

パイドビッツ

3831 東証 1 部

2015 年 4 月 30 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
寺島 昇

■ 顧客や地域、社会の課題解決で新中期経営計画実現

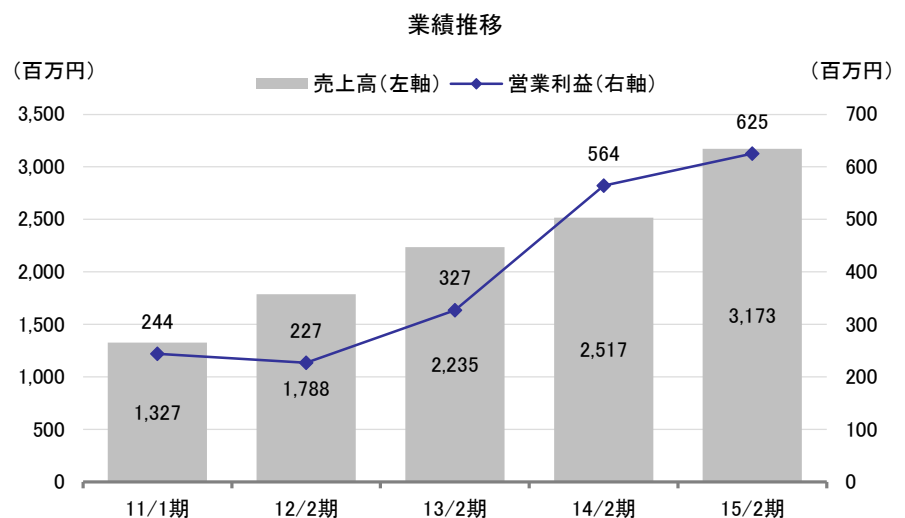
パイドビッツ<3831>は自社製品である「SPIRAL®(スパイラル)」というプラットフォーム(ミドルウェア)をクラウド型で提供するユニークな IT 企業である。中堅企業・大企業向けにプラットフォームの提供だけでなく、特定の業界(美容業界や建築業界など)向けに自社開発したアプリケーションの販売も行っている。

2015 年 2 月期は売上高 3,173 百万円(前期比 26.1% 増)、営業利益 625 百万円(同 10.7% 増)、経常利益 634 百万円(同 12.2% 増)、当期純利益 372 百万円(同 8.7% 増)となった。前期比では増収・増益であったが、期初計画に対してはやや下回った。進行中の 2016 年 2 月期は売上高 4,000 百万円(同 26.0% 増)、営業利益 820 百万円(同 31.2% 増)、経常利益 820 百万円(同 29.2% 増)、当期純利益 490 百万円(同 31.6% 増)が予想されており、連続して過去最高利益を更新する見通しだ。

また 2017 年 2 月期を最終年度とする新たな中期経営計画を掲げている、この最終目標は売上高 9,200 百万円(2014 年 2 月期比約 3.7 倍)、営業利益 2,800 百万円(同 5.0 倍)となっている。同社は「次世代 IT ベンダーへと革新する 3 ヶ年」というスローガンと、a) クライアントの課題解決、b) 地域・業界の課題解決、c) 社会の課題解決の 3 つの戦略に基づいて事業展開を展開することを掲げている。2016 年 2 月期予想に比べるとかなり高い目標と言えるが、同社が事業ドメインを置く業態(クラウド型)であれば達成は不可能ではないだろう。今後の有効アカウント数の動向に加え、マイナンバー制度の導入状況などからも目が離せない。

■ Check Point

- ・ 営業利益は過去最高を計上、人材採用は順調に進捗
- ・ 従業員の戦力化と強い引き合で 2016 年 2 月期も目標達成へ
- ・ 組織増強でマイナンバー制度導入による需要増加を取り込む



※14/2期より連結財務諸表を作成

■ 会社概要

自社開発のプラットフォーム「SPIRAL®」を軸に事業を展開

(1) 沿革

同社は、現在の代表取締役社長である佐谷宣昭（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開始した。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

2000年 4月	株式会社カレン（東京都世田谷区）からの出資を受け、電子メールを中心としたマーケティング支援ソフトウェアの開発を目的として、東京都世田谷区に株式会社サハラ設立
2000年10月	メールマーケティング支援プラットフォーム「スパイラル・メッセージングスペース®」開発
2000年12月	MBO により独立し、本社を東京都渋谷区神南一丁目 12 番 15 号に移転
2001年 1月	商号を株式会社パイプドビッツに変更
2001年 2月	ASP サービス「スパイラル・メッセージングスペース®」の提供開始
2001年 4月	「スパイラル・メッセージングスペース®」に販売代理店制度を導入
2001年12月	「スパイラル・メッセージングスペース®」に SLA（品質保証制度）を導入
2006年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2009年 4月	サービス名称を「スパイラル・メッセージングスペース®」から「SPIRAL®」に変更
2010年 1月	株式会社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
2010年 4月	アパレル特化型 EC プラットフォーム「SPIRAL EC®」の提供開始
2010年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	株式会社 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
2011年 9月	ユナイテッドベンチャーズ株式会社を割当先とする第三者割当増資を実施ビジネスオンライン株式会社から、一部事業である会計クラウド事業を譲り受け
2012年 3月	株式会社サムライブロジェクトから、一部事業である美容師名鑑プロジェクト事業を譲り受けペーパレススタジオジャパン株式会社へ出資し子会社化
2014年 3月	株式交換により（株）アズベイスを完全子会社化
2015年 2月	SNS 事業への展開を目指して Sprinklr Japan 株式会社へ出資

あらゆる企業の課題である情報資産の管理とコスト削減に貢献

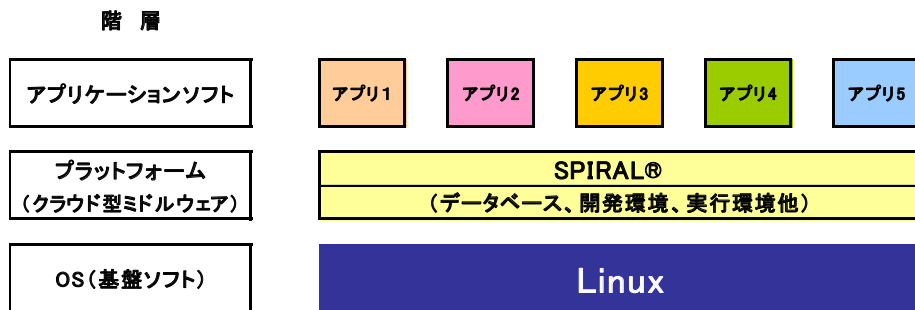
(2) 事業内容

(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®」の位置付けは、クラウド型ミドルウェアとも言える。

2015 年 4 月 30 日 (木)

「SPIRAL®」の位置付け



出所：会社資料よりフィスコ作成

一般的に多くの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（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り、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あるいはデリバリーすることもできる。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大幅に削減すると同時に、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、大手金融機関を始めとする著名な企業が顧客に名を連ねている。

昨今の IT 業界では多くのサービスが「クラウド型」で提供されており、これらのクラウド型サービスは提供される内容によって様々な呼び方をされている。同社の「SPIRAL®」は「PaaS」（Platform as a Service）と呼ばれる分野に属する。

主なクラウドサービスの形態と概要

SaaS	アプリケーション（ソフトウェア）を提供
BaaS	スマホアプリの開発・運用に必要なサーバー側の機能を提供
PaaS	アプリケーションを稼働するための基盤を提供
IaaS	サーバー、CPU、ストレージなどのインフラの仮想化

出所：同社 HP

（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である。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街の中小企業向けなどに開発を行う中小 SIer（システムインテグレーター）である。同社は、この「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（売り切り）ではなく、すべてクラウド型で月額課金販売されている。以下は主要製品とその月額価格（最低料金）である。



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2015 年 4 月 30 日（木）

言うまでもなく同社の事業モデルでは、有効アカウント数（有料）が増えることが売上高増につながる。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）。単純にアカウント数×基本料金＝売上高とはならないが、売上高動向を見るうえでは有効アカウント数は重要な指標である。

SPIRAL®：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®：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用化しながら、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®：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。利用料は流通額の 5% を最大とした従量制。

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）

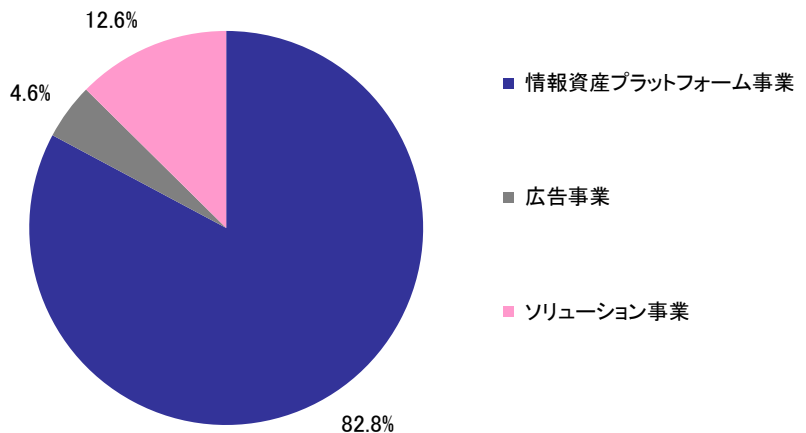
以上のような主力製品を中心に、同社では事業セグメントを以下のように分類している。

セグメント別売上高

（単位：百万円）

	15 年 2 月期	
	売上高	営業損益
情報資産プラットフォーム事業	2,627	596
SPIRAL® SPIRAL PLACE® ネット de 会計 その他	SPIRAL® を中心とした同社 PaaS の提供	
広告事業	146	17
スパイラルアフィリエイト 広告	アフィリエイトを中心とした広告の取扱い	
ソリューション事業	400	11
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	

セグメント別売上高
2015年2月期: 3,173百万円



各種アプリケーションとの連携、保守・監視機能で優位性を構築

(3) 特色、強み

(システム構築が容易)

「SPIRAL®」の最大の特徴は、自由なカスタマイズ性にある。上記のように同社自身が「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ができると言っても過言ではない。このような業務系のシステムは、一般的にはSIerと呼ばれる事業者が構築していた。しかし、SIer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容易に行うことができるようになっている。

(各種アプリケーション間の連携が可能)

「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うえで、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もとに届け、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、これらの異なるアプリ間での一連の作業を簡単な操作で行うことができるのだ。



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2015 年 4 月 30 日（木）

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、複数の申し込み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。さらに、下記に述べるように音声（電話）でのソリューションを持つ子会社（株）アズベイスのサービスが加わることや、ソーシャルメディアの管理プラットフォームで強みを持つ Sprinklr Japan（株）との提携によって顧客の利便性は一段と向上する見込みだ。

同社の競合会社の 1 つが米国のセールスフォース・ドットコムだが、この会社は買収を繰り返して成長してきた。そのため、各種のアプリケーションは異なる被買収企業が開発してきたものであるため各アプリケーションは同じ基盤（プラットフォーム）上で作成されたものではない。そのため顧客がこれらの複数アプリの連携を必要とした場合、追加の開発コスト、時間が必要となる場合が多い。その点で同社の「SPIRAL®」は同じプラットフォーム上にアプリが載っているため、各種アプリの相互連携を容易に（安価かつ短時間で）行うことが可能であり、セールスフォース・ドットコムよりはかなり優位であると言える。

（導入コスト、セキュリティ面での優位性）

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。すなわちシステム導入の初期であっても多額の費用をかけずに少額の投資からシステム開発が可能になる。

このようなコスト面での優位性に加えてセキュリティ面での保証、保守や監視機能も付いていることから、特に中小 Sier にとっては利便性の高い製品となっている。例えば、ネット上での通信暗号化技術として最も一般化している SSL（Security Sockets Layer）に脆弱性が指摘された場合、通常であれば各 Sier は個別システム毎にこの脆弱性への対応をする必要があるが、同社の「SPIRAL®」を利用していただければ、必要な対応は同社が行い、「SPIRAL®」上で解決されるため、各 Sier は個別に対応する必要がなくなる。同社の「SPIRAL®」を利用していることが、最終顧客に対してセキュリティ面での安心感を与えているとも言える。

（導入事例）

同社の SPIRAL® 導入の 1 つの成功事例が朝日火災海上保険のケースである。朝日火災海上保険は顧客へのサービス対応のシステムとして同社の「SPIRAL®」を導入したが、顧客属性や各種データ類を連携させたことで、資料の請求量は 130 倍に増え、顧客からの要望に答えるための平均作業時間はそれまでの 30 分近くから 2 ～ 3 分に短縮されたとのこと。さらにシステム導入時には他の Sier とのコンペになったが、同社の見積価格は同業他社の約 10 分の 1 であった。すべての導入例が同様ではないが、「SPIRAL®」の優位性を示す好例である。

業績動向

営業利益は過去最高を計上、人材採用は順調に進捗

(1) 2015 年 2 月期 (実績)

(損益状況)

同社の 2015 年 2 月期は売上高 3,173 百万円 (前期比 26.1% 増)、営業利益 625 百万円 (同 10.7% 増)、経常利益 634 百万円 (同 12.2% 増)、当期純利益 372 百万円 (同 8.7% 増) となった。前期比では増収増益となり、営業利益としては過去最高を更新した。ただし期初計画 (営業利益、経常利益 700 百万円) に対しては若干下回ったが、需要そのものが弱かったわけではなく、売上高については、新規採用した社員を育成し、現場への配属が想定よりも期間を要し、戦力化がやや遅れたことに起因するものであり、営業利益については、当初想定よりも人材獲得が進捗し、コスト増となった結果である。2016 年 2 月期については、2015 年 2 月期に採用した人材の現場配属が進むと想定され、新規案件獲得も増えるの見込み、今後挽回が十分可能であることから、内容は決して悪いものではなかったようだ。

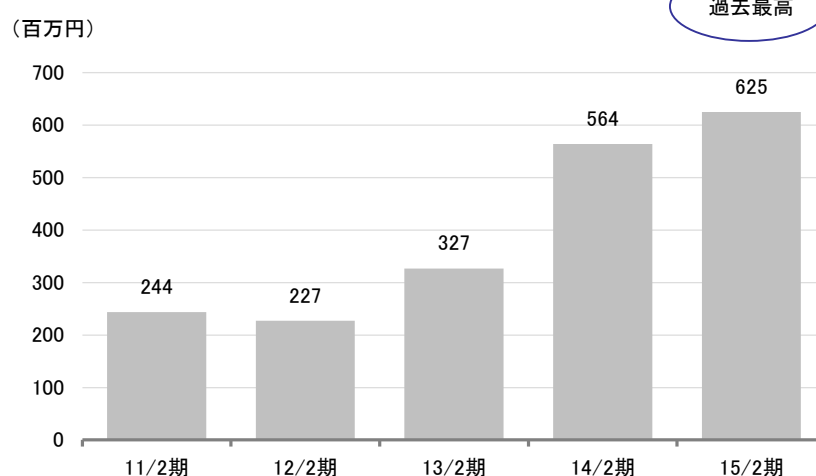
2015 年 2 月期業績

(単位: 百万円、%)

	14/2 期		15/2 期		(増減)	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	率
売上高	2,517	100.0	3,173	100.0	656	26.1
情報資産プラットフォーム事業	2,174	86.4	2,627	82.8	453	20.8
広告事業	104	4.1	146	4.6	42	40.2
ソリューション事業	238	9.5	400	12.6	162	67.6
売上総利益	1,993	79.2	2,416	76.1	423	21.2
販管費	1,428	56.7	1,791	56.4	363	25.4
営業利益	564	22.4	625	19.7	61	10.7
情報資産プラットフォーム事業	570	-	596	-	26	4.5
広告事業	-17	-	17	-	34	-
ソリューション事業	12	-	11	-	-1	-9.6
経常利益	565	22.5	634	20.0	69	12.2
当期純利益	342	13.6	372	11.7	30	8.7

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 2,627 百万円、広告事業が 146 百万円、ソリューション事業が 400 百万円となった。またセグメント別の営業利益は、情報資産プラットフォーム事業が 596 百万円、広告事業が 17 百万円、ソリューション事業が 11 百万円となり、全セグメントが黒字を計上した。

営業利益の推移



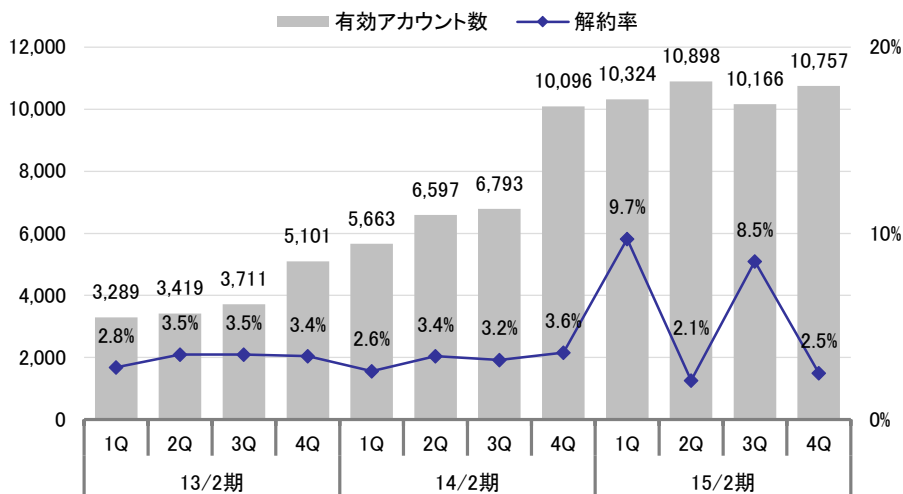
注: 13 年 2 月期以前は個別財務諸表の数値

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項 (ディスクレマー) をお読みください。

2015年4月30日(木)

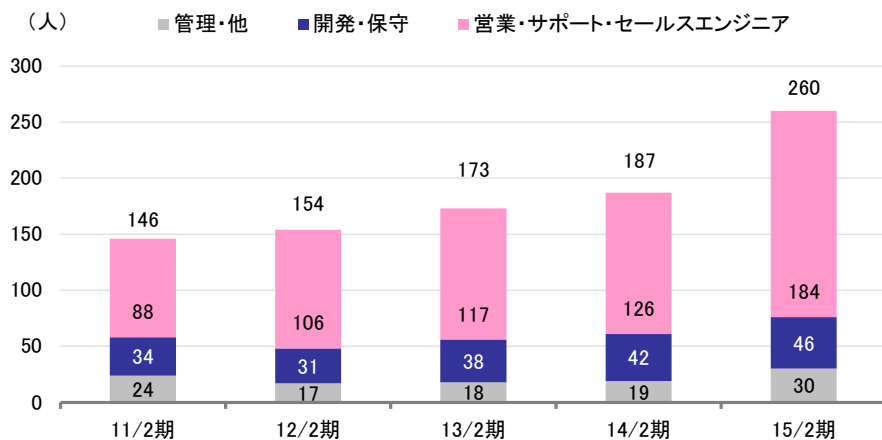
主力である情報資産プラットフォーム事業の売上高が増加したのは、2015年2月期末の有効アカウント数が前期末比661増の10,757と増加したことに加え、多様なサービス提供によってアカウント当たりの情報資産の預かりレコード数増に伴う月額課金の単価増や、金額の大型案件が増加したからである。また解約率についても、第3四半期(2015年9月-11月期)の特殊要因が解消して通常の低水準に戻ったことが、収益の安定化に寄与している。

有効アカウント数と解約率の推移



さらに下記に述べる新中期経営計画の柱の1つである「人材の積極採用」も行った。当初の採用計画90名に対して119名を採用することができたことから、2015年2月期末の人員数は前期末の187名から260名へ大幅に増加した。人材育成期間の長期化を背景として、育成人材の現場配属が当初想定より進捗しなかったことによる収益貢献への遅れが生じた結果、売上高はその分見込みをやや下回り、営業利益は期初計画を下回った。しかし需要そのものは強含みであったので、内容的には懸念される結果ではなかった。むしろ、これだけの人員増に伴う経費増を吸収しての増益とも言え、この点は評価してもよいだろう。今後は、これらの新規採用人員が戦力化してくることが予想され、収益が大きく変化する可能性は高い。

従業員数の推移



※子会社の従業員を除く

2015 年 4 月 30 日 (木)

(財政状況及びキャッシュフローの状況)

2015 年 2 月期の財政状況については、資産合計は 3,388 百万円(前期末比 745 百万円増)となり、主な要因は固定資産の増加 759 百万円(主に簡易株式交換によるアズベイス買取によって発生したのれんの増加 144 百万円、Sprinklr Japan への出資 500 百万円)であった。負債合計は 749 百万円(同 167 百万円増)となったが、主に流動負債の増加 167 百万円による。純資産は、主に当期純利益の計上により 578 百万円増加して 2,638 百万円となった。

貸借対照表

(単位:百万円)

	14/2 期末	15/2 期	増減額
流動資産	2,156	2,142	-14
固定資産	486	1,245	759
資産合計	2,643	3,388	745
流動負債	582	749	167
固定負債	-	-	-
負債合計	582	749	167
純資産合計	2,060	2,638	578

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 562 百万円の収入、投資活動によるキャッシュフローは 598 百万円の支出(主に Sprinklr Japan への出資 500 百万円)、財務活動によるキャッシュフローは 55 百万円の支出となり、2015 年 2 月期末の現金及び現金同等物残高は 1,368 百万円となった。

キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)

	14/2 期	15/2 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	392	562
投資活動によるキャッシュ・フロー	-71	-598
財務活動によるキャッシュ・フロー	0	-55
現金および現金同等物の増減	321	-91
現金および現金同等物の期末残高	1,459	1,368

従業員の戦力化と強い引き合いで 2016 年 2 月期も目標達成へ**(2) 2016 年 2 月期(通期予想)**

進行中の 2016 年 2 月期は、売上高 4,000 百万円(前年比 26.0% 増)、営業利益 820 百万円(同 31.2% 増)、経常利益 820 百万円(同 29.2% 増)、当期純利益 490 百万円(同 31.6% 増)が予想されている。

2016 年 2 月期の通期業績予想

(単位:百万円、%)

	15/2 期		16/2 期(予)		(増減)	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	率
売上高	3,173	100.0	4,000	100.0	827	26.0
営業利益	625	19.7	820	20.5	195	31.2
経常利益	634	20.0	820	20.5	186	29.2
当期純利益	372	11.7	490	12.3	118	31.6

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 ~ 3% 程度にとどまっていること、さらに製品に対する引き合い自体は強含みであ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。

また既述のように 2015 年 2 月期に大量採用した人員 (119 名) が既に戦力化しつつあり、この事実も 2016 年 2 月期はプラス要因である。また 2016 年 2 月期も約 75 名 (前期末従業員数 260 名) の採用を計画している。上記の予想はこれらの人件費増を見込んだうえでの数値であり、言い換えれば経費についてはかなり余裕を持った予算であると言え、収益面での大きな下振れがない限り目標利益達成の可能性はこの点からも高そうだ。

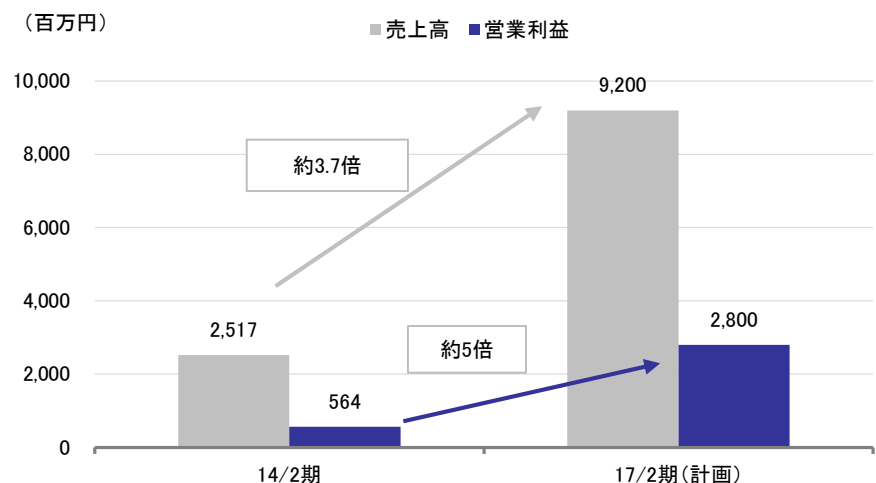
■新中期経営計画と今後の事業戦略

組織増強でマイナンバー制度導入による需要増加を取り込む

昨年度で前中期経営計画が終了したことに伴い、同社は新しい中期経営計画 2017【次世代ITベンチャーへと革新する3ヶ年】を発表した。数値目標は、3年後の2017年2月期に売上高 9,200 百万円 (2014 年 2 月期実績比約 3.7 倍)、営業利益 2,800 (同約 5 倍) を計画している。この計画を達成するために主に以下の 3 つの重要施策を掲げている。

- カンパニー制導入による新規事業の経営判断の迅速化及び収益力の強化
- 積極的な M&A や提携による事業拡大
- 人材の積極的採用と育成

中期経営計画の目標数値と実績



(カンパニー制の導入)

主な新規事業に対してカンパニー制を導入した。この狙いは、新規事業での経営判断の迅速化、収益力の強化、対象業種のワークスタイルへの適合などのためである。例えば美容業界向けに特化した「美歴」の営業では、主な顧客が美容室であることから顧客の休日は火曜・水曜が多い。これに対して同社の営業社員が土曜・日曜に休みを取っているのは営業効率が悪い。そこでカンパニー制によって、「美歴事業」では休日や勤務時間をカンパニー独自に自由に決めることが可能になり営業効率を上げられる。今までのところ「美歴事業」と「政治山事業」、「I LOVE 下北沢事業」にカンパニー制を導入しているが、状況に応じて他の事業にもカンパニー制の導入を検討する。



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2015 年 4 月 30 日（木）

また同社は、2015 年 9 月を目途に純粋持株会社へ移行することを発表した。移行の方式としては、現パイプドビッツを株式移転完全子会社とする株式移転による方式で、株式移転設立完全親会社である持株会社「パイプド HD 株式会社」を設立することを予定している。現在は社内カンパニーとなっている各事業が将来的には子会社として持株会社の傘下に入る可能性もありそうだ。

（M&A や提携による事業拡大）

同社では、M&A も重要な事業戦略と位置付け、常に候補企業を探している。現在でもいくつかの案件を検討中のようなのだが、同社の M&A 対象となるのは主に 2 つのグループ。1 つ目は下記に述べるアズベイスのように、同社が持っていないサービスを提供できる企業で、同社のプラットフォームへ組み込むことで顧客はより広いサービスを受けられるようになる。言い換えれば「兄弟サービス」を提供できる企業が候補となる。2 つ目の対象は、IT 化が非常に遅れている業界で、その企業自体も IT の能力は低い業界には精通した企業。そのような企業が同社と組むことで、その業界の IT 化を促進することが可能になる。

○アズベイスの子会社化

M&A 戦略の 1 つとして、2014 年 3 月に株式交換によってアズベイスを 100% 子会社化した。アズベイスの主力事業は音声・電話によるソリューション（コールセンター業務、テレマーケティングなど）であるが、音声ソリューションは One-to-One の対応であることから今まではデータがまとめることができなかつた分野である。しかしアズベイスの子会社化によって音声・電話ソリューションを同社の主力製品である「SPIRAL®」と連携させることが可能になり、顧客の満足度は大きく向上する。つまり「Web + 音声」のサービスをクラウドで提供することが可能になる。

コールセンターと Web 連携の例としては、Web 上でホテルなどの予約を行うような場合である。通常、Web 上でホテル予約などを行う場合には必要情報をキーボードなどによって入力することが必須であるが、高齢者や Web 入力に不慣れな利用者は、コールセンターを呼び出し、必要情報を音声で伝えることで Web での予約などを完了させることが可能になる。（注：単に電話で予約を行う場合とは異なり、あくまで Web 上での予約を行う場合である。）

以上のようにアズベイスの子会社化は、単に同社の連結売上高や営業利益の数値が上乘せされるだけでなく、既存製品である「SPIRAL®」での $+\alpha$ （相乗効果）が期待できる点大きい。またアズベイスは技術開発型の企業であり、営業はオンプレミス（売り切り）型であったが、同社グループに加わることで今後はクラウドでの事業展開も可能になり、アズベイス自体の事業拡大も期待できる。

○Sprinklr Japan との提携

同じく事業拡大の一環として、2015 年 1 月に米 Sprinklr Inc の日本法人である Sprinklr Japan 株式会社へ出資した（500 百万円、持分 17.5%）。Sprinklr Inc は、企業が SNS を活用して、CRM、製品プロモーション、マーケティング、販売促進を図る際に、その SNS 上のあらゆる消費者との接点におけるカスタマーエクスペリエンス管理と、それによる事業成果の向上を目的としたプラットフォーム提供を主たる事業としている。日本でも企業が SNS を自社の事業拡大のために利用する傾向が高まってきたが、米国では既により多くの企業が SNS を広告やマーケティングに利用しており、Sprinklr Inc は企業のソーシャル化を促す一翼を担っている。

2015 年 4 月 30 日（木）

同社が Sprinklr Japan へ出資した狙いは主に 2 つある。まず Sprinklr Inc のサービスを同社顧客に紹介することで、同社の顧客層を拡大することができる。2 つ目の効果は、将来的に、「SPIRAL®」など同社製品と SNS を利用した Sprinklr Inc のシステムを連携させることで、より高度なサービスを提供することが可能になる。この Sprinklr Japan への出資はすぐに売上高に貢献するものではないが、日本でも企業の SNS 活用した CRM 活動が拡大すれば、いずれ同社の収益に寄与してくるものと思われる。

（人材の積極的採用と育成）

同社は、現在の中期経営計画の前に 2014 年 2 月期を最終年度とする中期経営計画を推進していた。残念ながら、2014 年 2 月期決算はこの計画に対して未達になってしまったが、その最大の要因は「戦力不足」であったと会社は分析している。案件自体は豊富であったものの、新規獲得やサポートなどの要員が不足していたことから失注した案件が多く見られた。そのため今回の中期経営計画では人員を積極的に採用する方針を打ち出した。これに沿って 2015 年 2 月期は約 90 名（主に営業）の採用を予定していたが、実績では全グループで 119 名を採用した。

さらに前回の中期経営計画の反省から、採用数だけでなくトレーニング（研修・教育）にも注力していく。既に営業のエース級人材 3 名を専任トレーナーとして投入し、新規採用人員に対して同社オリジナル研修プログラム「SIP（Spirer Incubation Program）」を通じて早期戦力化を目指している。「次世代 IT サービスベンダー」を目指す同社の次期中核メンバーとなる「次世代型 IT のプロ」を育成していく。実際にこれらの人材が戦力化するのには 1～2 年後と予想され、売上高への寄与は 2016 年 2 月期の後半からになる見込みだが、同社では人材教育の手綱は緩めない方針だ。今回の中期経営計画の最終年度である 2017 年 2 月期には、この効果が実現するものと期待される。

（「マイナンバー制度」導入の影響）

今後の同社の業績を展望するうえで重要な環境変化が、いわゆる「マイナンバー制度」の導入だ。関連法案は 2013 年 5 月 24 日に成立し、自治体を中心に、2015 年 10 月の国民への個人番号の通知、2016 年 1 月の個人番号の利用開始、2017 年 1 月の国機関での情報連携の開始、2017 年 7 月の自治体を含めた情報連携の開始に向けて、システム改修、業務運用の見直しなどが進められている。

これまで、行政機関・自治体などには年金の基礎年金番号、介護保険の被保険者番号、自治体内での事務に利用する宛名番号のように、分野や組織ごとに個人を特定するための番号が存在しているが、異なる分野や組織間で横断的に個人を特定するための番号はなく、異なる分野や組織で管理している個人を同一人として特定することがかなりの手間になっている。そこで複数の機関に存在する個人情報、同一人の情報であることを確認できるように、国民一人ひとりに「個人番号」と呼ばれる番号を付番し、各分野、各機関で横断的に利用することができる「マイナンバー制度」が導入されることになったのである。

ここで注目すべきは、この「マイナンバー制度」では、国・自治体・各種行政機関などだけでなく、一般企業においても従業員の個人情報とマイナンバーを紐付けて管理・維持する必要がある点だ。今までの個人情報保護法では、企業は顧客情報だけを管理すればよかったが、マイナンバー制度では全従業員のナンバーと各種情報（給与、税金、年金、健康保険など）を合わせて管理する必要がある。したがって、多くの企業がマイナンバー制度導入に伴い、現在の人事管理・給与などのシステムを大幅に入れ替える、あるいは再構築する必要に迫られる可能性が高い。

2015 年 4 月 30 日（木）

このような各種情報をマイナンバーと合わせて一元管理する仕組みであるデータベースマネージメントは、まさに同社の主力製品である「SPIRAL®」が得意とする分野であり、今後マイナンバー制度導入が進むに連れて同社製品への引き合いが増加する可能性は高い。さらにもう一つのメリットは、現在オンプレミスを導入している大手企業も、今回のマイナンバー制度によってシステム再構築の必要性が出てくるが、その際にはコスト面を考えてクラウドへの移行が進む可能性もある。いずれにしろ「マイナンバー制度」の導入は、IT 業界全体に関連需要を創出するのは明白だが、その中でも特に同社は大きな恩恵を受けるものと予想され、今後の動向が大いに注目される。

■補足（主なアプリケーション製品）

美容室、医療、建築、政治など多様な業種で高い利便性を提供

「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、現在では業界全体に広がっている。

美容院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のという利点がある。

「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の場合でも、1 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。

2015 年 2 月に新バージョンをリリースし、払出伝票や棚卸処理など中小病院が使いやすい在庫管理機能を標準実装した。

「ArchiSymphony（アーキシンフォニー）」：2012 年 5 月にサービスを開始した建築業界向けのアプリケーションで、同社が M&A によって子会社化したペーパレススタジオジャパン（株）が扱っており、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 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。

2015 年 4 月 30 日 (木)

■補足 (主なアプリケーション製品)

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既に 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「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。

この BIM の推進において同社は 2014 年 4 月に五洋建設<1893>との業務提携に合意した。さらに建設通信新聞社主催のセミナー「国土交通省 BIM のインパクト」にペーパーレススタジオジャパンが登壇したことなどから、ペーパーレススタジオジャパンは BIM に関するコンサル案件のリーダー的存在になりつつある。将来はこの BIM に伴い同社の「SPIRAL®」との連携を狙っていく方針だ。

「政治山」：2011 年 3 月にリリースされた政治・選挙情報プラットフォーム。2013 年 7 月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。まだ実際の同社への直接的恩恵はそれほど大きくはないようだが、今後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。2014 年 10 月には、候補者が有権者に向けてプロフィールや政策、メッセージ等を自ら発信（登録／更新）できる「政治家プロフィールページ」を開始。さらに 2015 年 3 月には、4 月の統一地方選挙に向けて「議員向け政治山会員限定サービス」の提供を開始した。有権者の政治参加促進に加えて、政治家会員の拡大に注力しており、今後のこの分野での展開が注目される。

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