

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 white cutout in the center.

SOFTFRONT

事業計画 及び 成長可能性に関する事項

2022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)

2022年 3月期の結果

売上高 377百万円（前年比+22%）、**営業損失 17百万円**（-）

- サイト・パブリスを買収し、**事業基盤を拡大**（当期に買収費用を計上）
- 本店移転により新しい働き方&機動性を高め、**販売管理費を削減**（当期に違約金を特別損失計上）
- 各種製品（commubo / telmee / SITE PUBLIS）による**ストックビジネスの積み上げ**

ビジネス ハイライト

デジタル・コミュニケーション基盤の「価値↑ × 市場↑」

- 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

今期の方針

売上高 800百万円（前年比+112%）、**営業利益 30百万円**（-）

- **Change&Growth – サイト・パブリスも含めた非連続な成長、お客様への価値提供基盤の強化**
- **活動方針は「売りやすく、作りやすく、使いやすく」**
 - ↳ 【主な投資】マーケティング（認知向上）、お客様への支援体制の強化、プロダクト開発

2022年 3月期の結果

単位：百万円

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

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（事業基盤の拡大）に伴う費用
- 営業外費用の増加：貸倒引当金（資産評価の適正化）計上に伴う費用
- 特別損失の増加：本店移転（新しい働き方の実践 & 機動性の向上）に伴う違約金

単位：百万円

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

サイト・パブリス
買収による
ソフトウェアや
のれんの増加

単位：百万円

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

サイト・パブリス
買収により
資本剰余金が
大幅に増加

クラウド自動電話サービス



年間売上高 **79,246**千円

1年間（2021年4月～2022年3月）の成長率

MRR

(月間 定期売上高)

+30%

(単位：千円)

5,696

2021年4月

MAU

(月間 顧客数)

+31%

(35社 → 46社)

7,393

2022年3月

自然会話 AI プラットフォーム



年間売上高 **23,160**千円

1年間（2021年4月～2022年3月）の成長率

MRR

(月間 定期売上高)

+134%

(単位：千円)

1,330

2021年4月

MAU

(月間 顧客数)

+44%

(9社 → 13社)

3,112

2022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 **132,326**千円[※]

1年間 (2021年4月 ~ 2022年3月) の成長率

MRR

(月間 定期売上高)

+27%

(単位: 千円)

9,917

2021年4月

MAU

(月間 顧客数)

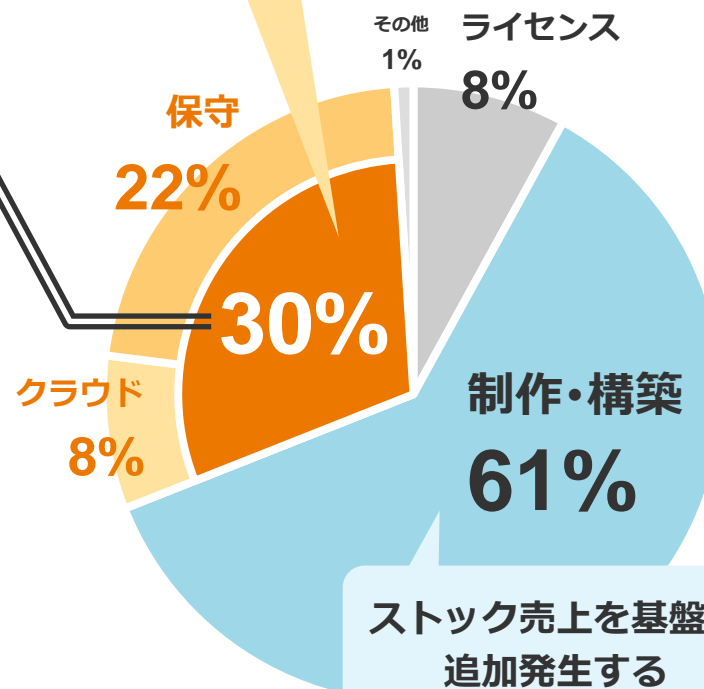
+17%

(134社 → 157社)

12,604

2022年3月

売上高全体の**30%**を
ストック売上で構成

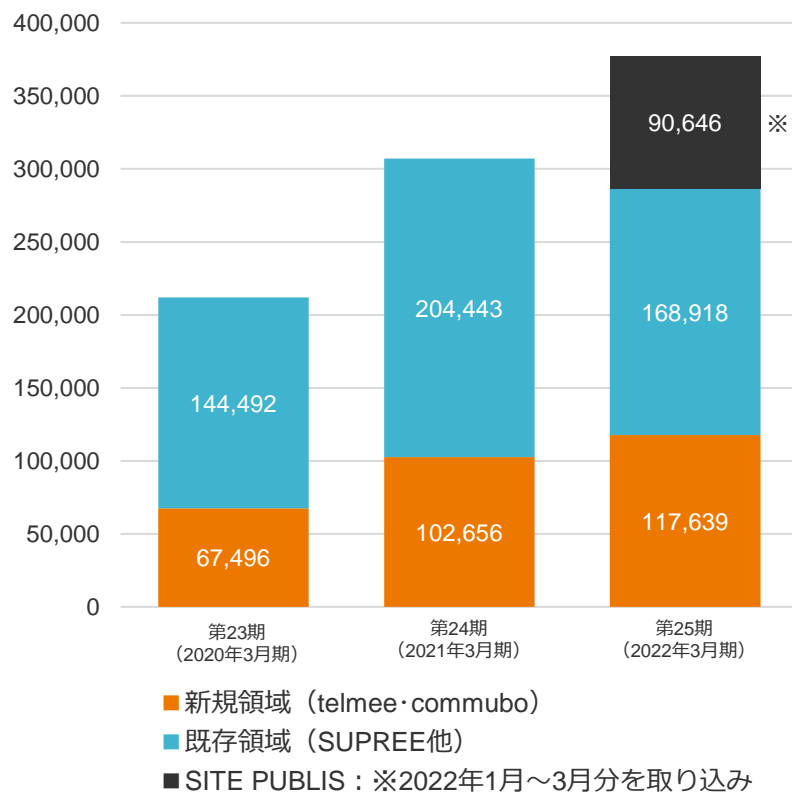


ストック売上を基盤に
追加発生する
制作・構築による売上

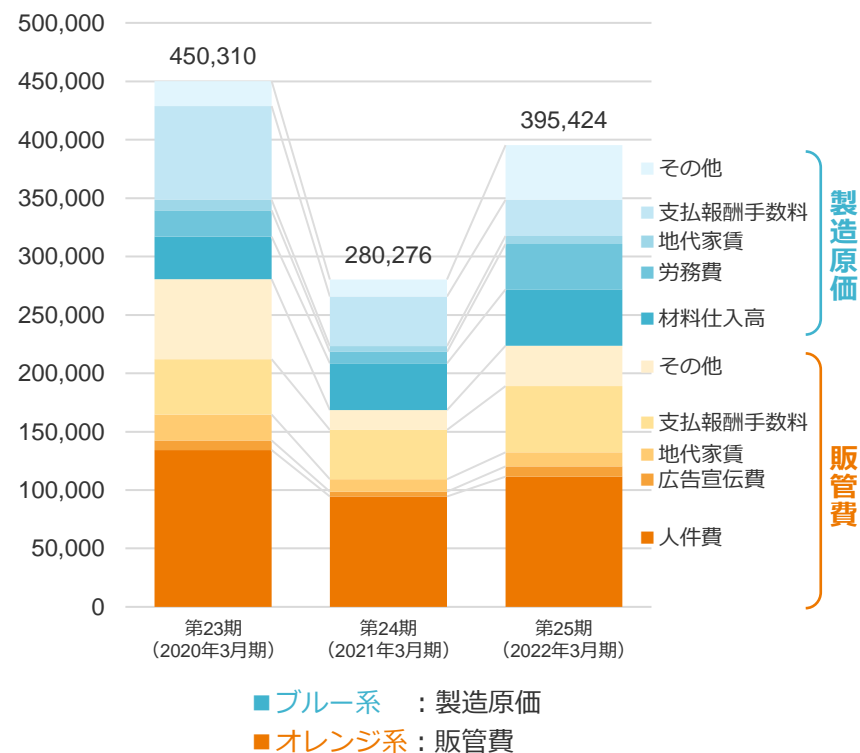
※2021年4月~2022年3月のストックビジネス売上高

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



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



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

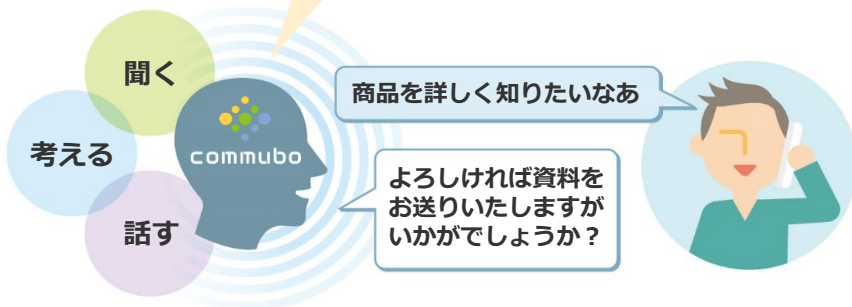
- 人間の声・内容を分析し、自然な返答音声を自動合成
- 相手に合わせてゆっくり話す・大きく話すなど、動的な変化
- 通販の注文受付や、金融系企業の督促業務などを効率化

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

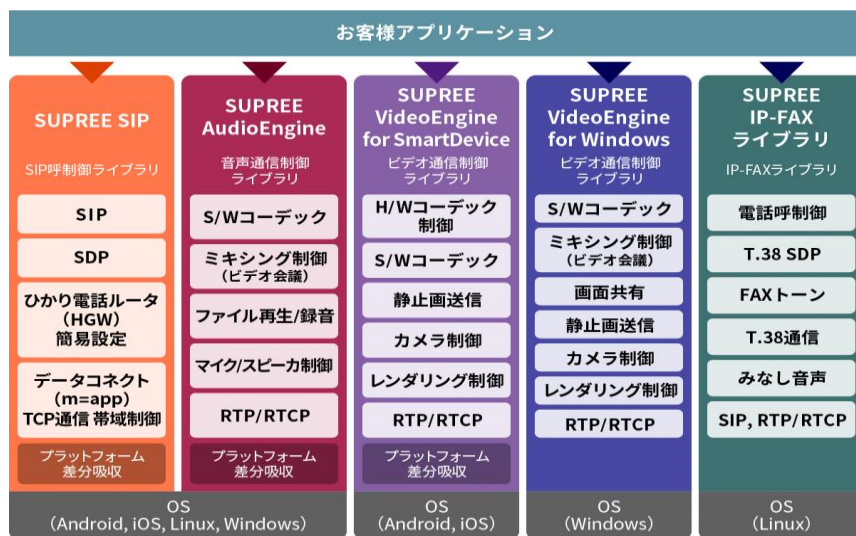
新日本製薬

SK TSUSHIN

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**

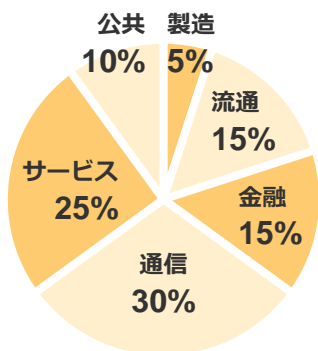
SITE PUBLIS 株式会社サイト・パブリス

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

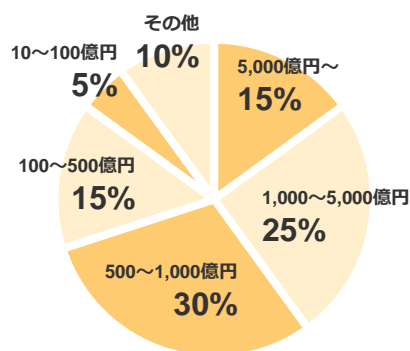


CMSツールベンダーとしての 約20年間の信頼と実績

- 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



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

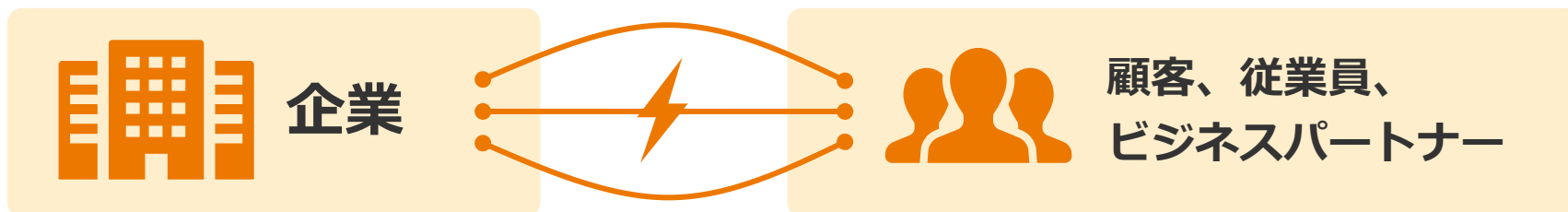


隣接分野のM&A、業務資本提携の活用

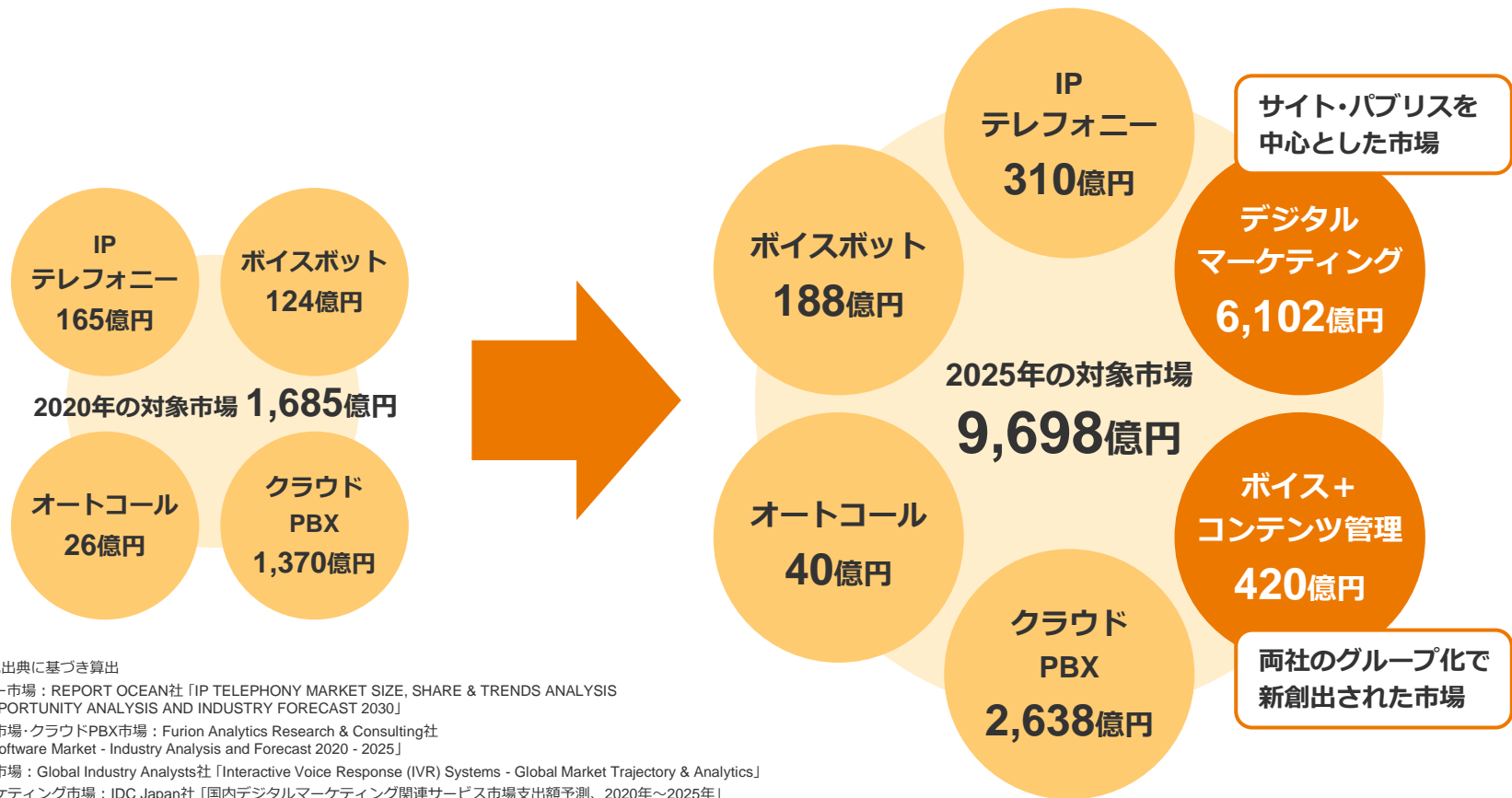
- スピード感のある基盤強化のために
インオーガニックな成長施策を実行
- 既存事業 / サービスと良質なシナジーを生む
隣接分野のM&A、業務資本提携の実施

「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



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



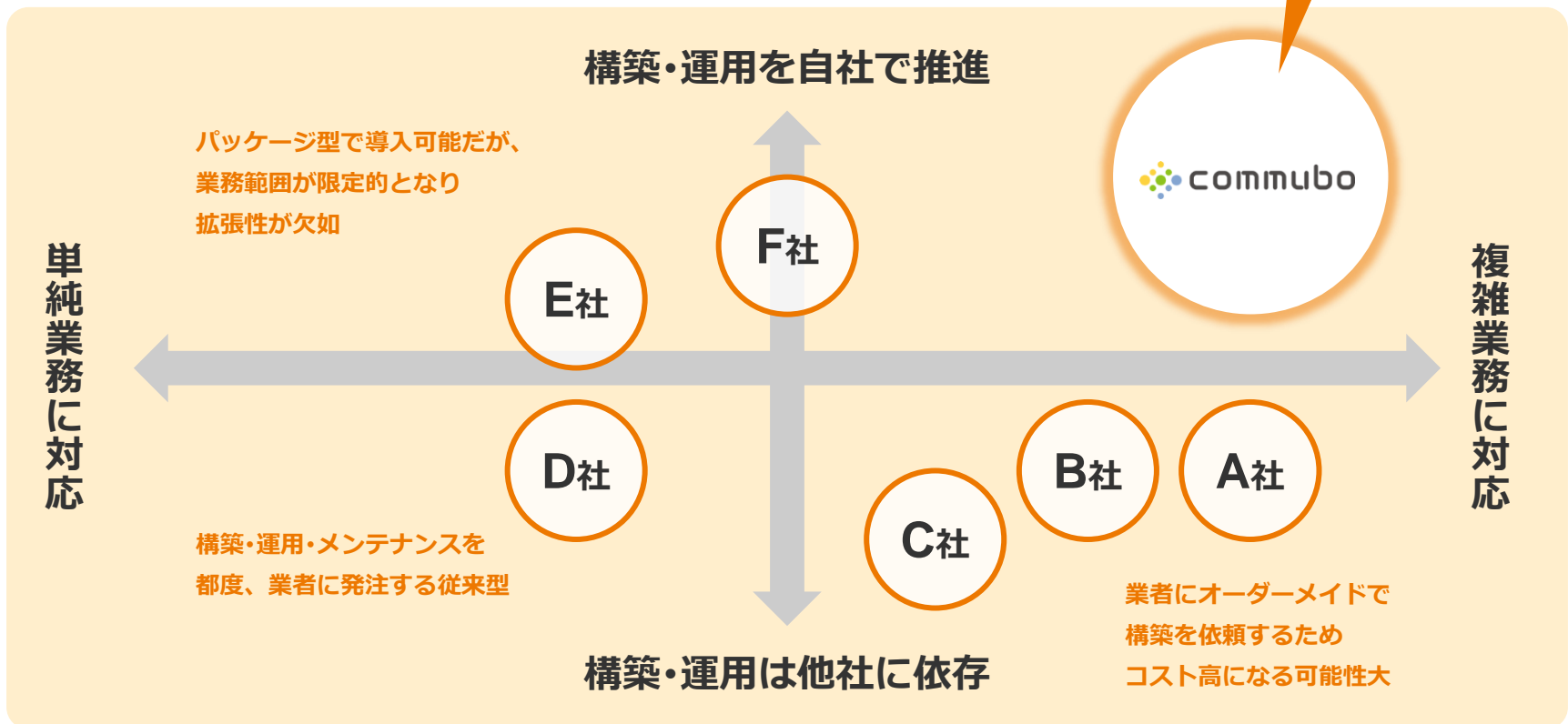
各市場規模は下記出典に基づき算出

- 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」
- ボイスポット市場：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
- お客様社内での構築・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、お客様社内での構築・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)		2022年3月期の状況
(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・telmeeでの着実なストックビジネスの積み上げ
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		2022年3月期の状況
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
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
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

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

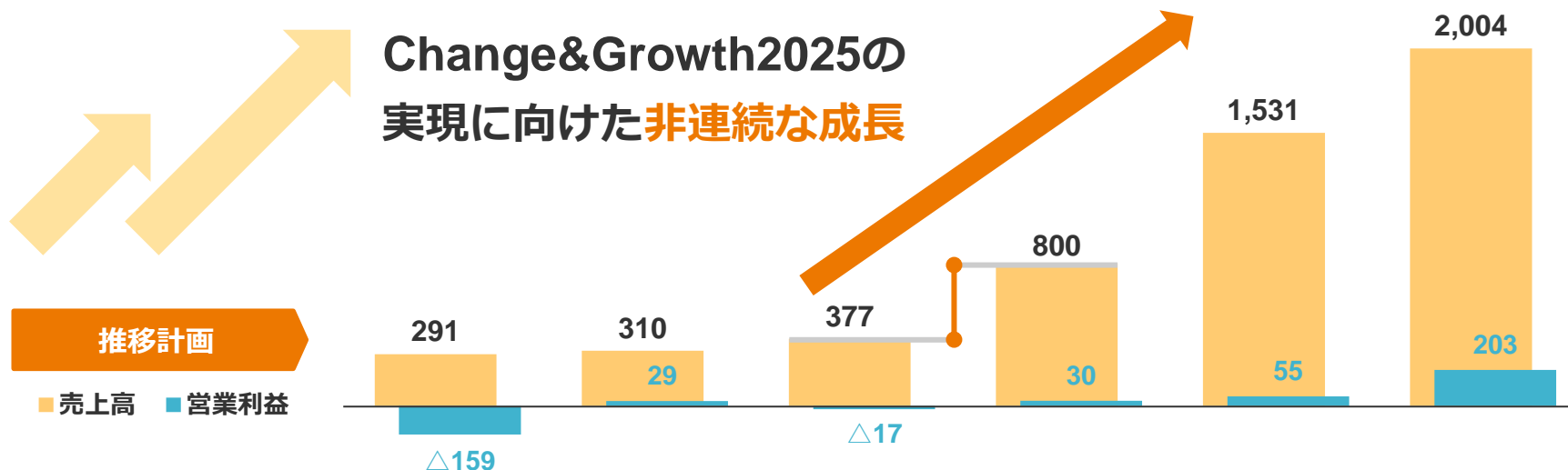




定量目標（～2025年3月期）

単位：百万円

	第23期	第24期	第25期	第26期		第27期		第28期	
	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	
	実績	実績	実績	計画	YoY	計画	YoY	計画	YoY
■ 売上高	291	310	377	800	112%	1,531	91%	2,004	31%
■ 営業利益	△159	29	△17	30		55	83%	203	269%
営業利益率	△55%	9%	△5%	4%		4%		10%	
経常利益	△158	37	△34	30		55	83%	203	269%



※経常利益は、第23期～第25期は実績値、第26期～第28期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
		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
		実績	実績	計画	実績	前回計画	修正後計画	前回計画	修正後計画	修正後計画
既存領域 SUPREE 他	顧客数	46	39	38	38	36	39	34	40	41
	顧客単価	3,141	5,242	5,053	4,445	4,722	5,097	4,265	5,641	6,010
	売上高	144,492	204,443	192,012	168,918	170,000	198,900	145,000	225,630	246,430
新規領域 commubo・ telmee	顧客数	42	58	83	73	130	80	200	131	184
	顧客単価	1,621	1,774	2,048	1,612	2,538	1,890	2,950	2,121	2,663
	売上高	67,496	102,656	170,000	117,645	330,000	151,200	590,000	277,901	490,057
SITE PUBLIS	顧客数				156		173		202	242
	顧客単価				※ 2,618		2,601		5,087	5,232
	売上高				※ 408,354		450,000		1,027,566	1,268,314

↑※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

- 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

	2022年3月期における 計画と実績の差分について	2023年3月期と2024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>世界的な半導体供給不足状態が長期化し、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機器の出荷台数が当初の予定より減少したことを受け、当社へのロイヤリティ収入に影響が出ました。</p> <p>今後、半導体不況が解消に向かうことにより、既存領域での改善が見込まれます。</p>	<p>2022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>ニューノーマル時代における、法人企業・自治体の電話業務の自動化ニーズを捉え前年度から顧客数は伸張。</p> <p>しかし特に「commubo」はトライアル段階の顧客が多く、導入予定先の案件が持ち越されたことにより、計画との差異が生じています。</p> <p>一方、本運用中の顧客については、従量課金収入による月間定期売上高（MRR）も上昇していることから、ストック収入基盤は整いつつあります。</p>	<p>2022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 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

コンセプト

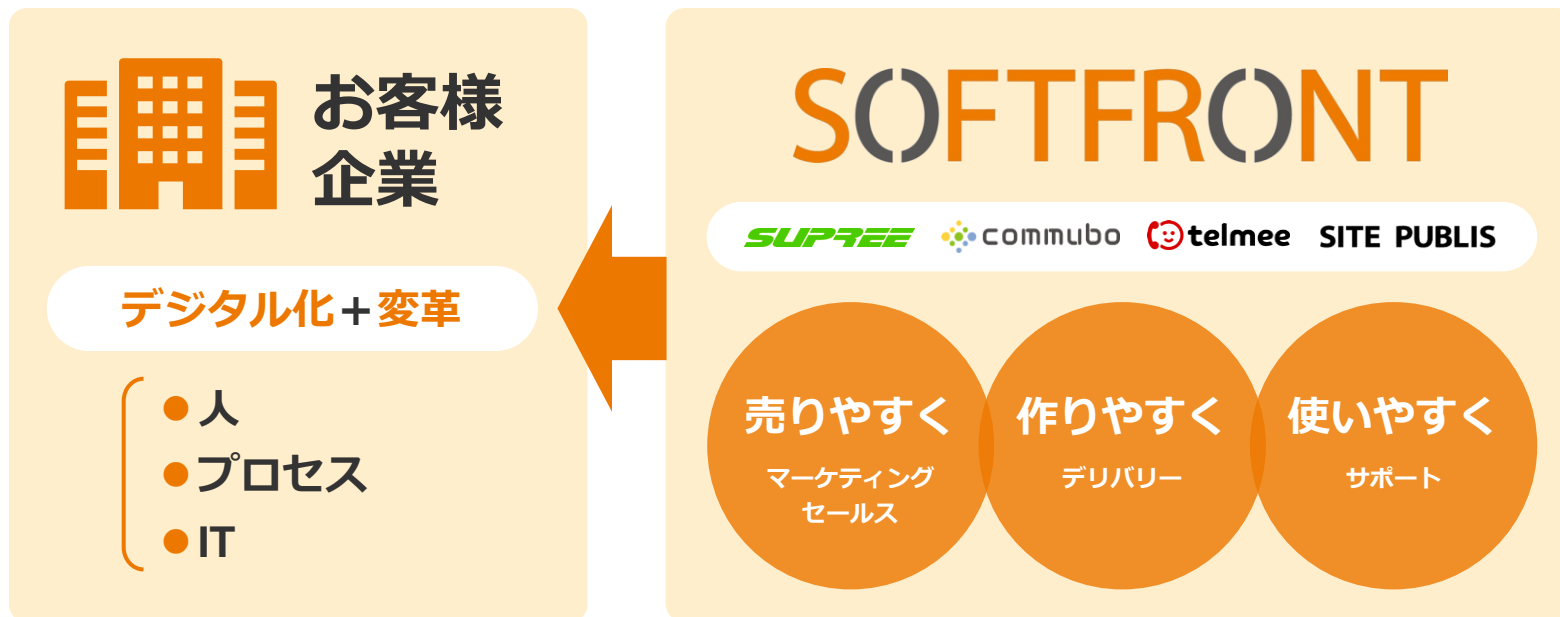
柔軟性と拡張性を兼ね備えた
社会・企業とともに進化するCMS

様々なWebサイト／コンテンツ配信基盤の
構築プロジェクトにて、**低コスト・短期間**での
完成が実現可能となります

主な機能・仕様	期待される効果
Headless CMS 機能 ・ コンテンツ配信 API	<ul style="list-style-type: none">● 通常のWebサイトだけでなく、スマホアプリやスマートスピーカー、デジタルサイネージなど、様々なデバイス／メディアへのコンテンツ配信を実現
HTMLサイト移行ツール ・ ブロックテンプレート機能	<ul style="list-style-type: none">● SITE PUBLIS Connect でのWebサイト構築をサポートし、データを取り込むだけで初期設定できるスピード構築を実現
CMSコアモジュール構造化	<ul style="list-style-type: none">● オンデマンドでの将来性・機能拡張性を実現
クラウド or オンプレミス	<ul style="list-style-type: none">● 顧客ごとに最適化されたCMSをクラウドでもオンプレミスでも導入可能

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	●	●	



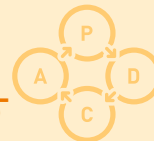
B2Bマーケティングの知見の蓄積

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 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
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
機動性の確保とコスト削減	オフィス	● 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
	システム	● 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）
	働き方改革	● 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）
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
	人事	● 拡大再生産を加速する、人材採用の強化
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
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、リーダー人材を育成

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】

PR・人材・開発の三本柱における適切な投資



PR活動 への投資

特にB2Bにおける
マーケティング&
セールスの分野へ
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



研究開発 への投資

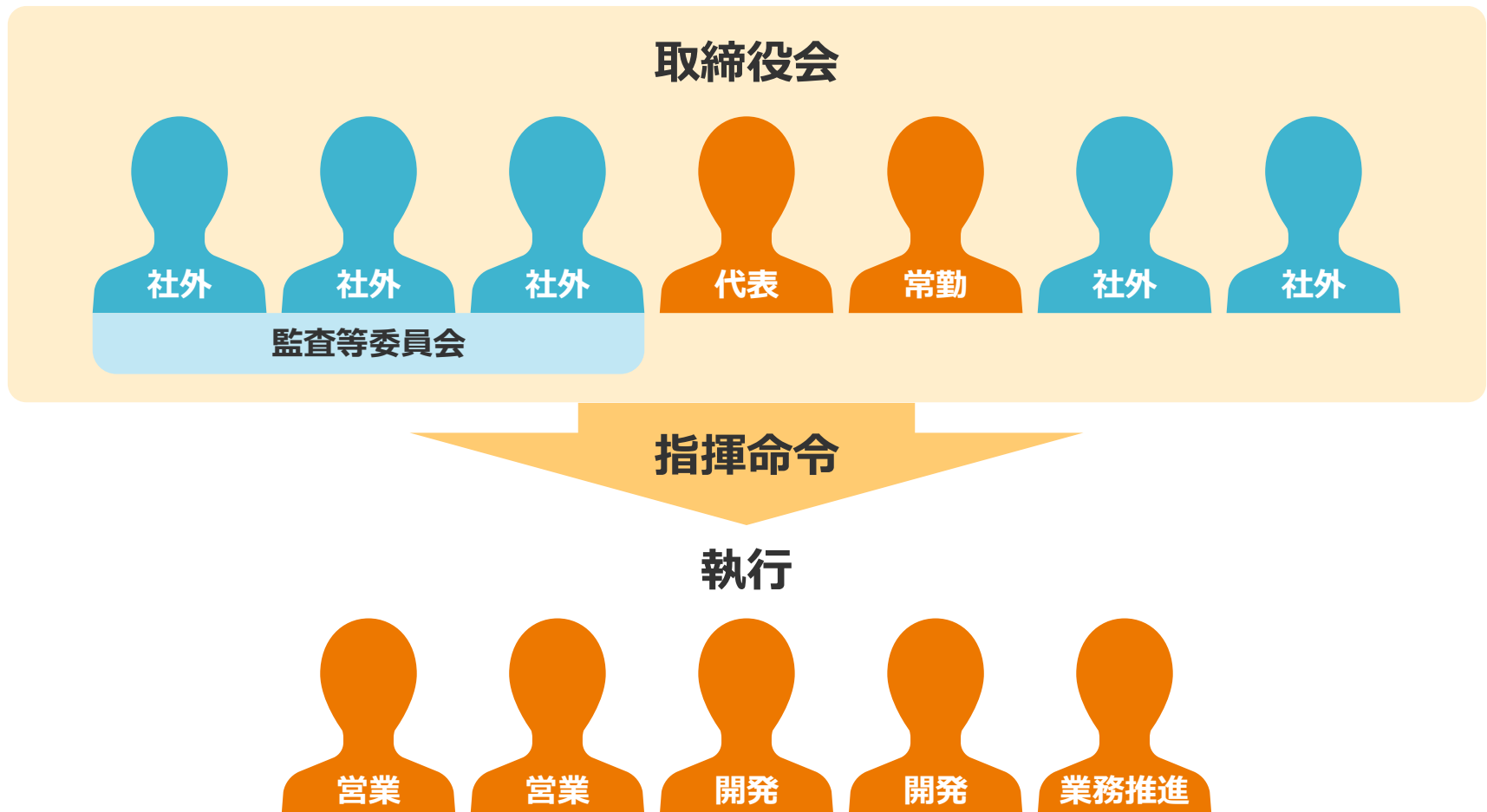
新バージョン
「SITE PUBLIS
Connect」の
サービス提供開始など
お客様への価値提供を
支える開発を加速

The section header for the appendix, consisting of the word "Appendix" in a light gray, sans-serif font, followed by 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（2022年3月31日現在）	
従業員数	46名（子会社の従業員等を含む。2022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	野田 亨
	取締役	佐藤 和紀
	社外取締役	蕭 敬如
	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

- 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

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。そうした中、まずは新しい一歩を踏み出すことができました。

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・パブリス担当

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、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	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。