

2024年3月期 2Q

# 事業戦略説明

スターティアホールディングス株式会社

東証プライム 3393

The logo for Startia Holdings, featuring a white curved line above the text "startiaholdings" in a white, lowercase, sans-serif font.

section

01

## 01 事業戦略

- (1) グループ連結
- (2) ITインフラ事業
- (3) デジタルマーケティング事業

# 1. 事業戦略

東証プライム

3393

***startia***holdings

最先端を、人間らしく。

# 1. 事業戦略

## (1) グループ連結

## 背景

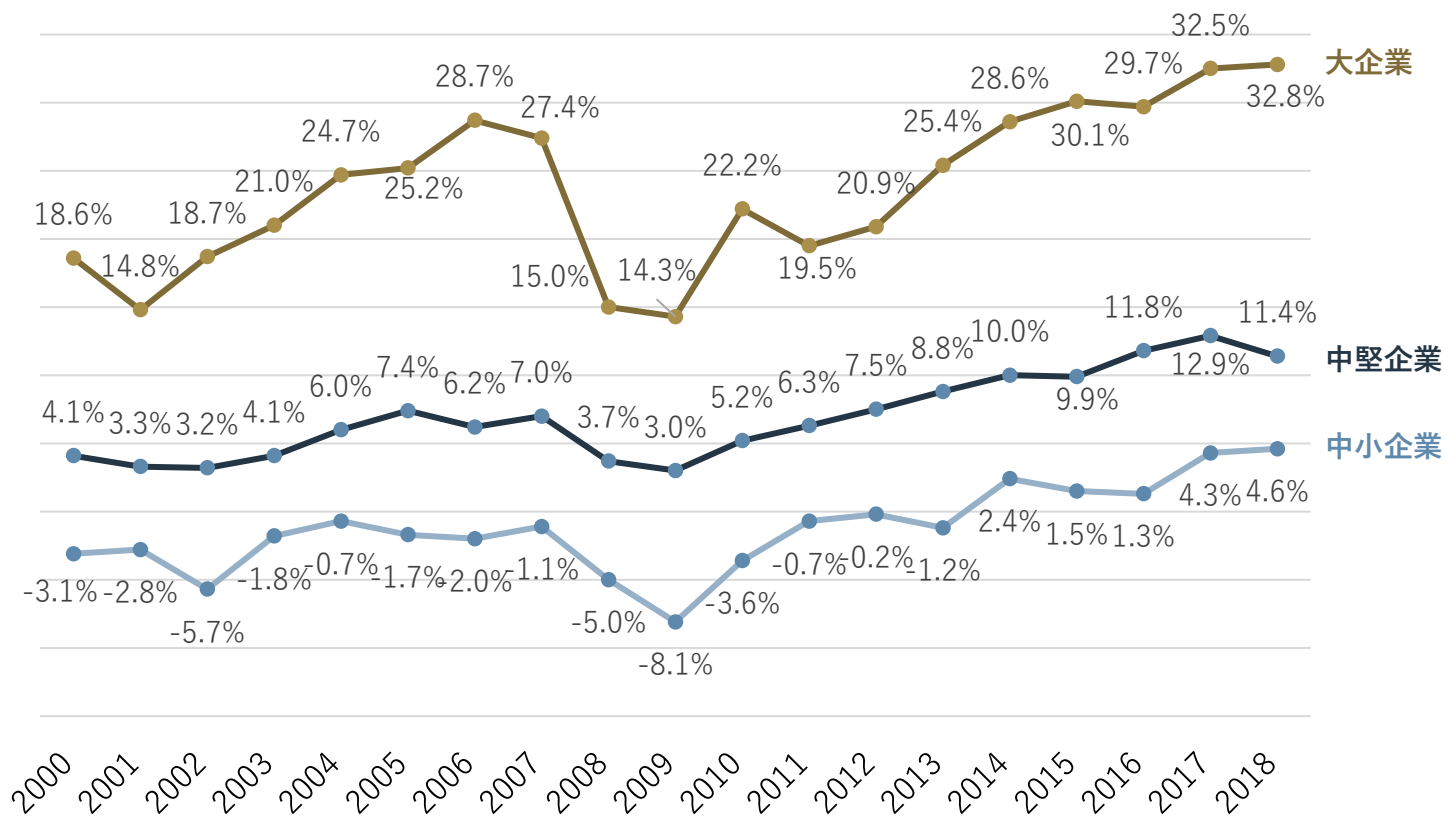
### 社会課題について

#### 数字で見る

#### 日本の生産性低下の現状

- ・ 大企業の生産性は上がっている
- ・ 2000年以降、特に中小企業は微増の状態、大企業との格差が広がっている。

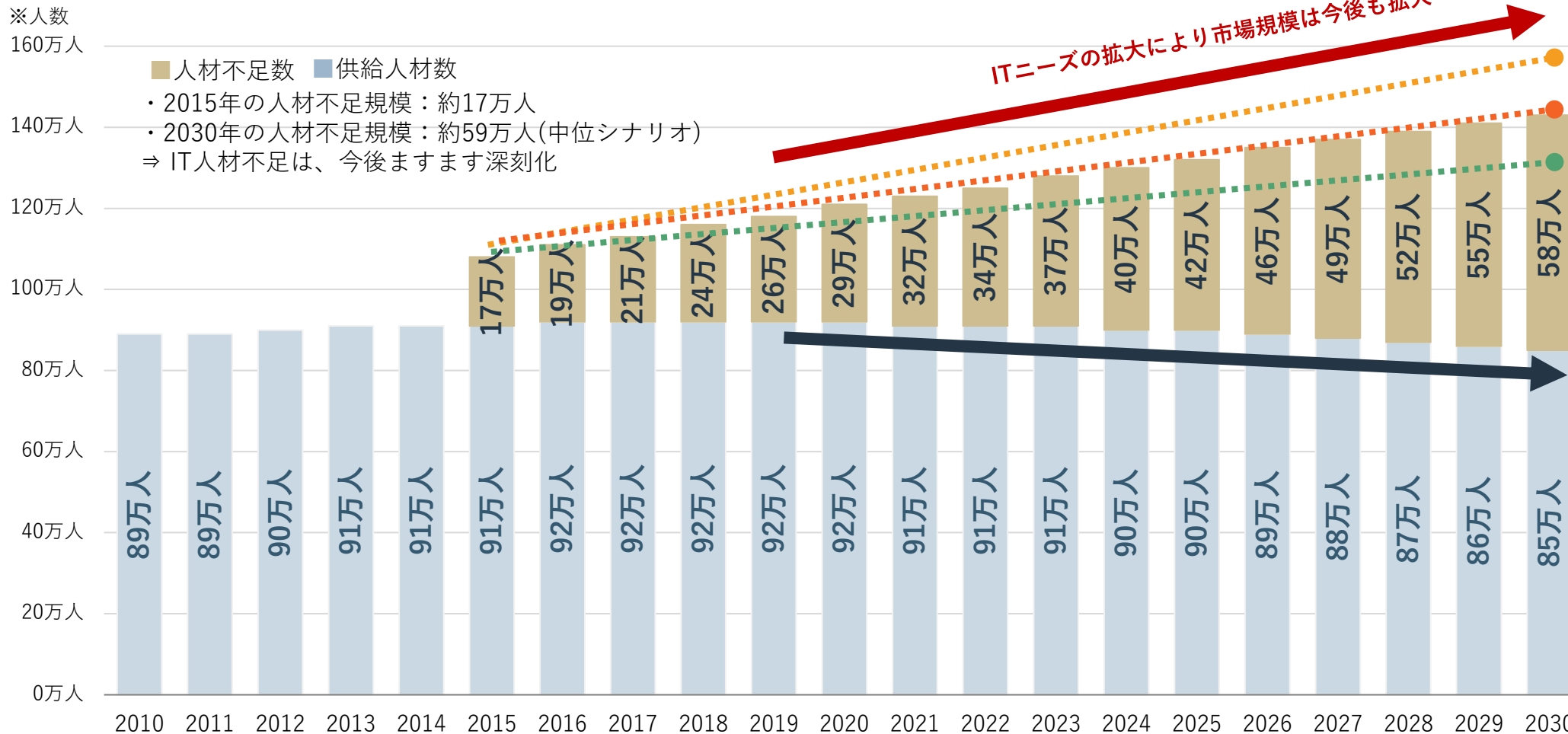
### 日本の法人 企業労働生産性 付加価値額に占める営業純益の割合の推移



(注)付加価値額 = 営業純益(営業利益 - 支払利息等) + 人件費(役員給与 + 役員賞与 + 従業員給与 + 従業員賞与 + 福利厚生費) + 支払利息等 + 動産・不動産賃借料 + 租税公課。

## 解決すべき社会課題 拡大するIT人材不足

2030年の 人材不足数



高位シナリオ

約**79**万人

中位シナリオ

約**59**万人

低位シナリオ

約**41**万人

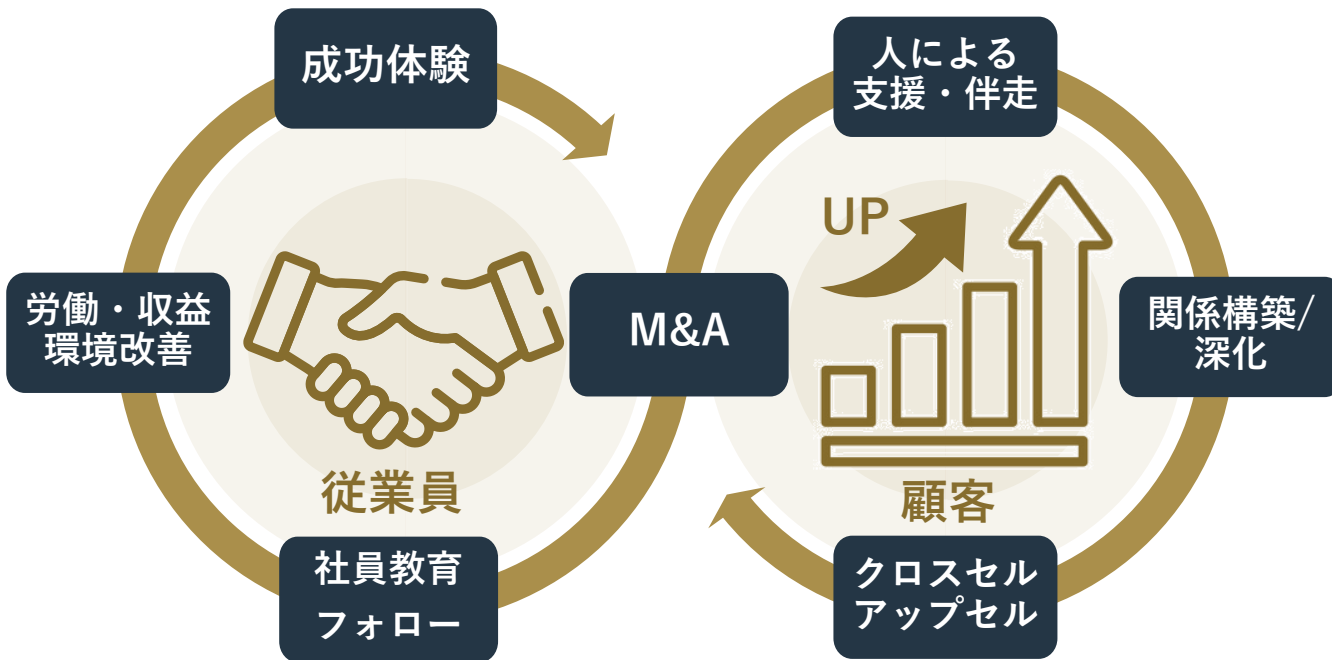
出所：経済産業省「IT人材の最新動向と将来推計に関する調査結果」(みずほ情報総研委託)より

2030年には59万人のIT人材が不足

## 「関係構築」 × 「ソリューション拡張」 による成長

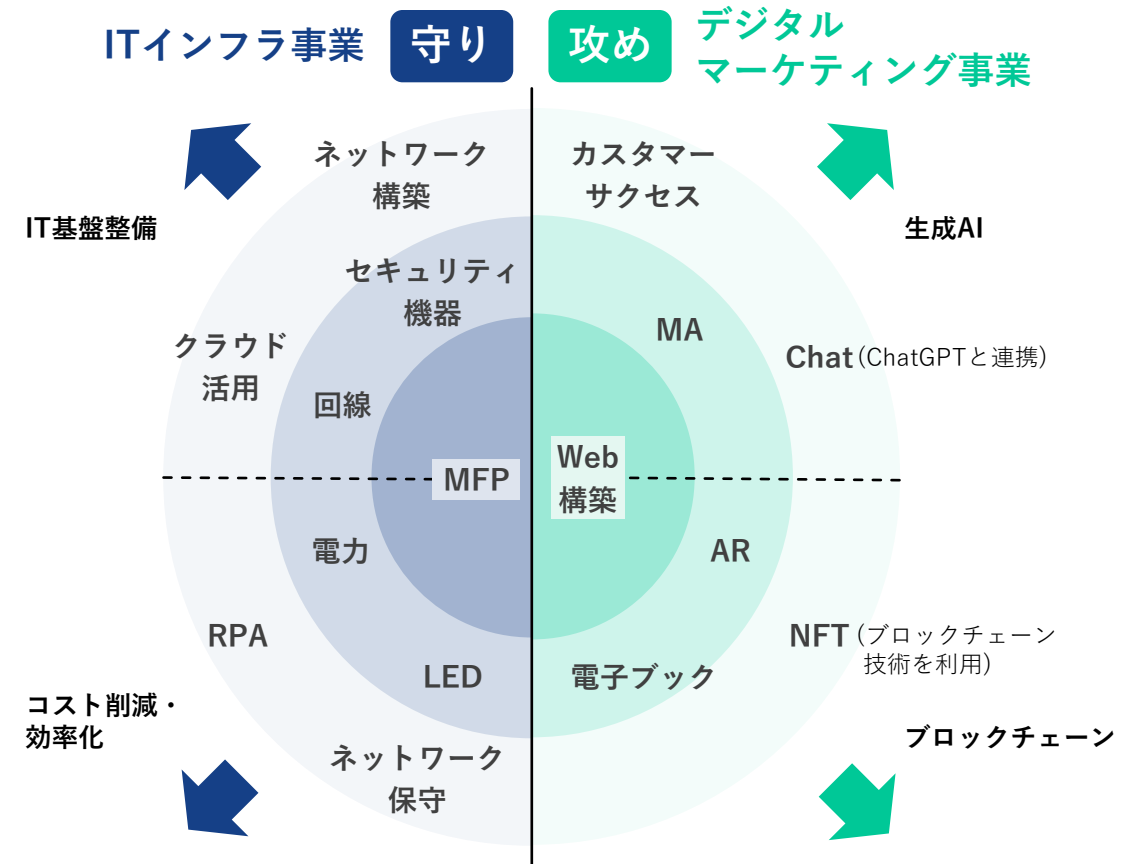
### 中小企業に寄り添う関係構築サイクル

IT活用に課題と不安を抱える経営者にラストワンマイルとして寄り添い、クロスセルにより成長するビジネスモデル。



### 時代の半歩先をゆくソリューション拡張

ストック型のソリューションを重視。



ITインフラ事業

M&A及び新商材による拡大  
顧客課題に応じたクロスセル

デジタルマーケティング事業

新規顧客獲得による拡大  
成功体験を得た顧客へのクロスセル

デジタル  
マーケティング  
事業

売上

クロス  
セル

クロス  
セル

OA機器

セキュリティ  
機器

NW構築

アップ  
セル

回線

RPA

Web

MA

アップ  
セル

生成AI

カスタマー  
サクセス

クロス  
シナジー



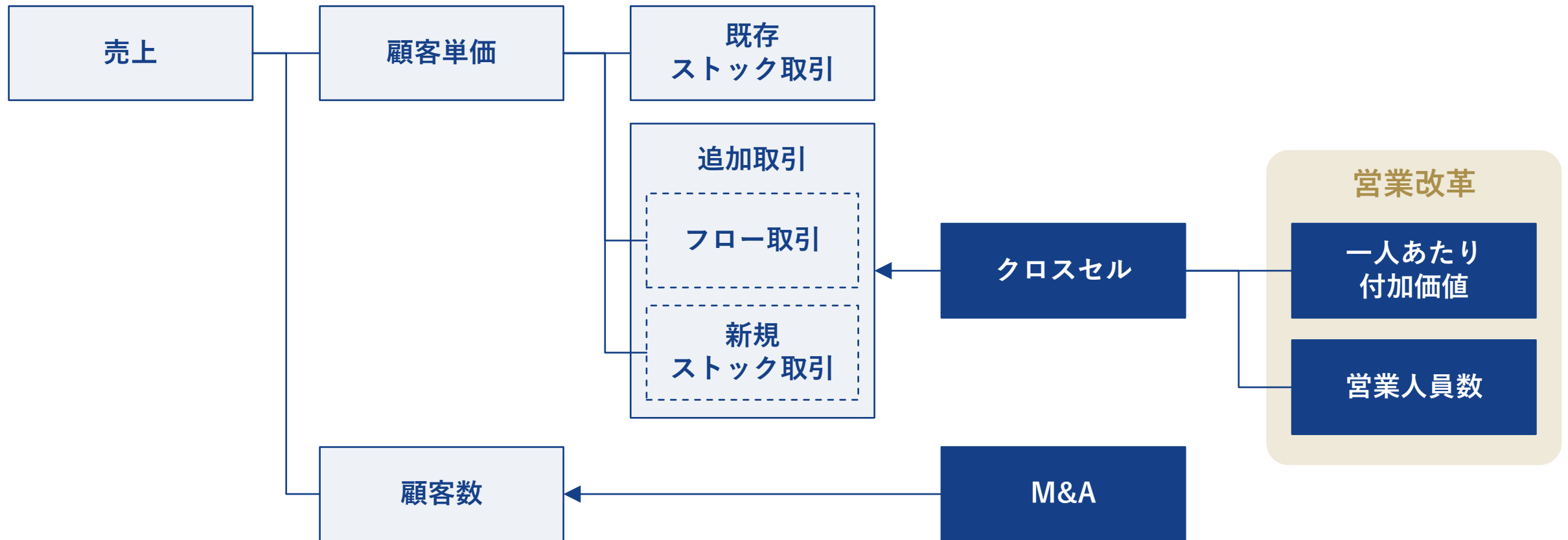
最先端を、人間らしく。

# 1. 事業戦略

## (2) ITインフラ事業

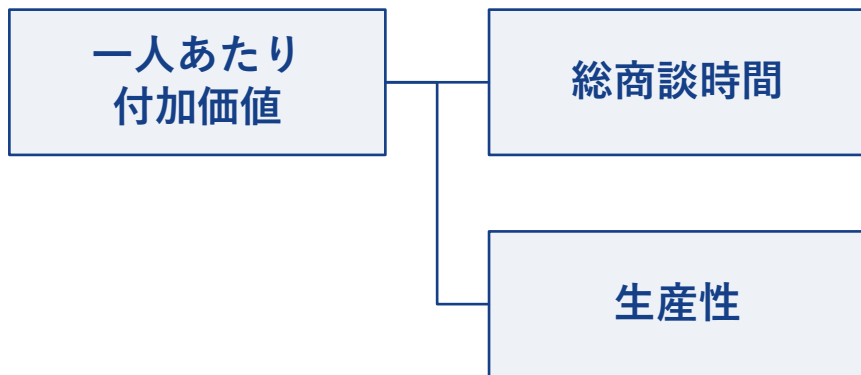


クロスセルで顧客単価を、M&Aで顧客数を伸ばす戦略。



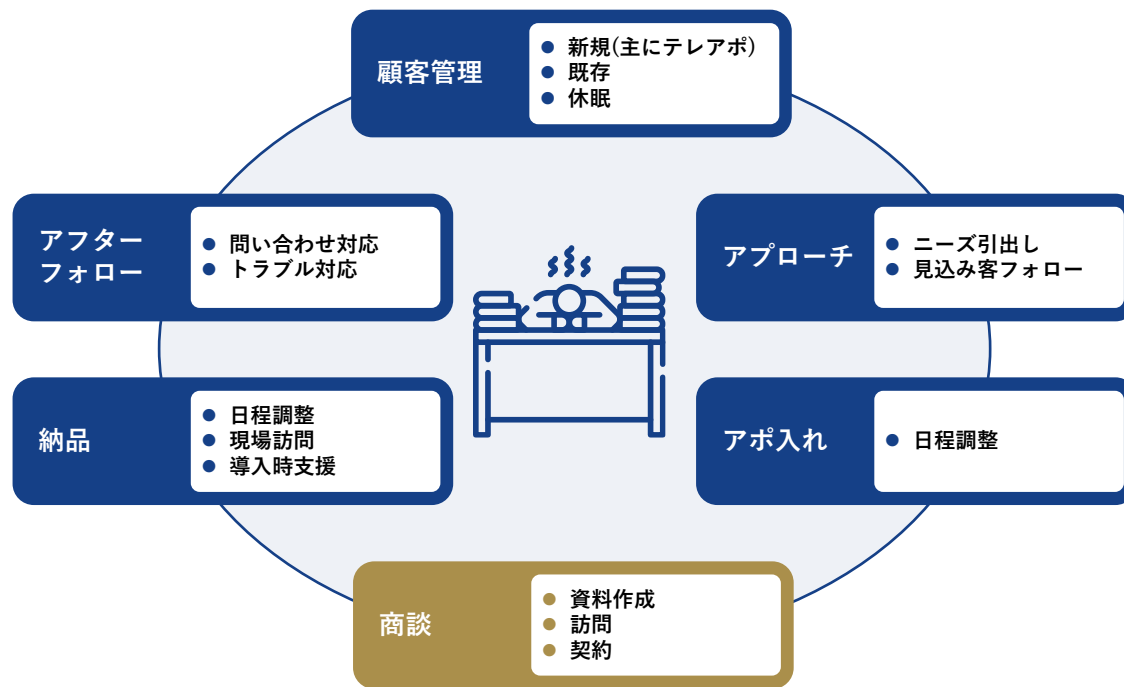
営業員一人当たり付加価値がITインフラ事業の最重要指標  
以前は営業員が一人で全プロセスを行うため、総商談時間、生産性の双方に課題

## 営業員一人当たり付加価値



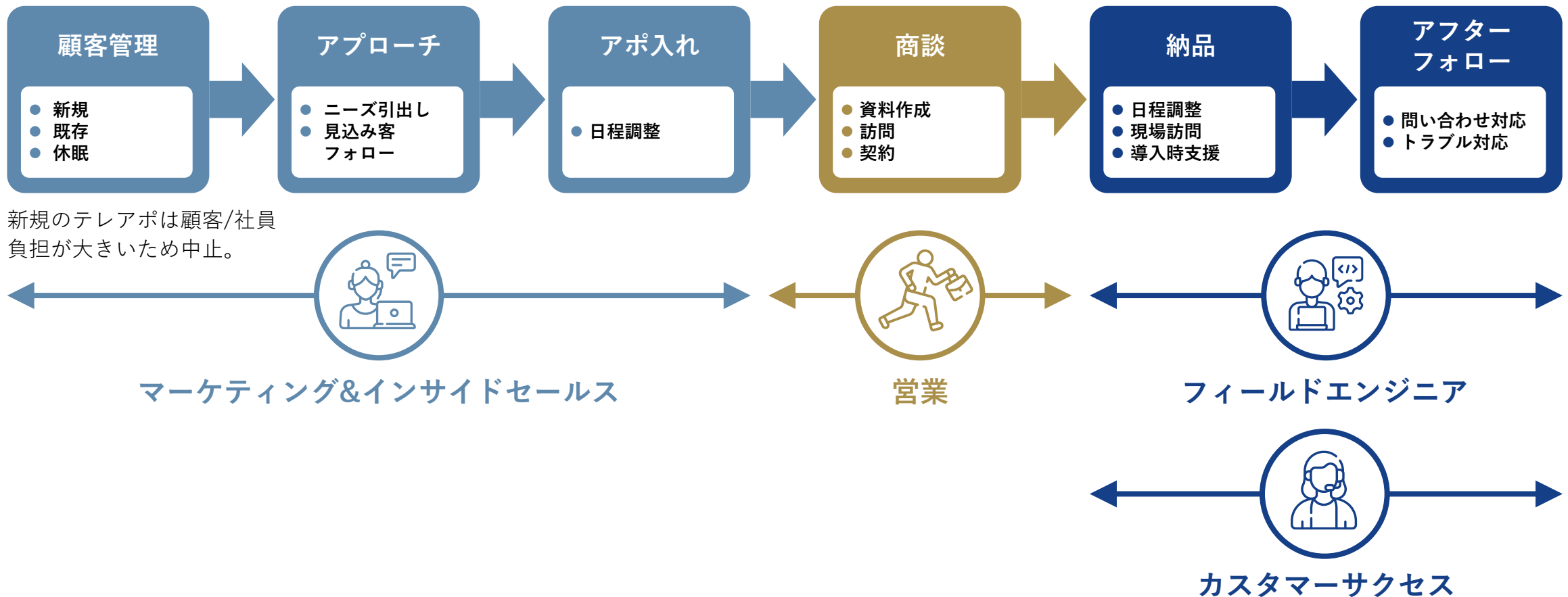
- 生産性=商談数×成約率×LTV÷総商談時間。
- LTVは成約単価と取引継続期間（解約率の逆数）が拡大することで高まる。

## 以前の営業プロセス



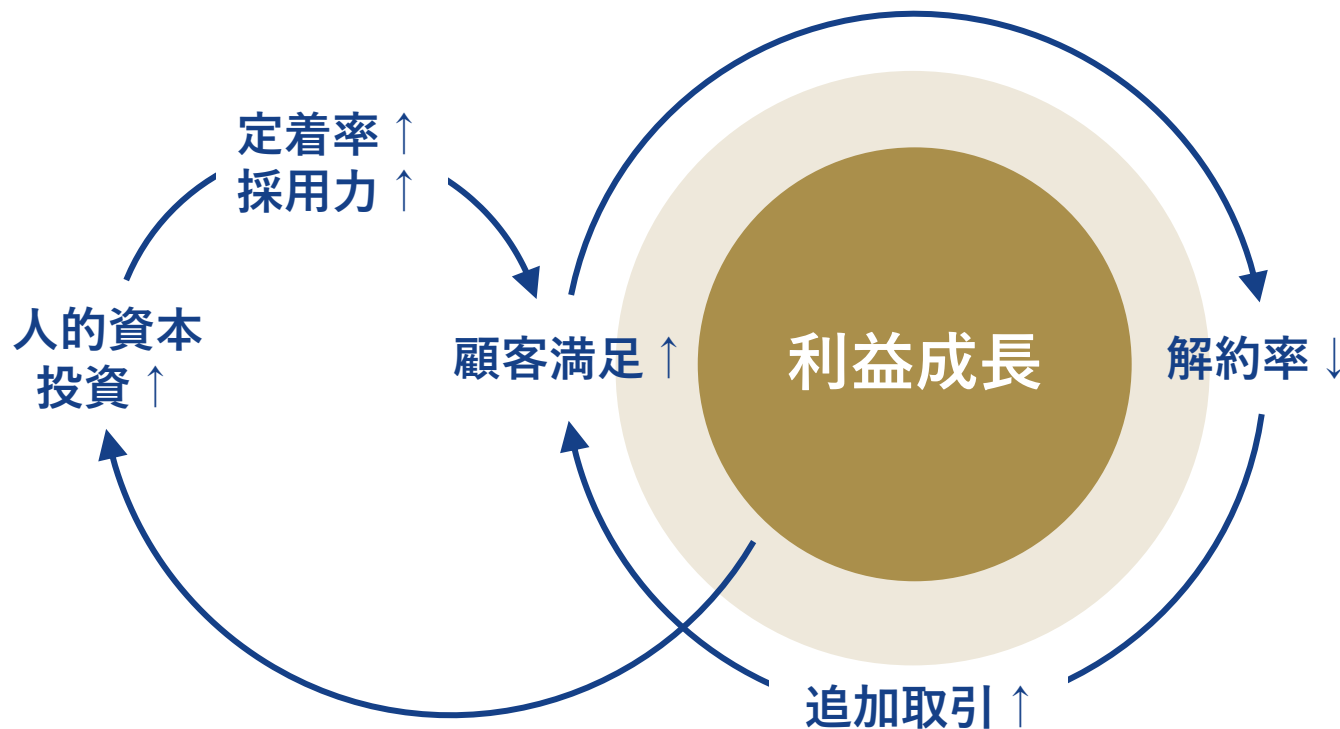
新規IT基盤導入が完了した2022年4月以降、分業に基づく新たな営業プロセスを本格導入  
総商談時間、生産性双方に成果。一人当たり付加価値が増加し、昨年度来の利益成長を牽引

## 現在の営業プロセス



営業改革から生まれる利益増を、待遇改善と教育・研修に投資し、一層の顧客満足を追求  
一人当たり付加価値の拡大と人員増に繋げ、好循環を実現する

## 人的資本投資と顧客満足の好循環を目指す



## 具体的な施策事例

### 営業改革による顧客満足度の向上

- 分業で、一層顧客ニーズに寄り添ったサービスの提供が可能に
- 今後の解約率低下や追加取引増加を見込む

### 若手社員のモチベーションアップ

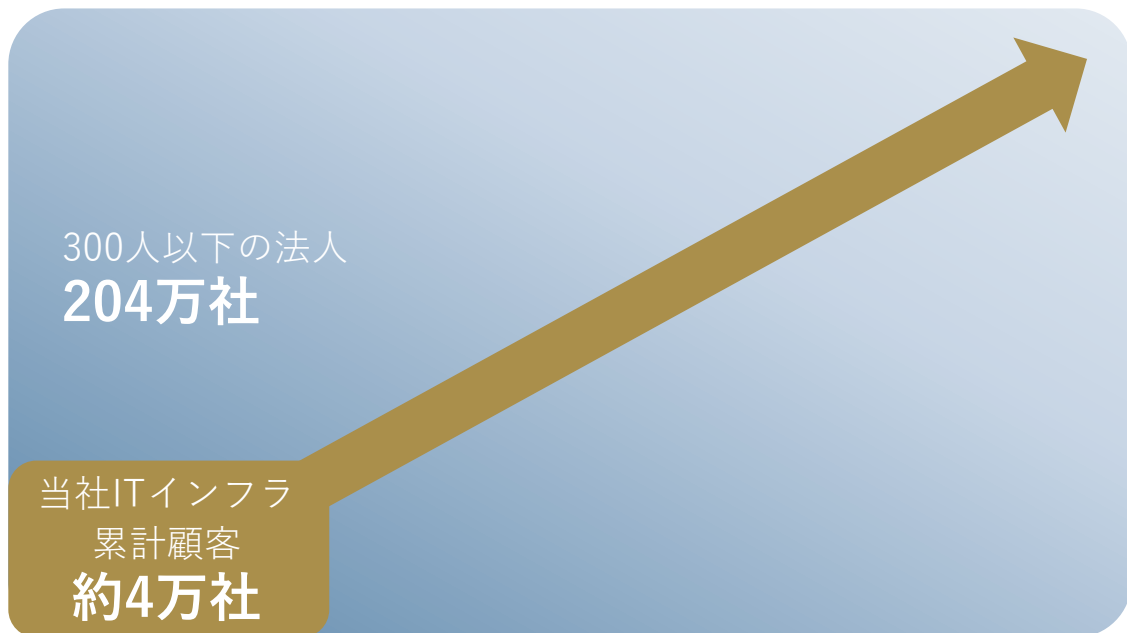
- 給与は今期実施分及び来期大幅な引き上げを計画
- パーパスの浸透

### 教育・研修の充実

- 幅広いWEB研修メニューによる知識習得、階層別研修制度
- 新卒は教育専門部門に配属し、半年間の教育カリキュラム実施
- 生成AIなど、ITのスペシャリストを育成するデジタル30カリキュラムを開始

潜在顧客は当社の累計顧客に比べて膨大  
IT活用を進めたいが、躊躇や不安のある経営者に寄り添うことが需要開拓には必要

## 市場規模\*1



\*1 出典：令和3年経済センサス

## 中小企業経営者の葛藤

- 人手が足りない...
- 生産性を高める必要...
- 販路を拡大したい...

➡ IT活用は必須

- 今までのやり方を変えるのは不安...
- IT人材が社内に不足...

➡ 躊躇・不安



## 全国には小規模の非上場同業企業が多数存在

採用難や事業継承の課題から、当社にとってM&Aの機会が増加すると見込む

### 小規模事業者が多数

#### 事務用機械器具卸売業\*1

企業数	766社
事業所数	2,522
従業員数	67,067人
年間商品販売額 (一事業所あたり)	2,753億円 1.1億円

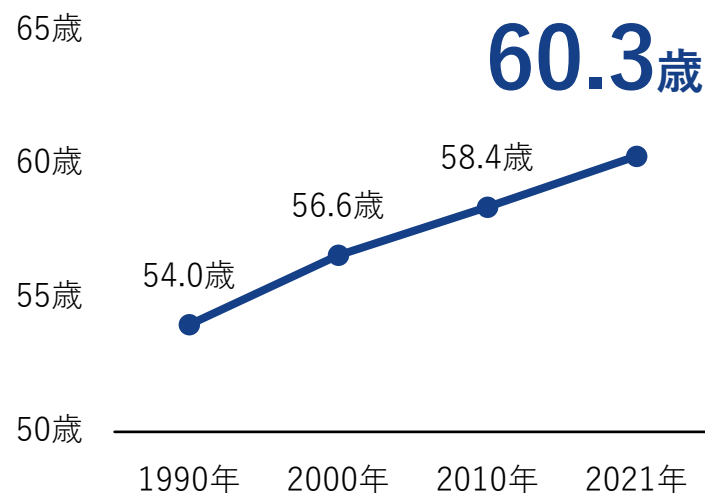
従業として営む企業を含めると上記よりも多数(3,000社超)の企業が存在

\*1 出典：令和3年経済センサス。企業数は単独事業所及び本店の数の合計。

\*2 出典：帝国データバンク

### 事業承継に直面

#### 経営者の平均年齢\*2



### 規模の経済の存在

#### メーカーによるリベート支払い

- 取り扱い商材のうち複合機や一部通信機器等においては、仕入れ代金の一部が払い戻されるリベートが存在
- メーカーによって仕組みは異なるが、リベート額は販売台数等の条件に基づいて算出され、**規模を拡大する企業の収益性が高まりやすい構造**

広域の店舗展開で顧客との直接接点を持つことが当社最大の強み  
顧客関係性とストック取引への注力の結果、顧客規模とストック収益比率は他社を上回る

## 政令指定都市中心に拠点をドミナント展開

営業拠点から1時間半以内の顧客に  
直接訪問・サポートを展開。

中小企業DXの

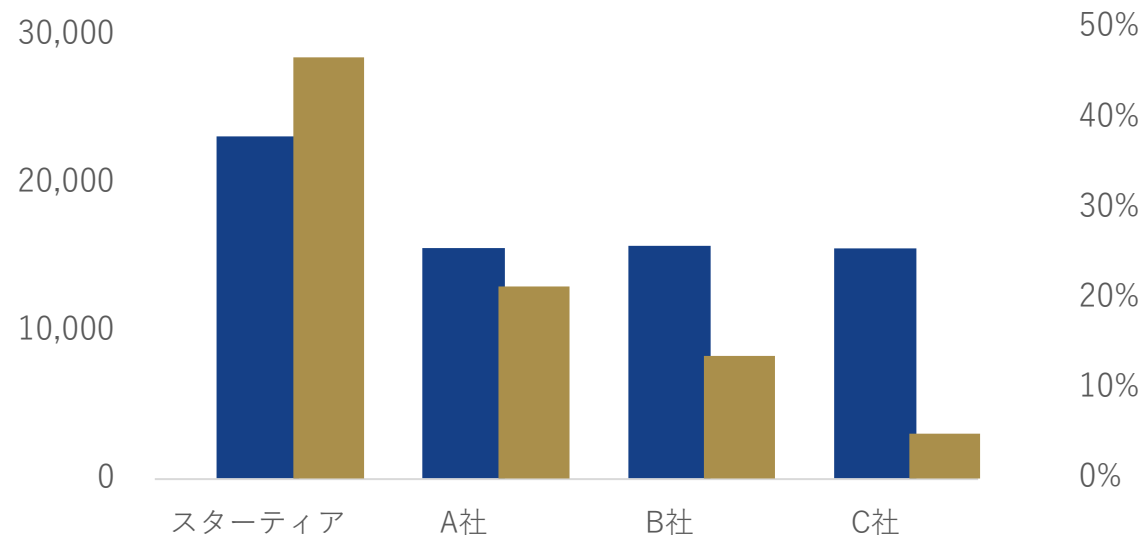
「ラストワンマイル」

を担う。



## 顧客基盤とストック収益比率\*1

■ ストック顧客数 (左軸)  
■ ストック売上比率 (右軸)



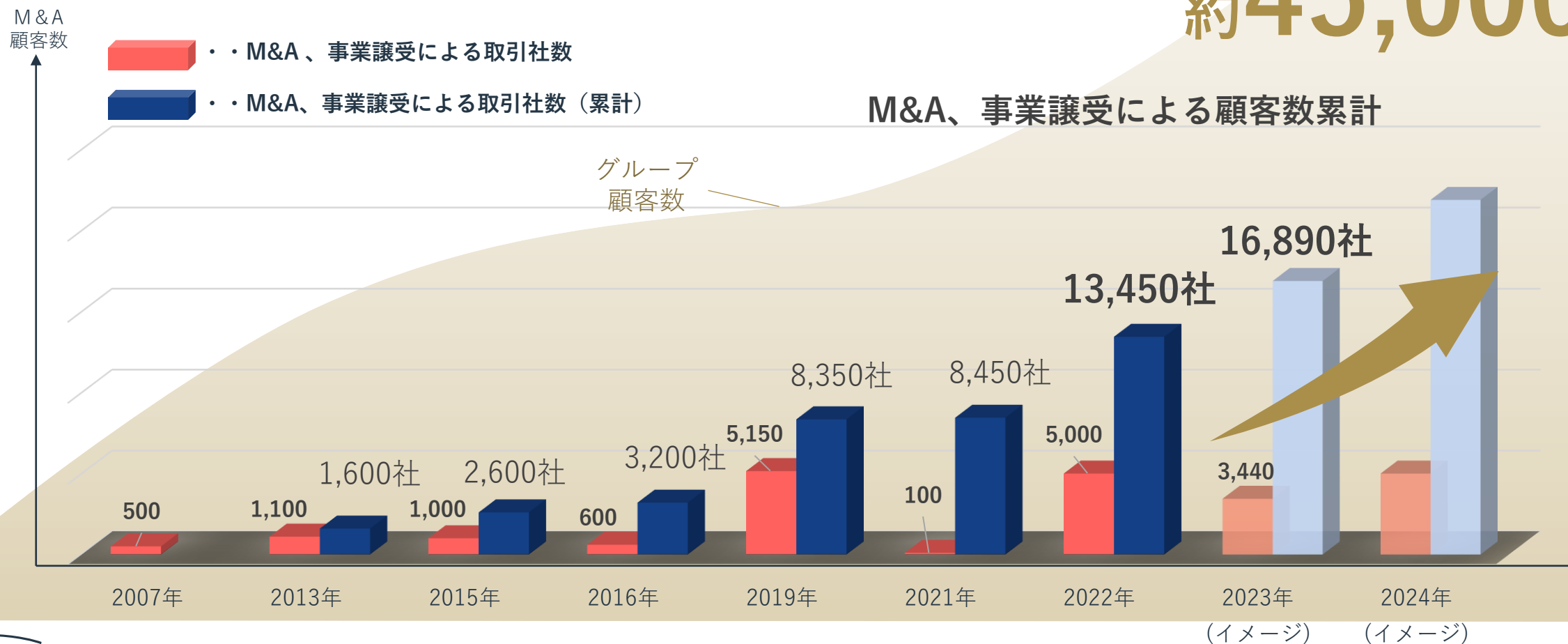
\*1 A社、B社、C社は上場類似企業。データは各社2022年度決算説明資料に基づく。  
A社についてはストック売上比率及び顧客数が非開示のため、開示されているストック型  
商材の売上及び顧客数に基づいて計算。

# ITインフラ事業 M&Aの実績

スターティアグループではこれまでも事業承継やM&Aを行ってきました。特に事業承継については引き継いだ企業の人材を迎え入れることで取引先と変わらぬ信頼関係を継続していきます。

グループ顧客数累計

約45,000社





M&A対象となり得る候補先をリストアップし、当社からアプローチを進めている  
過去行ったM&Aは業績拡大に着実に貢献

## 当社が認識する潜在的なM&A対象

条件1：保有顧客数  
条件2：従業員数  
条件3：オーナーの年齢

M&A対象企業

約**700**社

事務用機械器具卸売業

約**3,000**社超

## M&Aによる価値向上

過去M&Aを行った4案件の投資リターンは、  
平均で**2割**を超える \*1 (下記3.の効果を除く)

### 1 業務改善による利益率の改善

当社の経営ノウハウを導入することで、コスト削減  
及び生産性の向上を実現

### 2 クロスセルによる顧客単価の拡大

M&A先は単品商売中心であり、複数商材の取り扱いを  
することで顧客単価を引き上げる

### 3 グループ全体でのスケールメリットの享受

スターティアが仕入れの窓口となることでグループ全体の  
取引条件が改善(スターティア単体のPLに計上される)

\*1 過去のM&A4案件は、①株式会社エヌオーエス株式取得、②ビーシーメディア株式会社株式取得、③株式会社サガスの一部事業譲受、④株式会社Sharp Document 21yoshida及び株式会社吉田ストアの一部事業譲受。

投資リターンは、①から④は通期で連結となった会計年度を1年目として、3年目ののれん控除前単体営業利益額を取得金額で割って計算。④は2023年3月期ののれん控除前単体営業利益額を取得金額で割って計算。

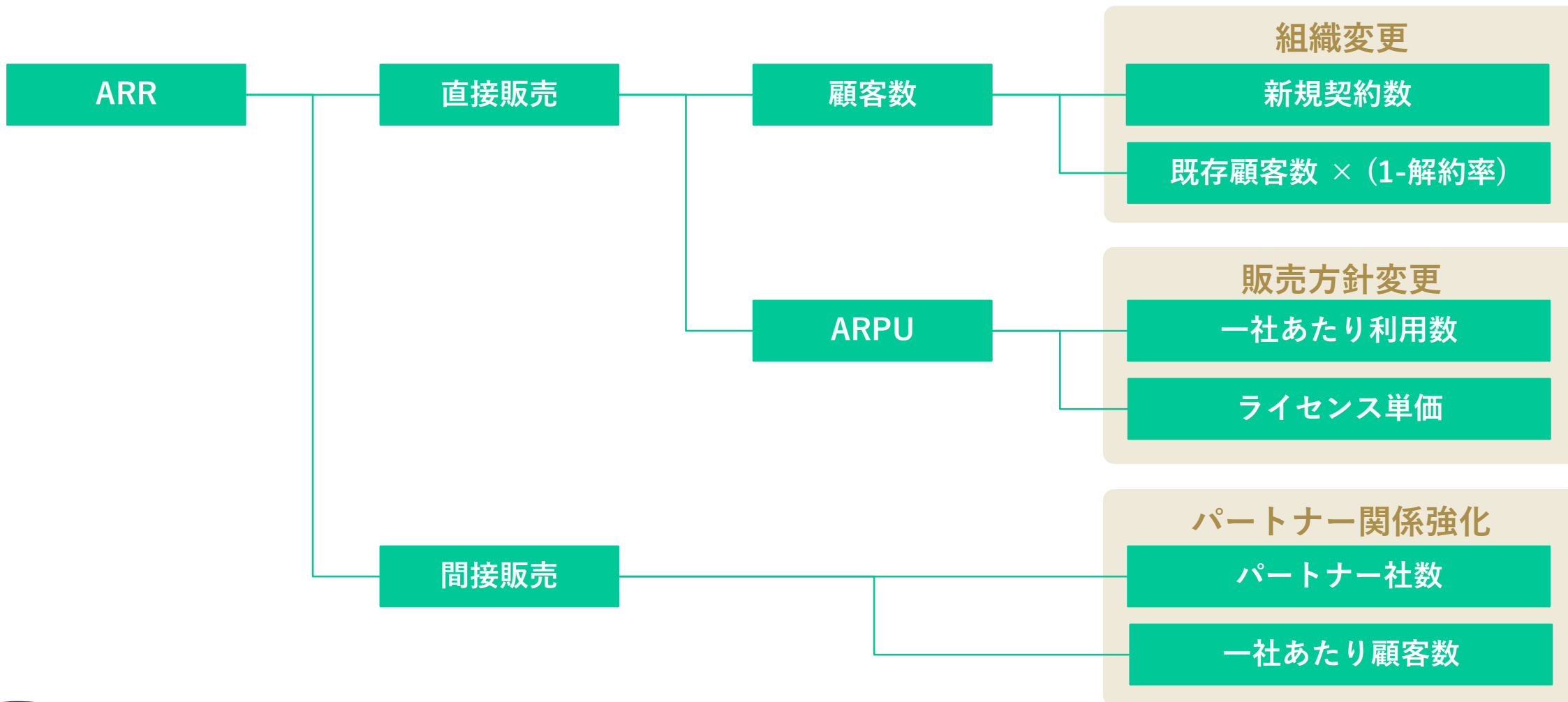


最先端を、人間らしく。

# 1. 事業戦略

## (3) デジタルマーケティング事業

直接販売: 新たな組織体制・販売方針の下で高成長を目指す  
間接販売: 全国の潜在顧客を開拓する強固なパートナー関係を構築



## 今期はSLGの下で収益性と成長を両立させる取り組みを開始



## 今期の取り組みが新規顧客数、顧客獲得コストの改善に貢献

### 従来: クロスセルを重視した顧客軸の組織



- 各事業部が全てのプロダクトを取り扱い
- 営業の習熟が難しく、成約率や単価が上がりにくい
- プロダクトへの関与者が多岐に渡り、意思決定スピードに課題

### 今期:注力プロダクト別の事業部に組織変更



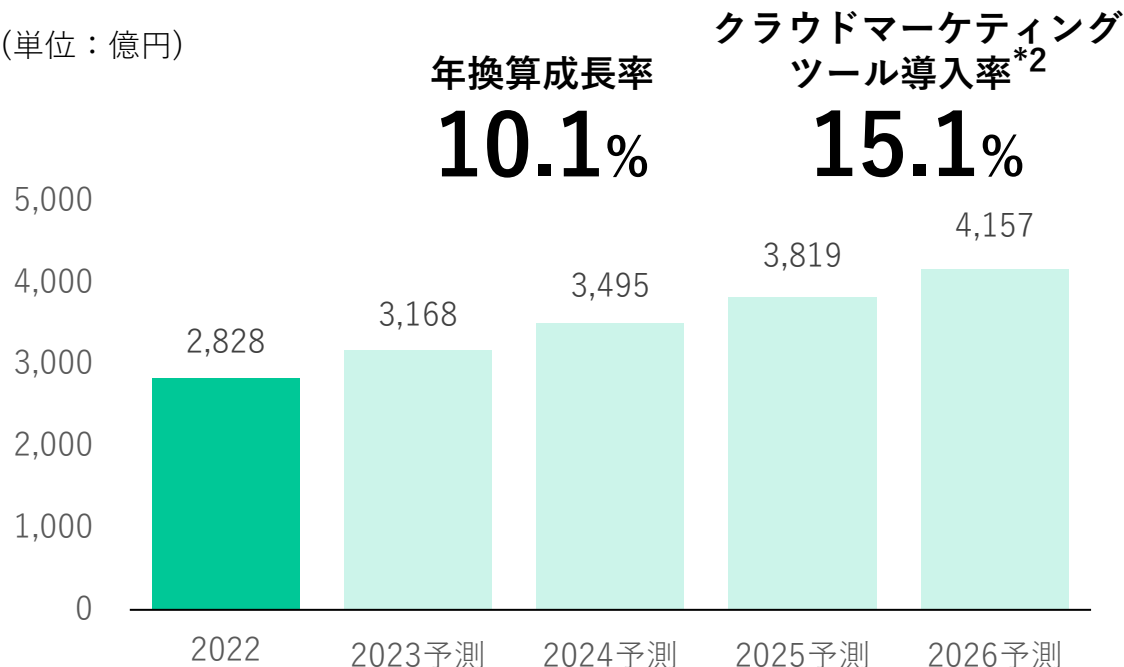
- 1プロダクトをしっかりと売ること注力
- サポートも充実し、継続率の改善も目指す
- プロダクトを利用して成果を得た顧客は、クロスセルの可能性が高まる

- 新規契約数が一昨年水準を回復(昨年12月の販売価格修正(値上げ)の影響を挽回)
- 顧客獲得コストの改善

デジタルマーケティングツールは未だ導入率が低く、2桁成長が見込まれる  
クラウドサーカスは、中小企業向け×統合型のプロダクトで独自のポジショニングを築いている

## 市場規模\*1

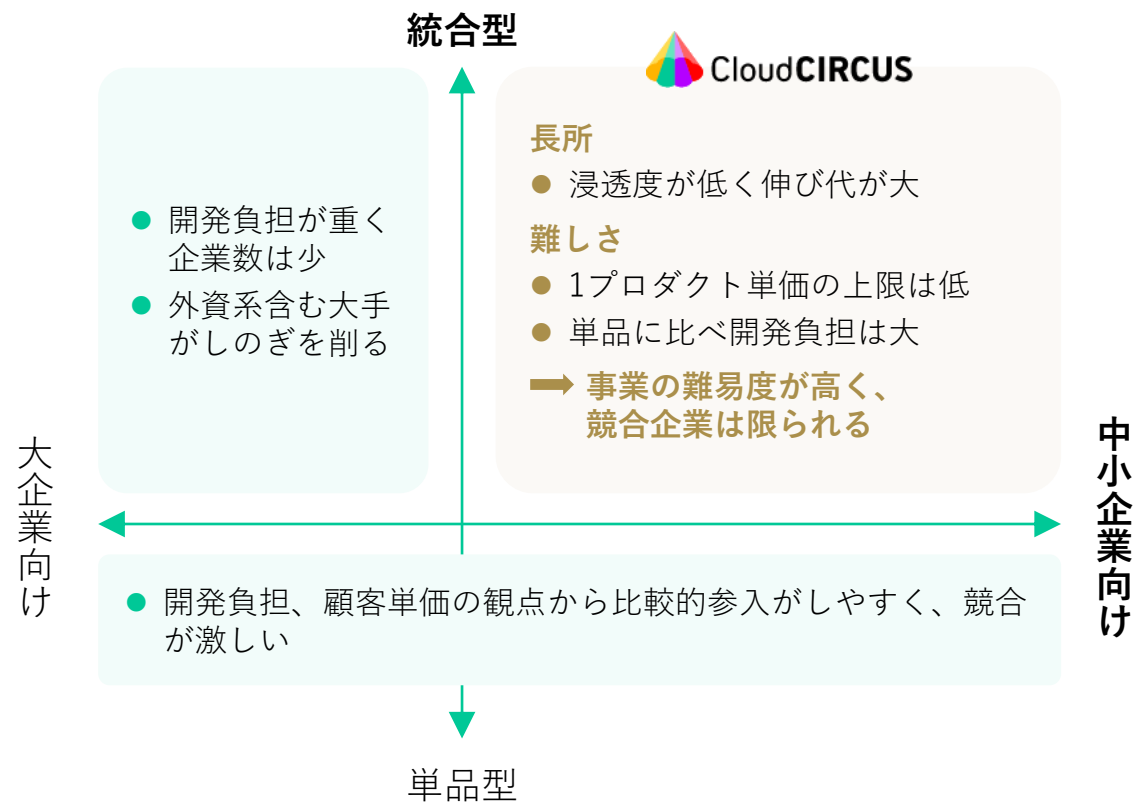
(単位：億円)



\*1 出典：株式会社矢野経済研究所 デジタルマーケティング市場に関する調査を実施(2023年)。CRM、MA、DMP、CDP、ABM、動画制作ツール市場が対象。

\*2 出典：当社調査(2023年3月)

## 競合状況



## デジタルマーケティングが初めてでも、不安なく導入できる使いやすい製品・手厚いサポート・料金体系

### 使いやすい製品と支援体制

- 誰もがわかりやすく使える、シンプル設定・簡単操作にこだわったプロダクト



- ノウハウや事例を元に、手厚いカスタマーサクセスを提供



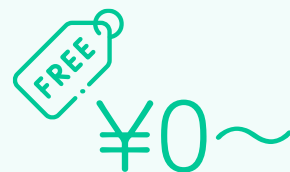
### 利用しやすい価格体系

- 他社製品よりも圧倒的に低価格で、充実した機能を利用可能

(詳細は「3. 事業戦略のデジタルマーケティング事業 販売戦略」参照)



- フリーミアムプランも用意し、経験を得てから本格導入するニーズにも対応



### 継続的な利用

- 使い始めて成果が出ると、業務の一部に組み込まれ、継続的に利用される



- 複数プロダクトが利用されると、顧客単価と継続性が更に高まる



今期の取り組みが新規顧客数、顧客単価、獲得コストの改善に貢献  
提供価値に見合う価格設定の余地は引き続き大きい

## 販売戦略の修正

### 従来：始めやすさを重視

- まず使ってもらうことを重視し、低価格のプランも積極的に販売

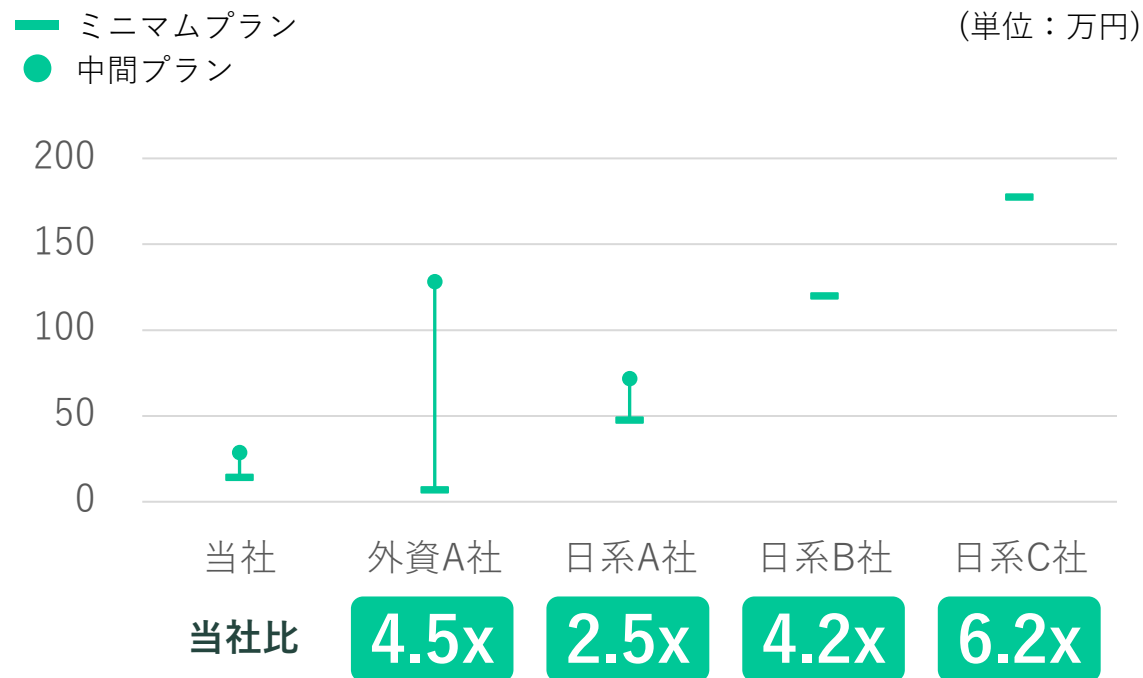
### 今期：顧客の成果実現と顧客単価向上に一層注力

- 低価格プランの販売を停止。
- プレミアムサポート付きでの販売に注力  
(顧客の成果実現・定着と単価向上に貢献)
- 顧客属性に適した関連製品のパッケージ販売を開始



新規契約の単価が向上

## 各社MAツールの価格比較(年額)\*1



\*1 出典：当社調べ。価格の当社比については、中間プランがある場合は中間プラン同士を、  
ミニマムプランのみの場合は当社の中間プランとミニマムプランを比較。



# デジタルマーケティング事業 主要サービスの実績



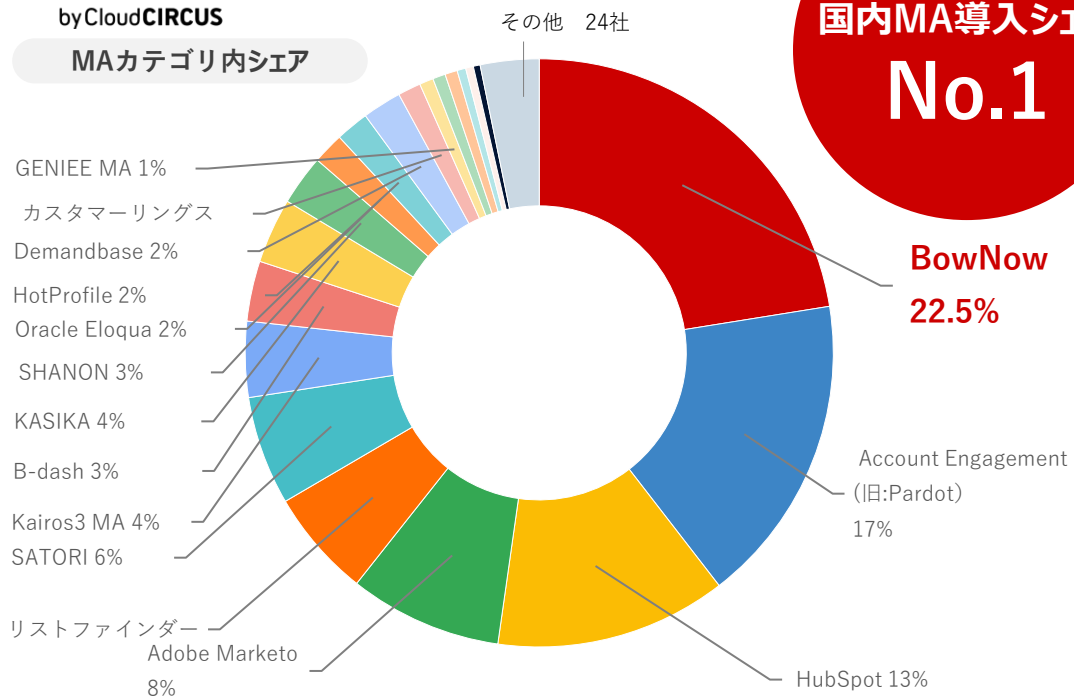
**導入数 13,000 件以上**

**手軽に使えるマーケティングオートメーション**

BowNow は初めてのMA導入に必要な機能を備えたシンプル設計のMAツールです。

**BowNow**  
by CloudCIRCUS

MAカテゴリ内シェア



2023年10月時点  
国内MA導入シェア  
**No.1**

※ Data Source: DataSign社実施調査  
(出典)教えてURL 2023.10 [https://oshiete-url.jp/report/docodoco/2023\\_10/](https://oshiete-url.jp/report/docodoco/2023_10/)



**COCOAR**  
by CloudCIRCUS

**導入実績 6,900件**

**ARアプリ**のダウンロード数**440万**突破。  
VPSやリッチな3D等で高い顧客体験を生み、  
商品やサービスの魅力・ストーリーを伝え、  
ファンを育てるプロモーションを実現。



**LESSAR**  
by CloudCIRCUS

**導入実績 7,500件**

**アプリなし**でスマホのカメラから  
手軽で直感的なAR体験が可能。  
施策後はログ分析・改善活動ができ、  
顧客を惹きつけるプロモーションを実現。



**ActiBook**  
by CloudCIRCUS

**導入実績：16,000 件以上**

**3ステップで作成から配信までできる  
電子ブック作成ツール**

電子ブックから動画まで、  
簡単に電子コンテンツ化するツール。



**BlueMonkey**  
by CloudCIRCUS

**導入実績：2,200 件以上**

**ホームページからの商談獲得を実現するCMS**

使いやすい”だけ”じゃない、BtoB企業がホームページから  
商談を作るための戦略・構築・ツール支援を一気通貫で  
提供する国産CMS。

※ CMSとは、WEBサイト・そのコンテンツを運用するシステム

大手ディストリビューターとの強固な関係を構築する一方で、全国のローカルキングを取り込み地方の潜在ニーズを引き出し、デジタルマーケティング事業の新たな成長エンジンに育てる

## パートナー販売戦略

### 背景

- 全国の中小企業がデジタルマーケティングを活用し、生産性を高め、「働くを楽にする」ことを目指す
- 多くの中小企業はデジタルマーケティングへの潜在ニーズを持つ一方で、「難しそう」、「面倒」といった心理的要因から顕在化しているのはまだ一部
- 直販では困難な、潜在需要の顕在化をパートナーとともに実現する

### 強み

- 中小企業の使いやすさを徹底追求したプロダクト
- ITインフラ事業を通じて得た
  - 地域に根差し営業する企業に対する理解
  - 大手販売会社との関係性

## パートナーシップ実績

### 大手ディストリビューター例



2023/2/17

SB C&S とディストリビューター契約を締結

### ローカルキング例



2023/9/20

鹿児島県を拠点とする総合商社、南国殖産と顧客紹介取次契約を締結

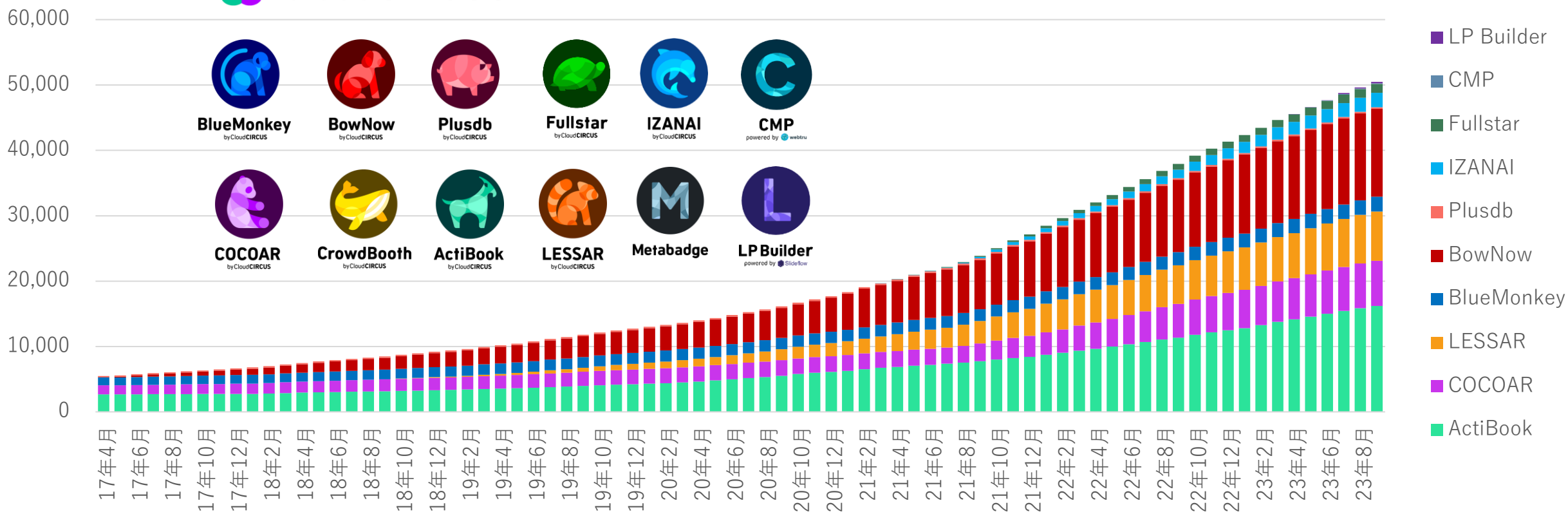
### 参考：中小企業向けSaaSのパートナー販売先行企業例

- サイボウズ社  
クラウド売上186億円(うちパートナー61.6%)\*1
- ワークスモバイルジャパン(LINE WORKS(ビジネスチャットサービス)運営)  
ARR 100億円超(2022/9)\*2

\*1 出所：2022年12月期 決算・事業説明会資料

\*2 出所：公式note

“ 23年9月段階で累計51,000件導入を突破。新たなラインナップ追加。



※フリーミアム含む



最先端を、人間らしく。

## スターティアホールディングス株式会社 広報IR窓口

〒163-0919東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モリス19階

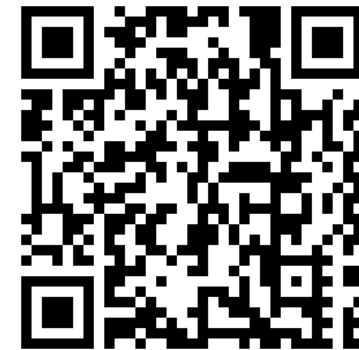
TEL : 03-5339-2109(平日9時~18時)

MAIL : ir@startiaholdings.com

IR情報ホームページ

<https://www.startiaholdings.com/ir.html>

※IRメール配信登録QRコード  
ご登録いただいた皆様にニュースリリース、決算情報など、  
IRに関する新着情報をメールにてお届けいたします。



当資料は、当社の現状をご理解いただくために当社が作成したものです。当資料に含まれる情報は当社内の知見及び当社が入手可能な公開情報等から引用したものであり、これらの正確性について当社は保証しません。また、当社の実際の業績は今後の様々な要因によって異なる可能性があります。