

東証一部:4779



ソフトブレイングループ 2010年度決算説明会

2011年2月15日

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性のあることをご承知おきください。



I. 2010年12月期 決算概況



I. 2010年12月期 決算概況

連結業績・財務ハイライト

(単位：百万円)

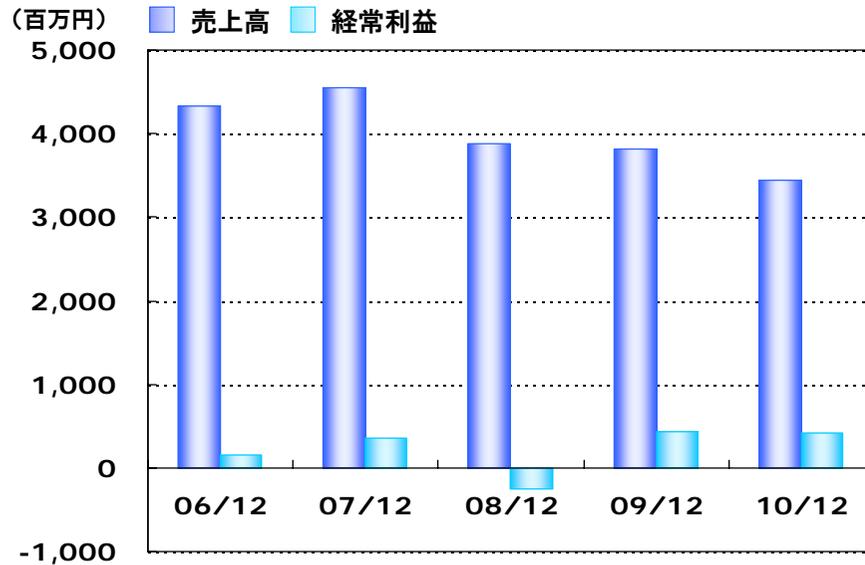
	2009年度	2010年度	前年 同期比	期初計画値 (2010年2月5日発表)	達成率
売上高	3,817	3,439	▲378 (▲9.9%)	3,500	98.3%
営業利益	429	414	▲15 (▲3.4%)	280	147.9%
経常利益	417	415	▲2 (▲0.5%)	270	153.7%
当期純利益	311	331	+20 (+6.2%)	140	236.4%
総資産	2,196	2,159	▲37	—	—
純資産	1,012	1,335	+323	—	—



I. 2010年12月期 決算概況

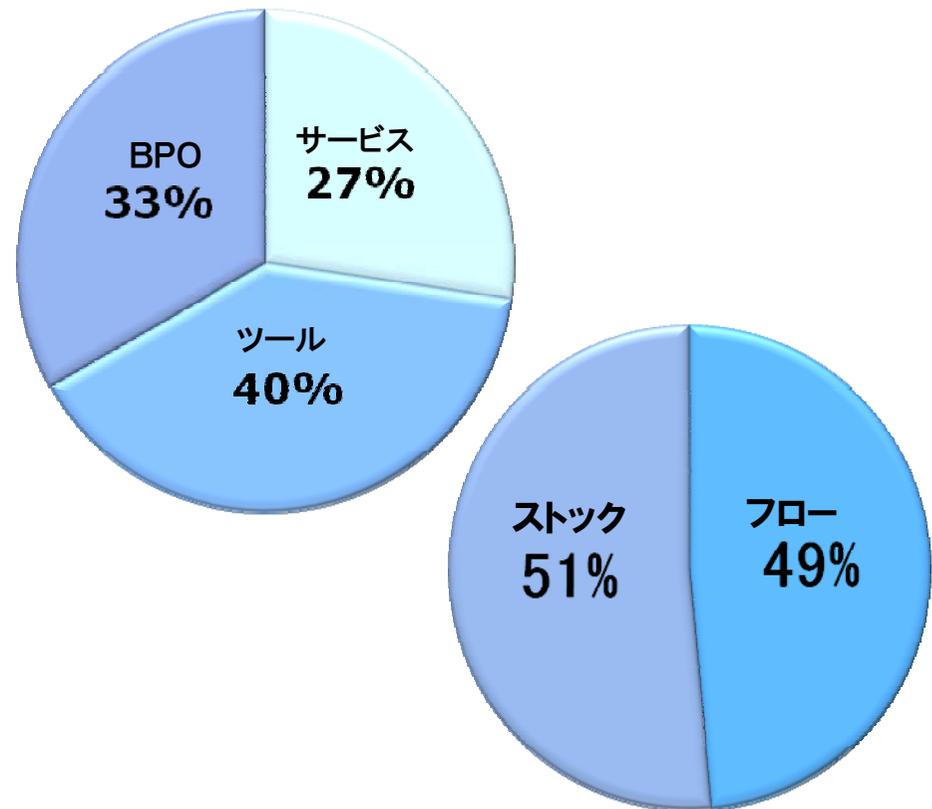
売上高・経常利益推移／売上構成

売上高・経常利益(率)の推移



売上高	4,335	4,546	3,883	3,817	3,439
経常利益	148 (3.4%)	363 (8.0%)	▲250 (▲6.5%)	429 (11.2%)	415 (12.1%)

連結売上構成比(参考情報)





I. 2010年12月期 決算概況

グループ各社の業績

(単位：百万円)

	2009年度 売上高	2010年度 売上高	前年 同期比	2009年度 経常利益	2010年度 経常利益	前年 同期比
ソフトブレン	1,949	1,782	▲167	221	211	▲10
SBフィールド	604	712	+108	78	122	+44
SBサービス	505	346	▲159	27	22	▲5
SBオフショア(連結)	594	566	▲28	95	41	▲54
SBインテグレーション	469	354	▲115	4	▲2	▲6
ダイヤモンドビジネス企画	110	132	+22	50	34	▲16
SBヒューマン	137	86	▲51	1	1	—



Ⅱ. 状況分析



2010年度の振り返り

□ ほぼ当初予想通りではあるが前年比減収

主要会社別状況としては、

【SB】IT投資回復途上もあり大型案件少なく、減収

新製品「eセールスマネージャー Remix Cloud」は順調な滑り出し

【SBF】フィールドマーケティング事業好調。売上・利益とも大幅増

【SBS】Webマーケティング事業を縮小し、下期より教育研修事業へ注力
売上減少も事業収益性向上。利益貢献は2011年以降

【SB0】小規模案件多く、オフショアでの開発量が減少し、利益減少

□ 本社移転を含め販管費が予定以上に削減され、 営業利益・経常利益はほぼ前年並みとなり、利益率は向上

□ 大きな特損もなく、税前利益は大きく上昇 税金調整の影響もあり、当期純利益は増益となった



Ⅱ. 状況分析

主な経営指標

	2009年度	2010年度	増減	コメント
売上高営業利益率(%)	11.2%	12.1%	+0.9	売上高減少の影響を販管費の削減効果が上回る
売上原価率(%)	48.2%	49.9%	+1.7	売上高減少による影響 (固定原価比率の相対的増加)
販管費(百万円)	1,513	1,307	▲206	本社移転その他の経費節減による
従業員一人あたり売上高 (百万円)	15.0	17.1	+2.1	人員数は221名(2009年)→200名(2010年)
従業員一人あたり営業利益 (百万円)	1.7	2.1	+0.4	
売上高連単倍率	1.96	1.92	▲0.04	ほぼ変化なし
有利子負債残高(百万円)	558	227	▲331	短期借入金の返済による
フリー・キャッシュ・フロー (百万円)	379	467	+88	本社移転による差入保証金差額の影響で投資CFがプラスとなった

*フリー・キャッシュ・フロー＝営業キャッシュ・フロー＋投資キャッシュ・フロー



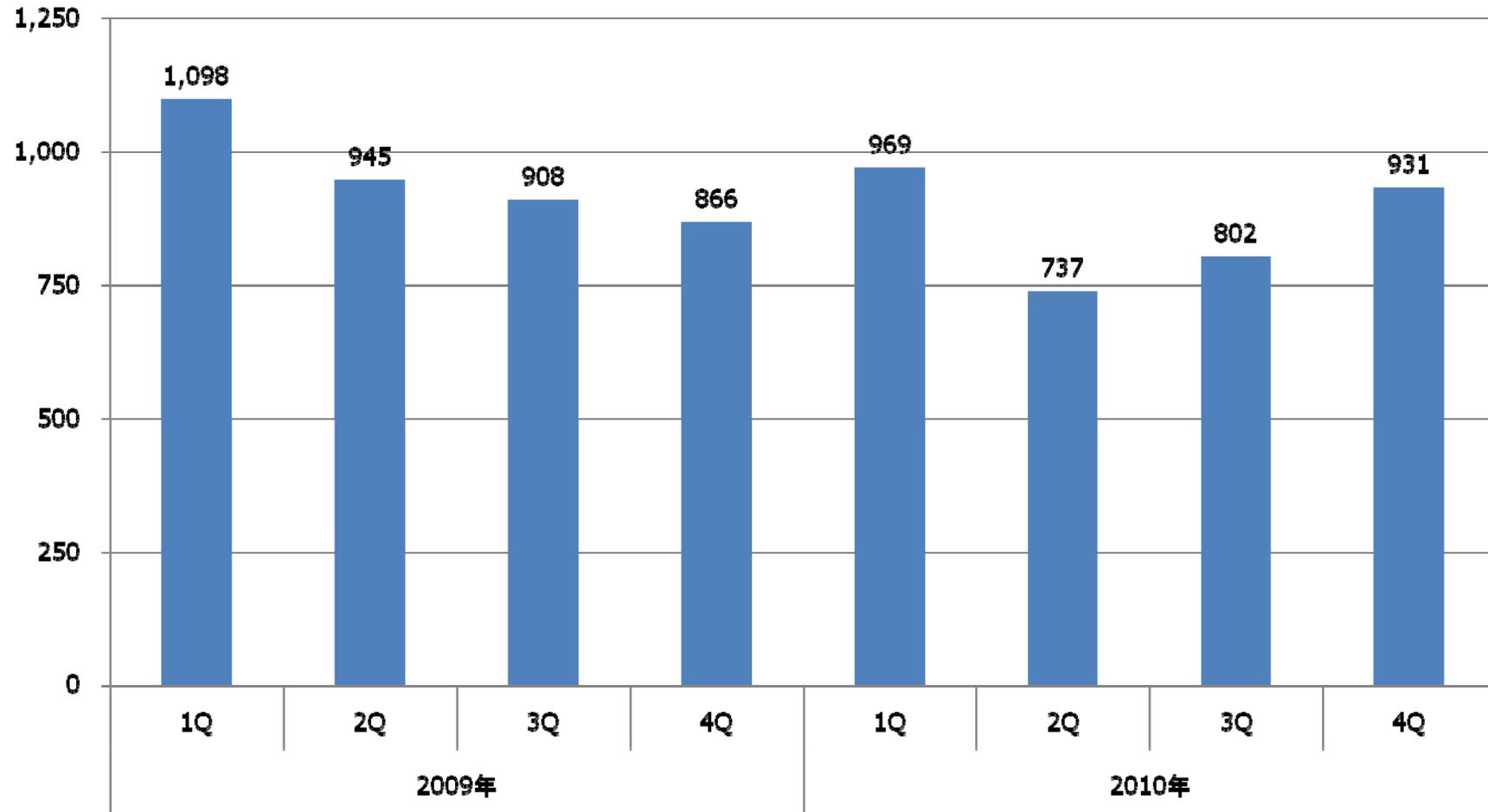
III. 今後の方針



Ⅲ. 今後の方針

売上高のトレンド

連結四半期売上高推移





Ⅲ. 今後の方針

2011年12月期連結業績予想

(単位：百万円)

	上期	通期
売上高	1,670	3,550
営業利益	180	450
経常利益	175	440
当期純利益	115	300



- **ツールとサービスの融合**
- **ボリュームゾーンへの挑戦**
- **スピードアップと効率化の実践**

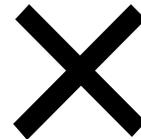


Ⅲ. 今後の方針

ツールとサービスの融合

真の営業課題解決

考え方と
その実践法



仕組みとして
の
ツール

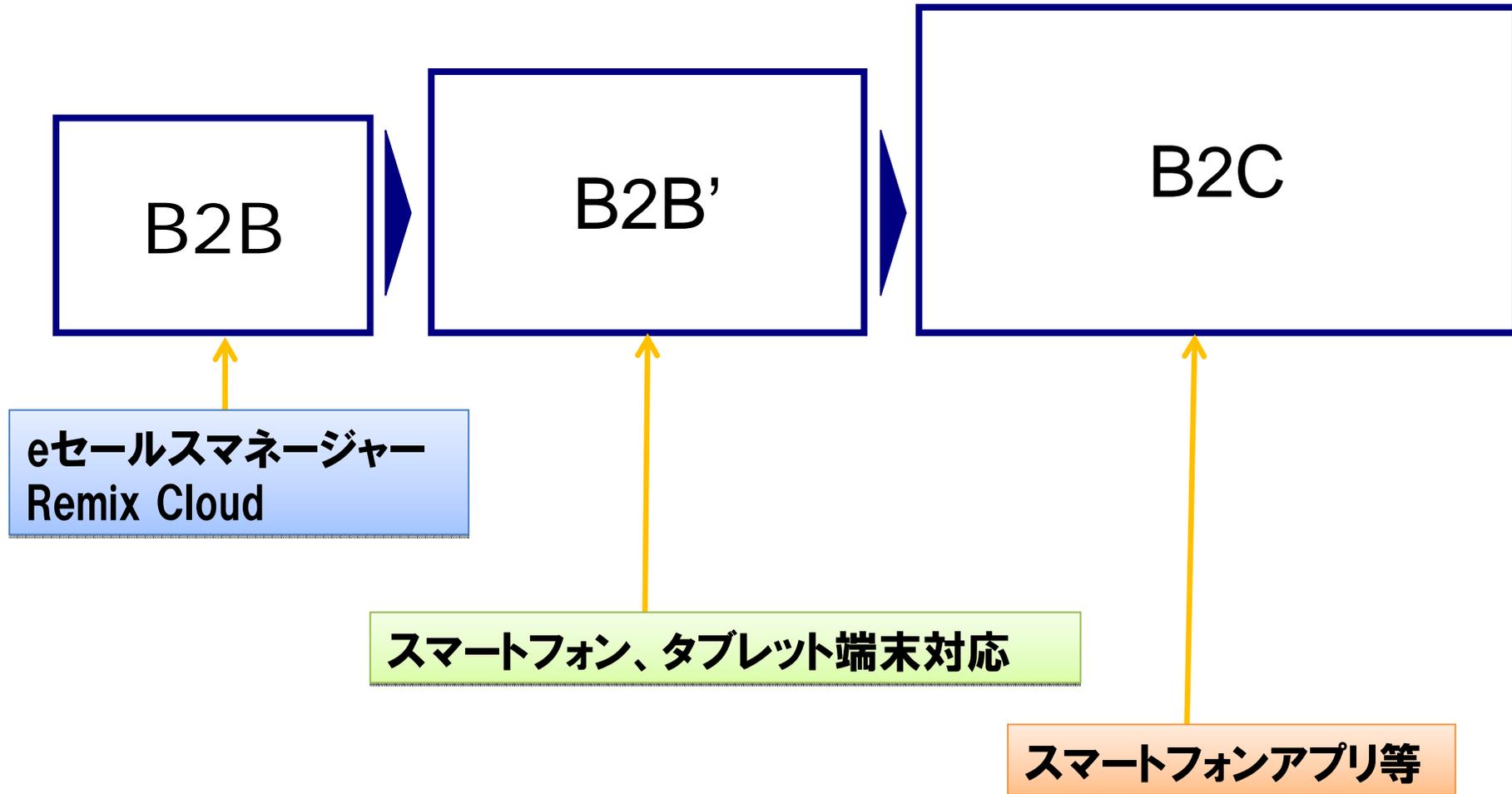
営業マン育成コンサルティング
プロセスマネジメント大学

eセールスマネージャーRemix Cloud



Ⅲ. 今後の方針

ボリュームゾーンへの挑戦



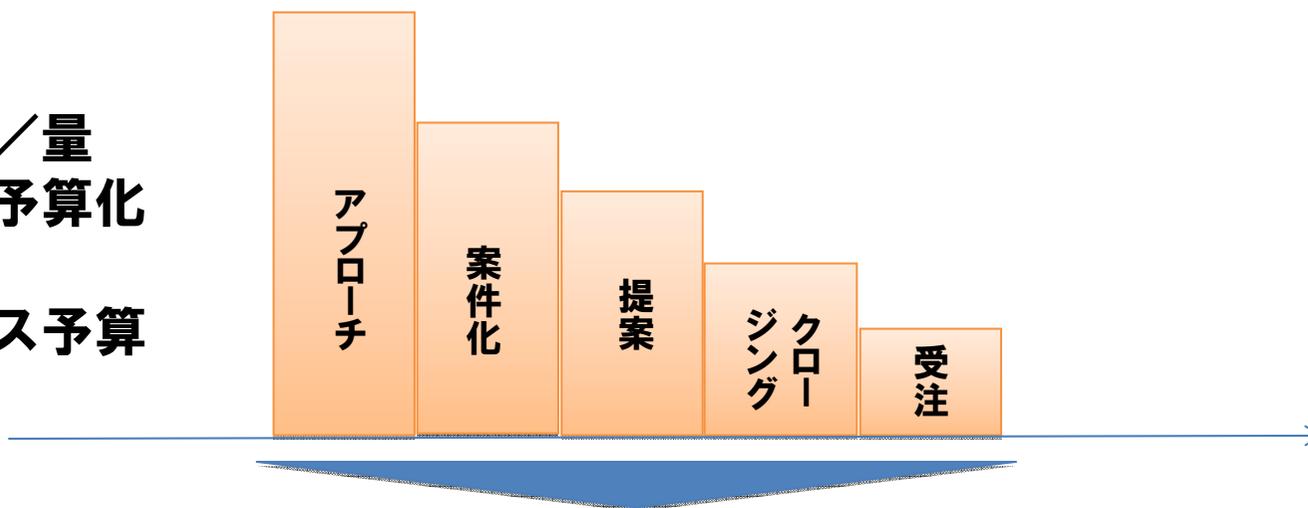


Ⅲ. 今後の方針

スピードアップと効率化の実践

活動の質／量
両面での予算化

= プロセス予算



	予算	合計/平均	部門	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
新規案件 受注件数	100	100	合計	7	7	11	7	7	11	7	7	11	7	7	11
		32	1部	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	4
		16	2部	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2
		40	3部	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
		12	北海道	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
目標受注率	17%	21%	---	17%	18%	18%	18%	19%	19%	19%	29%	29%	22%	22%	24%
新規案件数	588	483	合計	41	39	61	39	37	58	37	24	38	32	32	46
		154	1部	12	11	22	11	11	21	11	7	14	9	9	17
		77	2部	6	6	11	6	5	11	5	3	7	5	5	8
		194	3部	18	17	22	17	16	21	16	10	14	14	14	17
		58	北海道	6	6	6	6	5	5	5	3	3	5	5	4
目標案件化率	20%	23%	---	20%	20%	21%	21%	22%	22%	22%	23%	24%	25%	25%	25%
アプローチ ≒新規訪問 件数	2,941	2,175	合計	206	194	291	185	167	263	167	105	158	127	127	183
		691	1部	59	56	106	53	48	96	48	30	57	36	36	67
		346	2部	29	28	53	26	24	48	24	15	29	18	18	33
		874	3部	88	83	106	79	72	96	72	45	57	55	55	67
		264	北海道	29	28	26	26	24	24	24	15	14	18	18	18



製品・サービス展開

eセールスマネージャー事業

- Remix Cloudの継続強化
(スマートフォン・タブレット端末、マルチクラウド、国際化)
- ボリュームゾーンへの挑戦

教育・研修事業

- eセールスマネージャーと相互のクロスセル・アップセル
- 「わかる」だけでなく「できる」「続ける」まで支援
- プロセスマネジメント大学はカリキュラム一新。コンサルタント育成にも注力

フィールドマーケティング事業

- 全国に拠点を設け、活動基盤を強化
- インテージとの協業(2010/10発表)により
店頭情報とPOSデータを組み合わせたソリューションを提供

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、2011年2月15日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢およ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。