

2024年8月期

# 通期決算説明会資料

株式会社アイドマ・ホールディングス 証券コード：7373



2024.10.11

# CONTENT

目次



- Section 1** 2024年8月期 通期 業績ハイライト
- Section 2** 2024年8月期 第4Q 業績ハイライト
- Section 3** 2025年8月期 通期 業績見通し
- Section 4** 2025年8月期 成長戦略
- Section 5** 参考資料

SECTION

1

2024年 8月期

通期 業績ハイライト



株式会社アイドマ・ホールディングス

Aidma Holdings

# エグゼクティブサマリー [1/2]

## 2024事業方針

従来の営業、人材の支援を行うというビジネスモデルから、採用の代替となる「ユニット提供モデル」にビジネスモデルを変化させ、取引をいただいている企業に対し、複数のユニットを提供していく

## 2024 通期業績

売上高  
**10,618**百万円

前年比 +17.2%  
進捗率 96.5%

営業利益  
**2,468**百万円

前年比 +11.7%  
進捗率 102.8%

### 営業支援

受注件数  
**3,154**件

前年比 +15.3%  
進捗率 94.1%

### 人材支援

受注件数  
**1,790**件

前年比 +34.7%  
進捗率 105.3%

- 売上高は、連結子会社（アドラスト）の大型案件の失注などがあり、業績予想からは微減で着地したが、前年比17%以上の過去最高の売上高で着地
- 営業利益は、上記下振れ要素があったものの業績予想を上回り着地。前年比10%以上の過去最高の営業利益にて着地
- 受注件数は、営業支援、人材支援双方で過去最高の受注件数を実現。人材支援は業績予想を上回り着地

## トピック①

### 今期の成長戦略は結果的に順調に実現

年間の営業支援、人材支援の受注件数は合わせて4,944件になり、前年同期比で21%の増加。3Qにて、商談数が横ばい、受注率が低下したものの、4Qでは商談数、受注率ともに改善し、来期につながる、商談数増加、受注率向上の仕組みが整った。費用についても計画通り進捗。

## トピック②

### 「ユニット型業務支援事業」の取り組みが本格的にスタート

#### ■ 営業プロセス強化施策

ユニット型業務支援事業をスタートし、営業プロセスの明確化を実施。それぞれのプロセス毎にKPIを決め、そのKPIを達成する為の施策を展開。結果的に通期で約250社程度の追加ユニットの受注が発生。来期も引き続きプロセス毎の施策を強化を実施。

#### ■ テクノロジー強化施策

追加ユニットの提案を実施するにあたり、既存顧客の経営課題の把握や、複数ユニットの提案進捗などを可視化する必要がある。経営課題の把握の為にコミュニケーションインフラである「メンバーズ」を開発し、提案進捗の把握の為にデータベースを洗練させることにより追加ユニット提案の効率を上げていく。

## エグゼクティブサマリー [2/2]

売上高は、業績予想を若干下回るものの、各段階損益は業績予想を上回る結果に  
前年比では売上高が約17%、営業利益が約12%増加し、順調に推移  
3Qで受注件数が伸び悩んだが、4Qは過去最高の受注数となり、従来の成長曲線に戻る

### 2024年8月期 売上高

売上高は、子会社の大型案件失注に伴い、業績予想比では微減したが、前年から約17%成長し、106億円で着地

- 売上高 : 10,618百万円
- 前年同期比 : +1,560百万円 (+17.2%)
- 業績予想達成率 : 96.5%

### 2024年8月期 営業利益

売上高成長に伴い約12%成長し24.6億円、当初業績予想を上回る水準で着地

- 営業利益 : 2,468百万円 (営業利益率: 23.2%)
- 前年同期比 : +259百万円 (+11.7%)
- 業績予想達成率 : 102.8%

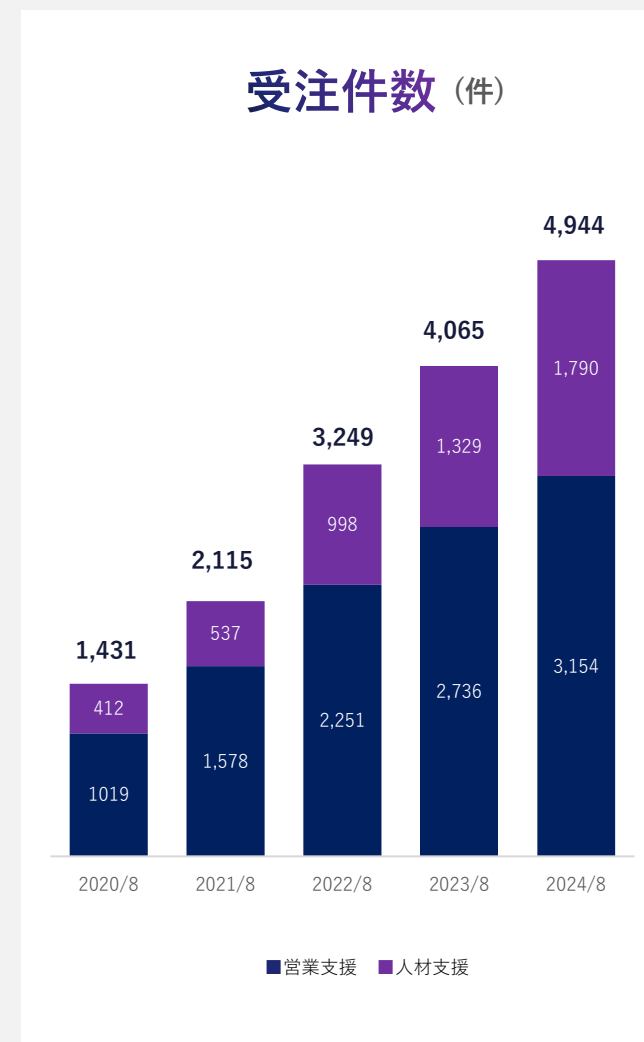
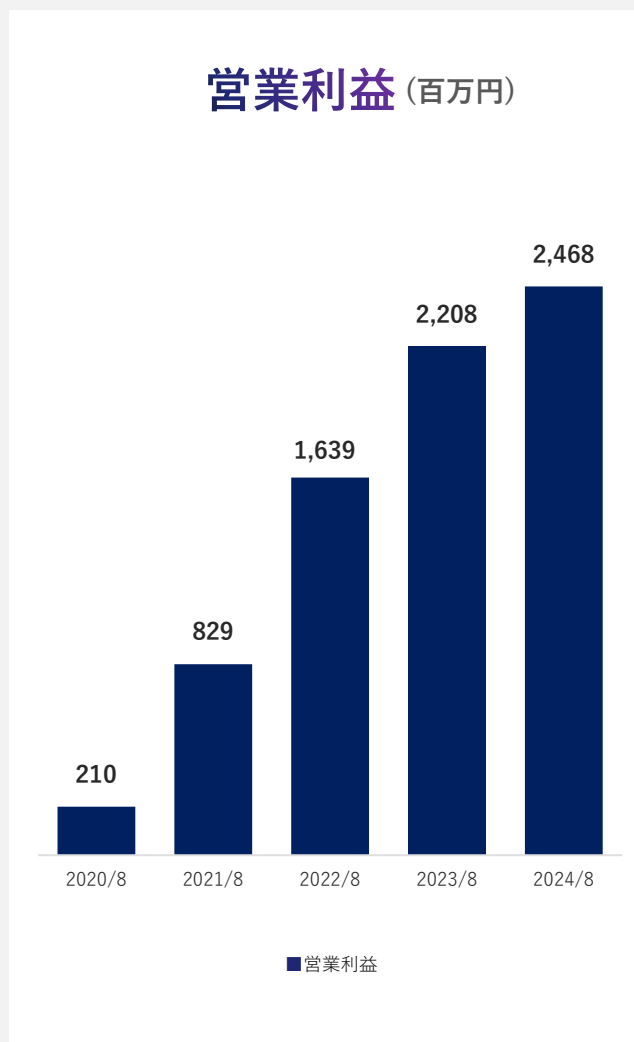
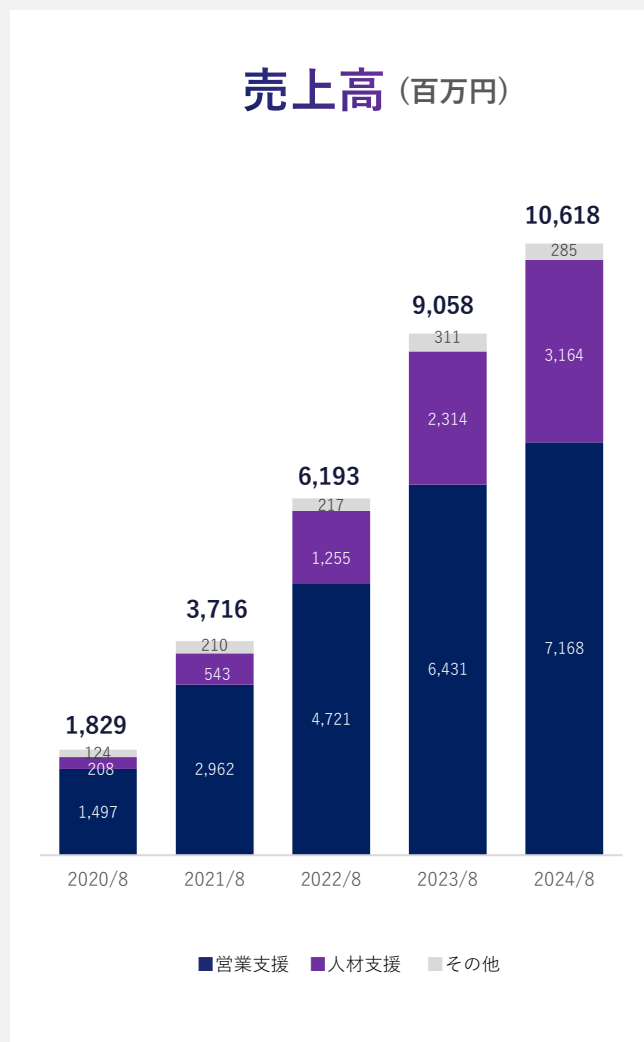
### 2024年8月期 受注件数

「営業支援」は、3Qで受注件数が伸び悩んだことから業績予想からは微減  
4Qにおいては、受注件数が過去最高になり、成長率も従来の成長曲線に

「人材支援」は、業績予想を上回る水準で着地し、順調に推移

# 主要KPI推移

- 営業支援、人材支援ともに5期連続増収し、営業利益も5期連続増益を達成
- 営業支援、人材支援ともに受注件数が前年を上回る結果となり、継続的な売上高・営業利益の拡大につながっている



## 業績サマリー

- 受注が順調に推移し、売上高は前年同期比17%増で着地
- 戦略投資を実行しながらも、各段階利益いずれにおいても、前年同期比10%超で着地

単位：百万円	23年8月期 (実績)	24年8月期 (実績)	前年同期比 (23/8 vs 24/8) (額)	前年同期比 (23/8 vs 24/8) (%)
営業支援	6,431	7,168	736	+ 11.5%
人材支援	2,314	3,164	850	+ 36.7%
その他	311	285	△26	△8.4%
売上高	9,058	10,618	1,560	+ 17.2%
売上原価	2,404	3,017	613	+ 25.5%
売上総利益	6,653	7,600	946	+ 14.2%
売上総利益率	73.5%	71.6%	△1.9%	
販売費及び一般管理費	4,444	5,132	687	+ 15.5%
販管費比率	49.1%	48.3%	△0.7%	
営業利益	2,208	2,468	259	+ 11.7%
営業利益率	24.4%	23.2%	△1.1%	
経常利益	2,224	2,468	243	+ 11.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,270	1,425	155	+ 12.2%

# 原価・販管費率の構成割合比較

- 売上原価率は、業務実施を行う業務委託費、開発や制作サイドの外注費（その他）が上昇したことによりやや上昇
- 販管費においては、当期は戦略投資を期初から実施しているが、前期の年間水準で概ねコントロール
  - ✓ 人件費は、新入社員増加により人員数は増加しているものの、売上増加により人件費比率は低下
  - ✓ 4Qにおいては、Webマーケティング等を中心とした成長投資に積極的投資を実行
  - ✓ 採用費は、採用効率が上がり低減

勘定科目	分類	2023/8月期	2024/8月期	差額
		年間 (累計実績)	年間 (累計実績)	23/8 vs 24/8
売上		100.0%	100.0%	
売上原価		<b>26.5%</b>	<b>28.4%</b>	<b>+1.9%</b>
業務委託費	戦略 運用	22.3%	23.5%	+1.2%
その他	戦略	4.2%	4.9%	+0.7%
販管費及び一般管理費		<b>49.1%</b>	<b>48.3%</b>	<b>△0.7%</b>
人件費	戦略 運用	22.6%	21.9%	△0.7%
採用費	戦略 運用	2.8%	1.5%	△1.3%
広告宣伝費	戦略	4.0%	5.0%	+0.9%
支払手数料	戦略 運用	4.2%	4.7%	+0.5%
地代家賃	運用	2.1%	2.5%	+0.3%
のれん償却費	戦略	1.9%	2.0%	+0.1%
通信費	運用	2.2%	2.3%	+0.1%
その他	戦略 運用	9.3%	8.5%	△0.8%
営業利益		<b>24.4%</b>	<b>23.2%</b>	<b>△1.1%</b>

クラウドワーカー活用推進  
及びインボイス制度開始により  
**業務委託費率はやや上昇**

開発・制作パートナーへの外注増により  
**4Qではやや上昇**

人員数は増加したものの  
**人件費比率は前期比やや低下**

採用効率が上がり、  
**総合的に採用費率は大きく低減**

23/8期に成果の出た  
**Webマーケティングに積極投資**



## 業績サマリー（業績予想比）

- 売上高は、主に子会社の大型案件の失注影響により、業績予想比においてやや下回る結果
- 各段階損益は、投資も実行しながら業績予想を上回る水準で着地

単位：（百万円）		23年8月期 （実績）	24年8月期 業績予想	24年8月期 （実績）	業績予想 （達成率）
売上高	営業支援	6,431	7,480	7,168	95.8%
	人材支援	2,314	3,170	3,164	99.8%
	その他	311	350	285	81.6%
	売上高合計	9,058	<b>11,000</b>	<b>10,618</b>	<b>96.5%</b>
営業利益		2,208 (24.4%)	<b>2,400</b> <b>(21.8%)</b>	<b>2,468</b> <b>(23.2%)</b>	<b>102.8%</b> <b>(+1.4%)</b>
経常利益		2,224 (24.6%)	<b>2,350</b> <b>(21.4%)</b>	<b>2,468</b> <b>(23.2%)</b>	<b>105.1%</b> <b>(+1.9%)</b>
親会社株主に帰属する当期純利益		1,270 (14.0%)	<b>1,380</b> <b>(12.5%)</b>	<b>1,425</b> <b>(13.4%)</b>	<b>103.3%</b> <b>(+0.9%)</b>
受注件数	営業支援	2,736件	3,350件	3,154件	94.1%
	人材支援	1,329件	1,700件	1,790件	105.3%

# 株主還元について

- 上場来、堅調に業績が推移し、成長投資のキャッシュを確保しながら、株主還元も可能と判断し、当期より配当を開始
- 今後の方針については、引き続き成長投資を優先しつつも、内部留保とのバランスを取りながら決定

## 配当予想 [FY2024]

- 2024年8月末を基準とし、**30.00円**/株の配当を実施※
- 来期の配当及び株主還元については、キャッシュ・フロー、事業環境などを勘案し決定

※※2024年11月の株主総会にて決議されることが前提

## キャッシュ・アロケーションの考え方

投資実行前 営業CF	成長投資	オーガニック成長を実現するための人的投資、開発投資、広告宣伝投資
	内部留保	中長期的なインオーガニックな成長のためのM&Aに備えた内部留保
	株主還元	上記の確保が可能と判断し、株主還元を開始

## 2024年8月期の成長戦略の進捗について

1	<b>商談件数の向上</b> 3Qにおいては、大型連休の影響で稼働数が一時的に減少したものの、架電スタッフの能力向上とニーズタグやインテントタグを活用することにより、商談取得率を向上させることによって計画通りのアポイント取得ができる体制を実現		アウトバウンドの稼働数の上昇×アポ率の向上	
			ニーズ、インテントタグを活用し、アポ率を向上	
2	<b>受注率の向上</b> 3Qで一時的な受注率の低下が発生したが、要因分析と改善施策をタイムリーに実施し、重要なKPIを再定義し施策を打つことで、より安定的に受注率を担保できる体制を構築		受注率の高い商談チャネルを活用	
			営業企画室を発足	
			データマネジメント室を発足	
3	<b>受注単価の向上</b> 全体を通してYoYでの案件単価は維持する結果となったが、ユニット制の取り組みにより、1社あたりの発注金額は上昇。組織全体でクロスセルが実施できる基礎の構築を実現		ユニット制の取り組み	
			上場企業向けサービスのリリース	
			更新額の増加	
4	<b>費用の最適化</b> メンバーズ活用による顧客、クラウドワーカーとのコミュニケーションの最適化を実施。生成AIを活用した自動化の取り組みについても今後利用を本格化することで更なる最適化を推進		フルリモート正社員	
			メンバーズ活用	
			AI/自動化の取り組み活用	

トピック②

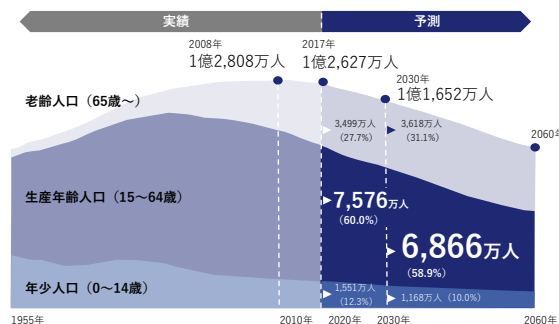
# 営業、人材の支援サービスから様々な業務支援の提供へ

中小企業の採用における3つの問題を背景に、サービスのコンセプトを変更

## 労働人口減少

2030年労働人口  
**710万人**  
離少

将来推計人口

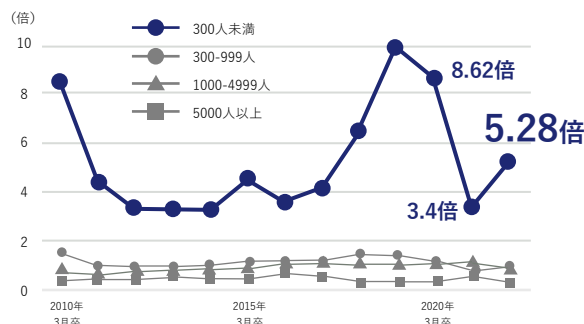


出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口 (2017)」

## 求人倍率高

中小企業で人材が  
採用  
できない

従業員規模別 求人倍率の推移

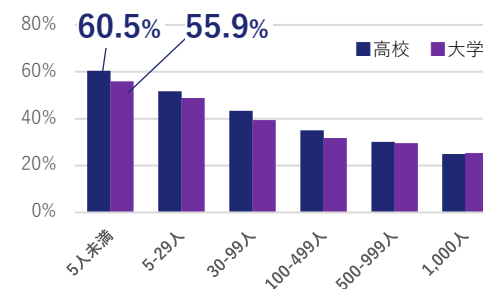


出所：人と組織に関する研究機関・リクルートワークス研究所

## 離職率上昇

中小企業  
50%以上が  
離職

新規学卒就職者の  
事業所規模別就職後3年以内離職率



出所：厚生労働省人材開発統括官 若年者・キャリア形成支援担当参事官室調べ

今までの営業、人材をメインのサービス提供から、  
様々な業務を支援する「ユニット型業務支援事業」に変化をしていく

トピック②

# 「ユニット型業務支援事業」の詳細 [1/2]

企業の人材課題に合わせて、様々なユニットをクロスセル、アップセルする提案が可能に

### ユニット

[3つの機能が入っている]

- コンサルタント**  
業界理解や業界知識、実績があるPM人材
- クラウドワーカー**  
業務を正確に実行できる人材
- DXツール&AI**  
業務実行の支援と実行内容が資産に残るツール

- 人を一人採用するよりも安い
- 翌日から利用可能
- ノウハウが社内に残る

顧客は今後選択可能に  
「採用」 or 「ユニット活用」

## 1社あたりのユニット導入イメージ [例：6ユニット契約している場合]

株式会社〇〇〇〇〇〇								
	営業支援 <small>Sales Platform</small>	秘書代行 <small>Crowd 秘書</small>	管理支援 <small>crowd Back office</small>	生産性向上支援 <small>Crowd Members</small>	クリエイティブ支援 <small>crowd</small>	広報支援	IPO支援 <small>Crowd Advisor</small>	採用支援 <small>crowd Recruiting</small>
ユニット1	30万/月 契約中	30万/月 契約中	+ 追加	+ 追加	30万/月 契約中	+ 追加	30万/月 契約中	30万/月 契約中
ユニット2	30万/月 契約中	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加
ユニット3	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加

NEW

## 今期では以下のようなユニットを提供できる体制を構築

<p>フィールドセールス支援 <small>株式会社アイドマ・ホールディングス</small></p>	<p>M&amp;A支援 <small>Crowd Advisor</small></p>	<p>採用代行 <small>Crowd Recruiting</small></p>	<p>システム開発支援 <small>Tech Bridge</small></p>	<p>代理店開拓支援 <small>Business Matching UNIT</small></p>	<p>補助金支援 <small>Crowd Advisor</small></p>	<p>メディア構築支援 <small>メディア構築支援ユニット</small></p>	<p>カスタマーサクセス支援</p>
---	---	---	--	--	---	---	--------------------

トピック②

# 「ユニット型業務支援事業」の詳細 [2/2]

ユニット型業務支援事業にビジネスモデルを変化させることで、顧客と当社双方によりメリットを出せる  
またBtoC顧客もアプローチ対象となることにより、顧客基盤の拡大余地がある

## サービス導入による双方でのメリット

### 顧客のメリット

**人的課題の解決**  
営業やクラウドワーカー活用の支援以外にも複数の人的課題に対しての解決策が見つかる

**最短でスポットでの活用が可能**  
採用よりも早く、かつ期間限定で利用することが出来る

**低コスト**  
採用に伴う採用費、人件費、販管費などと比較すると安い費用で利用することが出来る

**ノウハウが資産として残る**  
社員採用の場合、ノウハウが属人化し、社内に残らないケースも多いが、活用支援サービスでは、取り組みプロセスやノウハウが社内に残る

### 当社のメリット

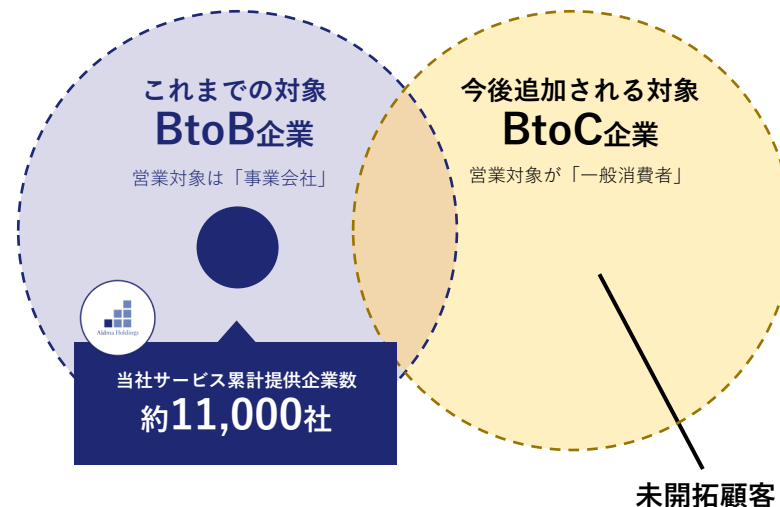
**客単価の向上**  
1社に対し複数のユニット提案が実施できることで客単価が向上する

**顧客基盤の拡大**  
従来はBtoB×中小企業がメインの顧客基盤だったが、今後はBtoC、中小企業以外にも提案の幅が広がるため、顧客基盤を大きく拡大することが可能

**受注率の向上**  
「活用支援サービス」の提供に変化するため、提案の幅が広がり、受注率の向上に寄与できる

## 顧客基盤の拡大余地

全国の中小企業(10~99人) 約**62万社**※1



現状の収益  
イメージ

顧客数 約4,000社 × 1サービス

今後の収益  
イメージ

顧客数 約**20,000社** × **5ユニット**

# 「ユニット型業務支援事業」今期取り組み [1/3]

中期戦略である、ユニット型業務支援事業の今期の展開については下記の2軸にて取り組みを実施

## 「ユニット型業務支援事業の今期の取り組み」

1

### 営業プロセス強化

ユニット型業務支援事業を  
広げていくために、営業プロセスを強化

- 1 受注件数を増やすための方程式を定義し  
各項目の率向上施策を実施
- 2 ユニットの提案対象を拡大

2

### テクノロジー強化

ユニット型業務支援事業をさらに広げていくために、  
システム面でのサポートを強化

- 1 Central データベースの強化
- 2 メンバーズを業務プラットフォームに

## ユニット型業務支援事業の営業プロセス強化の取り組み

### 1 営業プロセス強化

#### 1 受注件数増加の方程式を定義し、各項目の向上施策を実施

##### 商談数の向上

ユニット提案の商談機会の創出を図る

- 商談機会の定義
- 効果的な商談打診方法の実施
- 商談打診数の管理

×

##### 提案移行率の向上

商談から、具体的な追加ユニット提案への移行を図る

- マニュアルの整備
- 課題に対するソリューション能力の向上

×

##### 受注率の向上

ユニットの情報共有の環境を構築することで、提案からの受注率向上を図る

- ユニット知識の取得
- 受注率向上につながるツールやWebサイトの準備

=

追加ユニット  
受注件数

#### 2 ユニットの提案対象を拡大

今期の開始から4Q前半までは、営業支援の受注顧客から人材支援への受注顧客への追加ユニットの提案を主軸で実施。  
4Qの中盤から人材支援の受注顧客から営業支援の提案も開始



## ユニット型業務支援事業のテクノロジー強化施策の取り組み

### 2 テクノロジー強化

#### 1 Central データベースの強化

##### ■ ニーズデータの統合

様々なアプローチを実施している中で把握できるニーズを企業に紐づける機能を開発。  
当該ニーズデータをタグ化し、ユニット提案の最適なタイミングを計れるように工夫。

##### ■ 顧客データの統合

各サービス毎に顧客データを管理していたところから、全社横断的にアプローチ、商談、顧客を全て管理できるように回収を実施。ユニット型の提案に活用しつつ、リーダナーチャリングなどの施策に活かしていく。

#### 2 メンバーズの強化

##### ■ コミュニケーション機能の強化




サービスを利用している全企業様が無料で利用し、コミュニケーションを円滑に出来るよう様々な機能開発や改修を実施。特に生成AIを活用した履歴や、組織図やワークフロー機能は追加ユニット提案において重要な要素になっている。

##### ■ 新規機能「ナレッジパネル」の追加

様々なマニュアルやドキュメントなどをナレッジパネルという一つのプラットフォーム上に集約することが可能。様々なユニット毎の業務支援を実施する中でマニュアルを資産として残すことにより、付加価値を強化

## 2024年8月期 M&amp;Aの取り組み

## 2024年8月期の主要なM&amp;Aの取り組み

企業名	領域	実行時期	手法	目的
 株式会社Proud Partners Proud Partners	営業支援	23年9月 (1Q)	持分法適用 会社	登録支援事業で豊富な実績、ノウハウを持つProud Partners社との資本・業務提携を通じて、当社の海外進出支援や、当社ソリューションに人的支援オプションを付加し、多くの企業と働き手をつなぐワークインフラカンパニーの実現を加速させる。
 ユニークキャリア	営業支援	24年3月 (3Q)	70% 子会社	ユニークキャリアは、インターネットメディアの運営とオウンドメディア運営代行を主力事業として行っている。同社との連携により、当社のオウンドメディアの制作力向上や既存メディア再編の実施、インバウンド型集客でのシナジー効果を見込む。また、営業支援領域において、メディア構築支援ユニットとして、サービス拡充を行うことで、顧客支援領域を拡大を図る。
 子育ての喜びをもっと大きく! cozre	人材支援	24年9月 (25/8期:1Q)	100% 子会社	コズレは、個人の子育て世代向けの情報発信、コミュニティの創出を行う一方で、法人向けに子育て世代をターゲットとしたデジタルマーケティング支援を行っている。当社の求人メディア「ママワークス」との相互連携による利用会員数の強化や営業支援サービスの拡充を行うことで、企業価値を向上させる。

SECTION

2

2024年 8月期

第4Q業績ハイライト



# 第4四半期 業績サマリー

第3四半期で落ち込んだ受注件数は、第4四半期で改善に取り組み、過去最高の件数  
前年比では売上高が約18%の増収、営業利益は大きく上回り着地  
3Qで受注件数が伸び悩んだが、4Qは過去最高の受注数となり、従来の成長曲線に戻る

## 2024年8月期第4四半期 売上高

2024年第4四半期の売上高は過去最高の28.5億円で着地

- 売上高 2,858百万円
- 直前四半期比 24/8期 (3Q) 比： (+153M、+5.7%)
- 前年同期比 23/8期 (4Q) 比： (+430M、+17.7%)

## 2024年8月期第4四半期 営業利益

2024年第4四半期の営業利益は成長投資を実行し、前Q比ではやや微減したものの、前年同期対比では大きく上回る約6億円で営業利益は着地

- 営業利益 596百万円 (営業利益率 20.9%)
- 直前四半期比 24/8期 (3Q) 比： (△48M、△5.7%)
- 前年同期比 23/8期 (4Q) 比： (+395M、+197.0%)

## 2024年8月期第4四半期 受注件数

第3四半期で受注率低下要因となったリードタイム長期化の改善に取り組み、第4四半期では、営業支援、人材支援ともに過去最高の受注件数で着地

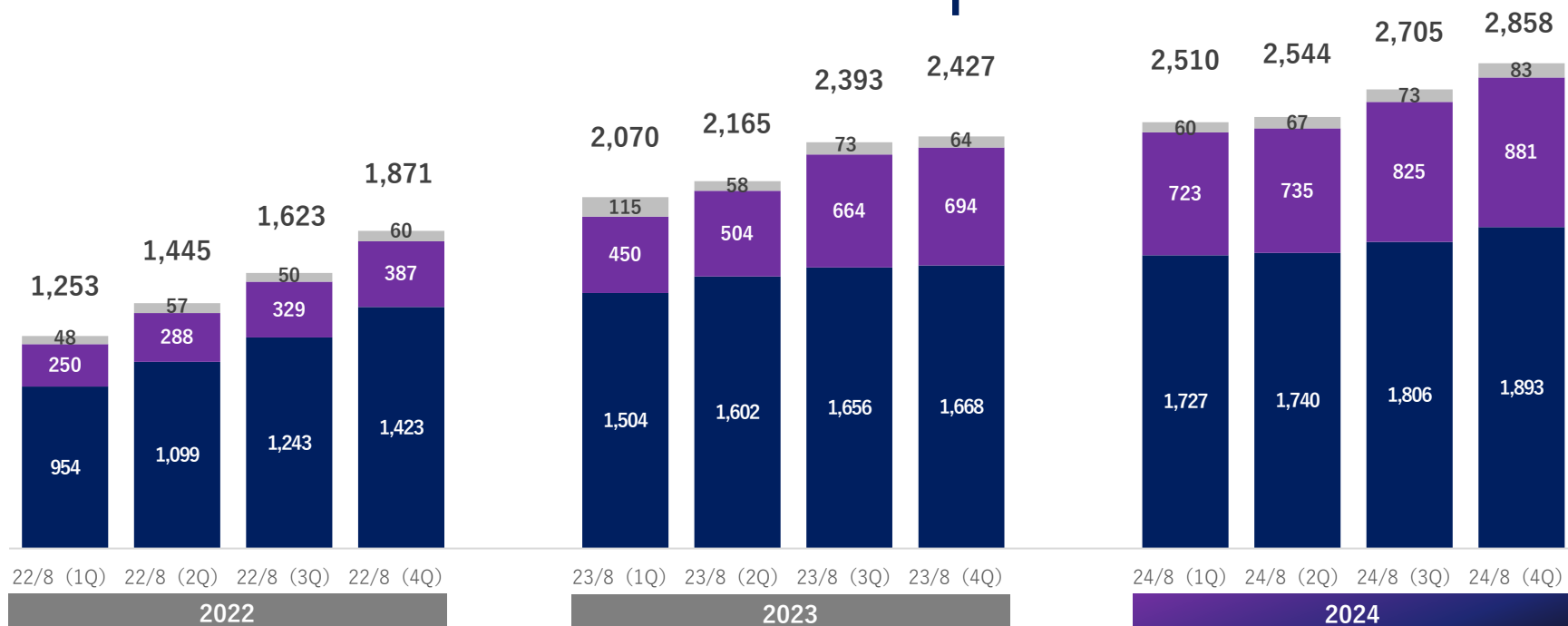
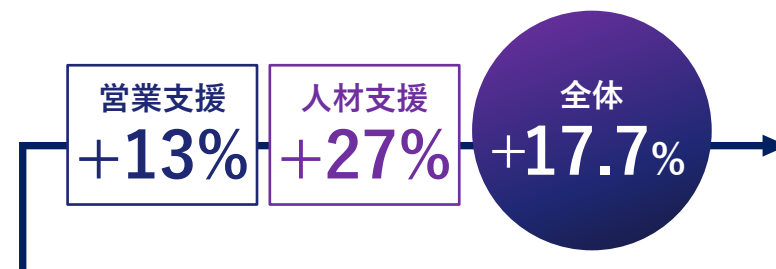
- 営業支援 824件 (24/8期 (3Q) 比： +6.5%)
- 人材支援 493件 (24/8期 (3Q) 比： +15.2%)

# 売上高 [第4四半期主要KPI推移]

- 売上高は、QoQで順調に増加し、継続的に成長を実現
- 人材支援が大きく伸長し、2つめの柱となるサービスへ

## 売上高 (百万円)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他

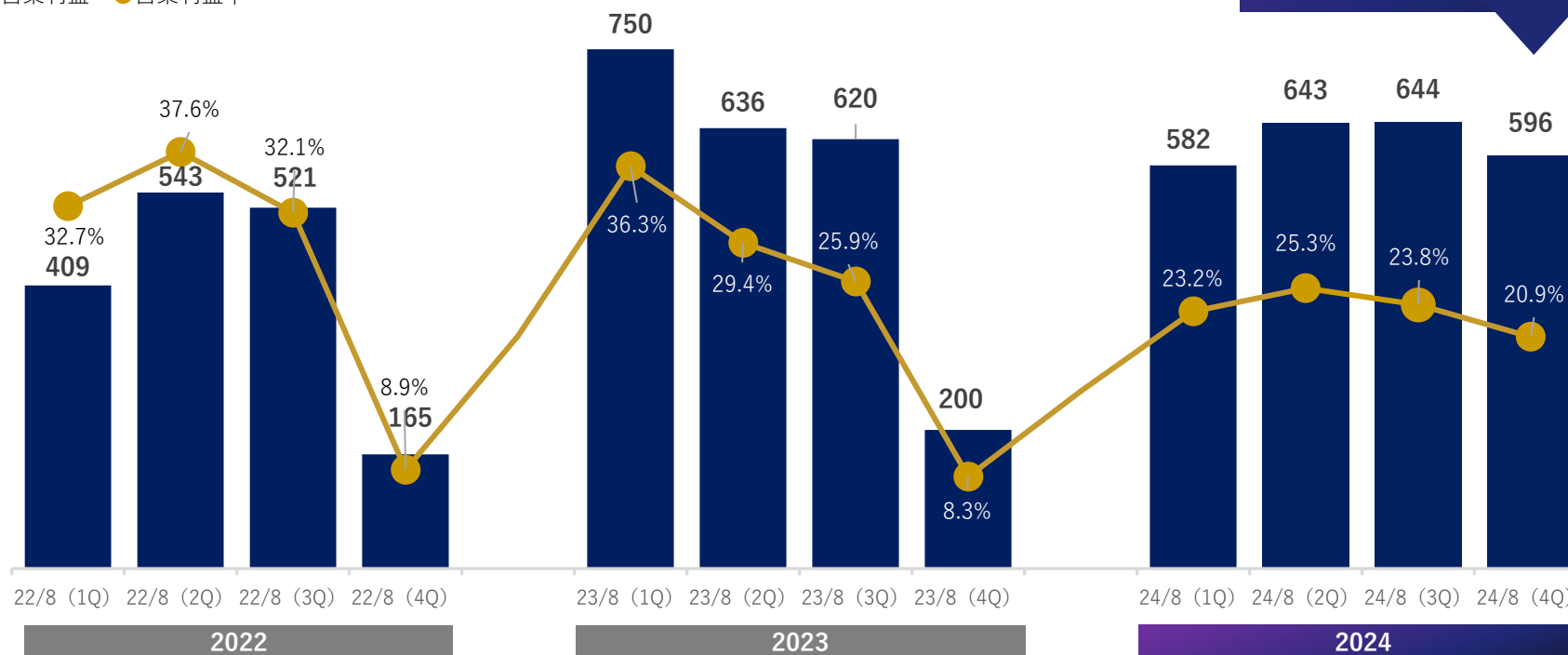


# 営業利益・営業利益率 [第4四半期主要KPI推移]

- 2024年8月期においては、第1四半期から戦略的に投資を実行しており、計画的なWebマーケティング等の広告宣伝投資、システム開発などの投資を実行することにより、四半期毎の利益推移の安定化を実現
- 第4四半期は他四半期と比較すると、投資額は増加しているものの、営業利益率20%超で着地

## 営業利益 (百万円)

■ 営業利益 ● 営業利益率



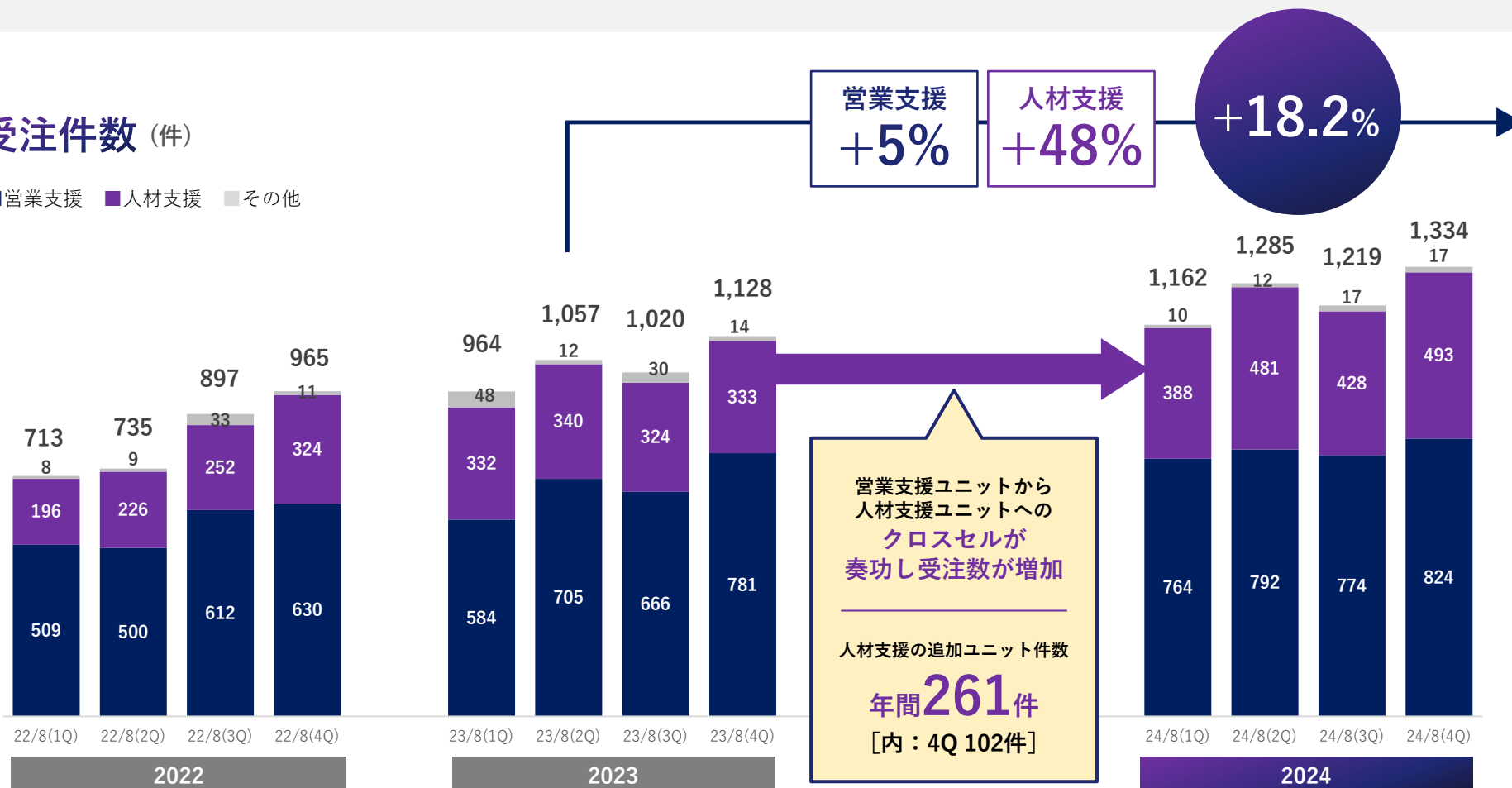
4Qに戦略投資は増加したものの、過去に比べて期初から戦略投資を実行し四半期毎の利益推移の安定化

# 全サービス受注件数 [第4四半期主要KPI推移]

- 前年同期比では、主要サービスで受注件数が大幅に増加
- 4Qにおいては、3Qの受注減への対策が奏功し、四半期ベースで過去最高の受注件数で着地
- 営業支援から人材支援へのユニット提案は4Qも引き続き順調

受注件数 (件)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他



※：受注件数の「その他」は、主にmeet in、管理支援、子会社のCXOバンク社主催のCXOサミットのスポンサー件数、マーケティング社のMarke Media Daysのスポンサー件数

# 連結損益計算書\_会計期間 [全体と過去対比]

- 受注件数の増加に伴い、売上高はQoQで約6%、YoYで約18%の成長
- 23/8期は、4Qに集中的に投資を実施したが、24/8期は4Qの比重はやや高いものの、1Qから戦略投資を実施
- その結果、営業利益は、QoQで微減するものの、4Qにおいても営業利益率は20%超を確保

(単位：百万円)

	2024/8期 第4Q	直前四半期 (2024/8期 3Q)		前年同期比 (2024/8期 4Q)	
		実績	増減率	実績	増減率
営業支援	1,893	1,806	+4.8%	1,668	+13.5%
人材支援	881	825	+6.8%	694	+26.9%
その他	83	73	+13.4%	64	+29.5%
売上高	<b>2,858</b>	<b>2,705</b>	<b>+5.7%</b>	<b>2,427</b>	<b>+17.7%</b>
売上原価	869	778	+11.7%	711	+22.2%
売上総利益	<b>1,989</b>	<b>1,926</b>	<b>+3.2%</b>	<b>1,716</b>	<b>+15.9%</b>
売上総利益率	69.6%	71.2%	△1.6%	70.7%	△1.1%
販売費及び一般管理費	1,392	1,281	+8.6%	1,515	△8.1%
販管費比率	48.7%	47.4%	+1.3%	62.4%	△13.7%
営業利益	<b>596</b>	<b>644</b>	<b>△7.5%</b>	<b>200</b>	<b>+197.0%</b>
営業利益率	20.9%	23.8%	△3.0%	8.3%	+12.6%
経常利益	592	643	△7.9%	205	+187.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	492	233	+110.8%	76	+543.2%

売上高はYoYで  
**約18%**の成長

## 戦略投資を実施

しているため、QoQではやや減少したものの、YoYでは大きく増加



# 原価・販管費率の構成割合比較(第4四半期会計期間)

- 売上原価率は、業務委託費比率、外注費（その他）が上昇したことにより、やや上昇
- 販管費においても、当期は戦略投資を期初から実施しているが、前期の年間水準で概ねコントロール
  - ✓ 人件費は、新入社員増加により人員数は増加しているものの、売上増加により人件費比率は低下
  - ✓ 4Qにおいては、Webマーケティング等を中心とした成長投資に積極的投資
  - ✓ 採用費は、採用効率が上がり低減

連結	2023/8月期		2024/8月期		差額	
	第4四半期 (参考：会計期間)	年間 (累計実績)	第3四半期 (会計期間)	第4四半期 (会計期間)	vs 第3四半期 (会計期間比較)	vs 23/8月期 (累計vs会計期間)
売上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
売上原価	<b>29.3%</b>	<b>26.5%</b>	<b>28.8%</b>	<b>30.4%</b>	<b>+1.6%</b>	<b>+3.9%</b>
業務委託費	24.0%	22.3%	23.8%	23.8%	+0.1%	+1.5%
その他	5.3%	4.2%	5.0%	6.6%	+1.6%	+2.3%
販管費及び一般管理費	<b>62.4%</b>	<b>49.1%</b>	<b>47.4%</b>	<b>48.7%</b>	<b>+1.3%</b>	<b>△0.4%</b>
人件費	23.8%	22.6%	21.4%	21.5%	+0.1%	△1.0%
採用費	3.0%	2.8%	1.6%	1.8%	+0.2%	△1.0%
広告宣伝費	8.1%	4.0%	3.9%	5.4%	+1.5%	+1.4%
支払手数料	6.1%	4.2%	4.4%	6.2%	+1.8%	+2.0%
地代家賃	3.2%	2.1%	2.3%	2.1%	△0.2%	0.0%
のれん償却費	2.1%	1.9%	2.1%	1.6%	△0.5%	△0.2%
通信費	3.1%	2.2%	2.5%	2.1%	△0.5%	△0.1%
その他	13.0%	9.3%	9.1%	7.9%	△1.2%	△1.4%
営業利益	<b>8.3%</b>	<b>24.4%</b>	<b>23.8%</b>	<b>20.9%</b>	<b>△3.5%</b>	<b>△3.5%</b>

クラウドワーカー活用推進  
及びインボイス制度開始に  
より

**業務委託費率は上昇**

開発・制作パートナーへの  
外注増により

**4Qではやや上昇**

人員数は増加したが  
売上増で人件費比率  
は前期比やや低下

採用効率が上がり、  
**総合的に**  
採用費用が低減

4Qにおいては  
**Webマーケティング**  
等の今後の成長に繋  
がる施策に積極投資

SECTION

3

2025年 8月期

通期 業績見通し

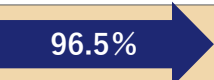

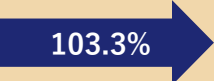


株式会社 アイドマ・ホールディングス

Aidma Holdings

# 2025年8月期 通期 業績見通し

- 営業支援、人材支援ともに、継続的に受注件数の増加、売上成長を見込む
- 営業利益率は、先行投資は2025年継続実施する予定であり、2024年8月期の実績値と同水準を見込む

		2024年8月期（当初予想）	2024年8月期（実績）	2025年8月期（業績予想）	2024年8月期 実績比
売上高	営業支援	7,480	7,168	8,370	+16.8%
	人材支援	3,170	3,164	3,970	+25.4%
	その他	350	285	660	+131.2%
	売上高合計	<b>11,000</b>	<b>10,618</b>  96.5%	<b>13,000</b>	<b>+22.4%</b>
営業利益		<b>2,400</b> (21.8%)	<b>2,468</b> (23.2%)  102.8%	<b>2,900</b> (22.3%)	<b>+17.5%</b>
経常利益		2,350 (21.4%)	2,468 (23.2%)	2,850 (21.9%)	+15.4%
親会社に帰属する 当期純利益		1,380 (12.5%)	<b>1,425</b> (13.4%)  103.3%	<b>1,650</b> (12.7%)	<b>+15.7%</b>
受注件数	営業支援	3,350件	3,154件	3,720件	+17.9%
	人材支援	1,700件	1,790件	2,150件	+20.1%

※：その他は、2025/8期に子会社化した株式会社コズレを含みます

# 業績報告まとめ

## 2024年8月期 第4四半期業績

営業支援の**商談数、受注率は回復**、将来成長に向けた先行投資も積極的に実施

- 売上高 2,858百万円（前四半期比：+5.7%）
- 営業利益 596百万円（前四半期比：△7.5%）
- 営業支援受注件数 824件（前四半期比：+6.4%）

## 2024年8月期 通期業績

24/8月期比で売上高、営業利益ともに10%超の成長を実施

- 売上高 10,618百万円（24/8期比：+17.2%）
- 営業利益 2,468百万円（24/8期比：+11.7%）

## 2025年8月期 業績見通し

24/8月期比で売上高、営業利益ともに前年比**20%増**を見込む

- 売上高 13,000百万円（24/8期比：+22.4%）
- 営業利益 2,900百万円（23/8期比：+17.5%）

SECTION

4

2025年 8月期

成長戦略



株式会社 アイドマ・ホールディングス

Aidma Holdings

# 3つの成長戦略

サービス全般の受注件数の増加を起点とし、サービスの価値の強化やM&Aによるシナジーの最大化を行う

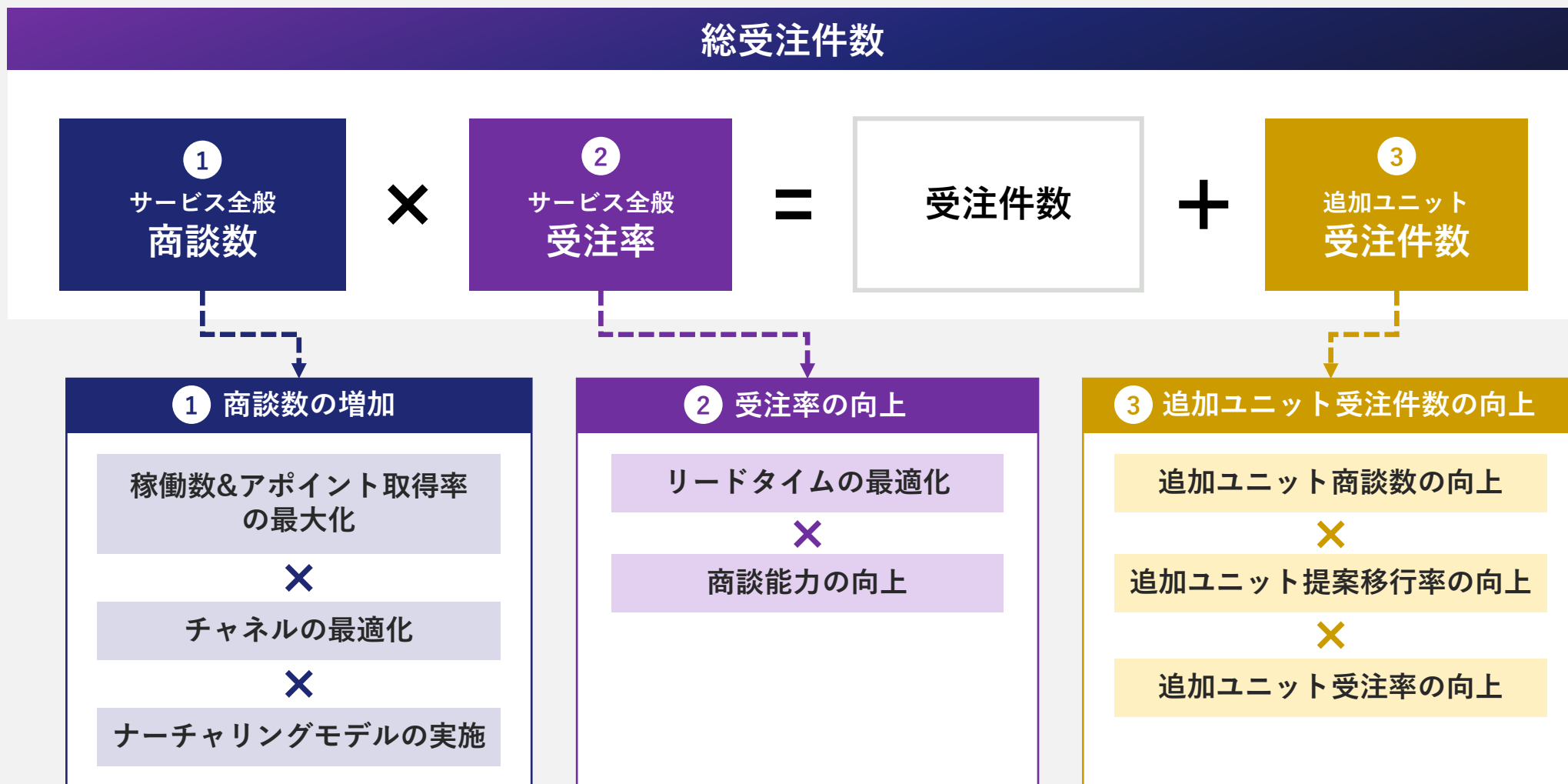
		取り組み事項		詳細
1	サービス全般の 受注件数の増加	①商談数の増加	稼働数& アポイント取得率の最大化	稼働数とアポイント取得率を最大化させる施策を実施
			チャンネルのコスト最適化	費用対効果の高いチャンネルを算出し、最適なアプローチを実施
		②受注率の向上	ナーチャリングモデルの実施	リードに対しそれぞれのステップで適切なアプローチをとり、顧客ニーズを高める動きをさらに細かく仕組み化し強化していく
			リードタイムの最適化× 商談能力の向上	リードタイムを最適化するために、商談能力と提案能力を向上させる施策を実施
		③追加ユニット受注件数の増加	追加ユニット商談数の増加	受注をいただいた顧客から追加ユニットの商談機会を最大化する取り組みを実施
			追加ユニット提案移行率の増加	追加ユニットの商談から企業の課題やニーズを掴み、複数の業務支援ユニットの提案に移行する率を向上させていく
追加ユニット受注率の増加	提案からの受注率を最大化し、追加ユニットの受注件数を引き上げる			
2	サービス全般の 付加価値強化	「ユニット型業務支援事業」導入後の出口の強化		ユニットの価値として、「安い」、「早い」、「残る」の出口をあらゆる側面で提供していく
3	M&Aでの 戦略的成長	M&Aマトリックスの構築とPMIの仕組み化		M&Aにて企業を選定する際の方針をマトリックスとして構築し、明確にすることで仕組み化し、再現性を高める
		PMI専門の組織立ち上げ		M&A後に高い能力を有する経営層をコンサルタントとして紹介する組織を立ち上げ、自社以外のM&Aも支援していく

1

サービス全般の  
受注件数の増加

# 受注件数向上の方程式

受注件数の増加を下記の計算式で定義し、各項目の向上をはかる。



1

サービス全般の  
受注件数の増加

① 商談数の増加

# 稼働数の増加&アポイント取得率の最大化

稼働数の増加とアポイント取得率の向上を下記の計算式で定義し、それぞれの項目を最大化し商談数を増加させる

## クラウドワーカーの 稼働数の増加

クラウドワーカーの  
稼働時間を  
計画に合わせ増加



クラウドワーカーの  
1時間あたりの  
稼働量を増加



### 活動数の増加

募集を強化し活動ボリュームを増加させる

### オートコール機能 バージョンアップ

高速で次の企業に電話をかけられるように機能増強

### 離職率の低減

キャリア面談や離職探知の仕組みをつくり離職率を低減させる

### システムの利用 トレーニング

システムを効率良く利用できるためのトレーニングを実施し、時間当たり生産性を向上させる

## アポイント取得率

クラウドワーカーの  
能力向上



リストの整理

### 業界別 専任チームを構築

商品・商材の提案品質を向上

#### 構築チーム例（一部）

- 建設・建築業界
- 製造・工場業界
- IT・Web業界 など

### 継続的な研修の実施

様々なシーンに合わせた切り返しのレクチャーや事例の勉強などを実施し、パフォーマンスを向上させる

### リスト電話番号の 死活調査機能の開発

使われていない電話番号を洗い出し無駄な架電を減らす

### ニーズタグと インテントタグを 活用した 取得率の高い リストの構築

ニーズや関心、興味がある可能性の高いリストを作成



受注  
件数の  
増加



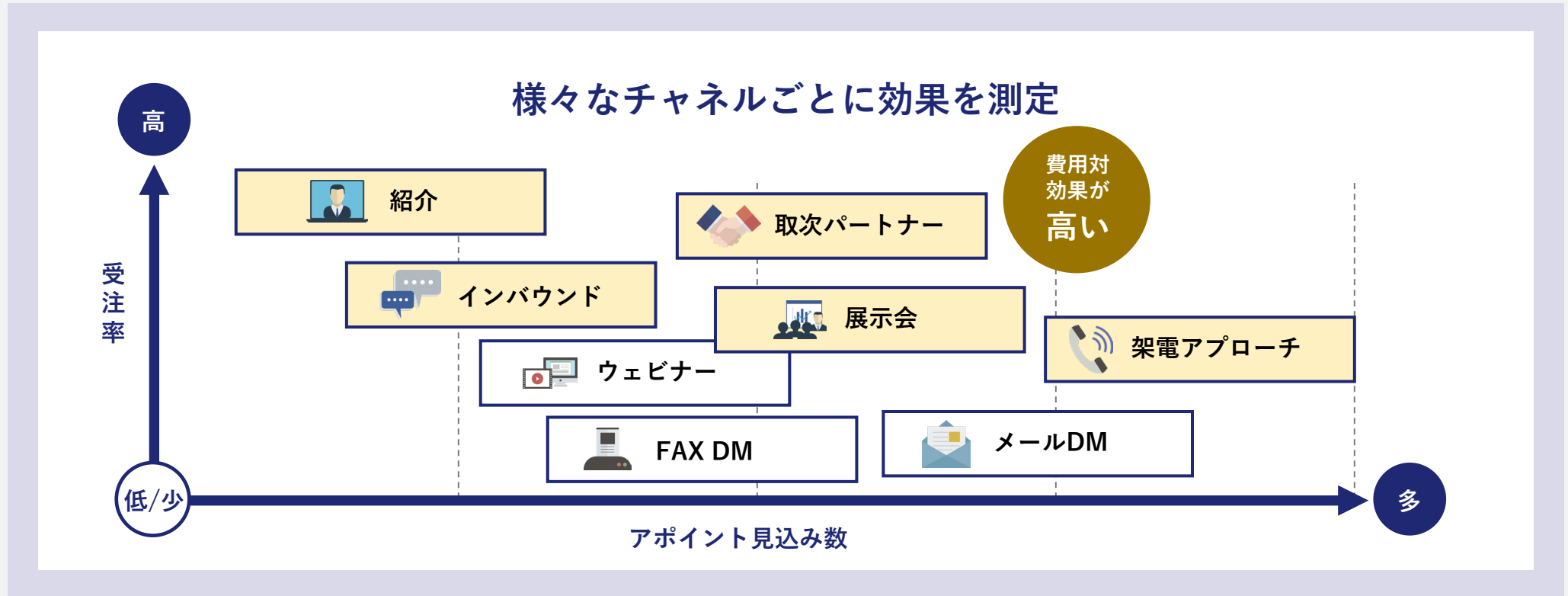
1

サービス全般の  
受注件数の増加

① 商談数の増加

# チャネルの最適化

受注率とアポイント見込み数の高いチャネルをミックスしながら、最適なアプローチを行っていく



受注率×アポイント見込み数の定義からチャネルを選定し、  
効果の高いチャネルに経営資源を投下し、ROIを最大化する。

1

サービス全般の  
受注件数の増加

2 受注率の向上

# ナーチャリングモデルの実施

リードに対し各ステップで適切なアプローチを実施し、顧客ニーズや印象を上げていき、商談からの受注率向上を図る

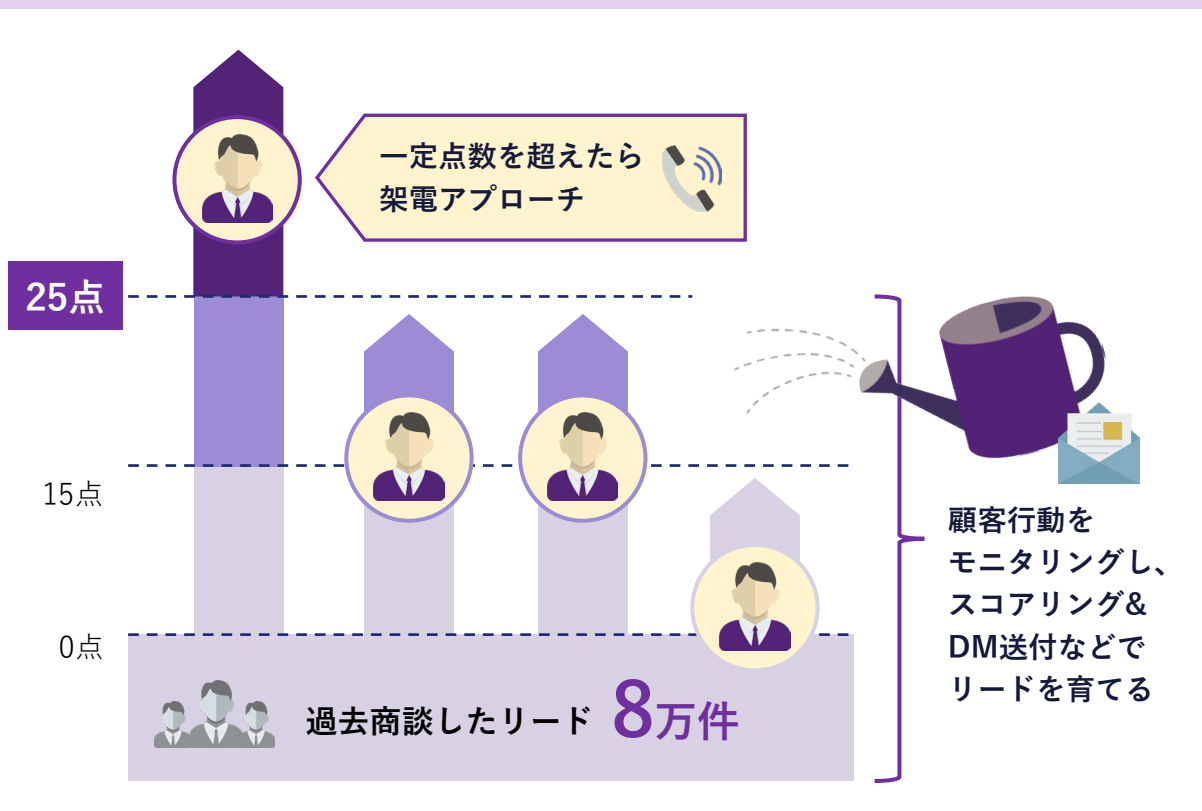
## 顧客の状況

印象スコアやニーズスコアなどの概念を点数化



スコア合計 **21点**

印象スコア	顧客行動	5点
	売上拡大	5点
ニーズスコア	コスト削減	5点
	組織強化	2点
	人員採用	4点



一定の点数以上のリードから受注を半自動でできるような仕組みを構築

1

サービス全般の  
受注件数の増加

2 受注率の向上

# リードタイムの最適化

リードタイムを最適化するために、商談能力と提案能力を向上させる施策を実施。

■ 商談結果を分析したところ「リードタイム」が短い方が、受注率が高いことが判明



		商談からの提案		
		短	中	長
提案からクロージング	短	高	高	中
	中	高	中	低
	長	中	低	低

■ リードタイムを短縮するためには、商談能力と提案能力の向上が必要



■ 商談能力を上げる仕組みを構築し、受注率の向上を図る

「商談能力の定義とテスト」を作成し、能力向上のPDCAサイクルを回す

チェック項目		
○	身だしなみ	外見にマイナスがない
×	テクニック	話すスピード
○	仮説構築力	ヒアリングに対する適切な提案
...	...	...

1

サービス全般の  
受注件数の増加

③ 追加ユニット受注件数の増加

## 「ユニット型業務支援事業」受注件数の増加

追加ユニットの受注件数の増加の方程式を定義し、各項目で成果が上がるように施策を展開していく

### 追加ユニット受注件数を増やす方程式



#### ① 商談数の向上

商談機会の定義

×

効果的な商談打診方法の実施

×

商談打診数の管理

#### ② 提案移行率の向上

マニュアルの整備

×

課題に対する  
ソリューション能力の向上

#### ③ 受注率の向上

ユニット知識の取得

×


受注率向上につながる  
ツールやWebサイトの整備

2

サービス全般の  
付加価値強化

# 「ユニット型業務支援事業」導入後の出口の強化

ユニットの価値として、「安く」、「早く」、ノウハウを「残し」、その後の導入後の出口を提供していく。

 Crowd **UNIT** 様々なユニットサービスで業務を支援しながらワークフローとマニュアルを構築

## 3つの出口から選択

### 外注型



そのままユニットを  
活用できるパターン

引き続き、ユニットサービスを利用して業務  
の生産性を向上させる。



マネジメントは任せて  
実行だけ内製するパターン

ユニット活用で仕組み化した業務フローをも  
とに、マネジメントだけ外注して運用。

### 内製型



自分達でマネジメントから  
全て内製するパターン

ユニット活用で仕組み化した業務フローをも  
とに、社内でマネジメントから運用まで実行。

## + さらに



メンバーズを  
全ユニットに  
デフォルトで実装



全顧客に  
ワーカー活用プラットフォームを  
無償提供



マネジメント  
ワーカーを  
実費で活用

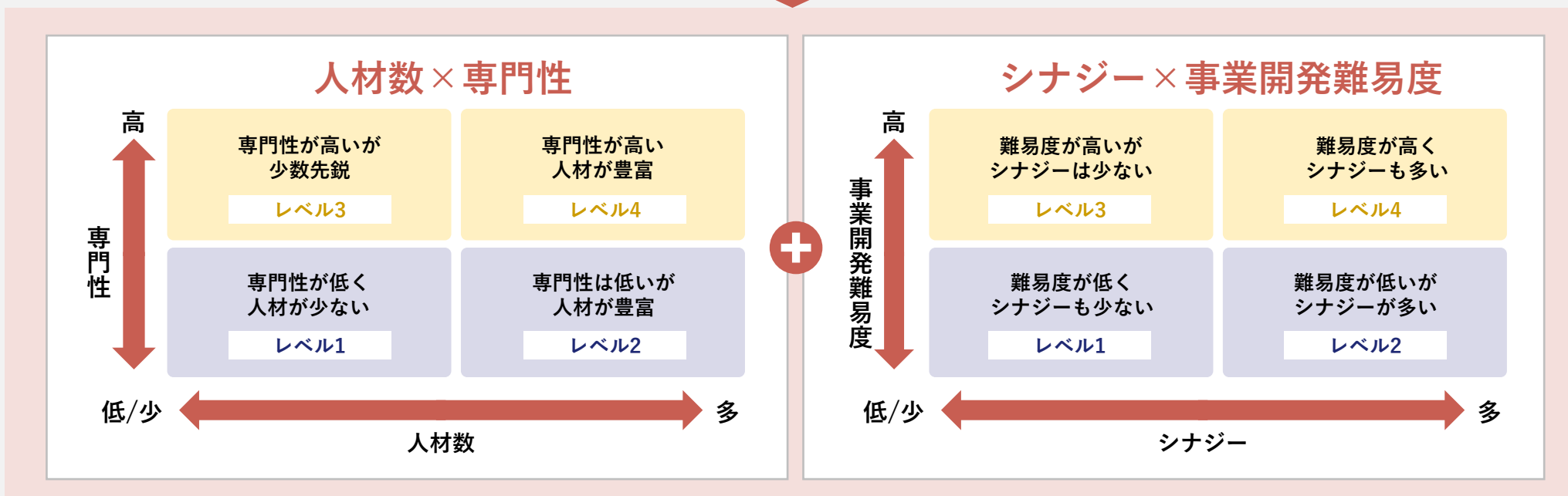
3

M&Aでの  
戦略的成長

# M&Aの方針の明確化

M&Aにて企業を選定する際の方針を明確にし、意思決定のレベルを上げていく。

事業戦略に合致しているかを幾つかの指標で把握



一定のレベルをクリアしていることを条件に買収の判断を実施

指標自体を継続的に見直し、効率的、効果的にM&Aが出来る仕組みを構築

3

M&Aでの  
戦略的成長

# PMI専門の組織立ち上げ

M&Aを行った企業に対して、「営業支援」「人材支援」を行い、M&Aによるシナジーを最大化させていく。

## 今期取り組み

**NEW**

### PMI専門チーム 「ファイブスターチーム」

**マネジメントチーム**

- S : セールス
- C : コーポレート
- T : テクノロジー
- HR : 人材
- B : 事業開発

**作業実行チーム**

クラウドワーカー

営業支援	人材支援
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 営業戦略のプランニング</li> <li>■ 営業組織の構築</li> <li>■ 営業戦略実行 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業務の棚卸し</li> <li>■ 組織図の提案</li> <li>■ クラウドワーカー採用 など</li> </ul>

PMI支援

アイドマで  
M&Aした  
企業

PMI支援

M&Aを実施する会社を  
PMI専門チームが支援

- 業務支援
- 売上向上支援
- クラウドワーカー活用支援など

## 将来的に

M&Aを  
する企業



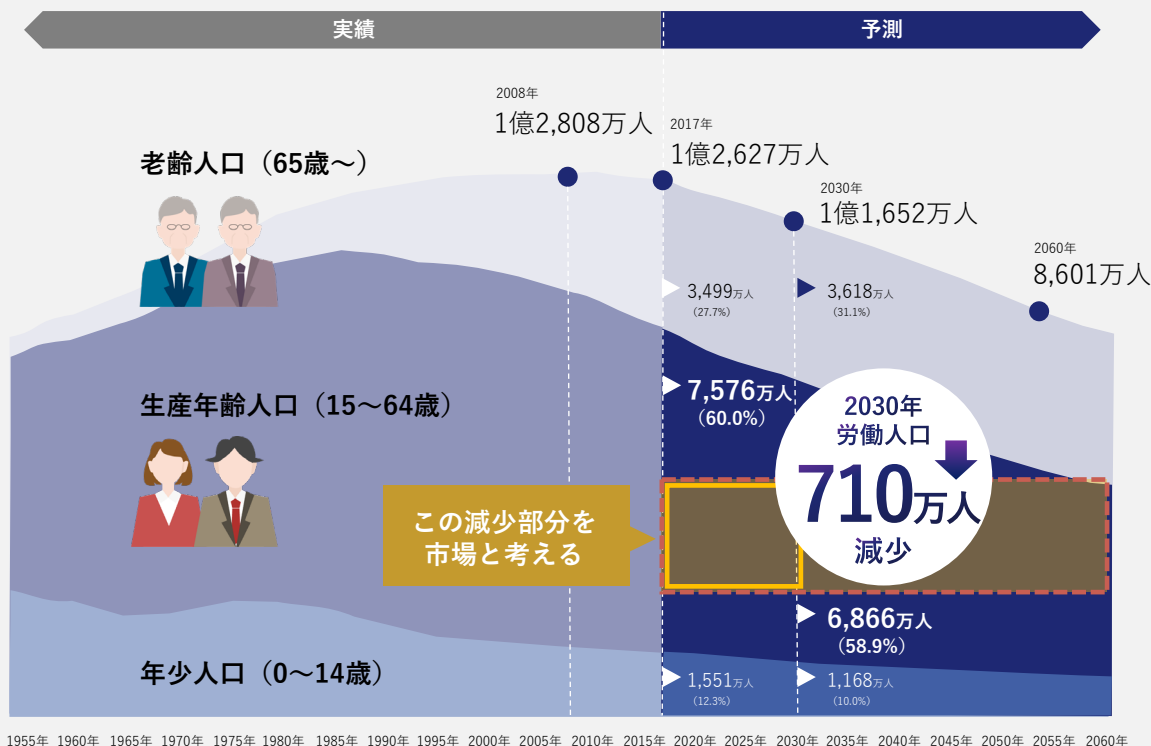
# 経営戦略

## STRATEGY 戦略

### 人口減少を成長の機会に

少子高齢化によって、労働人口の減少が顕著に。  
 このような市場の流れをプラスに捉え、人口減少を成長の機会にし、  
 少子高齢化、人口減少に直面する、  
 多くの国や企業に貢献していくことを経営戦略の骨子としています。

将来推計人口



1955年 1960年 1965年 1970年 1975年 1980年 1985年 1990年 1995年 2000年 2005年 2010年 2015年 2020年 2025年 2030年 2035年 2040年 2045年 2050年 2055年 2060年

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2017）」

#### 労働人口減少によって、必然的に伸びていく業務支援とDXのニーズ

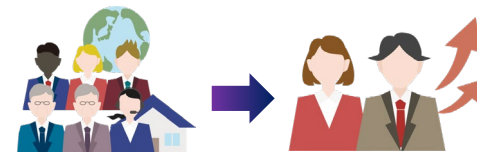
##### 従来の成長戦略

人員を増やして成長していく

労働人口が減る事により  
従来の人を増やして成長することが困難に

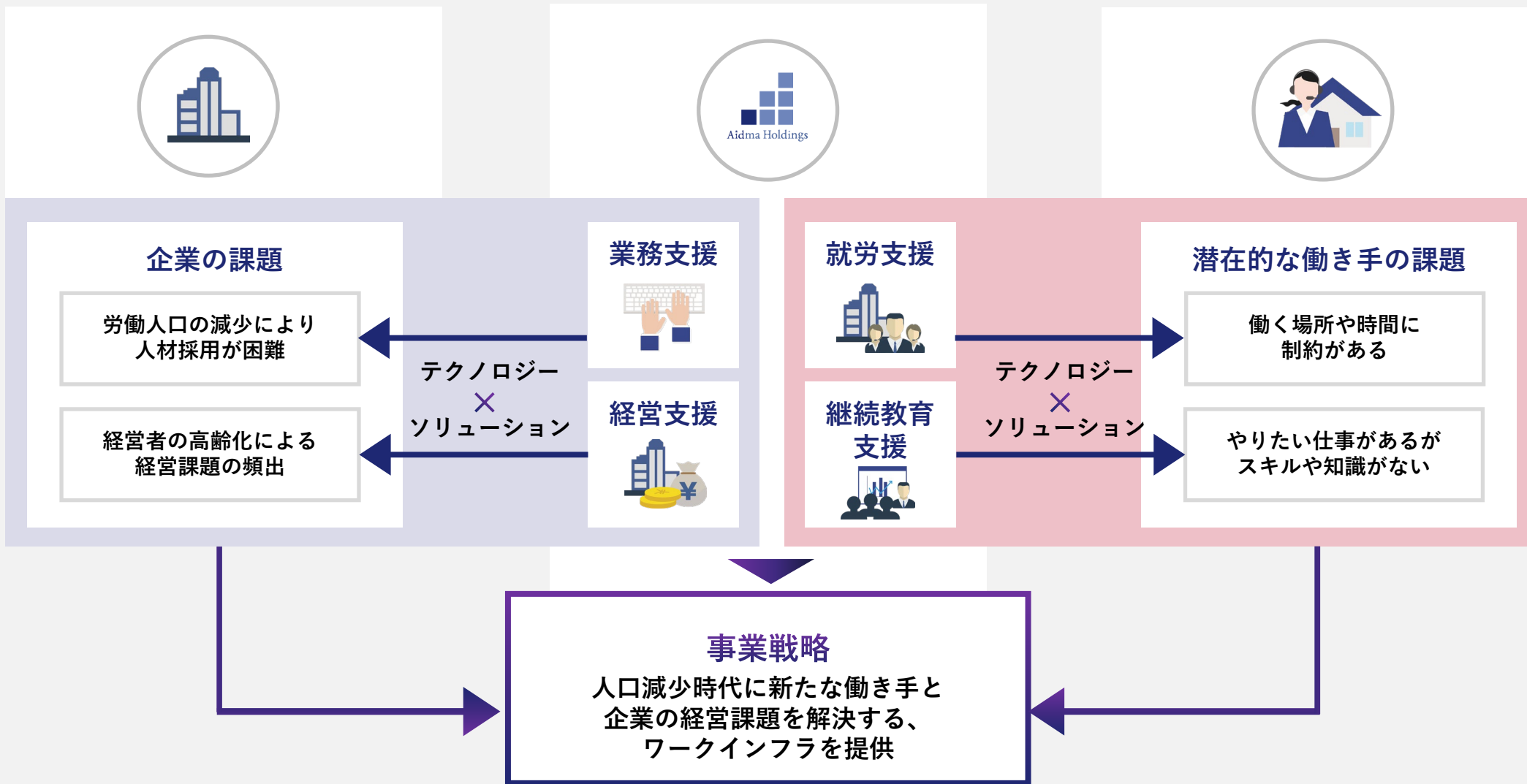
##### これからの成長戦略

自社以外の外部の労働力と  
テクノロジーを活用して  
生産性を上げる必要がある





# 今後の事業展開



人口減少を成長の機会に

SECTION

5-1

参考資料：

会社概要



# 会社概要

## PHILOSOPHY

経営理念

すべての人の夢の実現に貢献する

## VISION

ビジョン

世界の可能性を広げる

## 会社概要

商号 株式会社アイドマ・ホールディングス

設立 2008年12月

代表者 代表取締役社長 三浦 陽平

本社所在地 東京都品川区上大崎2丁目13-30  
oak meguro 5F

資本金 1,075百万円(2024年8月末現在)

従業員数 **正社員:321名** 2024年8月末現在 (連結ベース)  
業務委託:3,335名 2024年8月末現在 (当社単体)

証券コード 7373

 Sales Platform

 Sales Crowd

ママワークス  
 mama works

 ReWorks for worker

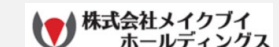
 CXO works

 meet in

 CXOパートナー

 マーケティングメディア

 Addrust

 株式会社メイクパイ  
ホールディングス

# サービス別売上高構成比

当社はワーク・イノベーション事業の単一セグメントからなり、  
3つの主なサービスで構成されている

## 営業支援

サービス※1

売上比率 ※4

68%



## 人材支援

サービス※2

売上比率（単独） ※4,5

30%



## その他

サービス※3

売上比率（単独） ※4,5

3%



マーケメディア

**Point** 人口減少の時代における中小企業の経営を、営業、人材、業務の観点から総合的に支援

※1：中小企業を中心に新規開拓営業の支援を、営業DXツール、クラウドワーカーを活用したアウトソーシング、コンサルティングの3つの軸を活用し総合的に実施するサービス

※2：クラウドワークに特化した求人サイトを運営。クラウドワーカーを活用した業務の実現を支援するため運用フロー構築のコンサルティングを実施

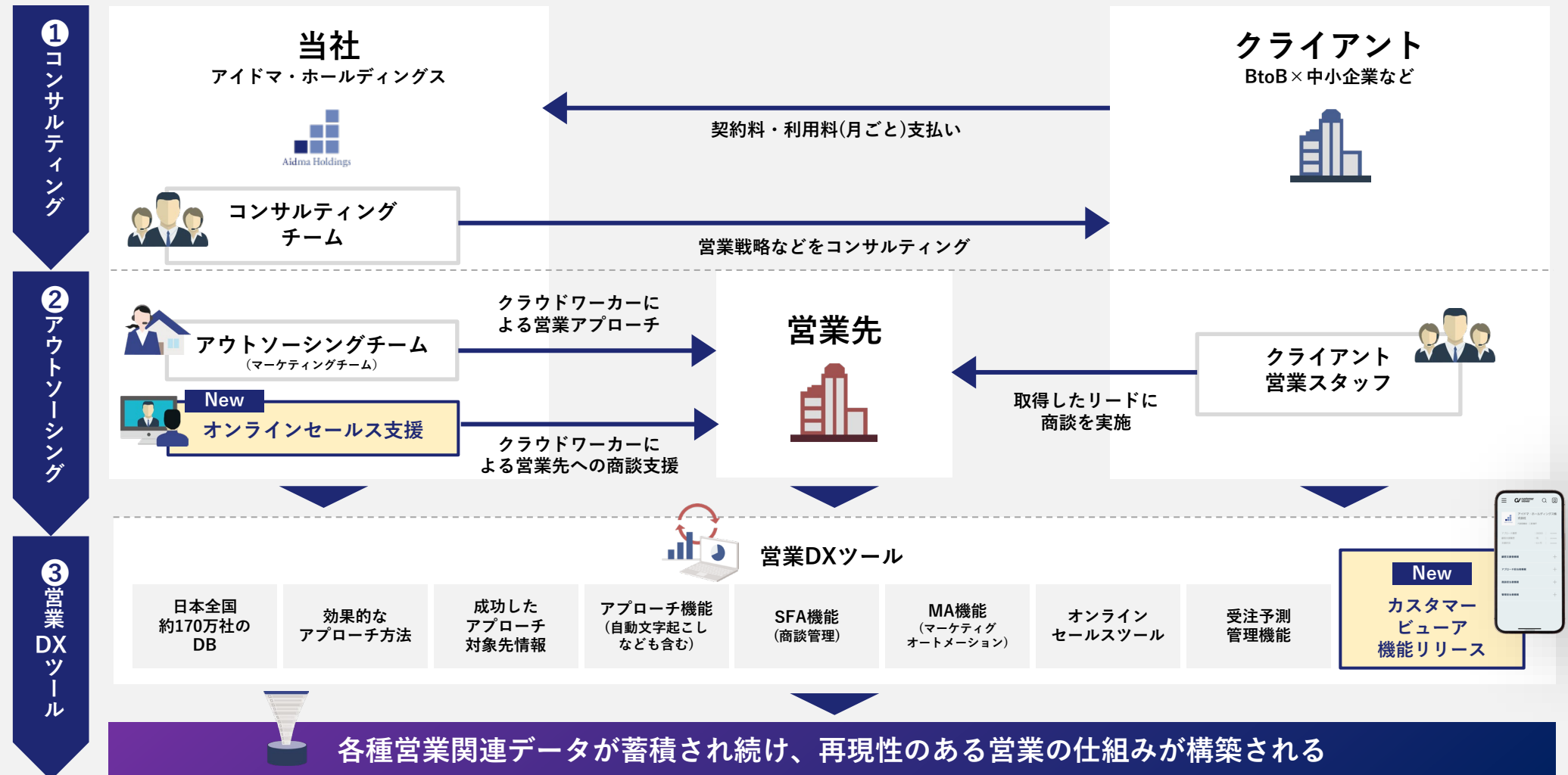
※3：インターネット環境のあるデバイスを活用し、オンライン上で対面で相手先とコミュニケーションを取る事が出来るオンラインMTGツール（meet int）等

※4：売上比率は2024年8月期

※5：営業支援サービス提供時に、人材支援サービスのママワーク스에登録しているクラウドワーカーの活用、その他サービスのmeet inを活用しているが、営業支援サービスとして集計している

# 営業支援事業 概要

クライアントにコンサルティング・アウトソーシング・営業DXツールをパッケージで提供



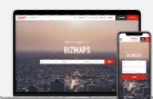
# 営業DXツール『セールスクラウド』

自社開発の営業DXツールを活用し、顧客の営業活動を一気通貫で対応

<p><b>①</b> リスト作成機能</p>  <p>国内最大級の法人データベース</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リストダウンロード機能</li> <li>・市場規模確認機能</li> <li>・Web閲覧企業自動リスト化</li> </ul>	<p><b>②</b> 自動アプローチ機能</p>  <p>マルチチャネルアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電話</li> <li>・FAX</li> <li>・メール</li> <li>・DM</li> <li>・フォーム</li> <li>・手紙</li> </ul>	<p><b>③</b> 自動分析機能</p>  <p>リアルタイムで結果分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アプローチ結果分析</li> <li>・時間帯別分析</li> <li>・曜日別分析</li> <li>・担当者別分析</li> <li>・アポイントコスト算出</li> </ul>	<p><b>④</b> SFA</p>  <p>リード情報の一元管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談履歴の管理</li> <li>・架電履歴の管理</li> <li>・自動文字起こし機能</li> <li>・受注率の算出</li> </ul>	<p><b>⑤</b> マーケティングオートメーション</p>  <p>自動でリードナーチャリング</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自動メルマガ機能</li> <li>・シナリオ作成機能</li> <li>・Web閲覧状況追跡機能</li> <li>・添付資料閲覧報告</li> </ul>	<p><b>⑥</b> リモート商談機能</p>  <p>生産性劇的向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビデオ通話</li> <li>・資料共有</li> <li>・画面共有</li> <li>・録画機能</li> </ul>
---	--	--	---	--	---

**BIZMAPS** ※1

ビズマップ



登録企業数170万社以上

国内最大級の企業検索サービス

**SalesCrowd**

セールスクラウド



アプローチから結果分析まで一元管理

クラウド型営業支援システム

子会社設立 ※2021年9月30日



既存顧客へのアップセル  
継続的利用価値のある  
ストック型(SaaS)ビジネスモデルの確立

LTV、客単価の向上  
新たな対象先開拓の実現

**meet in**

ミーティン



URLで簡単接続

オンラインコミュニケーションツール

当社はワンストップで提供

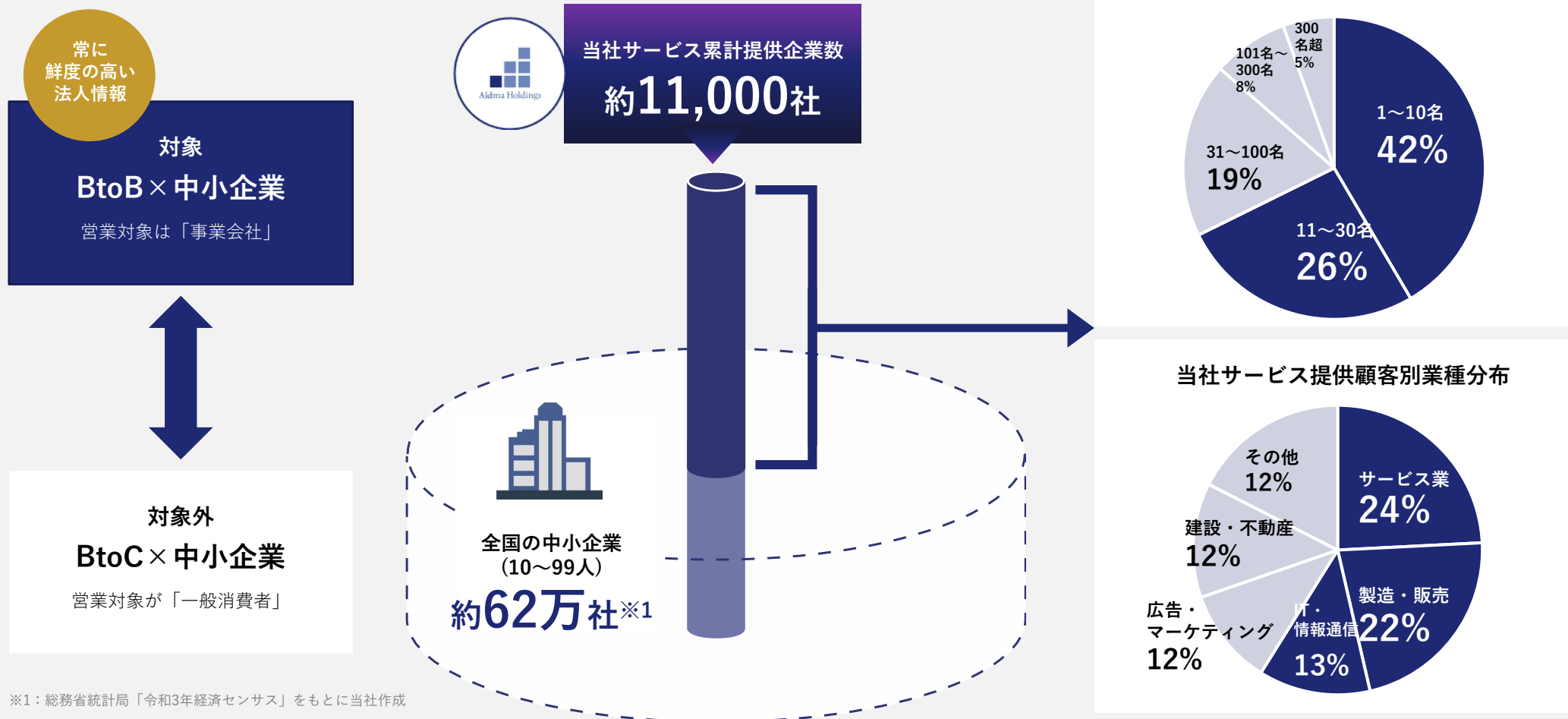
※1：企業ホームページの会社概要を閲覧し、「社名」「住所」「電話番号」「事業内容の要約」「売上データ」等を定期的に更新し、当社が独自に作成している法人データベース

# セールスプラットフォーム事業の顧客分布

顧客基盤は中小企業が中心

全国の中小企業数は非常に多く※1巨大な市場であるため、今後も継続的に成長が見込める

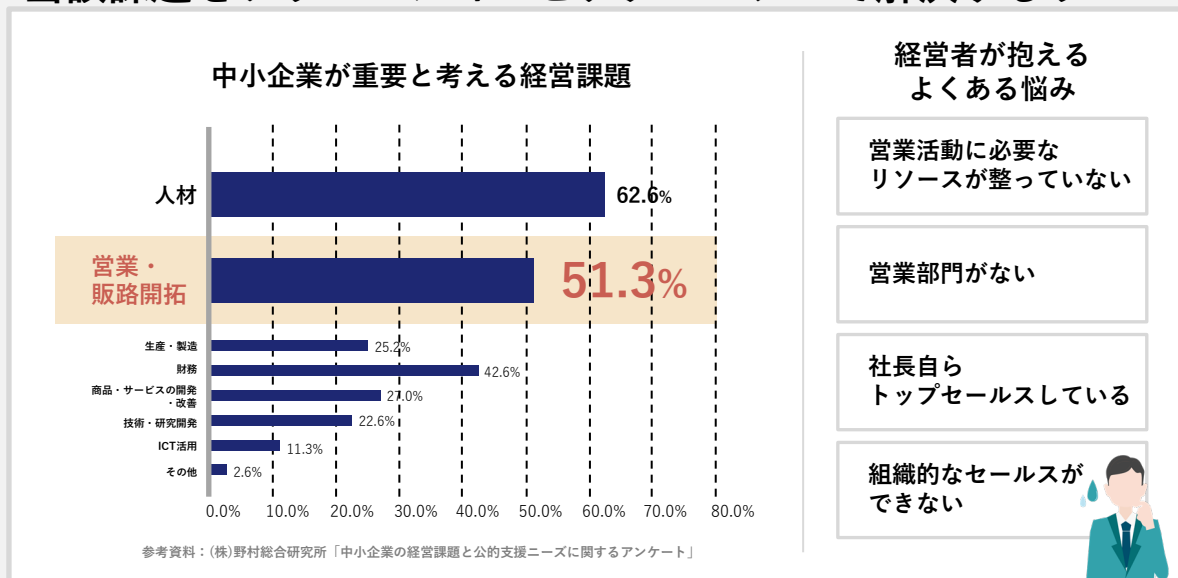
更に業種には偏りがなく、あらゆる業界にサービスを提供が可能



# セールスプラットフォームの成長性

中小企業の経営課題のうち、営業・販路開拓に占める割合は非常に大きい

当該課題をソリューションとテクノロジーで解決するサービスは継続的に成長することが見込まれる



経営者が抱えるよくある悩み

営業活動に必要なリソースが整っていない

営業部門がない

社長自らトップセールスしている

組織的なセールスができない



非常に大きな課題感(市場)

Sales Platform

顧客企業の営業活動に必要な「人×テクノロジー」で課題を解決



ツール



営業プラン



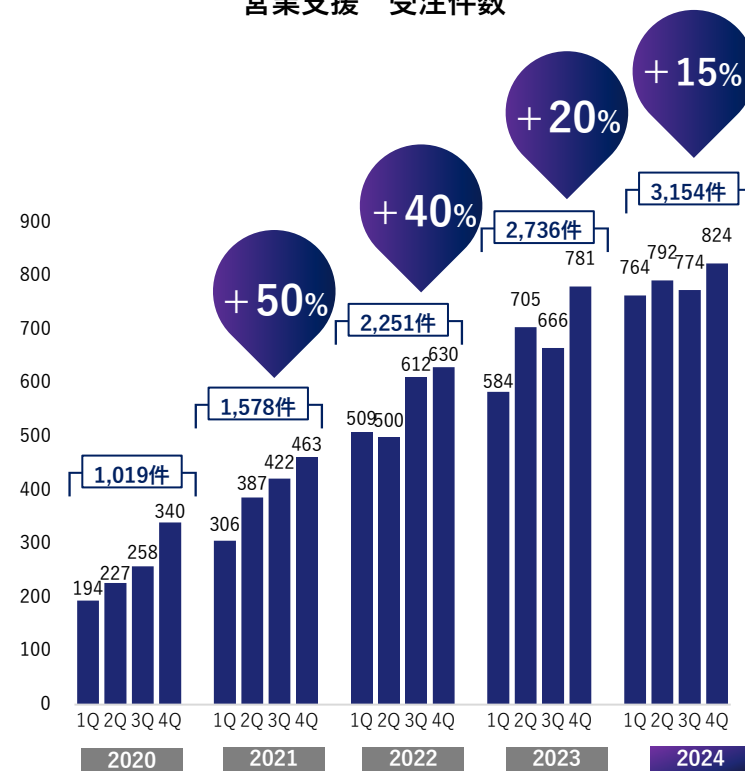
人

=



[費用感]  
営業人員 約1名分

営業支援 受注件数



4Qは過去最高の受注件数に



人材支援サービス

# 『ママワークス』を主軸としたクラウドワーカー活用サービス

在宅で働きたい人と、人手不足の企業をつなげる、「クラウドワーク」に特化した「人材支援サービス」



※1：正社員の生産性をあげる（正社員でないとできない仕事に集中できる環境を構築する）ことを目的に導入する例が多数

※2：2019.8期と2023.8期の比較

人材支援サービス

累計会員数合計  
**11万人超**

# フルリモート求人メディア『リワークス』

2021年第4四半期に本格展開。リリース開始から約1年で一大求人メディアに成長



**ReWorks** for worker

フルリモートでの就労未経験者向けのトレーニング、転職相談など内定まですべてサポートする求人メディア

未経験者への無料オンラインスクール	リワークス会員向けに未経験者を対象にしたビジネス専門のオンラインスクールを無料で開催。
未経験者向けに報酬支払型研修の実施	リワークス会員向けに報酬支払型の研修プログラムを提供。完全在宅で報酬をもらいながらビジネス研修を受けることが可能。
履歴書・職務経歴書自動作成機能	手間のかかる、履歴書や職務経歴書をテクノロジーを用いて、自動で作成することが可能。
リワークスを活用したエンジニア採用が奏功	リワークスを活用したエンジニア採用を本格的に稼働させ、40名を超えるスタッフに業務委託。

事務や経理、デザイナー、エンジニアなど幅広いワーカーが探せます！



営業



データ入力



人事・総務



経理



広報



デザイナー



エンジニア



その他

## 今後の展開

サービス開始から約1年で  
会員数は約**11万人**に！

## リブランディングを実施

リモートワークの  
「**正社員**」求人だけに特化

業務委託やアルバイトの求人は扱わず  
フルリモートで働ける【**正社員**】  
求人に完全特化して情報を掲載



自社のリモート正社員も採用予定

2021年に本格オープンした「ReWorks」

今後はフルリモートで働ける「**正社員**」求人に特化した求人サイトとしての地位を築く

人材支援サービス

# フルリモート副業求人メディア『CXOワークス』

空いた時間にフルリモートで副業。経営者の右腕として、キャリアアップができる求人サイトをリリース

企業・個人ともに副業ニーズが高まる傾向



企業


- ・副業禁止理由の開示要請
- ・人手不足



個人

- ・賃金の低下
- ・キャリアアップ

「副業」をサポートする求人メディアを立ち上げ、副業層を開拓



## CXO works

フルリモート	ハイスペック人材
審査制による独自の求人	幅広い職種
副業未経験者も安心	自由な雇用形態

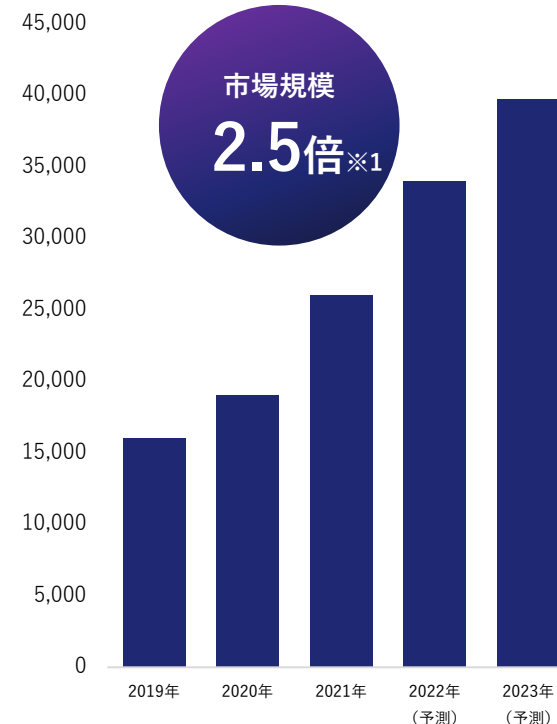
ローンチ  
約2年で

副業希望人材登録数  
**約10,000人**

部長以上の役職  
**約30%**

副業プラットフォーム（4分野計）の市場規模推移

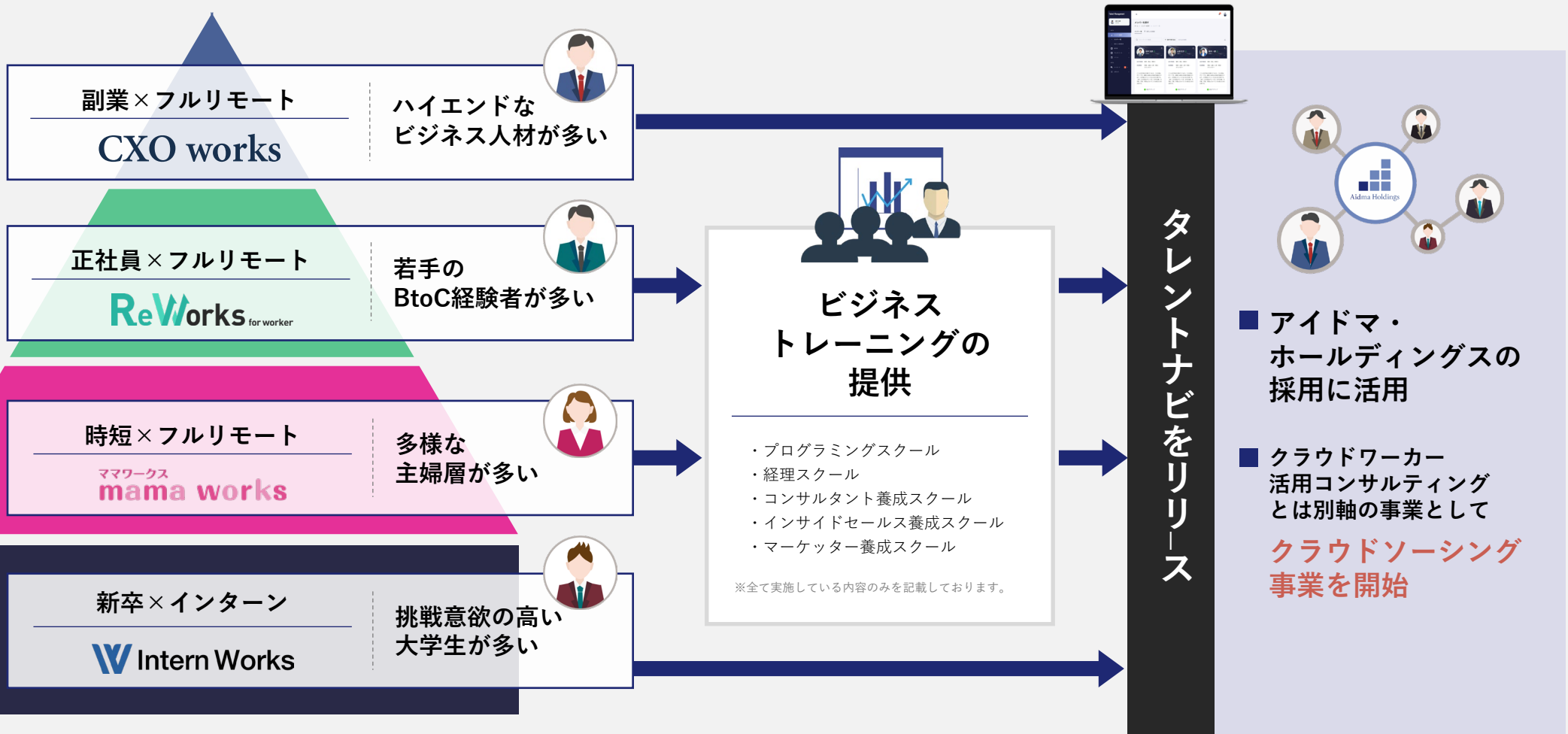
(単位：百万円)



参考：(株)矢野経済研究所「副業支援プラットフォーム市場に関する調査」  
※1:2019年から2023年の予測

# 各求人メディアと今後の展開




多種多様な人材を、求人メディアだけではなく、タレントナビを開発、活用し、自社での採用とクライアント企業へのクラウドソーシング事業としての展開を予定



各種サービス

# それぞれのサービスの顧客価値

単純なSaaSサービスとは違い、テクノロジー×ソリューションで顧客価値の最大化を実現

		Before	After
 営業支援	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優秀な営業人員を採用することができない</li> <li>・営業の仕組み自体がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業人員を雇わず、戦略立案から実行までを依頼可能</li> <li>・テストマーケティングを実施し、再現性のある仕組みを納品</li> </ul>
	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・非効率な営業をしていて利益が出ない</li> <li>・色々なDXツールを入れたが、結局使えない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・営業プロセスを自動化し、効果を最大化することが可能</li> <li>・リスト作成から顧客管理までをワンストップで対応可能</li> </ul>
 人材支援	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材が採用できない</li> <li>・自社の人件費が高くなってきている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界中の優秀なクラウドワーカーを場所を問わず採用可能</li> <li>・地代家賃や側面経費がかからず、人件費の最適化が可能</li> </ul>
	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クラウドワーカーの採用、管理方法が分からない</li> <li>・どのような業務を効率化できるのかが分からない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約、業務管理、タスク指示などを一元管理できるツールを提供</li> <li>・業務棚卸を実施し、半自動で業務効率化が可能</li> </ul>
 その他 (業務支援)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全ての商談に訪問して営業している</li> <li>・全ての打合せに訪問している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移動時間の削減、効率化が可能</li> <li>・文字起こし、議事録機能、電子契約機能で訪問よりも効率化</li> </ul>
	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンラインで営業をしているが成果が落ちている</li> <li>・年齢層が高くオンラインツールの使い方が難しい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モニタリングツール、同席モードで品質向上</li> <li>・URL発行で即時通信、スマホもアプリDL不要、簡単に利用可能</li> </ul>

# ESG・CSRの取り組み

「すべての人が夢を実現できる社会」に貢献  
「すべての人の夢の実現に貢献する」という経営理念のもと、夢を実現したい人が、  
場所や時間、そして環境などで実現を妨げられる様々な制約をなくしていく



在宅ワーク求人サイト  
「ママワークス」で

**完全無料の  
求人ライター講座開講**



クラウドワーカーに特化し、  
人材研修・検定や資格認定制度の  
構築・運用を実施する

**一般社団法人  
クラウドワーカー  
リスキリング協会設立**



料理人のセカンドキャリア支援&  
ママワークス会員への  
福利厚生として

**「クラウドシェフ」の  
立ち上げ**



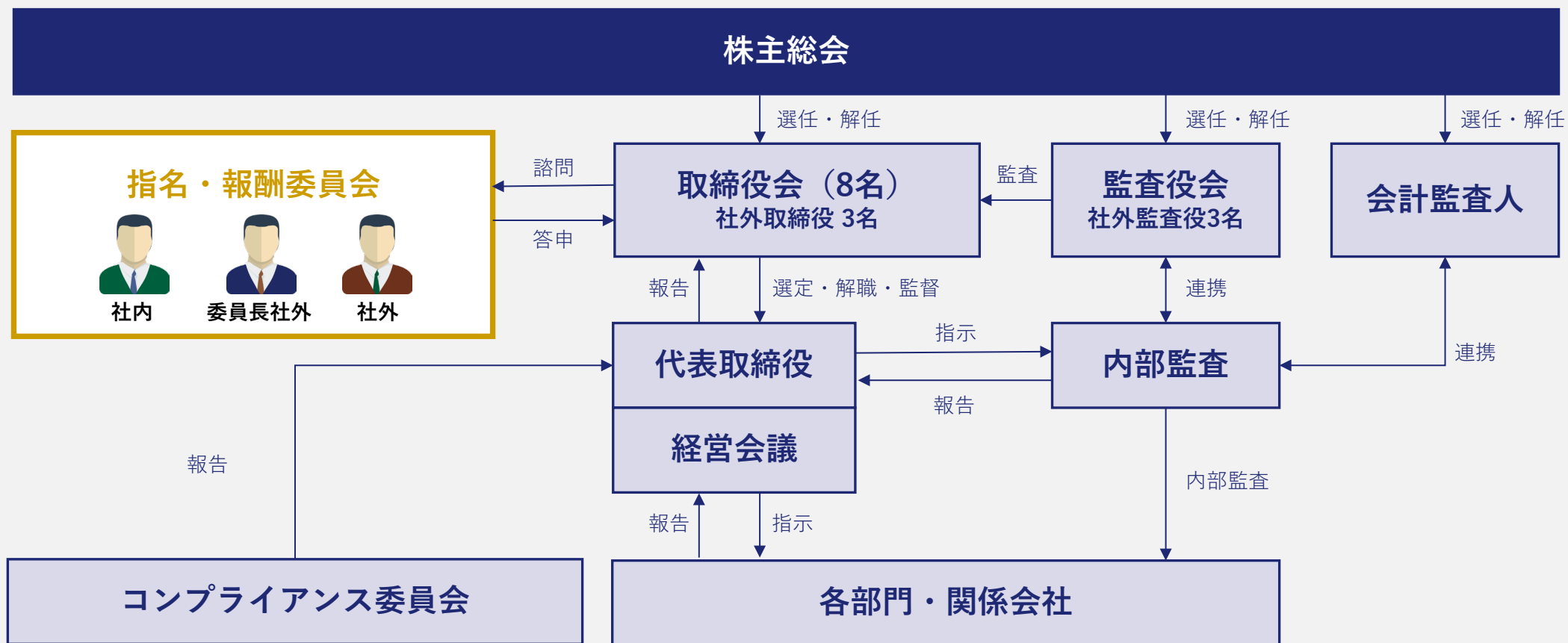
多様な働き方の実現を目指し

**各自治体（※）と  
地方創生に関する  
包括連携協定を締結**

（※）  
兵庫県三木市  
徳島県小松島市  
岩手県岩手町  
大阪府柏原市

# コーポレート・ガバナンス体制の強化

- 企業価値向上を目指し、プライム市場で要求される水準のコーポレート・ガバナンスの更なる強化、経営の透明性・客観性確保に取り組む
- 社外取締役が委員長及び過半数を占める任意の指名・報酬委員会を23年4月設立



※：2024年8月末現在

SECTION

参考資料：

5-2

強みとプロダクト

---



# 当社の3つの強み

## テクノロジー・マンパワー・データ

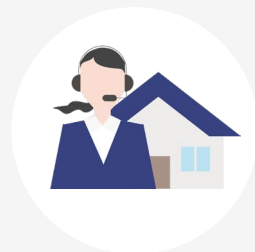
1

テクノロジー



2

クラウドワーカーの  
活用



3

蓄積される  
膨大なデータ



生産性向上、外部活用ニーズに対して大きな貢献が可能

# テクノロジー

社内開発チームが社内利用と顧客ニーズに基づき、  
ユーザーフレンドリーな独自ツールを開発できる体制を保持

## 社内開発

社内でシステム開発を  
ワンストップで対応

アイデア



設計



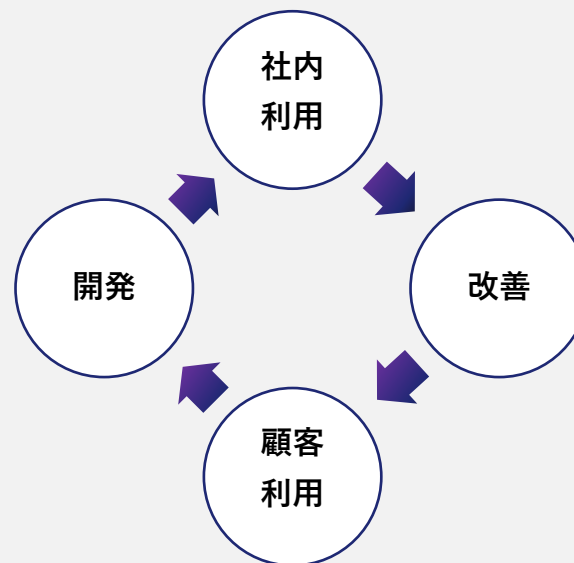
開発



## フィードバックグループ

まず社内利用することで、  
ユーザの立場に立ったシステムを構築

顧客からのニーズをもとに  
さらなる開発



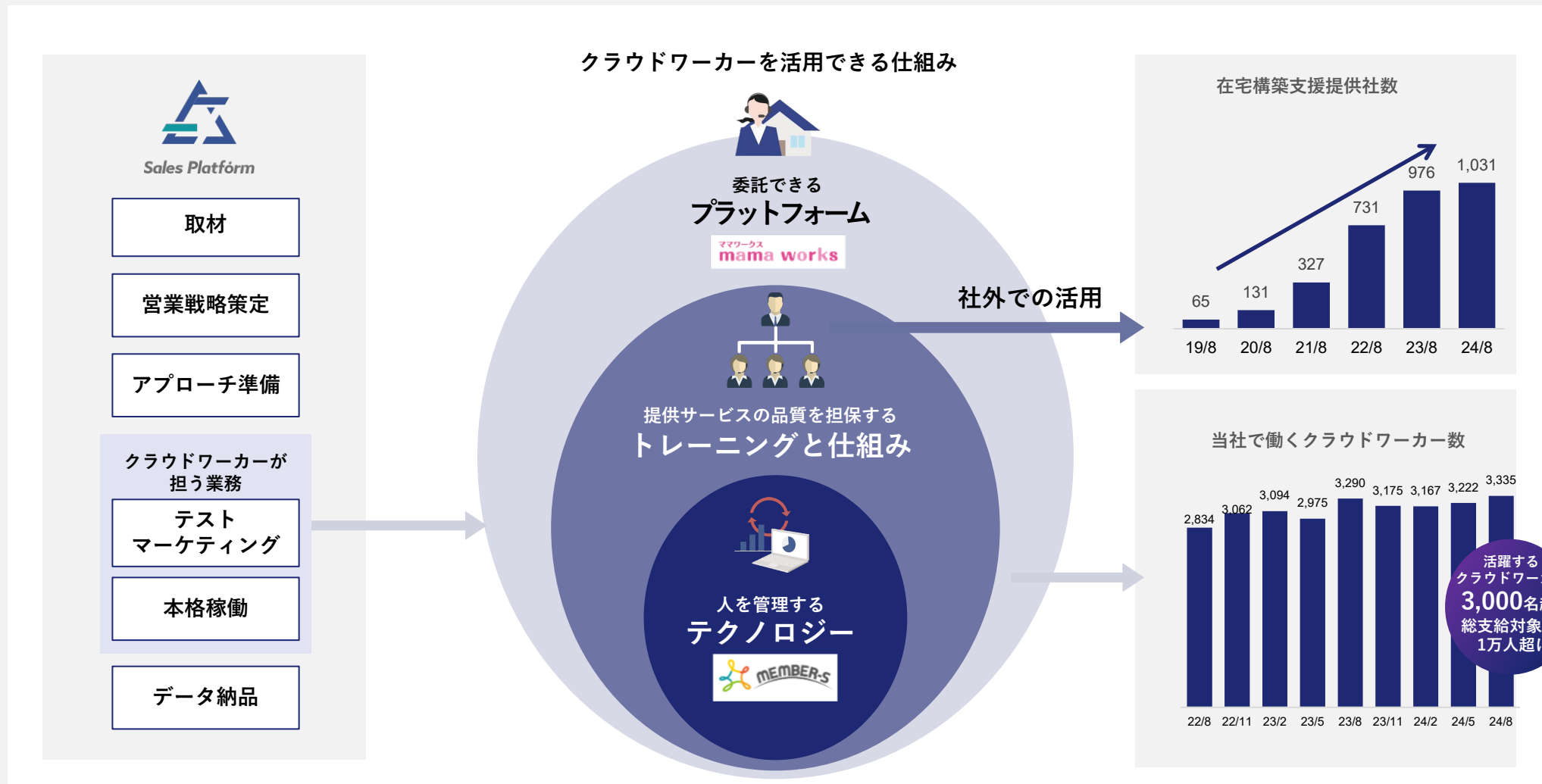
## 独自ツール

生み出された  
当社独自開発ツール



# クラウドワーカーの活用

営業活動でクラウドワーカーを活用し、弾力的、効率的にアウトソーシングできる仕組みを保持



※：クラウドワーカーの数は各月の支給実績者数を記載

# 年間数百万件に及ぶデータの蓄積と分析

大量のデータ蓄積とデータ分析により、再現性のある効果的なコンサルティング、アプローチの実現が可能に



SalesCrowd

営業支援で「Sales Crowd」を使用

アプローチの実施

大量のデータ蓄積

成功率の高いアプローチを実現



再現性のあるコンサルティングの提供が可能に

分析から読み解けるデータ(一部抜粋)

業界ごと



繋がりやすい曜日



時間帯



勝率の高いアプローチ手法

蓄積されているデータ(一部抜粋)

項目	内容	項目	内容
架電数	全体の架電件数	拒否数	対象者につながったが、断られた件数
アポイント数	商談の予定が取れた件数	受付拒否数	対象者以外から、断られた件数
受付資料請求数	対象者以外からの資料送付依頼件数	資料請求数	対象者からの資料送付依頼の件数

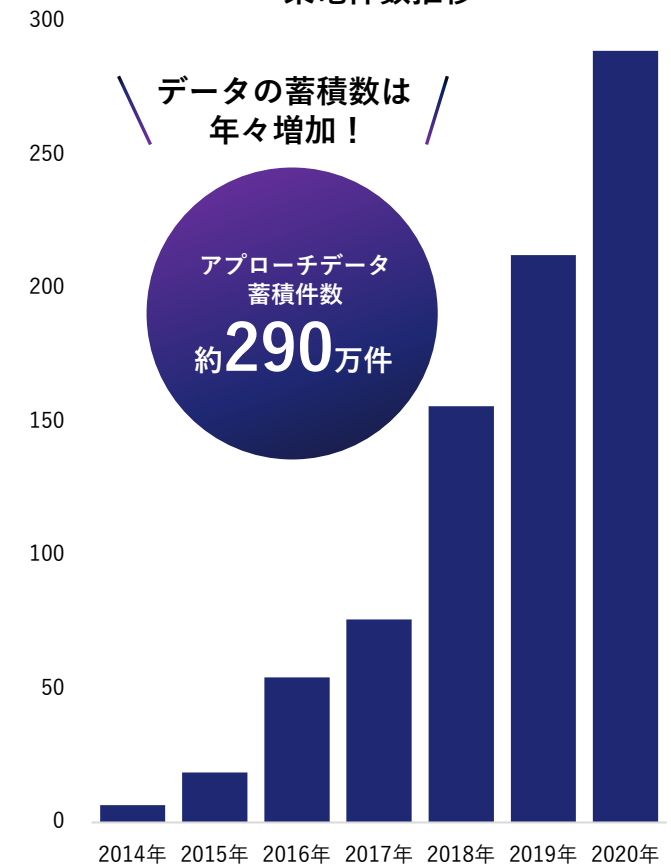
営業支援以外では…

「クラウドワーカー運用」に関連したデータなども蓄積し、サービス品質の向上につなげている



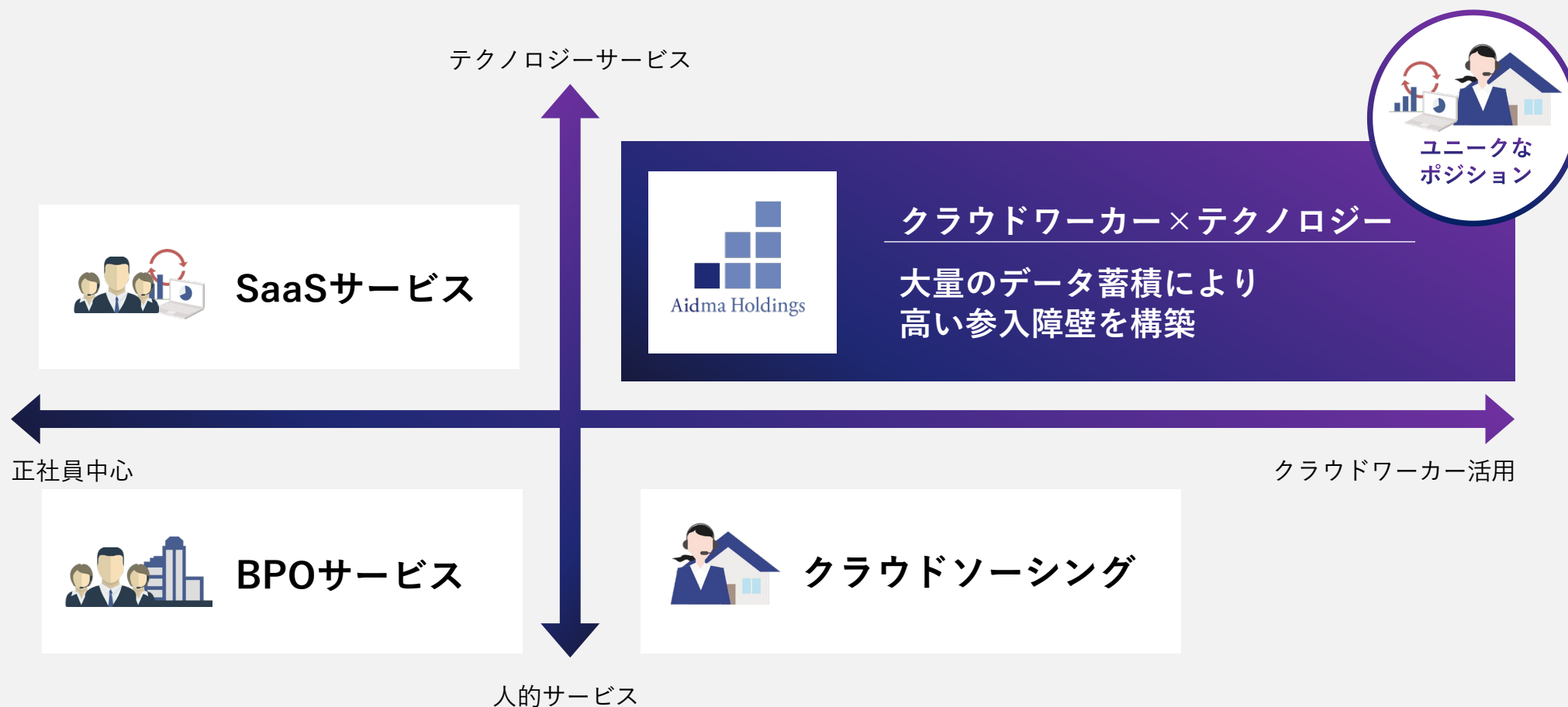
(万件)

架電件数推移



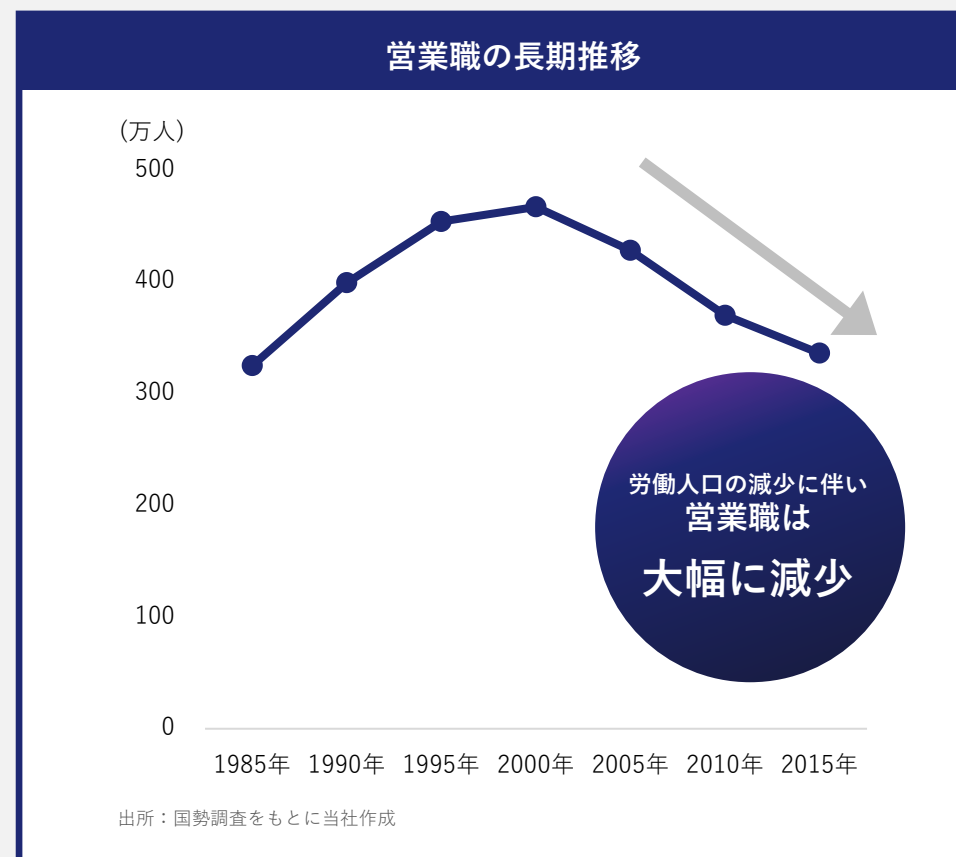
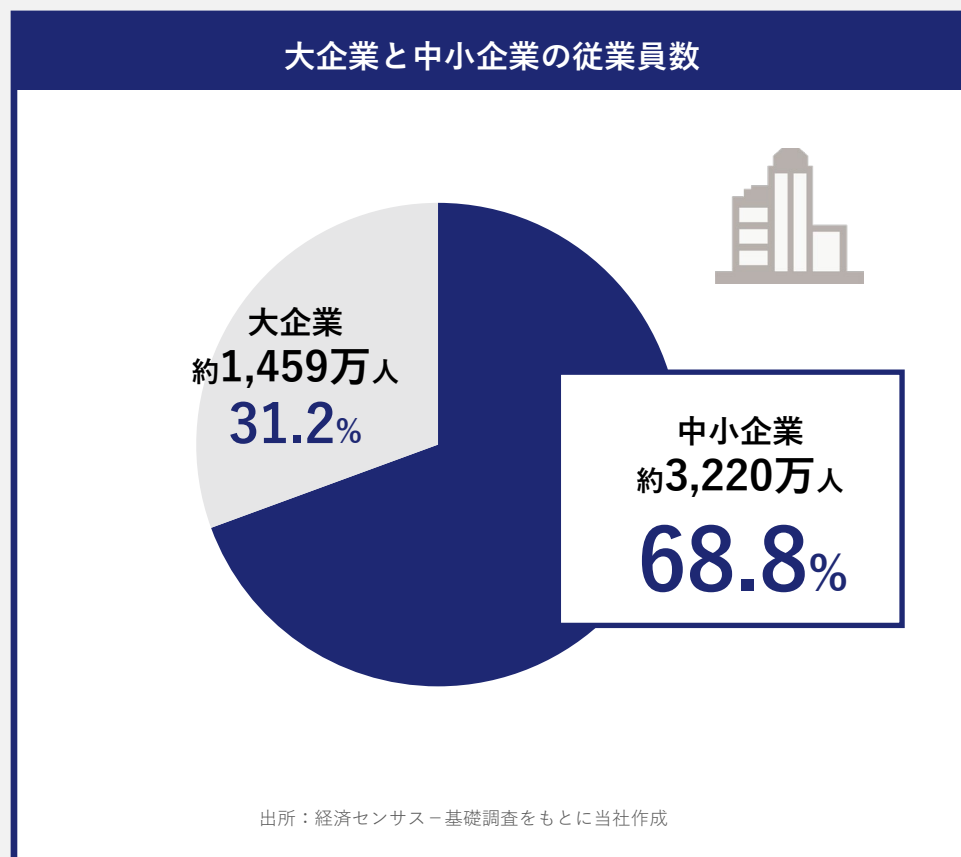
# クラウドワーカー×テクノロジーによるユニークなポジショニング

クラウドワーカー×テクノロジーにより、大量のデータを活用した再現性の高いサービスを提供  
更なるデータ蓄積により、高い参入障壁を実現



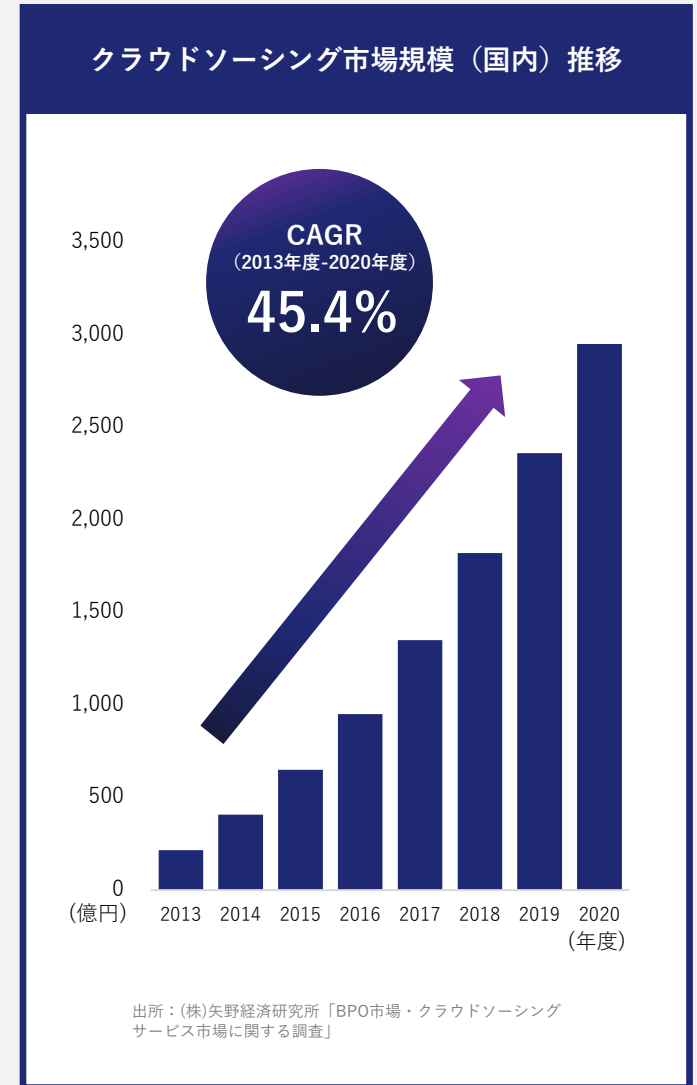
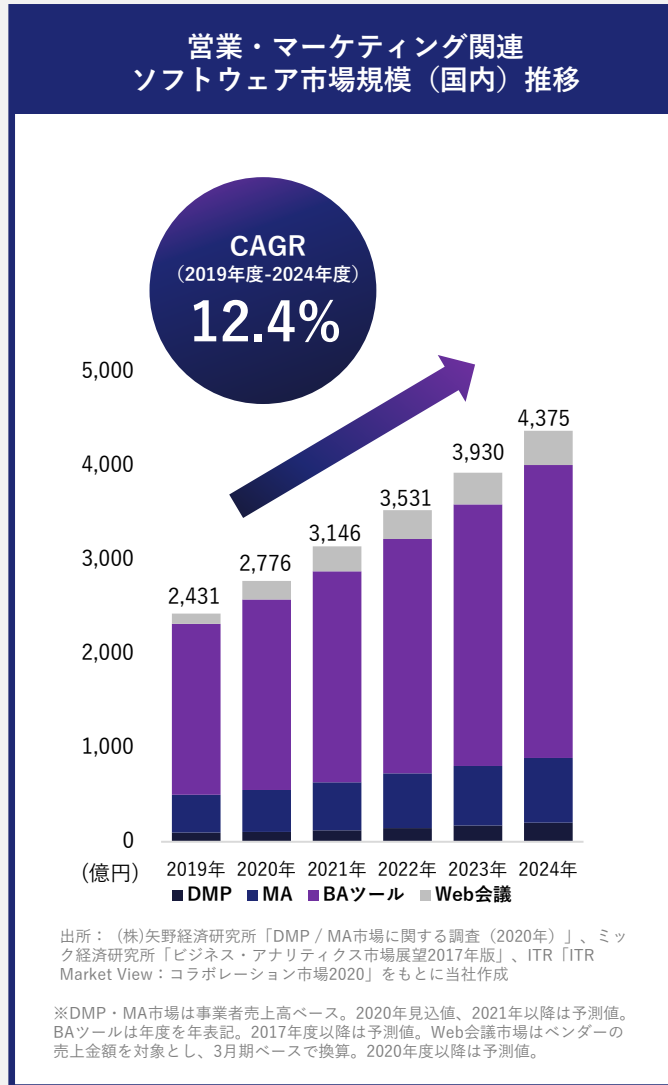
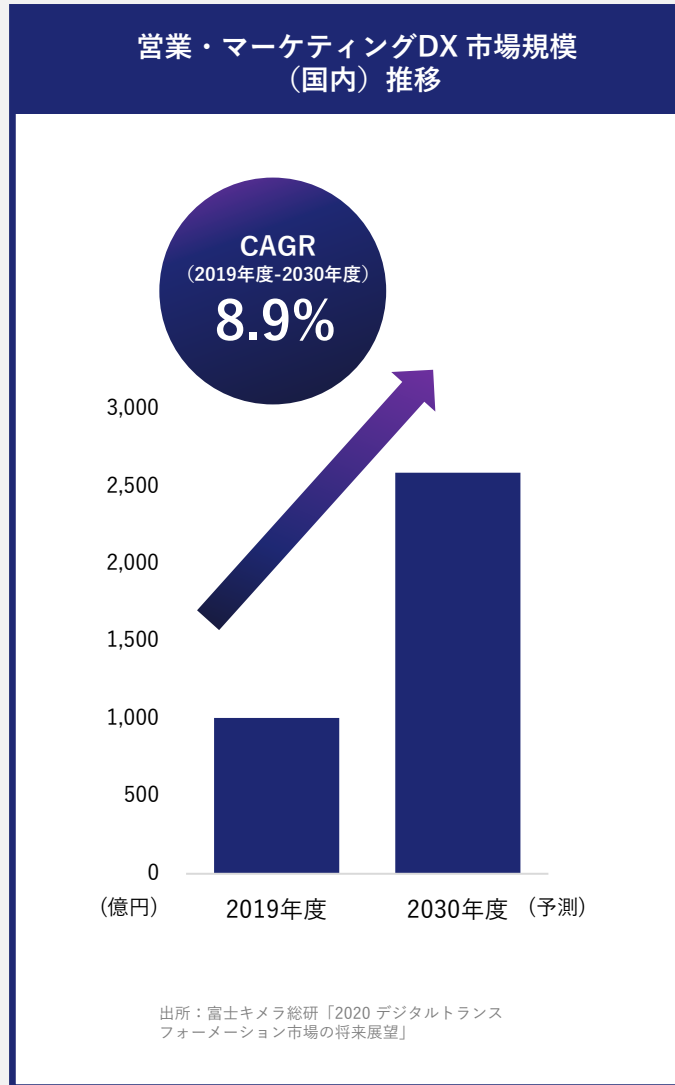
# 市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [1/2]

中小企業の従業員数が国内メインの構造、  
労働人口の減少に伴う営業職減少は、さらなるアウトソーシング需要へ



# 市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [2/2]

## 当社関連市場は拡大基調



# 事業リスクと対応

## 事業リスクの逡減を念頭に事業展開

	項目	主要なリスク	発生可能性	影響度	当社の対応方針
	特定サービスへの依存	競合企業との競争激化により売上減少の可能性	低	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ITや支援にかかるノウハウを蓄積し、サービス品質の向上による参入障壁の強化。</li> <li>■「BtoB×中小企業」をコアに事業内容の多角化・新規事業への取り組みを実施。</li> </ul>
	クラウドワーカーの確保	人材獲得競争の激化 当社・顧客の求める品質の維持ができない	低	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>■クラウドワーカーの確保・リテンションのノウハウの蓄積。</li> <li>■対象とする人材の拡大を図るための仕組みづくりと各種就労支援への取組を推進</li> </ul>
	技術革新への対応	新技術の開発及びそれに基づく新しいサービスの出現及び普及リスク	中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>■新しい技術要素に対して情報の収集、蓄積、分析及び習得。</li> </ul>
	情報セキュリティ	個人情報の漏洩、システムの脆弱性に関するリスク	中	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>■「情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）」の国際規格であるISO/IEC 27001:2013の認証を取得。</li> <li>■アクセス制限、データベースへのアクセス履歴を記録するセキュリティシステムの導入等により情報管理体制の強化。</li> </ul>
	売上債権の貸倒れ	顧客基盤は、比較的小規模な中小企業が中心であり、貸倒れのリスク	中	低	<ul style="list-style-type: none"> <li>■2021年1月より セールス・プラットフォームサービスは、原則として前払契約。</li> <li>■顧客企業毎の与信管理の徹底、債権の滞留・回収状況のモニタリング。</li> </ul>

上記には、当社が経営においてリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。



# 沿革

外部リソースの有効活用と、テクノロジーを活用した生産性向上支援を目的とし、  
営業支援を軸として、営業DXツールの開発やクラウドワーカー活用型求人サイト運営等を実施



2008

## 成果報酬型 営業代行

電話機1台から事業をスタート  
アポイント取得代行を  
メインに事業展開

※ターゲットリストはクライアントが用意



2012

## テストマーケティング型 営業支援

ターゲット戦略策定から、  
テストマーケティングまでを一貫支援  
再現性のある営業の仕組構築を事業化

※ターゲットリストは当社が用意  
※スクリプト納品+データ分析も実施



2015

## クラウドワーカー活用型 営業支援

営業部門内製化支援を事業化  
クラウドワーカーと協業し、  
低コスト運用を実現

全国採用の実現による当社の  
支援リソース不足の解消



2019

## プラットフォーム型 営業支援

営業活動を仕組化・  
自動化することを目的とした  
営業DXツールを投資・開発

営業自動化ツールの提供開始

営業の「仕組化+自動化」を  
プラットフォームにより実現



営業支援プラットフォーム  
「Sales Crowd」開発に着手



クラウドワーカー活用型求人サイト  
「ママワークス」リリース



オンラインコミュニケーション  
インフラ「meet in」開発に着手

# 代表挨拶



株式会社  
アイドマ・ホールディングス  
代表取締役 三浦 陽平

当社は「すべての人の夢の実現に貢献する」ことを経営理念とし、「世界の可能性を広げる」というビジョンを掲げています。このビジョンを実現する第一歩として、日本がこれから必ず直面する、労働人口減少という社会課題を解決していく事業に取り組んでいます。

労働人口が減少する事によって、多くの企業は採用難に陥り、成長したくても人手がないということで成長が鈍化してしまう可能性があります。また地方企業においては、人口減少によって過疎化し、働き手や後継者不足で事業を継続できなくなる可能性も高まっています。

そのような中、例えば、フルタイムでは働けない、出社では働けない、海外にいて働けない、介護で働けない、などの様々な事情を抱える働き手と企業とをマッチングする事で、人口減少での採用難という問題を解決していこうと考えています。

まずは営業分野における人材不足に焦点を当て、企業には営業支援という形で新規開拓におけるテストマーケティングを当社側で実施し、その後、効果性が見込める方法だけを抽出した上で、働き方に課題を抱えているワーカーに委託をし、企業の営業分野における人手不足問題を解決していきます。

当社グループのこれからは、営業分野のみならず、様々な分野の支援に進出し、働き方に課題を抱えるワーカーとの懸け橋になるための準備をしています。

企業に対しても、働く人に対しても価値あるサービスを提供し続けることを通じて、大きな社会貢献を実現することを目指し、これまで以上に積極的に事業活動に取り組んでまいります。

# サービス一覧



Sales Platform

営業支援サービス

## Sales Platform

営業支援会社が生み出した営業ツール&コンサルティングサービス



営業支援サービス

## Sales Crowd

リスト作成～アプローチ～分析まで、営業活動に必要な機能を搭載したクラウド営業ツール



人材支援サービス

## Crowd Members

クラウドワーカーを活用した組織構築&経営サポートサービス



営業支援サービス

## BIZMAPS

国内最大級の企業データプラットフォーム



URIKATA

営業支援サービス

## Urikata

過去の新規商談をデータ化「売れる営業マン」の条件をセルフチェックができるサーベイツール



その他サービス

## meet in

ログイン&アプリのダウンロード不要。オンライン上で使えるビデオコミュニケーションツール



その他サービス

## MEMBER-S

すべての働く人と企業をつなぐ、タスク&生産管理ツール



人材支援サービス

## mama works

「時間」や「場所」を自由に選択。主婦のためのクラウドワーク求人応援サイト



営業支援サービス

## Online Sales Lab.

オンラインでの商談やインサイドセールスの成約率を向上させるノウハウを集めた情報プラットフォーム



営業支援サービス

## Crowd Calendar

Googleカレンダーと連携し、簡単に空いている日時を入力できるオンラインの日程調整ツール

# 最後に

アイドマ・ホールディングスのサービスをご利用いただいている皆さま、  
そして、多くのステークホルダーの皆さま、改めまして、御礼を申し上げます。

創業以来、16年間、営業支援・業務支援を中心に事業を展開する中で、  
数多くのサービスのリリース、改善、プロダクトの機能開発を行ってまいりました。

今までも、これからも、お客さまにとって価値のあるサービスを創り出し、  
改善を続け、多くの方々に貢献し続けられるよう、尽力してまいります。

これから益々、日本を含む世界の先進国においては、  
少子高齢化が進み、労働人口が減っていきます。

そのようなトレンドの中、私たちはテクノロジーと人の力で新しい市場を拓き、  
世界の可能性を広げる会社をつくってまいります。

人口減少を成長の機会に変え、すべての人の夢の実現に貢献するという  
経営理念の実現に邁進してまいります。

# 本資料の取り扱いについて

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。