



2024年12月期 中間期 決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

2024年08月

つながりを常によろこびに
Delight in Every Connection

01. 事業概要
02. 2024年12月期 中間期 業績ハイライト
03. 2024年12月期 連結業績予想
04. 重点施策 BPaaSについて
05. 私たちが目指していること・成長戦略
06. 2024年12月期 中間期 事業トピックス
07. Appendix



01. 事業概要



デジタルエコノミー特化の カスタマーサクセスソリューション・プロバイダー

Customer-Success Solution Provider for Digital Economy

アディッシュの事業モデル

デジタルエコノミー

「スタートアップ」企業

成長に伴い・・・
「カスタマー対応が追いつかない」
「人材が不足している」
「ノウハウがない」などの課題

一般事業会社 学校法人等

新しいネット社会により・・・
「炎上や誹謗中傷などに対応したい」
「デジタルサービスを使いこなしたい」
などの課題

グロース（成長）課題の 解決サービス

スタートアップがグロースする際に
必要となるカスタマーに関わる課題を解決



アダプション（適応）課題の 解決サービス

スタートアップが生んだデジタル
エコノミーに適応する上での課題を解決

新しいテクノロジーやサービスの成長および利活用を支援する

サブスクモデルのような

ストック型サービス

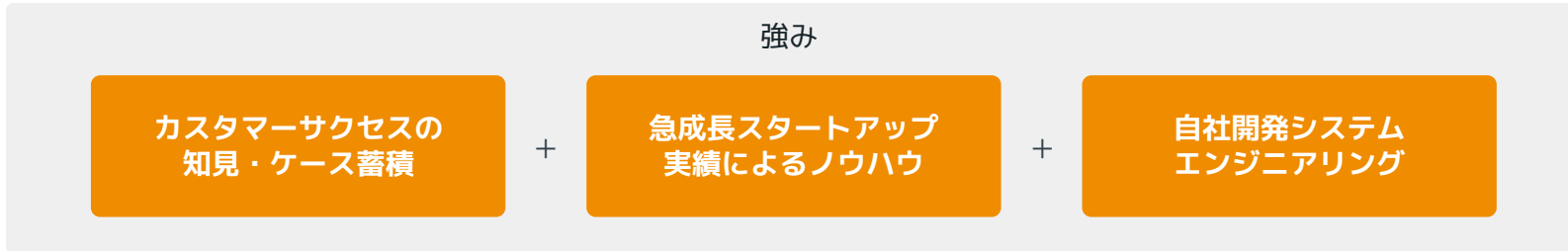
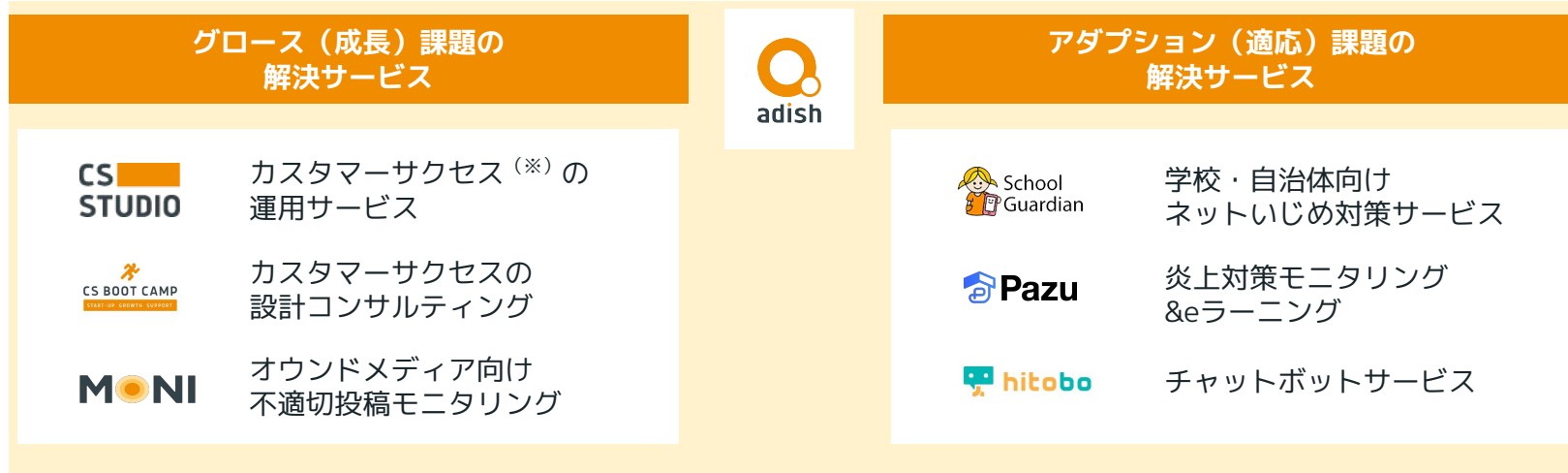
を提供しています。

※アディッシュにおける「スタートアップ」の定義

- ・ 未上場であり資金調達を受けていて上場やM&A等を目指している企業
- ・ インターネット関連事業領域のグロース市場上場企業
- ・ 上場/M&A後も急成長（3年で30%以上等）するマーケット領域で事業を展開している企業

サービスラインナップ

ストック型サービスラインナップ



（※） カスタマーサクセス：

「顧客の成功を最大化」。顧客が成功に向かうことができるよう顧客に寄り添い、顧客の成功とは何かを深め続ける取り組みのこと

ビジネスモデルについて

- カスタマーサクセス・カスタマーサポート・モニタリングサービスを提案・提供。
- 設計コンサルティングから、エージェントスタッフによる実オペレーション対応を顧客から委託を受け実施。



導入企業様



※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。一部過去導入企業様となります。
提供する内容は顧客企業様によって異なります。



02. 2024年12月期 中間期 業績ハイライト

2024年12月期 中間期 決算サマリー

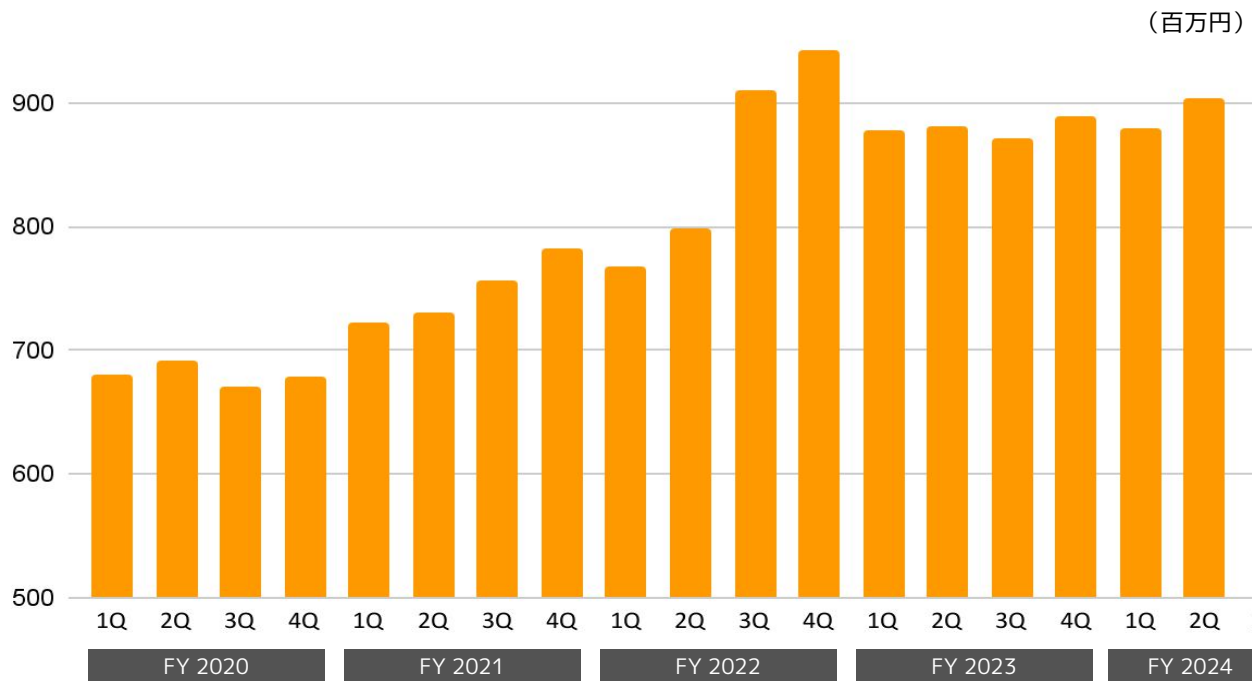
- 2023年12月期に発生した課題（子会社業績・案件時期ずれ・システム投資・一部市況悪化）については、まだ解消しきれてはいないものの、徐々に改善傾向。
- 結果、連結売上高は中間期として過去最高の1,785百万円に着地。経常損失は46百万円。（参考；第1四半期経常損失33百万円）。
先行投資と人員確保も継続して行いつつも、徐々に採算ベースも改善傾向。
- 3Q以降、売上・利益ともに数字をあげていくべく推進中。

（百万円）

	2023年12月期 中間期	2024年12月期 中間期	前年同中間期 増減率
売上高	1,760	1,785	1.5%
営業損失（△）	△76	△61	－%
経常損失（△）	△76	△46	－%
親会社株主に帰属する 中間純損失（△）	△67	△63	－%

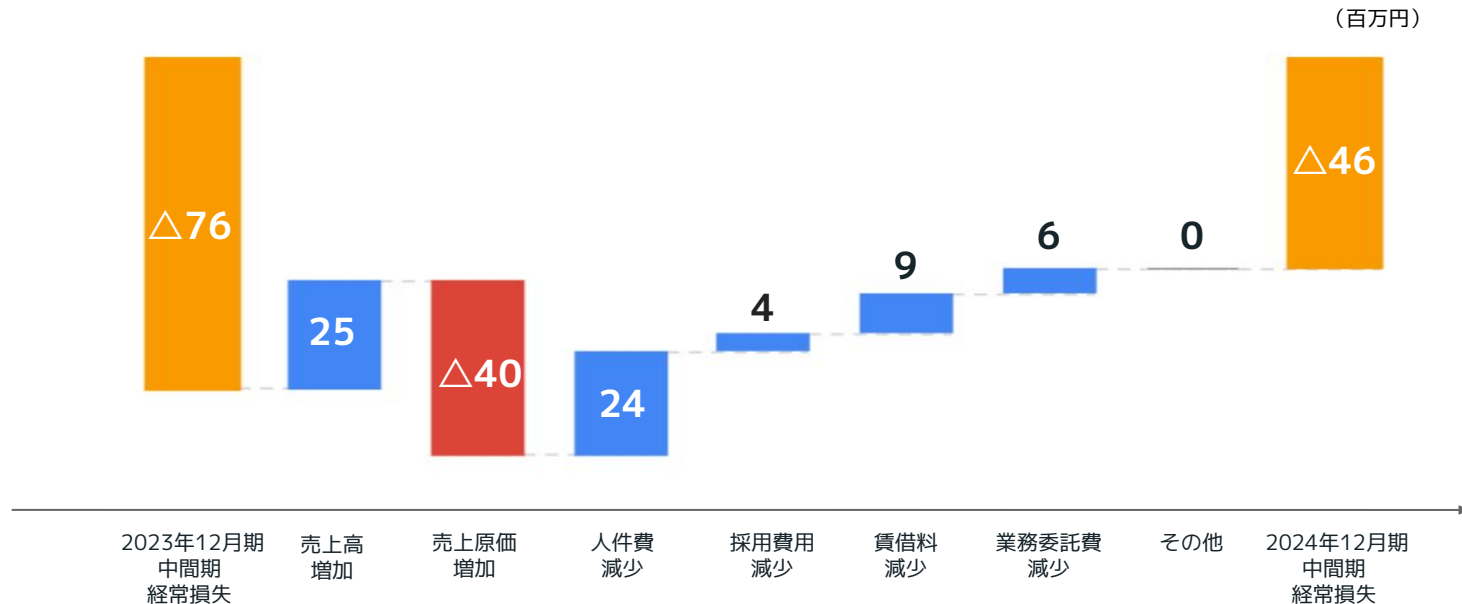
連結売上高の四半期推移

- 徐々に売上が上がりつつあり、第2四半期としては、過去最高売上。
- 一方で一定の投資をしつつも利益化水準になるには、もう一段の積み上がりが必要。
- 下期以降、過去最高水準を超えていけるよう活動していく。



主な利益変動要因（前年対比）

- 成長のための投資は継続して行っており、
人員確保も行っているため、売上原価等は増加。
- 一方で、成長寄与の小さい投資などについてはコントロール。
メリハリを効かせ、今後の利益水準向上を進めていく予定。



連結貸借対照表

- 主に新規借入により負債増加、中間純損失計上により純資産減少。自己資本比率は31%台。

(百万円)

	2023年12月期 中間期	2024年12月期 中間期	主な増減要因
流動資産	1,018	1,099	-
現金及び預金	557	635	・ 新規借入による増加 ・ 中間純損失による減少
受取手形、売掛金及び 契約資産	398	376	-
固定資産	158	152	-
資産合計	1,176	1,251	-
流動負債	555	654	・ 新規借入による増加
固定負債	182	204	・ 新規借入による増加
負債合計	737	858	-
純資産合計	439	393	-
自己資本比率	37.1%	31.0%	-

主要KPI（2024年12月期 中間期実績、連結）



売上高年平均成長率（CAGR）ならびにストック収益に対する年間顧客数については年計算のため通期決算時に公開予定。

(注1)継続的なサービスを提供した取引の収益の合計。対応件数に応じた従量課金売上を含む。

(注2)連結売上高に占めるストック収益の比率。

(注3)継続的にサービス提供を行うグループ全体の顧客数から算出した月次解約率の12ヶ月分の平均値。

(注4)連結ストック収益の継続顧客数あたりの平均単価(Average Revenue Per Account)。年換算として算出。



03. 2024年12月期 連結業績予想

2024年12月期 連結業績予想

- 売上高3,956百万円（前期比増減+12.4%）、経常利益36百万円（前期比増減―）想定。
- 国内・海外ともにスタートアップ市場には不確実性はあるものの、下期計画している施策等を進めていく予定。
- ただし期初発表の通り、利益着地として数千万円程度、上下する可能性は現時点で引き続き存在。

（百万円）

	2023年12月期 実績	2024年12月期 予想	増減額	増減率
売上高	3,520	3,956	435	+12.4%
営業利益	△171	36	207	―%
経常利益	△172	36	208	―%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△193	21	214	―%



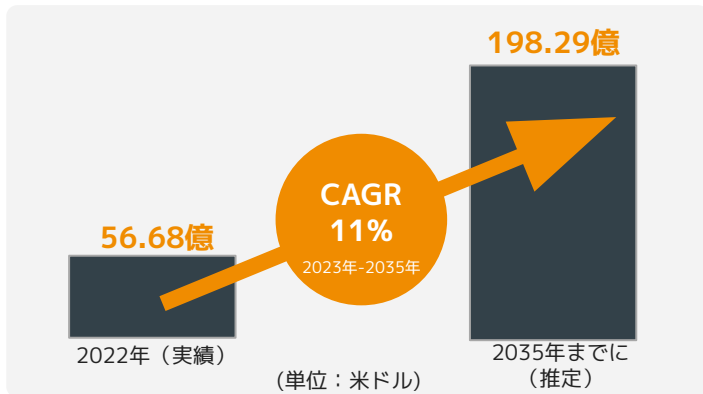
04. 重点施策 BPaaSについて

BPaaS 高まるニーズ

- BPaaS^(※1)はクラウド上のシステム(SaaS)を提供するだけでなく、業務プロセスそのものもアウトソーシング(BPO)する形態
- 主にコスト削減や業務効率の向上、専門スキルが必要な業務を委託する目的で利用
- BPaaSの市場価値は、2035年までに198.29億米ドルに達すると推定^(※2)

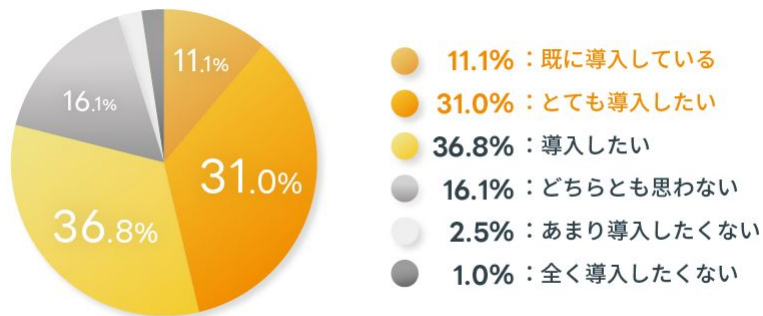
世界のBPaaS市場価値予測

2022年に56.68億米ドルの市場価値から
2035年までに198.29億米ドルに達すると推定^(※2)



「BPaaSを導入したい」割合は67.8%^(※3)

BPaaSを知っていると回答した約7割が、BPaaS導入への意欲が高いことが判明



(※1) BPaaS (ビーパース: Business Process as a Service) とは、BPO (Business Process Outsourcing) とSaaS (Software as a Service) の造語

(※2) 出所: Business Process as a Service (BPaaS) Market [SDKI \(渋谷データカウント\)](#)

(※3) [アディッシュ調査](#) | 2024年3月
企業でSaaS選定に携わった439名からBPaaSを知っていると回答した203名の回答

SaaS活用のBPOとしてBPaaS化支援、カスタマーサクセス領域でのBPaaSを推進 SaaS企業のクラウドサーカス・ユニリタ・パートナープロップと提携



BPaaSに取り組む理由

- DXを進める上で有効な手段にSaaSの活用があるが、「有効活用できる」人材が不足している
- SaaS企業とBPOビジネスのプロフェッショナルであるアディッシュが提携することで企業の生産性向上を実現
- SaaS企業との連携による顧客層の拡大
- アディッシュは、各SaaSに特化したBPOやプロフェッショナルサービス^(※)を提供

SaaS企業の課題

- 自社製品を導入した企業に“有効活用”してもらうための説明や研修を担う人材の不在
- 導入企業が「使いこなせない」を理由に解約

導入企業の課題

- SaaSを活用できるまでのITリテラシーが不足
- 社内で「使いこなす」ためのリソースを確保できない
- SaaSの活用が進まず生産性向上や業務効率化などの課題が解決できない

解決策

アディッシュのBPaaSモデル



(※) SaaSが有効活用できるよう、初期設定や運用代行などのツールにひもづくサービスと、体制構築支援などツールにひもづかないサービスのこと

BPaaSにおけるアディッシュの競争優位性

SaaS企業と導入企業の課題を解決する
BPOビジネスの基盤・SaaS支援実績による知見・BPaaSを実行できる教育体制。
カスタマーサクセスが提供できるからこそ、多様なBPaaSの提供が可能に。

BPOビジネスの 確固たる基盤



- 2010年よりカスタマーサポート代行を開始。BPOビジネスの強固な基盤を構築
- カスタマーサクセス人材常駐による培ったノウハウとシナジーを活かし企業毎に応じたBPOや顧客の成功を実現するプロフェッショナルサービスの提供が可能

多種多様なSaaSの支援実績



- 営業・マーケティング・人事・労務など職種に特化したSaaSや、建設物流など業界に特化したSaaSと、多岐におよぶカスタマーサクセス領域での支援実績
- さまざまな職種・業界のSaaS支援を通して得た知見・ノウハウにより領域を限定せずBPaaSの提供が可能

BPaaSに特化した 採用/教育・組織体制



- マーケティング手法を採り入れた採用手法により、定常的な採用が行える体制
- 独自の教育コンテンツ「カスタマーサクセスプライムラーニング」による未経験者をカスタマーサクセス人材へと育成できる仕組み
- SaaSの有効活用とエンプロイヤーサクセス部などによるサポートでBPaaSに従事する従業員をバックアップ



05. 私たちが目指していること・成長戦略

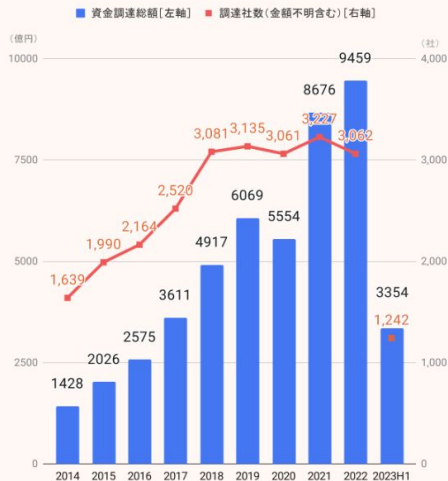


スタートアップにおける カスタマーサクセス支援のトップパートナーへ

【市場】 国内のスタートアップ市場は拡大傾向

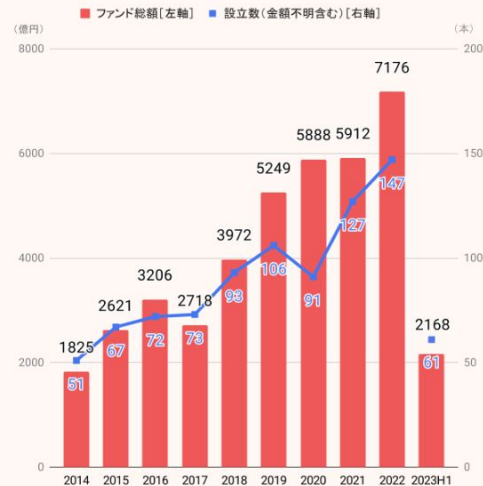
スタートアップ市場自体が日本では成長している。

国内スタートアップ 資金調達額と社数



注1) 各年の値は集計時点までに観測されたものが対象、2023年は半期の値
注2) データの特性上、調査進行により過去含めて数値が変動する。調査進行による影響は金額が小さい案件ほど受けやすく、特に調達社数が変化しやすい
出所) INITIAL (2023年7月14日時点)

ファンド設立動向



注1) ファンド数はファンド額不明を含む
注2) ファンド総額は基準日時点で観測された募集完了総額、一部推測値を含む
注3) 国内へのスタートアップ投資を中心に投資を行っているまたは行う予定のファンドが集計対象、国内への投資を確認できない場合は集計に含まれない
注4) データの特性上、調査進行により過去含めて数値が変動する

出所) [INITIAL](#)

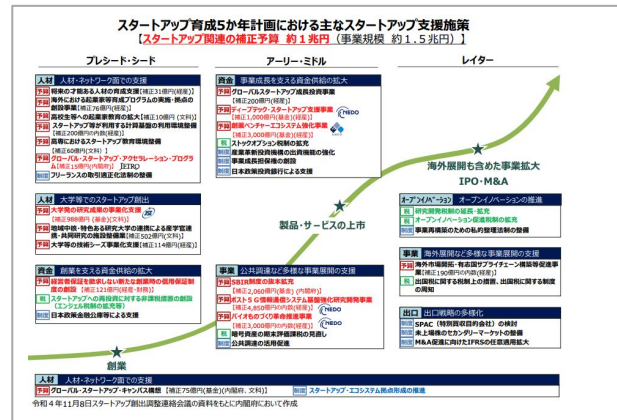
【市場】 日本の国策としてもスタートアップに力を入れる方針

スタートアップ支援を国としても強化

2019年に始まったスタートアップ支援の「J-Startup」に加え、2022年に発表された「スタートアップ育成5か年計画」は、1.5兆円の事業規模などスタートアップを支援するアディッシュのビジネスモデルの成長に追い風。

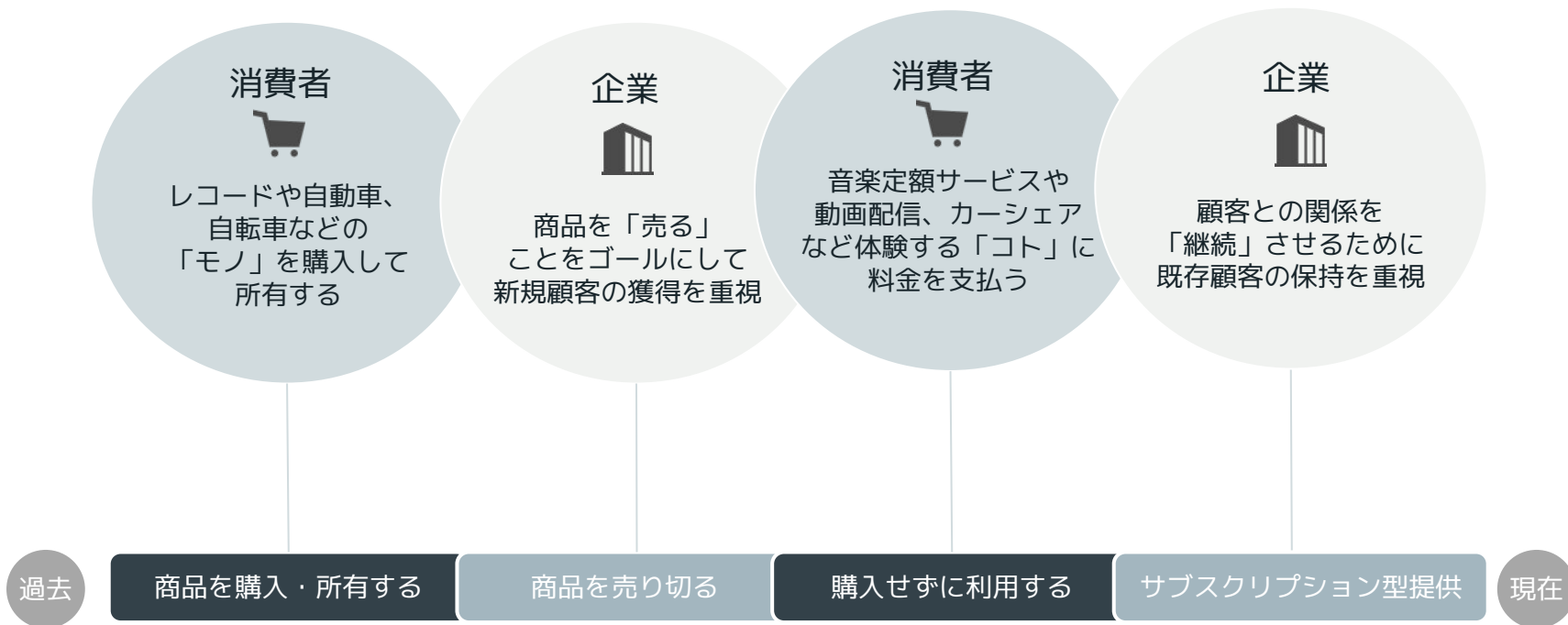
顧客層の拡大

アディッシュのターゲット顧客層である「スタートアップ」への国の支援により、スタートアップの成長が加速し、ターゲット顧客層が拡大。フェーズ毎の課題に対して、スタートアップを支援する機会が増加。



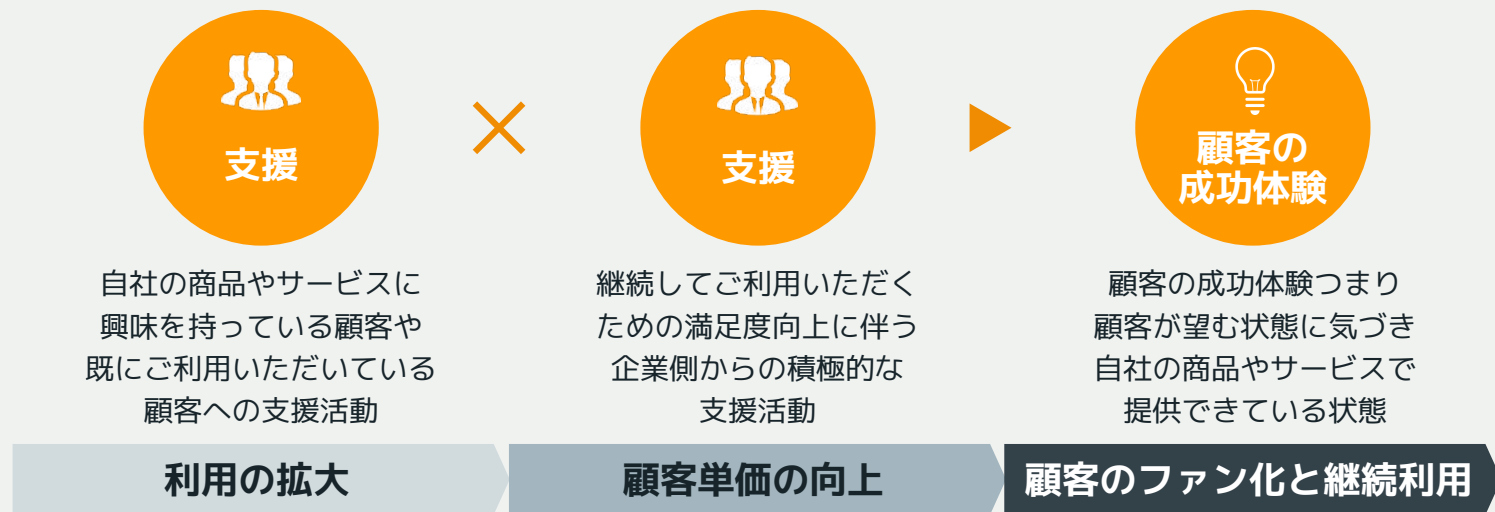
国のスタートアップ支援がアディッシュの成長につながり、事業が拡大

消費者行動の変化に伴う、企業動向の変化



- ✓ 消費者の価値観が、「モノ」消費から「コト」消費に変化。
- ✓ 企業と顧客の関係性に対する考え方の変化→カスタマーサクセスの重要性の高まり。

【市場】 カスタマーサクセスで実施していること



- ✓ 顧客の成功 = 顧客が望む状態になっていること
- ✓ 顧客が望む状態に気づき、実現するための支援を継続的に行う

【実績】大型資金調達をしているスタートアップ顧客

大型資金調達をして成長を続けているアディッシュのスタートアップ顧客

合計資金調達金額 *最終資金調達日

2022年6月
上場



2,649百万円
* 2021年12月1日

SNKRDUNK

11,596百万円
* 2021年12月3日

IOX

3,606百万円
* 2023年3月13日

SHOWROOM

5,867百万円
* 2022年12月12日

aperza

2,152百万円
* 2024年3月25日

★☆ **YOURMYSTAR**

3,110百万円
* 2022年1月31日

cake⁺JP

1,417百万円
* 2022年7月1日

ツイキャス

2,110百万円
* 2019年8月13日

2022年4月
上場

※企業ロゴまたは顧客企業代表サービスのロゴを掲載しています

※合計資金調達金額および最終資金調達日は2024年8月1日現在のSTARTUP.DB出所

※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています

スタートアップの成長を支援し、共に成長へ

1

顧客層の拡大

カスタマーサクセスの観点により、これまでの得意領域に加えて、スタートアップの生まれている様々な領域に対してサービスが展開可能に

2

1顧客からの売上収益の増加

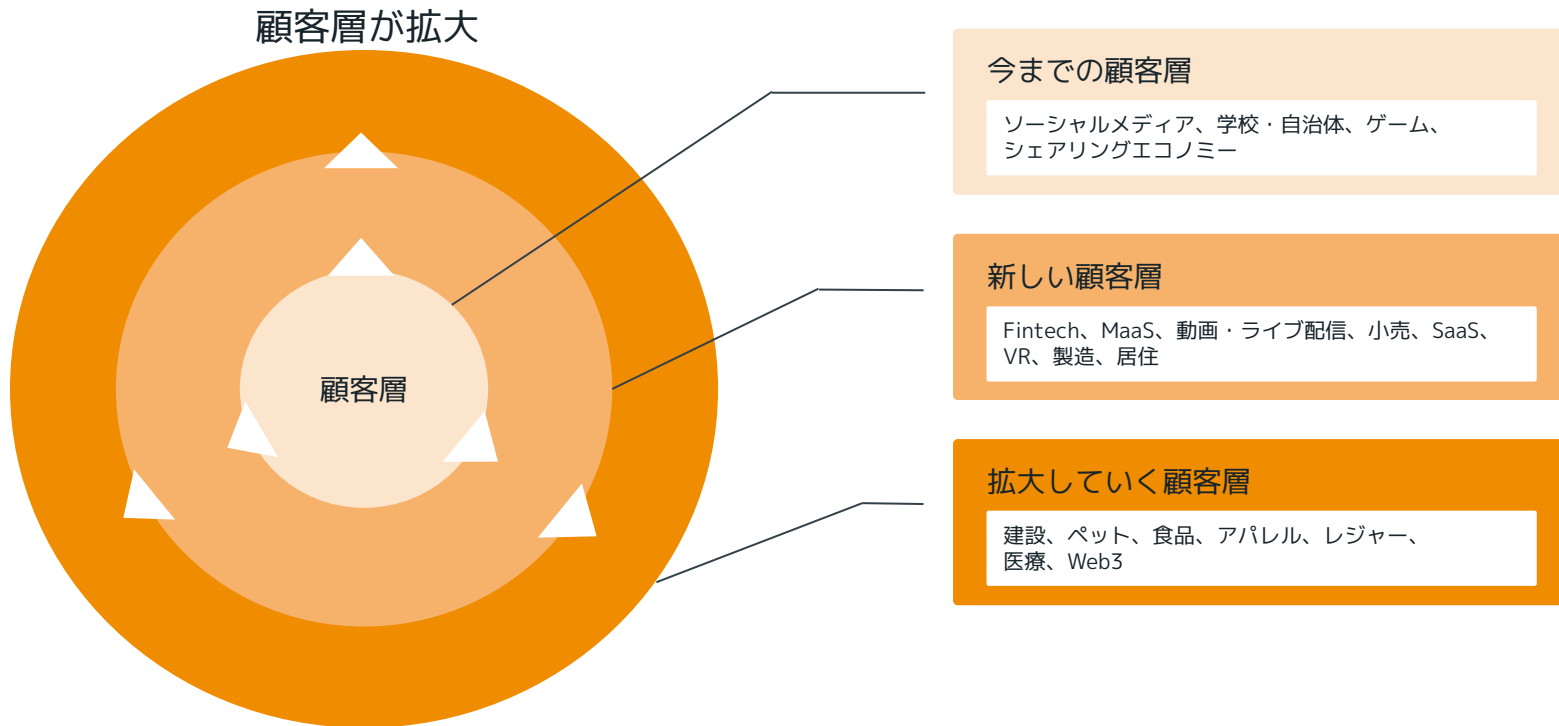
スタートアップの成長に合わせてサービスを提供することで売上収益が拡大

||

Startup First

【成長ドライバー】1. 領域の増加：顧客層の拡大

スタートアップにターゲットを置くことで顧客層が拡大



【成長ドライバー】 アディッシュの歴史

新しく生まれた市場の拡大を支援。
また新しい市場の拡大によって新たに発生した課題を解決してきた

ソーシャルメディア



創業より強い市場。
モニタリングで高シェア。
プラットフォームからSNSで
問題を抱えている企業や学校
など幅広く顧客が存在。

アプリ・ゲーム



カスタマーサポートや
モニタリング等で
高いシェアと多数の実績。

シェアリング エコノミー



出品のモニタリングや
カスタマーサポート等で
高シェア。
プラットフォームの多数が
クライアント。

FinTech



不正決済対策やカスタマー
サポートでフィンテック有力
企業が顧客。
この数年で急拡大。

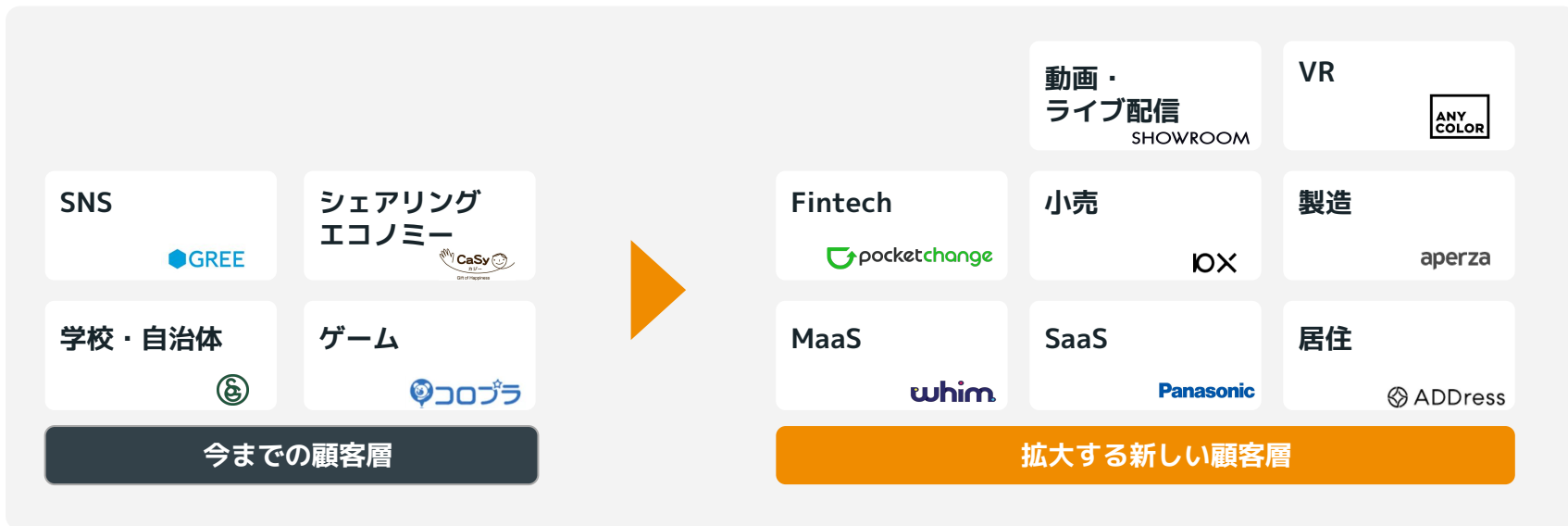
MaaS



経路検索システム
「駅すばあと」を提供する
ヴァル研究所とカスタマーサ
ポートを行うため業務提携。

【成長ドライバー】アディッシュにおける顧客層の拡大実績

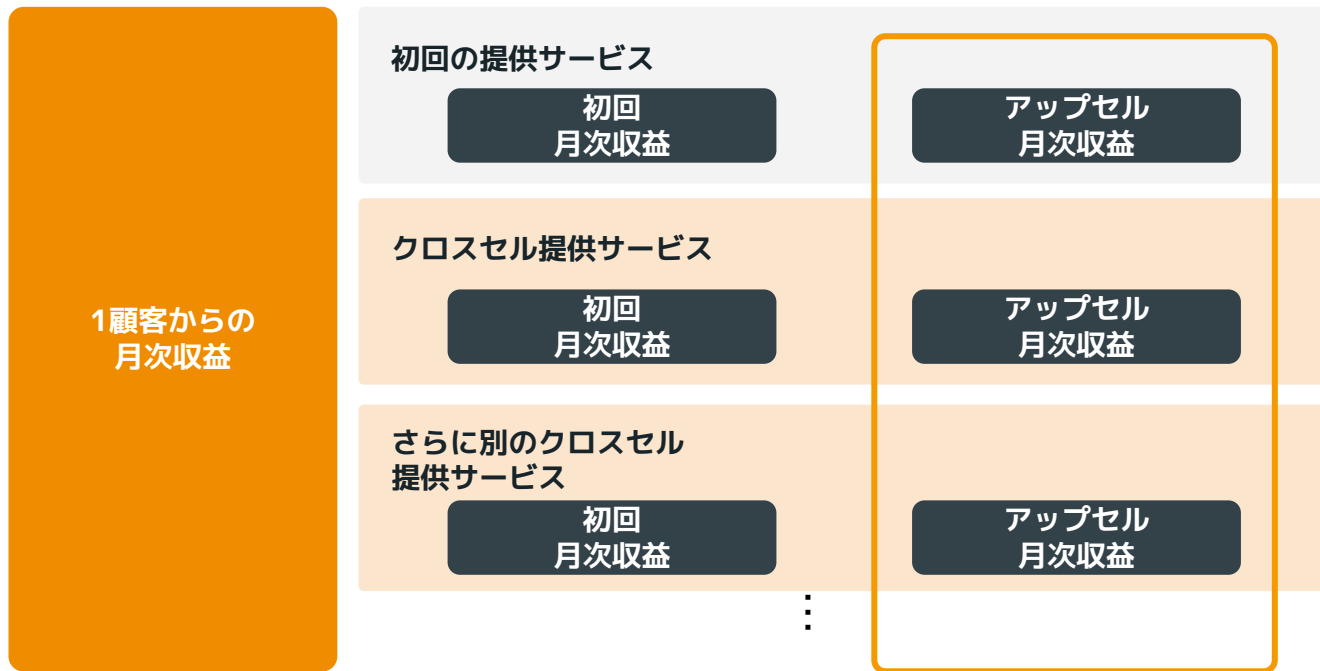
アディッシュの今までの主要顧客領域以外の新しい顧客層が増加



※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。

【成長ドライバー】 2. 一つの顧客からの月次収益の増加

スタートアップ顧客が成長していくことによる
アップセル機会とクロスセル機会

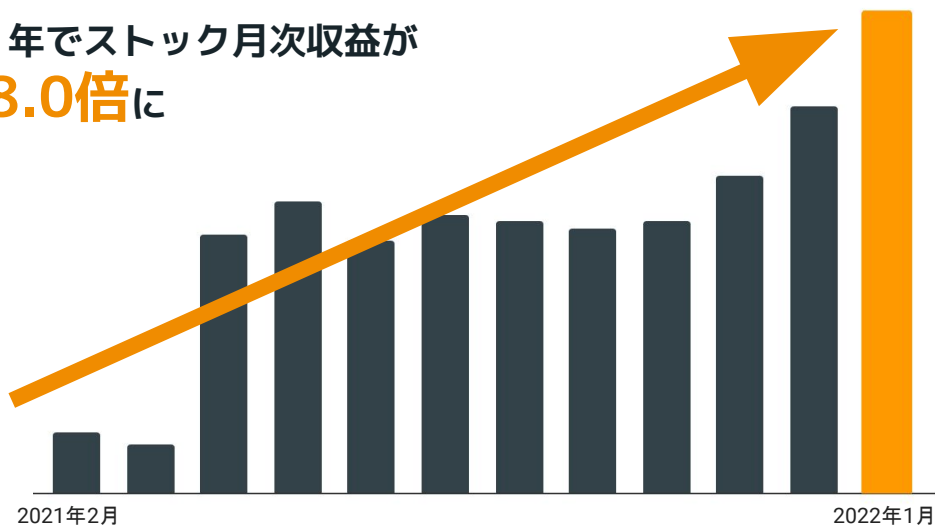


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

【成長ドライバー】急成長スタートアップ顧客における月次収益の増加事例

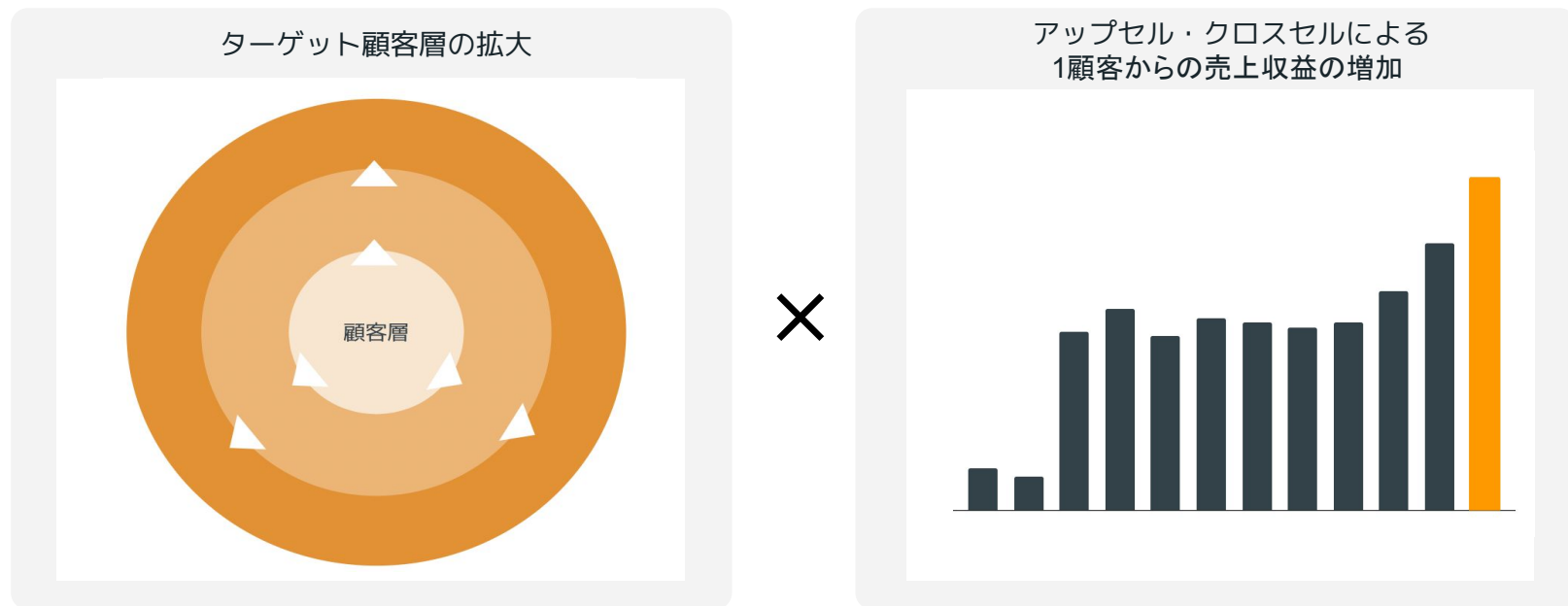
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

1年でストック月次収益が
8.0倍に



スタートアップが成長したことによりアップセル（同サービスでの「量」の増加）がなされ、
また成長したことで新しい課題が生まれクロスセル（別の「種類」のサービス提供）が行われた。

【成長ドライバー】 2つのかけ合わせによる成長加速



ストック型サービス売上の継続成長を実現へ

価値創造プロセス

デジタルエコノミー特化のカスタマーサクセスソリューション・プロバイダー

情報社会で発生する課題を解決し、「つながり」が「よこび」であり続ける社会の実現



サステナビリティの取り組み

ステークホルダーにとって重要である課題とアディッシュグループへの期待、グループの経営にとって関連性かつ重要である課題の2軸で抽出したマテリアリティ（重要課題）を特定、事業を通して持続可能な社会を目指す。

マテリアリティ	関連するSDGs	アウトカム	アクション
カスタマーサクセス（CS）による持続可能な社会の創出		イノベーションを生み出すスタートアップの成長支援を通して経済の発展に貢献	スタートアップ企業に応じたCSの設計 コンサルティング・運用代行・常駐、CS教育、CSメディア「CS STUDIO」の運用等
イノベーションによるコミュニティサイトの健全化		インターネット社会を誰もが安心安全に過ごせる「居場所」にする	企業のソーシャルリスク対策、誹謗中傷・炎上対策、リテラシー向上教育等
人的基盤の開発・強化		多様な人材が能力を發揮できる環境を醸成し、従業員エンゲージメント向上による新たな価値の創出	カスタマーサクセス教育の提供やデジタル人材の育成。各種キャリア形成支援制度、自主学習支援制度等
ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン		多様性を互いに受け入れ、多様な人材が活躍できる風土の醸成	「無意識の偏見」解消への取り組み、ライフステージに合わせた制度設計、キャリア開発支援等
健康と安全		個々人の働き方を受容し、安心安全な職場環境の提供による従業員の健康保持・増進	柔軟な働き方を支える制度や社員による働き方の検討、エンゲージメントサーベイの実施等
ガバナンスの向上・ステークホルダーとの信頼性の強化		ステークホルダーと信頼関係を構築し当社の持続的成長と発展を目指す	役職者に向けた企業の社会的責任に関する意識向上の徹底、経営層と全従業員に情報セキュリティ等の徹底
地球環境問題への責任		環境問題を意識し持続可能な社会に貢献	二酸化炭素排出削減の実現に取り組んでいるサービスの利用、個々人が環境問題に意識した行動の社内啓発等



06. 2024年12月期 中間期 事業トピックス

SaaS企業のカスタマーサクセスを推進

カスタマーサクセスツール『Fullstar』の代理販売開始

- スターティアホールディングス株式会社の連結子会社であるSaaS事業を手掛けるクラウドサーカス株式会社と事業連携
- アディッシュから双方の顧客に『Fullstar』の活用提案、代理販売を行う
- カスタマーサクセスツール提供企業との積極的なパートナー連携により、販路拡大、顧客獲得につなげる

グローバルスタートアップ向け「カスタマーサクセス支援プログラム」スタート

- 日本参入前や日本展開を考えているグローバルSaaS企業へ向けて日本でのビジネスがスムーズにスタートできるようサポート
- カスタマーサクセス・カスタマーサポート関連のコンサルティングを通して日本展開時に必要な準備や日本の商習慣、日本文化に応じた対応などを助言
- 日本でのビジネススタート後も伴走し企業の成長に貢献していく

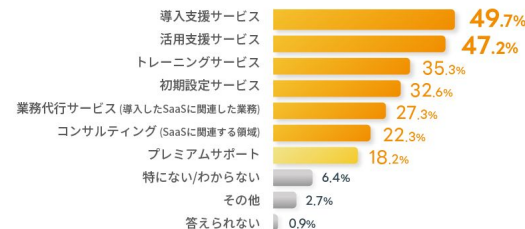
SaaS調査を実施

SaaSを有効活用するためにあるとよいと思う有償サービスは？（※）

- 1位：導入支援サービス（49.7%）
- 2位：活用支援サービス（47.2%）
- 3位：トレーニングサービス（35.3%）

Q2.

よりSaaSを有効活用するためにどのようなサービス（有償）があると良いですか？



（※）アディッシュ調査 | 2024年3月
企業でSaaS選定に携わった439名の回答

なりすまし詐欺広告、SNSの炎上、ネットいじめ・・・
社会課題を解決に導くサービスにより健全なインターネット社会を目指す

なりすましコンテンツ監視 「人名・画像 無断利用監視サービス」 開始

- ウェブやSNS上で非公式コンテンツを発見しクライアントに報告、早期発見早期対応によりブランド毀損を防ぐサービス
- 監視対象はオークションサイトや販売サイト等も対応可能
- 非公式コンテンツが起因となっているSNS型投資詐欺行為等による社会的被害の減少につなげる

総フォロワー数2,000万人超の インフルエンサーが所属する TikTokコンサルチームと業務連携

- アディッシュのSNS監視や炎上モニタリングSaaS「Pazu」と、株式会社リベルのTikTokコンサルチーム「TANT」が連携
- SNSアカウントの投稿監視や炎上対策をアディッシュが担当。ソーシャルリスクを未然に防ぐ
- ニーズの増えているSNSマーケティングに安心して取り組み、支援先の企業価値向上につなげてもらう取り組み

自治体案件複数受託 児童生徒、若年層を対象とした SNS相談窓口等を提供

- 自治体がLINEを活用した相談体制を構築、この窓口を提供
- いじめを含む悩み相談を受け付け、相談者に寄り添い解決につなげていく取り組み
- 連結子会社アディッシュプラス受託による宮崎市のLINE相談事業は、児童生徒だけでなく通勤者も対象とした幅広い年代層へ提供





07. Appendix

会社概要



会社名

アディッシュ株式会社

事業概要

カスタマーリレーション事業

所在地

東京都品川区西五反田1-21-8
ヒューリック五反田山手通ビル6階

設立

2014年10月1日

社員数

単体274名、連結410名（2024年6月末現在・臨時従業員を除く）

役員

代表取締役	江戸 浩樹	社外取締役	澤 博史
取締役	石川 琢磨	社外取締役	高橋 理人
取締役執行役員	久保 芳和	常勤監査役	秋場 修
執行役員	小澤 豊	社外監査役	馬淵 泰至
執行役員	小原 良太郎	社外監査役	磯村 奈穂
執行役員	吉川 敏広		
執行役員	池谷 昌大		

つながりを常によろこびに

Delight in Every Connection

ウェブサービスの発展によってもたらされた“つながり”は、ときに新たな問題を生みます。

私たちは“つながり”から生じる課題を解決することを通じて、

“つながり”が“よろこび”であり続けられる世の中の実現を目指します。

沿革

2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

2014.10

アディッシュ株式会社設立（株式会社ガイアックスからの会社分割）

2016.10

チャットボットサービス「hitobo」を提供開始

2017.08

adish International Corporationを子会社化

東京証券取引所マザーズ市場上場

2020.03

AIによる誹謗中傷再考アラートサービス「matte」をリリース

2020.09

カスタマーサクセス&サポートチームの早期立ち上げ支援サービス「CSブートキャンプ」の提供開始

2021.09

カスタマーサクセス支援のブランドサイトとして「CS STUDIO」を公開

2021.09

SNS炎上対策SaaS「Pazu（パズー）」を開発・提供開始

2021.09

相乗りマッチングサービスnottecoを事業譲受にて取得

2022.02

カスタマーサクセスマスターコースを設計

2022.06

企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供開始

2023.06

グローバルスタートアップ向け
「カスタマーサクセス支援プログラム」の提供開始

2024.05

BPaaS化支援およびBPaaSの提供開始

2024.06

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

