

エイジア

2352 東証 2 部

<http://www.azia.jp/ir/>

2017 年 1 月 19 日 (木)

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
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 2016 年 8 月、東証マザーズから第 2 部へ市場変更

エイジア <2352> は、企業向けに電子メール配信システムを用いた販売促進・マーケティングソリューションサービスを展開している。売上高の過半はクラウドサービスを中心としたストック型ビジネスとなっており、高収益性と安定性、また無借金経営で好財務体質であることが特徴となっている。2016 年 8 月に東証マザーズ市場から第 2 部市場に市場変更となっている

2017 年 3 月期第 2 四半期累計 (2016 年 4 月 - 9 月) の連結業績は、売上高が前年同期比 10.2% 増の 597 百万円、営業利益が同 10.1% 増の 107 百万円と 2 ケタ増収増益となった。電子メール配信システムやアンケートシステムなどクラウドサービスの売上高が、前年同期比 20.7% 増の 373 百万円と好調に推移したことが主因だ。インターネット経由での販促活動や他社とのアライアンス強化に取り組むなど営業活動を強化してきた効果が出た格好だ。

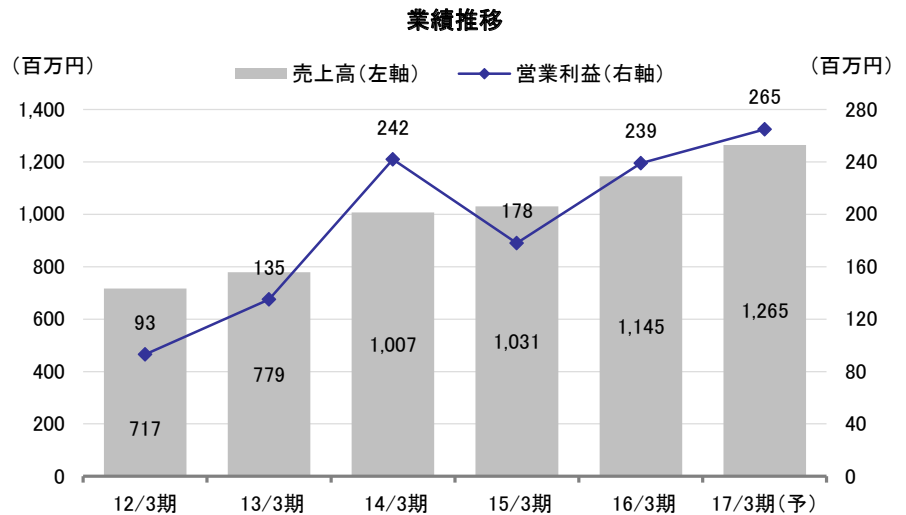
2017 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 10.4% 増の 1,265 百万円、営業利益は同 10.7% 増の 265 百万円となる見通し。下期もクラウドサービスを中心に順調な拡大が見込まれ、営業利益は 3 期ぶりに最高益を更新することになる。また、来期以降の成長を見据えた新製品の開発、投入も積極的に進めている。注目製品としては、2016 年 6 月下旬に投入した「WEBCAS Auto Relations (以下、WEBCAS AR)」が挙げられる。EC 売上のアップにつながる効果的な販促メールを、顧客属性や行動履歴等に応じて個別に自動配信することが可能で、マーケティング担当者の業務負担を減らし、販促費用の投資対効果の向上に寄与する製品となる。引き合いは旺盛で、2 年後に売上高で約 3 億円を目指していく考えだ。

中期的には、AI (人工知能) や IoT 技術を活用したサービスの強化も注力していく方針だ。AI 技術を使ったサービスでは、2016 年 6 月に「WEBCAS Sense Analyzer」を発売している。テキストマイニングに AI 技術を活用したもので、マーケティング分野で活用するサービスとしては業界初となる。現在は、セミナーを定期的開催するなど啓蒙活動に取り組んでいる段階だが関心度は非常に高く、将来的に収益貢献が期待される。

株主還元策としては配当性向 20% 程度の水準を目安に安定配当を行うことを基本方針としており、2017 年 3 月期は前期比 2.0 円増配の 20.0 円 (配当性向 22.9%) と 8 期連続の増配を予定している。今後も業績を拡大していきながら、連続配当を続けていく考えだ。

■ Check Point

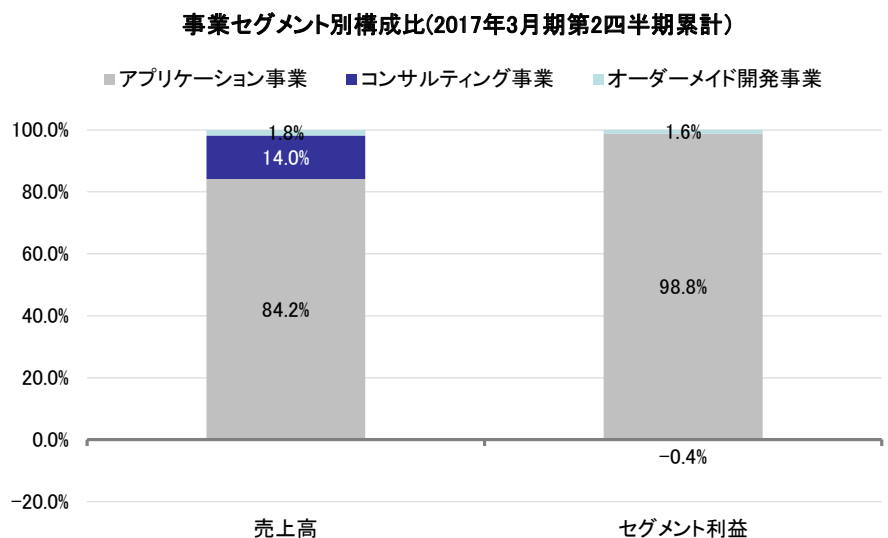
- ・クラウドサービスなどアプリケーション事業が主力
- ・主力のクラウドサービスがけん引、2017 年 3 月期は 2 ケタ増収増益を見込む
- ・中長期的な成長を見据えアライアンスを積極展開方針



■ 事業概要

クラウドサービスなどアプリケーション事業が主力

同社の事業セグメントは、電子メール配信システムのライセンス販売、クラウドサービスなどが含まれるアプリケーション事業と、主に子会社の(株)FUCAで展開するコンサルティング事業(Web制作、メルマガ代行サービス、マーケティングコンサルティング等)、同社が外部企業向けに行っているオーダーメイド開発事業(受託開発・保守サービス)に分けられる。2017年3月期第2四半期累計のセグメント別構成比で見ると、アプリケーション事業が売上高の84.2%、セグメント利益の98.8%を占め主力事業となっている。



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

2017 年 1 月 19 日 (木)

※1 パッケージ版で毎時 300 万通以上、クラウド版で毎時 240 万通以上の配信性能

※2 ASP 型 : Application service provider の略。アプリケーションソフトの機能をネットワーク経由で顧客にサービスとして提供する事業者を指す。利用者はインターネットを経由し、遠隔地から ASP のサーバーにアクセスすることで、そのサーバー内に格納されたアプリケーションソフトの機能をサービスの形で利用する。

※3 SaaS 型 : Software as a Service の略。必要な機能が必要な分だけサービスとして利用できるようにしたアプリケーションソフト、もしくはその提供形態のこと。利用者はインターネット経由し、遠隔地から SaaS のサーバーにアクセスし、必要な機能を利用する。

アプリケーション事業では、電子メール配信システム「WEBCAS」シリーズの開発・販売及びサービスの提供を行っている。電子メール配信システムとしての処理能力は業界でもトップクラスで、毎時 300 万通以上の高速配信が可能※1 となっている。顧客層は大企業から中小企業まで幅広い業種で採用されており、導入社数は大企業を中心に 3,000 社を超えている。特に、販促ツールとして電子メール配信システムに高い性能が要求される通信販売業界では、売上高上位 5 社すべてが同社のシステムを導入するなど、システムの性能、信頼性では業界でも抜きん出た存在となっている。

WEBCAS シリーズの主要製品

製品名	概要
WEBCAS e-mail (メール配信システム)	業界最高水準の配信能力 (毎時 300 万通以上) を持ち、マルチデバイス、マルチ OS に対応しており、既存データベースとの接続も容易であるなど、大規模な運用に柔軟に対応が可能
WEBCAS formulator (Web アンケートシステム)	PC・携帯・スマホなどマルチデバイスに対応した Web アンケートシステムの作成・管理システム
WEBCAS mailcenter (メール共有管理システム)	顧客から届くメールや Web フォームからの問い合わせを、複数人で共有・管理することで、二重対応や対応漏れを防ぐなど、適切なメール対応を実現するグループウェア
WEBCAS CRM (顧客管理システム)	データベースや Web 登録フォーム作成、顧客情報管理が行える顧客管理システムのほか、メール配信システムや Web アンケートシステムなども利用できるマーケティングコミュニケーションプラットフォーム
WEBCAS taLk (LINE メッセージ配信システム)	LINE ビジネスコネクをを活用したセグメント抽出型メッセージ配信システム
WEBCAS DM (ダイレクトメール印刷・郵送サービス)	DM ハガキやビジネスレターの印刷から郵送まで、インターネット上で発注できるサービス

出所 : 会社資料よりフィスコ作成

「WEBCAS」シリーズとしては現在、基幹商品となる「WEBCAS e-mail」(約 6 割を占める)を中心に、アンケートシステムや顧客管理システム、LINE メッセージ配信システムなど複数のサービスを提供している。販売形態としては、クラウドサービス契約とパッケージ導入版(ライセンス販売)とがある。また、クラウドサービスには標準機能のみのサービスを提供する ASP 型※2 と、顧客ニーズに合わせて機能拡張が可能な SaaS 型※3 の 2 つのタイプを提供している。ASP 型は比較的規模が小さく、導入費用を低く抑えたいライトユーザー向け、SaaS 型は規模の大きいヘビーユーザー向け(配信リスト数が数万件以上)のサービスとなる。また、パッケージ導入版は、自社でサーバーなどの設備を保有し、セキュリティ対策を含めて管理・運用を行う顧客向けのサービスとなる。

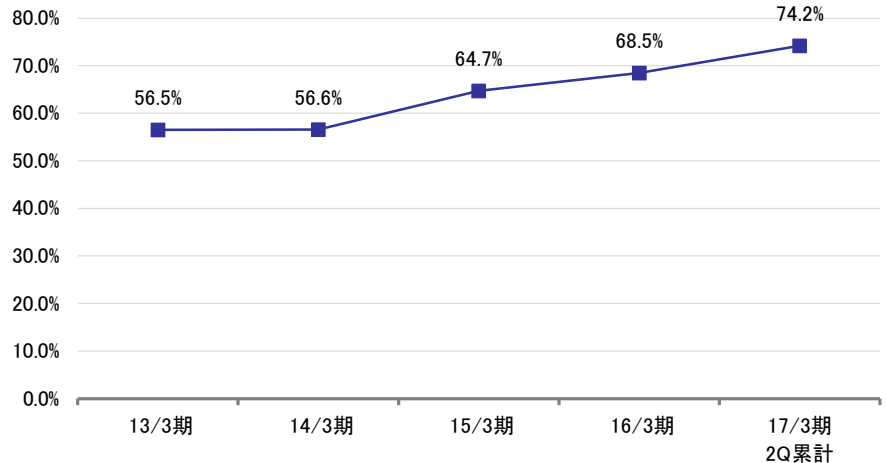
WEBCAS e-mail の提供形式・価格

クラウドサービス (月額課金)		パッケージ導入版
ASP 型	SaaS 型	導入型
WEBCAS e-mail の機能を、クラウドサービスとして月額 1 万円～という低コストで、手間なくスピーディに利用できるサービス。	WEBCAS の全機能を、クラウドサービスとして利用できる。配信件数が数万件以上と大規模な場合や、カスタマイズ、外部データベース、システムとの連携が必要な場合に適している。	「個人情報自社管理したい」企業には、自社環境にシステム導入できる導入版が適している。サーバーや DB などの環境を選ばないので、新規に DB を構築する必要がなく、初期投資の大幅削減が可能。
費用 初期費用 3 万円～ 月額費用 1 万円～	費用 初期費用 50 万円～ 月額費用 10 万円～	費用 ライセンス費用 400 万円～ 保守費用 別途
・ 2 営業日で利用スタート可能 ・ 最短 1 ヶ月から契約可能	・ クラウド環境ながら必要な機能をカスタマイズして拡張可能 ・ VPN 等で自社のデータベースとも接続可能	・ 自社の既存システムとフレキシブルに連携可能 ・ 自社のセキュリティポリシーに対応可能

出所 : 会社資料よりフィスコ作成

ここ数年は初期コストを抑えることができ、手軽に導入できるクラウドサービスに対する需要が旺盛で、アプリケーション事業に占めるクラウドサービスの売上比率は、2017 年 3 月期第 2 四半期累計で 74.2% まで上昇している(2013 年 3 月期は 56.5%)。収益性に関して見れば、クラウドサービスの売上総利益率は 80% 強とパッケージ導入版の 70% 台と比較して高く、クラウドサービスの売上比率が上昇することで、継続的な売上収入が見込めるだけでなく、収益性の向上にも寄与していると言える。なお、パッケージ導入版に関して、セキュリティ面を重視する金融業界などを中心に一定の需要が継続して残っている。

アプリケーション事業に占める
クラウドサービスの売上比率



出所：短信などよりフィスコ作成

■ 業績動向

2017 年 3 月期第 2 四半期累計は増収増益で、期初会社計画を上回る

(1) 2017 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2016 年 10 月 31 日付で発表された 2017 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 10.2% 増の 597 百万円、営業利益が同 10.1% 増の 107 百万円、経常利益が同 9.9% 増の 111 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 4.2% 増の 69 百万円と増収増益となり、いずれも期初会社計画を上回った。

売上高は、「WEBGAS」シリーズを中心に主力のアプリケーション事業が前年同期比 10.3% 増と好調に推移したほか、コンサルティング事業も Web 制作の大型案件を獲得したことで同 19.3% 増となったことが増収要因となった。利益面では、人件費の増加や運営サーバーの増強投資等による費用増を、増収効果や仕入外注費の低減等により吸収して増益となった。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益については、投資有価証券評価損及び売却損を併せて 3 百万円計上したことにより、増益率が経常利益よりもやや低くなっている。

また、会社計画比での差異要因として、売上高ではアプリケーション事業において保守的に見込んでいたライセンス販売が計画比 15 百万円上回ったほか、コンサルティング事業では Web 制作の新規受注を獲得したことで同 12 百万円上回ったことが主因となっている。また、営業利益に関しては、増収効果に加えて運営サーバー増強投資が計画よりも 20 百万円ほど低く抑えられたこと、仕入外注費の低減が進んだことが要因となっている。

2017 年 1 月 19 日 (木)

2017 年 3 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位: 百万円)

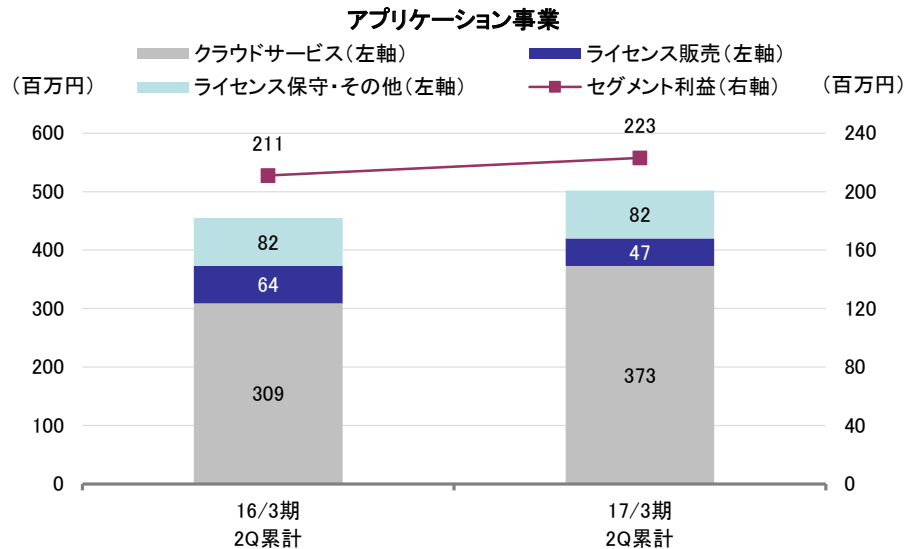
	16/3 期 2Q 累計		17/3 期 2Q 累計				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	541	-	565	597	-	10.2%	5.7%
売上原価	197	36.4%	-	223	37.5%	13.4%	-
販管費	246	45.5%	-	265	44.4%	7.7%	-
営業利益	98	18.1%	75	107	18.1%	10.1%	42.7%
経常利益	101	18.7%	80	111	18.6%	9.9%	38.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	66	12.3%	50	69	11.6%	4.2%	38.0%

出所: 短信などよりフィスコ作成

(2) 事業セグメント別動向

a) アプリケーション事業

アプリケーション事業の売上高は前年同期比 10.3% 増の 503 百万円、セグメント利益は同 5.9% 増の 223 百万円となった。EC 市場の拡大や SNS の普及拡大を背景に、インターネットを活用した販促・マーケティング活動の重要性が増すなかで、「WEBCAS e-mail」を中心としたクラウドサービスが前年同期比 20.7% 増の 373 百万円と順調に拡大した。一方、ライセンス販売は前年同期に大型案件の計上があった反動で同 27% 減の 47 百万円となったが、計画比では 15 百万円上回るなど底堅く推移した。また、ライセンス保守・その他は横ばいの 82 百万円となった。



出所: 有価証券報告書よりフィスコ作成

クラウドサービスの売上が好調だった要因として、前期から注力している新規有効リードの獲得が順調に増加したことが挙げられる。同社では Web 経由の問い合わせのうち、商談上有効なリードと思われるものを「有効リード」として定義付け、その件数増加に取り組んできた。具体的には、Web サイトでのサービスの紹介のコンテンツを充実させたほか、SEO (検索エンジン最適化) 対策などにも注力してきたことにより、2017 年 3 月期第 2 四半期累計では新規有効リードの獲得数が前年同期比で 17.9% 増加した。また、販売力を強化するため他社とのアライアンスに積極的に取り組んできたことも奏功していると考えられる。

一方、セグメント利益の伸び率が増収率よりも低くなっているが、これはクラウドサービスの中でもカスタマイズ案件となる SaaS プランの販売が想定以上に伸び、個別案件ごとの開発コストが増加したことが主因となっている。

2017 年 3 月期のアライアンス状況

発表日	アライアンス内容
4月 4日	国内トップシェアの CMS* を提供するミックスネットワーク社と業務提携
4月19日	トレジャーデータ社の DMP** 「TREASURE DMP」と製品連携
6月13日	電子認証サービスのサイバートラスト社と共同で、CRM システムと SSL サーバー証明書をワンストップで提供
7月 4日	アクシオム社のデータコネクトサービス「Acxiom Connect™」と連携 会員情報と外部オーディエンスデータの連携で高精度なメールマーケティングと広告配信を実現
10月12日	セラン社の効果の高いターゲティングを実現するマーケティングツール「xross data」と連携
10月17日	ディーエムエス <9782> と業務提携しマーケティングオートメーションを活用した EC 販促支援サービスを共同で提供開始
11月21日	IoT インテグレーションやオムニチャネルパッケージ等を提供するエスキュービズム社、人工知能技術を使って Web サイトのコンバージョン改善提案サービスを提供する WACUL 社、Web サイト構築・運営プラットフォーム「SITE PUBLIS」等を提供するミックスネットワーク社の 3 社と共同で、EC サイトや Web サイトのコンバージョンアップへ向けたトータルソリューションの提供を目的に協業を開始

* CMS…コンテンツマネジメントシステム

**DMP…データマネジメントプラットフォーム

また、2017 年 3 月期第 2 四半期中にリリースした新製品としては、マーケティングオートメーションシステム「WEBCAS AR」（2016 年 6 月）と、2015 年に出資した AI 技術の開発会社であるメタデータ（株）から技術供与を受け開発したテキストマイニングシステム「WEBCAS Sense Analyzer」がある。このうち、「WEBCAS AR」については、販売拡大のため 6 月に（株）電通ダイレクトフォースと業務提携を結び OEM 供給を開始したほか、社内でも営業スタッフにマーケティング解析士の資格を取得させるなど、コンサルティング力の強化を進めている。引き合いは順調に増加しており、9 月末までに 1 社で導入が完了したほか、現在は複数案件で稼働開始に向けた準備が進んでいる。

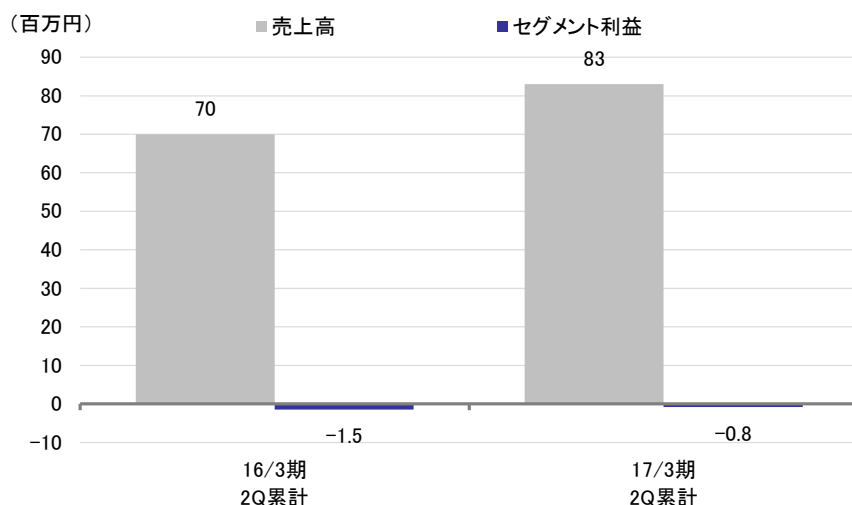
一方、「WEBCAS Sense Analyzer」については、テキストマイニングに AI 技術を活用し、マーケティング領域で活用するのは初めての取り組みとなるため、当面は使い方やその効果などについてセミナーを通じて啓蒙していく段階と考えている。顧客の関心度は高いようで、6 月と 8 月に開催したセミナーはいずれも活況だった。

b) コンサルティング事業

主に子会社の FUCA が担うコンサルティング事業の売上高は前年同期比 19.3% 増の 83 百万円、セグメント損失は 0.8 百万円（前年同期は 1.5 百万円の損失）となった。のれん費用 1 百万円が控除されているため損失となっているが、実質的には若干ながら黒字に転化したことになる。

売上高の増収要因は、FUCA にて大型 Web 制作案件を受注したことが寄与した。人員増など営業体制を強化した効果が出た格好だ。また、従来は間接受注が大半であったが、ここきて直接受注が取れるようになってきたことも収益改善要因となっている。

コンサルティング事業

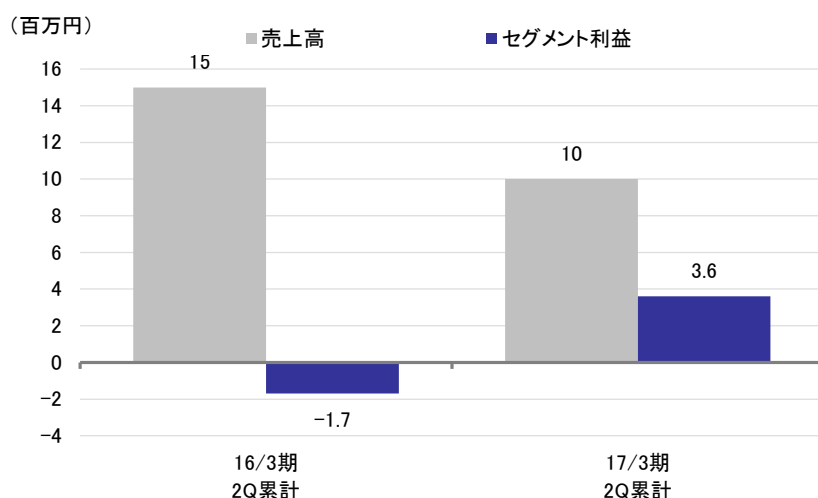


出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

c) オーダーメイド開発事業

オーダーメイド開発事業の売上高は前年同期比 32.3% 減の 10 百万円と減少したものの、セグメント利益は 3 百万円（前年同期は 1 百万円の損失）に黒字転化した。自社製品の開発に人的リソースを集中し、受託開発案件については新規の受注活動を積極的に行わず、従来の利益率の高い案件を継続して行ったことが収益性の大幅改善につながった。

オーダーメイド開発事業



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

(3) 財務状況

2017 年 3 月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 15 百万円増加の 1,421 百万円となった。主な増減要因としては、流動資産では法人税等の支払いにより現預金が 69 百万円減少し、固定資産では有形固定資産が 47 百万円、無形固定資産が 36 百万円増加し、投資その他の資産が 8 百万円減少した。

一方、負債は前期末比 13 百万円減少の 237 百万円となった。流動負債でその他の流動負債が 32 百万円減少し、固定負債では長期前受収益が 11 百万円増加した。また、純資産は利益剰余金の増加を主因に同 29 百万円増加の 1,184 百万円となった。

経営指標を見ると、安全性を示す自己資本比率は 82.5%と高水準を継続しているほか、無借金経営を続けており、財務の健全性は高いと判断される。なお、同社は発行済株式総数の 11.4%を自己株式として保有しているが、同株式については今後 M&A を実施する際になどに活用していくことを考えている。

エイジア

2352 東証 2 部

<http://www.azia.jp/ir/>

2017 年 1 月 19 日 (木)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3 期末	15/3 期末	16/3 期末	17/3 期 2Q 末	増減額
流動資産	914	1020	1,134	1,073	-60
(現預金)	742	839	830	760	-69
固定資産	138	148	271	347	76
総資産	1052	1,169	1,405	1,421	15
流動負債	167	197	238	209	-29
固定負債	13	8	12	28	16
(有利子負債)	-	-	-	-	-
負債	181	205	250	237	-13
純資産	871	963	1155	1,184	29
経営指標					
(安全性)					
流動比率	545.6%	517.2%	475.3%	475.3%	513.6%
自己資本比率	78.4%	79.0%	81.3%	81.3%	82.5%
(収益性)					
ROE (自己資本純利益率)	17.1%	12.4%	15.6%		
売上高営業利益率	24.0%	17.3%	20.9%		

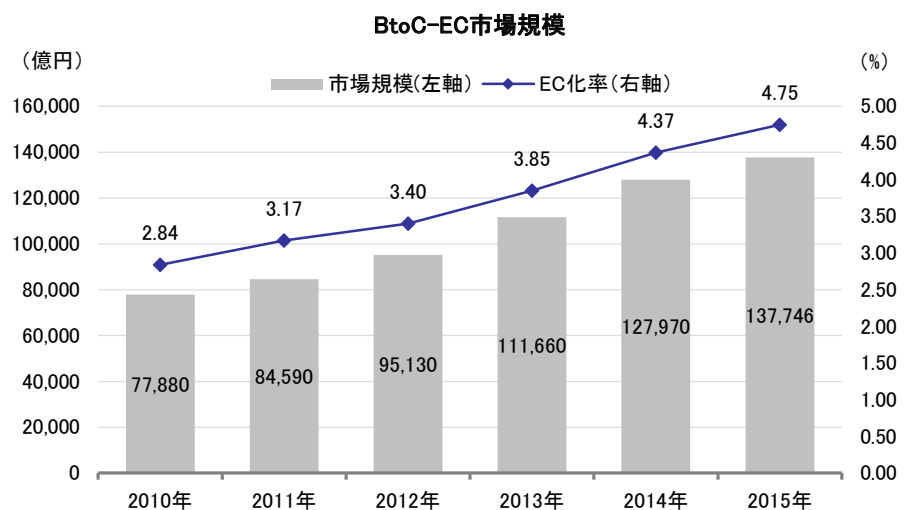
出所：短信よりフィスコ作成

■今後の見通し

国内 BtoC の EC 市場規模は年々拡大でビジネスチャンス到来

(1) 市場環境について

同社を取り巻く市場環境は引き続き良好な見通しとなっている。国内の BtoC の EC 市場規模は年々拡大を続けており、2015 年は前年比 7.6% 増の 13.7 兆円、EC 化率で 4.75% の水準となっている。諸外国の EC 化率について見ると、2013 年時点で英国が 11.6% (2018 年予想 18.0%)、中国が 8.3% (2018 年予想 16.6%) の水準となっていることから、国内の市場規模も今後右肩上がりの成長が続くものと予想される。



出所：経済産業省

2017 年 1 月 19 日 (木)

こうしたなかで、インターネットを活用した販促施策は EC 専門の企業だけではなく、BtoC の事業を行う企業において売上を拡大していくうえでより重要なマーケティング戦略となってきた。特に、ここ数年はスマートフォンや SNS の普及並びに、インターネット技術の進化によって個人の属性や行動履歴などを把握して効果的な One to One の広告配信を打てるようになってきており、こうしたマーケティングソリューションサービスを展開する企業にとっては、事業を拡大していくうえでのビジネスチャンス到来といった状況にあると言える。

主力のクラウドサービスがけん引、2017 年 3 月期は 2 ケタ増収増益を見込む

(2) 2017 年 3 月期の業績見通し

2017 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 10.4% 増の 1,265 百万円、営業利益が同 10.7% 増の 265 百万円、経常利益が同 11.2% 増の 270 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 11.8% 増の 180 百万円と 2 ケタ増収増益を見込んでいる。売上高は連続で過去最高を更新し、営業利益も 3 期ぶりに過去最高を更新することになる。

前述したように市場環境の追い風が続くなかで、主力のクラウドサービスが下期も収益のけん引役となる。引き続き有効リードの獲得やアライアンスの強化を進めていくほか、新製品の投入も進めていく予定となっている。セグメント別の売上計画は、アプリケーション事業が前期比 13.5% 増の 1,093 百万円となる見通し。クラウドサービスで前期比 173 百万円増の 832 百万円、ライセンス販売で同 61 百万円減の 77 百万円を見込んでいる。ライセンス販売については、上期が計画を上回ったことから通期でも若干の上積みが見込まれる。

一方、コンサルティング事業、オーダーメイド開発事業は合計で、前期比 5.3% 減の 173 百万円を見込んでいる。「WEBCAS AR」の販売開始に伴って、コンサルティングサービスの売上増を見込んでいる一方で、受託開発が減少すると見ている。ただ、同事業は Web 制作など大型案件の動向によって変動する可能性があり、保守的な計画となっている。

2017 年 3 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	16/3 期	17/3 期			
	実績	上期実績	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	1,145	597	10.2%	1,265	10.4%
営業利益	239	107	10.1%	265	10.7%
経常利益	242	111	9.9%	270	11.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	161	69	4.2%	180	11.8%

出所：短信よりフィスコ作成

今期の新製品投入本数については、期初段階でバージョンアップも含めて 10 本程度（前期は 8 本）を予定していたが、上期にクラウドサービスやライセンス販売でカスタマイズ案件が増加し、本来は新製品の開発に当たるエンジニアのリソースがこれら案件に振り向けられたことで、開発の進捗がやや遅れ気味となっている。現状では、下期だけで 3～4 本、通期で 5～6 本の新製品投入にとどまりそうだ。「WEBCAS AR」の Ver.2.0 版や「WEBCAS e-mail 新 API」「WEBCAS talk 新 API」などは今期中に投入される見込みで、「WEBCAS e-mail」のバージョンアップ版やクロスチャネル対応製品などは今期末、もしくは来期前半に投入されるものと予想される。「WEBCAS e-mail 新 API」とは、「WEBCAS e-mail」の OEM 版を指す。利用できる機能を従前よりも増やしていくことを予定している。API 版の利益率は従来品と変わらないと見られ、API 版を拡販していくことで、収益を一段と伸ばしていく戦略だ。

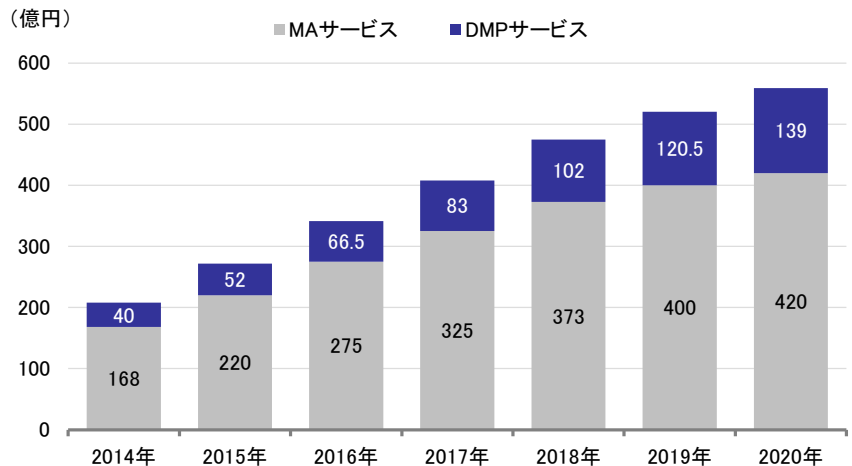
新製品のマーケティングオートメーションシステムは 2018 年 3 月期以降に目標達成か

(3) 「WEBCAS AR」の見通しについて

期待の新製品であるマーケティングオートメーションシステム「WEBCAS AR」については、期初段階で 2017 年 3 月期の売上計画を 30 百万円と見ていたが、今期は若干下回る可能性が高い。当初の想定よりも競合が増えていることに加えて、顧客側からはカスタマイズのニーズが強く、導入までの期間が当初想定よりも長くなりそうなためた。ただ、引き合いそのものは順調で、2018 年 3 月期に 125 百万円、2019 年 3 月期に 310 百万円といった売上目標は達成可能と見ている。なお、2019 年 3 月時点での導入社数は 70 社程度を見込んでいる。販売を拡大していくために、自社でのコンサルティング要員の増員を進めていくほか、他社とのアライアンスも積極的に行っていく方針だ。6 月に電通ダイレクトフォースと業務提携したのに続いて、10 月にはダイレクトマーケティングや Web マーケティングのソリューションサービスを展開するディーエムエス <9782> とも業務提携し、OEM 供給を開始、今後の受注増加が期待される。

マーケティングオートメーションシステムとは、企業が行うデジタルマーケティング戦略の中で、顧客（見込み客含む）の属性や行動データなどを一元管理し、多様なコミュニケーションチャネル（DM、メール、SNS 等）の中から最適なコミュニケーションツールを使って、個々の顧客に対して行うプロモーション活動を自動化するツールのことを指す。従来は、マーケティング担当者が属人的にデジタルプロモーションを行ってきたため、生産性の向上が課題となっていたが、マーケティングオートメーションツールを導入することで、デジタルマーケティングにおける費用対効果を大幅に向上することが可能となる。米国では 2010 年以降市場が立ち上がり、日本でも 2014 年に入って日本オラクル <4716> や (株) セールスフォース・ドットコム、IBM (日本アイ・ビー・エム (株)) などがサービスの提供を開始し、市場が立ち上がり始めている。市場調査会社の予測によれば、同市場は 2015 年 (見込) の 272 億円から 2020 年には 559 億円まで拡大する見通しとなっており、電子メール配信システムを主力事業としている同社にとっては今後、3 ~ 4 年間で収益を大きく伸ばしていく好機となる。

国内マーケティングオートメーション市場の予測



出所: 説明会資料をもとにフィスコ作成

中長期的な成長を見据えアライアンスを積極展開方針

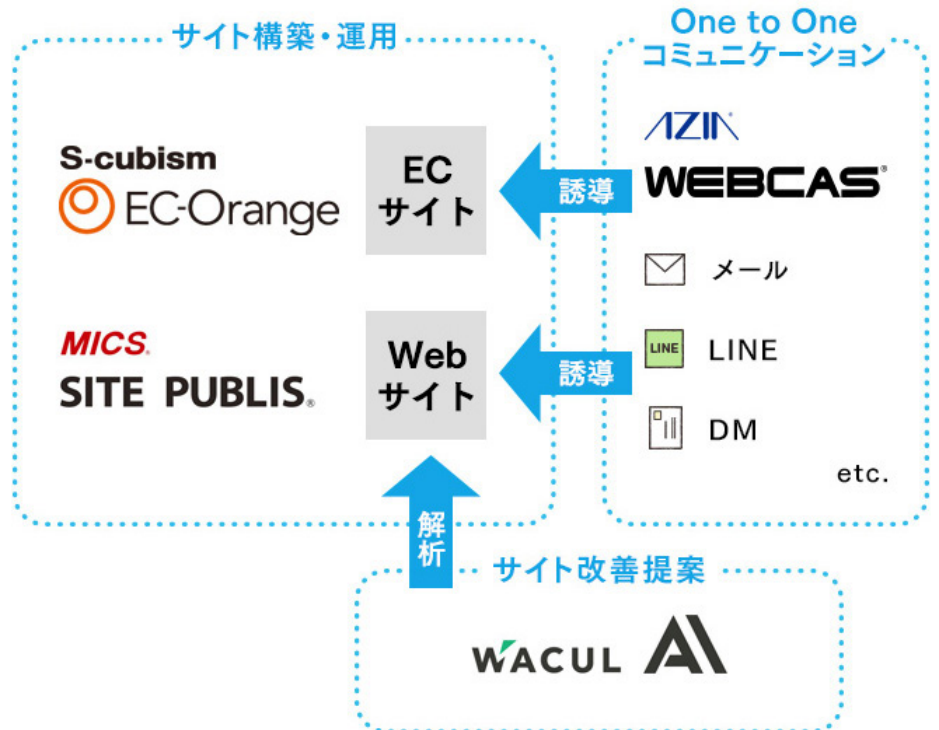
(4) アライアンス戦略を強化

同社は中長期的な成長を見据えて、製品・サービスの強化や販路拡大につながるアライアンスを積極的に展開していく方針で、今後数年間で数億円規模の投資を行っていくことを検討している。2016 年 9 月末の現預金は 760 百万円あるが、事業活動資金としては 3 億円程度あれば十分賄える水準であり、残り 4 億円強の投資余力がある。

投資対象としては今後当社が注力していく AI や IoT に関連するサービスの強化につながる企業となる。AI 技術については既にメタデータと資本提携を結んでいることから、フュージョン(株)のようなコンサルティング力を持つ販売系の企業が対象となる。特に「WEBCAS AR」の販売開始によってコンサルティング力が営業活動において今まで以上に必要となってきた。営業リソースの不足分は提携先を拡大していくことでカバーしていくことになる。また、IoT 分野においては IoT で得られたビッグデータを分析し、マーケティング戦略に活用するサービスを提供していく予定で、メーカーや SI 企業などとの提携を視野に入れている。

2016 年に発表したアライアンスも、こうした中長期の成長を見据えた戦略の一例と考えられる。10 月には、ダイレクトコミュニケーションに特化したアウトソーシングサービスを提供するディーエムエス<9782>と、マーケティングオートメーションを活用した EC 事業者向け販促支援サービスの、共同提供を発表。11 月の発表は、IoT インテグレーションやオムニチャネルパッケージ等を提供する(株)エスキュービズム、人工知能技術を使って Web サイトのコンバージョン改善提案サービスを提供する(株)WACUL、Web サイト構築・運営プラットフォーム「SITE PUBLIS」等を提供する(株)ミックスネットワークの 3 社と共同で、EC サイトや Web サイトのコンバージョンアップへ向けたトータルソリューションの提供を目的に協業を開始するというもの。相互の製品をクロスセルしていく格好となる。今後、協業関係を深めた上で、資本提携まで発展する可能性も考えられる。

4 社アライアンスの枠組み



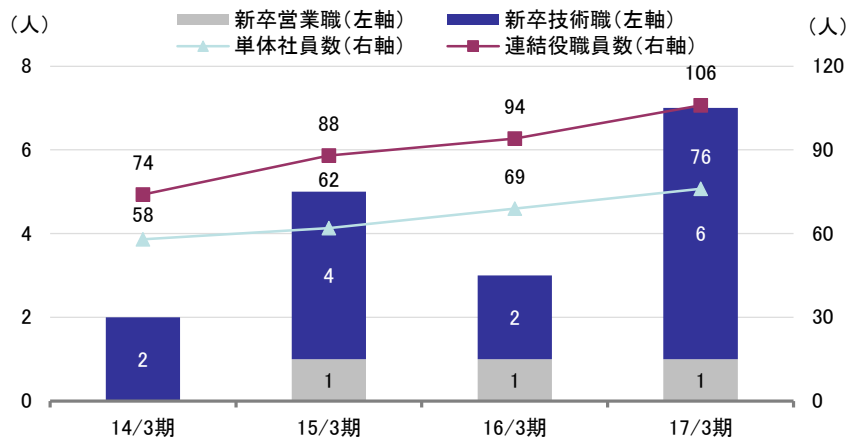
出所：会社 HP

(5) 社員数の状況について

同社では将来の成長を見据えて、2014 年春より新卒社員の採用を開始した。ソフトウェア業界ではここ数年、慢性的な人手不足が続いており、新卒の採用も困難になっているなかで、同社は 2017 年春の新卒採用で 7 名(うち技術職 6 名)と計画どおりの採用を行うことができた。従来は、会社説明会の参加人数を集めるにも苦労していたが、今期は説明会の参加人数が前年比で 3 倍に増加したことが大きかったという。3 倍増となった理由は簡単で、前年までは学生の集客を人事部で行っていたが、今年からマーケティング部が担当することになったという。マーケティングに精通した本職のスタッフによって、Web サイトの募集ページのコンテンツを大幅に見直したほか、効果的なメール配信を One to One で行ったことが参加者の大幅増につながったと見られる。当初の目標が同じでもマーケティング施策の違いによって、結果が大きく変わってくる好例とも言える。

なお、同社グループの社員数は 2016 年 9 月末時点で初めて 100 名を突破した。今下期も中途採用でエンジニアの採用を進めるため、期末では 112 名程度となる見通した。また、2018 年 3 月期末は 120 名規模まで増員する予定で、リソースが不足するようであれば提携先などに外部委託することを検討している。

新卒入社(予定)数と役職員数の推移



※1 新卒人数は各期末の翌月入社人数を記載
 ※2 役員数はパートタイマー・派遣社員等含む
 ※3 17/3期の役員数は2016年9月末時点

■ 株主還元策

2017年3月期も8期連続の増配予定

配当政策に関しては「新規事業投資や研究開発投資などに必要な内部留保を行いつつ、安定的な配当を行っていく」ことを基本方針とし、配当性向では20%程度の水準を目安としている。2017年3月期は前期比2.0円増配の20.0円（配当性向22.9%）と8期連続の増配を予定しており、今後も収益の拡大が続けば増配を継続していく可能性が高い。

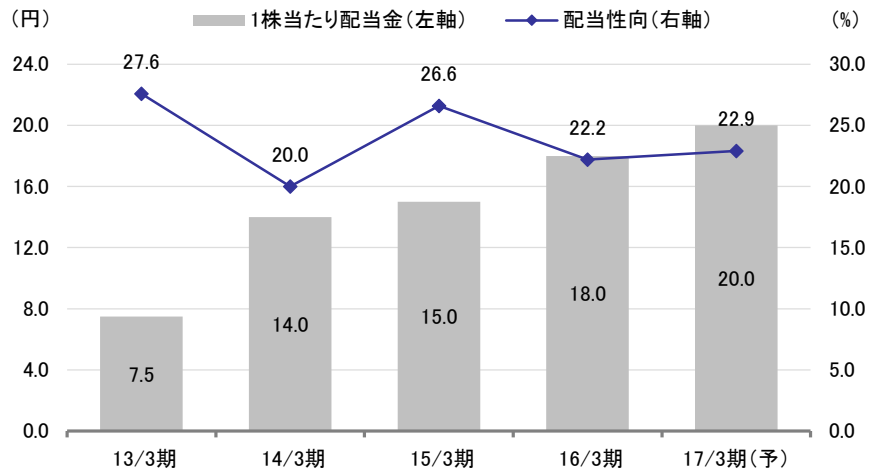
エイジア

2352 東証2部

<http://www.azia.jp/ir/>

2017年1月19日（木）

1株当たり配当金と配当性向



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・表示したものです。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