



# 2017年12月期本決算説明資料

2018年2月7日

25<sup>th</sup>  
ANNIVERSARY

TO BE OPEN TO CHANGE  
**SOFTBRAIN Co.,Ltd.**



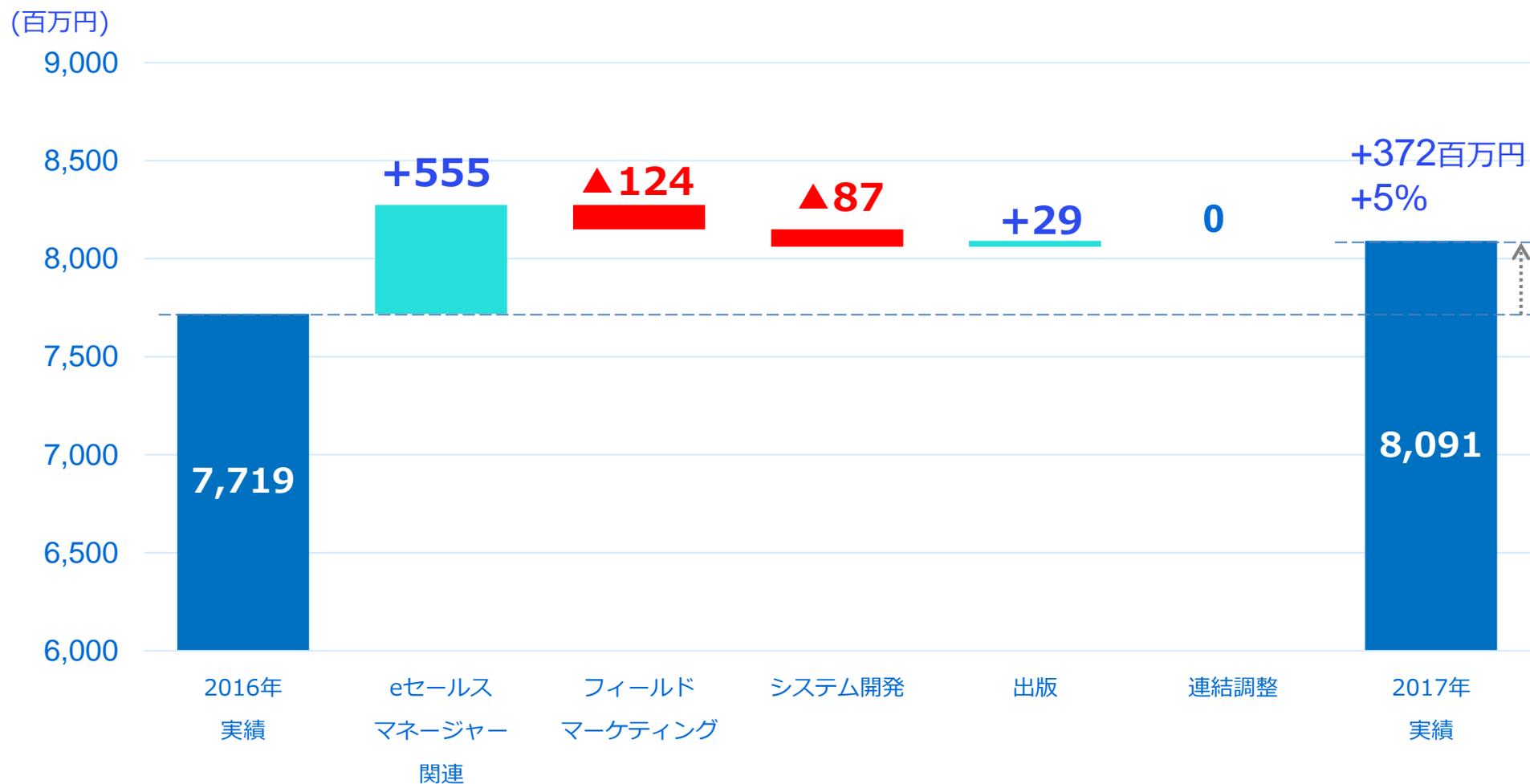
## 2017年度連結業績

- ・売上高+5%、営業利益▲6%
- ・eセールスマネージャー関連事業が売上高をけん引し、過去最高売上高を更新

単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2017年12月期	8,091	949	952	636
2016年12月期	7,719	1,014	1,013	657
前年比	+5%	▲6%	▲6%	▲3%
期初予想値	8,200	1,060	1,060	670
期初予想比	▲1%	▲10%	▲10%	▲5%

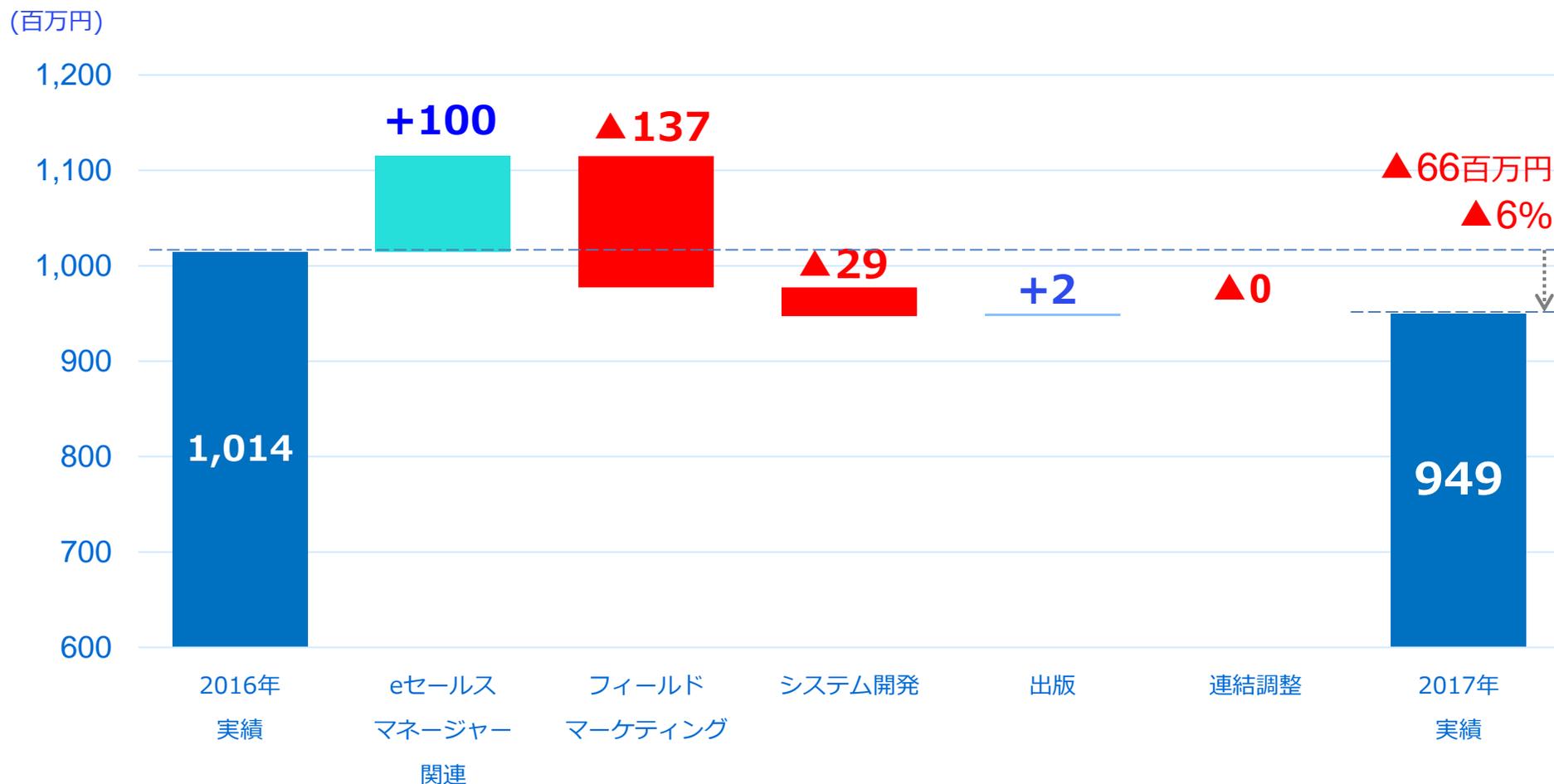
# 売上高増減分析

eセールスマネージャー関連事業がけん引役となり増収、過去最高売上高を更新



# 営業利益増減分析

フィールドマーケティング事業、システム開発事業の利益減により、営業減益

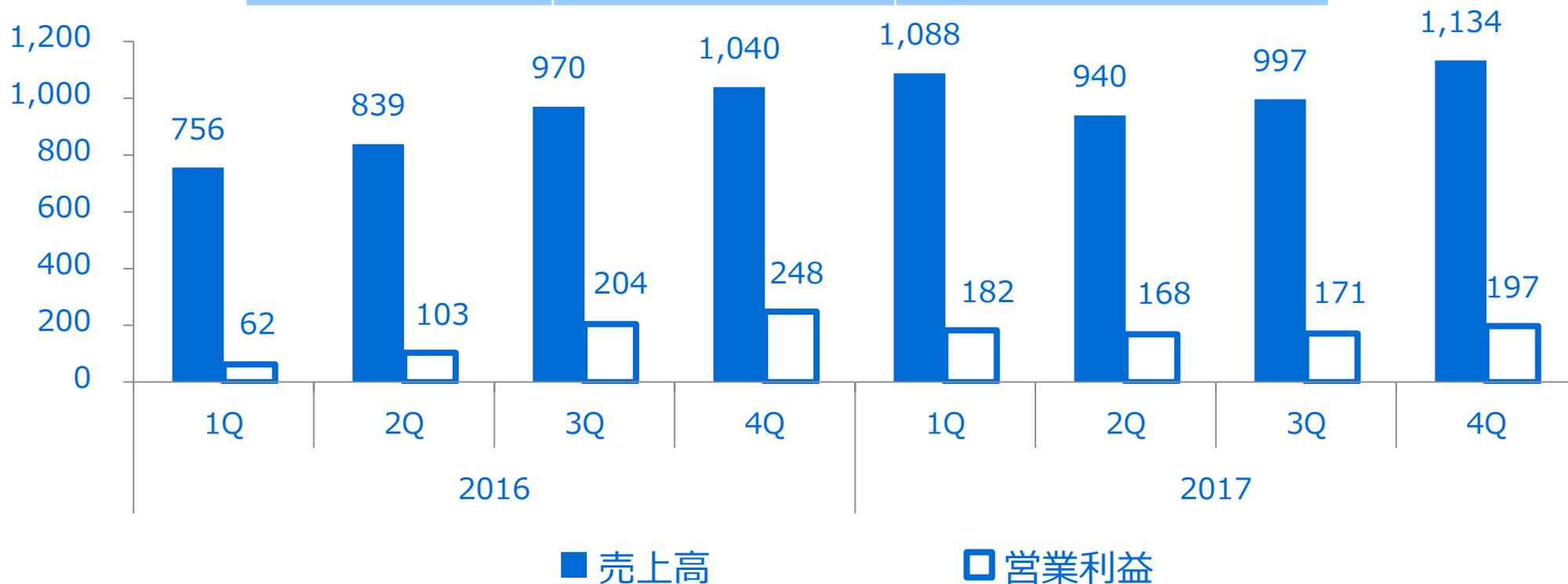


## eセールスマネージャー関連事業業績

- ・売上高+15%、セグメント利益+16%
- ・CRM/SFAはライセンス型を中心に成長。

	2016	2017
売上高	3,606百万円	4,161百万円
セグメント利益	620百万円	720百万円

(百万円)

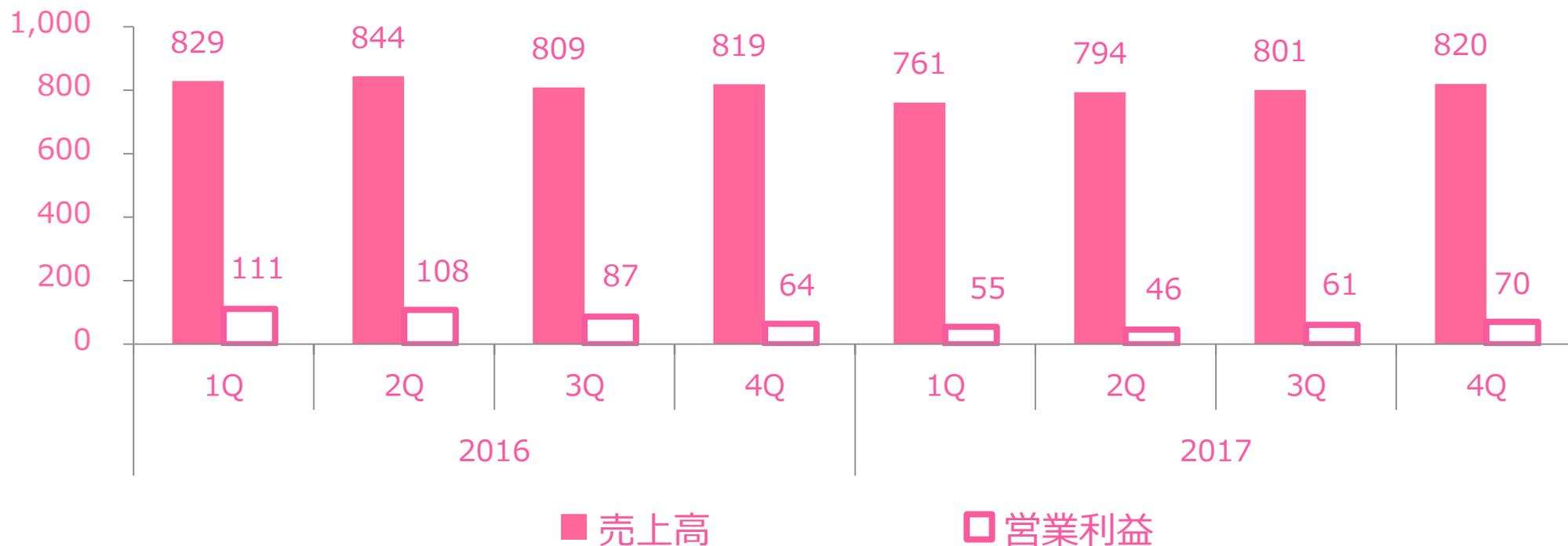


## フィールドマーケティング事業業績

- ・売上高▲4%、セグメント利益▲37%
- ・ストックビジネスは安定的に推移、スポット案件減少
- ・成長に向け体制強化と投資を実施

	2016	2017
売上高	3,302百万円	3,177百万円
セグメント利益	371百万円	233百万円

(百万円)

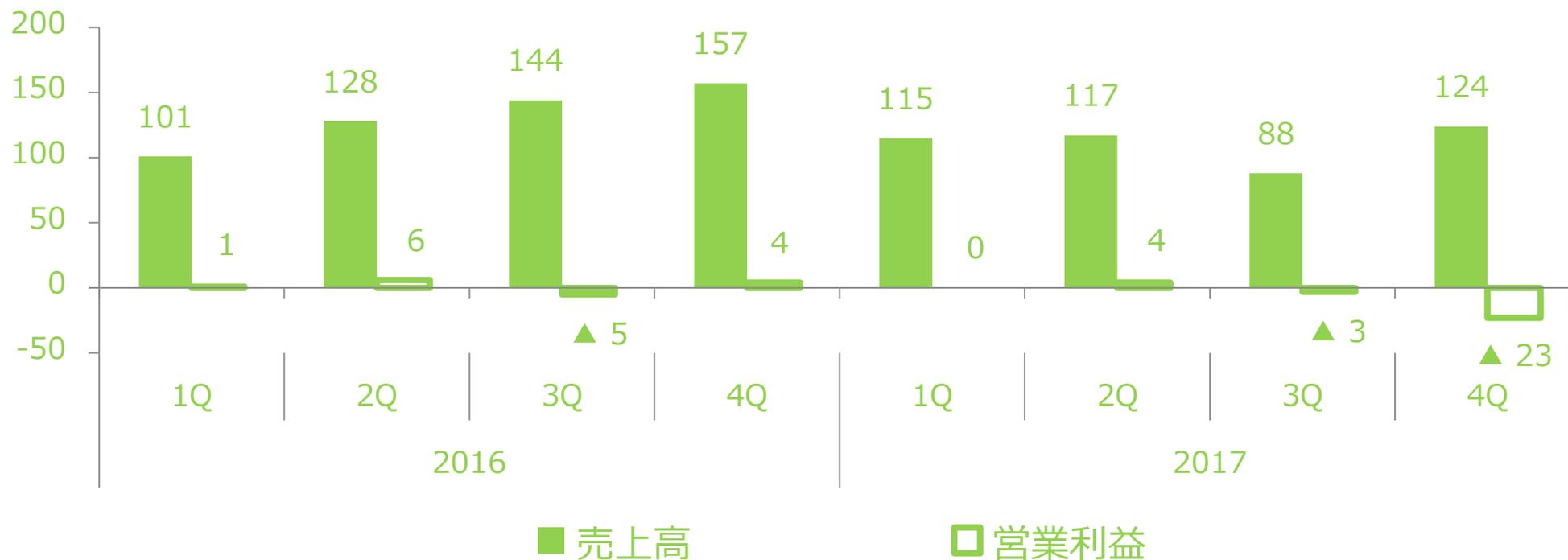


## システム開発事業業績

- ・売上高▲16%、セグメント損失22百万円
- ・一部大型案件の規模縮小の影響で減収
- ・減収及び一部プロジェクトの仕掛品の見直しによりセグメント利益は損失計上

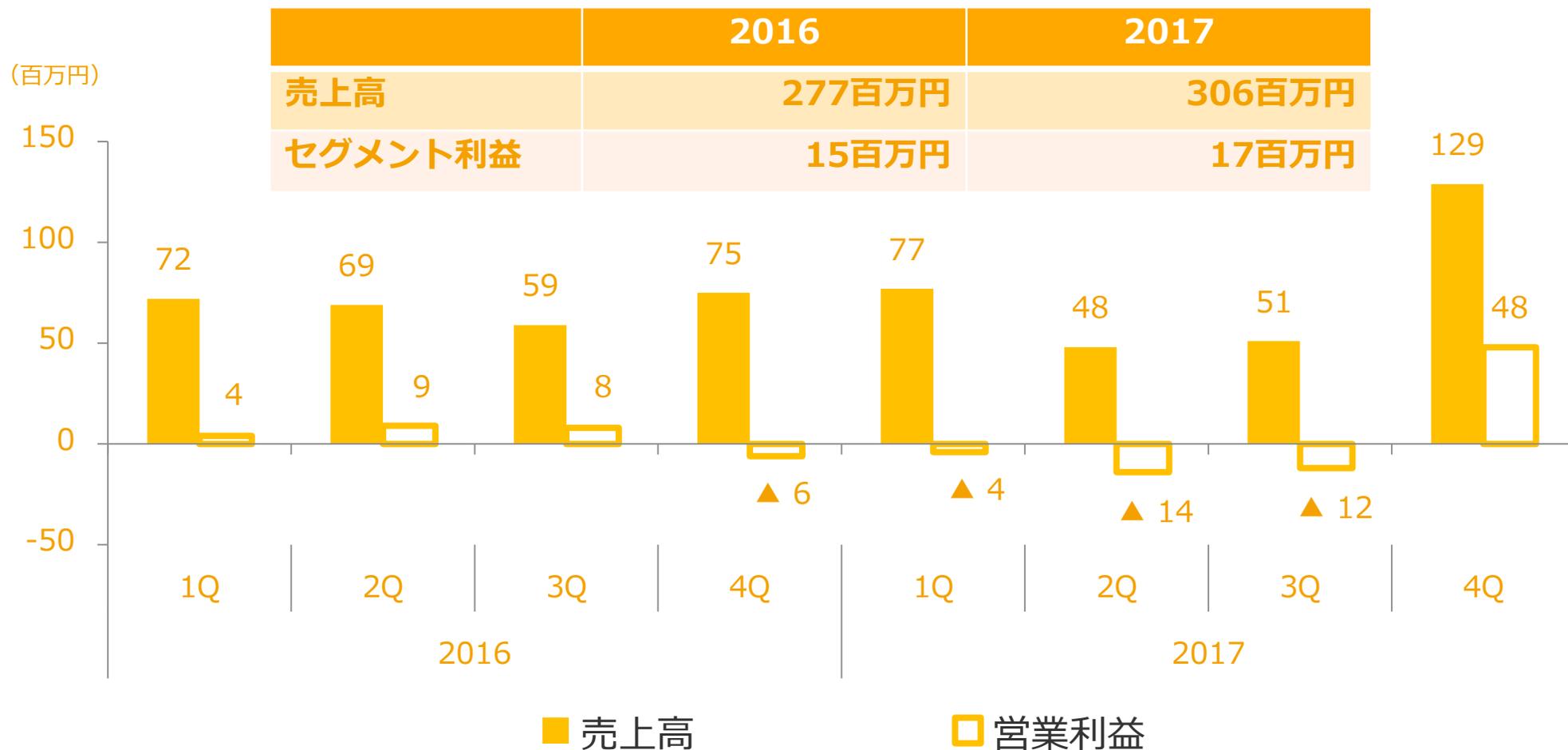
	2016	2017
売上高	533百万円	445百万円
セグメント利益	7百万円	▲22百万円

(百万円)



# 出版事業業績

- ・売上高+11%、セグメント利益+16%
- ・下期の書籍販売が復調したことにより増収増益



## 2018年度連結業績予想

- ・売上高+10%、営業利益+21%
- ・中期経営計画の重点施策を推進し、収益構造の改革を目指す
  - ① 既存ビジネスの継続成長
  - ② 新規ビジネスによる成長のための構造改革

単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する当期純利益
2018年12月期 業績予想	8,900	1,150	1,150	750
2017年12月期 実績	8,091	949	952	636
前年比	+10%	+21%	+21%	+18%

# 2018年度年間配当

## 配当方針

- ・ 連結配当性向30%を目安に安定的に配当を行う

単位：百万円	親会社株主に 帰属する当期純利益 (百万円)	年間配当 (円)	配当性向 (%)
2018年12月期 業績予想	750	8	31.3
2017年12月期 実績	636	7	32.9



# ソフトブレン 中期経営計画 2018-2020

2018年2月7日

25<sup>th</sup>  
ANNIVERSARY

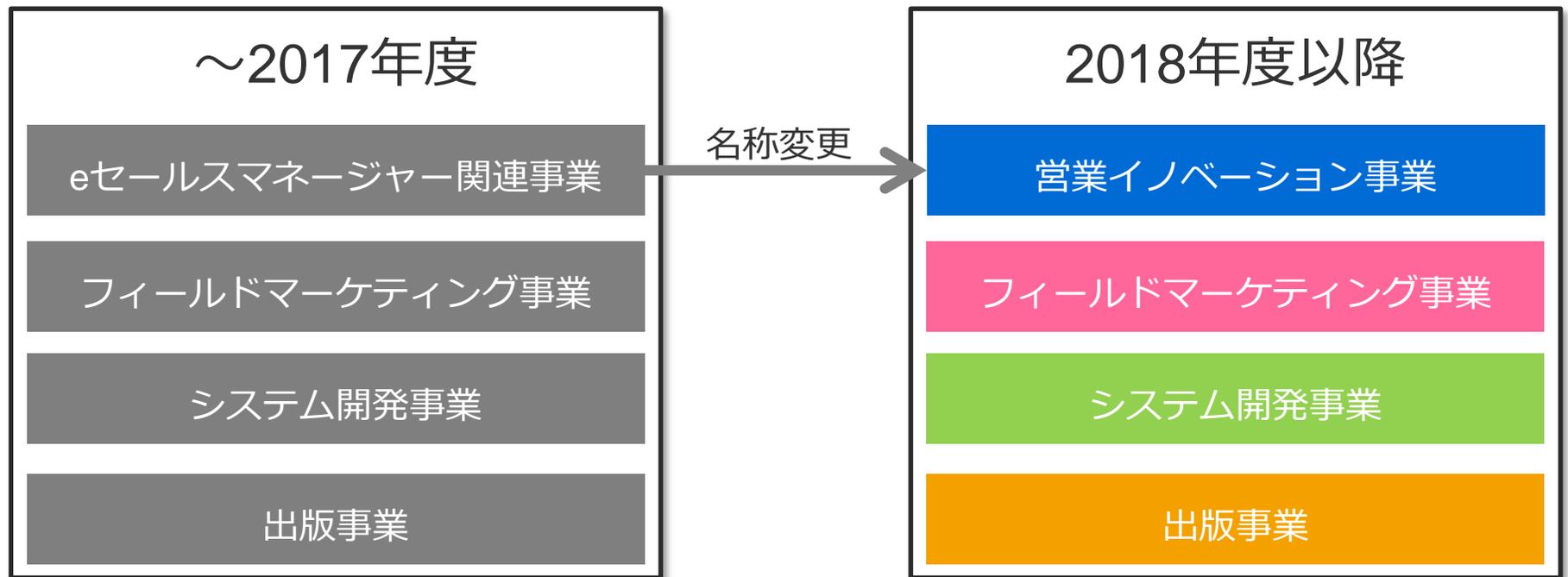
TO BE OPEN TO CHANGE  
**SOFTBRAIN Co.,Ltd.**



## 注意事項

2018年12月期より下記のとおり、  
一部事業の名称を変更をいたします。

なお、集計方法に変更はありません。



# アジェンダ

## I. 経営ビジョン

## II. 中期経営計画の基本方針と重点施策

## III. 事業別成長戦略

- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業

## IV. 中期経営計画数値 2018-2020

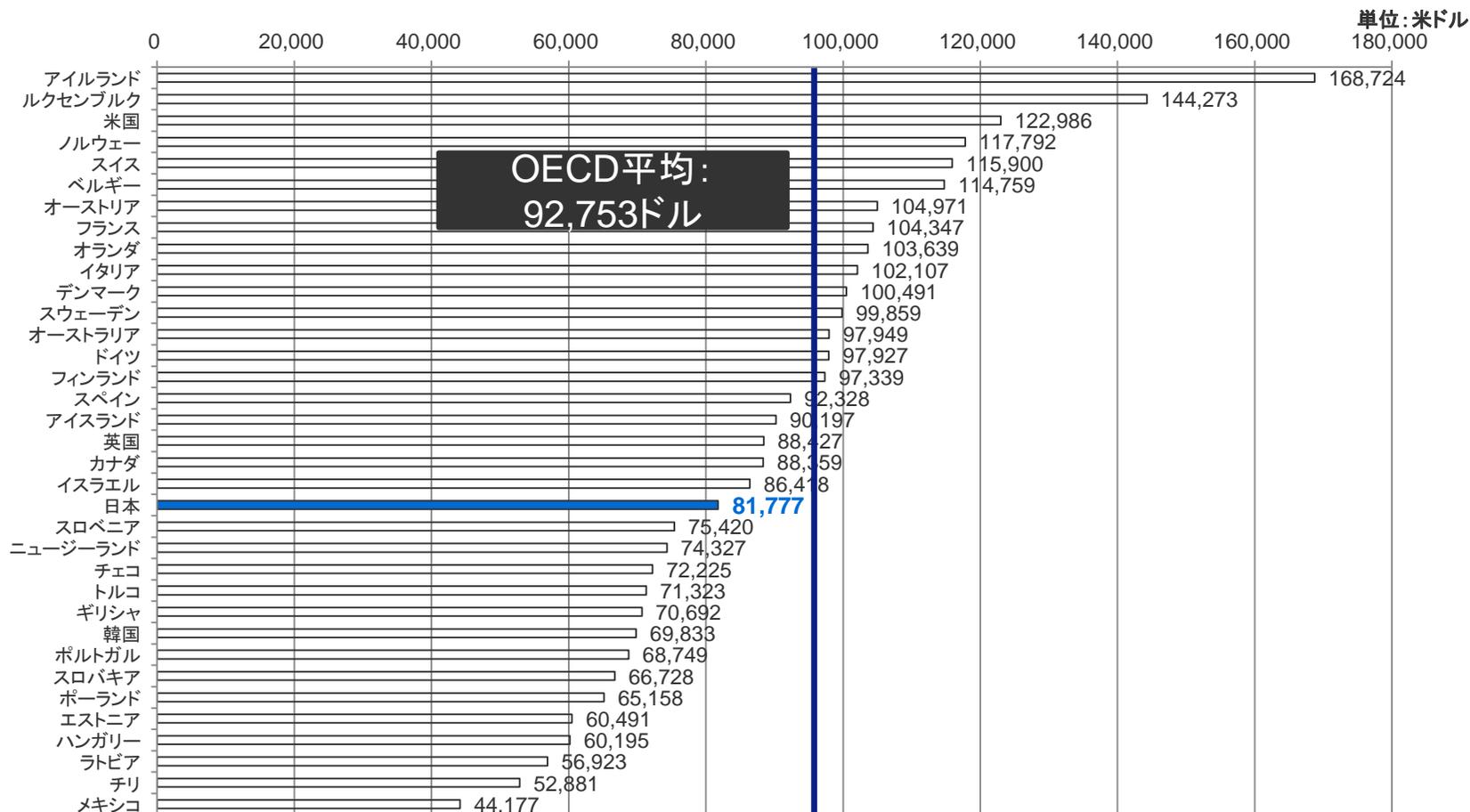
－プロセスマネジメント×IT－

日本の働き方を革新する  
リーディングカンパニーへ

# 一人当たり労働生産性ランキング

日本は81.8万ドル（約830万円）と先進国（G7）で最下位、OECD加盟国35か国中21位

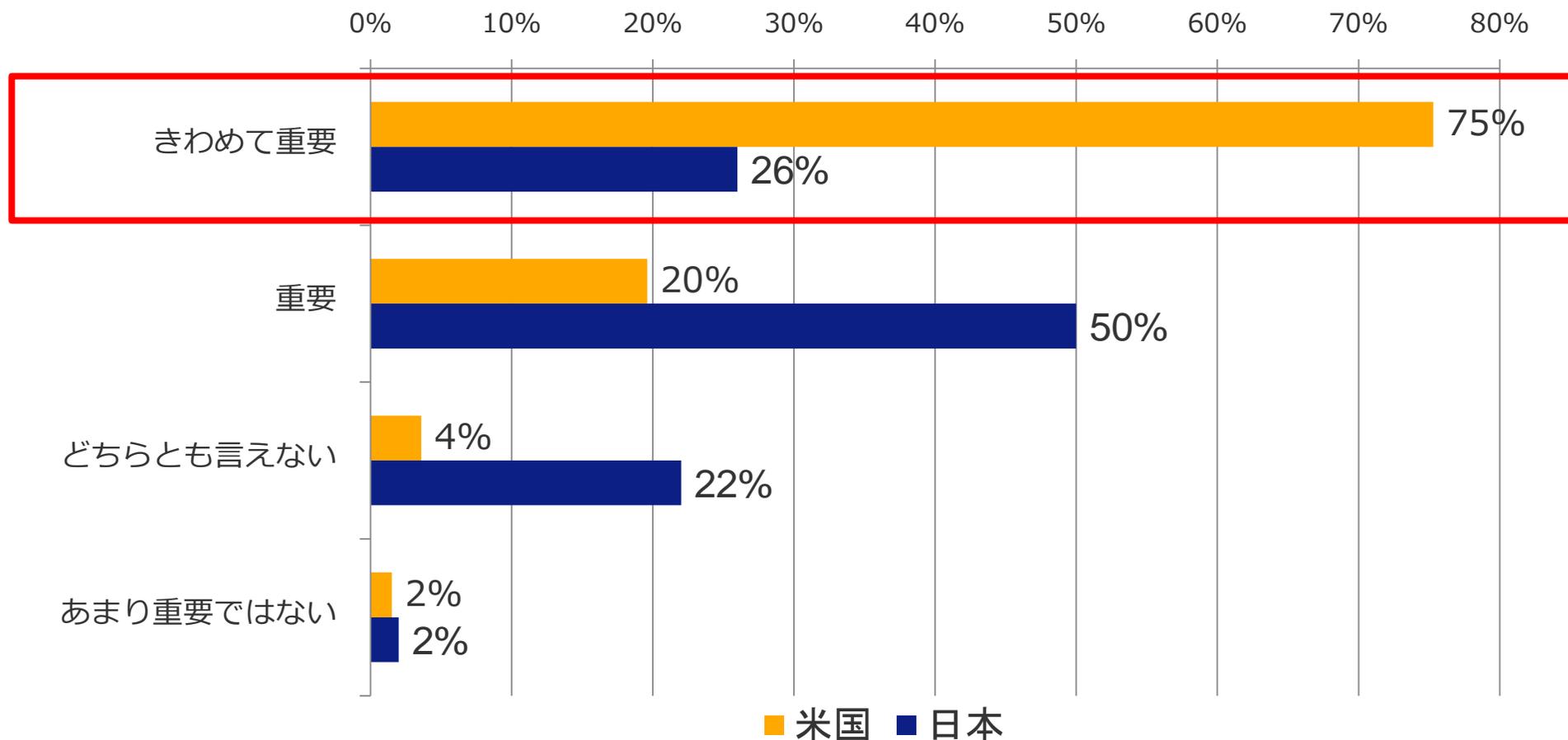
## OECD加盟諸国の労働生産性（2016年 労働者一人当たりGDP）



出所：日本生産性本部「労働生産性の国際比較2017年年度版」より（2017年12月20日発表）

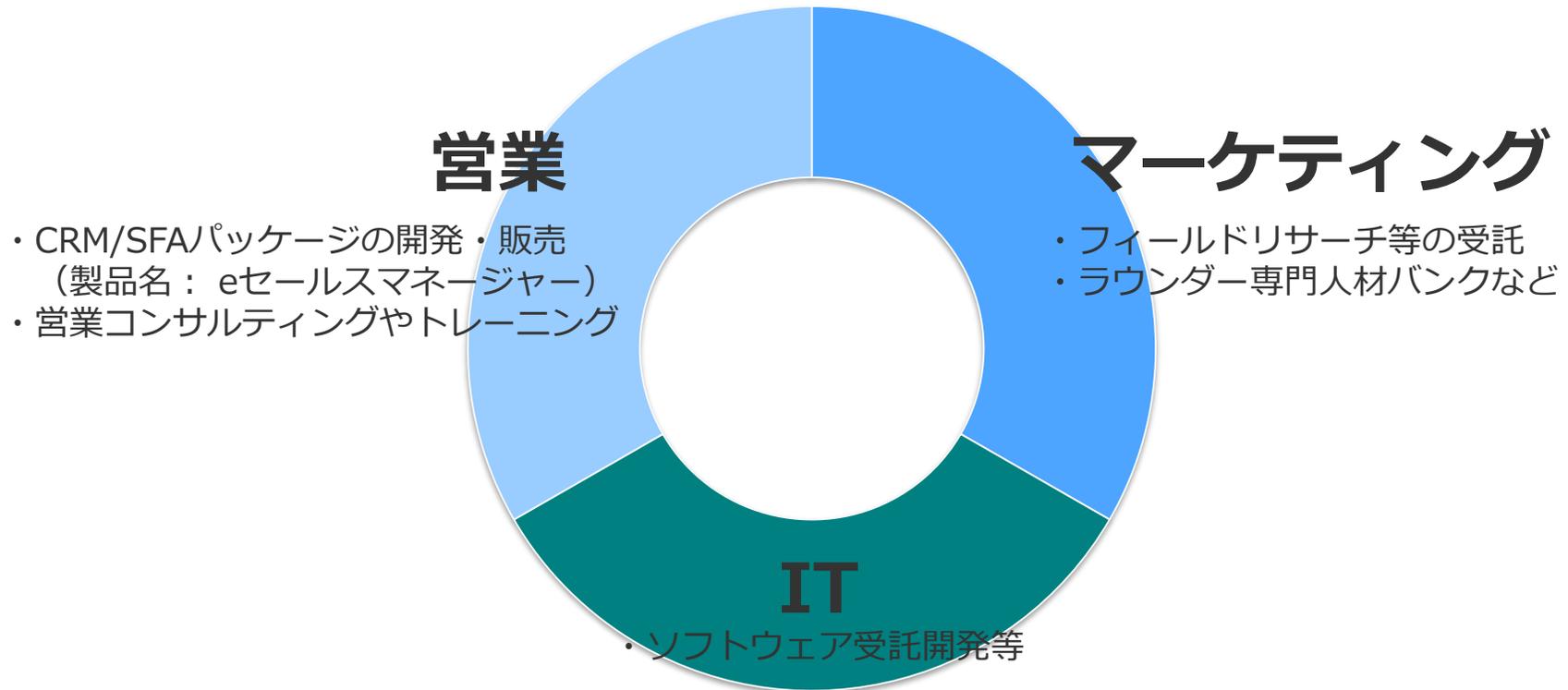
# 経営者によるIT/情報システム投資の重要性調査

日本の経営者の姿勢がIT投資の遅れにつながっている。



出所：JEITA/IDC「2017年 国内企業の『IT経営』に関する調査」より（2018年1月16日発表）

# グループ事業概要



お客様が抱える営業・マーケティング・ITに関する課題を、  
包括的に支援し、**ワンストップ**で課題解決

# 事業セグメント

営業イノベーション事業、フィールドマーケティング事業を軸に、  
4つの事業で、企業の営業・IT・マーケティングをワンストップで支援

## 営業・IT

### 営業イノベーション事業

(旧eセールスマネージャー関連事業)

#### 営業支援システム (CRM/SFA)

#### 営業コンサルティング

ソフトブレイン(株)

ソフトブレイン・サービス(株)

ソフトブレイン・インテグレーション(株)

## マーケティング

### フィールドマーケティング事業

#### フィールド活動業務

#### マーケットリサーチ

ソフトブレイン・フィールド(株)

## IT

### システム開発事業

#### ソフトウェア受託開発

ソフトブレイン・オフショア(株)

## マーケティング

### 出版事業

#### ビジネス書籍の

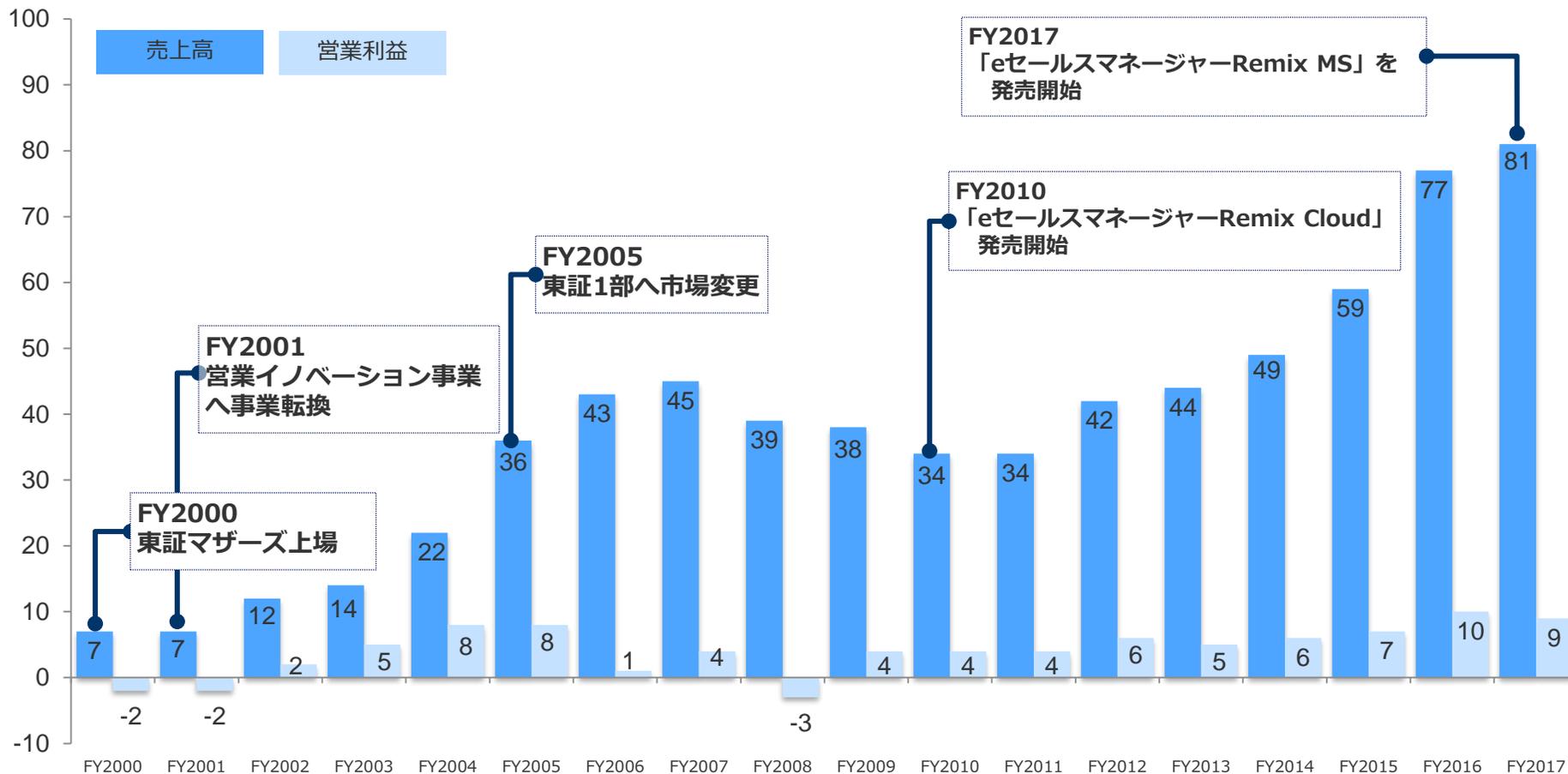
#### 企画・編集・発行

(株)ダイヤモンド・ビジネス企画

# 業績推移

## 2012年度以降順調に業容を拡大

(単位：億円)



# アジェンダ

## I. 経営ビジョン

## II. 中期経営計画の基本方針と重点施策

## III. 事業別成長戦略

- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業

## IV. 中期経営計画数値 2018-2020

# 中期経営計画の基本方針と重点施策

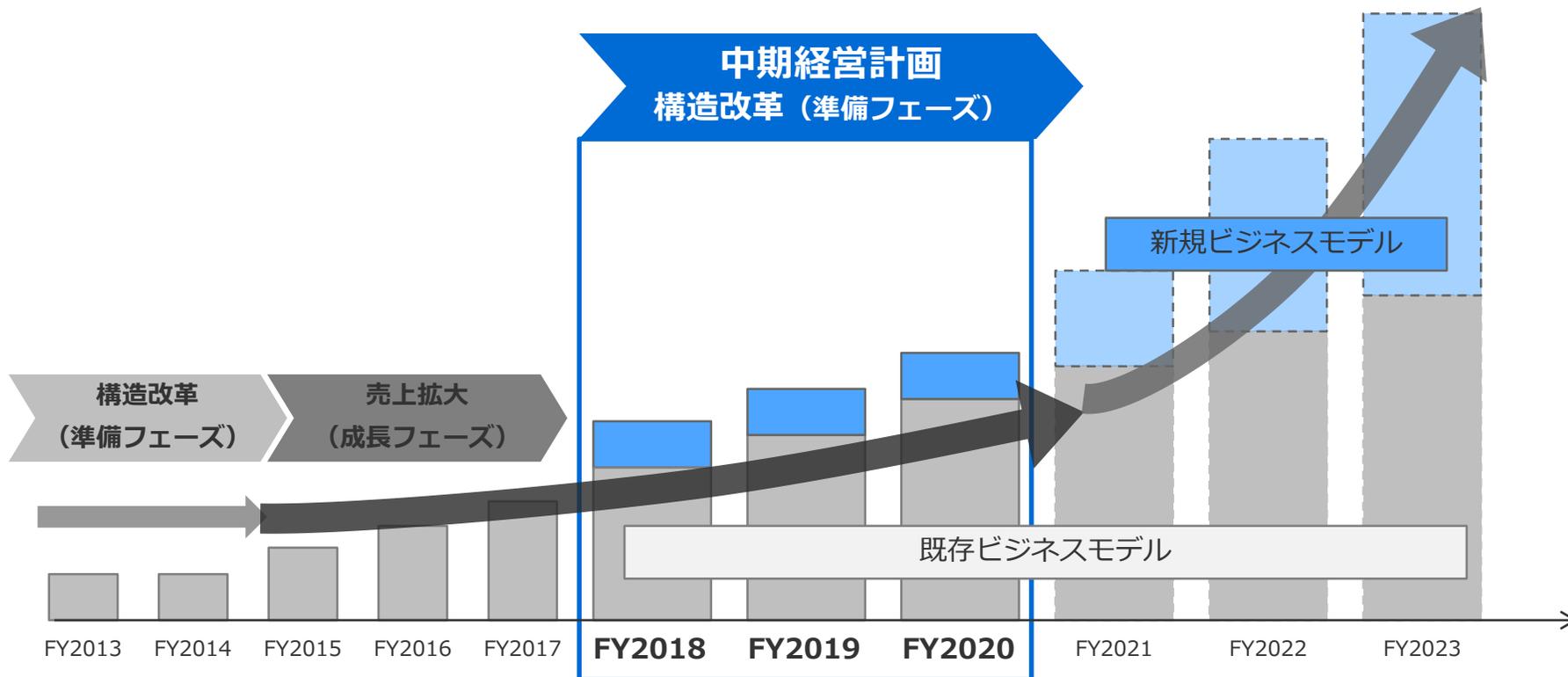
## 基本方針

収益構造の改革により、  
2021年以降の急成長を目指す  
「フローからストックの収益モデルへ」

## 重点施策

- ①既存ビジネスの継続成長
- ②新規ビジネスによる成長のための構造改革

次中計対象期間  
売上拡大（成長フェーズ）



# アジェンダ

## I. 経営ビジョン

## II. 中期経営計画の基本方針と重点施策

## III. 事業別成長戦略

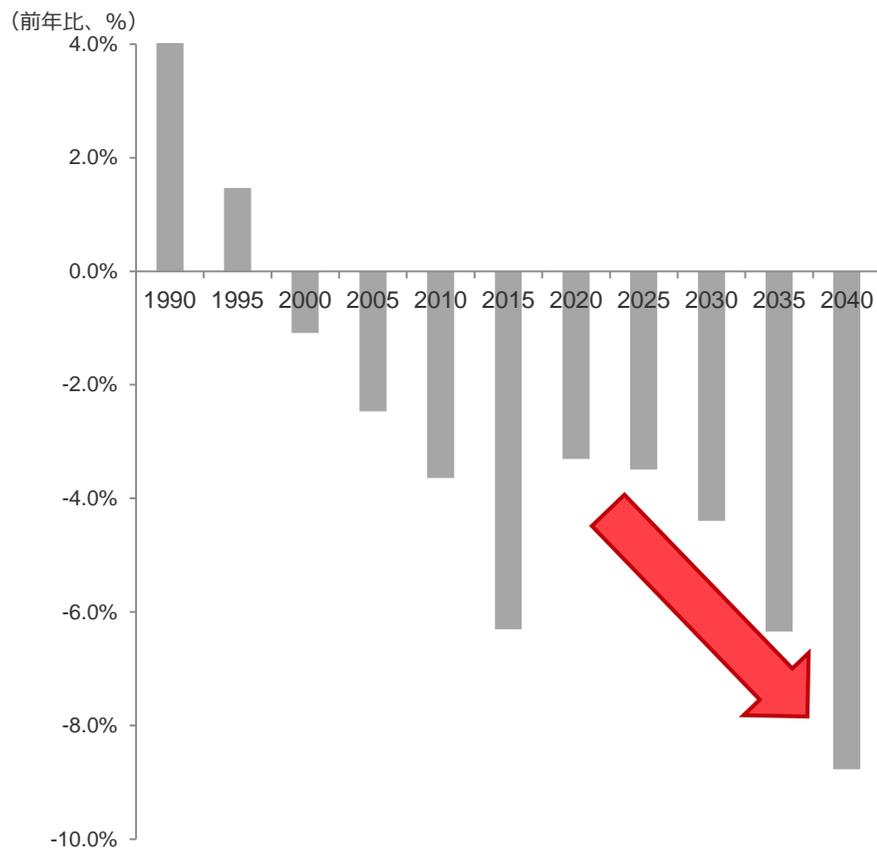
- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業

## IV. 中期経営計画数値

# 営業イノベーション事業 事業環境

生産年齢人口は下降の一途をたどる中、  
日本企業は、「収益性向上」「売上・シェア拡大」という経営課題を抱えている

## 生産年齢人口（15-64歳）の伸び率



(出所) 総務省「国勢調査」(年齢不詳人口を除く)、  
2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」

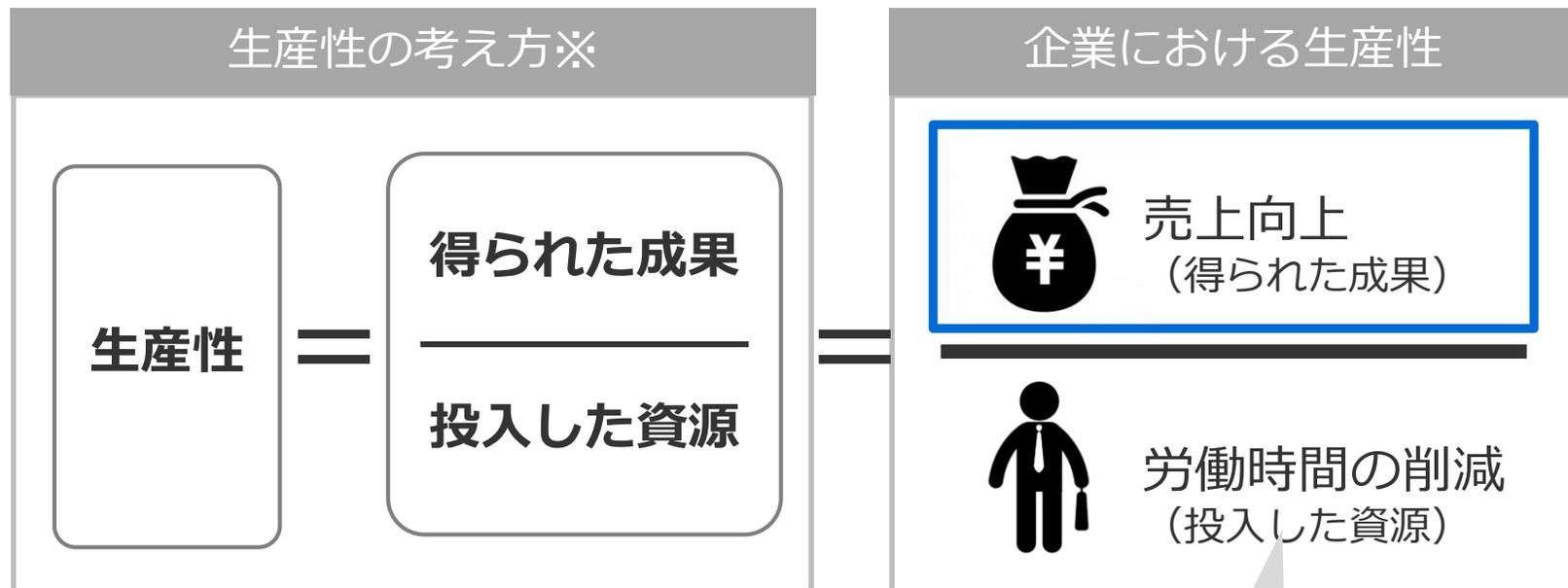
## 日本企業の直面する経営課題

1	収益性向上	42.1
2	売上・シェア拡大	36.8
3	人材の強化(採用・育成・多様化への対応)	35.9
4	新製品・新サービス・新事業の開発	26.1
5	事業基盤の強化・再編、事業ポートフォリオの再構築	23.1
6	技術力・研究開発力の強化	14.2
7	グローバル化(グローバル経営)	13.1
8	現場力の強化	12.8
9	品質向上(商品・サービス・技術)	12.2
10	働きがい・従業員満足度・エンゲージメントの向上	11.0

(出所) 一般社団法人日本能率協会  
「第38回当面する企業経営課題に関する調査 日本企業の経営課題2017 調査結果【速報版】」より抜粋

# フォーカスする生産性向上とは

「得られた成果 = 売上向上」にフォーカスすることで、顧客の生産性向上に貢献



\*伊賀 泰代「生産性」(ダイヤモンド社) から引用

一般的には  
労働時間削減のみ

- ワークスタイル改革
- ノー残業デー
- プレミアムフライデー 等

# 営業イノベーション事業 事業概要

「仕組みづくり」「型づくり」で顧客の売上向上に貢献する

働き方革新による売上最大化

プロセスマネジメント

型づくり

業務分解・定義



営業コンサルティング

型づくり

標準化



営業トレーニング

仕組みづくり

顧客接点データベース

集客



MA (マーケティング支援)

商談・案件管理



CRM/SFA (営業支援・顧客管理)

分析



BI (分析・課題発見)

情報共有



グループウェア/SNS (協働支援)

仕組みづくり

最新テクノロジー



モバイルワーク

スマートデバイスセキュリティ・活用コンサル



オートメーション

AI・ロボティクス技術導入

【事業①】

営業特化型の  
専門コンサルティング  
国内30万人が実践  
営業プロセスマネジメントの元祖

【事業②】

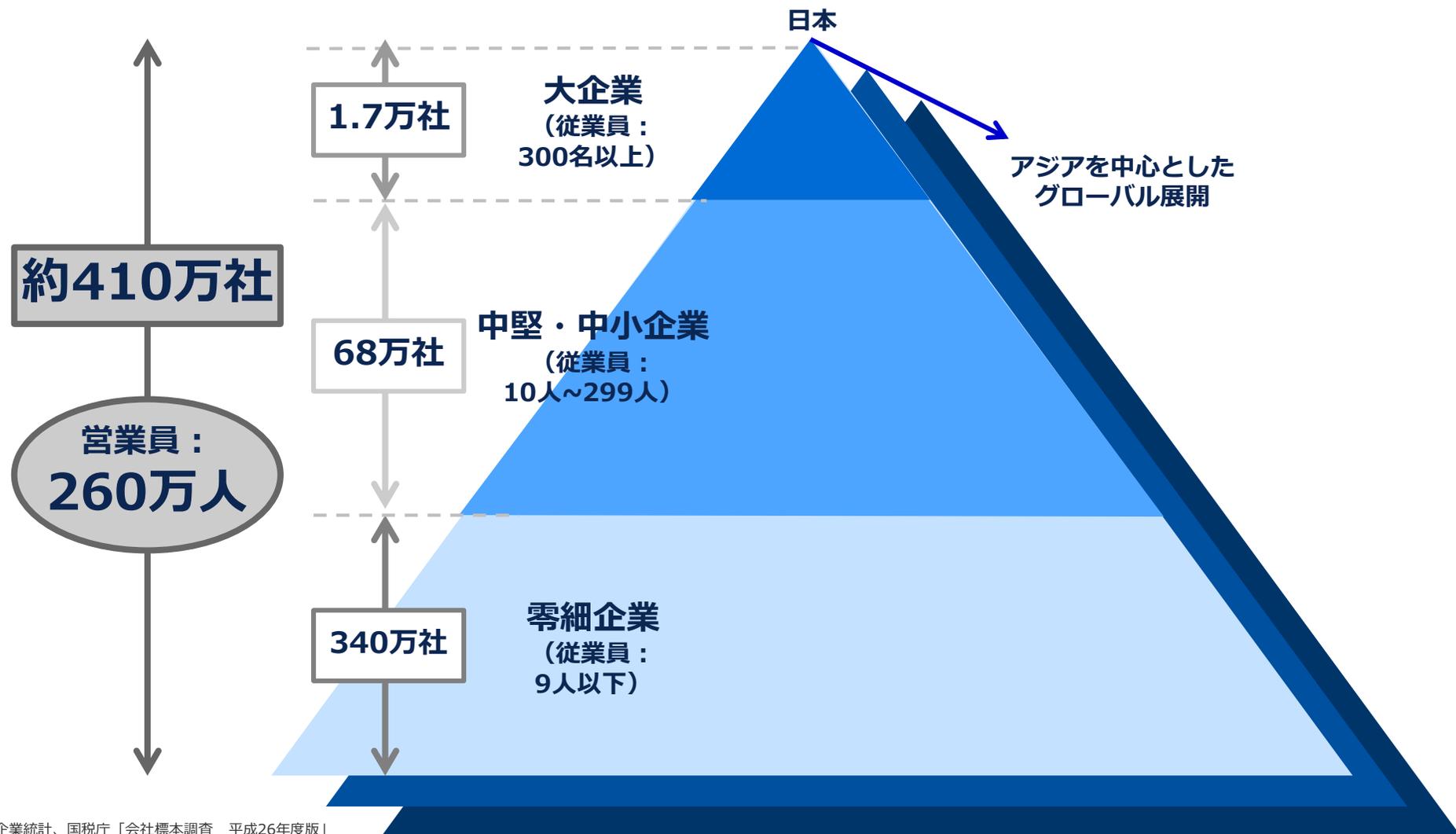
営業支援システム  
(CRM/SFA)  
国産ベンダーNo.1  
使い勝手No.1

【事業③】

米国Apple認定  
スマートデバイス導入  
活用コンサルティング

# 営業イノベーション事業 対象市場のポテンシャル

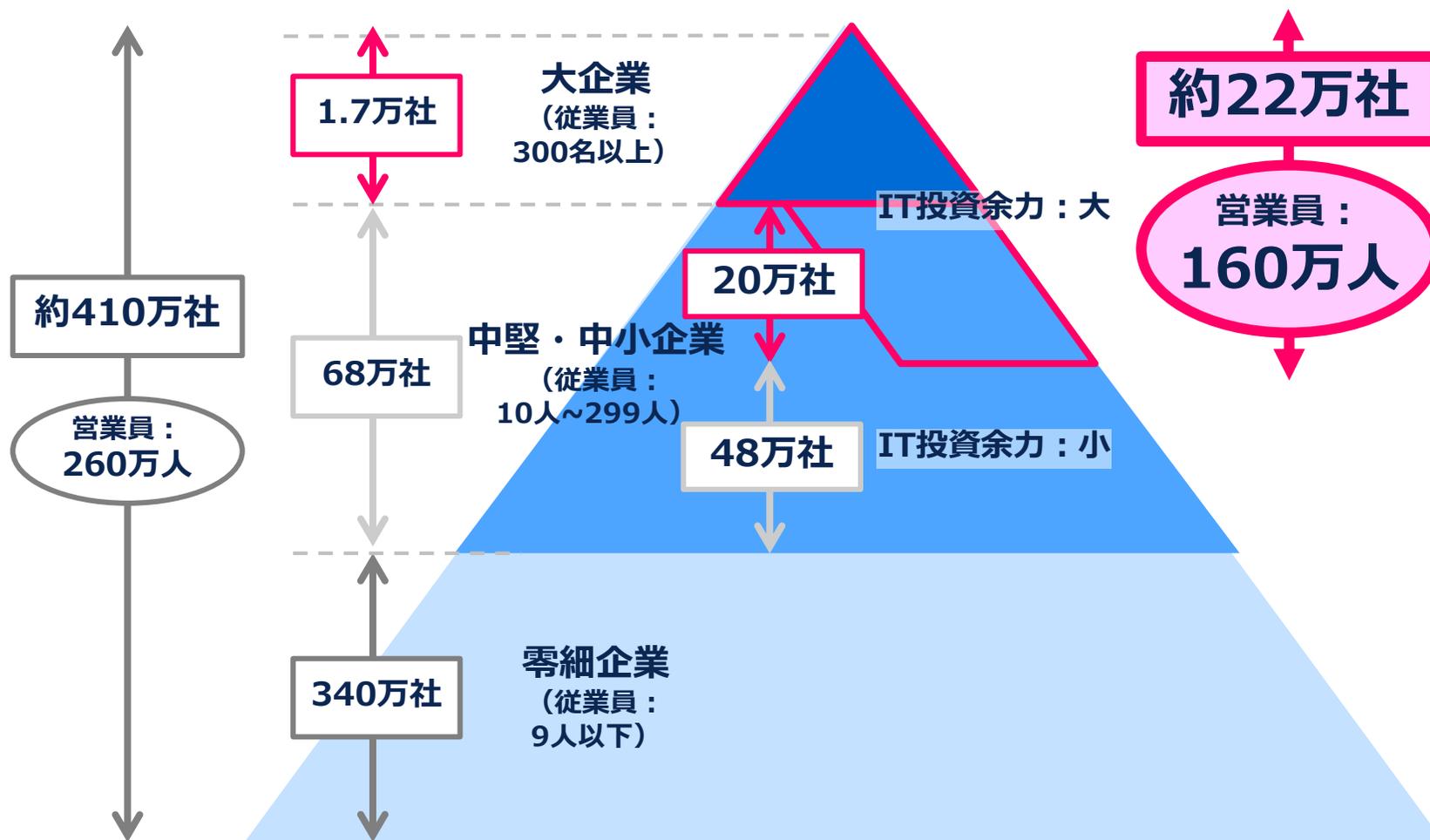
日本の全企業（410万社）、総従業員数220万人がポテンシャル市場  
長期的には、アジアを中心としたグローバル展開も狙う



Source : 法人企業統計、国税庁「会社標本調査 平成26年度版」

# 営業イノベーション事業 対象市場の分析～ターゲット

本中計のターゲットは、IT投資余力のある「大企業」と「黒字の中堅・中小企業」の約22万社／160万人の営業員



出所：法人企業統計、国税庁「会社標本調査 平成26年度版」

# 営業イノベーション事業 対象市場のポテンシャル

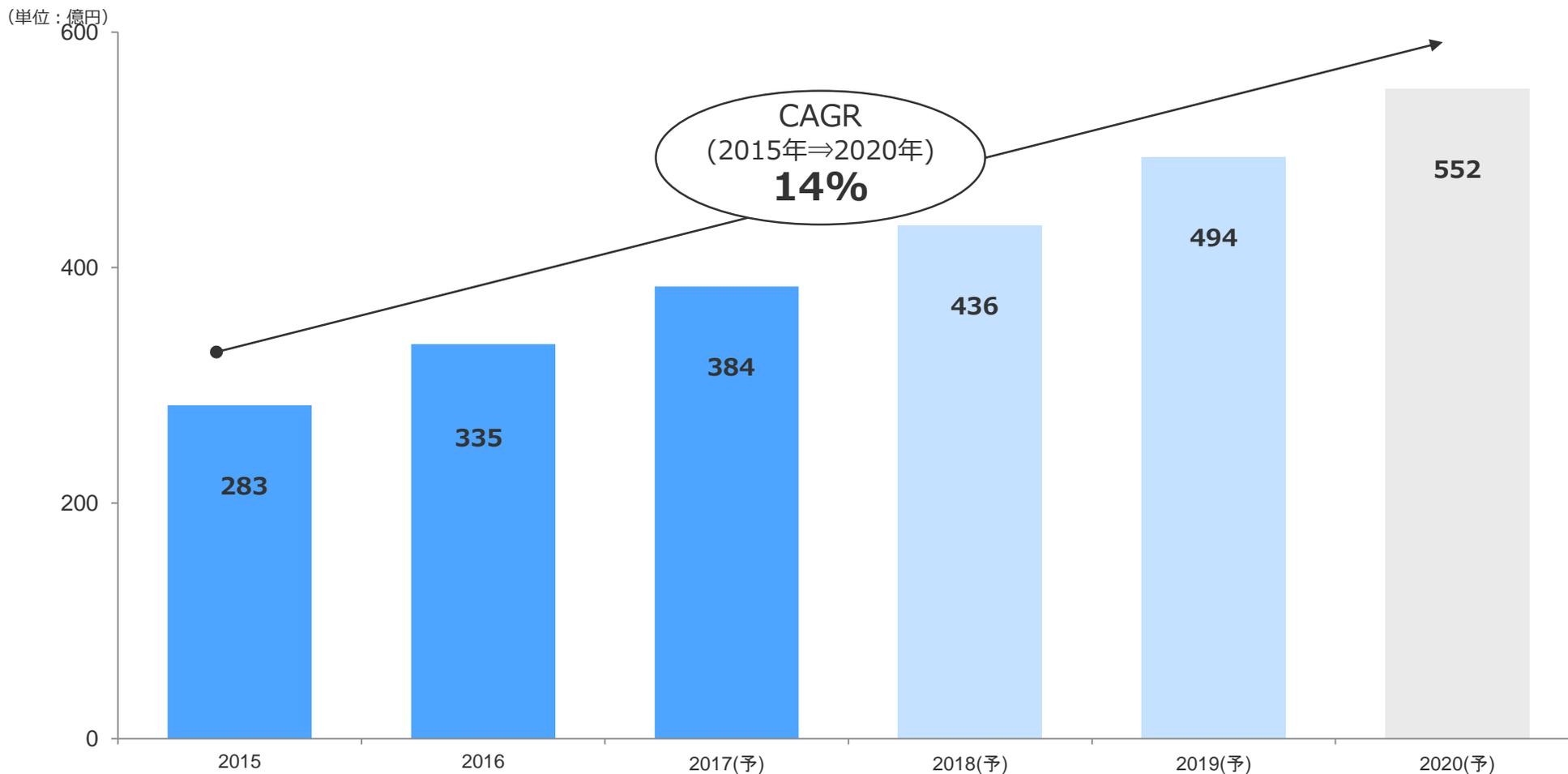
生産性を実現するSFAは導入比率で14%、アクティブ率で3%程度に留まっており、十分な成長余地が存在

	対象 企業数	想定導入 企業数	SFA 導入比率	想定 アクティブ 企業数	SFA アクティブ率
大企業	1.7万社	0.5万社	30%	0.13万社	8%
黒字の 中堅・ 中小企業	20万社	2.6万社	13%	0.65万社	3%

# 営業イノベーション事業 市場見通し

CRM/SFA市場は今後も年率14%成長見通し。

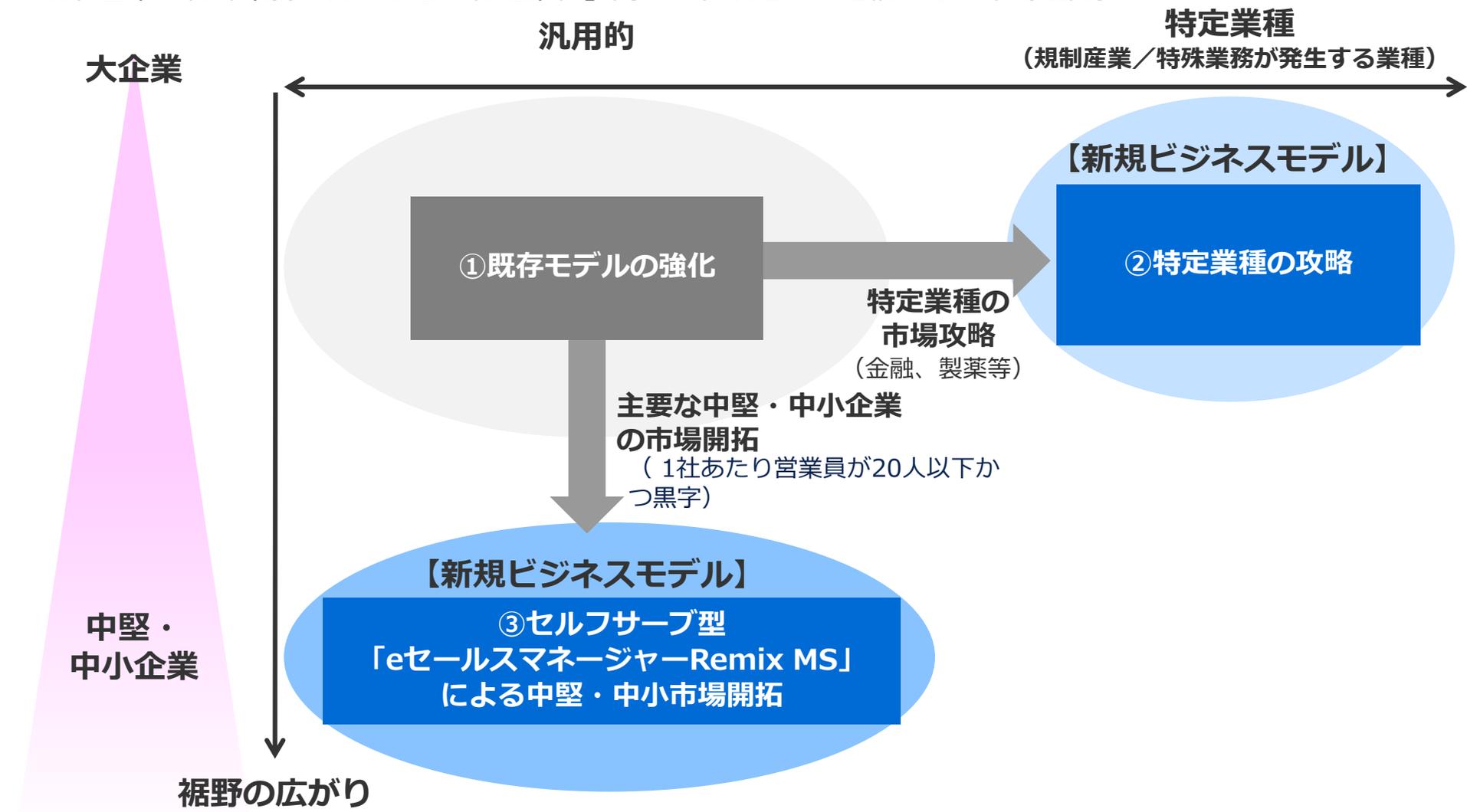
## CRM/SFA市場規模推移



Source : Gartner社「Forecast: Enterprise Software Markets, Worldwide, 2013-2020, 2Q16 Update」

# 営業イノベーション事業 成長戦略

「既存モデルの強化」に加え、アプローチしきれていなかった「中堅・中小企業」と規制産業・特殊業務が発生する「特定業種」向けに新規モデルを構築し、市場を開拓



# 営業イノベーション事業 戦術

対象

戦術

## ① 既存モデル

- ・ 営業員21人以上

- 「eセールスマネージャーRemix」を軸に使い勝手の徹底追求
- ・ マルチデバイス対応（いつでもどこでも使える仕組み）
- ・ 他社製品連携（BI/MA分野）、分業型AI機能（非コア業務のAI代替）
- ・ 営業コンサルティングによる「型づくり」の追求

## ② 特定業種

- ・ 金融業界
- ・ 製薬業界
- ・ 不動産業界 等  
(営業の多い業界)

- 業種トッププレイヤーとの協業
- ・ 特定業種向けのベストな営業プロセスを開発
- ・ 法規制や業種特化型システムとの連携など業種必須要件への対応
- ・ 既存製品の基本設計、設計思想を踏襲

## ③ 中堅・中小

- ・ 営業員20人以下かつ  
黒字の中堅・中小企業  
(対象企業数20万社)

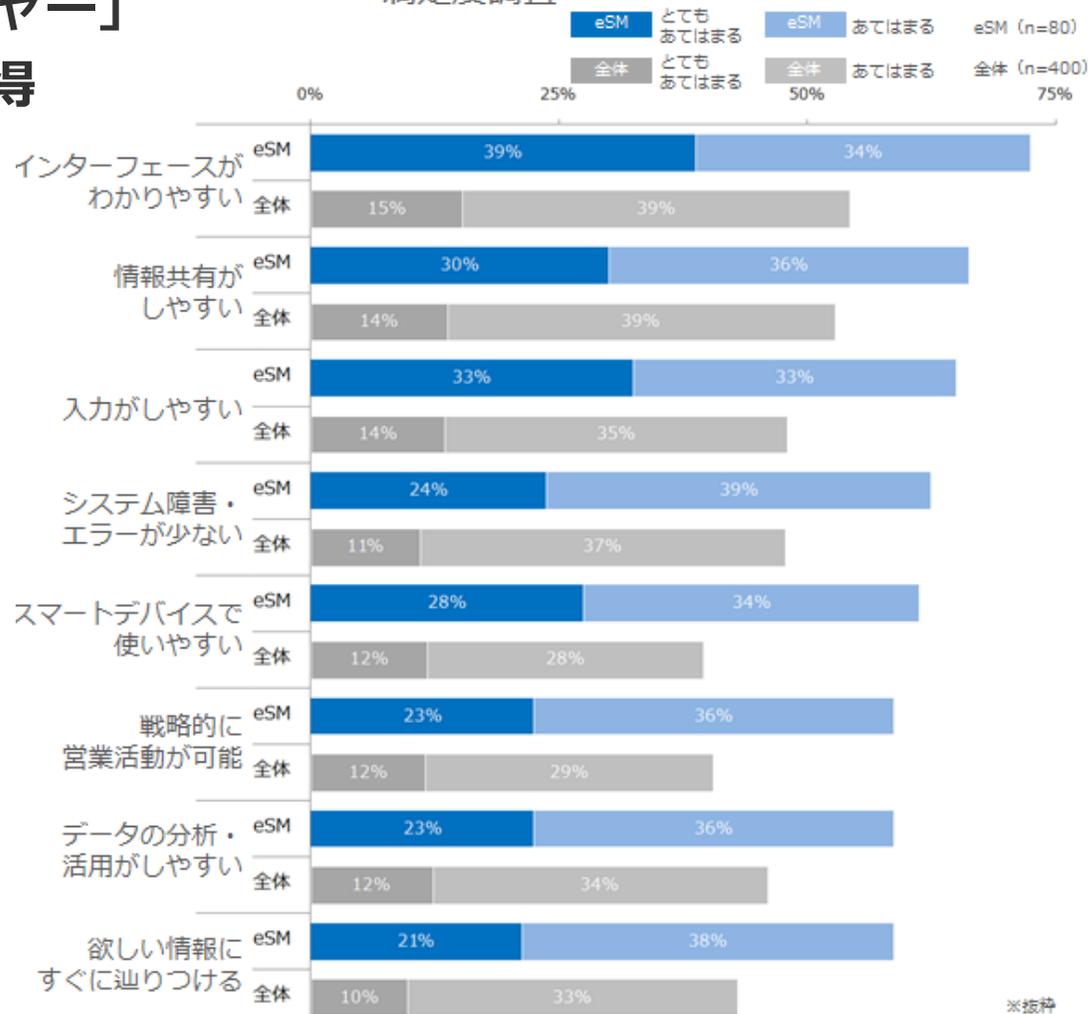
- セルフサーバ型「eセールスマネージャー Remix MS」による市場開拓
- ・ 使い勝手No.1の維持
- ・ 廉価な製品提供
- ・ 簡単導入・設定・活用

# 営業イノベーション事業

## 「eセールスマネージャー」 使い勝手No.1を獲得



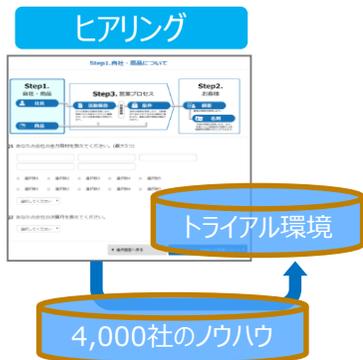
CRM/SFAの使いやすさに関する  
満足度調査



※抜粋

株式会社ネオマーケティング調べ：2017年4月 全国20～50代の男女／会社経営者・役員・団体役員、会社員・団体職員(派遣社員、契約社員含む)／CRM/SFAの利用者／400名／Webアンケート

# 営業イノベーション事業 セルフサブ型



## POINT

- ・新サービスサイトの構築
- ・チャットで情報収集支援

## POINT

- ・弊社ノウハウを元に個別設定されたトライアルの提供
- ・チャットによるヒアリング支援

## POINT

- ・設定変更がカンタンな管理者UI
- ・チャットによるトライアル支援

## POINT

- ・Webでのカンタン見積り/本契約
- ・チャットによるご契約支援

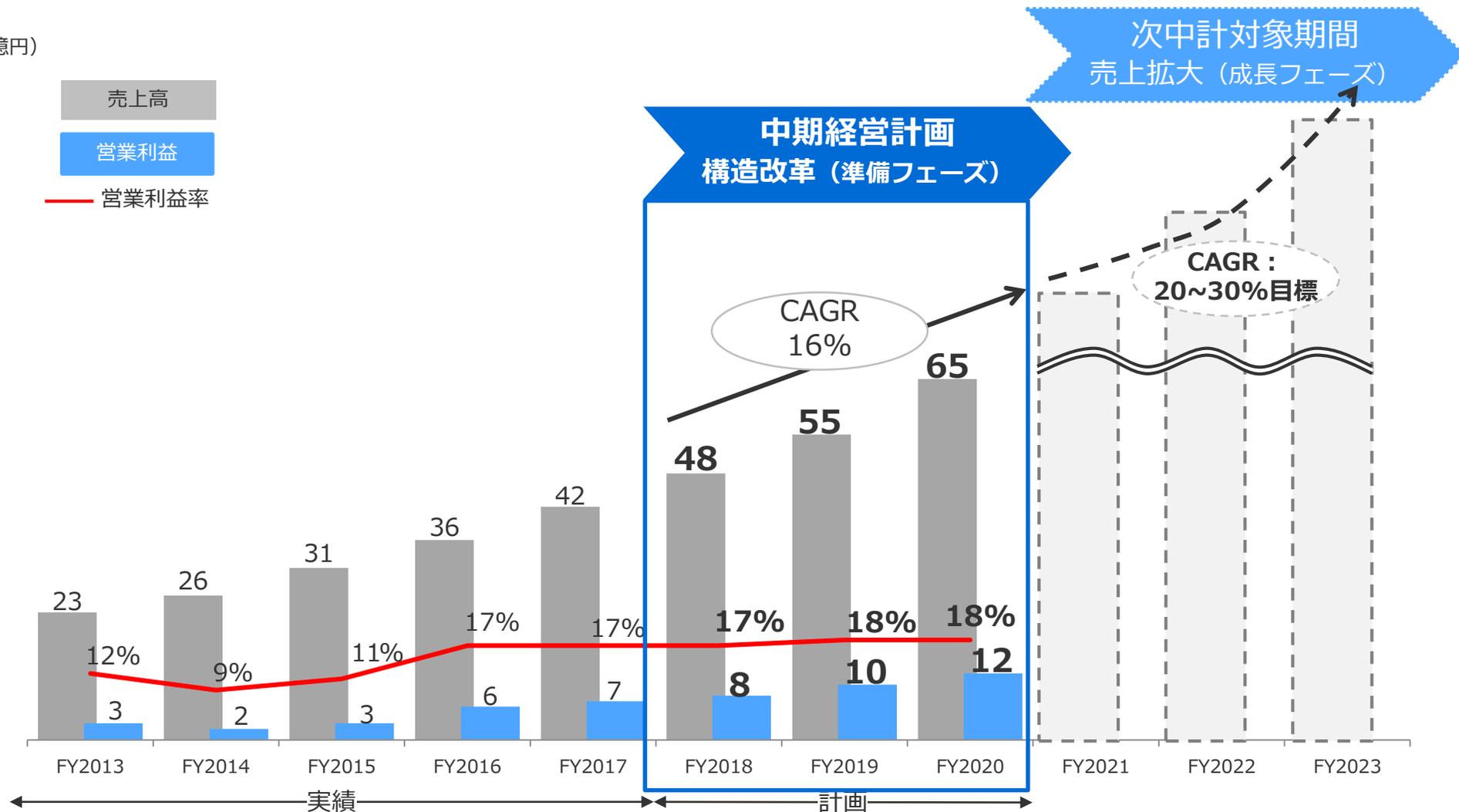
## POINT

- ・サポートFAQでの自己解決支援
- ・活用ガイドの提供による活用支援
- ・いつでもWebで契約内容の変更と環境への即時反映

# 営業イノベーション事業 数値目標

2020年度に売上高**65**億円、営業利益**12**億円（営業利益率**18%**）

(単位：億円)



# アジェンダ

## I. 経営ビジョン

## II. 中期経営計画の基本方針と重点施策

## III. 事業別成長戦略

- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業

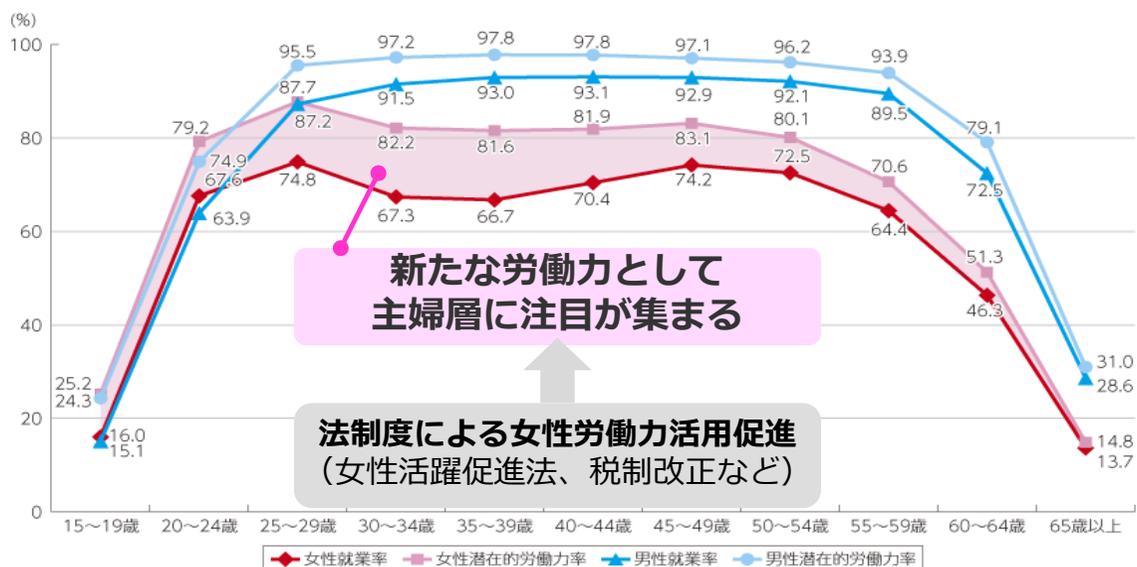
## IV. 中期経営計画数値 2018-2020

# フィールドマーケティング事業 事業環境

事業環境は大きく変化、中でも新たな労働力（主婦層）に注目が集まり  
アウトソーシングという働き方の更なる活用が広がる

## ■ 事業環境 4つの変化

<b>社会環境</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 少子高齢化社会の本格化</li> <li>・ 働き方改革への社会的要請</li> <li>・ 女性活用への機運</li> </ul>	<b>法制度</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 労働関連法制の継続的見直し (派遣法、労働基準法等の規制緩和など)</li> </ul>
<b>企業行動</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 業務アウトソーシングの普及</li> <li>・ 企業のマーケティング戦略の変化 ~マスからダイレクトへ~</li> </ul>	<b>競争環境</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ITの発達による労働市場における 新たなビジネスモデルの出現</li> </ul>

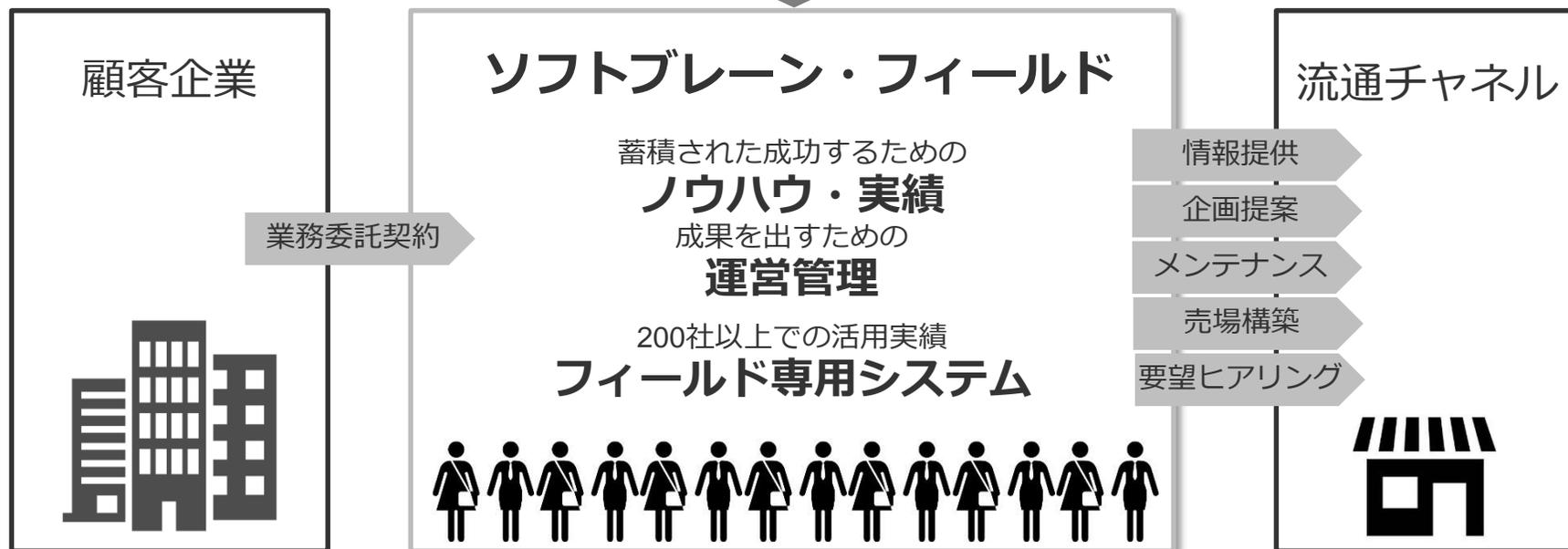


※潜在的労働力率=(就業者+完全失業者+就業希望者)/人口(15歳以上)  
※岩手県・宮城県・福島県を除く全国

# フィールドマーケティング事業 事業概要

働きたい人が「好きな場所で」「好きな時に」「好きな仕事を」「好きなだけ」  
働けるインフラを作る

クラウドソーシング化  
当社が一括受託することで品質管理・低コストを実現



## 提供サービス例

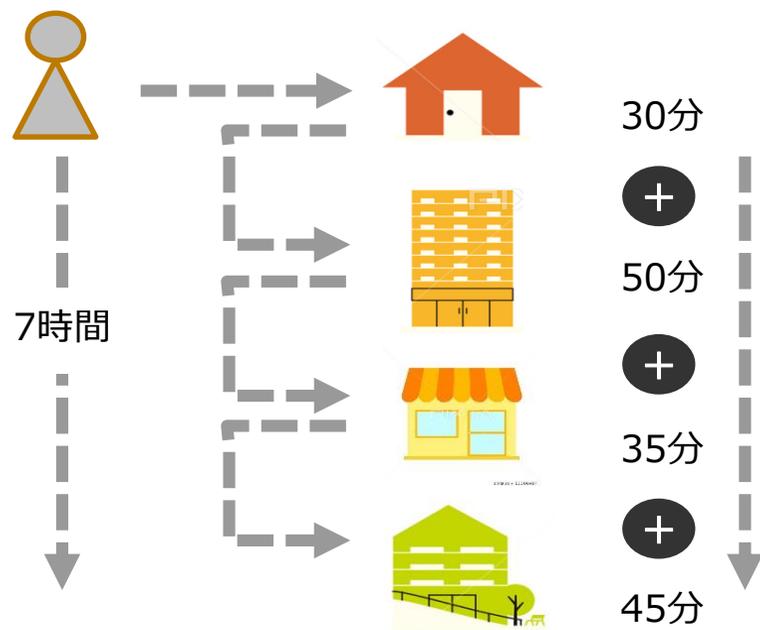
定期店舗巡回、スポット店舗巡回、店頭調査、接客調査 (CS調査)  
業務委託型営業代行、ラウンダー人材バンク、採用アウトソーシング

# フィールドマーケティング事業 独自のビジネスモデル

独自のビジネスモデルである訪問単価制により、企業は大きなコストメリットと柔軟な対応が可能

## ■ ビジネスモデル比較

### ■ 従来のフルタイム型ラウンダー



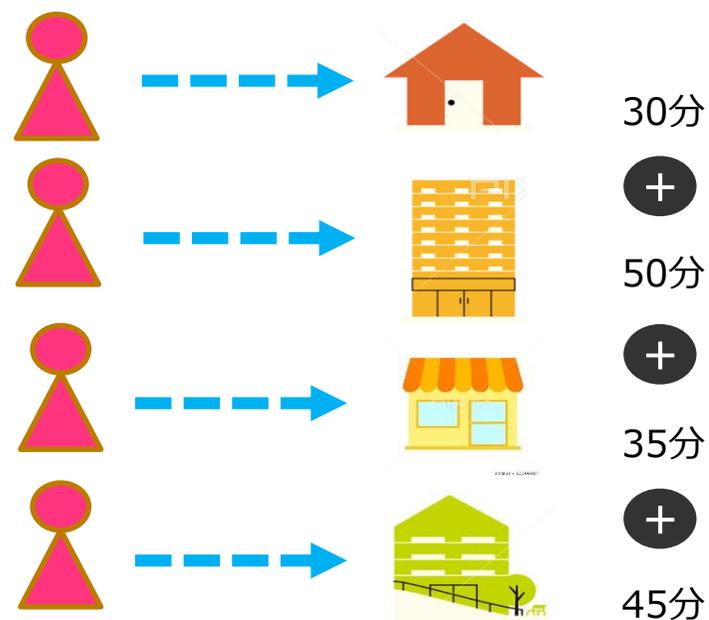
移動時間=>必要

交通費=>必要

4店舗 160分

7時間のコスト

### ■ 訪問単価型ラウンダー



移動時間=>不要

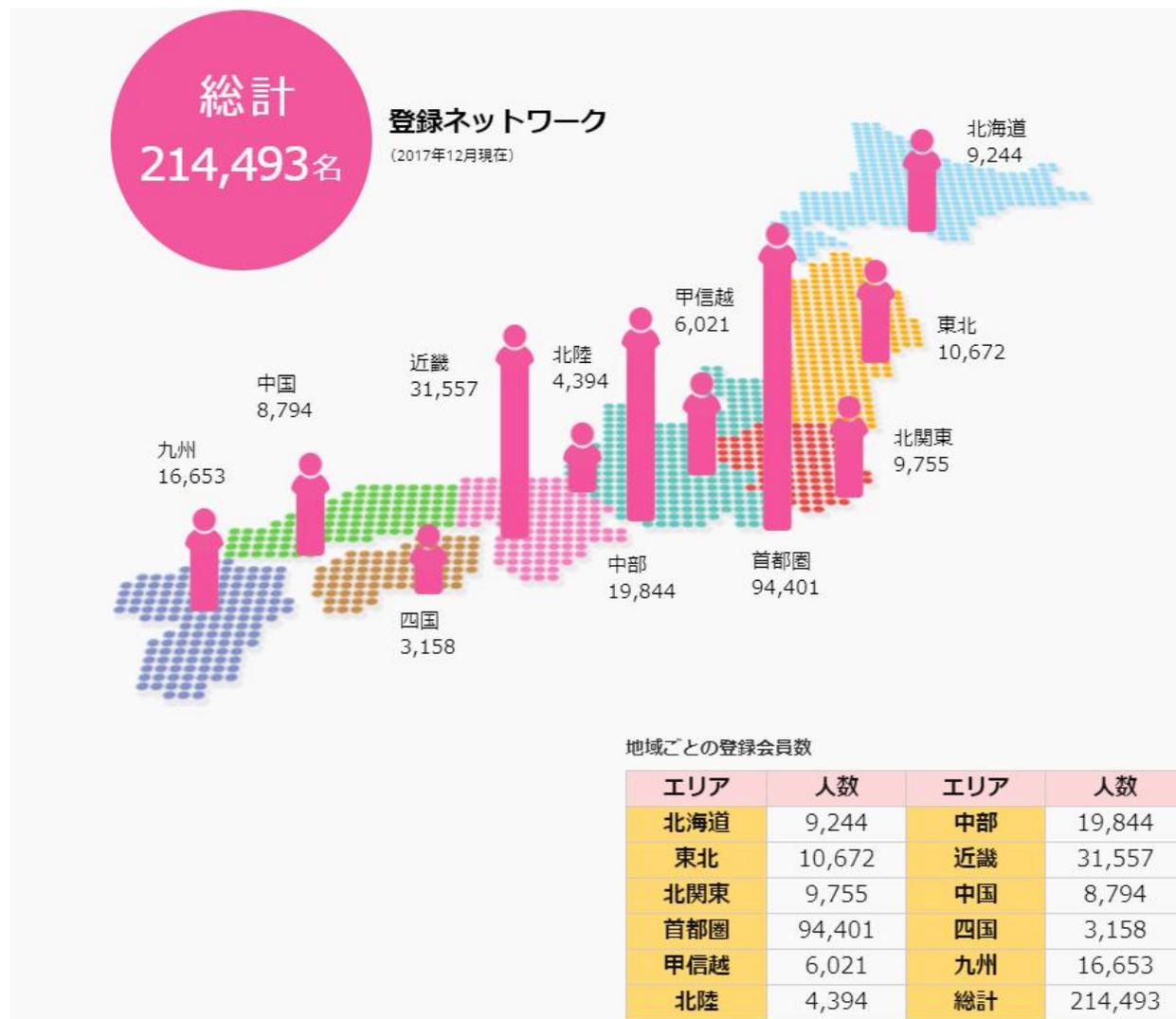
交通費=>不要

4店舗 160分

160分のコスト

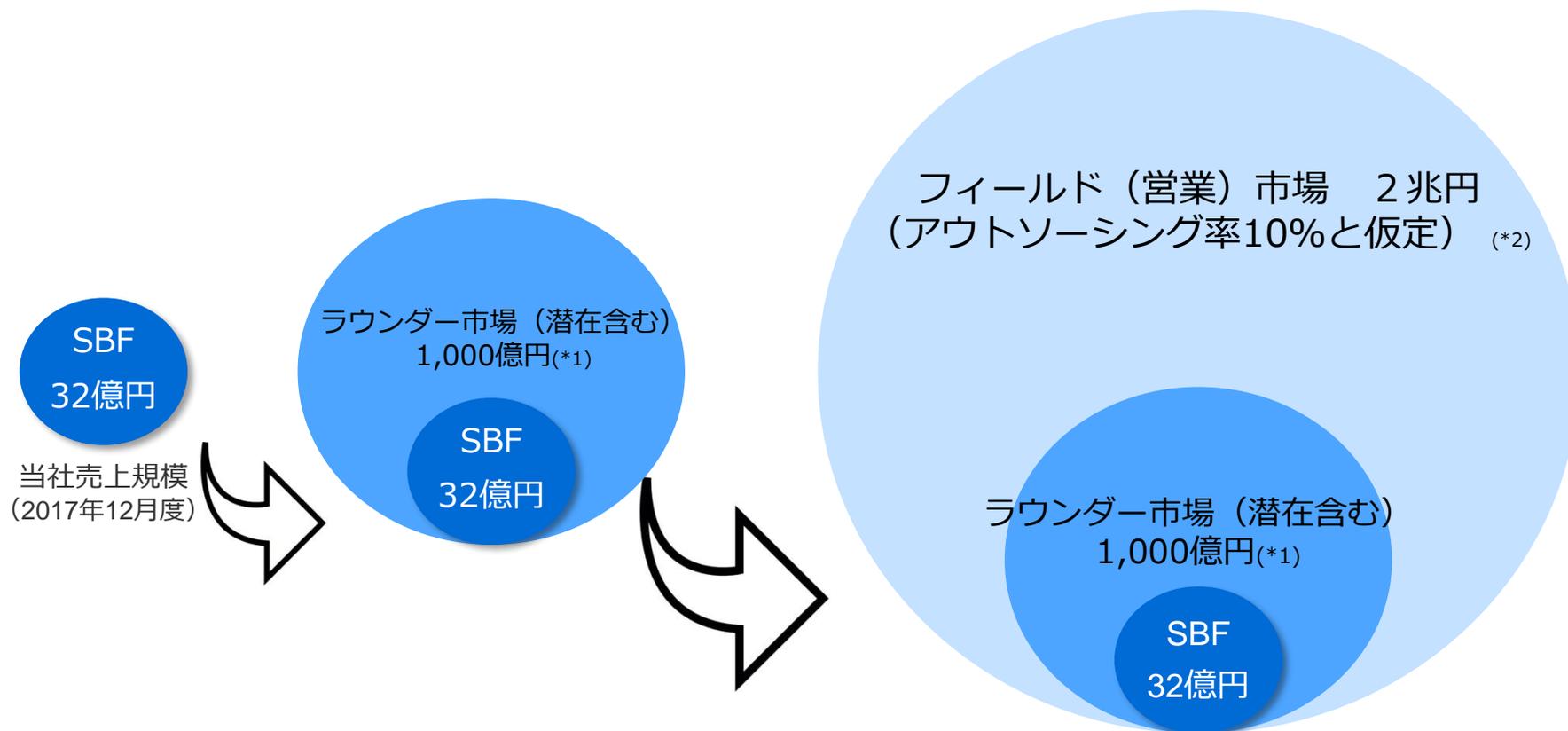
# フィールドマーケティング事業 登録ネットワーク

全国214,493人の主婦を中心としたネットワーク



# フィールドマーケティング事業 市場規模

ラウンダー市場に加え、フィールド（営業）市場の大部分は、アウトソースされておらず、大きな可能性を秘めた未開拓市場



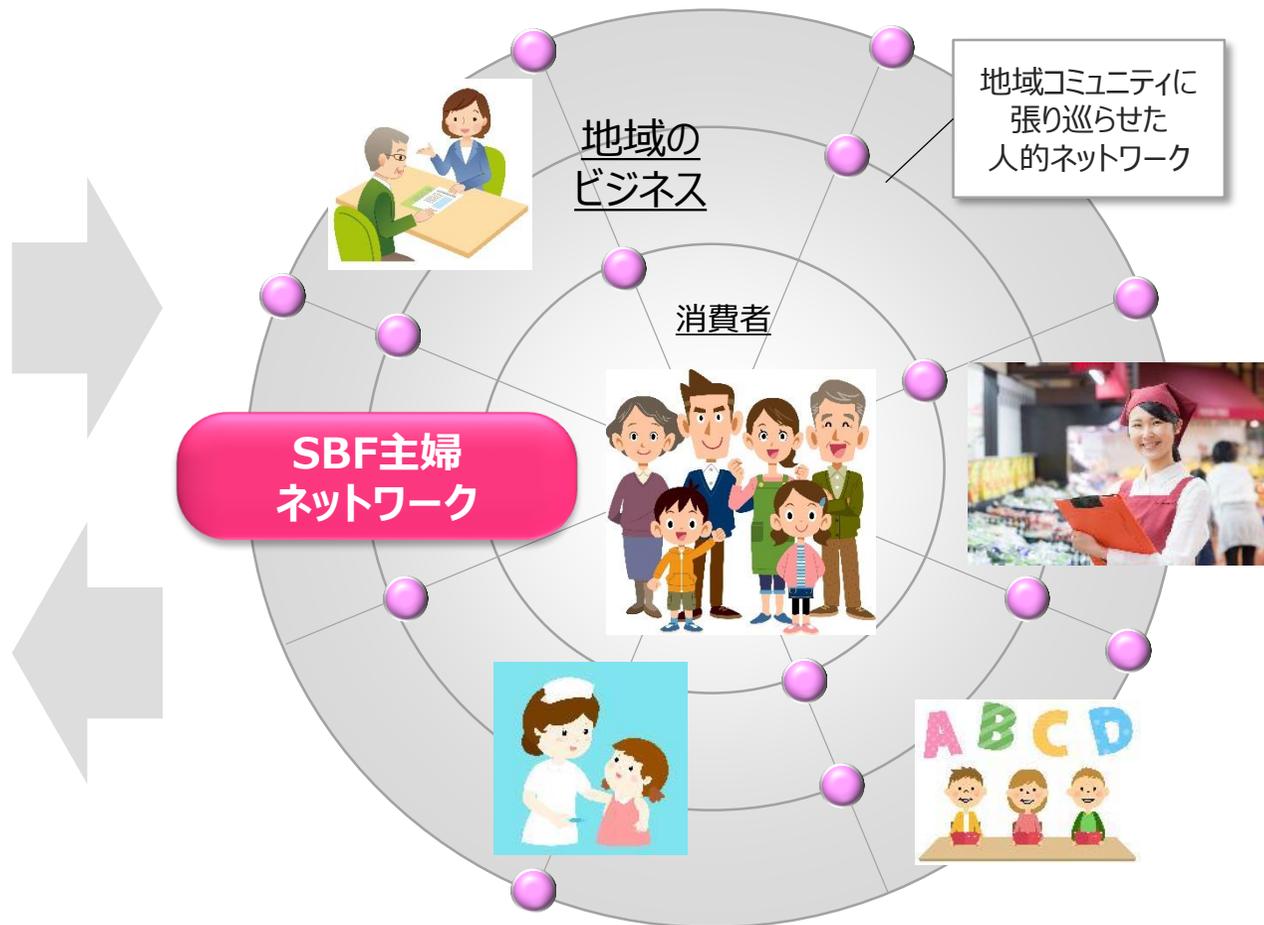
\*1 主要消費財メーカーの営業規模をベースに推計

\*2 統計局労働力調査(2015年)のデータより推計

# フィールドマーケティング事業 成長戦略－長期的な展望

地域コミュニティに張り巡らせた主婦ネットワークを最大活用、企業と消費者をつなぎ、コミュニティの活性化に貢献

## 消費者向け 商品・サービス提供企業



## フィールドマーケティング事業 POBサービスの強化

提携サービスの増加により、取得可能な購買データ量が増加することで、より付加価値の高い精緻な分析データをお客様に提供することが可能に。

 **SOFTBRAIN FIELD Co.,Ltd.**

レシートから生まれるくらしの便利

**receipo**  
レシーポ

永 久  
不 滅  
.com

2017年6月にスタート



毎日発見！お得な買いモノ

**トコトマイル**

# フィールドマーケティング事業 数値目標

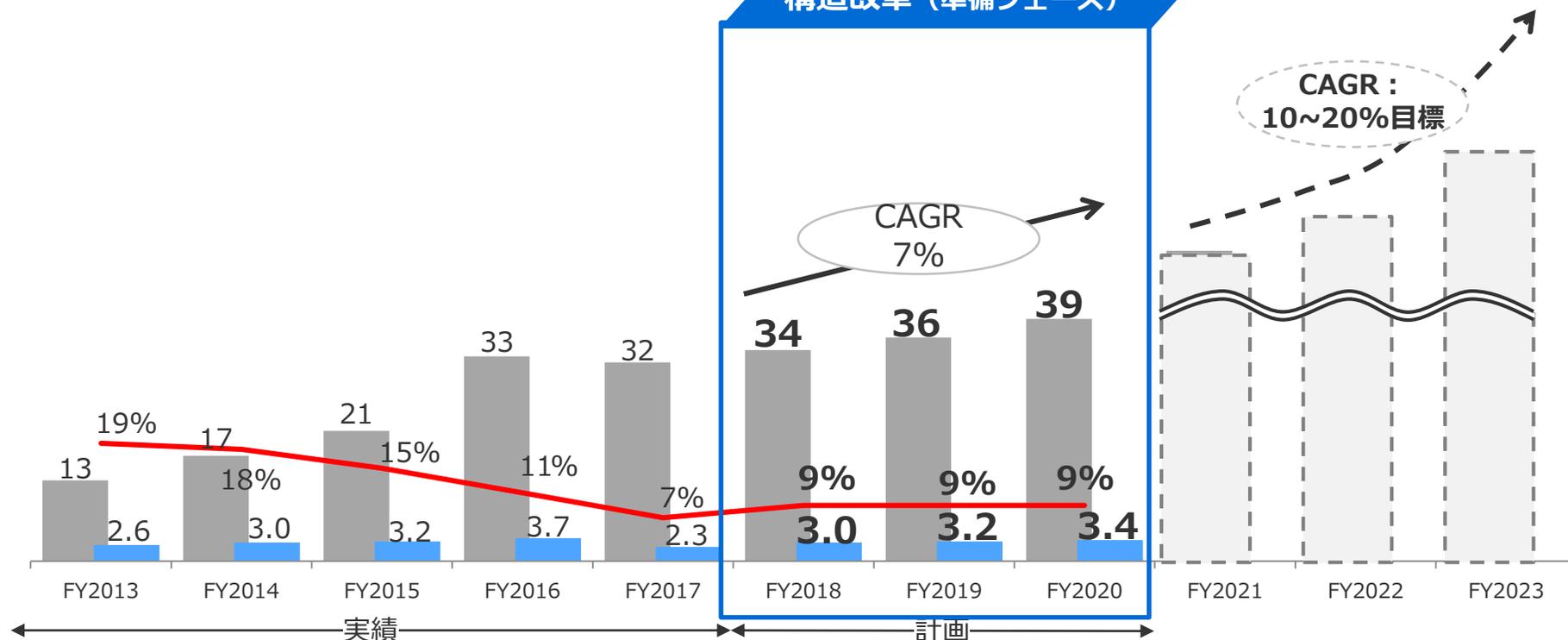
2020年度 売上39億円、営業利益3.4億円(営業利益率9%)

(単位：億円)



次中計対象期間  
売上拡大 (成長フェーズ)

中期経営計画  
構造改革 (準備フェーズ)



# アジェンダ

## I. 経営ビジョン

## II. 中期経営計画の基本方針と重点施策

## III. 事業別成長戦略

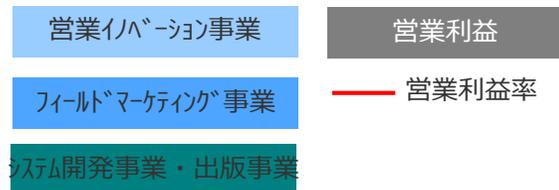
- 営業イノベーション事業（旧eセールスマネージャー関連事業）
- フィールドマーケティング事業

## IV. 中期経営計画数値 2018-2020

# 事業セグメント別の数値目標

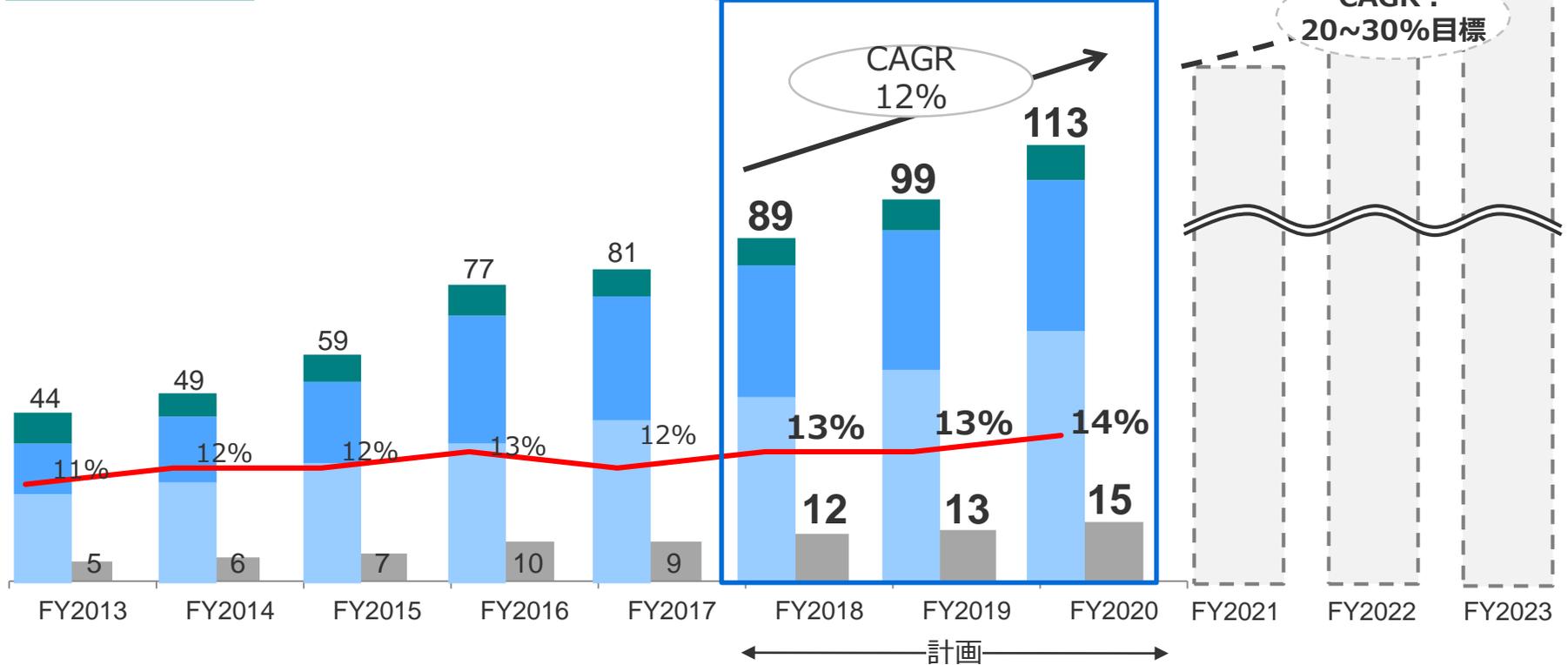
2020年度 売上**113**億円、営業利益**15**億円(営業利益率**14%**)

(単位：億円)



次中計対象期間  
売上拡大(成長フェーズ)

中期経営計画  
構造改革(準備フェーズ)



# 【Appendix】

# 用語集

用語	意味
BI	Business Intelligence(ビジネス・インテリジェンス)の略で、企業の各部署がそれぞれに蓄積している膨大なデータを、収集・蓄積・分析・加工し、経営戦略のための意思決定を支援すること。
CRM	Customer Relationship Management(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)の略で、売上・利益に貢献する優良客を増やしてビジネスを成功に導く顧客志向のマネジメントのこと。
POB	Point of Buy®データベースの略で、全国の消費者から実際に購入／利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データベース。
SFA	Sales Force Automation(セールス・フォース・オートメーション)の略で、営業のプロセスや進捗状況を管理し営業活動を効率化するためのシステム。
カスタマイズ	お客様の業務タイプに応じてシステム仕様を改修すること。
クラウド	クラウドサービスプラットフォームからインターネット経由でコンピューティング、データベース、ストレージ、アプリケーションをはじめとした、さまざまな IT リソースをオンデマンドで利用することができるサービスの総称。
クラウドソーシング	不特定多数の人が集まって、業務支援を行う取り組み。
セルフサーブ型	お客様自らがデータインポートなど導入準備、システム設定変更等を行うことが可能なシステムのこと。
プロセスマネジメント	プロセスを管理することで結果を最大化するマネジメント手法のこと。 目指すべき結果に至る営業活動を分解し、そのプロセスを見える化し、標準化する。プロセスの計画・実行・計測・分析・改善(G-PDCA)することができるマネジメントの仕組みのことをいう。
ラウンダー	自社と取引のあるスーパーやドラッグストアなど自社製品の展示状況や他社製品の動向を調べて報告したり、販売促進のための企画を実践する仕事のこと。

## 免責事項

この資料は投資家の参考に資するため、ソフトブレイン株式会社（以下、弊社）の現状を理解いただくことを目的として、弊社が作成したものです。

当資料に記載された内容は、現時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び弊社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

投資を行う際は、必ず投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

**25<sup>th</sup>**  
ANNIVERSARY



TO BE OPEN TO CHANGE

**SOFTBRAIN Co.,Ltd.**