

The logo for SOFTFRONT, with 'SOFT' in grey and 'FRONT' in orange. The letters 'O' and 'O' in 'FRONT' have a vertical gap.

SOFTFRONT

事業計画 及び 成長可能性に関する事項

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
- 督促ボイスポット **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

2023年 3月期の結果

単位：百万円

	2021年 3月期	2022年 3月期	→ 2023年3月期
売上高	310	377	763
売上総利益	198	205	365
営業利益	29	△17	△52
経常利益	37	△34	△51
親会社株主に帰属する 当期純利益	54	△29	△59

業績向上のための
一時的な赤字要素

- 販売管理費の増加 : サイト・パブリスの子会社化によるのれん償却費の計上
企業ブランド価値向上に向けたマーケティング費用の計上
- 法人税等調整額の発生 : サイト・パブリスの過年度法人税等の計上

単位：百万円

資産の部	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年3月期
流動資産	311	427	397
現金及び預金	217	292	157
売掛金	81	109	169
契約資産	-	10	52
その他	13	16	19
固定資産	107	392	376
有形固定資産	-	6	6
無形固定資産	46	326	318
投資その他の資産	60	58	51
資産合計	418	819	773

単位：百万円

負債の部	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年3月期
流動負債	56	87	112
固定負債	156	176	165
負債合計	212	264	277
純資産の部	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年3月期
資本金	10	10	10
資本剰余金	73	381	381
利益剰余金	120	91	32
株主資本合計	204	483	424
新株予約権	1	1	1
非支配株主持分	-	71	70
純資産合計	205	555	495
負債純資産合計	418	819	773

クラウド自動電話サービス



年間売上高 **72,245**千円[※]

1年間（2022年4月～2023年3月）の成長率

MRR

（月間 定期売上高）

-11%

MAU

（月間 顧客数）

+17%

（46社 → 54社）

（単位：千円）

5,696

2021年4月

7,393

2022年3月

6,607

2023年3月

自然会話 AI プラットフォーム



年間売上高 **62,070**千円[※]

1年間（2022年4月～2023年3月）の成長率

MRR

（月間 定期売上高）

+142%

MAU

（月間 顧客数）

+54%

（13社 → 20社）

（単位：千円）

1,330

2021年4月

3,112

2022年3月

6,776

2023年3月

CMS (コンテンツ・マネージメント・システム)

SITE PUBLIS

年間売上高 **146,172**千円[※]

1年間 (2022年4月 ~ 2023年3月) の成長率

MRR

(月間 定期売上高)

+11%

(単位: 千円)

9,917

2021年4月

MAU

(月間 顧客数)

+11%

(157社 → 173社)

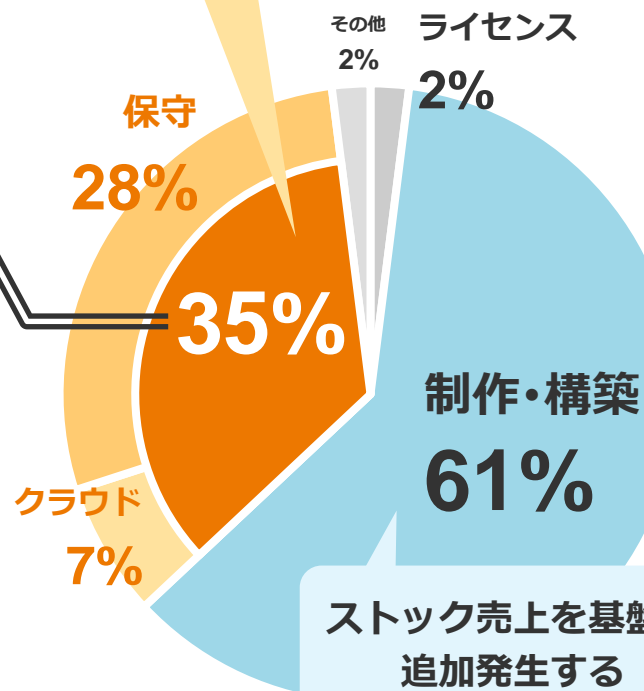
12,604

2022年3月

14,421

2023年3月

売上高全体の**35%**を
ストック売上で構成

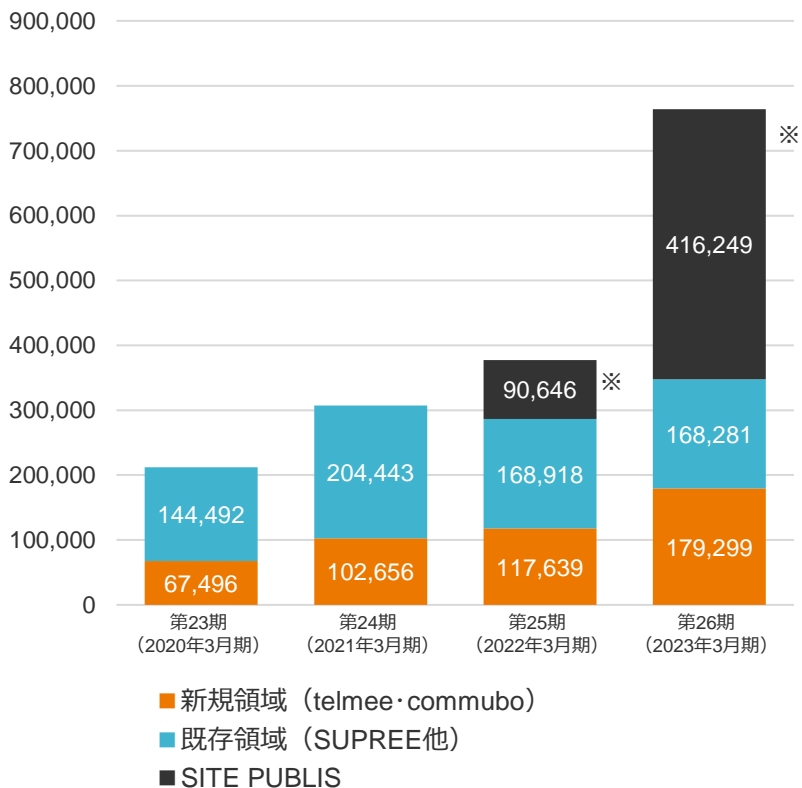


ストック売上を基盤に
追加発生する
制作・構築による売上

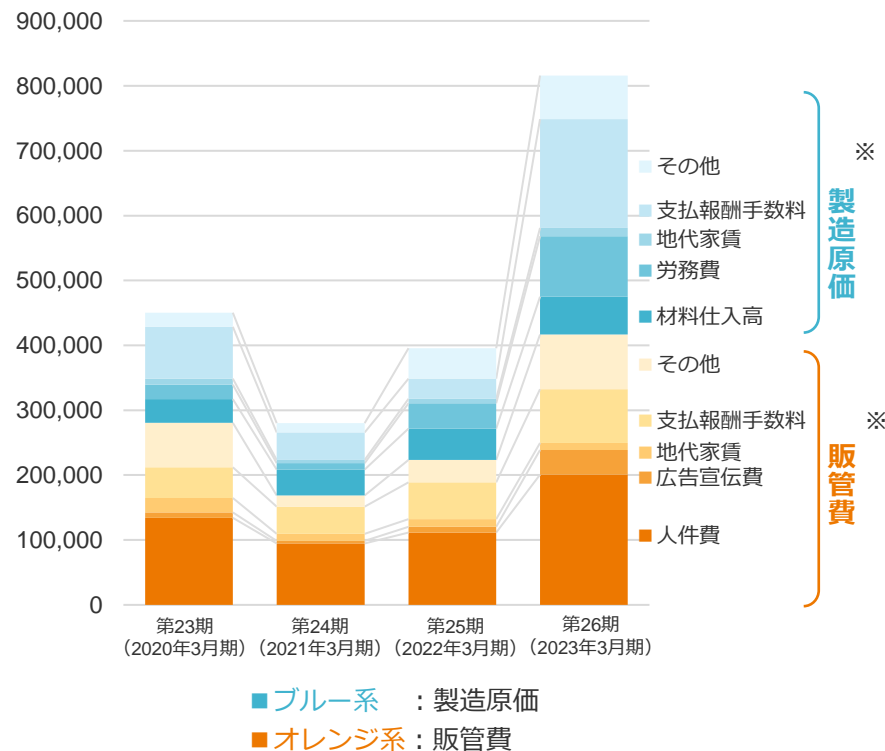
※2022年4月~2023年3月のストックビジネス売上高

2023年3月期よりサイトパブリスが通期で連結される一方
 2020年3月期から**既存事業の再構築と事業基盤の強化**に取り組み
 事業構造改革の費用削減効果により、**収益体制への変革**が進んでおります

売上高 (単位：千円)



製造原価 + 販管費 (単位：千円)



ビジネスハイライト

新しい生活・経済活動の進展により デジタル・コミュニケーションの**基盤の重要性**が増しています

デジタル・コミュニケーションが必須に

- ウイズコロナ / ニューノーマルの新しい生活
- リモートワークの定常化

Web3.0 時代、自律分散型への動き

- スマートコントラクト、分散自立組織など
 - ↳ 中央集権型ではない、権力分散型のWeb時代

デジタル・コミュニケーションの進化

- あらゆるデバイスのコミュニケーションツール化
 - ↳ マイク、スピーカー、モニター、カメラ
 - ↳ メタバース（巨大IT企業の積極投資）

主体的なコミュニケーションの必要性

- フェイクニュースや偏った報道に惑わされない
SNSでの主体的な情報発信の一般化

我々が
目指す将来

各企業それぞれが、顧客、従業員、ビジネスパートナーと
テキストや音声、映像など**適時適切な方法**で
自らのメディアにより簡単にコミュニケーションできる

これからの時代に合った、進化し続ける、使いやすい デジタル・コミュニケーション基盤を提供



優れた実績のある技術・ソフトウェア群

- デジタル・コミュニケーション分野の技術・アセット
↳ 複雑な呼制御、高機能・高音質の音声制御、リアルタイム処理など
- WebサイトなどのUI (ユーザーインターフェース) を簡単に構築・更新できる、実績あるコンテンツ管理ツール



自社でのソフトウェア開発

- 高度な技術を、誰でも簡単に使えるようサービス化
- 市場ニーズ・シーズへの機敏な対応、サービス創出
- 各ソフトウェアの連携・シナジーによる価値創造



営業・構築・運用・保守を一気通貫で実施

- 日本国内で完結する、安心・信頼のサービス体制
- 作りやすく使いやすい、お客様に寄り添った対応
- 日々のお客様ニーズの把握、継続的な改善
- 開発チームと連携した、速くて正確な対応

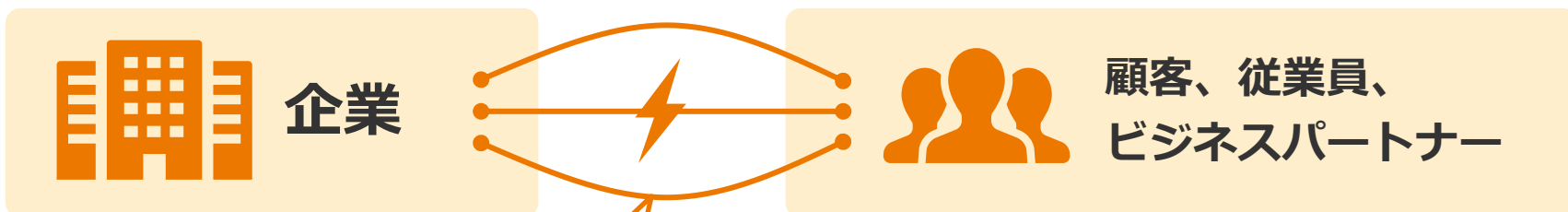


隣接分野のM&A、業務資本提携の活用

- スピード感のある基盤強化のために
インオーガニックな成長施策を実行
- 既存事業 / サービスと良質なシナジーを生む
隣接分野のM&A、業務資本提携の実施

「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



聞く・考える・話すの各処理と、自然に会話を続ける機能を一つにまとめて提供する、SaaS型のボイスボットサービス



継続的で自然な会話を実現し
通話離脱率の低下に寄与

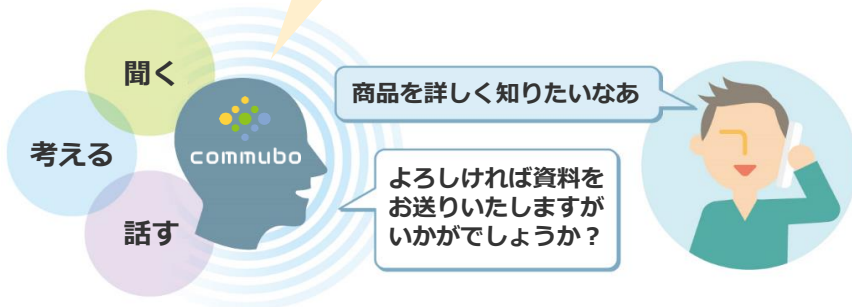
- 人間の声・内容を分析し、自然な返答音声を自動合成
- 相手に合わせてゆっくり話す・大きく話すなど、動的な変化
- 通販の注文受付や、金融系企業の督促業務などを効率化

ただの一问一答形式のボイスボットではなく
会話目的に沿ったコミュニケーションができる

説明

質問

確認



主な導入企業様

NTSホールディングス株式会社

au フィナンシャルサービス

新日本製薬

SK TSUSHIN



ボイスボット「commubo」の運用実績で培われた初期督促業務向けのノウハウを抽出し、すぐに利用可能なパッケージ製品



**担当者負担が大きい初期督促
の架電業務を自動化**

- ロボットによる一斉・大量・自動架電で人手不足を解消
- 通話履歴と会話内容のテキスト化で交渉履歴を保存
- お客様に不快感を与えない滑らかな音声会話

支払もれのお客様にロボットがお電話

自動発信

本人確認

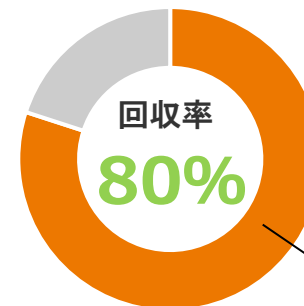
入金予定日の取得



パッケージなので初期設定も操作も簡単
最短 **5** 日で利用開始

ペリマの導入効果

初期滞納の理由は、大部分が「うっかり！」
連絡を受けたお客様の80%がお支払いに応じます
(弊社運用実績より)



支払日を約束のうえ
お支払い



電話をプログラムすることで、電話業務の自動化・無人化や様々な業務における業務効率化・生産性向上を実現するクラウド自動電話サービス



AI付きの高品質な音声合成で業務効率化を支援

- 人による対応力の限界を超え、最大75%のコスト削減 (当社調べ)
- 自治体防災・教育事業・金融・通信工事・交通・医療・コールセンターなど、多種多様な業界にサービス提供



アウトバウンド
(能動) サービス

- 催促・督促コール
- 契約フォローコール・フォローSMS
- 災害情報通知・安否確認
- 選挙・世論調査



インバウンド
(受動) サービス

- IVR (自動音声応答)
- 問い合わせ対応
- あふれ呼対策
- クラウド通話録音



クラウドPBX
(オフィス通話)



主な導入企業様・自治体様



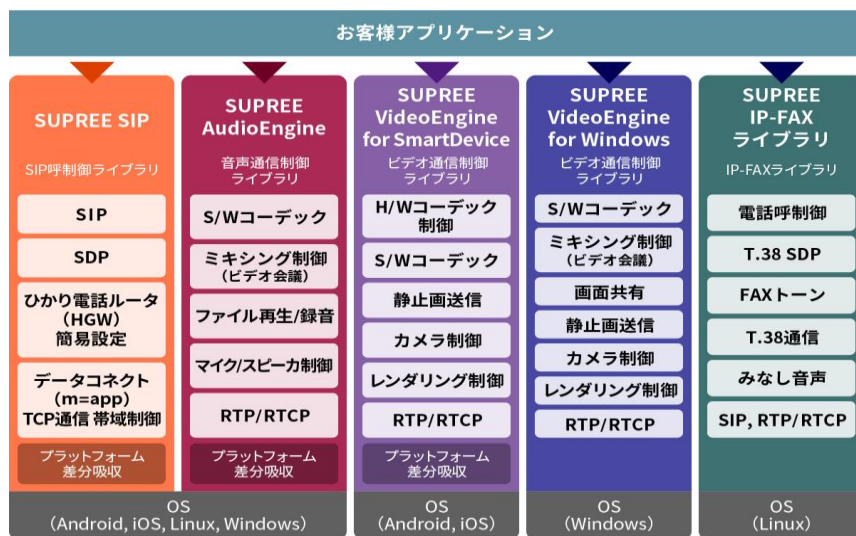
神戸市 品川区 渋谷区

IP電話・テレビ電話はもちろん、音声・映像を扱うIoT機器も
簡単・柔軟・短期間・低コストで開発いただける、
 ソフトウェア開発キット (SDK)



高い信頼性のあるキットを
 パッケージとして販売

- IP電話の受発信、マイク・スピーカー制御、通話の録音、高品質なビデオ通話など、各種機能の開発を簡単に実現
- IoT機器の普及により、今後も市場・需要が堅実に成長



主な導入企業様

Panasonic **NEC**

NTT東日本 **NTT西日本**

Pioneer **NAKAYO**

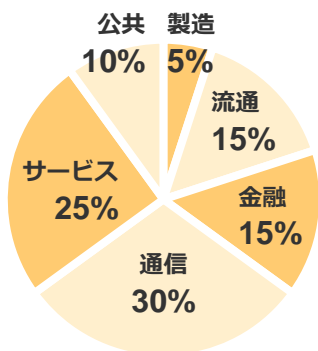
SITE PUBLIS 株式会社サイト・パブリス

Web制作の専門知識がなくても、Webサイトやコンテンツをお客様企業自身で構築・管理・更新できるシステム (CMS) とページ制作・構築・保守などの関連サービスを提供

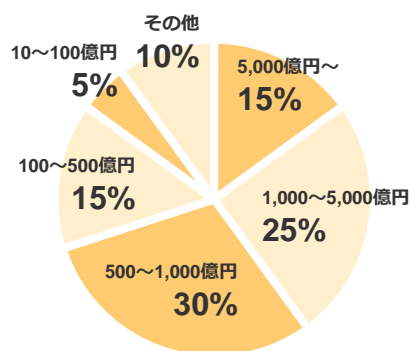


CMSツールベンダーとしての 約20年間の信頼と実績

- 2003年発売 純国産の商用版CMS (コンテンツ・マネージメント・システム)
- あらゆる業種・業態・会社規模に対応できるラインナップ
- 自社での開発・保守・サポートを一気通貫で行う



業種別 売上比率



企業規模別 売上比率

あらゆる業種・業態・会社規模の皆様に
サイト・パブリスのサービスをご利用いただいています

主な導入企業様



SITE PUBLIS Connect (サイトパブリスコネクト) について

つながる、伝える、進化する

SITE PUBLIS  Connect

フロントエンドやバックエンドのさまざまなサービスとつながることで、伝えられる情報の量が増加し、その精度も上がっていきます。また、さまざまなサービスと連携することで、訪問者に付加価値の高い情報を伝えられるようになり、さらにサイト自体が進化していきます。SITE PUBLIS Connectは、さまざまなデバイスや外部サービスとつながることで最適な情報を的確に伝えるためのサポートをします。



CMSはContents Management Systemから
Connecting Management Systemへ

- さまざまな外部サービスやシステムと自由に連携
- 使いたい機能を、使いたいタイミングで
- めんどうなWEBサイト初期構築をサポート

サイト規模が大きくなるほど関連部門やメンバーが増え、組織としてのガバナンス、安心感、どの部門のどんな人でも運用できる簡易さが同時に必要になってきます。

- 企業規模が大きいため社内ガバナンス整備の優先順位が高く、結果的にDX推進が後回しになっている
- 企業ごとに活用するデータの種類や数も異なるため、「DX」と言っても何から手をつけていいかわからない
- 「とりあえず」のMAツールなどの導入は、社員の混乱やデータの分散を招き、結果的にDX実現まで遠回りになっている

SITE PUBLIS Connectが解決します！

編集

HTMLやCSSなどの専門知識は不要。
ブログを更新するような直感的な作業で編集が可能。

公開

1つのページに対して異なる公開日時を設定し、
時系列で公開予約をすることが可能。

権限

ユーザ権限ごとに編集操作を制限することが可能。

ヘッドレス

Rest APIによるコンテンツの出力と更新。

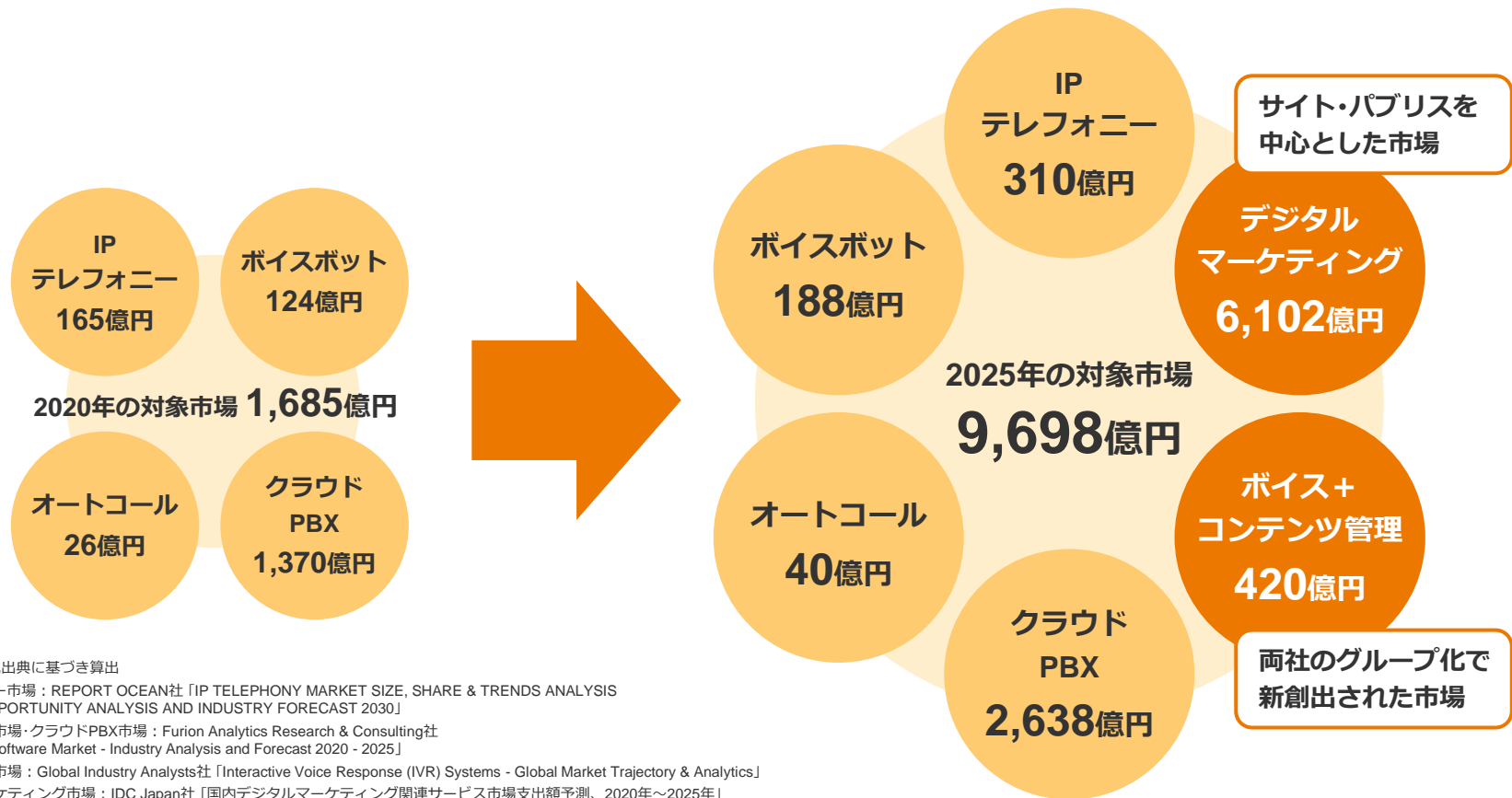
HTMLインポートによる
自動デザイン設定

HTML、CSS、JavaScript、画像等をインポートして
CMSのデザインを自動的に設定。

拡張機能モジュール

導入後も、必要なタイミングで必要な機能を
追加可能

新規ビジネス領域の成長 × コミュニケーション基盤の深化で 2025年の対象市場は約9,700億円へ拡大



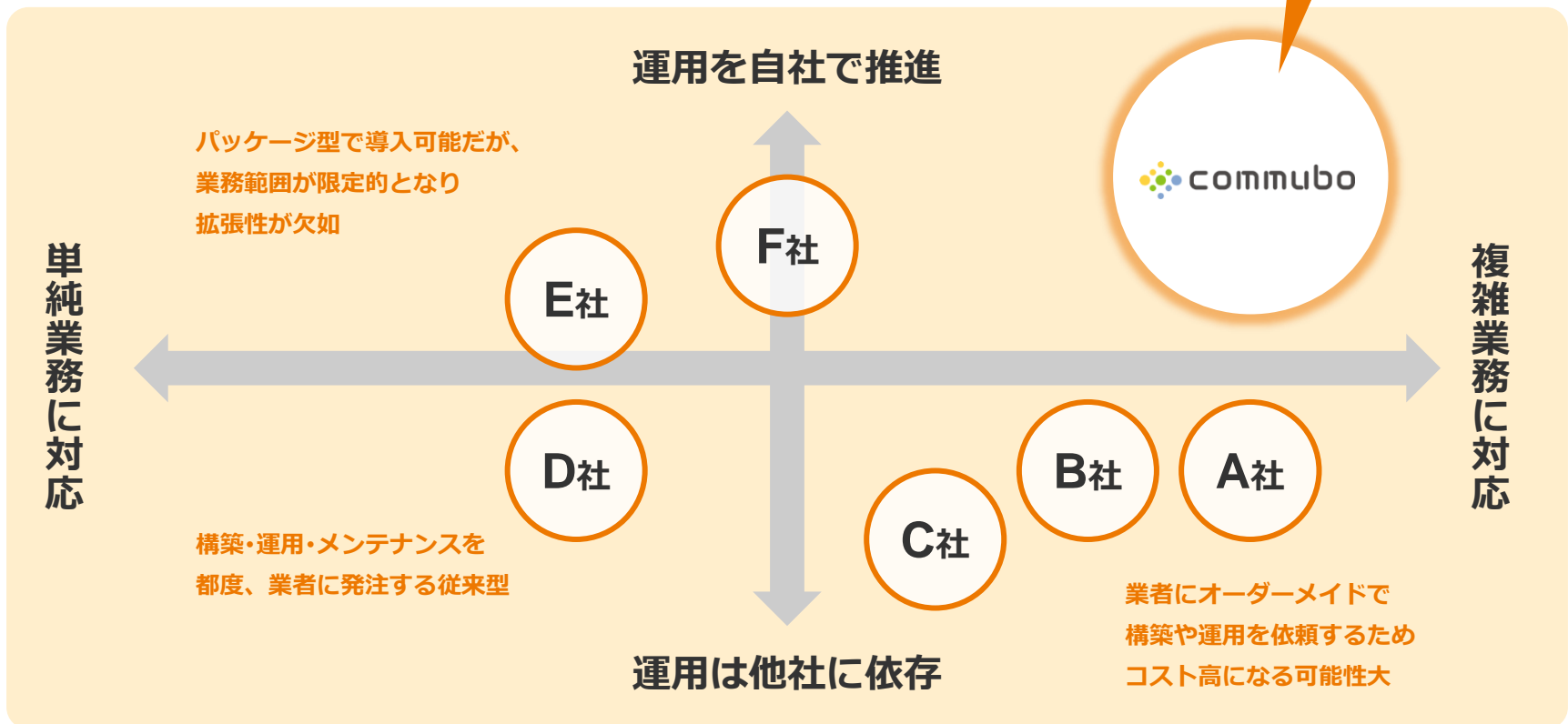
各市場規模は下記出典に基づき算出

- IPテレフォニー市場：REPORT OCEAN社「IP TELEPHONY MARKET SIZE, SHARE & TRENDS ANALYSIS - GLOBAL OPPORTUNITY ANALYSIS AND INDUSTRY FORECAST 2030」
- オートコール市場・クラウドPBX市場：Furion Analytics Research & Consulting社「Auto Dialer Software Market - Industry Analysis and Forecast 2020 - 2025」
- ボイスボット市場：Global Industry Analysts社「Interactive Voice Response (IVR) Systems - Global Market Trajectory & Analytics」
- デジタルマーケティング市場：IDC Japan社「国内デジタルマーケティング関連サービス市場支出額予測、2020年～2025年」
- ボイス・コンピューティング+コンテンツ管理市場：デジタルインファクト社調べ。広告主企業が国内向けマーケティング活動において、デジタル音声広告の出稿に支払う費用の年間総額をデジタル音声広告市場と定義し、その市場規模の推計・予測値を算出

優位性 : お客様社内での運用のしやすさ

- 複雑な音声会話業務への対応可能なサービスをクラウドパッケージとして提供
- お客様社内での運用が可能であり、DX内製化をご支援
- リーズナブルな価格と幅広い顧客層への適用が可能

様々な音声会話業務に対応し、お客様社内での運用が可能



※当社調査によるポジションマッピング

優位性 : 大規模サイトでの拡張性とお客様社内での運用のしやすさ

- コーポレートサイトとして自社の紹介から、DBや自社システムと連携したサービスまで、幅広く対応
- テンプレート型CMSのような固定化ではなく、日々刻々と変化するお客様の要望に合わせた様々な運用が可能
- お客様ご自身で、Webサイトの更新などの運用が容易



※当社依頼に基づく株式会社iiの調査によるポジションマッピング

今期の方針

2021年5月14日の開示の通り、2021年4月からは事業成長のステージへ移行

2021年度から2023年度を「ビジネス拡大期」とし 中期経営計画のもと、企業価値の向上及び株主価値の向上に注力

中期経営計画 (2022年 3月期 ~ 2024年 3月期)		2023年3月期までの 状況
(1) 基本方針	(2) 基本方針を実現していくための経営戦略	
① 既存事業の再構築と 事業基盤の強化	既存事業のうち、当社のコア事業であるボイスコンピューティング事業とコミュニケーション・プラットフォーム事業に経営資源を投下し、事業を拡大してまいります。	● commubo・サイトパブリスでの着実なストックビジネス、顧客基盤の積み上げ
② 財務基盤の充実と 戦略的な投資計画の実行	戦略的な投資を実行するための資金を適時調達するとともに、財務体質の充実及び健全化を図ります。	● 簡易株式交付の実施 ● 銀行借入確保 ● 引き続きの健全化
③ 資本・業務提携、 M&Aによる業容の拡大	調達した資金を用いて人材の確保、事業の拡大のための投資を進めます。事業拡大のために積極的にM&Aによる業容の拡大を進めます。	● サイト・パブリスの買収による業容拡大、もう一つの柱の確保
④ 株主還元策の充実	株主の皆様への利益還元を重要な経営課題と位置づけ、株主の皆様との対話方法や関係性構築のありかたを含めて総合的な検討を行ったうえ、剰余金の配当や株主優待等の早期実現を含めた株主還元策の拡充を図ります。	● 拡大再生産を優先しながら引き続き還元策の検討

成長戦略		2023年3月期までの状況
既存事業の拡大	<p>既存のボイスコンピューティングを中心としたコミュニケーション・プラットフォーム事業の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ● commubo : 「面」レベルのシェア獲得 ● telmee : さらなる販売数の拡大 ● 既存事業 : 新たな利用シーンの創出 	<ul style="list-style-type: none"> ● commubo・telmee、サイトパブリスでの顧客基盤の拡大 ● マーケティング、セールス、デリバリーでのボトルネックの把握 ● 各ステージでの知見の蓄積と施策展開
第2の柱	<p>事業の拡大を加速するために、近接エリアにて第2、第3の柱となる事業への投資を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 第2の柱 : サイト・パブリスとの事業統合 ● 近接エリアでの検討
オペレーショナルエクセレンス	<p>各事業の成長と連携を支えるオペレーショナルエクセレンスの追求</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● リモートワーク中心の新しい働き方に即したオフィスへ移転し、機動性を高めると共にコストを削減 ● 業務改善プロセス ● SaaS中心の社内IT

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

売りやすく、作りやすく、使いやすく

活動結果や環境変化を踏まえ、ローリング・プランニング



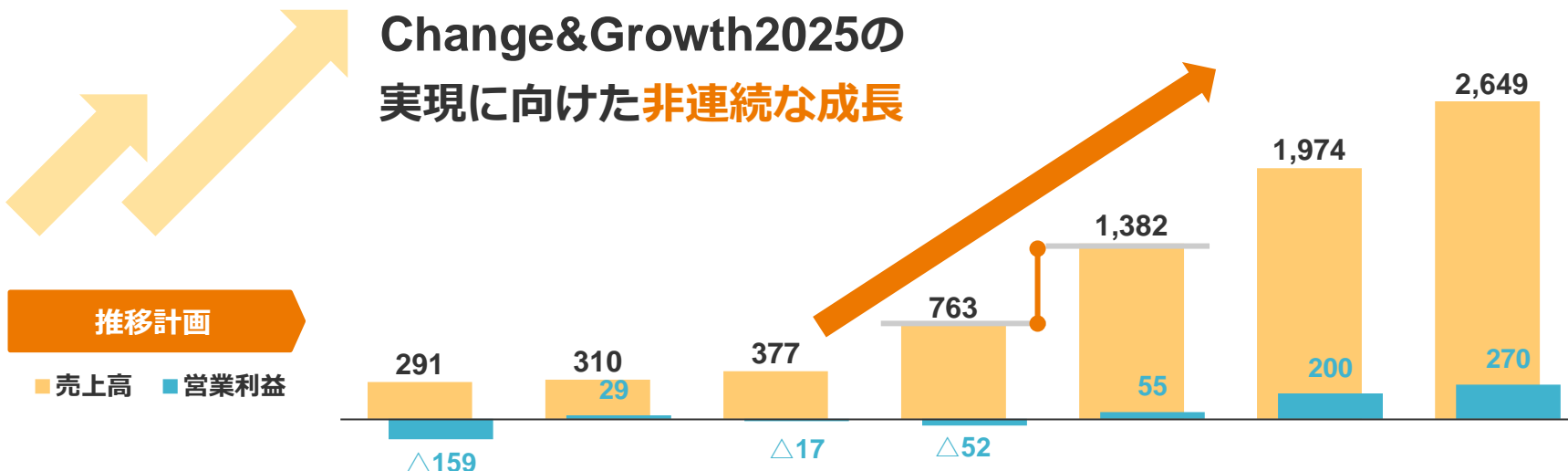


定量目標（～2026年3月期）

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。

単位：百万円

	第26期		第27期		第28期	
	2023年3月期		2024年3月期		2025年3月期	
	前回計画	実績	前回計画	今回計画	前回計画	今回計画
■ 売上高	800	763	1,531	1,382	2,004	1,974
■ 営業利益	30	△52	55	55	203	200
営業利益率	3.8%	△6.8%	3.6%	4.0%	10.1%	10.1%
経常利益	30	△51	55	55	203	200

2023年3月期の実績について

- 当社は、当社グループの主力製品である「commubo」、「telmee」及び2022年8月に提供を開始した「SITE PUBLIS Connect」の商品力強化に主軸を置き営業活動に取り組んでまいりました。
- その結果、売上高につきましては、主力製品である「commubo」の販売活動におきまして、初期督促業務への導入及び大手小売店における試験的導入等の実績が順調に推移したものの、Web制作における役務提供先顧客におけるプロジェクト開始遅れ等があり、前回業績予想を下回りました。
- 営業利益及び経常利益については、売上高が下回ったこと、「SITE PUBLIS Connect」によるマーケティング活動等認知度向上に要した販売促進費が発生したこと、エンジニア採用に向けた採用活動を積極的に進めたものの採用に至らず外注費が発生したことにより営業利益及び経常利益において前回予想を下回りました。

2024年3月期以降の計画について

- 2023年3月期の結果と各事業部での個別状況（次ページ以降）を踏まえた上で計画を見直しました。

※経常利益は、第26期は実績は実績値、第26期～第28期の計画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回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

	2023年3月期における 計画と実績の差分について	2024年3月期と2025年3月期における 前回計画と修正後計画の差分について
既存領域	<p>半導体供給不足の状況は改善が見られるものの、2023年3月期においては、依然としてIP電話用ミドルウェア「SUPREE」を搭載する取引先メーカーの通信機器・IoT機器の開発および量産計画が遅延し、当社へのライセンス収入に影響が出ています。</p> <p>今後、メーカーの出荷状況の回復は暫く期間を要すると見ており、既存領域の計画に反映することとしています。</p>	<p>2023年3月期の結果と左記を踏まえた上で獲得顧客数と顧客単価を見直しました。</p>
新規領域	<p>慢性的な人手不足やコロナ禍の背景もあり、電話業務に対する自動化ニーズは昨年以上に高まりを見せ、新規領域のクラウドサービスは堅調に推移し、計画を上回る実績となりました。</p> <p>特に、「commubo」については、トライアル段階から本運用に移行する割合が大幅増え、従来からの金融系企業の督促業務や通販事業者の注文受付に加え、大手小売業での電話受付等の新たな業種で利用が開始されるなど、継続収入が期待できるストックビジネスが進捗しています。</p> <p>「telmee」については、新型コロナワクチン予防接種ご案内等の自治体による特需利用が減少したものの、顧客数の増加が見込まれることから、継続した利用料収入が見込まれます。</p>	<p>2023年3月期の結果と左記を踏まえた上で獲得顧客数と顧客単価を見直しました。</p>

SITE PUBLIS

2023年3月期における 計画と実績の差分について

コロナ禍の中、リアルセミナーやイベントが行えない中、企業にとってのWEBは重要性をましていることもあり、既存の一定の顧客からの追加改修の案件が受注できています。

その一方、コロナ禍の中で投資控えなのか、計画から大きく差異が発生した顧客が複数あります。

今後は既存顧客へSITE PUBLIS Connectの販売促進を行い、売上の獲得が見込めます。

新規顧客の獲得においては、14社の獲得は行えているものの、当初予定よりも顧客都合による開発の着手に遅れが発生したため、売上に関しては計画との差異が発生しています。

一方、新規の顧客が増加しているため月間定期売上高（MRR）が上昇しているため、ストック収入基盤は整いつつあります。

2024年3月期と2025年3月期における 前回計画と修正後計画の差分について

2023年3月期の結果と
左記を踏まえた上で
獲得顧客数と顧客単価を
見直しました。

SITE PUBLIS 今後の見通しについての説明 **SOFTFRONT**

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が見込まれます

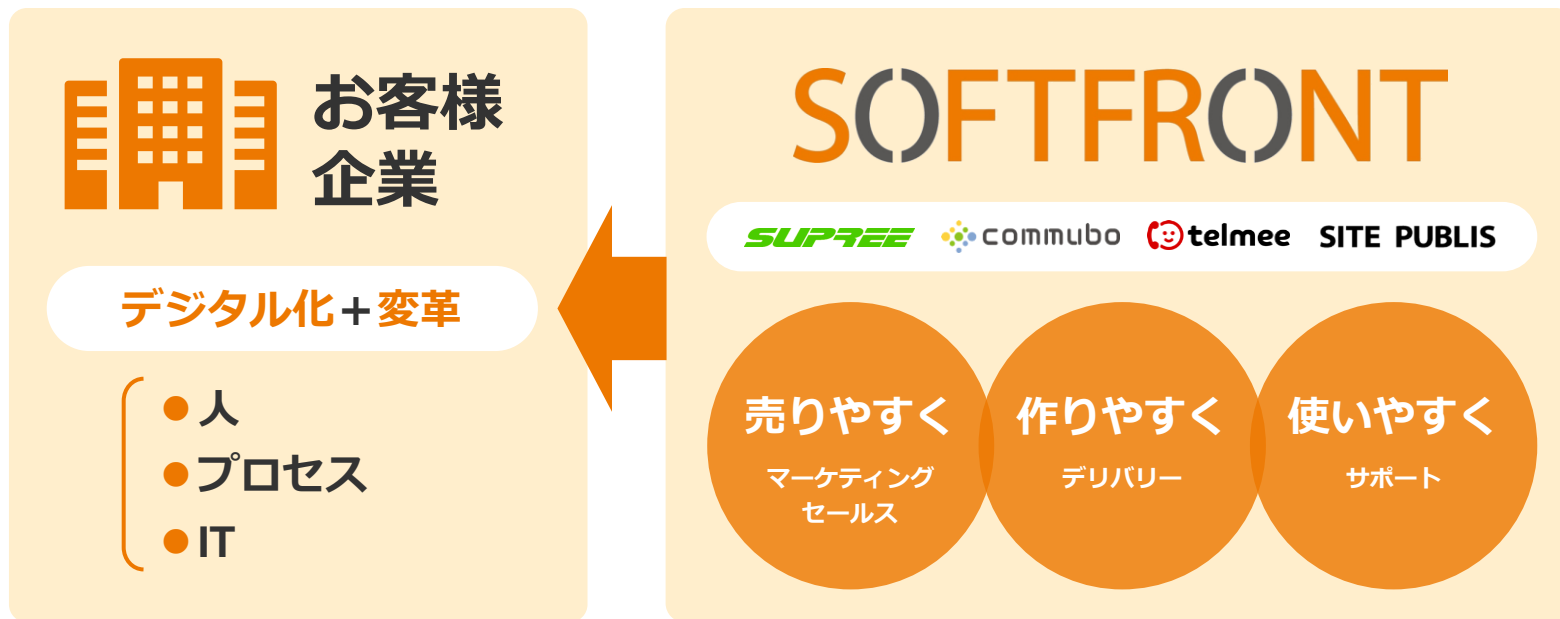
2023年3月期での施策の効果が、2024年3月期以降に発生することを見込んでいます



売上成長のための4つの施策	
マーケティング施策	<ul style="list-style-type: none"> ● エンドユーザへの認知度の向上 ● 直接のお問い合わせ数の増加 ● 中規模以上の顧客を獲得
パートナー企業の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 大手広告代理店、大手SIer経由の顧客パイプラインから中規模以上の顧客を獲得
新製品の発売	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製品「SITE PUBLIS Connect」発売 ● コーポレートサイト以外の新規の顧客レイヤーの獲得
クロスセル・アップセル	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存顧客内の別部門・グループ会社の獲得 ● Web社内報サービス「TSUTAERU」のユーザ・潜在顧客へCMSのクロスセル

売りやすく、作りやすく、使いやすく

お客様企業のデジタル化、変革、アジリティ（機敏性）向上のためのITサービスを「売りやすく、作りやすく、使いやすく」提供できるビジネス基盤の確立



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	●	●	



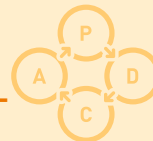
B2Bマーケティングの知見の蓄積

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

		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 売りがやすく・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：売りがやすく、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

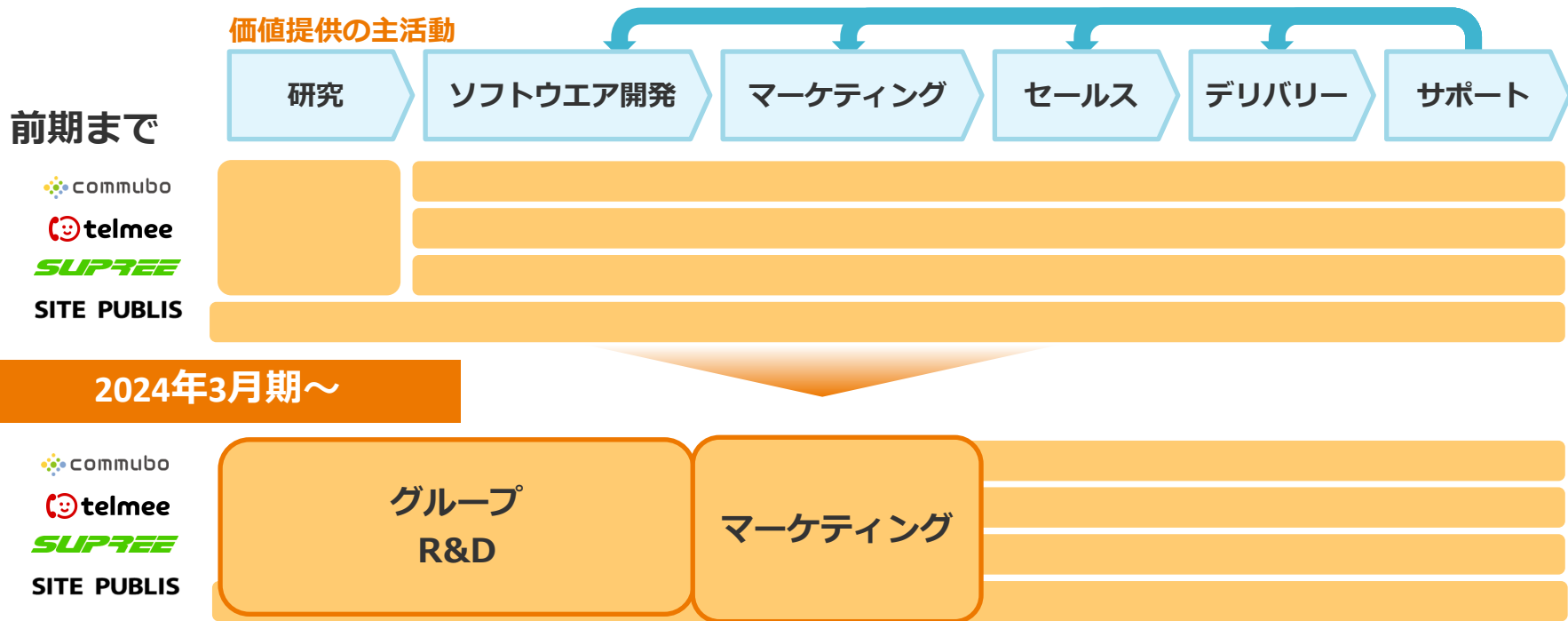
R&Dとマーケティングをグループで集約し活動を強化

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】

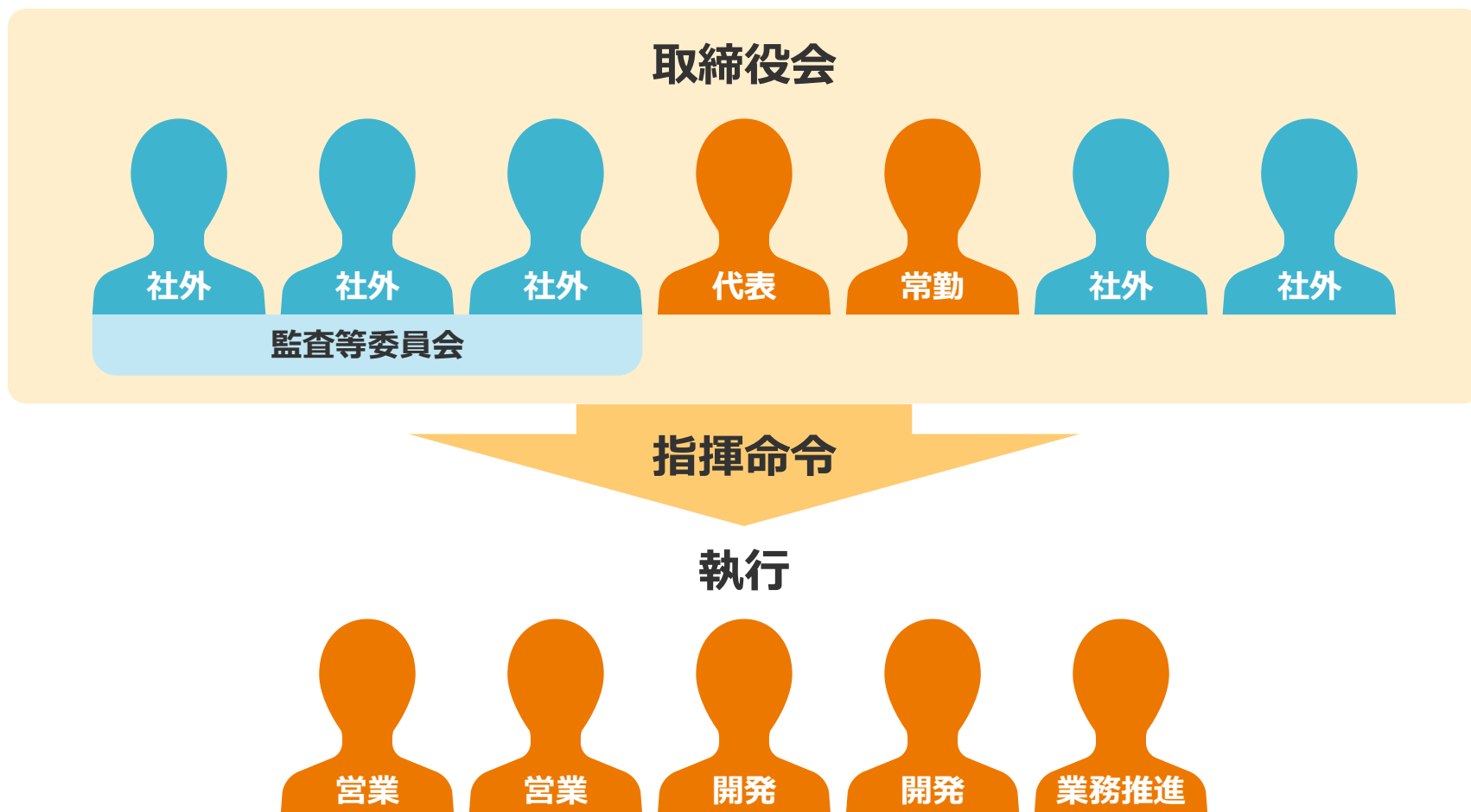
The section header for the appendix, consisting of the word "Appendix" in a grey, sans-serif font and the Japanese characters "会社概要" (Company Overview) in a bold, black, sans-serif font. The text is positioned on the left side of the page.

会社名	株式会社ソフトフロントホールディングス	
設立	1997年4月18日	
所在地	東京都千代田区九段南一丁目4番5号 泉九段ビル6F	
資本金	10,000千円（2023年3月31日現在）	
従業員数	48名（子会社の従業員等を含む。2023年3月31日現在）	
事業内容	持株会社	
主要子会社	株式会社ソフトフロントジャパン 株式会社ソフトフロントマーケティング 株式会社サイト・パブリス	
役員一覧	代表取締役社長	二通 宏久
	取締役	佐藤 和紀
	社外取締役	蕭 敬如
	社外取締役	原口 史也
	社外取締役（監査等委員）	殿木 和彦
	社外取締役（監査等委員）	樋口 收
	社外取締役（監査等委員）	川崎 晴一郎
	執行役員	高須 英司
	執行役員	桐島 実男

SOFTFRONT

- 1997** ● **株式会社ソフトフロント**設立（ネットワークに関連するソフトウェア製品の企画・設計・開発・販売を主たる目的として設立、本店を札幌市北区に、資本金10,000千円にて設立）
 - **株式会社ビジョン・コーポレーション**と**株式会社コアシステム**を吸収合併、VoIPの研究開発を開始
- 1998** ● 東京都千代田区神田に東京事務所を開設
- 2002** ● 大阪証券取引所**ナスダック・ジャパン市場**（現 東京証券取引所「グロース」市場）に株式を上場
- 2003** ● 「**SIPパートナープログラム**」事業にビジネスモデルを特化、販売開始
- 2005** ● 東京オフィスを移転し、「東京本社」に名称変更（東京都新宿区新宿から東京都港区赤坂へ）
- 2009** ● **日本電信電話株式会社**、**NTTインベストメント・パートナーズ株式会社**（現 株式会社ドコモ・ベンチャーズ）と業務・資本提携
- 2014** ● 東京本社へ集約
- 2016** ● 株式会社ソフトフロントを**株式会社ソフトフロントホールディングス**に商号変更し持株会社化
 - **株式会社ソフトフロントジャパン**を設立
- 2017** ● **株式会社光通信**との合併で**株式会社ソフトフロントマーケティング**を設立
 - 本店を東京都港区赤坂から東京都千代田区永田町に移転
- 2018** ● **株式会社デジタルフォルン**（**株式会社大洋システムテクノロジー**）と資本業務提携
 - 自然会話AIプラットフォーム「**commubo（コミュボ）**」を販売開始
- 2021** ● **株式会社サイト・パブリス**を子会社化
- 2022** ● 本店を東京都千代田区九段南に移転
 - つながる・伝える・進化する「**SITE PUBLIS Connect**」を販売開始
- 2023** ● 督促ボイスボット「**ペリマ**」を販売開始

監査等委員会を設置し、社外取締役が半数以上を占める、ガバナンスが効いた経営体制を構築





株式会社ソフトフロントホールディングス 代表取締役社長

二通 宏久

Hirohisa Nitsu

1992年 丸紅株式会社入社
米国サンダーバード国際経営大学院にてMBA取得
2004年 IBMビジネスコンサルティングサービス株式会社
2008年 日本アイ・ビー・エム株式会社
2012年 ベライゾンジャパン合同会社
2016年 デル・テクノロジーズ株式会社 同社CTO室事業 開発エグゼクティブ
2020年 株式会社サイト・パブリス入社 同社執行役員COO
2021年 当社代表取締役就任

お客様への提供価値を拡大します

電話に加え、Webも含めたインターフェース（顧客接点）が獲得できることで、ECサイト、コールセンター、社内ポータルなど、あらゆる人との接点におけるWebやアプリも含めたデジタルコミュニケーションでの顧客体験向上を目指します。隣接分野（音声・動画とWeb）でのそれぞれのお客様へ、グループ一体となって価値のご提供をします。

ボイス・コンピューティングの隣接分野であるWebでのコミュニケーション製品とサービスを、ご利用のお客様へのクロスセル、アップセルにより、成長のベースとなるお客様基盤の確保を目指します。

また、呼制御、音声制御、リアルタイム処理、高速分散処理などの技術に、サイト・パブリスのプレゼンテーション層やアプリケーション層の技術も加え、この両社がこれからの時代に沿ったソフトウェアを自社で開発することにより、これからの新しい社会に対して大きな価値を創造していくことができると考えています。

今後さらに生成AI、5G・6Gでの通信の高度化やIoT・エッジコンピューティングでの端末処理能力の向上などにより、コミュニケーションのあり方も大きく進化していきます。

ここにおいて我々に求められるのはスピード感を持って時代の変化に対応し成長することです。

よりよい社会の実現に貢献すべく、これからも変化の中で既存の枠にとらわれず成長に向けて挑戦してまいります。



取締役

佐藤 和紀

研究開発室を統率し、これまでの主力製品の開発及び今後の当社技術の要として、一翼を担っております。

重要な兼職の状況

株式会社ソフトフロントジャパン 取締役

1990年 4月 松下電送株式会社（現パナソニック株式会社）入社
 1994年 7月 システムセンス株式会社 入社
 2000年 6月 株式会社ソフトフロント（現当社）入社
 2005年 4月 当社 執行役員 SPP事業本部 副本部長
 6月 当社 取締役 SPP事業本部長
 2007年 3月 当社 取締役 研究開発担当（現任）
 2016年 8月 株式会社ソフトフロントR&D 代表取締役社長
 2017年 2月 株式会社グッドスタイルカンパニー 取締役
 4月 株式会社ソフトフロントR&D 取締役
 12月 株式会社ソフトフロントマーケティング 取締役
 2019年12月 株式会社ソフトフロントジャパン 取締役（現任）



執行役員 兼
株式会社ソフトフロントジャパン 代表取締役

高須 英司

2000年に当社に入社以降、開発部門からキャリアをスタートし、分社化後のソフトフロントジャパン代表取締役に就任。主力製品であります「telmee」・「commubo」の拡販を推進し、グループの経営基盤の安定化を担っております。



執行役員 兼 株式会社サイト・パブリス取締役

桐島 実男

2021年11月に当社子会社となった株式会社サイト・パブリスの執行役員として、創業時から営業からデリバリーまでの業務に執事した後取締役就任。当社の執行役員として当社グループにおける収益部門の要として一翼を担っております。



株式会社サイト・パブリス 執行役員

成瀬 俊介

2021年11月に当社子会社となった株式会社サイト・パブリスの執行役員として、創業時から製品開発に携わり、今後のグループにおける協働製品開発に寄与してまいります。

リスク情報

リスク項目	主なリスク	顕在化する可能性 / 時期	リスク対応策
景気変動によるリスク	景気の変動に伴う企業の設備投資等の削減による受注の低迷により業績に与える影響を及ぼす可能性があります。	低 / 中長期	ストックビジネスの強化により景気動向に影響を及ぼさない事業基盤の構築を継続してまいります。
サービスの陳腐化リスク	ソフトウェアの開発業界においては、新たな技術やサービスの提供が日進月歩であり、当社のサービス及び技術が変化に対する十分な対応が間に合わない場合、業績に影響を及ぼす可能性があります。	低 / 中長期	顧客企業のニーズを捉え、需要を満たすサービスの開発及び提供に努めてまいります。また、開発部門を含めて優秀な人材を確保できるよう努めてまいります。
法規制等の改訂によるリスク	当社の主たる事業である通信技術分野において、ロボットによる通信発生規制等の法規制が改訂となり当社の事業展開に何らかの制約を受ける場合には当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。	低 / 中長期	顧問弁護士、専門家と連携し、法規制の動向について常に注視し、臨機応変に対応できる体制に努めてまいります。
財務基盤の脆弱によるリスク	2023年3月期においては営業損失を計上しており、当社の財務基盤は脆弱であり、業務遂行上において大きなトラブルが発生した場合には企業運営に影響を及ぼす可能性があります。	低 / 中長期	収益体質の改善を継続して実施し、直接金融のみならず間接金融も含めた資金調達が可能となるよう努めてまいります。
M&Aによるリスク	当社の成長戦略において、M&Aによる事業規模拡大も視野にいれており、対象企業の発掘状況やM&A実施後に事業展開が計画通りに進捗しない場合、成長戦略に影響を及ぼす可能性があります。	低 / 中長期	M&Aについては、当社の事業分野に隣接する分野としており、対象企業のデューデリジェンスにおいて各種リスクを低減することとし、事業成長が可能となるよう努めてまいります。

* その他のリスクにつきましては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

免責事項

- 本書には、発表日現在における当社に関する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。
- これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因により、実際の業績が本書の記載といちじるしく異なる可能性があります。当社としてその達成を約束するものではありません。
- 当社以外の会社に関する情報は、公開情報等一般に公知の情報に依拠したものであり、その正確性あるいは完全性について当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込又は買付けの申込みの勧誘（以下、「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

今後の開示

当資料のアップデートは、通期決算の発表後の6月下旬を目途として開示を行う予定です。