



通期予想を上方修正し、野心的な中期経営計画を発表

決算概要

- アクリートは、8月12日（金）の引け後に、22/12期の2Q決算を発表した。2Qの連結ベースの主要数値は、売上高2,733百万円、営業利益574百万円、親会社株主に帰属する純利益は386百万円であった。同社は前期3Qから連結決算を開始するため連結ベースでの前年同期比成長率を表示できないが、単体ベースでの伸び率は、売上高で+74.1%、営業利益で148.1%増とコア事業の国内SMS配信サービスの高成長が続いている。2022年4月から連結化されたベトナムのVietGuysを主とする海外メッセージングサービス事業は売上高で432百万円、営業利益は1.6百万円の損失であった。尚、同社はVietGuysの連結化を機に2Qから国内メッセージングサービス事業と海外メッセージングサービス事業に分けてセグメント開示を始めた。
- 同社のコアサービスである国内SMS配信サービスを含む2Q単体（4-6月）の売上高は前年同期比53.6%増の984百万円となった。しかし、1Q（1-3月）と比較した前四半期比では-16.9%とマイナスとなっている。1Qフォローアップレポートでも記述したが、コロナの第6波期間に該当する同社の1Q（1-3月）はコロナ対応に追われる行政が、感染者との連絡手段としてSMSの活用を加速したためのコロナ特需で、2Qは第7波との谷間で行政需要の反動減が影響している。
- 2022/12期会社予想に対する2Qにおける進捗率が高いことから業績予想を上方修正した。旧予想に対する各進捗率は次の通り。売上高 49.3%、営業利益 88.7%、経常利益 91.6%、親会社株主に帰属する純利益 105.1%。売上高の進捗に対して各利益の上振れが目につくが、売上増に伴う売上総利益増に加えて、費用対効果から販促費用など販管費の支出見直しを行ったことによる。新しい会社予想は下表のとおりで各利益の伸び率が著しい。

アクリート 2Q 連結決算概要

決算期	売上高 / 前期比 (百万円) (%)	営業利益 前期比 (百万円) (%)	経常利益 前期比 (百万円) (%)	当期利益 YoY (百万円) (%)	EPS (円)	DPS (円)
2018/12 単	1,291 36	246 43.6	223 30	152 35.5	28	0
2019/12 単	1,414 9.5	254 3.2	249 11.7	171 12	30.9	0
2020/12 単	1,732 22.4	344 35.6	345 38.6	241 41.2	43.2	10
2021/12 連	2,765 59.6	498 44.6	494 43.1	343 42.1	61.4	10
2022/12 連 旧会予	5,547 95.8	648 39.1	640 38.7	368 22.6	62.7	10
2022/12 連 新会予	5,726 102.1	917 96.8	923 100.1	568 89.2	96.62	10
四半期						
2021/12 Q2 単	1,246 75.5	235 82.4	235 83.2	161 85.7		
2022/12 Q2 単	2,170 74.1	584 148.1	595 153.0	412 156.5		

出所：同社決算短信よりSIR作成

2Q Follow-up



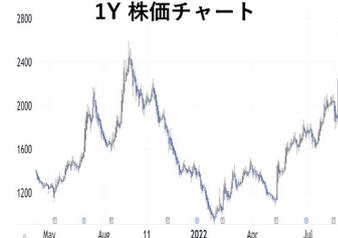
Focus Point

急拡大するSMS配信事業で実績と技術に裏付けされた競争力を持つ。アジア市場への参入も今後の収益ドライバー。

主要指標

株価 (9/1)	2,404
年初来高値 (8/25)	2,868
年初来安値 (1/28)	915
10年間高値 (22/8/28)	2,868
10年間安値 (20/3/23)	571
発行済株式数(百万株)	5,881
時価総額(十億円)	15,702
EV(十億円)	8,398
自己資本比率(9/30)	65.3%
22/12 PER (会予)	26.2x
21/12 PBR (実績)	5.24x
21/12 ROE (実績)	21.0%
22/12 DY (会予)	0.6%

1Y 株価チャート



出所: Trading View

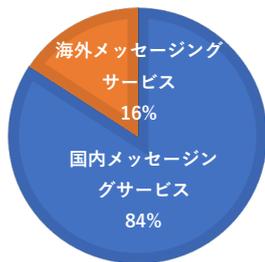
チームカバレッジ

research@sessapartners.co.jp



本レポートは当該企業からの委託を受けてSESSAパートナーズが作成しました。詳しくは巻末のディスクレマーをご覧下さい。

FY2022/12Q2 売上高



出所：FY2022/12Q2決算短信

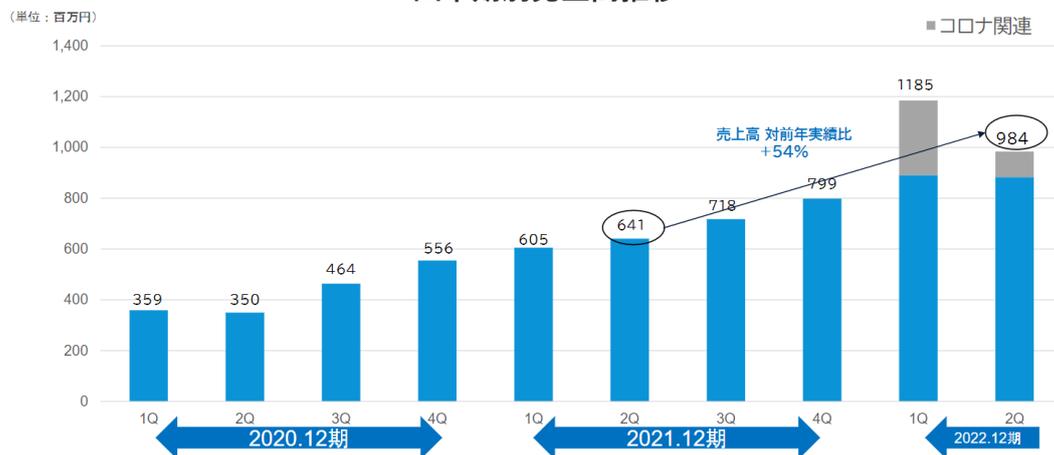
セグメント開示

同社は2022年4月にベトナムのSMS配信会社、VietGuys J.S.C.の株式51%を取得し連結化したことで2Qから国内と海外のセグメント開示を始めた。2022/12期2Qまでの売上高は国内メッセージングサービス事業が2,301百万円で84%を占め、海外メッセージングサービス事業はそれぞれ432百万円と16%である。尚、同買収に伴うのれんは354百万円である。

2022/12期2Qのハイライト

2Q単独の売上高は984百万円で前年同期比54%増となったが前四半期比で見ると17.0%減収となった。これは前述したコロナ関連の売上が第6波の後に急減したことが一番の理由である。また、通信キャリアの通信障害等（しばしば発生するが予想はできない）によりトラフィックが一時的に同社に流れることとがあり予期せぬ増収要因にもなる。一方、前年、および前四半期比較では減収要因になることもあり、今2Qも少なからずそのような影響があったようである。

四半期別売上高推移



出所：同社決算説明会資料

2Q単体累計の営業利益は前年同期比148.1%増の584百万円、営業利益率は前年同期の18.9%から26.9%と8%上昇した。今期も急成長する市場をリードするためにエンジニアを中心とした人件費予算を厚めに確保している。採用は計画よりもやや遅れている一方、外注を増やし人員不足を補った。

宣伝広告費が計画よりも抑えられたことも増益の要因である。期初から積極的な広告宣伝費を計上していたが、SEO対策、各リスティングによるリード分析等、それぞれの広告のパフォーマンスを詳細に検証し、より効果的な施策を打ったことで費用対効果の高い宣伝活動ができ、結果として費用を抑えられた。

中期経営計画（2023～2025年度）

同社は8月18日に2025年までの中期経営計画を発表し、8月26日の決算説明会で合わせてブリーフィングを行った。発表翌日の株価はストップ高で取引を終え、2営業日後の8月22日の終値は、18日終値対比で49%高い2,752円となり市場に大きなサプライズを与えた。

*1 セグメントでは国内メッセージングサービスに属する

2025年度 業績

- 売上高 連結売上高 170億円 (内、新規事業売上高 20億円)
- 売上 CAGR
 - ・国内メッセージングサービス事業 CAGR 30%以上の成長
 - ・海外メッセージングサービス事業 CAGR 50%以上の成長
- 営業利益 連結営業利益 30億円

出所：同社説明会資料

2025年の売上高は170億円と2022年の55億円予想に対しておよそ3倍、営業利益は30億円と同じく22年対比で4.6倍もの目標を掲げた。2025年度売上高の内訳は、国内メッセージング事業で100億円、新規事業*1で20億円、海外メッセージング事業で50億円としている。

国内メッセージングサービスの前提は、シンクタンクの試算*2を基に2024年の国内SMS市場は200~300億円で、同社はその市場シェア30%を前提としている。現在の市場シェアと競合関係を勘案すれば違和感はない。

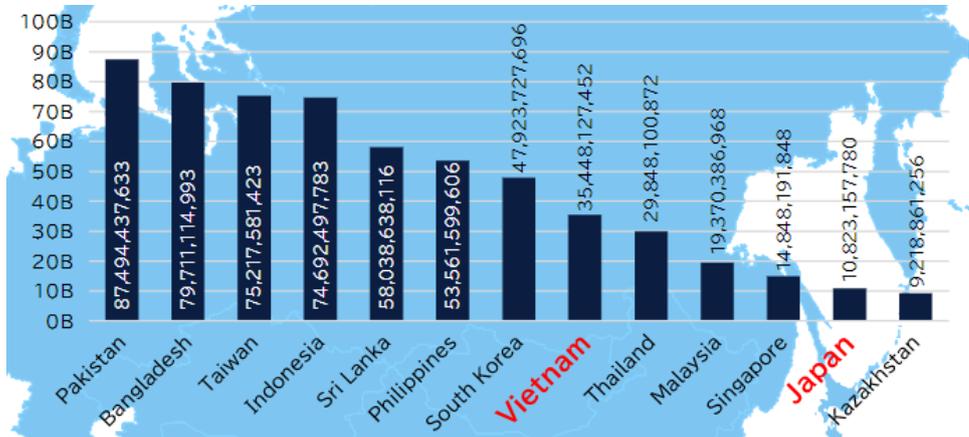
新規事業は、従来のSMSによる「本人認証・連絡伝達」を基軸とした顧客課題に合わせたソリューションサービスを狙っており、同社のコア事業をベースに、マルチチャネル、AI・ナッジ、多要素認証、同意管理基盤など、バリューの幅を広げる成長戦略を展開する。これまで「本人認証・連絡伝達」を目的としてSMSの利便性が評価されてきたが、同社ではそのコアバリューに加えて、情報を受けとることで行動変容を促すソリューションサービスを提供するという。具体的にはコロナ感染者対応に追われる公的機関で実証されているが、電話番号のみでユーザーが登録でき、短文でのコミュニケーションを通して容体の確認、薬の手配、場合によっては入院・移動手配など連絡が効率よくできている。

海外メッセージング事業は今年買収したベトナムのVietGuysに続き、東南アジアでの同業の買収を推進するロールアップ戦略を採用している。単に売上高を拡大させるだけでなく、SMS分野におけるアクリートのノウハウを共有してPMIの成果も目指す。8月26日に開催された説明会では田中社長が冒頭に「日本のアクリートからアジアのアクリートに」とメッセージを発信しアジアでの拡大志向を明確に打ち出した。

アジアのSMSトラフィックは日本と比べても膨大である(下図参照)。2000年代携帯電話普及期(第二世代)の通信規格はアジアは日本とは異なりGSM方式で、SNSアプリが無い時代にテキストメッセージが送れることに加え、国を跨ぐコミュニケーションが多いアジア地域にとってGSMネットワーク内で廉価にメッセーを受信ができるSMSが普及した。

日本よりもSMS利用の長い歴史を持つアジア市場は成熟市場と言え、2020-2025年における日本の法人向けSMS配信市場のCAGRは40%以上*3と見られている一方、アジア地域では同5.5%*4とされている。そのような市場環境下では、同社が注力するM&Aロールアップ戦略は合理的な手法と評価できよう。

Asia countries by traffic volume(2019-2024)



出所：同社IR資料、Mobile Squad社 Global A2P SMS Databook report, 2019-2024

*2、*3デロイトトーマツミック経済研究所株式会社「ミックITレポート」2021年9月号

*4 Mobile Squad社 Global A2P SMS Databook report, 2019-2024

LEGAL DISCLAIMER

ディスクレイマー／免責事項

本レポートは対象企業についての情報を提供することを目的としており投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。本レポートに掲載されたデータ・情報は弊社が信頼できると判断したのですが、その信憑性、正確性等について一切保証するものではありません。

本レポートは当該企業からの委託に基づきSESSAパートナーズが作成し、対価として報酬を得ています。SESSAパートナーズの役員・従業員は当該企業の発行する有価証券について売買等の取引を行っているか、または将来行う可能性があります。そのため当レポートに記載された予想や情報は客観性を伴わないことがあります。本レポートの使用に基づいた商取引からの損失についてSESSAパートナーズは一切の責任を負いません。当レポートの著作権はSESSAパートナーズに帰属します。当レポートを修正・加工したり複製物の配布・転送は著作権の侵害に該当し固く禁じられています。



SESSAパートナーズ株式会社

東京都渋谷区広尾5-3-18

info@sessapartners.co.jp