

2024年9月期 通期決算説明資料

2024 / 11/12

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

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 通期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2025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」

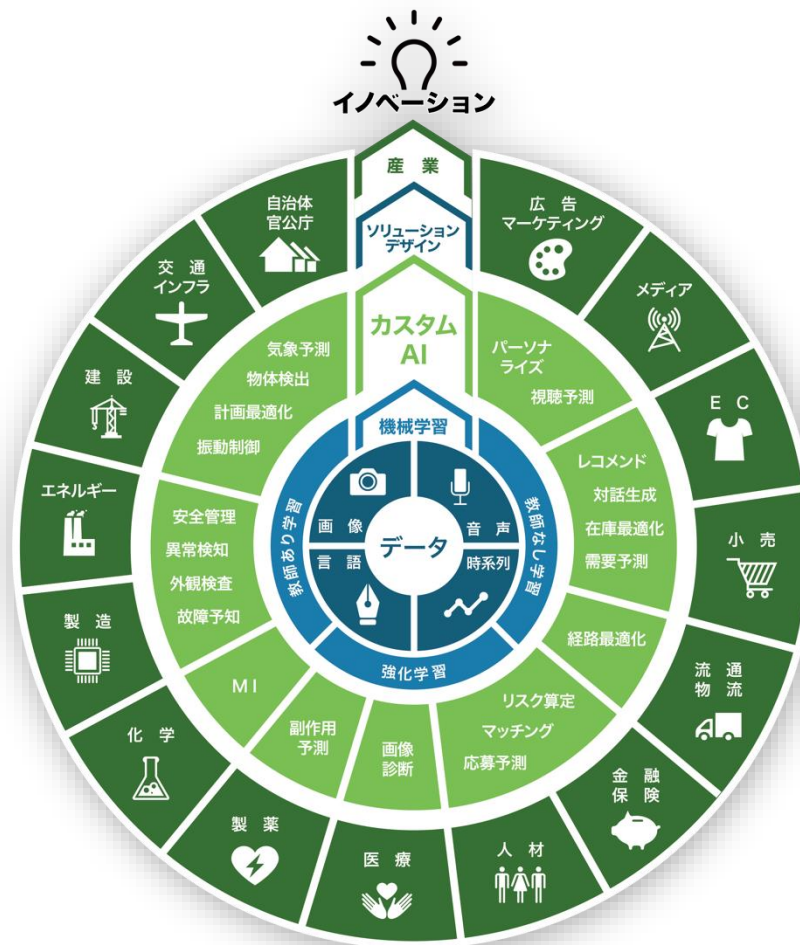
企業のコアを変革し、事業成長の根幹を担うAIをオーダーメイド開発

■ 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

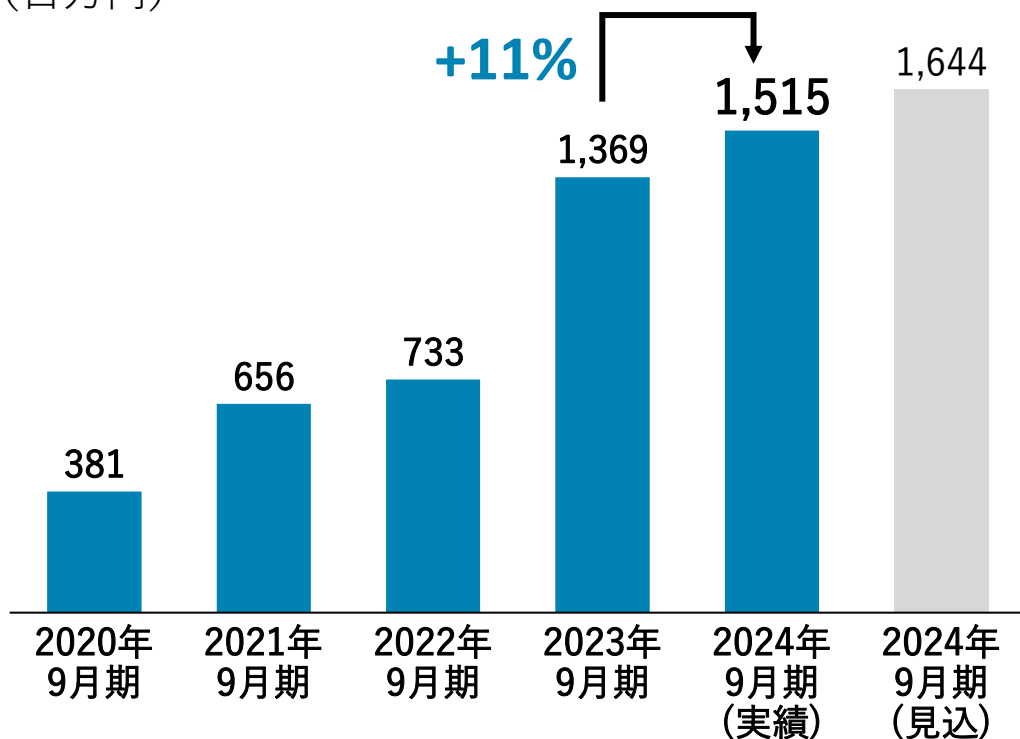


売上高/営業利益の推移

- 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

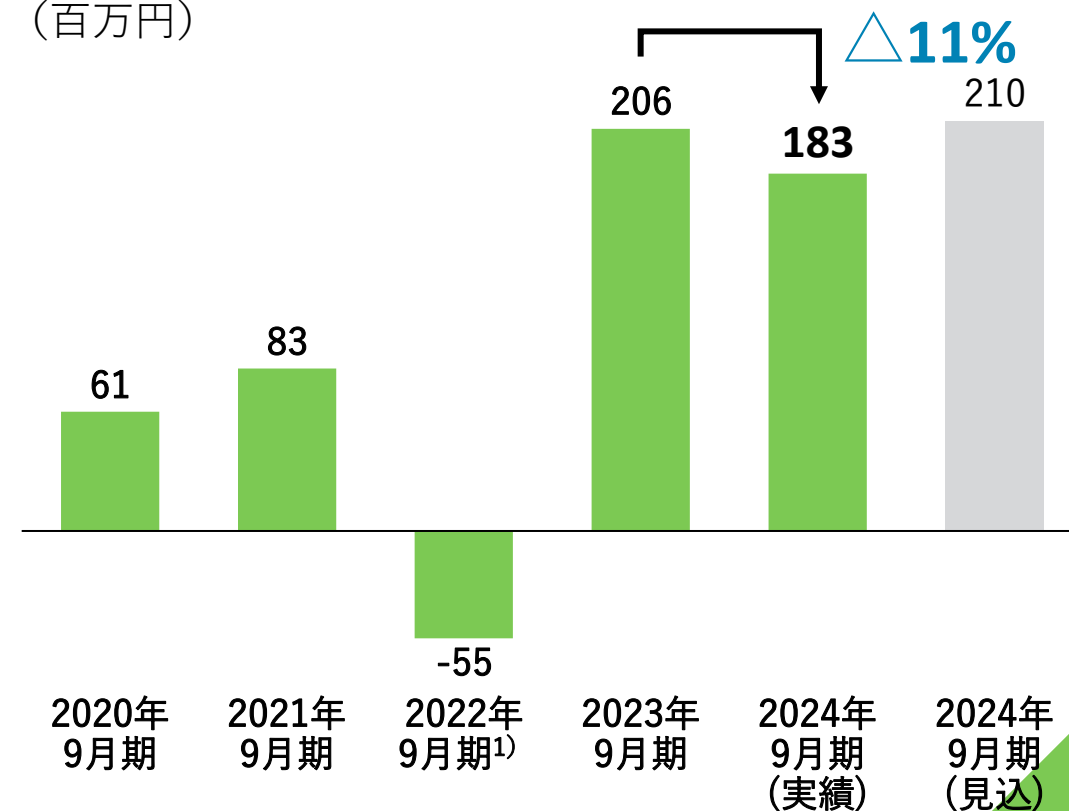
売上高

(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。

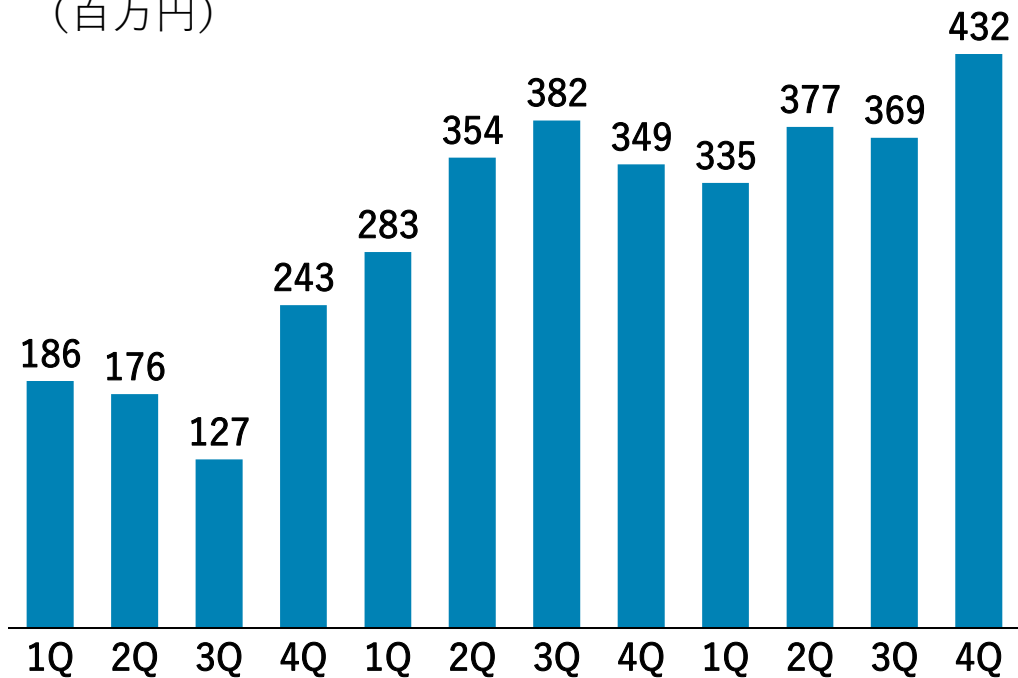
Note: 売上/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率は小数点1桁目で四捨五入

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

売上高

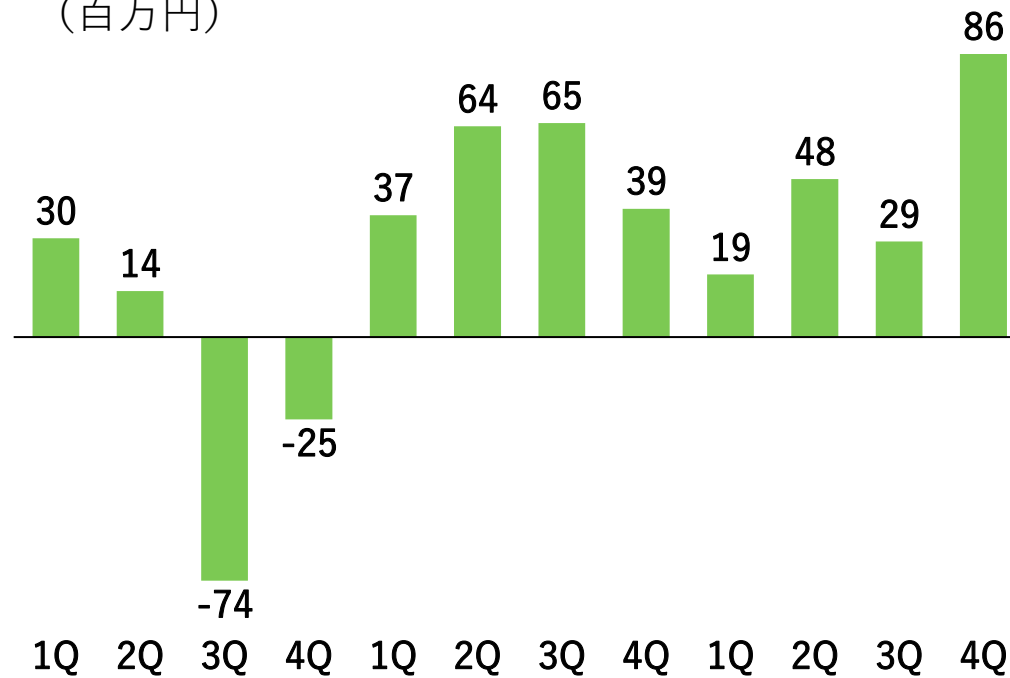
(百万円)



● 22/9月期¹⁾ ● 23/9月期 ● 24/9月期

営業利益

(百万円)



● 22/9月期¹⁾ ● 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 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 |

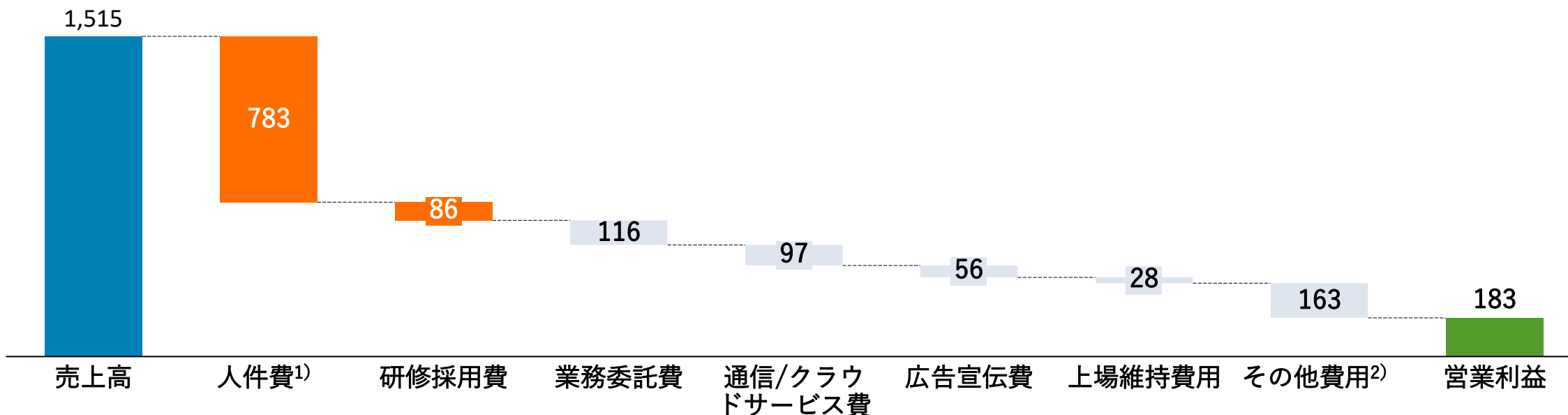
Note: 売上/売上総利益/営業利益/経常利益/当期純利益は小数点1桁目で切り捨て。比率表示は小数点1桁目で四捨五入。

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

顧客ポートフォリオ (1/2) : 業界別顧客構成(通期累計)

- 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%) |  |  |  |

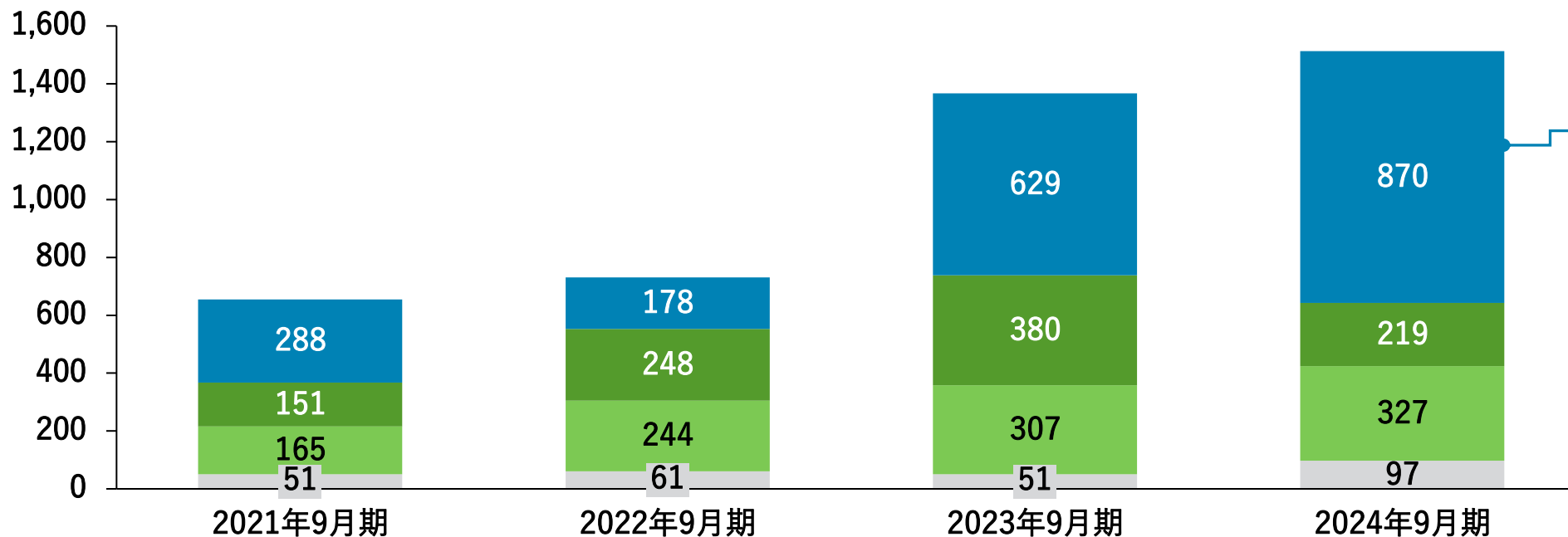
1) 各業界に該当する顧客でロゴ開示の許可を承諾いただけた先から一部を開示。各業界ごとの掲載順は五十音順
 Note: 売上高は百万円単位で切り捨て。比率表示は小数点1桁の単位で四捨五入

顧客ポートフォリオ（2/4）：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



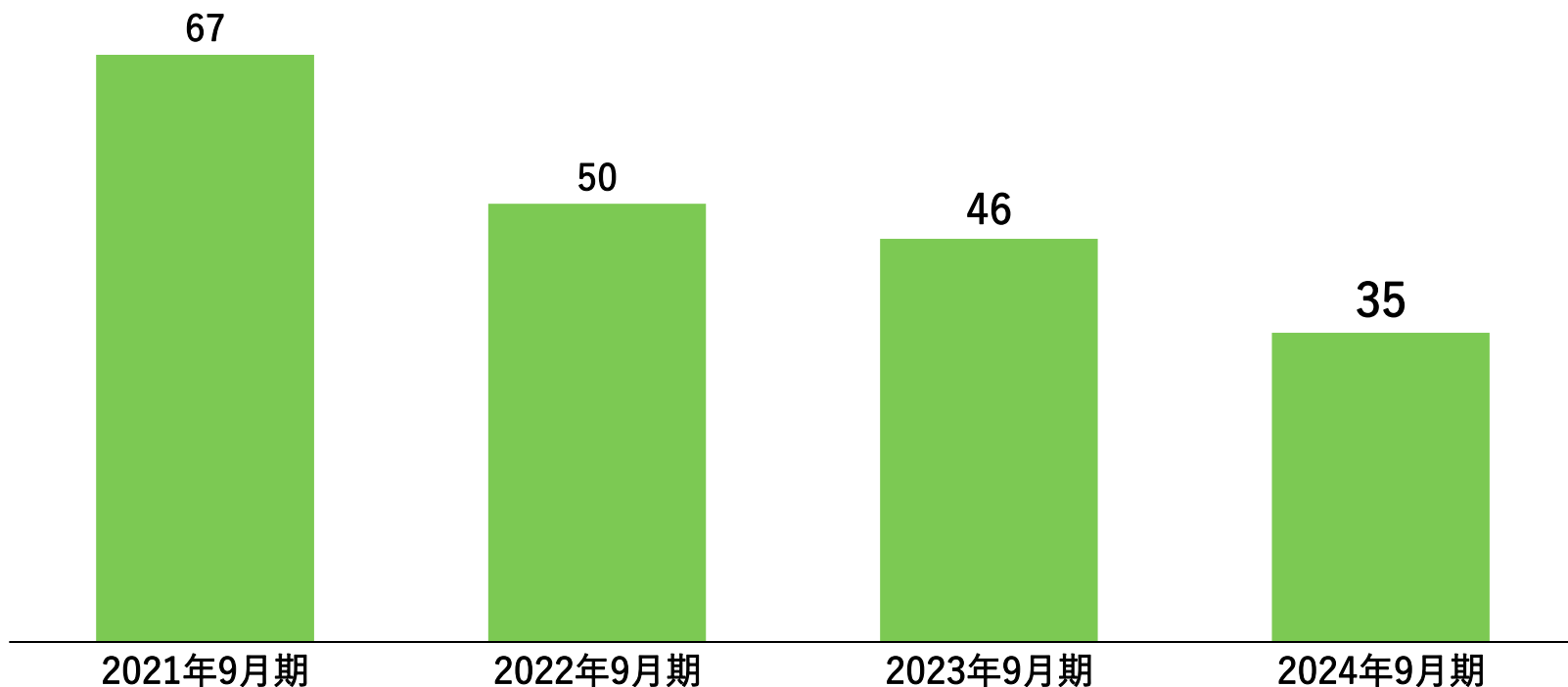
売上高1億円/年の顧客
6社
(前年+3社)

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（3/4）：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（%）

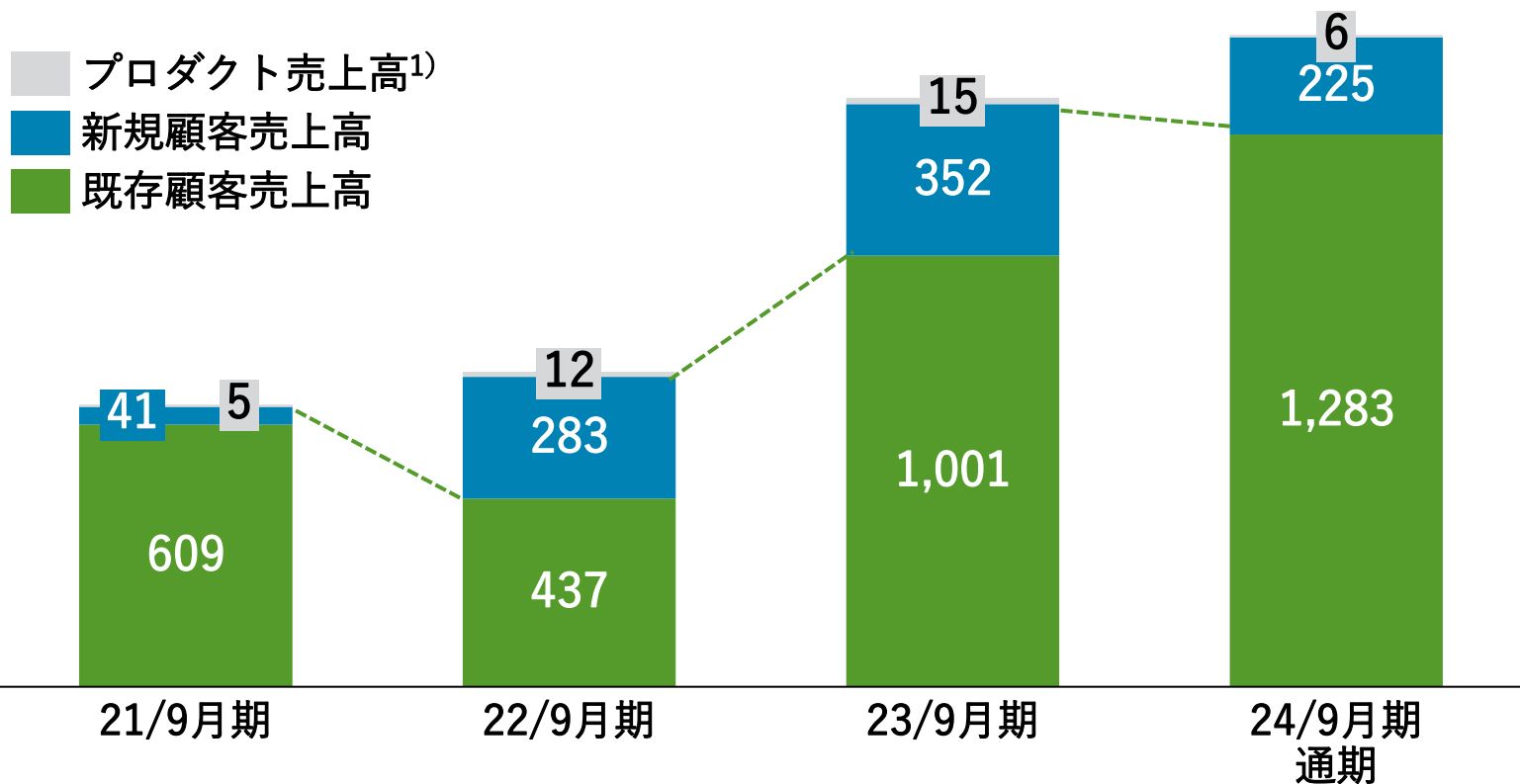


新規顧客獲得等が奏功し、
ポートフォリオの分散が進捗。
23年9月期対比△11%
で着地

顧客ポートフォリオ（4/4）：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P18）

（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

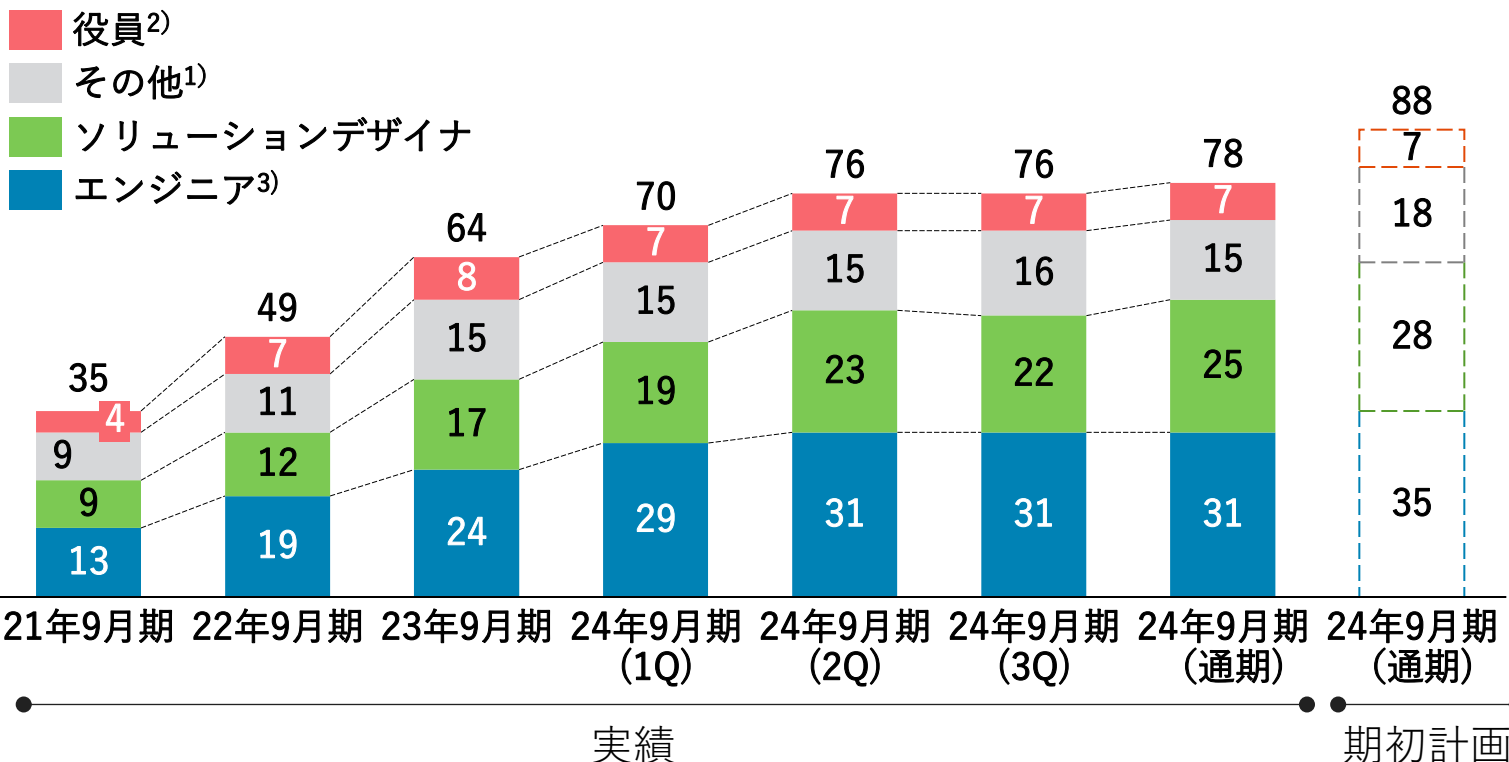
2) 算出式：当該年度の新規顧客の売上高/(当該年度の売上高-前年度の売上高)

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

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

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

目次

- ① 2024年 9月期 通期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2025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)

1,400億円 (2021年度)

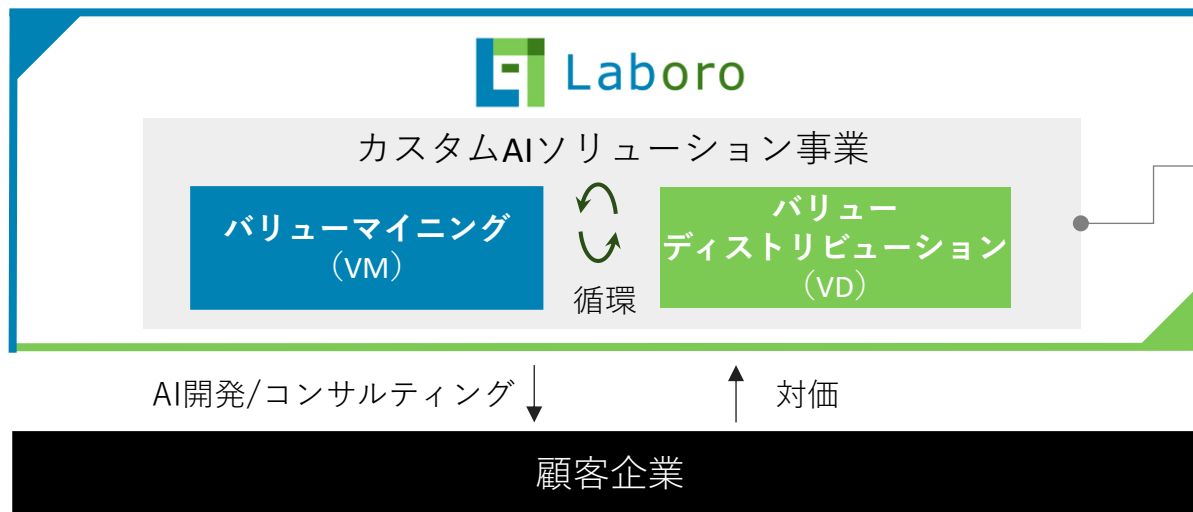
↓ +18.9%/年

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

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



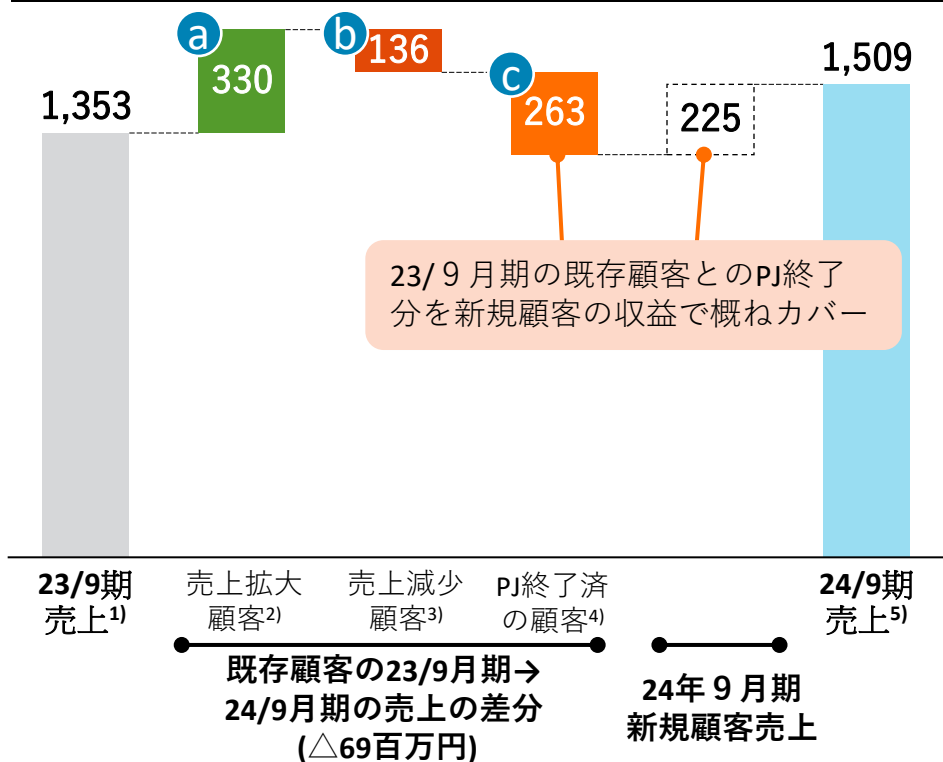
24年6月にグローピングとのJVに関する契約を締結。新会社（X-AI.Labo）として立ち上げ

- ・ 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)
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
- b** 23/9月期→24/9月期で売上が縮小している顧客 (8社)
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
- c** 23/9月期でPJが終了している顧客 (11社)
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

(参考) 取引先企業様 (一部例示)

| | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|
| 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アドバンスド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

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）**

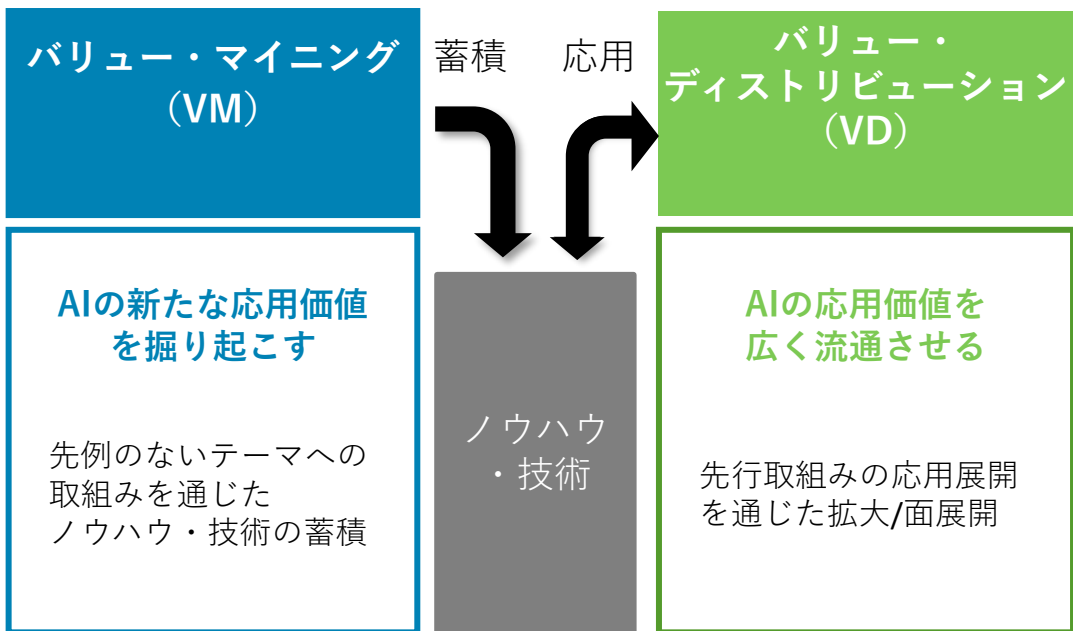
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|----------------|
|  |  | | 株式会社 オートネットワーク 技術研究所 |  | |
|  |  |  |  パーソル キャリア | 印刷 業界企業 | |
| 運輸/交通 業界企業 | 海運 業界企業 | 自動車部品 業界企業 | 消費財 業界企業 | 消費財 業界企業 | テクノロジー 業界企業 |
| 電気機器 業界企業 | 電子デバイス 業界企業 | 電子デバイス 業界企業 | 不動産 業界企業 | 不動産 業界企業 | |

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

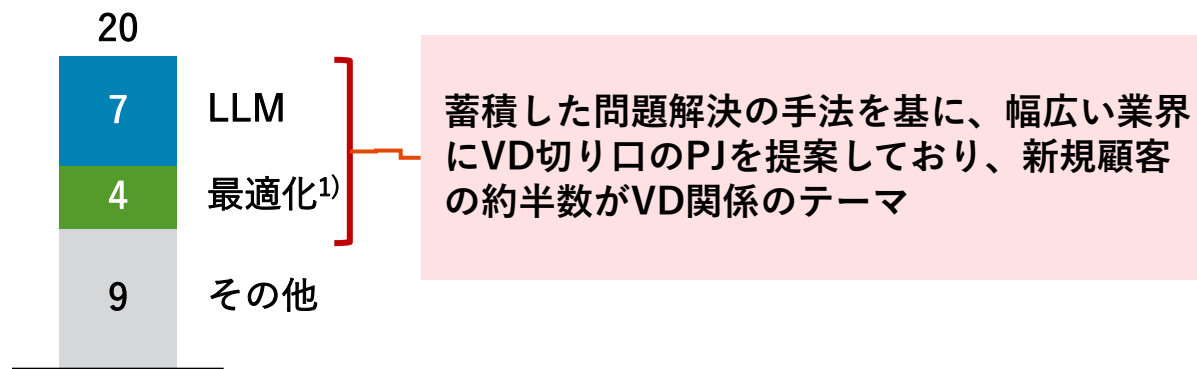
- 注力する最適化問題、LLMについて、営業活動向けのノウハウの整理/集約や技術基盤の整備が進捗
- 24年9月期に獲得した20社の新規顧客のうち、11件が最適化/LLM関係のPJであり、集約したノウハウを起点に業界を問わず幅広く営業活動に活用

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 | ○ | 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 <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 | △ | 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 <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 | △ | 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 <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 | ○ | 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 <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 | ○ | 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 <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 | △ | 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 |

その他主要な進捗：第4四半期の主要なプレスリリース

- プロジェクト関連のほか、自社出版物のプレスリリースを発信
- 引き続き、主要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開示していく方針

【プレスリリース】

味の素のWEBサービスのエンジンである
「献立作成エンジン」を開発

(2024年8月1日)

報道関係各位

Press Release

2024年8月1日

Laboro.AI、味の素(株)のWEBサービスのエンジンである
「献立作成エンジン」を開発

すべての産業の新たな姿をつくる



オーダーメイドAI開発
『カスタムAI』

株式会社 Laboro.AI

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 (ラボロエーアイ、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、味の素株式会社 (東京都中央区、代表取締役社長 藤江太郎 以下、味の素(株)) に対して、AIが料理のレシピデータを組み合わせ、ユーザーのニーズを満たす献立を作成する「献立作成エンジン」を開発いたしました。

【プレスリリース】

COO兼CTO 藤原ほか機械学習エンジニア陣が執筆した『今日から使えるファインチューニングレシピ』が2024年9月4日発売

(2024年8月23日)

報道関係各位

Press Release

2024年8月23日

Laboro.AI COO 兼 CTO 藤原ほか機械学習エンジニア陣が執筆した
『今日から使えるファインチューニングレシピ』が2024年9月4日発売

すべての産業の新たな姿をつくる



オーダーメイドAI開発
『カスタムAI』

株式会社 Laboro.AI

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 (ラボロエーアイ、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、COO 兼 CTO 藤原のほか、当社の機械学習エンジニア6名が執筆した『今日から使えるファインチューニングレシピ-AI・機械学習の技術と実用をつなぐ基本テクニク』が株式会社オーム社 (東京都千代田区、代表取締役社長 村上和夫 以下、オーム社) より発行され、2024年9月4日

その他主要な進捗：第4四半期の主要イベント・講演・登壇

- 顧客プロジェクトに関するメディア向け発表会を実施し、社外への情報発信を促進
- その他、各種の講演・登壇機会にてCEO椎橋などからAIの産業応用に関わる情報発信を実施

【記者発表会】

「味の素のWEBサービス『未来献立®』AIエンジンである『献立作成エンジン』開発について」

(2024年8月1日)



【イベント登壇】

生成AI時代のリスクリングサミット実行委員会主催
「生成AI時代のリスクリングサミット2024」

(2024年9月12日)



【イベント登壇】

大広・WUUZY主催
「『顧客の声』をAIで活かしきる! ダイレクトマーケティングにおける生成AI活用の新潮流」

(2024年9月19日)



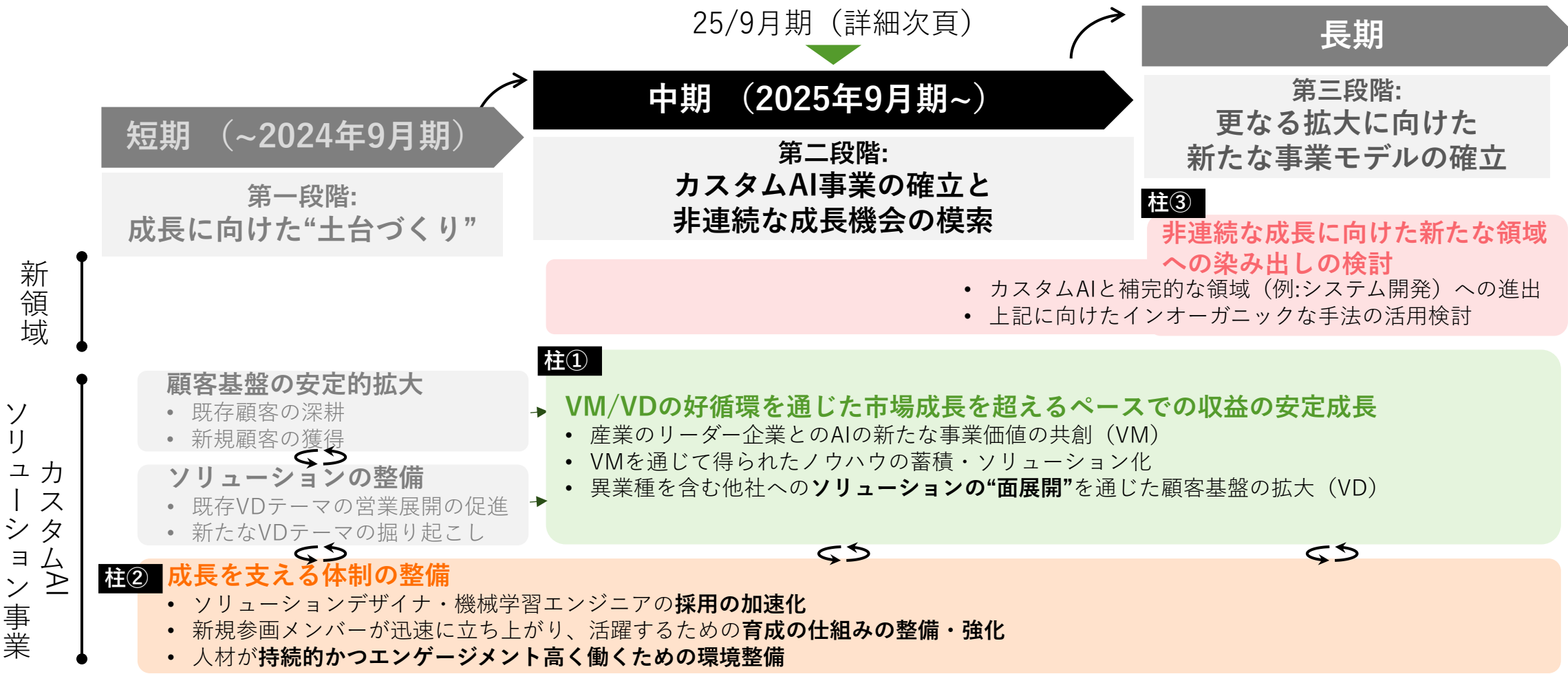
その他主要な進捗：主要アクティビティ

- 潜在的な顧客や投資家の開拓に向け、積極的なメディア露出を推進
- 引き続き、各種メディアでの露出を通じ、知名度・認知度の向上を目指す方針

| 掲載日 | メディア名（運営・主催） | 記事・タイトル名 | リンク |
|------------|------------------|--|-----------------------|
| 2024年7月31日 | ITmedia AI+ | NVIDIA製GPUの数十倍速い？ 次々に出てくる「AI専用チップ」とは何者か 識者に聞く高速化の仕組み | Click |
| 2024年8月1日 | EnterpriseZine | 味の素、Laboro.AI活用で「献立作成エンジン」開発 データビジネスの創出へ | Click |
| 2024年8月2日 | ASCII.jp | 今日ご飯なに作ろう？ から解放 「献立作成AI」を味の素とLaboro.AIが開発 | Click |
| 〃 | ZDNET Japan | 課題特化型AIが実現する「8日分の献立作成」--Laboro.AI、味の素のサービス開発支援 | Click |
| 〃 | ITmediaビジネスオンライン | 味の素が「献立を提案するAI」開発 "1万種のレシピデータ"をどう生かしたか | Click |
| 2024年8月5日 | TECH+ | Laboro.AI×味の素、AIを活用した「献立作成エンジン」開発 - 未来献立に採用 | Click |
| 2024年8月17日 | 日本経済新聞 | AI半導体、なぜ注目？ 計算量の多い深層学習などに最適（コメント掲載） | Click |
| 2024年8月19日 | NewsPicks | 【超実践】生成AIで「誰でもマーケター」になれる魔法の技 | Click |
| 2024年8月20日 | デジタルクロス | 味の素、栄養条件に合致する献立を作成するAIエンジンを開発し外部提供も | Click |
| 2024年8月25日 | 日本経済新聞 | 「エージェントAI」に高い関心 自律的判断で業務を遂行 | Click |
| 2024年8月26日 | NewsPicks | 【保存版】AIでマーケティング「まずはこれから」3大業務 | Click |
| 2024年8月23日 | 食品新聞 | AI活用した献立を提供 味の素が「Laboro.AI」と開発 | Click |
| 2024年9月2日 | NewsPicks | 【わりと衝撃】実践「AIでマーケ企画」ここまでできた | Click |
| 2024年9月25日 | NewsPicks | 味の素がAIで「栄養士の献立」を再現できた理由 | Click |

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)

目次

- ① 2024年 9月期 通期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2025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

- 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 |

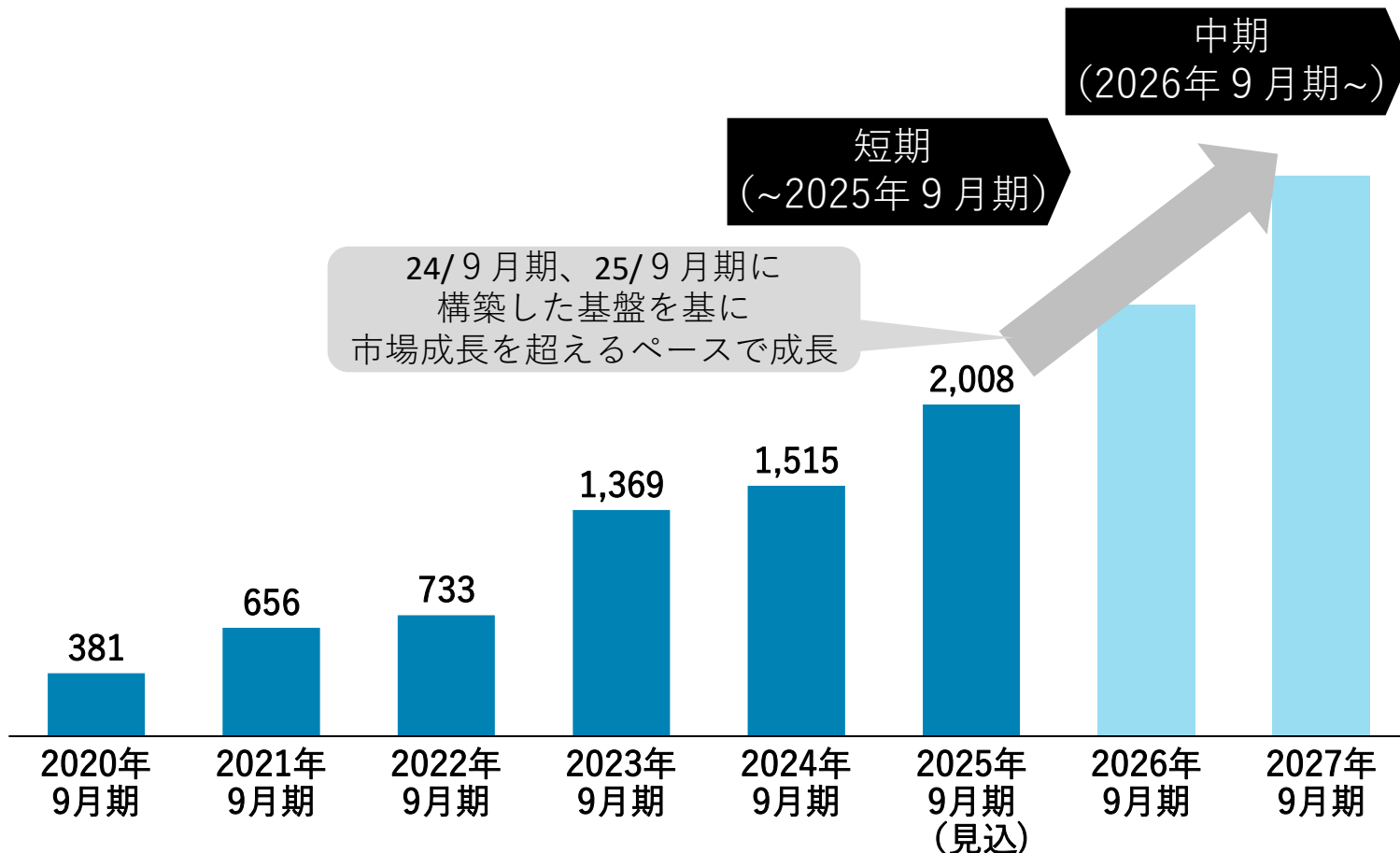
昨年実績同等の
利益率水準を確保

1) 25年9月期見込みと24年9月期実績の差分

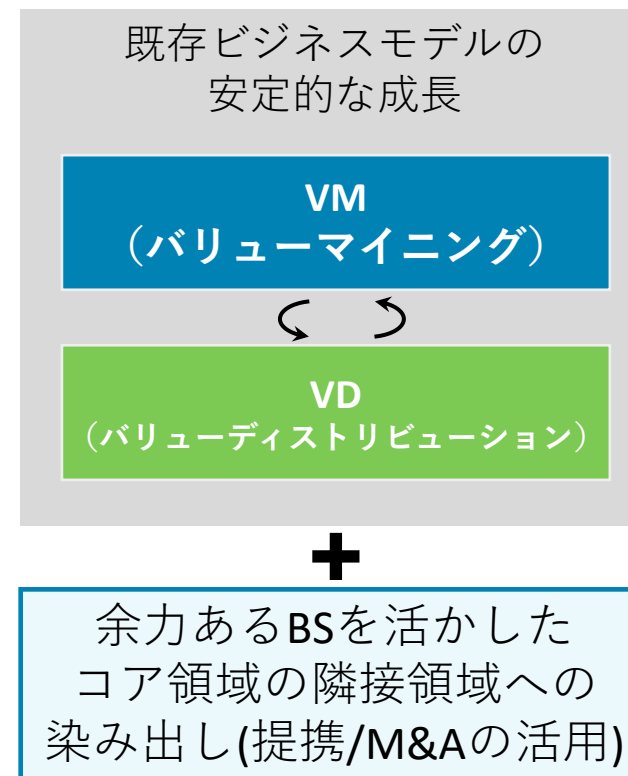
Note: 売上/売上総利益/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率(%)は小数点1桁目で四捨五入

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

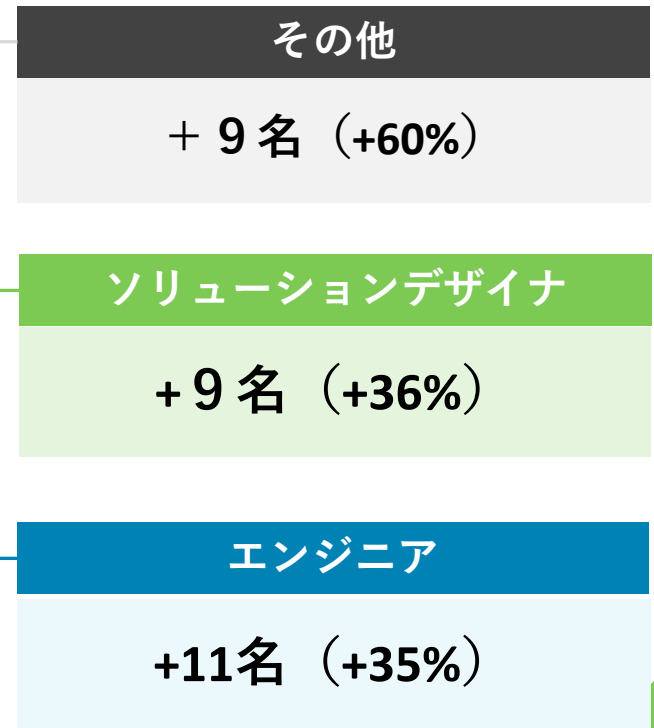
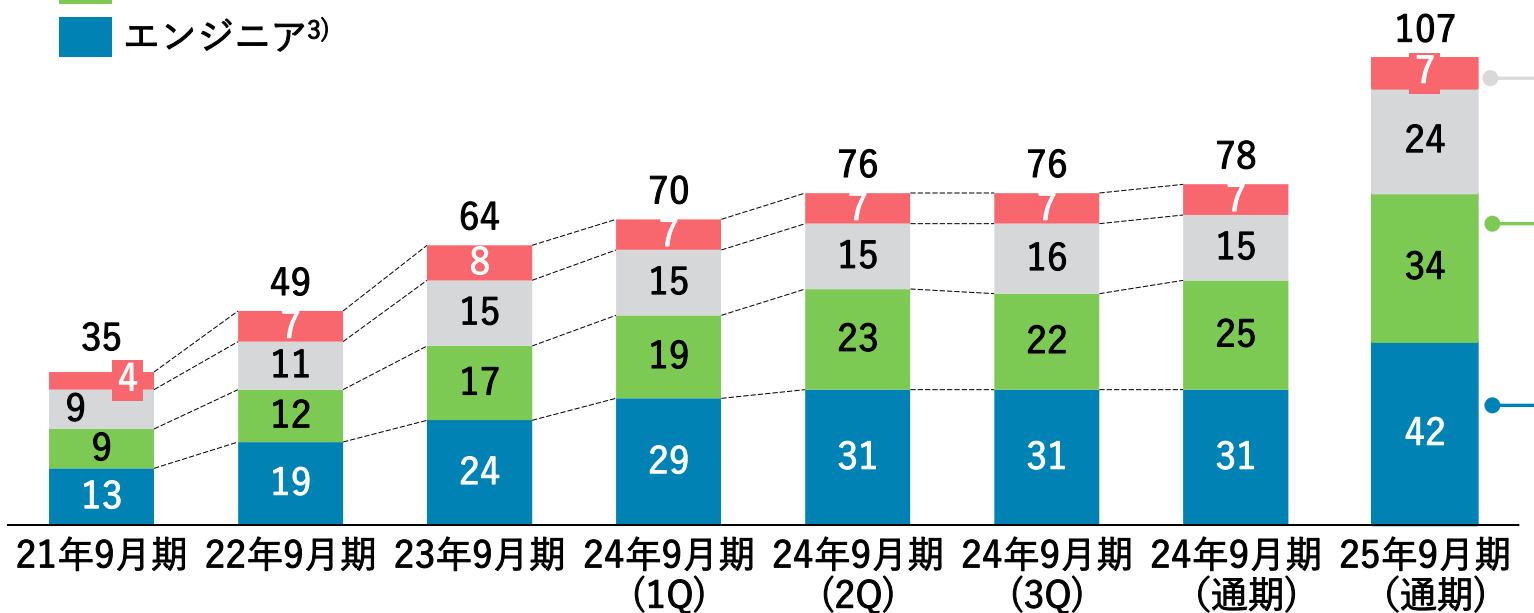
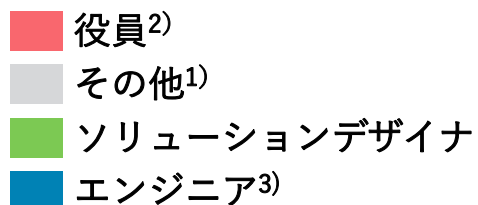


Note: 売上は小数点1桁目で切り捨て

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

体制の増強目標 (24年9月期→25年9月期)



実績

見込

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 2024年 9月期 通期業績
- ② 事業の進捗及び今後の成長戦略
- ③ 2025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>〔 2023年7月31日 東証グロース市場上場 〕</p> | <p>東京都中央区銀座8-11-1</p> | <p>73名¹⁾</p> <p>(2024年9月30日時点)</p> |
| 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アドバンスト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
安達 大輔
DAISUKE ADACHI



執行役員
和田 崇
TAKASHI WADA



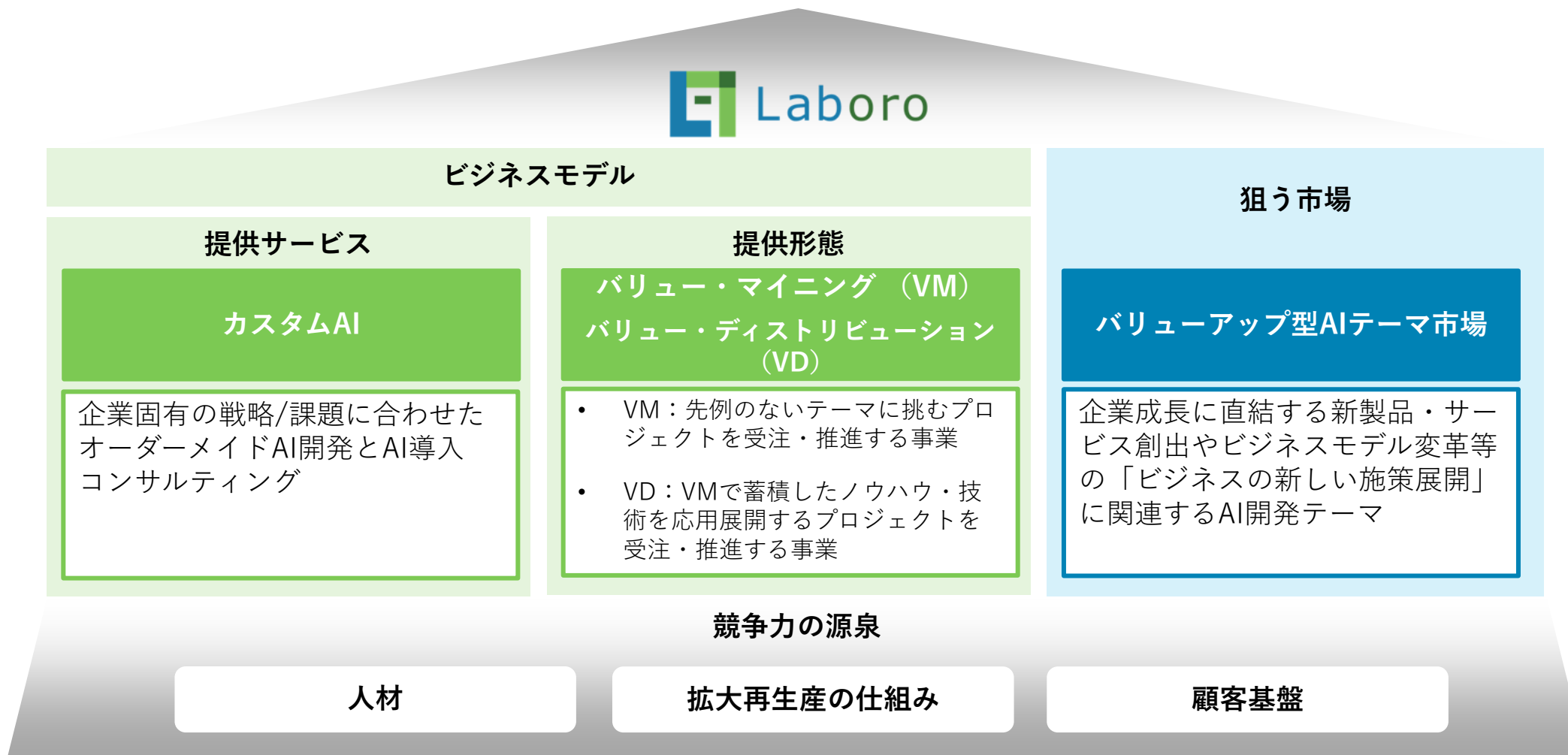
執行役員
吉岡 琢
TAKU YOSHIOKA



執行役員
谷山 太郎
TARO TANIYAMA

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



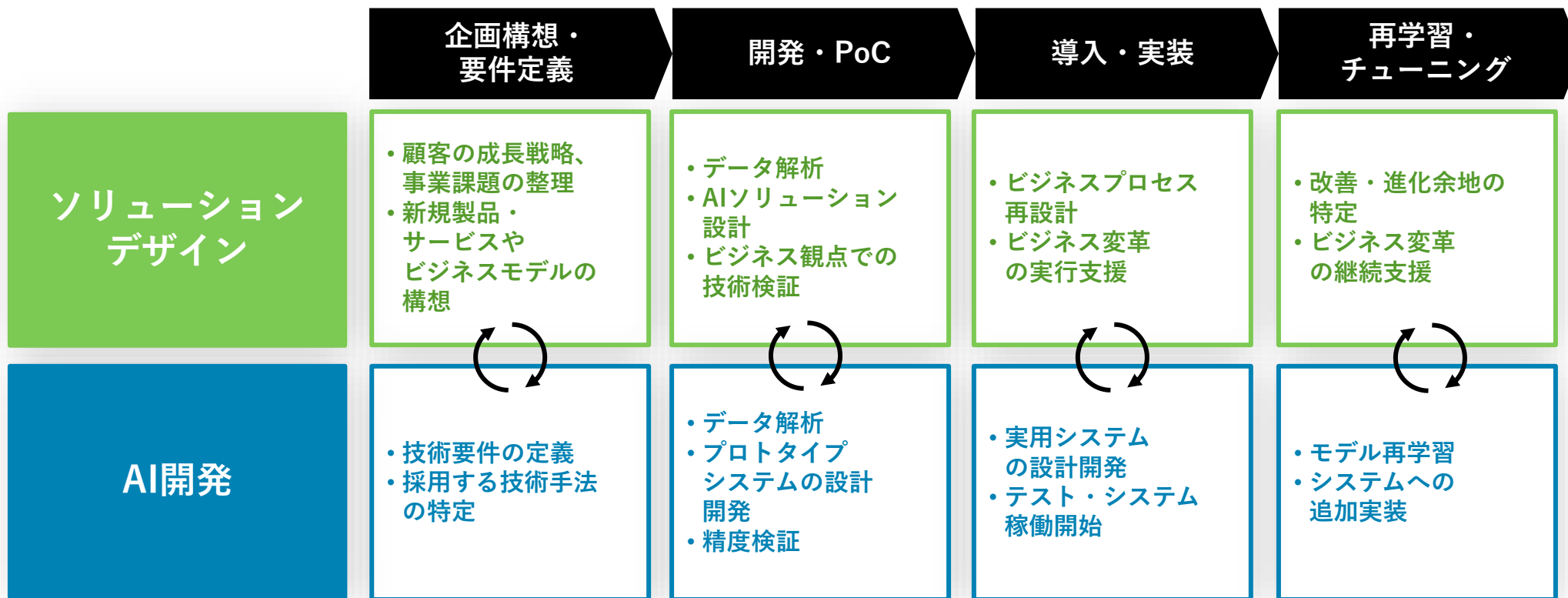
「カスタムAI」とは

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



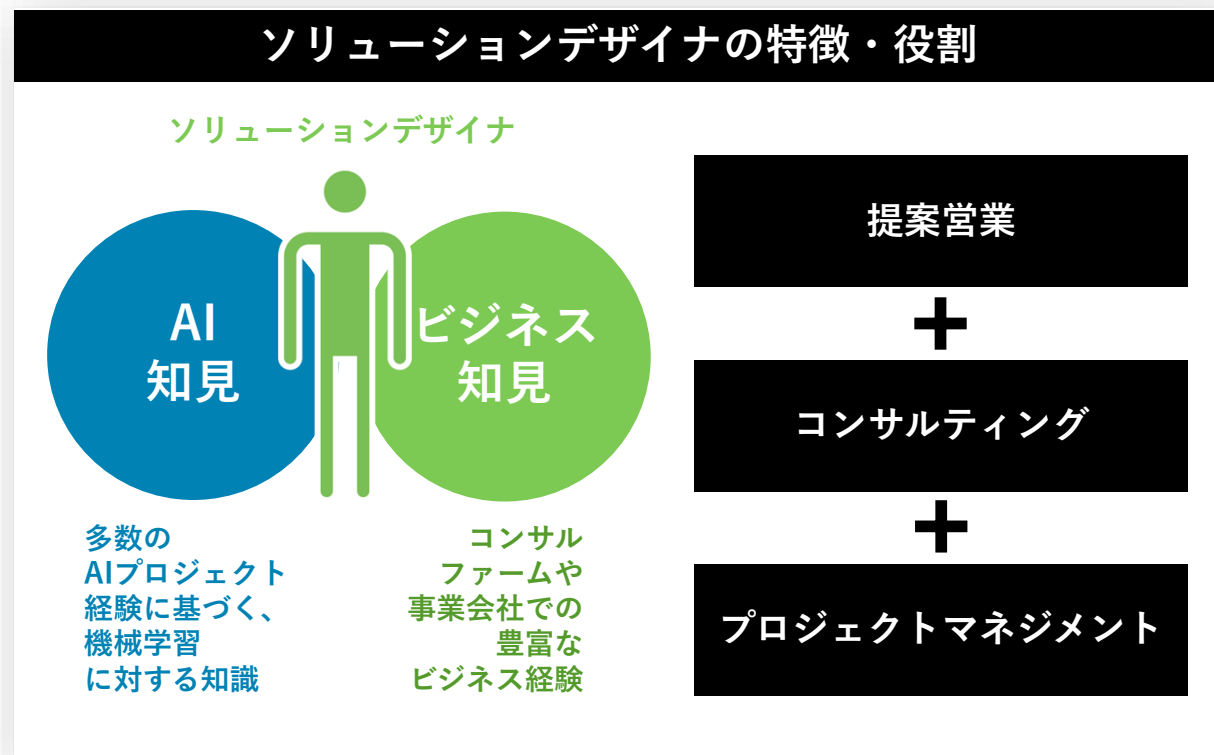
「カスタムAI」提供の流れ

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

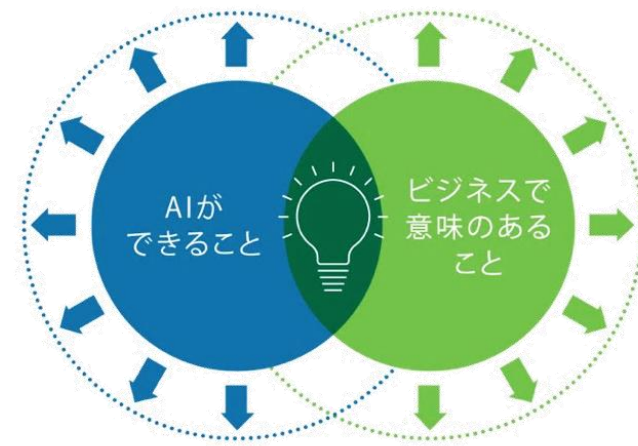


カスタムAIを支えるスペシャリスト「ソリューションデザイナー」

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

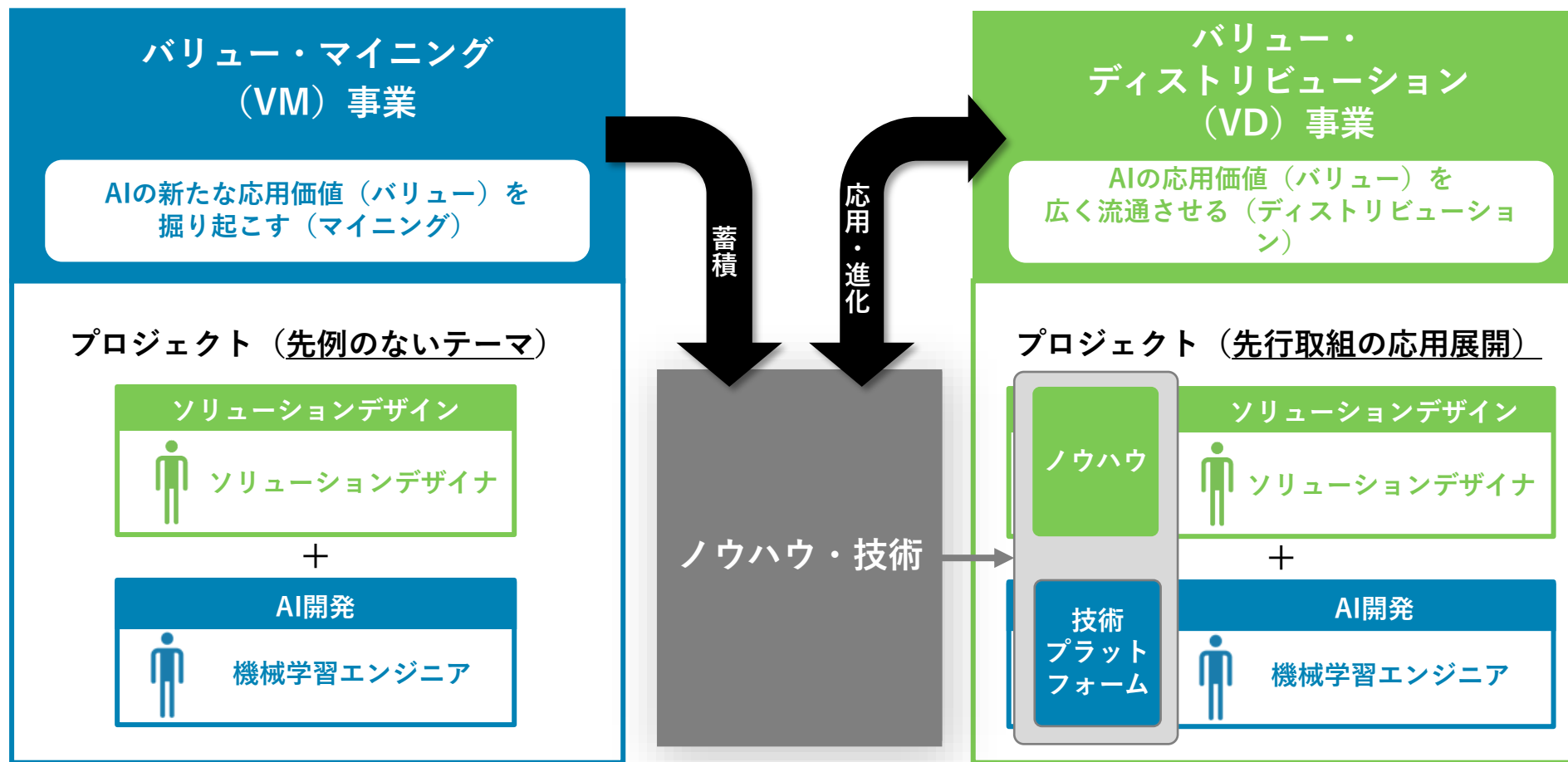


AI技術で実現でき、かつビジネスで意味のあるソリューションを企画・設計・提案



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"> ■ 『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



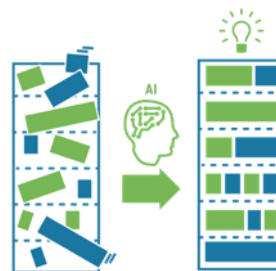
強化学習による制振制御 ソリューション

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



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¹⁾

1.1兆円 → 1.7兆円
(2021年度) (2025年度)

AI構築サービス市場²⁾

0.5兆円 → 0.8兆円
(2021年度) (2025年度)

企業のIT予算割合³⁾

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⁴⁾

1,400億円 → 2,800億円
(2021年度) (2025年度)

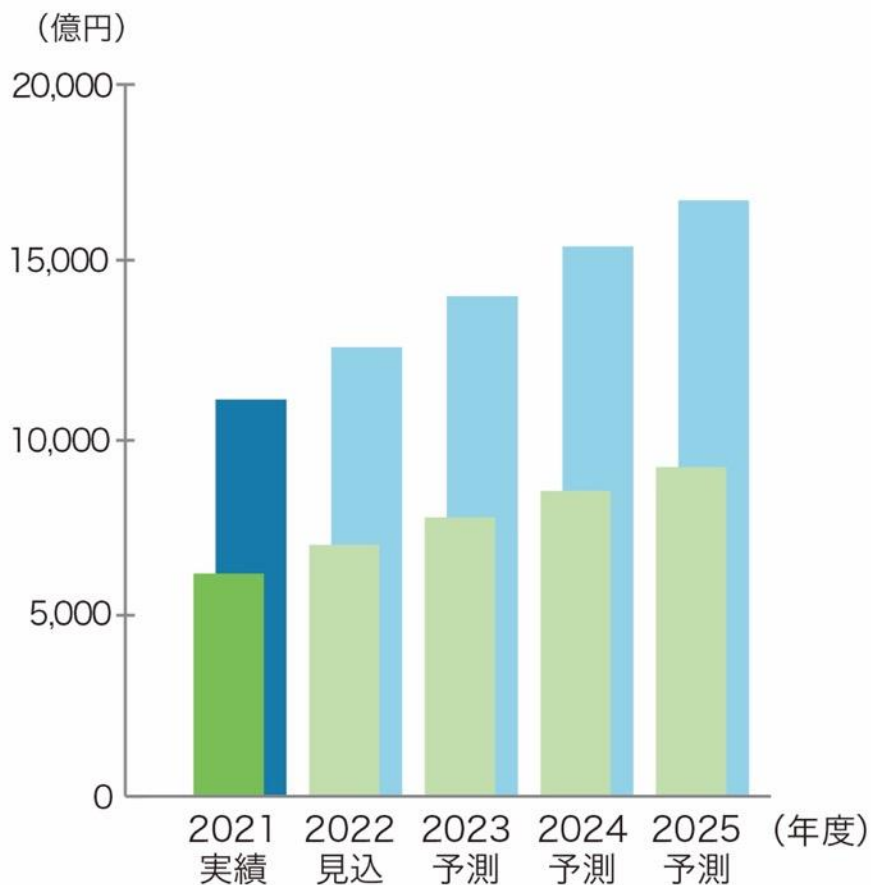
1) ・ 2) 出典：株式会社富士キメラ総研「2022 人工知能ビジネス総調査」(2022年8月)

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

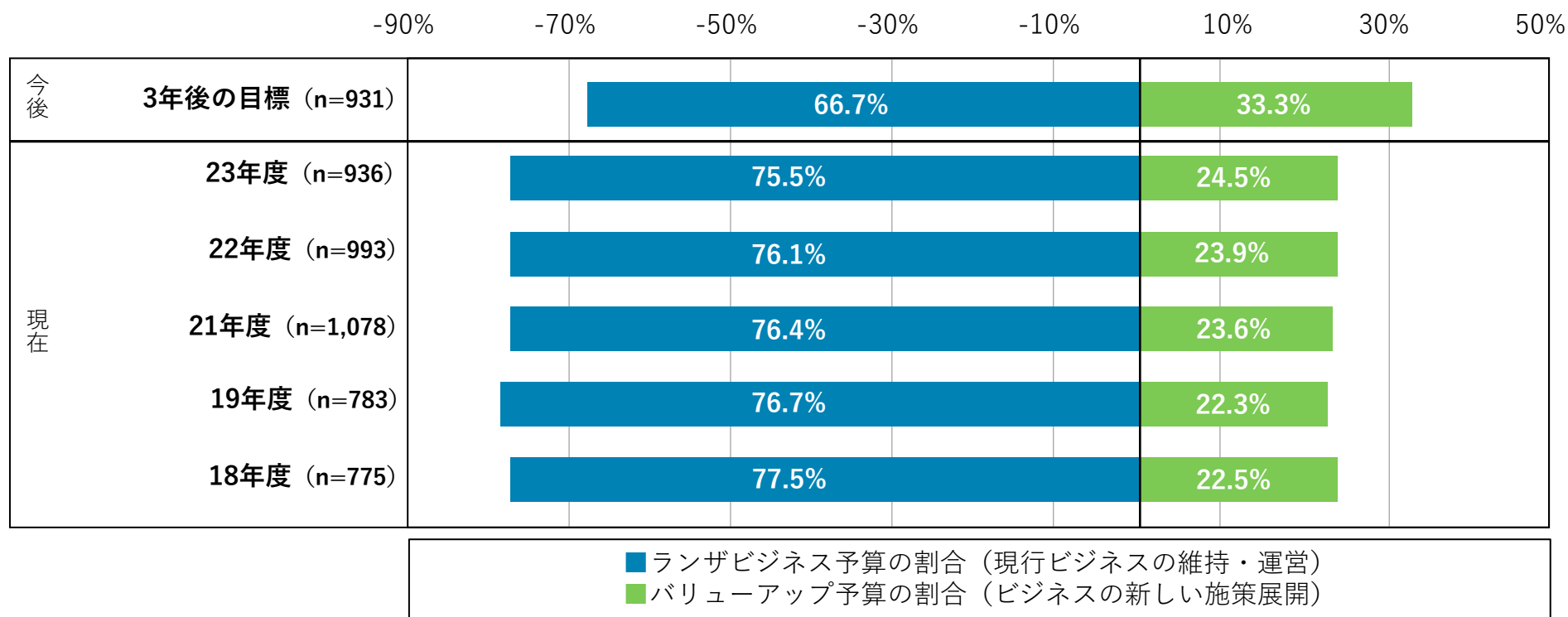
2021年
5.8千億

▶

2025年
8.5千億

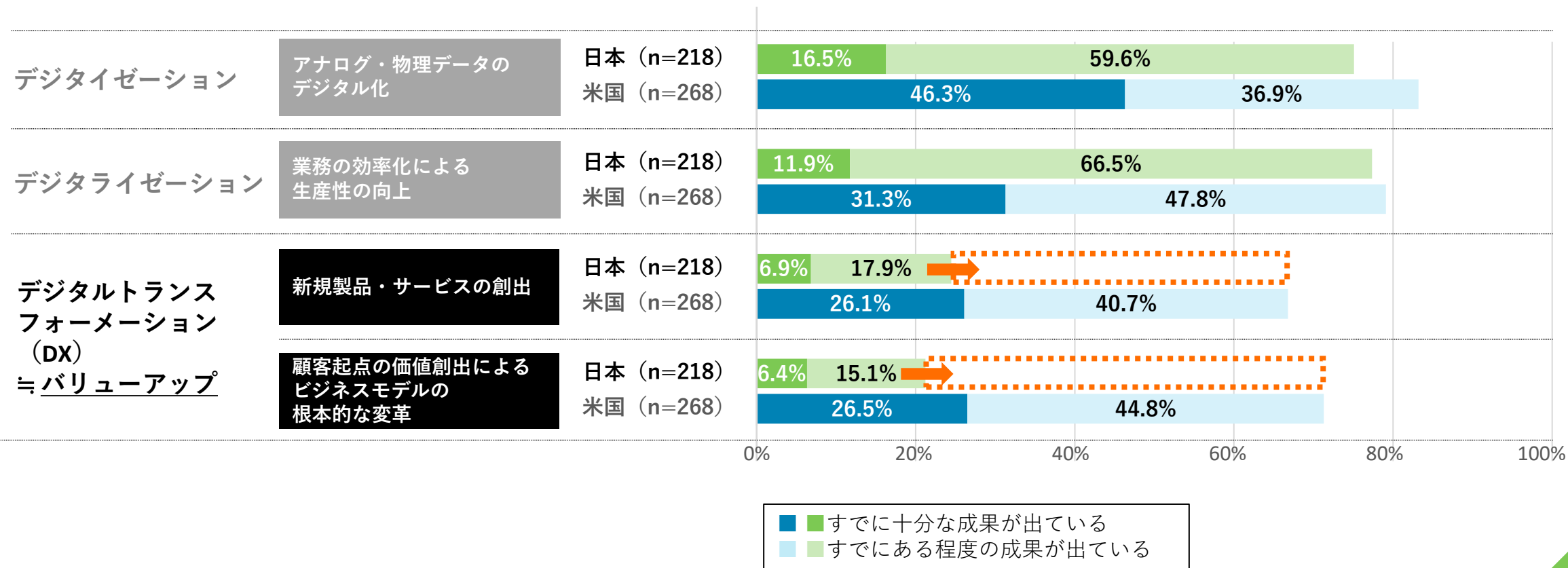
バリューアップを目的とした企業のIT予算割合

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

| | | 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  |
| | | 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

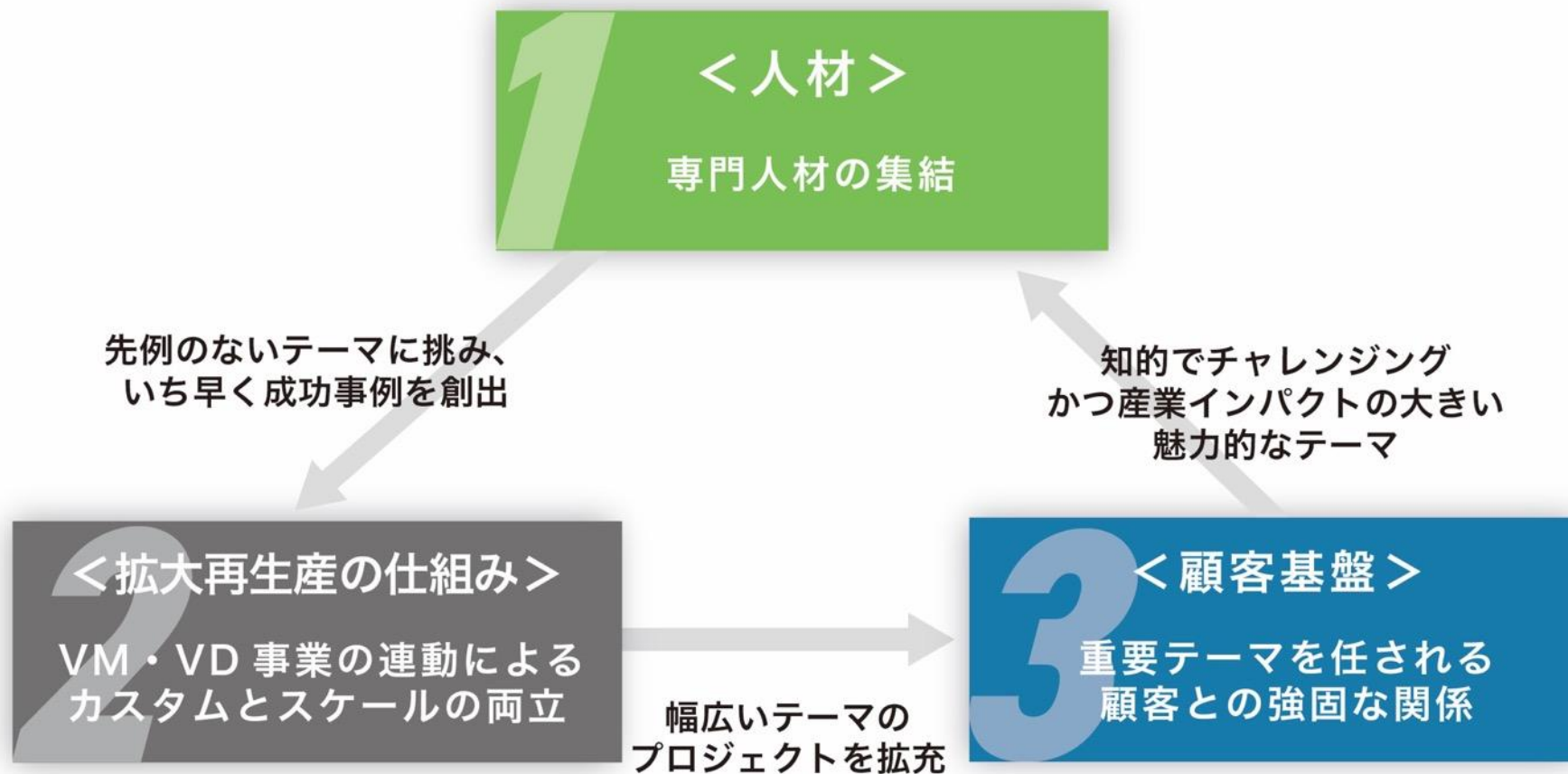
消費者・生活者に直接製品・サービスを提供したり
社会インフラを担う分野

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



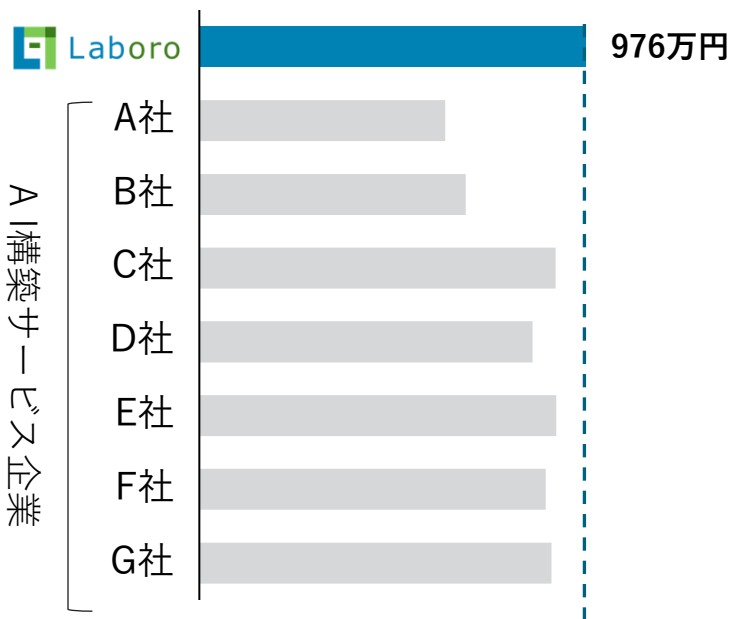
イノベーション構想力の獲得を求めて優秀な人材が集積

- 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

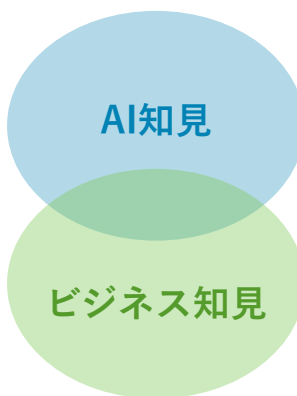
⋮

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

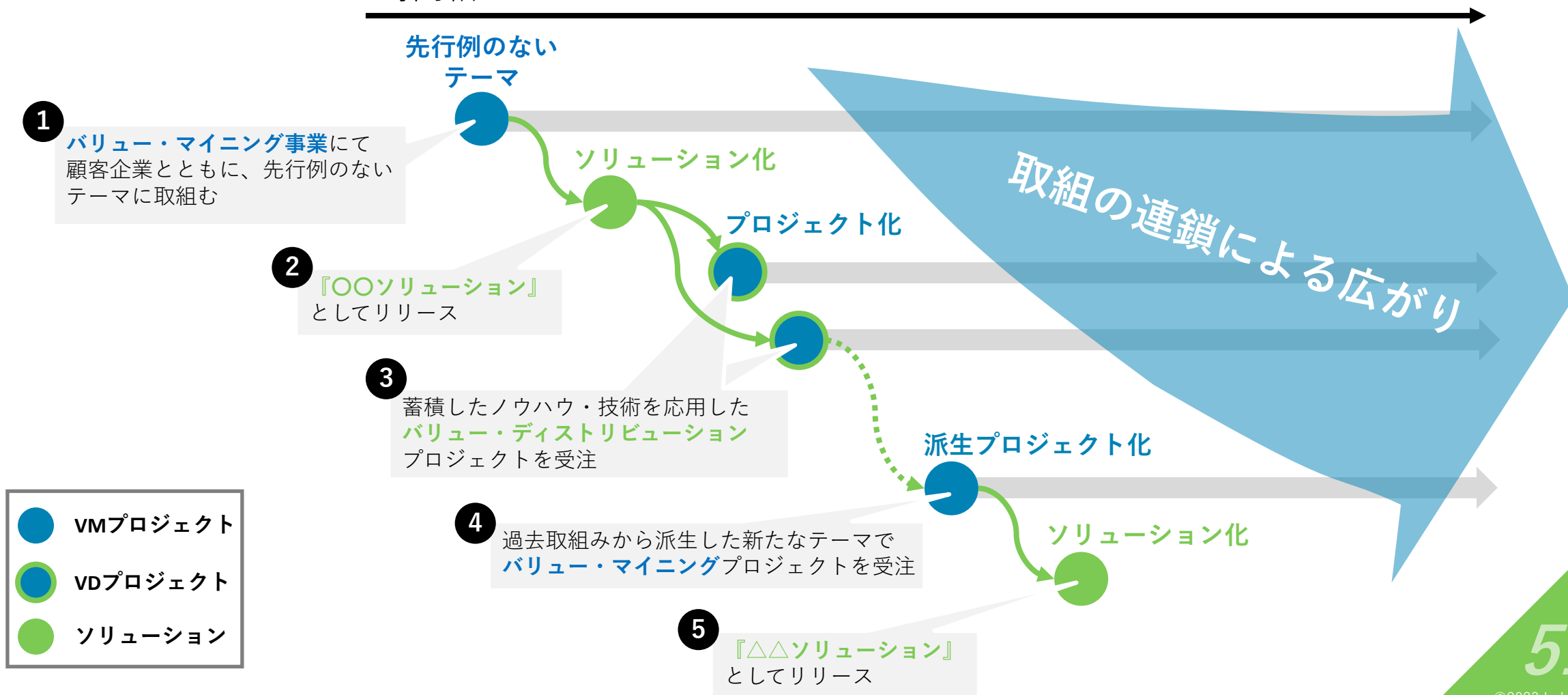
コンサル/事業会社
でビジネス経験
のある人材を採用/
社内でAI知見
を育成

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

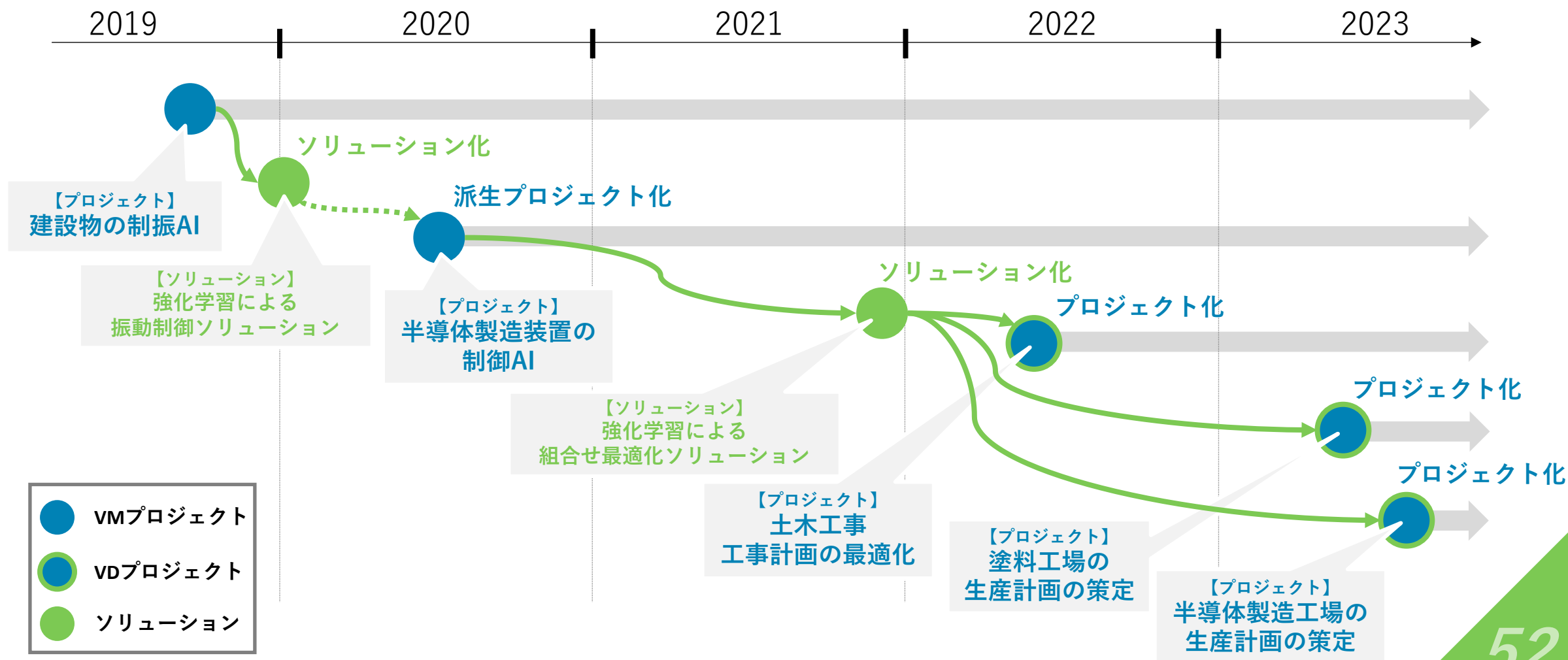
- バリュー・マイニング事業で取組んだ先行例のないテーマをソリューション化し、バリュー・ディストリビューションプロジェクトとして面展開

時間軸



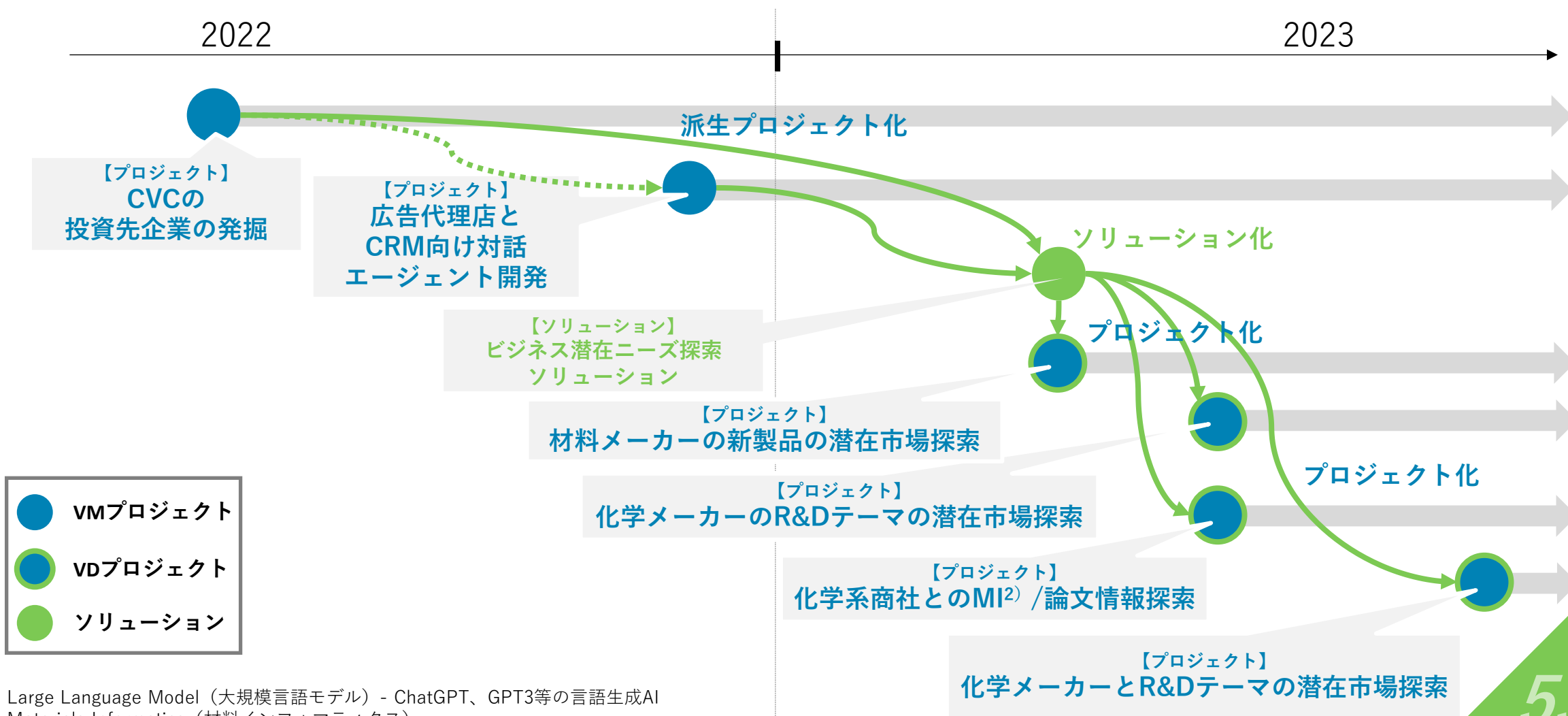
代表事例：深層強化学習関連プロジェクトの面展開の流れ

- ・ 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



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

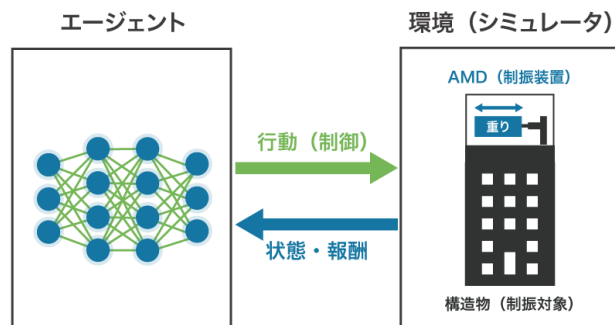
高層ビルをはじめとする建設物の揺れ・振動を抑える技術「アクティブ制振 (AMD)」にAIを適用し、より効果的な制振の実現が目指されていた。

開発・導入

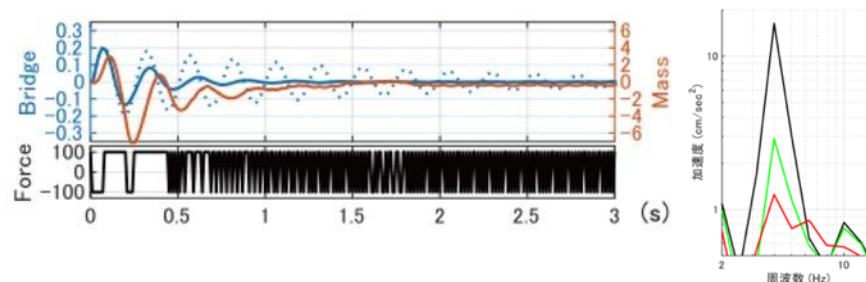
同社研究所内に造られた橋を実験の場として利用。シミュレーター上で高効果な制御則を獲得した強化学習によるAIモデルを実際の制御システムに転用。

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

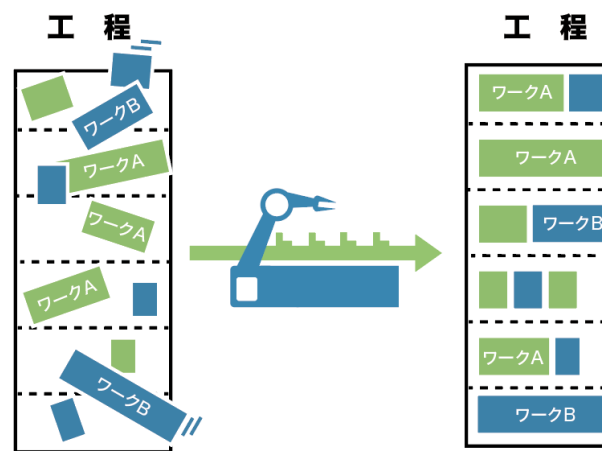
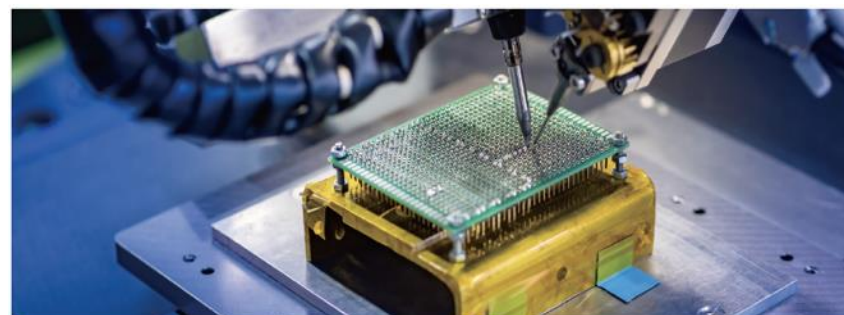
同社では、多数の装置リソースに対し大量のワークを適切に割り当てて生産計画を立案。人手でルールを作り込んでいたが、さらなる品質改善を狙っていた。

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

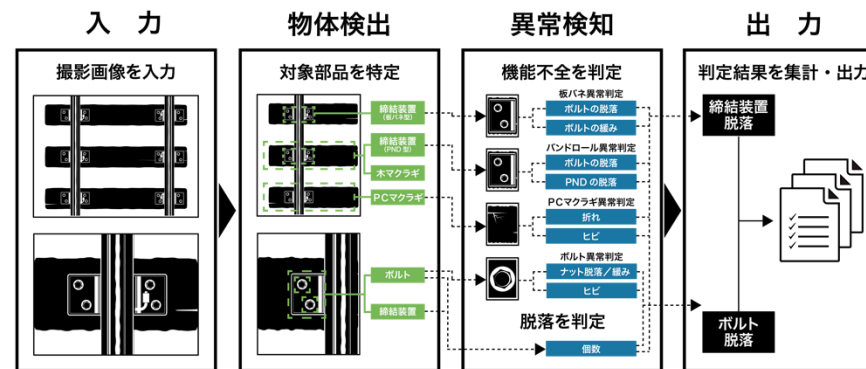
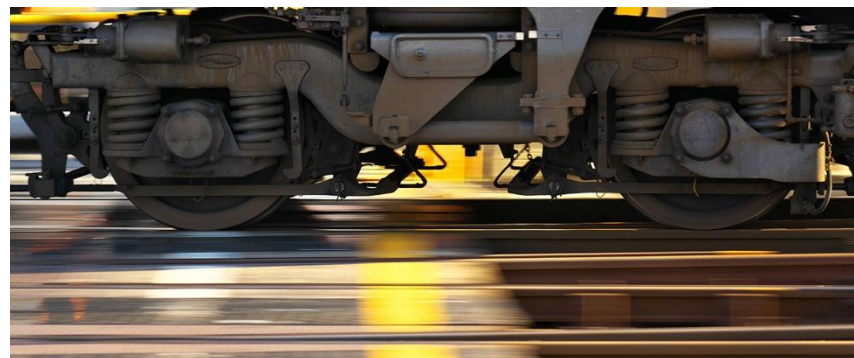
開発・導入

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

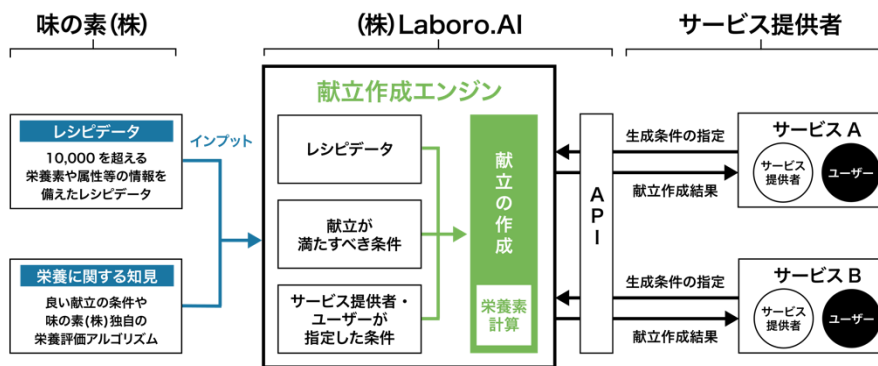
同社では、製品開発や研究開発で培った健康や栄養に関する知見やノウハウ、データ、数々のレシピデータを保有しており、これらのデータの活用方法を模索していた。

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

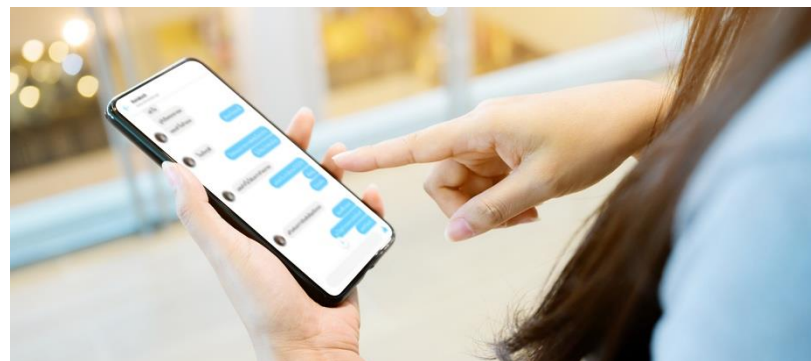
企業ブランドや商品ブランドに立脚したオリジナルなブランド思想を維持しながら、顧客ごとに最適化されたOne to Oneコミュニケーションを展開する必要があった。

開発・導入

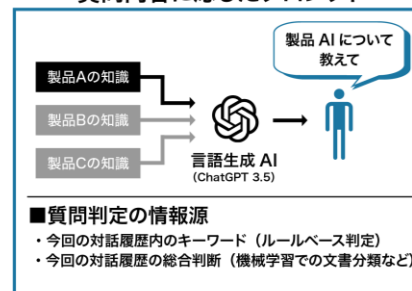
OpenAI社のChatGPTにブランド人格を反映してオリジナル生成AIとして構築。ユーザーおよび対話内容に応じて瞬時にプロンプトを入れ替える「ダイナミックプロンプト」も活用。

成果

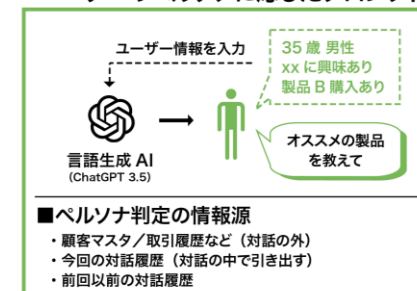
パーソナルデータや商品データ、コンテンツデータを対話に反映。アパレル系企業様との実証実験も進むなど、新しい顧客体験の実現が目指されている。



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





Laboro

