

平野 洋一郎 (ヒラノ ヨウイチロウ)

インフォテリア株式会社社長



XMLをベースとした「つなぐ」領域に製品を投入

◆高いプロダクト比率で高い利益率を実現

当社は、1998年に設立された国内初のXML専門のソフトウェアベンダーである。事業内容はXMLを基盤としたソフトウェアプロダクトの開発・販売となっており、現在受託開発は行っていない。資本金は7億3,585万円、2007年3月期の連結売上高は10億9百万円、経常利益は2億7百万円、従業員数は3月末現在で47名となっている。

「つなぐ」エキスパートとして組織を超えたコンピューティングを実現するソフトウェアを開発し、世界規模で提供することを使命としている。設立から4年間はXMLの製品開発に注力し、集大成である製品「ASTERIA」が完成した2002年から事業確立期に入った。2006年には「ASTERIA」が国内データ連携市場で出荷シェアナンバーワンとなり、IPOによるさらなる事業展開と発展に向けた成長期に入っている。

ソフトウェア業界は、プロダクト開発と受託開発に分けられる。日本のソフトウェア開発企業は大半が受託中心だが、当社では、プロダクト開発のみを行っており、研究開発から製品化までを当社が行い、システムインテグレータ（ASTERIAパートナー）が個別の要求に応じて作り込んで提供する形を採っている。プロダクト開発と受託開発は、収益構造も大きく異なる。受託開発は案件ごとにエンジニアを配置し、開発して売上を上げる形となっており、案件数・規模の増加とともにコストも増加する。プロダクト開発の場合、売上が確定する前にコストが掛かるため、初期は赤字が発生するが、一定数の販売以降は利益が増加する。なお、2002年に発売した「ASTERIA」は、既に3年間黒字を継続している。

収益率を見ると、2007年3月期は売上高が10億9百万円、売上総利益率が73.8%、経常利益率が20.6%となっている。高いプロダクト比率が、高い利益率の源泉となっており、「ASTERIA」のライセンスが売上全体の70%、「ASTERIA」のサポートが21%を占めている。高いプロダクト比率を維持するためには、強いプロダクト、強いサービスが必要となるが、当社では研究開発に積極的な投資を行っている。情報サービス産業の売上高研究開発投資率は平均1.02%、中央値0.01%となっているが、当社では前期が6.9%、当期が7.2%となっており、今後も7%以上を目標としていく。

◆「ASTERIA」の導入実績が360社に拡大

主力製品「ASTERIA」は、さまざまなデータ形式、通信手順、データベース、業務システムを「ノン・コーディング」でつなぐソフトウェアである。「ノン・コーディング」は、開発のスピードが速いだけでなく、稼働後の変化に対応できる特長を持っており、このコンセプトが認められて、3月末現在で360社に導入されている。

つなぐシステムの数が多いほどニーズが顕在化しやすいため、導入企業には大企業が多い。特徴的な導入実績としては、共同通信社の配信システムに使われており、日経、読売、毎日、産経、神奈川等の新聞社が「ASTERIA」で配信を受けている。ジャパンネット銀行の即時口座決済にも使われており、京セラでは取引先システムと内部システムの連携に使われている。導入企業の業界としては、情報・通信、電気・電子、報道・メディアで全体の半分程度を占めているが、サービス、金融・保険、官公庁、医薬品等でも「つなぐ」ニーズが増加しており、今後は未開拓な部分にも展開していきたいと考えている。

創業以来の売上推移を見ると、製品（ライセンス+サポート）の売上高は着実に増加している。その他（教育、役務サポート）の売上高については、2003年3月期に大幅に増加しているが、これは「ASTERIA」の事例構築のために実施した役務サービスの増加分である。この役務サービスにより、2004年3月期には経常赤字を計上したが、共同通信等、その後の導入に役立つ事例を構築することができた。

◆二つの販売拡大戦略に取り組む

当社では、企業数とその規模に応じた普及率から今後の市場規模を予測しており、2011年にはターゲット企業数が現在の2,000社から2万5,000社に拡大すると予測している。販売拡大戦略としては、現在、二つの施策に取り組んでいる。一つは、二次パートナーによるリーチ社数の拡大である。現在は、「ASTERIAパートナー」を通じて販売を行っているが、市場規模の拡大に対応するため、15社のマスターパートナーの下に

二次パートナーを配し、マスターパートナーの技術や営業力を生かしながらリーチ社数の拡大を図っていく。

二つ目は、OEMによる新たな販路である。「ASTERIA」が他の製品（ERP、CRM、BI等）に組み込まれ、一つのオプションとして使われることで、多くの接続性を持った製品として生まれ変わるのである。一例としては、NTTデータのERP「SCAW」に採用されており、当社とは異なるチャンネルで「ASTERIA」の価値を提供している。

今後の成長を加速するための施策としては、業務業種への展開、製品力の強化、新製品の出荷、海外市場への進出に取り組んでいく。業務業種への展開については、現在の即時決済や報道情報から、医療情報（電子カルテ）、財務情報（XBRL）に展開し、将来的には環境情報、旅行情報に拡大していきたい。製品力の強化については、三つのラインアップを進めており、中期的にはSaaS版（ソフトウェアをインストールせずにネットからすぐに使用できる提供形態）を提供していく。新製品の出荷については、昨年、「c2talk」および「Topika」を発表した。また、インターネットのリアルタイム化、双方向化に向けた研究開発も進めている。海外市場への進出については、米国市場およびアジア市場への展開を図っていく。

◆新製品の投入でターゲット市場を拡大

「ASTERIA」はサーバー製品であり、情報システム部門やサーバー担当者を持つ企業のみが導入可能であるが、今後はターゲット市場を拡大し、クライアントをつなぐ「c2talk」、Web上で使うことができる「Topika」、「OnSheet」、「Lingr」等を提供していく。「c2talk」は、時間軸（カレンダー）を持ったソフトウェアとなっており、個人的な切り口で全体をつなげるツールとして提供を開始した。インターネット上のクライアントソフトとしては、メール、ブラウザがあるが、今後はカレンダーが重要なソフトになると考えており、大企業や中堅企業だけではなく、中小企業やSOHOにも拡大を図っていく。

SaaSの第1弾としては、企業課題管理サービス「Topika」の販売を開始した。第2弾の「OnSheet」についてもβ版の一般公開を開始しており、10月より販売を開始する予定である。「OnSheet」は、香港のTeam and Concepts社が開発したブラウザ内で稼働する表計算の技術と、当社が培ったデータ連携技術を融合させた製品となっており、単に表計算に使うだけではなく、財務管理、顧客管理、営業支援、生産管理、意思決定支援等のバックエンドのデータとノン・コーディングで連携させることが可能となっている。また、手元にデータを置かないためセキュリティ性も高く、インストールが不要で、プログラムが自動更新され、安価で提供できる（個人アカウントは無料、法人アカウントは月額料金）という特長を持っている。なお、「c2talk」、「Topika」、「OnSheet」等のネットサービスの収益モデルは、従来のようなライセンス収入ではなく、広告収入、サブスクリプション収入、アフィリエイト収入、コンテンツ収入となる。

日本では1995年にインターネットの本格的な商用サービスが始まったが、その後10年間でHTMLが企業情報システムに欠かせない存在となった。2005年からは、Web2.0と呼ばれる時代に入った。当社は、国内で有数のXML技術を持っており、「ASTERIA」、「c2talk」、「OnSheet」等、企業情報システムで今後必要となるソフトウェアを先行して提供しているが、Web2.0的な技術・サービスが企業に浸透してくることで、今後はかつてのHTML同様、XMLが欠かせない存在になるとみている。

当社の成長性としては、まず、プロダクトビジネスに特化していることが挙げられる。9割を超えるプロダクト率で高い収益力を持っている。二つ目は、成長分野に製品を投入していることである。従来の「つくる」領域ではなく、XMLをベースとした「つなぐ」領域で事業を展開している。競争力と将来性という面では、グローバルに通用する製品群を投入しており、実績に裏付けられた先見性と技術力を有している。

◆ 質 疑 応 答 ◆

パッケージ製品の開発費の償却年数を教えてほしい。

3年均等償却となっている。

ライセンス料はサーバーの台数で決まるのか。

「ASTERIA」の料金体系はCPU単位となっており、「ASTERIA WARP」は2CPUまでで480万円である。その他、特殊な製品とつなぐアダプターは1本80万円となっている。

今期の業績予想について、売上の伸びに対して営業利益の伸びが低くなっているが、この要因を教えてください。

新製品の投入にかかわる人員の増加およびマーケティング費用の増加が要因である。

（平成19年7月26日・東京）