

2021年6月8日

各 位

上 場 会 社 名 株式会社 Success Holders
代 表 者 代表取締役社長 釜 薫
(コード番号 4833)
問合せ先責任者 取締役管理本部長 小松 未来雄
(TEL 03-5786-3800)

中期経営計画の提出等について

当社は、2022年3月期～2024年3月期に係る中期経営計画を策定いたしましたので、当該中期経営計画を記載した資料を提出いたします。

なお、当該資料について、当社のウェブサイトに掲載いたします。

| | | | |
|---|---|---|---|
| U | R | L | https://success-holders.inc/ |
| 掲 | 載 | 日 | 2021年6月8日 |

【添付資料】

中期経営計画

以上



Success
Holders

Medium-Term Management Plan

2021.6.8

中期経営計画

株式会社Success Holders

Index

目次

- 1 Company Information
会社概要
- 2 Media Business
メディア事業
- 3 Technology Business
テクノロジー事業
- 4 Medium-term Management Plan
中期経営計画

1 会社概要

会社概要

Company Profile



Success
Holders

会社名 株式会社 Success Holders(Success Holders, inc.)

所在地 〒106-0032 東京都港区六本木6-8-10 ステップ六本木 5F

設立 1987年8月20日

資本金 100百万円（2021年3月31日時点）

上場市場 東京証券取引所 JASDAQグロース

| | | |
|----|-----------|--------|
| 役員 | 代表取締役社長 | 釜 薫 |
| | 取締役会長 | 畑野 幸治 |
| | 取締役 | 小松 未来雄 |
| | 取締役 監査等委員 | 神庭 雅俊 |
| | 取締役 監査等委員 | 久保 恵一 |
| | 取締役 監査等委員 | 毛利 正人 |

従業員数 98名（2021年3月31日時点）

事業内容 テクノロジー事業、メディア事業

1 会社概要

コーポレート・アイデンティティ

Company Identity

Vision

Successful around the world

成功が溢れる世界を

わたしたちは関わる人々の成功を通じて
日本の発展に貢献して世界へ羽ばたきます

2021年3月期における大規模な構造改革を経て、当社は Success Holders に商号を変更し、新たな Vision と Value を掲げて、第二創業期をスタートしました。

Value

Proactive

主体的に思考して、自立した行動をする

Team

チームのために動き、チームで成功する

Cool

家族や仲間に誇れる、カッコいいことをする

1 会社概要

経営陣紹介

Board Members

当社の経営陣は各分野のプロフェッショナルから構成されています。



釜 薫

代表取締役社長

札幌大学経済学部を卒業後、中央出版株式会社を経て、2004年9月、株式会社仙台ぱどに入社。営業部長や同社代表取締役社長を歴任。2020年6月より現職に就任



神庭 雅俊

取締役 監査等委員

2009年3月に、東京大学法科大学院を修了後、2010年12月に弁護士登録を行い、本間合同法律事務所一般企業法務をはじめ、M&A・事業承継などを手がけたのち、2020年1月より現職に就任。



畑野 幸治

取締役会長

2007年4月に株式会社Micro Solutionsを設立して代表取締役に就任。その後、2011年9月には株式会社BuySell Technologiesが運営するネット型リユース事業を創業、2017年8月に株式会社FUNDBOOKを設立、代表取締役CEOに就任。その後、2019年12月に当社株式の72.56%を取得。2020年2月より現職に就任。



久保 恵一

取締役 監査等委員

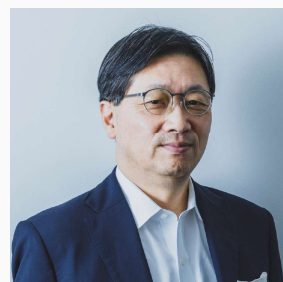
大阪大学経済学部卒業後、等松・青木監査法人（現 有限責任監査法人トーマツ）入社。同社の経営会議メンバー、デロイトトーマツリスクサービス代表取締役社長、トーマツ企業リスク研究所所長などを経て、2020年6月より現職に就任。



小松 未来雄

取締役

慶應義塾大学理工学部を卒業後、2013年2月に、有限責任監査法人トーマツへ入所。新規上場（IPO）の支援、内部統制の構築支援、新収益認識基準の導入支援などを経験。2020年10月より現職に就任。



毛利 正人

取締役 監査等委員

米国ジョージワシントン大学修士課程修了（会計学）。外資系グローバル・リスクコンサルティング会社の代表取締役などをを経て、東洋大学国際学部グローバル・イノベーション学科教授に就任し、会計学、M&A、コーポレートガバナンス等の講義・研究に従事。2020年6月より現職に就任。

1 会社概要

当社の歴史

Our History

主要株主の異動を経て、メディア事業の構造改革を成功させると共に、新たな成長軸としてテクノロジー事業を開始しました。



1 会社概要

当社の事業内容

Business Outline

当社は、マーケティングサービスとIT人材の領域から、顧客の成功を支援しています。

メディア事業

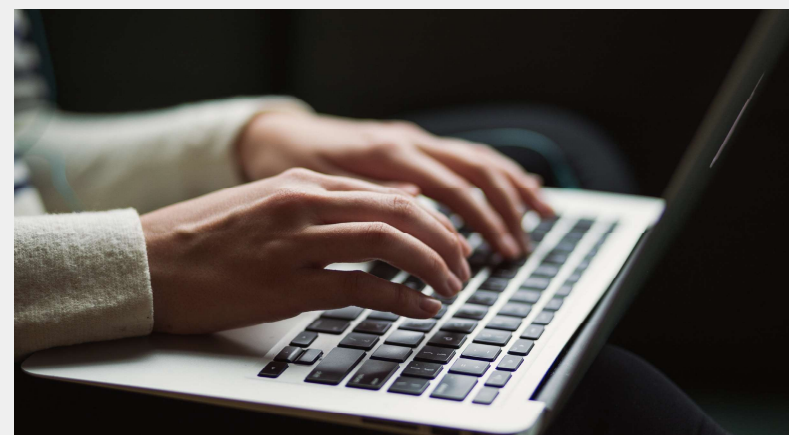
ARIFT

- ・地域密着型フリーペーパーの発行や折込広告の配布などを主軸とする事業。
- ・配布地域は、埼玉県、神奈川県、東京都などの首都圏と宮城県で、読者のご自宅まで無料で直接届ける仕組みを構築していることが強み。
- ・創刊35年目となった地域密着フリーペーパー「ぱど」はリブランディングにより、コンセプトなどを新たに「ARIFT」として進化。



テクノロジー事業

- ・ITエンジニアの派遣を通じて技術力を提供し、顧客のIT課題を解決する事業。
- ・開発からインフラまで幅広い分野に対応可能。
- ・IT人材不足が続く中、未経験人材も積極的に採用し、社内外における研修を経て、一定の技術力を習得させた上で派遣する育成カリキュラムを導入していることが強み。
- ・派遣のみでなく、請負や自社プロダクト開発などの領域への進出も視野に入れている。

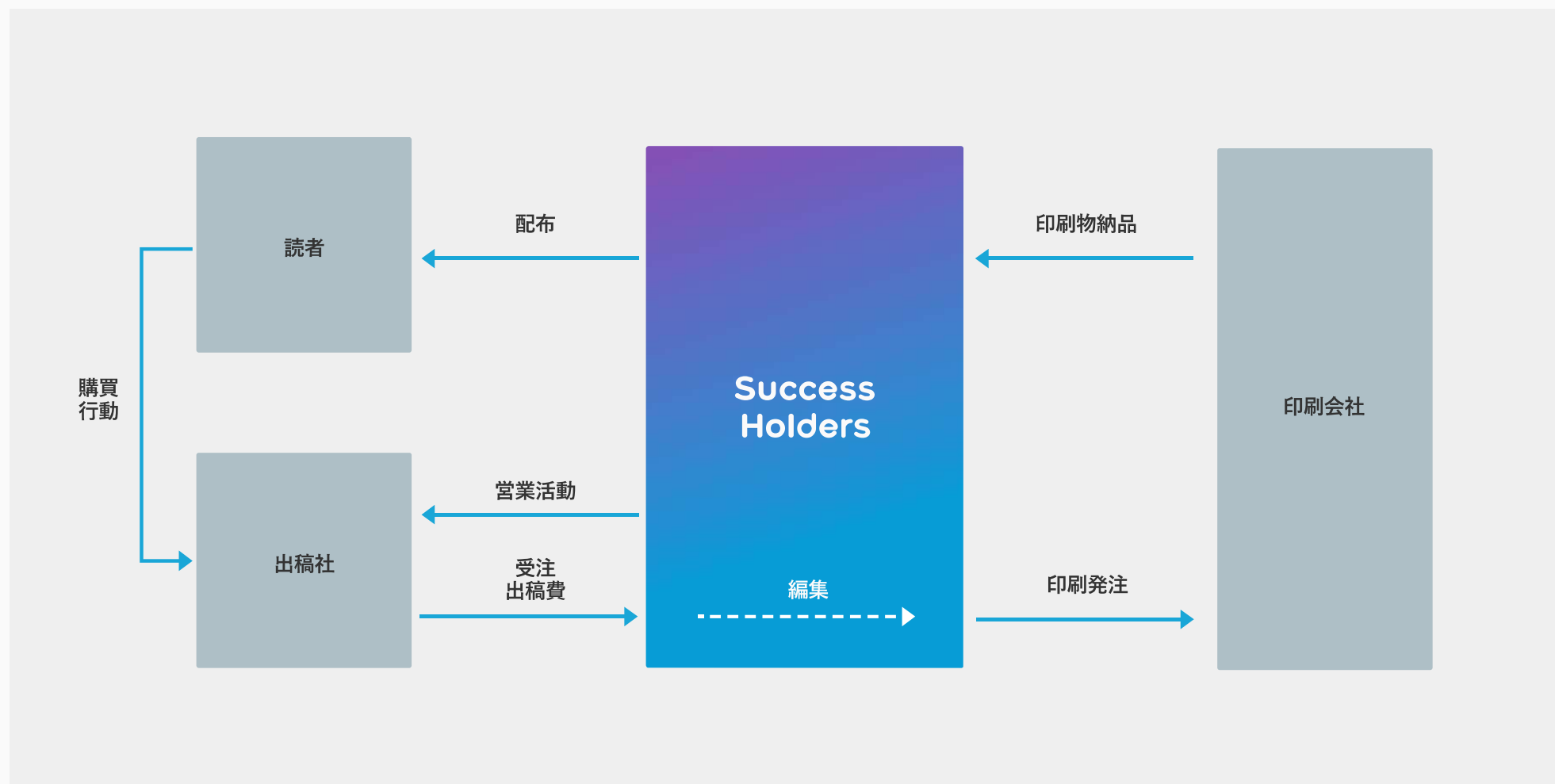


2 メディア事業

メディア事業の収益構造

Earnings Structure of Media Business

ARIFTをはじめとする地域密着型フリーペーパーは、読者の購買行動等へと繋げるように地域のお店情報などをその集客エリアに合わせて出稿し、その出稿費が当社の売上となります。当社は出稿内容をエリア別に最適な形に編集し、印刷を経て読者の各家庭へフリーペーパーを配布しています。



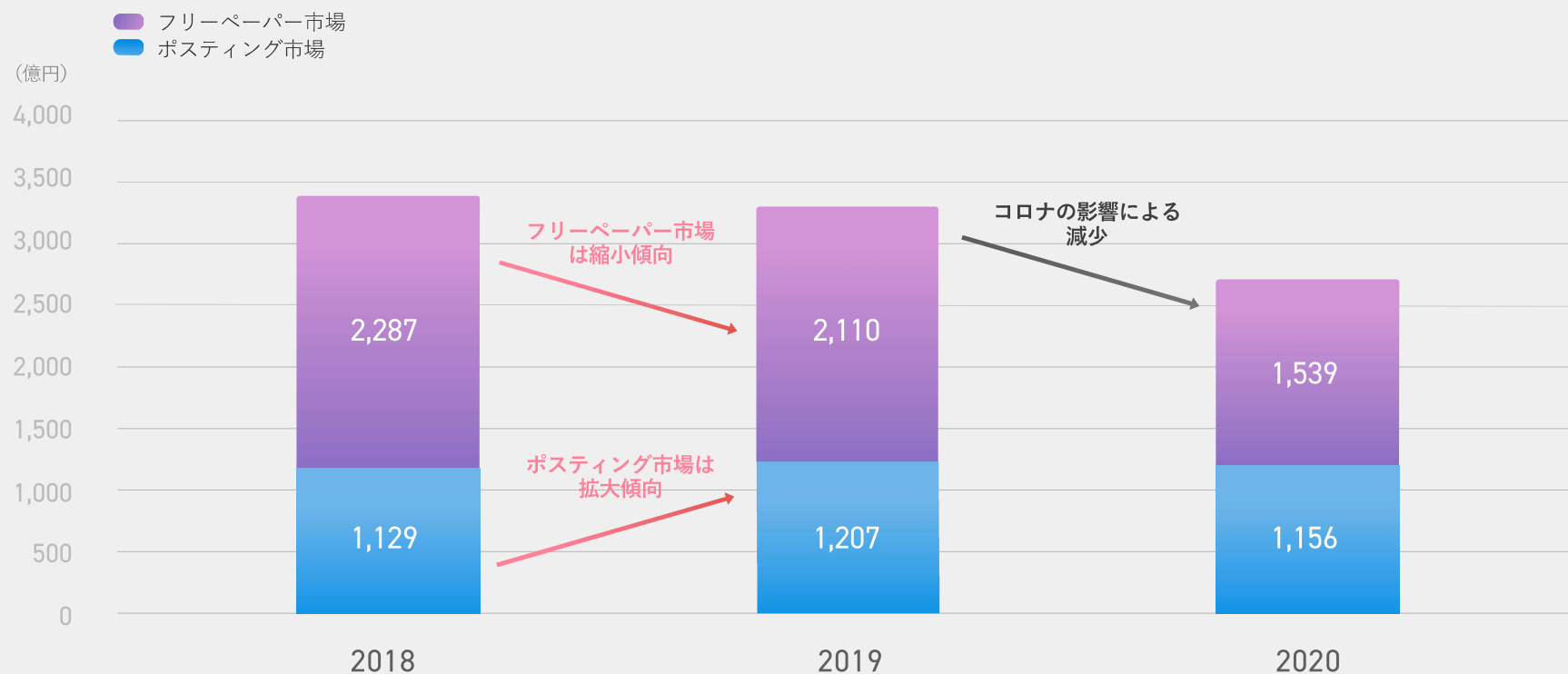
2 メディア事業

メディア事業の背景・変遷

Market Environment for Media Business

当社が取組むフリーペーパー市場は全体では年平均5%程度の縮小傾向にありますが、休刊する冊子もあり、発行誌あたりの売上高に大きな変化はないと考えています。また、新聞離れによる新聞折込の受け皿として、フリーペーパーにチラシ等を折り込んで各家庭へお届けするポスティング市場は拡大傾向にあります。

メディア事業



出所：電通「日本の広告費」

2 メディア事業

メディア事業の市場・競合環境

Competitive Environment for Media Business

フリーペーパー市場は地域性の高い分散型市場であり、多数の小規模事業者が存在します。一定程度規模を有する事業者は読者へのリーチと地域性における特性があります。

他事業者（例）との比較

| | 当社 | A社 | B社 | C社 | D社 |
|-----------|-----------------------|------------------|-------------------|-------|-----------------|
| 主要冊子の発行部数 | 300万部 | 600万部 | 900万部 | 200万部 | 200万部 |
| 主要発行エリア | 埼玉県 神奈川県の一部 宮城県 | 首都圏中心に 全国（FC） | 中部地方中心に 全国（FC） | 千葉県 | 神奈川県 |
| 配布方法 | 各家庭への ポスティング | 各家庭への ポスティング | 各家庭への ポスティング | 新聞の折込 | 各家庭への ポスティング |

市場全体では縮小傾向にあるものの、各地域におけるフリーペーパー広告需要は底堅い
 新聞の需要減少に伴い、行先を失った折込広告によってポスティング需要は堅調
 各地域内で完結する出稿主と読者の関係性を繋ぐ地域密着度が重要
 出稿主の要望に対してきめ細やかな対応ができる営業力が当社の強み

2 メディア事業

メディア事業の市場・競合環境

Future Direction of Media Business

短期的にはフリーペーパー・折込の売上拡大の施策を実施し、引き続き地域の顧客基盤へのサービスを提供します。中長期的にはデジタルを含む商材を拡充し、総合マーケティングサービスの展開を目指します。

現在進行中のテーマ

1

既存事業の売上拡大

- リブランディングにより冊子のコンセプト・ターゲット層などを再定義
- The Model型の社内分業による収益の最大化
- エリアあたり営業人員の増員
- 収益モデルに沿ったエリア数の拡大による全体販売量の増加

1～2年後のテーマ

2

サービスラインナップの拡充

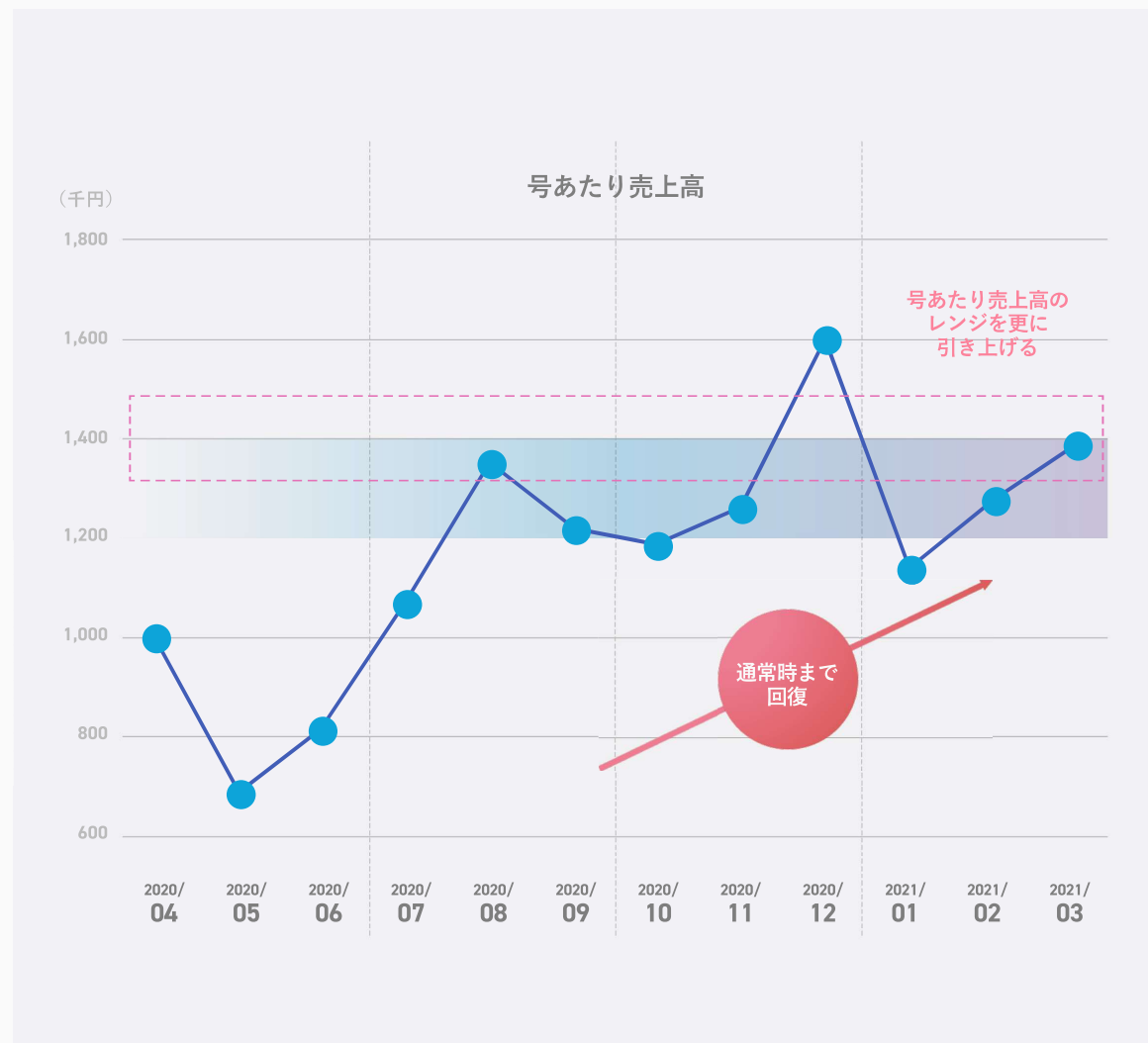
- ウェブ広告などのデジタルを含む商材を拡充し、「総合マーケティングサービス」を展開
- 地域密着型エリアマーケティングで築いた中小企業や個人商店などを中心とする顧客基盤に対し、最適解を提供

2 メディア事業

メディア事業における
売上高拡大

Sales Expansion of Media Business

新型コロナウイルスの影響により一時的に低下した「号あたり売上高」は平常時水準まで回復いたしました。が、収益性に関する施策と効果測定を継続し、フリーペーパー・折込の売上を拡大する想定です。

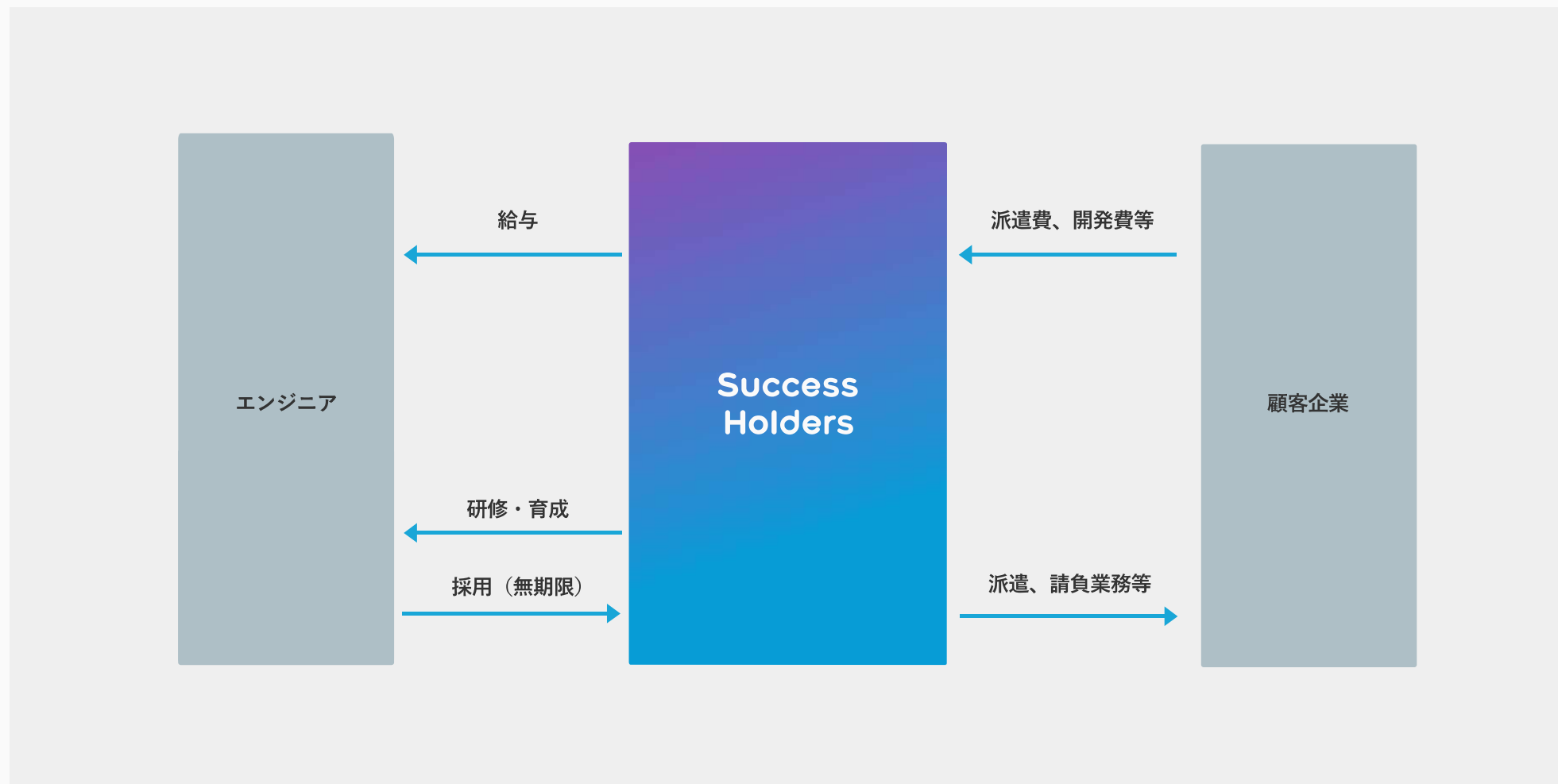


3 テクノロジー事業

テクノロジー事業の収益構造

Earnings Structure of Technology Business

当社テクノロジー事業は、開発からインフラまで幅広いジャンルの技術者を採用し、必要に応じて社内外での教育・研修を経て、顧客企業へ派遣等しております。対価として派遣費用等を受領し、当社テクノロジー事業の売上となります。



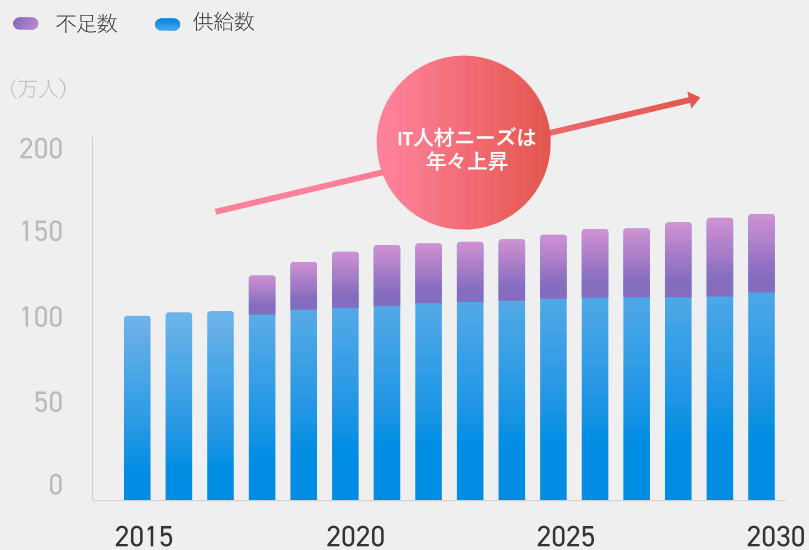
3 テクノロジー事業

テクノロジー事業における背景

Background of Technology Business

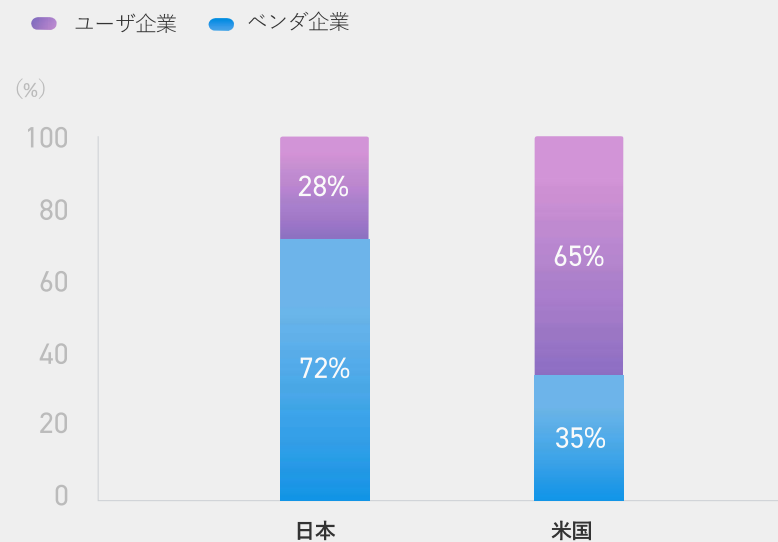
IT人材の需給ギャップは徐々に拡大し、不足感はより強くなると想定されます。また、日本はIT人材の供給を外部に依存する傾向があり、IT人材派遣の重要性が今後も増大すると考えられます。

IT人材の需給予測



IT人材の供給数は増加傾向であるものの、2030年には約45万人の人材が不足する見込み

日米IT人材の在籍企業



米国に比べて、日本企業は外部からのIT人材供給に依存する傾向

3 テクノロジー事業

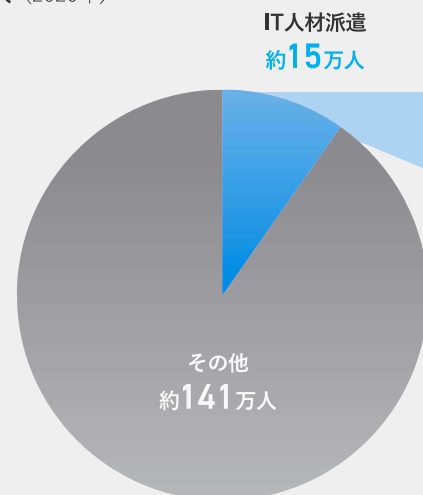
テクノロジー事業の市場・競合環境

Market and Competitive Environment for Technology Business

人材派遣市場全体のうち、IT人材派遣は1割程度を占め、今後も拡大すると想定されています。また、多数の小規模事業者が存在する分散型市場であり、上位プレイヤーでも市場シェアは5%程度です。

人材派遣市場※

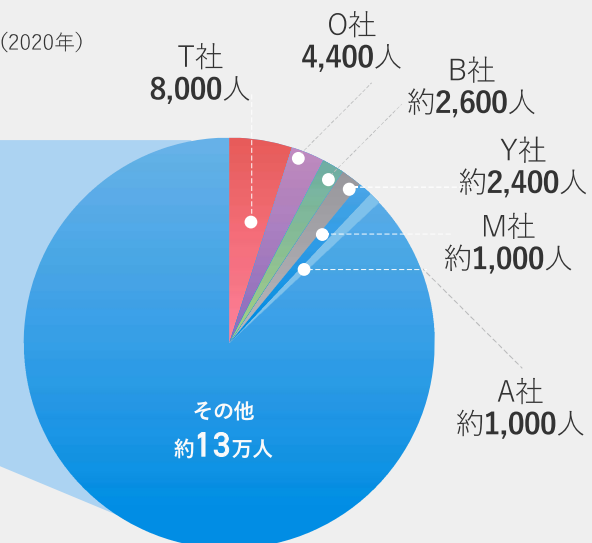
合計 約**156**万人 (2020年)



人材派遣市場の1割程度がIT人材であり、毎年増加傾向にある

IT人材派遣市場※

合計 約**15**万人 (2020年)



IT人材派遣市場は小規模事業者が多数存在する分散型市場

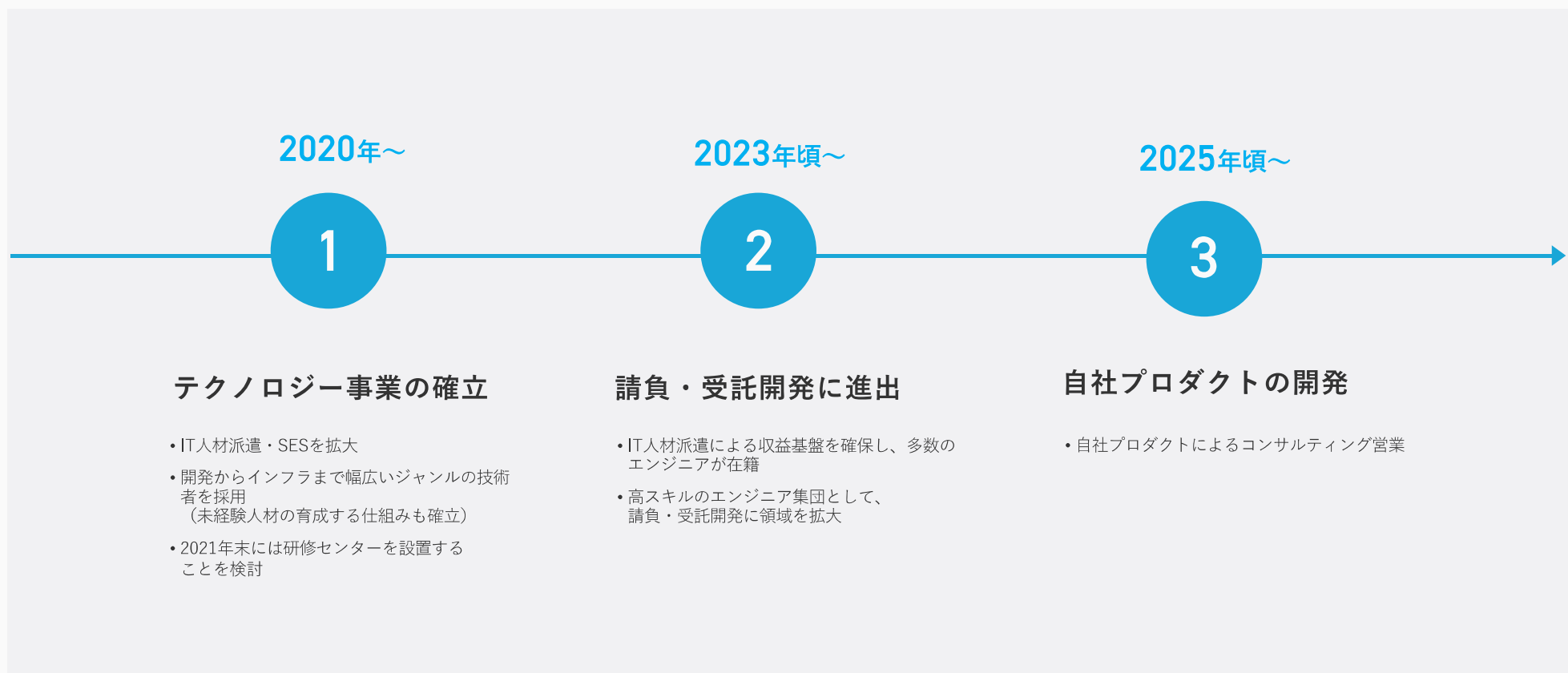
出所：厚生労働省、各社開示資料
注：IT人材派遣者数の合計は、2020年の情報処理・通信技術者の有期雇用及び無期雇用の派遣労働者数を合算

3 テクノロジー事業

テクノロジー事業の方向性

Future Direction of Technology Business

テクノロジー事業の自律成長を可能とする採用・育成・配属の仕組み化を推進し、人材派遣をきっかけに請負・受託開発や自社プロダクト開発など幅広いテクノロジーサービスの提供を目指します。



3 テクノロジー事業

テクノロジー事業の当社の仕組み

Constructing Our Way of Technology Business

テクノロジー事業の立ち上げに際し、当社は業界経験が豊富なチームを外部から採用しました。当該チームによってエンジニアを中心とした採用・育成・配属の仕組みを構築し、エンジニア及びクライアントの両面から満足度の高い環境を構築し、優秀な人材が自然に集まる事業を目指しています。



| 今後の主要テーマ | 1. 採用 採用人数の拡大 | 2. 育成 研修センターの内製化による 収益率の向上 | 3. 配属 多種多様な案件の獲得 |
|---------------------|---|---|--|
| For Engineer | <ul style="list-style-type: none"> 業界及び技術を熟知した採用担当が、エンジニアと中長期的なキャリアパスを共に描き、将来設計を共有 配属後もメンターによるフォローアップを提供し、定期的な面談（1on1）を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 実務を前提とした育成を社内の研修センターで実施し、同期社員との交流も可能 資格の取得を後押しする奨励金制度を構築 | <ul style="list-style-type: none"> 経験豊富な派遣営業の担当者が多数在籍し、スキルや相性のマッチングを実施 エンプロイヤー・サクセスチームが従業員の理想像の実現を図り、人材の定着率を向上 |
| For Client | <ul style="list-style-type: none"> 業界及び技術を熟知した採用担当が、案件特性を理解した上でエンジニアを採用 採用ツールの活用や採用プロセスの平準化によって、人材の質を担保 | <ul style="list-style-type: none"> 研修センターを設立し育成を内製化することで、特にインフラ分野における未経験者の基礎を築く | <ul style="list-style-type: none"> 経験豊富な派遣営業の担当者が多数在籍し、技術的なミスマッチがないエンジニアを提案 エンジニアの配属後も継続的にモニタリング |

3 テクノロジー事業

M&A等を活用した企業成長

Company Growth through M&A

当社は企業成長の手法としてM&Aや資本提携等を継続的に検討しております。テクノロジー事業の確立には、一定程度の規模が必要であることから、今後も積極的にM&Aを検討してまいります。

P&P社について

- 2021年5月、P&P社の全株式を約3億円で取得
- P&P社は車載関連のシステム開発及び技術者派遣事業を展開しており、トヨタグループなどの大手顧客と継続的に取引している点が強み

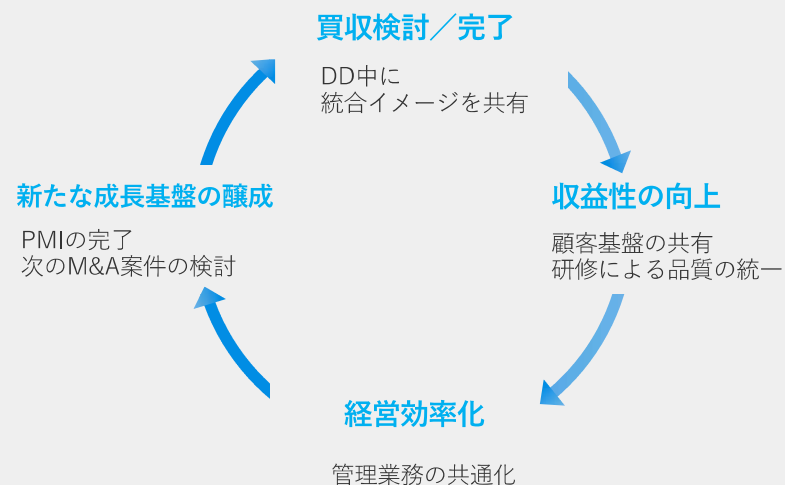
両社の課題

- P&P社は需要が旺盛な顧客を抱えているものの、採用にかかる工数に対応しきれず、技術者が不足して収益を最大化できていない状況
- 当社はテクノロジー事業の開始からまだ間もなく、顧客基盤が不足

シナジー効果

- P&P社は当社のグループ入りすることで、上場企業ブランドによる採用力の強化や当社リソースも活用することが可能となり、収益の最大化に寄与
- 当社は顧客基盤や対応業種が拡大することで更にエンジニア向けの訴求力を強化

当社のM&Aプロセス



中小事業者を複数買収し、規模拡大・経営効率化によって収益性を高めるロールアップ戦略を採用

4 中期経営計画

前事業年度における事業の進捗状況

Progress in The Previous Year

2020年6月5日付け開示資料の中期経営計画にて取り組む予定となっておりました、事業全般の収益構造改善に関する対応策につきましては概ね完了しております。

| 対応策 | 概要 | 進捗状況 | |
|----------------------------|---------------------------------------|------|--------------------------------------|
| ① 営業・制作拠点及び本社機能の再編 | 支局を横浜及び埼玉に統合し、本社機能を再編 | ○ | 完了 |
| ② フリーペーパー発行エリアの見直し | 別冊を休刊し、発行エリアを横浜及び埼玉を中心とする収益性の高いエリアに限定 | ○ | 完了 |
| ③ 連結子会社の再編 | 連結子会社を再編し、単体に移行することで管理コストを低減 | ○ | 完了 |
| ④ フリーペーパー事業の推進のための組織再編及び採用 | メディア事業の顧客開拓のための社内分業体制を構築 | ○ | 体制構築は完了。社内分業制は効果測定に基づき改善を継続 |
| ⑤ システム開発 | メディア事業に関連するプラットフォーム及び管理システム等の開発 | 継続 | 管理システムは2022年3月期中に完了 プラットフォームは構想段階 |
| ⑥ 希望退職制度による退職者募集 | 人員体制の最適化 | ○ | 完了 |
| ⑦ M&A 及び資本・業務提携に関する投資 | M&A等による事業の拡大及び収益の多角化 | 継続 | 2021年5月にP&P社の全株式を取得 継続的に実施予定 |
| ⑧ 財務基盤の安定化 | 第2回新株予約権の発行による資金調達 | ○ | 完了 |

4 中期経営計画

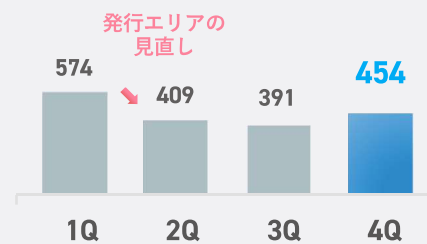
2021年3月期の
四半期業績推移

Quarterly Results for The Previous Year

高収益エリアへの選択と集中、発行ページ数のコントロールによる原価抑制などで売上総利益は大幅な改善傾向にあります。販管費はシステムのクラウド化など必要な投資を進めつつ、コスト削減により営業利益は四半期毎に改善傾向にあります。

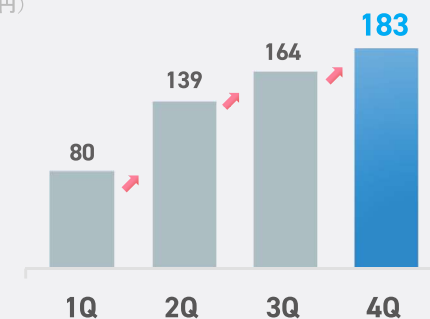
売上高

(百万円)



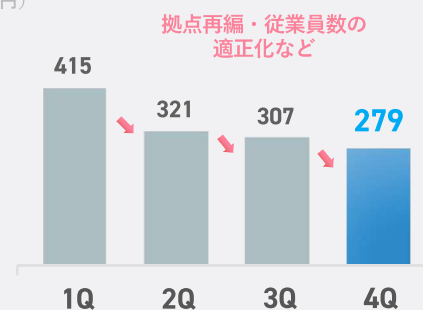
売上総利益

(百万円)

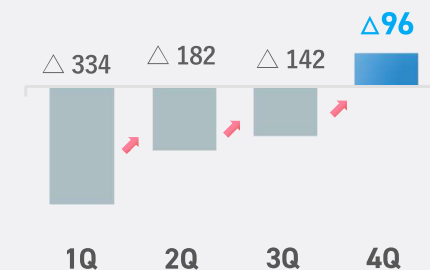


純資産

(百万円)



営業利益



4 中期経営計画

中期経営計画の数値目標


Targets of Medium-Term Management Plan

3年後の2024年3月期までの中期経営計画においては、テクノロジー事業の売上高拡大とメディア事業の営業利益拡大を目標に事業を推進いたします。

| (百万円) | 2021年3月期 実績(a) | 2022年3月期 予想 | 2024年3月期 目標(b) | 増減額 (b)-(a) |
|-------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|
| 売上高 | 1,827 | 1,772 | 4,443 | +2,616 |
| 売上総利益 | 566 | - | 1,802 | +1,236 |
| 営業利益 | ▲755 | ▲367 | 277 | +1,032 |
| 親会社に 帰属する当期純利益 | ▲906 | ▲385 | 257 | +1,163 |

中期経営計画の前提と数値目標

- メディア事業においては、エリアあたり営業人員の増員、収益モデルに沿ったエリア数の拡大による全体販売量の増加などにより基盤を拡大し、さらにはウェブ広告などのデジタルを含む商材を拡充し、「総合マーケティングサービス」を展開してまいります。
- テクノロジー事業においては、自律成長を可能とする採用・育成・配属の仕組み化を推進し、人材派遣をきっかけに請負・受託開発や自社プロダクト開発など幅広いテクノロジーサービスを提供します。また、中小事業者を複数買収し、規模拡大・経営効率化によって収益性を高めるM&A戦略を推し進めてまいります。
- 上記施策の結果、2024年3月期の売上高は44億円程度、営業利益は2.7億円を想定しております。



免責事項

Disclaimer

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。



Success
Holders