

<Q&A 要旨>

Q：平野社長は以前の説明会で「現在の株価は安いと思う」と発言していましたが、現在の株価を見ると投資家は社長と同じ判断をしていないようです。今の株価をどう考えますか。(同内容のご質問を複数頂戴しました。)

A：株価を安いと考えているということについては、以前と変わりありません。これは当社の事業の内容や将来性が、東証一部上場時など以前に比べると圧倒的に良くなっていることに起因をしています。株価は「実績×将来値」だと言われているため、信頼感を得て期待値を上げられるよう、IRに関して今後もコミュニケーションを継続していきます。事業の中期経営計画に関しては、この第1四半期を経て確信がより深まっている状況です。しかし前年はコロナ禍の影響で費用を削減していたため、取締役会等でも議論を重ね、この3カ年の成長に向かって何をしているのかご注目いただければと思います。

Q：株価が低迷しています。原因は This Place の業績が原因でもありますが、執行役員の Dusan 氏からデザインサービスの業績に対するコミットメントをしていただきたい。また株価に悪影響を与えるばかりであれば、デザインサービスの切り離しも検討していただきたい。This Place の成長性が疑われていますが今後の展望を教えてください。

A：株価は東証一部への市場変更時に1200円程度だったにも関わらず、下がっていることに対しては、もっと実力があると認識しているため申し訳なく思っています。どのように事業と将来性への期待を結果として出していくかについては、今後とも意識を持っていきたいです。

株価が下がった要因はデザインサービスの不調によるものです。1回目のアメリカの不調はT-Mobile社と航空機会社の不調によるもので、アステリアの指示により、ポートフォリオ戦略をとり、施策を改め構造改革を実施しました。しかしながら世界的な新型コロナウイルスの感染拡大により、残念ながら当社のクライアントがマーケティング費用をまだ復活させていないため、第1四半期ではポートフォリオ戦略に関して新しくご報告できることがございませんでした。今後 This Place でどのような方針を持っていくか毎晩のように議論を重ねています。Dusan は創業者としてデザインサービスにコミットし、この環境下でどのように事業伸ばしていくか施策を練っています。

Q：大株主であるミロク情報サービスがアステリアの保有株式数を減らしている理由は把握していますか。また、機関（カストディ・個人含む）による空売りでの株価下落も目立ちますが、安定した大口株主は見つからないのでしょうか。

A：事業提携先でもあるミロク情報サービスは、東証のガバナンスを踏まえ市場に影響がないように当社にも相談の上、保有株式数を減らしています。大口株主に関しては機関投資家等の方々に当社株式を保有していただけるように意識をしており、今回のプライム市場確定を受け、機関投資家の方々からのインタビューも増加している状況です。また海外投資家の株式保有率も重要なポイントになりますので、海外 IR にも力を入れています。

Q：社内の計画と比較して第1四半期の業績はどうでしたか。今期の業績予想は上期中に発表されるのですか。この業績で中期経営計画の達成は大丈夫でしょうか。

A：国内のソフトウェア事業は7割を超えるストックビジネスとなっているため、ある程度の予測ができますが、業績に投資事業も組み込むことで先を予測することが難しく、東証の短信のフォーマット等に従った業績予想がまだ出せていません。(8月12日現在)

中期経営計画の達成に関して現在は1年目の第1四半期ですが、この第1四半期は計画よりは良好でした。課題のデザイン事業は全体に占める割合が大きくないため、デザイン事業の不調だけで中期経営計画が達成できなくなるということはありません。ソフトウェア事業は好調ですので、中期経営計画の3年間で必達する所存です。

Q：Gorilla Technology Inc. (以下、Gorilla社)は営業利益、当期利益は黒字ですか。Gorilla社から配当は每期受け取っていますか。

A：Gorilla社は未上場のため業績は開示できません。また配当に関しては受け取っていません。当社がGorilla社を理由に前年度2億円を超える営業益を上げたのは、Asteria Vision Fund (以下、AVF)の評価益です。

Q：AVFの出資先で営業利益と当期利益が赤字の投資先はありますか。

A：具体的には申し上げられませんが、赤字の投資先はあります。出資を募るということは資金が必要であるため、これから先の大きな成長を見込んで赤字になっています。

Q：投資事業での未実現利益は評価益だけで、実際のキャッシュフローをアステリアにもたらさないのでしょうか。また将来的にAVFを分社化することは検討していきますか。

A：現時点ではプラスのキャッシュフローは生んでいません。10年のファンドで最初の4分の1が投資期、次に育成期、最後の4分の1が回収期です。基本的にはキャッシュインは最後の回収期にあると考えています。しかしそれ以前に出資先が売却やIPOにあった場合はソフトウェア事業やデザイン事業に対して大きなプラスのキャッシュフローが発生することは想定できます。

また分社化に関しては、現在すでに評価益・評価損が反映される100%子会社として、ソフトウェアを世界に広げていくために投資事業も本業として考えています。投資事業は私たちの本業としてソフトウェアとの相乗効果で4D (Data, Device, Decentralized, Design) という重点投資領域に絞った活動を行っているため、投資事業を切り離すことはありません。しかし会計の基準が変わり、投資専門会社としての会計上の特例がなくなった場合には、合併をする場合もあります。

Q : Gorilla 社の上場はいつ頃になりますか。台湾での上場になるのでしょうか。

A : 公開されている情報でしかお話しはできませんが、Gorilla 社は上場を目指して準備をしています。私自身も取締役会に出席しているため状況等は把握しておりますが、進捗に関してはお伝え出来ません。

Gorilla 社がすでに公表している通り、台湾以外での上場を目指しています。台湾市場ではハードウェアの方が評価される傾向があるため、ソフトウェアや Gorilla 社のコアビジネスである AI に対する評価が高いことから台湾以外での上場を目指しています。

Q : 今年度は M&A を実施出来そうですか。

A : M&A に関してはすでに投資会社も作り活動しています。しかし、M&A は相手のあることです。一定期間内で実施できるかは私たちには決められません。私たちができることはその活動に対してコミットすることであって、そのために AVF を立ち上げました。また今年の4月から国内 M&A チームを作り、100 社以上の検討も進めております。

Q : 明治安田生命の総代会で導入されたブロックチェーン投票システムに関するプレスリリースはしないのでしょうか。

A : 明治安田生命が初めて当社の投票システムをご利用いただいた、2020年11月にプレスリリースをしたため、今回はニュースバリュー考えてアピールはしませんでした。

Q : 正確な濃度を測れない CO2 センサーの粗悪品が出回っているとの報道がありました。

Gravio の CO2 センサーは Xiaomi 製ですが大丈夫ですか。

A : 初期の Gravio センサーキットでは Xiaomi の子会社 Lumi のセンサーでしたが、現在提供している CO2 センサーは当社がデザインをして Lumi 以外で作っています。ご質問の精度に関しては、私たちでも検証をしております安心してご利用いただけます。

Q : Platío や Gravio の売り上げの開示の予定はありますか。また Platío が6月に大きく伸びていますが、何が要因ですか。

A : Platío と Gravio に関して、今回は過去の部分と現在の部分を含めて整理した MRR を開示いたしました。売り上げに関しても出来るだけ早く開示したいと考えていますので、今しばらくお待ちください。

Platío の伸びに関しては、金額の大きな契約をいただいたことが要因です。

Q : Gravio の海外戦略の進捗や This Place との協業状況を教えてください。

A : 現在すでに東京だけでなくテキサス、シンガポール、香港、ロンドンに Gravio のビジネス開発をするメンバーが着任しています。また、香港とロンドンでは This Place のメンバーが協力して行っています。

Q：50セット限定の Gravio CO2 測定パックキャンペーンの受注状況を教えてください。また山梨厚生連に採用されましたが他府県ではいかがでしょうか。

A：CO2 測定パックの契約数は、現時点ではまだ一桁という状況ですが、このキャンペーンはニーズのあるところに支援をすることで、私たち自身の認知を上げるものです。そのため一定数ご提供できたら本ライセンスやスタンダード版の販売に注力したいと考えています。厚生連はさまざまな地域で医大と連携しているので、山梨厚生連で経常的に効果が出れば、他地域でも力を入れて営業活動をしていくことができると期待しています。Gravio のパートナーも徐々に増えており、このような地域の事例が出ることで地域展開ができると考えています。

Q：海外での広告宣伝活動を行う予定はありますか。

A：海外ではテレビやタクシーでの広告よりも効果的なネット広告で事例を展開していく計画です。

Q：ASTERIA Warp のライセンス売り上げが1割近く伸びていますが、どのような要因でしょうか。またこの傾向は今後も続く予定でしょうか。ASTERIA Warp Core などのサブスクの状況と今期の展望を教えてください。

A：今年度第1四半期の ASTERIA Warp ライセンス売り上げは、新規の獲得が好調だったことから伸びが見られ、この傾向は今後も続くのではないかと考えています。企業向け IT 分野で売り上げが伸びる第4四半期に向けて、業績を上げる非常に良いスタートが切れたと考えています。ライセンスと組み合わせながらサブスクリプションへの移行を進めることで、両輪をうまく回していきたいです。またサブスクサービスへのニーズの高まりから、ASTERIA Warp Core などのサブスクを取り扱うパートナー企業が増加しています。パートナー企業と連携することで、当社営業職が1件ずつ製品を販売するより、多くのお客様にサービスをお届けし、ビジネスを拡大していくことが今期の展望です。(常務執行役員/営業本部長 熊谷)

Q : PERが見直されるためには、最低対前年度比15%以上の成長が必要と考えます。ソフトウェア事業の販売促進戦略や販売代理店に対する施策について教えてください。

A : 第1四半期で全体の伸びは10%に満たないものでした。ソフトウェア事業での15%以上の成長は非常に重要な伸びであると考えており、中期経営計画ではそれ以上高い目線を持っています。

主力製品 ASTERIA Warp もサブスクのニーズの高まりにより、ASTERIA Warp Core が大きな伸びを見せています。ASTERIA Warp Core や Platio、Gravio の絶対数は積み上がることから、ソフトウェア事業全体で15%伸ばすことができると確信しています。そのため販売施策では、伸びの著しいサブスク製品でポジションを先にとることが大切だと考えています。中期経営計画初年度に認知度や採用の向上、販売店施策も含めマーケティングに力を入れることで、中期経営計画の達成を確実なものにしたいと考えています。(代表取締役/CEO 平野)

販売促進戦略に関して、現在パートナー企業は Platio で約30社、ASTERIA Warp のサブスクリプションパートナーは約60社まで増加しました。この各パートナー企業はそれぞれターゲットの規模等異なるため、一律に施策を打つのではなくパートナー企業に合わせた形で販売施策を展開しています。(常務執行役員/営業本部長 熊谷)

Q : アステリアが This Place を買収してから構造改革を行なった事で、優秀な人材が離れてないか心配です。

A : 以前 This Place はデザインコンサルティング業界全体の傾向と同様に100万ドル以下の仕事を受けない経営体制でした。

しかし、新型コロナウイルスの世界的感染拡大を受けて、デザインコンサルティングに対して多額の予算をとる企業が減少し、アフターコロナにおいても同様な傾向が見込まれています。その上で大企業がデザイン会社の買収に動き、デザイン戦略をより重視して内製化する動きがみられるなど、ポートフォリオ戦略が適切だと考えています。直近2年で大きく変化したデザイン業界の中で強みを活かすべく、This Place でも人員採用を実施し新たにデジタルに知見のあるメンバーも採用することで、戦略通りのメンバーになってきていると考えています。

- Q：今年度 **This Place** の数字が見込めなくなると業績として大きく影響はありますか。また、中期経営計画最終年度までに **This Place** の数字をかなり見込んでいますが、コロナが今の状況と3年後も変わりがなかった場合どの程度の達成になると思いますか。
- A： **This Place** では一昨年度は赤字でしたが、昨年度は利益が出て営業利益8億2000万円達成に貢献しました。今年度の通期に関してはまだ読みきれていません。残念ながら第1四半期は昨年度より下がるご報告となっています。
- そこで、まずお客様の復活および新規の獲得、ニューノーマルの時代に対してどのようにデザインの力を活かしていくかという点も現在議論を重ね、ポートフォリオ戦略等さまざまな施策を実施しています。
- 中期経営計画へは **This Place** も組み込んでいますので、ここからどのように回復させていくか尽力してまいります。
- Q： **This Place** の会計年度は1月から12月ですか。また東京オフィスの立ち上げ時期はいつになりますか。コロナの影響を受けているとはいえ **This Place** の買収成果があったとは思えません。経営者としてどのように考えていますか。
- A：買収前の **This Place** は1月から12月が会計年度でしたが、買収時に当社の3月決算に合わせています。
- また日本でもグッドパッチの上場に伴いデザイン戦略の重要性が理解をされ始めています。デザイン事業においても当社のネットワークも活かすことができるため、日本での立ち上げをしていこうと中期経営計画に加えています。
- This Place** は買収後、期待の約2倍の結果を出し、2年ほど業績に貢献していましたが、突然の半分程度に下がってしまったため、株価も大きな影響を受けました。これまでダメージを放置したことはなく、すぐに対策に着手し、利益体質にさせました。私たちが欲しかったデザインファーストの部分は、「ソフトウェアの将来はデザインにあり」と2017年から申し上げているように、手放すことはありません。今後の感染症拡大の長期化に伴い、もともとの **This Place** のビジネスやサービスに関する対応は是々非々で考えたいです。
- Q：平野社長は、株価1700円の時代より会社が強くなったと言っていましたが、現状の株価をどう考えていますか。
- A：株価が1700円の時よりも、チームや製品が強くなり、パートナーとの協業も進みました。その上で日本の株式市場では安定性が期待されます。しかし私たちのチャレンジ度の高い事業を行っています。その中で信頼を得るべく施策を打ち、愚直に積み重ねていくしかないと考えています。

Q：一般管理が前年同期比で1億円以上増えている理由を教えてください。また決算短信の説明は中期経営計画 STAR では人員拡充が計画されていますが、従業員は前年同期比で何名増えて、人件費はどの程度増加しましたか。

A：今回は約5億円の販管費となっており、前期と比べると増加しています。昨年の4月から6月は新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊縮により、販管費が4億円を切りました。これ以前は4億8000万円のっていた販管費が、今回5億円になったと認識を得られると、ご理解頂けると思います。

その中で今回注力をしているのが人とマーケティングです。人員は前年同期比で20名増え、人件費は4500万円増えています。人件費には毎月の給与だけではなく、年俸の3割～5割ほどが一時的にかかります。私たちはこの採用費をしっかりと確保し、厳しい基準を持って優秀な人材を採用しています。

広宣販促費、マーケティング費用は約4倍に増加しています。これは中期経営計画にある通り、伸び盛りのサブスク製品のポジションを確立していくためです。中期経営計画達成を目指して、特に初年度は広宣販促費をしっかりと組むなど経費の増強し、先のトップラインの増加を狙っています。

Q：人員による売り上げ増加への反映はいつ頃になりますか。

A：人員と売り上げに関して、製品の開発販売をおこなう当社では、運輸業や飲食業のように人を増やした分だけ売り上げがあがるわけではありません。製品を考えて作り、マーケティングをして売るため、人を採用してから売り上げに繋がるまでタイムラグが生じます。しかしスケールするというメリットがあり、1つの製品が100社、1000社、1万社に売れる可能性を持ちます。まずしっかりとマーケティングをして、多くのお客様に販売していき、売り上げを積み上げていく。これを実現するために、現在採用やマーケティングに力を入れています。

Q：配当性向が低いと思うが、社長の意向を教えてください。

A：(この質問については回答が誤っていましたので、以下に配当性向について回答いたします。)

現在、当社の場合は、過去の実績からご理解いただける通り、配当性向を見つても「安定配当」を重視しています。そのため最終赤字であった2020年3月期でも4.0円の配当をしています。

昨年度は、上場来最高益であったために、0.5円を増配し4.5円としました。増配分の検討にあたっては、その年度でキャッシュインのない未実現益(AVFの利益や他の会計上の利益など)を計算に入れずに計算しています。

当社としては、安定配当を重視するとともに、将来への成長に向けた投資とのバランスを取りながら配当を実施する方針でございますので、ご理解の程お願い申し上げます。

Q：今期の通期予想がまだ出ていませんが、その先の成長をどのように予想していますか。通期計画を開示していない中で第1四半期が良かったと言っている根拠を教えてください。

A：第1四半期の利益に関しまして、社内の計画より良好でした。東証に求められる通期予想は、合理的な予想を出しているかが重要です。その中で3四半期後を読みきれない要素があります。

中期経営計画はAVFのM&Aによる利益を外す形で出しているため、開示が可能でしたが、東証のフォーマットがある通期計画では、一部だけの開示はできません。そのため合理性のある通期計画で出せるよう現在思案中です。

Q：社長が質疑応答の際にマイナス面はきちんと説明するべきです。

A：質疑に関してマイナス面を説明しないとといったことはなく、決算説明会において頂戴したすべてのご質問にできるだけ回答しています。将来の数字に関しては、お伝えできないことがございますので、開示している範囲内でお話ししています。23年前の起業時から、東証一部上場企業となった今でも、一貫しネガティブなことがあった際は施策を立て、今持っている強み、環境と予測を使って未来につなげることを考えています。

ぜひ一緒に未来に向かっていこうと考えて頂けるとありがたいです。はぐらかされているという印象を与えてしまっているのであれば、私自身コミュニケーション力を磨いていきたいと思えます。

Q：減益であるにも関わらず決算短信には黒字を確保したと記載されていて残念です。これでは駄目だと経営陣と社員が感じていますか。

A：現在新しい中期経営計画に沿って事業を進めており、社員がこれでは駄目だと感じていることはありません。私たち自身はアウトプット評価でテレワークを進め、工夫や成果を重視する方法をとっていますので、社員は士気が高い状態にあります。

決算短信に関して書き方が適切でないのご意見をいただきましたので、短信を作成するチームとも議論をし、より良い書き方を模索していきたいと思えます。

Q：決算短信と同時に補足資料、決算説明資料なども開示していただけますか。

A：本日も決算説明会開始から数分後に資料をウェブサイトにもアップロードいたしましたが、できるだけ事前に共有できるように改善してまいります。寸前まで資料も突き詰めて作成しているため、お時間を頂戴しています。(執行役員/コミュニケーション本部長 長沼)

資料を決算短信と同時に開示しないことで、頂いた株主や投資家の皆さまのご意見をもとに、決算説明会までに内容を盛り込むことができます。メリットへのご理解をお願いするとともに、早めに開示できるように努力してまいります。(代表取締役/CEO 平野)

Q：プライム市場を継続していくために、どのような会社にしていきたいと考えていますか。

A：今後もプライム市場の条件を満たすために、余裕のある業績と内容を保ちたいと考えています。今回プライム市場への変更にあたって、東証で必要とされるコーポレート・ガバナンスコードへの適合や、取締役会の評価を実施しています。現在、取締役も過半数を社外取締役が占めていることから、外部からの目が入ることによって透明性の確保や、社会的適合性および将来性への価値が向上しています。今回プライム市場が確定したことで海外の投資家とのコネクションもより強まるため、世界市場の中でのポジションも確立し、世界的なソフトウェアベンダーになっていくことが、私の考えるアステリアの姿です。

まだ道半ばではありますが、デザイン事業の強化や、海外の知見を持った人員の採用など、目標に向かって歩んでいますので、投資家の皆さまからご支援をいただきながらチャレンジを続けていきたいと考えています。

以上