

2013年9月5日（木）

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 謙

■主力事業と新規事業で新たな成長ステージへ

ソフトブレーン<4779>は、企業の営業課題を解決、支援するためのSFA/CRM（営業支援/顧客管理）ソフトの大手である。SFAの分野では2~3割の市場シェアを握る。子会社で展開しているフィールドマーケティング事業が第2の収益の柱に成長。

2013年12月期の第2四半期累計（1-6月期）の連結業績は、売上高が前年同期比1.7%増の2,036百万円、営業利益が同42.3%減の163百万円と増収減益となった。主力事業である「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」は堅調に推移したものの、「システム開発事業」と「その他事業」の落ち込みが足を引っ張った格好だ。

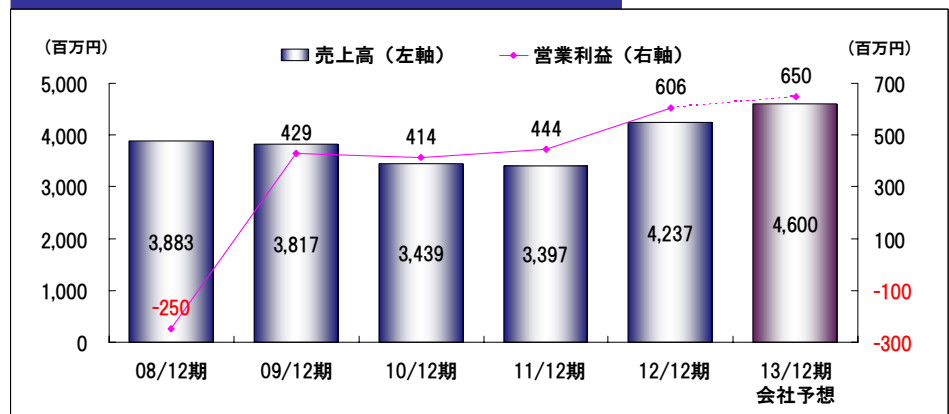
2013年12月期の通期業績見通しは期初計画から変わらず、売上高が前期比8.6%増の4,600百万円、営業利益が同7.2%増の650百万円を見込んでいる。主力2事業で計画通り収益拡大が続く見通し。加えて、第2四半期で赤字だった「システム開発事業」で不採算案件の処理が収束し、第3四半期からは受注も回復し四半期ベースで黒字化を見込む。

1990年代のパソコンの普及によって企業内で会計ソフトが普及していったように、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、営業支援ソフトもまた必須の情報ツールとなってきている。営業支援ソフトを導入している企業は現在、約2万社と国内企業の約0.5%にとどまっており、潜在的な需要としては10~20万社程度はあるとみられる。同社では今後も業界トップ企業として、ソフトの機能拡充、操作性の向上を進めていきながら、更なる売上高の拡大を目指していく方針だ。新規事業である在宅医療支援ツール「eケアマネージャー」も営業活動が着実に進んでおり、成長を続けるフィールドマーケティング事業も含めて、業績は新たな成長ステージに入ってきたと弊社ではみている。

Check Point

- ・主力2事業が順調で通期計画達成へ、システム不採算案件も収束
- ・スマートデバイスの普及で営業支援ソフトの導入が本格化
- ・経常利益率14.1%と同業種内での高収益性が特徴

売上高・営業利益の推移



■ 事業概要

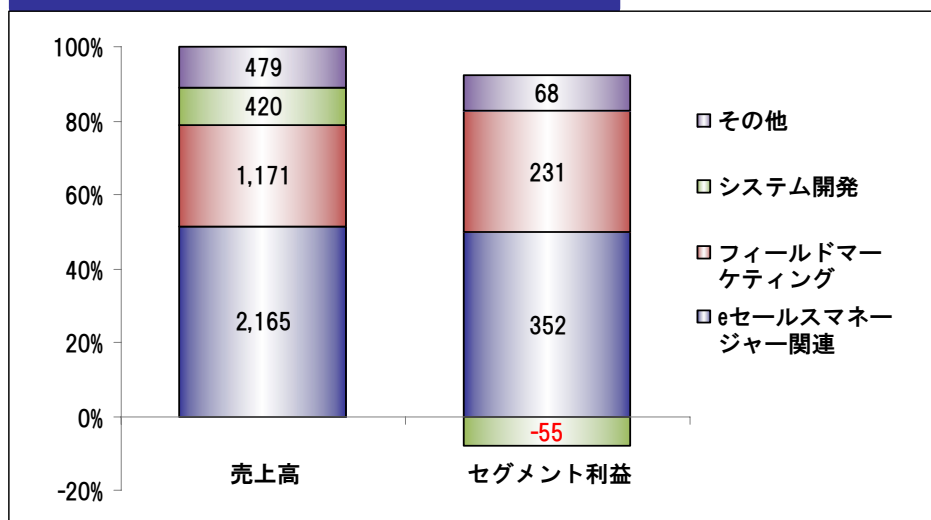
主力2事業で売上高・利益ともに全体の約8割を占める

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」「その他事業」の4事業に分けられている。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」で全体の8割程度を占めており、両事業が収益の2本柱となっている。連結子会社は現在6社あり、各子会社の事業区分は表の通りとなっている。

連結子会社と各社の事業内容

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		
ソフトブレン	-	ソフトウェアのライセンス、クラウドサービス、コンサルティング、カスタマイズ開発、教育研修事業
ソフトブレン・サービス	98.7%	
フィールドマーケティング事業		
ソフトブレン・フィールド	57.5%	フィールド活動業務、マーケット調査
システム開発事業		
ソフトブレン・オフショア	70.4%	ソフトウェアの受託開発、オフショア開発、BPO推進事業
軟脳離岸資源(青島)有限公司	100.0%	
その他		
ソフトブレン・インテグレーション	100.0%	SI事業、MVNO/MVNE事業
ダイヤモンド・ビジネス企画	70.0%	雑誌、書籍の発行、販売

2012年12月期のセグメント別構成比（百万円）



■事業概要

累計2,000社超の導入実績、近年はクラウド型の需要が伸張

Oe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」は営業支援用ソフトウェアである「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同ソフト導入にあたっての教育研修等のサービス事業からなる。

「eセールスマネージャー」は、営業活動のプロセスマネジメントを行い、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、改善点を見つけ出すことによって、営業効率の向上を図っていくツールとなっている。プロセスマネジメントを行うことによって、「御用聞き営業」から脱し、「行くべき所に訪問し、やるべきことをやる」営業に変えていくことができる。売上の拡大と同時に営業生産性の向上（収益率向上）という企業目標の実現に資するソフトウェアと言える。また、同事業の強みは「ツールとサービスの融合」にあり、単にソフトウェアを導入するだけではなく、教育研修サービスを含めて活用することによって導入成果を最大化している点が特徴である。

「eセールスマネージャー」の導入実績は累計で2,000社を超えている。顧客の業種や規模に偏りはなく、製造業からサービス業、大手から中小に至るまで幅広い企業に導入されている。同ソフトの導入と教育サービスが奏功し、導入から5年で売上高2倍、3年で営業利益5倍を達成した企業もある。

eセールスマネージャーの主な導入企業（社名50音順）



出所：同社HP、同社決算説明会資料等より抜粋

「eセールスマネージャー」の販売形態としては、ソフトウェアのライセンス販売で収入を得るオンプレミス型と、月額使用料のみを徴収するクラウド型とに分けられる。従来は、顧客側が自社で保有するサーバーなどにソフトウェアをインストールして利用するオンプレミス型が殆どであったが、ここ数年はクラウドコンピューティング市場の拡大によって、設備負担を必要としないクラウド型の需要が伸びている。

市場規模としては明確な統計データがないものの、SFA/CRM（営業支援／顧客管理）分野で年間100～300億円規模と言われている。このうちSFAでは年間50～80億円程度とみられ、同社のシェアは2～3割の水準になると推測される。

競合企業は、NIコンサルティング（未上場）、セールスフォース・ドットコム（クラウド型のみ）など。クラウド市場ではセールスフォース・ドットコムが低価格戦略で先行し4割超のトップシェアを握っている。また、NEC<6701>や富士通<6702>など大手IT企業もSFA分野に参入しているが、他社の既製品を組み合わせ提供するにとどまっており、自社では開発していない模様。

■事業概要

店頭営業支援や市場調査を展開、購買理由データ提供を本格化

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレン・フィールドで展開している事業である。主に店頭における販促などの営業支援活動や市場調査などのマーケットリサーチ案件（後述）について、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。

営業支援活動とは、新商品の発売時期に小売店舗で当該商品に関する店舗商談、売場構築、POP広告を設置する作業がメインとなる。従来は、メーカー社員などが行っていたが、販促費の効率化を進めるためアウトソーシング化する企業が増えており、そうしたなかで同社のような専門企業の収益も伸びている。顧客企業は320社超で食品・飲料やヘルスケア関連のメーカーが多い。キャスト数は2013年7月現在で約47,000名、カバー店舗数は国内全体で100,000店舗を超え、全国をカバーしているのが強みだ。

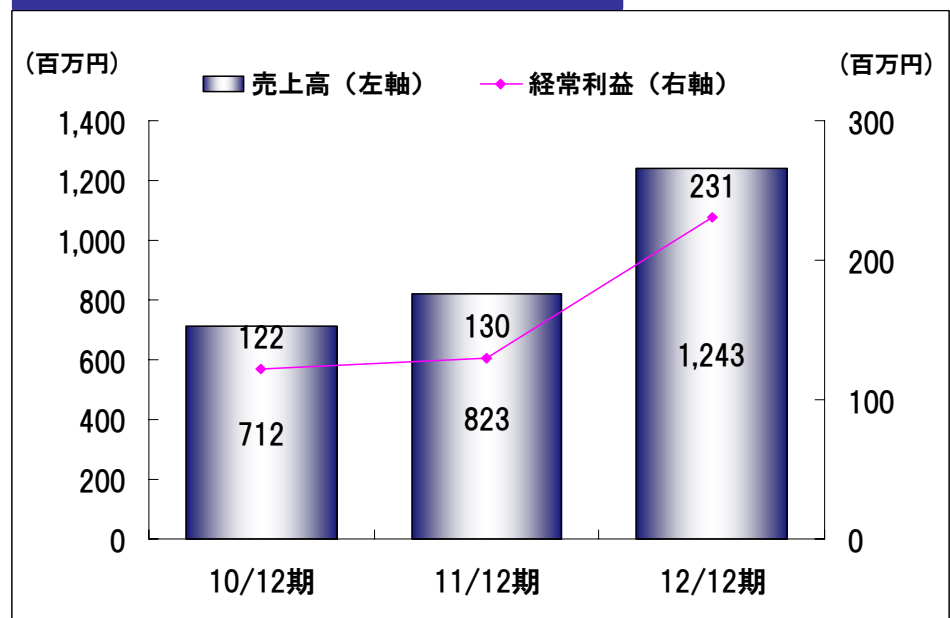
フィールドマーケティング事業の業態別カバー店舗数

ドラッグストア	16,789店舗	ディスカウントストア	1,965店舗
GMS・SM	15,703店舗	家電量販	1,543店舗
コンビニ	15,636店舗	専門店	20,971店舗
書店	8,274店舗	その他	16,194店舗
ホームセンター	3,524店舗	合計	100,599店舗

※2012年10月現在

出所：会社HPより引用

ソフトブレン・フィールドの業績推移



■事業概要

マーケットリサーチとは、顧客が依頼した競合商品の価格調査、集計、レポート作成業務などを言う。同社ではマーケットリサーチ最大手のインテージ<4326>と共同で同サービスを進めている。また、2013年2月から新たなマーケティング支援サービス「購買理由データ提供事業」(POB: Point Of Buy事業)を流通カード最大手のクレディセゾン<8253>と共同で開始した。インターネットを利用し、消費者が小売店で購入した商品(食料品、日用品等)に関する購買理由をレシート付でデータ収集することによって、より信頼性の高い詳細な消費行動を分析できるサービスとなっており、消費者側にとってもクレディセゾンが運営する「永久不滅.com」上でのポイントを獲得できるというメリットが生じる仕組みとなっている。約半年間のトライアルサービスの評価は上々で、2013年7月から本サービスへ移行している。

子会社でシステム開発、MVNO事業、MVNE事業を展開

○システム開発事業

子会社のソフトブレン・オフショアと中国の子会社で、受託ソフトの開発を主に手掛けている。ここ最近の円安、中国元高、並びに中国における人件費高騰などを背景に、案件によっては国内やベトナムなどの協力企業を活用する動きも出始めている。

○その他事業

SI事業やMVNO事業(後述)、MVNE事業(同)を手掛けるソフトブレン・インテグレーションと営業販促関連書籍の発行、販売を行うダイヤモンド・ビジネス企画の事業が同部門に含まれる。

MVNO(Mobile Virtual Network Operator: 仮想移動体通信事業者)とは、携帯電話やPHSのネットワーク網をNTTドコモ<9437>などの第一種通信事業者から借り受けて、自社ブランドで通信サービスを行う第二種通信事業者のこと。

MVNE(Mobile Virtual Network Enabler)とは、MVNO事業の立ち上げを支援する事業のことを言う。ここ最近ではスマートフォンやタブレット端末などスマートデバイスを企業の営業活動においても利用、導入するケースが増えてきており、システム導入にあたってのコンサルティングも行っている。

■決算動向

2Qはシステム開発事業とその他事業の収益悪化が響き減益

(1) 2013年12月期の第2四半期の累計業績

2013年7月30日付で発表された2013年12月期の第2四半期累計（1-6月期）の業績は、売上高が前年同期比1.7%増の2,036百万円、営業利益が同42.3%減の163百万円、経常利益が同41.9%減の167百万円、四半期純利益が同52.6%減の80百万円となり、期初の会社計画を売上高、利益ともに下回った。

2013年12月期の第2四半期の累計業績（連結）

		会社計画	累計実績
売上高	金額(百万円)	2,200	2,036
	前年同期比	9.9%	1.7%
営業利益	金額(百万円)	290	163
	前年同期比	2.0%	-42.3%
経常利益	金額(百万円)	290	167
	前年同期比	0.8%	-41.9%
純利益	金額(百万円)	175	80
	前年同期比	3.5%	-52.6%
EPS	(円)	5.98	2.74

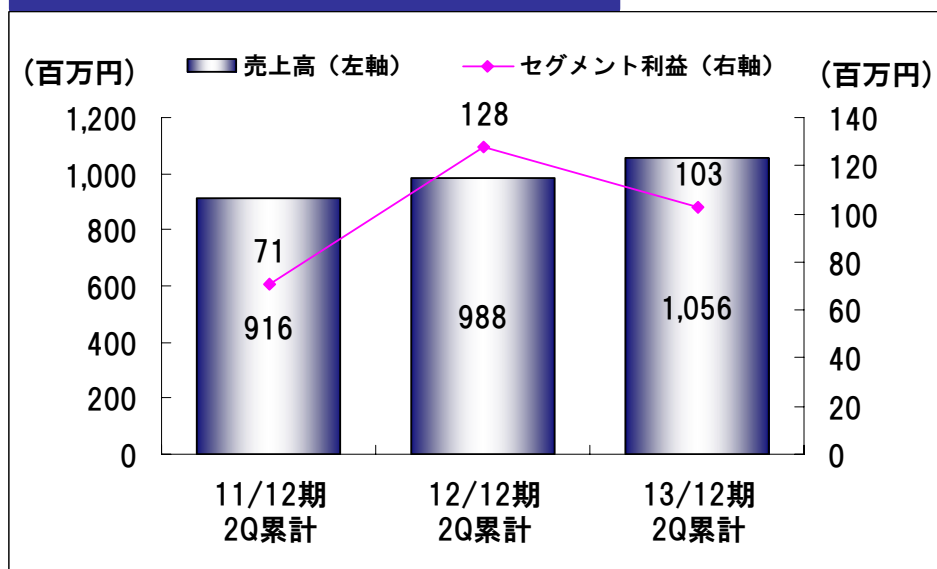
主力事業である「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」は堅調に推移したものの、「システム開発事業」「その他事業」の収益悪化が響いた格好だ。セグメント別の動向は以下の通り。

○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」の当第2四半期累計（1-6月期）の業績は、売上高が前年同期比6.9%増の1,056百万円、セグメント利益が同19.6%減の103百万円と増収減益となった。eセールスマネージャーの販売は、Googleカレンダー機能や音声認識機能など営業効率化向上に向けた機能拡充を進めたほか、レスポンス速度の高速化や操作性向上のためのデザイン改善など「使い勝手No.1のSFA」を目指した取り組みを進めたことで、既存顧客内での利用部門拡大に加え新規顧客開拓が進み、順調に売上高を伸ばした。また、営業マン育成コンサルティングやプロセスマネジメント大学といったサービス事業も好評で、業種業態問わず引き合いが増加した。一方、利益面では機能拡充のための開発費増や、事業拡大のための人材採用、販売促進を積極化するなどの費用が増加したことで減益となった。

■決算動向

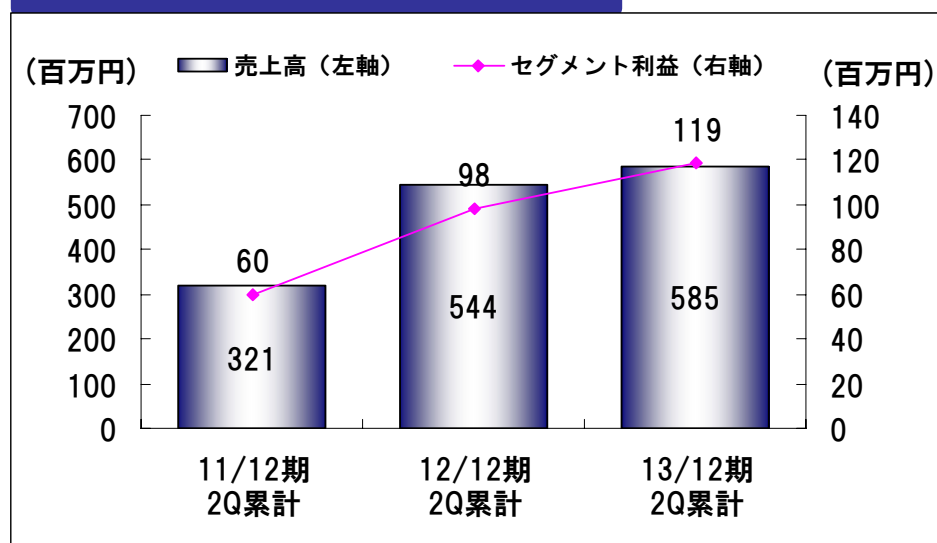
eセールスマネージャー関連事業の業績推移



○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」の当第2四半期累計（1-6月期）の業績は、売上高が前年同期比7.3%増の585百万円、セグメント利益が同21.6%増の119百万円と好調に推移した。店舗における営業支援（店舗商談、売場構築、POP広告の取り付け）が売上高の大半を占める同事業では、顧客ニーズに対応した高品質なサービスの維持向上を継続したことで、既存顧客からの定期的な受注が増加し、収益を牽引した。

フィールドマーケティング事業の業績推移

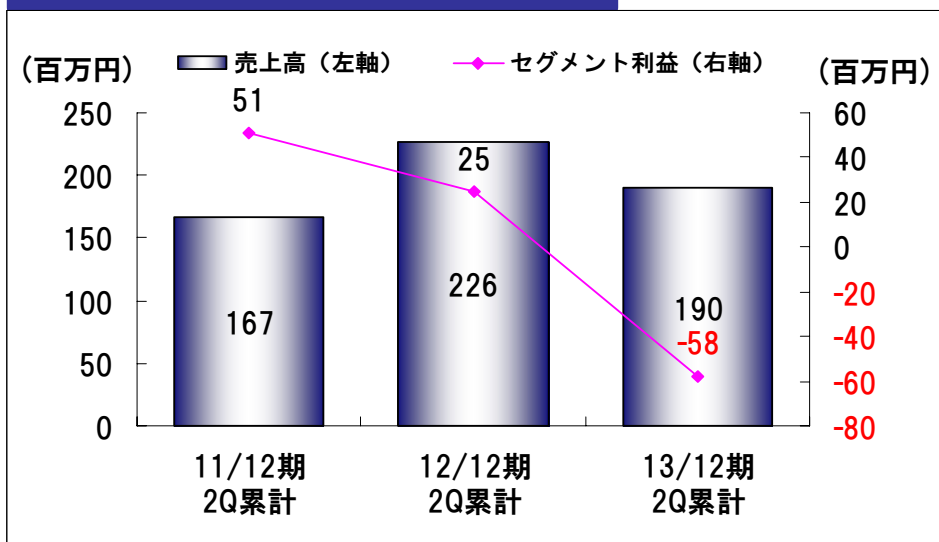


■決算動向

○システム開発事業

「システム開発事業」の当第2四半期累計（1-6月期）の業績は、売上高が前年同期比15.9%減の190百万円、セグメント損益が58百万円（前年同期は25百万円の利益）と悪化した。2012年10-12月期より不採算案件として課題となっていた特定プロジェクトに関して、開発期間が当初の想定より大幅に長引いたことが収益悪化の要因となった。なお、同プロジェクトに関しては第2四半期までに納品を完了しており、第3四半期以降は営業活動も含めて正常化する見通しとなっている。

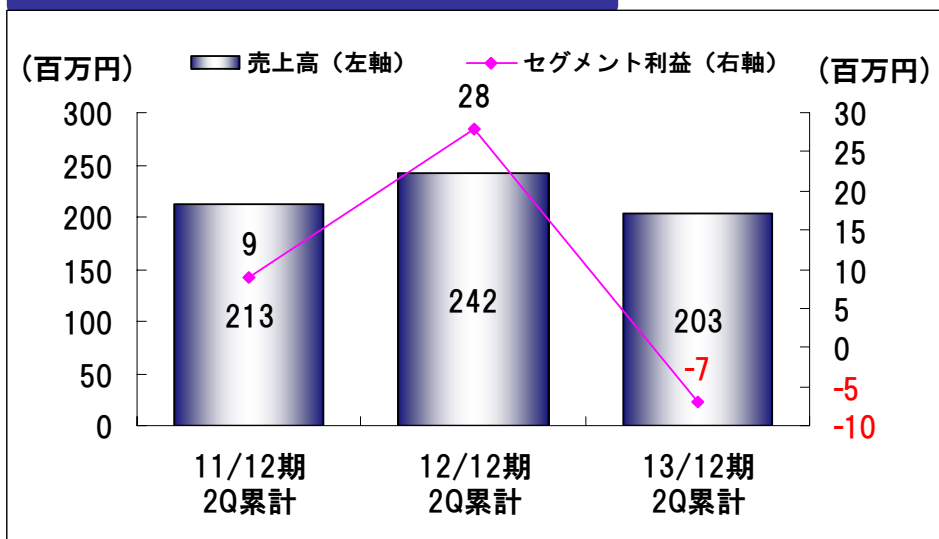
システム開発事業の業績推移



○その他事業

「その他事業」の当第2四半期累計（1-6月期）の業績は、売上高が前年同期比15.8%減の203百万円、セグメント損失が7百万円（前年同期は28百万円の利益）となった。MVNO事業、書籍企画販売事業とも減収減益となった。MVNO事業に関しては通信事業者の再編統合の影響で減収に、また、書籍企画販売は受注こそ旺盛なもの、書籍の制作が遅延したこともあり減収となった。

その他事業の業績推移



主力2事業が順調で通期計画達成へ、システム不採算案件も収束

(2) 2013年12月期の通期業績見通し

第2四半期累計業績は会社計画を下回ったものの、通期の業績計画に関しては、売上高が前期比8.6%増の4,600百万円、営業利益が同7.2%増の650百万円と期初計画を維持した。

2013年12月期の通期業績見通し（連結）

		2Q累計	通期計画
売上高	金額(百万円)	2,036	4,600
	増減率	1.7%	8.6%
営業利益	金額(百万円)	163	650
	増減率	-42.3%	7.2%
経常利益	金額(百万円)	167	650
	増減率	-41.9%	4.4%
純利益	金額(百万円)	80	400
	増減率	-52.6%	-12.7%
EPS	(円)	2.74	13.67

注：増減率は、通期計画は前期比、2Q累計は前年同期比

売上高に関しては、季節要因により「eセールスマネージャー関連事業」や「フィールドマーケティング事業」の売上高が下期偏重型であることに加えて、低迷していた「システム開発事業」や「その他事業」についても、下期からの売上回復が見込まれており、会社計画の達成は可能とみている。一方、利益面でも主力2事業の拡大に加えて、下期はシステム開発事業の黒字化が見込まれることで、期初計画の達成を目指していく。

「eセールスマネージャー関連事業」に関しては、国内における景況感改善とともに、企業の設備投資意欲も回復に転じてきており、クラウド型、オンプレミス型ともに受注拡大傾向が続く見通しで、同社では下期にずれ込んだ受注見込み案件を確実に取り込んでいくことで、収益の拡大を目指していく。

「フィールドマーケティング事業」では、高品質なサービスを提供し続け、定期案件（ストックビジネス）を着実に積み上げていくことで、収益の一段の拡大を見込んでいる。

「システム開発事業」においては、不採算案件の収束に伴い、足元の受注状況も回復に転じている。また、従来は中国オフショア市場での開発がメインであったが、円安や中国人件費の高騰問題もあり、今後はベトナムなどアジア周辺国や国内ニアショアにおけるアウトソースの活用も進めていきたい考え。そのため、まずは収益体質の黒字化に向けた体制を下期には構築していきたいとしている。通期では赤字が残るものの、第3四半期からは受注も回復し四半期ベースで黒字化する見通し。

「その他」事業において、MVNO事業に関しては、新たな通信事業者との提携により、商材の拡充を進めたほか、スマートデバイスの販売、コンサルティングに注力していく方針だ。また、書籍企画販売事業に関しては、書籍制作の遅延などがあったため第2四半期累計では低迷したが、下期は書籍制作が順調に進むほか、旺盛な受注を取り込んでいくことで、収益の回復を見込んでいる。

■決算動向

セグメント別の業績予想

(単位：百万円)

売上高	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期予	伸び率
eセールスマネージャー関連	2,250	2,253	2,165	2,400	10.8%
フィールドマーケティング	679	758	1,171	1,350	15.3%
システム開発	-	-	420	390	-7.3%
その他	509	385	479	460	-4.1%
合計	3,439	3,397	4,237	4,600	8.5%

セグメント利益	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期予	伸び率
eセールスマネージャー関連	276	304	352	358	1.7%
フィールドマーケティング	122	129	231	283	22.4%
システム開発	-	-	-55	-35	-
その他	32	7	68	30	-56.3%
内部消去	-16	2	9	14	47.9%
合計	414	444	606	650	7.2%

利益率	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期予	伸び率
eセールスマネージャー関連	12.3%	13.5%	16.3%	14.9%	-1.3pt
フィールドマーケティング	18.0%	17.1%	19.8%	21.0%	1.2pt
システム開発	-	-	-	-	-
その他	6.4%	2.1%	14.3%	6.5%	-7.8pt
合計	12.1%	13.1%	14.3%	14.1%	-0.2pt

注) 12/12期より「システム開発事業」を「eセールスマネージャー関連事業」から分離

スマートデバイスの普及で営業支援ソフトの導入が本格化

(3) eセールスマネージャー関連事業の普及拡大

1990年以降、パソコンの普及によって、企業の経理部門で会計ソフトの導入が進んでいったように、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、営業部門で営業支援ソフトの導入が今後本格的に進んでいくものと予想される。

国内企業における経営課題認識調査のなかで、最も重要な課題として「売上・シェア拡大」を挙げる企業が54.9%を占め、また、事業構造改革として取り組み中（または予定している）の項目として「販売・マーケティング戦略」を挙げる企業が60.1%を占める現状において、「eセールスマネージャー」に代表される営業支援ソフトは企業にとって売上高を拡大していくための有効なツールになるとみられるためだ。

■決算動向

経営課題認識調査 (n=548、3つまで回答)

順位	項目	回答率
1位	売上・シェア拡大	54.9%
2位	収益性向上	48.0%
3位	人材強化(採用・育成・多様化)	40.0%
4位	新製品・新サービス・新事業開発	23.7%
5位	グローバル化(グローバル経営)	19.7%
6位	財務体質強化	17.0%
7位	技術力の強化	15.5%
8位	顧客満足度の向上	15.0%
9位	現場の強化(安全・技術伝承等)	14.2%
10位	品質向上(サービス・商品)	12.2%

出所：日本能率協会「2012年度 当面する企業経営課題に関する調査」

事業構造改革の重要な戦略対象

順位	項目	回答率
1位	販売・マーケティング	60.1%
2位	組織・人事	43.9%
3位	研究・開発	36.9%
4位	生産・SCM	29.7%
5位	業務革新	29.3%
6位	拠点	23.2%
7位	M&A/アライアンス	21.0%
8位	投資	9.2%
9位	財務	7.6%
10位	知財	2.2%

出所：日本能率協会「2012年度 当面する企業経営課題に関する調査」

現在、国内における法人企業数は約400万社あり、このうち営業支援ソフトを導入している企業は約2万社に留まっている。同社では営業支援ソフトを導入する可能性のある企業数は10~20万社あるとみており、これら潜在顧客の開拓を強化していく。「eセールスマネージャー」のサービスとして、初期導入費用が高いものの設計自由度が高いオンプレミス型、初期費用を低く抑えることができるクラウド型のサービスを提供しているが、これらに加えて、中小企業向けに機能を絞り込んだ月額500円/ユーザーのサービス「eセールスマネージャーnano」のサービスも2012年よりスタートしており、幅広い顧客層を取り込んでいく方針だ。

また、2013年8月には、ERPソフトとして国内で630社の導入実績がある「GRANDIT」のコンソーシアム会社であるGRANDITと業務提携を発表し、「GRANDIT」と「eセールスマネージャーRemix Cloud」とのデータ連携を図ることで、顧客企業にとってさらに使い勝手の良いシステムへと機能拡充を進めていく予定だ。従来、企業が既に導入しているERPソフトとの連携を図ろうとすると、使い勝手が悪くなるケースが多かったものの、「GRANDIT」との連携を図ることによって、そうした問題点が解消され、顧客にとって使い勝手の良い製品の提供が実現可能となる。同社では2014年12月期以降、「GRANDIT」対応製品を投入する予定で、同コンソーシアムに参加しているプライムパートナー並びにビジネスパートナー(2013年7月末：56社)向けに製品の提供を開始していく計画となっており、販売パートナーの拡大によって更なる売上げの拡大が期待される。



■新規事業の動向

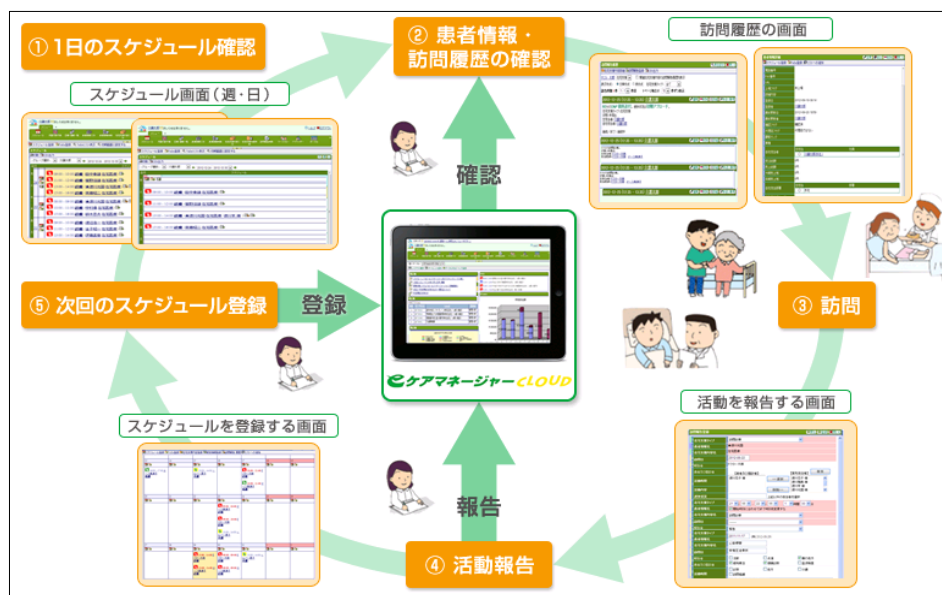
拡大する在宅医療市場を背景に潜在的な成長可能性は大きい

(1) eケアマネジャー

2012年12月に発表した在宅医療支援ツール「eケアマネジャー」は、「医師や看護師、ケアマネジャーなど多職種間での患者情報の共有化」「簡単に診療予約ができるスケジュール管理システム」などの機能を実現したソフトウェアである。タブレット端末を利用し、医師やケアマネジャーなどの業務負担を大幅に軽減する情報ツールとして期待されている製品だ。ソフトウェアの販売だけでなく、タブレット端末の販売や導入支援のためのコンサルティングも同時に行っていく。

同社ではSI企業などと共に地域の医療施設等に向けた受注活動を開始しており、早ければ今秋にも端末ベースで数百台規模の受注案件の獲得が見込まれており、初年度に5件の受注案件獲得を目標としている。

eケアマネジャーを活用した訪問医療の1日の流れ



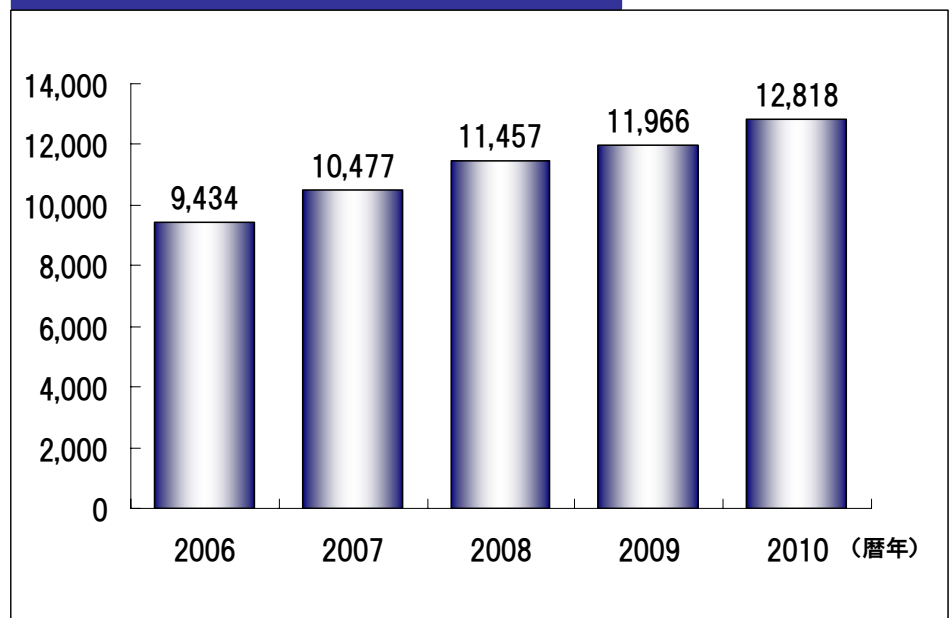
出所：会社HPより引用

■新規事業の動向

医療施設における病床数不足などを背景に、在宅医療推進のために厚生労働省では2014年度から診療報酬を改定する方針を打ち出しており、今後、在宅医療市場の拡大が見込まれている。厚生労働省では、在宅医療を必要とする患者数は現在の約17万人から2025年には29万人まで拡大すると推計している。

こうした環境において、地域における医療連携ネットワークの構築、なかでも医師やケアマネージャーなど多職種間での患者情報の共有化に関しては重要課題の1つとなっているだけに、「eケアマネージャー」の有用性は今後、一層高まっていくものと予想される。主な導入先は在宅療養支援診療所・病院施設であるが、この種の施設は2010年時点で全国に12,818ヶ所あり、潜在的な成長可能性は大きいと言えよう。同社では4～5年後に収益化を目指していきたいと考えた。

在宅療養支援診療所・病院の届出数推移



出所：厚生労働省「平成24年度 在宅医療連携拠点事業 事業説明会資料」

eケアマネージャーの強み

(1) 仕組みづくりトップクラスのノウハウ

営業分野で2,000社以上の顧客接点管理システム構築の実績をもつ同社のノウハウを活かし、「モバイル活用」「シンプル」「患者基点」がキーワードの在宅医療支援の仕組みを構築可能。

(2) タブレット端末をフル活用して情報共有

すべてのスマートデバイスに対応しているため現場で簡単に下記が行える。

- ・患者への往診履歴や今後の予約確認
- ・医師や看護師、ケアマネージャーそれぞれのスケジュール確認
- ・次回必要な診療の予約登録や申し込みなど

これにより、リアルタイムな情報共有を可能にする。

(3) 医療サービスの品質を確保する機能

登録する際、「eケアマネージャー」の“シナリオエンジン機能”により、診療場面に応じて事前に設定してある手順（シナリオ）通りの報告画面（活動項目）が自動的に呼び出される。手順に沿って活動報告をしていくだけで、必要な実施項目（問診や処置、次回予約など）の抜け漏れを防げるため、医療サービスの品質確保、および患者の満足度の向上が期待できる。

出所：会社HPよりフィスコ作成



■新規事業の動向

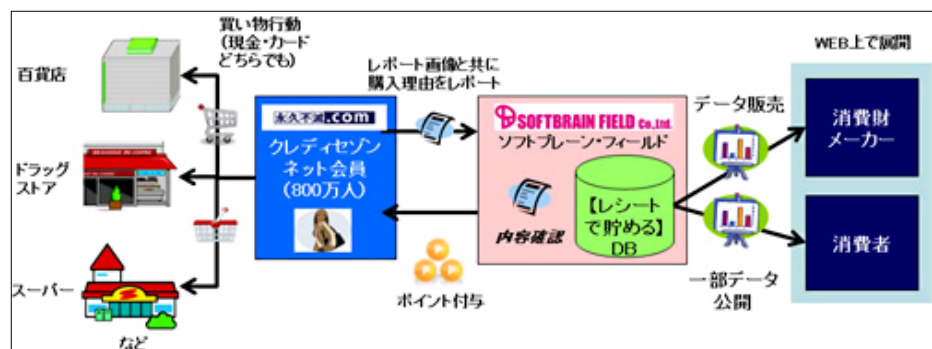
約800万人の会員から信頼性の高い購買理由データを収集可能

(2) 購買理由データ提供事業 (Point Of Buy事業)

子会社のソフトブレイン・フィールドが流通カード最大手のクレディセゾンと共同で2013年2月からトライアルサービスを行っていた「購買理由データ提供事業」(以下POB事業)は、滑り出しから順調で、2013年7月から本サービスへと移行している。同サービスはクレディセゾンの「永久不滅.com」のサイトを通じて、登録会員(消費者)が小売店で購入した商品(食料品、日用品等)に関する購買理由をレシート付でデータ収集することによって、より信頼性の高い詳細な消費行動を分析・調査し、クライアント企業に提供するサービスとなっている。データを提供する会員は「永久不滅.com」のポイントを獲得できるため、データの収集率が極めて高くなっており、有効性の高いデータを提供できるのが特徴となっている。

現在、登録会員数は3万7千名を超えており、モニター企業数も消費財メーカーや外食企業など44社まで拡大している。クレディセゾンのネット会員は800万人規模となっており、今後も登録会員数の拡大が見込めるほか、モニター企業数や調査案件も月を追うごとに増えている状況で、初年度からの収益貢献が見込まれている。同様のサービスを行っている競合はまだなく、成長ポテンシャルの高い事業として注目されよう。

購買理由データ提供事業の全体像



出所：会社HPより引用

■ 同業他社比較と株主還元策

経常利益率14.1%と同業種内での高収益性が特徴

(1) 同業他社比較

業容が完全に競合する上場企業は見当たらないものの、業務用ソフトやフィールドマーケティングをそれぞれ手掛ける企業との比較をみてみた。今期の業績予想に関しては2桁増収増益を計画している企業がある中でやや見劣りするものの、これは前述したように「システム開発事業」の一時的な収益悪化が主因で、収益柱の「eセールスマネージャー関連事業」や「フィールドマーケティング事業」だけで見ると、他社とほぼ同程度の成長率を維持できる見通しだ。また、売上高経常利益率に関しては14.1%と2桁台の水準を見込んでおり、同業種のなかでは収益性の高さが特徴になっていると言えよう。特に、フィールドマーケティング事業の同業は一桁台の利益率であるのに対して、同社の「フィールドマーケティング事業」は20%前後の利益率を維持しており、収益性の高さでは抜きん出ている。予想PERの水準で見ると、特殊要因を除いた4社は8~16倍の水準であり、同社においては9倍台と下限に位置している点が注目される。

同業他社比較

会社名 コード	ソフトブレン <4779>	エイジア <2352>	サイボウズ <4776>	ミロク情報 <9928>	メディアフラッグ <6067>	エイジス <4659>
決算期	13/12	14/03	13/12	14/03	13/12	14/03
売上高(百万円)	4,600	900	4,870	21,760	3,262	19,877
売上高伸び率	8.6%	15.5%	-	4%	16.1%	5.4%
経常利益(百万円)	650	170	70	2,370	231	1,350
経常利益伸び率	4.4%	21.1%	-	3.7%	28.6%	36.7%
売上高経常利益率	14.1%	18.9%	1.4%	10.9%	7.1%	6.8%
予想EPS(円)	13.67	53.73	79.47	43.04	30.19	153.67
予想DPS(円)	0.00	9.00	40.00	12.00	0.00	45.00
予想PER(倍)	9.4	14.9	361.9	8.1	16.8	8.6
配当性向	-	16.8%	50.3%	27.9%	-	29.3%
株価(円)	128	801	28,760	349	507	1,318

注) 株価は9月4日終値。伸び率は前期比。配当性向=予想DPS/予想EPS。サイボウズは前期突則決算のため伸び率はなし。

通期業績が好調に推移すれば8期ぶり復配の可能性も

(2) 株主還元策

同社は株主還元基本方針として、「企業体質強化と事業展開に備えるため内部留保を中心に捉えながら、成長段階と業績に応じた弾力的な利益配当を実施する」としている。過去の配当政策と照らし合わせると、今期の業績が好調に推移した場合は8期ぶりの復配の可能性もある。なお、会社側では「株主還元方針については今後再検討する」という従来のコメントを継続している。

株価水準は第2四半期累計業績の下方修正が影響して、調整局面に入っているが、第3四半期以降は主力2事業の拡大に加えて、「システム開発事業」も改善が見込まれており、2013年12月期の通期業績は増収増益が見込まれる。新規事業も順調に立ち上がりつつあることも考慮すれば、業績は新たな成長ステージに入ったと弊社ではみている。



■同業他社比較と株主還元策

損益計算書

(単位：百万円)

	08/12期	09/12期	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期予
売上高	3,883	3,817	3,439	3,397	4,237	4,600
(対前期比)	-14.6%	-1.7%	-9.9%	-1.2%	24.7%	8.6%
売上原価	2,168	1,838	1,715	1,710	2,163	-
(対売上記)	55.8%	48.2%	49.9%	50.4%	51.0%	-
販管費	1,966	1,513	1,307	1,234	1,460	-
(対売上記)	50.6%	39.7%	38.0%	36.4%	34.5%	-
営業利益	-250	429	414	444	606	650
(対前期比)	-	-	-3.4%	7.3%	36.3%	7.2%
(対売上記)	-6.5%	11.2%	12.1%	13.1%	14.3%	14.1%
経常利益	-243	417	415	454	622	650
(対前期比)	-	-	-0.5%	9.5%	37.0%	4.4%
(対売上記)	-	10.9%	12.1%	13.4%	14.7%	14.1%
特別利益	23	54	-	2	-	-
特別損失	641	215	9	9	8	-
税引前利益	-861	256	406	447	614	-
(対前期比)	-	-	58.2%	10.3%	37.2%	-
(対売上記)	-	6.7%	11.8%	13.2%	14.5%	-
法人税等	393	-116	39	21	103	-
(実効税率)	-45.7%	-45.4%	9.8%	4.7%	16.8%	-
少数株主利益	-7	61	34	80	52	-
当期純利益	-1,247	311	331	346	458	400
(対前期比)	-	-	6.2%	4.5%	32.4%	-12.7%
(対売上記)	-	8.2%	9.6%	10.2%	10.8%	8.7%
主要指標						
1株当たり利益(円)	-42.65	10.66	11.33	11.83	15.67	13.67
1株当たり配当(円)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1株当たり純資産(円)	16.13	28.24	39.40	51.23	67.11	-

※13/12期予は会社予想を採用

注) 2013年7月1日付で1:100の株式分割を実施したため12/12期以前は分割を考慮して遡及修正。

ディスクレマー（免責条項）

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・大阪証券取引所・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、企業との面会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・加工することは強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・譲渡することは強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