

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

SOFTFRONT

事業計画 及び 成長可能性に関する事項

2024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)

2024年 3月期の結果

売上高 **889百万円**（前年比+16.5%）、営業損失 14百万円（-）

- 連結売上、各事業会社で成長、両社単体で過去最高売上高を更新
- 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、ソフトウェアの一括償却の計上

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」
マーケットニーズをとらえた**製品のリリースと販売チャネル**

- 新しい技術を活用した、**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
- Commuboの**OEM提供、パートナー様とソリューションの共創**

今期の方針

売上高 **1,105百万円**（前年比+24%）、**営業利益 80百万円**（-）

- **Change&Growth – Commuboを筆頭に継続したSWビジネスでの成長と利益向上**
- **新音声認識エンジンのリリース**と関連ビジネス促進
- **アライアンスでの経営資源の確保と企業価値向上の加速**

2024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	→ 2024年3月期
売上高	310	377	763	889
売上総利益	198	205	365	285
営業利益	29	△17	△52	△164
経常利益	37	△34	△51	△168
親会社株主に帰属する 当期純利益	54	△29	△59	△317

業績向上のための 一時的な赤字要素

- 売上原価の増加 : ソフトウェア資産の第3四半期での一括償却、開発人材の採用と人件費
- 販売管理費の増加 : 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
- 特別損失の計上 : のれん償却の計上
- 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	→ 2024年3月期
流動資産	311	427	397	436
現金及び預金	217	292	157	206
売掛金	81	109	169	203
契約資産	-	10	52	5
その他	13	16	19	21
固定資産	107	392	376	79
有形固定資産	-	6	6	-
無形固定資産	46	326	318	46
投資その他の資産	60	58	51	33
資産合計	418	819	773	515

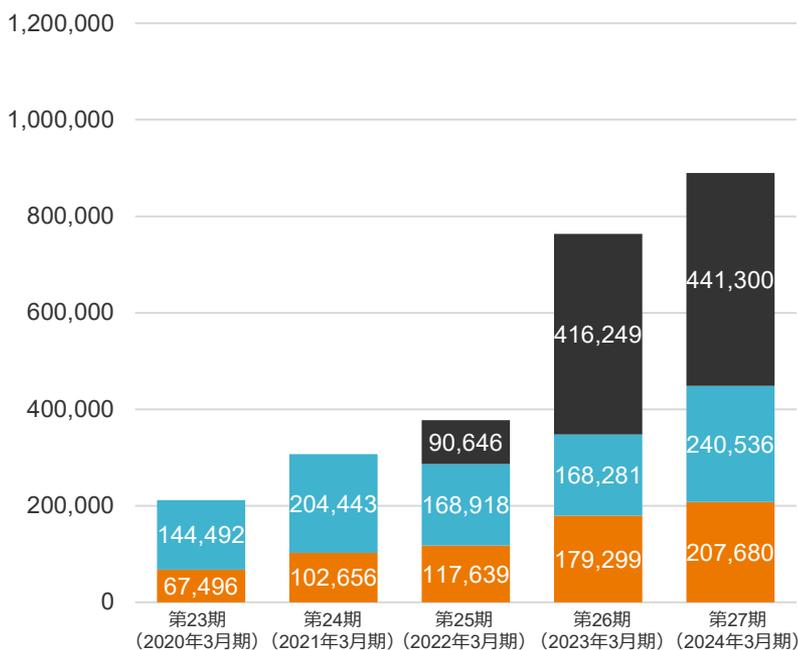
- 無形固定資産の減少 : 第3四半期でのソフトウェア資産の一括償却、のれん償却の計上

単位：百万円

負債の部	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年3月期	→2024年3月期
流動負債	56	87	112	187
固定負債	156	176	165	156
負債合計	212	264	277	343
純資産の部	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年3月期	→2024年3月期
資本金	10	10	10	22
資本剰余金	73	381	381	394
利益剰余金	120	91	32	△285
株主資本合計	204	483	424	131
新株予約権	1	1	1	1
非支配株主持分	-	71	70	39
純資産合計	205	555	495	171
負債純資産合計	418	819	773	515

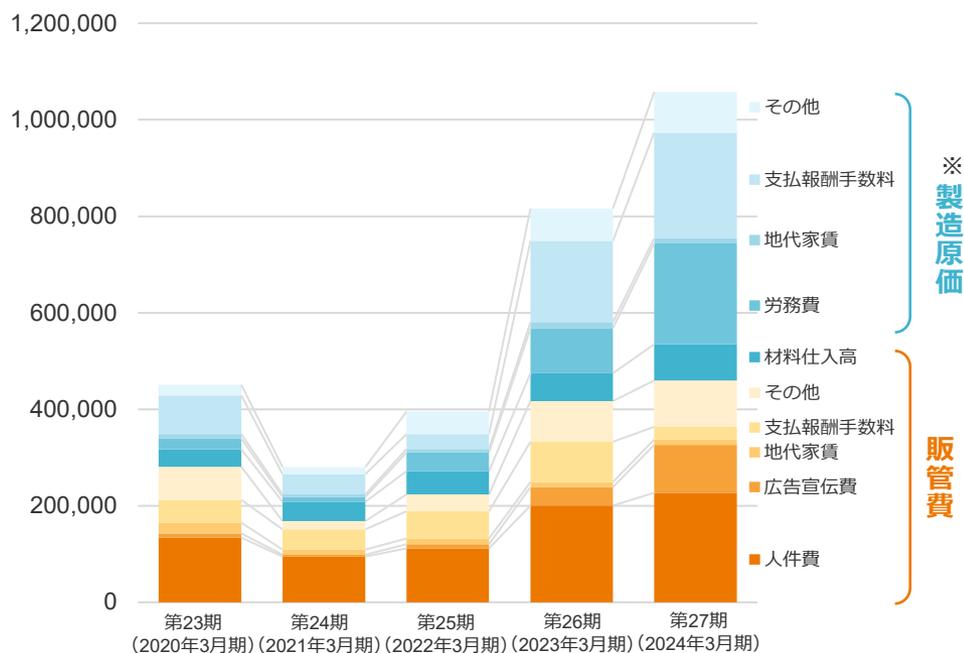
2023年3月期よりサイトパブリスが通期で連結される一方
 2020年3月期から**既存事業の再構築と事業基盤の強化**に取り組み
 事業構造改革の費用削減効果により、**収益体制への変革**が進んでおります

売上高 (単位：千円)



- 新規領域 (telmee・commubo)
- 既存領域 (SUPREE他)
- SITE PUBLIS

製造原価 + 販管費 (単位：千円)



- ブルー系 : 製造原価
- オレンジ系 : 販管費

注) サイトパブリス 第25期は1月-3月分

7 ※第27期製造原価(その他)にソフトウェア減価償却費59百万円の増加分を計上

ビジネスハイライト

生成AIなどの新しい技術があたりまえのものに。

こうしたものも含め、人との接点となる

デジタル・コミュニケーション基盤の重要性が増しています。



生成AIの利活用の急速な進展

- 最新の生成AIを簡単に利用することが可能に
 - ↳ 巨大IT企業の生成AIが手軽に利用できるサービスに



デジタル・コミュニケーションは必須

- リモートワーク、ニューノーマル、SDGs
- データ化による情報利活用、コスト削減



コミュニケーション端末の進化

- あらゆるデバイスのコミュニケーションツール化
 - ↳ スマホ、PC、テレビ、HMD、車、家電、など



誰もがストレスのないコミュニケーション

- デジタル デバイドをつくらない
- アクセサビリティ

我々が
目指す将来

各企業が、そのお客様が、その従業員が、そのビジネスパートナーが、あらゆるデバイスでテキストや音声・映像などで、人とAIと適時適切な方法により快適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
- パートナーとのシステム連携など外部接続が容易



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

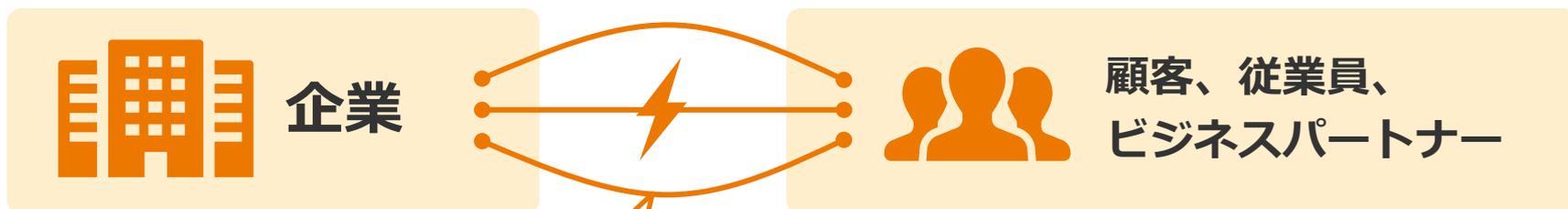


隣接分野のM&A、業務資本提携の活用

- 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
パートナー様との連携やOEMも増え更に「売りやすく、作りやすく、使いやすく」





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

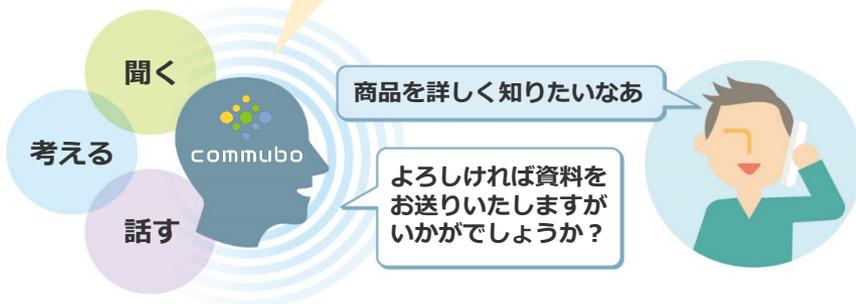
- 人間の声・内容を分析し、自然な返答音声を自動合成
- 相手に合わせてゆっくり話す・大きく話すなど、動的な変化
- 通販の注文受付や、金融系企業の督促業務などを効率化

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



au フィナンシャルサービス

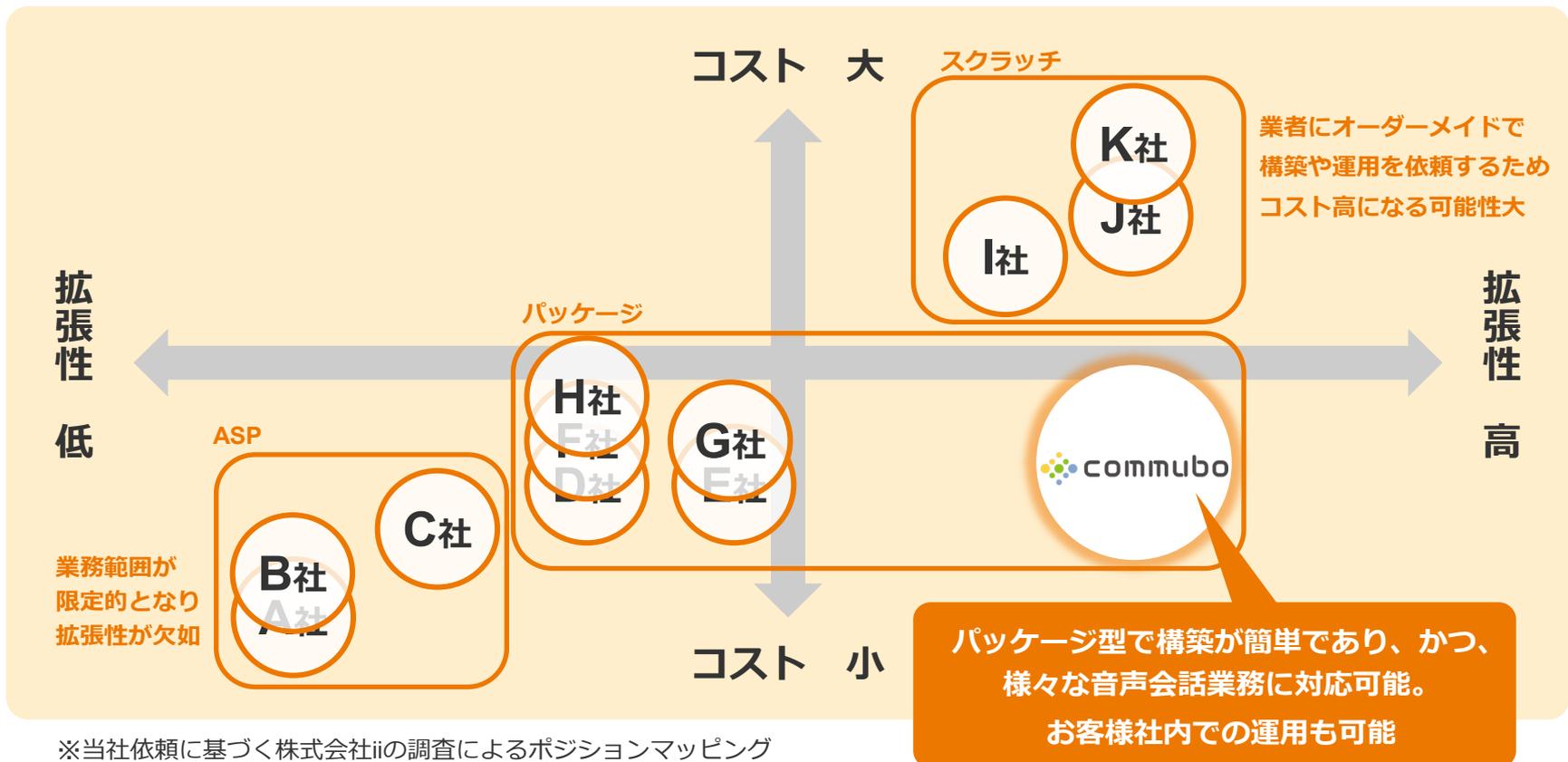


NIPPON INSURE & CO



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



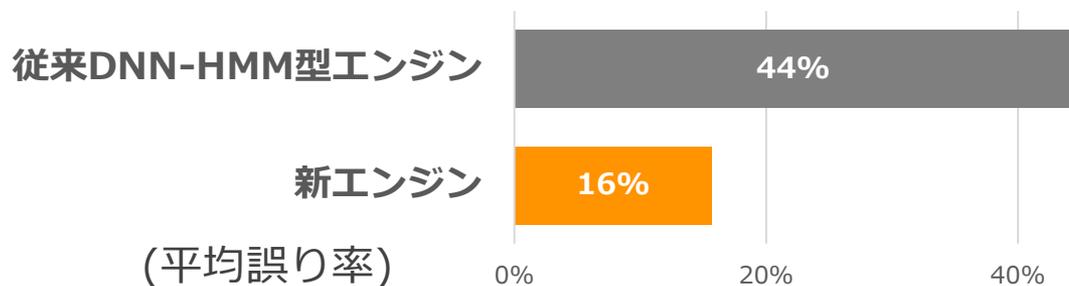
自社 新音声認識エンジン

生成AIの活用にも日本語音声認識エンジンの性能向上が必須
最新のEnd-to-End音声認識方式を用いて、
日本語特有の言語処理に対応したエンジンを自社開発



さまざまなシーンでの性能評価
にて平均誤り率が大幅に改善

- 日本語特有の「よみ」を同時出力する技術
- 膨大な演算量を軽量化し、リアルタイム性を実現する技術
- セッション数に応じサーバー装置を動的にスケールする技術



特に「人名」「住所」「短文」の
3シーンで、平均誤り率が
30%以上の改善

- 「オープンソース + 自社IP」により、**エンジン単体での事業展開が可能**
 - ➡ エンジン本体の開発が完了し、ボイスボット「commubo」へ組み込む開発を実施
 - ➡ 音声認識ソリューションとしてのサービス化、エンジン単体での販売などを検討



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

commubo OEMソリューション

ボイスボット「commubo」のOEM提供により、パートナーの価値やサービスと共にデリバリする付加価値型ソリューション

- ☑️ パートナーとのエコシステムにより幅広い業務で利活用を加速
- 受架電双方の自動対応で様々な電話業務を統合的にサポート
 - 複数顧客、業務をマネージメントするマルチテナント構成
 - 信頼性高いボイスボット機能を組み込むためのAPIセット





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



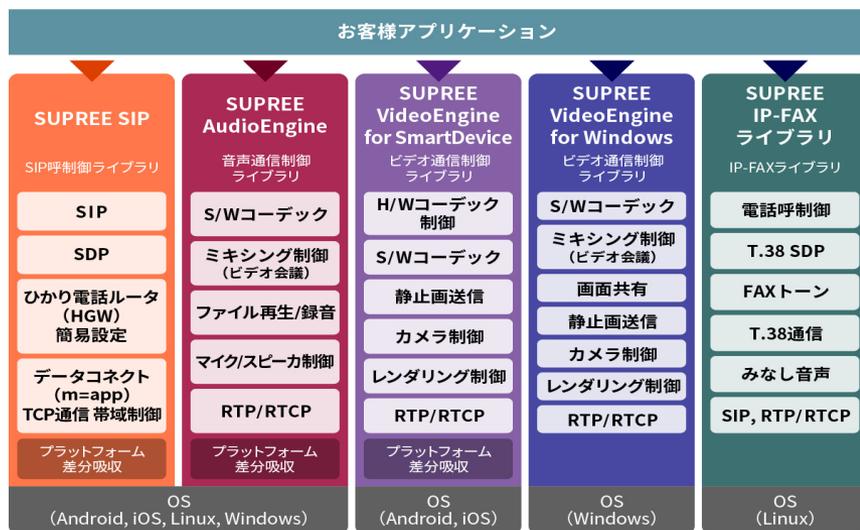
神戸市 品川区 渋谷区

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**

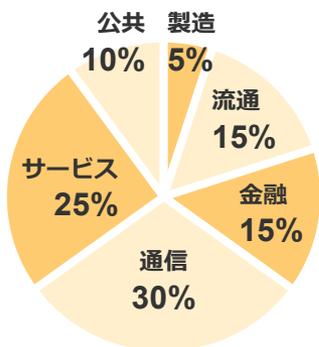
SITE PUBLIS 株式会社サイト・パブリス

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

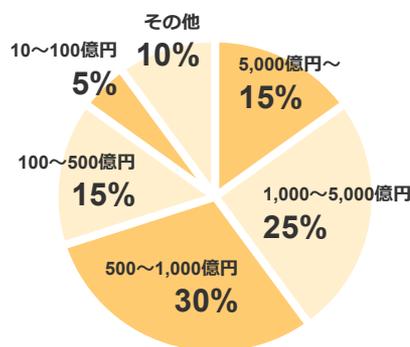


CMSツールベンダーとしての 約20年間の信頼と実績

- 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



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

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

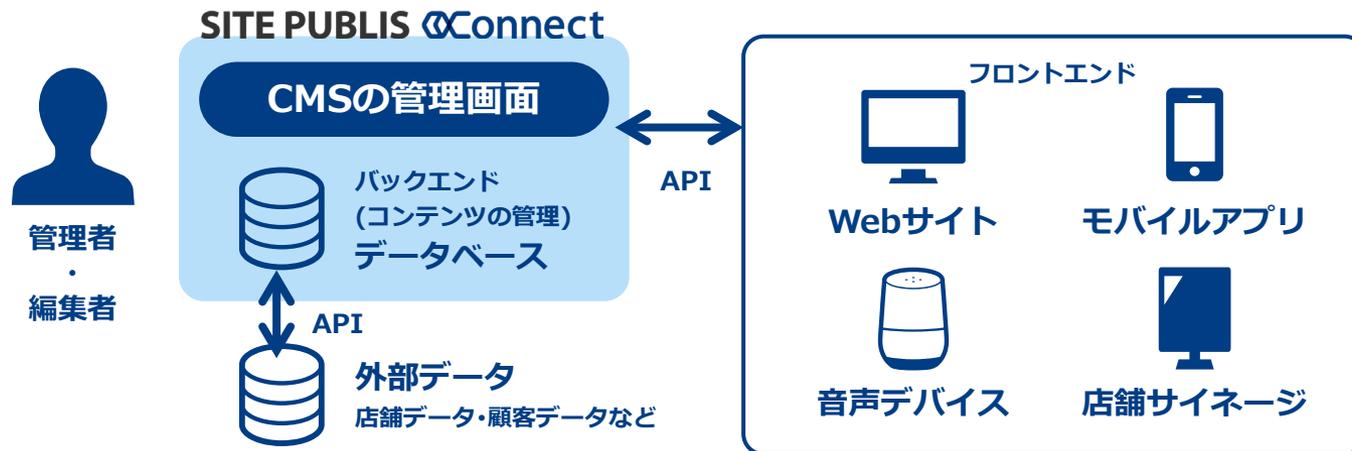
SITE PUBLIS **Connect**

フロントエンドやバックエンドのサービスとつながる。
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

ヘッドレスCMS+外部データ連携ハブ



- 見た目側 (フロントエンド側) は、Webサイトだけでなく、モバイルアプリ、音声デバイス、店舗サイネージなど、さまざまなデバイスにコンテンツを表示できる
- SITE PUBLIS Connect を介したデータ連携を行うため、外部システムとフロントエンド側それぞれが独立した疎結合な構築が可能

今期の方針

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

活動結果や環境変化を踏まえ、ローリング・プランニング



中期経営計画 Change & Growth2025のもと、 企業価値の向上及び株主価値の向上に注力

今期の注力

中期経営計画	Change & Growth 2025	2024年3月までの状況
(1) 基本方針		
既存事業の再構築と事業基盤の強化	①つながるデジタル・コミュニケーション基盤としての価値提供・地位確立 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 売上の連続成長 ● ストックビジネス、顧客基盤の積み上げ
財務基盤の充実と戦略的な投資計画の実行	②価値提供のためのビジネス基盤の強化（支援活動）	<ul style="list-style-type: none"> ● 簡易株式交付の実施 ● 銀行借入確保 ● 引き続きの健全化
資本・業務提携、M&Aによる業容の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● M&A、資本業務提携による補強と成長 	<ul style="list-style-type: none"> ● 取引パートナーとの協議
株主還元策の充実	③株主還元策の充実	<ul style="list-style-type: none"> ● 拡大再生産を優先しながら引き続き還元策の検討

- 成長スピードの加速
- 利益の確保
- アライアンスなどによる経営資源の確保と企業価値向上

定量目標（～2027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	第30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	2027年3月期
	実績	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	889 +16%	1,105 +24%	1,563 +41%	2,186 +39%
■ 営業利益	△159	29	△17	△52	△164 -	80	199	439
営業利益率	△55%	9%	△5%	△7%	△2% -	7%	13%	20%
經常利益	△158	37	△34	△51	△168 -	80	199	439

Change&Growth2025

非連続な成長



※經常利益は、第23期～第27期は実績値、第28期～第30期については営業利益と同値を入れております。

売りがやすく、作りやすく、使いやすく

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



お客様
企業

デジタル化+変革

- 人
- プロセス
- IT

SOFTFRONT

SUPREE commubo telmee SITE PUBLIS

売りがやすく

マーケティング
セールス

作りやすく

デリバリー

使いやすく

サポート

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、資本業務提携
による補強と成長

2

価値提供のためのビジネス基盤の強化（支援活動）

3

株主還元策の充実

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、資本業務提携による補強と成長

		開発	売		作	使	良かった点	改善すべき点 注力点
			マ	セ	デ	サ		
全体							<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 各種パートナーとの取り組みの進展 	<ul style="list-style-type: none"> • パートナーも含めた販売促進、成長施策 • 知見を活用した効率的なマーケティング施策 • 社内リソース活用による原価削減
ソフトフロント・ジャパン	Commo	高	中	低	中	高	<ul style="list-style-type: none"> • 有力CTIサービスとの連携 • ボイスポット部門賞受賞 • サービスプロバイダーへのOEM • ユーザー会の開始 	<ul style="list-style-type: none"> • 新音声錦エンジンの組み込み、音声認識サービスの事業化 • 商談対応の量とスピードの向上 • デリバリーパートナーの拡充
	Telmee	中	低	中	中	高	<ul style="list-style-type: none"> • 機能拡充、安定稼働の新環境への移行 • 既存のお客様への活動の集中 • Commoとの活動連携、体制の補充 	<ul style="list-style-type: none"> • Commoのクロスセル • 安定稼働、保守運用 • パートナー連携
	既存 Supree	低	中	中	高	高	<ul style="list-style-type: none"> • 前年度営業活動からの収穫と特需獲得 • IoT関連問い合わせなどでのニーズと他社優位性の確認 	<ul style="list-style-type: none"> • マーケティング • サイト掲載情報の最新化、事例拡充 • ターゲット層のサイト流入増
サイトパブリス		低	中	低	低	中	<ul style="list-style-type: none"> • マーケティングによるリードの獲得とインサイドセールス、営業連携 • 大型案件のデリバリー 	<ul style="list-style-type: none"> • 原価コストの管理徹底と外注費削減 • 新規パートナー／新規案件の獲得促進（営業体制）

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

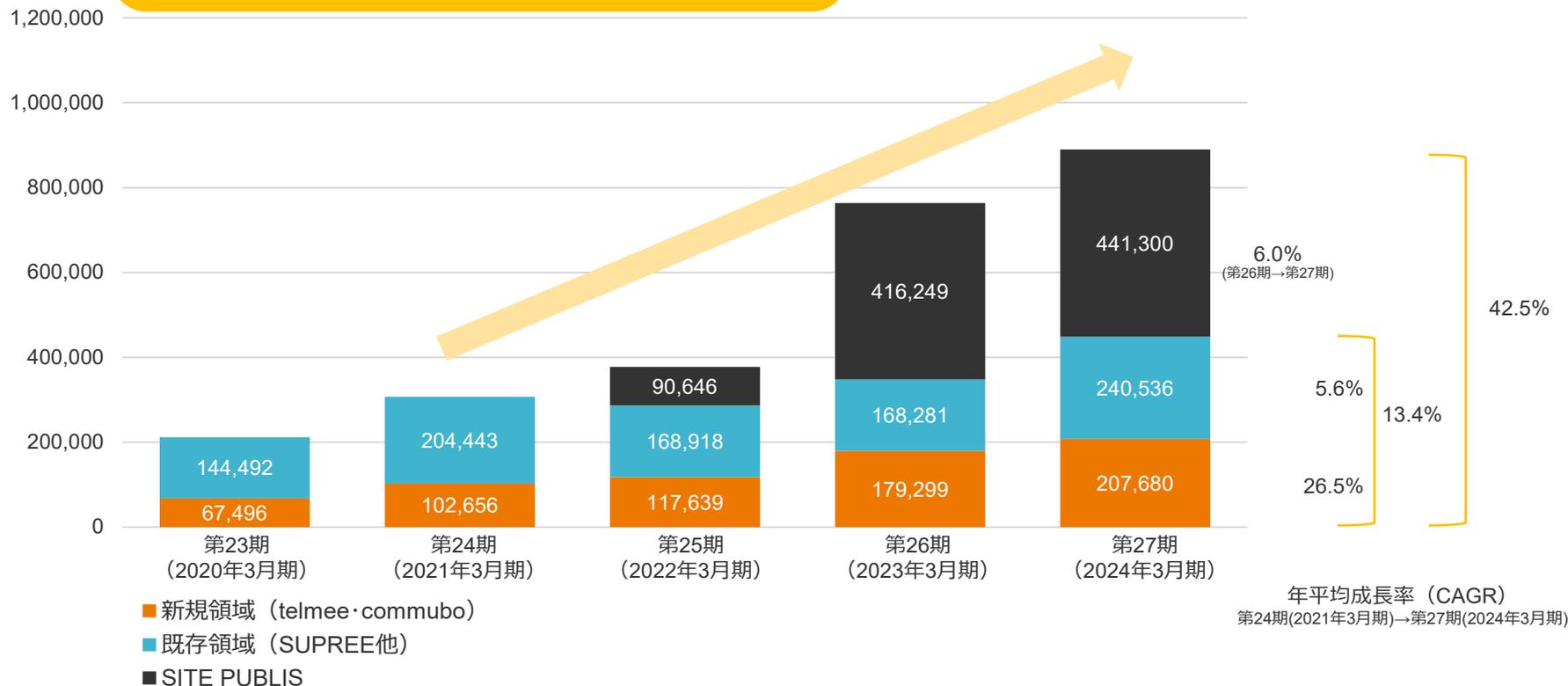
デジタル・コミュニケーション基盤としての価値提供・地位確立

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、資本業務提携
による補強と成長

売上高（単位：千円）



クラウド自動電話サービス



年間売上高 **78,600**千円[※]

1年間（2023年4月～2024年3月）の成長率

MRR

（月間 定期売上高）

+9%

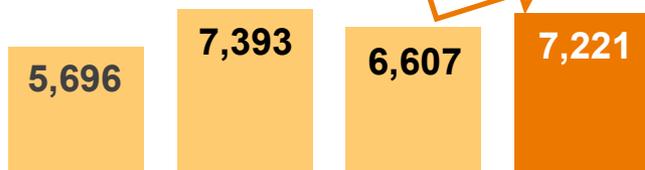
（単位：千円）

MAU

（月間 顧客数）[※]

+11%

（54社 → 60社）



2021年4月 2022年3月 2023年3月 2024年3月

自然会話 AI プラットフォーム



年間売上高 **103,207**千円[※]

1年間（2023年4月～2024年3月）の成長率

MRR

（月間 定期売上高）

+57%

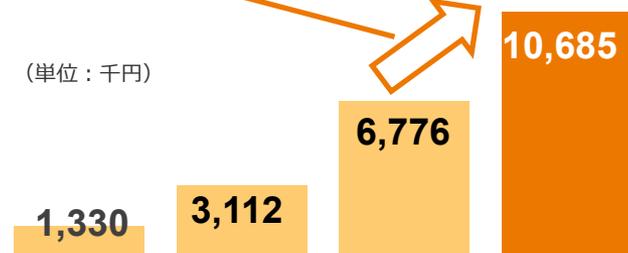
（単位：千円）

MAU

（月間 顧客数）[※]

+45%

（20社 → 29社）



2021年4月 2022年3月 2023年3月 2024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 **155,409**千円[※]

1年間 (2023年4月 ~ 2024年3月) の成長率

MRR

(月間 定期売上高)

+7%

(単位: 千円)

MAU

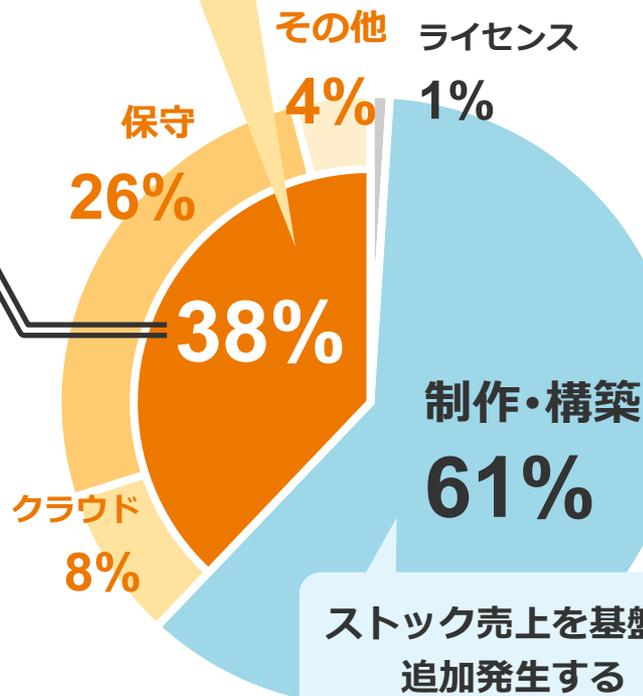
(月間 顧客数)

-2%

(170社 → 168社)



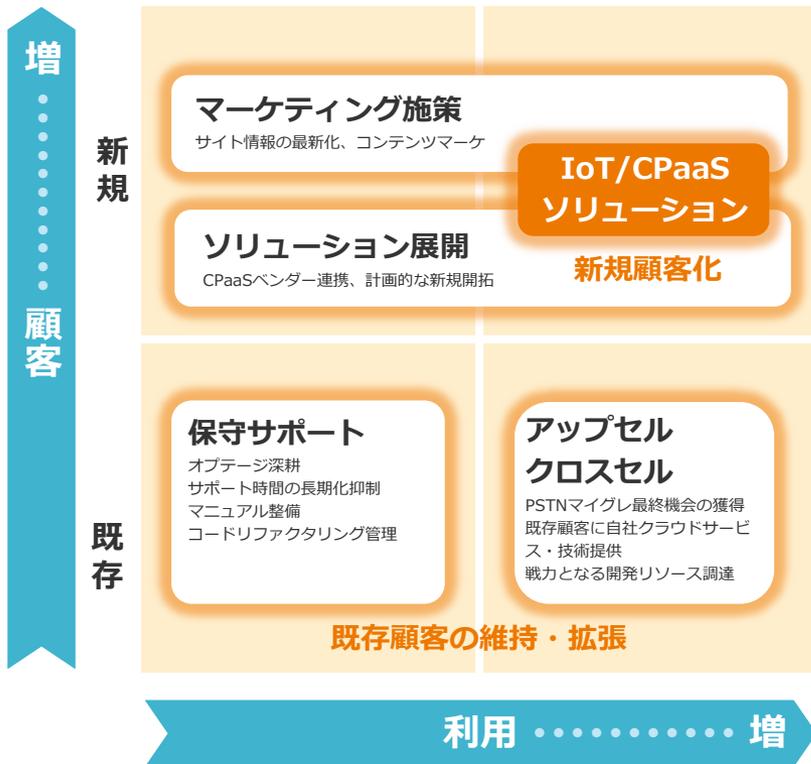
売上高全体の**38%**を
ストック売上で構成



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

※2023年4月~2024年3月のストックビジネス売上高

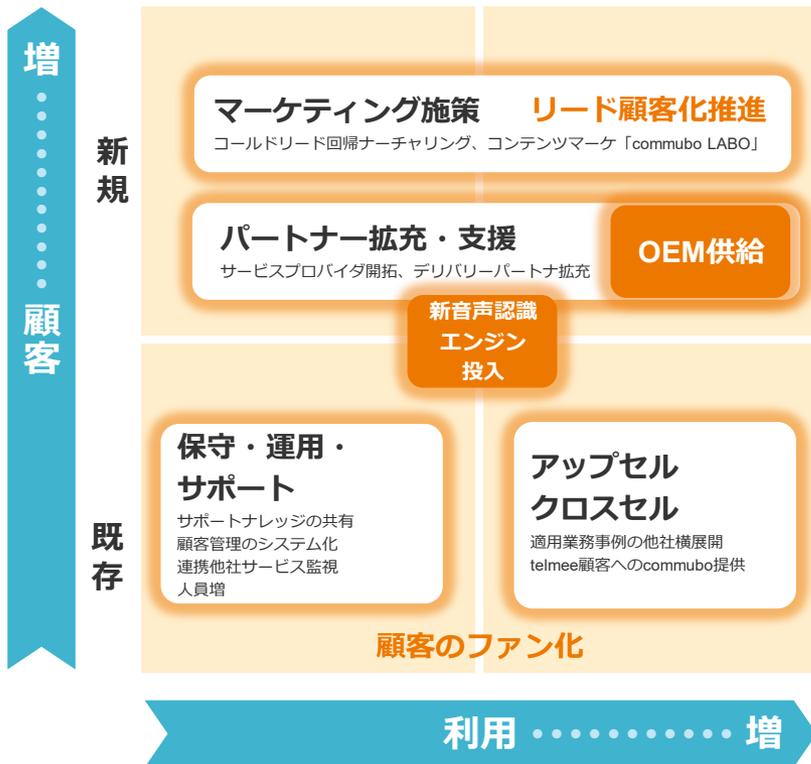
マーケティング施策、ソリューション展開による顧客数の増加、
PSTNマイグレ最終機会の獲得や自社サービス・技術の付加価値提供により
既存領域収益の維持・拡張を継続実施



売上成長のための 施策	
マーケティング 施策	<ul style="list-style-type: none"> ● SIP/VoIP関連顕在化顧客の取り込み ● IoT/CPaaSソリューション引き合いの獲得 ● 採用事例、利用シーンの公表数増大
ソリューション 展開	<ul style="list-style-type: none"> ● CPaaSベンダーとの連携、協業 ● 大手既存顧客との深耕によるIoT象徴案件の獲得
アップセル クロスセル	<ul style="list-style-type: none"> ● 通信キャリア/PSTNマイグレ最終機会の取り込み ● 既存顧客に対する自社電話系クラウドサービス、音声系要素技術のクロスセル

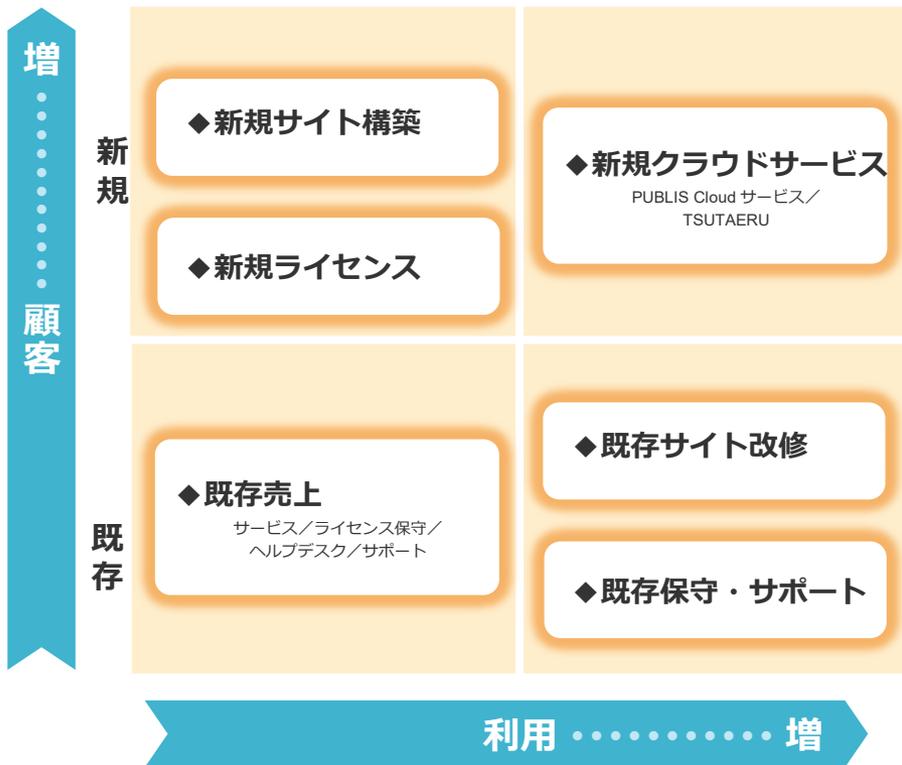
成長のための施策 新規領域 (telmee, commubo)

電話業務自動化の兄弟サービス telmee と commubo の連携を強化
 リードナーチャリングを含めたマーケティング施策、新音声認識エンジンの商用投入等で
 ボイスボット市場のトップシェア獲得を計画
 サービスプロバイダー向けにOEM提供、支援により医療ほか特定業界へのアプローチを加速



売上成長のための 施策	
プロダクト開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 新音声認識エンジンの商用投入 ● ボイスボット周辺機能の取り込み ● commubo⇔telmee連携シナジーの強化
マーケティング施策	<ul style="list-style-type: none"> ● コールドリードからの回帰ナーチャリング ● 問合せの質向上「commubo LABO」 ● 中小企業層の取り込み
パートナー拡充・支援	<ul style="list-style-type: none"> ● サービスプロバイダー、BPO開拓とOEM供給支援 ● デリバリーパートナーの拡充 ● パートナー向けマテリアルの整備
アップセルクロスセル	<ul style="list-style-type: none"> ● 適用業務事例の他社横展開 ● telmee顧客へのcommubo提供

プロダクトラインナップを見直し、改めて『売れる』製品・サービスの販売に注力し、着実に売り上げの確保と向上を図るとともに「受託開発」から「ソリューション提供」へシフトする第一歩の年とします



売上成長のための施策	
① 既存売上	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存顧客に対する定期的なリレーションを実施 ● 解約を減らし、売り上げをキープする
② 既存サイト改修/ 既存保守・サポート	<ul style="list-style-type: none"> ● 細目に要望をキャッチアップし提案 ● 既存パートナー企業とリレーション強化 ● 既存パートナー企業と協力しアップセル
③ 新規サイト構築/ 新規ライセンス	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存パートナーからの新規案件紹介を促進するために、共催セミナー等アプローチを強化 ● 認知度向上を目的としたデジタルマーケティング施策の強化 ● 新規パートナー獲得のアウトバンドコール強化 ● 認知度の高いSITE PUBLIS 4 ライセンスの再販を実施
④ 新規クラウド サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● 新価格帯でのPUBLIS Cloudサービス提供をフックに、中・小規模サイトのエンドユーザー及びWeb制作会社を開拓 ● Web社内報サービスTSUTAERUを再度デコ入れし販売を促進

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、資本業務提携
による補強と成長

これまでの活動や課題を踏まえアライアンスにより成長を加速



課題： 製品開発スピードの向上、お客様・社会課題へのソリューション提供

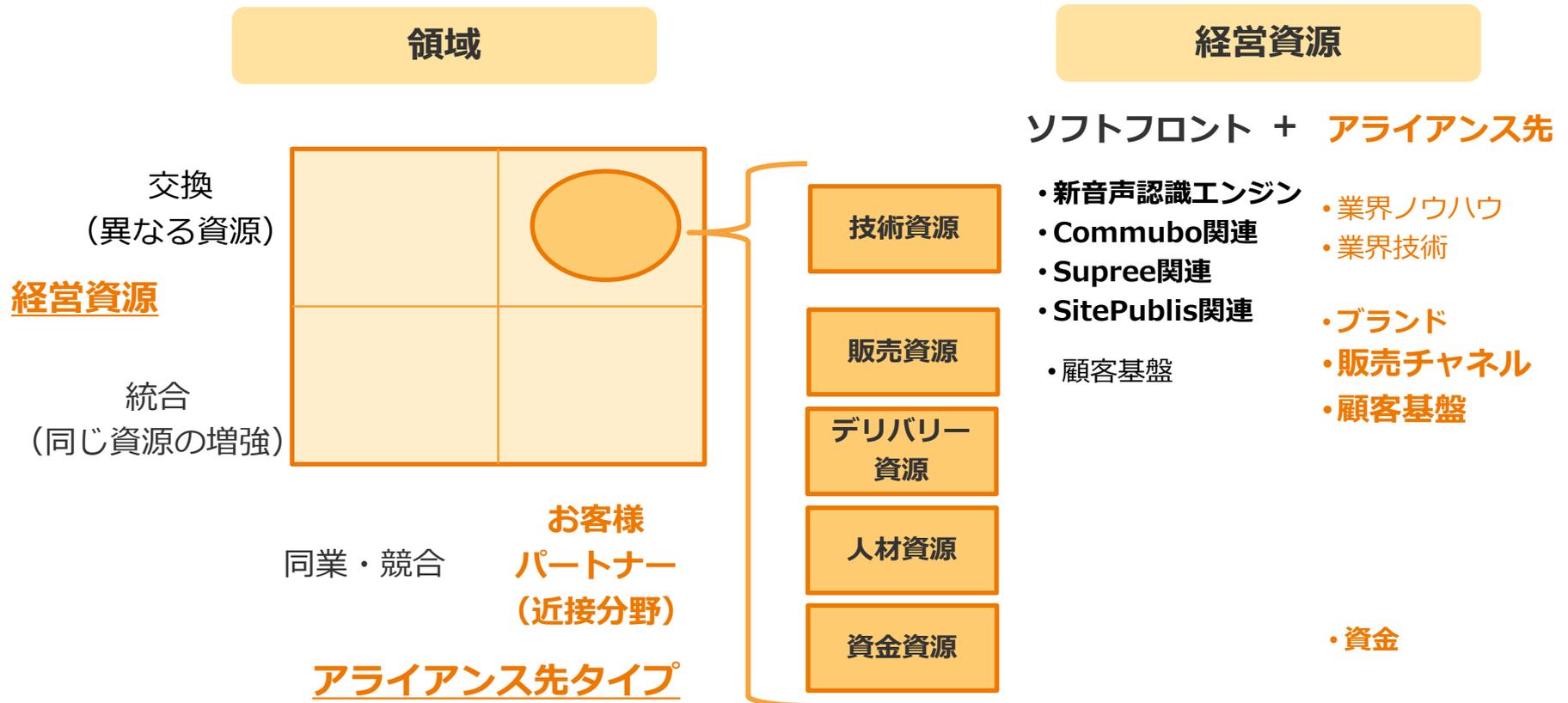
業務提携・資本提携

アライアンス（業務提携・資本提携）による企業価値向上のスピードアップ

【技術資源、販売資源、デリバリー資源、人材資源、資金資源】

アライアンスによる経営資源確保と成長加速 SOFTFRONT

販売資源（ブランド、販売チャネル、顧客基盤）などの経営資源を
アライアンス先より補完することにより
弊社技術のソリューションとしての販売を促進し**成長を加速**します



研究開発／製品開発の資源を強化し、**特異性を持つソフトフロントグループの技術資産**を活用して、**競争優位性のある製品サービス**を生み出していきます。

製品の市場エリア拡大

サービス拡大

新たなサービス創出



多言語対応



業務支援
AIエンジン



コミュニケーション
AIエンジン



オムニ
コミュニケーション



マルチチャネル
ボイスボット



音声認識
ソリューション

SUPREE

 **telmee**

 **comlibo**

 **ペリマ**

SITE PUBLIS
 **Connect**

?

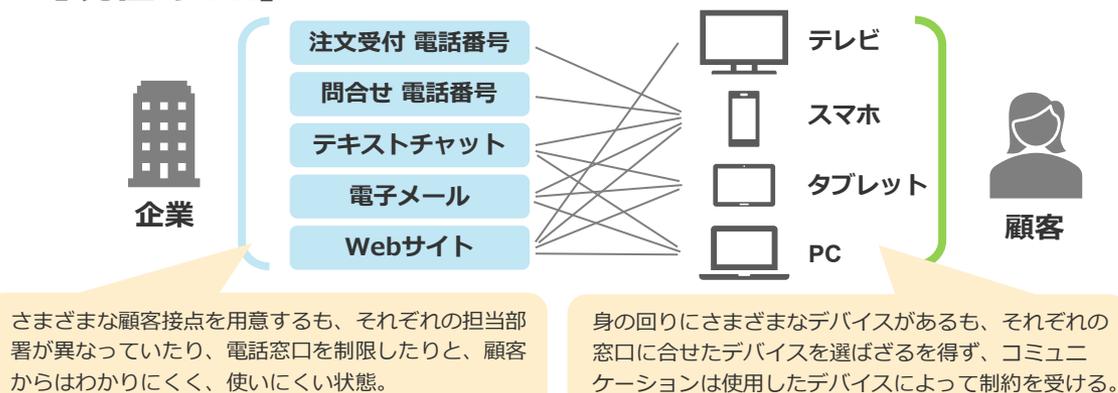
研究開発ビジョン:技術開発で次世代CXを実現 SOFTFRONT

研究開発
ビジョン

オムニ・コミュニケーション

～ 場所 や デバイス を超えて シームレスな コミュニケーション を実現 ～

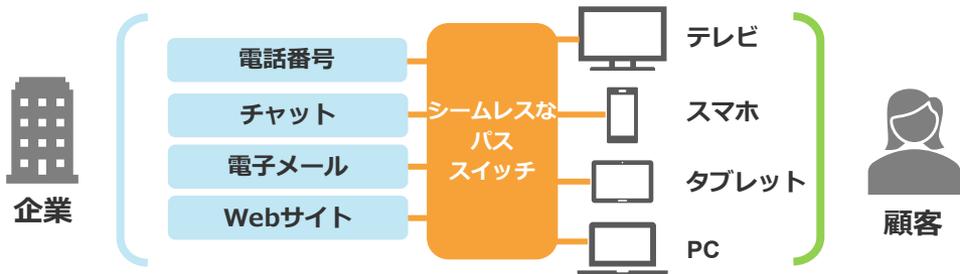
【現在のCX】



顧客は単に「要求を達成／解決したい」だけ。実際に提供されるモノが不明なのに窓口を選択させられるのはなぜ？

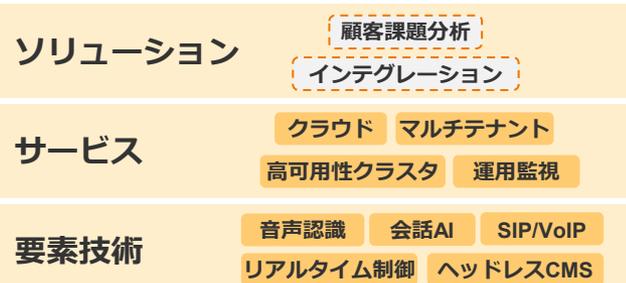
実際に得られる情報には映像／画像や音声があったりと、コミュニケーションを始めたデバイスだけで解決しないこともしばしば...

【次世代CX：目指すべき姿】



Webページ・テキストチャット→スマホ電話、スマホ電話→テレビ映像通信などの、シームレスなコミュニケーションパスの切替を実現

実現のための実装レイヤ



☐: アライアンスによる期待 ☐: ソフトフロント保有技術

コンタクトセンターの「顧客満足度の向上」「運用コストの低減」を次世代CX基盤により実現していきます

通信販売



さまざまなシームレスに機器を使ったリッチ・コミュニケーション

顧客満足度を向上

AIオペレータ (ロボット) を最大活用した自動化ソリューション

運用コストを低減

商品説明

➡ 金融・小売

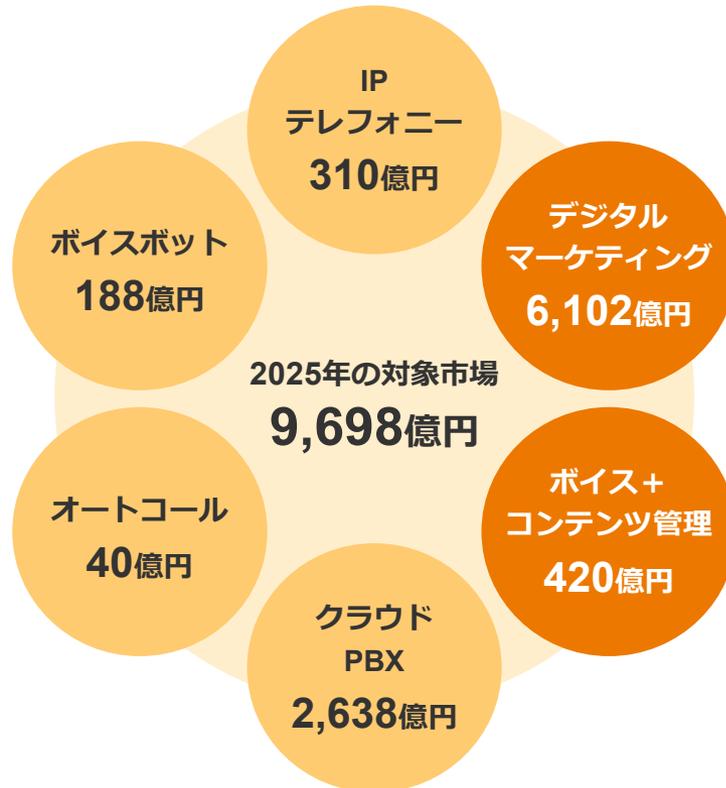
カスタマーサポート

➡ 機器・通信・公共

予約

➡ 交通・宿泊・飲食

オムニ・コミュニケーション※基盤の深化により 2025年の対象市場は約9,700億円に



※オムニ・コミュニケーション：
利用者にストレスなく、あらゆる
デバイス、音声、テキスト、映
像をシームレスにつなぐコミュニ
ケーション

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

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	2025年の注力
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 	<ul style="list-style-type: none"> 定着したリモートワークによるオフィス運用の効率化の維持継続
	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及び運用 	<ul style="list-style-type: none"> システム運用の定着化
	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（Webとハイブリッド協議） 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な働き方による労働効率の向上
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 	<ul style="list-style-type: none"> グループ運営による一元管理と効率化、月次決算の早期化
	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"> エンジニア及びマーケティング業務従事者の人材採用 採用活動のPDCA開始 	<ul style="list-style-type: none"> グループ間でのリソース共有
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（グループ内人材リソースの活用）の実施 個別チームへのグループ全体での支援 	<ul style="list-style-type: none"> グループ間でのクロスセル・アップセルによる営業の拡大 	
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 	<ul style="list-style-type: none"> 業績向上に貢献するような、スキルや技術の習得を促し、求める人材へと成長するよう若年層の育成強化 	
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 資本提携の協議 	<ul style="list-style-type: none"> CCC（Cash Conversion Cycle：現金循環日数）の改善により資本効率を高める 	

3

株主還元策の充実

拡大再生産を優先しながら引き続き還元策を検討します



【高】 資金ニーズ 【低】

単位：百万円

	第27期		第28期		第29期	
	2024年 3月期		2025年 3月期		2026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	1,382	889	1,992	1,105	2,761	1,563
■ 営業利益	55	△164	200	80	280	199
営業利益率	4%	△18%	10%	7%	10%	13%
経常利益	55	△168	200	80	280	199

2024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、既存事業の「SUPREE」が通信事業者等からの受注により堅調に推移したこと及び開発案件が増加し、主力製品である「commubo」において既存顧客からの利用料については順調に推移したものの、販売活動におきまして、新規受注が想定よりも遅れたことに加えて、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、2023年6月に公表いたしました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と、2024年3月期第3四半期において「SITE PUBLIS Connect」のソフトウェアを償却したことによる減価償却費の計上、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の増加、マーケティング活動等認知度向上に要した展示会への出展等による広告販売促進費が発生したこと等により、営業利益及び経常利益において2023年6月に公表いたしました予想を下回りました。

2025年3月期以降の計画について

- 2024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27期は実績は実績値、第28期～第29期の計画については営業利益と同値を入れております。

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		第30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		2027年 3月期
		実績	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	41	45	39	48	41	51	42	45
	顧客単価	3,141	5,242	4,445	5,097	4,377	6,168	4,656	4,920	5,389	4,952	5,156
	売上高	144,492	204,443	168,918	168,281	196,950	240,536	223,515	201,730	274,850	208,000	232,000
新規領域 commubo・telmee	顧客数	42	58	73	88	114	101	159	119	222	162	200
	顧客単価	1,621	1,774	1,612	2,044	3,549	2,057	4,320	3,800	5,383	4,900	6,400
	売上高	67,496	102,656	117,645	179,905	404,606	207,761	686,892	453,983	1,194,965	793,000	1,279,000
SITE PUBLIS	顧客数			156	170	215	168	305	175	415	200	235
	顧客単価			※ 2,618	2,493	3,631	2,633	3,487	2,570	2,840	2,812	2,872
	売上高			※ 408,354	423,922	780,752	442,503	1,063,611	449,791	1,179,731	562,501	675,019

↑※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	● 通信キャリアのPSTNマイグレーション需要は落ち着くものの、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	● 成長市場のボイスポット需要を受け、音声自動応答サービスの営業・パートナー施策による顧客数の増加、および新規ソリューション追加によって顧客単価が上昇、顧客数・顧客単価双方で既存領域を上回ることが見込まれます
SITE PUBLIS	● 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制作・構築業務単価の上昇を見込む一方、ライセンス販売からクラウドサービス・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・売上高を見直しております。

	2024年3月期における計画と実績の差分について	2025年3月期と2026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>通信キャリア各社による旧来電話網のオールIP化（PSTNマイグレーション）特需をとらえ、該当の特定既存顧客との大型契約により契約単価が上昇したことにより、顧客単価が計画を上回る実績となりました。</p> <p>今後は、同様の特需は見込めず顧客単価は以前の水準となりますが、引き続き既存顧客の維持と拡張を中心に活動しつつ、SUPREEがもたらす新たな利用シーンでの提案フェーズにシフトするため、新規顧客獲得に時間を要する計画としています。</p>	<p>2024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>コールセンターを中心とする電話業務の自動化ニーズは高まりつつあり、2024年3月期売上高は過去最高値となりました。ただ、市場全体では依然として将来導入を検討する潜在顧客が多く、PoCや限定的な利用に留まる顧客が一定数存在したことで顧客単価は想定より伸びず、計画に差異が生じました。</p> <p>今後は、2024年3月期の顧客収益基盤の状況を踏まえて前回の獲得顧客数計画を見直しています。新規獲得数よりも大規模コールセンター部門・企業や、多くのエンドクライアントを有する企業へのOEM提供に注力して直接取引先の顧客単価を増やす活動に比重を置くこととし、また、新たに追加する各種ソリューションによって提供価値の幅を広げて2026年3月期以降は顧客数ならびに顧客単価を更に上昇させる計画として修正しています。</p>	<p>2024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>

2024年3月期における 計画と実績の差分について

2025年3月期と2026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

SITE PUBLIS

企業におけるDX推進のニーズの高まりの中、企業にとってのWebサイトの重要性が増していることもあり、既存顧客からの追加改修の案件が受注できています。

また、既存顧客のWebサイト運用における様々な施策に対するサポートを行った結果、月間定期売上高（MRR）が上昇し、ストック収入基盤が向上いたしました。

その一方、新規顧客の獲得においては、複数の大型案件の受注はあったものの、当初計画をしていたSITE PUBLIS Connectの新規販売数から大幅に減じてしまい、新規Webサイト制作・構築案件数においても想定数に及ばなかったことから顧客単価が伸びず、総じて売上高において大きく差異が発生いたしました。

また、大型案件による外注比率のアップ、原価管理の複雑化といったことが発生し、利益を圧縮する結果となりました。

2024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。

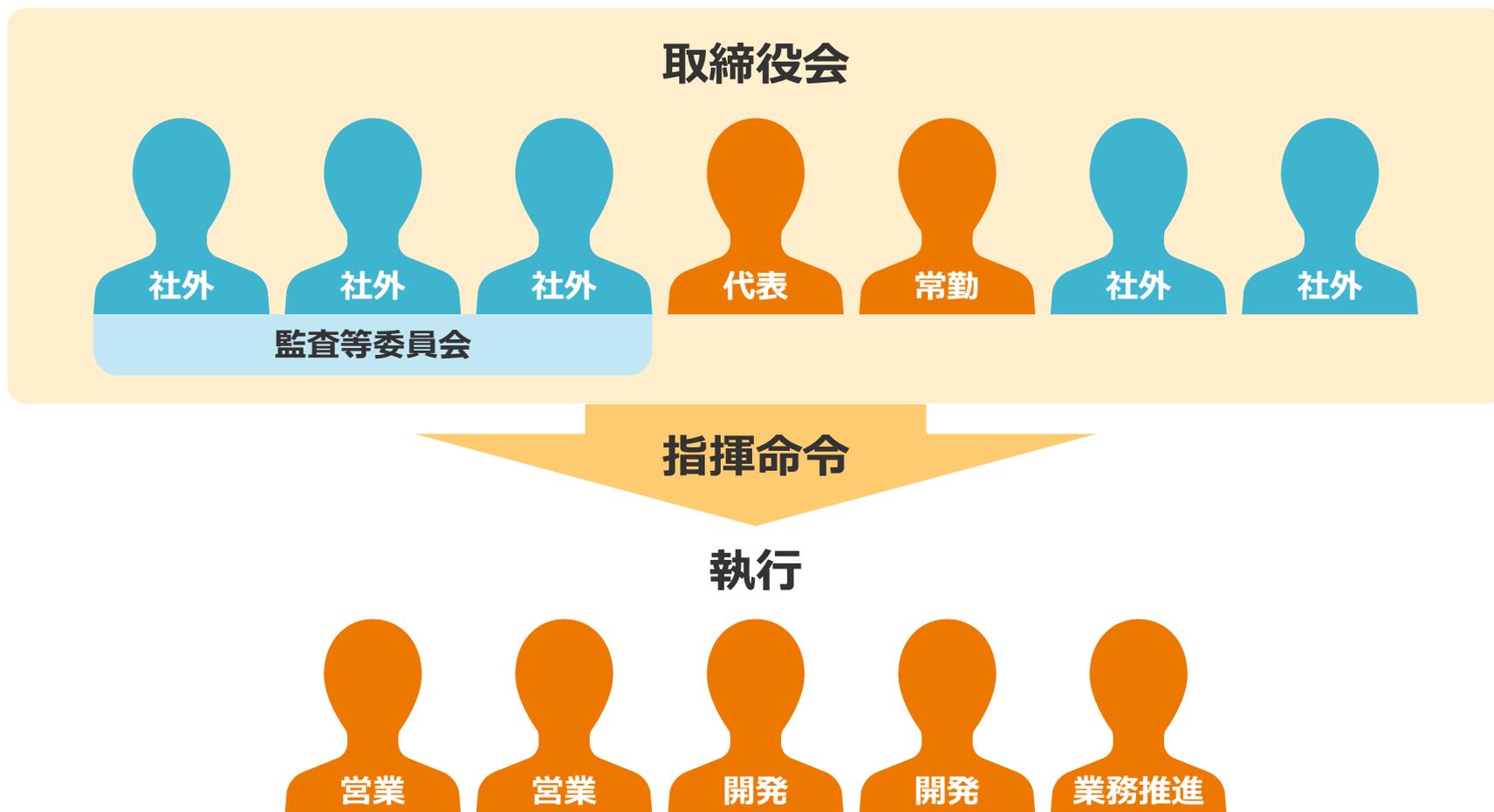
The section header for the appendix, consisting of the word "Appendix" in a grey, sans-serif font and the Japanese characters "会社概要" (Company Overview) in a bold, black, sans-serif font. The text is positioned on the left side of the page.

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	22,224千円（2024年3月31日現在）	
従業員数	52名（子会社の従業員等を含む。2024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 収
	社外取締役（監査等委員）	川崎 晴一郎
	執行役員	高須 英司

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**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
- 2013** ● 大阪証券取引所と東京証券取引所の統合に伴い、**東京証券取引所JASDAQ(現グロース)市場**に株式上場
- 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
- 2024** ● **新音声認識エンジン**をリリース

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。



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	2022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今後、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。