



平成 30 年 1 月 30 日

各 位

東京都中央区日本橋一丁目 4 番 1 号  
ソフトブレーション株式会社  
代表取締役社長 豊田 浩文  
(コード番号 4779 東証第一部)  
問合せ先 取締役 管理本部長 木下 鉄平  
T E L (03) 6880-9500 (代表)

## 中期経営計画策定のお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2018 年 12 月期から 2020 年 12 月期までの 3 カ年における当社グループの中期経営計画を決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

### I 中期経営計画策定の背景

当社グループは、2012 年度以降業容を拡大し、特にここ数年は市場の成長もあり、順調な業績拡大を果たしてまいりました。しかしながら、さらなる環境の変化が予想される中、安定的・継続的な高成長を維持するために、このたび中期経営計画を策定することにいたしました。

### II 中期経営計画の概要

#### (1) 対象期間

2018 年 12 月期から 2020 年 12 月期までの 3 カ年

#### (2) 経営ビジョン

当社グループは、「一プロセスマネジメント×ITー 日本の働き方を革新するリーディングカンパニーへ」を経営ビジョンとして定めております。

今後労働人口が減少する日本において、真に豊かな社会を実現するためには、個々の生産性を大きく向上させなければなりません。私たちは、「プロセスマネジメント」という考え方と「最新のテクノロジー」で顧客接点業務を科学することで、日本の働き方を革新するリーディングカンパニーを目指しております。

#### (3) 中期経営計画の基本方針

次期中期経営計画 (2021 年 12 月期から 2023 年 12 月期を予定) に向け、安定的・継続的な高成長に向けた基盤構築のための準備期間と位置づけ、フローからストックへ収益モデルの転換を目指します。

#### (4) 中期経営計画における重点施策

##### ①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）

###### 1) 既存ビジネス

- ・営業支援システム「e セールスマネージャーRemix」を軸に、顧客企業への導入コンサルティングとともに、各企業向けに製品を最適化する個別カスタマイズにより、「使い勝手 No. 1」を徹底追求いたします。

###### 2) 新規ビジネス

- ・中堅・中小企業が抱える課題「IT を導入できる人材がない」「導入効果がわからない」などを解決するため、営業支援システム「e セールスマネージャーRemix MS」を 2017 年 12 月に販売開始しております。本システムは、お客様ご自身で「手間なく」「簡単に」最短 15 分で導入できる仕組みになっており、且つ、価格も抑えたサービスを実現し、顧客企業の生産性拡大を支援します。
- ・大企業マーケットに対しては、特定業種（金融業界、製薬業界など）ごとに大手企業との事業提携を通じ、各業種における営業プロセスを見える化し、それに対応する営業支援システムの開発によって、各業種に特化した最適な営業支援システムを確立・展開します。

###### 3) 目標数値

- ・最終年度の 2020 年 12 月期に売上高 6,540 百万円、セグメント利益 1,160 百万円の達成を目標とします。

##### ②フィールドマーケティング事業

###### 1) 既存ビジネス

- ・業界唯一の店頭業務（店舗巡回・調査、営業代行など）のコンサルティング及び一括受託の経験・ノウハウを活用し、食品・製薬などの大手消費財メーカーをターゲットに、本サービスを積極的に営業展開します。当社グループが、店舗におけるマーケティング調査等を行うことで、顧客企業の戦略と店頭での販売状況等のギャップを解消し、顧客企業の生産性拡大を支援します。
- ・店頭調査で活躍する主婦層を中心とした登録スタッフのネットワーク（現在約 75,000 人）をさらに拡大してまいります。また、顧客企業及びキャストの利便性向上のため、クラウドプラットフォームを構築します。

###### 2) 新規ビジネス

- ・当社グループ独自のビジネスモデルとして、フィールドマーケティング事業をクラウドソーシング（インターネット上でのやり取りで、仕事と仕事をしたい人を効率よく結びつける新しい雇用形態）分野に展開することで、受託可能な業務範囲を広げ、顧客企業のマーケティングの支援を強化いたします。
- ・消費者動向のデータベース Point of Buy®サービスを構築し、会員ネットワークの強化とデータ提供サービスの拡大に努めます。

###### 3) 目標数値

- ・最終年度の 2020 年 12 月期に売上高 3,880 百万円、セグメント利益 340 百万円の達成を目標とします。



### Ⅲ 中期経営計画の数値目標（連結）

	2017年12月期 実績	2018年12月期 業績予想	2019年12月期 計画	2020年12月期 計画
売上高	8,091百万円	8,900百万円	9,930百万円	11,250百万円
営業利益	949百万円	1,150百万円	1,320百万円	1,530百万円

以 上



# ソフトブレン 中期経営計画 2018-2020

2018年01月30日

25<sup>th</sup>  
ANNIVERSARY

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



## 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。

# 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

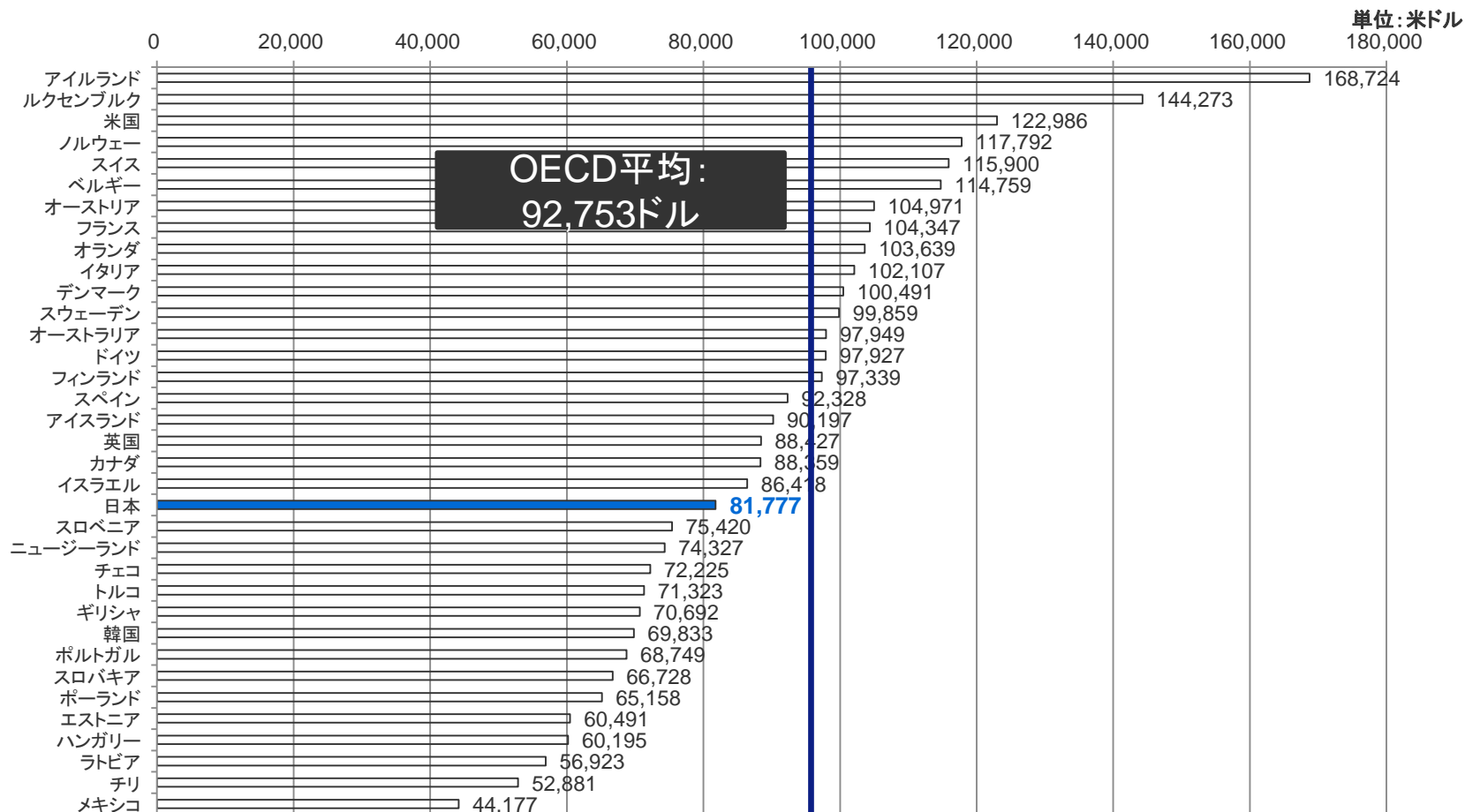
－プロセスマネジメント×IT－

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）

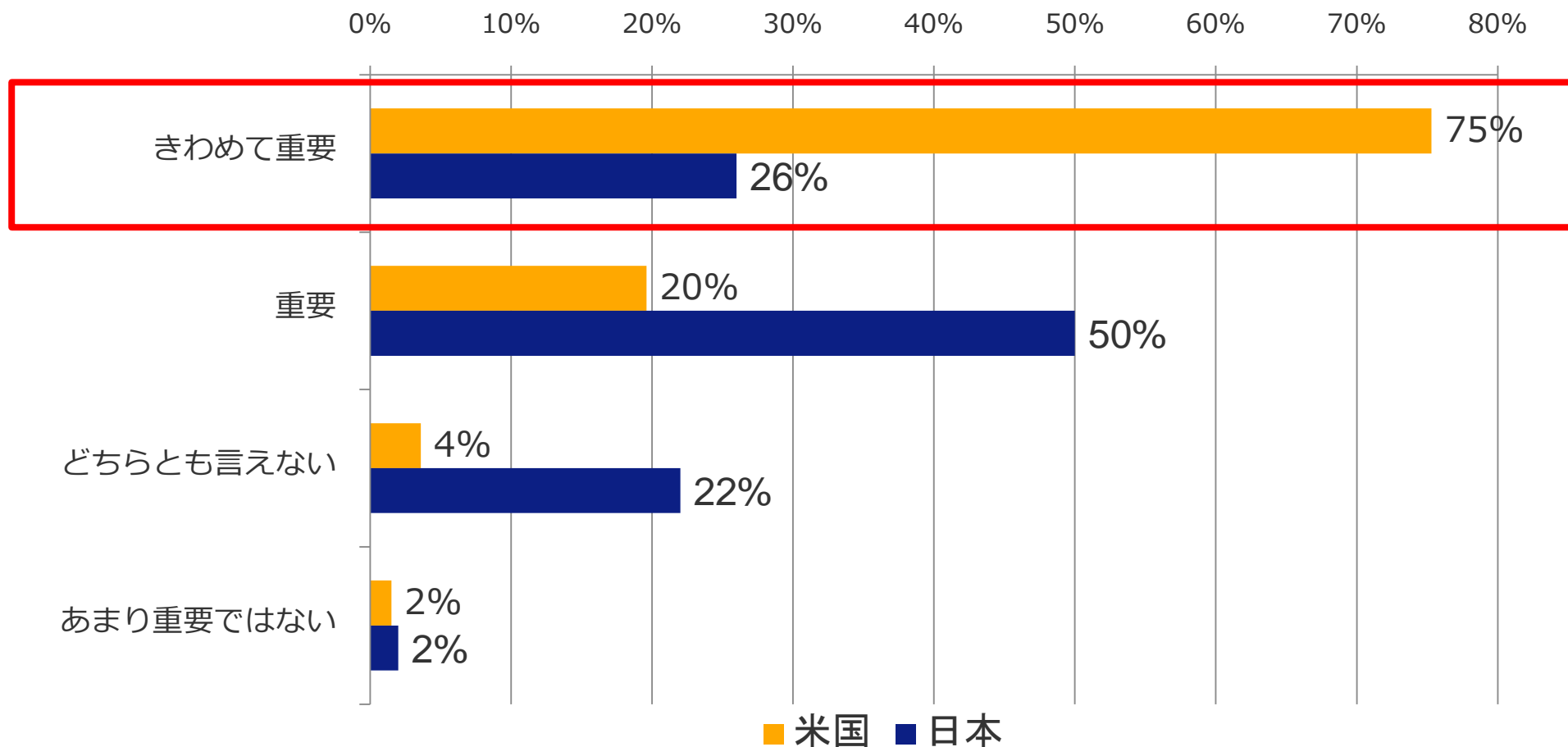


出所：日本生産性本部「労働生産性の国際比較2017年年度版」より（2017年12月20日発表）



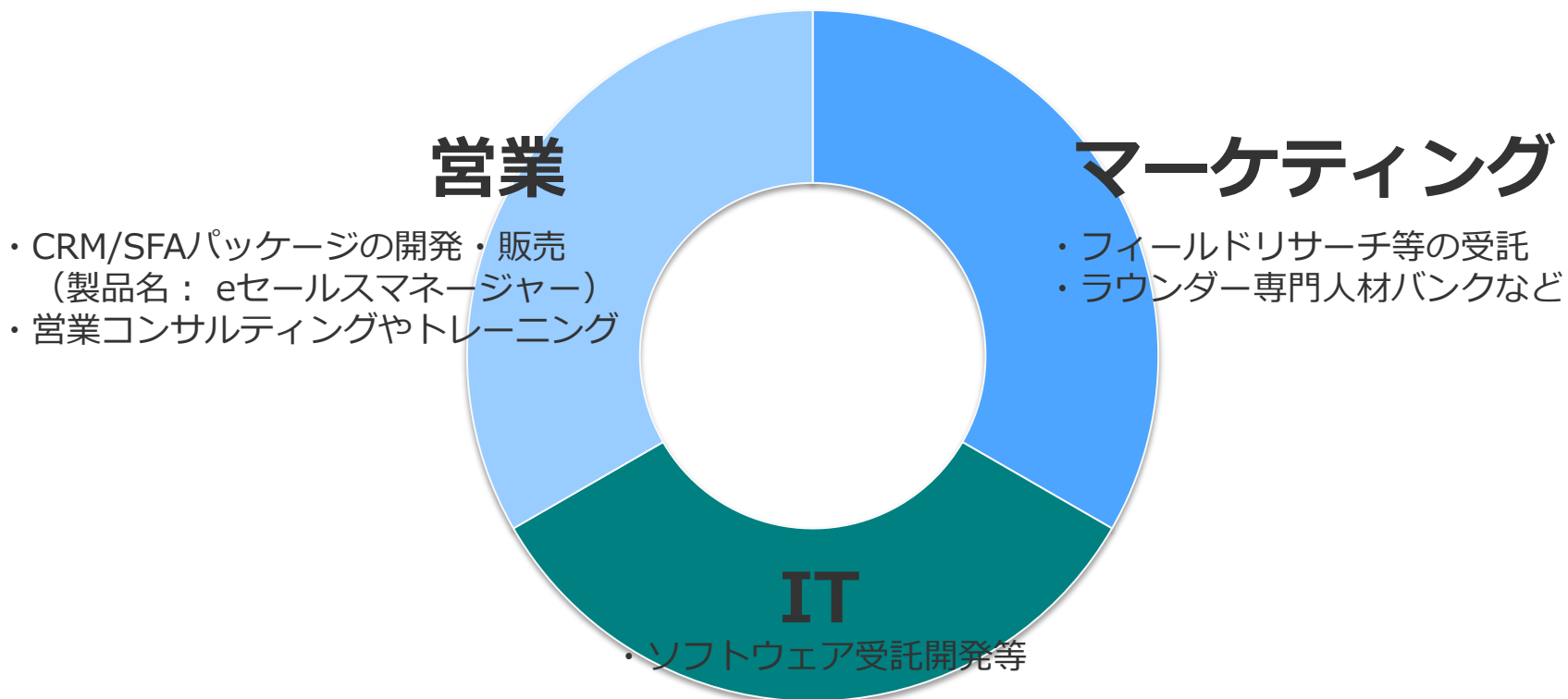
# 経営者によるIT/情報システム投資の重要性調査

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

ソフトブレン(株)

ソフトブレン・サービス(株)

ソフトブレン・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

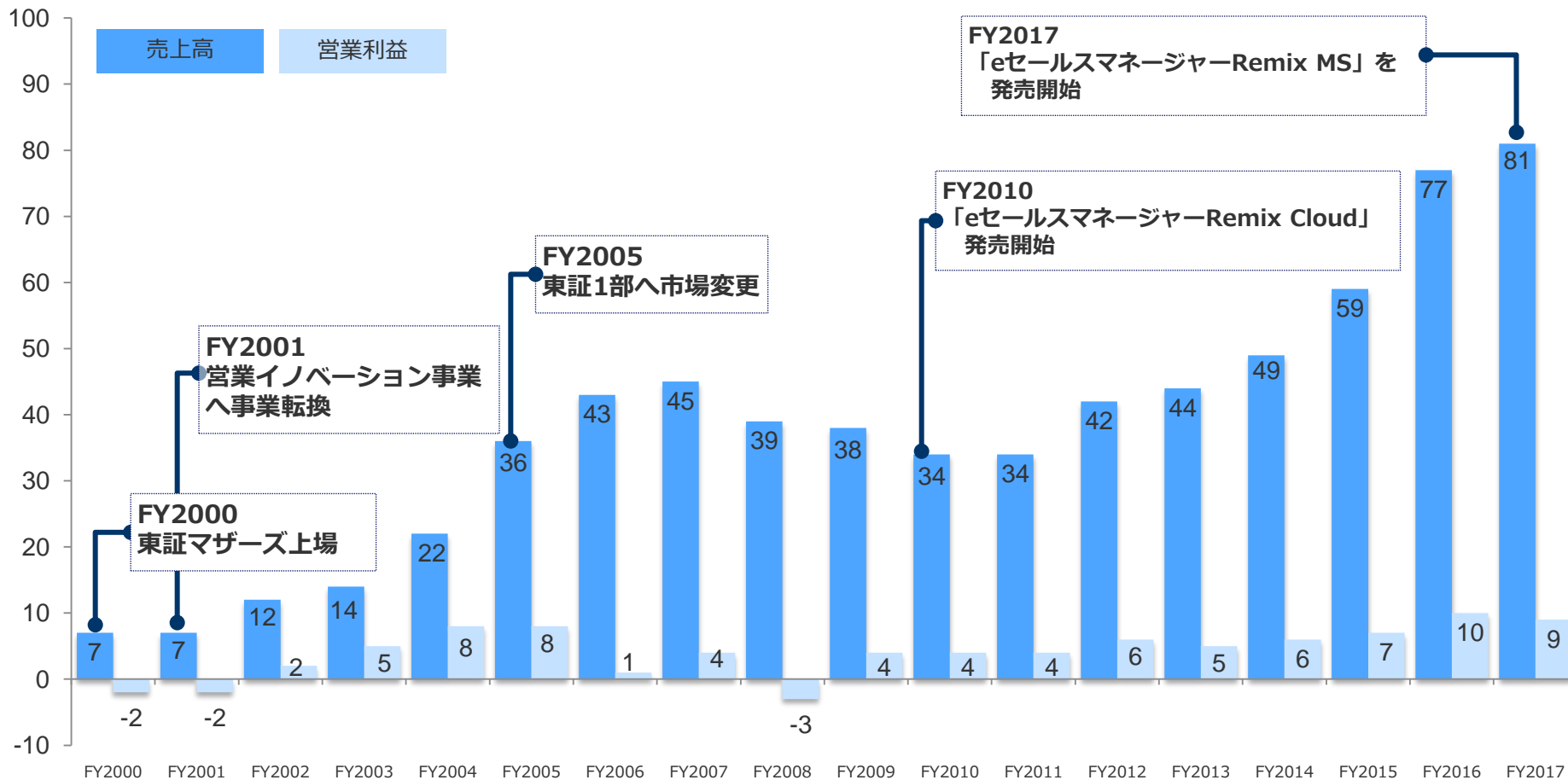
#### 企画・編集・発行

(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

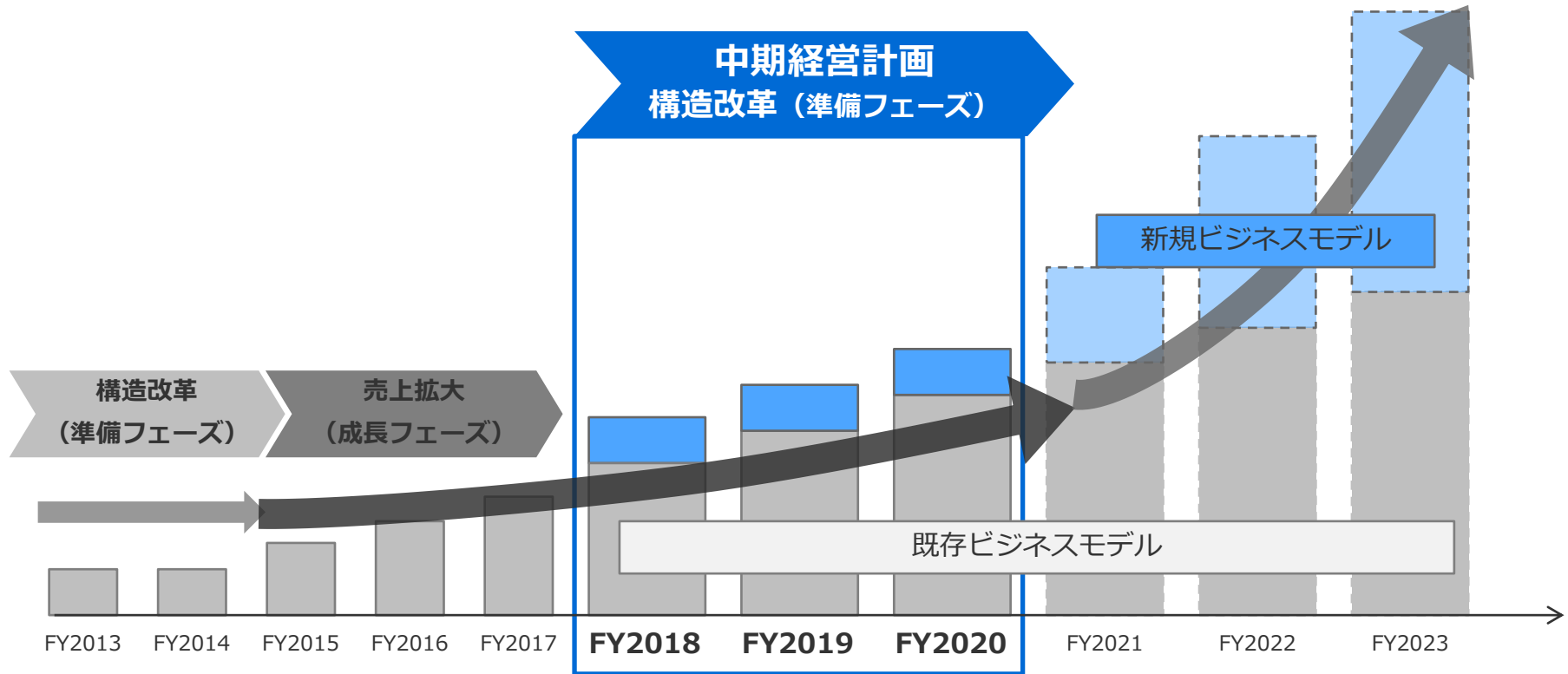
## 基本方針

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

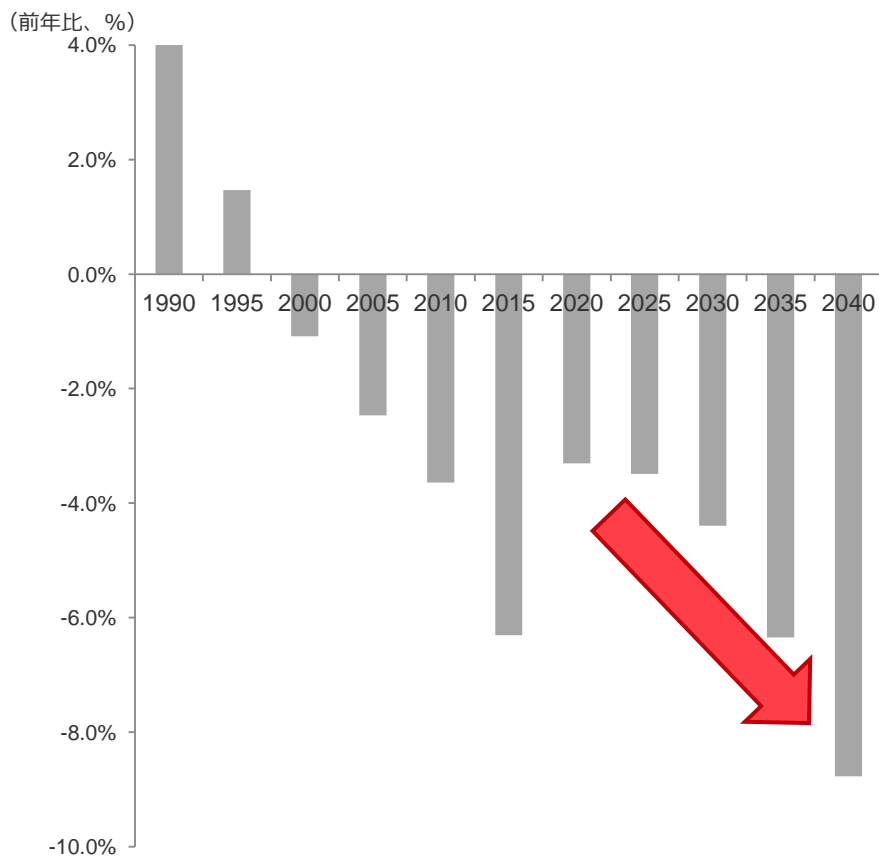
- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業

## 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

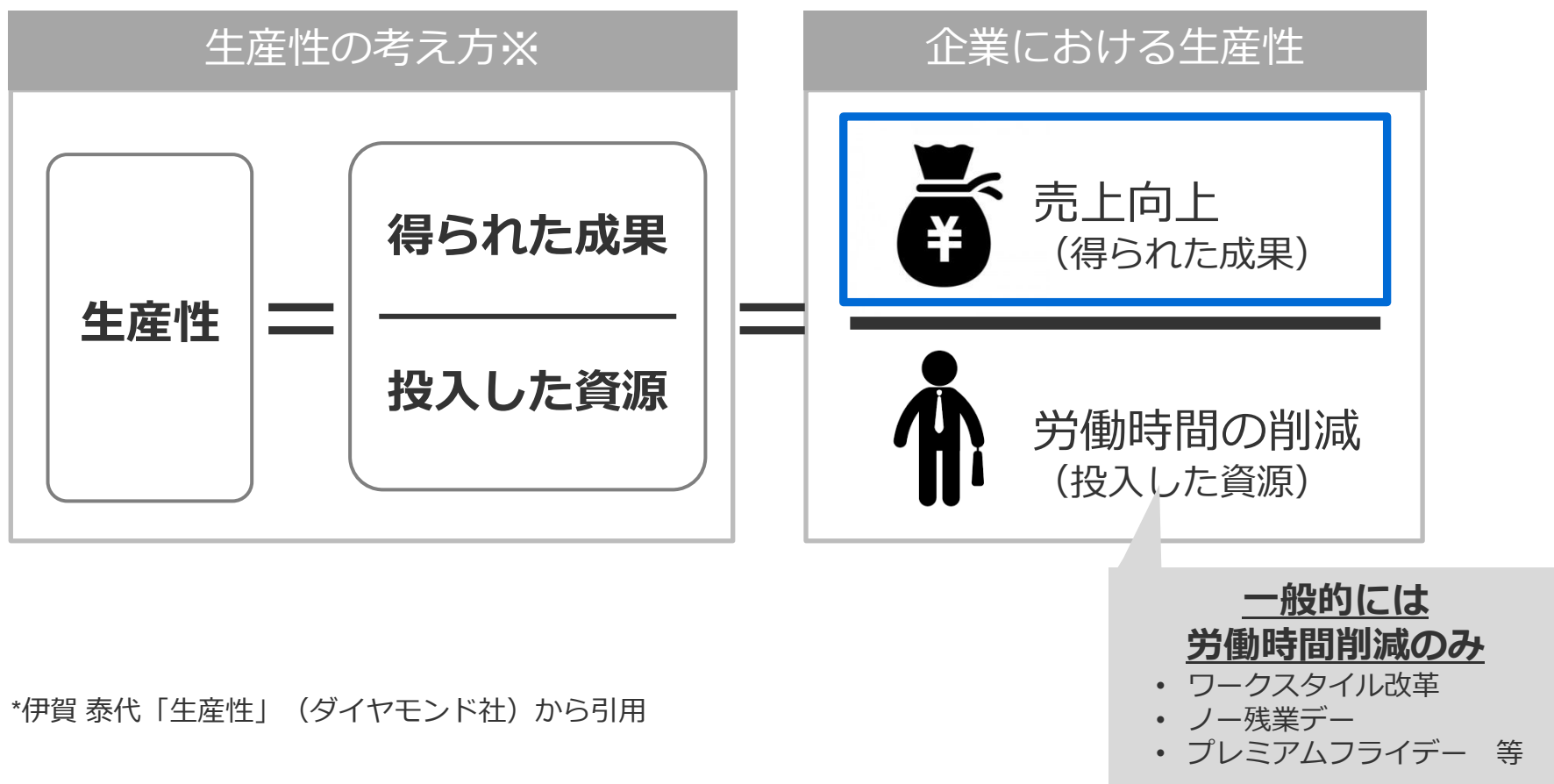
1	収益性向上	42.1
2	売上・シェア拡大	36.8
3	人材の強化(採用・育成・多様化への対応)	35.9
4	新製品・新サービス・新事業の開発	26.1
5	事業基盤の強化・再編、事業ポートフォリオの再構築	23.1
6	技術力・研究開発力の強化	14.2
7	グローバル化(グローバル経営)	13.1
8	現場力の強化	12.8
9	品質向上(商品・サービス・技術)	12.2
10	働きがい・従業員満足度・エンゲージメントの向上	11.0

(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

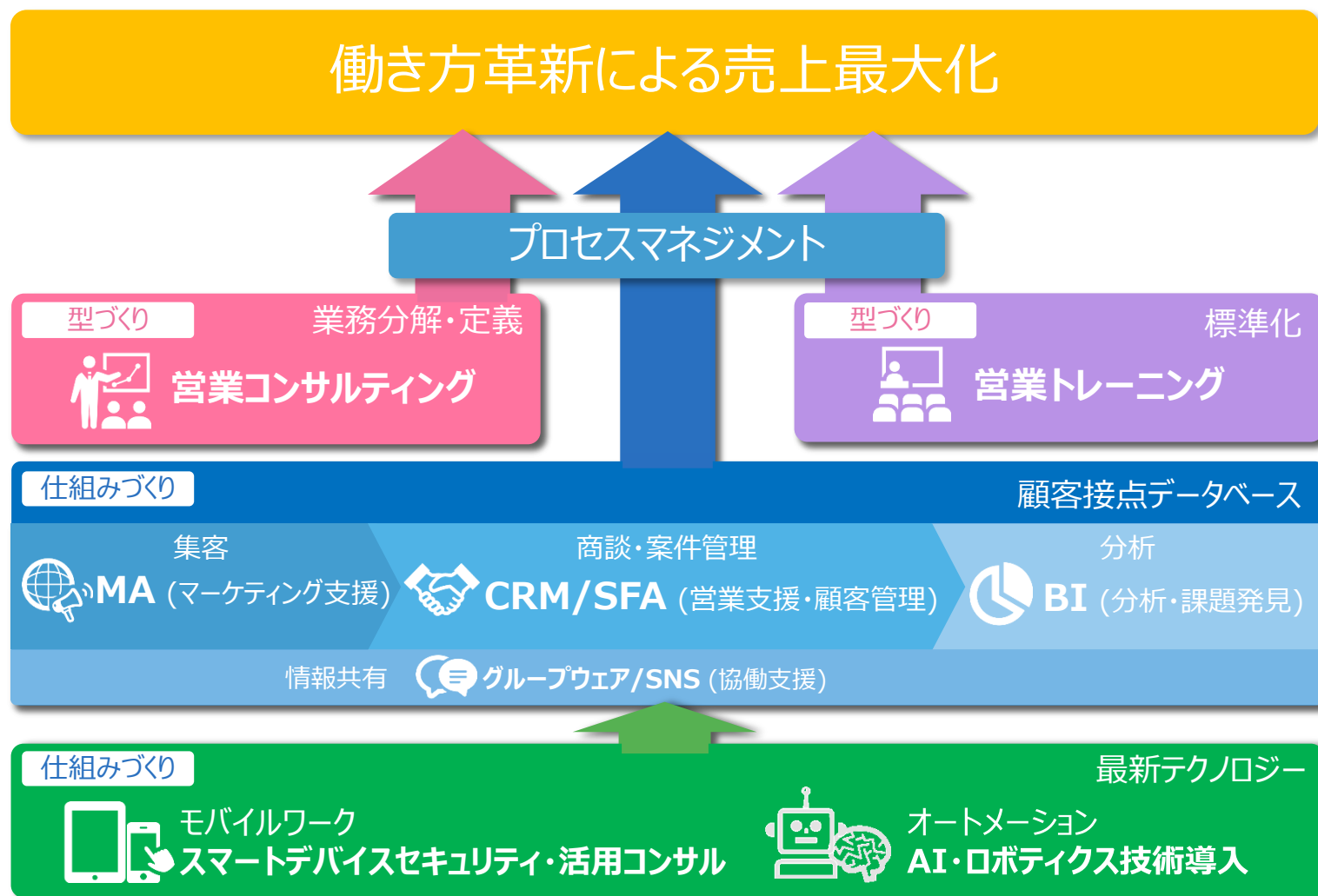
「得られた成果 = 売上向上」にフォーカスすることで、顧客の生産性向上に貢献



\*伊賀 泰代「生産性」(ダイヤモンド社)から引用

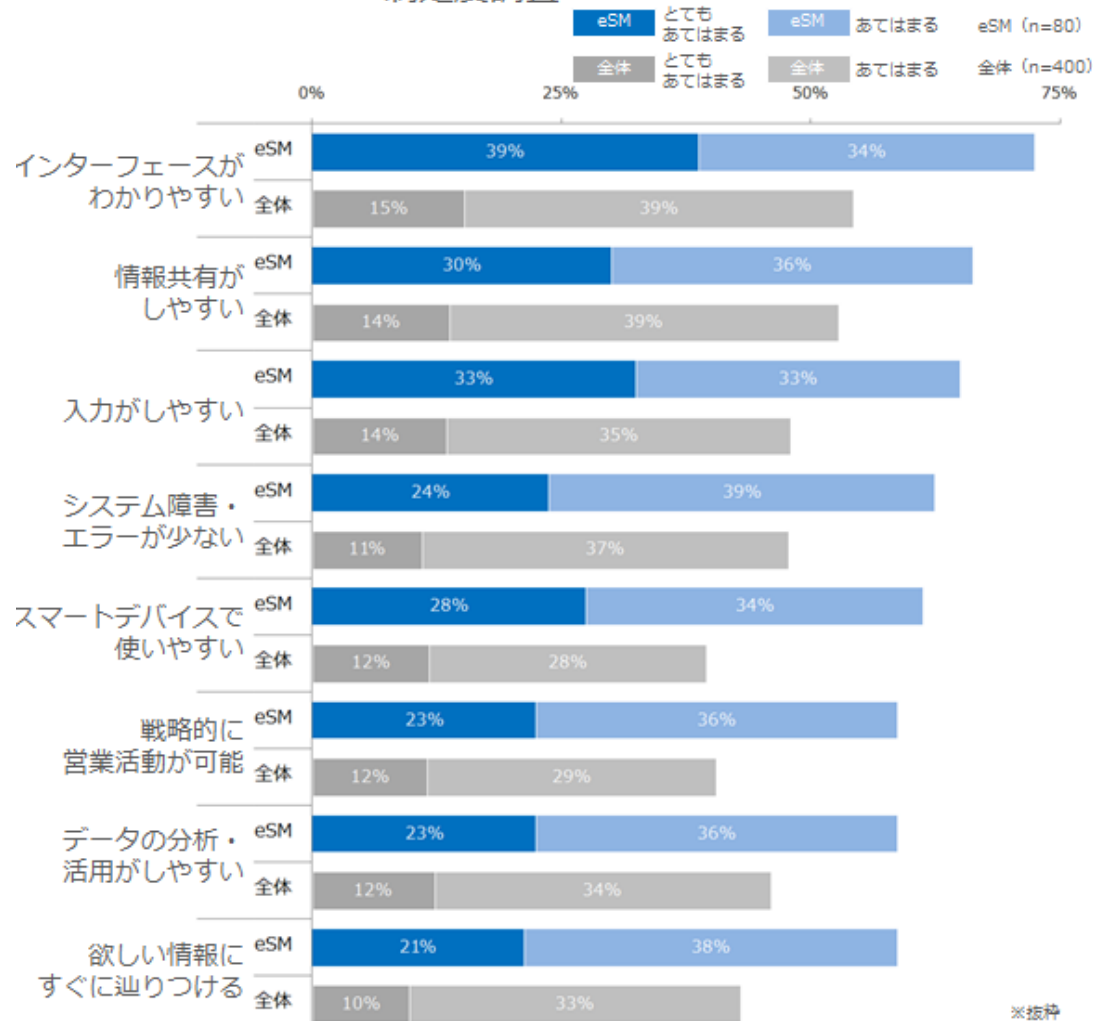
# 営業イノベーション事業 事業概要

「仕組みづくり」「型づくり」で顧客の売上向上に貢献する



# 参考) 「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

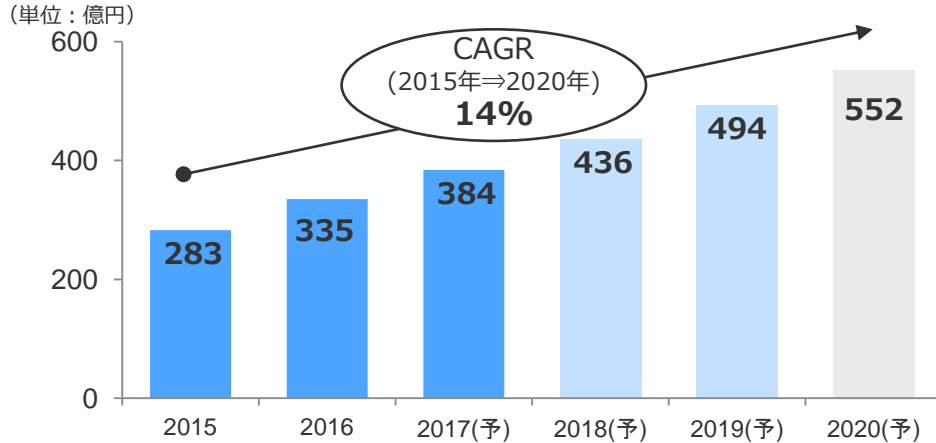
株式会社ネオマーケティング調べ：2017年4月 全国20~50代の男女/会社経営者・役員・団体役員、会社員・団体職員(派遣社員、契約社員含む)/CRM/SFAの利用者/400名/Webアンケート

# 営業イノベーション事業 市場動向及びターゲット企業

CRM/SFA市場は今後も年率14%成長見通し。

ターゲットである大企業及び主要な中堅・中小企業の導入率は合わせて15%程度にとどまっている。

## CRM/SFA市場規模推移



### 成長要因

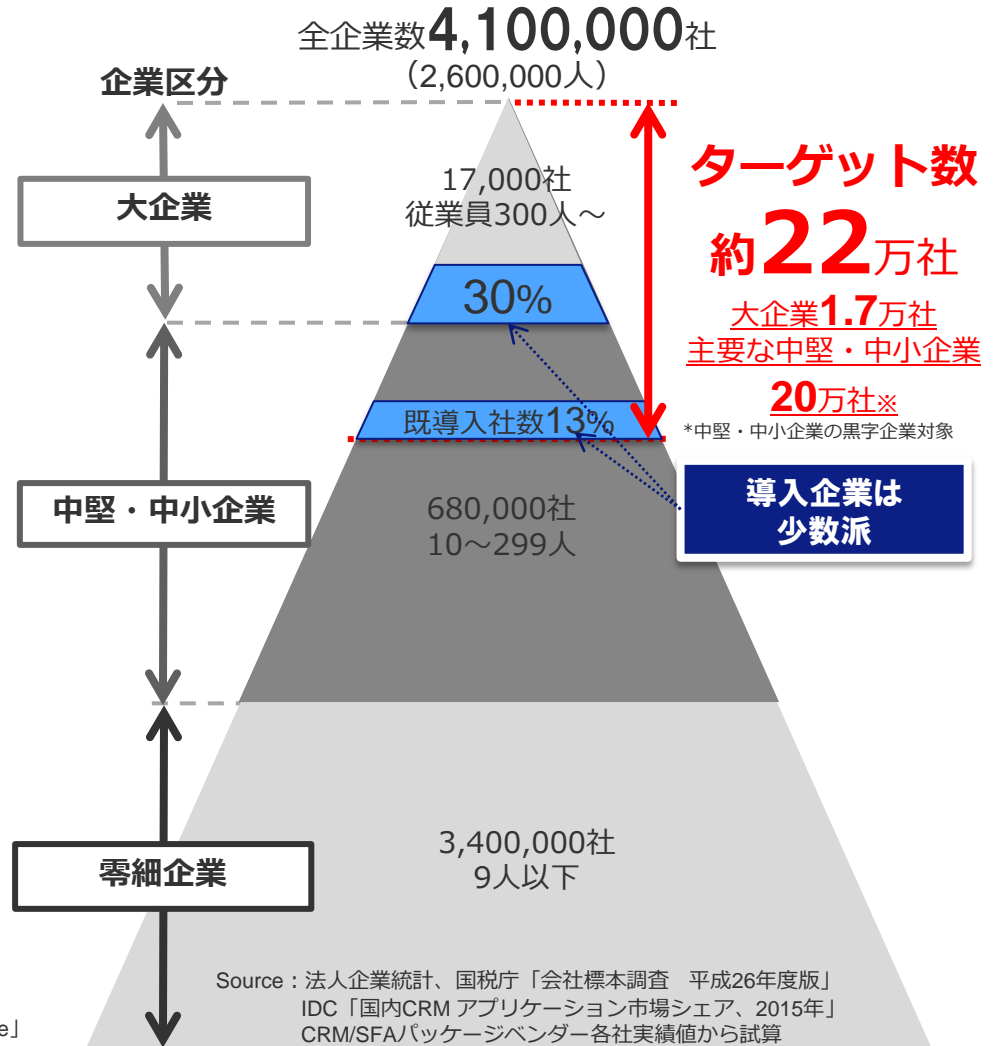
#### □テクノロジーの進化

- ・ クラウド化
- ・ スマートデバイス
- ・ ビッグデータ・AI

#### □経済・社会の変化

- ・ 働き方改革／生産性
- ・ データの利活用
- ・ 中堅・中小企業でのIT活用

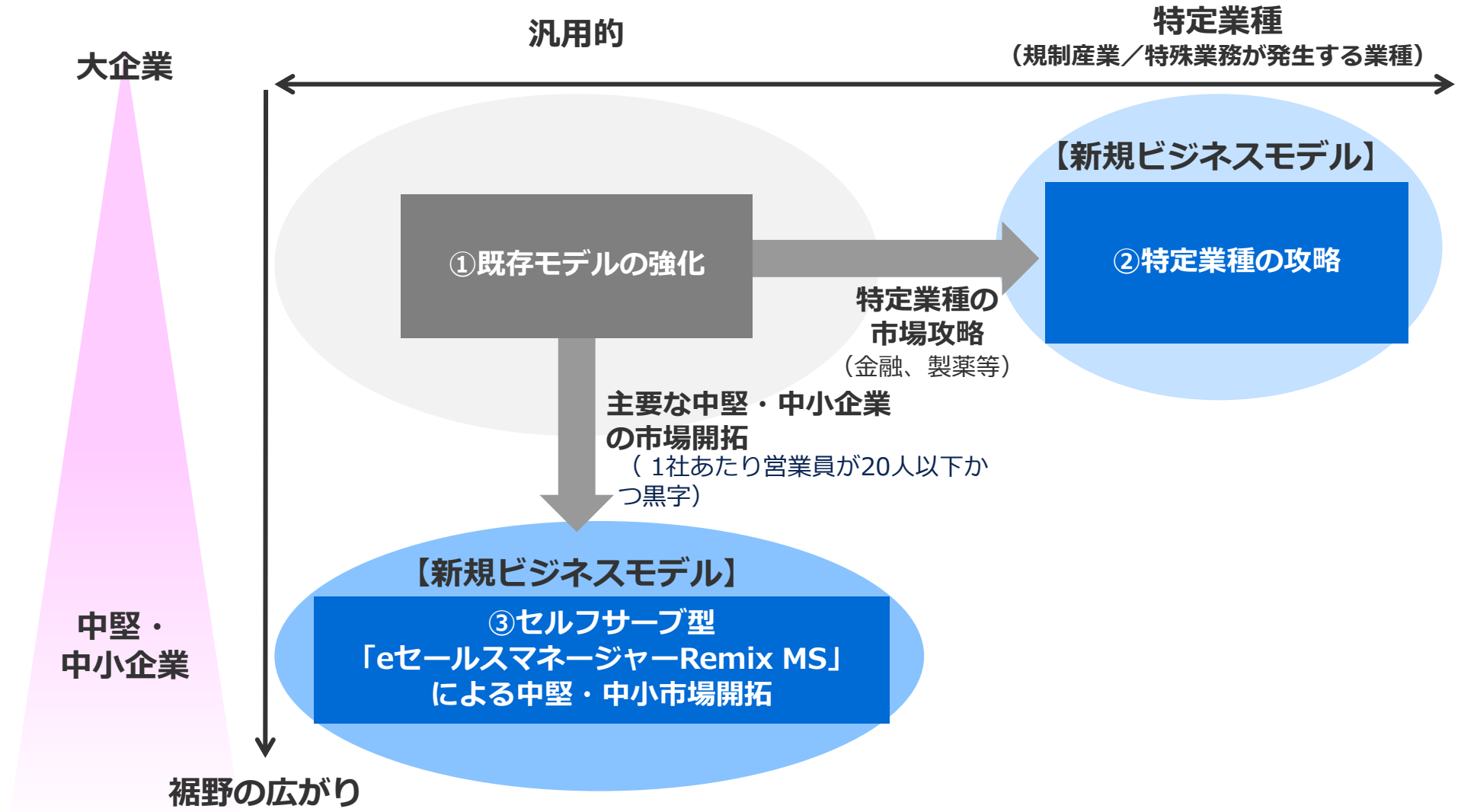
Source : Gartner社「Forecast: Enterprise Software Markets, Worldwide, 2013-2020, 2Q16 Update」



Source : 法人企業統計、国税庁「会社標本調査 平成26年度版」  
 IDC「国内CRM アプリケーション市場シェア、2015年」  
 CRM/SFAパッケージベンダー各社実績値から試算

# 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 セルフサブ型



情報収集

トライアル申込み

トライアル実施

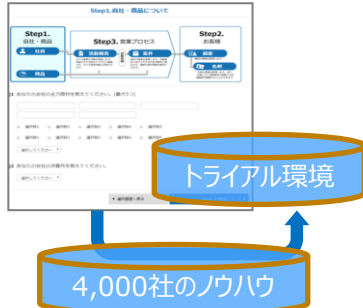
本申し込み

アフターサポート

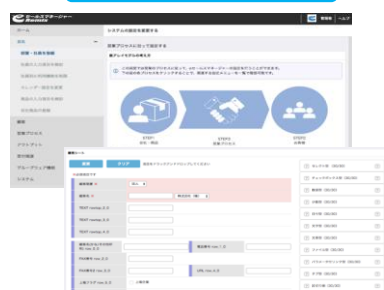
サービスサイト



ヒアリング



管理者UI刷新



契約者サイト



サポートサイト



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

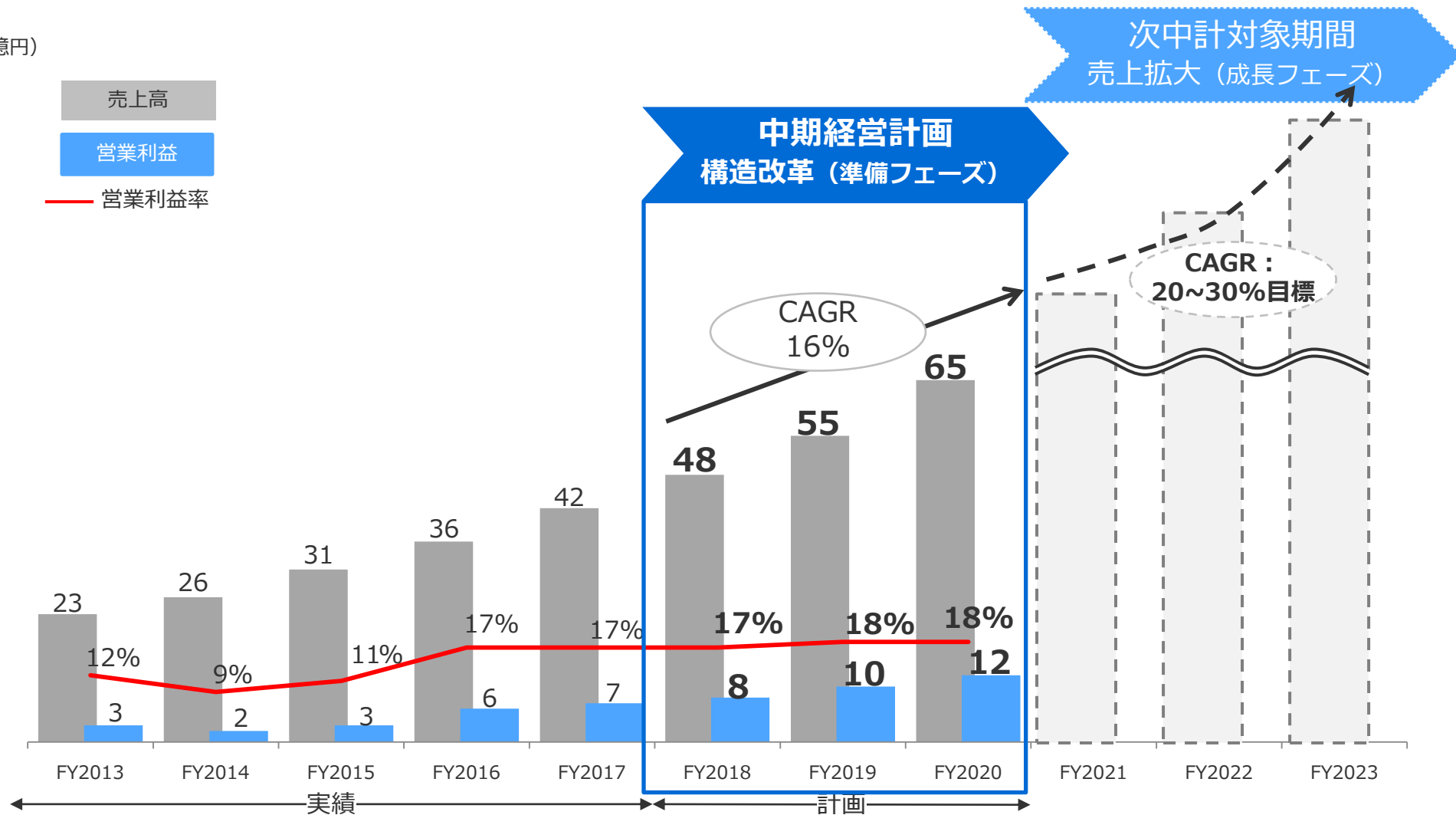
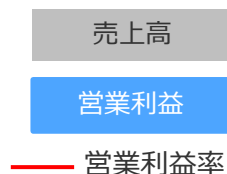


- ・サポートFAQでの自己解決支援
- ・活用ガイドの提供による活用支援
- ・いつでもWebで契約内容の変更と環境への即時反映

# 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

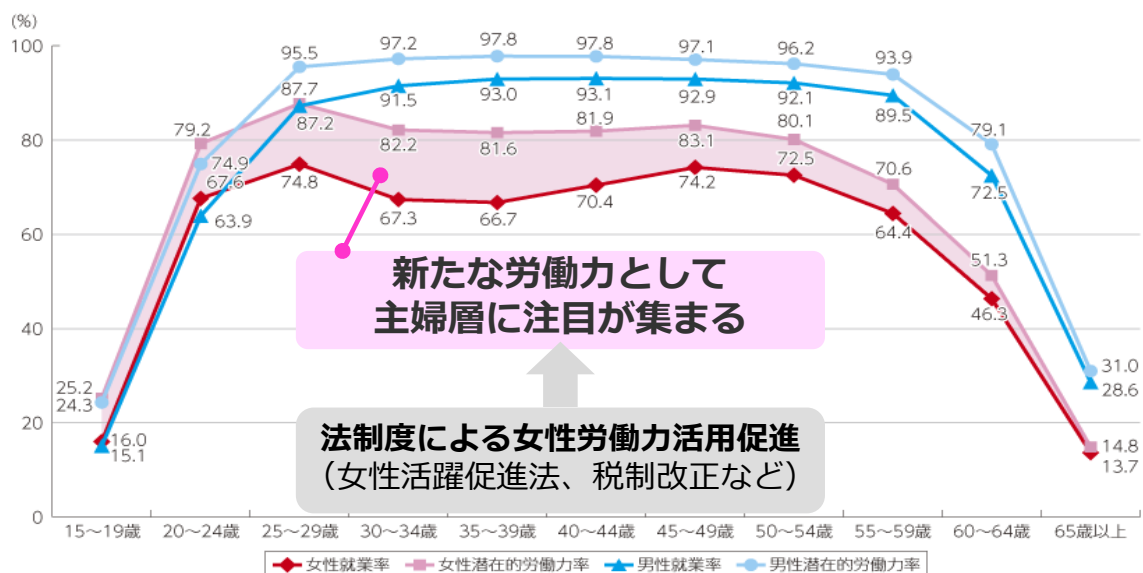
## IV. 中期経営計画数値 2018-2020

# 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

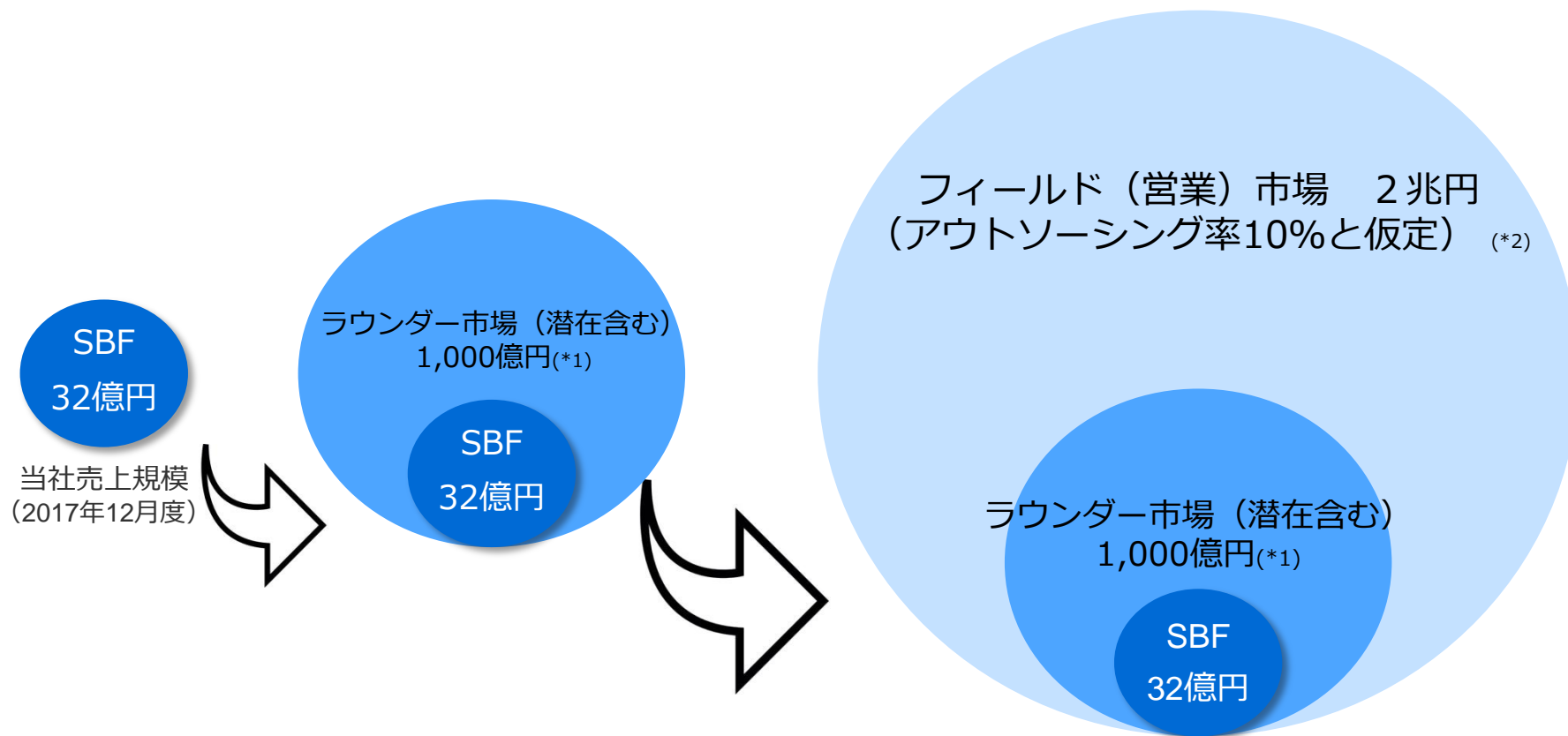


## 提供サービス例

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 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



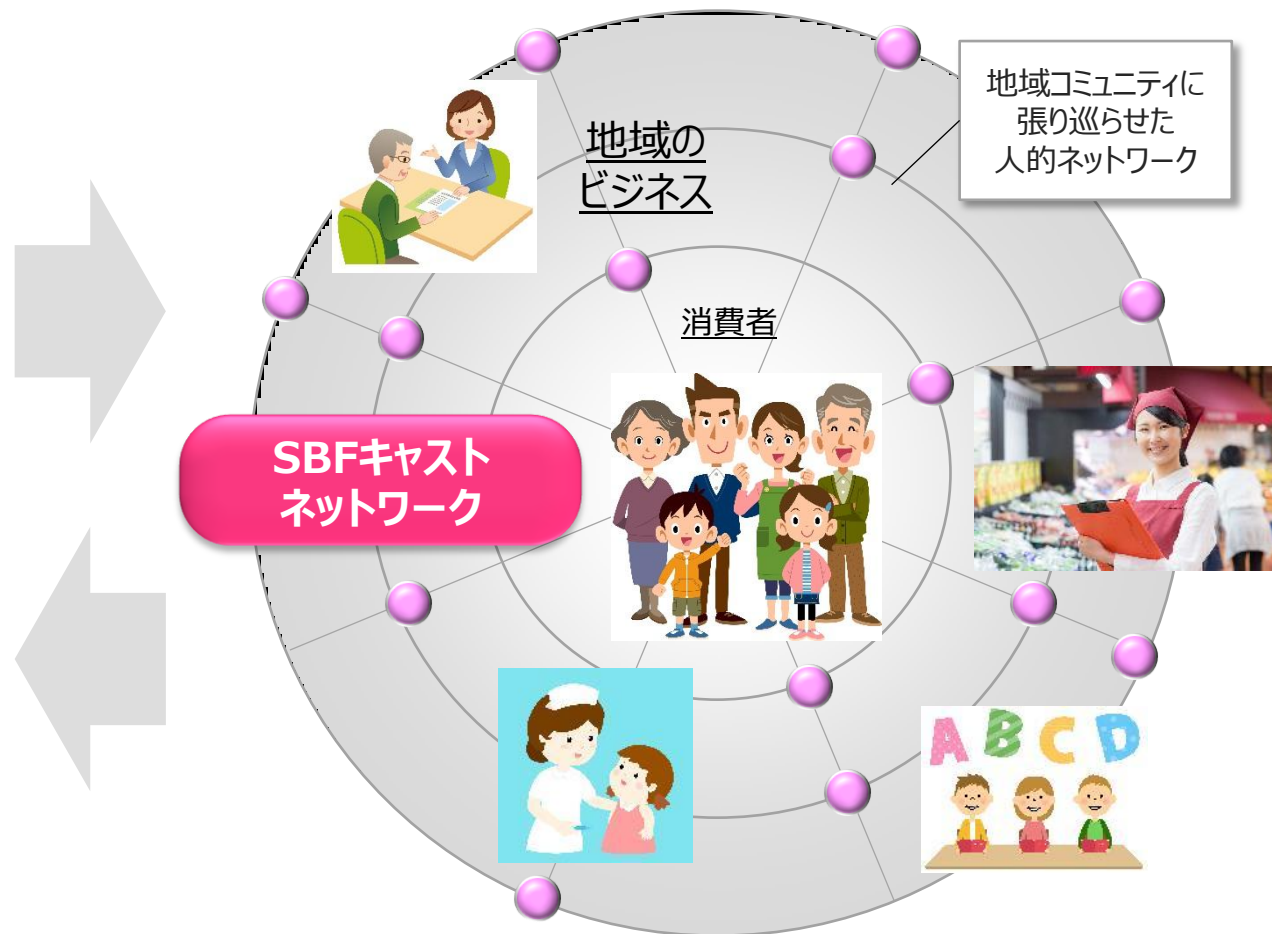
\*1 主要消費財メーカーの営業規模をベースに推計

\*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キャスト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

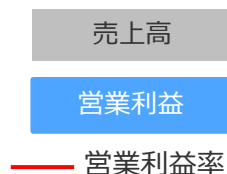
## 消費者向け 商品・サービス提供企業



# フィールドマーケティング事業 数値目標

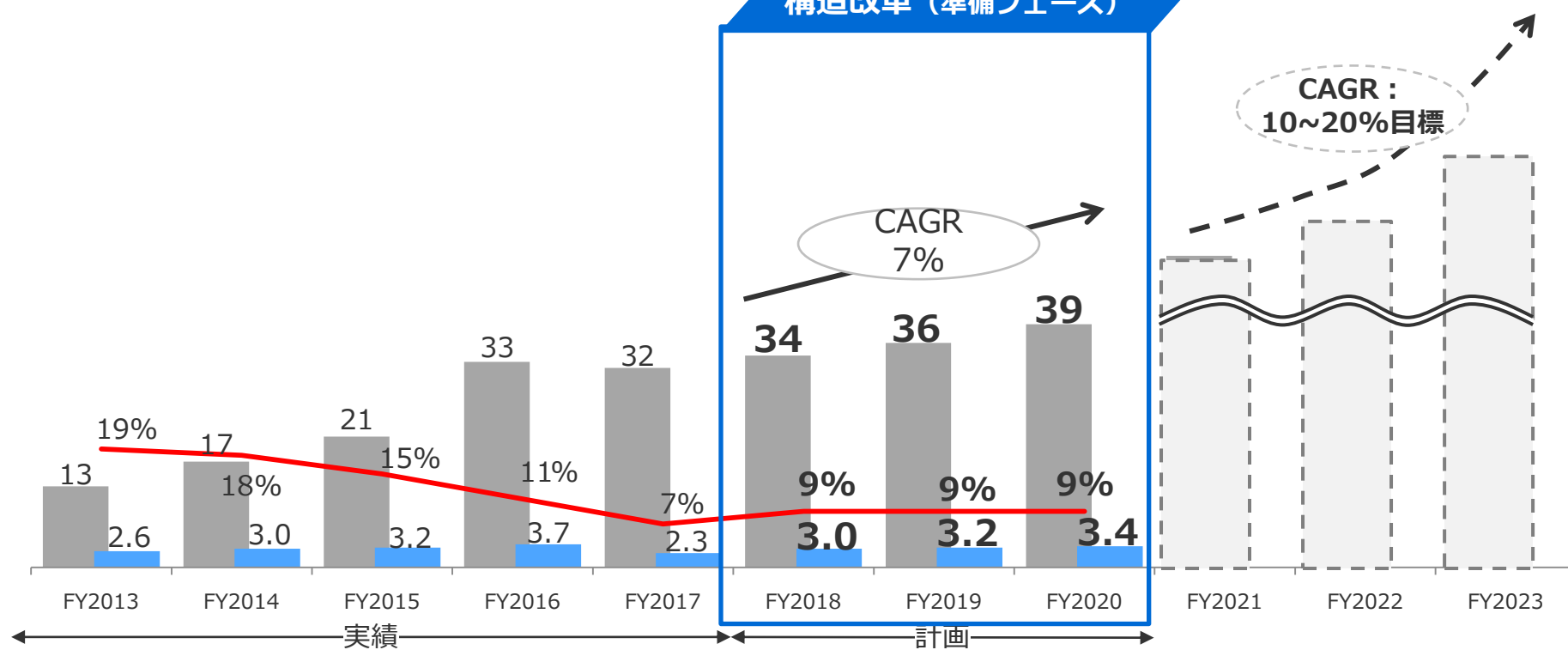
2020年度 売上**39**億円、営業利益**3.4**億円(営業利益率**9%**)

(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%**)

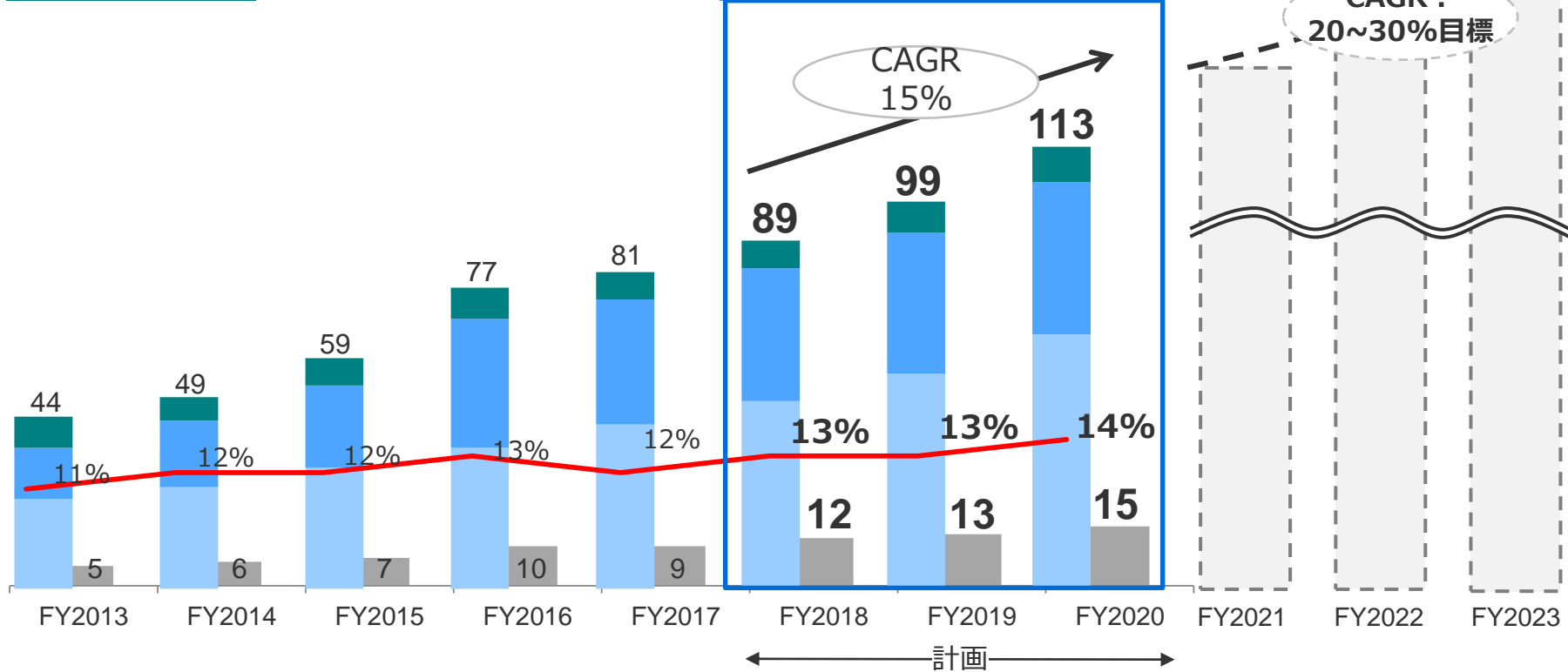
(単位：億円)

- 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
- システム開発事業・出版事業

- 営業利益
- 営業利益率

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。

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



TO BE OPEN TO CHANGE

**SOFTBRAIN Co.,Ltd.**