

|| 企業調査レポート ||

システムインテグレータ

3826 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年6月7日(火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2022年2月期の業績概要	01
2. 2023年2月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画について	02
■ 事業概要	03
1. Object Browser 事業	04
2. E-Commerce 事業	06
3. ERP・AI 事業	07
4. その他	09
■ 業績動向	11
1. 2022年2月期の業績概要	11
2. 事業セグメント別動向	12
3. 財務状況と経営指標	16
■ 今後の見通し	17
1. 2023年2月期の業績見通し	17
2. 事業セグメント別見通し	19
3. 中期経営計画	21
■ 株主還元策とSDGsへの取り組み	24
1. 株主還元策	24
2. SDGsへの取り組み	25

■ 要約

Object Browser 事業及び ERP・AI 事業の拡大により、 2023 年 2 月期も増収増益を見込む

システムインテグレータ<3826>は独立系のソフトウェア開発会社で、「時間を奪うのではなく、時間を与えるソフトウェアを創り続ける」をコーポレート・スローガンに企業の生産性向上に寄与するソフトウェア・サービスの開発・販売を行っている。データベース開発支援ツール「SI Object Browser」や統合型プロジェクト管理ツール「SI Object Browser PM（以下、OBPM Neo）」等の Object Browser 事業のほか、E-Commerce 事業、ERP・AI 事業を展開している。また、働き方改革や育児支援等に積極的に取り組んでおり、社員からの評価も高い企業として知られている。2022 年 5 月からの東京証券取引所（以下、東証）市場区分再編に伴い、東証スタンダード市場に移行した。

1. 2022 年 2 月期の業績概要

2022 年 2 月期の業績は売上高で前期比 13.1% 増の 4,817 百万円、経常利益で同 39.0% 増の 588 百万円と 2 期ぶりに増収増益に転じた。「OBPM Neo」のクラウドシフトにより Object Browser 事業が減益となったものの、EC 市場の拡大を背景に E-Commerce 事業の収益が大きく伸長したほか、ERP・AI 事業も前期に発生した不採算プロジェクトの納品が完了し利益が回復した。なお、ディープラーニング異常検知システム「AISI V-AD (Anomaly Detection)」については、実際の製造ラインで稼働予定であった案件の検収時期が 2022 年 5 月にずれ込んだため、売上計上には至らなかった。

2. 2023 年 2 月期の業績見通し

2023 年 2 月期の業績は、売上高で前期比 3.8% 増の 5,000 百万円、経常利益で同 2.4% 増の 603 百万円となる見通し。E-Commerce 事業では、前期に受注した大型開発案件が顧客事情により中断となり、計画を大幅に見直したことから減収減益となるものの、Object Browser 事業及び ERP・AI 事業の伸長によりカバーする計画となっている。また、プログラミングスキル判定サービス「TOPSIC」は契約件数の増加により着実な成長が見込まれるほか、2021 年秋にリリースしたカスタマーサクセス支援ツール「VOICE TICKETS (ボイチケ)」やアイデア創出プラットフォーム「IDEA GARDEN」についても拡販活動を進めていく予定だ。このほか、開発体制の強化を目的に 2022 年 6 月にベトナムに子会社を新設し、3 年後に 50 名程度の開発体制を構築する計画を掲げている。

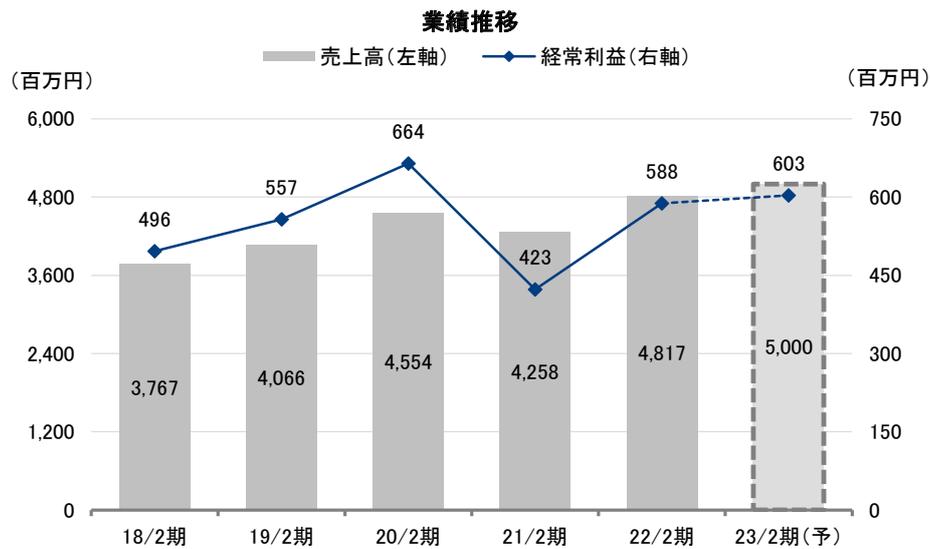
要約

3. 中期経営計画について

2022年2月期からスタートした3ヶ年の中期経営計画「SDGs Mind 2021」では、基本方針として、既存事業の拡大、海外開発拠点の確立、新規事業の開発や収益化、社員のスキル向上、全社的な合理化に取り組んでいる。業績目標値については、世界情勢の不安定化が国内経済に影響を及ぼしてきていることを鑑み、最終年度の2024年2月期に売上高5,700百万円、経常利益803百万円と当初目標値(売上高6,200百万円、経常利益966百万円)から引き下げ、堅実な計画に修正した。2023年2月期は一旦成長が減速するものの、2024年2月期は2ケタ増収増益に回復する見通しだ。

Key Points

- ・2022年2月期はE-Commerce事業がけん引し、2ケタ増収増益に転じる
- ・2023年2月期はE-Commerce事業の落ち込みをその他の事業でカバーし、増収増益を確保する見通し
- ・景気見通しが不透明になりつつあることから、中期業績目標を堅実な計画に修正



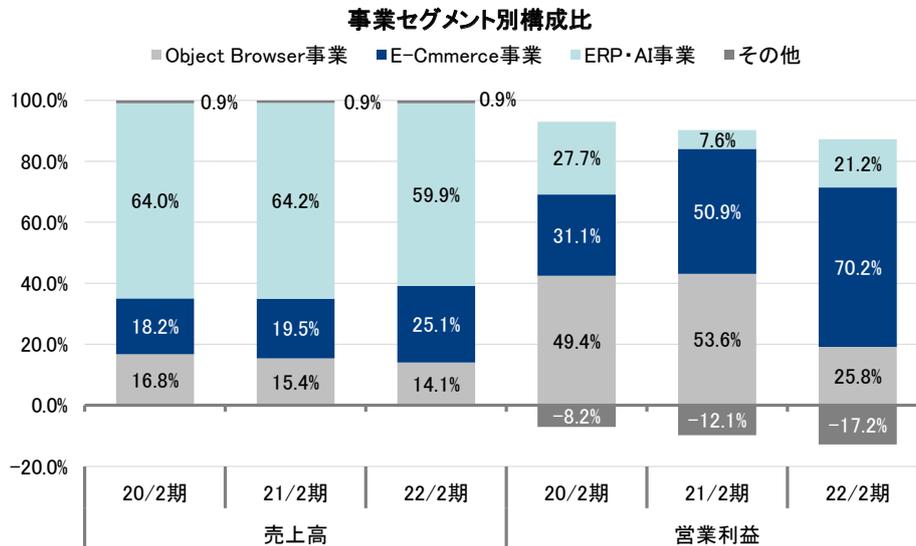
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

「時間を奪うのではなく、時間を与えるソフトウェアを創り続ける」 独立系ソフトウェア開発会社

同社は1995年設立の独立系ソフトウェア開発会社で、自社開発したソフトウェアのパッケージ販売及び保守サービスのほか、クラウドサービス(SaaS)での提供も行っている。新製品に関しては基本的にクラウドサービスでの事業展開を志向している。現在の主力製品には、データベース開発支援ツール「SI Object Browser」や統合型プロジェクト管理ツール「OBPM Neo」のほか、ECサイト構築パッケージ「SI Web Shopping」、Web-ERPパッケージ「GRANDIT」等がある。事業セグメントに関しては、Object Browser事業、E-Commerce事業、ERP・AI事業のほか、新規事業をその他として区分開示している。

直近3期間の事業セグメント別構成比の推移について見ると、売上高はERP・AI事業が全体の約6割を占めており、残りをObject Browser事業、E-Commerce事業で2分する格好となっている。一方、営業利益はE-Commerce事業とObject Browser事業で大半を占める格好となっている。2021年2月期まではObject Browser事業が過半を占めていたが、クラウドシフトへの移行を進めるなかで2022年2月期は一時的に利益が落ち込み、全体に占める比率も低下している。また、新規事業については先行投資段階のため損失計上が続いている。各事業の内容は以下のとおり。



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

1. Object Browser 事業

Object Browser 事業ではデータベース開発支援ツール「SI Object Browser」やデータベース設計支援ツール「SI Object Browser ER」（以下、「Object Browser」シリーズ）のほか、統合型プロジェクト管理ツール「OBPM Neo」、アプリケーション設計ツール「SI Object Browser Designer（以下、OBDZ）」等のソフトウェア製品の開発販売を行っている。「Object Browser」シリーズは従来、パッケージ販売（ライセンス販売＋保守サービス）のみだったが、2021年2月よりSaaS型（サブスクリプションモデル）での販売※も開始している。従来販売していた「OBPM」については、2021年3月より販売を開始したSaaS型の「OBPM Neo」にリニューアルし、オンプレミス版での販売を終了している。また、「OBDZ」についてはSaaS型で提供している。

※ 契約期間は1年、2年、3年の年間契約（保守料含む）。バージョンアップは無償。for Oracleのみ。



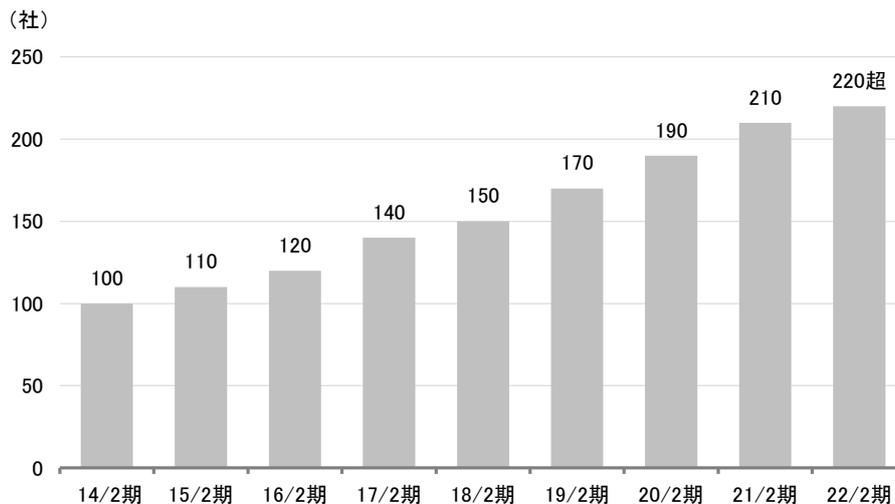
売上構成比は「Object Browser」シリーズが4割強、「OBPM Neo」が6割弱となっている。「Object Browser」シリーズは1997年の発売以来、1.9万社、46万ライセンスの導入実績があり、国内の主要データベースのほぼすべてに対応していることからデファクトスタンダードとなっている。現在は売上高の30%超が保守サポート等のストック収入となっており、比較的売上高は安定している。高いブランド力を持つため販売費用もほとんどかからず、売上総利益率は80%超と高収益製品となっている。競合製品として無料ソフトが出ているが、機能面での差があるため直接的な影響は受けていない。

事業概要

一方、「OBPM Neo」は開発プロジェクトの進捗状況を統合管理(スケジュール、コスト、要員、品質、採算等の管理)することで不採算プロジェクトの発生を未然に抑止し、開発部門の生産性向上を支援するツールである。国内で唯一、PMBOK※に準拠しており、2008年の発売以降は中堅規模のIT企業を中心に順調に導入社数を増やし、2022年2月時点では220社を超えている(うち、オンプレミス版の顧客数は5割程度)。大手IT企業はプロジェクト管理ツールを内製化しているが、最近では「OBPM Neo」の認知度向上や品質の高さが評価され、部門内で導入を検討する企業も増えている。一方、中小企業はExcel等の市販ソフトや無料ソフトを使用しているケースが多い。2021年3月より販売開始した「OBPM Neo」は完全Web版として2億円をかけて開発しており、2022年2月期より減価償却費が発生している。また、月額課金モデルのため、当初はオンプレミス版と比較して売上規模が小さく利益率は低いところからスタートするが、導入件数の積み上げにより3年程度でオンプレミス版並みの利益率(売上総利益率で70%程度)になると想定される。

※ PMBOK (Project Management Body of Knowledge) とは、プロジェクトマネジメントに関するノウハウや手法を体系立ててまとめたもの。1987年にアメリカの非営利団体 PMI が「A Guide to the Project Management Body of Knowledge」というガイドブックで発表してから徐々に知られるようになり、現在はプロジェクトマネジメントの世界標準として世界各国に浸透している。

「OBPM Neo」導入社数推移



出所：ホームページ、決算説明会資料よりフィスコ作成

「OBDZ」はソフトウェア開発の上流工程である基本設計・詳細設計をシステム化し、合理化・標準化することで設計工程における生産性及び品質向上を支援するツールで、ソフトウェア開発分野におけるCADとも言える製品である(特許取得済み)。従来は、エンジニアがExcelやWordで個々に設計書を作成していたため、仕様変更が発生した場合などのメンテナンス、変更管理が難しく、手戻りミスによる開発遅延の原因にもなっていたが、「OBDZ」で設計書を統合管理することでこうした課題を解決する。このため用途としては、基幹業務システム等の大規模なウォーターフォール型※のシステム開発に向いている製品と言える。2013年のリリース以降、機能改良を重ね、2019年6月には完全Web化のフルモデルチェンジを行い、パフォーマンス速度も従来比1.5倍と大幅に向上した製品をリリースしている。導入社数はまだ少ないものの、中小から大手のIT企業で導入が進んでいる。

※ ウォーターフォール型とは、システム開発を「基本計画」「外部設計」「内部設計」「プログラム設計」「プログラミング」「テスト」という工程に分けて順に段階を経て行う開発手法を指す。前の工程には戻らない前提のため、下流から上流へは戻らない水の流れにたとえてウォーターフォールと呼ばれている。

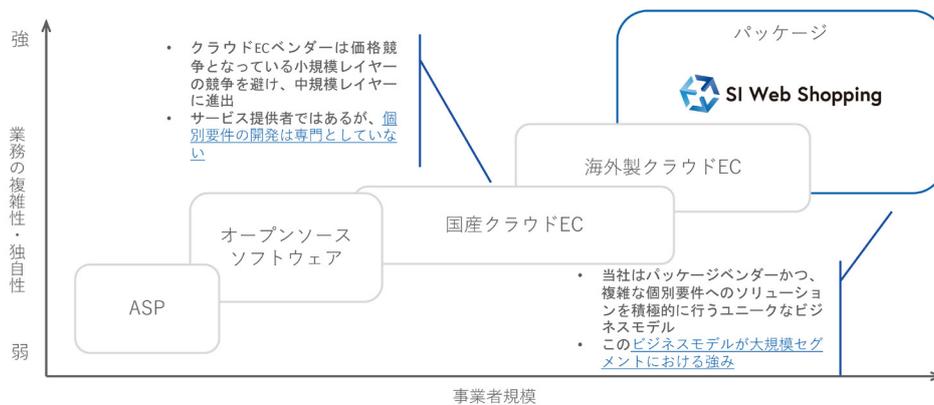
事業概要

2. E-Commerce 事業

E-Commerce 事業では、日本初の EC サイト構築パッケージ「SI Web Shopping」を主力製品として販売している。「SI Web Shopping」の特徴は、大規模 EC サイトに強いことにある。具体的には、売上金額が数百億円規模となる大量のトランザクション処理に対応可能なスケーラビリティと、高いセキュリティ機能を有している。また、スマートフォン等のモバイル対応機能や、英語、中国語など多言語対応、その他顧客ニーズに応じた機能をカスタマイズで付加できるほか ERP など既存システムとの連携も可能となっている。1996 年の発売以降累計で 1,100 社以上の EC サイトを構築しており（アクティブ稼働数は 1 割弱）、豊富な開発ノウハウや高い技術力が同社の強みとなっている。

EC サイト構築パッケージ業界でのポジションは、BtoC の大規模事業者向けに限定すれば同社と、ソフトクリエイトホールディングス <3371> の子会社である（株）ecbeing（構築実績で 1,400 社超）、E ストア <4304> の子会社である（株）コマース 21（同 300 社超）の 3 社でほぼ寡占状態となっていたが、このうち ecbeing は中規模案件に軸足を移しているようで、同社のシェアは上昇傾向にあると見られる。また、ここ最近では EC サイト構築パッケージに他の業務システムとの連携機能を付加するといったニーズが増えてきたこともあり、1 件当たりの受注単価も従来の数千万円規模から 1 億円超と大型化する傾向にある。

E-Commerce 事業の主要プロダクト パーセプションマップ



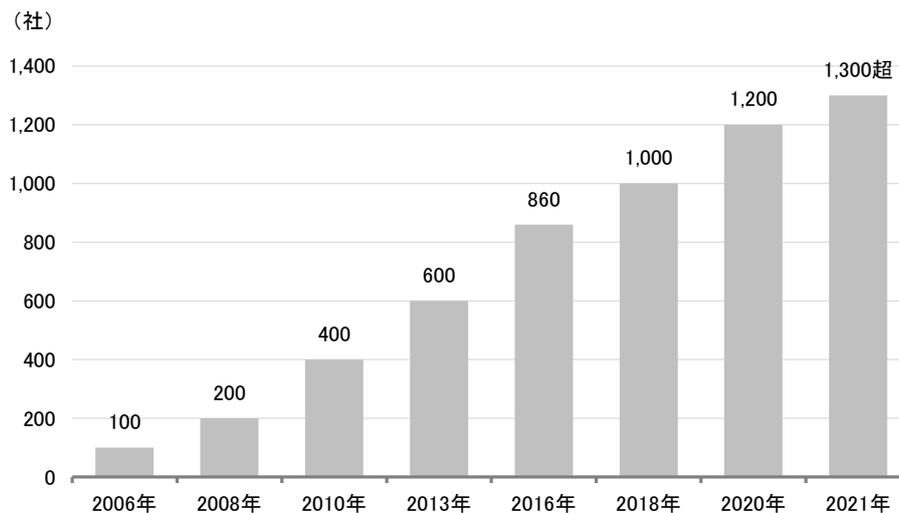
出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

3. ERP・AI 事業

ERP 事業では、Web-ERP パッケージ「GRANDIT」の開発、導入販売を行っている。「GRANDIT」は 13 社の IT 企業が参画したコンソーシアム方式で運営されている ERP パッケージのことで、同社は 2004 年のコンソーシアム結成時より「GRANDIT」の企画・開発に携わり、普及拡大に貢献してきた。「GRANDIT」の顧客ターゲットは年商数百億円規模の中堅企業から最近は大企業向けの実績も増え始めており、導入社数はコンソーシアム全体で 1,300 社超まで拡大している。「GRANDIT」の特徴は、完全 Web ベースの ERP であり、バージョンアップ時におけるクライアント側でのメンテナンスが不要なこと、またスマートデバイスにも対応可能なことが挙げられる。ハードウェアに依存しないため、Web が動作する環境であればどこでもシステムの利用が可能となる。また、13 社それぞれの技術ノウハウが「GRANDIT」の製品開発に活かされるため機能面での競争力も高く、生産管理まで含む数少ない国産 ERP として需要が高まっている。2020 年 6 月にリリースした最新版の「GRANDIT3.1」では、API 機能を標準提供し、SFA など営業支援システムとの相互連携を実現するなど日々進化を続けている。

「GRANDIT」導入社数推移



出所：GRANDIT(株)会社資料よりフィスコ作成

同社の導入実績は百数十社と、コンソーシアムのなかでトップの実績を誇っており、販売実績 No.1 の企業に与えられる「GRANDIT AWARD Prime Partner of the Year」についても過去 6 回受賞している。同社の強みは、「GRANDIT」の基本機能を補完するアドオンモジュールとして製造業向けの「生産管理アドオンモジュール」や「継続取引管理アドオンモジュール」のほか、ソフトウェア業界向けには「OBPM Neo」と連携させた「プロジェクト管理テンプレート (IT テンプレート)」などを自社開発するなど、幅広いソリューションに対応できる開発力を持つことが挙げられる。さらに、RPA や AI と組み合わせた業務自動化提案力や AWS、Microsoft Azure 等のパブリッククラウドベースでのインテグレーションサービスにも対応可能となっている。

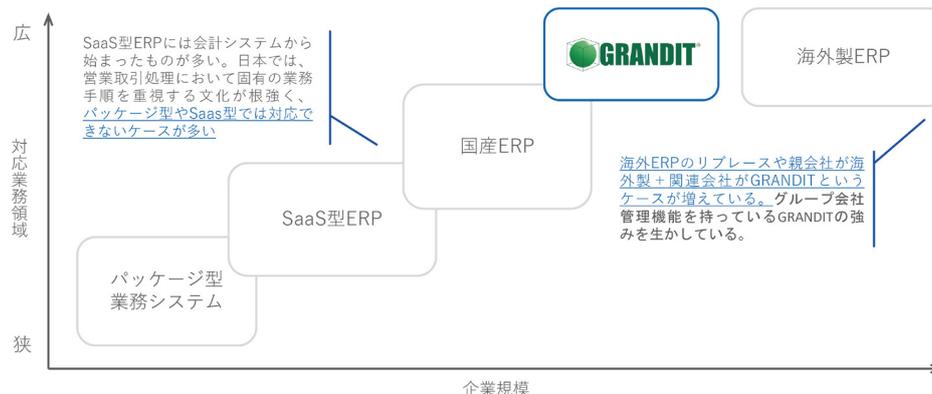
システムインテグレータ | 2022年6月7日(火)
 3826 東証スタンダード市場 | <https://www.sint.co.jp/ir/index.html>

事業概要

ERPの国内市場規模は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）を契機に経営のデジタルトランスフォーメーション（DX）の動きが活発化するなかで着実に拡大しており、オンプレミスからクラウドへ移行する動きも活発化している。今後についても、ERPの最大手であるSAP<SAP>が既存システムの保守サポートを2027年度で終了することを発表しており、大手企業を中心に既存システムを次世代ERPに移行する、または他のERPに切り替える動きが継続するものと見られ、年率10%近い成長が続くものと予想されている。

ERPベンダーは顧客規模別に棲み分けが進んでおり、大企業向けではSAPやOracle<ORCL>など外資系が強い。同社の顧客対象は中堅企業が中心で、競合品は富士通<6702>の「GLOVIA」やオービック<4684>の「OBIC7」などが挙げられる。また、ここ最近ではANAホールディングス<9202>や富士通など大企業からの受注も増えてきており、受注単価も1件当たり3～5億円と大型化する傾向にある。売上総利益率は製品構成や仕様などによって変わるため一概には言えないが平均すると20%台後半の水準で、想定される営業利益率は10%前後の水準となる。ただ、プロジェクトの延伸や改修作業が生じた場合は利益率が低下したり、不採算プロジェクトとなるリスクもある。なお、「GRANDIT」についても2019年3月からSaaS型（サブスクリプションモデル）での提供を開始しているが、中規模以上の開発案件ではカスタマイズの要望も多いことから実績としては少なく、オンプレミス型やIaaS型での販売が主流となっている。

ERP事業の主要プロダクトパーセプションマップ



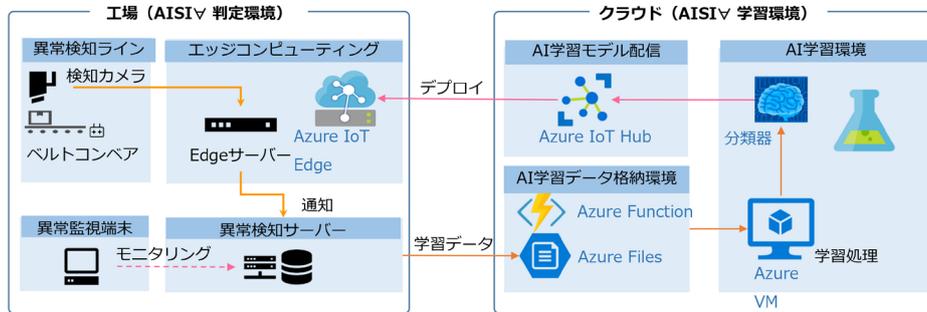
出所：決算説明会資料より掲載

また、AI事業として最新の画像認識技術を使用したディープラーニング異常検知システム「AISI V-AD」を2018年10月にリリースしている。同システムは製造ラインで人が目視検査していた工程を、ディープラーニング技術を用いて自動化することにより大幅な省力化を実現するシステムである。「AISI V-AD」のディープラーニング技術は、MicrosoftのAzureを利用した学習環境によって、異常・正常を見分けられるAIモデルを作成する。異常検知処理は、製造ラインに流れてくる製品をカメラで撮影し、エッジコンピュータにより高速でリアルタイムに判定する。検査対象物や要求精度が顧客によって異なるため、個々の案件ごとにAIモデルを開発し、PoC（概念実証）を実施しながら仕様を固めていく。PoC実施のイニシャル費用は約400万円となる。

実際の製造ラインに導入する際には、「AISI V-AD」のライセンス費用480万円と開発費用（要件定義～導入支援、教育）1,000万円にハードウェア機器約400万円が必要となり、開発導入期間の目安は4～6ヶ月としている。同社のERP製品の顧客は製造業向けが多く、ERP導入で蓄積した業務ノウハウやネットワークを武器に顧客開拓を進めていく戦略だ。

事業概要

AISI V-AD の利用イメージ



出所：決算補足資料より掲載

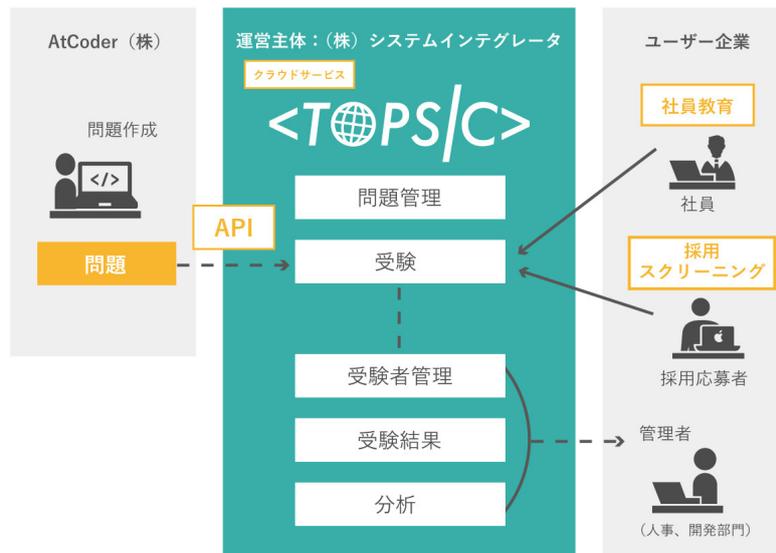
4. その他

その他には「TOPSIC」のほか、2021年秋にリリースした「VOICE TICKETS」「IDEA GARDEN」など3つの新規サービスが含まれる。

(1) TOPSIC

2018年1月にリリースしたプログラミングスキル判定サービス「TOPSIC」は、プログラミング言語に依存しない共通スキルであるアルゴリズム力を問う問題を難易度別（6段階）に組み合わせてオンラインで出題・採点し、受験者のスキルレベルをチェックするサービス「TOPSIC-PG」からスタートした。2021年2月には業務系でよく使われているデータベース関連の言語であるSQLのスキルチェックを行うサービス「TOPSIC-SQL」を開始している。企業における技術者採用時のスクリーニングや社員向け教育研修ツールとして、また、外注先企業を選定する際のスキルチェック用としての利用を見込んでいる。多言語に対応しているため、外国人エンジニアの採用やオフショア企業選定の際にも活用できるメリットがある。

「TOPSIC」サービス



出所：ホームページより掲載

事業概要

料金プランは、従量制(回数課金)と定額制(人数課金)に分かれている。従量制の場合はスタンダードプラン(一般企業向け)で年間基本料 3.8 万円と受験 1 回当たり 1.9 万円、定額制の場合はスタンダードプランで年間基本料 30 万円と利用人数に応じた年間利用料が付加される(学校向けはスタンダードプランの 1 割で提供)。プログラミングスキル判定サービスの競合としては、(株)ギブリーの「track (トラック)」がある。「TOPSIC」との違いは、カバーする範囲が上流の設計分野からプログラミング分野まで広範囲にわたるほか、試験機能だけでなく学習機能を備えていることが挙げられる。このため、サービス料金も同社よりもやや高めの設定となっている。手軽にエンジニアのプログラミングに関するスキルチェックを行いたい場合は、「TOPSIC」の方が使い勝手が良いと思われる。また、スキルチェックと連携した就職・転職サービス事業や e-ラーニング事業を展開している paiza (株) が運営する「paiza」は 2022 年 3 月末時点で約 50 万人が登録しており、ビジネスモデルは異なるものの競合の 1 つと言える。

なお、同社は「TOPSIC」の認知度向上も兼ねて、2018 年から「TOPSIC」を用いた企業・学校対抗プログラミングコンテスト「PG Battle」を開催している。1 チーム 3 人制で、出題された問題を解くプログラムを 90 分間に 4 つ書いて、オンライン提出するというもので、3 人の合計点数と所要時間を競う。第 1 回大会は企業・学校合わせて 260 チーム、780 名が参加し、2021 年 10 月に開催された第 4 回大会では 423 チーム、1,269 名が参加している。

(2) VOICE TICKETS

2021 年 10 月に販売開始したカスタマーサクセス支援ツール「VOICE TICKETS」は、インターネット上で提供されるサービスを利用するエンドユーザー(以下、利用者)の声を集めて蓄積・管理するツールとなる。利用者はサービス画面上に設置された「VOICE TICKETS」のアイコンまたはリンクをクリックすることで、サービス・製品に対する要望や不満を投稿でき、サービス事業者はこれらの投稿を進捗別に分類して管理することができる。利用者からのフィードバックを収集・管理することで、サービス事業者はサービス・製品の改良や解約率低減のための施策を打つことが可能となる。

同社はリリース前に「OBPM Neo」等の自社サービスに「VOICE TICKETS」を実際に活用して効果を検証しており、一定規模の声が収集できたことから外販を開始した。対象顧客は SaaS 事業者だけでなく、サービス・製品を提供する幅広いインターネットサービス事業者を想定している。年間の利用料金は、収集する Voice※の数に応じて 60 万円、120 万円、360 万円のプランがある。

※利用者の生の声は Row Voice として蓄積され、この中から事業者がピックアップしたものが Voice として登録される。

(3) IDEA GARDEN

2021 年 11 月に販売開始したアイデア創出プラットフォーム「IDEA GARDEN」は、社員一人ひとりが新事業や新商品のアイデアを出し、そのアイデアを社内で共有、蓄積・管理し、企画の形に仕上げていく仕組みを提供する。「社員のアイデアを企業経営に活かす」という目的を実現するためのツールであり、業種を問わず利用が可能となる。年間の利用料金は、登録可能アイデア数や Garden 数(アイデア管理ボード数)によって、60 万円、120 万円、360 万円のプランがあり、1 ヶ月の無料体験プランも用意している。

業績動向

2022年2月期はE-Commerce事業がけん引し、 2ケタ増収増益に転じる

1. 2022年2月期の業績概要

2022年2月期業績は、売上高で前期比13.1%増の4,817百万円、営業利益で同40.9%増の587百万円、経常利益で同39.0%増の588百万円、当期純利益で同33.4%増の391百万円となり、2期ぶりに増収増益に転じた。「OBPM Neo」のクラウドシフトによる減益を、E-Commerce事業の収益拡大やERP事業の利益率回復によりカバーした格好だ。期初計画比では売上高がおおむね計画通りに着地したものの、各利益についてはERP事業の利益率回復が想定に届かなかったことにより、それぞれ計画を下回った。

2022年2月期業績

(単位：百万円)

	21/2期		会社計画	22/2期		前期比	計画比
	実績	対売上比		実績	対売上比		
売上高	4,258	-	4,850	4,817	-	13.1%	-0.7%
売上総利益	1,409	33.1%	-	1,684	35.0%	19.5%	-
販管費	993	23.3%	-	1,097	22.8%	10.5%	-
営業利益	416	9.8%	630	587	12.2%	40.9%	-6.8%
経常利益	423	10.0%	636	588	12.2%	39.0%	-7.4%
当期純利益	293	6.9%	445	391	8.1%	33.4%	-12.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上総利益率は前期比1.9ポイント上昇の35.0%となった。これは前期に発生した不採算案件に係る受注損失影響（受注損失引当金231百万円の計上）からの利益回復によるもので、同要因を除けば同3.5ポイント低下している。「OBPM Neo」のクラウドシフトに伴う一時的な利益率低下やERP事業において、若手エンジニアを積極的に大型プロジェクトに登用するなど人材育成に注力した結果、受注損失引当金を除いたベースでは収益性が低下したことが主因となっている。

販管費は前期比10.5%増となった。人件費は前期比で若干減少したものの、研究開発費が前期の23百万円から62百万円に増加したほか、採用費や教育費等が増加したことが要因となっている。ただ、販管費率は増収効果によって同0.5ポイント低下し、この結果、営業利益率は同2.4ポイント上昇の12.2%となった。なお、特別損失として減損損失35百万円を計上しているが、これは「OBDZ」に関して追加機能の開発と合わせて販売計画の見直しを実施したことに伴い、ソフトウェア資産の評価減を行ったことによる。

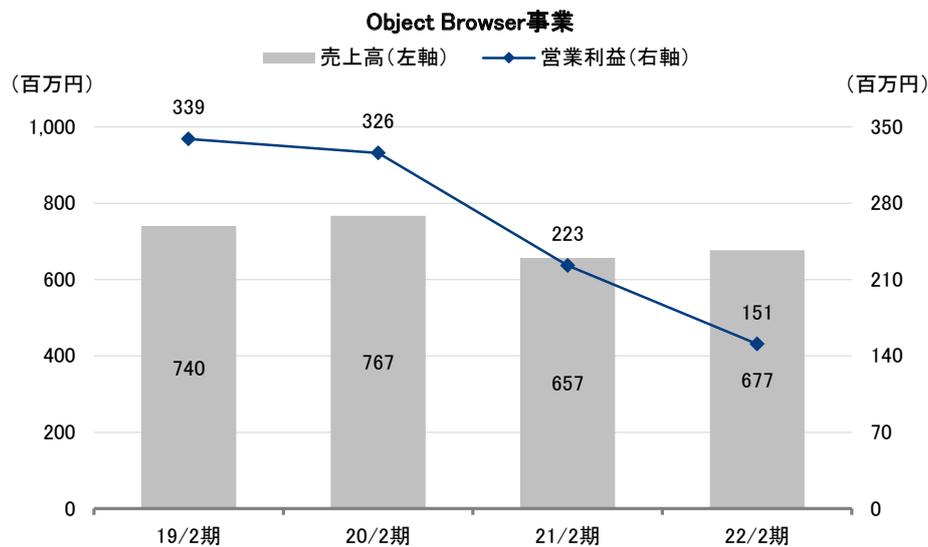
業績動向

E-Commerce 事業が大きく伸長、 ERP・AI 事業は不採算案件の納品により増益に

2. 事業セグメント別動向

(1) Object Browser 事業

Object Browser 事業の売上高は前期比 3.1% 増の 677 百万円、営業利益は同 32.1% 減の 151 百万円となった。「OBPM Neo」はクラウドシフトにより一時的に売上高成長率が鈍化したものの、前期にコロナ禍の影響で落ち込んだ「Object Browser」シリーズの需要が回復し、売上高は 2 期ぶりの増収となった。一方、利益面では「OBPM Neo」のサービス開始に伴い減価償却費が前期比 37 百万円増加したほか、保守サービス費用の増加により 3 期連続の減益となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

「Object Browser」シリーズは、ソフトウェア開発の生産性を向上させるツールとして業界で幅広く利用されており、同社の安定収益源となっている。2022年1月には、Oracle Databaseの新バージョンに対応した「SI Object Browser for Oracle 21.2」及び「SI Object Browser ER 22」をリリースするなど、継続的に利便性向上を図っている。

統合型プロジェクト管理ツール「OBPM Neo」は、2021年3月より販売開始したSaaS型がIT業界だけでなく製造業やエンジニアリング業界にも導入が進んだことで、導入社数が前期末の210社から220社超に増加した。なお、既存ユーザーについても契約更新時に従来のオンプレミス型からSaaS型に切り替えているため、短期的には売上高、利益面でマイナスの影響を受ける格好となっている。

業績動向

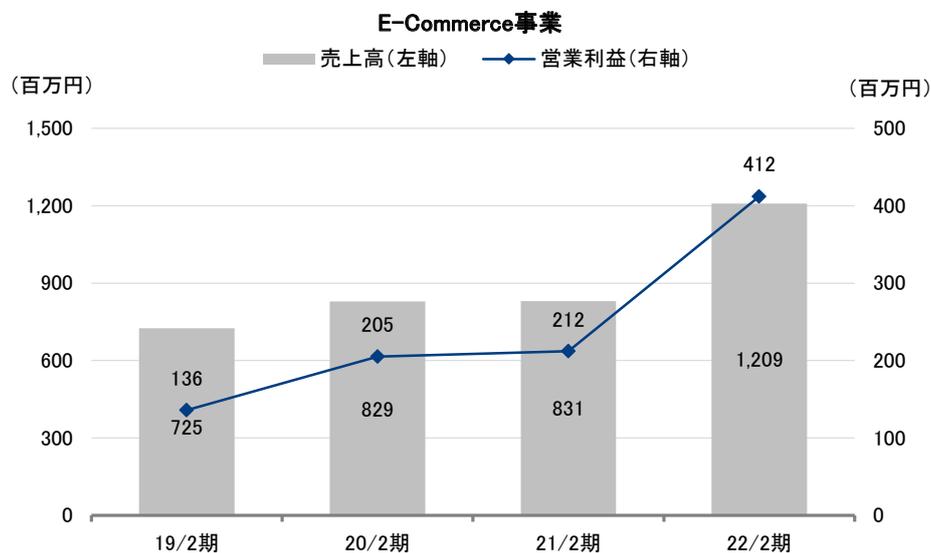
アプリケーション設計ツール「OBDZ」は、2019年6月からクラウドサービスとして販売を開始し、設計作業の生産性を大幅に向上させるツールとして拡販に取り組んでいる。しかしながら、導入社数は70社程度と当初の販売計画を下回っていることから、販売計画を見直すとともにソフトウェア資産の減損損失を計上した。今後については、顧客獲得に向けた追加機能の開発を進めており、2023年2月期下期を目途にリリースする予定となっている。

(2) E-Commerce 事業

E-Commerce 事業の売上高は前期比 45.5% 増の 1,209 百万円、営業利益は同 94.4% 増の 412 百万円と大幅増収増益となり、過去最高を更新した。EC 市場の拡大を背景に大手企業が EC サイトの刷新に取り組む動きが活発化し、大規模リプレイス案件の受注を相次いで獲得したことが大幅増収につながった。利益面では、増収効果に加えて開発効率が向上したことも増益要因となり、営業利益率も前期の 25.5% から 34.1% と大きく上昇し、過去最高を更新した。

なお、製品の競争力強化に向けた開発も継続的に行っている。2021年9月には、セキュリティ機能を大幅に強化し、EC 事業者の運用効率・開発効率を改善する機能を追加した「SI Web Shopping V12.11」をリリースしたほか、2022年3月には「適格請求書等保存方式（インボイス制度（※））に対応した最新バージョン「SI Web Shopping V12.12」をリリースしている。

※インボイス制度：2023年10月から開始する適格請求書等保存方式のことで、所定の記載要件を満たした請求書を発行、保存することにより、消費税の仕入税額控除を受けられる制度。

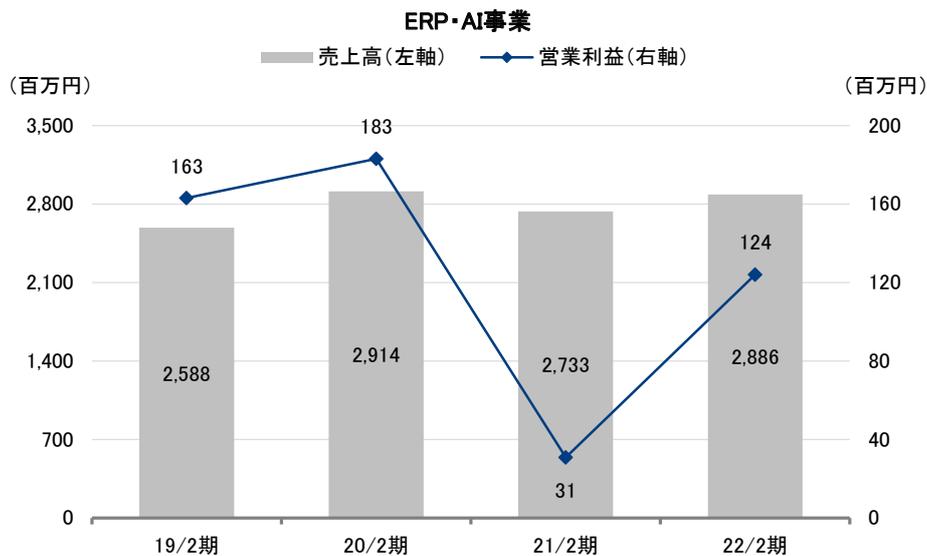


出所：決算短信よりフィスコ作成

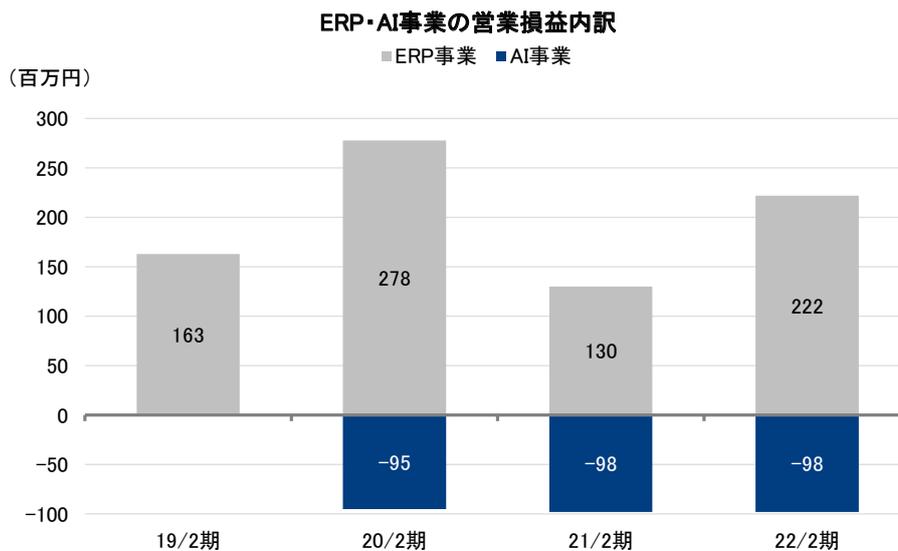
業績動向

(3) ERP・AI事業

ERP・AI事業の売上高は前期比5.6%増の2,886百万円、営業利益は同291.1%増の124百万円となった。このうち、ERP事業の売上高は同5.2%増の2,867百万円、営業利益は同70.0%増の222百万円となった。ERP市場はコロナ禍でも拡大基調が続いており、同社の売上高も製造業向けを中心に堅調に推移した。利益面では、前期に発生した不採算プロジェクトの納品を完了したことから増益となったが、大型プロジェクトに若手エンジニアを積極的に登用した結果、受注損失引当金の影響を除いたベースではやや収益性が低下している。



出所：決算短信よりフィスコ作成



注：19/12期はERP事業とAI事業の合算値

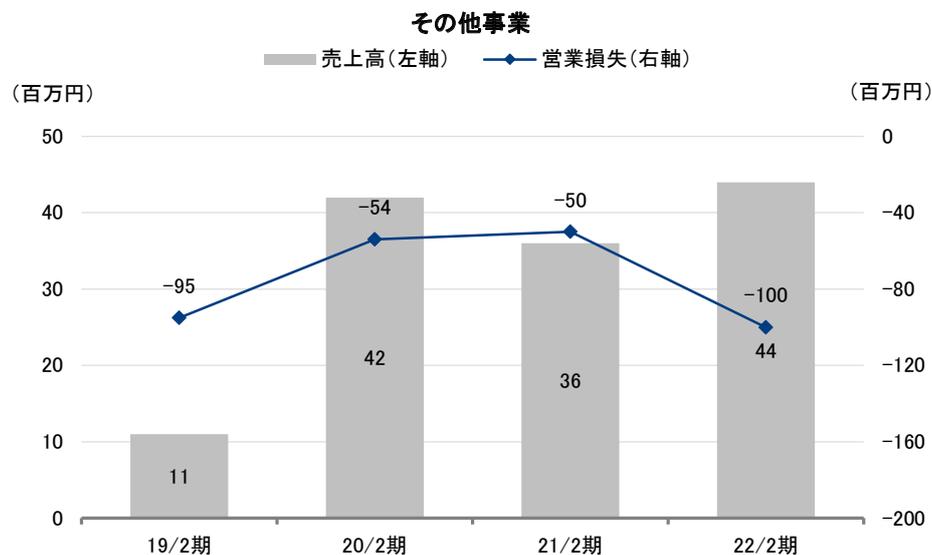
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

AI 事業については売上高で前期比 117.5% 増の 18 百万円、営業損失で 98 百万円（前期は 98 百万円の損失）となった。「AISI V -AD」は、工場の目視検査工程の自動化・省力化を目的に 2018 年に販売を開始した。多くの企業から引き合いを受け（対象検査物は、輸送機器用部品、ペットボトルのキャップ、電設資材、フィルム製品等）、PoC を繰り返しながらノウハウを蓄積して製品強化及びソリューション力の向上に取り組んでいる。売上高の増加は PoC 案件の受注増によるもので、当初計画に織り込んでいたフィルムメーカー向けの製造ライン導入案件については、検収時期が 2022 年 5 月にずれ込んだため売上計上には至らなかった。直近では PoC 案件が 10 件程度、同時並行で動いている状況にあり、このなかから製造ライン向け開発プロジェクトの受注を目指していくことになる。

(4) その他

その他の事業の売上高は前期比 21.1% 増の 44 百万円、営業損失は 100 百万円（前期は 50 百万円の損失）となった。プログラミングスキル判定サービス「TOPSIC」は、2021 年 2 月よりデータベース言語である SQL のスキル判定サービス「TOPSIC-SQL」を開始したことや継続的な機能改善に取り組んだことにより導入社数が着実に増加し、増収となった。一方、営業損失が 50 百万円拡大したのは、2021 年秋に販売を開始した「VOICE TICKETS」「IDEA GARDEN」の開発費用 50 百万円を計上したことが主な要因となっている。なお、「VOICE TICKETS」「IDEA GARDEN」の導入実績はいずれも数件程度となっている。



出所：決算短信よりフィスコ作成

無借金経営で財務内容は良好

3. 財務状況と経営指標

2022年2月期末の総資産は前期末比82百万円増加の3,580百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現金及び預金が157百万円、売掛金が250百万円それぞれ増加した一方で、仕掛品が159百万円減少した。固定資産では東京営業所の移転に伴って有形固定資産が11百万円増加した一方で、ソフトウェア(ソフトウェア仮勘定を含む)が104百万円、投資有価証券が37百万円、繰延税金資産が54百万円それぞれ減少した。

負債合計は前期末比200百万円減少の866百万円となった。前受金が75百万円増加した一方で、受注損失引当金が231百万円、未払法人税等が55百万円減少したことなどによる。また、純資産合計は同283百万円増加の2,714百万円となった。当期純利益391百万円の計上と配当金の支払88百万円により、利益剰余金が302百万円増加した。

経営指標を見ると、自己資本比率は前期末の69.5%から75.8%に上昇し、無借金経営を継続しているほか現金及び預金も過去最高水準に積み上がるなど、財務内容は良好と判断される。収益性についても、コロナ禍の影響で低下した2021年2月期と比較するとROE、売上高営業利益率ともに上昇に転じ、いずれも10%を超える水準まで回復した。生産性については、従業員1人当たり売上高及び経常利益は前期比で増加に転じているが、コロナ禍以前の水準と比較するとまだ低い。これは、「OBDZ」や「TOPSIC」「AISI V-AD」などの新規事業をここ数年で複数立ち上げており、先行投資が継続していることが一因と見られる。

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

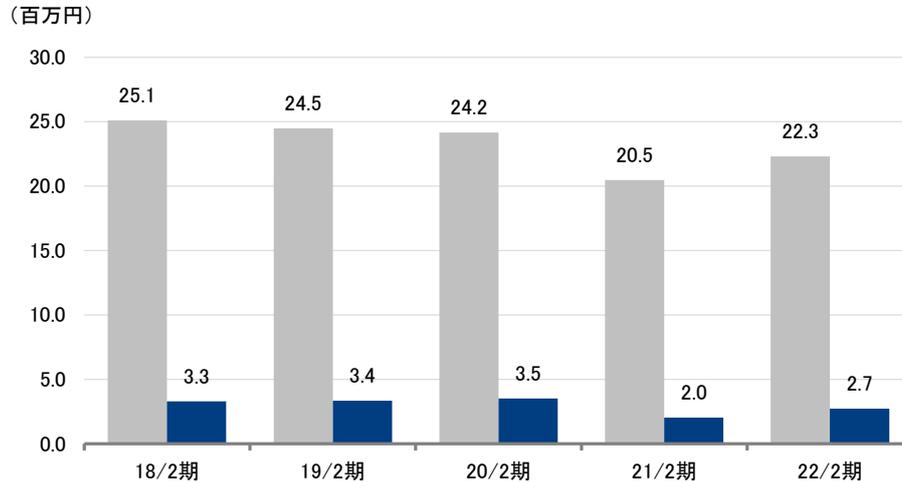
	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	増減額
流動資産	2,094	2,589	2,544	2,801	257
(現金及び預金)	1,319	1,296	1,473	1,631	157
(仕掛品)	49	134	329	169	-159
固定資産	672	698	953	778	-174
総資産	2,766	3,288	3,498	3,580	82
負債合計	734	1,024	1,066	866	-200
(受注損失引当金)	6	0	231	-	-231
(有利子負債)	-	-	-	-	-
純資産合計	2,031	2,264	2,431	2,714	283
(利益剰余金)	1,255	1,536	1,686	1,988	302
【経営指標】					
(安全性)					
流動比率	285.0%	255.7%	238.5%	325.5%	87.1pt
自己資本比率	73.4%	68.9%	69.5%	75.8%	6.2pt
(収益性)					
ROE	32.2%	21.3%	12.5%	16.6%	4.1pt
売上高営業利益率	13.4%	14.5%	9.8%	12.2%	2.4pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

従業員1人当たり売上高及び経常利益

■1人当たり売上高 ■1人当たり経常利益



注：従業員数は(前期末+当期末)÷2で算出
 出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年2月期はE-Commerce事業の落ち込みを その他の事業でカバーし、増収増益を確保する見通し

1. 2023年2月期の業績見通し

2023年2月期の業績は売上高で前期比3.8%増の5,000百万円、営業利益で同2.2%増の600百万円、経常利益で同2.4%増の603百万円、当期純利益で同8.9%増の426百万円と増収増益が続く見通しだ。ただ、上期は売上高で前年同期比14.7%減の2,100百万円、営業利益で同66.4%減の110百万円と一時的に落ち込む見込みとなっている。E-Commerce事業で前期に受注した大型開発案件が顧客事情により中断となったことや、ERP事業の開発案件の検収時期が下期に偏重することが要因となっている。

今後の見通し

2023年2月期業績見通し

(単位：百万円)

	22/2期		23/2期			
	通期実績	前期比	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	4,817	13.1%	2,100	-14.7%	5,000	3.8%
営業利益	587	40.9%	110	-66.4%	600	2.2%
経常利益	588	39.0%	112	-66.0%	603	2.4%
当期純利益	391	33.4%	78	-62.2%	426	8.9%
1株当たり当期純利益(円)	35.50		7.08		38.66	

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業環境としては E-Commerce 事業、ERP 事業ともに旺盛な需要が続いているものの、物価上昇による消費減速懸念やウクライナ問題や中国でのゼロコロナ政策に伴う景気悪化懸念が台頭するなかで、製造業を中心に IT 投資の需要が今後冷え込むリスクを考慮した堅実な計画を策定した。

なお、同社は開発体制の強化を目的に 2022 年 6 月にベトナムに子会社を新設することを発表している。本社採用で ERP 等の開発に従事しているベトナム人 10 名程度のなかから 3～4 名をベトナム子会社に派遣し、現地での採用も進めながら 1 年後に 10 名程度、3 年後に 50 名程度の開発体制を構築する計画となっている。ERP の開発需要は旺盛なもの、エンジニアの中途採用や協力企業の開拓が難しくなっており、開発リソース不足から受注を見送るケースが続いており、こうした課題を解消すべくベトナムに拠点を開設することにした。ベトナム子会社の稼働によって開発能力が増強されるほか、外注比率の低減※も期待できることになる。2023 年 2 月期の業績に与える影響は軽微と見られるが、2024 年 2 月期以降の ERP 事業の収益拡大に貢献する取り組みとして期待される。

※ 売上原価に占める外注費の比率はここ数年 5 割前後で推移してきた。

また、2022 年 4 月の新卒社員は 20 名と過去最多、4 月 1 日付の社員数は前年同期比 20 名増の 247 名(役員含む)となっている。2023 年春の新卒採用も 20 名程度を予定しているようで、エンジニアの中途採用が難しくなるなか、新卒社員の採用・育成を強化していく方針だ。なお、社員におけるエンジニア比率は 8 割弱となっている。

今後の見通し

2. 事業セグメント別見通し

事業セグメント別業績見通し

(単位：百万円)

	20/2 期 実績	21/2 期 実績	22/2 期 実績	23/2 期		前期比
				上期計画	通期計画	
売上高	4,554	4,258	4,817	2,100	5,000	3.8%
Object Browser 事業	767	657	677	360	770	13.7%
E-Cmmerce 事業	829	831	1,209	490	1,170	-3.2%
ERP・AI 事業	2,914	2,733	2,886	1,219	2,975	3.1%
その他	42	36	44	31	85	90.6%
営業損益	661	416	587	110	600	2.2%
Object Browser 事業	326	223	151	74	183	20.8%
E-Cmmerce 事業	205	212	412	94	275	-33.3%
ERP・AI 事業	183	31	124	-4	228	83.9%
その他	-54	-50	-100	-54	-86	-
営業利益率	14.5%	9.8%	12.2%	5.2%	12.0%	-0.2pt
Object Browser 事業	42.6%	34.0%	22.4%	20.6%	23.8%	1.4pt
E-Cmmerce 事業	24.8%	25.5%	34.1%	19.2%	23.5%	-10.6pt
ERP・AI 事業	6.3%	1.2%	4.3%	-	7.7%	3.4pt
その他	-	-	-	-	-	-

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) Object Browser 事業

Object Browser 事業は売上高で前期比 13.7% 増の 770 百万円、営業利益で同 20.8% 増の 183 百万円と増収増益を見込む。「Object Browser」シリーズについては前期比横ばい水準を想定し、増収分の大半は「OBPM Neo」の新規顧客獲得と解約件数の低減に取り組むことで達成する見通しとなっている。新規顧客の獲得件数としては 30 件を目標としている。

顧客獲得施策としては、IT 業界だけでなく製造業やエンジニアリング業界などに顧客ターゲットを拡げるほか、短期間で顧客が導入・活用できるシステムを導入することで営業の生産性向上を図る。製造業では新製品開発、エンジニアリング会社では設計・施工管理等で「OBPM Neo」の活用機会があると見られ、セミナーの開催等で新規リードを獲得していく方針だ。また、解約件数そのものは少ないが、顧客要望の強い機能の改善、強化を図ることで解約件数をさらに抑制する。

「OBDZ」については顧客からの要望が多かった追加機能の開発を行っており、2023 年 2 月期中のリリースを目指している。本格的な営業活動はこの後に行う予定としている。なお、今回の機能拡充により顧客数が拡大しなければ、撤退の可能性も経営判断として出てくるものと思われる。

(2) E-Commerce 事業

E-Commerce 事業は売上高で前期比 3.2% 減の 1,170 百万円、営業利益で同 33.3% 減の 275 百万円と減収減益に転じる見通し。前期に受注した 10 億円超の大型リプレイス案件の開発が顧客事情により中断することとなった影響が大きい。同案件は前期に上流工程（要件定義）からスタートして 2 億円強の売上を計上し、2023 年 2 月期以降は複数回に分けて納品する予定となっていた。顧客事情については明らかにされていないが、EC 事業の戦略変更などがあったものと推察される。今後プロジェクトが再開される可能性もあるが、2023 年 2 月期の売上計画には織り込んでいない。また、利益率が前期の 34.1% から 23.5% に低下する見込みだが、採算の良かった同案件の売上がなくなる影響が大きい。

新たな取り組みとしては、中堅規模以上の BtoB の EC 事業者の顧客開拓を進めていく。今までは BtoC の大規模 EC 事業者をターゲットにしていたが、BtoB の EC 市場もここ数年で急成長しており、カスタムニーズの強い顧客に対しては同社の開発力が活かせるものと判断した。他社ソリューションとの連携も図りながらプロモーション活動を展開していく予定になっている。BtoB 市場領域での開拓に成功すれば、売上成長ポテンシャルもさらに高まるものと期待される。

(3) ERP・AI 事業

ERP・AI 事業は売上高で前期比 3.1% 増の 2,975 百万円、営業利益で同 83.9% 増の 228 百万円となる見通し。このうち、ERP 事業は売上高で同 1.1% 増の 2,900 百万円、営業利益で同 17.9% 増の 262 百万円を見込む。需要は引き続き旺盛なものの、開発リソース不足のため売上高は微増にとどまる見通しだ。利益面では、生産性の向上が増益要因となる。なお、2022 年 4～5 月にスタートする案件が多く、売上検収時期が下期に集中することから、上期は減収減益を見込んでいる。

ERP 事業では、前期に業種特化型クラウド ERP サービス「GRANDIT SaaS」IT 企業モデルの提供開始を皮切りに、今後も製造業、工事・エンジニアリング業など対象業種モデルを順次リリースすることで、中小企業も含めて顧客ターゲットを拡大していく予定となっている。

一方、AI 事業については売上高で前期比 295.1% 増の 75 百万円、営業損失で 34 百万円（前期は 98 百万円の損失）を見込む。「AISI V-AD」の製造ライン向けシステムが 2022 年 5 月に初めて導入されたことで上期の売上高が 39 百万円となり、下期も 1 件の導入を計画している。また、10 件程度の PoC 案件が同時並行で進んでおり、これらも増収要因となる。

実用化第 1 号案件はフィルムメーカーの製造ライン向けとなり、高速ライン上でのフィルムの傷や汚れ等をカメラと AI、エッジコンピュータなどを使って高精度に自動検査するシステムとなる。同システムの導入により検査工程の大幅な省力化が見込まれている。同社は、同案件を成功事例としてフィルム業界での横展開を進めていくほか、その他の製造業界向けにも導入提案を進めていく方針となっている。ただ、AI による異常検知システムは顧客によって要求する精度が異なるほか、導入効果も当初の期待値に達していないことから、今後製造ラインへの導入が順調に拡大していくかどうかは不透明な状況と言える。このため、収益化の時期についても 3 年後の 2025 年 2 月期と、従来から 1 年先送りしている。

(4) その他

その他事業の売上高は前期比 90.6% 増の 85 百万円、営業損失は 86 百万円（前期は 100 百万円の損失）となる見通し。売上高の内訳は「TOPSIC」で約 60 百万円、「VOICE TICKETS」「IDEA GARDEN」で各 10 百万円程度となる。また、開発費は前期並みの 50 百万円の計画だ。

「TOPSIC」については、引き続き企業のエンジニア採用及び教育研修用ツールとして拡販に取り組んでいく。また、「VOICE TICKETS」については、SaaS 事業者を対象にアウトバウンドセールスを展開していく。「VOICE TICKETS」の導入によってサービス品質の向上による解約率低減の効果が確認されれば、導入する事業者も増えていくものと予想される。一方、「IDEA GARDEN」についてはターゲット顧客が幅広いため、セミナー開催や会社ホームページのコンテンツを拡充して、見込み顧客を獲得していく方針だ。

景気見通しが不透明になりつつあることから、 中期業績目標を堅実な計画に修正

3. 中期経営計画

同社は、2022年2月期より中期経営計画「SDGs Mind 2021」をスタートしている。計画名に SDGs を取り入れた理由は、同社の2つの経営理念と SDGs の考え方が合致するためだ。1つは、コーポレート・スローガンとして「時間を奪うのではなく、時間を与えるソフトウェアを創り続ける」ことを掲げている点にあり、もう1つは、同社が存在する意味として、「存続することではなく、社会に価値を提供し続けること」を掲げている点にある。

業績目標値については、既述のとおり世界情勢の不安定化が国内経済に影響を及ぼしてきており、ERP 事業の主要顧客である製造業の IT 投資が一時的に冷え込む可能性があることや、国内消費減速による E-Commerce 事業への影響が懸念されることから、2023年2月期以降の業績目標を堅実な計画に修正した。具体的には、最終年度となる 2024年2月期の売上高を 6,200 百万円から 5,700 百万円に、経常利益を 966 百万円から 803 百万円に引き下げた。ただ、前期比伸び率では 2024年2月期に 2ケタ増収増益と再加速する見通しとなっている。

中期経営計画の業績目標

(単位：百万円)

	21/2 期	22/2 期		23/2 期		24/2 期		年平均 成長率
	実績	目標	実績	当初目標	修正計画	当初目標	修正計画	
売上高	4,258	4,850	4,817	5,500	5,000	6,200	5,700	110.2%
経常利益	423	636	588	776	603	966	803	123.8%
売上高経常 利益率	10.0%	13.1%	12.2%	14.1%	12.1%	15.6%	14.1%	

注：当初目標は 2021年4月公表、修正計画は 2022年4月公表の値。

年平均成長率は 21/2 期から 24/2 期の 3ヶ年平均成長率

出所：会社リリースよりフィスコ作成

今後の見通し

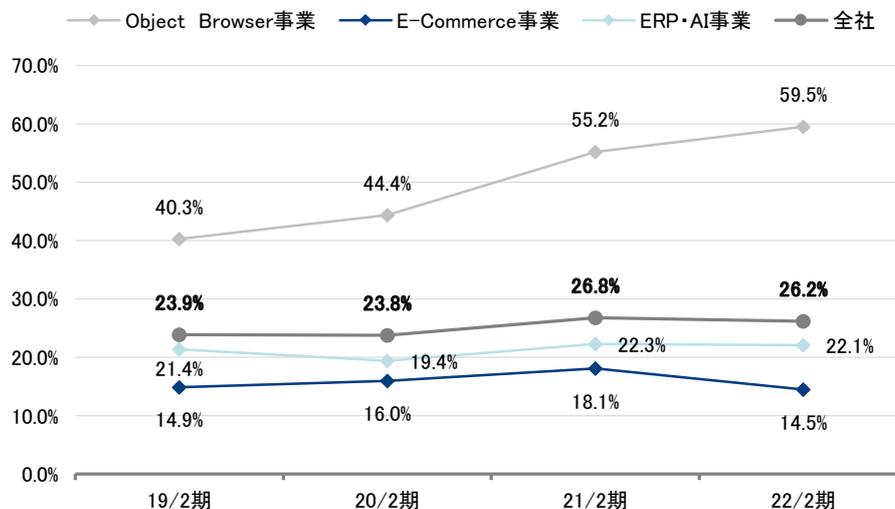
事業セグメント別では、2023年2月期に一旦落ち込むE-Commerce事業も含めて2024年2月期はすべての事業セグメントで増収増益を見込んでいる。売上高経常利益率も、「OBPM Neo」のクラウドシフトの影響が一巡するObject Browser事業を中心に上昇が見込まれる。経営数値目標を達成するためには、開発リソースの増強が進むことと、不採算案件の撲滅がカギを握ると弊社では見ており、これらの課題がクリアできれば目標を達成することは可能と見ている。

経営数値目標を達成していくための重点施策として、同社は以下の5点に取り組んでいる。

(1) 既存事業

既存事業においては、ブランド力の向上による顧客数の拡大や、事業内の新事業化に取り組むことで、年率2ケタの売上成長を目指す。事業内の新事業化の一例としては、ERP事業における「GRANDIT」と他社製品である生産スケジューラ「Asprova（アスプローバ）」を組み合わせることでソリューション提案力を強化し、受注拡大につなげている。半導体不足やコロナ禍の影響でサプライチェーンリスクが増大するなか、最適な生産計画を立てることの重要性が今まで以上に高まっており、「Asprova」を組み合わせた「GRANDIT」の受注拡大が期待される。

また、安定した収益基盤を構築するため、SaaS型等のストック売上比率を引き上げていく。2022年2月期のストック売上比率は26.2%と前期実績の26.8%からやや低下したが、これはフロー売上比率の高いE-Commerce事業の売上が大きく伸長したことが主因となっている。事業セグメント別で見ると、Object Browser事業は「OBPM Neo」の伸長により前期の55.2%から59.5%に上昇した。一方で、E-Commerce事業は前期の18.1%から14.5%に、ERP・AI事業は前期の22.3%から22.1%にそれぞれ低下している。これらはいずれも新規導入案件の増加が低下要因となっている。今後投入する新製品は、業種特化型クラウドERPサービスを含めサブスクリプションモデルで提供していく方針であることから、ストック売上比率は中期的に上昇していくものと予想される。

ストック型ビジネスの比率


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

(2) 海外展開

海外展開については、既述のとおり 2022 年 6 月にベトナムに開発子会社を設立する予定で、開発体制の強化を図る。ベトナムではエンジニアの人件費も安いと、コスト競争力の向上にも寄与するものと期待される。ただ、ベトナムには現地企業だけでなく外資系 IT 企業も多く進出しており、採用が予定通り進むかどうかがかぎを握る。一方、海外市場向けの販売戦略については、ベトナム子会社を軌道に乗せてからスタートする考えで、「OBPM Neo」などの製品・サービスを展開していくことを視野に入れている。

(3) 新規事業

AI 事業の「AISI V -AD」については、2023 年 2 月期より生産ラインでの実用化が開始されており、今後は PoC を積み重ねながら導入件数の積み上げを図っていく。一方、「TOPSIC」や「VOICE TICKETS」「IDEA GARDEN」については、継続的な機能強化や会社ホームページのコンテンツを拡充しながら見込み顧客を獲得し、契約件数を拡大していく戦略となっている。

なお、「OBDZ」を含めて 5 つの新規事業はまだ収益化前の段階であるが、これらを同時に育成していくには経営リソースの面から課題であるとの認識を持っており、各事業の動向を精査しながら収益化の見込みがないと判断した事業については撤退を決断する可能性もある。

(4) 社員のスキル向上

ここ数年、案件の大規模化、複雑化が進む ERP 事業や E-Commerce 事業では、受注処理能力の拡大や収益性向上を図るために、エンジニアのスキル向上が重要課題となっている。このため新卒社員も含めてエンジニアの研修・教育に注力していくと同時に、プロジェクトマネージャーの育成にも取り組んでいく方針だ。

(5) アジア TOP の合理化企業

エンジニアの生産性向上に貢献する様々なツールを開発・提供し、また、社内でも全社横断的な業務改革ワーキンググループを組織して生産性の向上に取り組んでいる。長期的にはアジア TOP の「働きたい会社」になることを目指している。

■ 株主還元策と SDGs への取り組み

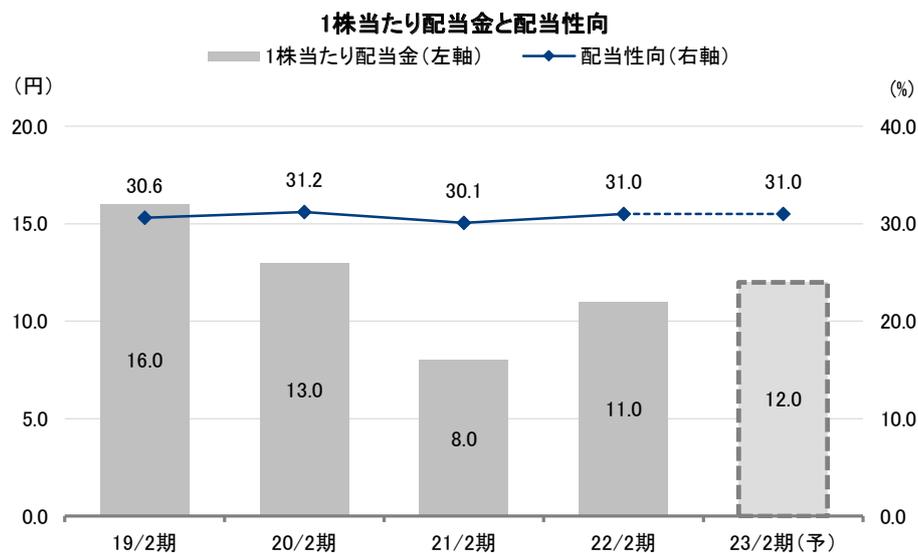
配当は業績連動型で配当性向 30% を基準、 株主優待でコシヒカリを贈呈

1. 株主還元策

同社は企業価値の向上を図るため、株主還元にも積極的に取り組んでいる。配当方針は業績連動型とし、配当性向 30% を基準としている。2022 年 2 月期の 1 株当たり配当金は前期比 3.0 円増配の 11.0 円（配当性向 31.0%）となり、2023 年 2 月期も同 1.0 円増配の 12.0 円（同 31.0%）を予定している。配当性向が 30% を下回る状況となれば、さらなる増配が期待できることになる。

そのほか、2022 年 4 月 25 日から自己株式の取得を実施し、5 月 11 日までに取得株式数 10 万株、取得総額約 47 百万円の株式を取得した。

また、同社は株式を中長期的に保有する安定株主づくりを目的として、株主優待制度も導入している。対象条件は毎年 2 月末及び 8 月末の株主名簿に同一株主番号で記載があり、200 株以上を保有する株主となる。優待品は減農薬・減化学肥料で栽培された新潟産の新米コシヒカリであり、200 株以上 1,000 株未満で 1kg、1,000 株以上 4,000 株未満で 2kg、4,000 株以上 16,000 株未満で 5kg、16,000 株以上で 10kg を毎年秋の収穫後に発送している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

SDGsに積極的に取り組む企業として評価

2. SDGsへの取り組み

同社はSDGsへの取り組みを推進すべく、2022年2月期より新たにSDGsワーキンググループを発足し、同社で貢献できることを社員から意見を集めて整理・体系化している。ERP事業やObject Browser事業などで提供する製品・サービスにより、業務効率の向上と働きやすい環境づくりを実践しているほか、「TOPSIC」サービスの提供により、国内外の技術者のスキル向上に貢献している。また、社員の働く環境の改善に向けて、女性が働きやすい制度の構築や障がい者雇用及び外国人雇用など、ダイバーシティの推進に積極的に取り組んでいる。そのほか、育児・介護が必要な社員を対象とした在宅勤務制度を2007年より導入しており、男性社員の育児休業取得や育児在宅勤務なども推奨している。育児休業取得社員の復職率も93%と高い。そのほか2022年2月期における有給休暇取得率は78.0%（前期実績65.2%）、法定外平均残業時間は6.3時間/月（同7.1時間/月）と改善している。社員定着率は91.6%（同93.1%）と若干低下したものの業界平均と比較すれば高い水準を維持しており、働きやすい職場環境に取り組んでいることが窺われる。

直近の取り組みとしては、2021年8月よりSDGs達成を目的としたEC事業者に対して、同社の「SI Web Shopping」ライセンスを特別価格で提供するSDGs支援プログラムを開始したほか、同年9月より埼玉県内の子ども食堂を支援する取り組みとして、11ヶ所の子ども食堂のホームページを無料で作成している（2022年5月現在）。

これらの取り組みが評価され、埼玉県より2012年に「多様な働き方実践企業」のゴールド認定を取得したほか、2021年には「埼玉県SDGsパートナー」に登録された。また、厚生労働省からは、2017年に「仕事と介護を両立する企業（トモニン）」、2019年に「子育てサポート企業（プラチナくるみん）」の認定を取得している。そのほか、テレワークに積極的に取り組む企業として、2017年に総務省の「テレワーク先駆者百選」にも選定されている。テレワーク活用率は100%となっており、コロナ禍においても生産性については影響を受けていない。同社のこうした取り組みは学生等からも評価されているようで、人手不足が深刻化するIT業界のなかでは比較的順調に優秀な人材の採用ができています。

システムインテグレータ | 2022年6月7日(火)
 3826 東証スタンダード市場 | <https://www.sint.co.jp/ir/index.html>

株主還元策とSDGsへの取り組み

SDGsへの取り組み

グローバル目標	同社製品が社会にもたらす価値	同社の取り組み
	ERPやOBPM Neo、開発支援ツール等の製品で労働時間を短くし、長時間残業を無くして健康的な生活を過ごせる社会に貢献。	働きやすい環境づくりを実践し、法定外残業時間6.3時間/月、年次有給休暇取得率78.0%、社員定着率91.6%を実現。
	TOPSICサービスにより、国内外の技術者スキル向上に貢献。	教育方針にもとづいた質の高い教育制度を充実させている。
	ERPやOBPM Neoなどの製品で労働時間を短くし、長時間残業を無くしてエネルギー消費削減に貢献。	育児支援制度を充実させ育児休業取得率100%、復職率93%を実現。育児・介護支援企業として「プラチナくるみん」「トモニ」企業にも認定。さらに女性の活躍が評価され「荻野吟子賞」も取得。
	AIによる異常検知システムにより、非人間的な目視検査作業から人々を解放する。	労働時間短縮を実現し、夜間や休日のエネルギー消費を削減。
	AIにより、これまで人手で行っていた作業を人工知能に代替し、DXに貢献。	「長く快適に働ける上場企業ランキング」の上位に入っており、働き甲斐と経済成長を両立。また、2017年に「テレワーク先駆者百選」に選ばれるなど、早い段階からテレワークを推進。
		イノベーティブな自社製品を自社でも利用しており、日本でトップクラスの合理化を実践するモデルカンパニーとなっている。
		多様性(ダイバーシティ)を重視し、女性はもとより、障がい者や外国人を積極的に採用。

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp