

2013年5月7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

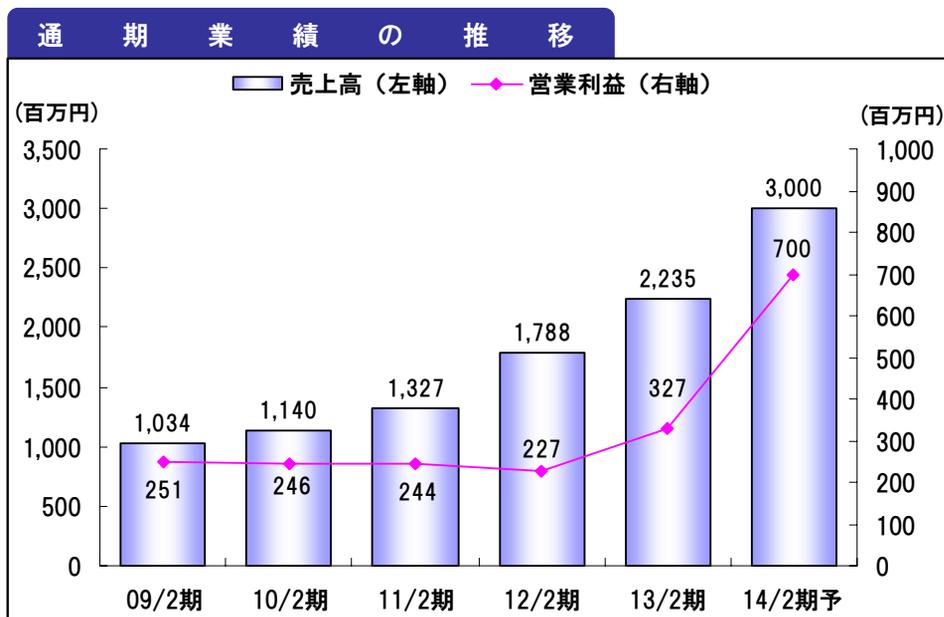
■中期計画の最終年度は利益で2倍超を計画

パイドビッツ<3831>は、日本でのネット選挙の解禁に関連して注目されている企業の1社である。2006年12月に東証マザーズに株式公開を果たした。あらゆる企業、あらゆる業界の問題解決を提示する情報資産プラットフォーム「スパイラル」を武器に、創業から13年連続で増収を続けている。パッケージソフトウェアとしての販売はせずに、期間利用型のクラウドサービスとして「スパイラル」を提供している。IT系ベンチャー企業としては珍しく営業を重視し、代理店を通さない直販方式を採用している点が特徴である。「スパイラル」はカスタマイズ性能がきわめて高く、あらゆる業界や自治体向けにマッチしたシステムに変更できる。

このような特徴から、今や国内最大規模のクラウド（PaaS）サービスに成長した。3カ年の中期経営計画の最終年に当たる2014年2月期は、売上高で前期比3割増、営業利益と経常利益はいずれも同2倍以上の伸びとなるとの見通しを期初から明らかにした。遠大な夢よりも足元の着実な一歩を重視する堅実さに、成長への揺るぎない自信がみなぎっているように見える。同社は付加価値の高いサービスを提供することを長く研究してきたが、ここにきてその積み重ねが一気に結実しようとしている。

■Check Point

- ・2013年2月期は情報資産プラットフォーム事業の伸張で大幅増益
- ・有効アカウント数は2014年2月期末で10,000件を見込む
- ・長期視点ではスマートデバイス普及期に適した事業展開



■決算概況

前期は情報資産プラットフォーム事業の伸張で大幅増益

(1) 2013年2月期決算

同社の2013年2月期の決算実績は、売上高で2,235百万円（前期比25.0%増）、営業利益で327百万円（同43.7%増）、経常利益で324百万円（同43.3%増）、当期純利益で186百万円（同33.6%増）となった。期初の見通しでは売上高を2,300百万円と見込んでいたために、それとの比較では若干ショートする形とはなったが、対前期比では大幅な伸びとなっており、事業は順調な拡大基調をたどっている。創業から13期目を終了したが、この間の売上高の増加基調は継続している。営業利益もここ3期ほどはわずかな減少傾向にあったが、それを一気に挽回して2013年2月期は大幅な伸びを記録した。

2013年2月期の業績（単位：百万円）

	12/2期	13/2期	前期比
売上高	1,788	2,235	25.0%
営業利益	227	327	43.7%
経常利益	226	324	43.3%
当期純利益	139	186	33.6%
有効アカウント数(件)	3,067	5,101	-

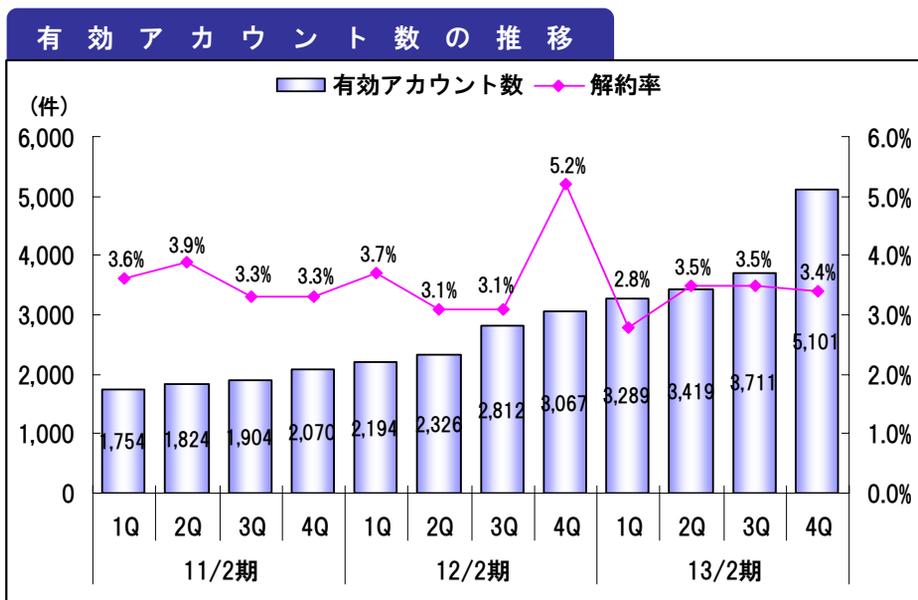
売上高の伸びの主な要因は、同社の中核ビジネスである情報資産プラットフォーム事業の売上高が1,849百万円（前期比23.7%の増加）となっていることである。「スパイラル」を中心に、主力製品が順調に拡大しているほか、それに続くメディアストラテジー事業は338百万円（同52.2%増）と、こちらも健闘している。同事業では、アフィリエイトの代理販売や制作案件を請け負っており、アフィリエイト広告を中心に販売を強化した結果、売上高が大きく伸びた。セグメント損益は27百万円の赤字だが、これが黒字化してくると主軸の情報資産プラットフォーム事業が今以上に生きてくる見込みである。

セグメント別業績（単位：百万円）

	売上高	セグメント損益	売上高 前期比	セグメント損益 前期比
情報資産プラットホーム	1,849	392	23.7%	20.9%
メディアストラテジー (広告ソリューション)	338	-27	52.2%	+12百万円
EC運営	46	-38	-33.7%	+19百万円
合計	2,235	327	25.0%	43.7%

■決算概況

有効アカウント数は今期も順調に伸びている。2013年2月期末で5,101件になり、ついに5,000件の大台に乗せた。有効アカウント数とは、同社がサービスを有償で継続的に提供しているアカウント数で、同社が最も重視している経営指標である。「継続的」とは原則6カ月以上の契約を指しており、同じ有償のサービス提供でも1カ月程度のスポット契約とは区別している。



有効アカウント数が大きく伸びた要因は、「ネットde会計」が第4四半期に約700件の大口案件を獲得したことが大きい。また、グループウェアの「スパイラルプレース」が2012年1月のリリースからほぼ1年経ち、ちょうど有償化の時期を迎えたことも寄与している。ひとつの目標をクリアしたことで新たなスタートラインに立ったと言える。

貸借対照表上では、2013年3月1日付でパーパレススタジオジャパン株式会社へ出資し子会社としたこと、自社でソフトウェアの開発を行っていることなどから、通常業務の範囲内で、資産・負債ともに対前期比で増加した。資産で2,196百万円（前期比23.5%増）、負債で460百万円（同97.7%増）、純資産で1,735百万円（同12.3%増）となった。自己資本比率は79.0%に達する。

貸借対照表（単位：百万円）

	12/2期	13/2期	前期比
流動資産	1,407	1,621	15.2%
固定資産	370	574	55.3%
資産合計	1,777	2,196	23.5%
流動負債	233	460	97.7%
固定負債	-	-	-
負債合計	233	460	97.7%
資本金	315	315	0.1%
資本剰余金	225	225	0.1%
利益剰余金	1,003	1,189	18.6%
その他	-0	3	-
純資産合計	1,544	1,735	12.3%
1株当たり純資産額(円)	204.57	228.91	-

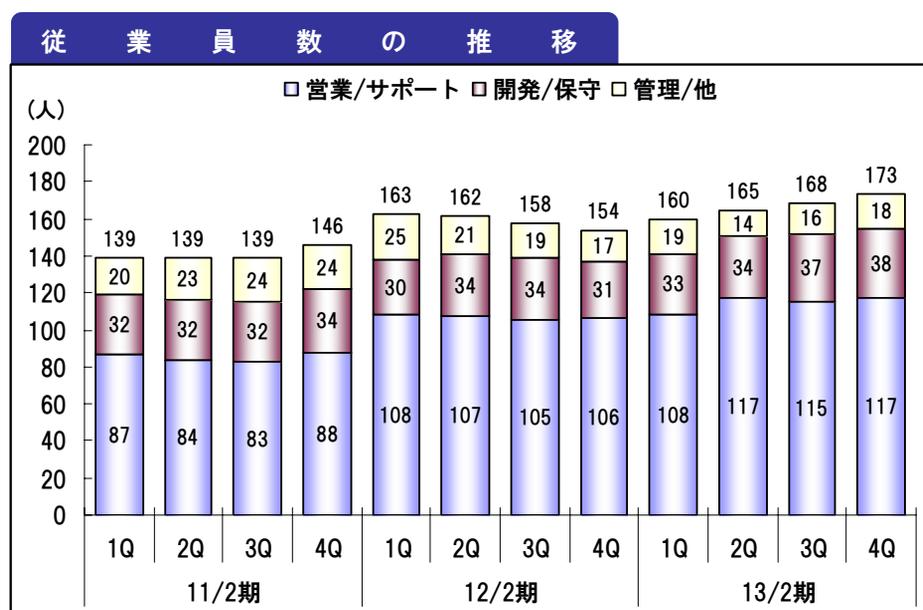
■決算概況

キャッシュフローは、営業キャッシュフローで367百万円（前期比330.8%増）となった。本社移転引当金の繰り入れなどの影響があるものの、何よりも本業部分の増収効果が大きい。

キャッシュフロー計算書（単位：百万円）

	12/2期	13/2期	前期比
営業活動によるCF	85	367	330.8%
投資活動によるCF	-242	-275	13.8%
財務活動によるCF	256	1	-
現金・現金同等物の期末残高	1,045	1,138	8.9%

業容が順調に拡大しているため従業員数を増やしており、売上高拡大に合わせて2013年2月期末では新卒5人を含む19人増員した。



有効アカウント数は2014年2月期末で10,000件を見込む

(2) 2014年2月期の見通し

2010年12月に3カ年の中期経営計画を策定し、現在はその2年目を終えたところである。同社はこの中期経営計画期間を通して様々なプロジェクトを企画し実行してきた。2014年2月期がその最終年度となるが、業績の見通しは、売上高で3,000百万円（前期比34.2%増）、営業利益で700百万円（同114.0%増）、経常利益で700百万円（同115.6%増）、当期純利益で420百万円（同125.4%増）となっている。

■決算概況

2014年2月期の業績見通し（単位：百万円）

	13/2期	14/2期予	前期比
売上高	2,235	3,000	34.2%
営業利益	327	700	114.0%
経常利益	324	700	115.6%
当期純利益	186	420	125.4%
有効アカウント数(件)	5,101	10,000	-

売上高で3割増、利益面では軒並み前期比2倍強という意欲的な内容となっているが、同社は計画の達成については自信を深めている。将来見通しを控え目に発表する上場企業が多い中では異例の強気見通しであるが、同社の見解では特別に強気ということではなく、あくまで計画に沿った見通しを示しているということである。

計画達成の前提条件とも言える有効アカウント数は、2013年2月期末の5,101件から、2014年2月期末には10,000件に達する見込みである。2013年2月期末の時点で「ネットde会計」と「スパイラルプレース」のアカウント数が加速度的に伸びているが、それがそのまま継続する見通しである。その他にもこの中期経営計画期間において、「スパイラル」をベースとした高付加価値のサービスが続々と開花してきたことが大きい。新規事業群の概況に関しては後段で詳述する。

■「スパイラル」の現状と今後

顧客企業の「情報資産」を安全に預かるサービスを提供

(1) 会社概要

パイブドピッツは、代表取締役社長の佐谷宣昭（さたに のぶあき）氏によって2000年4月に設立された。事業コンセプトは「情報資産の銀行」というもの。「情報資産」とは、同社が創業時から採用している独特の考え方である。クライアントである企業にとってその顧客の属性やメールアドレスなど、事業上知り得たデータは重要な無形資産である、という考え方に立っている。それらのデータを「情報資産」と定義して、銀行が資金を預かるかのように顧客企業の「情報資産」を安全に預かるサービスを事業として始めたのである。

顧客企業の「情報資産」を預かる上で重要な役割を担うのが、同社が自社開発した情報管理のためのプラットフォーム「スパイラル」である。「スパイラル」は、企業が保有するあらゆる顧客情報、経営情報をデータベースとして管理・運用するためのビジネス上の基盤ソフトウェア（すなわちプラットフォーム）である。



■ 「スパイラル」の現状と
今後

情報資産プラットフォーム概要図



出所：会社資料より引用

それまで企業は、業務上のシステムなどを構築する際に、開発・運用のためのハードウェアや基本ソフトウェア（OS）、開発環境、ミドルウェアなどを自社で購入し、それらを組み合わせてシステムが稼動するための基盤（プラットフォーム）を構築する必要があった。さらに開発後もそれらを維持する必要もあった。同社の開発した「スパイラル」は、顧客企業のそのような手間を省き、コスト削減と経営情報の運営・管理に役立つレンタル型のプラットフォームである。「スパイラル」は、2001年2月にリリースされ、インターネットを通じて顧客企業にレンタルするクラウド（PaaS）形式で提供している。

導入企業は、大手金融機関をはじめとする著名な企業が顧客に名を連ねている。インターネットがクラウドの形態に全面的に移行しつつある現在も、プラットフォームとしての「スパイラル」はそれに合わせて日々進化を遂げている。

「スパイラル」は顧客企業の持つ顧客データなどの情報資産を管理・活用する基盤として、その上であらゆるアプリケーションを動作させることができる。

「スパイラル」の最大の特徴は自由なカスタマイズ性

(2) 「スパイラル」の機能

「スパイラル」の持っている機能は多岐に渡るが、最も基本的な機能は、たとえば顧客企業がWebを通じてデータベースを管理する上で、データベースの作成から「登録／更新／削除」などのデータ操作、一括データ登録、ダウンロードなどができる点である。

■「スパイラル」の現状と
今後

たとえば企業がWebを通じてアンケートを実施し、市場調査や新製品の評価を行うような場合、企業側では「スパイラル」を使用して、ごく手軽にアンケートを作成し、それをターゲットとする顧客や見込み客の元に届け、アンケートに回答してもらい、それを回収することができる。顧客情報のデータベースに満足度調査のアンケートを関連づければ、それがそのまま顧客属性に応じた分析になり、満足度の向上のためのフォローアップも可能になる。アンケート結果はリアルタイムで集計され、その結果をそのまま報告書に仕上げることもできる。「スパイラル」を通じて、これらの一連の作業を簡単な操作で行うことができる。

同様に、プレゼント特典付きのキャンペーン、人事採用のエントリーシート、問い合わせフォーム、セミナーの申し込み、口座開設、資料請求などのフォーム作成に関しても、「スパイラル」を通じて、フォームの作成や会員属性の登録、更新、削除、ログイン認証などを手早く行うことができる。たとえばセミナーの開催について言うと、仮に複数のセミナーが同時進行しても、複数の申込受付やキャンセルの管理が即時にでき、セミナーの開催が効率的になる。これらのデータを検索フォームに一覧表示させ、一問一答式の分岐アンケートや集計表、グラフなどに発展させることも簡単である。

「スパイラル」の最大の特徴は、自由なカスタマイズ性にある。同社は、「スパイラル」の機能を組み合わせて自社の業務用システムを開発している。金融機関のような極端に高い信用度を求められるところを除けば、世に存在するあらゆる業務系のシステムが「スパイラル」の機能を組み合わせることによって作ることができる、と言っても過言ではない。

以前はこのような業務系のシステムは、一般的にはSI（システムインテグレーター）と呼ばれる事業者が構築していた。しかし、SIが従来行っていた業務の大半は、「スパイラル」の機能を組み合わせることによって置き換えることができる。アンケート調査やキャンペーンの実施など、マーケティング業務の華々しさに目を奪われてしまうが、実際には現場の日常的な業務をいかにWeb上で簡略化させることにつないでいくかという部分で、「スパイラル」が活用されるケースは多い。

「スパイラル」は、パッケージソフトウェアとして販売されずに、期間利用型のクラウドサービスとして提供されている。このため顧客企業は無駄な時間やコストをかけずに、必要とするシステムを独自に短時間で安価に構築できる。

2016年には“PaaS”が最も大きな市場に拡大する見通し

(3) クラウドサービスの形態

クラウド型のサービス形態は、最初は“SaaS”（サーズ、Software as a Service）として登場し、次に“IaaS”（イアース、Infrastructure as a Service）が現われ、最近ではさらに進化して“PaaS”（パース、Platform as a Service）も登場している。

■「スパイラル」の現状と
今後

SaaSからPaaSへ

SaaSからPaaSへ	
SaaS	Software as a Service アプリケーションソフト
PaaS	Platform as a Service 開発環境・実行環境
IaaS	Infrastructure as a Service 設備・マシン

※PaaS：ソフトウェアの設定・開発環境をクラウドで提供するサービス

出所：会社資料より引用

“SaaS”とは、ユーザーがソフトウェアの機能のうち、必要とするものだけを必要な時にインターネットを経由してサービスとして利用する形態を指す。サービス型ソフトウェアとも呼ばれ、ユーザーは必要な機能を必要なときに利用し、利用した分に応じた料金を支払う。2000年前後にこの概念が登場した時点では、コスト面で安くてもパッケージソフトウェアと似た部分があっても必ずしも使い勝手のよいものではなかったが、技術の進歩とともに使い勝手も改善されており、2013年現在も広く普及している。メール配信サービスなどはSaaSで、「スパイラル」はSaaSとPaaS両方の形態で提供を行っている。

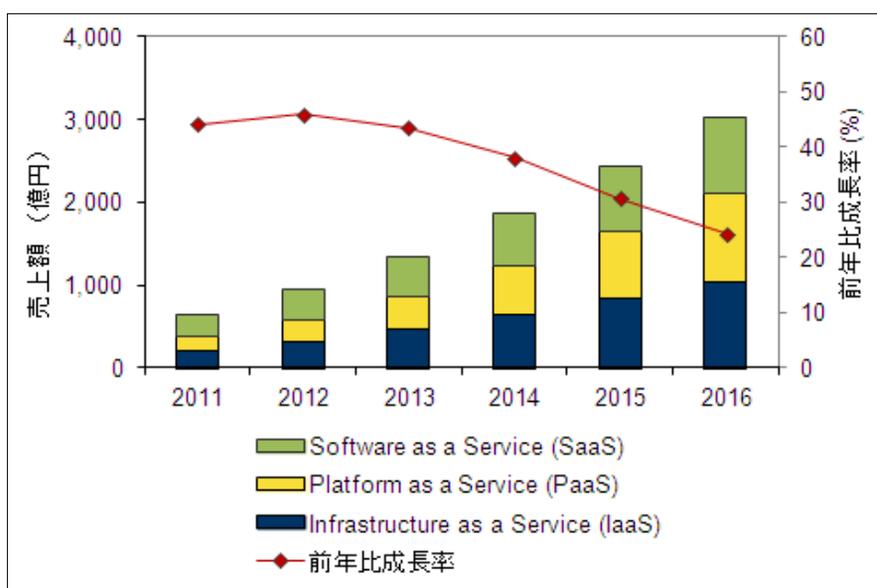
次に登場した“IaaS”は、システムを稼働させるのに必要なサーバーや回線などのインフラをクラウド上で提供するものである。ユーザー側は物理的なサーバーに代えて、仮想サーバー、仮想データセンターなどの形で、インターネットを通じて必要なサービスを必要なだけ利用して、利用した分に応じて料金を支払う。レンタルサーバー事業者のクラウドサービスの多くは“IaaS”に該当する。

“IaaS”は必要なインフラをすべて自前で用意する必要はないというメリットはあるものの、スマートフォン向け「アプリ」ビジネスで利用する場合、サーバープログラムの開発やOS、ミドルウェアのインストールなど、別途作業が必要となってくる。それらの対応を行った上で、さらにユーザー数の急激な増加があれば、必要に応じてサーバーの台数を増やしていくなど、顧客企業側で機構から改めて設計しなければならないという難点がある。同時に“IaaS”はクラウドでありながら、当初のシステム構築のほかに毎年の保守費用が別途かかるなど、コストがかさむこともある。

■「スパイラル」の現状と今後

その点で“PaaS”はさらに改良が進んでいる。“PaaS”はソフトウェアが稼動するためのハードウェアやOSなどのプラットフォームを丸ごと一式、インターネット上のサービスとして利用できるものである。顧客企業は、インターネットを通じてデータセンターを用意した上で、その上でこれらのプラットフォーム一式を必要なだけ利用することができる。クラウドなので顧客企業側の手間はかからず、常に最新の技術を利用することができ、年間の保守費用もプラットフォーム側でまかなうためにコストを下げるができる。調査会社のIDCジャパンの予想では、クラウド市場の中でも2011年ではもっとも小さい“PaaS”型のサービスが、2016年には最も大きな市場に拡大する見通しとなっている。

国内クラウドサービス市場の見通し



出所：IDC JAPAN「国内パブリッククラウドサービス市場予測、2011年～2016年」

市場の拡大と共にアップデートで機能を強化

(4) 「スパイラル」のアップデート

「スパイラル」も“PaaS”の拡大に合わせて、今後はさらなる進化を遂げると予想される。2011年10月にはバージョン「1.11」にアップデートされ、データベース機能が大幅に強化された。2012年は3月、7月、11月と3度バージョンのアップデートがあり、そのうち2012年3月のバージョン「1.11.1」ではWeb開発言語である“PHP”がカスタマイズ言語として初めて採用された。これによりWebとの親和性が一段と増し“PaaS”としての基盤がさらに強化された。

■「スパイラル」の現状と
今後

スパイラルの進化



出所：会社資料より引用

2012年7月のバージョン「1.11.2」では、スマートフォン向けアプリの開発に最適な環境が提供され、O2O（Online to Offline、インターネット上の情報や活動が実際の店舗での購買行動に影響を与えるような販促活動を指す）に活用できる「iPhone」アプリ「スパイラルシャリーン」の提供が始まった。2012年11月のバージョン「1.11.3」では、Webアプリケーションの「アプリ化」が取り込まれ、利用用途に応じて自在にパッケージ化できる「アプリ」機能が追加された。矢野経済研究所の調べによれば、スマートフォン向けアプリの市場は今後も年率40%という急拡大が続く見通しである。

2013年3月のバージョン「1.11.4」では、スマートフォン向けアプリの開発環境がさらに強化された。この時のバージョンのアップデートでは、プッシュ型の通知アプリなどが実装され、“PaaS”から“BaaS”（バース、Backend as a Service）へと、スマートフォンアプリの開発環境が大幅に強化された。

“BaaS”とは、クラウドと連動したモバイル向けアプリを効率よく開発するためのバックエンド環境をサービスとして提供する形態を指す。“BaaS”の“B”はBackend（バックエンド）であり、バックエンドとはソフトウェアの構成要素のうち、ユーザーや他のソフトウェアから見えないところでデータの処理・保存などを行う要素のことである。

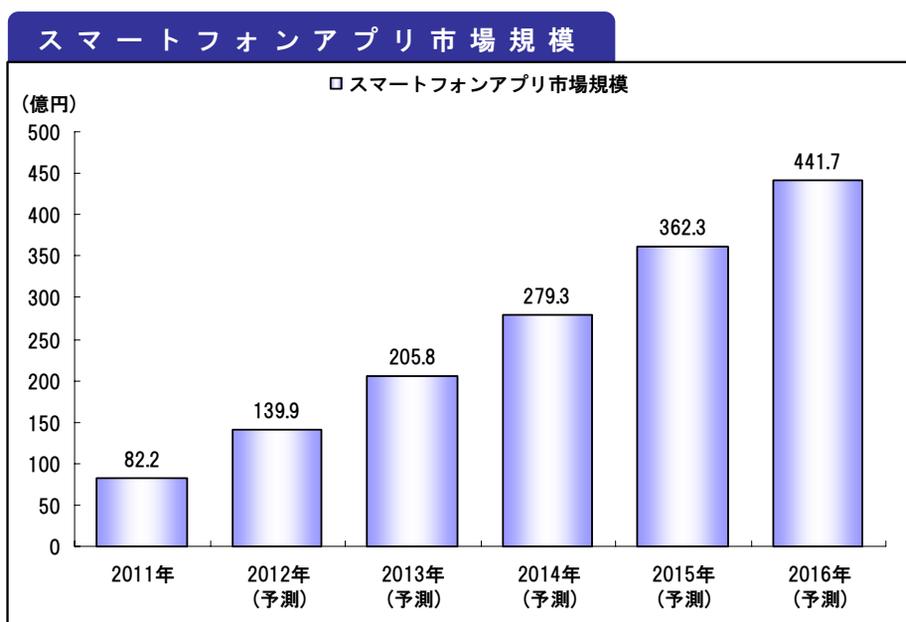
「iPhone」や「Andoroid」の登場によって、スマートフォンやタブレットのようなモバイルデバイスは、性能でも台数でも、PCをはるかに超えるデバイスとして普及するようになった。スマートフォンは将来、クラウドに直接接続するデバイスとして最も一般的なものになると予想されている。未来のクラウドアプリケーションの主役は「モバイルデバイス上で動くもの」になるとされ、それらのモバイルアプリに特化したクラウドサービスとして“BaaS”が登場してきたと言えよう。

■「スパイラル」の現状と
今後

“BaaS”は“IaaS”と比べてもはるかに開発コストと時間を短縮することができる。“BaaS”を利用することによって、アプリ開発・運営サイドは何度も同じようなサーバーを準備する必要がなく、アプリの開発・運営そのものに力を集中することができるようになる。

2013年3月にリリースされた「スパイラル」のバージョン「1.11.4」は、スマートフォンアプリの開発に特化したものである。たとえばスマートフォン独特のサービスであるプッシュ型の通知機能は、これまでの携帯電話のメールとはまったく違っており、サーバー側と連携させて改良する必要がある。この開発にはかなり手間がかかり、サーバー側のメンテナンスが必要で、コストがかかってくる。仮想サーバーでも費用がかかる。その点、プッシュ型の通知機能などが実装され、“BaaS”機能を強化したバージョン「1.11.4」は、スマートフォンアプリ開発者からの支持をさらに強固にするものと言えよう。

スマートフォンの普及とともに、モバイルアプリの市場もゲームを中心に急拡大している。今後もスマートフォン向けアプリは一段と巨大な市場に発展していくと見られ、“BaaS”機能を強化した「スパイラル」はここでも大きなシェアを獲得することになることが期待される。



出所：矢野経済研究所「スマートフォンアプリ市場に関する調査結果 2012」

■ 今後の事業戦略

長期視点ではスマートデバイス普及期に適した事業展開

クラウド全盛時代において、同社は今後も競争力のきわめて高い「スパイラル」を中核的な技術として発展を図る考えである。当面は2014年2月期が最終年度となる中期経営計画の完遂が最大の目標だが、より長い視点で見ると、同社は「スマートデバイス普及期に真のクラウド戦略を」というテーマに沿って、次の3つの方向で事業展開を考えている。

- (1) クライアントの課題解決
- (2) 地域・業界の課題解決
- (3) 社会の課題解決

プラットフォームを連携させた問題解決型の事業展開

(1) クライアントの課題解決

「スパイラル」を各業界、各クライアントにふさわしいプラットフォームにカスタマイズして、それぞれのプラットフォームを連携させて新しい問題解決型の事業展開を目指している。主に中堅企業から大企業向けのサービスとして、「スパイラル」を連携させながら、新たに管理・有効活用できる情報資産の種類を増やすため、常に新しいプラットフォームを提供し続けている。

一例を挙げれば、2010年4月にリリースした「スパイラルEC」がある。これはアパレル専用に特化したEコマースのプラットフォームである。アパレル向けECサイトはビジュアル面やイメージ作り、プロモーションなどを季節ごとに頻繁に行うことが何よりも重要で、運営面ではコスト先行に陥りやすい。「スパイラルEC」は、アパレル向けECサイトの高級なブランドイメージを追求しながら、同時に更新作業手順を簡素化し、しかも低予算に押さえるといういくつかの課題を同時に解決した点で高く評価されている。

また、2012年1月より「スパイラルプレス」を開始した。「スパイラルプレス」はクラウド型のグループウェアで、Webサイトの作成・更新機能を持ち、同時にSNSとも連携している。グループウェアとしてカレンダーやファイルを共有化しながら、簡単な操作でWebコンテンツの改善・更新やアクセス解析を行うことができ、フェイスブックやツイッターにもリンクしている。

■今後の事業戦略

例として、従業員をアルバイトとして大量に抱える飲食系チェーン店で「スパイラルプレース」を導入したところ、アルバイトや従業員間の業務連絡からマネージャーとのスケジュール管理、さらには顧客とのコミュニケーションツールにまで一気に広まったという。社員もアルバイトもみんなが毎日見るグループウェアがたちどころにできあがり、今ではこの顧客企業にとって業務遂行上、欠かせないインフラとなっている。

「スパイラルプレース」は、サービスを開始してから13カ月間で契約数が10,000件を突破した。無償版での導入から1年が経過して、現在は無償版ユーザーに対して有償版への移行を促しており、これが目下のところ有効アカウント数の増加につながっている。「スパイラル」をベースとすれば、このような汎用性の高いグループウェアがすぐにできあがるという好例となっている。

「ネットde会計」も前期末にかけて有効アカウント数を大幅に増やすなど、順調に拡大している。これは中小企業や個人事業主を対象としたクラウド型の会計サービスであり、今や中小企業の決算事務ではブランドを築きつつある。2011年9月に事業を譲り受け、販売を開始した。

ユーザー獲得に弾みがあったのが、2012年5月にMacの“Safari”に対応するようにした時点からである。「ネットde会計」がMac対応になったことがMacユーザーの間で口コミによって広がり、獲得増につながった。2013年2月には、国税庁電子申告システムe-Taxに対応した「e-Tax連携データ作成機能」を搭載し、スムーズな確定申告の手続きが可能となった。大口案件の導入も始まっており、前期の有効アカウント数の大幅な増加につながった。

クラウド化されていない業界にいち早くアプローチ

(2) 地域・業界の課題解決

中小事業者は、事業にITを活用しようにも、独自に用意するのは資金的に難しい場合が多い。そこで、同じような悩みを抱えている事業者を集めて、グループ単位でITを導入していく手助けを行っている。その背景にはクラウド化が遅れている業界への導入の促進があり、これまでそれらの業界に向けていち早くアプローチを行ってきた。

課題解決のプラットフォームとなるのは、美容室・美容院向けにクラウドサービスを導入した「美歴」、医療業界向けの「JoyPla（ジョイプラ）」、建築業界向けの「ArchiSymphony（アーキシンフォニー）」、前述した会計クラウドの「ネットde会計」などである。いずれも「スパイラル」をベースとして業界向けにカスタマイズ化されたプラットフォームであり、顧客企業は利用した分のシステム利用料を支払うだけで済む。

■今後の事業戦略

ビジネスプラットフォーム

			
業界	美容	医療・医材	建築
市場規模	約2兆円	約9兆円	約15兆円
対象	BtoC	BtoB	BtoB

出所：会社資料より引用

2012年1月に美容院、美容室向けにリリースした「美歴」は、美容院のユーザーのヘアカルテを写真で記録し、アーカイブ化してユーザーと顧客企業とのコミュニケーションを可能にする、新しい形のソーシャルサービスである。以前から美容院では、ユーザーのヘアスタイルをカルテとしてすべて手書きで残していた。これを同社の営業マンがデジタルの画像データとして残すことを提案してサービス化したもので、カリスマ的な人気を誇る有名店の美容師を中心に、あっという間に業界に広がった。

美容院のユーザーにしてみれば、以前のヘアスタイルが写真として残っているため微妙な部分まで正確に再現でき、その美容院以外でも気に入った美容師、美容院とソーシャルでつながることができる。美容院側としても、ヘアカルテの管理の手間が省略でき、ユーザーの困り込みが容易になる。

医療機関向けの「JoyPla（ジョイプラ）」はクラウド型の薬剤・医療機材の発注システムである。指定商品しか購入できない従来の共同購入とは異なり、クラウドを利用して多数の医療機関の発注を取りまとめることで、個々の医療機関は既存の卸業者との取引関係を維持しつつ自由に必要な商品を選択することができ、かつ、共同購入によるコストダウンを享受できる点が特徴である。また、複数の卸業者への発注の場合でも、一度の操作で行えるため、医療機関は発注業務の手間も削減することができる。

「JoyPla（ジョイプラ）」は2012年7月にリリースしたばかりのサービスで、現在の会員医療機関はまだ十数病院にとどまっているが、今後これを拡大させることで、価格交渉は有利になっていくはずである。医療業界はIT化が最も遅れている分野であり、それだけにこの分野の開拓に成功すれば巨大な市場をつかむことになる。

■今後の事業戦略

建築業界向けの「ArchiSymphony（アーキシンフォニー）」は、BIM（Building Information Modeling）と呼ばれる3次元設計をサポートするサービスで、BIM設計支援ソフトと建築資材カタログをクラウド上で連携して、従来の業務フローを変えずにBIM導入できるサービスである。建築資材の電子カタログとして無償で利用でき、ダウンロードした製品データは設計図にそのまま反映できる。積算コストを算出することも可能で、料金は公開情報の量に応じて資材メーカーが負担する。2012年5月にサービスを開始した。

BIM（Building Information Modeling）は、コンピューターの画面上に作成した3次元の建物の完成モデルに、資材、施工などの建築コストや管理コストなどを追加した建築物の属性データベースである。それを利用して設計、施工、維持管理までを行う建築業界の新しい施工手順である。日本はこの分野で立ち遅れているが、世界では急速な広がりを見せつつある。それでも日本の建築資材メーカーの多くは、すでにBIMに使用するモデルデータの提供を始めている。

日本ではまだ普及が進んでいないが、シンガポールでは1万平方メートルまでの確認申請がすでにBIMに移行していると言われる。建築現場で最もたいへんな作業とされている積算の計算も、電子カタログの一種である「アーキシンフォニー」を使えば大幅に時間と手間が短縮でき、3次元データのライブラリ的なプラットフォームとして今後大きく発展する可能性を秘めている。

ソーシャル時代のグループウェア「スパイラルプレース」に始まり、美容業界の「美歴」、建築業界の「アーキシンフォニー」、中小企業の財務・経理のための「ネットde会計」へとサービス内容が次々と発展している。中期経営計画の3年目である2014年2月期、収益が飛躍的に拡大するかどうかは、これらの各業界別に細分化されたクラウドサービスがどれだけ開花するかがポイントになってくる。

これまでの成功の要因は、3年前に営業体制を顧客業界ごとに整備し直したことが大きいだろう。同社はIT系ベンチャー企業には珍しく、従来から非常に営業に力を入れてきた面がある。営業に力を入れ、サービスもすべて自社で内製する。直販組織を持ち、代理店にはほとんど頼らない。

医療機関向け、美容業界向けなどに営業チームを作り直し、それぞれの業界で何が本当に役に立つのか、業界ごとの特性を深く研究して営業を進めていった。それまでは、「スパイラル」導入後はあまり顧客側に深く立ち入らないという方針だったが、3年前の組織改編からは、もっと顧客の業界に深く立ち入って考えるようになった。各業界のコンサルタントと一緒に勉強を繰り返すうちに、営業部門が考え出したアイデアがそのまま顧客の業界に受け入れられていった結果が、同社の業界別のクラウドサービスの発展の経緯である。

開発・技術部門は、製品を完成形には仕上げずに、あえてカスタマイズの効く「スパイラル」を材料の提供段階でとどめておく。営業部門は「スパイラル」を自由に組み合わせて各業界向けにアレンジしていく。営業部門と技術部門との連携が「スパイラル」の競争力につながっている。

■今後の事業戦略

営業部門としては、顧客にとってイメージしやすい完成形に仕上がっている方が売りやすいはずだが、完成品として仕上がっていると、営業部門の裁量の余地がその分だけ減ってしまい、結果として最終的なサービスを作るのは開発部門になってしまう。顧客のニーズは常に変化、多様化しており、それでは営業の現場が顧客ニーズの変化に追いつけなくなってしまうため、カスタマイズの効くシステムに自然と進化していった、という経緯がある。あくまで主役は顧客であり、そのニーズに常に接する営業現場である。今後はさらに別の業界へとサービス上の連携を強化してゆく方針である。

政治山はサイトを全面リニューアルし機能を強化

(3) 社会の課題解決

地方自治体、行政や銀行、流通など、公共性の高い組織が抱えている課題をオープンデータ概念を使って解決してゆくことを目指している。

オープンデータとは、たとえば医療分野と介護分野のようにタテ割り行政の中にあって、似たような業務を扱っていても内部のデータがバラバラに管理されているということがよくある。医療と介護は法的にも明確に区分されているが、仮に将来、両者の垣根が取り払われてひとつに融合すれば、介護と医療の間でデータが重複しサービスの無駄が生じる恐れがある。個人情報保護法の成立から10年が経過し、過度の情報保護も一部には緩和の方向に向かう芽が出ている。その情報公開に対処する方向性がオープンデータというキーワードに凝縮されている。

この分野の目玉が、政治・選挙情報プラットフォーム「政治山」である。2011年3月にリリースされ、2013年3月にサイトを全面リニューアルし、あらためて政治と選挙に関わる情報プラットフォーム機能を強化した。この夏の参院選ではインターネットを通じた選挙運動（いわゆるネット選挙）が解禁されることがほぼ決定しているが、このネット選挙の動きが同社の飛躍にとって大きな足がかりとなることが期待されている。

政治山

出所：会社資料より引用

■今後の事業戦略

「政治山」の特徴のひとつが「イベントカレンダー」である。これは政治家の街頭演説、講演会、勉強会などの政治活動の日程が、全国的に一目でわかるカレンダーである。一般の有権者にとって、政治や選挙に関連したイベントなどは日頃あまり触れる機会がない。衆院選や参院選など大きな国政選挙はメディアが大きく取り上げるが、地方選挙などは関心が低いのが現状である。「イベントカレンダー」はテレビや新聞にも載らないような小さな地方選挙まで丁寧にカバーしている。

2012年10月にリリースされた「パブコメクラウド by 政治山」も、早くも「政治山」の次の目玉のひとつに育っている。「パブコメクラウド」は地方自治体のパブリックコメント（意見公募）制度を効率的、安全に運用するためのサポートをするシステムである。従来、自治体はファックスや郵便でパブリックコメントの受付を行っていたが、これだとデータの入力や集計で膨大な手間がかかり、速報性にも欠ける。しかも情報漏えいの危険性もつきまとう。その点で「パブコメクラウド」なら、安全確実にデータの一元管理ができ、クラウドなので安くすばやく手軽に利用できる。

収益に関しては、広告掲載による収入が主となっているが、「政治山リサーチ」も課金モデルとしてうまく機能しそうだ。これは、「政治山リサーチ」がインターネットを通じて有権者の意識調査を行うプラットフォームである点にある。安くて迅速なインターネット調査なら、通常の電話調査よりも設問を細かく設定でき、属性ごとの特性など集計も詳細に行い、しかも料金は電話調査の3割程度で済む。また、これまではインターネット側の人たちの意見をきちんとくみ上げる場がないというのが悩みのひとつであったが、「政治山リサーチ」はインターネット側にいる人たちの意見を聞くというニーズに十分に答えている。

「政治山」では「パブコメクラウド」「政治山リサーチ」の収益化を図っており、当面はこの部分を前面に出してインターネット上での政治・選挙プラットフォームを軌道に乗せるのが目標となってくる。

「ネット選挙」の解禁前夜ということもあって、今やインターネットと政治の接点は一種のブームの様相を帯びているが、同社が政治の世界に進出しようと考えたのはかなり早い時点である。それまでインターネット上での政治関連ビジネスと言え、大手のポータルサイトやECサイトなどが過去に挑戦してみたものの大きな広がりを見せるというまでにはいかなかった。政治には興味はあってもインターネット上の事業として採算に乗せるのは難しいというのがIT業界の定説となっていた。

そこに敢えて同社は挑戦した。政治は全国民に広く関係してくるごく身近なテーマでもある。BtoBビジネスを裏方で支援する同社として、いつまでも手つかずのままではできない領域であり、そこで社内に独自で研究チームを立ち上げてスタートした。完全に白紙の状態から事業を立ち上げたという。

立ち上げ当時、現在のような「ネット選挙」のブームがこれほど早く到来するとは想像できなかったようだが、近い将来、インターネットを通じた選挙が解禁されるとは想像がついたという。そうであればインターネットで候補者を選びやすい仕組みを誰かが立ち上げる必要があり、そこにクラウド技術を駆使して名乗りを上げようと仕組みを考えていった。

■今後の事業戦略

元々、自治体向けには防犯・防災に関する情報配信で「スパイラル」の納入実績がある。そこで実際に自治体や公共団体にもIT技術のニーズが存在することをつかんでいたことが強みとなった。政治に関してもその延長で、日頃の政治家の活動や住民からの要望を吸い上げるという形式や、自治体向けのパブリックコメントを集約し住民との橋渡しをするようなメディアを作る方向で構想がまとまっていった。それが「パブコメクラウドby政治山」となって結実したのである。

したがって「いざネット選挙解禁」と世の流れに乗って、突然に事業の構想が出てきたわけではない。ネット選挙だけではなく、日頃から自治体向けの活動を行ってきた延長に「政治山」が存在しており、自治体向けのITサービスでは実績や方針が豊富にそろっている。

IT系ベンチャー企業としては珍しく、遠大な夢を語ることなく、世の中に存在するあらゆる問題解決の事案を地道に提供しながら、成長への着実な地歩を固めていく。それが大きな成功への道であると同社の軌跡が示している。

通期業績の推移（単位：百万円）

決算期	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	純利益	前期比	EPS (円)	配当 (円)
09/2期	1,034	21.1%	251	0.0%	252	0.0%	146	-0.7%	8,924.93	0
10/2期	1,140	10.2%	246	-1.8%	247	-1.9%	146	0.5%	8,963.67	0
11/2期	1,327	16.4%	244	-0.9%	245	-0.8%	113	-22.6%	6,932.33	0
12/2期	1,788	34.7%	227	-6.8%	226	-7.6%	139	23.0%	39.60	0
13/2期	2,235	25.0%	327	43.7%	324	43.3%	186	33.6%	24.64	0
14/2期予	3,000	-	700	-	700	-	420	-	55.52	17.00

※2012年1月に1株→200株、7月に1株→2株の割合で株式分割を実施

ディスクレマー（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