

## ソフトブレイン

4779 東証 1 部

<http://www.softbrain.co.jp/investor/investor.php>

2016 年 9 月 12 日 (月)

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 >>>](#)

## ■ 16/12 期 2Q 決算: 中期業績の拡大に向けた布石は着々と打たれている

ソフトブレイン <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 の収益柱として成長している。

2016 年 12 月期第 2 四半期累計 (2016 年 1 月 - 6 月) の連結業績は、売上高が前年同期比 27.7% 増の 3,642 百万円、営業利益が同 10.7% 増の 408 百万円と期初会社計画 (売上高 3,400 百万円、営業利益 380 百万円) を上回る決算となった。主力の e セールスマネージャー関連事業が堅調に推移したほか、フィールドマーケティング事業が消費財メーカーからの大型案件獲得により、前年同期比 68.8% 増と大幅増収となったことがけん引役となった。

2016 年 12 月期通期の業績は、売上高で前期比 18.7% 増の 7,000 百万円、営業利益で同 3.2% 増の 700 百万円としている。足元の受注状況は引き続き順調に推移しているものの、需要期である第 4 四半期の動向がまだ流動的なためだ。ただ、SFA/CRM は国内での普及率がいまだ 2% 程度にとどまっているとみられており、顧客数の拡大の余地が大きい。同社は顧客からの要望の多い機能の拡充、他ソリューションとの連携を進めることで普及率拡大に取り組む方針だ。また、人型ロボットの「Pepper」を活用した受付システム「e レセプションマネージャー」を 2016 年 1 月より投入しているが、2016 年秋には IBM の Watson (人工知能) を使って自然言語処理に対応した未来型の受付システムに進化させていく予定となっており、その動向が注目される。

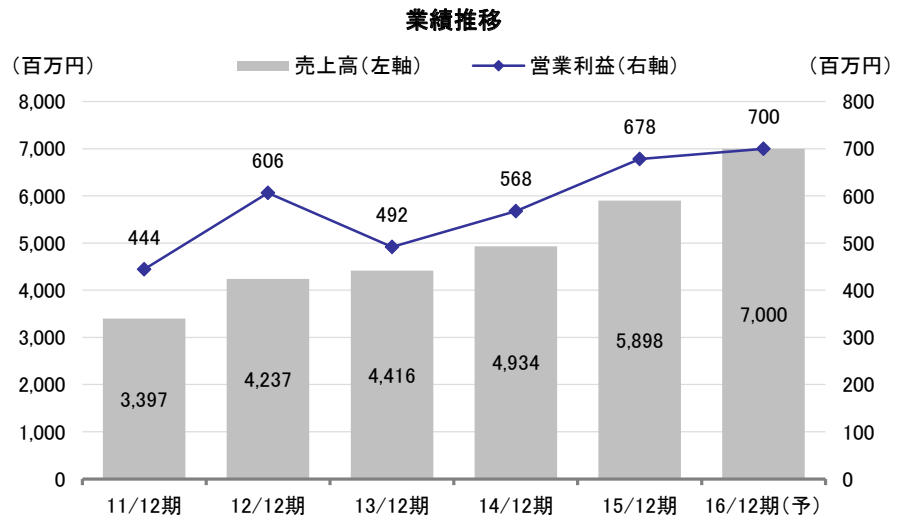
フィールドマーケティング事業も消費財メーカーの小売店頭でのマーケティング費用効率化の流れのなかで需要は拡大傾向にある。また、同社の主婦の力を有効活用するというビジネスモデルは、主婦の労働力活用という中期的な流れの上でも注目される。

中期業績の拡大に向けた布石は着々と打たれているという印象だ。

なお、フュージョンパートナー <4845> が同社株式の 43% を取得し、筆頭株主となった。今後は事業面での協業に向けた検討を開始していく予定となっている。両社とも分野は違うものの企業向けにインターネットを活用したソリューションサービスを提供していることから、クロスセルなどの可能性が今後考えられる。

## ■ Check Point

- ・ 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収益の柱
- ・ 通期は増収増益見通し、主力 2 事業とも順調に推移
- ・ 中期業績の拡大に向けた布石は着々と打たれている



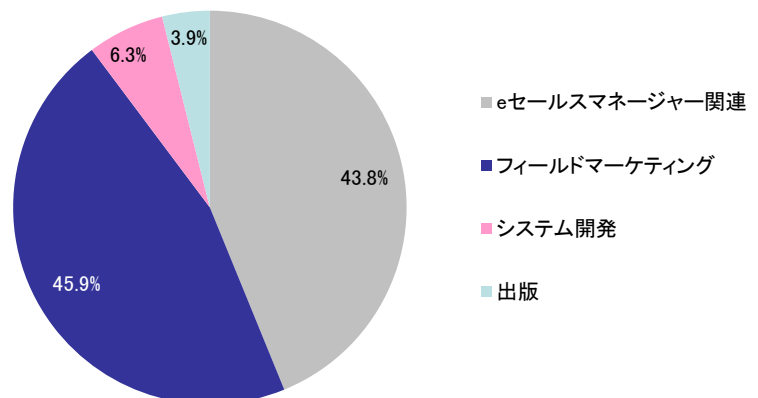
※ 15/12 期以降の数値はフィールドマーケティング事業の売上高、売上原価を純額方式に変更

## ■ 事業概要

### 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収益の柱

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」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 2016 年 6 月末時点で 5 社となっている。

事業セグメント別構成比(16/12期2Q累計)





## ソフトブレイン

4779 東証 1 部

<http://www.softbrain.co.jp/investor/investor.php>

2016 年 9 月 12 日 (月)

### 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		
ソフトブレイン	-	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
ソフトブレイン・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
ソフトブレイン・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		
ソフトブレイン・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		
ソフトブレイン・オブショア	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

#### ○ eセールスマネージャー関連事業

SFA/CRM（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のほか、iPad や iPhone などスマートデバイスの導入支援サービス及び教育サービスなどからなる。

「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ライセンスと、月額使用料を徴収するクラウドとに分けられる。また、ライセンスにはサーバーなどの物理環境を自社で構築するオンプレミス型タイプと、ホスティング型があり、ここ最近では、サーバーなどの設備負担を必要としないホスティングサービスを利用する顧客が増加傾向にある。クラウド型に関しては「eセールスマネージャー Remix Cloud」（1 ID 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 ID 当たり月額 1,000 円）を提供している。

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、(株) NI コンサルティング（未上場）、(株) 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 4,000 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

<p><b>商社・卸売</b></p>	<p><b>食品・日用品</b></p>
<p><b>サービス</b></p>	<p><b>情報・通信</b></p>
<p><b>建設・建材・不動産</b></p>	<p><b>システムインテグレーション</b></p>
<p><b>医療・介護・ヘルスケア</b></p>	<p><b>旅行・ホテル</b></p>
<p><b>化学・医薬品</b></p>	<p><b>教育・コンサルティング</b></p>
<p><b>エネルギー</b></p>	<p><b>車両・機械・精密機器・部品</b></p>
<p><b>出版・金融</b></p>	<p><b>団体</b></p>

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレイン・フィールド(株)で展開するフィールドマーケティング事業では、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」などを展開している。

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。従来はこうした業務を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する流れとなっている。顧客企業は過去実績を含めて 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。キャスト数は直近で約 6.1 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、専門店など様々な業態にわたって全国で 11 万店舗を超えている。

○システム開発事業

子会社のソフトブレイン・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。(株)ダイヤモンド社との合併による協力関係を活用し、書籍の出版を通じて企業のマーケティング・IR・ブランディングをしており、通常のビジネス書籍のみならず、企業の歴史を伝える「新しい」社史制作という切り口で、企業ブランディングにおける新たな価値創出を推進している。

## ■ 決算動向

### 16/12 期 2Q は増収増益で期初会社計画を上回る好調な決算

#### (1) 2016 年 12 月期第 2 四半期累計業績概要

7 月 28 日付で発表された 2016 年 12 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 27.7% 増の 3,642 百万円、営業利益が同 10.7% 増の 408 百万円、経常利益が同 9.4% 増の 405 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 19.1% 増の 242 百万円といずれも期初会社計画を上回る好調な決算となった。

売上高は主力の 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を中心にすべての事業セグメントで増収となり、半期ベースで過去最高を更新した。売上原価率は前年同期比で 5.9 ポイント上昇したが、販促費・広告宣伝費などの適正化を進めたことにより販管費率が同 4.2 ポイント低下し、営業利益率は 11.2% となった。また、四半期純利益の増益率が高くなっているが、これは実効税率の低下による。

#### 2016 年 12 月期第 2 四半期累計連結業績

(単位：百万円)

	15/12 期 2Q 累計		16/12 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	2,851	-	3,400	3,642	-	27.7%	7.1%
売上原価	1,677	58.8%	-	2,357	64.7%	40.6%	
販管費	806	28.3%	-	876	24.1%	8.7%	
営業利益	368	12.9%	380	408	11.2%	10.7%	7.5%
経常利益	370	13.0%	380	405	11.1%	9.4%	6.7%
法人税等	144	5.1%	-	141	3.9%	-1.8%	
親会社株主に帰属する四半期純利益	203	7.1%	205	242	6.7%	19.1%	18.2%

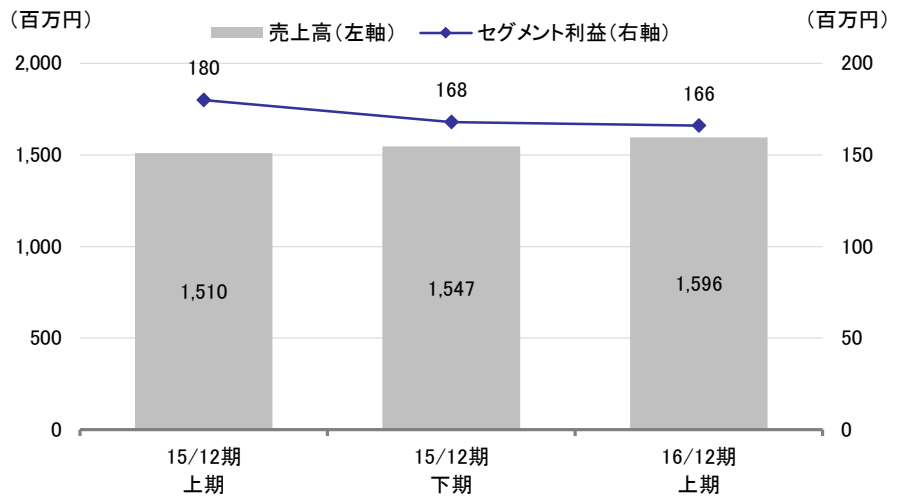
※当期よりフィールドマーケティング事業の売上高、売上原価を純額方式に変更しており、前年同期も遡及して修正している。

#### ○ eセールスマネージャー関連事業

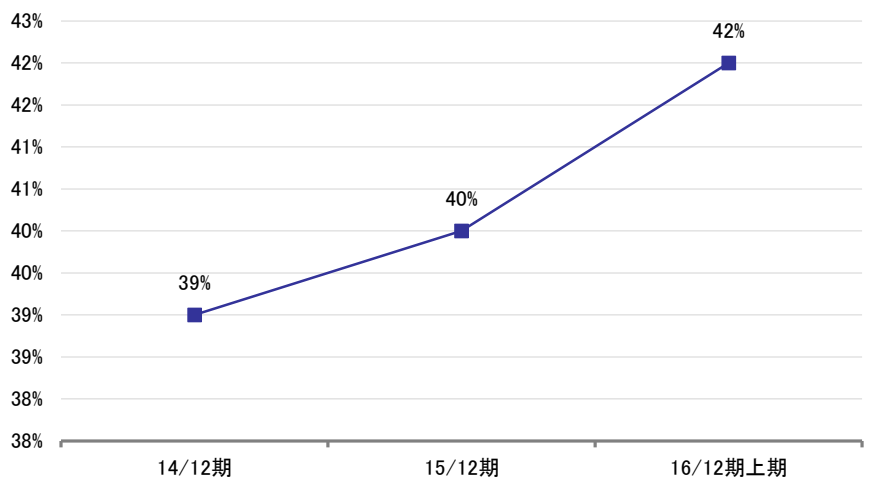
eセールスマネージャー関連事業の業績は、売上高(外部顧客向け、以下同様)が前年同期比 5.7% 増の 1,596 百万円、セグメント利益が同 7.5% 減の 166 百万円となった。「eセールスマネージャー Remix Cloud」の販売が順調に拡大したほか、営業課題解決にフォーカスした営業コンサルティングや営業スキルトレーニング、並びにスマートデバイスの販売・導入コンサルティングなども堅調に推移した。「eセールスマネージャー」の中でもクラウドサービスの売上比率は 42% まで高まっており、契約社数の拡大とともに安定的な売上げ成長が続いている。

セグメント利益が減益となったが、これは前年同期に本社現状回復に関する償却費の戻入益 21 百万円を計上したためであり、これを除けば 4% の増益となっている。今後の成長を見据えた人員体制の強化に伴い人件費が増加したが、増収効果や販促費や広告宣伝費の適正化を進めたことで実質増益となった。

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 (Cloud型) 売上高比率



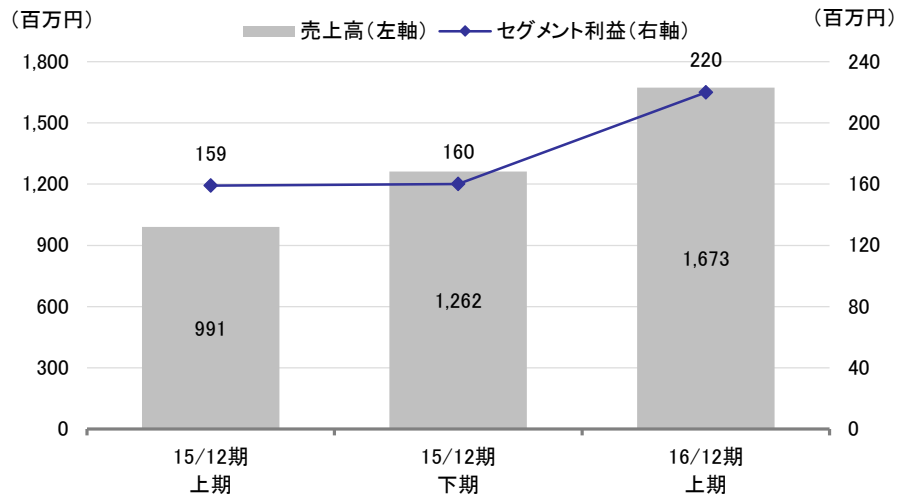
○フィールドマーケティング事業

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 68.8% 増の 1,673 百万円、セグメント利益が同 38.2% 増の 220 百万円となり、同事業セグメントでは過去最高業績となった。消費財メーカーにおける店頭でのフィールド活動業務のアウトシーング化が進むなかで、同社のサービス品質が高く評価され、大型案件の獲得につながったことが増収増益要因となった。同社のサービスは訪問単価制となっていることが特徴で、コストを明確化していること、また、顧客ニーズに合わせて人材派遣を始めとした多様なサービスを提供できることが強みとなっている。

利益率が若干低下したが、これは収益性が相対的に低い人材派遣ビジネスの拡大に加えて、今後の業容拡大に向けて、九州と中部に支店を開設し、東京本社の増床を行ったほか、人材面でも管理職クラスを中心に積極的な採用を進めるなど先行投資を実施したことが要因となっている。



## フィールドマーケティング事業



## ○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 1.2% 増の 230 百万円、セグメント利益が同 20 倍の 8 百万円となった。国内の IT 投資の回復傾向が続いているが、同社では人的リソースに限られるなかで安定収益の確保を重視しており、当期においてもわずかながら黒字を達成した。

## ○出版事業

出版事業の業績は、売上高が前年同期比 16.7% 増の 142 百万円、セグメント利益が同 52.2% 減の 13 百万円と増収減益となった。売上高は堅調に推移したものの、人件費や販促費の増加が減益要因となった。

## (2) 財務状況と経営指標

2016 年 6 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比で 354 百万円増加の 4,755 百万円となった。流動資産が 352 百万円の増加となっており、主に受取手形及び売掛金で 155 百万円、現金及び預金で 89 百万円、棚卸資産で 86 百万円の増加となった。

負債合計は前期末比 90 百万円増加の 1,624 百万円となった。有利子負債が 28 百万円減少する一方で、未払金が 64 百万円、前受金が 88 百万円増加した。また、純資産は親会社株主に帰属する四半期純利益の計上を主因に、同 263 百万円増加の 3,131 百万円となった。

主要経営指標を見ると、自己資本比率が 62.7% と 60% 台で安定推移しているほか、有利子負債比率も 10.9% と低水準で推移しており、財務の健全性は高いと判断される。

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	13/12 期	14/12 期	15/12 期	16/12 期 2Q	増減額
流動資産	3,061	3,589	3,903	4,256	352
(現金及び預金)	2,058	2,677	2,687	2,776	89
固定資産	606	555	497	499	1
資産合計	3,667	4,145	4,401	4,755	354
負債合計	944	1,134	1,533	1,624	90
(有利子負債)	150	180	352	324	-28
純資産	2,722	3,011	2,867	3,131	263
主要経営指標 (安全性)					
自己資本比率	64.4%	63.0%	62.2%	62.7%	
有利子負債比率	6.4%	6.9%	12.9%	10.9%	

## ■ 今後の見通し：中期業績の拡大に向けた布石は着々と打たれている

### 通期は増収増益見通し、足元の主力 2 事業とも足元も順調に推移

2016 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 18.7% 増の 7,000 百万円、営業利益が同 3.2% 増の 700 百万円、経常利益が同 3.1% 増の 700 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 1.8% 増の 380 百万円としている。第 2 四半期までは計画を上回って推移しているものの、需要期である第 4 四半期の動向がまだ流動的なためだ。ただ、足元については主力 2 事業とも受注は順調に推移しており、市場環境に今後大きな変化がなければ会社計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。

#### 2016 年 12 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	15/12 期		16/12 期			2Q までの 進捗率
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比	
売上高	5,898	-	7,000	-	18.7%	52.0%
営業利益	678	11.1%	700	10.0%	3.2%	58.4%
経常利益	679	11.1%	700	10.0%	3.1%	57.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	373	6.1%	380	5.4%	1.8%	63.7%

※当期よりフィールドマーケティング事業の売上高、売上原価を純額方式に変更しており、前年同期も遡及して修正している。

#### ○ 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」については、「使い勝手 No.1」の営業支援ツールとして機能の拡充を進めながら、今期も順調な成長が続くものと予想される。ここ最近ではタブレットなどスマートデバイスを使って営業効率の向上に取り組む企業も増加しており、同社にとっては追い風となっている。同社の推計では国内での潜在顧客数は中小企業含めて 150 万社程度あるが、営業支援ツールの利用率はまだ 2% 程度の水準であり顧客開拓余地は大きい。市場調査会社の予測によれば、CRM 市場は 2015 年の 801 億円から 2020 年には 1,039 億円となる見通しであり、同社の売上げも安定成長が期待される。

「e セールスマネージャー」の今後の開発予定としては、IoT やマーケティングオートメーションツール、BI ツールなどその他のソリューションツールとの連携を進めていく予定となっている。機能面では管理作業の効率化やセミナー受付、レポート機能の強化を進めており、ソリューションツールの連携とともに既に開発計画に落とし込み済みの模様だ。なお、中小企業向けの「e セールスマネージャー nano」については契約数の拡大に向けて現在、機能面の見直し等を進めている段階にある。

また、今期よりサービスを開始しているソフトバンクロボティクス社が開発したヒト型ロボットの「Pepper」を活用した受付システム「e レセプションマネージャー」の動向も注目される。2016 年秋に IBM の Watson と連携し、自然言語処理による受付システムに進化させていく予定となっているためだ。従来は来訪者の音声認識して、パターン化された対応を行うのみであったが、Watson と連携することで様々な状況に合わせた対応が可能となるためだ。将来的には顧客に最適な提案をし、その反応をもとに営業に商談を引き継ぐといった機能を持つサービスまで進化していくことを目指している。現段階では導入件数も少ないため業績に与えるインパクトは軽微だが、近未来の受付システムとして将来的に普及が期待される。



2016 年 9 月 12 日 (月)

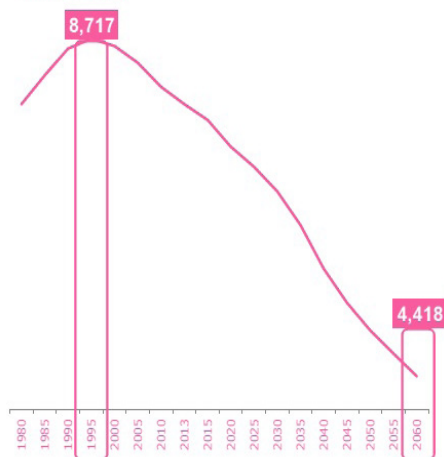
### ○フィールドマーケティング事業

フィールドマーケティング事業の売上高は大型受注案件の寄与により、今期も 2 ケタ増収が続く見通しだ。利益面でも、人員体制の強化や事業所の開設等に伴う費用増により利益率は低下するものの増益が見込まれる。店舗における商品の売場づくりなどフィールドサポート業務は労働集約型であり、人手不足が慢性化するなかで今後もアウトソーシングの流れが続くものと見られる。同社では、全国に約 6.1 万人のキャストを配置し、様々な顧客ニーズに対応できる強みを生かして、今後も事業規模を拡大していくものと予想される。

また、フィールドマーケティング事業のビジネスモデルは中期的な観点からも注目に値する。日本の労働力は 2060 年には 4,418 万人とピーク時（1995 年：8,717 万人）比較で半減となることが確実視されている。その中で活用が期待されているのが主婦である。働く意欲は持ちながら再就職に踏み切れない最近の専業主婦の中には、就職氷河期に新卒採用され、会社で厳しく鍛えられた女性が少なくない。同社の主婦の力を有効活用するというビジネスモデルは、主婦の労働力活用という中期的な流れの上でも注目される。

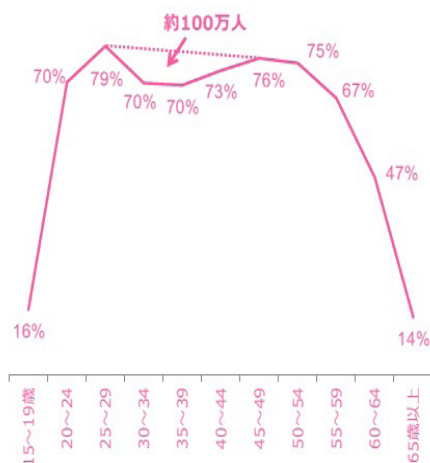
労働力人口見通し

(単位：万人)



出所：総務省「情報通信白書」2016 年度版

女性就業率



出所：総務省「労働力調査」(2013 年平均)

以上を見ると、中期業績の拡大に向けた布石は着々と打たれているという印象だ。

なお、フュージョンパートナーが同社株式の 42% を取得し、筆頭株主になったと 7 月に発表された。今後は事業面での協業に向けた検討を開始していく予定となっている。両社とも分野は違うものの企業向けにインターネットを活用したソリューションサービスを提供していることから、クロスセルなどの可能性が今後考えられる。

#### 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