



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	7
業績動向	8
四半期業績動向	8
今期会社予想	11
中期業績の見通し	12
事業内容	20
事業の概要	20
市場とバリューチェーン	30
SW (Strengths, Weakness) 分析	34
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。2025年4月期売上高は55,073百万円（前期比3.8%増）、営業利益は5,884百万円（同0.1%減）で、連結子会社の決算期変更の影響を除いた場合、売上高は同7.3%増、営業利益は同7.2%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、現在は4Gおよび5GでMVNEサービスを行っている。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、通信生まれのweb3実装企業を目指すとする。

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（同社のTOBにより2025年4月18日上場廃止、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。そして2025年2月にはギガプライズの非公開化に向けた公開買付けを実施し、ギガプライズは上場廃止となった。

5Gインフラ支援事業（2025年4月期売上高構成比18.4%、営業利益構成比23.9%）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（実績）は、2018年度から2023年度にかけて年平均21.1%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月期以降、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、2025年3月時点でのMVNO事業者数は2,050社で、MNOと直接契約する一次MVNOが889社、一次MVNOから再卸を受ける二次以降MVNOが1,161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33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79社で、うち二次以降MVNOは32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、2025年3月は17,750千契約となった。

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45.7%、同60.3%）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85%を、DTIと同社が約15%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。なお、上場廃止に伴い、ギガプライズの2025年4月期実績は非開示となった。

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。なお、2025年4月期末のISPサービス提供戸数は前期末比約132千戸増の約1,342千戸であった。

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（前年同月末比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。現在は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」戦略を進めており、2025年6月には「TONE IN」の対象機種が全キャリアの200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（同36.0%、同16.2%）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

2025年4月期通期の売上高は前期比3.8%増、営業利益は同0.1%減、経常利益は同9.1%減、親会社株主に帰属する当期純利益は同22.9%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月期通期の売上高は同7.3%増、営業利益は同7.2%増となる。

通期会社予想の達成率は、売上高102.0%、営業利益103.2%、経常利益104.6%、親会社株主に帰属する当期純利益109.9%であった。同社によると、2026年4月期以降の成長に向けた投資などを増やした上で、通期会社予想を上回る着地となったとのことである。

2026年4月期通期会社予想は、売上高60,000百万円（前期比8.9%増）、営業利益6,100百万円（同3.7%増）、経常利益5,770百万円（同10.3%増）、親会社株主に帰属する当期純利益3,500百万円（同27.3%増）を見込む。

売上高については、『SiLK VISION 2027』で掲げた年平均成長率（CAGR）7%～10%の指標に基づき、前期比8.9%増の継続的な成長を図る。営業利益については、『SiLK VISION 2027』最終年度の目標達成に向けた成長投資および事業のリファクタリングを積極的に実施する。ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの100%子会社化（議決権）を機に、グループ一体での経営体制、共同調達体制、共同セールス体制、共同技術／サービス開発体制といった事業構造の抜本的な改革を徹底的に行い、シナジー効果を発揮していく。さらに、通信事業を中核としてきた同社グループは、web3/AIという最先端テクノロジーを社会に実装し、社会課題の解決に具体的に貢献することで、高収益かつ持続可能な事業体への変革を目指す。

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、新たな成長ドライバーとして、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、2026年4月期に総還元性向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（1株当たり41.00円）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、3カ年の事業活動による創出（14,000百万円以上）とソフトバンクへの第三者割当による調達（2,042百万円）によるキャッシュイン（16,000百万円以上）に対し、ギガプライズの完全子会社に伴う借入金返済を含む成長投資（11,000百万円以上）、株主還元（3,000百万円程度）、人的投資や内部留保などその他（2,000百万円程度）のキャッシュアウトを想定する。

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) web3の社会実装を可能にする独自技術基盤があること
- 2) 多層的な販路と提携ネットワークにより次世代技術の社会実装を自ら推進できること
- 3) 長期ビジョンに基づく成長モデルを可能にする安定収益基盤と実行力のある経営体制を有すること

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) フルスピードの収益構造の抜本的な改革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)	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 連結	26年4月期 会社予想
売上高	28,390	35,222	38,654	50,366	55,295	52,010	43,076	46,772	53,038	55,073	60,000
前年比	32.2%	24.1%	9.7%	30.3%	9.8%	-5.9%	-17.2%	8.6%	13.4%	3.8%	8.9%
売上総利益	8,212	8,215	10,667	15,153	16,817	15,449	12,410	13,327	15,386	15,713	
前年比	8.6%	0.0%	29.8%	42.1%	11.0%	-8.1%	-19.7%	7.4%	15.5%	2.1%	
売上総利益率	28.9%	23.3%	27.6%	30.1%	30.4%	29.7%	28.8%	28.5%	29.0%	28.5%	
営業利益	1,903	1,321	1,851	2,982	2,588	3,403	3,165	4,008	5,888	5,884	6,100
前年比	52.9%	-30.6%	40.1%	61.1%	-13.2%	31.5%	-7.0%	26.6%	46.9%	-0.1%	3.7%
営業利益率	6.7%	3.8%	4.8%	5.9%	4.7%	6.5%	7.3%	8.6%	11.1%	10.7%	10.2%
経常利益	1,323	808	1,426	2,569	2,481	3,662	2,879	3,707	5,756	5,231	5,770
前年比	34.6%	-38.9%	76.6%	80.1%	-3.4%	47.6%	-21.4%	28.8%	55.3%	-9.1%	10.3%
経常利益率	4.7%	2.3%	3.7%	5.1%	4.5%	7.0%	6.7%	7.9%	10.9%	9.5%	9.6%
当期純利益	553	-150	-567	279	-619	1,587	828	1,792	3,566	2,749	3,500
前年比	-46.1%	-	-	-	-	-	-47.8%	116.5%	99.0%	-22.9%	27.3%
純利益率	1.9%	-0.4%	-1.5%	0.6%	-1.1%	3.1%	1.9%	3.8%	6.7%	5.0%	5.8%
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)	22,195	22,195	22,195	22,195	21,944	20,992	18,800	19,960	19,972	21,781	
EPS	24.75	-6.77	-25.56	12.59	-27.93	74.06	41.86	95.07	178.58	135.81	160.69
DPS	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.50	8.00	27.00	30.00	41.00
BPS	449.30	434.70	399.88	405.57	368.19	415.12	366.01	412.94	582.26	297.46	
貸借対照表 (百万円)											
現金・預金・有価証券	7,911	10,249	13,656	15,459	15,721	17,621	17,741	18,306	18,722	20,678	
流動資産合計	15,990	17,414	22,013	27,558	33,116	28,797	29,820	30,640	31,818	34,104	
有形固定資産	1,710	1,886	2,123	2,925	2,725	2,661	2,483	2,476	3,038	2,776	
投資その他の資産計	1,839	1,588	2,391	3,045	2,958	2,828	2,285	2,421	2,743	2,874	
無形固定資産	2,393	4,709	4,269	5,636	3,672	551	463	389	585	804	
資産合計	21,932	25,597	30,797	39,164	42,472	34,836	35,050	35,926	38,184	40,559	
支払手形及び買掛金	53	286	87	449	652	421	342	256	352	105	
短期有利子負債	2,846	2,212	2,697	3,349	5,460	5,892	5,271	5,834	5,806	6,135	
流動負債合計	9,050	9,580	10,352	13,835	17,764	13,908	13,802	14,364	14,150	15,846	
長期有利子負債	1,585	4,288	9,411	13,593	13,438	8,426	9,873	10,158	8,338	15,615	
固定負債合計	1,717	4,766	9,769	14,021	13,860	8,779	10,209	10,530	8,837	16,176	
負債合計	10,767	14,346	20,121	27,855	31,624	22,687	24,011	24,894	22,987	32,022	
純資産合計	11,165	11,251	10,675	11,309	10,849	12,149	11,039	11,032	15,197	8,537	
有利子負債(短期及び長期)	4,431	6,500	12,108	16,942	18,897	14,318	15,145	15,992	14,144	21,750	
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	1,752	3,812	1,030	3,182	1,480	7,123	2,334	3,322	4,226	4,573	
投資活動によるキャッシュフロー	-509	-2,291	-2,141	-3,688	-1,870	-2,656	511	-645	-1,085	-687	
財務活動によるキャッシュフロー	-306	844	4,505	2,321	626	-2,572	-2,731	-2,111	-2,720	-1,925	
財務指標											
総資産経常利益率 (ROA)	6.4%	3.4%	5.1%	7.3%	6.1%	9.5%	8.2%	10.4%	15.5%	13.3%	
自己資本純利益率 (ROE)	5.6%	-1.5%	-6.1%	3.1%	-7.3%	18.9%	10.6%	23.7%	35.9%	30.4%	
自己資本比率	45.5%	37.7%	28.8%	23.0%	19.0%	25.0%	19.6%	22.9%	30.5%	16.0%	

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	達成率	会社予想
売上高	14,040	27,073	39,992	53,038	13,291	26,623	40,551	55,073	102.0%	54,000
前年同期比	26.0%	19.9%	16.9%	13.4%	-5.3%	-1.7%	1.4%	3.8%		1.8%
売上原価	9,916	19,281	28,337	37,651	9,342	18,818	28,726	39,360		
前年同期比	25.5%	20.4%	17.0%	12.6%	-5.8%	-2.4%	1.4%	4.5%		
原価率	70.6%	71.2%	70.9%	71.0%	70.3%	70.7%	70.8%	71.5%		
売上総利益	4,124	7,792	11,655	15,386	3,949	7,805	11,825	15,713		
前年同期比	27.3%	18.7%	16.5%	15.5%	-4.2%	0.2%	1.5%	2.1%		
売上総利益率	29.4%	28.8%	29.1%	29.0%	29.7%	29.3%	29.2%	28.5%		
販管費	2,460	4,721	6,985	9,499	2,486	4,780	7,134	9,830		
前年同期比	3.6%	2.6%	2.2%	1.9%	1.1%	1.3%	2.1%	3.5%		
売上高販管費比率	17.5%	17.4%	17.5%	17.9%	18.7%	18.0%	17.6%	17.8%		
営業利益	1,665	3,072	4,670	5,888	1,463	3,025	4,690	5,884	103.2%	5,700
前年同期比	92.5%	56.5%	47.4%	46.9%	-12.1%	-1.5%	0.4%	-0.1%		-3.2%
営業利益率	11.9%	11.3%	11.7%	11.1%	11.0%	11.4%	11.6%	10.7%		10.6%
経常利益	1,624	3,014	4,592	5,756	1,451	3,077	4,639	5,231	104.6%	5,000
前年同期比	110.0%	67.0%	54.9%	55.3%	-10.6%	2.1%	1.0%	-9.1%		-13.1%
経常利益率	11.6%	11.1%	11.5%	10.9%	10.9%	11.6%	11.4%	9.5%		9.3%
四半期純利益	863	1,981	2,869	3,566	814	1,768	2,528	2,749	109.9%	2,500
前年同期比	182.5%	134.8%	73.2%	99.0%	-5.7%	-10.7%	-11.9%	-22.9%		-29.9%
四半期純利益率	6.2%	7.3%	7.2%	6.7%	6.1%	6.6%	6.2%	5.0%		4.6%
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	13,332	13,928	14,522		
前年同期比	26.0%	13.9%	11.0%	3.9%	-5.3%	2.3%	7.8%	11.3%		
売上原価	9,916	9,365	9,057	9,314	9,342	9,476	9,908	10,634		
前年同期比	25.5%	15.4%	10.5%	0.9%	-5.8%	1.2%	9.4%	14.2%		
原価率	70.6%	71.9%	70.1%	71.4%	70.3%	71.1%	71.1%	73.2%		
売上総利益	4,124	3,668	3,862	3,732	3,949	3,856	4,020	3,889		
前年同期比	27.3%	10.4%	12.3%	12.2%	-4.2%	5.1%	4.1%	4.2%		
売上総利益率	29.4%	28.1%	29.9%	28.6%	29.7%	28.9%	28.9%	26.8%		
販管費	2,460	2,261	2,264	2,514	2,486	2,294	2,354	2,695		
前年同期比	3.6%	1.6%	1.3%	1.2%	1.1%	1.4%	4.0%	7.2%		
売上高販管費比率	17.5%	17.3%	17.5%	19.3%	18.7%	17.2%	16.9%	18.6%		
営業利益	1,665	1,407	1,599	1,217	1,463	1,562	1,665	1,193		
前年同期比	92.5%	28.2%	32.6%	45.0%	-12.1%	11.0%	4.2%	-2.0%		
営業利益率	11.9%	10.8%	12.4%	9.3%	11.0%	11.7%	12.0%	8.2%		
経常利益	1,624	1,390	1,578	1,164	1,451	1,625	1,562	592		
前年同期比	110.0%	34.8%	36.2%	-	-10.6%	16.9%	-1.0%	-49.2%		
経常利益率	11.6%	10.7%	12.2%	8.9%	10.9%	12.2%	11.2%	4.1%		
四半期純利益	863	1,117	888	697	814	954	759	221		
前年同期比	182.5%	107.7%	9.2%	-	-5.7%	-14.6%	-14.5%	-68.3%		
四半期純利益率	6.2%	8.6%	6.9%	5.3%	6.1%	7.2%	5.5%	1.5%		

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

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	達成率	会社予想
売上高	14,040	27,073	39,992	53,038	13,291	26,623	40,551	55,073	102.0%	54,000
前期比	26.0%	19.9%	16.9%	13.4%	-5.3%	-1.7%	1.4%	3.8%		
5Gインフラ支援事業	2,428	4,924	7,425	9,932	2,547	5,166	7,839	10,568		
前期比	4.3%	4.1%	4.4%	4.7%	4.9%	4.9%	5.6%	6.4%		
売上高構成比	16.5%	17.4%	17.7%	17.8%	18.3%	18.5%	18.5%	18.4%		
5G生活様式支援事業	7,600	13,655	19,904	26,612	6,214	12,619	19,177	26,308		
前期比	38.8%	22.4%	18.7%	14.4%	-18.2%	-7.6%	-3.7%	-1.1%		
売上高構成比	51.7%	48.1%	47.4%	47.7%	44.6%	45.3%	45.2%	45.7%		
企業・クリエイター5G DX支援事業	4,668	9,799	14,655	19,278	5,162	10,076	15,375	20,699		
前期比	15.6%	21.3%	18.0%	14.4%	10.6%	2.8%	4.9%	7.4%		
売上高構成比	31.8%	34.5%	34.9%	34.5%	37.1%	36.2%	36.3%	36.0%		
その他	-	-	-	-	-	-	-	-		
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-		
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	-	-		
調整額	-656	-1,305	-1,991	-2,785	-632	-1,238	-1,839	-2,502		
営業利益	1,665	3,072	4,670	5,888	1,463	3,025	4,690	5,884	103.2%	5,700
前期比	92.5%	56.5%	47.4%	46.9%	-12.1%	-1.5%	0.4%	-0.1%		
営業利益率	11.9%	11.3%	11.7%	11.1%	11.0%	11.4%	11.6%	10.7%		
5Gインフラ支援事業	463	949	1,421	1,616	325	689	1,056	1,405		
前期比	17.7%	29.4%	22.4%	17.2%	-29.7%	-27.4%	-25.7%	-13.0%		
営業利益率	19.1%	19.3%	19.1%	16.3%	12.8%	13.3%	13.5%	13.3%		
営業利益構成比	27.8%	30.9%	30.4%	27.3%	22.2%	22.8%	22.5%	23.9%		
5G生活様式支援事業	1,009	1,702	2,496	3,205	769	1,638	2,671	3,546		
前期比	167.5%	73.6%	62.6%	57.1%	-23.7%	-3.7%	7.0%	10.6%		
営業利益率	13.3%	12.5%	12.5%	12.0%	12.4%	13.0%	13.9%	13.5%		
営業利益構成比	60.6%	55.4%	53.4%	54.2%	52.6%	54.1%	57.0%	60.3%		
企業・クリエイター5G DX支援事業	199	431	771	1,109	373	709	976	954		
前期比	106.3%	68.7%	60.1%	83.5%	87.7%	64.5%	26.6%	-14.0%		
営業利益率	4.3%	4.4%	5.3%	5.8%	7.2%	7.0%	6.4%	4.6%		
営業利益構成比	11.9%	14.0%	16.5%	18.8%	25.5%	23.4%	20.8%	16.2%		
その他	-5	-11	-16	-21	-5	-11	-16	-21		
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-		
営業利益率	-	-	-	-	-	-	-	-		

営業利益構成比	-0.3%	-0.3%	-0.3%	-0.4%	-0.4%	-0.4%	-0.3%	-0.4%
調整額	-0	1	-2	-21	1	-1	3	-1
四半期業績推移 (3カ月)	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	13,332	13,928	14,522
前期比	26.0%	13.9%	11.0%	3.9%	-5.3%	2.3%	7.8%	11.3%
5Gインフラ支援事業	2,428	2,497	2,500	2,508	2,547	2,619	2,673	2,729
前期比	4.3%	3.8%	5.2%	5.4%	4.9%	4.9%	6.9%	8.8%
売上高構成比	16.5%	18.2%	18.4%	18.1%	18.3%	18.8%	18.4%	18.0%
5G生活様式支援事業	7,600	6,054	6,249	6,709	6,214	6,405	6,557	7,131
前期比	38.8%	6.6%	11.5%	3.3%	-18.2%	5.8%	4.9%	6.3%
売上高構成比	51.7%	44.3%	45.9%	48.5%	44.6%	46.0%	45.1%	47.0%
企業・クリエイター5G DX支援事業	4,668	5,131	4,855	4,624	5,162	4,914	5,299	5,325
前期比	15.6%	27.1%	11.9%	4.3%	10.6%	-4.2%	9.1%	15.2%
売上高構成比	31.8%	37.5%	35.7%	33.4%	37.1%	35.3%	36.5%	35.1%
その他	-	-	-	-	-	-	-	-
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	-	-
調整額	-656	-649	-686	-794	-632	-606	-601	-662
営業利益	1,665	1,407	1,599	1,217	1,463	1,562	1,665	1,193
前期比	92.5%	28.2%	32.6%	45.0%	-12.1%	11.0%	4.2%	-2.0%
営業利益率	11.9%	10.8%	12.4%	9.3%	11.0%	11.7%	12.0%	8.2%
5Gインフラ支援事業	463	486	472	195	325	364	367	349
前期比	17.7%	42.9%	10.5%	-10.4%	-29.7%	-25.1%	-22.2%	79.0%
営業利益率	19.1%	19.5%	18.9%	7.8%	12.8%	13.9%	13.7%	12.8%
営業利益構成比	27.8%	34.6%	29.5%	15.8%	22.2%	23.3%	22.1%	29.2%
5G生活様式支援事業	1,009	693	795	709	769	869	1,033	875
前期比	167.5%	14.9%	43.1%	0	-23.7%	25.4%	30.0%	23.4%
営業利益率	13.3%	11.4%	12.7%	10.6%	12.4%	13.6%	15.8%	12.3%
営業利益構成比	60.6%	49.3%	49.6%	57.3%	52.6%	55.6%	62.1%	73.1%
企業・クリエイター5G DX支援事業	199	232	340	338	373	336	267	-22
前期比	106.3%	45.9%	50.3%	175.6%	87.7%	44.6%	-21.4%	-
営業利益率	4.3%	4.5%	7.0%	7.3%	7.2%	6.8%	5.0%	-
営業利益構成比	11.9%	16.5%	21.2%	27.3%	25.5%	21.5%	16.1%	-1.8%
その他	-5	-5	-5	-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%	-0.3%	-0.3%	-0.4%
調整額	-0	1	-3	-19	1	-1	3	-3

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月期より、「5Gインフラ支援事業」、「5G生活様式支援事業」および「企業・クリエイター5G DX支援事業」に区分していた一部の基礎研究に関する費用について、社会実装段階となったことにより「5G生活様式支援事業」に区分変更している。これに伴い、2024年4月期第1四半期から第3四半期も訴求修正された。2024年4月期第4四半期（3カ月）の各セグメントの実績は、2024年4月期通期実績（旧区分）から2024年4月期第3四半期累計期間実績（新区分）の差分となる。

2025年4月期通期実績

- 売上高：55,073百万円（前期比3.8%増）
- 営業利益：5,884百万円（同0.1%減）
- 経常利益：5,231百万円（同9.1%減）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：2,749百万円（同22.9%減）

2025年4月期通期の売上高は前期比3.8%増、営業利益は同0.1%減、経常利益は同9.1%減、親会社株主に帰属する当期純利益は同22.9%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月期通期の売上高は同7.3%増、営業利益は同7.2%増となる。

通期会社予想の達成率は、売上高102.0%、営業利益103.2%、経常利益104.6%、親会社株主に帰属する当期純利益109.9%であった。同社によると、2026年4月期以降の成長に向けた投資などを増やした上で、通期会社予想を上回る着地となったとのことである。

売上高

2025年4月期通期の売上高は前期比3.8%増であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同6.4%増、5G生活様式支援事業が同1.1%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同7.4%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、売上高は同7.3%増、5G生活様式支援事業の売上高は同5.7%増であった。

営業利益

2025年4月期通期の営業利益は前期比0.1%減であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同13.0%減、5G生活様式支援事業が同10.6%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同14.0%減となった。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7.2%増、5G生活様式支援事業の営業利益は同26.3%増であった。

2025年4月期通期において、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、web3関連プロジェクトなど、新たな成長ドライバーへ641百万円を投資した。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が190百万円、5G生活様式支援事業が197百万円、企業・クリエイター5G DX支援事業が249百万円であった。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、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』で示されている既存事業以外の成長に関連する投資とのことである。

経常利益

2025年4月期通期の経常利益は前期比9.1%減であった。主にソフトバンクの資本業務提携およびギガプライズのTOB関連費用（608百万円）の計上により減益となった。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、経常利益は同2.4%減であった。

親会社株主に帰属する当期純利益

2025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22.9%減であった。前期に投資有価証券売却益などの特別利益（259百万円）の計上があったことに加えて、税金費用が481百万円、非支配株主に帰属する当期純利益が243百万円増加した。一方、TOBに関連したギガプライズの時価評価により一時的に税金費用が473百万円減少した。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、親会社株主に帰属する当期純利益は同19.4%減であった。

セグメント別業績動向

5Gインフラ支援事業

- 売上高：10,568百万円（前期比6.4%増）
- 営業利益：1,405百万円（同13.0%減）

2025年4月期は、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、通信品質の向上や人材強化に係る費用などが増加した結果、売上高は前期比6.4%増、営業利益は同13.0%減となった。

営業利益（前年同期比210百万円減）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568百万円の増益要因となった。一方、B2B2X（B/C）モバイルにおいて通信品質向上に係る費用が386百万円、B2B2X（B/C）モバイルのネットワーク設備更改による一時費用が69百万円、クラウドサービス事業において為替変動影響などにより仕入原価などが62百万円増加した。また、B2B2X（B/C）固定網のサービス利用減などが27百万円、人材強化などによる共通費増が205百万円、全社費用などが29百万円増加し減益要因となった。なお、2025年4月期通期の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190百万円で、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。2025年4月期末の販売SIMの構成比は、データ+SMS+音声が53.9%（前四半期末50.3%）、データ+SMSが2.7%（同3.1%）、データが43.4%（同46.6%）であった。

法人向けに直販するfreebit Businessでは、固定IPアドレスサービス「どこでもIP」の2025年4月期末の提供IP数が前四半期末比25.5%増の1,000社超となった。また2025年1月16日よりプライベート用回線とビジネス用回線を1台の端末で利用可能にする法人向け5G対応SIM「freebit mobile Biz」の提供を開始した。

5G生活様式支援事業

- 売上高：26,308百万円（前期比1.1%減）
- 営業利益：3,546百万円（同10.6%増）

2025年4月期は、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ことで、売上高は前年同期比1.1%減、営業利益は同10.6%増となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は同5.7%増、営業利益は同26.3%増であった。

営業利益（前年同期比341百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が625百万円、web3・5G Healthstyle領域・データ連携プロジェクトに係る費用減が154百万円、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28百万円の増益要因となった。一方、TOB実施会社の設立および運営費用が45百万円、5G Lifestyle（DTI）の固定網サービス利用減に伴う利益減などが23百万円の減益要因となった。なお、2025年4月期通期の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197百万円であった。

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2025年4月期末の提供戸数は前期末比132千戸増の1,342千戸となった。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：20,699百万円（前期比7.4%増）
- 営業利益：954百万円（同14.0%減）

2025年4月期は、アフィリエイトを中心とした海外事業などの業績が堅調に推移した一方、「StandAlone」の多面展開およびEC事業の先行投資による費用増加などの結果、売上高は前期比7.4%増、営業利益は同14.0%減となった。

営業利益（前年同期比155百万円減）の増減要因は、アフィリエイトを中心とした海外事業などでの売上増による利益増が186百万円の増益要因となった。一方、「StandAlone」の多面展開およびEC事業の先行投資による費用増が244百万円、インターネットマーケティング事業での商品構成の変化による利益減が84百万円、その他が13百万円の減益要因となった。なお、2025年4月期通期の企業・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249百万円で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開などに投じられた。

今期会社予想

2026年4月期通期会社予想

(百万円)	25年4月期				26年4月期
	上期実績	下期実績	通期実績		通期会予
売上高	26,623	28,450	55,073		60,000
前年比	-1.7%	9.6%	3.8%		8.9%
営業利益	3,025	2,859	5,884		6,100
前年比	-1.5%	1.5%	-0.1%		3.7%
営業利益率	11.4%	10.0%	10.7%		10.2%
経常利益	3,077	2,154	5,231		5,770
前年比	2.1%	-21.4%	-9.1%		10.3%
経常利益率	11.6%	7.6%	9.5%		9.6%
当期純利益	1,768	980	2,749		3,500
前年比	-10.7%	-38.2%	-22.9%		27.3%
純利益率	6.6%	3.4%	5.0%		5.8%

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（2025年6月13日発表）

- 売上高：60,000百万円（前期比8.9%増）
- 営業利益：6,100百万円（同3.7%増）
- 経常利益：5,770百万円（同10.3%増）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：3,500百万円（同27.3%増）
- 1株当たり年間配当金：41.00円（前期30.00円）

2026年4月期通期会社予想は、売上高60,000百万円（前期比8.9%増）、営業利益6,100百万円（同3.7%増）、経常利益5,770百万円（同10.3%増）、親会社株主に帰属する当期純利益3,500百万円（同27.3%増）を見込む。

同社では中期経営計画『SiLK VISION 2027』の2年目にあたる2026年4月期は、「One freebit」として同社を軸に100%子会社であるギガプライズ、フルスピード、フォーイットというグループ会社が持つ強みを融合して、大きなトランスフォーメーションを図る考えである。

売上高については、『SiLK VISION 2027』で掲げた年平均成長率（CAGR）7%～10%の指標に基づき、前期比8.9%増の継続的な成長を図る。同社によると、セグメント別では、ギガプライズの成長により5G生活様式支援事業が伸び、次いでアフィリエイトの伸長を背景に企業・クリエイター5G DX支援事業が伸び、5Gインフラ支援事業はこれまでと同様のトレンドでの伸びとなるイメージとのことである。

営業利益については、『SiLK VISION 2027』最終年度の目標達成に向けた成長投資および事業のリファクタリングを積極的に実施する。ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの100%子会社化（議決権）を機に、グループ一体での経営体制、共同調達体制、共同セールス体制、共同技術／サービス開発体制といった事業構造の抜本的な改

革を徹底的に行い、シナジー効果を発揮していく。さらに、通信事業を中核としてきた同社グループは、web3/AIという最先端テクノロジーを社会に実装し、社会課題の解決に具体的に貢献することで、高収益かつ持続可能な事業体への変革を目指す。なお、ギガプライズの100%子会社化（議決権）について、のれん相当額は株主資本の減少として処理されるため、のれんおよびのれんの償却は生じない。

1株当たり年間配当金は41.00円、配当性向25.5%を予想する。ギガプライズの100%子会社化（議決権）による非支配株主に帰属する当期純利益の減少や事業成長による利益増に加えて、『SiLK VISION 2027』に掲げた配当方針（総還元性向25%または1株あたり30円の大きい方）を着実に実行する。

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カ年

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、アルブ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、新たな成長ドライバーとして、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。またフォーイッ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、フォーイッ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、2026年4月期に総還元性向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

キャピタルアロケーションのアップデート（2025年6月13日）

同社は、ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの100%子会社化（議決権）を背景に、SV2027で公表したキャピタルアロケーションもアップデートしていたが、2025年4月期決算発表時にその詳細を明らかにした。

キャッシュイン側では、3カ年の事業活動による創出（14,000百万円以上）に、ソフトバンクとの資本業務提携による調達（2,042百万円）を加えた16,000百万円以上を見込む。

キャッシュアウト側では、ギガプライズの100%子会社化（議決権）に伴う借入金の返済を含む成長投資（11,000百万円以上）、株主還元（3,000百万円程度）、サステナビリティ・人的投資・内部留保などのその他（2,000百万円程度）を想定する。

キャピタルアロケーションのアップデート（2025年1月31日）

ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの非公開化を背景に、同社はSV2027で公表したキャピタルアロケーションもアップデートした。キャッシュアウト側では、これまで7,500百万円以上としていた成長投資にギガプライズの非公開化（株式取得資金7,500百万円超）が組み込まれた。

キャッシュイン側では、これまで3期の事業活動により12,000百万円以上の資金創出が想定されていたが、資本業務提携に伴うソフトバンクへの自己株式の第三者割当による調達（約2,000百万円）に加えて、金融機関からの借入（トランシェA：8,900百万円（貸付限度額）、トランシェB：4,000百万円（借入金額））を実行することが示された。同社では、ソフトバンクとの資本業務提携とギガプライズの非公開化により、事業活動による資金創出を拡大させて、さらなる継続的な成長と企業価値の向上を目指す考えである。

SV2027におけるキャピタルアロケーション（2024年7月24日）

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業成長、M&AやSiLK

InvestmentPolicy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。

2025年4月期決算時点での『SiLK VISION 2027』の振り返り

同社は「通信生まれのweb3実装企業」というスローガンのもと、『SiLK VISION 2027』を進めている。その初年度となる2025年4月期では、すべてのカテゴリーにおいて非常に順調に売上高と利益を積み上げられたと同社は考えている。

業績面以外では、既存のアルプスアルパインに加えて、これまで取り組んできた医療領域における藤田医科大学グループ、そしてソフトバンクと、1年目で多くの提携先を持つことができたとしている。これらの提携によって、いままでバラバラであった販路や売り方を完全に統合した形で同社の商品を展開できる組み合わせを構築できたことで、経済的成長や利益率向上、海外展開に向けた社会実装、事業実装を進めていく考えである。

2025年4月期における具体的な取り組みとしては、スマートフォン上で動作するエッジ型LLMによる生成AIシステムを開発した。また、専用端末でしか動作しなかったトーンモバイルのコアサービスをソフトウェアの切り離しによりNTTドコモをはじめ、SIMフリーや他キャリア端末の200機種以上で利用が可能となるTONE IN戦略の技術開発を行った。

藤田医科大学グループとのweb3/Trusted webによる医療データ管理の共同研究開発では、2024年9月にPoC1が滞りなく完了し、分散型PHR（パーソナルヘルスケアレコード）としてマイナンバー認証やEdge LLMなどを組み合わせた実験やサービス開発を進めている。

海外を含めたファンエコノミーにおいては、web3技術を含めたITプラットフォームの提供・開発を進めている。グローバル対応のDTIの汎用課金システムを採用するほか、フルスピードが外部のSNSまでを含めた運用体系の構築を目指すことで、リアルメディアとの連携そして最終的には完全にweb3との連携を図る考えである。

技術革新の集大成となるweb3時代の非中央集権型プラットフォーム「Portfolia（ポートフォリア）」を開発（2025年7月23日発表）

同社は2025年7月23日、創業以来20年以上にわたり蓄積してきた独自技術群をもとに、web3時代の社会実装に向けた新たなプラットフォーム「Portfolia（ポートフォリア）」を開発したと発表した。Portfoliaは、同社が長年にわたり培ってきたSDN技術「Emotion Link」や、EVM（Ethereum Virtual Machine）互換のモバイルブロックチェーン「Trusta」、分散型ID（DID）ウォレット、そして端末上で稼働する大規模言語モデル「Edge LLM」などの独自技術群を統合した完全web3実装型の基盤技術を有するプラットフォームである。

Portfoliaは、Web2.0とweb3を滑らかに接続し、ユーザーが自身のデータを自らの端末で管理・活用できる環境を提供する。これにより、中央集権型のプラットフォームに依存せず、ユーザー主導のデジタル社会を実現するための基盤として機能する。同社はPortfoliaを通じて、株主向けサービス「株主DAO」や新規プロダクトをはじめとした、さまざまなユースケースを展開する計画である。

先行的に同社グループ内の各事業にてシームレスなPortfoliaの実装が進められている。グループ各社における独自の実装例は以下のとおりである。今後も同社は、web3実装企業への加速を目的とした「One freebit ～giga-speed for freedom～」のビジョンのもと、Portfoliaを核とした非中央集権型サービスの拡充を進め、持続可能で信頼性の高いインターネット社会の実現を目指す考えである。

同社/DTI/トーンモバイル

すべてのプロダクト群へのPortfolia実装を行い、非中央集権型のセキュリティ、アイデンティティ管理を実現し、利用者の利便性向上のみならず、運営者の劇的な費用削減を目指している。また、「TONE Coin」「株主DAO」などのステークホルダーに向けた先行プロダクトにおいての実装を行う。さらに、トーンモバイルで生み出したテクノロジーを外部企業に対して提供していくために、TONE INプロダクト群はすべてPortfoliaの実装を進めている。

ギガプライズ

ソフトバンクとの提携をはじめ、Portfoliaに内蔵した専用アプリなどによって、固定通信とモバイル通信の連携を可能にする次世代認証基盤/個人情報保護基盤/インセンティブ提供基盤の構築を目指す。

フルスピード/フォーイット

Portfoliaベースの広告配信基盤構築の実証の準備を進めており、利用者の個人情報保護を異次元に高めた形でのOne2Oneマーケティングの実現を目指す。

クライド

ファンコミュニティアプリ「StandAlone」のコアとしてPortfoliaを実装し、真のweb3ファンエコノミーの基盤としての運用実証を開始する。

『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をその間の技術的变化の核心とする。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、cockpit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。

資金使途	金額 百万円	支出予定時期
① DID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
④ web3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・無形さまざまなものが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（同社のTOBにより2025年4月18日上場廃止、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	フリービット
	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	
5G生活様式支援事業	・5G Homestyle	ギガプライズ
	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	
	・5G Lifestyle	DTI
	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	
企業・クリエイター5G DX支援事業	・5G Workstyle（新規事業）	フリービット
	・5G Healthstyle（新規事業）	フリービット
	・5G Carlifestyle（新規事業）	フリービット
	インターネットマーケティング関連サービス	フルスピード
	・アドテクノロジー関連サービス	フォービット
	・Creator Maker（新規事業）	フリービット、フルスピード
	・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。2025年4月期の5Gインフラ支援事業の売上高は10,568百万円（売上高構成比18.4%）、営業利益は1,405百万円（営業利益構成比23.9%）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。

同社によると、ソフトバンクとの資本業務提携に関連して、今後MVNEサービスで利用するモバイル回線についてソフトバンクからの調達も選択肢となる可能性があるとのことである。現状、同社はNTTドコモからモバイル回線を調達しているが、調達先の分散による冗長性の確保に加え、コスト削減の効果も期待できると同社は考えている。

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（実績）は、2018年度から2023年度にかけて年平均21.1%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月期以降、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	2024年度 見込み	2025年度 見込み	2025年度 見込み	2026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	15,042	12,862	10,874	10,383	9,052
前年度比	-6.0%	-13.4%	-12.7%	-27.5%	-26.1%	-24.7%	-14.5%	-15.5%	-4.5%	-12.8%

出所：総務省資料をもとにSR社作成

フリービット単体の売上原価明細

売上原価 (百万円)	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	25年4月期
労務費	540	617	524	541	557	606	636	753	819	871
経費	8,003	10,044	9,637	9,421	8,909	8,630	5,076	5,462	5,512	6,324
通信回線利用料	5,817	7,942	7,254	7,288	6,762	6,748	3,617	3,944	3,904	4,410
支払賃借料	580	574	569	572	538	514	451	403	446	431
支払手数料	-	-	-	371	503	534	234	274	308	375
減価償却費	278	309	372	424	394	257	124	-	-	-
業務委託費	855	732	708	488	432	314	378	418	392	524
その他	473	487	735	278	280	264	273	423	463	584
当期事業原価	8,542	10,661	10,160	9,962	9,466	9,235	5,712	6,215	6,332	7,195
期首商品棚卸高	84	676	159	182	171	73	32	7	26	21
当期商品仕入高	1,160	1,201	1,232	1,194	678	642	730	735	106	94
合計	1,244	1,877	1,391	1,376	849	715	763	742	132	115
他勘定振替高	7	9	203	60	108	22	13	36	3	3
期末商品棚卸高	676	159	182	171	73	32	7	26	21	12
当期商品原価	561	1,710	1,006	1,145	668	661	743	681	108	100
当期売上原価	9,104	12,371	11,166	11,107	10,134	9,896	6,455	6,896	6,440	7,295

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。2025年4月期の5Gインフラ支援事業の売上高は前期比6.4%増の10,568百万円（売上高構成比18.4%）、営業利益は同13.0%減の1,405百万円（営業利益構成比23.9%）であった。

営業利益（前年同期比210百万円減）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568百万円の増益要因となった。一方、B2B2X（B/C）モバイルにおいて通信品質向上に係る費用が386百万円、B2B2X（B/C）モバイルのネットワーク設備更改による一時費用が69百万円、クラウドサービス事業において為替変動影響などにより仕入原価などが62百万円増加した。また、B2B2X（B/C）固定網のサービス利用減などが27百万円、人材強化などによる共通費増が205百万円、全社費用などが29百万円増加し減益要因となった。なお、2025年4月期通期の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190百万円で、5Gデータセンターの移設などに投じられた。

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	25年4月期
売上高	11,652	9,033	9,489	9,932	10,568
前年比	-	-22.5%	5.1%	4.7%	6.4%
営業利益	470	1,134	1,378	1,616	1,405
前年比	-	141.3%	21.6%	17.2%	-13.0%
営業利益率	4.0%	12.6%	14.5%	16.3%	13.3%
戦略投資	267	284	300	301	190
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

※2025年4月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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)	24年4月期				25年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	2,428	4,924	7,425	9,932	2,547	5,166	7,839	10,568
前年同期比	4.3%	4.1%	4.4%	4.7%	4.9%	4.9%	5.6%	6.4%
営業利益	463	949	1,421	1,616	325	689	1,056	1,405
前年同期比	17.7%	29.4%	22.4%	17.2%	-29.7%	-27.4%	-25.7%	-13.0%
営業利益率	19.1%	19.3%	19.1%	16.3%	12.8%	13.3%	13.5%	13.3%
戦略投資	74	131	214	301	40	84	143	190
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	2,428	2,497	2,500	2,508	2,547	2,619	2,673	2,729
前年同期比	4.3%	3.8%	5.2%	5.4%	4.9%	4.9%	6.9%	8.8%
営業利益	463	486	472	195	325	364	367	349
前年同期比	17.7%	42.9%	10.5%	-10.4%	-29.7%	-25.1%	-22.2%	79.0%
営業利益率	19.1%	19.5%	18.9%	7.8%	12.8%	13.9%	13.7%	12.8%
戦略投資	74	57	83	87	40	44	59	47

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月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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。2025年4月期の5G生活様式支援事業の売上高は26,308百万円（売上高構成比45.7%）、営業利益は3,546百万円（営業利益構成比60.3%）であった。同事業の売上高のうちギガプライズが約85%を、DTIと同社が約15%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。

web3実装企業を目指す中で、同社は藤田医科大学グループとweb3/Trusted webによる医療データ管理の共同研究開発を進めている。2024年9月にPoC1が滞りなく完了し、現在、分散型PHR（パーソナルヘルスケアレコード）としてマイナンバー認証やEdge LLMなどを組み合わせた実験やサービス開発を進めている。将来的には外部の医療機関への提供を図る考えである。

ソフトバンクとの資本業務提携では、web3などを用いたID連携基盤の実現を軸に、IoTやUnmanned Device（無人デバイス）向け回線技術やサービス開発、安心安全なスマホサービスの共同開発を行う。またギガプライズでは集合住宅向けISPサービスにおけるソフトバンク固定回線の利用やソフトバンクモバイル回線とのセット割引、集合住宅向けソリューションの共同開発などを行うことで、売上拡大とコスト削減を図る考えである。

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。2025年4月期の5G生活様式支援事業の売上高は前期比1.1%減の26,308百万円（売上高構成比45.7%）、営業利益は同10.6%増の3,546百万円（営業利益構成比60.3%）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5.7%増、営業利益は同26.3%増であった。

営業利益（前年同期比341百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が625百万円、web3・5G Healthstyle領域・データ連携プロジェクトに係る費用減が154百万円、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28百万円の増益要因となった。一方、TOB実施会社の設立および運営費用が45百万円、5G Lifestyle（DTI）の固定網サービス利用減に伴う利益減などが23百万円の減益要因となった。なお、2025年4月期通期の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197百万円であった。

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	25年4月期
売上高	22,973	21,735	23,261	26,612	26,308
前期比	-	-5.4%	7.0%	14.4%	-1.1%
ギガプライズ	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	3,205	3,546
前期比	-	-32.5%	41.1%	57.1%	10.6%
営業利益率	9.3%	6.7%	8.8%	12.0%	13.5%
ギガプライズ	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	-650	-
戦略投資	827	1,246	769	524	197
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

※2025年4月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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)	24年4月期				25年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	7,600	13,655	19,904	26,612	6,214	12,619	19,177	26,308
前年同期比	38.8%	22.4%	18.7%	14.4%	-18.2%	-7.6%	-3.7%	-1.1%
営業利益	1,009	1,702	2,496	3,205	769	1,638	2,671	3,546
前年同期比	167.5%	73.6%	62.6%	57.1%	-23.7%	-3.7%	7.0%	10.6%
営業利益率	13.3%	12.5%	12.5%	12.0%	12.4%	13.0%	13.9%	13.5%
戦略投資	125	271	404	524	39	87	131	197
ギガプライズ	-	-	-	-	-	-	-	-
ISPサービス提供戸数（累計、千戸）	1,099	1,130	1,158	1,210	1,243	1,274	1,300	1,342
純増数	47	31	27	52	34	30	26	42
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	7,600	6,054	6,249	6,709	6,214	6,405	6,557	7,131
前年同期比	38.8%	6.6%	11.5%	3.3%	-18.2%	5.8%	4.9%	6.3%
営業利益	1,009	693	795	709	769	869	1,033	875
前年同期比	167.5%	14.9%	43.1%	40.5%	-23.7%	25.4%	30.0%	23.4%
営業利益率	13.3%	11.4%	12.7%	10.6%	12.4%	13.6%	15.8%	12.3%
戦略投資	125	146	133	120	39	48	44	66

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月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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。また、同社は2025年3月にギガプライズの非公開化に向けて公開買付けを実施し、ギガプライズは2025年4月18日付で上場廃止となった。

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%	13.2%	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

※上場廃止に伴い、2025年4月期実績は非開示

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%	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（NTT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。

DTIの業績推移

DTI	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4月期	22年4月期	23年4月期	24年4月期	25年4月期
(百万円)										
売上高	4,795	4,638	4,666	4,337	5,424	7,189	5,610	5,068	4,597	3,985
前期比	-11.3%	-3.3%	0.6%	-7.1%	25.1%	32.5%	-22.0%	-9.7%	-9.3%	-13.3%
営業利益	1,044	944	859	796	619	293	408	404	287	150
前期比	117.6%	-9.5%	-9.0%	-7.3%	-22.3%	-52.7%	39.1%	-0.8%	-28.9%	-47.9%
営業利益率	21.8%	20.4%	18.4%	18.4%	11.4%	4.1%	7.3%	8.0%	6.2%	3.8%
経常利益	1,257	1,052	930	843	666	345	425	387	288	161
前期比	109.9%	-16.3%	-11.6%	-9.3%	-21.0%	-48.1%	23.0%	-9.0%	-25.6%	-43.9%
経常利益率	26.2%	22.7%	19.9%	19.4%	12.3%	4.8%	7.6%	7.6%	6.3%	4.1%
当期純利益	1,281	803	632	582	449	-11	283	261	1,192	122
前期比	32.5%	-37.3%	-21.4%	-7.9%	-22.8%	-	-	-7.8%	357.3%	-89.7%
当期純利益率	26.7%	17.3%	13.5%	13.4%	8.3%	-0.2%	5.0%	5.1%	25.9%	3.1%
純資産額	8,571	8,471	7,702	7,391	6,938	5,765	5,874	6,137	6,300	6,424
総資産額	10,601	10,331	9,657	9,094	8,933	8,027	8,067	7,837	7,789	7,695

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

※2021年4月期は決算期変更により13カ月決算

「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。
IIJ	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	950	11円/30秒	5GB	データ容量の追加は220円/GB。
NTTドコモ	ドコモmini	2,750	22円/30秒	4GB	データ容量の追加は1,100円/GB。
ソフトバンク	Y!mobile	2,365	22円/30秒	4GB	データ容量の追加は350円/2GB。
KDDI	UQ mobile	2,948	22円/30秒	5GBまで	5GB超から30GBまでは1,100円加算

出所：各社ホームページをもとにSR社作成

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（2025年4月13日をもってトーンモバイルのサービス提供を終了）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。2025年6月には「TONE IN」の対象機種が全キャリアの200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。2025年4月期の企業・クリエイター5G DX支援事業の売上高は20,699百万円（売上高構成比36.0%）、営業利益は954百万円（営業利益構成比16.2%）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。2025年4月期の企業・クリエイター5G DX支援事業の売上高は前期比7.4%増の20,699百万円（売上高構成比36.0%）、営業利益は同14.0%減の954百万円（営業利益構成比16.2%）であった。

営業利益（前年同期比155百万円減）の増減要因は、アフィリエイトを中心とした海外事業などでの売上増による利益増が186百万円の増益要因となった一方、「StandAlone」の多面展開およびEC事業の先行投資による費用増が244百万円、インターネットマーケティング事業での商品構成の変化による利益減が84百万円、その他が13百万円の減益要因となった。なお、2025年4月期通期の企業・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249百万円で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開などに投じられた。

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	25年4月期
売上高	15,613	15,388	16,849	19,278	20,699
前期比	-	-1.4%	9.5%	14.4%	7.4%
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	1,109	954
前期比	-	-18.0%	0.1%	83.5%	-14.0%
営業利益率	4.7%	3.9%	3.6%	5.8%	4.6%
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	249
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

※2025年4月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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) (百万円)	24年4月期				25年4月期			
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高	4,668	9,799	14,655	19,278	5,162	10,076	15,375	20,699
前年同期比	15.6%	21.3%	18.0%	14.4%	10.6%	2.8%	4.9%	7.4%
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	199	431	771	1,109	373	709	976	954
前年同期比	106.3%	68.7%	60.1%	83.5%	87.7%	64.5%	26.6%	-14.0%
営業利益率	4.3%	4.4%	5.3%	5.8%	7.2%	7.0%	6.4%	4.6%
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	12	24	79	136	45	76	140	249
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	4,668	5,131	4,855	4,624	5,162	4,914	5,299	5,325
前年同期比	15.6%	27.1%	11.9%	4.3%	10.6%	-4.2%	9.1%	15.2%
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	199	232	340	338	373	336	267	-22
前年同期比	106.3%	45.9%	50.3%	175.6%	87.7%	44.6%	-21.4%	-106.5%
営業利益率	4.3%	4.5%	7.0%	7.3%	7.2%	6.8%	5.0%	-0.4%
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	-	-	-	-	-	-	-	-
全社費用	-	-	-	-	-	-	-	-
フリービットその他	-	-	-	-	-	-	-	-
戦略投資	12	12	55	57	45	31	64	109

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月期以降の戦略投資は新たな成長ドライバーへの投資額

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により、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に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	-	-	45.5%	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「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Google社は2025年以降にサードパーティCookieを段階的に使用不可とする方針を撤回したものの、米Apple社はすでにSafariにおいて全面使用不可としたほか、2024年3月には米Microsoft社もEdgeにおいて最終的に廃止する方針を発表をしている。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、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、クリエイタープラットフォーム「StandAlone」など企業/クリエイター支援事業の推進などを図っている。

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、2025年3月時点でのMVNO事業者数は2,050社で、そのうちMNOと直接契約する一次MVNOが889社、一次MVNOから再卸を受ける二次以降MVNOが1,161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33社、30千契約未満が1,128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	2025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	82
契約数が30千未満であるMVNO（一次MVNO）	396	472	546	589	626	718	750	807
契約数が30千以上であるMVNO（二次以降MVNO）	15	23	22	24	27	29	31	33
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	1,128
合計	1,141	1,286	1,402	1,515	1,644	1,784	1,888	2,050

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	2025年3月
（事業者数）								
SIMカード型	42	52	57	57	60	65	74	79
一次MVNO	24	27	34	31	32	35	43	47
二次以降MVNO	18	25	23	26	28	30	31	32
通信モジュール	19	21	23	24	29	31	32	37
一次MVNO	14	15	16	17	22	24	25	26
二次以降MVNO	5	6	7	7	7	7	7	11
単純再販	22	26	27	28	30	30	28	30
一次MVNO	17	19	19	20	18	17	17	18
二次以降MVNO	5	7	8	8	12	13	11	12
再卸	35	41	48	46	52	55	56	60
一次MVNO	24	29	32	32	36	37	37	38
二次以降MVNO	11	12	16	14	16	18	19	22
その他	3	3	3	1	1	1	1	0
一次MVNO	2	2	2	0	0	0	0	0
二次以降MVNO	1	1	1	1	1	1	1	0

出所：総務省資料をもとにSR社作成

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カード型のMVNOは79社で、うち二次以降MVNOは32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、2025年3月は17,750千契約となった。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	2025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	38,010
SIMカード型	10,520	12,950	15,630	15,680	14,920	15,600	16,360	17,750
通信モジュール	4,860	5,780	6,830	7,590	8,910	10,460	12,420	11,390
単純再販	1,730	1,720	1,480	1,400	1,220	1,110	1,030	1,340
その他	1,380	1,120	770	1,430	1,490	2,990	4,640	7,530

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	2025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%	10.0%	10.6%

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、株式会社オプテージ（非上場、関西電力（東証PRM 9503）の子会社）、NTTドコモ（旧NTTレゾナントに係るもの）の上位3社のシェアが38.5%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	2025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%	23.3%
オプテージ	10.7%	10.0%	8.7%	8.9%	9.2%	9.0%	8.7%	8.1%
NTTドコモ（旧NTTレゾナントに係るもの）	12.4%	11.4%	10.7%	11.5%	14.0%	11.9%	9.7%	7.1%
NTTコミュニケーションズ	-	-	-	-	-	-	-	4.9%
富士通	-	-	-	-	-	5.6%	5.6%	4.6%
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%	-	-	-
ビッグロップ	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%	52.0%

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）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、2024年の総広告費は7.67兆円（前年比4.9%増）となった。好調な企業収益や消費意欲の活発化、世界的なイベント、インバウンド需要の高まりなどに支えられ、3年連続で過去最高を更新した。「インターネット広告費」を中心に「マスコミ四媒体広告費」、「プロモーションメディア広告費」の3つ全てのカテゴリーが成長した。

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、2024年では47.6%となった。2024年のインターネット広告費は3.65兆円（前年比9.6%増）となり、マスコミ4媒体（新聞・雑誌・ラジオ・テレビ）広告費（2.34兆円、前年比0.9%増）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。2024年時点ではインターネット広告媒体費のうち、約37%がソーシャル広告、約29%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)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
総広告費	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	7,673.0
YoY	0.3%	1.9%	1.6%	2.2%	6.2%	-11.2%	10.4%	4.4%	3.0%	4.9%
インターネット広告費	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	3,651.7
構成比 (対総広告費)	18.8%	20.8%	23.6%	26.9%	30.3%	36.2%	39.8%	43.5%	45.6%	47.6%
YoY	10.2%	13.0%	15.2%	16.5%	19.7%	5.9%	21.4%	14.3%	7.8%	9.6%
媒体費	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	2,961.1
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	217.2
広告制作費	240.0	272.2	288.8	310.9	335.4	340.2	385.0	420.3	435.9	473.4
取引手法										
運用型広告	622.6	738.3	940.0	1,151.8	1,326.7	1,455.8	1,838.2	2,118.9	2,349.0	2,609.5
予約型広告		153.8	175.8	197.1	231.4	202.4	224.9	264.7	264.8	278.9
成果報酬型広告		145.7	104.9	99.0	104.9	98.5	94.0	96.5	73.2	72.7
デバイス										
モバイル広告	497.9	647.6	831.7	1,018.1						
デスクトップ広告	421.5	390.2	388.9	429.9						
広告種別										
ディスプレイ広告			498.8	563.8	554.4	573.3	685.6	737.2	770.1	765.0
検索連動型広告			483.1	570.8	668.3	678.7	799.1	976.6	1,072.9	1,193.1
ビデオ(動画)広告	51.6	86.9	115.5	202.7	318.4	386.2	512.8	592.0	686.0	843.9
インストリーム広告						180.0	292.1	345.6	383.7	426.0
アウトストリーム広告						206.3	220.7	246.3	302.2	417.8
成果報酬型広告			104.9	99.0	104.9	98.5	94.0	96.5	73.2	72.7
その他			18.3	11.7	17.0	20.0	65.7	77.8	84.7	86.4
ソーシャル										
ソーシャル広告				389.0	489.9	568.7	764.0	859.5	973.5	1,100.8
SNS系					228.0	248.8	316.8	367.5	407.0	455.0
動画共有系					113.9	158.5	261.0	305.2	337.2	405.4
その他					148.0	161.5	186.1	186.8	229.4	240.4
ソーシャル広告以外				1,059.0	1,173.1	1,188.0	1,393.1	1,620.6	1,713.5	1,860.3

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)

web3の社会実装を可能にする独自技術基盤があること

同社は創業以来、通信インフラの技術開発をコアとしながら、時代に先駆けて新たな分野へ挑戦してきた。近年では、分散型ID (DID) やVerifiable Credentials (VC) といったweb3技術の社会実装に取り組んでおり、それらを支える複数の独自開発技術を保有している。たとえば、スマートフォン端末上で動作するEVM互換のモバイルブロックチェーン「Trusta」や、大規模ネットワーク仮想化の中核技術であるSDN「Emotion Link」、さらにユーザー端末側で動作する大規模言語モデル「Edge LLM」など、インフラレベルからサービス層に至るまで自社完結可能な技術群を揃えている。これらの技術はすでに株主向けサービスや新規プロダクトに活用されており、同社がweb3時代における実装企業としての立ち位置を確立する上で、大きな強みになるとSR社は考える。

多層的な販路と提携ネットワークにより次世代技術の社会実装を自ら推進できること

同社は、自社で保有する技術コンポーネントやプラットフォームを、B2B/B2Cに加え、OEM供給やアプリ展開といった多様なチャネルで外部提供する体制を構築している。とくにスマートフォンやIoT機器といったデバイスへの組み込みを想定した提供形態をとることで、より広範なユースケースへの対応を可能としている。加えて、ギガプライズやトーンモバイル、フルスピードなどのグループ各社や大手センシング企業、通信キャリア、大学病院などとのパートナーシップを通じて、実証実験から本格実装までを視野に入れた事業展開が進んでいる。ネットワークとデバイス両面の知見に加えて、自らが社会実装を推進できるグループ各社や多層的な販路、提携先を有することは、5Gやweb3といった次世代技術が創出する新たな成長を享受する上で、同社に大きな優位性をもたらすとSR社は考える。

長期ビジョンに基づく成長モデルを可能にする安定収益基盤と実行力のある経営体制を有すること

同社は中期経営計画「SiLK VISION」を軸とした長期的なビジョンに基づき、着実な事業成長を実現してきた実績がある。通信事業をはじめとした既存事業では、ISP・MVNE・クラウド・セキュリティなどの多様なサービスを垂直統合で展開し、安定的かつ継続的な収益基盤を築いている。その上で、web3やAIといった次世代技術への積極的な投資を進め、新たな成長領域の開拓に挑んでいる。特に前中期経営計画「SiLK VISION 2024」では、目標値を上回る業績を記録するなど、ビジョンドリブンかつ実行力のある経営体制を有することが証明されている。長期ビジョンに基づき新たな領域に挑戦する成長モデルを支える安定収益基盤と実行力ある経営体制を有することは、同社の中長期的な企業価値向上の確度を高めるとSR社は考える。

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、2025年3月期売上高316,831百万円、営業利益30,104百万円）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月期以降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ですが、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。

フルスピードの収益構造の抜本的な改革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Google社は2025年以降にサードパーティCookieを段階的に使用不可とする方針を撤回したものの、米Apple社はすで

にSafariにおいて全面使用不可としたほか、2024年3月には米Microsoft社もEdgeにおいて最終的に廃止する方針を発表をしている。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。同社では現在、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、クリエイタープラットフォーム「StandAlone」など企業/クリエイター支援事業の推進などを図っている。2024年4月期以降、売上高が拡大した背景は主にアフィリエイト事業の回復であり、新規事業の拡大によるフルスピードの収益構造の抜本的改革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)	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	25年4月期
売上高	28,390	35,222	38,654	50,366	55,295	52,010	43,076	46,772	53,038	55,073
前期比	32.2%	24.1%	9.7%	30.3%	9.8%	-5.9%	-17.2%	8.6%	13.4%	3.8%
売上原価	20,178	27,008	27,987	35,212	38,478	36,560	30,666	33,444	37,651	39,360
売上総利益	8,212	8,215	10,667	15,153	16,817	15,449	12,410	13,327	15,386	15,713
前期比	8.6%	0.0%	29.8%	42.1%	11.0%	-8.1%	-19.7%	7.4%	15.5%	2.1%
売上総利益率	28.9%	23.3%	27.6%	30.1%	30.4%	29.7%	28.8%	28.5%	29.0%	28.5%
販売費及び一般管理費	6,309	6,894	8,816	12,172	14,230	12,046	9,244	9,320	9,499	9,830
売上高販管費比率	22.2%	19.6%	22.8%	24.2%	25.7%	23.2%	21.5%	19.9%	17.9%	17.8%
営業利益	1,903	1,321	1,851	2,982	2,588	3,403	3,165	4,008	5,888	5,884
前期比	52.9%	-30.6%	40.1%	61.1%	-13.2%	31.5%	-7.0%	26.6%	46.9%	-0.1%
営業利益率	6.7%	3.8%	4.8%	5.9%	4.7%	6.5%	7.3%	8.6%	11.1%	10.7%
営業外収益	145	51	56	40	120	498	35	32	85	154
営業外費用	725	564	481	453	227	240	321	332	217	807
経常利益	1,323	808	1,426	2,569	2,481	3,662	2,879	3,707	5,756	5,231
前期比	34.6%	-38.9%	76.6%	80.1%	-3.4%	47.6%	-21.4%	28.8%	55.3%	-9.1%
経常利益率	4.7%	2.3%	3.7%	5.1%	4.5%	7.0%	6.7%	7.9%	10.9%	9.5%
特別利益	207	158	5	1	512	2,462	21	21	270	1
特別損失	83	306	647	411	1,740	2,441	228	286	148	158
法人税等	481	652	1,106	1,391	1,346	1,226	1,000	862	1,285	1,160
非支配株主に帰属する当期純利益	412	158	245	489	527	869	844	789	1,027	1,166
親会社株主に帰属する当期純利益	553	-150	-567	279	-619	1,587	828	1,792	3,566	2,749
前期比	-46.1%	-	-	-	-	-	-47.8%	116.5%	99.0%	-22.9%
純利益率	1.9%	-	-	0.6%	-1.1%	3.1%	1.9%	3.8%	6.7%	5.0%

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%の減益となったが、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%増益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カ月決算となった。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。

2025年4月期売上高は前期比3.8%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カ月決算となった。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、2025年4月期売上高は同7.3%増であった。

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	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	25年4月期
資産										
現金及び預金	7,911	10,249	13,656	15,459	15,721	17,621	17,741	18,306	18,722	20,678
受取手形及び売掛金	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	8,704
契約資産	-	-	-	-	-	-	38	29	24	11
リース債権及びリース投資資産	-	-	-	-	-	-	135	395	926	1,088
商品及び製品	715	202	287	820	750	166	123	339	83	137
仕掛品	27	48	119	298	145	201	165	252	195	291
原材料及び貯蔵品	4	5	7	48	568	1,151	1,343	1,248	1,983	1,801
前払費用	232	320	470	715	780	375	461	468	573	648
繰延税金資産	414	419	-	-	-	-	-	-	-	-
未収入金	1,435	1,707	2,065	1,442	4,310	1,522	587	573	471	435

その他	921	458	520	666	1,733	1,231	1,417	732	411	401
貸倒引当金	-176	-222	-200	-186	-193	-140	-84	-67	-54	-89
流動資産合計	15,990	17,414	22,013	27,558	33,116	28,797	29,820	30,640	31,818	34,104
建物	637	762	732	718	608	629	627	436	341	309
土地	224	224	197	200	200	296	296	178	162	162
賃貸資産	-	-	-	-	-	-	-	266	1,179	1,527
リース資産	666	677	992	1,855	1,785	1,586	1,416	1,101	815	592
その他	184	224	201	152	134	149	143	496	540	186
有形固定資産合計	1,710	1,886	2,123	2,925	2,725	2,661	2,483	2,476	3,038	2,776
のれん	1,708	2,787	2,143	2,535	1,540	115	75	37	2	91
ソフトウェア	540	1,262	1,494	1,486	713	353	278	172	248	669
ソフトウェア仮勘定	35	181	159	299	43	67	93	162	313	23
リース資産	-	-	378	1,273	-	-	-	-	-	-
その他	110	480	96	43	1,377	17	17	18	22	21
無形固定資産合計	2,393	4,709	4,269	5,636	3,672	551	463	389	585	804
投資有価証券	1,067	800	1,179	1,486	1,496	1,853	1,143	949	989	1,077
長期貸付金	-	-	-	-	53	1,500	1,501	1,497	1,497	1,497
繰延税金資産	375	262	411	493	379	416	544	864	1,099	1,127
差入保証金	359	461	540	684	748	544	529	481	482	515
その他	356	351	551	675	578	254	302	365	408	393
貸倒引当金	-318	-287	-290	-292	-296	-1,740	-1,735	-1,735	-1,732	-1,735
投資その他の資産合計	1,839	1,588	2,391	3,045	2,958	2,828	2,285	2,421	2,743	2,874
固定資産合計	5,942	8,183	8,783	11,606	9,356	6,039	5,230	5,286	6,366	6,454
資産合計	21,932	25,597	30,797	39,164	42,472	34,836	35,050	35,926	38,184	40,559
負債										
支払手形及び買掛金	53	286	87	449	652	421	342	256	352	105
短期借入金	1,422	912	300	309	700	400	300	300	300	300
1年内償還予定の社債	-	-	200	200	591	1,400	200	300	-	-
1年内返済予定の長期借入金	1,175	989	1,727	2,014	3,174	3,267	3,951	4,493	4,949	5,465
リース債務	248	311	471	826	994	825	820	741	557	370
未払金	4,843	5,462	5,499	6,607	8,508	5,305	5,846	5,936	5,273	7,324
未払法人税等	461	345	580	895	602	925	726	708	1,132	512
契約債務	-	-	-	-	-	-	327	579	462	454
賞与引当金	85	127	116	119	116	242	192	150	260	208
製品保証引当金	-	-	-	186	178	75	-	-	-	-
返品調整引当金	-	-	204	195	-	-	-	-	-	-
その他の引当金	22	138	204	54	62	121	77	48	102	38
その他	741	1,011	1,169	1,972	1,990	928	1,021	851	763	1,070
流動負債合計	9,050	9,580	10,352	13,835	17,764	13,908	13,802	14,364	14,150	15,846
社債	-	2,611	3,411	3,511	2,920	500	300	-	-	-
長期借入金	1,069	961	4,967	7,311	7,434	6,118	8,012	9,084	7,629	15,158
リース債務	516	715	1,032	2,772	3,084	1,808	1,561	1,073	709	456
繰延税金負債	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
役員退職慰労引当金	-	-	-	49	66	83	57	61	61	61
その他の引当金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
債務保証損失引当金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
退職給付に係る負債	19	22	26	64	67	43	48	57	66	73
その他	105	456	333	314	289	227	229	255	372	391
固定負債合計	1,717	4,766	9,769	14,021	13,860	8,779	10,209	10,530	8,837	16,176
負債合計	10,767	14,346	20,121	27,855	31,624	22,687	24,011	24,894	22,987	32,022
資本金	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514	4,514
資本剰余金	3,143	3,135	3,132	3,131	3,123	3,122	3,050	1,645	1,497	-
利益剰余金	3,067	2,761	1,995	2,116	1,341	2,811	3,636	5,287	8,693	3,362
自己株式	-753	-753	-753	-753	-917	-1,854	-4,343	-3,251	-3,240	-1,537
その他の包括利益累計額	1	-10	-13	-6	19	121	24	48	165	140
株式引当権	-	-	-	-	-	-	51	75	133	22
新株予約権	2	2	2	4	3	1	1	1	1	-
非支配株主持分	1,191	1,601	1,798	2,303	2,766	3,434	4,107	2,714	3,434	2,036
純資産合計	11,165	11,251	10,675	11,309	10,849	12,149	11,039	11,032	15,197	8,537
運転資金	4,279	3,719	4,802	7,847	8,650	7,767	9,182	9,948	10,392	10,828
有利子負債合計	4,431	6,500	12,108	16,942	18,897	14,318	15,145	15,992	14,144	21,750
ネット・デット	-3,480	-3,750	-1,549	1,483	3,177	-3,304	-2,597	-2,314	-4,578	1,073

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

貸借対照表の過去10期の推移をみると、資産合計が2017年4月期から2019年4月期にかけて拡大したが、主因はM&Aであった。2016年9月に同社により株式会社EPARKヘルスケアが、2017年3月にギガプライズにより株式会社フォーメンバーズが、2018年6月にギガプライズにより株式会社ソフト・ボランチが、2018年9月に同社により株式会社アルクが連結子会社化された。一転して2021年4月期に資産合計が減少した主な背景は、2020年9月のギガプライズによるフォーメンバーズ株式の一部売却、2020年10月の同社によるフリービットEPARKヘルスケア（旧EPARKヘルスケア）の全株売却、2020年11月の同社によるアルクの全株売却であった。

一連のM&Aは有利子負債とのれんの増加要因となったが、のれんの残高はその後の株式売却を主因に減少することとなった。

2025年4月期に純資産が減少しているが、これはギガプライズのTOBに係る借入金の増加に加え、連結子会社の株式を取得したことによる100％子会社化（議決権）の手続きで、のれんは発生せず、のれん相当分を純資産の減少という形で会計処理しているためである。

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	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	25年4月期
営業活動によるキャッシュフロー (1)	1,752	3,812	1,030	3,182	1,480	7,123	2,334	3,322	4,226	4,573

税引前当期純利益	1,446	660	784	2,159		1,253	3,682	2,671	3,443	5,878	5,074								
							減価償却費	612	743	1,069	1,625	2,060	1,470	1,022	891	754	693		
							減損損失	62	82	395	205	1,462	767	97	37	141	143		
							のれん償却額	643	748	713	755	988	252	40	37	14	12		
							貸倒引当金の増減額	-0	-7	-20	-11	11	1,524	-61	-17	-17	38		
							受取利息及び受取配当金	-4	-5	-2	-1	-1	-1	-0	-1	-1	-11		
							支払利息及び社債利息	44	49	78	131	165	141	104	114	99	112		
							持分法による投資損益	622	428	315	245	9	-8	0	2	-2	-0		
							事業譲渡損益	-134	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
							投資有価証券売却損益	-3	-74	-	-	-	-	-	-	-186	-109		
							関係会社株式売却損益	-	-	-	-	-113	-2,460	-	-	-86	-		
							売上債権の増減額	-1,308	304	-851	-2,250	-463	169	-1,225	-364	-117	-147		
							棚卸資産の増減額	-625	490	-152	-192	-206	-566	-112	-208	-423	33		
							未収入金の増減額	-	-	-	623	-2,870	-8,639	1,258	-43	73	-		
							仕入債務の増減額	-6	196	-206	209	205	-	-	-	-	-		
							未払金の増減額	1,508	-55	-162	810	1,702	10,897	113	99	-654	797		
							その他	-472	868	-165	-97	-518	630	-269	644	-16	-45		
							小計	2,522	4,500	1,797	4,211	3,684	7,857	3,638	4,633	5,455	6,588		
							利息及び配当金の受取額	4	2	10	3	1	4	0	1	3	11		
							利息の支払額	-45	-47	-90	-133	-163	-115	-102	-114	-100	-103		
							法人税等の支払額	-734	-684	-972	-1,197	-2,253	-1,227	-1,462	-1,304	-1,223	-1,930		
							法人税等の還付額	4	40	285	298	211	604	259	106	92	8		
							保証債務の履行による支出	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
							過年度決算訂正関連費用の支払額	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
投資活動によるキャッシュフロー(2)								-509	-2,291	-2,141	-3,688	-1,870	-2,656	511	-645	-1,085	-687		
							有形固定資産の取得による支出	-304	-330	-223	-165	-103	-394	-126	-558	-1,117	-194		
							無形固定資産の取得による支出	-324	-552	-1,000	-1,097	-944	-546	-136	-111	-303	-373		
							投資有価証券の取得による支出	-157	-272	-379	-231	-197	-350	-55	-	-	-200		
							投資有価証券の売却による収入	6	119	-	63	72	5	824	-	240	171		
							関係会社株式の取得による支出	-123	-	-20	-692	-	-	-	-	-	-		
							関係会社株式の売却による収入	-	-	-	-	-	-	-	-	113	-		
							事業譲渡による収入	256	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
							事業譲受による支出	-115	-	-53	-490	-	-	-	-	-	-		
							連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	-	-911	-7	-1,254	-105	-	-	-	-	-39		
							連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	-	21	-	-	-	603	-	-	-	-		
							連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	-	-	-	-	-1	-1,981	-	-	-	-		
							吸収分割による支出	-	-	-100	-100	-977	-	-	-	-	-		
							吸収分割による収入	-	-	-	-	404	-	-	-	-	-		
							その他	251	-366	-358	278	-21	7	3	24	-18	-53		
							FCF (1+2)	1,243	1,521	-1,110	-506	-390	4,467	2,845	2,678	3,141	3,886		
財務活動によるキャッシュフロー								-306	844	4,505	2,321	626	-2,572	-2,731	-2,111	-2,720	-1,925		
							短期借入金の特増減額	766	-572	-614	-15	391	-200	-100	-	-	-		
							長期借入による収入	1,200	1,050	5,890	4,000	3,600	4,830	6,000	5,800	3,800	13,250		
							長期借入金の返済による支出	-1,496	-1,350	-1,162	-2,119	-2,344	-4,892	-3,421	-4,186	-4,799	-5,204		
							社債の発行による収入	-	2,220	1,000	300	-	-	-	-	-	-		
							社債の償還による支出	-	-	-	-200	-200	-200	-1,400	-200	-300	-		
							株式の発行による収入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
							自己株式の売却による収入	-	-	-	-	-	-	-	1,471	6	2,042		
							自己株式の取得による支出	-	-	-	-0	-226	-979	-2,497	-0	-	-		
							配当金の支払額	-157	-156	-157	-156	-153	-146	-141	-159	-537			
							連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	-	-	-	-	-	-	-149	-3,932	-391	-12,740		
							非支配株主からの払込みによる収入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,000		
							リース債務の返済による支出	-281	-299	-412	-670	-902	-932	-937	-870	-803	-568		
							セールス・アンド・リースバックによる収入	-	-	-	1,216	591	-	-	-	-	-		
							その他	-337	-49	-39	-35	-129	-46	-229	-52	-74	-167		
							減価償却費及びのれん償却費 (A)	1,255	1,491	1,782	2,380	3,049	1,722	1,062	928	767	704		
							設備投資 (B)	-628	-882	-1,223	-1,262	-1,047	-940	-261	-669	-1,420	-567		
							運転資金増減 (C)	1,363	-560	1,083	3,045	803	-883	1,416	765	444	436		
単純FCF (NI+A+B-C)								-183	1,019	-1,091	-1,649	579	3,252	213	1,286	2,469	2,450		

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

キャッシュフロー計算書の推移においては、一連のM&Aとその後の株式売却の影響があり実態が読みにくい、営業キャッシュフローは運転資金がマイナスになる傾向があるものの、黒字の状況にある。M&Aや株式売却の影響を除くと、大きな設備投資が必要となるビジネスモデルではなく、投資キャッシュフローは大きな赤字にはなりにくい。財務キャッシュフローでは、M&Aや自己株式取得などが一時的な変動要因となる。

過去の業績

2025年4月期第3四半期累計期間実績

- 売上高：40,551百万円（前年同期比1.4%増）
- 営業利益：4,690百万円（同0.4%増）
- 経常利益：4,639百万円（同1.0%増）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：2,528百万円（同11.9%減）

2025年4月期第3四半期累計期間の売上高は前年同期比1.4%増、営業利益は同0.4%増、経常利益は同1.0%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は同11.9%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3四半期累計期間は2023年4月1日から2024年1月31日の10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3四半期累計期間の売上高は同6.0%増、営業利益は同9.8%増となる。

通期会社予想の進捗率は、売上高75.1%（前年同期の前期実績に対する進捗率75.4%）、営業利益82.3%（同79.3%）、経常利益92.8%（同79.8%）、親会社株主に帰属する当期純利益101.1%（同80.4%）であった。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3四半期累計期間の売上高は前年同期比1.4%増であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同5.6%増、5G生活様式支援事業が同3.7%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同4.9%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3四半期累計期間の売上高は同6.0%増、5G生活様式支援事業の売上高は同5.5%増であった。

営業利益

2025年4月期第3四半期累計期間の営業利益は前年同期比0.4%増であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同25.7%減、5G生活様式支援事業が同7.0%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同26.6%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3四半期累計期間の営業利益は同9.8%増、5G生活様式支援事業の営業利益は同27.3%増であった。

当第3四半期累計期間において、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、web3関連プロジェクトなど、新たな成長ドライバーへ417百万円を投資した。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が143百万円、5G生活様式支援事業が131百万円、企業・クリエイター5G DX支援事業が140百万円であった。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3四半期累計期間の経常利益は前年同期比1.0%増であった。投資有価証券売却益（109百万円）の計上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10.5%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3四半期累計期間の親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比11.9%減であった。前年同期に投資有価証券売却益などの特別利益（259百万円）の計上があったことに加えて、税金費用が274百万円、非支配株主に帰属する四半期純利益が106百万円増加した。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6.8%減であった。

5Gインフラ支援事業

- 売上高：7,839百万円（前年同期比5.6%増）
- 営業利益：1,056百万円（同25.7%減）

2025年4月期第3四半期累計期間は、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、通信品質の向上や人材強化に係る費用などが増加した結果、売上高は前年同期比5.6%増、営業利益は同25.7%減となった。

営業利益（前年同期比364百万円減）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360百万円の増益要因となった。一方、B2B2X（B/C）モバイルにおいて通信品質向上に係る費用が275百万円、B2B2X（B/C）モバイルのネットワーク設備更改による一時費用が69百万円、クラウドサービス事業において為替変動影響などにより仕入原価などが51百万円増加した。また、B2B2X（B/C）固定網のサービス利用減などが41百万円、人材強化などによる共通費増が198百万円、全社費用などが90百万円増加し減益要因となった。なお、当第3四半期累計期間の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143百万円で、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。2025年1月末の販売SIMの構成比は、データ+SMS+音声が50.3%（前四半期末50.1%）、データ+SMSが3.1%（同3.3%）、データが46.6%（同46.6%）であった。

法人向けに直販するfreebit Businessでは、固定IPアドレスサービス「どこでもIP」の当第3四半期末の提供IP数が前四半期末比24.8%増の900社超となった。また2025年1月16日よりプライベート用回線とビジネス用回線を1台の端末で利用可能にする法人向け5G対応SIM「freebit mobile Biz」の提供を開始した。

5G生活様式支援事業

- 売上高：19,177百万円（前年同期比3.7%減）
- 営業利益：2,671百万円（同7.0%増）

2025年4月期第3四半期累計期間は、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ことで、売上高は前年同期比3.7%減、営業利益は同7.0%増となった。ギガプライズおよびその子会社における決算期変更の影響を除いた場合、売上高は同5.5%増、営業利益は同27.3%増であった。

営業利益（前年同期比175百万円増）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が467百万円、web3・5G Healthstyle領域・データ連携プロジェクトに係る費用減が134百万円、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13百万円の増益要因となった。一方、5G Lifestyle（DTI）の固定網サービス利用減に伴う利益減などが31百万円、その他が11百万円の減益要因となった。なお、当第3四半期累計期間の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131百万円であった。

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2025年1月末の提供戸数は前四半期末比26千戸増の1,300千戸と、通期会社予想（1,350千戸）に向けて順調に推移した。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：15,375百万円（前年同期比4.9%増）
- 営業利益：976百万円（同26.6%増）

2025年4月期第3四半期累計期間は、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4.9%増、営業利益は同26.6%増となった。

営業利益（前年同期比205百万円増）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205百万円、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119百万円の増益要因となった一方、「StandAlone」プラットフォームの多面展開による費用増が103百万円、その他が16百万円の減益要因となった。なお、当第3四半期累計期間の企業・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140百万円で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開などに投じられた。

トピックス

ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの非公開化を発表

同社は2025年1月31日に、ソフトバンク株式会社（東証PRM 9434）との資本業務提携および連結子会社であるギガプライズの非公開化を発表した。これらの取組みにより、今後同社は「通信生まれのweb3社会実装企業」への転換を力強く推進し、通信事業からのカテゴリーチェンジに向けて、以下の4つの事業戦略を展開する考えである。

- ▶ web3/AIの社会実装のさらなる推進、加速化
- ▶ 新たなサービスをさらに幅広い層に届けていくためのモバイル事業の充実
- ▶ IoTやUnmanned Device（無人デバイス）の拡大
- ▶ ギガプライズを非公開化しグループ一体となった事業運営を行うことで住宅市場での競争力を拡大、高齢化市場に向けた取り組みも開始

また、ソフトバンクとの資本業務提携およびギガプライズの非公開化を背景に、『SiLK VISION 2027』で公表したキャピタルアロケーションもアップデートされた。キャッシュアウト側では、これまで7,500百万円以上としていた成長投資にギガプライズの非公開化（株式取得資金7,500百万円超）が組み込まれた。

キャッシュイン側では、これまで3期の事業活動により12,000百万円以上の資金創出が想定されていたが、資本業務提携に伴うソフトバンクへの自己株式の第三者割当による調達（約2,000百万円）に加えて、金融機関からの借入（トランシェA：8,900百万円（貸付限度額）、トランシェB：4,000百万円（借入金額））を実行することが示された。同社では、ソフトバンクとの資本業務提携とギガプライズの非公開化により、事業活動による資金創出を拡大させて、さらなる継続的な成長と企業価値の向上を目指す考えである。

2025年4月期第2四半期累計期間実績

- 売上高：26,623百万円（前年同期比1.7%減）
- 営業利益：3,025百万円（同1.5%減）
- 経常利益：3,077百万円（同2.1%増）
- 親会社株主に帰属する四半期純利益：1,768百万円（同10.7%減）

2025年4月期第2四半期累計期間の売上高は前年同期比1.7%減、営業利益は同1.5%減、経常利益は同2.1%増、親会社株主に帰属する四半期純利益は同10.7%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2四半期累計期間は2023年4月1日から2023年10月31日の7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2四半期累計期間の売上高は同5.1%増、営業利益は同13.1%増となる。

通期会社予想の進捗率は、売上高49.3%（前年同期の前期実績に対する進捗率51.0%）、営業利益53.1%（同52.2%）、経常利益55.9%（同52.4%）、親会社株主に帰属する当期純利益58.9%（同55.5%）であった。同社によると、堅調な進捗にあるとのことである。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2四半期累計期間の売上高は前年同期比1.7%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7.6%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同2.8%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2四半期累計期間の売上高は同5.1%増、5G生活様式支援事業の売上高は同5.8%増であった。

営業利益

2025年4月期第2四半期累計期間の営業利益は前年同期比1.5%減であった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同27.4%減、5G生活様式支援事業が同3.7%減、企業・クリエイター5G DX支援事業が同64.5%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2四半期累計期間の営業利益は同13.1%増、5G生活様式支援事業の営業利益は同25.7%増であった。

当第2四半期累計期間において、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249百万円を投資した。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が84百万円、5G生活様式支援事業が87百万円、企業・クリエイター5G DX支援事業が76百万円であった。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2四半期累計期間の経常利益は前年同期比2.1%増であった。投資有価証券売却益（109百万円）の計上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17.5%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2四半期累計期間の親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比10.7%減であった。前年同期に投資有価証券売却益などの特別利益（259百万円）の計上があったことに加えて、税金費用が195百万円、非支配株主に

帰属する四半期純利益が54百万円増加した。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3.0%減であった。

5Gインフラ支援事業

- 売上高：5,166百万円（前年同期比4.9%増）
- 営業利益：689百万円（同27.4%減）

2025年4月期第2四半期累計期間は、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、通信品質の向上に係る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27.4%減となった。

営業利益（前年同期比260百万円減）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178百万円の増益要因となった。一方、B2B2X（B/C）モバイルにおいて通信品質向上に係る費用が151百万円、クラウドサービス事業において為替変動影響などにより仕入原価などが36百万円増加した。また、B2B2X（B/C）モバイルのネットワーク設備更改による一時費用が46百万円、B2B2X（B/C）固定網のサービス利用減などが29百万円、人材強化などによる共通費増が122百万円、全社費用などの増加53百万円が減益要因となった。なお、当第2四半期累計期間の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84百万円で、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10月末の販売SIMの構成比は、データ+SMS+音声が50.1%（前四半期末48.8%）、データ+SMSが3.3%（同3.6%）、データが46.6%（同47.6%）であった。

5G生活様式支援事業

- 売上高：12,619百万円（前年同期比7.6%減）
- 営業利益：1,638百万円（同3.7%減）

2025年4月期第2四半期累計期間は、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7.6%減、営業利益は同3.7%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5.8%増、営業利益は同25.7%増であった。

営業利益（前年同期比64百万円減）の増減要因は、ギガプライズの売上増による利益増が266百万円、web3・5G Healthstyle領域・データ連携プロジェクトに係る費用減が73百万円、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、5G Lifestyle（DTI）の固定網サービス利用減に伴う利益減などが37百万円、その他が1百万円の減益要因となった。なお、当第2四半期累計期間の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87百万円であった。

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10月末の提供戸数は前四半期末比30千戸増の1,274千戸と、順調に推移した。

企業・クリエイター5G DX支援事業

- 売上高：10,076百万円（前年同期比2.8%増）
- 営業利益：709百万円（同64.5%増）

2025年4月期第2四半期累計期間は、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2.8%増、営業利益は同64.5%増となった。

営業利益（前年同期比278百万円増）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224百万円、アドテ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93百万円、その他が4百万円の増益要因となった一方、「StandAlone」プラットフォームの多面展開による費用増が43百万円の減益要因となった。なお、当第2四半期累計期間の企業・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76百万円で、「StandAlone」のプラットフォームの多面展開などに投じられた。

トピックス

インドネシア・フィリピン最大級のインフルエンサープラットフォーム「PopStar」を提供するYOYO Holdings Pte. Ltd.を子会社化

同社の企業・クリエイター5G DX支援事業における子会社フォーイト社は2024年10月2日、東南アジアを中心としたインフルエンサープラットフォーム「PopStar」を提供するYOYO Holdings Pte. Ltd.を子会社化したと発表した。フォーイト社の100%子会社であるマレーシア現地法人を通じて、YOYO社が発行する株式の51.99%を2024年9月3日付で152百万円（アドバイザー費用など12百万円を除く）にて取得した。

フォーイト社は2017年よりグローバルパフォーマンスマーケティングプラットフォーム「Webridge」を開始し、これまで中国、台湾、シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナムで事業を展開している。インドネシア・フィリピン国内で最大級の規模にあり、300千人超のインフルエンサーを抱えるマーケティングプラットフォーム「PopStar」を提供するYOYO社を子会社化することで、「Webridge」のグローバル展開をさらに加速させる考えである。

成長市場への早期参入、ASEAN地域におけるパフォーマンスマーケティング市場およびインフルエンサーマーケティング市場でのポジショニングの大幅な強化を図り、「Webridge」をグローバルNo.1パフォーマンスマーケティングプラットフォームにすることを目指す。

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60百万円の増減要因となった。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33百万円の増減要因となった。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。

2024年4月期通期実績

- 売上高：53,038百万円（前期比13.4%増）
- 営業利益：5,888百万円（同46.9%増）
- 経常利益：5,756百万円（同55.3%増）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：3,566百万円（同99.0%増）

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。

売上高

2024年4月期通期の売上高は前期比13.4%増となった。セグメント別では、5Gインフラ支援事業が同4.7%増、5G生活様式支援事業が同14.4%増、企業・クリエイター5G DX支援事業が同14.4%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、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。

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。

ニュース&トピックス

株式会社ギガプライズへの公開買付けおよびソフトバンク株式会社との資本業務提携、通期業績予想の修正を発表

2025年1月31日

フリービット株式会社（東証PRM 3843 以下、同社）は、子会社である株式会社ギガプライズ（名証NXT 3830 以下、ギガプライズ社）に対する公開買付けおよびソフトバンク株式会社（東証PRM 9434 以下、SB社）との資本業務提携、通期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[1・2・3](#)）

株式会社ギガプライズ（名証NXT 3830）に対する公開買付けの開始

同社および同社がその発行済株式数のすべてを所有する株式会社LERZは、ギガプライズ社の株主を同社およびLERZ社のみとしてギガプライズ社を非公開化することを目的に、ギガプライズ社の全株式を取得するための公開買付けを実施することを決定した。公開買付価格は1株2,500円である。

届出当初の買付け等の期間

2025年2月3日（月曜日）から2025年3月18日（火曜日）まで（30 営業日）

買付け等の価格

普通株式1株につき、2,500円

買付予定数

5,634,035株（下限832,000株）

買付代金

14,085,087,500円

ソフトバンク株式会社（東証PRM 9434）との資本業務提携

同社は、SB社と資本業務提携契約の締結およびSB社に対する第三者割当による自己株式の処分を行うことを決議した。自己株式1,600,000株を割り当て、同社に対するSB社の持株比率は 6.83%になる予定である。

自己株式の処分期日

2025年4月2日から2025年4月16日まで

処分する株式の種類及び数

普通株式1,600,000株

処分価格

1株につき1,276.48333円

調達資金の額

2,042,373,328円

調達する資金の具体的な用途

ギガプライズ社の公開買付けに充当する予定

2025年4月期通期連結業績予想の修正

修正内容

- 売上高：54,000百万円（前回54,000百万円）
- 営業利益：5,700百万円（同5,700百万円）
- 経常利益：5,000百万円（同5,500百万円）
- 親会社株主に帰属する当期純利益：2,500百万円（同3,000百万円）
- 1株当たり当期純利益：124.68円（同150.24円）

修正の理由

売上高および営業利益については、3つのセグメントすべてにおいて、期初予想からおおむね計画通りに進捗していることから、予想数値からの修正はない。経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、SB社との資本業務提携および第三者割当による自己株式処分、ギガプライズ社に対する公開買付けにかかる諸費用が発生する見込みであるため、業績予想の修正を行う。なお、配当予想については、2024年7月24日公表の1株あたり30円から変更はない。

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。

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60.89%（2024年10月末時点））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日上場廃止となった。ギガプライズは同社のTOBにより100%子会社化（議決権）となり、2025年4月18日上場廃止となった。

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	メディアエクステンジ株式会社（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
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および株式併合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
2025年1月	ソフトバンク株式会社と資本業務提携契約を締結
2025年4月	株式会社ギガプライズのすべての議決権を公開買付けおよび株式売渡請求により取得

大株主

大株主上位10名（2025年4月末）	所有株式数 (千株)	所有株式数 の割合
石田宏樹	3,641	16.71%
アルプスアルパイン株式会社	3,511	16.12%
株式会社UH Partners 2	1,893	8.69%
ソフトバンク株式会社	1,600	7.35%
光通信株式会社	1,442	6.62%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,083	4.97%
株式会社UH Partners 3	685	3.15%
株式会社オービックビジネスコンサルタント	450	2.07%
村井純	288	1.32%
南角光彦	245	1.12%
計	14,837	68.12%

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)	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	25年4月期	26年4月期 会予
配当金	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	7.50	8.00	27.00	30.00	41.00
EPS	24.75	-6.77	-25.56	12.59	-27.93	74.06	41.86	95.07	178.58	135.81	160.69
配当性向	28.3%	- %	- %	55.6%	- %	9.5%	17.9%	8.4%	15.1%	22.1%	25.5%

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（2025年7月28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
- 2022年6月 株式会社CountUp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>

ディスクレマー

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注意ください。

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。