

3649 ファインデックス

相原 輝夫 (アイバラ テルオ)

株式会社ファインデックス社長

非医療業界向け「DocuMaker Office」の販売を開始

◆国公立病院の7割以上に導入実績

当社は、松山と東京の2本社制で活動している。発祥の地である松山本社では、管理部門および開発を主に担っており、東京本社が営業部門のヘッドクォーターとなる。このほか、大阪、福岡、札幌に支店を置いている。平成26年11月には、東京証券取引所市場第一部に市場を変更し、社名を(株)ピーエスシーから(株)ファインデックスに変更した。従業員数は210名(非正規を除く)となっており、戦略的にこの規模を貫いている。いたずらに増員して規模を拡大するのではなく、当社人員はより高評価の製品開発にリソースを割き、販売は代理店等を中心に拡大させることで高利益率の収益構造を構築する。

当社は、医療システムの開発メーカーであり、医療データマネジメントの「Claio」が主力製品となる。医療の中で取り扱われる文書をスムーズかつ効率的に作成・管理する「DocuMaker」、「C-Scan」も大きな柱となっており、日本の国公立大学病院の7割以上で当社の製品が利用されている。また、一般企業向けの「DocuMaker Office」、「Data-Connector」も大きく伸びつつある。独自技術が強みとなっており、国内国際特許合計5件が製品に練り込まれている。

「DocuMaker」は、医療用ドキュメント管理システムである。医療のIT化が始まり、会計システムやカルテはデジタル化されたが、診断書、同意書、保険処理など、患者からサインをもらう必要がある書類や、患者に対して説明として手渡しする書類はペーパーレス化が進まなかった。当社は、10年をかけて、この紙での運用を効率化するツールを育てており、現在では多くの大学病院、基幹病院で利用されている。

また、一般企業においても、契約書など紙でなければ処理できないものが多いため、平成27年からは、このシステムを非医療業界向けの「DocuMaker Office」として展開する取り組みを開始した。「DocuMaker Office」の基幹部分は医療現場で多くの実績を持っており、例えば患者名を顧客名に、診療科名を部署名に変えるような簡単なカスタマイズだけで非医療現場への投入が可能となった。少ない開発工数で製品化できたことにより、販売を拡大させるほど大きな利益となる製品である。「DocuMaker Office」は、紙文書の管理だけではなく、様々なデータを管理する機能を備えているため、部署単位で必要となるような一般的業務処理機能等を簡単に実現することができる上に、データ連携の基盤にもなる。また、ワードやエクセルで入力したデータを移行し、統計や分析などに二次利用することができる。さらに、紙に記載されたマークシートの運用等にも対応している。期初より販売計画は好調で、署名やタイムスタンプなど、e-文書法に対応していることも強みとなり、現在、大手企業数社で導入済み、または導入準備中である。

◆想定を上回る案件を獲得

平成28年12月期第2四半期の業績については、7月19日に当初予算を上方修正した。期中に獲得した導入案件が想定よりも多かったことから、当初予算比で売上高は106.3%、営業利益は127.5%、四半期純利益は132.4%となっている。なお、通期の業績予想については、後述するが当社は下期偏重型であるため、通期業績の

着地を確定的に明示するのは時期尚早であると判断し当初予算を据え置いた。前期比で売上高は 145.7%、営業利益は 189.9%、当期純利益は 181.2%を見込んでおり、高い伸び率に見えるが、これは前期の業績が前々期に比して伸び悩んだためであって、今期に特殊要因があるわけではない。

前期は、平成 26 年の消費増税の影響で IT 投資が減少した。また、トライフォーの買収によって獲得した放射線システム部門の経営健全化に資源を投入したため、本来の営業資源が不足した。さらに、医療 IT 市場の冷え込みをカバーすべき非医療分野の売上が想定に届かなかった。平成 28 年 12 月期は、これらの問題をすべて解決した上で、20%成長に復帰する見込みである。

売上高を上下期で見ると、下期偏重になっていることがわかる。医療機関は長期間休診できる年末年始に大規模なシステムの入替えを行うことが多いため、当社の売上高は特に第 4 四半期に大きく伸びる傾向にある。

医療システムの市場サイズとして、日本の医療機関は、病床数 500 床以上の大規模病院が 437 施設、100 床以上 500 床未満の中規模病院が 4,964 施設、20 床以上 100 床未満の小規模病院が 3,092 施設、19 床以下の一般診療所が 10 万 461 施設となっている。当社のユーザー数は、大規模病院が 224 施設、中規模病院が 507 施設、小規模病院・診療所が 1,047 施設となっている。大規模病院の導入率は 51.3%で、中でも国立大学病院における当社のシェアは 73.8%と高く、院内の中核的な機能のひとつとして利用されている。

大学病院は、最大のリードユーザーであり、他の病院に大きな影響を与える。大学病院で通用する製品の信頼性、市中の病院に大学病院から派遣される医師がすぐに使えるという安心感が大きな推進力となり、営業活動を行わなくとも病院側から当社製品を選んでいただける。また、代理店を活用することで、当社の人的資源の消費を抑えて高い利益率を確保することができるため、今後は中規模病院、小規模病院・診療所を新たなターゲットとしていく。

◆剰余金は M&A などに再投資

大規模医療機関がシステムを導入する際は、1 年～1 年半前からプレ商談がスタートする。医療機関に対して参考見積もりや機能概要書等を提出し、仕様作成などを経て入札・改札と言った流れになるが、正式な注文書を受け取るのは売上計上の 3～4 カ月前となることが多い。開示書類では、その性質上注文書受領をもって「受注残」と計上せざるを得ないため実態を反映していない。従って、当社が次年度の予想に使うのは一般的な「受注残」ではなく、「見積もり残」としている。

第 2 四半期末現在、当社のシステムは 1,778 先で動いている。大規模病院の導入率は 50%を超えており(224/437 施設)、この市場でのさらなる拡大は一見して難しく見えるが、224 施設のうち、75 施設は主力製品の「Claio」のみ、1 施設は「DocuMaker」のみ、1 施設は「C-Scan」のみ、1 施設は地域連携の「MoveBy」のみ、29 施設は放射線系システムのみが導入されている。当社の製品は、4～5 年ごとに行われるシステム入替の度に 3 製品、4 製品と追加される傾向にあるため、この市場でも既存顧客も含めてさらなる売上拡大が進行している。

中小規模病院はシステム担当者が少なく、放射線部門システムとそれ以外のシステムの担当者が分かれていないことが多い。このため、すべての部門のシステムを提供できることが必要となる。吸収合併したトライフォーは、放射線専門の医療システム開発会社であり、多くの医療機関で運用実績を持つハイスペックな製品群と医療システムに精通したスタッフが存在した。この合併により中小規模病院に対して、放射線システムを含むオールインワンパッケージを提供することが可能となった。前期は業績伸び悩みの要因となったが、今後の成長に大きく寄与すると見ている。なお、この買収によって強化された放射線ソリューションを GE ヘルスケアジャパンに ODM 提供することとなった。今後は同社の販売力と当社の製品力を生かし、トータルソリューションを提供していく。

今後の成長方針として、剰余金は当面の間、成長に再投資していく。最も重要な資源は人材であるため、医療マーケットで力を持つ企業の M&A により、医療システムに精通した優秀な人材を抱え込み、ビジネスを拡大していきたい。また、非医療分野のドキュメント系ソリューションについても、今後、ニーズが拡大すると見ているため、強

い販売力や開発力を持つ企業を M&A で吸収したいと考えている。配当性向については、3 割を指標とするが、当面は企業価値を高めることに注力していく。

製品開発や研究は、医療機関のニーズや国の方針を睨んで行っている。一例として、「電子署名とタイムスタンプを使った診療情報証明」については、国が年に 1 度実施している診療報酬改定にフィットした。今年 4 月から、紹介状や処方箋を電子的に運用することで、点数が加算されることとなり、電子署名やタイムスタンプの基礎技術に関して、新たなニーズを掘り起こすことができた。また、これまで点数が付かなかった「病院外でのスマホによる CT 画像診断」についても、診療報酬改定によって点数が付くようになったが、きっかけとなったのは、当社の製品「Nadia クラウド」であった。このほか、「訪問看護の評価とレベル向上を IT で実現」、「膨大な診療データと IT 技術で予防医療」といった研究開発を進めている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

「Data-Connector」の状況を伺いたい。

様々なシステムからデータを取り出す、システムとシステムをつなぐという機能を持っており、高い評価を得ているが、「つなぐ」機能については、システム会社が安価にシステム構築を行う際に利用されるため、現在のようにシステム業界が活況な時期には使われない傾向にある。データ移行の機能については、好不況に関わらずニーズが高いため、当面はデータ移行を軸に拡販を図るが、リソースの配分という点では、好調な「DocuMaker Office」を優先する。

「Data-Connector」がオンリーワンの製品であることに変わりはないか。

変わっていない。ヒューマンリソースが「DocuMaker Office」に向いていることは事実だが、「Data-Connector」についても人員を増強し、データ移行ニーズに対応する体制を整えていく。

「DocuMaker Office」の売上規模を教えてください。

現在の顧客は上場企業 1 社、上場企業の子会社 1 社であるが、機能の利用状況によって課金するため、それぞれ売上規模は異なる。大規模な案件では 1 億円、小規模でも 20 百万円程度となるが、現在は製品の認知度を高める広告媒体という位置づけで、安価に提供している。

上期の業績は期初の想定を大幅に上回ったが、第 1 四半期と比較すると、第 2 四半期は勢いが鈍っている。案件の後ろ倒しなどが発生したか。

医療機関からの評価が高く、短納期の案件が想定を上回ったことが上期の上ブレ要因である。下期にずれ込んだ案件はあるが、大きな金額ではない。

旧トライフォーの事業について、季節性を伺いたい。また、カスタマイズ対応で手離れが悪い状態からパッケージ化を進めるということだったが、進捗状況を教えてください。

季節性については、トライフォー時代と変わっておらず、第 1 四半期に売上高が伸びる傾向にある。パッケージ化については、前期に資源を投入したこともあり、ほぼ完了した。

代理店の開拓状況を伺いたい。

医療分野においては、急激な増加は見られないが、沖縄、中部、関東で有力な代理店を開拓することができた。非医療分野については、まだ活動を本格化していない。

(平成 28 年 8 月 17 日・東京)