

平成 20 年 10 月 30 日

各 位

会 社 名 : 株 式 会 社 エ イ ジ ア  
(コード番号: 2352 東証マザーズ)  
本 社 所 在 地 : 東 京 都 品 川 区 南 大 井 一 丁 目 13 番 5 号  
代 表 者 : 代 表 取 締 役 江 藤 晃  
問 合 せ 先 : 取 締 役 美 濃 和 男  
TEL (03) 5753-0848 (代表)

## 事業の現状、今後の展開等について

当社は、事業の現状、今後の展開等について、下記のとおり株式会社東京証券取引所に対し、同社有価証券上場規程第 603 条第 1 項 5 号 a に定める書面を提出いたしましたので、お知らせいたします。

本書面の提出により、株式会社東京証券取引所有価証券上場規程第 603 条第 1 項第 5 号 a に定める期間は 9 ヶ月となり、平成 21 年 4 月 30 日までのいずれかの月において、月間平均時価総額および月末時価総額が 5 億円以上となったときは同上場廃止基準には該当しないこととなります。

当社では、下記に記載いたしました今後の展開における改善施策を推進することにより業績の更なる回復を図り、市場からの評価を向上させることによって時価総額を 5 億円以上へ回復し、今後も東京証券取引所での上場を維持するよう努める所存です。

記

## I 事業の現状

### 1. 事業の概要

当社は、主に大手企業ユーザーを対象としたインターネットマーケティングシステムと企業業務システムの開発、販売を行っており、アプリケーション開発事業と受託開発事業から構成されます。

#### (1) アプリケーション開発事業

自社開発による e-CRM<sup>※1</sup>アプリケーションソフト<sup>※2</sup>「WEB CAS (ウェブキャス)」シリーズの開発、販売を行っています。

##### ① 「WEB CAS」シリーズの特徴

「WEB CAS」シリーズは、既存のデータベース<sup>※3</sup>を活用しながら本格的な CRM を実現するアプリケーションソフトです。

従来、良好な顧客との関係を築き、顧客満足度を高める目的として、CRM のシステムを取り入れる際には、企業内に点在する複数の顧客データベースの統合、または新規にデータベースを構築することなどが必要とされてきました。ただし、これらの作業には

膨大な時間と費用がかかります。当社が開発した「WEB CAS」シリーズは、企業内に既に存在する複数のデータベースと接続し、活用することにより、企業のCRMシステムの構築負担、運用のありかたを大きく変えたアプリケーションソフトです。複数の種類の異なるデータベースに自由に接続できる機能は当社のオリジナルであり、競争力の源泉となっています。

## ② 主な製品ラインナップ

### a. WEB CAS e-mail

顧客の嗜好や属性、購買履歴などのデータに基づき、一人ひとりに最適なメールを高速で配信できるシステム。

### b. WEB CAS formulator

HTML やプログラムの知識が無くても、アンケートフォーム、資料請求フォーム、登録フォームなどが簡単に作成できるアンケートシステム。

### c. WEB CAS mailcenter

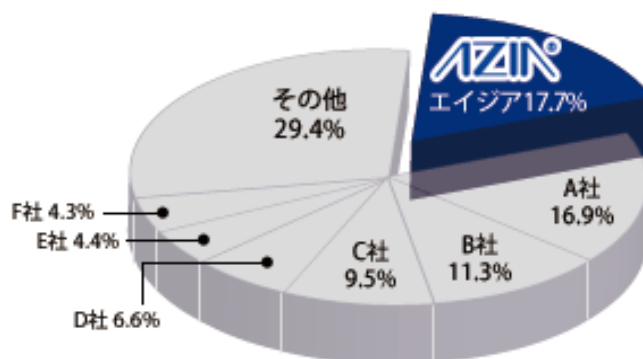
企業の問い合わせ窓口に届いた大量のメールやフォームからの問い合わせを、サーバ上で一元管理して効率的な対応を行うためのシステム。

### d. WEB CAS creator

既存のWEBサイトの構造を変更することなく、すばやくWEBサイトを共有・管理できるCMS（コンテンツマネジメントシステム）※4。

## ③ 市場における当社の地位

株式会社アイ・ティー・アールが平成20年（2008年）10月に発行した市場調査レポート「ITR Market View：CRM市場2008」によると、CRM市場のマーケティング分野において、自社導入形式（毎月利用料を支払いソフトウェアをサービスとして利用するASP形式ではなく、ライセンスを購入して自社システムとして利用する形式。大手企業で多く採用される形式で、同レポートでは“パッケージ”と称されている。）による当社の市場シェアが、業界1位となりました（直近の2007年度実績。当社シェア17.7%、出荷額283百万円）。



出典：株式会社アイ・ティー・アール  
市場調査レポート「ITR Market View：CRM市場2008」  
CRMパッケージ市場 マーケティング分野  
ベンダー別出荷金額シェア（2007年度実績）

## (2) 受託開発事業

自社で企画したソフトウェアを開発し販売するアプリケーション事業に対し、受託開発事業は顧客企業のニーズに応じたシステムをオーダーメイドで開発し販売する事業です。

当社の受託開発事業の特徴は、「WEB CAS」シリーズを採用された企業に対し、「WEB CAS」シリーズが接続するデータベースやその関連システムの受託開発を多く行っていることです。一般の受託開発に比べ、当社が「WEB CAS」シリーズの開発で培ったノウハウを活かすことができます。

## 2. 業績の推移

### (1) 近年の業績推移

第9期（平成16年3月期）以降の業績の推移は以下のとおりです。

回次	第9期	第10期	第11期	第12期	第13期
決算年月	平成16年3月	平成17年3月	平成18年3月	平成19年3月	平成20年3月
売上高（千円）	263,423	383,575	673,436	536,451	672,688
経常利益（千円）	32,380	75,047	111,601	△127,753	△24,999
当期純利益（千円）	18,859	43,522	62,432	△134,757	△33,625

(注) 子会社の設立にともない、第12期、第13期は連結財務諸表を作成しております。

なお、当該子会社は第13期中（平成20年2月）に解散を決議しております。

上記業績の推移のとおり、第11期（平成18年3月期）をピークに、売上高が低迷し、利益がマイナスに転じました。

これら業績低迷の要因は、以下のとおりであると考えております。

- ① 従来より製品力には優位性があったものの、第10期から第11期にかけて売上高の拡大を優先させた結果、新製品やバージョンアップ開発への経営資源の配分が低下した。これにより、競合企業との製品力の差が縮小し、売上高の低迷につながった。
- ② 第11期において、標的市場拡大のために、子会社設立など一気に体制を拡充したため、経営資源が分散し、強みのある分野での営業力が逆に低下した。また、経費負担増加を招いた。
- ③ 製品力向上のため、研究開発の体制も拡充したが、戦力化には一定の時間が必要なため、先行投資がかさんだ。

### (2) 選択と集中により、筋肉質な企業に変革中

分散した経営資源を再び強みのある大手企業向けの事業領域に集中させ、業績の回復を図っております。平成20年2月には、中小企業向け市場への進出を目的に設立した子会社を解散いたしました。

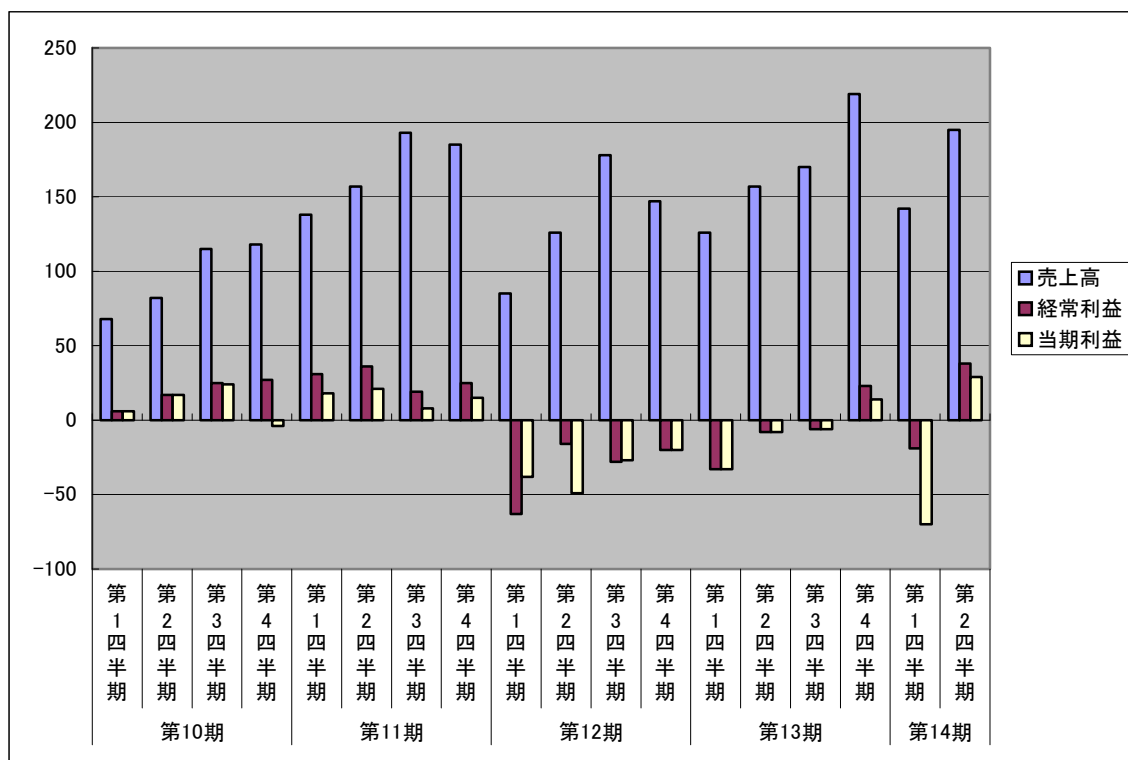
平成20年4月には本社を移転し事務所経費の削減を図るとともに、広告宣伝費など売上増加やブランド力強化に貢献する経費には積極的に投資し、筋肉質な企業体質に変革中であります。

また、平成 20 年 4 月に従来 3 部門に分かれていた開発部門を 1 つに統合し、業務をお互いに融通することにより、生産性の向上を図っております。

これらの取り組み等により、第 13 期（平成 20 年 3 月期）には業績が回復に向かい、同期の下期（平成 19 年 10 月から平成 20 年 3 月までの 6 ヶ月間）は黒字に回復いたしました。

第 10 期（平成 17 年 3 月期）以降の四半期毎の売上高、経常利益、当期利益の推移は以下のとおりです。

単位：百万円



第 14 期（平成 21 年 3 月期（当期））は、第 1 四半期、第 2 四半期の売上高が、それぞれ四半期ベースでは過去最高となりました。

当期の第 1 四半期において当期利益が大きくマイナスになっているのは、投資有価証券の評価減によるものです。なお、投資有価証券の平成 20 年 9 月末現在の残高は 14,800 千円（評価損計上後）で、資本提携により取得した企業 2 社の株式であります。

### 3. 財務の状況

当社の直近の貸借対照表は以下のとおりであります。

平成 20 年 9 月 30 日現在（単位：千円）

資産の部		負債の部	
流動資産		流動負債	
現金及び預金	482,812	買掛金	18,850
受取手形及び売掛金	116,876	未払法人税等	1,470
仕掛品	834	製品保証引当金	545
その他	15,056	賞与引当金	7,822
貸倒引当金	△2,196	その他	65,289
流動資産合計	613,383	流動負債合計	93,979
固定資産		固定負債	
有形固定資産	12,914	長期前受収益	12,834
無形固定資産	23,331	固定負債合計	12,834
投資その他の資産		負債合計	106,813
その他	42,602	純資産の部	
貸倒引当金	△3,882	株主資本	
投資その他の資産合計	38,719	資本金	322,420
固定資産合計	74,966	資本剰余金	395,499
		利益剰余金	△136,384
		株主資本合計	581,536
		純資産合計	581,536
資産合計	688,349	負債純資産合計	688,349

上記のとおり、現金・預金の残高は 482,812 千円あり、昨年の平均月商（連結）56,057 千円の約 8.6 ヶ月分に相当いたします。また、受取手形・売掛金に高額な回収懸念先はなく、借入金がないため借入金返済負担もありません。

当社はソフト開発業であり、受託開発においても数千万円規模の開発案件が中心のため、多額の設備投資資金や運転資金は必要といたしません。以上のことから、現状において、資金繰りの不安は全くございません。

## II 今後の展開および事業計画の改善

上記 I 「事業の現状」 のとおり、製品開発力の強化には目途が立ち、経費削減の効果もでてまいりました。業績の回復を本格的なものにするために、今後当社が最も重点的に取り組むべき課題は、営業力、新規開拓力の強化であると考えております。

企業価値の向上に向け、営業力の強化を始め以下の方策を推進中ではありますが、今後更に発展させる計画です。

### 1. 営業・新規開拓の強化、ブランド力の向上

#### (1) 経営陣を含めたチームによる営業推進

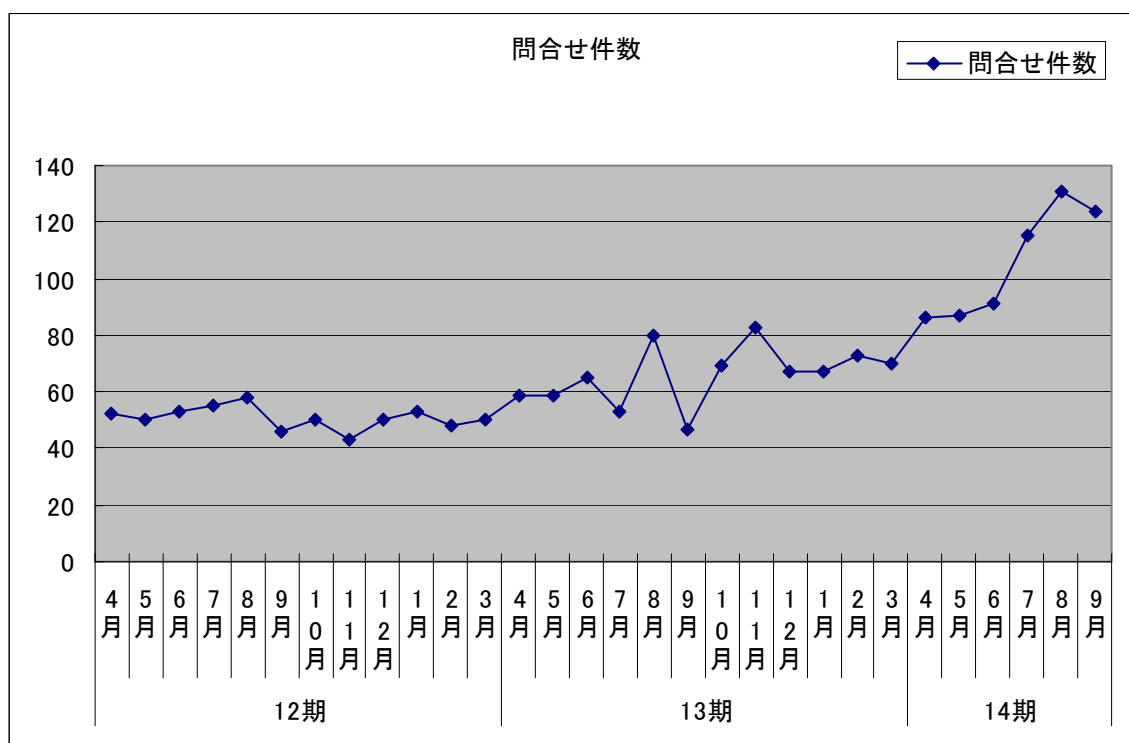
代表取締役を含む経営陣も参加した新規開拓チームを編成し、活動しております。既存顧客、見込み顧客への訪問のほか、毎週ミーティングを実施し、新規開拓のルートごとの状況を分析、対応策を検討しております。

#### (2) 当社ウェブページ経由での問合せ件数の向上

インターネットを活用するソフトウェアを開発・販売している当社が、最も効率よく新規開拓ができるルートは、やはりインターネットであると考えております。

SEO<sup>※5</sup>対策や自社ウェブページの魅力向上など、自社ウェブページへの訪問者数を増加させる方策を実施中であります。これら方策の推進により、資料請求、製品説明・デモンストレーションの依頼、サービス試用の申込など、インターネット経由の問合せは、以下のとおり増加傾向にあります。

単位：件



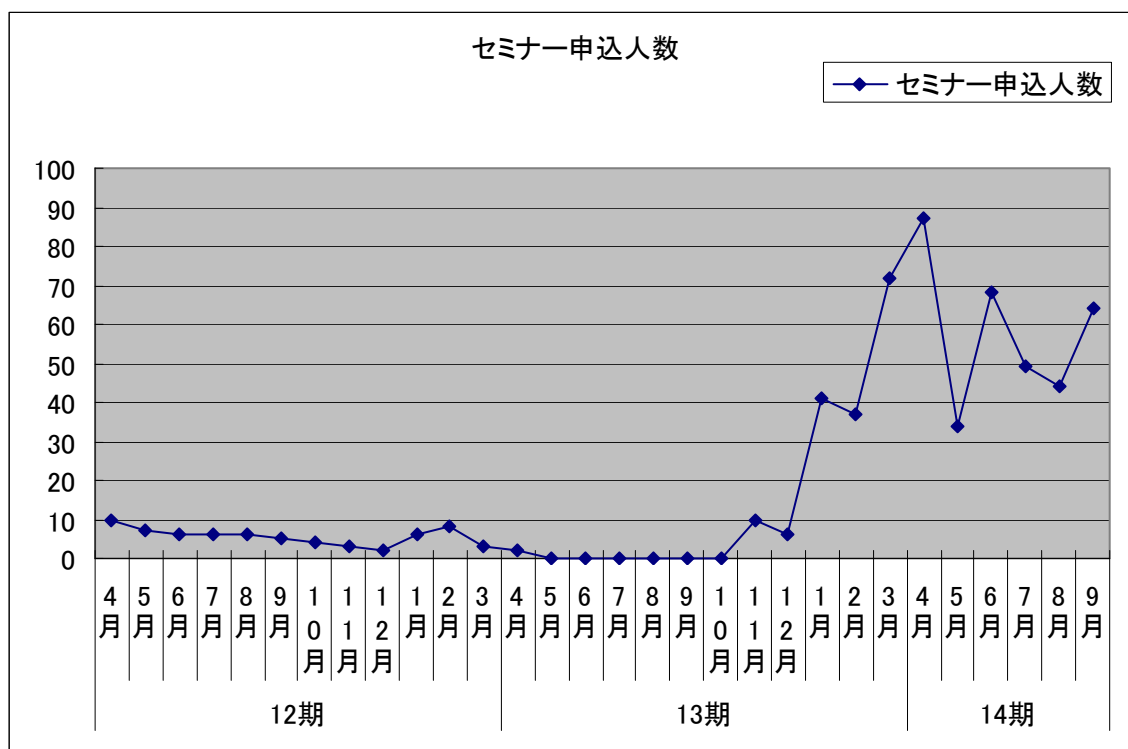
これらの取り組みは、従来より実施しておりますが、不要不急の経費は削減しつつ、売上に貢献する方策への投資は、今後一層強化してまいります。

### (3) セミナー、展示会出展による新規開拓、認知度向上

上記のとおり、インターネットによる新規開拓ルートは着実に強化されています。一方、対面での新規開拓の手法であるセミナーの開催や展示会への出展にも、積極的に取り組んでおります。

セミナーでは、当社が培ってきたメールマーケティングやウェブマーケティングのノウハウの紹介とあわせ、自社製品のPRなどを行っております。下記のグラフのとおり、第13期（平成20年3月期（前期））の第4四半期以降、開催告知の強化などの方策により、集客力が大幅に向上しています。

単位：人（延べ）



また、展示会については、集客力が高いものに出展を絞り込み、展示会あたりの出展スペースを拡張させる“選択と集中”方式に切り替えていく計画です。第14期（平成21年3月期（当期））は、平成20年5月に東京ビックサイトで開催された第2回ダイレクトマーケティングEXPO（リード エグジビション ジャパン株式会社主催）に出展し、前年度の1.5倍の展示スペースを確保して、6,000人以上の来場者と接点を持つことができました。

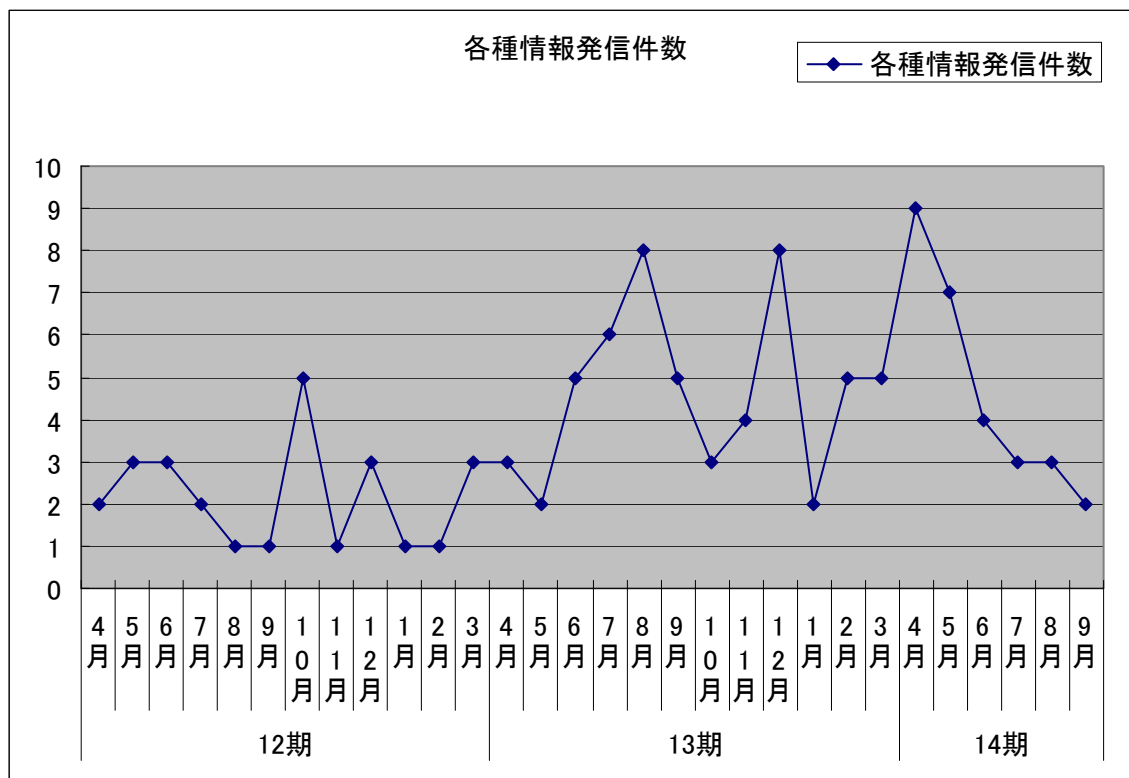
販売にあたって、見込み顧客への啓蒙や十分な説明が必要とされる“説明型製品”を主力とする当社にとって、セミナーや展示会出展による販路拡大はすぐに効果には結びつきにくいのが現状ですが、将来の市場拡大やブランドの向上のために、今後も精力的に展開する方針であります。

(4) プレスリリース&導入事例による認知度向上

エイジアの企業名と自社ブランド「WEB CAS」の認知度を向上させるため、インターネットニュースサイトへのプレスリリースに積極的に取り組んでおります。自社製品の採用事例に関しては、1回あたり数十程度のニュースサイトに掲載されることが多くなっております。

最近のプレスリリースを含む当社からの各種情報発信数は以下のとおりです。

単位：件



また、見込み顧客が購入製品を選定する際に有力な参考情報となる導入事例についても、第13期（平成20年3月期（前期））以降、積極的に作成に取り組んでおります。知名度の高い当社顧客企業にご協力いただき、インタビューに基づく本格的な導入事例の紹介に努めております。当社ウェブページに掲載している導入事例は、平成20年9月末現在、11事例となりました。

(5) 営業担当者の更なるスキル向上

前述のとおり、見込み顧客への啓蒙や十分な説明が必要とされる“説明型製品”を主力とする当社の営業担当者には、顧客からよりハイレベルなスキルを期待する声が高まっております。毎週実施している勉強会等により営業担当者全体のスキル向上を図っておりますが、今後も一層の向上に努めてまいります。



#### (6) 導入コンサルティングチームの拡充

当社が自社製品を納品する際には、導入コンサルティングチームによるネットワーク設計支援やハードウェアに関するコンサルティング等を実施することが多くなっております。現在、専任6名の体制で臨んでおりますが、新規導入だけでなく、既存顧客へのサービス向上の観点からも、体制の拡充を推進する計画であります。

### 2. 安定収益の増強

当社は、「WEB CAS」シリーズの販売において、自社導入形式（毎月利用料を支払いソフトウェアをサービスとして利用するASP形式ではなく、ライセンスを購入して自社システムとして利用する形式。）による販売が主力であります。近年、ASP形式での販売が順調に拡大しております。ASP形式での販売は、1案件あたりの単価が低いため、急激な伸びは期待しにくいものの、継続的に売上を計上でき、収益の安定化をもたらすといわれております。

「WEB CAS」シリーズのASP形式の販売は、第12期（平成19年3月期）から第13期（平成20年3月期）にかけて、47百万円から71百万円に増えており、今後も拡大が見込めます。現状、当社のASP形式販売の営業体制は専任1名となっておりますが、拡充を検討中があります。

また、「WEB CAS」シリーズの自社導入形式による販売においても、保守売上が着実に増加しております。競合等により製品価格を引き下げざるを得ない場合でも、保守料金は定額を確保することに注力しており、「WEB CAS」シリーズの販売回復にともない、安定した売上の確保に貢献するものと考えております。

### 3. 製品力、研究開発力の更なる強化

#### (1) 開発人員の増強から生産性の向上へ

前述のとおり、当社は、「WEB CAS」シリーズの製品力向上のため、研究開発人員を増員してまいりました。当社が東証マザーズに上場した平成17年10月時点では3名であった研究開発人員は、直近の平成20年9月には11名（部門長、アシスタントを除く）となりました。研究開発ラインも複数化し、新製品の開発と既存製品のバージョンアップ開発を平行して行える体制が整いました。

現在は、人数の増強から生産性の向上に軸足をシフトしております。平成20年4月には、3部門に分かれていた開発部門を1つに統合し、研究開発要員、受託開発要員、導入コンサルティング要員の交流を密にし、業務をお互いに融通することにより、生産性の向上を推進中であります。

#### (2) 自社製品のバージョンアップ

主力製品の1つであるWEB CAS formulator（HTMLやプログラムの知識が無くても、アンケートフォーム、資料請求フォーム、登録フォームなどが簡単に作成できるアンケートシステム）と、昨年販売を開始したWEB CAS creator（既存のWEBサイトの構造を変更することなく、すばやくWEBサイトを共有・管理できるCMS（コンテンツマネジメントシステム））のバージョンアップ開発を進めております。特にWEB CAS formulatorについては、

顧客企業から要望の強い事項を多く取り込む計画で、製品の競争力向上に貢献するものと考えております。

### (3) ソフトブレーンとの製品連携

平成 19 年 8 月に業務提携基本契約を締結し、お互いに資本を持ち合っているソフトブレーン株式会社（東京都港区、代表取締役社長 秋山 真咲、以下ソフトブレーン）との製品連携の検討を進めております。

ソフトブレーンが主力とし、顧客情報を管理し営業マンに情報提供する SFA<sup>※6</sup>と、当社の看板製品であり、顧客に直接アプローチするネットの営業マンソフト「WEB CAS e-mail」は非常に相性がよく、お互いの製品が連携することで市場の広がりが期待できます。

## 4. 業務提携も視野に

上記ソフトブレーンとの業務提携のほか、お互いの売上や利益に貢献する業務提携や資本提携については、期待できる効果を十分に検討したうえで、今後も積極的に取り組んでまいりる所存です。

## 5. 今後の業績見込み

本日開示した「平成 21 年 3 月期 第 2 四半期決算短信（非連結）」に記載のとおり、平成 21 年 3 月期第 2 四半期累計期間の業績は以下のとおりとなりました。

なお、通期については、「WEB CAS」シリーズの売上は順調に推移しておりますが、現時点では商談中の案件や経費について不確定な要素を含んだ状態となっております。以上のことから、第 3 四半期、第 4 四半期分（10 月から翌 3 月）については、当初の予想を据え置き、これに第 2 四半期累計期間（4 月から 9 月）の実績を加算したものを通期の業績予想としております。不確定要素が明らかになった時点で、別途ご報告いたします。

単位：百万円

	第2四半期累計期間 実績 (A)	通期 予想 (B)	進捗率 (A/B)
売上高	337	713	47.2
営業利益	20	59	33.8
経常利益	20	59	33.8
当期純利益	△41	△3	—

以上

- ※1 e-CRM (Electronic Customer Relationship Management、イーシーアールエム)  
インターネット技術を活用して企業が顧客と長期的な関係を築く方法の一つで、顧客データベースをもとに、商品・サービスの売買、問合せ、クレームへの対応等について一貫して管理する手法のこと。
- ※2 アプリケーションソフト  
文書作成など、特定の目的のために設計されたソフトウェアのこと。
- ※3 データベース  
複数のアプリケーションソフトまたはユーザによって共有される、データの集合およびその管理システムのこと。
- ※4 CMS (Contents Management System、シーエムエス/コンテンツマネジメントシステム)  
WEB コンテンツを構成するテキストや画像、レイアウト情報などを一元的に保存・管理し、サイトを構築したり編集したりするシステムおよびソフトウェアのこと。
- ※5 SEO (Search Engine Optimization、エスイーオウ)  
インターネット上で検索した場合の結果表示画面に、自らのウェブページが上位に表示されるよう工夫すること。検索エンジン最適化と翻訳されることが多い。
- ※6 SFA (Sales Force Automation、エスエフエー)  
IT 技術を活用して、企業の営業部門を効率化すること、またはその実現のためのシステムのこと。