

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

3カ年計画の1年目は人材確保と新しいチャレンジで事業を加速

◆2018年2月期上期決算概要

取締役 大屋 重幸

2018年2月期の上期決算は、売上高25億17百万円(前年同期比7.2%増)、営業利益4億33百万円(同6.2%増)、経常利益4億31百万円(同4.0%増)、四半期純利益2億92百万円(同56.4%増)となった。売上高は期初予想25億40百万円に対して達成率は99%であったが、各段階の利益については業績予想を上回った。営業利益率は17%で大きな変化はない。四半期純利益は大幅に増加したが、前期上期に(株)パイプドビッツから(株)美歴への事業譲渡による納税をしたことが主な要因である。また、前期上期は不正アクセスによる情報漏えいの対策費用として特別損失を計上したことも影響している。

売上高の推移は、当上期は前年同期比7.2%の成長で1億69百万円の増収であった。前年同期、前々年同期の上昇率と比較して力強さに欠けるが、今年2月に解散したECサイト運営の子会社ウェアハートの売上高が反映されなくなったことが大きな要因である。アパレル関連の子会社フレンディットが影響を受けたことも成長を鈍化させた。しかし、下期に挽回策を講じており、通期ではさらなる成長を見込んでいる。

営業利益の推移については、前々年同期から増益トレンドで4億8百万円の増益となっている。主な増加要因は、売上増による1億69百万円、ウェアハート撤退に伴う商品原価低減による31百万円、コスト削減による34百万円である。主な減少要因は、増収に伴う外注費の増加による1億31百万円、人員増による62百万円である。今期は中期経営計画に基づき、積極的な人員採用を行っており、2016年8月末比で役員、正社員、準社員を含め26名増となっている。下期も積極的な人員採用を予定し、そのコスト増を業績予想に織り込んでいる。

当グループのセグメントは、情報資産プラットフォーム事業、広告事業、ソリューション事業の3つで構成されていたが、今期より新会社2社が属する事業の「社会イノベーション事業」を加えて4つとなった。

セグメント別の売上高は、当グループのビジネスドメインとなる情報資産プラットフォームは17億22百万円(構成比68.4%)、ソリューションは6億87百万円(同27.3%)、広告は88百万円(同3.5%)、社会イノベーションは18百万円(同0.7%)となった。

セグメント別の売上高の推移は、情報資産プラットフォームに関しては当期第1四半期のシステム構築を含む大型スポット案件が大きく増益に寄与した。ソリューションは順調に伸ばしている。広告は大型案件の取りこぼし等で苦戦し、下期の盛り返しを狙っている。営業利益の推移は、情報資産プラットフォームにおいて、採用などの先行投資により微減となっている。

貸借対照表は、固定資産の投資有価証券が増加している。4月に(株)クロスリンクの第三者割当による発行株式を引き受け、52百万円の投資を行ったことに起因する。

キャッシュフローは、営業活動によるキャッシュフローが3億99百万円の収入であった。投資活動によるキャッシュフローが2億50百万円の支出で、クロスリンク社への出資、ソフトウェアの開発等が主な要因である。財務活動によるキャッシュフローは2億17百万円の支出で、主な要因は借入金の返済と配当である。

有効アカウント数は、高単価商材のスパイラルは堅調な伸びにより安定的に推移している。しかし、5月に会計クラウドの「ネットde会計」、「ネットde青色申告」から撤退したことで前年同期比では微減となっている。さらに、広告のアカウント、グループウェアの「スパイラルスペース」のアカウントについても微減となっている。

従業員数は正社員 343 名で、前期末比で 17 名の増加となっている。

◆社会イノベーション事業の 2 社を設立

社長 佐谷 宣昭

3月にパイブドビッツ社内カンパニーより2社を設立し、連結子会社とした。一つは(株)VOTE FORで、政治家秘書を経験した社長が中心となり、ネット投票の実現に向けた事業に注力している。もう一つは(株)アイラブである。地域密着型ウェブサイト「I LOVE 下北沢」の運営、イベントの企画・運営や連動したスマホアプリの提供、デジタル地域通貨などによる新しい取引の創出を通じて、ネット社会における地域および商店街の活性化の支援を目指す。

3月にクロスリンク社の第三者割当増資の引き受けを決定した。同社はヘルスケア業界のネット周辺のビジネスを全方位的にそろえていることが強みである。サロン、リラクゼーション施設等で働く人を対象とした情報コミュニティサイト「ひとさぼ」、セラピスト・治療家のための専門求人情報サイト「キャリアさぼ」、サロン、ネイル、治療院専門の予約システム「ワンモアハンド」、予約もできるサロン・治療院の口コミサイト「らくりら」など、店、働く人、ユーザーのそれぞれにチャンネルを持っている。同社と当グループ間の経験、ノウハウ、ナレッジ等の共有により、双方のサービスの品質向上を目指す。

美歴はヘアスタイリストが顧客の施術カルテを登録することで、ヘアスタイリストと顧客をつなぐサービスだが、サロンとしてもその機能を使いたいという要望を受け、4月に美容室ごとに独自のデザインのアプリにできる「オリジナルアイコンプラン」サービスをリリースした。導入第1号として、大阪市を中心に展開するサロンにて運用を開始している。美歴では今後、ECなどの流通につなげていきたい。電子カルテの登録数は毎月右肩上がり伸びており、今後の業績への寄与が期待できる。

クラウド会計業界の競争激化、機能面でのサービス競争力の低下から、5月に「ネットde会計」、「ネットde青色申告」事業から撤退を決めた。サービスは来年の確定申告終了時まで継続する。アカウント数では影響はあるが、業績への影響は軽微である。

オフショア開発拠点としてカンボジアにパイブドビッツ社 100%子会社となる現地法人を設立した。日本、ベトナム、カンボジアの開発チームが連携し、多様性を持った開発体制によりアプリケーション開発の生産性を一層高めていきたい。

7月に行われた東京都議会議員選挙について「政治山」で特集を掲載し、「重点政策・公約比較表」を公開した。VOTE FOR社はネット選挙の実現に注力しており、その一歩として、各候補者の公約が守られているか、住民が評価する仕組みとしてのネットの活用を自治体へ提案している。

7月にはスパイラルと BizBase との連携により、別システムで管理される営業部門とインサイドセールス部門の情報一元化による営業活動の効率化を実現した。

8月には名城大学の学生向け属性別配信システムをスパイラルと LINE で構築し、学生への連絡手段として利用がスタートした。LINE との連携は要望が増えている。

自治体の電子化を推進する(株)パブリカには、全国 320 自治体の広報紙を記事単位でデータ化して配信する「マイ広報紙」というサービスがあり、8月から(株)NTTドコモの情報サービスiコンシェルへ記事データの提供を開始した。今後はNTTドコモ社以外にも展開を進めていきたい。複数社からデータを買ってもらえるようになれば、自治体数を増やしても採算がとれるため、1,000 自治体を目指して加速していきたい。

同じく8月に、スパイラル新版 1.12.2 の提供を開始した。6月にメール通信経路の暗号化で傍受を防止する新版

1.12.1 を、8 月に外部システムとの連携を強化した新版 1.12.2 の提供を開始している。

◆上期は積極的に人材を採用

「中期経営計画 2020」の実現のため、上期は積極採用により人材へ投資している。グループ経営体制に変更後は、採用をグループ全体で行い、トレーニング後に最適な事業会社に配属するという取り組みを始めている。4 月入社の新卒 21 名、8 月入社の中途採用 17 名、合計 38 名を採用している。さらに、各社個別の採用活動も並行して行っており 25 名を採用している。下期もグループ採用を継続して行う予定である。人手不足の中で、当グループでは順調に採用が進んでいる。

昨年、人材育成専門の(株)ブルームノーツを立ち上げた。4 月と 7 月に導入事例を発表している。パイプドビッツ社時代に中途採用者に専門的な能力を身に付けさせるトレーニングを行ってきたチームが中心となって順調に業績を伸ばしており、当グループの革新的な成長エンジンとなることを期待している。また、建設業界では BIM 技術者が不足しているが、その育成を同社で請け負い、建設業界の IT 化を推進する(株)ペーパーレススタジオジャパンとタッグを組んで営業活動を展開している。

9 月にペーパーレススタジオジャパン社が建設データをリアルタイムに共有できる国内初の BIM/CIM コラボレーション専用クラウドサービス「ArchiSymphony VBP」の提供を開始した。VBP (Virtual Building Point) は建設業界専門のクラウドサービスで、ソフトを入れることで使用は可能だが、セッティングやチューニングが難しいというデメリットがある。VBP 普及のためには新しいクラウド型のアプローチが必要であり、同社ではデータセンターにハイスペックなマシンを用意し、そこに BIM のソフトを稼働できるようにスタンバイさせることで、既存のパソコンでサインアップすれば使えるようにした。さらに、データが一元管理されているため、海外の事業者も同じデータを使えるというメリットがある。

スパイラル EC が 9 月から Amazon Pay に対応した。

◆2018 年 2 月期業績見通し

売上高 53 億円、営業利益 8 億 45 百万円、経常利益 8 億 35 百万円、当期純利益 4 億 70 百万円に変更はない。今期は 3 カ年計画の 1 年目であり、人材を確保しながら、新しいチャレンジや新規事業を軌道に乗せて更に加速していきたい。3 カ年計画の最終年度は、売上高 73 億円、営業利益 17 億円としている。

◆質疑応答◆

ふるさと納税の返礼に対する規制が強まっているが、御社への影響はあるのか。

当社が提案するふるさと納税のシステムは、自治体の観光資源にお金を支払う観光客も納税者と捉え、観光客にも自治体に参画してもらうというプラットフォームで、現状のギフトサイトのようなものとは異なる。ふるさと納税で税金が流出している東京都などで導入が決まっている。当社ではギフト競争の過熱に対して問題意識を持っており、そういう意味では影響を受けないとみている。

政治山は、将来的にどのような収益モデルを考えているのか。

選挙の前後になると、「政治山」で公益事業者からの広告収入が増えるが、VOTE FOR 社は基本的にネット投票に集中して取り組んでいる。ネット投票が実現すれば、政治山から候補者を検索できるようになる。公正な情報を提供し、投票時に信用ある情報源として見てもらうことを目標に「政治山」のサイトづくりを行っている。

通期計画を達成するため、下期で増収を牽引する事業は何か。

新卒社員が半年間のトレーニングを終え、10月から現場に出てくる。新規顧客の獲得に貢献してくれると期待している。また、苦戦した広告事業の巻き返し、出資会社のスプリンクラーの営業強化による増収も見込んでいる。通常、第4四半期は現場が活性化して売上が上がるため、十分達成は可能だと考えている。

(平成29年10月5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。

<https://www.pipedohd.com/ir/library/presentation/movie20171005.html>