

# 2024年9月期 第2四半期決算説明資料

2024 / 5 / 13

株式会社Laboro.AI  
(証券コード:5586)

# 2024年9月期第2四半期の総括

## 経営方針

- 新製品/サービス創出・事業モデル転換等のバリューアップ型テーマに注力し、AIを核にしたイノベーションを顧客と共創
- 顧客の変革に向け、オーダーメイドのコンサルティングとAI開発（カスタムAI）から対価を頂戴するモデルを基本とする
- 先行する取り組みで蓄積した課題解決の手法を類似課題に直面する顧客へ展開することで成長を図る（VM/VDの好循環<sup>1)</sup>）

## 2024年 9月期 2Q累計 業績

### 売上高

**713**百万円  
(前年同期比+12%)

### 売上総利益

**473**百万円  
(前年同期比+12%)

### 営業利益

**67**百万円  
(前年同期比△34%)

- 売上高：前年同期を上回る水準で着地。体制の拡大に比例して売上を積み上げており足元は計画通りの進捗  
- 顧客のDX/AIへの旺盛な需要を背景に新規顧客獲得/既存顧客の案件拡大が順調に進捗
- 他方、営業利益は1-2Q累計67百万円と前年同期を下回る水準で着地  
- 粗利率は66%であり、目指す60-70%の健全な水準を堅持  
- 先行投資としての採用拡大や人件費の拡大により前年の水準よりは縮減。一方で前四半期と比べて利益率は改善

## 事業の進捗

- 新規顧客獲得数が8社（2Q新規6社）
- 引き続き、研究開発型産業、社会基盤・生活者産業が凡そ半々を占めるバランスの良い顧客ポートフォリオを維持

## 組織構築の進捗

- 採用が堅調に進捗し、24年3月末時点で社員数72<sup>2)</sup>名（24年9月期1Q末対比6名の純増）
- 一方、昨年対比では稼働は平準化も、前四半期対比でSD<sup>3)</sup>を中心にやや稼働が上昇

## 24年9月期の方針

- 期初時点の通期着地目標は堅持。市場を超える成長を維持し、売上1,644百万円、営業利益210百万円を目指す

1) VM（バリューマイニング）、VD（バリューディストリビューション）

2) 代表取締役を含む役員（社外役員を除く）、正社員、契約社員を含む。アルバイト・パートタイマーは含まない。各会計年度末日（3/31）時点で在籍している人数をカウント

3) ソリューションデザイナー

Note: 売上/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率は小数点1桁目で四捨五入

# 目次

---

- ① 2024年 9月期 第2四半期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2024年 9月期 通期業績見通し
- ④ 参考資料

# Laboro.AIのミッション



## すべての産業の 新たな姿をつくる。

私たちは、産業に革命を起こそうと奔走する各企業のイノベーターの方々に、オーダーメイドという方法でビジネスにジャストフィットするAIソリューションをご提供いたします。  
「すべての産業の新たな姿をつくる」。そのためにクライアントさまと一緒に考え、苦勞を共にし、力を合わせてイノベーションを実現する共創パートナーとして存在し続けることが、私たちのミッションです。

## テクノロジーと ビジネスを、つなぐ。

AIがその真価を発揮するためには、ビジネス環境や課題に合わせて必要なデータを集め、アルゴリズムを設計し、幾度の検証を行い、最適な形になるまで調整を繰り返すことが不可欠です。  
つまり、テクノロジーとビジネス双方の知見がなければ、実用に耐えるAIが実現することはありません。  
双方の知識を持ち、確実にAIをビジネスに転用すること、「テクノロジーとビジネスを、つなぐ」ことが、Laboro.AIが果たす役割です。



# Laboro.AIのビジネス：「カスタムAIソリューション事業」

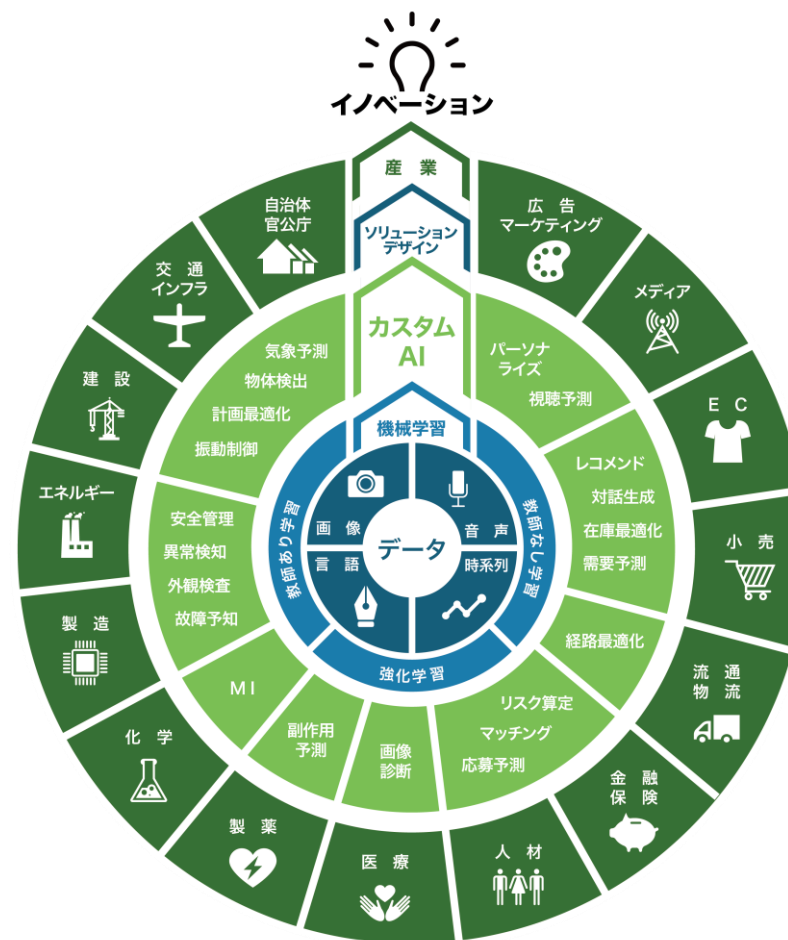
企業のコアを変革し、事業成長の根幹を担うAIをオーダーメイド開発

## ■ オーダーメイドによるAI開発

- ▶ アカデミア出自の先端の機械学習技術をベースに、ビジネスにジャストフィットする形でAIを個別開発

## ■ 企業のコア業務をAIで変革

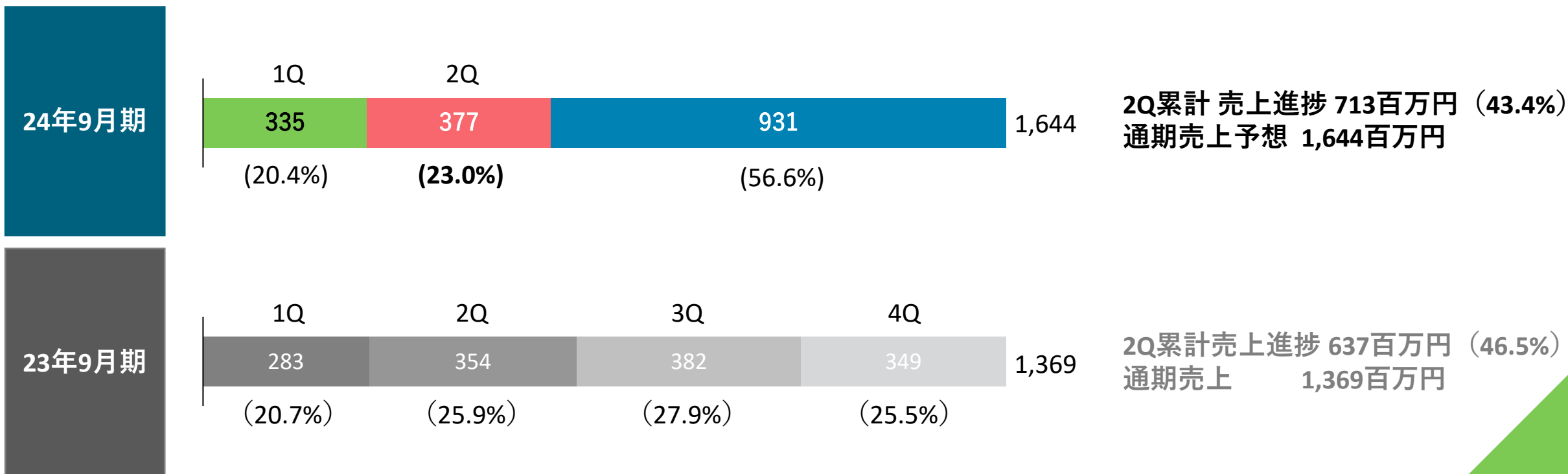
- ▶ 画一的なパッケージAIでは対応が難しい、ビジネス現場特有の複雑な課題の解決に貢献



# 売上高の進捗（サマリ）

- 売上高の通期業績見込み1,644百万円に対する進捗率は43.4%。2Q,3Qに売上が集中した23年9月期と比べ、今期は体制拡大に比例してQ-on-Qで売上を伸長させる計画であり、計画通り売上を積み上げ
- 引き続き、体制拡大に努めながら、通期の売上目標達成を目指す

## 業績予想対比の売上高の進捗状況



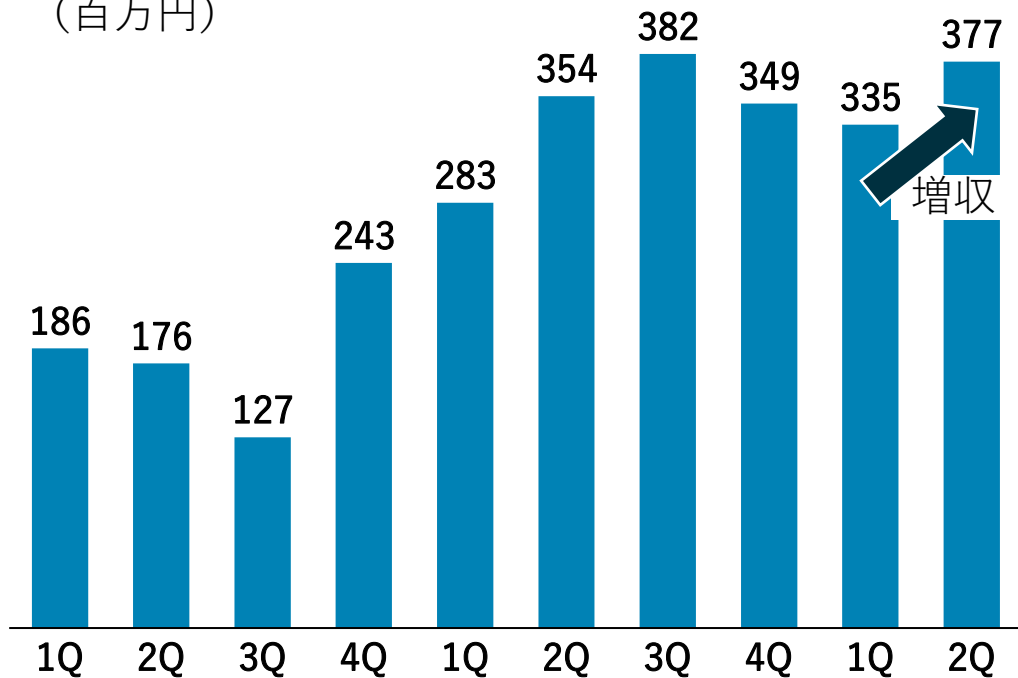
Note: 売上は小数点1桁目で切り捨て表示しているため、各Qの合計が通期売上と一致しない

# 売上高/営業利益の四半期推移

- 売上は前年同期を超える377百万円で着地。前Q売上335百万円を上回り増収を達成。
- 営業利益は体制構築に伴う人件費等の増加により前年同期を下回る水準も、前四半期対比で増益を達成

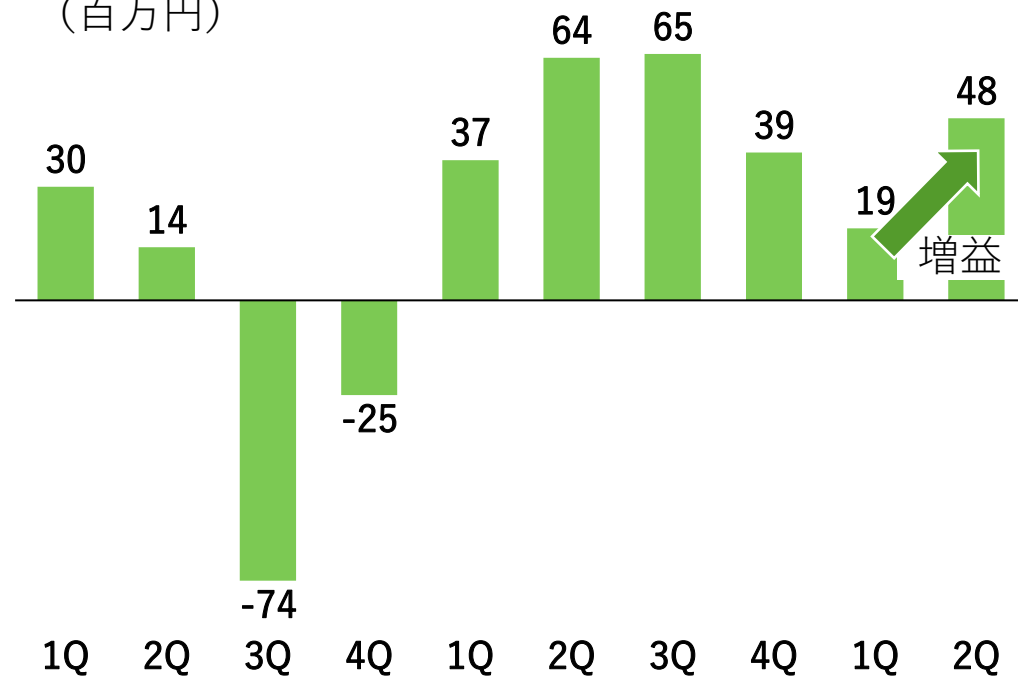
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



22/9月期<sup>1)</sup>

23/9月期

24/9月期

22/9月期<sup>1)</sup>

23/9月期

24/9月期

1) 2022年9月期は、既存顧客との継続プロジェクトが中断する等の要因で売上が想定を下回る形で着地  
 Note: 売上/営業利益は小数点1桁目で切り捨て

## 2024年9月期 第2四半期 損益計算書

- 顧客のDX投資の旺盛な需要を捉え、売上は前年同期を上回る水準で着地
- 粗利率は引き続き60-70%の高い水準で推移し、採算性も健全な水準を確保

(百万円)	2023年9月期		2024年9月期 2Q実績		2024年9月期 2Q累計	2024年9月期 予算
	2Q実績	通期実績	実績	前年同期比		
売上高	354	1,369	377	+22	713	1,644
売上総利益	230	888	248	+18	473	1,024
粗利率 (%)	65%	65%	66%	1pt	66%	62%
営業利益	64	206	48	△15	67	210
営業利益率 (%)	18%	15%	13%	△5pt	9%	13%
経常利益	64	193	48	△15	67	210
当期純利益	43	139	32	△10	45	143

Note: 売上/売上総利益/営業利益/経常利益/当期純利益は小数点1桁目で切り捨て。比率表示は小数点1桁目で四捨五入。

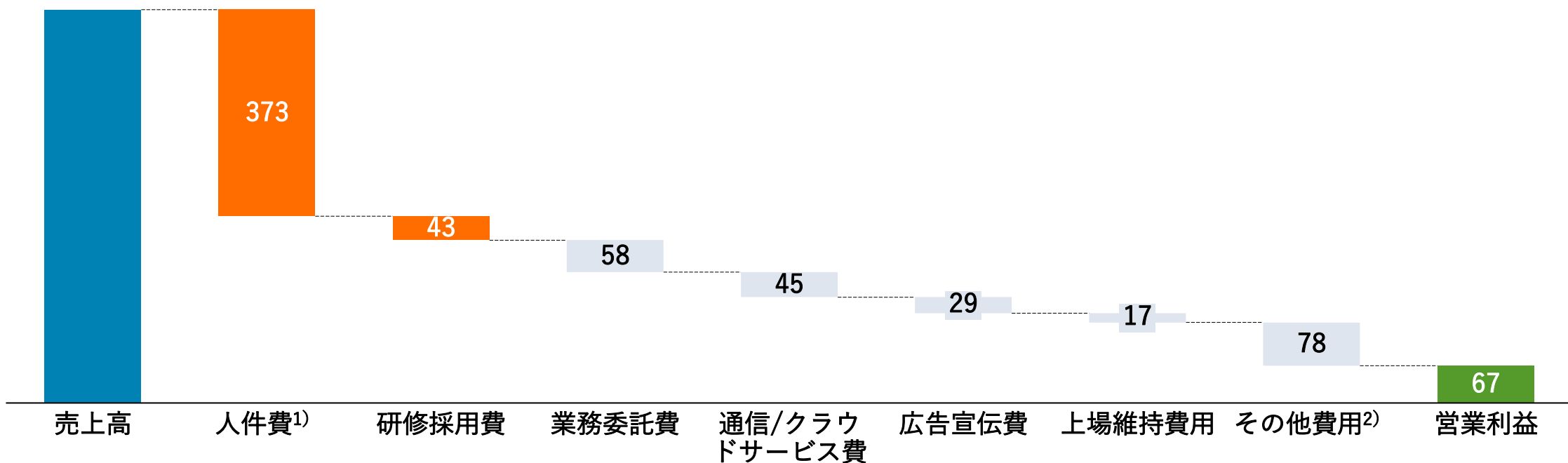


# コスト構造

- 人件費/研修採用費等の人材投資がコストの主要な部分を占める

## 2024年9月期 2Q 累計の主要費目別コスト構造

(百万円)
















1) 人件費はソリューションデザイナー・機械学習エンジニアのPJの執行工数（原価要因）、ソリューションデザイナー・コーポレートの営業/管理工数（販管費要因）の合算

2) その他費用には地代家賃、旅費交通費、支払い手数料、備品・消耗品費等を含む

Note: 売上/各種費用/営業利益は小数点1桁で切り捨てて表示しているため、合算は売上高と一致しない

# 顧客ポートフォリオ (1/2) : 業界別顧客構成(2Q累計)

- 特定の産業に依存しない、多様化されたバランスの良い収益ポートフォリオが強み

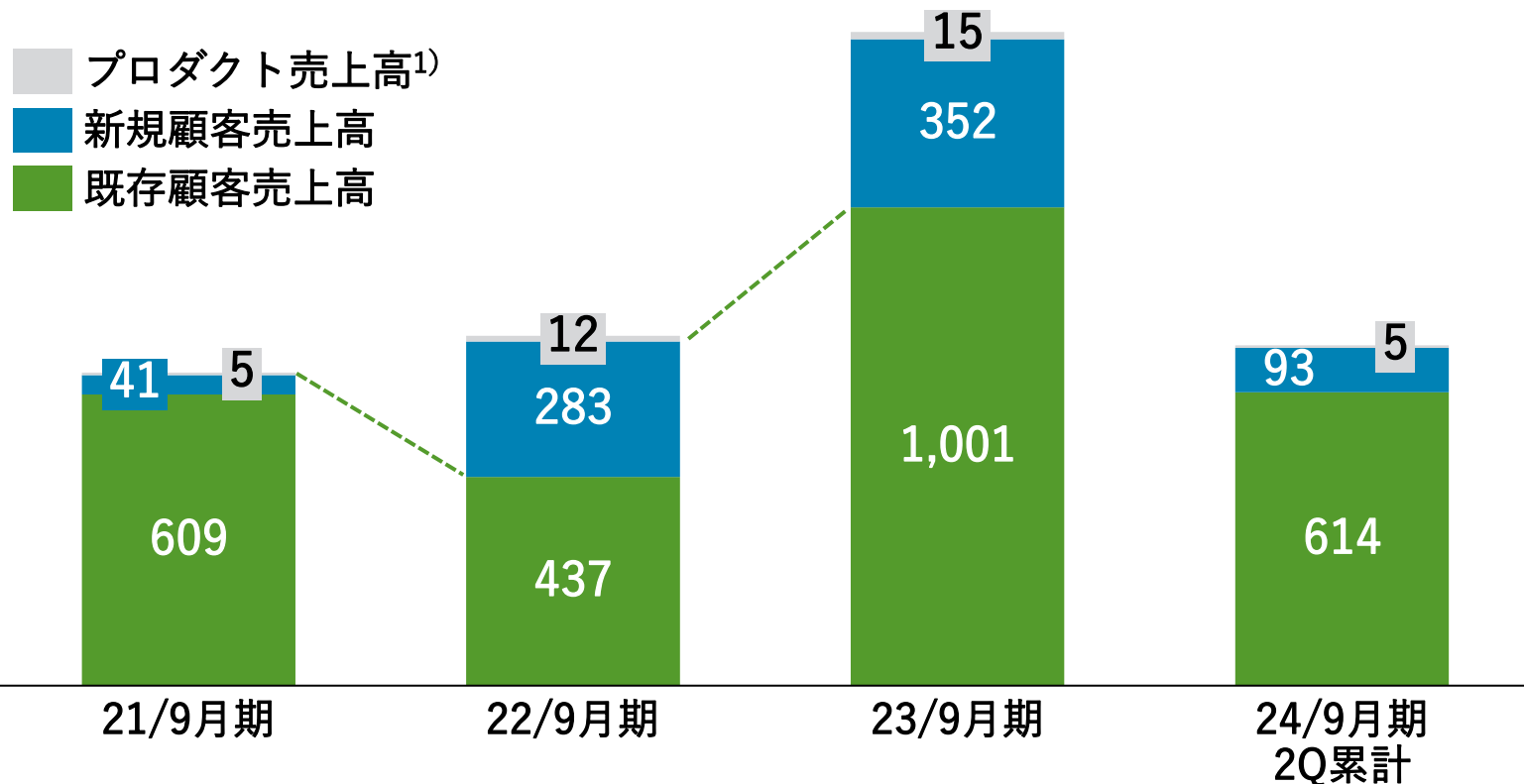
業界別売上高構成 (2024年9月期2Q累計)		顧客例 (一部例示 <sup>1)</sup> )	
<b>研究開発型産業</b> 3.1億円 45%	半導体業界	163百万円 (23%)	   
	建設業界	103百万円 (15%)	株式会社IHIインフラ建設   
	化学・素材業界	39百万円 (6%)	 日本ガイシ   
	その他製造業	11百万円 (2%)	 住友重機械工業株式会社
<b>社会基盤・生活者産業</b> 3.9億円 55%	人材業界	118百万円 (17%)	
	交通・輸送業界	94百万円 (13%)	
	メディア・広告業界	70百万円 (10%)	   
	消費財業界	55百万円 (8%)	Eat Well, Live Well. 
	その他業界	56百万円 (8%)	   

1) 各業界に該当する顧客でロゴ開示の許可を承諾いただけた先を一部開示。各業界ごとの掲載順は五十音順  
 Note: 売上高は百万円単位で切り捨て。比率表示は小数点1桁の単位で四捨五入

# 顧客ポートフォリオ (2/2) : 既存/新規顧客売上成長率

- 既存顧客からの売上が85%以上を占め、引き続き既存顧客との長期安定的な関係を構築
- 加えて、2Qで新たに新規顧客を6社獲得（2Q累計：8社）。新規顧客の売上寄与も増大

(百万円)



主なKPI (24年9月期2Q)

## 新規顧客数+6社

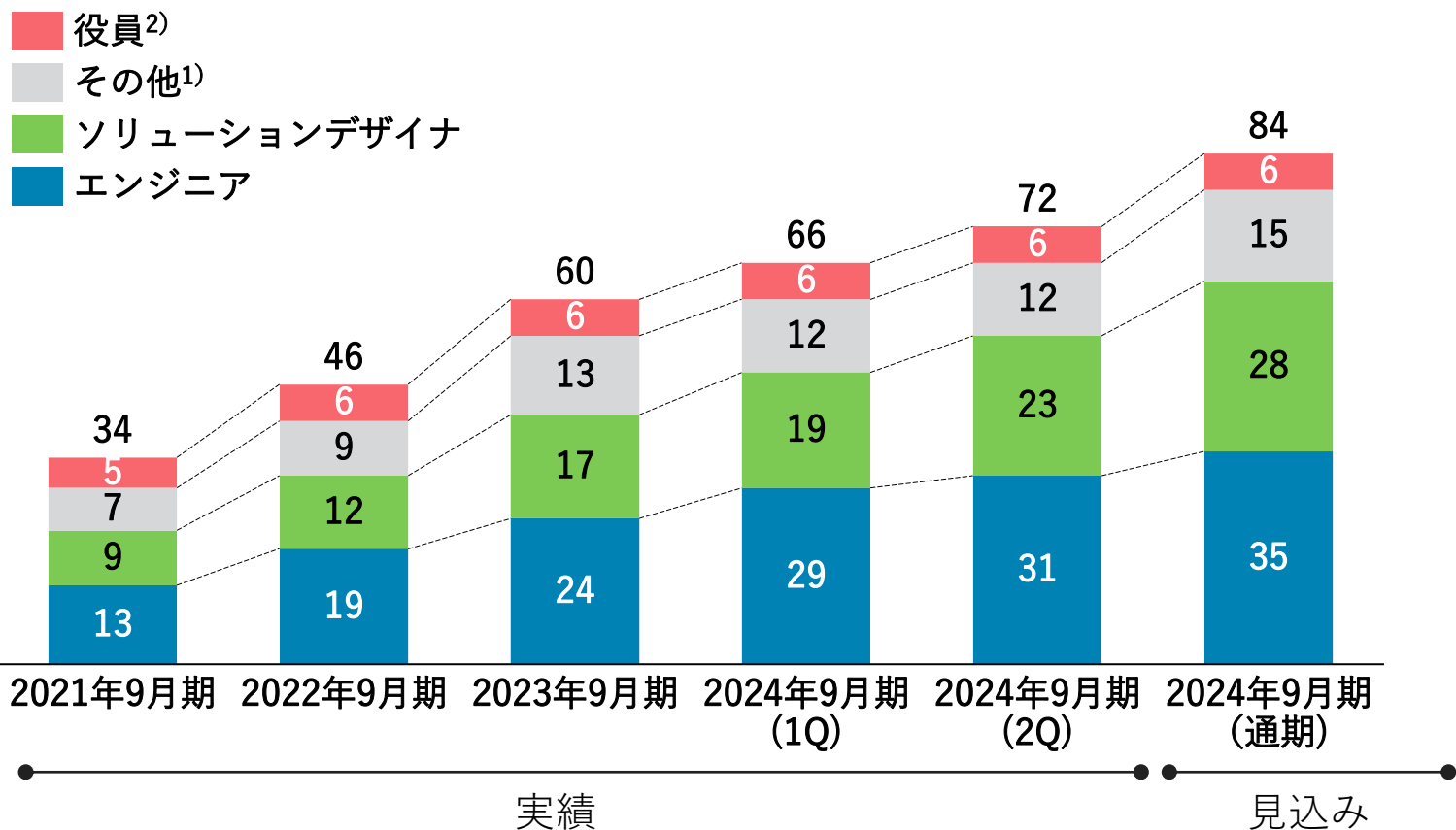
- 消費財業界大手企業
- 自動車部品業界大手  
グループ企業
- 自動車部品業界大手企業
- サービス業界企業
- 電気機器業界企業
- 海運業界大手企業

1) 音声コーパス (LaboroTVSpeech) の販売など

Note: 売上は小数点1桁の単位で切り捨て、比率表示は小数点1桁の単位で四捨五入。このため売上合算は厳密に整合しない

# 社員数の推移

- “AI人材”を巡る人材獲得競争は激化しているものの、ソリューションデザイナー/機械学習エンジニア共に安定して陣容を拡大



人員の増加率  
(24年9月期1Q→24年9月期2Q)

ソリューションデザイナー  
人員増加率  
**+21%**

機械学習エンジニア  
人員増加率  
**+7%**

1) その他はコーポレート部門の人員数を指す

2) 社外取締役、社外監査役を除く、代表取締役、執行役員、常勤監査役の合計

Note: 各会計年度末日に在籍している人員数でカウント。社員数は、代表取締役を含む役員、正社員、契約社員の合計。パートタイマーやアルバイトは含まない

## 貸借対照表サマリー

## ・ 余力を確保した財務基盤を構築

資産の部 (百万円)	2022年9月期 実績	2023年9月期 実績	2024年9月期 2Q実績
流動資産	1,229	2,414	<b>2,408</b>
現金及び預金	965	1,943	<b>1,970</b>
固定資産	90	75	<b>71</b>
資産合計	1,319	2,490	<b>2,479</b>

負債の部 (百万円)	2022年9月期 実績	2023年9月期 実績	2024年9月期 2Q実績
流動負債	98	242	<b>184</b>
固定負債	51	-	-
負債合計	149	242	<b>184</b>

純資産の部 (百万円)	2022年9月期 実績	2023年9月期 実績	2024年9月期 2Q実績
株主資本	1,169	2,247	<b>2,294</b>
資本金	534	1,004	<b>1,005</b>
資本剰余金合計	524	994	<b>995</b>
利益剰余金	109	248	<b>294</b>
自己株式	-	-	-
純資産合計	1,169	2,248	<b>2,295</b>
負債純資産合計	1,319	2,490	<b>2,479</b>

Note: 各数値は百万円未満で切り捨て。このため各項目の合計は必ずしも一致しない

# 目次

---

- ① 2024年 9月期 第2四半期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2024年 9月期 通期業績見通し
- ④ 参考資料



# 当社の事業モデル

- 顧客の売上向上に資するAI開発テーマに注力している点が当社の特徴。本領域において、先行する取り組みから得たノウハウを活かして効率的/効果的に顧客へ展開することでグロースを狙う

## ターゲット市場

### バリューアップ型 AIテーマ市場<sup>1)</sup>

新商品/サービス、新事業  
開発等で売上向上を目指す  
AIの投資テーマ

ランザビジネス領域  
(既存事業の改善)

1,400億円 (2021年度)

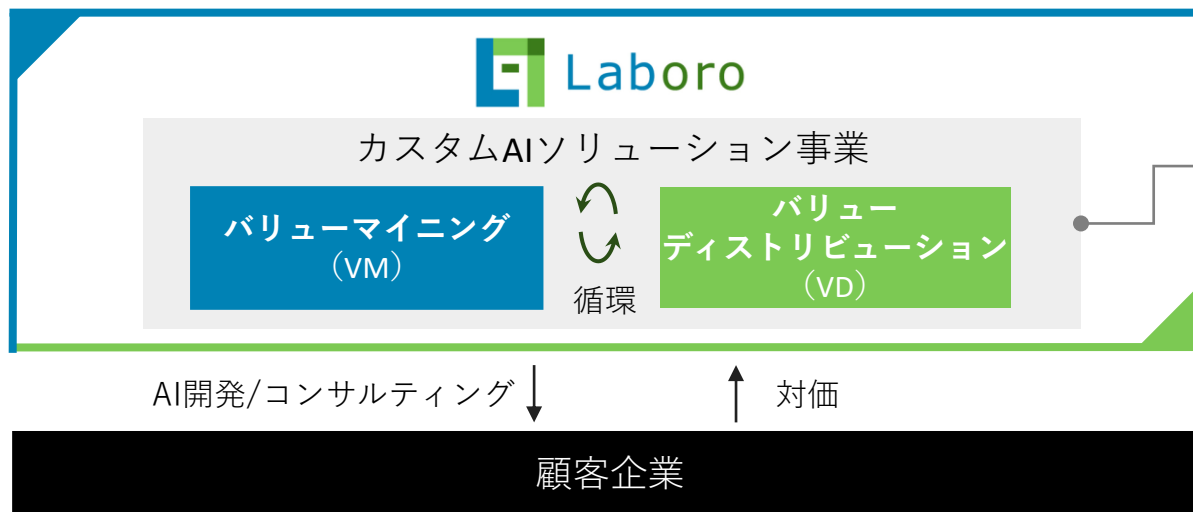
↓ +18.9%/年

2,800億円 (2025年度)

## ビジネスモデル

現在のコア事業（カスタムAIソリューション事業）は、SaaSというよりも、オーダーメイドのコンサルティングとAI開発から対価を頂戴するビジネスモデルを基本とする

- 顧客のコアとなるバリューアップ領域のDXを支援する性質上、汎用的なプロダクト化の優先度は低い



先行する最先端の取り組み (VM) で得た知見を蓄積。類似する課題を持つ顧客へ展開 (VD) し、効率的に成長

1) 株式会社富士キメラ総研「2022 人工知能ビジネス総調査」（2022年8月）、一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）「企業IT動向調査報告書 2024」（2024年4月）を参考に当社試算

# 中期的な成長戦略

- まずはVM/VDの好循環という現状の事業モデルを確立・発展させ、安定的な収益成長を目指す
- 今期はその“土台づくり”として、市場成長を超える成長を担保しつつ、前提となる体制整備にも注力



**柱① 既存/新規双方が寄与する顧客基盤の安定的拡大**

- 既存) PJ継続/新規テーマ提案を通じた既存顧客の深耕
- 新規) 経営層へのアプローチによる新規顧客獲得

**VM/VDの好循環を通じた効率的な顧客の獲得と収益の安定的な成長**

- 産業のリーダー企業とのAIの新たな事業価値の共創 (VM)
- VMを通じて得られたノウハウの蓄積・ソリューション化
- 異業種を含む他社へのソリューションの“面展開”を通じた顧客基盤の拡大 (VD)

**柱② 効率的な顧客獲得に向けたソリューションの整備**

- 強化学習等の既存VDテーマの営業展開の促進
- 生成AIを含む新たなVDテーマの掘り起こし/磨き込み

**柱③ 成長の前提となる体制整備**

- ソリューションデザイナー・機械学習エンジニアの採用/育成の強化
- 人材が持続的に働きやすい環境の整備
- 余力あるバランスシートを活かした非連続な成長に向けたM&A・企業提携の機会の探索

# 2024年9月期第2四半期の事業進捗（サマリ）

- ・ 中期的な成長の“土台作り”として今期は収益と組織のバランスの取れた成長を志向する指針
- ・ 足元では体制拡大が順調に進捗し、成長に向けた組織構築の“土台づくり”は進捗

## 柱①

既存/新規  
双方が寄与する  
顧客基盤の  
安定的拡大

既存顧客



既存顧客との高いプロジェクト継続率・既存プロジェクト起点での派生案件の獲得を通じ、既存顧客からの売上が収益の85%程度を占め、順調に進捗

新規顧客



顧客経営層へのアプローチや積極的なマーケティング活動が奏功し、2Qのみで**6件の新規顧客**を獲得

- ・ 変革を所管する部署/役員へのアプローチやAI EXPOをはじめとするマーケティング活動が奏功
- ・ 生成AI/大規模言語モデル(LLM)の技術革新も踏まえ、**6件の新規顧客とのPJのうち2件がLLM関係**
- ・ 相対的に数が少なかった音声認識領域の新規PJを獲得。**マルチモーダルな強みを強化**

## 柱②

顧客獲得の  
ソリューション  
の整備

VD



強化学習及びLLM領域での活動が進捗。VDテーマを活かした営業活動が奏功しつつある

- ・ AI EXPOでの展示を起点に、**強化学習を含む最適化問題に関するVDテーマを活かした新規プロジェクト獲得**が進捗

## 柱③

成長の前提と  
なる体制整備

採用/育成



SD、機械学習エンジニア共に**採用が順調に進捗し、体制は純増（24年9月期1Q末対比+6名）**期初計画対比順調に進捗しており、引き続き採用はアクセルを踏んでいく方針

働き方



23年9月期と比較すると、SD、機械学習エンジニアともに平均的には**稼働負荷はやや平準化**一方、**1Q対比ではSDを中心に稼働負荷がやや上がっており**、引き続き持続的な組織成長に向け、稼働調整には取組む方針

提携/M&A



24年5月に**グローピング社とのAIトランスフォーメーションのエンジニアリング事業を営むJV設立検討**に係る基本合意書を締結。JV立ち上げに向けて検討を深化(詳細次頁)  
その他、余力ある財務基盤を活用し非連続な成長機会は引き続き積極的に探索

# グローピング社とのJV設立検討に関する基本合意について

- ・ 戦略コンサルティング・DXコンサルティング企業であるグローピング株式会社(以下グローピング)と、AI-X (AIトランスフォーメーション) 事業を協働で取組むJVの設立検討に関して基本合意書を締結
- ・ 当該基本合意書は法的拘束力はなく、今後両社で検討を行ったうえ、法的拘束力のある合弁契約を締結することを目指して協議を進める予定

## グローピングとのJV設立検討に関する基本合意の締結について (5/13時点)

グローピングとAI-X事業を協働で営むJVの設立検討に関する基本合意書を締結  
JV設立に関する合弁契約の締結 (2024年6月中予定) に向け、両社で検討・協議を行うことを合意

### 協業の 目的/背景

AI/データを核とした既存事業・新規事業の再構築と持続的成長を実現するための企業変革 (AIトランスフォーメーション、AI-X) への必要性が高まっている

こうした社会の変化を捉え、**カスタムAIの開発・ビジネス実装・コンサルティングにノウハウを持つ当社と、戦略×DXにおけるハンズオンサポートを通じた経営変革に強みを持つグローピングが協働し、AI-Xのソリューション提供に関する事業展開を加速**させるべく、JV設立に向けた検討に合意

### 今後の 見通し

本合弁会社設立検討による当社の2024年9月期の業績に与える影響は軽微。  
今後の取組み状況により業績に与える影響が生じる場合は速やかに開示を予定

## (参考) グローピング 企業概要

会社名	グローピング株式会社
所在地	外苑前本社オフィス 東京都港区南青山3丁目1-34 3 <sup>rd</sup> MINAMI AOYAMA 11F  外苑前South オフィス 東京都港区南青山2丁目24-11 フォーラムビルディング 10F
代表者	代表取締役 代表パートナー 輪島総介 代表取締役 社長 田中耕平
設立	2017年1月 (創立) 2021年3月 (創業)
事業内容	デジタルサービスの提供 (オクタゴンサービス) 戦略コンサルティング DXコンサルティング Digital Analytics/ Data Scienceの提供

Note: 本資料は投資家/株主各位への適時適切な情報開示を目的に2024年5月13日時点での両社での検討状況を取り纏めたもの。

現在は法的拘束力のない基本合意書の締結をした段階であり、今後の協議状況によって協業の内容や諸前提が変わりうる旨は予めご了承ください

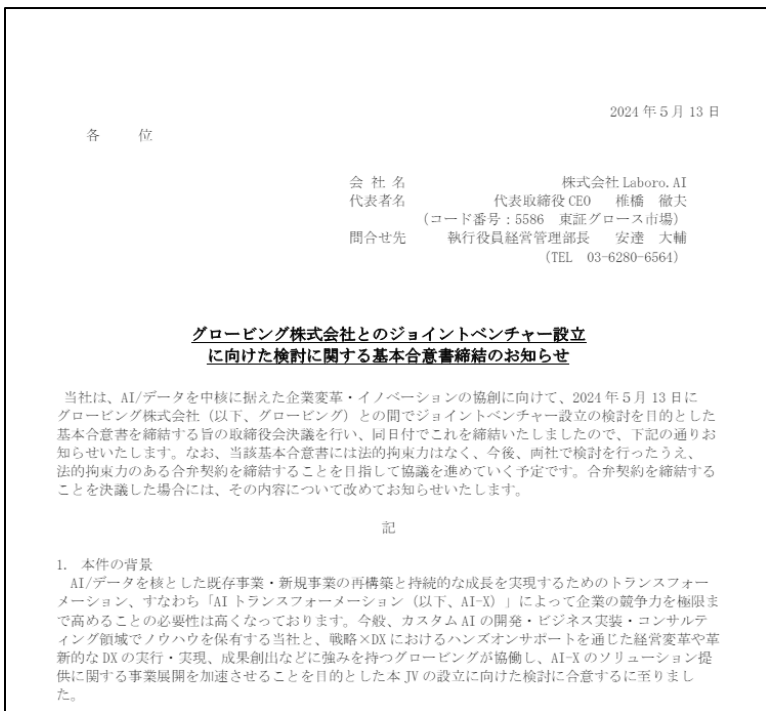
# (参考) グローピング社とのJV設立に係るリリース

## 当社 ニュースリリース

「グローピング株式会社とのジョイントベンチャー設立に向けた検討に関する基本合意書締結のお知らせ」  
(2024年5月13日)

## 当社プレスリリース

「グローピング株式会社とのジョイントベンチャー設立に向けた検討に関する基本合意書締結のお知らせ」  
(2024年5月13日)



Note: 本資料は投資家/株主各位への適時適切な情報開示を目的に2024年5/13時点での両社での検討状況を取り纏めたもの。  
現在は法的拘束力のない基本合意書の締結をした段階であり、今後の協議状況によって協業の内容や諸前提が変わりうる旨は予めご了承ください



# 主要な事業の進捗（1/4）：主要取引先様



IHIインフラ建設 味の素 IDOM エーザイ NTTコミュニケーションズ エン・ジャパン 大林組 沖電気工業  
 鹿島建設 気象庁気象研究所 産業技術総合研究所 ジオテクノロジーズ ジャパンマリンユナイテッド  
 SCREENアドバンスドシステムソリューションズ 大成建設 住友重機械工業 ソニーセミコンダクタソリューションズ  
 大広 日本ガイシ 日本総合研究所 博報堂 パーソルテクノロジースタッフ パーソルプロセス&テクノロジー  
 東日本電信電話 非破壊検査 ブロードマインド 三井化学 みちのりホールディングス  
 明治安田生命 LINEヤフー 山口県 Rapidus ローム 他



# 主要な事業の進捗（2/4）：主要プレスリリース

- 顧客との協働による取組みのほか、自社R&D成果を公開するなど、各業界のイノベーション創出に寄与
- 引き続き、主要な顧客との取組みは適時適切なタイミングで投資家各位にも開示していく方針

## 当社R&D

「日本語話者の音声を収録した話者認識用データセット『Laboro-ASV』を無償公開」（2024年1月30日）

## 日本線路技術

「線路設備の異常を自動判定する『線路設備不良判定AI』を開発・実運用化」（2024年2月26日）

報道関係各位

すべての産業の新たな姿をつくる

 Laboro

オーダーメイド AI 開発  
『カスタム AI』

株式会社 Laboro.AI

2024年1月30日

日本語話者の音声を収録した話者認識用データセット  
「Laboro-ASV」を無償公開

株式会社 Laboro.AI  
代表取締役 CEO 椎橋徹夫・代表取締役 COO 兼 CTO 藤原弘将

オーダーメイドの AI・人工知能ソリューション開発および AI 導入コンサルティング『カスタム AI』を展開する株式会社 Laboro.AI（ラポロエーアイ、東京都中央区、代表取締役 CEO 椎橋徹夫・代表取締役 COO 兼 CTO 藤原弘将。以下、当社）は、話者認識技術の発展を目的に、日本語話者の音声を収録した音声データセット「Laboro-ASV」の無償提供を開始いたしました。

報道関係各位

Press Release

 Laboro  KSG

株式会社 Laboro.AI 株式会社日本線路技術

2024年2月26日

線路設備の異常を自動判定する「線路設備不良判定 AI」を開発・実運用化

株式会社 Laboro.AI 代表取締役 CEO 椎橋徹夫・代表取締役 COO 兼 CTO 藤原弘将  
株式会社日本線路技術 代表取締役社長 原田彰久

株式会社日本線路技術（東京都足立区、代表取締役社長 原田彰久。以下、日本線路技術）と株式会社 Laboro.AI（ラポロエーアイ、東京都中央区、代表取締役 CEO 椎橋徹夫・代表取締役 COO 兼 CTO 藤原弘将。以下、Laboro.AI）は、線路設備の機能不全や異常を自動判定する「線路設備不良判定 AI」を開発いたしました。なお、この「線路設備不良判定 AI」は 2023 年 11 月より実運用し、現在も運用を継続しております。

# 主要な事業の進捗（3/4）：主要なイベント出展・講演

- 各種の講演機会を得た上、CEO椎橋からAIの産業応用の重要性などについて発信
- 今後もこれら機会の創出に取り組むとともに、多方面での情報発信に尽力する方針

村田製作所「DX Innovators Day」にCEO椎橋が登壇  
(2024年1月18日)



北海道大学・日立北大ラボ「新領域探索シンポジウム2024」  
にCEO 椎橋が登壇  
(2024年3月25日)



# 主要な事業の進捗（4 / 4）：その他 主要なアクティビティ

- 潜在的な顧客や投資家の開拓に向け、積極的なメディアへの露出も並行して推進。  
引き続き、各種メディアへの露出を通じ、知名度・認知の向上を目指す方針
- また、当社のお客さまのプレスリリースで当社との協働を取り上げて頂く機会も（博報堂様の案件）

掲載日	メディア名	記事・タイトル名	参考リンク
2024年1月31日	松井証券／マネーサテライト	社長に聞く「株式会社Laboro.AI」	<a href="#">Click</a>
2024年2月8日	テレビ東京／「アイデアの扉」	「カンブリア宮殿」内 ミニ番組「アイデアの扉」	<a href="#">Click</a>
2024年2月28日	NewsPicks	人口減少が直撃。鉄道保線を救ったAIソリューション企業の価値創造力。	<a href="#">Click</a>
2024年3月14日	ITmedia／@IT	異業種からのキャリアチェンジ成功者が語る「AIエンジニアになるための条件」とは	<a href="#">Click</a>
2024年3月22日	博報堂	博報堂様の生成AIを活用したサービスプロトタイプ開発で外部パートナーとして連携	<a href="#">Click</a>
2024年3月29日	ギークス／Tech Valley	未経験からAI開発に携わるためには？ -Tech Valley（テックバレー）セミナーレポート	<a href="#">Click</a>

# 目次

---

- ① 2024年 9月期 第2四半期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2024年 9月期 通期業績見通し
- ④ 参考資料

# 売上高及び営業利益の見通し

- 24年9月期の通期見込みは23年9月期通期決算発表時点と変わらず、通期売上1,644百万円を目指す

	2024年9月期 (見込み)	2023年9月期 (実績)	2023年9月期 (見込み)	前期比 <sup>1)</sup> (成長率%)
売上高	<b>1,644</b>	1,369	1,346	+275 (20%)
売上総利益	<b>1,024</b>	888	949	+136 (15%)
粗利益率 (%)	<b>62%</b>	65%	70%	△3pt
営業利益	<b>210</b>	206	172	+3 (2%)
営業利益率 (%)	<b>13%</b>	15%	13%	△2pt

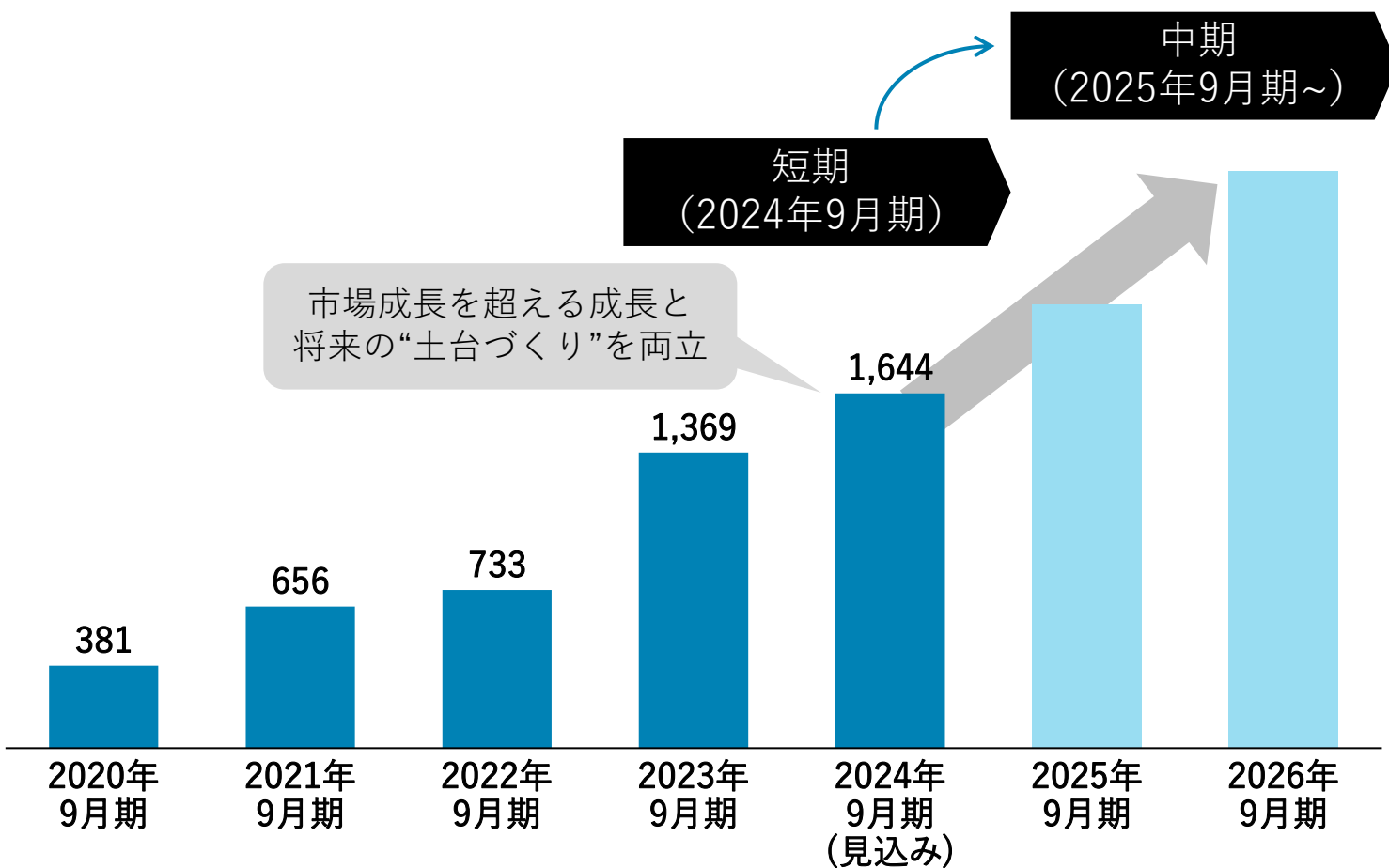
期初予算対比で  
遜色ない利益率水準を確保

1) 24年9月期見込みと23年9月期実績の差分

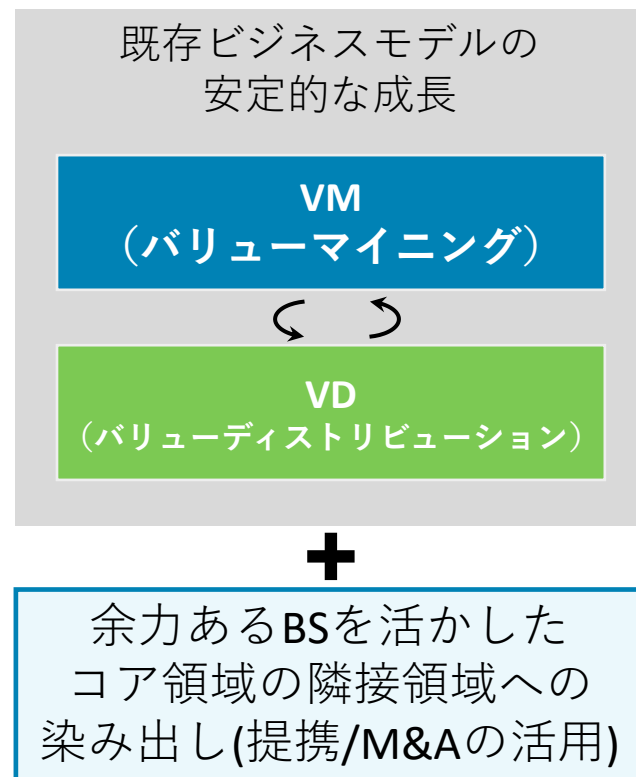
Note: 売上/売上総利益/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率(%)は小数点1桁目で四捨五入

# 中長期的な売上成長のイメージ

- 体制強化を通じた既存コア事業の成長に加え、M&A/提携等の非連続な成長機会を模索



## 中長期的な売上成長のイメージ



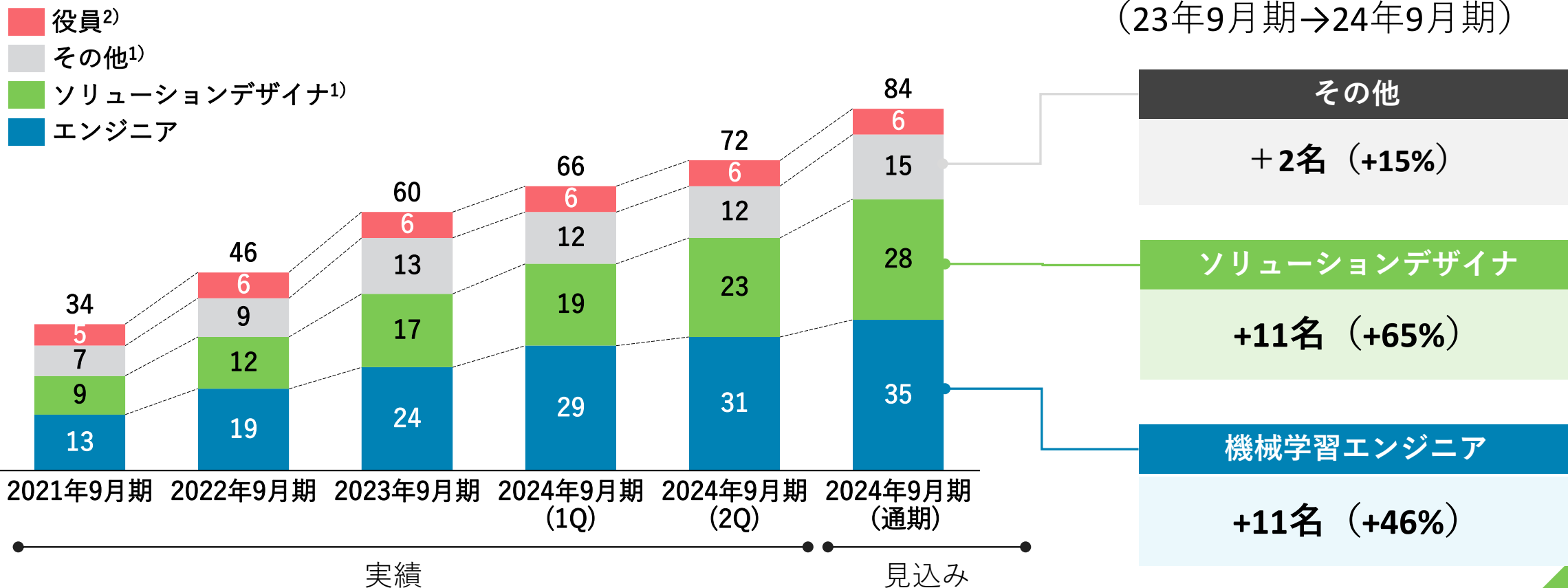
Note: 売上は小数点1桁目で切り捨て



# コア事業を支える体制構築の見通し

- 25年9月期以降の成長に向け、採用を経営アジェンダとして捉え、引き続き体制構築に経営層がフルコミット

体制の 増強目標  
(23年9月期→24年9月期)



1) その他はコーポレート部門の人員数を指す

2) 社外取締役、社外監査役を除く、代表取締役、執行役員、常勤監査役の合計

Note: 各会計年度末日に在籍している人員数でカウント。社員数は、代表取締役を含む役員、正社員、契約社員の合計。パートタイマーやアルバイトは含まない

# 目次

---

- ① 2024年 9月期 第2四半期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2024年 9月期 通期業績見通し
- ④ **参考資料**

# 会社情報

設立	所在地	従業員数
<p>2016年 4月1日</p>	<p>東京都中央区銀座8-11-1</p>	<p>71名<sup>1)</sup> (2024年3月31日時点)</p>
事業内容	主な株主（順不同）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>機械学習を活用したオーダーメイド型AI「カスタムAI」の開発</li> <li>カスタムAI導入のためのコンサルティング</li> </ul>	<p>(株) SCREENアドバンスシステムソリューションズ                  (株) 博報堂                  THK (株)                  (株) SCREENホールディングス                  日本ガイシ (株)                  役員</p>	

1) 執行役員、SD、機械学習エンジニア、コーポレート部門、アルバイト/パートタイマーでカウントした従業員数

# 経営陣紹介



## 代表取締役 CEO 椎橋 徹夫

TETSUO SHIIHASHI

米国国立テキサス大学理学部卒業後、ポストン・コンサルティング・グループに入社。消費財や流通等多数のプロジェクトに参画した後、社内のデジタル部門の立ち上げに従事。

その後、東大発ベンチャーでのAI事業部の立ち上げや東京大学 松尾豊研究室の産学連携業務等を経てLaboro.AIを創業。



## 社外取締役 菅野 寛

HIROSHI KANNNO

早稲田大学 大学院  
経営管理研究科教授



## 社外監査役 田中 洋子

TANAKA YOKO



## 社外取締役 岩崎 俊博

TOSHIHIRO IWASAKI

日本旗艦キャピタル  
代表取締役



## 執行役員 CAO 松藤 洋介

YOSUKE MATSUFUJI



## 代表取締役 COO兼CTO 藤原弘将

FUJIHARA HIROMASA

京都大学大学院修了 博士（情報学）。

産業技術総合研究所にて機械学習・音声信号処理・自然言語処理の研究に従事。その間、Queen Mary University of London 客員研究員も務める。

その後、ポストン・コンサルティング・グループ、AI系スタートアップを経てLaboro.AIを創業。



## 常勤監査役 前田 晴美

HARUMI MAEDA



## 執行役員 安達 大輔

DAISUKE ADACHI



## 社外監査役 井ノ浦 克哉

KATSUYA INOURA

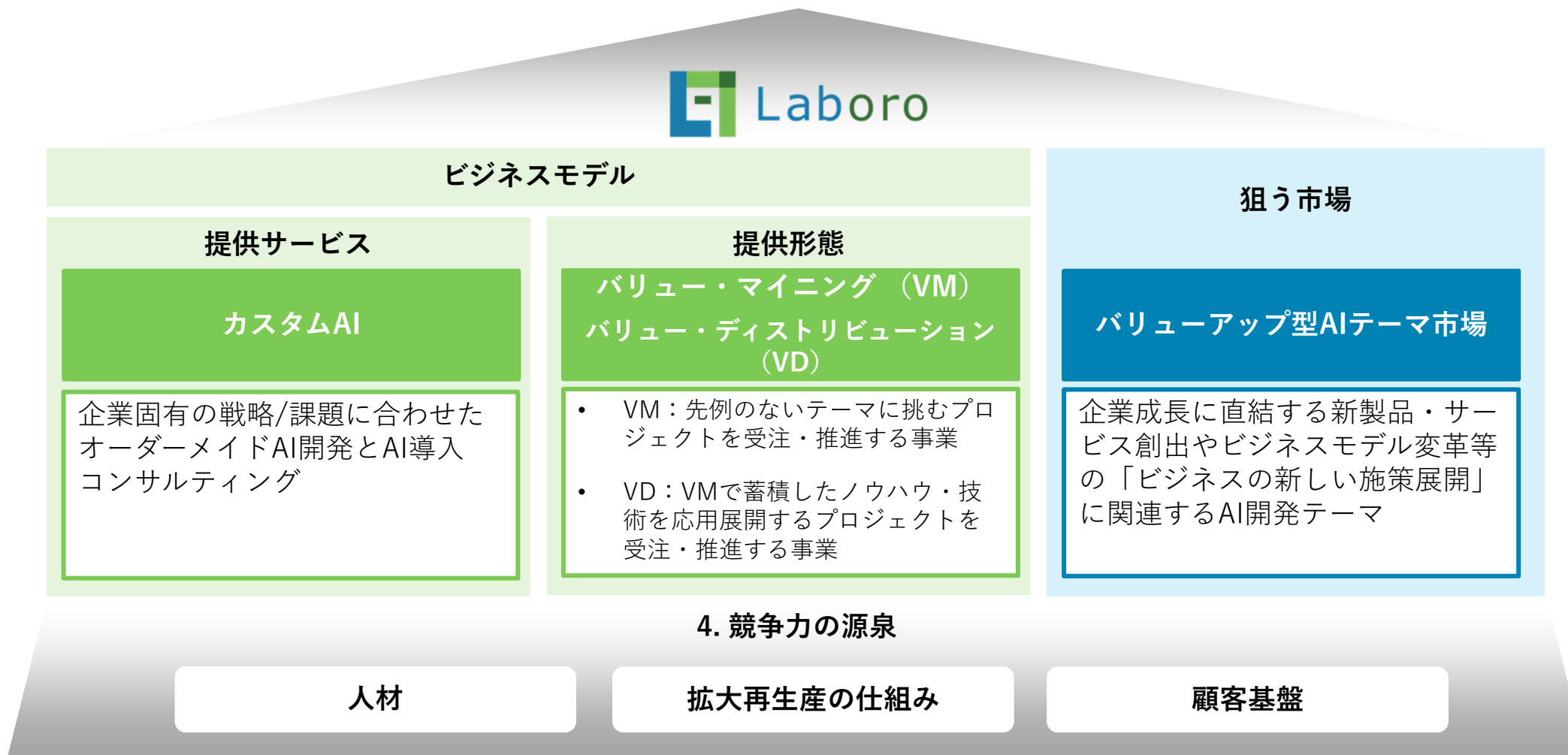


## 執行役員 和田 崇

TAKASHI WADA

# 事業の全体構造

「カスタムAI」を「VM」・「VD」の2形態で提供し、顧客企業の「バリューアップ」を支援



# 「カスタムAI」とは

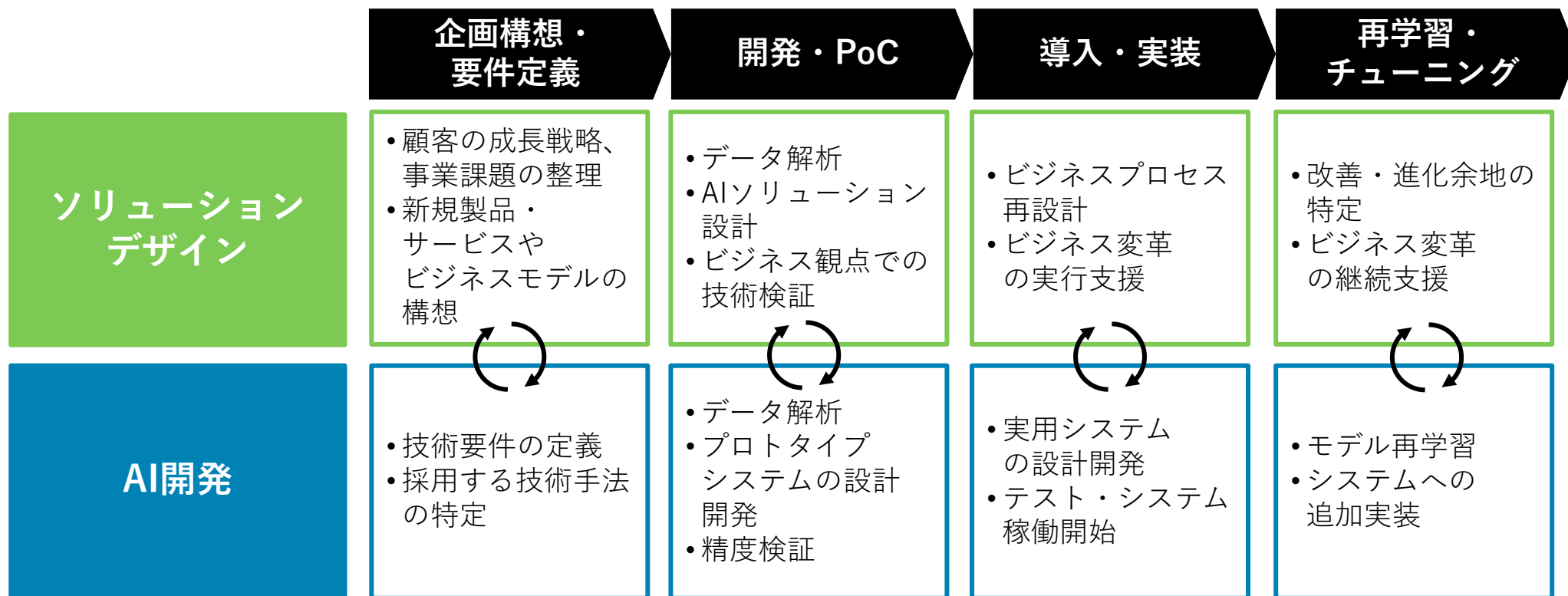
個社の戦略や課題に合わせたソリューションデザイン（AIソリューション設計とAI導入を通じた事業変革のためのコンサルティング）とオーダーメイドAI開発（顧客企業固有の成長戦略や事業課題に合わせたAI開発）を通じて、顧客企業のAIイノベーションを共創





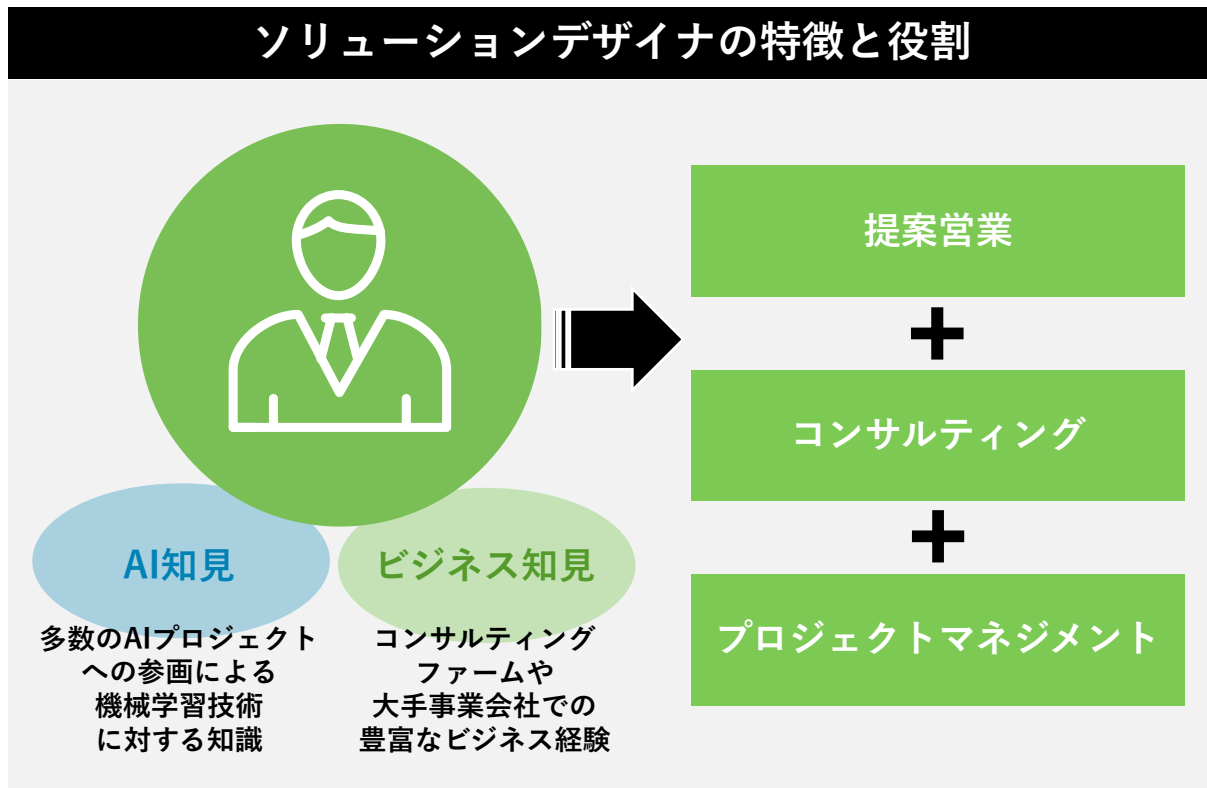
# 「カスタムAI」提供の流れ

事業変革の企画構想、AIソリューションの要件定義から開発・PoC、導入、継続的な再学習・チューニングまでを一気通貫で行い、AIイノベーションを顧客と共創するプロジェクトを実施

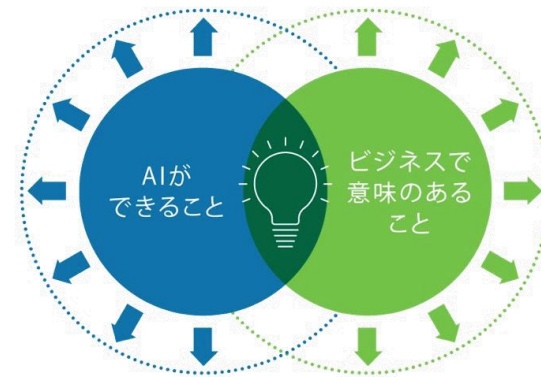


# カスタムAIを支えるスペシャリスト「ソリューションデザイナー」

AI & ビジネスコンサルティングに長けた弊社独自の専門人材「ソリューションデザイナー」が、顧客企業のためのAIソリューション設計とビジネスデザインを実施

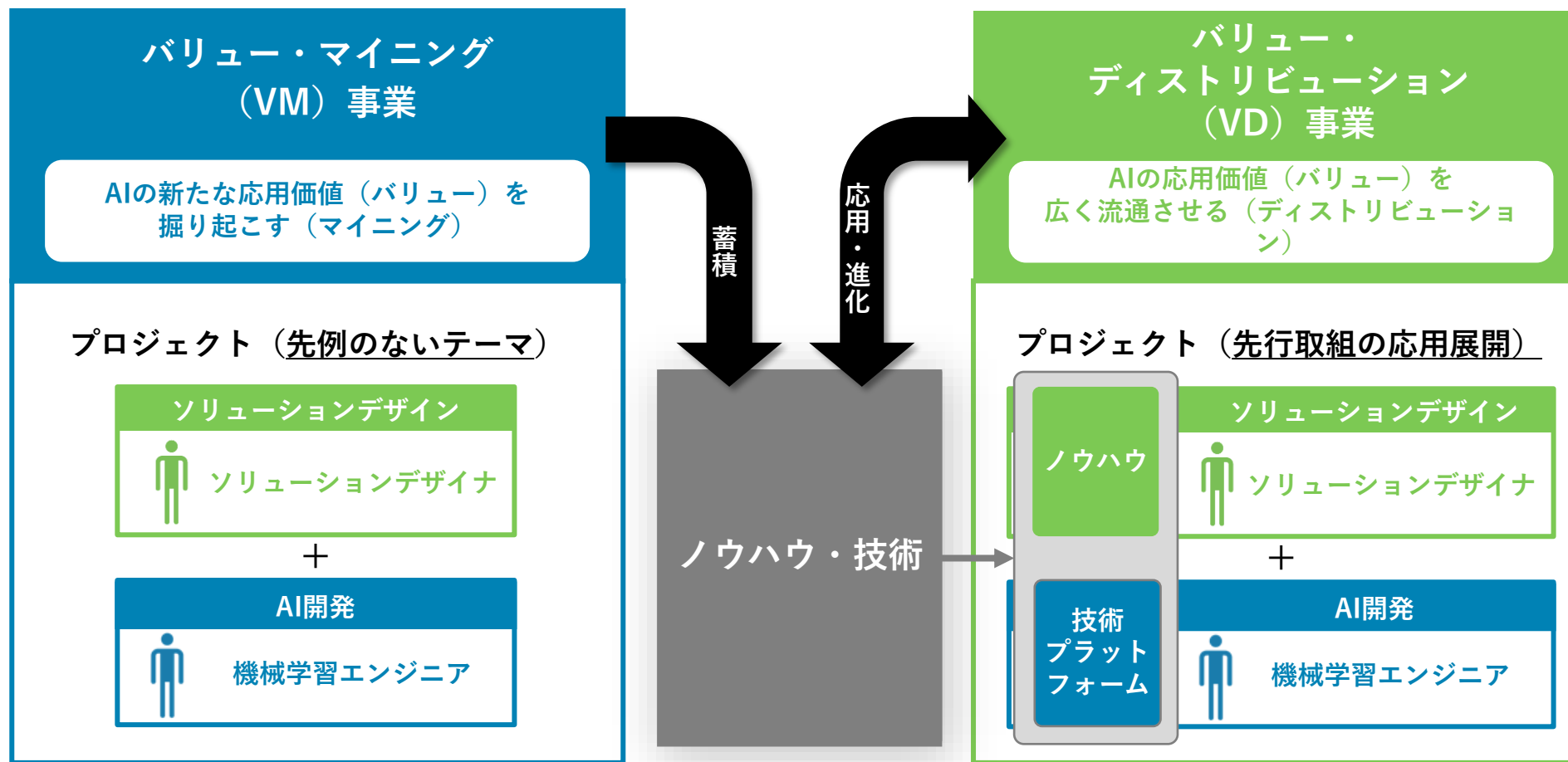


AI技術で実現でき、かつビジネスで意味のあるソリューションを企画・設計・提案



# カスタムAIの2つの提供形態

「バリュー・マイニング (VM) 事業」で得られたノウハウ／技術プラットフォームを蓄積し、  
「バリュー・ディストリビューション (VD) 事業」で応用展開



# VM・VD事業の収益モデル

VM・VD事業共に、プロジェクトメンバー（ソリューションデザイナー・機械学習エンジニア）のアサインに応じた委託料を対価として頂戴する収益モデル



Note: VD・VM の両提供形態は、実際のサービス提供において完全に分離されるものではないことから、「カスタム AI ソリューション事業」単一での事業体制としている。

# バリュー・ディストリビューションの中核となるノウハウと技術プラットフォーム

		概要	代表例
ノウハウ	ソリューション (『〇〇ソリューション』)	顧客の典型的なビジネスニーズに対して、AI技術を用いて解決するためのコンサルティングや開発方法論をまとめたソースコードやドキュメント等	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 『強化学習による組合せ最適化ソリューション』</li> <li>■ 『強化学習による振動制御ソリューション』</li> <li>■ 『ビジネス潜在ニーズ探索ソリューション』</li> <li>■ 『文章分類・タグ付けソリューション』</li> <li>■ 『マッチングソリューション』</li> </ul>
技術 プラット フォーム	ハードウェア一体型 AI処理基盤	カメラ等のセンサーを搭載したハードウェア（センシングデバイス）と取得したデータを処理するAI処理基盤のセット	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ カメラソリューション『L-Vision』</li> </ul>
	AI開発フレームワーク	AI開発の工程を短縮するために、基盤機能やテンプレートをあらかじめ一つにまとめた、開発者支援ツール・開発環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 強化学習フレームワーク『Border』</li> </ul>

# 代表的なソリューション群

## ノウハウ

### ビジネス潜在ニーズ探索ソリューション

研究開発の内容を記したドキュメントを入力データに、企業データベースからビジネスニーズを保有すると考える企業リストを抽出作成



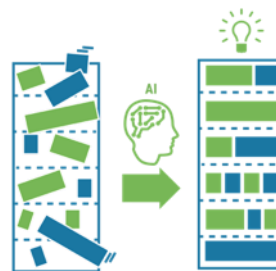
### 強化学習による制振制御ソリューション

建設物や精密機器の製造機械等の大敵である揺れへの対策として、自ら最適なパターンを獲得する強化学習を用いたAIが振動を制御



### 強化学習による組合せ最適化ソリューション

大量の組合せの中から最も良いものを選択するという「組合せ最適化問題」を、強化学習技術を使って解決



### マッチングソリューション

人と職、それぞれの情報の関係性をAIが学習。ニューラルネットワークが相思相愛の最適なマッチングを実現



### 文章分類・タグ付けソリューション

先端の自然言語識別アルゴリズムが文章を自動的に解析。大量のドキュメントもAIが分類・タグ付けし、内容把握や文章評価がカンタンに



### 物体カウントソリューション

画像中に写っている対象物の個数をカウントするほか、大まかな位置や座標を取得することを実現



## 技術プラットフォーム

### カメラソリューション L-Vision

AIカメラが人・物・空間を認識することを超え、ビジネス課題を成果へとつなぐ、最適なソリューションを提供

L-Vision





# バリューアップ型AIの市場規模予想

## 国内AIビジネス市場<sup>1)</sup>

1.1兆円 → 1.7兆円  
(2021年度) (2025年度)

## AI構築サービス市場<sup>2)</sup>

0.5兆円 → 0.8兆円  
(2021年度) (2025年度)

## 企業のIT予算割合<sup>3)</sup>

ランザビジネス予算  
(現行ビジネスの維持・運営)  
76% → 67%  
(2021年度) (2025年度)

バリューアップ予算  
(ビジネスの新しい施策展開)  
24% → 33%  
(2021年度) (2025年度)

## バリューアップ型AIテーマ市場規模予想<sup>4)</sup>

1,400億円 → 2,800億円  
(2021年度) (2025年度)

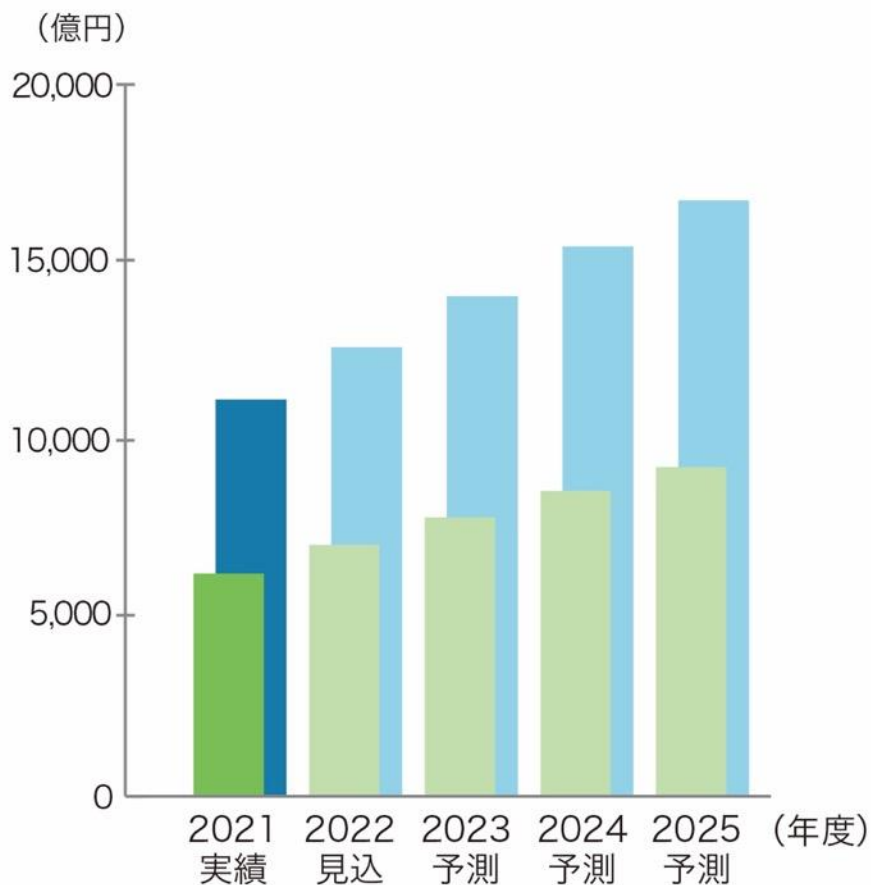
1) ・ 2) 出典：株式会社富士キメラ総研「2022 人工知能ビジネス総調査」(2022年8月)

3) 出典：一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会(JUAS)「企業IT動向調査報告書 2024」(2024年4月)

4) 当社では、AI構築サービス市場におけるバリューアップ型テーマとランザビジネス型テーマの比率は概ねIT投資における両予算の配分比率と現在同傾向にあり、また今後は各社のバリューアップ予算配分の増加意向を反映する形でバリューアップ型の比率が拡大するであろうと考え、2021年にはAI構築サービス市場の24%を構成する1,400億円程度の規模が存在し、2025年には33%を構成する2,800億円程度へ拡大すると予想

# AI構築サービス市場

国内のAI構築サービス市場はAI全体市場の約半分を占め、2025年には8,596億円規模の予測



## AIビジネス市場

2021年  
1.1兆

▶

2025年  
1.7兆

## AI構築サービス市場

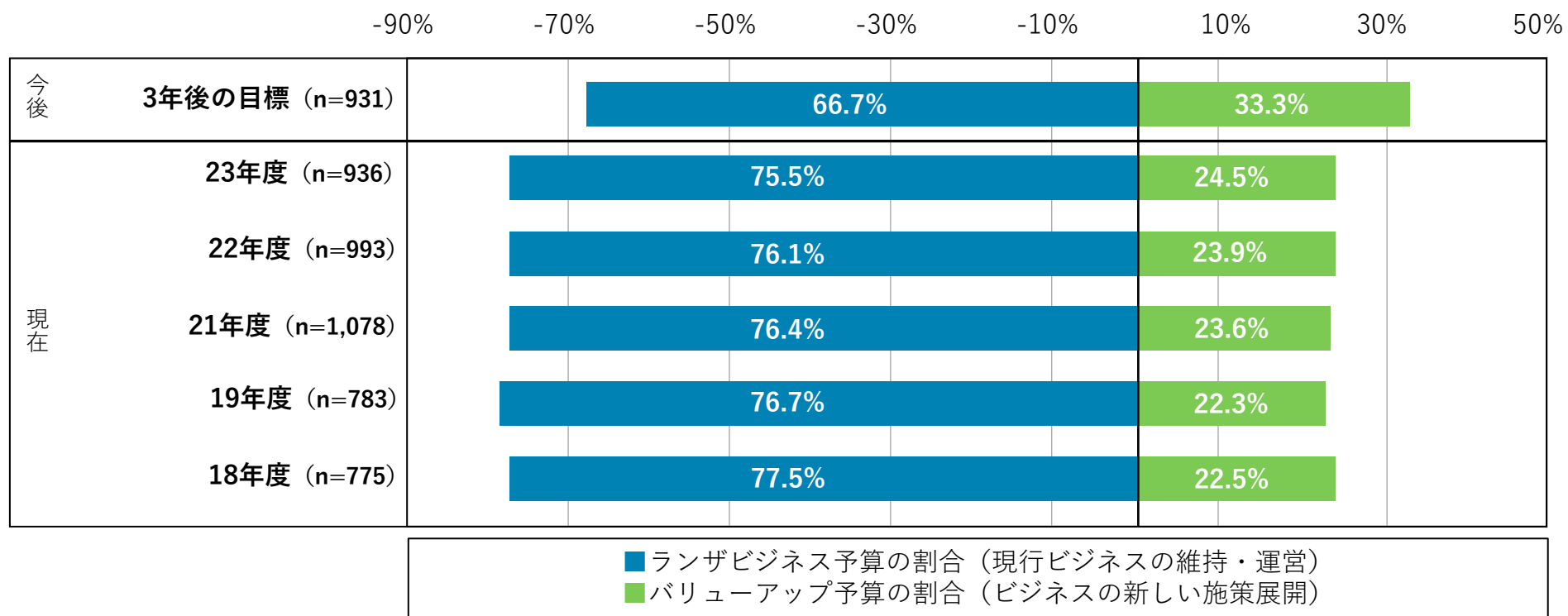
2021年  
5.8千億

▶

2025年  
8.5千億

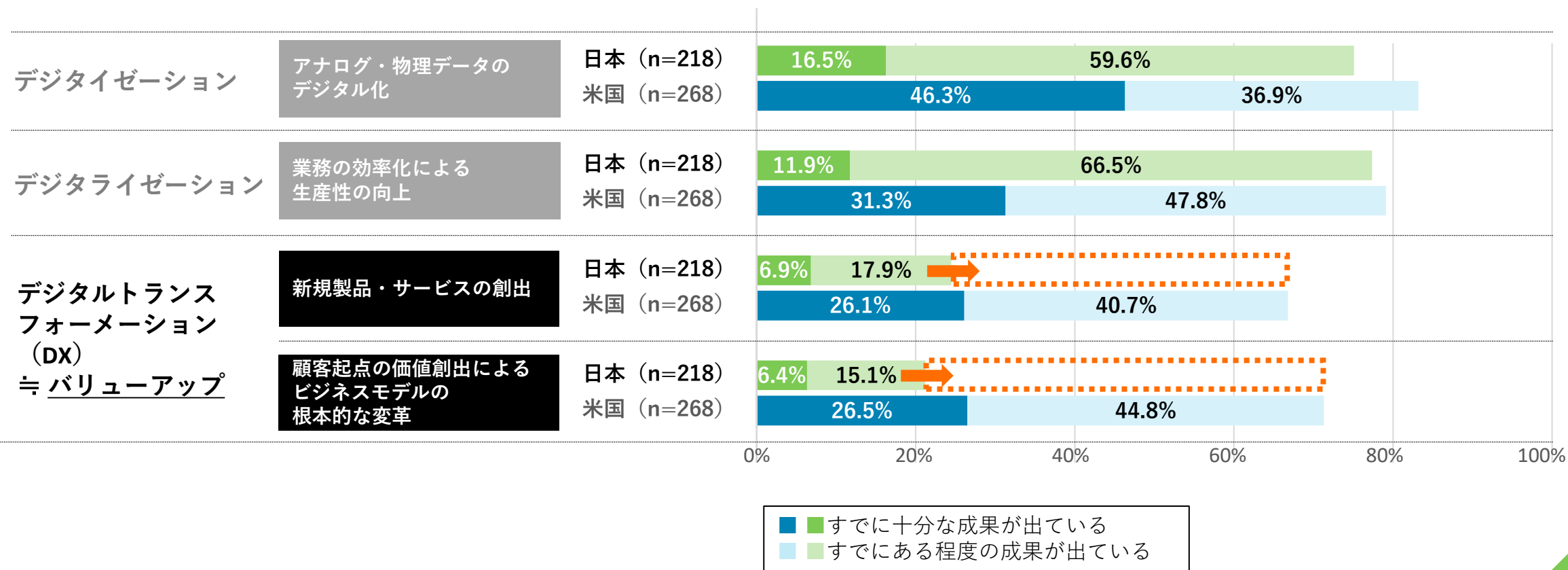
# バリューアップを目的とした企業のIT予算割合

企業のIT予算のうち「ランザビジネス予算（＝現行ビジネスの維持・運営）」に対し、「バリューアップ予算（ビジネスの新しい施策展開）」が少ない




# 「DX」による成果 日米比較

「バリューアップ」に相当する「DX」は、米国で成果を生んでいる一方、国内ではまだ取組が進んでいない状況であり、潜在的な成長可能性を持っている



# 当社が狙う「バリューアップ型AIテーマ」とは

新規製品・サービス創出やビジネスモデル変革等の新しいビジネス施策展開によって企業成長を図るAI開発テーマを「バリューアップ型AIテーマ」と定義し注力

		AI技術の扱い		
		AIは扱わない (企画策定/IT技術のみ)	既成のAIモデル利活用	AIモデル自前開発
顧客企業の取組内容※	ゼー デジタル シヨ ン	アナログ・物理データのデジタル化	SaaS企業、Sler、DXコンサルティングファーム等	AI SaaS企業、受託開発ベンダー等
	ゼー デジタル シヨ ン	業務の効率化による生産性の向上		
	フ デジタル オー メー シヨ ン	新規製品・サービスの創出	戦略コンサルティングファーム等	バリューアップ型AIテーマ 
	フ デジタル オー メー シヨ ン	顧客起点の価値創出によるビジネスモデルの根本的な変革		

# バリューアップ型AIテーマにおける注力産業分野

バリューアップ型AIテーマ市場を開拓する切り口として、とくに注力する産業分野を2つ設定

## 注力分野①

### 研究開発型産業

製造業等における研究開発を通じて、  
革新的な製品・サービスの創出を目指す分野

#### 取組実績

- 化学・素材メーカー：新規材料の探索や新規製法の考案
- 化学・素材メーカー：研究論文情報の探索・要約
- 半導体製造装置メーカー：AIを組み込んだ装置・生産ラインの新規開発

## 注力分野②

### 社会基盤・生活者産業

消費者・生活者に直接製品・サービスを提供したり  
社会インフラを担う分野

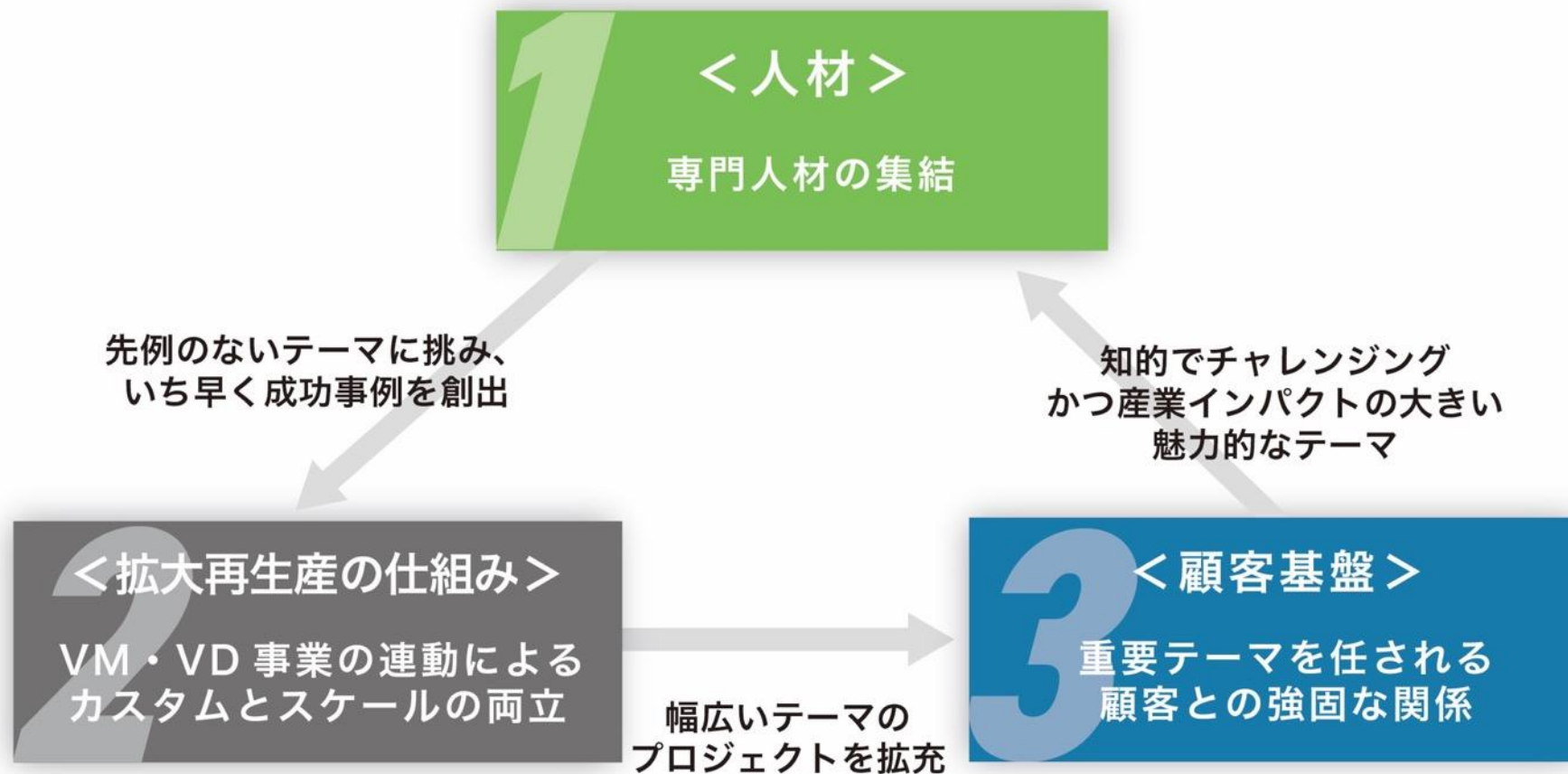
#### 取組実績

- 食品メーカー：パーソナル献立提案サービスの開発
- 製薬メーカー：PHR（パーソナル・ヘルス・レコード）  
データを活用した個別化医療支援プラットフォームの開発
- 消費財メーカー：対話AIを活用した1to1マーケティングサービスの開発



# 優位性構築と成長の仕組み

「人材」「拡大再生産の仕組み」「顧客基盤」の3つ優位性で成長を促進



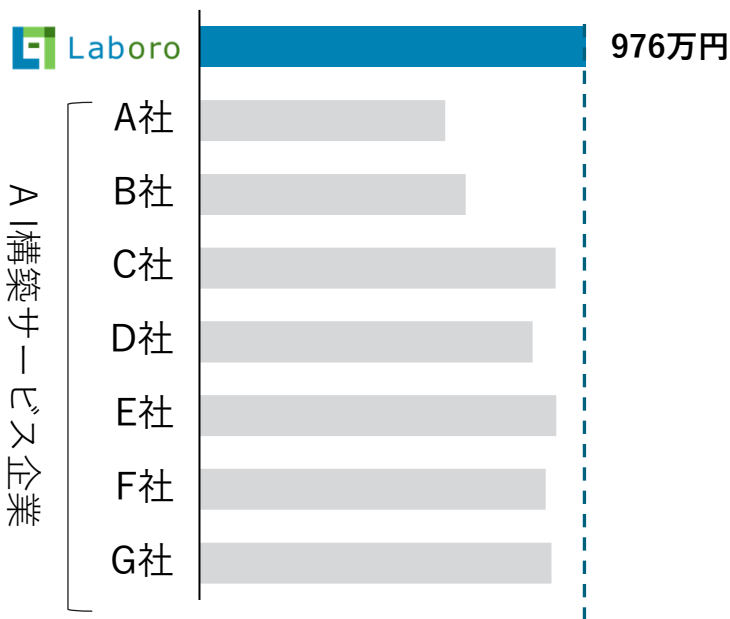
# イノベーション構想力の獲得を求めて優秀な人材が集積

- ・ バリューアップ型AIテーマという、難易度が高くやりがいあるトピックと、それに報いる高い給与水準で優秀な人材を獲得

※2023年9月末時点

## 報酬水準の比較

競合対比トップクラスの報酬水準を提供し、優秀な人材を確保



## 専門人材のポートフォリオ（ソリューションデザイナーの例）

ビジネス知見（コンサルティングスキル）と技術知見（AI/機械学習）を兼ね備える多様なバックグラウンドの専門人材が在籍

### 典型的なキャリア形成のパターン

過去の経歴（例）

ITスタートアップ → 外資戦略コンサル

AI関連スタートアップ（データサイエンティスト）

外資専門コンサルティングファーム

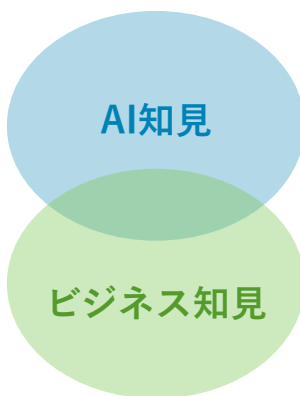
⋮

国立大 工学部卒修士 × 国内戦略コンサルティングファーム

国立大 工学部卒修士 × 製造系企業（企画職）

国立大 工学部 × シンクタンク・人材系企業（企画職）

⋮



ビジネス/AI  
双方に知見を  
もつ人材を採用

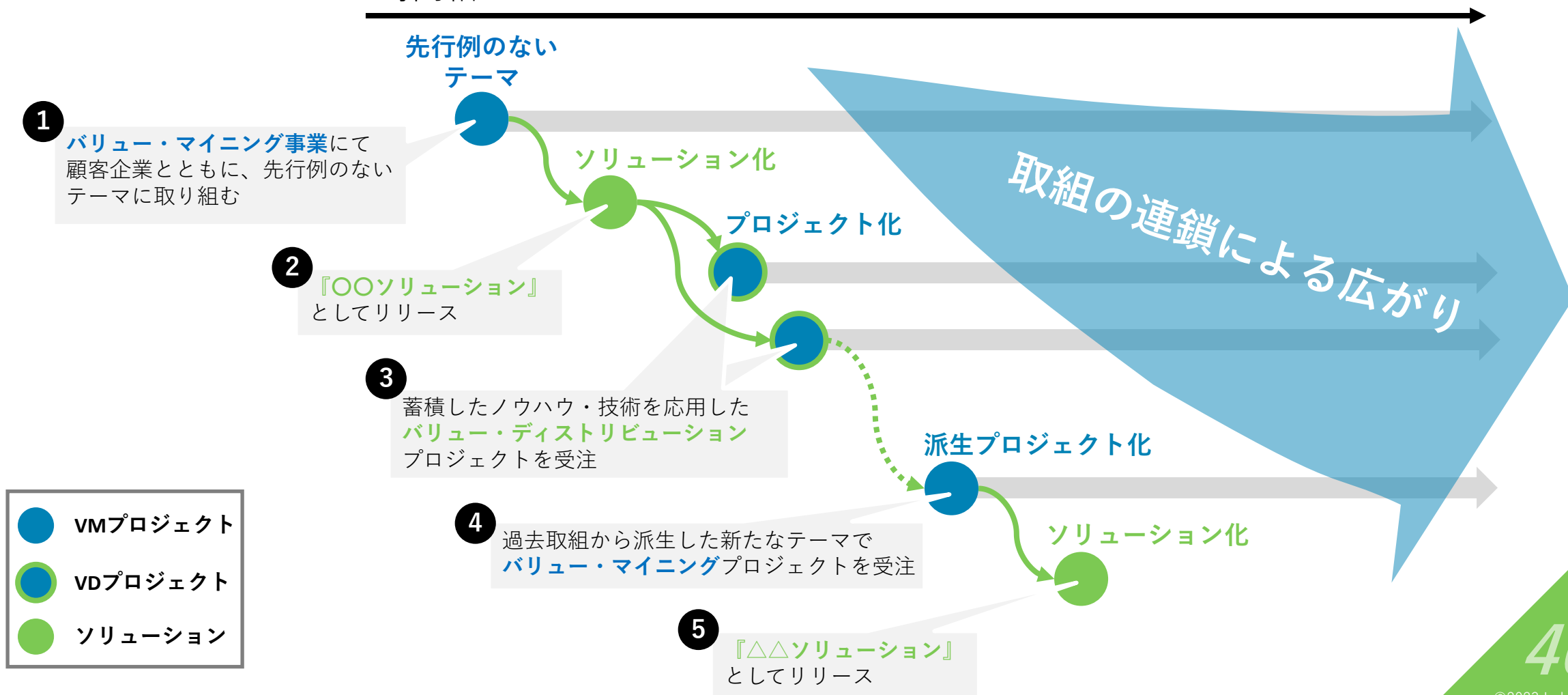
コンサル/事業会社  
でビジネス経験  
のある人材を採用/  
社内でAI知見  
を育成

1) AIベンダーのうちAI構築サービスを提供する当社の類似企業を当社にて選出し、各社直近本決算より引用

# 当社におけるノウハウ・技術の蓄積と応用のイメージ

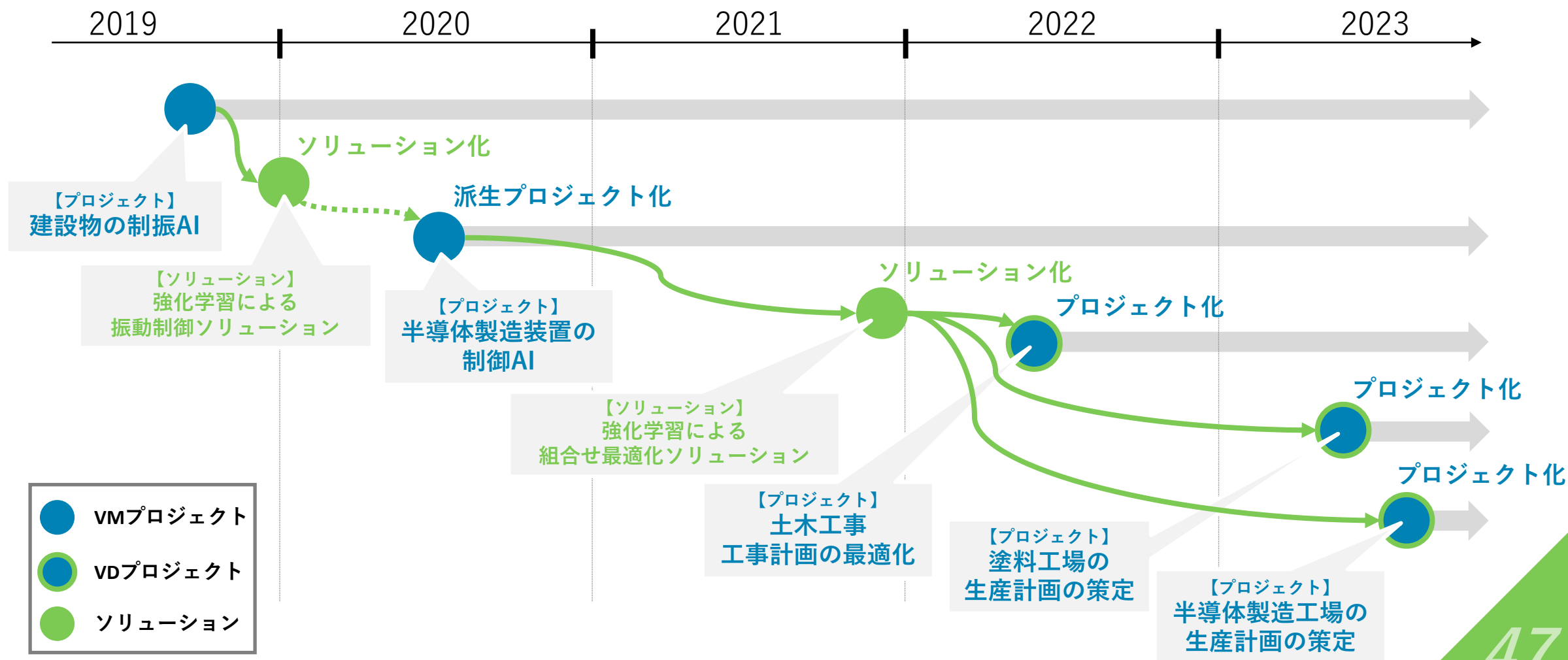
- バリュー・マイニング事業で取り組んだ先行例のないテーマをソリューション化し、バリュー・ディストリビューションプロジェクトとして面展開

時間軸



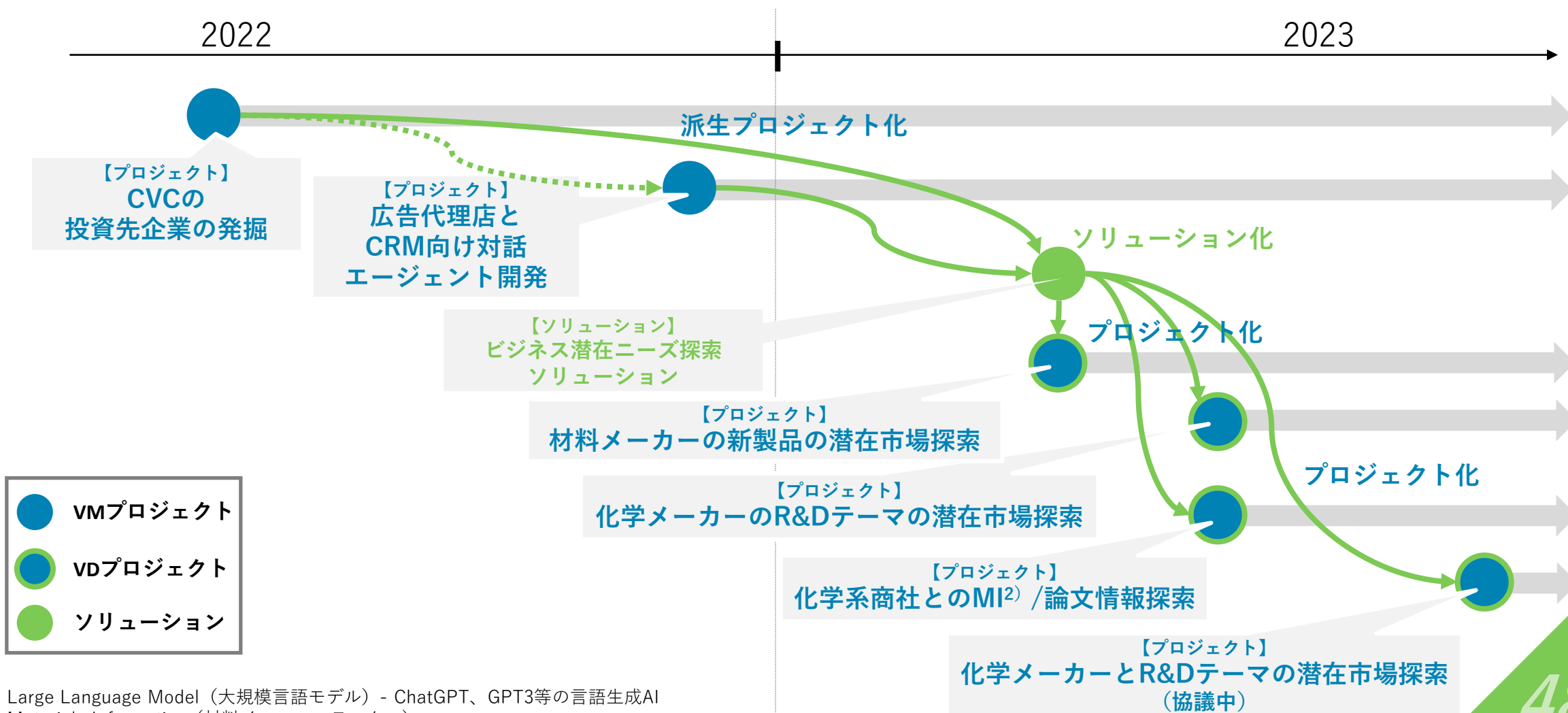
# 代表事例：深層強化学習関連プロジェクトの面展開の流れ

- ・ 囲碁AIで注目を浴びた最先端のAI技術分野の産業応用を広げてきた事例



# 代表事例：LLM<sup>1)</sup>関連のノウハウ・技術蓄積と応用展開の流れ

- 加熱するChatGPT等の生成AI技術のソリューション化と応用展開を短期間で実現





# 幅広い顧客と多数のプロジェクト

✓ 通算200を超えるカスタムAIプロジェクトを推進

## 研究開発型

**建設** **強化学習**  
建設物の揺れ制御  
(建設企業)



制振装置AMDの制御を目的とした強化学習プログラムを開発

**製造** **強化学習**  
工程スケジューリング  
(精密機器メーカー)



強化学習を用いて生産計画の最適化問題を解決

**製造** **時系列**  
匂いデータの分類  
(自動車メーカー)



匂いセンサの探索データ分析を実施。複数の匂いを分類

**製造** **時系列**  
排水処理での異常検知  
(電気メーカー)



工場から排水される汚染水データの分析、異常検知を実施

## 社会基盤・生活者

**マーケティング** **生成**  
対話の自動生成  
(広告企業)



企業・商品ブランド人格を反映した対話テキストの生成

**製造** **レコメンド**  
パーソナライズ献立提案  
(食品メーカー)



ユーザデータからパーソナライズされた献立提案を行うアプリの開発支援

**小売** **画像**  
店内在庫モニタリング  
(電機メーカー)



防犯カメラを用いたリアルタイムでの店内在庫モニタリング

**人材** **自然言語**  
人と職のマッチング  
(人材企業)



採用サイトでの人と職のマッチングを行う仕組みを開発



# 建設物の制振制御：大林組様

- 産業実装例が珍しい強化学習を用いた取り組み
- 従来手法を超える制御効果を発揮

## 課題

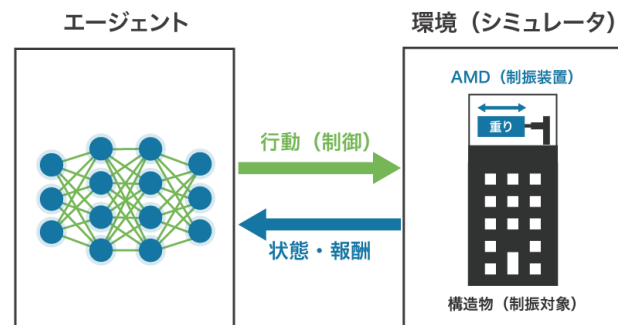
高層ビルをはじめとする建設物の揺れ・振動を抑える技術「アクティブ制振 (AMD)」にAIを適用し、より効果的な制振の実現が目指されていた。

## 開発・導入

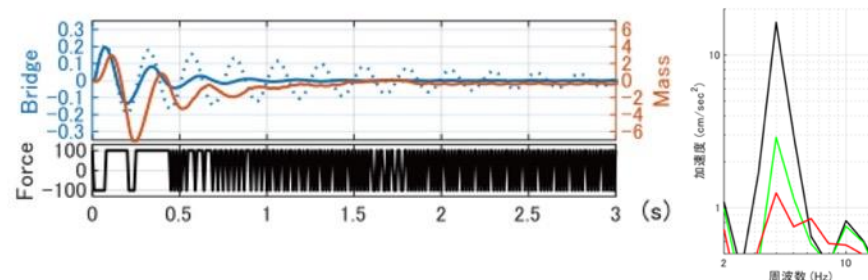
同社研究所内に造られた橋を実験の場として利用。シミュレーター上で高効果な制御則を獲得した強化学習によるAIモデルを実際の制御システムに転用。

## 成果

従来のAMDによる振動の1/2を下回る制振効果を発揮し、これまで以上に揺れが感じられにくい環境を作り出すことに成功。



大林組研究所内に設けられた橋 (左) と AMD 外観 (右)



# 生産工程の最適スケジューリング：精密機器メーカー様

- 産業実装例が珍しい強化学習を用いた取り組み
- 従来手法では対応困難な条件で、良い計画が得られることを確認

## 課題

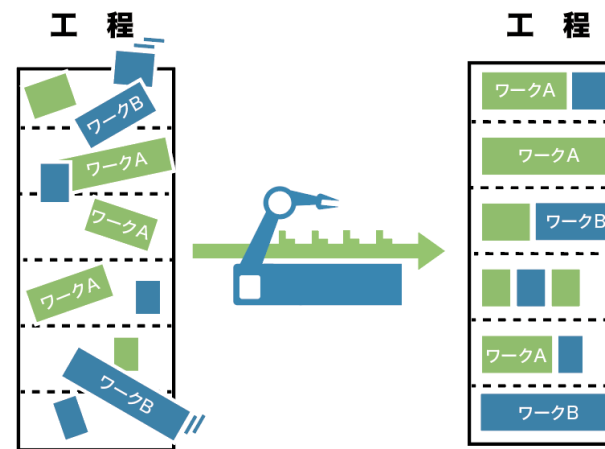
同社では、多数の装置リソースに対し大量のワークを適切に割り当てて生産計画を立案。人手でルールを作り込んでいたが、さらなる品質改善を狙っていた。

## 開発・導入

自律的に最適解発見の法則を学ぶ「強化学習」モデルを開発。ルールベースや数理最適化などの従来技術と比べ制約条件変更の際の作り込みの負担が小さい点が特徴。

## 成果

ルールベースでは対応困難だった条件でも最適解を出すなど、強化学習とルールの棲み分けにより、スケジュール品質の向上ができつつある。



# 線路設備の不良判定の自動化：日本線路技術 様

- ✓ 線路設備の異常を自動判定する「線路設備不良判定AI」を開発
- ✓ 物体検出と異常検知を組み合わせ不良判定を実現

## 課題

線路設備の検査の多くは目視による確認が必要であり、膨大な人手と労力を要する一方、業界は社員減少に直面していた

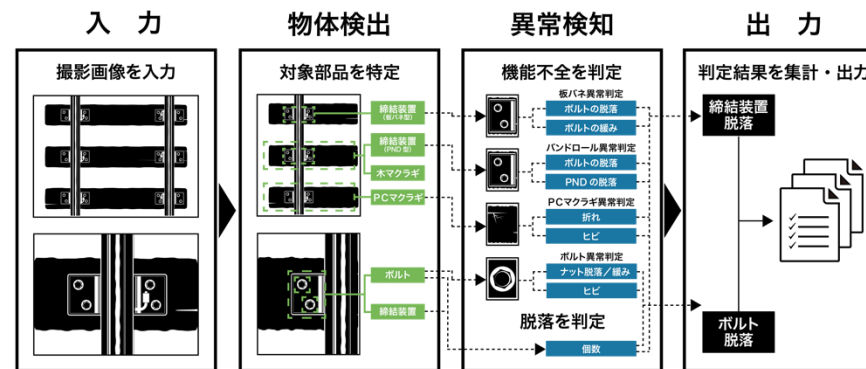
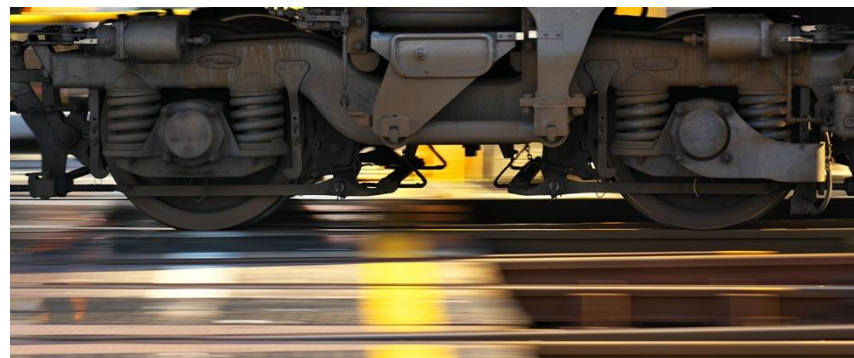
## 開発・導入

物体検出と異常検知を組み合わせ不良判定を行う「線路設備不良判定AI」を開発。十数種類の部材の複数の不良パターンを判定することが可能に

## 成果

一部の部材においては8割以上のスクリーニング効果を達成。全画像を目視判定していた従来と比べ、1ヶ月あたり100時間※の工数削減が見込まれている。

※JR東日本が開発したAIの効果を含む。



※画像はイメージであり、実際とは異なる場合があります。

# パーソナライズ献立提案「勝ち飯<sup>®</sup>AI」：味の素様

- トップアスリートへの食サポートのサービス知見をもとにした提案
- アスリートの入力・記録データからパーソナライズされた献立を提案

## 課題

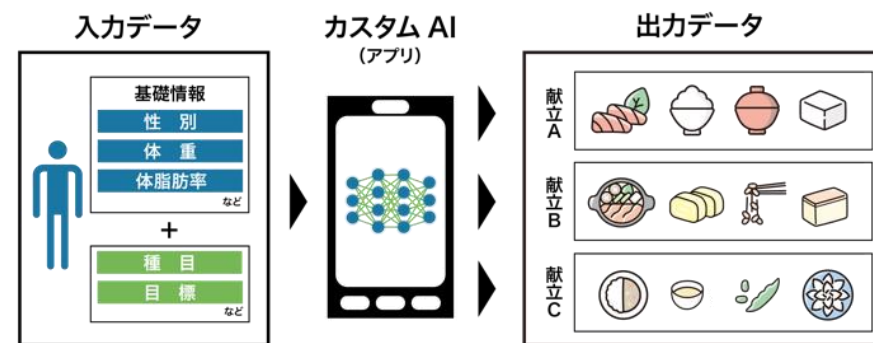
同社が保有するトップアスリート向けの食サポートプログラムについて、一般アスリートでもそうしたサービスに対するニーズが高いことが判明。

## 開発・導入

ユーザーが入力したデータからパーソナライズされた献立を提案するアプリの開発を支援。栄養計算をアルゴリズム化、必要な栄養素に基づきレコメンド。

## 成果

大量のレシピの組合せからパーソナライズされた最適な献立提案を実現。一般向けアプリとして違和感のない応答速度で提案できる点も特徴。



※画像はイメージであり、実際の画像ではありません。



# ブランド人格を反映した対話テキスト自動生成：大広様

- ブランドにふさわしい対話を自動生成するエンジンの開発を支援
- ブランドの思想に沿ったOne to Oneでの対話が可能に

## 課題

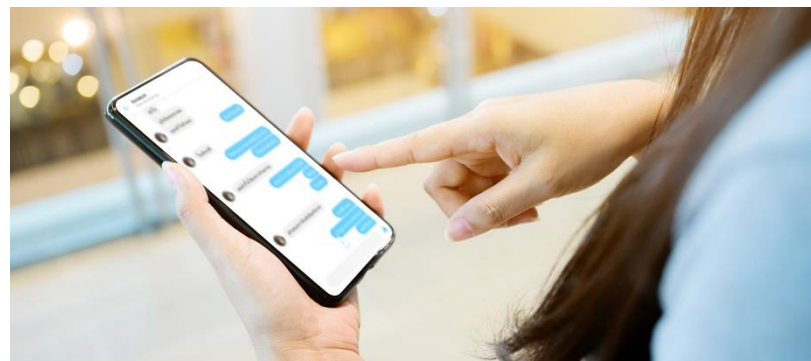
企業ブランドや商品ブランドに立脚したオリジナルなブランド思想を維持しながら、顧客ごとに最適化されたOne to Oneコミュニケーションを展開する必要があった。

## 開発・導入

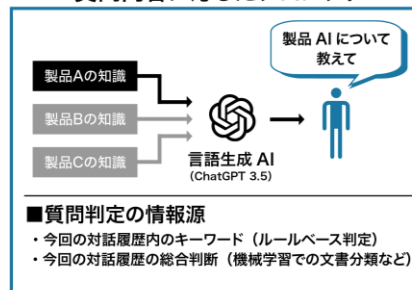
OpenAI社のChatGPTにブランド人格を反映してオリジナル生成AIとして構築。ユーザーおよび対話内容に応じて瞬時にプロンプトを入れ替える「ダイナミックプロンプト」も活用。

## 成果

パーソナルデータや商品データ、コンテンツデータを対話に反映。アパレル系企業様との実証実験も進むなど、新しい顧客体験の実現が目指されている。



質問内容に応じたプロンプト



ユーザーのペルソナに応じたプロンプト





Laboro

