

テクノスジャパン

3666 ジャスダック

2014 年 8 月 28 日（木）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
株式会社フィスコ

■フィスコトップインタビュー

ー「ビッグデータ」で安定成長路線から高成長路線に舵を切るー

独立系として経営課題解決に向けた IT コンサルティングに強みを持つテクノスジャパン〈3666〉が、主力事業の ERP コンサルティングによる安定成長路線から「ビッグデータ」を第 2 の主力事業とした高成長路線に舵を切った。

国境・地域を越えた企業間競争が激しさを増している現在、いち早く的確な経営判断を下すため、自社情報のほか外部の大量の情報・データ、いわゆる「ビッグデータ」の活用に関心が集まっている。ビッグデータを活用した経営は欧米で先行しており、日本で実際に取り入れている企業はまだ少数だ。しかし、その有効性が周知されれば急速に普及することが想定される。また、ビッグデータの活用が国内全産業の売上高を 70 ～ 100 兆円規模で押し上げると見込まれており、産業界のみでなく政府もビッグデータに大きな期待を寄せている。ビッグデータ解析市場は年率 5% 超での成長が見込まれ、2017 年度には 1 兆 1,400 億円を突破する見通しだ。

同社は成長戦略の中でビッグデータビジネスの加速とグローバル化の更なる推進を掲げている。ICT 分野の技術革新で日本に大きく先行する米国シリコンバレーに活動拠点を設置し、ビッグデータビジネスに必要な先端技術の取り込みや国際的なアライアンス構築を推進する体制を整えた。また、ビッグデータ活用に不可欠なデータサイエンティスト集団を擁するコンサルティング会社を設立するなど、国内では類を見ない体制を構築しビッグデータ解析市場に本格参入した。

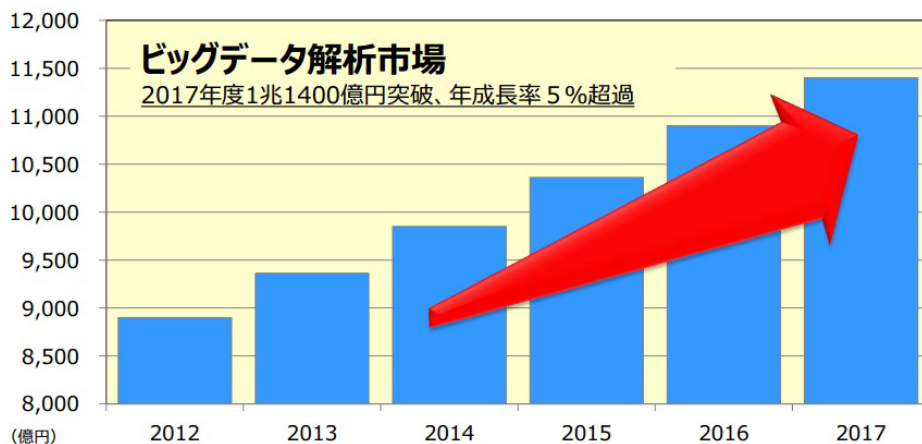
既にビッグデータを活用したデジタルマーケティング分野で、米ベンチャー企業との共同事業や早稲田大学との共同研究、ビッグデータ活用方法を紹介するセミナーなどを行っている。また、2014 年 4 月にはグループ初となるデータ解析ソリューションを発表した。

今後はマーケティング分野にとどまらず、センサーデータを解析し生産、流通、販売現場における「ムダ・ムリ・ムラ」を革新的に減らすシステムの開発により、製造業などへのビッグデータ解析ソリューションの提供も視野に入れている。同社の第 1 の柱である ERP ビジネスと第 2 の柱として注力しているビッグデータビジネスのシナジー効果により、企業の経営課題に対しワンストップでサービスの提供が可能なトップクラスの ICT コンサルティングカンパニーを目指す。

■Check Point

- ・ ERP ビジネスで培った経験、ノウハウがビッグデータビジネスでも独自の強みに
- ・ ビッグデータビジネスによる成長と高水準の利益還元を両立
- ・ 成長戦略への理解が進めば株価も再評価される局面に

ビッグデータ解析市場



※出典：IDC JAPAN「国内ビジネスアナリティクス市場予測」2014年1月23日発行

ユーザー企業が利用している会計など基幹業務向けのワークロードや、ビジネスインテリジェンス、データウェアハウス、データマイニング、統計解析、CRMやSCMなどのビジネスアプリケーション、画像、音声、テキストなどのデータを解析、分析する市場と定義。

出所：会社資料

テクノスジャパンの成長戦略



出所：会社資料

■ テクノスグループが広げるビッグデータ解析ソリューション

米国活動拠点及びビッグデータ専門子会社を設立

(1) ビッグデータ市場参入への準備

同社はビッグデータ※ビジネスの立ち上げに当たり、2013 年 5 月、米国シリコンバレーに先端的な ICT 動向などのリサーチに特化した「Tecnos Research of America, Inc.」(TRA) を設立、同年 9 月より営業を始めた。米国はベンチャーへの投資率が日本に比べ極めて高く、その世界最先端の技術開発は日本の 10 年先を行っているとも言われる。TRA は米国においてビッグデータビジネスに必要な先端技術をキャッチアップするとともに、国際的なアライアンス構築を推進していく役割を果たす。米国ベンチャー流のスピード感を持った事業運営を重視しており、後述するトレジャーデータ社との業務提携といった実績を既に上げている。

※ ビッグデータ：インターネット上に飛び交う文字情報や音声・動画情報のほか、通信の利用状況や通信記録のログ情報まで含んだ大量のデータをビッグデータと総称する。Facebook や Twitter など SNS の利用者の増加により、ビッグデータも加速度的に増加するなかで、こうしたビッグデータを分析して企業のマーケティングに活用する動きも活発化してきている。アマゾンや楽天などの EC サイトにおいて、過去の購買履歴やアクセス情報をもとにしておすすめ商品を利用者に提供するサービスも、こうしたビッグデータを活用したマーケティング手法の 1 つである。

※ ERP(Enterprise Resource Planning)：企業内のあらゆる経営資源を有効活用し、効率的な経営活動を行っていくための経営手法・コンセプトのこと。また、これを実現するための統合型ソフトウェアを一般的に ERP パッケージと呼ぶ。

また、2013 年 10 月にはビッグデータ解析に関するコンサルティングサービスの提供を目的にテクノスデータサイエンス・マーケティング（株）（TDSM）を設立した。TDSM にはわずか半年で博士研究員（ポスドク）を中心に 40 名ものデータサイエンティストが結集した。博士号取得者の就職問題、いわゆる「ポスドク問題」が深刻化するなか、TDSM はポスドクにとって産業界でその能力をフルに発揮し活躍する場となっているようだ。ビッグデータの取り扱いには、どのようにデータを活用していくかをサポートするデータサイエンティストの存在が不可欠であり、同社グループは TDSM を中心にビッグデータ経営の上流コンサルティング領域に力を入れ、案件獲得を推進していく方針だ。

米有力ベンチャーとビッグデータ分析管理サービスで協業

（2）米ベンチャーとの共同事業

同社は 2013 年 12 月、TDSM と米トレジャーデータ社がクラウド型ビッグデータ分析管理サービスで協業を開始すると発表した。トレジャーデータ社は米国シリコンバレー発のベンチャー企業であり、世界トップクラスのクラウド型データマネジメントサービス「トレジャーデータサービス」を開発して注目を集めている。

2014 年 4 月には共同事業第 1 弾として、国内初となる SAP・トレジャーデータサービス転送コネクタの提供を開始した。同社が持つ豊富な ERP※システム導入ノウハウを基に、基幹業務において世界で圧倒的なシェアを持つ SAP ERP とトレジャーデータサービスの間のデータ連携を実現させたことで、企業の基幹系データとソーシャルデータを同時に蓄積・分析することが可能となった。これにより企業のマーケティング戦略をデータ分析の側面から強力にサポートすることができるようになり、ビッグデータ分析ニーズの高い企業からの引き合いが多くあるという。また、国内はもとより米国・欧州といった海外への展開も予定している。

SAP・トレジャーデータサービス転送コネクタ



出所：会社資料

早稲田大学とビッグデータを活用したマーケティング研究を開始

（3）ビッグデータ産学連携プロジェクト

2013 年 12 月、同社は早稲田大学とビッグデータを活用したマーケティング分野での共同研究を開始した。早稲田大学大学院商学研究科長の守口剛教授を中心に、同社の持つデータ解析ノウハウや顧客企業の購買データを活用しながら、消費者行動モデルの構築や効果的なマーケティング・広告手法の確立を目指していく。



テクノスジャパン

3666 ジャスダック

2014 年 8 月 28 日（木）

早稲田大学守口教授（左）と同社城谷会長（右）



出所：会社資料

2014 年 4 月には共同研究第 1 弾として、早稲田大学総合研究機構マーケティング・コミュニケーション研究所と、クラシエホールディングスの商品ブランド価値向上を目的に消費者行動や購買心理の分析を行う研究プロジェクトを開始した。

クラシエ HD のマーケティング研究プロジェクト



出所：会社資料

具体的には日用品、医薬品（漢方薬）、食品などの事業を行うクラシエグループが保有するヘアケア・スキンケア等の生活消費財に関する消費者行動データを基に、研究所が持つ学術的な知識・ノウハウ、及び同社が持つ ICT コンサル力と TDSM の主力であるデータ解析力を活用し、特定カテゴリーでの成長機会を探索している。

例えば、クラシエグループのヘアケアブランド「いち髪」は大手ブランド商品と比べ高評価を得ていることが実証されているが、消費者がどの部分に関心を示しているかを確認することにより、消費機会を着実に捉えることができる。商品企画にマーケティング理論を取り入れ、ブランド価値の更なる向上を図る。

同社は流通、小売、広告業界などの大手企業のコンサルティングを手掛けており、大量の消費者嗜好に関するマーケティングソリューション※を有することは相当な強みである。さらに、今後は筑波大学との研究も計画しているようであり、一段とデータ解析力及び将来的予測が向上することが期待される。

※ソリューション：顧客企業の問題を解決する情報システム、その情報システムに関連する要素全般（ハードウェア、ソフトウェア、ネットワーク、運用サポート人員など）、または必要に応じてそれら要素を適宜組み合わせる顧客企業に提供するサービス全般を指す。

2014 年 8 月 28 日（木）

ビッグデータ活用効果は年 70 ～ 100 兆円規模、政府も積極推進

（4）政府のビッグデータ活用戦略

ビッグデータの活用は政府の成長戦略としても掲げられており、総務省や文部科学省、経済産業省はビッグデータによる新産業・イノベーション創出に向けて、ビッグデータの収集・伝送、処理及び利活用・分析に関する研究開発や人材育成に取り組んでいる。また、厚生労働省では医療・健康分野の ICT 化やビッグデータ活用を推進している。

総務省は情報通信白書（2014 年）にて、顧客情報や WEB サイトの閲覧履歴といったビッグデータの活用が 2012 年の国内全産業の売上高を 60.9 兆円（売上高全体の 4.6% に相当）押し上げたと推計している。このことから今後見込まれるビッグデータ活用効果は年 70 ～ 100 兆円規模に達すると考えられる。

2014 年 6 月には経済産業省と企業・有識者による「データ駆動型（ドリブン）イノベーション創出戦略協議会」が設立された。企業が壁を超えてデータを共有・活用し、新たな付加価値を生み出すことを促進するのが協議会の設立趣旨で、同社も参加している。同社の目指すビッグデータビジネスの方向性は、経済産業省の志向するビッグデータを活用した産業振興と一致しており、今後政策面での追い風も期待される。

マーケティング分野でデータ解析ソリューションを提供開始

（5）ビッグデータ解析ソリューションの展開

○啓蒙活動の推進

2014 年 4 月には経営者向けに日本経済新聞社主催、同社グループ特別協賛セミナー「ビッグデータで創造する 新時代のマーケティング」を開催した。早稲田大学の守口教授や、同社及びトレジャーデータ社、良品計画〈7453〉からの講演者が登壇し、マーケティング分野でのビッグデータの活用方法について事例を交えて紹介した。100 名の定員に対し約 1,000 名もの応募が集まり、企業のビッグデータ活用ニーズの強さを示している。

セミナー「ビッグデータで創造する 新時代のマーケティング」



出所：会社資料

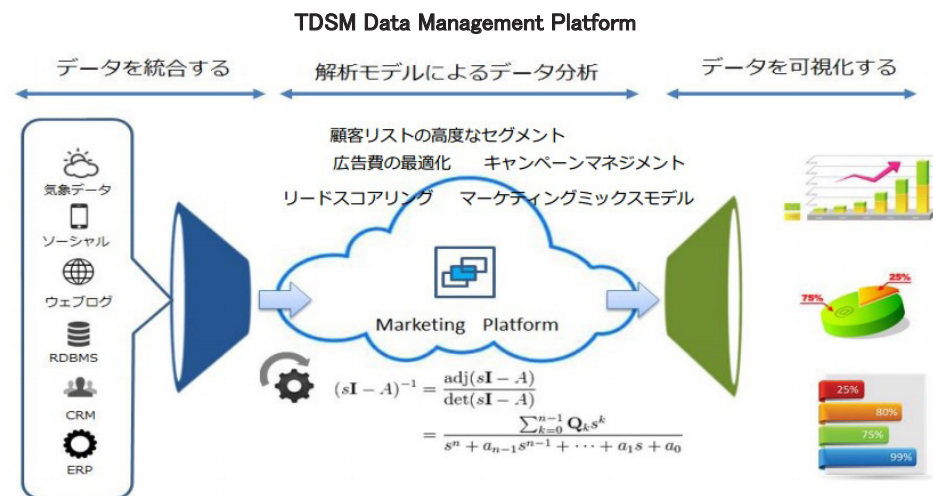
日本においてもビッグデータへの関心は高まっているが、実際にビッグデータ活用を経営に取り入れている企業は先行する欧米に比べまだ少数だ。企業経営者のリテラシーも高いとは言えず、ビッグデータの活用方法や有効性を周知するための活動は引き続き必要となろう。

2014 年 8 月 28 日（木）

※ PDCA : Plan（計画）-Do（実行）-Check（評価）-Act（改善）のサイクルで、業務プロセスの管理手法のこと。

○ TDSM Data Management Platform

同社は前述のセミナーにて、グループ初となるデータ解析ソリューション「TDSM Data Management Platform」を発表した。これは子会社の TDSM が提供する次世代マーケティング支援プラットフォームで、分析用データの取得からマーケティング PDCA※の施策支援、分析結果の出力までを一貫して行うことで、ビッグデータを活用した効率性の高いマーケティング戦略を実現する。企業からの評判も非常に高く、導入コンサルティングの引き合いも多いようだ。



出所：会社資料

ERP など従来の基幹系システムの内部データに加え、ソーシャルデータや各種ログデータなど多様なデータを一元管理することで、顧客リストのセグメンテーションやリードスコアリングを始め、現在のマーケティングに必要とされる様々な分析が利用可能となる。

「TDSM Data Management Platform」に見られるように、第 1 の柱である ERP ビジネスにより基幹業務に精通した同社は、基幹系データとソーシャルデータを統合、分析し、企業の経営課題解決につながる地に足のついたソリューションの提供が可能である。このことは、ビッグデータ関連ビジネスに参入する他の企業とは一線を画す同社の大きな強みと言えよう。

アルゴリズム解析技術を活用した独自製品をリリース予定

(6) アルゴリズム解析技術を活用した新製品

現在、同社のビッグデータビジネスは、コンシューマー（一般消費者）向けを対象としたデジタルマーケティング分析が中心であり、アルゴリズム解析技術を活用した独自製品の開発を進めている。ベータ版は 9 月、正式版は 2015 年 4 月のリリースを予定している。この製品では、基幹業務システムに蓄積された「過去データ」や WEB・SNS 等の「未来データ」を組み合わせた膨大なデータを、ユーザーが任意で設定したパラメータ等により解析することができる。国内向けのほか全世界市場向けも用意しているとみられ、海外展開も期待できる。また、製品を組み合わせることを狙いに IT ベンチャーとの提携も検討しているようだ。

同社では次のステップとして、センサーデータを解析し生産、流通、販売現場における「ムダ・ムリ・ムラ」を革新的に減らす製品を計画中のようだ。こちらの製品では、センサーデータとともに、基幹業務システムに蓄積された生産、流通管理等の自社で保有するデータと、WEB・SNS 等の情報系データを組み合わせた膨大なデータを統合・解析することで、「ムリ・ムダ・ムラ」の軽減効果が期待できる。製造業など幅広い分野で活用できるシステムとなる見込みだ。

■ 事業計画

2015 年 3 月期は大幅増収増益を計画、利益率もさらに向上

2015 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 20.2% 増の 5,025 百万円、営業利益が同 49.9% 増の 584 百万円と大幅な増収増益を計画している。主要顧客である製造業で IT 投資が旺盛であるほか、海外進出支援案件にも開拓余地が広がることから、主軸である ERP ビジネスの拡大が見込まれている。これに加え、成長戦略の要であるビッグデータビジネスが本格稼働することも増収増益に寄与する。

大幅な業績拡大が見込まれる一方、同社が重要指標と位置付ける営業利益率、経常利益率も過去最高を更新する予定だ。業界トップクラスを誇る営業利益率は前期の 9.3% から 11.6% へ、経常利益率は同 9.7% から 11.7% へ更なる向上が見込まれている。

ビッグデータビジネスについては、成長が期待される市場を対象に、10 年先の主力ビジネスとなるよう製品開発や市場獲得に向けた独自のマーケティングを進めていく方針だ。

2015 年 3 月期事業計画

（単位：百万円）

	2014 年 3 月期		2015 年 3 月期		
	実績	利益率	予想	利益率	進展率
売上高	4,179	—	5,025	—	120.2%
営業利益	390	9.3%	584	11.6%	149.9%
経常利益	406	9.7%	592	11.7%	145.7%
純利益	244	5.8%	393	7.8%	160.9%

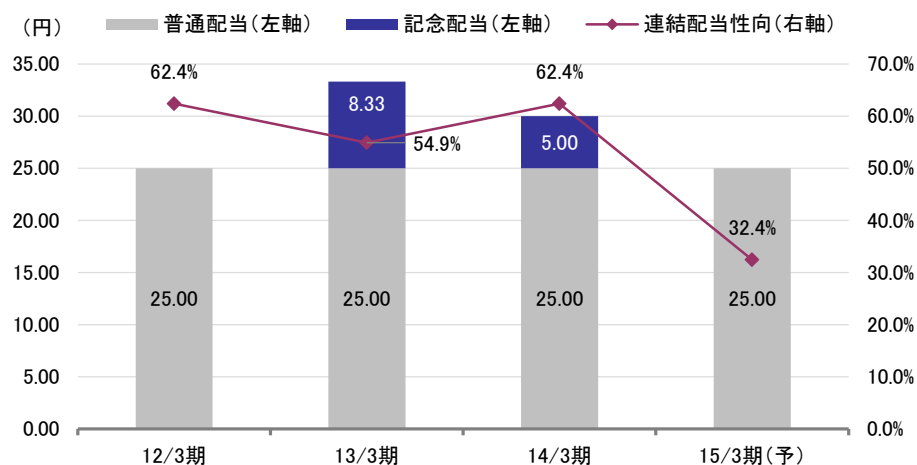
■ 配当政策

ビッグデータビジネスによる成長と高水準の利益還元を両立

ビッグデータを要とする成長戦略を掲げつつ、積極的な株主還元を実施している点も同社の大きな特徴だ。2014 年 3 月期は 1 株当たり 30 円（うち記念配当 5 円）の配当を実施しており、配当性向は 62.4% と非常に高い水準となっている。

2015 年 3 月期は 1 株当たり 25 円の配当を計画しており、8 月 27 日の株価で見た配当利回りは 2.1% となる。後述するビッグデータ関連企業のなかでもホットリンク〈3680〉やブレインパッド〈3655〉は無配であり、同社はビッグデータビジネスによる収益成長と厚い利益還元の双方の果実が得られる企業として注目されよう。

1株当たり配当金と配当性向の推移



※2012年10月12日付で1対200、2014年1月25日付で1対3の株式分割を実施。配当額は遡及修正

■ 同業他社比較

成長戦略への理解が進めば株価も再評価される局面に

ビッグデータ関連の上場企業としては、同社のほかホットリンクやブレインパッド、豆蔵ホールディングス<3756>、シナジーマーケティング<3859>、ネットイヤーグループ<3622>などが挙げられる。

これら同業他社と比較した際の同社の強みは、前述の通り、ERPビジネスで培ってきた基幹業務に関する深い知識と経営戦略そのものを叶えるための上流コンサルティングにある。ソーシャルデータの解析にとどまらず、基幹系データとの統合、分析により、生産・営業・開発・マーケティング・組織・財務などにおける機能別戦略から事業戦略、全社戦略に至るあらゆる経営課題の解決が可能なソリューションを提供でき、かつデータサイエンティスト集団によるコンサルティングが提供可能な企業は他に類を見ない。

PER15.3 倍、PBR1.8 倍の同社株価水準に対し、ホットリンクの株価はPER129.7 倍、PBR13.3 倍の水準となっており、成長分野として有望視されるビッグデータ関連企業としての株式市場からの認知度は同業他社に先行されているのが現状と言えよう。しかし、ビッグデータビジネスを加速する同社の成長戦略や強み、配当政策などに対する市場の理解が進むにつれ、株価バリュエーションも同業他社水準まで上昇することが期待されよう。

同業他社比較

証券コード	社名	株価	売上高		営業利益		営業利益率 (%)	EPS (円)	BPS (円)	1株当たり配当 (円)	PER (倍)	PBR (倍)	配当利回り (%)
			(百万円)	(増減率)	(百万円)	(増減率)							
3666	テクノスジャパン	1,176	5,025	20.2%	584	49.9%	11.6%	77.07	644.67	25.00	15.3	1.8	2.1%
3680	ホットリンク	1,744	1,261	33.7%	270	71.1%	21.4%	13.45	131.20	0.00	129.7	13.3	0.0%
3655	ブレインパッド	1,384	2,541	22.1%	180	-3.4%	7.1%	9.89	171.92	0.00	139.9	8.1	0.0%
3756	豆蔵ホールディングス	717	12,000	20.2%	1,170	12.4%	9.8%	40.16	214.48	6.00	17.9	3.3	0.8%
3859	シナジーマーケティング	1,002	4,184	10.7%	331	10.1%	7.9%	33.83	497.09	0.00	29.6	2.0	0.0%
3622	ネットイヤーグループ	1,492	5,900	10.2%	210	11.3%	3.6%	14.69	279.00	3.25	101.6	5.3	0.2%

※今期の各社予想値（BPSのみ前期実績）、ブレインパッドは業績予想非公表のため14/6期実績。
株価は8月27日終値

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