

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## エイジア

2352 東証 2 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 6 月 29 日 (木)

執筆：客員アナリスト

**佐藤 譲**

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2017年3月期は過去最高業績を更新	01
2. 2018年3月期もクラウドサービスの成長により増収増益が続く	01
3. 中期経営計画を発表	01
■ 事業概要	02
■ 業績動向	05
1. 2017年3月期の業績概要	05
2. 事業セグメント別動向	06
3. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
1. 市場環境について	10
2. 2018年3月期の業績見通し	11
3. 「WEBCAS AR」の見通しについて	12
■ 中期経営計画	13
■ 株主還元策	16

## ■ 要約

### EC 市場の拡大を追い風に、業績は 2 ケタ成長が続く見通し

エイジア <2352> は、企業向けに電子メール配信システム等の販売促進・マーケティングソリューションサービスを展開している。売上高の過半はクラウドサービスを中心としたストック型ビジネスとなっており、高収益性と安定性を兼ね備えているほか、無借金経営で好財務体質であることが特徴となっている。2016 年 8 月に東証マザーズ市場から第 2 部市場に市場変更となっている。

#### 1. 2017 年 3 月期は過去最高業績を更新

5 月 10 日付で発表された 2017 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 16.1% 増の 1,330 百万円、営業利益で同 20.0% 増の 287 百万円となり、過去最高業績を更新した。電子メール配信システムを中心にクラウドサービスが前期比 16.8% 増収と好調に推移したことに加えて、ライセンス販売も大型案件の獲得で増加したことが要因だ。ただ、新製品の「WEBCAS Auto Relations (以下、WEBCAS AR)」については、計画を下回った。現在、簡易機能版の Ver.2 の販売を行っているが、Ver.1 について想定以上に導入工程数が多くなることが判明し、現在製品改良を進めており 2018 年 3 月期中に Ver.3 としてリリースする予定となっている。また、AI 機能を実装した Ver.4 については 2019 年 3 月期のリリースを目指して開発を進めている。

#### 2. 2018 年 3 月期もクラウドサービスの成長により増収増益が続く

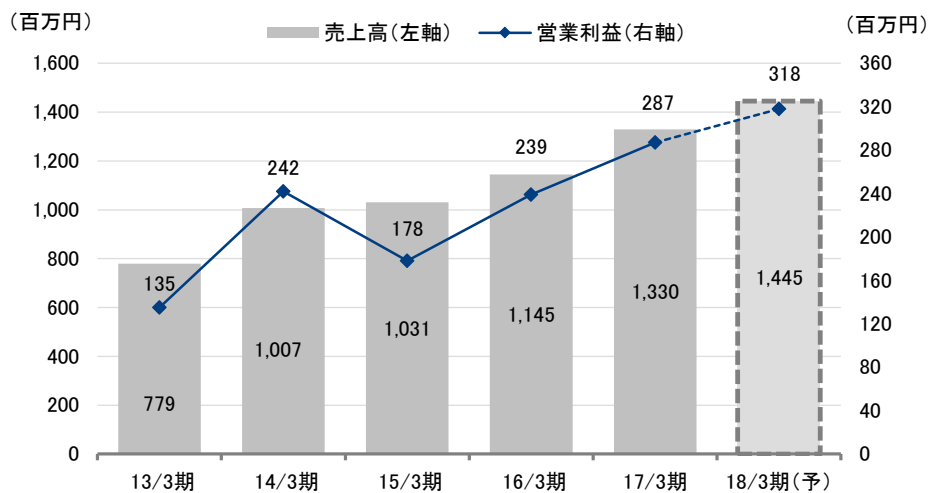
2018 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 8.6% 増の 1,445 百万円、営業利益で同 10.8% 増の 318 百万円と増収増益が続く見通し。今期はライセンス販売が一服するため、増収率は若干鈍化するが、EC 市場の拡大を背景に電子メール配信システム等の販促・マーケティングツールに対する引き合いは依然旺盛で、クラウドサービスを中心に順調な成長が見込まれる。なお、2018 年 3 月期は 5 本の新製品をリリースする予定だが、このうち 4 本はメール配信システム等の既存製品のバージョンアップとなり、残り 1 つは更なる大きな市場をターゲットにしたマーケティング関連の新製品を予定している。

#### 3. 中期経営計画を発表

同社が発表した 3 ケ年の中期経営計画では、最終年度となる 2020 年 3 月期に売上高で 1,870 百万円、営業利益で 502 百万円を目標とし、売上高、利益ともに 2 ケタ成長が続く見通し。売上高営業利益率は、クラウドサービスの構成比が高まることで 2017 年 3 月期実績の 21.6% から 26.8% まで上昇し、長期的には 30% を目標としている。既存製品の機能向上や AI 技術を活用した新製品の開発、コンサルティング力の強化を進めることで、クラウドサービスの売上拡大を進めていく。株主還元としては、配当性向 30% 前後を目安に収益拡大とともに配当成長も進めていきたい考えだ。2018 年 3 月期の 1 株当たり配当金は、前期比実質 3.0 円増配の 15.5 円（配当性向 30.4%）と 9 期連続の増配を予定している。

**Key Points**

- ・電子メール配信システムの大手で、配信性能は業界トップクラス
- ・2018年3月期もクラウドサービスを中心に増収増益見通し
- ・AI技術の活用により、今後も年率2ケタ成長を目指す

**業績推移**


出所：決算短信よりフィスコ作成

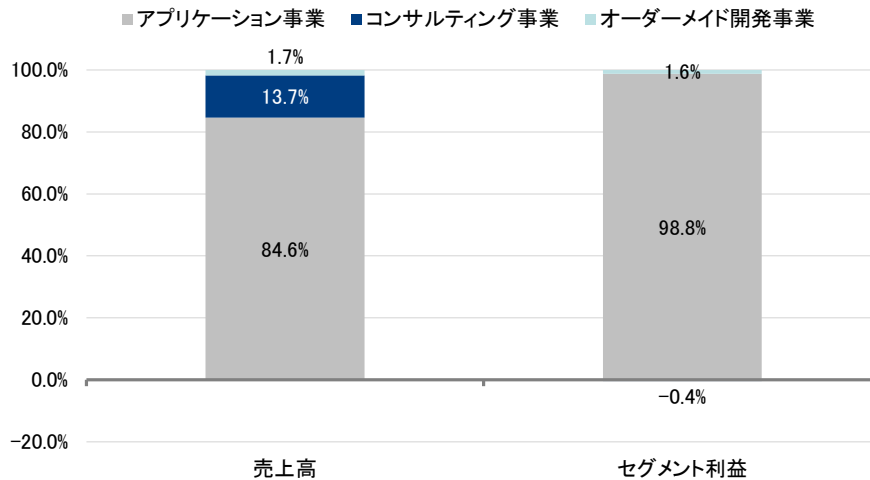
## ■ 事業概要

### 電子メール配信システムの大手で、配信性能は業界トップクラス

同社は1995年創業のソフトウェア開発会社で、2001年に発売を開始した電子メール配信システム「WEBCAS e-mail」が同社の成長の原動力となっている。現在の事業セグメントは、企業が販促・マーケティング活動に利用する電子メール配信システムを中心としたアプリケーション事業と、主に子会社の(株)FUCAで展開するコンサルティング事業(Web制作、メルマガ代行サービス、マーケティングコンサルティング等)、同社が外部企業向けに行っているオーダーメイド開発事業(受託開発・保守サービス)の3つに分けられる。2017年3月期のセグメント別構成比で見ると、アプリケーション事業が売上高の84.6%、セグメント利益の98.8%を占め主力事業となっている。

## 事業概要

## 事業セグメント別構成比(2017年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

アプリケーション事業では、電子メール配信システムのほか、アンケートシステム、顧客管理システム、LINEメッセージ配信システム等の「WEBCAS」シリーズの開発・販売及びクラウドサービスでの提供を行っている。電子メール配信システムの処理能力は、パッケージ導入版で毎時300万通以上、クラウド版SaaS型で毎時240万通以上と、業界でもトップクラスとなっている。顧客層は大企業から中小企業まで幅広い業種で採用されており、導入実績としては大企業を中心に3,000社を超えている。特に、販促ツールとして電子メール配信システムに高い性能が要求される通信販売業界では、売上高上位5社すべてが同社のシステムを導入するなど、システムの性能、信頼性では業界でも抜きん出た存在となっている。

## WEBCASシリーズの主要製品

製品名	概要
WEBCAS e-mail (メール配信システム)	業界最高水準の配信能力(毎時300万通以上)を持ち、マルチデバイス、マルチOSに対応しており、既存データベースとの接続も容易であるなど、大規模な運用に柔軟に対応が可能
WEBCAS formulator (web アンケートシステム)	PC・携帯・スマホなどマルチデバイスに対応したWeb アンケートシステムの作成・管理システム
WEBCAS mailcenter (メール共有管理システム)	顧客から届くメールやWeb 登録フォームからの問い合わせを、複数人で共有・管理することで、二重対応や対応漏れを防ぐなど、適切なメール対応を実現するグループウェア
WEBCAS CRM (顧客管理システム)	データベースや登録フォーム作成、顧客情報管理が行える顧客管理システムのほか、メール配信システムやアンケートシステムなども利用できるマーケティングコミュニケーションプラットフォーム
WEBCAS taLk (LINE メッセージ配信システム)	LINE ビジネスコネクートを活用したセグメント抽出型メッセージ配信システム
WEBCAS DM (ダイレクトメール印刷・郵送サービス)	DM ハガキやビジネスレター印刷から郵送まで、インターネット上で発注できるサービス
WEBCAS Auto Relations	EC 売上アップに直結する「鉄板メール施策」を実行できるマーケティングオートメーションプラットフォーム。顧客行動データを活用し、個別最適化したメッセージを自動配信する。

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

## 事業概要

「WEBCAS」シリーズとしては現在、基幹商品となる「WEBCAS e-mail」を中心に、アンケートシステムや顧客管理システム、LINE メッセージ配信システムなど複数のサービスを提供している。販売形態としては、クラウドサービス契約とパッケージ導入版（ライセンス販売）とがある。また、クラウドサービスには標準機能のみのサービスを提供する ASP 型※<sup>1</sup> と、顧客ニーズに合わせて機能拡張が可能な SaaS 型※<sup>2</sup> の 2 つのタイプを提供している。ASP 型は比較的規模が小さく、導入費用を低く抑えたいライトユーザー向け、SaaS 型は規模の大きいヘビーユーザー向け（配信リスト数が数万件以上）のサービスとなる。また、パッケージ導入版は、自社でサーバーなどの設備を保有し、セキュリティ対策を含めて管理・運用を行う顧客向けのサービスとなる。

※<sup>1</sup> ASP 型：Application service provider の略。アプリケーションソフトの機能をネットワーク経由で顧客にサービスとして提供する事業者を指す。利用者はインターネットを経由し、遠隔地から ASP のサーバーにアクセスすることで、そのサーバー内に格納されたアプリケーションソフトの機能をサービスの形で利用する。

※<sup>2</sup> SaaS 型：Software as a Service の略。必要な機能を必要な分だけサービスとして利用できるようにしたアプリケーションソフト、もしくはその提供形態のこと。利用者はインターネット経由し、遠隔地から SaaS のサーバーにアクセスし、必要な機能を利用する。

## WEBCAS e-mail の提供形式・価格

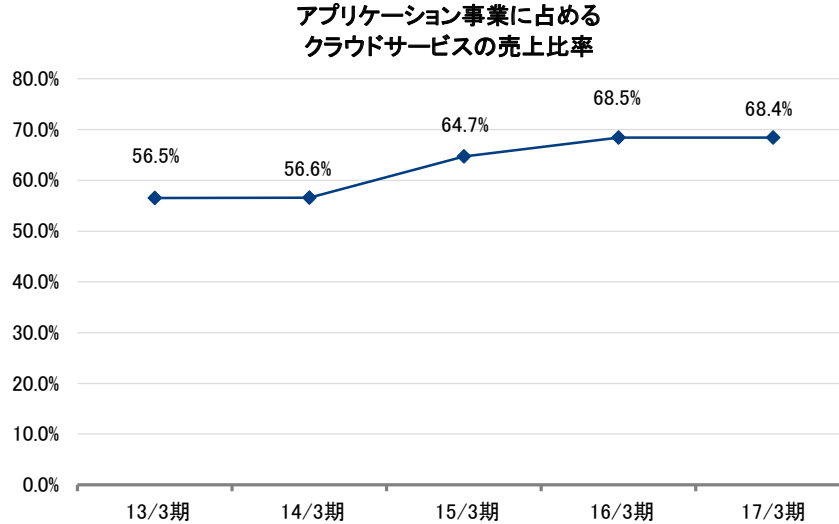
クラウドサービス（月額課金）		パッケージ導入版
ASP 型	SaaS 型	導入型
WEBCAS e-mail の機能を、クラウドサービスとして月額 1 万円～という低コストで、手間なくスピーディに利用できるサービス。	WEBCAS の全機能を、クラウドサービスとして利用できる。配信件数が数万件以上と大規模な場合や、カスタマイズ、外部データベース、システムとの連携が必要な場合に適している。	「個人情報は自社管理したい」企業には、自社環境にシステム導入できる導入版が適している。サーバや DB などの環境を選ばないので、新規に DB を構築する必要がなく、初期投資の大幅削減が可能。
費用	費用	費用
初期費用 3 万円～	初期費用 50 万円～	ライセンス費用 400 万円～
月額費用 1 万円～	月額費用 10 万円～	保守費用 別途
・ 2 営業日で利用スタート可能	・ クラウド環境ながら必要な機能をカスタマイズして拡張可能	・ 自社の既存システムとフレキシブルに連携可能
・ 最短 1 ヶ月から契約可能	・ VPN 等で自社のデータベースとも接続可能	・ 自社のセキュリティポリシーに対応可能

出所：会社資料よりフィスコ作成

ここ数年は初期コストを抑えることができ、手軽に導入できるクラウドサービスに対する需要が旺盛で、アプリケーション事業に占めるクラウドサービスの売上比率は、2017 年 3 月期で 68.4% まで上昇している（2012 年 3 月期は 45.6%）。収益性に関して見れば、クラウドサービスの売上総利益率は 80% 強とパッケージ導入版の 70% 台と比較して高くなっている。パッケージ導入版は大型のカスタム案件が中心のため開発コストがかかることが要因となっている。クラウドサービスの売上比率が上昇することで、月々の継続的な安定収入が見込めるだけでなく、全体の収益性向上にも寄与していると言える。なお、パッケージ導入版に関しては、セキュリティ面を重視する金融業界などを中心に一定の需要が今後も継続して残るものと思われる。

なお、業界シェアではパッケージ導入版で約 28% とトップだが、クラウドサービス版に関しては参入企業も多く、シェアは約 5% と業界第 7 位となっている。クラウド版の大手はエクスペリアンジャパン（株）やパイブド HD<3919>、シナジーマーケティング（株）等となっている。

## 事業概要



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

## 業績動向

### クラウドサービスが伸長し、過去最高業績を更新

#### 1. 2017年3月期の業績概要

2017年3月期の連結業績は、売上高が前期比16.1%増の1,330百万円、営業利益が同20.0%増の287百万円、経常利益が同20.2%増の291百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同9.8%増の176百万円と増収増益となり、売上高は8期連続増収、営業利益、経常利益当期純利益は2期連続の増益となり、過去最高業績を更新した。会社計画比で見ると、ライセンス販売が想定を上回ったことにより売上高、営業利益、経常利益ともに計画を上回ったが、ソフトウェアを中心とした減損損失29百万円を特別損失として計上したことで、当期純利益のみ計画を若干下回った。

## 業績動向

## 2017年3月期連結業績

(単位：百万円)

	16/3期		会社計画	17/3期		前期比	計画比
	実績	対売上比		実績	対売上比		
売上高	1,145	-	1,265	1,330	-	16.1%	5.1%
売上原価	397	34.7%	-	481	36.2%	21.3%	-
販管費	509	44.5%	-	561	42.2%	10.3%	-
営業利益	239	20.9%	265	287	21.6%	20.0%	8.3%
経常利益	242	21.2%	270	291	21.9%	20.2%	7.8%
特別損益	-2	-0.2%	-	-33	-2.5%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	161	14.1%	180	176	13.3%	9.8%	-1.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

前期比での増収増益要因を見ると、売上高では「WEBCAS」シリーズを中心に主力のアプリケーション事業が前期比16.8%増と好調に推移したほか、コンサルティング事業も子会社のFUCAでWeb制作の大型案件を獲得し、同22.9%増となったことが増収要因となった。利益面では、人件費の増加や運営サーバーの増強投資等による費用増を、増収効果や仕入外注費の低減等により吸収して増益となり、売上高営業利益率は前期比0.7ポイント上昇の21.6%となった。

## 主力の「WEBCAS e-mail」を中心に好調続く

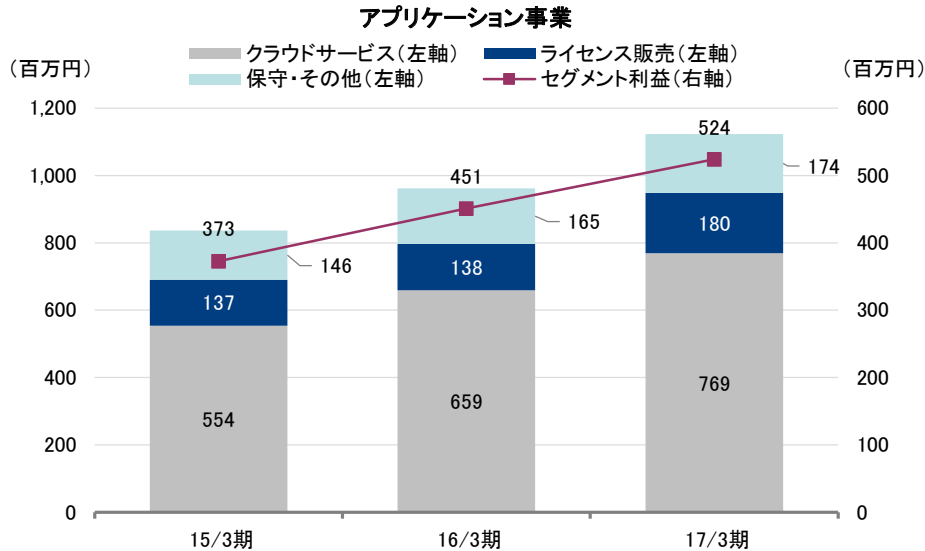
### 2. 事業セグメント別動向

#### (1) アプリケーション事業

アプリケーション事業の売上高は前期比16.8%増の1,125百万円、セグメント利益は同16.0%増の524百万円となった。EC市場の拡大を背景に、インターネットを活用した販促・マーケティング活動の重要性が増すなかで、主力の「WEBCAS e-mail」を中心に需要が拡大した。売上高の内訳を見ると、クラウドサービスが前期比16.8%増の769百万円と順調に拡大したほか、ライセンス販売も同30.4%増の180百万円と増加した。下期に大型案件の受注を獲得したことが増収要因となった。また、ライセンス保守・その他は同5.5%増の174百万円と堅調な推移となった。セグメント利益率が前期の46.9%から46.6%と若干低下したが、これはライセンス販売の売上構成比が上昇したことやクラウド版でも開発工数がかかるSaaS型の受注が増加したことが要因となっている。



## 業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、2017年3月期は10本の新製品をリリースする目標を立てていたが、結果的には「WEBCAS AR Ver.1」(2016年6月)「WEBCAS Sense Analyzer」(同年6月)「WEBCAS e-mail API 拡張版」(2017年1月)、「WEBCAS AR Ver.2 (簡易版)」(同年3月)の4本のリリースにとどまった。大型のカスタム案件が集中し、開発エンジニアの多くがその対応に振り向けられたことが要因となっている。なお、期待の新製品「WEBCAS AR Ver.1」については、引き合いは多かったものの、当初の販売計画には至っていない。当初はシステム導入が簡単に進むというコンセプトで開発したが、想定以上に導入にかかる工程数が多くなることが判明し、受注活動を控えめに製品改良する方針に転換したためだ。このため同製品に関わるソフトウェア資産についても減損処理を実施した。現在は、簡易版となるVer.2の受注活動を行っているほか、Ver.1の改良版となるVer.3を2018年3月にリリースすべく、開発を進めている段階にある。

新製品として順調だったのは「WEBCAS e-mail API 拡張版」で、1月のリリース以降、既存のAPIユーザーからの切り替えがあるほか、新規顧客の獲得も数件獲得している。新規顧客の中では自社で導入しているCRMシステムの中でe-mail配信システムの性能を上げたいというニーズが強く、同機能だけを同社製に切り替えるケースが多い。2017年1月発売のため業績寄与は2018年3月期になる。

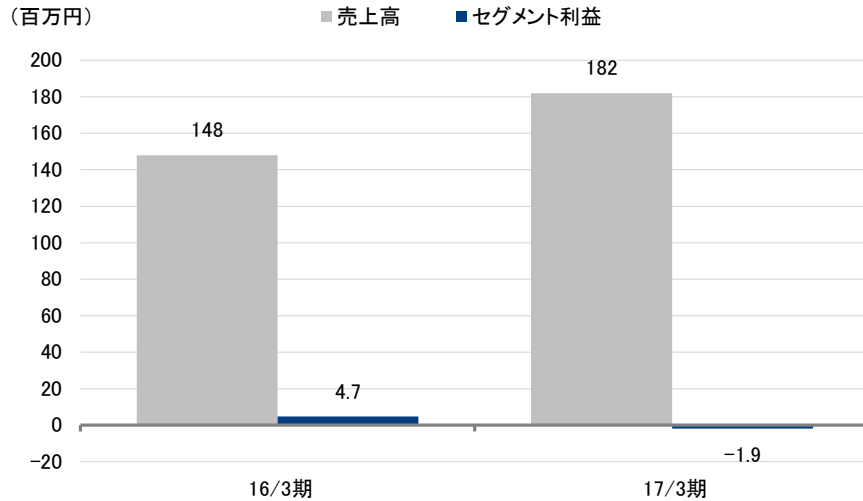
## (2) コンサルティング事業

主に子会社のFUCAが担うコンサルティング事業の売上高は前期比22.9%増の182百万円、セグメント損失は1.9百万円(前期は4.7百万円の利益)となった。のれん費用2.5百万円が控除されているため損失となっているが、実質的には若干ながら黒字を維持している。

売上高の増収要因は、FUCAにて大型Web制作案件を受注したことでデザイン業務の売上高が前期比35百万円増加したことが寄与した。コンサルティング業務については前期比1百万円減となった。利益面では、コンサルティング業務を含めた営業体制の強化による人件費増が減益要因となった。

## 業績動向

## コンサルティング事業

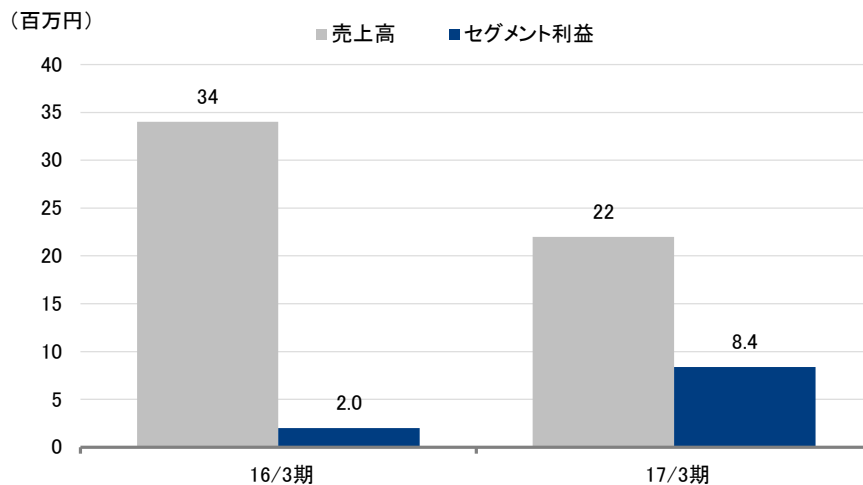


出所：決算短信よりフィスコ作成

## (3) オーダーメイド開発事業

オーダーメイド開発事業の売上高は前期比 33.3% 減の 22 百万円と減少したものの、セグメント利益は同 306.3% 増の 8 百万円と増益となった。売上高については社内の開発リソースを自社製品の開発に充てるため、新規受注を積極的に行わなかったことで減収となったが、従来の利益率の高い案件を継続して行ったことが増益要因となっている。

## オーダーメイド開発事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 財務状況は良好で、収益性も高水準を安定してキープ

### 3. 財務状況と経営指標

2017年3月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比99百万円増加の1,505百万円となった。主な増減要因としては、流動資産では現金及び預金が51百万円減少した一方で、受取手形及び売掛金が54百万円増加した。また、固定資産では有形固定資産が32百万円、無形固定資産が48百万円増加し、投資その他の資産が16百万円それぞれ増加した。

一方、負債は前期末比48百万円増加の299百万円となった。流動負債で前受収益が18百万円、賞与引当金が6百万円増加したほか、固定負債では長期前受収益が8百万円増加し、新たに株式給付引当金が9百万円発生した。純資産は、前期末比51百万円増加の1,206百万円となった。自己株式の取得197百万円、剰余金の配当で36百万円の減少要因となったが、親会社株主に帰属する当期純利益176百万円を計上したほか、自己株式の処分119百万円を実施したことによる。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は79.7%と前期末比で1.6ポイント低下したが、80%前後の高水準を継続しており、有利子負債もないことから財務の健全性は高いと判断される。また、収益性についてはROEで15.1%、営業利益率で21.6%といずれも2ケタ台で高水準を維持している。同社の収益の大半がストック型の収益で占められていることが、安定して高い収益性を維持している要因と考えられる。なお、同社は発行済株式総数の10.5%を自己株式として保有しているが、同株式については今後M&Aを実施する際などに活用していくことを考えている。

#### 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期	増減額
流動資産	914	1,020	1,134	1,136	2
(現金及び預金)	742	839	830	778	-51
固定資産	138	148	271	368	97
総資産	1,052	1,169	1,405	1,505	99
流動負債	167	197	238	269	30
固定負債	13	8	12	29	17
(有利子負債)	-	-	-	-	-
負債合計	181	205	250	299	48
純資産	871	963	1,155	1,206	51
経営指標					
(安全性)					
流動比率	545.6%	517.2%	475.3%	421.7%	
自己資本比率	78.4%	79.0%	81.3%	79.7%	
(収益性)					
ROE(自己資本利益率)	17.1%	12.4%	15.6%	15.1%	
売上高営業利益率	24.0%	17.3%	20.9%	21.6%	

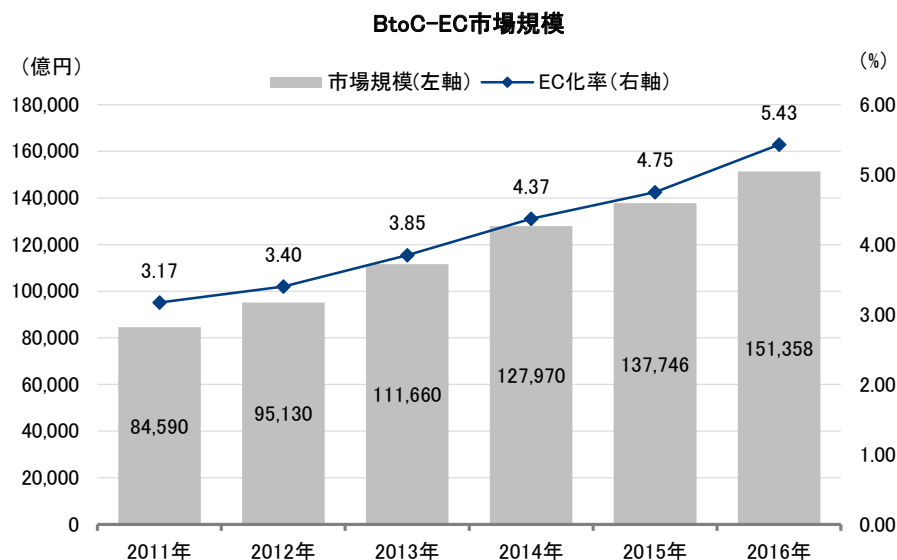
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### EC市場の拡大により、市場環境は追い風が続く

#### 1. 市場環境について

同社を取り巻く市場環境は引き続き良好な見通しとなっている。国内のBtoCのEC市場規模は年々拡大を続けており、2016年は前年比9.9%増の15.1兆円、EC化率で5.43%と右肩上がり成長している。とはいえ、諸外国のEC化率について見ると、2013年時点で英国が11.6%（2018年予想18.0%）、中国が8.3%（2018年予想16.6%）となっており、海外と比較すると日本のEC化率は依然低水準にとどまっていると言える。逆に言えば、国内のEC市場規模はまだ発展途上段階で、今後も右肩上がりの成長が続くものと予想される。



出所：経済産業省資料よりフィスコ作成

こうしたなかで、インターネットを活用した販促施策はEC専門の企業だけではなく、BtoCの事業を行うすべての企業において今では重要なマーケティング施策となっている。特に、ここ数年はスマートフォンの普及並びに、インターネット技術の進化によって個人の属性や行動履歴などを把握して効果的なOne to Oneの広告配信を打てるようになってきており、こうしたマーケティング施策を打つことができるかどうかで、企業の収益も変わってくると言っても過言ではない。こうしたマーケティングソリューションサービスを展開する企業にとっては、事業を拡大していくうえでの好機となっている。

## 2018年3月期もクラウドサービスを中心に増収増益見通し

### 2. 2018年3月期の業績見通し

2018年3月期の連結業績は、売上高が前期比8.6%増の1,445百万円、営業利益が同10.8%増の318百万円、経常利益が同10.0%増の321百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同17.6%増の208百万円と増収増益が続く見通し。売上高については2017年3月期に大型ライセンス販売の売上寄与があったため1ケタ台の伸びに鈍化するが、クラウドサービスの主力製品でバージョンアップを予定しているほか、パートナー戦略も含めた営業マーケティングの強化を進めることで、2ケタ増益が続く見通しだ。

### 2018年3月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	17/3期		18/3期		
	実績	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	1,330	675	13.0%	1,445	8.6%
営業利益	287	125	15.8%	318	10.8%
経常利益	291	131	17.8%	321	10.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	176	81	17.0%	208	17.6%
1株当たり当期純利益(円)	43.04	19.88		51.04	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別の売上見通しを見ると、主力のアプリケーション事業は前期比9.6%増の1,233百万円を見込む。内訳はクラウドサービスで同12%増の858百万円、ライセンス販売で同3%減の175百万円、ライセンス保守で同3%増の178百万円、その他で20百万円(前期は2百万円)となる。

主力のクラウドサービスについて、今期は5本の新製品投入を予定しており、うち4本は既存製品のバージョンアップとなる。具体的には、「WEBCAS e-mail」「WEBCAS AR」「WEBCAS taLk」(LINEビジネスコネクト連携メッセージ配信システム)「WEBCAS CRM」(顧客管理システム)のバージョンアップを実施する。特に主力の「WEBCAS e-mail」については分析機能を多角的に行えるようにしたほか、管理画面のUIも使いやすいように刷新しており、機能向上による新規顧客の獲得が期待される。また、「WEBCAS taLk」についてはLINEのAPI仕様変更になったことに伴うもので、5月中にリリースしLINEパートナー製品群ではいち早く新APIに対応した。「WEBCAS CRM」については機能の拡充もさることながら、4月に経済産業省が推進する「サービス等生産性向上IT導入支援事業(IT導入補助金)」※の認定ITツールとして登録されたことで、新規需要の獲得が期待される。また、新製品としては更に大きな市場が見込めるマーケティング関連の製品をリリースする予定となっている。

※ 中小企業・小規模事業者を対象に生産性向上につながるITツール(経済産業省の認定ツール)を導入する際に導入費用の3分の2以内(最大100万円)の補助金を受けられる制度。

コンサルティング事業については前期比3.0%増の188百万円を見込んでいる。デザイン業務については前期比1百万円減の69百万円、コンサルティング業務は同7百万円増の110百万円となる見通し。「WEBCAS」シリーズの販売強化のため、コンサルティングサービスも含めた営業活動を強化していく方針となっている。また、オーダーメイド開発事業は受託開発案件の増加により、前期比5.8%増の24百万円を見込んでいる。

## 今後の見通し

なお、今期はマレーシアでの事業も本格的に立ち上げる予定にしている。従来も「WEBCAS e-mail」の販売を現地子会社を通じて行っていたが、マレーシアでは FaceBook が普及しており、電子メールを使った販促ニーズが少ないためほとんど実績がなかった。このため新しいビジネスモデルとして、デジタルサイネージを使った広告配信サービスを立ち上げようとしている。今期の計画にはほとんど織り込んでいないが、海外市場への展開は同社が目指していたところであるだけに、今後の取り組み状況が注目される。

## 「WEBCAS AR」は AI 技術搭載版をリリースする 2020 年 3 月期以降の本格成長を見込む

### 3. 「WEBCAS AR」の見通しについて

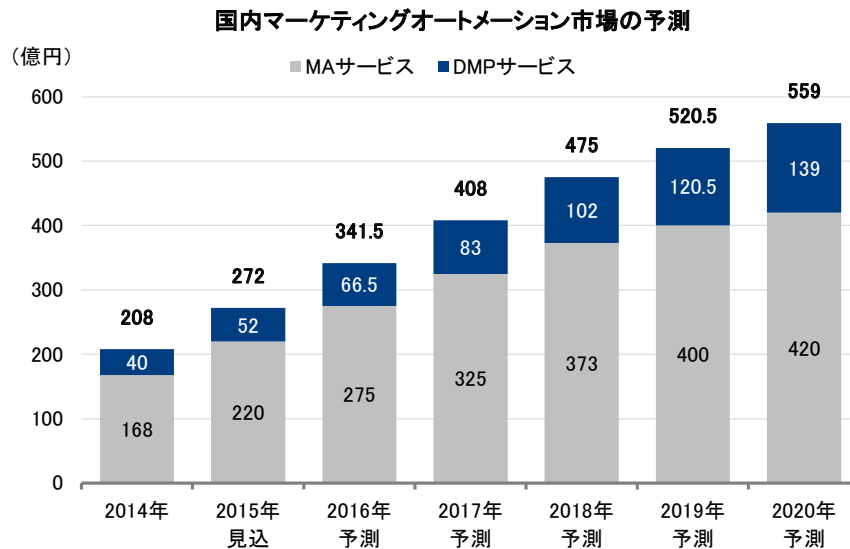
「WEBCAS AR」については Ver.3 を 2018 年 3 月頃にリリースする予定で、今回、製品改良を余儀なくされたことから、AI 機能を実装した Ver.4 についてはリリース時期が 2019 年 3 月期と、当初計画よりも 1 年遅れることとなった。同社では AI 機能を実装した製品で本格的な売上拡大を期待していたため、2020 年 3 月期までの売上計画を今回見直している。2018 年 3 月期については簡易版となる Ver.2 の販売のみとなる。当初よりも開発スケジュールが遅れたことで競合他社から出遅れる格好となったが、同社は今後、AI 技術を実装し製品の競争力を強化することで、挽回することは可能と見ている。

資本業務提携先であるメタデータ（株）のテキストマイニング技術を搭載し、チャットボットとして活用するだけでなく、ディープラーニング技術の搭載による商品レコメンド機能、画像解析技術の搭載による店舗における来店客の導線分析・属性分析機能などを加えることで、製品の競争力を一段と強化していく予定となっている。なお、こうした先進技術については、そのノウハウを持つ企業と提携を進めながら取り入れていく方針となっている。現状「WEBCAS AR」の顧客ターゲットは EC 事業者のみとなっているが、これら AI 技術を取り入れることでリアル店舗を持つ流通企業までターゲットが拡大していく可能性があり、2021 年 3 月期以降の本格成長が期待される。

マーケティングオートメーションシステムとは、企業が行うデジタルマーケティング戦略の中で、顧客（見込み客含む）の属性や行動データなどを一元管理し、多様なコミュニケーションチャネル（DM、メール、LINE 等）の中から最適なコミュニケーションツールを使って、個々の顧客に対して行うプロモーション活動を自動化するツールのことを指す。従来は、マーケティング担当者が属人的にデジタルプロモーションを行ってきたため、業務が煩雑となり生産性の向上が課題となっていたが、マーケティングオートメーションツールを導入することで、生産性を大幅に向上することが可能となる。米国では 2010 年以降市場が立ち上がり、日本でも 2014 年に入って日本オラクル<4716>や（株）セールスフォース・ドットコム<CRM>、IBM（日本アイ・ビー・エム（株））などがサービスの提供を開始し、市場が立ち上がり始めている。市場調査会社の予測によれば、同市場は 2015 年（見込）の 272 億円から 2020 年には 559 億円まで拡大する見通しとなっている。

ここ数年、参入企業も増加し競争が激化してきてはいるものの、同社では電子メール配信ベンダー大手としての強みを生かすことでシェアを拡大していく考えだ。

今後の見通し



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 中期経営計画

### AI 技術の活用により、今後も年率 2 ケタ成長を目指す

同社は 2020 年 3 月期までの中期経営計画を発表した。中期経営ビジョンとしては、人工知能によるマーケティングの革新を進めるため、クロスチャネル対応のマーケティングプラットフォームの構築を実現していくことを掲げている。インターネットや SNS が普及し、様々な情報が氾濫するなかで、消費者データの収集・分析や、販促活動におけるチャネルの最適化を AI 技術の活用により、効率的に実現するサービスの開発・提供を行うことで、持続的な成長を進めていく計画だ。

最終年度となる 2020 年 3 月期の売上高は 1,870 百万円、営業利益は 502 百万円とそれぞれ年平均成長率では 12.0%、20.5% の成長となる。また、売上高営業利益率では 2017 年 3 月期実績の 21.6% から 2020 年 3 月期は 26.8% と一段と向上する計画となっている。2018 年 3 月期については人件費やサーバー増強投資などの費用増もあって、営業利益率は 0.4 ポイントの上昇にとどまるが、2019 年 3 月期以降はクラウドサービスの増収効果によって利益率も 2 ポイント強ずつ上昇していく格好となり、長期的には 30% の水準を目標にしている。ROE に関しても現状の 15% 前後の水準から中期的に 20% まで引き上げていくことを目指している。

事業別の売上見通しでは、主力のアプリケーション事業に加えて、コンサルティング事業についても 2019 年 3 月期以降は 2 ケタ成長を見込んでいる。前述したように、「WEBCAS」シリーズについては「WEBCAS AR」などコンサルティング力が必要とされる製品が立ち上がってくることもあり、同社でもコンサルティングサービスを強化していく方針となっている。

**エイジア** | 2017年6月29日(木)  
 2352 東証2部 | <http://www.azia.jp/>

今後の見通し

成長戦略の重点施策として、アプリケーション事業では「製品開発の強化」「AI技術を有する企業との提携」「クラウドサービスの販売強化」を掲げ、また、コンサルティング事業では「既存大型案件の維持継続」「コミュニケーション戦略設計力の向上」「データ分析スキルの強化」を掲げており、これら施策に取り組むことで計画の達成を目指していく。なお、2018年3月期以降の人員の増員計画としては、2018年3月期が前期末比17名増とやや多くなるが、2019年3月期は15名増、2020年3月期は14名増の計画となっている。

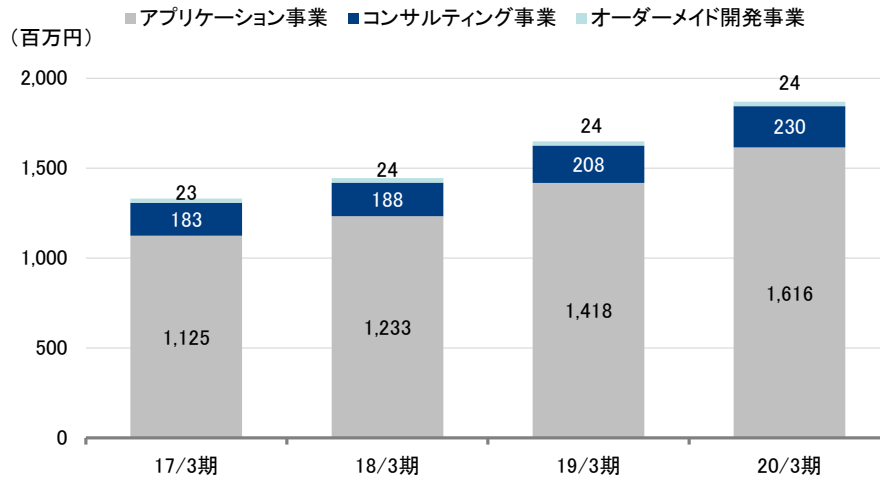
中期業績計画

(単位：百万円)

	17/3期	18/3期予想	伸び率	19/3期計画	伸び率	20/3期計画	伸び率
売上高	1,330	1,445	+8.6%	1,650	+14.2%	1,870	+13.3%
営業利益	287	318	+10.8%	400	+25.8%	502	+25.5%
営業利益率	21.6%	22.0%		24.2%		26.8%	
経常利益	291	321	+10.0%	402	+25.2%	505	+25.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	176	208	+17.1%	260	+25.0%	325	+25.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業別売上高見通し

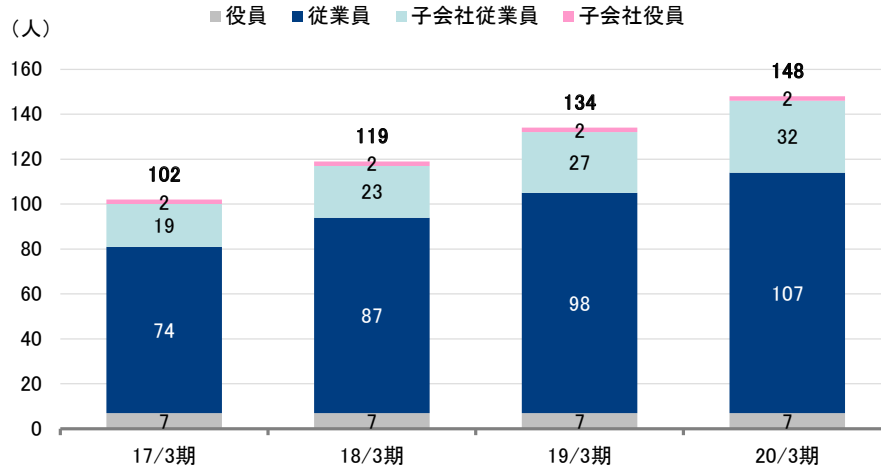


出所：決算説明資料よりフィスコ作成



中期経営計画

人員計画

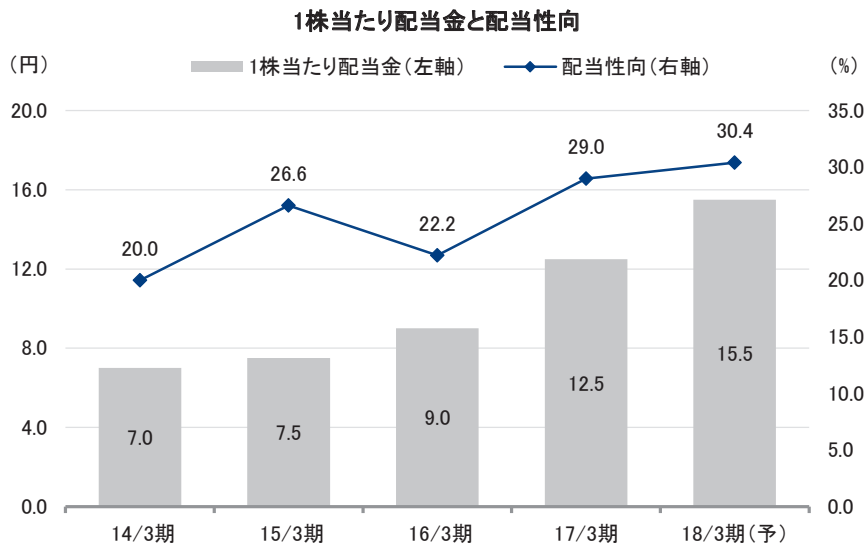


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 株主還元策

### 配当性向 30% 前後を目安とし、収益成長とともに増配を目指す

同社は株主還元策として配当を実施している。配当政策に関しては「新規事業投資や研究開発投資などに必要な内部留保を行いつつ、安定的な配当を行っていく」ことを基本方針とし、配当性向では30%程度の水準を目安としている。2017年4月1日に1:2の株式分割を実施しており、2018年3月期の1株当たり配当金は実質3.0円増配の15.5円（配当性向30.4%）を予定している。仮に中期経営計画どおりに業績が達成され、株式数が変わらないとすれば、2020年3月期の1株当たり配当金が24円程度の水準まで向上することになる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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。“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・加工することは堅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・譲渡することは堅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