

# インターネット附随サービス業

産業分類コード 40

## インターネット附随サービス業（産業分類コード 40）

### （１）市場概要

#### ① 営業種目

ポータル・サーバ運営業、アプリケーションサービスコンテンツプロバイダ、インターネットサポート業

#### ② 業界規模

総売上高 36 兆 5,247 億円

上場企業数 59 社

非上場企業数 15,476 社

#### ③ 業界サマリー

情報通信業の中でもいわゆる「IT業」と呼ばれる業種で、インターネットを通じて、通信及び情報サービスを提供する事業である。

企業向け取引（BtoB）型と一般消費者向け取引（BtoC）型の2つに大別される。

BtoB型 : ホームページ制作、ネットワーク構築、インターネット広告代理店 等

BtoC型 : インターネットサービスサイト運営（検索サイト、ポータルサイト、インターネットショッピングサイト、オークションサイトなど）、SNS 等

BtoB型、BtoC型共通 : ASP サービス、クラウドサービス、レンタルサーバー、セキュリティサービス等

#### （業界特徴）

- ▶ インターネットの発達とともに規模を拡大してきた歴史の浅い業界である。新しい企業やサービスが生まれるスピードが早く、成長性の高い業界でもある。
- ▶ インターネット技術の進歩は著しいため、最新技術に関わる情報や技術を習得し、ビジネスに活用することが求められる。
- ▶ 労働集約的な産業であり、事業所及び売上シェアは、都市部、特に東京に集中している。
- ▶ インターネットを媒介してサービスを提供するため、情報セキュリティリスクが伴う。情報漏えい等を防ぐためセキュリティ対策が求められる。
- ▶ サービス提供において、大規模な設備投資ニーズが低いため、新規参入が容易である。そのため、類似サービスが生じやすく、競争が激しい業界である。
- ▶ Google、Amazon、Facebook などの海外企業が提供するサービスは国内で浸透しており、サービスの領域によっては、海外企業と競合する可能性を有する。
- ▶ ストック型のビジネスモデルを構築しやすく、収入が安定しやすい。

## (2) ビジネスモデル

インターネット附随サービス業は、情報を収集・分析・加工したデータを提供する事業や、アプリケーションの機能を、ネットワークを通して提供する事業、インターネット上での取引を提供する事業など、インターネットを通してサービスを提供するビジネスである。

ビジネスモデルとしては、BtoB型とBtoC型に大別され、BtoC型にはさらに、BtoBtoC型やBtoCtoC型のビジネスモデルも存在する。

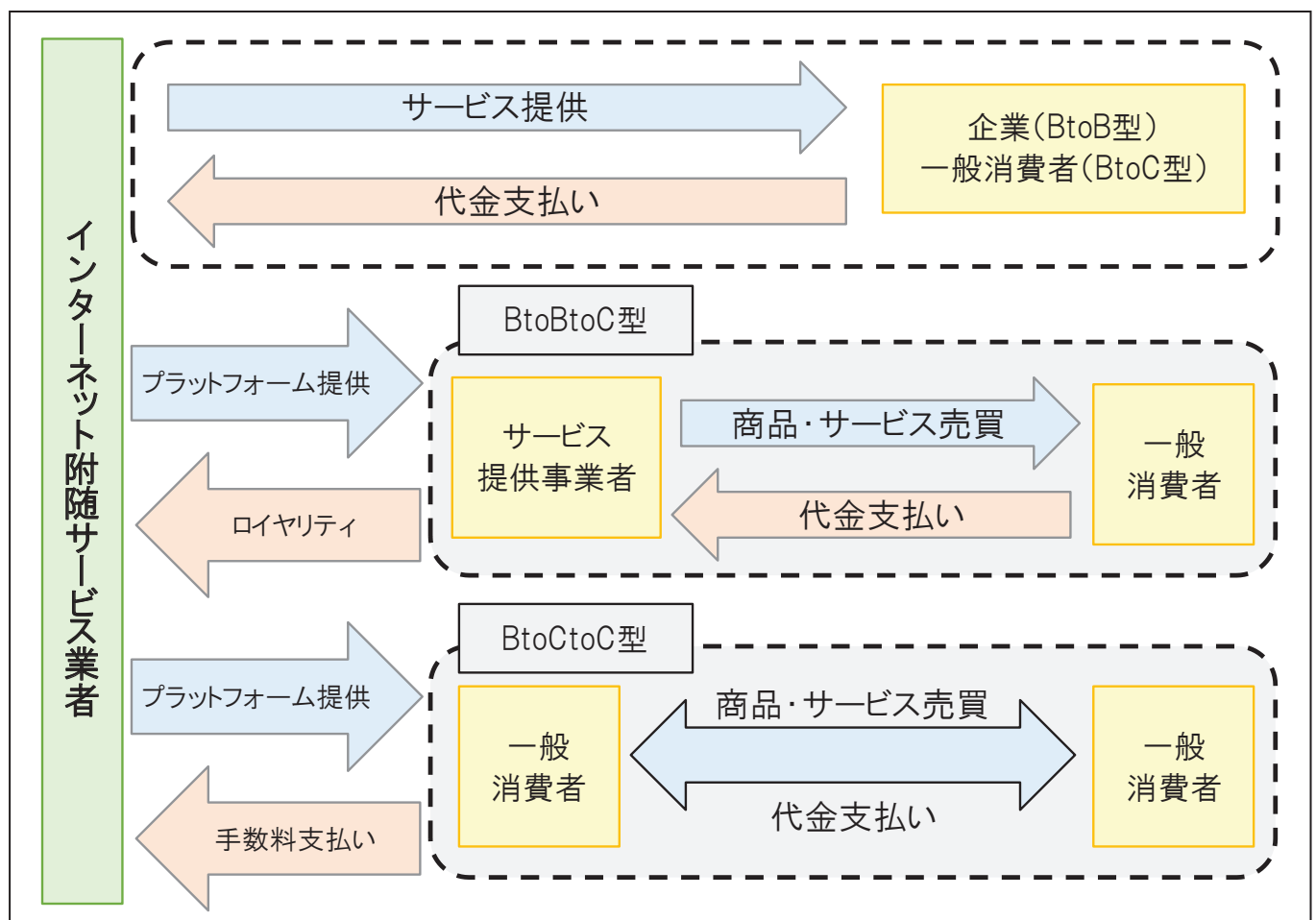
BtoB型は、広告業やASPサービス業など、企業に対してサービスを提供し、対価を得る事業であり、BtoC型では、一般消費者にサービスを提供し、対価を得る事業である。

BtoBtoC型のビジネスモデルとしては、Amazonや楽天のようにインターネット上のモールに店舗を集めて、出店企業からロイヤリティ収入を得るモデルが挙げられる。

BtoCtoC型は、消費者同士が取引を行うためのプラットフォームを提供し、収益を得るモデルが該当する。ヤフーオークションやメルカリに代表されるオークションサービスやフリーマーケットサービスなどのように、一般消費者同士で売買を行うプラットフォームを提供し、取引にかかる手数料を収益として得るモデルである。

それぞれの収益モデルは下図の通りである。

### インターネット附随サービス業の課金モデル

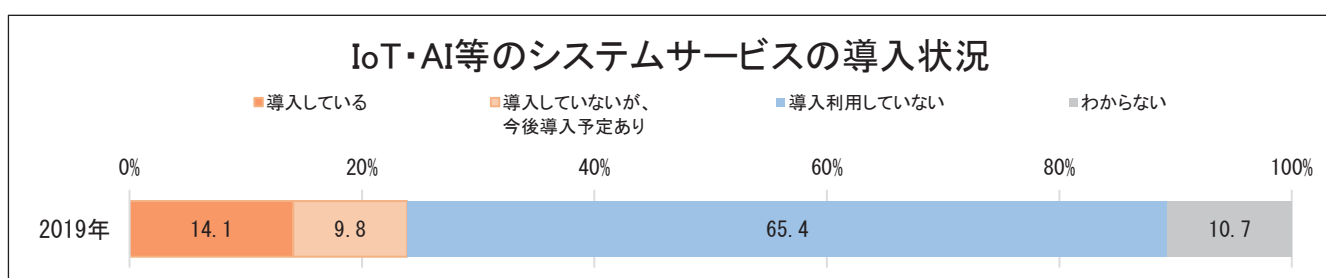
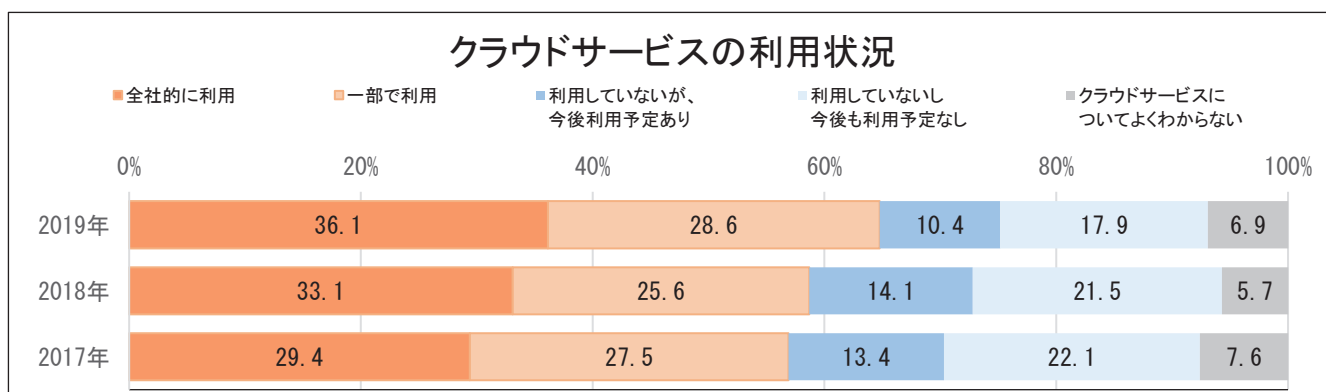
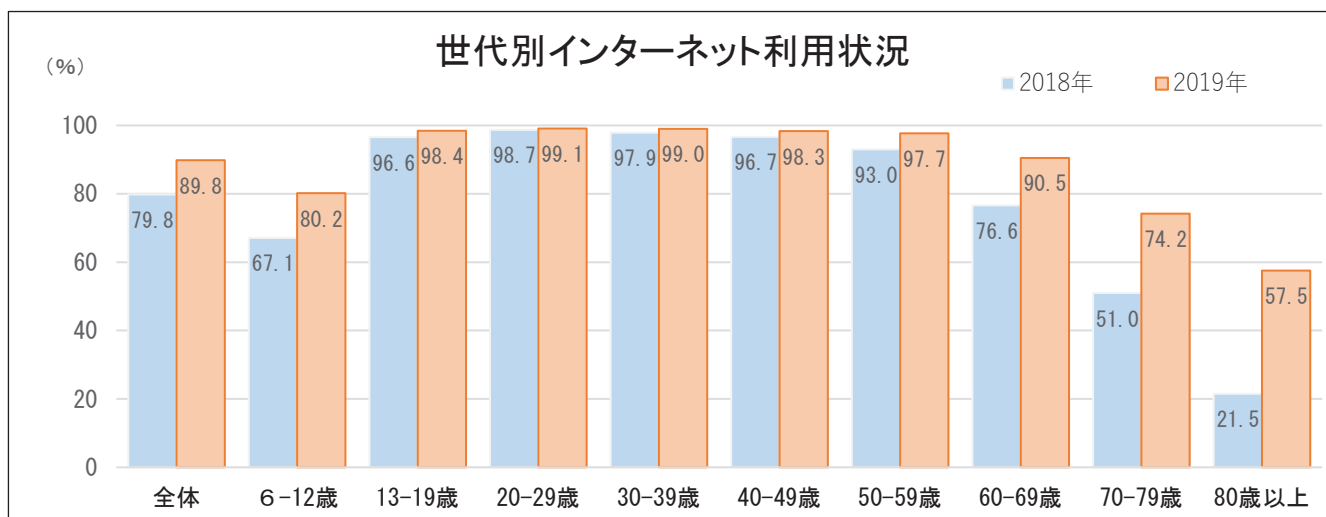


### (3) 業界動向

国内のインターネット利用状況は、全体で約9割となり、13歳～59歳ではほぼ全ての人が利用している。また、高齢世代のインターネット利用が急速に進んでおり、幅広い世代でインターネット利用が進んでいる。さらに、高速大容量通信、データベース技術の進歩などを背景に、引き続き業界の成長が見込まれている。

企業においては、クラウドサービスの利用が年々増加しており、6割以上の企業でクラウドサービスの活用が進んでいる。また、IoT、AI等のシステムサービスの導入または導入予定が4社に1社で行われており、新たな技術を活用して事業展開する企業の増加がうかがえる。

新型コロナウイルスの感染拡大により企業でのテレワークが進んだことで、オンライン会議・商談ツールやワークフローサービスの需要が拡大し、外出自粛によってEコマースや動画配信サービスの利用が増加するなど、インターネットサービスの利用はさらに高まっている。利用の拡大と共に、サービス提供者は、情報セキュリティ対策を万全に行うことも重要な課題である。



(出所) 総務省「平成30年版情報通信白書」

## (4) 財務指標分析

### (安全性分析)

大規模な設備投資を必要とせずにサービスを提供できるため、借入への資金調達依存度が低い。高収益な業界であり、利益を蓄積しやすいため、自己資本比率は49.9%と高い水準にある。また、ストック型のビジネスモデルであるため、キャッシュを蓄積しやすく、流動比率は230%超と良好である。

### (収益性分析)

インターネット附随サービス業における各利益率は、情報サービス業全体よりも高い水準を確保している。ストック型のビジネスモデルを構築しやすく、一定の顧客を獲得することにより、高い収益性を確保している様子がうかがえる。他業種と比べると利益率の高い業界であるが、人件費などの固定費割合が高く、売上高の急激な減少が資金繰りの悪化につながるリスクがあるため、収益動向に注視が必要である。

### (効率性分析)

月額利用料方式の課金モデルが多く、回収サイトは長期になりにくいいため、売掛債権回転期間は1.5か月と標準的な水準となっている。また、棚卸資産はほとんど発生しないため、棚卸資産の回転期間は0.1か月と短期であり、在庫によるキャッシュフローの悪化リスクは小さい。

### 【財務指標 (2017年度)】

		インターネット附随 サービス業	情報サービス業
安全性	自己資本比率(%)	49.9%	46.4%
	流動比率(%)	230.6%	221.8%
	固定比率(%)	52.0%	55.6%
	借入金依存度(%)	24.0%	22.2%
収益性	売上高総利益率(%)	52.8%	49.3%
	売上高営業利益率(%)	6.5%	5.5%
	売上高経常利益率(%)	6.8%	6.1%
効率性	売掛債権回転期間(か月)	1.5	1.9
	買掛債務回転期間(か月)	0.5	0.8
	棚卸資産回転期間(か月)	0.1	0.3

(出所) 中小企業庁「平成30年中小企業実態基本調査(平成29年度決算実績)」

## (5) 与信限度額の考え方

### ■与信限度額の設定方法

与信限度額とは、取引において自社が許容する信用供与の最大額であり、いかなる時点でも超過してはならないものである。

与信限度額は、「必要かつ安全な範囲内」で設定する必要がある。必要な限度額は、取引実態を基に算出し、安全な限度額は、自社の財務体力や取引先の信用力（格付）を基に算出する。

インターネット附随サービス業のビジネスモデルは多岐に渡るため、与信限度額の考え方にも違いがある。ここでは、BtoB ビジネスとして、自社がASP サービスやクラウドサービスなどのユーザーとした場合の与信限度額の考え方について解説する。

### ●与信金額（必要な限度額）

実際の取引において、必要となる与信金額。

インターネット附随サービス業に対して発生する与信取引としては、ASP・クラウドサービス等の利用料や年会費などを事前に支払う「前渡取引」が挙げられる。継続取引における必要な与信金額は、以下のとおり算出される。

$$\text{与信金額} = \text{前払金総額} - \text{サービス受領分} = \text{前払金残高}$$

ASP サービスやクラウドサービスを継続利用する場合、利用料や会費を事前に支払うケースがあり、その間にサービス提供会社が倒産した場合、本来受けるはずだったサービスを受けられず、前払金が返還されないリスクがある。

したがって、与信金額はサービス提供会社への前払金総額から、既にサービスの提供を受けた分を差し引いた前払金残高となる。

### ●基本許容金額（安全な限度額）

基本許容金額は、自社の財政がどの程度の貸倒れまで耐えうるかを予め計ることで、自社の体力を超える取引に対する牽制機能を働かせるものであり、自社の財務体力と取引先の信用力を考慮して算出する。一例として、以下のように自社の自己資本額に対して、取引先の信用力（格付）に応じた割合を安全な限度額とする方法がある。

$$\text{基本許容金額} = \text{自社の自己資本額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

(例：A格10%、B格5%、C格3%、D格0.5%、E格0.3%、F格0%)

また、ASP サービスやクラウドサービスの提供会社は、利用料や会費など顧客から前受金を受領している。これは運転資金として使用せずに、サービス終了時に返金できるよう、現預金として別途管理されることが望ましいものである。

したがって、斯業種との取引を行う際には、決算書上に計上されている前受金額と現預金を比較し、現預金が著しく少なくなっていないか確認する必要がある。

## (6) 与信管理のポイント

インターネット付随サービス業においては、BtoB型かBtoC型かを問わず月額課金のストック型のビジネスモデルを構築しやすく、顧客を確保すれば安定した収益を得られやすい。しかし、サイトやサービスが認知されるまでは先行投資が嵩み、資金繰りに苦しむ企業も多い。

インターネット技術の進展は早く、また、新規参入が容易な業界であるため、類似サービス、模倣サービスが生じやすい。安定した収益を確保するには、他社と明確に差別化されたサービスの提供が必要であるため、高品質のサービスを開発できる技術力の高い人材の確保が求められる。

また、ネットワーク技術の進歩や、情報セキュリティ対策、検索エンジンの評価基準変更などによって事業に影響が生じることとなるため、これらの動向について把握しておきたい。

月額課金のストック型ビジネスモデルを構築している企業において、一定の顧客を獲得できている場合には、安定的な収入を確保できるため資金繰りが安定する一方で、一定の顧客を獲得する前に大規模なサービス開発等により先行投資が必要になる場合には、資金繰りが悪化しやすいので注意したい。

インターネット付随サービス業における財務分析上の注意点としては、長期の売掛債権が発生しにくいいため、売掛債権回転期間が大幅に長期化している場合には、不良債権化や売掛債権の架空計上（粉飾）を疑う必要がある。

また、労働集約型の産業であるため、人件費の割合が高く、売上高の減少が資金繰りの悪化につながりやすい。売上高推移だけでなく、売上高の変動に繋がる会員数などの推移にも留意すべきである。

そのほか、インターネット付随サービス業では設備投資需要が少なく、不動産の保有が少ない傾向にあるため、担保不足感が否めず、優良企業以外は資金調達に余裕がないことも多い。そのため、事業の将来性や代表者の資産力も合わせて把握しておきたい。

### 【参考資料】

経済産業省：「商業動態統計調査」

中小企業庁：「平成30年度中小企業実態基本調査」

総務省：「平成30年版情報通信白書」

業種別審査事典（一般社団法人 金融財政事情研究会）