

2012年1月17日（火）

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
鈴木 一之

「SiLK VISION 2013」の最終年度で利益3倍増

東証マザーズに上場するフリービット<3843>は、2011年12月9日に2012年4月期の第2四半期（5-10月期）の決算説明会を開催し、また、12月19日には新しいプロダクト概念と製品を発表した。

引き続き中核とするインターネットに関するインフラ提供のコア事業は順調に拡大している。また中核ではないノンコア事業は切り離しをほぼ完了させた。コア事業の部分は、第2四半期（5-10月期）で売上高は前年同期比27.4%増加し、営業利益は前年同期の赤字から大きく黒字に転換した。

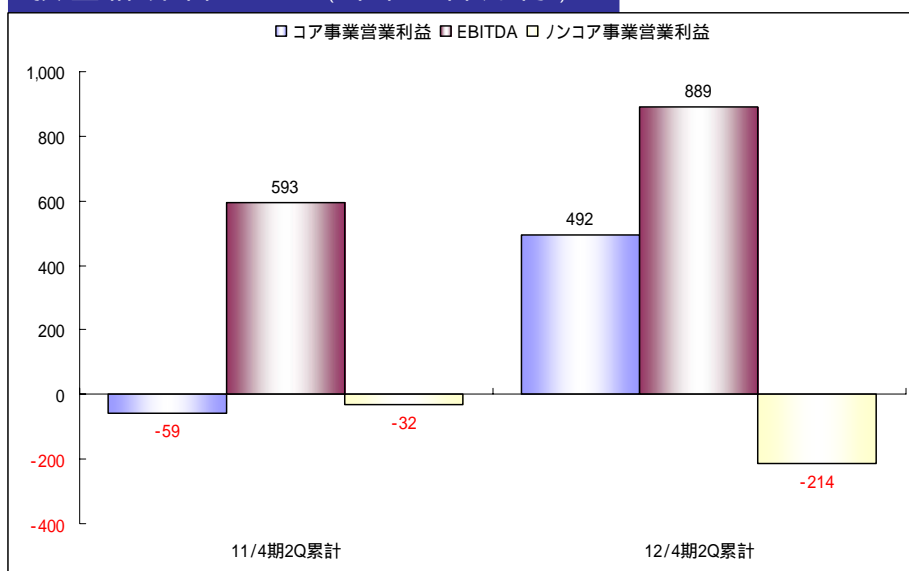
東日本大震災から10カ月近くが経ち、少しずつ世の中が落ち着いてきたこともあって、現状ではリスクを積極的に取る経営スタンスに戻りつつある。目下のところ将来への有望市場の布石として、ブロードバンドインフラ、クラウドコンピューティングインフラ、インターネットマーケティングインフラ、ユビキタスインフラ、の4つの領域に絞り込み、経営資源を重点的に投下している。

現在進めている中期経営計画「SiLK VISION 2013」（シルク・ヴィジョン・2013）では、コア事業であるIPv6と仮想化プラットフォームを融合した領域において、ソフトウェアだけでなくハードウェアまでを手に入れて、世界のNO.1企業になるべく事業を推進している。「SiLK VISION 2013」の残された1年半の間に、2013年4月期は売上高で260～280億円、経常利益は（利益率を10%として）26～28億円の達成を目指している。

Check Point

- ・モバイルとクラウドをキーワードに業績は拡大
- ・インターネットマーケティングのフルスピードも大きく寄与
- ・「ソーシャル・コンピュータ01（ゼロワン）」を製品化

損益計算書サマリ（単位：百万円）



第2四半期の実績

コア事業が非常に好調で在庫を前倒しで処理

2012年4月期の第2四半期（5-10月期）の決算は、売上高が10,167百万円（前年同期比0.2%の減少）、営業利益が277百万円（前年同期は91百万円の赤字）、経常利益が384百万円（同4百万円の黒字）、四半期純利益が51百万円（同214百万円の赤字）となった。

第1四半期（5-7月期）に続いて営業利益、経常利益、四半期純利益ともにもいずれも黒字額を伸ばした。特に営業利益と四半期純利益の黒字転換が目を引き。売上高の減少については、ノンコア事業であるアパレル部門等の切り離しによる影響が大きい。切り離したノンコア事業分の売上高だけで20億円程度の減少分になる。コア事業の部分に限定すれば27.4%の増収となっており、期初に計画した第2四半期（5-10月期）の予想売上高に対しても7%上回っている。前年同期の実績売上高との比較では、コア事業が7,555百万円から9,626百万円へ、ノンコア事業が2,634百万円から541百万円へそれぞれ変化している。

もともと同社は、今期で終了するはずの3カ年の中期経営計画「SiLK VISION 2012」（シルク・ヴィジョン・2012）を実行している途上にあった。それが今年3月に東日本大震災が発生したことにより、事業を継続させてゆく上でのリスクをよりシビアなものに算定し直した。新たな事業構造改革プランである「SiLK Renaissance」（シルク・ルネッサンス）を策定し、そのプランに基づいて2011年4月期の第4四半期（2-4月期）よりノンコア事業からの撤退や先行投資を当初計画よりも前倒しで行い、グループ全体にまたがる大規模な事業の整理、統合をスタートさせたという経緯がある。

成果は早くも挙がっており、この数カ月間のうちに組織改革を行い、グループファイナンスを構築した。有利子負債を圧縮しグループ全体の与信力を高めて、資金調達コストの引き下げも実現した。またフルスピード<2159>傘下に抱えていたアパレル部門を切り離し、エグゼモードの製造部門の撤退なども集中的に行った。

コア事業であるインターネットに関するインフラ提供事業はいずれも順調に拡大している。中でもMVNO（仮想移動体サービス事業者）のサービスを開始したDTIの契約数が急激に伸びており、加えてFTTH（光ファイバーによるデータ通信サービス）ユーザーが拡大していること、現在最も力を入れているクラウドの分野であるVDC（仮想データセンター）が順調に拡大していること、そして子会社化したフルスピードが連結業績にフルに寄与してきたこと、の諸点が貢献している。

ノンコア事業に関しては、懸案事項であったアパレル部門のギルドグループの売却に続いて、エグゼモードの自社製造部門から完全に撤退し、その在庫処分を行った。エグゼモードによるユビキタス家電製品の製造は、今後は中国最大のコンシューマエレクトロニクスメーカーであるaigo社との連携に完全に置き換わることになる。

第2四半期（5-10月期）の営業利益は277百万円。内訳は、コア事業で552百万円の増益、ノンコア事業で182百万円の減益だった。コア事業での収益が非常に好調だったため、エグゼモードの在庫処分を前倒しで一気に行うことが可能となった。これで当該分野の在庫はほぼ一掃され、撤退すべき部分はこの第2四半期（5-10月期）で消滅し、今後はaigo社との新製品の開発と営業推進に100%の事業リソースを割くことができるようになる。



第2四半期の実績

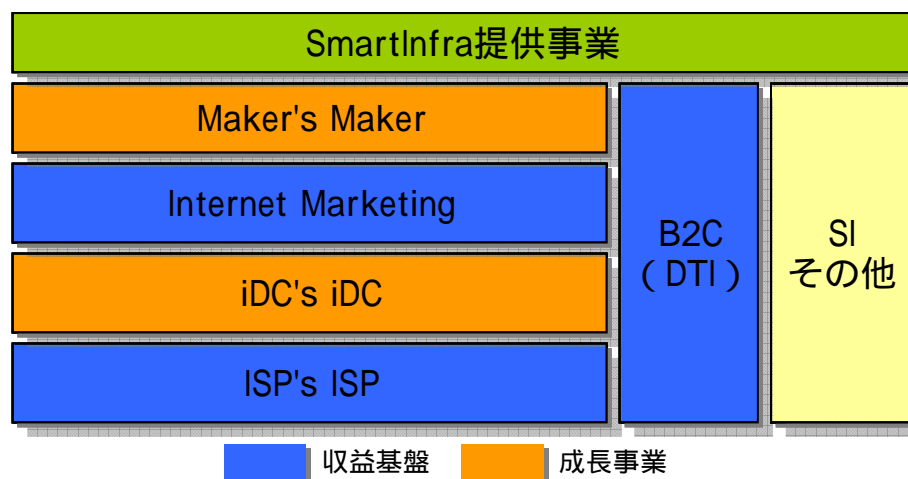
バランスシート上では、有利子負債の削減も順調に進んでいる。リース債務を除いた有利子負債は上期となる第2四半期（5-10月期）だけで8,838百万円から7,946百万円へと減少した。コア事業で生み出した利益を負債削減に厚く回している。引き続き下期も債務削減に努め、2012年4月通期合計では1,500百万円の有利子負債削減を目指している。

四半期業績の推移（単位：百万円）

	売上高					経常利益				
	09.4月期	10.4月期	伸び率	11.4月期	伸び率	09.4月期	10.4月期	伸び率	11.4月期	伸び率
1Q	3,227	3,617	12.10%	5,035	39.20%	287	-111	-	206	-
2Q	3,478	6,572	89.00%	5,132	-21.90%	137	115	-16.10%	178	54.80%
3Q	3,836	6,891	79.60%	-	-	-53	-1	-	-	-
4Q	4,168	6,202	48.80%	-	-	433	216	-50.10%	-	-

続いて事業セグメントごとに第2四半期（5-10月期）の実績を概観してゆく。第1四半期よりノンコア事業と位置づけていた「その他衣料販売」から撤退している。

SiLK VISION 2013におけるセグメント



モバイルやクラウド移行で複数アカウント契約が可能へ

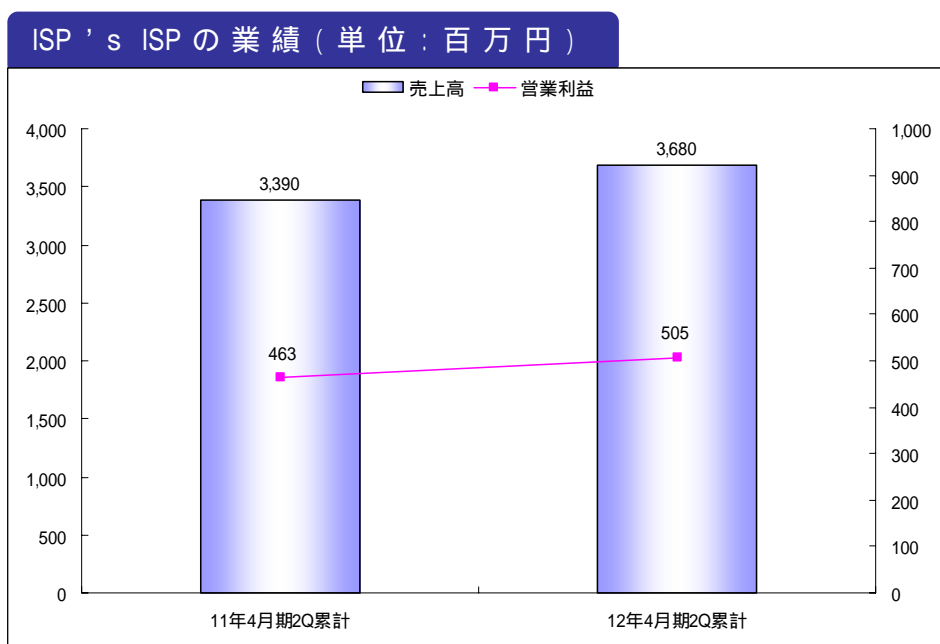
(a) ISP's ISP事業

売上高は3,680百万円（前年同期比8.5%の増加）、セグメント利益は505百万円（同8.9%の増加）となった。

第2四半期の実績

ISP事業者向けにネットワークサービスを提供する事業で、同社の最大の事業部門であり安定的な収益獲得源となっている。ISP事業者数は300ブランドまで増え、国内では圧倒的なシェアを持っている。最終ユーザーは従来の光ファイバーからモバイル、クラウドへと利用形態が急速に変わっており、アカウント数は前年同期と比べて21万人も増加した。第1四半期（5-7月期）の同33万人増加に続いて順調に拡大している。

牽引役は2011年4月より参入したMVNO（仮想移動体サービス事業者）事業で、高速モバイル通信のNTTドコモ<9437>のFOMA 3G回線とWiMAXの双方を取り扱っている点が強みである。新たにサービスを開始したクラウド上のメールサービス「Cloud Mail」を採用するISP事業会社が特に地方都市で増加している。これらの新サービスの貢献によって、光ファイバーをメインとしていた頃は「1家族で1アカウント」の獲得がせいぜいだったものが、モバイルとクラウド双方の効果によって「1人で複数アカウント」の契約獲得が可能となってきた。



VDCとVPN技術の優位性がますます際立つ

(b) iDC's iDC事業

売上高は920百万円（前年同期比15.5%の減少）、セグメント利益は75百万円の赤字（同137百万円の赤字）となった。

この分野はデータセンターが中心で、今や仮想化技術によるクラウドサービスの提供がメインとなっている。セグメント別の売上高は前年比マイナスとなっているが、前年度のこの時期はすでに分離した旧MEXのリアル・データセンターの売上高が加算されている。旧MEXを除いた部分の売上高の伸び率は42.3%の増加と大きく伸長しており、ベッコアメインターネットの連結加算もあって実態ベースでは大幅に伸びている。



第2四半期の実績

営業利益は旧MEXに属する共通費を吸収しきれず、大阪での仮想データセンターの立ち上げもあったため、現時点で赤字を継続している。ただVDC（バーチャル・データセンター）は先行投資型ビジネスであるため、現在の損益状況は横ばいを続けているが、売上は着実に増加している。営業利益も下期中には黒字転換する見通しである。

当事業は今後の中核分野を担うことになるものと見られる。同社の最も得意とする、IPv6に関する技術と仮想化技術のふたつを組み合わせたVDCは引き続き大きく伸長しており、契約社数は増え続けている。今第2四半期で稼働中の仮想サーバー数は9,100台に達した。ナショナルブランドの大企業から中小のSNS事業者まで利用社数は着実に増加している。

説明会ではVDCの新たな可能性として、中国のSNSゲーム事業者の事例が紹介された。世界最大の人口を擁する中国は、今後もインターネットビジネスが飛躍的に伸びる市場と見られ、同社は現地でのビジネスパートナーであるBII（北京天地互連信息技术有限公司）との合弁会社、FBII（北京天地互連飛比特網絡科技有限公司）と共同で事業を展開している。

FBIIはそれまでの取り組みがグリー<3632>から評価されて、ソーシャルアプリ向け「GREEクラウド」の中国での開発パートナーに認定されている。グリーと連携して中国のSAP（Social Application Provider：アプリ制作会社）にアプローチを行い、無錫市でネットワークの監視を行い、安全で速度が速く中国語でのサポート体制も整えている。SAP業者は中国でグリー向けにソーシャルアプリを開発するには、インフラや開発ノウハウ、決済機能を頼って同社のVDCを利用することになる。

その成果は着実に現れている。2012年4月期の第2四半期（5-10月期）では、中国のSNSゲーム開発の大手企業「Hoolai Game Ltd.（フーライ）」のコンテンツ運用基盤として採用された。フーライはこの1年間で中国国内で1億人以上の会員を集めた一大勢力であり、日本市場への進出も既に果たしている。現在は「Hoolai 三国 for GREE」をリリースしており、今後日本でも急速にシェアを獲得する可能性を秘めている。

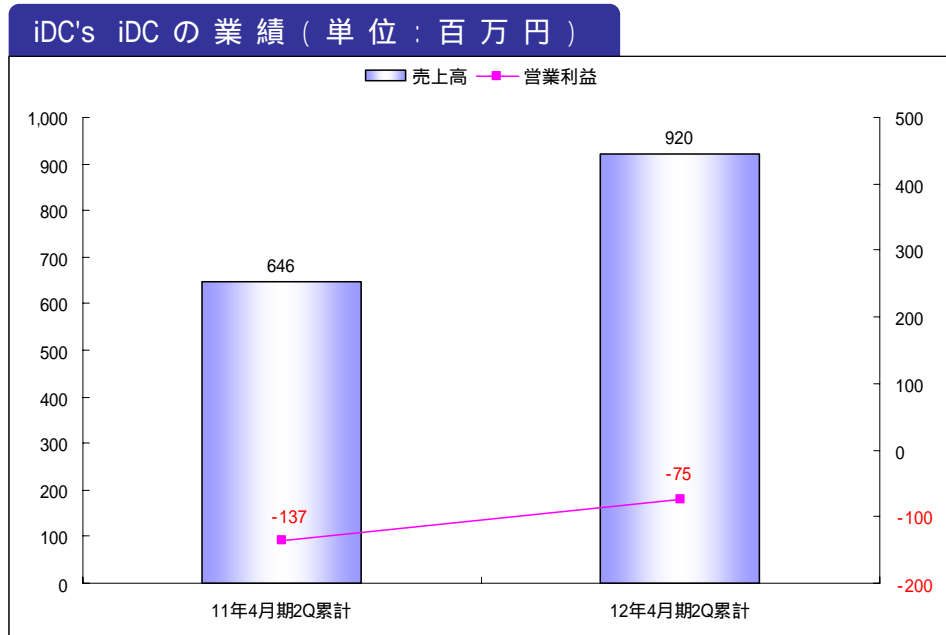
フーライに続く形で、現在も数社のSAP事業者が同社のVDCを使った仕組みのリリースを待っている段階にある。そのための先行投資が先行している段階だが、SNSゲーム開発をひとつの突破口として中国企業の中に浸透しつつあるVDC事業は、今後もさらに間口を広げて大きく発展してゆく可能性を有している。

今回の説明会で示された新たな事業展開の方向性として、仮想データセンターと仮想ネットワークの融合領域がある。これまで仮想データセンター（VDC）と仮想ネットワーク（VPN）は同社の内部でもそれぞれ別個に発展してきたが、それがここに来てふたつのサービスがあたかもひとつのサービスとして融合するような形態が生まれてきた。その結果、従来はまったく存在しなかったようなクラウドとネットワークの合体したサービスが誕生しつつある。

具体的な事例として、4年前にリリース済みの指紋認証機能付きUSBメモリがある。これを発展させて、USBメモリにPCへのインストールの必要のないVPNの仕組みを付加すれば、PCには何もインストールせずに、指紋認証だけでクラウド上に保存するデータに直接つながることができる。PCには一切情報が残らず、したがってネットワークのセキュリティを守りながら、リモート操作でどこからでもデータを取り出すことができる。従来は存在すらしなかった技術とサービスが提供できるようになって、同社のVDCとVPN技術の優位性がますます際立つようになってきた。



第2四半期の実績



旧MEXの売上高を除く

下期からaigoと共同開発した新製品が順次投入

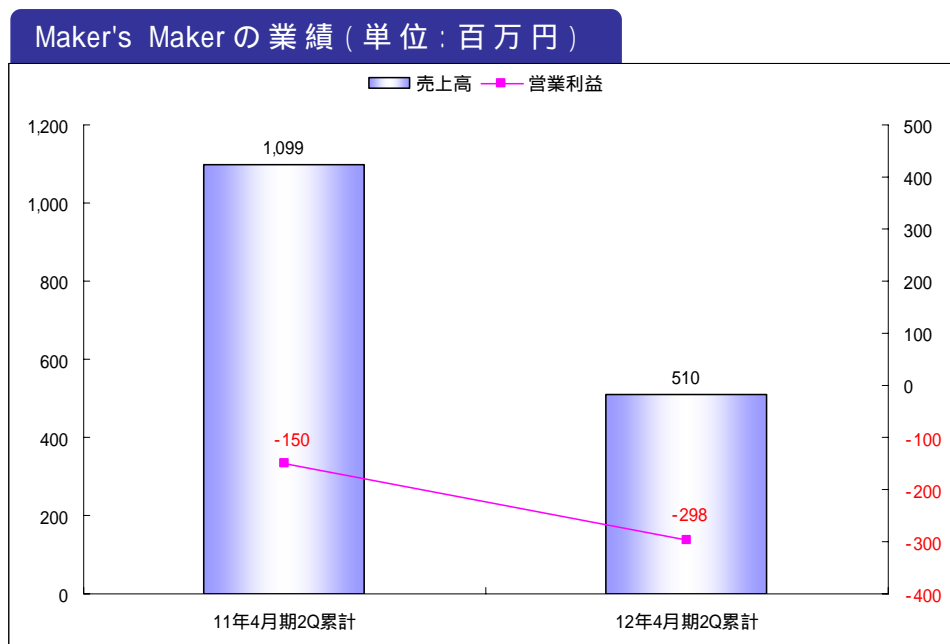
(c) Maker's Maker事業

売上高は510百万円(前年同期比53.6%の減少)、セグメント利益は298百万円の赤字(同150百万円の赤字)となった。

ユビキタス家電の製造販売とライセンス提供を行う事業である。前期までは子会社化したエグゼモードを通じて自社ブランドでの家電製品の開発・製造販売を行っていたが、今期より中国最大のコンシューマー・エレクトロニクスメーカー、aigo社と独占販売契約を交わし、aigo社の代理店ビジネスへと大きく方向転換した。

それに伴って、2012年4月期の第2四半期(5-10月期)もエグゼモードの自社製造事業からの撤退に伴う在庫処理が残っていた。営業赤字は拡大したが、あくまで「SiLK Renaissance」に沿ったものである。第2四半期(5-10月期)で在庫処分による損失の計上はほぼ完了し、今下期からはaigo社と共同開発した新製品が順次投入される予定である。今後はその販売にフルに力を注ぐことができる。

第2四半期の実績



モバイルとクラウドの契約が70%以上

(d) B2C事業

売上高は2,238百万円（前年同期比10.8%の増加）、セグメント利益は298百万円（同127百万円の赤字）となった。

個人ユーザー向けにインターネット接続サービスを提供する事業で、子会社のDTIがサービスを提供している。この部門が2012年4月期の第2四半期（5-10月期）も好調を持続。営業利益は前年同期の赤字から425百万円も改善し、第2四半期で黒字転換を果たした。

従来までの「光フレッツ」など固定回線でのネット接続サービスに加えて、新たにスタートしたMVNO事業での「DTIハイブリッドモバイルプラン」、およびオンラインストレージ「ServersMan@Disk」などクラウドサービスが新規顧客の獲得に大きく貢献している。MVNOによるモバイルサービスを開始した今年4月以降、モバイルとクラウドの契約数はDTI全体の新規契約数のうちの7割強を占めている。

DTIを買収した2007年9月当時は、FTTHやADSLなど固定通信網が契約数の8割以上を占めていた。この分野は以前から競争が激しく、インセンティブをいくらつけるかという競争に終始し、結果として資金の持ち出し分ばかり増えて差別化がまったく効かなかった。

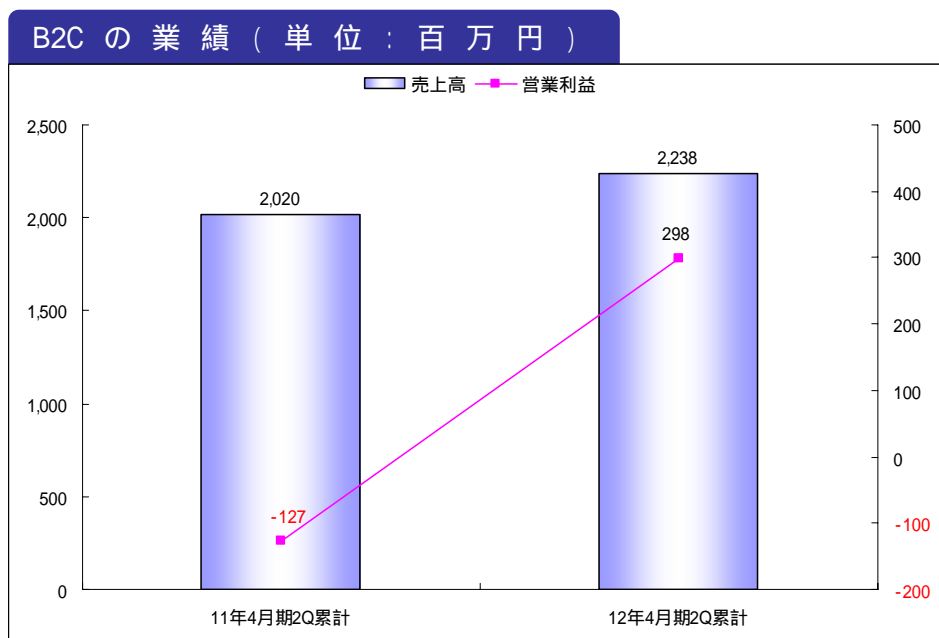
それが前期よりクラウドサービスを開始すると、新規契約のうちクラウド部分が35%を占めるようになった（2010年4月～2011年3月）。さらに今年4月にMVNOによるモバイルサービスを開始すると、モバイルが新規契約のうちの57%を占めるようになり、クラウドサービスの17%と合わせて70%以上を占めるまでになった（2011年4月～10月）。



第2四半期の実績

当初の変化は獲得ユーザー数の増加から始まった。それが「1ユーザーで1アカウント以上」の契約となって開通ベースで増加するようになり、今では売上げまで増加するに至った。東京電力<9501>から当該事業を買収して以来、個人ユーザーに対する差別化戦略の訴求がこの2年間で実を結び、ついにDTIは利益を稼ぎ出す事業体質にまで変貌を遂げた。

説明会当日にも新たなサービスのリリースがなされ、「au」のWiMAXモバイルプランに対応した新型のWi-Fiモバイルルーター“ Mobile Cube (モバイルキューブ)”が披露された。これは現在一般的に普及しているタイプのWi-Fiモバイルルーターと比較して、大きさ(従来製品の半分)、重量(69g)、バッテリー時間(10時間)、起動時間(5秒)の4つの点で優れている。aigo社と開発中の新型ルーターの概略も披露され、今後も個人ユーザー向けに端末やサービスで差別化を図る戦略が続々と登場する模様である。



インターネットマーケティングのフルスピードが大きく寄与

(e) Internet Marketing事業

売上高は3,188百万円(前年同期比117.2%の増加)、セグメント利益は231百万円(同139.2%の増加)となった。

Webマーケティングによる企業のWeb戦略を支援する事業。当事業セグメントは2010年8月に子会社化したフルスピードが担っている。フルスピードはインターネットマーケティングの分野では確固たるブランドと実績を残してきたが、アパレルなどのノンコア事業に事業を拡張し過ぎたために一時的な業績低迷に陥っていた。同社の傘下入りを機にノンコア事業からの撤退に着手しており、2012年4月期の第2四半期(5-10月期)ではそれが完全に軌道に乗った格好となっている。



第2四半期の実績

フルスピードの得意とするSEO、アフィリエイト、リスティング広告のすべての領域で順調に事業が拡大している。2011年12月9日にはフルスピードの2012年4月期（7月決算を変更）の第1四半期（8-10月期）の決算が発表され、売上高は前年同期の4,198百万円から3,140百万円にダウンしたものの、営業利益は82百万円から158百万円へ、四半期純利益も136百万円の赤字から79百万円の黒字へ改善した。従来の単発的な成功報酬型のビジネスモデルから転換を図っており、最も強力に推進している定額制の継続課金モデル「フルスピードクラブ」では、契約数が1,000件の大台に定着してきた。

これによってフリービットの当該事業部門も、2012年4月期の第2四半期（5-10月期）には営業利益が前年比で2.3倍まで拡大した。着実にキャッシュを稼ぎ出す経営体質に変化を遂げている。

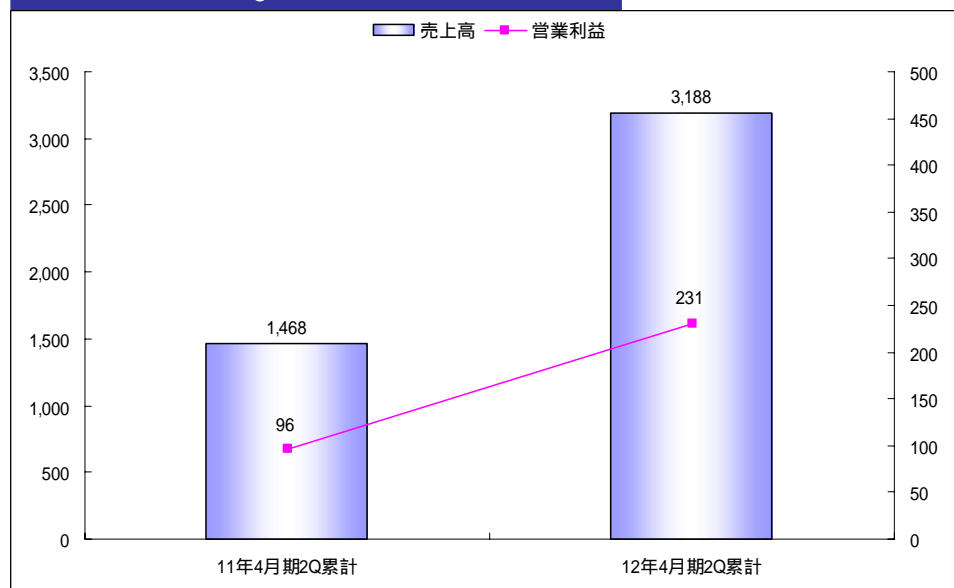
「フルスピードクラブ」は今や最大の収益源に育ったが、会員数が1,000件の大台に達したところでひとまず安定横ばい期に移った。すでに契約した会員のうち、きちんとしたコンサルティングを行う必要のあるものをメンテナンスする体制に移っており、リスティング広告の提案を行うなど、サービスを向上させて1会員当たりの契約単価を引き上げる方向を採っている。

一時的に会員数の拡大を止めているような状態だが、隔々までコンサルティングが完了して体制が整えば、SEOの全国販売に向けて再拡大に向けて乗り出す方針である。

2011年12月9日には2012年4月期の第2四半期（2011年8月-2012年1月期）の業績見通しの上方修正が発表され、売上高は従来の5,200百万円から6,200百万円へ。営業利益は130百万円から250百万円へ。当期純利益も50百万円から120百万円に引き上げられた。

フルスピードは10月末の定時株主総会において決算期を変更し、従来の7月決算から新たに4月決算に変わった。これによって今期は9カ月の変則決算（2011年8月～2012年4月）となり、通期としての前年比較はできなくなるが、第2四半期までの見通しの引き上げ幅には本業部分の拡大に相当の自信がうかがえる。今後はフリービットのテクノロジーを活用して、まったく新しいWebマーケティングの世界を切り拓くことを目指している。

Internet Marketingの業績(単位:百万円)

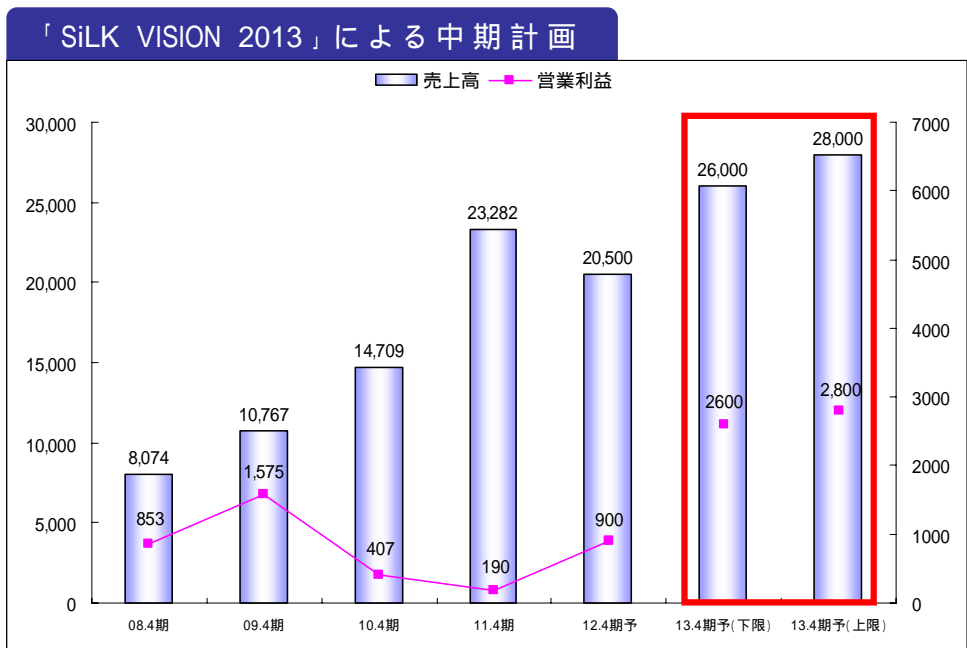
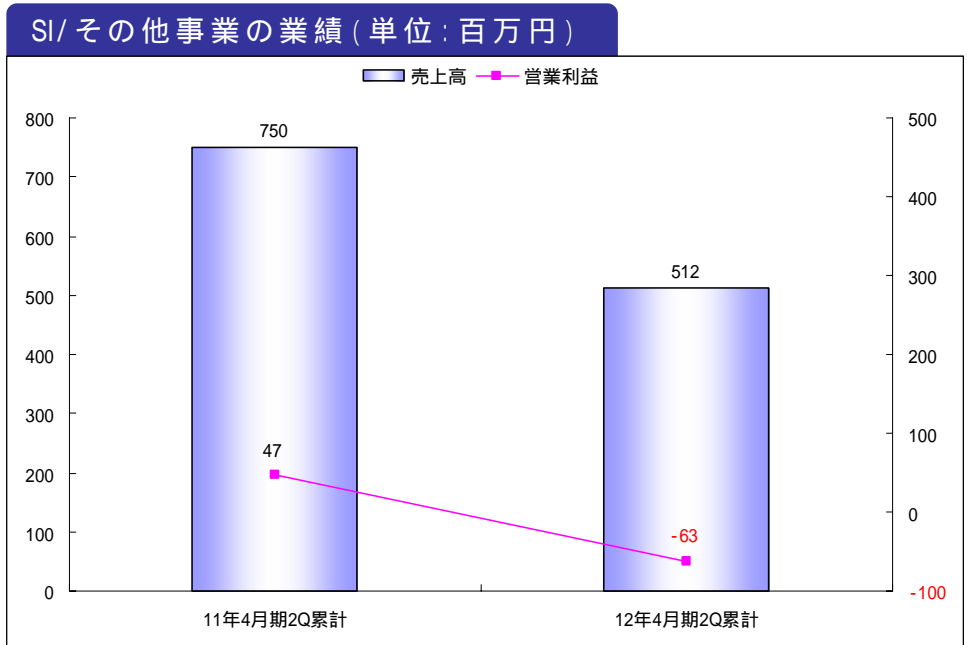


単価の引き下げ要求が厳しく下半期でのリカバーを狙う

(f) SI事業・その他

売上高は259百万円（前年同期比42.3%の減少）、セグメント利益は31百万円の赤字（同20百万円の黒字）となった。

子会社のギガプライズにおいてシステム受託開発を行う事業。3月に発生した東日本大震災の後は企業のIT投資が抑制されており、そのために単価の引き下げ要求が厳しい状況が続いている。下期のリカバーを狙っている。



中国事業の現状と展開

マーケティングコストを抑制しつつクラウド領域で足場

今回の決算説明会でも中国事業に関する詳細な報告がなされた。

中国事業については、3カ月前の第1四半期の決算説明会で大がかりな事業戦略の変更が発表された。そこでは今後の中国でのビジネス対象領域を、(1)個人向け「Smartlnfra」提供事業、(2)SDカードによるM2M事業、(3)「aigo Cloud」事業、(4)新型ソーシャルプラットフォームの開発、(5)キャリア向け六飛事業、の5つの分野が明確に提示された。

それを踏まえた上で今回は、中国事業の対象領域をさらに4つの重点分野に絞り込んで、それぞれ詳細な説明がなされた。(a)個人向け「Smartlnfra」提供事業、(b)aigo事業、(c)M2M事業、(d)キャリア向け六飛事業、の4分野である。その上で2011年9月8日に発表された「aigo Cloud」に関する事業戦略も一段と深められた。

(a) 個人向け「Smartlnfra」提供事業

中国市場でアマゾンドットコムのようなECマーケットを展開しようと準備している段階である。中国には類似のサイトは存在しておらず、現在はそのためライセンスの取得などで布石を打っている。そのため現在は「ServersMan@VPS」を中国で販売するような形で、ライセンスが要らない部分でマーケティングを推進中。形態は日本の環境をそのまま中国に持ち込むようなもので、ライセンスの取得が整えば、すぐに新たな事業の垂直立ち上げができるようにデータセンターの準備などを進めているところである。

(b) aigo事業

「aigo Cloud」のサービス開始を進めている段階。アップルが「iCloud」をライセンス取得した上で中国展開を進めたように、ここでもライセンス取得後の事業立ち上げの準備を行っている。近日中にいくつかのサービスがリリースされる予定である。2012年1月にはラスベガスでコンシューマー・エレクトロニクス・ショーが開催されたが、aigo社からはいくつもの新製品が発表された。そこで数多くの新製品、新サービスが明らかになっている。

(c) M2M事業

M2Mとは、機器と機器がインターネットを介して相互に通信しあう通信形態を指す。SDカードにWi-Fi機能を付加した「ServersMan@SD」を日本と中国において、B2B向けに強力的にセールスしている。先行しているのはやはり中国で、携帯電話最大手のチャイナテレコムとは製品レベルでの実証実験に入っている段階である。

(d) キャリア向け六飛事業

中国の膨大なインターネットユーザーをどのようにスムーズにIPv4からIPv6に移行させるか、という部分でチャイナテレコムとの実証実験をほぼ終わらせた段階。中国は世界最大のインターネットユーザー(4.6億人、2010年12月末時点)を抱えるネット大国であり、現在も年間2,000万人ずつユーザーが増加している。



中国事業の現状と展開

同時に中国は携帯電話のユーザー数でも世界一であり（8.6億人、2010年12月末時点）、IPアドレスの枯渇問題では早くから危機意識が持たれ、その分だけIPv6へのシフトもスタートが早かった。現在最も危機意識が強いのがモバイル分野であり、今や携帯端末セールスの7～8割はスマートフォンになっている。それだけにIPv6へのシフトはますます急務となっており、そのための対応策でも手を打っている。現時点で詳細な発表はないが、この領域で中国における同社2件目の基幹特許が成立した。今後はこの独自技術に基づいた新サービスのリリースが行われることが予想される。

「aigo Cloud」に関しては、中国でトップシェアを持つ様々なカテゴリでそれぞれクラウドサービスを提供するという展開を行っている。それによってマーケティングコストをさほど費やすことなく、クラウド領域での足場を築くことを狙っている。たとえばaigo社は中国におけるモバイルストレージ（USBメモリなど）分野では圧倒的なシェアを持っており、まずこの分野でクラウドサービスを推進してゆくことになっている。

今回の説明会で発表された新サービス「クラウドストレージ」は、USBメモリに標準的にクラウド機能が付加されており、実装4ギガのUSBメモリでオンライン上には10ギガのクラウドストレージが付けられている。

同社の収益面では、このようなUSBメモリが1本販売されるごとにフリービットに数%のライセンス料が入り、さらにユーザーがクラウド領域の増量を図ればそこでも収益を上げることができる。中国事業は未開の領域が目の前に広大に広がってはいるが、まだ緒に就いたばかりの段階で、いずれにしても今後の展開が待たれる分野である。

新事業への取り組み

「ソーシャル・コンピュータ01(ゼロワン)」を製品化

同社は技術面では先端を走っているが、それをマーケティングには活かしきれていない、という指摘を各方面から常に指摘されてきた。会社側もそれを意識しており、ここ最近では徹底的に営業とマーケティングに力を入れてきた。その上でプロダクトでの差別化を図っている。

まず下期に関しては、現在弾みがついているクラウドとモバイル分野を伸ばしていく方向にある。ISP's ISP事業では「CloudMail」や「ServersMan@Disk」の引き合いが多数寄せられており、最もベーシックな部分での収益が増加している。ここは下期以降も引き続き堅調に推移する見通しが立っている。

クラウドをカバーしているiDC's iDC事業は、目下のところ価格帯の低い領域（DTIの個人向け仮想専用サーバー「ServersMan@VPS」など）と、価格帯の高い領域（法人向けのフリービットクラウドのVDCなど）でサービスを展開している。以前からその中間の価格帯が手薄だと認識されていた。今後は中間帯を埋めるような形で両方のサービスの融合化を図り、上から下まですべての価格帯のラインナップが揃っているような状態を作り上げる方向性にある。

クラウドサービスでも単体のサービスとして提供するばかりでなく、前述したようなクラウドとネットワークを融合させたような、これまで存在しなかったような付加価値の高いサービスを生みだしていくことを目指している。

Internet Marketing事業では、フルスピードとして下期に進めるべき4つの重点分野を掲げている。それは、（ア）ナショナルクライアントの開拓、そのための営業・サービス体制の確立、（イ）地方都市でのOEM展開、低価格ゾーンの開拓、（ウ）技術による差別化、サービスの向上、（エ）より付加価値の高いサービスの開発を目指したシステム開発体制の確立、の4点である。

その上で、新たな試みとしてアドネットワーク領域への進出を図った。「アドネットワーク」とは、ネット広告の分野で近年急速に拡大している新しい広告手法である。複数のWebサイトをネットワーク化した広告で、同じネットワークに参加している複数のWebサイトに一括して出稿できる点で優れている。その結果、短い期間で従来よりはるかにたくさんの頻度でネットユーザーに訴求できる利点がある。アドネットワークの市場規模は、2008年に450億円程度だったものが、今年は830億円にほぼ倍増した。これが2014年には1150億円になると見込まれている（シード・プランニング調べ）。

現在、アドネットワーク領域に関するシステムの自社開発を進めているところで、完成すれば競合他社よりかなり進んだ地点に立つことになるはずである。目下のところは将来のアドネットワーク市場の急拡大を見据えて、とにかくスタートを切るという意味合いが強い。新サービスの開始にあたって、当面は最大の重点推進項目として位置づけ、ユーザーの囲い込みを優先させる方針である。付加的なサービスはその後に順次行ってゆく。

そしてMaker's Maker事業。エグゼモードの自社製造事業からの撤退がようやく終了し、ここからはaigo社と組んで作り上げた新製品の開発に移ってゆく。その第1弾が12月19日に正式に発表された。新製品は2年間を費やして開発され、コンピュータというマシンの概念そのものを根底から見直した製品となった。

知識はインターネットの中にあるのではなく個人の頭の中にある、という「ソーシャル」時代に即したコンピュータにふさわしく、新製品の概念を一言で言い表せば「ソーシャル・コンピュータ」ということになる。



新事業への取り組み

ひとりが複数の端末を通じてインターネットとつながる状況を前提として、今回開発された新しいコンピュータは、第1号機として「ソーシャル・コンピュータ01（ゼロワン）」と名付けられた。ボディサイズが10センチ四方、230グラムの小さな躯体にすべて収まってしまふほど小さい点が最大の特徴である。その上でaigo社が得意とするプロジェクタと合体させて、ディスプレイは壁や天井に投影する方式を採用する（専用スクリーンも付属する）。つまり画面サイズは固定されておらずまったくのフリーである点が他のコンピュータと大きく異なっている。

スマートフォンやタブレット端末はPC市場を侵食しつつあるが、小型のスマホで長編映画を見ても感動は得られにくい。その点、「ソーシャル・コンピュータ01」は小型でありながら大画面を獲得した。パーソナルな利用だけでなく、複数の人々と投影された画面を見ながら情報を共有できる。

OSとして「ウィンドウズCE」を搭載し、ワイヤレスキーボード、マウスも付属する。プロジェクタの光源にはLEDを使用し、300ルーメンの輝度を採用。3.5インチから150インチまでのサイズに投影できる。スピーカーを内蔵し、インターフェイスにはタッチ操作を有しており、ワードやエクセルなどのドキュメントや映像ファイルも利用できる。

それらのハード面に加えて「ソーシャル・コンピュータ01」の最大の特徴は、「ServersMan」とクラウドストレージを搭載している点である。「ServersMan」を搭載することによってデジタル機器と容易に連携できる。さらに「aigoクラウド」を経由して標準で10ギガ、プレミアム契約で100ギガのクラウドストレージが利用可能となっている。Wi-Fiも標準搭載されている。プロジェクタとしては同型機種で最大の輝度を持ち、最も安く、最も軽い。その上コンピュータとしての機能を完全に備え、大画面で情報を複数のユーザー同士で共有できる。

「ソーシャル・コンピュータ01」は一見するとプロジェクタとPCを合体させただけのマシンに見えて、他社に容易に模倣されてしまうように感じる。しかしaigo社と同社の共同開発製品は数々の特許によって保護されており、いずれの特許も申請から取得まで6~7年の時間がかかっている。加えて「ServersMan」による機器間連携の機能とクラウドストレージ機能を同時にハード機器に搭載できるのは同社だけである。それらの点で競合相手には簡単には追従できない、されにくい製品に仕上がっている。

価格はスタンダードパック（本体、10ギガのクラウドディスク、Wi-Fi機能、ウィンドウズ再生可能、マウス、メールサポート）で49,800円。プレミアムパック（本体、100ギガのクラウドディスク、Wi-Fi機能、ウィンドウズ再生可能、マウス、ワイヤレスキーボード、スクリーン、三脚、電話サポート）で79,800円、に設定。オプションで外付けバッテリーも用意されている。

人類のこれまでのコンピュータとの関わりは、大型汎用機から始まって、個人向けのパーソナルなPCに移っていった。現在はスマートフォンやタブレットのようなよりパーソナルな部分に密着したものに移行しつつある。これからの世の中の向かっている方向を見つめれば、一方では非常にハイエンドなものが必要とされる高度な世界と、もう一方では1日数ドル以下で暮らす貧困の極限のような生活環境に合わせた極端に低価格な世界という、相反する両極端の世界に分かれてゆくことになるはずである。

そのようなふたつのまったく異なる世界のどちらにもフィットするような形、概念のコンピューティングをaigo社とフリービットは模索し続けている。そのコンセプトをひとまず現時点に置いて製品化したものが「ソーシャル・コンピュータ01」なのである。



新事業への取り組み

「ソーシャル・コンピュータ」の概念そのものがまだ完全に固定されたものではなく、今後も試行錯誤を続けながら次々と実験的な製品が投げられることになる。「02」「03」はまったく異なったコンセプト、機能、性能を与えられた製品になる可能性もある。

「ソーシャル・コンピュータ」構想の発表に合わせて、次世代インターネット技術についての言及もあった。今年6月にアップルが「iCloud」構想を発表したことによって、かねてよりフリービットが主張していたM2M、「機器間の連携」がまったく標準的なものとして認識されるようになった。アップルの「iCloud」はリリース直後の3日間だけで2,000万人のユーザーを獲得したと言われている。

アップルの「iCloud」はクラウドコンピューティングを使って機器間を連携させるものだが、アップルが「iCloud」を推進すればするほど、それ以前から同じようなサービスをM2MとしてOEMで提供してきたフリービットの存在価値が急速に高まるという現象が起こっている。実際に様々なところから引き合いが急増しているという。

アップルはネットワークが十分に高速化したことを前提として、クラウドを経由してデジタル機器がすべてシンクロするという「デジタルハブ構想」を提唱した。フリービットは同様の仕組みをクラウドではなく、IPv6技術を用いることによって機器同士が直接つながり、完全にリアルタイムでシンクロを実現するという世界を描いてきたのである。

あらゆる家電製品がデジタル化していった「デジタル化の時代」（～2000年）、スティーブ・ジョブズ氏によって提唱された1本のケーブルであらゆるデジタル製品が連携する「デジタルハブの時代」（2001年～）、そして「iCloud」によって機器が連携する「クラウドハブの時代」（2011年～）を経て、さらにその先にはデジタル機器同士が直接的にシームレスにつながる、連携してゆく「ユビキタスハブの時代」がやってくることになる。

今や「ユビキタスハブの時代」が現実のものとなった。ここに至って同社は、2000万人ユーザーを抱える「iCloud」とフリービットのM2Mをつなぐことができたらどうなるのか、どういうことが可能なのかを模索している状態にある。「iCloud」はサービスが非常に限定されている。OSはiOSかMacOSに限られ、ハードウェアはiPhone、iPodtouch、iPad、Macなどアップル製品の内側にとどまり、機能も同期とバックアップに限定される。

これに対してフリービットのM2Mの機器間連携のサービスを使えば、あらゆる端末がつながっているため、どこからでもどの端末でもあらゆる形態のファイルを使うことができる。それはすなわち、本来閉じられている「iCloud」のサービスも使うことができることを意味する。iPhoneを経由して「iCloud」上に保存してある画像ファイルやPDFファイルを自由にアクセスできる上で、M2Mの技術を使えば通常のPCとiPhoneを連携させ、アップル製品以外からでも「iCloud」上にファイルをアップロードしたりファイルを操作したりすることが可能になる。

2000万人の閉じた世界である「iCloud」に対しても、アップル製品だけでなく「ServersMan@SD」などで連携させたあらゆるデジタル機器を連携させることができる。同社が磨き上げてきたM2Mの技術によって、ネット上の融合領域がさらに広がってゆくことになるのである。そのような試みを同社はこの下期以降から追及していく方向にある。

ディスクレームー（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、株式会社大阪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