

東証一部：4779



# ソフトブレイン株式会社 2014年12月期 決算説明会

2015年2月5日



# アジェンダ

## I .2014年12月期決算の概要（連結）

- 1.業績ハイライト
- 2.セグメントごとの業績状況

## II .今後の見通しと取り組み

- 1.eセールスマネージャー関連事業
- 2.フィールドマーケティング事業
- 3.通期業績予想



# アジェンダ

## I .2014年12月期決算の概要（連結）

- 1.業績ハイライト
- 2.セグメントごとの業績状況

## II .今後の見通しと取り組み

- 1.eセールスマネージャー関連事業
- 2.フィールドマーケティング事業
- 3.通期業績予想



# 1. 業績ハイライト



# 業績概況

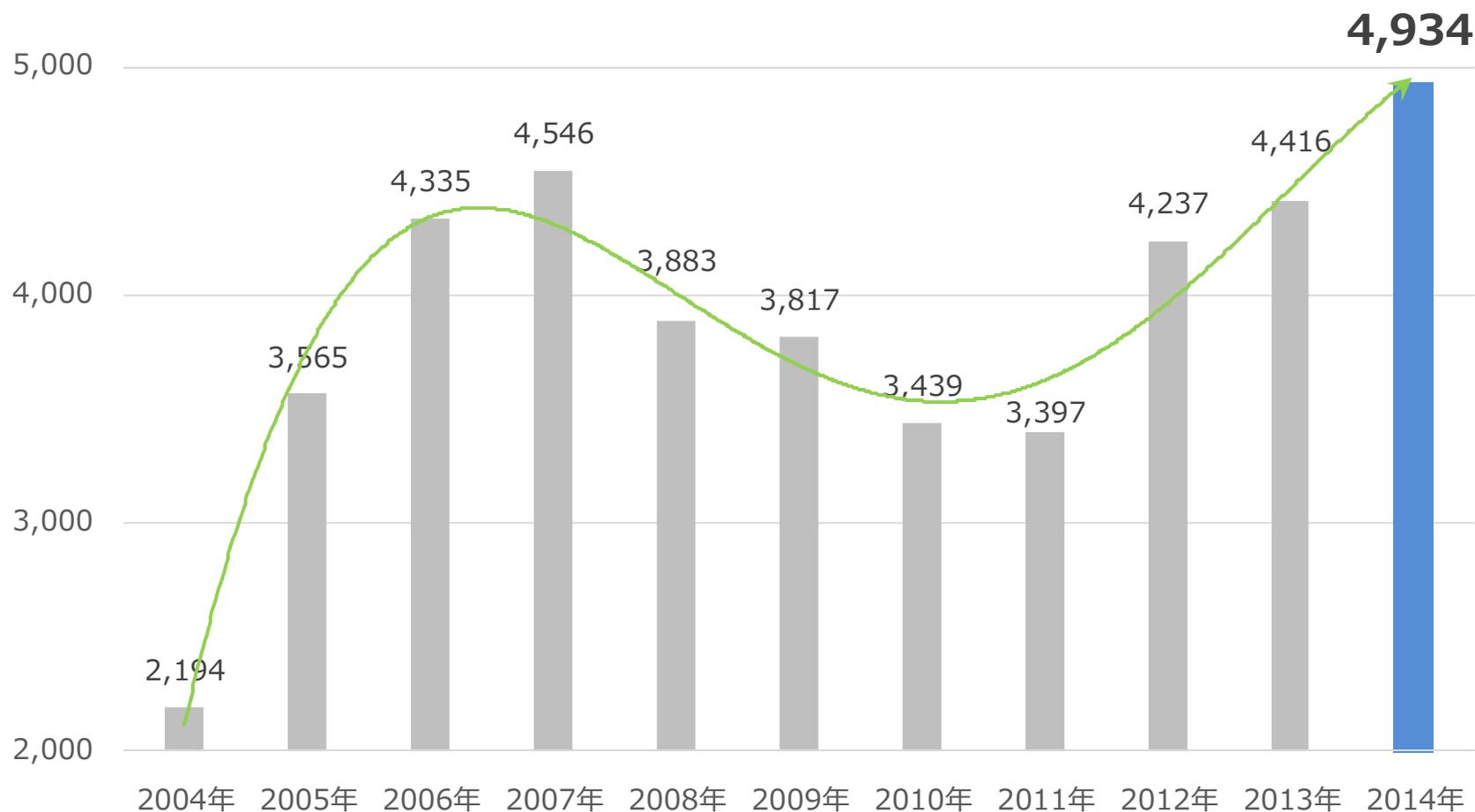
単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
期初予想値 (2014/1/30発表)	4,800	530	530	250
<b>2014年12月期 実績</b>	<b>4,934</b>	<b>568</b>	<b>578</b>	<b>252</b>
達成率 (期初予測値)	102%	107%	109%	101%
前年実績	4,416	492	492	391
前年比率	111%	115%	117%	64%

- ・ 対期初予想値は売上高及び各段階利益ともに当期実績が上回る結果となった。
- ・ 税負担の正常化による負担額の増加、フィールドマーケティング事業が堅調に推移したことによる少数株主利益の増加の影響により当期純利益は前年実績を下回った。



# 売上高推移

(単位：百万円)

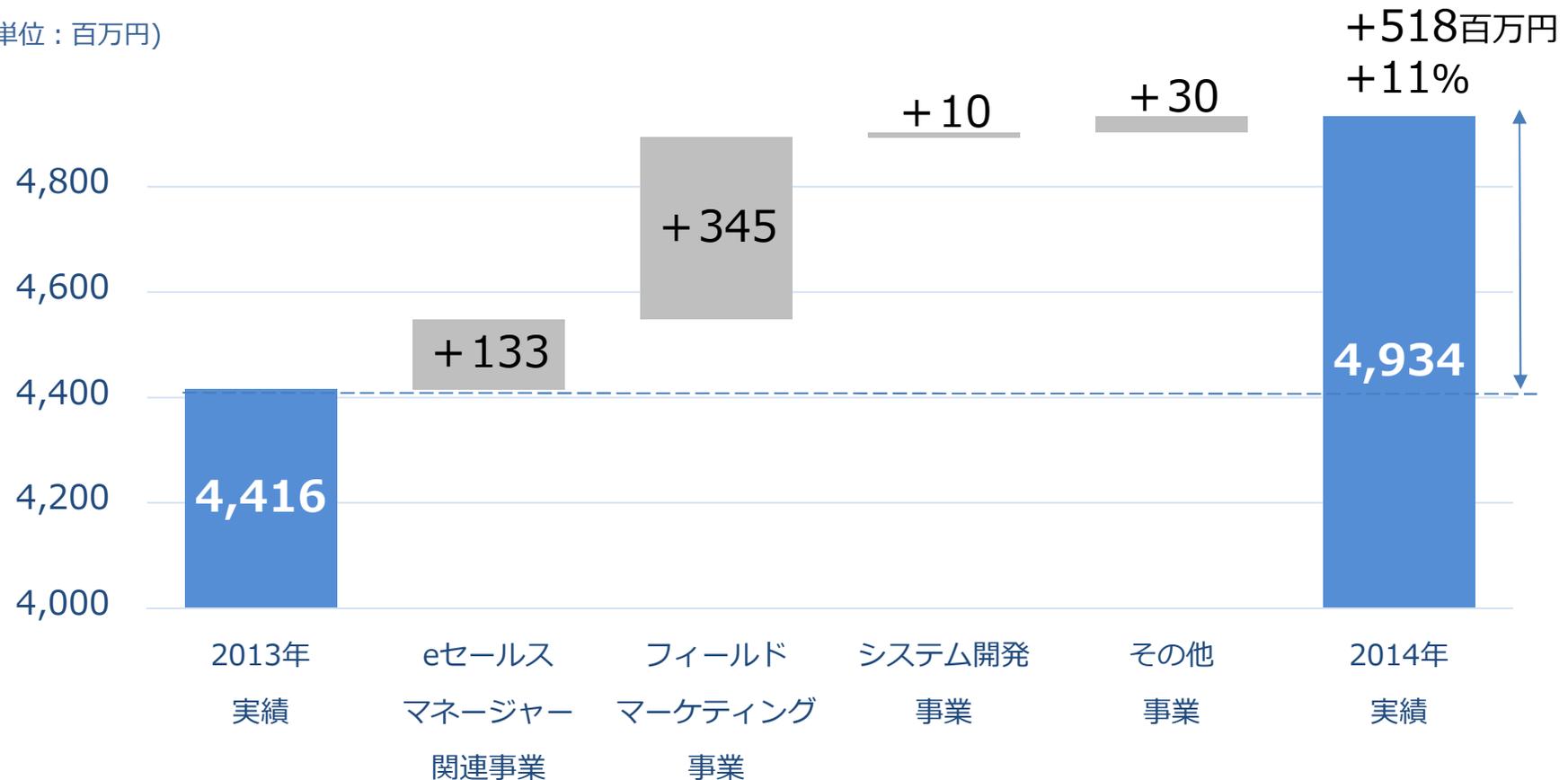


2014年度は連結売上高が過去最高となった



# 売上高の増減内訳（前期比）

(単位：百万円)

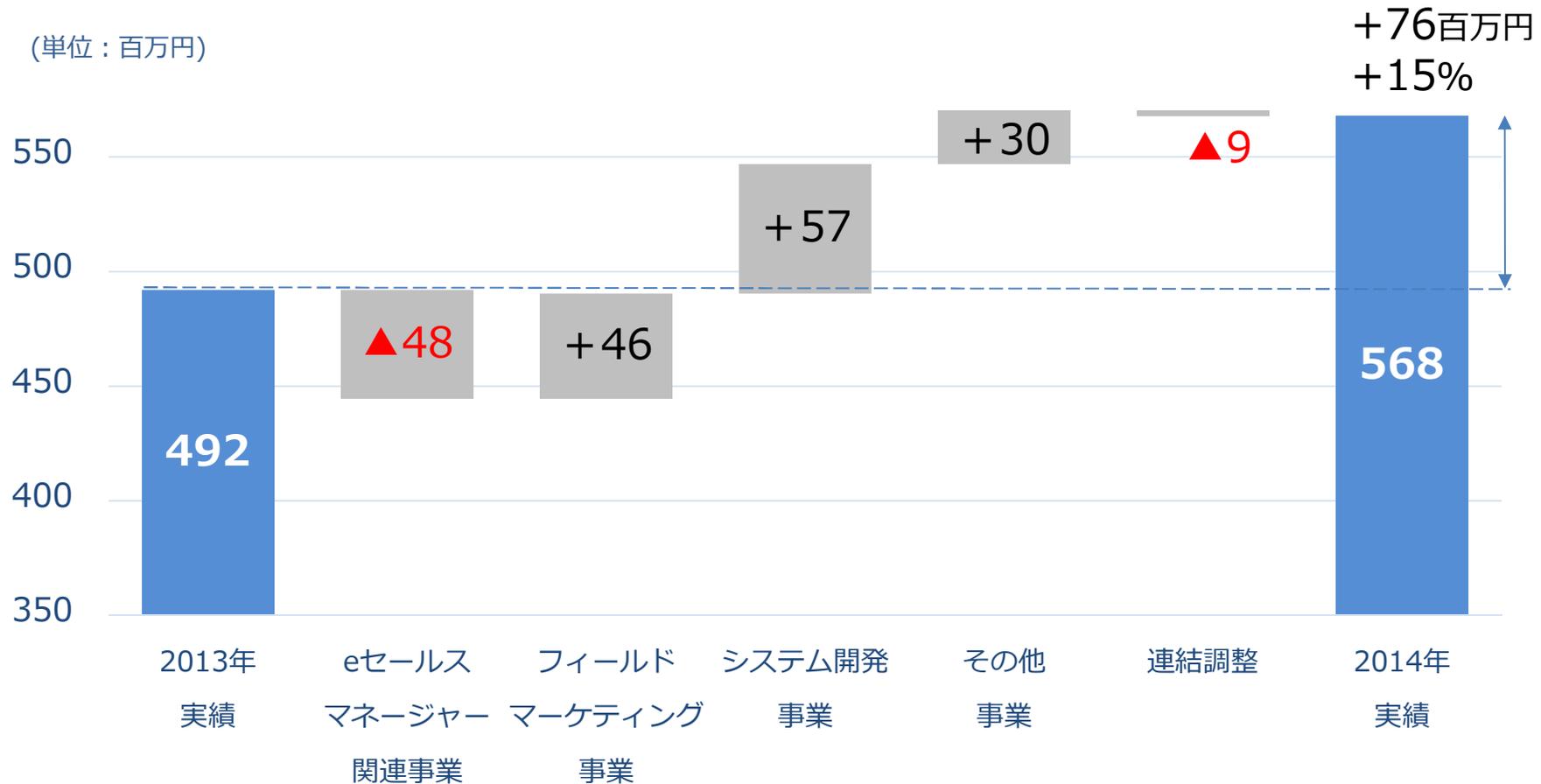


「フィールドマーケティング事業」が増収を牽引  
「eセールスマネージャー関連事業」も堅調に推移



# 営業利益の増減内訳（前期比）

(単位：百万円)



「eセールスマネージャー関連事業」売上高の増加が事業拡大を見据えた先行投資負担に追い付かず減益

「フィールドマーケティング事業」売上高の伸長に伴い増益

「システム開発事業」事業構造改革の効果が表れ採算が改善したことにより増益



## 2. セグメントごとの業績状況



# 事業概要

主力製品である営業支援システム「[eセールスマネージャーRemix Cloud](#)」を中心に、課題を解決するためにどのようにシステムを使うかをお客様と一緒に設計する[導入支援コンサルティングサービス](#)や、営業マンやマネージャーの能力を高めるための[営業コンサルティング・営業スキルトレーニング](#)、作ったしくみをうまく定着させるための[定着支援サービス](#)など、お客様が結果を出すための支援サービスが充実しています。

また、全国の50,000人の「キャスト」と呼ばれる主婦の方々が活躍する消費者目線での売り場のご提案や調査、営業支援などの[フィールドサービス](#)も提供しており、競争が激化する日本市場において、これらのサービスへのニーズが高まっております。

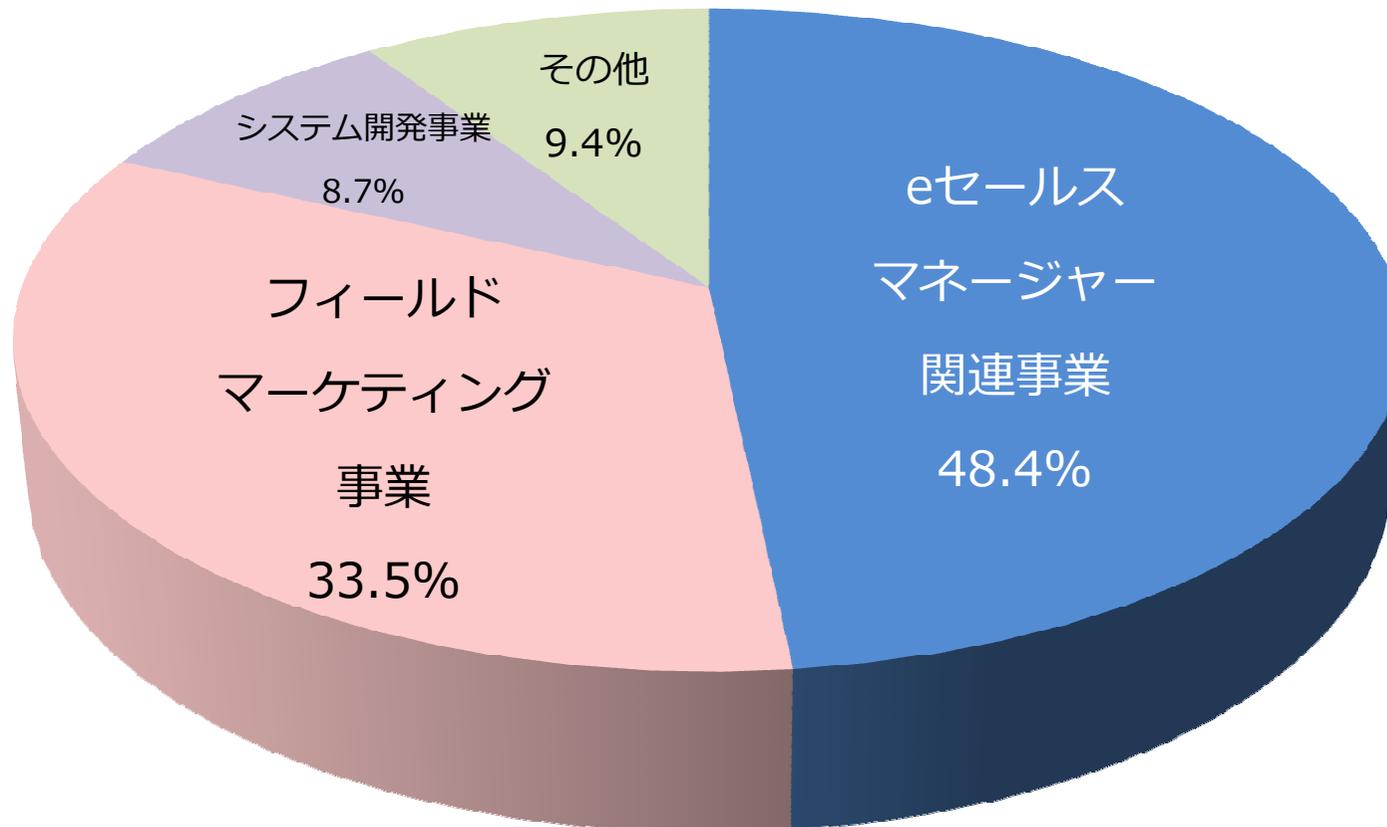
その他、現在、営業現場では欠かせないiPhone、iPadなどを活用した[業務コンサルティング及び教育](#)、[ビジネス書籍によるマーケティング支援](#)、ソフトウェアの[受託開発](#)も行っております。





# セグメント別売上高構成比

フィールドマーケティング事業が第二の柱に成長





# eセールスマネージャー関連事業

(単位：百万円)

	2013年	2014年	前年比
* 売上高	2,253	2,386	+133 (106%)
セグメント利益	277	229	▲48 (83%)
利益率	12%	10%	▲2pt

\*売上高は外部顧客へ対する売上高を記載

- eセールスマネージャーの新規利用顧客を堅調に獲得出来たことによりCloud売上が増加した。
- 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といった各種営業コンサルティング・営業スキルトレーニングとeセールスマネージャーとのクロスセルが好調。
- 製品開発、マーケティングなどの先行投資を継続してきたが、売上高の伸びがそれを吸収するまでには至らず減益となった。

# フィールドマーケティング事業

(単位：百万円)

	2013年	2014年	前年比
*売上高	1,308	1,652	+345 (126%)
セグメント利益	255	301	+46 (118%)
利益率	19%	18%	▲1pt

\*売上高は外部顧客へ対する売上高を記載

- 大手消費財メーカーからの大型定期案件により売上高が拡大。また、主要ターゲットとなる製薬・食品・日用品などの消費財メーカーを中心に幅広く顧客の支持を受けた。
- 2014年3月には店舗巡回や覆面調査を行う登録スタッフ数が5万人を突破。2014年5月には「Point of Buy(R)購買理由付データ」提供サービスの対象会員数が10万人を突破し、さらなる事業拡大に向けて足元を固めている。
- 売れている商品とその理由がわかるレシートポータルサイト「RECEIPO（レシーポ）」(<http://www.receipo.com>) を2014年10月にオープン。新たな収益獲得につなげる。



# システム開発事業

(単位：百万円)

	2013年	2014年	前年比
*売上高	421	430	+10 (102%)
セグメント利益	▲57	0	+57 (-)
利益率	-	0%	-

\*売上高は外部顧客に対する売上高を記載

- 人民元の高止まりと中国人件費の高騰という環境変化に対して、ニアショア開発の推進、中国開発子会社の売却などの対策を行ってきたが、その成果が表れ採算が改善した。
- 2013年度に発生した不採算案件が解消し、開発要員を効率的にアサインできる体制が整った。
- 企業への開発要員派遣ビジネスが堅調で増収となった。



# その他事業

(単位：百万円)

	2013年	2014年	前年比
* 売上高	435	466	+30 (107%)
セグメント利益	6	36	+30 (605%)
利益率	1%	8%	+7pt

\*売上高は外部顧客に対する売上高を記載

- iPad等を活用した業務コンサルティング及び教育  
 iPad等スマートデバイスの販売・コンサルティングの売上高が増加した。  
 米国Apple社認定のITコンサルタントとして、最新の情報と技術を用いiPad導入を希望する企業  
 （または導入はしたが活用できていない企業）へプロフェッショナル・サービスを提供していく  
 予定。
- ビジネス書籍の企画・編集・発行  
 企業の周年記念での社史出版などのニーズを掴み、タイアップ出版の受注件数・受注金額ともに  
 増加した。



# アジェンダ

## I .2014年12月期決算の概要（連結）

- 1.業績ハイライト
- 2.セグメントごとの業績状況

## II .今後の見通しと取り組み

- 1.eセールスマネージャー関連事業
- 2.フィールドマーケティング事業
- 3.通期業績予想

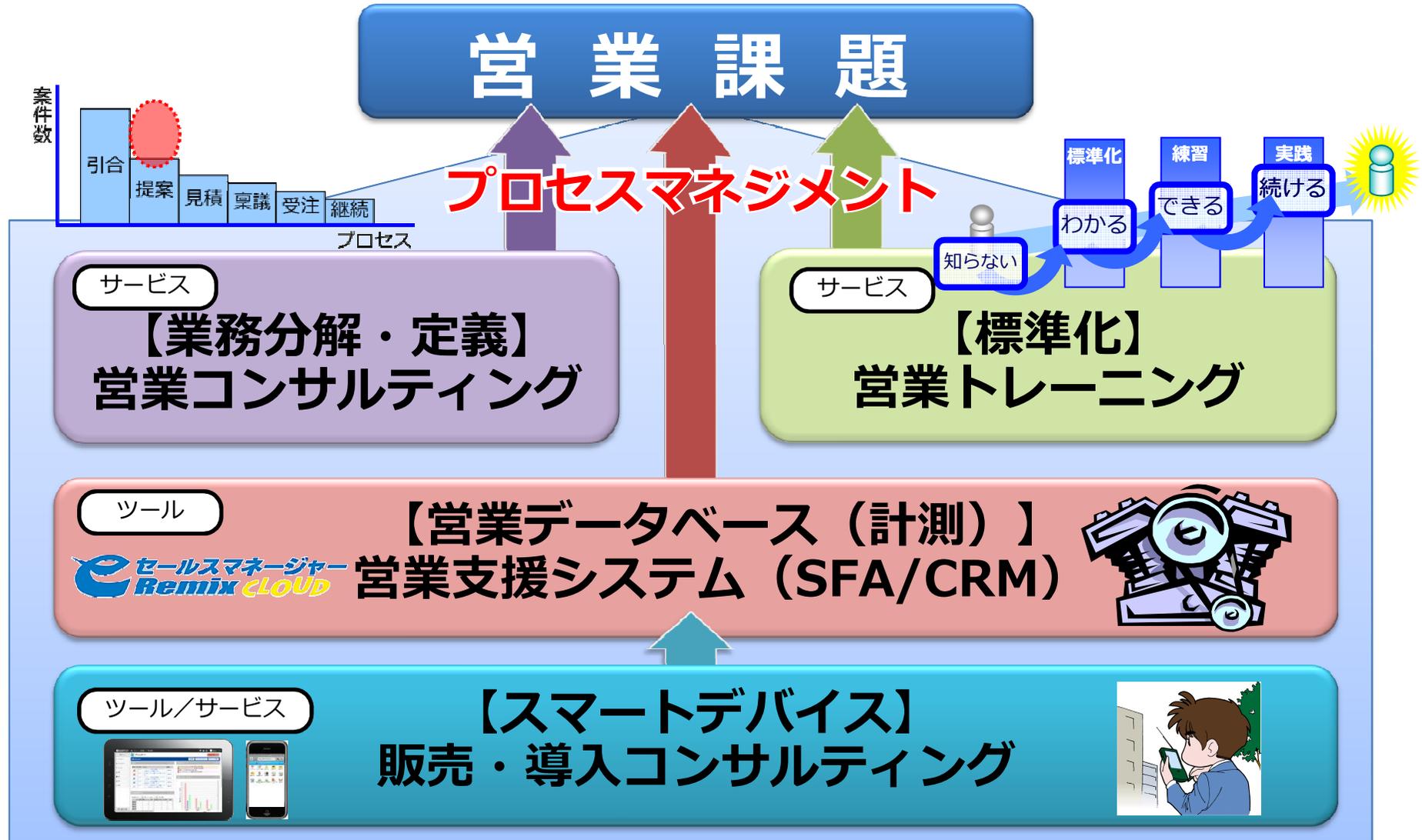


# 1. eセールスマネージャー関連事業



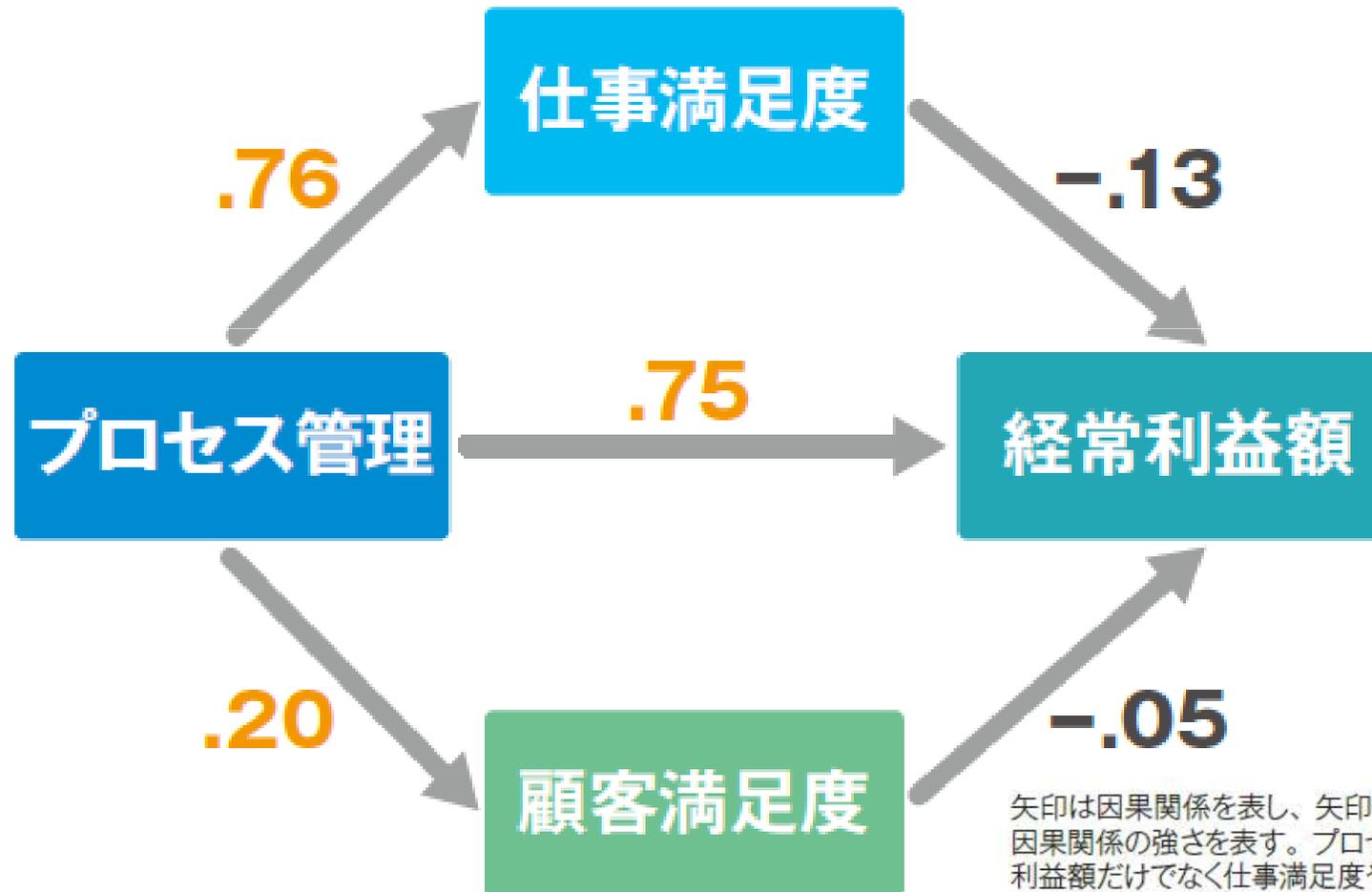
# 営業課題解決事業

『ツールとサービスの融合』で営業課題解決策を提供します。



# プロセスマネジメントと業績の相関

## プロセス管理と経常利益額



(株) 組織経済研究所とソフトブレイン・サービス(株)が共同作成



# プロセスマネジメント3.0

プロセスマネジメント 3.0



プロセスマネジメント 2.0



プロセスマネジメント 1.0

**育成の仕組み**

(マニュアル、ロールプレイング)

**組織化**

(リーダーシップ、経営視点)

**目標から逆算**

(G-PDCA/KPI)

**プロセス分解**

(見える化)

# 🌀 モバイル活用・営業改革二ーズ

「**全社営業化**」でなすべきこと

業務  
を見直し

組織  
を最適化し

人材  
を再配置  
・強化し



インフラ  
を整備する

- ◆ 営業支援プロセスの定義
- ◆ 営業ツールの開発
- ◆ 教育や研修プログラム準備
- ◆ CRM/SFAの導入

# 🌀 使い勝手No.1のSFAを目指して

このような背景の中、使い勝手No.1のSFA（営業支援システム）を目指して、2014年度は全5回のバージョンアップを予定し、4回のリリースを行いました。（5回目は本年1/30リリース）

リリースされた機能に対する評価は非常に高く、今後の売上増加に大きく寄与すると想定しています。

①PC版デザイン改善(2014/2/28)

②タイムライン機能(2014/6/9)

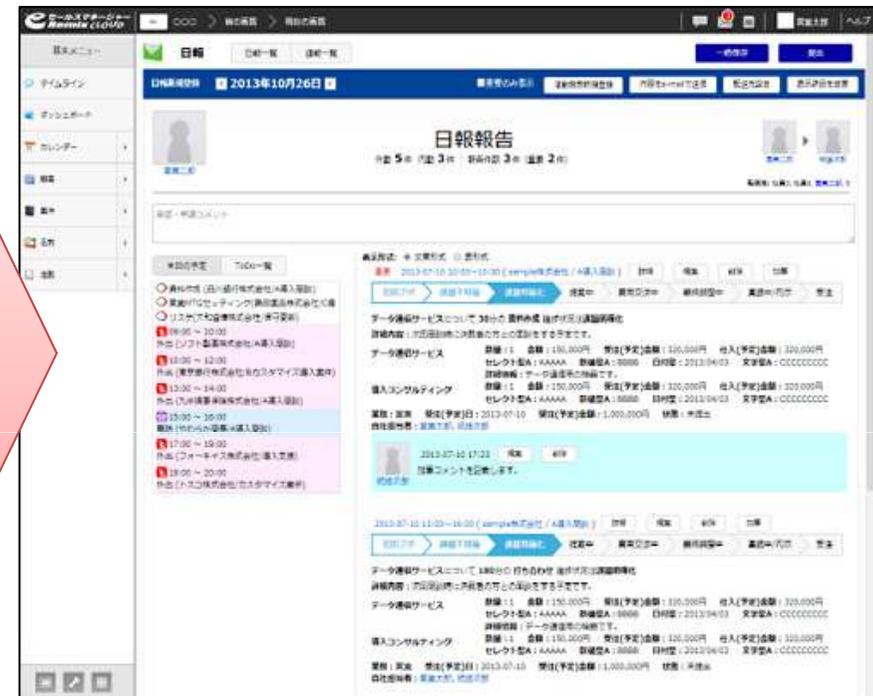
③Excel連携機能(2014/6/16)

④コンタクト先管理機能(2014/6/30)

⑤スマートフォン版刷新(2015/1/30)



# ① PC版デザイン刷新



① シンプルで見やすいデザインへ刷新

② クリック数を47%削減

③ 画面上の無駄なスペースを35.8%削減

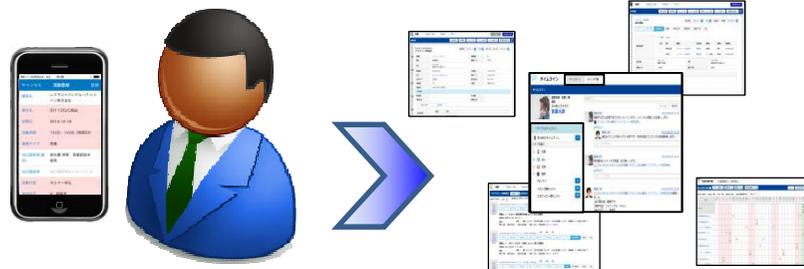


# ②タイムライン機能

情報の「見える化」により、これまでの情報共有のロスタイムを排除し、組織全体の活動に大きくドライブをかける、**業績向上直結型**の「超速情報共有」の仕組み

シングルインプット

自動投稿



PC、スマホ、携帯などマルチデバイスで、いつでもどこでも簡単報告

報告は、企業・名刺・案件・スケジュールなどに関連付けられタイムラインに自動投稿

見える化/超速情報共有

顧客対応改善



上司や関係者は、関連情報を確認しながら、タイムライン上でアドバイスをスピード返信

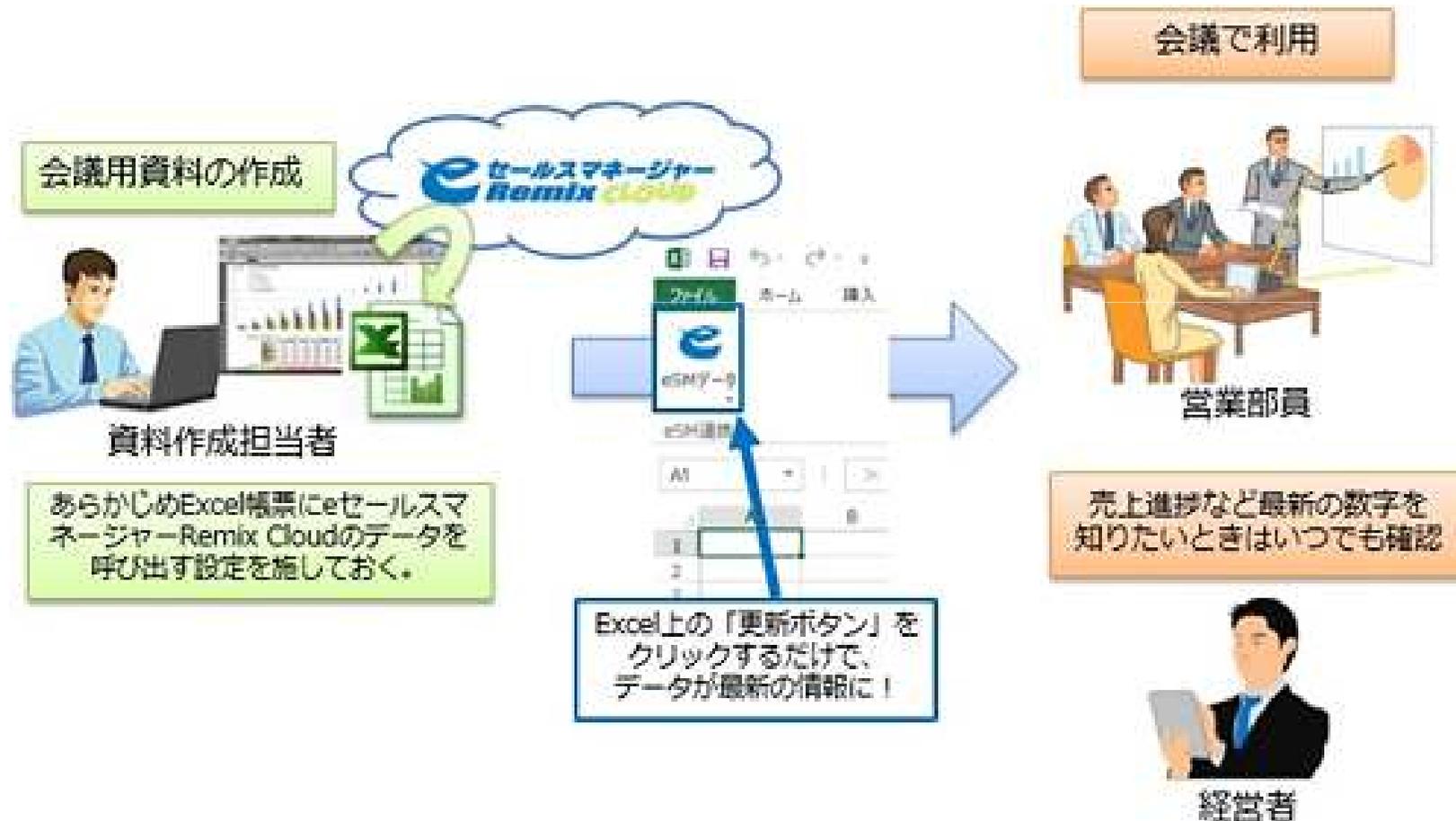
無駄な会議や報告は削減  
顧客対応スピードも格段にUP!





## ③ Excel連携機能

**Excelの利便性は残したまま**、いままでの帳票を利用。  
資料作成の手間を軽減。入力は1度限り。ミスは即時修正。





# ④コンタクト先管理機能

一元化された顧客シートや案件シートで「コンタクト先情報」を管理  
「訪問できてない部署」「接点のないキーマン」を見える化し**組織的な訪問戦略**を。

顧客

顧客リスト 顧客検索

登録情報の変更

顧客詳細

活動登録 活動履歴 リストへの追加 ウォッチする 投稿する 関連情報の登録

ソフトブレン株式会社

顧客情報 スケジュール 0 ToDo 0 案件一覧 名刺一覧 子顧客一覧

顧客コード	679985	親顧客	ソフトブレングループ
顧客形態	法人	営業マン数	5,301名以上
従業員レンジ	05,501名から1000名	導入率	○
ブッシュセル対象外			
クロスセル提案範囲			

顧客コンタクト先を編集

コンタクト先	有効接触日	名刺情報	立場	意欲	備考
社長・役員	2013-12-08	本社 山口英則 代表取締役社長	決裁者	後向き	
		営業管掌のコウダ執行役員	...	? 不明	来週お会いする予定
ユーザ部門	2014-06-12	本社 営業1部 谷口英徳 部長	P1メンバー	前向き	
	2013-12-15	本社 営業1部 岡山昇 課長	P1メンバー	前向き	
情報システム部門					
営業推進・企画部門	2014-06-12	真中和之 課長 (窓口)	旗振り役	前向き	

コンタクト先：会うべき部門/人を設定できます。

接触/未接触が色分けされ、会えていない先は紹介してもらうことが必要

有効接触日：個別に最終の面談日が分かります。

一定期間、会えていない先は赤色で表示され、現状のヒアリングと提案が必要

意欲：自社サービスへの購買意欲が分かります。

購買意欲が後向きな先には説得できる提案が必要



# ⑤スマートフォン版刷新

外出先での営業担当者やマネージャーの活動に合わせて操作導線の見直しを行い、情報の検索、閲覧、入力、フィードバックが最小限の画面遷移で行えるよう改善  
スマートフォンの特徴を最大限に活かした**視認性・操作性の向上**を実現

スケジュール画面

Before

各画面に簡易検索が追加

After

メニュー画面

Before

After

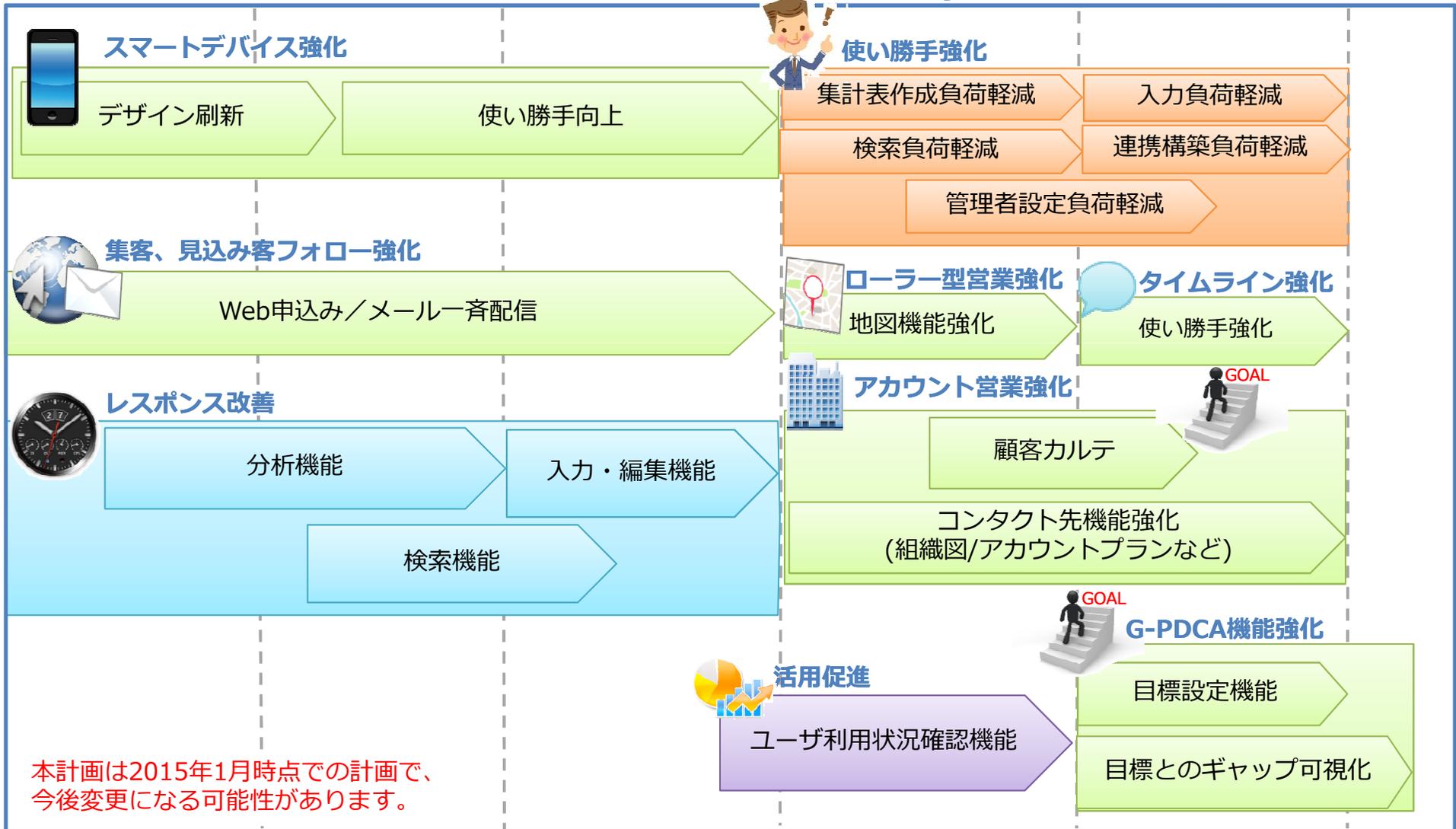
会社名、案件名など分かりやすく  
部下のスケジュールや  
期限切れToDoの  
確認も1タップで

メニューを見やすく、  
分かりやすく



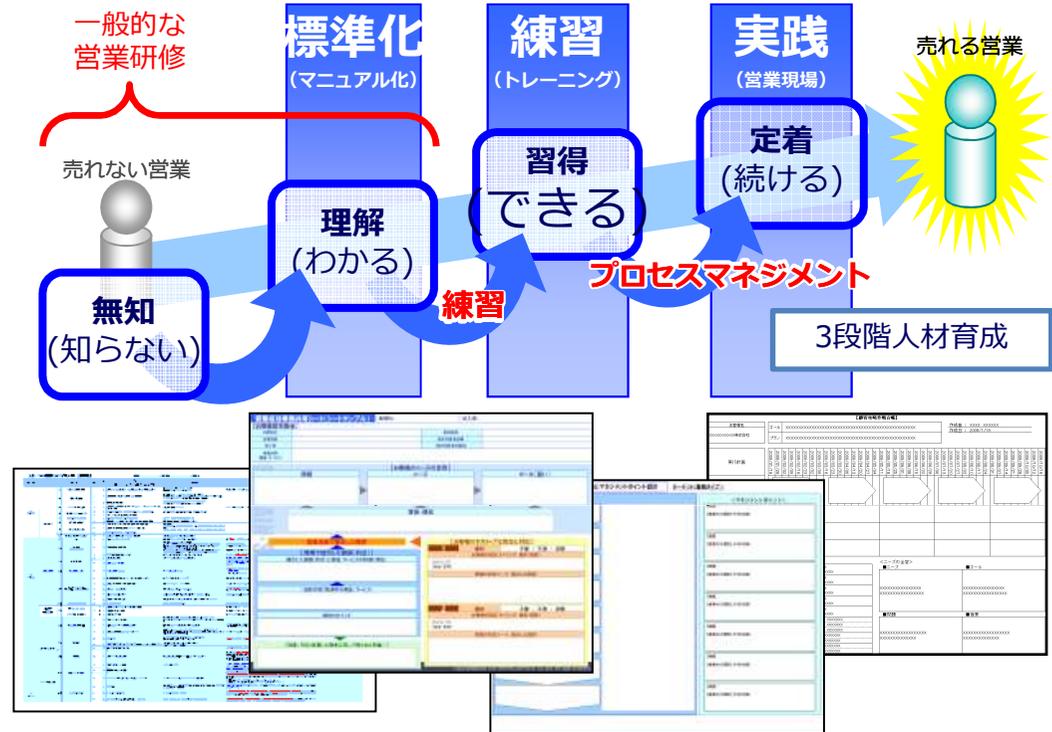
# 2015年度開発計画

2014年4Q      2015年1Q      2Q      3Q      4Q      2016年





# 営業トレーニングとの融合が進む



プロセスマネジメント大学受講者大幅増

昨年比**49%**増  
 10年で3890人が受講  
**95.2%**が満足

コダック社との協業開始

**Kodak** **SBS**  
Softbrain Service

売れる印刷営業の  
仕組みづくり大学

# PM プロセスマネジメント・アワード



プロセスマネジメント実践企業の研究発表の全国大会  
高い成果を挙げた企業を讃え、ヒントを頂戴する場

## 「プロセスマネジメント・アワード2014グランプリ」



全国から700名が参加

受賞者と選考委員長による記念撮影

基調講演: 尾崎高知県知事



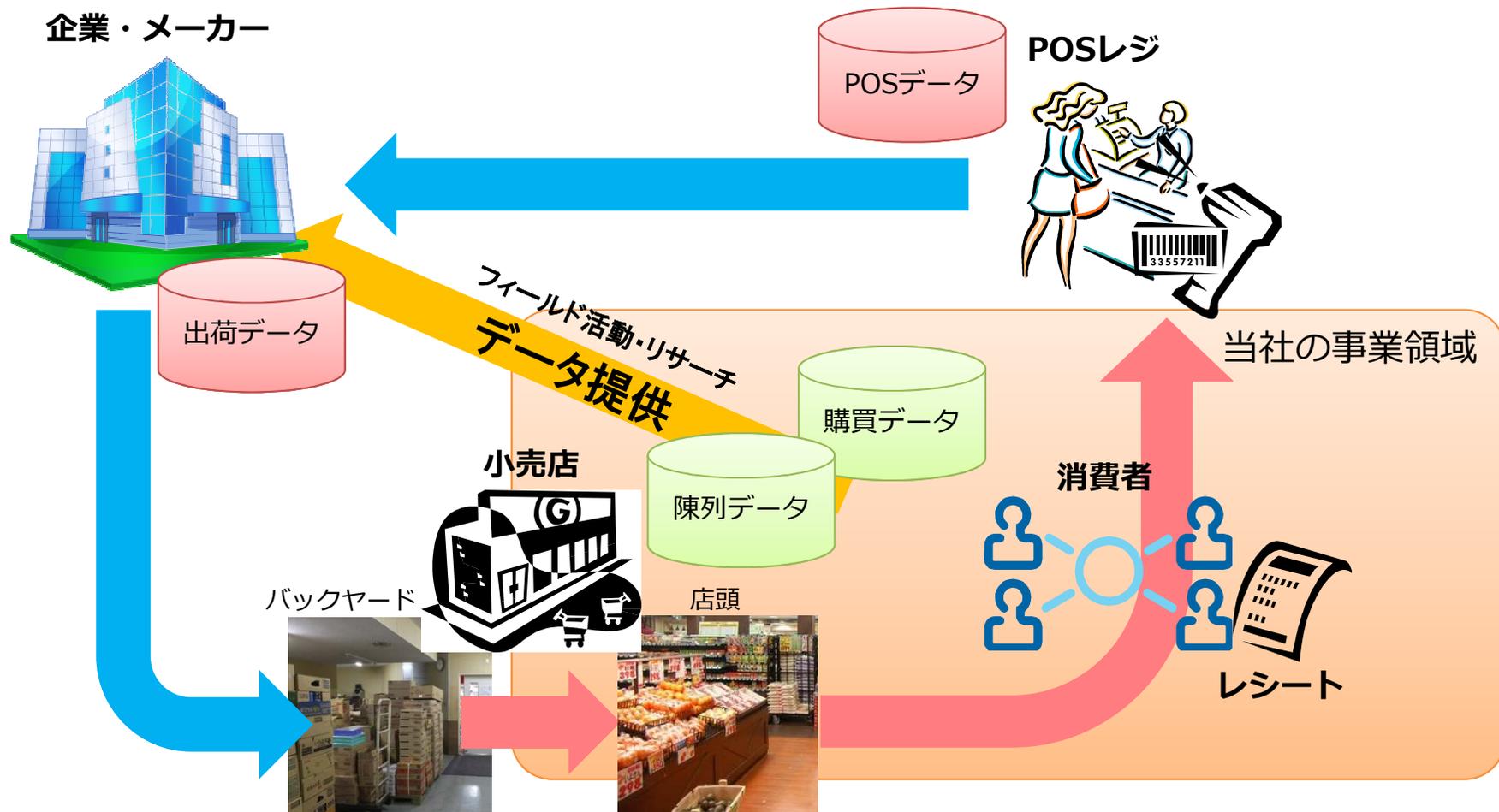
## 2. フィールドマーケティング事業



# 出荷とPOSをつなぐサービス

従来、消費財メーカーの手元には「出荷データ」と「POSデータ」しかありませんでした。

これに対し、フィールド活動・リサーチを行うとともに「店頭陳列されたか」「比較検討されたか」「誰が買ったか」のデータを提供し、販売促進・改善につなげます。





# 事業モデル

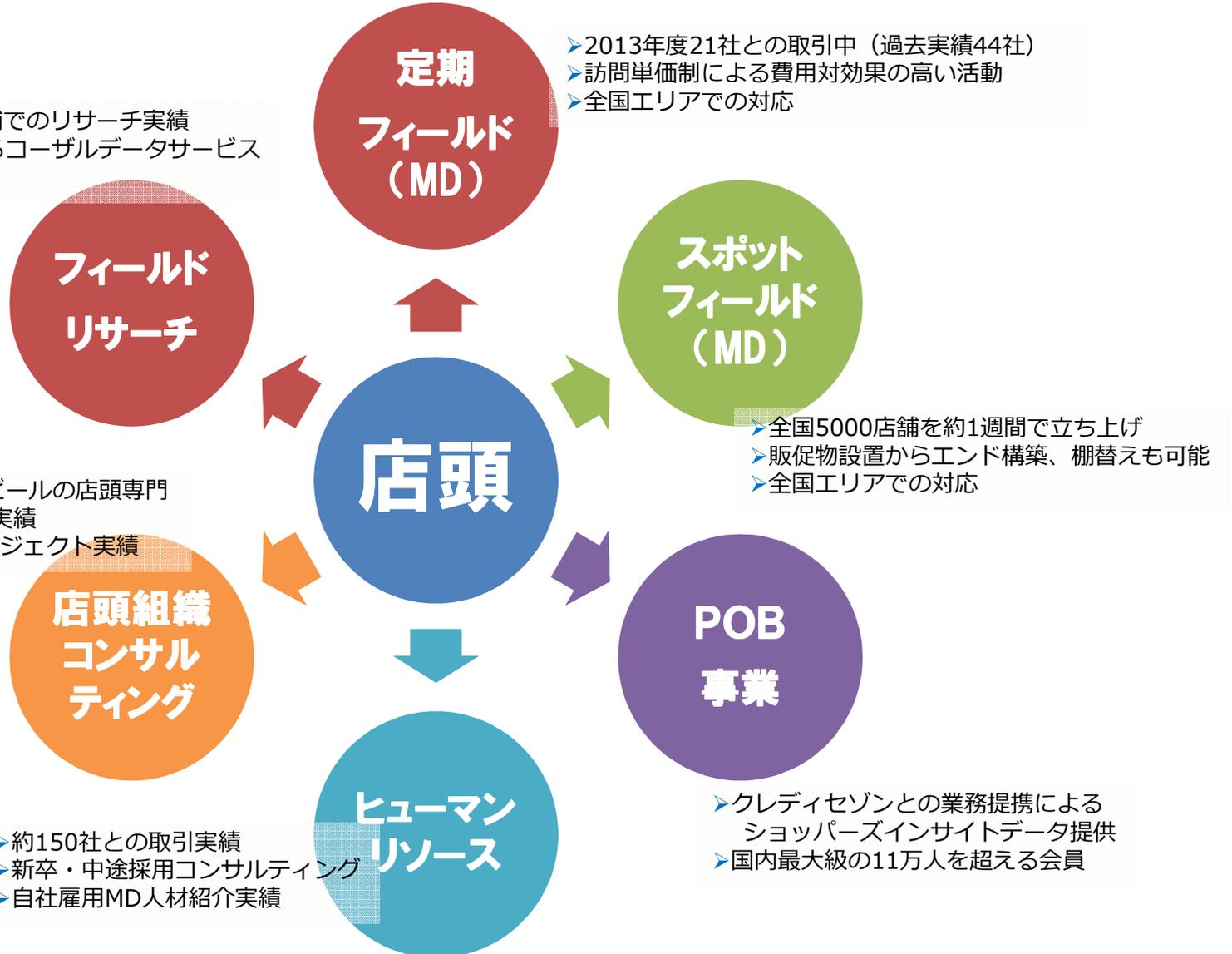
訪問単価制・・・業務受託費は、1訪問先・1業務・1報告ごとにご請求。  
クライアント企業には、登録スタッフの移動時間のコスト負担をお掛けしません。





# サービスメニュー

- ▶2013年度内に延べ73,709舗でのリサーチ実績
- ▶インテージ社との提携によるコーザルデータサービス
- ▶15000店舗を約1週間で調査





## 国内カバー領域

全国に5万名超のキャストネットワークを構築

エリア	人数	エリア	人数
北海道	3,974	中部	4,766
東北	3,131	近畿	6,789
北関東	3,460	中国	3,190
首都圏	12,768	四国	1,208
甲信越	2,169	九州	7,008
北陸	2,059	全国合計	50,522

全国114,000店舗以上の訪問実績

業態	実績店舗数
ドラッグストア	18,766
GMS・SM	18,739
コンビニ	15,953
書店	9,091
ホームセンター	4,100
ディスカウントストア	4,100
家電量販店	2,182
専門店	23,937
その他	19,039
合計	114,604

取引実績は130カテゴリー200社超

食品メーカー	日用品・雑貨メーカー	その他メーカー	チェーンストア
果物	台所用品	自動車オイル	高級スーパー
カット野菜	オーフルケア	バイクオイル	百貨店
卵	トイレタリー	車パーツ	CVS
パン	ヘアケア・ボディケア	携帯キャリア	コーヒーチェーン
ハム	コンタクトレンズケア	タバコ	クリーニングチェーン
タレ	カミソリ	雑誌	石油
めんつゆ	衛生	通信販売	住宅メーカー
食用油	<b>家電メーカー</b>	照明	家電量販店
ゴマ油	シェーバー	玩具	スポーツジム
カレ	体脂肪計	靴下	家具
インスタント麺	AV家電	下着	カジュアルブランド
スープ	AV周辺機器	繊維	駅中ショップ
練り物	電池	陶器	古本
冷凍食品	照明器具	成人用オムツ	旅行
珈琲	パソコン	魔法瓶	複合施設
スナック菓子	コピー機	<b>飲料メーカー</b>	リサイクルショップ
米菓	ゲームメーカー	ビール	結婚式場
洋菓子	PCソフト	ワイン	学習塾
菓了	AV家電	日本酒	レンタカー
玩具菓子		ソフトドリンク	<b>化粧品・医療メーカー</b>
ガム		野菜ジュース	医薬品
キャンディ		乳性飲料	基礎化粧品
		牛乳	化粧品
			健康食品

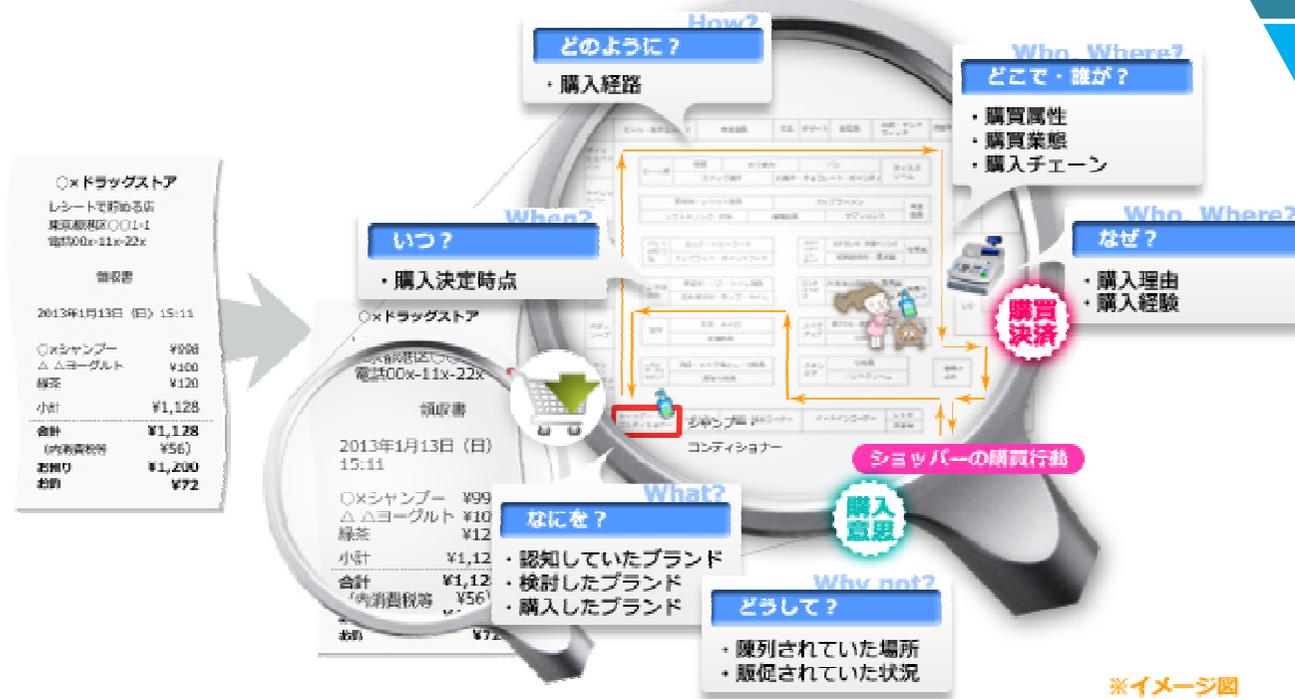


# 「Point of Buy」

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ提供サービス
- 国内最大級の11万人を超える会員
- 購買行動プロセス要因のすべてをカバーできるデータ

1枚のレシートにショッパー情報が詰まっている！

1枚のレシートを通じて、“実際に利用したショッパーの一連の消費行動”が紐づいて把握することができます！



**認知**  
(陳列ブランド)

**比較**  
(検討ブランド)

**決定**  
(購入ブランド)





# RECEIPO(レシーポ)

- Point of Buy®で集計されたデータを基に、購入商品や利用サービスのランキングとともに、利用者の声を発信。
- レシートを基軸に、購入/利用頻度や検討比率、満足度など、あらゆる情報を探ることができるレシートポータルサイト



(<http://receipo.com/>)



# ラウンダー人材バンク

- 消費財メーカーのフィールド活動を行うラウンダー人材は、特殊な専門スキルが必要であり、安定確保が困難
- これに対し、本事業で培ったノウハウと人的ネットワークを活用し人材を提供
- 再就職支援として、消費財メーカーの有期雇用退職スタッフの受入も実施

■登録者数 約50,000名

■各消費財メーカー出身者(例)

- ・食品メーカー
- ・飲料メーカー
- ・日用品・雑貨メーカー
- ・化粧品メーカー
- ・衣料品メーカー
- ・家電メーカー
- ・その他メーカー



一般派遣



紹介予定派遣



人材紹介(直接雇用)



### 3. 通期業績予想



# 2015年 連結業績予想

単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2014年12月期実績	4,934	568	578	252
<b>2015年12月期予想</b>	<b>5,400</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>300</b>
成長率	109%	114%	112%	119%

## ■ 今後の事業方針

- ・「使い勝手No.1のSFA」を目指し、さらなる開発投資を続け、製品力を強化
- ・営業支援活動、マーケットリサーチサービスに加え、消費財メーカーへのデータ提供サービスを拡大
- ・他社との協業を強化し、ボリュームゾーンの攻略を推進
- ・営業課題解決というテーマのもと、グループのあらゆるシナジー機会を最大限に活用

## ■ 配当方針

- ・基本方針：企業体質の強化と今後の事業展開に備えるために内部留保の充実を中心に捉えながら、当社の成長段階及びその業績に応じた弾力的な利益配当を実施。
- ・現在の状況：利益配分を行うほどの蓄積・利益水準には未だ不十分。経済環境及び経営状況の変化を鑑み、株主還元方針を改めて検討。内部留保資金は、経営体質の強化及び将来の事業展開に役立てる方針。



# 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、2015年2月5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。