

2013年10月28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
寺島 昇

■期末の有効アカウント数は10,000件を見込む

パイプドビッツ<3831>は自社製品である「SPIRAL（スパイラル）」というプラットフォームをクラウド型で提供するユニークなIT企業である。中堅企業・大企業向けにプラットフォームの提供だけでなく、特定の業界（美容業界や建築業界等）向けに自社開発したアプリケーションの販売も行っている。

2014年2月期の通期業績は、売上高3,000百万円（前期比34.2%増）、営業利益700百万円（同114.0%増）、経常利益700百万円（同115.6%増）、当期純利益420百万円（同125.4%増）が予想されている。前提となる有効アカウント数は期末で10,000件を見込んでいる。

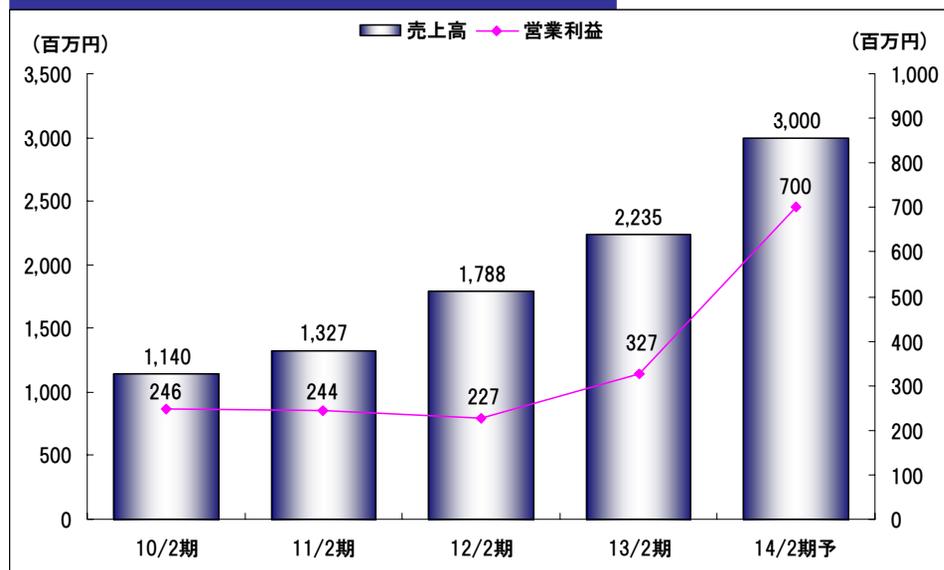
また、クラウド市場、スマートフォンアプリ市場は今後も高い伸びが予想されているが、ここは同社の「SPIRAL」が得意とする分野である。「スマートデバイス普及期に真のクラウド戦略を」というテーマのもと、クライアントの課題解決、地域・業界の課題解決、社会の課題解決という3つの方向で製品戦略を進めていく。

同社のビジネスはストック型の事業モデルであることから、損益分岐点を超えると利益は急増する可能性がある。すでにその領域に入りつつあるようで、今後の有効アカウント数の動向が注目される。

■Check Point

- ・ アプリ開発のコスト削減と同時に運営・管理が一括で可能
- ・ 売上高、営業利益ともに第2四半期では過去最高を更新
- ・ 「SPIRAL」を中核的な技術として3方向で製品戦略を展開

通 期 業 績 の 推 移



■ 会社概要

「情報資産」を安全に預かるサービス「SPIRAL」を開発

(1) 沿革

同社は、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。多くの企業にとって、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「情報資産」であり、これらの「情報資産」を安全に預かると同時に有効利用するサービスを事業として始めたのである。この事業を行うために自社開発したのが、情報管理のためのプラットフォーム「SPIRAL」である（詳細後述）。その後、この「SPIRAL」を中心に各種のアプリケーションを開発し、これらの応用事業を展開しつつ現在に至っている。

会社沿革

年月	主な沿革
2000年 4月	会社設立
2005年 9月	大阪市中央区に大阪支店を開設
2006年 12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2010年 1月	(株)ハイデザインズから、一部事業であるCMS・EC事業を譲り受け
4月	アパレル特化型ECプラットフォーム「スパイラルEC」の提供開始
12月	インターネット広告やインターネットメディアに係る分野への取組として、メディアEC事業を開始
2011年 3月	(株)Grasから、一部事業であるアパレルウェブソリューション事業を譲り受け
	アパレル・ファッションに特化したECサイトの運営受託、企画、制作等のEC運営事業を開始
9月	福岡市中央区に福岡支店を開設
	ビジネスオンライン(株)から、一部事業である会計クラウド事業を譲受け
2012年 3月	(株)サムライプロジェクトから、一部事業である美容師名鑑プロジェクト事業を譲受け
	ペーパレススタジオジャパン(株)へ出資し子会社化
9月	札幌市中央区に札幌支店を開設

アプリ開発のコスト削減と同時に運営・管理が一括で可能

(2) 事業内容

●製品概要

同社の主力事業を一言で言えば、自社開発した「SPIRAL」というプラットフォーム及び関連したアプリケーションソフトを、売り切りではなくレンタル方式（月額課金方式）でユーザーに提供することである。ソフトウェアの階層（レイヤー）の中で「SPIRAL」の位置付けをわかりやすく描くと下図のようになり、クラウド型ミドルウェアとも言える。

■会社概要

「SPIRAL」の位置付け



一般的に多くの企業で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（ツール）、データベース、ミドルウェアなどを自社で購入し（または開発委託し）、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る。さらに開発後もそれらを維持する手間（コスト）も必要であった。しかし同社の開発した「SPIRAL」は、開発ツールが搭載されているので各種アプリケーションを簡単に開発することができるだけでなく、データベースも内蔵しているため「SPIRAL」に格納された顧客データなどの情報資産を各アプリケーションで共有して利用することが可能になる。また、これらのアプリケーションやデータ類を簡単に複製したりデリバリーしたりすることもできる。ここがパッケージ型ソフトと大きく異なる点（優位性）である。

このため顧客企業は、「SPIRAL」を利用することでアプリ開発のコストを削減すると同時に、情報の運営（利用）・管理を簡単かつ一括して行うことができる。さらに従量制の月額課金型プラットフォームであることから、コスト削減にも役立っている。「SPIRAL」の導入企業は、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。

有効アカウント数の増加が売上につながる事業モデル

●主要製品の内容と価格

上記のように同社の主力製品は「SPIRAL」というプラットフォーム環境なので、これを利用する主要顧客は自社の業務用ソフトなどを社内開発する大手企業や中堅企業である。さらに同社は、SPIRALを使って特定業界やユーザー向けに同社自身でアプリケーションを開発し、これらの販売も行っている。このような主要製品はパッケージ販売ではなく、すべてクラウド（月額課金）型で販売されている。以下は主要製品とその月額価格（最低料金）である。

いうまでもなく、同社の事業モデルでは有効（有料）アカウント数が増えることが売上増につながる。ただし、下記に述べる料金はあくまで基本料金あるいは最低料金であり、実際は利用するデータ量によって料金が変わる（従量制）ため、単純にアカウント数×基本料金＝売上高とはならない。

■会社概要

・SPIRAL（スパイラル）：同社の主力製品。基本となるプラットフォームでデータベース、開発環境、実行環境などを内蔵している。月額25,000円から。

・SPIRAL PLACE（スパイラル プレース）：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、FacebookやTwitterにもリンクしている。従業員を大量に抱えるチェーン店などから高い評価を得ている。基本料金は月額6,000円から。

・SPIRAL EC（スパイラルEC）：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。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できる点が業界からは高く評価されている。利用料は売上額に応じた従量制。

・ネットde会計・ネットde青色申告：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。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。

・スパイラル アフィリエイト：広告主のアフィリエイト広告の導入や運用にかかる負担や課題を軽減するアフィリエイトASP一括管理サービス。初期費用無料など、SPIRALユーザー限定の特典がある。

・その他：後述するような特定の分野や業種向けのアプリケーションがある。価格は月額数百円から数千円。

●事業セグメント

以上のような主力製品を中心に、同社では事業セグメントを以下のように分類している。なお今年度（2014年2月期）からセグメントを組み変えており、前年同期との比較はない。

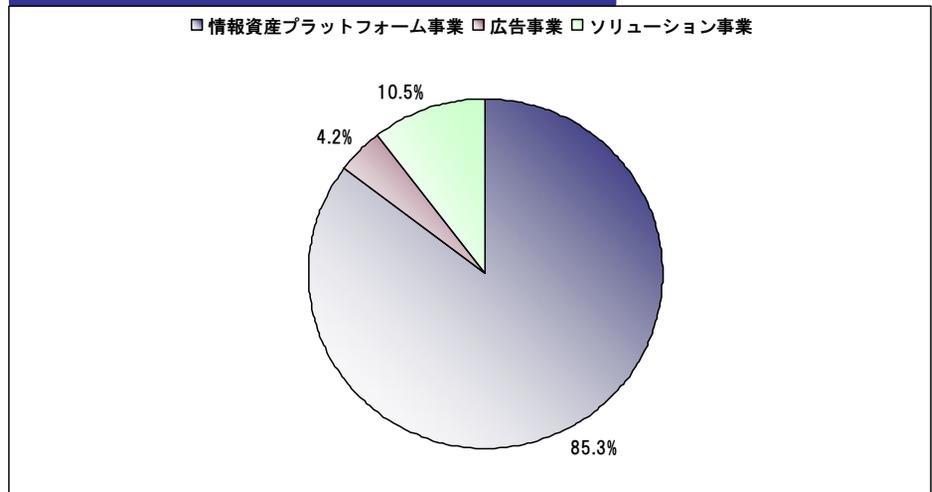
事業セグメント

(単位：百万円)

	14/2期2Q	
	売上高	営業損益
情報資産プラットフォーム事業	1,026	231
スパイラル スパイラルプレイス ネットde会計 その他	スパイラルを中心とした同社PaaSの提供	
広告事業	50	▲12
スパイラルアフィリエイト 広告	アフィリエイト広告を中心とした広告の取扱い	
ソリューション事業	126	3
制作 EC運営 BIMコンサル、その他受託	アパレルEC運営、その他制作案件の受託他	

■会社概要

セグメント別売上高比率（14/2期2Q）



必要とするシステムの独自に短時間で安価な構築が可能

(3) 特色、強み

「SPIRAL」の最大の特徴は、自由なカスタマイズ性にある。同社自身が「SPIRAL」の機能を組み合わせて自社の業務用システムや特定顧客（分野）向けのアプリケーションを開発しており、金融機関のような極端に高い信用度を求められる分野を除けば、世に存在するあらゆる業務系のシステムを「SPIRAL」の機能の組み合わせによって作ることも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Sler（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、Slerが従来行っていた業務の大半は「SPIRAL」の機能を組み合わせることで置き換えが可能であり、顧客企業自身が各種の開発やシステム構築を行うことができるようになっている。

「SPIRAL」の持っている機能は多岐にわたるが、最も基本的な機能は、例えば顧客企業が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簡単にできる点である。具体的には、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「SPIRAL」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付ければ、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。「SPIRAL」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のだ。

■会社概要

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、「SPIRAL」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も可能である。例えばセミナーの開催などの場合、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可能であり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容易である。

また「SPIRAL」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のも特色だ。このようなコスト面での優位性に加えて保守や監視機能も付いていることから、特に中小企業にとっては利便性の高い製品となっている。

■業績動向

売上高、営業利益ともに第2四半期では過去最高を更新

(1) 2014年2月期の第2四半期決算（実績）

●損益状況

同社の2014年2月期の第2四半期（3-8月）決算は、下表のように売上高1,204百万円（前年同期比9.1%増）、営業利益222百万円（同53.3%増）、経常利益224百万円（57.7%増）、四半期純利益136百万円（同64.7%増）となった。売上高、営業利益ともに第2四半期ベースでは過去最高を更新した。

注：今期より連結決算を発表しているため、上記の今期数値は連結決算ベースだが、前年同期の数値は個別財務諸表の数値である。また以下に記述する前年同期との比較はすべて前年の個別財務諸表の数値との比較である。

2014年2月期の第2四半期業績

(単位：百万円、%)

	13/2期* 2Q		14/2期 2Q		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	率
売上高	1,103	100.0	1,204	100.0	100	9.1
売上総利益	800	72.5	948	78.8	147	18.5
販管費	655	59.4	726	60.3	70	10.8
営業利益	144	13.1	222	18.4	77	53.3
経常利益	142	12.9	224	18.6	82	57.7
四半期純利益	82	7.5	136	11.3	53	64.7

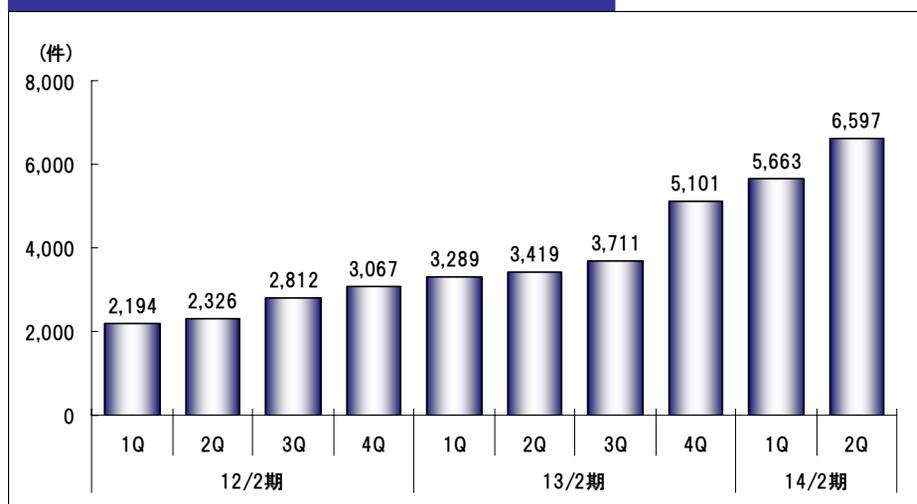
*：個別財務諸表の数値



■業績動向

セグメント別売上高は情報資産プラットフォーム事業が1,026百万円（同142百万円増）、広告事業が50百万円（同21百万円増）、ソリューション事業が126百万円（同66百万円減）となった。主力である情報資産プラットフォーム事業の売上高が増加したのは、有効アカウント数が6,597件（前年同期比+3,178件、前年末比+1,496件）と大きく増加したからである。

有効アカウント数の推移



また、今期から製品別の有効アカウント数が開示されているが、6,597件の内訳は、「SPIRAL」2,984件、「SPIRAL PLACE」1,488件、「SPIRAL EC」44件、「ネットde会計」・「ネットde青色申告」1,549件、その他情報資産プラットフォーム352件、広告133件、ソリューション47件となっている。

●財政状況及びキャッシュ・フローの状況

2014年2月期の第2四半期末の財政状況は、資産合計が2,342百万円（前期末比146百万円増）となったが、流動資産の増加223百万円、固定資産の減少77百万円が主な要因である。負債合計は、流動負債の減少24百万円により24百万円減少した。純資産は主に四半期純利益の計上により122百万円増加した。

貸借対照表

(単位：百万円)

	13/2期末*	14/2期 2Q	増減額
流動資産	1,621	1,844	223
固定資産	574	497	▲ 77
資産合計	2,196	2,342	146
流動負債	460	484	24
固定負債	-	-	-
負債合計	460	484	24
純資産合計	1,735	1,857	122
負債純資産合計	2,196	2,342	146

*：個別財務諸表の数値



■業績動向

また、キャッシュ・フローの状況は、営業活動によるキャッシュ・フローは155百万円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローは34百万円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローは変わらずとなり、2014年2月期の第2四半期末の現金及び現金同等物残高は1,259百万円となった。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	13/2期* 2Q	14/2期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	147	155
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 113	▲ 34
財務活動によるキャッシュ・フロー	1	0
現金および現金同等物の増減	35	121
現金および現金同等物の期末残高	1,080	1,259

*：個別財務諸表の数値

通期業績の前提となる有効アカウント数は10,000件

(2) 2014年2月期（通期予想）

同社は2014年2月期（通期）の業績を、売上高3,000百万円（前期比34.2%増）、営業利益700百万円（同114.0%増）、経常利益700百万円（同115.6%増）、当期純利益420百万円（同125.4%増）と予想している。前提となる有効アカウント数は期末で10,000件を見込んでいる。

既述のように同社のビジネスモデルはストック型であること、主力となるPaaSはさらに発展が期待できること、年間のアカウントの解約率は2.5～3.5%程度にとどまっていることなどから判断して、この目標が達成される可能性は高そうだ。第3四半期以降の業績やアカウント数の状況に注目する必要がある。

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	当期純利益	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

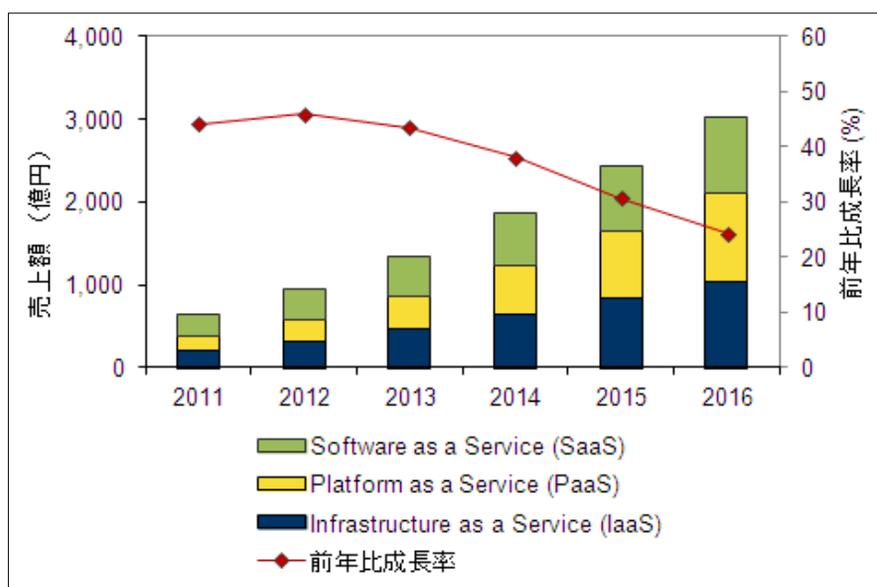
■ 中長期展望と戦略

「スマートフォンアプリ市場」も今後高い伸びを見込む

(1) 業界環境

まず同社を取り巻く業界環境だが、これは明らかにフォローである。IDC Japanの予測（下図参照）では、今後も2016年に向けてクラウド市場は高い伸びを続けると予想されているが、なかでも2011年には規模の小さかったPaaS市場が最も高い伸びを示している。

国内クラウドサービス市場の見通し

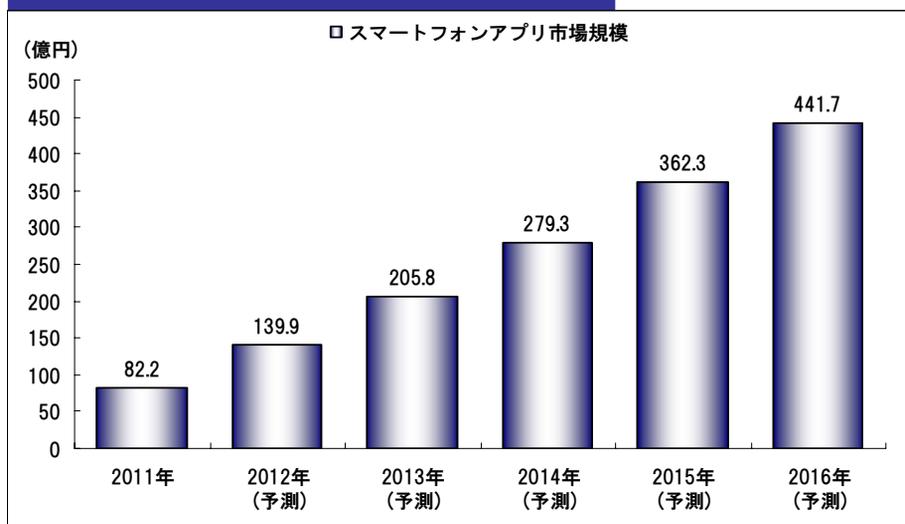


出所：IDC JAPAN「国内パブリッククラウドサービス市場予測、2011年～2016年」

もう1つITの分野で今後高い伸びが見込まれているのが「スマートフォンアプリ市場」（スマホアプリ市場、下図参照）だ。特に今後は、単にスマホアプリだけでなくWebやPC、さらには業務用アプリとの連携が必要になってくることが予想される。ここは正に同社の「SPIRAL」が得意とする分野であるが、同社でも既にこれらに対応した新バージョンの「SPIRAL」をリリース済みである。スマホアプリの拡大も同社にとってはフォローの風である。

■中長期展望と戦略

スマートフォンアプリ市場規模



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」

スパイラルの進化



出所：会社資料より引用

「SPIRAL」を中核的な技術として3方向で製品戦略を展開

(2) 製品戦略

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「SPIRAL」を中核的な技術として発展を図る考えである。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、(a) クライアントの課題解決、(b) 地域・業界の課題解決、(c) 社会の課題解決という3つの方向で製品戦略を進めている。

(a) クライアントの課題解決

「SPIRAL」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製品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「SPIRAL」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。

この代表的な例が、2010年4月にリリースした「SPIRAL EC」で、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。「SPIRAL 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業界が抱える課題を同時に解決した点で高く評価されている。

また、「SPIRAL PLACE」もクライアントの課題解決のために開発された製品である。「SPIRAL PLACE」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、FacebookやTwitterとの連携も可能である。

「SPIRAL PLACE」は、当初は無償版（1年間のみ）で提供したこともありサービスを開始してから13ヶ月間で契約数が10,000件を突破した。しかし昨年第4四半期で最初のユーザーが2年目に入っている、つまり有償切り替え期に入っ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。

ITが普及していない業界向けにアプリケーションを製品化

(b) 地域・業界の課題解決

多くの中小企業は、事業にITを活用しようにも独自で行う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（業界）単位でITを導入していく手助けをしようというのが同社の考えである。特にクラウド化が遅れている業界へターゲットを絞り、それらの業界向けに専門のアプリケーションを「SPIRAL」で開発して、いち早くこれらの業界へアプローチを行ってきた。以下が主な業界向けのアプリケーションだが、顧客企業は原則定額のシステム利用料を支払うだけで済む点が評価されている。

■中長期展望と戦略

・「美歴」：2012年1月に美容師、美容室向けにリリースされた。美容室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。以前から美容室では、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、現在では業界に広がっている。

美容室のユーザーにとっては、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、その美容室以外でも気に入った美容師、美容室とソーシャルでつながることができる。美容室側としても、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という利点がある。

・「JoyPla（ジョイプラ）」：医療機関向けのクラウド型の薬剤・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可能になり、さらに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。

2012年7月にリリースされ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が可能になる。

・「ArchiSymphony（アーキシンフォニー）」：建築業界向けのアプリケーションで、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。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ることなく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。

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。建築現場で最も大変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「ArchiSymphony」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ー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。

以上のように同社は、ITを利用したいが普及が進んでいない業界向けに「SPIRAL」をベースに自社開発したアプリケーションを製品化している。

同社がこれらの製品に注力するのは2つの意味がある。1つは製品として売り込むことで自社自身の売上高を増やすこと。もう1つは、このような事例（具体例）を示すことでベースとなる「SPIRAL」のユーザーを増やすことである。つまり、他業界向けに同様のアプリケーション開発を考えているWeb制作・開発会社への啓蒙の意味もある。

■中長期展望と戦略

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

公共性の高い組織の課題解決となる製品の提供を目指す

(c) 社会の課題解決

もう1つ同社が製品戦略として重要と考えている分野が、社会的にITの活用が遅れている分野だ。具体的には、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の概念を使って解決していくための製品やソリューションを提供する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1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きている。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。

この分野の目玉製品が、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）が解禁されたが、実際の同社への直接的恩恵はまだそれほど大きくはなかったようだ。しかしいずれネット選挙の動きはさらに進んでいくことが予想され、この分野での先駆者である同社にとっては大きな追い風になるものと思われる。今後のこの分野での展開が注目される。

業界ごとの特性を深く研究した営業を推進

(3) 営業戦略

どの企業にとっても営業戦略は重要であり、同社も例外ではない。同社では以下の2つの方向で営業力の強化を図っている。

(a) 専門部隊の強化

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。直販組織を持ち、代理店にはほとんど頼らず、サービスもすべて自社で内製している。さらに3年前に営業体制を顧客業界ごとに再整備した。上記のように特定の業界向けのアプリケーションを販売するために、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、「SPIRAL」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た結果が、同社の業界別クラウドサービス発展の経緯とも言える。今後もこのような「業界特化」の営業を進めていく方針だ。

Web制作・開発会社を最重要な顧客ターゲットに位置付け

(b) Web制作・開発会社の取り込み

同社で最も重要な製品は、技術の根幹にある「SPIRAL」であるのは明白だ。したがって、上記のようなアプリケーションもさることながら、「SPIRAL」そのものを広く売り込んでいくことも同社にとっては重要な営業戦略であろう。特に「SPIRAL」によって最も恩恵を受けるのはWeb制作・開発会社である。これらのWeb制作・開発会社は多くのローカル企業や団体などを顧客に持ち、そのようなエンドユーザーの細かい要求に応じていくためには「SPIRAL」は最適である。同社でもこれらのWeb制作・開発会社を「最も重要な顧客ターゲット」と位置付けている。

そのために同社では既に「SPIRAL Developers Program」と呼ばれる会員組織（年会費6万円）を作っており、既に「SPIRAL」をよく理解しているWeb制作・開発会社500社超が加盟している。今後もこの会員数を増やしていくことで、同社製品の裾野が広がっていくのは間違いない。

以上のように同社では、業界知識を有した専門部隊によるアプリケーションの販売と、同社技術の根幹である「SPIRAL」を利用するWeb制作・開発会社の組織化という2つの方向で営業強化を進めている。これらは一見違う方向へ進んでいるようだが、実はそれぞれに相関し合う関係にあり、今後の展開が楽しみである。

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