

ソフトブレン

4779 東証 1 部

2014 年 9 月 18 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

■ 2Q は主力事業が拡大しシステム開発事業も黒字転換

ソフトブレン<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 の収益柱に成長している。

2014 年 12 月期第 2 四半期累計（2014 年 1-6 月期）の連結業績は、売上高が前年同期比 20.4% 増の 2,452 百万円、営業利益が同 78.1% 増の 292 百万円と好調な決算となった。主力の「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」がいずれも順調に収益を拡大したほか、前年同期は赤字だった「システム開発事業」が事業構造改革の効果で黒字転換したことも寄与した。

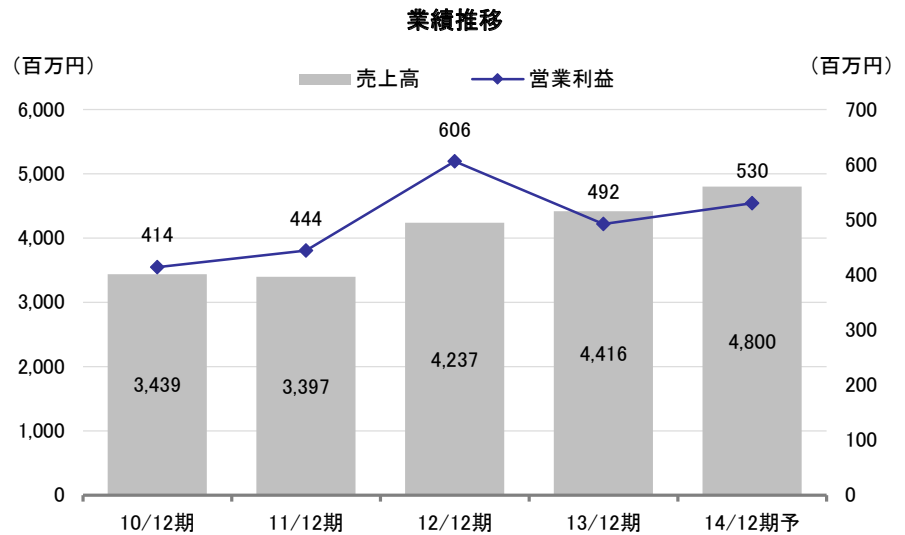
2014 年 12 月期は売上高が前期比 8.7% 増の 4,800 百万円、営業利益が同 7.6% 増の 530 百万円と期初計画を据え置いた。第 2 四半期累計までの進捗率は売上高、利益ともに 50% を上回っており、足元も主力 2 事業が順調に推移していることから、業績は上振れする公算が大きいと弊社ではみている。

2015 年 12 月期以降も業績は拡大基調が続く見通しだ。主力の「e セールスマネージャー関連事業」は、企業におけるスマートデバイスの普及により、今まで以上に営業ツールとしての重要性が増しているほか、「使い勝手 No.1」に向けた機能拡充を積極的に進めており、製品力の向上を進めている効果が今後、顕在化してくるものと思われる。

また、「フィールドマーケティング事業」では主力のフィールド活動サービスの安定成長が続くほか、「Point of Buy® 購買理由付データ」提供サービスを 5 月より新たに開始しており、今後の成長事業として注目される。同データを提供する会員数が 11 万人を突破しており、消費財が 58 カテゴリー、飲食店が 10 カテゴリーとデータのサンプル数の増加とともに、信頼性の高いデータ情報が提供できるようになったことで、マーケティング分析ツールの 1 つとして、今後の売上成長が期待される。

■ Check Point

- ・ 第 2 四半期はすべてのセグメントで増収増益
- ・ 足元の受注環境は良好で通期業績は会社計画を上回る可能性
- ・ 「e セールスマネージャー」のタイムライン機能は高い評価



■ 事業概要

「e セールスマネージャー」はクラウド型の需要も伸長

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。連結子会社は2014年6月末で5社あり、出資比率、事業内容は表のとおりとなっている。

連結子会社の一覧

会社名	議決権比率	主な事業内容
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	58.1%	店頭でのフィールド活動業務、マーケット調査
e セールスマネージャー関連事業		
ソフトブレン・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
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
その他事業		
ソフトブレン・インテグレーション	100.0%	スマート端末を活用した業務コンサルティング及び教育
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

○ 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、営業スキルトレーニング等からなる。

「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る。プロセスマネジメントによって「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で、売上の拡大と同時に営業生産性の向上（収益率向上）という企業目標を実現するためのソフトウェアと言える。

2014 年 9 月 18 日 (木)

「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。従来は、顧客側が自社で保有するサーバーなどにソフトをインストールして利用するオンプレミス型がほとんどであったが、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、設備負担を必要とせず初期導入コストを抑えることができるクラウド型の需要も伸びている。

SFA（営業支援）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 2,000 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、導入に向けたコンサルティングや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にある。

導入企業例

業界トップクラス 導入企業 2,000 社以上の実績

・・・そのほか、業界問わず大手から中小企業まで多数

出所：会社 HP

○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（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、パート型の人材派遣事業のほか企業の新卒採用時におけるコンサルティング、アウトソーシングサービスなども行っている。

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などが行っていたが、販促費の効率化を進めるために、近年はアウトソーシング化する流れとなっている。顧客企業は 350 社超で食品・飲料やヘルスケア関連メーカーが中心となっている。キャスト数は 2014 年 6 月末時点で 5 万人を超える水準で、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。

2014 年 9 月 18 日 (木)

業態別カバー店舗数

業態	カバー店舗数	業態	カバー店舗数
ドラッグストア	18,766 店舗	ディスカウントストア	2,182 店舗
GMS/SM	18,739 店舗	家電量販店	2,797 店舗
コンビニ	15,953 店舗	専門店	23,937 店舗
書店	9,091 店舗	その他	19,039 店舗
ホームセンター	4,100 店舗	合計	114,604 店舗

出所：会社 HP

また、2013 年 2 月から新たなマーケティング支援サービスとして、「購買理由データ提供サービス」(Point Of Buy : POB) 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（食料品、日用品等）に関する購買理由をレシート付で収集することによって、より信頼性の高い詳細な消費行動を分析できるサービスとなっている。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。

○システム開発事業

子会社のソフトブレン・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なども進めている。

○その他事業

子会社のソフトブレン・インテグレーション（株）が展開する iPad 等のスマートデバイスを利用した業務コンサルティング及び教育事業と、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・編集・発行が含まれる。

■ 決算動向

第 2 四半期はすべてのセグメントで増収増益

(1) 2014 年 12 月期第 2 四半期累計業績

7 月 30 日付で発表された 2014 年 12 月期第 2 四半期（2014 年 1-6 月期）の連結業績は、売上高が前年同期比 20.4% 増の 2,452 百万円、営業利益が同 78.1% 増の 292 百万円、経常利益が同 74.2% 増の 291 百万円、四半期純利益が同 56.3% 増の 125 百万円となった。半期ベースで過去最高の売上高を更新し、期初会社計画に対しても売上高、利益とも上回るなど好調な決算だったと言える。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」がそれぞれ堅調に推移したほか、前年同期は赤字だった「システム開発事業」「その他事業」がそれぞれ黒字転換するなど、全てのセグメントで増収増益となったのが特徴だ。

増収効果やシステム開発事業の構造改革の効果によって、売上高営業利益率も前年同期の 8.1% から 11.9% に上昇した。なお、経常利益に対して純利益の増益率が低くなっているのは、ソフトブレン・フィールドやソフトブレン・オフショアなど子会社の収益増に伴い少数株主利益が増加したことによる。

2014 年 12 月期の第 2 四半期累計業績

(単位：百万円)

	2013/12 期 2Q 累計		2014/12 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	進捗率
売上高	2,036	-	2,260	2,452	-	20.4%	51.1%
売上原価	1,240	60.9%	-	1,446	59.0%	16.6%	-
販管費	629	30.9%	-	712	29.0%	13.0%	-
営業利益	163	8.1%	200	292	11.9%	78.1%	55.1%
経常利益	167	8.2%	200	291	11.9%	74.2%	54.9%
法人税等	79	3.9%	-	126	5.2%	58.9%	-
少数株主利益	7	0.4%	-	39	1.6%	-	-
四半期純利益	80	3.9%	90	125	5.1%	56.3%	50.1%

注：進捗率は通期会社計画比

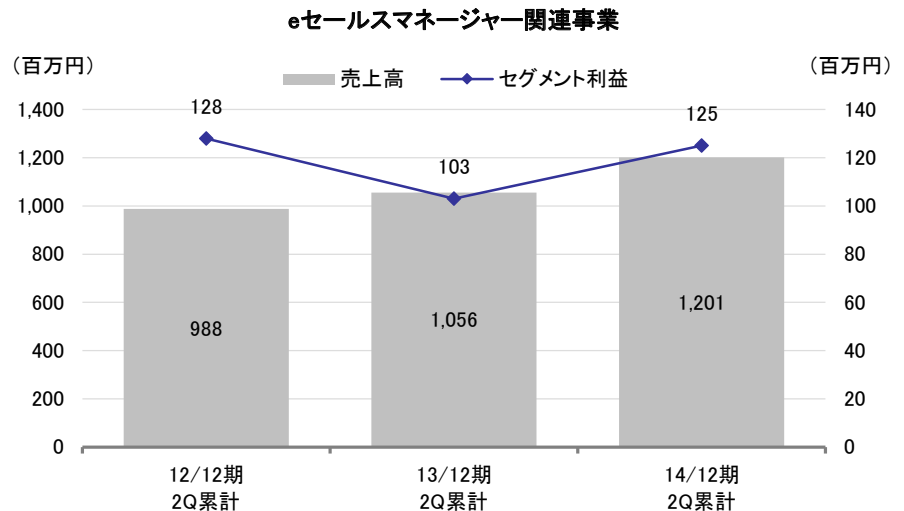
システム開発事業が事業構造改革の効果で黒字転換

(2) セグメント別動向

○ 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、売上高が前年同期比 13.7% 増の 1,201 百万円、セグメント利益が同 21.3% 増の 125 百万円と 2 ケタ増収増益となった。2013 年に受注した大型顧客数社から、e セールスマネージャーの利用部門拡大による追加注文が増加したことや、新規顧客の開拓が進んだことが収益拡大に寄与した。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各種コンサルティングサービスも、e セールスマネージャーの導入時に合わせて受注するケースが増えるなど、クロスセルも好調だった。

「e セールスマネージャー」の機能拡充に向けた開発費やマーケティング費用、人件費などの増加があったものの増収効果により吸収し、セグメント利益率は 10.4% と前年同期比で 0.6 ポイント上昇した。



※売上高は外部顧客への売上高

○ 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 38.1% 増の 808 百万円、セグメント利益が同 27.7% 増の 152 百万円と好調に推移した。前下期に受注した大手消費財メーカーからの大型定期案件の寄与に加えて、消費財メーカーによる販促業務のアウトソーシング化の流れが追い風となっている。

また、新規サービスである「Point of Buy® 購買理由付データ」提供サービスに関しては、まだ業績への影響は軽微となっているものの、対象会員数が11万人を突破してきたことでデータ収集力も向上し、今後の事業拡大に向けたインフラ構築が着実に進んでいると言えます。

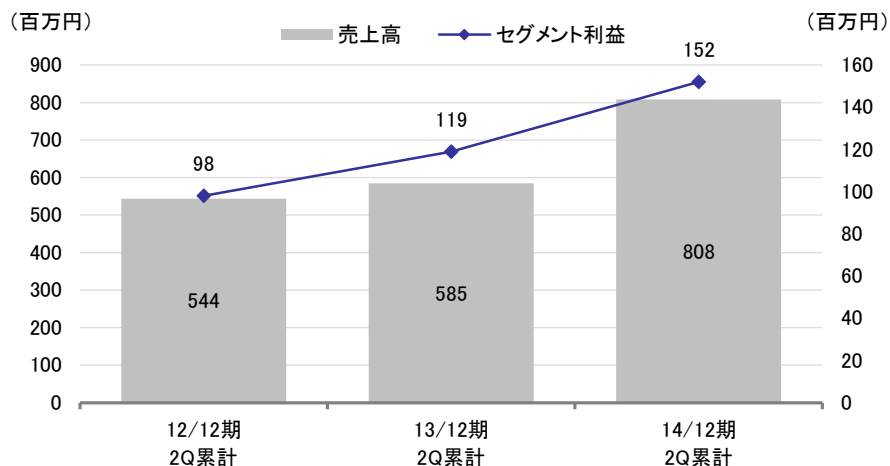
セグメント利益率は18.9%と前年同期比で1.5ポイント低下したものの、引き続き高水準を維持している。

ソフトブレン

4779 東証1部

2014年9月18日（木）

フィールドマーケティング事業

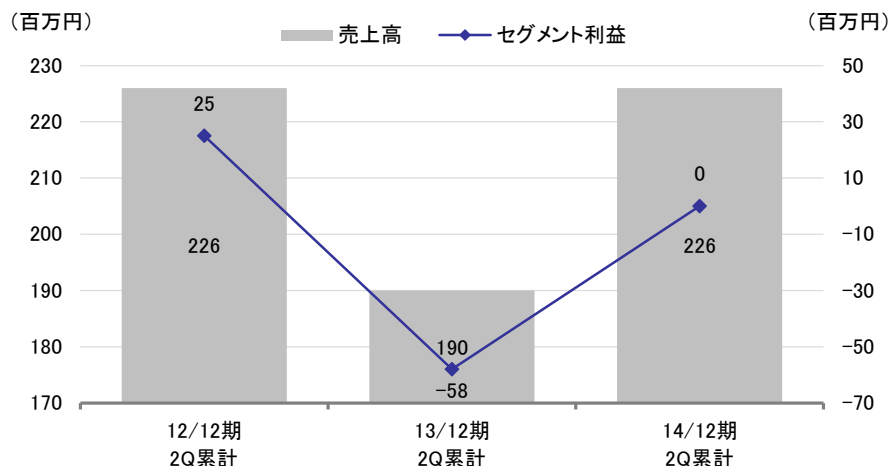


※売上高は外部顧客への売上高

○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19.0%増の226百万円、セグメント利益は0.2百万円（前年同期は58百万円の損失）の黒字に転換した。前年同期は特定顧客向け不採算案件の影響が第2四半期まで残ったが、子会社の売却やニアショアの活用など事業構造改革を進めてきた効果で、損益的には収支均衡ラインを維持できる体制まで改善した。

システム開発事業

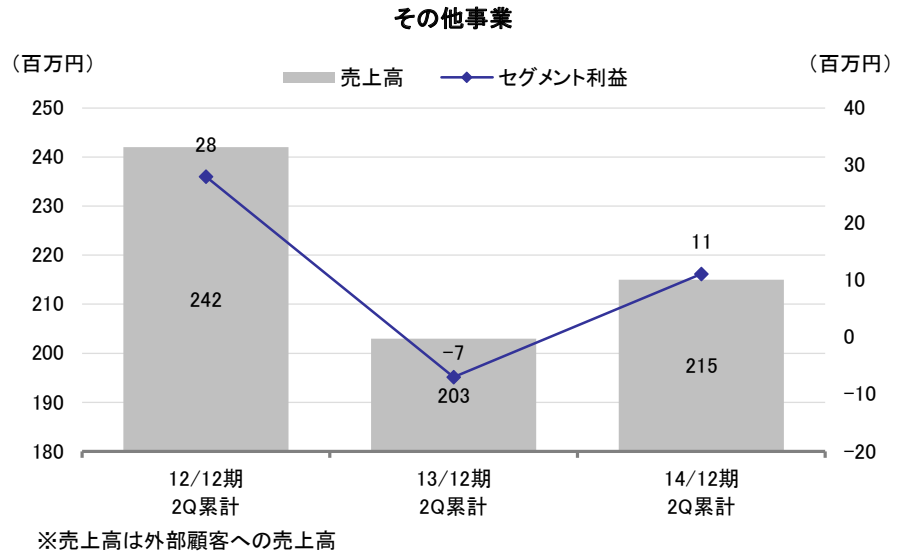


※売上高は外部顧客への売上高

2014 年 9 月 18 日 (木)

○その他事業

「その他事業」の業績は、売上高が前年同期比 6.0% 増の 215 百万円、セグメント利益は 11 百万円（前年同期は 7 百万円の損失）に黒字転換した。ソフトブレン・インテグレーションでは、iPad 等スマートデバイスを用いた業務コンサルティング及び教育サービス事業が、「eセールスマネージャー」とのクロスセル効果もあって好調に推移した。一方、ダイヤモンド・ビジネス企画の出版事業も、企業の社史出版やタイアップ出版などのニーズが拡大し、増収増益となった。



財務の健全性はここ数年で大幅に改善

(3) 財務状況と経営指標

2014 年 6 月末の財務状況について見ると、総資産は前期末比で 192 百万円増加の 3,860 百万円となった。主な増減項目を見ると、現預金が 346 百万円増加した一方で、売上債権が 80 百万円、繰延税金資産が 43 百万円それぞれ減少した。

一方、負債合計は前期末比 28 百万円増加の 973 百万円となった。有利子負債が 15 百万円減少した一方で前受金が 60 百万円増加、また、固定負債として株式給付引当金 8 百万円を計上した。純資産は利益剰余金や少数株主持分の増加により、前期末比 164 百万円増加の 2,887 百万円となった。

主要経営指標を見ると、安全性を示す流動比率や自己資本比率、D/E レシオなどはいずれも改善傾向が続いている。2008 年 12 月期に 22% 台まで落ち込んだ自己資本比率は直近で 64.4% まで上昇し、また、ネットキャッシュ（現預金－有利子負債）も 2008 年 12 月期の ▲ 2 百万円から 2,269 百万円まで拡大するなど、財務の健全性はここ数年で大幅に改善している。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	11/12 期末	12/12 期末	13/12 期末	14/12 期 2Q 末	増減額
流動資産	2,085	2,706	3,061	3,292	231
(現預金)	1,267	1,751	2,058	2,404	346
固定資産	369	500	606	567	-38
資産合計	2,454	3,206	3,667	3,860	192
流動負債	694	924	944	964	19
(有利子負債)	150	150	150	135	-15
固定負債	0	0	0	8	8
純資産	1,759	2,281	2,722	2,887	164
(株主資本)	1,504	1,963	2,361	2,486	125
(少数株主持分)	260	318	361	401	39
主要経営指標 (安全性)					
流動比率 (流動資産÷流動負債)	300.1%	292.7%	324.0%	341.4%	
自己資本比率 (純資産÷総資産)	61.3%	61.2%	64.4%	64.4%	
D/Eレシオ (有利子負債÷株主資本)	10.0%	7.7%	6.4%	5.4%	

■今後の見通し

足元の受注環境は良好で通期業績は会社計画を上回る可能性

(1) 2014 年 12 月期見通し

2014 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.7% 増の 4,800 百万円、営業利益が同 7.6% 増の 530 百万円、経常利益が同 7.6% 増の 530 百万円、当期純利益が同 36.1% 減の 250 百万円と期初計画を据え置いている。第 2 四半期累計までの通期計画に対する進捗率では、売上高が 51.1%、営業利益が 55.1% とそれぞれ直近 3 年間の平均 (売上高 47%、営業利益 41%) を上回っており、また、主力の「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」ともに足元の受注環境は良好なことから、通期業績も会社計画を上回る可能性が高いと弊社ではみている。なお、当期純利益が減益予想となっているのは、税負担の正常化に加えて、連結子会社の収益拡大に伴う少数株主持分利益の増加を見込んでいるためである。

通期業績の推移

(単位：百万円)

	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	当期 純利益	前期比	EPS (円)	配当 (円)
10/12 期	3,439	-9.9%	414	-3.4%	415	-0.5%	331	6.2%	11.33	0.00
11/12 期	3,397	-1.2%	444	7.3%	454	9.5%	346	4.5%	11.83	0.00
12/12 期	4,237	24.7%	606	36.3%	622	37.0%	458	32.4%	15.67	0.00
13/12 期	4,416	4.2%	492	-18.8%	492	-20.9%	391	-14.6%	13.37	0.00
14/12 期予	4,800	8.7%	530	7.6%	530	7.6%	250	-36.1%	8.55	0.00

注) 2013 年 7 月 1 日付けで 1:100 の株式分割を実施、過去の 1 株当たりデータも遡及して修正

2014 年 9 月 18 日 (木)

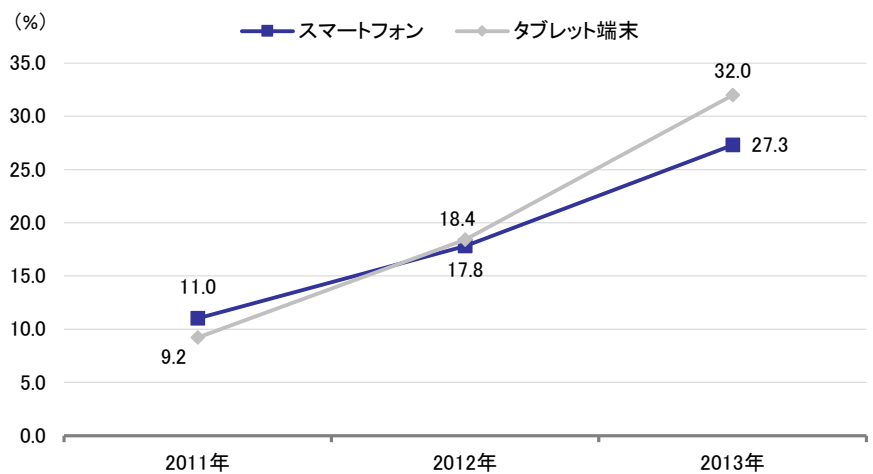
「e セールスマネージャー」のタイムライン機能は高い評価

(2) e セールスマネージャー関連事業

ここ数年で、急速に普及した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は、企業の営業力強化を図るうえでも、重要なデバイスツールとなってきている。矢野経済研究所の調べによると、スマートデバイスの企業への導入率は 2011 年に 10% 前後であったものが、2013 年には 30% 前後まで上昇しており、今後も導入率は上昇傾向をたどるものと予測されている。企業がスマートデバイスを導入する目的としては、「営業活動の効率化」「社内コミュニケーションの円滑化」などが主な目的となっているが、そうした面で重要となるのが業務の効率化に寄与する営業支援ソフト (SFA) となる。つまり、スマートデバイスの普及によって、営業支援ソフトの需要も今後、一段と拡大することが予想されるわけだ。

営業支援ソフトの国内での導入企業数は約 2 万社と言われている。法人企業数が 300 ~ 400 万社、このうち販売部門を抱える企業の数も 100 万社としても、普及率はまだ数%にとどまっており、成長ポテンシャルは大きいと言える。

スマートフォン・タブレットの導入状況



出所: 矢野経済研究所「スマートデバイスに関する法人アンケート調査結果2013」

こうした市場環境下において、導入実績で業界トップである同社は「e セールスマネージャー」の更なる成長拡大を目指すため、「使い勝手 No.1」に向けた機能拡充に取り組んでいる。今期は既に表のとおり、4 つの機能拡充を段階的に実行しており、顧客からも評価も好評のようだ。特に「タイムライン機能」に関しては高い評価を受けている。

同社の場合、商談から受注までの期間として半年程度が平均的であるが、上期に実施した機能拡充による製品力の強化によって、今下期以降の受注拡大につながっていくものとして期待される。

機能拡充については、今期中にあと 1 つ、スマートデバイスにおける「使い勝手向上」を図る新機能の搭載を計画している。また、来期以降についても「使い勝手 No.1」を目指した機能拡充は継続的に行っていく方針となっている。

「eセールスマネージャー Remix Cloud」の機能拡充ポイント

○使いやすい、活用・定着するSFA/CRMヘデザイン刷新

作業効率を上げるための「操作の省略化」（平均4.3クリック→2.3クリックへ削減）
一覧性を重視した「画面スペースの効率化」（平均35.8%のデッドスペースの削減）

○事実情報を自動投稿する「タイムライン機能」を搭載

テキスト「手動投稿型」ではなく事実情報「自動投稿型」へ
（文章による表現のブレがなくなり円滑なコミュニケーションを実現）
部下とのコミュニケーションの超速化で営業力強化
（リアルタイムでの指示伝達により迅速な営業活動の遂行を実現）

○Excelとのデータ連携機能を搭載

データの統合や分析、グラフの挿入などを自在に実行可能

○法人営業を強化する「コンタクト先管理機能」を搭載

法人営業における複数のキーパーソンを名刺情報の電子化などにより、多面的に活用

一方、同社は販売チャネル拡充への取り組みとして、2013年10月に大手システムインテグレーターの大塚商会<4768>と、2014年2月に携帯電話販売店の大手であるアイ・ティー・エックス（以下、ITX）と、「eセールスマネージャー」の販売に関する業務提携を結んでいる。実績としてはまだわずかであるが、それでも受注は少しずつ増え始めているようで、今後の契約件数拡大に寄与するものと思われる。

同社では「eセールスマネージャー」の販売拡大につながる提携は今後も積極的に推進していく方針である。この7月には企業の福利厚生代行サービスを行うベネフィット・ワン<2412>と営業支援サービスで業務提携を発表し、営業プロセスの“見える化”と営業社員の“評価”を同時に行う新サービスを開始した。具体的には、「eセールスマネージャー Remix Cloud」に、ベネフィット・ワンが提供する企業向けポイント報奨制度「インセンティブ・ポイント」を連動させるサービスとなる。社員の報奨制度は従来、結果重視のインセンティブ制度であったが、「eセールスマネージャー」と連動させることで、プロセス重視のインセンティブ制度を導入することが可能となり、結果的に営業力の底上げにつながる効果が期待できることになる。2014年12月までに100団体に対して同サービスを提供していく予定となっており、ソフトブレンでは「eセールスマネージャー」の契約数拡大に寄与するものとして期待される。

また、8月にはグループウェアソフトを開発するネオジャパン、コンサルティングサービスを行うジェクシード<3719>と業務提携を発表した。提携内容はネオジャパンのグループウェアソフト「desknet's NEO」と「eセールスマネージャー」のスケジュール情報をジェクシードのスケジュール同期ツール「GX_Sync」により連動させ、社内でのスケジュール情報の共有化を実現するというもの。

今後3社は、各社の製品とサービスのシナジー効果により、グループウェアと営業支援システム（SFA/CRM）の効率的運用を活用した顧客企業の業務効率化への取り組みを強力に支援していく方針だ。



フィールドマーケティング事業は引き続き安定成長が見込まれる

(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」は、メーカーの販売促進部門におけるアウトソーシング化の流れが続くなかで、引き続き安定成長が見込まれる。同社の強みは、全国に網羅した5万を超えるスタッフ数と同時に、高品質なサービスを低コストで提供できることにある。同社の場合、スタッフの給料を時給制ではなく、案件ごとの報酬としているため、受注案件ごとに費用が固定化され、損益管理がしやすいといったメリットがある。顧客からのリピート率も高く、安定した高いサービス品質を維持できている証左と言える。

また、「Point of Buy® 購買理由付データ」事業に関しては、2014年5月より新たなサービスとしてストック型のビジネスモデルとなるライセンス販売を開始した。具体的には、月額10万円で、食品・飲料・日用消耗品・化粧品・医薬品等の約50カテゴリーで約10万人のネットワークから収集したショッピングインサイト情報（商品価格、購入理由、購入場所、時期等）が閲覧可能となり、マーケティング分析が可能となる。

同様に6月からは「Point of Buy® 飲食店利用調査データ店舗評価サービス」のライセンス販売も開始。月額3万円で外食産業約150チェーンの利用者のリアルな評価・分析が可能となる。

データを提供する会員数は既に10万人を超える規模に拡大しており、「永久不滅.com」のHPから簡単に調査に参加することが可能であるため、信頼性の高い詳細なデータの獲得が可能となる。このため、今後の成長余地が大きいサービスとして注目されよう。

2014年9月18日(木)

7月に米 Apple 社から「Apple Consultants Network」の認可

(4) システム開発事業、その他事業

システム開発事業に関しては、事業構造改革の実施によって、収益をほぼ収支均衡ラインまで改善してきたが、今後も収益性の改善に重点を置いた事業戦略を進めていく方針で、当面は現状レベルでの収益水準が続くものと予想される。

一方、その他事業に関してはソフトブレン・インテグレーションでの iPad などスマートデバイスを活用した業務コンサルティング及び教育サービス事業の成長が期待される。というのも、この7月に米 Apple 社から iPad の導入コンサルティング会社としては国内で初めて「Apple Consultants Network」(Apple コンサルタント・ネットワーク、以下 ACN) の認可を受けたことで、iPad の導入支援受注活動においてプラスに働くと考えられるためだ。同社は2010年の iPad 発売以降に、200社を超える企業に iPad の導入支援と教育を行っており、今回の認可はその実績と高い技術力、コンサルティング力が評価されたものと受け止められている。

現在、企業における iPad 導入による業務改善・営業改革のニーズが拡大していることに加え、iPad 導入に失敗した企業からの相談も急増しているようで、今後はこうしたニーズも汲み上げながら、収益の拡大につなげていく考えだ。

セグメント別業績推移

(単位：百万円)

	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期	伸び率
売上高					
e セールスマネージャー関連	2,250	2,253	2,165	2,253	4.0%
フィールドマーケティング	679	758	1,171	1,307	11.6%
システム開発	-	-	420	420	-0.0%
その他	509	385	479	435	-9.3%
合計	3,439	3,397	4,237	4,416	4.2%
セグメント利益					
e セールスマネージャー関連	276	304	352	276	-21.3%
フィールドマーケティング	122	129	231	254	10.0%
システム開発	-	-	-55	-56	-
その他	32	7	68	5	-91.3%
内部消去	-16	2	9	11	23.2%
合計	414	444	606	492	-18.7%
利益率					
e セールスマネージャー関連	12.3%	13.5%	16.3%	12.3%	
フィールドマーケティング	18.0%	17.1%	19.8%	19.5%	
システム開発	-	-	-	-	
その他	6.4%	2.1%	14.3%	1.4%	
合計	12.1%	13.1%	14.3%	11.2%	

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

2014 年 9 月 18 日 (木)

■ 株主還元策

来期以降に向けた業績拡大トレンドの明確化に注目

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。2014 年 12 月期に関しては、現時点で無配を計画しているが、経済環境や業績状況を踏まえながら、株主還元方針を改めて検討していくとしている。前述したように財務体質は大きく改善しており、配当を実施するだけの体力もできつつある。このため、来期以降に向けた業績の拡大トレンドが明確になってくれば、2005 年 12 月期以来の復配に向けた期待も高まってこよう。

損益計算書

(単位：百万円、%)

	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期予
売上高	3,439	3,397	4,237	4,416	4,800
(対前期比)	-9.9	-1.2	24.7	4.2	8.7
売上原価	1,717	1,717	2,170	2,663	-
(対売上比)	49.9	50.5	51.2	60.3	-
販管費	1,307	1,234	1,460	1,260	-
(対売上比)	38.0	36.4	34.5	28.5	-
営業利益	414	444	606	492	530
(対前期比)	-3.4	7.3	36.3	-18.8	7.6
(対売上比)	12.1	13.1	14.3	11.2	11.0
経常利益	415	454	622	492	530
(対前期比)	-0.5	9.5	37.0	-20.9	7.6
(対売上比)	12.1	13.4	14.7	11.2	11.0
税引前利益	406	447	614	510	-
(対前期比)	58.3	10.3	37.2	-16.9	-
(対売上比)	11.8	13.2	14.5	11.5	-
法人税等	39	21	103	75	-
(実効税率)	9.8	4.7	16.9	14.7	-
少数株主利益	34	80	52	43	-
当期利益	331	346	458	391	250
(対前期比)	6.2	4.5	32.4	-14.6	-36.1
(対売上比)	9.6	10.2	10.8	8.9	5.2
発行済株式数(千株)	29,255	29,255	29,255	29,255	29,255
1株当たり利益(円)	11.33	11.83	15.67	13.37	8.55
1株当たり配当(円)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1株当たり純資産(円)	39.40	51.23	67.11	80.70	-

注：株式数を 2013 年に 1 → 100 株に分割、過去の一株当たりデータも遡及して修正

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