前年同期比	39.1%	39.8%	32.2%	31.3%	-	-	-	-	
営業利益率	15.7%	16.0%	16.0%	16.5%	-	-	-	-	
HomeIT事業	983	1,993	3,020	4,266	-	-	-	-	
不動産事業	5	16	20	12	-	-	-	-	
その他	0	1	1	1	-	-	-	-	
調整額	-345	-660	-1,002	-1,338	-	-	-	-	
DTI	-	-	-	-	-	-	-	-	
TLS	-	-	-	-	-	-	-	-	
フリービットその他	-267	-369	-504	-901	-	-	-	-	
戦略投資	150	273	416	769	125	271	404	524	
ギガプライズ									
ISPサービス提供戸数（累計、千戸）	938	974	1,007	1,052	1,099	1,130	1,158	1,210	
純増数	38	36	33	44	47	31	27	52	
四半期業績推移		23年4月期				24年4月期			
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
売上高	5,477	5,679	5,607	6,497	7,600	6,054	6,249	6,709	
前年同期比	4.2%	4.7%	4.9%	13.9%	38.8%	6.6%	11.5%	3.3%	
ギガプライズ（出資比率61.07%）	4,092	4,332	4,282	5,163	-	-	-	-	
前年同期比	11.1%	10.6%	9.6%	20.6%	-	-	-	-	
HomeIT事業	4,050	4,287	4,242	5,101	-	-	-	-	
不動産事業	40	42	37	62	-	-	-	-	
その他	3	2	2	-	-	-	-	-	
調整額	-	-	-	-	-	-	-	-	
DTI（100%子会社）	-	-	-	-	-	-	-	-	
TLS（100%子会社）	-	-	-	-	-	-	-	-	
フリービットその他	1,385	1,348	1,325	1,334	-	-	-	-	
営業利益	377	603	555	504	1,034	712	833	740	
前年同期比	-33.4%	-2.9%	22.7%	-	174.4%	18.1%	49.9%	46.8%	
営業利益率	6.9%	10.6%	9.9%	7.8%	13.6%	11.8%	13.3%	11.0%	
ギガプライズ	644	705	691	901	-	-	-	-	
前年同期比	39.1%	40.5%	19.4%	29.4%	-	-	-	-	
営業利益率	15.7%	16.3%	16.1%	17.5%	-	-	-	-	
HomeIT事業	983	1,009	1,028	1,246	-	-	-	-	
不動産事業	5	10	5	-8	-	-	-	-	
その他	0	0	0	-0	-	-	-	-	
調整額	-345	-315	-342	-336	-	-	-	-	
DTI	-	-	-	-	-	-	-	-	
TLS	-	-	-	-	-	-	-	-	
フリービットその他	-267	-102	-135	-397	-	-	-	-	
戦略投資	150	123	143	353	125	146	133	120	

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

※ギガプライズの2024年4月期は13カ月の変則決算であるため、四半期数値は表示しない

株式会社ギガプライズ

ギガプライズは、同事業において5G Homestyleと称される集合住宅向けインターネット接続関連サービスと社宅管理代行サービスを主に提供する。報告セグメントは、アパートやマンションなどの中小規模の集合住宅を中心に全戸一括型のインターネット接続サービスを主なサービスとするHomeIT事業、社宅管理代行サービスやVR住宅展示場などを提供する不動産事業、人材派遣を行うその他の事業の3つを有する。2024年4月期において、HomeIT事業の売上高構成比は98.1%であり、営業利益構成比は100.6%であった。なお、ギガプライズおよびその子会社の2024年4月期決算は、決算期変更に伴い2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算となる。

同サービスでは、集合住宅に対しインターネット設備の設計、導入、工事から導入後のサービス運用・保守および入居者サポートを提供する。ハウスメーカーや不動産管理会社、個人オーナーなどのサービス提供先と直接契約を結ぶ。集合住宅の全戸に対してインターネット設備を一括導入することで、入居者との個別契約が不要となり、入居と同時にインターネットの利用が可能となる。導入工事は全国で工事体制を有する子会社のギガテックが主体となる。

セグメント別売上高/営業利益

セグメント別売上高/営業利益 (百万円)	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年4月期
売上高	2,179	2,928	3,754	6,355	10,922	13,649	15,879	15,790	17,869	21,669
前期比	18.4%	34.4%	28.2%	69.3%	71.9%	25.0%	16.3%	-0.6%	13.2%	21.3%
HomeIT事業	-	2,903	3,733	5,866	10,264	12,723	15,178	15,621	17,680	21,263
前期比	-	-	28.6%	57.1%	75.0%	24.0%	19.3%	2.9%	13.2%	20.3%
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	95.6%	98.9%	98.9%	98.1%
不動産事業	-	-	-	471	645	917	691	160	181	412
前期比	-	-	-	-	36.9%	42.2%	-24.6%	-76.9%	13.2%	127.9%
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	4.4%	1.0%	1.0%	1.9%
システム開発事業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	25	21	19	14	10	10	9	7	-
前期比	-	-	-18.7%	-6.5%	-29.7%	-26.5%	-3.2%	-2.1%	-20.8%	-
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	0.1%	0.1%	0.0%	-
調整額	-	-	-	-1	-1	-0	-0	-	-	-7
営業利益	358	464	501	559	1,292	1,235	2,158	2,239	2,941	3,855
前期比	140.4%	29.5%	8.0%	11.7%	131.0%	-4.4%	74.7%	3.8%	31.3%	31.1%
営業利益率	16.4%	15.8%	13.3%	8.8%	11.8%	9.1%	13.6%	14.2%	16.5%	17.8%
HomeIT事業	-	809	1,032	1,724	2,889	2,913	3,599	3,532	4,266	5,380
前期比	-	-	27.6%	67.0%	67.6%	0.8%	23.5%	-1.9%	20.8%	26.1%
営業利益率	-	27.9%	27.7%	29.4%	28.2%	22.9%	23.7%	22.6%	24.1%	25.3%
営業利益構成比	-	99.2%	99.4%	123.2%	121.4%	119.1%	103.8%	99.5%	99.7%	100.6%
不動産事業	-	-	-	-328	-512	-468	-133	18	12	-31
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-31.7%	-
営業利益率	-	-	-	-69.7%	-79.4%	-51.0%	-19.2%	11.1%	6.7%	-7.5%
営業利益構成比	-	-	-	-23.4%	-21.5%	-19.1%	-3.8%	0.5%	0.3%	-0.6%
システム開発事業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益構成比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	7	6	4	3	2	2	1	1	-
前期比	-	-	-9.9%	-38.0%	-20.5%	-45.7%	4.4%	-30.1%	-22.3%	-
営業利益率	-	27.2%	30.2%	20.0%	22.6%	16.7%	18.0%	12.9%	12.6%	-
営業利益構成比	-	0.8%	0.6%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	-
調整額	-	-352	-538	-840	-1,089	-1,212	-1,310	-1,312	-1,338	-1,495

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

2024年4月期のHomeIT事業売上高の70.5%が回線利用料であるランニング収益、29.5%が接続機器の設置・設定作業からなるイニシャル収益であった。ランニング収益の88.9%がハウスメーカーや不動産管理会社向けのOEM提供で、自社ブランドである賃貸集合住宅向け「RentAgent」が5.6%、分譲集合住宅向け「MyAgent」が5.5%であった。増収率はOEM提供が前期比25.0%増、賃貸集合住宅向けが同23.3%増、分譲集合住宅向けが同18.7%増であった。OEMの主要顧客は、大和ハウス工業株式会社（東証PRM 1925）系列のD.U-NET株式会社（2024年4月期売上高構成比41.3%）、大東建託株式会社（東証PRM 1878、同2.0%）とその子会社である大東建託パートナーズ株式会社（同16.6%）、積水ハウス株式会社（東証PRM 1928）の子会社である積水ハウス不動産東京株式会社（同9.4%）であり、4社で売上高全体の69.2%を占める。2024年4月期末のISPサービス提供戸数は前期比157,918戸増の1,209,522戸であった。

HomeIT事業の業績推移

HomeIT事業 (百万円)	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年4月期
売上高	-	2,903	3,733	5,866	10,264	12,723	15,178	15,621	17,680	21,263
前期比	-	-	28.6%	57.1%	75.0%	24.0%	19.3%	2.9%	13.2%	20.3%
ランニング収益	1,213	1,848	2,545	3,312	4,702	6,934	8,691	10,424	12,030	14,980
前期比	68.5%	52.3%	37.7%	30.1%	42.0%	47.5%	25.3%	19.9%	15.4%	24.5%
分譲	545	557	566	573	583	591	602	619	691	820
前期比	4.2%	2.2%	1.6%	1.2%	1.7%	1.4%	1.9%	2.8%	11.6%	18.7%
賃貸	184	235	309	377	432	498	559	609	678	836
前期比	57.3%	27.7%	31.5%	22.0%	14.6%	15.3%	12.2%	8.9%	11.3%	23.3%
OEM	484	1,056	1,670	2,362	3,687	5,845	7,530	9,196	10,661	13,324
前期比	505.0%	118.2%	58.1%	41.4%	56.1%	58.5%	28.8%	22.1%	15.9%	25.0%
イニシャル収益	-	1,055	1,188	2,554	5,562	5,789	6,487	5,197	5,650	6,283
前期比	-	#VALUE!	12.6%	114.9%	117.8%	4.1%	12.1%	-19.9%	8.7%	11.2%
営業利益	-	809	1,032	1,724	2,889	2,913	3,599	3,532	4,266	5,380
前期比	-	-	27.6%	67.0%	67.6%	0.8%	23.5%	-1.9%	20.8%	26.1%
営業利益率	-	27.9%	27.7%	29.4%	28.2%	22.9%	23.7%	22.6%	24.1%	25.3%
収益認識基準売上影響	-	-	-	-	-	-	-	-1,069	-	-
収益認識基準営業利益影響	-	-	-	-	-	-	-	-249	-	-
集合住宅向けISPサービス提供戸数（千戸）	100	142	191	257	425	564	745	901	1,052	1,210
純増数	39	42	49	66	168	139	181	155	151	158

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

主要な顧客向け売上高

主要な顧客向け売上高 (百万円)	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年4月期
D・U-NET株式会社	532	1,177	1,729	2,768	4,877	5,640	6,442	6,282	7,318	8,942
前期比	350.5%	121.2%	46.9%	60.0%	76.2%	15.6%	14.2%	-2.5%	16.5%	22.2%
売上高比率	24.4%	40.2%	46.1%	43.6%	44.7%	41.3%	40.6%	39.8%	41.0%	41.3%
大東建託株式会社	-	-	-	447	990	1,165	764	507	460	436
前期比	-	-	-	-	121.6%	17.7%	-34.4%	-33.7%	-9.3%	-5.1%
売上高比率	-	-	-	7.0%	9.1%	8.5%	4.8%	3.2%	2.6%	2.0%
大東建託パートナーズ株式会社	-	-	-	32	245	694	1,881	3,213	3,207	3,591
前期比	-	-	-	-	664.5%	183.4%	171.2%	70.8%	-0.2%	12.0%
売上高比率	-	-	-	0.5%	2.2%	5.1%	11.8%	20.4%	17.9%	16.6%
積水ハウス不動産東京株式会社	-	-	-	-	-	-	-	1,533	1,986	2,030
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	29.5%	2.2%
売上高比率	-	-	-	-	-	-	-	9.7%	11.1%	9.4%

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

収益構造

集合住宅向けISPサービスの売上は、サービス提供物件へのインターネット接続機器の設置・設定作業から得られるイニシャル収益と、回線利用料のランニング収益から構成される。ランニング収益は継続的に回線利用料を収受するストック型ビジネスモデルであり、サービス提供戸数に応じて安定的な収益計上が可能となる。不動産事業の収益は、主に社宅管理代行サービスであり、継続的に社宅管理代行手数料を収受するストック型ビジネスモデルである。取り扱い件数に応じて安定的な収益計上が可能となる。

費用面では、主に東日本電信電話株式会社・西日本電信電話株式会社（日本電信電話株式会社（東証PRM 9432）の子会社）から調達する通信回線費用に加え、集合住宅に設置するインターネット接続機器などの調達費用や機器導入に伴う工事費用が変動費になるとみられる。導入工事は連結子会社ギガテックが主体となり、拠点のないエリアでは提携先に業務委託を行う。またサービスの運用・保守および入居者サポートは内製化されており、関連する人件費が主たる固定費とSR社では認識している。

株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（DTI）

DTIは、5Gインフラ支援事業のMVNO向け事業支援サービスを活用して個人向けモバイル通信関連サービスを提供するほか、光回線など個人向けインターネット接続関連サービスも提供する。個人向けモバイル通信では「トーンモバイル」と「DTI SIM」のブランドで展開し、前者はネット経由、株式会社キタムラ（非上場）が展開するカメラのキタムラに加え、2021年12月よりNTTドコモのエコノミーMVNOとしてドコモショップでの取り扱いが開始している。後者はネット経由で販売する。主力の「トーンモバイル」ではインターネット使い放題（動画は1GBまで）で月額1,100円（税込）のワンプランを提供し、主にキッズやシニア層にフォーカスし、独自のスマートフォンを提供することでこれまで差別化を図ってきた。2024年4月期においてはサービス提供端末を拡大し、NTTドコモが取り扱う2021年以降から最新モデルまでの全Android/iPhone端末での利用が可能となった。なお、2024年4月期より主要な損益情報等の開示が無くなった。

DTIの業績推移

DTI (百万円)	14年4月期	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期	23年4月期
売上高	5,901	5,403	4,795	4,638	4,666	-	-	7,189	5,610	5,068
前期比	-	-8.4%	-11.3%	-3.3%	0.6%	-	-	-	-22.0%	-9.7%
経常利益	936	599	1,257	1,052	930	-	-	345	425	387
前期比	-	-36.0%	109.9%	-16.3%	-11.6%	-	-	-	23.0%	-9.0%
経常利益率	15.9%	11.1%	26.2%	22.7%	19.9%	-	-	4.8%	7.6%	7.6%
当期純利益	568	966	1,281	803	632	-	-	11	283	261
前期比	-	70.0%	32.5%	-37.3%	-21.4%	-	-	-	-	-
当期純利益率	9.6%	17.9%	26.7%	17.3%	13.5%	-	-	0.2%	5.0%	5.1%
純資産額	5,456	8,369	8,571	8,471	7,702	-	-	5,765	5,874	6,137
総資産額	7,721	10,340	10,601	10,331	9,668	-	-	8,027	8,067	7,837

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

「トーンモバイル for docomo」

2021年10月7日、NTTドコモは同社とエコノミーMVNOとして連携することに合意したと発表した。エコノミーMVNOは、低廉で小容量の料金プランを提供し、NTTドコモのdアカウントやdポイントとも連携するプランで、ドコモショップが新規契約の受付（SIMカードの発行、開通を含む）や端末販売、初期設定サポートなどを取り扱う。同社では新プラン「トーンモバイル for docomo」を展開し、2021年12月22日より「TONE for iPhone」を、2022年2月24日より「TONE for Android」の販売を開始した。現在、インターネット使い放題（動画は1GBまで）で月額1,100円（税込）のワンプランを提供する。主にキッズやシニア層にフォーカスしたサービスプランとなっている。

低容量プランの料金比較

会社	料金プラン	月額（税込） （円）	音声	データ	注記
フリービット	トーンモバイル for docomo	1,100	11円/30秒		使い放題 動画は1GBまで。データ容量の追加は330円/GB。
NTTドコモ	OCNモバイルONE 1GBコース	770	11円/30秒		1GB データ容量の追加は550円/GB。
	OCNモバイルONE 3GBコース	990	11円/30秒		3GB データ容量の追加は550円/GB。
IIJ	ギガプラン 2ギガプラン	850	11円/30秒		2GB データ容量の追加は220円/GB。
	ギガプラン 5ギガプラン	990	11円/30秒		5GB データ容量の追加は220円/GB。
ソフトバンク	Y!mobile シンプル2S	2,365	22円/30秒		4GB データ容量の追加は550円/2GB。
KDDI	UQ mobile ミニミニプラン	2,365	22円/30秒		4GB データ容量の追加は550円/2GB。

出所：各社ホームページをもとにSR社作成

トーンモバイルの独自スマートフォンTONE e22



出所：トーンモバイルのホームページ

NTTドコモとの連携により、トーンモバイルの取扱店舗は、2021年11月時点のカメラのキタムラを中心とした112店舗から、2024年6月時点ではNTTドコモのショップ2,055店を含む2,163店舗に拡大した。契約の流れとしては、ドコモショップにて説明、契約、決済を行った後、SIMカードや端末はトーンモバイルの配送センターから最短2～3日で配送される。端末を購入した場合、発送時に「TONE Zen」によりSIM登録情報をもとにAIが端末を20秒で最適設定を行う。その後、希望者にはドコモショップでの無料のTONE端末の初期設定サービスを実施する。

トーンモバイルはもともとカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社との資本・業務提携によりTSUTAYA店舗で販売されてきた経緯がある。同社によると、TSUTAYAへの出店時には1店舗あたり約100万円の出店費用を要した上に店舗在庫の負担があったのに対し、NTTドコモとの提携では出店費用も在庫負担もなく、契約時の販売手数料が主たる費用になる模様である。契約が増加する場合、販売手数料が先行し、短期的に収益が悪化する可能性はあるが、同社がフォーカスするキッズやシニア層は解約率が低いと推測され、黒字化は可能とSR社は考える。特に2026年3月末には3Gサービスが停波される予定であり、未だ3Gサービスを利用するシニア層にとって「トーンモバイル for docomo」が有力な選択肢の1つになる可能性があるとしてSR社は考える。

なお同社では現在、次期中期経営計画「SiLK VISION 2027」の主要テーマである5G/web3の社会実装に向けて、5G/web3時代を見据えた技術やサービスについて、同社以外のスマートフォンを含む幅広い機器で展開可能となる「TONE IN」戦略を進めている。その第一弾として、2024年3月より、2021年以降に発売されたNTTドコモが取り扱うすべてのAndroidとiPhone端末にて、トーンモバイル専用SIMを挿すだけでトーンモバイルのコアサービスの利用が可能となった。2024年8月には「TONE IN」の対象機種が全キャリアの160種類以上の端末に拡大している。

企業・クリエイター5G DX支援事業

企業・クリエイター5G DX支援事業は、5G時代のモノづくりを、企業だけでなく、今後のモノづくりの中心となるクリエイターやインフルエンサーに寄り添って、「(市場創出)→価値創造→検証→市場投入→顧客関係維持」までを可能とするプラットフォーム構築を、独自のDX手法により支援する事業である。具体的には、インターネットマーケティング関連サービスやアドテクノロジー関連サービス、新規事業であるCreator MakerやBizmodel Makerが含まれる。

フルスピードを中心にフルスピードの100%子会社であるフォーイット株式会社（以下、フォーイット）そして同社が属する。2024年4月期の企業・クリエイター5G DX支援事業の売上高は19,278百万円（売上高構成比34.5%）、営業利益は1,104百万円（営業利益構成比18.7%）であった。同事業の売上高・営業利益は、ほぼフルスピードグループのものである。

業績推移

企業・クリエイター5G DX支援事業はセグメント変更により2021年4月期より開示されている。2024年4月期の企業・クリエイター5G DX支援事業の売上高は19,278百万円（売上高構成比34.5%）、営業利益は1,104百万円（営業利益構成比18.7%）であった。

営業利益（前年同期比500百万円増）の増減要因は、注力ジャンルの強化および新規顧客獲得によるアフィリエイト事業の粗利益増が180百万円、グループ内リソース最適化による原価率低減が159百万円、戦略投資減が77百万円、広告効率の改善が67百万円、その他が16百万円の増益要因となった。なお、2024年4月期通期の企業・クリエイター5G DX支援事業への戦略投資は136百万円（前期213百万円）で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

企業・クリエイター5G DX支援事業の通期業績推移

企業・クリエイター5G DX支援事業 (百万円)	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
売上高	15,613	15,388	16,849	19,278
前期比	-	-1.4%	9.5%	14.4%
フルスピード	19,836	15,088	-	-
インターネットマーケティング	8,429	3,700	-	-
アドテクノロジー	13,148	12,913	-	-
その他	779	838	-	-
消去	-2,520	-2,363	-	-
フリービットその他	-4,223	300	-	-
営業利益	736	604	604	1,104
前期比	-	-18.0%	0.1%	82.7%
営業利益率	4.7%	3.9%	3.6%	5.7%
フルスピード	813	735	-	-
インターネットマーケティング	504	556	-	-
アドテクノロジー	661	586	-	-
その他	122	229	-	-
消去	3	2	-	-
全社費用	-478	-638	-	-
フリービットその他	-77	-132	-	-
戦略投資	0	139	213	136
収益認識基準売上影響	-	-1,188	-	-

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

企業・クリエイター5G DX支援事業の四半期業績推移

四半期業績推移 (累計)	23年4月期				24年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
(百万円)								
売上高	4,039	8,076	12,415	16,849	4,668	9,799	14,655	19,278
前年同期比	3.5%	5.0%	8.3%	9.5%	15.6%	21.3%	18.0%	14.4%
フルスピード	-	-	-	-	-	-	-	-
インターネットマーケティング	-	-	-	-	-	-	-	-
アドテクノロジー	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-
消去	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	96	256	482	604	197	429	767	1,104
前年同期比	-44.8%	-22.5%	-6.4%	0.1%	104.7%	67.8%	59.3%	82.7%
営業利益率	2.4%	3.2%	3.9%	3.6%	4.2%	4.4%	5.2%	5.7%
フルスピード	-	-	-	-	-	-	-	-
インターネットマーケティング	-	-	-	-	-	-	-	-
アドテクノロジー	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-
消去	-	-	-	-	-	-	-	-
全社費用	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	-	-	-	-	-	-	-	-
戦略投資	30	70	95	213	12	24	79	136
四半期業績推移								
(百万円)								
売上高	4,039	4,037	4,339	4,434	4,668	5,131	4,855	4,624
前年同期比	3.5%	6.8%	15.1%	12.9%	15.6%	27.1%	11.9%	4.3%
フルスピード	-	-	-	-	-	-	-	-
インターネットマーケティング	-	-	-	-	-	-	-	-
アドテクノロジー	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-
消去	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	96	159	226	123	197	231	339	337
前年同期比	-44.8%	2.5%	22.5%	37.4%	104.7%	45.4%	49.7%	174.8%
営業利益率	2.4%	3.9%	5.2%	2.8%	4.2%	4.5%	7.0%	7.3%
フルスピード	-	-	-	-	-	-	-	-
インターネットマーケティング	-	-	-	-	-	-	-	-
アドテクノロジー	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-
消去	-	-	-	-	-	-	-	-
全社費用	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	-	-	-	-	-	-	-	-
戦略投資	30	40	25	118	12	12	55	57

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

株式会社フルスピード

フルスピードは、インターネットマーケティングの事業領域において、ソーシャルメディアマーケティング、コンテンツマーケティング、アフィリエイト広告、リスティング広告を中心としたサービスに加え、DX関連コンサルティングのサービス開発・提供を行う。また、アドテクノロジーに関するサービスの開発・提供を行う。なお同社は、インターネットマーケティング市場は競争激化に加え、大手プラットフォームがサードパーティCookieの廃止を表明したことによる消費者の行動追跡ターゲット広告運用への懸念が強まっており、市場自体が過渡期にあると捉えている。そのため同社はフルスピードをTOBにより完全子会社化し、2022年9月1日に上場廃止となった。

サードパーティCookie：Cookie（クッキー）とはユーザーがWebサイトを訪問したときに、ChromeやSafariなどのブラウザに行動ログや入力情報を一時的に保管できる仕組みのこと。サードパーティCookieは訪問先ではない第三者ドメインが発行し、ドメインをまたいだ広告出稿やトラッキングを可能にする。訪問先が発行するCookieはファーストパーティCookieである。

インターネットマーケティング事業

インターネットマーケティング事業（2022年4月期消去前売上高構成比21.2%、消去および全社費用控除前営業利益構成比40.6%）では、ソーシャルメディアマーケティング、リスティング広告などが売上の大部分を占める。ソーシャルメディアマーケティングでは、ソーシャルメディア上での情報発信により、その情報が共感され、人々のつながりを通じて拡散されていくことで高い効果を得られるマーケティングサービスを提供する。コンテンツマーケティングでは、サイトへの集客や企業広告を行う企業に対して、コンテンツの制作・配信をすることにより、顧客のサイトへの流入数を高めることを目的としたコンテンツマーケティングサービスを提供する。また、その他各種インターネット広告手法を組み合わせることで、顧客の課題解決を総合的に支援する。

リスティング広告では、ヤフー株式会社（Zホールディングス（東証PRM 4689）の子会社）およびGoogle Inc.などが提供するリスティング広告ならびにコンテンツ連動型広告の販売を行う。また、運用面においては費用対効果の高い広告を出稿できるよう、キーワードの選定、入札価格の調整、広告原稿の作成など全面的にサポートを行う。

リスティング広告：検索結果のページに設定された広告枠に表示されるテキスト広告。検索サイトの閲覧者が検索サイト上に表示される広告主のテキスト広告をクリックした場合のみ広告主の利用料が発生する。

DXコンサルティングでは、地方の飲食店を筆頭に今後EC化を進めていく企業、すでにECを始めており販売をより強化したい企業を対象に、ネットショップ構築や販売支援からWebプロモーションまでを一貫して総合支援する。

アドテクノロジー事業

アドテクノロジー事業（2022年4月期消去前売上高構成比74.0%、消去および全社費用控除前営業利益構成比42.7%）では、子会社のフォーイットが営む成果報酬型パフォーマンスマーケティング・プラットフォームと、子会社のクライドが営むディスプレイ型アドネットワークが主力で、売上の大部分を占める。パフォーマンスマーケティング・プラットフォームは、広告主および提携サイトのネットワークを構築し、広告取引を仲介する情報システムで、2010年4月に新設分割し設立したフォーイットが、成果報酬型パフォーマンスマーケティング・プラットフォーム「afb」を提供する。ディスプレイ型アドネットワークは、複数のWebサイトの広告枠を束ね、その広告枠にディスプレイ広告を配信する広告ネットワークである。複数の広告ネットワーク間で連携する仕組みとして、高度なテクノロジーが必要となり、クライドがサービス開発を進めるとともに、自社ブランドで展開する広告配信プラットフォーム「ADMATRIX DSP」を提供する。

セグメント別売上高/営業利益

サービス別売上高/営業利益 (百万円)	13年4月期	14年4月期	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期
売上高	10,722	11,306	11,920	15,062	18,066	19,040	20,567	21,158	19,836	15,088
前期比	-	5.4%	5.4%	26.4%	19.9%	5.4%	8.0%	2.9%	-6.2%	-23.9%
インターネットマーケティング事業	-	-	7,371	8,015	8,521	8,236	8,950	8,171	8,429	3,700
前期比	-	-	-	8.7%	6.3%	-3.3%	8.7%	-8.7%	3.2%	-56.1%
売上高構成比	-	-	53.7%	46.6%	40.3%	38.1%	38.1%	34.8%	37.7%	21.2%
アドテクノロジー事業	-	-	6,308	9,073	12,421	13,007	13,840	14,647	13,148	12,913
前期比	-	-	-	43.8%	36.9%	4.7%	6.4%	5.8%	-10.2%	-1.8%
売上高構成比	-	-	45.9%	52.7%	58.7%	60.1%	59.0%	62.5%	58.8%	74.0%
インターネット広告代理店事業	7,998	7,391	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-7.6%	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	65.4%	57.5%	-	-	-	-	-	-	-	-
アドネットワーク事業	4,093	5,361	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	31.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	33.5%	41.7%	-	-	-	-	-	-	-	-
情報メディア事業	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	0.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
クリエイティブ事業	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	0.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	99	56	126	206	387	670	632	779	838
前期比	-	-	-43.6%	125.9%	63.7%	88.0%	73.2%	-5.7%	23.2%	7.6%
売上高構成比	-	0.8%	0.4%	0.7%	1.0%	1.8%	2.9%	2.7%	3.5%	4.8%
調整額	-1,504	-1,545	-1,815	-2,152	-3,082	-2,590	-2,893	-2,293	-2,520	-2,363
営業利益	566	603	569	956	850	1,347	1,248	1,074	813	735
前期比	-	6.6%	-5.6%	67.9%	-11.0%	58.5%	-7.4%	-13.9%	-24.3%	-9.6%
営業利益率	5.3%	5.3%	4.8%	6.3%	4.7%	7.1%	6.1%	5.1%	4.1%	4.9%
インターネットマーケティング事業	-	-	320	385	143	617	581	496	504	556
前期比	-	-	-	20.0%	-62.9%	331.7%	-5.8%	-14.5%	1.6%	10.3%
営業利益率	-	-	4.3%	4.8%	1.7%	7.5%	6.5%	6.1%	6.0%	15.0%
営業利益構成比	-	-	31.2%	26.6%	9.9%	32.1%	31.6%	30.9%	39.2%	40.6%
アドテクノロジー事業	-	-	687	1,007	1,236	1,276	1,159	1,092	661	586
前期比	-	-	-	46.6%	22.7%	3.3%	-9.2%	-5.8%	-39.4%	-11.4%
営業利益率	-	-	10.9%	11.1%	10.0%	9.8%	8.4%	7.5%	5.0%	4.5%
営業利益構成比	-	-	67.0%	69.7%	85.7%	66.4%	63.0%	68.0%	51.4%	42.7%
インターネット広告代理店事業	401	325	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-18.8%	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	5.0%	4.4%	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益構成比	44.0%	33.1%	-	-	-	-	-	-	-	-
アドネットワーク事業	486	652	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	34.1%	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	11.9%	12.2%	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益構成比	53.3%	66.3%	-	-	-	-	-	-	-	-
情報メディア事業	-4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	-5.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益構成比	-0.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
クリエイティブ事業	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益率	44.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
営業利益構成比	3.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	5	18	53	63	30	99	18	122	229

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

フルスピードの2022年4月期売上高は15,088百万円であった。2022年4月期からの収益認識会計基準の適用により、売上高および売上原価が4,878百万円減少した。会社側の試算では、同基準を前期に遡及適用した場合の売上高は同1.0%

増であった。インターネットマーケティング事業の売上高は3,700百万円、アドテクノロジー事業の売上高は12,913百万円であった。収益認識会計基準を前期に遡及適用した場合の売上高は、インターネットマーケティング事業が同1.8%減、アドテクノロジー事業が同1.1%減であった。

営業利益は735百万円となった。新規事業および人的資本への投資強化により減益となった。セグメント別では、インターネットマーケティング事業の営業利益は556百万円であった。ソーシャルメディアを中心としたコンサルティング事業が着実に成長し、増益に貢献した。アドテクノロジー事業の営業利益は586百万円となった。NFT（Non-Fungible Token、非代替性トークン：ブロックチェーンを基盤にして作成された代替不可能なデジタルデータのこと）を活用したweb3時代のマーケティング、グローバルマーケティングの展開を強化した。

収益構造

インターネットマーケティング事業では、ソーシャルメディアマーケティング、リスティング広告などが売上の大部分を占める。顧客からの広告掲載料が売上となる一方、広告枠利用料を検索ポータルやインターネットメディアに支払うとみられる。アドテクノロジー事業では、子会社のフォーイトが営む成果報酬型パフォーマンスマーケティング・プラットフォーム「afb」と、子会社のクライドが営むディスプレイ型アドネットワーク「ADMATRIX DSP」が主力で、売上の大部分を占める。

「afb」では、成果に応じて生じる広告料が売上となる一方で、アフィリエイトメディアに成果報酬手数料を支払いが発生し、「ADMATRIX DSP」ではCPCやCPMに基づき売上が生じ、インターネットメディアの広告枠料の支払が発生するとみられる。インターネットメディアでは、Google Inc.、ヤフー、Facebook Inc.からの仕入依存度が高いとしている。

CPC（Cost Per Click）：クリック課金のこと

CPM（Cost Per Mille）：1,000回表示ごとに課金されるインプレッション課金のこと

サードパーティCookie問題

インターネット上のプライバシー保護の観点から、個人情報保護法の改正やCookieに対する規制が強まっている。米Apple社がすでにSafariにおけるサードパーティCookieを全面使用不可としたほか、Googleも2025年以降に段階的に使用不可とする考えを示している。大手プラットフォームによるサードパーティCookie廃止による消費者の行動追跡ターゲティング広告への影響は避けられず、フルスピードの業績にも多大なる影響を及ぼす可能性がある。同社ではこれらの環境変化を受け、すでにフルスピードを完全子会社化しており、今後どのような新規事業が開発されるかが注目される。

市場とバリューチェーン

MVNO市場

総務省の「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」に基づくと、2024年3月時点でのMVNO事業者数は1,889社で、そのうちMNOと直接契約する一次MVNOが829社、一次MVNOから再卸を受ける二次以降MVNOが1,060社である。基本的に二次以降MVNOがMVNEサービスの顧客となるが、二次以降MVNOのうち30千契約以上有するのは31社、30千契約未満が1,029社と、小規模な事業者がほとんどを占める状況にある。

MVNO事業者数の推移

MVNO事業者数の推移	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月
(事業者数)							
契約数が30千以上であるMVNO（一次MVNO）	48	56	64	64	69	73	78
契約数が30千未満であるMVNO（一次MVNO）	396	472	546	589	626	718	751
契約数が30千以上であるMVNO（二次以降MVNO）	15	23	22	24	27	29	31
契約数が30千未満であるMVNO（二次以降MVNO）	682	735	770	838	922	964	1,029
合計	1,141	1,286	1,402	1,515	1,644	1,784	1,889

出所：総務省資料をもとにSR社作成

サービス区分別MVNO事業者の推移

サービス区分別MVNO事業者数の推移 (契約数30千以上)	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月
(事業者数)							
SIMカード型	42	52	57	57	60	65	74
一次MVNO	24	27	34	31	32	35	43
二次以降MVNO	18	25	23	26	28	30	31
通信モジュール	19	21	23	24	29	31	32
一次MVNO	14	15	16	17	22	24	25
二次以降MVNO	5	6	7	7	7	7	7
単純再販	22	26	27	28	30	30	28
一次MVNO	17	19	19	20	18	17	17
二次以降MVNO	5	7	8	8	12	13	11
再卸	35	41	48	46	52	55	56
一次MVNO	24	29	32	32	36	37	37
二次以降MVNO	11	12	16	14	16	18	19
その他	3	3	3	1	1	1	1
一次MVNO	2	2	2	0	0	0	0
二次以降MVNO	1	1	1	1	1	1	1

出所：総務省資料をもとにSR社作成

サービス区分別で見ると、スマートフォン向けが中心となるSIMカード型のMVNOは74社で、うち二次以降MVNOは31社で微増傾向にとどまっている。MNOによる低価格プランの導入やサブブランドの浸透により、SIMカード型MVNO契約数は2022年3月に14,920千契約に減少し、契約比率も移動系通信契約数の9.2%に低下した。しかしその後は増加に転じ、2024年3月は16,360千契約となった。5Gではさまざまな「モノ」がつながることが想定され、拡大が続く通信モジュール市場を中心に、MVNEにとってビジネスチャンスになるとSR社では考える。

MVNO契約者数の推移

	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月
(千契約)							
MVNO契約数 (携帯電話・PHS・BWA)	18,490	21,570	24,710	26,100	26,540	30,160	34,450
SIMカード型	10,520	12,950	15,630	15,680	14,920	15,600	16,360
通信モジュール	4,860	5,780	6,830	7,590	8,910	10,460	12,420
単純再販	1,730	1,720	1,480	1,400	1,220	1,110	1,030
その他	1,380	1,120	770	1,430	1,490	2,990	4,640

出所：総務省資料をもとにSR社作成

SIMカード型MVNO契約数比率の推移

	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月
SIMカード型MVNO契約数比率	6.9%	8.3%	10.0%	9.8%	9.2%	9.5%	9.8%

出所：総務省資料をもとにSR社作成

SIMカード型のMVNO契約数における事業者別シェアの推移をみると、インターネットイニシアティブ、株式会社NTTドコモ（NTTコミュニケーションズ、NTTレゾナントから事業譲受）、株式会社オプテージ（非上場、関西電力（東証PRM 9503）の子会社）の上位3社のシェアが上40.0%を占める。上位の事業者は基本的に一次MVNOであり、同社のMVNEビジネスの顧客ではないとSR社は考えるが、上位5社以外のシェアが上昇トレンドにあることは、同社のMVNE/MVNOビジネスの拡大を裏付ける可能性がある。

SIMカード型MVNO契約数における事業者別シェアの推移

	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月	2024年3月
インターネットイニシアティブ (IIJ)	15.4%	14.1%	13.3%	15.2%	18.1%	19.8%	21.6%
NTTコミュニケーションズ/NTTレゾナント/NTTドコモ	12.4%	11.4%	10.7%	11.5%	14.0%	11.9%	9.7%
オプテージ	10.7%	10.0%	8.7%	8.9%	9.2%	9.0%	8.7%
富士通	-	-	-	-	-	5.6%	5.6%
イオンリテール	-	-	-	-	-	4.8%	4.7%
楽天モバイル (MVNO)	16.3%	16.0%	18.0%	11.4%	6.2%	-	-
ビッグロープ	5.5%	5.3%	-	-	5.8%	-	-
LINEモバイル	-	-	5.8%	6.7%	-	-	-
その他	39.7%	43.2%	43.5%	46.3%	46.7%	48.9%	49.7%

出所：総務省資料をもとにSR社作成

集合住宅向けインターネット接続サービス市場

株式会社MM総研が2024年7月30日に発表した「全戸一括型マンションISPシェア調査」（2024年3月末）によると、2024年3月末時点の全戸一括型マンションISPによるサービス提供戸数は5,790千戸で、前年同月末比で580千戸増となった。2023年度（2023年4月～2024年3月）は分譲・賃貸ともに新築物件が2022年度と同等以上の規模で竣工して全戸一括型インターネットサービスの導入も進んだ。一方、既築物件の導入がやや鈍化し、前年度の純増戸数（595千戸）を下回った。事業者別シェア（OEM提供分を除く）では、つなぐネットコミュニケーションズ（アルテリア・ネットワークス株式会社（東証PRM 4423、2023年10月18日上場廃止予定）の子会社）が1,064千戸（前年同月末比100千戸増）でシェアは18.4%となり、7年連続で首位となった。2位は554千戸（同36千戸増）でシェア9.6%の株式会社ファ

ミリーネット・ジャパン（東京電力ホールディングス（東証PRM 9501）の子会社）、3位は527千戸（同72千戸増）の株式会社ファイバークエスト（東証PRM 9450）となり、前年度3位であったD.U-NETは4位となった。

同調査によると、ギガプライズのシェアは第10位であるが、OEM提供分は含まれていない。ギガプライズはシェア4位のD.U-NETにOEM提供を行っており、OEMを含む2024年4月末のサービス提供戸数は前年3月末比約158千戸増の約1,210千戸と、シェア1位のアルテリア・ネットワークスをしのぐ規模となる。メインの小規模賃貸物件に加え、大規模な分譲物件もターゲットとし、引き続きOEM戦略で販売を拡大した。

同調査では、2024年度以降の新築物件の竣工は分譲・賃貸ともに減少に向かうものの、全戸一括型インターネットの採用率が継続的に高まっていくことで、全戸一括型マンションISPによるサービス提供戸数は賃貸物件を中心に一定の規模を確保するとみている。引き続き年間純増戸数は600千戸弱の規模を維持する見込みであり、2024年度からの3年間の年平均成長率は9.2%と予測する。

ギガプライズでは、2022年3月末時点でターゲットとする賃貸住宅・分譲マンション市場において、82.8%が全戸一括型ISPサービスを導入していないとみている。総務省が5年ごとに調査を実施する「令和5年（2023年）住宅・土地統計調査」に基づく、日本の住宅市場は55,665千戸、そのうち賃貸住宅は19,462千戸であった。また国土交通省の「分譲マンションストック戸数（令和5年（2023年）末時点）」によると、分譲マンションは7,043千戸であった。これらの調査に基づく、ギガプライズのターゲット市場は26,505千戸となり、MM総研による全戸一括型ISPサービス提供戸数5,790千戸からサービス導入率は21.8%となる。未導入率は78.2%と今後の導入余地は未だ大きい。

国内インターネット広告市場

株式会社電通（東証PRM 4324）が発表している「日本の広告費」によると、2023年の総広告費は7.32兆円（前年比3.0%増）となった。新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、人流に関わる業種を中心に広告需要が回復し、過去最高を更新した。プロモーションメディア広告費の中でも「イベント・展示・映像ほか」が大きく回復したほか、コロナ禍で急速に進んだ社会のデジタル化を背景に「インターネット広告費」の伸長も市場全体をけん引した。

インターネット広告費が総広告費に占める割合は年々増加しており、2023年では45.6%となった。2023年のインターネット広告費は3.33兆円（前年比7.8%増）となり、マスコミ4媒体（新聞・雑誌・ラジオ・テレビ）広告費（2.32兆円、前年比3.4%減）を大きく上回った。

インターネット広告媒体費の大部分は、運用型広告である。2023年時点ではインターネット広告媒体費のうち、約36%がソーシャル広告、約26%がビデオ（動画）広告となっている。

2019年から物販系ECプラットフォーム広告費（ECプラットフォームへ出店している事業者がそのプラットフォーム内に投下した広告費。EC領域での販売促進を図るインターネット広告費全体を指すものではない。）が新たな項目として追加されることとなった。このため、2019年の統計上のインターネット広告費の伸びがやや大きくなっている。

インターネット広告費とその内訳の推移

(十億円)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
総広告費	6,152.2	6,171.0	6,288.0	6,390.7	6,530.0	6,938.1	6,159.4	6,799.8	7,102.1	7,316.7
YoY	2.9%	0.3%	1.9%	1.6%	2.2%	6.2%	-11.2%	10.4%	4.4%	3.0%
インターネット広告費	1,051.9	1,159.4	1,310.0	1,509.4	1,758.9	2,104.8	2,229.0	2,705.2	3,091.2	3,333.0
構成比（対総広告費）	17.1%	18.8%	20.8%	23.6%	26.9%	30.3%	36.2%	39.8%	43.5%	45.6%
YoY	12.1%	10.2%	13.0%	15.2%	16.5%	19.7%	5.9%	21.4%	14.3%	7.8%
媒体費	824.5	919.4	1,037.8	1,220.6	1,448.0	1,663.0	1,756.7	2,157.1	2,480.1	2,687.0
物販系ECプラットフォーム広告費						106.4	132.1	163.1	190.8	210.1
広告制作費	227.4	240.0	272.2	288.8	310.9	335.4	340.2	385.0	420.3	435.9
取引手法	510.6	622.6	738.3	940.0	1,151.8	1,326.7	1,455.8	1,838.2	2,118.9	2,349.0
運用型広告			153.8	175.8	197.1	231.4	202.4	224.9	264.7	264.8
予約型広告			145.7	104.9	99.0	104.9	98.5	94.0	96.5	73.2
成果報酬型広告			647.6	831.7	1,018.1					
デバイス	345.0	497.9	647.6	831.7	1,018.1					
モバイル広告			390.2	388.9	429.9					
デスクトップ広告	479.5	421.5	390.2	388.9	429.9					
広告種別				498.8	563.8	554.4	573.3	685.6	737.2	770.1
ディスプレイ広告				483.1	570.8	668.3	678.7	799.1	976.6	1,072.9
検索連動型広告				115.5	202.7	318.4	386.2	512.8	592.0	686.0
ビデオ（動画）広告	29.0	51.6	86.9	115.5	202.7	318.4	386.2	512.8	592.0	686.0
インストリーム広告							180.0	292.1	345.6	383.7
アウトストリーム広告							206.3	220.7	246.3	302.2
成果報酬型広告				104.9	99.0	104.9	98.5	94.0	96.5	73.2
その他				18.3	11.7	17.0	20.0	65.7	77.8	84.7
ソーシャル					389.0	489.9	568.7	764.0	859.5	973.5
ソーシャル広告					228.0	248.8	248.8	316.8	367.5	407.0
SNS系						113.9	158.5	261.0	305.2	337.2
動画共有系						148.0	161.5	186.1	186.8	229.4
その他						1,059.0	1,173.1	1,188.0	1,393.1	1,620.6
ソーシャル広告以外						1,059.0	1,173.1	1,188.0	1,393.1	1,620.6

出所：電通グループ「日本の広告費」「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」よりSR社作成
※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

【取引手法の定義】

運用型広告：検索連動型広告、およびデジタル・プラットフォーム（ツール）やアドネットワークを通じて入札方式で取引されるもの。

予約型広告：純広告やタイアップ広告として、代理店・メディアレップ経由もしくは直接広告主に販売されるもの、およびデジタル・プラットフォーム（ツール）やアドネットワークを通じて非入札方式（固定価格）で取引されるもの。

成果報酬型広告：インターネット広告を閲覧したユーザーが、あらかじめ設定されたアクションを行った場合に、メディアや閲覧ユーザーに報酬が支払われる広告。

【広告種別の定義】

ディスプレイ広告：サイトやアプリ上の広告枠に表示する画像、テキストなどの形式の広告およびタイアップ広告。

検索連動型広告：検索サイトに入力した特定のワードに応じて、検索結果ページに掲載する広告。

ビデオ（動画）広告：動画ファイル形式（映像・音声）の広告。

成果報酬型広告：インターネット広告を閲覧したユーザーが、あらかじめ設定されたアクションを行った場合に、メディアや閲覧ユーザーに報酬が支払われる広告。

その他のインターネット広告：上記以外のフォーマットのインターネット広告。メール広告、オーディオ（音声）広告など。

【ソーシャル広告の定義】

「ソーシャルメディア※」のサービス上で展開される広告

※ユーザーが投稿した情報をコンテンツとし、ユーザー間で共有・交流するサービスを提供するメディア（プラットフォーム）

<JIAA「インターネット広告 基礎用語集 2019年度版」より>

ソーシャルメディア例：SNS／ブログサービス／ミニ（マイクロ）ブログ／動画共有サイト／ソーシャルブックマーク／電子掲示板 など

【ビデオ（動画）広告の定義】

動画ファイル形式（映像・音声）の広告。以下を含む。

インストリーム広告：動画コンテンツの前、中、後に再生する動画ファイル形式の広告。

アウトストリーム広告：ディスプレイ広告枠等の動画コンテンツ外で表示される動画ファイル形式の広告。Web上の広告枠や記事のコンテンツ面等で表示されるインフィード広告で動画ファイル形式のものを含む。

SW（Strengths, Weakness）分析

強み(Strengths)

ネットワークとデバイス両面で蓄積した経験を5G時代の新サービス開発に生かせること

当社には、通信インフラの進化に合わせて新しいサービスを展開し、事業を拡大してきた歴史がある。固定通信では、ダイヤルアップの時代（2001年ごろまで）には無料サービスの提供により地位を築き、xDSLやFTTHのブロードバンドサービスではISP's ISP（ISP事業者向けインターネット接続サービス）や集合住宅向けISPサービスにより事業を拡大した。一方、モバイル通信では、3Gでは最安値であったDTI SIMやMVNOによるfreebit mobileを提供し、その延長線上で4GではMVNEサービスを開始した。固定・モバイルにおける歴史が示すとおり、当社は価格訴求によりサービスを拡大したのち、それらサービスの基盤となるプラットフォームの提供にシフトしている。5Gに進化した現在、当社はさらにその方向性を強め、5G時代のPlatformer Makerを目指すとしている。

創業来、固定通信およびモバイルのネットワークに対する技術を蓄積してきた当社は、過去にデジタル家電メーカーであったエグゼモード株式会社を完全子会社化し、独自のデバイス設計・開発も手掛けてきた。また独自スマートフォンを開発し、市場投入してきたが、iOSやAndroid端末が普及拡大した結果、MNOを除くと、ネットワーク・デバイス両面の知見を有する企業は少なくなっている。5G時代では「ヒト」だけではなく、さまざまな「モノ（デバイス）」がつながる世界が待ち受けており、プラットフォームを提供するためには、あらゆるデバイスとの接続性を確保することが重要となる。当社のネットワーク・デバイス両面における経験は、5G時代の新サービスを開発する上で強みになるとSR社は考える。

「トーンモバイル」がNTTドコモのエコノミーMVNOに加わったことで、NTTドコモの約2,000店の販売網を活用できること

「トーンモバイル」がNTTドコモのエコノミーMVNOに加わったことで、同社の販売網はカメラのキタムラを中心とする112店舗からNTTドコモが全国に持つ2,055店のドコモショップを含む2,163店舗に拡大した（2024年6月時点）。「トーンモバイル」はキッズ・シニア層にフォーカスするが、その中で2026年3月31日に3Gサービスが停波される予定であり、相対的に年齢層が高いとみられるドコモユーザーにおいて、特に未だ3Gを利用するシニアユーザーの受け皿になりえるとSR社は理解している。

NTTドコモは2023年7月1日よりデータ少容量かつ低価格となる新プラン「irumo」の提供を開始すると発表した。低価格を享受するにはドコモの光回線などへの加入が必須であり、純粋に低廉なスマートフォン料金を求めるユーザーへの訴求力は低いとSR社は考える。むしろ「irumo」の開始にあわせてエコノミーMVNOの有力な競合サービスであったOCNモバイルONEの提供が終了したことで、シニア層を中心とした価格重視のユーザーにおいて、「TONE IN」戦略により全キャリアの160機種以上の端末で対応可能となった「トーンモバイル」の存在感が高まることが考えられる。

集合住宅向けISPサービスで複数の賃貸住宅管理会社大手を顧客に持つこと

ギガプライズは集合住宅向けISPサービスにおいて、主にマンションやアパートなど中小規模の賃貸集合住宅にフォーカスすることでシェアを拡大してきた。その中で、賃貸住宅管理市場で第4位の大和リビング系列のD.U-NETと包括契約を結んでいるほか、シェアトップの大東建託グループ、シェア2位の積水ハウスグループを顧客に持つ。同社によると、包括契約により大和リビングの新築物件にはデフォルトで導入される模様である。

ギガプライズとD.U-NETとの取引は、D.U-NET設立直後の2014年3月期から開始されており、ギガプライズのサービス対応力に加え、子会社ギガテックによる全国的な施工体制が評価されているとSR社では考える。これまでの両社の協力関係と導入実績を考慮すると、D.U-NET側が他のISPサービスに切り替える動機も生まれにくいとみられ、ギガプライズが築いた顧客基盤は、同社の収益を支える上で大きな強みになると考える。

弱み(Weaknesses)

相対的な企業体力の小ささによりMVNOサービスの展開力が制限されること

個人向けモバイル通信サービス市場において、MNOやMVNO最大手である株式会社インターネットイニシアティブ（東証PRM 3774、2024年3月期売上高276,080百万円、営業利益29,029百万円）と比べ、同社の企業規模は小さい。特にMVNOサービスでは、ネットワークをMNOから調達する仕組みにあることで、エリアカバレッジなど本質的なネットワーク品質に差が生じにくい。その中で、通信速度はユーザー数が多いほど帯域の利用効率を上げることが可能となり、マーケティング面でもスケールメリットが働きやすい。競合他社に比べ企業体力の小さい同社は、必然的にキッズやシニア層にフォーカスするなどの局地戦にならざるを得ない。

個人向けサービスにおいて知名度が低いこと

同社は個人向けモバイル通信サービスを中心にB2C向けのビジネスを有しているが、知名度が重要となる中で、年間の広告宣伝費は2022年4月期実績で約11億円、2023年4月期においては金額的な重要性が乏しくなったことを背景に非開示となった。年間1,000億円を超える広告宣伝費を投じているMNO各社に加え、シェア上位のMVNOは親会社のブランドも活用してサービスを提供している。結果として、同業他社に比べ、同社の知名度や「トーンモバイル」のブランド力は必ずしも高いとはいえない状況にある。NTTドコモの店舗網活用への期待は大きい。知名度の低さにより、期待ほどの効果が得られない可能性がある。

フルスピードの抜本的な構造改革の成果が顕在化するまでには時間を要すること

インターネット上のプライバシー保護の観点から、個人情報保護法の改正やCookieに対する規制が強まっている。米Apple社がすでにSafariにおけるサードパーティCookieを全面使用不可としたほか、Googleも2025年以降に段階的に使用不可とする考えを示している。大手プラットフォームによるサードパーティCookie廃止による消費者の行動追跡ターゲティング広告への影響は避けられず、フルスピードの業績にも多大なる影響を及ぼす可能性がある。

同社ではこれらの環境変化を受け、フルスピードの継続的成長と収益改善には抜本的な構造改革・広告代理店事業からの脱却が必要との認識に至った結果、フルスピードを完全子会社化した。その背景には、サードパーティCookie規制の影響を受けやすいアフィリエイト事業への依存度の高さ（2022年4月期消去前売上高構成比74.0%）があるとSR社では考える。完全子会社化後のシナジーとして、グループ連携強化による多様なデータ連携・活用での新規事業創出や、

企業/クリエイター支援事業の推進などを図っているが、フルスピードの抜本的な構造改革の成果が業績面に顕在化するまでには時間を要するとSR社では考える。

財務諸表

損益計算書

損益計算書 (百万円)	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
売上高	21,469	28,390	35,222	38,654	50,366	55,295	52,010	43,076	46,772	53,038
前期比	3.9%	32.2%	24.1%	9.7%	30.3%	9.8%	-5.9%	-17.2%	8.6%	13.4%
売上原価	13,909	20,178	27,008	27,987	35,212	38,478	36,560	30,666	33,444	37,651
売上総利益	7,560	8,212	8,215	10,667	15,153	16,817	15,449	12,410	13,327	15,386
前期比	-5.5%	8.6%	0.0%	29.8%	42.1%	11.0%	-8.1%	-19.7%	7.4%	15.5%
売上総利益率	35.2%	28.9%	23.3%	27.6%	30.1%	30.4%	29.7%	28.8%	28.5%	29.0%
販売費及び一般管理費	6,316	6,309	6,894	8,816	12,172	14,230	12,046	9,244	9,320	9,499
売上高販売費比率	29.4%	22.2%	19.6%	22.8%	24.2%	25.7%	23.2%	21.5%	19.9%	17.9%
営業利益	1,245	1,903	1,321	1,851	2,982	2,588	3,403	3,165	4,008	5,888
前期比	-5.8%	52.9%	-30.6%	40.1%	61.1%	-13.2%	31.5%	-7.0%	26.6%	46.9%
営業利益率	5.8%	6.7%	3.8%	4.8%	5.9%	4.7%	6.5%	7.3%	8.6%	11.1%
営業外収益	56	145	51	56	40	120	498	35	32	85
営業外費用	318	725	564	481	453	227	240	321	332	217
経常利益	982	1,323	808	1,426	2,569	2,481	3,662	2,879	3,707	5,756
前期比	-19.5%	34.6%	-38.9%	76.6%	80.1%	-3.4%	47.6%	-21.4%	28.8%	55.3%
経常利益率	4.6%	4.7%	2.3%	3.7%	5.1%	4.5%	7.0%	6.7%	7.9%	10.9%
特別利益	613	207	158	5	1	512	2,462	21	21	270
特別損失	77	83	306	647	411	1,740	2,441	228	286	148
法人税等	222	481	652	1,106	1,391	1,346	1,226	1,000	862	1,285
非支配株主に帰属する当期純利益	271	412	158	245	489	527	869	844	789	1,027
親会社株主に帰属する当期純利益	1,026	553	-150	-567	279	-619	1,587	828	1,792	3,566
前期比	335.1%	-46.1%	-	-	-	-	-	-47.8%	116.5%	99.0%
純利益率	4.8%	1.9%	-	-	0.6%	-1.1%	3.1%	1.9%	3.8%	6.7%

出所：会社資料をもとにSR社作成

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

同社の過去10期の売上高の推移をみると、前期比増減率の変動が大きい。2016年4月期および2017年4月期は主としてフルスピードのアドテクノロジー事業と同社のMVNEサービスなどのモバイル事業が拡大した。2017年4月期は前期比約24%増収となった一方、営業利益は同約31%の減収となったが、ヘルステック事業における先行投資およびのれん償却（2016年9月に株式会社EPARKヘルスケアを連結子会社化）とフルスピードにて発生した債権未回収による影響が主な要因であった。

2019年4月期売上高は前期比約30%増となったが、エドテック事業における株式会社アルクの連結子会社化に加え、ISPサービス提供戸数拡大によるギガプライズの増収などが背景であった。2021年4月期売上高は同約6%減となったが、子会社であった株式会社フリービットEPARKヘルスケア（旧EPARKヘルスケア）とアルクの全株売却や新型コロナウイルスの影響によるフルスピードの減収が主な背景であった。一方、営業利益は同約32%増収となった主な背景は、子会社売却に伴う赤字縮小とモバイル事業の拡大であった。2022年4月期売上高は約17%の減収となったが、前期の子会社2社売却の影響に加え、収益認識会計基準の適用影響が主要因であった。

2024年4月期売上高は前期比13.4%増であったが、連結子会社であるギガプライズおよびその子会社が決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更したことで、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13か月決算となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、2024年4月期売上高は同9.7%増であった。

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
資産										
現金及び預金	6,983	7,911	10,249	13,656	15,459	15,721	17,621	17,741	18,306	18,722
受取手形及び売掛金	3,200	4,508	4,227	5,088	8,296	9,303	6,669	-	-	-
受取手形	-	-	-	-	-	-	-	32	173	133
売掛金	-	-	-	-	-	-	-	7,862	8,193	8,350
契約資産	-	-	-	-	-	-	-	38	29	24
リース債権及びリース投資資産	-	-	-	-	-	-	-	135	395	926
商品及び製品	99	715	202	287	820	750	166	123	339	83
仕掛品	14	27	48	119	298	145	201	165	252	195
原材料及び貯蔵品	7	4	5	7	48	568	1,151	1,343	1,248	1,983
前払費用	248	232	320	470	715	780	375	461	468	573
繰延税金資産	345	414	419	-	-	-	-	-	-	-
未収入金	1,577	1,435	1,707	2,065	1,442	4,310	1,522	587	573	471
その他	348	921	458	520	666	1,733	1,231	1,417	732	411
貸倒引当金	-225	-176	-222	-200	-186	-193	-140	-84	-67	-54
流動資産合計	12,597	15,990	17,414	22,013	27,558	33,116	28,797	29,820	30,640	31,818
建物	589	637	762	732	718	608	629	627	436	341
土地	334	224	224	197	200	200	296	296	178	162
賃貸資産	-	-	-	-	-	-	-	-	266	1,179
リース資産	687	666	677	992	1,855	1,785	1,586	1,416	1,101	815
その他	179	184	224	201	152	134	149	143	496	540

ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、2024年4月期通期の売上高は同9.7%増、5G生活様式支援事業の売上高は同7.0%増であった。

営業利益

2024年4月期通期の営業利益は前期比46.9%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同9.3%増、5G生活様式支援事業が同62.8%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同82.7%増とすべてのセグメントが増益となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、2024年4月期通期の営業利益は同37.0%増、5G生活様式支援事業の営業利益は同43.2%増であった。なお戦略投資（2024年4月期通期962百万円）を除いた営業利益は同29.4%増（決算期変更影響も除く場合、21.9%増）、セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同7.6%増、5G生活様式支援事業が同36.8%増（同22.7%増）、企業・クリエイター5G DX支援事業が同51.6%増であった。

2024年4月期通期の戦略投資の実績は前期比25.1%減の962百万円となった。同社では2023年4月期実績（1,284百万円）と同水準を計画していたものの、5Gインフラ支援事業における5Gデータセンター移設の一部に後ろ倒しが生じたことで、約200百万円が2025年4月期にスライドしたとのことである。

経常利益

2024年4月期通期の経常利益は前期比55.3%増となった。主に営業利益の増加に加え、フルスピードの完全子会社化関連費用が95百万円減少した。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、経常利益は同44.6%増であった。

親会社株主に帰属する当期純利益

2024年4月期通期の親会社株主に帰属する当期純利益は前期比99.0%増となった。経常利益の増加に加え、投資有価証券売却益および関係会社株式売却益が259百万円増加した一方、税金費用の289百万円増が減益要因となった。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、親会社株主に帰属する当期純利益は同90.2%増であった。

セグメント別業績動向

5Gインフラ支援事業

- 売上高：9,932百万円（前期比4.7%増）
- 営業利益：1,506百万円（同9.3%増）

2024年4月期通期は増収増益であった。MVNEとしてMVNO向け支援事業の事業規模が順調に拡大した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前期比7.6%増であった。

営業利益（前年同期比128百万円増）の増減要因は、B2B2Xモバイルにおけるサービス利用増が471百万円の増収要因となった一方、B2B2X固定網のサービス利用減が78百万円、人材強化による人件費増が180百万円、戦略投資の増加が1百万円、その他が85百万円の減収要因となった。なお、2024年4月期通期の5Gインフラ支援事業における戦略投資は301百万円（前期300百万円）で、5Gデータセンター整備やデータ連携プロジェクトなどに投じられた。

MVNO向けのモバイルサービスでは、顧客ニーズに合わせた独自プラン（アカウント卸）や帯域幅による提供（帯域卸）に加え、ネットワーク運用監視サービスや管理ツール、クラウド・固定IP・VoIPなどのコンポーネントを提供する。同社によると、回線の絶対数としては帯域卸が多いものの、伸びているのはアカウント卸であり、かつアカウント卸において「データ+SMS+音声」SIMの比率が引き続き上昇傾向にあることが増収ならびに売上総利益率の改善につながっているとのことである。2024年4月期末の販売SIMの構成比は、データ+SMS+音声が49.3%（2024年4月期第2四半期末48.5%）、データ+SMSが3.9%（同4.9%）、データが46.8%（同46.6%）であった。

5G生活様式支援事業

- 売上高：26,612百万円（前期比14.4%増）
- 営業利益：3,319百万円（同62.8%増）

2024年4月期通期は増収増益となった。主に5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）におけるサービス提供戸数が順調に推移した。

なお、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前期比7.0%増、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は同22.7%増であった。

営業利益（前年同期比1,280百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が532百万円、新端末発売の一時費用および店舗展開費用の圧縮を背景としたTONE事業の利益改善が274百万円、戦略投資減が245百万円の増益要因となった。一方、固定網サービス利用減に伴うDTIの利益減が165百万円、その他が4百万円の減益要因となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更は398百万円の利益増要因となった。なお、2024年4月期通期の5G生活様式支援事業への戦略投資は524百万円（前期769百万円）で、「TONE」と「TONE Labo」のユーザー獲得やTONE Open化施策、「TONE Care」の開発および実証実験、web3（Blockchain）関係の開発およびテストの実施などに投じられた。

ギガプライズの重要指標である集合住宅向けISPサービスの2024年4月期末の提供戸数は前期末比158千戸増の1,210千戸と、順調に推移した。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：19,278百万円（前期比14.4%増）
- 営業利益：1,104百万円（同82.7%増）

2024年4月期通期は増収増益であった。アフィリエイトサービスの顧客獲得が好調に推移した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前期比51.6%増であった。

営業利益（前年同期比500百万円増）の増減要因は、注力ジャンルの強化および新規顧客獲得によるアフィリエイト事業の粗利益増が180百万円、グループ内リソース最適化による原価率低減が159百万円、戦略投資減が77百万円、広告効率の改善が67百万円、その他が16百万円の増益要因となった。なお、2024年4月期通期の企業・クリエイター5G DX支援事業への戦略投資は136百万円（前期213百万円）で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

2024年4月期第3四半期累計期間実績

- 売上高：39,992百万円（前年同期比16.9%増）
- 営業利益：4,670百万円（同47.4%増）
- 経常利益：4,592百万円（同54.9%増）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：2,869百万円（同73.2%増）

2024年4月期第3四半期累計期間の売上高は前年同期比16.9%増、営業利益は同47.4%増、経常利益は同54.9%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は同73.2%増であった。連結子会社である株式会社ギガプライズおよびその子会社が決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更したことで、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算となる。当第3四半期累計期間では2023年4月1日から2023年12月31日の10カ月を連結決算に取り込んでいる。

なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比11.8%増の38,260百万円、営業利益は同34.9%増の4,272百万円、経常利益は同41.6%増の4,196百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同63.7%増の2,711百万円であった。

通期会社予想に対する進捗率は、売上高75.5%（前年同期の前期実績に対する進捗率73.2%）、営業利益84.9%（同79.0%）、経常利益88.3%（同80.0%）、親会社株主に帰属する当期純利益95.6%（同92.4%）であった。なお通期会社予想に変更はなかった。同社は営業利益以下の進捗率が高い背景として、戦略投資の進捗や株式売却益などの特別利益計上を挙げており、最終的な着地は第4四半期の戦略投資の実行次第としている。

売上高

2024年4月期第3四半期累計期間の売上高は前年同期比16.9%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同4.4%増、5G生活様式支援事業が同18.7%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同18.0%増と、すべてのセグメントが増収となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比11.8%増であった。

営業利益

2024年4月期第3四半期累計期間の営業利益は前年同期比47.4%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同15.6%増、5G生活様式支援事業が同68.0%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同59.3%増とすべてのセグメントが増益となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、営業利益は同34.9%増であった。なお戦略投資（2024年4月期第3四半期累計期間698百万円）を除いた営業利益は同43.5%増（決算期変更影響も除く場合、27.1%増）、セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同13.5%増、5G生活様式支援事業が同52.9%増（同32.5%増）、企業・クリエイター5G DX支援事業が同46.7%増であった。

経常利益

2024年4月期第3四半期累計期間の経常利益は前年同期比54.9%増となった。主に営業利益の増加に加え、フルスピードの完全子会社化関連費用が95百万円減少した。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、経常利益は同41.6%増であった。

親会社株主に帰属する当期純利益

2024年4月期第3四半期累計期間の親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比73.2%増となった。経常利益の増加に加え、投資有価証券売却益が172百万円増加した一方、税金費用の356百万円増が減益要因となった。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、親会社株主に帰属する四半期純利益は同63.7%増であった。

セグメント別業績動向

5Gインフラ支援事業

- 売上高：7,425百万円（前年同期比4.4%増）
- 営業利益：1,342百万円（同15.6%増）

2024年4月期第3四半期累計期間は増収増益であった。MVNEとしてMVNO向け支援事業の事業規模が順調に拡大した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比13.5%増であった。

営業利益（前年同期比181百万円増）の増減要因は、B2Bモバイルにおけるサービス利用増が393百万円の増益要因となった一方、B2B固定網のサービス利用減が57百万円、人材強化による人件費増が89百万円、戦略投資の増加が4百万円、その他が62百万円の減益要因となった。なお、2024年4月期第3四半期累計期間の5Gインフラ支援事業における戦略投資は214百万円（前年同期210百万円）で、5Gデータセンター整備やデータ連携プロジェクトなどに投じられた。

MVNO向けのモバイルサービスでは、顧客ニーズに合わせた独自プラン（アカウント卸）や帯域幅による提供（帯域卸）に加え、ネットワーク運用監視サービスや管理ツール、クラウド・固定IP・VoIPなどのコンポーネントを提供する。同社によると、回線の絶対数としては帯域卸が多いものの、伸びているのはアカウント卸であり、かつアカウント卸において音声SIMの比率が引き続き上昇傾向にあることが売上総利益率の改善につながっているとのことである。

5G生活様式支援事業

- 売上高：19,904百万円（前年同期比18.7%増）
- 営業利益：2,579百万円（同68.0%増）

2024年4月期第3四半期累計期間は増収増益となった。5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）におけるサービス提供戸数が順調に推移した。

なお、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比8.4%増、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は同32.4%増であった。

営業利益（前年同期比1,044百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が494百万円、新端末発売の一時費用および店舗展開費用の圧縮を背景としたTONE事業の利益改善が231百万円、戦略投資減が12百万円、その他が16百万円の増益要因となった。一方、固定網サービス利用減に伴うDTIの利益減が107百万円の減益要因となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更は398百万円の利益増要因となった。なお、2024年4月期第3四半期累計期間の5G生活様式支援事業への戦略投資は404百万円（前年同期416百万円）で、「TONE」と「TONE

Labo」のユーザー獲得やTONE Open化施策、「TONE Care」の開発および実証実験、web3（Blockchain）関係の開発およびテストの実施などに投じられた。

ギガプライズの重要指標である集合住宅向けISPサービスの2024年4月期第3四半期末の提供戸数は前期末比106千戸増の1,158千戸であった。2024年4月期通期予想1,226千戸に対し、順調な進捗となった。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：14,655百万円（前年同期比18.0%増）
- 営業利益：767百万円（同59.3%増）

2024年4月期第3四半期累計期間は増収増益であった。アフィリエイトサービスの顧客獲得が好調に推移した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比46.7%増であった。

営業利益（前年同期比286百万円増）の増減要因は、注力ジャンルの強化および新規顧客獲得によるアフィリエイト事業の粗利益増が107百万円、フルスピード完全子会社化に伴うリソースの最適化などPMI効果などによる販管費減が118百万円、戦略投資減が16百万円、その他が45百万円の増益要因となった。なお、2024年4月期第3四半期の企業・クリエイター5G DX支援事業への戦略投資は79百万円（前年同期95百万円）で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

トピックス

5Gインフラ支援事業において新たな顧客開拓に向け直販システムを構築、新規サービスの提供を開始

5Gインフラ支援事業ではこれまで、B2B2X（B/C）向けのサービスを中心に展開してきたが、新たにリーチを拡大したい顧客層への直販を開始した。サービス設計からオンライン完結型販売プラットフォームなどの直販に必要な体制を自社で構築し、スタートアップ企業や中小企業などの新たな顧客開拓を進める。法人向けICTパッケージ「freebit Business」としてサービスを展開し、その第一弾として「どこでもIP」を開始したほか、第二弾となる「freebit mobile Biz」を2024年3月より開始する。

「どこでもIP」は、固定IPアドレスを利用し、外出先から簡単・高セキュリティで社内サーバーへのアクセスを可能とするサービスである。「freebit mobile Biz」はプライベート用端末にeSIMを挿入することで、5Gのビジネス用端末として簡単・リーズナブルに利用できるサービスである。

5G生活様式支援事業では新規プロダクトの開発や集合住宅向けISPサービスのノウハウ活用により、既存市場への横展開や新規市場の開拓を進める

5G生活様式支援事業では、集合住宅向けISPサービスで培ったノウハウを活用し、5G/web3時代を見据えた最先端プロダクトの開発を進めることで、集合住宅向け市場への横展開を進めつつ、新規プロダクトも合わせつつ新規市場を開拓している。クラウド映像保存機能を活用し、集合住宅向けに防犯カメラ機能を提供する「クラウドカメラサービス」では、エヌ・ティ・ティ・メディアサブライ株式会社（日本電信電話株式会社（東証PRM 9432）の100%子会社である西日本電信電話株式会社の子会社）と共同でサービスを提供し、サービス利用者の拡大や物件価値向上などを目指す。また東京都の都立明治公園に次世代街灯「Secual Smart Pole」を導入するなど、新規事業として自治体の課題解決に向けたサービスの創造・社会実装を目指す。

「TONE Coin」のリアル価値交換の開始により、「TONE Chain」のノード数が世界第3位規模に拡大

同社が2023年12月8日に発表したweb3ステークホルダーコミュニティ実証実験「One Vision」において、顧客向け「TONE Coin」のリアル価値交換を2024年2月1日より開始したことを背景に、同社のレイヤ1ブロックチェーン「TONE Chain」のノード数が増加している。2024年3月時点の「TONE Chain」のノード数は6,010（TONEユーザー4,511、パートナーなど1,499）に達し、同社の調べによるとbitcoin（ノード数18,117）、Ethereum（PoW）（同6,840）に次いで世界第3位の規模に拡大した。

「One Vision」の株主向け還元施策についてロードマップを発表

web3ステークホルダーコミュニティ実証実験「One Vision」では、株主還元施策として2024年4月末時点の株主に「フリービット株主DAOアプリ」の提供を2024年6月目途に開始する。「株主NFT」が付与されることで「TONE Chain」

のシーリング報酬である「TONE Coin」が獲得できるほか、株主掲示板への投稿や2024年7月下旬以降に同社グループの各種実証実験に参加できる「フリービット株主DAO」への参加が可能となる。

2024年4月期第2四半期累計期間実績

- 売上高：27,073百万円（前年同期比19.9%増）
- 営業利益：3,072百万円（同56.5%増）
- 経常利益：3,014百万円（同67.0%増）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：1,981百万円（同134.8%増）

2024年4月期第2四半期累計期間の売上高は前年同期比19.9%増、営業利益は同56.5%増、経常利益は同67.0%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は同134.8%増であった。連結子会社である株式会社ギガプライズおよびその子会社が決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更したことで、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算となる。当第2四半期累計期間では2023年4月1日から2023年10月31日の7カ月を連結決算に取り込んでいる。

なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比12.2%増の25,342百万円、営業利益は同36.2%増の2,673百万円、経常利益は同45.1%増の2,618百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同116.1%増の1,823百万円であった。

同社は今回、2024年4月期通期会社予想を修正した。新たな通期会社予想に対する進捗率は、売上高51.1%（前年同期の前期実績に対する進捗率48.3%）、営業利益55.8%（同49.0%）、経常利益58.0%（同48.7%）、親会社株主に帰属する当期純利益66.0%（同47.1%）であった。

売上高

2024年4月期第2四半期累計期間の売上高は前年同期比19.9%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同4.1%増、5G生活様式支援事業が同22.4%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同21.3%増と、すべてのセグメントが増収となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比12.2%増であった。

営業利益

2024年4月期第2四半期累計期間の営業利益は前年同期比56.5%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同23.6%増、5G生活様式支援事業が同78.2%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同67.8%増とすべてのセグメントが増益となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、営業利益は同36.2%増であった。なお戦略投資（2024年4月期第2四半期累計期間427百万円）を除いた営業利益は同43.5%増（決算期変更影響も除く場合、27.1%増）、セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同19.9%増、5G生活様式支援事業が同61.0%増（同44.5%増）、企業・クリエイター5G DX支援事業が同39.1%増であった。

経常利益

2024年4月期第2四半期累計期間の経常利益は前年同期比67.0%増となった。主に営業利益の増加に加え、フルスピードの完全子会社化関連費用が95百万円減少した。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、経常利益は同45.1%増であった。

親会社株主に帰属する当期純利益

2024年4月期第2四半期累計期間の親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比134.8%増となった。経常利益の増加に加え、投資有価証券売却益が172百万円増加、関係会社株式売却益が86百万円増加した一方、税金費用の89百万円増などが減益要因となった。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、親会社株主に帰属する四半期純利益は同116.1%増であった。

5Gインフラ支援事業

- 売上高：4,924百万円（前年同期比4.1%増）
- 営業利益：907百万円（同23.6%増）

2024年4月期第2四半期累計期間は増収増益であった。MVNEとしてMVNO向け支援事業の事業規模が順調に拡大した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比19.9%増であった。

営業利益（前年同期比173百万円増）の増減要因は、B2Bモバイルにおけるサービス利用増が283百万円、戦略投資の減少が1百万円の増収要因となった一方、B2B固定網のサービス利用減が39百万円、人材強化による人件費増が59百万円、その他が13百万円の減収要因となった。なお、2024年4月期第2四半期累計期間の5Gインフラ支援事業における戦略投資は131百万円（前年同期132百万円）で、5Gデータセンター整備やデータ連携プロジェクトなどに投じられた。

MVNO向けのモバイルサービスでは、顧客ニーズに合わせた独自プランや帯域幅による提供に加え、ネットワーク運用監視サービスや管理ツール、クラウド・固定IP・VoIPなどのコンポーネントを提供する。データSIMの販売数が横ばいで推移する一方、より付加価値の高いデータ+SMS+音声SIMの販売数増加が増収に寄与している。2024年4月期第2四半期末の販売SIMの構成比は、データSIMが46.6%（2022年4月期第1四半期末54.6%）、データ+SMS+音声SIMが48.5%（同32.9%）、データ+SMS SIMが4.9%（同12.5%）であった。

5G生活様式支援事業

- 売上高：13,655百万円（前年同期比22.4%増）
- 営業利益：1,746百万円（同78.2%増）

2024年4月期第2四半期累計期間は増収増益となった。5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）におけるサービス提供戸数が順調に推移した。

なお、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比6.9%増、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は同29.2%増であった。

営業利益（前年同期比766百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が234百万円、新端末発売の一時費用およびドコモショップとの連携開始による初期費用減が183百万円、戦略投資減が2百万円、その他が23百万円の増収要因となった。一方、固定網サービス利用減に伴うDTIの利益減が74百万円の減収要因となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更は398百万円の利益増要因となった。なお、2024年4月期第2四半期累計期間の5G生活様式支援事業への戦略投資は271百万円（前年同期273百万円）で、トーンモバイルのユーザー獲得やTONE Open化施策、「TONE Care」の開発および実証実験、web3（Blockchain）関係の開発およびテストの実施などに投じられた。

ギガプライズの重要指標である集合住宅向けISPサービスの2024年4月期第2四半期末の提供戸数は前期末比79千戸増の1,130千戸であった。2024年4月期通期予想1,226千戸に対し、順調な進捗となった。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：9,799百万円（前年同期比21.3%増）
- 営業利益：429百万円（同67.8%増）

2024年4月期第2四半期累計期間は増収増益であった。アフィリエイトサービスの顧客獲得が好調に推移した。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比38.9%増であった。

営業利益（前年同期比173百万円増）の増減要因は、注力ジャンルの強化および新規顧客獲得によるアフィリエイト事業の粗利益増が90百万円、フルスピード完全子会社化に伴うリソースの最適化などPMI効果などによる販管費減が100百万円、戦略投資減が46百万円の増収要因となった。一方、その他が63百万円の減収要因となった。なお、2024年4月期第2四半期の企業・クリエイター5G DX支援事業への戦略投資は24百万円（前年同期70百万円）で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

トピックス

「TONE Chain」を活用したステークホルダーコミュニティ実証実験「One Vision」を開始

同社は2023年12月8日、ノード数において世界第4位（2023年12月8日現在、同社調べ）の規模に到達した独自モバイルレイヤー1ブロックチェーン「TONE Chain」を活用したweb3によるステークホルダーコミュニティ実証実験「One Vision」を2024年4月期中に開始すると発表した。web3時代の新しい株主還元として全株主に対し、「TONE Chain」への参加権および「株主NFT」を配布する。同社の株主は、既存の株主優待に加えて、株主自身のスマートフォンの充電中に「TONE Chain」を動作させることで「TONE Chain」のシーリング（マイニング）に参加し、「TONE Coin」によ

る報酬を得ることができる。また「株主NFT」を取得し、簡単な登録手続きにより同社グループの先進的な実証実験サービスへの参加が可能となる。

「One Vision」により、既に顧客によって運用されている「TONE Chain」に、新たなる株主というステークホルダーがコミュニティに参加することとなる。今後は同社の従業員の参加も検討することで、同社に関わる顧客、株主、従業員がコミュニティを一つのビジョンとして共有し、世界規模のレイヤー1ブロックチェーンを運営していく予定である。

「TONE Coin」において「リアル価値交換」を開始

同社は2023年12月8日、トーンモバイルブランドにおいてプログラムを動作させるだけでポイントが貯まる新しいポイントシステム「TONE Coin」が、2024年2月1日目処にトーンモバイルサービス利用などへの充当が可能になると発表した。「TONE Coin」は、スマートフォンの充電中に「TONE Coin」アプリをバックグラウンドで自動起動するだけで「TONE Coin」が貯まるポイントシステムである。

充電中などのスマートフォンの余剰リソース（電源、CPUなど）を提供することでレイヤー1ブロックチェーン「TONE Chain」の運用に参加することとなり、「TONE Coin」が貯まるだけでなく、さまざまな社会貢献に参加できるようになる予定である。「TONE Coin」においてモバイルブロックチェーンのシーリング報酬としては初めて「リアル価値交換」を開始し、貯まった「TONE Coin」を1TONE coinあたり毎月のトーンモバイル利用料金の100円分に充当することが可能になる予定である。

2024年4月期第1四半期実績

- 売上高：14,040百万円（前年同期比26.0%増）
- 営業利益：1,665百万円（同92.5%増）
- 経常利益：1,624百万円（同110.0%増）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：863百万円（同182.5%増）

2024年4月期通期会社予想に対する進捗率は、売上高28.1%、営業利益33.3%、経常利益36.1%、親会社株主に帰属する当期純利益34.5%であった。

2024年4月期第1四半期の売上高は前年同期比26.0%増、営業利益は同92.5%増、経常利益は同110.0%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は同182.5%増であった。連結子会社である株式会社ギガプライズおよびその子会社が決算日を3月31日から同社と同じ4月30日に変更したことで、2024年4月期における当該連結子会社は2023年4月1日から2024年4月30日までの13カ月決算となる。当第1四半期では2023年4月1日から2023年7月31日の4カ月を連結決算に取り込んでいる。

なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比10.5%増の12,308百万円、営業利益は同46.5%増の1,266百万円、経常利益は同58.8%増の1,228百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同131.0%増の706百万円であった。

売上高

2024年4月期第1四半期の売上高は前年同期比26.0%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同4.3%増、5G生活様式支援事業が同38.8%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同15.6%増と、すべてのセグメントが増収となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比10.5%増であった。

営業利益

2024年4月期第1四半期の営業利益は前年同期比92.5%増の過去最高益となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同11.5%増、5G生活様式支援事業が同174.4%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同104.7%増とすべてのセグメントが増益となった。ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、営業利益は同46.5%増であった。なお戦略投資（2024年4月期第1四半期213百万円）を除いた営業利益は同69.8%増（決算期変更影響も除く場合、33.7%増）、セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同13.1%増、5G生活様式支援事業が同120.0%増（同44.5%増）、企業・クリエイター5G DX支援事業が同65.6%増であった。

経常利益

2024年4月期第1四半期の経常利益は前年同期比110.0%増となった。主に営業利益の増加に加え、フルスピードの完全子会社化関連費用が77百万円減少した。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、経常利益は同58.8%増であった。

親会社株主に帰属する当期純利益

2024年4月期第1四半期の親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比182.5%増となった。経常利益の増加に加え、投資有価証券評価損が50百万円減少した一方、税金費用が35百万円増、非支配株主に帰属する純利益が46百万円増などが減益要因となった。なお、ギガプライズおよびその子会社の決算期変更の影響を除いた場合、親会社株主に帰属する四半期純利益は同131.0%増であった。

5Gインフラ支援事業

- 売上高：2,428百万円（前年同期比4.3%増）
- 営業利益：438百万円（同11.5%増）

2024年4月期第1四半期実績は増収増益であった。固定回線網では、オンライン動画やゲームなどのリッチコンテンツおよびSNSの利用などが増加したほか、テレワークなどの一般化により、インターネットを介した多くのサービスの利用増加が継続していることで、ネットワーク原価は高止まり基調にある。モバイル回線網では、大手モバイル通信キャリアによる格安プランの提供やサブブランドの展開が、独自型MVNOサービス事業者の成長に影響を与える傾向にあるものの、モバイル市場全体としての成長は継続し、今後も拡大する見込みにある。その中で、同社グループは、MVNEとしてMVNO向け支援事業の規模拡大により、堅調な業績推移となった。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比13.1%増であった。

営業利益（前年同期比45百万円増）の増減要因は、B2Bモバイルにおけるサービス利用増が139百万円の増益要因となった一方、B2B固定網のサービス利用減が19百万円、人材強化による人件費増が34百万円、戦略投資の増加が14百万円、その他が27百万円の減益要因となった。なお、2024年4月期第1四半期の5Gインフラ支援事業における戦略投資は74百万円（前年同期60百万円）で、5Gデータセンター整備やデータ連携プロジェクトなどに投じられた。

MVNO向けのモバイルサービスでは、顧客ニーズに合わせた独自プランや帯域幅による提供に加え、ネットワーク運用監視サービスや管理ツール、クラウド・固定IP・VoIPなどのコンポーネントを提供する。データSIMの販売数が横ばいで推移する一方、より付加価値の高いデータ+SMS+音声SIMの販売数増加が増収に寄与している。2024年4月期第1四半期の販売SIMの構成比は、データSIMが48.2%（2022年4月期第1四半期54.6%）、データ+SMS+音声SIMが46.5%（同32.1%）、データ+SMS SIMが5.3%（同15.0%）であった。

5G生活様式支援事業

- 売上高：7,600百万円（前年同期比38.8%増）
- 営業利益：1,034百万円（同174.4%増）

2024年4月期第1四半期実績は増収増益となった。5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）では、建物の資産価値向上および入居率の向上を目的とした高速ブロードバンド環境の導入が標準化しつつある。またテレワークや動画コンテンツ視聴など利用がスタンダードなものとして認識されており、通信速度の高速化に対する要望の高まりに応えるため、最大通信速度10Gbps（上り/下り）の集合住宅向けISPサービスの提供を開始した。5G Lifestyle（個人向けのモバイル通信サービスやインターネット関連サービス）では、同社グループ独自のテクノロジーを活用したスマートフォンサービス「トーンモバイル」において、契約数増加につなげるべく、費用対効果を鑑みた成果報酬型広告を中心にマーケティング施策を実行した。

なお、ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は前年同期比7.1%増、営業利益は同68.8%増であった。また戦略投資（一時的な投資）も除いた場合の営業利益は同44.5%増であった。

営業利益（前年同期比657百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が103百万円、新端末発売の一時費用およびドコモショップとの連携開始による初期費用減が133百万円、戦略投資減が25百万円、その他が35百万円の増益要因となった。一方、固定網サービス利用減に伴うDTIの利益減が37百万円の減益要因となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更は398百万円利益増要因となった。なお、2024年4月期第1四半期の5G生活様式支援事業への戦略投資は125百万円（前年同期150百万円）で、トーンモバイルのユーザー獲得や「TONE Care」の開発および実証実験、web3（Blockchain）関係の開発およびテストの実施などに投じられた。

ギガプライズの重要指標である集合住宅向けISPサービスの2024年4月期第1四半期末の提供戸数は前期末比47千戸増の1,099千戸であった。2024年4月期通期予想1,226千戸に対し、順調な進捗となった。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：4,668百万円（前年同期比15.6%増）
- 営業利益：197百万円（同104.7%増）

2024年4月期第1四半期実績は増収増益であった。フルスピードが展開するインターネットマーケティングやアドテクノロジーサービスにおいては、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴い行動制限が緩和されたことで、経済活動が正常化へと向かい始め、広告需要も緩やかな復調基調となった。その中で、インターネットマーケティングのノウハウを活かし、インターネットマーケティング関連のDX推進に努めた。また中期的な成長のための新規事業の取組みとして、クリエイター向けプラットフォーム「StandAlone」によるクリエイターエコノミーの拡大支援や、クリエイターのためのNFT発行支援サービスの提供を強化した。またフルスピードの完全子会社化後のPMI実行による業務効率の向上やコスト抑制にも努めた。なお、営業利益（戦略投資（一時的な投資）を除く）は前年同期比65.0%増であった。

営業利益（前年同期比101百万円増）の増減要因は、注力ジャンルの強化および新規顧客獲得によるアフィリエイト事業の粗利益増が40百万円、フルスピード完全子会社化に伴うリソースの最適化などPMI効果などによる販管費減が55百万円、戦略投資減が18百万円の増益要因となった。一方、その他が12百万円の減益要因となった。なお、2024年4月期第1四半期の企業・クリエイター5G DX支援事業への戦略投資は12百万円（前年同期30百万円）で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開にむけた開発などに投じられた。

ニュース&トピックス

連結子会社株式の減損に伴う特別損失の計上（個別）

2024年6月14日

フリービット株式会社（東証PRM 3843、以下、同社）は、連結子会社株式の減損に伴う特別損失の計上（個別）を発表した。

（リリースへのリンクは[こちら](#)）

特別損失の内容

同社は、2024年4月期の個別決算において、関係会社株式評価損として416百万円を特別損失に計上した。これは、同社の連結子会社である株式会社ベッコアム・インターネットの株式について評価を行った結果、実質価額が低下していることから減損処理を行ったものである。同社グループでは、「SiLK VISION 2027」に向けた戦略投資の一環として、5Gデータセンター整備を実施してきており、その発生した費用に基づき、該当の損失処理を行っている。

業績に与える影響

上記の関係会社株式評価損は、個別財務諸表のみで計上されるものであり、連結決算においては相殺消去されるため、連結業績に与える影響はない。

2024年4月期通期連結業績予想の修正を発表

2024年4月23日

フリービット株式会社（東証PRM 3843、以下、同社）は、2024年4月期通期連結業績予想の修正を発表した。

（リリースへのリンクは[こちら](#)）

業績予想の修正内容

- 売上高：53,000百万円（前回53,000百万円）
- 営業利益：5,850百万円（同5,500百万円）
- 経常利益：5,700百万円（同5,200百万円）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：3,300百万円（同3,000百万円）
- 1株当たり当期純利益：165.27円（同150.27円）

修正理由

売上高

5Gインフラ支援事業、5G生活様式支援事業、企業・クリエイター5G DX支援事業の3セグメントすべてにおいて、期初からの進捗を背景に2023年12月8日に上方修正を行っている。今回は、前回の上方修正後もおおむね計画どおりに進捗していることから、前回発表の予想数値からの修正はない。

営業利益、経常利益

営業利益については、当第2四半期までの結果を踏まえ、2023年12月8日に上方修正を行っている。今回は、当第2四半期から引き続き5Gインフラ支援事業の収益が安定的に推移したことに加え、トーンモバイル事業の3月・4月におけるユーザー獲得繁忙期においても、獲得施策について効率化を図ったことにより、前回の上方修正をさらに上回る見通しとなった。経常利益についても、営業利益の修正要因を主な理由とし、前回の上方修正をさらに上回る見通しになったことから、業績予想の修正を行うこととした。

親会社株主に帰属する当期純利益

上記の営業利益、経常利益の修正要因に加え、税効果会計における繰延税金資産の増加などにより、親会社株主に帰属する当期純利益についても、業績予想の修正を行うこととした。

2024年4月期通期業績予想および配当予想の修正

2023年12月8日

フリービット株式会社は、2024年4月期通期会社予想および配当予想の修正を発表した。

(リリースへのリンクは[こちら](#))

2024年4月期通期業績予想の修正

- 売上高：53,000百万円（前回50,000百万円）
- 営業利益：5,500百万円（同5,000百万円）
- 経常利益：5,200百万円（同4,500百万円）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：3,000百万円（同2,500百万円）
- 1株当たり当期純利益：150.27円（同132.63円）

修正の理由

売上高予想の修正は、MVNO向け支援事業（MVNE）に加え、アフィリエイトサービスの顧客獲得、5G Homestyle（集合住宅向けインターネットサービス）のサービス提供戸数の順調な推移に伴い、第2四半期累計期間の業績が想定を上回る着地となったためである。

営業利益予想の修正は、売上高の修正要因に伴う利益増に加え、前期に引き続き戦略投資の効率的実施ならびに販売管理費を始めとする費用支出が期初想定より下回ったためである。

経常利益予想の修正は、営業利益の修正要因を主な理由に期初想定を上回る見通しとなったためである。

親会社株主に帰属する当期純利益予想の修正は、営業利益、経常利益の修正要因に加え、当第2四半期において投資有価証券売却益ならびに関係会社株式売却益が発生したためである。

配当予想の修正

- 年間配当金：27.00円（前回未定）

修正の理由

同社は、中長期的な観点による事業拡大および企業成長によって株主の期待に応じていくことを重視しており、そのための内部留保の充実が肝要であると考えている。一方で、株主への利益還元を継続的に実施していくことも重要であると認識している。

今回、売上高、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益のいずれもが2023年6月9日に公表した業績予想を上回る見通しとなった。これまで同社は業績いかに関わらず、安定的な配当を行ってきた。来期より開始を予定する次期中期経営計画『SiLK VISION 2027(PRE)』においては、株主への利益還元姿勢を明確にし、より株主の期待に応えることを目的に、配当性向なども考慮したうえで業績動向および財政状態なども総合的に勘案し配当金額を決定する計画である。

中期経営計画『SiLK VISION 2024』の最終年度である2024年4月期の業績進捗が順調に推移していることから、ステークホルダーである株主への還元については、次期中期経営計画から前倒しして当期より実行する。2024年4月期の期末配当予想は、配当性向18.0%（前期実績8.4%）とし、1株あたり27.00円（前期実績比19.00円の増配）とする。

その他の情報

沿革

同社は、インターネットビジネス支援を事業目的に2000年5月に設立され、ISP支援事業を開始した。その後、「Being The NET Frontier！（Internetをひろげ、社会に貢献する）」という企業理念のもと、事業領域をインフレイヤーからサービレイヤーへ、顧客領域をB2BからB2C（B2B2C含む）へ拡大している。具体的には、2007年8月に個人向けにモバイル通信サービスやインターネット関連サービスを提供する株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（非上場）を連結子会社化した。2009年3月には集合住宅向けISPサービスを提供する株式会社ギガプライズ（名証NXT 3830、出資比率61.07%）を、2010年8月にはインターネット広告代理店の株式会社フルスピード（非上場）およびアフィリエイト広告事業を展開する株式会社フォーイット（非上場）を連結子会社化した。フルスピードは同社のTOBにより完全子会社となり、2022年9月1日に上場廃止となった。

年月	
2000年5月	インターネットビジネス支援を事業目的とした株式会社フリービット・ドットコムを設立。ブロードバンド事業を開始
2002年12月	フリービット株式会社に商号を変更
2007年3月	東京証券取引所マザーズに上場
2007年8月	株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（DTI）を公開買付けにより連結子会社化し、B2C向けサービスを開始
2009年3月	メディアエクスチェンジ株式会社（後にDTIが吸収合併）を公開買付けにより連結子会社化、またその子会社である株式会社ギガプライズも連結子会社化
2010年8月	株式会社フルスピードを公開買付けにより連結子会社化
2011年3月	MVNOサービスYourNet MOBILEの提供開始により、モバイル事業を本格化
2013年9月	MVNO導入支援パッケージYourNet MVNO Pack（現freebit MVNO Pack）の提供開始
2015年1月	DTIがフリービットモバイル株式会社を設立
2015年2月	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（CCC）およびそのグループ会社と資本・業務提携
2015年3月	フリービットモバイル株式会社がトーンモバイル株式会社に商号変更
2015年3月	トーンモバイルがCCCを引受先とする第三者割当増資を実施したことに伴い、トーンモバイルが持分法適用会社に異動
2016年7月	東京証券取引所市場第一部に市場変更
2019年7月	アルプスアルパイン株式会社と業務提携契約を締結
2019年12月	DTIがトーンモバイルより全事業を承継
2022年4月	東京証券取引所プライム市場に移行
2022年11月	株式会社フルスピードを公開買付けにより完全子会社化
2023年3月	アルプスアルパイン株式会社と資本業務提携契約を締結

出所：会社資料をもとにSR社作成

大株主

大株主上位10名（2024年4月末）	所有株式数 （千株）	所有株式数 の割合
石田宏樹	3,520	17.62%
アルプスアルパイン株式会社	3,511	17.58%
株式会社UH Partners 2	1,893	9.48%
光通信株式会社	1,442	7.22%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	891	4.46%
株式会社UH Partners 3	701	3.51%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	491	2.46%
株式会社オービックビジネスコンサルタント	450	2.25%
村井純	288	1.44%
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPR AC ISG（FE-AC）	156	0.78%
計	13,343	66.81%

出所：会社資料をもとにSR社作成

注：自己株式を除く

※表の数値が会社資料と異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

株主還元

配当金の推移 （円）	15年4月期	16年4月期	17年4月期	18年4月期	19年4月期	20年4月期	21年4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期
配当金	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.50	8.00	27.00
EPS	51.40	24.75	-6.77	-25.56	12.59	-27.93	74.06	41.86	95.07	178.58
配当性向	13.6%	28.3%	-	-	55.6%	-	9.5%	17.9%	8.4%	15.1%

出所：会社資料をもとにSR社作成

コーポレート・ガバナンスおよびトップ経営者

コーポレート・ガバナンスの概況

同社のコーポレート・ガバナンス体制（2024年7月29日現在）

資本構成	
支配株主の有無	無
外国人株式保有比率	10%未満
組織形態・取締役・監査役関係	
組織形態	監査役設置会社
定款上の取締役の員数	10名
取締役人数	7名
定款上の取締役任期	1年
取締役会議長	社長
社外取締役人数	3名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	3名
指名委員会または報酬委員会に相当する任意の委員会の有無	有
監査役的人数	4名
社外監査役的人数	3名
社外監査役のうち独立役員に指定されている人数	2名
その他	
取締役へのインセンティブ付与に関する施策の実施状況	業績連動報酬制度の導入、ストックオプション制度の導入
ストックオプションの付与対象者	社内取締役、従業員
取締役報酬の開示状況	個別報酬の開示は無
報酬の額またはその算定方法の決定方針の有無	有
買収防衛策の導入の有無	有

出所：会社資料をもとにSR社作成

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

同社グループは、高度な技術力とサービス開発力を軸として、魅力ある価値創造企業を目指している。企業価値の最大化を図り、企業の社会的責任を果たしていくためには、透明性が高く環境の変化に迅速に対応できる経営体制の確立とコンプライアンス遵守の経営を追求することが不可欠である。コーポレート・ガバナンス体制の充実を経営の最重要課題と位置づけて積極的に取り組む。

トップ経営者

代表取締役社長 石田宏樹氏

1972年6月生まれ。2000年5月に同社を設立し、代表取締役社長CEOに就任した。「インターネットを広げ、社会に貢献する」という理念のもと、プロダクトやサービスの開発、事業を展開し、社会のボトルネックの解消を目指す。高校時代に、ソニーの創業者盛田昭夫氏に製品に対する意見やソニーへの想いを書いた手紙を送ったところ、盛田氏から直接「「通信」をやりなさい、そして「起業」しなさい」というメッセージが届いたことが同社設立のきっかけになったというエピソードをもつ。

- 2000年5月 同社設立、代表取締役社長CEO就任
- 2020年5月 同社代表取締役社長CEO兼CTO就任（現任）
- 2021年10月 株式会社ドリーム・トレイン・インターネット取締役会長就任（現任）
- 2021年10月 トーンライフスタイル株式会社代表取締役社長就任（現任）

企業概要

企業正式名称

フリービット株式会社

代表電話番号

03-5459-0522

設立年月日

2000年5月1日

IRコンタクト

<https://freebit.com/contact/ir.html>

本社所在地

150-0044東京都渋谷区円山町3-6 E・スペースタワー13F

上場市場

東証プライム

上場年月日

2007年3月20日

決算月

4月

株式会社シェアードリサーチについて

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

連絡先

企業正式名称

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.

TEL

+81 (0)3 5834-8787

住所

東京都千代田区神田猿樂町2丁目6-10

Email

info@sharedresearch.jp

HP

<https://sharedresearch.jp>

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示：本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。