

 永田 豊志 社長	株式会社ショーケース(3909)
	

## 企業情報

市場	東証1部
業種	情報・通信
代表取締役社長	永田 豊志
所在地	東京都港区六本木1丁目9-9 六本木ファーストビル14F
決算月	12月末日
HP	<a href="https://www.showcase-tv.com/">https://www.showcase-tv.com/</a>

## 株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
633円	8,561,900株		5,419百万円	1.7%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
6.50円	1.0%	4.20円	150.7倍	253.56円	2.5倍

\*株価 8/20 終値。発行済株式数、DPS、EPS は 21 年 12 月期第 2 四半期決算短信より。EPS は予想レンジの下限。ROE、BPS は前期実績。

## 業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2017年12月(実)	1,859	191	163	12	1.79	5.50
2018年12月(実)	2,002	352	323	16	2.48	0.00
2019年12月(実)	1,508	92	-14	-183	-27.02	5.50
2020年12月(実)	1,530	45	58	25	3.75	6.00
2021年12月(予)	1,650~2,000	60~100	60~100	36~60	4.20~7.01	6.50

\*単位:百万円、円。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。

株式会社ショーケースの2021年12月期第2四半期決算概要等をご紹介致します。

## 目次

### [今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
  - [2. 2021年12月期第2四半期決算概要](#)
  - [3. 2021年12月期業績予想](#)
  - [4. 今後の注目点](#)
- [<参考1:中期成長戦略>](#)  
[<参考2:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

## 今回のポイント

- コアバリューを「おもてなしテクノロジーで人を幸せに」とし、徹底したマーケットインの発想でクラウド型 SaaS システムの開発・提供を中心にビジネスを展開。2019年12月期を「第二創業」と位置付け、新たなビジネスコンセプトとして「企業と顧客をつなぐ DX クラウドサービス」を掲げ、企業の DX 推進を支援する。「優良な顧客基盤」「豊富な SaaS 開発技術と運用ノウハウ」「高い顧客満足度」などが強み。
- 2021年12月期第2四半期(累計)の売上高は前年同期比 8.5%増の 7 億 30 百万円。主力の SaaS 事業が増収。クラウドインテグレーション事業も寄与した。広告・メディア事業が減収。営業利益は 67 百万円の損失。増収により売上総利益も増加したが、開発・広告宣伝・人件費など積極的な投資を行い販管費が同 16.6%増加した。
- 2021年12月期業績予想に変更はなく、増収・増益を予想。新事業の展開による収益への影響が大きいことを踏まえ、レンジ形式で開示しているが、レンジ下限でも増収、2桁の営業増益の予想。期中は赤字を見込んでいるが、下期から一部投資を回収する案件もあり、通期では黒字を確保。成長性の高い市場に向けた商材・サービスへの集中投資により、売上高・利益ともに大幅な増加を見込んでいる。ただ、人材及び広告宣伝への投資を強化するため利益は保守的な予想としている。下期には、前述の AI inside 株式会社との共同開発第一弾「Digital Input」のリリースのほか、DX 推進の新プラットフォームサービスリリース、有力セールスパートナーとの業務提携などを予定している。配当は前期比 0.5 円/株増配の 6.50 円/株を予定。予想配当性向は 92.7~154.8%。
- 同社の成長ドライバーであるオンライン本人確認(eKYC)サービスが順調に成長している。2020年はコロナ禍による非対面取引拡大により問い合わせが急増し、今年に入っても、KPIとしているアカウント数、MRR(Monthly Recurring Revenue、継続課金による月次収益)ともに急拡大しており、2021年期末の「MRR」は前年同期比 450%増を見込んでいる。初期費用などの一時的な売上を含まない MRR の拡大は収益基盤の安定化に繋がるとともに、収益性の向上にもつながる。
- 今期業績予想達成に向けた四半期動向もチェックしつつ、中期経営戦略に掲げている「2023年12月期 売上高 28~34 億円、利益率 20%」に向け、各種施策が想定通り進捗していくのか、タイムスケジュールに掲げている各製品・サービスが計画通りにリリースされていくのかを見ていきたい。

## 1. 会社概要

コアバリューを「おもてなしテクノロジーで人を幸せに」とし、徹底したマーケットインの発想でクラウド型 SaaS システムの開発・提供を中心にビジネスを展開。2019年12月期を「第二創業」と位置付け、新たなビジネスコンセプトとして「企業と顧客をつなぐ DX クラウドサービス」を掲げ、企業の DX 推進を支援する。「優良な顧客基盤」「豊富な SaaS 開発技術と運用ノウハウ」「高い顧客満足度」などが強み。

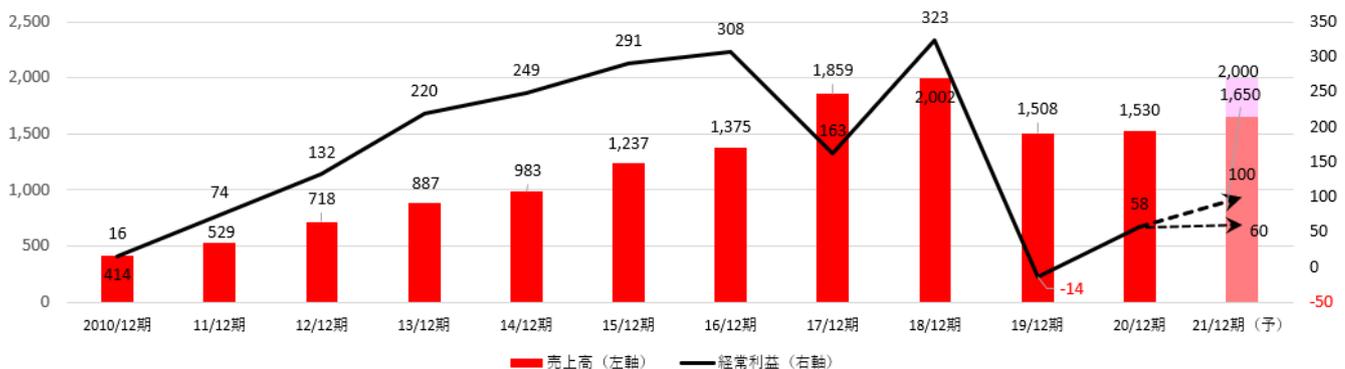
### 【1-1 沿革】

1996年、販売促進・広報活動の支援を目的とする有限会社フューチャーワークス設立。1998年に株式会社へ組織変更後、2005年には、事業拡大及び経営資源の効率化を図るため株式会社フューチャーワークスを存続会社とし、インターネット、Web 動画等を活用したプロモーション事業を手掛ける株式会社スマートイメージを吸収合併し、商号を「株式会社ショーケース・ティービー」に変更。それまでのマーケティングのための販促物の制作受託から、自ら製品・サービスを生み出すスタイルへとビジネスモデルを変革した。

そうした中、クライアントの意見を参考に開発した現在の主力サービスである入力フォームの最適化サービス「フォームアシスト」が高く評価される。当初は、ECサイト、不動産会社などの導入も多かったが、同社の高水準の保守運用体制を魅力と考える金融機関の顧客数が増加し現在の安定した顧客基盤が形成されていく。これに伴い業績も順調に拡大し、2015年に東証マザーズに上場、2016年には東証1部へ市場変更した。

しかし、その後、2015年から採用した M&A による多角化路線が想定していたシナジーを生まず、2019年12月期第1四半期には大幅な減収で減損損失を計上。そのような中で、同期を「第二創業」と位置付け、創業以来副社長として事業を牽引してきた永田豊志氏が2019年3月、新代表取締役社長に就任した。同年4月には「株式会社ショーケース」へ商号変更するとともに組織改革を実行し、新経営執行体制による更なる飛躍を目指している。

売上高・経常利益の推移（単位：百万円）



### 【1-2 企業理念など】

コアバリューは「おもてなしテクノロジーで人を幸せに」。

創業以来、人(=ユーザー)を起点とした課題解決および価値創造を目指し、導入が手軽で使いやすい、おもてなしの心を持つテクノロジーを手段として「人の幸せ」に中心としたビジネスサービスを展開している。

また、「第二創業」にあたり、2020年に新たなビジネスコンセプトとして「企業と顧客をつなぐ DX クラウドサービス」を掲げ、同社の事業領域を投資家に向けて明確に発信している。

### 【1-3 市場環境】

#### (1) 急成長が予想される DX 市場と「2025年の崖」

経済産業省が2018年9月に発表した「DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～」(デジタルトランスフォーメーションに向けた研究会)によれば、

「あらゆる産業において、新たなデジタル技術を利用してこれまでにないビジネス・モデルを展開する新規参入者が登場し、ゲームチェンジが起きつつある。こうした中で、各企業は、競争力維持・強化のために、デジタルトランスフォーメーション(DX: Digital Transformation)をスピーディーに進めていくことが求められている」一方で、

## BRIDGE REPORT

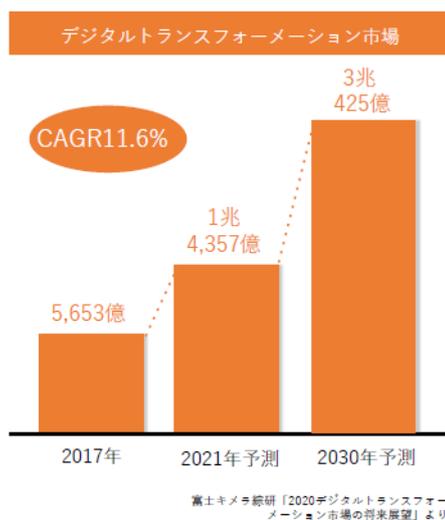


- ☆ 既存の IT システムがビジネス・プロセスに密結合していることが多いため、既存システムの問題を解消しようとする、ビジネス・プロセスそのものの刷新が必要となり、これに対する現場サイドの抵抗が大きい。
- ☆ 既存の IT システムを巡る問題を解消しない限りは、新規ビジネスを生み出し、かつ俊敏にビジネス・モデルを変革できない、すなわち、DX を本格的に展開することは困難である。
- ☆ 既存システムの運用、保守に多くの資金や人材が割かれ、新たなデジタル技術を活用する IT 投資にリソースを振り向けることができない。
- ☆ これを放置した場合、今後、ますます運用・保守コストが高騰する、いわゆる技術的負債の増大とともに、既存システムを運用・保守できる人材が枯渇し、セキュリティ上のリスクが高まることも懸念される。

といった問題も指摘している。

中でも、「複雑化・老朽化・ブラックボックス化した既存システムが残存した場合、2025年までに予想される IT 人材の引退やサポート終了等によるリスクの高まり等に伴う経済損失は、2025年以降、最大 12 兆円/年(現在の約 3 倍)にのぼる可能性がある」と指摘しており、これを「既存 IT システムの崖(2025年の崖)」と呼んでいる。

多くの企業が生き残りをかけて「DX」に取り組むことで DX 市場は急成長が予想されるが、「2025年の崖」を乗り越えるサービス、ソリューションを提供できるか否かが、サービスベンダーの成長の分水嶺となるだろう。



(同社資料より)

## (2) 急成長が予想される「eKYC」

新型コロナウイルス感染拡大に伴う巣籠り需要の拡大もあり、本格的なオンライン決済・キャッシュレス時代を迎え、オンラインによる非対面での本人確認手段である、「eKYC」の普及が進んでいる。

eKYC とは、electronic Know Your Customer の略で、「オンライン上で行う本人確認」のこと。

麻薬組織やテロリストといった犯罪組織への資金供給を断つための国際的なマネーローンダリング(資金洗浄)対策のため、「犯罪による収益の移転防止に関する法律」(犯収法)に従って金融機関などは口座開設時、取引時に顧客が本人と一致しているか、取引目的等について確認する義務がある。

不正送金事件による被害額は 2019 年度で約 25 億円にも上り、金融機関には一段と厳しい確認義務が要請されている。

しかし一方で、従来の郵便を使った非対面における本人確認手続きは以下のような課題が指摘されている。

- \* 金融機関毎に郵送による書類提出が必要なため、年間 170 万人が途中で口座開設を諦めている。
- \* 金融機関における本人確認業務の煩雑さから、そのコストは年間約 2 兆円。
- \* 確認ができた顧客に本人限定郵便を郵送する国内金融機関の負担額は年間約 40 億円。
- \* 口座が開設できても取引時には、金融機関毎に個別の ID でログインしなければならない。

利用者にとっては利便性が低く、金融機関にとってもコストが巨額であることに加え機会損失も大きいいため、より迅速かつ効率的な本人確認作業が必要となり、普及が進んでいるのが「eKYC」である。

2018年11月に改正された犯収法では、利用者は本人確認書類及び本人容貌画像をインターネットで送信する「オンラインで完結する自然人の本人特定事項の確認方法」が追加された。2023年までは猶予期間で、従来の紙とオンラインの併用が認められているが、以降はオンラインによる本人確認が義務付けられる。

本人確認郵便が必要なくなるため、利用者の利便性は上がり、金融機関のコスト削減も期待できることから今後一段と普及すると見られている。

また、本人確認は金融関係のみならず、様々な業種・業態で行われているため、保険、クレジットカード、通信キャリア、古物商(リサイクル)など、利用シーンは大きく広がることが予想されている。

事実、2020年に起こった大手通信キャリアにおける不正アクセス事件もオンライン本人確認であれば未然に防止できた案件であり、2023年の猶予期間終了を待たず、オンライン本人確認利用が一気に広がることは確実であろう。

同社資料によれば、eKYCサービスの市場規模は2019年の4.8億円から2024年には44億円へ拡大。年平均成長率は55.8%という高成長が見込まれる。

## 【1-4 事業内容】

### (1) 事業形態

ユーザビリティの高いSaaS開発技術を活用し、社会の「不」を解消する価値の高いサービスを提供している。

加えて、新たなビジネスコンセプトとして「企業と顧客をつなぐDXクラウドサービス」を掲げ、企業と顧客をつなぐインターフェース周りのSaaSおよびプラットフォーム開発や、協創型DX支援開発を通じて「2025年の崖」を超えるサービスを展開していく。

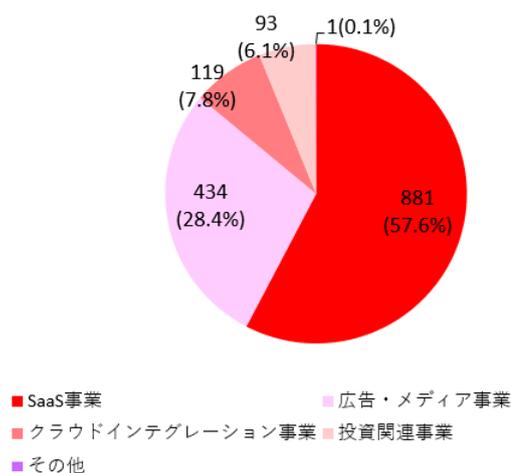
### (2) 事業セグメント

報告セグメントは「SaaS事業」「広告・メディア事業」「クラウドインテグレーション事業」「投資関連事業」の4つ。

「クラウドインテグレーション事業」は、新ビジネスコンセプトに基づいて2020年12月期に立ち上げた新セグメント。

21年12月期第1四半期より、組織名称の変更に伴い、従来「マーケティングSaaS事業」としていた報告セグメントの名称を「SaaS事業」に変更。

セグメント別売上高構成(20/12期、単位:百万円)



\*21/12期第1四半期より「マーケティングSaaS事業」を「SaaS事業」に名称

### ① SaaS 事業

主力事業であるWebサイトの最適化技術によりコンバージョン率(成約率)を高めるクラウドサービス「Form Assist(フォームアシスト)」と、セキュリティ関連のクラウドサービス「ProTech シリーズ」の提供が中心。

### ◎Form Assist(フォームアシスト)

ECサイトを始めとしてWebによるサービス提供において運営者は、自社サイトを訪問したユーザー(潜在顧客)が、サイト内の情報を閲覧するだけではなく、自身の情報を入力したり、問合せしたりすることで、最終的に製品やサービスの購入に結び付けることを意図している。そのためには、ユーザーがWebページの入力フォーム・問合せフォームまで辿り着いたにも関わらず、入力のしづらさや煩わしさが原因でページから離れてしまうことは極力避けなければならない。

こうした機会損失を低減させ、成果の最大化を図るために入力率を向上させる施策を「EFO(Entry Form Optimization):入力フォーム最適化」と呼ぶ。

同社のEFOツールForm Assist(フォームアシスト)は、同社が国内で初めてサービス化したEFOツール。

導入フォーム数は5,000を超え、様々なニーズに対応しているほか、10年以上の実績の蓄積による独自ノウハウを提供している。

中心顧客である金融機関においては大手メガバンクを始めとして大手地銀、損害保険などが導入、EFO市場における金融業界シェアNo.1を誇っている。



(同社資料より)

入力を楽しむ30種類以上のアシスト機能や、現在の入力フォームの見た目を変える機能の導入にあたり、自社サイトの大規模な改修は不要で、タグの設置のみで対応できる。

こうした手軽さが高く評価されているほか、特に金融機関においては、ショーケースが個人情報に触れる必要が無い点も、導入のハードルを下げる大きな評価ポイントとなっている。

また豊富なWebマーケティングの知識・スキルを保有した専任担当者が、更なるコンバージョンアップのための分析を行い、Webサイト上の課題を明確にするほか、他社にはない蓄積された成功事例や失敗事例を元に、顧客のゴールに適した施策を提供している。

導入企業のコンバージョンは平均して確実に向上し、特にUI改善に不慣れな企業の場合は10%以上の改善に繋がっているという。

大手の金融機関は自社グループにシステム開発会社を有しているケースが多く、EFO導入に際しては競合する場合もあるが、そうしたシステム開発会社にはWebマーケティングのノウハウは乏しく、その面でも同社は強力な競争優位性を有している。

導入企業



(同社資料より)

### ◎オンライン本人確認/eKYC ツール「ProTech ID Checker(プロテック アイディー チェッカー)」

「ProTech シリーズ」は、Web サイトにおける不正なログインやなりすまし、入力ミスによる機会損失などの防止やセキュリティ強化などに特化し、顧客のコンバージョン(成約)獲得のベネフィットを最大化するクラウドサービス。

スマートフォンで運転免許証を撮影し、OCR 技術により個人情報を入力フォームに反映する「License Reader(ライセンスリーダー)」に加え、2019年にリリースしたオンライン本人確認/eKYC ツール「ProTech ID Checker(プロテック アイディー チェッカー)」を同社では今後の成長ドライバーと位置付け販売拡大に注力している。

「市場環境」の項で触れたように、eKYC は金融機関のみだけではなく、幅広い業種・業態での導入が進むとみられる。

同社の「ProTech ID Checker」も、本人確認書類と自身の容貌写真を撮影するだけでオンラインによる本人確認が終了する。また、EFO 同様、必要な作業はタグの埋め込みのみと導入が容易で、新型コロナウイルス感染拡大による非対面取引ニーズの急拡大と口座不正利用問題の社会的な課題を解決するサービスとして注目され、「日経×TECH EXPO AWARD 2019 準グランプリセキュリティ賞」を受賞するなど、業界からも高く評価されている。

本格的な導入は2020年からであるが、非対面・オンライン取り機の需要増加に伴い幅広い業種で導入企業数が増加。2021年に入り、既に2020年1年間の導入件数を超過しており、2021年12月期から売上・利益ともに寄与してくることが期待されている。

#### 【主な導入企業】



賃貸事業の駐車場契約



カードローン



クレジットカード



暗号資産交換所



ビジネスファンディング



婚活サイト



無人シェアオフィス



オンラインスマホ買取



リユース本のサブスクリプションサービス



家電レンタルサイト



個別相談時の本人確認



結婚支援センター

(同社資料より)

現在、改正犯罪収益移転防止法に対応した「ProTech ID Checker」と、ID セルフィー型の「ProTech ID Checker Type S」の2種類を提供しており、2021年3月には本人確認時における保険証の自動マスクングサービスを提供する「ProTech AI Masking」をリリースし、2021年5月にはSMSを用いた多要素認証サービス「ProTech MFA by SMS」をリリースした。今後もサービスラインナップを増やす予定である。



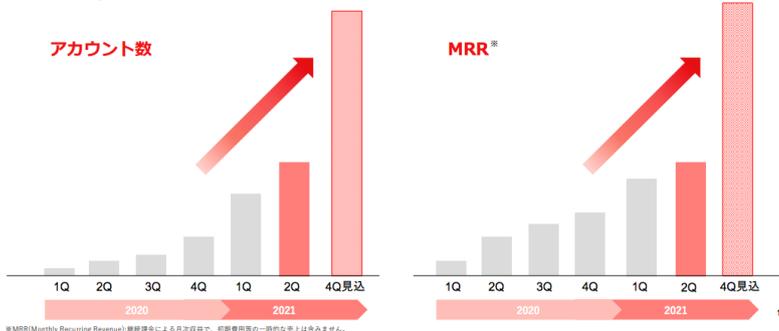
ProTech  
ID Checker

ProTech  
AI Masking

ProTech  
MFA by SMS

### オンライン本人確認 (eKYC) サービスのKPI推移

- 2019年11月サービス開始後のアカウント数・MRR推移
- 2020年コロナ禍の非対面取引拡大により問い合わせが急増、4Q以降の実績が増加
- 2021年1Qは前年同期増減率+660%。2021年期末は前年同期増減率+450%を見込む



(同社資料より)

## ②広告・メディア事業

オウンドメディアの運用と広告関連サービスの提供を行っている。

### ◎オウンドメディア運営

スマートフォン関連メディア「bitWave」を主軸コンテンツとして成長している。また、新たにお金に関わる情報をわかりやすく伝える金融関連情報メディア「金融 Lab.」をスタートした。お得なクレジットカード情報、株式投資、資産運用、保険やローンなどの情報を発信している。2021年8月現在、動画メディアのチャンネル登録者数は3万人を超えている。

SaaS 事業において構築した金融機関の顧客基盤を活かして、クレジットカードへの送客など、アフィリエイト収入の拡大に取り組んでいる。今後も成長性・収益性の高いメディア事業への積極投資を進めていく。



(同社資料より)

### ◎広告関連サービス

従来から提供してきた「ナビキャスト Ad」など運用広告関連サービスに加え、SNS 広告、スマートフォンアプリ対応の動画プラットフォーム「SHOWCASE Ad」などを提供している。

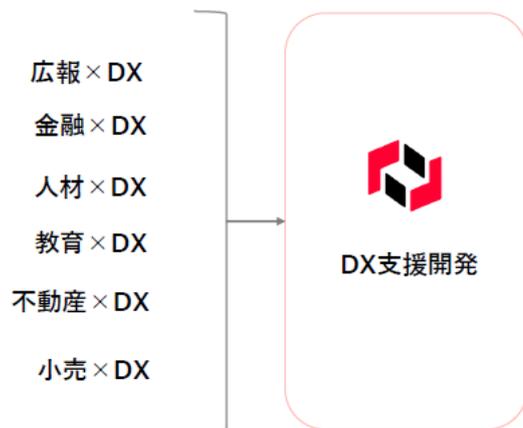
## ③クラウドインテグレーション事業

これまでに蓄積してきた SaaS プロダクト開発ノウハウと大手企業の業務ノウハウを融合した DX 支援開発事業を提供している。様々な業界を対象に SaaS 事業を積極的に展開し、市場構造改革が起こり始めた DX 市場において、企業の情報システムのクラウド化を支援する。

「市場環境」の項で触れたように、多くの企業が生き残りをかけて「DX」に取り組むことで DX 市場は急成長が予想されるが、「2025年の崖」という課題が横たわっている。

同社は、これまで培ってきた技術とノウハウを活かして、DX にかかわる企業のシステム担当者の手間を大きく低減するプラットフォームをリリースし、企業、自治体の DX 推進実現に貢献する考えだ。

## 「業界×DX」のDX支援開発



(同社資料より)

**(具体的な取り組み①: 広報・PR 業界の DX 支援)**

PR 大手の株式会社ブラップジャパン(東証ジャスダック:2449)との合弁会社 ブラップノード株式会社が運営する広報業務自動化システム「PR オートメーション」は、2020年9月のリリース後1ヶ月で60社以上の大手企業が採用した。機能の追加開発により広報・PR 業界の DX 支援を拡大している。

**(具体的な取り組み②: 金融業界の DX 支援)**

横浜銀行の目的別ローンにおける契約内容の確認手続きをクラウド化し、オンラインで手続きの確認ができるクラウドシステムを開発した。

**④投資関連事業**

連結子会社 株式会社 Showcase Capital が、事業会社やベンチャー・キャピタル、コーポレート・ベンチャー・キャピタルとスタートアップ企業をオンラインでマッチングするマッチングプラットフォームサービス「SmartPitch」を運営している。登録スタートアップは2021年8月現在、250社を超え、事業会社など投資家は100社以上となっている。

また、経済産業省が推進するスタートアップ企業育成支援プログラム「J Startup」のサポーター企業に参画し、起業による地方創生を支援する各自治体との連携を進めている。

**(3)収益モデル**

SaaS 事業は、月額課金収益に加え、従量課金サービスによって収益が増加するモデルである。

## サブスクリプション売上（ストック型）



## 一時金売上（フロー型）



## 戦略1：契約件数の拡大

## 戦略2：1契約あたり売上高の拡大

(同社資料より)

KPIは、「契約あたり売上高」と「契約件数」。それぞれ以下の施策を推進する。

KPI	施策
契約あたり売上高の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>* オプション機能の提供</li> <li>* 新サービスや他社連携サービスの提供</li> <li>* DX 開発の提供</li> <li>* 従量課金モデルの拡大</li> </ul>
契約件数の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>* デジタルマーケティング強化</li> <li>* パートナー販売拡大</li> <li>* 地方展開の推進</li> <li>* 他業種への販売</li> </ul>

## 【1-5 特長と強み】

## (1) 優良な顧客基盤

SaaS 事業で構築した金融機関を中心とした累計 8,000 以上の優良な顧客基盤は、信用力という点で目に見えない資産として高い価値を有している。また、広告・メディア事業における金融メディアのマネタイズにも繋がっている。

## (2) 豊富な SaaS 開発技術と運用ノウハウ&amp;マーケット・インの発想による高い顧客満足度

豊富な SaaS 開発技術と運用ノウハウを蓄積している。また、マーケット・インの発想により、顧客ニーズに対応する開発スピードの速さ、低コストでありながらも高品質なプロダクトを提供できる点を顧客は高く評価しており、強力な競争優位性に繋がっている。

こうした優位性を活かし、新たに立ち上げたクラウドインテグレーション事業において企業や行政の DX 推進を強力に支援する。

## (3) 多数の技術特許を保有

日本・米国・シンガポールなどで多数の特許を保有している。

現在は、「ProTech ID Checker」において、本人確認システムプログラムなどの特許を複数出願中である。

今後も技術特許取得を目指し技術開発を積極的に推進する。

## BRIDGE REPORT



入力フォームの最適化技術	日本	Japan	2010年02月 取得
スマートフォン表示の最適化技術	日本	Japan	2012年03月 取得
Webサイト内誘導の最適化技術	日本	Japan	2012年08月 取得
スマートフォン表示の最適化技術	アメリカ	USA	2012年10月 取得
スマートフォン表示の最適化技術	シンガポール	Singapore	2013年04月 取得
スマートフォン表示の最適化技術	ブルネイ	Brunei	2013年04月 取得
パーソナライズ化された誘導最適化技術	日本	Japan	2013年11月 取得
異なるWebサイトでフォームの自動入力技術	日本	Japan	2015年10月 取得
スマートフォン表示の最適化技術	マレーシア	Malaysia	2016年05月 取得
モバイル端末を使った個人情報の暗号化技術	日本	Japan	2016年07月 取得
入力レスでログインが可能となる認証処理技術	日本	Japan	2017年01月 取得

(同社資料より)

### 【1-6 事業戦略】

以上のような製品ラインアップと競争優位性を有する同社は、以下3つの成長エンジンで売上・利益の拡大を追求する。

#### ◎成長エンジンⅠ【本人確認(eKYC)サービス】

前述のような強力な社会情勢の変化の下、導入が容易な利点を生かし、拡販を図る。

#### ◎成長エンジンⅡ【新プラットフォーム構想】

あらゆるデータの入り口を提供するフロントエンドの新プラットフォームを展開する。

同社のコア技術や特許技術、SaaS 開発ノウハウや本人確認技術を有力な企業やサービスと連携し、ユーザーとクライアント企業をつなぎ、利用企業を増加させる。



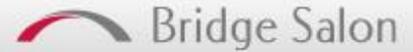
(同社資料より)

#### ◎成長エンジンⅢ【AI inside 株式会社との資本・業務提携】

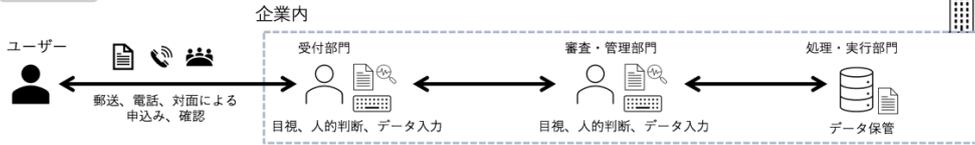
(詳細は、「2. 2020年12月期決算概要(4)トピックス参照」)

両社の強みを生かし、「技術ノウハウの相互利用」「サービスの相互販売」「共同商品開発」を通じて、社会に対し新たな価値を提供するとともに、両者の企業価値向上を目指す。

# BRIDGE REPORT



**Before** デジタル化の遅れる企業において、顧客との手続きは非効率的、社内業務は労働集約的

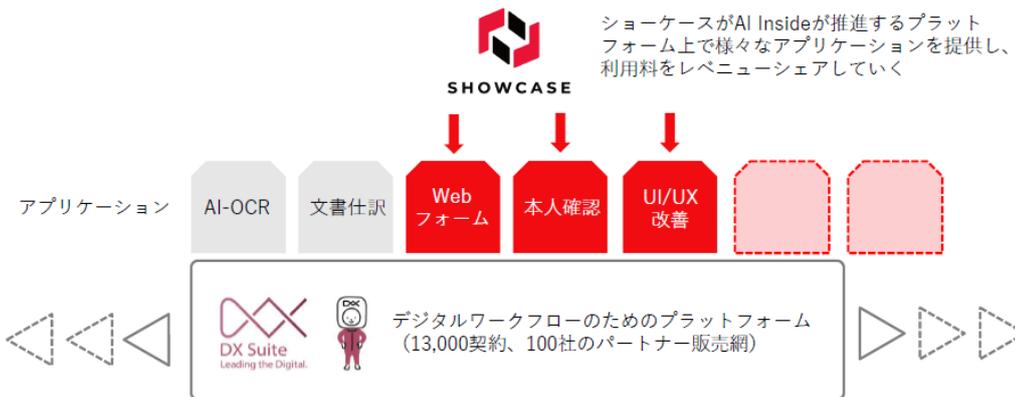


**After** ショーケースとAI Insideのサービス連携により、一気通貫のデジタルワークフローが実現



(同社資料より)

具体的には、ショーケースが、AI Inside が推進するプラットフォーム上で様々なアプリケーションを提供し、利用料をレベニューシェアする。



現在はOCRが中心だが、追加アプリケーションの魅力によってプラットフォーム導入を加速させる



(同社資料より)

各成長エンジンについてのリリーススケジュールは以下の通り。

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
オンライン本人確認等 SHOWCASE カンタン eKYC	●	● 保険証AIマスキングのリリース								
		○	● 認証系の新製品リリース							
フロントエンドの 統合プラットフォーム				○	● V1.0リリース					
AI insideとのアライアンス AI inside	●	● 共同開発プロジェクト								
	●	● DX-suite販売パートナー契約								

※下半期の製品計画については、確定したい発表していきます。

(同社資料より)

## 【1-7 ROE 分析】

	16/12 期	17/12 期	18/12 期	19/12 期	20/12 期
ROE(%)	14.8%	1.0%	1.4%	-17.2%	1.7%
売上高当期純利益率(%)	12.86	0.65	0.84	-12.14	1.69
総資産回転率(回)	1.02	0.92	0.78	0.63	0.59
レバレッジ(倍)	1.13	1.62	2.14	2.24	1.66

多くの資産を保有しない事業形態ではあるが、収益性、資産効率性の低さから、ROE は低水準で推移している。中期経営戦略では 2023 年の売上高営業利益率は 20% を目標としており、ROE 改善に向けては、eKYC ツールの拡販、DX 支援ビジネスの拡大により収益性向上を実現できるかがカギとなる。

## 2. 2021 年 12 月期第 2 四半期決算概要

## (1) 連結業績概要

	20/12 期 2Q (累計)	対売上比	21/12 期 2Q (累計)	対売上比	前年同期比
売上高	672	100.0%	730	100.0%	+8.5%
売上総利益	510	75.9%	544	74.5%	+6.6%
販管費	524	77.9%	611	83.7%	+16.6%
営業利益	-14	-	-67	-	-
経常利益	-7	-	-34	-	-
四半期純利益	17	2.7%	-36	-	-

\* 単位: 百万円。四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。

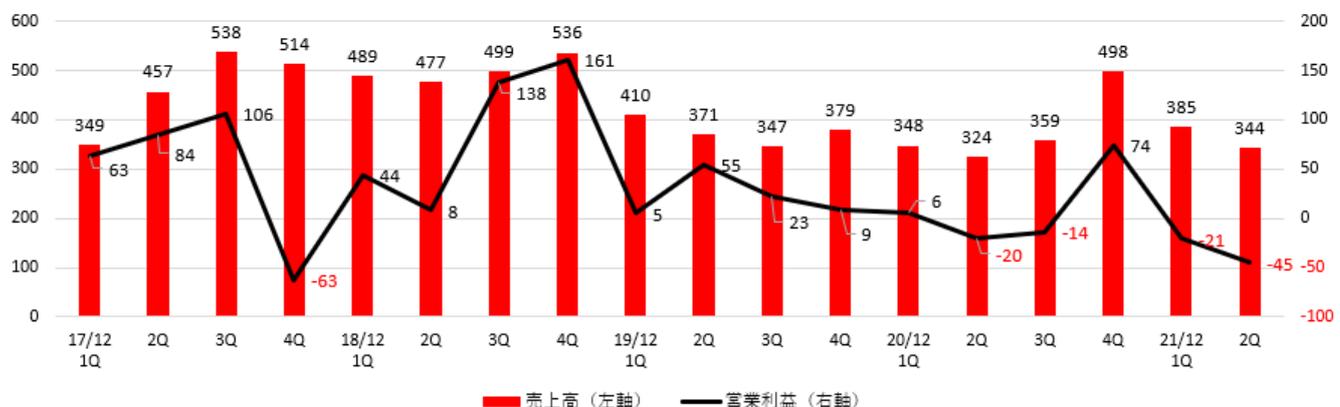
## 増収、営業減益。

売上高は前年同期比 8.5% 増の 7 億 30 百万円。主力の SaaS 事業が増収。クラウドインテグレーション事業も寄与した。

広告・メディア事業が減収。

営業利益は 67 百万円の損失。増収により売上総利益も増加したが、開発・広告宣伝・人件費など積極的な投資を行い販管費が同 16.6% 増加した。

四半売上高・営業利益の推移 (単位: 百万円)



## BRIDGE REPORT



## (2)セグメント別動向

	20/12 期 2Q	構成比	21/12 期 2Q	構成比	前年同期比
SaaS 事業	437	65.1%	460	63.1%	+5.3%
広告・メディア事業	213	31.7%	202	27.7%	-5.1%
クラウドインテグレーション事業	21	3.1%	60	8.3%	+186.9%
投資関連事業	-	-	5	0.8%	-
その他	0	0.1%	0	0.1%	-16.7%
<b>セグメント売上高</b>	<b>672</b>	<b>100.0%</b>	<b>730</b>	<b>100.0%</b>	<b>+8.5%</b>
SaaS 事業	297	67.9%	296	64.4%	-0.2%
広告・メディア事業	26	12.2%	18	9.2%	-28.6%
クラウドインテグレーション事業	-8	-	-15	-	-
投資関連事業	-13	-	-8	-	-
その他	-8	-	9	-	-
調整	-307	-	-368	-	-
<b>セグメント利益</b>	<b>-14</b>	<b>-</b>	<b>-67</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

\* 単位: 百万円。売上高は外部顧客への売上高。利益の構成比は売上高利益率。20/12 期より「クラウドインテグレーション事業」を報告セグメントに追加。当第2四半期より、組織変更に伴って経営管理区分の見直しを行い、従来「クラウドインテグレーション事業」に含めていた一部の事業を「SaaS 事業」に含めるよう変更している。なお、前第2四半期のセグメント情報についても、変更後の区分方法で開示。

## ◎SaaS 事業

増収減益。

主力事業は堅調に売上高が成長した。成長の柱となるオンライン本人確認(eKYC)サービスは拡大が続いている。引き続き開発、広告宣伝などへの積極投資を実施した。

## ◎広告・メディア事業

減収減益。

スマホ比較メディアが高収益となったが、新たな金融商品比較メディアへの先行投資により営業利益は大幅減となった。

## ◎クラウドインテグレーション事業

増収、損失拡大。

営業コストが増加し、減益。

## ◎投資関連事業

事業会社や VC、CVC とスタートアップ企業をオンラインでマッチングするプラットフォーム「Smart Pitch(スマートピッチ)」の登録数はスタートアップ企業側が 250 社超、事業会社等の投資家側も 100 社を超えた。

## (3)財政状態とキャッシュ・フロー

## ◎主要BS

	20/12 月末	21/6 月末	増減		20/12 月末	21/6 月末	増減
流動資産	2,477	2,328	-149	流動負債	480	531	+50
現預金	2,198	2,115	-82	仕入債務	25	17	-7
売上債権	207	164	-43	短期有利子負債	328	395	+66
固定資産	472	484	+12	固定負債	298	198	-100
有形固定資産	85	84	-0	長期有利子負債	253	157	-95
無形固定資産	125	133	+7	負債合計	779	729	-49
投資その他の資産	260	265	+4	純資産	2,170	2,082	-87
資産合計	2,949	2,812	-137	負債純資産合計	2,949	2,812	-137
				有利子負債残高	582	552	-29

\* 単位: 百万円。

現預金、売上債権が減少し、資産合計は前期比 1 億 37 百万円減少し 28 億 12 百万円。長期有利子負債が減少し、負債合計は同 49 百万円減少し 7 億 29 百万円。利益剰余金の減少で純資産は同 87 百万円減少し 20 億 82 百万円。自己資本比率は前期末から 0.5 ポイント上昇し 74.1%となった。

### ◎キャッシュ・フロー

	20/12 期 2Q	21/12 期 2Q	増減
営業 CF	-4	14	+18
投資 CF	-63	-9	+53
フリーCF	-67	4	+71
財務 CF	-230	-87	+143
現金同等物残高	1,131	2,115	+984

\* 単位:百万円

キャッシュポジションは上昇した。

### (4)トピックス

#### 【AI inside 株式会社との共同開発第一弾】「Digital Input」をサービスローンチ予定

資本・業務提携先である AI inside 株式会社(東証マザーズ、4488)との共同開発第一弾となる「Digital Input」のサービスローンチを発表した。

実際のリリース日は現時点で未定。

#### (Digital Input 概要)

「Digital Input」は、Web フォームと紙帳票の入力ワークフローを統合し、データの流れを効率化するサービス。

AI inside が提供する AI-OCR「DX Suite」をはじめとした AI やアプリケーションが使える「Workflows」上で利用することができる。

「Digital Input」は「DX Suite」クラウド版を契約のユーザ向けアプリケーションとして、期間限定で無償提供する。

「Digital Input」を活用することで、ユーザは注文書などの紙帳票を AI-OCR で読み取る入力と、Web フォームからの入力の二つのワークフローを統合し、情報を一元管理することで業務効率化を図ることが可能。

また、Web フォームにはショーケースが 10 年以上に渡り蓄積した EFO(Entry Form Optimization: エントリーフォーム最適化)ツール「フォームアシスト」の開発/運用ノウハウを活用しており、インターフェースは入力しやすい UI/UX となっており、ユーザの途中離脱を防止する。

#### (共同開発の背景)

日本は世界デジタル競争力ランキング 2020 で 27 位に位置しているなど、行政および国内企業の DX 化・デジタル化は思うように進んでいない。

ペーパーレスが叫ばれる昨今、デジタル化が進んでいるとはいえ、いまだに紙による手続きは残っており、それにより、ユーザはデジタルフローと紙帳票のフローの両方の手間・コストがかかっている状況であり、複雑な業務フローのもと、非効率なデータの流れが生まれている。

このような状況を解消・軽減するために、Web フォームから情報取得し、データの流れを効率化する「Digital Input」を AI inside と共同開発した。

#### (今後の展開について)

ショーケースでは「Digital Input」の正式リリースを視野に入れた、AI inside との共同開発を今後も進めていく。

また、eKYC(顔認証を用いたオンライン本人確認)をはじめとする様々なアプリケーションなど、AI inside との業務提携および共同開発・販売を通じて、更なるユーザの獲得・事業拡大を目指し、コロナ禍により拡がりをみせる、各種のオンライン手続きの普及・推進に寄与する考えだ。

### 3. 2021年12月期業績予想

#### 業績予想

	20/12期	対売上比	21/12期(予)	対売上比	前期比	進捗率
売上高	1,530	100.0%	1,650 ~2,000	100.0%	+7.8% ~+30.7%	36.5% ~44.3%
営業利益	45	3.0%	60 ~100	3.6% ~5.0%	+31.7% ~+119.6%	-
経常利益	58	3.8%	60 ~100	3.6% ~5.0%	+1.9% ~+69.9%	-
当期純利益	25	1.7%	36 ~60	2.2% ~3.0%	+38.8% ~+131.4%	-

\* 単位: 百万円。予想は会社側発表。

#### 業績予想に変更無し。増収・増益を予想

業績予想に変更は無い。新事業の展開による収益への影響が大きいことを踏まえ、レンジ形式で開示しているが、レンジ下限でも増収、2桁の営業増益の予想。期中は赤字を見込んでいるが、下期から一部投資を回収する案件もあり、通期では黒字を確保。成長性の高い市場に向けた商材・サービスへの集中投資により、売上高・利益ともに大幅な増加を見込んでいる。ただ、人材及び広告宣伝への投資を強化するため利益は保守的な予想としている。

下期には、前述の AI inside 株式会社との共同開発第一弾「Digital Input」のリリースのほか、DX 推進の新プラットフォームサービスリリース、有力セールスパートナーとの業務提携などを予定している。

配当は前期比 0.5 円/株増配の 6.50 円/株を予定。予想配当性向は 92.7~154.8%。

以下の3つの成長戦略により成長を加速する。

#### ①中核事業の投資と事業成長で加速

急増する社会課題を解決するオンライン本人確認やフロントプラットフォーム開発への投資を強化する。拡大する DX 市場で、各界のリーディングカンパニーとの SaaS 化システム開発を展開する。

#### ②有力パートナー企業との積極的なアライアンスで加速

AI inside 社のような企業の DX 推進にかかわる有力企業との業務提携や協業を進める。また、パートナー販売等による事業規模の拡大を図る。

#### ③事業拡大 M&A 戦略で加速

中核事業の規模拡大、優秀なエンジニア確保などのための M&A を計画している。

### 4. 今後の注目点

同社の成長ドライバーであるオンライン本人確認(eKYC)サービスが順調に成長している。

2020年はコロナ禍による非対面取引拡大により問い合わせが急増し、今年に入っても、KPI としているアカウント数、MRR (Monthly Recurring Revenue、継続課金による月次収益)ともに急拡大しており、2021年期末の MRR は前年同期比 450%増を見込んでいる。初期費用などの一時的な売上を含まない MRR の拡大は収益基盤の安定化に繋がるとともに、収益性の向上にもつながる。

今期業績予想達成に向けた四半期動向もチェックしつつ、中期経営戦略に掲げている「2023年12月期 売上高 28~34 億円、利益率 20%」に向け、各種施策が想定通り進捗していくのか、タイムスケジュールに掲げている各製品・サービスが計画通りにリリースされていくのかを見ていきたい。

## <参考1:中期成長戦略>

2019年12月期を「第二創業」と位置付けて2期目となる前期を終えた同社は、以下のように、今期から2023年12月期までの3年間の中期的な成長戦略を掲げている。

### (1)外部環境変化への対応

政府が主導するデジタル化、新型コロナウイルスによる非対面取引の急成長と様々な局面でのオンラインの拡大、決済口座不正利用問題による本人確認ニーズの急拡大など、外部環境は急速に変化し、それに伴い企業、ユーザー・政府・自治体などのステークホルダーからは新たなニーズも生まれている。

こうした外部環境の変化や新たなニーズに柔軟かつスピーディーに対応し、自社の価値を提供して社会的な課題を解決することが成長につながると同社では考えている。

外部環境の変化に柔軟かつスピーディーに対応し、ショーケースの価値を提供する



(同社資料より)

### (2)重点戦略

以下の3点を重点戦略としている。

- \* 中期的企業価値の向上と株主還元
- \* 収益性・成長性の高い分野への集中投資
- \* 企業ブランド認知向上のための積極的な情報発信

中核事業ではビジネスモデル変革を確立し、成長率の高い市場での事業拡大を目指す。新規事業では、ビジネス環境の変化を捉え、自社の強みを活かす収益構造を確立させる。

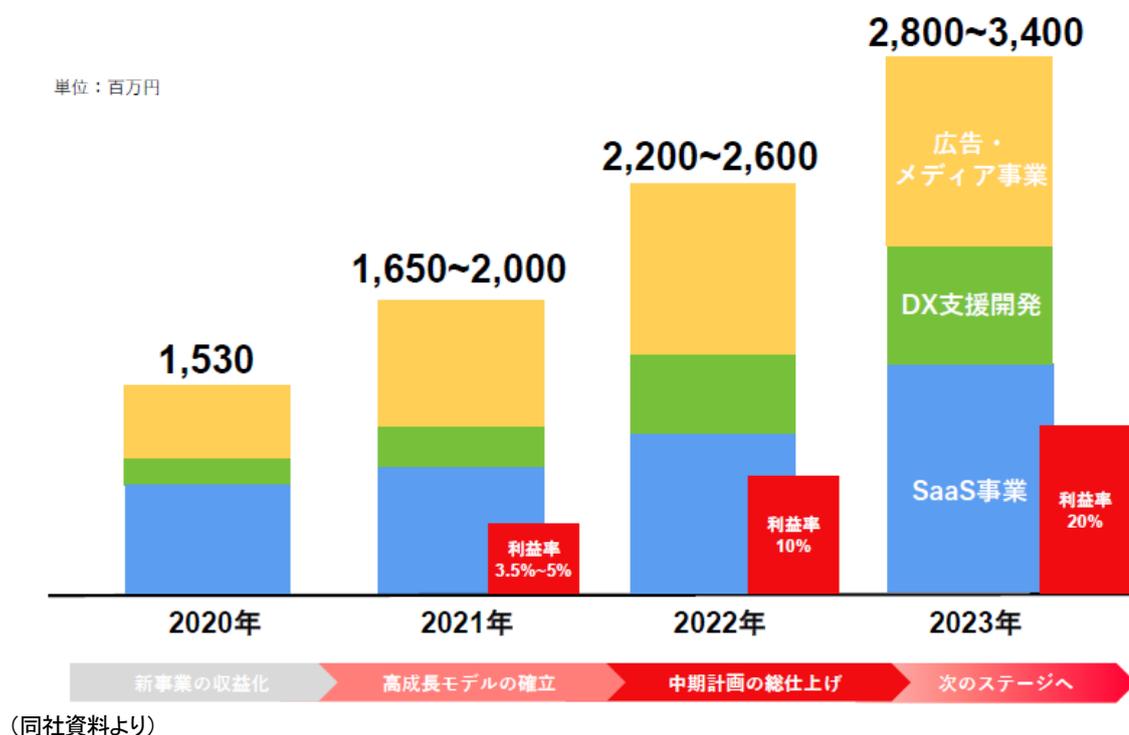
### (3)中期の成長イメージ

既存サービスは横ばい傾向のなか、2020年12月期は新型コロナウイルスの影響により減収となったが、今期以降は2019年にリリースしたeKYCを中心とした次の成長エンジンによりトレンドが転換する。新サービスのARR(※)は今期前年比63%増と見込んでいる。

2022年には過去最高売上・利益を更新し、最終年度の2023年には売上高28~34億円を達成し、次のステージへと向かう考えだ。

各事業における施策や目標は以下の通りである。

事業	施策・目標
SaaS事業	eKYCなど、新フロントエンドプラットフォームを拡大する。 目標営業利益率(2023年)65%。
DX支援開発	開発規模を拡大し、SaaS開発ノウハウを多面的に展開する。 目標営業利益率(2023年)10%。
広告・メディア事業	金融系メディアへの投資を強化し、事業を拡大する。 目標営業利益率(2023年)30%。



※ARR (Annual Recurring Revenue)

年間経常収益。「毎年決まって発生する売上」であり、初期費用や追加購入費用、コンサルティング費用などは含まれない。年間契約のリカーリングやサブスクリプション、SaaS ビジネスで用いられることが多い。ARR の推移を把握することで、そのビジネスの新規顧客獲得や定着、解約などの成長性を確認できる。

## <参考 2: コーポレート・ガバナンスについて>

### ◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査役設置会社
取締役	6名、うち社外3名
監査役	3名、うち社外3名

### ◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日: 2021年4月9日

#### <基本的な考え方>

当社は、経営の効率性及び透明性を高めながら、株主をはじめとした多くのステークホルダーの利益を最大化し、企業価値を向上させるために、コーポレート・ガバナンスの確立が重要な経営課題の一つと考えております。

そのような状況を踏まえ、経営環境の変化に迅速かつ柔軟に対応しながら、関係諸法令を遵守し、経営組織体制を整備運用してまいります。

## &lt;コーポレートガバナンス・コードの各原則のうち、主な実施しない原則とその理由&gt;

原則	実施しない理由
(補充原則 3-1-2)	<p>当社は、英語版の当社ホームページを開設し、当社の事業内容を広く世界に開示しています。</p> <p>(英語版ホームページ: <a href="https://www.showcase-tv.com/en/corporate/">https://www.showcase-tv.com/en/corporate/</a>)</p> <p>また、決算説明資料、株主総会招集通知その他四半期決算概要等については、今後、外国人株主比率の動向を見極め、費用対効果も勘案し、当社株主構成の外国人比率が一定程度を上回った際に、英訳等、英語での情報開示・提供について検討してまいります。</p>
(補充原則 4-1-3)	<p>当社は、最高経営責任者等の後継者計画は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のための重要課題と認識しております。現時点では、具体的な計画はしておりませんが、経営陣幹部を支える役員や管理職の育成は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するために欠かせないとの観点から今後、最高責任者等に求められる要件、育成方針などについて、当社を取り巻く経営環境や当社の企業風土などもふまえて総合的に検討するとともに、必要に応じて、取締役会によるその監査体制のあり方についても検討を行ってまいります。</p>
(原則 4-11)	<p>当社取締役会は、その役割・責務を実行的に果たすための知識・経験・能力を全体としてバランス良く備え、多様性と適正規模を両立させる形で構成すべきと考えております。当社の取締役会は、経営・財務・マーケティング・システム等の各分野において専門的知識と豊富な経験を有したもので構成されており、取締役会全体の構成をバランスがとれたものにしております。また、監査役には、公認会計士、税理士がおり、財務会計に関する適切な知見を有しております。しかしながら、ジェンダーや国際性の面における多様性という点では課題があると認識しております。今後、女性及び外国国籍の取締役人材の確保に向けた検討を進めてまいります。</p>

## &lt;コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく主な開示&gt;

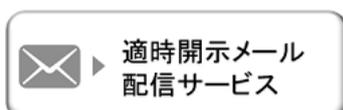
原則	開示内容
<b>【原則1-4政策保有株式】</b> (補充原則 1-4-1) (補充原則 1-4-2)	<p>当社は、取引先、業務提携先との安定的・長期的な取引関係の構築や事業活動上の連携強化などの観点から、当社の中長期的な企業価値の向上に資すると判断される場合、上場株式を保有することがあります。また、直近事業年度末の状況に照らし、保有の意義が希薄と考えられる政策保有株式については、出来る限り速やかに処分・縮減していく基本方針のもと、保有する上での中長期的な経済合理性や取引先、業務提携先との総合的な関係の維持・強化の観点から保有効果等について検証し、取締役会にて決議を行います。また、当該上場株式に係る議決権につきましては、株主総会議案の内容を精査し、当該上場会社の企業価値の向上及び株主共同の利益に資することを確認した上で、適切に行使用いたします。なお、当社はいわゆる持合い株を保有しておりません。</p>
(補充原則4-11-3)	<p>当社では、取締役会の実効性を検証すべく、内部監査室において取締役及び監査役に対しての取締役会の構成や運営状況に関するアンケートを毎年継続して実施し、それらの結果に基づき、取締役会の運営状況、審議状況等の実効性について評価を行っております。その結果、取締役会の構成、運用状況や審議状況は、取締役会が監督機能を発揮する体制が整備されており、また取締役会において出席者が積極的に発言し、闊達な議論が行われる風土が定着しているとの評価が得られました。</p>

	一方、取締役会の実効性をさらに向上させるためには、取締役・監査役に対する更なる情報提供の充実を図る事が重要とみております。当社は、こうした認識に基づき、今後とも継続的に取締役会の実効性向上に取り組んでまいります。
【原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針】	<p>(1) 経営企画部が IR を担当し、株主との建設的な対話を促進しています。</p> <p>(2) IR 担当部門は、株主との対話を補助するために、総務、財務、経理、法務を所轄とするコーポレート本部と連携し、株主への説明に必要な情報を日常的に収集できる体制を構築しています。</p> <p>(3) 決算説明会、投資家向け説明会の充実に努めます。</p> <p>(4) 株主との対話から得た情報については、経営会議、取締役会等で報告を行い、経営幹部、取締役、監査役へフィードバックしています。</p> <p>(5) インサイダー取引防止規程を定め、情報の適切な管理を徹底しています。</p>

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co., Ltd. All Rights Reserved.

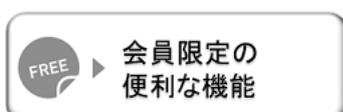
ブリッジレポート(ショーケース:3909)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、[www.bridge-salon.jp/](http://www.bridge-salon.jp/) でご覧になれます。



適時開示メール  
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

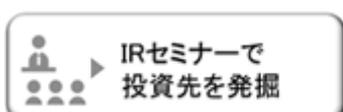
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の  
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで  
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)