

3919 **パイプドHD**

佐谷 宣昭 (サタニ ノブアキ)

パイプドHD株式会社社長

リアルビジネスとの接点を強化し、イノベティブな事業に挑戦

◆中期経営計画の最終年度として当期の実績を最大化

取締役 大屋 重幸

2017年2月期の売上高は48億2百万円、営業利益は8億45百万円、経常利益は8億64百万円、当期純利益は4億4百万円となった。前期比では、売上高が19.9%増で、過去3年間と同程度の成長率となった。一方、営業利益は45.6%増、経常利益は54.1%と大きく伸びたが、これは中期経営計画の最終年度である当期の実績を最大化すべく、前期に積極的な投資を実施したためである。2016年12月28日に公表した修正予想との比較では、売上高が2百万円増、営業利益が15百万円増、経常利益が34百万円増となったものの、将来的な収益獲得の可能性、直近の競合環境を踏まえ、「ネット de 会計」の減損処理を行ったことで、当期純利益は26百万円減となった。

売上高は、2014年2月期が25億17百万円、2015年2月期が31億73百万円、前期が40億6百万円となっており、当期で17期連続の増収となった。

営業利益については、積極的な投資の実施により、前期は減益となったが、当期は大幅な増益となった。主な増減要因としては、増収効果で7億95百万円増、人件費の増加で3億30百万円減、外注加工費の増加で1億11百万円減、商品原価の増加で40百万円減となっている。人件費の増加は、連結子会社カレンの連結期間による影響であり、従業員数に大きな変化はない。外注加工費および商品原価の増加は、増収に伴うものである。

セグメント別売上高は、情報資産プラットフォームが33億86百万円、広告が2億31百万円、ソリューションが11億83百万円となっており、情報資産プラットフォームに大きく依存する状況にある。前期比では、情報資産プラットフォームが約11%増、広告が約4%増、ソリューションが約50%増となった。

利益面でも、情報資産プラットフォームへの依存度が高い。システムで稼ぐビジネスモデルであるため、売上高の伸びに伴って利益率が向上する。なお、ソリューションは赤字となっているが、これは連結子会社ウェアハート(アパレル EC)およびカレン(デジタル CRM)の損失計上による。ウェアハートについては、女性ファッション誌と連携してECサイトを運営していたが、今後の利益計上が難しいと判断し、2016年2月28日に撤退・解散した。

貸借対照表については、将来の投資に備えて借入を実施したため、現預金が増加している。キャッシュフローについては、投資活動によるキャッシュフローがマイナス1億79百万円となっており、自社開発しているシステムへの投資が主な内容である。

有効アカウント数は、ほぼ横ばいで推移している。メインのサービスである「スパイラル」のアカウント数は伸びており、「こころの健診センター」、「マイナンバートータルソリューション」なども順調に推移しているが、「ネット de 会計」やグループウェアの「スパイラルプレース」など、低単価のアカウントが大きく減少した。

従業員数は326名となっており、前期末比で4名の純増にとどまった。中期経営計画の最終年度として、人的投資は行わず、果実の刈り取りに注力した結果である。2018年2月期からは、積極投資を再開し、新たな中期経営

計画の最終年度における利益の最大化を目指す。

◆不正アクセス対応により案件の進捗に遅れ

社長 佐谷 宣昭

「中期経営計画 2017」の総括として、売上高は 8 割強、営業利益は 6 割程度の達成率となった。これは当初計画を見直した上での達成率であり、不甲斐ない結果と認識している。要因の 1 つめとしては、2016 年 6 月に起きた EC プラットフォームへの不正アクセスである。セキュリティ面のリスクは、当社の経営の根幹を揺るがす可能性がある大きなリスクであり、再発防止を含め、危機感を持って様々な対応を進めたが、結果として、「スパイラル」の解約(4 件)が発生している。また、6 月下旬から 8 月末にかけて、すべての顧客とコンタクトを取り、不安を払しょくする活動を行ったため、この間、案件の進捗に影響が出た。ただし、今回の件を契機に、より一層セキュリティを堅牢にすべく、技術的にも組織的にも万全の対策を取っているため、当社の事業の屋台骨が揺らぐ状況ではない。

2 つめの未達要因は、ウェアハートおよびカレンの業績不振である。なお、ウェアハートの解散は、ビジネス構造上、将来性がないと判断したためであり、不正アクセスが直接の原因ではない。カレンについては、当期に成果を出す計画であったが、将来に向けた体制整備に注力したため、売上高を想定通りに伸ばすことができなかった。3 つめの未達要因は、広告事業である。野心的な目標を掲げたこともあり、計画未達となった。アメリカのソーシャルメディアのプラットフォーム「スプリンクラー」に大規模な投資を行っており、これを広告配信プラットフォームとして販売する構想を進めているが、市場の立ち上げに遅れが生じている。今後も収益貢献を実現すべく、取り組みを進めていく。

人員数については、当初、最終年度の 500 名体制を目論んでいたが、昨今の採用環境もあり、目標には達しなかった。組織体制については、2014 年 2 月期の段階でパイプドビッツと子会社のペーパレススタジオ・ジャパン(建設 IT 化)の 2 社であったが、次世代型のサービスを展開すべく、2015 年 9 月にホールディングス体制に移行した。2017 年 2 月末現在、連結対象の事業会社は 10 社となっており、いずれも将来の業績貢献が見込める。

◆新たに事業会社 2 社を設立

2018 年 2 月期からスタートした「中期経営計画 2020」のテーマは、「リ・イノベーション」である。パイプドビッツを創業した 2000 年の時点では、クラウドが先進的な取り組みであった。SI のような受託型の開発で IT システムを賄うのではなく、「リソースをシェアしながら低コストで高品質なサービスを提供する」というトレンドを前提に、イノベティブな事業に取り組んできたが、創業から 10 年が経過した 2010 年には、顧客が増えてきたこともあり、さらに新規事業への取り組みを加速させた。この時期に生まれたサービスが、新たに事業会社として独立させた「美歴」、「政治山」、「I LOVE 下北沢」である。

その後、業績を伸ばしていく過程で、パイプドビッツが展開する事業の競争力が向上し、人材の採用・育成体制も整ってきた。また、外部環境として、スマホの普及、技術革新などが進んでいるため、改めてイノベティブな事業に取り組むべきと判断し、新たなテーマとして「リ・イノベーション」を掲げた。これを受けて、従来の経営理念に“あるべき”を追加し、「明日の“あるべき”豊かな情報生活に貢献する企業集団」とした。

重点施策としては、リアルビジネスとの接点の強化とイノベティブな事業への挑戦を掲げた。具体的には、2017 年 3 月に(株)VOTE FOR および(株)アイラブを設立した。VOTE FOR では、「政治と IT は、もっと仲良くなれる」をキャッチコピーに掲げ、ネット投票の実現に向けて、ブロックチェーンなどの新技術を生かした投票システムの構築を目指す。2016 年の法改正で共通投票所が設置できるようになり、ネット経由で投票人名簿を分割できるようになったため、これを機に、「政治山」を事業会社として独立させることとした。

アイラブは、地域活性化プロジェクト「I LOVE 下北沢」を事業会社として独立させたものである。一般的なネットサービスは、飲食店、劇場、不動産、美容室などで切り分けられているが、「I LOVE 下北沢」はエリアで切り分けた

もので、IT と地域のアクティビティが協調している。現在、下北沢でイベントを開催する際には「I LOVE 下北沢」のチームが不可欠になっており、2016 年には、サントリーのプロモーションイベント「コロッセ・フェスティバル」を成功させた。今後は、「ショッピングモールやテーマパークに負けない楽しいコトが提供できるまちづくり」をテーマに、スマートフォンの仮想通貨を活用した少額決済で、投げ銭やチップなど、新しい取引の創造を目指す。

◆2019 年 2 月期までに約 150 人を採用

2 つめの重点施策は、グループ採用・グループ育成である。育成については、グループ各社に共通する IT 分野の初等教育を共通化し、レベルの底上げと現場スタッフの育成の手間を削減していく。採用については、2020 年 2 月期の業績最大化を目指し、2019 年 2 月期までに約 150 人を採用したいと考えている。この施策をバックアップするため、2016 年 10 月に(株)ブルームノーツを設立した。企業独自のノウハウをプログラムとして体系化し、運用を支援するオーダーメイド人材育成代行事業を展開する。なお、当社グループの育成業務だけではなく、外部にも提供すべく、営業活動を開始した。業績への貢献は読めないが、人材不足が深刻化する中、一定の需要は見込める。

3 つめの重点施策は、グループ各社の情報資産の有効活用である。各社の顧客や商品・サービスのマッチングを推進し、新たな取引や事業の創出を目指す。

3 月 31 日時点で連結子会社は 11 社、持分法適用会社は 1 社、その他出資会社は 4 社となっている。現在、各社とも野心的な戦略を持って目標達成を目指しており、純粋持株会社である当社としては、各社のパフォーマンスを最大化すべく、支援していく。なお、従来の中期経営計画では、各社の業績目標を合算した「目標」数値を開示していたが、一定の不確実性を織り込み、「見通し」として示すこととした。2020 年 2 月期の売上高は 73 億円、営業利益は 17 億円を見込んでいる。

2018 年 2 月期は、売上高 53 億円、営業利益 8 億 45 百万円を予想しており、新たな事業会社の設立、社員の積極採用(100 名程度)を織り込んだ数値である。

(平成 29 年 4 月 3 日・東京)