COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

ブイキューブ

3681 東証1部

企業情報はこちら>>>

2021年4月6日(火)

執筆:客員アナリスト 佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst Yuzuru Sato





■目次

■要約	0
1. 2020 年 12 月期の業績概要	0
■会社概要	0
1. 会社概要····································	
■事業概要	0
 事業セグメント別内容	0
■業績動向	1
1. 2020 年 12 月期の業績概要	1
■今後の見通し――――――	2
1. 2021 年 12 月期の業績見通し	2
■株主還元策	2



■要約

新型コロナウイルス感染症収束後でも イベント DX 事業をけん引役として業績は高成長が続く見通し

ブイキューブ <3681> は、Web 会議や Web セミナーなどオンラインによる映像コミュニケーションサービス を展開する国内最大手。SaaS の提供だけでなく、各種オンラインイベントが円滑に進むよう、プロフェショナルサービスも合わせて提供することで競合との差別化を図っている。また、2017 年より販売を開始した個室型スマートワークブース「テレキューブ」が、企業向けだけでなく駅構内や複合施設など公共空間向けへの導入も進み、急成長している。

1.2020年12月期の業績概要

2020年12月期の連結業績は、売上高で前期比30.0%増の8,282百万円、営業利益で1,046百万円(前期は284百万円の損失)と大幅増収増益となった。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)をきっかけに、テレワークやWebセミナーなどオンラインイベントの需要が急速に拡大したことが追い風となった。特に、製薬業界向けWebセミナーを中心としたイベントDX事業は売上高で同126.0%増の2,628百万円、セグメント利益で同316.7%増の575百万円と急成長し、業績のけん引役となった。また、サードプレイスDX事業(テレキューブ事業)についても、企業向けや公共空間向けの需要が拡大したことで販売台数が同4.8倍増の1,671台と急増し、収益増に貢献した。

2. 2021 年 12 月期の業績見通し

2021 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 38.9% 増の 11,500 百万円、営業利益で同 91.2% 増の 2,000 百万円と高成長が続く見通し。前期に引き続き、イベント DX 事業及びサードプレイス DX 事業が業績をけん引すると見込んでいる。このうちイベント DX 事業は、売上高で同 97.3% 増の 5,186 百万円、セグメント利益で同 144.3% 増の 1,405 百万円を見込む。イベント配信回数は、製薬業界に加えて就職説明会やバーチャル株主総会向けといった他用途が伸長することにより、同 2.9 倍増となる 1.4 万回を見込んでいる。一方、1回当たり平均単価については同 3 割減と保守的な前提を立てている。ただ、2021 年年明け以降も旺盛な需要を背景に1回当たり平均単価については大きく変動しておらず、上振れする可能性が高いと弊社では見ている。また、サードプレイス DX 事業については、「テレキューブ」の販売台数を 2,500 台まで伸ばすことで、売上高で同 55.6% 増の 1,517 百万円、セグメント利益で同 66.8% 増の 332 百万円を見込む。共同開発先であるオカムラ <7994>を通じた企業向け販売が好調に推移しているほか、公共空間向けの設置についても、駅構内やオフィスビル内だけでなくコンビニエンスストアなど様々な場所に広がりはじめており、成長が期待できる状況となっている。こうしたことから、2021 年 12 月期の業績は会社計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。



要約

3. 中期経営計画

同社は 2020 年 11 月に 3 ヶ年中期経営計画(2020-2022)を発表している。「Beyond テレワーク」をテーマに掲げ、コロナ禍収束後のニューノーマルな時代においても、リモート・オンラインを上手く活用する文化が浸透したことにより、Web による映像コミュニケーションサービスは様々な領域で利活用が一段と進むと見ており、こうした需要を取り込んでいくことで高成長を目指していく方針となっている。特に、「SaaS + Service」(ツールとソリューションサービス)の差別化が生かせるイベント DX 事業やサードプレイス DX 事業については、2022 年 12 月期以降も成長ドライバーとして期待される。「テレキューブ」については、2022 年 12 月期末に設置台数で 8,000 台超えを目指しており、サブスクリプションモデルでの販売も増やしていく。なお、業績目標としては、2022 年 12 月期に売上高で 153 億円、営業利益で 35 億円を掲げているが、イベント DX 事業の高成長が続けば達成可能な水準と見られる。また、株主還元方針としては、NOPLAT(みなし税引き後利益)ベースの配当性向で、2022 年 12 月期には 20% をベースに 30%(2020 年 12 月期は 15%)を目指す方針を示しており、今後は収益拡大に伴って配当成長も期待できることになる。

Key Points

- ・Web 映像コミュニケーションツールの提供だけにとどまらず、ソリューションサービスを提供することで差別化を図る
- ・2021 年 12 月期もイベント DX 事業及びサードプレイス DX 事業が一段と成長し、大幅増収増益が続く見通し
- ・2022年12月期に売上高153億円、営業利益35億円を目指す中期経営計画は順調に進捗



出所:決算短信よりフィスコ作成



■会社概要

コミュニケーションの DX カンパニーとして映像コミュニケーションに 関する課題を解決する総合ソリューションプロバイダーを目指す

1. 会社概要

同社は映像コミュニケーションツールの企画、開発、販売、運用、保守を手掛け、国内外の法人企業、教育機関、官公庁などのユーザーに対して映像コミュニケーションサービスを提供する。映像コミュニケーション市場の黎明期であった 2004 年に Web 会議システムを自社開発し、改良を加えて同市場へ参入。高品質でユーザー目線のきめ細かなサービスとラインナップの充実、24 時間・365 日のサポート体制などが評価され、Web 会議「ASP(クラウド)型」及び「ASP(クラウド)型+SI(オンプレミス)型」市場において、2019 年まで 13 年連続してシェア No.1 を獲得している。累積導入社数は主力の Web 会議サービス「V-CUBE ミーティング」を中心に 5,000 社を超えている。また 2017 年には、テレワークに最適な作業空間となる個室型スマートワークブース「テレキューブ」を開発し販売を開始しており、コミュニケーションの DX カンパニーとして映像コミュニケーションに関する課題を解決するソリューションプロバイダーとして飛躍を目指している。

2020 年 12 月期末の連結子会社は国内 1 社、海外 5 社 (シンガポール 3 社*、米国 1 社、タイ 1 社)、持分法 適用関連会社 1 社となり、連結従業員数は 405 名 (うち国内 290 名、海外 115 名) となっている。

** シンガポールの統括及び開発を担っていた V-cube Global Services については、2021 年 9 月に清算予定。

同社のグループ会社(2021 年 2 月 12 日時点) 株式会社ブイキューブ シンガポール テレキューブ (株) Wizlearn Technologies Pte. Ltd. アレキューブサービス (株) ※持分法適用会社 Pave Education Pte. Ltd. V-cube (Thailand) Co., Ltd. **2021年9月清菓本字

他グループ会社:株式会社センシンロボティクス

出所:決算説明資料より掲載



会社概要

事業の集中と選択を進め、利益が出る筋肉質な収益体質に転換

2. 沿革

同社の前身は、創業者で同社代表取締役社長の間下直晃(ましたなおあき)氏が慶應義塾大学在学中の 1998 年 10 月に、Web 制作やアプリ開発など Web ソリューションの提供を行うことを目的として設立した有限会社ブイキューブインターネットである。2001 年 1 月に事業の本格化に合わせて株式会社へ改組し、2002 年 12 月に社名を株式会社ブイキューブに改称した。

2003年に米国に進出し、2004年に現在の主力商品であるWeb会議システム「nice to meet you」(現「V-CUBE」)の販売を開始した。当時はそのほかにも複数の事業を行っていたが、2008年9月に起きたリーマンショックを契機に映像コミュニケーションサービスに対する需要が高まったことや、クラウド型サービスに対するユーザーの理解度が深まったことを受けて、映像コミュニケーションサービス事業に集中することを決断し、2010年5月にはサービス名を「nice to meet you」から「V-CUBE」へ変更した。

2009 年以降は、マレーシアやシンガポール、インドネシア、中国、タイとアジア圏で相次いで事業拡大を進めたが、ここ 2 ~ 3 年の間で、国内において「働き方改革」に取り組む企業が増え、テレワークに対する需要も高まってきたことから、国内での事業拡大に経営資源を振り向けるべく、海外子会社については一部を売却し、現在はシンガポール、タイ、米国のみとなっている。また、国内においても筋肉質な収益体質に転換すべく、M&Aで取得した電子黒板サービス事業を 2018 年 12 月に(株)エルモへ売却したほか、2019 年 4 月にはアイスタディ(株)(現 クシム <2345>)の株式を(株)カイカ(現 C A I C A <2315>)に売却し、連結対象から除外している。なお、2019 年 8 月にインドネシア現地企業に売却した V-CUBE INDONESIA は引き続き現地の販売代理店として同社の商品を販売しており、販売に応じたロイヤリティ収入を得ている。

また、2018 年 12 月に公共空間(駅、オフィスビル、商業施設等)向けの「テレキューブ」の企画・開発・提供等を行う子会社としてテレキューブ(株)を設立、2019 年 8 月には「テレキューブ」の製造を担当するオカムラ、三菱地所 <8802> などと合弁で、運営会社となるテレキューブサービス(株)(持分法適用関連会社)を設立している。



https://www.fisco.co.jp

ブイキューブ 2021 年 4 月 6 日 (火) 3681 東証 1 部 https://ir.vcube.com/jp/

会社概要

沿革

	石 華
1998年10月	Web ソリューションサービスを目的とした(有)ブイキューブインターネットを設立
2001年 1月	(株) ブイキューブインターネットへ組織変更
2002年 3月	慶應義塾大学と資本提携
2002年12月	(株)ブイキューブへ社名変更
2003年 4月	米国マーケットへの展開を目的として、米国・ロサンゼルスに V-cube USA を設立
2004年 5月	ビジュアルコミュニケーションツールの開発及びサービス提供を目的として、(株) ブイキューブブロードコミュニケーションを設立
2009年12月	東南アジア展開の活動拠点として、マレーシア・クアラルンプールに V-cube Malaysia を設立(2018 年 1 月に売却)
2010年 5月	主力サービス名称を「nice to meet you」から「V-CUBE」へ変更
2012年 1月	技術開発の強化を目的として、シンガポールに V-cube Global Services (旧 V-cube Singapore R&D Centre)を 設立
2012年 7月	V-CUBE INDONESIA をインドネシア・ジャカルタに設立(2019 年 8 月売却)
2013年 5月	全世界の V-CUBE サービスのインフラ提供を行う目的で、V-cube Global Operations を設立(2017 年 12 月 V-cube Global Services が吸収合併)
2013年 8月	中国マーケットに本格的に展開するため、BRAV International 及び同社の子会社である威立方(天津)信息技術(旧・天津柏锐丰科技)を連結子会社化(2017 年 12 月に売却)
2013年 8月	シンガポールにおける販売拠点として、V-cube Singapore を設立(2017 年 12 月 V-cube Global Services が吸収合併)
2013年12月	株式を東京証券取引所マザーズ市場に上場
2014年 2月	医療分野におけるビジュアルコミュニケーションプラットフォームに関する合弁契約を締結し、エムキューブ(株)を設立(2016 年 10 月に合併契約解消)
2014年 5月	パイオニアVC(株)(旧 パイオニアソリューションズ(株))を連結子会社化(2017 年 12 月に吸収合併)
2015年 7月	東京証券取引所市場第1部へ市場変更
2015年10月	ロボット関連事業の強化を目的として、(株)ブイキューブロボティクス・ジャパン(現(株)センシンロボティクス)を設立(2016年に非連結化)
2015年10月	教育・研修分野の強化を目的として、アジア地域統括持株会社 V-cube Global Services が、シンガポール最大の教育プラットフォーム提供会社 Wizlearn Technologies を連結子会社化
2015年12月	教育・研修分野の強化を目的として、アイスタディ(旧(株)システム・テクノロジー・アイ)を子会社化(2019年4月売却)
2016年 9月	タイにおける販売拠点として、V-cube(Thailand)を設立
2016年 9月	米 Qumu〈QUMU〉とパートナー提携し、エンタープライズビデオサービス「Qumu」の提供を開始
2017年 8月	テレワークのためのコミュニケーションブース「テレキューブ」を発表
2017年 9月	米 Agora と国内独占販売契約を締結し、ライブ配信・ビデオ通話・音声通話 SDK「agora.io SDK」の提供を開始
2018年10月	創業 20 周年を迎え、新たな MISSION と VALUE を策定
2018年12月	「テレキューブ」製品の企画・製造・販売を行う目的でテレキューブ(株)を設立
2018年12月	(株)エルモへ電子黒板サービス事業を売却
2019年 4月	営業の働き方改革を実現させるオンライン商談サービス「V-CUBE セールスプラス」を提供開始
2019年 8月	公共空間等への課金型テレキューブの設置を目的に、テレキューブ、オカムラ、三菱地所と 4 社合弁でテレキューブサービス(株)を設立
2019年 8月	NTT テクノクロスと新たな市場創造に向けた映像コミュニケーション分野における提携を発表
2020年 3月	(株)シード・プランニング『2020 ビデオ会議 /Web 会議の最新市場とクラウドビデオコミュニケーション機器・サービス動向』にて、国内での Web 会議「ASP タイプ」「SI タイプ+ ASP タイプ」において 13 年連続市場シェアNo.1 を達成
出所・右価証券:	超生書 ホームページトりフィフコ作成

出所:有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成



■事業概要

Web 映像コミュニケーションツールの提供だけにとどまらず、 ソリューションサービスを提供することで差別化を図る

同社グループは、「いつでも、どこでも、『だれでも』使える」をコンセプトに、ユーザーの PC あるいはスマートフォン、タブレット等のモバイル端末から、インターネットを通じて遠くの相手とお互いの顔や資料を共有しながら遠隔会議を行う Web 会議サービスや Web セミナー等の映像コミュニケーションサービスの提供を主力事業としている。こうしたサービスを SaaS(Software as a Service)として提供するだけでなく、Web セミナーなど多数のユーザーが利用するイベントにおいては専門スタッフを配置し、イベントの運営が円滑に進むように顧客ニーズに合わせてソリューションサービスを提供していることが特徴である。これが Zoom 等のその他 Web 会議ツールとの大きな違いで、差別化要因となっている。

事業セグメントは従来、ビジュアルコミュニケーション事業、LMS 事業、アプライアンス事業の3つのセグメントで開示していたが、コロナ禍による事業環境の急激な変化に伴い、新たにエンタープライズ DX 事業、イベント DX 事業、サードプレイス DX 事業の3つに変更している。2020年以降、急速に需要が拡大しているWeb セミナーやWeb 講演会、バーチャル株主総会等をイベント DX 事業として区分し、その他の汎用Web 会議サービスや用途特化型サービス、海外子会社で展開するLMS/TMS*などをエンタープライズ DX 事業とした。また、「テレキューブ」をサードプレイス DX 事業として新たに区分している。

事業セグメントの変更 エンタープライズDX事業 ビジュアルコミュニケーション事業 • 汎用Web会議 · 汎用Web会議 オンプレミス オンプレミス 配信領域を独立 • V-CUBEセールス+、QUMU V-CUBE Video SDK · V-CUBE Video SDK • 製薬業界向けウェブ講演会 -LMS/TMSは「エンター プライズDX事業」に集約 • 緊急対策、災害対策 • V-CUBEセールス+、QUMU V-CUBE Box LMS/TMS LMS事業 LMS/TMS イベントDX事業 • 汎用Web会議 (Webセミナー部分) アプライアンス事業 ・ 製薬業界向けウェブ講演会 V-CUBE Box • 採用系、IR系イベント配信 テレキューブは 「サードプレイスDX事業」として独立 • 緊急対策、災害対策 サードプレイスDX事業 テレキューブ ・ 企業用、公共用テレキューブ 出所:決算説明資料より掲載

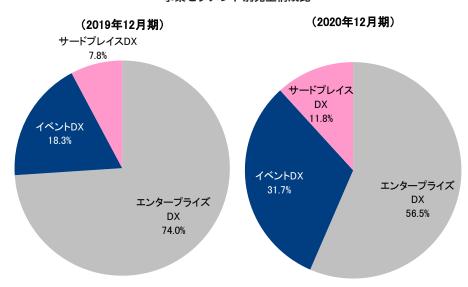
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。 Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

^{**} シンガポール子会社である Wizlearn Technologies が提供しているサービスで LMS(Learning Management System)は学校向け学習管理用プラットフォーム、TMS(Teaching Management System)は企業向け教育研修管理用プラットフォームとなる。



事業概要

2020 年 12 月期の事業セグメント別売上構成比で見ると、エンタープライズ DX 事業が 56.5% と全体の過半を占め、続いてイベント DX 事業が 31.7%、サードプレイス DX 事業が 11.8% を占める。なお、2021 年 12 月期以降はエンタープライズ DX 事業の比率が 5 割を切り、イベント DX 事業の構成比が最も高くなるほか、サードプレイス DX 事業も上昇する見通しとなっている(詳細は後述)。



事業セグメント別売上構成比

注:新セグメントでの実績は未監査 出所:決算説明資料よりフィスコ作成

1. 事業セグメント別内容

(1) エンタープライズ DX 事業

エンタープライズ DX 事業は、汎用 Web 会議サービスとなる「V-CUBE ミーティング」のほか、オンライン 営業専用の Web 会議ツール「V-CUBE セールス +」、テレビ会議システム「V-CUBE Box」、緊急対策・災害 対策用ソリューション「V-CUBE コラボレーション」「V-CUBE Board」、米 Qumu <QUMU> の提供する企業向け動画配信プラットフォームサービス「Qumu」、顧客企業が自社サービスにビデオ通話やライブ配信機能などを組み込むことができる「SDK」(ソフトウェア開発キット)、シンガポール子会社で展開する LMS/TMS など、業界 / 用途特化型の各種ソリューションサービスで構成されている。また、競合である Zoom の販売代理店にもなっており、顧客ニーズがあれば「Zoom ミーティング」の販売(サブスクリプション契約)も行っている。

各サービスは SaaS としてクラウド上で提供され、売上形態は月額で課金するサブスクリプションモデルが大半で、オンプレミス型は自治体向けの緊急対策・災害対策用ソリューションなどの一部にとどまっている。また、シンガポール子会社が提供している LMS/TMS についても、クラウドサービスとして提供している。同子会社では従来、学校向けが売上の過半を占めていたが、2019 年以降政府が内製化方針を打ち出した影響で学校向けが減少し、2020 年は企業向けが学校向けを逆転している。





事業概要

(2) イベント DX 事業

イベント DX 事業では、様々な分野におけるイベントのリモート化を実現するサービスを提供しているほか、イベントに合わせたツールの提供と運用設計、開催当日のディレクションやログ解析等の運用支援を行っている。イベント開催のためのスタジオや撮影・配信等の機材の提供のほか、スムーズな運営を行うための専門スタッフも現場に派遣(2 人程度)し、高い品質のサービスを提供することで、競合他社との差別化を図っている。

主な用途としては、製薬業界向けのWeb 講演会のほか、就職・採用オンライン説明会、バーチャル株主総会や決算説明会等での利用が進んでいる。製薬業界向け講演会など「V-CUBE セミナー」による配信サービスについては、年間開催枠を設けて顧客の希望に沿った日時・場所で配信サービスを行う年額サブスクリプションサービスで提供しているケースが多い。

また、2020 年 11 月より従来のオンラインイベントの課題を解決する新たなサービスとして「EventIn(イベントイン)」の提供を開始している。オンラインイベント後に、講演者に個別質問したり、企業ごとに分かれて商談・面談を行うことが可能で、ほぼリアルのセミナーに近いサービスを実現している。また、参加者のイベント中の行動履歴などを取得し、出展者に詳細なデータを提供でき、イベントセミナーの開催効果をより一段と高めることが可能なサービスとなっている。

(3) サードプレイス DX 事業

2017 年より販売を開始した個室型スマートワークブース「テレキューブ」は、企業内における会議室不足を解消する場として、また、駅構内やオフィスビル、複合施設など公共空間でテレワーク等を行う場として、コロナ禍を機に急速に需要が拡大している。

営業展開は、一般企業向けと公共空間向けの2つの市場に分けて進めている。一般企業向けについては、同社、オカムラ(製造委託先)及び販売代理店を通じて販売しており、2019年12月期第4四半期からは顧客ニーズに応えて初期投資負担が軽い月額サブスクリプションモデルでのサービスも開始している。同社及び販売代理店での販売については、売り切りモデル及びサブスクリプションモデルでの提供での収入が売上高として計上される。一方、オカムラで販売されたものについては、同社がオカムラからロイヤリティを受け取り、売上高として計上している。このため、オカムラ経由での販売が増加すれば見かけ上、売上高が伸びにくくなるが利益率は上昇することになる。

一方、公共空間向けについては、同社でカスタマイズしたのちに、持分法適用関連会社のテレキューブサービスや OEM(他社ブランド名でのサービス提供)先の JR 東日本に販売している。テレキューブサービスでは、都心のオフィスビルエントランス部や各私鉄の駅構内、商業施設や複合施設などに順次設置を進めており、個人・法人会員向けからの利用料金を売上に計上する。なお、個人会員の場合、利用料金は 250 円 /15 分からとなっている。一方 JR 東日本では、2019 年 8 月より開始したシェアオフィスサービス「STATION WORK」で設置されるブース型シェアオフィス「STATION BOOTH」の筐体として「テレキューブ」を採用しており、都内の駅から順次設置を進めている。同社の業績としては、テレキューブサービスやJR 東日本への「テレキューブ」の販売(売り切りモデル)が売上高として計上されるほか、テレキューブサービスの利益が持分法投資損益として営業外収支に計上されることになる。ただ、テレキューブサービスについては設置台数を拡大する先行投資段階となるため、当面は損失計上が続く見通しとなっている。



事業概要

テレキューブのビジネスモデル

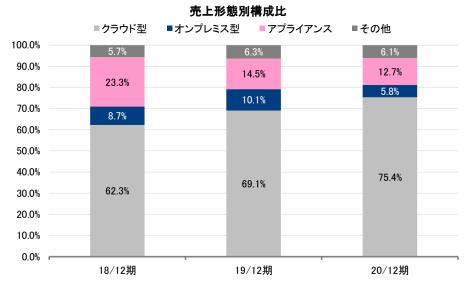
区分	商流	同社からみた販売モデル	備考		
企業向け	直販・販売代理店	売り切り・サブスクリプション	会議室不足への対応、作業集中など個室空間利用		
	オカムラ代理店	ロイヤリティ	_		
公共空間向け	テレキューブサービス	- 売り切り+テレキューブコネクト	設置場所は私鉄駅構内、複合施設、オフィスエントランス、 スーパー、 コンビニエンスストア等		
	JR 東日本	- 売り切り + ナレキューフコネクト 月額利用料	シェアオフィス事業「STATION WORK」(2023 年 12 月期までに 1,000 ヶ所展開目標)内の「STATION BOOTH」の筐体として設置		

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

2. ビジネスモデル

(1) 売上形態

売上高を形態別に分けると、クラウド型、オンプレミス型、アプライアンス(ハードウェア)、その他に分けられる。2020 年 12 月期はイベント DX 事業の成長によりクラウド型の比率が 75.4% まで上昇している。クラウド型サービスは、解約がなければ新規契約分が純増する積み上げ(ストック)型のビジネスモデルとなる。月額利用料は利用規模によって異なる(例えば、5 千円から数百万円までと幅広い)ため、契約先を増やすことと 1 社当たりの契約利用料を増やすことが売上高の拡大につながる。



出所:決算短信よりフィスコ作成



事業概要

汎用 Web 会議サービス等は月額サブスクリプション、Web セミナー等のイベント系は年額契約で行うケースが多い。月額サブスクリプションによる 1 社当たり平均請求単価は、2020 年 12 月期第 4 四半期で 152 千円と、2019 年 12 月期の 139 千円から約 9% 上昇している。これは、テレワークの普及により Web 会議の接続ポート数を増やす企業が増えたことによる。一方で 1 ヶ月当たりの平均解約率は、2020 年 12 月期第 4 四半期で 1.64% と、2019 年 12 月期の 0.91% から若干上昇している。これは、汎用 Web 会議サービスの市場において、Zoom や Microsoft Teams など競合サービスが台頭してきたことのほか、2020 年 4 月から 5 月の緊急事態 宣言発令時に急増した臨時契約分の解約による反動減が要因と見られる。同社では 24 時間 365 日のサポート体制を整備するなど、サービス面でのきめ細やかな対応を図ることで、これら外資系競合企業との差別化を図っている。

月額サブスクリプションの平均請求単価と解約率 ■■ 月額平均請求単価(左軸) → 解約率(右軸) (千円) 200 2.00% 1.69% 1.64% 1.45% 150 1.50% 1.08% 0.94% 0.91% 100 1.00% 158 156 152 141 139 137 50 0.50% 0 0.00%

1Q

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

19/12期

18/12期

ただ、同社の戦略としては、レッドオーシャンとなっている汎用 Web 会議サービスについては現状を維持し、差別化が可能なイベント系 Web セミナー領域にリソースを投下し、事業を拡大していく方針となっている。イベント系 Web セミナーは、ツール提供だけでなく顧客によってニーズも多様であり、また、開催当日の運営をスムーズに実施することが求められるため、専用スタッフを現場に配置するなどの対応が必要なことから、「SaaS + Service」のソリューションを提供することが差別化要因になると見ている。

2Q

20/12期

3Q

4Q



事業概要

イベント DX 事業における価値提供モデル: SaaS+Service



出所:決算説明資料より掲載

(2) コスト (費用) の構造

主なコストは、サーバー関連費用、通信回線(専用線)費用、ソフトウェア開発費用、営業費用などである。サー バーは外部のデータセンターを利用しているが、一部は同社グループ専用サーバーとして利用している。顧客 (利用量)の増加に伴ってある程度サーバーを増強していく必要があるため関連費用は増加するものの、規模 の拡大によるボリュームディスカウントが効きやすいことから、エンタープライズ DX 事業の限界利益率は約 80%と極めて高くなっている。またイベント DX 事業については、イベント開催に伴う運営スタッフ費用や 機材費用等がかかるため、限界利益率はやや低下し、65~70%程度となる。

3. 販売チャネルと顧客基盤

販売方法は、直販、販売代理店経由、OEMの3種類となっており、直販が過半を占めている。直販のうち、中堅・ 中小顧客向けにはコールセンターからのオンライン営業、大規模高単価の顧客向けには直接営業と営業方法を変 えており、効率の良い営業体制を構築している。

国内の販売代理店としては、大塚商会<4768>、キヤノンマーケティングジャパン<8060>、東日本電信電話(株)、 (株)NTT ドコモなどの NTT グループ会社、SB C&S(株)、(株)日立システムズ、コネクシオ <9422>、日 本ユニシス <8056>、内田洋行 <8057> など大手システムインテグレータ、通信キャリアのグループ会社、IT ベンダー等が挙げられ、広範な販売ネットワークを構築している。

また同社グループの顧客は、中小企業から大手企業、官公庁、教育機関、各種団体まで幅広く、業種に偏りがな い。これまで累計で5,000 社以上のユーザーに対する導入実績を有する。一方、海外子会社の顧客は、現地企業、 現地政府が主要顧客で90%以上のウエイトを占めている。



事業概要

顧客サービスの DX 具体事例



出所:決算説明資料より掲載

主要サービス

事業セグメント	サービス名	サービス概要
	V-CUBE ミーティング	インターネット上で Web 会議を開催できるクラウド型サービス。インターネット環境があれば場所を選ばず PC やモバイルデバイスで利用できる。わかりやすいインターフェースと高画質・高音質、安定した接続性、高いセキュリティ性に加え、ファイル共有機能や録画機能など各種機能を備えている。
	V-CUBE セールスプラス	オンライン営業専用の Web 会議ツール。1 ステップで顧客と Web 会議を接続し、映像だけでなく営業活動に必要な画面や資料を共有しながら双方向でのコミュニケーションが可能。
エンタープライズ DX 事業	V-CUBE Board	大画面のタッチパネルディスプレイを中央に備えたオペレーション用テーブル。PC やタブレット端末からのデジタルデータだけでなく、付属スキャナーを用いて手書きメモ等のアナログデータも取り込み、動画や静止画、地図情報など各種情報をカードコンテンツとして表示し、タッチパネル操作で拡大・縮小、ペンでの書き込みなどが行え、「V-CUBE コラボレーション」と連携することで、遠隔地にいる関係者との情報共有も可能としている。自治体向けを中心に災害対策・緊急対策ソリューションとして導入が進んでいる。
	V-CUBE Box	低コストで導入できる拡張性の高いテレビ会議システム。リモコン操作可能で、一般的なテレビ会議システムより低コストで同等以上の高画質・高音質を実現。
	Qumu	米 Qumu の提供する企業向け動画配信プラットフォームサービス。企業内で利用する動画の作成から管理、安定した配信までを安全に実現できる。欧米の金融機関・大企業での実績豊富。
	V-CUBE Video SDK	自社サービスにビデオ通話やライブ配信機能をはじめとした各種機能を搭載できる API・ SDK(ソフトウェア開発キット)提供サービス。
	ASKnLearn • Wizlearn	シンガポール子会社の Wizlearn が提供するサービス。主にシンガポールの学校・企業向けに提供する e ラーニングツールと管理機能を備えた教育管理プラットフォーム。なお、学校向けサービスは「AsknLearn」、企業向けサービスは「Wizlearn」のブランドで展開している。
イベント DX 事業	V-CUBE セミナー	インターネット上で受講可能な Web セミナーを開催できるクラウド型サービス。最大 1 万拠点(台)のデバイスを接続可能。資料や PC の画面共有機能のほか、書き込みにより講師に質問可能なチャット機能、リアルタイムに集計できるアンケート機能などを備えている。
サードプレイス DX 事業	テレキューブ	個室型スマートワークブース。内部にはテーブルと椅子、Web 会議が利用できる PC を設置。

出所:会社資料よりフィスコ作成



■業績動向

テレワーク需要の拡大を追い風に、 2020 年 12 月期業績は大幅増収増益を達成

1. 2020 年 12 月期の業績概要

2020年12月期の連結業績は、売上高が前期比30.0%増の8,282百万円、営業利益が1,046百万円(前期は284百万円の損失)、経常利益が1,020百万円(同341百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益が同3210.3%増の1,138百万円となり、いずれも2020年11月に上方修正した数値をさらに上回って着地した。コロナ禍によってテレワークの導入やオンライン営業を行う企業が増加し、また、セミナーや各種イベントのリアルでの開催が制限されるなかでWebセミナーの需要が急速に拡大した。なお、下期にはイベントDX事業のキャパシティ拡大のため専門スタッフや機材などの拡充も進めた。「テレキューブ」についても、第2四半期は緊急事態宣言下で設置が進まなかったものの、第3四半期以降は企業向け、公共空間向けともに需要が拡大し、累積設置台数で2千台を超えるなど好調に推移した。

2020 年 12 月期連結業績

(単位:百万円)

	19/12 期		20/12 期			前期比		修正計画比
	実績	対売上比	修正計画	実績	対売上比	増減額	増減率	増減額
売上高	6,369	-	7,900	8,282	-	1,912	30.0%	382
営業利益	-284	-4.5%	900	1,046	12.6%	1,331	-	146
経常利益	-341	-5.4%	860	1,020	12.3%	1,361	-	160
特別損益	258	-	-	-64	-	-322	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	34	0.5%	1,000	1,138	13.7%	1,103	3210.3%	138

注:20/12 期の修正計画は 2020 年 11 月発表のもの

出所:決算短信よりフィスコ作成

2020 年から変化した事業環境



出所:決算説明資料より掲載



業績動向

四半期ベースの業績推移を見ると、2020 年 12 月期は右肩上がりに収益が拡大しており、特に、第 3 四半期以降成長が加速した格好となっている。当初テレワーク需要は緊急事態宣言後にブームが沈静化すると見る向きもあったが、実際にはテレワークやオンライン営業導入による生産性向上の効果が確認されたこともあり、活用の場はむしろ広がっている状況にある。加えて Web セミナーについても、どこからでも参加が可能なほかコストもリアル開催の半分程度で済むなどのメリットが認識され、マーケティング施策の 1 つとして積極的に活用する企業が増えたことが背景にある。こうしたことから、Web を活用した映像コミュニケーションサービスは、with コロナや after コロナの時代になっても、有用性の高いツールとして様々な領域で普及拡大が進むものと予想される。



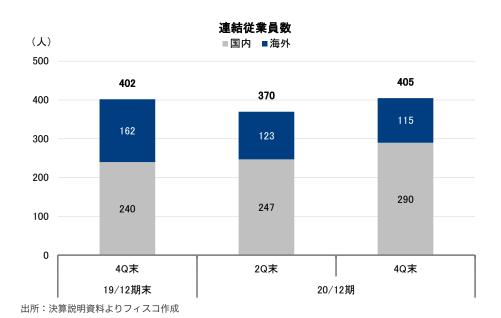
出所:決算短信よりフィスコ作成

同社はイベント DX 事業における旺盛な需要に対応すべく、第 3 四半期以降人員の増員を進めている。この結果、2020 年 12 月期末は国内従業員が前期末比 50 人増加の 290 人となった。イベント DX 事業においては、運営スタッフの外注ネットワークも合わせて構築し、正社員と合わせて 200 名程度の増員を行っている。外注を活用するのは、需要が急成長するなかで迅速な体制強化が図れることに加えて、人件費の一部を変動費化することによって、事業リスクを軽減することが狙いとなっている。イベント開催時期の季節変動が大きいため、従業員を繁忙期に合わせて採用すれば閑散期に稼働率が低下し収益が悪化するため、外注費の活用は理に適っている。一方、海外の従業員については前期末比 47 人減少の 115 人となった。これは、シンガポール子会社において学校向けサービスの縮小に伴い学校に派遣するスタッフを削減したことが主因となっている。



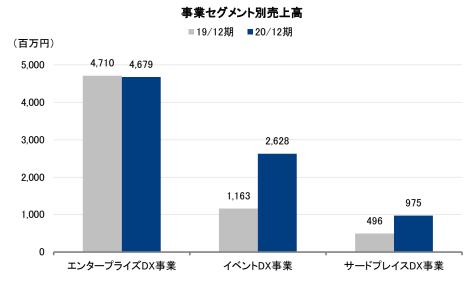


業績動向



イベント DX 事業とサードプレイス DX 事業が急成長を遂げる

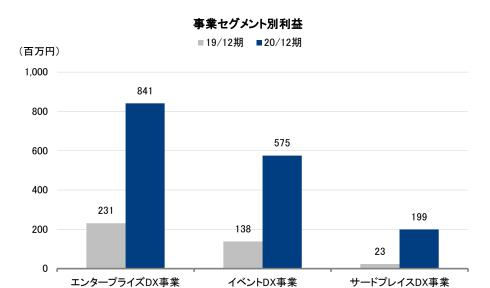
2. 事業セグメント別業績



注:新セグメントでの実績は未監査 出所:決算説明資料よりフィスコ作成



業績動向



注:新セグメントでの実績は未監査 出所:決算説明資料よりフィスコ作成

(1) エンタープライズ DX 事業

エンタープライズ DX 事業の売上高は前期比 0.7% 減の 4,679 百万円、セグメント利益は同 264.1% 増の 841 百万円となった。売上高が微減となっているのは、2019 年 12 月期第 1 四半期の売上高に、当時連結子会社であったアイスタディ(現 クシム)の売上 121 百万円が含まれているためで、同要因を除いた既存事業ベースでは 2.0% の増収となっている。利益面では、利益率の高い「SDK」の売上が急増したことに加えて、LMS/TMS 事業の収益改善(前期比 135 百万円の増益)や、前期に前倒しで一括計上したロイヤリティ費用が減少したことなどが増益要因となった。

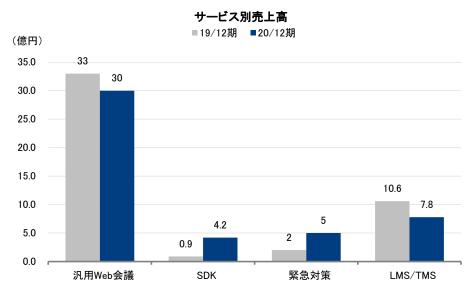
主力サービスの売上動向を見ると、「V-CUBE ミーティング」等の汎用 Web 会議は、前期の 33 億円から 30 億円に減少した。前期は金融機関向けのオンプレミス案件の売上計上があったこと、戦略的に需要が旺盛なイベント DX 事業やその他の付加価値サービスにリソースを投下したことなどが要因だ。また「SDK」については、ライブ配信需要の拡大等を背景に、前期の 0.9 億円から 4.2 億円に急拡大した。同サービスは限界利益率が 80% 以上と高く、利益増に直結する。加えて、緊急対策ソリューションも前期の 2 億円から 5 億円に拡大した。自然災害の多発により、自治体や消防署で導入が進んだ。

LMS/TMS は前期の 10.6 億円から 7.8 億円に減少したが、シンガポール子会社だけで見ても 9.3 億円から 7.8 億円と減収となっている。これは、学校向けサービスが前期比 30% 減と減少傾向が続いたことが要因だ。なお、企業向けに関しては同 9.2% 増と拡大が続いている。学校向けと企業向けの売上割合は前期の 56:44 から 2020 年 12 月期は 45:55 と初めて逆転しており、学校向けの売上が下げ止まれば増収に転じることになる。LMS/TMS の営業損益については、人員削減などに取り組んだ効果もあって、前期の 13 百万円の損失から 122 百万円の利益へ黒字転換している。





業績動向



出所:決算説明資料、中期経営計画よりフィスコ作成

(2) イベント DX 事業

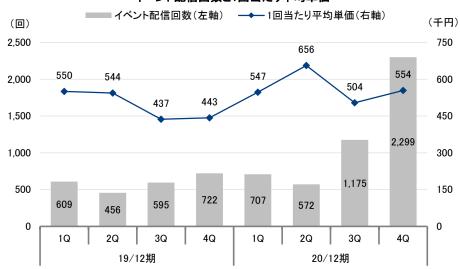
イベント DX 事業の売上高は前期比 126.0% 増の 2,628 百万円、セグメント利益は同 316.7% 増の 575 百万円となった。これは、コロナ禍において Web セミナーを活用する企業が増加したことが要因だ。同事業の限界利益率は 65 ~ 70% 程度で、売上高の増加に対して利益の増加が小さいように見えるが、これは急激な需要増加に対応するため、人材や機材の投資を行ったこと、外注を多く活用したこと、営業費用を各セグメントの売上按分で配賦している会計上の影響が要因となっている。

2020年12月期のイベント配信回数は前期比99.5%増の4,753回に急増した。前期までは8割強を製薬業界向けWeb講演会で占めていたが、当期は製薬業界だけでなく、就職説明会や各種投資セミナー、バーチャル株主総会、企業のIR説明会など様々な領域で需要が立ち上がったことが要因だ。また1回当たりの平均単価についても、前期の49.4万円か56.5万円と14.3%上昇した。なお、四半期ベースで見ると第2四半期に65.6万円と高くなっているが、これは緊急事態宣言下において医療関係者の安全のため製薬業界向けWeb講演会が一時的に落ち込み、逆にその他の業界にてオンライン化が急速に進んだことが影響したと見られる。



業績動向

イベント配信回数と1回当たり平均単価



出所:決算説明資料よりフィスコ作成

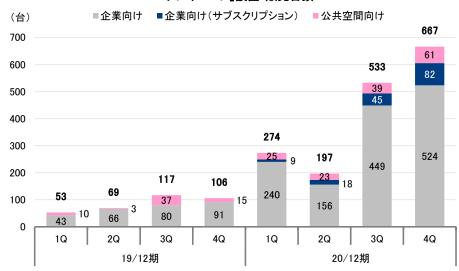
(3) サードプレイス DX 事業

サードプレイス DX 事業の売上高は前期比 96.6% 増の 975 百万円、セグメント利益は同 765.2% 増の 199 百万円となった。緊急事態宣言が発令された 2020 年 4 月から 5 月は、「テレキューブ」の設置工事も進まなかったため計画から遅れ気味となっていたが、第 3 四半期以降は企業向けを中心に急速に需要が拡大した。企業向けの販売台数は、サブスクリプションモデルも含めて同 1,243 台増加の 1,523 台に、公共空間向けは同 83 台増加の 148 台となり、累計設置台数では前期末比 1,671 台増加の 2,055 台となった。企業向けの販売の大半は、ロイヤリティ収入のみを計上するオカムラでの販売となっているため、台数の増加と比較して売上高の伸びは低いものの、利益率は前期の 4.6% から 20.5% と大きく上昇した。また公共空間向けに関しては、駅構内やオフィスビル、複合施設などに加えて、市役所やコンビニエンスストアなど生活圏内でも導入実績が出はじめており、今後もさらなる普及拡大が期待される状況となっている。



業績動向

「テレキューブ」設置・販売台数



出所:決算説明資料よりフィスコ作成

イベント DX 事業のキャパシティ増強に向け借入金を積み増すも、 ネットキャッシュは改善傾向続く

3. 財務状況

2020年12月期末の総資産は前期末比3,028百万円増加の10,031百万円となった。主に第4四半期に売上高が拡大したことにより売掛金が618百万円増加したことや、イベントDX事業のキャパシティ増強に向けて前期末に一時的に減少させていたコミットメントライン等の借入金を再度増額したことにより、現金及び預金が1,982百万円増加したことによる。

負債合計は前期末比 2,251 百万円増加の 6,205 百万円となった。販売活動の伸長により買掛金、前受金が増加したほか、設備投資の一環として実施したリース取引の実行によりリース債務残高が増加した。また、有利子負債は借入金を増額したことにより 1,281 百万円増加している。

純資産合計は前期末比776百万円増加の3,825百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益1,138百万円を計上した一方、自己株式の取得で299百万円、配当金支払いで23百万円それぞれ支出したことによる。また、為替換算調整勘定も期末にかけて円高に進んだことにより68百万円の減少要因となった。

経営指標を見ると、借入金を増額したことで自己資本比率が前期末の 43.2% から 37.8% に低下したものの、ネットキャッシュ(現金及び預金 – 有利子負債)ベースで見ると、前期末比で 700 百万円改善しており、実質的には財務体質の改善が進んでいるものと判断される。



ブイキューブ 2021年4月6日(火) 3681 東証 1 部

https://ir.vcube.com/jp/

業績動向

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	17/12 期	18/12期	19/12 期	20/12 期	増減
流動資産	5,212	5,059	2,269	4,976	2,707
(現金及び預金)	3,384	2,732	790	2,772	1,982
固定資産	5,878	5,525	4,733	5,054	320
(のれん)	1,263	1,111	879	767	-111
総資産	11,091	10,585	7,002	10,031	3,028
負債合計	6,877	6,055	3,953	6,205	2,251
(有利子負債)	4,887	3,818	2,209	3,491	1,281
純資産合計	4,213	4,530	3,049	3,825	776
経営指標					
(安全性)					
自己資本比率	30.1%	35.0%	43.2%	37.8%	-5.5pt
有利子負債比率	146.2%	103.1%	73.0%	92.2%	19.2pt
ネットキャッシュ	-1,503	-1,086	-1,419	-718	700
(収益性)					
ROA	-5.3%	2.4%	-3.9%	12.0%	15.9pt
ROE	-87.7%	13.0%	1.0%	33.4%	32.4pt
売上高営業利益率	-8.3%	4.3%	-4.5%	12.6%	17.1pt

____ 出所:決算短信よりフィスコ作成

■今後の見通し

2021 年 12 月期もイベント DX 事業及びサードプレイス DX 事業が 一段と成長し、大幅増収増益が続く見通し

1. 2021 年 12 月期の業績見通し

2021年12月期の連結業績は、売上高で前期比38.9%増の11,500百万円、営業利益で同91.2%増の2,000 百万円、経常利益で同83.3% 増の1,870百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同37.1% 増の1,560百 万円と大幅増収増益が続く見通し。なお半期ベースで見ても、上期から下期にかけて一段と収益が拡大する見込 みとなっている。



今後の見通し

2021年12月期第連結業績見通し

(単位:百万円)

	20/12 期			21/12 期					
	上期実績	下期実績	通期実績	上期計画	前年同期比	下期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	3,266	5,015	8,282	5,000	53.1%	6,500	29.6%	11,500	38.9%
営業利益	259	787	1,046	600	131.7%	1,400	77.9%	2,000	91.2%
経常利益	266	753	1,020	550	106.8%	1,320	75.1%	1,870	83.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	422	716	1,138	460	9.0%	1,100	53.7%	1,560	37.1%
1株当たり当期純利益(円)	17.50	29.60	47.10	19.00		45.44		64.44	

出所:決算短信よりフィスコ作成

現在も旺盛な需要に応えきれていないイベント DX 事業において人材投資や設備投資を実施しており、キャパシティ増強に伴い下期は一段と売上拡大が見込めるほか、「テレキューブ」についても販売・設置台数が右肩上がりに増加すると見ている。また、エンタープライズ DX 事業については、好採算の「SDK」が一段と増加することで増収増益を見込む。弊社では、会社計画は上振れ余地があると見ているが、これは、計画ではイベント DX 事業における 1 回当たり平均単価の前提を前期比 3 割減の 40 万円弱としているためだ。同社では競争激化による価格下落リスクを織り込んでいるが、既述の通りイベント系 Web セミナーについては需要に供給が追い付かない状況が続いており、今のところ価格動向に変化は見られていない。また、2021 年はバーチャル株主総会が増加することも考慮すれば、1 回当たり平均単価が会社想定を上回る可能性が高いと弊社では見ている。イベント配信回数は前期の 4,700 回に対して 14,000 回以上を見据えているため、仮に 1 回当たり平均単価が 50 万円程度で推移したとすれば、売上高で 14 億円以上の上振れ要因となる計算で、今後の価格動向に注目したい。

イベント DX 事業は前期比 2 倍増、 「テレキューブ」は同 1.5 倍増と高成長が続く見通し

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)

	19/12 期 実績	20/12 期 実績	21/12 期 会社計画	前期比
売上高	6,369	8,282	11,520	39.1%
エンタープライズ DX 事業	4,710	4,679	4,817	2.9%
イベント DX 事業	1,163	2,628	5,186	97.3%
サードプレイス DX 事業	496	975	1,517	55.6%
営業利益	-284	1,046	2,000	91.2%
エンタープライズ DX 事業	231	841	973	15.7%
イベント DX 事業	138	575	1,405	144.3%
サードプレイス DX 事業	23	199	332	66.8%
全社費用	-677	-569	-711	

注:新セグメントでの実績は未監査 出所:決算説明資料よりフィスコ作成



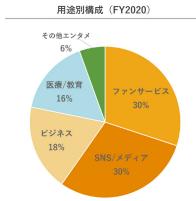
今後の見通し

(1) エンタープライズ DX 事業

エンタープライズ DX 事業の売上高は前期比 2.9% 増の 4,817 百万円、セグメント利益は同 15.7% 増の 973 百万円となる見通し。汎用 Web 会議サービスについては、競争激化が続くことから前期比横ばいの 30 億円と見ているものの、好採算の「SDK」が同 50% 増の 6 億円と引き続き拡大することが増収増益要因となる。「SDK」の用途別構成はファンサービスや SNS/メディアでのライブ配信等で全体の過半を占めており、2020 年 6 月以降、右肩上がりに需要が伸びている。同サービスは従量課金モデルなので、今後もライブ配信等の市場が拡大することで高成長が続くものと見込まれる。ここ最近日本で普及しはじめている音声 SNS「Clubhouse」にも、「SDK」として同社が国内総代理店となっている「Agora」※が使われており、今後の伸びが期待される。そのほか緊急対策・災害ソリューションは前期比横ばいの 5 億円、海外子会社で展開するLMS/TMS は学校向けの縮小傾向が続くことから同 12.5% 減の 7 億円を見込んでいる。

*「Agora」は、自社サービスの iOS・Android アプリや Web サイトに、カスタマイズしたビデオ通話やライブ配信をかんたんに実装できる SDK。世界最大級のリアルタイムエンゲージメント SDK で、国内では同社が総代理店として販売・サポートを展開している。「Clubhouse」は国内企業のサービスではなく同社の直接顧客でないため、「Clubhouse」の普及は同社の業績に影響しない。

「SDK」の 2020 年 12 月期用途別構成(左)と利用分数(右)





出所:決算説明資料より掲載

(2) イベント DX 事業

イベント DX 事業の売上高は前期比 97.3% 増の 5,186 百万円、セグメント利益は同 144.3% 増の 1,405 百万円となる見通し。2020 年 12 月期下期以降、製薬業界だけでなく就職説明会やバーチャル株主総会、各種セミナー等に需要の裾野が急速に広がっており、2021 年 12 月期は一段の高成長が見込まれるが、これは、「SaaS + Service」という形でサービス提供している企業は少なく、同社の強みとなっているためである。なお、2021 年 12 月期第 1 四半期のイベント配信回数は前年同期比 4 倍超となる 3,000 回を超えたもようで、通期では 14,000 回以上を目標としている。引き続き需要は旺盛で、キャパシティを確保できさえすれば達成可能な水準と見られる。また、バーチャル株主総会についても、2021 年 12 月期は 100 社以上の受注を目指す。株主総会が集中する 6 月はイベント DX 事業において閑散期にあたるため、稼働率の平準化による収益性の向上にもつながる効果が期待できる。



今後の見通し

同社では旺盛な需要に対応するため、2021 年 12 月期にイベント DX 事業を中心に 100 名程度の採用を計画しており、引き続き外注も活用しながらキャパシティを拡大していく計画となっている。また、Web セミナーの収録・配信を行うスタジオ設備も増設する。投資額は撮影機材も含めて 7 ~ 8 億円程度となり、減価償却費等の固定費負担増は 3 億円増と保守的に利益計画に織り込んでいるようだ。

(3) サードプレイス DX 事業

サードプレイス DX 事業の売上高は前期比 55.6% 増の 1,517 百万円、セグメント利益は同 66.8% 増の 332 百万円となる見通し。「テレキューブ」は企業オフィス内における個室ニーズの増加に加えて、ワークスタイルの変化によるリモートワーク用個室空間として、また、就職活動を行う学生らがオンライン面接の場として利用する公共空間(駅構内やオフィスビル、複合施設等)向けの設置も一段と進む見通しだ。

販売・設置台数は前期比 1.5 倍増の 2,500 台を計画している。内訳は、企業向け(サブスクリプション含む)が同 1.4 倍増の 2,200 台(うち、サブスクリプション 200 台)、公共空間向けが同 1.5 倍増の 300 台となる。公共空間では、OEM 先の JR 東日本で展開する「STATION BOOTH」の設置が、駅構内だけでなく系列の商業施設やフィットネスジム、コンビニエンスストアなどにも進んでいることから、2021 年 12 月期に 100 ケ所、2023 年 12 月期までに累計 1,000 カ所の設置を目標としている。また 2021 年 3 月には、JR 西日本の高槻駅及び尼崎駅に「テレキューブ」が設置されたことから(大阪駅及び新大阪駅にも設置予定)、今後は JR 西日本エリアにおいても設置が進むものと予想される。そのほか、新築分譲マンションの共用部に新たに設置されることが決まったほか、病院や図書館などの公共施設でも潜在需要はあると見られ、今後の市場開拓が期待される。

2022 年 12 月期に売上高 153 億円、営業利益 35 億円を目指す中期経営計画は順調に進捗

3. 中期経営計画

(1) 基本方針と業績目標

同社は 2020 年 11 月に 3 ヶ年の中期経営計画(2020-2022)を発表した。「Beyond テレワーク」をタイトルとして掲げ、コロナ禍が収束したとしても、また、テレワークの需要が一巡したとしても、映像コミュニケーションツールの利活用は社会の様々な領域で広がりを見せ、こうした需要を取り込むことで持続的な成長を目指していく方針となっている。

中期経営計画の基本方針は以下の3点となる。

- 1) 経営ミッションとする「Even な社会の実現」に向けて、テレワークの定着実現と共に、リモートを活用したコミュニケーション DX による生産性・生活の質の向上を実現する
- 2) 新規事業領域の創出による、グループ全体の持続的な成長の実現
- 3) 企業価値の最大化の為の業績向上と株主還元



今後の見通し

また、業績目標値については 2022 年 12 月期に連結売上高 135 億円、営業利益 35 億円、親会社株主に帰属する当期純利益 27 億円、ROE35%以上を掲げている。売上高の内訳について見ると、イベント DX 事業が81 億円と最大事業に成長し、エンタープライズ DX 事業については「SDK」や緊急対策ソリューションなど用途特化型ソリューションの成長により54 億円に、サードプレイス DX 事業は19 億円にそれぞれ拡大する計画となっている。初年度となった2020年12月期の業績については、既述の通り売上高、各利益ともに計画を上回り、順調な滑り出しとなっている。2021年12月期の業績見通しについても保守的な前提となっていることから、計画を上回るペースでの進捗が期待される。

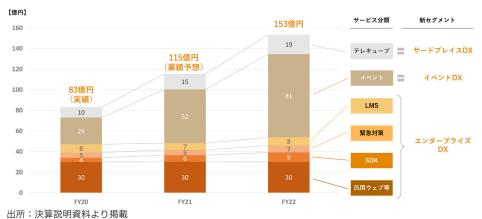
中期経営計画の進捗状況

(単位:億円)

	20/12 期		21/12 期	22/12 期
	見込	実績	予想	目標
売上高	79	82.8	115.2	153
営業利益	9	10.4	20	35
親会社株主に帰属する 当期純利益	10	11.4	15.6	27
ROE	27%	33%	34%	35% 以上
配当性向	20%	15%	15%	20% をベースとし、 30% を目指す

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

セグメント別の売上高計画



(2) 事業戦略

a) エンタープライズ DX 事業

汎用 Web 会議サービス領域については、コロナ禍による市場拡大が一巡し成熟期に入るなか、同社ではキャッシュカウとして安定収益を見込んでいる。レッドオーシャン領域ではあるものの、24 時間 365 日サポート体制によるサービス面での差別化を図ることで、一定水準の売上を維持できると見ている。ただ、ユーザーのネットリテラシーが全体的に上昇することに加え、ツールの機能がさらに向上することでサポート体制の必要性が薄まった場合は、売上を維持することが難しくなる可能性もある。



今後の見通し

一方で、伸びが期待できる領域として、フィールドワークや緊急対策ソリューションなど用途特化型ソリューションを挙げており、売上拡大に注力していく。緊急対策ソリューションについては、まだ未導入の自治体も多く、行政の DX 化の一環として整備・導入が進む可能性があり、潜在的な需要は大きい。同社のサービスは、自治体とのネットワークを持つ NTT グループ各社が代理店となっており、これら代理店を通じた導入が進むものと期待される。また、顧客サービス領域では、「SDK」に開発サポート等を付加することで顧客事業の DX 化を支援していくほか、営業・開発体制の強化を図り、売上拡大を目指していく。

b) イベント DX 事業

イベント DX 事業に関しては、需要に応えられるキャパシティ整備を進めていくこと及び低コストかつ高品質の配信運用サポートを提供していくことを重点戦略として掲げている。また、新サービスとして 2020 年 11 月にリリースした「EventIn」によって、双方向かつリアルに近いオンラインイベントを実施し、さらなる需要の掘り起こしを進めていく。主要市場となる製薬業界では年間約 16 万回のセミナーが開催されており、そのうち Web セミナーの比率は 2019 年の 6 ~ 7% から 2020 年には 20 ~ 30% に上昇した。開催コストはリアル開催の半分程度となっているため、将来的に 70% 程度までオンライン化が進む可能性があり、潜在需要としては 10 万回の需要が見込まれる。1 回 40 万円としても 400 億円の市場規模となり、製薬業界向けだけでも成長余地は大きいと弊社では見ている。

さらに、バーチャル株主総会についても成長ポテンシャルの大きい市場として注目される。2020 年はコロナ 禍で株主総会をどのように開催するかが議論となり、リアルとバーチャル(オンライン)のハイブリッド方式 で株主総会を実施する上場企業が増加した。バーチャル株主総会には、総会を傍聴するだけの参加型と、議決権の行使や株主質問も可能な出席型の2通りがあるが、同社は参加型だけでなく専用にシステムをつくりこむ必要がある出席型のサービスを提供しており、2020 年は20数社のバーチャル株主総会を受注した。これら企業については今後もハイブリッド方式の株主総会を継続していく方針で、2021 年もリピートオーダーが見込まれる。バーチャル株主総会の平均価格は100万円以上とWebセミナーよりも高くなるが、距離的な制限で今までは参加したくてもできなかった株主がバーチャル株主総会であれば参加できるため、IRに積極的な企業は出席型のバーチャル株主総会を導入していくものと予想される。上場企業数は2021年3月時点で約3,700社あり、このうち1割の顧客を獲得できればそれだけで数億円の売上となる。また、バーチャル株主総会が成功すれば、他の社内イベントでも同社のサービスが利用される可能性があり、顧客当たり売上高の増加も期待できることになる。

c) サードプレイス DX 事業

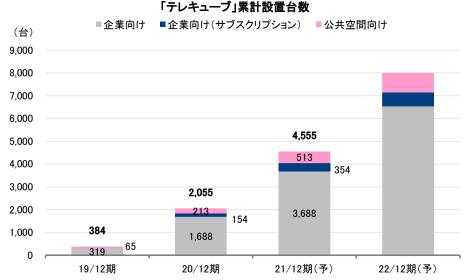
「テレキューブ」については、引き続きオフィスや公共空間での設置を進めていく。顧客ニーズに応じて、1人用~4人用まで幅広い商品ラインナップを提供し、また、初期負担の少ないサブスクリプション方式での提供を強化することで収益の安定性を高めていく戦略となっている。さらに今後は、「テレキューブ」内部での付加価値アプリやサービスの実装・展開を進めていくほか、公共エリアでの予約・空間管理ソフトウェア「テレキューブコネクト」を、国内外問わず様々なサードブレイスの予約管理・運営のソフトウェアとして横展開し、グローバルなインフラサービスへと進化させていくことを目標としている。





今後の見通し

また、「テレキューブ」の海外市場への展開についても今後の検討課題としている。米国では既に同様のサー ビスを展開している企業もあることから、収益化が見込める地域があれば、現地のオフィス家具メーカー等と 組んで進出の機会をうかがっていくことになる。ただ、今回の中期経営計画では急拡大している国内の需要を 取り込んでいくことを最優先に取り組んでいくため、海外展開での具体的な動きが出る可能性は現状では低い と弊社では考えている。



出所:決算説明資料、ヒアリングよりフィスコ作成

■株主還元策

配当方針は NOPLAT ベースで連結配当性向 20% を目安に、 将来的に30%を目指す

同社は 2019 年 12 月期に創業来初めて配当を実施し、2020 年 12 月期には 1 株当たり 4.0 円配当を実施し た。2021年12月期も8.0円と連続増配を予定している。今後の株主還元方針としては、2022年12月期に NOPLAT ベースの連結配当性向で 20% をベースに 30% を目指す方針としており、今後は収益拡大に伴って配 当成長も期待できることになる。



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。

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・表示したものですが、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

メールアドレス: support@fisco.co.jp

電話:03-5774-2443(IR コンサルティング事業本部)