

ソフトブレーン

4779 東証 1 部

2015 年 10 月 15 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 譲

■主力 2 事業が好調に推移し期初会社計画を上回って着地

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、SFA の分野では国内で 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 の収益の柱に成長している。

2015 年 12 月期第 2 四半期累計（2015 年 1 月－6 月）の連結業績は、売上高が前年同期比 20.3% 増の 2,949 百万円、営業利益が同 26.3% 増の 368 百万円となった。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の主力 2 事業が揃って 2 ケタ増収と好調に推移したのが要因だ。また、子会社であるソフトブレーン・フィールド（株）の株式を追加取得したことに伴う少数株主利益の減少で、四半期純利益は同 62.3% 増の 203 百万円と大幅増益となり、いずれも期初会社計画を上回って着地した。

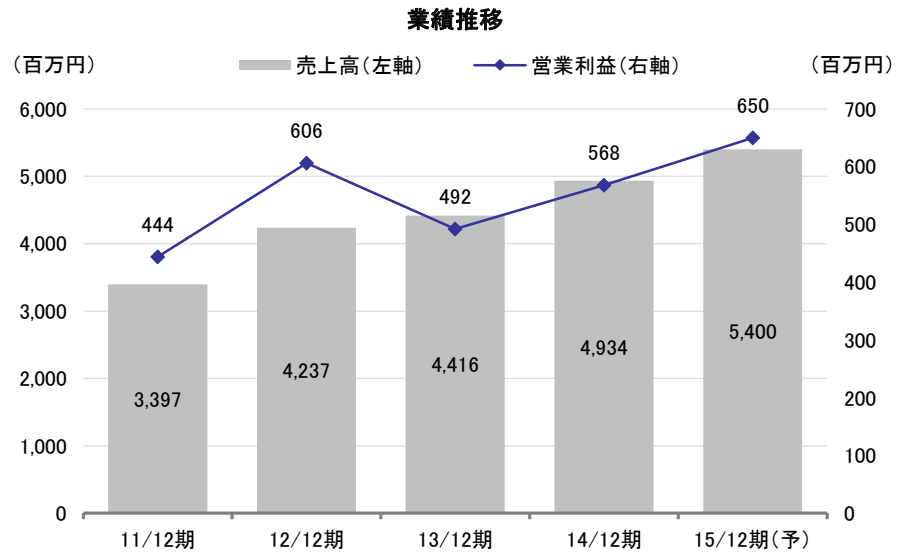
2015 年 12 月期は売上高が前期比 9.4% 増の 5,400 百万円、営業利益が同 14.3% 増の 650 百万円と期初会社計画を据え置いている。7 月以降も受注状況は主力 2 事業ともに順調に推移していることから、今後市場環境に大きな変化がなければ上方修正される公算が大きいと弊社ではみている。とりわけ、営業支援ソフトの e セールスマネージャーは企業におけるスマートデバイスの普及により、営業効率を高めるツールとして重要性が今まで以上に高まっており、導入支援などコンサルティングサービスも含めて、今後も顧客数の拡大が期待できよう。また、今年 8 月より新たなロボティクス分野でのサービス開発もスタートしている。まずは「Pepper」と e セールスマネージャーを連携し、企業の受付業務などの需要を開拓していきたい考えた。

なお、配当金に関しては今期も無配を予定している。現状は事業を拡大していくための投資フェーズにあると考えており、内部留保資金に関しては開発費や販促費などに優先的に振り向けていく。株主還元方針に関しては、経営状況を鑑みながら改めて検討していくとしている。

■Check Point

- ・ 第 2 四半期累計の連結業績は 2 ケタ増収増益と好調な決算
- ・ 期初計画を据え置きも、計画を上回る公算大
- ・ 順調に推移中のフィールドマーケティング事業は大幅増収を見込む

2015 年 10 月 15 日（木）



■ 事業概要

主力 2 事業で収益の 9 割を占める収益構造

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」の 2 事業で約 9 割を占めており、両事業が収益の 2 本柱となっている。連結子会社は 2015 年 6 月末で 5 社ある。

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		
ソフトブレン	-	営業支援システムのライセンス販売、Cloud サービス、カスタマイズ開発、営業コンサルティング、営業スキルトレーニング
ソフトブレン・サービス	98.7%	
ソフトブレン・インテグレーション	100.0%	iPad 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

2015 年 10 月 15 日（木）

■ 事業概要

○ e セールスマネージャー関連事業

営業支援ソフト「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や営業スキルトレーニングのほか、iPad 等を活用した業務コンサルティング、教育サービスからなる。

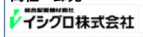
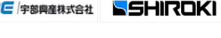
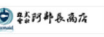
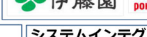
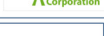
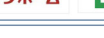
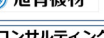
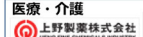
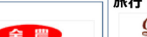
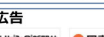
「e セールスマネージャー」は、営業活動のプロセスマネジメントを行い、各工程を「見える化」することによって定量的に状況を把握し、改善点を見つけ出すことによって、営業効率の向上を図るソフトウェアツールとなる。

「e セールスマネージャー」の販売形態としては、ソフトのライセンス販売で収入を得るオンプレミス型と、月額使用料を徴収するクラウド型とに分けられる。ここ最近では、サーバーなどの設備負担を必要とせず、初期導入コストを抑えることができるクラウド型サービスの契約が大半を占めるようになっている。なお、クラウド型に関しては「e セールスマネージャー Remix Cloud」（1 ユーザー当たり月額 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」（1 ユーザー当たり月額 1,000 円）の提供を行っている。

SFA（営業支援システム）の国内市場規模は 50 ～ 80 億円程度で、同社のシェアは 2 ～ 3 割とみられる。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 4 割超のトップシェアを握っている。

「e セールスマネージャー」の導入実績は累計で 3,000 社を超えており、製造業からサービス業、大手から中小企業に至るまで幅広い企業に導入されている。同社製品の強みは、操作性や処理速度など使い勝手の良さに加えて、オンプレミス型、クラウド型と両方の販売形態に対応可能なこと、導入効果を高めるためのコンサルティング、教育研修サービスなどサポート体制が充実していることが挙げられる。

導入企業例

商社・卸売        				食品・日用品       			
サービス            				システムインテグレーション      			
建設・建材・不動産           				車両・機械・精密機器・部品        			
保険・金融      				情報・通信    			
医療・介護      				教育・コンサルティング     			
				旅行・ホテル   出版・広告  			

記載されている会社名・ロゴは、各社の登録商標または商標です。 ※ご承諾頂いたお客様のみの掲載で一部掲載となります。

出所：会社資料

2015 年 10 月 15 日（木）

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレーン・フィールド（株）で展開している事業で、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、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」や、Web マーケティング事業などにも展開している。

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がメインとなる。従来はメーカーの社員が行っていたが、販促費の効率化を進めるために、アウトソーシング化する流れとなっている。顧客企業は過去実績も含めて 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 2015 年 6 月末時点で 5.5 万人、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など様々な業態にわたり、全国で展開していることが強みとなっている。

業態別カバー店舗数、エリア別登録キャスト数

業態	実績店舗数	エリア	人数
ドラッグストア	19,831 店舗	北海道	4,136 人
GSM・SM	19,651 店舗	東北	3,332 人
コンビニエンスストア	16,658 店舗	北関東	3,624 人
書店	9,153 店舗	首都圏	13,728 人
ホームセンター	4,164 店舗	甲信越・北陸	4,387 人
ディスカウントストア	2,216 店舗	中部	5,103 人
家電量販店	2,863 店舗	近畿	7,219 人
専門店	24,124 店舗	中・四国	4,619 人
その他	16,484 店舗	九州	7,355 人
合計	115,144 店舗	合計	53,503 人

出所：会社資料

また、Web マーケティング事業では、「購買理由データ提供サービス」（Point Of Buy：以下 POB）を、流通カード最大手のクレディセゾン〈8253〉と共同で 2013 年より開始している。インターネットを介して、消費者が小売店で購入した商品、あるいは飲食店で注文したメニューなどに関する購買理由などをレシート付で収集することによって、より信頼性の高い消費行動分析をクライアントとなるメーカーや飲食店などに提供するサービスとなっている。消費者側にとっては、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。登録会員数（消費者）は 12 万人を超え、国内最大級のプラットフォームを構築している。

○システム開発事業

子会社のソフトブレーン・オフショア（株）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。

○出版事業

子会社の（株）ダイヤモンド・ビジネス企画による営業販促関連に関する書籍の企画・発行・販売事業となる。

■ 決算動向

第 2 四半期累計の連結業績は 2 ケタ増収増益と好調な決算

(1) 2015 年 12 月期第 2 四半期累計業績について

7 月 30 日付で発表された 2015 年 12 月期第 2 四半期累計（2015 年 1 月－6 月）の連結業績は、売上高が前年同期比 20.3% 増の 2,949 百万円、営業利益が同 26.3% 増の 368 百万円、経常利益が同 27.3% 増の 370 百万円、四半期純利益が同 62.3% 増の 203 百万円と 2 ケタ増収増益となり、会社計画に対しても売上高、利益ともに上回る好調な決算となった。

売上高は 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の主力 2 事業が好調に推移し、半期ベースとして過去最高を更新した。また、利益面でも e セールスマネージャーを中心に全セグメントで増益となっている。売上原価率が前年同期比で 1.1 ポイント上昇したが、これはフィールドマーケティング事業において、原価率の高い派遣型案件の構成比が上昇した影響による。販管費も人件費を中心に増加したが、増収効果により販管費率は前年同期比 1.7 ポイント低下し、この結果、営業利益率は同 0.6 ポイント上昇の 12.5% となった。四半期純利益の増益率が高くなっているが、これはソフトブレーン・フィールドの株式を追加取得し、出資比率が 58.1% から 85.6% に上昇したことで、少数株主利益が減少した影響が大きい。事業セグメント別の概況は以下のとおり。

2015 年 12 月期第 2 四半期累計連結業績

（単位：百万円）

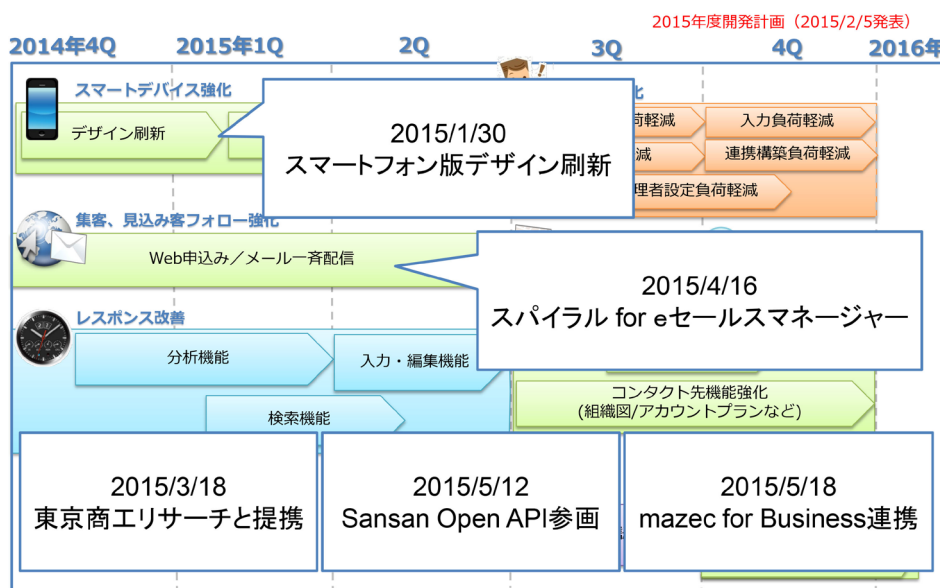
	2014/12 期 2Q 累計		2015/12 期 2Q 累計				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	2,452	－	2,550	2,949	－	20.3%	15.7%
売上原価	1,446	59.1%	－	1,775	60.2%	22.5%	－
販管費	712	29.0%	－	806	27.3%	13.2%	－
営業利益	292	11.9%	300	368	12.5%	26.3%	23.0%
経常利益	291	11.9%	300	370	12.6%	27.3%	23.5%
法人税等	126	5.2%	－	144	4.9%	14.4%	－
少数株主利益	39	1.6%	－	22	0.8%	－	－
四半期純利益	125	5.1%	130	203	6.9%	62.3%	56.5%

2015 年 10 月 15 日（木）

○eセールスマネージャー関連事業

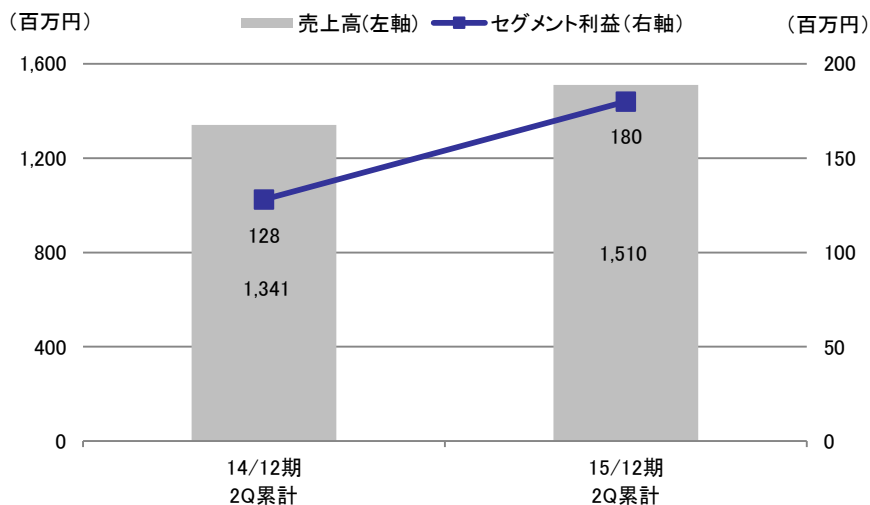
eセールスマネージャー関連事業の業績は、売上高（外部顧客向け、以下同様）が前年同期比 12.5% 増の 1,510 百万円、セグメント利益が同 40.2% 増の 180 百万円となった。主力の「eセールスマネージャー」は、スマートデバイスの普及により、企業の営業支援ツールとして活用する場が一段と広がるなど、市場環境が追い風となるなかで、操作性の向上や新機能追加、他社ソフトとの連携など商品力の強化に取り組んできたことで、新規顧客の開拓が順調に進み、前年同期比で 2 ケタ増収となった。特に、操作性の向上においてはスマートフォン版のデザイン刷新を 1 月に行った。また、新機能としては 2014 年に追加したタイムライン機能が、社内での迅速な情報共有化に加えて、若手営業マンの育成にも効果を発揮するといった事例も出てきており、好評を得ている。eセールスマネージャーの導入と合わせて、営業マン育成トレーニングやプロセスマネジメント大学といった各種コンサルティングサービスを受注するなどクロスセルの効果も出ており、売上好調の要因となっている。

2015 年度上期開発リリース



セグメント利益は、「eセールスマネージャー」の機能拡充に向けた開発費や顧客獲得のための販促費が引き続き増加したものの、増収効果で吸収し大幅増益となった。

eセールスマネージャー関連事業



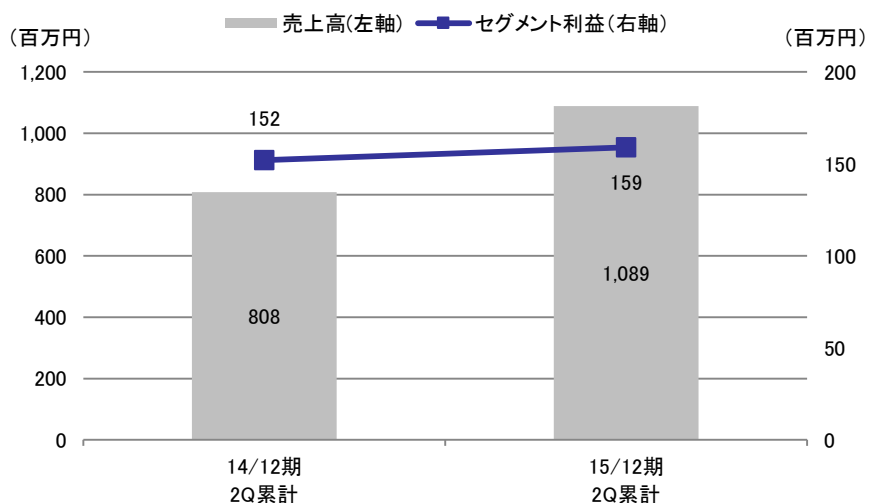
2015 年 10 月 15 日（木）

○フィールドマーケティング事業

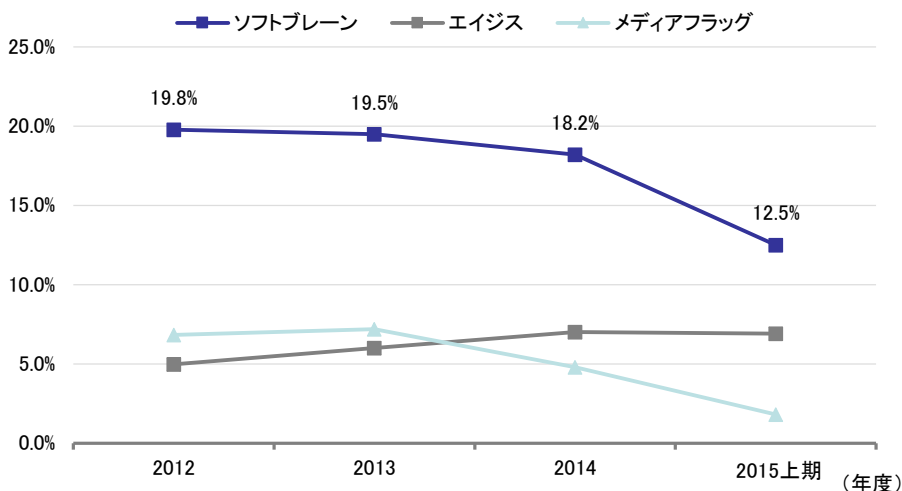
フィールドマーケティング事業の業績は、売上高が前年同期比 34.8% 増の 1,089 百万円、セグメント利益が同 4.4% 増の 159 百万円と増収増益基調が続いた。売上面では新規の大型案件が軌道に乗ったほか、新規案件も順調に拡大したことに加えて、2014 年に本格稼働した「ラウンダー人材バンク」においても大型案件の規模拡大や新規受注が好調に推移したことにより、大幅増収となった。インバウンド消費の拡大によって日用品や化粧品などの国内販売が好調に推移しているなかで、フィールド業務のアウトソーシング化の流れが続いており、新規受注の獲得において追い風になっているとみられる。

一方、セグメント利益は微増益にとどまったが、これは事業運営体制、管理体制を強化するための人材採用に加えて、「ラウンダー人材バンク」において粗利益率が相対的に低い派遣型案件が特に伸びたことが影響している。とはいえ、フィールドマーケティング事業を行う同業他社が 5% 前後の利益率であるのに対して、同社は 10% を超える高い収益性を維持している。

フィールドマーケティング事業



営業利益率同業他社比較



2015 年 10 月 15 日（木）

○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 0.5% 増の 227 百万円、セグメント利益が同 57.2% 増の 0.4 百万円となった。オフショア開発（中国・ベトナム）とニアショア開発（九州）をミックスしつつ、プロジェクト管理や品質管理を見直し、不採算プロジェクトの防止に努めたことが増益につながった。

○出版事業

出版事業の業績は、売上高が前年同期比 60.9% 増の 122 百万円、セグメント利益は同 226.1% 増の 28 百万円となった。企業の出版ニーズが高まっており、新規顧客からの受注が増加したことで、増収増益となった。

一時的に有利子負債が増加も財務の健全性は維持

(2) 財務状況と経営指標

2015 年 6 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比で 12 百万円減少の 4,133 百万円となった。主な増減項目を見ると、受注好調により売上債権が 293 百万円増加した一方で、子会社株式取得に伴い現預金が 300 百万円減少した。

負債合計は前期末比 317 百万円増加の 1,451 百万円となった。有利子負債が 230 百万円増加したほか、事業の拡大に伴い前受金が 100 百万円増加したことによる。また純資産は前期末比 330 百万円減少の 2,681 百万円となった。四半期純利益の計上により利益剰余金が 203 百万円増加したものの、子会社株式の追加取得に伴い資本剰余金が 288 百万円、少数株主持分が 245 百万円減少したことによる。

主要経営指標を見ると、子会社株式取得資金として一時的に有利子負債が増加したこと、自己資本比率や有利子負債比率などが若干悪化したものの、水準的には問題のない範囲であり、財務の健全性は維持していると言える。

貸借対照表

(単位：百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期 2Q	増減額
流動資産	2,706	3,061	3,589	3,613	23
（現預金）	1,751	2,058	2,677	2,377	-300
固定資産	500	606	555	519	-36
資産合計	3,206	3,667	4,145	4,133	-12
流動負債	924	944	1,124	1,218	93
固定負債	-	-	9	233	223
（有利子負債）	150	150	180	410	230
純資産	2,281	2,722	3,011	2,681	-330
（安全性）					
流動比率	292.7%	324.0%	319.1%	296.5%	
自己資本比率	61.2%	64.4%	63.0%	61.2%	
D/E レシオ	7.7%	6.4%	6.9%	16.2%	

■ 今後の見通しと取り組み

期初計画を据え置きも、計画を上回る公算大

(1) 2015 年 12 月期見通し

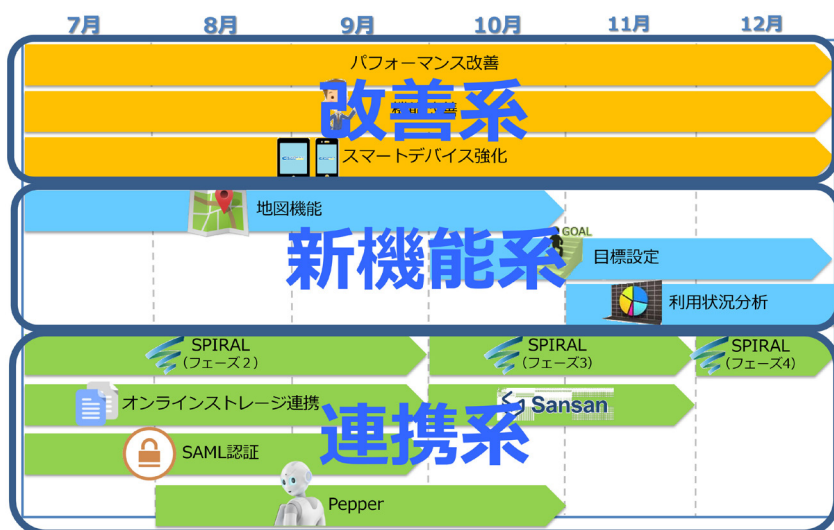
2015 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 9.4% 増の 5,400 百万円、営業利益が同 14.3% 増の 650 百万円、経常利益が同 12.3% 増の 650 百万円、当期純利益が同 18.7% 増の 300 百万円と期初計画を据え置いている。市場環境は引き続き良好で、足元の状況も好調を持続しているものの、まだ第 4 四半期の状況については流動的であるためだ。ただ、第 2 四半期までの進捗率は売上高で 55%、営業利益、経常利益で 57%、当期純利益で 68% となっており、市場環境に大きな変化がなければ計画を上回る公算は大きいと弊社ではみている。以下、主力 2 事業の今期の取り組みを示す。

新たな取り組みとしてロボティクス領域での開発に着手

(2) 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今期売上高は、前期比 10% 以上の増収を目標としている。「使い勝手 No.1」の営業支援ツールとして、引き続き操作性の向上や新機能の追加、他社との連携に向けた取り組みを継続していく方針だ。新機能としては地図機能や目標設定、利用状況分析機能などを追加していく予定となっている。

2015 下期 開発ロードマップ



出所：会社資料

また、新たな取り組みとしてロボティクス領域での開発にも着手し始めた。ソフトバンクロボティクス（株）が開発しているヒト型ロボットの「Pepper」と「e セールスマネージャー」を連携したもので、「e セールスマネージャー」に蓄積された様々な顧客接点の情報をもとに、ロボットと連携することで新たな営業スタイルや価値の創出を目指している。既に、8 月 1 日付で「ロボティクス推進チーム」を設立し、開発に入っている。第 1 弾としては、「e セールスマネージャー」のデータを活用した顧客ごとの受付システムの開発を進めている。具体的には、「e セールスマネージャー」のスケジュールデータから、来社予定の顧客名と担当者名を「Pepper」に自動的に表示し、来社の際に直接担当者につながりに入るような仕組みを予定している。開発期間はおよそ、3 ヶ月程度を予定している。業績に与えるインパクトはまだないが、将来的なビジネスチャンスにつながる取り組みとして注目されよう。

2015 年 10 月 15 日（木）

スマートデバイスの普及によって、営業支援ソフトが企業の営業効率向上に今まで以上に、貢献する重要なツールになってきているのは間違いない。現状、営業支援ソフトを導入している企業は 2 万社程度とみられているが、国内の法人企業数約 300 万社の中で 200 万社程度は導入の可能性があるとみており、同市場の成長ポテンシャルは大きいと言える。「使い勝手 No.1」に向けた取り組みを進めている同社の課題は、販売体制の強化にあったが、ここ 1 ～ 2 年で大塚商会 <4768> や ITX(株) など販売力のある大手と提携を行うなど、着実に拡販に向けた体制構築も進んでいる。以上から、今後も新規顧客の拡大によって同事業の成長が続くものと予想される。

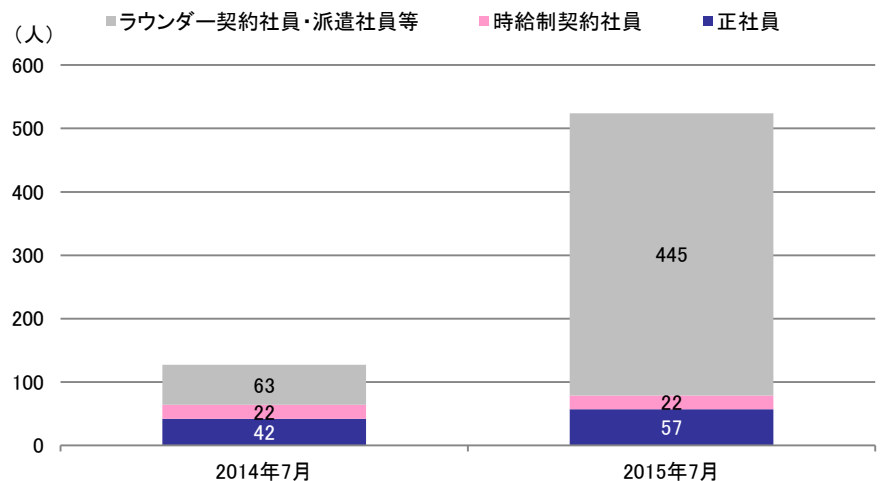
順調に推移中のフィールドマーケティング事業は大幅増収を見込む

(3) 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今期売上高は前期比 20% 増と大幅増収を見込んでいる。前述したように、フィールドサポート案件における新規大型案件が立ち上がっているほか、「ラウンダー人材バンク」事業でも新規案件が好調に推移しており、第 2 四半期までは極めて順調に推移している。フィールドサポート業務は年末のクリスマス商戦が最大の需要期になるため、今後も更なる売上拡大が見込まれる。

事業の拡大に伴い、今期に入って正社員スタッフやラウンダー契約社員・派遣社員を大幅に増員しており、2015 年 7 月時点では 524 名と 2014 年 7 月時点の 127 名から 4 倍強に拡大している。同社では先行きに関しても旺盛な需要が見込めることから、今後も人員の増員を続けていく予定となっている。また、より高品質なサービス提供と品質管理体制の強化を目的に、既存拠点（東京、大阪、名古屋）で SV の増員を行うほか、新たに北海道、九州にも支店を開設し、SV を配置していく計画となっている。

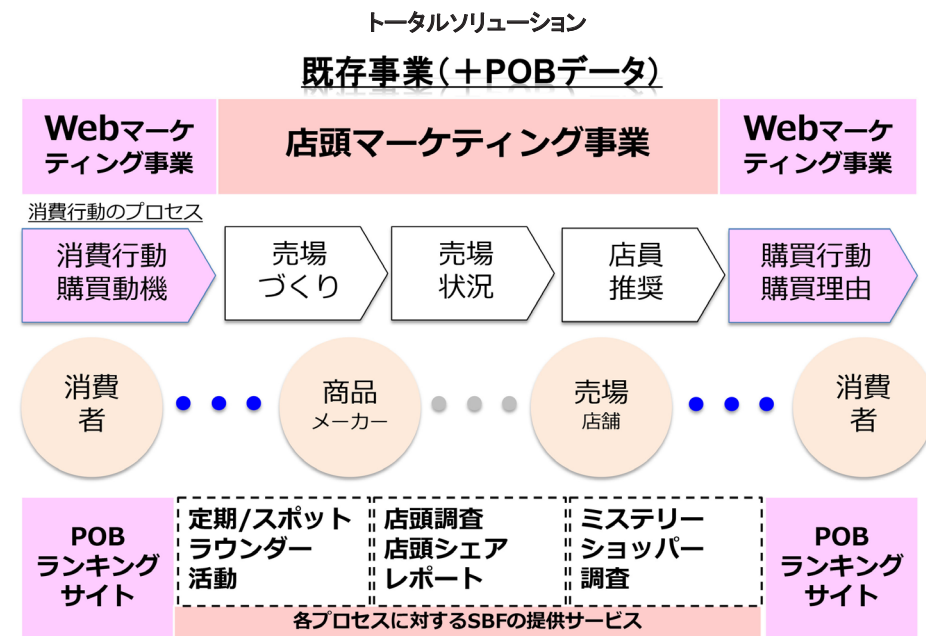
フィールドマーケティング事業社員数



なお、「ラウンダー人材バンク」事業が急速に立ち上がっているが、現状は大半が派遣型の案件で利益率も相対的に低いものとなる。このため、事業全体の利益率で見ると従来からやや低下する可能性があるが、売上規模の拡大によって利益額そのものは増加していく見通しだ。

また、Web マーケティング事業に関しては、消費者の購買行動や購買理由などを同社が様々な角度から調査・分析したデータを、クライアントであるメーカーや外食企業などに販売しており、クライアント数も着実に増加しているが、他の事業の伸びが大きいため収益へ与えるインパクトは軽微となっている。ただ、こうしたデータは企業のマーケティング戦略において、重要なデータとなるだけに今後も着実にクライアント数の伸びが見込まれるほか、月額制のビジネスモデルでもあるため、数年後には安定収益源になることが予想される。

同社ではフィールドサポートや店頭調査、ミステリーショッパー調査などの店頭マーケティング事業に Web マーケティング事業を組み合わせ、トータルソリューションサービスとして同事業の拡大を進めていく戦略だ。



出所：会社資料

■株主還元策について

内部留保資金は事業の開発や販促などに積極投下

同社は株主還元の基本方針として、「企業体質強化と今後の事業展開に備えるための内部留保の充実を中心に捉えながら、成長段階及び業績に応じた弾力的な利益配当を実施する」としている。2014 年 12 月期まで 9 期連続で無配が続いており、2015 年 12 月期に関しても今のところ無配を予定している。前述したように、現在は e セールスマネージャーや新規事業などの投資段階であり、内部留保資金はこれら事業の開発費や販促費などに積極的に投下していく方針としているためだ。なお、今後は経済環境や経営状況の変化を鑑みながら、株主還元方針についても改めて検討するとしている。

ディスクレーマー（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