

|| 企業調査レポート ||

ナレッジスイート

3999 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年1月19日(火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020年9月期業績実績	01
2. 2021年9月期業績見通し	01
3. 中期目標	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
3. SFA/CRM 市場の見通しと同社の強み	08
■ 業績動向	08
1. 2020年9月期の業績動向	08
2. 財務状況	14
■ 今後の見通し	15
1. 2021年9月期の業績見通し	15
2. 中期目標	20
■ 株主還元策	20
■ 情報セキュリティ対策	21

■ 要約

今後3年間はDX事業に経営資源を集中投下し、 売上成長率UPを最優先に取り組む

ナレッジスイート<3999>は、中堅・中小企業向けにSFA※機能を中心としたクラウド型統合ビジネスアプリケーション「Knowledge Suite (ナレッジスイート)」を主要サービスとして展開するIT企業である。「Knowledge Suite」(OEM除く)等のクラウドサービス(SaaS)の契約社数は2020年9月末時点で1,844社と右肩上がりに増加中で、サブスクリプション型のビジネスモデルとなっていることが特徴。直販以外にOEM先のKDDI<9433>が、「KDDI Knowledge Suite」として販売している。また、子会社にシステムエンジニアリング事業を展開する(株)アーキテクトコアを持つ。

※ SFA (Sales Force Automation) とは、営業のプロセスや進捗状況を管理し、営業活動を効率化するためのシステム。

1. 2020年9月期業績実績

2020年9月期の連結業績は、売上収益で前期比1.9%減の2,118百万円、営業損失で20百万円(前期は120百万円の営業利益)となった。「Knowledge Suite」の契約社数が順調に拡大してことで、クラウドソリューション事業の売上収益は前期比9.4%増と順調に拡大したものの、新型コロナウイルス感染症の拡大で案件の先延ばし影響が出たシステムエンジニアリング事業が同8.9%減となったことが減収要因となった。利益面では、「Knowledge Suite」の顧客基盤拡大に向けた営業体制の強化により、人件費が前期比90百万円増加したことに加えて、2020年5月にリリースしたオンライン商談ツール「VCRM (バイシーアールエム)」の認知度向上を図るため、第4四半期にテレビCMを実施したことで広告宣伝費が同108百万円増加したことが減益要因となった。なお、「Knowledge Suite」等のクラウドサービス(SaaS)売上高は前期比12.9%増の674百万円となり、コロナ禍において対面営業が制限されるなかでも順調に増加している。

2. 2021年9月期業績見通し

2021年9月期の連結業績は、売上収益で前期比13.7%増の2,408百万円、営業利益で31百万円の黒字に転換する見通し。コロナ禍において中堅・中小企業でも経営のデジタルトランスフォーメーション(以下、DX)化が進み始めており、こうした追い風を確実に取り込むべく、「Knowledge Suite」の新規顧客開拓や、導入後の定着支援を図るための人員体制の強化を進めていく。このため、人件費は前期比175百万円の増加を見込んでいる。また、「Knowledge Suite」のシェア拡大を図るため、広告宣伝費も同51百万円増と引き続き積極投資を継続していく方針となっている。こうした取り組みにより、コア事業となるDX事業(SaaS及び導入支援等)の売上収益は前期比44.2%増の969百万円と高成長を目指している。一方、BPO事業(システムエンジニアリング及び「Knowledge Suite」のOEM販売、ソリューション事業)については、前期比0.5%減の1,438百万円と横ばい水準で見ている。

要約

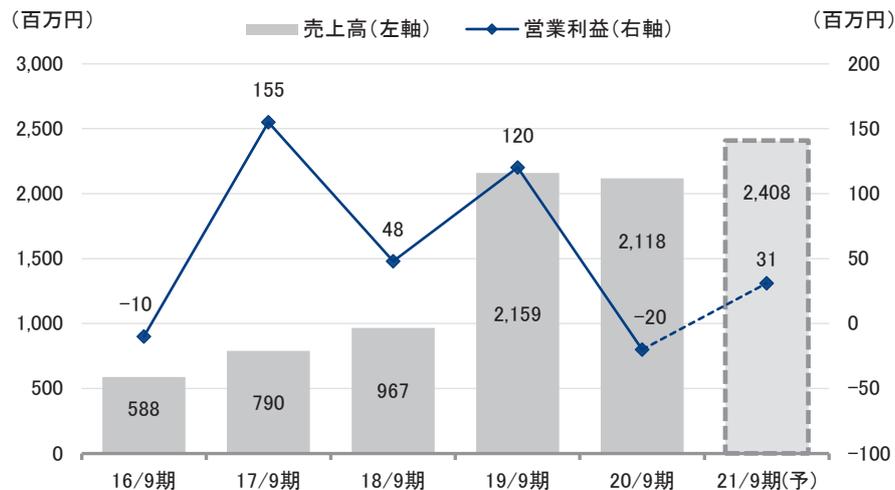
3. 中期目標

同社は3年後の2023年9月期に売上収益で約45億円、うち、DX事業については約30億円と前期から約4倍に拡大していくことを目標に掲げている。この高成長を実現していくために、2020年9月期末で24名だった営業人員を100名まで増員するなど積極投資を行う期間と位置付けている。中堅・中小企業でも今後3年間でDX化が浸透すると思われ、顧客獲得の最大の好機であると同時に、その後の持続的な成長を実現していくための重要な期間であると考えているためだ。こうした投資の効果によって、2024年9月期以降は利益面でも本格的な成長フェーズに入るものと予想される。

Key Points

- ・2020年9月期は積極的な成長投資実行により損益が悪化するも、SaaSの売上は順調に拡大
- ・2021年9月期はDXの追い風を捉え、売上成長UPを最優先に取り組んでいく方針
- ・中堅・中小企業のDX化を支援するDX事業に経営リソースを集中し、年率30%の売上成長を目指す

業績の推移



注：18/9期より連結業績、19/9期以降はIFRS基準
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

SFA/CRM のクラウドサービス「Knowledge Suite」が収益柱

1. 会社沿革

同社は2006年に現代表取締役社長の稲葉雄一（いなばゆういち）氏によって設立された。稲葉氏は、当時米国でクラウドコンピューティングという情報インフラの新たな形態が立ち上がり、そのなかでSalesforce.com（セールスフォース・ドットコム<CRM>）がSFA/CRM（営業支援/顧客管理）事業を展開し始めたのを見て、日本でもいずれクラウドコンピューティングの時代が到来することを確信し、SaaS事業で起業することを決断した。SaaSで事業を拡大していくには、まず顧客情報管理を徹底することが重要と考え、2008年にプライバシーマーク^{※1}やISO/IEC 27001^{※2}を取得し、これらをベースに現在の主力サービスであるクラウド型統合ビジネスアプリケーション「Knowledge Suite」を2010年に開発した。前年に開発した同社初の開発品となるグループウェア「GRIDY（グリッディ）」は当初無料サービスとしていたが、顧客の情報資産を預かることを保証するという意味でも有料化した方が良いとの判断から、「Knowledge Suite」では顧客データの蓄積量（ストレージ量）に応じて課金するビジネスモデルとした。

※1 個人情報の適切な取り扱いを行っていると認められた事業所に対して、(財)日本情報経済社会推進協会が使用を許諾する登録商標。

※2 情報セキュリティマネジメントシステムに関する国際的な標準規格。

「Knowledge Suite」は、リリースした2010年にASP・SaaS・ICTアウトソーシングアワード「ベストイノベーション賞」、東京都ベンチャー技術大賞「優秀賞」、「グッドデザイン賞」などに相次いで表彰されるなど、その機能性、革新性が業界でも高く評価され、2011年にはKDDIの法人向けサービスの1つとしてOEM提供も決定した。当時のSFA/CRM等の業務用ソフトはカスタマイズが可能なオンプレミス型が主流で初期コストも高く、中小企業で導入することは困難であったが、「Knowledge Suite」は初期導入費用を無料とし、月額利用料も低価格に設定することで中小企業の顧客を開拓していった。

2012年にスターティア（株）及びジェイズ・コミュニケーション（株）からの資金調達を実施するとともに、「Knowledge Suite」の代理店網の強化を開始、2014年9月期に初めて黒字化を達成する。ただ、その後に代理店依存による体制では売上高が伸び悩むと考え、2016年に両社から代理店販売権を譲受し、KDDI向けを除いて直販を主軸とする販売体制に切り替えた（代理店は補完的な位置付け）。

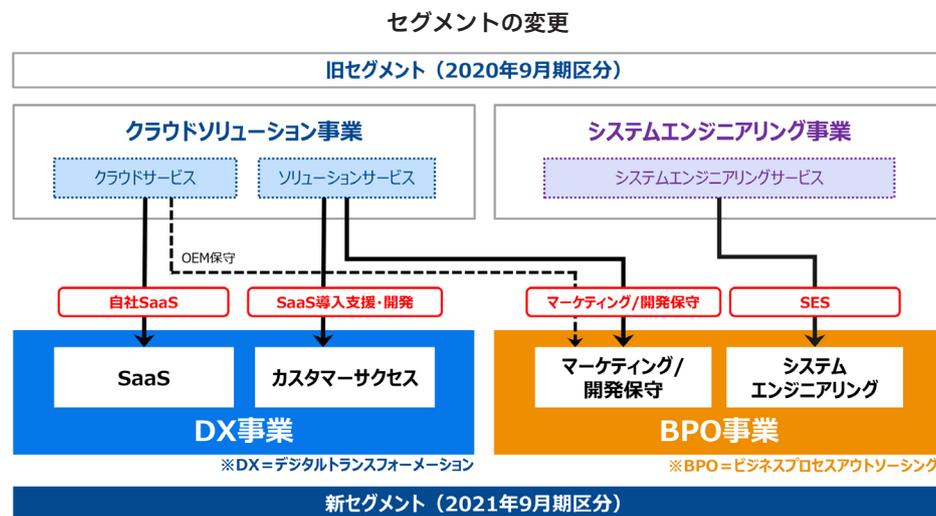
2017年12月に東証マザーズに株式上場を果し、2018年6月には開発力の強化を目的にシステム開発会社の（株）フジソフトサービスを子会社化（出資比率100%）、同年7月には商品ラインナップの強化を目的に（株）インプリムと資本業務提携契約を締結（出資比率14.3%）、同年10月には開発力の強化を目的にIT技術者派遣サービスを主に展開するビクタス（株）を子会社化（出資比率100%）するなど矢継ぎ早にM&A戦略等を実行し、将来の成長に向けた布石を打っている。なお、システム開発の子会社2社は、2019年8月にビクタスを存続会社としてフジソフトサービスを吸収合併、商号を（株）アーキテクトコアに変更している。また、2020年9月期より会計基準にIFRS（国際財務報告基準）を適用している。

「Knowledge Suite」を中心とする DX 事業と システムエンジニアリングサービス等の BPO 事業を展開

2. 事業内容

同社は、経営理念として「Change The Business ～中小企業のビジネスを変え、日本経済の活性化に貢献する～」ことを掲げている。日本の総企業数の 99.7% は中小企業で占められているが、人材不足等の経営課題を抱えており、こうした課題を解決する SaaS を提供していくことで中小企業の収益力向上をサポートし、日本経済の活性化に貢献していく考えだ。また、企業ビジョンとしては、同社の主力製品である「Knowledge Suite」を展開していくことによって、営業活動における単純作業の自動化を図り、中堅・中小企業の働き方改革を推進していくことを目指している。

事業セグメントとして 2020 年 9 月期までは、クラウドソリューション事業と子会社 2 社で展開するシステムエンジニアリング事業に分けていたが、2021 年 9 月期より同社のコア事業である「Knowledge Suite」を主力としたクラウドサービスの事業動向や今後の成長性について、より理解が深まりやすいようにするため、デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）事業とビジネスプロセスアウトソーシング（以下、BPO）事業の 2 つの事業セグメントに組み直している。



出所：決算説明資料より掲載

(1) DX 事業

従来のクラウドソリューション事業のうち、SaaS（クラウドサービス）及び導入・定着支援等の「カスタマーサクセス」が含まれる。「Knowledge Suite」の OEM 版「KDDI knowledge Suite」、並びに Web マーケティングソリューションサービスについては、「マーケティング / 開発保守」として BPO 事業に移管している。

会社概要

a) SaaS (クラウドサービス)

同社の主力サービスである「Knowledge Suite」は、営業プロセスを可視化することによって営業課題を解決、生産性向上を実現するSFA/CRMをメイン機能として、グループウェアや名刺管理サービス、メール配信エンジン機能など複数機能をオールインワンで提供する統合ビジネスアプリケーションとなる。オールインワンとすることで、顧客は各サービスを個別で契約するよりも安価な月額料金で利用が可能となる。また、ユーザー数が無制限であること、マルチデバイスに対応しており、社内外どこからでも利用できること（テレワークも可能）が特徴となっている。なお、利用機能のうち、営業支援メール配信エンジンについてはエイジア<2352>の「WEBCAS e-mail」が実装されており、そのほかAPI連携やメールサーバー、セキュリティ強化機能などもオプションサービスとして提供している。

料金プランは3種類で、うち標準プランとなる「SFAスタンダード」はユーザー数無制限、データ保存容量5GBで月額50,000円、5GBを超過した場合は1GBごとに8,750円が付加されることになる。このため、顧客は月々の利用状況によって利用料金が変動することもある。グループウェアのみの場合は月額6,000円で提供しているが、これはSFAプランの契約ができなかった顧客向けに提供しているプランで、全体に占める比率も小さい。なお、直近の月額ARPA（アカウント当たり平均売上高）は5万円弱の水準になっているとみられる。中小企業の場合、導入後2～3年経過したあたりで保存データ容量5GBを超えてくるケースが多いため、ARPAは長期的に見れば上昇トレンドをたどっていくことになる予想される。また、月額課金によるサブスクリプション型のビジネスモデルのため、解約がなければ毎月、右肩上がりに売上げが増加していくため予実の確度が高く、安定性の高いビジネスモデルとなっていることが特徴だ。

Knowledge Suite のサービス機能と基本料金（税別）

プラン	グループウェア	SFAスタンダード	SFA プロフェッショナル
月額基本料	6,000円	50,000円	80,000円
データ保存可能容量 (超過容量当たり課金額)	ID数：無制限 / 3GB (超過1GB当たり2,000円 / 月)	ID数：無制限 / 5GB (超過1GB当たり8,750円 / 月)	ID数：無制限 / 50GB (超過1GB当たり8,750円 / 月)
機能	グループウェア	SFAスタンダード	SFA プロフェッショナル
GRIDY グループウェア※1	○	○	○
GRIDY SFA (営業支援・顧客管理)	-	○	○
GRIDY 名刺 CRM (名刺デジタル化サービス)	-	○毎月500枚まで (超過：40円 / 枚)	○毎月1,000枚まで (初月のみ1,800枚、超過:40円 / 枚)
GRIDY リードフォーム (Web フォーム生成)	-	○	○
GRIDY CENTRE (問合せ対応管理)	-	○	○
GRIDY メールピーコン※2 (営業支援メール配信エンジン)	-	○メールアドレス5,000件まで 月間配信無制限	○メールアドレス5,000件まで 月間配信無制限

※1 GRIDY グループウェアの機能は、スケジュール管理機能や社内の情報共有機能、ワークフロー等の業務管理機能が含まれる。

※2 (株)エイジアの「WEBCAS e-mail」

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

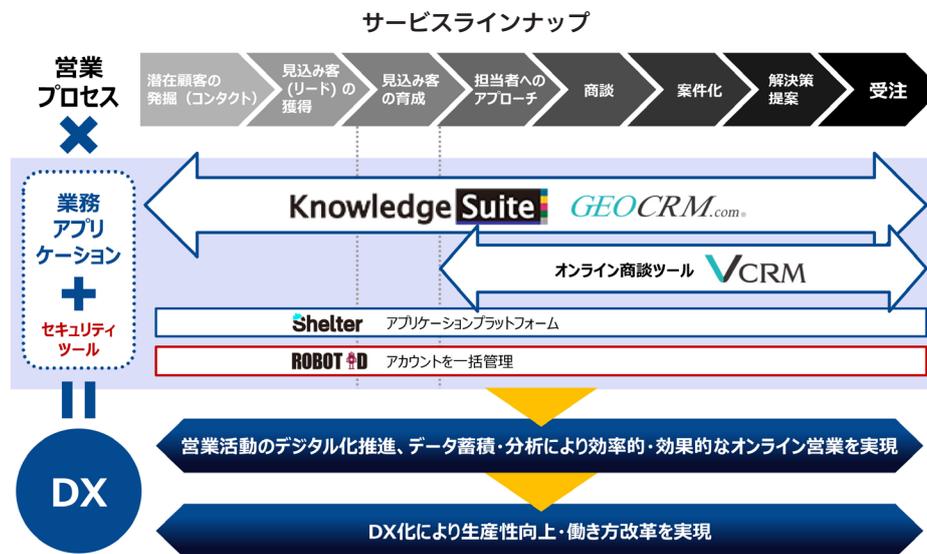
顧客ターゲットは中小企業から中堅企業まで幅広く、Web 広告や会社ホームページから入ってくる毎月700～800件の問い合わせに対して、直販営業並びに販売パートナー（14社）経由で顧客を獲得している。上場前は毎月300～400件の問い合わせ件数だったが、株式上場後は認知度向上もあって問い合わせ件数も増加している。2010年のサービス開始以降、契約社数は順調に拡大しており2,000社を超えているものと見られる。

会社概要

クラウド型 SFA/CRM サービスにおける主な競合は Salesforce.com となるが、単価が高く大企業向けが中心のため、直接競合することはほとんどない。同社が顧客ターゲットとしている中小企業では SFA/CRM ツールの導入率がまだ低く、大半は Excel など汎用ソフトを使って管理している。このため、新規顧客の約 85% は初めて SFA/CRM ツールを導入する企業で、残り約 15% が競合先からの乗り換えとなっている。

また、2020年5月に新サービスとしてオンライン商談ツール「VCRM」の提供を開始した。オンラインの Web 会議ツールとしては、Zoom を筆頭に多くのサービスが先行しているが、「VCRM」はアプリケーションのインストールが不要なこと、営業電話中にスムーズなオンライン商談への誘導が可能なこと、プレゼン資料を共有しながら商談を進めることが可能なことなどが特徴となっている。2020年9月まで無料提供期間とし、10月より有料サービスを開始した。初期費用 98,000 円、月額費用 36,000 円 / 4 ルーム（追加 1 ルーム当たり 9,000 円 / 月）となる。

そのほかの SaaS（クラウドサービス）としては、複数のビジネスソフトウェアで利用される ID/ パスワードを 1 つに統合できるシングルサインオンサービスの「ROBOT ID」や、画面操作だけでデータベース型業務アプリケーションを簡単に作成できる「Shelter」など、企業の営業活動の DX 化を推進するサービスをラインナップしている。



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

b) カスタマーサクセス

「カスタマーサクセス」とは同社の「Knowledge Suite」を導入した企業に対して、初期設定や操作方法の教育などコンサルティングを行うほか、定着支援のための運用サポート、顧客ニーズにあったタイムリーな開発・改善提案などを行うサービスとなる。契約時にコンサルティングサービスを同時に契約した企業と、そうでない企業とでは1年後の解約率が変わってくる（全体の解約率は2%弱程度）ほか、ARPAやLTV（生涯価値）の向上にもつながることから、同社では中長期的な成長を実現していくためにも必要なサービスと位置付けている。

(2) BPO 事業

BPO 事業には、KDDI 版「Knowledge Suite」の OEM 保守のほか、クラウドサービスの開発請負、Web マーケティング支援、子会社のアーキテクトコアで展開するシステムエンジニアリングサービスが含まれる。

Web マーケティングソリューションの主要顧客は、電通グループ<4324>で年間売上高は1～2億円になっていると見られる。同社が持つ Web マーケティングのノウハウ（主に見込み客の獲得）をマーケティング支援という形でサービス提供している。

システムエンジニアリングサービスでは、国内の大手 IT 企業向けの汎用系及び Web 系システムの開発、IT 技術者の派遣などを行っており、業績は比較的安定して推移している。従業員数は2020年9月時点で74名の規模となる。同社が子会社化した目的は、自社の技術開発力を強化する IT 技術者の確保であった。ここ数年は IT 技術者が慢性的に不足する状況で採用費の高騰が続いていたこともあり、M&A で開発リソースを確保したことになる。従来、同社の技術者は30名弱程度だったが、アーキテクトコアが加わったことにより、総勢100名体制と大幅に強化されたことになる。もちろん、現状は既存顧客向けの案件を抱えていることから、すぐに M&A の効果が顕在化するわけではないが、2019年9月に8名の技術者を子会社から受け入れて開発部門に配属させたほか、コロナ禍において子会社の稼働率がやや低下したこともあり、さらに同社の開発部門に振り向けている状況にあり、製品開発力の強化という当初の M&A の目的に沿った効果が出始めている。

新型コロナを契機に企業のDX化が加速化し、SFA/CRM市場も年率2ケタ成長が続く見通し

3. SFA/CRM市場の見通しと会社の強み

日本における総企業数は約420万社あり、このうち99.7%を占める約400万社が中小企業と言われている。同社はこうした中小企業及び中堅企業を顧客ターゲットとし、SFA/CRM領域でのクラウドサービスの開発・提供を行っている。SFA/CRMツールに関しては従来、大企業でも普及率が低く、中小企業においても導入する企業は一部に限られていたが、ここ1～2年で経営のDX化が潮流となってきたことに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、DX化への取り組みが加速する状況となり、今後は中小企業も含めてSFA/CRMの普及拡大が一段と進むものと予想される。このため、SFA/CRM市場をターゲットとしている同社についても今後、数年間は収益を大きく伸ばす好機になると弊社では見ている。

調査会社のデロイト トーマツ ミック経済研究所(株)が、2020年3月に発表した国内のクラウド型CRM市場の予測によると、2018年度の2,084億円から2023年度は5,581億円と年率22.2%増の高成長が見込まれている。同様に調査会社の(株)アイ・ティ・アールが2020年2月に発表した統合型マーケティング支援市場の予測によれば、2018年度の174億円から2023年度は370億円と年率16.3%増の成長が見込まれている。

こうした市場環境のなかで、同社は「ユーザーファースト」による製品のブラッシュアップと、リーズナブルな料金設定により顧客開拓を進めている。「Knowledge Suite」の開発にあたっては、既存顧客から日々集まってくる要望のうち上位のテーマから順に開発を進めており、結果的に、操作性・利便性の向上による顧客満足度の向上につなげている。また、ターゲットが中堅・中小企業のため、導入しやすいように初期コストを無料とし、料金体系もID数に関係なくデータ蓄積量(ストレージ量)に応じた課金モデルとすることで、競合企業よりも低価格でのサービス提供を実現していることも同社サービスの特徴であり、強みと言える。

業績動向

2020年9月期は積極的な成長投資実行により損益が悪化するも、クラウドサービスの売上は順調に拡大

1. 2020年9月期の業績動向

2020年9月期の連結業績は、売上収益で前期比1.9%減の2,118百万円となり、営業利益で20百万円の損失(前期は120百万円の利益)、税引前利益で27百万円の損失(同110百万円の利益)、親会社の所有者に帰属する当期利益で6百万円の損失(同77百万円の利益)となった。

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

業績動向

2020年9月期連結業績 (IFRS 基準)

(単位：百万円)

	19/9 期			20/9 期			
	実績	対売上比	会社計画※	実績	対売上比	前期比	計画比
売上収益	2,159	-	2,116	2,118	-	-1.9%	0.1%
クラウドソリューション事業	821	38.0%	883	896	42.3%	9.1%	1.7%
システムエンジニアリング事業	1,338	62.0%	1,234	1,222	57.7%	-8.6%	-0.9%
売上総利益	797	36.9%	881	859	40.6%	7.8%	-2.5%
販管費	681	31.6%	-	936	44.2%	37.3%	-
人件費	312	14.4%	-	402	19.0%	28.8%	-
広告宣伝費	58	2.7%	-	166	7.8%	186.2%	-
営業利益	120	5.6%	-17	-20	-0.9%	-	-
税引前利益	110	5.1%	-23	-27	-1.3%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	77	3.6%	-19	-6	-0.3%	-	-

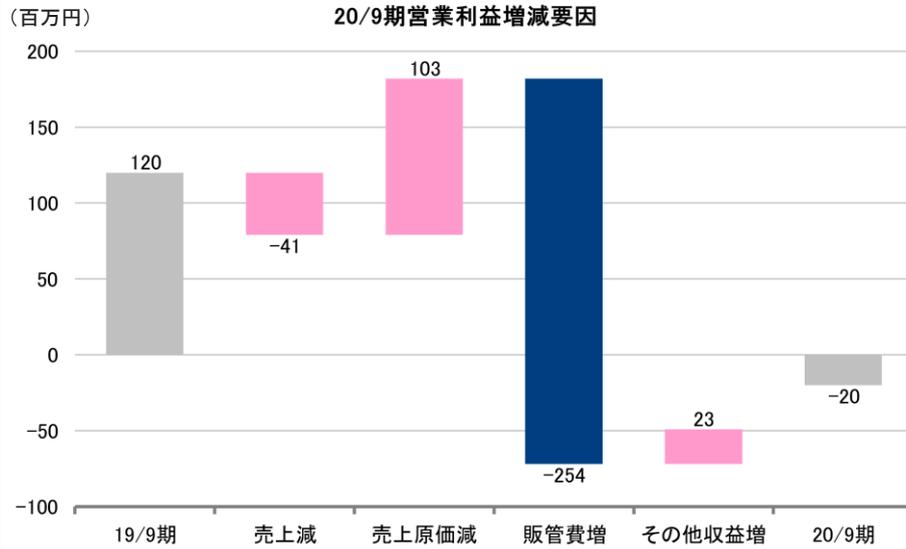
※会社計画は2020年8月発表値

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

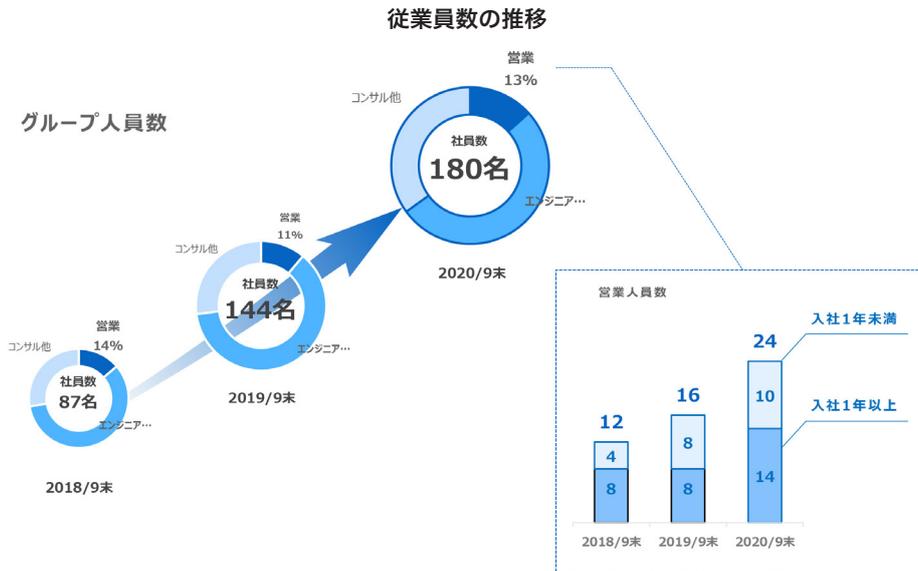
売上収益はクラウドソリューション事業が前期比 9.1% 増と順調に拡大したものの、システムエンジニアリング事業が一部受注案件の延期が発生し、同 8.6% 減となったことが減収要因となった。新型コロナウイルス感染症の影響について見ると、クラウドソリューション事業では、展示会やセミナーの中止が続いた第 3 四半期にリード（見込み顧客）件数が減少したものの、コロナ禍でテレワーク体制を導入するなど企業の DX に対する取り組みは活発化しており、第 4 四半期には前年同期を上回るペースとなっており、通期のリード件数では前期比 2.7% 増の 2.7 万件と過去最高を更新している。同社自身でも、外出自粛要請時期に、テレワーク環境を早期に構築し、オンライン営業、デジタルマーケティング活動にスムーズに移行している。一方、システムエンジニアリング事業については、第 3 四半期以降、景況感が急速に悪化したことで、受注案件の延期が発生するなどマイナスの影響を受けた。

売上総利益についてはコア事業である「Knowledge Suite」の増収効果によって前期比 7.8% 増の 859 百万円となったものの、販管費が同 37.3% 増の 936 百万円と大幅に増加したことが営業利益の減少要因となった。販管費の増加額 254 百万円の主な内訳は、人件費で 90 百万円、広告宣伝費で 108 百万円となっている。人件費については、クラウドソリューション事業における積極的な人財投資を実施したことが要因で、主に営業人員やクラウドサービス (SaaS) の導入定着支援を行う「カスタマーサクセス」の人員体制を強化した（期末従業員数は全社合計で前期末比 36 名増の 180 名）。一方、広告宣伝費については、新サービスのオンライン商談ツール「VCRM」の認知度向上を図るため、第 4 四半期にテレビ CM を実施したことが要因となっている。

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



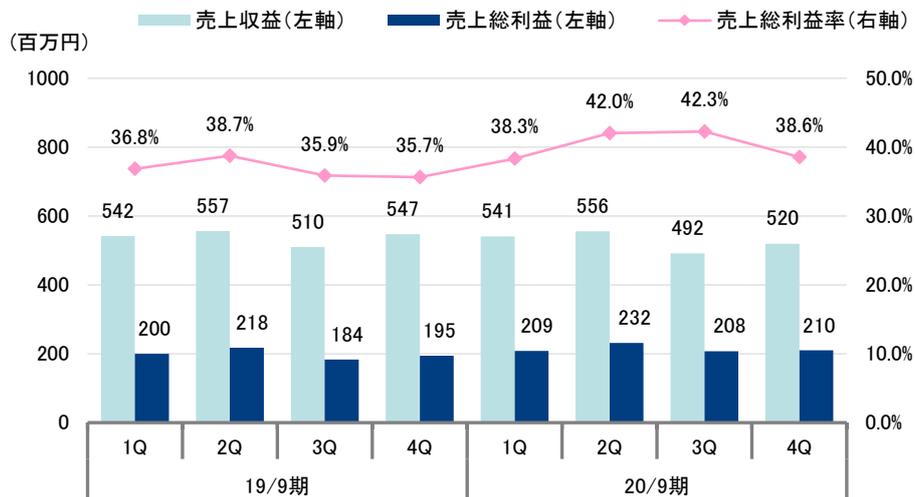
出所：決算説明資料より掲載

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

業績動向

四半期ベースの業績推移を見ると、全体の売上高は前年同期比で伸び悩んだが、これは「Knowledge Suite」のOEM版が若干ながら減少傾向が続いていることや、Webマーケティングソリューションが減少したこと、システムエンジニアリング事業が第2四半期以降、減収に転じたことなどが要因となっている。一方、売上総利益については期を通して増益を維持しており、売上総利益率も前年同期を上回って推移するなど、プロダクトミックスが良化してきたことがうかがえる。一方、営業利益について見ると、第3四半期に6百万円の損失、第4四半期に116百万円の損失と悪化している。第3四半期については、新型コロナウイルスの影響で売上高が一時的に落ち込んだこと、並びに人件費の増加が主因となっており、第4四半期については人件費の増加に加えて、広告宣伝費を122百万円投下したことが主因となっている。広告費控除前の営業利益で見ると、前期比22百万円減少の146百万円となる。以上から、2020年9月期の業績は、戦略的投資（人件費+広告宣伝費）を積極的に実施したことが減益要因であったことがわかる。

売上収益、売上総利益の四半期推移

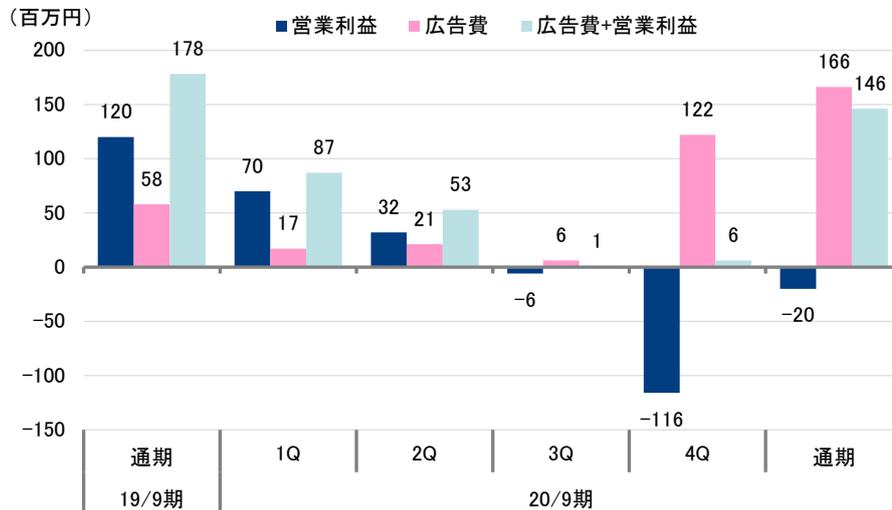


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

業績動向

営業利益と広告費の推移

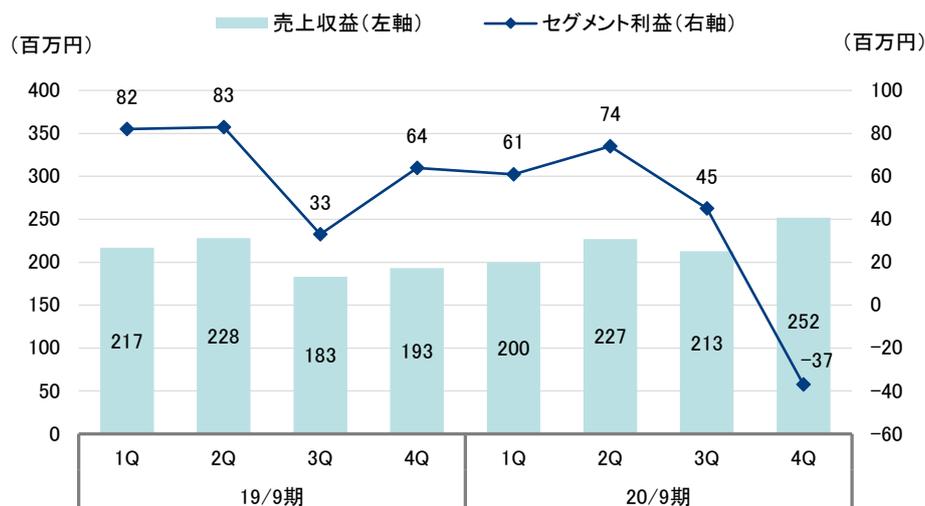


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) クラウドソリューション事業

クラウドソリューション事業の売上収益は前期比 9.1% 増の 896 百万円、セグメント利益は同 49.5% 減の 129 百万円となった。売上収益は「Knowledge Suite」を中心としたクラウドサービスの伸長により増収となったものの、人件費の増加や第 4 四半期に「VCRM」の大規模プロモーションを実施したことが減益要因となった。

クラウドソリューション事業の四半期業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

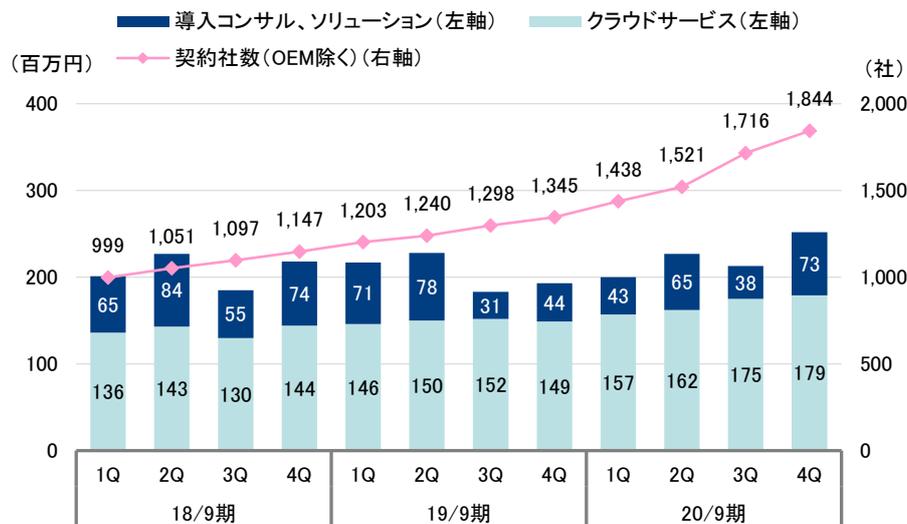
業績動向

売上収益の内訳を見ると、クラウドサービスは中堅・中小企業におけるテレワーク化及びDX化ニーズの高まりを背景に、契約件数が順調に積み上がったことで、前期比12.9%増の674百万円と過去最高を更新した。また、ソリューションサービスのうち、導入コンサルティングはクラウドサービスの契約件数増加に伴って、前期比13.3%増の57百万円となったが、Webマーケティングソリューションやクラウドインテグレーションは、新型コロナウイルス感染症拡大による顧客企業の予算縮小、及び案件の先送りなどが発生し、同4.1%減の168百万円となった。なお、KDDI向けの売上収益は同4.9%減の222百万円となっている。

クラウドサービス（OEM除く）の期末契約社数は前期末比37.1%増の1,844社となった。「Knowledge Suite」の契約数増加に加えて、「VCRM」で180社超の契約を獲得したことが増加要因となっている。いずれの製品も、中小企業のIT化を支援する経済産業省の施策である「IT導入補助金」の対象製品として選ばれ、契約社数拡大の追い風となった。ただ、「VCRM」については9月末まで無償提供期間※としたため、売上収益への貢献はほぼ無かったと見られる。

※ 2020年9月末まで、基本サービス（初期費用及び月額利用料）を利用する企業に対して無償提供とし、基本サービスを超える利用企業は無償提供対象外とした。

クラウドソリューション事業の売上内訳と契約社数の推移



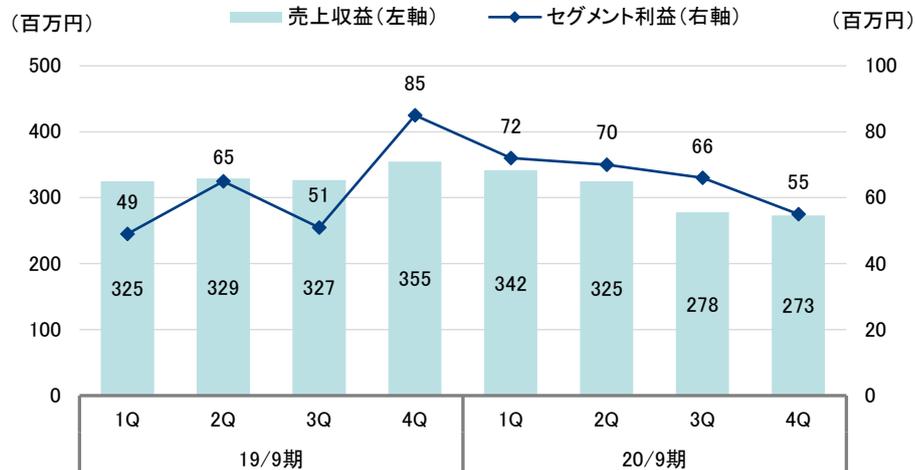
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) システムエンジニアリング事業

システムエンジニアリング事業の売上収益は前期比8.6%減の1,222百万円、セグメント利益は同1.1%増の258百万円となった。期の前半までは既存取引先との取引深耕が奏功し、増収増益が続いたものの、新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、派遣先プロジェクトの一部先送りが発生したことが影響し減収となった。ただ、待機エンジニアについては「Knowledge Suite」の次期製品の開発要員として再配置したことや、子会社2社を1社に統合したことに伴う費用削減効果が出たことなどが増益要因となった。

業績動向

システムエンジニアリング事業の四半期業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ソフトウェア資産等の増加により無形固定資産が増加

2. 財務状況

2020年9月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比176百万円増加の2,515百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では現預金が244百万円減少し、未収法人所得税等が13百万円増加した。また、非流動資産ではソフトウェア等の無形資産が209百万円増加したほか、使用権資産が164百万円増加した。

負債合計は前期末比163百万円増加の1,522百万円となった。有利子負債が86百万円減少した一方で、リース負債が168百万円増加したほか、営業債務及びその他債務が87百万円増加した。また、資本合計は前期末比12百万円増加の993百万円となった。主に資本金の増加16百万円によるものとなっている。

経営指標を見ると、負債の増加に伴って親会社所有者帰属持分比率は前期末比2.4ポイント低下の39.5%となったものの、ネットキャッシュは11百万円の黒字となっており、財務面でのリスクは無いものと判断される。収益性に関しては顧客基盤を拡大するための投資フェーズが続くため、当面は低水準が続く可能性があるが、ストック型のビジネスモデルとなっていることから、投資が一段落すれば収益性は自ずと上昇していくものと予想される。

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

業績動向

貸借対照表

(単位：百万円)

	19/9 期	20/9 期	増減額	
流動資産	1,317	1,099	-218	未収法人所得税等 +13
(現金及び預金)	993	748	-244	
非流動資産	1,021	1,416	394	使用権資産 +164、無形資産 +209
資産合計	2,338	2,515	176	
流動負債	527	913	386	有利子負債 +247、リース負債 +60
非流動負債	831	608	-222	有利子負債 -333、リース債務 +107
負債合計	1,358	1,522	163	
(有利子負債)	824	737	-86	
資本合計	980	993	12	
経営指標				
(安全性)				
親会社所有者帰属持分比率	41.90%	39.50%	-2.4pt	
有利子負債比率	84.10%	74.30%	-9.8pt	
ネットキャッシュ	169	11	-158	
(収益性)				
ROA ※	5.40%	-1.10%	-6.5pt	
ROE ※	8.30%	-0.70%	-9.0pt	
売上収益営業利益率	5.60%	-1.00%	-6.6pt	

※ ROA (資産合計税引前利益率)、ROE (親会社所有者帰属持分当期利益率)

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2021年9月期はDXの追い風を捉え、 売上成長UPを最優先に取り組んでいく方針

1. 2021年9月期の業績見通し

2021年9月期の連結業績は、売上収益で前期比13.7%増の2,408百万円、営業利益で31百万円(前期は20百万円の損失)、税引前利益で26百万円(同27百万円の損失)、親会社の所有者に帰属する当期利益で10百万円(同6百万円の損失)となる見通し。

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

今後の見通し

2021年9月期業績見通し

(単位：百万円)

	20/9期		21/9期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上収益	2,118	-	2,408	-	13.7%
DX事業	672	31.7%	969	40.2%	44.2%
BPO事業	1,446	68.3%	1,438	59.7%	-0.5%
売上総利益	859	40.6%	1,122	46.6%	30.6%
販管費	936	44.2%	-	-	-
人件費	402	19.0%	577	24.0%	43.5%
広告宣伝費	166	7.8%	217	9.0%	30.7%
営業利益	-20	-0.9%	31	1.3%	-
税引前利益	-27	-1.3%	26	1.1%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	-6	-0.3%	10	0.4%	-
1株当たり利益(円)	-1.28		1.95		

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2021年9月期はDXを追い風として、売上成長を最優先に引き続き人材投資は広告宣伝費等の成長投資を実施していく方針としている。BPO事業の売上収益については新型コロナウイルス感染症の動向が不透明なことから、前期比0.5%減の1,438百万円と前期並みの水準を見込んでいるが、主力のDX事業については同44.2%増の969百万円と売上成長を加速していく見込みとなっている。売上構成比の変化によって、売上総利益も同30.6%増の1,122百万円と2ケタ増益となる。一方、成長投資として人件費の増加で113百万円、広告宣伝費の増加で52百万円、開発費の増加で26百万円を計画に織り込んでおり、営業利益の増益幅としては51百万円程度にとどまる見通しだ。

事業セグメント別売上見通し

(百万円)

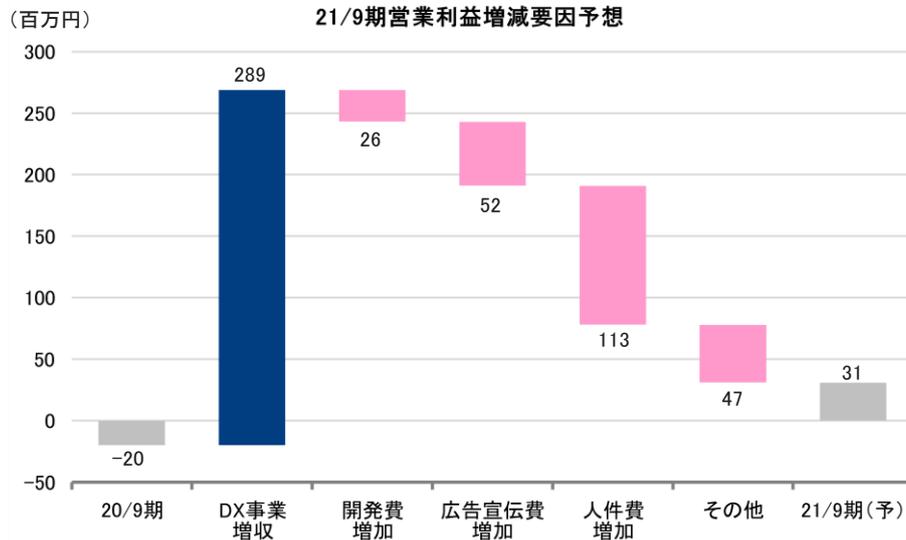
■DX事業 ■BPO事業



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ナレッジスイート | 2021年1月19日(火)
 3999 東証マザーズ | <https://ksj.co.jp/ir/>

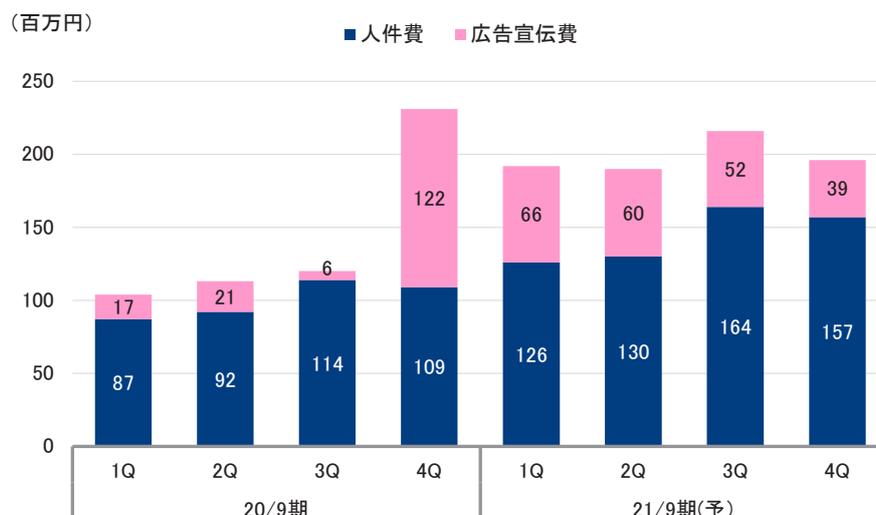
今後の見通し



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

人件費については主に「Knowledge Suite」のリードを契約に結び付けていくための営業人員の大幅な増員を計画している。また、導入・定着支援のための「カスタマーサクセス」を担うスタッフの増員も継続していく。一方、広告宣伝費については、「SaaS」の認知度向上を図るため、名古屋、大阪、福岡の各地方局でのテレビCM、並びにタクシーのサイネージ広告などを展開しており、第1四半期で66百万円の予算を計上している。第2四半期以降については第1四半期のプロモーション効果を判断して、方針を決定していく予定にしている。現状については、同社がターゲットとする中堅・中小企業よりも大企業からの反響が多いことから、プロモーション施策をマス広告からWebマーケティングや展示会等を中心としたものに修正していく可能性もある。

人件費、広告宣伝費の計画



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) DX 事業

DX 事業は売上成長加速に向けて営業人員の大幅増員と、ブランディング強化を目的とした広告宣伝費などを積極的に投下していく方針となっており、売上収益は前期比 44.2% 増の 969 百万円と大幅増収を見込んでいる。また、AI 技術を活用した「Knowledge Suite」の次世代サービスの基盤開発にも取り組んでいく。

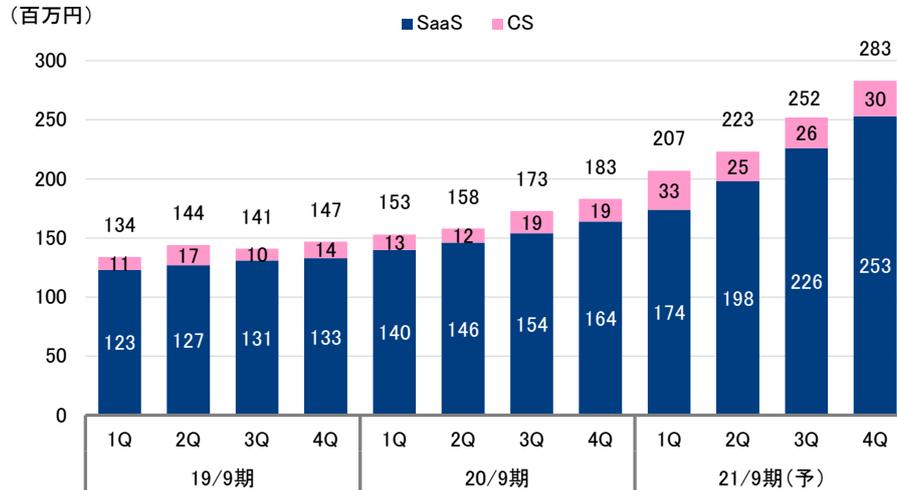
売上収益では、SaaS（クラウドサービス）の月額課金、導入定着支援の「カスタマーサクセス」とともに大幅増収を見込んでいる。四半期別で見ると、第 1 四半期の前年同期比増収率は 37.7% 増を見込んでおり、第 4 四半期には同 62.3% 増と成長率が加速していく計画となっている。前期に採用した営業社員が通年でフル寄与することで、「Knowledge Suite」のリードの取りこぼしを無くしていくことで、契約社数の増加を見込んでいる。前期はリード数で 2.7 万件を超えたが、四半期ベースの新規契約数は 2020 年 9 月期第 4 四半期で 211 件となっており、まだ、人的リソースの問題ですべてのリードに対応しきれていないのが実情で、営業の体制強化を図ることで新規契約数を大きく伸ばしていく考えだ。

同社の場合、営業社員が独り立ちして戦力化するまでに平均 11 カ月かかるため、DX 化の追い風が吹き顧客を取り込む好機となる今後 3 年間で今後の持続的な成長につなげていくための重要な期間になるとの認識であり、営業人員も今後 3 年間で前期末の 24 名から 100 名体制へと大幅増強する理由となっている。このうち、2021 年 4 月には新卒で 21 名の採用を予定している。2021 年 9 月期は前期に入社した営業社員がフルに戦力化し、後半にかけて契約件数の増加により売上成長率も加速していくと見ている。また、「カスタマーサクセス」の強化によって解約率の低減や ARPA の向上にも取り組んでいく。

「VCRM」については 10 月から無償提供期間が終了したことで、現在、有料プランへの移行を進めている段階にあるが、2021 年 9 月期の売上高としては若干程度しか見ていない。「VCRM」ではリードの獲得から契約締結まですべてオンライン上で完結させる取り組みを推進しているが（営業人員 5 名）、現状はまだ想定よりも成果が上がっていないことから、保守的な計画としたようだ。とは言え、既に新規受注も入り始めており、利便性やコストパフォーマンスの良さが認知されてくれば、契約社数もさらに伸びる可能性があり、今後の動向が注目される。

なお、同社は 2021 年 2 月に名古屋に中部営業所を開設する予定となっている。営業所は 2019 年に大阪に関西営業所、福岡に九州営業所を開設して以来、3 拠点目となる。中部エリアの顧客数が増え、今後も増える可能性が高まったことから営業体制を強化する。

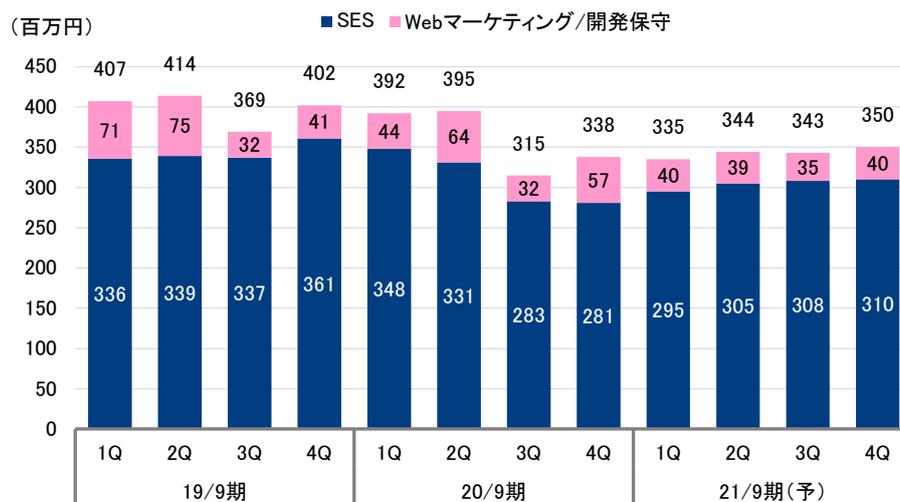
今後の見通し

DX事業の売上内訳


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) BPO 事業

BPO 事業の営業収益は前期比 0.5% 減の 1,438 百万円を見込む。客先常駐におけるシステムエンジニアの稼働率は新型コロナウイルス感染症拡大による一定の業績影響が期末まで継続することを前提に、横ばい水準が続くと見ている。一方、待機エンジニアについては DX 事業における開発要員として再配分することで、グループ全体の人的リソースの効率化を進めていく方針だ。また、Web マーケティングソリューションや OEM 保守の売上についてもほぼ横ばい圏で推移する見通しとなっている。

BPO事業の売上内訳


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

中堅・中小企業の DX 化を支援する DX 事業に経営リソースを集中し、 年率 30% の売上成長を目指す

2. 中期目標

DX 化の波が中堅・中小企業にも押し寄せるなか、同社は今後 3 年間で中長期的な成長を実現していくための顧客基盤を形成していくうえで、重要な期間と位置付け売上高の成長を最優先に積極投資を実施していく方針を打ち出している。前述したように、DX 事業では営業人員を 3 年後に 100 名体制まで増強することで新規顧客数を拡大、また「カスタマーサクセス」を強化することで解約率の低減（現状は 2% 弱）と ARPA、LTV の向上を目指していく。現在、新規契約のうち、「カスタマーサクセス」の契約を同時に行う顧客の比率は 4 割程度であり、今後も改善の余地があると見ている。そのほか、ブランディング強化や認知度に向けたプロモーション費用も投下していく予定となっている。これら戦略的な投資を行うことで、DX 事業の売上収益を前期実績の 6.7 億円から 2023 年 9 月期には 4.5 倍増となる約 30 億円を目指す。3 年間の連結売上収益の年平均成長率は 36.7% となり、2022 年 9 月期以降も増収率を加速していく計画となっている。

また、「Knowledge Suite」の新機能の開発にも取り組んでいる。AI を活用することで、より営業の成果が出せる仕組みで、1 年ほど前から開発に着手し、現在その精度は 80% を超える水準となっている。実用化するには 90% 以上の精度まで高めていく必要があると見ており、2022 年頃の実装を目指している。同機能が付加されれば、「Knowledge Suite」の製品力もさらに向上し、顧客数並びに市場シェアの拡大につながるものと期待される。

一方、BPO 事業の売上収益については 2023 年 9 月期で約 15 億円と安定した収益を維持する計画となっている。今後 3 年間については DX 事業における成長投資を実行するため、利益面での大きな伸長は期待しにくい、投資が一巡する 2024 年 9 月期以降は収益率も上昇し、利益ベースでも高成長フェーズに移行していくものと予想される。

■ 株主還元策

配当金は累損解消と内部留保の充実後に検討を開始する

同社は財務体質及び競争力の強化を経営の重要課題として位置付けており、内部留保の充実と事業拡大のための投資に優先的に資金を振り向け、企業価値の向上を図ることが株主に対する最大の利益還元になると考えている。このため、当面は配当については無配を継続するが、利益剰余金の繰越損失（2020 年 9 月期末で 338 百万円）が解消され、内部留保が充実した段階で、配当についても検討していく意向となっている。

■ 情報セキュリティ対策

同社は創業当初から、クラウドサービス事業者として展開していくためには、情報セキュリティ対策が最も重要であるとの認識を持っており、プライバシーマークや ISO/IEC 27001 の認証を 2008 年の段階で取得している。また、事業運営面でも安定したサービス提供を行うため、サーバーの負荷分散や定期的なバックアップ、外部からの不正アクセスの防止、稼働状況の監視等を行っており、万全なセキュリティ対策を行うとともに安定稼働の維持向上に努めている。

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp