

## 2317 システナ

三浦 賢治 (ミウラ ケンジ)

株式会社システナ社長

### 主力事業が好調に推移し増収・増益を達成

#### ◆2017年3月期業績概要

当社はソリューションデザイン事業、フレームワークデザイン事業、IT サービス事業、ソリューション営業の主力4事業のほか、クラウド事業、コンシューマサービス事業、海外事業、投資育成事業を行っている。

2017年3月期の業績概要は、ソフトウェアの開発が特にソリューションデザイン事業の車載および社会インフラを中心に、引き続き好調に推移した。ネットビジネス系顧客のIoT関連システム構築および検証にも注力した。ソリューション営業部門の単純な物販の比率は合併当初の90%から35%まで減少し、現在はシステムインテグレーターとしての営業部門に進化している。自社商材および業務提供先のサービスの拡充等も進めた結果、売上高は462億55百万円(前期比8.3%増)、営業利益は36億93百万円(同16.4%増)、経常利益は34億7百万円(同6.2%増)となり、増収・増益を達成した。

セグメント別売上高は、ソリューションデザイン事業とソリューション営業が売上構成比で2つの柱となっており、特にソリューションデザイン事業は前期比で20%以上成長した。クラウド事業は投資事業から育成事業に堅調に成長している。

セグメント別営業利益は、ソリューションデザイン事業がIoT関連を中心とした社会インフラ、車載等で利益を押し上げ、前期比23.0%増加。フレームワークデザイン事業は主に金融系を中心に開発しているが、前期に大型案件を受注した影響で、減収減益の結果となった。他の主力事業も大幅に前期を上回り、営業利益全体では前期比16.4%増となった。

また、営業利益に関しては、ソリューションデザイン事業の構成比率が昨年の48.8%から51.6%となり、注力しているそれぞれの事業分野も高利益体質で推移している。

#### ◆セグメント別前期のポイントと今期見通し

ソリューションデザイン事業は、2年前から成長分野である車載システム分野、社会インフラ分野、インターネットサービス分野、ロボット分野にフォーカスして注力してきた結果、受注が堅調に推移し、売上は20.4%増加した。特に車載システム分野は50%弱の成長率となった。今期は車内空間の快適性向上に向けた情報分野「インフォテイメント」の受注を大幅に拡大する。また、安全分野の自動運転にかかわる先進技術をキーワードとしたプロジェクトを拡大し、ノウハウを蓄積する。ハイブリッド型エコカーのECU(エンジンコントロールユニット)周りの受注を拡大する。社会インフラ分野は30.4%の成長率で、航空管制システムの受注を中心に堅調に推移している。この開発実績をもとに、空だけでなく地上の交通分野での管制システム、防衛関連の案件へと展開する。さらに、エネルギーマネジメントシステムといった次世代システム開発プロジェクトを展開している。インターネットサービス分野は、17.8%の成長率で、大手通販企業のeコマース分野の受注拡大に伴い、受託開発ラボの拡充を図る。スマートデバイスを活用したウェブビジネスの分野では、タブレット等を活用してビジネス展開を図る企業等からの受注の拡大や、IoT・AIをキーワードにしたインターネットサービスプロバイダー様のサービス拡充に注力する。ロボット分野

の売上は前期比でほぼ横ばいではあるが、今後の成長分野である。人工知能や車載の要素技術でもあり、さまざまな IoT センサの試験、導入実績の検証等のプロジェクトへ展開している。

フレームワーク事業は前々期に集中した大型案件の収束とマイナス金利の影響等により減収減益となった。既存の金融系システムの保守業務が縮小する中、既存顧客内の新規プロジェクトに推移できるよう営業を展開している。具体的には、成長性・収益性の高い案件として、1つは損保を中心としたシステムの再構築である。もう1つが、金融系でもカード分野の新規顧客に向けた決済サービスで、電子決済、マイルやポイントの乗りかえ等、ネット系の展開が図れるプロジェクトへの参画と拡大である。さらに、ソリューション営業の持つ自社商材、提携先の業務分析を行うツール導入支援を新規顧客開拓の商材として展開する。売上構成はまだ小さいが、中期経営計画の中では新マーケットの売上構成比率 30%を目標にしている。

IT サービス事業は、社内 IT 部門から営業部門、プロフィット部門に営業展開先を大きく変更したことが功を奏し、大型案件・高収益体質の案件受注につながった。中でもソリューション営業と連携した仮想化デスクトップの導入支援や、それに伴うスマートデバイスの導入等、高付加価値なスポット案件が売上・利益を牽引した。今期はさらにこれらの高付加価値案件の分野に経営資源をシフトし、収益性向上に取り組む。

ソリューション営業は、IT 市場でハードウェア販売が 2 桁以上減少した一方で、下期に入り PC リプレースを中心に回復傾向にある。当社はその中で、「セキュリティ」、「モバイル」、「クラウド」をキーワードとして需要を喚起し、商品販売だけでなく UTM (Unified Threat Management: 統合脅威管理) を用いたネットワークセキュリティ販売にも注力している。また、SMB (中堅・中小企業) 市場の顧客をターゲットに最長 5 年間のロードマップを把握し、IT 機器の導入、インフラ構築計画、システム開発、運用保守に至る高付加価値のワンストップサービスを提供する案件が拡大した。新規顧客も積極的に発掘し、120 社程度増加した。今期注力する点は、1 つには、コスト削減、業務効率向上の側面からオンプレミス (自社所有・運用) からハイブリッド環境への対応を強化する。2 つ目はサービス拡販による収益率の強化である。サービス部門を増強し、特にクラウド商材に関しては、アドビ、MS、ドロップボックス等の従量課金をベースとするストック型ビジネスへの対応も拡充していく。また、震災から 6 年が経過し、BCP 対策の見直しのニーズも大きいことから、SMB 市場の顧客へのシステム提供も積極的に行う。

クラウド事業は売上高 7 億 98 百万円で、まだ投資事業から育成事業へと移行している段階だが、新開発商材「スマートフォン通帳」、「FIDO 認証」の引き合いが増えている。グループウェア「Cloudstep」の機能強化により、複数の大型案件を獲得した。今期は新サービス「Canbus.」(キャンバス) を提供開始し、さらに顧客提案力を向上させる。金融機関向け「スマートフォン通帳」の引き合いも多く、さらに「FIDO1.0」認証方式を採用した機能の提供を開始し、地銀以外からの引き合いも増加している。

(株) インターネットオブシングスに関しては、米国マーケットの有力なシーズを日本マーケット向けにカスタマイズして売る役割を担う予定だったが、今後は日本・米国を意識せずに、当社が強みとする SMB 市場の顧客に提供できる IoT プラットホームや FIDO の中でも認証のみを地銀等顧客に提供する仕組みにフォーカスする。米国企業との連携を開始し、StrongAuth-FIDO、StrongAuth-C2M で提案を行う。

海外事業に関しては、システナアメリカは基本的な戦略を変更する。米国、中東アブダビ、オーストラリア等広い土地や僻地の砂漠地帯で LoRaWAN を利用した IoT ソリューションに多くの引き合いがある。これらを売上・利益に結びつけ、今期は実案件中心に黒字化を目指す。米国では IoT エキスポに出展し、「Best Of Show」を受賞するなど、当社の IoT ソリューションの認知度も上がっている。もう 1 つの海外拠点であるタイは、サービス拠点とするのが難しい。飲食店向け情報サービス「バングル」は、上期中に今後の方向性、人員の展開等も踏まえて見直しをかける。

コンシューマサービス事業は全体の構成比率は小さいが、収益性を確保できるよう事業内容を見直した。新規タイトルを中心に R&D やプロモーション費用をかけていたが、既存タイトルや提供するコンテンツ会社の受託タイトルを中心とした売上構成に切りかえ、基盤収益の安定化を図る。今期は受託タイトルの継続的改善を進め、次の

タイトルの受注を開拓している。なお、2017年度第4四半期には、強みである企画・開発に時間とコストをかけた大規模タイトルをリリース予定である。

### ◆2018年3月期通期業績予想

連結通期の売上業績は、売上高 492 億 53 百万円(前期比 6.5%増)、営業利益 44 億 4 百万円(同 19.3%増)、経常利益 44 億 16 百万円(同 29.6%増)を目指している。

セグメント別では主力事業と注力分野の選択と集中を更に図り、高利益体質、高収益体質を目指す。

当社の経営の基本方針は「日本を代表する IT 企業となり、日本経済を底辺から支える」。目標とする経営指標は「安定した高配当」、「高い株主資本利益率」、「高い売上高営業利益率」である。これらをもとにした中期 4 年計画は、2015 年 3 月期の実績をベースとし、2019 年 3 月期の売上高 560 億円、営業利益は 2.5 倍の 55 億円、配当性向 40%以上、ROE20%を目標としており、残り 2 年で達成したい。

### ◆質疑応答◆

**中期経営計画の現時点でのセグメント別達成状況と見通しを伺いたい。**

既存の主力 4 事業については手ごたえを感じている。もともと 2019 年 3 月期の目標である営業利益 55 億円のうち 10 億円は海外およびストック型ビジネスで稼ぐということで 2015 年 4 月に中期経営計画をスタートさせているが、既存事業での 45 億円については確実に達成できると考えている。それぞれのセグメント別の凸凹はあるが、営業利益を牽引している主力のソリューションデザイン事業は更に伸ばしていける。ソリューション営業も新企業本部や子会社のインターネットオブシングスが提供している自社商材の販売や提携先メーカーの強みを持つ商材・サービスをどれだけ伸ばせるかということもあるが、営業利益で 50 億円を超えるところまでは現在の時点で見えており、ボトムと考えていただいて良い。従って残りの 4 億~5 億円を海外や新規ビジネスでどこまで積み上げていけるかということになる。

**車載の技術者不足についてはどうか。**

ご多分に漏れず当社でもエンジニアは不足している。当社は車載の中でもターゲットとして受注していく分野をインフォテインメント、自動運転、エンジンコントロールユニット(ECU)の 3 分野に絞っている。なぜ今さら ECU なのかと思われるかもしれないが、実を言うと当社は車載をやっている企業の中では後発隊であり、先に参入した企業と比べると数年遅れている。そのような後発隊であるのになぜ車載に関して当社がこれだけ刺さっていきえるかというと、ただ単に人が足りないという理由ではなく、移動体で培った通信、カメラも含めたデバイスやコントローラー、Android を中心とした組込型 OS などに関するノウハウ、TIZEN タブレットを作った実績などがお客様に買われていることが理由である。

あとは、ご存知のとおり未来の車のあるべき姿として、ディスプレイオーディオ周りやヘッドアップディスプレイ、自動運転などに様々な情報をどれだけ精査して提供しようかというところに、日本の自動車メーカーは集中的に研究開発費を使っている。まさにそこで当社が培った移動体通信に関する技術が非常に重宝されているため、刺さっていている。ただし、技術があっても実績がないとお客様が当社に発注できる環境が整っていかないため、お客様からの要請で JASPER や AUTOSAR などの業界団体への加入や、ISO26262 の取得も進めている。また、ECU 周りを開発した実績があるかないかということで弾かれてしまうプロジェクトもあり、そういった意味で当社は ECU 周りの開発を 3 つのポイントの 1 つに挙げて、その実績作りを進めているところである。

また、ただ今お話ししたことは人工(にんく)商売には変わりはないので、移動体と同じように、できるだけそれを



OEM できるようパッケージ化できないかとか、どこまでこれが許されるかわからないが、レベニューシェアみたいな形で当社のノウハウをプラットフォームで提供できないかだとか、今後の既存事業の中のストック型ビジネスとして育てていきたいと考えている。

**今期フレームワークデザインの利益率が下がる想定だが、その理由は何か。**

フレームワークデザイン事業の営業利益率が 14.2%から 13.8%に下がる原因は、前々期に受注を一気に大幅に増やすため、ビジネスパートナーを多数確保して売上と利益を作ったことにある。前期からそこをベースにして新しいマーケットである電子マネー、ポイント、Exchange などに展開し、中途採用等を含めてプロジェクトの拡充、人員の配置に鋭意頑張っているところだが、人員の転換に時間がかかってしまっていることに加えて、プロジェクトの受注に主眼を置き、先行してビジネスパートナーを確保することによる人件費の増加などを考慮した結果、営業利益率を若干下げている。来期以降は増収になれば営業利益率も上がっていく予定である。なお、当事業は前期第 3 四半期で下げ止まったという手ごたえを感じている。

**米国の子会社がセグメントで赤字になっているのは、何かの影響を考えているのか。**

アメリカ子会社のマイナス分だが、日本マーケット向けに 3 商材を投入する予定だったが、そのうちの 1 つである REEL CODE Media については日本マーケット向けにサービスを提供するのは難しいと判断し、商品化を中止した。そのほかの 2 つについては IoT のプラットフォームを中心にアメリカマーケットに直接投入していく方向に転換し、案件をまとめている最中である。上期中はまだ先行投資が続くが、下期から単月黒字化していく予定である。

**中期経営計画で新企隊本部がショートしてきているが、中期経営計画最終年度に向けて二年間で何を行って計画に近づけていくのか、もう少し具体的なイメージがあればお聞きしたい。**

新企隊本部は数字的にどこまで中期経営計画に近づけていけるかということより、自社商材のラインナップとソリューション営業が担げるようなサービスをどれだけ拡充できるかということに今後はフォーカスしていきたいと考えている。十二分に開発部隊および IT サービス部門でそれら自社商材を使ったサービスの売上と利益はキープできるであろうと考えているが、そこに特化する商材がないので、新企隊本部についてはそうしたクラウドビジネスのベースを作っていくところにフォーカスしていきたいと考えている。もちろん自社商材を新企隊本部で売っていくことは売っていくが、そこだけにフォーカスするよりも他部門との連携ということに力を発揮させていきたいと考えている。

**売上高について、2016 年 3 月期の 426 億円から 2018 年 3 月期の 492 億円へと 15%増加する計画だが、従業員数は、2016 年 3 月末の 2,367 名から現時点で 3,043 名と 28%増加している。貴社は、従業員数と売上高が非常に連動しやすいビジネスモデルになっていると考えているが、人が 28%増加しているのにも関わらず、売上高は 15%しか増加しないというのは非常に保守的な計画に思えるが、その点に関してどう考えているのかお聞きしたい。**

主力事業のソリューションデザイン事業で、移動体から展開して、車載・社会インフラなどにフォーカスしてやってきた中で、プロジェクトの採算性よりは注力するキーワードで将来のシーズをどんどん掴んでいくぞという方針で営業活動に重きを置いて、数字を叩き出してきたというのが実際のところである。そういった中では、過去のしがらみで受けなければならない仕事や、業界のお作法を勉強しながら、なかなか収益が追いつかず、まだまだナレッジを習得しなければならないというプロジェクトも抱えている。加えて人材の確保のためのテレビ CM 費用や、早期戦力化を進めているが 170 名にも及ぶ新卒採用の費用、IT サービス事業での第二新卒の採用強化にもお金をかけていく必要もあり、サービスメニュー拡充やストック型ビジネスの拡充なども費用をかけて進めていきたい。あと

は不採算プロジェクトとは言わないが、いろいろなプロジェクトの内容を精査したいと考えている。ご指摘のとおり控えめな計画ではあるが、中期経営計画を最終的にランディングさせるために、この計画を着実に進めていきたいという思いがある。

(平成 29 年 5 月 16 日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

<http://www.systema.co.jp/pdf/library/20170516.pdf>