

事業計画及び 成長可能性に関する事項

株式会社アイドマ・ホールディングス 証券コード：7373



2025.11.28

CONTENT

目次



Section 1 会社概要・事業内容

Section 2 主力サービス

Section 3 2025年8月期 通期 業績ハイライト

Section 4 当社の強み・特徴

Section 5 市場環境

Section 6 成長戦略

Section 7 2026年8月期 成長戦略

SECTION

1

会社概要・事業内容



会社概要

PHILOSOPHY

経営理念

すべての人の夢の実現に貢献する

VISION

ビジョン

世界の可能性を広げる

会社概要

商 号 株式会社アイドマ・ホールディングス

設 立 2008年12月

代表者 代表取締役社長 三浦 陽平

本社所在地 東京都品川区上大崎2丁目13-30
oak meguo 5F

資本金 1,075百万円(2025年8月末現在)

従業員数 正社員:429名 2025年8月末現在 (連結ベース)
業務委託:3,548名 2025年8月末現在 (当社単体)

証券コード 7373

 Sales Platform  Sales Crowd  ママワークス
mama works

 ReWorks for worker  CXO works  meet in

 CXOパブリック  マーケティングメディア  Addrust  株式会社メイクバイ
ホールディングス

沿革

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



2008

成果報酬型 営業代行

電話機1台から事業をスタート
アポイント取得代行を
メインに事業展開

※ターゲットリストはクライアントが用意



2012

テストマーケティング型 営業支援

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

※ターゲットリストは当社が用意
※スクリプト納品+データ分析も実施



2015

クラウドワーカー活用型 営業支援

営業部門内製化支援を事業化
クラウドワーカーと協業し、
低コスト運用を実現

全国採用の実現による当社の
支援リソース不足の解消



2019

プラットフォーム型 営業支援

営業活動を仕組化・
自動化することを目的とした
営業DXツールを投資・開発

営業自動化ツールの提供開始

営業の「仕組化+自動化」を
プラットフォームにより実現



営業支援プラットフォーム
「Sales Crowd」開発に着手



クラウドワーカー活用型求人サイト
「ママワークス」リリース



オンラインコミュニケーション
インフラ「meet in」開発に着手

サービス別売上高構成比

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

営業支援

サービス※1

売上比率 ※4

66%



人材支援

サービス※2

売上比率（単独）※4,5

30%



その他

サービス※3

売上比率（単独）※4,5

4%



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

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

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

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

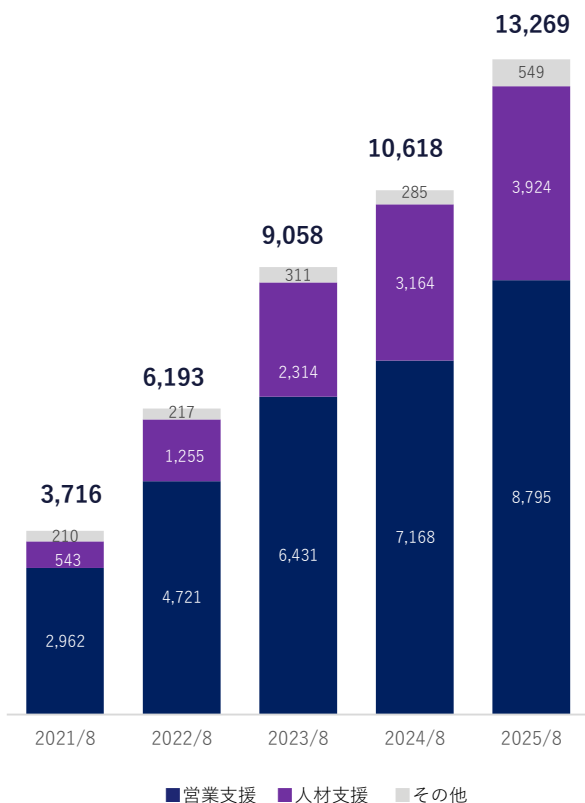
※4：売上比率は2025年8月期

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

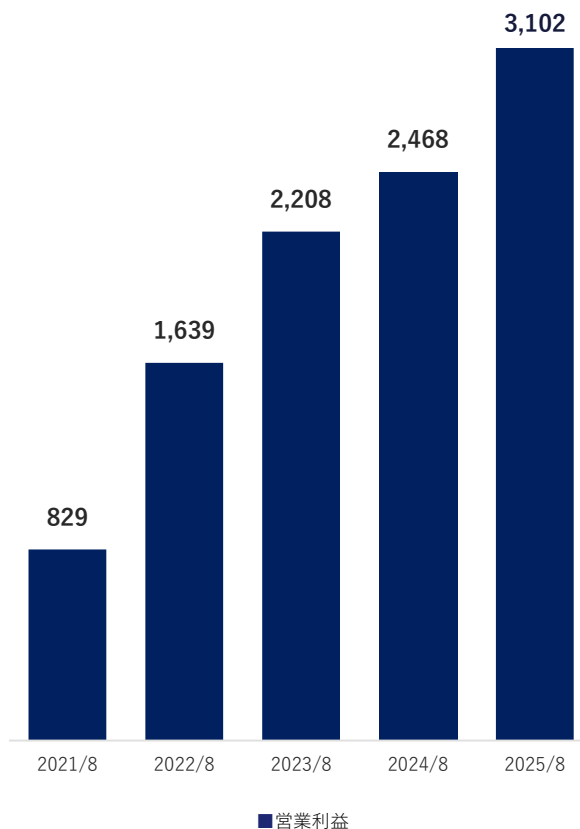
主要KPI推移

- 営業支援、人材支援ともに6期連続増収し、営業利益も6期連続増益を達成
- 営業支援、人材支援ともに受注件数が前年を上回る結果となり、継続的な売上高・営業利益の拡大につながっている

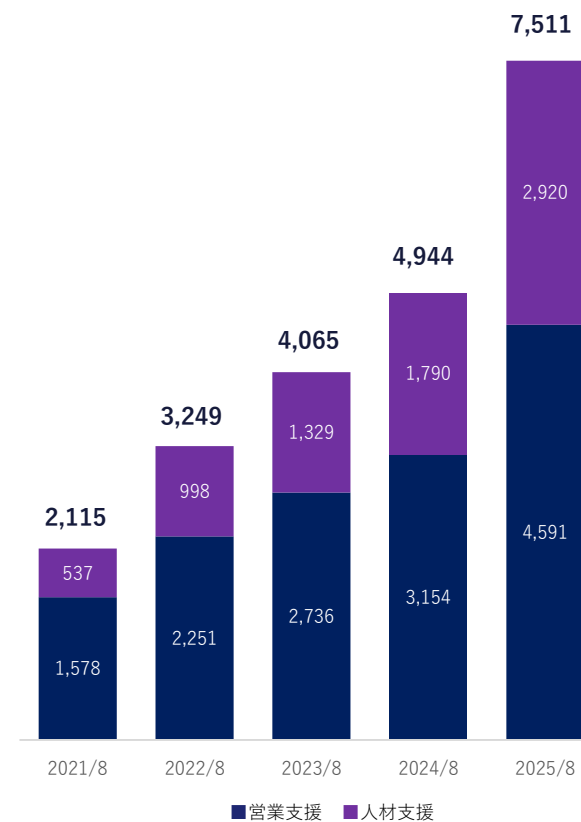
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

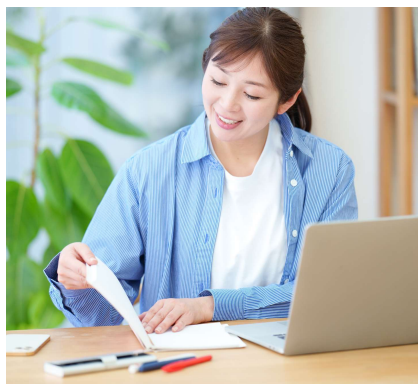


受注件数 (件)



ESG・CSRの取り組み

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



在宅ワーク求人サイト
「ママワークス」で

完全無料の
求人ライター講座開講



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

一般社団法人
クラウドワーカー
リスキリング協会設立



料理人のセカンドキャリア支援&
ママワークス会員への
福利厚生として

「クラウドシェフ」の
立ち上げ



多様な働き方の実現を目指し

各自治体と
地方創生に関する
包括連携協定を締結

締結を行なった自治体

- 兵庫県三木市
- 徳島県小松島市
- 岩手県岩手町
- 岡山県美咲町
- 広島県三次市
- 大阪府柏原市

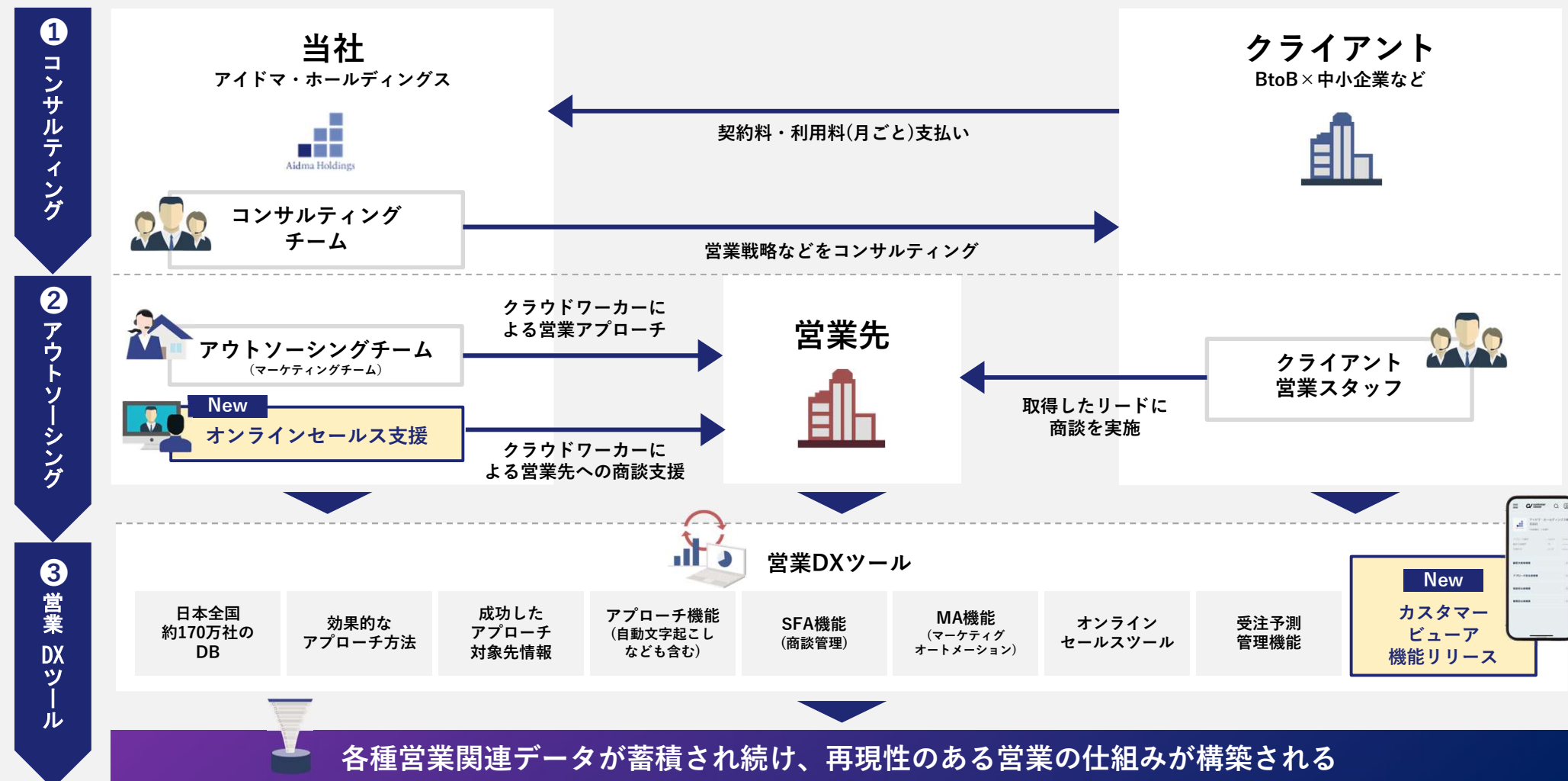
SECTION

2

主力サービス

営業支援事業 概要

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



営業DXツール『セールスクラウド』

自社開発の営業DXツールを活用し、顧客の営業活動を一気通貫で対応

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

BIZMAPS ※1

ビズマップ



登録企業数170万社以上

国内最大級の
企業検索サービス

SalesCrowd

セールスクラウド



アプローチから結果分析まで一元管理

クラウド型
営業支援システム

子会社設立 ※2021年9月30日



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

LTV、客単価の向上
新たな対象先開拓の実現

meet in

ミートイン



URLで簡単接続

オンライン
コミュニケーション
ツール

当社はワンストップで提供

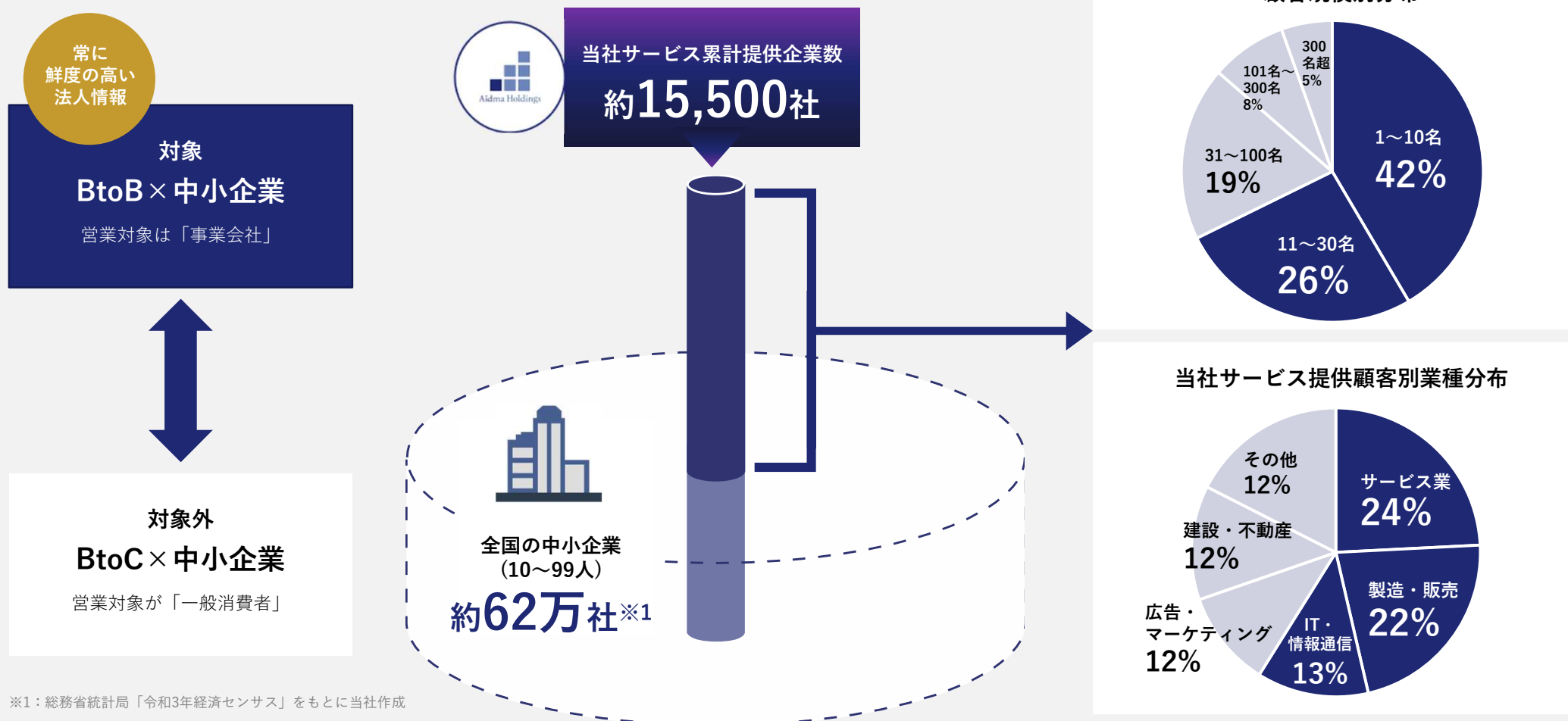
※1：企業ホームページの会社概要を閲覧し、「社名」「住所」「電話番号」「事業内容の要約」「売上データ」等を定期的に更新し、当社が独自に作成している法人データベース

セールスプラットフォーム事業の顧客分布

顧客基盤は中小企業が中心

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

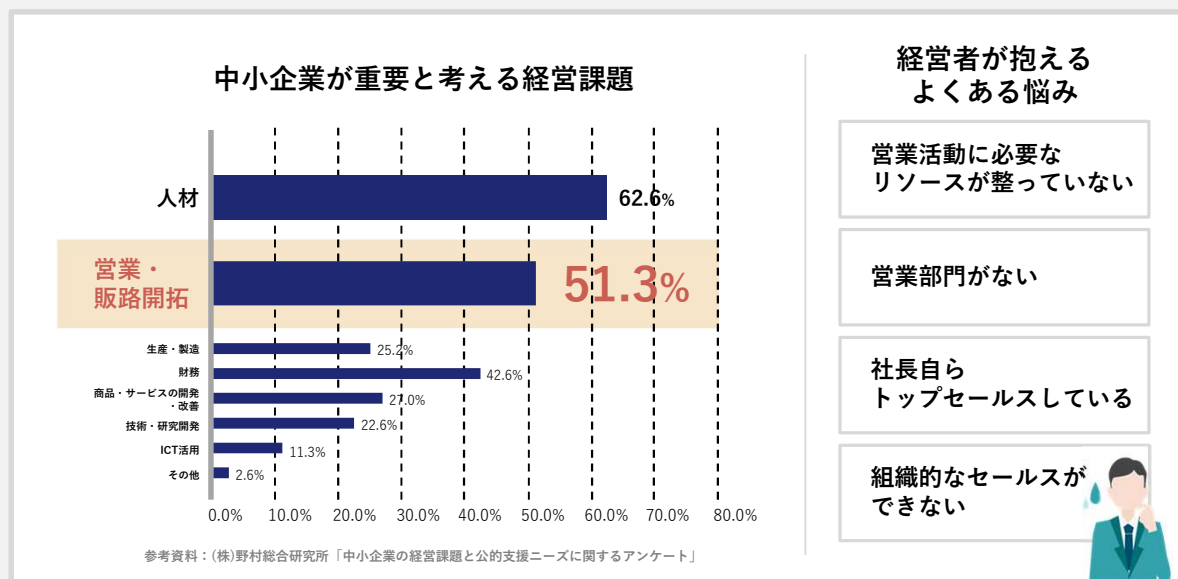
更に業種には偏りがなく、あらゆる業界にサービスを提供が可能



営業支援サービス

セールスプラットフォームの成長性

中小企業の経営課題のうち、営業・販路開拓に占める割合は非常に大きい
当該課題をソリューションとテクノロジーで解決するサービスは継続的に成長することが見込まれる



非常に大きな課題感(市場)

Sales Platform

顧客企業の営業活動に必要な「人×テクノロジー」で課題を解決



ツール



営業プラン

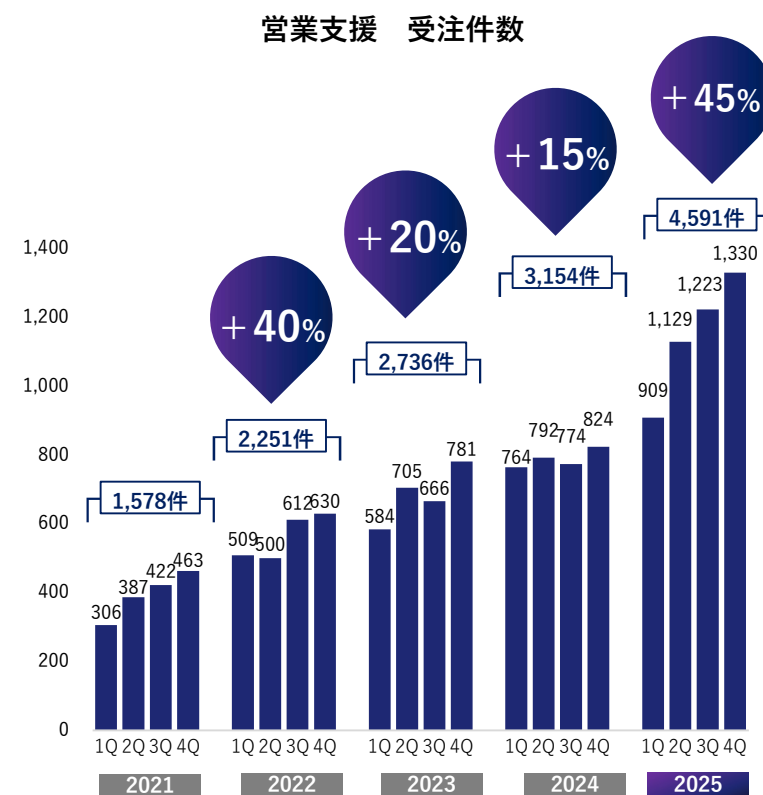


人

=



[費用感]
営業人員 約1名分



4Qは過去最高の受注件数に

人材支援サービス

『ママワークス』を主軸としたクラウドワーカー活用サービス

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



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

※2：2019.8期と2025.8期の比較

フルリモート求人メディア『リワークス』

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



ReWorks for worker

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

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

事務や経理、デザイナー、エンジニアなど幅広いワーカーが探せます！



営業



データ入力



人事・総務



経理



広報



デザイナー



エンジニア



その他

今後の展開

サービス開始から約1年で
会員数は約**15万人**に！

リブランディングを実施

リモートワークの
「**正社員**」求人だけに特化

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



自社のリモート正社員も採用予定

2021年に本格オープンした「ReWorks」

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

人材支援サービス

フルリモート副業求人メディア『CXOワークス』

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

企業・個人ともに副業ニーズが高まる傾向



企業

- ・副業禁止理由の開示要請
- ・人手不足



個人

- ・賃金の低下
- ・キャリアアップ

「副業」をサポートする求人メディアを立ち上げ、副業層を開拓



CXO works

フルリモート

ハイスpek人材

審査制による独自の求人

幅広い職種

副業未経験者も安心

自由な雇用形態

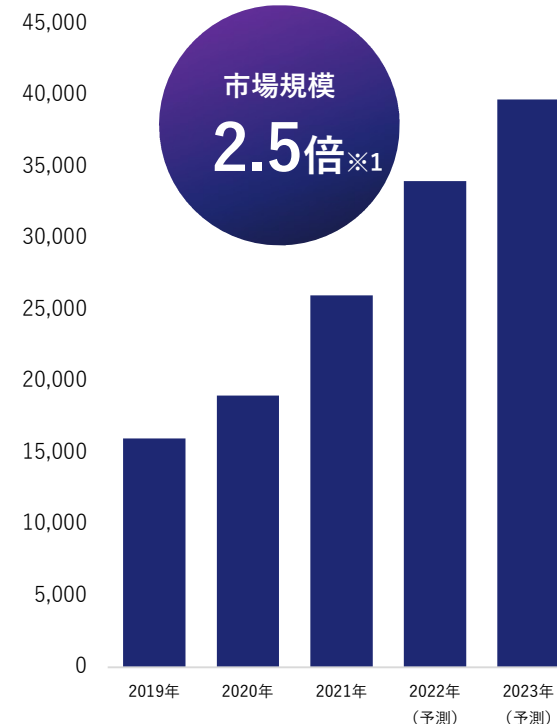
ローンチ
約3年で

副業希望人材登録数
約27,000人

部長以上の役職
約30%

副業プラットフォーム（4分野計）の
市場規模推移

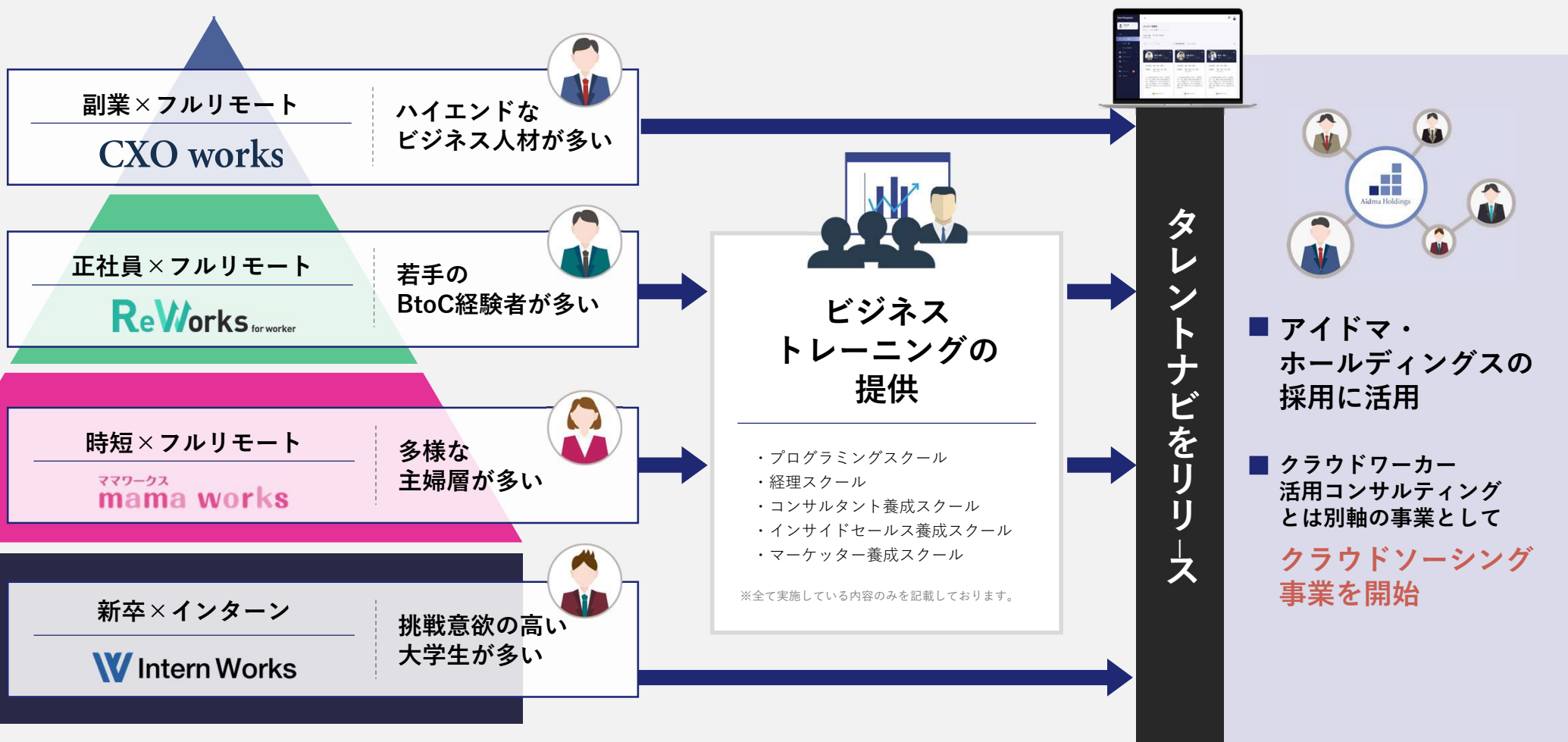
（単位：百万円）



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




各求人メディアと今後の展開

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



それぞれのサービスの顧客価値

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

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

SECTION

3

2025年 8月期

通期 業績ハイライト

エグゼクティブサマリー [1/2]

2025事業方針

- 1 AI活用でコスト削減：AIを活用したシステムを開発・活用し、原価&販管費を最適化しコスト削減
- 2 ワークインフラの提供：企業と働き手の課題を解決するワークインフラを提供する
- 3 ユニット型業務支援事業：企業の成長に必要なあらゆる業務をユニット型で支援する

2025 通期業績

売上高

13,269百万円

前年比 +25.0%
進捗率 102.1%

売上高は、受注件数の継続的な増加により、**前年同期比25%超**の成長を達成し、過去最高水準で着地。

営業利益

3,102百万円

前年比 +25.7%
進捗率 107.0%

営業利益は、AIを活用したコスト最適化施策が奏功し、業績予想を上回って着地。**前年比25%超の増益**となり過去最高の営業利益を更新。

受注件数

営業支援

4,591件

前年比 +45.6%
進捗率 123.4%

人材支援

2,920件

前年比 +63.1%
進捗率 135.8%

受注件数は、営業支援・人材支援の**両分野で過去最高を記録**。

前期3Qに実施した受注率改善策が引き続き効果を発揮し受注率は安定的に推移。さらに商談数が計画通り増加し追加ユニットの受注も好調に推移した結果、両事業とも堅調な成長を実現。

主要トピック

1 今期の成長戦略は結果的に順調に実現

営業支援・人材支援ともに過去最高の受注件数を達成。受注率改善策が奏功し、売上・利益ともに過去最高を更新。

2 AI活用により原価、販管費をコントロール

モニタリング・稼働管理・架電業務をAI化。原価・販管費の削減と生産性向上を両立し、AIを顧客向けソリューションとして展開開始。

3 テクノロジー新規開発によりシナジー強化

スポットワークス／商材バンクなど、複数の新サービスを投入。AI＋クラウドワーカー＋営業支援ユニットの統合基盤を構築し、顧客LTVと継続利用率を向上し持続的成長を加速。

エグゼクティブサマリー [2/2]

2025年8月期
売上高

売上高は、前年同期比 **+25%** の成長となる **132億円** に到達し、業績予想を上回る水準で着地しました。

■ 売上高	: 13,269百万円
■ 前年同期比	: +2,651百万円 (+25.0%)
■ 進捗率	: 102.1 %

2025年8月期
営業利益

営業利益も同様に +25% 超の伸長を遂げ、**31億円** と過去最高を更新。通期を通して堅調な収益構造を維持しました。

■ 営業利益	: 3,102百万円 (営業利益率: 23.4%)
■ 前年同期比	: +634百万円 (+25.7 %)
■ 進捗率	: 107.0 %

2025年8月期
受注件数

受注件数は営業支援、人材支援合算で7,511件と、前年同期比 **+50%** 超えの伸長を遂げ、持続的な売上・利益拡大のトレンドを確立しました。

営業支援

■ 受注件数	: 4,591件
■ 前年同期比	: +1,437件(+45.6%)
■ 進捗率	: 123.4%

人材支援

■ 受注件数	: 2,920件
■ 前年同期比	: +1,130件(+63.1%)
■ 進捗率	: 135.8%

今期の成長戦略は結果的に順調に実現

2025年8月期 成長戦略進捗			
1	サービス全般の 受注件数の増加 商談数・受注率・追加ユニットともにすべて前年を上回り、 全社受注件数は過去最高を記録。 施策のPDCAが機能し、通期で安定した営業成果を実現。		商談数の増加 稼働数とアポ率向上施策が奏功し、商談数は前年同期比と比較し＋15%。チャネル最適化で効率を維持しつつ商談数を拡大することが出来ている。
			受注率の向上 リードタイム短縮とナーチャリングの取り組みを積極的に展開し、提案～受注率が改善。一度失注したとしても、再提案体制の確立により、安定した受注率を実現。
			追加ユニット 受注件数の増加 追加ユニット商談が増加し、追加ユニット受注件数も安定的に成長。営業支援、人材支援ユニットともに過去最高の受注件数を更新、4Qは全体の約20%が追加ユニット経由。
2	サービス全般の付加価値強化 営業支援、人材支援サービスの提供からユニット型提供モデルにチェンジをし、受注件数の向上が実現。サービス提供後の出口提案を強化し、LTVをより高めていく		「ユニット型業務支援事業」 導入後の出口の強化 ユニット型業務支援事業の中でも、特にコールセンター業務を内製化する、「インソーシングユニット」の受注が2桁台になり、営業支援ユニットからの出口戦略としては一定の効果が始まっている。今後はAI架電なども組み合わせて、インソーシングユニットの付加価値を高めていく。
3	M&Aでの戦略的成長 M&Aの方針を明確化し、独自のマトリクスによる分析とPMI専門組織の設立で、買収～統合の再現性とスピードを向上。ノウハウを事業化し、収益基盤を強化。		M&Aマトリクスの構築と PMIの仕組み化 買収対象選定の方針を明確化し、属人的判断によらないM&A実行基準を整備。同時に営業、ビジネス開発部分におけるPMIの仕組み化を実施。
			PMI専門組織の立ち上げ 社内にM&A戦略室、PMI戦略室を立ち上げ、PMI専門組織の取り組みをスタート、まだ顧客向けへの展開は出来ていないが、来期は自社のみならず顧客企業に対してもPMI支援の展開をスタート。

AI活用により原価、販管費をコントロール [1/2]

原価・販管費を「戦略」と「運用」の2軸に分け、各目的を明確にし適切な投資のバランスを図る

勘定項目で分類

	2025/8月期				分類
	第1四半期		第4四半期		
	実績	対売上 高比	実績	対売上 高比	
売上	3,023	100.0%	3,626	100.0%	-
売上原価	991	32.8%	1,024	28.2%	-
業務委託費	780	25.8%	741	20.4%	戦略運用
その他	211	7.0%	283	7.8%	戦略運用
販管費	1,363	45.1%	1,805	49.8%	-
人件費・採用費	654	21.6%	811	22.4%	戦略運用
広告宣伝費	145	4.8%	240	6.6%	戦略
支払手数料	170	5.6%	273	7.5%	戦略運用
地代家賃	61	2.0%	63	1.8%	運用
のれん償却費	47	1.5%	56	1.6%	戦略
通信費	57	1.9%	78	2.2%	運用
その他	230	7.6%	282	7.8%	戦略運用

業務委託費の最適化について

		第1四半期の 売上対業務委 託費比率	最適化 方針	第4四半期 結果
1	架電業務費 主に 営業支援の アウトバウン ドコールの 費用	10%	AIを活用し、 受付通過を 自動化する	8%
2	案件支援 直接費用 直接的な クライアント 支援業務費用	7%	案件毎の稼働 原価管理を徹 底する	7%
3	案件支援 間接費用 間接的な クライアント 支援業務、 MTGのモニ タリング、 議事録作成等	4%	AIを活用し モニタリング、 議事録作成等 の自動化でき る項目の自動 化を推進	1%
4	業務委託 マネジメント費 業務委託 メンバーの 管理業務費用	5%	-	4%

売上対比
5%
ダウン

AI活用により原価、販管費をコントロール [2/2]

今期に開発&活用したAIは以下になり、費用の最適化に大きく貢献。

営業

AI受付通過くん&
AI架電くん

■ AI架電システムの開発完了

「AI受付通過くん」「AI架電くん」を開発し、架電業務の自動化を実現。

■ 人の対応最小化とコスト半減

AIが受付突破や反論処理を担い、1件あたり50円の架電コストを約半分に削減。

■ 精度向上と外販による収益拡大

AI精度を高めつつ、外販を推進し、自社の費用最適化と顧客への受注率向上、単価向上を実現。

商談



AIモニタリング

■ AI×CRM連携の推進

MTGモニタリングをAI化しコスト削減。CRM連携で顧客把握と追加受注を強化。



AIロープレ

■ AIロープレで育成効率化と受注率維持

AIが商談フィードバックとデータ蓄積を自動化し、OJT工数の削減と“勝ちパターン”の共有を実現。

クリエイティブ

AI開発くん&
AI制作くん

■ 開発・制作領域特化のAIを開発

コード・コピー・画像生成を自動化し、開発からデザインまでAIにて一貫支援。

■ AIで開発スピードを向上

社内システムや試作開発の初期工程をAIで自動化し、4Qは開発工数を平均20%短縮。

■ AIで広告制作工数を半減

バナーやLP初稿はAIで自動生成し、人は監修に集中。制作工数を約40%削減し、外注依存から内製化への転換を推進。

通期で約**3億円**の費用最適化を実現

テクノロジー新規開発により効率化、付加価値強化

今期に取り組んだ新規の取り組みは以下になり、効率化、付加価値向上に大きく貢献。



『商材バンク』 リリース

顧客満足度向上のため、営業戦略に加え、商品・サービスの強化や改善を可能にする、新サービスをリリース

今期の主なリリース

- 商材のマッチング率表示
- 商材毎のアポイント取得率、受注率を記載

アポ取得・受注件数における
顧客の懸念解消



『スポットワークス』で デジタルワーカー活用

スキマ時間にリモートで働けるお仕事をクラウドソーシング型で提供するサービス「スポットワークス」をリリース

今期の主なリリース

- AIによる業務実施機能
- メンバースとのタスク自動連携機能

今期から本格的に
顧客提供開始



『営業管理システム』 リニューアル

営業支援システムの概念を再構築することで、より成果に貢献するシステムへリニューアル

今期の主なリリース

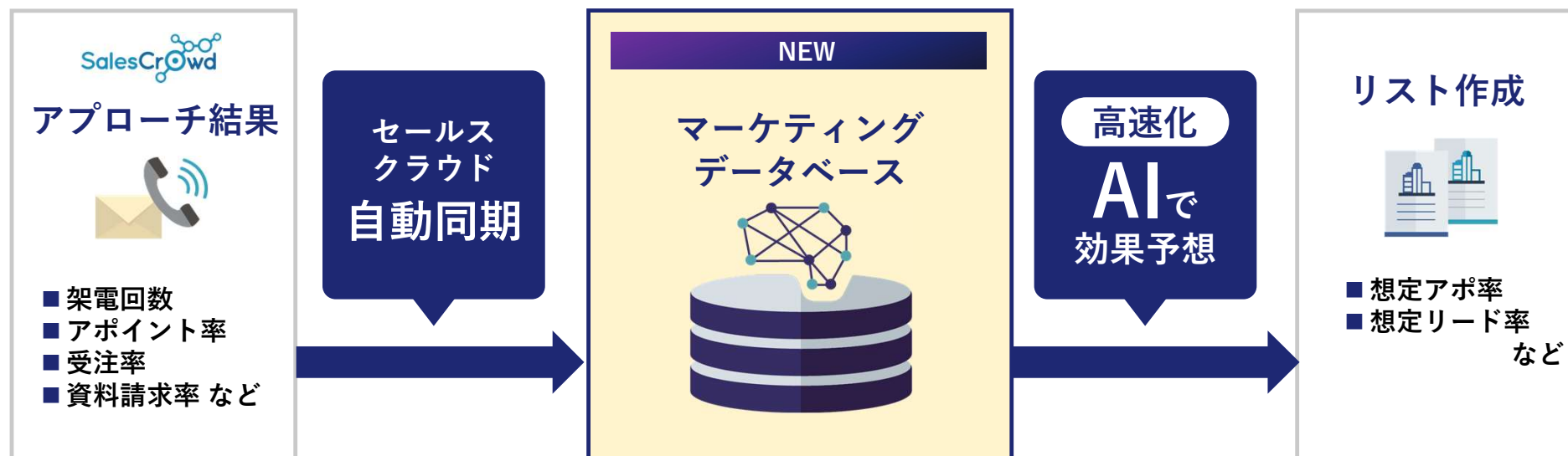
- 問い合わせフォームの自動送信機能
- マーケティングデータベースのリリース

利用後の
アポイント取得率**2倍**に

マーケティングデータベースのリリース

データベースの設計を刷新することで、よりアポイント取得率の高いリストの構築が可能に

アプローチ前に効果予想値を算出可能に

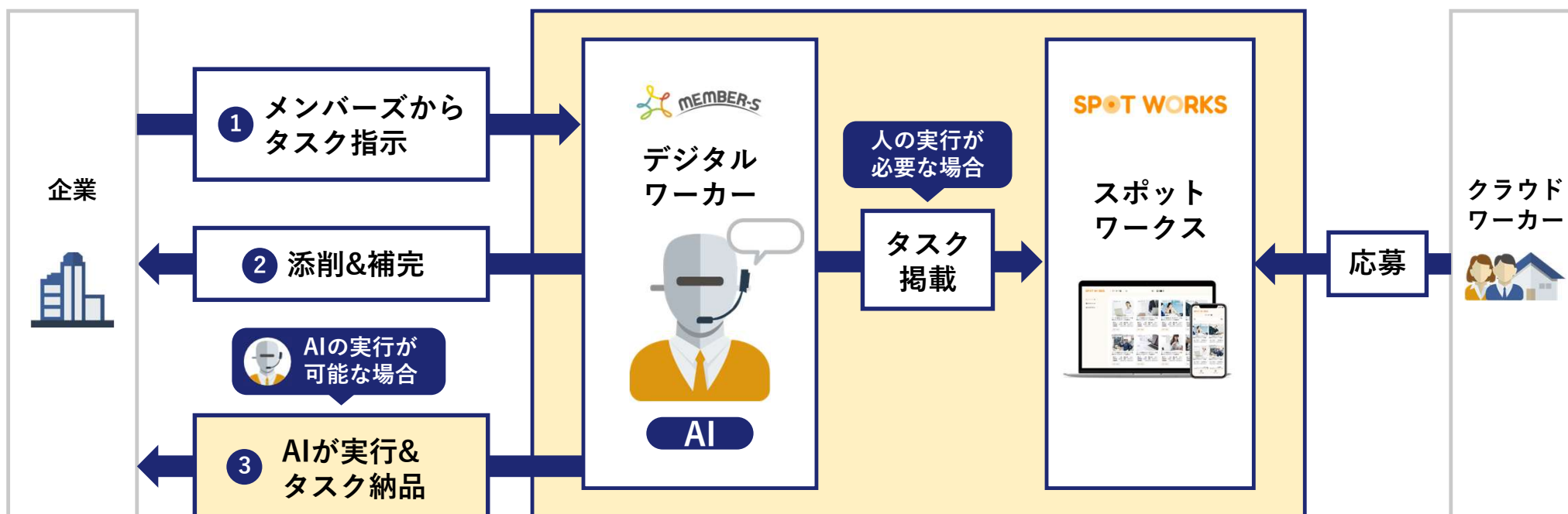


活用することで自社のアポイント率が**2倍**に向上

来期は「顧客向け」リリースを実施

『スポットワークス』でデジタルワーカー活用

スキマ時間にリモートで働けるお仕事をクラウドソーシング型で提供する



コストを大幅に削減

これまで人に依頼していたタスクをAIにすることで、人件費が抑えられ、経営コストを下げる事が可能に。



人とAIの比較検討が可能

人による作業とAIによる作業の品質を比較し、今後AI活用が可能な分野を検討可能に。

「For JAPANプロジェクト」 事業譲受の実施について

絆ホールディングスから『For JAPANプロジェクト』事業を譲受、当社との多様なシナジーを見込む。

譲渡 会社概要



絆ホールディングス 株式会社

■ 代表取締役社長
伊藤 宜範

■ 設立
2008年4月

■ 資本金
50,000,000円

■ 所在地
東京都新宿区新宿6-24-20
KDX新宿六丁目ビル9F

■ 事業内容
PR事業/ソリューション事業
/HR事業/コールセンター事業
/美容事業

サービス概要



番組『For JAPAN』 YouTube ABEMA

- 毎月テーマを決め、日本のニュースや時事ネタについて経営者の目線で討論する経済バラエティ番組
- ABEMAにて第3期（2025年4月～2026年3月）を放送中（毎週金曜日午後9時30分～10時）



公式YouTubeチャンネル
『For JAPAN』

- 公式YouTubeチャンネルでも見逃し配信を実施

チャンネル
登録者数
約**47万**人
2025年9月時点




Youtube企画
「教えて先生！」



経営者のブランディング及び企業・サービス認知度向上

『メディア支援ユニット』として顧客に積極的に提供
月30万円×12ヶ月などで番組出演、オフラインイベント、バナー、番組映像などの2次利用可能

2025年8月期 M&Aの取り組み

企業名	領域	実行時期	手法	目的
 株式会社コズレ	人材支援	24年9月 (25/8期:1Q)	100% 子会社	コズレは、個人の子育て世代向けの情報発信、コミュニティの創出を行う一方で、法人向けに子育て世代をターゲットとしたデジタルマーケティング支援を行っている。当社の求人メディア「ママワークス」との相互連携による利用会員数の強化や営業支援サービスの拡充を行うことで、企業価値を向上させる。
 株式会社カイマク	営業支援	25年6月 (25/8期:4Q)	100% 子会社	カイマクは、採用人事データベースを活用した完全成功報酬型アポイント代行サービス「人事商談バンク」と、AIマッチング技術による高還元SESサービス「カイマク・テックファーム」を展開している。「人事商談バンク」ではHR関連情報を基に高精度なマッチングを実現し、「カイマク・テックファーム」では自動スカウトシステム「AI HUNT」により採用活動を自動化、ITエンジニアへの業界水準の高還元率を実現している。当社は、カイマクとの連携によりソリューションの拡充と多様なマッチング機会の創出を図り、企業価値の向上を目指す。
 —日本を経営せよ—	営業支援	25年9月 (26/8期:1Q)	事業譲受	For JAPANプロジェクトは、経営者による討論型経済番組「For JAPAN」の企画・運営を中心に、YouTube配信などを通じて経営に関する学びや気づきを提供している。番組では著名MCと多様な経営者が時事問題を議論するほか、成功体験を共有する企画を展開し、企業の認知度向上やブランディング、採用・売上の拡大に寄与している。当社は、本プロジェクトの譲受により中小企業支援ノウハウとネットワークを活かし、より多くの経営者へ課題解決や成長の支援を通じて、企業価値の向上を目指す。

業績サマリー

- 受注が順調に推移し、売上高は前年同期比25%増で着地
- 戦略投資を実行しながらも、各段階利益いずれにおいても、前年同期比25%超で着地

単位：百万円	24年8月期 (実績)	25年8月期 (実績)	前年同期比 (24/8 vs 25/8) (額)	前年同期比 (24/8 vs 25/8) (%)
営業支援	7,168	8,795	+1,627	+ 22.7%
人材支援	3,164	3,924	+759	+ 24.0%
その他	285	549	+263	+92.4%
売上高	10,618	13,269	+2,651	+ 25.0%
売上原価	3,017	3,999	+981	+ 32.5%
売上総利益	7,600	9,269	+1,669	+ 22.0%
売上総利益率	71.6%	69.9%	△1.7%	
販売費及び一般管理費	5,132	6,167	+1,034	+ 20.2%
販管費比率	48.3%	46.5%	△1.9%	
営業利益	2,468	3,102	+634	+ 25.7%
営業利益率	23.2%	23.4%	+0.1%	
経常利益	2,468	3,193	+724	+ 29.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,425	1,954	+528	+ 37.1%

原価・販管費率の構成割合比較

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

勘定科目	分類	2024/8月期	2025/8月期	差額
		年間 (累計実績)	年間 (累計実績)	24/8 vs 25/8
売上		100.0%	100.0%	
売上原価		28.4%	30.1%	+1.7%
業務委託費	戦略 運用	23.5%	22.3%	△1.3%
その他	戦略	4.9%	7.9%	+3.0%
販管費及び一般管理費		48.3%	46.5%	△1.9%
人件費	戦略 運用	21.9%	20.5%	△1.4%
採用費	戦略 運用	1.5%	1.3%	△0.2%
広告宣伝費	戦略	5.0%	5.6%	+0.7%
支払手数料	戦略 運用	4.7%	6.4%	+1.7%
地代家賃	運用	2.5%	1.9%	△0.6%
のれん償却費	戦略	2.0%	1.6%	△0.3%
通信費	運用	2.3%	1.9%	△0.4%
その他	戦略 運用	8.5%	7.2%	△1.3%
営業利益		23.2%	23.4%	+0.1%

AI活用による
業務委託費用の最適化

新規取り組みの制作費用、
開発費用の増加

業務委託とAI活用
による生産性向上

継続的に
広告、イベントへ投資
実施

業績サマリー [業績予想比]

- 売上高は、受注件数が過去最高を記録したことにより、業績予想も上回る結果となる。
- 各段階損益においても、積極投資を実行しながら業績予想を上回る水準で着地

単位：（百万円）		24年8月期 （実績）	25年8月期 業績予想	25年8月期 （実績）	業績予想 （達成率）
売上高	営業支援	7,168	8,370	8,795	105.1%
	人材支援	3,164	3,970	3,924	98.8%
	その他	285	660	549	83.2%
	売上高合計	10,618	13,000	13,269	102.1%
営業利益		2,468 (23.2%)	2,900 (22.3%)	3,102 (23.4%)	107.0% (+1.1%)
経常利益		2,468 (23.2%)	2,850 (21.9%)	3,193 (24.1%)	112.0% (+2.2%)
親会社株主に帰属する当期純利益		1,425 (13.4%)	1,650 (12.7%)	1,954 (14.7%)	118.5% (+2.0%)
受注件数	営業支援	3,154件	3,720件	4,591件	123.4%
	人材支援	1,790件	2,150件	2,920件	135.8%

株主還元について


- 前期より配当を開始し、今期も1株当たり30.00円の配当を実施
- 成長投資を優先しつつ、内部留保とのバランスを踏まえた、安定的かつ持続的な株主還元を実施

配当 [FY2025]

- 2025年8月末を基準とし、**30.00円**/株の配当を実施※
- 来期の配当・株主還元は、キャッシュ・フローや事業環境を踏まえ総合的に決定

※2025年11月の株主総会にて決議されることが前提

キャッシュ・アロケーションの考え方

投資実行前 営業CF	成長投資	オーガニック成長を実現するための人的投資、開発投資、広告宣伝投資
	内部留保	中長期的なインオーガニックな成長のためのM&Aに備えた内部留保
	 株主還元	上記の成長戦略を踏まえ、持続的な株主還元を実施

SECTION

4

当社の強み・特徴

当社の3つの強み

テクノロジー・マンパワー・データ

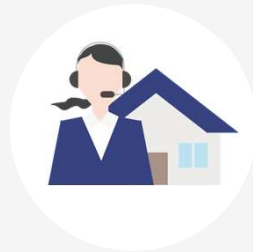
1

テクノロジー



2

クラウドワーカーの
活用



3

蓄積される
膨大なデータ



生産性向上、外部活用ニーズに対して大きな貢献が可能

テクノロジー

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

社内開発

社内でシステム開発を
ワンストップで対応

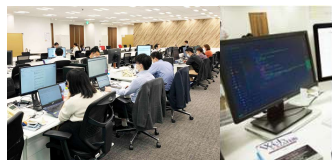
アイデア



設計



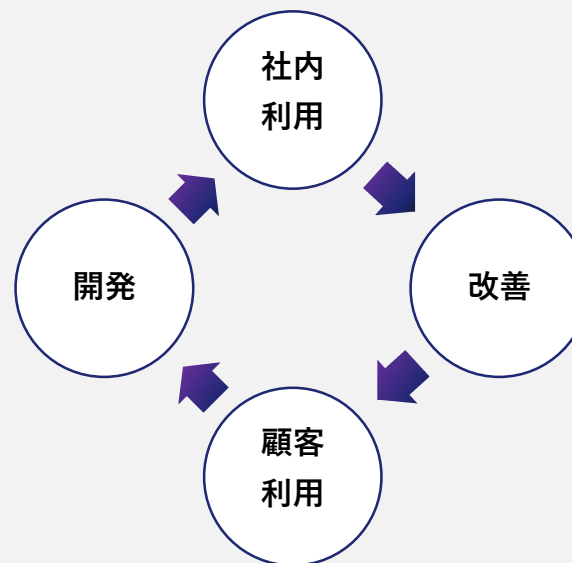
開発



フィードバックグループ

まず社内利用することで、
ユーザの立場に立ったシステムを構築

顧客からのニーズをもとに
さらなる開発



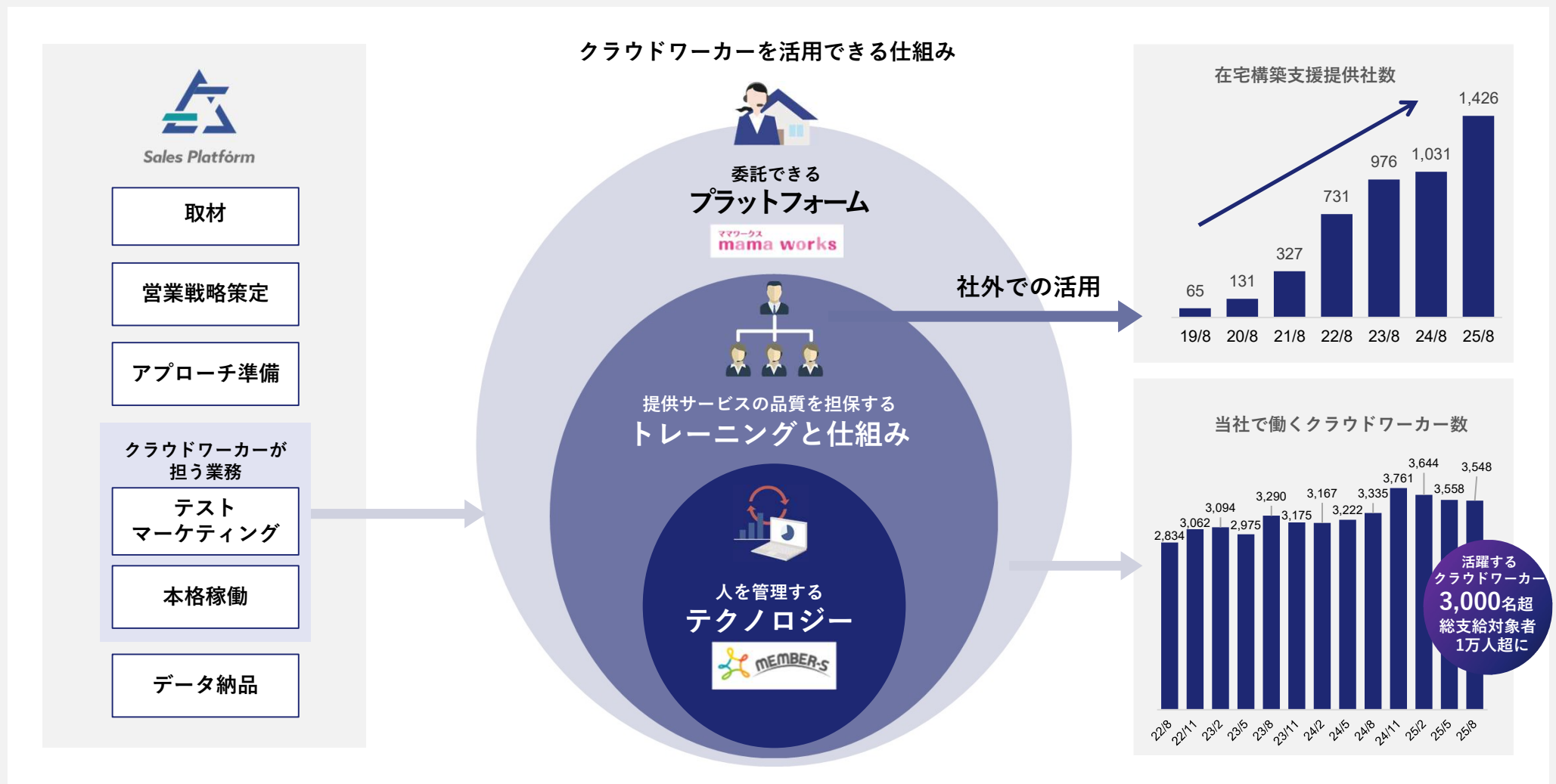
独自ツール

生み出された
当社独自開発ツール



クラウドワーカーの活用

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



※：クラウドワーカーの数は各月の支給実績者数を記載

年間数百万件に及ぶデータの蓄積と分析

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



SalesCrowd

営業支援で「Sales Crowd」を使用

アプローチの
実施

大量の
データ蓄積

成功率の高い
アプローチを実現



再現性のあるコンサルティングの提供が可能に

分析から読み解けるデータ(一部抜粋)

業界ごと



繋がりやすい
曜日



時間帯



勝率の高い
アプローチ手法

蓄積されているデータ(一部抜粋)

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

営業支援以外では…

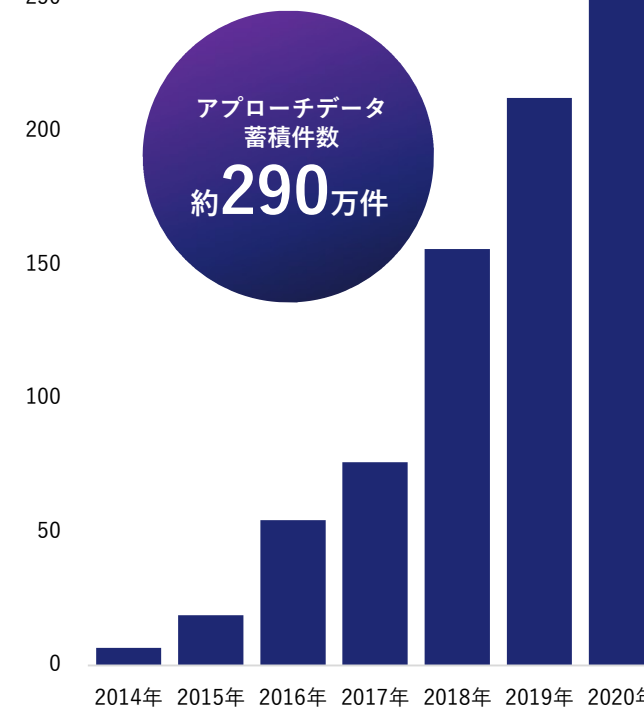
「クラウドワーカー運用」に関連したデータなども蓄積し、
サービス品質の向上につなげている



(万件)

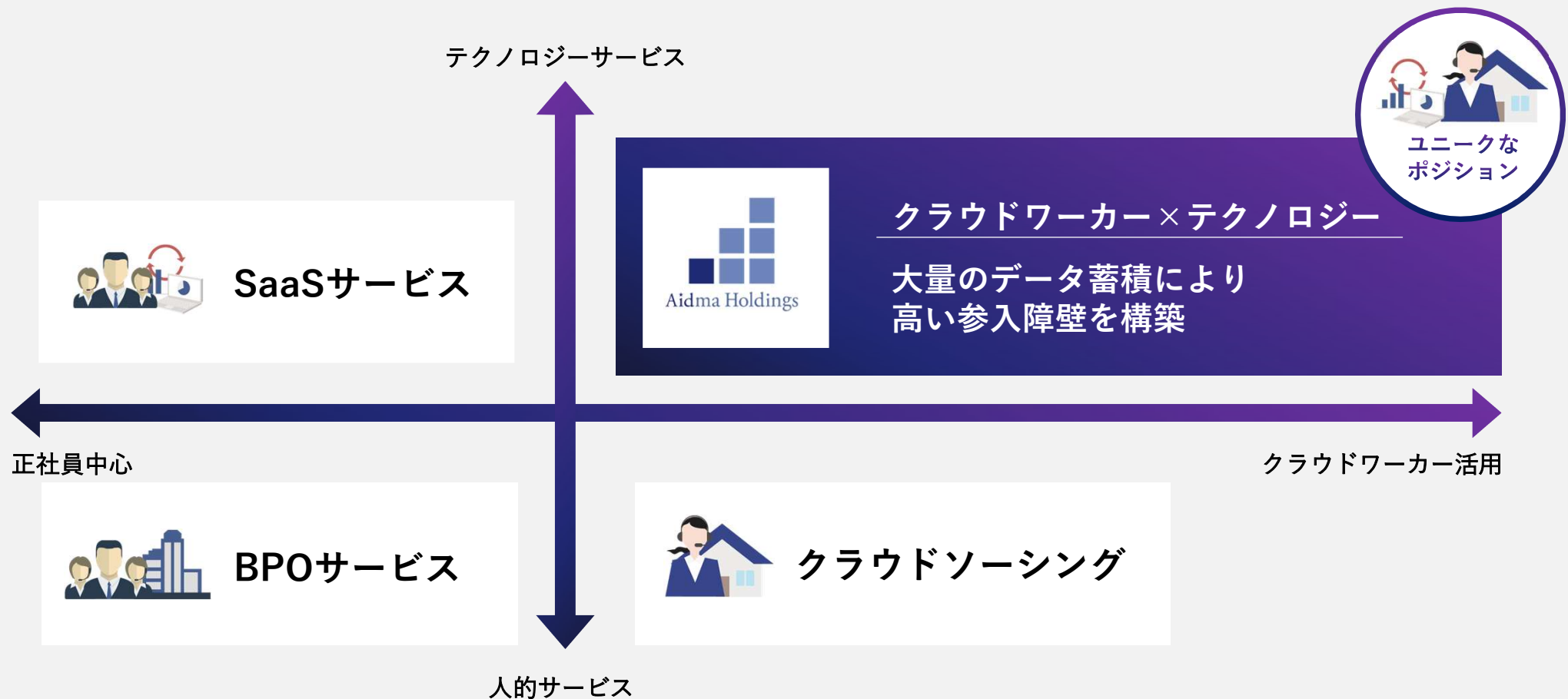
架電件数推移

データの蓄積数は
年々増加！



クラウドワーカー×テクノロジーによるユニークなポジショニング

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



SECTION

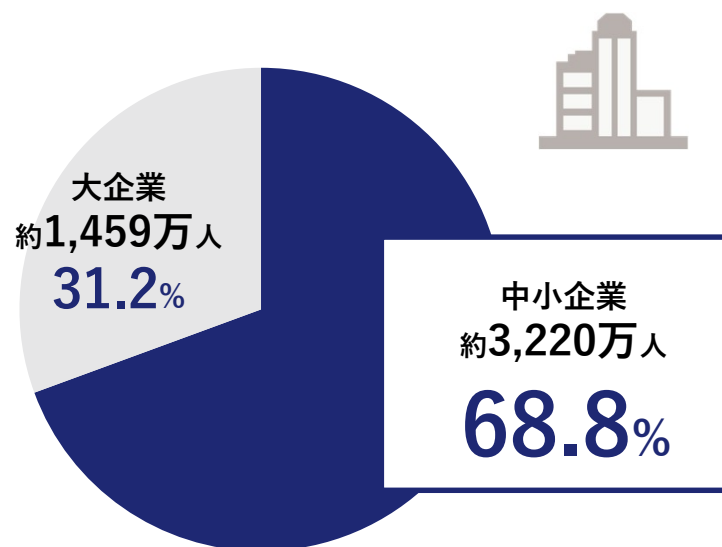
5

市場環境

市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [1/2]

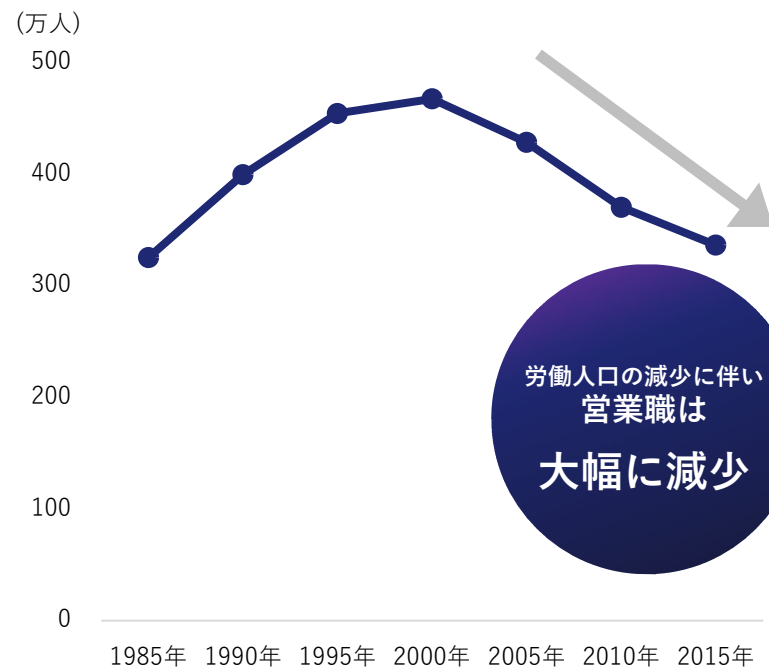
中小企業の従業員数が国内メインの構造、
労働人口の減少に伴う営業職減少は、さらなるアウトソーシング需要へ

大企業と中小企業の従業員数



出所：経済センサス基礎調査をもとに当社作成

営業職の長期推移

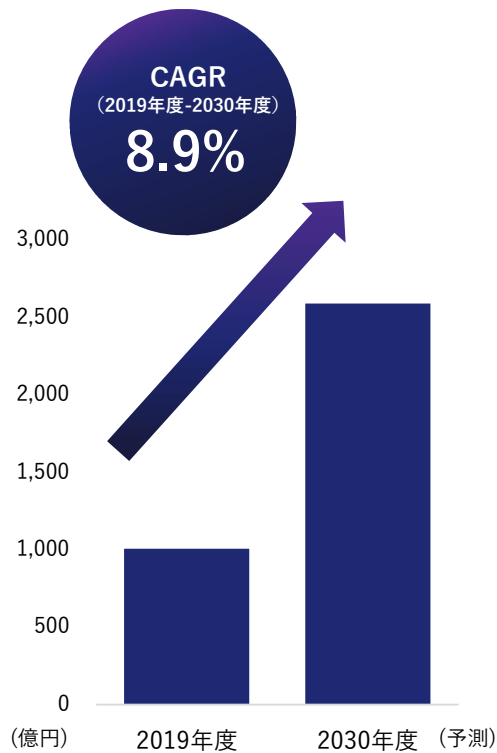


出所：国勢調査をもとに当社作成

市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [2/2]

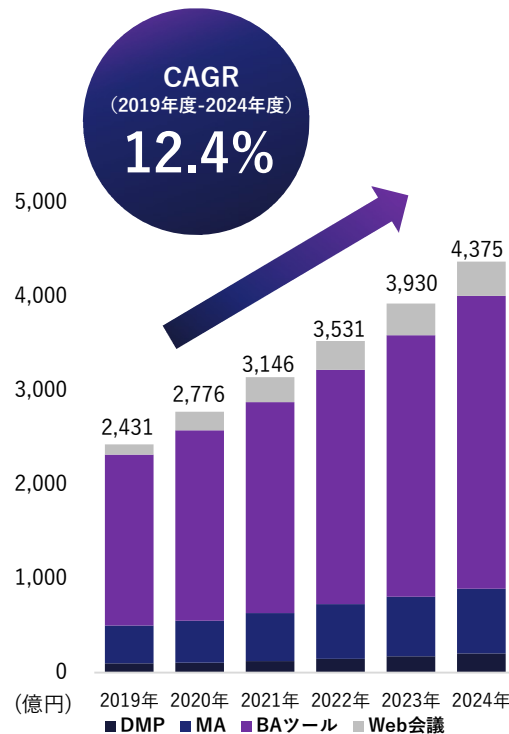
当社関連市場は拡大基調

営業・マーケティングDX 市場規模
(国内) 推移



出所：富士キメラ総研「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

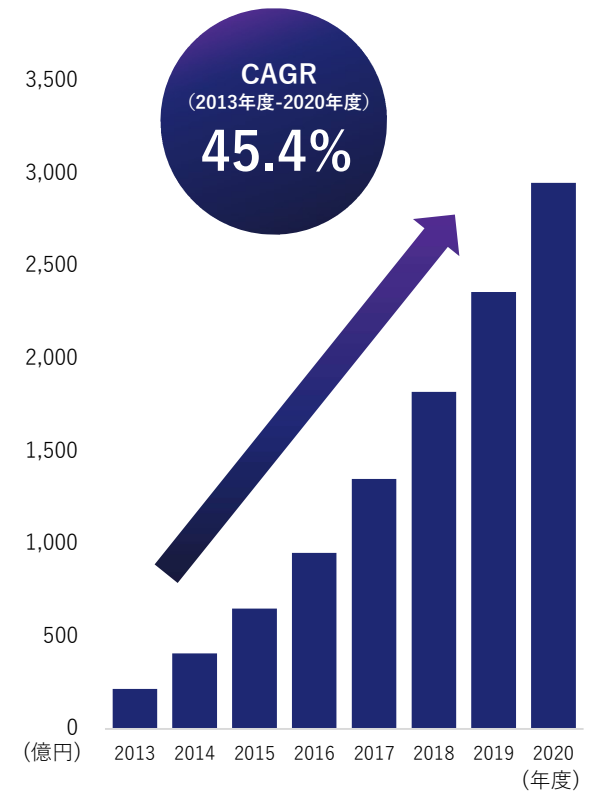
営業・マーケティング関連
ソフトウェア市場規模 (国内) 推移



出所：(株)矢野経済研究所「DMP / MA市場に関する調査 (2020年)」、ミック経済研究所「ビジネス・アナリティクス市場展望2017年版」、ITR「ITR Market View：コラボレーション市場2020」をもとに当社作成

※DMP・MA市場は事業者売上高ベース。2020年見込値、2021年以降は予測値。BAツールは年度を年表記。2017年度以降は予測値。Web会議市場はベンダーの売上金額を対象とし、3月期ベースで換算。2020年度以降は予測値。

クラウドソーシング市場規模 (国内) 推移



出所：(株)矢野経済研究所「BPO市場・クラウドソーシングサービス市場に関する調査」

事業リスクと対応

事業リスクの逡減を念頭に事業展開

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

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

SECTION

6

成長戦略

PHILOSOPHY

経営理念

すべての人の夢の実現に貢献する



VISION

ビジョン

世界の可能性を広げる



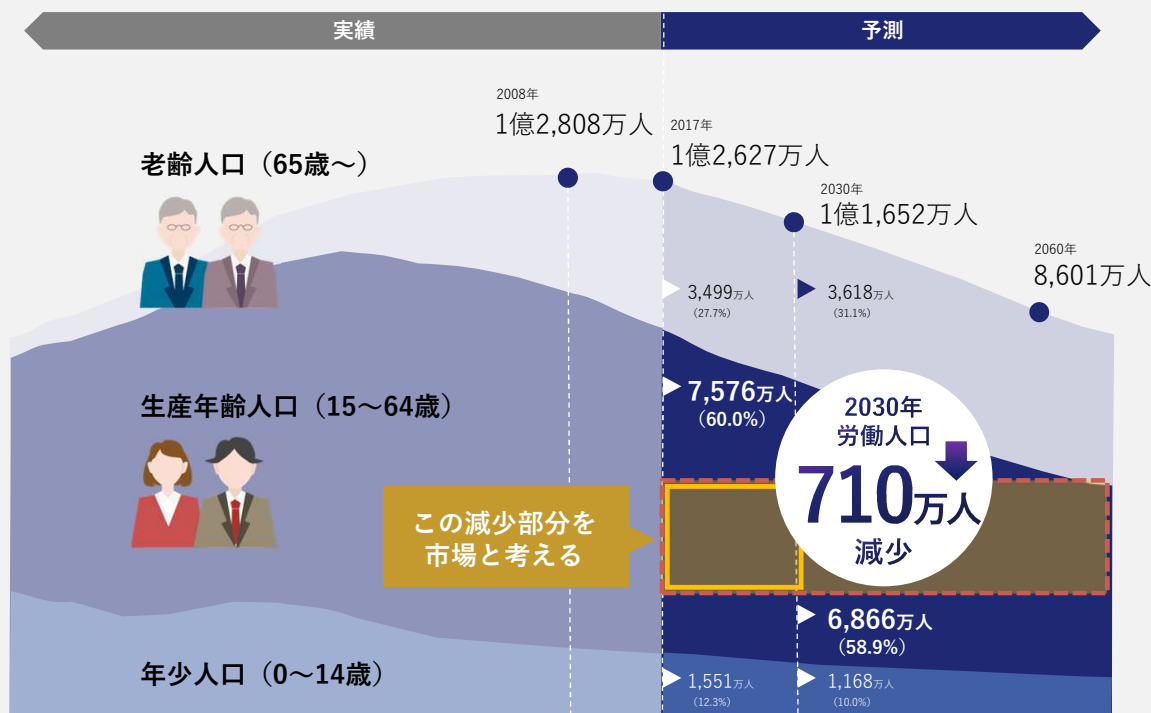
STRATEGY 戦略

人口減少を成長の機会に

少子高齢化によって、労働人口の減少が顕著に。

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

将来推計人口



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

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2017）」

労働人口減少によって、
必然的に伸びていく業務支援とDXのニーズ

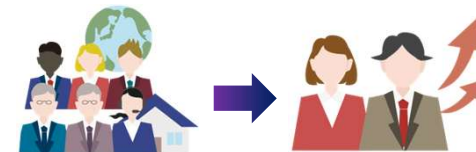
従来の成長戦略

人員を増やして成長していく

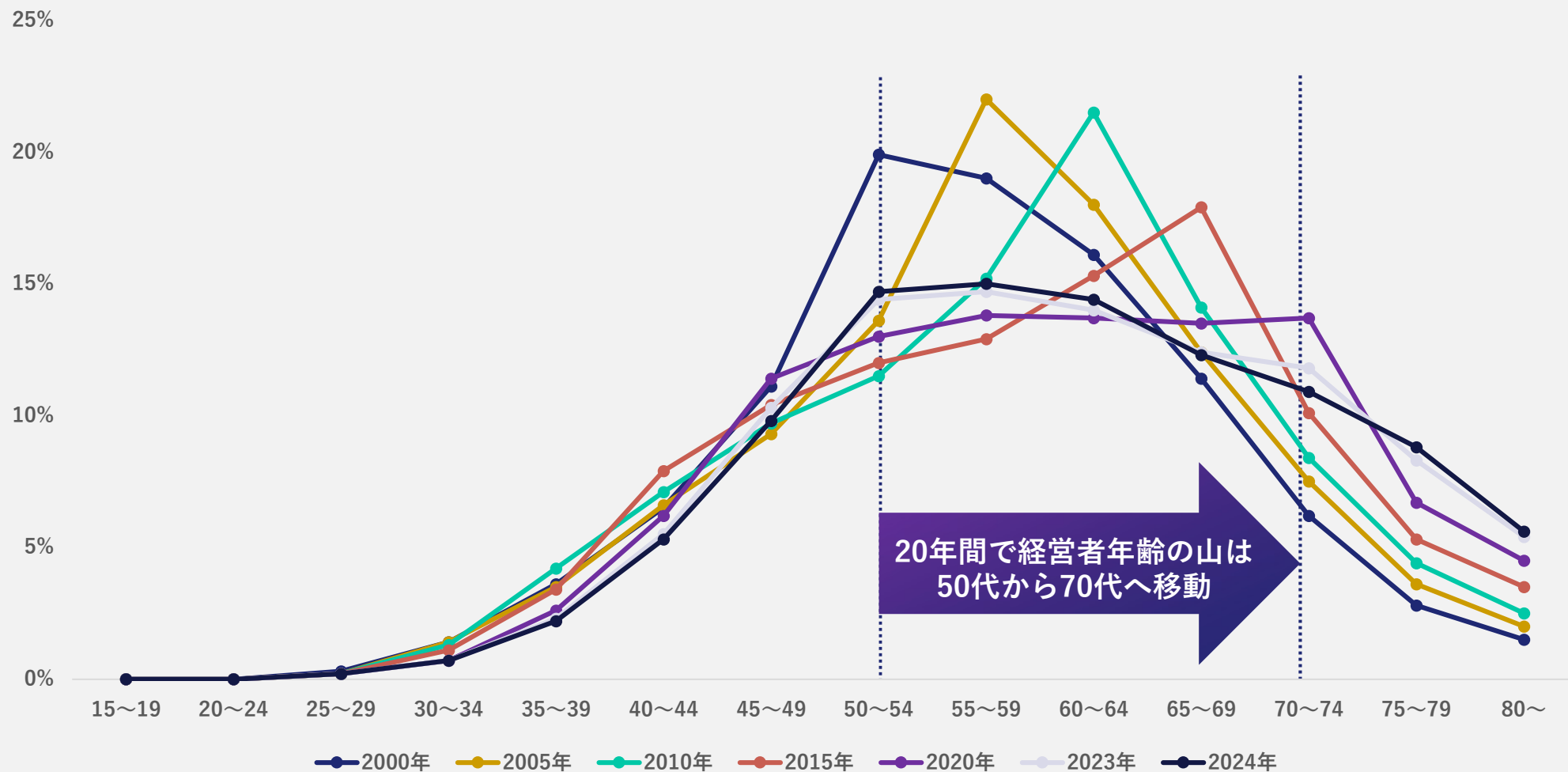
労働人口が減る事により
従来の人を増やして成長することが困難に

これからの成長戦略

自社以外の外部の労働力と
テクノロジーを活用して
生産性を上げる必要がある



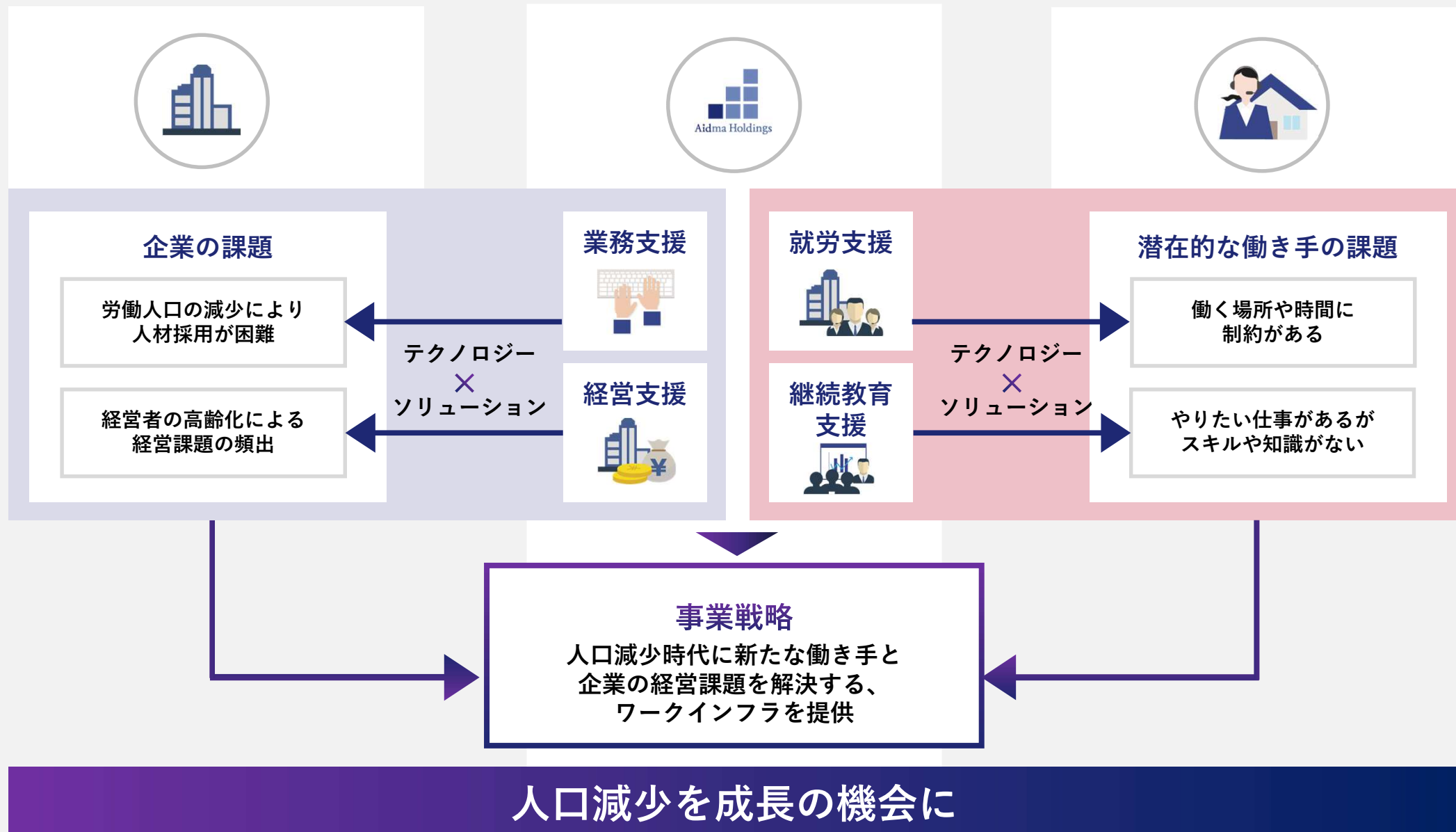
年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布



少子高齢化における経営課題の解決も同時に必要に

出所：中小企業庁「2025年版 中小企業白書」

今後の事業展開



SECTION

7

2026年 8月期

成長戦略

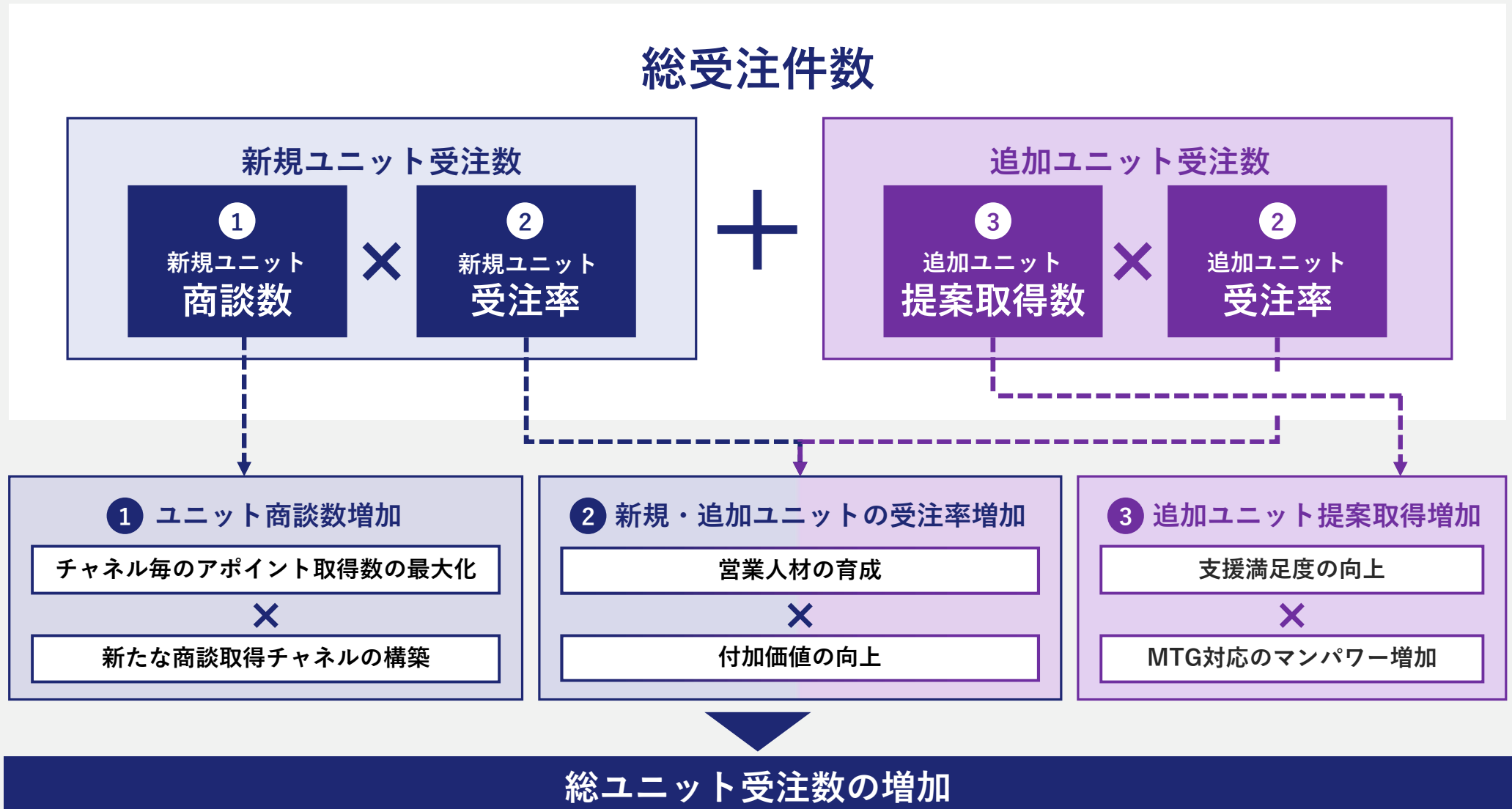
3つの成長戦略

下記3つを複合的に実施することで、新規のユニット受注数と追加ユニット受注数を最大化させる。

		取り組み事項		詳細
1	売上の向上	新規受注 ユニーク受注数の増加	新規商談数の最大化	<ul style="list-style-type: none"> ・チャンネル毎のアポイント取得数の最大化 ・新たな商談取得チャンネルの構築
			受注率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・営業人材の育成 ・サービスの付加価値の向上
		追加受注 追加ユニット受注数の増加	追加ユニット提案取得数の最大化	<ul style="list-style-type: none"> ・支援満足度の向上 ・MTG対応のマ manpower 増加
2	費用の最適化	CRMの構築		<ul style="list-style-type: none"> ・顧客データベースの再構築 ・顧客データを業務・事業開発に有効活用
		AIの開発・活用		<ul style="list-style-type: none"> ・AIを開発・活用し、生産性を向上し、費用を最適化
3	非連続性成長施策	M&A仲介組織の立ち上げ		<ul style="list-style-type: none"> ・M&A支援ユニットのリリース ・自社のM&A戦略を推進する組織の組成
		PMI組織の機能		<ul style="list-style-type: none"> ・営業/ビジネス開発のPMI支援のリリース ・自社のPMI専門組織の立ち上げ
		AIを実装した会計SaaSのリリース		<ul style="list-style-type: none"> ・新設法人や中小企業向けにAIを実装した会計SaaSを開発 ・各ユニット提案のクロスセル軸として展開

受注件数向上の方程式

総受注件数の増加における方程式を下記の計算式で定義し、各項目の向上をはかる



① ユニット
商談数増加

チャンネル毎のアポイント取得を最適化

受注率×アポ取得最大数をチャンネル毎に出し、それぞれのアポ数を引き上げ、新たな商談取得チャンネルも増やしていく



アウトバウンド

■ 活動効率の向上

CRMデータを基にAIが商談化率を算出し、優先度順にリストを自動生成。時期改め先や資料送付先をAIで自動抽出、不通先調査でリスト効率を改善。

■ 活動量の増加

受付通過くん、AI架電くんなどのAI架電を駆使して、総合的な活動量を増加させる。AI自体の品質も最重要ミッションとして取り組みを継続する。



インバウンド

■ 広告効果の検証の最速化

流入経路ごとの成約率・単価を自動解析し、週次で広告バナーなどをAIで生成し、広告効果の検証速度を最速化し、CPAの最適化を行う。

■ 大量の広告検証

AI制作くんで広告のABテストを自動化。業界・課題別の訴求パターンを大量に生成し、効果検証。CPA改善と商談拡大を実現。



オフライン

■ 交流会・イベント情報の把握×投下人数

全国の交流会・展示会をデータ化し、参加者属性を解析。グループ会社のフィールドワーカーを活用し、交流会、イベントなどに参加をし、商談機会の取得を実施する。

新たな
商談取得
チャンネルを
構築

新設法人向けチャンネル

新設法人向けに通信・業務インフラを無償提供し、代わりに商談回数を担保する新モデルを構築。



自社メディア活用型チャンネル

自社で運営するWebメディア視聴者経由のリード獲得施策を新チャンネルとして展開。

新規 & 追加
② ユニット
受注率増加

営業人材の育成

ナレッジ・スキル・マインドの掛け算で営業力を強化し、商談における受注率を向上させる。



ナレッジ

■ ユニット毎のナレッジ

ユニット毎の成功商談を分析し、業種・テーマ別の勝ちパターンをAIが営業資料化。反論・成果トークを共有し、ユニット毎の勝ちパターンをナレッジ化。

■ 顧客のナレッジ

アプローチ、商談の履歴や顧客属性を一元管理し、提案精度を強化。顧客毎の経営課題や意思決定構造を可視化し、受注率を最大化する。



営業スキル

■ 提案力の標準化

AIロープレで営業プロセスを自動評価し、個別フィードバックを実施。全社員が最短で提案できる教育体制を構築。

■ ユニット提案の高度化

複数ユニット商談を仕組み化し、1社複数提案を促進。AIが課題に応じユニットを自動提案し、ソリューション力を強化。



マインド

■ 営業マインドのセット

営業を「販売」から「貢献」へ再定義。顧客成長に寄り添う提案を重視し、課題解決型の営業姿勢を全社に浸透。

■ 顧客（経営者）の マインドの理解

経営層への分析を通じて、経営者の思考を体系的に理解。フィードバックを循環させ、経営者特性の可視化と共有を進める。

新規 & 追加
② ユニット
受注率増加

付加価値の向上

既存ユニットの強化と新ユニットの開発を行い、付加価値を高め、貢献価値を最大化。



既存のユニットへの 付加価値向上

■ 原価率を変えずに活動量を増加

ユニットそれぞれのサービス内容を原価率を変えずに、AIを活用して活動ボリュームを増やせるように取り組みを進める。AIによる架電やAIによる制作などを既存のユニットの提供サービスに含め、顧客への活動量を増やしていく。

■ 横断的に顧客状況を把握し、支援する

既存ユニットを活用頂いている顧客とのコミュニケーションを全社で横断的に把握出来るようにし、顧客状況を5段階に分類。アラートが発生している企業に対しては専門組織によって、確実にフォロー&リカバリが出来るように実施する。



追加ユニットの開発

■ データ起点によるユニット開発の実施

顧客とのMTG時に把握した業務課題をデータ化し、市場性と自社リソースを分析。上限原価率を設定し、新たな業務支援ユニットを開発。

■ 検証とナレッジ展開による強化

業務支援ユニットリリース前にテストマーケで受注率、効果性を検証し、一定の再現性が担保出来た後に正式リリース。勉強会を通じて全社にノウハウを共有。



3 追加ユニット
提案取得増加

顧客満足度の向上 × MTG対応のマンパワー増強

顧客状況を独自の方法で分類し、満足度を上げる最適な提案を実施。
同時に顧客とのMTG自体の対応数を増やすため、クラウドワーカーを積極活用



追加ユニット提案取得機会の最大化



顧客満足度の向上

■ 顧客満足度を5分類し、最適提案を実施

全顧客の状況を、顧客満足度を測る独自のステータス「信頼→安心→期待→疑念→不信」を5つに分類し、「安心、信頼」という上位2つのステータスに至るための取り組み、施策を網羅的に走らせていく。

MTG対応の
マンパワー増強

■ クラウドワーカーの活用・育成

顧客MTG対応数を拡大するため、ビジネスでのMTG経験があるクラウドワーカーをソリューションパートナーとして採用・育成し、提案取得まで担う体制を構築。

CRMの構築


顧客データベースを新たに再構築し一元管理することで、営業・支援・事業開発において活用していく

各フェーズの顧客データを投入&一元管理

リード


商談

受注～支援




営業・提案力UP

- アポイント取得率の向上
- 顧客への営業プランの制度向上




事業開発力UP

- 新ユニットの開発
- ユニットの付加価値の向上




NEW

CRM



- アプローチ結果
- 営業日報
- 営業分析・施策
- 顧客状況
- 受注・契約情報 など



支援効率UP

- 顧客状況の見える化による支援効率化
- 顧客毎の課題を横断的に把握



人材育成力UP

- ナレッジの共有
- 業務進捗の管理

AIの開発・活用

各業務において継続的にAIソリューションを開発・活用し、生産性を向上させることで費用を最適化していく。



AI受付通過くん& AI架電くん

今期の状態

- 通過率：人の半分
- アポイント率：1/3

来期の状態

人と同水準以上の
成果を目指して
取り組む



AI制作くん

今期の状態

- LPやバナー制作が
メイン

来期の状態

Webサイト、
Webメディア、
業務システムのUI
なども対応可能に



AI開発くん

今期の状態

- リリース完了

来期の状態

各プロジェクトの
保守などもAIにて実施
し、開発費用の最適化、
効率化に取り組む



AICSさん [メンバーズ内]

今期の状態

- 顧客対応をする
CSAIを実装

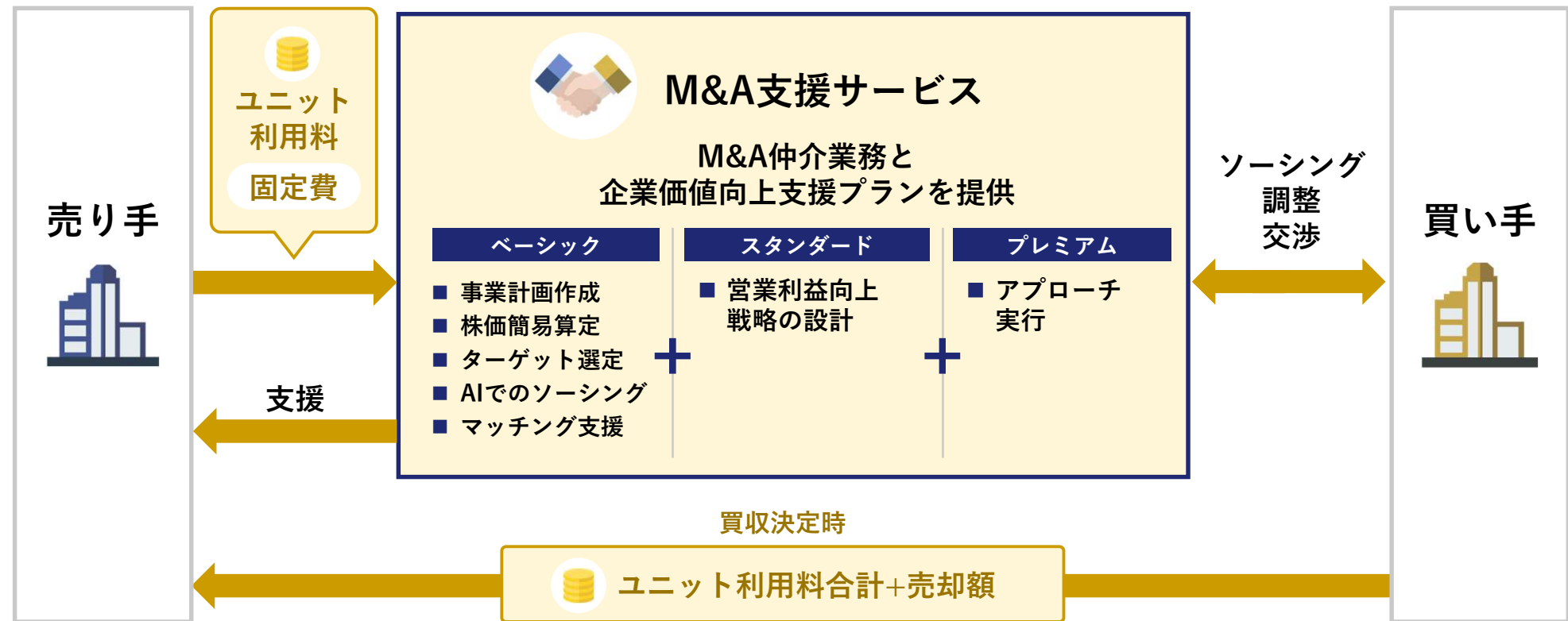
来期の状態

顧客対応だけではなく、
タスク入力、指示を
全てAIが実行。
顧客提供も実施

M&A支援事業の立ち上げ

中小企業のM&A
仲介における問題

☑ 赤字企業が多い ☑ 労力は変わらない ☑ 得れる報酬は少ない



潜在的な需要の高まっている中小企業のM&A市場の開拓へ

PMI組織の機能

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

今期取り組み



PMI支援

アイドマで
M&Aした
企業

PMI支援

M&Aを実施する会社を
PMI専門チームが支援

- ☑ 業務支援
- ☑ 売上向上支援
- ☑ クラウドワーカー活用支援など

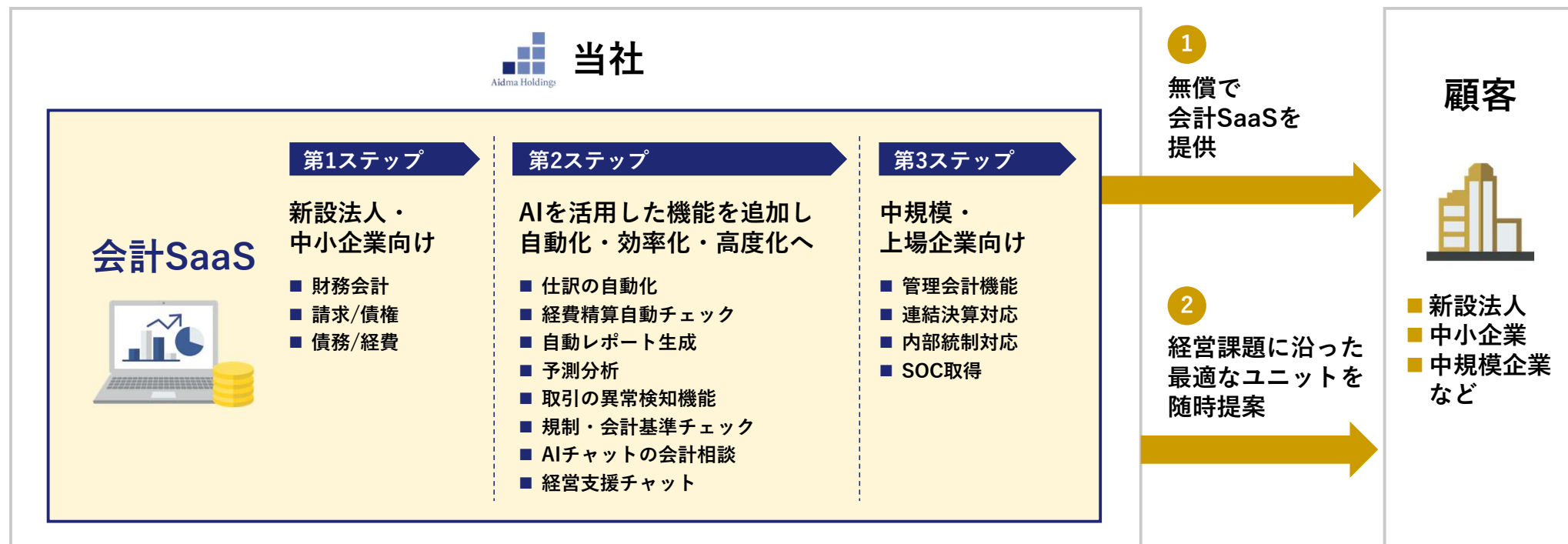
将来的に

M&Aを
する企業



新設法人・中小企業向け会計SaaSのリリース

新設法人や中小企業向けにAIを実装した会計SaaSを開発&無償提供し、様々な追加ユニットのドアノックに繋げる



様々なユニットの提案軸として活用が期待できる [一例]

バックオフィス支援ユニット

経理支援ユニット

クラウドワーカー活用支援ユニット

営業支援ユニット

新たな顧客開拓、新たな価値創造、既存顧客へのクロスセル機会の創出につながる

2026年8月期 通期 業績見通し

- 営業支援、人材支援ともに、継続的に受注件数の増加、売上成長を見込む
- 先行投資は2026年も継続実施する予定であり、営業利益率は、2025年8月期の実績値と同水準を見込む

		2024年8月期 (前期実績①)	2025年8月期 (当初予想②)	2025年8月期 (実績③)	2025年8月期 (②/①当初予想比)	2026年8月期 (業績予想④)	2026年8月期 (④/③予想比)
売上高	営業支援	7,168	8,370	8,795	+16.8%	10,592	+20.4%
	人材支援	3,164	3,970	3,924	+25.4%	5,679	+44.7%
	その他	285	660	549	+131.2%	729	+32.7%
	売上高合計	10,618	13,000	102% → 13,269	+22.4%	17,000	+28.1%
営業利益		2,468 (23.2%)	2,900 (22.3%)	107% → 3,102 (23.4%)	+17.5%	4,000 (23.5%)	+28.9%
経常利益		2,468 (23.2%)	2,850 (21.9%)	3,193 (24.1%)	+15.4%	4,000 (23.5%)	+25.3%
親会社に帰属する 当期純利益		1,425 (13.4%)	1,650 (12.7%)	118% → 1,954 (14.7%)	+12.7%	2,300 (13.5%)	+17.7%
受注件数	営業支援	3,154件	3,720件	4,591件	+17.9%	5,700件	+24.2%
	人材支援	1,790件	2,150件	2,920件	+20.1%	3,700件	+26.7%

業績報告まとめ

2025年8月期 第4四半期業績

営業支援の受注件数が大きく伸長、将来成長に向けた先行投資も積極的に実施

- 売上高 3,626百万円（前四半期比：+26.9%）
- 営業利益 796百万円（前四半期比：+33.5%）
- 営業支援受注件数 1,330件（前四半期比：+61.4%）

2025年8月期 通期業績

24/8月期比で売上高、営業利益ともに25%超の成長を実施

- 売上高 13,269百万円（24/8期比：+25.0%）
- 営業利益 3,102百万円（24/8期比：+25.7%）

2026年8月期 業績見通し

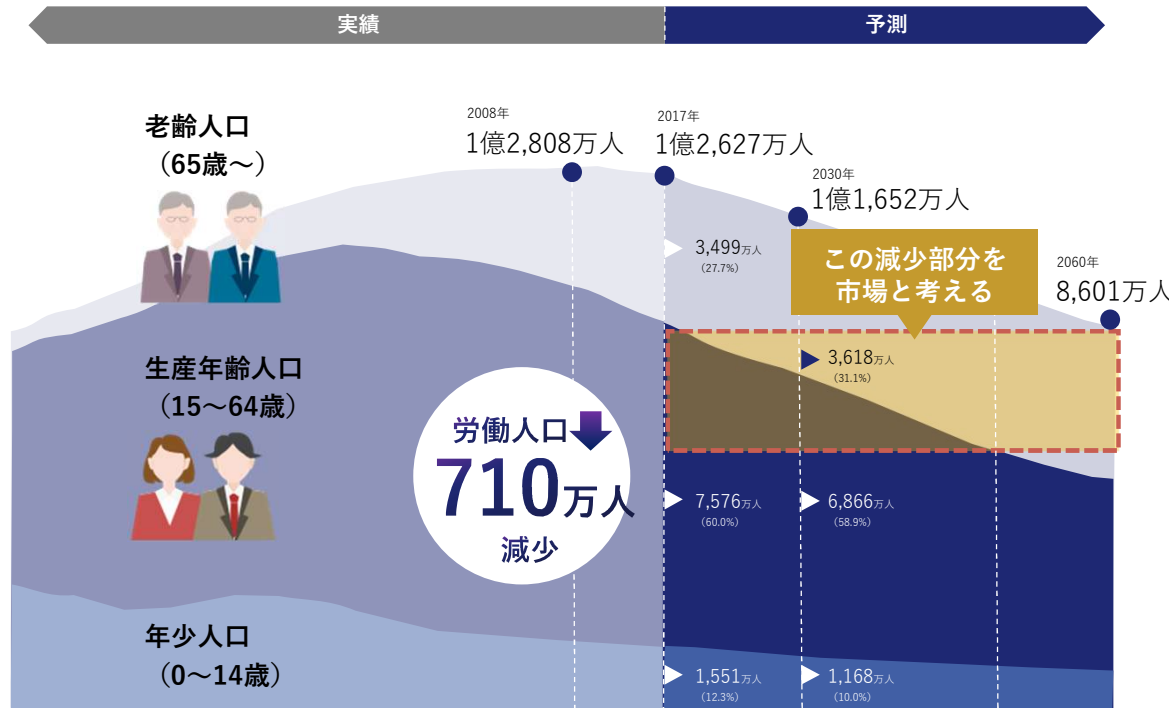
25/8月期比で売上高、営業利益ともに前年比28%増を見込む

- 売上高 17,000百万円（25/8期比：+28.1%）
- 営業利益 4,000百万円（25/8期比：+28.9%）

市場機会の可能性

労働人口減少によって、必然的に伸びていく業務支援とDXのニーズ

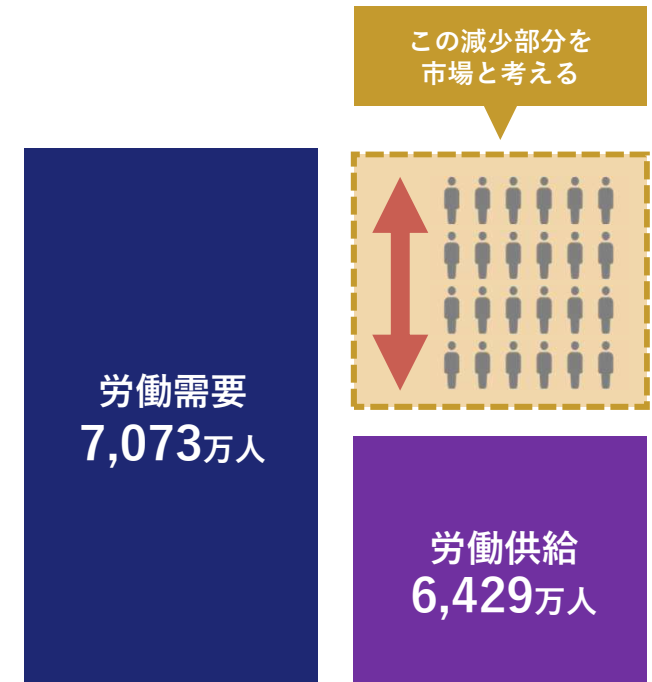
将来推計人口



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

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2017）」

2030年に想定される労働人口



※失業者61万人を除く

出所：株式会社パーソル総合研究所「労働市場の未来推計2030」

代表挨拶



株式会社
アイドマ・ホールディングス
代表取締役 三浦 陽平

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

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

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

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

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

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

サービス一覧



Sales Platform

営業支援サービス

Sales Platform

営業支援会社が生み出した営業ツール&コンサルティングサービス



営業支援サービス

Sales Crowd

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



人材支援サービス

Crowd Members

クラウドワーカーを活用した組織構築&経営サポートサービス



営業支援サービス

BIZMAPS

国内最大級の企業データプラットフォーム



営業支援サービス

Urikata

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



その他サービス

meet in

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



その他サービス

MEMBER-S

すべての働く人と企業をつなぐ、タスク&生産管理ツール



人材支援サービス

mama works

「時間」や「場所」を自由に選択。主婦のためのクラウドワーク求人応援サイト



営業支援サービス

Online Sales Lab.

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



営業支援サービス

Crowd Calendar

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

最後に

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

創業以来、17年間、営業支援・業務支援を中心に事業を展開する中で、
数多くのサービスのリリース、改善、プロダクトの機能開発を行ってまいりました。

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

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

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

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

本資料の取り扱いについて

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。
これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。
様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは
日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は、本決算後11月に開示予定です。