

2025年9月期 第1四半期 決算説明資料

2025 / 2 / 13

株式会社Laboro.AI
(証券コード:5586)

2025年9月期第1四半期の総括

経営方針

- 新製品/サービス創出・事業モデル転換等のバリューアップ型テーマに注力し、AIを核にしたイノベーションを顧客と共創
- 顧客の変革に向け、オーダーメイドのコンサルティングとAI開発（カスタムAI）から対価を頂戴するモデルを基本とする
- 先行する取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⁾）

2025年9月期1Q累計業績

売上高

513百万円

（前年同期比+53%）

売上総利益

357百万円

（前年同期比+59%）

営業利益

121百万円

（前年同期比+535%）

- 売上高：1Q売上は前年同期+53%で着地
 - 顧客のDX投資の需要は堅調なことに加え、24年9月期の一部案件の契約タイミング等のズレから、収益認識が本四半期にズレ込んだこともあり、想定を上振れる形で着地
 - 但し、引き続きSD³⁾を中心に体制拡充上の課題は存在。来期以降も持続的な成長を遂げるうえで体制の安定した拡大が必要
- 営業利益は121百万円と前年同期を大きく上回る水準で着地
 - 堅調な売上に対し、体制拡充が想定より軟調に進捗し、人件費/採用研修費等のコストが想定より下回ったため
 - 引き続き、来四半期以降も採用加速化を図る予定であり、利益着地は期初予想から変更なし

事業の進捗

- 新規顧客獲得数が2社
- 幅広い業界の顧客とのプロジェクトを行い、多様化された顧客基盤を維持
- 強化学習を含む最適化、LLM領域のVD起点での営業活動が進捗

組織構築の進捗

- 24年12月末時点で社員数83²⁾名
 - 機械学習エンジニア、コーポレートでは順調に体制拡充が進捗
 - 反面、SD³⁾の採用が想定より軟調に推移。SDが純減で着地。

25年9月期の方針

- 期初の業績予想（売上2,008百万円、営業利益250百万円）に修正無し
 - 本四半期は前期からの期ズレもあり、売上が想定よりも高く着地
 - 加えて体制拡充の遅れから想定より営業利益が高く着地

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（代表取締役/社外取締役/常勤監査役/社外監査役）、正社員。アルバイト・パートタイマーは含まない。会計年度末日時点で在籍している人数をカウント

3) ソリューションデザイナー（SD）

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 2025年 9月期 第1四半期業績
- 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」

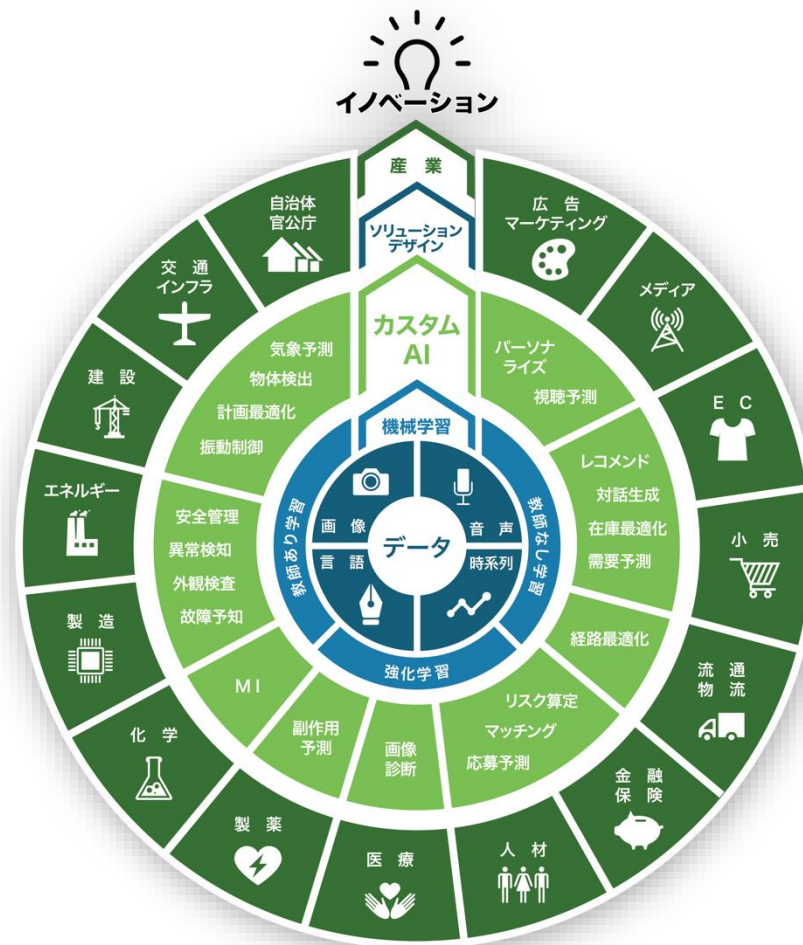
企業のコアを変革し、事業成長の根幹を担うAIをオーダーメイド開発

■ 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

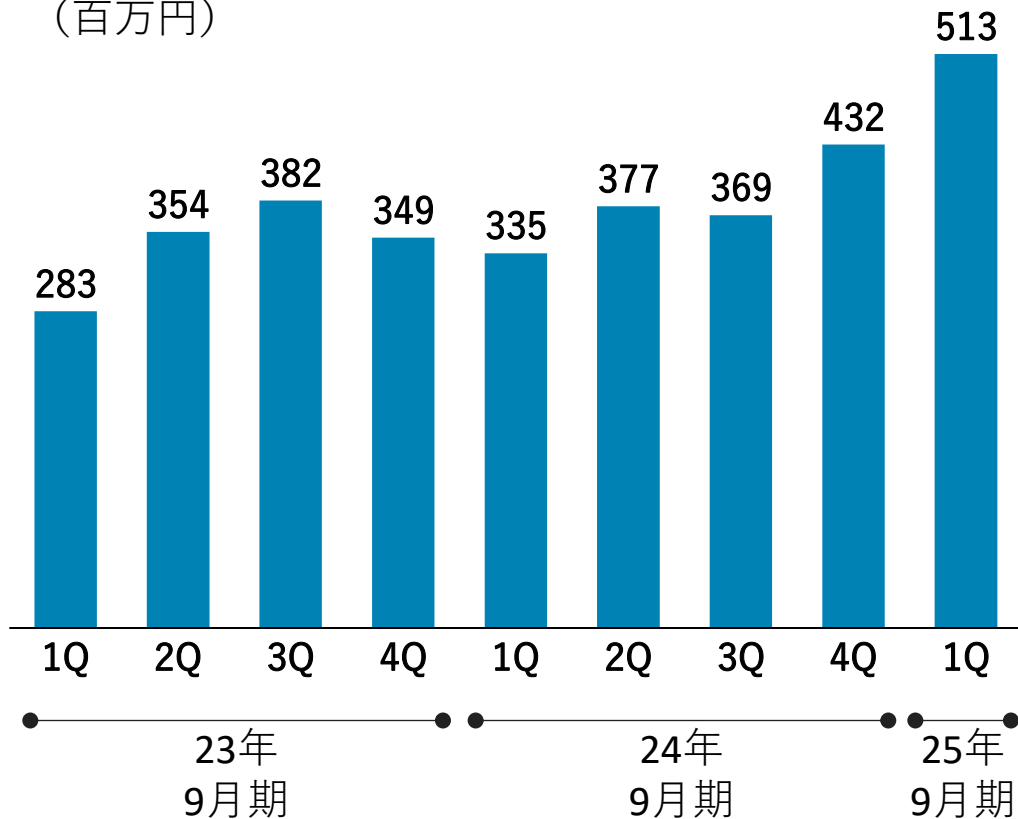


売上高/営業利益の四半期推移

- 1Q単独の業績は513百万円、営業利益121百万円と過去最高水準の売上/利益で着地
 - 但し、堅調な需要に加え、24/9月期のプロジェクトの開始時期ズレ等の要因で売上が上振れ
 - 営業利益は、売上上振れに加え、採用の進捗等の要因で想定よりコストが下振れたことが要因

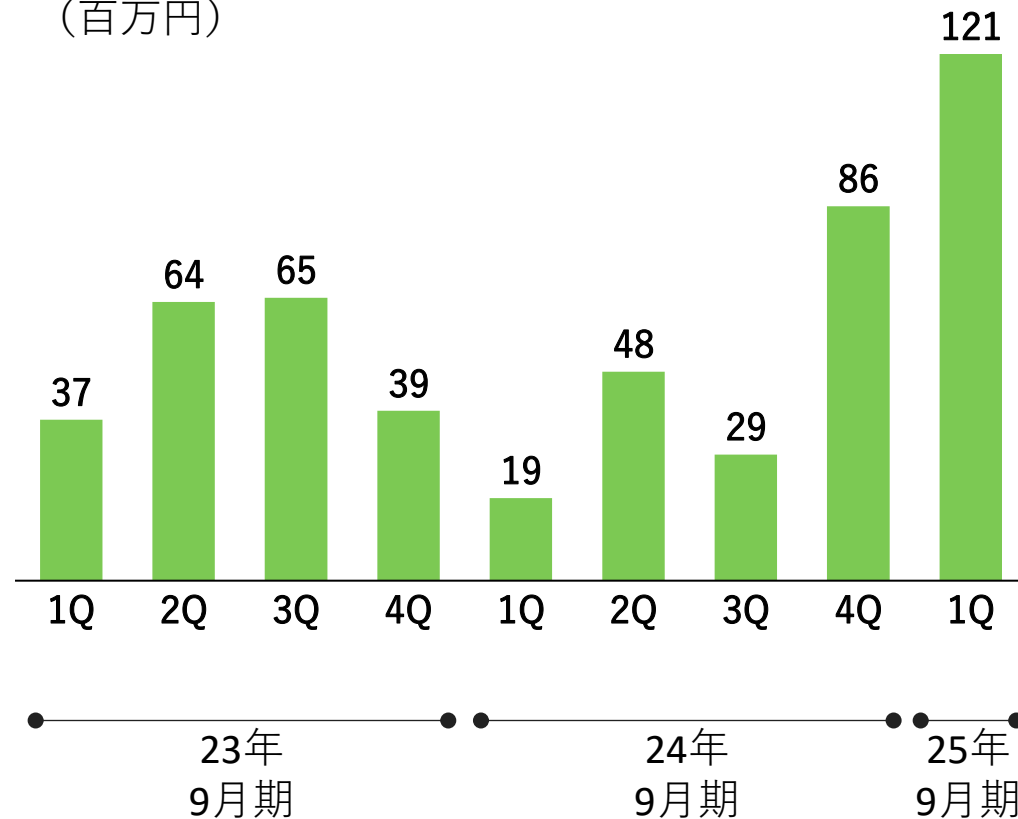
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)

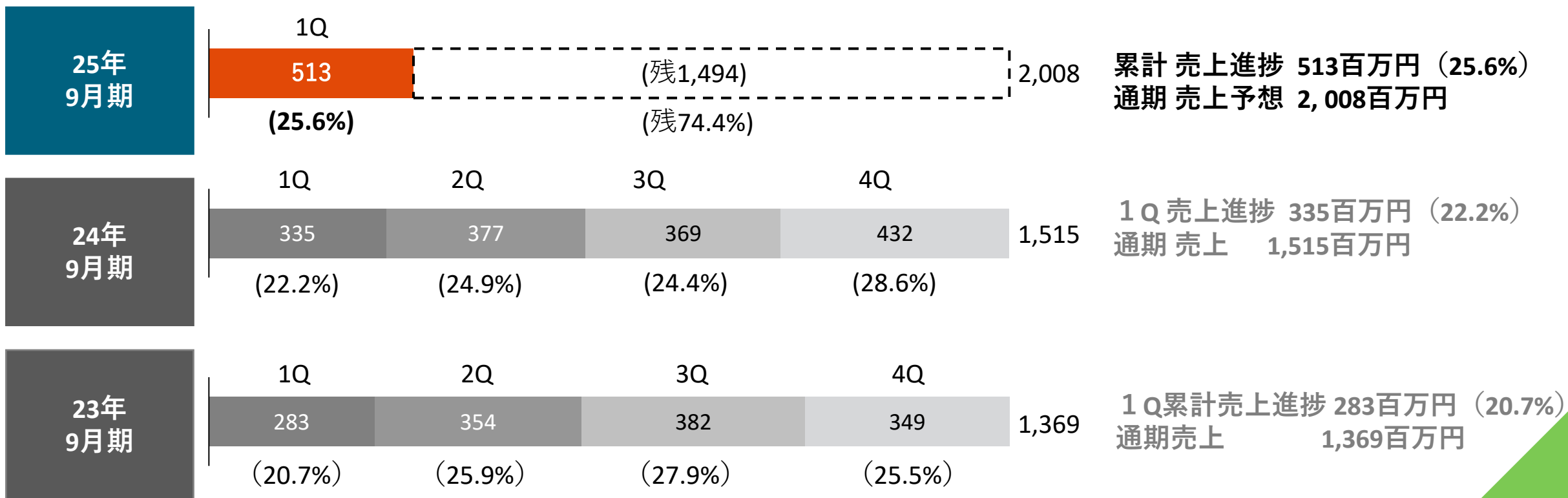


Note: 売上/営業利益は小数点1桁目で切り捨て

売上高の進捗（サマリ）

- 通期見込2,008百万円に対し、1Qの売上高が513百万円であり、進捗率25.6%
- 今期は一部24年9月期の案件の開始時期のズレから上振れて着地しており、来四半期以降も引き続き、体制構築と平仄を合わせながら四半期対四半期での堅調な事業拡大を目指す

業績予想対比の売上高の進捗状況



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

2025年9月期 第1四半期 損益計算書

- 引き続き顧客のAI投資需要は堅調なことに加え、24年9月期からのプロジェクト開始の期ズレ等もあり、売上は過去最高水準で着地。
- 売上が上振れた一方、体制構築の進捗等の要因でコストが想定より下振れたため、営業利益率が上昇
- 粗利については60-70%の高い水準で推移。採算性は健全な水準を担保

(百万円)	2024年9月期		2025年9月期 1Q実績		2025年9月期 予想
	1Q実績	通期実績	実績	前年同期比	
売上高	335	1,515	513	+178	2,008
売上総利益	224	1,015	357	+132	1,308
粗利率 (%)	67%	67%	70%	+3pt	65%
営業利益	19	183	121	+102	250
営業利益率 (%)	6%	12%	24%	+18pt	12%
経常利益	18	183	121	+102	250
当期純利益	12	133	83	+71	171

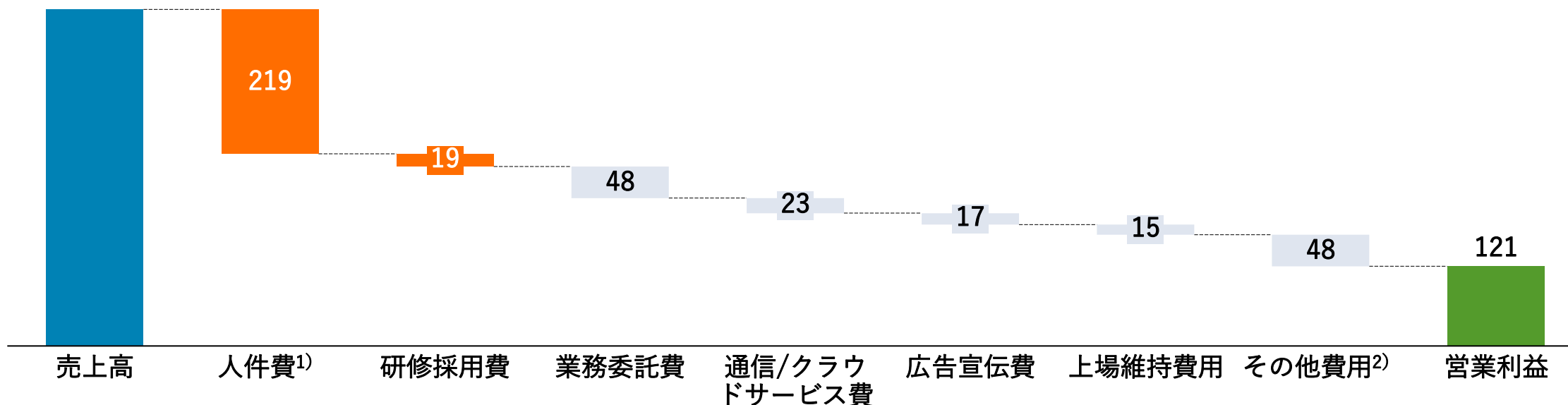
Note: 売上/売上総利益/営業利益/経常利益/当期純利益は小数点1桁目で切り捨て。比率表示は小数点1桁目で四捨五入。

コスト構造

- 引き続き、人件費/研修採用費等の人材投資がコストの主要な部分を占める
- 売上の拡充に対し、体制の拡充のペースが遅れたことから、売上に占める人件費/研修採用費の割合（24年9月期1Q：59%→25年9月期1Q：47%）が減少し、営業利益率が増加
 - 売上の中期的な成長には体制の拡充が必要であり、引き続き人材投資は積極的に行う方針

2025年9月期 1Q 累計の主要費目別コスト構造

（百万円）



1) 人件費はソリューションデザイナー・機械学習エンジニアのPJの執行工数（原価要因）、ソリューションデザイナー・機械学習エンジニア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(1Q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 (2025年9月期1Q累計)

顧客例 (一部例示¹⁾)

産業	売上高 (百万円)	比率 (%)	顧客例
研究開発型産業 2.6億円 51%	半導体業界	88百万円 (17%)	SCREEN Rapidus
	建設業界	44百万円 (9%)	株式会社IHIインフラ建設 TAISEI <small>For a Lively World</small>
	化学・素材業界	9百万円 (2%)	日本ガイシ <small>NGK</small>
	自動車業界 ²⁾	81百万円 (16%)	IJTT 自動車メーカー
	その他製造業	39百万円 (8%)	OMRON 住友重機械工業株式会社 HITACHI <small>Reliable Solutions</small>
社会基盤・生活者産業 2.5億円 49%	人材業界	52百万円 (10%)	en <small>エンジャロ</small> PERSOL <small>パーソルキャリア</small>
	交通・輸送業界 ²⁾	106百万円 (21%)	MICHINORI
	メディア・広告業界	7百万円 (1%)	DAIKO HAKUHODO
	消費財業界	22百万円 (4%)	Ajinomoto <small>Eat Well, Live Well.</small> AJINOMOTO
	その他業界	61百万円 (12%)	気象研究所 ZENRIN TOPPAN

1) 各業界に該当する顧客でロゴ開示の許可を承諾いただけた先を一部開示。各業界ごとの掲載順は五十音順

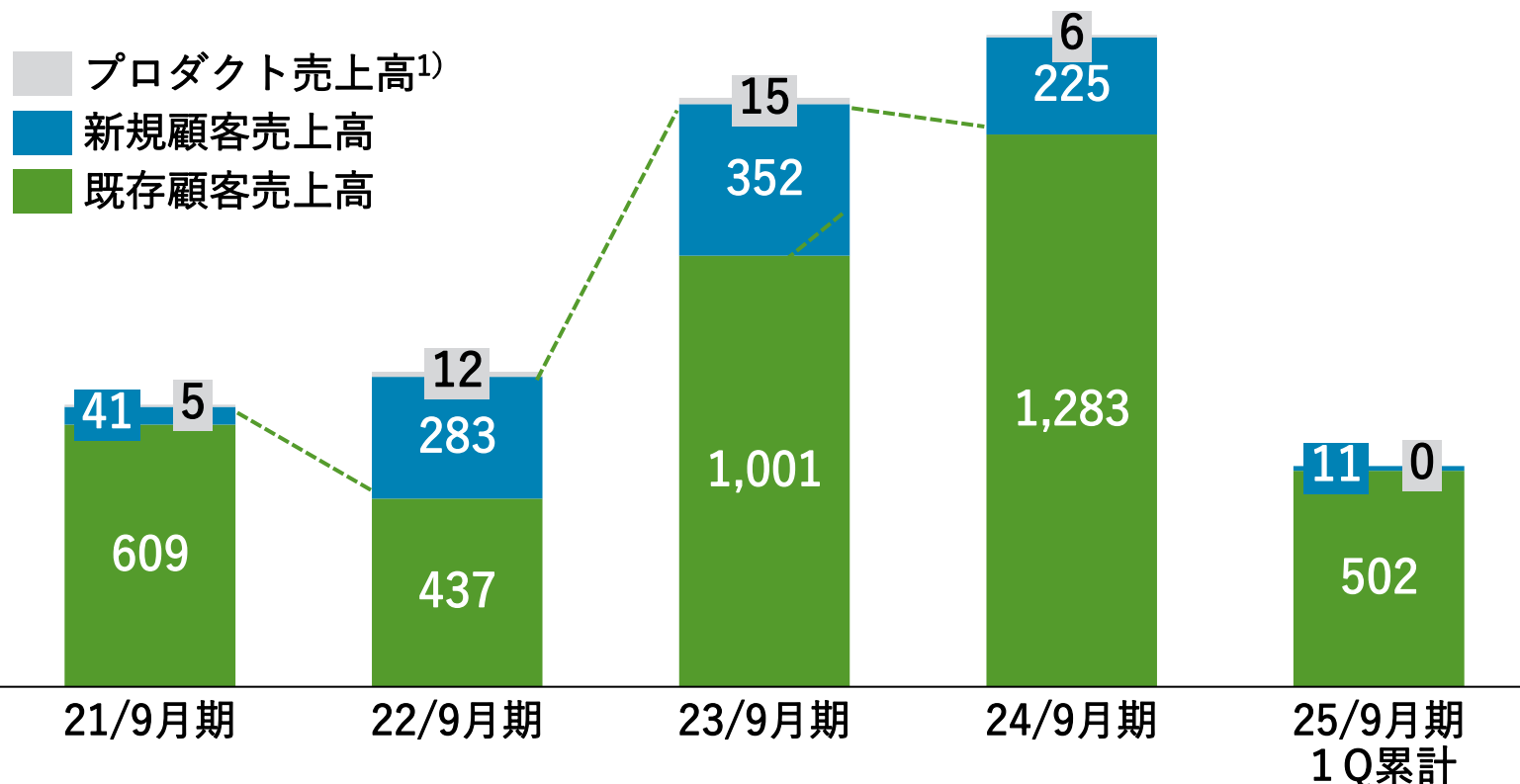
2) PJテーマも鑑み、交通・輸送業界から自動車関係のクライアントを研究開発型産業の自動車産業へ移管

Note: 売上高は百万円単位で切り捨て。比率表示は小数点1桁の単位で四捨五入

顧客ポートフォリオ (2/2) : 既存/新規顧客売上成長率

- 引き続き既存顧客との長期安定的な関係を構築
- 加えて、1Qで新規顧客を2社獲得

(百万円)



主なKPI (25年9月期 1Q)

新規顧客数+2社

HITACHI
 Reliable Solutions
 (日立建機株式会社)

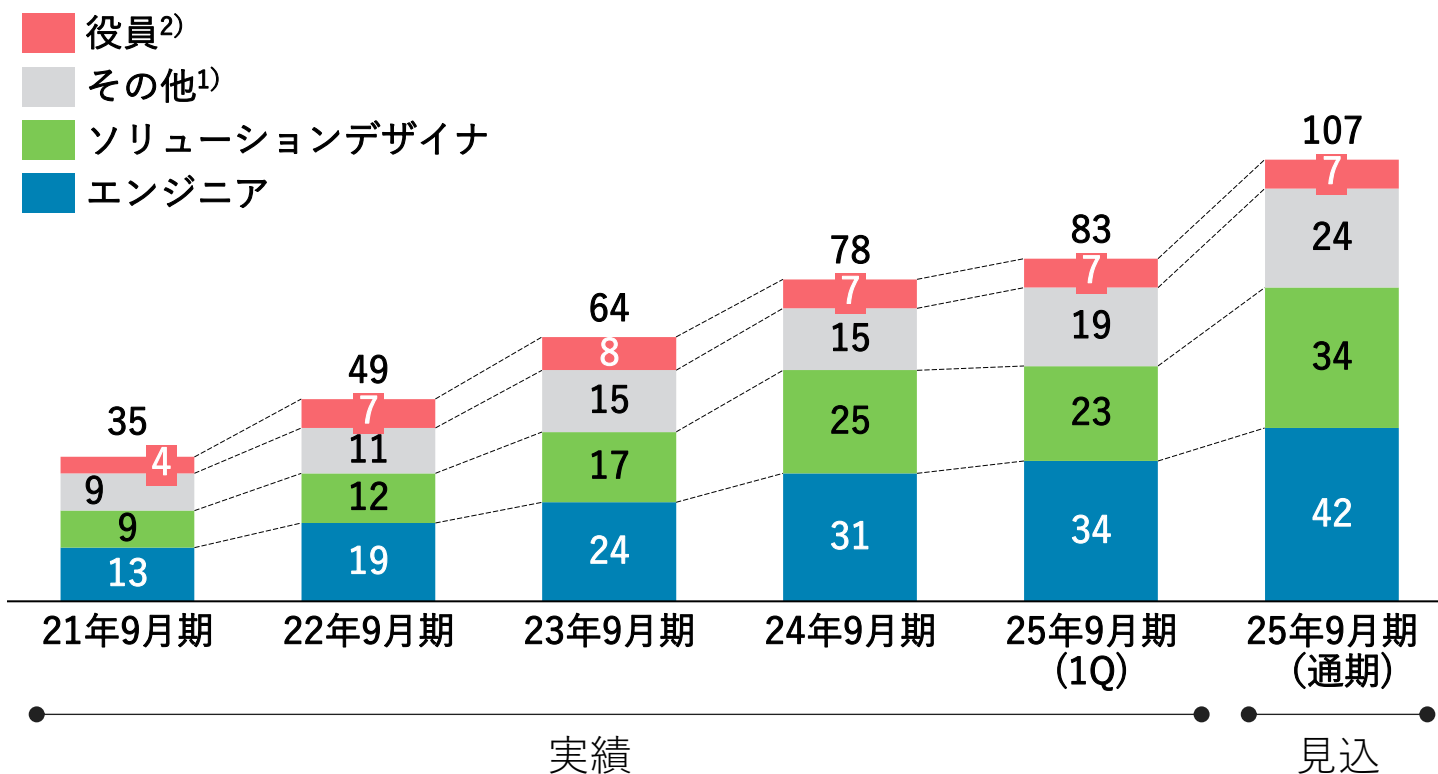
建設業界企業

1) 音声コーパス (LaboroTVSpeech) の販売など

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

社員数の推移

- SDについては、期中の離退職分を採用で十分カバーできなかったことから人員数は減少で着地
- エンジニアについては、昨期末の内定が出ていた人材の参画も含め、採用は順調に進捗



人員増加率
(24年9月期通期→25年9月期1Q)

ソリューションデザイナー
人員増加率
△8%

機械学習エンジニア
人員増加率
+10%

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)	2023年9月期 実績	2024年9月期 実績	2025年9月期 1Q実績
流動資産	2,414	2,109	2,189
現金及び預金	1,943	1,523	1,693
固定資産	75	481	483
資産合計	2,490	2,591	2,673

負債の部 (百万円)	2023年9月期 実績	2024年9月期 実績	2025年9月期 1Q実績
流動負債	242	200	196
固定負債	-	-	-
負債合計	242	200	196

純資産の部 (百万円)	2023年9月期 実績	2024年9月期 実績	2025年9月期 1Q実績
株主資本	2,247	2,391	2,477
資本金	1,004	1,009	1,010
資本剰余金合計	994	999	1,000
利益剰余金	248	382	466
自己株式	-	-	-
純資産合計	2,248	2,391	2,477
負債純資産合計	2,490	2,591	2,673

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 2025年 9月期 第1四半期業績
- 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)

1,500億円 (2023年度)

↓ +15~27%/年

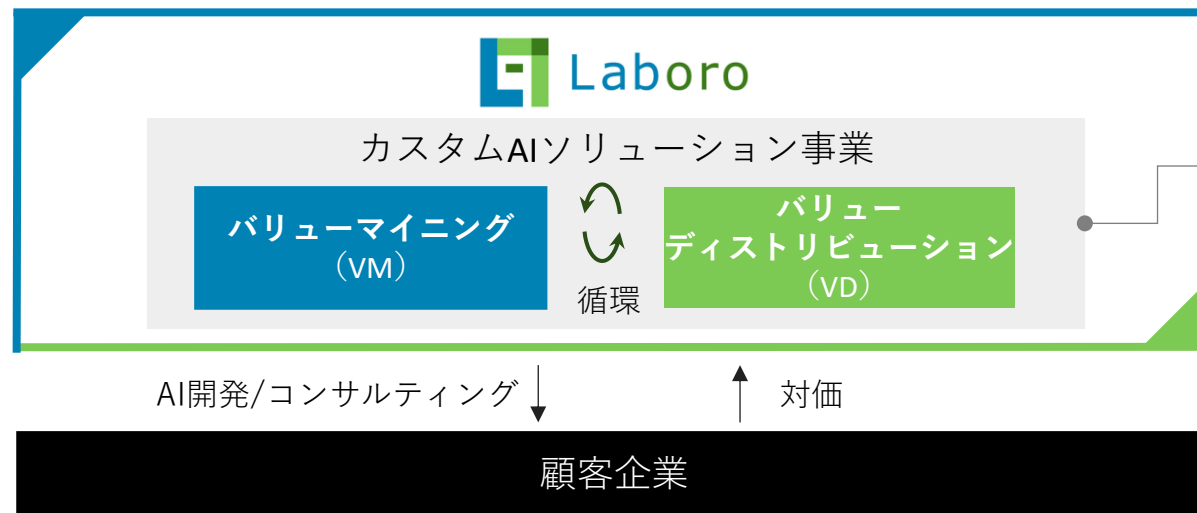
2,200億円

〜 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

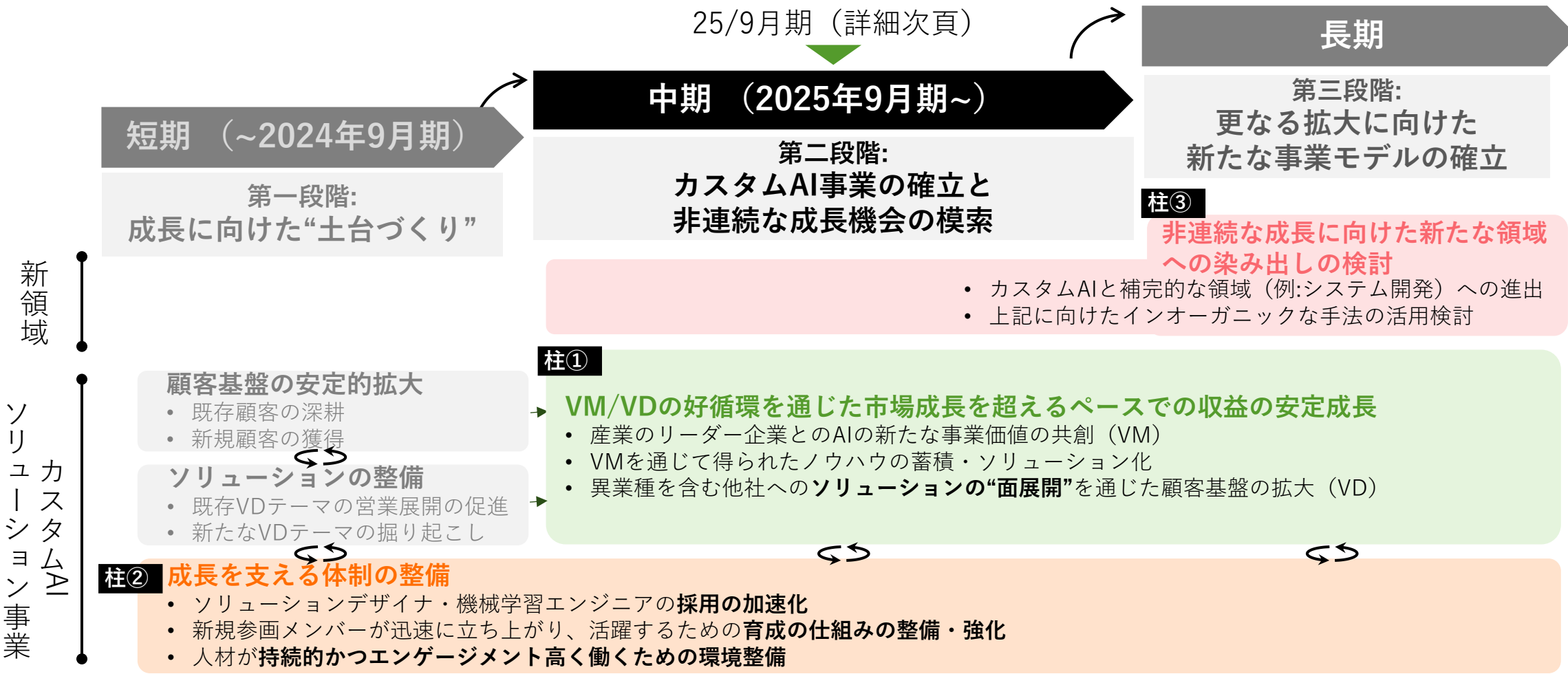


先行する最先端の取り組み (VM) で得た知見を蓄積。類似する課題を持つ顧客へ展開 (VD) し、効率的に成長

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

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)

2025年9月期第1四半期の事業進捗（サマリ）

- ・ 堅調な顧客の需要と好調な営業活動もあり、収益は堅調に拡大
- ・ 一部対応策は試行錯誤中であるものの、引き続き採用/育成の体制面の課題は存在

柱①

市場成長を
超えるペース
での安定した
収益成長

既存顧客



既存主要顧客において、継続案件や新たな切り口のプロジェクトの提案が進捗。引き続き、顧客のビジネスモデル変革や新たな商品/サービスの開発に関わるAIプロジェクトを推進

新規顧客



顧客経営層へのアプローチや積極的なマーケティング活動が奏功し、1Qで**2件の新規顧客**を獲得

- ・ 引き続き変革を所管する部署や経営層へのアプローチを通じて案件を獲得
- ・ また、グローピングとのJV (X-AI.Labo)を通じ顧客の経営層へのアプローチ。過去接点がなかった新たな顧客候補企業との初期議論/提案活動を実施

柱②

成長を支える
体制の整備

採用



SD/ENGとも新規採用に注力。**ENGについては想定通りのペースで体制拡充ができて**いる一方、**SDについては人員数が微減で着地**

- ・ SDは採用母集団形成が進捗も、シニア層を中心に人材獲得競争が激化。候補者へのさらなる魅力訴求の強化が必要
- ・ ENGは24年9月期に内定が決まっていたメンバーの入社もあり、想定通りのペースで進捗

育成



24年9月期の課題を踏まえ、**SDを中心に新規メンバーを組織に迎え入れ、育成する仕組みを整備中**。過去の離退職者の原因分析や上司によるFBの標準化、役割期待の明確化等を検討中

エンゲージ



全社エンゲージメントの向上に向け、人事総務部が主体となったタスクフォースを組成。対面での接点の機会の増加や、職位ごとの役割期待/等級の再整理、学びの機会の提供等を検討中

柱③

新たな
領域への
染み出しの検討

M&A/新領域



AI開発に隣接する領域への進出に向けてオーガニック/インオーガニックの機会を探索中

- ・ システム開発の内製化に向けたシステム開発領域に知見のあるエンジニアの体制強化
- ・ その他、隣接領域への進出に向けた検討を実施中

詳細
次頁

採用/育成

採用/育成の進捗状況

- (SD) 24年9月期の課題を踏まえ、定着/育成の仕組みの整備は進捗も、採用の更なる加速化が必要
- (機械学習エンジニア) 24年9月期に内定を出したメンバーの参画もあり、想定通り体制を拡充

SD	採用	△	<ul style="list-style-type: none"> • 通期の目標達成/中期的な事業成長に向けて引き続き採用加速化が必要 <ul style="list-style-type: none"> - 24年10月より、各部の採用/育成に伴走・支援する人材開発室を設置 - ダイレクトリクルーティングやエージェントとの連携強化で採用母集団形成は進捗 - 一方、即戦力となりうるシニア層について、人材獲得を巡る競争は激化。当社として提供できる機会の明確化等を通じた、採用の訴求力の更なる向上が必要
	オンボード/育成	○	<ul style="list-style-type: none"> • 24年9月期に表出した課題も踏まえ、定着/育成強化に向けた施策を実施中 <ul style="list-style-type: none"> - CEOリードの下、SD部のリーダー及び各部の採用/育成の支援を行う人材開発室が中心となるタスクフォースにて、課題の整理/打ち手の企画を実施 - オンボードのプログラム、育成の観点での上司→部下のフィードバックの標準形の整備中
機械学習 エンジニア	採用	○	<ul style="list-style-type: none"> • 継続して採用は進捗。24年9月期に内定を出したメンバーの参画が予定通り本四半期にあり、想定通り体制を拡充 <ul style="list-style-type: none"> - 人材開発室にエンジニアの採用/育成を支援する担当者を採用、採用加速化に注力
	オンボード/育成	○	<ul style="list-style-type: none"> • 採用した人材の組織への定着/育成も進捗し足元大きな課題なし <ul style="list-style-type: none"> - オンボードの対応を強化。新規入社メンバーからオンボードプロセスについてフィードバックを受ける形でPDCAが進捗 - 技術/ビジネススキル/ソフトスキル向上のためのe-learning導入を企画推進

主要な事業の進捗（1/4）：主要取引先様

株式会社IHIインフラ建設					OYASHI 			
								・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 オムロン 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 日立建機 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

主要な事業の進捗（2/4）：主要プレスリリース・メディア掲載

- プロジェクト関連のプレスリリース発信した他、メディア対応も積極的に実施
- 引き続き、主要な顧客との取組みは適時適切なタイミングで投資家各位にも開示していく方針

【プレスリリース】

「大林組へAI開発支援を行なった建設物の揺れを制御する『構造体の制振システム』が特許取得」（2024年12月26日）

報道関係各位

Press Release

2024年12月26日

Laboro.AI、大林組へAI開発支援を行った建設物の揺れを制御する「構造体の制振システム」が特許取得

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、株式会社大林組（東京都港区、代表取締役 社長 兼 CEO 運輸 賢治 以下、大林組）へAI開発支援を行った、建造物の揺れを制御する「構造体の制振システム」が同社と共同で特許を

【メディア掲載（ダイヤモンド・オンライン）】

「朝食に鍋料理なんて…味の素は『献立を提案するAI』に食事の楽しさをどう教えたのか？」（2024年10月9日）

▶[Click](#)

【メディア掲載（ITmedia NEWS）】

「有名コンサルでの業務経験が裏目に——上場AIスタートアップCEOに聞く、創業の辛酸」（2024年11月18日）

▶[Click](#)

【メディア掲載（日経サイエンス）】

「科学者に迫る人工知能 大規模言語モデル『思考力』で進化」（2024年12月25日、作成協力）

▶[Click](#)

主要な事業の進捗（3/4）：主要なイベント出展・講演

- AI・人工知能EXPOに出展、営業リード獲得に向けた活動に注力
- 各種の受賞・講演機会を得た上、AIの産業応用の重要性などについて発信

【イベント出展】
第5回 AI・人工知能EXPO 秋
(2024年11月20日～22日)



【受賞・講演】
企業家倶楽部「第24回 企業家賞 授賞式」
AIイノベーション創造賞 受賞
(2024年11月19日)



主要な事業の進捗（4 / 4）：その他 主要なアクティビティ

- 潜在的な顧客や投資家の開拓に向け、積極的なメディアへの露出も並行して推進。引き続き、各種メディアへの露出を通じ、知名度・認知の向上を目指す方針

掲載日	メディア名（運営・主催）	記事・タイトル名	参考リンク
2024年10月8日	ビジネス+IT	生成AIスタートアップ3社が語る「日本企業の生成AI活用」、課題とこれから	Click
2024年10月9日	ダイヤモンド・オンライン	朝食に鍋料理なんて…味の素は「献立を提案するAI」に食事の楽しさをどう教えたのか？	Click
2024年10月10日	Forbes Japan	日本発の戦略ファーム、グローピングの流儀とAI観。「成長エンジンにならないコンサルはいらない」	Click
2024年10月15日	ダイヤモンド・ホームセンター	成否を分かつ5つの要因 AIはホームセンターをどう変えるのか	Click
2024年10月23日	DIGITAL SHIFT TIMES	AI活用の有無で、生涯年収は10億円変わる！？「生成AI時代のリスキリングサミット2024」イベントレポート	Click
2024年10月31日	週刊BCN	人が思いつかない可能性を探索する	Click
2024年11月18日	日経クロストrend	最新マーケ論文で学ぶ「新・消費者理解」（寄稿連載）	Click
2024年11月18日	ITmedia NEWS	有名コンサルでの業務経験が裏目に——上場AIスタートアップCEOに聞く、創業の辛酸	Click
2024年12月25日	日経サイエンス	特集：科学者に迫る人工知能 大規模言語モデル「思考力」で進化（協力記事）	Click

目次

- ① 2025年 9月期 第1四半期業績
- 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

- 現状の売上の進捗は計画通りであり、25年9月期の着地は、期初予想の売上高2,008百万円
営業利益250百万円を見込む

	2025年9月期 (見込)	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

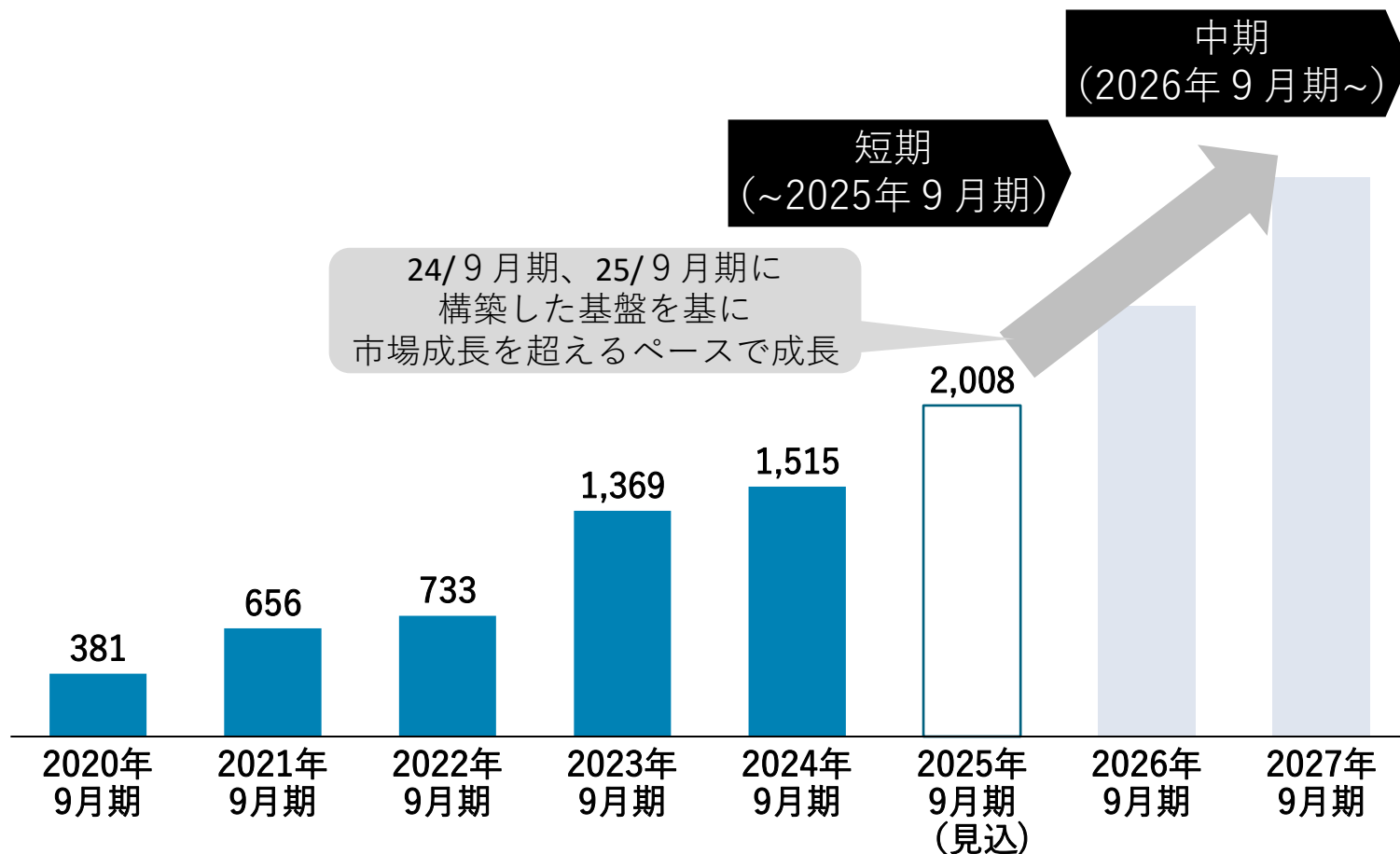
昨年実績同等の
利益率水準を確保

1) 25年9月期見込みと24年9月期実績の差分

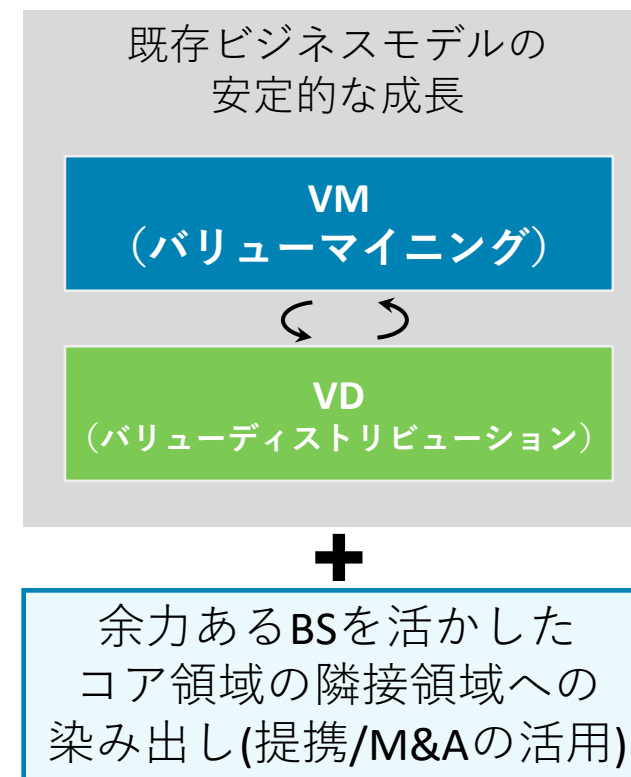
Note: 売上/売上総利益/営業利益は小数点1桁目で切り捨て。比率(%)は小数点1桁目で四捨五入

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



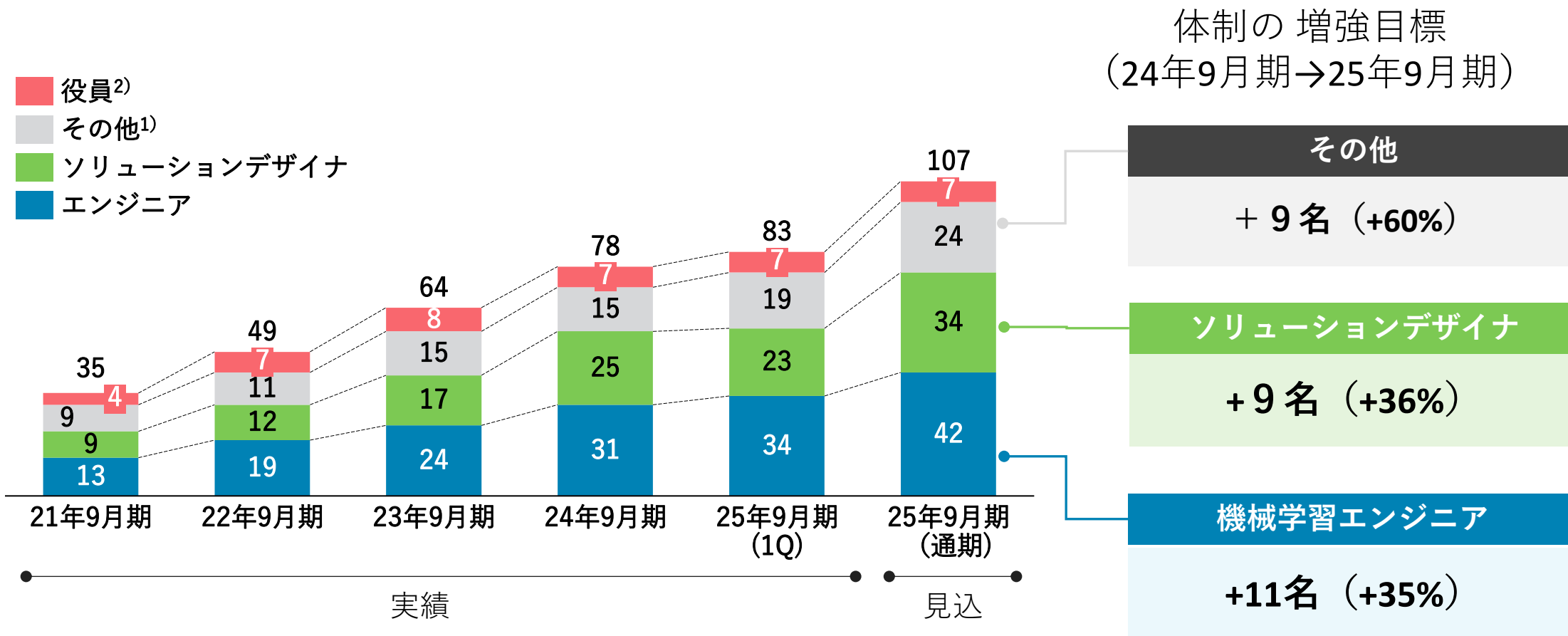
中長期的な売上成長のイメージ



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

- 通期のSD/エンジニアの採用目標の達成に向けて引き続き経営がフルコミット
- 加えて、SDの定着/育成に強化に向けてSD部/経営が連携する形で取組む方針



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

会社情報

設 立	所在地	従業員数
<p>2016年4月1日</p> <p>〔 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>78名¹⁾</p> <p>(2024年12月31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
和田 崇
TAKASHI WADA



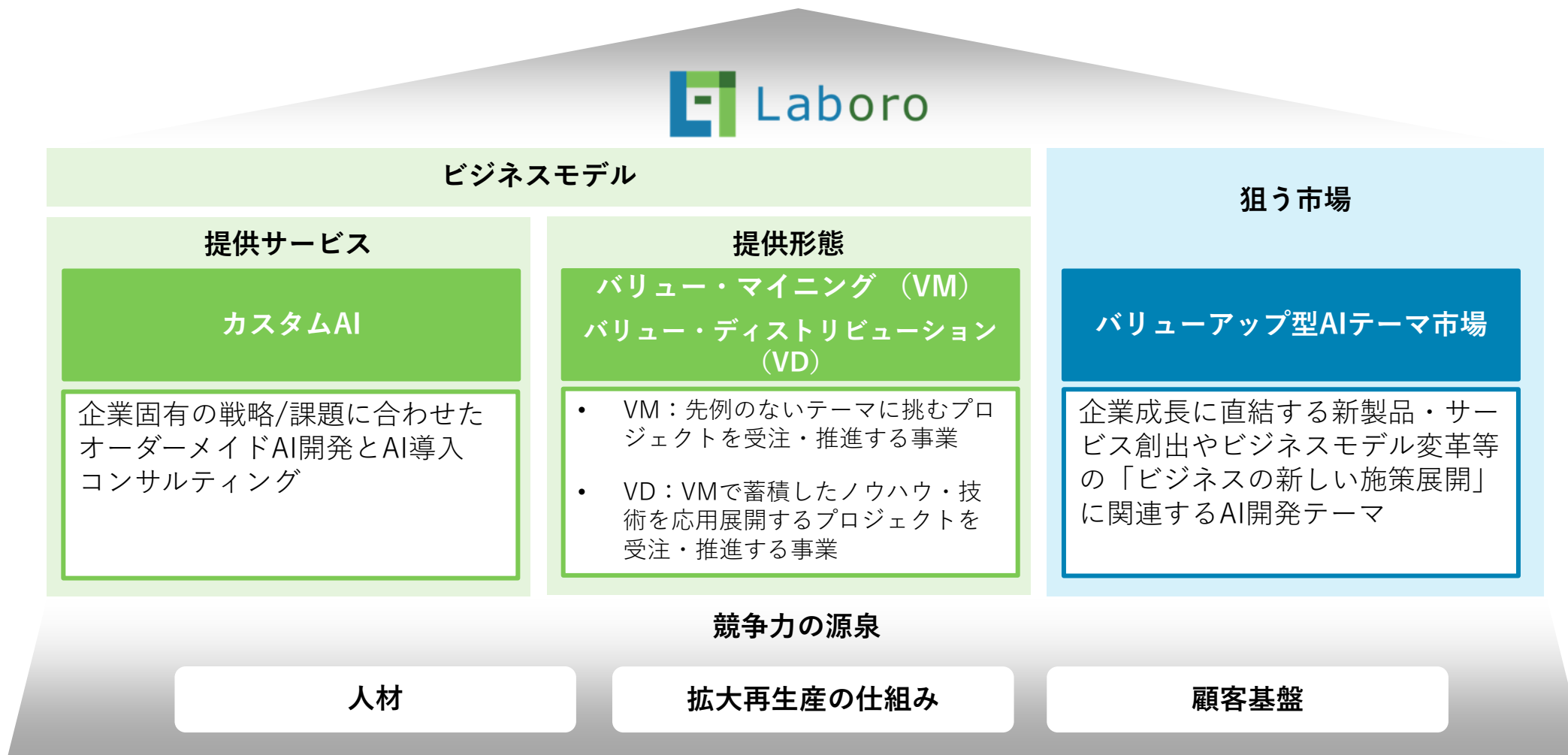
執行役員
吉岡 琢
TAKU YOSHIOKA



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



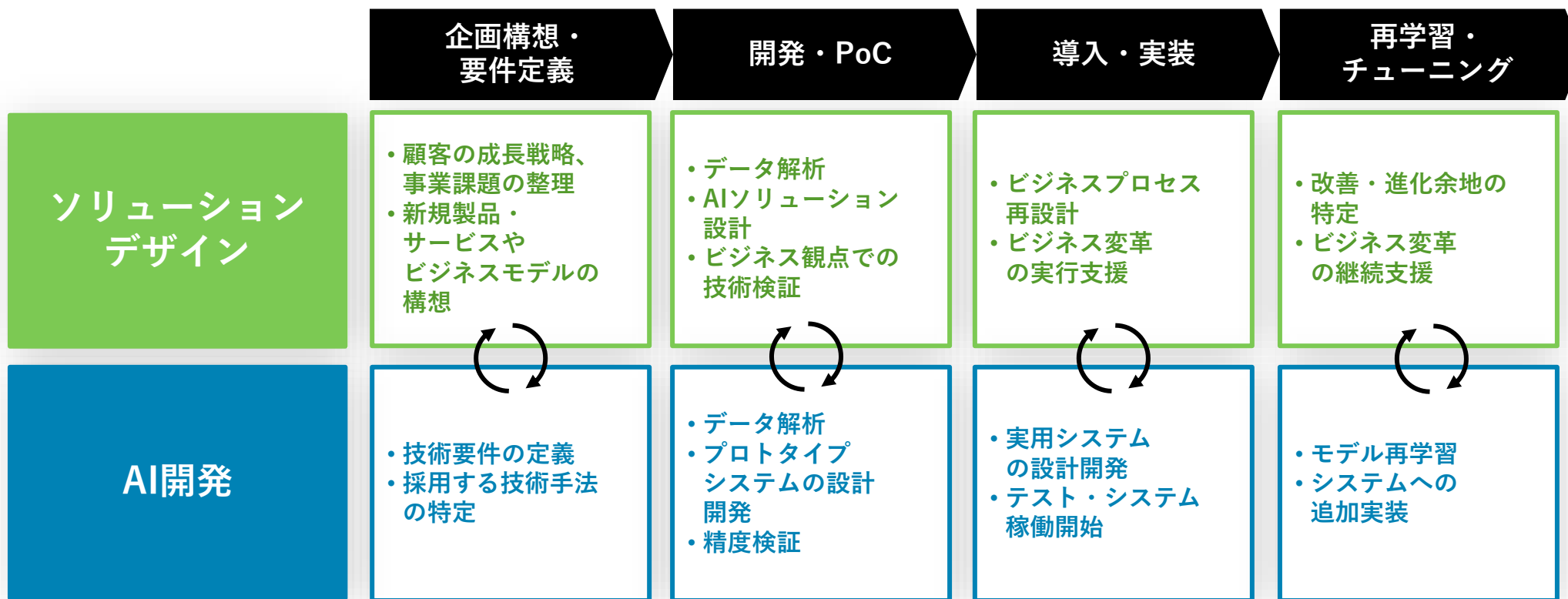
「カスタムAI」とは

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



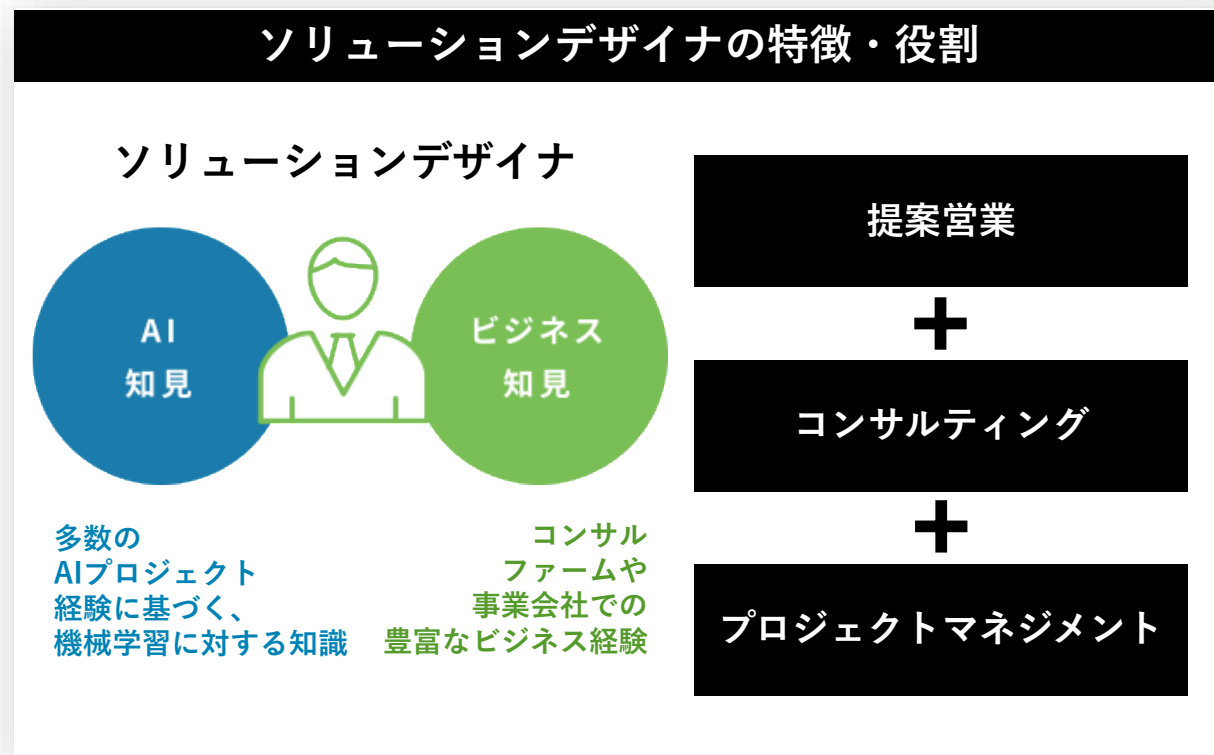
「カスタムAI」提供の流れ

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

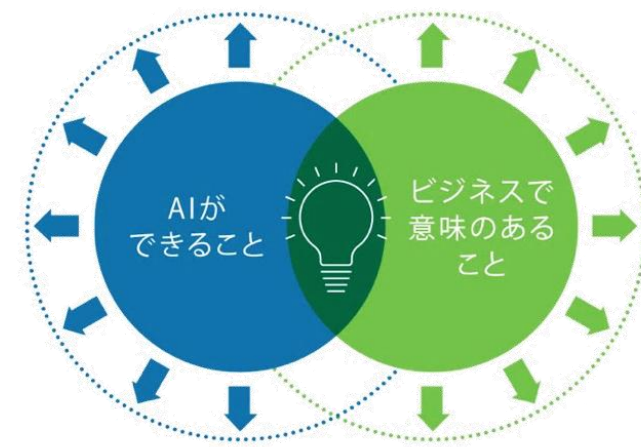


カスタムAIを支えるスペシャリスト「ソリューションデザイナー」

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

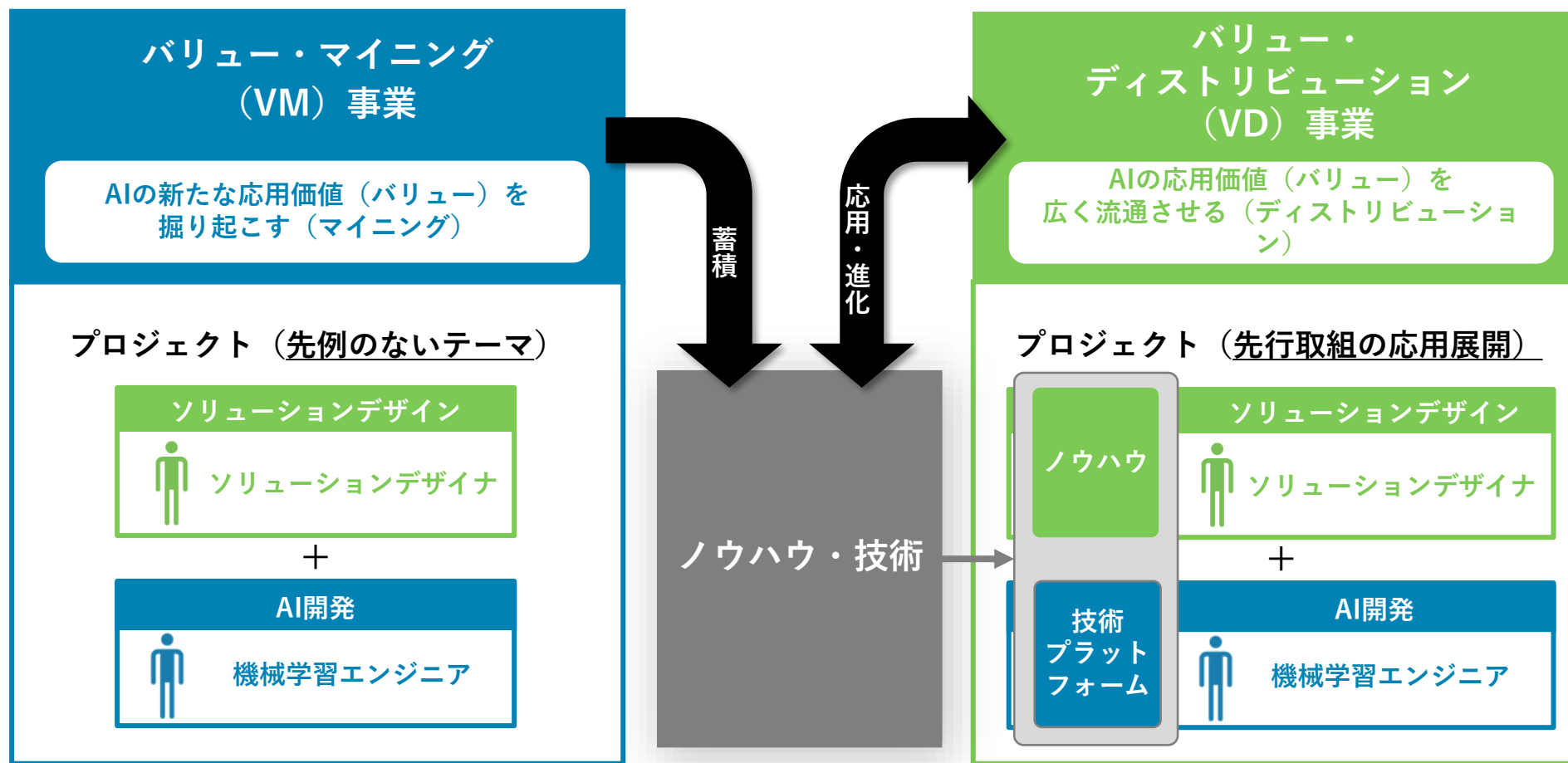


AI技術で実現でき、かつビジネスで意味のあるソリューションを企画・設計・提案



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



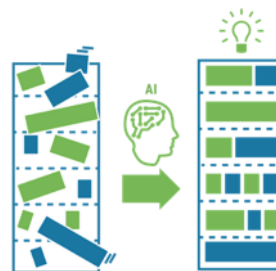
強化学習による制振制御 ソリューション

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 → 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)

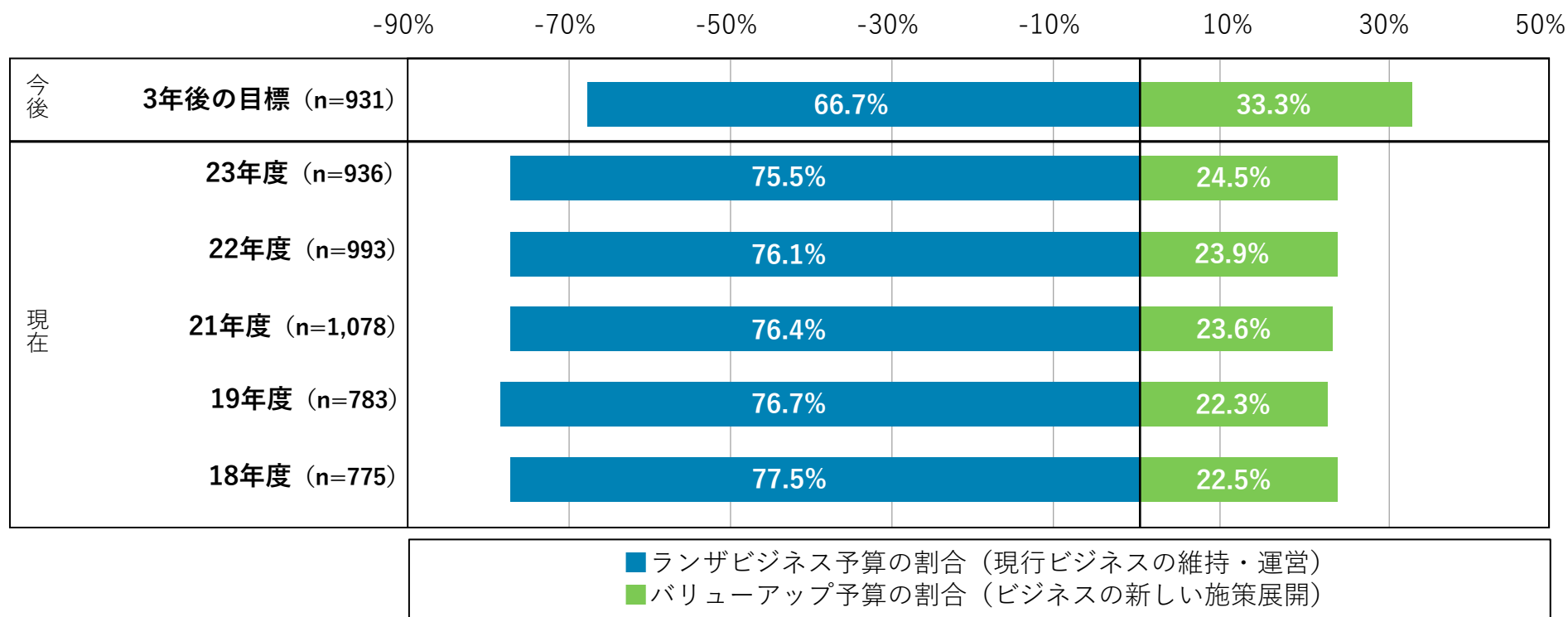
2) 株式会社富士キメラ総研「2025 生成AI/LLMで飛躍するAI市場総調査」(2024年11月)のAIサービス市場・AIアプリケーション市場の市場規模推定を基に、当社の事業領域と近いサブカテゴリ(戦略策定・ガバナンス構築、構築・分析サービス、データ分析基盤構築及びAIアプリケーション市場)の規模を足し上げて市場規模を推計

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

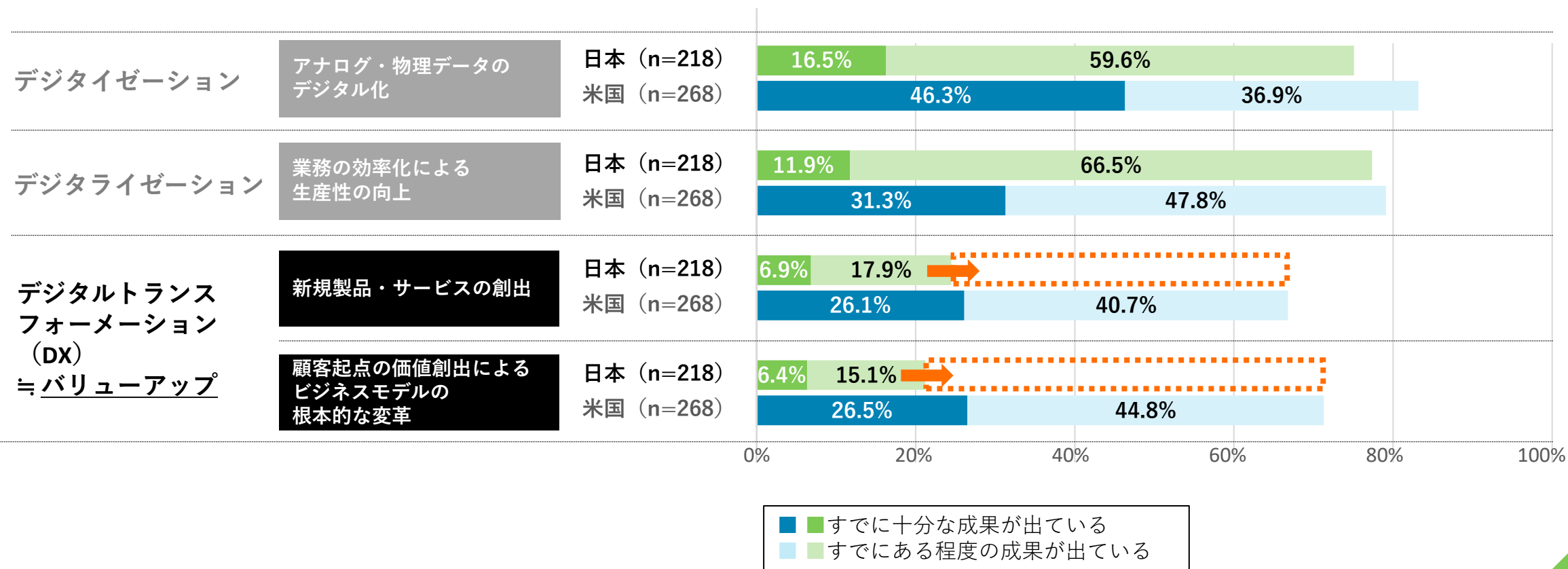
バリューアップを目的とした企業のIT予算割合

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
- ・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

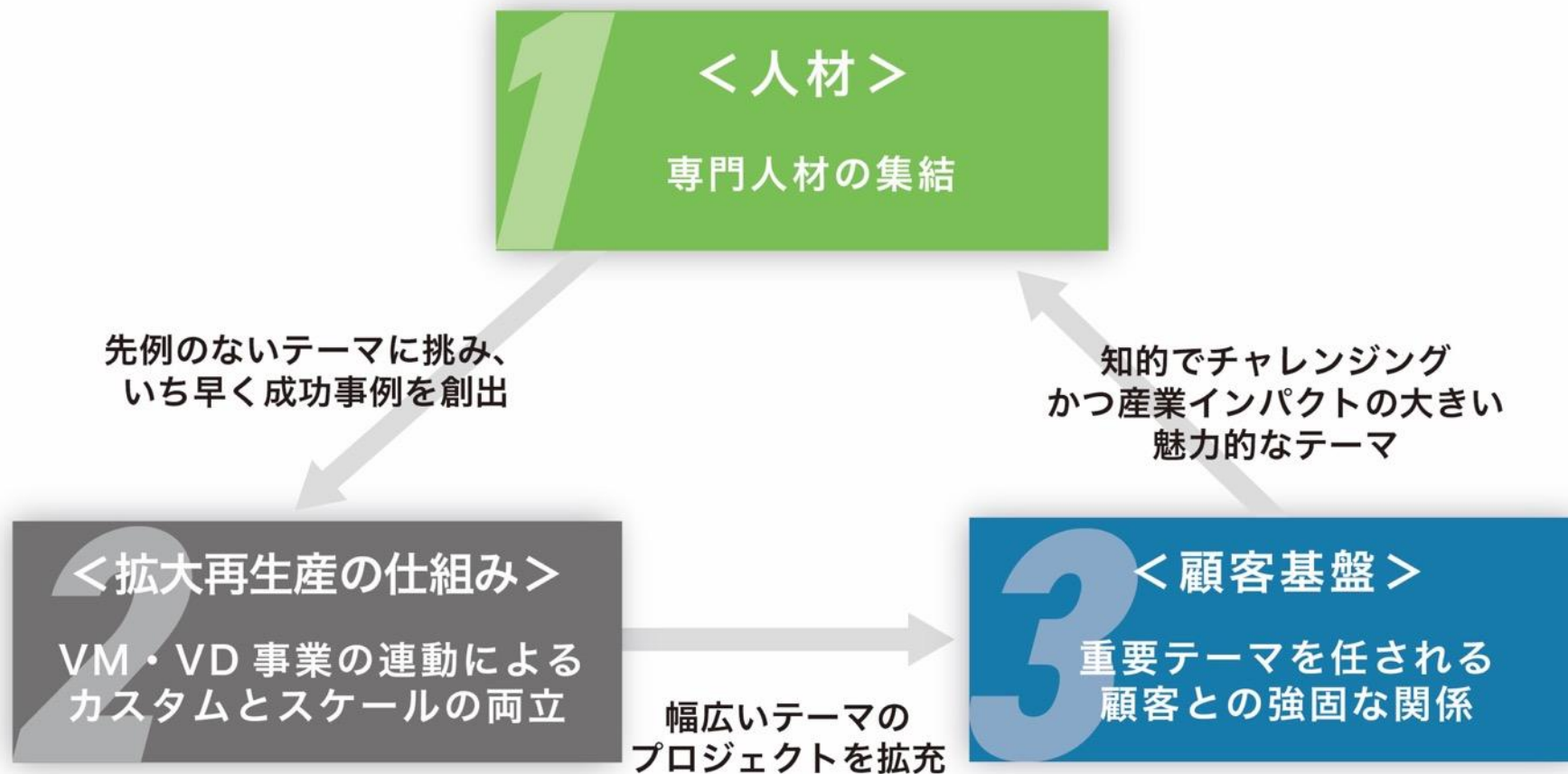
- ・対話AIを活用した1to1マーケティングサービスの開発

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

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



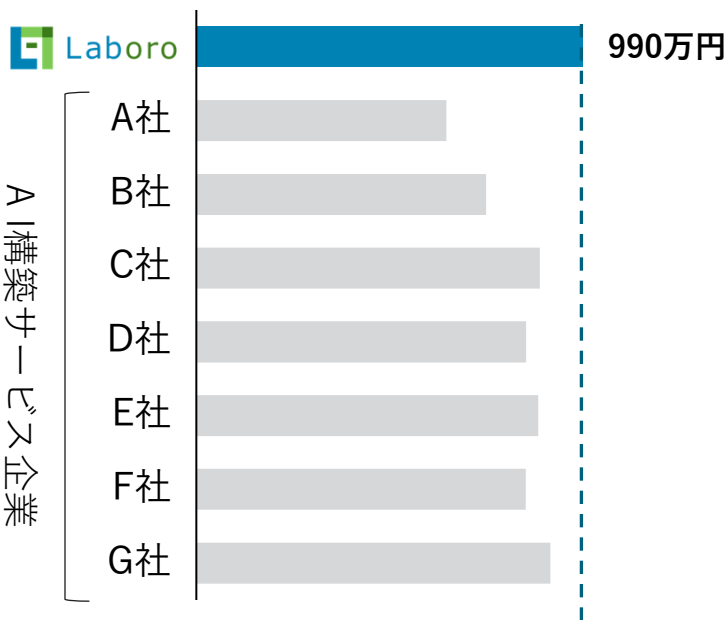
イノベーション構想力の獲得を求めて優秀な人材が集積

- ・ 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

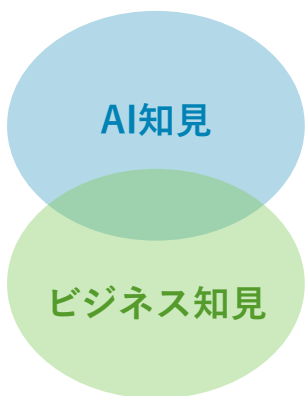
⋮

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

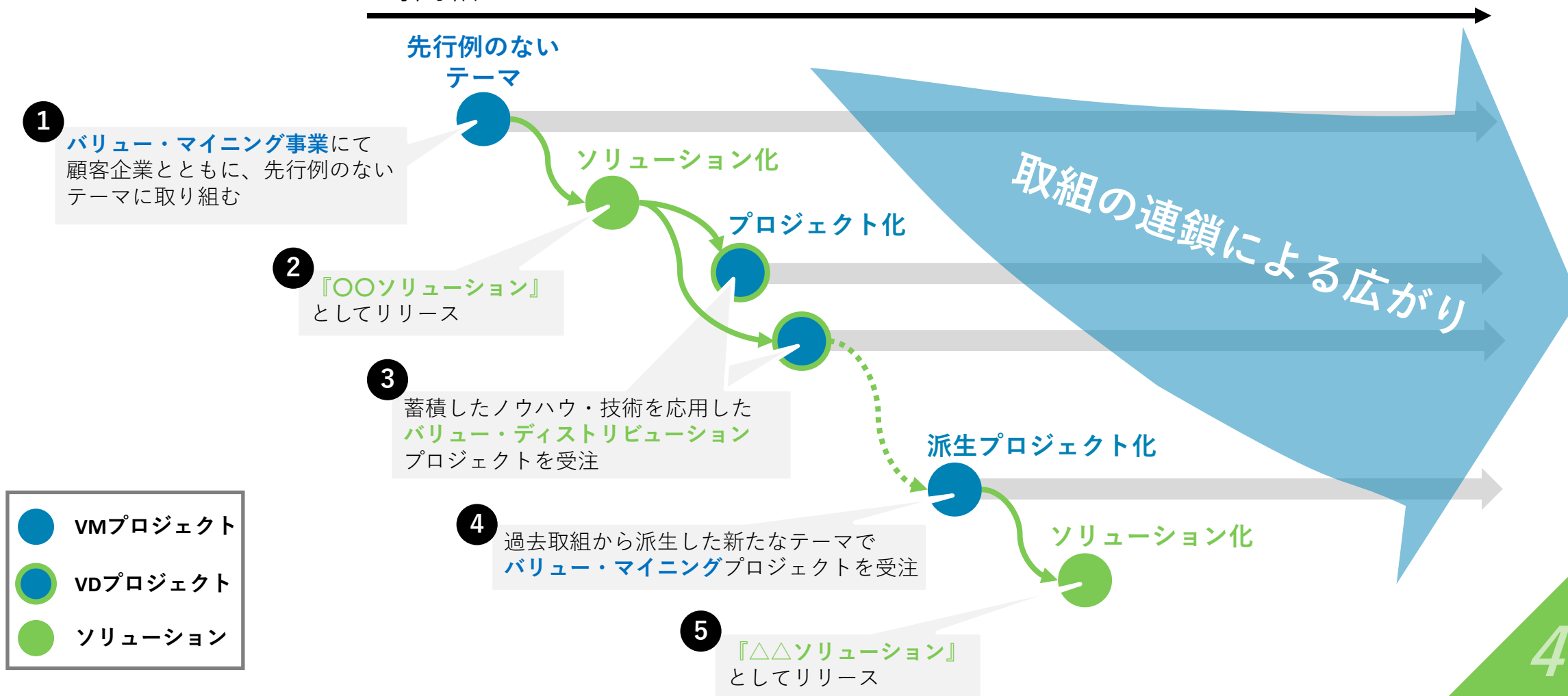
コンサル/事業会社
でビジネス経験
のある人材を採用/
社内でAI知見
を育成

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

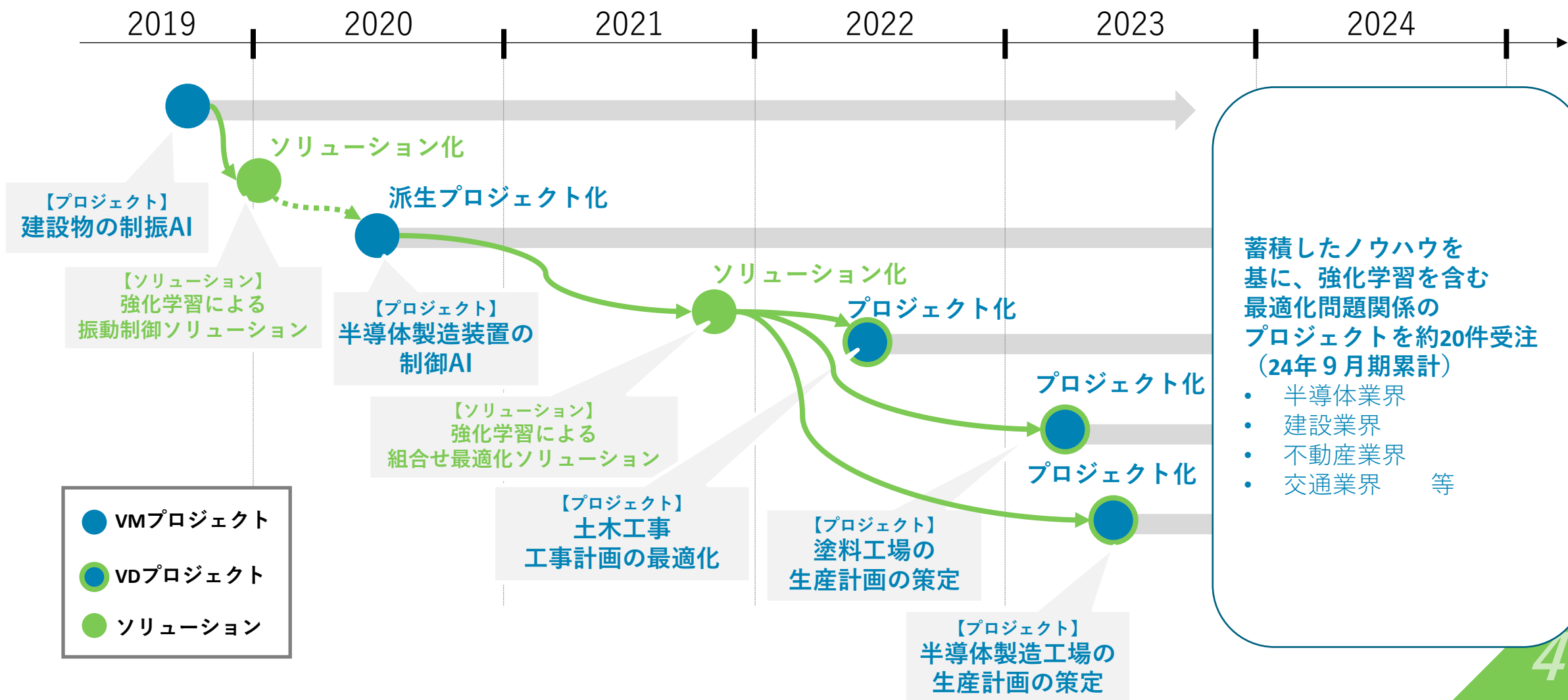
- バリュー・マイニング事業で取り組んだ先行例のないテーマをソリューション化し、バリュー・ディストリビューションプロジェクトとして面展開

時間軸



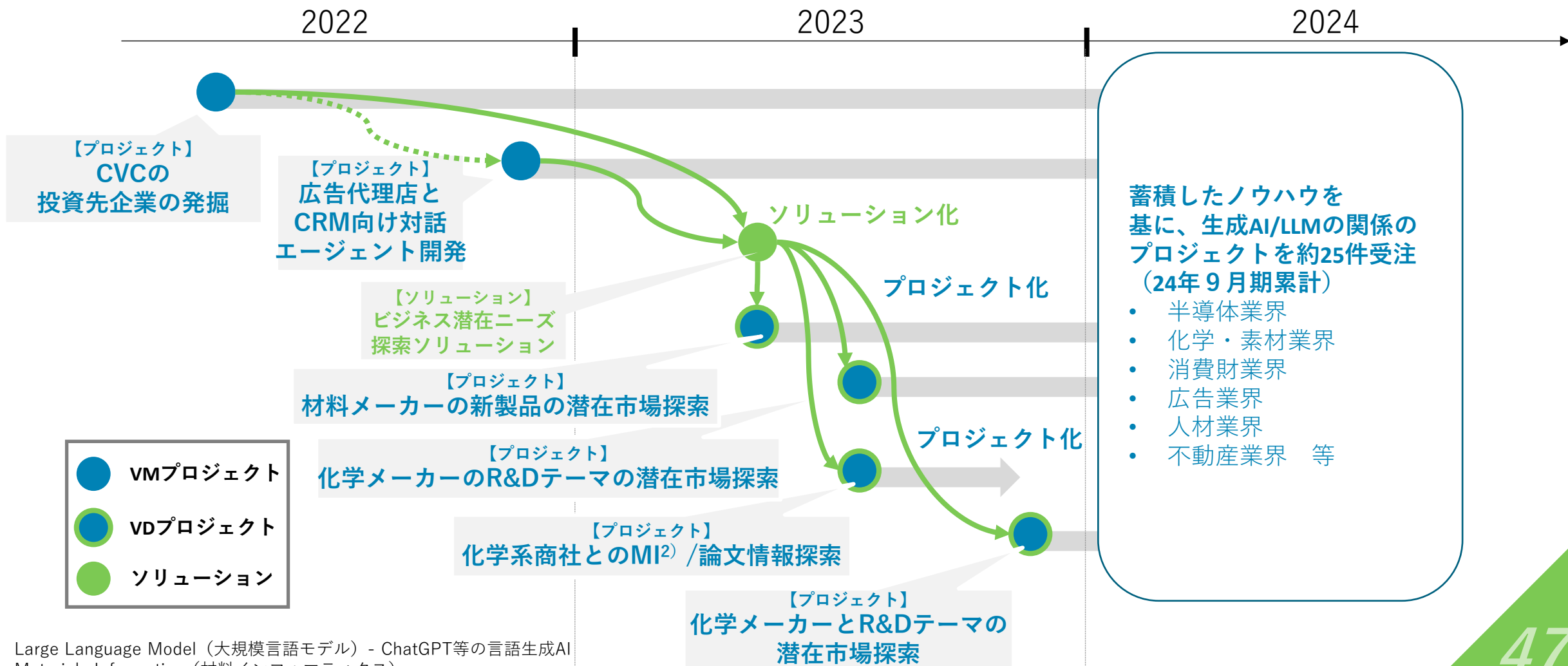
代表事例：深層強化学習関連プロジェクトの面展開の流れ

- ・ 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)

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

建設 **強化学習**
建設物の揺れ制御
 (建設関連企業)



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

建設 **強化学習**
施工計画の最適化
 (建設関連企業)



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

製造 **強化学習**
工程スケジューリング
 (精密機器メーカー)



強化学習アプローチによる生産計画の最適化問題の解決

インフラ **画像**
線路設備の不良判定
 (鉄道事業者)



線路設備の機能不全・異常を自動判定する開発・実運用化

製造 **時系列**
排水処理での異常検知
 (電機機器メーカー)



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

社会基盤・生活者

マーケティング **生成AI**
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・顧客対応

マーケティング **生成AI**
バーチャル生活者生成
 (広告企業)



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

製造 **レコメド**
献立作成エンジン
 (食品メーカー)



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

小売 **画像**
店内在庫モニタリング
 (電機機器メーカー)



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
 (人材紹介企業)



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

建設物の制振制御：大林組様

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

課題

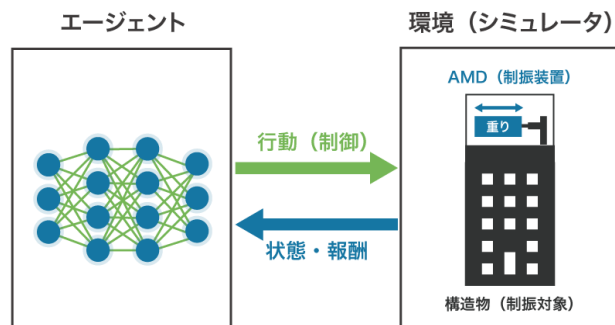
高層ビルをはじめとする建設物の揺れ・振動を抑える技術「アクティブ制振 (AMD)」にAIを適用し、より効果的な制振の実現が目指されていた。

開発・導入

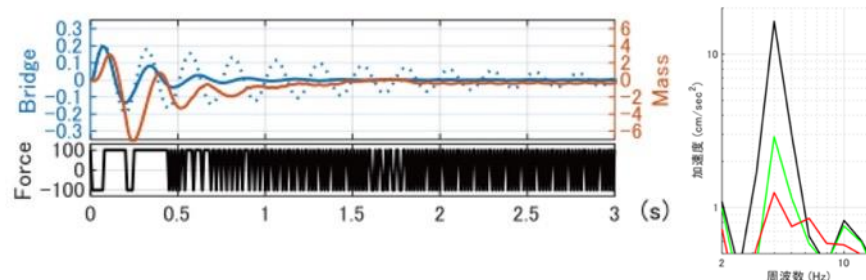
同社研究所内に造られた橋を実験の場として利用。シミュレーター上で高効果な制御則を獲得した強化学習によるAIモデルを実際の制御システムに転用。

成果

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



大林組研究所内に設けられた橋 (左) と AMD 外観 (右)



生産工程の最適スケジューリング：精密機器メーカー様

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

課題

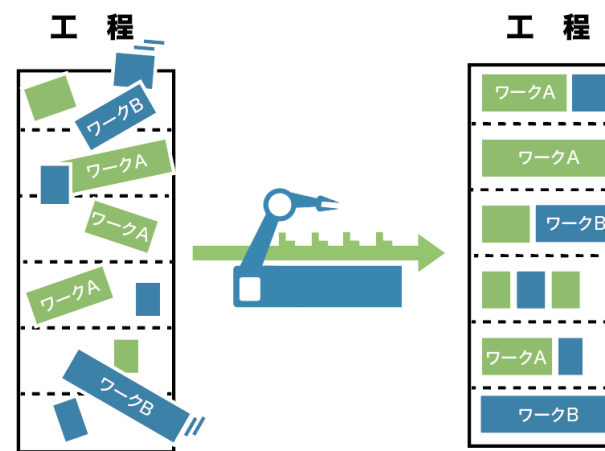
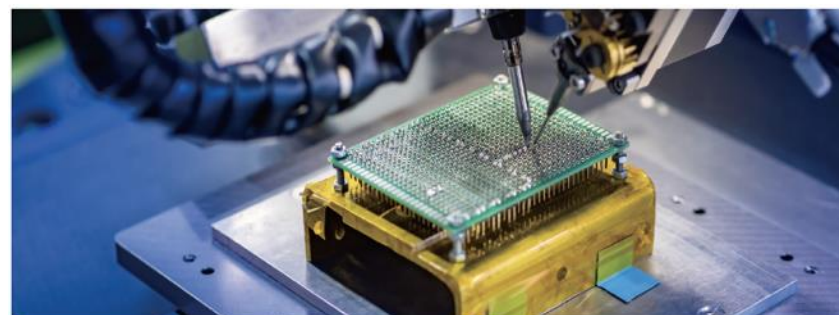
同社では、多数の装置リソースに対し大量のワークを適切に割り当てて生産計画を立案。人手でルールを作り込んでいたが、さらなる品質改善を狙っていた。

開発・導入

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

成果

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



線路設備の不良判定の自動化：日本線路技術 様

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

課題

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

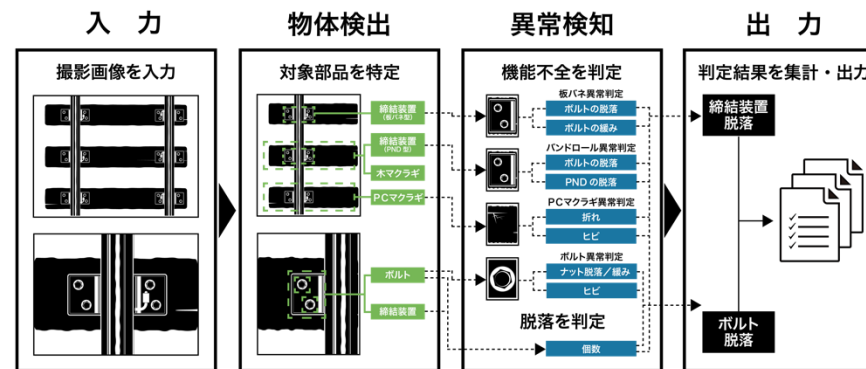
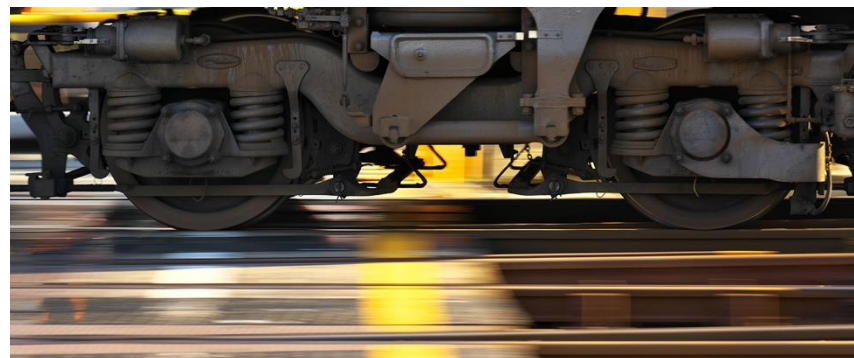
開発・導入

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

成果

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

※JR東日本が開発したAIの効果を含む。



※画像はイメージであり、実際とは異なる場合があります。

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

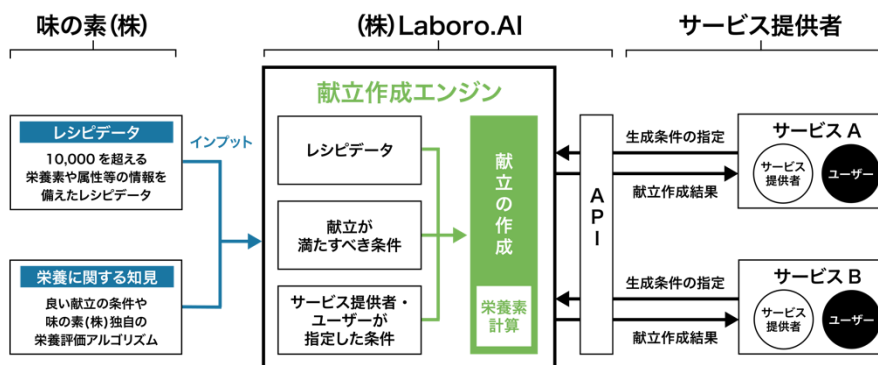
同社では、製品開発や研究開発で培った健康や栄養に関する知見やノウハウ、データ、数々のレシピデータを保有しており、これらのデータの活用方法を模索していた。

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

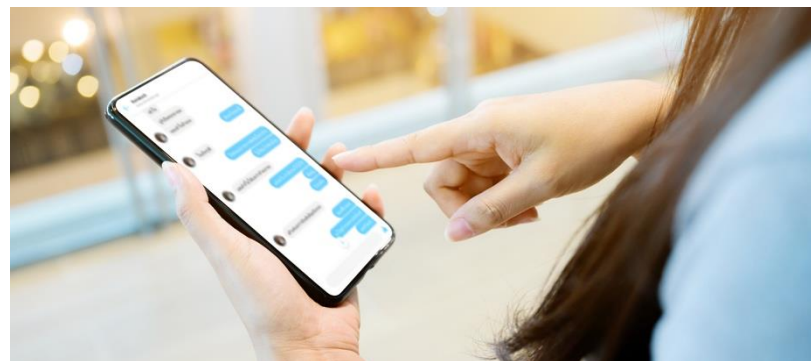
企業ブランドや商品ブランドに立脚したオリジナルなブランド思想を維持しながら、顧客ごとに最適化されたOne to Oneコミュニケーションを展開する必要があった。

開発・導入

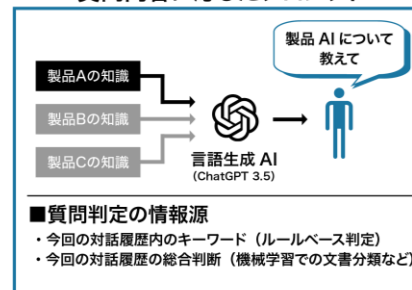
OpenAI社のChatGPTにブランド人格を反映してオリジナル生成AIとして構築。ユーザーおよび対話内容に応じて瞬時にプロンプトを入れ替える「ダイナミックプロンプト」も活用。

成果

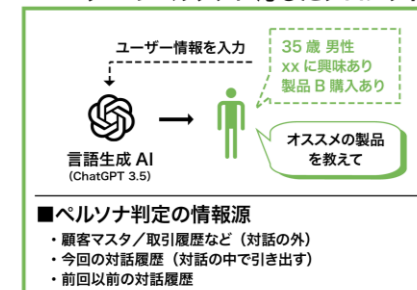
パーソナルデータや商品データ、コンテンツデータを対話に反映。アパレル系企業様との実証実験も進むなど、新しい顧客体験の実現が目指されている。



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

