2027年度

事業戦略説明会

次の3年で、何を変えるか

［社名］ 経営企画部 ｜ 2026年10月

目次

01 市場環境と現状 — 私たちの市場は、どう変わったか

02 3つの重点戦略 — 何に集中し、何をやめるか

03 数値目標 — 2029年度に目指す姿

04 実行スケジュール — いつ、誰が、何をするか

01

市場環境と現状

私たちの市場は、どう変わったか

既存事業は堅調、ただし伸びしろは限定的

主力事業は安定して利益を生んでいる一方、市場の成長は鈍化しています。次の柱が必要です。

- **利益率は維持**
  主力事業の収益性は高い水準を保っている
- **獲得コストが上昇**
  新規顧客1社あたりの営業工数が増えている
- **周辺に未開拓の需要**
  中堅企業向けの領域に空白がある

3つの重点戦略

戦略 1

既存顧客の深耕

アップセルとサポート強化で、1社あたりの取引を広げる

戦略 2

新市場への展開

中堅企業向けの新プランを投入する

戦略 3

業務のデジタル化

定型業務を自動化し、提案に時間を回す

2029年度の数値目標

120 億円

売上高

15 %

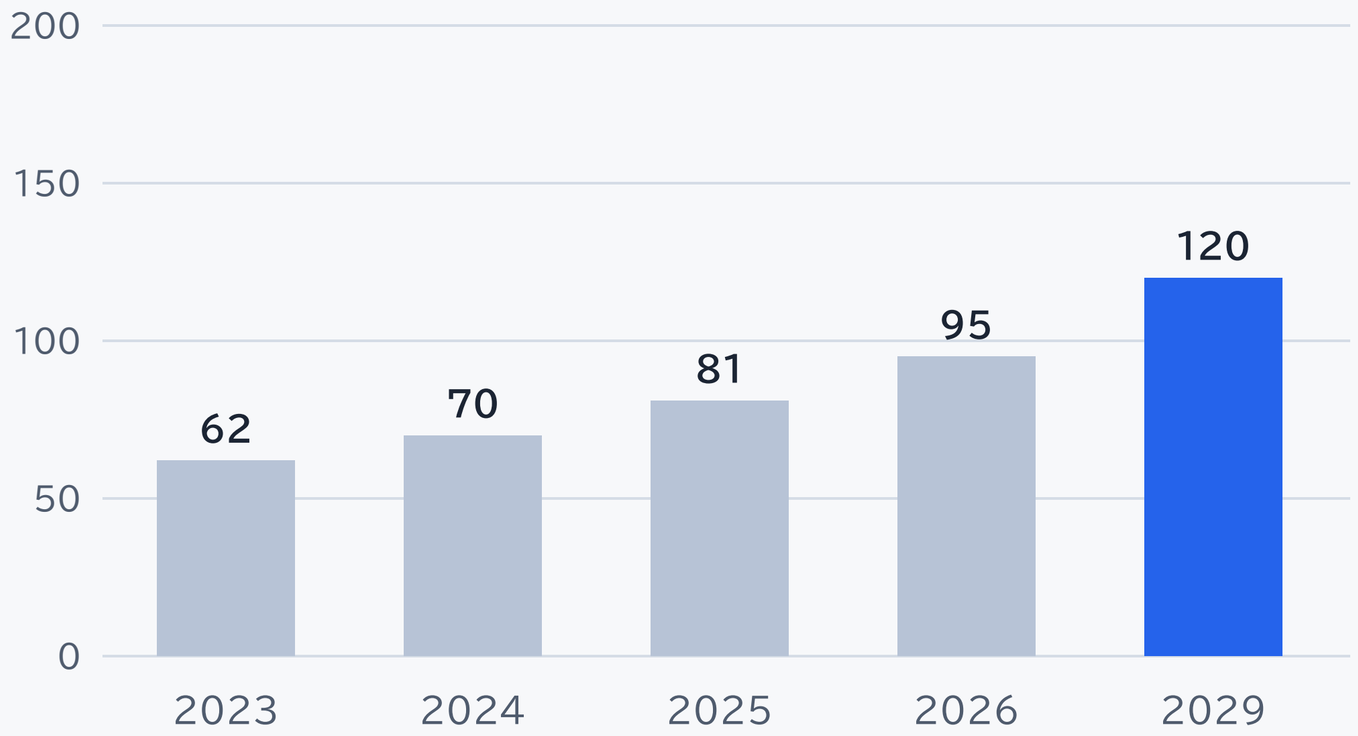
営業利益率

300 社

新規顧客数

※数値はサンプルです

売上高の推移と計画

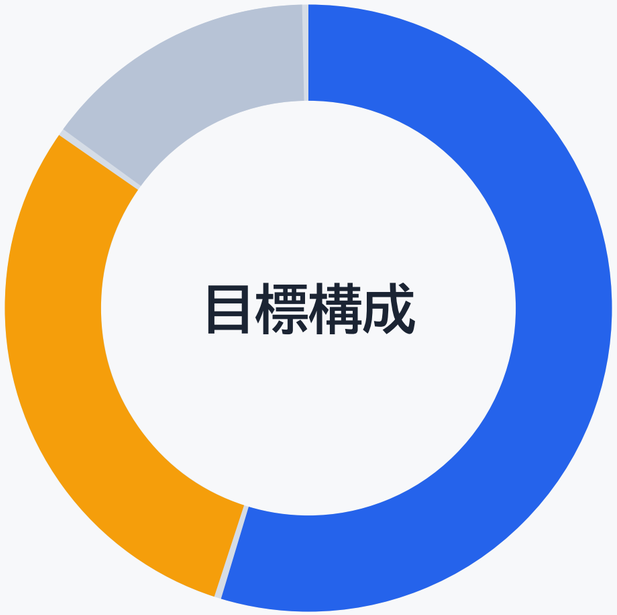


最終年度で大きく伸ばす

新市場の立ち上がりが、2028年度以降の成長を支える計画です。

単位：億円　※数値はサンプル

2029年度の売上構成（目標）



既存事業	55%
新市場	30%
デジタル関連	15%

※数値はサンプル

実行スケジュール

2027 上期

体制づくり

新プランの設計と専任チームの立ち上げ

2027 下期

試験導入

一部の顧客で先行提供し、改善を重ねる

2028

本格展開

全国の営業網で販売を開始

2029

拡大

周辺サービスを加え、目標達成へ

現状と目標の比較

項目	2026年度（現状）	2029年度（目標）
売上高	[_] 億円	120 億円
営業利益率	[_] %	15 %
新規顧客数	[_] 社	300 社
主な提供形態	個別受注	プラン型＋個別

“

変化の速い時代こそ、足元の強みから次の一歩を踏み出す。

— ［代表取締役　氏名］

ご清聴ありがとうございました

ご質問・お問い合わせはこちらまで

［担当者名］ ｜ ［メールアドレス］