

第 11 回定時株主総会 質疑応答要旨

Q：これから、当社が伸ばそうとしているネットサービスの売上高が、前年に対して減少しているのは、格別の事情が有ったのか？

A：第 3 四半期までは前年に対して増加傾向で推移しておりましたが、第 4 四半期の大きな落ち込みにより、前年に対して減少となってしまいました。

その背景といたしましては、市場的に新しい領域であるネットサービスは、企業にとって新規投資となりさらにそれは、景気の影響により I T 予算から削られやすいという事情が起こったため、計画に対しても実績が大幅にダウンするという結果となってしまいました。

今後は、新規領域のネットサービスではなく、まず企業の基幹システムのコスト削減等のアピールにシフトし、私たちの強みであるエンタープライズ向けの販売に切りかえていくことを計画しております。

Q：現預金の保有率が全体の 7 割を占めていて、単純に寝かせているだけではないか？
今後は、新しいプロジェクトに投資した方が、企業価値を高められるのではないかと
思うがどうか？

A：当社のソフトウェア開発は、投資型のビジネスモデルであり、ネットサービスをはじめ、今後普及が予想される「クラウド・コンピューティング」関係に投資をしていくつもりです。しかし、このような先進的な領域の研究開発は、リターンが必ずしも確実ではなく、見極めが難しい領域であります。従って、香港の技術を強みとするベンチャー企業に 5% の投資をした例のように、今後、外部から技術調達することも有り得るため、必要な時にいつでも投資が行えるよう現時点では内部留保とさせて頂いております。

Q：ASTERIA ファミリー製品を増やしていると話がありましたが、製品を増やせば増やした製品にかかるサポートも増え、対応が大変になるのではないかと思います、サポート体制は今後の成長に沿ってどう考えているのか？

A：サポート売上は、当社にとりましても、継続的に成長させていくことは非常に重要と考えております。サポートの人員につきましては、製品の増加（売上高の増加）に比例して、人を増やさないといけないと言う訳ではなく、サポート業務の負荷は

製品の品質を上げることで少なくなります。当社の **ASTERIA** は 2002 年 6 月に出荷をして 7 年になり、現在では第 4 世代となりました。パートナーの皆様からも、バグ（不具合）が少ないと高い評価も頂いております。そのため、実際のサポート作業も非常に安定しております。

しかし、**MDM One** のような新しい製品については、**ASTERIA WARP** のように実績の蓄積がなく、新たな問題や予測不可能なことが発生すると想定し、**MDM** 専任営業と **SE** でお客様への対応し製品の品質向上を図りつつ様々な問題などに対応していく考えであります。

Q : 当社の中核製品である **ASTERIA WARP** は、**EAI** ソフトウェア市場におけるシェア第 2 位であるマイクロソフト社の **BizTalk** と、品質にどのような差があるのか？

A : 品質の差と言うことでは、あまり申し上げる事はありません。マイクロソフト社の **BizTalk** は、当社の **ASTEIRA** と同じぐらいの年数において販売しておられる製品です。

差があるとすれば、**BizTalk** は完全ノンコーディングではなく、少し複雑なことが発生するとプログラミングを行い、コーディングが必要となります。

また、マイクロソフト社の製品は、企業がマイクロソフトのみの製品で揃えたいという希望がある場合には無条件に決まります。一方で、企業がそれぞれの領域でベストなものを揃えたいという場合や、**Windows** 以外のシステムの場合には **ASTERIA** が有利です。

私たちの製品は、あらかじめ用意されたアイコンを並べて、データの流れを設定するだけのノーコーディングで済む事から、開発と保守の効率の差は大きいとは考えており、実際、案件で競合になった際にはご採用いただくことが多いようです。

Q : 今後注力するネットサービスの中長期営業戦略を教えてください？

A : 創業当時、当社が開始した **XML** のビジネスもそうでしたが、2000 年ごろは **XML** バブルと言えるほど、メディアは「**XML** 祭り」状態で「**XML** は万能だ」とまで世の中で騒がれました。しかし、実際の当社の売上は微々たるものでありました。

現在、ネットサービスも似たような状況で、かつメディアも非常に注目しており、「クラウド・コンピューティング」等、大変盛り上がっている状況です。がしかし、景気の影響もあり、現時点では売上実績は微々たるものという状況です。

実際の営業活動において購入いただいた先は、当初 **SaaS** の最適なターゲットと言われていた中小企業よりも、大企業での社内利用の方が多くありました。これは私たちが長年営業活動をやっているエンタープライズの領域であり、しかもこの

様な企業はシステムインテグレータの方々が発見して導入される企業であるため、まずは、目の前の営業戦略として当社が ASTERIA で得意としているルートを使いネットサービス製品を提供していきたいと考えております。

まとめますと、得意とするエンタープライズ向けの販売で売上を上げてビジネスを離陸させると共に、クラウド時代に向けた更なる研究開発を怠らないこととなります。

Q : 8期～11期と売上高が約9億から10億を横這いしている状況であるが、今後10億を突破し20億、30億の売上にいけるのかどうか考えを教えてください？

A : ご指摘のとおり、上場前2期と上場後2期の4期は四捨五入をすれば10億の状況が続いております。

しかしながら、売上高の内容から言いますと、8期、9期は大口取引に約2億円程度依存をしておりましたが、10期、11期は大口取引が有りませんでした。つまり、大口取引が無くても8期、9期と同じ売上高を達成しており、ASTERIA製品の売上は着実に伸びて来ております。

現況を鑑みて、ASTERIA製品が同様の伸びをすれば、年間約20%前後の売上高の増加が期待できると考えております。

さらに、現在チャレンジの案件となっておりますネットサービスですが、米国での研究開発の成果、およびこれまでの無償βサービスの製品なども含め、今年度からは有償のサービスの提供を基本と考えておりますので、ネットサービスは徐々に売上高が増加していくと考えております。

このような事から、現在のような経済環境でありましても、この「10億前後」という状況を突破出来るようにして行けるものと考えております。

Q : ASTERIA製品だけで考えると、どれ位まで売上高がいきますか？

A : つなぐ領域の導入企業は、当社製品だけで現在660社あり、他社製品と合わせると、約3,000社の企業がEAI製品（つなぐ領域）を使っていると考えております。

これがどの位までの市場規模になるかを5年スパンで考えますと、その10倍の30,000社になると想定でき、これを前提に考えますと、当社の20%前後の売上高の伸びは可能で、今後5年間で現在の2倍程度の20億円位までは積重ねていけると考えております。

しかし、私どもはASTERIAシリーズにおいても新製品を展開していく事で、更に上積みを実現して行きたいと考えております。

Q : ASTERIA の領域は、安心して見ていて良いのか？

A : ASTERIA の領域は、当社としても安定成長を目指しております。実際に、われわれも営業の状況、企業の「つなぐ」ニーズは今後も数多くあると考えております。

しかし、確固たる市場があるということは逆に競合もあるということであり、黙っていても成長するということでは有りません。営業におきましても、様々な新しい手段を講じながら、20%前後の成長を実現させていきます。また、当社の経験やパートナー様との販売ルートが確立されている点についてはご安心を頂ける点ではないかと思えます。

Q : 当社のビジネスモデルを考えますと、販売管理費の比率が高いと思いますが、なぜか？

A : 当社の販売管理費は、売上高に連動して増加する費用は有りませんが、他の（日本の）ソフトウェア会社と異なる点は、研究開発費、マーケティング費が多くかかることです。日本のソフトウェア開発企業で上場している大企業は、ほとんどが受託開発中心の会社で有り、この様な会社はお客様から直接受注いたしますので、研究開発費やマーケティング費を多くかける必要はありません。

しかし、当社は受託開発会社ではありませんので、先行して研究開発を行っていくため、売上高に対して約 10%を研究開発費として計上しており、これは国内でもトップクラスです。ちなみに、国内のソフトウェア開発業における研究開発費の平均は約 1%程度と報告されていますので、研究開発費を多くかけていることがわかり戴けることと思えます。

また、マーケティング費もマーケットに対して製品のアピールをすることが必要となるため、受託開発に比べて多くかかるビジネスモデルとなっております。

このような点から、販売管理費が多くかかっているように見えておりますが、一方で、ソフトウェアの販売量が増えても販売管理費が比例して増えるわけではないので、売上高が増加した分は直接利益の増加につながるビジネスモデルでもあります。

以 上