

ソフトブレイン

4779 東証 1 部

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

2016 年 3 月 15 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
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 主力 2 事業がそろって 2 ケタの増収となり業績をけん引

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 の収益の柱に成長している。

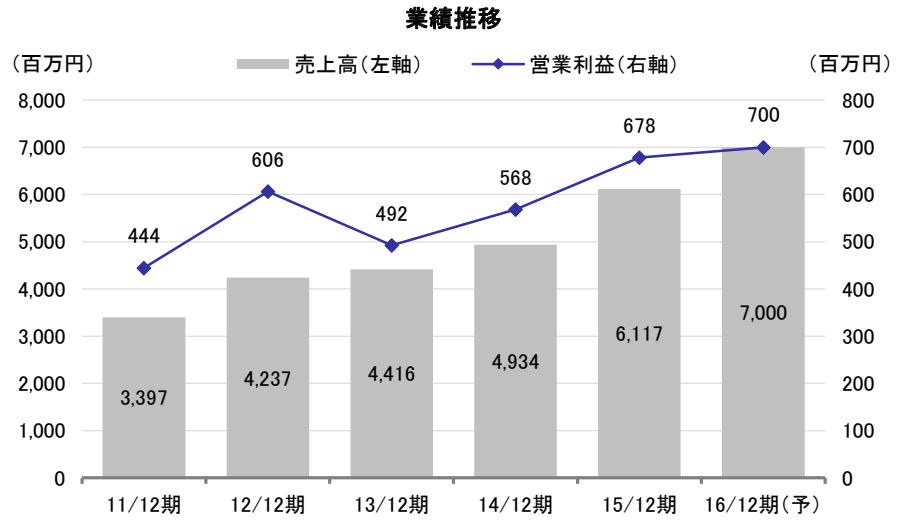
2015 年 12 月期 (2015 年 1 月 - 12 月) の連結業績は、売上高が前期比 24.0% 増の 6,117 百万円、営業利益が同 19.3% 増の 678 百万円と好調な決算となった。主力の eセールスマネージャー関連事業、フィールドマーケティング事業がそろって 2 ケタ増収となり業績のけん引役となった。また、子会社のソフトブレイン・フィールド (株) の出資比率を引き上げたことに伴い少数株主利益が減少し、当期純利益は同 47.7% 増の 373 百万円となった。

2016 年 12 月期は売上高で前期比 14.4% 増の 7,000 百万円、営業利益で同 3.2% 増の 700 百万円を見込む。売上高は主力 2 事業を中心に 2 ケタ成長が続く見通し。営業利益については、フィールドマーケティング事業の売上構成比の変化に加えて、開発・人材及び基幹システムへの投資を強化することで、1 ケタ台の増益となる。eセールスマネージャー関連事業ではボリュームゾーン獲得や新規開拓を目指した開発体制の強化を行っていく。また、グループ全社において積極的な人材登用、拠点拡充を進め、事業規模の拡大を進めていく方針だ。新製品として人型ロボットの「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」も 2016 年 1 月に発表しており、未来の受付システムとして高い注目を集めるなど、今後の展開が注目される。

なお、配当金に関しては今期も無配を予定している。現状は事業を拡大していくための投資フェーズにあると考えており、内部留保資金に関しては開発投資や販促費などに優先的に振り向けることが将来の事業成長に寄与し、ひいては株主への利益還元にもつながると考えているためだ。なお、株主価値の向上に向けた取り組みとして、前期はソフトブレイン・フィールドの出資比率を引き上げ、内部留保資金の充実を図っている。

■ Check Point

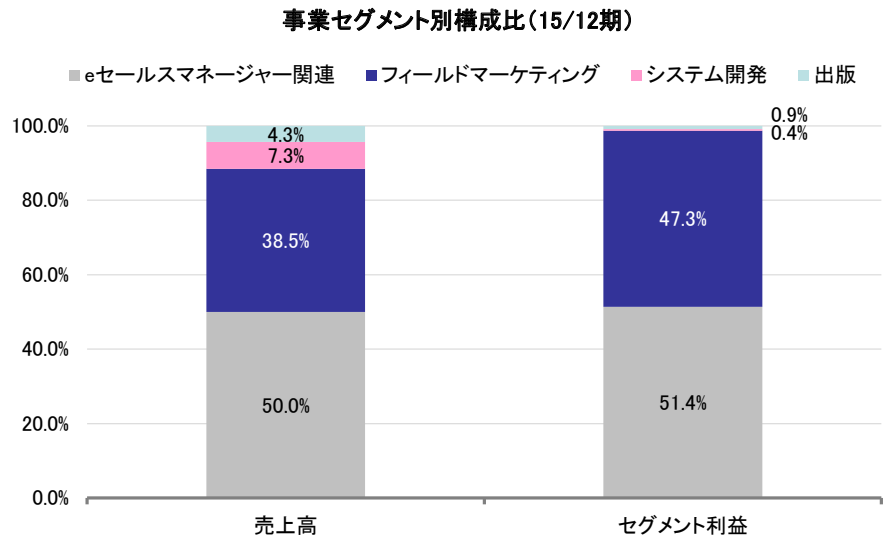
- ・ 15/12 期は増収増益、売上高・利益ともに期初計画を上回る
- ・ ROA や ROE はいずれも上昇し、高収益性を維持
- ・ マルチデバイス戦略としてウェアラブル端末への対応に向けた開発



■ 事業概要

e セールスマネージャーの導入実績は累計 3000 社を超える

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 2015 年 12 月末で 5 社となっている。



2016 年 3 月 15 日 (火)

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、営業コンサルティング、営業スキルトレーニング
ソフトブレン・サービス ソフトブレン・インテグレーション	98.7% 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

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。また、オンプレミス型にはサーバーなどの物理環境を自社で構築するタイプと、ホスティングサービスを使ってクラウド環境で利用するタイプがあり、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使って契約する顧客が増加傾向にある。なお、クラウド型に関しては「eセールスマネージャー Remix Cloud」（1 ユーザー当たり月額 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 ユーザー当たり月額 1,000 円）の提供を行っている。

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 3,000 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



○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、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」や、Web マーケティング事業などにも展開している。

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、アウトソーシング化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 5.9 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。

また、Web マーケティング事業では、「購買理由データ提供サービス」(Point Of Buy : 以下 POB) を、流通カード最大手のクレディセゾン <8253> と共同で 2013 年より開始している。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、あるいは飲食店で注文したメニューなどに関する購買理由などをレシート付で収集することによって、より信頼性の高い消費行動分析をクライアントとなるメーカーや飲食店などに提供するサービスとなる。消費者側にとっては、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。登録会員数（消費者）は 12 万人を超え、国内最大級のプラットフォームを構築している。

○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。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

15/12 期は増収増益、売上高・利益ともに期初計画を上回る

(1) 2015 年 12 月期業績概要

1 月 29 日付で発表された 2015 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 24.0% 増の 6,117 百万円、営業利益が同 19.3% 増の 678 百万円、経常利益が同 17.3% 増の 679 百万円、当期純利益が同 47.7% 増の 373 百万円という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がそろって 2 ケタ増収となり、過去最高を 2 期連続で更新した。営業利益の伸びが増収率を下回ったが、これはフィールドマーケティング事業で相対的に収益性が低いラウンダー人材派遣の売上構成比が上昇し、利益率が低下したことが主因となっている。売上原価率が前期の 58.9% から 62.0% に上昇したのも、これが要因となっている。当期純利益の増益率が高くなっているが、これは期の前半に子会社のソフトブレイン・フィールドの出資比率を 58.1% から 85.6% に引き上げたことで、少数株主利益が前期の 82 百万円から 39 百万円に減少したことが寄与している。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

2015 年 12 月期連結業績

(単位：百万円)

	14/12 期		15/12 期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	4,934	-	5,400	6,117	-	+24.0%	+13.3%
売上原価	2,906	58.9%	-	3,792	62.0%	+30.5%	-
販管費	1,442	29.2%	-	1,643	26.9%	+14.0%	-
営業利益	568	11.5%	650	678	11.1%	+19.3%	+4.4%
経常利益	578	11.7%	650	679	11.1%	+17.3%	+4.5%
当期純利益	252	5.1%	300	373	6.1%	+47.7%	+24.4%

○ e セールスマネージャー関連事業

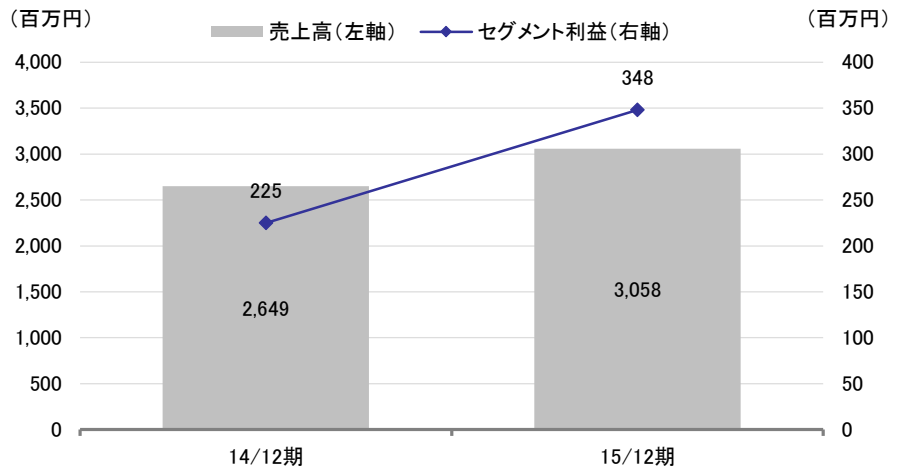
e セールスマネージャー関連事業の業績は、売上高(外部顧客向け、以下同様)が前期比 15.4% 増の 3,058 百万円、セグメント利益が同 54.4% 増の 348 百万円となった。スマートフォンやタブレット端末などを営業ツールとして活用する企業が増加するなか、売上高の約 7 割を占める「e セールスマネージャー」が順調に拡大したほか、営業の課題解決にフォーカスした営業コンサルティングや、営業スキルトレーニングなどのサービス事業も好調に推移した。

「e セールスマネージャー」の機能拡充の取り組みとして、当期は大幅なデザイン刷新を実施し操作性を向上したほか、新規開拓支援として「TSR 企業データ」「スパイラル (R)」との連携や、訪問計画や活動報告が簡単にできるマップ機能の拡充、ナレッジ化促進をテーマに「ビジネス向け Dropbox」との連携を図るなど、他社との連携も含めて多くの機能強化を進めた。

2016 年 3 月 15 日 (火)

セグメント利益は、「eセールスマネージャー」の開発や顧客獲得のための販促費、組織体制強化を目的とした人材採用などの投資を強化したが、増収効果でカバーして大幅増益となった。

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

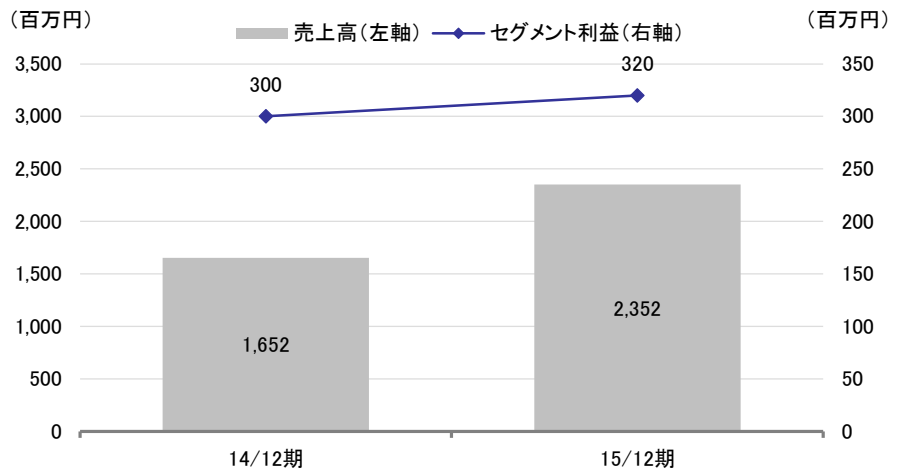
フィールドマーケティング事業の業績は、売上高が前期比 42.4% 増の 2,352 百万円、セグメント利益が同 6.5% 増の 320 百万円となった。消費財メーカーが販促費の効率化を進めるなかで、店頭でのフィールド活動業務のアウトシーング化が進んでおり、事業拡大の追い風となっている。同社は全国に 5.9 万人を超える登録キャストを抱えており、また、顧客ニーズに合わせて、人材派遣を始めとした多様なサービスを提供できることが強みとなっており、業績拡大の要因となっている。

当期は医薬品・飲食物品・嗜好品メーカーなどから、新規大型受注を獲得したことが大幅な増収につながった。特に、2014 年からサービスを開始した「ラウンダー人材バンク」事業で派遣型の大型案件を獲得したことが大きく、同事業の売上構成比は 2～3 割程度まで上昇した。また、従来のフィールドリサーチや定期・スポットでのフィールドサポートサービスも順調に伸びている。

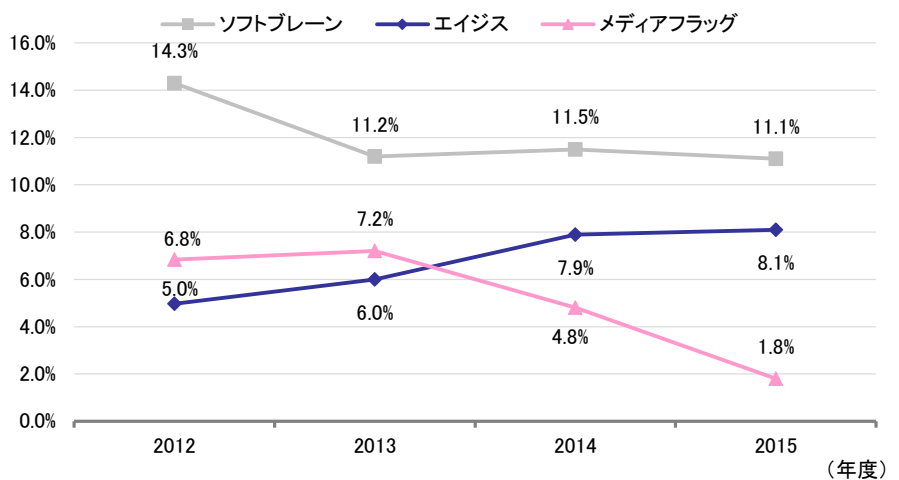
利益の伸びが 1 ケタ台にとどまったが、これは相対的に収益性の低い派遣型サービスの売上構成比が上昇したことによる事業構造変化や、今後の更なる事業拡大に向けた組織体制強化のための人材採用、基幹システムの更新など投資を積極化したことが要因となっている。それでもセグメント利益率は 13.6% と同業他社と比較して高く、収益性の高い事業として評価される。

なお、2014 年 5 月よりサービスを開始している POB 事業に関しては、売上水準がまだ低く収益への貢献は軽微となっているものの、登録会員数が 12 万人を突破し顧客企業がマーケティング分析を行う上で、利用価値の高いプラットフォームに着々と仕上がりがつつある。

フィールドマーケティング事業



営業利益率同業他社比較



注)エイジスの2015年度(3月決算)は会社予想ベース。

○システム開発事業

システム開発事業の業績は、売上高が前期比 3.2% 増の 444 百万円、セグメント利益が 2 百万円 (前期は 0.04 百万円の利益) 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も限られるなか、不採算プロジェクトを発生させないプロジェクトコントロールによる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、売上高が前期比 29.2% 増の 262 百万円、セグメント利益は同 84.6% 減の 6 百万円と増収減益となった。出版業界の環境は厳しく全体では市場縮小傾向が続いているものの、同社が手掛ける企業とのタイアップ出版に関しては、企業の出版意欲も強く、売上げは好調に推移した。一方で、書籍在庫の販売体制の見直しに伴い、在庫の費用化を進めたことが減益要因となった。

2016 年 3 月 15 日 (火)

ROA や ROE はいずれも上昇し、高収益性を維持

(2) 財務状況と経営指標

2015 年 12 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比で 255 百万円増加の 4,401 百万円となった。繰延税金資産が 75 百万円減少した一方で、売上債権が 289 百万円、差入保証金が 22 百万円、現預金が 9 百万円増加した。

負債は前期末比 399 百万円増加の 1,533 百万円となった。子会社株式の追加取得のため有利子負債が 172 百万円増加したほか、支払手形・買掛金が 72 百万円、未払金が 63 百万円、前受金が 63 百万円増加した。純資産は前期末比 143 百万円減少の 2,867 百万円となった。当期純利益の計上により利益剰余金が 373 百万円増加したものの、子会社株式を追加取得した影響等で資本剰余金が 248 百万円、少数株主持分が 268 百万円減少したことが要因となっている。

主要経営指標を見ると、自己資本比率や有利子負債比率は前期から若干悪化しているものの、問題のない水準であり財務の健全性は維持していると言える。また、収益性についても営業利益率が若干低下したものの、ROA や ROE はいずれも上昇しており、高収益性を維持していると考えられる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期	増減額
流動資産	2,706	3,061	3,589	3,903	313
(現預金)	1,751	2,058	2,677	2,687	9
固定資産	500	606	555	497	-58
資産合計	3,206	3,667	4,145	4,401	255
流動負債	924	944	1,124	1,329	204
固定負債	-	-	9	204	195
(有利子負債)	150	150	180	352	172
純資産	2,281	2,722	3,011	2,867	-143
主要経営指標 (安全性)					
自己資本比率	61.2%	64.4%	63.0%	62.2%	
有利子負債比率 (収益性)	7.7%	6.4%	6.9%	12.9%	
ROA (総資産経常利益率)	22.0%	14.3%	14.8%	15.9%	
ROE (自己資本利益率)	26.5%	18.1%	10.2%	14.0%	
売上高営業利益率	14.3%	11.2%	11.5%	11.1%	

■ 今後の見通し

マルチデバイス戦略としてウェアラブル端末への対応に向けた開発

(1) 2016 年 12 月期見通し

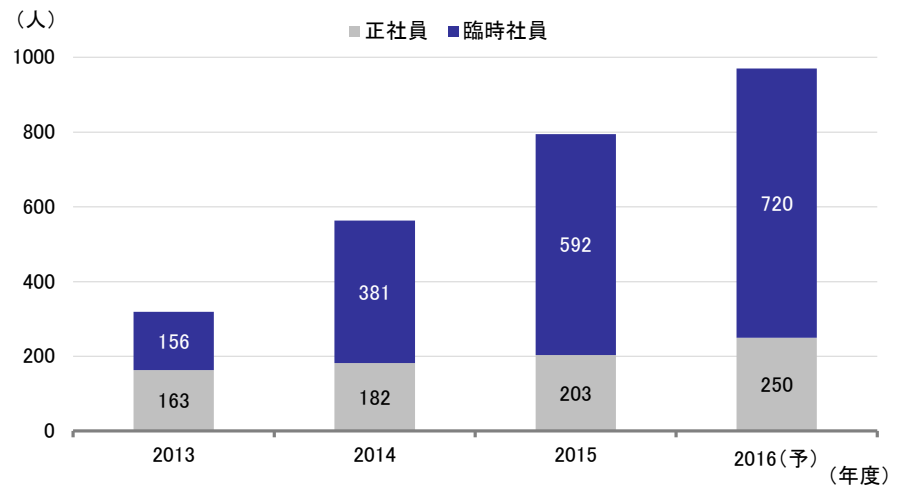
2016 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 14.4% 増の 7,000 百万円、営業利益が同 3.2% 増の 700 百万円、経常利益が同 3.1% 増の 700 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 1.8% 増の 380 百万円となる見通し。売上高に関しては、主力 2 事業を中心に 2 ケタ成長が続く見通しだが、営業利益についてはフィールドマーケティング事業の事業構造変化に加えて、開発・人材及び基幹システムへの投資を積極化することで、3% 台の増益を見込んでいる。とりわけ、人員については臨時社員も含めて前期の 795 名から 1,000 名弱と大幅増員する計画となっている。

2016 年 12 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	15/12 期		16/12 期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	6,117	-	7,000	-	+14.4%
営業利益	678	11.1%	700	10.0%	+3.2%
経常利益	679	11.1%	700	10.0%	+3.1%
当期純利益	373	6.1%	380	5.4%	+1.8%

グループ社員数



○ 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」については今期も「使い勝手 No.1 の SFA/CRM」を目指して機能の拡充とサービス体制の強化を進めていくほか、中小企業などボリュームゾーンの開拓にも注力していく方針だ。機能面では、2015 年 12 月に端末画面の地図上で訪問計画や活動報告が簡単にできる地図機能を強化したのに続き、2016 年 1 月には他社製のスケジュール管理システムと連携するクラウドサービスを開始した。今期はその他にもグループウェア機能の強化や、ビジネス向け SNS への対応も進めていく予定となっている。一方、サービス面では 24 時間 365 日多言語のグローバルサポートを構築していくほか、セキュリティ体制強化に向けた投資も計画している。

2016 年 3 月 15 日 (火)

また、今期は最新技術としてヒト型ロボットの「Pepper」を活用した未来型受付システム「e レセプションマネージャー」のサービスを開始する予定となっている。同サービスは「e セールスマネージャー」との連携により、顧客情報をもとにした個別の受付対応が可能な受付業務サービスとなる。2016 年 1 月に開催されたソフトバンクグループ主催の展示会「Pepper World 2016」では来場客から高い評価を得ており、今後の展開が注目される。また、同社では今後も「e レセプションマネージャー」の機能向上を進めていく方針で、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言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。

Pepper World 2016



出所：会社資料

そのほか、マルチデバイス戦略として今期は「e セールスマネージャー」のウェアラブル端末への対応に向けた開発も進めていく予定となっている。同社ではスマートフォンやタブレット端末への対応を早期に実現し、顧客の拡大につなげてきた実績があるが、利用可能なデバイスをさらに広げることでユーザーの利便性向上を図り、顧客獲得につなげていく。

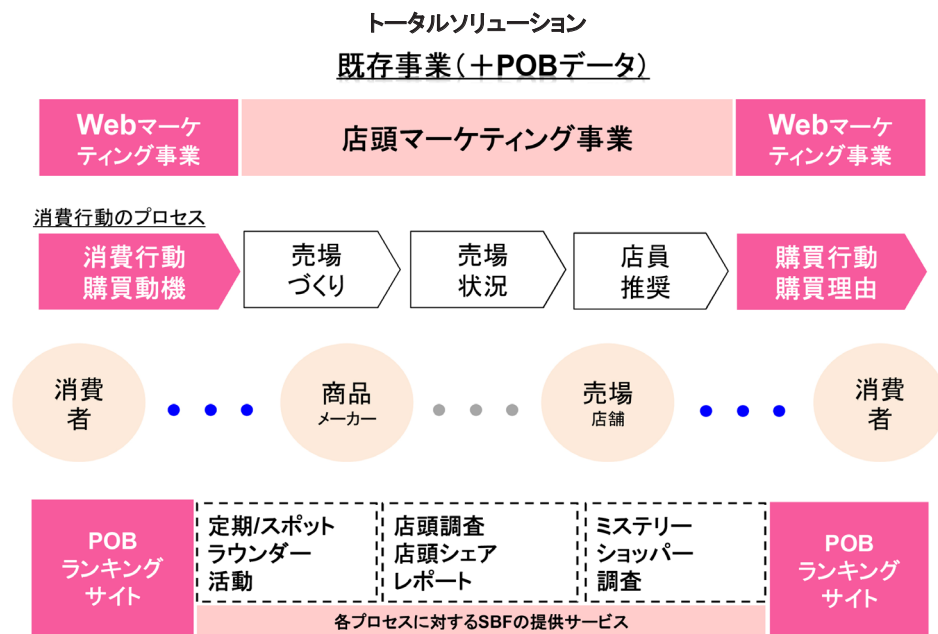
営業支援ソフトの国内での導入企業数は約 2 万社と言われている。法人企業数は全体で約 300 万社、このうち 200 万社程度は導入可能な潜在顧客と同社では見ており、普及率としてはまだ 1% 程度に過ぎない。今後のさらに「使い勝手 No.1」に向けた機能拡充等を進めていくことで、こうした潜在顧客を取り込んでいく方針で、同事業の成長ポテンシャルは大きいと言えよう。

○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今期も大型受注案件の寄与により、2 ケタ増収が続く見通しとなっている。ただ、前期と同様に派遣型の案件比率が高まると見ており、利益率は若干低下する見通しだ。

同社ではラウンダー人材バンクやフィールドサポート業務に対する需要が旺盛で、今後も大型案件の受注獲得が見込まれることから、拠点の拡充と人員体制の強化に取り組んでいる。拠点については従来、東京、大阪、名古屋の 3 拠点体制であったが、2016 年に入って福岡に支店を開設しており、さらに札幌にも開設するかどうか現在、検討中となっている。また、人員体制の強化では高品質なサービス提供と品質管理体制の強化を目的に SV（スーパーバイザー）の増員を引き続き行っていく。

全国に約 5.9 万にのぼるキャストを配置し、様々な顧客ニーズに対応できる強みを生かして、今後も大手消費財メーカーを中心に受注を獲得し、事業規模を拡大していく見通しだ。将来的にはこれら店頭でのマーケティング事業に、POB などの Web マーケティング事業を組み合わせ、トータルソリューションサービスとすることで、顧客企業のマーケティング活動において欠かせないパートナー企業として成長していくことが予想される。



出所：会社資料

■株主還元策について

内部留保資金は事業への投資に積極的に投下

同社は株主還元の基本方針として、「企業体質の強化と今後の事業展開に備えるために内部留保の充実を中心に捉えながら、成長段階及びその業績に応じた弾力的な利益配当を実施すること」としている。2015 年 12 月期に関しては、利益配分を行うほどの内部留保の蓄積、利益水準にはまだ達していないとの判断から無配とし、また、2016 年 12 月期に関しても同様の理由で無配を予定している。

前述したように、現在は e セールスマネージャーの開発投資や、フィールドマーケティング事業における人員体制の強化など事業拡大に向けた投資フェーズにあり、内部留保資金はこれら事業への投資に積極的に投下していくことが、将来の収益成長、株主への利益還元につながるものと判断している。なお、株主価値の向上に向けた取り組みとして、前期はソフトブレイン・フィールドの株式を追加取得し、内部留保資金の充実を図っている。

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