



柴田 裕亮 社長兼 CFO

株式会社エアトリ(6191)



企業情報

市場	東証1部
業種	サービス業
代表取締役社長兼 CFO	柴田 裕亮
所在地	東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズ MORI タワー
決算月	9月末日
HP	https://www.airtrip.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
2,880円	21,418,865株		61,686百万円	-	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
未定	-	78.06円	36.9倍	110.44円	26.1倍

*株価は5/28終値。発行済株式数、DPSは21年9月期第2四半期決算短信より。EPSは5月31日発表修正予想より。ROE、BPSは前期実績。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	税引前利益	当期利益	EPS	DPS
2017年9月期(実)	5,534	730	695	420	25.06	7.00
2018年9月期(実)	12,426	1,152	1,138	855	49.09	10.00
2019年9月期(実)	24,306	680	588	733	39.07	10.00
2020年9月期(実)	21,241	-8,994	-9,190	-8,692	-433.80	10.00
2021年9月期(予)	19,000	2,600	2,540	1,672	78.06	-

*単位:円、百万円。今期配当予想は未定。17年9月期まで日本基準。18年9月期からIFRSを任意適用。税引前利益は日本基準での経常利益を記載。当期利益は親会社の所有者に帰属する当期利益。以下同様。

エアトリの2021年9月期第2四半期の決算概要などをお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2021年9月期第2四半期決算概要](#)
 - [3. 2021年9月期業績予想](#)
 - [4. 成長戦略「エアトリ2021」](#)
 - [5. 今後の注目点](#)
- [<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

今回のポイント

- 21年9月期第2四半期の取扱高は新型コロナウイルス感染症の拡大による影響から前年同期比70.3%減の181億円。売上収益も、前年同期比24.0%減の112億円2百万円となった。ただ、前期より各種施策およびコスト削減施策に取り組んだ成果がでており、前回想定を上回って推移。売上総利益は前年同期比32.4%減の38億55百万円となったが、営業利益は、前年同期比33億13百万円改善し、20億1百万円の黒字となり、過去最高の営業利益を達成。
- 21年9月期は取扱高450億円、売上収益190億円、営業利益26億円を予想。同社は5月31日に、これまで取り組んできた各種施策およびコスト削減の成果から営業利益以下の見通しを上方修正した。キーワード「エアトリ経済圏強化」のもと第2ステージ「リ・スタート」の実行。事業ポートフォリオ分散及び再構築推進による収益基盤の構築推進による事業収益の積み重ねによる成長を目指す。また、アフターコロナでは、取扱高1,000億円の喪失分は確実に戻ってくるとし、ワクチン接種普及に伴う旅行需要増加による旅行事業の収益回復なども期待できる。配当額は未定だが、配当性向は20%水準を目指す。
- 同社は21年9月期を「リ・スタート」として、収益の回復を目指している。足元の業績は業績見通しを幾度となく上方修正を行うなど好調に推移しており、収益回復シナリオが見通せる状況ではあるが、足元では第3回緊急事態宣言の期間が延長する一方で、ワクチン接種が進むも今なお接種率が低く、ワクチン接種の効果がどのタイミングで出てくるのかなど、今後の動向に注意したい。

1. 会社概要

航空券インターネット取扱高 No.1 である総合旅行プラットフォーム「エアトリ」を運営するエアトリ旅行事業を核に、多様な事業を展開。訪日旅行事業では、訪日外国人及び民泊運営企業に対し各種サービスを提供、IT オフショア開発事業では、約1,000人のITエンジニアを擁し「日系最大のラボ型オフショア開発」を手掛けている。この他、「お客様の生活をあらゆるシーンでより便利に」をテーマにシナジーのある周辺領域においてサービスを提供するライフイノベーション事業、成長企業への投資を通じて投資先企業との協業等によるシナジーを追求しサービスラインの拡充と収益向上を図る投資事業にも注力。中期目標として「取扱高5,000億円達成」を掲げている。

【1-1 沿革】

2007年5月、オンライン旅行事業を行うために株式会社旅キャピタルを設立。

その後、M&Aや事業譲受により取扱商材を拡大していく。

2012年3月にベトナムにおいてITオフショア開発事業を開始したのを契機に、総合IT事業を手掛ける会社の方向性を明確にするため、2013年10月、株式会社エポラブルアジアに商号を変更。

2016年3月、東証マザーズに上場。1年後の2017年3月には東証1部に市場変更した。

2018年5月、旧DeNAトラベル子会社化により航空券インターネット取扱高No.1に。

2020年1月1日、航空券インターネット取扱高No.1の「エアトリ」運営企業として、より強固な事業基盤を築くため、商号とブランド名を同一にし、更なる「エアトリ」ブランドの知名度向上に加え、「エアトリ」を中心とした様々な事業展開に集中する姿勢を明示するため、株式会社エアトリに社名を変更した。

【1-2 企業理念など】

企業理念	<p>One Asia アジア黄金期におけるリーディングカンパニーになる</p> <p>ひとつのアジアとして経済圏が巨大化するなかで、当社は、人の移動と仕事の移動を通じて、アジアを繋ぐ架け橋となることを目指しております。エアトリが繋げる。アジアが繋がる。</p>
------	--

ミッション	アジア経済圏の中で生まれるあらゆる変化を事業機会として捉え、終わりになき成長を続けていく
行動規範	<p>* 常にユーザーファースト!! 顧客目線を常に意識し、顧客の方を向いて仕事をする。</p> <p>* 丁寧・安心・信頼を何よりも重視!! 丁寧な仕事で顧客の安心と信頼に応えることが、事業の根幹である。</p> <p>* 改善のプロフェッショナルであり続ける!! 一つ一つの業務改善によってしか成長は成り立ち得ない。</p> <p>* 即対応、即実行、スピード!! 誰よりも早く対応し、誰よりも早く仕組化する。</p> <p>* 来客 30 分会議 20 分で無駄を排除!! ワークライフバランスを実現する。</p>

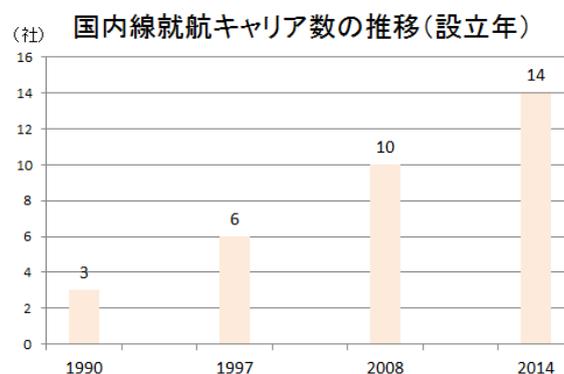
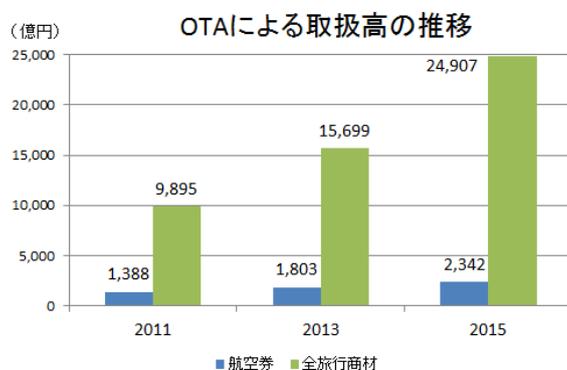
【1-3 市場環境】

◎成長が続くオンラインによる旅行商材販売

LCC(格安航空会社)の参入に伴う航空券比較横断検索需要の高まり等を受け、2015 年度におけるOTAによる旅行商材取り扱い規模は 2.5 兆円と、2011 年度からは年率 26%というスピードで急成長している。

この急成長を支えたのは主として国内宿泊市場であるが、航空券の取扱高も 2,300 億円とこちらも年率 14%で 2 桁成長となっており、今後は国内宿泊市場に次いで、国内航空券市場も大きく成長すると見込まれている。

ただ、足元は新型コロナウイルスの影響により旅行需要は停滞を余儀なくされており、今後の回復動向に関しても不透明な状況である。



同社資料より(株)インベストメントブリッジ作成

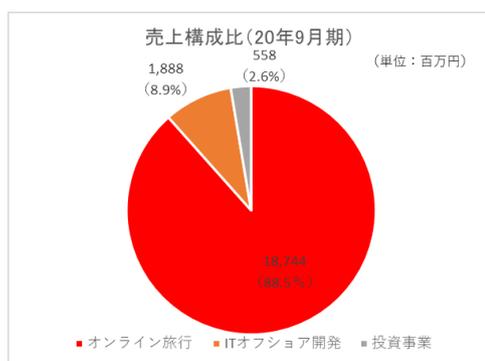
◎拡大余地大きいITオフショア開発

日本国内の受託ソフトウェア開発市場は約 10 兆円で年率 3%程度の伸びとなっているが、そのうちオフショアを利用した開発の割合はわずかに1%程度(約 1,000 億円)にとどまっている。

米国ではこの比率は 10%以上であることから、日本においても現在の 10 倍である 1 兆円規模まで拡大する余地はある。実際に、日本からベトナムへの発注額は年率 17.8%で増加している。

【事業内容】

事業ドメインはエアトリ旅行事業、訪日旅行事業、ITオフショア開発事業、ライフイノベーション事業、投資事業の5事業。2020年1月の社名変更に伴い、オンライン旅行事業をエアトリ旅行事業に名称変更したほか、オンライン旅行事業からライフイノベーション事業を切り出した。
(報告セグメントは、オンライン旅行事業、ITオフショア開発事業、投資事業の3つで変更は無い。訪日旅行事業はオンライン旅行事業セグメントに含まれる。)



(1)オンライン旅行事業セグメント

①エアトリ旅行事業

国内航空券、国内宿泊施設、海外航空券・宿泊施設等の旅行商品を、総合旅行サービスプラットフォーム「エアトリ」のほか、多様な販路を通じて販売している。

国内航空券	・国内全航空会社グループと契約
国内宿泊施設	・高級旅館を中心に国内1,400施設を取り扱い
海外航空券・宿泊施設	・IATA(※)公認代理店として海外航空券を発券 ・海外4万施設を取扱い

※IATA(International Air Transport Association):世界の航空会社で構成される業界団体

販路	概要
直営サイト(B to C)	総合旅行サービスプラットフォーム「エアトリ」を運営。
B to B to C	500社以上のWeb媒体へ旅行コンテンツを提供。媒体は、オリジナルコンテンツの充実、顧客満足度の向上、新たな収益源といったメリットが生じる。
卸売り(B to B)	旅行会社に対して主として国内航空券や販売管理システムを提供。
BTM(Business Travel Management:法人向け出張手配)	法人向け出張手配サービスをクラウドサービス「エアトリ BTM」を無料で提供。契約社数は3,529社(20年9月時点)。

総合旅行サービスプラットフォーム「エアトリ」は、当初、国内航空券取り扱いが中心だったが、現在では、海外航空券、ホテル、国内外ツアー、バス、レンタカー、新幹線と急速にラインアップを充実させている。

またTVCMを始めとした様々な広告宣伝活動を積極的に展開して認知度を向上させるとともに、各種キャンペーンを展開するほか、日々UI・UXの改善に取り組むことで会員数は着実に増加している。

法人向け出張手配(Business Travel Management)の顧客数は2020年3月末で3,516社と着実に増加している。

(事業の強み)

同社はOTA業界における国内航空券取扱高No.1である。

同業界で唯一国内全航空会社グループと契約を有していることから、自社での発券が可能となっている。優位な仕入れ価格と合わせ、発券を委託する必要が無いためコスト競争力は圧倒的に高い。

これに加え、各航空会社との長期的取引関係による強固な信頼に基づく「競争力のある仕入れルート」、「多様な販路」、「自社オフショアIT開発力を用いた低コストでのシステム構築」といった要因により、高い参入障壁を構築している。

②訪日旅行事業

訪日旅行者需要に対応し、旅行商材の直販サイトの多言語展開(現在7か国語)のほか、アジア地域を中心とした現地旅行代理店や媒体運営者に対して国内航空券を中心に日本国内旅行コンテンツの検索・予約エンジンをOEMで提供している。中国最大の旅行会社である「Ctrip.com」と国内航空券領域において日本初のシステム連携を開始したほか、中華系旅行社との提携を進めている。



(同社HPより)

(事業の強み)

OEM提供のノウハウが豊富であることに加え、自社オフショア開発により顧客ニーズに合致した開発を安価かつスピーディーに行うことができる。

(2)ITオフショア開発事業

ベトナムのホーチミン、ハノイ、ダナンの3拠点で、2020年3月時点でエンジニア約1,000名を雇用している。Webサービスやアプリケーションなどシステム開発のほか、BPO(Business Process Outsourcing)を手掛けている。顧客はグリー(株)などWebサービス企業が中心。

(事業の強み)

ベトナムにおける人材採用力と開発チームの立上げノウハウに強みを持っている。

日本国内のITエンジニア不足とエンジニアの賃金高騰を背景に、2012年の事業開始後、東南アジアにおける日系オフショア開発会社としては最大規模の陣容となっている。

また、受託開発は行わずラボ型開発と呼ぶ開発スタイルに特化している。

これは、原則的に1年以上の長期契約を前提に顧客の要望を反映した専属チームを組成し、クライアントの計算の下で稼働するため、稼働率がほぼ100%となっている。

また、エンジニアのコストは雇用した時点から全てクライアントチャージなので、納期遅延リスク、遊休人員発生リスクはゼロとなる。

ストックビジネスであるため規模拡大と共に収益の大幅な向上が期待できる。

(3)投資事業

CVC(コーポレート・ベンチャーキャピタル)の性格を持つ事業として位置付け、シナジー効果とともにキャピタルゲインの機会も追求していく。投資育成事業も行っている

2020年9月時点での投資先は64社。総投資額は約23億円。

2. 2021年9月期第2四半期決算概要

(1) 連結業績概要

	20/9 月期 2Q	構成比	21/9 月期 2Q	構成比	前期比
取扱高	60,857	-	18,077	-	-70.3%
売上収益	14,741	100.0%	11,202	100.0%	-24.0%
売上総利益	5,701	38.7%	3,855	34.4%	-32.4%
営業利益	-1,332	-	2,001	17.8%	-
当期利益	-741	-	1,286	11.4%	-

* 単位: 百万円。IFRS。当期利益は、親会社の所有者に帰属する当期期利益。20/9 期は非継続事業も含む。

減収だが利益黒転

取扱高は新型コロナウイルス感染症の拡大による影響から前年同期比 70.3%減の 181 億円。売上収益も、前年同期比 24.0%減の 112 億円 2 百万円となった。ただ、前期より各種施策およびコスト削減施策に取り組んだ成果がでており、前回想定を上回って推移。売上総利益は前年同期比 32.4%減の 38 億 55 百万円となったが、営業利益は、前年同期比 33 億 13 百万円改善し、20 億 1 百万円の黒字となり、過去最高の営業利益を達成。

(2) セグメント動向

	20/9 月期 2Q	構成比	21/9 月期 2Q	構成比	前期比
売上高					
オンライン旅行事業	13,653	92.6%	9,931	88.7%	-27.3%
ITオフショア開発事業	1,016	6.9%	925	8.3%	-8.9%
投資事業	71	0.5%	345	3.1%	+385.9%
合計	14,741	100.0%	11,202	100.0%	-24.0%
セグメント利益					
オンライン旅行事業	-473	-	1,394	69.7%	-
ITオフショア開発事業	53	-	613	30.6%	1,056.6%
投資事業	-243	-	435	21.7%	-
合計	-1,332	-	2,001	100.0%	-

* 単位: 百万円。営業利益の構成比は売上高営業利益率。

① オンライン旅行事業

減収。黒字転換。

新型コロナウイルス感染症拡大と各国の拡大防止策の影響を受け減収。セグメント事業損益は、事業ポートフォリオの分散及び再構築の効果やコスト削減効果に加え、PCR 検査需要の取り込みなどもあり、前年同期比 18 億 67 百万円改善し 13 億 94 百万円の黒字になった。

② ITオフショア開発事業

減収。増益。

新型コロナウイルス感染症拡大と各国の新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け減収、セグメント事業利益はコスト削減効果などもあり前年同期比 11.6 倍の 6 億 13 百万円となった。

③ 投資事業

増収。増益

投資先の拡大により増収、セグメント事業利益は前年同期比 6 億 78 百万円改善し 4 億 35 百万円の黒字となった。

BRIDGE REPORT



(3) 財政状態とキャッシュ・フロー

◎要約バランスシート

	20年9月末	21年3月末		20年9月末	21年3月末
流動資産	15,023	14,532	流動負債	11,490	10,320
現金等	7,042	5,600	営業債務等	2,646	2,083
営業債権等	2,364	2,992	有利子負債	6,601	6,340
その他の金融資産	4,359	4,871	非流動負債	7,911	5,739
非流動資産	6,916	6,983	有利子負債	7,715	5,533
有形固定資産	480	419	負債合計	19,402	16,060
無形固定資産	1,091	1,069	資本	2,538	5,455
のれん	1,172	1,149	資本剰余金	4,887	1,036
その他の金融資産	970	907	利益剰余金	-6,135	2,812
資産合計	21,940	21,515	負債・資本合計	21,940	21,515

*単位:百万円。現金等は現金及び現金同等物。営業債権等は、営業債権及びその他の債権。営業債務等は営業債務及びその他の債務。有利子負債にはリース債務を含む。

現金等の減少によりより資産合計は前期末より4億25百万円減少し215億15百万円となった。

有利子負債の減少などで負債合計は同33億42百万円減少し160億60百万円となった。

利益剰余金の大幅な増加により、資本は同29億17百万円増加し54億55百万円。

この結果、自己資本比率(親会社所有者帰属持分比率)は前期末の9.0%から12.1ポイントも改善し21.1%となった。

◎キャッシュ・フロー

	20/9期2Q	21/9期2Q	増減
営業CF	-926	211	+1,137
投資CF	-307	-847	-540
フリーCF	-1,233	-636	+597
財務CF	-1,631	-816	+815
現金同等物	8,997	7,042	-1,955

*単位:百万円

税引前利益改善により営業CFのマイナスから黒字に転換。フリーCFも営業CFの改善が大きくマイナス幅が縮小。長短借入金の返済進むも株式の発行による収入増もあり財務CFはマイナス幅が縮小。キャッシュポジションは改善した。

3. 2021年9月期業績予想

(1)業績予想

20年11月13日に発表した業績見通し以降幾度と業績見通しが上方修正されている。直近では5月31日に上方修正を行っている。21年9月期は取扱高450億円、売上収益190億円、営業利益26億円を予想。キーワード「エアトリ経済圏強化」のもと第2ステージ「リ・スタート」の実行。事業ポートフォリオ分散及び再構築推進による収益基盤の構築推進による事業収益の積み重ねによる成長を目指す。また、アフターコロナでは、取扱高1,000億円の喪失分は確実に戻ってくるとし、ワクチン接種普及に伴う旅行需要増加による旅行事業の収益回復なども期待できる。配当額は未定だが、配当性向は20%水準を目指す。

連結業績予想

	20/9月期	構成比	21/9月期(予)	構成比	前期比
売上収益	21,241	100.0%	1,900	100.0%	-10.6%
営業利益	-8,994	-	2,600	13.7%	-
税引前利益	-9,190	-	2,540	13.7%	-
当期利益	-8,692	-	1,672	8.8%	-

* 単位: 百万円。IFRS。当期利益は、親会社の所有者に帰属する当期期利益。20/9期は非継続事業も含む

21/3期会社業績見通し

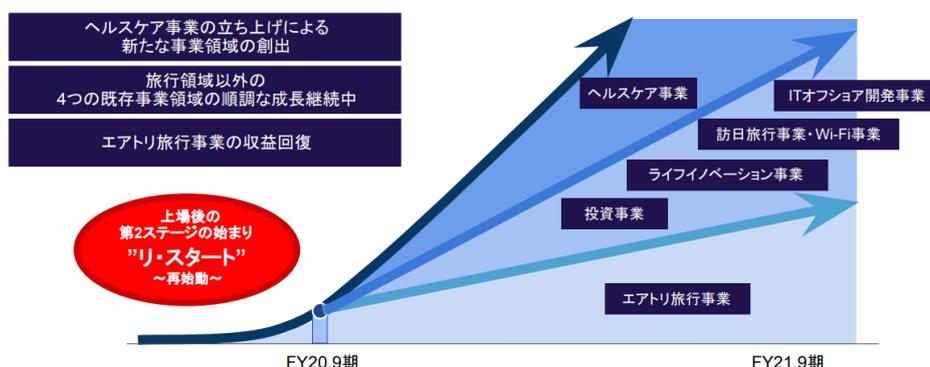
発表日	売上高		営業利益		税引前利益		当期利益	
20年11月13日	23,500	-	300	-	240	-	180	-
20年11月30日	24,000	+500	390	+89	330	+90	240	+60
21年1月5日	24,300	+300	449	+59	389	+59	275	+35
21年3月15日	24,300	±0	1,000	+551	940	+551	561	+286
21年4月15日	24,300	±0	1,300	+300	1,240	+300	741	+180
21年5月31日	19,000	-5,300	2,600	+1,300	2,540	+1,300	1,672	+931

* 単位: 百万円。右側の数字は修正幅

(2)リ・スタート

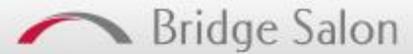
①今期の取り組み

上場から4年半を「第1ステージ」と位置づけ、21年9月期を「第2ステージの始まり」として、「リ・スタート」とした。引き続き「エアトリ5000」を目指す。



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



エアトリ旅行事業の収益回復は前期までの施策の成果が出てくること、コスト削減の効果、GoTo トラベルの活用により国内旅行領域を中心に収益拡大。

アフターコロナ時代における多様な事業ポートフォリオ構築。ライフイノベーション事業や投資事業を中心とした既存事業の成長継続と新たにヘルスケア事業の立ち上げ(増加するPCR検査需要を満たすサービス拡充)による多様な事業ポートフォリオを構築。

成長領域に対する戦略的・積極的な投資の継続。アフターコロナで変化が想定されるビジネス環境を的確に捉え、同社グループとのシナジーを重視した成長領域への積極投資を継続。

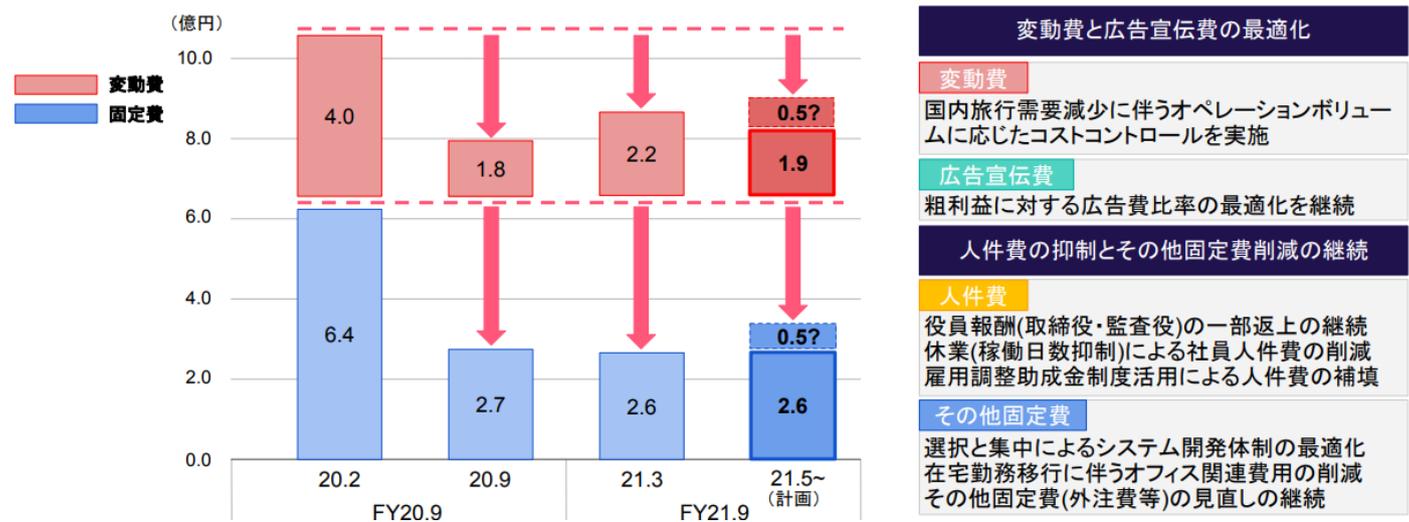
※2021年5月時点



(同社資料より)

◎キャッシュアウトコスト削減成果と実行施策

固定費削減及び変動費・広告宣伝費の最適化を継続。国内旅行需要減少に伴う変動費及び広告宣伝費をコントロールし、第2四半期でも月間販管費を5億円弱まで制御。第3四半期以降は一部需要増加を踏まえた広告宣伝費の増加分を加味しても5億円程度までの抑制を継続。



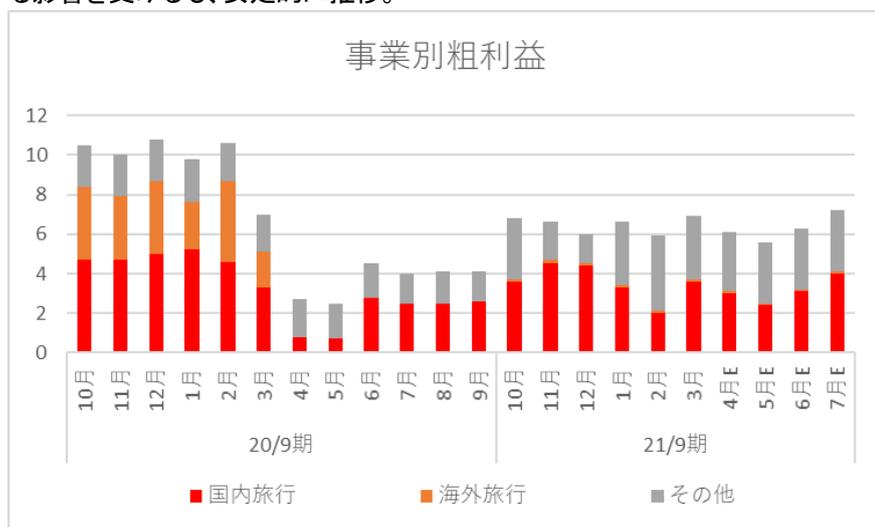
(同社資料より)

BRIDGE REPORT



◎多角化戦略の推進による盤石な収益基盤の構築

その他の拡大はヘルスケア事業が PCR 検査需要を取り込み、好調に推移、収益貢献も。国内旅行領域は緊急事態宣言による影響を受けるも、安定的に推移。



GoTo全国停止延長 緊急事態宣言発令 (1/8) | 1Q決算発表 (2/12) | 緊急事態宣言再延長(1都3県) (3/5) | まん延防止措置・緊急事態宣言発令 (4/25) | 2Q決算発表 (5/14)

	1月	2月	3月	4月	5月 (見込)	6月 (見込)	7月~ (見込)
エアトリ旅行(国内旅行)	△~○	△~○	△~○	△~○	△~○?	△~○?	○?
エアトリ旅行(海外旅行)	×	×	×	×	×?	×?	×?
ITオフショア開発事業	○	○	◎	○	○?	○?	○?
訪日旅行事業/Wi-Fi事業	△~○	△~○	△~○	△~○	△~○?	△~○?	△~○?
ライフイノベーション事業	○	○	○	○	○?	○?	○?
ヘルスケア事業	○	○	○	○	○?	○?	○?
投資事業	○	○	○	○	○?	○?	○?

(同社資料より)

4. 成長戦略「エアトリ 2021」

GoTo トラベルによるエアトリ旅行事業の収益回復に加えて、既存事業の成長継続と新規事業の創出によりグループ全体の成長を目指すアフターコロナ時代の成長戦略「エアトリ 2021」を公表した。

(1) 目指す姿

1. GoToトラベルの活用によるエアトリ旅行事業の収益回復	コロナ禍での国内旅行への需要増をチャンスと捉える GoTo トラベルの活用とデジタルマーケティングにより、アフターコロナにおける国内旅行需要を確実に取り込む。
2. 旅行領域以外の4つの既存事業領域の成長継続中	アフターコロナ時代の事業ポートフォリオを構築する ライブイノベーション事業や投資事業を中心に、4つの既存事業領域で、更なる成長継続を目指す。
3. ヘルスケア事業の立ち上げによる新たな事業領域の創出	アフターコロナ時代における成長領域で、新規事業を創出する アフターコロナで変化が想定されるビジネス環境を捉え、当社グループの強みを活かせる成長領域で新規事業を創出する。

※:Go To Travel キャンペーン

新型コロナウイルス感染症の流行収束後に、日本国内における人の流れと街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するための需要喚起政策「Go To キャンペーン事業」のうちの一つで、「Go To キャンペーン事業」全体には補正予算から1兆6,794億円が計上されている。

Go To Travel キャンペーンの詳細は調整中だが、「国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の1/2相当額を支援」「一人一泊あたり2万円が上限(日帰り旅行については、1万円が上限)」「支援額の内、7割程度は旅行代金の割引に、3割程度は旅行先で使える地域共通クーポンとして付与」「連泊制限や利用回数の制限なし」などを内容とする。

(2) 主要施策

① エアトリ旅行事業

WEB 動画広告を中心とした効果的なデジタルマーケティングにより国内旅行需要の確実な取り込みを図る。

◎ 成長戦略

・国内旅行領域は、GoToトラベルの活用で1Q~2Qは高成長を継続、3QはGWの旅行需要増、4Qは夏の旅行需要増により、年間を通じて収益拡大を目指す。

・海外旅行領域は、1Q~2Qは渡航制限により横ばい、3Qはビジネス渡航を中心に段階的な制限緩和による需要回復を想定し、4Qは東京オリンピック効果による海外航空券の需要が高まり、PCR検査とクロスセル販売で収益回復を目指す。

◎ アクションプラン

国内旅行: 収益拡大に向けたGoToトラベルの活用施策、CVR向上を実現する徹底的なUI/UX改善、デジタルマーケティングによる需要取り込みを図る。

海外旅行: 渡航制限緩和を想定した収益回復計画を策定。

② アフターコロナ時代における多様な事業ポートフォリオ構築

ライブイノベーション事業や投資事業を中心とした既存事業の成長継続と新たにヘルスケア事業の立ち上げによる多様な事業ポートフォリオを構築する。

◎ 4つの既存事業と新規事業の成長戦略

・まぐまぐ社が運営するLive配信サービス「まぐまぐ!Live」の機能リニューアル及び多様なコンテンツ配信強化により、新規顧客の獲得と収益拡大を目指す。

・PikaPka社が展開するヘルスケア事業(PCR検査予約代行サービス)では、検査手法(来院/訪問/宅配)の拡充と多様な集客手法・販売促進により、増加するPCR検査需要の獲得と収益基盤構築を目指す。

・その他ITオフショア開発事業や訪日旅行事業では、アフターコロナでのニーズを的確に捉え、中長期の成長を見込める領域を中心に事業基盤構築を目指す。

◎4つの既存事業と新規事業のアクションプラン

Live 配信サービス: Live 配信サービスのリニューアル、多様なコンテンツ配信により需要の取り込み

ヘルスケア事業: 増加する PCR 検査需要を満たすサービス拡充

その他事業基盤: 成長を見込める事業ポートフォリオの構築

◎成長領域に対する戦略的・積極的な投資の継続

アフターコロナで変化が想定されるビジネス環境を的確に捉え、同社グループとのシナジーを重視した成長領域への積極投資を継続する。

◎成長戦略

・アフターコロナにおけるビジネス環境変化を的確に捉え、同社グループとのシナジーを重視した成長領域に対して、戦略的に積極投資を実施していく

・戦略的投資の判断軸としては、①同社グループとのシナジーがどの程度見込めるか、②中長期的に成長が見込める事業領域であるか、③早期の利益貢献が見込めるかを中心に対象領域を見極める。

・M&A のターゲット選定から DD(デューデリジェンス)→交渉→成約→PMI(買収後の統合作業)までの一連のプロセスの精度を高め、更なるプロセスの仕組み化とグループ化後の成長率向上を目指す。

◎アクションプラン

戦略的積極投資: アフターコロナ時代の投資戦略策定

投資領域の見極め: アフターコロナでの投資対象領域の特定

M&A 後の成長率向上: M&A によるグループ化後の成長率向上を追求

◎財務戦略

流動性向上による高い財務健全性を維持する。

財務健全性は今期以降の改善を見込む。

・アフターコロナで不確実性が増すビジネス環境に対して、戦略的に手元流動性を高めることにより、高い健全性を維持していく。

・手元流動性を高めるアクションとして、①全社的なキャッシュアウトの削減、②グループ全体の手元現預金残高の見える化、③多様な資金調達手法による現預金の確保を中心に財務健全性向上を目指す。

◎アクションプラン

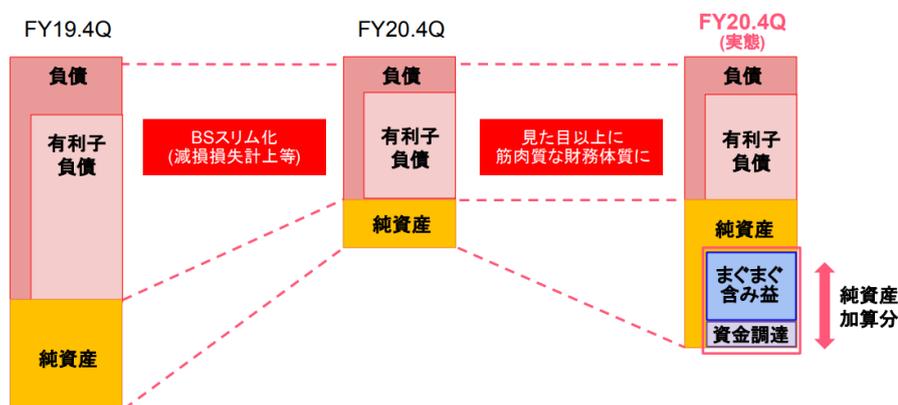
・財務戦略の策定: アフターコロナ時代の財務戦略策定

・流動性向上策: 財務健全性維持に向けた手元流動性向上施策

・中長期の施策: 手元流動性向上に向けた中長期の施策

◎筋肉質な財務体質へ

前期減損損失の計上により BS のスリム化を実現した。まぐまぐ社の含み益と資金調達で実態 BS はより筋肉質になる。



(同社資料より)

5. 今後の注目点

同社は21年9月期を“リ・スタート”として、収益の回復を目指している。足元の業績は業績見通しを幾度となく上方修正を行うなど好調に推移しており、収益回復シナリオが見通せる状況ではあるが、足元では第3回緊急事態宣言の期間が延長する一方で、ワクチン接種が進むも今なお接種率が低く、ワクチン接種の効果がどのタイミングで出てくるのかなど、今後の動向に注意したい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	11名、うち社外3名
監査役	4名、うち社外2名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2020年12月28日

<基本的な考え方>

当社グループは、事業環境の変化に迅速に対応した意思決定、持続的な事業展開ならびにステークホルダーからの信頼獲得を重要な経営課題と位置づけ、経営の健全性・透明性・効率性を高めるために、コーポレート・ガバナンス体制の強化、コンプライアンスの徹底とディスクロージャー(情報開示)の適時・適切性を重視し、全社を挙げて取り組んでおります。

<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【補充原則 1-2-2】	当社は現在、発送前に記載内容を十分に検討することを目的として株主総会招集通知の早期発送は実施しておりませんが、今後、早期発送が可能な体制の整備を検討してまいります。また、株主総会招集通知のウェブサイトでの公表につきましても、現在TDnet 及び当社 IR ページにて開示しておりますが、今後発送前の開示について検討してまいります。
【補充原則 4-1-2】	当社は、現時点においては中期経営計画を公表しておりませんが、取締役会では中期経営計画の策定を行い、その進捗状況を管理しております。今後、中期経営計画の公表について検討してまいります。

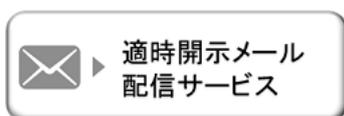
<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づいて開示している主な原則>

原則	開示内容
【原則 1-4】	当社は、政策保有株式について、事業上の連携強化が見込まれる場合等、当社の企業価値の維持又は向上に資すると判断した場合に保有することがあります。
【原則 5-1】	当社の IR 活動は、企業戦略部を担当部署とし、財務・経理担当、広報担当、総務・人事担当、経営企画室が連携して対応することにより、株主や投資家との建設的な対話の推進に努めております。また、経営トップ自らが出席する年4回の決算説明会に加え、個人投資家向けの会社説明会を実施するとともに、合理的な範囲で、個別面談の申込みにも対応する方針としております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

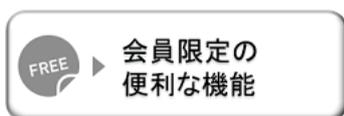
ブリッジレポート(エアトリ:6191)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

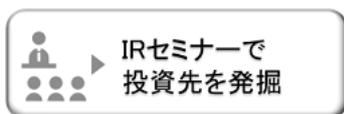
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)