

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)

2023年3月

前回公表からの更新情報及び成長戦略の進捗

2022年3月16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
2022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

P8-11	2022年12月期の実績を更新
P12	主要KPIを公開
P13-18	当社の事業モデル及びサービスラインナップのスライドを更新
P28	国策に関する情報を追加
P29-48	市場背景資料の追加とアディッシュの特徴と優位性のスライド追加
P60	サステナビリティのスライド追加
P61	ダイバーシティ推進の取り組みスライド更新

成長戦略の進捗

カスタマーサクセス支援

アディッシュの特徴と優位性まとめ、導入事例を更新(P46,P49-51)

新規プロダクト

自社開発のリスキングプログラム「カスタマーサクセスプライムラーニング」を展開(P38)

DX推進および研究開発

引き続き、データ活用や業務プロセス改善、DX人材の育成に注力 (P59)

- 01 会社概要
- 02 2022年12月期財務ハイライト
- 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 その他の戦略的取り組み
- 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

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

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

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

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. 2022年12月期財務ハイライト

BUSINESS INFORMATION

財務ハイライト

状況

売上高成長率10%超を維持。

連結売上高は毎年、増加。

解約率は、年間で1.0%で推移。

実践したこと

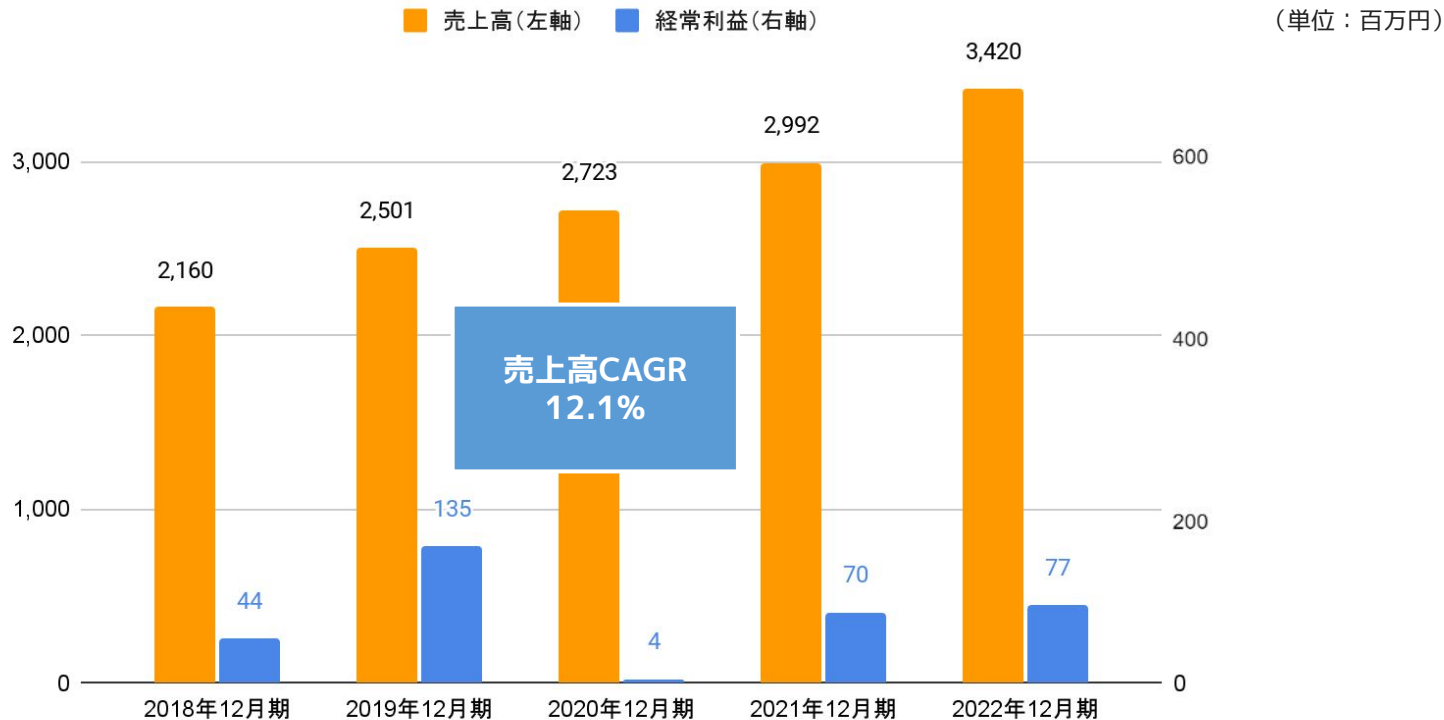
事業を構成している2軸のグロース支援サービス、アダプション支援サービスにより、**毎年売上高成長率10%を維持**することができている。ストック収益比率が年間90%を越えていることから、安定した売上高を積み上げている状況。

カスタマーサクセス市場が拡大していることから、**連結売上高が拡大**。ターゲット顧客層であるスタートアップ市場では、累計資金調達額額が増加しており、事業拡大をしていく企業も増加。

既に契約をされている顧客に対して、複数案件を提案していくアップセルや別製品を販売するクロスセルが**戦略通りに進捗**している状況。インサイト営業から多くの提案をすることで本質的な問題を解決していくために、運用体制を構築。

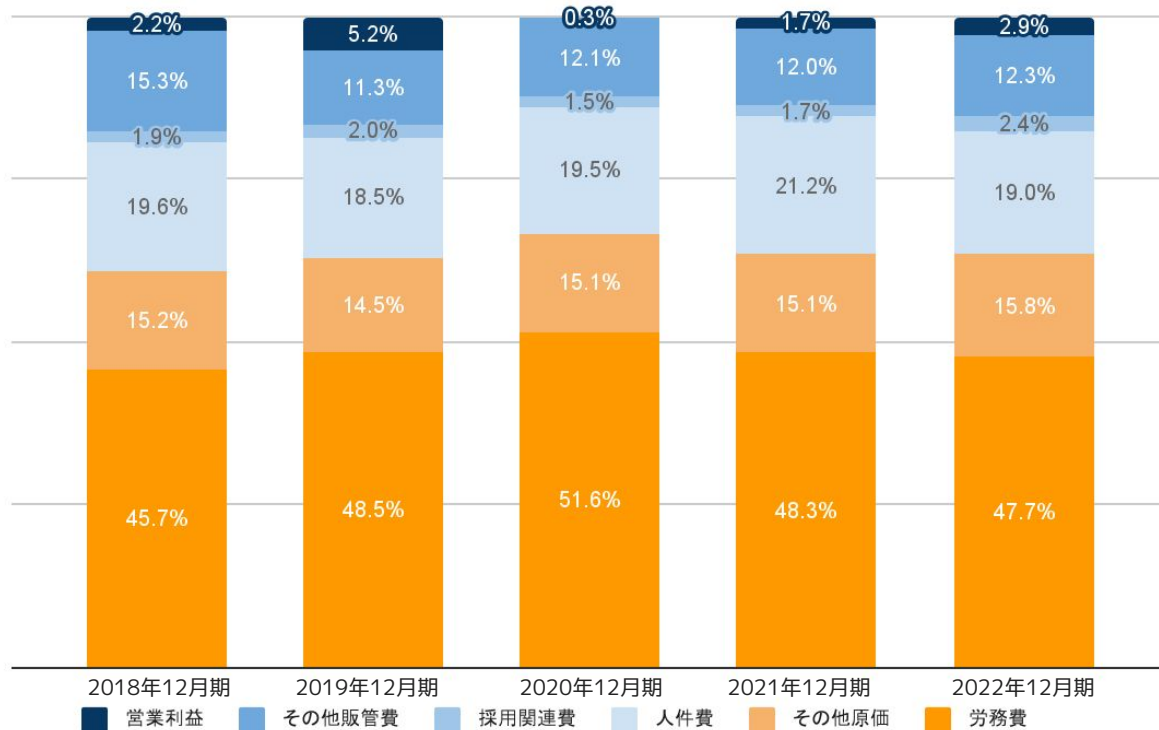
財務ハイライト：連結売上高・経常利益の推移

連結売上高は過去最高、売上成長率は12%超。
2023年12月期の成長戦略に向けた人的及び広告宣伝等の事業投資により利益は、ほぼ横ばい。



財務ハイライト：コスト構造の推移（連結売上高比率）

人件費高騰やコロナ禍などの環境的な要因の影響を受けたものの
運用体制の見直しによる業務効率化で人件費を抑え、コスト構造を維持・改善。



労務費：案件の運用に直接関わる従業員の人件費
 その他原価：主に外注費や業務委託費

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. 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

顧客
ターゲット

「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

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

グロース（成長）支援の解決サービスと、アダプション（適応）課題の解決サービスを提供。

ストック型サービスラインナップ

グロース（成長）課題の 解決サービス

-  カスタマーサクセス※の設計
コンサルティング
-  カスタマーサクセスの
運用サービス
-  カスタマーサポートの
運用サービス
-  自社オウンドメディア向け
不適切投稿モニタリング



アダプション（適応）課題の 解決サービス

-  学校・自治体向け
ネットいじめ対策サービス
-  炎上対策モニタリング
&eラーニング
-  SNSファンコミュニティ
運用サービス
-  チャットボット

強み

カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

+

急成長している
スタートアップへの
支援実績・ノウハウ

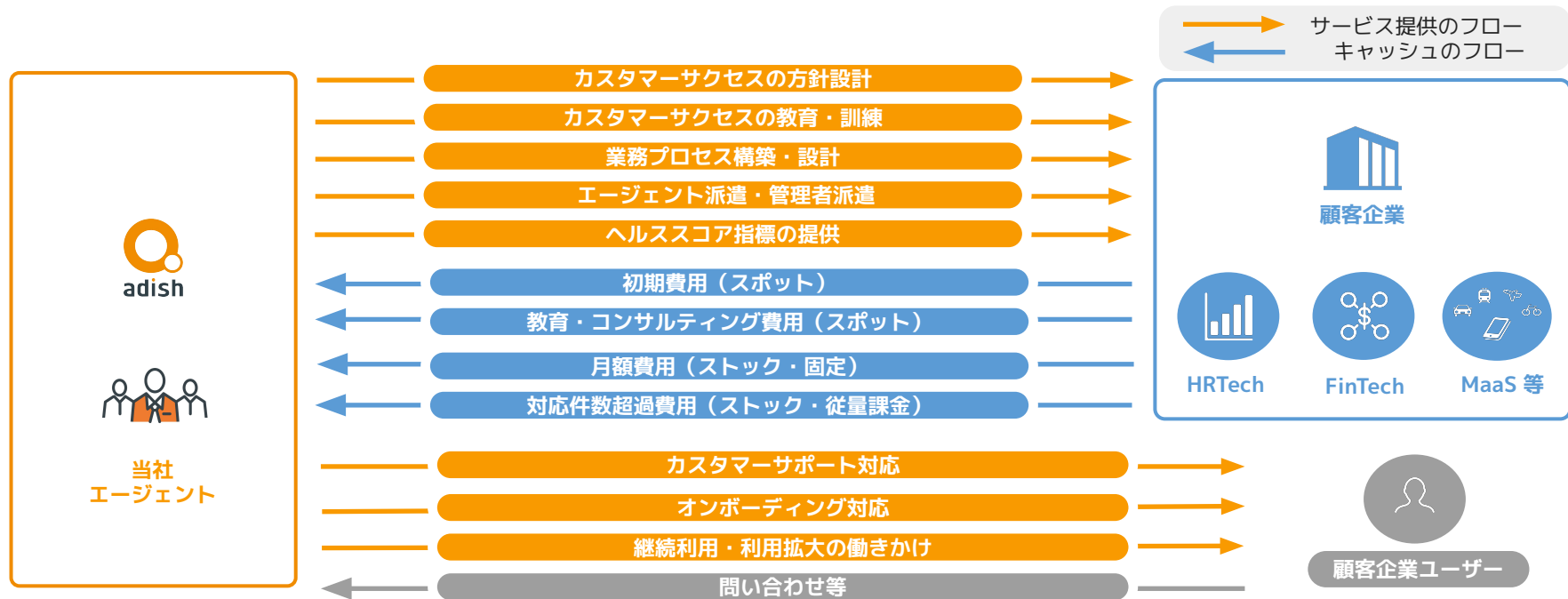
+

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

- 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

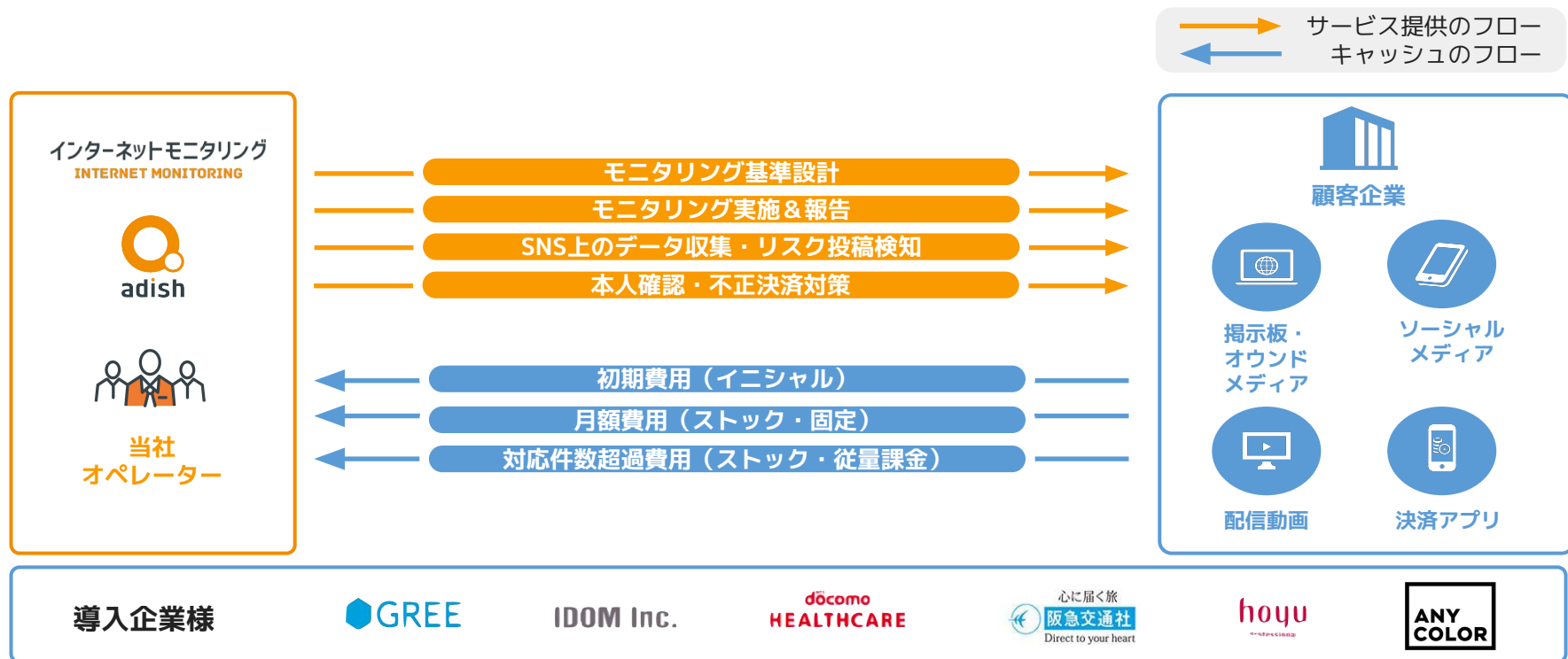


pocketchange

※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。

インターネットモニタリング

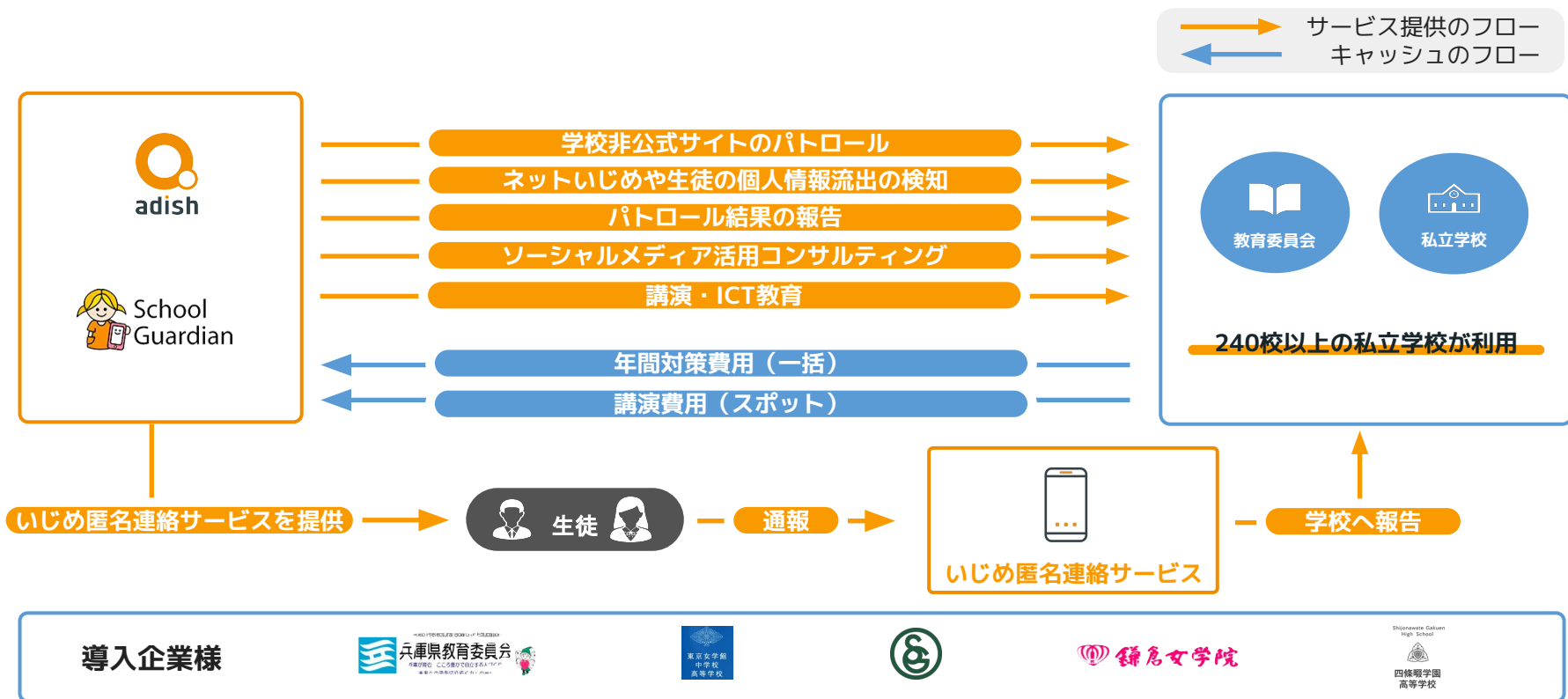
- SNS、掲示板、コミュニティサイト、ライブ配信動画等の投稿モニタリングによりインターネット上で発生する様々な投稿リスクを最小限にする支援サービスを提供。



※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



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。

サービス領域の変遷

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

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。

フィンテック



不正決済対策やカスタマーサポートで決済系フィンテックの有力企業が顧客。直近で急拡大。

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。

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。

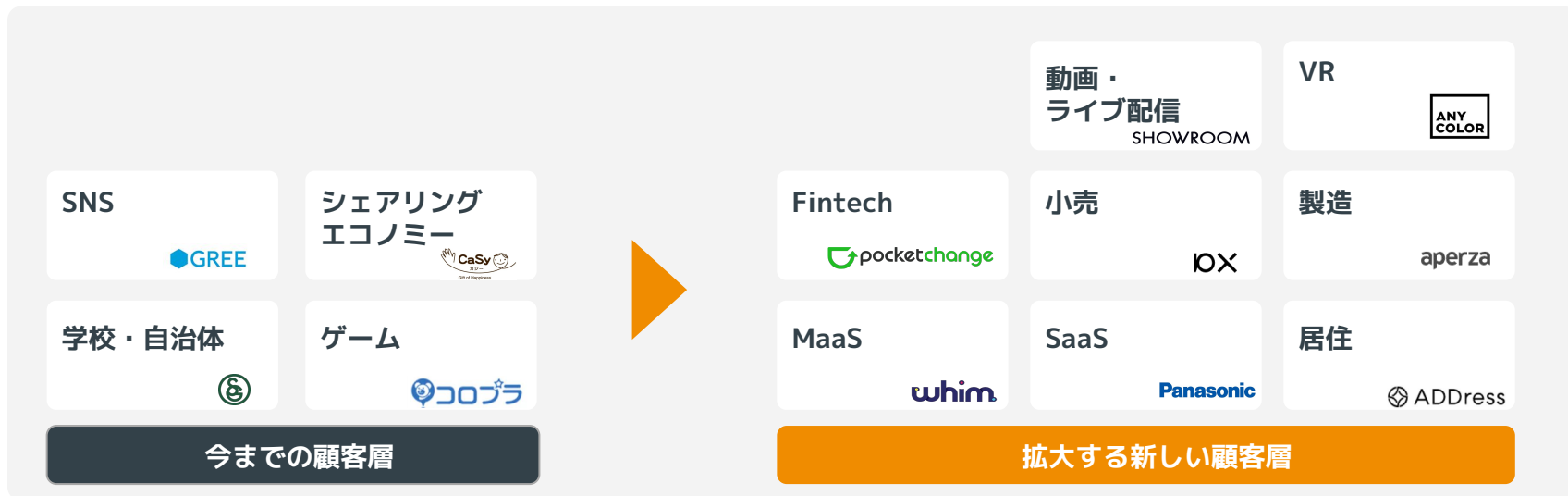
※ウォーターフォール

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

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。



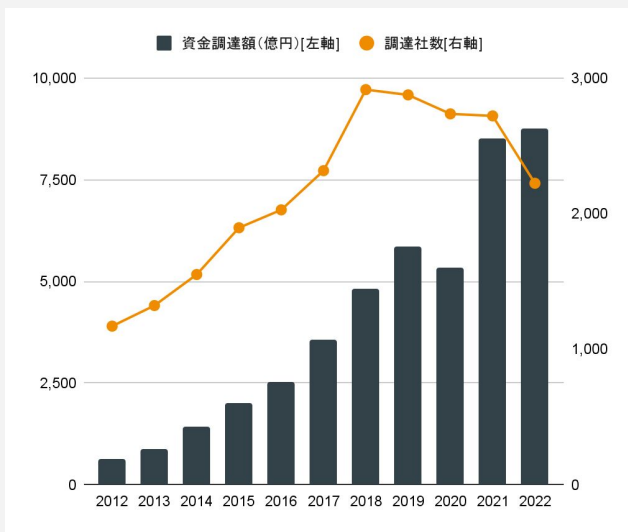
※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。

なぜ
スタートアップなのか？

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

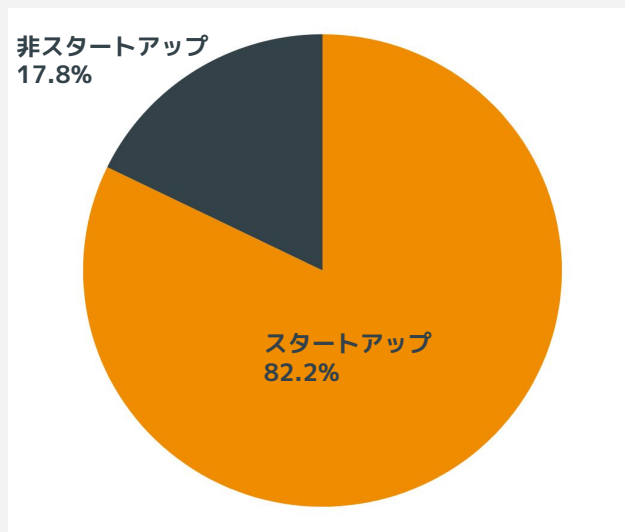
スタートアップへの投資額はコロナの影響はあったものの増加傾向。
またアディッシュの新規受注案件におけるスタートアップの割合は高い状態にある。

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

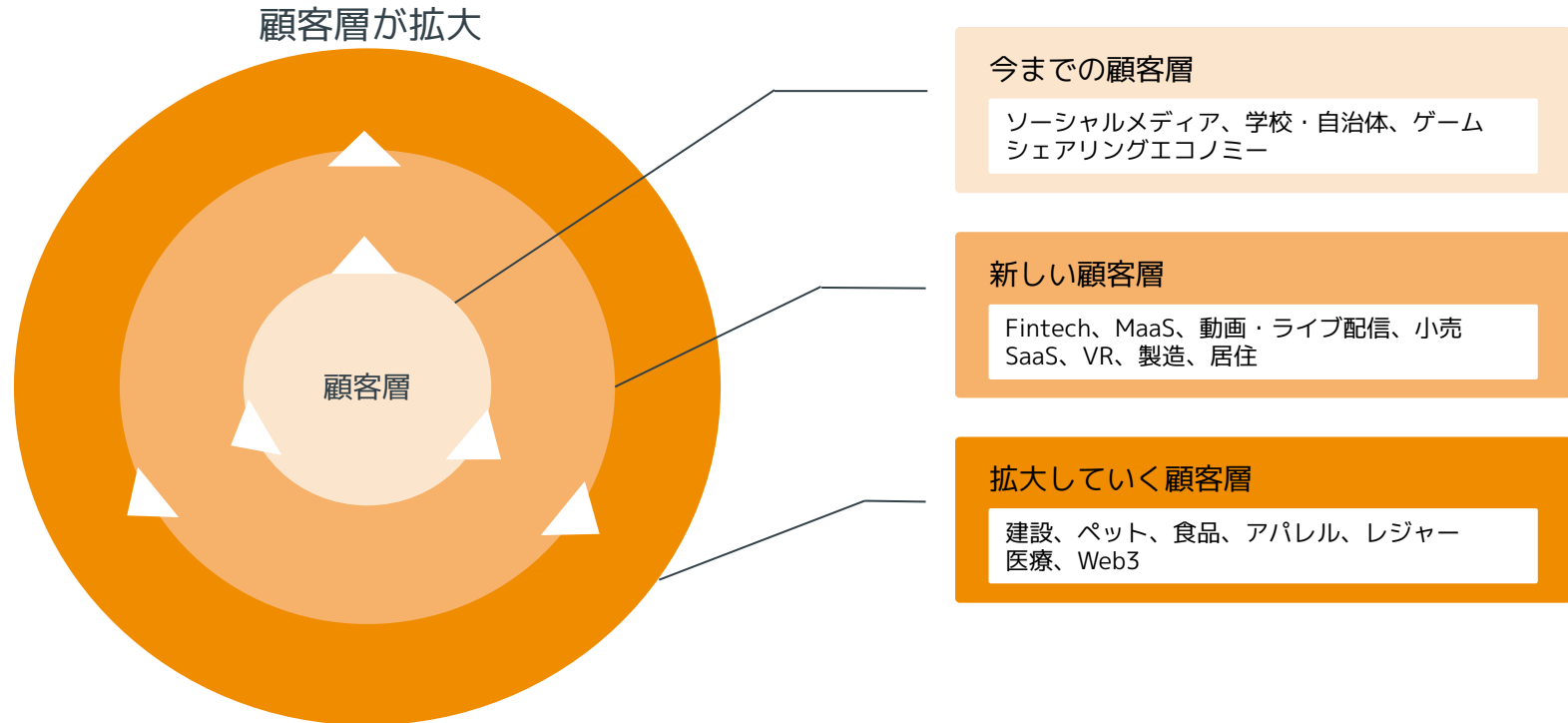


※アディッシュにおける「スタートアップ」の定義

- ・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

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。



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

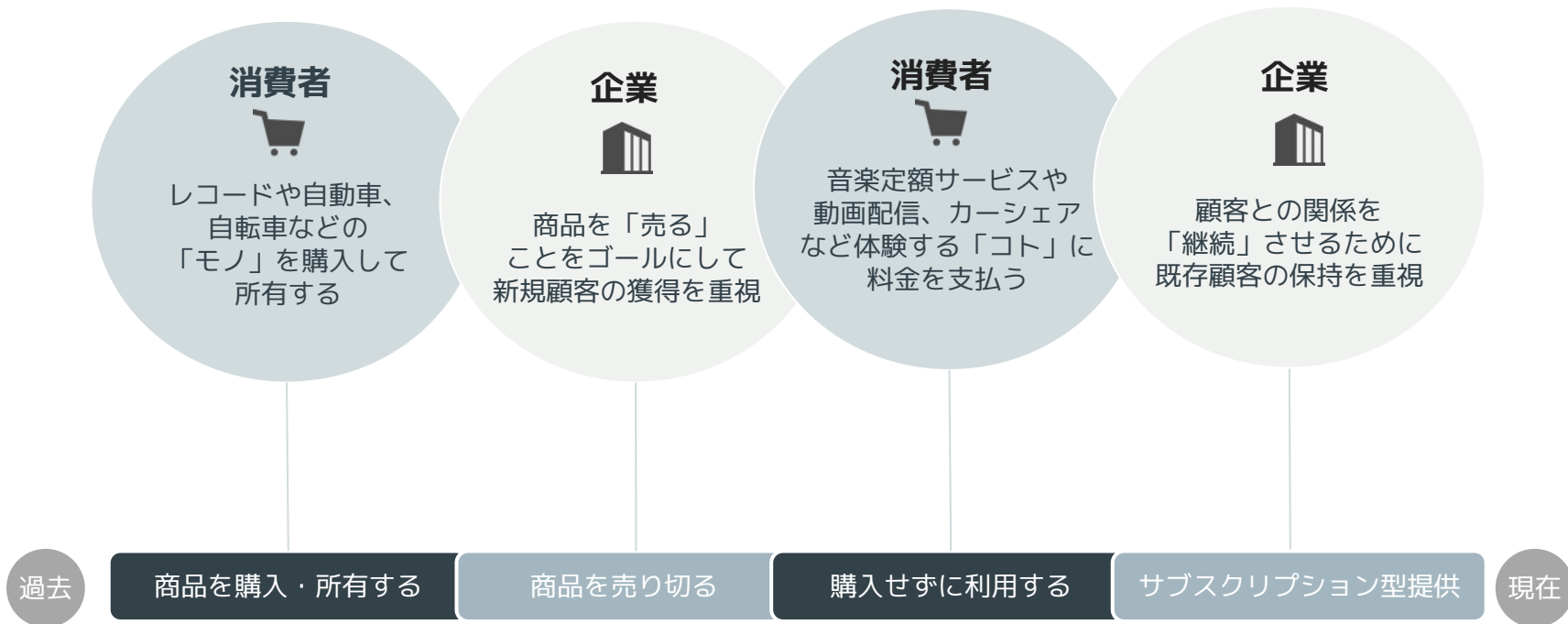
アディッシュのターゲット顧客層である「スタートアップ」への国の支援により、スタートアップの成長が加速し、ターゲット顧客層が拡大。フェーズ毎の課題に対して、スタートアップを支援する機会が増加。



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

なぜ
カスタマーサクセスなのか？

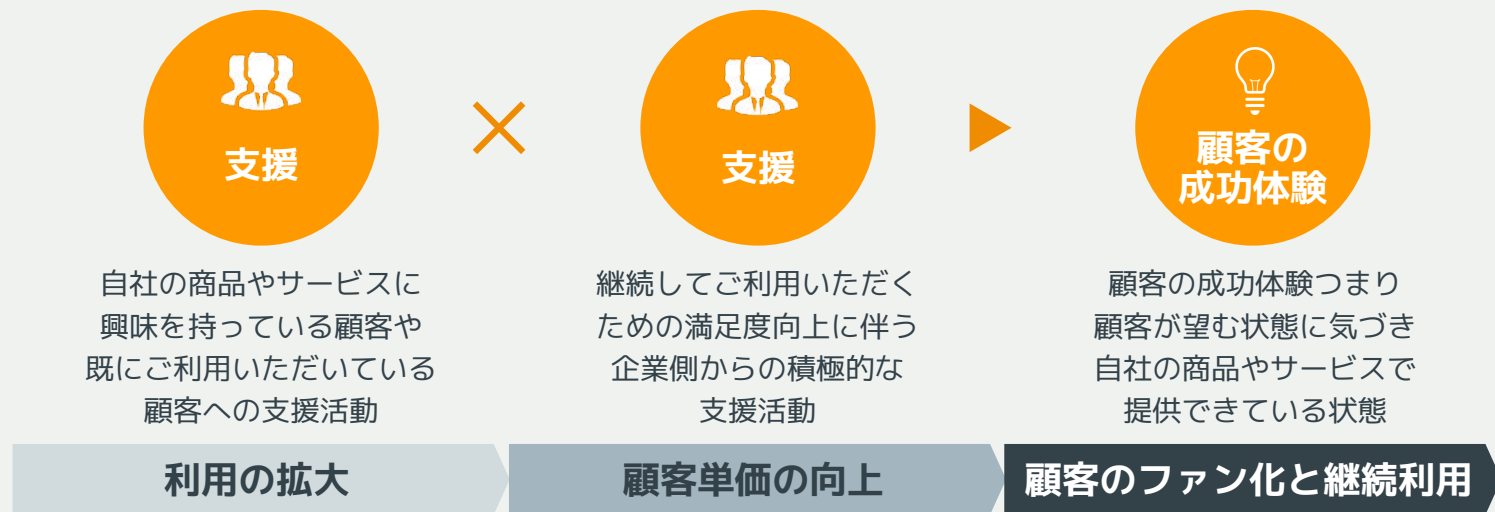
市場背景：消費者行動の変化に伴う、企業動向の変化



✓ 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

目的	問題解決／クレーム対応
目標	顧客満足度の向上
基本姿勢	顧客から 声が寄せられるものへ対応
業務	質問・問合せの対応



カスタマーサクセス

顧客の成功体験の創出
LTV向上（継続的関係性の向上）
顧客に働きかけていく
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。

カスタマーサポートとカスタマーサクセスの違い

顧客対応現場では、カスタマーサポートに加え
カスタマーサクセスの需要が急増中。

カスタマーサポート

ゴール

既存課題の解決
または将来課題の発生回避

手法

お問い合わせに対して
メール、電話、チャットで回答

業務
スタンス

お問い合わせを起点に開始し
問題解決と共に終了

指標

回答速度、顧客満足度、etc.

カスタマーサクセス

ゴール

顧客のビジネスの成功

手法

顧客規模に応じて変更
メルマガ配信、ユーザーコミュニティ作成
ワークショップ、専属化、etc.

業務
スタンス

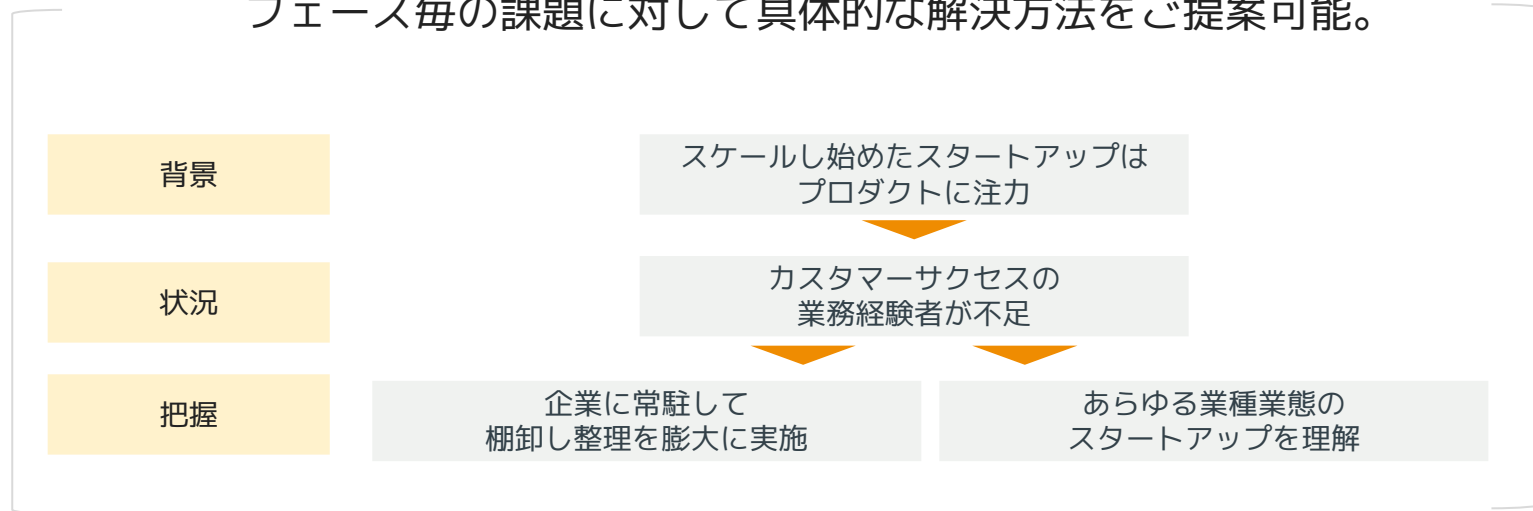
顧客のビジネスゴール、KPIを把握した上で
サービス提供を通じ顧客と伴走

指標

解約率、アップセル/クロスセル率
ヘルススコア、etc.

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をご提案可能。



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。



05. アディッシュの特徴と優位性

OUR SPECIALTY

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が増加していることで、累計投資額も増加。国策の「スタートアップ育成5か年計画」にもある通り、スタートアップ市場自体が拡大されていく見込み。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

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

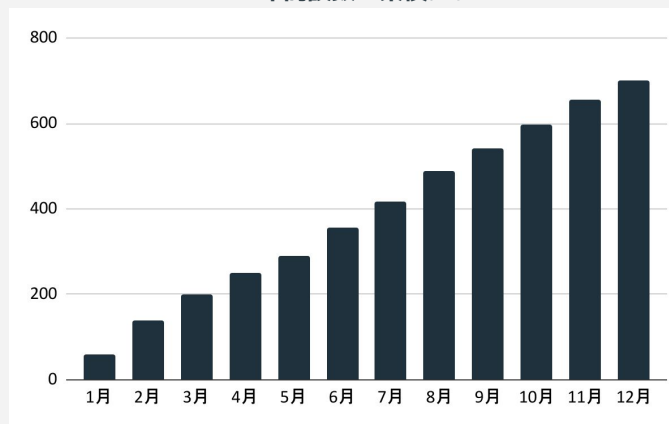


カスタマー
サポート系
サービス



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。

「カスタマーサクセスプライムラーニング（CSPL）」のご紹介

- 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、組織全体の戦略成長を加速。
- 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

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

SNKRDUNK	11,596 _{百万円}	SHOWROOM	5,867 _{百万円}
IOX	3,606 _{百万円}	★☆☆ YOURMYSTAR	3,110 _{百万円}
ANY COLOR	2,649 _{百万円}	aperza	2,152 _{百万円}
ツイキャス	2,110 _{百万円}	cake⁺JP	1,795 _{百万円}

2022年6月上場

2022年4月上場

※累積調達金額は2023年3月15日時点でのSTARTUP DBを参照 <https://startup-db.com/>

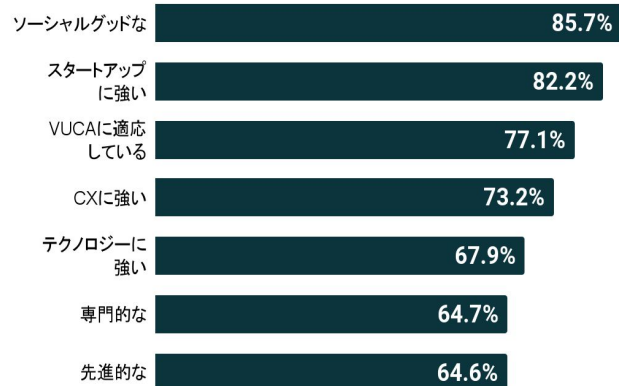
※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。

スタートアップにおけるブランド認知

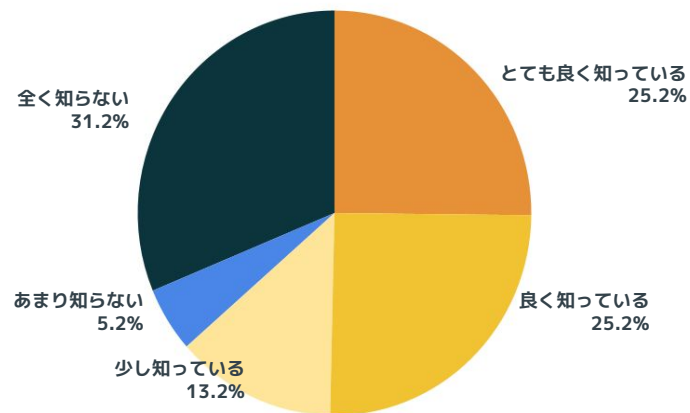
アディッシュにはスタートアップと親和性が高いと考えられる項目が高く出ている。
一方、スタートアップからの認知度は63.6%程度であり
未認知の方々への広がりの可能性がまだまだある。

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。

グロース（成長）課題の解決サービス「CS STUDIO」のご紹介

「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 弊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。



ホームページから
お問い合わせ

お打ち合わせ

コンサルタントから
ご提案

グロース（成長）課題の解決サービス「CS BOOT CAMP」のご紹介



- 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

スタートアップに特化している理由

- スタートアップ、カスタマーサクセス、
カスタマーサクセス人材の掛け合わせが競争優位となり参入障壁を構築。
- 案件によっては多くのカスタマーサクセス人材を
配置する必要があるため人材を確保できる事業環境が必須。
- リーディングカンパニーとして
「スタートアップのカスタマーサクセス」でトップパートナーになっていく。



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。

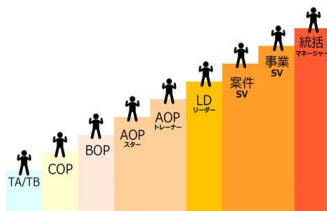


上記の実現のために

- 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



06 成長ドライバー

GROWTH DRIVER


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

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

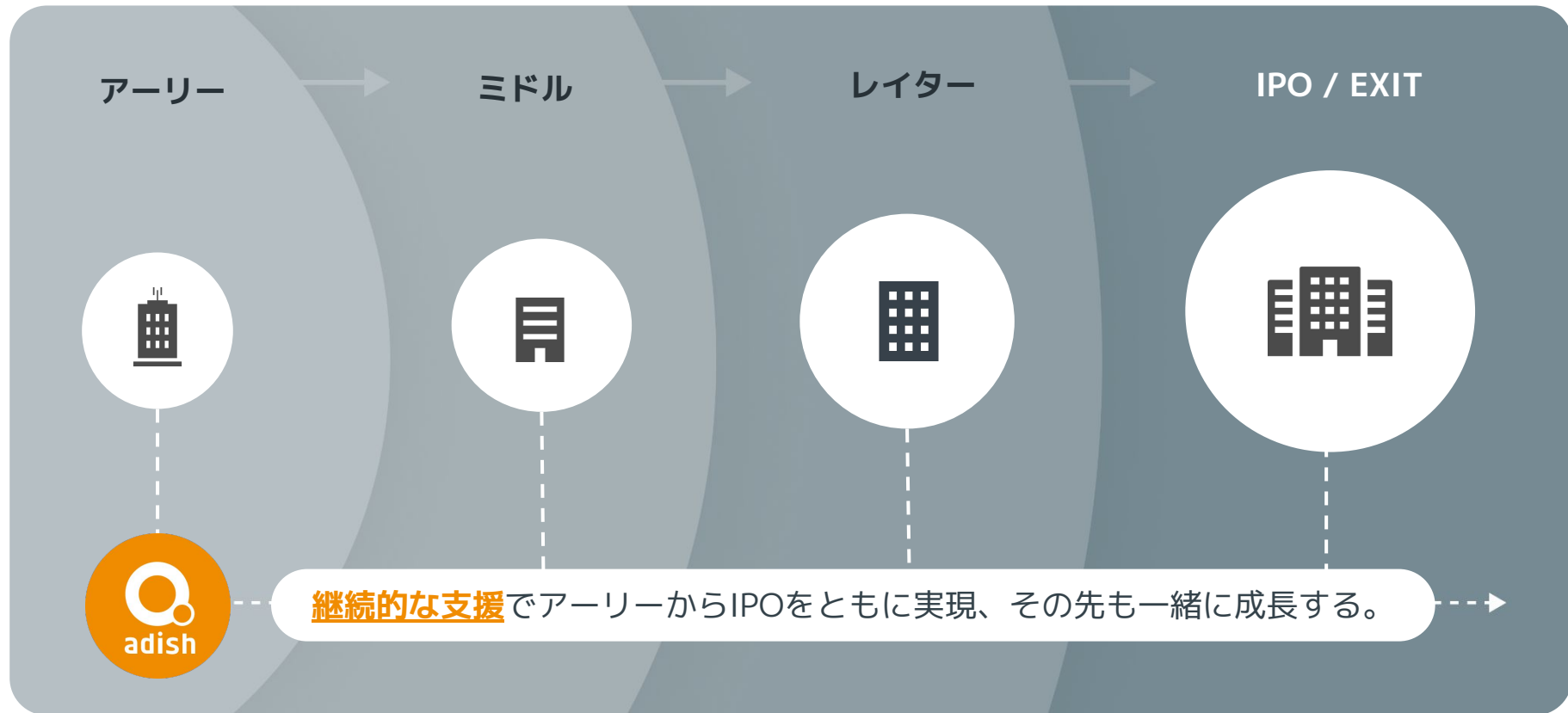
1顧客からの売上収益の増加

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

アディッシュの顧客サクセス支援先から複数の上場企業

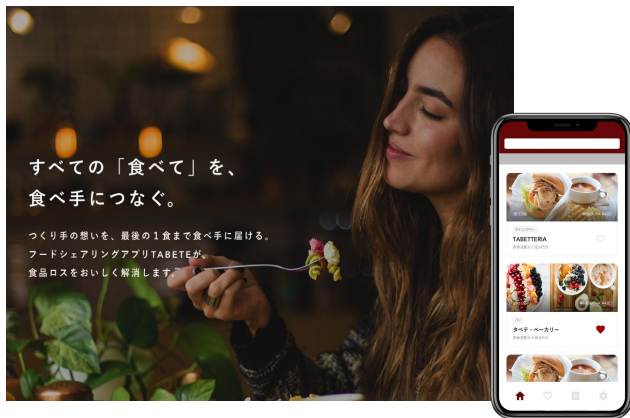


食品ロスをおいしく解消する フードシェアリングアプリTABETE

カスタマーサポート部門を立ち上げ、初期プロセスに必要な観点を設計・支援。

カスタマーサクセス支援の背景

「TABETE」サービスの開始から2年半ほど経過したときに、成果をどう判断していくか不安を感じたことからお問い合わせをいただきました。スタートアップの「取り組むこと全てが新しい」状況下では、成功パターンや型をもとに設計していくことが重要になるため、最初にカスタマーサポートの段階としてどのフェーズなのかを整理しました。現状把握とゴール設定をして、定期的に議論をしながらプロジェクトを進めていき、カスタマーサクセス支援をさせていただきました。



カスタマーサクセス支援

成功の定義と
KPIの紐づけ

ヘルスコアの
設定

現状把握と
ゴール設定

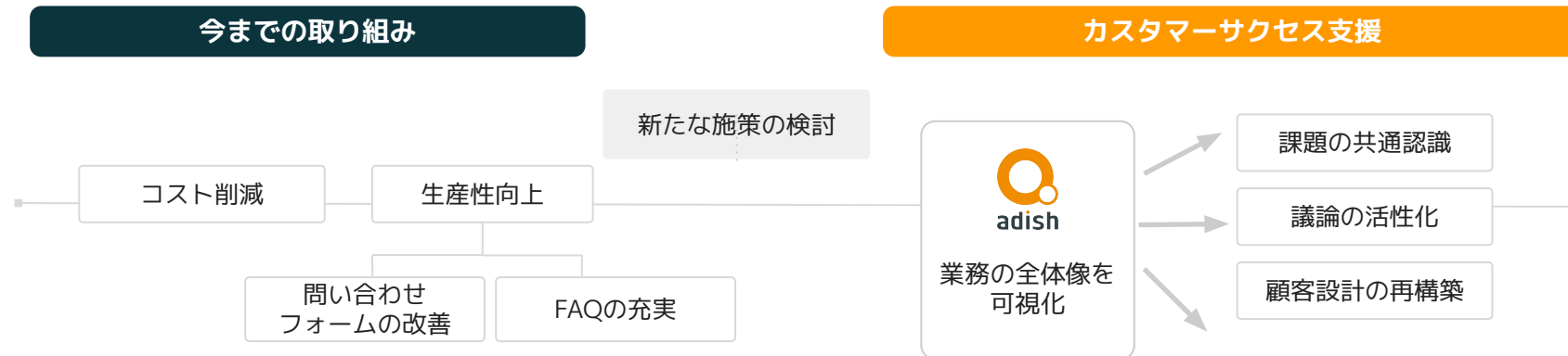
空いているスペースを有効活用する 駐車場予約アプリakippa



サービスの成長に耐えうる顧客体験を実現する体制を構築。

カスタマーサクセス支援の背景

サービスが成長すれば、利用者数と共に問い合わせ数も増加し、対応コストが膨大になってしまうとサービスを維持することができません。今まで、akippa様はコスト削減や生産性向上に繋がる施策を進められていましたが、新しい市場がゆえに具体的な正解がなく、まずは何を進めていくのかプロセスを明確にしていきました。業務の可視化を共にいき、顧客対応の全体設計をし直すことで、課題の共通認識を持ち、社内で議論ができるように支援させていただきました。

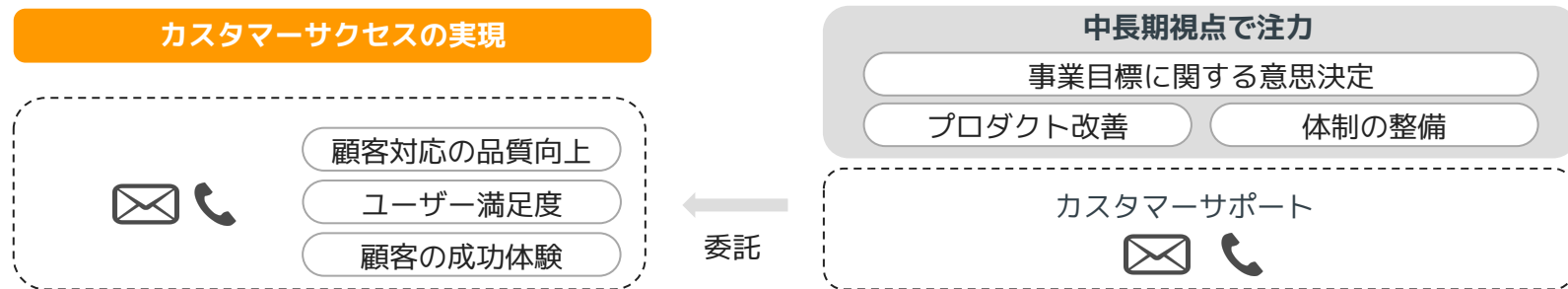


人事・労務の業務を効率化するためのクラウドサービスを提供

SmartHR社内がカスタマーサクセスを実現するために管理者向けサポートを支援。

カスタマーサポート支援の背景

SmartHRでは、お客様に安定したサポートを提供し、会社の成長に耐えうる組織を作ることを目指すために、中長期的な視点による運用体制全般の見直しをされていました。アディッシュがカスタマーサポート業務を受託することにより「事業目標に関する意思決定」「プロダクト改善」「体制の整備」などに注力できるため、両社でパートナーシップを築きながらカスタマーサポート支援による、ユーザーの満足度及びサポートの価値を高める、成長支援をさせていただきました。



※運用体制の見直しによりSmartHR登録企業の満足度、成功体験の向上といったカスタマーサクセスの実現を、アディッシュが支援するためにSmartHRのカスタマーサポートチームで、新たな取り組みをされた支援事例になります。

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。

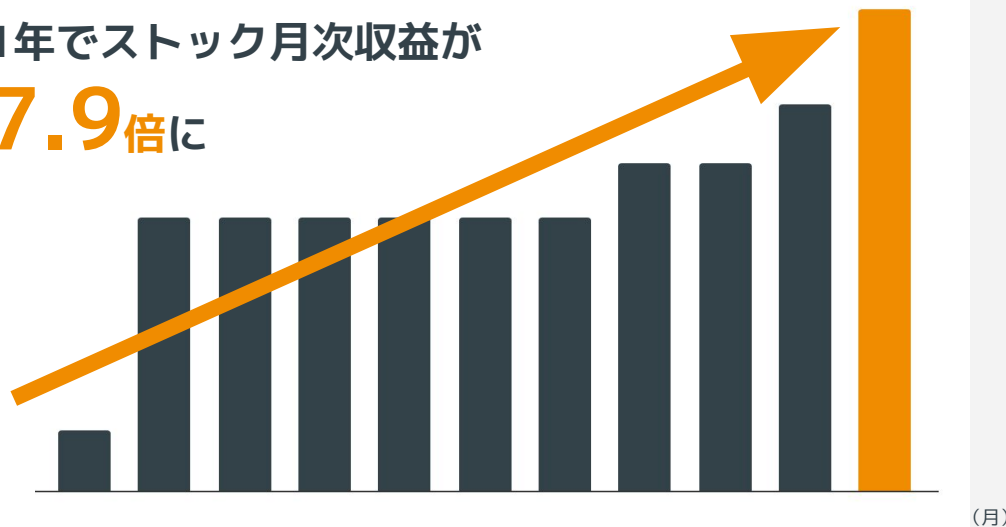


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

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

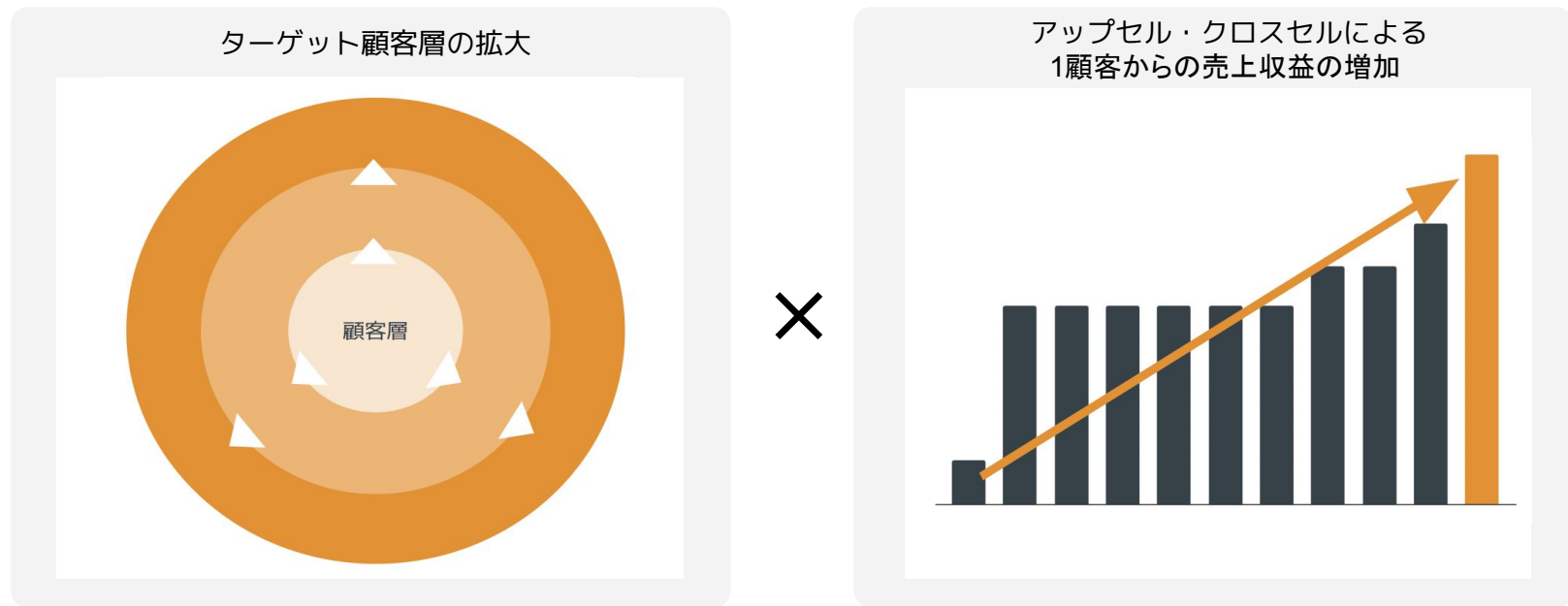
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

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るアップセル（同サービスでの「量」の増加）と成長に伴う新しい課題に対応したクロスセル（別の「種類」のサービス提供）が増加。

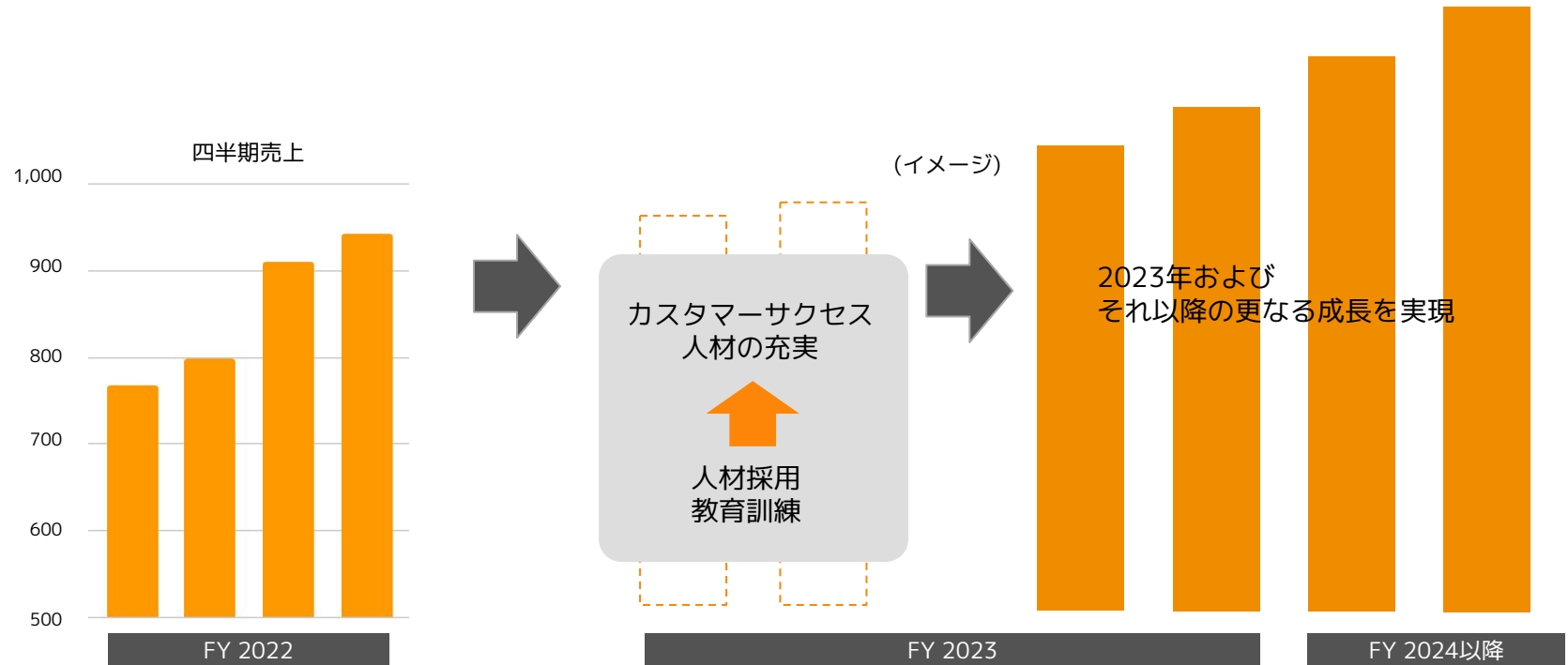
2つのかけ合わせによる成長加速



ストック型サービス売上の急成長を実現へ

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。





07. その他の戦略的取り組み

OTHER INITIATIVES

その他の成長戦略 SaaSプロダクト

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。



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。再考アラートで
ユーザー間トラブルを減らす

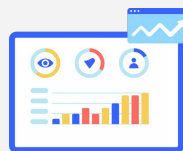
AIにより瞬時にポップアップ通知 ※「matte」ポップアップイメージ



Copyright adish Co., Ltd. All rights reserved.

Pazu SNS炎上対策SaaS「Pazu」

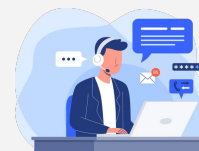
Twitter等の投稿を自動検知する炎上対策
SaaS。SNSリテラシーのeラーニング、
炎上発生時の体制構築支援と一括提供



自動
モニタリング



eラーニング



炎上時の
体制構築支援

その他の成長戦略 新領域（MaaS x カスタマーサポート領域）

大きな成長が期待されるMaaS向けカスタマーサポートに注力。

グローバルMaaSサービス

世界初のMaaS事業者、MaaS Global社が提供するアプリ「Whim」の日本におけるカスタマーケアを担当。



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

国土交通省の「令和2年度日本版MaaS推進・支援事業」に選定された沖縄全域における観光型MaaS（沖縄MaaS）実証実験のカスタマーサポートを担当。



※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）

その他の成長戦略 DX推進及び研究開発

過去実績

返信速度の向上

メールサポート業務で利用可能な自動振り分け機能や拡張機能を開発することで返信時間を短縮。

作業時間の削減

転記作業、データ整形作業、PDF生成等の自動化でレポート作成時間を短縮。

社内業務の圧縮

社内向け情報共有の自動化により社内業務工数を圧縮。

精度向上

ユーザーの感情分析を活用した返信内容の精度向上。

月間500万円を超える社内工数削減に成功済

今後の展望

テキスト系の機械学習

誹謗中傷判断などのテキスト自動判定をはじめ、テキストに関する機械学習の研究を推進。

画像・動画認識

不適切な画像や動画投稿のスピーディなモニタリングを可能とする画像・動画認識技術の向上へ注力。

サステナビリティについて

マテリアリティ（重要課題）の特定ステップに従い
アディッシュグループが重点的に取り組む課題を特定。

サステナビリティ

ESG

DE&I

SDGs

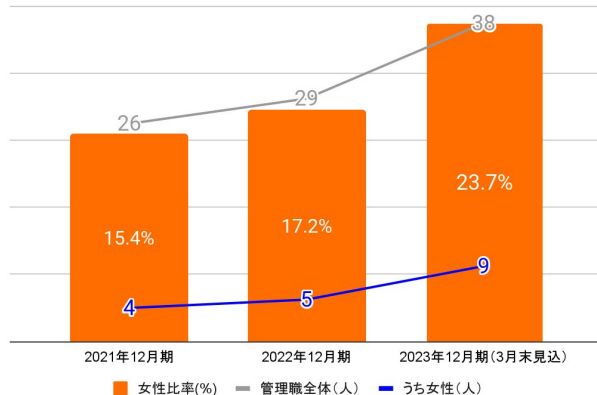
CSR

マテリアリティ項目	カテゴリー
カスタマーサクセスによる持続可能な社会の創出	間接的な経済インパクト
イノベーションによるコミュニティサイトの健全化	人権・コミュニティ
人的基盤の開発・強化	人的資本
DE&I	ダイバーシティ
健康と安全	健康経営
ガバナンスの向上・ステークホルダーとの信頼性の強化	経営基盤の強化
地球環境問題への責任	環境・エネルギー

ダイバーシティ推進の取り組み

- 多様性を尊重し経営計画「2027年までに意思決定層における女性比率30%」を推進。
- 2030年以降に向けて職能や国籍等の観点に取り組むことでダイバーシティ&インクルージョン経営を実現。

経営計画「2027年までに意思決定層における女性比率30%」への進捗



※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。



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。

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。

磯村 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3月に当社社外監査役に就任予定。（第9期定時株主総会に付議予定）

役員略歴：執行役員



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年に当社取締役に就任。2021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。



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ノベーション事業部
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。



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月に当社取締役に就任。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。