

事業計画及び 成長可能性に関する説明資料

2024.12.25

株式会社Laboro.AI（証券コード:5586）

2024年9月期の総括

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¹⁾**）

2024年 9月期 通期業績

売上高

1,515百万円
(前期比+11%)

売上総利益

1,015百万円
(前期比+14%)

営業利益

183百万円
(前期比△11%)

- ・ 23年9月期対比約**11%**の売上成長も、見込対比では売上ベース約△8%で着地
 - 顧客のDX/AIに関する需要は堅調に推移する一方で、更なる成長には新規メンバーの育成/定着等、人材マネジメントの対応強化が必要
 - PJを執行する体制の拡充が想定よりも遅れ、第3四半期において軟調に着地。第4四半期は過去最高売上を達成も第3四半期の売上の下振れた分を十分カバーできず、通期の売上見込は未達で着地
 - 売上の縮減分が営業利益の縮減に直結し、営業利益も期初見込は未達。一方で、KPIである売上総利益率は**67%**であり、健全な水準を確保

事業の進捗

- ・ 新規顧客獲得数が**20社**で着地
- ・ 体制拡充の遅れに伴う執行リソースの制約から、既存顧客の売上が一部縮減
- ・ 一方で、中期的な価値共創を協働する深い関係性を構築する顧客基盤が拡大
売上高1億円を超える顧客が6社に増加（前期+3件）

組織構築の進捗

- ・ 体制拡充は一定進捗。24年9月末時点で社員数**78名²⁾**（前期+14名）
- ・ 採用基準の明確化/採用体制の強化により採用は進捗も、持続的な成長には人材の育成/定着の更なる強化が必要
- ・ 人材への先行投資/人材マネジメントの高度化は**25年9月期**も優先アジェンダ

25年9月期の方針

- ・ 昨期の事業戦略や経営方針は基本的に踏襲。但し、人材マネジメントの高度化は経営アジェンダとして優先度を上げて対応する方針
- ・ 加えて、市場成長を超える成長を目指し、売上**2,008**百万円、営業利益**250**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) 役員（取締役/社外取締役/監査役）、正社員、契約社員の合計。アルバイト・パートタイマーは含まない

目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 会社概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓1-2-1 提供サービス
 - ✓1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2024年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2025年9月期 通期業績見通し
- ⑤ リスク情報

目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 企業概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓1-2-1 提供サービス
 - ✓1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2024年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2025年9月期 通期業績見通し
- ⑤ リスク情報



1-1. 企業概要

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。

会社情報

設立	所在地	従業員数
2016年4月1日 〔 2023年7月31日 東証グロース市場上場 〕	東京都中央区銀座8-11-1	73名 ¹⁾ (2024年9月30日時点)
事業内容	主な株主（順不同）	
<ul style="list-style-type: none">機械学習を活用したオーダーメイド型AI「カスタムAI」の開発カスタムAI導入のためのコンサルティング	<ul style="list-style-type: none">株式会社 SCREENアドバンスドシステムソリューションズ株式会社 博報堂THK 株式会社株式会社 SCREENホールディングス日本ガイシ 株式会社役員	

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

米国州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。



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。



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



社外取締役
岩崎 俊博
TOSHIHIRO IWASAKI
日本旗艦キャピタル
代表取締役



常勤監査役
前田 晴美
HARUMI MAEDA



社外監査役
井ノ浦 克哉
KATSUYA INOURA



社外監査役
田中 洋子
TANAKA YOKO



執行役員 CAO
松藤 洋介
YOSUKE MATSUFUJI



執行役員
和田 崇
TAKASHI WADA



執行役員
吉岡 琢
TAKU YOSHIOKA

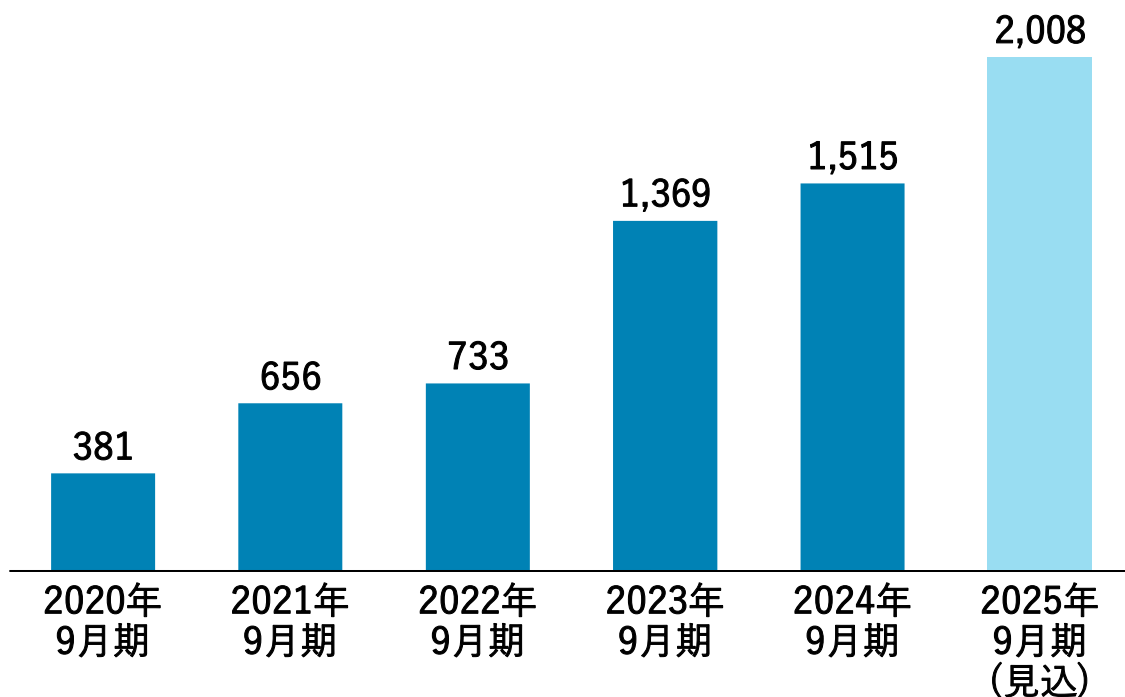


執行役員
谷山 太郎
TARO TANIYAMA

売上高/営業利益の推移

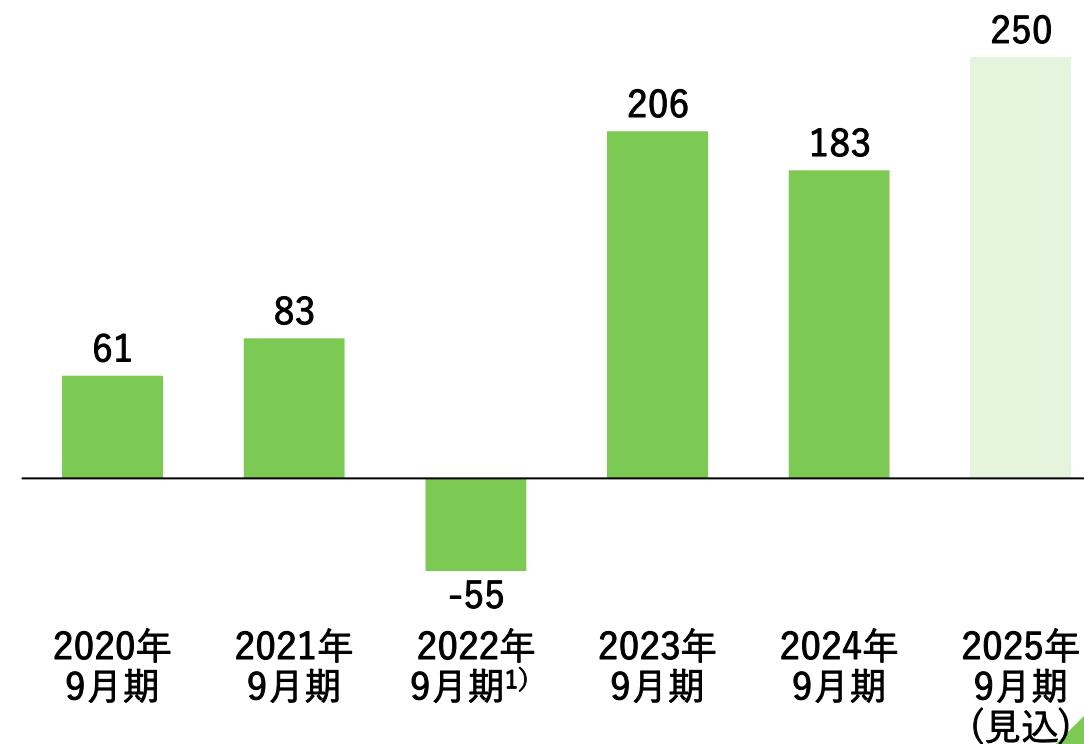
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)

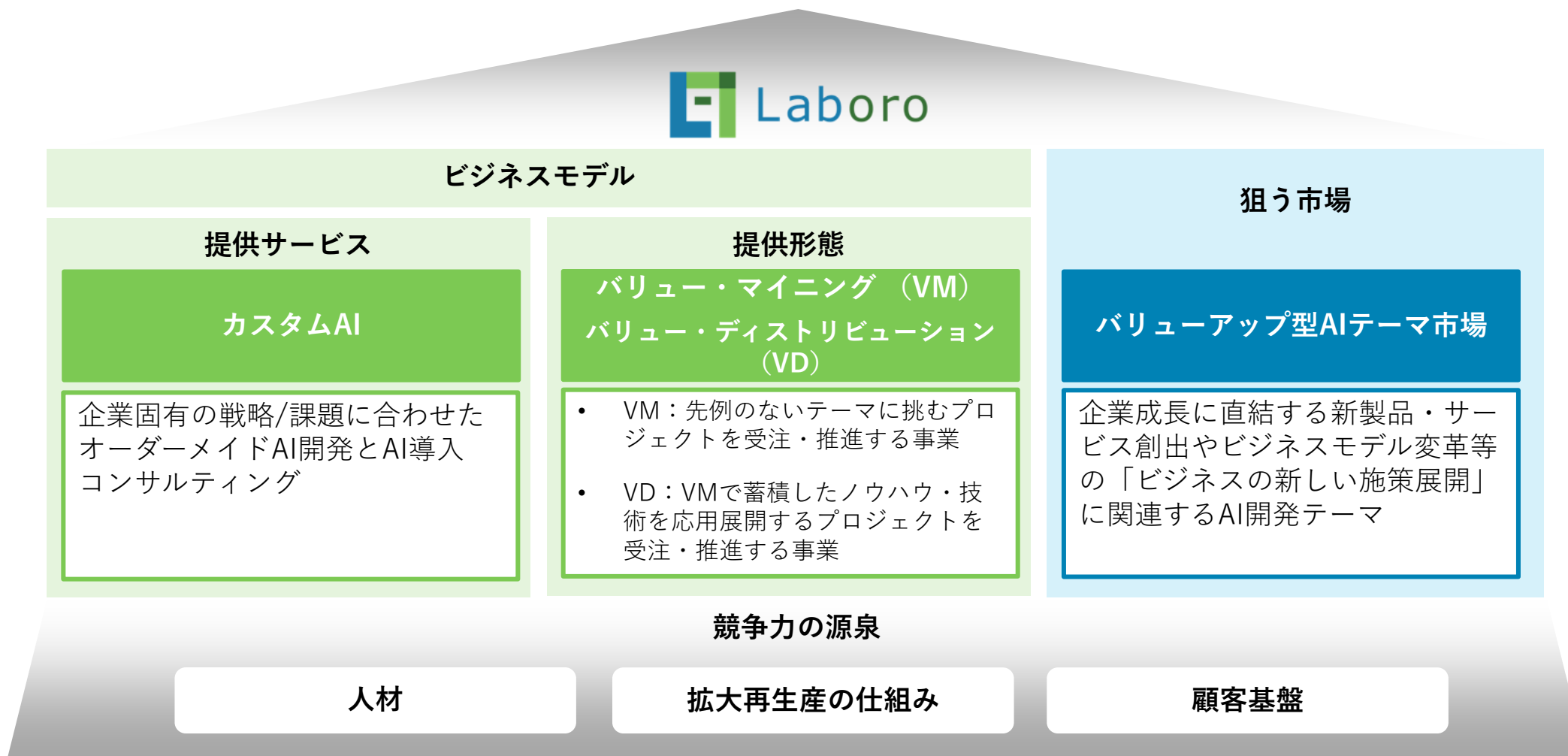


1) 2022年9月期は、既存顧客との継続プロジェクトが中断する等の要因で売上高が想定を下回ったため、赤字で着地。

Note: 売上/営業利益は小数点1桁目で切り捨て

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





1-2. ビジネスモデル

1-2-1 提供サービス：「カスタムAI」

「カスタムAI」とは

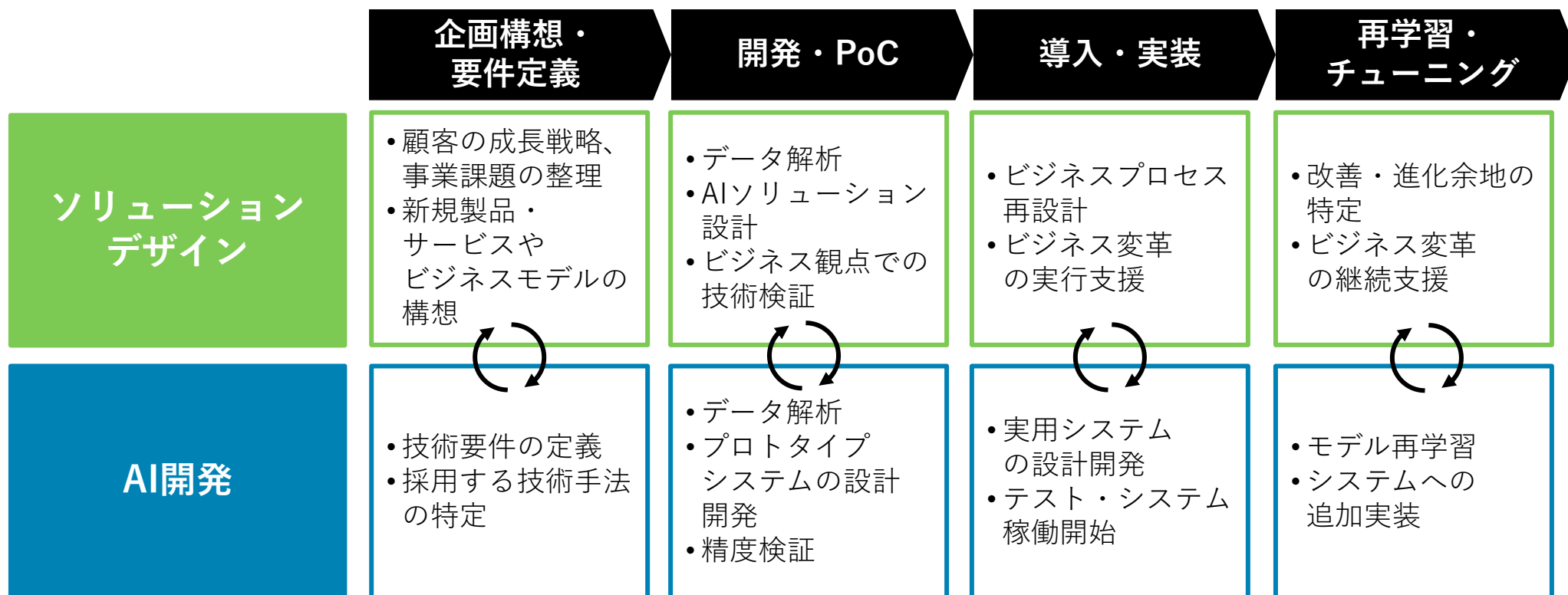
- 個社の戦略や課題に合わせたソリューションデザイン（AIソリューション設計とAI導入を通じた事業変革のためのコンサルティング）とオーダーメイドAI開発（顧客企業固有の成長戦略や事業課題に合わせたAI開発）を通じて、顧客企業のAIイノベーションを共創



Note: 強化学習：エージェントが環境と相互作用しながら、報酬を最大化するような行動を学習する機械学習の手法。試行錯誤を繰り返し行い、最適な行動ポリシーを見つけることを目指す。自動運転やゲームAI等に应用される。

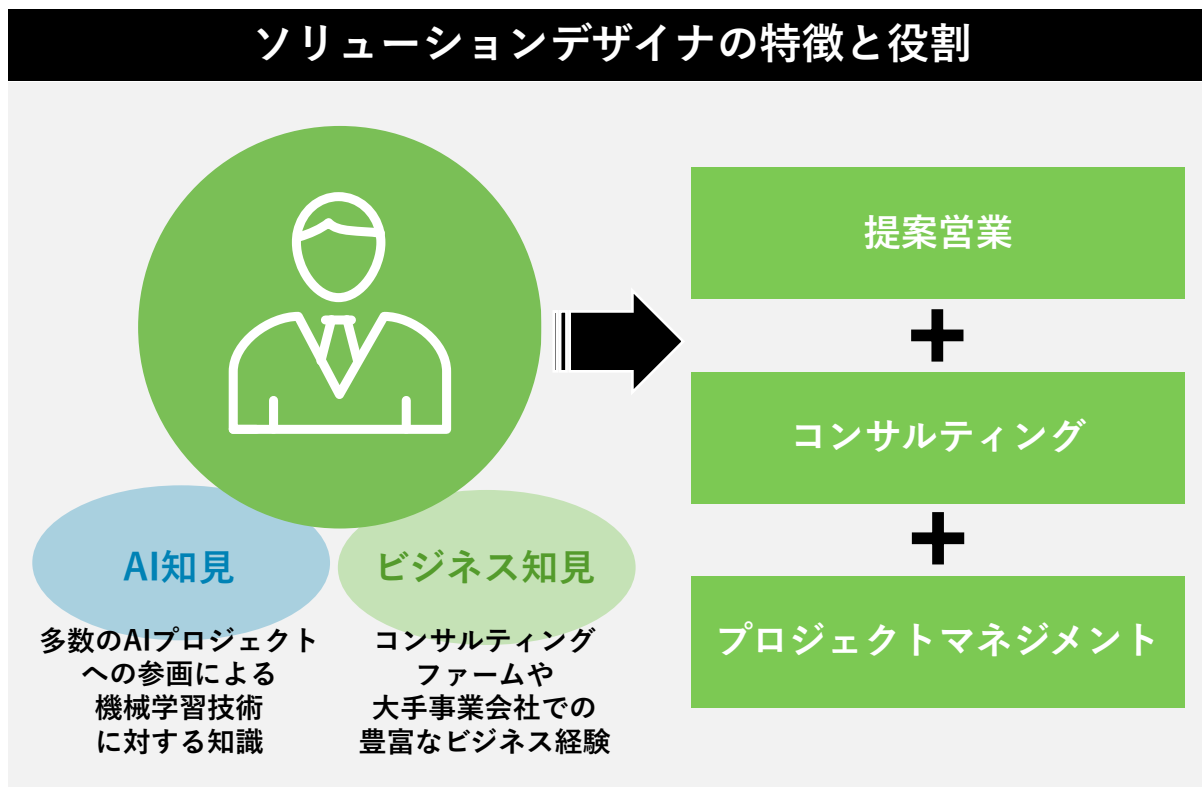
「カスタムAI」提供の流れ

- 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

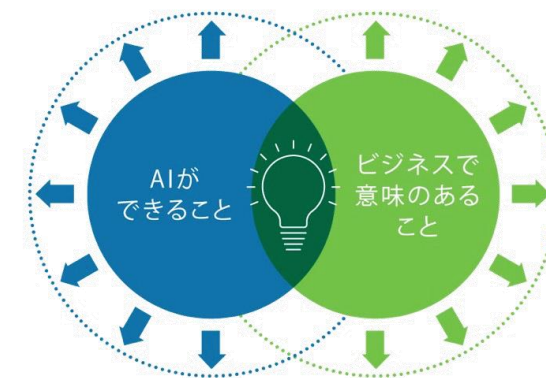


カスタムAIを支えるスペシャリスト「ソリューションデザイナー」

- 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



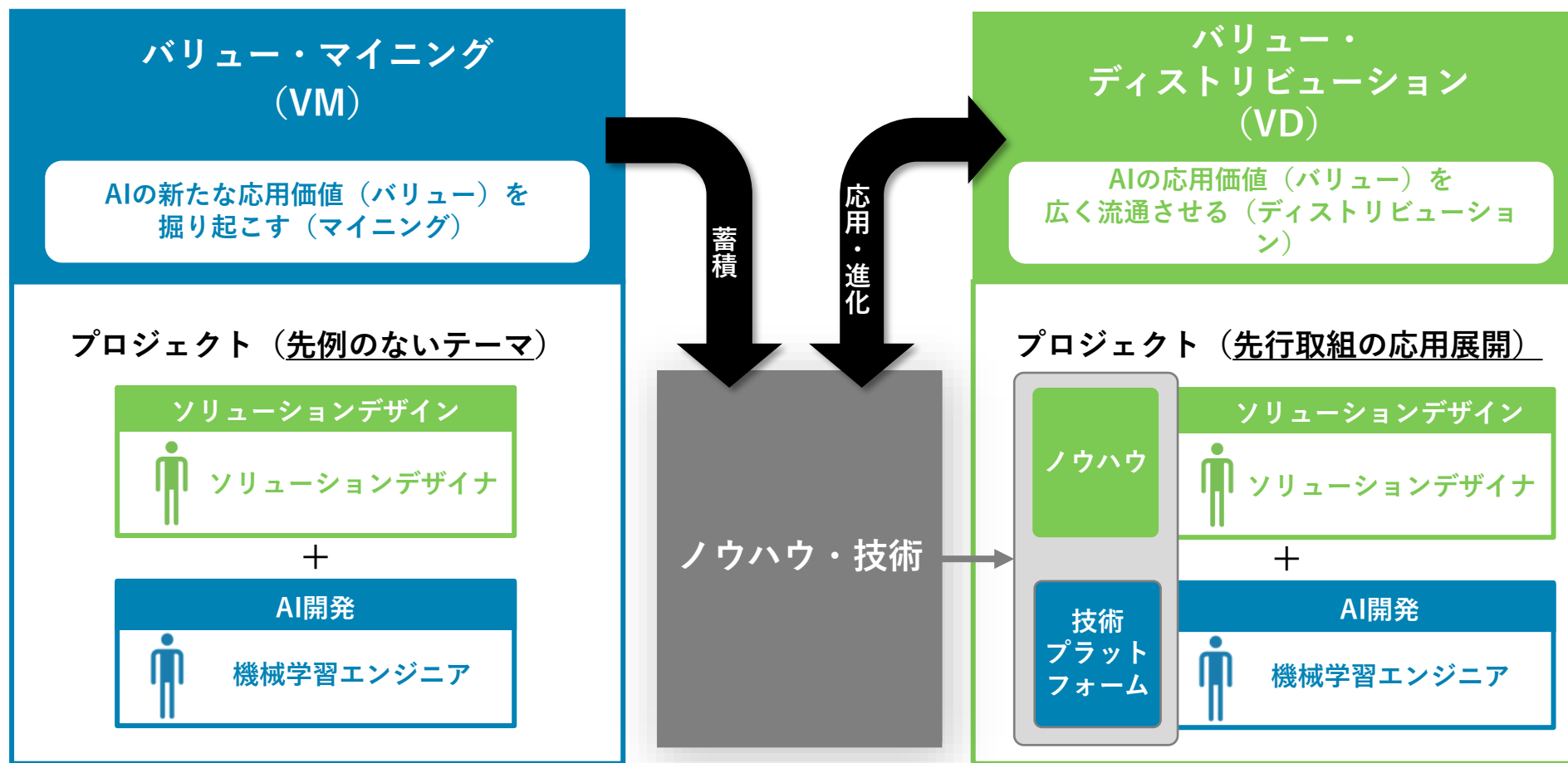


1-2. ビジネスモデル

1-2-2 提供形態：「バリュー・マイニング」
「バリュー・ディストリビューション」

カスタムAIの2つの提供形態

- 「バリュー・マイニング (VM)」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)」で応用展開



VM・VDの収益モデル

- VM・VD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"> ■ 『強化学習による組合せ最適化ソリューション』 ■ 『強化学習による振動制御ソリューション』 ■ 『ビジネス潜在ニーズ探索ソリューション』 ■ 『文章分類・タグ付けソリューション』 ■ 『マッチングソリューション』
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"> ■ カメラソリューション『L-Vision』
	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"> ■ 強化学習フレームワーク『Border』

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



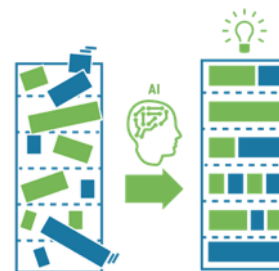
強化学習による制振制御 ソリューション

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



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



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





1-3. 狙う市場

：バリューアップ型AIテーマ市場

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¹⁾

1.1兆円 → 2.2兆円
(2023年度) (2026年度)

うち、当社のターゲットとなりうる市場²⁾

0.6兆円 → 0.9兆円
(2023年度) (2026年度)

企業のIT予算配分の意向³⁾

ランザビジネス予算
(現行ビジネスの維持・運営)
76% → 67%
(2023年度) (2026年度)

バリューアップ予算
(ビジネスの新しい施策展開)
25% → 33%
(2023年度) (2026年度)

バリューアップ型AIテーマ 市場規模予想⁴⁾

1,500億円 → 2,200億円
(2023年度) ~ 3,000億円
(2026年度)

1) 出典：株式会社富士キメラ総研「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」(2024年11月)

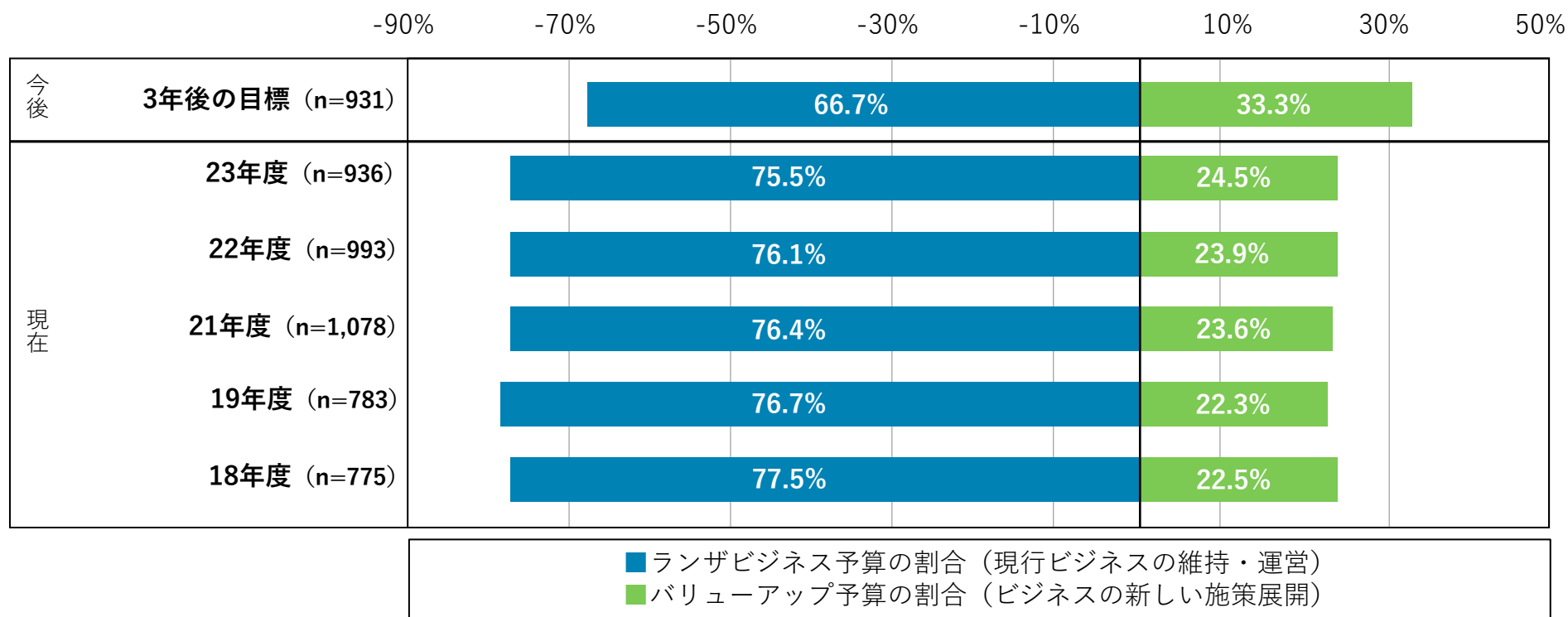
2) 株式会社富士キメラ総研「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」(2024年11月)のAIサービス市場・AIアプリケーション市場の市場規模推定を基に、当社の事業領域と近いサブカテゴリ(戦略策定・ガバナンス構築、構築・分析サービス、データ分析基盤構築及びAIアプリケーション市場)の規模を足し上げて市場規模を推計

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) 各社の予算配分の増加意向を反映する形でバリューアップ型AIテーマの比率は増大する想定。26年度については、23年度と同等程度のバリューアップテーマ比率である場合をネガティブケース、現状の3年後の目標を反映する形でバリューアップテーマ比率の割合が拡大した場合をポジティブケースとして幅で市場規模を推計

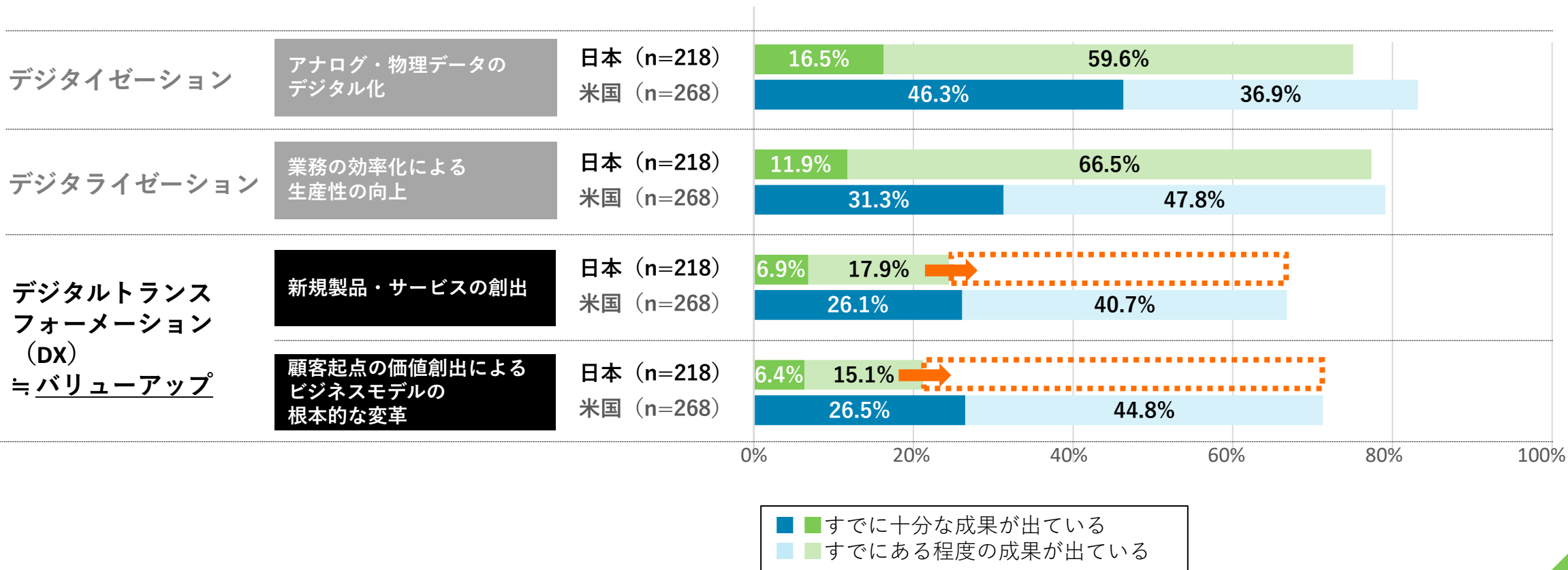
バリューアップを目的とした企業のIT予算割合

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



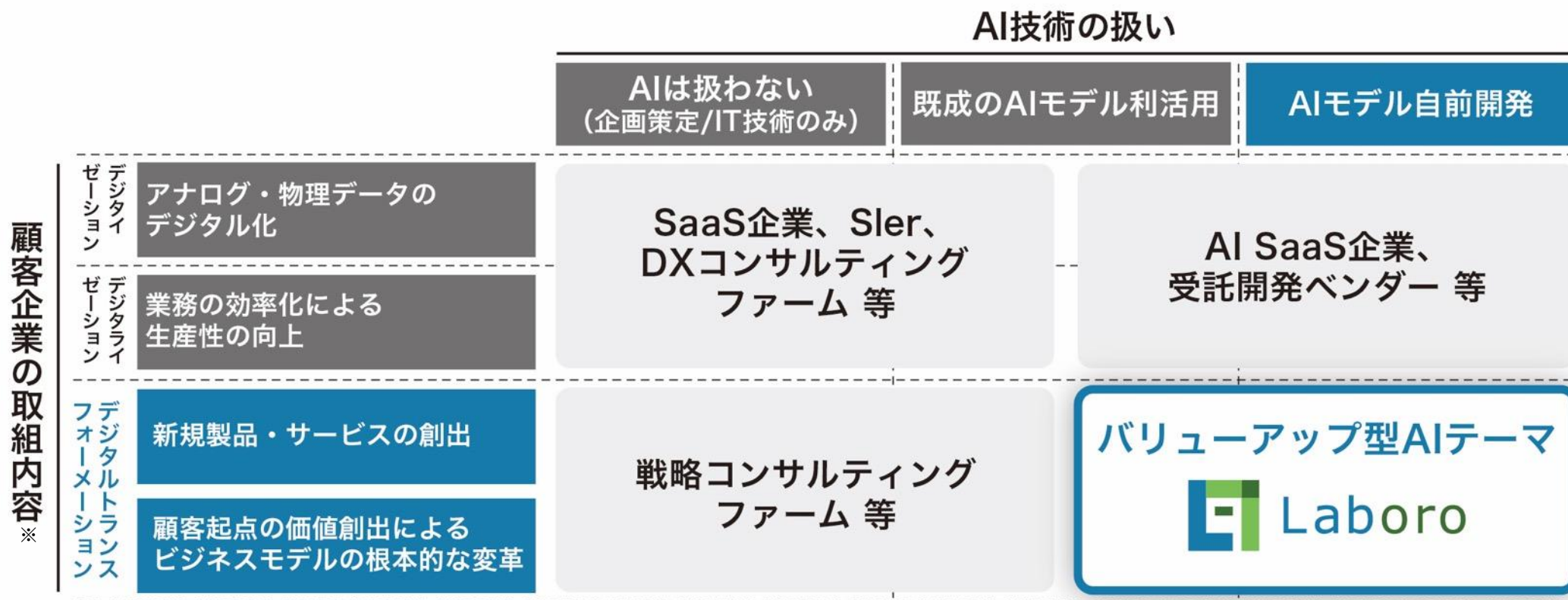
「DX」による成果 日米比較

「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、国内ではまだ取組み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



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
- ・研究論文情報の探索・要約

半導体装置メーカー

- ・AIを組み込んだ装置・生産ラインの新規開発

製造・建設企業

- ・生産計画や施工計画などスケジューリングの最適化・高度化

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

広告企業

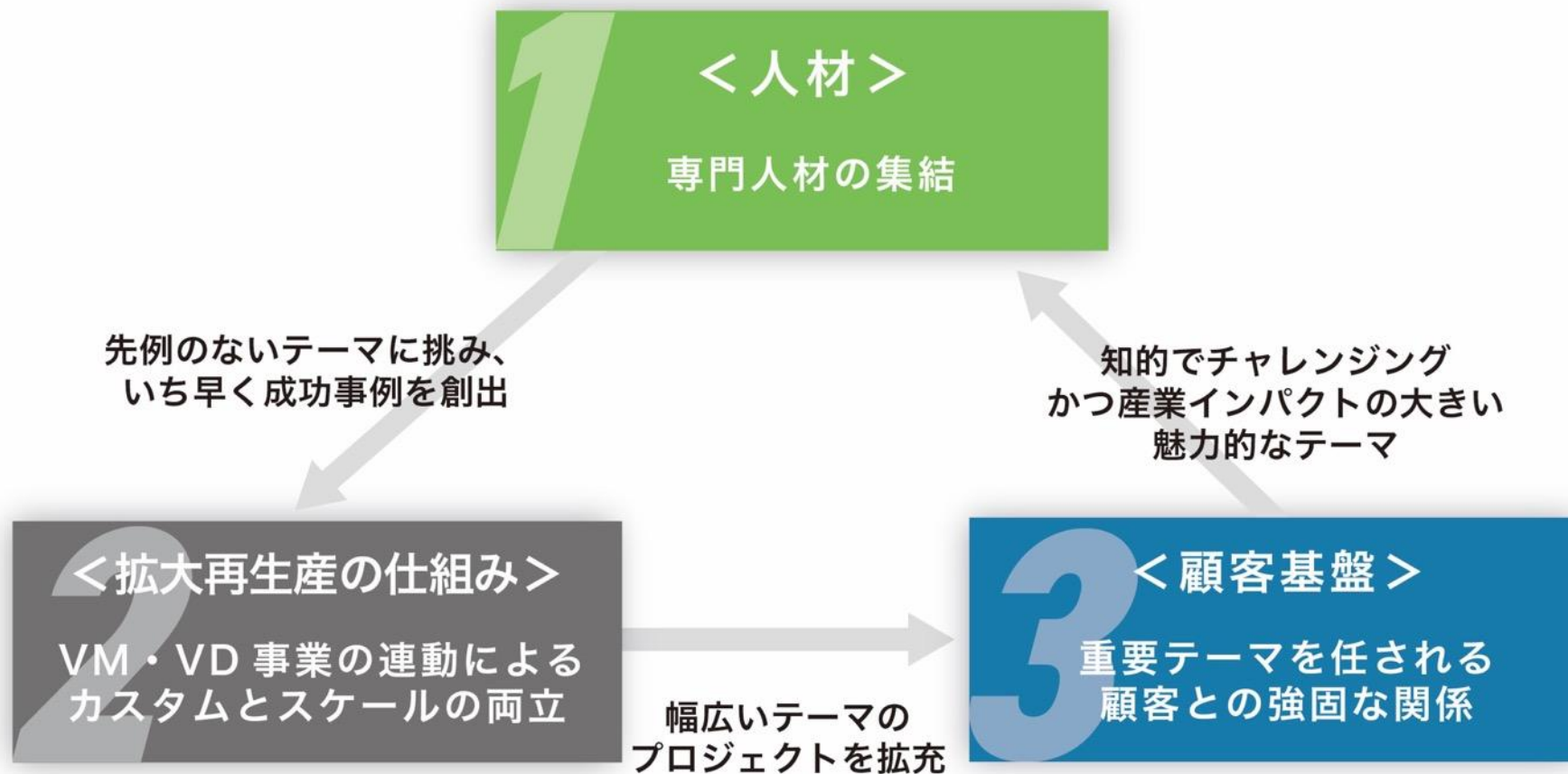
- ・生成AIによるバーチャル生活者生成と市場調査の高度化



1-4. 競争力の源泉： 「人材」
「拡大再生産の仕組み」
「顧客基盤」

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つの優位性で成長を促進



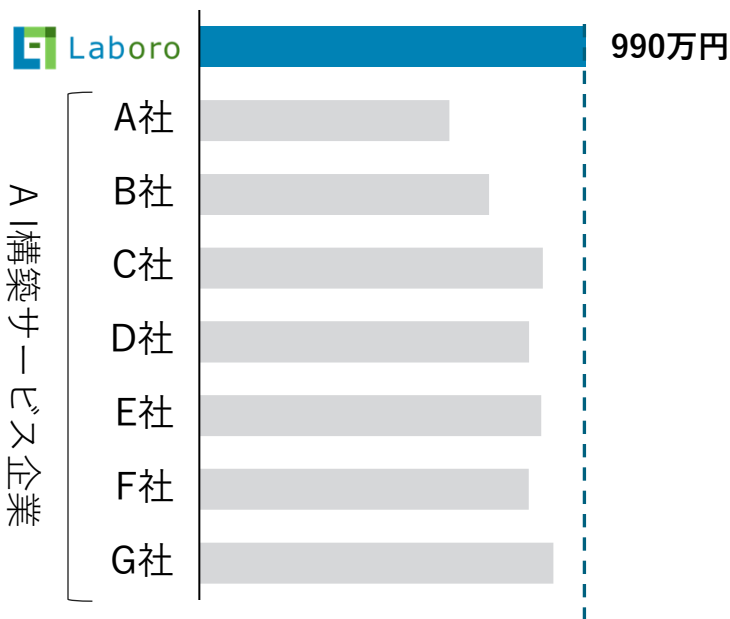
イノベーション構想力の獲得を求めて優秀な人材が集積

- 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

※2024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

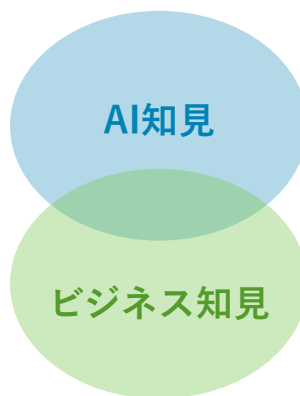
⋮

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

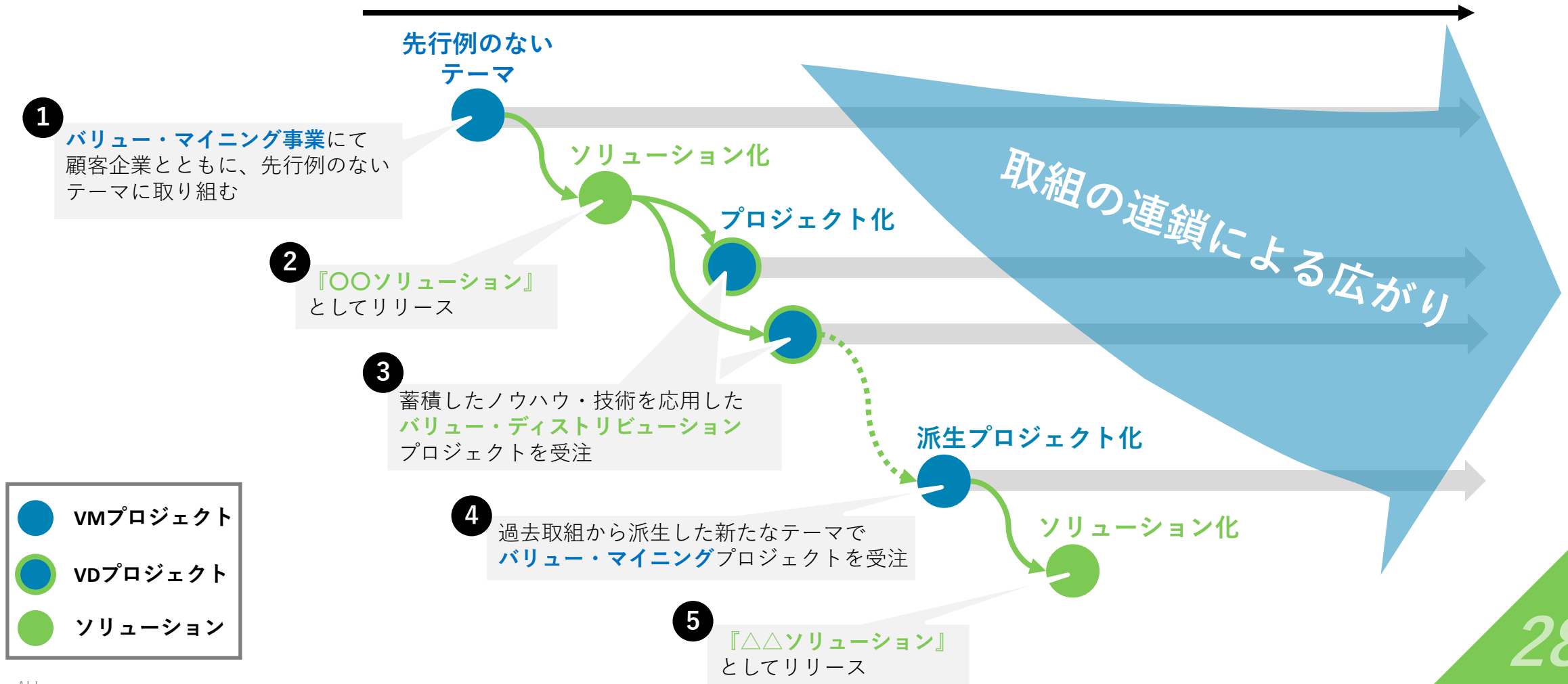
コンサル/事業会社
でビジネス経験
のある人材を採用/
社内でAI知見
を育成

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

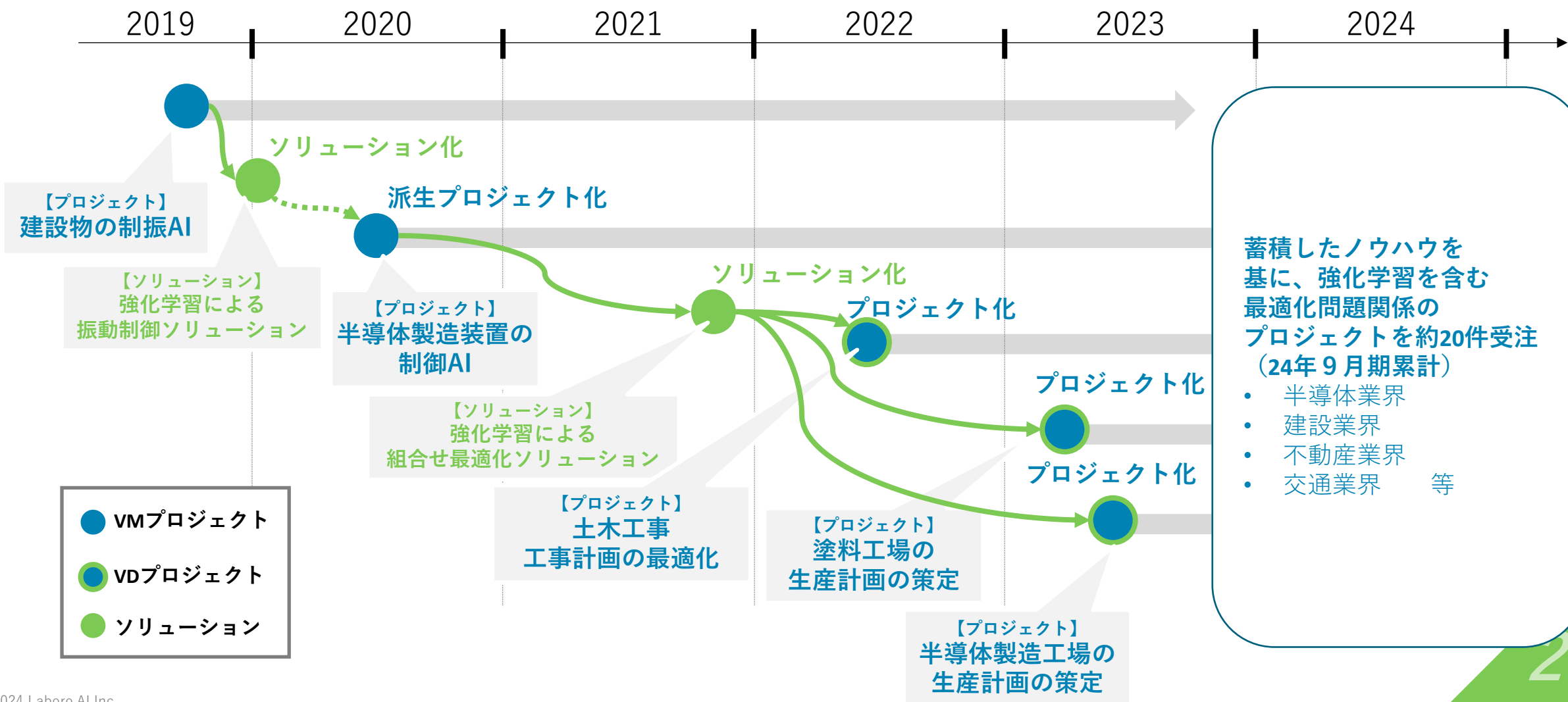
- バリュー・マイニング事業で取り組んだ先行例のないテーマをソリューション化し、バリュー・ディストリビューションプロジェクトとして面展開

時間軸



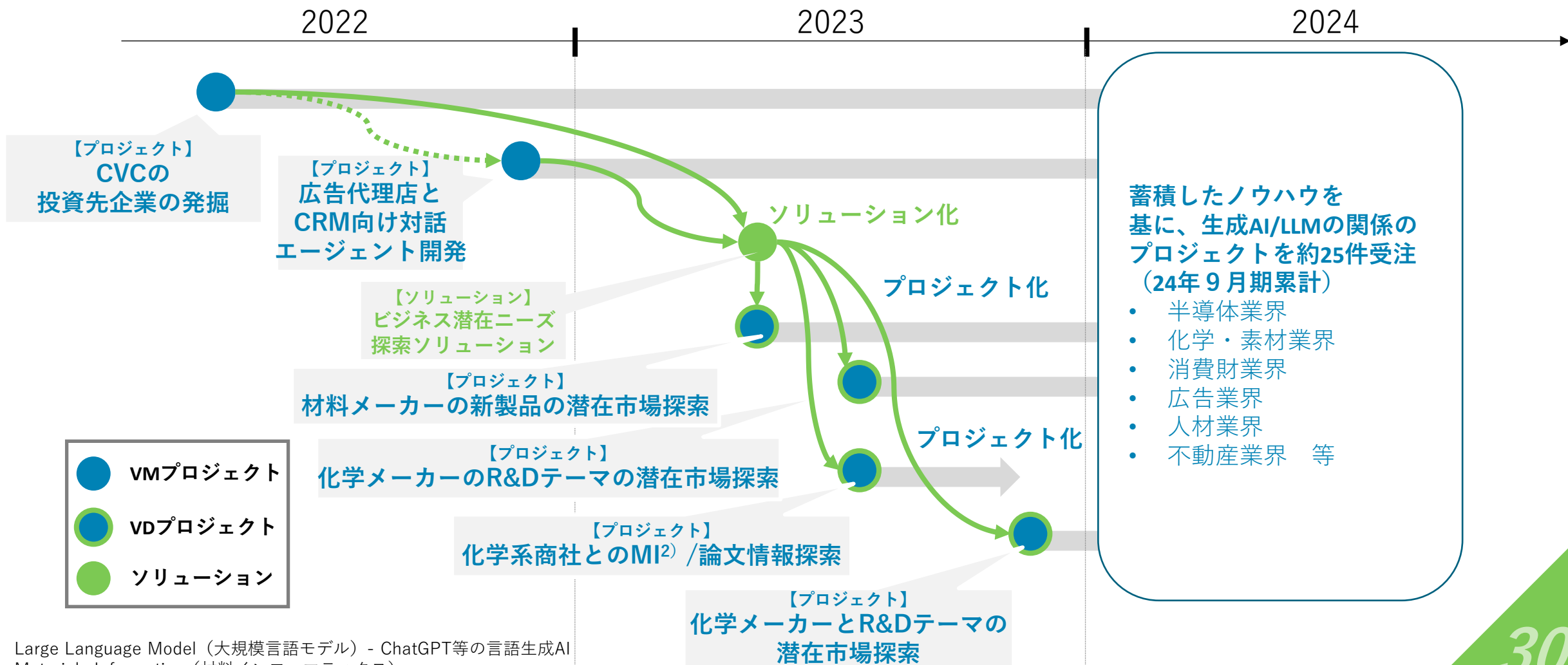
代表事例：深層強化学習関連プロジェクトの面展開の流れ

- ・ 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：LLM¹⁾ 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



















1) Large Language Model (大規模言語モデル) - ChatGPT等の言語生成AI
 2) Materials Informatics (材料インフォマティクス)

産業別の顧客ポートフォリオ

- 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月期通期）

顧客例（一部例示¹⁾）

研究開発型産業 7.7億円 (51%)	半導体業界	350百万円 (23%)			
	建設業界	203百万円 (13%)	株式会社IHIインフラ建設		
	化学・素材業界	49百万円 (3%)	 日本ガイシ		
	自動車業界	93百万円 (6%)		自動車メーカー	自動車部品メーカー
	その他製造業	79百万円 (5%)	 The Partner For Success		住友重機械工業株式会社
社会基盤・生活者産業 7.3億円 (49%)	人材業界	209百万円 (14%)	 エンジャロ		パーソル キャリア
	交通・輸送業界	150百万円 (10%)			
	メディア・広告業界	144百万円 (10%)		・HAKUHODO・	
	消費財業界	118万円 (8%)	 Eat Well, Live Well. AJINOMOTO		
	その他業界	116百万円 (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から一部を開示。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

(参考) 取引先企業様 (一部例示：2024年11月時点版)

株式会社IHIインフラ建設								
								
・HAKUHODO・								

IHIインフラ建設 IJTT 味の素 アスプロコミュニケーションズ 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 オートネットワーク技術研究所 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アドバンストシステムソリューションズ 図研 住友重機械工業 ゼンリン
 ソニーセミコンダクタソリューションズ 大成建設 大広 TOPPANデジタル 日本ガイシ 日本線路技術 日本総合研究所
 博報堂 パーソルキャリア パーソルクロステクノロジー パーソルビジネスプロセスデザイン 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 明治安田生命保険 山口県 LINEヤフー Rapidus ローム 他

幅広い顧客と多数のプロジェクト

✓ 通算300を超えるカスタムAIプロジェクトを推進

研究開発型

<p>建設 強化学習</p> <p>建設物の揺れ制御 (建設関連企業)</p>  <p>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</p>	<p>建設 強化学習</p> <p>施工計画の最適化 (建設関連企業)</p>  <p>人手や従来手法では見つけられなかった最適な施工計画を立案</p>	<p>製造 強化学習</p> <p>工程スケジューリング (精密機器メーカー)</p>  <p>強化学習アプローチによる生産計画の最適化問題の解決</p>	<p>インフラ 画像</p> <p>線路設備の不良判定 (鉄道事業者)</p>  <p>線路設備の機能不全・異常を自動判定する開発・実運用化</p>	<p>製造 時系列</p> <p>排水処理での異常検知 (電機機器メーカー)</p>  <p>工場から排水される汚染水データの分析から異常検知を実施</p>
---	--	--	---	---

社会基盤・生活者

<p>マーケティング 生成AI</p> <p>対話の自動生成 (広告企業)</p>  <p>企業・商品ブランド人格を反映した対話テキストの生成・顧客応対</p>	<p>マーケティング 生成AI</p> <p>バーチャル生活者生成 (広告企業)</p>  <p>7,000人分の調査データから生活者を再現し、市場調査を高度化</p>	<p>製造 レコメド</p> <p>献立作成エンジン (食品メーカー)</p>  <p>栄養素の条件とユーザーニーズを満たす献立を作成するエンジン</p>	<p>小売 画像</p> <p>店内在庫モニタリング (電機機器メーカー)</p>  <p>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</p>	<p>人材 自然言語</p> <p>人と職のマッチング (人材紹介企業)</p>  <p>採用サイトでの人と食のマッチングを行う仕組みを開発</p>
---	--	--	--	---

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

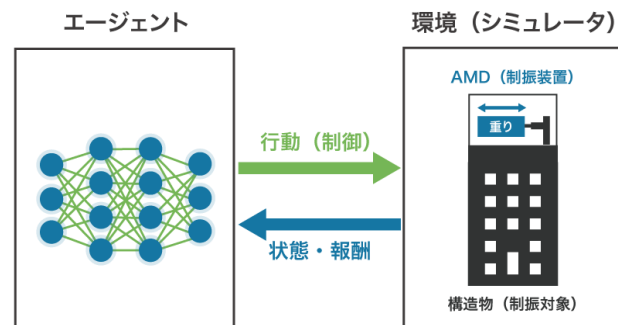
高層ビルをはじめとする建設物の揺れ・振動を抑える技術「アクティブ制振 (AMD)」にAIを適用し、より効果的な制振の実現が目指されていた。

開発・導入

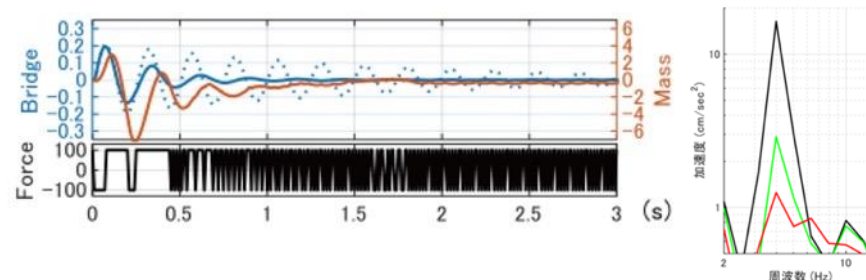
同社研究所内に造られた橋を実験の場として利用。シミュレーター上で高効果な制御則を獲得した強化学習によるAIモデルを実際の制御システムに転用。

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

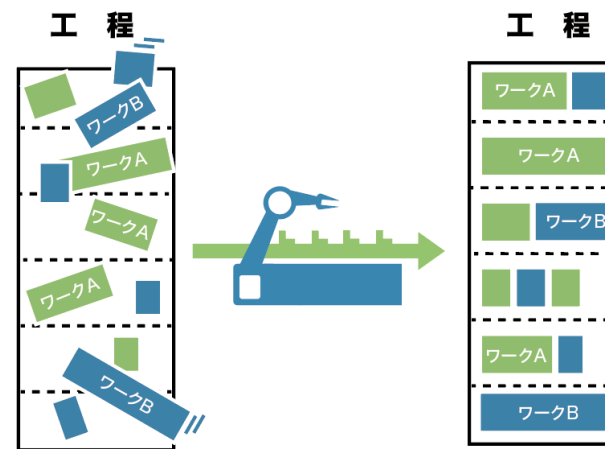
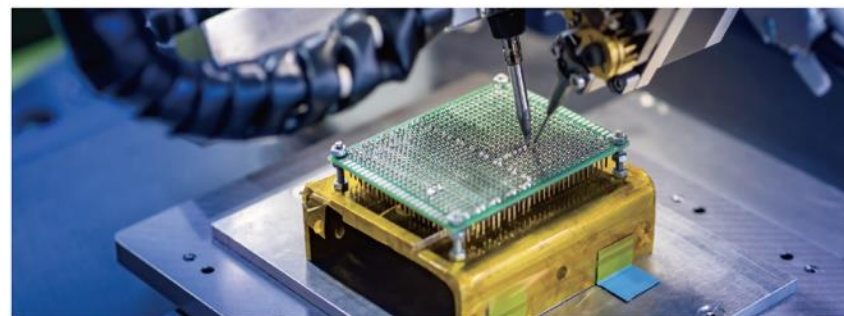
同社では、多数の装置リソースに対し大量のワークを適切に割り当てて生産計画を立案。人手でルールを作り込んでいたが、さらなる品質改善を狙っていた。

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

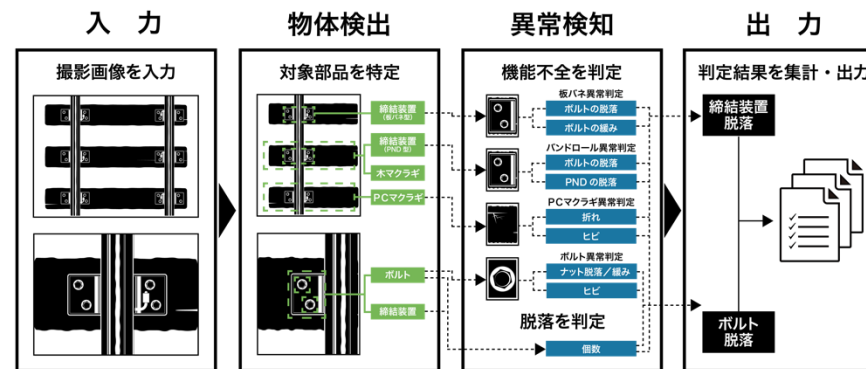
開発・導入

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。

ユーザーのニーズを満たす「献立作成エンジン」：味の素様

- 栄養素の条件とユーザーのニーズを満たす献立を作成するAIエンジン
- ビジネス構想検討から開発、サービス提供に至るプロセスに長期伴走

課題

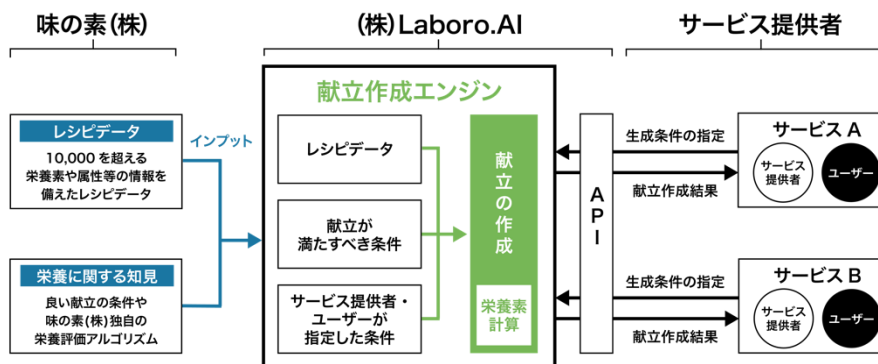
同社では、製品開発や研究開発で培った健康や栄養に関する知見やノウハウ、データ、数々のレシピデータを保有しており、これらのデータの活用方法を模索していた。

開発・導入

料理をする人が抱える悩み「献立づくり」に着目し、同社が保有するレシピデータを組み合わせ、栄養素の条件とユーザーのニーズを満たす献立を作成するAIエンジン「献立作成エンジン」を開発。

成果

管理栄養士などに限られていた、おいしさと栄養条件を兼ね備えた献立作成のノウハウを一般家庭にも提供することに貢献。APIで提供することで、今後様々な外部サービスでの利用も見込まれる。



※画像はイメージであり、実際とは異なる場合があります。

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

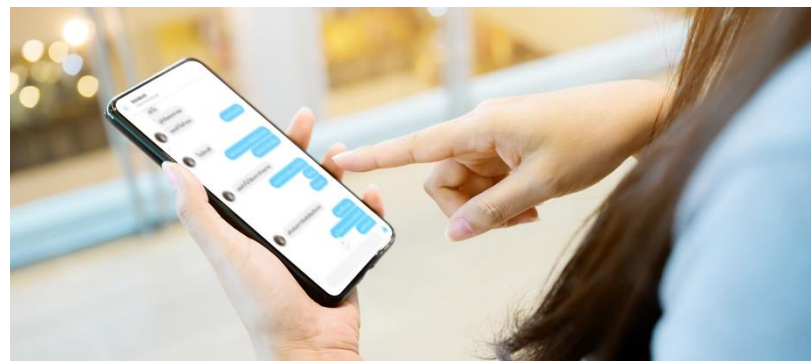
企業ブランドや商品ブランドに立脚したオリジナルなブランド思想を維持しながら、顧客ごとに最適化されたOne to Oneコミュニケーションを展開する必要があった。

開発・導入

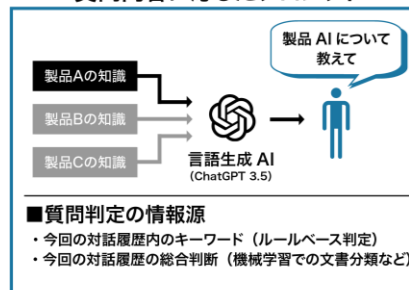
OpenAI社のChatGPTにブランド人格を反映してオリジナル生成AIとして構築。ユーザーおよび対話内容に応じて瞬時にプロンプトを入れ替える「ダイナミックプロンプト」も活用。

成果

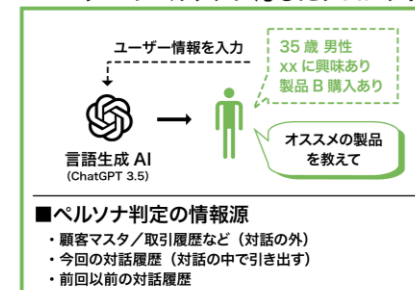
パーソナルデータや商品データ、コンテンツデータを対話に反映。アパレル系企業様との実証実験も進むなど、新しい顧客体験の実現が目指されている。



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



目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 会社概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓ 1-2-1 提供サービス
 - ✓ 1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2024年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2025年9月期 通期業績見通し
- ⑤ リスク情報

2024年9月期 通期 損益計算書

- 4Q単独としては過去最高収益を達成したものの、主に3Qにおける体制整備の遅れが主要因となり、売上/営業利益ともに期初見込を下回る形で着地
- 一方で、粗利率は引き続き60-70%の高い水準で推移し、採算性は健全な水準を確保

(百万円)	2023年9月期 通期実績	2024年9月期 通期実績		2024年9月期 通期 (見込)	見込対比
		実績	前年比		
売上高	1,369	1,515	146(+11%)	1,644	△129(△8%)
売上総利益	888	1,015	+127(+14%)	1,024	△8(△1%)
粗利率 (%)	65%	67%	2pt	62%	+5pt
営業利益	206	183	△22(△11%)	210	△26(△13%)
営業利益率 (%)	15%	12%	△3pt	13%	△1pt
経常利益	193	183	△10	210	△26
当期純利益	139	133	△5	143	△10

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。

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 通期実績
流動資産	1,229	2,414	2,109
現金及び預金	965	1,943	1,523
固定資産	90	75	481
資産合計	1,319	2,490	2,591

関係会社株式として固定資産に
X-AI.Laboの株式を含む(390百万円)

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 通期実績
流動負債	98	242	200
固定負債	51	-	-
負債合計	149	242	200

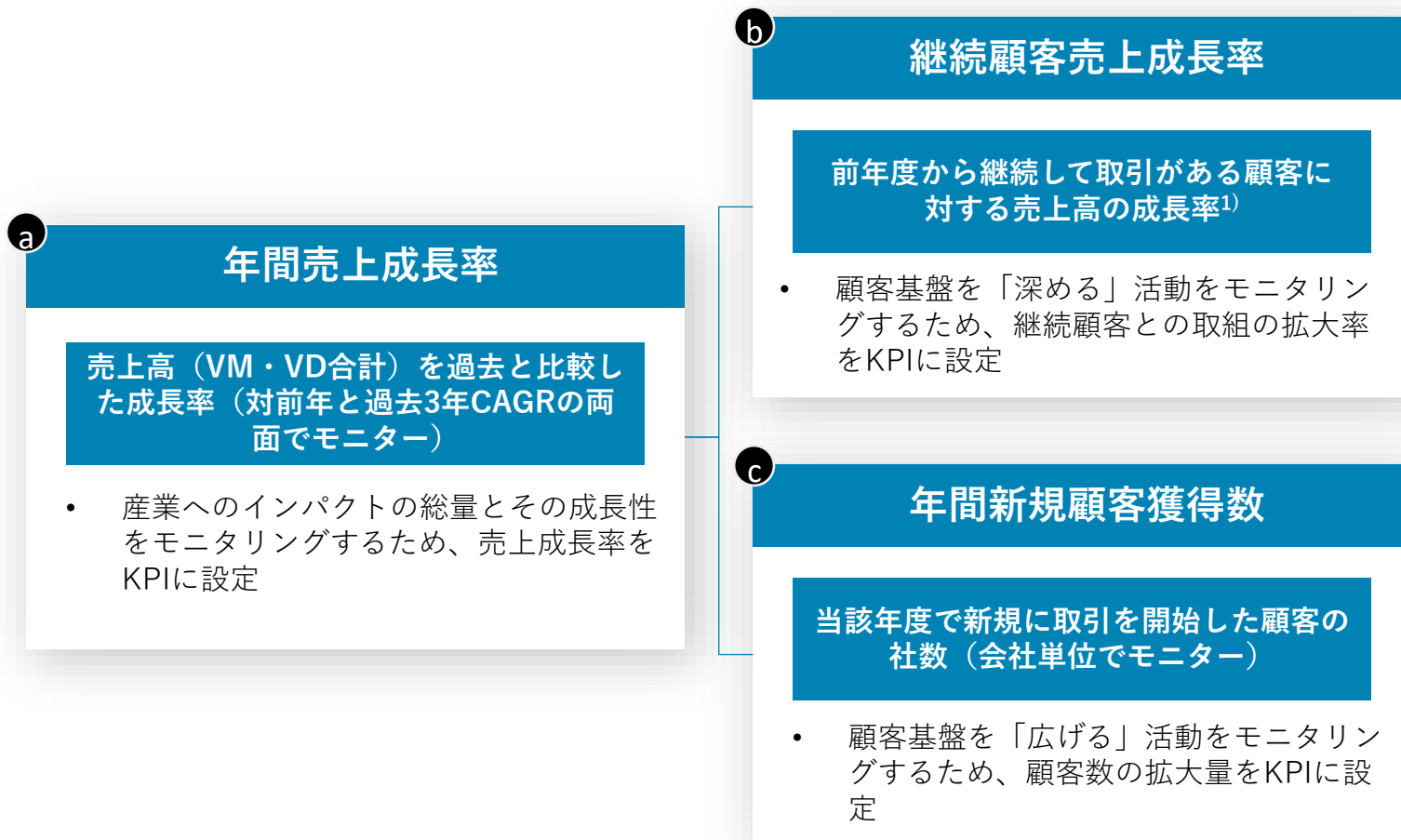
純資産の部 (百万円)	2022年9月期 実績	2023年9月期 実績	2024年9月期 通期実績
株主資本	1,169	2,247	2,391
資本金	534	1,004	1,009
資本剰余金合計	524	994	999
利益剰余金	109	248	382
自己株式	-	-	-
純資産合計	1,169	2,248	2,391
負債純資産合計	1,319	2,490	2,591

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

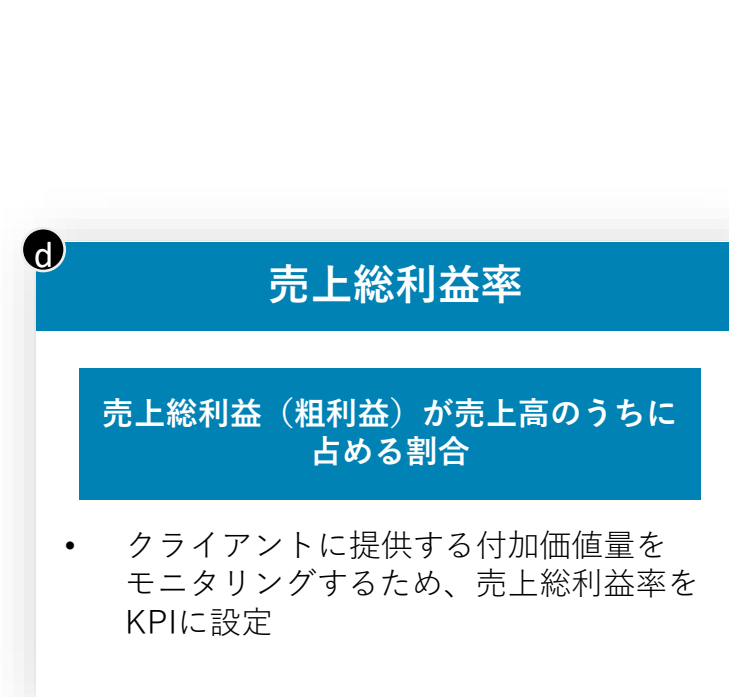
重要KPIとその考え方

- ミッションである「すべての産業の新たな姿をつくる」を達成するため、顧客基盤を「広げ」て「深め」ながら、顧客に提供する付加価値を最大化するため、継続的にモニタリングするKPIを設定。継続顧客の売上成長を実現させながら、新規顧客開拓を目指す。

売上成長



利益



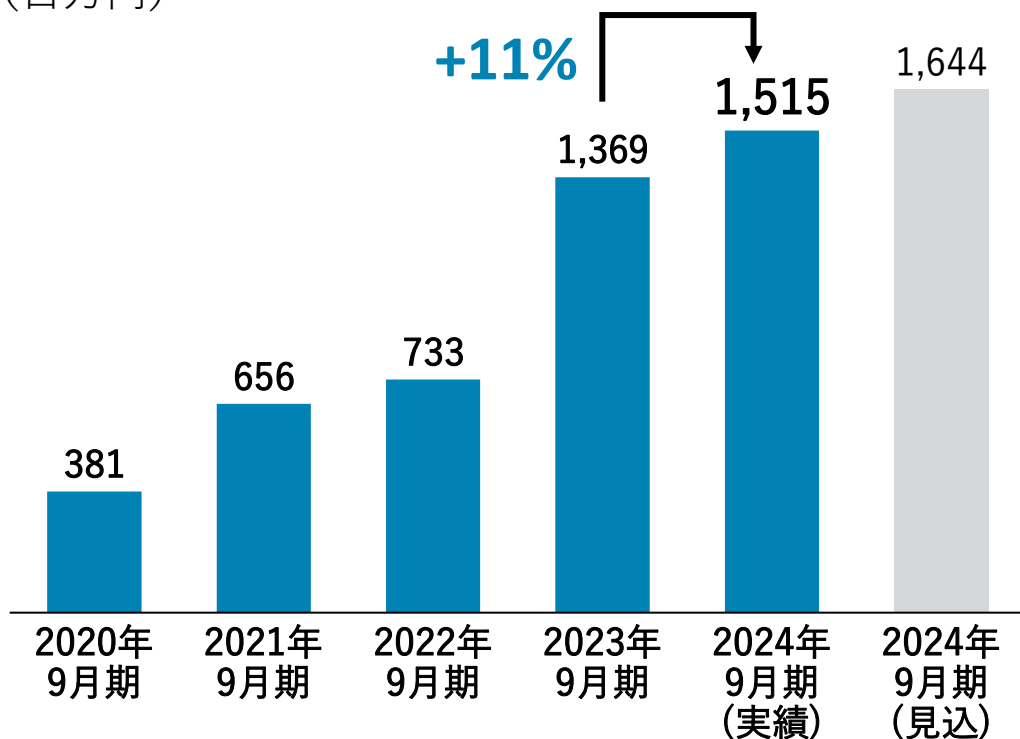
¹⁾算出式: (プロダクトを除く当該年度の売上高-当該年度の新規顧客からの売上高) / プロダクトを除く前年度の売上高-1

a 売上高/営業利益の推移

- 顧客のAIに対する需要は堅調に推移し、4Qは過去最高の売上を達成。
- 但し、体制拡大上の課題が表出した3Qの売上着地を十分カバーできず、見込の売上1,644百万円は未達。23年9月期通期を売上ベース+11%、営業利益ベース△11%で着地

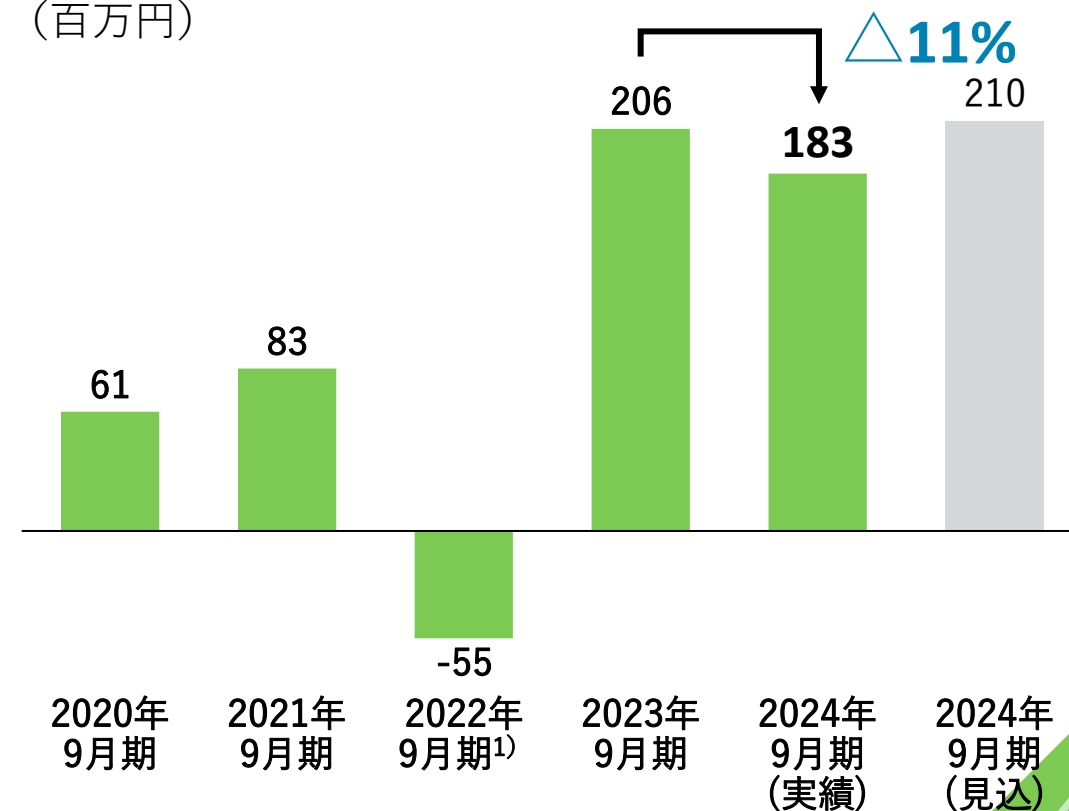
売上高

(百万円)



営業利益

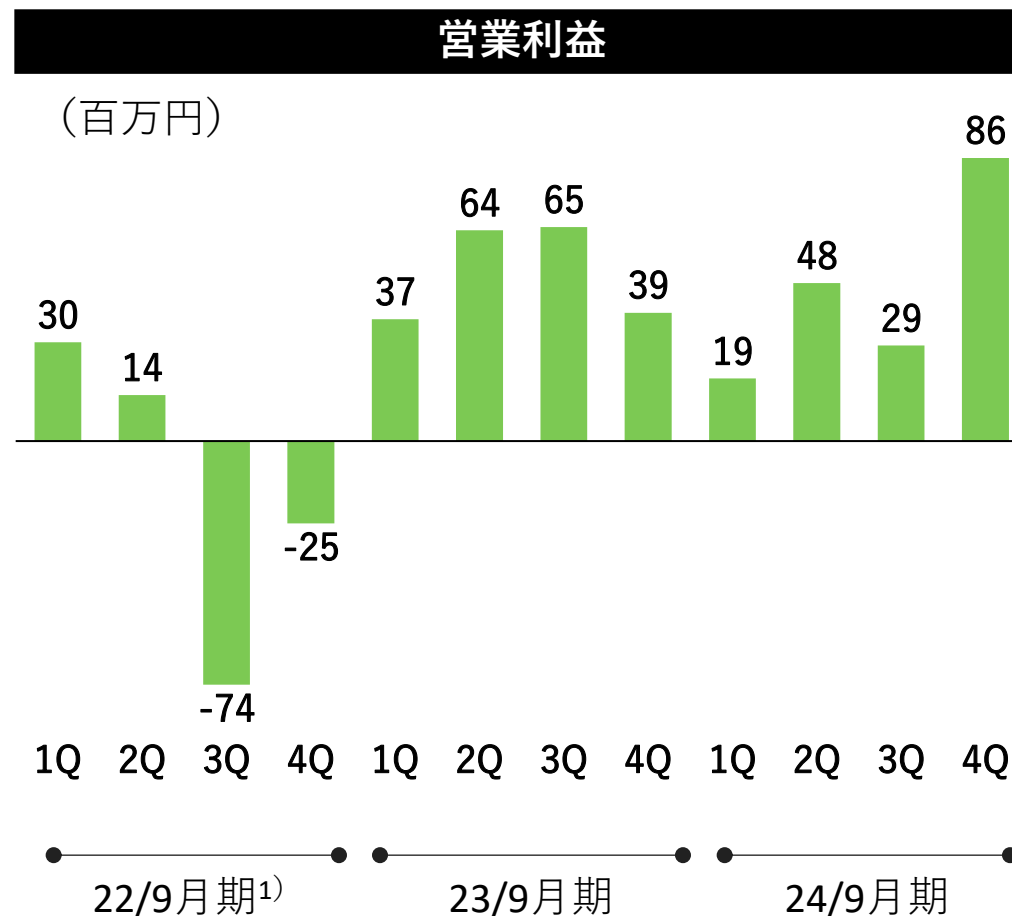
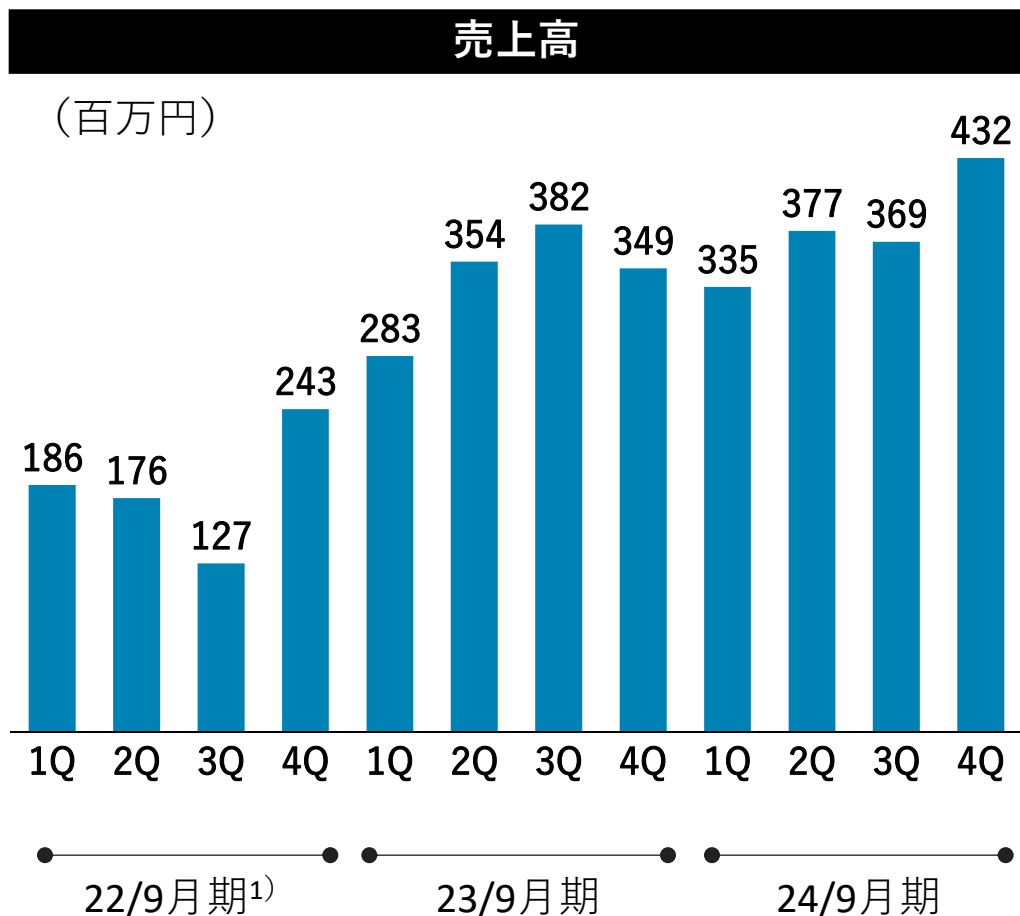
(百万円)



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高が想定を下回ったため、赤字で着地。

a 売上高/営業利益の四半期推移

- 4Q単独売上は、四半期売上としては過去最高収益にあたる432百万円で着地
- 売上が好調に着地したこともあり、営業利益も四半期としては過去最高水準にあたる86百万円で着地

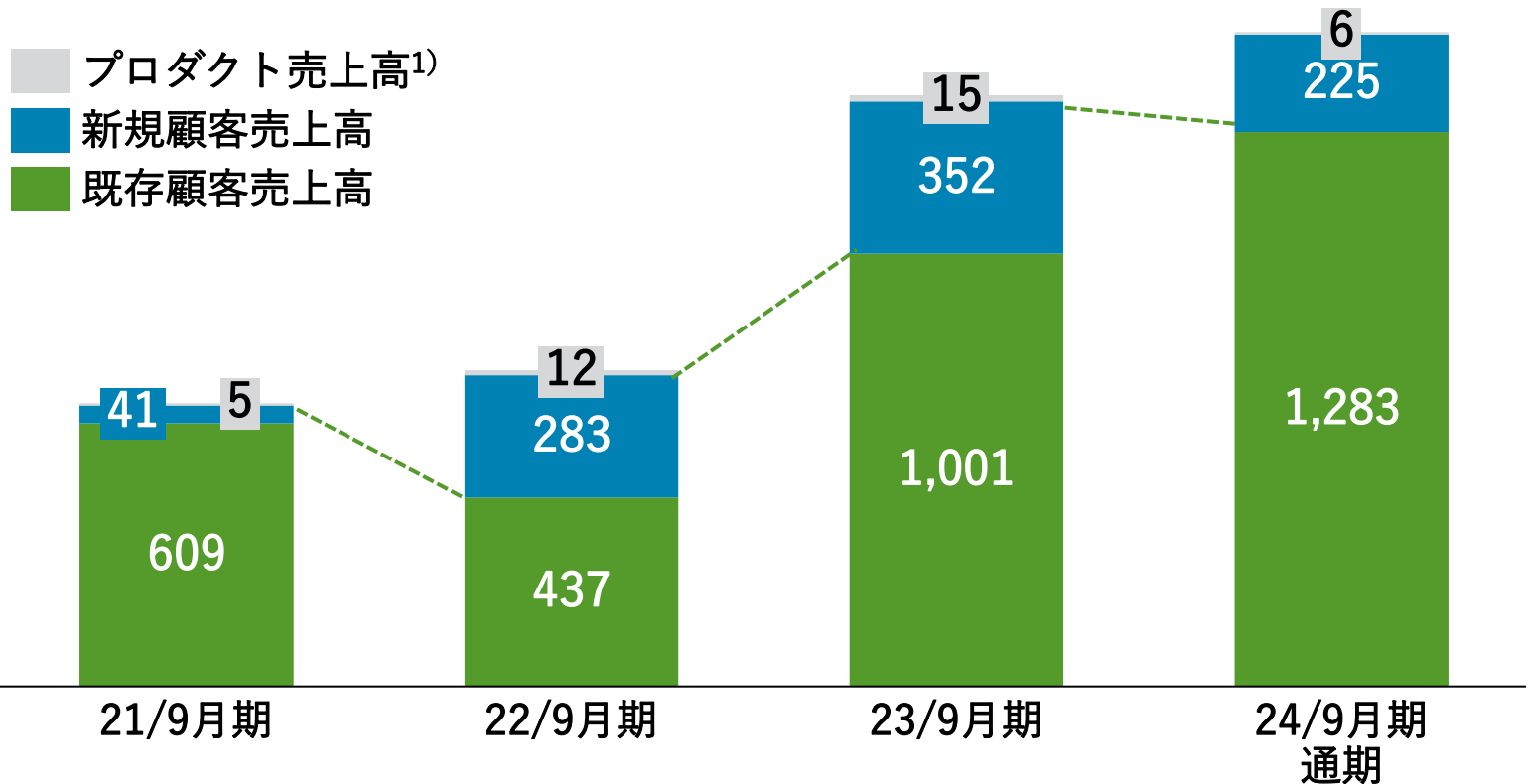


1) 2022年9月期は、既存顧客との継続プロジェクトが中断する等の要因で売上が想定を下回る形で着地

b c 既存/新規顧客売上成長率

- 通期で20社の新規顧客を獲得(4Q単独：9社)。新規顧客からの収益が成長をドライブ
- 体制構築の遅れに伴うリソースの制約から、AIエンジンの開発が一段落しつつある顧客への別PJの提案を十分実施できず、既存顧客の売上高が若干縮減 (*詳細P54)

(百万円)



主なKPI (24年9月期通期)

新規顧客の売上増への寄与度²⁾

154%
(新規顧客数+20社)

既存顧客売上成長率³⁾

△5%

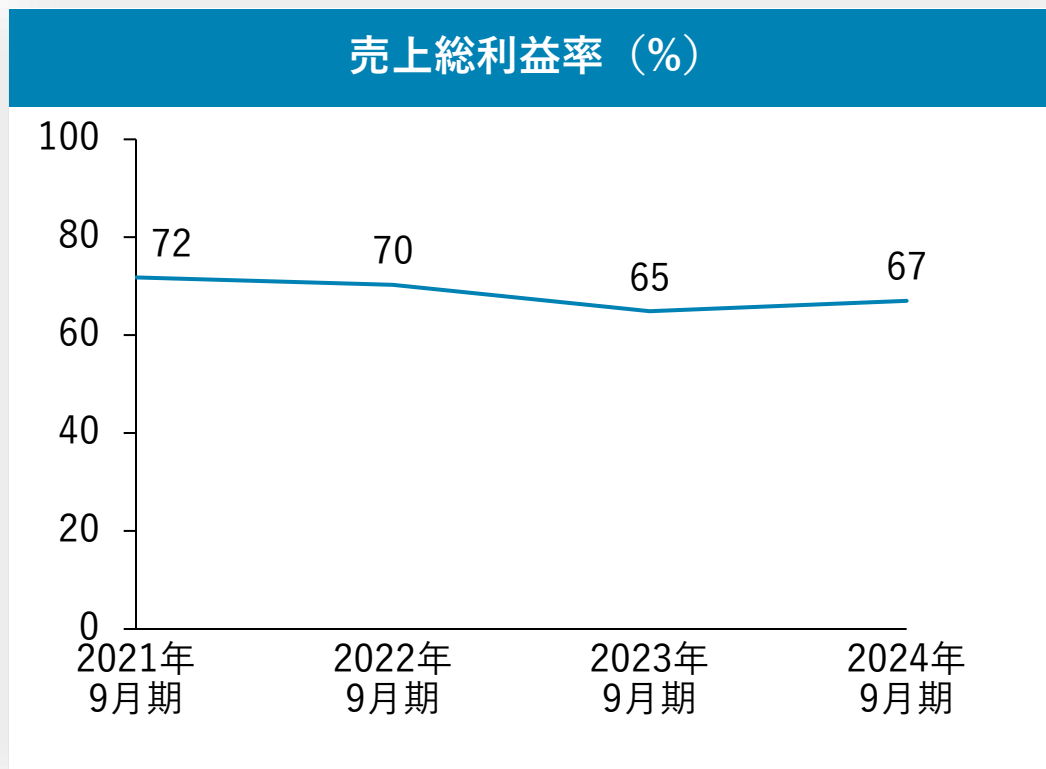
1) 音声コーパス (LaboroTVSpeech) の販売など

2) 算出式：当該年度の新規顧客の売上高/(当該年度の売上高-前年度の売上高)

3) 算出式：(プロダクトを除く当該年度の売上高-当該年度の新規顧客からの売上高)/プロダクトを除く前年度の売上高-1

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

d 売上総利益率の推移



システム開発の外注が必要な大型案件が一段落しつつあることもあり、外注費が23年9月期と比べて縮減し、売上高総利益率は2pt上昇

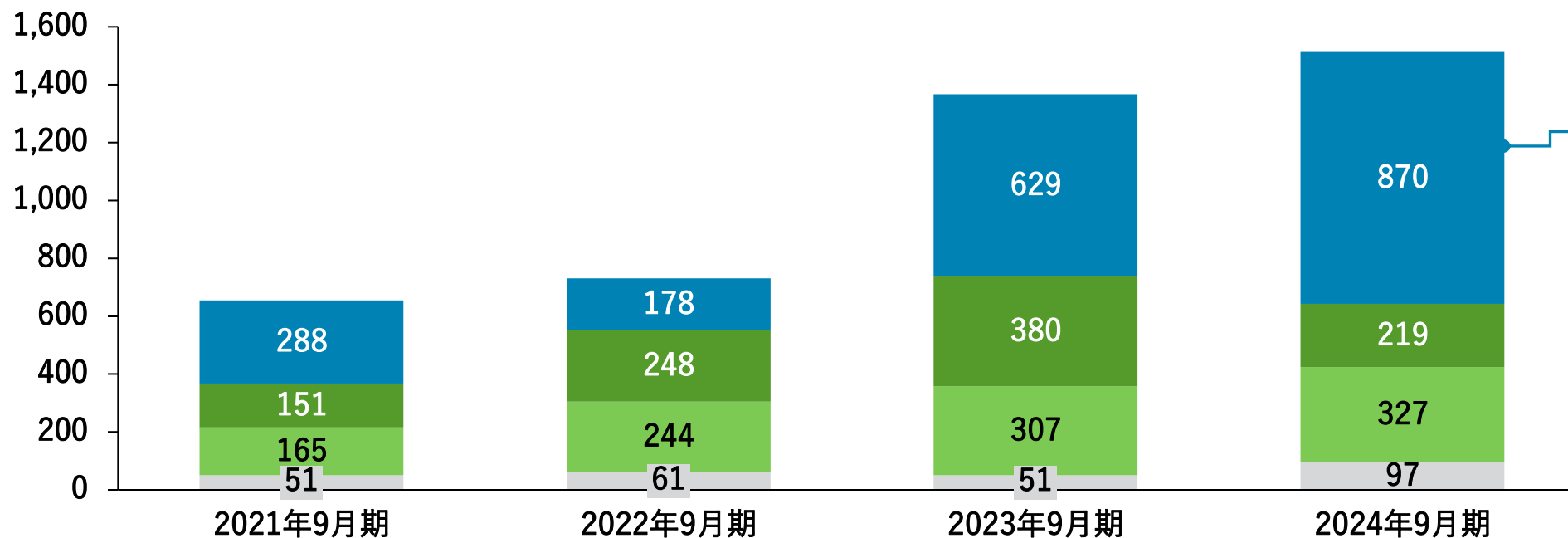
引き続き、採算性は60-70%の健全な水準を確保

顧客ポートフォリオ（1/2）：売上規模別の構成

- 売上1億円以上の大口顧客は6社へ増加し、安定的な顧客基盤を構築

売上高の規模別構成

(百万円) ■ 100M以上 ■ 50M~100M ■ 10M~50M ■ 10M未満



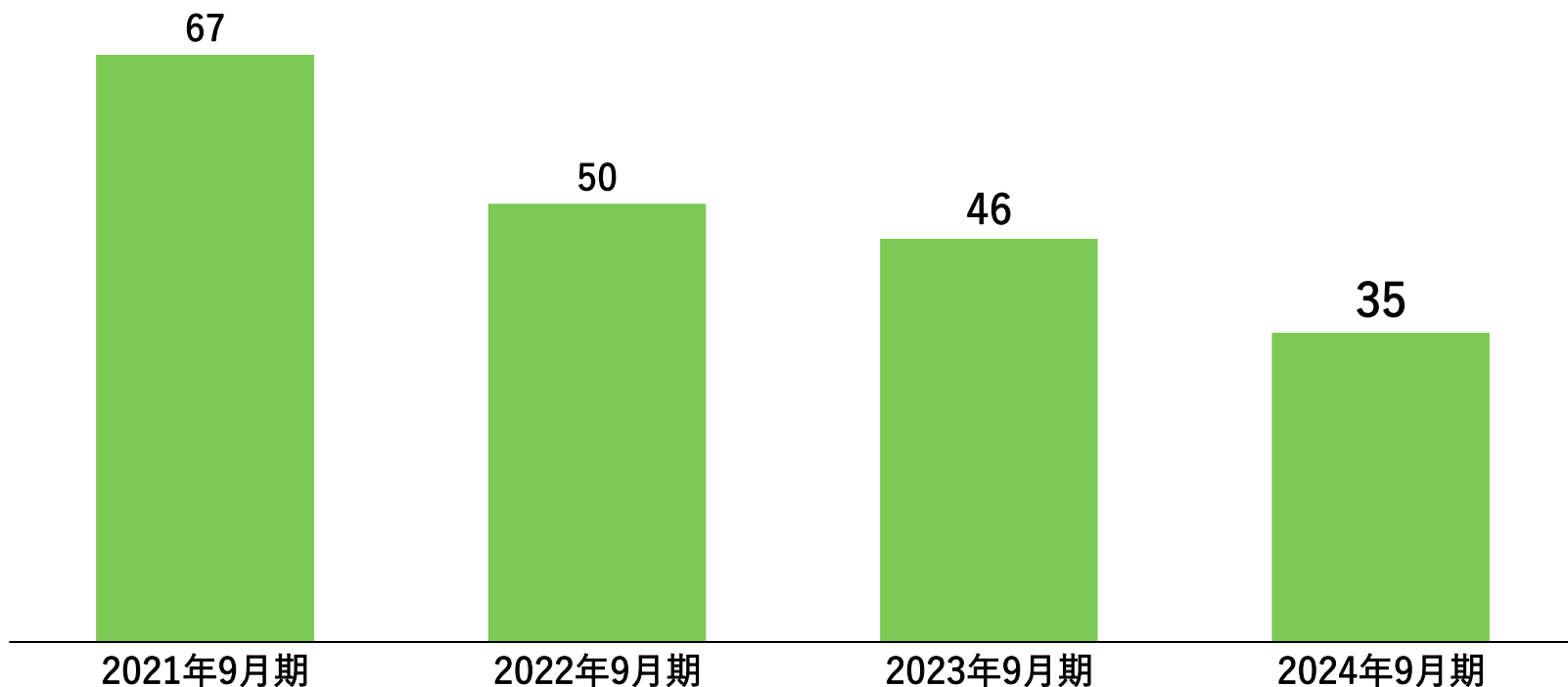
売上高1億円/年の顧客
6社
(前年+3社)

Note: 売上高は小数点1桁（10万円単位）で切り捨て。このため、合計額が各会計年度の売上と不一致していることがある旨ご承知おきください

顧客ポートフォリオ（2/2）：上位3社の売上構成比の推移

- 売上上位3社の構成割合は35%へ低下。特定先に過度に依存しないポートフォリオの分散も同時に促進

売上高の上位3社顧客の構成割合（%）



新規顧客獲得等が奏功し、
ポートフォリオの分散が進捗。
23年9月期対比△11%
で着地

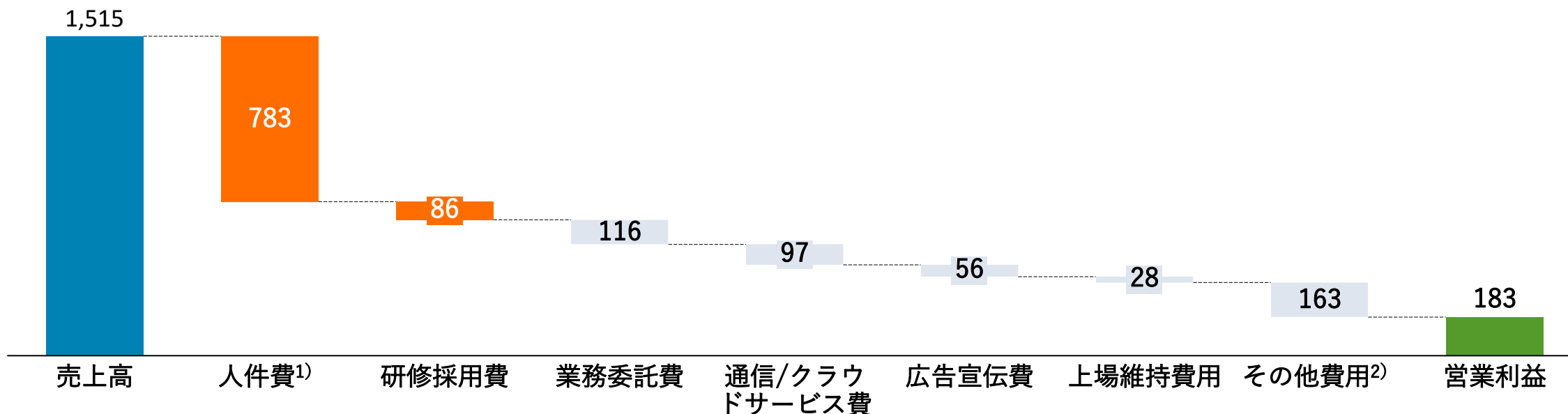
Note: 売上高構成比率は小数点第1位で四捨五入して算出

コスト構造

- 人件費/研修採用費等の人材投資がコストの約60%を占め、人材投資が引き続き主要な費目
- 23年9月期とコスト構造は大きくは変わらないものの、体制拡充に伴い、人件費の割合は増大（45%→52%）。一方でシステム開発が必要な大型案件が一段落したことから業務委託費の割合は縮減（12%→8%）

2024年9月期通期の主要費目別コスト構造

(百万円)



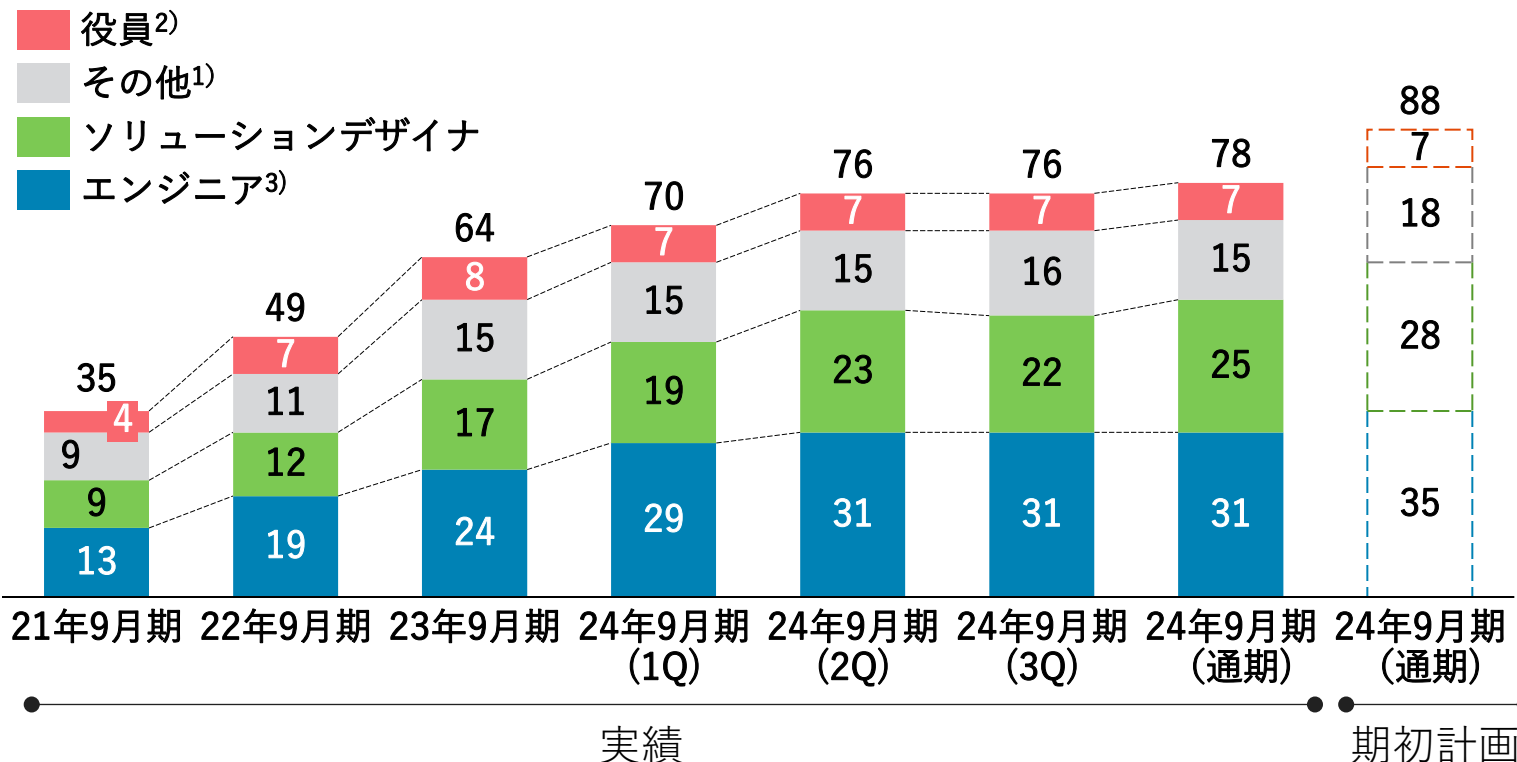
1) 人件費はソリューションデザイナー・機械学習/システム開発エンジニアのPJの執行工数（原価要因）、ソリューションデザイナー・コーポレートの営業/管理工数（販管費要因）の合算

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

社員数の推移

- SDの採用は進捗。一方で、新規入社メンバーを中心とした離退職の発生も踏まえ、採用した人材の育成/定着に向けた人材マネジメントの更なる強化が必要であり、期初計画は未達で着地
- エンジニアは内定者の入社タイミングが25/9月期1Q以降に期ズレしたこともあり、下半期を中心に採用が軟調に推移。来期の目標達成に向けて採用を加速化する方針



人員増加率
(23年9月期→24年9月期)

ソリューションデザイナー
人員増加率

+47%

エンジニア
人員増加率

+29%

1) その他はコーポレート部門に加えて、SD部からクライアントへ出向しているメンバー（1名）分を加えた人員数
 2) 取締役、常勤監査役、社外取締役、社外監査役の合計（執行役員は含まない）
 3) エンジニアには機械学習エンジニアに加え、システム開発エンジニアを含む

Note: 各会計年度末日に在籍している人員数。取締役/監査役を含む役員、社員（契約社員を含む）でカウント。アルバイト・パートタイマーは含まない

目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 会社概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓ 1-2-1 提供サービス
 - ✓ 1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2023年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2024年9月期 通期業績見通し
- ⑤ リスク情報

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¹⁾

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)

1,500億円 (2023年度)

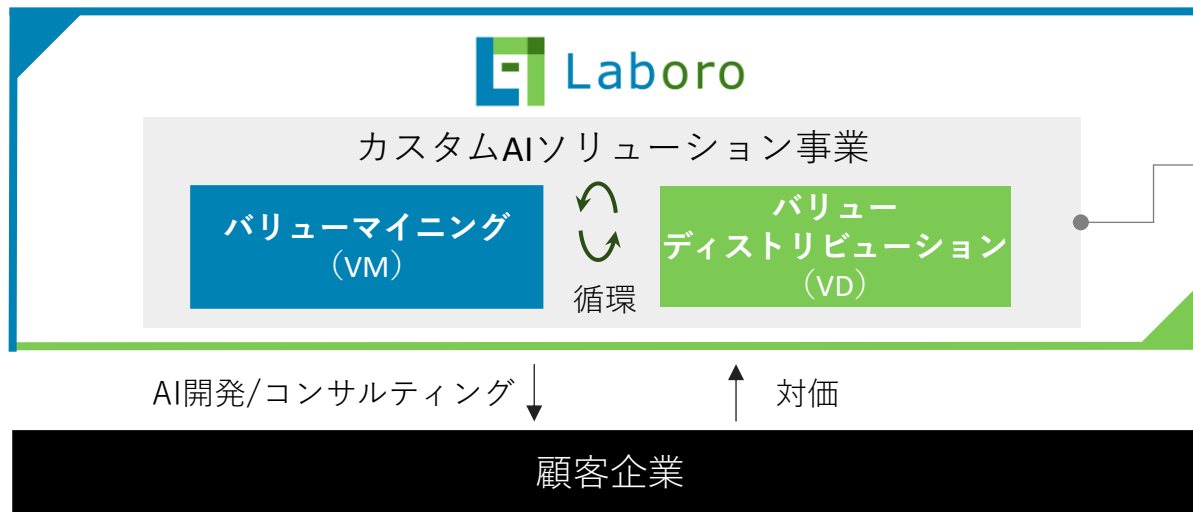
+15~27%/年

2,200億円
~
3,000億円 (2026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「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」(2024年11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

2024年9月期 通期の事業進捗（サマリ）

- 生成AIの技術革新等の市場環境の変化もあり、顧客のAI投資への底固い需要から顧客獲得は進捗
- 引き続き、新規採用した人材のオンボード/育成の取組み強化が必要

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



一部既存顧客において、AI開発フェーズが一段落しており、既存顧客の売上は若干縮減
一方、サービスローンチに至り事業価値を生み出し始めている取組みも存在し、
中期的な価値共創を協働する関係性を構築している顧客基盤が拡大

新規顧客



24年9月期トータルで計20件の新規顧客を獲得（内、4Q単独9件）

- 今期獲得した顧客とのPJの約55%にあたる11件が強化学習を含む最適化問題、
若しくはLLM関係のプロジェクトであり、VD起点での新規顧客獲得が一定進捗

柱②

顧客獲得の
ソリューション
の整備

VD



VD領域として注力する強化学習を含む最適化問題、LLMは分科会を立ち上げ、形式知化が進捗

- 当該領域への営業活動に活用する目的での事例やノウハウの整理/集約が進捗
- 当該領域でのPJについてより早期から価値創出するための技術基盤/テンプレート作成

柱③

成長の前提と
なる体制整備

採用/育成



通期目標を超える速度での採用が進捗。一方で、新規入社メンバーを中心にした離退職の発生を
踏まえ、組織にオンボードし、育成していく仕組みの整備/強化が必要

- SDは、新規メンバーを中心に離退職が発生。定着/育成の仕組みの整備を進める方針
- ENGは直近で採用がやや鈍化。採用担当者を採用し、来期に向けて採用を加速化する方針

働き方



23年9月期と比較して全体的に稼働はやや平準化。一方で新規参加メンバーのサポート等で
シニア層を中心に3-4Qの稼働がやや逼迫

提携/M&A



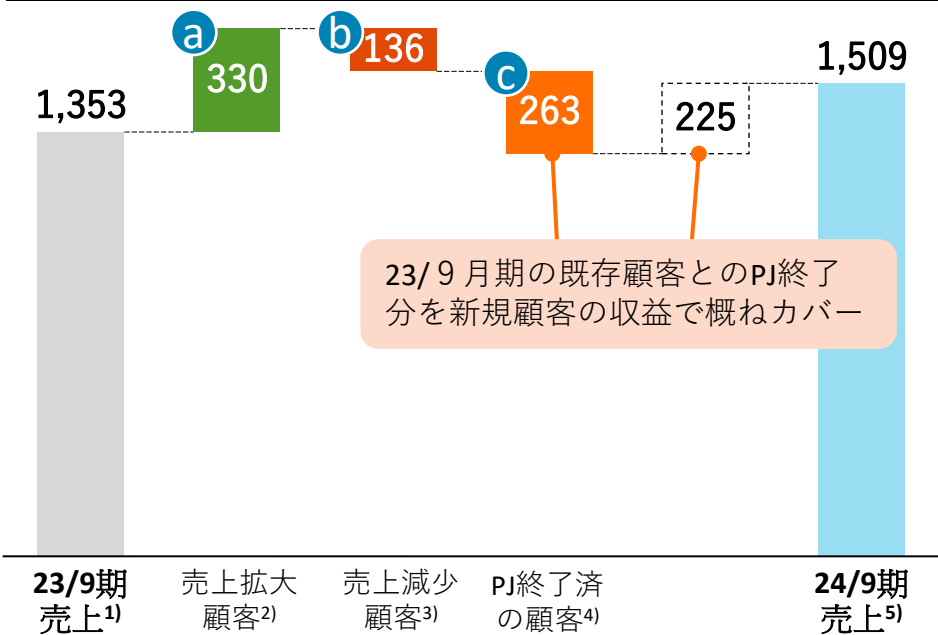
24年6月にグローピングとのJVに関する契約を締結。新会社（X-AI.Labo）として立ち上げ

- AI-Xのサービスオフリングと、新規顧客獲得に向けた顧客の経営層との議論を対応中
- その他、AI開発の隣接領域への染み出しに向けた検討を実施（例：システム開発機能）

柱① 顧客基盤の安定的拡大： 既存顧客

- リソースの制約から、AIエンジンの開発が一段落しつつある先への別PJの提案を十分実施する余力がなく、既存顧客の売上高が縮減（△69百万円）

24/9月期と23/9月期の売上のギャップ分析



- a** 23/9月期 → 24/9月期で売上が増大している顧客 **12社**
- b** 23/9月期 → 24/9月期で売上が縮小している顧客 **8社**
- c** 23/9月期でPJが終了している顧客 **11社**

PoCから産業実装に向けた開発フェーズへ進捗したことや、複数PJの受注等の要因で収益が拡大
 ・ 顧客に中期的に伴走しながら、変革を共創するパートナーとして当社の収益も拡大

AIエンジンの企画/開発が一段落し、徐々に顧客内での自走化にシフト

→ 今期はリソースの制約からこうした顧客への別PJの提案に割く余力が十分になく、既存顧客の売上が縮減

既存顧客のみの売上では23/9月期と比べ縮減しているものの、ポートフォリオ全体では適宜入れ替えを経ながら顧客基盤を拡大
 ・ 売上拡大先 > 売上縮減先となっており、売上縮減をカバー
 ・ 23/9月期終了PJに伴う売上剥落分は新規顧客でカバー

1) 23/9月期のプロダクト売上を除く売上高
 2) 23/9月期→24/9月期で売上が拡大しているアカウントについて、(24/9月期の売上-23/9月期の売上)で差分を計算
 3) 23/9月期→24/9月期で売上が縮減しているアカウントについて、(24/9月期の売上-23/9月期の売上)で差分を計算
 4) 23/9月期の顧客のうち、23/9月期でPJが終了したクライアントの売上高
 5) 24/9月期のプロダクトを除く売上高

柱① 顧客基盤の安定的拡大： 新規顧客

- 展示会出展やHP経由での問い合わせ等のマーケティング、顧客経営層へのアプローチ（アウトリーチ）が奏功し、昨期を超える数の新規顧客を獲得（24年9月期通期20件）

主な顧客獲得の経路

製造業、人材業界、消費財業界等、幅広い領域で**累計20社（4 Q単独9件）**の**新規顧客**を獲得

展示会やHP問い合わせ経由でのマーケティング活動によるリード獲得



デジタル部署だけでなく、**企業や事業変革を所管する部署及び経営層へのアプローチ（アウトリーチ）**

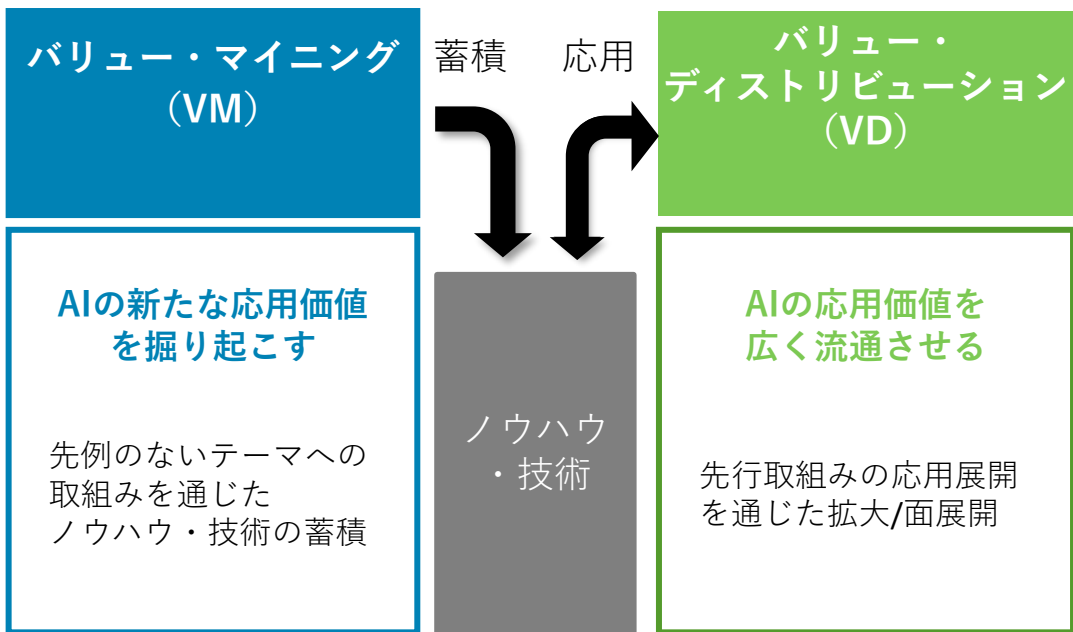
		株式会社 オートネットワーク 技術研究所	
			パーソル キャリア
印刷 業界企業	運輸/交通 業界企業	海運 業界企業	自動車部品 業界企業
消費財 業界企業	消費財 業界企業	消費財 業界企業	消費財 業界企業
テクノロジー 業界企業	電気機器 業界企業	電子デバイス 業界企業	電子デバイス 業界企業
	不動産 業界企業	不動産 業界企業	不動産 業界企業

Note: 掲載順は五十音順。

柱② 顧客獲得に向けたソリューションの整備： VD

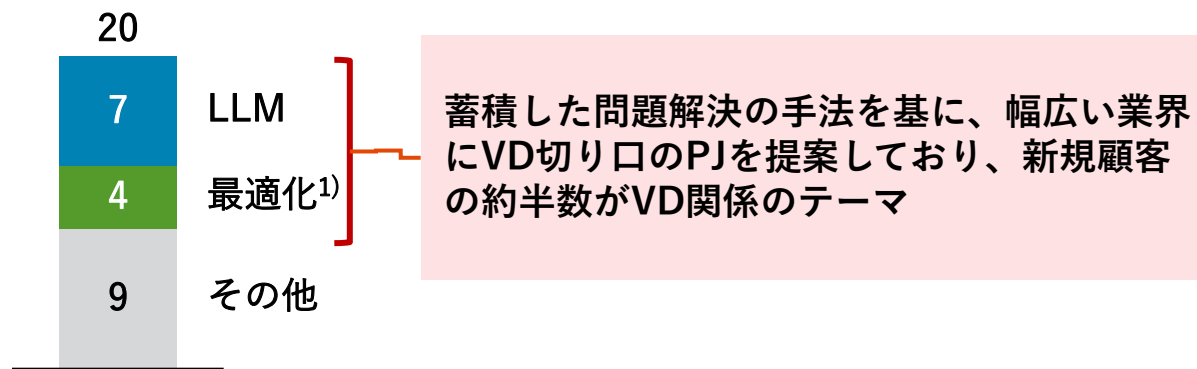
- 注力する最適化問題、LLMについて、営業活動向けのノウハウの整理/集約や技術基盤の整備が進捗
- 24年9月期に獲得した20社の新規顧客のうち、11件が最適化/LLM関係のPJであり、集約したノウハウを起点に業界を問わず幅広く営業活動に活用

前提としてのVM/VDの考え方



24年9月期の進捗

24年9月期新規顧客とのPJテーマの構成



主な取組み

- SD部/ENG部にて最適化/LLMに関する知見を集約する分科会を立ち上げ、技術基盤や営業資料等を整備
- 最適化/LLMについては、AI EXPO等でも事例やソリューションの概要を公表し、新規リード獲得に活用

1) 強化学習や数値最適化等の手法を活用した、最適化問題に関連するプロジェクトテーマ（生産計画の最適化、設計/開発の最適化など）

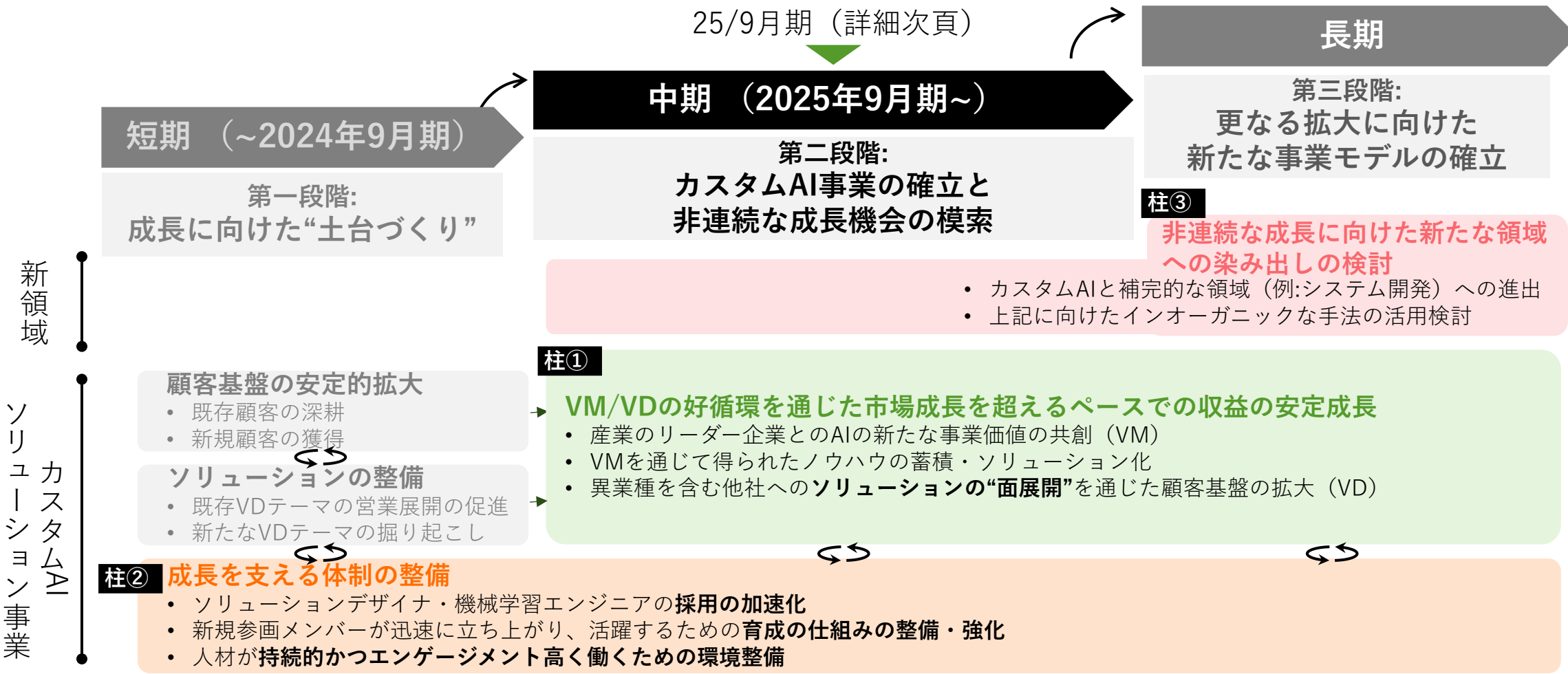
柱③ 成長の前提となる体制整備： 採用/育成

- (SD) 4Qは人員数+3名で着地。採用の加速化に加え、定着/育成の取組みの強化/標準化が必要
- (ENG) 参画のタイミングの25/9月期以降へのズレもあり、採用進捗がややビハインド

SD	採用	○	<p>採用を経営アジェンダと捉え、経営/SDシニア層がコミットし、採用の目標は達成</p> <ul style="list-style-type: none"> • 一部発生していた採用のミスマッチによる離退職を防ぐため、採用基準やプロセスを見直し • 採用/育成に関する人材開発の体制を強化。ダイレクト等新たなアプローチを通じ採用母集団を拡充
	定着/育成	△	<p>新規入社メンバーを中心に離退職が発生。オンボード/育成強化に向けた取組みを推進</p> <ul style="list-style-type: none"> • 標準的なオンボード/育成のプログラム整備に着手 • 新規メンバーのスムーズな立ち上がりに向けた、オンボーディング期間の延伸
ENG	採用	△	<p>継続して採用は進捗も、一部25/9月期以降へ入社タイミングが期ズレしたこともあり、通期目標は未達</p> <ul style="list-style-type: none"> • ダイレクト等、SD側で奏功している手法をENGにも展開し、更なる採用の加速化の余地あり • SDと同様、採用/育成に関する人材開発の体制を強化し、採用母集団の拡充を目指す
	定着/育成	○	<p>採用した人材の組織への定着/育成は順調に進捗。足元で大きな課題はなし</p> <ul style="list-style-type: none"> • オンボード対応の標準化、オンボード後の新規メンバーとのコミュニケーション等PDCAが進捗 • 合わせて、e-learningの導入等、入社後の技術/ビジネススキルの強化に向けたプログラム整備を検討
コーポレート	採用	○	<p>一部ポジションは来期も継続で採用が必要なものの、概ね順調に採用が進捗</p> <ul style="list-style-type: none"> • 一部募集枠が少ないポジションは継続で採用を進める必要があるものの、日々のビジネスの推進に必要なマーケティング・人事・人材開発、労務・総務等のポジションは順調に採用が進捗
	定着/育成	△	<p>メンバーのエンゲージメント強化/育成の加速化に向け、役割期待/コーポレートのキャリアパスの明確化、各メンバーの「学びの機会」の提供強化が必要</p>

25年9月期以降の成長戦略

- 25年9月期は既存コア事業を確立するとともに、中期的な成長に向けた新たな機会を積極模索



25年9月期の取組みの方針

- ・ カスタムAIソリューション事業は24年9月期までの戦略を基本的に踏襲
但し、24年9月期に表出した課題を踏まえ、メンバーの育成/定着に向けた取組みを強化
- ・ 併せて、中期的な成長に向け、当社のコア事業と新規領域への染み出しを積極的に検討

カスタムAI
ソリューション事業

新領域

柱①

市場成長を
超えるペースでの
安定した収益成長

新規/既存顧客が売上成長にバランスよく寄与する顧客ポートフォリオを構築

- ・ PJが終了/売上が縮減した既存顧客の掘り起こし・別の切り口での再アプローチの強化
- ・ 顧客経営層へのアプローチ/積極的なマーケティング活動によるVDテーマ切り口での新規顧客獲得

最適化/LLMの2領域についてSD/ENGによる分科会を継続し、知見の整理/集約を強化

- ・ 最適化、LLMについてノウハウや技術を形ある技術資産/営業マテリアルへ整理
- ・ VD資産を新規PJリードの獲得/営業提案につなげ、新規顧客の獲得に寄与

柱②

成長を支える
体制の整備

SD/ENGそれぞれ10名程度の人員増加に向けた人材採用の加速化

- ・ 各部に伴走し、採用/育成を支援する人材開発室の陣容の拡充
- ・ ダイレクト等を活用した採用プールの拡充/候補者エクスペリエンスの向上

採用した人材を“イノベーションプロフェッショナル”として育成する仕組みの充実化

- ・ SDにおけるオンボード/育成プログラム・シニアによるフィードバックの標準化/強化
- ・ コーポレート各組織のキャリアパスの明確化、キャリア形成に向けた“学びの機会”の充実化

“One Laboro”として一体感ある組織の実現に向けた、全社エンゲージメントの更なる向上

- ・ 組織の目指す姿/MVVの浸透に向けた社内のコミュニケーション施策の強化/充実化
- ・ リモート/オンサイトが融合し、円滑なコミュニケーションを可能にする働き方へのアップデート

柱③

新たな領域への
染み出しの検討

必要に応じ提携/M&A等の手法も勘案したうえで、補完的な機能を持つ領域への染み出しの検討/推進

- ・ X-AI.Laboやその他を通じたグローピングとの連携の強化
- ・ AI開発に隣接する領域の内製化/進出の検討 (例：システム開発機能 等)

資金使途

- 2024年6月の「資金使途変更に関するお知らせ」の通り、グロービング株式会社とのジョイントベンチャーへの出資に対して優先的に資金を配分した結果、資金使途・金額・充当予定時期を変更

(単位：千円)

資金使途	予定金額	使途予定時期別金額			
		2023/9月期	2024/9月期		2025/9月期
			(予定)	(実績)	(予定)
採用 SDやエンジニア等の確保に係る費用	265,474	25,474	100,000	85,107	140,000
マーケティング 広告宣伝、展示会出展等に係る費用	141,444	11,042	58,000	56,281	72,402
インフラ構築 GPUサーバーの増強等に係る設備投資資金	85,253	-	40,253	40,161	45,000
借入金返済 既存の長期借入金の返済	46,857	46,857	-	-	-
JVへの出資金 X-AI.Laboの株式取得に要する費用	390,000	-	390,000	390,000	-
合計	929,029	83,373	588,253	571,550	257,402

目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 会社概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓ 1-2-1 提供サービス
 - ✓ 1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2023年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2024年9月期 通期業績見通し
- ⑤ リスク情報

売上高及び営業利益の見通し

- 25年9月期は、前期に構築した“土台”をベースに、市場成長を超える売上成長と、24年9月期同等の利益率水準を目指す
- 同時に、24年9月期に表出した組織構築上の課題に優先して取組み、更なる成長に向けた基盤を整備

	2025年9月期 (期初予想)	2024年9月期 (実績)	前期比 ¹⁾ (成長率%)
売上高	2,008	1,515	+492 (33%)
売上総利益	1,308	1,015	+292 (29%)
粗利益率 (%)	65%	67%	△2pt
営業利益	250	183	67 (37%)
営業利益率 (%)	12%	12%	0pt

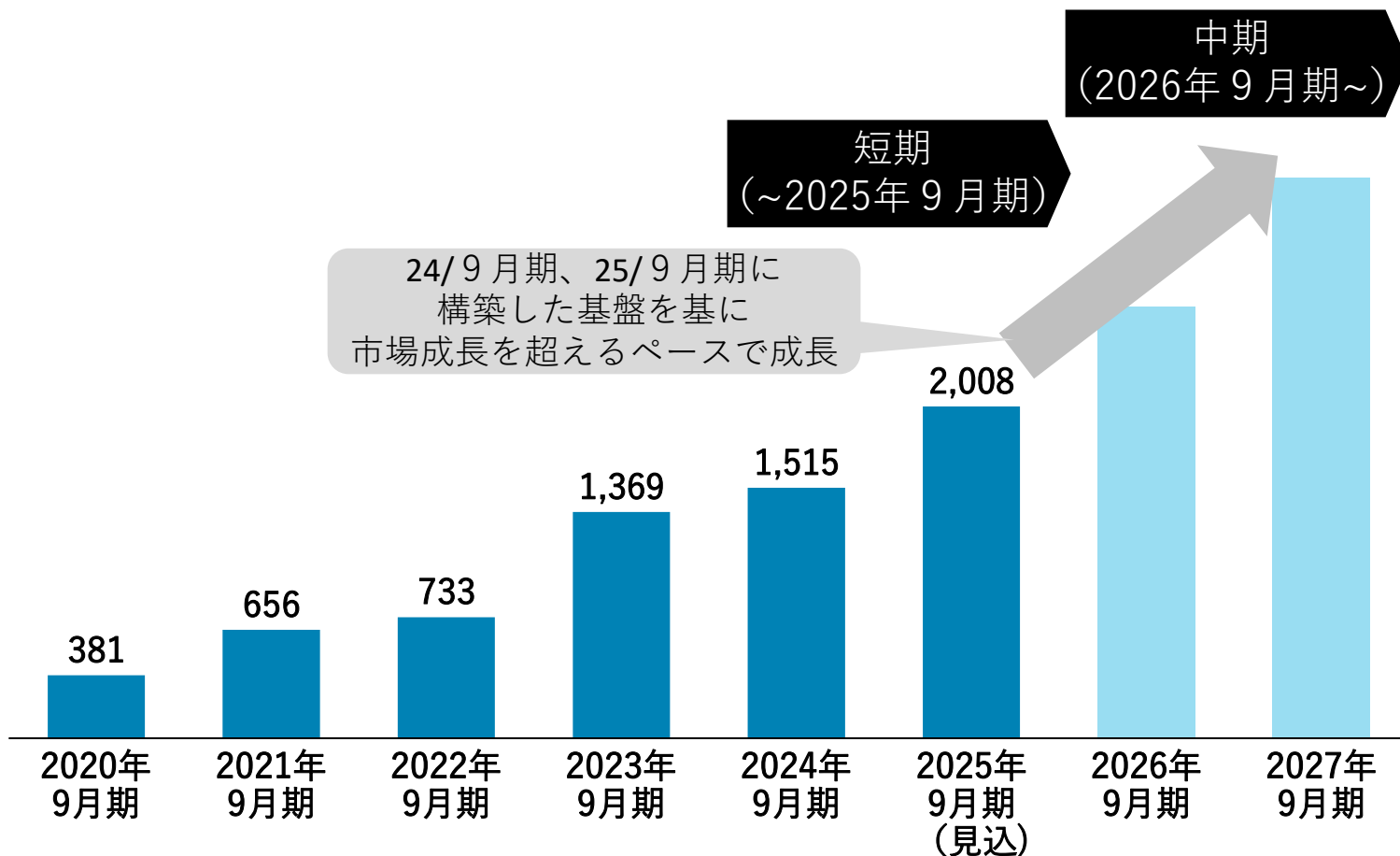
昨年実績同等の
利益率水準を確保

1) 25年9月期見込みと24年9月期実績の差分

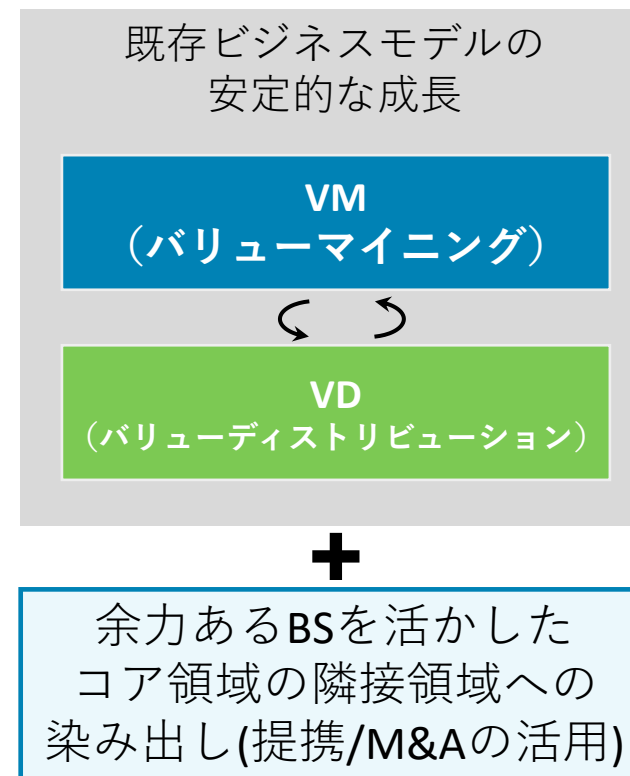
Note: 売上/売上総利益/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率(%)は小数点1桁目で四捨五入

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



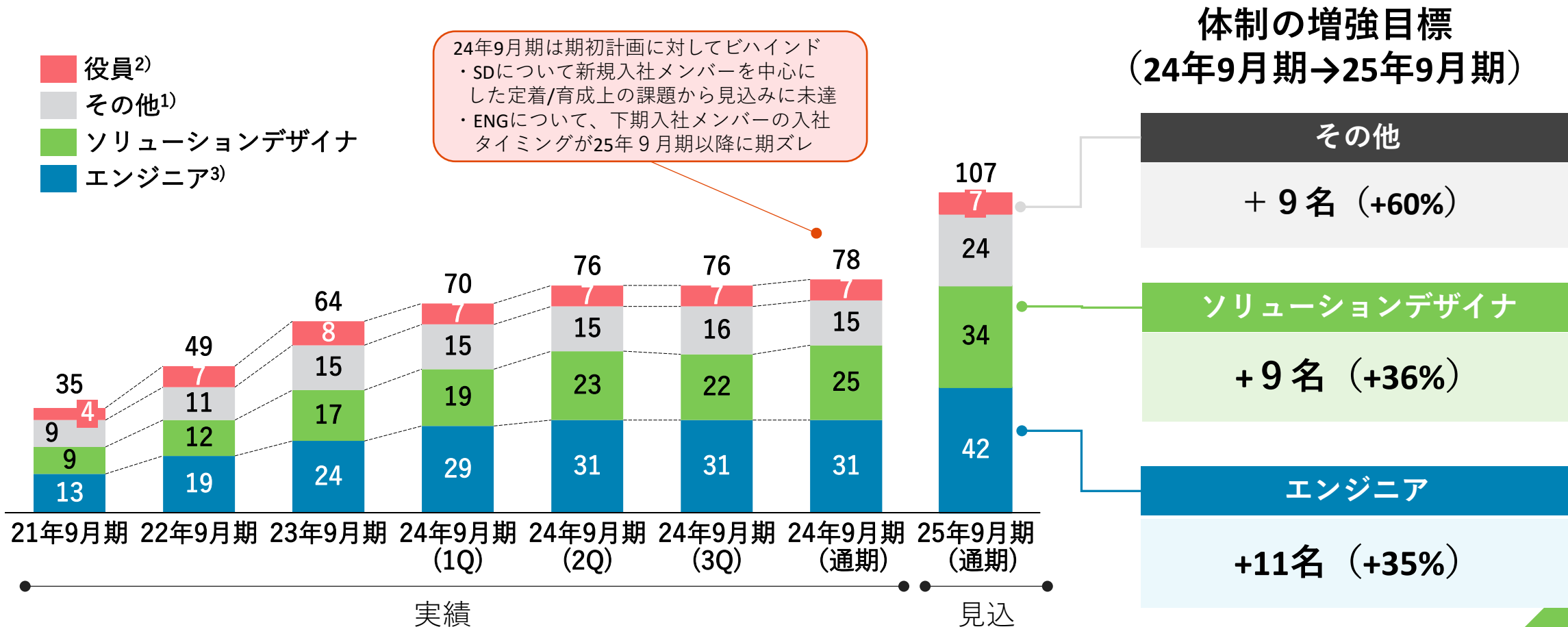
中長期的な売上成長のイメージ



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

- 体制強化の成否が成長のボトルネックになりうる要素であり、引き続き経営が採用/オンボード・育成にフルコミットする方針。SD/ENGともに24/9月期とほぼ同等程度の+10名程度の純増を目指す



1) その他はコーポレート部門に加えて、SD部からクライアントへ出向しているメンバー（1名）分を加えた人員数
 2) 取締役、常勤監査役、社外取締役、社外監査役の合計（執行役員は含まない）。
 3) エンジニアには機械学習エンジニアに加え、システム開発エンジニアを含む

Note: 各会計年度末日に在籍している人員数。取締役/監査役を含む役員、社員（契約社員を含む）でカウント。アルバイト・パートタイマーは含まない

目次

- ① 企業概要とビジネスモデル
 - ・ 1-1 会社概要
 - ・ 1-2 ビジネスモデル
 - ✓1-2-1 提供サービス
 - ✓1-2-2 提供形態
 - ・ 1-3 狙う市場
 - ・ 1-4 競争力の源泉
- ② 2023年9月期 通期業績
- ③ 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ④ 2024年9月期 通期業績見通し
- ⑤ **リスク情報**

事業等のリスクと対応方針

以下には、当社が事業展開その他に関し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。その他のリスクは、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。

項目	事業等のリスクの概要	発生可能性	影響度	対応方針
技術革新	AI関連業界において予想以上のスピードでの技術革新や代替技術の出現により、当社が十分な技術的優位性を維持できないリスク	中	中	技術の進展に対応できるようにするために多様な人材を確保するとともに、開発体制の構築に努める
特定の取引先との売上比率	上位取引先の売上規模が大きくなる傾向にあり、何らかの要因により、売上比率上位顧客との取引規模が急激に縮小するリスク	中	低	クオリティコントロール体制の構築による顧客との信頼関係強化に努めるとともに、新規顧客の開拓により上位取引先への依存度低下に努める
顧客との取引継続について	顧客の事業環境、経営課題における優先順位の低下といった当社ではコントロール困難な要因により、顧客との継続プロジェクトが失注するリスク	中	中	顧客との連携強化を推進し、情報の早期入手を図ることで、リスク低減に努める
特定の人物への依存	代表取締役CEO椎橋徹夫、代表取締役COO兼CTO藤原弘将が事業運営上の重要な役割を果たしており、両名の退職等の事象によるリスク	低	高	取締役会等において、役員及び社員への情報共有や権限移譲を推進し、組織体制強化、経営体制整備に努める
人材の確保及び育成	人材の採用及び採用した人材の育成/定着が計画通り進まず、顧客の需要に対応し、プロジェクトを執行する体制を構築できないリスク	中	中	優秀な人材の獲得に向けた採用基準/採用の体制強化に努めるとともに、社員のエンゲージメントの向上/育成プログラムの強化を通じ、離職率低下/新規人材の早期オンボードに努める
システム障害	インターネット通信網の切断やサイバー攻撃により社内インフラ環境においてシステム障害が発生するリスク	中	中	サーバーームの分散化やクラウドサービスの利用により、リスク低減に努める

本資料の取り扱いについて

当社が作成した本資料は、情報提供を目的としており、当社の有価証券の買付けや売付け申し込みの勧誘を意図していません。将来予測に関する記述は、当社の見解や仮定、現在利用可能な情報に基づいていますが、将来予測には多くのリスクや不確定要素が存在し、実際の業績は予測とは大きく異なる可能性があります。なお、本資料の日付以降に事象や状況が変化した場合でも、本資料の内容を更新または改訂する予定はありません。

この資料には、当社以外の情報も含まれており、それらは公開情報に基づいていますが、当社はこれらの情報の正確性や適切性について独自の検証を行っておらず、保証していません。

なお、当資料のアップデートは今後定時株主総会後（12月下旬）を目処として開示を行う予定です。



Laboro