

## 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

### 自社ブランド製品の開発拡大を目指して

#### ◆業績ハイライト

当上半期は、当初計画を売上・利益ともに達成し、増収増益となった。この実績は研究開発費 1 億 39 百万円の投資(前年同期比 69.7%増)も含んでの結果である。システム販売事業を除いては増収を達成し、ソフトウェア事業とパッケージ事業の利益が大きく伸びた。システム販売事業が減収となった要因は、子会社アルファコンピュータの大学向け定期的パソコン入れ替えという大口案件の谷間の年となったことである。

当 IT 業界は、過去は大手優良コンピューターメーカー、現在は大手ベンダーの下請け的存在に甘んじており、これを打開するべく、自社ブランドの開発に注力している。医療ビッグデータ事業においては、日本で初めてコンピュータでレセプトデータの全件検査を可能にした「JMICS」を開発し、高い評価を受けて売上は順調に拡大している。金融機関 CRM パッケージ「BankNeo」は、地銀・信金・JA 向けの営業支援システムで、発売以降、注目を浴び、順調な成長が見込まれる。また、20 年前に発売して以来、当社の中核商品である学校業務改革パッケージ「GAKUEN」は現在、大学における業務標準となっている。

#### ◆当社グループ概要と特長

2014 年 3 月期の連結売上高は、2 期連続で 100 億円台となった。9 月末現在の従業員数は、連結 823 名、単独 653 名となっている。連結子会社は、東京、大阪、シンガポール、タイ、中国に計 6 社を有し、一昨年の大阪に続き、11 月 25 日に東京事務所も増床した。

創業からの単体業績は、42 期中で経常黒字 41 期、経常赤字 1 期である。業績推移に山谷はあるものの、業績が低調な年度は、主に開発投資が主な原因であり、その継続的努力が現在の当社の利益実績につながっていると考えている。直近 3 年は、医療データ、銀行システムの開発に投資を進めてきたが、いよいよその収穫期に入ったといえる。

当社グループの特長は、①全ての基本は経営理念、②優良企業との長期取引維持と新規顧客の拡大進行、③広範な情報サービスと自社ブランド拡大、④グローバルなグループ拠点展開で顧客のニーズに対応、⑤国内トップシェアの大学業務パッケージ、⑥国内唯一の統合医療データ分析サービス、以上 6 点である。

#### ◆2015 年 3 月期第 2 四半期業績分析

取締役 大門 紀章

連結売上高は 54 億 24 百万円(前期比 8.3%増、当初予想比 1.7%増)、経常利益 1 億 14 百万円(同 440.6%、615.6%増)となった。経常利益の当初予想との差異は、ソフトウェア事業における特に金融業向けの顕著な伸び、大学向けパッケージ事業の堅調な推移のプラス要因がある。一方、システム販売事業の軟調な推移、二大市場の文教・公共系が谷間の時期に当たった事がマイナス要因である。医療ビッグデータ事業は採算ラインに近づき、健闘したが、当初利益計画に 6 百万円の未達となった。

前期比でも同様の傾向が見られ、ソフトウェア事業は、流通・サービス、金融、通信の伸びにより増収、パッケージ事業も EUC(パッケージ周辺の受託開発)の規模増が研究開発費の増加を吸収して増収となったが、システム販売事業は公共・文教系ともに減少した。医療ビッグデータ事業は契約数が伸びて増収となったが、利益への反転までには至っていない。

分野別売上構成の推移は、全体的には従来の傾向と変化はない。ソフトウェア開発のビジネス向け(事務処理分野)が前期末からの好調を維持している。また、大学向けパッケージ事業は、首都圏の大型システム更改を受注したことに伴い、EUC 開発の規模が拡大した。近年、パッケージ保守や導入サービスのストック型ビジネスで利益を牽引してきたが、今回は大型システム更改により利益が大きく上乗せされた。

エンドユーザー別売上構成については、特定の産業に傾注せず、分散してバランス展開するという基本ポリシーを維持している。金融・通信の躍進、サービス・流通のシェア拡大に対応して専門の事業部を立ち上げており、今後の伸びが期待されている。

顧客グループ別売上構成は、2006年まで全体の75%を占めていた長期顧客8グループは近年では半数を切り、当上半期は41%である。それに代わって、銀行、健保・医療機関などが大きくシェアを伸ばしている。

## ◆今後の計画および通期予想

上半期の上ぶれはあるものの、当初計画を据え置いている。通期及び来期以降に向けた基本戦略としては、従来の受託開発を収益の土台としつつ、自社ブランド、アライアンス、グローバル化を強力に推進する。また、長期計画「(仮称)JASTビジョン2020」を策定し、実行に移す。

通期達成の前提は、下期に64億76百万円以上の売上を上げることである。一方、経常利益は前期実績よりも少ない残額で達成可能である。下期の経常利益の目標値として、ソフトウェア事業は2億10百万円超、パッケージ事業は1億60百万円超を出せば、計画を大きく超えられる状況である。前期堅調であったシステム販売事業は、前下期の実績1百万円に対して当下期は約80百万円の利益を出す必要があり、ハードルとしては非常に高い状況である。成長著しい医療ビッグデータ事業については、当下期はプラスマイナスゼロに持ち込めば、通期予想達成となる。

各事業の施策のポイントとしては、ソフトウェア事業は金融・通信系受託の勢いの持続と、「BankNeo」の飛躍的拡大に伴う体制確保である。パッケージ事業については、受注中の大型案件の着実な仕上げ、収益物件と研究開発エンジニアの適正配分、新規PP(プログラム・プロダクト)の獲得に注力する。システム販売事業については、上期不足分の充足が必要なため、公共系の復活の波に乗ること及びコストセーブにて対処する。医療ビッグデータ事業では、単価の正常化、業者クラウド収益化、開発・運用コストの低減などの複合ポリシーで達成を図る。

## ◆各セグメントの近況

### 1)金融 CRM パッケージ BankNeo

昨年度に売上が立った顧客行数は7行で、売上高は3億90百万円と急成長した。今期は、顧客行数は15行以上、売上高は前年比倍増を計画している。上半期の社内予算は達成しており、急激な成長を確実にキャッチアップしていく。

### 2)パッケージ事業(大学向け)

元来は、大学の事務処理を行うパッケージの開発・販売と周辺の受託開発を行うという事業であったが、昨今は、学生の生活支援を行うサービスやスマートデバイス、BI、クラウド、BCPなども加えた広範なサービスを展開している。最新のサービスとしては、e-learning「GAKUEN EduTrack」を4月に発売、バーチャル授業の収録・配信サービスを従来のGAKUENデータベースと連動してパッケージ化し、総合教育IT事業化を実現、通常のパッケージベンダーには真似できない参入障壁を造り上げている。

GAKUEN EX シリーズの現行バージョンは、すでに多くの大学に導入され、大学経営ソリューションのトップブランドとして定着している。一方、昨今、GAKUEN を狙い撃ちした製品が出現、また、トップブランド化に伴い、コンペ相手も最大手という厳しい状況となり、壮年期を迎え成長が鈍化している。そうした状況への対策として、次世代製品を来年度以降のリリースに向けて開発中である。現行製品のバージョンアップではなく、全てを一新し、大学を取り巻く社会環境の将来像に対する最適解を示すというコンセプトで製品を開発中である。次年度にファーストコンポーネントをリリース後、追加コンポーネント及び関連サービスを順次リリースしていく計画である。

また、中国向け製品の開発にも取り組み、9月にファーストユーザーでの稼働が開始された。中国の大学マーケットの魅力は、四年制大学数が日本に比べてはるかに多いこと、大学進学率の長期的上昇が今後見込まれること、大学規模の大きさ、統合システムはまだ出ていないことなどである。想定される中国マーケットへの参入障壁については、2年前の桂林安信ソフトウェアのM&Aによる技術面での強みと、すでに中国人運営の現地販売拠点を確保していること、日本製製品を現地ブランドで販売できるという営業面での強みにより、当初から払拭されていることが当社の強みでもある。

### 3) 医療ビッグデータ事業

月間レセプト処理枚数は順調に伸びている。先般、日本の最大手クラスの企業健保組合からの受注があり、今年中に月間400万枚ペース近くまで行くと見ている。当上半期は、枚数は損益分岐点を充分超えていたが、価格競争から価格を抑えたことが業績に影響した。適正価格に早期に戻すことが課題である。下期は、データヘルス計画案件及び業者クラウドの拡大などの付加サービス拡大により採算ベースに乗せていく。現状、最終四半期で事業部単月黒字化が予想できる状態となっている。来期以降には共通費もチャージした事業セグメントとしての赤字解消を目指す。

## ◆グローバル展開計画について

当期の計画では、国外売上前年比170%を設定している。収益の高い商品販売が伸びずに、保守案件などの低価格だが利益の高い案件が大きく伸びていることで、売上計画は下回っているが、利益に対してはほぼ計画ラインで推移している。現在、「GAKUEN」の次期製品は中国の桂林で開発するというオフショアリングが定常的になされる形が出来上がってきた。タイとシンガポールの会社については、取扱商材の拡大を図っているところである。JAST 本体にもグローバルマネジメント担当セクションを設け、顧客の拡大効果が見られる。

今後の中長期業績構想としては、JAST ブランドと新規事業系を、3~4年の間に全体収益の半分近くに持っていきたい。さらに、そのモデルが収益を牽引し、利益の安定成長の継続を目指す。現状、この計画はほぼ予定どおり進行していると見ている。

(平成26年12月4日・東京)