

3831 **パイプドビッツ**

佐谷 宣昭 (サタニ ノブアキ)

株式会社パイプドビッツ 代表取締役社長 CEO

メディア EC 事業において自社媒体を構築

◆明日の豊かな情報生活に貢献

当社の経営理念は、明日の豊かな情報生活に貢献することであり、「情報資産の銀行」として、会社や自治体などの情報を資産化し、付加価値を創造するエコシステムを構築している。従業員数は2月28日現在で146名となっていたが、3月1日付でGras社の一部事業を譲り受けたことに伴い、現在では約160名となっている。

情報資産プラットフォーム事業では、スパイラル®およびスパイラル EC®を提供している。メディア EC 事業は、インターネット広告代理、Web サイトの企画・制作が中心となっており、2011年2月期の第4四半期から取り組みを開始した。他社媒体の販売については、営業組織が整いつつあり、既に売上が立ち始めている。

創業時から提供しているスパイラル®は、顧客のデータベースを支えるプラットフォームとなっており、月額固定が中心である。スパイラル EC®は、アパレル業界に特化して展開している。スパイラル®との間をAPIでつなげてECサイトを構築し、流通総額に対する手数料を受け取っている。

スパイラル®では、メールやWebなどのコンポーネントを取り揃えており、顧客はこれらを組み合わせて、給与明細書の電子化、CRM、SFAなど、現場業務に最適な独自のアプリケーションを構築することができる。また、他社の優れたノウハウを取り込む窓口としても機能している。アライアンスの一例としては、メンタルヘルスケアの専門企業のノウハウを組み込んだ「こころの健康診断」がある。

スパイラル®の有効アカウント数は、2011年2月末現在で2,070件(前期比368件増)となっている。都市銀行、エンターテインメント企業、教育機関などで導入が進んでおり、大和証券ではセミナー受付管理、旺文社では定期購読受付、エステでは給与明細書の電子化、関西学院大学では災害時の安否確認に利用されている。自治体では、目黒区の情報配信サービスに利用されており、計画停電など、生活関連の情報が得られることから、今回の震災後、わずか1週間で登録者数が4倍に増加した。

スパイラル®は、ストック型のビジネスモデルとなっており、売上高は単月売上と継続売上に分類される。継続売上は、システム維持管理費やサポート費用がユーザー数と緩やかに連動するため、単月売上と比較して利益率が高い。

スパイラル EC®のアカウント数は76件となっており、直近ではISBIT DAIKANYAMAなどのブランドが好調に推移している。売上高が上がらなかった場合は利用料を請求しないため、オフィシャル EC ショップの開設に二の足を踏んでいる企業を後押ししていきたい。

◆人材の積極採用により販管費が増加

取締役 CFO 大屋重幸

2011年2月期の売上高は13億27百万円(前期比16.4%増)、売上総利益は11億59百万円となった。売上総利益率は約87%となり、前期比で約1ポイント改善している。営業利益は2億44百万円、経常利益は2億45百万円と、ほぼ前年並みであった。要因としては、販管費の増加が挙げられる。今後、売上高を増加させるために

は、ブランディングや人材の強化が必要となるため、新卒社員を 11 名、中途社員を 18 名採用した。特に、高度な提案ができる即戦力の人材を積極的に採用しており、来期以降の売上高に貢献するとみている。当期純利益は 1 億 13 百万円(同 22.6%減)、1 株当たり当期純利益は 6,932.33 円となった。固定資産の償却、引越費用などの本社移転に伴う費用として、約 50 百万円を引当計上したことが圧迫要因となったが、これらは一時的なコストである。

貸借対照表については、資産合計が 13 億 91 百万円、負債合計が 2 億 38 百万円、純資産が 11 億 52 百万円となった。自己資本比率は 82.5%、1 株当たり純資産は 7 万 98.43 円となっており、財務基盤の強化が図られている。営業キャッシュ・フローは 1 億 65 百万円となった。投資キャッシュ・フローはマイナス 1 億 15 百万円となっており、主な内容は、本社移転に伴う敷金の差入、ソフトウェアの取得である。

スパイラルEC®の売上高は 38 百万円となっており、大きく進捗していないが、Gras 社の事業を譲り受けたことで人員が拡充されたため、今後は強化を図っていく。メディア EC 事業については、インターネット広告市場が好調となっていることもあり、順調に立ち上がりつつある。売上高は 11 百万円となっているが、これは広告枠の仕入れを売上高から控除した純額であり、控除前の総額では 30 百万円となる。

当期の有効アカウント数は 2,070 件となっているが、短期で終了が見込まれるスポットアカウントを含めると 2,093 件となる。解約率は 3%強で推移しており、プロジェクトの終了が主な解約理由である。従業員数に大きな変動はない。当期末時点での内訳は、営業・サポートが 88 名(構成比 60%)、開発・保守が 34 名(同 23%)、管理・他が 24 名(同 17%)となっている。

◆災害需要の売上を被災者へ寄付

代表取締役社長 CEO 佐谷宣昭

3 月の震災による影響としては、約 2 週間、新規開拓営業が苦戦したが、一方で、スパイラル®を活用した緊急連絡網の構築、メンタルヘルスへの関心が高まっている。こうした需要は、震災によって増加したものであり、当社では、緊急連絡確認サービスおよびメンタルヘルスケアサービスに係る売上高を、被災者に寄付することとした。人事向けソリューションを提案している部門では、引き続き災害需要向けの営業活動を行っており、5 月末まで集中的に取り組んでいきたいと考えている。

スパイラル®のアップデートについては、エポックメイキングになり得る新機能「トランザクション DB」を追加した。簡単なボタン操作により、情報を確実に補完・記録しながら正規化を進めることができ、Sler なしで高度なアプリケーションを作ることが可能となったため、今後の販売促進への貢献が期待される。

もうひとつの新機能は、「不動産反響取込」である。当社は 1 年前から、業界に特化した営業組織の構築を進めているが、そのひとつが不動産業界である。現在、不動産仲介業者は、来店客数が増えない中、不動産ポータルサイトに対する手数料が増加し、厳しい状況に置かれている。また、ポータルサイトからの反響通知メールにいち早くレスポンスしなければ顧客を獲得することができないが、複数の媒体からメールが発信されるため、対応漏れが発生する。そこで、不動産仲介業者をサポートするため、反響通知メールを自動的に取り込み、顧客の状況を集約管理する仕組みをスパイラル®に実装した。こうした仕組みは他社でも提供しているが、当社は、情報をワンストップでデータベース化し、再利用性を高める提案をすることで差別化を図っている。

その他の取り組みとしては、フライシュマン・ヒラード社と業務提携を行った。同社が提供している企業診断サービスを利用するためには、高価なコンサルティング費用を支払う必要があったが、今回の業務提携により、当社の取引先企業に安価でこのサービスを提供し、必要に応じてコンサルティングを提供するという新しいビジネスモデルが生まれる。当社は顧客に新たな付加価値を提供することができ、フライシュマン・ヒラード社は見込み顧客を開拓することができるのである。既にアプリケーションのテスト段階に入っており、近々、発表できる見込みである。なお、当社は、会社の経営効率化や、新たな付加価値の獲得を提案するフェーズに入っているが、そこで重要な

るのは経営者への営業である。今後は、このサービスを経営者にアプローチする商材として機能させていきたい。

3月には、アパレル EC プラットフォームを強化するため、Gras 社よりアパレルウェブソリューション事業を譲り受けた。今後は、アパレル EC サイトに特化したオペレーション(企画・制作・構築・運営)を総合的に提供し、スパイラル EC®との相乗効果で EC 流通総額の増加を目指す。また、本社を移転するタイミングで、同事業の社員および設備を統合し、コスト面での効率化も進めていきたいと考えている。

◆ 自社媒体の構築に取り組む

メディア EC 事業では、3月から、自社媒体の構築に取り組んでいる。まず、政治情報資産クラウド「政治山」をオープンした。政治家にとっては政策・理念を発信するツール、行政にとっては議会情報を掲載するツール、有権者にとっては意見を発信するツールとなるため、情報を有効活用できるプラットフォームにしていきたい。

また、地域密着型 SNS サイトの第 1 弾として、「I love 下北沢」をオープンした。地域に根差した店舗は、当社にとって重要な顧客セグメントのひとつだが、大企業と同様の営業では非効率である。そこで、各店舗ではなく、地域全体にアプローチすることとした。従来の地域密着型 SNS とは異なり、人間が間に入って店舗の紹介を行っているため、実績を積み上げながら有用なサイトにしていきたいと考えている。

当社では、成長戦略として「スパイラル戦略」を掲げ、Seamless Alliance、Cross Functional、Cost Center to Profit Center、Green、Safety を軸に施策を展開している。中期目標としては、2014 年 2 月期の売上高 30 億円、営業利益 7 億円、経常利益 7 億円、有効アカウント数 1 万件を掲げており、業績を順調に達成できた場合は、2014 年 2 月期末より配当を開始する予定である。

2012 年 2 月期については、事業セグメントに EC 運営事業(EC サイト運営、流通総額増加支援など)が加わる。売上高は前期比 30% 増を見込んでいるが、メディア EC 事業およびスパイラル EC®については、まだ利益の出せる状況ではないため、利益は現状維持となる見込みである。なお、両事業ともに、今期中に単月黒字を実現したいと考えている。有効アカウント数は約 1.6 倍を目指す。

(平成 23 年 4 月 15 日・東京)