



事業計画及び成長可能性に関する事項

アディッシュ株式会社(7093)

2024年3月

つながりを常によるこびに
Delight in Every Connection

©adish Co., Ltd. All rights reserved.

前回公表からの更新情報及び成長戦略の進捗

2023年3月15日付で公表した「事業計画及び成長可能性に関する事項」から
2023年12月期に伴う実績を反映しております。
主要な更新箇所及び成長戦略の進捗の記載箇所は下記のとおりです。

主要な更新

P9-12	2023年12月期の実績を更新
P13-17	2023年の課題と対策 および2024年の見込みを更新
P29-34	スタートアップ市場予測を 2024年版に更新
P37-38	カスタマーサクセス商談および認知を 2024年版に更新
P43-45	最新事例および戦略的な提携と推進、 イベント出展等の情報を更新
P57-58	ライドシェアならびに国および自治体 に対する取り組みを追加
P59-61	サステナビリティおよびダイバーシティの 取り組み詳細、価値創造プロセスを追加

成長戦略の進捗

カスタマーサクセス支援

カスタマーサクセスの導入事例の増加、
戦略的な提携推進等について更新(P43-44)

スタートアップ市場

スタートアップ市場および国の取り組み
また商談数の増加と市場認知について更新
(P29-30,P34,P37-38)

ライドシェア含むその他の戦略的取り組み

新規SaaSプロダクトについての取り組み、
ライドシェアに対する取り組みの追加
(P55-57)

01. 会社概要
02. 2023年12月期財務ハイライトおよび2024年の見込み
03. アディッシュの事業について
04. 市場認識
05. アディッシュの特徴と優位性
06. 成長ドライバー
07. その他の取り組み
08. 認識するリスク
09. 補足資料



01. 会社概要

COMPANY OVERVIEW

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（株式会社ガイアックスからの会社分割）

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

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を開始

2023.06

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280名、連結417名（2023年12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

杉之原 明子

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

久保 芳和

社外監査役

磯村 奈穂

執行役員

小原 良太郎

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

ソーシャルメディアやコミュニケーションサービス等の発展によって
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。





02. 2023年12月期財務ハイライトおよび2024年の見込み

BUSINESS INFORMATION

財務および事業進捗ハイライト

状況

連結売上高は過去最高

詳細

事業を構成している2軸のグロース支援サービス、アダプション支援サービスにより、着実に売上高が増加。ストック収益比率も引き続き年間90%を越えていることから、安定した売上を積み上げている。

戦略像に対して着実に推進

引き続きカスタマーサクセス市場も拡大し、ターゲット顧客層であるスタートアップ市場も全体として増加。商談数も着実に増やしつつあり、全体として「スタートアップのカスタマーサクセス支援」を推進。

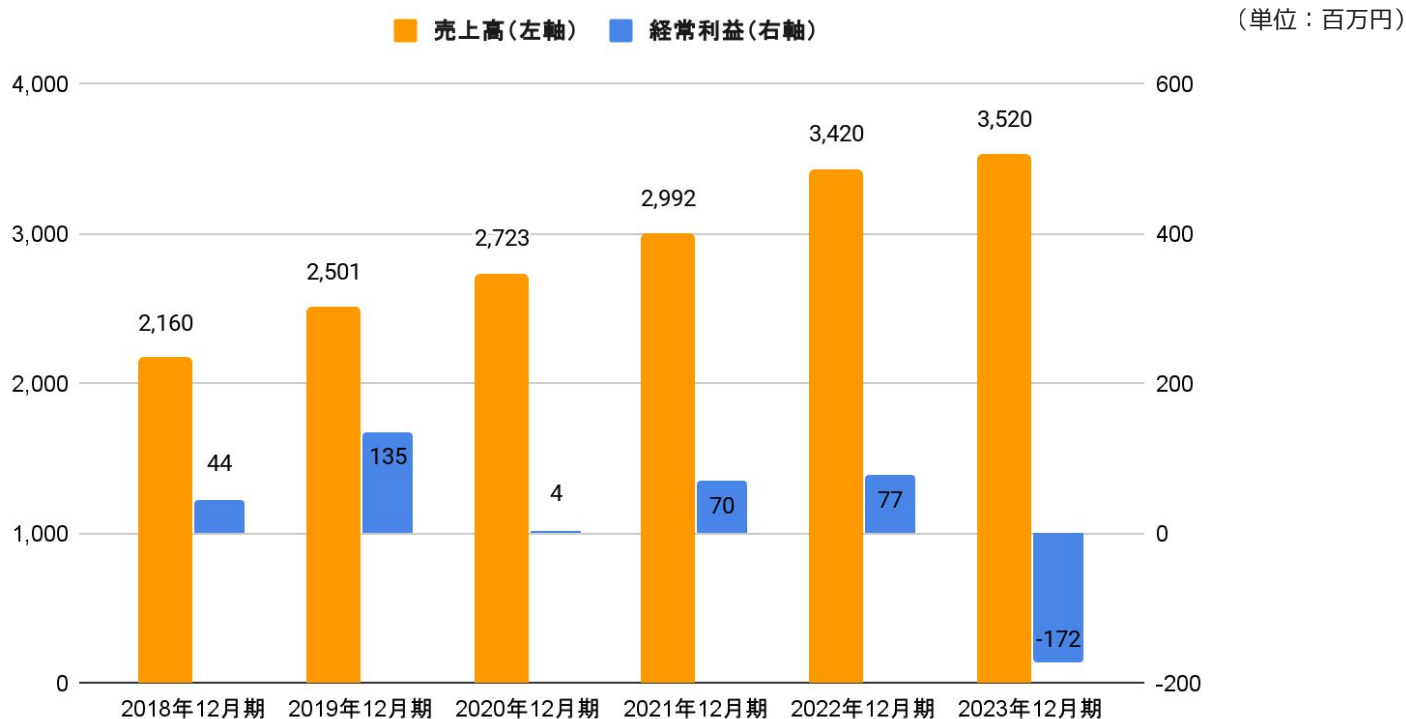
利益面については課題

人材育成やAIおよびライドシェア関連の投資が発生していることに加え、2023期初想定に対して、子会社の業績悪化や、案件開始の時期ずれによる影響、また一部市況の悪化等があり、2023年としては利益面がマイナスに。

財務ハイライト：連結売上高・経常利益の推移

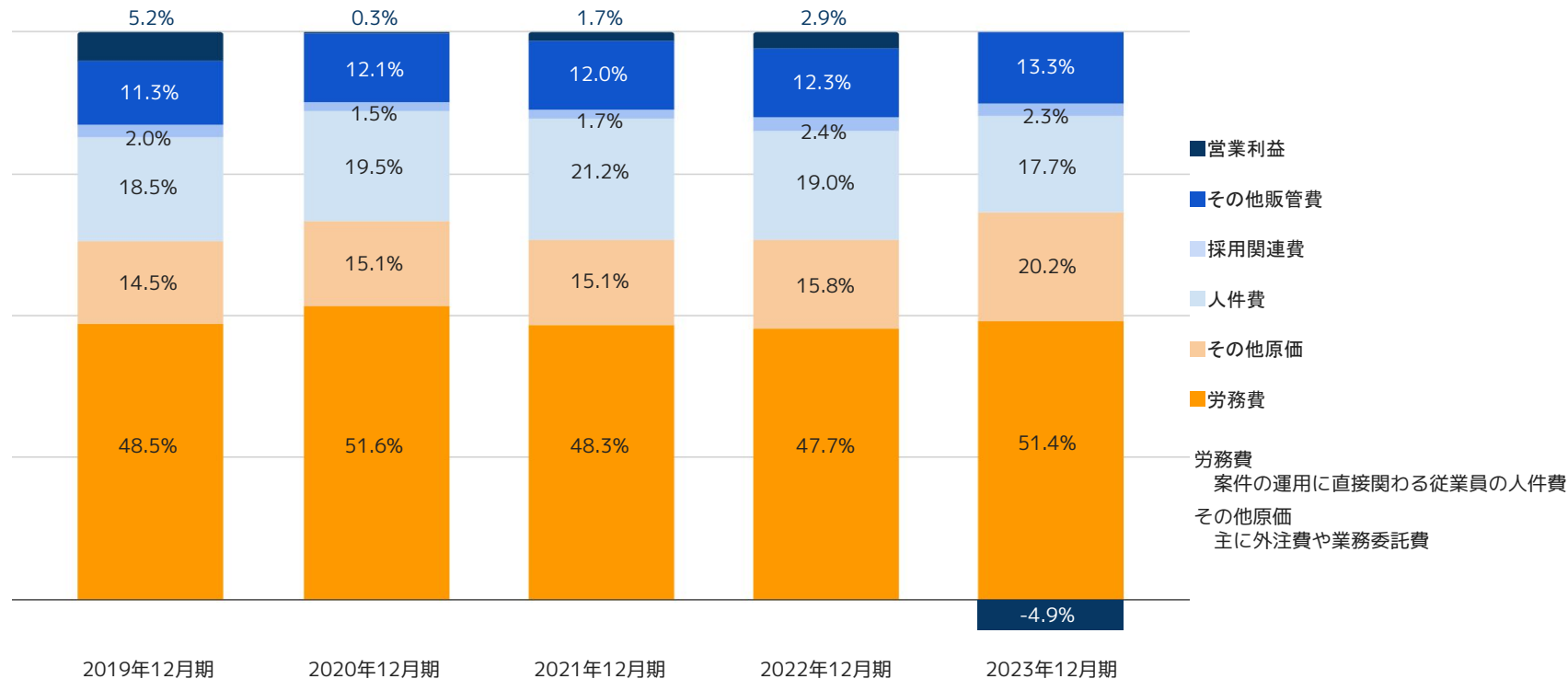
連結売上高は過去最高。

一方で、人材およびシステムの先行投資また子会社の業績悪化等により利益はマイナスに。



財務ハイライト：コスト構造の推移（連結売上高比率）

人材投資として労務費が増加し、またシステムその他により外注費や業務委託費が増加。



主要KPI（2023年12月期実績,連結）

ストック収益(注1)

34.6億円/年

売上高CAGR(注2)

8.9%

月次解約率(注3)

1.8%

年間顧客数(注4)

623社

ストック収益率(注5)

98.4%

ARPA(注6)

5.5百万円/年

(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)2019年～2023年の5年間の各連結会計年度における連結売上高年平均成長率。

(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)継続的なサービスを提供した顧客の合計数。講演、短期限定対応等のスポット取引を含まない。自治体契約は導入学校数によらず1自治体あたり1社としてカウント。

(注5)連結売上高に占めるストック収益の比率。

(注6)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)

2023年 振り返り

- 「スタートアップのカスタマーサクセス支援」という像に対しては着実に進捗している。
- 一方で2023年については複数課題が発生し反省の多い年となった。

進捗した内容

戦略

カスタマーサクセスの商談は継続的に獲得できており、目指している像に対しては着実に近づいている。

仕組み

カスタマーサクセスプライムラーニング（CSPL）など、独自の専門研修制度の充実も進んでいる。

市場

スタートアップならびにカスタマーサクセスの市場も確実に大きくなってきている。

発生した課題

進捗もある一方で期初計画に対して以下の課題が発生した。

- 子会社の業績が悪化
- 案件開始の時期ずれによる影響
- ライドシェアnottecoやAIに関するシステム投資
- 一部市況の悪化

次ページに対策進捗を詳述

2023年の課題と対策状況

子会社の業績が悪化（内部要因）

- 子会社における顧客開拓の不調により、売上が伸び悩み減益。
⇒コスト削減や人材ならびに案件の適切配置を行い、収益化を図る。**2023年で解消。**

案件開始の時期ずれによる影響（内部要因）

- 下期開始を見込んでいた大型案件の開始が遅れたことにより、全体売上ならびに売上総利益の停滞。
⇒**2024年1Qで解消され、2Q後半以降に回復する見込み。**

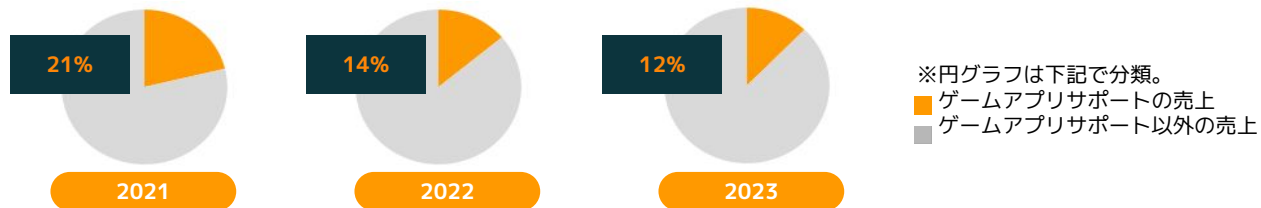
ライドシェアnottecoやAIに関するシステム投資（内部要因）

- ライドシェアや生成AI活用など市況の変化に即したシステム投資の増加。
⇒**徐々に投資対効果を発揮する見込み。**

一部市況の悪化（外部要因）

- 市況の影響を受け、解約や減額が発生。
⇒スタートアップにおけるカスタマーサクセス支援領域に収益の基盤を構築し、売上比率を高めるため戦略的に推進。これによりゲームアプリサポートに対する売上比率の低減を徐々に図っている。

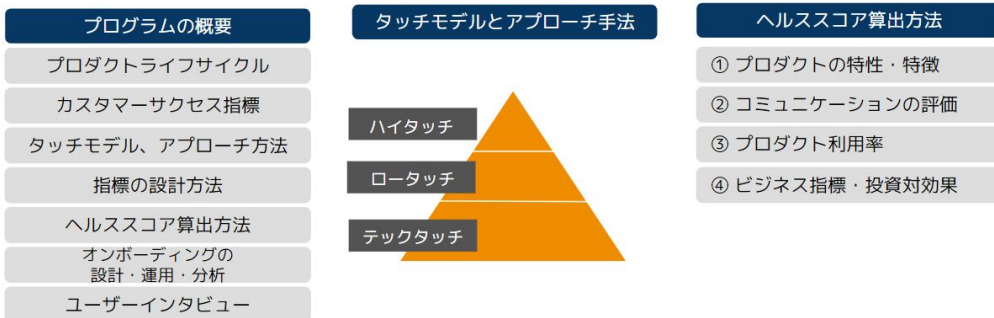
ゲームアプリサポートの売上比率



カスタマーサクセス人材の採用と教育訓練への投資

- 今後のさらなる成長のためにカスタマーサクセス人材の充実が必要。
- 当社で独自開発した教育プログラムである「カスタマーサクセスプライムラーニング (CSPL)」を計画通り展開。
- カスタマーサクセス未経験者でも、カスタマーサクセス実現のための考え方を身につけることができ、早期活躍が可能に。

カスタマーサクセスプライムラーニング (CSPL)
当社独自開発のカスタマーサクセス教育プログラム



2023年12月期における教育実績

- 2023年入社の新規カスタマーサクセス人材のうち93.3%がCSPLを受講済。
- 今後も新規カスタマーサクセス人材にはCSPLの受講を基本とする初任者研修体制を構築した。
- あわせて全社的な取り組みにするため、既存全社員にも汎用版CSPLを展開、業務上直接関連のない3割の社員を除き、全体に展開済。

2024年12月期 連結業績予想

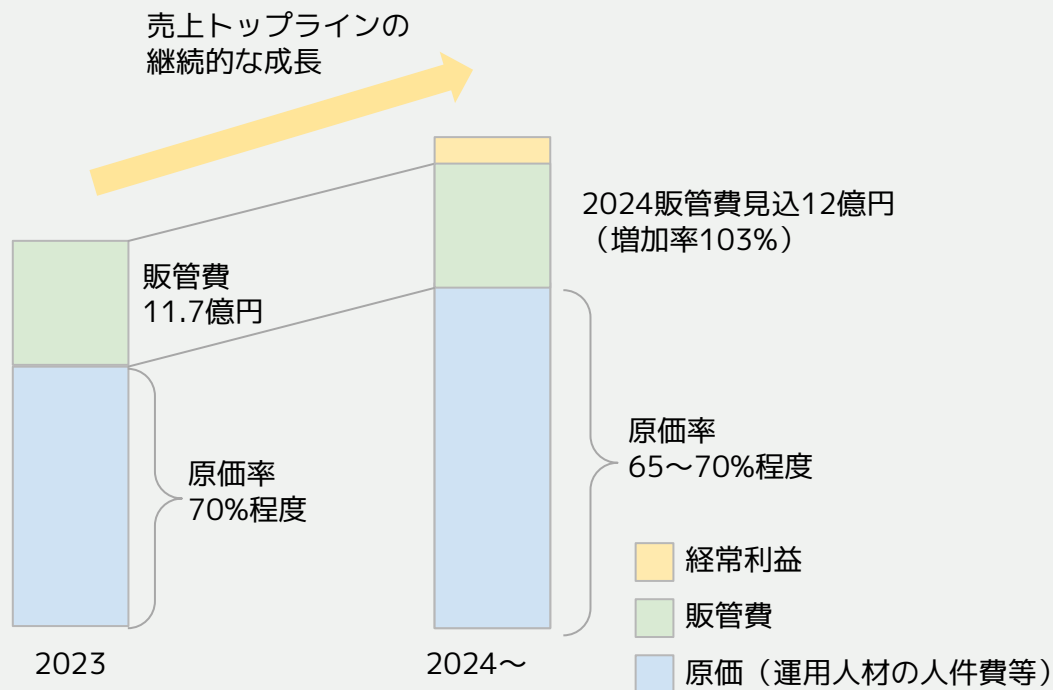
- 売上高3,956百万円（前期比増減+12.4%）、経常利益36百万円（前期比増減―）想定。
- 国内・海外ともにスタートアップ市場には不確実性はあるものの継続した成長が可能。
- 2023年の課題解消に1Qまでかかる見込みだが、その後は採算も上向く想定。
ただし利益着地として数千万円程度、上下する可能性は現時点で存在。

（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	―%

販管費と利益水準の今後の見込みについて

- 販管費を一定の金額となるようコントロールをすることで次年度以降は売上高に対する販管費率が低下していき、利益水準が向上していく見込み。



見込み状況

- ・ 粗利率は市場ニーズより同程度~数ポイントの上昇を目指していく
 - ・ 10%以上の継続した売上の成長は堅調に実現していく見込み
 - ・ 一定の投資は継続しているものの、販管費の増加率は低減する見込み
- 結果として今後数年で販管費率が下がり、利益水準が上がっていく状態を見込んでいる



03. アディッシュの事業について

OUR SERVICE

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



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

ビジネスモデルについて：CS STUDIO / CS BOOT CAMP

- ・ カスタマーサクセス・カスタマーサポートを提案・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。

ビジネスモデルについて：MONI (※旧インターネットモニタリング)

- SNS、掲示板、コミュニティサイト、ライブ配信動画等の投稿モニタリングによりインターネット上で発生する様々な投稿リスクを最小限にする支援サービスを提供。



導入企業様



IDOM Inc.

dōcocom HEALTHCARE



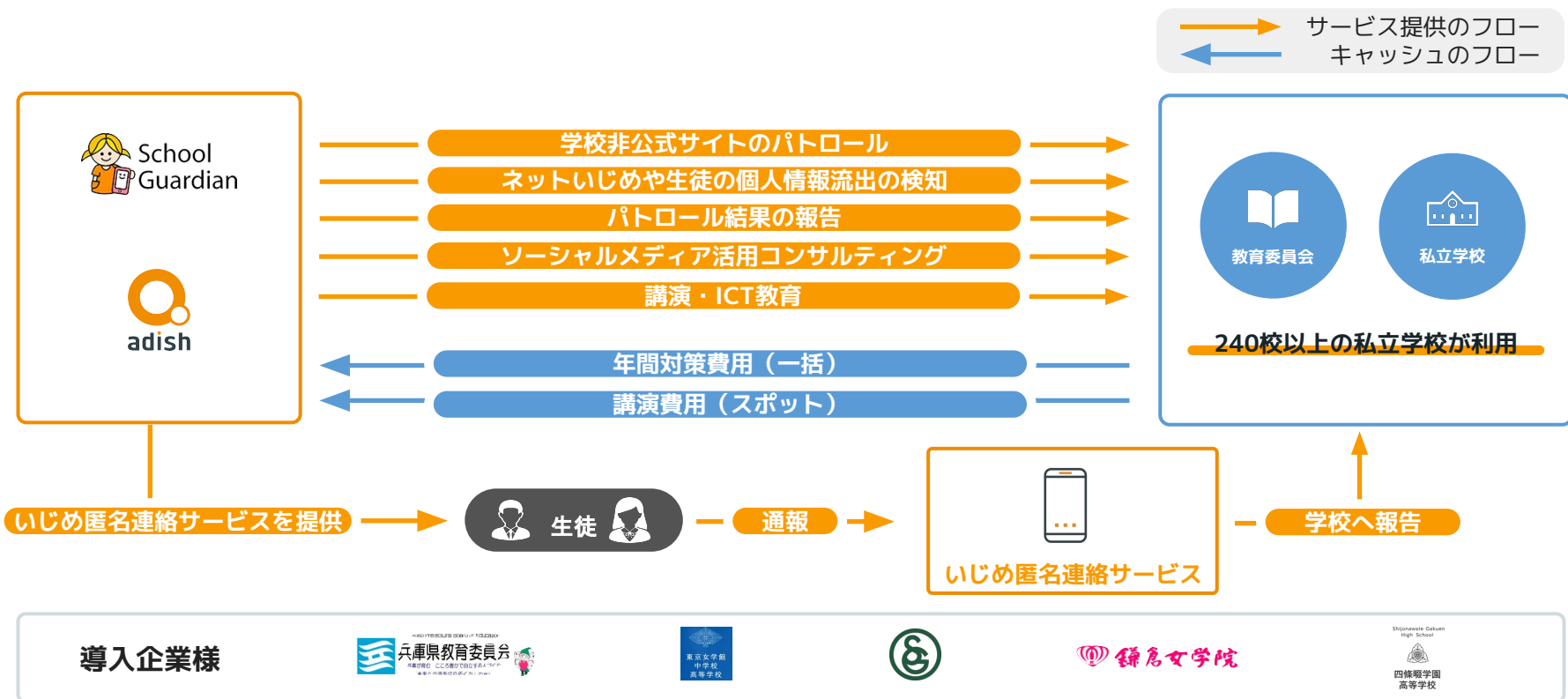
hoyu



※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。過去導入企業様を含みます。

ビジネスモデルについて：スクールガーディアン

- 子どもたちが健全にインターネットを活用できる環境を目指し、生徒のネットいじめや個人情報流出をモニタリング。啓発活動も行い、生徒・保護者・学校へ安心を提供。



※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。過去導入企業様を含みます。



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

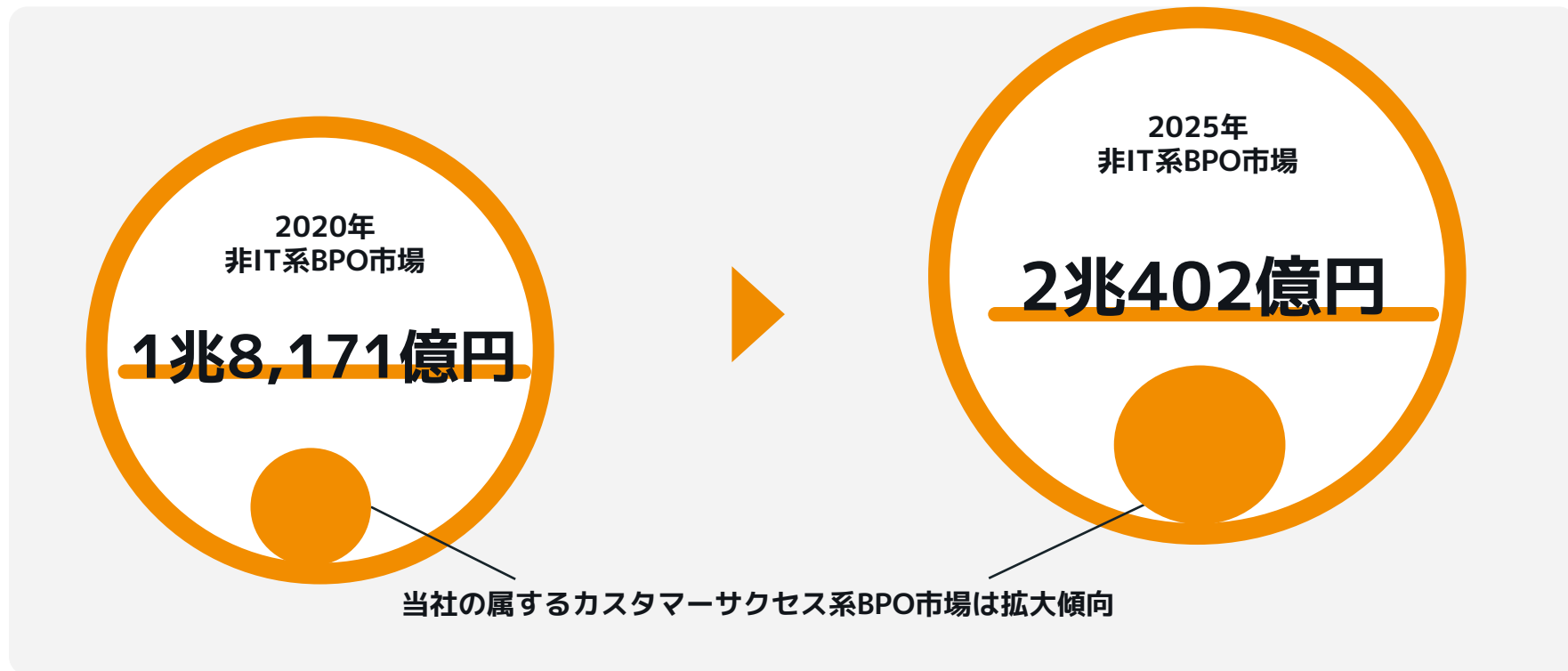


adish

04. 市場認識

MARKET INSIGHT

自社市場の動向



参照：株式会社矢野経済研究所 2021-2022 BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場の実態と展望
※非IT系BPO市場には、コールセンター系業務、間接部門系業務、直接部門系業務などが含まれております。

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。

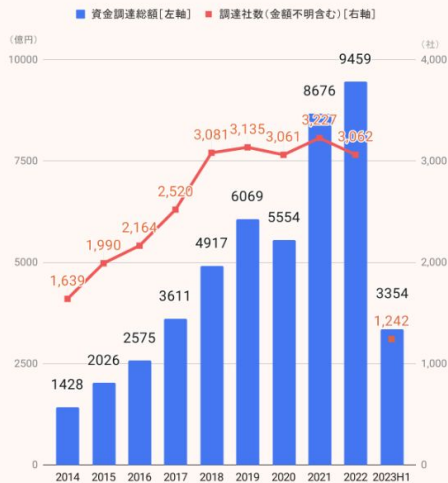
ユーザー
利用頻度 低

スタートアップ市場の拡大

国内のスタートアップ市場は拡大傾向

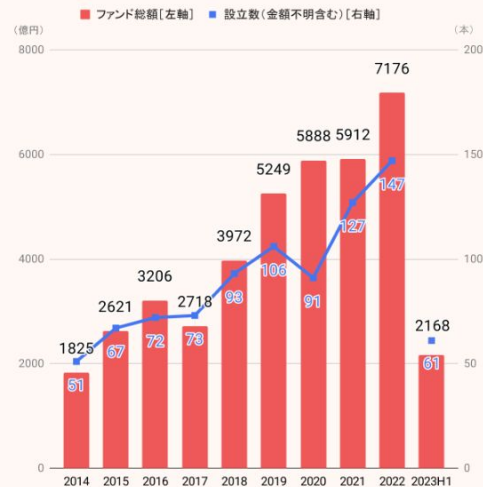
スタートアップ市場自体が日本では成長している。

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](#)

※アディッシュにおけるスタートアップの定義

- ・ 資金調達しEXIT (IPOまたはMA) を目指している企業
- ・ 東証グロース市場に上場しているインターネット系企業
- ・ 上場しているが3年で30%以上の成長が見込まれる市場で事業活動している企業

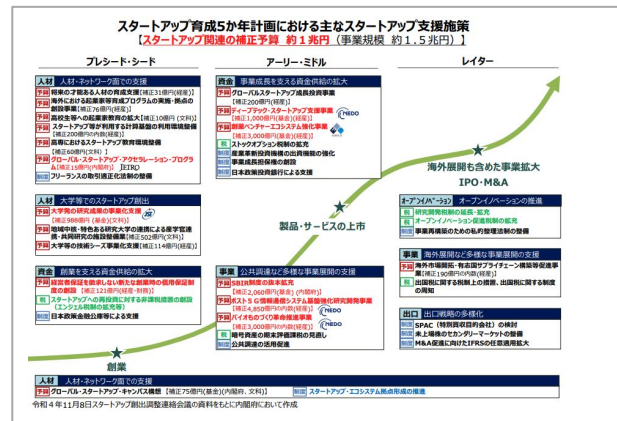
日本の国策としてもスタートアップに力を入れる方針

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。



出所) 内閣府 | スタートアップ育成5か年計画における主なスタートアップ支援施策
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/su-portal/pdf/csti5.pdf>

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

カスタマーサクセス需要の増大

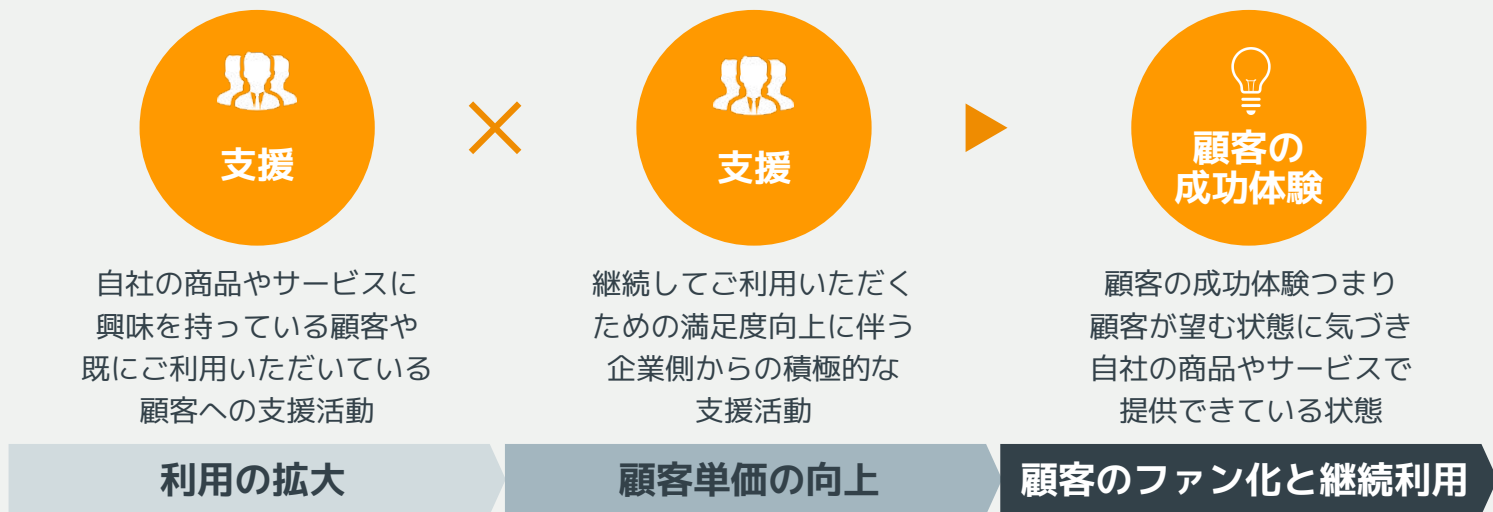
消費者行動の変化に伴う、企業動向の変化



✓ 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。

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。

スタートアップ市場が拡大している

26頁で記載の通り、国内スタートアップ資金調達額は引き続き高い状態にあり。国策の「スタートアップ育成5か年計画」にもあるとおり、スタートアップ市場自体が拡大されていく見込み。また、2025年に向けてBPO市場が2兆402億円まで拡大することが見込まれており、その中のスタートアップ関連市場はさらに拡大する余地がある。

カスタマーサクセスの需要が近年増加している

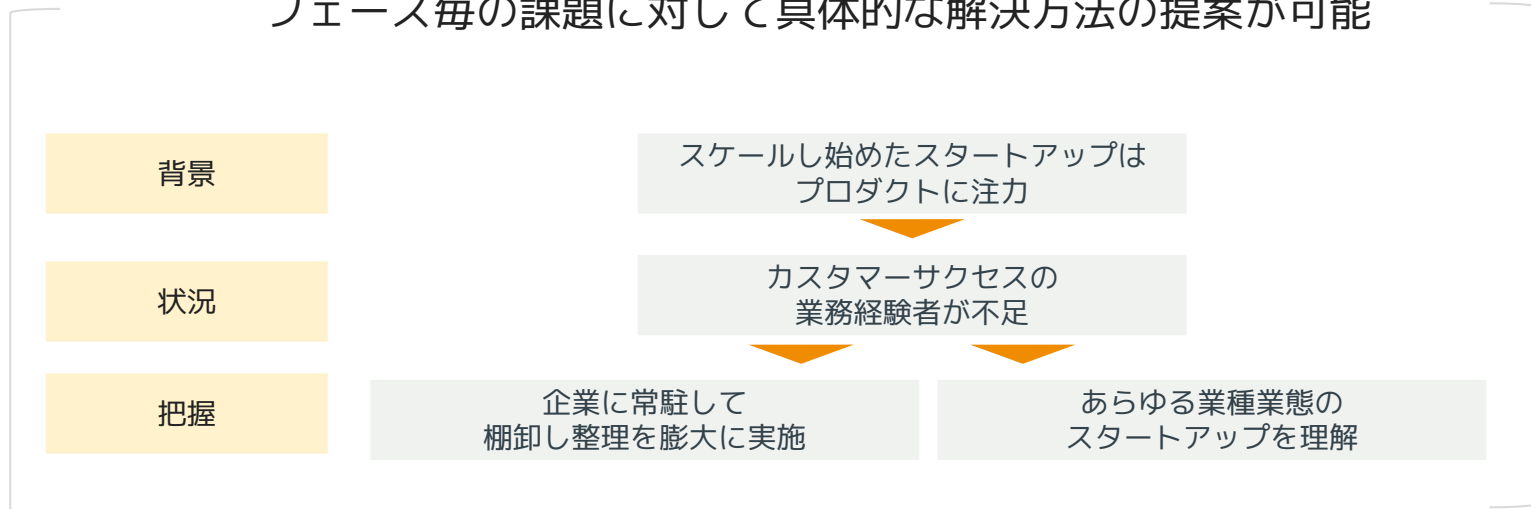
消費者の価値観が「モノ消費」から「コト消費」に変化している。ITの普及により必要なものが入手しやすくなったことにより、購買や所有が目的ではなく、経験や体験を求める需要が高まっており、企業にはモノを売るだけでなく、使い方や楽しみ方を提供していくことが求められている。このような変化により、ユーザーとの継続的な関係性の構築が重要視され、カスタマーサクセスへの取り組みが企業の成長に欠かせないものに。



「拡大する市場」と「増加する需要」に対して事業を推進していく

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、
また多数の事例を元にしてスタートアップの
フェーズ毎の課題に対して具体的な解決方法の提案が可能



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。



05. アディッシュの特徴と優位性

OUR SPECIALTY

カスタマーサクセスのサービス

- 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を目指しており、市場については継続的な拡大が見込まれている。
- 各種の露出や施策により、商談数は堅調に生まれている。
- 基本的にはストック型のサービスをアディッシュは提供しており、直近5年間の売上CAGRとしても10%以上の成長を毎年実現できている。今後も中長期的に売上は継続して積み上がっていく予定。



アディッシュ公式note
およびCS studioサービスページ

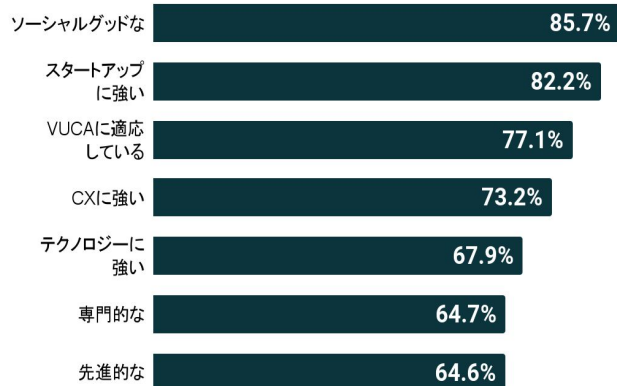


スタートアップにおけるブランド認知

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74.1%（前年63.6%）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。

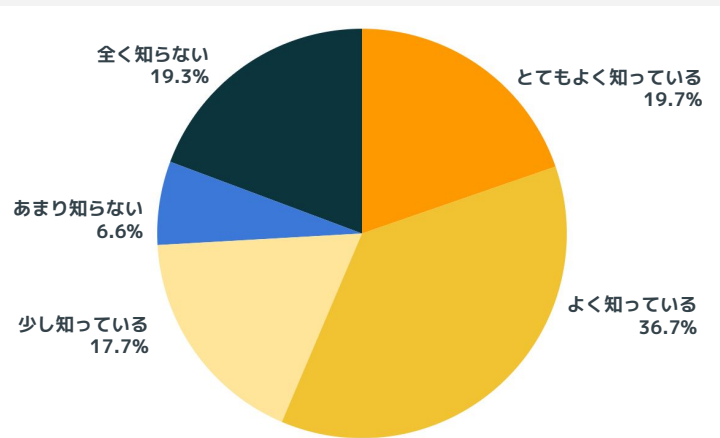
アディッシュに対するイメージ

※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」



※2022年3月にアディッシュにて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。

スタートアップ・メガベンチャー企業在籍者におけるアディッシュの認知度



※2023年12月にアディッシュにて実施したスタートアップ・メガベンチャーに現在勤務してい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。

カスタマーサクセス総合支援「CS STUDIO」

「CS STUDIO」は、カスタマーサクセスの総合支援プラットフォーム

- 1 カスタマーサクセスに関する取り組み事例、担当者インタビュー記事などを掲載。
- 2 戦略的なカスタマーサクセスを学べる記事を継続的に公開。
- 3 当社のコンサルタントが、カスタマーサクセスからコンサルティング、常駐/派遣サービスまでスタートアップ企業に特化した内容で急成長する企業の包括的な支援を行なう。

CS STUDIO カスタマーサクセスの
字びとキャリアの
総合サイト

記事 サービス お役立ち資料 事例 セミナー 🔍

メルマガ登録 相談する

Mission Vision Value
カスタマーサクセス アップセル
アップセル・クロスセルとは？違いや事例、顧客単価・LTVの上げ方を解説

カスタマーサクセス SaaS
【完全版】カスタマーサクセス職を徹底解説！
これさえ読めば7つの必須スキルや仕事内容…

カスタマーサクセス 組織体制
カスタマーサクセスで重視すべき4つのフェーズとは？成功するための組織図も紹介

ストックビジネスにおける
MRRの構成要素
～図解と指標～

チャーンレートの種類と考え方
～図解と指標～

顧客の種類と考え方について解

カスタマーサクセス入門「カスタマーサクセスとPLC」
カスタマーサクセスとPLCの関連性とフェーズ別対策について解説しています。

カスタマーサクセス早期立ち上げ支援「CS BOOT CAMP」



- スタートアップや新規事業部向けにカスタマーサクセスとサポートチームを早期に立ち上げる支援サービス。
- カスタマーサクセスをアウトソースすることで、会社の成長可能性が拡大。
- 業種業態やサービスの特性に合わせて、各会社ごとにカスタマーサクセスの考え方・体制・フローを個別設計。



ナレッジ

カスタマーサクセス/
サポート全般に関する
知識の共有及び内製化
支援



カスタマーケア

実際の顧客へ
対応のレビュー及び
フィードバック



デザイン

カスタマーサクセス
及びサポートの戦略
設計



タレント

CS人材の採用方法
から教育までの
仕組み化及びサポート



グロース

急激なお問い合わせ
増加など、柔軟に
対応できるノウハウ
の提供

一気通貫の採用・教育体制

サービスのリリース予定・急激な成長に対応した人材育成・教育体制を整備

データドリブンの採用活動

顧客企業ではなかなか人を集められない課題に対して、運用に適した人材を短期間で採用。採用に関するデータを取得し改善を随時実行。

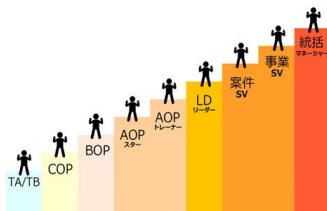


上記の実現のために

- 案件毎の採用状況を把握できる専用ダッシュボードを用意
- データに基づいた1日毎の対応改善
- 結果として無駄な広告費をかけず目標人数を効果的に採用

人材のスピード教育

採用してから短期間で業務対応できるようにするための教育体制を整備。



上記の実現のために

- 初期研修に専任講師を置くことで統一化された教育を実行
- 実務対応スタート後に段階的に対応幅を増やすことでの能力ステップアップ
- 社内Wikiによる対応方法の網羅化
- サポート対応能力のステップアップに連動したキャリアプラン
- 結果として短期間での業務対応力を取得可能に

カスタマーサクセス人材の育成

未経験でも、カスタマーサクセス実現のための考え方を身につけ、基礎から応用までを学べる自社開発のリスキリングプログラムを実施。



上記の実現のために

- 全社員向けに、プログラムを実施することで市場に少数しかいないカスタマーサクセス人材が増加
- 事例を用いて、学習することで分析力を高め、思考力を強化
- 結果としてカスタマーサクセス人材の増加により、顧客企業に対し、高品質な価値提供が可能に


アディッシュの特徴と優位性まとめ

カスタマーサクセスのニーズをとらえて、先進的な取り組みを実施。

- カスタマーサクセスのメディアブランド「CS STUDIO」を継続して発信。
- 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い、商談数が増加。
- カスタマーサクセスの専用育成プログラムを保有。

アディッシュはスタートアップとの親和性が高い。

- 実績を積み重ねたことでスタートアップ案件を多数獲得。
- アディッシュ自身のスタートアップ的な経験と、多数のスタートアップ実績よりフェーズ毎の課題を把握している。
- 共に成長し、上場する企業も多数あり。



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

カスタマーサクセス導入事例



アディッシュのカスタマーサクセスサービスを導入し、業務改善や事業成長につなげている事例を紹介

平均解決時間を5分の1に短縮
ノウハウの言語化と運用フロー構築支援
【株式会社FUNDINNO】

クライアントの課題

株主管理・経営管理プラットフォーム「FUNDOOR」の拡大を見据え、質の高いサポートができる体制構築を目指す。自社のリソース面に懸念があった

アディッシュの支援

- 問い合わせ内容のデータベース化、ユーザーが困りやすい箇所を分析。この結果をもとにプロダクト内に案内追加やFAQ改善
- より能動的なカスタマーサポートの積み重ねにより、問い合わせから解決までの平均解決時間を5分の1に

顧客管理を効率化し迅速な顧客対応
問い合わせを予測し急成長の糧に
【ゲシピ株式会社】

クライアントの課題

eスポーツを主としたメタバース教育サービス開始当初からユーザー数が増加し顧客管理に課題。事業拡大に伴いカスタマーサクセス(CS)立ち上げの必要性も感じていた

アディッシュの支援

- Zendesk活用支援およびZendeskの一次対応
- 既存FAQの改善提案
- ゲシピの定例時にCSの分析報告、問い合わせの変化を予測し事業拡大につなげてもらう

スタートアップを理解した
カスタマーサクセスを提案
【株式会社SOXAI】

クライアントの課題

健康管理用スマートリング「SOXAI RING」の購入者増加に伴い、問い合わせ数も増加。カスタマーサクセス(CS)の内製も試みるが人手不足により外部委託を検討した

アディッシュの支援

- ナレッジの体系化、対応フローの整備などSOXAIの成長スピードにあわせたCSの提供、CSチームの体制構築
- SOXAI RINGを使用しFAQをテンプレート化したことでアディッシュにて問い合わせの8割弱の対応が可能に

* クライアントの課題は、アディッシュが支援に入る前の課題です

カスタマーサクセスサービスを加速するため各分野に強みをもつ企業とパートナー連携

企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供を開始

- カスタマーサクセス(CS)人材を社内で育成できる企業向け「カスタマーサクセスプライムラーニング」の提供を開始
- マーケティングとカスタマーサクセス部門の協働に関する課題解決のため、ブランディングテクノロジー株式会社と業務連携

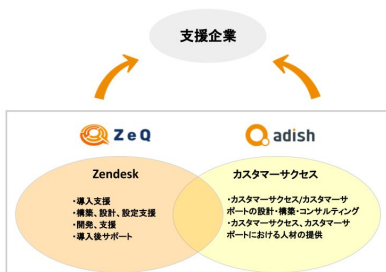
カスタマーサクセス育成プログラムの流れ



Copyright adish Co., Ltd. All rights reserved.

Zendeskのパートナー認定。 Zendesk認定プレミアムパートナーと 事業連携

- 世界10万社以上が導入するカスタマーサービスプラットフォームZendeskのパートナーに認定
- Zendesk認定プレミアムパートナーである株式会社ZeQと連携
- カスタマーサクセス(CS)の施策管理や顧客情報の一元管理ができるCSツールの有効活用支援サービスを強化



株式会社PR TIMES提供「Tayori」 の代理販売で業務連携

- カスタマーサポートツール「Tayori」の代理販売と利用顧客向けツール活用支援「プロフェッショナルサービス」の提供を開始
- ツールを導入しても有効活用ができていない利用顧客をサポート
- 顧客は対応の効率化により、業務に集中できる環境が整う



新規顧客獲得、市場における認知向上のためスタートアップ/カスタマーサクセスイベントなどに参加

スタートアップイベント 「Climbers2023 Startup JAPAN EXPO」出展

- 日本最大級のスタートアップ専門展示会に4月と11月に出席
- 4月は「価値共創から考えるカスタマーサクセス戦略」をテーマにピッチ登壇
- カスタマーサクセス全般の無料相談窓口「CS STUDIO」を設置



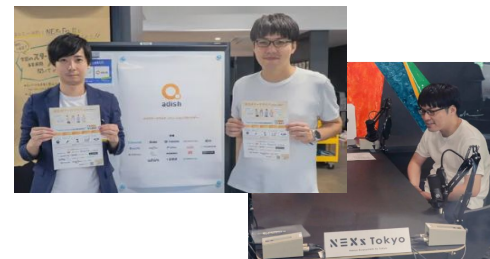
カスタマーサクセスサミット 「Growwwing Day 2023 Fall」 協賛・講演

- カスタマーサクセスの先駆者たちが集まるカスタマーサクセスサミットに参加
- 「カスタマーサクセス組織の構造と進化」をテーマに講演



NEXs Tokyo主催「NEXs Fes #3」 リアル展示会参加

- 東京都が運営するスタートアップと事業展開パートナーの取り組みが一同に介するイベントに出展
- カスタマーサクセスブース「CS STUDIO」を出展
- NEXs Fesの特設RADIOに出演、スタートアップの急成長を支援するカスタマーサクセスサービスについてPR





adish

06 成長ドライバー

GROWTH DRIVER

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

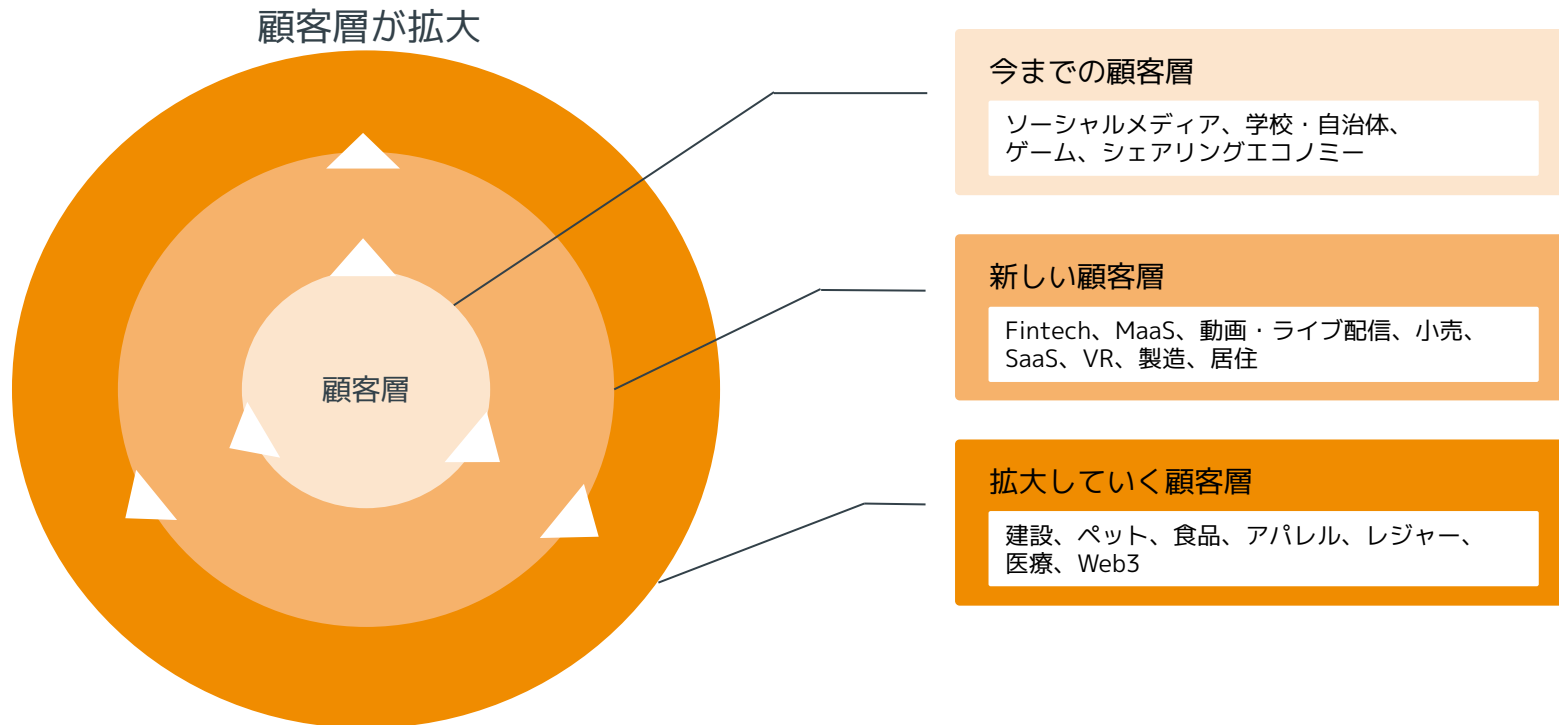
スタートアップの成長に合わせてサービスを提供することで売上収益が拡大

||

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1】 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。

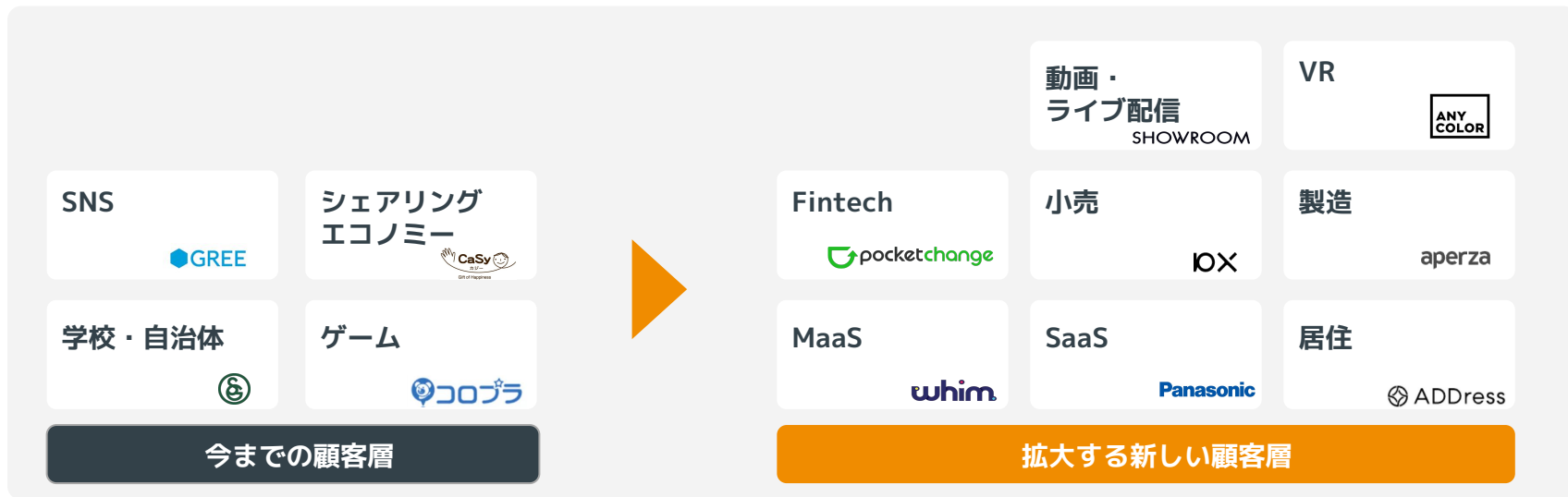
MaaS



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1】 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

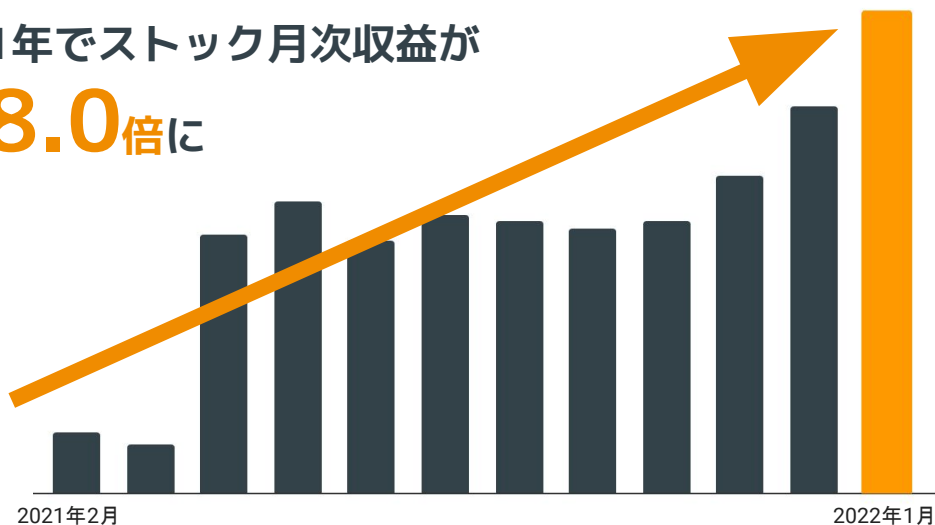


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

【成長ドライバー2】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

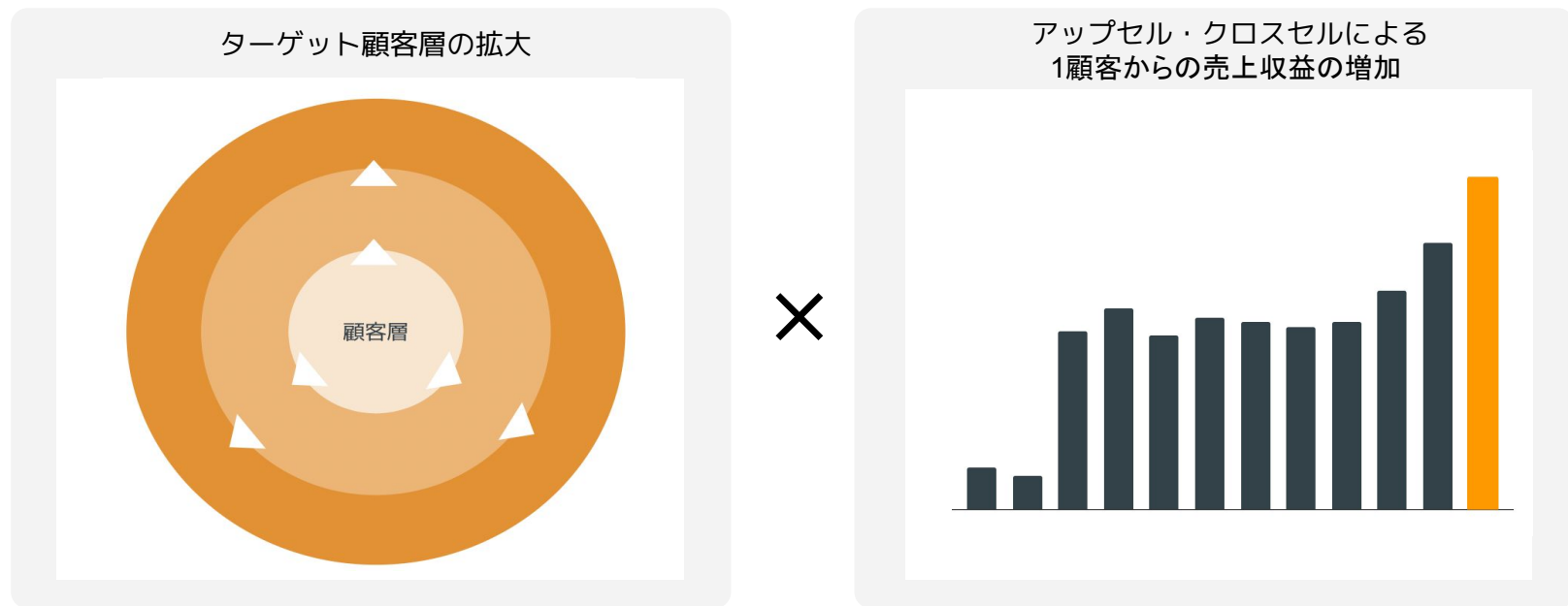
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

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つの掛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



07. その他の取り組み

OTHER INITIATIVES

SaaSプロダクトおよび機械学習の取り組み

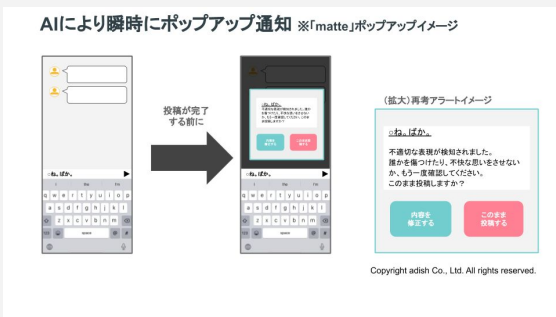
カスタマーサクセス支援のトップパートナーを目指しつつ、炎上・誹謗中傷領域におけるSaaSプロダクト開発を仕掛け。

- ・ AI検知では、ChatGPT等の生成AIのアップデートに対応しつつ、機械学習を活用し、レビュー評価のコメントにおける誹謗中傷の自動検知を研究的に取り組んだ。
- ・ 炎上対策SaaSでは、ニーズの増えているGoogleマップ口コミとのAPI連携を実装した。



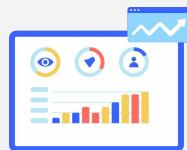
誹謗中傷投稿検知サービス「matte」

SNSへの投稿前に内容再考の機会を促すAI検知サービス。
種々のコメントで発生する誹謗中傷について機械学習による自動検知に取り組む。



Pazu SNS炎上対策SaaS「Pazu」

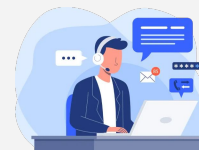
X（旧Twitter）等の投稿を自動検知する炎上対策SaaS。SNSリテラシーのeラーニング、炎上発生時の体制構築支援と一括提供。Googleマップ口コミにも対応。



口コミ自動
モニタリング



eラーニング



炎上時の
体制構築支援

MaaS x カスタマーサポート領域の取り組み



成長が期待されるMaaS向け、及び新しいモビリティサービスのカスタマーサポートに注力。
インバウンド復活による多言語ニーズにも対応。

MaaSアプリ

小田急電鉄が開発したMaaSアプリ EMotにヴァル研究所とともに、カスタマーサポート領域で参画。



公共領域

国土交通省「地域交通共創モデル実証プロジェクト」に選定されたこども専用相乗りタクシー送迎サービス「hab」のカスタマーサクセスを担当。



新モビリティ領域

片道レンタカーを提供するPathfinder、AIオンデマンドシャトルを提供するNearMeなど新しいモビリティサービスのカスタマーサポートが増加。



※MaaS (Mobility as a Service 「マース」) とは、ICT を活用して交通をクラウド化し、公共交通か否か、またその運営主体にかかわらず、すべての交通手段によるモビリティ (移動) をひとつのサービスとしてとらえ、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念です。(出典: 国土交通政策研究所報第 69 号 2018 年夏季)

健全にインターネットを活用できる環境を目指し、国が推進する取り組みに関与

総務省請負事業

「デジタル・シティズンシップの
考え方を踏まえたICTリテラシーの
向上に関する調査研究」

- 総務省はICTリテラシー教育の対象を青少年の他に成年層や高齢層にも拡大
- デジタル社会に求められるリテラシーの在り方や推進方策の検討が目的
- 全世代におけるICT活用のためのリテラシー向上に関する調査およびコンテンツ作成などを3社で請負



×



文部科学省委託事業

「有害環境から子供を守るための
推進体制の構築」受託

- ワークショップを取り入れたシンポジウムの開催
- 地域の保護者や青少年へリテラシーの啓発活動推進による、有害情報に係る意識向上を図る取り組み
- 連結子会社アディッシュプラス株式会社との共同活動



School
Guardian

文部科学省指定パイロット校の中学校
にて生成AIの授業を開催

- 宮城県内唯一の指定パイロット校である宮城県岩沼市立岩沼北中学校の生徒208名を対象に、生成AIの授業を実施
- 文部科学省は、生成AIを初等中等教育で活用していくために、パイロット校より知見の蓄積を進めていく



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

ダイバーシティ推進の取り組み



D&Iの取り組みが評価・認定。未来社会を創造する生徒へキャリアデザインの授業を提供

Forbes JAPAN WOMEN AWARD 2023「企業ランキング」8位に選出

- 約1,900社を対象に、「ダイバーシティ」「労働環境」「人的資本開発」のスコアから決定する本アワードの8位にランクイン
- DE&Iを重視し、多様性を互いに受け入れる継続的な取り組みにより、「企業の成長を見据えた女性の活躍推進」の観点で評価

「D&I AWARD 2023」の最上位ランク 「ベストワークプレイス」2度目の認定

- ダイバーシティスコア（90/100点※）を獲得、日本国内企業の中でもD&Iを先進的に進める企業として認定
- 「D&I AWARD 2021」での「ベストワークプレイス」に続く2度目の認定

※ 主催社による審査・評価

企業訪問受け入れ/ 地域社会の学校訪問

- 次世代育成取り組みの一環として、働くことの意義や仕事への向き合い方の授業を中学生・高校生へ実施
- スペシャルニーズを持つ高校生に生成AIのワークショップを提供し、情報社会で活躍できる力の醸成に取り組む



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「よろこび」であり続ける社会の実現





adish

08. 認識するリスク

RISK INFORMATION

リスク情報

アディッシュグループの事業に関する特有のリスクについて、本書提出日時点で特に重要な事項として、以下の通り認識しております。

競合について

発生可能性：中
影響度：大

リスク

アディッシュグループの事業領域は今後も大きな成長が期待されており、新たな競合企業の参入可能性があります。また、AI等の新技術を利用したサービスや新たなビジネスモデルが登場する可能性があります。低価格・高品質な競合企業が参入した場合、または新技術を利用した新たなサービスへの対応が遅れた場合、アディッシュグループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

対応策

アディッシュグループは、低価格なサービス提供ではなく、個別の業務プロセス設計及びスピーディかつ柔軟なサービス運用、業務改善提案等の高品質なカスタマーエクスペリエンスの提供に注力することで、競合優位性を確立しております。また、社内人材としてAIエンジニア等を確保し研究開発を推進することで、新技術への対応を推進しております。また、「スタートアップのカスタマーサービス」というブランド観を確立することで、独自のポジショニングをとることを目指しています。

情報漏洩について

発生可能性：小
影響度：大

リスク

アディッシュグループにおけるサービス提供では、個人情報や顧客企業の機密情報等を扱っております。業務上知り得た機密情報等について、何らかの要因により外部への流出等が生じた場合には、アディッシュグループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

対応策

個人情報及び顧客企業の機密情報等に関しては高い水準の情報管理体制の構築及び運用が求められていることから、アディッシュグループではISMSの認証及びプライバシーマークの認定を取得しております。加えて、アディッシュグループ関係者等との間で秘密保持契約を締結するとともに、設備面においてもアカウント管理システム、入室管理システム及び監視カメラ設置等の諸施策を講じております。

人材の獲得及び育成について

発生可能性：小
影響度：中

リスク

アディッシュグループは、顧客企業に対する価値提供を続けるにあたり、人材の確保とその育成が重要な課題と認識しております。人材獲得競争の激化により、アディッシュグループの人材の外部流出が起きた場合もしくは人材確保に支障をきたした場合、アディッシュグループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、アディッシュグループのサービス提供実務を行うアルバイトの確保が困難になった場合においても、サービス提供及び販売活動が阻害されるおそれがあります。

対応策

迅速かつ低コストな採用活動を実施するために、データドリブンな採用活動を実施しております。また、従業員一人ひとりに対しビジネススキルやデータリテラシー研修等を実施することで、DX時代においても活躍できる、事業を築いていける人材の育成に注力しており、またカスタマーサービス人材を育成する教育プログラムも確立することで、より安定した体制づくりを目指しています。

※その他のリスクについては、有価証券報告書【事業等のリスク】に記載しております。



09. 補足資料

APPENDIX

役員略歴：取締役及び監査役



江戸 浩樹 えど ひろき
代表取締役

2004年に株式会社ガイアックス入社後、インターネットモニタリング事業、学校非公式サイト対策事業、ソーシャルアプリサポート事業の立ち上げ及び関連会社（現アディッシュプラス、adish International Corporation）の経営に携わる。
2014年にアディッシュ株式会社を設立、代表取締役に就任。



石川 琢磨 いしかわ たくま
取締役
アディッシュプラス株式会社 代表取締役

大手通信事業者等を経て、株式会社クレスコ・コミュニケーションズにてマーケティングソリューション事業部の立ち上げに参画。株式会社ガイアックスへの事業売却後、2014年に当社取締役に就任。2021年1月当社執行役員サービスデリバリー事業部及びイネーブルメント事業部管掌。2022年1月より現職。アディッシュプラス代表取締役も務める。



杉之原 明子 すぎのはら あきこ
取締役

2010年に株式会社ガイアックスに入社。学校非公式サイト対策事業スクールガーディアンの立ち上げを経て、2014年に当社取締役に就任。特定非営利活動法人みんなのコードCOO、スローガン株式会社社外取締役、株式会社Kaizen Platform社外取締役（以上、現任）。ITベンチャー意思決定層のジェンダーギャップをテーマに取り組むスポンサーシップ・コミュニティを発足。

澤 博史 さわ ひろふみ
社外取締役

富士通株式会社、双日株式会社、大手事業投資会社を経て、2009年にデータセクション株式会社の代表取締役に就任。2020年6月より同社最高顧問に就任（現任）。2020年3月より当社社外取締役に就任。

高橋 理人 たかはし まさと
社外取締役

リクルート入社後、1995年に新規事業としてインターネット部署を立ち上げ事業部長に就任した後、住宅情報領域や自動車領域の責任者を務める。2007年に楽天に入社し、2011年より同社常務執行役員に就任。2017年に独立し、2021年3月より当社社外取締役に就任。

秋場 修 あきば おさむ
常勤監査役

2012年より情報セキュリティコンサルタントとして独立。2015年に当社入社後、2017年に常勤監査役に就任。

馬淵 泰至 まぶち やすし
社外監査役

2014年にみなと青山法律事務所を開設。児童虐待、少年事件などの分野にも積極的に取り組む。2017年に当社社外監査役に就任。弁護士・税理士。

礮村 奈穂 いそむら なほ
社外監査役

2008年あずさ監査法人（現有限責任あずさ監査法人）に入所し、IPO支援、内部統制、公会計、上場会社の監査業務に従事。2012年会計士登録。2017年株式会社サイバー・バズの常勤監査役に就任。2022年12月株式会社サイバー・バズの社外取締役（監査等委員）に就任。2023年に当社社外監査役に就任。

役員略歴：執行役員



小澤 豊 おざわ ゆたか

執行役員

サービスデリバリー事業部及び イネーブルメント事業部
及び 管理本部管掌

外資系セキュリティメーカー、チケットサービス会社など複数のIT系企業にて管理系業務に従事した後、2016年11月にアディッシュ株式会社に入社。2017年1月人事総務部長就任後、統制環境の整備を担当し、2020年3月の東証マザーズ市場への上場を推進。2020年4月管理本部長、2021年1月執行役員管理本部長に就任。2023年1月より現職。



小原 良太郎 おはら りょうたろう

執行役員 経営戦略本部長

FAQシステムを提供する企業にてASPの営業及び広告ビジネスに従事し、2010年よりMarTech SaaSを提供する株式会社Ptmindの共同創業者としてマーケティング及び事業提携を担当。2018年に当社に入社し、2020年4月よりVP of Strategyに就任。2021年1月より当社執行役員経営戦略室長。2023年1月より現職。



池谷 昌大 いけや まさお

執行役員 サービスデザイン本部長

ソニー系半導体商社、海外半導体商社、外資系半導体メーカーを経て2009年に株式会社ガイアックスに入社。2014年に当社取締役就任。2021年1月より現職。



久保 芳和 くぼ よしかず

執行役員 財務企画本部長

大手自動車販売会社で経理のキャリアをスタート、その後人材派遣や外食、IT関連の業界にて経理・財務から人事、労務までを管掌する管理部門責任者として従事。2017年7月に当社に経理部長として入社し、経理部門の責任者として、2020年3月東証マザーズ市場への上場を推進。2021年1月経理財務部長。2022年1月より現職。



吉川 敏広 よしかわ としひろ

執行役員

経営推進本部及び スクールガーディアン事業部管掌

外資系記憶媒体のサポートセンター、ヤフー株式会社にてカスタマーサポートを経て、2014年に株式会社ガイアックス入社。2018年4月に当社取締役就任。2021年1月当社執行役員サービス推進事業部及びスクールガーディアン事業部管掌。2023年1月より現職。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料の更新は、2025年3月下旬頃に最新の状況を反映した内容で開示することを予定いたしております。