



2023年12月期 第2四半期 決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

2023年08月

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

- 01 2023年12月期 第2四半期 決算ハイライト
- 02 2023年12月期 第2四半期 業績説明
- 03 2023年12月期 第2四半期 事業トピックス
- 04 成長戦略
- 05 事業概要



01. 2023年12月期 第2四半期 決算ハイライト

連結損益計算書

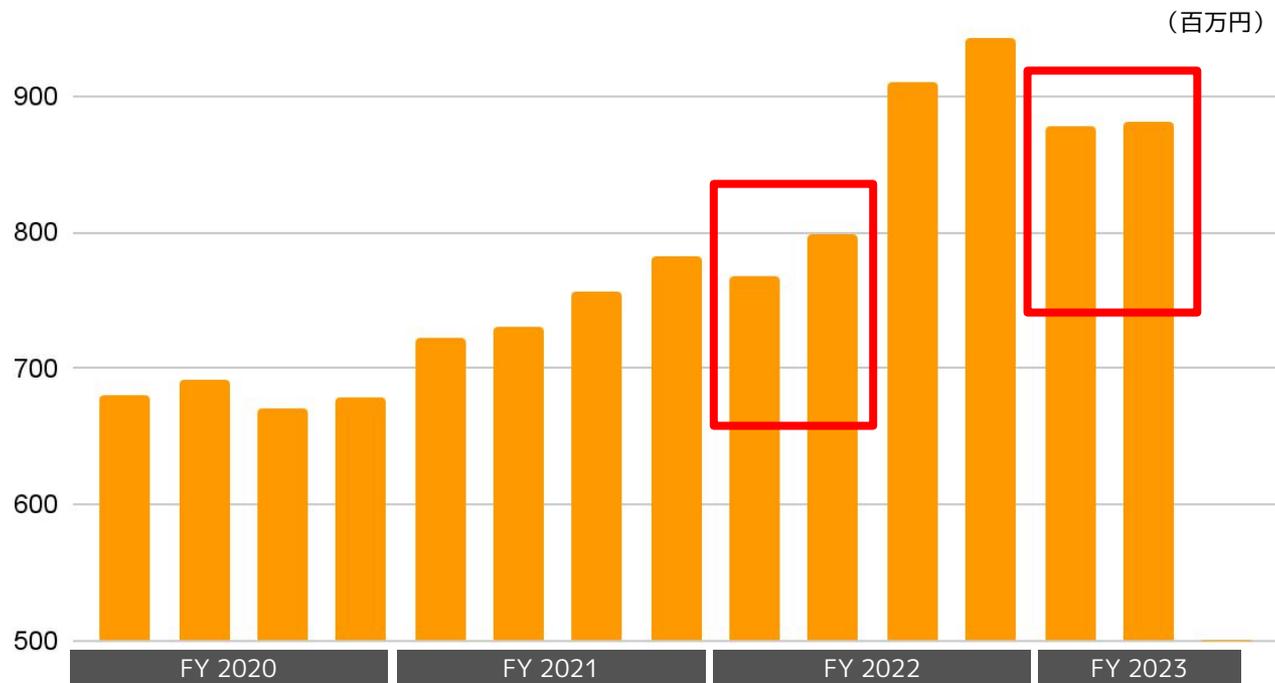
- 小・中案件の順調な積み上げにより、連結売上高は第2四半期として過去最高の1,760百万円を達成。
- 先行投資と人員確保により経常損失76百万円、親会社株主に帰属する四半期純損失は67百万円で着地。第3四半期以降、先行投資の採算性を発揮させることにより利益の改善をしていく。

(百万円)

	2022年12月期 第2四半期実績	2023年12月期 第2四半期実績	対前年同四半期 増減率
売上高	1,566	1,760	12.4%
営業利益 又は営業損失 (△)	50	△76	－%
経常利益 又は経常損失 (△)	58	△76	－%
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は 親会社株主に帰属する 四半期純損失 (△)	38	△67	－%

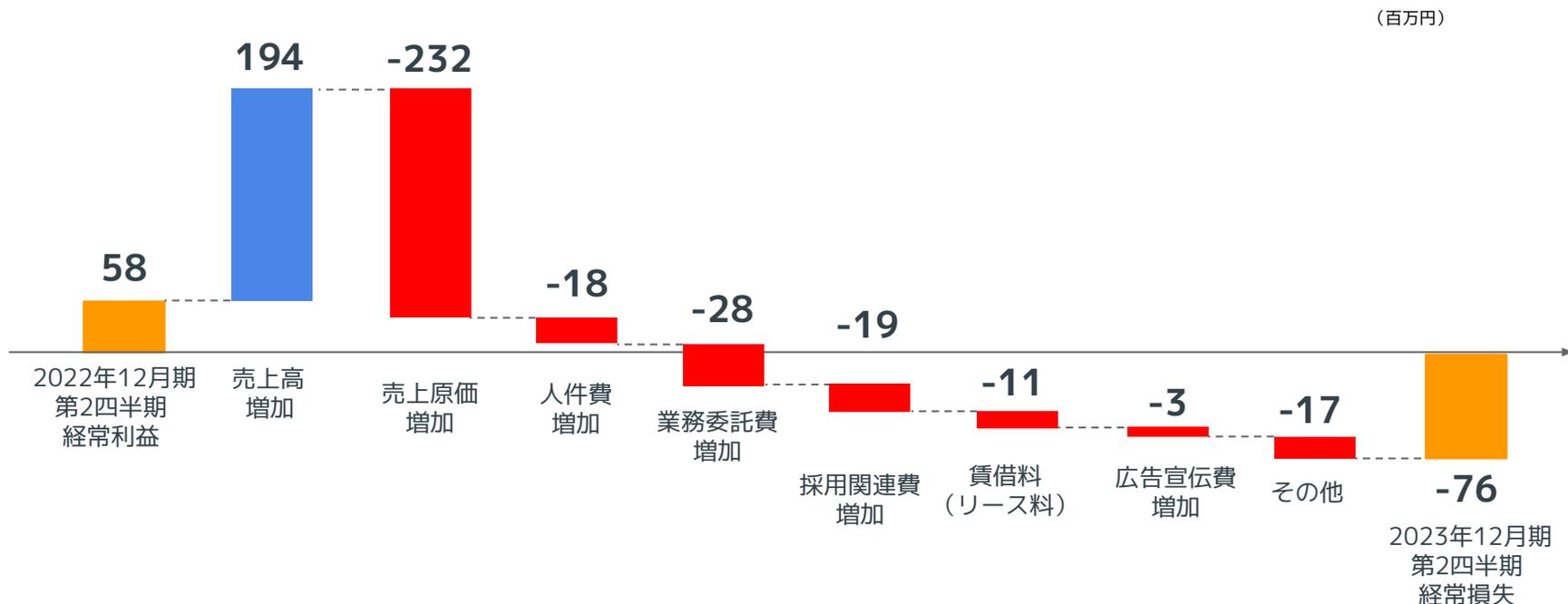
連結売上高の四半期推移

- 案件を積み上げた結果、**前年同四半期対比で88百万円の増加。**
- 2022年12月期第3四半期以降、**売上高は800百万円以上を維持し、成長を継続。**



主な利益変動要因（通期）

- 通期の業績予想で伝えたとおり、特に上期は先行投資を実施している。
- 先行投資の人員増強および賃金水準の引き上げにより、人件費が増加。
- また昨年末から一部案件の減額等が発生しているが、投資の一環として人員の確保も影響。



連結貸借対照表

- 自己株式取得及び、当期純損失による減少で自己資本比率は40%台前後を推移。 (百万円)

	2022年12月期	2023年12月期第2四半期	主な増減要因
流動資産	1,291	1,151	-
現金及び預金	849	771	新規借入による増加と自己株式取得、業績悪化による減少の純減
受取手形、売掛金及び契約資産	387	327	-
固定資産	167	184	-
資産合計	1,458	1,335	-
流動負債	585	541	-
固定負債	146	228	新規借入による増加
負債合計	731	770	-
純資産合計	727	565	自己株式取得、当期純損失による減少
自己資本比率	49.8%	42.2%	-

連結キャッシュ・フロー計算書

- 税金等調整前当期純損失の計上と未払金、未払費用の減少の結果、営業活動によるキャッシュ・フローは、△91百万円で着地。
- 財務活動によるキャッシュ・フローは、新規借入、借入返済、自己株式の取得の結果18百万円で着地。

(百万円)

	2022年12月期 第2四半期実績	2023年12月期 第2四半期実績	対前年同四半期 増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	△17	△91	△74
投資活動による キャッシュ・フロー	△5	△6	△1
財務活動による キャッシュ・フロー	186	18	△168
現金及び現金同等物の期末残高	799	771	△28

主要KPI（2023年12月期 第2四半期実績,連結）

ストック収益^(注1)

8.0億円/四半期

ストック収益比率^(注2)

92.7%

月次解約率^(注3)

1.2%

ARPA^(注4)

5.2百万円/年

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。

2023年12月期 第2四半期 業績予想進捗

- 案件の積み上げにより、売上高は1,760百万円と順調に進捗。
- 事業拡大をするための先行投資や、人員確保を行った影響により経常損失は76百万円で着地。

(百万円)

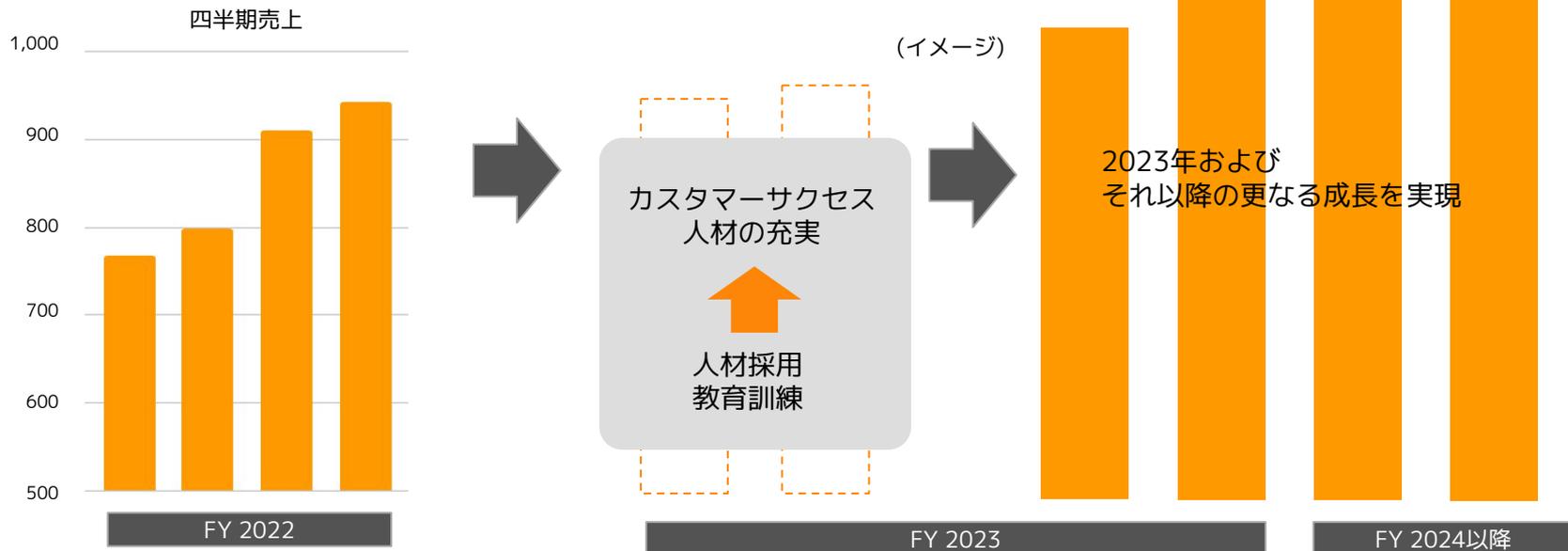
	2023年12月期 予想	2023年12月期 第2四半期 実績	進捗率
売上高	3,900	1,760	45.1%
営業利益又は営業損失 (△)	50	△76	－%
経常利益又は経常損失 (△)	50	△76	－%
親会社株主に帰属する 当期純利益又は 親会社株主に帰属する 四半期純損失 (△)	33	△67	－%



02. 2023年12月期 第2四半期 業績説明

先行投資について

- 2023年2月14日付の通期決算説明資料に記載した通り、上期は経常利益は一時的にマイナスになる想定をしていた。
- 一部減額等がありつつ人員を確保・投資している状況下であるため、案件開始時期等によって利益変動が起きやすい状況。今後通期の修正がある場合は速やかに開示予定。
- 一方、成長市場での需要は大きく、2023年下期以降また中長期的には、引き続き、さらなる成長を目指していく。



現状課題

期初想定通り

先行投資（内部要因）

- 期初の説明どおり、人材への投資（採用・報酬見直し・教育訓練）を推進したことによる人件費や教育費等の増加。
- 商談数等は堅調に推移しており、受注率までのタイムラグ等にやや課題はあるものの下期以降の数字に貢献予定。

期初想定より悪化

子会社の業績が悪化（内部要因）

- 顧客市場の不況による既存案件の縮小に伴い、余剰の人員が発生。
- 計画していた大型案件が、遅延。想定通りに拡大せず、売上が増加しない中で人材確保を行い余剰となった結果、減益。

期初想定より悪化

一部市況の悪化（外部要因）

- 世界情勢悪化の影響を受けた企業による大型案件の減額や、中小規模のゲームアプリサポート案件の減額等により、当社の売上の伸びが鈍化。

対策と今後の取り組み 1

課題

期初想定通り

先行投資（内部要因）

- 期初の説明どおり、人材への投資（採用・報酬見直し・教育訓練）を推進したことによる人件費や教育費等の増加。
- 商談数等は堅調に推移しており、受注率までのタイムラグ等にやや課題はあるものの下期以降の数字に貢献予定。



対策 ※当初の予定通り

- 先行投資で戦力化した人材を活用し、売上獲得を推進。
下期の特に後半には売上数値としての貢献も大きくなっていく予定。
- 顧客企業の市場変化に柔軟な対応をしていく。
- 他社連携の強化も進んでいるため、販路の拡大等につなげ、業績の向上を目指す。

対策と今後の取り組み 2

課題

期初想定より悪化

子会社の業績が悪化（内部要因）

- 顧客市場の不況による既存案件の縮小に伴い、余剰の人員が発生。
- 計画していた大型案件が、遅延。想定通りに拡大せず、売上が増加しない中で人材確保を行い余剰となった結果、減益。

期初想定より悪化

一部市況の悪化（外部要因）

- 世界情勢悪化の影響を受けた企業による大型案件の減額や、中小規模のゲームアプリサポート案件の解約・減額により、当社の売上の伸びが鈍化。

対策

- 子会社については、上期の状況を踏まえ、コスト削減や人材ならびに案件の適切配置を行い、収益化を行う。
- 中小規模のゲームアプリ市場の大きな成長は見込めないことを想定し、戦略通り、多業種で構成されている国内スタートアップに対する活動を強め、1業種の顧客比率の偏りを解消していき、特定の市場で発生した不況の影響を回避していく。



03. 2023年12月期 第2四半期 事業トピックス

「Tayori」を提供するPR TIMESと業務連携



PR TIMES社が提供する、少人数でも最適な顧客体験を提供するカスタマーサポートツール。「フォーム」「FAQ」「チャット」「アンケート」4つの基本的な機能をノーコードで専門知識無く作成・運用が可能。アカウント数は2022年11月で6万アカウントを超えています。

- プロフェッショナルサービスとしてアディッシュと「Tayori」で共同メニューを開発し「Tayori」が販売、アディッシュがプロフェッショナルサービスを提供。
- アディッシュは「Tayori」を代理販売。
- 今後も「Tayori」と共に、カスタマーサポート領域における課題を解決するプロフェッショナルサービスを開発・提供予定。



Zendesk認定プレミアパートナーのZeQと事業連携

- カスタマーサクセスを実現するために、Zendesk活用による企業の成長支援を相互・共同してサービスを提供。
- カスタマーサクセスを加速するために、顧客情報を効率的に一元管理できるZendeskの導入・活用を通じて、成長支援に取り組む。
- 両社の強みを発揮することにより、顧客企業の事業成長に貢献をしていく。



CMO育成サービスを提供するブランディングテクノロジーと業務連携

- 企業向けカスタマーサクセス育成プログラムを提供開始。
- マーケティングとカスタマーサクセスの2領域に関わる課題を育成を通じてユニットエコノミクス*1の改善を支援。
- カスタマーサクセス人材がマーケティング視点を取り入れることによりカスタマーサクセスの実践力を総合的に高めていく。

*1 ユニットエコノミクスとはビジネスにおける顧客1人あたりの採算性、あるいは経済性を示す指標。



チャットボットhitoboとChatGPTのAPIを連携

- 企業の固有情報を反映したQ&A作成の自動化を実現。
- 正確で簡潔な文章作成スキルが求められる「Q&Aの文章作成」によりQ&Aの作成工数を大幅に削減。
- 社内のIT知識の有無や利用環境に左右されず更に多くの企業が顧客満足度向上や生産性向上に取り組めるように推進。



社内の業務効率化を支援

- ・ 今後も、機能追加を予定。



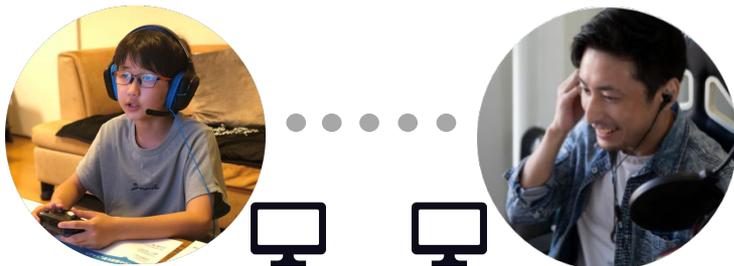
日本発、世界中が喜んで学びたくなる、 メタバース教育コンテンツを提供

顧客管理を効率化し、スピード感のあるカスタマーサポートの立ち上げを支援。

カスタマーサクセス支援の背景

事業規模の拡大に伴いカスタマーサポートの立ち上げが必要という背景から、急増するお問い合わせ対応の効率化を支援しました。Zendeskを導入後、まずはエスカレーション率を下げるために、顧客満足度を重視したカスタマーサポートを提供しています。顧客管理を効率化した上で、対応の分析を行うとスムーズに業務連携ができる体制づくりができるため、今後の施策に向けて、お問い合わせ数の変化を予測しながら、顧客対応に取り組んでおります。

世界初、ゲームの世界で学ぶ
オンライン英会話スクール



カスタマーサクセス支援

- 顧客管理の効率化
- モニタリングによる分析・報告
- 施策の反響予測

ECサイトの開発や運営代行 改善コンサルティングを提供

Zendeskを導入後、カスタマーサクセスの戦略・設計を支援。

カスタマーサクセス支援の背景

Zendeskを導入後、サポート部門の業務効率化を実現しました。「ペアルック専門通販サイトPairl」などのニッチな領域のECサイトを複数運営されており、Zendesk導入後のオペレーション改善・財務インパクトの大きい指標をモニタリングする体制を構築しました。またメンバーのタスク処理量の可視化、システムによる発注自動化や、お問い合わせ数を減らす根本的な問題解決と仕組みをつくることで、リソースを最大限に活かしながら、Zendeskを活用したカスタマーサクセスの仕組み化を進めました。





04. 成長戦略



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

市場背景 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

カスタマーサクセスを実現するために実行していること



既存顧客に対する支援

利用の拡大



満足度向上を目指し
積極的な支援

顧客単価の向上



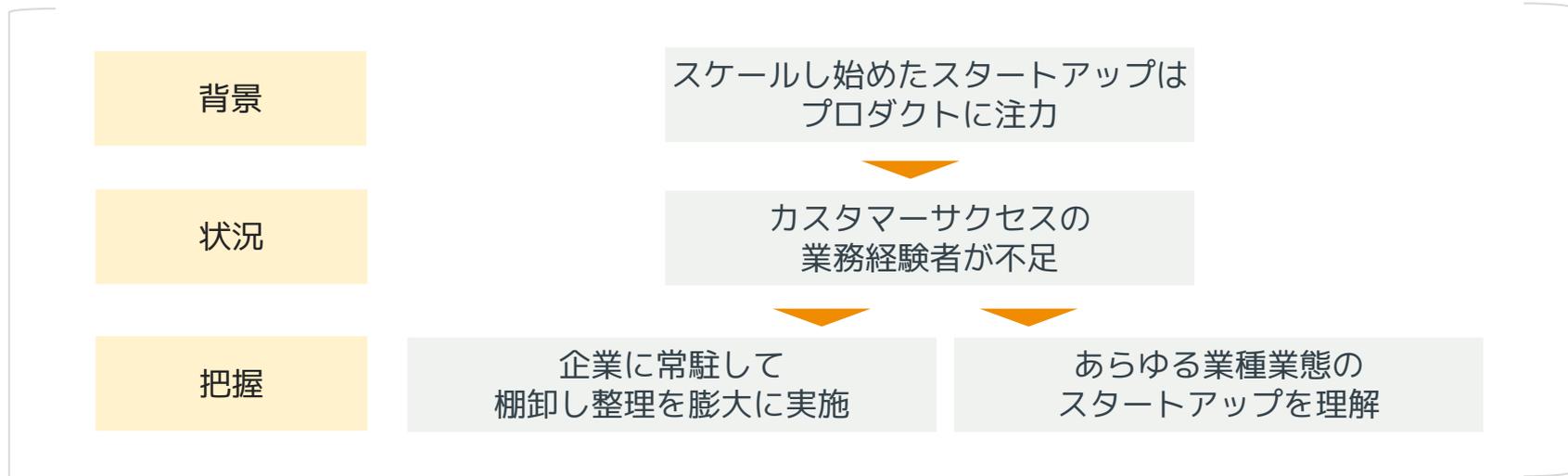
顧客ユーザーが望む環境を
自社サービスが提供

顧客のファン化と継続利用

「顧客が望む環境」を実現するための支援を、継続的に行う。

スタートアップへのカスタマーサクセス支援について

アディッシュ自身もスタートアップとして成長してきており、
多数の事例を元にして、フェーズ毎の課題に対し、具体的な解決方法を提案可能。

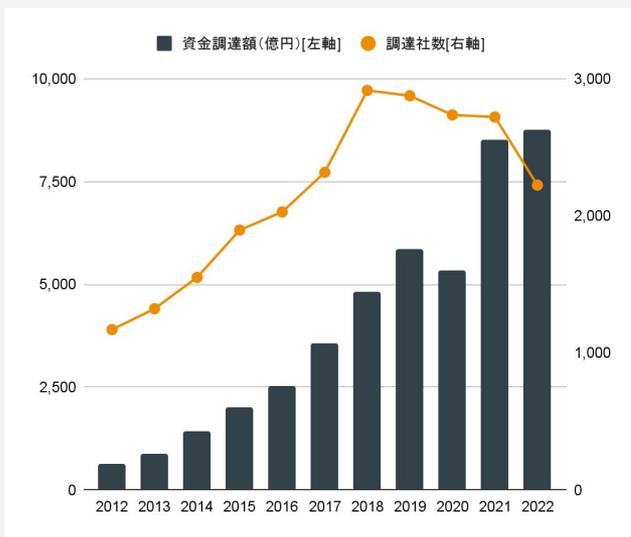


**プロセスを踏まえ、課題を共に認識することで
企業のフェーズ毎のカスタマーサクセス支援を実施。**

拡大するスタートアップ市場とスタートアップ向け売上

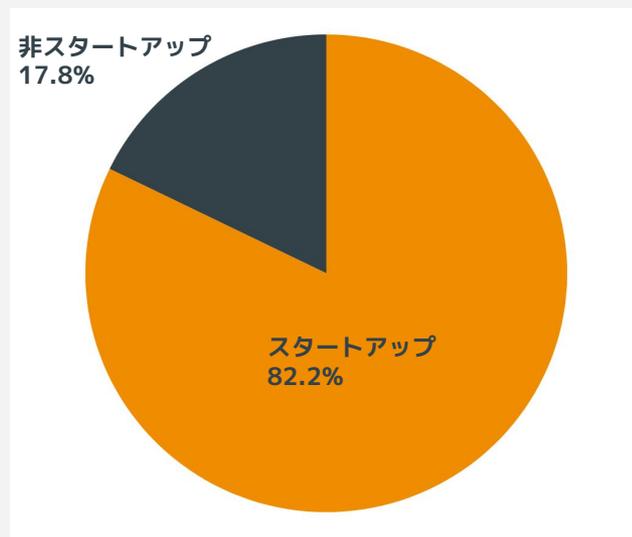
スタートアップへの投資額はコロナの影響はあったものの増加傾向。
またアディッシュの新規受注案件におけるスタートアップの割合は高い状態にある。

国内スタートアップによる資金調達金額年間推移



※INITIAL 2022年Japan Startup Finance ~ 国内スタートアップ資金調達動向 ~
<https://initial.inc/enterprise/resources/japanstartupfinance2022>

2022年12月期 新規受注売上に占めるスタートアップ割合



※アディッシュにおける「スタートアップ」の定義

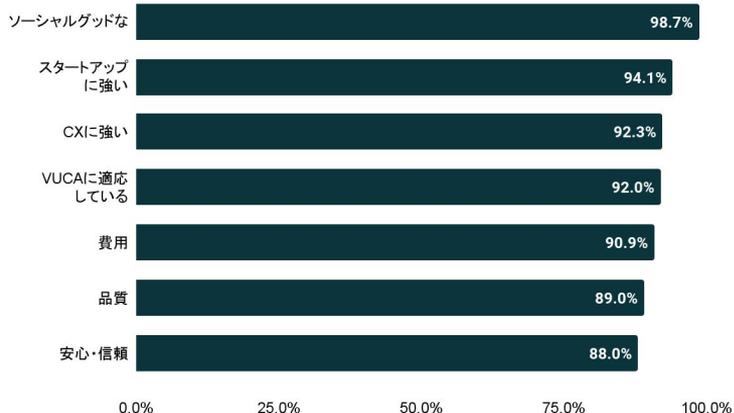
- ・未上場であり資金調達を受けていて上場やM&A等を目指している企業
- ・インターネット関連事業領域のグロース市場上場企業
- ・上場/M&A後も急成長（3年で30%以上等）するマーケット領域で事業を展開している企業

スタートアップにおけるブランド認知

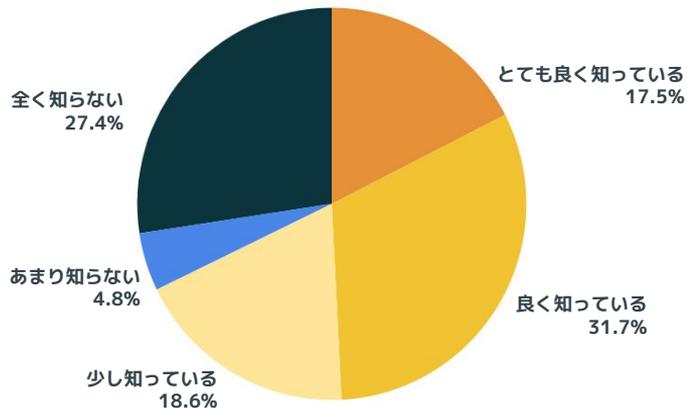
アディッシュにはスタートアップと親和性が高いと考えられる項目が高く出ている。
一方、スタートアップからの認知度は67.8%程度であり、
未認知の方々への広がりの可能性がまだまだある。

アディッシュに対するイメージ

※アディッシュを「とてもよく知っている、よく知っている」を選んだ人における下記各項目で「とてもそう思う、そう思うを選んだ人の割合」



スタートアップ従業員におけるアディッシュの認知度



※2023年4月にアディッシュにより実施したスタートアップに所属したことがある方を対象にしたインターネットリサーチの結果より。有効サンプル数441件。

カスタマーサポートとカスタマーサクセスのサービス

カスタマーサポートからカスタマーサクセスへのニーズの変化に伴う
新規サービスを提供開始し、商談数が伸びてきている。

従来のSocial App Supportに追加して
CS STUDIOサービスブランドスタート

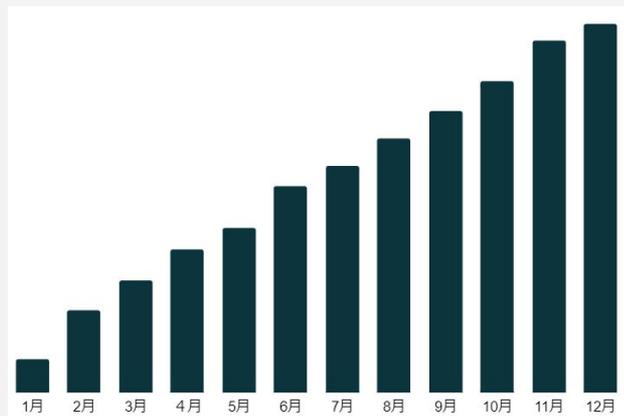


カスタマー
サポート系
サービス



カスタマー
サクセス系
サービス

カスタマーサポート・カスタマーサクセス系の
2022年商談数の累積グラフ



カスタマーサクセス系サービスを2021年9月スタート。
問い合わせ件数が増加。

国策としてのスタートアップ育成5か年計画

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、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

当社の市場ポジショニング

スタートアップのユーザー利用頻度の高い領域に重点を置いて最適なカスタマーリレーションサービスを提供。

※スタートアップ市場向けカスタマリレーションの特徴

スタートアップ市場（新興市場）では、ユーザーが爆発的に増加し日々反応が変わることから、予め決めたテンプレートに基づく画一的な対応は不可能。
スピーディかつ柔軟にアップデートと改善を繰り返しながらサービスとともに成長するアジャイルな支援体制が必要。

ユーザー
利用頻度 高

アジャイルなサービス領域

adish

ソーシャルメディア

アプリゲーム

シェアリングエコノミー

フィンテック

MaaS

AI・チャット
ボット系
競合企業

IT系競合企業

既存市場
既存サービス

スタートアップ
市場
新サービス

大企業系競合企業

※ウォーターフォール型サービスの特徴

定められた FAQ（よくあるお問い合わせ）や回答テンプレートに基づき、画一的サービスを安定提供。
大規模コールセンター等と相性が良い。対応方針の急な変更やアップデートには不向き。

ウォーターフォールなサービス領域

※アジャイル

日本語で「素早い」や「敏捷」という意味。アジャイルなサービス領域開発とは、日々ユーザーに対する対応方針が変わる変化の激しい領域を指す。

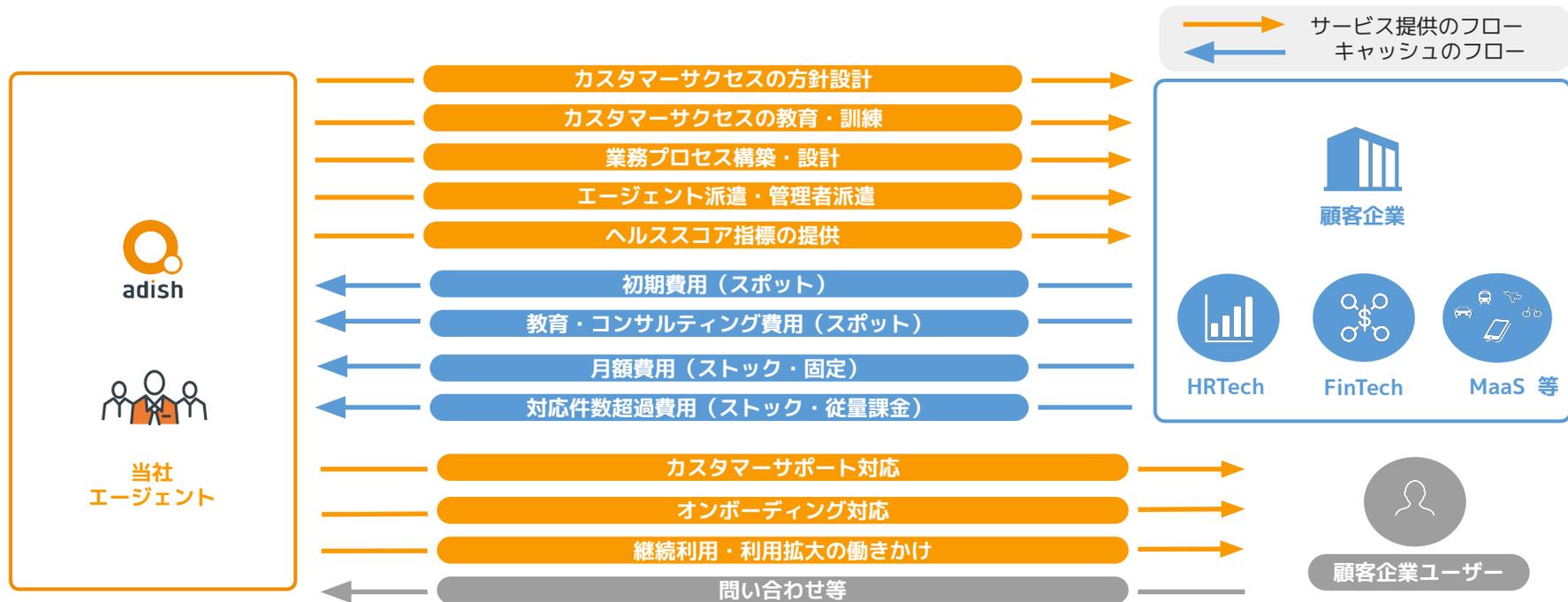
※ウォーターフォール

上流工程から下流工程へ順次移行していく開発手法で、水が下に落ちていく様を模した名前。

ユーザー
利用頻度 低

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。



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

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

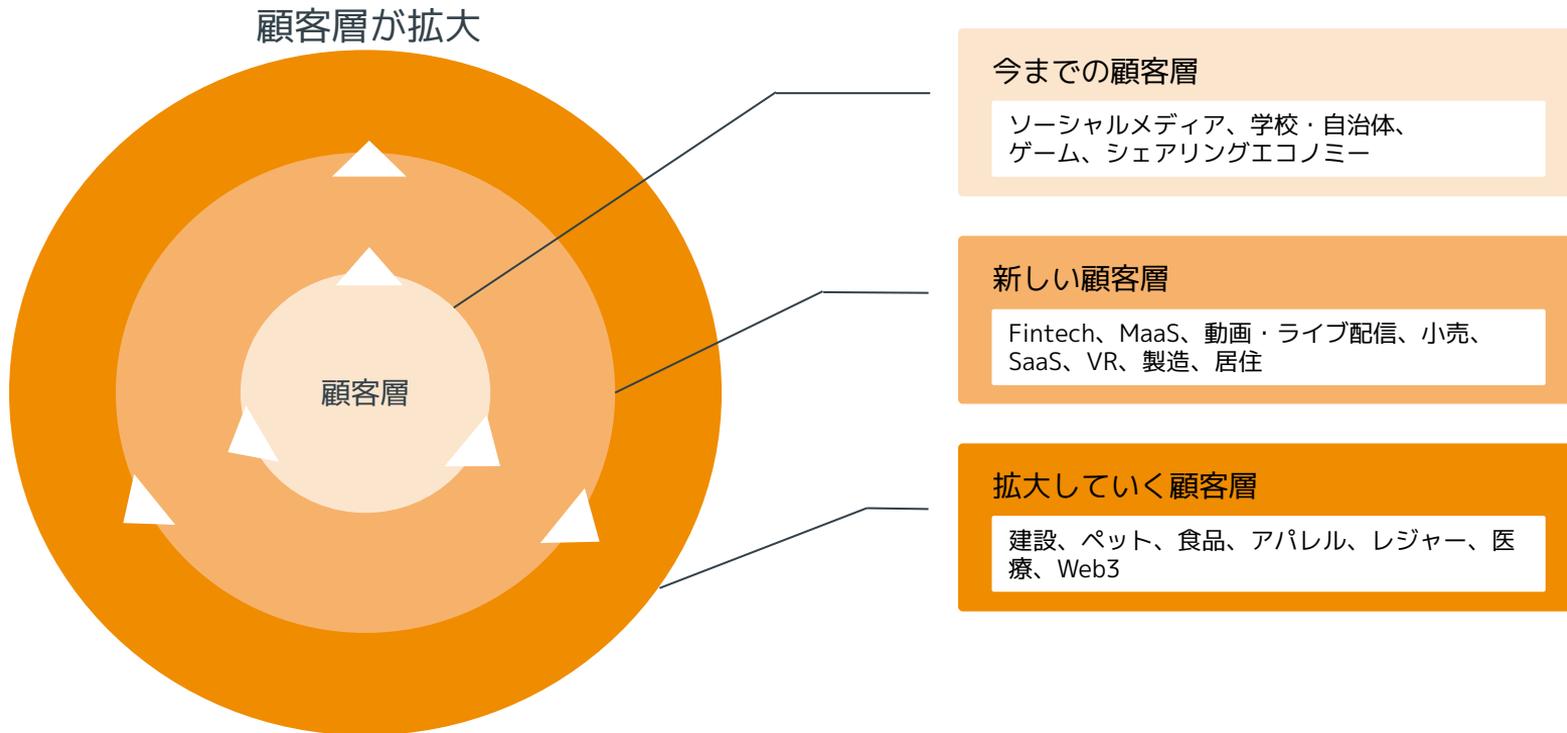
スタートアップの成長に合わせてサービスを提供することで売上収益が拡大

||

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



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。

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2：1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

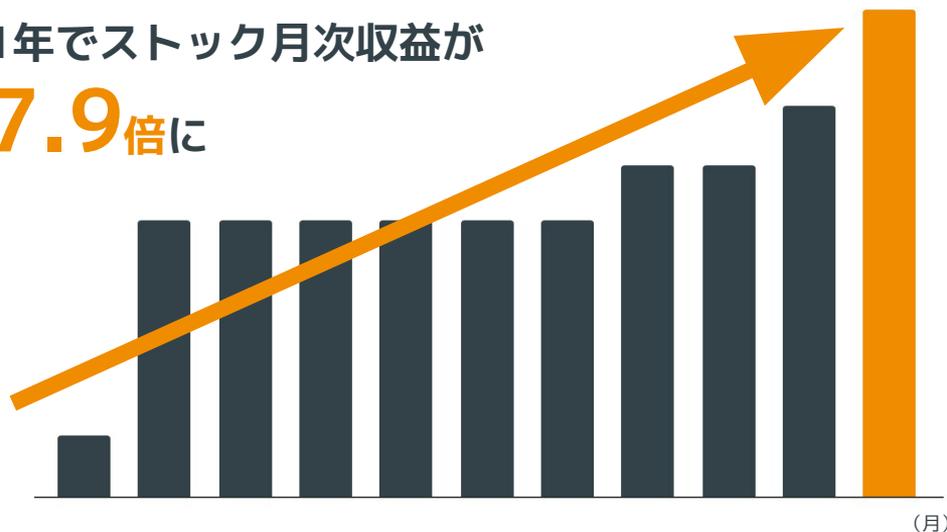


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

急成長スタートアップ顧客における月次売上の増加事例

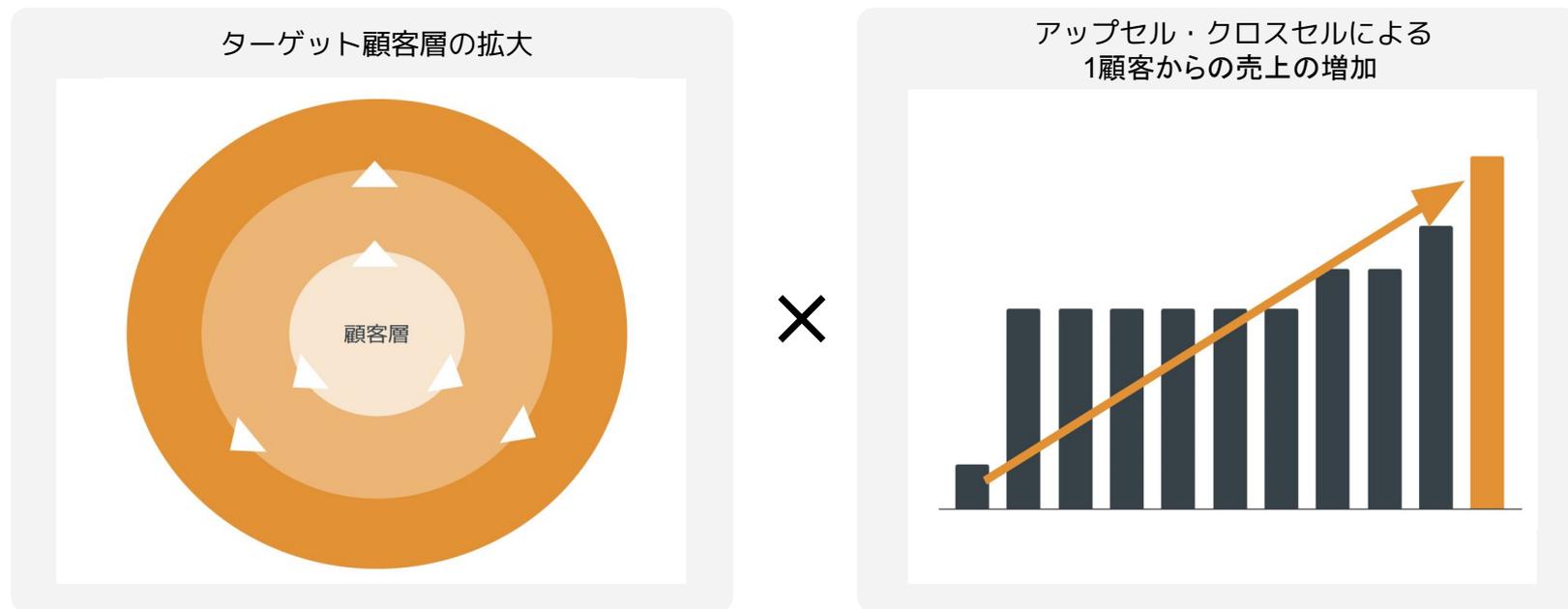
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

1年でストック月次収益が
7.9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。

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急成長を実現へ



05.事業概要

会社概要



会社名

アディッシュ株式会社

従業員数

連結441名、単体250名（2023年6月末現在・臨時従業員を除く）

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

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

杉之原 明子

常勤監査役

秋場 修

執行役員

吉川 敏広

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

池谷 昌大

執行役員

久保 芳和

執行役員

小澤 豊

ミッション

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

2014.10

アディッシュ株式会社設立

2016.04

Web集客・Web接客サービス「フロントサポート」を提供開始

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」を提供開始

2021.09

スタートアップ企業成長支援サイト「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・リリース

2022.07

アディッシュオーパス株式会社設立

2022.11

カスタマーサクセス人材紹介サービスの提供開始

2023.01

カスタマーサクセスツール選定・活用支援サービスの提供開始

2023.03

アディッシュの事業モデル

デジタルエコノミー



※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



強み

カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

+

急成長スタートアップ
実績によるノウハウ

+

自社開発システム
エンジニアリング

※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

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。

これらの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。