

2317 システナ

三浦 賢治 (ミウラ ケンジ)

株式会社システナ代表取締役社長

成長分野への選択と集中により大幅な増収増益を達成

◆2019年3月期第2四半期の連結業績

10月1日現在の従業員数は、連結で3,238名となり、国内グループ会社は7社、海外グループ会社は4社となっている。

当第2四半期においては、ソフトウェア開発はソリューションデザイン事業を中心としたネットビジネス、eコマース、車載、IoT、ロボット、AIが引き続き好調に推移した。ITサービスは業務範囲が大幅に拡大した。ソリューション営業は物販からSIerとしての営業部隊に成長し、クラウド事業は自社商材を積極的に拡販した。

これらの結果、売上高272億10百万円(前年同期比8.2%増)、営業利益32億35百万円(同49.2%増)、経常利益31億31百万円(同44.4%増)、純利益20億96百万円(同36.8%増)と大幅な増収増益を達成した。

セグメント別の売上高は、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中核4事業が堅調に推移した。ゲーム開発を主体とするコンシューマサービス事業のみ減収となったが、大きな影響はない。

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前年同期比82.3%増と売上に対し大きな利益幅を達成した。フレームワークデザイン事業は同38.0%増、ITサービス事業は同32.5%増と堅調に利益を拡大している。ソリューション営業は前期の大口案件の反動減を見込んでいたが、前期並の業績を達成した。これらの結果、大幅な増益を達成することができた。

売上高の構成比はソリューションデザインが36.8%、ソリューション営業が37.8%と継続して双璧を成しているが、利益に関しては、大幅に続伸したソリューションデザイン事業が50%超まで拡大した。

◆セグメント別の見通し

ソリューションデザイン事業は成長分野への選択と集中を実施し、4カ年計画の最終年度となる当期も大きな手応えを感じている。車載、インターネットサービスに注力した結果、売上・利益ともに大幅な続伸を続けている。

トピックスとしては、ベトナムの拠点においてオフショア開発を積極的に行っており、前期の3倍にオフショア開発を増やす予定であるが、現在50%強の進捗率にて進んでいる。オフショア開発の増加によるブリッジSE不足に対しても地方拠点のリソース活用によるシナジーが功を奏し、大幅な利益増進に貢献している。

車載システム事業については、情報分野、安全分野、省燃費分野を基軸としており、リソースをこれらのプロジェクトに集約することによりさらなる高利益性を実現する。インターネットサービス事業はソリューションデザイン事業の半分近くを構成しており、大手通販企業のeコマース・ペイメント分野の受注が活況を呈している。IoT、AI、働き方改革を中心にさまざまなデバイスによる決済や就労環境の構築をさらに増やしていく。ロボット/AI事業はパッケージ等の協業により自動化やAIをキーワードとしたロボット活用プロジェクトへ展開してきている。上期は非常に好調に推移し、下期も継続して選択と集中によりさらなる高利益体質を目指す。

フレームワークデザイン事業は、既存顧客の金融分野の決済システム開発が保守フェーズに向けて収束する

中、大手保険会社のシステム開発案件にシフトしており、上期の売上・利益に貢献した。自動化ソリューション、クレジット、電子マネー、電子決済等のキーワードで新規マーケットの開拓を進めている。RPA、クラウド、データ分析等の商材を拡充したことで売上が伸長し、これら新規サービス分野が約 36%の売上構成比まで伸長した。成長性、収益性の高い案件の受注拡大と新規事業に下期も積極的に取り組む。

IT サービス事業は、社内 IT 部門から顧客のプロフィット部門へと営業対象を変革しており、高付加価値なスポット案件が増加している。自社商材・自社サービスを絡めることで売上・利益ともに大きく伸長した。また AI チャットボットなどの自動化ツールを使用することで自社内での効率化にも貢献しており、ソリューション営業の基盤構築部隊と連携して一貫したサービスを提供できる体制が整った。来期以降も利益性の高い自社サービスと自社プロダクトによりさらなる飛躍を目指す。

ソリューション営業は、働き方改革をキーワードに、モバイル、セキュリティー、クラウドを中心に需要が喚起されている。前期に計上した約 20 億円の大型案件の反動減を見込んでいたが、モバイル PC を中心とした Windows10 へのリプレース案件を獲得し、前期並の業績を達成した。顧客の IT 投資計画を把握し、数年先を見越した基盤づくりを行っており、非常に好評を得ている。保守・運用に関しても IT サービスとのクロスセルが功を奏している。今期および来期については、ソリューション領域拡大への投資を積極的に行い、サービスメニューを拡充する。またオンプレミス(自社所有・運用)からクラウドを併用したハイブリッド環境への対応を強化する。加えて ALL Systema のすべてのサービスをワンストップで提供すべく営業部隊を強化する。前期は IDY のルータを JR 各駅に提供したが、自社商材なので非常に利益率が高い。今期は Systema America の商材を当社サービスに取り込む計画を進めている。

クラウド事業は新サービス「Canbus.」や「Cloudstop」など受注が堅調に推移し、利益に貢献した。「Canbus.」は Web プロモーションを中心とした販促活動を行っており、引き合いが増加している。来期に向けて、自社サービス、自社商材の拡充をはかる。

海外事業は、Systema America の自社商材である IoT プラットフォームとセキュリティー商材の販売準備を進めており、実証実験を中心に日系企業からの開発案件が増加した結果、単月で黒字化した。これらの開発案件は IoT プラットフォームとセキュリティー商材を販売するための基盤として認識しており、世界に通用する技術を日本マーケット向けに展開していく。

コンシューマサービス事業は、計画値を達成すべく受託タイトルと新規タイトルのリリースに取り組む。前期から受託タイトルの実績をもとに横展開をしつつ自社サービスのタイトルをリリースする施策に切り替えており、利益に大きな影響を与えることはないと認識している。

◆2019 年 3 月期通期業績予想

売上高 560 億 45 百万円(前期比 3.2%増)、営業利益 60 億 12 百万円(同 16.3%増)、経常利益 57 億 14 百万円(同 11.0%増)、当期純利益 38 億 2 百万円(同 7.3%増)と予想に変更はない。

当社の経営目標は、「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」である。売上よりも利益にコミットし、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を追求する。

中期 4 年計画のストラテジー・目標数値に変更はなく、現在各事業の業績に非常に手応えを感じている。ソリューションデザイン事業の社会インフラセグメントに若干落ち込みが見られるが、足の長いプロジェクトが収束したものの予定どおりのリリースができています。第二次開発のお話もいただいているが、さらなる伸長が期待できる分野に経営資源を集中させており、常に高い利益率と ROE を目指しながら経営強化を進める。

◆質疑応答◆

リューションデザイン事業の利益の伸びが大変高い。売上高の伸び額に対して利益額の伸び額がとて大きい
が、生産性の向上、コストの低減、単価の上昇や、これだけ市況が良いと選別受注の結果でもあると思うが、利益
額の増加要因と継続性の有無をお聞きしたい。

先ほど申し上げたとおり選択と集中という方針に則り、手ごたえを感じている分野にさらに集中していこうという
基本路線に変わりはない。特に利益性の高い車載、ネットビジネス関連はもっともっと伸ばしたいと思っている。ち
なみにどれぐらい伸びているかというと、車載に関しては昨年同期比で32%伸びている。構成比で半分近くを占め
るネットビジネスに関しては同20%である。この両分野の利益率は非常に高い。車載の中でも利益率の高低があ
り、いわゆるレガシー系というエレクトロニックコントロールユニット周りの開発、メンテナンスといったところもやっ
てはいるが、一桁ぐらいのチームでやるに留めている。やはり我々としては今までの主戦場の車本来の開発に行くと、
俗にいうレガシーなので競合他社がたくさんいるため、あまりそういうところには行きたくない。我々としてはブルー
オーシャンであるEV、特にコネクティッドカーとか、自動運転、車車間通信も含めた通信分野、一言で言うとインフ
ォテインメントといった分野でメインプレーヤーとして事業を進めて行きたいと思っている。

単価等々は非常に難しい表現になるが、一人月いくらという形ではやっていない。ワンプロジェクトいくらという
受注形態が普通になってきている。無理やりそれを比較するとどうなるかという勿論二桁以上違う利益の幅にな
る。

次にインターネットサービスの分野だが、元々我々のお客様であったプレーヤーが軸となってさらに増えてきて
いる。それだけ働き方改革とか、IoTとか、いろいろなデバイス管理だとか、そういうものをキーワードとして多種多
様なお客様が、我々がサービスを提供する先になってきているというのが1つ目の大きな理由である。

コンシューマーに近いところのプロジェクトなので、こちら先ほど申し上げた一人月いくらという形ではなくなっ
てきている。また釈迦に説法になってしまうが、例えばこのプレーヤーの一社である大手通販企業は、どんどん
コンテンツを増やしており、不動産や証券に続いて、この4月には総務省から通信事業者のライセンス認可がおり、
また新たなドメインへ変態を遂げる部隊を持つようとしている。たぶんそういったプレーヤーの方々は、今はネットビジ
ネスに在籍しているけれども、例えば車を一個のデバイスとして見るといった視点でビジネスを捉え直してみると、
いろいろなセグメントがクロスしたとても肥沃なマーケットとなると考えていると思う。そういったプレーヤーが
目指すところと、我々がサポートし提供しようとしている技術というのは、元々のお客様であり気心が知れているう
えに、車載に関しても我々は今ブルーオーシャンで頑張ろうとしているので、お互いの思惑が合致し、非常に利益
性が高くコンペティターのないところで躍進できていることが利益額の増加に繋がっていると考えている。

今ちょうどお話しがあった中で、人月ではなくてプロジェクト単位になっているとお聞きした。以前と違って、持ち
帰り開発ができるようになってそれによって採算性を上げることができるという仕組みになってきたということだと
思うが、どれぐらい採算改善効果が出ているのか。今までだったら例えば自動車メーカーや部品会社のオフィスに
行って働いていると100人で一ヵ月だったら100人月だが、持ち帰って地方なり海外なりの原価の安いところでや
れば、どれぐらいの鞘が上がるのかという事をお聞きしたい。また、いつ頃始まって今これぐらいでまだこれぐらい
といった見通しを教えてください。

非常に難しい質問である。まずオフショアが許されるプロジェクトと許されないプロジェクトがあり、オフショアに持
って行って良いとなっても可能不可能があるため、一概には言えない。ご説明するにあたっての手法の一つとして
申し上げるが、前期までに我々がオフショアに投げていた数字の約3倍をオフショアで開発していこうという計画を
進めている。そのスピード感に関しては非常に手ごたえを感じている。オフショアを使うわけなので非常に利益性
は高いが、バランスが重要である。非常に高難易度なプロジェクトというのはそのままオフショアに投げるわけには

いかず、こなれてきて我々の中でレガシーになってきた部分をオフショアに投げることで品質が担保できる。我々の成長度合い、SE の成長度合いやプロジェクトマネジメントの成長度合いを見計らいながら進めている。

ちなみに今の御社のオフショア数というのはどれぐらいなのか。また、どれぐらいの時期にどれぐらいを目指しているのか？

前期末はざっくり言うと 80 工数ぐらいである。今期以降のそう遠くない将来で約3倍の 250 から 300 工数を目指して進めている。

(2018 年 11 月 6 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。

<https://www.systema.co.jp/pdf/library/20181106.pdf>