



2024年12月期 決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

つながりを常によるこびに
Delight in Every Connection

Contents 目次

01. 2024年12月期 業績ハイライト
02. 2025年12月期 連結業績予想
03. 私たちについて
04. カスタマーサクセスについて
05. アディッシュの特徴と優位性
06. 2024年12月期 事業トピックス
07. Appendix

サマリー

2024年12月期 連結業績 ...P 5

2024年12月期は、非戦略領域の収益力低下対策進捗に遅れ。
一方、組織再編等の実行により、昨年対比で営業損失幅は縮小した。

2024年に発生した課題と 2025年12月期 連結業績予想 ...P 7～10

2024年12月期から現在に至るまでの課題と対策について。
2025年12月期の連結売上高は3,700百万円を見込み、黒字転換へ。

アディッシュの歩みと 業績推移 ...P12～14

主力サービスをカスタマーサポートからカスタマーサクセスへと転換。
2025年からは刈り取り期に入り、売上・利益ともに再成長へ。



01. 2024年12月期 業績ハイライト

2024年12月期 連結業績

- 2024年11月14日に業績予想を修正
- カスタマーサクセス領域における数字の伸びにより、連結売上高は3,592百万円（前年同期比+2.04%）となった一方、非戦略領域での収益低下等の対策進捗に遅れが出たことで、黒字化には至らず
- 組織体制の見直しによる経営の効率化も進み、営業損失幅は昨年から縮小

(百万円)

| | 2024年12月期 予想 | 2024年12月期 実績 | 予想比 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-------|
| 売上高 | 3,600 | 3,592 | △0.2% |
| 営業損失 (△) | △110 | △132 | - |
| 経常損失 (△) | △90 | △117 | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純損失 (△) | △120 | △115 | - |

連結貸借対照表

- 2024年12月に第三者割当による新株、無担保転換社債型新株予約権付社債及び新株予約権を発行

(百万円)

| | 2023年12月期 | 2024年12月期 | 主な増減要因 |
|----------------|--------------|--------------|---------------------|
| 流動資産 | 1,018 | 1,145 | — |
| 現金及び預金 | 557 | 579 | — |
| 受取手形、売掛金及び契約資産 | 398 | 499 | 期末検収案件の計上 |
| 固定資産 | 158 | 194 | — |
| 資産合計 | 1,176 | 1,340 | — |
| 流動負債 | 555 | 731 | 短期借入金の増加 |
| 固定負債 | 182 | 256 | 無担保転換社債型新株予約権付社債の発行 |
| 負債合計 | 737 | 988 | — |
| 純資産合計 | 439 | 352 | — |
| 自己資本比率 | 37.1% | 25.8% | — |

2024年に発生した課題について

子会社業績の回復に遅れ

- 2023年より発生している子会社業績の不振について、2024年に回復してきたものの、まだ安定的に利益を出す状態に至らず

非戦略領域・不採算領域での市況悪化と売上低下

- 非戦略領域における売上低下が2024年も発生しており、進めている不採算領域の対策アクションについての進捗にも遅れ。結果、2024年の期初予想より悪化することとなった

人材稼働率の一時的な悪化

- スタートアップ領域のカスタマーサクセスについては引き続き好調であるため、今後を見越した人員増強を継続している。そのため2024年第3四半期において一時的に稼働率^(※)が悪化

(※) カスタマーサクセス人材全体のうち実案件で稼働している人材の割合。
未稼働分は売上が発生しないため、稼働率が悪化した場合は売上および利益にマイナスの影響。

子会社業績や、非戦略領域、また不採算領域において、売上低下および対策アクションの進捗に遅れ。

収益基盤として移行を続けているカスタマーサクセスサービスは好調であり、2023年対比で赤字幅は0.6億円程度縮小しているものの、全体の収益改善までには至らず。

課題と対策

子会社業績の回復に対して

■背景および要因

要因は一部大型案件の大幅な利益率低下によるもの。

- ▶ 当該案件の原価低減が進んでいる。
あわせて足元の案件の積み上がりにより2025年第2四半期より継続した利益体質に復調予定。

非戦略領域・不採算領域での市況悪化と売上低下

■背景および要因

ゲームなどでの売上減少の発生。またその他の不採算領域の対策進捗に遅れ。

- ▶ ここ数年続いてきた売上減少の傾向が、2025年には歯止め。
不採算案件についても2025年前半で整理が進む見込み。

人材稼働率の一時的な悪化

■背景および要因

未稼働の一時的増加。

- ▶ カスタマーサクセス領域では引き続き受注等は好調であり、2024年第4四半期には稼働率も改善済。
今後、稼働率については悪化しないよう継続的に注視していく。

注力しているスタートアップのカスタマーサクセス領域については継続した成長が見られる。
またここ数年続いてきた非戦略領域での売上低下が解消に向かう。
損益分岐点の向上のための組織のスリム化も2024年で実行済。
時間がかかってしまったが、2025年に再成長と黒字化へ。



02. 2025年12月期 連結業績予想

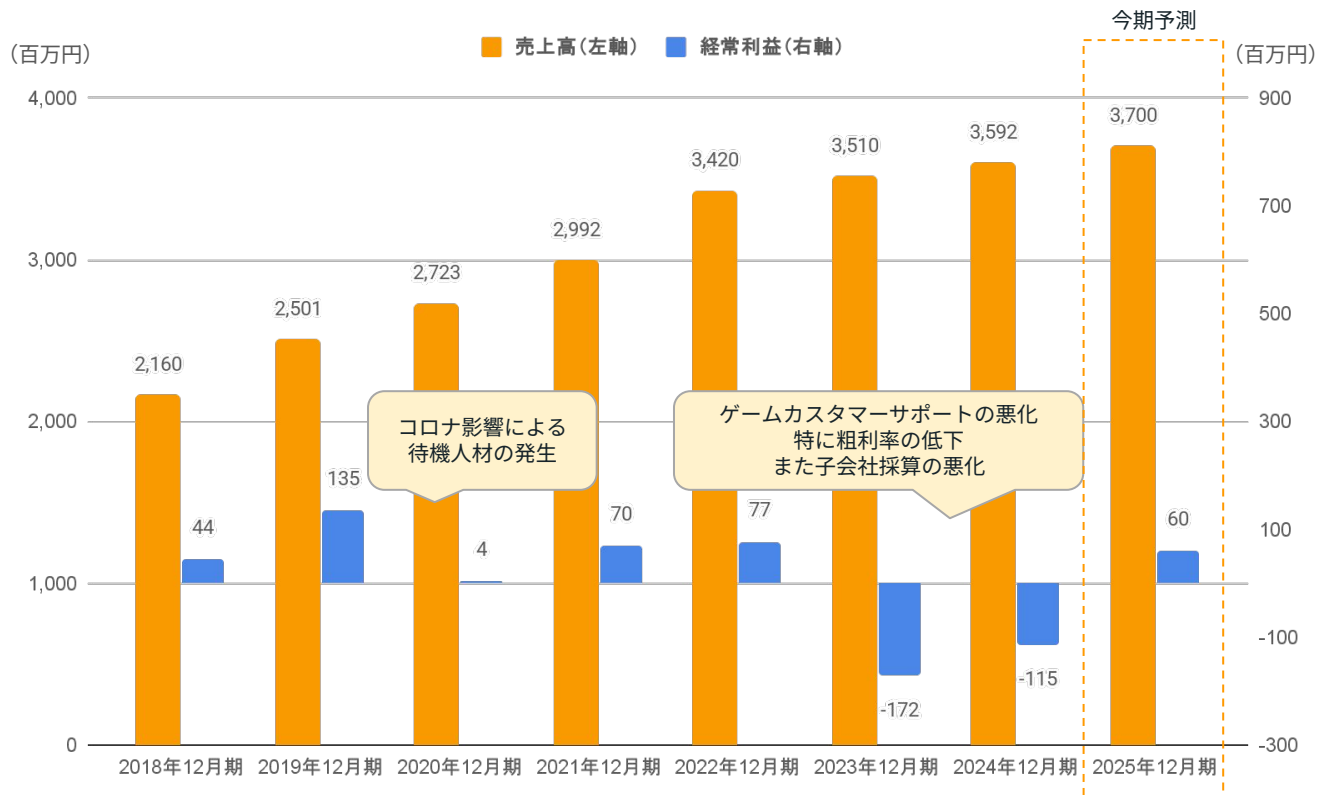
2025年12月期 連結業績予想

- 売上高は過去最高の3,700百万円を見込む。カスタマーサクセスの伸長が牽引
- 経常利益は60百万円を見込む。戦略の進展と課題対策が進み黒字転換
- ただし上期はまだ採用等の投資分はまかなえず、赤字着地を想定している。
第2四半期の後半から各費用込みでも採算化しはじめ、下期には損益分岐を越えて広がる見込み

(百万円)

| | 2024年12月期 実績 | 2025年12月期 予想 | 増減額 | 増減率 |
|---------------------|-----------------|-----------------|------|------|
| 売上高 | 3,592 | 3,700 | +107 | 3.0% |
| 営業利益 | △132 | 50 | +182 | －% |
| 経常利益 | △117 | 60 | +177 | －% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | △115 | 50 | +165 | －% |

財務ハイライト：連結売上高・経常利益の推移



アディッシュの歩み

2014年～2021年

2022年～2024年

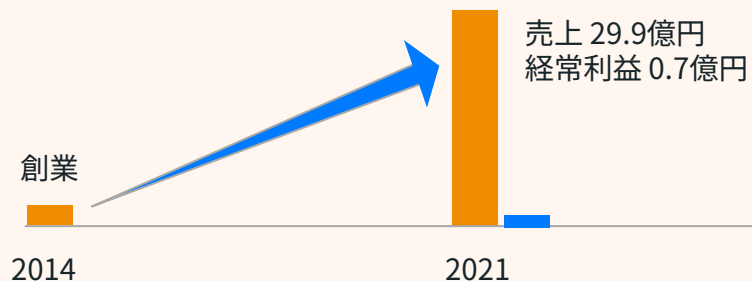
2025年～

会社設立と多拠点展開

- MONI等の投稿監視サービス、ネットいじめ対策、カスタマーサポートサービスを展開
- カスタマーサポートは特にアプリゲーム向けが大きく伸長
- 福岡・仙台をはじめ多拠点へ展開

数値的なポイント

- ・売上20億円以上に伸長
- ・2018年より継続的に利益
2021年は経常利益0.7億円
- ・子会社も含め6拠点到
- ・ゲーム系カスタマーサポートが最大3割以上を占める



アディッシュの歩み

2014年～2021年

2022年～2024年

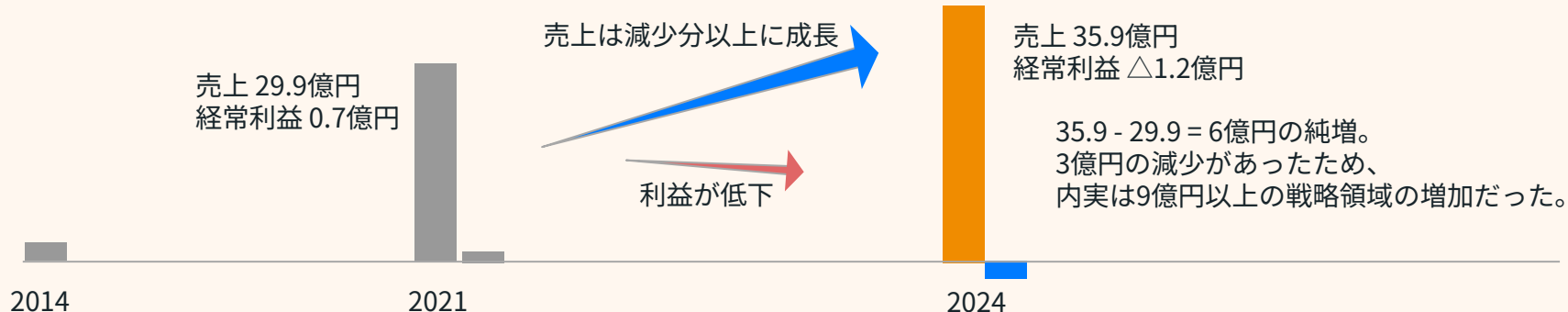
2025年～

カスタマーサクセスへの転換

- カスタマーサクセスを戦略の軸に
特にスタートアップ企業がターゲット
- ゲーム系カスタマーサポート等の落ち込み
この間で3億円以上
- カスタマーサクセスの伸長により
減少分以上に売上トップラインは成長するも
そのための投資も必要となり、減少領域の利益低下もあいまってマイナス着地

数値的なポイント

- ・売上35億円以上に伸長
- ・ゲーム系カスタマーサポートは
全体の1割程度に減少
額にしておよそ3億円以上の減
- ・2024年の粗利率は26.8%
販管費率は30.5%



アディッシュの歩み

2014年～2021年

2022年～2024年

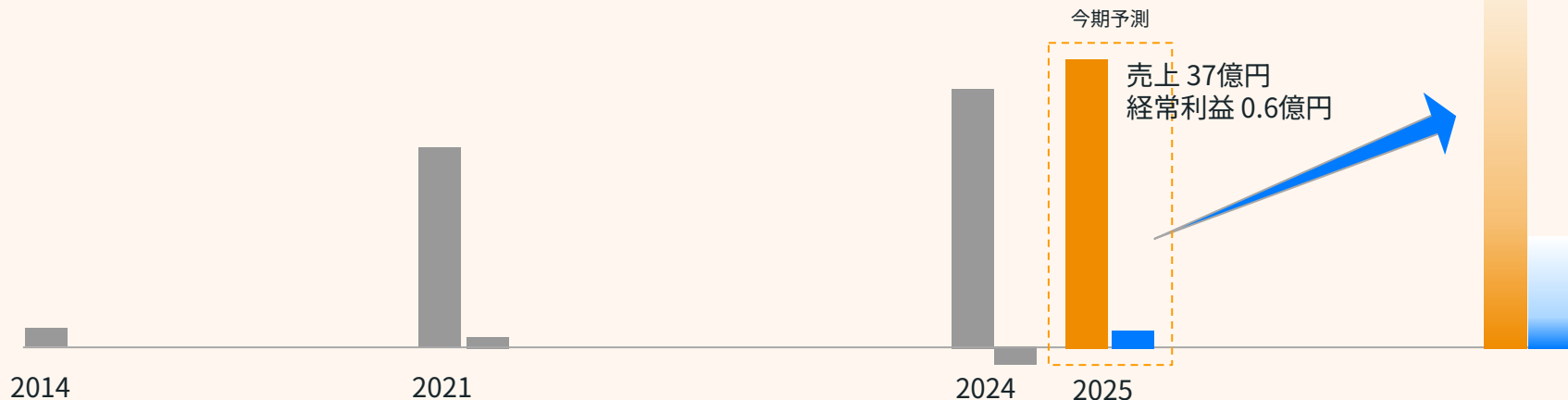
2025年～

カスタマーサクセス市場での確立

- カスタマーサクセスでの更なる成長
- スタートアップのみならずエンタープライズ（大企業）にもニーズが広がる
- ゲーム系カスタマーサポートについても下げ止まりが見られる

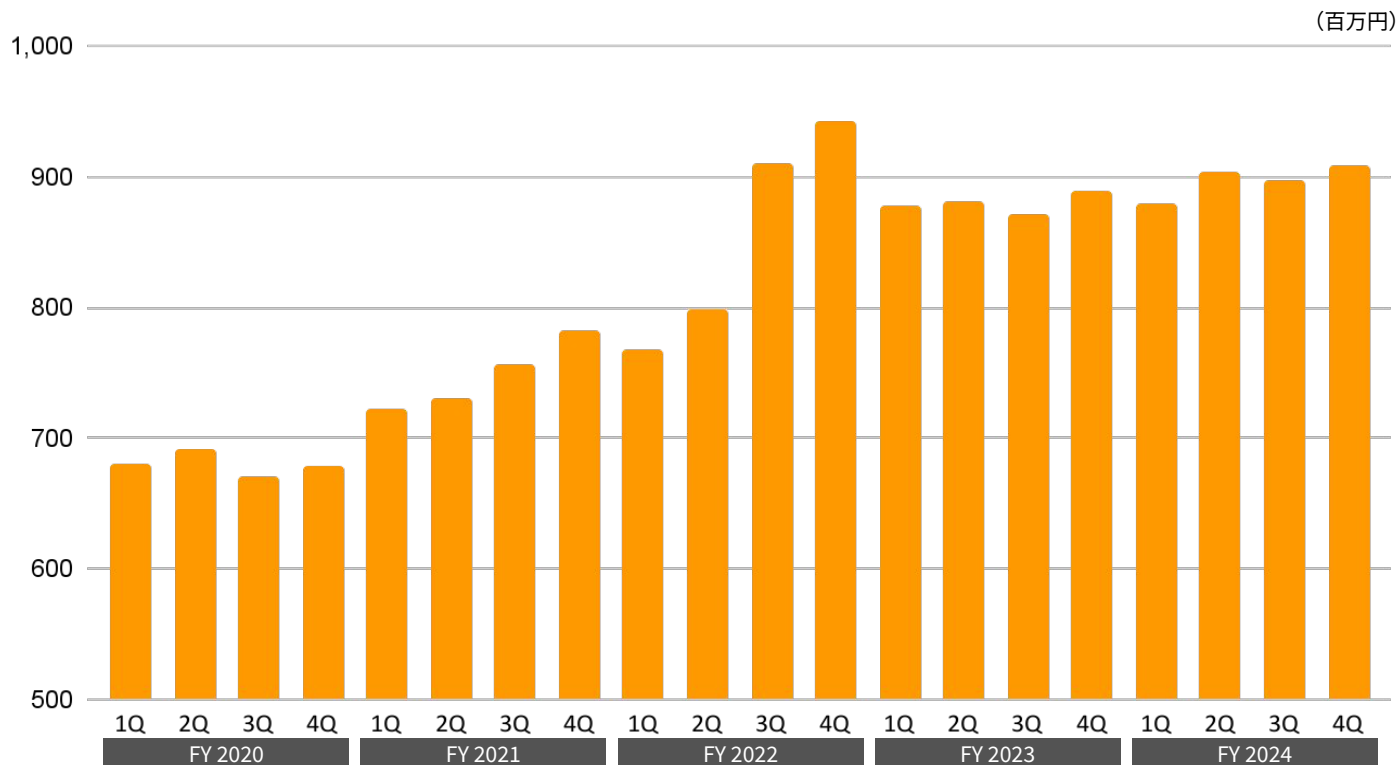
数値的なポイント

- 2025年は売上37億円予測
- 黒字転換
- 売上・利益ともに継続成長へ
- 販管費率も20%台（30%未満）へ



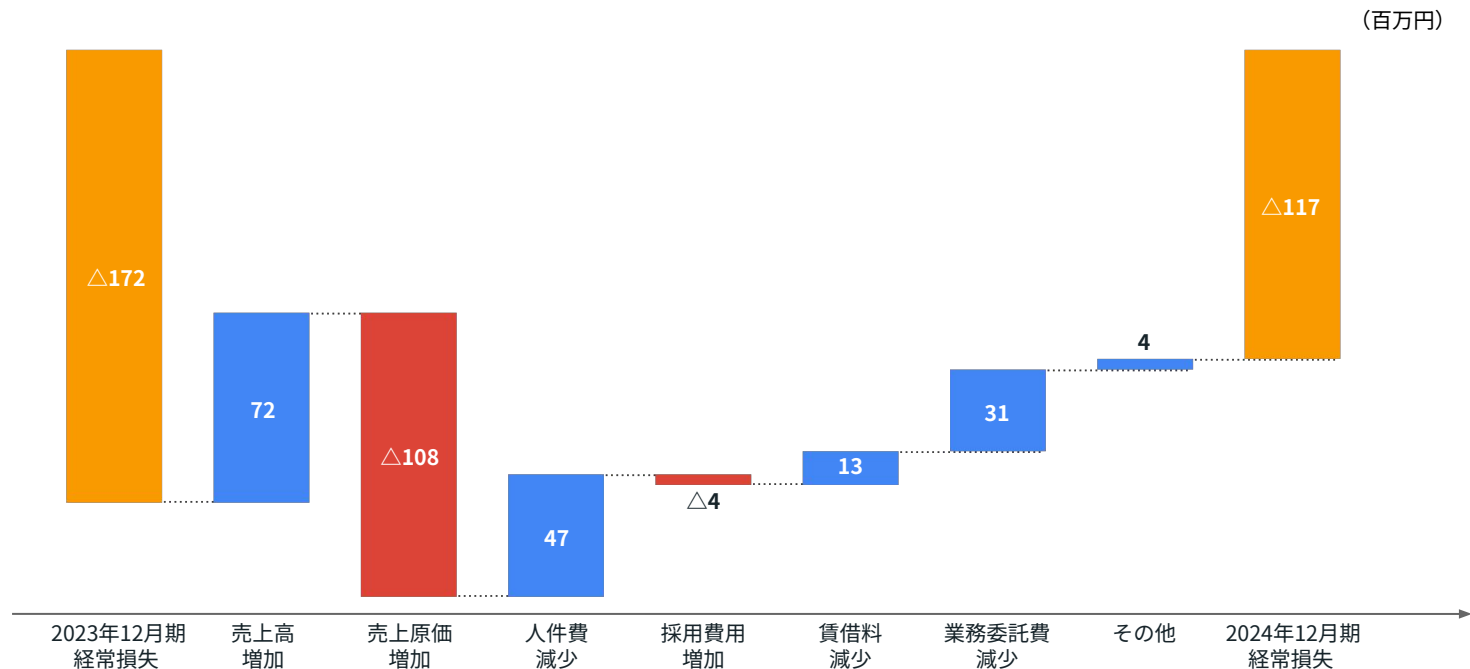
連結売上高の四半期推移

- 売上高は徐々に堅調に推移しはじめ、908百万円（前年同期比+2.19%）で着地
- 続いていたゲーム等領域での売上低下が、徐々に下げ止まり。また戦略領域であるカスタマーサクセスの伸長が牽引



主な利益変動要因（前年対比）

- 組織体系の見直しや固定費の削減等によって収益構造の改善を実施
- 一方、運用人材の新規獲得～教育といった投資により原価が増加。
次年度以降、実運用への人員投入を進めて、先行投資分を回収する見込み



2024年12月期 主要KPI

ストック収益(※1)

35.4億円/年

売上高CAGR(※2)

7.2%

月次解約率(※3)

1.4%

年間顧客数(※4)

567社

ストック収益率(※5)

98.7%

ARPA(※6)

6.2百万円/年

(※1)継続的なサービスを提供した取引の収益の合計。対応件数に応じた従量課金売上を含む

(※2)2019年～2023年の5年間の各連結会計年度における連結売上高年平均成長率

(※3)継続的にサービス提供を行うグループ全体の顧客数から算出した月次解約率の12か月分の平均値

(※4)継続的なサービスを提供した顧客の合計数。講演、短期限定対応等のスポット取引を含まない。自治体契約は導入学校数によらず1自治体あたり1社としてカウント

(※5)連結売上高に占めるストック収益の比率

(※6)連結ストック収益の継続顧客数あたりの平均単価。(Average Revenue Per Account)



03. 私たちについて



つながりを常によろこびに

Delight in Every Connection

情報社会をあなたの居場所に

As in Your Hometown

「つながり」によって生じる、新たな課題の解決に貢献することで、
私たちは、「つながり」が「よろこび」であり続けられる世の中に資する存在でありたいと考えています



カスタマーサクセス支援のトップパートナーへ

アディッシュの提供するサービス

グロース（成長）課題
カスタマーサクセス / カスタマーサポート

アダプション（適応）課題の解決サービス
SNS炎上・誹謗中傷対策 / ネットいじめ対策
モニタリングサービス

CS
STUDIO

カスタマーサクセス/
カスタマーサポート運用サービス


CS BOOT CAMP
START-UP GROWTH SUPPORT

カスタマーサクセス/サポート
設計・コンサルティング

MONI

オウンドコミュニティ向け
投稿監視サービス

 **Pazu**

炎上対策モニタリング
& eラーニングSaaS

 School
Guardian

学校・自治体向け
ネットいじめ対策サービス

1. カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

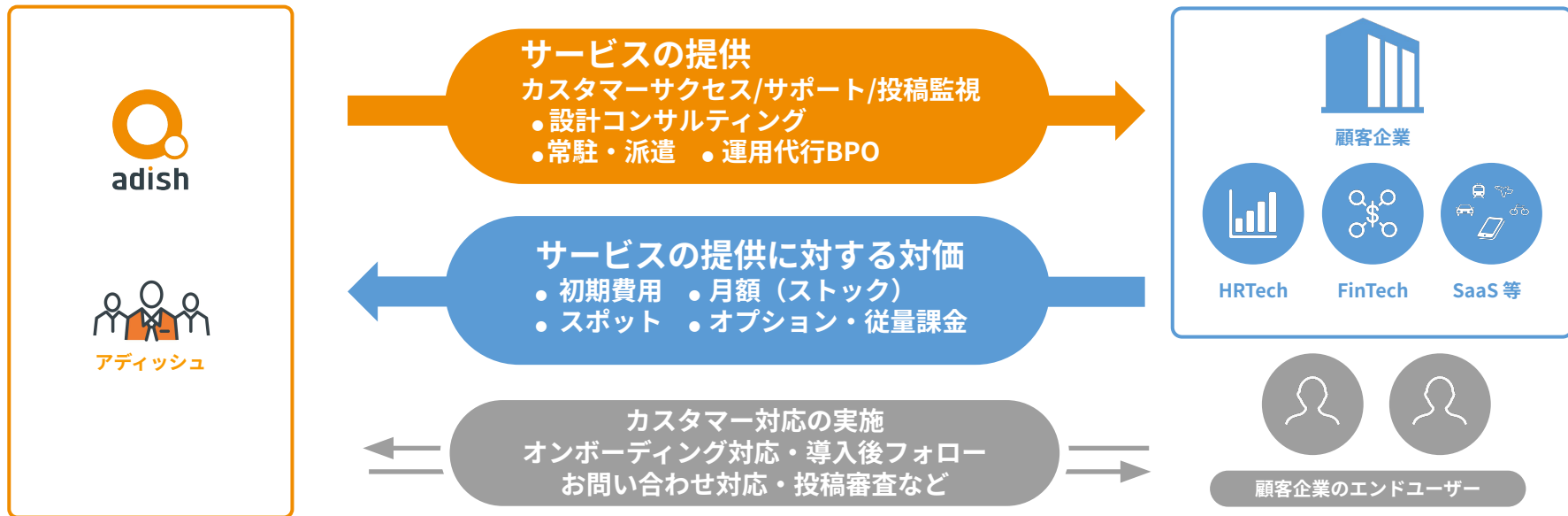
2. 先進的な
メガスタートアップへの実績

3. 自社独自の
育成プログラムと
エンジニアリング

スタートアップから大企業、学校まで幅広い顧客層を持ちつつ、特に急成長するメガスタートアップで実績を拡大

カスタマーサクセス事業を通じて、デジタル領域における人手不足の解決と社会のDX化に取り組み、
モニタリングサービス事業を通じて、インターネット社会の安心・安全および教育に取り組む

ビジネスモデル



導入実績企業



MAZDA

WOWOW



SmartHR

Daytner



pocketchange

ACES Meet

※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様を紹介。コーポレートロゴまたはサービスロゴを掲載。過去導入企業様を含みます。順不同

※提供するサービス内容は企業により異なります



04. カスタマーサクセスについて

“ カスタマーサクセス ”

顧客に**最大限**サービスを利用してもらう取り組み

継続利用（解約防止）
の取り組み

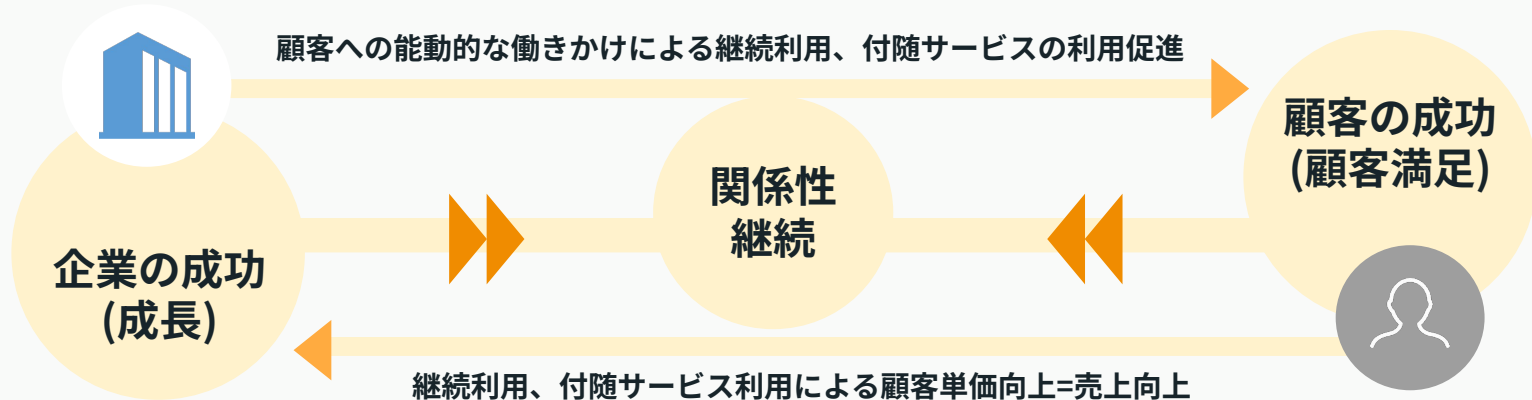
×

付随サービスの利用促進
の取り組み

企業利益の向上

顧客サクセスが必要となる社会背景

- サブスクリプションやSaaSなどの**ストック型ビジネスの伸展**
- サービス形態が「売り切り」から顧客との「**関係性を継続**」させる形態へと変化
- 顧客に成功体験を促すことで企業自身の成功につながるという「**顧客サクセスの考え方**」への**重要性の高まり**



顧客サクセス

カスタマーサクセス市場が拡大する要因

- 人材需要の増加やカスタマーサクセスが特に必要とされるSaaS市場の拡大に伴い、
カスタマーサクセス市場が拡大

カスタマーサクセス 人材需要の増加

先進的なスタートアップを中心に需要が生まれていたが、
大企業もカスタマーサクセス部門を拡充しつつある

カスタマーサクセスニーズの高い SaaS市場の拡大

近年、開発されるシステムの多くはSaaS、
また、元からあったサービスがSaaS化されるケースも
出てきており、堅調に拡大すると見込まれる

BPO + SaaS = BPaaSという 新しい市場

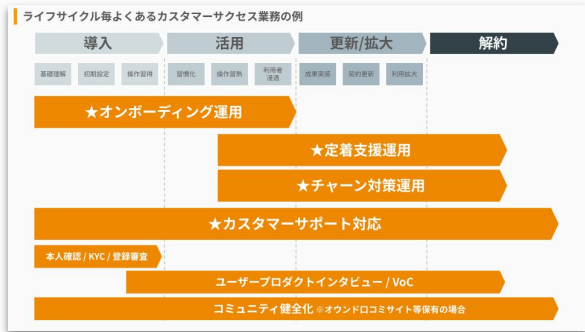
SaaSの開発とBPOは別次元の業務であり、
互いに補完するBPaaSの考えや市場が広がることで、
カスタマーサクセス市場は加速していく

05. アディッシュの特徴と優位性

1. カスタマーサクセス業務に特化したノウハウの蓄積

- カスタマーサクセスを専門的に事業展開している会社は数少ない
- 2020年の上場以降、**戦略的にカスタマーサクセスに集中し**、ノウハウを蓄積してきた
- 一つ一つの案件に対して業務深掘を行う「カスタマーサクセス課題解決」を志向
- 案件対応を通してさまざまな課題を体系化。基本プロセスのもと各企業に応じた支援可能な社内体制を構築

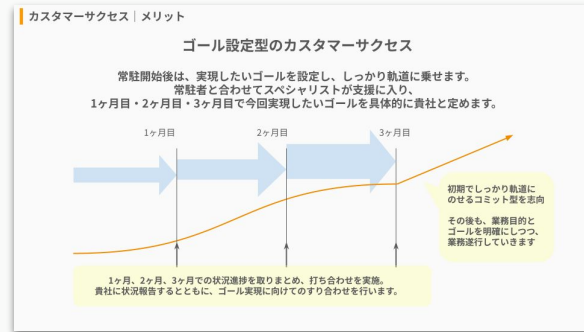
フェーズごとの業務可視化と それぞれノウハウ蓄積



企業課題の把握とそれに合わせた 当社ナレッジの用意



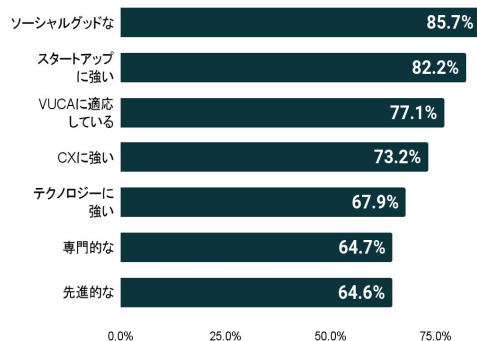
企業へのヒアリングと それを基にしたゴール設定



2. 先進的なスタートアップ・メガベンチャーへの支援実績

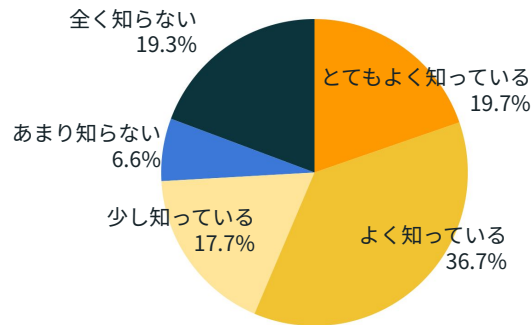
- 近年、政府も国策^(※)として力をいれているなかで、日本のスタートアップ市場が成長
アディッシュでもバックオフィス系、HR系、各業界（建設・不動産・その他など）の
先進的なスタートアップにおいて実績を積んできている (※) 内閣官房 [スタートアップ育成ポータルサイト](#)
- リサーチでもアディッシュはスタートアップとの親和性項目が高く、認知度も出てきている

アディッシュに対するイメージ



※ 2022年3月当社調べ。スタートアップを対象にしたインターネットリサーチの結果より。有効サンプル数441

スタートアップ・メガベンチャー 企業在籍者におけるアディッシュの認知度

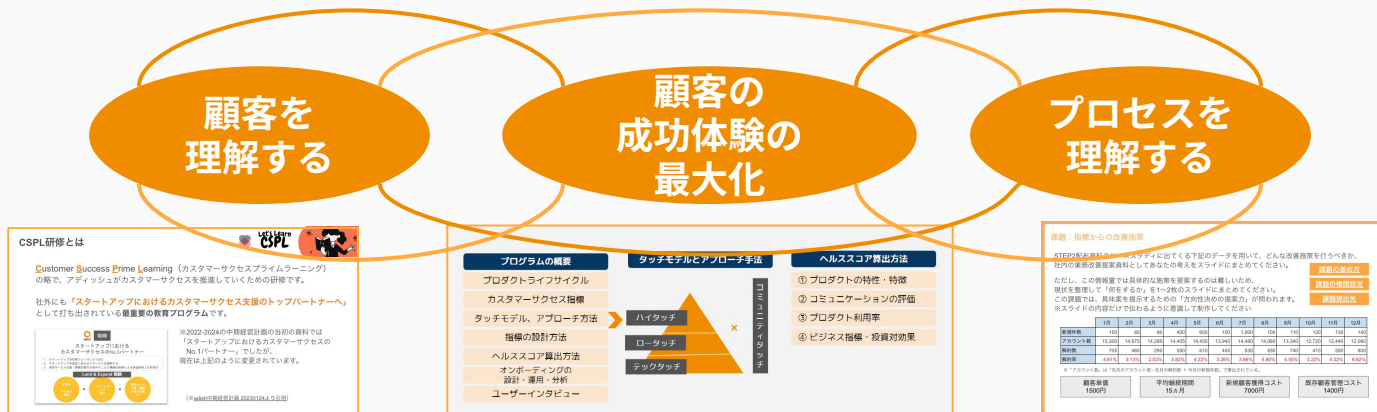


※ 2023年12月当社調べ。スタートアップ・メガベンチャーを対象にしたインターネットリサーチの結果より。有効サンプル数441

3. 独自の育成プログラム「CSPL」

- 独自の育成プログラム「カスタマーサクセスプライムラーニング（通称CSPL）」を開発
- 未経験者でもカスタマーサクセスを体系的に学ぶことができる
- プログラムとともに、社内の多数の実績・事例を元にした専門ノウハウ・業界ノウハウをカスタマーサクセス人材が活用

CSPL：カスタマーサクセスプライムラーニング



【実績】 大型資金調達をしているスタートアップ顧客

合計資金調達金額 *最終資金調達日

2022年6月
上場



2,649百万円
*2021年12月1日

NearMe

2,899百万円
*2025年1月30日



3,606百万円
*2023年3月13日

SHOWROOM

5,867百万円
*2022年12月12日



1,230百万円
*2024年12月

★☆☆ **YOURMYSTAR**

3,110百万円
*2022年1月31日

aperza

2,152百万円
*2024年3月25日

ツイキャス

2,110百万円
*2019年8月13日

2022年4月
上場

※企業ロゴまたは顧客企業代表サービスのロゴを掲載しています

※合計資金調達金額および最終資金調達は、2025年2月5日時点のSTARTUP.DB出所(除くSOXAI)

※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様を掲載しています

カスタマーサクセス専門誌の発行

- 蓄積したノウハウや業界トレンド、具体的な戦略を掲載したカスタマーサクセス専門誌を発行イベントや展示会で配布し、市場での認知度を高める

CS STUDIO MAGAZINE Vol.0

カスタマーサクセス における 市場とキャリア

価値は売り手と買い手が協力しないと生まれない
サービス・ドミナント・ロジックから見た
カスタマーサクセス

【特集】 カスタマーサクセスのキャリア
CS組織だけの部分最適に閉じず、
顧客との関係構築を起点にした
事業成長を実現

掲載会社14社: Topix 東証第1位カスタマーエンゲージメント企業
Topix 最優秀企業

カスタマーサクセスベンダー特集

adish

CONTENTS MARKET AND CAREER
市場とキャリア

FEATURES

- サービス・ドミナント・ロジックから見たカスタマーサクセス
- 特集 カスタマーサクセスのキャリア 導入**
*Topix最優秀企業
*掲載会社14社: Topix 東証第1位カスタマーエンゲージメント企業
*Topix 最優秀企業
*掲載会社14社: Topix 東証第1位カスタマーエンゲージメント企業
*Topix 最優秀企業
- カスタマーサクセス
- カスタマーサクセスベンダー特集
- CS組織だけの部分最適に閉じず、顧客との関係構築を起点にした事業成長を実現
- カスタマーサクセス組織での仕事はいつまで続くのか
- カスタマーサクセスのFAQがわかるFAQ集 ーFAQの整理と効果的な調べ方ー
- IT/ITplusが成長の鍵となるオンボーディングスタッフ
- BPaaSという新しいカスタマーサクセス・アプローチ
- SaaS利用状況とBPaaS導入
- 特集 カスタマーサクセスに関する各社の取組**
*掲載会社14社: Topix 東証第1位カスタマーエンゲージメント企業
*Topix 最優秀企業
*掲載会社14社: Topix 東証第1位カスタマーエンゲージメント企業
*Topix 最優秀企業
- カスタマーサクセスBPOの全貌 メリットとデメリットを徹底解説

Customer Success Career

顧客満足

| 項目 | 割合 |
|------|-----|
| 満足 | 77% |
| やや満足 | 18% |
| やや不満 | 3% |
| 不満 | 2% |
| 回答なし | 0% |

POINT 顧客満足度は、カスタマーサクセス導入の有無にかかわらず、ほぼ同等である。

カスタマーサクセス導入状況

| 項目 | 割合 |
|------|-----|
| 導入済み | 24% |
| 導入予定 | 15% |
| 検討中 | 5% |
| 未検討 | 5% |
| 回答なし | 5% |

POINT カスタマーサクセス導入率は、業界によって異なる。

COMPANY NEWSLETTER ARTICLE

専任と分業

カスタマーサクセス組織の分業化はいつまで続くのか

カスタマーサクセスBPOの全貌
メリットとデメリットを徹底解説

SaaS利用状況とBPaaS導入
~34.2%の企業は導入した
SaaSを活用しきれず~

【特集】 カスタマーサクセスに関する各社の取組
PLGを10年継続
プロダクト主導の顧客体験の構築
株式会社Pivotal Customer Systems (株) 大内 真実

カスタマーサクセスにおける BPOの全貌

メリットとデメリットを徹底解説

カスタマーサクセスにおける BPO

カスタマーサクセスBPOとは、顧客体験を向上させるために、企業の顧客サポート業務を外部の専門企業に委託することです。BPOは、企業の顧客サポート業務を外部の専門企業に委託することです。BPOは、企業の顧客サポート業務を外部の専門企業に委託することです。

メリット

- コスト削減
- 柔軟な対応
- 専門知識の活用

デメリット

- コミュニケーションの断絶
- 顧客体験の低下
- セキュリティリスク

BPaaS (BPO+SaaS) への取り組み

- SaaS活用のBPOとしてBPaaS化支援、カスタマーサクセス領域でのBPaaSを推進。
SaaS企業のクラウドサーカス・ユニリタ・パートナープロップと提携



BPaaSに取り組む理由

- DXを進める上で有効な手段にSaaSの活用があるが、「有効活用できる」人材が不足している
- SaaS企業とBPOビジネスのプロフェッショナルであるアディッシュが提携することで企業の生産性向上を実現
- SaaS企業との連携による顧客層の拡大
- アディッシュは、各SaaSに特化したBPOやプロフェッショナルサービス^(※)を提供

SaaS企業の課題

- 自社製品を導入した企業に”有効活用”してもらうための説明や研修を担う人材の不在
- 導入企業が「使いこなせない」を理由に解約

導入企業の課題

- SaaSを活用できるまでのITリテラシーが不足
- 社内で「使いこなす」ためのリソースを確保できない
- SaaSの活用が進まず生産性向上や業務効率化などの課題が解決できない

解決策

アディッシュのBPaaSモデル



(※) SaaSが有効活用できるよう、初期設定や運用代行などのツールにひもづくサービスと、体制構築支援などツールにひもづかないサービスのこと

カスタマーサクセスに特化し強みを磨く

カスタマーサクセスに特化している企業がほとんどない中で、数年前から特化して独自性を高めてきた。

サービスの形態としてコンサルから実運用、またBPOまで提供してきており、最近ではBPaaSというパッケージでのサービス展開も。あわせて先進的なスタートアップやメガベンチャーでの事例も蓄積されてきている。

今後は、これらの経験値を活かし、スタートアップやメガベンチャーはもちろん、エンタープライズ領域つまり大企業についても顧客層を広げていく。



06. 2024年12月期 事業トピックス

BPaaSの開始や他社との連携強化による販路拡大で カスタマーサクセス売上増を実現

SaaS活用のBPOとしてBPaaS化支援、 カスタマーサクセスBPOとして他社連携

- 「BPaaS化支援サービス」「BPaaS」の提供でクラウドサーカス、ユニリタ、パートナープロップと提携
- コミューンが提供するカスタマーサクセスツール等の代理販売における事業連携
- アディッシュの「カスタマーサクセスの知見」とSALES ROBOTICSの「インサイドセールスの知見と人材」を掛け合わせて提供する事業戦略パートナーシップを締結
- 相談が増加しているグローバルスタートアップ向けに「カスタマーサクセス支援プログラム」の提供開始

メタバース教育事業やヘルスケアなどの先進的 スタートアップへカスタマーサクセス導入実績

- 導入企業増加に伴い顧客対応が追いつかない課題があった学習管理システムを提供するシェアウィズへ、カスタマーサクセスとカスタマーサポートで支援
- LTV向上のため退会防止を最重要課題としていたオンライン英会話プログラムを提供するゲシピのカスタマーサクセス業務の一部を担当
- 社内的人员不足とノウハウの属人化に課題を抱いていた、個人向け腸内フローラ検査を提供するサイキンソーにカスタマーサクセス体制の構築と設計で支援



(※) 導入事例で紹介している各社の課題は、取材時点の内容となります
[アディッシュ公式note 事例](#)

カスタマーサクセスイベントの参加やメディア露出により ポジション確立へ向けた活動を促進

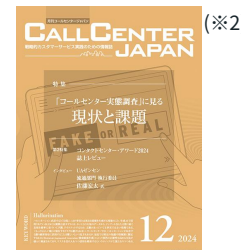
スタートアップ/カスタマーサクセス領域の イベント出展で潜在顧客にアプローチ

- 12,000名が集結するスタートアップ業界日本最大級の展示会「Climbers Startup JAPAN EXPO」に出展
- カスタマーサクセス担当者や専門家が集結したオンラインイベント「Customer Success Conference 2024」に登壇
- 営業やマーケティングを担う人材が集う「Eight EXPO 営業マーケDX比較・導入展」に出展



カスタマーサクセスに関する記事発信で 知名度・認知度向上を狙う

- SaaS情報メディア「BOXIL Magazine」にBPaaS先駆者に聞くをテーマに「カスタマーサクセスの知見生かしSaaS企業支援」の取材記事が掲載 ※1
- カスタマーサクセスに関する情報を発信するメディア「CS Media」（月刊コールセンタージャパン運営）に「カスタマーサクセスBPO」の取材記事が掲載
- ミレニウム世代のビジネスパーソンを対象にした「BUSINESS INSIDER」に「BPaaS」の記事が公開



※1) 掲載元：「BOXIL Magazine」 ※2) 出所：リックテレコム

教職員が抱える課題や生成AIの取り組み、権利侵害対策。 インターネット社会・教育現場・地域課題を解決するサービスを展開

先端技術の活用による教育の発展と 安心・安全な教育環境醸成の支援

- 教育現場で生成AI活用の広がりにより発生している課題から「教育生成AI研究会」を発足。生成AIが教育にもたらす変革を積極的に捉え、新しい教育モデルの開発に貢献することを目指す
- 誹謗中傷を受けた教職員がこころの悩みなどを相談できる「教職員向け誹謗中傷対策パッケージ」の提供開始。教職員が健全に職務を全うできるよう支援



School
Guardian

キャラクターの権利を保有する企業向け 知的財産保護対策

- 商標・キャラクターの無断使用や模倣品、コピーアイテムの売買がコンテンツ産業界の課題に。「模倣品・海賊版商品パトロールサービス」で企業の権利侵害対策を支援

MONI

ファン移動の課題と移動によるCO2排出削減へ向けて 鈴鹿サーキット公認相乗りサービスにnottecoが認定

- 連結子会社のアディッシュプラスがホンダモビリティランドと「サステナビリティパートナーシップ」を締結。アディッシュプラスが運営するカープール型ライドシェアサービス「notteco」を移動手段として、環境負荷低減に取り組む



SUZUKA CIRCUIT





adish

07. Appendix

会社概要



会社名

アディッシュ株式会社

事業概要

カスタマーリレーション事業

所在地

東京都品川区西五反田 1-21-8
ヒューリック五反田山手通ビル 6階

設立

2014年10月1日

社員数

単体268名、連結411名（2024年12月末現在・臨時従業員を除く）

役員

| | | | |
|---------|--------|-------|-------|
| 代表取締役 | 江戸 浩樹 | 社外取締役 | 澤 博史 |
| 取締役 | 石川 琢磨 | 社外取締役 | 高橋 理人 |
| 取締役執行役員 | 久保 芳和 | 常勤監査役 | 秋場 修 |
| 執行役員 | 小澤 豊 | 社外監査役 | 馬淵 泰至 |
| 執行役員 | 小原 良太郎 | 社外監査役 | 磯村 奈穂 |
| 執行役員 | 吉川 敏広 | | |

沿革

2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

2014.10

アディッシュ株式会社設立（株式会社ガイアックスからの会社分割）

2016.10

チャットボットサービス「hitobo」を提供開始

2017.08

adish International Corporationを子会社化

東京証券取引所マザーズ市場上場(現グロース市場)

2020.03

AIによる誹謗中傷再考アラートサービス「matte」を開発、提供開始

2020.09

カスタマーサクセス&サポートチームの早期立ち上げ支援サービス「CSブートキャンプ」の提供開始

2021.09

カスタマーサクセス支援のブランドサイトとして「CS STUDIO」を公開

2021.09

SNS炎上対策SaaS「Pazu」を開発、提供開始

2021.09

相乗りマッチングサービスnottecoを事業譲受にて取得

2022.02

カスタマーサクセス マスターコースを設計

2022.06

企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供開始

2023.06

グローバルスタートアップ向け「カスタマーサクセス支援プログラム」の提供開始

2024.05

BPaaS化支援およびBPaaSの提供開始

2024.06

アディッシュ株式会社 設立10周年

2024.10

カスタマーサクセスの設計コンサルティング・運用代行・常駐サービスの提供

社会背景

- 一般的に、サブスクやSaaSなどのストック型ビジネスが当たり前に
- 企業はサービスを使い続けてもらうため、顧客との関係性を「継続」させる考え方へと変化し、カスタマーサクセスの重要性が高まる
- SaaS市場の成長に伴い、SaaSを使いこなすためにBPaaS市場も拡大傾向

提供価値

- 企業が顧客との関係性を維持向上できるよう、コンサルティングから実務運用まで支援
- チェーン（解約）の低減、アップセル/クロスセルの向上などを仕組み化・システム化・運用定着化
- 顧客とのカスタマーサポートもカスタマーサクセス観点で向上
- 人手不足からDXが進まない企業へカスタマーサクセスBPOを通して、SaaSなどの活用支援と顧客満足度向上によるサービスの継続利用を実現

主な提供内容

コンサルティング



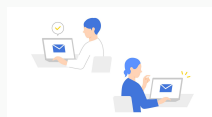
カスタマーサクセスやカスタマーサポートの立ち上げ・改善・改革のコンサルティング

カスタマーサクセス 運用サービス提供



カスタマーサクセスの専門会社だからできる『即戦力人材』による運用サービス提供

カスタマーサポート 運用サービス提供



単純なコンタクトセンターではないカスタマーサクセス視点でのカスタマーサポート提供

BPaaS



BPO（アウトソース）+SaaS（システム）=BPaaSシステムと運用によるDX支援

インターネット上の誹謗中傷・炎上対策、情報流出やブランド毀損対策、SNSやコミュニティメディアの健全化サービスの提供

社会背景

- インターネット上の誹謗中傷は深刻な社会問題として存在
- 一度の炎上企業が信用力の低下・売上減少・株価下落など甚大なダメージを与える
- 多様性が尊重される社会となる中、企業からの情報発信も配慮が必要な時代

提供価値

- システムAIと人とのハイブリッドな監視体制により、企業のSNSリスクを未然に防止
- 誹謗中傷や炎上の早期発見・早期解決に導く環境を提供することで、企業が健全に成長できる社会の醸成
- SNSやコミュニティメディアを自社で保有する企業への監視サービスも提供

主な提供内容

SNS公式アカウント監視



X (旧Twitter)、Instagram、TikTok、YouTube、Google Business Profileなどのコメント監視が可能。SNSアカウント内の投稿・コメントをモニタリング

ソーシャルリスクモニタリング



ソーシャルリスク（炎上、風評被害）対策やマーケティングに活用。
X (旧Twitter)、2ch (5ch)、掲示板、ECサイト、ブログなどをモニタリング

オウンドメディア監視



自社で運営するSNSやコミュニティメディア内の投稿監視・通報対応。テキスト、メッセージ、画像や動画など、あらゆるサービス仕様に対応

ネットいじめ対策コンサルティングサービスの提供

社会背景^(※)

- 2023年度のいじめの認知件数は732,568件で、2022年度より7.4%（50,620件）増加。児童・生徒1,000人当たりの認知件数は3年連続で増加し過去最多に
- いじめ防止対策推進法が進んだことでいじめの積極的な認知が進む一方、早期発見・早期対応の課題が残る
- SNS上のいじめなどが見えづらく確認しにくい事案が増加

(※)出所：文部科学省|令和5年度 児童生徒の問題行動・不登校 生徒指導上の諸課題に関する調査結果の概要

提供価値

- インターネット上のパトロールによる児童・生徒の個人情報流出、いじめや自殺の早期発見・早期対応
- 児童・生徒がトラブルに巻き込まれず、健全にソーシャルメディアを活用できる環境づくりの提供
- 教職員が問題を一人で抱えてしまうなどの組織的な課題に対する支援

主な提供内容

ネットパトロール



ネットパトロール

インターネット上の個人情報流出やネットいじめの早期発見・対策サービス。インターネット上をシステムと目視によりパトロール（監視）

いじめ匿名サイト「スクールサイン」



いじめ匿名連絡サイト「スクールサイン」

児童・生徒がいじめの目撃情報や、自身の悩みをいつでも匿名で連絡できるウェブサービス

SNS相談・通報サービス



SNS相談・通報サービス

LINEやウェブページを活用して児童生徒からの一方向連絡とカウンセラーによる相談といった双方向の機能を備えたサービス

ネットリテラシー講座



ネットリテラシー講座

児童・生徒が情報社会で活躍できるよう、ソーシャルメディアの可能性と危険性など学校の目的にあわせた講座内容を提供

価値創造プロセス

デジタルエコノミー特化のカスタマーサクセス・プロバイダー

デジタル領域における人手不足の解消と社会のDX化を推進し、インターネット社会の安心・安全および教育に取り組む

INPUT

経営基盤

BUSINESS

成長課題および成長に伴い発生する適応課題を解決

OUTCOME & IMPACT

提供する経済的価値・社会的価値

人的資本

多様性を相互に受け入れ、課題を発見し理想を描き、実際に行動する人材

ノウハウ・エンジニアリング

カスタマーサクセスの知見、スタートアップ支援実績、自社開発のシステム

社会関係資本

顧客企業や各市場をけん引する企業・団体・自治体・省庁との信頼関係

財務資本

健全で強固な財務基盤

スケールアップ支援
・
インターネット
社会の健全化

CS
STUDIO

CS
BOOT CAMP

M
ONI

Pazu

School
Guardian

社会全体の
DX化 / 効率化

人手不足問題の解消

企業価値向上による
経済活性化

安心・安全な
情報社会

MISSION
VISION

強み

カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

先進的なスタートアップ・
メガベンチャーへの支援実績

自社独自の育成プログラム・
エンジニアリング

人的資本

財務資本

ガバナンス

MISSION・VISION

情報社会で発生する課題を解決し、「つながり」が「よろこび」であり続ける社会を実現

サステナビリティの取り組み全体像

| マテリアリティ | 関連するSDGs | アウトカム | アクション |
|-------------------------------------|--|--|--|
| <p>カスタマーサクセス（CS）による持続的な社会の発展</p> |  | <p>イノベーションを創出する スタートアップやメガベンチャーの成長支援を通して経済の発展に貢献</p> | <p>企業に応じたCSの設計・コンサルティング・運用代行・常駐、CS教育およびCSメディア「CS STUDIO」の運用等</p> |
| <p>イノベーションによるインターネット社会の安心・安全、教育</p> |  | <p>インターネット社会を誰もが安心・安全に過ごせる「居場所」にする</p> | <p>企業のソーシャルリスク対策、誹謗中傷・炎上対策、リテラシー向上教育等</p> |
| <p>人的基盤の開発・強化</p> |  | <p>多様な人材が能力を発揮できる環境を醸成し、従業員エンゲージメント向上による新たな価値の創出</p> | <p>カスタマーサクセス教育の提供やデジタル人材の育成。各種キャリア形成支援制度、自主学习支援制度等</p> |
| <p>ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン</p> |  | <p>多様性を互いに受け入れ、多様な人材が活躍できる風土の醸成</p> | <p>「無意識の偏見」解消への取り組み、ライフステージに合わせた制度設計、キャリア開発支援等</p> |
| <p>健康と安全</p> |  | <p>個々人の働き方を受容し、安心安全な職場環境の提供による従業員の健康保持・増進</p> | <p>柔軟な働き方を支える制度や社員による働き方の検討、エンゲージメントサーベイの実施等</p> |
| <p>ガバナンスの向上・ステークホルダーとの信頼性の強化</p> |  | <p>ステークホルダーと信頼関係を構築し当社の持続的成長と発展を目指す</p> | <p>役職者に向けた企業の社会的責任に関する意識向上の徹底、経営層と全従業員に情報セキュリティ等の徹底</p> |
| <p>地球環境問題への責任</p> |  | <p>環境問題を意識し持続可能な社会に貢献</p> | <p>二酸化炭素排出削減の実現に取り組んでいるサービスの利用、個々人が環境問題に意識した行動の社内啓発等</p> |

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

