

パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2014 年 11 月 12 日 (水)

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
寺島 昇

■ 中計達成へ向け「新規事業」「人材」を軸に積極投資

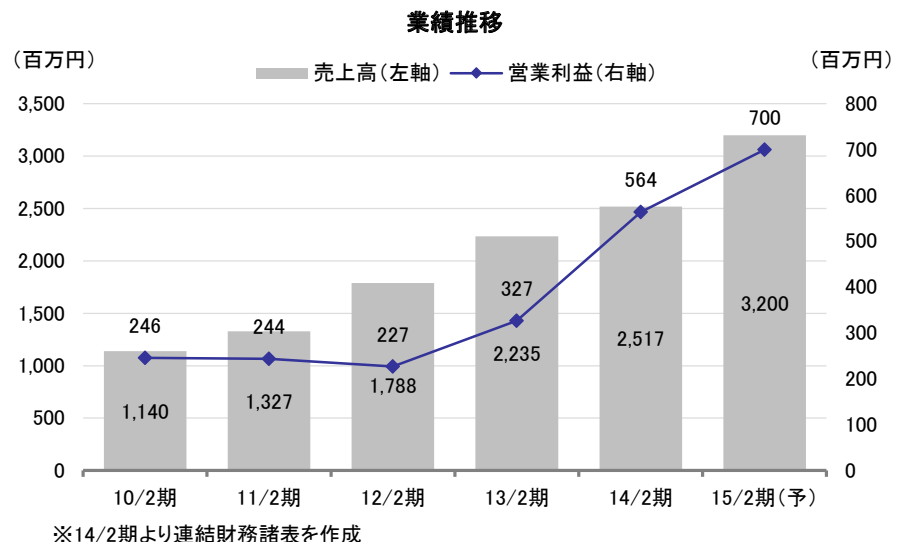
パイプドビッツ<3831>は自社製品である「SPIRAL (スパイラル)」というプラットフォーム (ミドルウェア) をクラウド型で提供するユニークな IT 企業である。中堅企業・大企業向けプラットフォームの提供だけでなく、特定の業界 (美容業界や建築業界等) 向けに自社開発したアプリケーションの販売も行っている。

2015 年 2 月期の第 2 四半期 (3-8 月) 業績は売上高 1,512 百万円 (前年同期比 25.6% 増)、営業利益 305 百万円 (同 37.7% 増)、経常利益 304 百万円 (同 35.8% 増)、四半期純利益 176 百万円 (同 29.5% 増) となり、前年同期比で増収・増益となっただけでなく、期初計画も上回った。進行中の 2015 年 2 月期は売上高 3,200 百万円 (前年比 27.1% 増)、営業利益 700 百万円 (同 23.9% 増)、経常利益 700 百万円 (同 23.7% 増)、当期純利益 420 百万円 (同 22.6% 増) が予想されており、期初予想を据え置いた。

また 2014 年 3 月に、2017 年 2 月期を最終年度とする新たな中期経営計画を発表しているが、この最終目標は売上高 9,200 百万円 (2014 年 2 月期比約 3.7 倍)、営業利益 2,800 百万円 (同約 5.0 倍) となっている。かなり高い目標と言えるが、同社は「次世代 IT ベンダーへと革新する 3 ヶ年」を掲げ、「新規事業の発掘と育成」「人材の積極的な採用と育成」を軸に積極的に投資を行うとしている。同社が事業ドメインを置く業態から達成は十分可能と考えられ、今後の有効アカウント数の動向や、M&A の展開などからは目が離せないだろう。

■ Check Point

- ・「SPIRAL」は業務効率化と導入コスト、セキュリティ面で優位性
- ・今期予想は経費増を見込んだ数値、目標達成は高い可能性
- ・経営判断の迅速化、積極的な M&A、人材採用・育成が重要施策



■ 会社概要

「情報資産」の安全な管理・有効利用のため「SPIRAL」を開発

(1) 沿革

同社は、現在の代表取締役社長 CEO である佐谷宣昭（さたにのぶあき）氏によって 2000 年 4 月に設立された。多くの企業にとって、その顧客の属性やメールアドレスなど、事業上知り得たデータは重要な「情報資産」であり、これらの「情報資産」を安全に預かると同時に有効利用するサービスを事業として始めたのである。この事業を行うために自社開発したのが、情報管理のためのプラットフォーム「SPIRAL」である（詳細後述）。その後、この「SPIRAL」を中心に各種のアプリケーションを開発し、これらの応用事業を展開しつつ現在に至っている。

会社沿革

2000年 4月	株式会社カレン（東京都世田谷区）からの出資を受け、電子メールを中心としたマーケティング支援ソフトウェアの開発を目的として、東京都世田谷区に株式会社サハラ設立
2000年10月	メールマーケティング支援プラットフォーム「スパイラル・メッセージングプレース」開発
2000年12月	MBO により独立し、本社を東京都渋谷区神南一丁目 12 番 15 号に移転
2001年 1月	商号を株式会社パイプドビッツに変更
2001年 2月	ASP サービス「スパイラル・メッセージングプレース」の提供開始
2001年 4月	「スパイラル・メッセージングプレース」に販売代理店制度を導入
2001年12月	「スパイラル・メッセージングプレース」に SLA（品質保証制度）を導入
2006年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2009年 4月	サービス名称を「スパイラル・メッセージングプレース」から「スパイラル」に変更
2010年 1月	株式会社ハイデザインズから、一部事業である CMS・EC 事業を譲り受け
2010年 4月	アパレル特化型 EC プラットフォーム「スパイラル EC」の提供開始
2010年12月	インターネット広告やインターネットメディアに係る分野への取り組みとして、メディア EC 事業を開始
2011年 3月	株式会社 Gras から、一部事業であるアパレル Web ソリューション事業を譲り受けアパレル・ファッションに特化した EC サイトの運営受託、企画、制作等の EC 運営事業を開始
2011年 9月	ユナイテッドベンチャーズ株式会社を割当先とする第三者割当増資を実施 ビジネスオンライン株式会社から、一部事業である会計クラウド事業を譲り受け
2012年 3月	株式会社サムライブプロジェクトから、一部事業である美容師名鑑プロジェクト事業を譲り受けペーパーレススタジオジャパン株式会社へ出資し子会社化
2014年 3月	株式交換により株式会社アズベイスを完全子会社化
2014年 5月	東京証券取引所市場第一部へ上場市場を変更

レンタル方式でプラットフォーム及び関連アプリケーションを提供

(2) 事業内容

(製品概要)

同社の主力事業を一言で言えば、自社開発した「SPIRAL」と言うプラットフォーム及び関連したアプリケーションソフトを、売り切りではなくレンタル方式（月額課金方式）でユーザーに提供することである。ソフトウェアの階層（レイヤー）の中で「SPIRAL」の位置付けをわかりやすく示すと下図のようになり、クラウド型ミドルウェアとも言える。

2014 年 11 月 12 日 (水)

一般的に多くの企業は業務上のシステムなどを構築する際に、開発・運用のためのハードウェアや基本ソフトウェア (OS)、開発環境 (ツール)、データベース、ミドルウェアなどを自社で購入し(または開発委託し)、それらを組み合わせてシステムが稼動するための基盤(プラットフォーム)を構築する必要があり、さらに開発後もそれらを維持する手間(コスト)も必要であった。しかし同社の開発した「SPIRAL」は、開発ツールが搭載されているので各種アプリケーションを簡単に開発することができるだけでなく、データベースも内蔵しているため「SPIRAL」に格納された顧客データなどの情報資産を各アプリケーションで共有して利用することが可能になる。また、これらのアプリケーションやデータ類を簡単に複製したりデリバリーしたりすることもできる。ここがパッケージ型ソフトと大きく異なる点(優位性)である。

このため顧客企業は、「SPIRAL」を利用することでアプリ開発のコストを大幅に削減すると同時に、情報の運営(利用)・管理を簡単かつ一括して行うことができる。さらに従量制の月額課金型プラットフォームであることから、コスト削減にも役立っている。「SPIRAL」の導入企業は、大手金融機関を始めとする著名な企業が顧客に名を連ねている。

昨今の IT 業界では多くのサービスが「クラウド型」で提供されており、これらのクラウド型サービスは提供される内容によって様々な呼び方をされている(下図参照)。同社の「SPIRAL」は「PaaS」(Platform as a Service)と呼ばれる分野に属する。

主なクラウドサービスの形態と概要

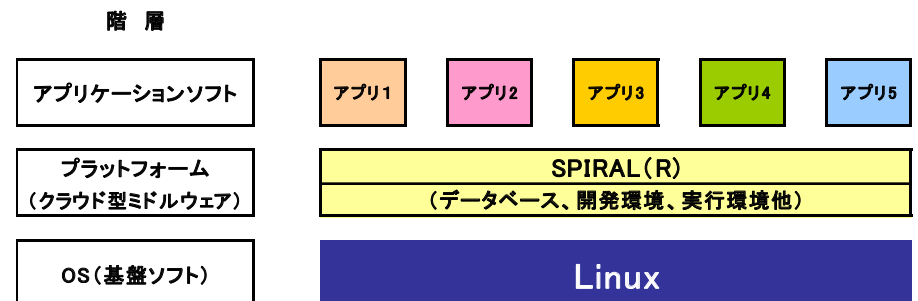
SaaS	アプリケーション (ソフトウェア) を提供
BaaS	スマホアプリの開発・運用に必要なサーバー側の機能を提供
PaaS	アプリケーションを稼働するための基盤を提供
IaaS	サーバー、CPU、ストレージなどのインフラの仮想化

出所： 同社 HP

(主要製品の内容と価格)

上記のように同社の主力製品は「SPIRAL」というプラットフォーム環境なので、これを利用する主要顧客は自社の業務用ソフトなどを社内開発する大手企業や街の中小企業向けなどに開発を行う中小 SIer (システムインテグレーター) である。さらに同社は、この「SPIRAL」を使って特定業界やユーザー向けに同社自身でアプリケーションを開発し、これらの販売も行っている。このような主要製品はパッケージ販売 (売り切り) ではなく、すべてクラウド (月額課金) 型で販売されている。以下は主要製品とその月額価格 (最低料金) である。

「SPIRAL」の位置付け



出所： 会社資料よりフィスコ作成



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2014 年 11 月 12 日（水）

言うまでもなく同社の事業モデルでは、有効（有料）アカウント数が増えることが売上増につながる。ただし、下記に述べる料金はあくまで基本料金あるいは最低料金であり、実際は利用するデータ量によって料金が変わる（従量制）ため、単純にアカウント数×基本料金＝売上高とはならないが、売上動向を見るうえでは有効アカウント数は重要な指標である。

SPIRAL（スパイラル）：同社の主力製品。基本となるプラットフォームでデータベース、開発環境、実行環境などを内蔵している。月額 25,000 円から。

SPIRAL PLACE（スパイラル プレース）：クラウド型のグループウェアで、Web サイトの作成・更新機能を持ち、同時に SNS とも連携している。グループウェアとしてカレンダーやファイルを共有化しながら、簡単な操作で Web コンテンツの改善・更新やアクセス解析を行うことができ、Facebook や Twitter にもリンクしている。従業員を大量に抱えるチェーン店などから高い評価を得ている。基本料金は月額 6,000 円から。

SPIRAL EC（スパイラル EC）：アパレル専用に特化した e コマースのプラットフォーム。アパレル向け EC サイトの高級なブランドイメージを追求しながら、同時に更新作業手順を簡素化し、しかも低予算に押さえるといういくつかの課題を同時に解決できる点が業界からは高く評価されている。利用料は流通額の 5% を最大とした従量制。

ネット de 会計・ネット de 青色申告：中小企業や個人事業主を対象としたクラウド型の会計サービス。中小企業の決算事務ではブランドを築きつつある。2011 年 9 月に事業を譲り受け、販売を開始した。

スパイラルアフィリエイト：広告主のアフィリエイト広告の導入や運用にかかる負担や課題を軽減するアフィリエイト ASP 一括管理サービス。初期費用無料など、SPIRAL ユーザー限定の特典がある。

その他：後述するような特定の分野や業種向けのアプリケーションがある。価格は月額数百円から数千円。

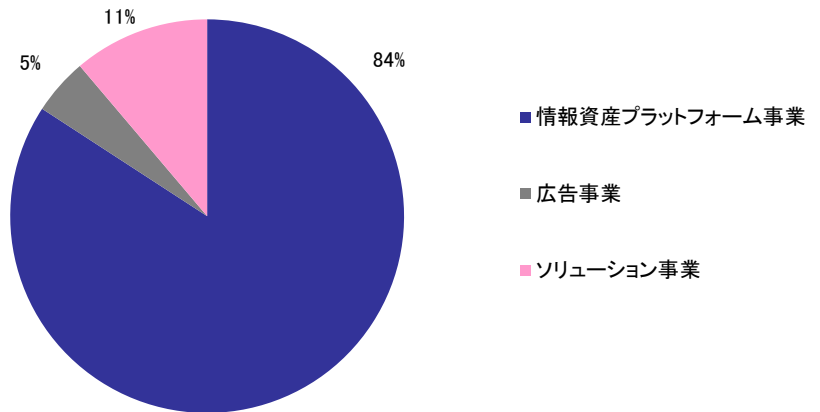
（事業セグメント）

以上のような主力製品を中心に、同社では事業セグメントを以下のように分類している。

セグメント別売上高

（単位：百万円）

	15/2 期 2Q	
	売上高	営業損益
情報資産プラットフォーム事業	1,272	298
スパイラル		
スパイラルプレース		
ネット de 会計		
その他		
広告事業	70	7
スパイラルアフィリエイト		
広告		
ソリューション事業	169	0
制作		
EC 運営		
BIM コンサル、その他受託		

セグメント別売上高
(15/2期2Q)

「SPIRAL」は業務効率化と導入コスト、セキュリティ面で優位性

(3) 特色、強み

(システム構築が容易)

「SPIRAL」の最大の特徴は、自由なカスタマイズ性にある。上記のように同社自身が「SPIRAL」の機能を組み合わせて自社の業務用システムや特定顧客（分野）向けのアプリケーションを開発しており、金融機関のような極端に高い信用度を求められる分野を除けば、世に存在するあらゆる業務系のシステムを「SPIRAL」の機能の組み合わせによって作ることができると言っても過言ではない。以前はこのような業務系のシステムは、一般的には SI（システムインテグレーター）と呼ばれる事業者が構築していた。しかし、SI が従来行っていた業務の大半は「SPIRAL」の機能を組み合わせることで置き換えが可能であり、顧客企業自身が各種の開発やシステム構築を容易に行うことができるようになってきている。

(各種アプリケーション間の連携が可能)

「SPIRAL」の持っている機能は多岐に渡るが、最も基本的な機能は、例えば顧客企業が Web を通じてデータベースを管理する上で、データベースの作成から「登録／更新／削除」などのデータ操作、一括データ登録、ダウンロードなどが簡単にできる点である。具体的には、企業が Web を通じてアンケートを実施し、市場調査や新製品の評価を行うような場合、企業側では「SPIRAL」を使用して、ごく手軽にアンケートを作成し、それをターゲットとする顧客や見込み客のもとに届け、アンケートに回答してもらい、それを回収することができる。顧客情報のデータベースに満足度調査のアンケートを関連付ければ、それがそのまま顧客属性に応じた分析になり、満足度の向上のためのフォローアップも可能になる。アンケート結果はリアルタイムで集計され、その結果をそのまま報告書に仕上げることもできる。「SPIRAL」を通じて、これらの異なるアプリ間での一連の作業を簡単な操作で行うことができるのだ。

同様に、プレゼント特典付きのキャンペーン、人事採用のエントリーシート、問い合わせフォーム、セミナーの申し込み、口座開設、資料請求などのフォーム作成に関しても、「SPIRAL」を通じて、フォームの作成や会員属性の登録、更新、削除、ログイン認証などを手早く行うことも可能である。例えばセミナーの開催などの場合、仮に複数のセミナーが同時進行しても、複数の申込受付やキャンセルの管理が即時に可能であり、セミナーの開催が効率的になる。これらのデータを検索フォームに一覧表示させ、一問一答式の分岐アンケートや集計表、グラフなどに発展させることも容易である。さらに今期からは、下記に述べるように音声（電話）でのソリューションを持つ子会社、(株)アズベイスのサービスが加わるため、顧客の利便性は一段と向上する見込みだ。



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2014 年 11 月 12 日 (水)

同社の競合会社の 1 つが米国のセールスフォース・ドットコム社だが、この会社は買収を繰り返して成長してきた。そのため、各種のアプリケーションは異なる被買収企業が開発してきたものであるため、各アプリケーションは同じ基盤（プラットフォーム）上で作成されたものではない。そのため顧客がこれらの複数アプリの連携を必要とした場合、追加の開発コスト、時間が必要となる場合が多い。その点で同社の「SPIRAL」は同じプラットフォーム上にアプリが載っているため、各種アプリの相互連携を容易に（安価かつ短時間で）行うことが可能であり、セールスフォース・ドットコム社よりはかなり優位であると言える。

（導入コスト、セキュリティ面での優位性）

また「SPIRAL」は、パッケージソフトウェアとして販売されずに、期間利用型のクラウドサービスとして提供されているため、顧客企業は無駄な時間やコストをかけずに、必要とするシステムを独自に短時間で安価に構築できるのも特色だ。すなわちシステム導入の初期であっても、多額の費用をかけずに少額の投資からシステム開発が可能になる。

このようなコスト面での優位性に加えて、ISO27001（情報セキュリティマネジメントの国際規格）やプライバシーマークを取得しており、セキュリティ面での保証、保守や監視機能も付いていることから、特に中小 Sier にとっては利便性の高い製品となっている。例えば、ネット上での通信暗号化技術として最も一般化している SSL（Security Sockets Layer）に脆弱性が指摘された場合、通常であれば各 Sier は個別にこの脆弱性への対応をする必要があるが、同社の「SPIRAL」を利用していれば、必要な対応は同社が行う（「SPIRAL」上で解決される）ため、各 Sier は個別に対応する必要がなくなる。一方で、同社の SPIRAL を利用していることが、最終顧客に対してセキュリティ面での安心感を与えているとも言える。

（導入事例）

同社の「SPIRAL」導入の成功事例を 2 つ挙げる。1 つ目は朝日火災海上保険（株）のケースである。朝日火災海上保険の個人向け火災保険「ホームアシスト」の Web 保険料試算システムに同社の「SPIRAL」が導入されたが、1～2 分のチェックで顧客が具体的な保険料をイメージできることから資料の請求量は約 130 倍に、資料請求からの成約率は約 3 倍に向上したようだ。また、顧客属性や各種データ類を連携させたことで、従来、30 分程度かかっていた作業も 2～3 分に短縮されたようだ。さらに、コスト面においても、他社との比較で 10 分の 1 程度と優位性があった点も採用につながっている。

2 つ目は三菱地所レジデンス（株）のケースである。三菱地所レジデンスは、「顧客ロイヤルティの向上」を経営戦略の 1 つに掲げ、新築マンションなどの検討・購入者へのアンケートを通じて、顧客満足度の計測・分析・向上施策を展開している。アンケートは、5 回に渡り実施されるが、その数は来場アンケートだけで年間約 4 万 5,000 件に及び、莫大な労力と時間に加え、謝礼発送や回答紙の入力外注など多くの費用が発生していた。そこで運用フローを見直し、すでに導入していた「スパイラル」によりシステムを改修することで、大幅な業務効率化とコスト削減を同時に実現した。従来、ピーク時には担当者が丸 1 日かかったリスト登録が、わずか数分の作業に効率化されたほか、アンケートを Web に最大限移行することで、一部の郵送回答希望者を除き、アンケート実施から回答登録、謝礼送付、謝礼管理までが全自動化された。顧客情報を扱うフローが最大限システム化されたことで、人的ミスも最小化したという。

業績動向

2Q 業績は期初計画を上振れし過去最高を更新

(1) 2015 年 2 月期第 2 四半期累計 (実績)

(損益状況)

同社の 2015 年 2 月期第 2 四半期累計は売上高 1,512 百万円 (前年同期比 25.6% 増)、営業利益 305 百万円 (同 37.7% 増)、経常利益 304 百万円 (同 35.8% 増)、四半期純利益 176 百万円 (同 29.5% 増) となった。前年同期比で増収増益となったことに加え、期初計画 (売上高 1,440 百万円、営業利益 275 百万円、経常利益 275 百万円、四半期純利益 165 百万円) も上回った。また上半期の営業利益としては過去最高を更新した。

2015 年 2 月期の第 2 四半期累計業績

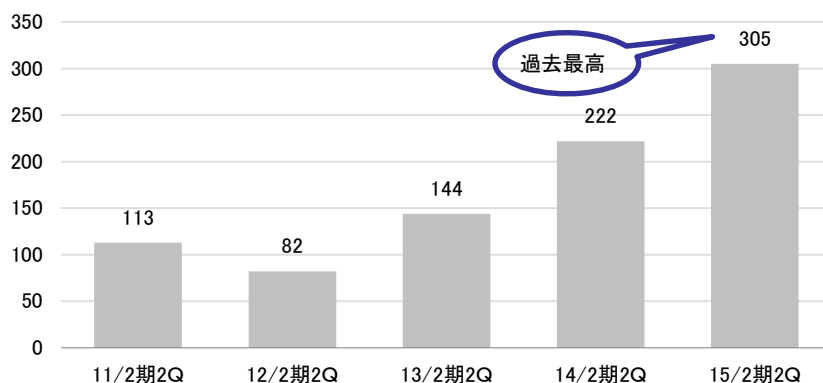
(単位: 百万円、%)

	14/2 期 2Q		15/2 期 2Q		(増減)	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	率
売上高	1,204	100.0	1,512	100.0	308	25.6
情報資産プラットフォーム事業	1,026	85.2	1,272	84.1	245	23.9
広告事業	50	4.2	70	4.7	20	39.4
ソリューション事業	126	10.5	169	11.2	42	33.5
売上総利益	948	78.8	1,170	77.4	222	23.4
販管費	726	60.3	864	57.2	138	19.0
営業利益	222	18.4	305	20.2	83	37.7
情報資産プラットフォーム事業	231	-	298	-	67	29.0
広告事業	-12	-	7	-	20	-
ソリューション事業	3	-	0	-	-3	-
経常利益	224	18.6	304	20.2	80	35.8
四半期純利益	136	11.3	176	11.7	40	29.5

セグメント別売上高は情報資産プラットフォーム事業が 1,272 百万円、広告事業が 70 百万円、ソリューション事業が 169 百万円となった。またセグメント別の営業損益は、情報資産プラットフォーム事業が 298 百万円、広告事業が 7 百万円、ソリューション事業が 0 百万円となった。

上期営業利益の推移

(百万円)



※14/2期1Qより四半期連結財務諸表を作成

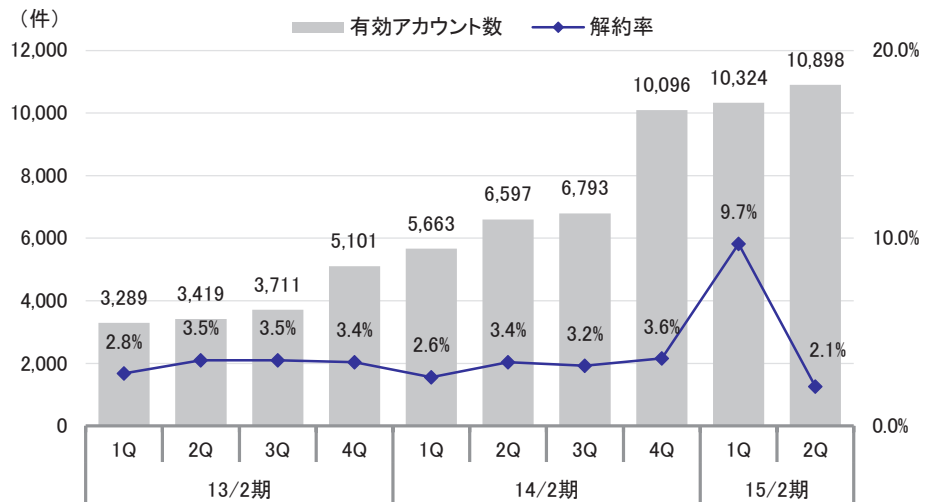
主力である情報資産プラットフォーム事業の売上が増加したのは、下図のように2015年2月期第2四半期末の有効アカウント数が10,898（前期末比+802）と大きく増加したことに加え、多様なサービス提供によってアカウント当たりの金額が増加したからである。また解約率も低水準で推移しており、収益の安定化に寄与している。

パイプドビッツ

3831 東証1部

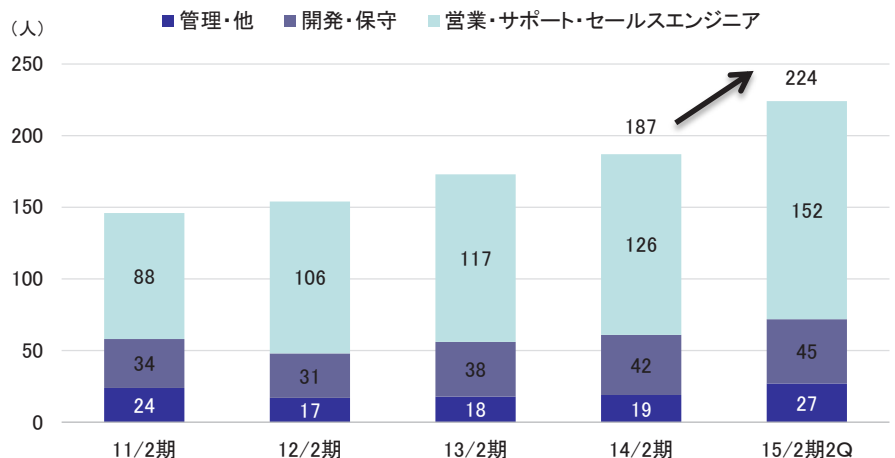
2014年11月12日（水）

有効アカウント数と解約率の推移



さらに、下記に述べる新中期経営計画の柱の1つである「人材の積極採用」も行った。その結果、2015年2月期第2四半期末の人員数は前期末の187名から224名へ大幅に増加したが、上記の第2四半期決算累計（結果）は、これらの人員増を吸収しての増益と言える。

従業員数の推移



※子会社の従業員数を除く

（財政状況及びキャッシュ・フローの状況）

2015年2月期第2四半期末の財政状況は、資産合計は3,093百万円（前期末比450百万円増）となったが、主な要因は流動資産の増加211百万円（主に現預金の増加）、固定資産の増加239百万円（主にアズベイス買収による）であった。負債合計は615百万円（同32百万円増）となったが、主に流動負債の増加32百万円による。純資産は、主に四半期純利益の計上により417百万円増加して2,478百万円となった。

貸借対照表

(単位：百万円)

	14/2 期末	15/2 期 2Q	増減額
流動資産	2,156	2,368	211
固定資産	486	725	239
資産合計	2,643	3,093	450
流動負債	582	615	32
固定負債	-	-	-
負債合計	582	615	32
純資産合計	2,060	2,478	417

またキャッシュ・フローの状況は、営業活動によるキャッシュ・フローは 259 百万円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローは 36 百万円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローは 20 百万円の支出となり、2015 年 2 月期第 2 四半期末の現金及び現金同等物残高は 1,662 百万円となった。

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	14/2 期 2Q	15/2 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	155	259
投資活動によるキャッシュ・フロー	-34	-36
財務活動によるキャッシュ・フロー	0	-20
現金及び現金同等物の増減	121	202
現金及び現金同等物の期末残高	1,259	1,662

今期予想は経費増を見込んだ数値、目標達成は高い可能性

(2) 2015 年 2 月期 (通期予想)

進行中の 2015 年 2 月期は売上高 3,200 百万円 (前年比 27.1% 増)、営業利益 700 百万円 (同 23.9% 増)、経常利益 700 百万円 (同 23.7% 増)、当期純利益 420 百万円 (同 22.6% 増) が予想されている。

2015 年 2 月期の通期業績予想

(単位：百万円、%)

	14/2 期		15/2 期 (予)		(増減)	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	率
売上高	2,517	100.0	3,200	100.0	682	27.1
営業利益	564	22.4	700	21.9	135	23.9
経常利益	565	22.5	700	21.9	135	23.7
当期純利益	342	13.6	420	13.1	77	22.6

既述のように同社のビジネスモデルはストック型であること、主力となる PaaS はさらに発展が期待できること、年間のアカウントの解約率は 2 ~ 3% 程度にとどまっていること、さらに製品に対する引き合い自体は強含みであることなどから判断して、この目標が達成される可能性は高そうだ。

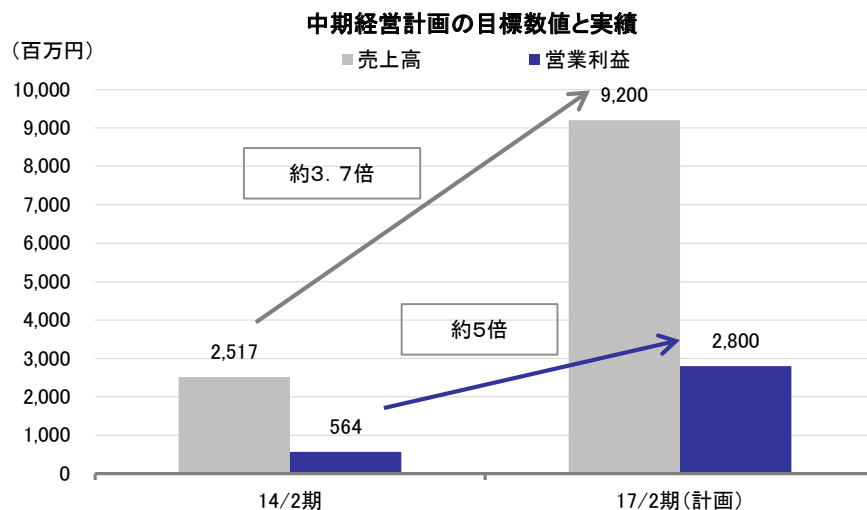
また今期は下記に述べるような新中期経営計画の初年度であることから、人材の採用・教育を積極的に行う予定で、今期は約 90 名 (前期末従業員数 187 名) の採用を計画している。上記の予想は、これらの経費増を見込んだうえでの数値であり、言い換えれば経費についてはかなり余裕を持った予算であると言えます、目標利益達成の可能性はこの点からも高そうだ。

■ 新中期経営計画と今後の事業戦略

経営判断の迅速化、積極的な M&A、人材採用・育成が重要施策

昨年度で中期経営計画が終了したのを受けて、同社は新しい中期経営計画 2017「次世代 IT ベンダーへと革新する 3 ヶ年」を発表した。数値目標は、下図のように 3 年後の 2017 年 2 月期に売上高 9,200 百万円 (2014 年 2 月期実績比約 3.7 倍)、営業利益 2,800 百万円 (同約 5 倍) を計画している。この計画を達成するために、主に以下の 3 つの重要施策を掲げている。

- カンパニー制の導入による新規事業の経営判断の迅速化及び収益力の強化
- 積極的な M&A による事業拡大
- 人材の積極的な採用と育成



(カンパニー制の導入)

主な新規事業に対してカンパニー制を導入した。このねらいは、新規事業での経営判断の迅速化、収益力の強化、対象業種のワークスタイルへの適合のためなどである。例えば美容業界向けに特化した「美歴」の営業では、主な顧客が美容室であることから顧客の休日は火曜・水曜が多い。これに対して同社の営業社員が土曜・日曜に休みを取っていたら営業効率が悪い。そこで「美歴事業」では独自のカンパニー制によって休日や勤務時間を自由に定めることが可能になり営業効率を上げられる。今までのところ「美歴事業」と「政治山事業」、「I Love 下北沢事業」にカンパニー制を導入しているが、状況に応じて他の事業にもカンパニー制の導入を検討する。

また同社は、2015 年 9 月 1 日を目途に純粋持株会社へ移行することを発表した。詳細内容はまだ決定していないが、現在は社内カンパニーとなっている各事業が将来的には子会社として持株会社の傘下に入る可能性もありそうだ。

2014 年 11 月 12 日（水）

（M&A による事業拡大）

同社では、M&A も重要な事業戦略と位置付け常に候補企業を探している。現在でもいくつかの案件を検討中のようだが、同社の M&A 対象となるのは主に 2 つのグループ。1 つ目は下記に述べる（株）アズベイスのように、同社が持っていないサービスを提供できる企業で、同社のプラットフォームへ組み込むことで顧客はより広いサービスを受けられるようになる。言い換えれば「兄弟サービス」を提供できる企業が候補となる。2 つ目の対象は、その企業自体は IT の能力は薄いですが IT 化が非常に遅れている業界に精通した企業。そのような企業が同社と組むことで、その業界の IT 化を促進することが可能になる。

○アズベイスの子会社化

M&A 戦略の 1 つとして、2014 年 3 月に株式交換によってアズベイスを 100% 子会社化した。アズベイスの主力事業は音声・電話によるソリューション（コールセンター業務、テレマーケティング等）であるが、音声ソリューションは One-to-One の対応であることから今まではデータがまとめるべく、同社でも作ることができなかった分野である。しかしアズベイスと連携することで、音声・電話ソリューションを同社の主力製品である SPIRAL と連携させることが可能になり顧客の満足度は大きく向上する。つまり「Web + 音声」のサービスをクラウドで提供することが可能になり、これができる企業は他には見当たらない。

コールセンターと Web 連携の例としては、Web 上でホテル等の予約を行うような場合である。通常、Web 上でホテル予約等を行う場合には必要情報をキーボード等によって入力することが必須であるが、高齢者など Web 上の入力に不慣れな利用者は、コールセンターを呼び出し、必要情報を音声で伝えることで Web での予約等を完了させることが可能になる。（注：単に電話で予約を行う場合とは異なり、あくまで Web 上での予約を行う場合である）

以上のようにアズベイスの子会社化は、単に同社の連結売上高や営業利益の数値が上乘せされるだけでなく、既存製品である「SPIRAL」での $+ \alpha$ （相乗効果）が期待できる点が大きいの。またアズベイスは技術開発型の企業であり、営業はオンプレミス（売り切り）型であったが、同社グループに加わることで今後はクラウドでの事業展開も可能になり、アズベイス自体の事業拡大も期待できる。

（人材の積極的な採用と育成）

同社は現在の中期経営計画の前に、2014 年 2 月期を最終年度とする中期経営計画を推進していた。しかし残念ながら、前期決算はこの計画に対して未達になってしまった。その最大の要因は「戦力不足」であったと会社は分析している。すなわち、案件自体は豊富であったものの、サポート等の要員が不足していたことから取り損なった案件が多く見られた。そのため今回の中期経営計画では人員を積極的に採用し教育する方針だ。これに沿って今期は約 90 名（主に営業）の採用を予定している。

さらに前期中計の反省から、採用数だけでなくトレーニング（研修・教育）にも注力していく。既に営業のエース級人材 3 名を専任トレーナーとして投入し、新規採用人員に対して同社オリジナル研修プログラム「SIP（Spirer Incubation Program）」を通じて早期戦力化を目指している。「次世代 IT サービスベンダー」を目指す同社の次期中核メンバーとなる「次世代型 IT のプロ」を育成していく。実際にこれらの人材が戦力化するのには 1～2 年後と予想され、売上高への寄与は 2016 年 2 月期の後半からなる見込みだが、同社では人材教育への投資は緩めない方針だ。今回の中計の最終年度である 2017 年 2 月期には、この効果が実現するものと期待される。

「美歴」：2012 年 1 月に美容師、美容室向けにリリースされた。美容室のユーザーのヘアカルテを写真で記録し、アーカイブ化してユーザーと顧客とのコミュニケーションを可能にする新しい形のソーシャルサービスである。以前から美容室では、ユーザーのヘアスタイルをカルテとしてすべて手書きで残っていた。これを同社の営業マンがデジタルの画像データとして残すことを提案してサービス化したもので、カリスマ的な人気を誇る有名店の美容師を中心に、現在では業界全体に広がっている。

美容室のユーザーにとっては、以前のヘアスタイルが写真として残っているため微妙な部分まで正確に再現でき、その美容室以外でも気に入った美容師、美容室とソーシャルでつながることができる。美容室側としても、ヘアカルテの管理の手間が省略でき、ユーザーの困り込みが容易になるという利点がある。

なお、2014 年 10 月に「美歴」をスマートフォンアプリとしてフルリニューアルした「美歴 BIREKI」の提供を開始した。同アプリの活用により、ヘアカルテ作成／カウンセリング／DM 送付等の手間削減に加えて、顧客とのヘアカルテを介した新しいコミュニケーションが生まれるほか、タイムリーなフォローによる失客防止や、顧客からの評価や感想による技術向上などが期待できる。年内は最大 30 サロン限定で試験運用し、更なる改善を行う。

「JoyPla (ジョイプラ)」：医療機関向けのクラウド型の薬剤・医療機材の発注システムである。指定商品しか購入できない従来の共同購入とは異なり、クラウドを利用して多数の医療機関の発注を取りまとめることで、個々の医療機関は既存の卸業者との取引関係を維持しつつ自由に必要な商品を選択することが可能になり、さらに共同購入によるコストダウンを享受できる点が特徴である。また、複数の卸業者への発注の場合でも、一度の操作で行えるため、医療機関は発注業務の手間も削減することができる。

2012 年 7 月にリリースされたサービスで、現在の会員医療機関はまだ十数病院にとどまっているが、今後これを拡大させることで、価格交渉は有利になっていくはずである。医療業界は IT 化が最も遅れている分野であり、それだけにこの分野の開拓に成功すれば巨大な市場をつかむことが可能になる。

「ArchiSymphony (アーキシンフォニー)」：2012 年 5 月にサービスを開始した建築業界向けのアプリケーションで、同社が M&A によって子会社化したペーパーレススタジオジャパン (株) が扱っており、BIM (Building Information Modeling) と呼ばれる 3 次元設計をサポートするサービス。BIM 設計支援ソフトと建築資材カタログをクラウド上で連携して、従来の業務フローを変えることなく BIM 導入できるサービスである。建築資材の電子カタログとして無償で利用でき、ダウンロードした製品データは設計図にそのまま反映できる。積算コストを算出することも可能で、料金は公開情報の量に応じて資材メーカーが負担する。

BIM (Building Information Modeling) は、コンピュータの画面上に作成した 3 次元の建物の完成モデルに、資材、施工などの建築コストや管理コストなどを追加した建築物の属性データベースである。それを利用して設計、施工、維持管理までを行う建築業界の新しい施工手順である。

海外では、シンガポールで 1 万平方メートルまでの確認申請が既に BIM に移行していると言われる。建築現場で最も大変な作業とされている積算の計算も、電子カタログの一種である「ArchiSymphony」を使えば大幅に時間と手間が短縮でき、3 次元データのライブラリ的なプラットフォームとして今後大きく発展する可能性を秘めている。



パイプドビッツ

3831 東証 1 部

2014 年 11 月 12 日（水）

この BIM の推進において、ペーパレススタジオジャパンが五洋建設〈1893〉との業務提携に合意した。日本では、データ形式の統一化（標準仕様）が存在しないことなどからまだ普及が進んでいないが、五洋建設の設計、施工技術とペーパレススタジオジャパンの BIM 技術を融合し実案件を進めていくことで、BIM 仕様書や BIM 標準データをまとめ上げ、国内特有の契約形態や設計、施工案件における BIM コンストラクションマネジメント推進を目指していく。

さらに建設通信新聞社主催の「国土交通省 BIM のインパクト」セミナーにペーパレススタジオジャパンが登壇したことで、ペーパレススタジオジャパンは BIM に関するコンサル案件のリーダー的存在になりつつある。将来はこの BIM に伴い同社の「SPIRAL」との連携を狙っていく方針だ。

「政治山」：2011 年 3 月にリリースされた政治・選挙情報プラットフォーム。2013 年 3 月にサイトを全面リニューアルし、改めて政治と選挙に関わる情報プラットフォーム機能を強化した。昨年夏の参院選ではインターネットを通じた選挙運動（いわゆるネット選挙）が解禁されたが、実際の同社への直接の恩恵はそれほど大きくはなかったようだ。しかしいずれネット選挙の動きはさらに進んでいくことが予想され、この分野での先駆者である同社にとっては大きな追い風になるものと思われる。今後のこの分野での展開が注目される。

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