

|| 企業調査レポート ||

ソフトブレーション

4779 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 10 月 17 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2017年12月期第2四半期累計は会社予想を上回る	01
2. 2017年12月期業績も過去最高業績更新が続く見通し	01
3. 2017年12月期中に中期経営計画を発表予定	01
4. 配当性向30%を目安に配当を実施	02
■ 会社概要	02
1. 会社沿革	02
2. 事業内容	03
■ 業績動向	08
1. 2017年12月期第2四半期累計の業績概要	08
2. 事業セグメント別動向	09
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
1. 2017年12月期の業績見通し	12
2. eセールスマネージャー関連事業の取り組み方針	12
3. 中期経営計画について	14
■ 株主還元策について	15

■ 要約

「働き方改革」を追い風に、営業の生産性向上に寄与する eセールスマネージャー関連事業の好調が続く

ソフトブレイン<4779>は企業の営業課題を解決、支援するための営業支援システム(CRM/SFA)の国産ベンダー最大手。子会社で展開しているフィールドマーケティング事業も着実に成長し、収益基盤の拡充が進む。

1. 2017年12月期第2四半期累計は会社予想を上回る

2017年12月期第2四半期累計(2017年1月-6月)の連結業績は、売上高が前年同期比8.3%増の3,943百万円、営業利益が同7.1%増の437百万円となり、第2四半期累計として過去最高業績を更新、期初予想も上回った。フィールドマーケティング事業がスポット案件の減少等により低迷したものの、主力のeセールスマネージャー関連事業の好調でカバーした。企業が「働き方改革」に取り組むなか、営業の生産性向上に向けたIT投資を活発化させていること、その中で使い勝手No.1として高い評価を獲得している「eセールスマネージャー」の引き合いが好調なほか、営業スキルトレーニングなどコンサルティング・教育研修サービスの需要も拡大していることが要因だ。

2. 2017年12月期業績は過去最高業績更新が続く見通し

2017年12月期の連結業績は、売上高が前期比6.2%増の8,200百万円、営業利益が同4.5%増の1,060百万円と増収増益が続く見通し。期初予想を据え置いているが第2四半期まで予想を若干上回って推移していること、eセールスマネージャー関連事業の好調が続く見通しであることから会社予想を達成する可能性は高いと弊社では見ている。「eセールスマネージャー」は下期も使い勝手向上に向けた開発を継続していくほか、既存機能の強化や他社システムとの更なる連携強化を進めるなど、製品競争力を強化して更なる収益拡大を目指していく。

3. 2017年12月期中に中期経営計画を発表予定

同社は2017年12月期中に中期経営計画を策定し発表する予定としている。事業戦略としては、eセールスマネージャー関連事業では製品領域の更なる拡大、IoTの強化、他社システムとの連携などを進めていくほか、AI技術を活用した新たなアプリケーション、サービスなどの開発を進めていく方針。また、フィールドマーケティング事業では、「フィールド・クラウドソーシング」という新たな事業コンセプトのもと、全国に構築した約6.5万人の登録キャストを基盤とした営業活動・販促支援活動を強化していくほか、「Point of Buy® 購買理由データ提供サービス」*等の新サービスを育成し更なる成長を目指していく。なお、同事業を展開するソフトブレイン・フィールド(株)については今後、株式上場のほか他社との資本業務提携なども視野に入れ、企業価値の向上に取り組んでいく方針としている。

* 国内最大級の20万人の登録会員に向けて、調査対象となる商品・サービス(消費財で約6,000ブランド、飲食店約200チェーン)に関する購買理由をレシート画像とともにインターネットを通じて収集し、消費財メーカー等に提供するサービス。レシートを活用することで、購入日時や場所も含めて精緻な分析データをタイムリーに収集できる。

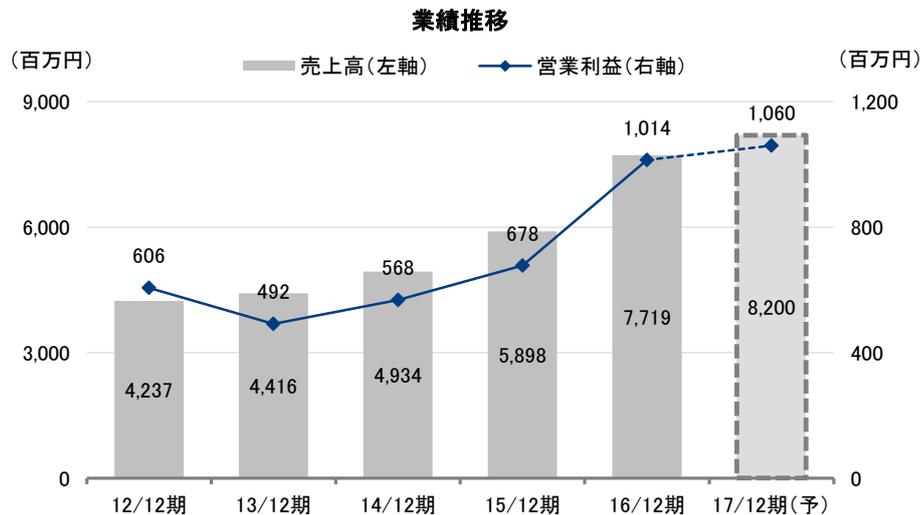
要約

4. 配当性向 30% を目安に配当を実施

2017年12月期の1株当たり配当金は前期比2.0円増配の7.0円(配当性向30.6%)を予定している。当面は格別の資金需要がない限り、配当性向30%を目安に継続的に配当を行う方針となっている。このため今後も利益成長が続けば、配当も増加していくものと予想される。

Key Points

- ・ eセールスマネージャー関連事業とフィールドマーケティング事業が両輪
- ・ 2017年12月期業績は連続で過去最高を更新する見通し
- ・ eセールスマネージャーは機能強化と使い勝手向上により更なる成長目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

eセールスマネージャー関連事業と フィールドマーケティング事業が両輪

1. 会社沿革

同社は1992年創業のソフトウェア開発会社で、営業部門の生産性向上に寄与するソフトウェア「eセールスマネージャー」を1999年に開発し、以降、同ソフトウェアの開発販売を主に事業を展開してきた。

ソフトブレイン | 2017年10月17日(火)
4779 東証1部 | <http://www.softbrain.co.jp/>

会社概要

また、業容拡大のため2004年から2006年にかけて、子会社を相次いで設立した。2004年には小売店舗における売場構築や情報収集などのフィールドマーケティング支援業務の受託を行うソフトブレイン・フィールドや、営業課題にフォーカスしたコンサルティング・スキルトレーニング等を行うソフトブレイン・サービス(株)を設立。2005年には、ソフトウェアオフショア開発案件の受注、プロジェクト管理を行うソフトブレイン・オフショア(株)を設立したほか、営業及び販売促進に関する雑誌・書籍の発行、販売を行う(株)ダイヤモンド・ビジネス企画の株式を取得し子会社化した。2006年にはタブレットやスマートフォンの導入コンサルティングを行うソフトブレイン・インテグレーション(株)を設立し、現在に至っている。

会社沿革

年月	沿革
1992年 6月	土木業界向けソフトウェアの開発及び販売を目的として札幌市にソフトブレイン有限会社を設立(1998年東京移転)
1992年11月	同社を株式会社組織変更
1999年 8月	営業支援システム(CRM/SFA)「eセールスマネージャー」誕生
2000年12月	東京証券取引所マザーズに上場(2005年に東証一部指定)
2001年 6月	創業来の事業であったサイエンスソリューション事業から撤退し、現在の「営業課題解決事業」へ事業転換
2004年 7月	小売店舗とサービス現場における情報収集と業務の受託を行うことを目的として、ソフトブレイン・フィールド株式会社(連結子会社)を設立
2004年 8月	中小企業向けのサービス販売及びサポートを行うことを目的として、ソフトブレイン・サービス株式会社(連結子会社)を設立
2005年 9月	営業及び販売促進に関する雑誌ならびに書籍の発行、販売を目的として株式会社ダイヤモンド・セールス編集企画(連結子会社、現株式会社ダイヤモンド・ビジネス企画)の株式取得 ソフトウェアオフショア開発案件の受注、プロジェクト管理を目的としてソフトブレイン・オフショア株式会社(連結子会社)を設立
2006年 2月	システムインテグレーション事業を行うことを目的として、ソフトブレイン・インテグレーション株式会社を設立(連結子会社)
2010年 6月	主力製品である「eセールスマネージャー」のグレードアップ版としてマルチクラウド対応の「eセールスマネージャー Remix Cloud」を販売開始
2013年 2月	ソフトブレイン・フィールド株式会社が購買理由データサービスを提供開始
2014年 2月	使い勝手 No.1 の営業支援システム(CRM/SFA)を目指し「eセールスマネージャー Remix Cloud」を大幅リニューアル。デザイン・ユーザーインターフェイスを刷新・改良した Revision5 を提供開始
2014年 7月	ソフトブレイン・インテグレーション株式会社が米 Apple 社の認定を受け Apple Consultants Network に参加
2016年 4月	eレセプションマネージャー販売開始
2016年 9月	株式会社シャノンとの業務提携を発表
2017年 1月	Tableau Japan(株)が提供する BI ツール「Tableau」の技術を活用した BI サービス「eセールスマネージャー Analytics」を実装した Revision6 を提供開始

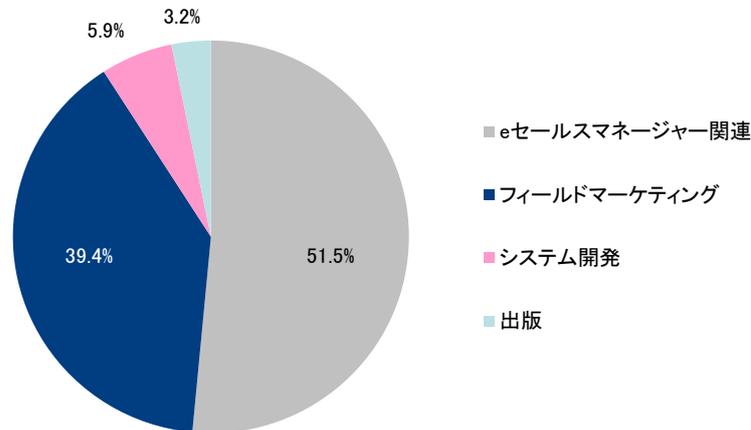
出所：有価証券報告書及びホームページよりフィスコ作成

2. 事業内容

同社の事業は「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」「システム開発事業」「出版事業」の4つに区分されている。売上高、利益ともに「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」で大半を占めており、両事業が収益の2本柱となっている。また、連結子会社数は2017年6月末時点で5社となっている。各事業の概要は以下のとおり。

会社概要

事業セグメント別売上構成比(2017年12月期第2四半期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

グループ会社と事業内容

会社名	出資比率	主な事業内容
eセールスマネージャー関連事業		
ソフトブレイン	-	営業支援システム (CRM/SFA) のライセンス販売、Cloud サービス
ソフトブレイン・サービス	98.7%	営業コンサルティング、営業スキルトレーニング
ソフトブレイン・インテグレーション	100.0%	タブレットやスマートフォン等を活用した業務コンサルティング及び教育
フィールドマーケティング事業		
ソフトブレイン・フィールド	85.6%	フィールド活動業務、マーケットリサーチ
システム開発事業		
ソフトブレイン・オフショア	100.0%	ソフトウェアの受託開発
出版事業		
ダイヤモンド・ビジネス企画	70.0%	ビジネス書籍の企画・編集・発行

出所：会社資料よりフィスコ作成

(1) eセールスマネージャー関連事業

eセールスマネージャー関連事業は、営業支援システム (CRM/SFA) 「eセールスマネージャー」のライセンス販売、クラウドサービス、カスタマイズ開発及び営業コンサルティング、営業スキルトレーニングのほか、タブレットやスマートフォンなどスマートデバイスの導入支援サービス及び教育サービスなどからなる。同社では企業が抱える営業課題解決のための仕組みづくり (ITを活用した営業の情報武装) として、「eセールスマネージャー」やスマートデバイスの販売・導入コンサルティングを行い、また、型づくりとして営業課題にフォーカスしたコンサルティングやトレーニングを実施していくことで、より効果的に営業生産性を高めていく取り組みを子会社と連携しながら進めている。なお、ソフトブレイン・インテグレーションは2014年に米Appleの認定を受け、Apple Consultants Networkに参加しており、現在はiPhoneやiPadなどiOSデバイスの企業への導入支援サービスを中心に事業展開している。

会社概要

「eセールスマネージャー」は、営業活動における各工程を「見える化」することによって定量的に状況を把握し、改善点を抽出することによって、営業効率の向上を図るソフトウェアツールとなる。販売形態としては、ソフトウェアのライセンス販売で収入を得るライセンス型と、月額使用料を徴収するクラウド型とに分けられ、その比率は半々程度となっている。また、ライセンス型にはサーバーなどの物理環境を自社で構築するオンプレミス型と、サーバーを保有しないホスティング型とに分けられ、ここ最近ではサーバーなどの設備負担を必要としないホスティングサービスを利用する顧客が増加傾向にある。クラウド型に関しては「eセールスマネージャー Remix Cloud」(1ID 当たり月額 6,000 円～)のほか、従業員 10 名以下の中小企業向けに機能を絞った簡易版「eセールスマネージャー nano」(1ID 当たり月額 1,000 円)を提供しており、各種オプションメニューも用意している。

「eセールスマネージャー」の販売形態

	クラウド型	ホスティング型	オンプレミス型
概要	・ハードウェアの導入は行わず、月額レンタル式で環境を貸し出すタイプ	・「eセールスマネージャー」のライセンスを購入し、クラウドサービスのインフラ上で運用を行うタイプ	・自社内にサーバーを導入・設置し、システム構築・運用を行うタイプ
長所	・初期コストがサーバー構築に比べ安い ・システム運用面（セキュリティなど）の負荷がかからない	・サーバー構築費用が発生しない ・システム運用面（セキュリティなど）の負荷がかからない ・ランニングコストがクラウドより安い	・長期利用コストを考えると割安 ・既存システムとの連携や追加機能などカスタマイズが柔軟に可能
短所	・長期間の使用を考えるとコストが割高になる	・初期コストがクラウドよりも高い	・初期コストがクラウドより高い ・システム運用・維持に人件費が発生する
推奨顧客	・特定部署・支店などでの導入 ・システム部門が不在 ・初期コストを抑えたい ・資産化したくない	・50名以上での利用 ・費用をリースにかけたい ・システム部門が不在 ・ランニング費用を抑えたい	・50名以上での利用 ・既存システムが多数存在 ・セキュリティ上、外部にデータが預けられない ・ランニング費用を抑えたい ・費用をリースにかけたい

出所：ホームページよりフィスコ作成

eセールスマネージャー Remix Cloud の料金体系

基本ライセンス (クラウドの場合)		主なオプションライセンス	
プラン	価格	プラン	価格
スタンダード	月額 ¥ 6,000 ～ / ユーザー	マップライセンス	月額 ¥ 1,000 ～ / ユーザー
ナレッジシェア (閲覧のみ)	月額 ¥ 2,000 ～ / ユーザー	名刺デジタル化	初期費用 ¥ 60,000 ¥ 35 / 枚
スケジュールシェア (グループウェアのみ)	月額 ¥ 1,000 ～ / ユーザー	アナリティクス	月額 ¥ 3,500 / ユーザー
		アナリティクス Desktop	月額 ¥ 9,500 / 台
		データ接続用リモート環境費用 (クラウド、ホスティングの場合)	月額 ¥ 12,000 / 台

出所：ホームページよりフィスコ作成

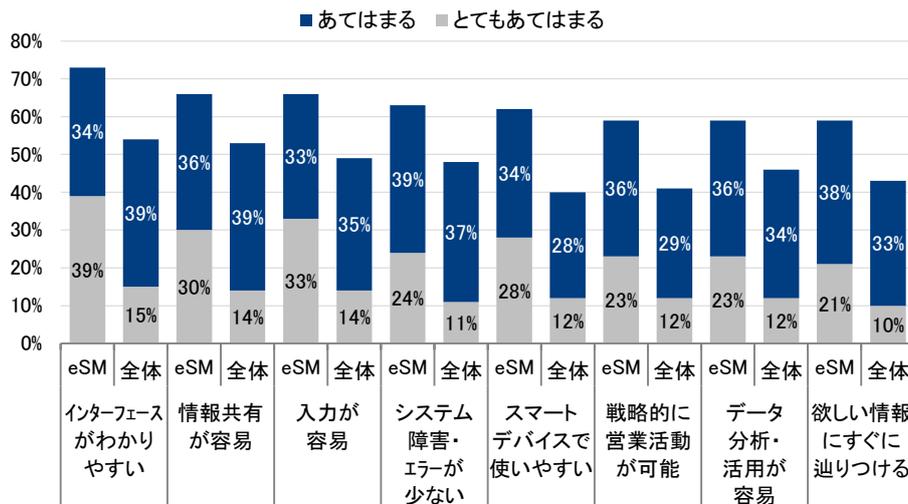
現在、営業支援システム (CRM/SFA) の競合企業は (株) NI コンサルティング、米 Salesforce.com inc. (クラウド型のみ) など。クラウド市場だけで見ると Salesforce.com がトップシェアを握っているが、国産ベンダーとしては同社が最大手となる。

会社概要

同社の強みは大きく3点挙げられる。第1に、「使い勝手」の面において業界で最も高く評価されていることである。調査会社の(株)ネオマーケティングが、2017年4月にCRM/SFAの利用ユーザーに対して実施した調査によれば、主要5ベンダーの中で「eセールスマネージャー」が使い勝手に関するすべての項目においてトップとなり、使い勝手No.1製品としての評価を獲得している。第2に、サービス形態がクラウド型、ホスティング型、オンプレミス型とすべての顧客ニーズに対応が可能であることが挙げられる。大企業の場合はカスタム仕様の要求も多いが、こうしたニーズにも対応できる柔軟な設計・開発力を有している。競合他社のクラウドサービスを利用していた企業が、使い勝手の悪さから同社のオンプレミスサービスに切り替える案件も増えてきている。そして第3の強みとしては、製品を導入するだけにとどまらず、導入効果を高めるための教育、トレーニングや導入後の定着支援サービスなどトータルソリューションサービスとして提供できる体制を構築していることが挙げられる。

こうした強みを背景に、「eセールスマネージャー」は1999年の販売開始以降、導入実績で累計4,000社を超えており、顧客企業も製造業からサービス業に至るまで幅広い企業に導入が進んでいる。

CRM/SFAの使いやすさに関する満足度調査



出所：(株)ネオマーケティング調べ（2017年4月、n=400）。調査対象はeセールスマネージャー、Oracle CRM、Sales Cloud、Microsoft Dynamics CRM、SAP Digital CRMの5部門

(2) フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレイン・フィールドで展開しており、主に店頭におけるフィールド活動やマーケット調査などを、30～50代の主婦層を中心としたキャスト（登録スタッフ）を活用して行っている。また、フィールド活動を行うラウンダー人材の派遣・紹介事業「ラウンダー人材バンク」などを展開している。

会社概要

フィールド活動とは、主に食品や日用品など消費財メーカーの新商品発売時期に小売店舗において、当該商品に関する店舗商談、売場構築、POP 広告設置作業などを行う業務となる。従来はこうした業務をメーカーの社員が行っていたが、販促費の効率化を図るためにアウトソーシングする流れとなっている。顧客企業は過去実績を含めて350社以上で、食品・飲料やヘルスケア関連メーカーを中心に多岐に広がっている。キャスト数は2017年5月時点で約6.5万人と国内最大級のネットワークを構築しており、カバー店舗数もドラッグストアやコンビニエンスストア、専門店など様々な業態にわたって全国で12万店舗を超えている。

業態別カバー店舗数		エリア別登録キャスト数	
業態	2017年5月 実績店舗数	エリア	2017年5月 人数
ドラッグストア	20,774	北海道	4,529
GSM・SM	21,098	東北	3,921
コンビニエンスストア	16,800	北関東	4,250
書店	9,163	首都圏	19,015
ホームセンター	4,385	甲信越・北陸	4,923
ディスカウントストア	2,375	中部	6,030
家電量販店	3,755	近畿	9,629
専門店	25,409	中・四国	5,430
その他	19,878	九州	8,257
合計	123,637	合計	65,984
		女性	47,816
		男性	18,168

出所：会社資料よりフィスコ作成

また、2013年から開始している「Point of Buy® 購買理由データ提供サービス」は、調査対象となる商品・サービス(消費財で約6,000ブランド、飲食店約200チェーン)に関する購買理由をレシート画像とともにインターネットを通じて収集し、消費財メーカー等に提供するサービスとなる。企業は、実際の購入者からの購買理由に関するアンケート調査を購入日時や場所も含めてタイムリーに実施でき、新商品等のマーケティング分析や販促計画の立案に活用することが可能となる。アンケート調査はクレディセゾン<8253>の「永久不滅.com」の会員向けに実施されているほか、2017年6月からは(株)マイクロアドと業務提携して運営を開始したスマートフォンアプリ「トコトコマイル」を通じても行われている。調査協力者に対してはポイントまたはマイルが付与される仕組みとなっている。

(3) システム開発事業

子会社のソフトブレイン・オフショアでソフトウェアの受託開発を行っている。2013年9月に事業構造改革により中国の開発子会社を売却したが、現在も同社を外注先として活用しているほか、ベトナムや国内ニアショアの活用も進めている。2016年8月には(株)大洋クラウドサービスとの協業により、沖縄に開発拠点を開設した。

(4) 出版事業

子会社のダイヤモンド・ビジネス企画によるビジネス書籍の企画・発行・販売事業となる。(株)ダイヤモンド社との合併による協力関係を活用し、書籍の出版を通じて企業のマーケティング・IR・ブランディングをしており、通常のビジネス書籍のみならず、企業の歴史を伝える「新しい」社史制作という切り口で、企業ブランディングにおける新たな価値創出を推進している。

業績動向

eセールスマネージャー関連事業の好調により、 2017年12月期第2四半期累計も増収増益続く

1. 2017年12月期第2四半期累計の業績概要

2017年12月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比8.3%増の3,943百万円、営業利益が同7.1%増の437百万円、経常利益が同7.5%増の435百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同19.9%増の290百万円となり、第2四半期累計として過去最高業績を更新したほか期初会社予想比でも売上高で3.8%、営業利益で4.1%上回るなど好決算となった。

フィールドマーケティング事業が低調に推移したものの、主力事業であるeセールスマネージャー関連事業の好調でカバーした。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益が2ケタ増益となったが、これは実効税率が前年同期の35.0%から30.8%に低下したことや、ソフトブレイン・フィールドの減益に伴い非支配株主に帰属する四半期純利益が前年同期比で10百万円減少したことが要因となっている。

2017年12月期第2四半期累計連結業績

(単位：百万円)

	16/12期2Q累計		期初予想	17/12期2Q累計			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前年同期比	予想比
売上高	3,642	-	3,800	3,943	-	8.3%	3.8%
売上原価	2,357	64.7%	-	2,446	62.0%	3.8%	-
販管費	876	24.1%	-	1,059	26.9%	20.9%	-
営業利益	408	11.2%	420	437	11.1%	7.1%	4.1%
経常利益	405	11.1%	420	435	11.1%	7.5%	3.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	242	6.7%	250	290	7.4%	19.9%	16.2%

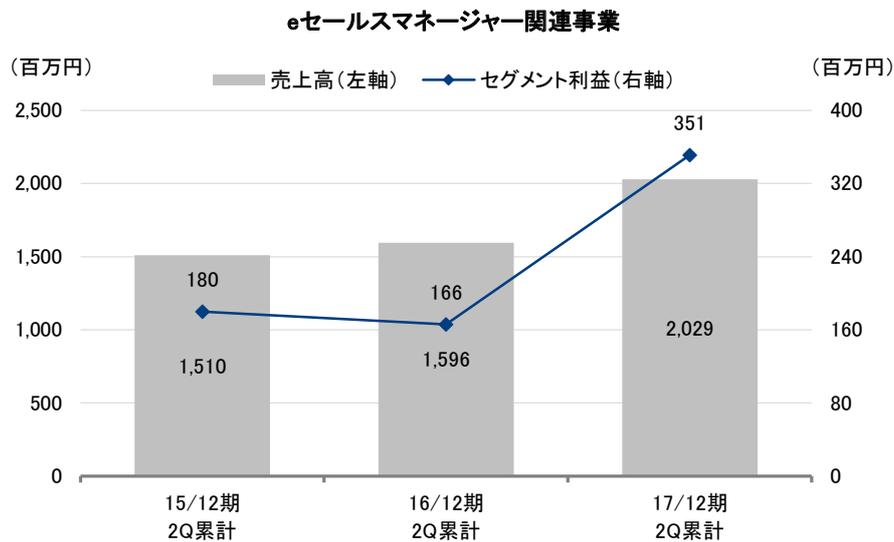
出所：決算短信よりフィスコ作成

eセールスマネージャー関連事業の好調が続く

2. 事業セグメント別動向

(1) eセールスマネージャー関連事業

eセールスマネージャー関連事業の業績は、売上高（外部顧客向け、以下同様）が前年同期比 27.1% 増の 2,029 百万円、セグメント利益が同 110.7% 増の 351 百万円となった。売上高の内訳を見ると、同事業の 8 割以上を占める「eセールスマネージャー」の販売が前年同期比 29% 増となったほか、営業課題にフォーカスしたコンサルティングや研修トレーニング等の教育・研修サービスと同 43% 増と好調に推移した。一方、スマートデバイスの導入支援サービスは同 13% 減となった。セグメント利益率は、限界利益率の高い「eセールスマネージャー」の好調により、前年同期の 10.4% から 17.3% と大きく上昇した。



出所：決算短信よりフィスコ作成

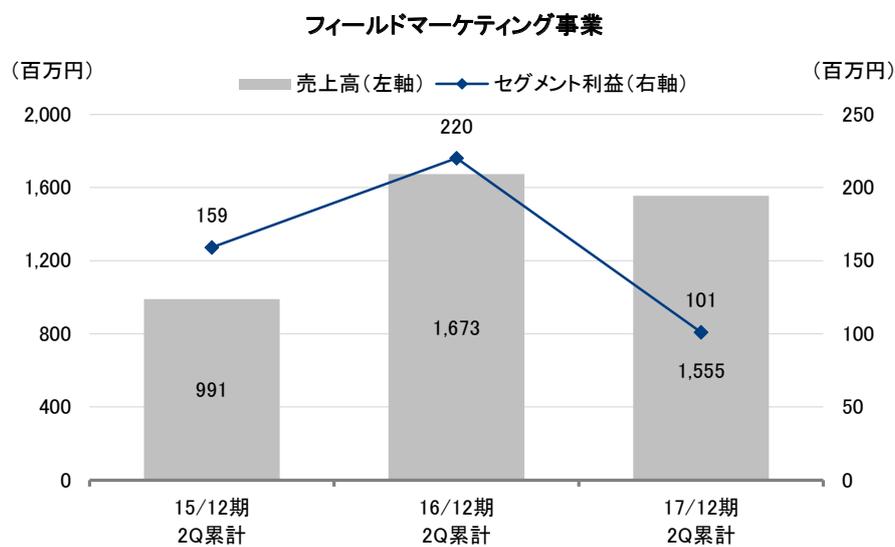
「eセールスマネージャー」が好調な要因として、企業が「働き方改革」に取り組むなかで、営業部門の生産性向上に寄与する営業支援ツールに対する投資意欲が活発化していること、その中で使い勝手 No.1 として高い評価を獲得している自社製品の引き合いが増加していることが考えられる。

このため 2016 年以降、大企業からのオンプレミス型の大型案件の引き合いや、同業他社からのリプレイス案件などが増加傾向にある。また、教育・研修サービスの需要も旺盛だ。ベテラン営業マンが退職するなかで、そのノウハウを効果的に若手社員や新人社員に継承していきたいとする企業からのニーズが増加している。同サービスについては、「eセールスマネージャー」の導入に合わせて受注するケースのほか、同サービスがフック役となって「eセールスマネージャー」の受注に至るケースもあり、グループ内でのクロスセルがうまく機能していると言える。

業績動向

(2) フィールドマーケティング事業

フィールドマーケティング事業の業績は、売上高が前年同期比 7.0% 減の 1,555 百万円、セグメント利益が同 54.0% 減の 101 百万円となった。フィールド活動一括受託などのストックビジネスについては安定的に推移したものの、店頭調査等のスポット案件が減少したことが売上高の減収要因となった。また、利益面では減収要因に加えて、更なる成長に向けた体制の強化（管理部門の人材強化やコーポレートサイトリニューアル、ラウンダー専用求人サイトの開設等）と「Point of Buy® 購買理由データ提供サービス」等の新規事業への積極的な投資を実施したことが減益要因となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) システム開発事業

システム開発事業の業績は、売上高が前年同期比 0.9% 増の 232 百万円、セグメント利益が同 49.0% 減の 4 百万円となった。売上高は堅調に推移したものの、人件費の増加に伴う原価率の上昇により減益となった。同事業に関しては人的リソースが限られるなかで既存顧客の深耕と新規顧客の獲得、プロジェクト管理の徹底により、安定収益を確保していくことを重点方針としている。

(4) 出版事業

出版事業の業績は、売上高が前年同期比 11.5% 減の 125 百万円、セグメント損失が 18 百万円（前年同期は 13 百万円のセグメント利益）となった。書籍販売の減少に加えて、制作コストの増加や在庫評価減の計上等が収益の悪化要因となった。

なお、ダイヤモンド・ビジネス企画では電子書籍市場の拡大に向けた新たな施策として、(株)紀伊國屋書店と電子書籍領域で業務提携したことを 2017 年 4 月に発表した。具体的には、同社で書籍を出版した著者や著者企業に対して、紀伊國屋書店の展開する電子書籍配信販売サービス「紀伊國屋書店 Kinopyy」で利用できる Kinopyy クーポンを提供（販売）し、著者企業がクーポンを読み手となる読者に無料で配布、読者が同クーポンを使って「紀伊國屋書店 Kinopyy」で当該書籍をダウンロードできる無料配信サービスとなる。

業績動向

これにより書籍が株主や社員、求職者など様々なステークホルダーに対する企業のコミュニケーションツールとして、今まで以上に活用されることが想定される。

収益拡大とともに財務の健全性も向上

3. 財務状況と経営指標

2017年12月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比で70百万円増加の5,425百万円となった。流動資産では現預金が9百万円増加し、固定資産ではソフトウェアが68百万円増加した。

負債合計は前期末比84百万円減少の1,702百万円となった。前受金が152百万円増加した一方で、有利子負債が28百万円、未払金が47百万円、未払役員賞与が30百万円、支払手形及び買掛金が17百万円それぞれ減少した。また、純資産は前期末比154百万円増加の3,723百万円となった。配当金の支払額147百万円を支出した一方で、親会社株主に帰属する四半期純利益290百万円を計上したことによる。

主要経営指標を見ると、経営の安全性を示す自己資本比率が前期末の63.5%から65.4%に上昇したほか、有利子負債比率が8.7%から7.6%に低下するなど、収益の拡大を背景に財務内容も着実に良化していることがうかがえる。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	14/12期	15/12期	16/12期	17/12期2Q	増減額
流動資産	3,589	3,903	4,858	4,857	-1
(現預金)	2,677	2,687	3,177	3,186	9
固定資産	555	497	496	568	71
資産合計	4,145	4,401	5,355	5,425	70
負債合計	1,134	1,533	1,786	1,702	-84
(有利子負債)	180	352	296	268	-28
純資産合計	3,011	2,867	3,568	3,723	154
主要経営指標					
(安全性)					
自己資本比率	63.0%	62.2%	63.5%	65.4%	
有利子負債比率	6.9%	12.9%	8.7%	7.6%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2017年12月期業績は連続で過去最高を更新する見通し

1. 2017年12月期の業績見通し

2017年12月期の連結業績は、売上高が前期比6.2%増の8,200百万円、営業利益が同4.5%増の1,060百万円、経常利益が同4.5%増の1,060百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同1.9%増の670百万円となる見通し。第2四半期までの進捗率は会社予想を上回っているものの、eセールスマネージャー関連事業、フィールドマーケティング事業とも繁忙期である第4四半期の状況がまだ流動的なため、期初予想を据え置いた格好となっている。

ただ、第3四半期もeセールスマネージャー関連事業が大型案件を中心に販売の好調が続いていることから、会社予想の達成は可能と弊社では見ている。フィールドマーケティング事業についてはスポット案件の動向次第だが、顧客対象を従来のナショナルブランドメーカー以外に広げていくこと、また、新規事業の育成等により早期の収益回復を目指していく考えだ。その他、システム開発事業では新規顧客の獲得、出版事業ではコスト削減や営業体制の見直しにより、下期の収益回復を見込んでいる。

2017年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/12期		17/12期		2Qまでの	
	実績	売上比	会社予想	売上比	前期比	進捗率
売上高	7,719	-	8,200	-	6.2%	48.1%
営業利益	1,014	13.1%	1,060	12.9%	4.5%	41.3%
経常利益	1,013	13.1%	1,060	12.9%	4.5%	41.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	657	8.5%	670	8.2%	1.9%	43.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

eセールスマネージャーは機能強化と使い勝手向上により更なる成長目指す

2. eセールスマネージャー関連事業の取り組み方針

「eセールスマネージャー」については、下期も各種機能（案件管理機能、コミュニケーションツール等）の強化や他社システムとの連携を進めていくほか、管理者用UIの刷新も図るなど使い勝手向上に向けて、更なる製品力の向上に取り組んでいく。

今後の見通し

他社システムとの連携では、親和性の高いMAツールで業界トップであるシャノンの「SMP」との連携第2弾を2017年6月に発表している。キャンペーン情報の相互連携を実現する「双方向連携」のほか、「SMP」上で抽出された確度の高い見込み客の情報をタイムリーに「eセールスマネージャー」に反映する「ホットリード（見込み客）連携」、「eセールスマネージャー」に蓄積した商談・コンタクト情報を「SMP」にフィードバックする「案件情報連携」、セミナーへの出欠席状況を両システム上で管理する「セミナー出欠席連携」などを追加した。これにより、マーケティングと営業の両部門において情報の一元管理が実現するだけでなく、相互活用することでマーケティングと営業が一体となった戦略的な活動が実現可能となり、新規顧客の開拓が進むものと期待される。なお、今後も両社では更なる価値向上を目指した連携機能の強化に取り組んでいく方針となっている。

そのほか、中小企業向けの「eセールスマネージャー nano」についても2017年6月に全面リニューアルを実施し、使い勝手を大幅に向上させている。スマートフォンやPCにおけるUIを刷新し、操作性を大幅に向上した。中小企業ではまだ営業部門でITツールの導入がさほど進んでいないが、経理部門で会計システムの普及が進んだように、今後は営業部門においても営業支援ツールの普及が進んでいくものと予想される。1ユーザー当たり利用料金は月額1,000円と安価なため、業績へのインパクトはまだ軽微なものの、将来的には同社の収益に貢献する製品に成長するものと予想される。また、ロボティクス分野ではヒト型ロボットのPepperを使った「eレセプションマネージャー」に続く第2弾として「Pepperセミナー受付」の開発を行っていく計画となっている。

「eセールスマネージャー」については、システム導入後に受注件数や売上高、営業効率などが数倍に向上するなど高い導入効果を実現できたとの事例も多くでてきており、直近では上場企業も含めて営業の生産性向上施策として導入する企業も増えてきている。スマートフォンやタブレット端末などのスマートデバイスの普及によって、営業マンが外出中においても同ツールを使えるようになり、従来よりも導入効果がより発揮される環境が整ってきたこと、また、「働き方改革」によって残業時間に制限がかかるなかで、営業の生産性向上に対する企業の投資意欲が活発化していることが背景にある。

こうした市場環境下において、使い勝手で業界No.1の評価を獲得し、個々の顧客の要望にも柔軟に対応できるなど製品競争力の高さだけでなく、導入効果を高めるためのコンサルティングや導入後の定着支援、サポート体制といったサービス面でも盤石の体制を整備していることが強みとなり、今後も「eセールスマネージャー」の成長が続くものと弊社では予想している。

今後の見通し

最近の「eセールスマネージャー」導入事例

発表日	顧客名	導入の主な背景	eセールスマネージャー選択理由	導入に期待する効果
2017年6月9日	全国保証 <7164>	金融機関との新規契約締結、既存金融機関との関係強化に向けた付加価値向上、業務効率化による収益性向上	<ul style="list-style-type: none"> 顧客金融機関の本部と支店の2ルートの営業プロセスを連動させる仕組みが設計可能なこと システム導入だけでなく、コンサルティングやサポート体制が充実していること 	<ul style="list-style-type: none"> 情報共有による営業力強化 行くべき金融機関、支店への営業活動の促進 業務引き継ぎの効率化
2017年6月28日	ティーケーピー <3479>	2万社を超える顧客企業の中で、ヘビーユーザーに成り得る大企業を中心とした顧客層に対して、顧客ニーズを深耕し、様々な利用提案を行うことで顧客単価上昇を図っていく	-	<ul style="list-style-type: none"> 顧客満足度、リピート率の向上による顧客単価の上昇と売上高拡大
2017年7月12日	大興電子通信 <8023>	中期計画としてストックビジネスの強化、新ビジネスの立ち上げ、マネジメントの最適化、営業と開発の品質向上に取り組んでおり、その一環として営業の見える化に着手	<ul style="list-style-type: none"> 業種、業態を問わず業務プロセスに合わせた柔軟な設計ができ、営業プロセスの可視化が可能 スマートフォンやタブレットでも容易に操作が可能で、タイムリーなマネジメントと業務の効率化が実現可能 	<ul style="list-style-type: none"> 案件可視化とマネジメントの強化 全社情報共有により、チームセリングを実行 スマートデバイスの活用による新しいワークスタイルの実現 共通フォーマットによる報告業務の効率化と進捗管理最適化の実現
2017年8月8日	ニッセイ情報テクノロジー(株)	従来の顧客課題に対するソリューション提案だけでなく、顕在化していない潜在ニーズまで踏み込んだ営業を行うこと	<ul style="list-style-type: none"> Slerへの導入実績と活用事例、専任チームによるコンサルティングと導入後の定着支援から活用のサポート体制を評価 	<ul style="list-style-type: none"> 営業活動の可視化 適切なタイミングでの顧客へのアプローチ

出所：会社資料よりフィスコ作成

2017年12月期中に中期経営計画の発表を予定

3. 中期経営計画について

同社は2017年2月28日に、2017年12月期中に中期経営計画を策定、発表する予定としている。経営ミッションとしては「お客様が抱える営業・マーケティングに関する課題に対して、営業力強化、マーケティング力強化、IT力強化の観点から包括的に支援し、「ワンストップで課題解決に導くこと」としている。主力2事業の事業戦略は以下のとおり。

(1) eセールスマネージャー関連事業

eセールスマネージャー関連事業では、1999年にリリースし累計4,000社を超える導入実績を誇る「eセールスマネージャー」に関して製品領域の更なる拡大、IoTの強化、国内外パートナーとの技術連携などによって、製品競争力の一段の向上を図っていく予定だ。また、今後はAI技術分野にも積極的に投資を行い、新次元のアプリケーション開発を進めていくほか、子会社のソフトブレイン・サービスにおいては、東京大学との共同研究を通じて「勝ち続ける営業組織の特性」を科学的に解明すべく取り組んでおり、これらの取り組みを通じて、ソフトウェアとサービスの両面での進化を図っていく方針となっている。

(2) フィールドマーケティング事業

フィールドマーケティング事業では、「フィールド・クラウドソーシング」という新たな事業コンセプトのもと、全国に構築した約6.5万人の登録キャストを活用した営業活動・販促支援活動を強化していく。また、新規事業として2013年からスタートした「Point of Buy® 購買理由データ提供サービス」についても、現状はまだ収益貢献に至っていないが、マイクロアドとの共同事業である「トコトコマイル」を2017年6月にスタートし、取得可能な購買データ量の増加とより付加価値の高い精緻な分析データを提供していくことで、収益化を図っていく。なお、同事業を展開するソフトブレイン・フィールドについては今後、株式単独上場のほか他社との資本業務提携なども視野に入れ、企業価値の向上に取り組んでいく方針としている。

■ 株主還元策について

当面は配当性向30%を目安に配当を実施する方針

同社は持続的な企業価値の向上と株主還元を実現するためには、安定した継続的な利益を生み出す事業基盤の確立や積極的な新規事業の展開、資本投下等が必要であると考えており、中長期的な事業方針等も勘案しつつ、内部留保の充実、資金の確保等の必要性も踏まえた上で、配当を実施していくことを基本方針としている。

2016年12月期は過去最高業績を更新するなど好調な業績を踏まえて、1株当たり5.0円と11期ぶりの復配を果たした。当面は格別の資金需要がない限り、配当性向30%を目安に継続的に配当を行う方針としており、2017年12月期については前期比2.0円増配の7.0円（配当性向30.6%）を予定している。今後も利益成長が続けば、配当も増加していくものと予想される。

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ