

エイジア

2352 東証マザーズ

<http://www.azia.jp/ir/>

2016年7月28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

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 財務の安定性が高く中期的に高成長が期待できる

エイジア<2352>は企業向け電子メール配信システムの大手で、主力サービスである「WEBCAS e-mail」の配信処理能力は業界トップクラス。売上高の過半はクラウドサービスを中心としたストック型ビジネスとなっており、高収益性と安定性、また無借金経営で好財務体質であることが特徴となっている。子会社で企業のWebサイトやメールマガジンの企画制作、コンサルティングサービスを行う(株)FUCAを持つ。

2016年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.1%増の1,145百万円、営業利益が同34.1%増の239百万円と2ケタ増収増益となった。EC市場の拡大を背景に「WEBCAS e-mail」を中心としたクラウドサービスの売上高が、前期比19.0%増と好調に推移したことが主因だ。

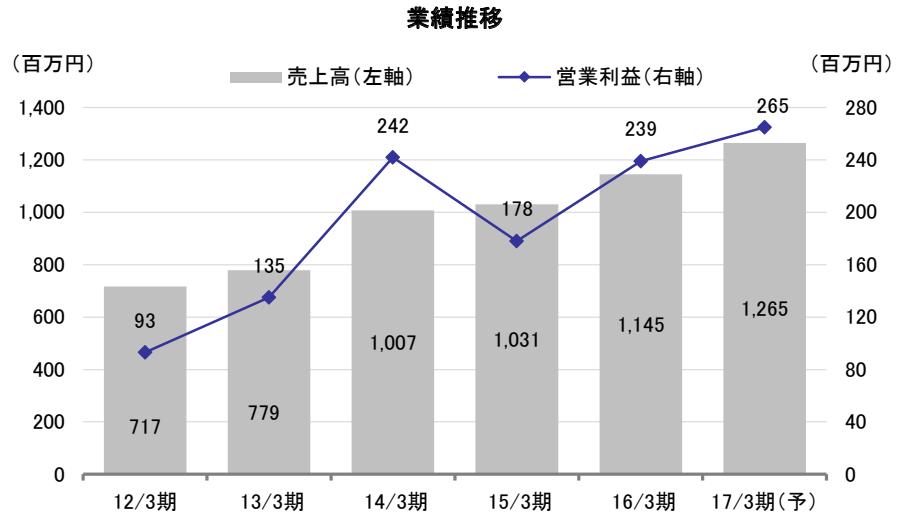
2017年3月期の売上高は前期比10.4%増の1,265百万円、営業利益は同10.7%増の265百万円と2ケタ増収増益が続く見通し。上期は前年同期に大型案件があった反動と先行投資が嵩むことで2ケタ減益となるが、6月下旬には期待の大型新製品「WEBCAS Auto Relations（以下、WEBCAS AR）」を発売するほか、その他新製品、サービスの寄与もあって、下期以降は2ケタ増益ペースが続く見通し。

中期的には、AI（人工知能）やIoT技術を活用したサービスの強化に注力していく方針で、システムの導入支援サービスを行う企業などを対象にアライアンス戦略も積極的に推進していく。国内のEC市場が年率2ケタ成長を続けるなかで、費用対効果の高いマーケティングツールが求められており、「WEBCAS AR」をけん引役に中期的に高成長が期待できる企業の1つとして注目されるだろう。

株主還元策としては配当性向20%程度の水準を目安に安定配当を行うことを基本方針としており、2017年3月期は前期比2.0円増配の20.0円（配当性向22.8%）と8期連続の増配を予定している。今後も業績を拡大していきながら、連続配当を続けていく考えだ。

■ Check Point

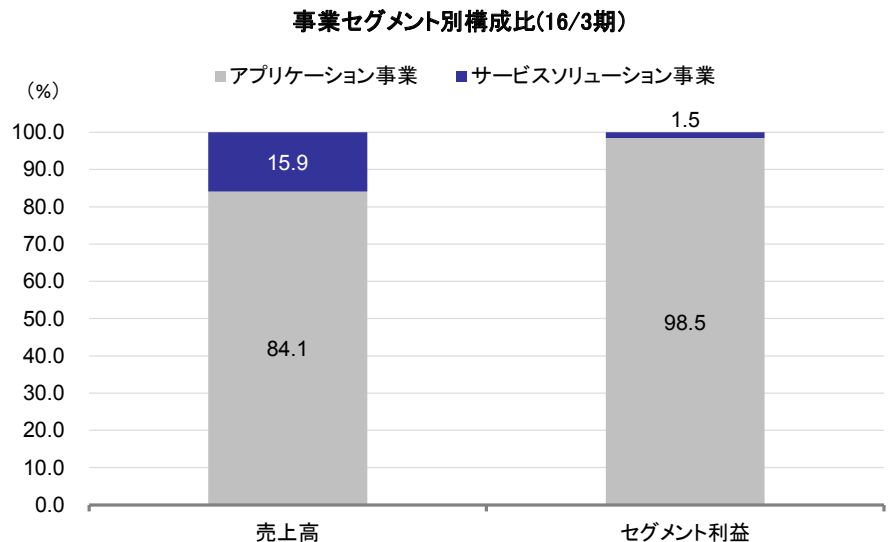
- ・ 安全性を示す自己資本比率は81.3%と高水準を継続
- ・ 今後注力していく市場は本格的な成長局面を迎えると予測される
- ・ 8期連続の増配を予定、今後も継続される可能性が高い



■ 事業概要

主力事業のクラウドサービスの売りが年々上昇

同社の事業セグメントは、電子メール配信システムのライセンス販売、クラウドサービスなどが含まれるアプリケーション事業と、ソフトウェアの受託開発及び子会社のFUCAの事業(Web制作、メルマガ代行サービス、マーケティングコンサルティングなど)が含まれるサービスソリューション事業とに分かれている。2016年3月期のセグメント別構成比で見ると、アプリケーション事業が売上高の84.1%、セグメント利益の98.5%を占め主力事業となっている。



出所：短信をもとにフィスコ作成

2016年7月28日(木)

※1 ASP 型 : Application service provider の略。アプリケーションソフトの機能をネットワーク経由で顧客にサービスとして提供する事業者を指す。利用者はインターネットを経由し、遠隔地から ASP のサーバーにアクセスすることで、そのサーバー内に格納されたアプリケーションソフトの機能をサービスの形で利用する。

※2 SaaS 型 : Software as a Service の略。必要な機能に必要な分だけサービスとして利用できるようにしたアプリケーションソフト、もしくはその提供形態のこと。利用者はインターネット経由し、遠隔地から SaaS のサーバーにアクセスし、必要な機能を利用する。

アプリケーション事業では、電子メール配信システム「WEBCAS」シリーズの開発・販売及びサービスの提供を行っている。電子メール配信システムとしての処理能力は業界でもトップクラスで、毎時 300 万通以上の高速配信が可能となっている。顧客層は大企業から中小企業まで幅広い業種で採用されており、導入社数は大企業を中心に 2,500 社を超えている。特に、販促ツールとして電子メール配信システムに高い性能が要求される通信販売業界では、売上高上位 5 社のうち 4 社が同社の顧客となるなど、システムの性能、信頼性では業界でも抜きん出た存在となっている。

WEBCAS シリーズの主要製品

製品名	概要
WEBCAS e-mail (メール配信システム)	業界最高水準の配信能力(毎時 300 万通以上)を持ち、マルチデバイス、マルチ OS に対応しており、既存データベースとの接続も容易であるなど、大規模な運用に柔軟に対応が可能
WEBCAS formulator (WEB アンケートシステム)	PC・携帯・スマホなどマルチデバイスに対応した Web アンケートシステムの作成・管理システム
WEBCAS mailcenter (メール共有管理システム)	顧客から届くメールや Web フォームからの問い合わせを、複数人で共有・管理することで、二重対応や対応漏れを防ぐなど、適切なメール対応を実現するグループウェア
WEBCAS marketing receipt (通知メール販促システム)	顧客に注文確認や購入明細などの自動通知メールを送信する際に、レコメンド情報などを同時に盛り込むことで、販促メールとして活用できるクラウドサービス
WEBCAS Mobile Express (モバイル向け配信エンジン)	携帯向けに特化した高速メール配信エンジン

出所：会社資料をもとにフィスコ作成

「WEBCAS」シリーズとしては現在、基幹商品となる「WEBCAS e-mail」(約 6 割を占める)を中心に、アンケートシステムや顧客管理システムなど複数のサービスを提供している。また、販売形態としては、クラウドサービス契約とパッケージ導入版(ライセンス販売)とがある。また、クラウドサービスには標準機能のみのサービスを提供する ASP 型※1 と、顧客ニーズに合わせて機能拡張が可能な SaaS 型※2 の 2 つのタイプを提供している。ASP 型は比較的規模が小さく、導入費用を低く抑えたいライトユーザー向け、SaaS 型は規模の大きいヘビーユーザー向け(配信リスト数が数万件以上)のサービスとなる。また、パッケージ導入版は、自社でサーバーなどの設備を保有し、セキュリティ対策を含めて管理・運用を行う顧客向けのサービスとなる。

WEBCAS e-mail の提供形式・価格

クラウドサービス (月額課金)		パッケージ導入版
ASP 型	SaaS 型	導入型
WEBCAS e-mail の機能を、クラウドサービスとして月額 1 万円～という低コストで、手間なくスピーディに利用できるサービス。	WEBCAS の全機能を、クラウドサービスとして利用できる。配信件数が数万件以上と大規模な場合や、カスタマイズ、外部データベース、システムとの連携が必要な場合に適している。	「個人情報自社管理したい」企業には、自社環境にシステム導入できる導入版が適している。サーバや DB などの環境を選ばないので、新規に DB を構築する必要がなく、初期投資の大幅削減が可能。
費用 初期費用 3 万円～ 月額費用 1 万円～	費用 初期費用 50 万円～ 月額費用 10 万円～	費用 ライセンス費用 400 万円～ 保守費用 別途
・ 2 営業日で利用スタート可能 ・ 最短 1 ヶ月から契約可能	・ クラウド環境ながら必要な機能をカスタマイズして拡張可能 ・ VPN 等で自社のデータベースとも接続可能	・ 自社の既存システムとフレキシブルに連携可能 ・ 自社のセキュリティポリシーに対応可能

出所：会社資料をもとにフィスコ作成

ここ数年は初期コストを抑えることができ、手軽に導入できるクラウドサービスに対する需要が旺盛で、アプリケーション事業に占めるクラウドサービスの売上比率は、2016 年 3 月期で 68.5% と 5 年前の 41.6% から年々上昇している。

また、収益性に関して見ればクラウドサービスの売上総利益率は80%強とパッケージ導入版の70%台と比較して高くなっている。クラウドサービスの売上比率が上昇することで、継続的な売上収入が見込めるだけでなく、収益性の向上にも寄与していると言える。なお、パッケージ導入版に関しても、セキュリティ面を重視する金融業界などを中心に一定の需要が継続してある。

■業績動向

売上高、経常利益、当期純利益は2期ぶりに過去最高を更新

(1) 2016年3月期の業績概要

5月10日付で発表された2016年3月期の連結業績は、売上高が前期比11.1%増の1,145百万円、営業利益が同34.1%増の239百万円、経常利益が同34.2%増の242百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同47.9%増の161百万円と2ケタ増収増益となり、いずれも期初会社計画を上回った。また、売上高、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は過去最高を更新した。

「WEBCAS e-mail」を中心に主力のアプリケーション事業が前期比12.5%増と好調に推移したほか、サービスソリューション事業もコンサルティング案件の増加により同4.3%増と堅調に推移した。利益率の高いクラウドサービスの売上構成比が上昇したことで、営業利益率も前期の17.3%から20.9%に向上した。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

2016年3月期連結業績

(単位：百万円)

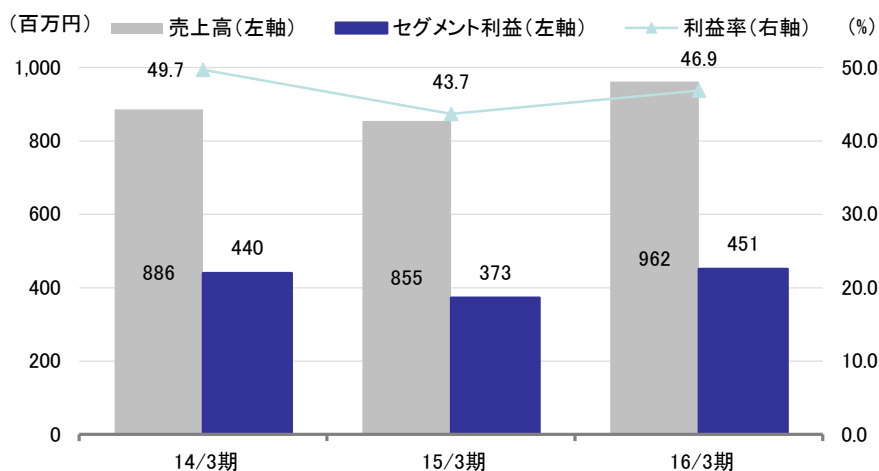
	15/3期		16/3期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	1,031	-	1,130	1,145	-	11.1%	1.3%
売上原価	385	37.4%	-	397	34.7%	2.9%	-
販管費	466	45.3%	-	509	44.5%	9.1%	-
営業利益	178	17.3%	220	239	20.9%	34.1%	8.6%
経常利益	181	17.6%	220	242	21.2%	34.2%	10.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	108	10.6%	140	161	14.1%	47.9%	15.0%

出所：短信をもとにフィスコ作成

○アプリケーション事業

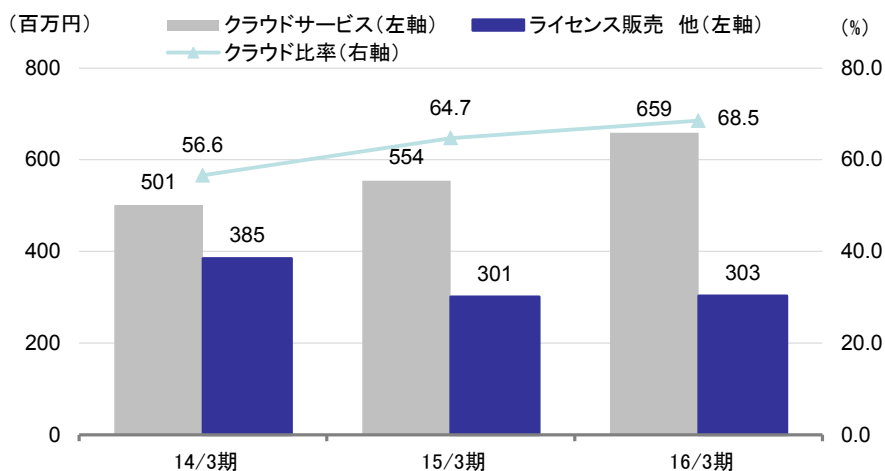
アプリケーション事業の売上高は前期比12.5%増の962百万円、セグメント利益は同20.9%増の451百万円と2期ぶりに増収増益に転じた。EC市場の拡大を背景に、企業のマーケティング分野へのIT化投資も活発化するなかで、クラウドサービスが前期比19.0%増の659百万円と好調に推移したことが増収増益要因となった。特に、当期は他社サービスからの切り替えが多く見られたことが特徴となっている。同社サービスの使い勝手の良さやメールの配信性能の高さが評価されたものと思われる。また、ライセンス販売・保守についても前期比増増と堅調に推移した。

アプリケーション事業



出所：短信をもとにフィスコ作成

売上高内訳とクラウド比率



出所：会社資料をもとにフィスコ作成

当期はクラウドサービスの強化を重点施策として取り組んだ。具体的には、8つの新製品・サービスを投入したほか、新規有効リードの獲得に注力した。新製品の中では2015年5月にリリースした「WEBCAS CRM」(顧客管理システム)の引き合いが強かった。同サービスは顧客情報管理に加えて、メール配信やWebアンケートシステムなど複数のサービスをひとまとめにしたもの。月額利用料は2.5万円からとなるが、契約件数は順調に伸びている。また、デジタルポスト(株)との業務提携により同年11月にリリースした「WEBCAS DM」についても顧客の関心度が高いサービスとなっている。ただ、DM作成費や郵送費もサービス料金の中に含まれるため、粗利益率は低くなっている。

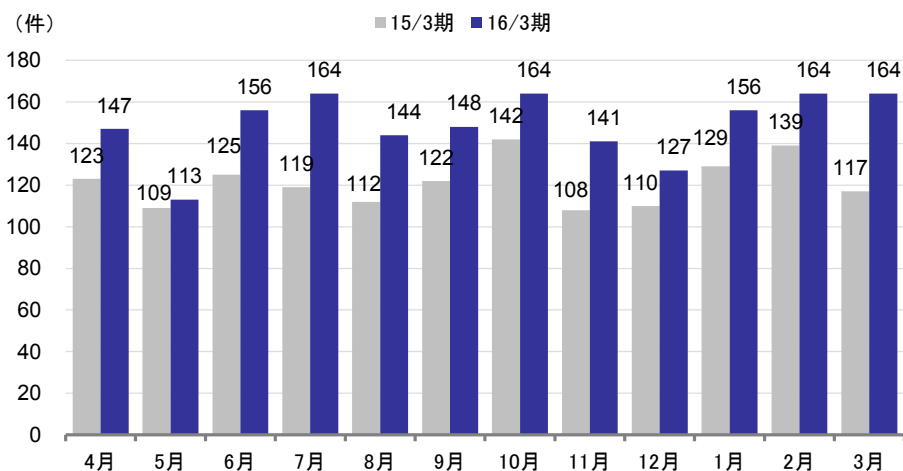
2016年7月28日（木）

注目されるのは同年11月にリリースした「WEBCAS taLk」となる。LINE ビジネスコネクトを活用したセグメント抽出型メッセージ配信システムで、2016年5月に（株）ルミネでの導入事例を発表以降、問い合わせが急増している。ルミネは従来からLINE 公式アカウントを活用した一斉情報配信を会員向けに行ってきたが、より効果的な販促施策を行うため、会員属性ごとにパーソナライズしたメッセージ配信を行うことができる「WEBCAS taLk」を導入した。ルミネは「WEBCAS e-mail」の利用ユーザーでもあり、2つのサービスを並行利用することで、全体の販促効果を高めていくことを狙いとしている。LINE 公式アカウントは現在230アカウント程度だが、このうち75%の企業がルミネと同様に同社のサービスを利用していることから、今後の契約件数増加が期待される。

また、重点施策の2つ目として新規有効リードの獲得に取り組んできた。当社ではWeb 経由の問い合わせのうち、商談上有効なリードと思われるものを「有効リード」として定義付け、その件数増加に取り組んだ。具体的には、Web コンテンツでのサービスの紹介コンテンツをより充実させたほか、SEO（検索エンジン最適化）対策などにも注力した。これら取り組みにより、2016年3月期の有効リード件数は前期比で22.9%増し、クラウドサービスの売上増に寄与したと見ることができる。

その他、海外展開として2016年1月にマレーシアのマーケティングコンサルティング会社である Marvelous International を子会社化した（出資比率99.8%、出資額14百万円）。現地で「WEBCAS」シリーズの販売活動を強化していくほか、飲食業向けマーケティング支援サービスも展開していく予定となっている。Marvelous International は2013年に設立した新しい会社で売上高も2015年9月期で1百万円程度と小さく、当面は業績に与える影響は軽微と思われる。

有効リード獲得数の推移

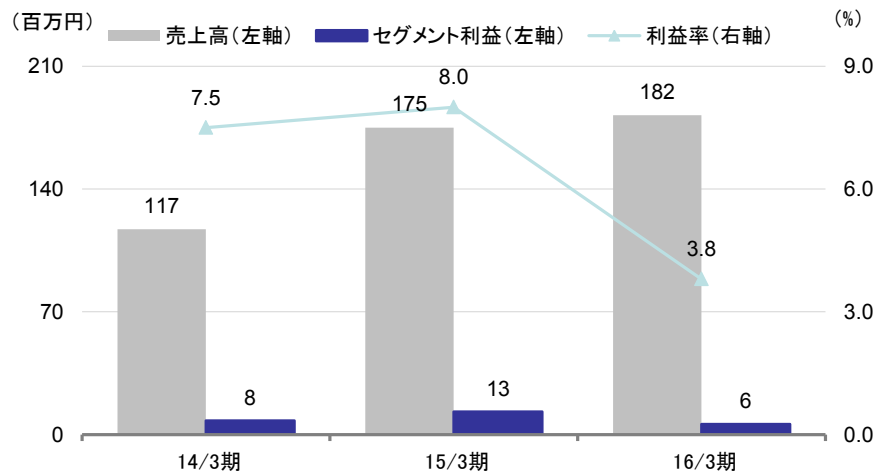


出所：説明会資料をもとにフィスコ作成

○サービスソリューション事業

サービスソリューション事業の売上高は前期比4.3%増の182百万円、セグメント利益は同50.9%減の6百万円となった。2013年10月に子会社化したFUCAと協力し、アプリケーション事業との相乗効果の高いコンサルティング案件の受注獲得を強化したことで、コンサルティングサービスの売上高が前期比24.4%増の113百万円と好調に推移した。一方、「WEBCAS」シリーズの新製品開発にエンジニアリソースを振り向けたことにより、受託開発案件やそれに付随するデザインの売上高は減収となった。なお、利益面での減益要因は、主に特定案件の採算が低かったことによるもので、一時的なものと考えられる。

サービスソリューション事業



出所：短信をもとにフィスコ作成

子会社のFUCAは2013年10月に子会社化して以降、順調に伸びている。大手企業のWebサイトやメールマガジンの戦略立案、企画・制作、分析サービスなどを行っているが、特にWebサイトの集客力を高めるためのノウハウや、Webデザイン力において強みを持っており、同社との連携により大型案件の継続受注にも成功している。

安全性を示す自己資本比率は81.3%と高水準を継続

(2) 財務状況と経営指標

2016年3月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比236百万円増加の1,405百万円となった。主な増減要因としては、流動資産では資金運用のための預け金が100百万円増加し、固定資産では有形固定資産が37百万円、無形固定資産が22百万円、投資その他の資産が62百万円それぞれ増加した。

一方、負債は前期末比44百万円増加の250百万円となった。流動負債で未払金が20百万円、未払費用が11百万円増加したことが主因だ。また、純資産は利益剰余金の増加を主因に前期末比191百万円増加の1,155百万円となった。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は81.3%と高水準を継続しているほか、無借金経営を続けており、財務の健全性は高いと判断される。なお、同社は発行済み株式数の11.7%を自己株式として保有しているが、同株式については今後M&Aを実施する際などに活用していくことを考えている。

貸借対照表

(単位：百万円)

	13/3 期末	14/3 期末	15/3 期末	16/3 期末	増減額
流動資産	830	914	1,020	1,134	113
(現金及び預金)	687	742	839	830	-9
固定資産	116	138	148	271	122
総資産	946	1,052	1,169	1,405	236
流動負債	199	167	197	238	41
固定負債	12	13	8	12	3
(有利子負債)	-	-	-	-	-
負債合計	211	181	205	250	44
純資産	735	871	963	1,155	191
経営指標 (安全性)					
流動比率	417.0%	545.6%	517.2%	475.3%	
自己資本比率	74.0%	78.4%	79.0%	81.3%	
(収益性)					
ROE (純利益÷自己資本)	7.3%	17.1%	12.4%	15.6%	
売上高営業利益率	17.4%	24.0%	17.3%	20.9%	

注) 2013年3月期以前は単独ベース

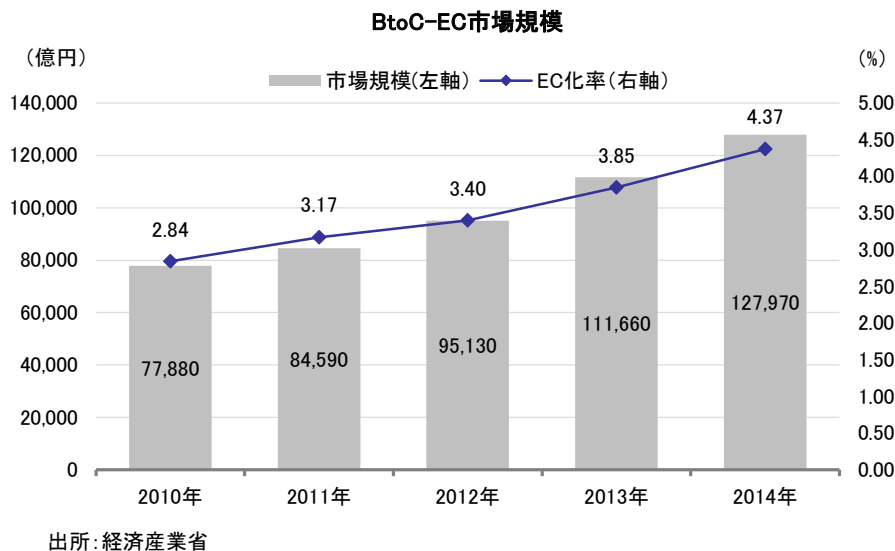
出所：短信をもとにフィスコ作成

■今後の見通し

今後注力していく市場は本格的な成長局面を迎えると予測される

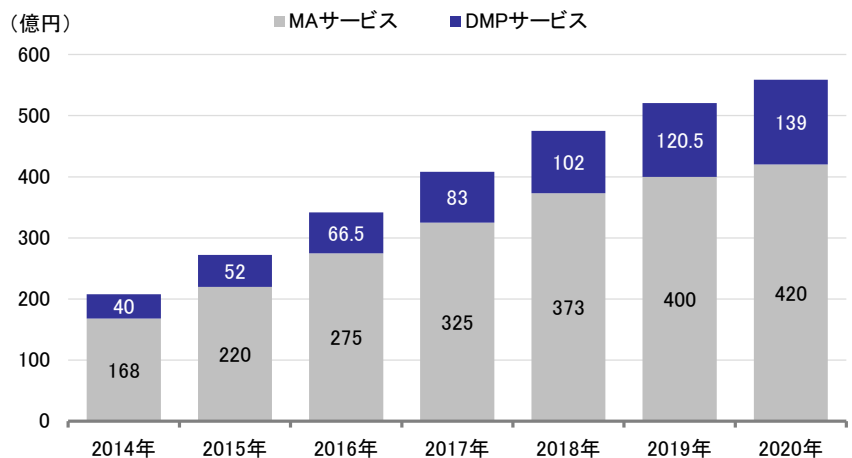
(i) 市場環境について

同社を取り巻く市場環境は引き続き良好な見通しとなっている。国内のEC市場については2014年時点で12.8兆円、EC化率で4.37%と右肩上がりの成長が続いているが、今後も年率2ケタ成長が見込まれる。EC化率で見ると2013年時点で英国が11.6%、中国が8.3%の水準となっており、EC化率の上昇余地があるとみられるためだ。



また、同社が今後注力していく国内のマーケティングオートメーション市場が、2015年を普及元年として今後、本格的な成長局面を迎えると予想されていることも追い風だ。マーケティングオートメーションとは、企業が行うデジタルマーケティング戦略の中で、顧客（見込み客含む）の属性や行動データなどを一元管理し、多様なコミュニケーションチャネル（DM、メール、SNS等）の中から最適なコミュニケーションツールを使って、個々の顧客に対して行うプロモーション活動を自動化するツールのことを指す。従来は、マーケティング担当者が属人的にデジタルプロモーションを行ってきたため、生産性の向上が課題となっていたが、マーケティングオートメーションツールを導入することで、デジタルマーケティングにおける費用対効果を大幅に向上することが可能となる。米国では2010年以降市場が立ち上がり、日本でも2014年に入ってオラクルやセールスフォース、IBMなどがサービスの提供を開始し、市場が立ち上がり始めている。市場調査会社の予測によれば、同市場は2015年（見込）の272億円から2020年には559億円まで拡大する見通しとなっており、電子メール配信システムを主力事業としている同社にとっては今後、3～4年間で収益を大きく伸ばしていく好機となる。

国内マーケティングオートメーション市場の予測



出所: 矢野経済研究所

製品開発の強化、WEBCAS ARの販売とコンサル強化、クラウドサービスの強化が重点施策

(2) 2017年3月期の重点施策

こうしたなかで、2017年3月期の重点施策として「製品開発の強化」「WEBCAS ARの販売とコンサルティング力の強化」「クラウドサービスの強化」の3つのポイントを挙げている。

○製品開発の強化

前期は新製品・サービスで8本のリリースを行ったが、今期はバージョンアップも含めて10本のリリースを予定している。主なものとしては、戦略製品となるマーケティングオートメーションシステム「WEBCAS AR(Ver.1)」のほか、AI技術を活用したテキストマイニングシステム「WEBCAS Sense Analyzer」、「WEBCAS e-mail」のバージョンアップ及び新APIサービス、クロスチャネル対応製品などが挙げられる。

このうち「WEBCAS Sense Analyzer」は前期に資本業務提携したメタデータ（株）の人工知能技術、自然言語解析技術をベースとしたシステムで、顧客企業のお客様窓口などに寄せられる顧客の声やソーシャルメディア等の書き込みなどに対して、AI技術を使って効果的に分析するシステムとなる。特徴としては、7段階のネガポジ判定やポジショニングマップの自動生成、意味分類の機械学習、類似ランキング機能などを搭載する。6月1日の販売開始を予定している。

また、「WEBCAS e-mail for AWS」の販売を4月から開始している。ここ最近では企業がAWS等のクラウドサービスを使って、自社サービスを運用するケースが増えており、AWS上でも同社の「e-mail」サービスを利用できるようにした。「WEBCAS e-mail」のバージョンアップに関しては、分析機能を拡張し使い勝手を向上させている。新APIサービスは、「WEBCAS e-mail」のOEM版で、利用できる機能を従前よりも増やしていく。「WEBCAS e-mail」のうち、APIサービスの占める比率を今後高めていくことが狙いとなっている。利益率は直販と変わらないため、APIサービスの機能を向上させることで、売上高を伸ばしていく戦略だ。いずれも2016年10月以降に提供していく予定となっている。

○ WEBCAS AR の販売とコンサルティング力の強化

第2の重点施策としては、「WEBCAS AR (Ver.1)」の販売及びコンサルティング体制を強化し、契約実績を積み重ねていくことを挙げている。2015年9月に製品発表を行い、各種セミナーなどでプロモーション活動を行ってきた。当初の発売時期は2016年3月を予定していたが、機能を追加したことや安全性テストを実施したこともあり、販売開始時期は6月27日と3ヶ月ほど遅れた格好となる。ただ、見込み顧客件数は3月末時点で当初想定を1.5倍上回るほどの反響で、手応えは十分あると言う。先行する外資系企業のサービスと比較して使い勝手が良いこと、また、今後の機能拡張版において業界では初となるAI技術を搭載する予定となっていることも、差別化要因になっていると見られる。同社ではこうした見込み顧客を確実に成約に結び付けるため、社内の人材教育を前期から進めているほか、2016年1月にはダイレクトマーケティング分野のコンサルティングサービスで実績のあるフュージョン（株）と業務提携した。同製品の効果的な活用方法は顧客ごとに異なるため、顧客を開拓していくに当たっては、コンサルティング力が今まで以上に重要になるとの考えからだ。

既に5月中旬までで数社の見込み案件があるが、いずれも同社にとっての新規顧客となる。主には健康食品や化粧品関連の大手通販ECとなる。通販企業は新製品の企画から顧客の集客、販売、アフターフォローまでのPDCAサイクルがある程度パターン化しているため導入も進みやすい。同社では今期中に「WEBCAS AR」の簡易版及び機能拡張版を開発し、2018年3月期以降の販売を加速化していく計画となっている。

このうち注目されるのは機能拡張版で、コミュニケーションチャネルをe-mailだけでなく、SMSやDMなど複数のチャネルから最適なものを選べるようになるほか、AI技術を使ってより効果的な広告配信を実現できるようにする。具体的には、メタデータが開発したマッチングエンジン「xTech（エクステック）」を使って、WEBCAS Sense Analyzerを使って分析し、同商品を好む会員属性（年齢や嗜好など）を高精度・高スピードでマッチングさせ、広告を最適なチャネルで配信していく格好となる。従来よりも費用対効果の高い販促施策を実現することが可能となる。

AI技術を搭載したマーケティングオートメーションツールは業界でも初となるだけに注目度も高い。同社は国内の総合通販企業上位5社中、4社を顧客としており、これら顧客企業も今後「WEBCAS AR」を導入していく可能性が高いと弊社で見ている。その他にもECやO2Oを展開する企業も顧客対象となり、潜在的な成長ポテンシャルは大きい。売上計画としては、2017年3月期に30百万円、2018年3月期125百万円、2019年3月期310百万円となっており、今後の業績をけん引する製品として注目される。

○クラウドサービスの強化

第3の重点施策として、引き続き収益性の高いクラウドサービスの強化に取り組んでいく。新製品、サービスの積極投入や新規有効リードの獲得強化といった前期からの施策を継続していくことに加えて、受注率改善施策やAWSパートナープログラムを利用した売上拡大を進めていく。こうした施策によって、2017年3月期のクラウドサービスの売上高は前期比26.3%増の832百万円を見込んでいる。

クラウドサービスの強化などによって過去最高業績を更新する見通し

(3) 2017年3月期見通し

2017年3月期の連結業績は、売上高が前期比10.4%増の1,265百万円、営業利益が同10.7%増の265百万円、経常利益が同11.2%増の270百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同11.8%増の180百万円と2ケタ増収増益を見込んでいる。前述したように市場環境が良好なことに加えて、新製品、サービスの積極投入、クラウドサービスの強化などによって過去最高業績を更新する見通しとなっている。

2017年3月期連結業績予想

(単位：百万円)

	16/3期	17/3期			
	実績	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	1,145	565	4.3%	1,265	10.4%
営業利益	239	75	-23.5%	265	10.7%
経常利益	242	80	-20.9%	270	11.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	161	50	-24.7%	180	11.8%

ただ、上期業績においては前年同期に大型案件があった反動に加えて、当上期はサーバーの増設などインフラ増強投資や人材投資など費用増があることから、増収減益を見込んでいる。下期以降は新製品の投入効果などによって売上高が一段と伸張し、利益面でも2ケタ増益になるものと予想される。通期ベースでの投資及び戦略的出費での主な費用増加要因は、インフラ増強で19百万円、人材投資で23百万円、ESOP（従業員持株ESOP信託）で21百万円、マレーシア子会社の投資で7百万円などとなっている。

セグメント別の売上計画では、アプリケーション事業が前期比13.5%増の1,093百万円となる見通し。うち、クラウドサービスで前期比173百万円、「WEBCAS AR」で30百万円の増収を見込んでいる。ライセンス販売については同61百万円の減少で見込んでいる。クラウドへのシフトにより減少すると見ているが、保守的な計画となっている。

一方、サービスソリューション事業の売上高は前期比5.3%減の173百万円を見込んでいる。「WEBCAS AR」の販売開始によって、コンサルティングサービスの売上増を見込んでいる一方で、受託開発やそれに付随するデザインの売上は引き続き減少すると見ている。ただ、同事業は大型案件の動向によって変動する可能性があり、保守的な計画となっている。

(4) アライアンス戦略を強化

同社は中長期的な成長を見据えて、製品・サービス強化に寄与するアライアンスに、今後数年間で数億円規模の投資を行っていくことを検討している。前期末で同社の現預金は8億円程度あるが、事業活動資金としては3億円程度あれば十分賄える水準であり、残り5億円程度の投資余力があると見られる。

■今後の見通し

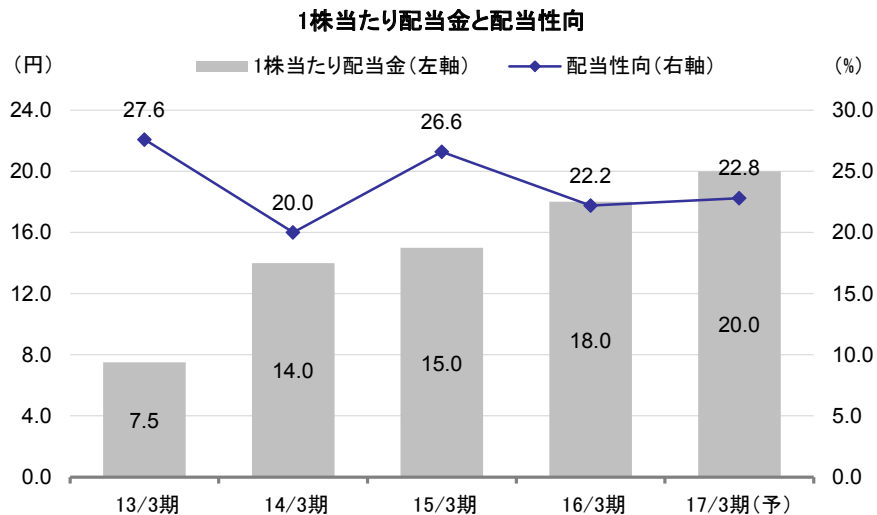
投資対象としては今後同社が注力していくAIやIoTに関連するサービスの強化につながる企業となる。AI技術については既にメタデータと資本提携を結んでいることから、フュージョンのようなコンサルティング力を持つ販売系の企業が対象となる。特に「WEBCAS AR」の販売開始によってコンサルティングニーズは今まで以上に高まることが予想され、提携先を拡大することで、売上成長を加速していきたい考えだ。また、IoT分野においてはIoTで得られたビッグデータを分析し、マーケティング戦略に活用するサービスを提供していく予定で、メーカーやSI企業などとの提携を視野に入れている。

同社は従業員数が前期末で94名（うち、3割が営業）と小規模であり、営業リソースが限られていることが業績を拡大していくうえでの課題の1つであったが、今後提携先が拡大していけば、売上成長スピードを加速化していくことも可能となる。クラウドサービスが主力事業であることから、売上規模の拡大とともに利益率も向上していくものと予想される。

■株主還元策

8期連続の増配を予定、今後も継続される可能性が高い

配当政策に関しては「新規事業投資や研究開発投資などに必要な内部留保を行いつつ、安定的な配当を行っていく」ことを基本方針としている。配当性向では20%程度の水準を目安としており、2017年3月期は前期比2.0円増配の20.0円（配当性向22.8%）と8期連続の増配を予定している。今後も収益の拡大が続けば増配が継続される可能性が高い。



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・表示したのですが、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