

2022年12月期決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

2023年02月

- 01 事業概要
- 02 2022年12月期 業績ハイライト
- 03 2023年12月期 業績予想
- 04 成長戦略
- 05 2022年12月期 事業トピックス



01.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426名、単体246名（2022年12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

飯塚 隆

執行役員

小原 良太郎

社外監査役

馬淵 泰至

執行役員

池谷 昌大

執行役員

久保 芳和

執行役員

小澤 豊

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

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

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

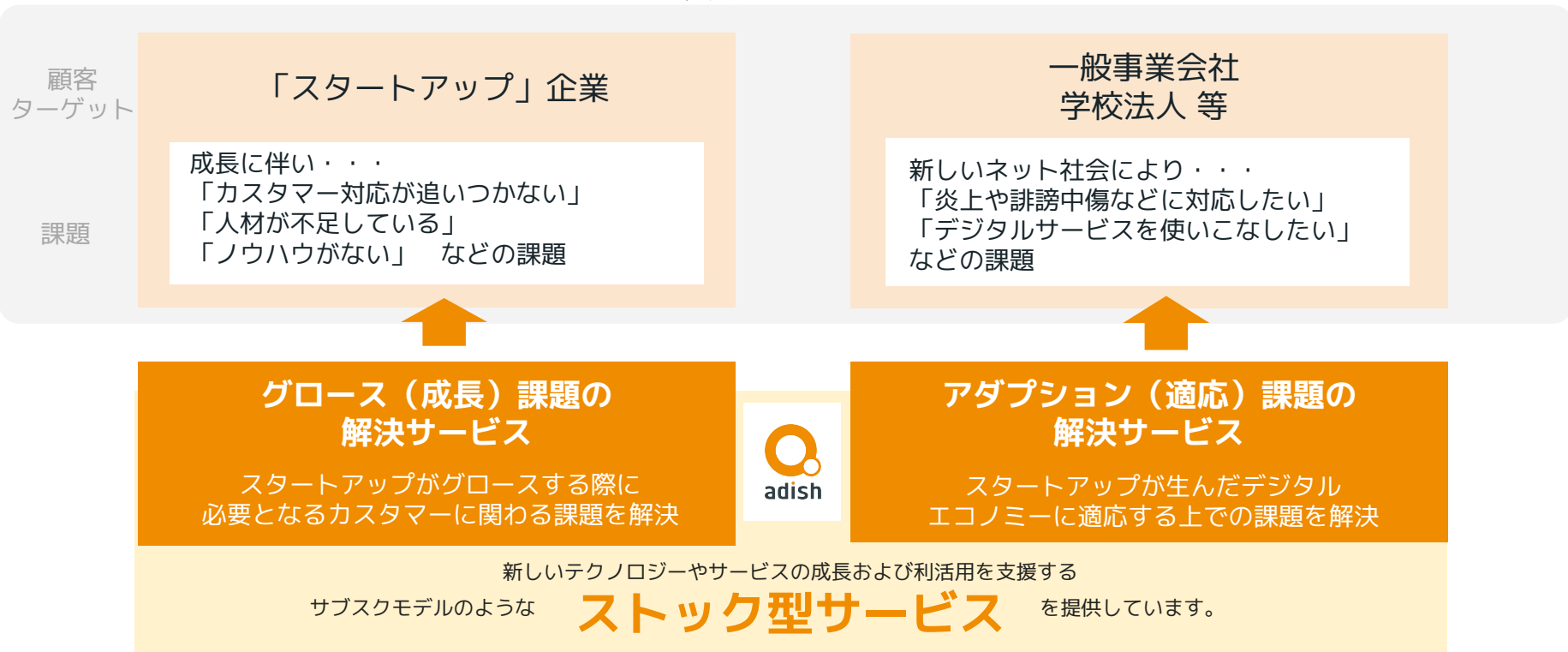
2022.07

アディッシュオーパス株式会社設立

2022.11

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：

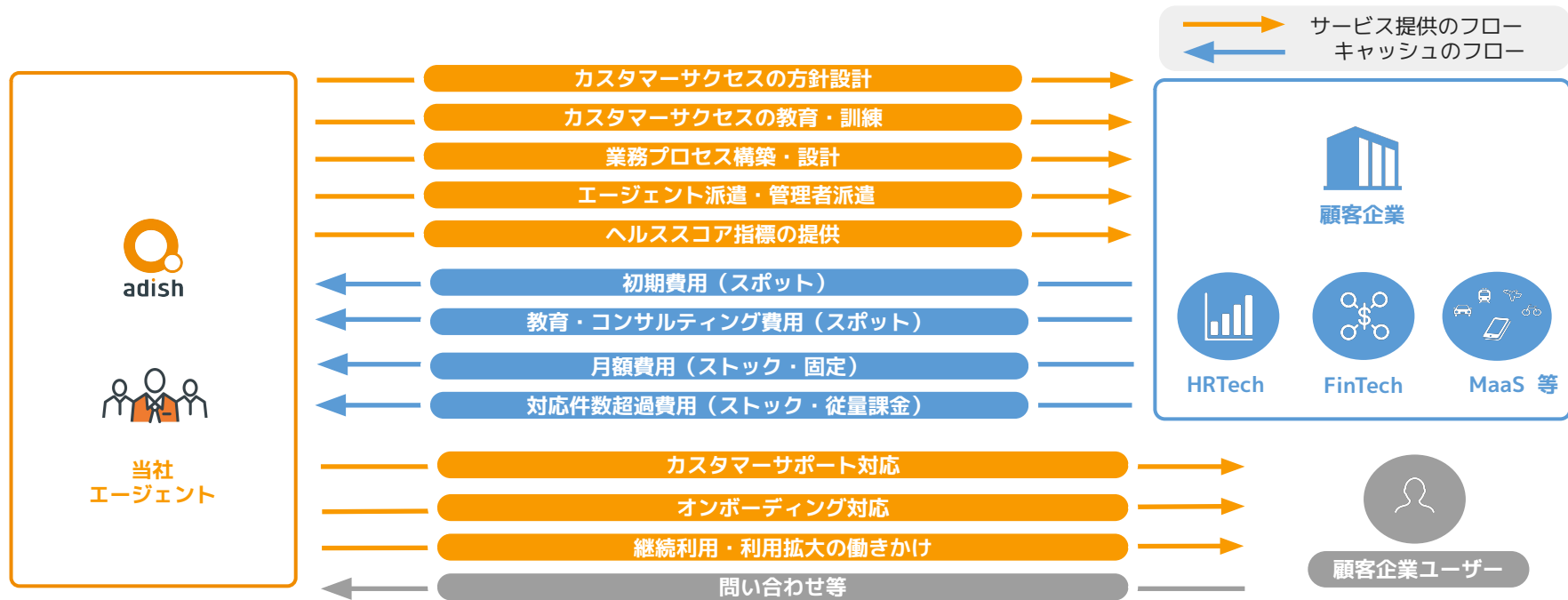
「顧客の成功を最大化」顧客が成功に向かうことができるよう顧客に寄り添い、顧客の成功とは何かを深め続ける取り組みのこと



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

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



Daytner



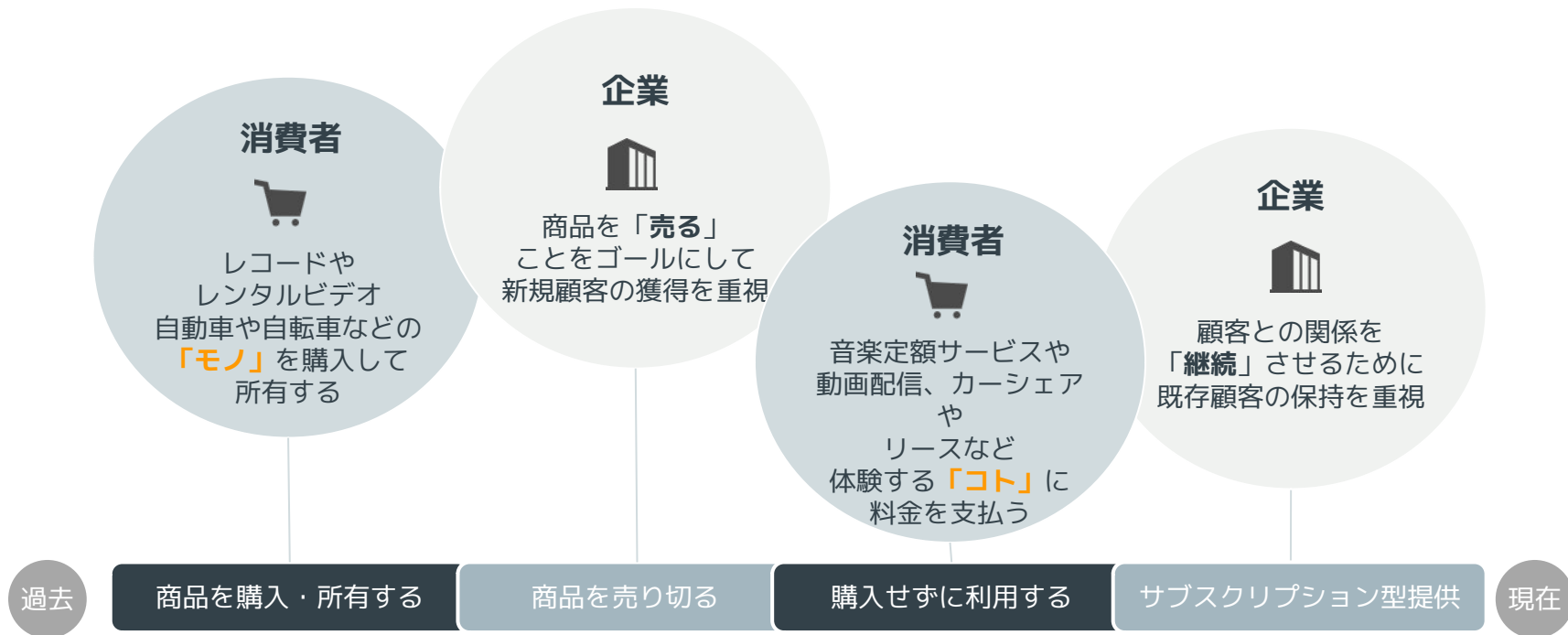
Mobile Factory



pocketchange

※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。

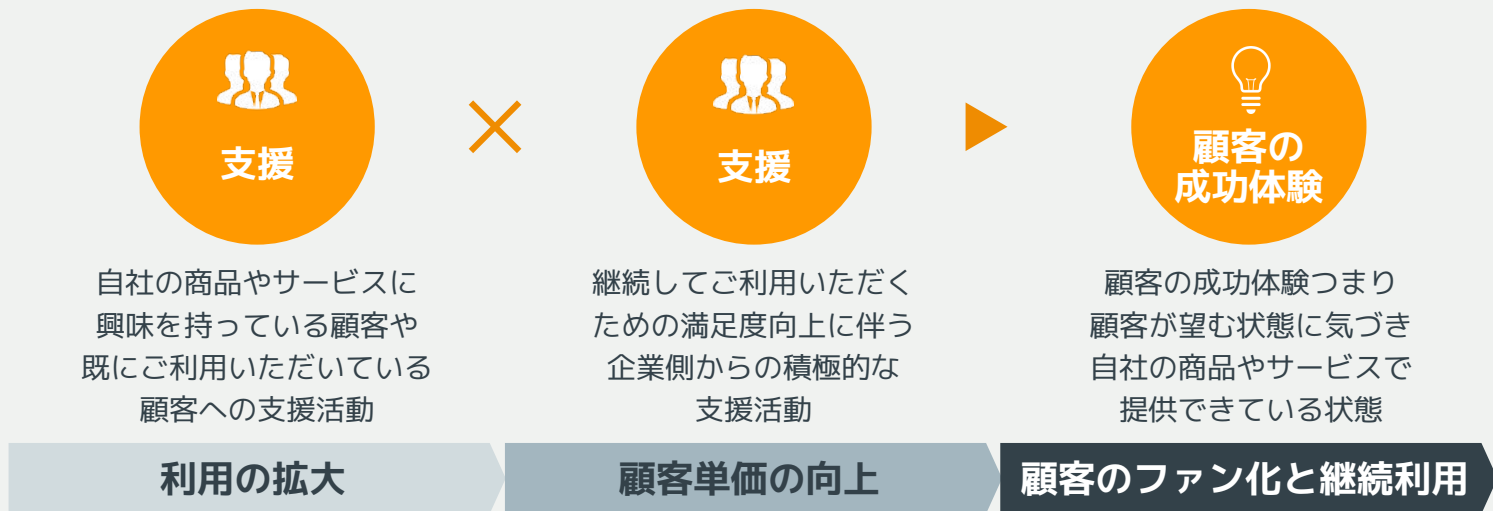
市場背景：消費者行動の変化に伴う、企業動向の変化



✓ 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

カスタマーサポートとカスタマーサクセスの併用



	カスタマーサポート	カスタマーサクセス
目的	問題解決／クレーム対応	顧客の成功体験の創出
目標	顧客満足度の向上	LTV向上（継続的関係性の向上）
基本姿勢	顧客から寄せられるものへの対応	顧客に働きかけていく
業務	質問・問合せへの対応	データ分析・先行提案

- ✓ カスタマーサポートは、顧客の問題を解決に導く
- ✓ カスタマーサクセスは、顧客によりよく活用してもらう支援



02. 2022年12月期 業績ハイライト

はじめに：収益認識に関する会計基準等の影響

2022年12月期の当連結会計年度の期首より収益認識に関する会計基準等を適用。
当連結会計年度の影響額は次のとおり。

当連結会計年度の影響額

売上高

5百万円の減少

営業利益・経常利益

5百万円の減少

期首利益剰余金

1百万円の増加

(注) 当会計基準等の適用は、収益認識会計基準第84項ただし書きに定める経過的な取扱いに従っており、前連結会計年度と収益認識に関する会計基準が異なるため、P17以降の前連結会計年度及び前年同四半期と比較しての増減率は参考値。

2022年12月期 通期連結業績

- 案件の順調な積み上げにより、連結売上高は過去最高の3,420百万円に成長。
- 経常利益107百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は77百万円で着地。
- 2022年12月期第3四半期の開示通り、第4四半期に採用費及び広告宣伝費等の投資を行いつつ、ほぼ開示予想通り。

(百万円)

	2022年12月期 予想	2022年12月期 実績	予想比
売上高	3,352	3,420	102.0%
営業利益	94	98	104.3%
経常利益	110	107	98.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	72	77	107.0%

2022年12月期 通期連結業績

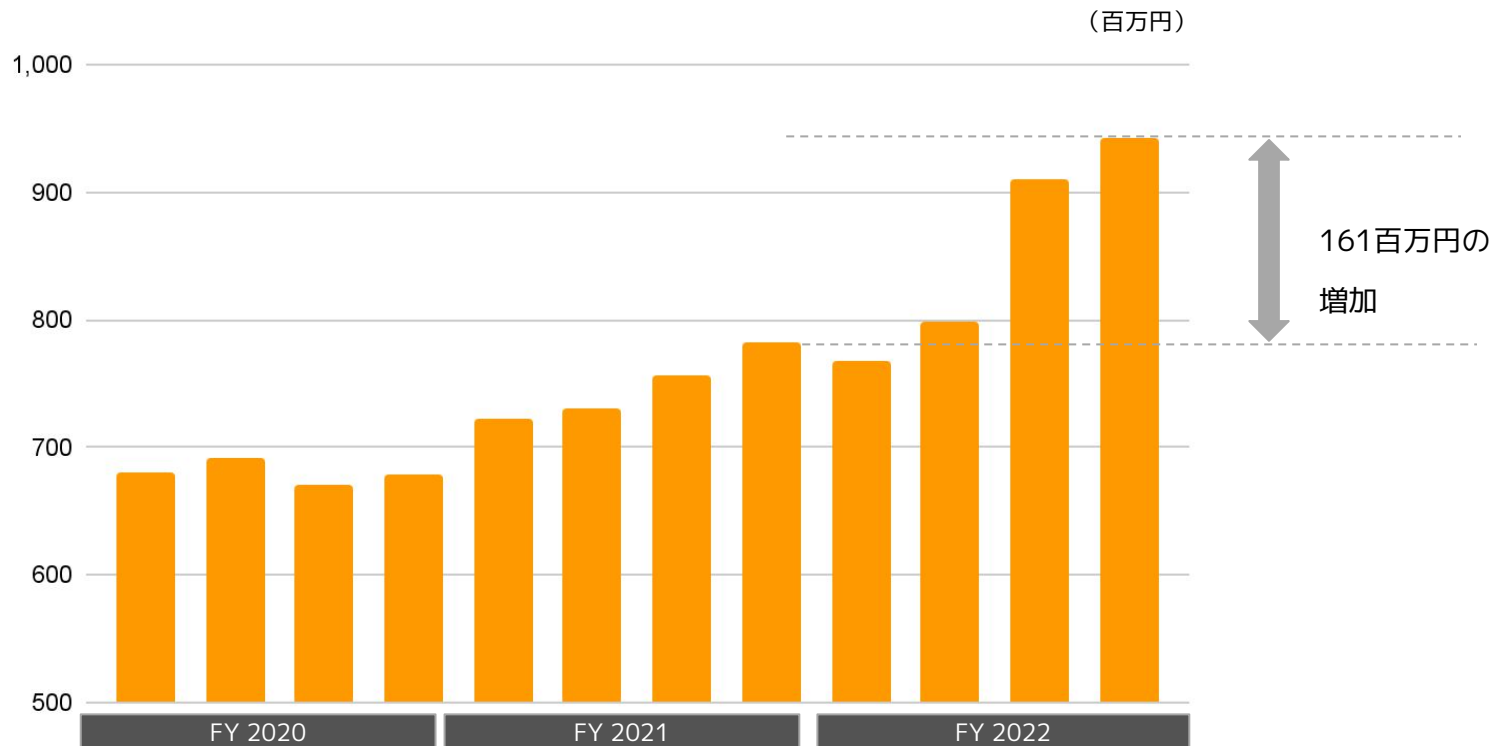
- 本資料P15に記載のとおり、収益認識に関する会計基準が異なるため対前期率は参考数値となるが、売上・利益ともに二桁台の成長を達成。

(百万円)

	2021年12月期 通期	2022年12月期 通期	対前期比 ※参考
売上高	2,992	3,420	114.3%
営業利益	51	98	189.2%
経常利益	70	107	152.8%
EBITDA	87	129	147.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	48	77	157.8%

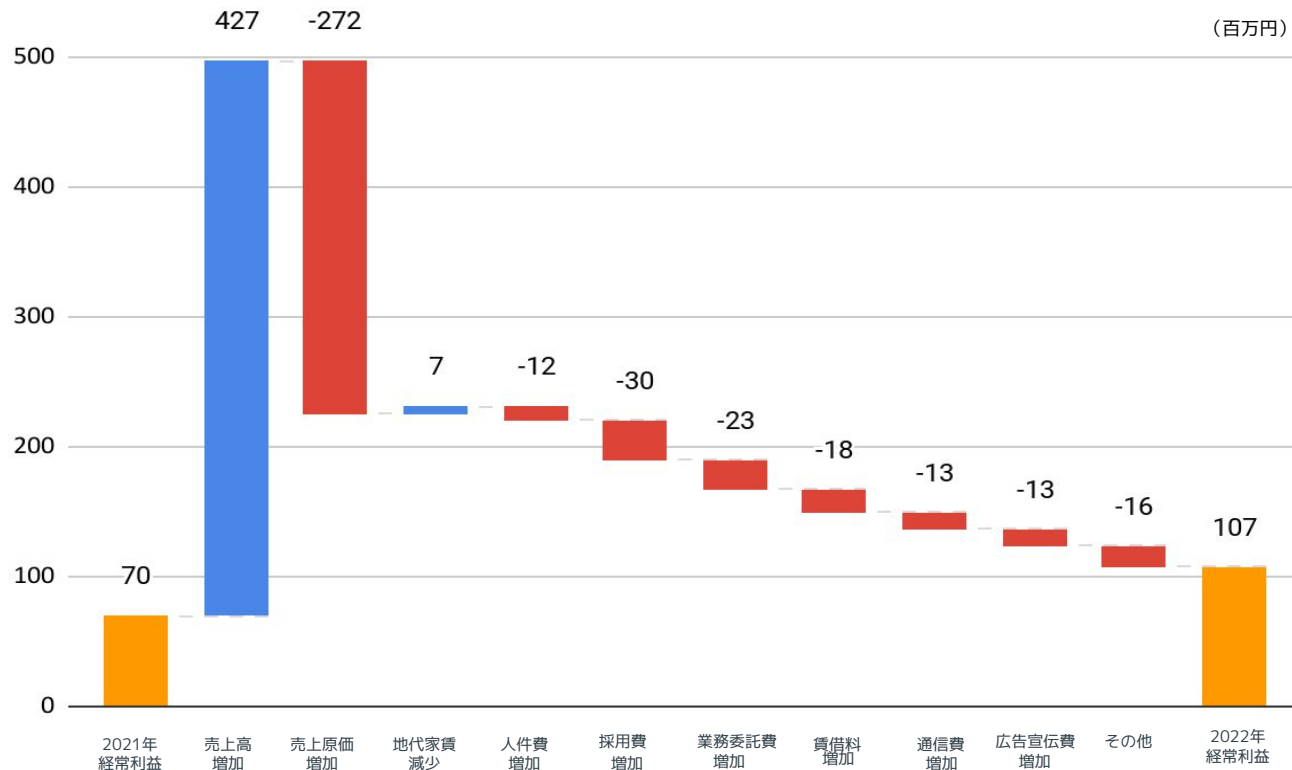
連結売上高の四半期推移

- 過去最高の売上高を達成。
- 前年同四半期対比で161百万円の増加。



主な利益変動要因（通期）

- 主に売上拡大の結果、経常利益が37百万円の増加。
- 今後に向けての先行投資は継続して実施。



連結貸借対照表

- 今後の拡大を想定した借入を実施。

(百万円)

	2021年12月期	2022年12月期	主な増減要因
流動資産	999	1,291	-
現金及び預金	634	849	借入による増加
売掛金	309	-	-
受取手形、売掛金及び契約資産(注)	-	387	-
固定資産	164	167	-
資産合計	1,163	1,458	-
流動負債	483	585	借入・先行投資による増加
固定負債	35	146	借入による増加
負債合計	518	731	-
純資産合計	645	727	-
自己資本比率	55.4%	49.8%	-

(注)収益認識会計基準等を適用したため、前連結会計年度の連結貸借対照表において、「流動資産」に表示していた「売掛金」は、当連結会計年度より「受取手形、売掛金及び契約資産」に含めて表示。

主要KPI（2022年12月期実績,連結）

ストック収益(注1)

32.2億円/年

売上高CAGR(注2)

12.2%

月次解約率(注3)

1.0%

年間顧客数(注4)

610社

ストック収益率(注5)

94.5%

ARPA(注6)

5.2百万円/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)2018年～2022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)



03. 2023年12月期 通期連結業績予想

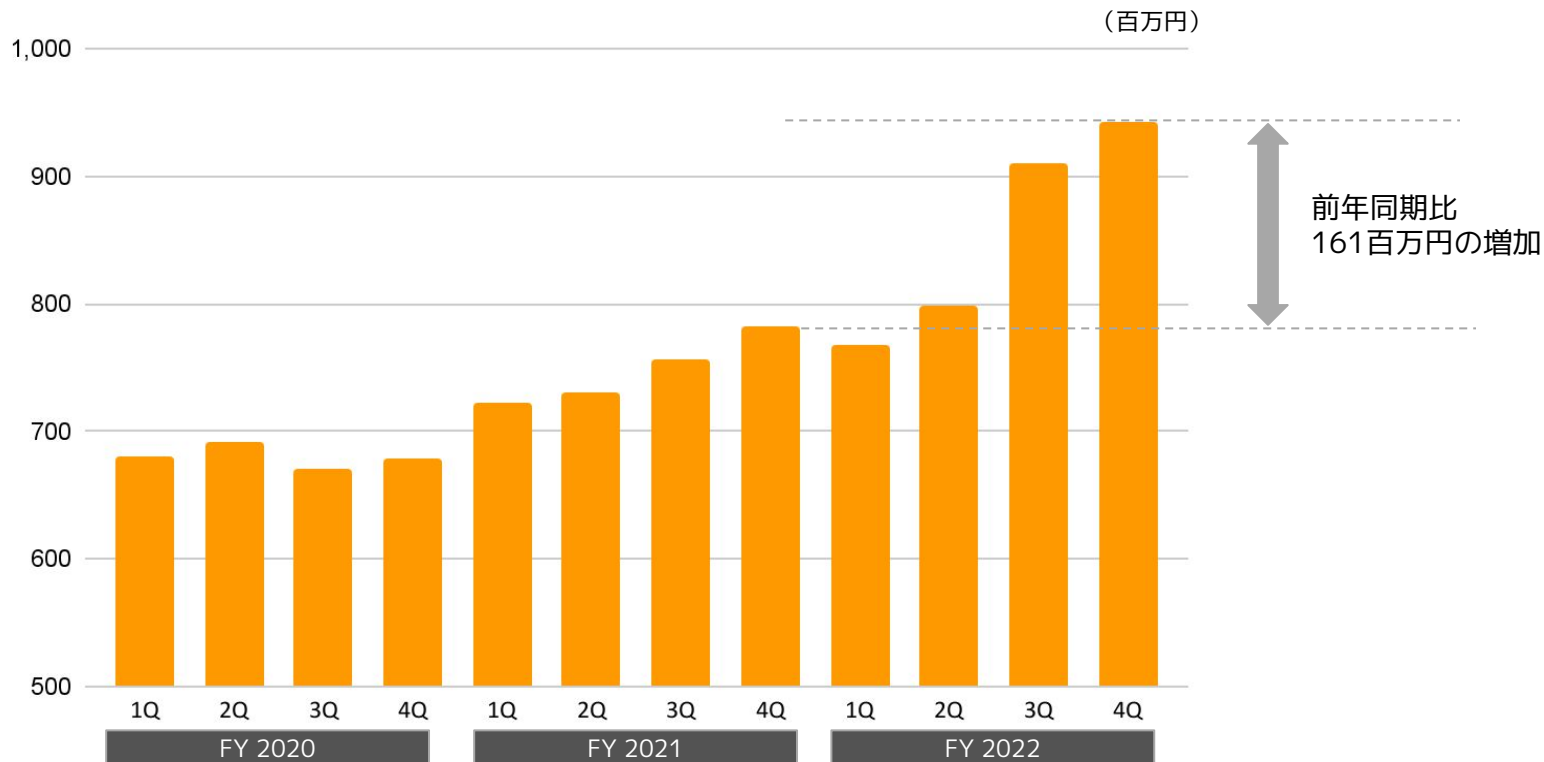
2023年12月期 通期連結業績予想

- 売上高3,900百万円（前期比増減+14.0%）、経常利益50百万円（前期比増減△53.6%）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。
- 今後の更なる成長のため、後述するカスタマーサクセス人材の採用・教育に特に上期に投資を行う、そのため経常利益は一時的にマイナスとなる想定。
- 下期に投資対効果と売上の増加により、四半期単位でも大きく数字を上げていく予定。

	2022年12月期 実績	2023年12月期 予想	増減額	増減率
売上高	3,420	3,900	479	+14.0%
営業利益	98	50	△48	△49.0%
経常利益	107	50	△57	△53.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	77	33	△44	△57.2%

通期連結業績予想の背景について

- 2022年より本格化した「カスタマーサクセス」への取り組みが功を奏し、2022年は年間、また四半期としても過去最高額の売上高を達成。



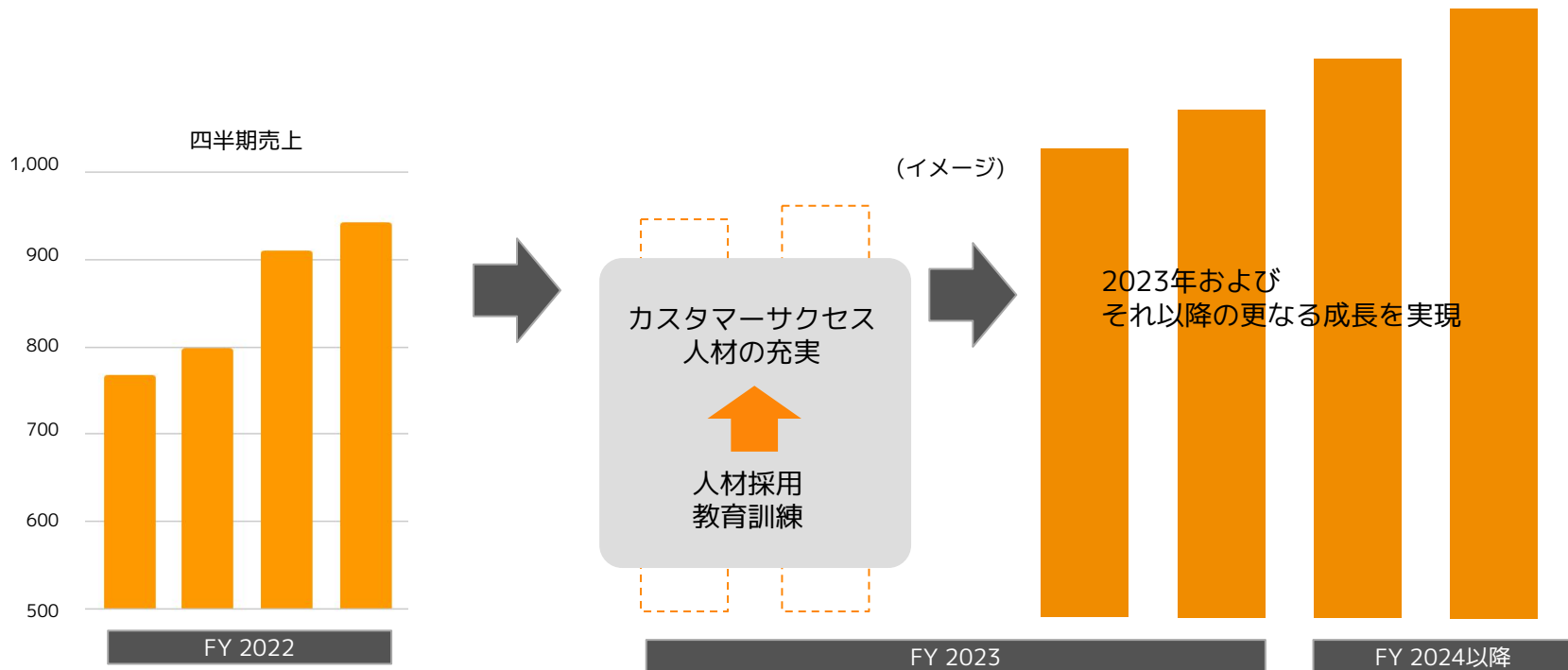
伴う課題について

- 2022に業績は計画通り好調に推移したものの、今後の更なる成長のために、主に人材に関連した対処すべき課題が見えてきた。

- **カスタマーサクセス人材**は、まだまだ不足している。
- カスタマーサクセスをコンサルティングできる人材については**一定程度の高いスキルセット**が必要となってくる。
- 高度なスキルセットをもつ人材は**高単価で受注**が決まるが、現時点として市場に人員が多く存在するわけではない。

今後の成長のために遂行すべきこと

- 今後更なる成長を成し遂げるため、下期の投資対効果を見据えて、2023年上期に人材採用と教育訓練の投資を実施予定。
- 昨年にリリースした「カスタマーサクセスプライムラーニング（CSPL）」を展開し今後の継続的な人材採用・人材教育体制を整え、2023年下期以降の投資回収を計画。



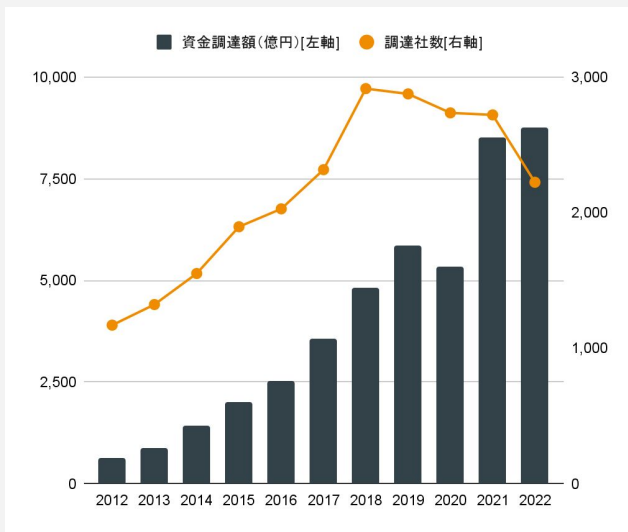


04. 成長戦略

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

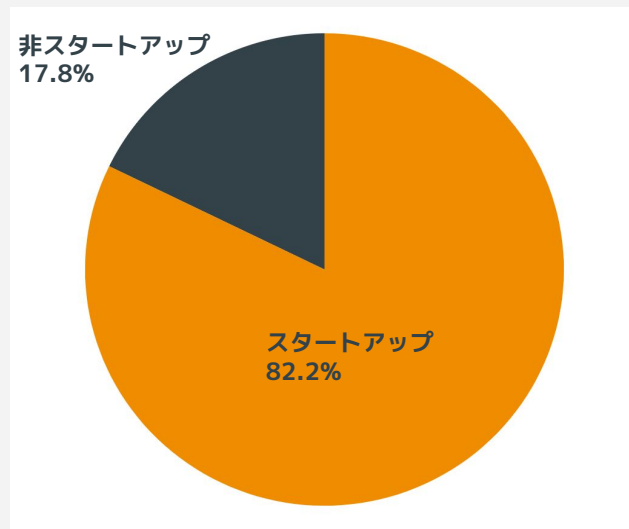
スタートアップへの投資額はコロナの影響はあったものの増加傾向。
またアディッシュの新規受注案件におけるスタートアップの割合は高い状態にある。

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

大型資金調達をしていくスタートアップ顧客

アディッシュの顧客の中でも大型資金調達をして急成長をしていく企業が増加中。

累積調達額

2022年6月上場



2,649百万円

SNKRDUNK

11,596百万円

IOX

2,406百万円

SHOWROOM

3,265百万円

aperza

2,002百万円

★☆☆ YOURMYSTAR

2,197百万円

cake⁺JP

1,117百万円

ツイキャス

1,222百万円

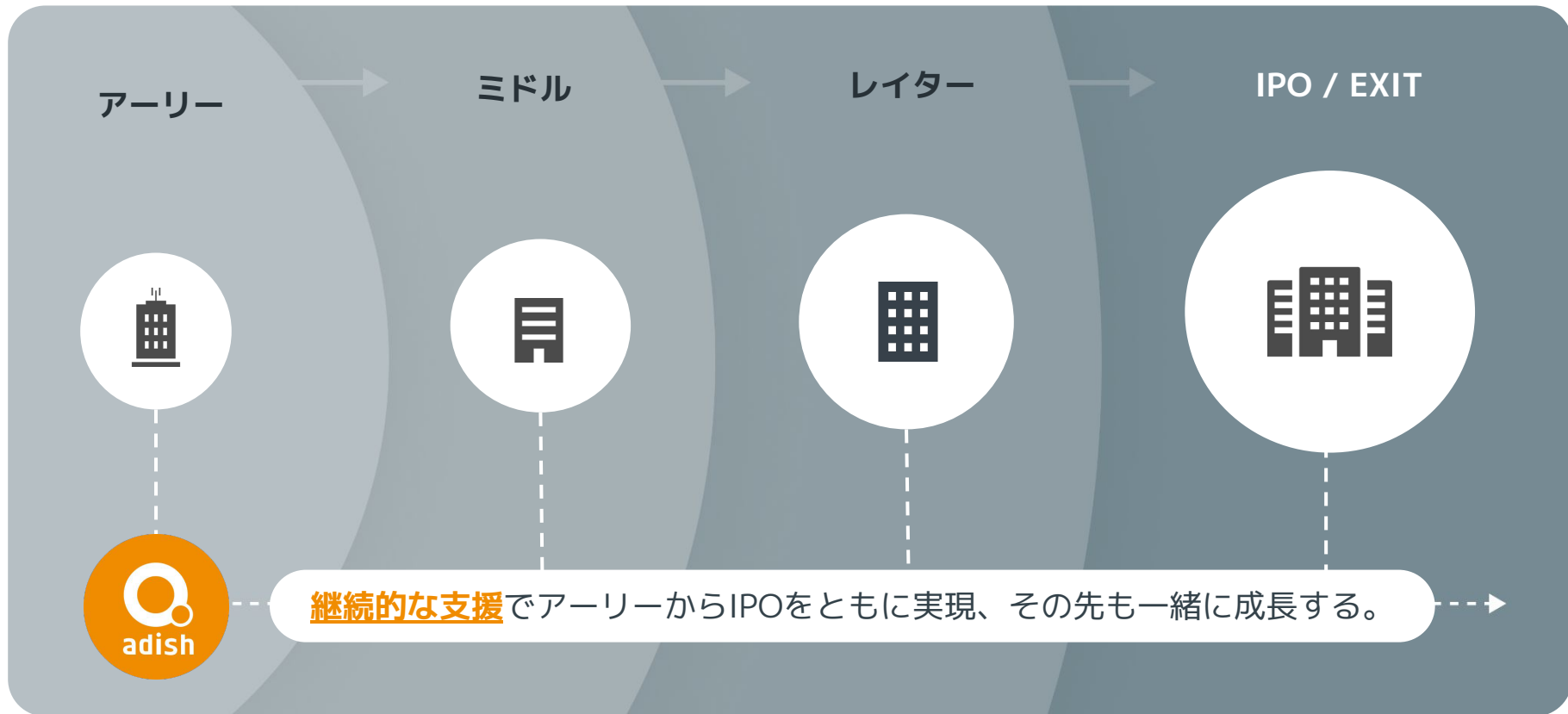
2022年4月上場

※企業ロゴまたは顧客企業代表サービスのロゴとして記載しております。

※累積調達金額は2023年2月14日時点でのSTARTUP DBを参照 <https://startup-db.com/>

※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。

アディッシュの顧客サクセス支援先から複数の上場企業

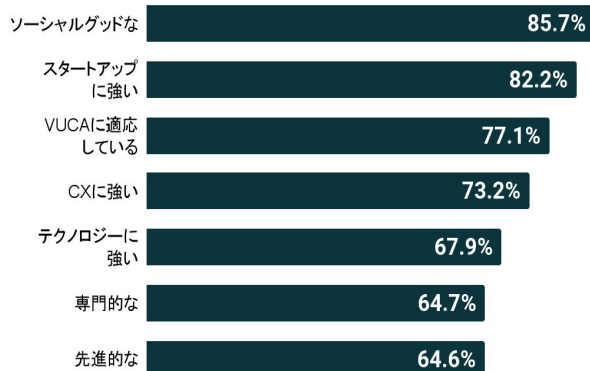


スタートアップにおけるブランド認知

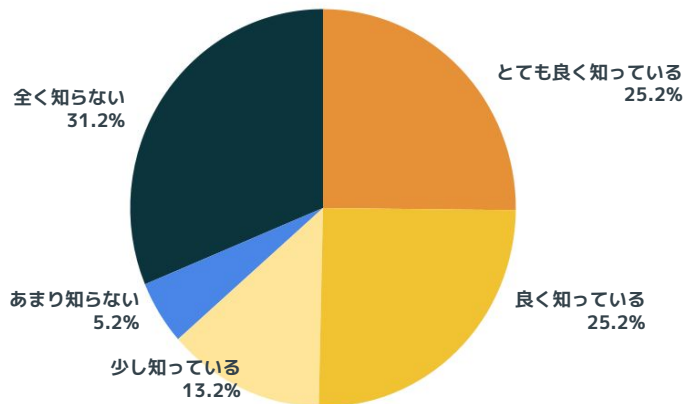
アディッシュにはスタートアップと親和性が高いと考えられる項目が高く出ている。
一方、スタートアップからの認知度は63.6%程度であり、
未認知の方々への広がりの可能性がまだまだある。

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



※2022年3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

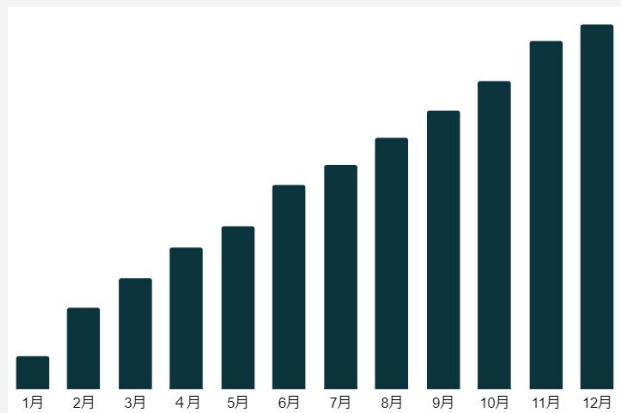


カスタマー
サポート系
サービス



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。



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

支援事例 akippa株式会社

空いているスペースを有効活用する 駐車場予約アプリakippa

akippaは個人宅やマンション、事業所などの空いているスペースをオーナーが駐車場として貸し出すシェアリングサービス。

現在、累計280万人を超えるユーザーが登録しており車で移動時に、駐車場所の選択肢が増加。（※2022年8月時点）

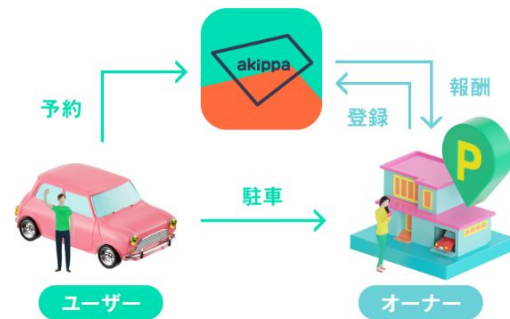
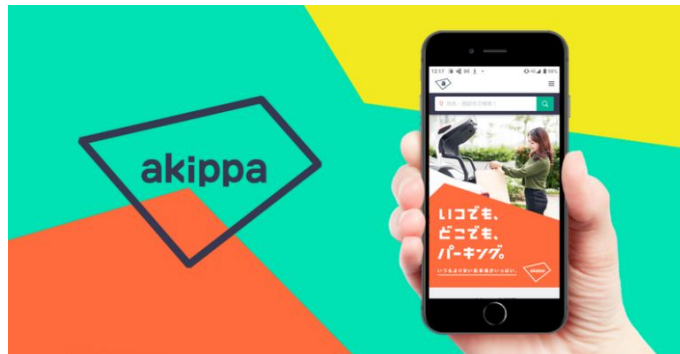
車の台数に対して圧倒的に駐車場が不足していることから、駐車スペースが増やすことで渋滞や迷惑駐車などの社会問題解決に繋がり、より良い車社会を目指しています。

課題

サービスの成長に伴い、顧客対応の設計を再構築したい

提供サービス

オペレーションを可視化することにより
社内で共通の課題認識をもち改善点を明確に



※記載されているサービス・商品名、会社名は各社の商標および登録商標です。

支援事例 株式会社コークッキング

食品ロスをおいしく解消する フードシェアリングアプリTABETE

TABETEは2018年に発表した食品ロス問題の現状と削減・意識向上のためのプラットフォーム。

閉店間際などでまだおいしく安全に食べられるのに廃棄の危機に面している食事を「食べ手」とつなぎ、最後まで売り切ることを応援しています。

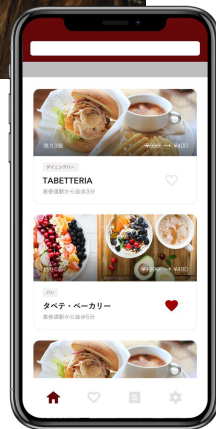
お得に食事を手に入れたい消費者による身近なお店への「レスキュー」によって無駄に廃棄される食品を減らしています。

課題

クライアントの成功の定義とKPIが紐づいていない

提供サービス

課題だったクライアントの成功の定義を明確にし、みるべき数字として新しく「ヘルススコア」を設定



※記載されているサービス・商品名、会社名は各社の商標および登録商標です。

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

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。

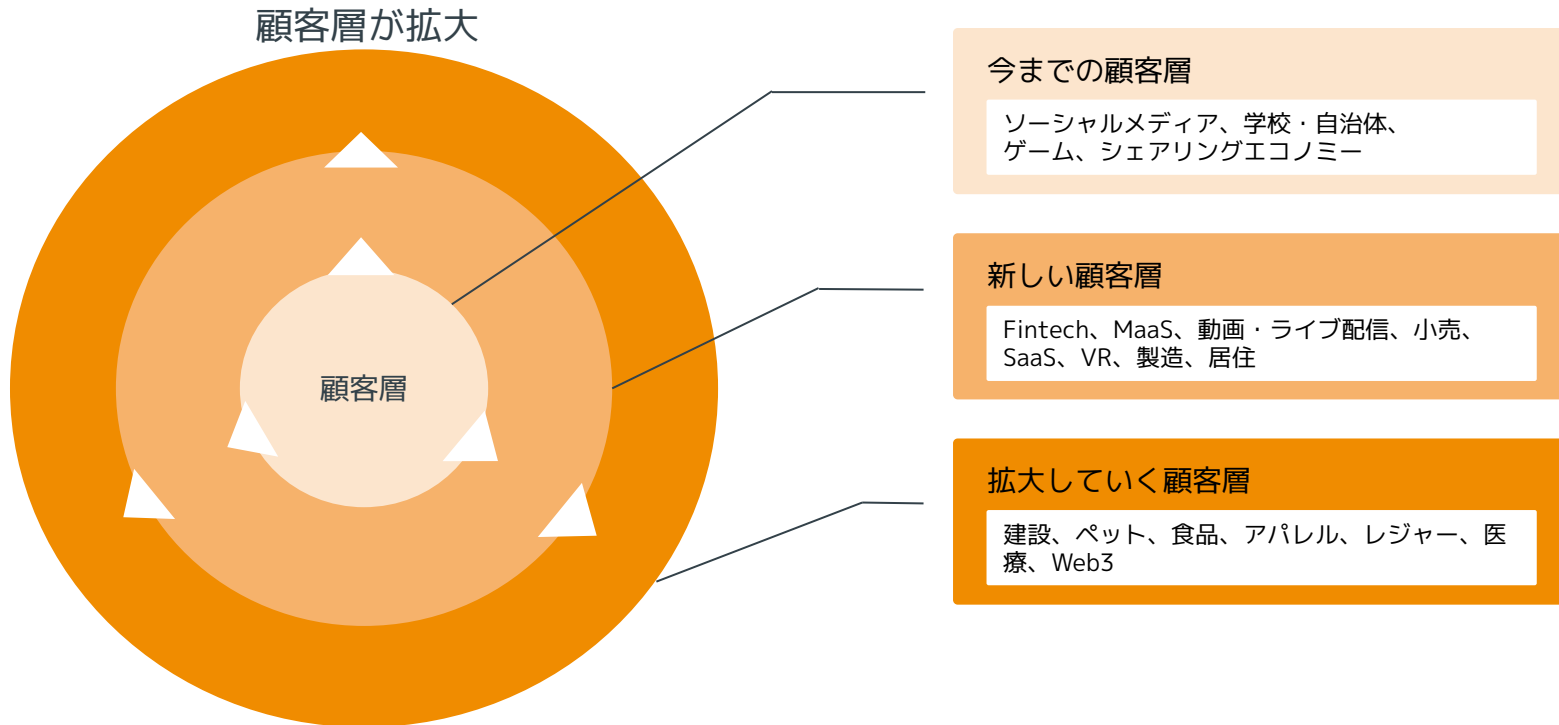
MaaS



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。

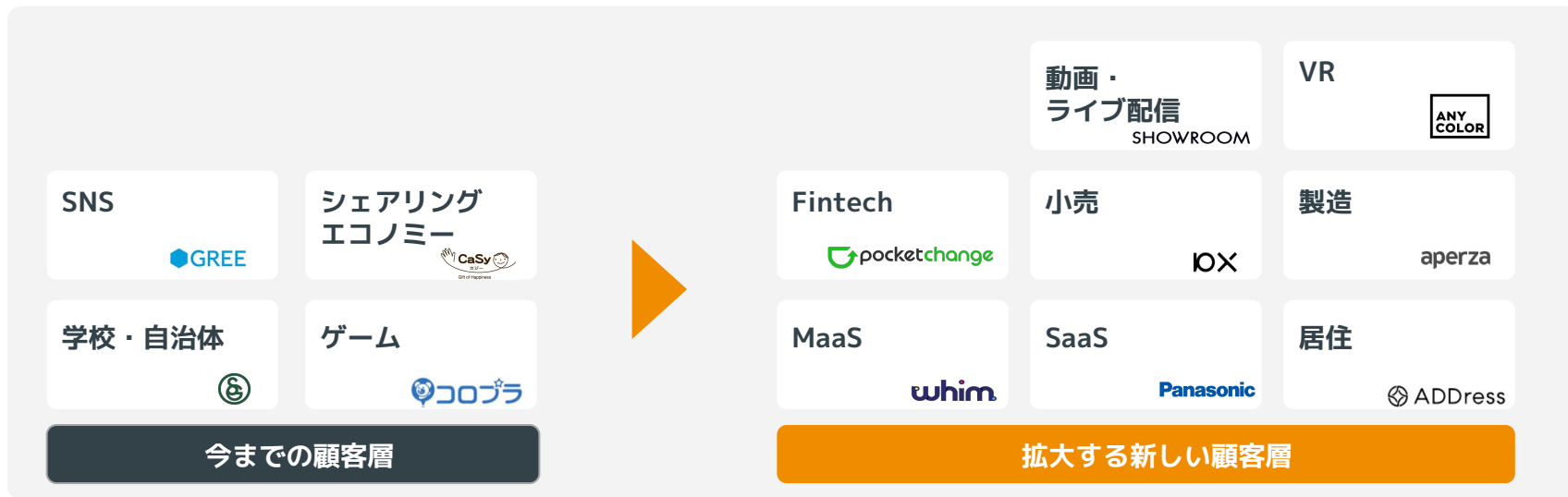
成長ドライバー1：領域の増加：顧客層の拡大

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

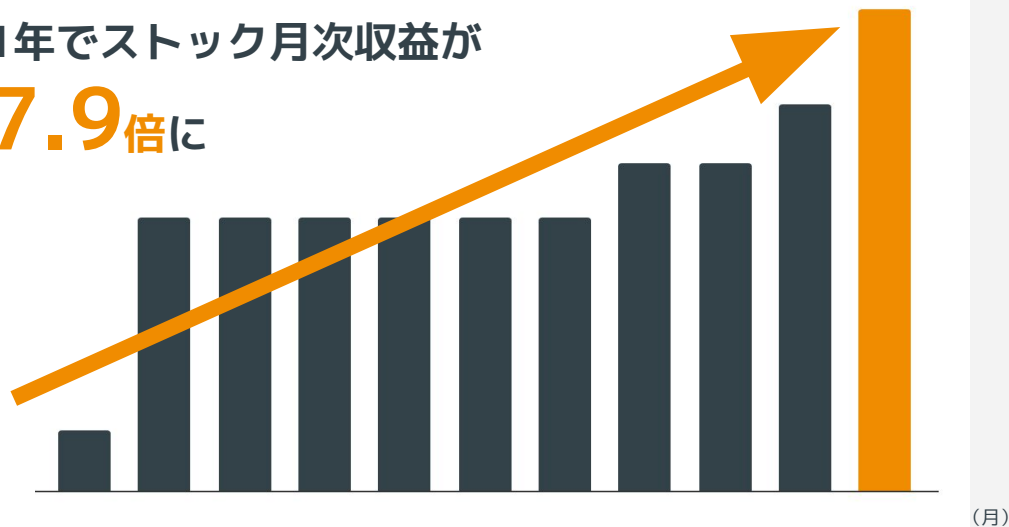


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

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

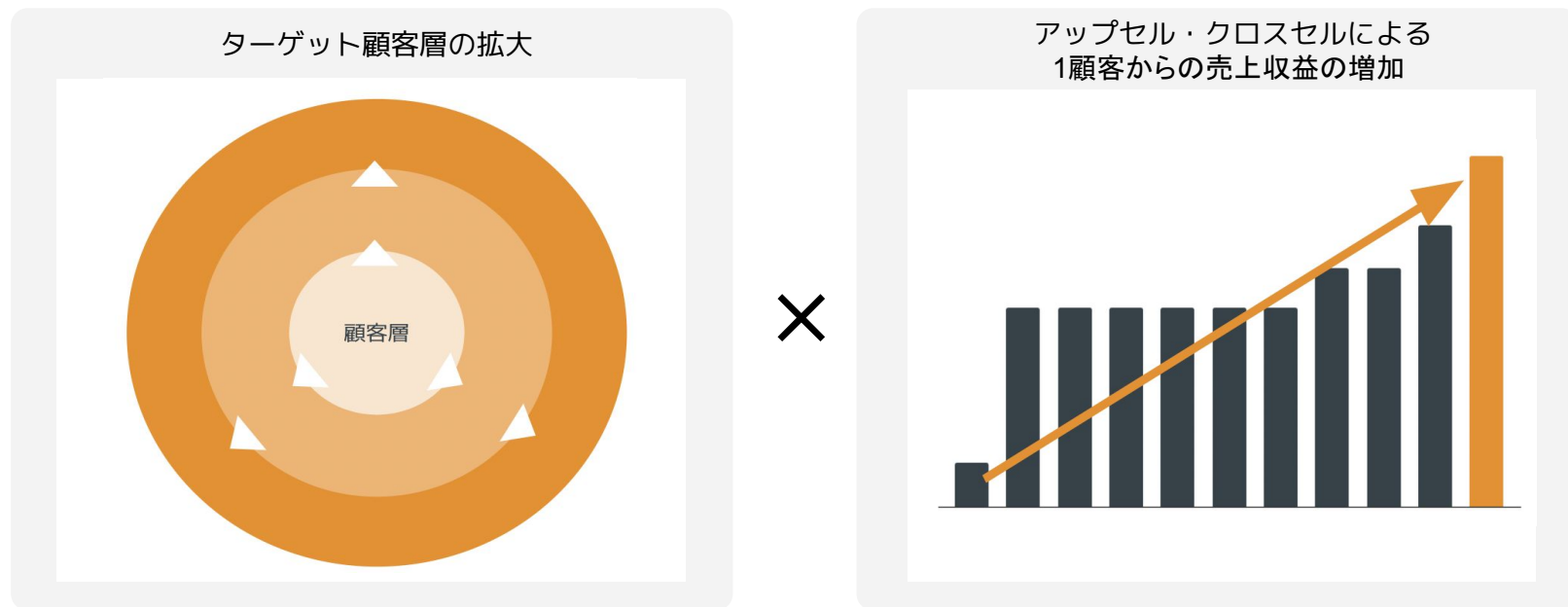
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

1年でストック月次収益が
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. 2022年12月期 事業トピックス

全社員を対象とするカスタマーサクセス教育を展開

- 「カスタマーサクセスプライムラーニング（CSPL）」を通じて、全社員がカスタマーサクセス実現のための考え方を身につけ、組織全体の戦略成長を加速させる。
- カスタマーサクセス未経験者でも、基礎知識からケーススタディまでを学んでいくことで自己のスキルを向上させることのできる自社開発のリスキリングプログラム。
- プログラム+OJTにより実際の現場で活躍できる人材を創出。

プログラムの概要

プロダクトライフサイクル

カスタマーサクセス指標

タッチモデル、アプローチ方法

指標の設計方法

ヘルススコア算出方法

オンボーディングの
設計・運用・分析

ユーザーインタビュー

タッチモデルとアプローチ手法

ハイタッチ

ロータッチ

テックタッチ

ヘルススコア算出方法

① プロダクトの特性・特徴

② コミュニケーションの評価

③ プロダクト利用率

④ ビジネス指標・投資対効果

カスタマーサクセス支援サービスサイト「CS STUDIO」をリニューアル

- カスタマーサクセスの学びとキャリアの総合サイトとして「CS STUDIO」をリニューアル。
- 自社のカスタマーサクセス戦略に、すぐに取り入れられるような実践的な情報から、カスタマーサクセスをこれから始める担当者向けの基本的な情報まで幅広く情報提供。
- 先進的なカスタマーサクセスの取り組みを行う企業へのインタビュー、カスタマーサクセスにつながる組織/採用、またホワイトペーパーも展開。



「CS STUDIO」 <https://cs-studio.adish.co.jp/>

「SmartHR」の顧客サポートを受託

- 「SmartHR」の中長期的な視点による運用体制全般の見直しに伴い、顧客サクセス支援を実施。
- アディッシュが顧客サポートを支援することで、「SmartHR」社内のリソースを顧客への価値提供につなげる体制構築の実現。
- ユーザーの満足度及びサポートの価値を高めるために、両社でパートナーシップを築きながら、成長の支援をしていく。



顧客サクセスの実現

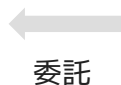
顧客サポート



顧客対応の品質向上

ユーザー満足度

顧客の成功体験



中長期視点で注力

事業目標に関する意思決定

プロダクト改善

体制の整備

顧客サポート



いじめ匿名連絡サービス「スクールサイン」が、多数のメディア媒体で紹介

- いじめの傍観者から助ける人になるために、インターネット上で匿名通報ができる。
- 通報内容を、緊急度合いに応じて振り分け、対応の促進をしていく。
- 学校・自治体・教育委員会のすべてに情報共有することで、トラブルを早期発見。

紹介媒体

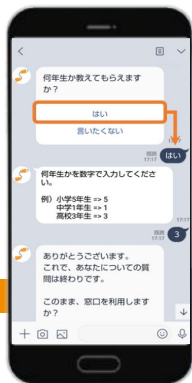
フジテレビ

富山テレビ

文春オンライン

毎日新聞

発見



緊急度の分類

緊急度：高

緊急度：中

緊急度：低

連携先

教育委員会

自治体

学校

匿名通報

情報連携

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。