

3831 **パイプドビッツ**

佐谷 宣昭 (サタニ ノブアキ)

株式会社パイプドビッツ 代表取締役社長 CEO

スマートフォン普及期にクラウド No.1 を目指す

◆2013年2月期第2四半期決算概要

取締役 CFO 大屋重幸

2013年2月期第2四半期累計期間の業績は、売上高11億3百万円(前年同期比35.9%増)。営業利益1億44百万円(同76.2%増)、経常利益1億42百万円(同72.3%増)、四半期純利益82百万円(同49.6%増)となり、売上、利益ともに順調に伸長した。また株式分割後の株式数による1株当たり四半期純利益は10.95円(同8.45円)、8月末時点の有効アカウント数は3,419件(同2,326件)に増加した。

売上高の主な増加要因は「スパイラル」新バージョン提供の効果ならびにメディアストラテジー事業の順調な売上増である。また増益の背景には売上総利益が売上原価の増加を上回る伸びを示したことがある。

費用構成では、売上原価がメディアストラテジー事業に係る制作外注費増加を主因として前年同期比1億42百万円増加した。販管費では、人件費が新卒新入社員や中途社員の採用にもかかわらず採用費の抑制により微増にとどまったが、本社オフィス移転と福岡支店開設により賃借料が前年同期比36百万円増加した。広告宣伝ではその効果を高めつつ費用の抑制を図った結果、売上高の増加と相まって四半期純利益は前年同期比27百万円の増加となった。

貸借対照表の資産の部で特筆すべきは、今期期初に子会社パーパレススタジオジャパン(株)の株式取得に係る費用として50百万円を計上したことである。このほかに売掛金の増加、固定資産の増加も加わり、資産は前期末比1億82百万円の増加となった。純資産は主に利益剰余金の増加により86百万円増加した。また負債は未払金の増加、未払法人税等の増加、前受金の増加により同95百万円増加している。

営業活動によるキャッシュフローは税引前四半期純利益の計上、売上債権の増加、法人税等の支払額などにより1億47百万円の収入となった。また投資活動によるキャッシュフローは、主にソフトウェアを主とする固定資産の取得や関係会社株式取得による支出により1億13百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュフローは主に新株予約権の発行による収入で1百万円の収入である。以上の結果現金および現金同等物の期末残高は10億80百万円(前期末比35百万円増)となった。

◆セグメント別の概況

情報資産プラットフォーム事業は、主力製品の「スパイラル」や2年前にサービスを開始した「スパイラル EC」等のプラットフォームを提供する主力事業である。主に「スパイラル」新バージョン提供によるアカウント数の増加等を背景にこの事業の売上高は8億84百万円(前年同期比26.2%増)、営業利益は1億79百万円(同30.4%増)と大きく伸長した。また前期から本格的に開始したメディアストラテジー事業では、インターネット広告の販売、広告に関わる制作物の受託を主なビジネスとする。アフィリエイト広告を中心に販売活動を拡大した結果、この事業の売上高は1億99百万円(同206.7%増)と前年同期実績の3倍強に成長した。営業利益はマイナス6百万円と赤字を計上したが、赤字幅は大幅に圧縮しており、通期では黒字化し収益への貢献が見込まれる。EC 運営事業は、

アパレルに特化した EC サイト運営の受託、支援を行う。この事業の売上高は 20 百万円(同 56.4%減)と半減したが、営業利益はマイナス 27 百万円(同 1 百万円減)とほぼ同水準で終えた。現在、利益率の低い大口顧客との価格交渉や取引の見直しなどを進めている。

6 カ月以上継続使用のアカウント数を示す有効アカウント数は順調に右肩上がりが増加している。一方解約率はほぼ 2%台後半から 3%台前半で推移している。将来的に有効アカウント数化する可能性のある無料アカウントを示す潜在アカウント数は 5,259 件である。

◆今後の戦略

代表取締役社長 CEO 佐谷宣昭

昨今スマートフォンの普及に伴い、ユーザーは日常生活の変化を実感する場面が増えてきた。クラウド事業を行う当社もスマートフォン普及期である今、真のクラウド戦略をとる必要性を感じている。この戦略の柱として、創業以来行っている中堅以上の業者一社一社に対するクライアントの課題解決、アカウント数の拡大を目的とする中小零細企業を含めた地域・業界の課題解決、そしてクライアント間の連携による社会の課題解決という三つの視点を掲げている。

現在クラウドは SaaS (Software as a Service)、PaaS (Platform as a Service)、IaaS (Infrastructure as a Service) に分類される。この中で注目されているのは当社製品「スパイラル」が属する PaaS である。PaaS はソフトウェアの設定・開発環境をクラウドで提供するサービスである。ソフトウェアの部品になる API やコンポーネントが用意され、クラウド上でソフトウェアの開発・提供が可能で、ソフトウェアをクラウドで提供する SaaS の開発や実行ができる柔軟なプラットフォームとなる。業務システムを構築する企業は、SaaS へ発注する従来のやり方を変えてクラウドを活用していくことから PaaS 市場は今後も拡大すると予測されている。

以上の市場動向を背景に情報資産プラットフォーム事業は今後も安定的な成長が続く見込みである。その収益をけん引する主力商品「スパイラル」は PaaS として更なる進化を遂げ、今後も成長すると確信している。その鍵となるマーケット環境には二つのポイントがある。一つはスマートフォンアプリの開発プラットフォームとしてのニーズが広がっていることである。「スパイラル」はこれに対応した機能拡張を進めており、そのバージョンアップとともに開発環境として利用されることが増えている。もう一つは基幹システム連携の動きが活発化していることである。このため中堅以上の企業の基幹システム連携を営業戦略の一つに掲げ、基幹システムとの連携ソリューションを低コストでスピード開発している。

このほかスパイラルと連携しつつ、管理・有効活用できる情報資産の種類を増やすために新プラットフォームの提供も開始した。今年初めにリリースした「スパイラルプレース」は好調にアカウント数を増やし、開始から 7 カ月間で契約数 5,000 件を突破した。「スパイラルプレース」が特に評価されているのは、HP 上で情報発信するツールもセットになり、スケジュール等の情報共有が可能な点である。引き続き無償版の導入促進を図りながら、2013 年 2 月期中には有償版を提供開始する予定である。現在 2014 年 2 月期末までの契約数 1 万件目指し営業活動を展開している。

アパレルブランドメーカーのパートナーとしてともに成長していく EC プラットフォーム「スパイラル EC」は、上期にやや苦戦を強いられたものの、多くのブランドに導入が進み、徐々に状況が改善している。アパレル市場は競争が激しい分野であるがマーケットが安定している利点もあり、実績を積み上げながら当社の存在感を高めて流通額を上げていきたい。

薬剤・医療材料の共同購入プラットフォームの「JoyPla」は戦略の一環である地域・業界の課題を解決するビジネスプラットフォームとして、2012 年 7 月にリリースした。スケールメリットを活かした交渉で納入価格削減を実現し、中小病院のコストダウンに貢献している。今後 3 年間で参画病院数 400、取扱商品流通量 150 億円を目標としている。

日本初の BIM 建築情報プラットフォーム「ArchiSymphony」は、建築資材カタログの膨大な情報(パーツデータ)をクラウド上に蓄積し、現在世界で最も普及している BIM 設計支援ソフト「Revit®」用に開発したプラグインを通して設計者や施工者に提供している。現在蓄積する BIM パーツデータは約 1200 点あり、150 事業者以上の設計事務所やゼネコン等が無料登録して使用している。今期中に国内大手建材メーカー数社と契約を交わし、協力体制を築きたい。また提供可能な BIM パーツデータをさらに増やすとともに、有料配信による早期収益化を目指す。

美容室のお客様と美容師がつながりヘアカルテを共有しながらコミュニケーションできる SNS「美歴」は、影響力のある美容師がいるサロンを中心に 500 名以上の美容師が利用している。

以上の情報資産プラットフォーム事業以外に、メディア戦略事業では新サービス「スパイラルアフィリエイト」を開始した。これは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 ASP 一括管理サービスである。今後「スパイラル」とのサービス連携を図り、付加価値の高いソリューションを提供することで普及が促進されると期待している。

◆通期業績見通しと中期目標について

2013 年 2 月期の業績は、売上高 23 億円(前期比 28.5%増)、営業利益 3 億 20 百万円(同 40.5%増)、経常利益 3 億 20 百万円(同 41.2%増)、当期純利益 1 億 89 百万円(同 35.5%増)を予想しており、期初計画に変更はない。潜在アカウント数の積み上げと有料化フェーズが期末にかけて堅調に進むものと考えている。

2014 年 2 月期をターゲットとする中期目標は、売上高 30 億円、営業利益 7 億円、経常利益 7 億円、当期純利益 4 億 20 百万円を掲げている。売上面では新規事業の貢献が見込まれるほか、利益面では赤字事業の黒字化と固定費モデルである新規事業によりこの目標の達成は可能である。

現在当社の属する業界では普及拡大するスマートフォンへの対応が重要課題と認識されているが、クラウドはスマートフォンの普及に最も重要な分野である。過去 11 年にわたり提供してきた「スパイラル」サービスをベースにクラウド戦略を展開してきた当社は、このスマートデバイス普及期にクラウド No.1 を目指していく。

(平成 24 年 10 月 1 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

<http://www.pi-pe.co.jp/ir/library/presentation.html>