

2025年3月期 事業戦略

-中期経営計画「NEXT'S 2025」最終年度-

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 company name. The word "startia" is in a bold, lowercase sans-serif font, and "holdings" is in a regular, lowercase sans-serif font.

startiaholdings

section

01

01 当期計画 – 中期経営計画最終年度 –

02 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

03 Appendix

- (1) 会社概要

1. 当期計画

— 中期経営計画最終年度 —

中期経営計画 定量目標

- ポートフォリオ戦略のもとデジタルマーケティング事業のセグメント利益化を叶え、営業利益率を向上させる
- ROE2桁をめざすべく、社内のDX化を加速させ、生産性が高い組織体制の構築
- 上記2つを達成し、企業価値向上を目指す

営業利益率10%以上

ITインフラ事業の
安定した収益基盤と
デジタルマーケティング事業の
セグメント利益黒字化により
営業利益率を向上

ROE10%以上

社内のDX化を加速させ、
生産性の高い組織体制で
安定的にROE10%以上を目指す

時価総額500億円

企業価値を向上させ、
時価総額500億円を目指す

2024年3月末現在

営業利益率 **11.7%**

達成

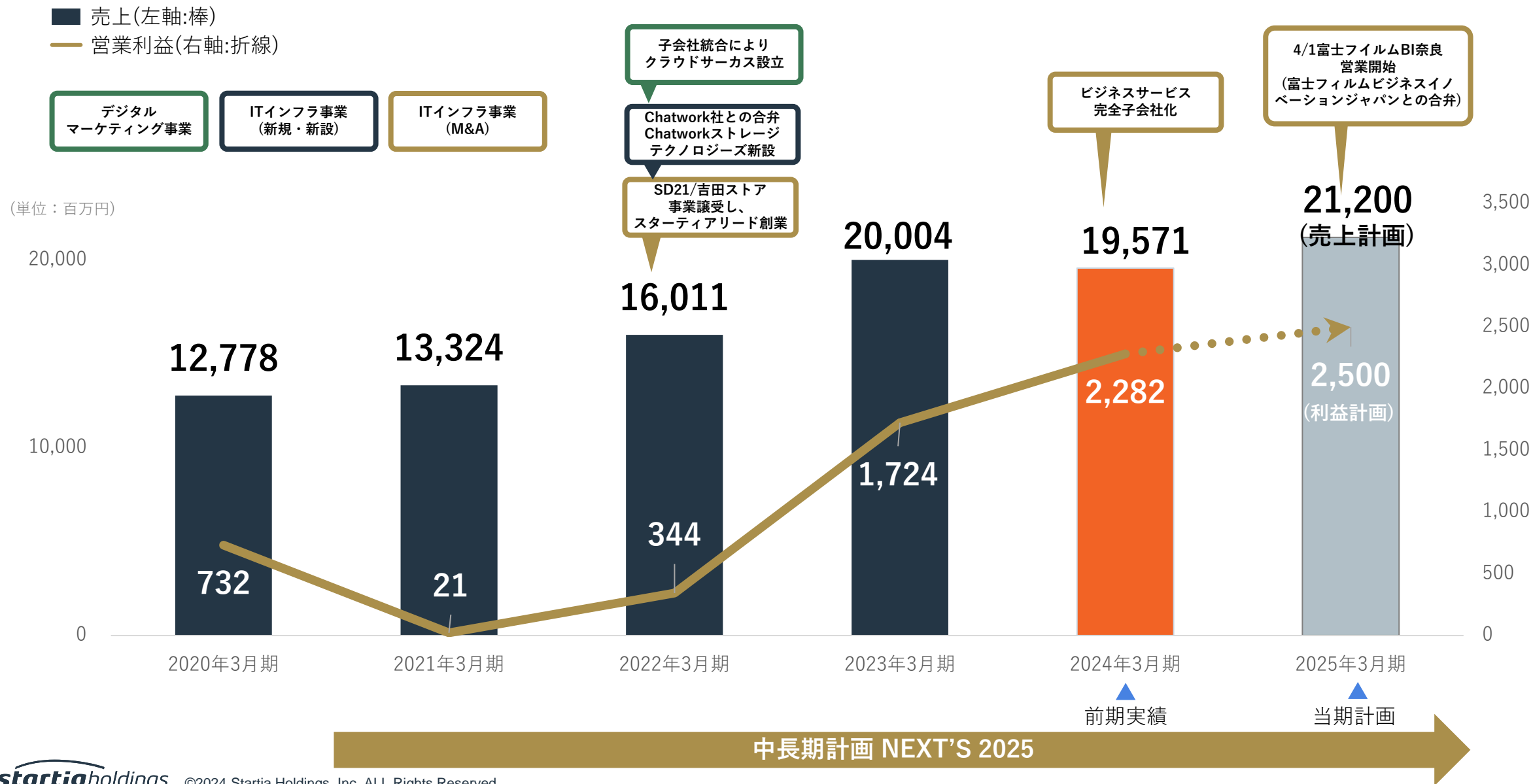
ROE **24.8%**

達成

時価総額 **159** 億円

未達成

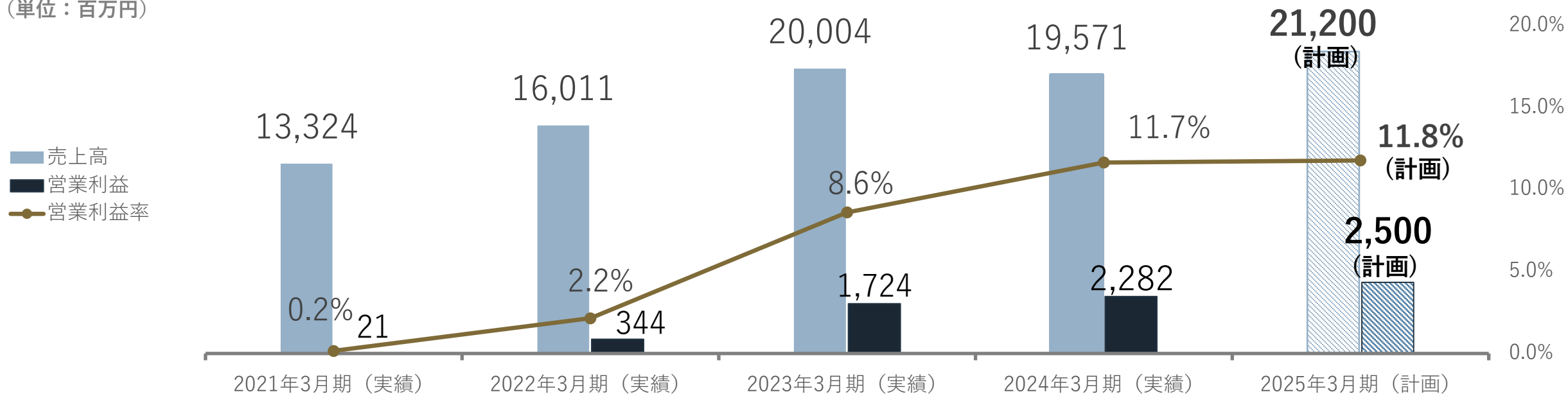
売上高推移・営業利益推移



グループ連結計画

前期は過去最高営業利益更新、中計最終25/3期も最高益更新を目指す！

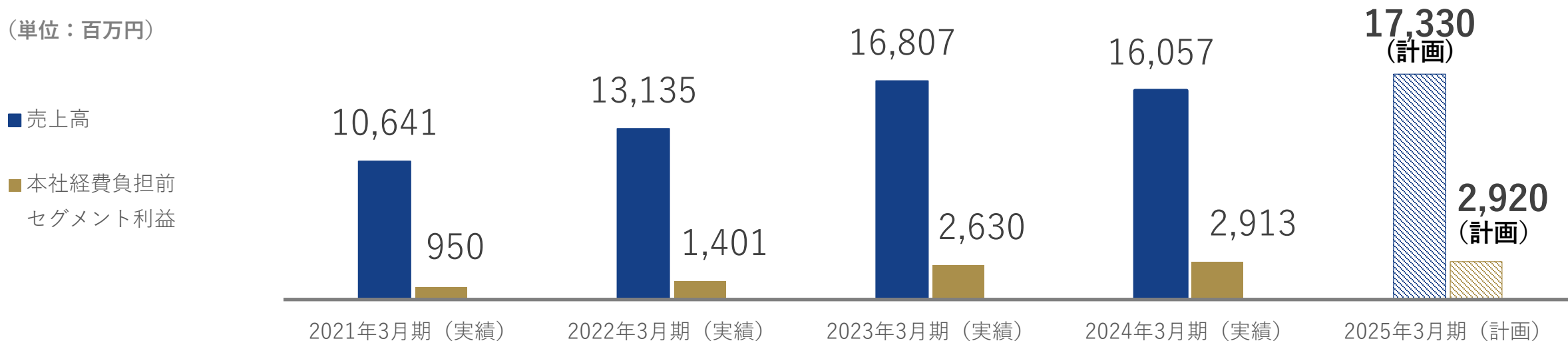
(単位：百万円)



売上高	13,324	16,011	20,004	19,571	21,200
営業利益	21	344	1,724	2,282	2,500
営業利益率	0.2%	2.2%	8.6%	11.7%	11.8%
EBITDA	238	662	2,258	2,712	—

安定成長に欠かせないストックサービスを強化、より強固な顧客基盤へ

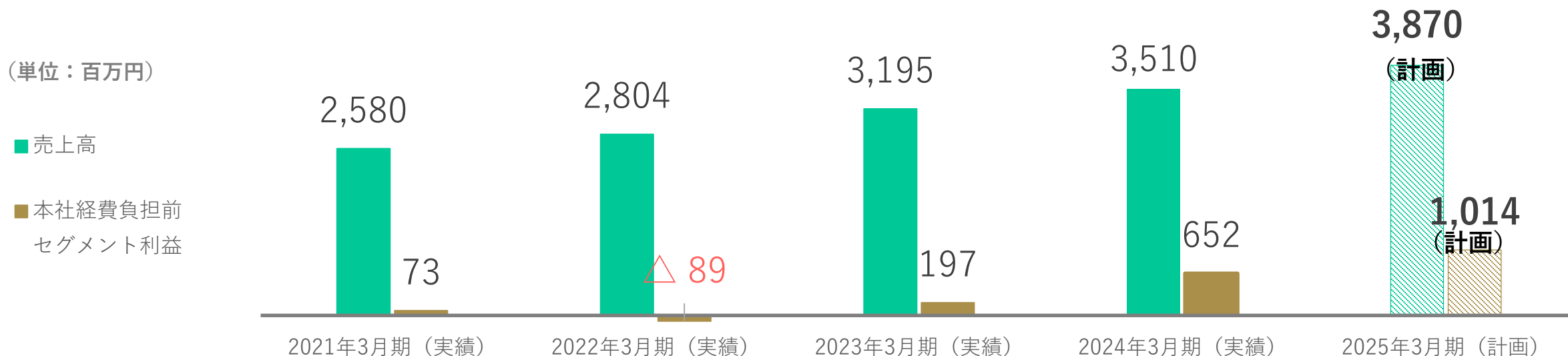
(単位：百万円)



売上高	10,641	13,135	16,807	16,057	17,330
本社経費負担前セグメント利益	950	1,401	2,630	2,913	2,920
本社経費負担前セグメント利益率	8.9%	10.7%	15.7%	18.1%	16.8%
セグメント利益	285	757	1,835	1,891	1,749
セグメント利益率	2.7%	5.8%	10.9%	11.8%	10.1%
EBITDA	378	872	1,986	2,031	—

デジタルマーケティング事業 計画

セグメント利益は黒字化し、本格的に収益化フェーズへ

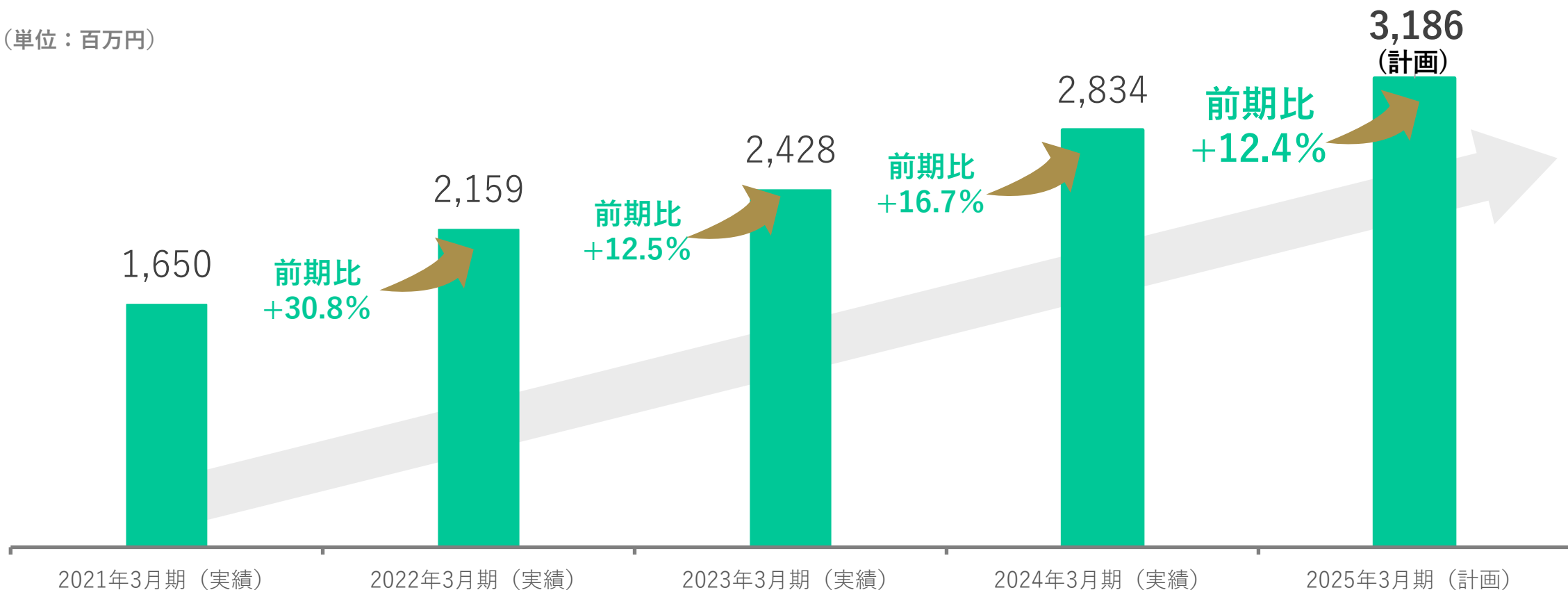


売上高	2,580	2,804	3,195	3,510	3,870
本社経費負担前セグメント利益	73	△89	197	652	1,014
本社経費負担前セグメント利益率	2.9%	—	6.2%	18.6%	26.2%
セグメント利益	△121	△274	△157	292	690
セグメント利益率	—	—	—	8.3%	17.8%
EBITDA	△88	△124	177	510	—

デジタルマーケティング事業 ARR計画

既存顧客及び複数契約取引顧客への充実したサポートとカスタマーサクセスを提供することでARPU（1社当たりの平均収益）の向上とチャーンレートの低下を実現。
→クロスセルARPUはより注力。

(単位：百万円)



section

02

01 当期計画 – 中期経営計画最終年度 –

02 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

03 Appendix

- (1) 会社概要

2. 事業戦略

startiaholdings

最先端を、人間らしく。

2. 事業戦略

(1) グループ連結

背景

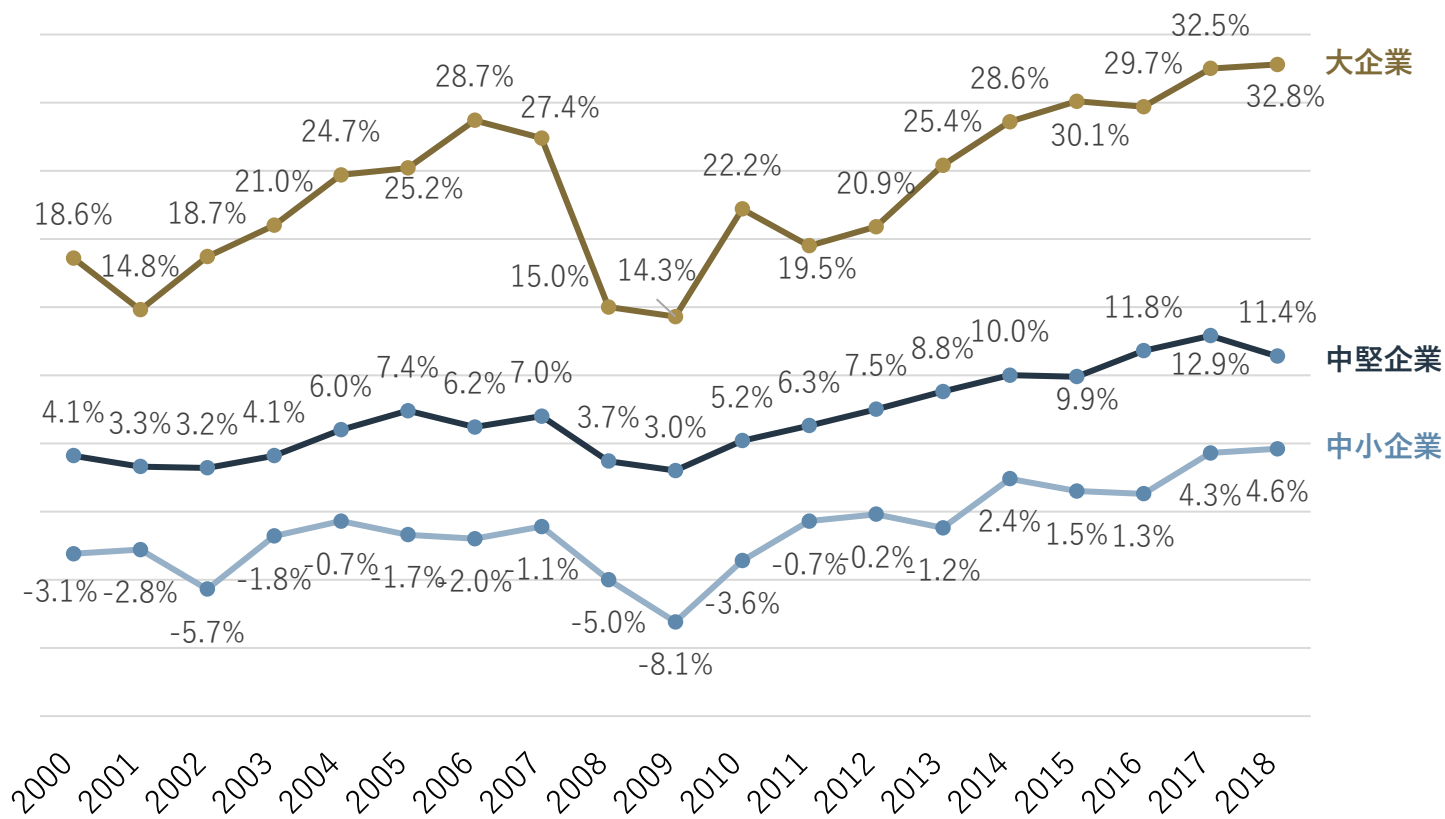
社会課題について

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。

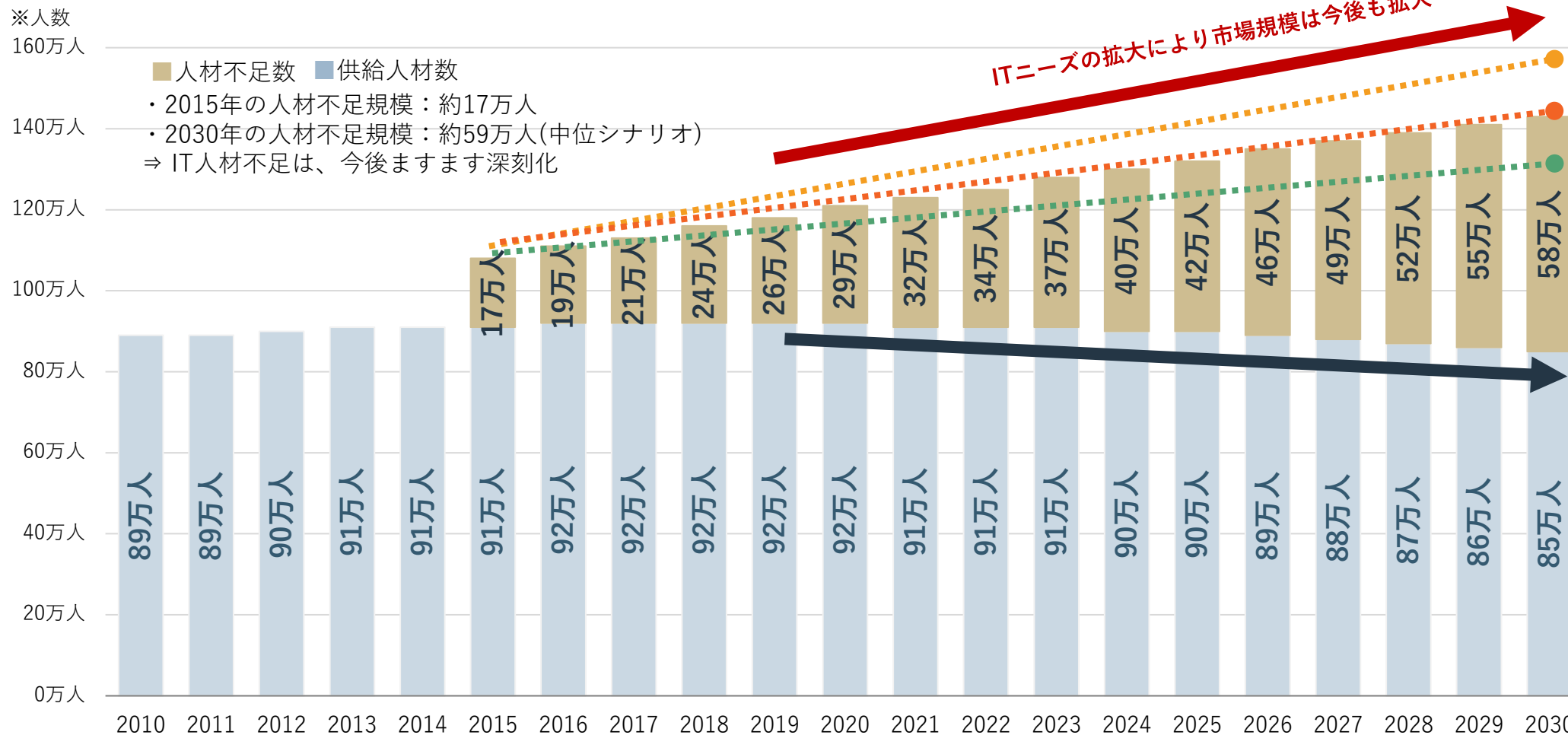
日本の法人 企業労働生産性 付加価値額に占める営業純益の割合の推移



(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。
資料：財務省「法人企業統計調査年報」

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

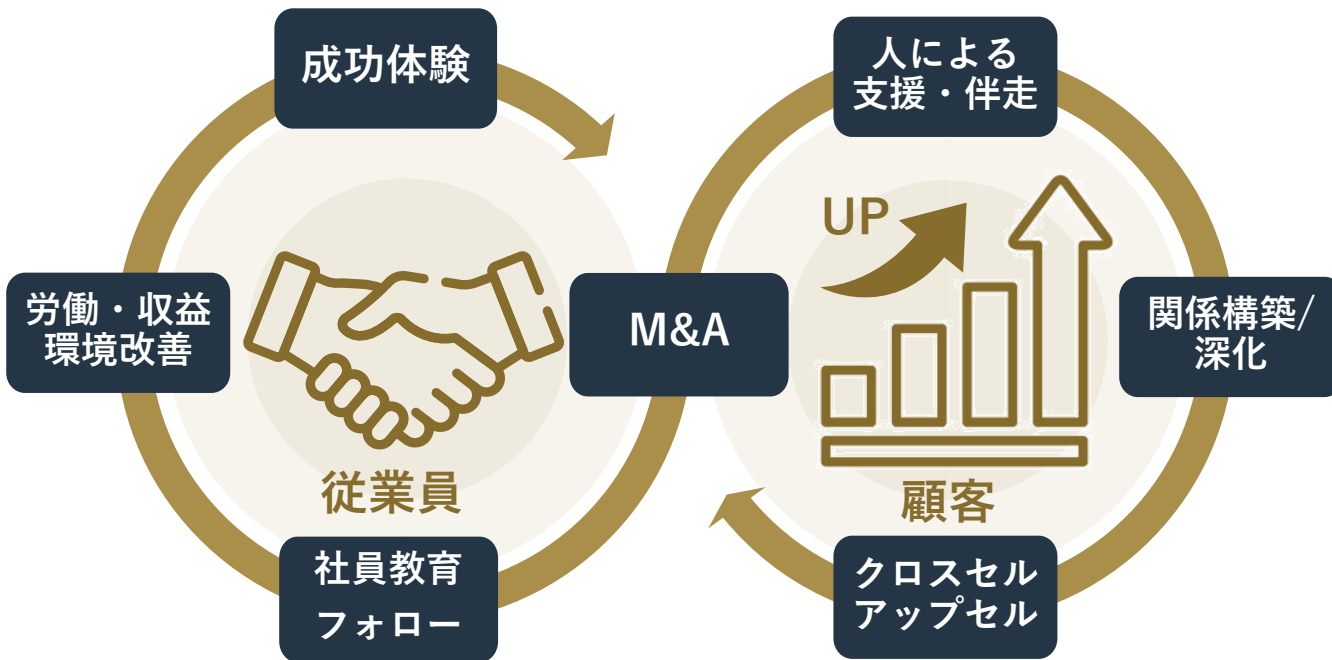
出所：経済産業省「IT人材の最新動向と将来推計に関する調査結果」(みずほ情報総研委託)より

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

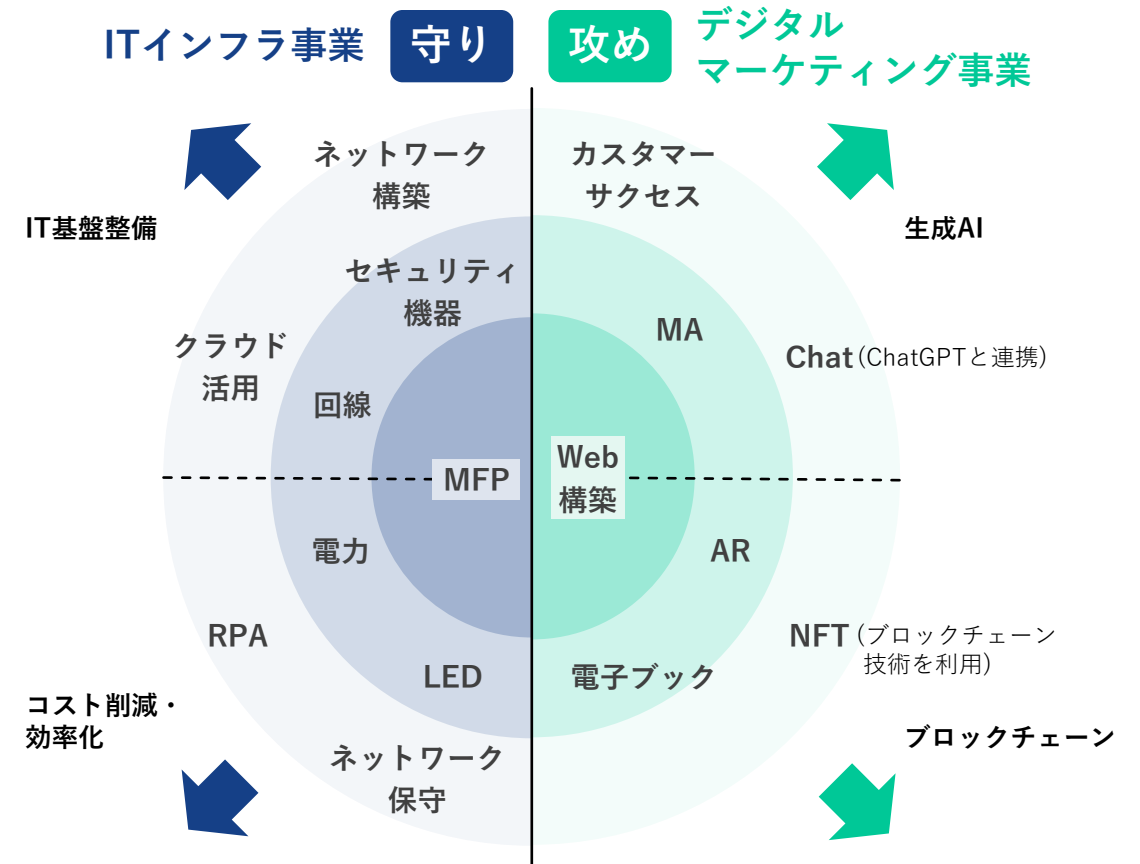
中小企業に寄り添う関係構築サイクル

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

アップ
セル

生成AI

カスタマー
サクセス

クロス
シナジー

OA機器

セキュリティ
機器

NW構築

アップ
セル

回線

RPA

ITインフラ事業



最先端を、人間らしく。

2. 事業戦略

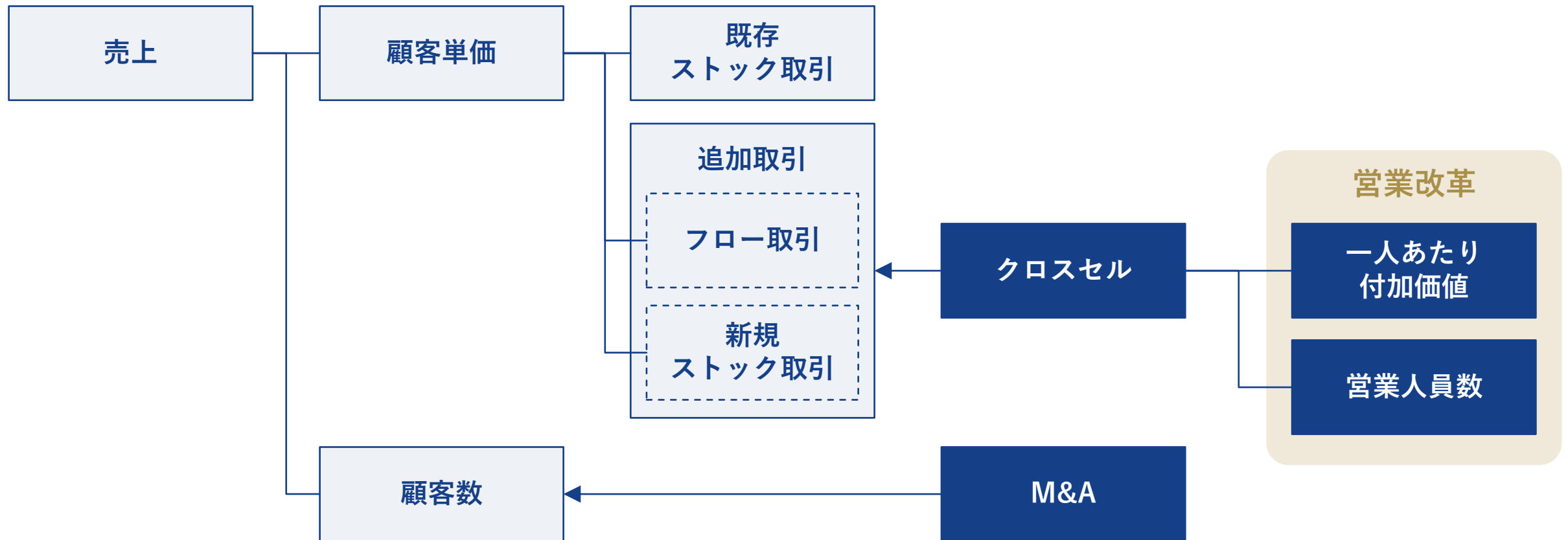
(2) ITインフラ事業

当期トピックス

- ◆ **ビジネスサービスが本格稼働**（2023年10月より連結子会社化）
- ◆ **富士フィルムBI奈良が2024年4月1日より営業開始**
富士フィルムビジネスイノベーションジャパン(株)との合併会社
- ◆ **ストック商材の強化**
- ◆ **引き続き積極的なM&Aの実施**
- ◆ **営業人員を増やす体制作り**
中途採用も積極的強化。若手人材（3年目迄）の給与引き上げ

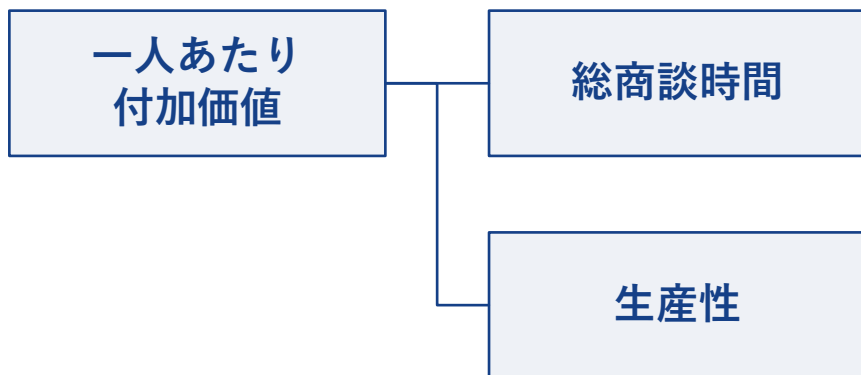
次のステップのために賃金増加と人材育成を行い、引き続きM&Aによる顧客基盤強化に注力

クロスセルで顧客単価を、M&Aで顧客数を伸ばす戦略。



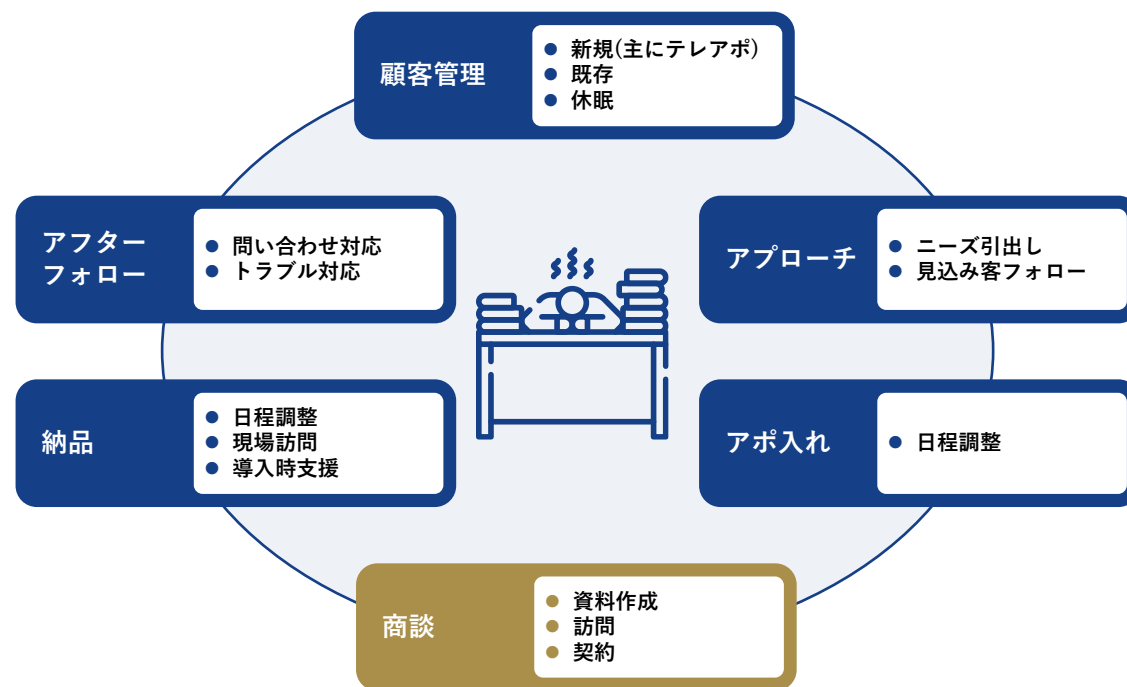
営業員一人当たり付加価値がITインフラ事業の最重要指標
以前は営業員が一人で全プロセスを行うため、総商談時間、生産性の双方に課題

営業員一人当たり付加価値



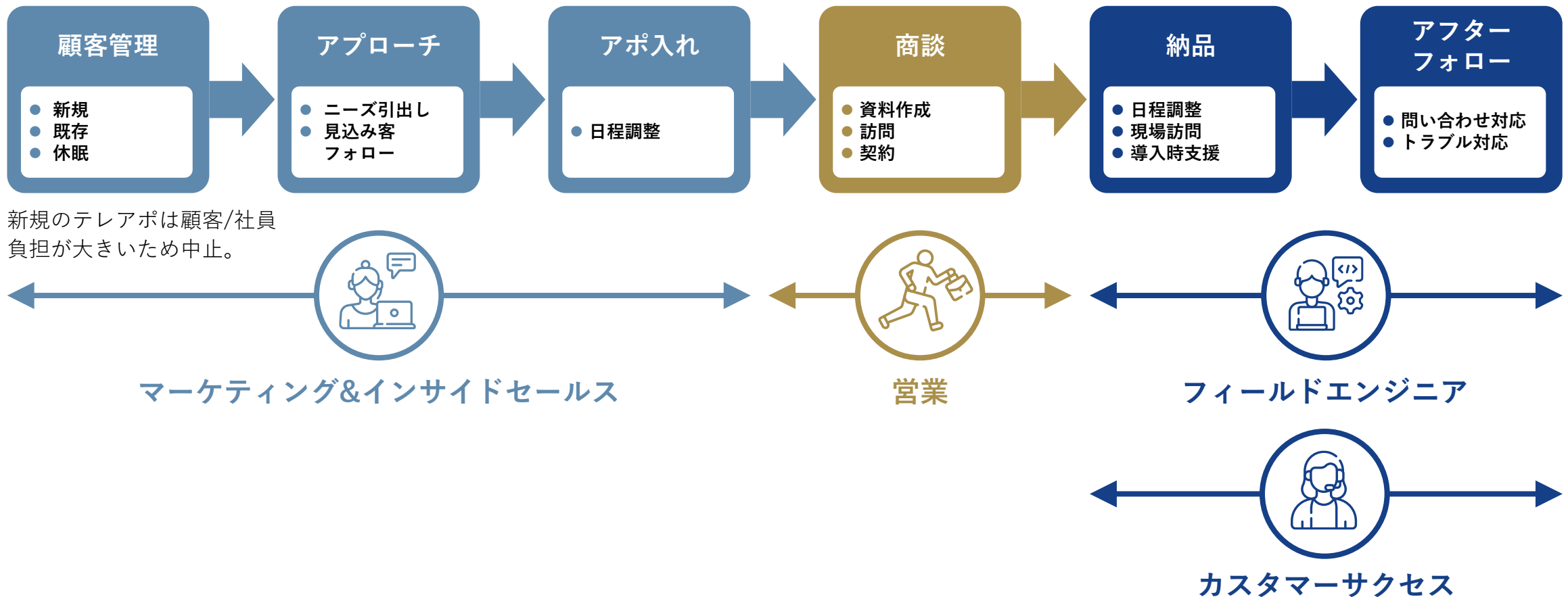
- 生産性=商談数×成約率×LTV÷総商談時間。
- LTVは成約単価と取引継続期間（解約率の逆数）が拡大することで高まる。

以前の営業プロセス



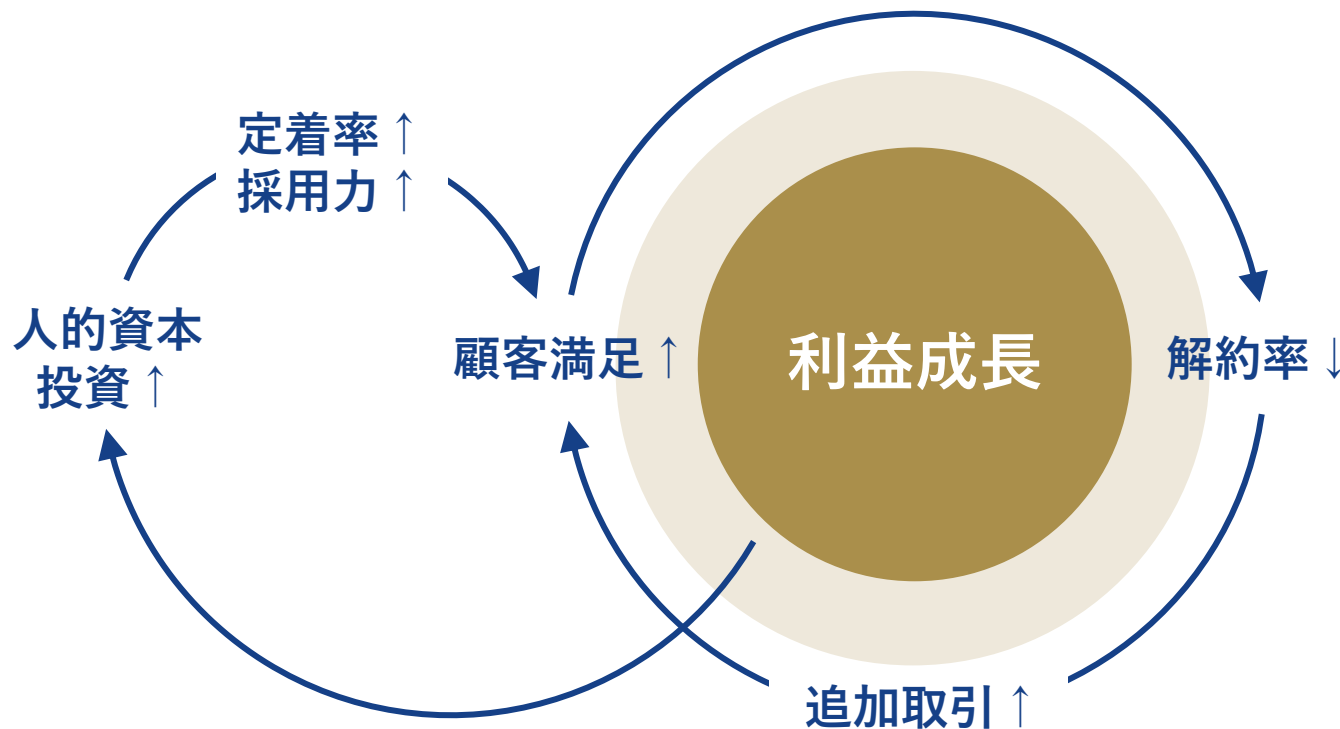
新規IT基盤導入が完了した2022年4月以降、分業に基づく新たな営業プロセスを本格導入
総商談時間、生産性双方に成果。一人当たり付加価値が増加し、昨年度来の利益成長を牽引

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

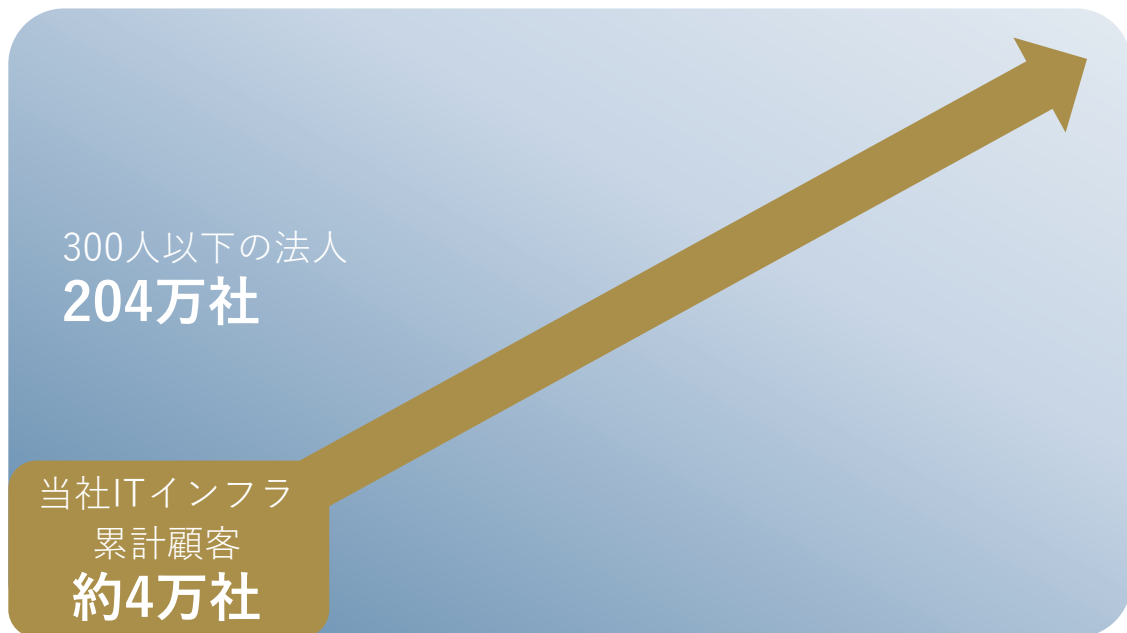
- 給与は今期実施分及び来期大幅な引き上げを計画
- ミッションの浸透

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

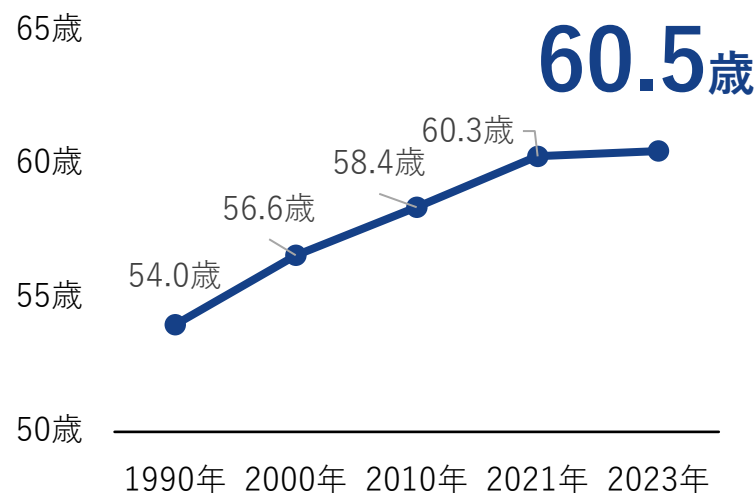
従業として営む企業を含めると上記よりも多数(3,000社超)の企業が存在

*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

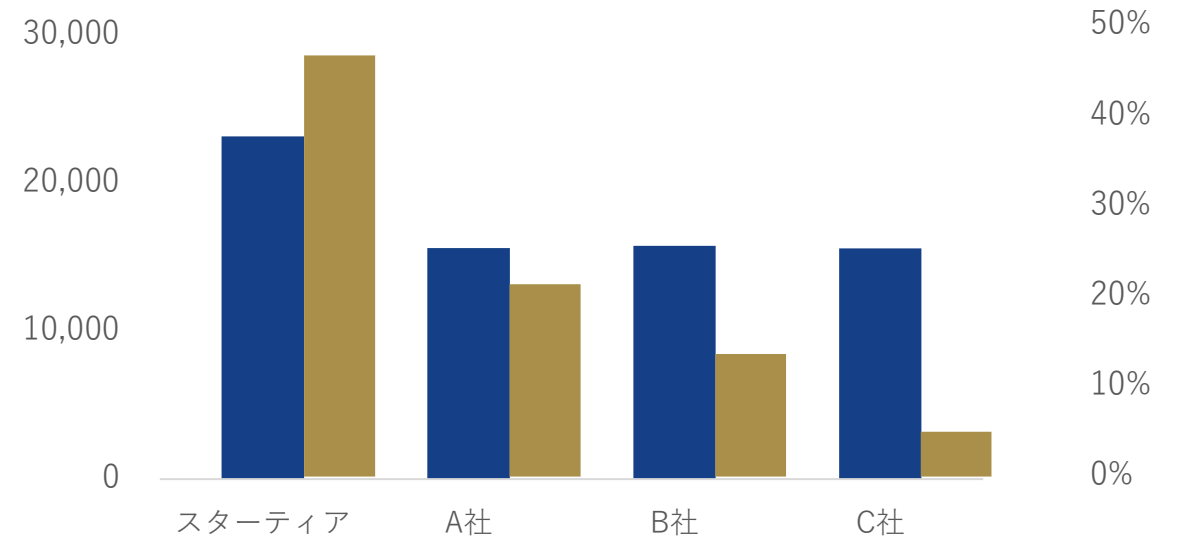
「ラストワンマイル」

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)



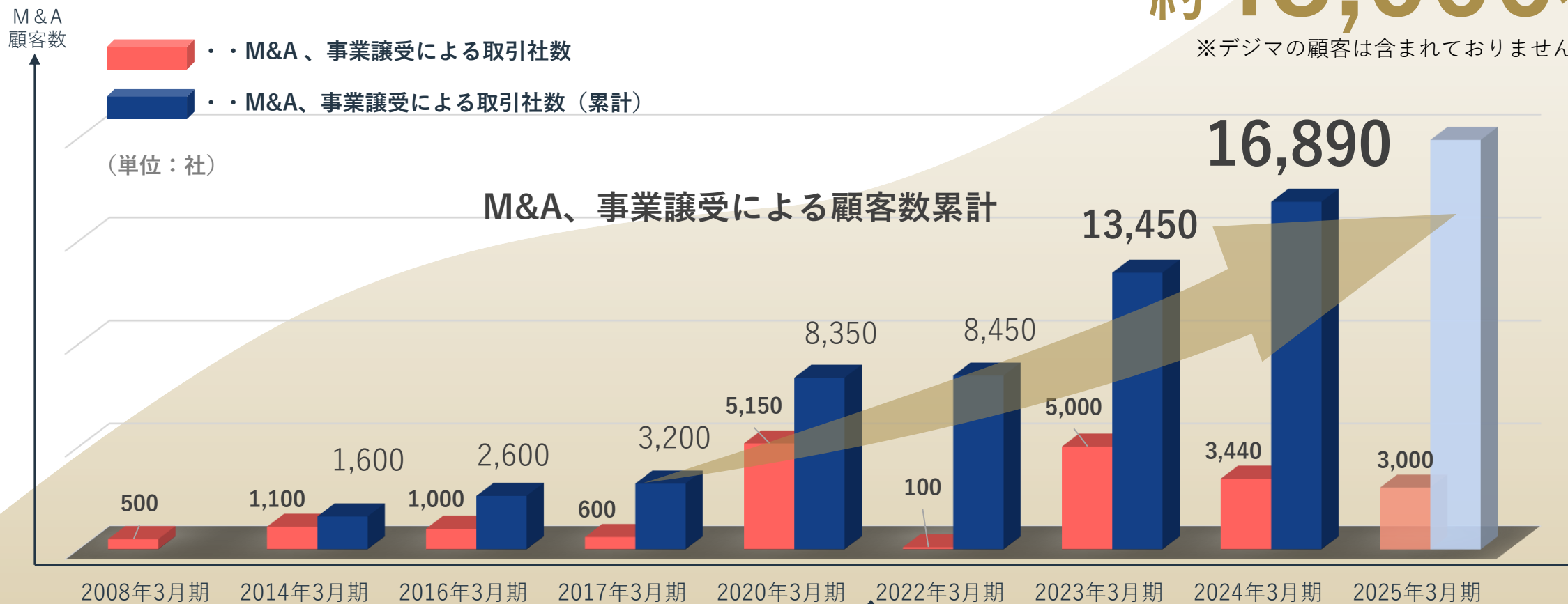
*1 A社、B社、C社は上場類似企業。データは各社2022年度決算説明資料に基づく。
A社についてはストック売上比率及び顧客数が非開示のため、開示されているストック型
商材の売上及び顧客数に基づいて計算。

ITインフラ事業 M&Aの実績

ITインフラ事業ではこれまでも事業承継やM&Aを行ってきました。
すでに事業承継やM&Aによる顧客数はITインフラ顧客累計の3割強（2024年3月時点）
を占め、売上や収益に大きく貢献しています。

ITインフラ顧客数累計
約43,000社

※デジマの顧客は含まれておりません。



中期経営計画開始

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。

2. 事業戦略

(3) デジタルマーケティング事業

当期トピックス

◆ 新規営業リソースを効率化し、カスタマーセールスにリソースを投下

生産性を高めることで新規獲得を維持しつつ、空いたリソースを既存獲得に投下することでアップセルクロスセルの向上を狙い、相乗効果で解約防止も図る

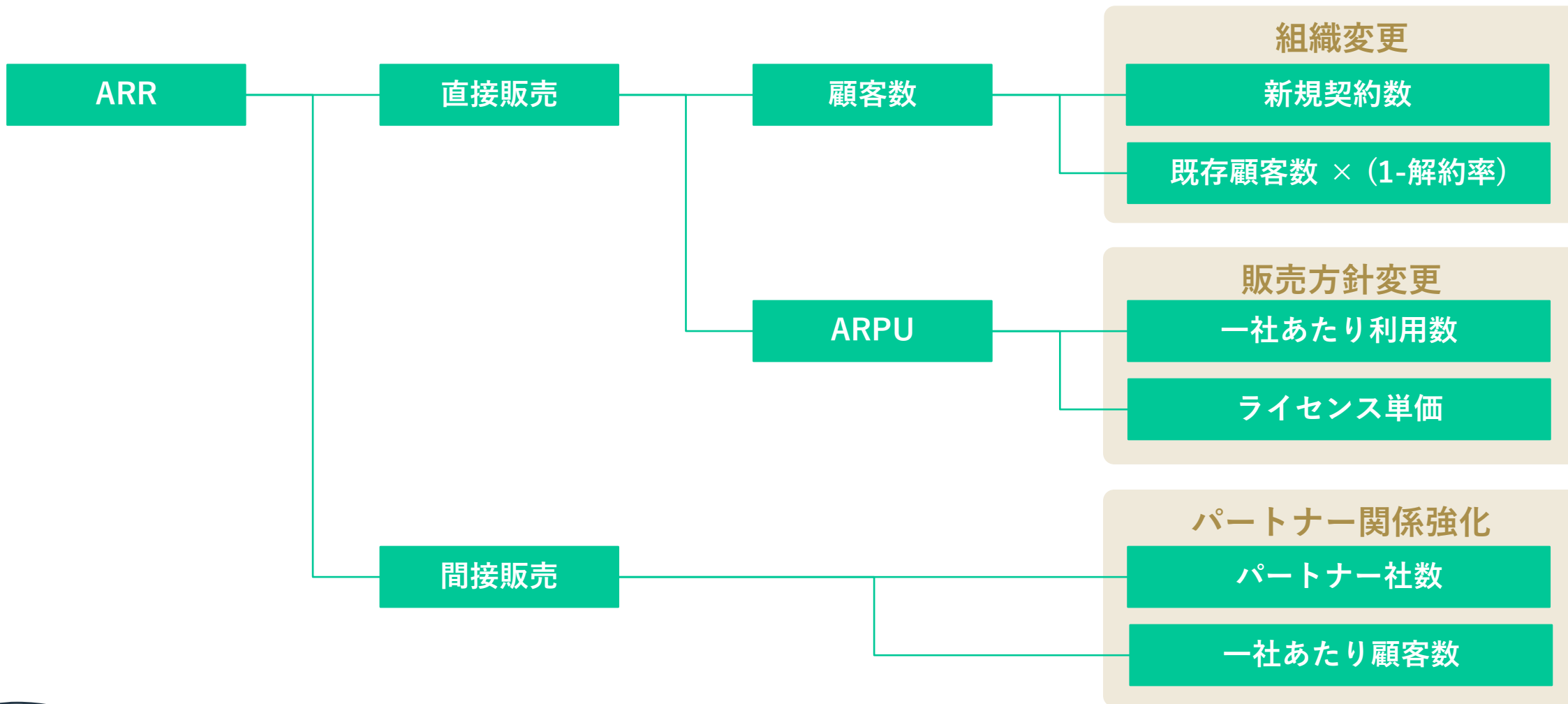
◆ パートナー販売を25年度以降の主力販売チャネルに

大手代理店の支援を強化していき、成果を最大化させていくフェーズに

◆ 獲得粗利の可視化を行い、評価・目標と連動させることで、より利益を追求する。

販売網の拡充と生産性向上により、
更なる営業利益額の増加、営業利益率の向上を図る

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



前期よりSLGの下で収益性と成長を両立させる取り組みは順調に業績を牽引



前期の取り組みが新規・複数商材契約顧客数、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



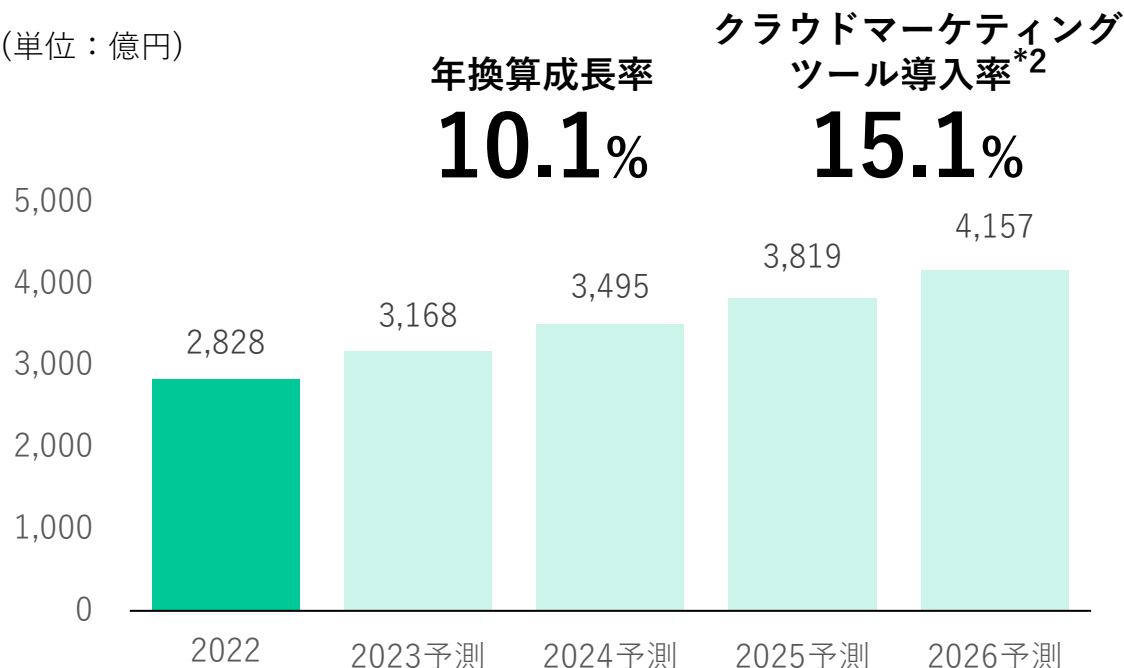
現在: 注力プロダクト別の事業部に組織変更



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

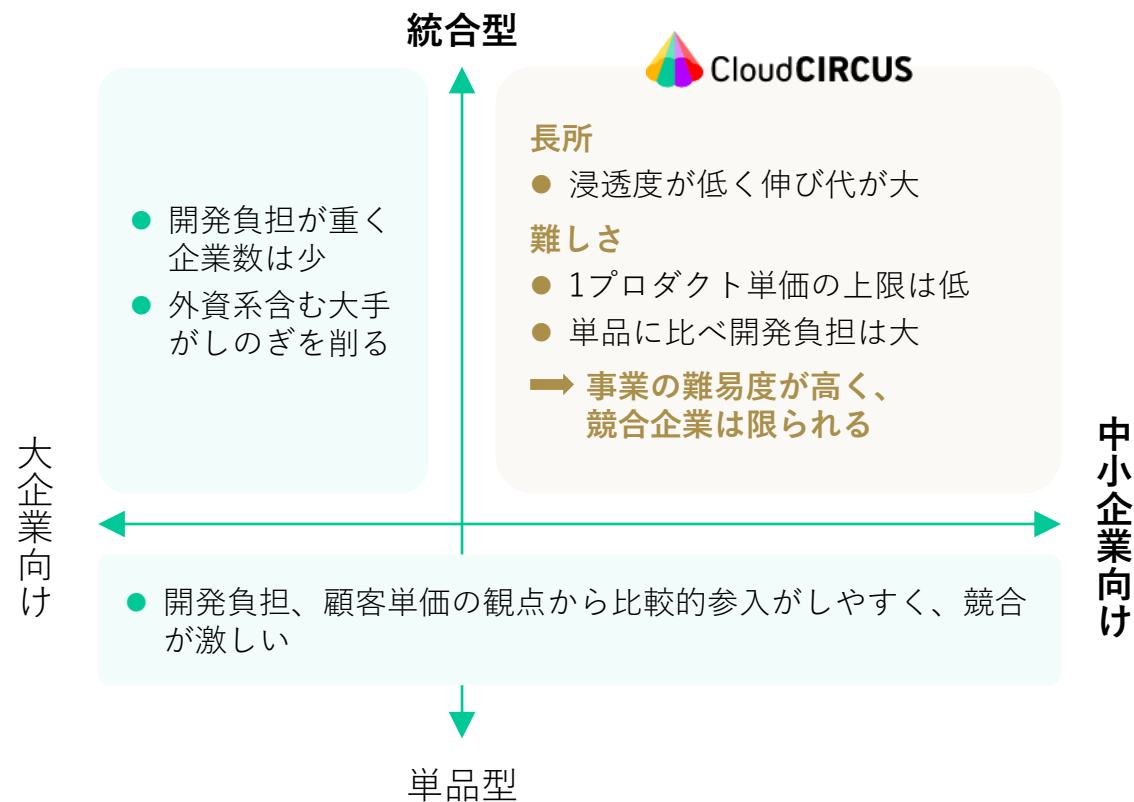
(単位：億円)



*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



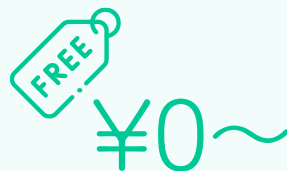
利用しやすい価格体系

- 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



前期からの取り組みが新規・複数取引顧客数、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

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

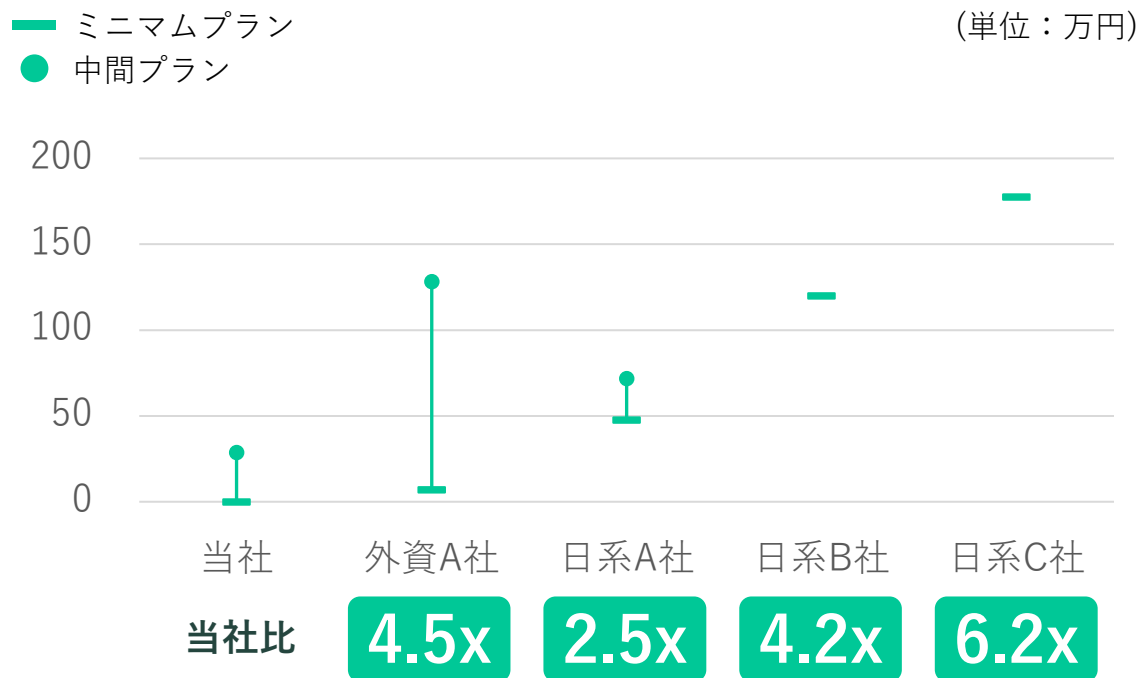
現在：顧客の成果実現と顧客単価向上に一層注力

- 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・複数商材取引契約数の単価が向上

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。

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
- ワークスマイルジャパン(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

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 **14,000 件以上**

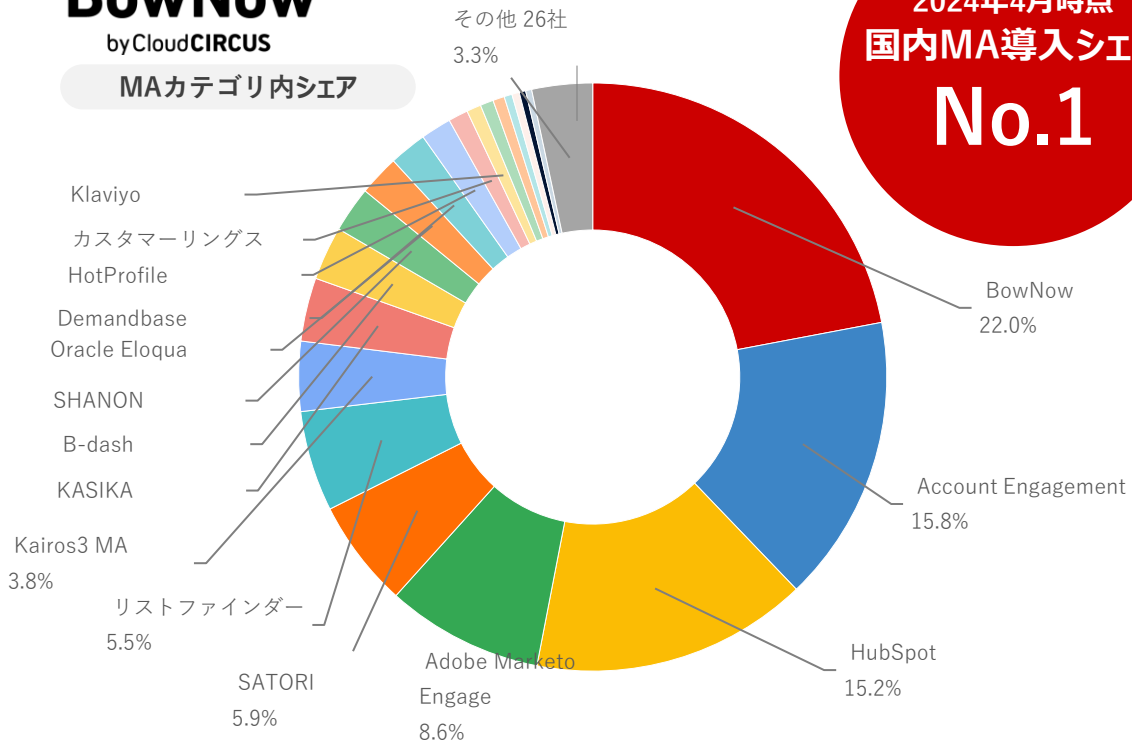
手軽に使えるマーケティングオートメーション

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

2024年4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 2024.4 https://oshiete-url.jp/report/docodoco/2024_4/#marketing_automation



COCOAR
by CloudCIRCUS

導入実績
7,300 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
8,200 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：**18,000 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：**2,300 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

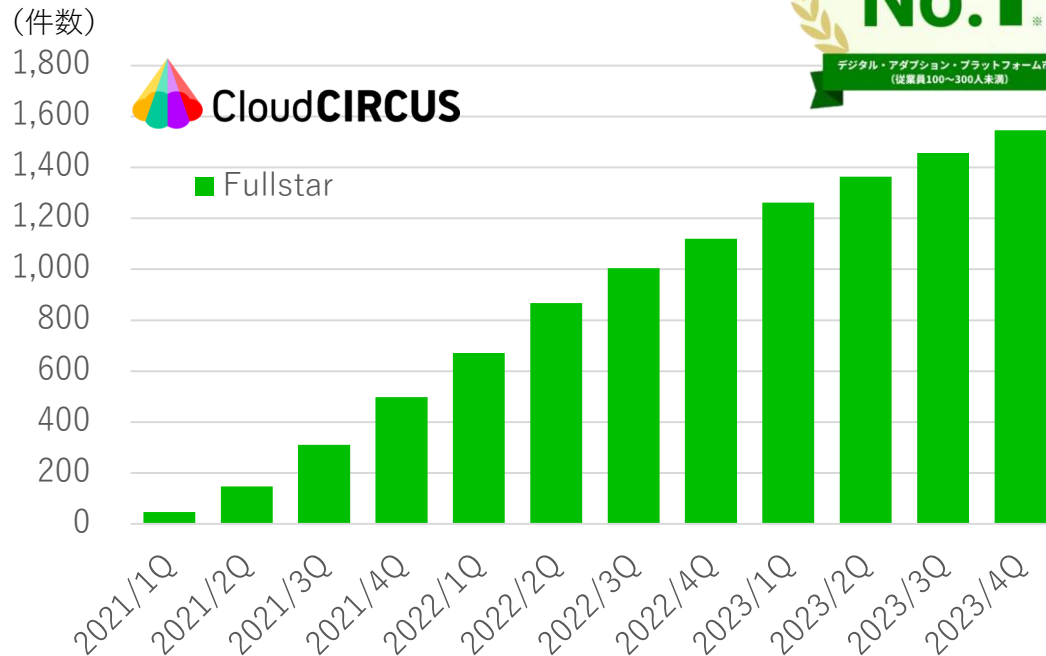


Fullstar

導入数 **1,500 件以上**

2023年度売上高予測において、市場シェア1位※

デジタル・アダプション・プラットフォーム市場－従業員100～300人未満：ベンダー別売上金額推移およびシェア」において、2023年度売上高予測で市場シェア1位。



※引用元：ITR「ITR Market View：コミュニケーション／コラボレーション市場2023」デジタル・アダプション・プラットフォーム市場－従業員100～300人未満：ベンダー別売上金額シェア（2023年度予測）

Fullstarってなに？

Fullstar はクラウドサービスを利用するユーザーがより快適に使うための「操作ガイド」を表示したり「サービスでつまづく箇所を可視化」して解消へ導くカスタマーサクセスツールです。



のココがスゴイ①

生産性向上!!

開発負担なし!!

ノーコードであらゆるWebサイトに操作ガイドを設定
作成時間も従来の1/10に軽減！



のココがスゴイ②

解約防止!!

ユーザーの利用状況を可視化でき、サービス解約の
可能性が高い顧客をピックアップできる。

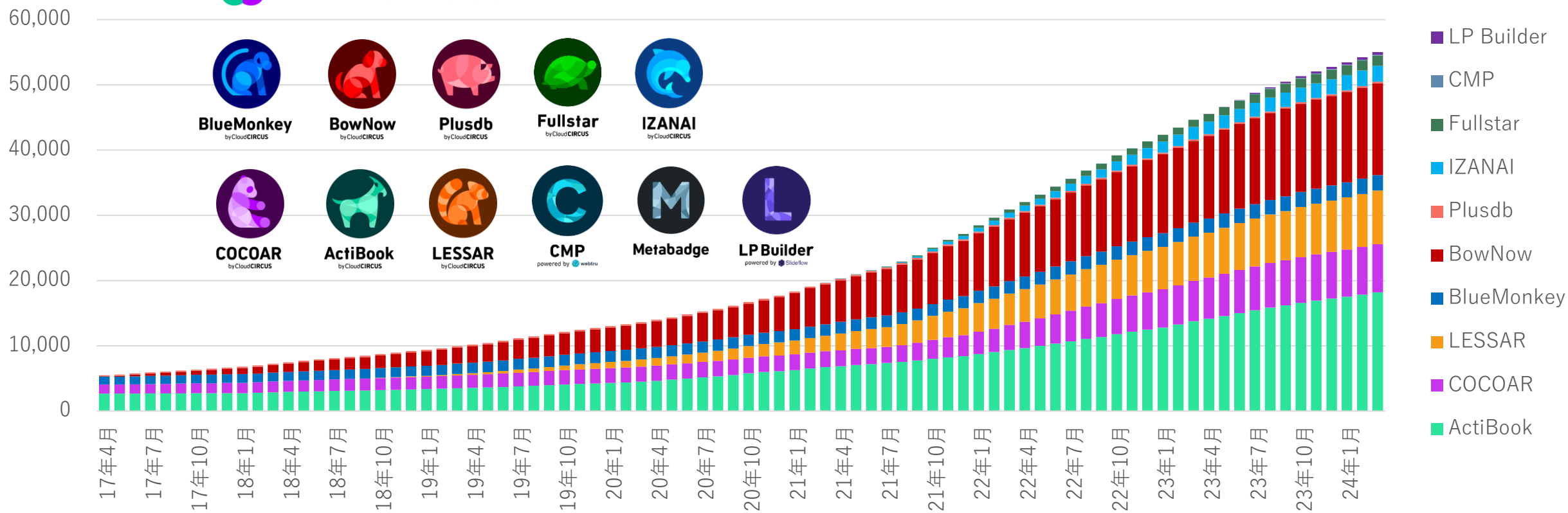


のココがスゴイ③

UX改善

ユーザーのつまづきポイントや離脱原因を分析し、
WebサービスのUX改善が可能

“ 24年3月段階で累計55,000件※導入を突破。



※フリーミアム含む

section

03

01 当期計画 – 中期経営計画最終年度 –

02 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

03 Appendix

- (1) 会社概要

3. Appendix

(1) 会社概要

東証プライム 3393

startiaholdings

最先端を、人間らしく。

3. Appendix

(1) 会社概要

startiaholdings

最先端を、人間らしく。

経営理念

社会のニーズとマーケットを見極め、人と企業の未来を創造し、
優れた事業と人材を輩出するリーディングカンパニーを目指す

ビジョン

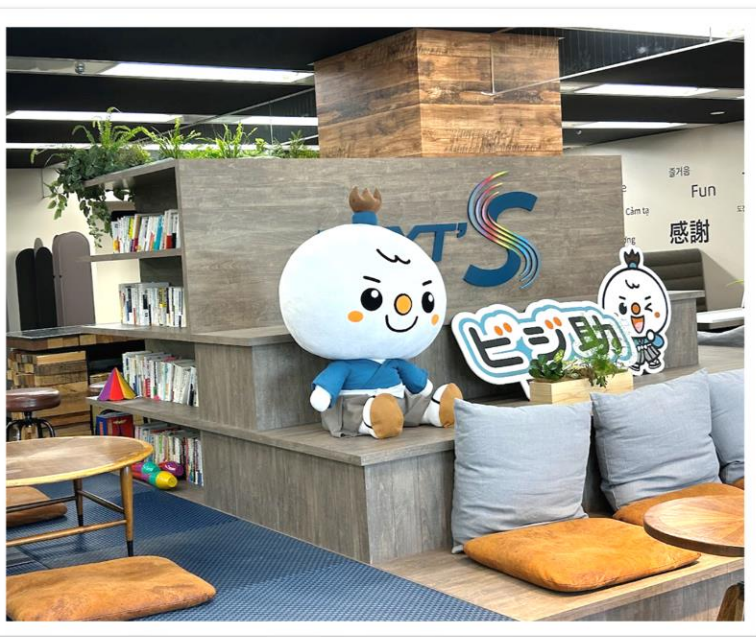
「誰もが挑戦し永続進化できる世界」

自らを変革しながら、多くの人と企業が、当たり前に変化することを支えるグループ

ミッション

「未来機会の創造」

私達は多くの人と企業に前向きな未来を実現するチャンスを提供しつづけることで挑戦に溢れた世の中を実現します



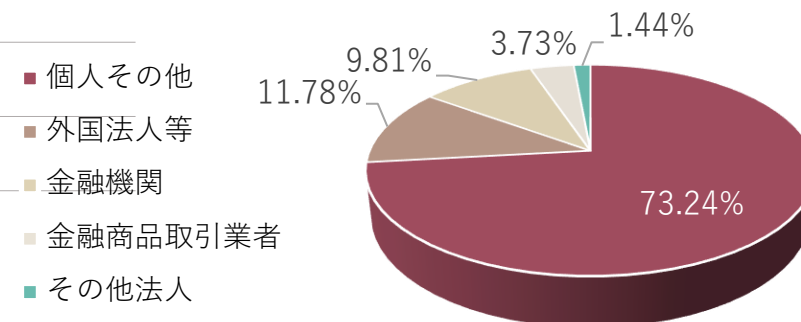
会社概要

社名	スターティアホールディングス株式会社
住所	東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス19階
設立	1996年2月
上場	東証プライム(2022年4月4日) 東証一部(2014年2月28日) 東証マザーズ(2005年12月20日)
代表取締役	本郷 秀之
グループ会社	連結子会社：11社、持分法適用関連会社：2社
従業員	連結908名(2024年3月31日現在) ※取締役、監査役、派遣社員、アルバイト除く
決算	3月31日
資本金	8億2,431万円(2024年3月31日現在)
発行済株式数	10,240,400株(2024年3月31日現在)
株主数	4,189名(2024年3月31日現在)



代表取締役社長 兼 最高経営責任者
本郷 秀之

1966年5月生
1996年当社設立し現在に至る
(当社株式保有29.28%)



主要メンバー



スターティアHD 代表取締役社長/本郷秀之

- ・1996年当社創業、代表取締役社長就任(現任)
- ・2018年には返済不要の奨学金給付を行う団体として公益財団法人ほしのお設立、代表理事就任(現任)
- ・2018年に一般社団法人熊本イノベーションベース(旧:熊本創生企業家ネットワーク)設立、代表理事就任(現任)し、故郷熊本の2016年発生の震災復興に取り組み、地方創生にも尽力



スターティアHD 取締役/植松崇夫

- ・2004年当社入社
入社以来、主に財務・会計業務に従事し、財務経理部門を筆頭に各種コーポレート部門の責任者を歴任。
- ・2018年に取締役就任(現任)、
当社グループCFOとして広報/IRにも従事



スターティアレイズ 代表取締役社長/古川征且

- ・1996年当社創業メンバーとして参画し取締役就任
- ・1998年にネットワーク・クラウド事業を立ち上げ
- ・2018年バックオフィスDX事業を展開する
スターティアレイズ代表取締役社長就任(現任)
- ・2021年にはChatwork(株)との合併会社である
Chatworkストレージテクノロジーズの取締役就任(現任)



スターティアHD 取締役/笠井充

- ・2002年当社入社
- ・2007年に複合機事業を立ち上げ
その後、代理店の拡大及びM&Aを中心とした
当社グループの顧客基盤拡大を継続遂行
- ・2018年ITインフラ事業の軸であるスターティア代表取締役社長就任(現任)
- ・2021年スターティアリード代表取締役社長就任



クラウドサーカス 代表取締役CEO/北村健一

- ・2001年当社入社
2004年にWEB及び電子ブック事業を立ち上げ
- ・2009年社内ベンチャーとしてスターティアラボ
(現クラウドサーカス)設立、代表取締役就任(現任)
- ・2020年から各種ツール販売を統合型デジタルマーケティング
SaaSツール「CloudCIRCUS」としてリブランディングを遂行

グループ会社

当社グループについて(連結子会社11社、持分法適用関連会社2社) ※1：連結子会社

ITインフラ関連事業 ※1

startia
スターティア(株)

startialead
スターティアリード(株)


株式会社ビジネスサービス
(株)ビジネスサービス

システムインテグレーション、セキュリティ対策、
通信システム、OA機器販売

NOS Ltd.
株式会社エヌオーエス
(株)エヌオーエス

BCM Business Communication Media Corporation
ビーシーメディア株式会社
ビーシーメディア(株)

富士フィルムBI奈良(株)
(当社G出資比率66.6%)
※富士フィルムビジネスイノベーション
ジョンジャパン(株)との合弁企業

バックオフィスDX事業※1

startiaraise
スターティアレイズ(株)
業務効率化ソリューション
RPA、AI-OCRの提供

C-design
C-desgin(株)
電子署名サービス、業務支援
プラットフォームサービス
「cocrea」の運営

デジタルマーケティング事業 ※1

 **CloudCIRCUS**
クラウドサーカス(株)
マーケティング・営業支援
ツール「Cloud CIRCUS」の
提供

その他 ※1

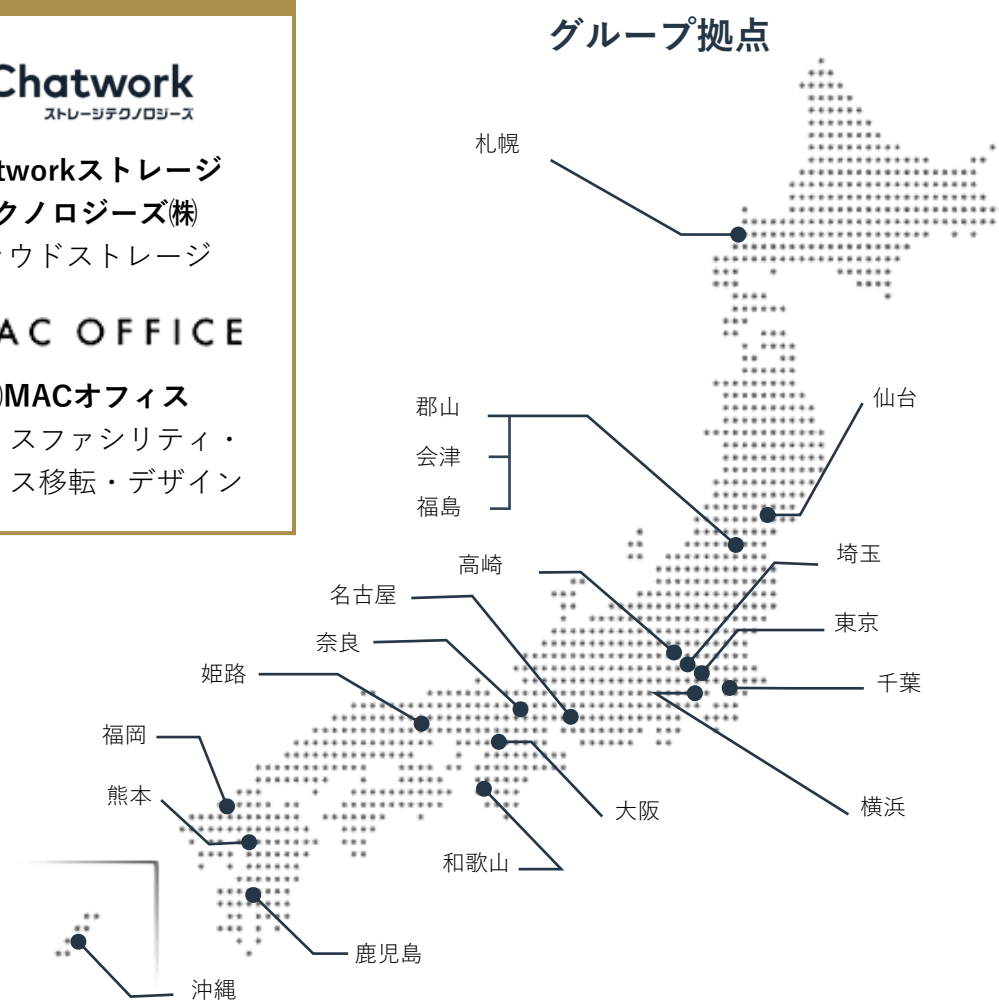
startiasia
Startia Asia Pte.Ltd.
シンガポール アジア地域の
事業統括及び投資事業

startiawill
スターティアウィル(株)
スターティアグループの業務請
負・障がい者雇用のコンサル
ティングなど

持分法適用関連会社

 **Chatwork**
ストレージテクノロジー
Chatworkストレージ
テクノロジーズ(株)
クラウドストレージ

 **MAC OFFICE**
(株)MACオフィス
オフィスファシリティ・
オフィス移転・デザイン



主要な商品サービス

守りのDX

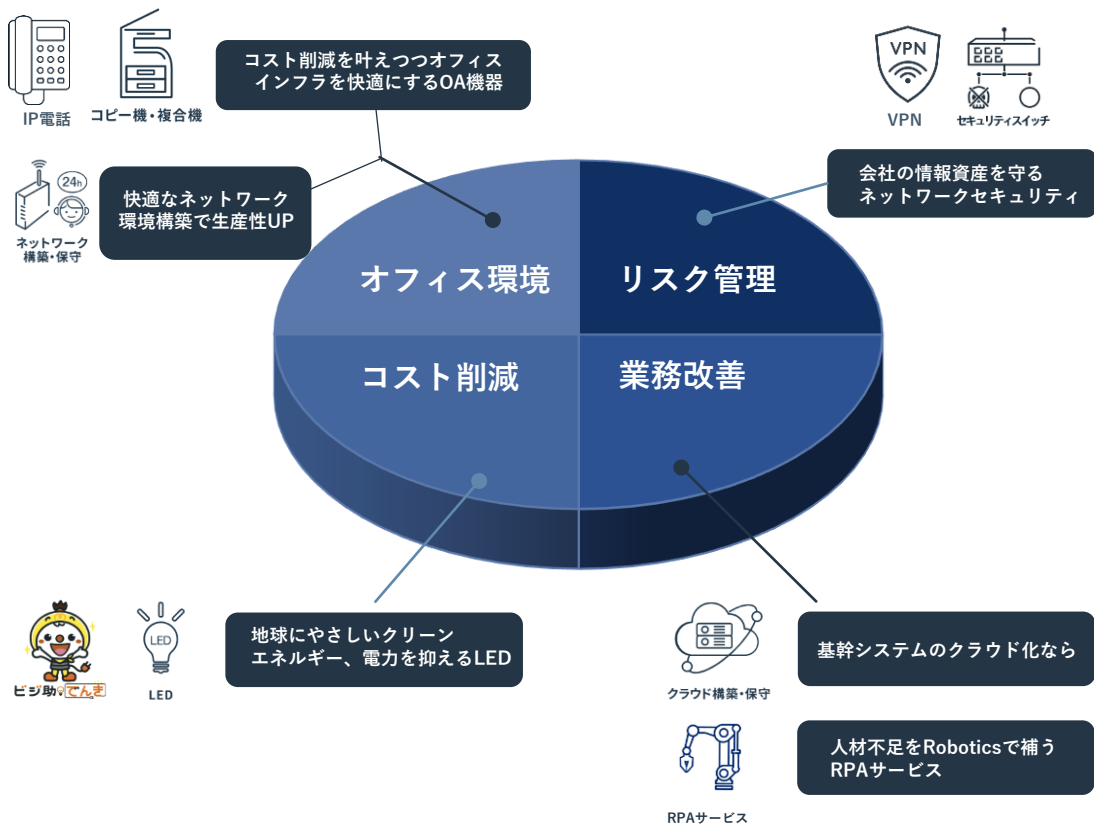
ITインフラ事業

攻めのDX

デジタルマーケティング事業

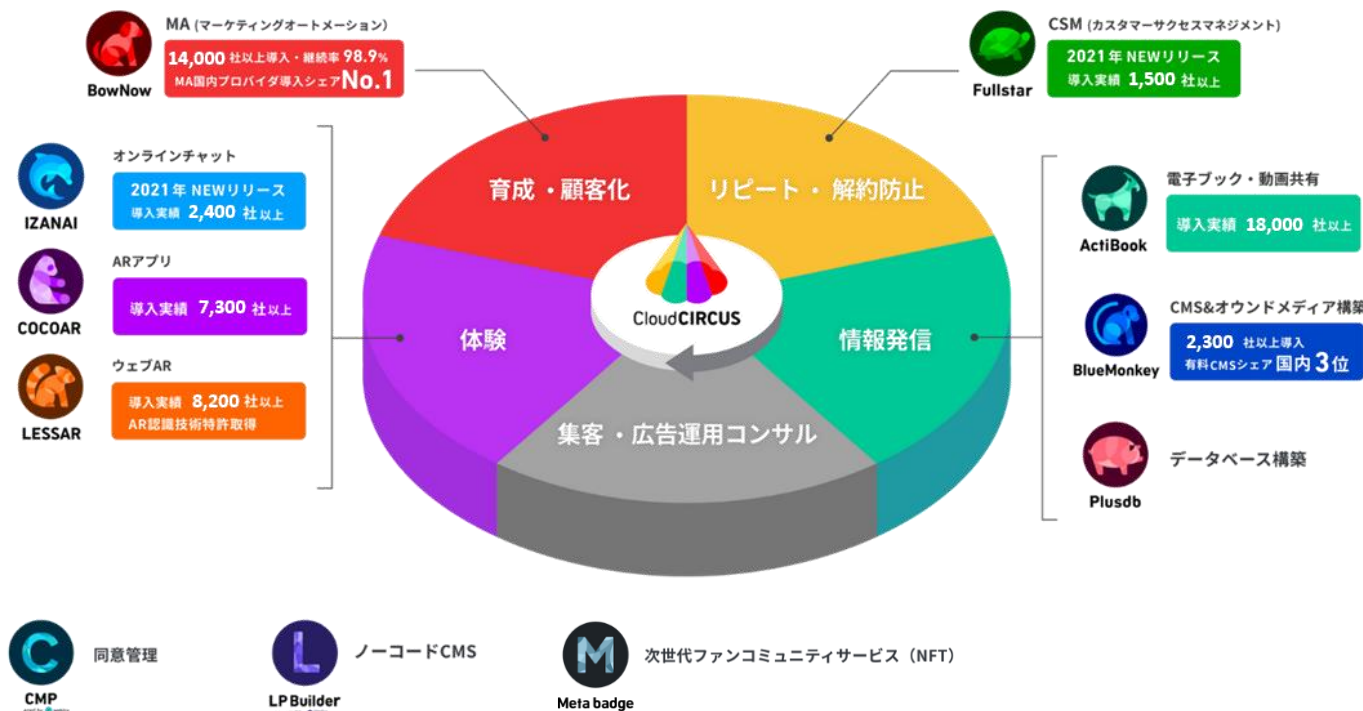
中小企業を中心に、ITに関する課題解決・DXをワンストップで対応

コスト削減・業務効率化・生産性向上



マーケティングと営業の成果を変える「Cloud CIRCUS」ツール

顧客獲得・売上拡大



売上高推移・営業利益推移

■ 売上(左軸:棒)
— 営業利益(右軸:折線)

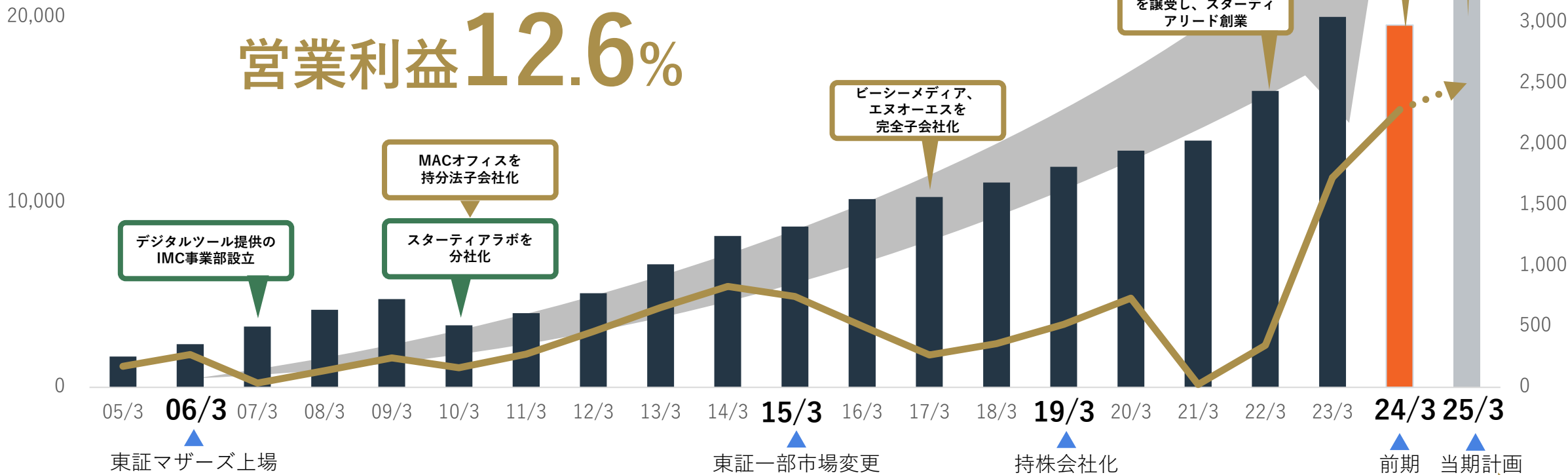
デジタルマーケティング事業
ITインフラ事業(新規・新設)
ITインフラ事業(M&A)

上場来の成長(CAGR): 年平均成長率

売上 **12.6%**

営業利益 **12.6%**

(単位:百万円)





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

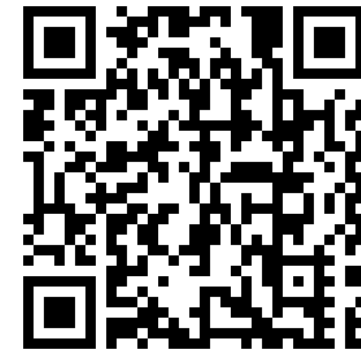
TEL : 03-5339-2109(平日9時~18時)

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。