



2016年6月15日上場

- 株式会社ホープ(福証Q-Board 東証マザーズ:6195)
(自治体に特化したサービス業、広報紙等の空きスペース買い取り企業へ販売。行政支援のサービス指向)
- 創業 2005年2月 資本金 246百万円 ※資本金 2016年12月末現在
- 本社所在地 福岡市中央区薬院一丁目
- 社員数107名 ※社員数 2016年12月末現在

| (百万円) | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期利益 | 配当金(円) | EPS (円) | 株価(円) | PER (倍) |
|-----------|-------|------|------|------|--------|---------|-------|---------|
| 2016/6期 | 1,592 | 145 | 146 | 92 | 0 | - | - | - |
| 2017/6(予) | 2,046 | 170 | 176 | 113 | 0 | 81.74 | 1,938 | 23.7 |

*2017/2/24株価終値ベース 百万円以下は切り捨て。



トップインタビュー

代表取締役社長 時津 孝康

■ 代表取締役社長 時津 孝康 (ときつたかやす)氏

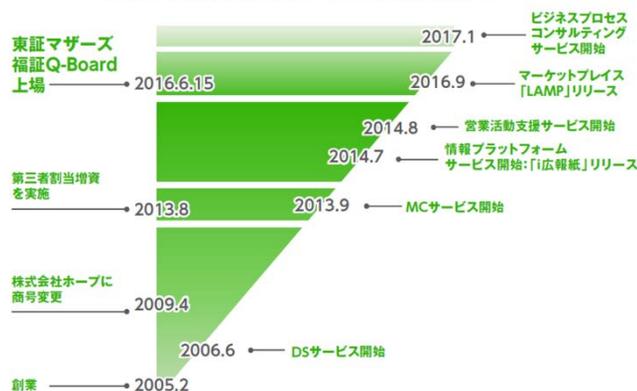
1981年1月生まれ。福岡県出身。

「父親が自分で事業を営む家庭に育ちました。自営業で働く父を幼少期より、間近で見えてきたこともあり、大学在学中より、卒業後は企業に普通に就業するというよりも、自分で何か新たなビジネスを手がけ、起業をしたいと思っていました。」と語る時津社長。創業から約1年8ヶ月後、最初の契約が受注に至るまで、アルバイトを続けながら一人で会社を続けてきた。自分自身に対して厳しく、自分を認めるといことや酔いしれることなく、自分を律することで前進するためのエネルギーに変えてきた。福証Qボード、東証マザーズに上場したいまでもそれに甘んじることなく、上場を機に今後まだまだやるべき課題に思考は既に切り替わっている。強い意志と熱い情熱をもって、タフに試練を乗り越えてきた。今後期待される若手経営者の一人である。

■ 創業から12年ですが、創業の経緯を教えてください。

大学在学中から、大学を卒業後に一般企業へ就職をするという発想はありませんでした。両親も自営で商売をしていましたので、その影響があったのかもしれませんが。自営業という経済的に裕福なイメージがありますが、うちは特別に裕福な家庭に育ったというわけではありません。しかし、働く父の姿を見て、自由に生き生きと仕事をしているように見えました。当時はまだおぼろげではありましたが、そんな父の姿を近くで見てきて、将来は自分で起業をしようと思うようになりました。どのような事業で起業をするべきか、在学中にずっと考えていました。その当時、2001年から2003年において、ITを活用したビジネスの領域が特に飛躍しはじめた時代でした。ITを活用して、アジアを軸とした貿易ビジネスか、自治体に関連したビジネスを始めたいと思っていました。その理由は、今後20年、30年の時を経たとしても、時代の変化でさらに世間から必要とされるニーズが拡大するマーケットであると思っていたからです。どのような事業で起業をするべきか、ぐるぐると思考を巡らせていたある時、象徴的な出来事が起こりました。それは、治安のよくない高速道路下のスペースが、フットサル球技場へ変化した様を見たことがきっかけでした。

事業の多角化を図り、さらなる拡大へ



フットサル球技場になる前の高速道路の高架下は、ごみが不法投棄され、浮浪者が集まり、真っ暗で、治安がよくない場所でした。それが自治体への提案によって、フットサル球技場に大きく変化しました。治安が悪かったエリアに、夜も街頭がついて、人が集まり、休日には子供が集まるようになりました。街の風景が大きく様変わりしました。それを見た瞬間に、「活用されていないスペースをお金に換える」というビジネスの発想が生まれました。

■ 当初より自治体向け広告ビジネスで起業しようと考えていらっしゃったのでしょうか？

最初は、高架下のスペースの活用例をみて、フットサル球技場を全国に作るという発想をもったのですが、そんな馬鹿げた話はありませんよね。そこで自治体より営業代行業務を請け負うようなサービスを展開しようと考えました。具体的には、税金の滞納回収業務、上・下水道の普及に関わる営業代行業務などを想定していました。最後に広告ビジネスをやろうと思い立ちました。2005年2月が創業でした。

創業から1年8カ月後、ようやく新規契約が1件取れました。最初に契約が取れるまでは、アルバイトをしながら一人で会社を続けてきました。厳しい環境下でも、私は比較的楽観的に物事を前向きに捉えていたのと必ず成功できると信じていたので、続けてこれました。

■ 創業以降、上場までどのように会社が大きくなっていったのでしょうか？

それ以降、毎年1名ずつ社員を採用し、年間10～20件程度のペースで自治体との契約件数は増えていきました。2008年の採用以降は新卒社員を継続し採用しています。現在、当社の社員の約65%は新卒入社です。創業間もない当時と変わらず、自分で自分を認めるといふことや、酔いしれるということではなく、自分を律することで、前進するためのエネルギーに変えてきました。福岡本社の企業ですので、2016年に福証Q-Boardと東証マザーズに上場しました。上場した今も、決して現状に甘んじることなく、上場を機にさらに事業を拡大するべく、まだまだやるべき課題は多くあります。その課題をどのようにクリアしていくか、という次の戦略に思考に既に切り替わっています。

■ 自治体が所有している遊休スペースの有効活用による、財源確保の支援というイメージですが、あらためて、主たる事業と事業環境、競合他社比における強みについて教えてください。

メイン事業は、「財源確保支援サービス」で、DS(デッドスペース)サービス、MC(メディアクリエーション)サービスを展開しております。他に「BPO支援サービス」として、ビジネスプロセスコンサルティングサービス、営業代行サービス、マーケティングリサーチサービスや自治体と地域住民をつなぐ行政情報アプリ「マチイロ」を運営する、「情報プラットフォームサービス」があります。そして、自治体と広告主をつなぐ広告マーケットプレイス「LAMP」を運営する「マーケットプレイスサービス」があります。

「財源確保支援サービス」内のDSサービスは、ホームページや広報紙、職員用庁内パソコンなど、自治体が持つ遊休スペースに広告枠を設け、収益化するサービスであり、当社の創業以来の基幹となるサービスになります。自治体の遊休スペースを広告枠として買い取り、企業へ販売することで、自治体には財源確保の機会を、企業にはサービスや販売促進の機会を提供することで両者双繁栄のサービスとなります。

MCサービスは、2013年から展開しています。自治体が発行する冊子を当社が全て無償で制作し、自治体へ納品をしています。具体的には、子育てや空き家対策のハンドブック、防災ハンドブックなど自治体が対象となる住民の方々へ配布する専門性の高い冊子になります。冊子の中に、一定数の割合で広告枠を設け、企業へ販売しています。紙媒体だけではなく、IT化することで、多面的にチャンネルを掛け算で増やしていくことを考えています。

「BPO支援サービス」は、事前調整から、企画立案・実行、効果検証、次の施策につながる提案まで一貫したソリューションを提供することで自治体が抱える課題解消の支援を行う、「ビジネスプロセスコンサルティングサービス」を始め、「営業代行サービス」や「マーケティングリサーチサービス」を展開しております。

「情報プラットフォームサービス」は、行政情報アプリ「マチイロ」を運営しております。自治体が発行している広報紙やホームページの

新着情報をスマホなどで読むことができ、自治体と地域住民をつなぐアプリとして展開しています。自治体からの情報の他に「ふるさと納税」や「全国の自治体のニュース」などその他コンテンツを充実させております。

■ 自治体が所有している遊休スペースの有効活用による、財源確保の支援というイメージですが、あらためて、主たる事業と事業環境、競合他社比における強みについて教えてください。

「マーケットプレイスサービス」は自治体と広告主をつなぐ広告マーケットプレイス「LAMP」を運営しております。自治体は、広報紙やホームページなどの広告媒体の登録や、広告主の募集・管理等を Web で一元的に行うことができるため、自治体の業務負担は軽減され、企業についても、広告媒体の検索から申し込みまで「LAMP」上で行うことが可能であり、広告出稿の手続きなど関連する一連の作業を効率化いただけます。今後、自治体のみならず、新聞やフリーペーパー、Web メディアなど様々な媒体も登録される予定となっており、地域に強い広告マッチングサイトとしても民間企業に活用していただくことが可能となります。

当社は約900を超える契約案件が実績としてあること、長年に渡り自治体に関する広告を手掛けていること、自治体に対するブランディングが当社の強みです。

このビジネスは特に、大規模・中規模の自治体をどの程度占有しているかが重要となります。大手の広告代理店が参入するにはニッチなマーケットであり、そういう意味では参入障壁が高いビジネスであると考えております。

DS(デッドスペース)サービス

自治体の遊休スペースを新たな財源に変える



MC(メディアクリエイション)サービス

自治体が発行する専門性の高い冊子が無償で制作・納品

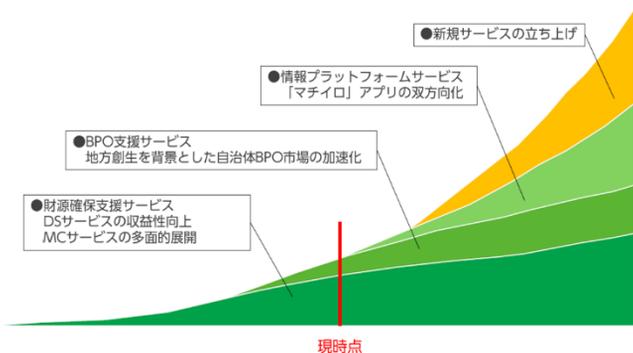


※経費削減額等…MCサービスにおける制作原価を自治体における制作原価を自治体における経費削減額や付加価値の額と仮定しております。

■ 今後の成長戦略、ビジョンについて聞かせてください。

2022年には、売上高100億円を目指したいと考えています。株主還元としては、中長期的な利益成長で還元していきたいと考えています。そして、一緒に働く従業員の幸せを大切に、一緒に働く仲間を育て、企業としてさらに成長させることがこの3ヶ年でやるべきことと考えています。現在提供しているITを活用したサービスが伸びることを想定すると、中長期的に利益に貢献してくるものと考えています。株主の皆様には中長期的な視点での成長を見て頂けるように邁進して参ります。

「自治体に特化したサービス会社」を目指す



取材後のひとこと

2017年6月期第2四半期決算は、売上高705百万円、営業損失81百万円であるが、これは、第二創業期との位置づけの今期、予算計画に基づく人材の確保及び育成、採用教育関連への投資の強化によるものである。通期予想は変更なし。自治体の財源確保に貢献する同社のサービスはITの活用を軸に多面的に展開されるならば、地方創生と、地方企業の活性化に繋がると中長期的な目線で成長期待ができる企業と言えそうである。

免責

東京IPOに掲載されている情報は、データ及び記事の内容、正確さに細心の注意をはらい、万全を期しておりますが、人為的なミスや機械的なミス、取材過程におけるミスなどにより誤りが混入する可能性があり、情報の真偽、株式の評価に関する正確性・信頼性等については一切保証されておりません。

また、東京IPOに掲載されている情報は、投資判断の参考として投資一般に関する情報提供を目的とするものであり、投資の勧誘を目的とするものではありません。東京IPOに掲載されている情報に基づいて被ったいかなる損害についても、運営者及び情報提供者は一切の責任を負いません。提供する情報等は作成時現在のものであり、今後予告なしに変更又は削除されることがございます。

本書の内容に関する一切の権利は当社にありますので、当社の事前の書面による了解なしに転用・複製・配布することはできません。内容に関するご質問・ご照会等にはお応え致しかねますので、あらかじめご容赦ください。