

## 4323 日本システム技術

平林 武昭 (ヒラバヤシ タケアキ)

日本システム技術株式会社社長

### 自社ブランド製品マーケット構築に注力

#### ◆第2四半期決算概況

社長 平林武昭

当第2四半期は、売上・経常利益で増収増益と、おおむね計画通りの進捗であった。しかし、売上高が50億円を超えて上期を終えたのは2009年の第2四半期以来である。アベノミクスの影響もあり、市況は改善しているが、当業界は世間と約半年のタイムラグがある。事業別に見ると、ソフトウェア事業が伸びている。世の中が新しいIT開発に取り組み始めたという一つの指標である。サービス・流通業、製造業等増収で2009年9月以来初の第2四半期黒字となった。一方、パッケージ事業は、大学向けパッケージは成長期を過ぎて安定期に入ったため、収益性が低下した。現在、アイデアを刷新した新バージョンの研究開発に投資中である。中小の大学はほぼ制覇し、今後は国立・私立のマンモス規模校に挑戦していく。システム販売事業は、公共系SI案件が好調で黒字折り返しとなった。医療ビッグデータ事業は、先行投資段階は終息と判断し、今期から独立セグメント化することとした。

日本国内約5社の大企業の下で外注開発を行っているのが当社の属するIT業界の構造である。長年の業界特有の階層構造から脱却するため、当社は3年程前から自社商品の開発に注力、今後は全売上の約半分を自社商品で占めたいと考えている。

大学業務向けパッケージはトップシェアを有しているが、今後、インターネットによるサイバー大学システムの構築も行っていく。大学を取り巻く環境整備は完了したので、教育の中身に挑戦している。現在の大学業務パッケージ導入実績は全国約1,200校(うち、短大・高等専門学校約450校)中339校である。

医療情報サービス(JMICS)は、昨年9月から当第2四半期までに倍増している。また、金融機関向け情報システムパッケージ(BankNeo)の実績も拡大、技術者不足の状況である。7月に(株)ODKソリューションズと資本提携した。大学入試向けノウハウを有している会社であり、当社の大学向けパッケージとの相乗効果を狙っている。

当社グループの創業からの単体業績41期のうち、経常黒字40期、経常赤字1期という結果となっている。なお、ここ数年は研究開発に投資を集中させている影響で若干利益が減少している。

#### ◆当社の経営理念と特長

今の日本社会の判断基準は「損得」であり、「かくあるべし」、「これが正しい」という本来の原理原則を後回しにするという風潮が見られる。当社では、全ての基本は「天爵を修めて人爵これに従う」という経営理念にあるという社員教育を徹底していく。「情報化の創造・提供による社会貢献」をモットーとし、いかなる企業系列にも属さない完全独立系の立場を堅持し、自由な立場で幅広い分野の開発業務に取り組むことを経営の基本方針としている。この基本方針に則り、顧客・株主・社員・社会の双方有益の関係を築くべく、「四方良し」の理念を掲げ、安定的成長を実現することを目標としている。

かつては日本の優良大手企業8社(富士通、パナソニック、IHI、本田技研工業、電通、ダスキン、NTT、日本

IBM)が、当社売上の70%超を占めていた。現在38%と低下したのは、これらの企業との長期取引に加えて、新規顧客取引が増大したためである。新ビジネス・顧客の拡大例としては、道路関連公企業、地銀等金融機関グループ、医療関連機関(健保組合等)等との直接取引、日本マイクロソフトとの協業などがある。

また、広範な情報サービスと自社ブランドの拡大が当社の特長である。ソフトウェアの個別受託開発から、パッケージ開発・販売、ハード・ソフトの販売、ITインフラの構築まで全てに対応し、メーカーや系列など一切の制約なしに自由な立場で広範なサービスを提供している。こうした既存事業セグメントに加えて、先に述べたような自社ブランドサービスの拡大にも注力している。

当社のグループ拠点展開は、海外ではシンガポール、タイ、中国にまで及んでいる。国内では東京と大阪に本社機能を分散し、リスクを回避している。

## ◆第2四半期業績分析

取締役 大門紀章

当第2四半期累計の経常利益の期初計画との差異14百万円が出たプラス要因としては、ソフトウェア事業の復活(流通業、製造業、金融業案件が堅調推移)、本社コスト差異、営業外損益差異(教育関連助成金)、グループ会社事業(主にアルファコンピュータのシステム販売が好調)、によるものである。一方マイナス要因は、パッケージ事業の主に関東圏における軟調推移によるものである。当社は、3月決算の大手企業との取引が多いことから、第2四半期には利益目標がほぼフラットに近い開示となり、要因を分析すれば前述のとおりになるが、個々の数字そのものに重要性はなく、おおむね当初計画通りといえる。その中で、低迷が続いていた、当社の主力事業であるソフトウェア受託事業によりやく復活の兆しが見えたことがトピックスとして挙げられる。その反面、ここ数年利益の稼ぎ頭であったパッケージ事業が、プロダクトの新規受注が不調であったことから、弱含みとなった。

ソフトウェア事業売上は32億19百万円(前年同期比8.6%増)となった。特に流通・サービス、製造が堅調で金融は回復基調である。従来最もシェアの大きかった通信業務系は、大型システムが昨年でピークアウトして、当上期は減収となった。パッケージ事業売上は7億52百万円(同9.3%減)となった。パッケージ本体のプログラム・プロダクト(PP)販売が低調であった。このPP販売は開発が完了すれば営業コストだけで非常に利幅の大きい分野であるが、ここが減少したことが減益につながった。現在、次世代製品開発に取り組み、試作品の開発に着手している。また、中国を始め、グローバル進出もプロジェクトとして進行中である。

システム販売事業(SI、インフラ設計)の売上高は9億31百万円(同8.0%増)となった。これはグループ会社のアルファコンピュータで一手に引き受けている事業である。道路関連の公共系が引き続き好調である。

医療ビッグデータ事業売上は1億3百万円(同192.1%増)となった。今期より、一定の研究開発フェーズを終えたことから、4つめのセグメントとして独立開示することになった。レセプト点検に加えて分析サービスなどを拡充し、契約数が増加した。営業利益段階ではまだマイナスではあるが、マイナス幅が急減している状況である。

最終顧客の産業別分類は、特定の産業分野に注力するのではなく、さまざまな産業にバランス良く展開することにより、特定産業の景気の波に影響されず、安定成長ができるとして、戦略の一つとして重視している。今期のトピックとしては、医療ビッグデータ売上が徐々に伸びてきていることである。また、システム販売事業の道路関係や、従来弱点であった官公庁の入札案件に積極的に参加するようになってきている。昨年には国立国会図書館のいくつかのシステムを受注した。官公庁向けは13%のシェアに増加した。長期取引をしている8社のシェアは38%と減少、代わって銀行向け直接取引、公企業、教育機関などとの取引が増加している。

## ◆今後の計画(通期予想)

当初予想に変更なく、増収増益を目指す。当初目標の経常利益4億50百万円達成のためには、上期実績を差し引いた4億29百万円を下期に実現しなくてはならない。したがって、事業分野別下期の経常利益ターゲットは、

ソフトウェア事業 2 億 39 百万円、パッケージ事業 1 億 92 百万円、システム販売事業 2 百万円、医療ビッグデータ事業 20 百万円の赤字、その他(セグメント外)16 百万円、という数値目標となる。ソフトウェア事業では、基盤産業系受託は回復基調持続、加えて金融機関向けパッケージ BankNeo 売上の貢献、価格コンペに勝つこと、および、機会損失と不採算案件の廃絶がキーポイントとなる。パッケージ事業では、関東エリアの軟調基調は解消、上期不足分までカバーできるかがキーとなる。大学向け補助金特需の取り込みも図る。システム販売事業では、公共系を中心に好調維持のため、目標クリアは容易であると見込んでいる。医療ビッグデータ事業は、マイナスのスタートとなったが、4 事業中最もハードルの高い目標値である。処理枚数増加、キャンペーン価格から正常価格への転換、業者クラウドの収益化、開発・運用コストの低減などの複合ポリシーで下期の経常利益目標の達成を図る。

一昨年の衆院選後、見える物に対する投資は回復が見られるが、IT 関係への投資が個別の受注に反映するにはもう少し時間がかかると見ている。また、一対一の関係で大手顧客から開発の受託を受注することで商売が成り立つような時代は終わった。当社ブランドによるマーケットを作っていくような商品サービスの展開、データベース、プラットフォーム、それを動かすモバイルデバイスを中心とした端末ハードを組合せながら、不特定多数のメジャー企業とのアライアンスの構築、そして、グローバル展開も積極的に進める必要がある。

事業別では、パッケージ事業においては、大学向けソリューション GAKUEN EX シリーズは、現行バージョン発売から 7 年経ち、当社製品の他社競合商品が出てきて、価格競争も激化しているため、次世代の製品を出す時期に來ていると認識し、昨年からのリニューアルに着手している。開発コストを低く抑えて、かつ、コンペチターとの競争に巻き込まれず、大学を取り巻く社会環境の将来像に対する最適解を示したい。

本年 5 月に湖州師範学院と大学情報化に関する共同開発に着手している。中国では大学進学率がまだ 20% 台であり、有力な統合システムは見当たらず、マーケットとして非常に有望である。当社の技術ノウハウと中国人 SE の協業により販売可能な製品化ができることが強みである。営業面の強みは販売チャネル・拠点確保、大学関係者とのコンタクトルートの保有、日本製という高品質イメージ、逆に中国企業でのローカライズと販売による安心感などがある。年度内販売実績獲得に向けて引き合いが進行中である。

(平成 25 年 11 月 27 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。

<http://www.jast.jp/ir/library/materials.html>