

The logo for SOFTFRONT, with 'SOFT' in grey and 'FRONT' in orange. The letters 'O' and 'O' in 'FRONT' have a white cutout in the center.

SOFTFRONT

ソフトフロントグループ 会社説明会 2023年6月

株式会社ソフトフロントホールディングス
(証券コード : 2321)

2023年 3月期の結果

売上高 763百万円（前年比+102%）、**営業損失 47百万円**（-）

- 連結売上で対前年2倍以上の規模に。各事業会社で成長、両社単体で過去最高売上高を達成
- 各種製品（commubo / telmee / SITE PUBLIS）による**ストックビジネス**、**顧客基盤の積み上げ**
- マーケティングへの投資、役務売上を支えた外注費の高騰

ビジネス ハイライト

「売りがやすく・作りやすく・使いやすく」 マーケットニーズに即した**新製品のリリース**

- Web3 / ニューノーマルを支える、デジタル・コミュニケーション**基盤価値の高まり**
- 対象市場の拡大と成長（**つながるデジタル・コミュニケーション基盤への進化**）
 - ↳ ボイスなどのリアルタイム・コミュニケーション × コンテンツ管理 × システム連携
- 督促ボイスボット **ペリマ**、**つながる・伝える・進化するSITE PUBLIS Connect**のリリース

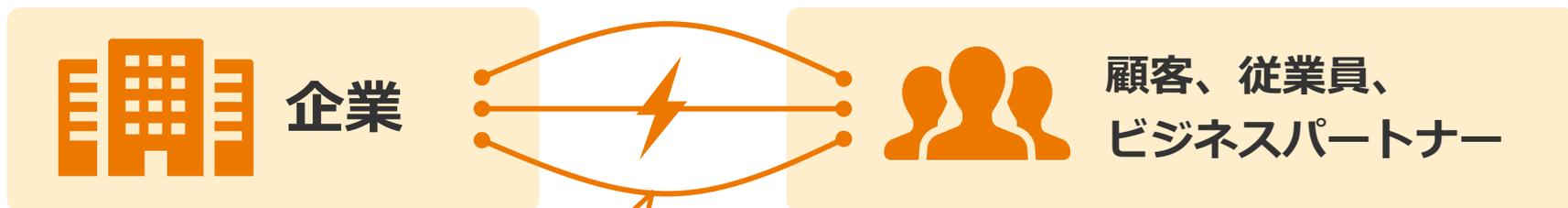
今期の方針

売上高 1382百万円（前年比+81%）、**営業利益 55百万円**

- Change&Growth – Commubo, Connectを筆頭にSWビジネスでの**非連続な成長**、**利益向上**
- 活動方針は「**SW競争力、ブランド力、人材採用の相乗成長サイクル強化**」
 - ↳ 【主な投資】 マーケティング（認知向上）、プロダクト開発、人材採用

「つながるデジタル・コミュニケーション基盤」

- 関係者を**適時適切につなぐ**真のコミュニケーションを、デジタルで**簡単に実現できる**ソリューション
- 督促ボイスボット ペリマ、つながる・伝える・進化するSITE PUBLIS Connectをリリースし、更に「売りやすく、作りやすく、使いやすく」



※ 2023年3月期リリース

企業理念

技術を愛し、**技術を提供することによって**、
社会変革の牽引役となり、**豊かな社会を実現する**

注力する 提供価値

つながるデジタル・コミュニケーション基盤

お客様企業と、顧客、社員、ビジネスパートナーとをつなぐ
適時適切な真のコミュニケーションをデジタルで簡単に実現する

活動方針

売りがやすく、作りやすく、使いやすく



定量目標（～2026年3月期）

単位：百万円

	第23期	第24期	第25期	第26期	第27期	第28期	第29期
	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	2026年 3月期
	実績	実績	実績	実績 YoY	計画 YoY	計画 YoY	計画 YoY
■ 売上高	291	310	377	763 +112%	1,382 +81%	1,974 +42%	2,649 +33%
■ 営業利益	△159	29	△17	△52 -	55 -	200 +269%	270 +35%
営業利益率	△55%	9%	△5%	△7%	4%	10%	10%
経常利益	△158	37	△34	△51 -	55 -	200 269%	270 +35%

Change&Growth2025の 実現に向けた非連続な成長



※経常利益は、第23期～第26期は実績値、第27期～第29期については営業利益と同値を入れております。

売上高成長のための指標

顧客数 および 顧客単価の **単位：千円**

		第23期	第24期	第25期	第26期		第27期		第28期		第29期
		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期		2024年3月期		2025年3月期		2026年3月期
		実績	実績	実績	前回計画	実績	前回計画	修正後計画	前回計画	修正後計画	計画
既存領域 SUPREE 他	顧客数	46	39	38	39	41	40	45	41	48	51
	顧客単価	3,141	5,242	4,445	5,097	4,104	5,641	4,377	6,010	4,656	5,389
	売上高	144,492	204,443	168,918	198,900	168,281	225,630	196,950	246,430	223,515	274,850
新規領域 commubo・telmee	顧客数	42	58	73	80	88	131	114	184	159	222
	顧客単価	1,621	1,774	1,612	1,890	2,044	2,121	3,549	2,663	4,320	5,383
	売上高	67,496	102,656	117,645	151,200	179,299	277,901	404,606	490,057	686,892	1,194,965
SITE PUBLIS	顧客数			156	173	170	202	215	242	305	415
	顧客単価			※ 2,618	2,601	2,493	5,087	3,631	5,232	3,487	2,840
	売上高			※ 408,354	450,000	416,249	1,027,566	780,752	1,268,314	1,063,611	1,179,731

↑※年間金額（サイト・パブリス社のグループへの取り込み以前を含む）

今後の見通し

既存領域	● 顧客のビジネスの変遷が予想されるものの、これまでの実績に基づき、安定した収益が見込まれます
新規領域	● 営業・パートナー施策による顧客数の増加、機能開発（適応業務の拡張）によるアップセルで顧客単価の上昇が見込まれます
SITE PUBLIS	<ul style="list-style-type: none"> ● マーケティング施策、パートナー施策、新製品の提供による顧客数の増加、関連システムとの連携や追加開発や制作など大型案件の増加による顧客単価の上昇を見込む一方、役務開発からソフトウェアでの提供へのシフトが進むことにより前計画よりも顧客単価上昇は抑えられ、2025年3月期以降の顧客単価は減少するものと見込んでいます ● 2023年3月期での施策の効果が2024年3月期以降に発生することを見込んでいます

Change&Growth2025 の 1

デジタル・コミュニケーション基盤としての価値提供・地位確立

売りがやすく、作りやすく、
使いやすく

お客様ベース（売上）拡大

M&Aによる補強と成長

ボトルネック課題への注力

各活動での状況を定量的に把握し
ボトルネックの箇所において重点施策を実施する

製品・活動別の ボトルネック	売りがやすく マーケ・セールス	作りやすく デリバリー	使いやすく サポート
commubo	●	●	●
telmee	●		
SUPREE	●		●
SITE PUBLIS	●	●	



B2Bマーケティングの知見の蓄積

ソフトフロントグループとして、B2Bでの
デジタルマーケティングの知見を蓄積する

デジタルマーケティングや
インサイドセールスへの
リソースの投入

バリュー・プロポジション
（お客様への提供価値）の
向上と発信

お客様に対するコンサルティング活動を通じ、
将来の事業拡大基盤の下地にもなる
マーケティングの好循環を作ります



Change&Growth2025 の 1

デジタル・コミュニケーション基盤としての価値提供・地位確立

売りやすく、作りやすく、
使いやすく

お客様ベース（売上）拡大

M&Aによる補強と成長

		開発	売		作	使	良かった点	改善すべき点
			マ	セ	デ	サ		
全体							<ul style="list-style-type: none"> グループ大の営業やソリューション協議、プロジェクトの進展 売りやすく・作りやすく・使いやすく、各ステージにおける知見の蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> 競争優位性の強化と発信 人材採用・維持 リソース（人材、コスト）のグループでの有効活用
ソフトフロント・ジャパン	Commo	高	中	高	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 導入テンプレート化やサポートによるPoCの本番移行（100%）、他業務移行増 ナレッジサイト（ユーザーガイド他） 	<ul style="list-style-type: none"> デジタル広告からの流入 ナーチャリング（リードの有効活用） 顧客数の伸び
	Telmee	中	中	中	低	中	<ul style="list-style-type: none"> ソフトフォンの技術知見 SPとの連携、グループ大ソリューション協議の基点 	<ul style="list-style-type: none"> 人材の不足 製品開発とデリバリーの明確化
	Supree	中	中	低	中	高	<ul style="list-style-type: none"> 顧客定例ミーティング（サポート）からの提案機会の創出 デジタル広告・流入のPDCA 	<ul style="list-style-type: none"> IoT分野の市場アプローチや集客 リード/商談機会（潜在顧客数、面談数） デリバリーリソース補充
サイトパブリス		低	中	高	低	中	<ul style="list-style-type: none"> 販売制作パートナーの商談増加・活性化 デジタル広告の実施と知見の蓄積 「もの」売から「こと」売への施策開始 	<ul style="list-style-type: none"> デジタル広告の費用対効果 社内オペレーション、プロジェクト管理 外注コスト増加、デリバリー人材採用難 プロダクト開発の加速

開発：プロダクト開発、売：売りやすく、作：作りやすく、使：使いやすく
マ：マーケティング、セ：セールス、デ：デリバリー、サ：サービス

社内基準による評価

Change&Growth2025 の 2

価値提供のためのビジネス基盤の強化（支援活動）

重点施策	実施内容	定性コメント	
機動性の確保とコスト削減	オフィス	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人占有スペースから、必要に応じて集まり共創する場へ 	<ul style="list-style-type: none"> ● リモートワーク・オペレーションの定着 ● 全体会議において物理的集まりの実施
	システム	<ul style="list-style-type: none"> ● SaaS利用も含めた最適化（社内コミュニケーション、財務システム、営業管理・CRM） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社内ITのSaaSへの移行準備 ● プロジェクト管理・労務管理システム刷新
	働き方改革	<ul style="list-style-type: none"> ● ニューノーマルでの働き方への移行（リモートと物理的集合のバランスを重視） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 物理的な全体会議でのコミュニケーションと協議（Teamsも活用したハイブリッド協議）
ホールディングス機能の拡充	財務経理	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ会計・内部統制の強化 ● 事業ポートフォリオ・マネジメント 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経理中心業務人材採用。実務と内部統制の分別の進展 ● サイトパブリスの人事・経理の取り込み
	人事	<ul style="list-style-type: none"> ● 拡大再生産を加速する、人材採用の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人事中心業務人材採用 ● 採用活動のPDCA開始
業務改善プロセス導入	<ul style="list-style-type: none"> ● 学んで改善しつづける仕組み・文化醸成 ● 新しい働き方と業務改善タスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 横断タスク（SP代表電話コミュボ受付、SFJPのHP改善）の実施 ● 個別チームへのグループ全体での支援 	
事業横断チーム組成と人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ● 目的ごとに事業横断でのタスクチームを組成し、改善・成長を追求 ● タスクでの活動による、リーダー人材育成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 上記タスクの遂行と、リーダーシップ人材の登用 	
BSの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● リスクのさらなる軽減 ● 資金調達手段の多様化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 継続的な健全化 ● 借入や社債協議 	

グループ重点施策分野

競争優位性・ブランディング・人材の正のサイクルを太く回す

外

②ブランディング

内

①競争優位性

③人材

ソフトフロントグループ競争優位性

- デジタルコミュニケーションの各領域におけるナンバー1のソフトウェア
- 今のソフトウェアをおもりするだけでなく、世の中の変化に対応し、新しい種（価値）を生み出す
- 「こんなこともできるの！」を実現する

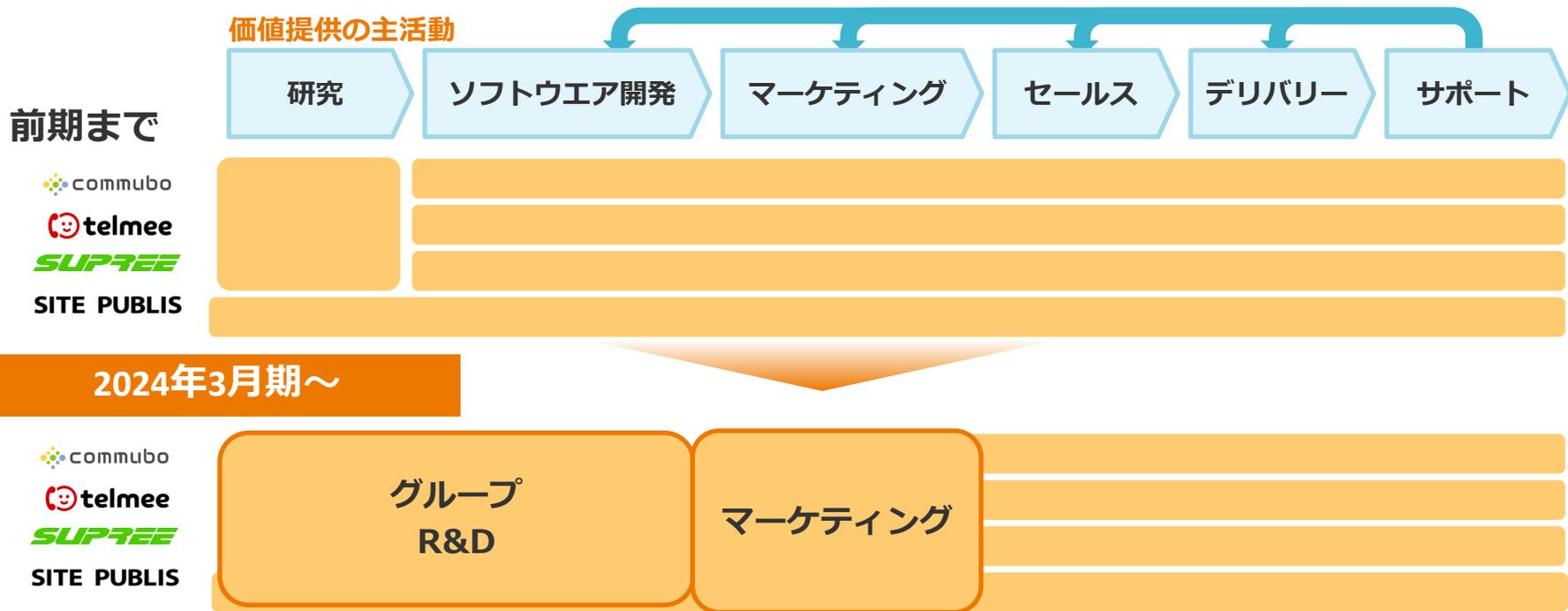
R&Dとマーケティングをグループで集約し活動を強化

グループR&D：競争優位性の実現／人材採用・登用・育成

- commubo、telmee、SITEPUBLIS の各製品開発を、SFHD研究開発室を中心に業務推進
- AI、自動化、サービス連携 に関わる新たなテーマを発掘する、研究開発型人材を採用

マーケティング：ブランディングの構築・強化

- リソースと知見の集約と活用し、グループ全体でのブランディング／マーケティングを推進
- お客様視点でのソリューションの協議と提案、発信



開発・PR・人材の三本柱における適切な投資



研究開発 への投資

お客様への価値提供を
対象分野ナンバーワン
の製品で支える
プロダクト開発を加速



PR活動 への投資

ブランディングと
特にB2Bにおける
マーケティング分野へ
積極的な投資



人的資源 への投資

営業・開発などの
採用増に限らず
バックオフィスも
人材採用を強化

Change&Growth2025 の3

株主還元策の充実

まずは拡大再生産を優先し、各種還元策を検討してまいります

【安定】

株主還元策開始

株主還元（配当）

【成長】

拡大再生産

株主還元策検討

株主還元策開始

【高】 資金ニーズ 【低】



SOFTFRONT

ソフトフロントグループ

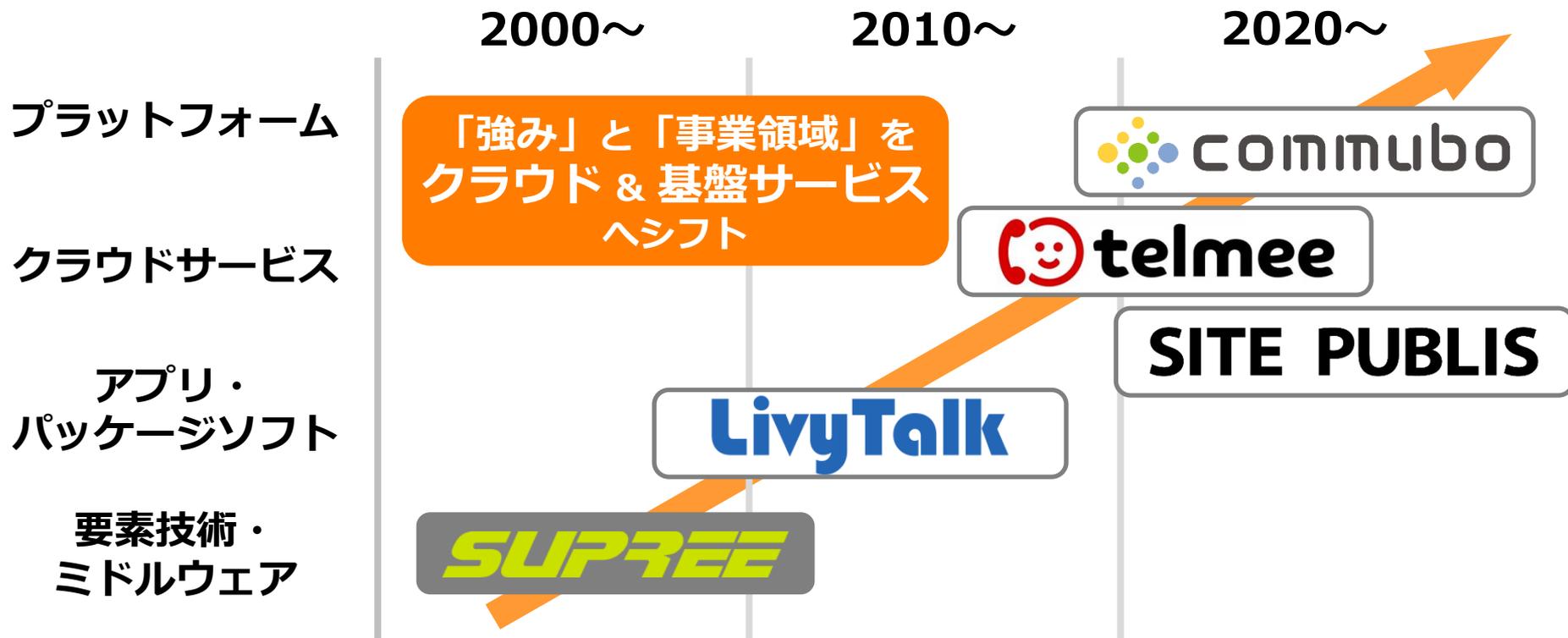
研究開発

2023年 6月

株式会社ソフトフロントホールディングス

これまでの活動

ソフトフロントグループの 10年間を支える 技術・サービスの創造



研究開発活動で目指すもの

競争優位性の実現 No.1 製品・サービスの創造



お客様自身で「活用」「運用」できる
ボイスボットNo.1



使いやすい **オートコールNo.1**

SITE PUBLIS

大規模Webサイトを簡単に構築・管理できる
国産CMS No.1

SUPREE

商用 **SIP/VoIPミドルウェアNo.1**

活動のテーマ



価値創造を担う人材

No.1 ソフトウェアを創り出す
「人材」に対し、グループ全体で注力

「価値」を実現する技術力

市場理解、顧客理解の行動力

サービス設計の想像力

困難に立ち向かう情熱力

人材 **登用**

人材 **採用**

人材 **育成**