

各 位



2020年5月15日

会社名：スターティアホールディングス株式会社

代表者名：代表取締役社長 兼 グループ最高経営責任者 本郷 秀之

(コード番号 3393 東証第一部)

問合せ先：取締役 兼 グループ執行役員 植松崇夫

(TEL：03-5339-2109)

中期経営計画「NEXT'S 2025」の策定に関するお知らせ

当社グループは、2021年3月期を初年度とする5か年の中期経営計画「NEXT'S 2025」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

当社グループは、「社会のニーズとマーケットを見極め、人と企業の未来を創造し、優れた事業と人材を輩出するリーディングカンパニーを目指す」を経営理念のもと、IT業界における時代の変化に乗り遅れることなく、最新の技術動向を見据え、迅速な意思決定並びに機動力を持った経営推進を行い、事業会社の成長と持株会社によるガバナンス強化によって、更なる企業価値の向上に努め、顧客の「売上向上」、「生産性向上」の観点からサービスの提供に取り組んでまいりました。

当社グループが属する業界は、一部のIT関連需要の低迷を背景に設備投資を先送りする動きがみられる一方で、人手不足を背景とした自動化、省力化への投資、昨今のクラウドファーストやDX（デジタルトランスフォーメーション）への関心が高まり、市場は大きく成長しております。

このような事業環境のもと、今回、中期経営計画「NEXT'S 2025」を策定し、事業やサービスにおけるDXを展開し、社内業務環境においてもDX化を推進し業務効率化による生産性向上に取り組んでまいります。また、デジタルマーケティング事業への戦略的投資によるブランド強化並びに、サブスクリプションモデル（継続課金型）への完全転換を実行し、ITインフラ事業においては商材と販売エリアの継続拡張を行うことで、変革と成長の2軸による更なる進化を目指し、企業価値向上に努めてまいります。

なお、詳細につきましては、中期経営計画「NEXT'S 2025」を添付しておりますので、ご参照ください。

※将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。また、新型コロナウイルス感染症の影響が2020年9月頃を目途に収束することを前提として

おりますが、収束時期の遅れや感染拡大による更なる環境悪化等により目標年度における定量目標が変更となる可能性があります。

以上

中期経営計画 NEXT'S 2025

2020年4月～2025年3月

スターティアホールディングス株式会社
(東証一部 3393)

1. グループ中期経営戦略

2. デジタルマーケティング事業 事業戦略

3. ITインフラ事業 事業戦略

Appendix

1. グループ中期経営戦略

2020年4月～2025年3月

サステナビリティ経営・SDGsの実現を前提に、変革と成長の2軸で更なる進化を目指す

Innovation

新型コロナ等の外部環境変化を追い風にした
事業やサービスのDX展開

日本の生産性向上が待ったなしの命題となる中、
新型コロナを絶好機会と捉え
社内環境を一気にDX化

Growth

デジタルマーケティング事業への戦略的投資によって
ブランド強化とビジネスのサブスクリプションモデルへの
完全転換を実行

ITインフラ事業の顧客基盤を活かした安定成長と
新型コロナによる経済環境を捉えた
積極的なM&A検討により事業拡大を目指す

Sustainability & SDGs

働き方改革とガバナンス体制強化 / 地域共生・貢献

事業セグメント別中期ビジョン

デジタルマーケティング事業

サブスクリプション収益モデルへの変革による高成長高収益化
マーケティング分野におけるDXを推進

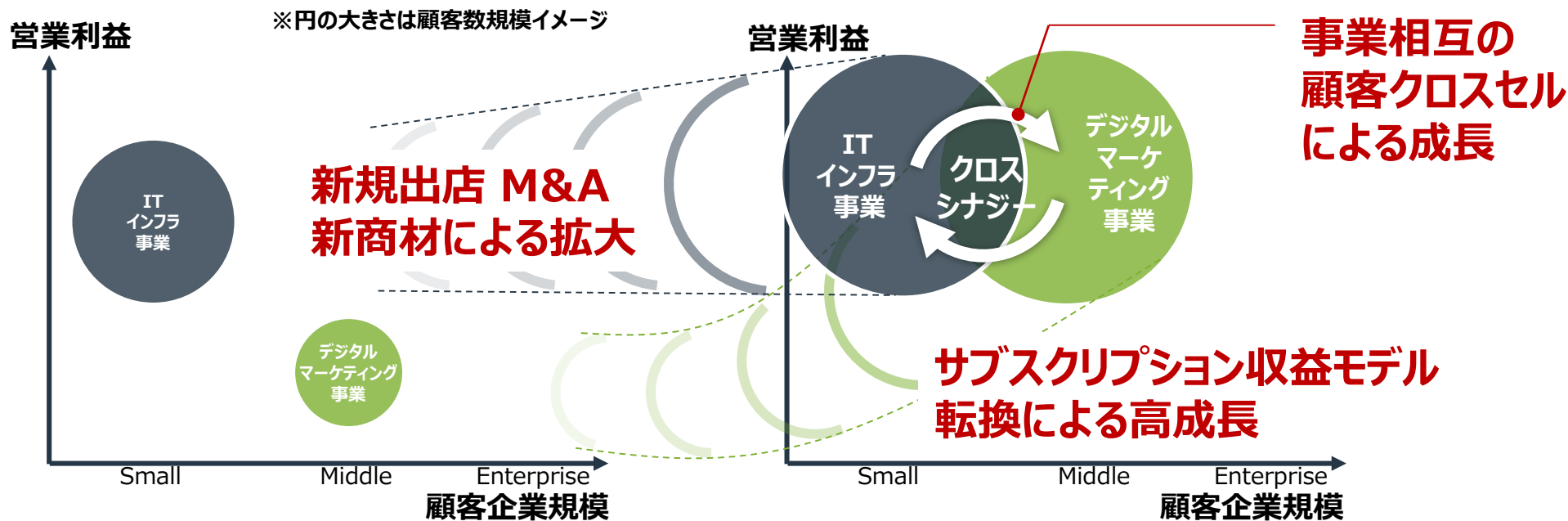
ITインフラ事業

新規出店、M&A、新商材提供による顧客層の拡大
クロスセルにより成長速度UPと高収益化

サブスクリプション型
デジタルマーケティング
サービスシェアで
国内No.1へ

2020年3月期

2025年3月期



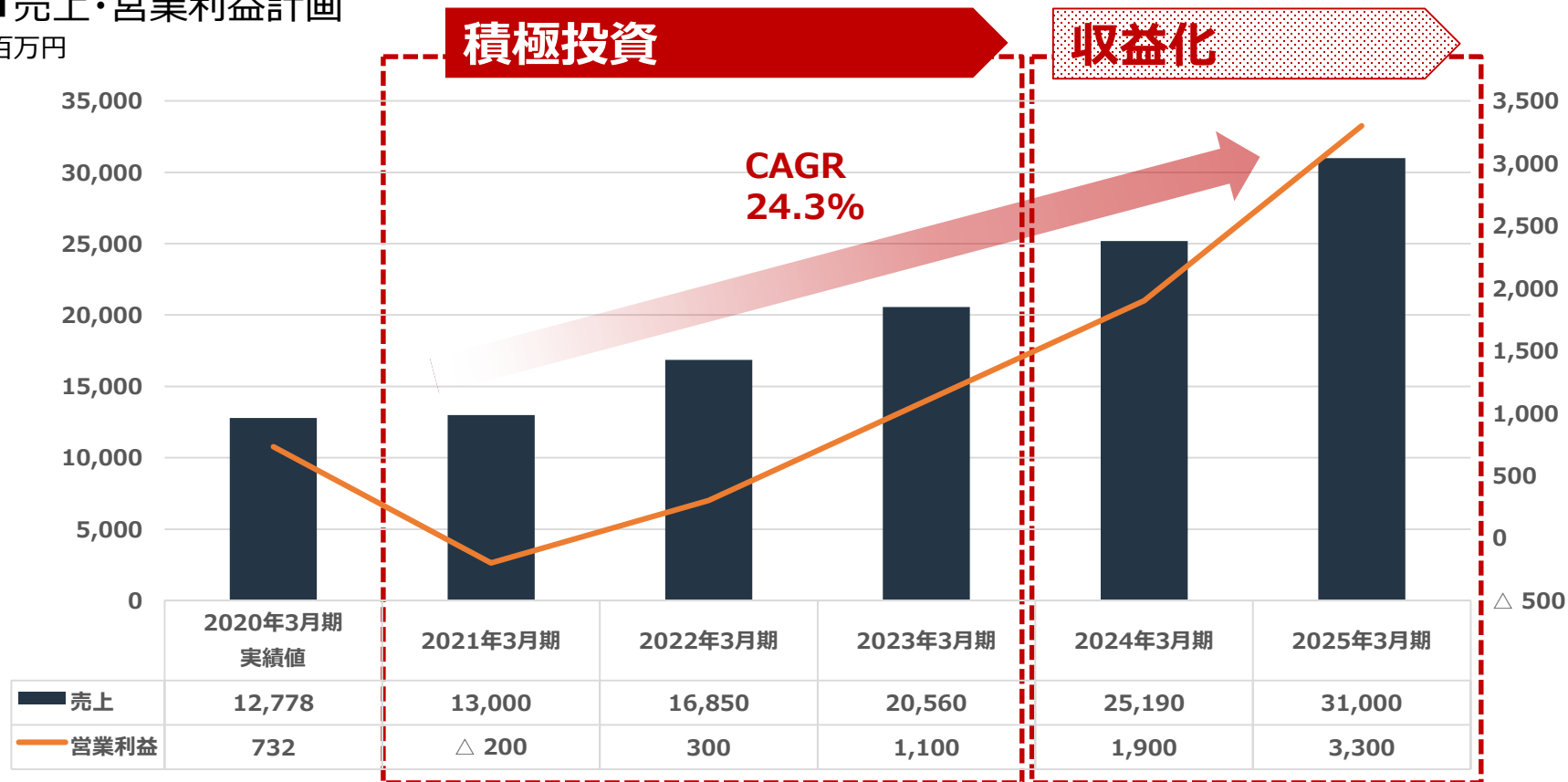
安定成長するITインフラ事業を基盤にデジタルマーケティング事業拡大に注力



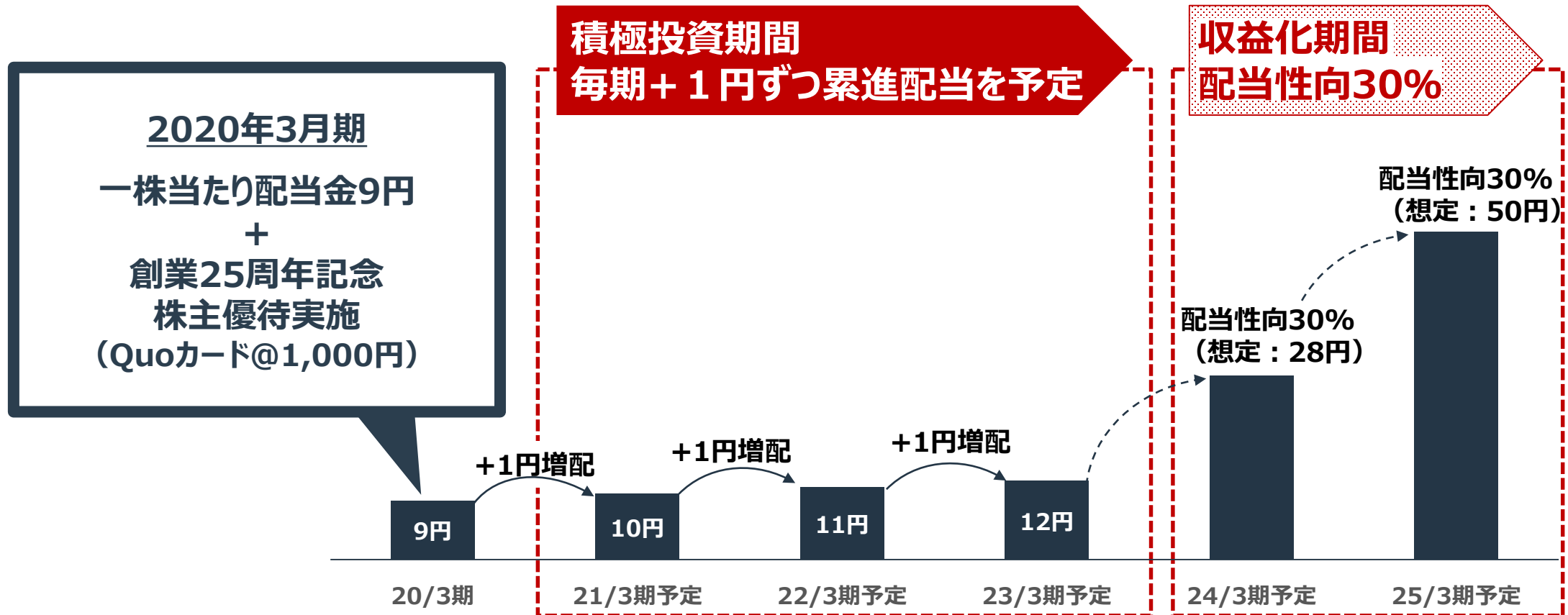
デジタルマーケティング事業のブランド強化とサブスクモデルへの完全転換により、積極投資&高収益化成長へ

本計画においては、新型コロナウイルス感染症の影響が2020年9月頃を目途に収束することを前提

■ 売上・営業利益計画
単位：百万円



基本方針として、2023年3月期までは累進配当を実施



売上CAGR / ROE / 時価総額を目標指標と設定

- 売上CAGR20%以上を目指し、ポートフォリオ戦略のもとデジタルマーケティング事業のSaaSビジネスへ注力
- ROE2桁をめざすべく、社内のDX化を加速させ、生産性が高い組織体制の構築
- 上記2つを達成し、企業価値向上を目指す

**売上CAGR
20%以上**

デジタルマーケティング事業のサブスクリプションモデル転換へ注力し達成を目指す

**ROE
10%以上**

社内のDX化を加速させ、生産性の高い組織体制でROE10%以上を目指す

**時価総額
500億円**

企業価値を向上させ、時価総額500億円を目指す

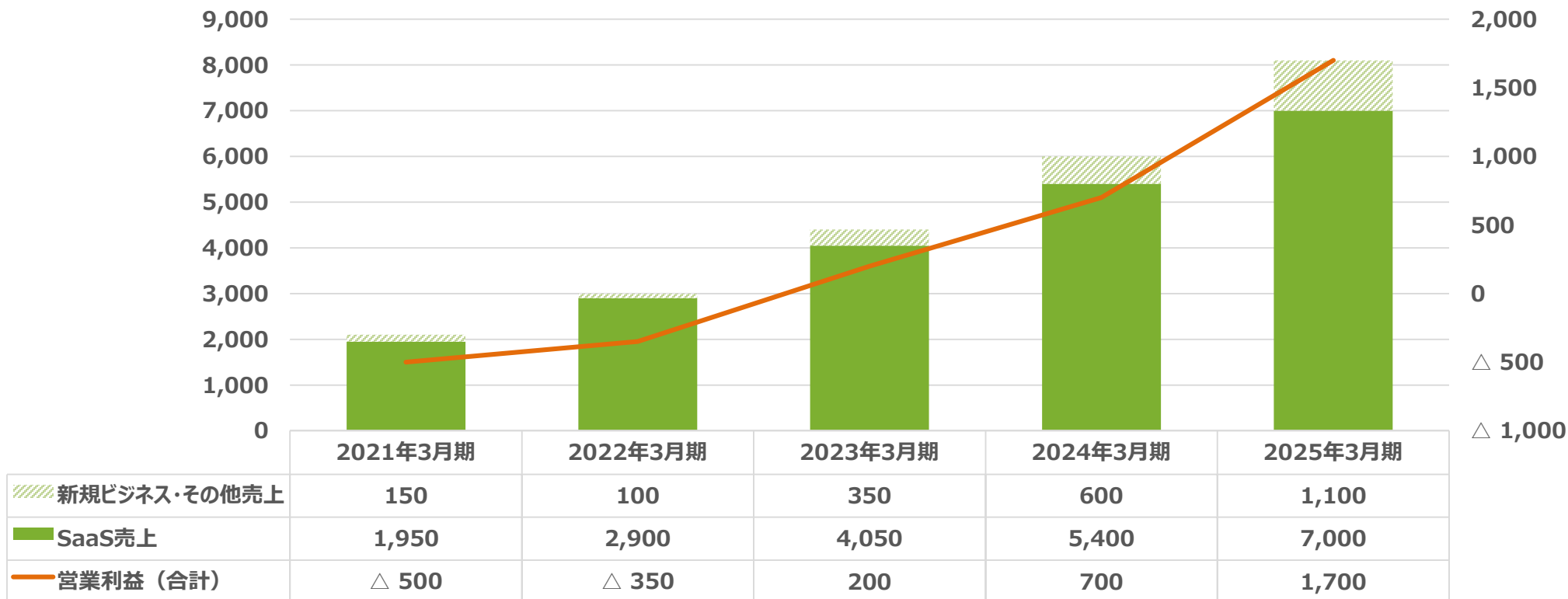
2. デジタルマーケティング事業 事業戦略

2020年4月～2025年3月

更なる事業成長に向け、SaaS売上拡大を計画

■ デジタルマーケティング事業の5ヶ年の売上・営業利益計画

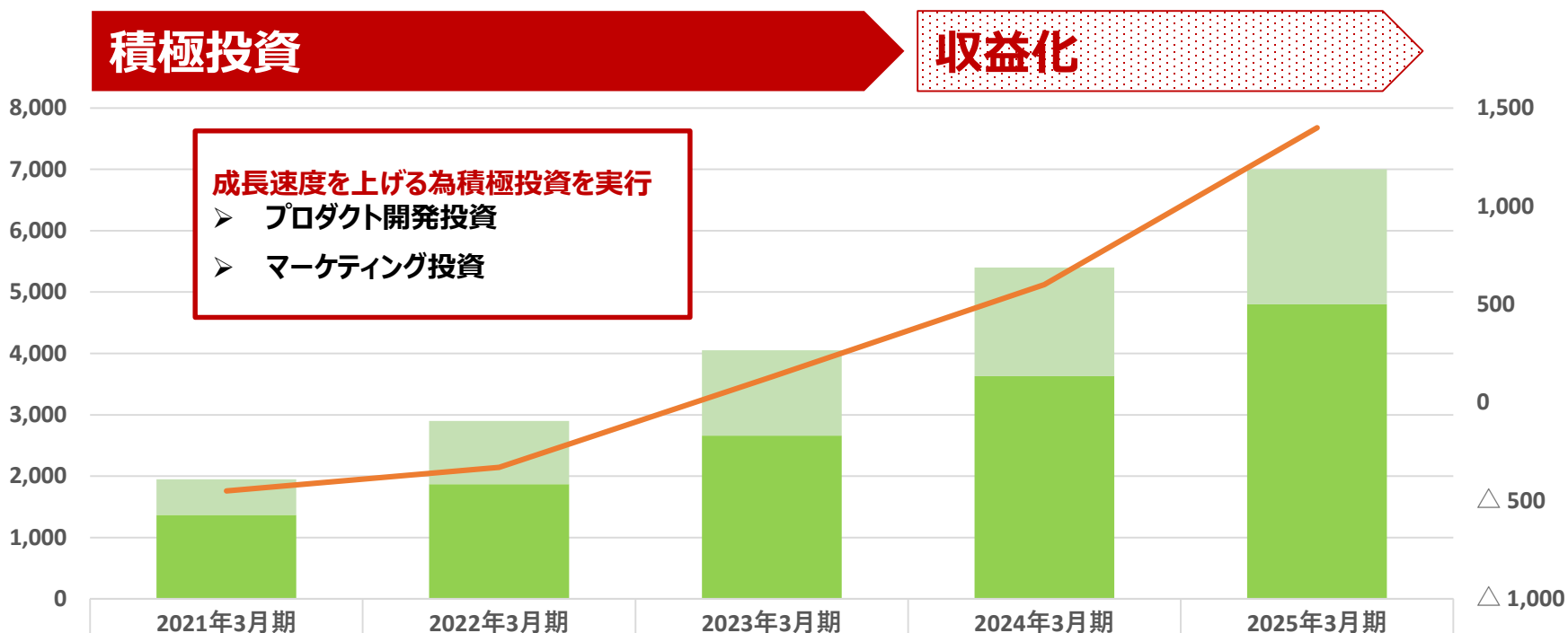
単位：百万円



2023年3月期までは成長を加速する積極投資を行い、高成長モデルへと移行を目指す

■ 5ヶ年のSaaSの売上と営業利益計画

単位：百万円

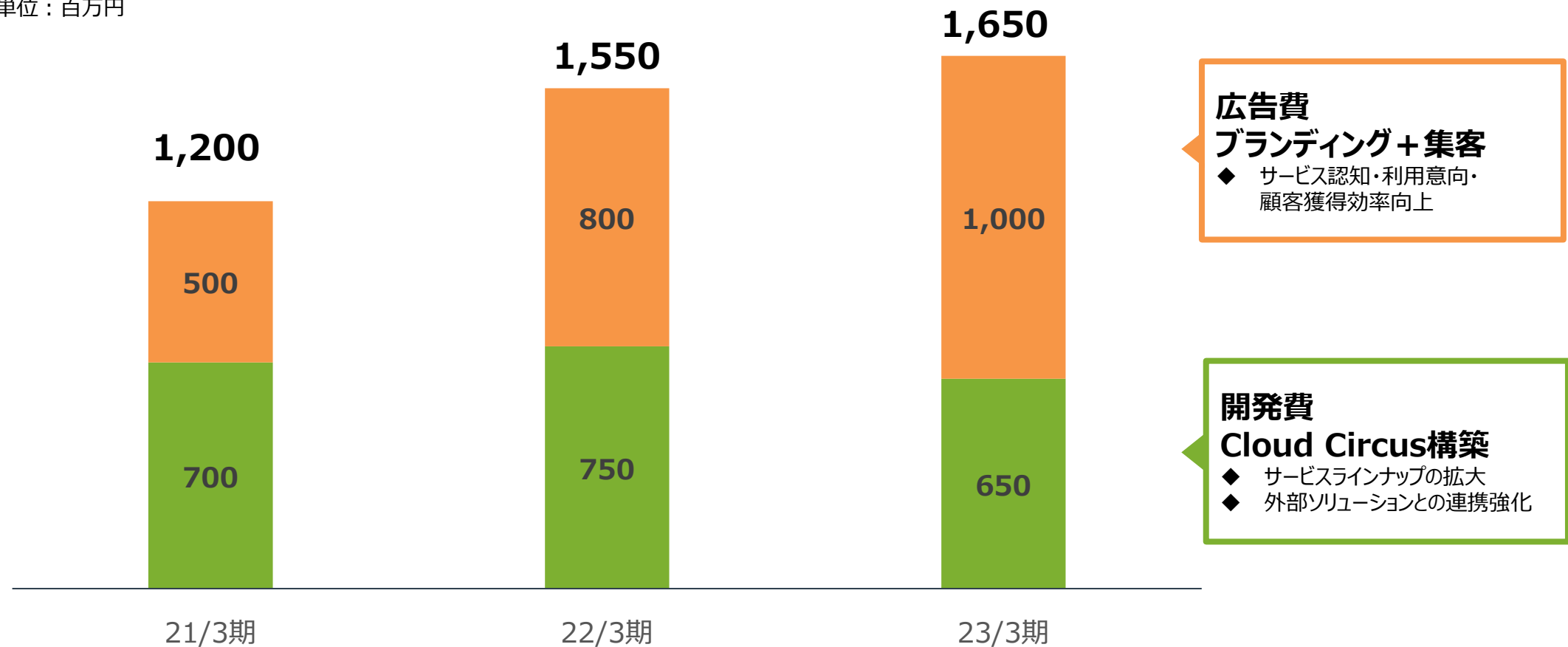


SaaS (サブスク以外)	580	1,030	1,390	1,770	2,200
SaaS (サブスクリプション)	1,370	1,870	2,660	3,630	4,800
営業利益	△ 450	△ 330	130	600	1,400

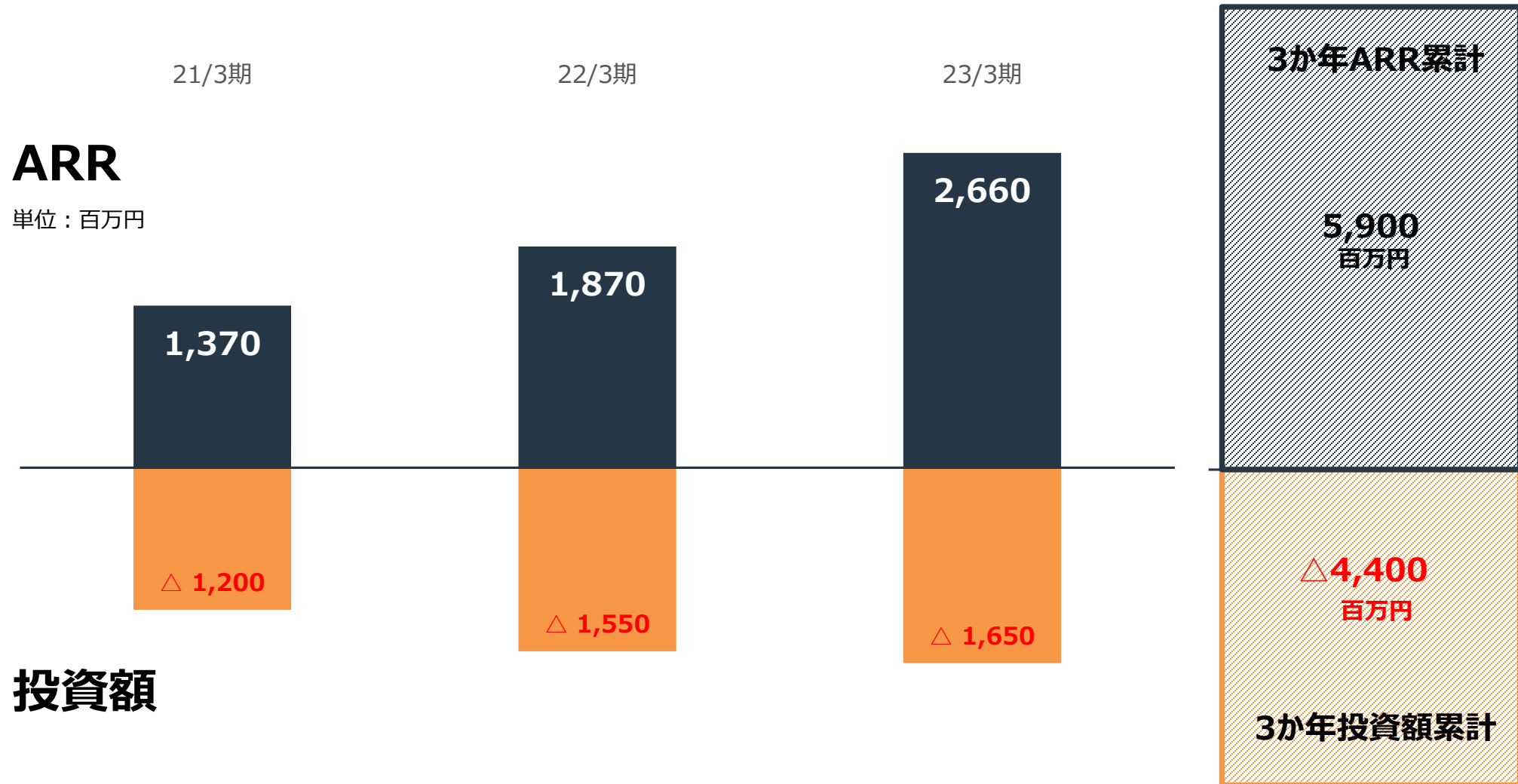
「ブランディングと集客」に加え、「サービス拡充」に投資し、成長を目指す

■ キャッシュフローベースの投資費用内訳

単位：百万円



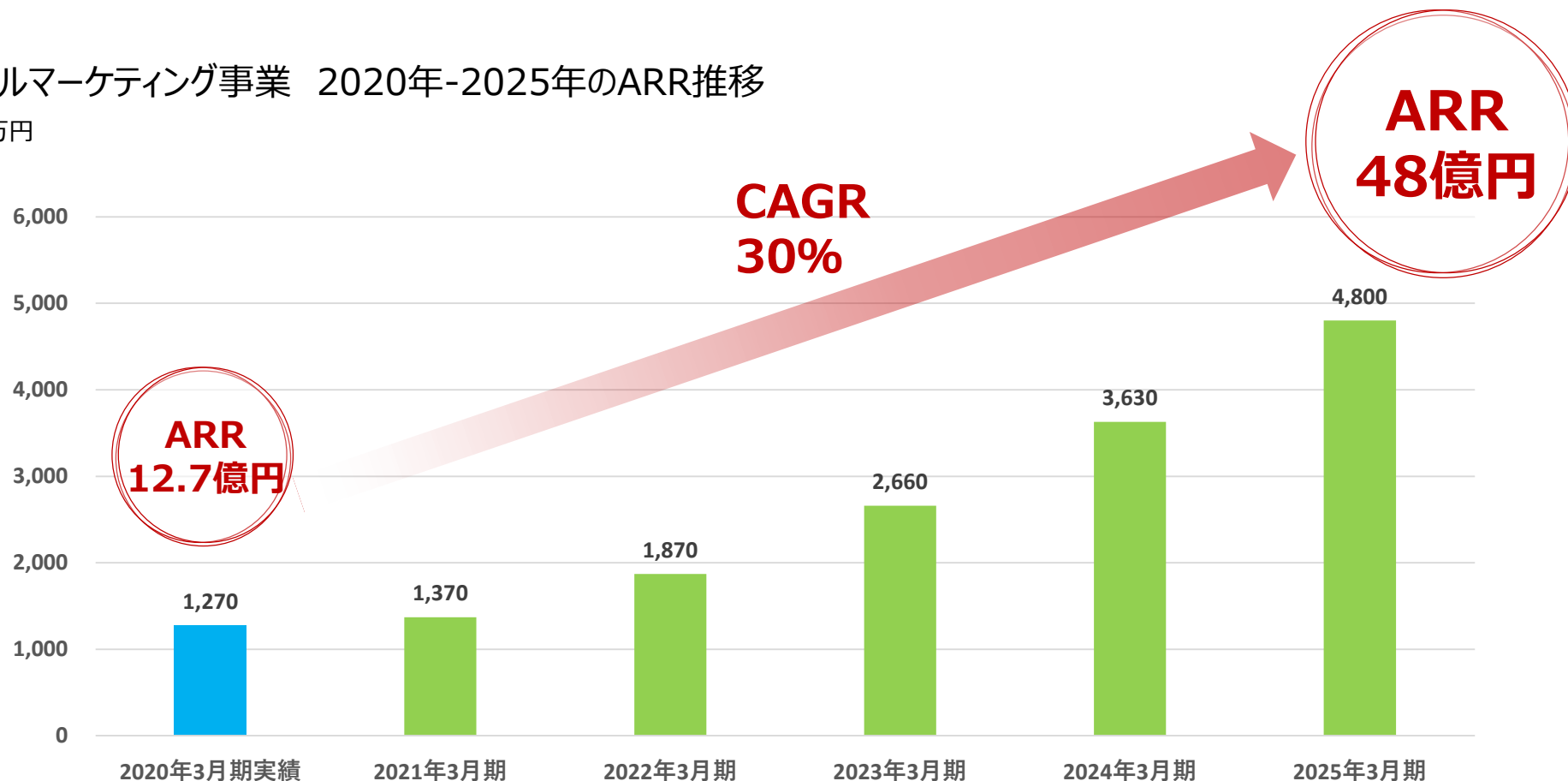
SaaS投資回収の見込み



2020年3月時点ARR約12.7億円より、更なる成長を目指す

■ デジタルマーケティング事業 2020年-2025年のARR推移

単位：百万円



ターゲット市場は2024年度に約7,000億円規模となる

単位：百万円

1,400,000

1,200,000

1,000,000

800,000

600,000

400,000

200,000

0

- TAM:デジタルマーケティング市場全体
- SAM:従業員数10名~1,000名の企業約34万社

SAM

531,110

約1.3倍

696,177

TAM

2020年度

2021年度

2022年度

2023年度

2024年度

※統計局平成28年経済センサス-活動調査 確報集計(企業等に関する集計)およびをもとに当社作成

商品拡充し、顧客課題に応じた「商品購入・導入」が手軽に出来るように

顧客が
個別の課題に応じ
手軽かつ
自由に商品を
購入・導入
出来るように

SaaS (Cloud Circus)

「Cloud Circus」とは「情報発信」「案件育成・顧客化」「解約防止・リピート」の課題解決を実行するSaaSツール群の総称ブランド



CSM
(拡充に向け新商品開発中)

解約防止
リピート

CMS、AR、ActiBook
(コンテンツ作成)



BowNow
(MA、SFA)



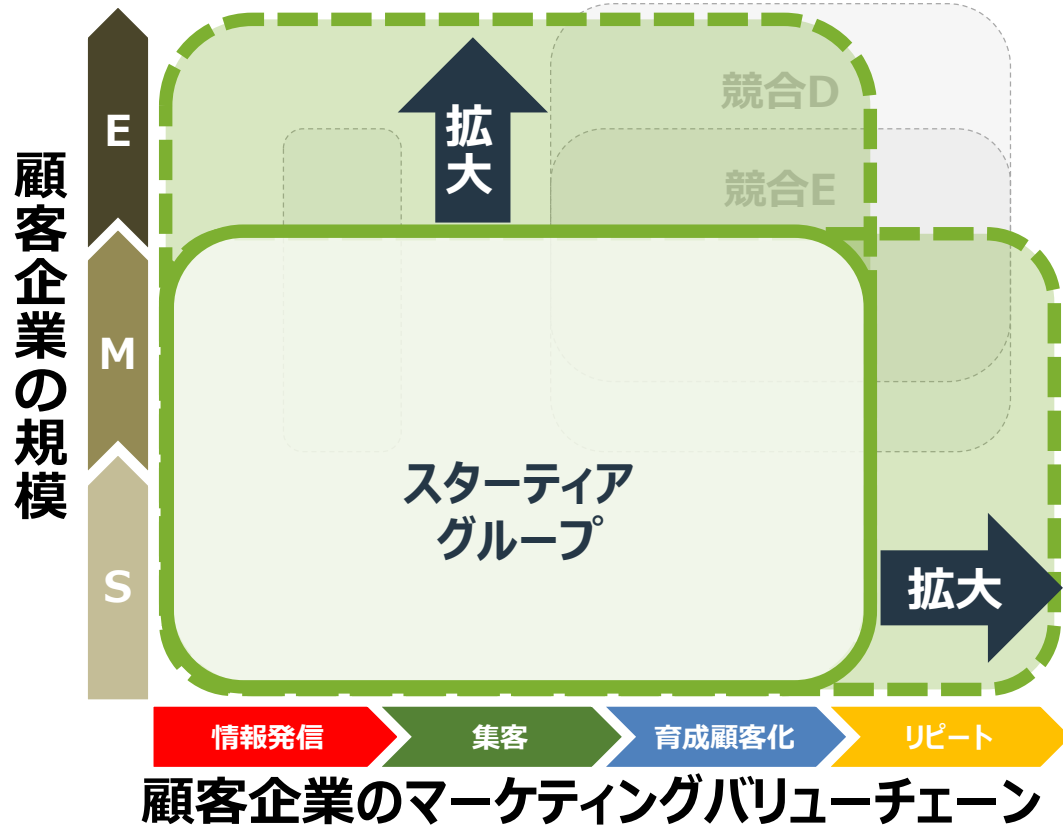
育成
顧客化

集客

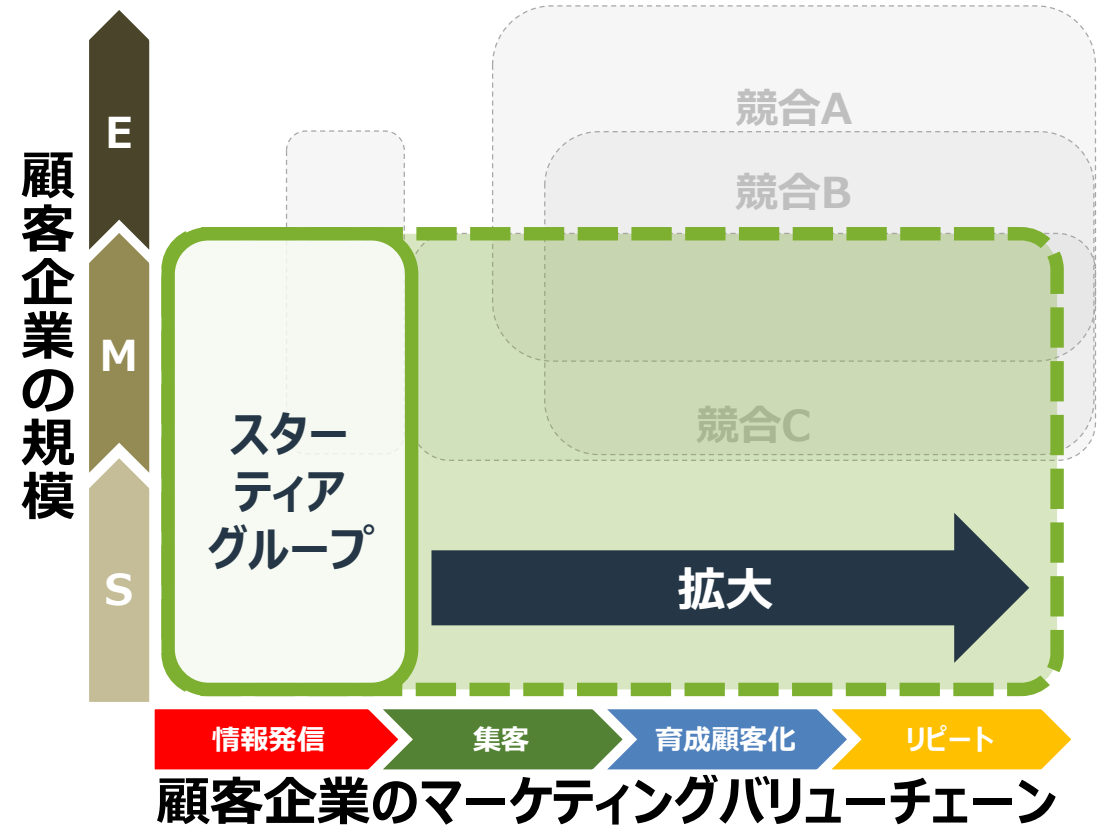
マーケティングコンサル
広告運用

「顧客規模」や「顧客ニーズ」に対するカバレッジを拡張し、競争力を高める

「BtoB企業の顧客」向けのデジタルマーケティング商材カバー領域
※消費者向けの事業を営む企業



「BtoC企業の顧客」向けのデジタルマーケティング商材カバー領域
※企業向けの事業を営む企業



顧客区分ごとに社内営業体制を分け、最適な戦略アクションプランを実行する

現状

BtoB企業の顧客

企業向け事業を
営む企業



クロスセルに成功し
成長著しい領域

BtoC企業の顧客

消費者向け事業を
営む企業



営業成果がまだ
低い領域

パートナー企業

代理店
印刷会社等



フロー販売が
まだ残る領域

今後：最適な戦略を実行

更なる投資で成長を加速

更なる人的投資+マーケティング投資によって
解約率低下とクロスセル率増による成長速度向上を狙う



BtoB企業向け営業の成功パターン移植

BtoB顧客セグメントのクロスセル成功パターンを、BtoC顧客にも活用



フロー商材のサブスクリプション化を加速

売り切りモデルからの脱出により、継続的なクロスセル機会を創出する



SaaS
売上

SaaS売上の
拡大を目指す

アカウント
数

利用アカウント数
自体の増加を
目指す

クロスセル
社数

2商材以上を利用する
社数を増やし、1社当
たり売上増を目指す

ARPU
(顧客平均単価)

1社あたりの
平均売上単価を増やし
売上増構造を目指す

3. ITインフラ事業 事業戦略

2020年4月～2025年3月



【当社にとっての直接的課題】
採用の強化と生産性の向上が必須

【当社のチャンス】
中小企業の後継者不足、事業再編の波の中で、M&A機会の増加

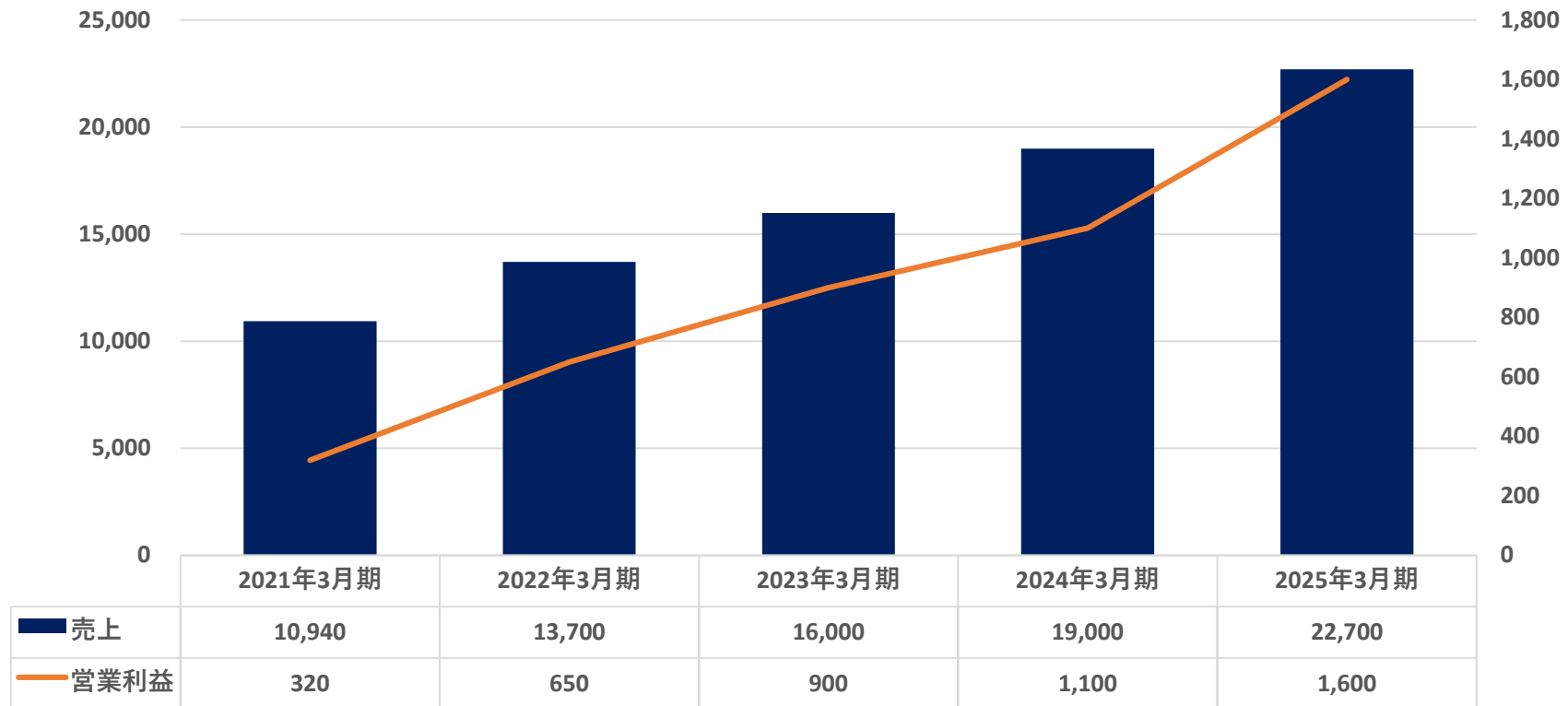
【顧客(エンドユーザー)の課題】
同様の経営課題があり、本業にますます専念するためスターティアが寄り添う価値が高まる

デジタルトランスフォーメーション (DX) の重要性が益々増大

売上、利益ともに安定的に伸長

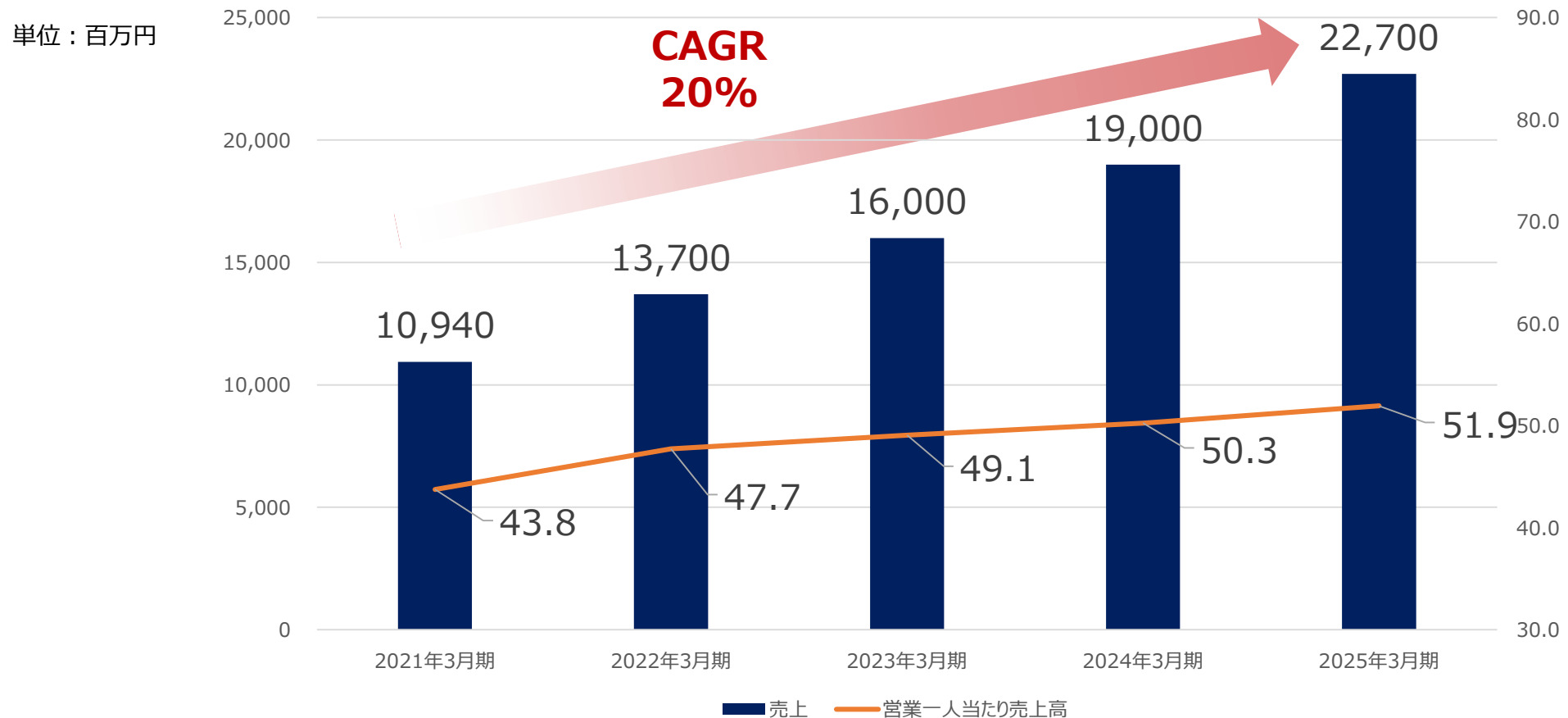
■ ITインフラ事業 5ヶ年の売上・営業利益計画

単位：百万円

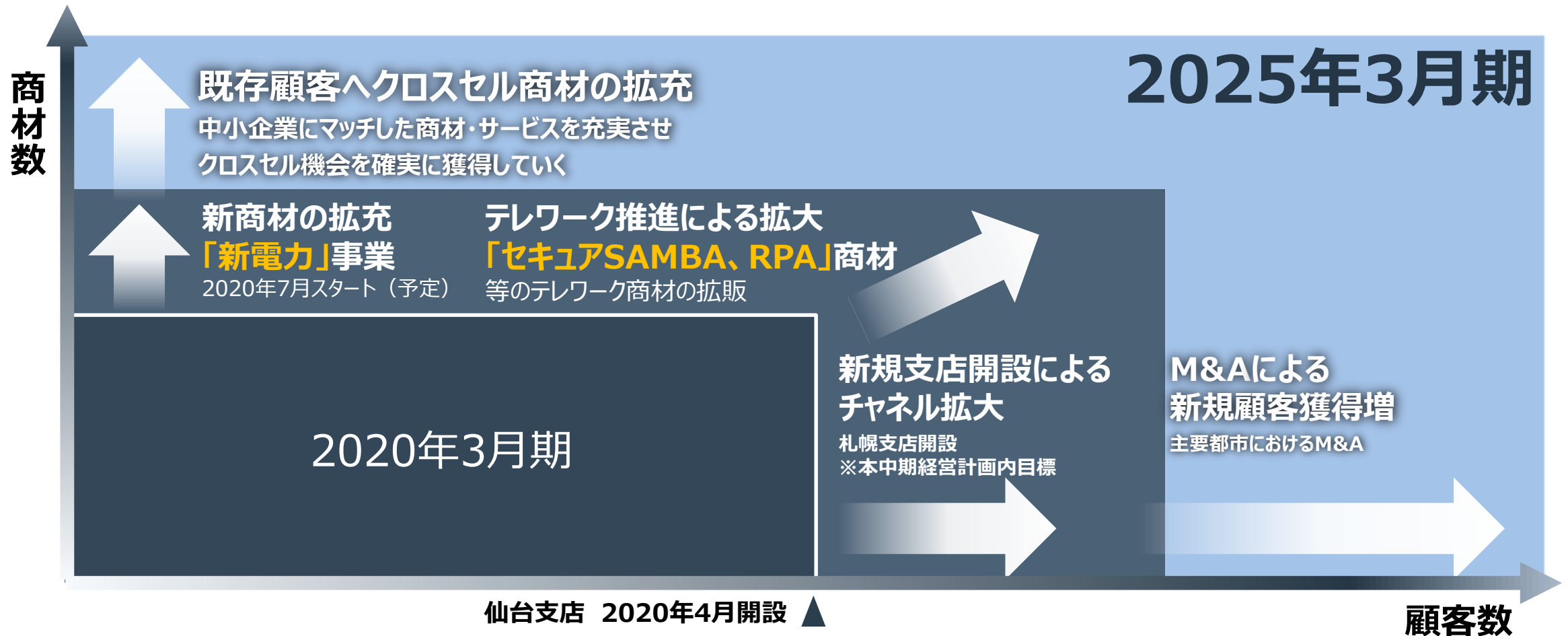


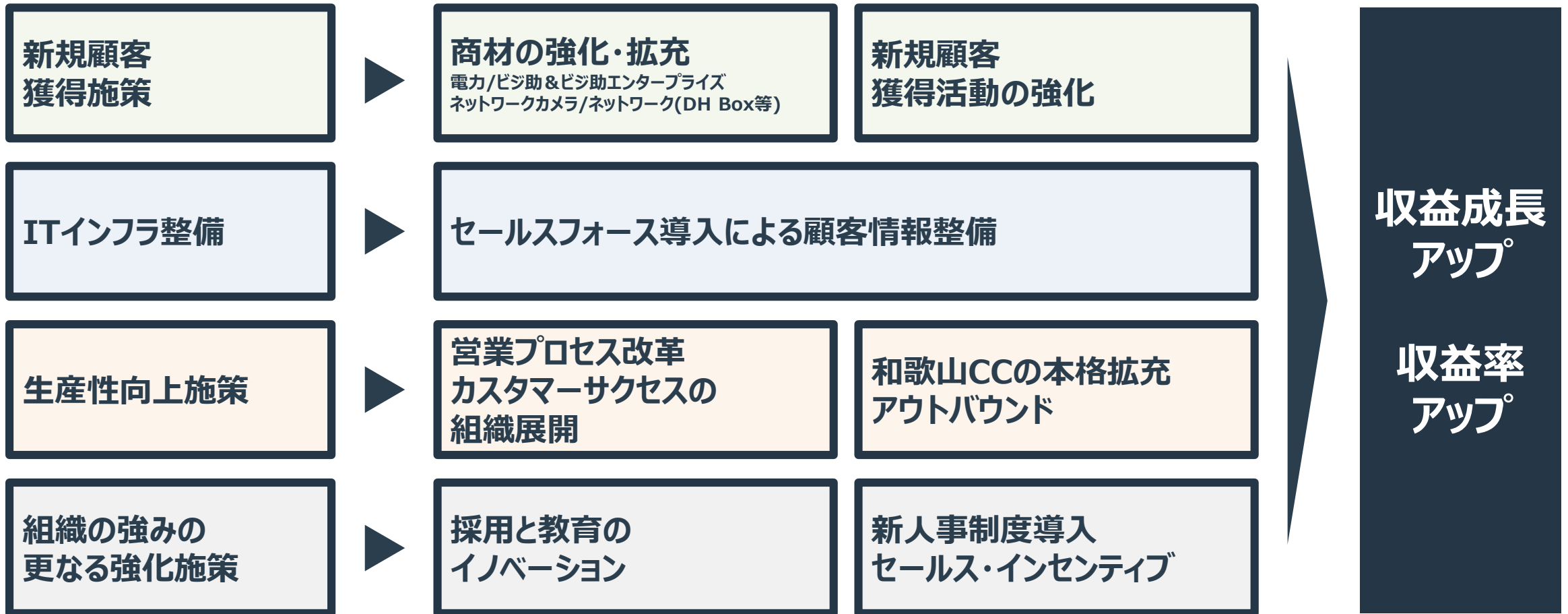
生産性を向上させ、売上のCAGRの成長を目指す

■ ITインフラ事業 売上と営業一人当たり売上高計画



エリアと商材の拡大により収益規模を拡大





支店新設によりカバレッジを広げ、更に大都市におけるM&Aをすることで顧客層を拡大



ストック契約 社数

新規支店出店やM&Aを
ドライバーに契約社数全体を
継続的に成長させていく

複数商材 利用社数

2商材以上を契約
している社数を増やす
※ストック売上における

営業1人当たり 売上高

生産性を向上し、
営業1人当たりの
売上高を高める

Appendix

Appendix

新型コロナウイルス感染症対策

ITインフラ事業

- 新型コロナ感染症の対策部署の立ち上げ
 - ・中小企業のリモートワークの環境構築のサポート
 - ・中小企業へIT関連助成金を組み合わせたサービスのご提案

- テレワークを推進のため、ファイル共有サービス「セキュアSAMBA pro」
セキュアSAMBA / ライトプラン（ユーザー数：無制限 / 容量：100GB）を無料提供
（2020年6月30日まで）

デジタルマーケティング事業

- アプリ不要のAR（拡張現実）を作成できる「LESSAR（レッサー）」を無償提供し、新型コロナウイルス対策としての取り組み「ソーシャルディスタンス」の啓蒙を支援
「ARソーシャルディスタンス」をより深く理解していただくためのウェブセミナーを開催

- 電子ブック制作ソフトActiBook Oneのフリープランの容量を
50MBから500MB（10倍）に変更し無償提供

※ 「ActiBook」とは、団体・企業が発行している冊子のPDFを、ドラッグアンドドロップするだけで、電子ブックを簡単に作成・配信・管理ができるスターティアラボ開発のソフトウェア



従業員における取り組み

- 全従業員（契約社員、アルバイト）を対象にテレワーク、時差勤務
- 全従業員（契約社員、アルバイト含む）を対象にマスクを無料配布

地域における取り組み

- 新宿地区の病院へ医療用マスクを寄付

Appendix 会社概要

会社概要

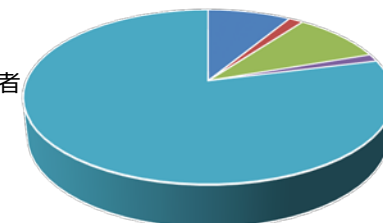
社名	スターティアホールディングス株式会社
住所	東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モリス19階
設立	1996年2月
上場	東証一部（2014年2月28日） 東証マザーズ（2005年12月20日）
代表取締役	本郷 秀之
グループ会社	連結子会社：11社、持分法適用関連会社：2社
従業員	連結631名（2020年3月31日現在）
決算	3月31日
資本金	8億2,431万円（2020年3月31日現在）
発行済株式数	10,240,400株（2020年3月31日現在）
株主数	4,377名（2020年3月31日現在）



代表取締役社長
兼 グループ最高経営責任者
本郷 秀之
1966年5月生
1996年当社設立し現在に至る
(当社株式保有40.38%)

2020/3末株主構成

- 金融機関
- 金融商品取引業者
- その他法人
- 外国法人等
- 個人その他



■ 経営理念

社会のニーズとマーケットを見極め

人と企業の未来を創造し

優れた事業と人材を輩出するリーディングカンパニーを目指す。

■ ビジョン

顧客に愛され、社会に貢献し、自ら永続的に進化し続ける

ITグローバル企業を目指す。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

「スターティアグループは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています」

スターティアホールディングス株式会社 IR窓口

〒163-0919東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モリス19階

TEL 03-5339-2109（平日9時～18時）

MAIL : ir@startiaholdings.com スターティアホールディングス

IR情報ホームページ <https://www.startiaholdings.com/ir.html>

当資料は、当社の現状をご理解いただくために当社が作成したものです。当資料に含まれる情報は当社内の知見及び当社が入手可能な公開情報等から引用したものであり、これらの正確性について当社は保証しません。また、当社の実際の業績は今後の様々な要因によって異なる可能性があります。