



2024年12月期

第1四半期 決算説明資料

2024.05.13 | 東証プライム：3688

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	34
---------------	----

新中期経営方針の概要（再掲）	38
----------------	----

インターネット広告市場動向	40
---------------	----

会社概要	47
------	----

各種方針	52
------	----



2024年12月期第1四半期 エグゼクティブサマリー

業績

- 広告市況は引き続き回復傾向、業績予想に対して順調に進捗
- 構造改革は順調に進むも、売上総利益は前年比▲2.5%、55.7億円
- コスト削減に取り組んだ結果、販管費は前年比▲5.0億円となり、営業利益は前年比57%増の9.8億円に

トピックス

- M&Aや戦略的な業務提携を推進していく「戦略提携推進室」を新設
- 有価証券報告書において人的資本経営に関する指標、「サステナビリティに関する考え方及び取組」を開示
- 「キャリアオーナーシップ経営AWARD 2024」において優秀賞を受賞

2024年12月期第1四半期 業績

単位：百万円	2023年1-3月 実績	2024年1-3月 実績	増減率
売上高	6,437	6,196	-3.7%
売上総利益	5,722	5,577	-2.5%
販売管理費	5,095	4,592	-9.9%
営業利益	626	985	+57.2%
当期純利益	-1,249	706	-
EBITDA※	84	1,353	16倍

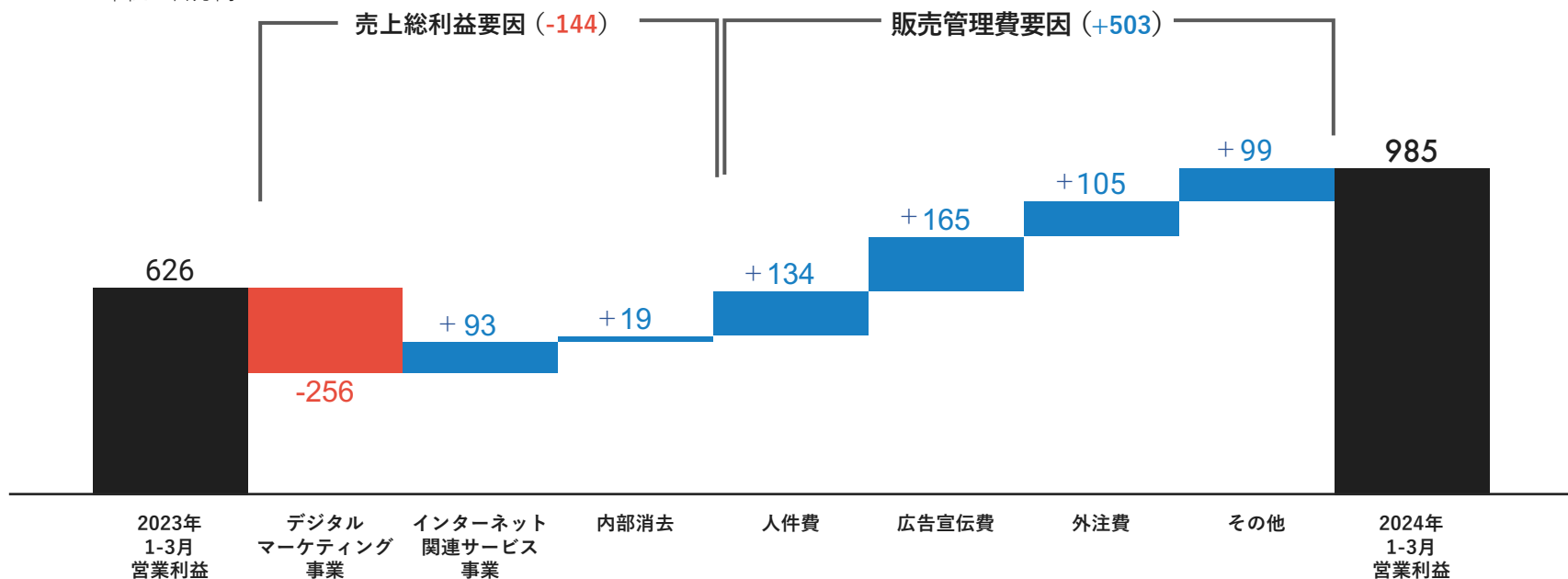
※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）＝税金等調整前当期純利益＋支払利息＋減価償却費＋償却費＋のれん償却費＋固定資産除却損＋減損損失

連結営業利益の増減要因

外注費の見直し及び、前年の早期希望退職プログラム実施等の人員減により、販管費が前年比▲5.0億円となり、営業利益は 9.8億円（前年比 +57.2%）に

■ 減少 ■ 増加 ■ 合計

単位：百万円



2024年12月期第1四半期 セグメントサマリー

デジタルマーケティング事業

減収するも、販管費を大きく削減した結果、30%増益

セグメント売上高

43.7億円 **YonY -6.6%**

セグメント営業利益

8.5億円 **YonY +30.8%**

インターネット関連サービス事業

各事業が堅調に推移し、前年比で増収増益

セグメント売上高

18.3億円 **YonY +4.4%**

セグメント営業利益

2.1億円 **YonY +64.7%**

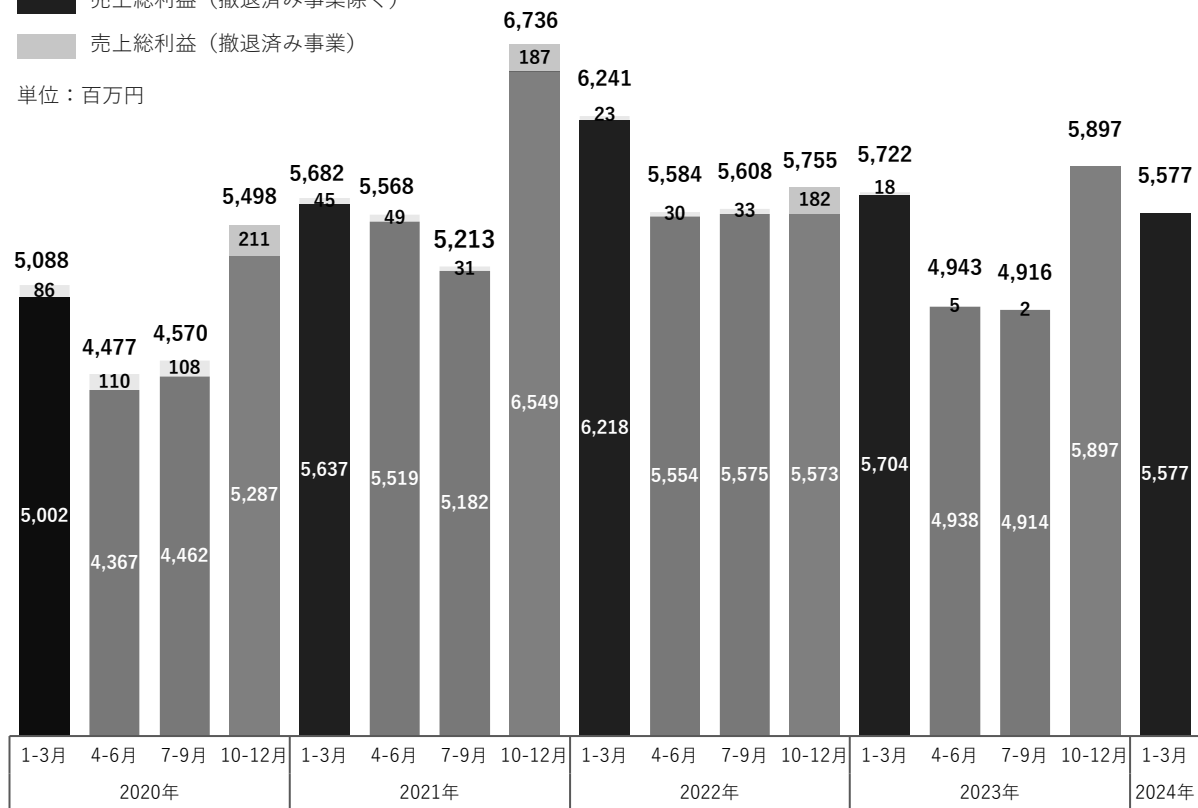
※セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

連結売上総利益 四半期推移

■ 売上総利益（撤退済み事業除く）

■ 売上総利益（撤退済み事業）

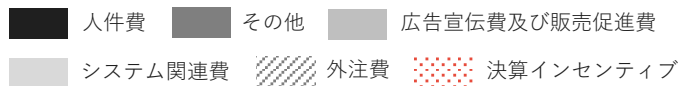
単位：百万円



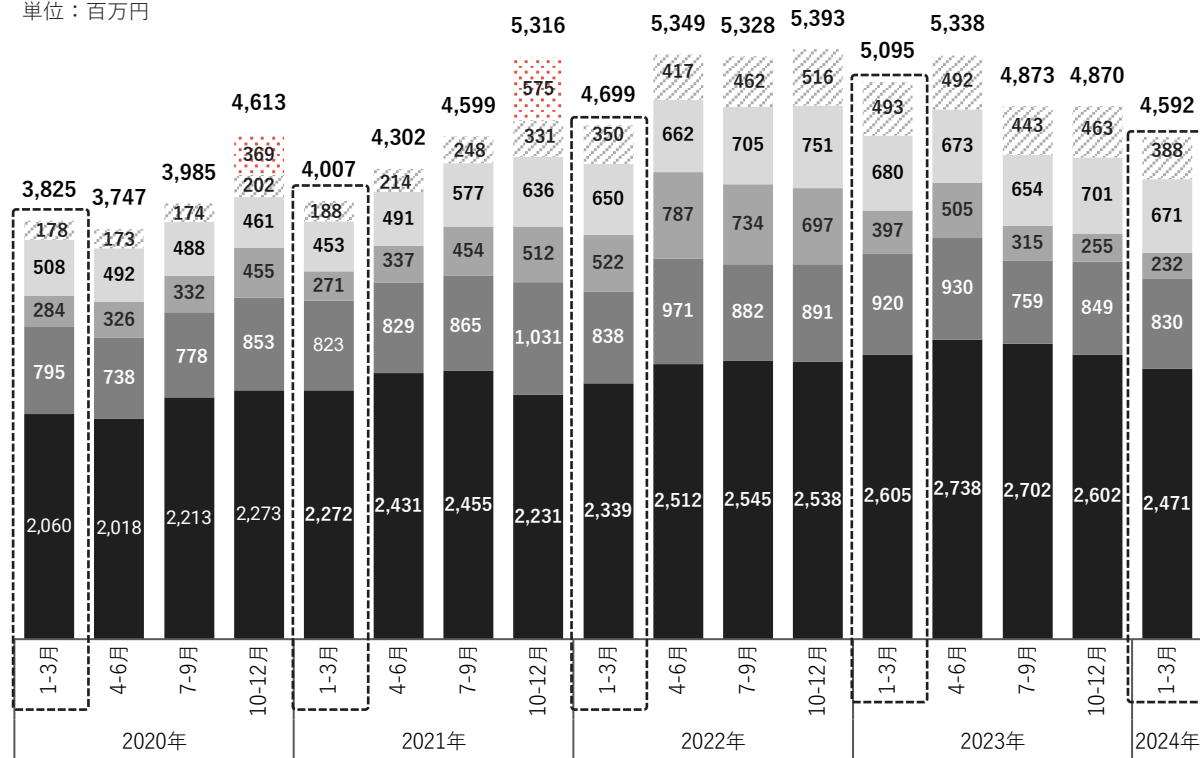
第1四半期 売上総利益

55.7 億円 YoY -2.5%

連結販売管理費 四半期推移



単位：百万円



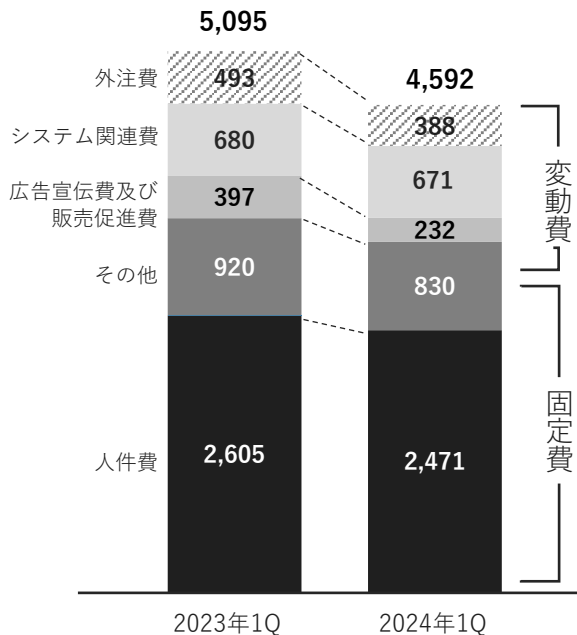
第1四半期 販売管理費

45.9億円 YoY -5億円

連結販売管理費の増減要因

固定費・変動費ともに減少

販売管理費



外注費

外注業務の見直し及び業務の効率化を行い1.0億円減少

システム 関連費

システム利用費の見直し、削減を行い0.1億円減少

広告宣伝費及 び販売促進費

広告宣伝費及び販売促進費を抑制し1.6億円減少

その他

主に、支払家賃、経営統合に伴う無形資産及びのれんの償却費、減価償却費、リクルート費用、等。前年の経営統合のれん等の減損による償却費の減少等により、0.9億円減少

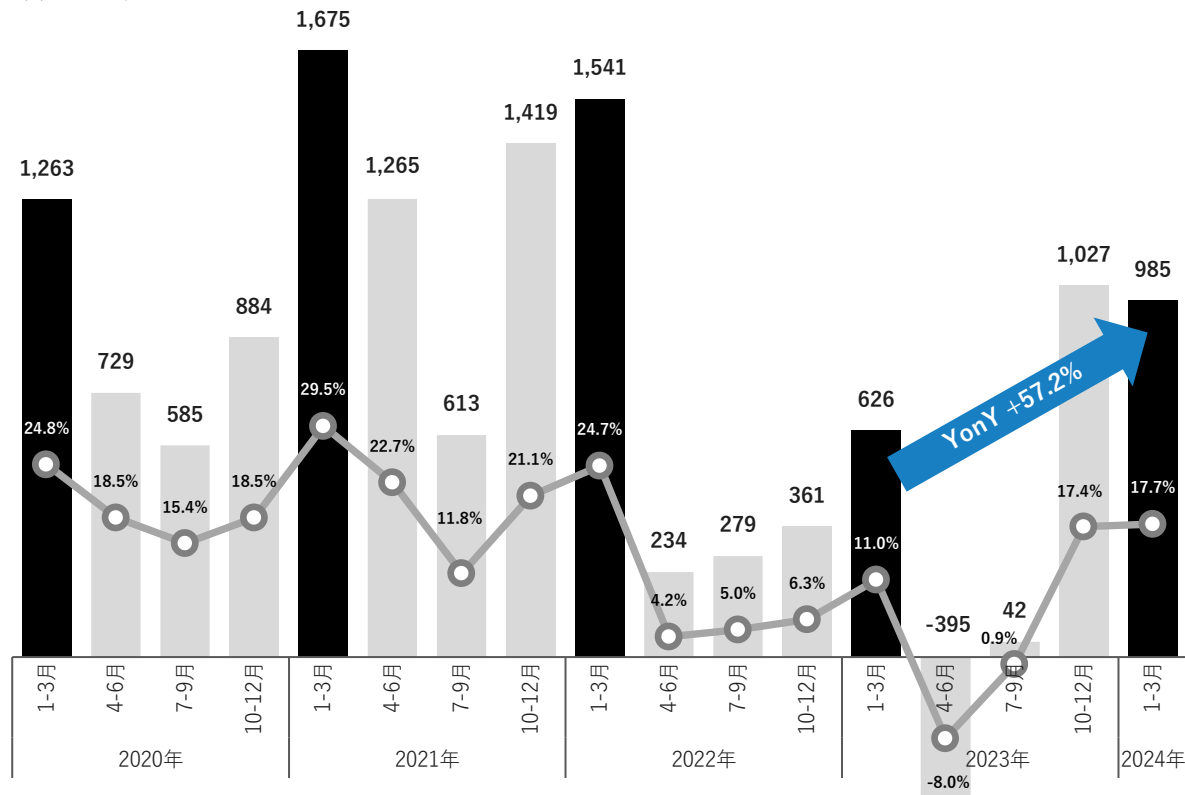
人件費

前年の早期希望退職プログラム実施等による人員減により減少
(前年同四半期比78名減少)

連結営業利益 四半期推移

■ 営業利益 ○ オペレーティング・マージン (%)

単位：百万円



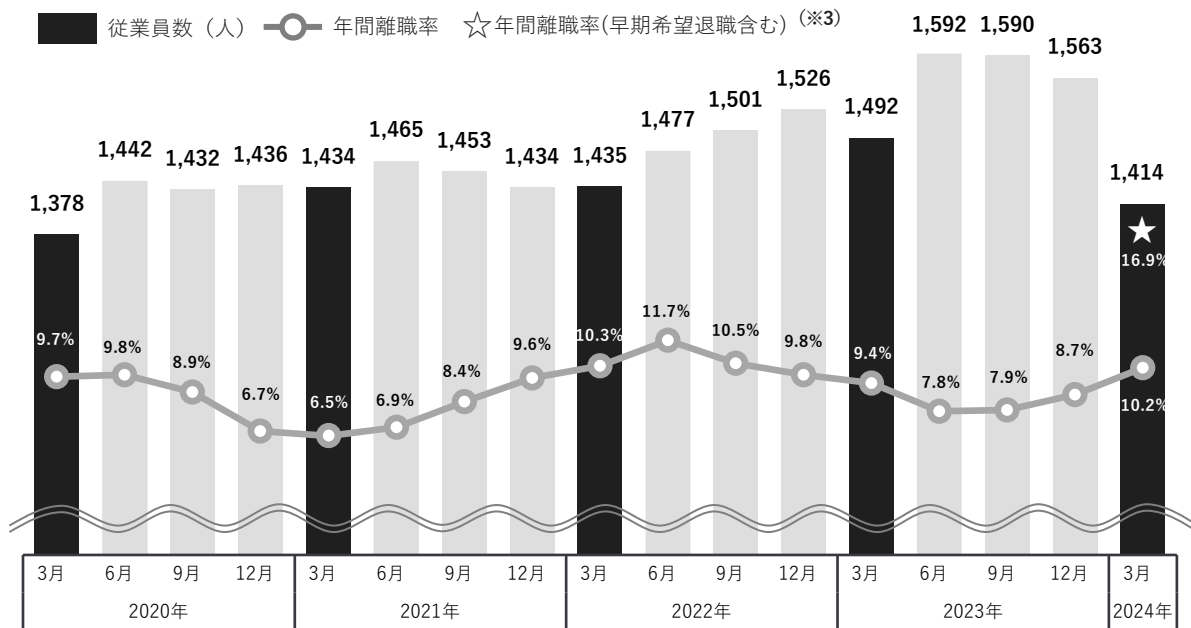
第1四半期 営業利益

9.8億円 **YoY +57.2%**

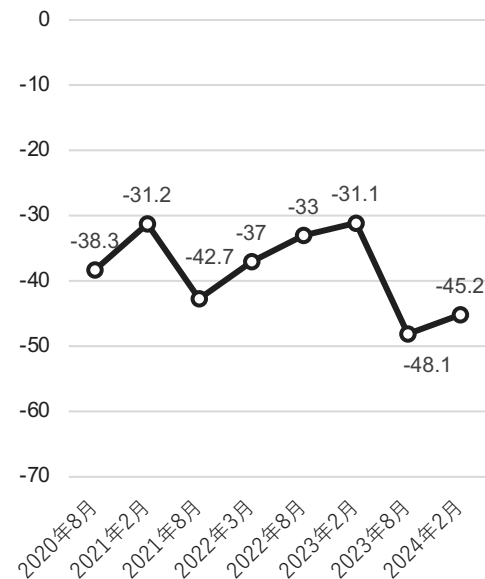
従業員数/離職率/eNPS 四半期推移

前年の早期希望退職プログラム実施等により従業員数は減少

従業員数(※1) ・ 年間離職率 (※2) 推移



eNPS (※4) 推移



※1 従業員数は各四半期末日時点の人数

※2 離職率は直近一年間の従業員数に基づき算出。なお早期希望退職プログラムで退職した人は除く

※3 早期希望退職者を含む離職率

※4 eNPSとは「親しい知人や友人にあなたの職場をどれくらい勧めたいか」を尋ね、「職場の推奨度」を数値化したもの。数値が高いほど良く、一般的な企業の平均値は-50から-55とされる

連結損益計算書

単位：百万円

	2023年1-3月	2024年1-3月	増減率
売上高	6,437	6,196	-3.7%
売上総利益	5,722	5,577	-2.5%
販売管理費	5,095	4,592	-9.9%
営業利益	626	985	+57.2%
営業外収益	75	171	+127.2%
営業外費用	154	52	-66.2%
経常利益	584	1,105	+101.5%
特別利益	12	14	+19.5%
特別損失	1,975	28	-98.5%
税金等調整前当期純利益	-1,414	1,091	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-1,249	706	-
EBITDA※	84	1,353	16倍

2023年1-3月 営業利益以下の主な内訳

営業外費用（単位：百万円）	
投資事業組合運用損	87
持分法による投資損失	48
特別損失（単位：百万円）	
オフィス移転関連費用	1,960 (減損損失 1,220・ 本社移転費用740)

2024年1-3月 営業利益以下の主な内訳

営業外収益（単位：百万円）	
為替差益	101
受取利息及び配当金	25
持分法による投資利益	19

※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益）= 税金等調整前当期純利益 + 支払利息 + 減価償却費 + 償却費 + のれん償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

連結貸借対照表

現金及び預金は123億円、自己資本比率50%と十分な財務基盤を維持

単位：百万円	2024年3月末	2023年3月末	増減	2023年12月末	増減
流動資産	36,029	36,470	-440	37,669	-1,639
うち現金及び預金	12,330	16,350	-4,019	13,528	-1,197
固定資産	11,182	11,225	-43	12,194	-1,011
総資産	47,212	47,696	-483	49,863	-2,651
流動負債	22,919	21,292	+1,626	25,704	-2,785
固定負債	307	714	-407	325	-18
純資産	23,985	25,689	-1,703	23,833	+152
負債及び純資産	47,212	47,696	-483	49,863	-2,651

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	34
---------------	----

新中期経営方針の概要（再掲）	38
----------------	----

インターネット広告市場動向	40
---------------	----

会社概要	47
------	----

各種方針	52
------	----

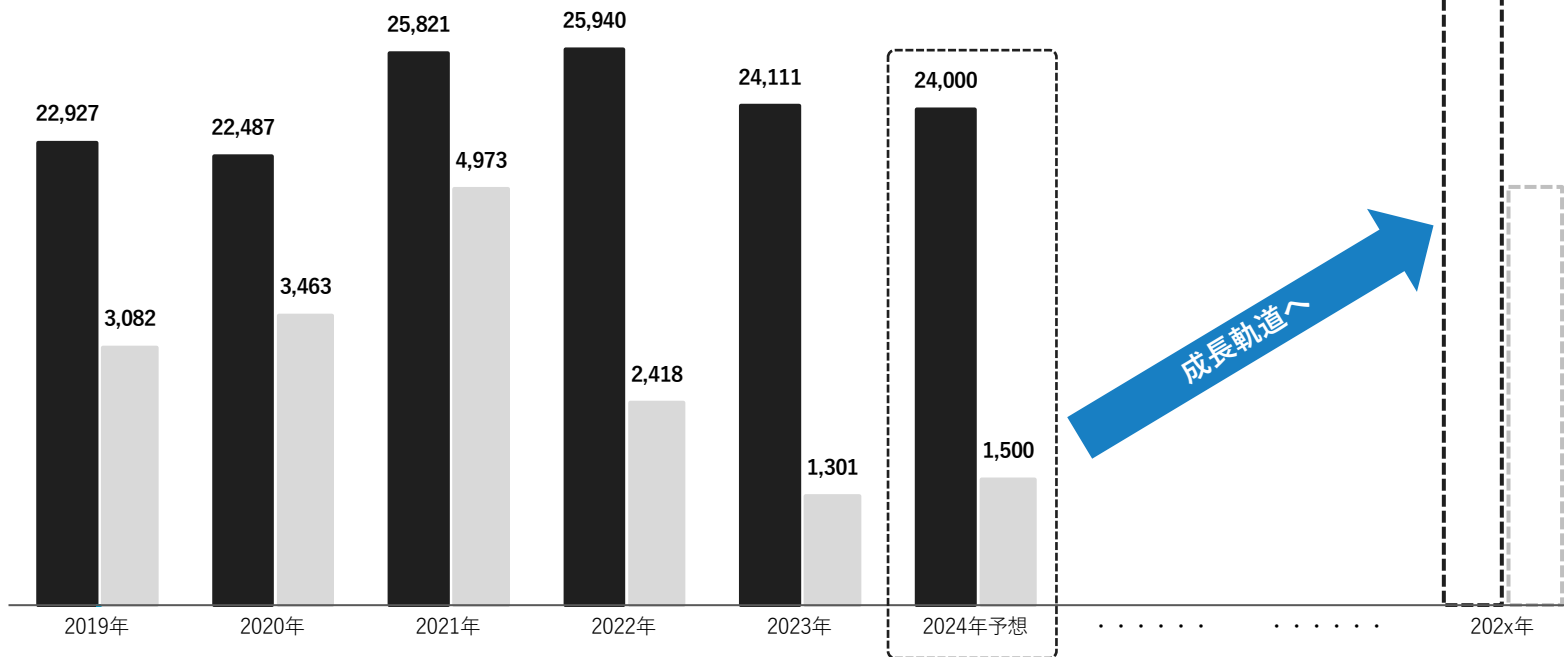


2024年12月期 業績見通し

■ 売上高
■ 営業利益
単位：百万円

売上高 **240**億円 **YonY -0.5%**
営業利益 **15**億円 **YonY +15.2%**

経営統合後、経営基盤の整備や新規事業立ち上げ、事業の構造改革などを推進。2023年度の営業利益をボトムに、高い成長と企業価値向上を図る。

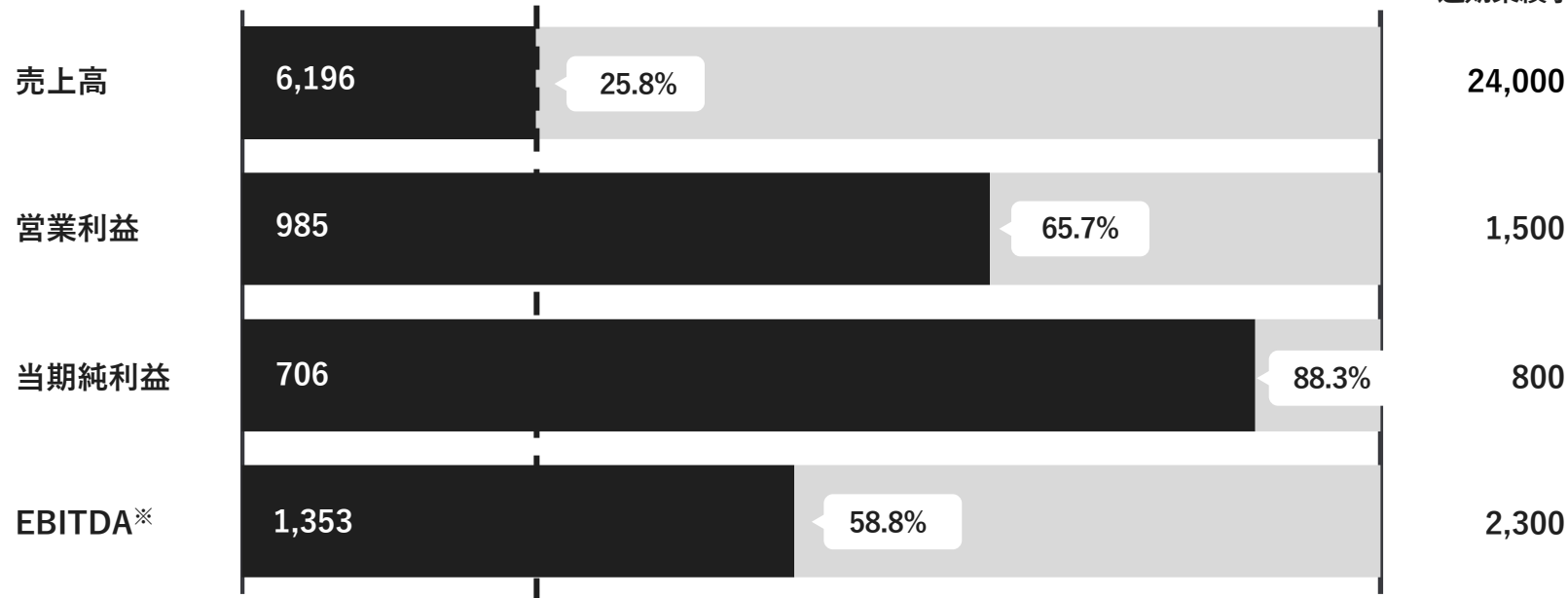


2024年12月期 業績見通しの進捗率

単位：百万円

1Q進捗率

2024年12月期
通期業績予想



※ EBITDA（利払い前・税引き前・償却前利益） = 税金等調整前当期純利益 + 支払利息 + 減価償却費 + 償却費 + のれん償却費 + 固定資産除却損 + 減損損失

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

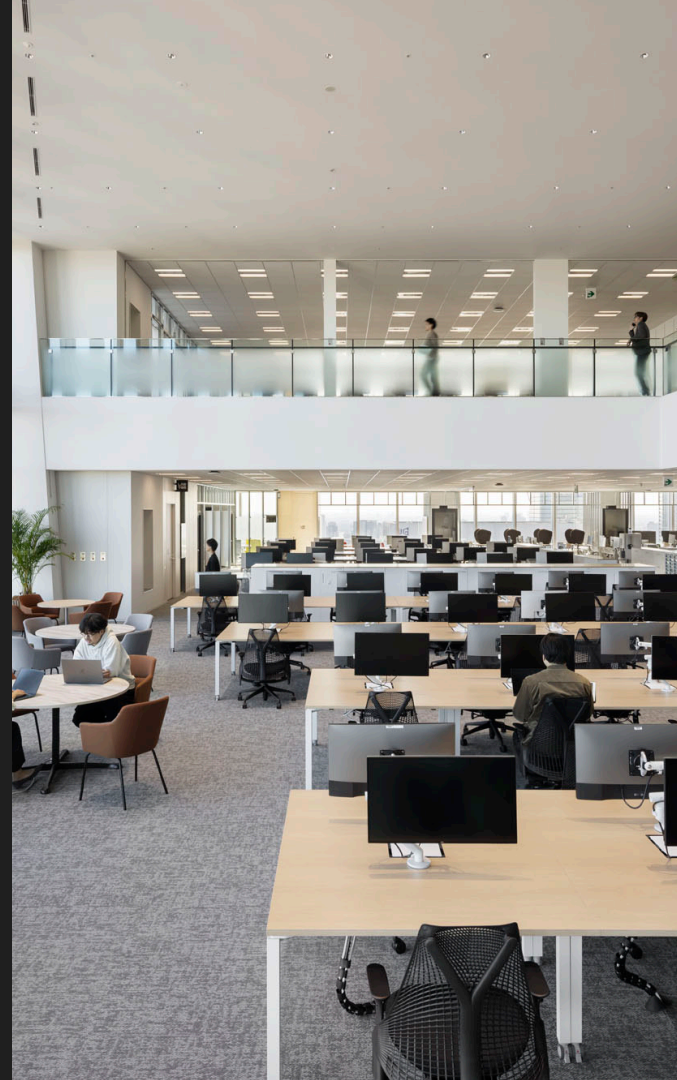
	サステナビリティの取り組み	34
--	---------------	----

	新中期経営方針の概要（再掲）	38
--	----------------	----

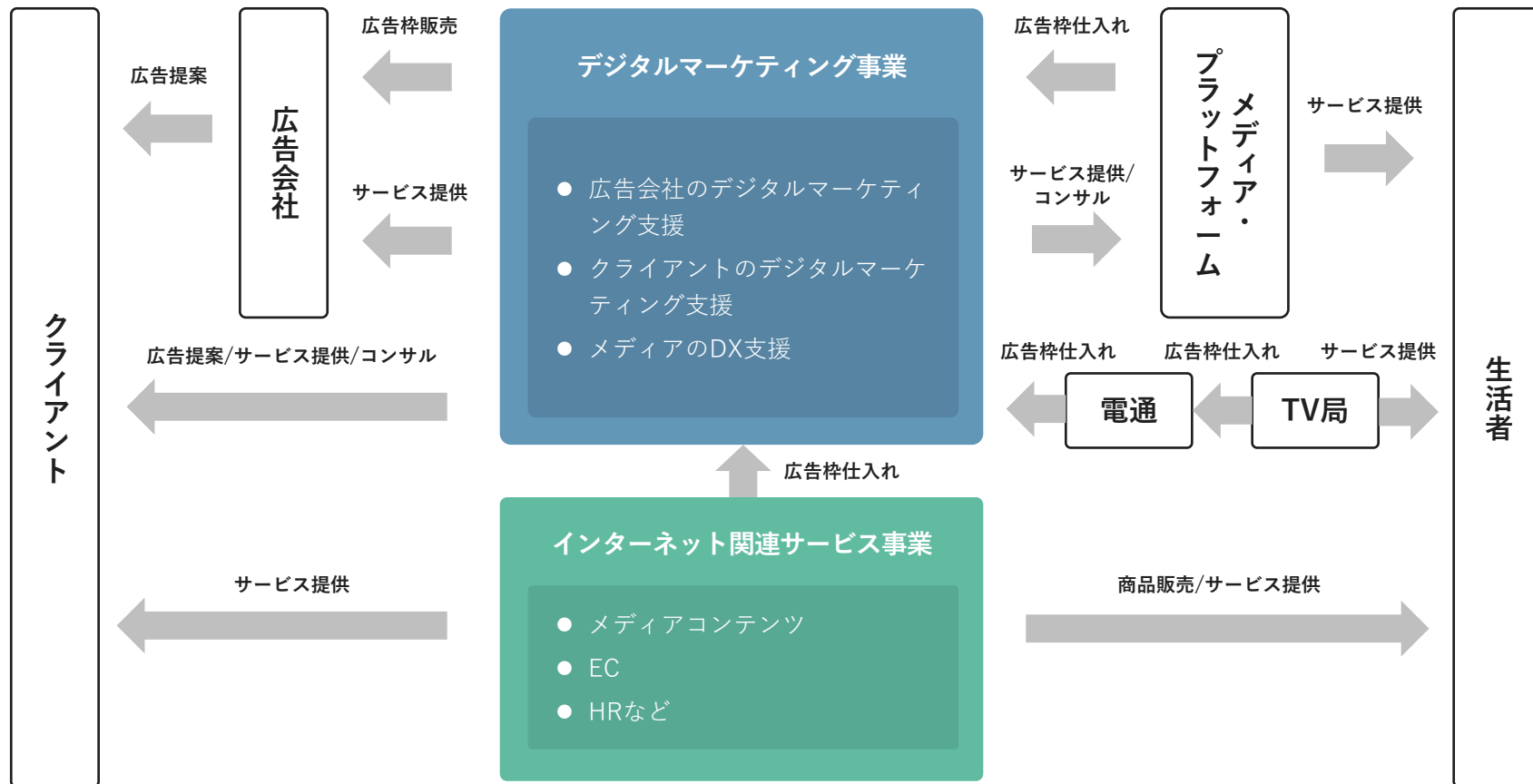
	インターネット広告市場動向	40
--	---------------	----

	会社概要	47
--	------	----

	各種方針	52
--	------	----



ビジネスモデルの概要

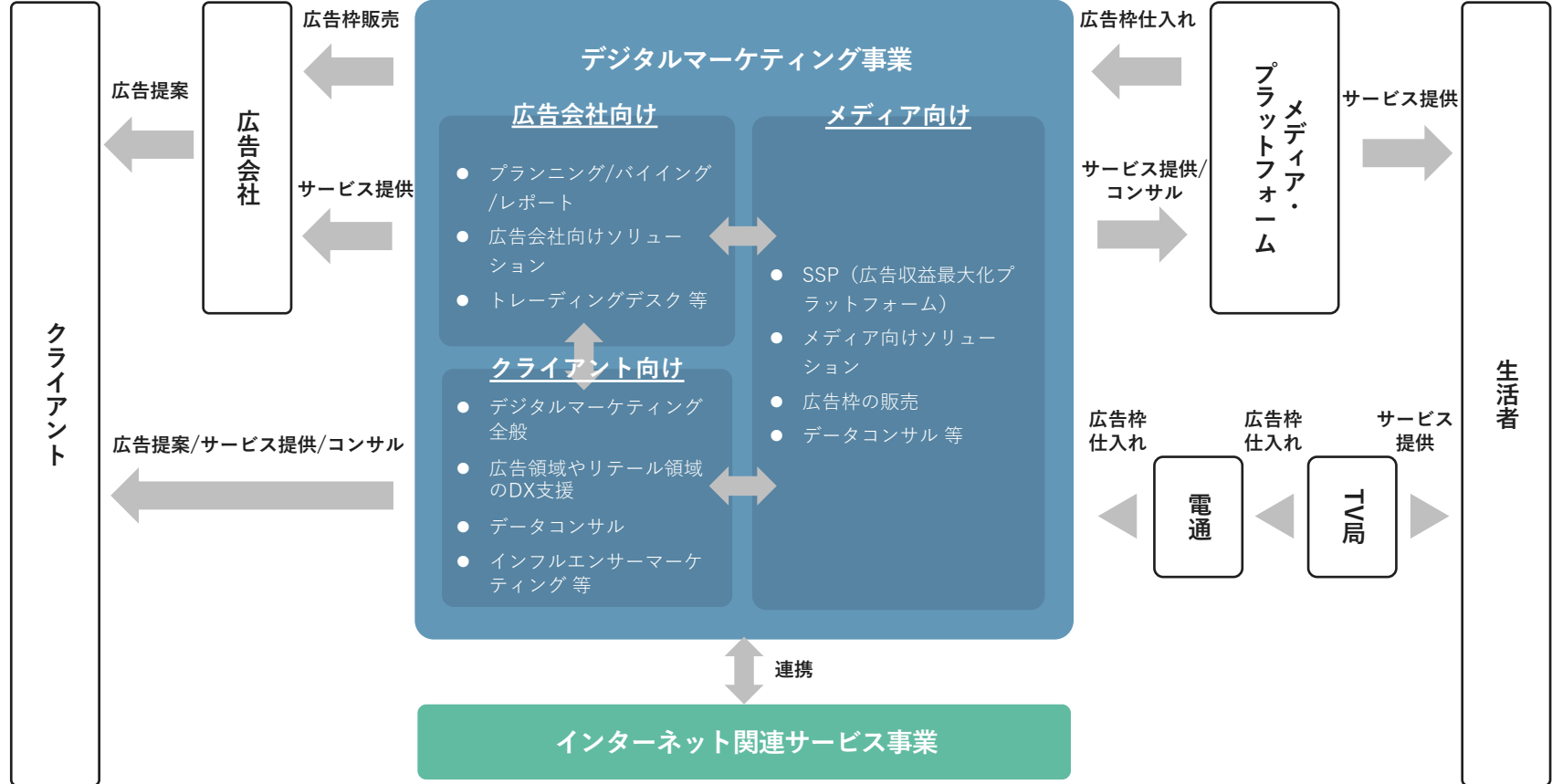


DIGITAL MARKETING

デジタルマーケティング事業

デジタルマーケティング事業の概要

クライアント、広告会社、メディアにとってのデジタルマーケティング/DXパートナーとしてデジタルマーケティングの進化を推進

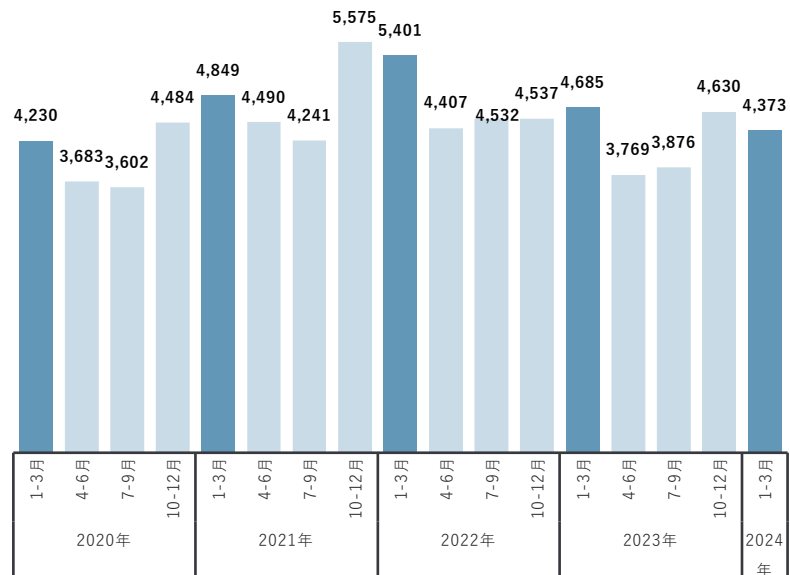


デジタルマーケティング事業 セグメント業績

売上高は前年比6%減の43.7億円、営業利益は30%増の8.5億円に

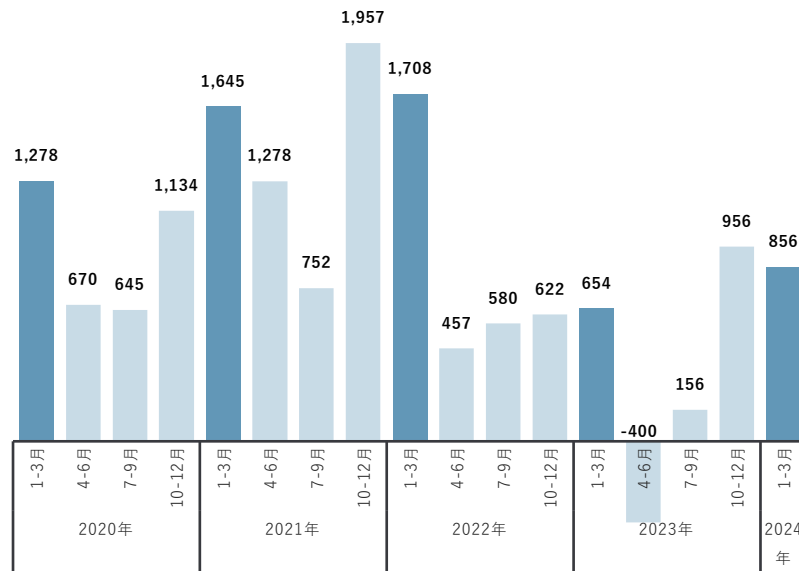
セグメント売上高 **43.7** 億円 **YoY -6.6%**

単位：百万円



セグメント営業利益 **8.5** 億円 **YoY +30.8%**

単位：百万円



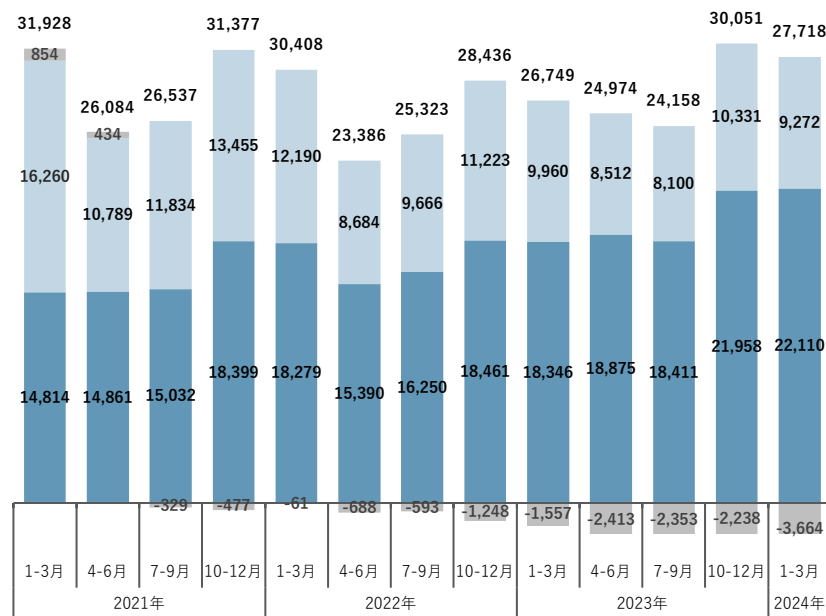
※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません
 ※ 2023年1Qのセグメント変更に伴い、過去に遡及して修正

商材別取扱高・業種別取扱高

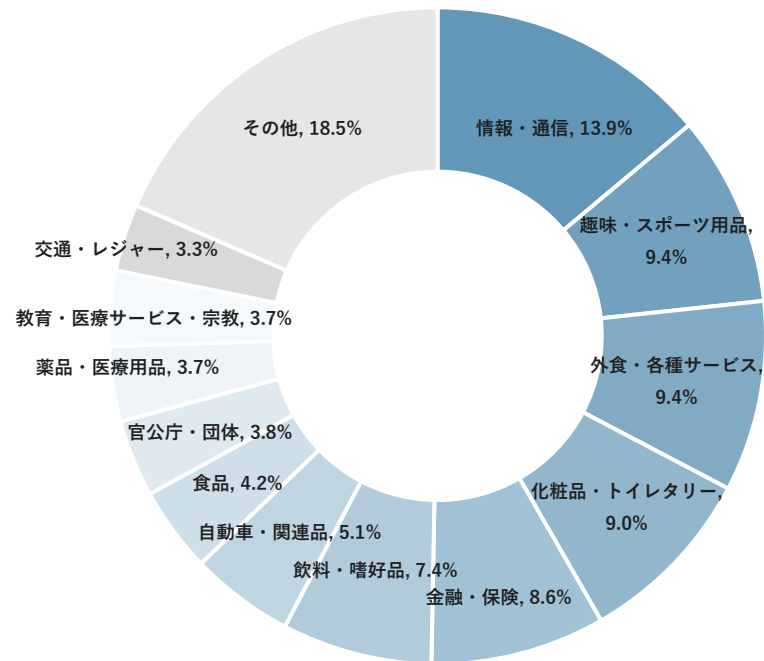
商材別取扱高

■ 予約型
 ■ 運用型
 ■ その他/セグメント相殺

単位：百万円



業種別取扱高

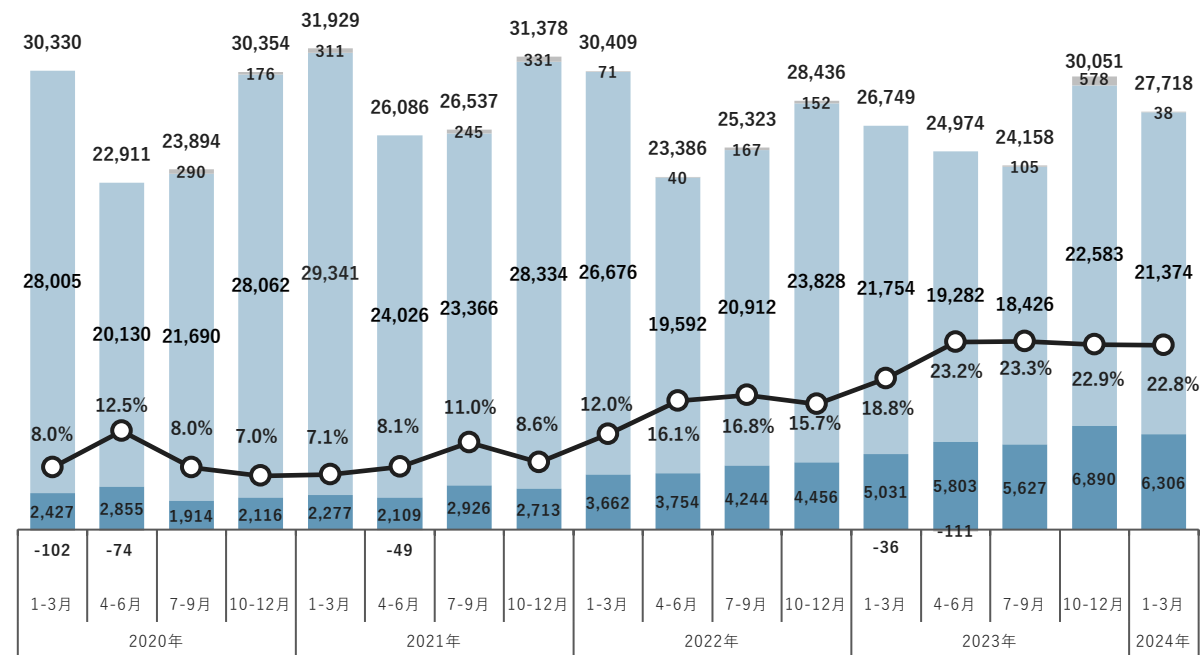


取扱高に対する直販比率

直販取扱高は前年比25%増の63.0億円、直販比率も前年から3.9pt上昇し22.8%に

■ 直販 取扱高 ■ 代理店 取扱高 ■ その他/セグメント相殺 ○ 直販比率 (%)

単位：百万円



第1四半期 直販取扱高

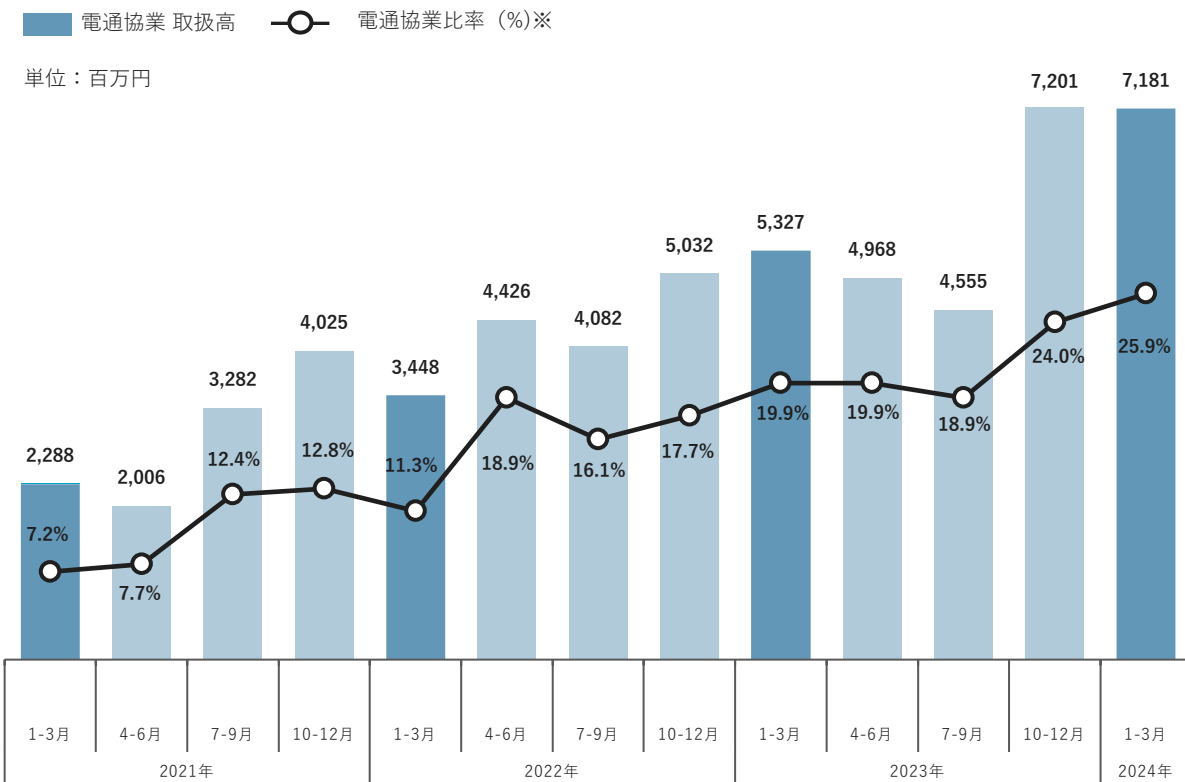
63.0億円 **YoY +25.3%**

第1四半期 直販比率

22.8% **YoY +3.9pt**

経営統合以降の電通グループとの新規協業取扱高（テレシー含む）

経営統合以降、電通グループとテレシーなどの協業を推進し、取扱高は72億円に拡大



第1四半期 電通協業取扱高

71.8億円 **YoY +34.8%**

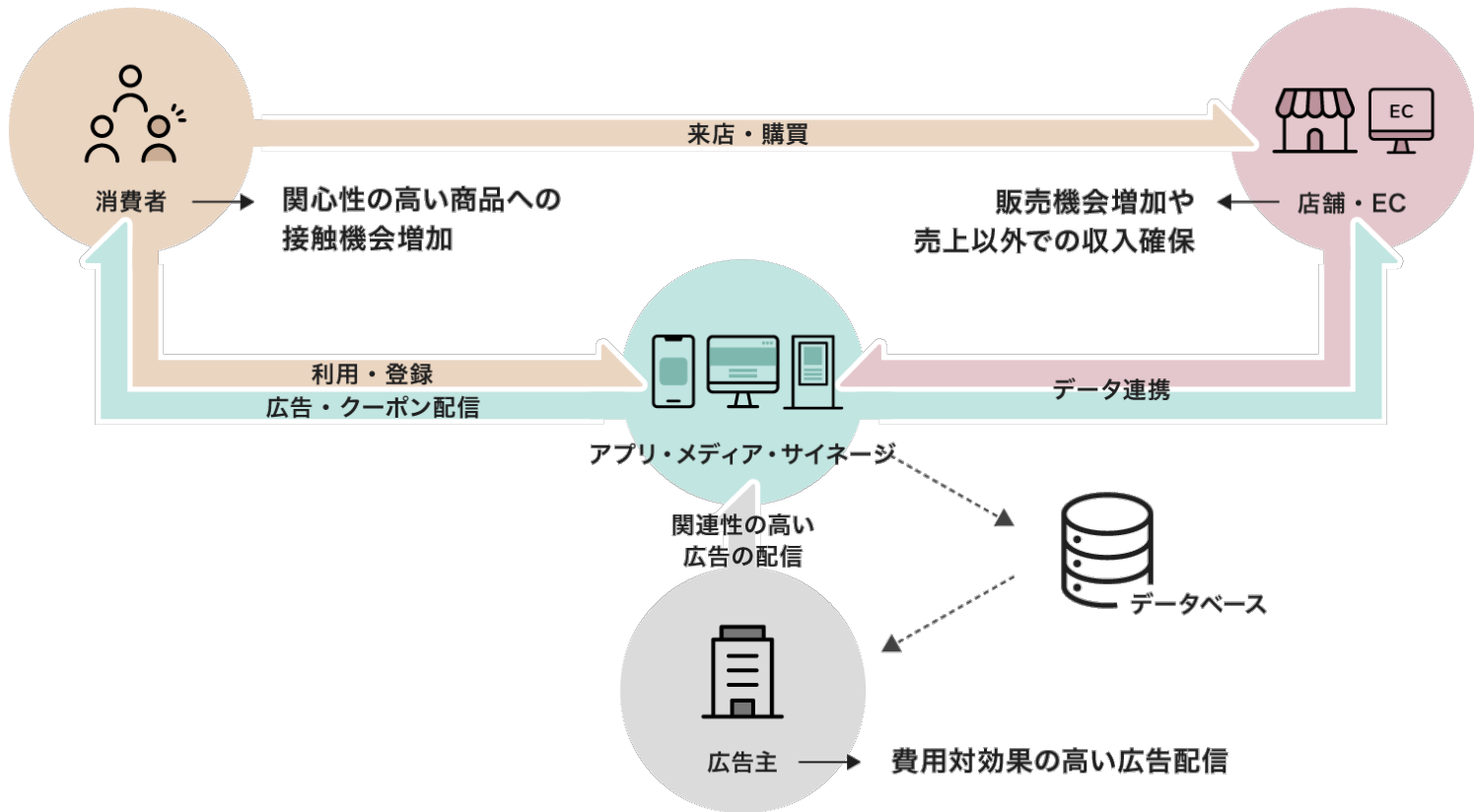
第1四半期 電通協業比率

25.9% **YoY +6.0pt**

※ 電通協業比率：デジタルマーケティング事業の取扱高に占める、経営統合以降に始まった電通グループとの協業事業の取扱高割合

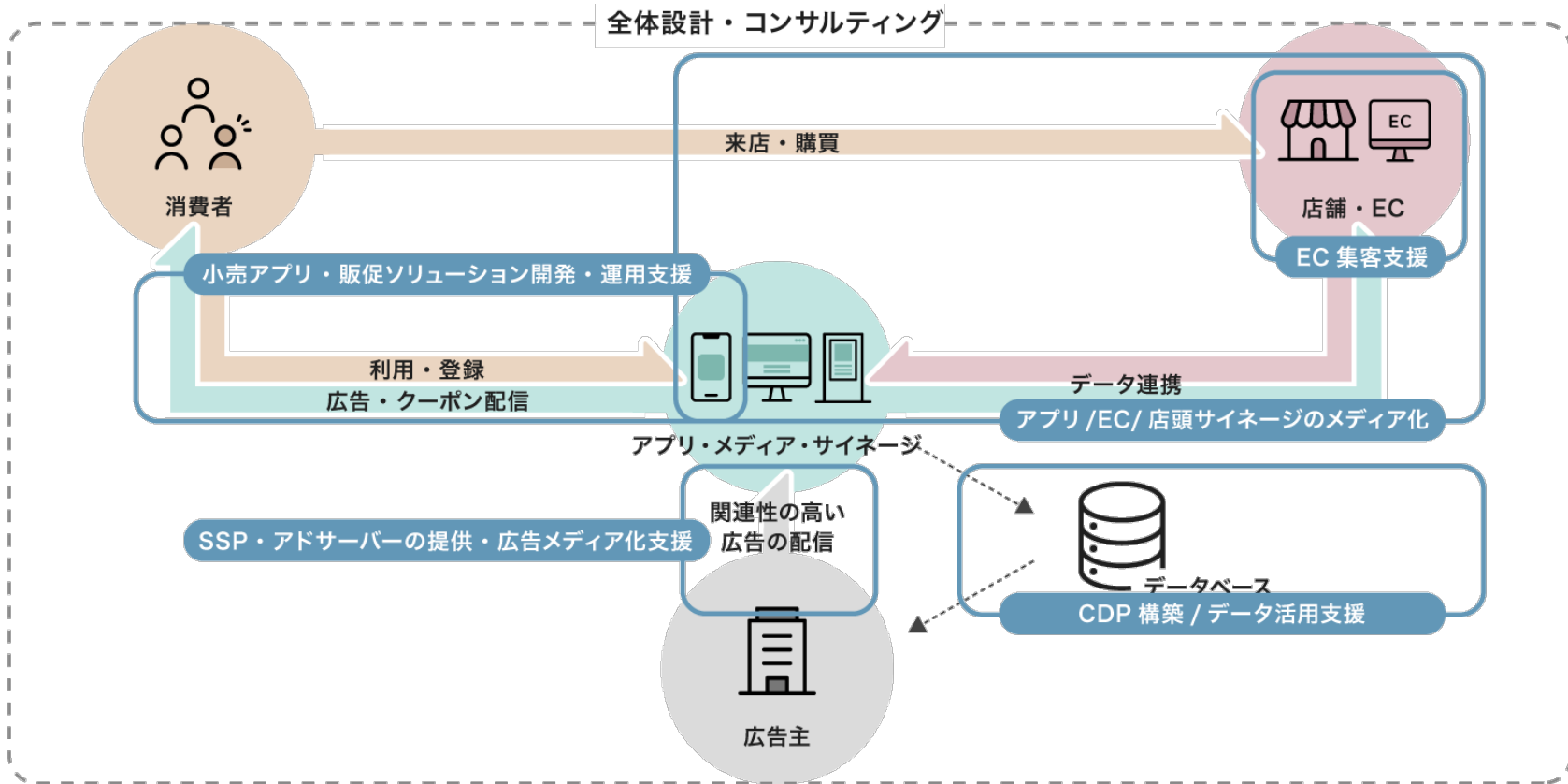
リテールメディアとは？

小売業者が持つ顧客データや購買データを活用して配信された、店頭サイネージ広告やECサイト/アプリ上の広告などにみられる「小売店が媒体社として提供している広告媒体」



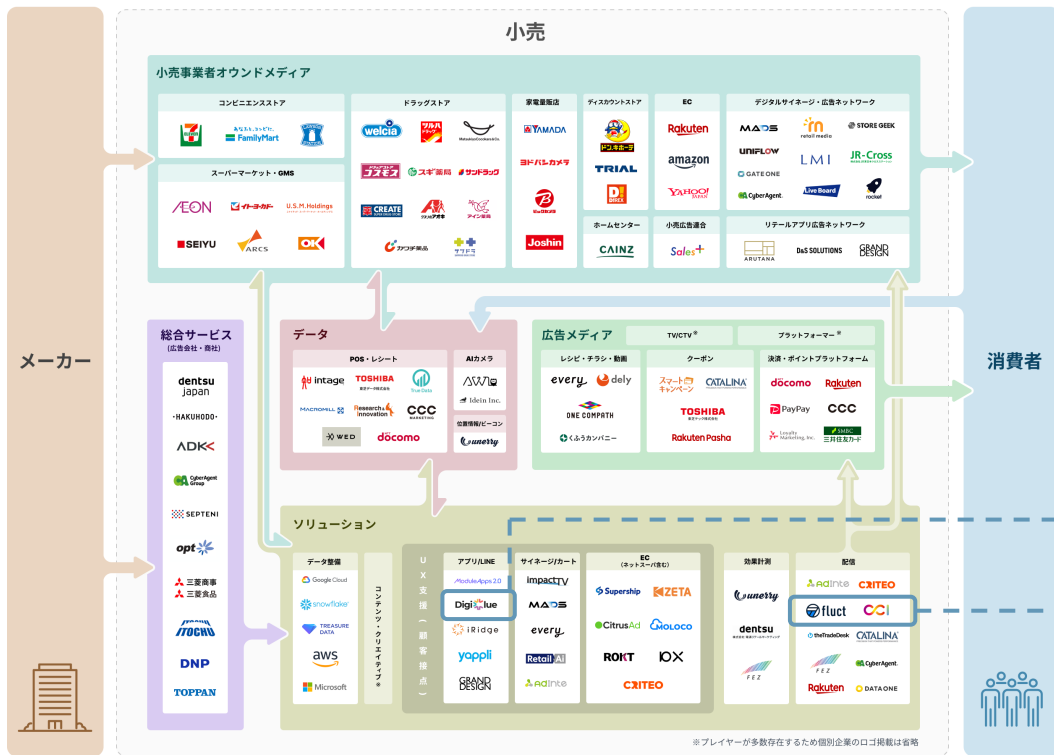
CARTAにおけるリテールDX支援

リテールメディア周辺において小売り事業者や広告主に対して
電通グループや出資先企業とも連携して様々なソリューションを提供



リテールメディアカオスマップをリリース

業界関係者が分析した103社の主要プレイヤーを、
リテールメディアカオスマップ2024年版として公開 (※)



カオスマップは主要企業を調査して独自に作成しており、網羅性や正確性を完全に担保しているものではありません。多分野の事業・サービスを展開している企業については、代表的なカテゴリを選定して掲載しています。商標およびロゴマークに関する権利は、個々の権利の所有者に帰属します。掲載に問題がある場合は、ご連絡ください。

©CARTA HOLDINGS Inc. ©Unerry Inc.

※出典：「リテールメディアカオスマップ2024年版」調査主体：株式会社CARTA HOLDINGS、株式会社Unerry

UX支援 (顧客支援)

LINEミニアプリなどのソリューションを活用した店舗販促・集客や顧客育成を企画開発から運営まで、フルカスタマイズで提供

配信 (広告配信/レポート/販促企画)

購買データを活用したオウンドメディアへの広告配信やレポート、販促プロモーションの提案など

上記以外

デジタルマーケティング事業 トピックス



2024.02.01

テレシー、新経営体制への移行および代表取締役CEOの異動に関するお知らせ



2024.03.05

CARTA MARKETING FIRM、データ基盤プロジェクトに「Snowflake」を採用
データ利活用の効率化と基盤運用の大幅な省力化を実現



2024.03.12

2023年 日本の広告費 インターネット広告
媒体費 詳細分析を発表



2024.03.27

デジクル、静岡を中心に小売業を展開する株式会社あおきのデジタル販促を支援開始
～デジタル会員証・クーポン配信・商品予約機能搭載のLINEミニアプリ開発～



2024.03.27

DataCurrentとNEC、効果的な広告運用を支えるデータ利活用の領域で協業
～データ管理・活用環境を放送局へ提供し、
広告のDXに貢献～



2024.03.27

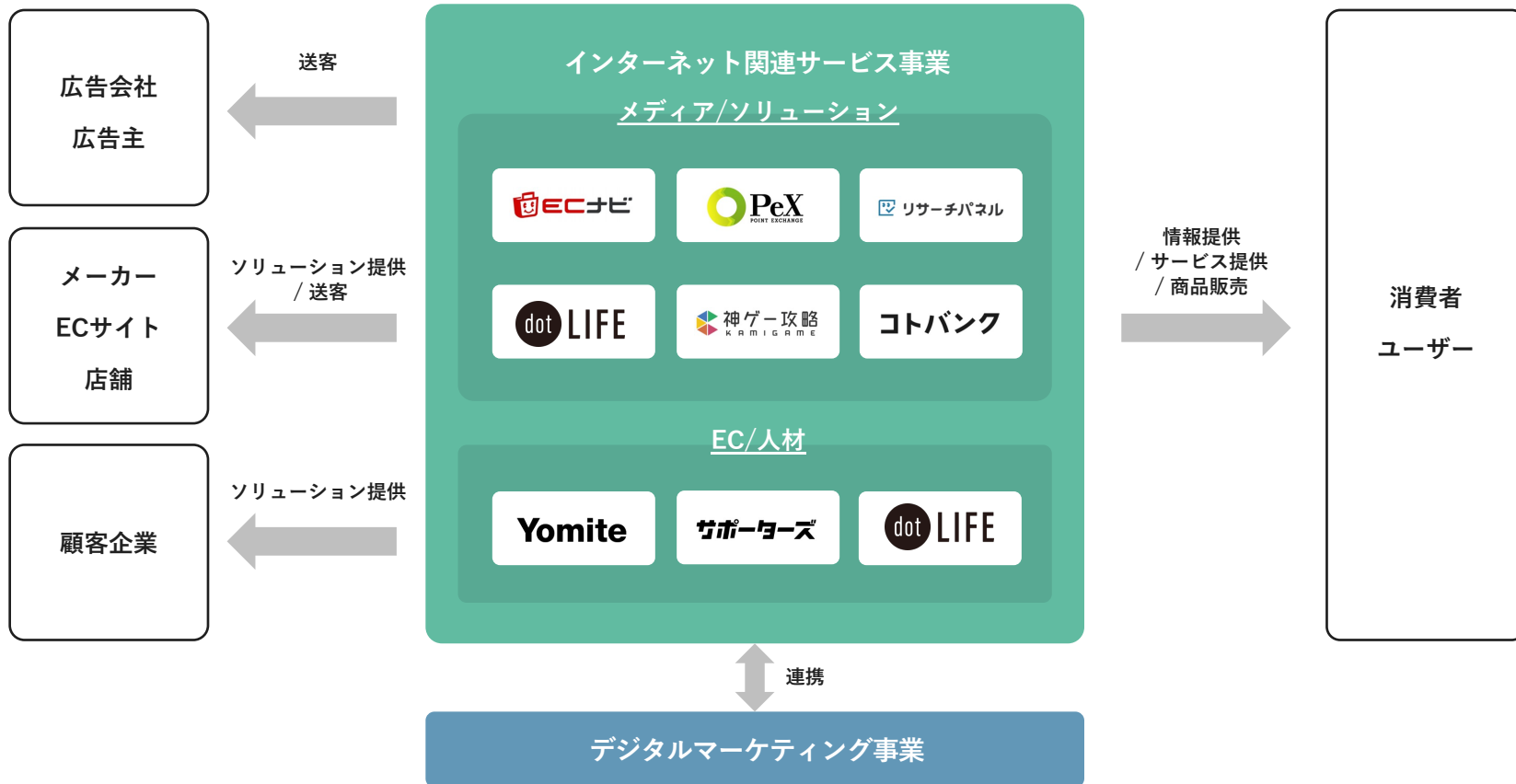
CCI、LINEを活用したマーケティング支援プラットフォーム「KNOTBOX」において、
マストバイキャンペーン機能を提供開始
～レシート投稿、レシート読み取り、当選者の抽選・通知がLINE上で完結可能に～

INTERNET RELATED SERVICE

インターネット関連サービス事業

インターネット関連サービス事業概要

デジタルマーケティング事業と連携しながら、財務規律とセットで成長を目指す



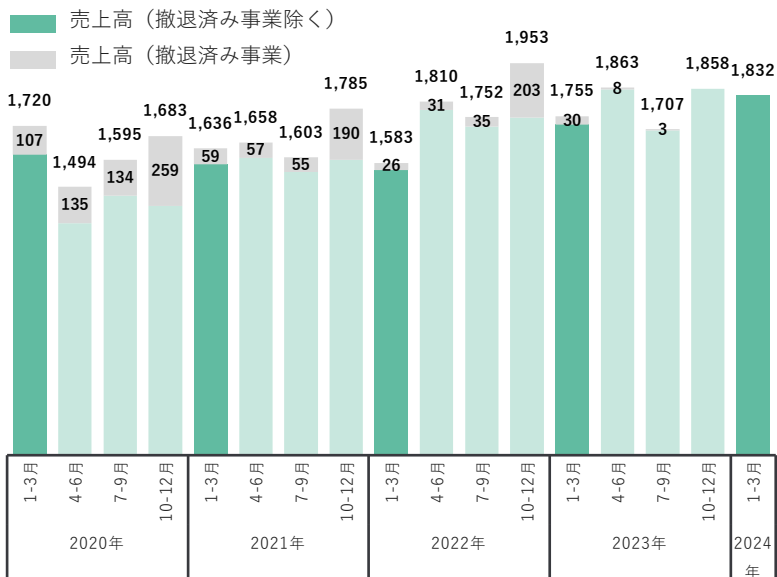
インターネット関連サービス事業 セグメント業績

撤退済事業を除く売上高は前年同四半期比で6%増、営業利益は2.1億円（前年比+64.7%）に

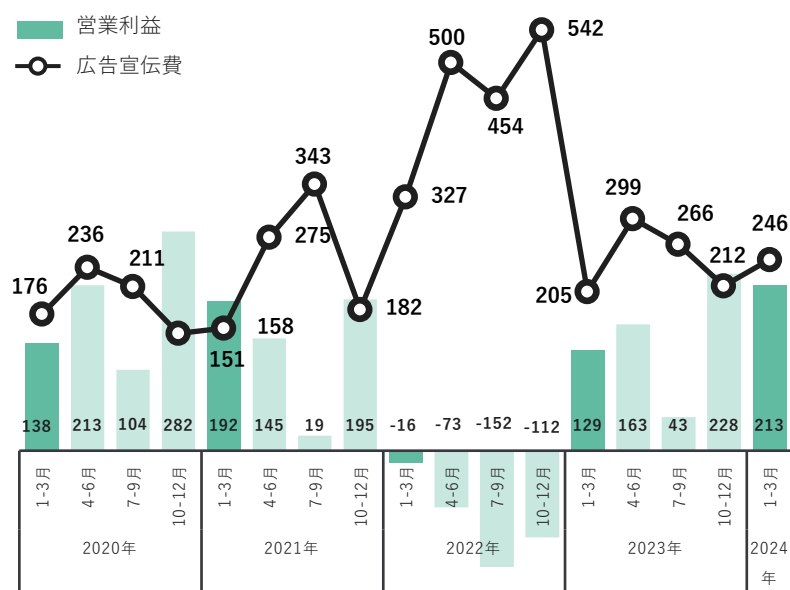
セグメント売上高 **18.3**億円 YoY +4.4%

セグメント営業利益 **2.1**億円 YoY +64.7%

単位：百万円



単位：百万円

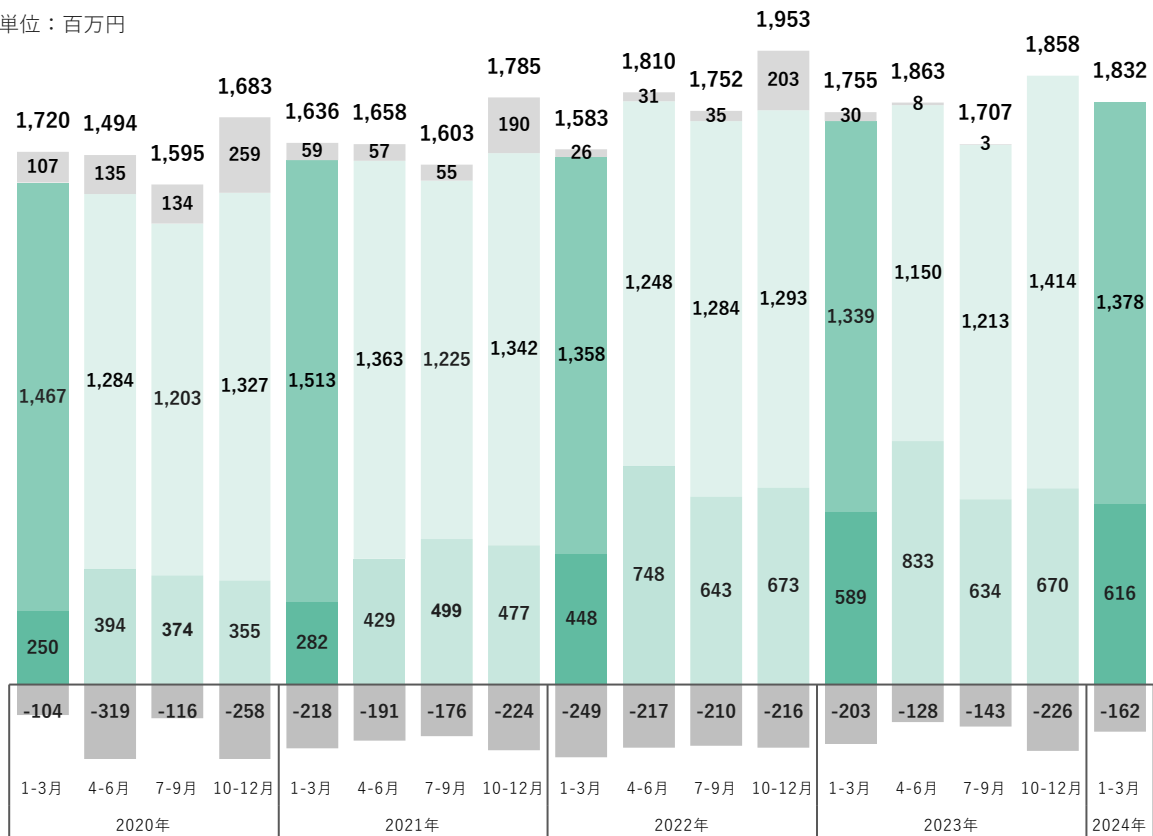


※ セグメント営業利益は、のれん等調整項目があるため、合計が全社営業利益とは一致しません

インターネット関連サービス事業 売上高内訳

■ メディア/ソリューション
 ■ EC/人材
 ■ 撤退済み事業
 ■ その他/セグメント相殺

単位：百万円



メディア / ソリューション

13.7 億円 YoY +2.9%

EC / 人材

6.1 億円 YoY +4.5%

トピックス

サポーターズ

2024.01.09

サポーターズ、京都橘大学で代表楓が特別
講義「ITエンジニア就活の極意」を実施

Yomite

2024.01.12

完全個室×女性限定の酵素風呂
『kinohi(きのひ)』
2024年1月13日(土)銀座にオープン

サポーターズ

2024.02.19

サポーターズ、国内最大級のエンジニア学
生向けテックカンファレンス「技育祭
2024【春】」を開催

デジコ

2024.02.21

デジタルギフト「デジコ」、新たな交換先
として「nanacoギフト」「WAONポイン
トID」の取り扱い開始

サポーターズ

2024.03.15

サポーターズ、学年不問のエンジニア
キャリア育成プログラム「技育(GEEK)
プロジェクト 2024」始動
～日本のエンジニア不足の解消を目指す、
30社以上による合同プロジェクト。
年間約160回のイベントを開催！～

DIGITALiO

2024.03.27

【デジタルギフトに関する調査 2024年
版】デジタルギフトサービス、企業担当者
の96%が満足と回答！

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

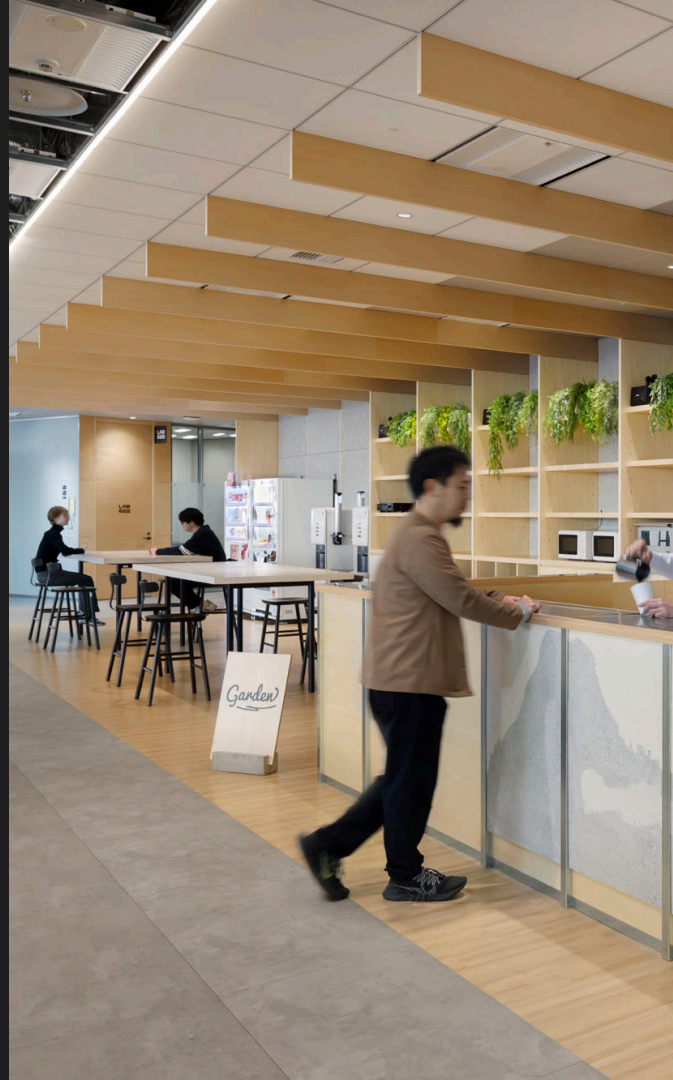
	サステナビリティの取り組み	34
--	---------------	----

	新中期経営方針の概要（再掲）	38
--	----------------	----

	インターネット広告市場動向	40
--	---------------	----

	会社概要	47
--	------	----

	各種方針	52
--	------	----



サステナビリティ経営の全体像

PURPOSE

人の想いで、人と未来の可能性を拓いていく

サステナビリティ方針

CARTA HOLDINGSは、私たちの事業活動による社会や産業の進化を通じて、人と未来の可能性を拓いていき、持続可能な社会の実現に貢献します。

目指す未来

多様な人の
可能性を拓く

DX推進による
社会や産業の発展

持続可能な
地球環境の保全

E 環境

気候変動の緩和と適応

S 価値創造
人的資本

デジタル広告の健全な発展・事業を通じたDX推進

D&Iの推進・人的資本の維持強化・人権の尊重

G ガバナンス

リスクマネジメントの徹底・コンプライアンス/腐敗防止への対応・
コーポレートガバナンスの高度化と実効性の確保

サステナビリティ

重点テーマ（マテリアリティ）に関する取り組み

E 環境

自然環境保全活動：山梨県甲州市に「勝沼ECナビの森」創設。100ヘクタールに及ぶ森の整備活動を実施。

環境マネジメント：環境保全の国際規格「ISO14001：2015」の認証を取得・運用。



S

価値創造

広告品質の向上：JIAAの各種ガイドラインに準拠し、無効トラフィックの排除やブランドセーフティの確保を推進。デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）が定める第三者検証のJICDAQ認証取得。

人的資本

人的資本：2023年12月期 有価証券報告書において「サステナビリティに関する考え方及び取組」を開示。

全員活躍（キャリア）：女性活躍推進、両立支援、障害者雇用、LGBTQ+、シニア雇用などの取り組みを実施。



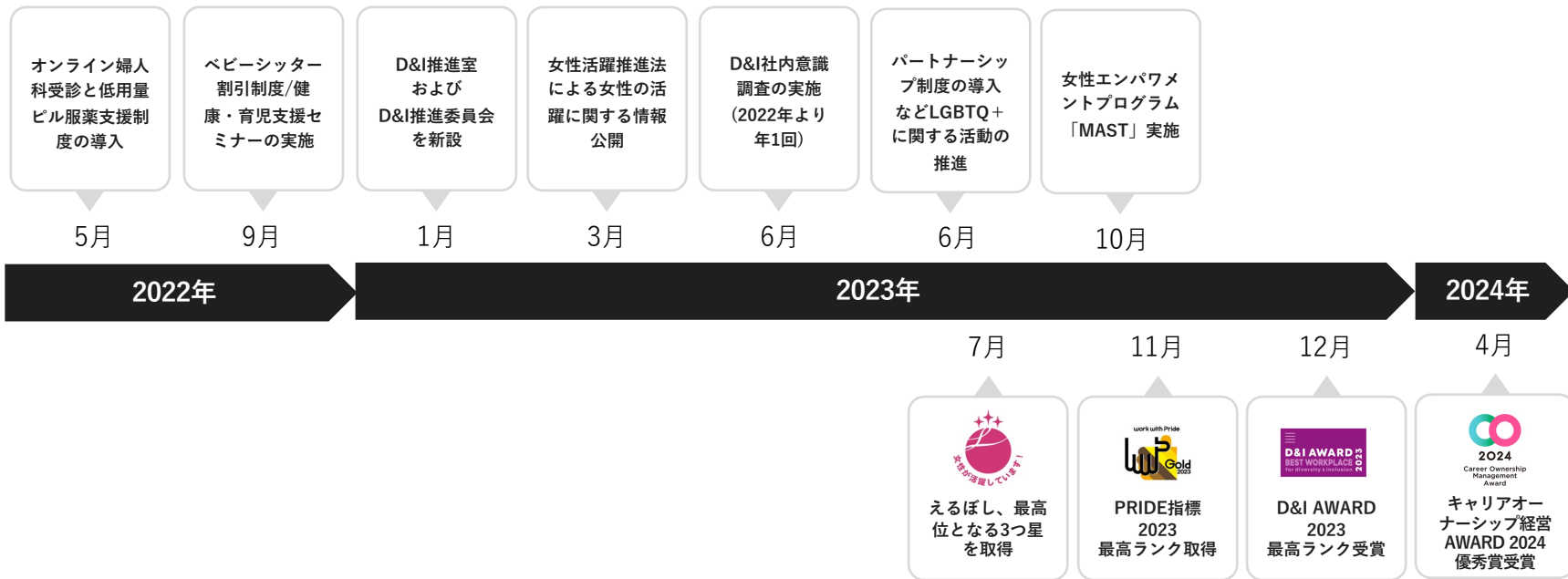
G ガバナンス

情報セキュリティマネジメント：国際規格「ISO27001」の認証を取得・運用。

コーポレート・ガバナンスの強化：「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」提出と継続的な見直し。

D&Iに関する取り組みと実績

主な取り組み



受賞・認定

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	34
---------------	----

新中期経営方針の概要（再掲）	38
----------------	----

インターネット広告市場動向	40
---------------	----

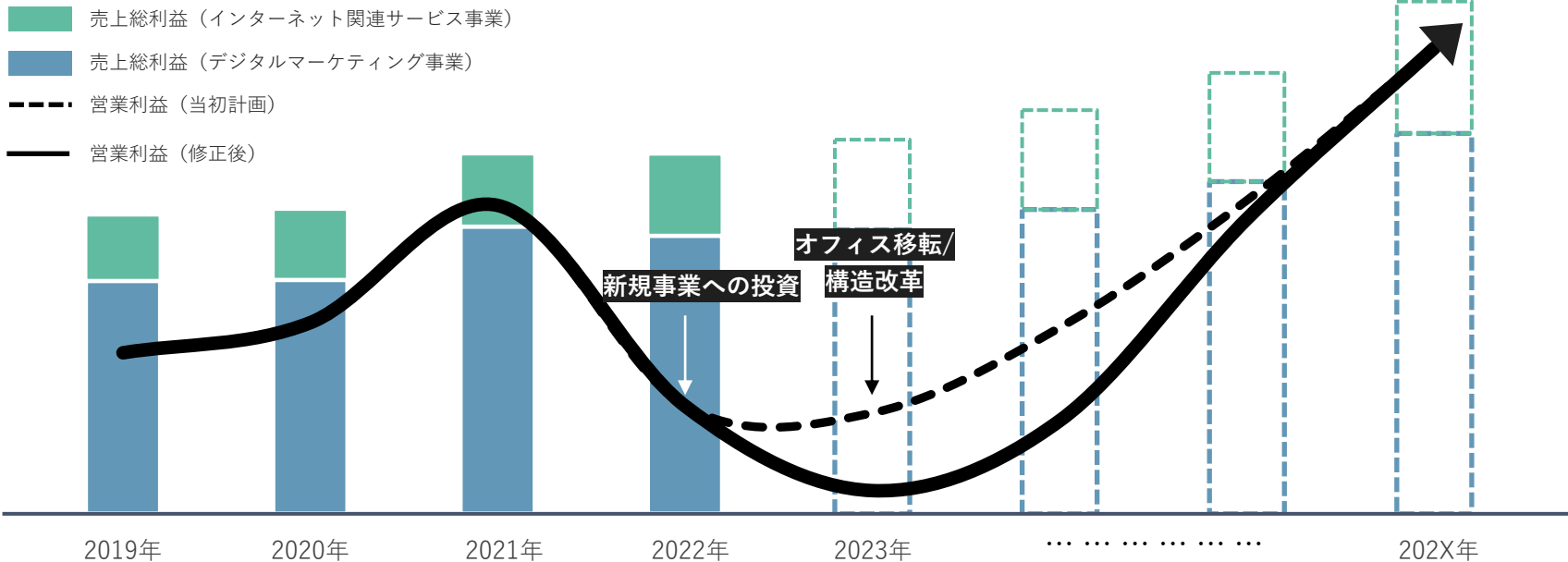
会社概要	47
------	----

各種方針	52
------	----

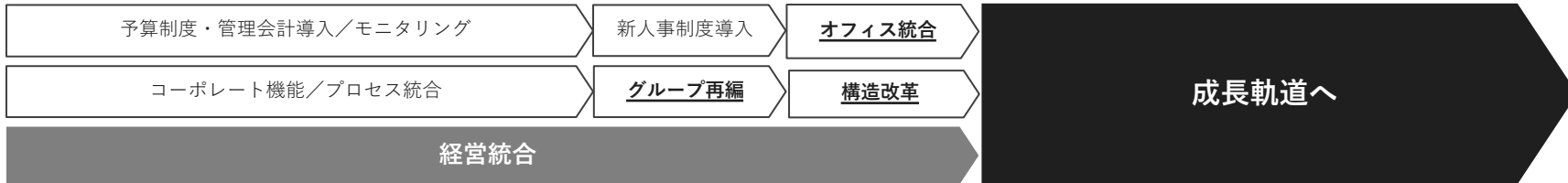


新中期経営方針で目指す方向性

オフィス統合にて経営統合最終フェーズ。デジタルマーケティング事業の構造改革・不採算事業の撤退等を推進し収益構造の改善を図り、業績のV字回復、その後の成長軌道に向けて取り組んでいく



CARTA HOLDINGS Inc.



※2023年8月10日開示の通期業績予想の修正に伴い、営業利益グラフを追加

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

サステナビリティの取り組み	34
---------------	----

新中期経営方針の概要（再掲）	38
----------------	----

インターネット広告市場動向	40
---------------	----

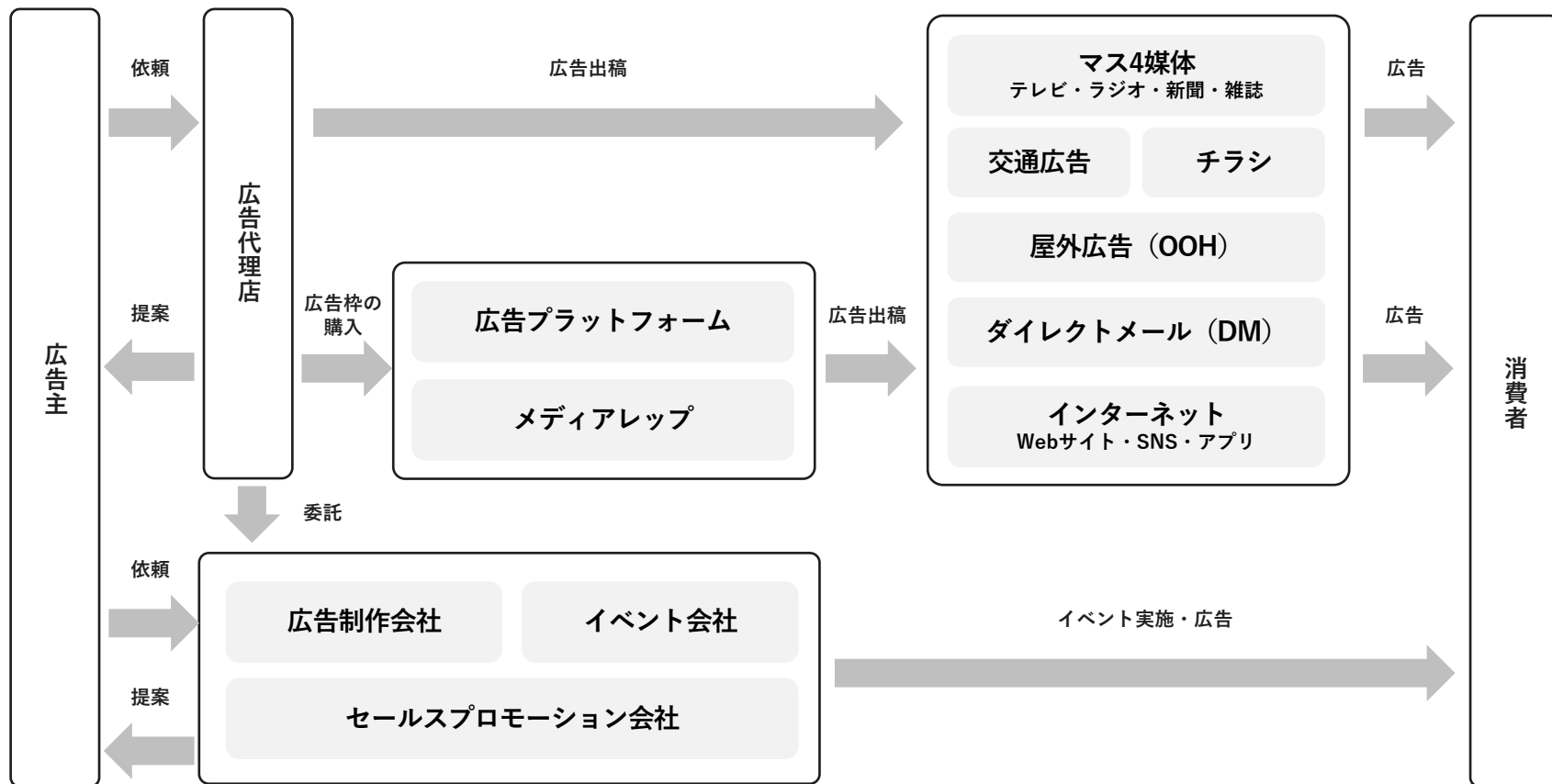
会社概要	47
------	----

各種方針	52
------	----



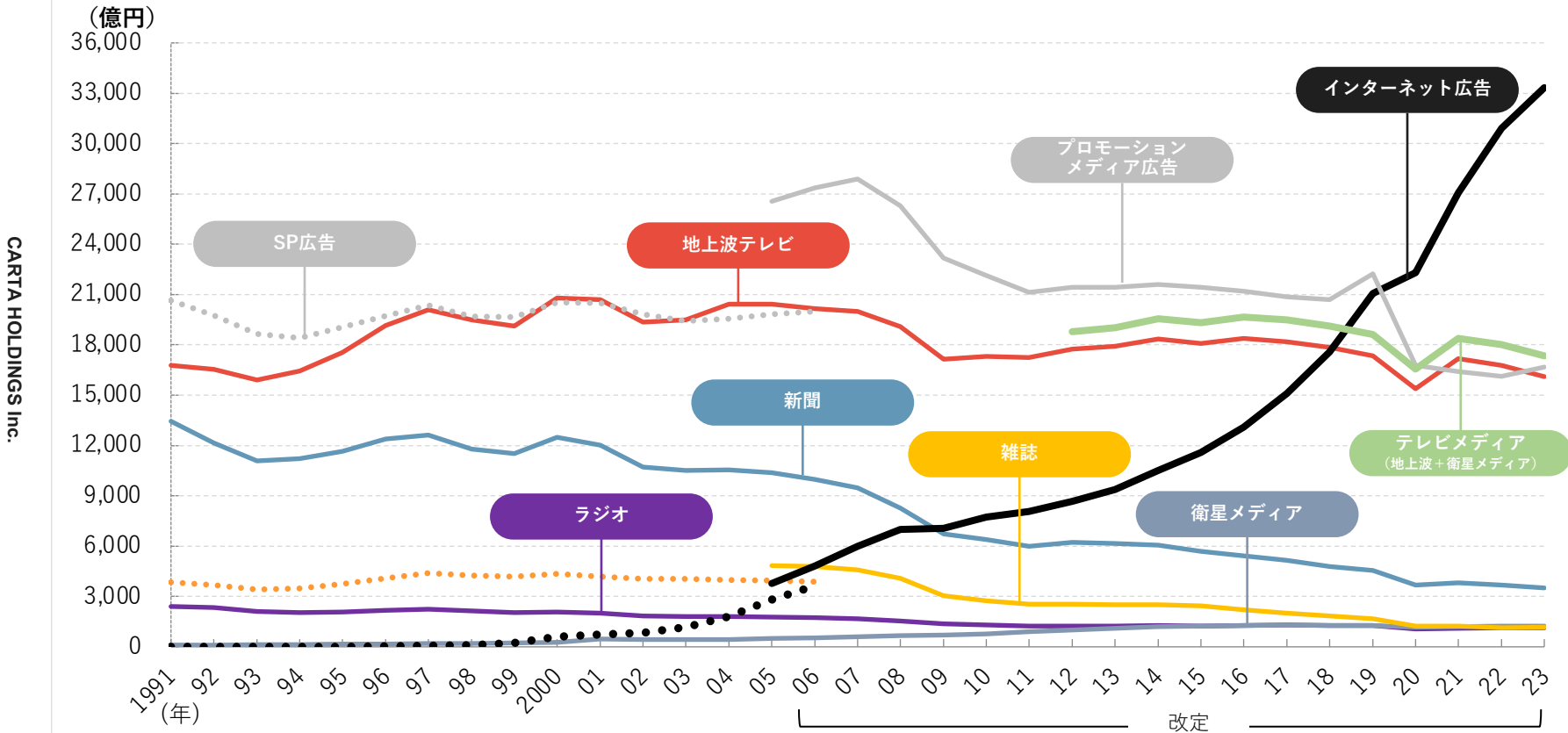
広告業界について

この20年で新しくインターネットメディアが急速に立ち上がり、その周辺においてテクノロジーを起点とした新しい市場が急成長



広告費全体推移

2023年の日本の広告費は7兆3,167億円、インターネット広告費は3兆3,330億円、総広告費の45.5%に



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」

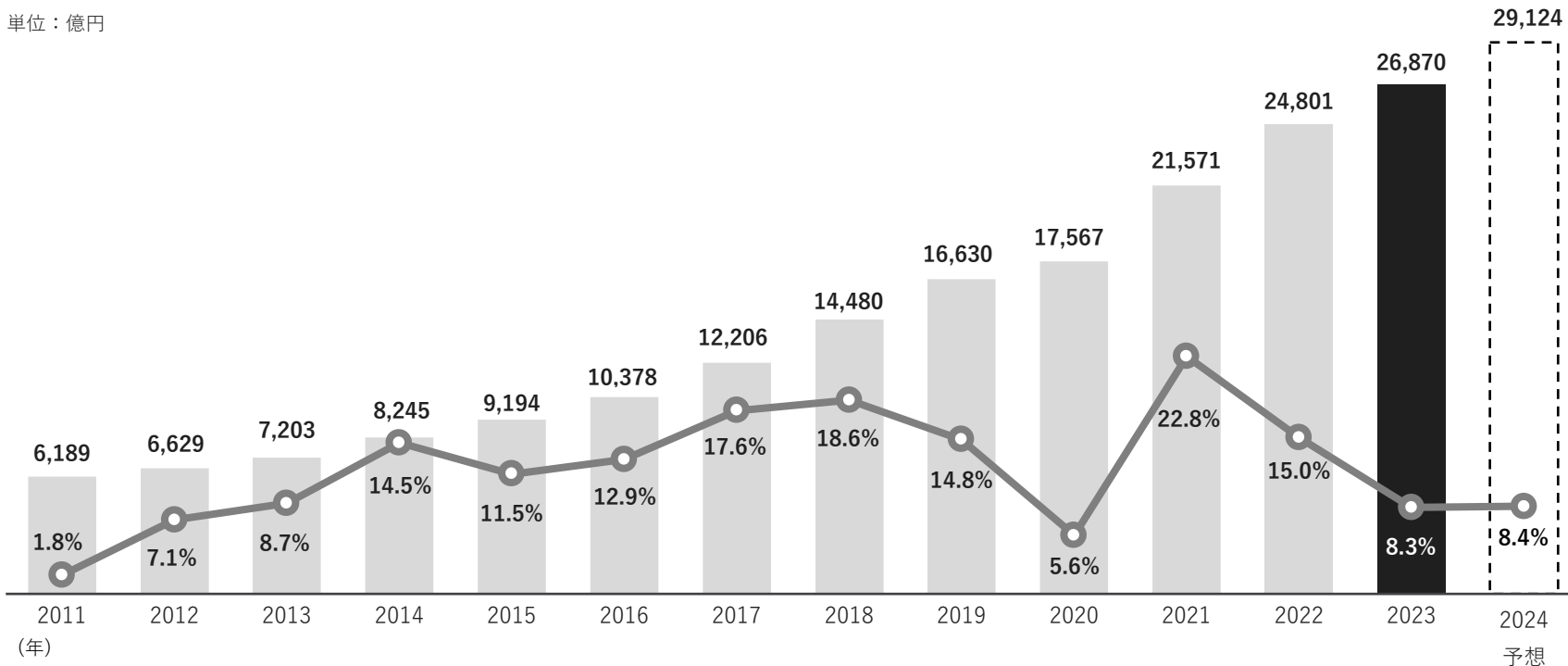
インターネット広告媒体費総額 推移

インターネット広告市場は順調に拡大し、2023年のインターネット広告媒体費は前年比8.3%増の2兆6,870億円に

■ インターネット広告媒体費

○ 成長率

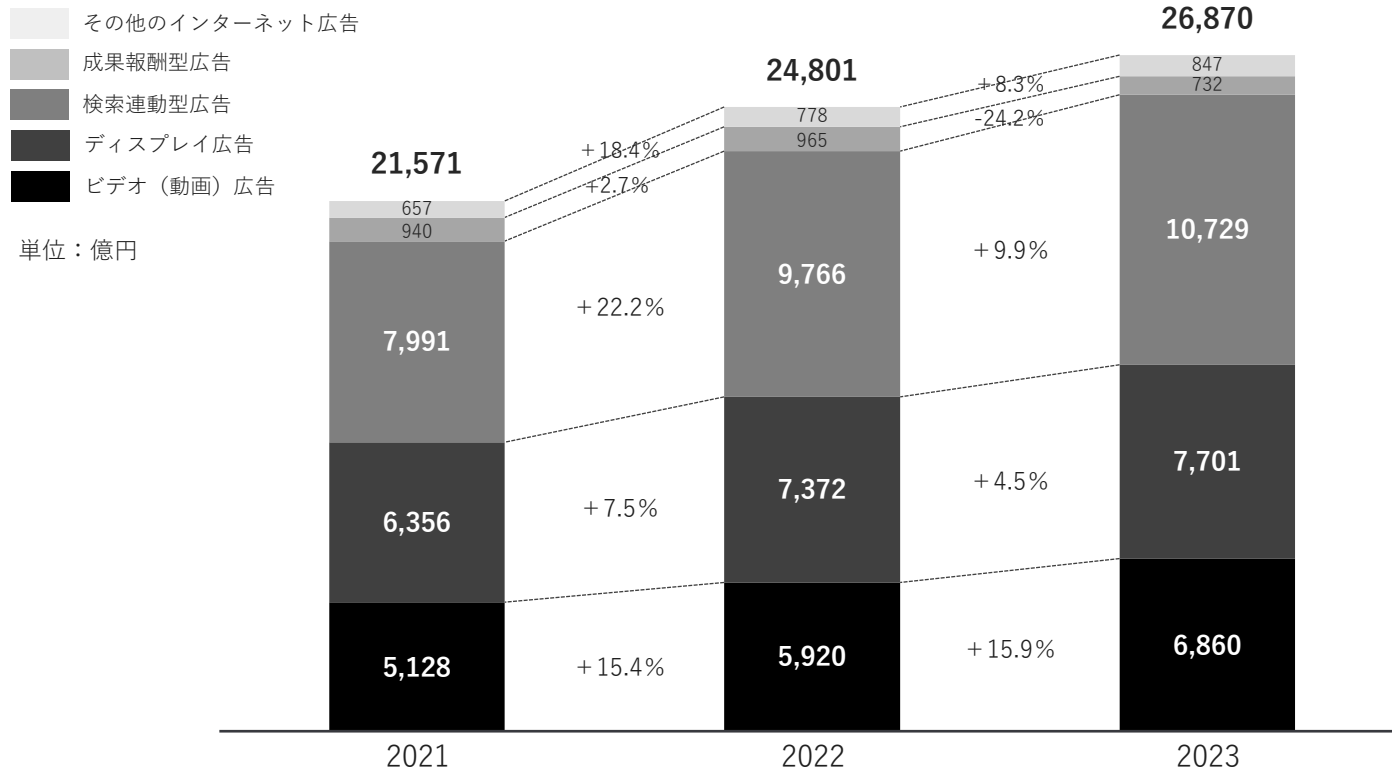
単位：億円



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」

インターネット広告媒体別 媒体費推移

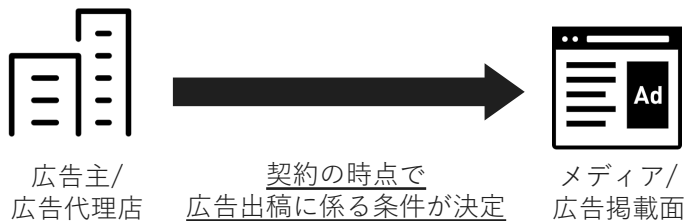
インターネット広告媒体において、特に成長しているのは「ビデオ（動画）広告」で、2023年は15.9%増の6,860億円



出典：株式会社D2C / 株式会社CARTA COMMUNICATIONS / 株式会社電通 / 株式会社電通デジタル「2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

ネット広告の種類

予約型広告



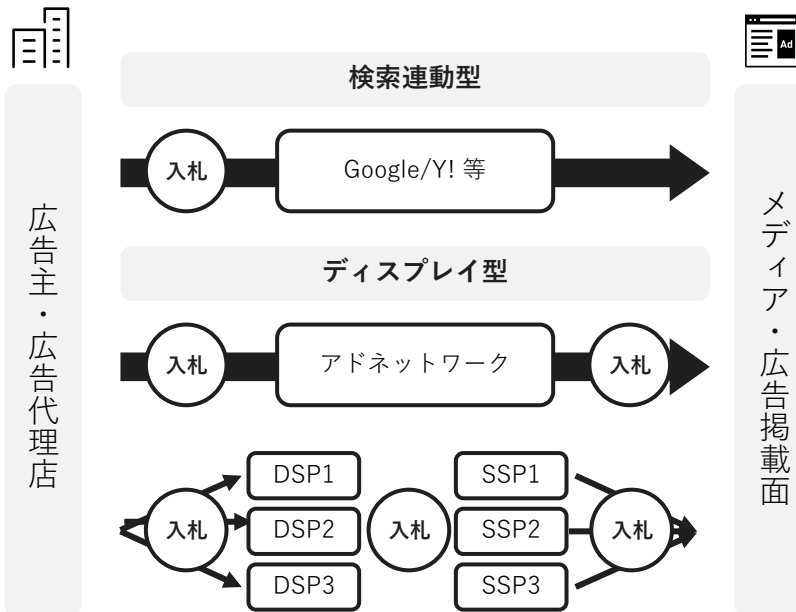
成果報酬型広告



成果（購入やダウンロード）に対してのみ 広告料を支払う

広告配信におけるテクノロジーの発展に伴い、リアルタイムでユーザーにマッチした広告を配信する「運用型広告」が主流に

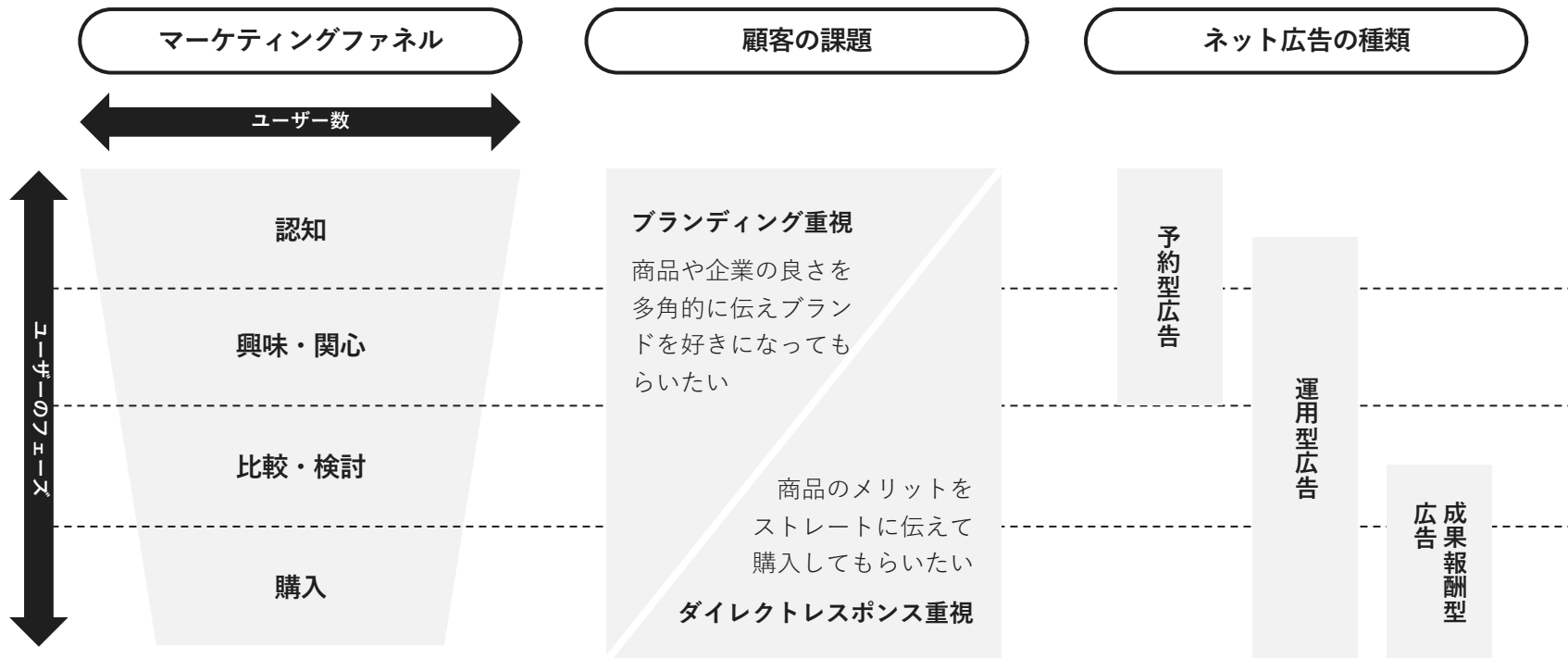
運用型広告



契約後、出稿に係る条件を 変更しながら運用

マーケティングファネルとネット広告

ブランディング広告では、予約型広告や運用型広告をメインに利用されることが多く、ダイレクトレスポンス広告では、運用型広告や成果報酬型広告をメインに利用されることが多い



CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティの取り組み	34
--	---------------	----

	新中期経営方針の概要（再掲）	38
--	----------------	----

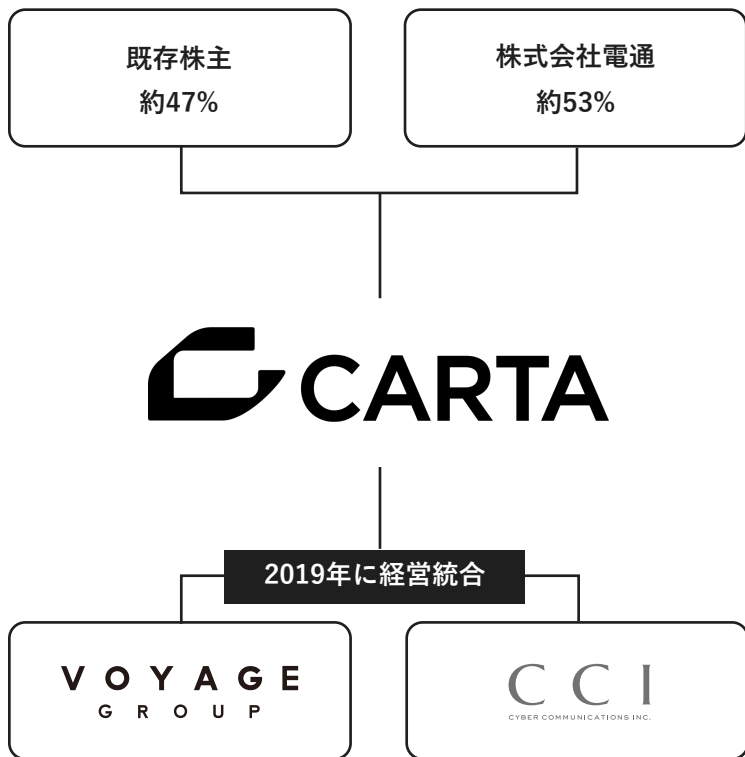
	インターネット広告市場動向	40
--	---------------	----

	会社概要	47
--	------	----

	各種方針	52
--	------	----



会社概要



2019年1月にVOYAGE GROUPとCCIが経営統合することで設立、同時に電通の連結子会社化となり資本業務提携契約を締結

会社名 株式会社CARTA HOLDINGS

代表者 代表取締役 社長執行役員 宇佐美進典

所在地 東京都港区虎ノ門2-6-1
虎ノ門ヒルズ ステーションタワー36F

事業内容 デジタルマーケティング事業・インターネット関連サービス事業

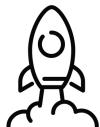
資本金 1,614百万円

主な株主 株式会社電通グループ

経営統合 2019年

数字で見るCARTA HOLDINGS

CARTA経営統合



2019年

従業員数※1



1,414人

国内外拠点数※1



6拠点

連結子会社数※1



21社

ネット広告取扱高※2

1,205億円

日本のインターネット広告費※3の3.6%のシェア

売上総利益※2

214億円

営業利益※2

13.0億円

売上総利益CAGR

2.8%

※2019年から5年間の平均成長率

※1 2024年3月末時点の数字

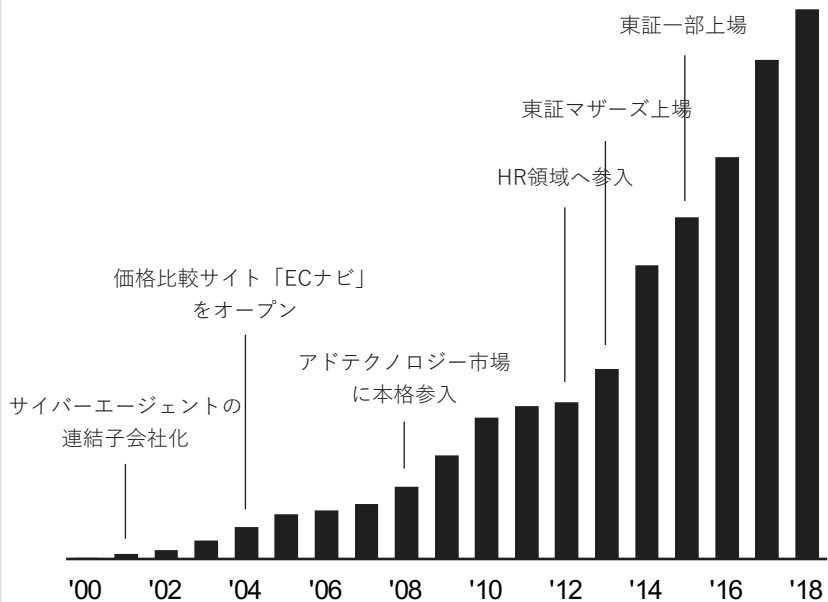
※2 2023年度の数字

※3 出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」

VOYAGE GROUPとCCIの沿革

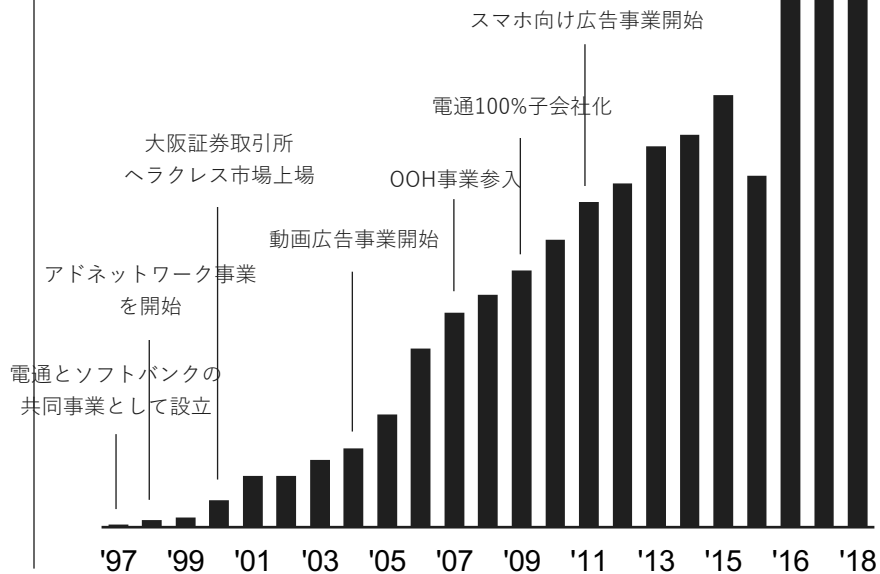
VOYAGE
GROUP

メディア事業から始まり、アドテクノロジー事業を主力としながら新規事業も積極的に展開



CCI
CARTA COMMUNICATIONS INC.

ブランディング広告領域におけるメディアレップとして、ネット広告市場の成長とともに大きく成長



主なグループ会社一覧



デジタルマーケティング事業



Zucks China

インターネット関連サービス事業

DIGITALIO



サポーターズ

Yomite

CONTENTS

01	2024年12月期 第1四半期連結決算の概要	02
----	---------------------------	----

02	業績見通し	14
----	-------	----

03	事業の概況	17
----	-------	----

APPENDIX

	サステナビリティの取り組み	34
--	---------------	----

	新中期経営方針の概要（再掲）	38
--	----------------	----

	インターネット広告市場動向	40
--	---------------	----

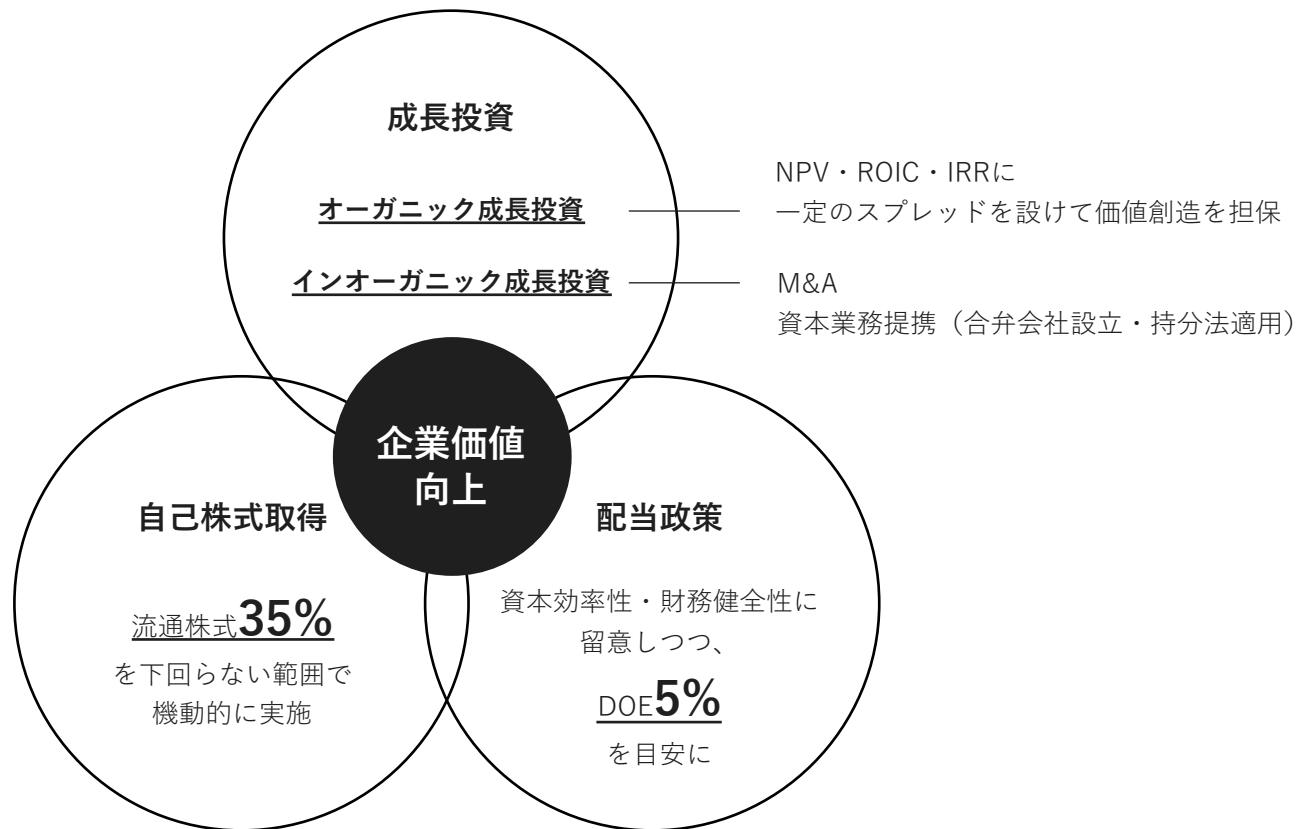
	会社概要	47
--	------	----

	各種方針	52
--	------	----



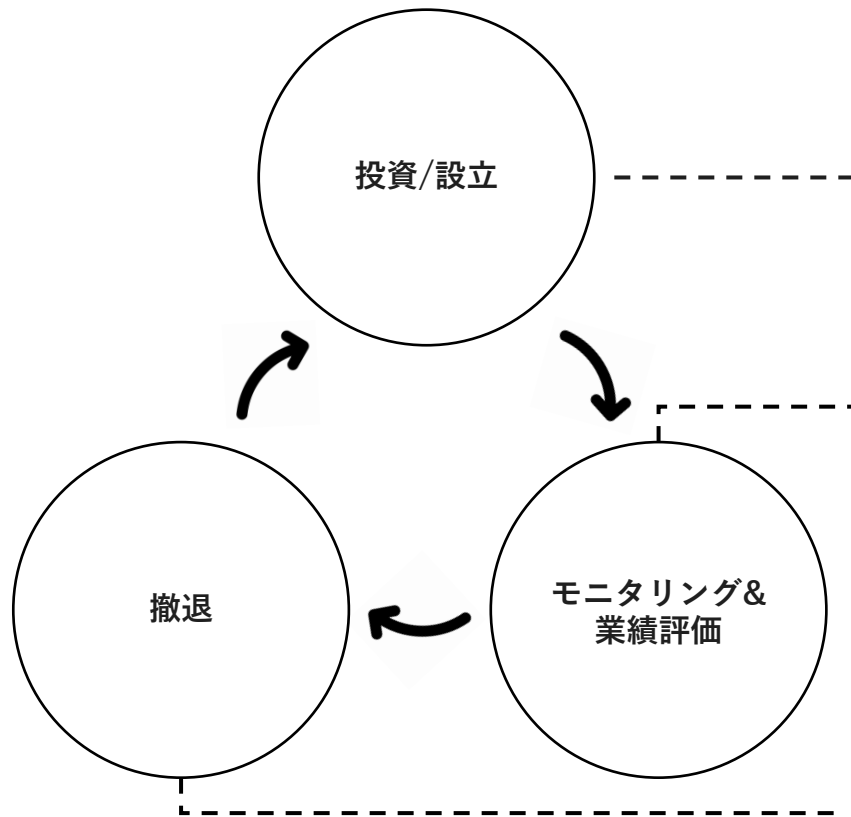
資本配分に関する基本方針

成長投資・株主還元の両立を図り、企業価値最大化を追求。余剰資金および創出されたキャッシュは、成長投資を最優先していく



事業ポートフォリオ運営に関する基本方針

事業創出/成長と資本生産性を両立させるポートフォリオマネジメントにより、継続的な企業価値拡大を実現する



投資基準

- ① NPV ≥ 0 (標準資本コストを適用)
- ② ROIC $\geq 9\%$
- ③ IRR 9%以上 (ベンチャー投資時は30%以上)

モニタリング&業績評価

- ① 事業計画とKPIのタイムリーなモニタリング
- ② [収益規模] 売上成長率・営業利益・EVA
- ③ [効率性] ROIC > WACC

下記の基準抵触で、事業継続の可否を審議

撤退基準

- ① 3期連続赤字
- ② 投資時点の計画比で大幅下方乖離
- ③ EVA [NOPAT-(投下資本×資本コスト)] の3期累計赤字

M&Aに関する基本方針

基本方針

- M&Aを重要な成長戦略の一つとして位置づけ、積極的に推進
 - 収益性・成長性だけでなく、資本コストの観点も重視
 - NPVやROICを用いて資本コストを上回る収益が見込めるか算定し、 自社基準を超過することを条件に投資を実行
- 買収完了後も、ROICとWACCとの比較及びシナジー効果を確認し、企業価値への貢献度を定期的にモニタリング

STEP1 | ソーシング

- 中長期的な事業成長シナリオに即した事業ドメインに限定

STEP2 | 初期的投資判断

- 資本コストを踏まえた投資基準への適合条件の確認
- のれん・インセンティブを意識したM&Aスキームの選定

STEP3 | デュー・デリジェンス

- 事業責任者（担当役員）による事業計画の妥当性検証
- 財務部門による買収価格の適正水準（投資上限額）の算出

STEP4 | 契約交渉・締結

- DDでの検出事項を網羅的に加味
- ダウンサイドリスクの回避を意識した条件交渉

STEP5 | PMI

- クロスセル等のグループ間連携の強化・想定シナジーの実現
- WACCを上回るROICの実現と維持

バランスシートマネジメント

ROE \geq ROIC>WACCの構造を構築。資本効率を意識した資本配分により、バランスシートの効率性向上を目指す

流動資産

現金及び現金同等物

- ・ 運転資本3ヶ月分+PeX事業の預り金が目安

余剰資金

- ・ 余剰資金(※1)は成長投資、株主還元積極的に配分

固定資産

政策保有株式

- ・ 資本コストに見合わない株式は原則保有しない

(2023年12月末時点)

※1: 余剰資金=135億(現預金)-56億(運転資本3ヶ月分)-19億(PeX預り金保全分)=60億

※2: 現在の自己資本=235億



負債

有利子負債

- ・ 成長投資資金は保有資金で賄える状態にあるため、不要な借入はしない
- ・ 大型M&A等、資本調達が必要な場合には、借入を利用

純資産

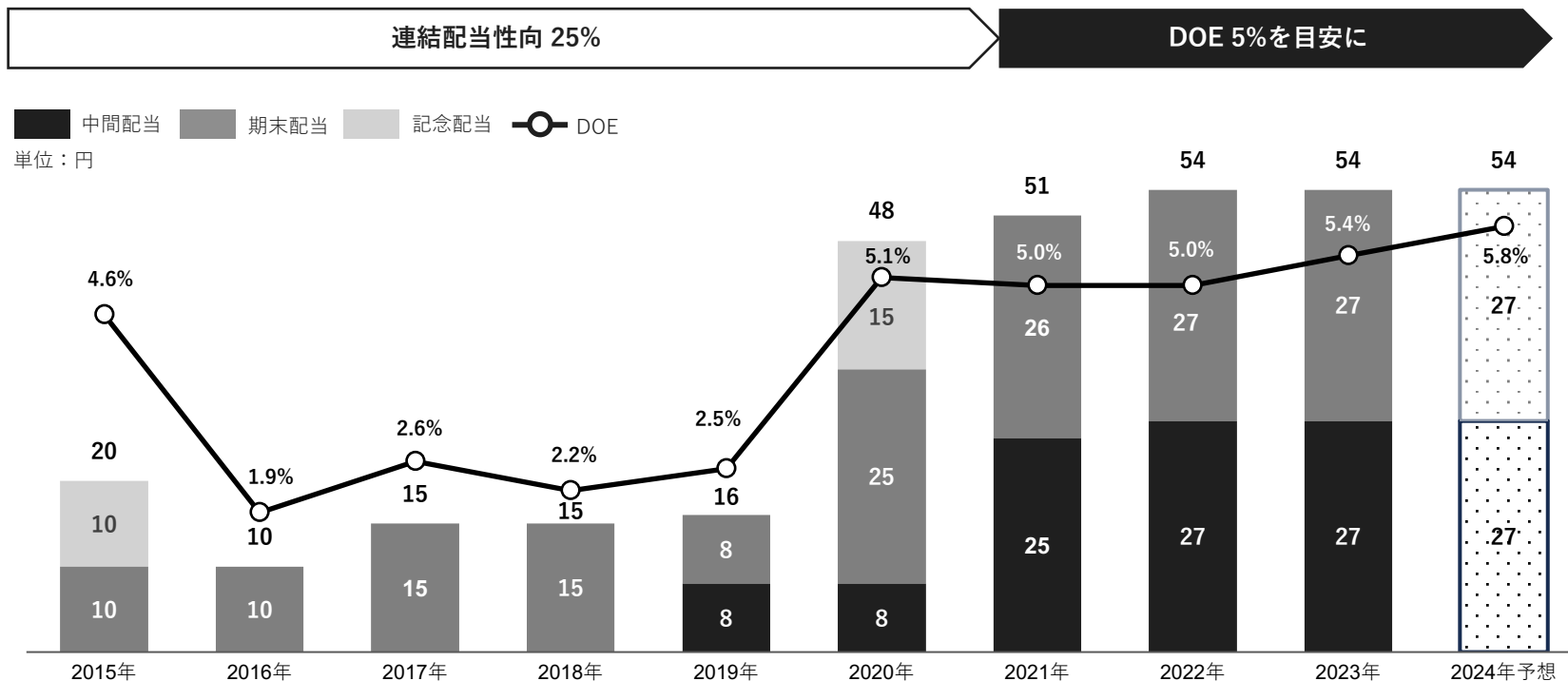
自己資本(※2)

- ・ 積極的な成長投資・株主還元による資本効率化を意識
- ・ DOE5%目安
- ・ 流通株式35%を下回らない範囲で自己株式取得

株主還元

2021年2月より、資本効率性を高めることも重視し株主還元方針を変更
配当はDOE5%を目安とし、プライム市場の基準（流通比率等）を満たす
範囲内で、機動的な自己株式取得を行う

1株当たり配当金推移



本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

また、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報、並びに財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれていることをご承知おきください。