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

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

2026.11.27

CONTENT

目次

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

Section 1　会社概要・事業内容

Section 2　主力サービス

Section 3　2026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　2027年8月期　成長戦略

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

1 会社概要・事業内容

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

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 meguro 5F
資本金	1,075百万円(2026年8月末現在)
従業員数	正社員：434名 2026年8月末現在（連結ベース） 業務委託：3,264名 2026年8月末現在（当社単体）
証券コード	7373

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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

SalesCrowd 営業支援プラットフォーム「Sales Crowd」開発に着手

ママワークス mama works 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

meet in 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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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

61%

Sales Platform　Sales Crowd

人材支援
サービス※2

売上比率（単独）※4,5

34%

ママワークス mama works

ReWorks for worker　株式会社メイクプイホールディングス

その他
サービス※3

売上比率（単独）※4,5

5%

meet in　CXOバンク

マークメディア

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

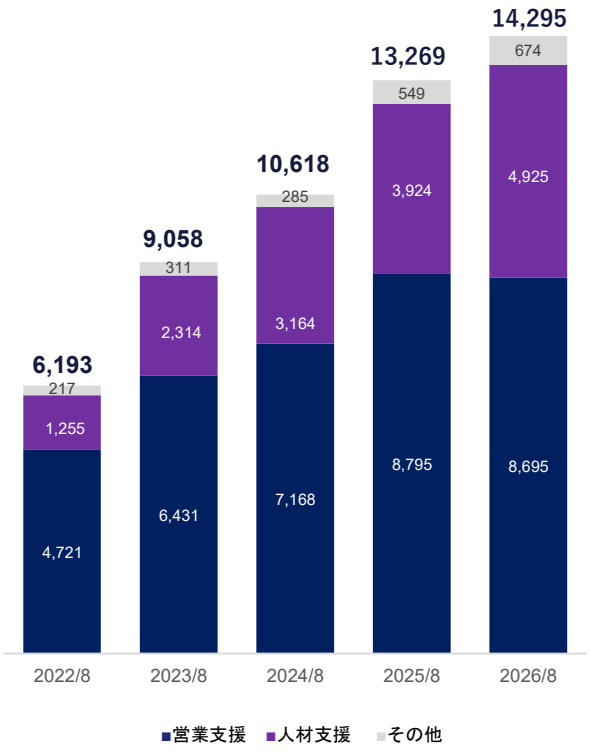
※1：中小企業を中心に新規開拓営業の支援を、営業DXツール、クラウドワーカーを活用したアウトソーシング、コンサルティングの3つの軸を活用し総合的に実施するサービス
※2：クラウドワークに特化した求人サイトを運営。クラウドワーカーを活用した業務の実現を支援するため運用フロー構築のコンサルティングを実施
※3：インターネット環境のあるデバイスを活用し、オンライン上で対面で相手先とコミュニケーションを取る事が出来るオンラインMTGツール（meet in）等
※4：売上比率は2026年8月期
※5：営業支援サービス提供時に、人材支援サービスのママワークスに登録しているクラウドワーカーの活用、その他サービスの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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

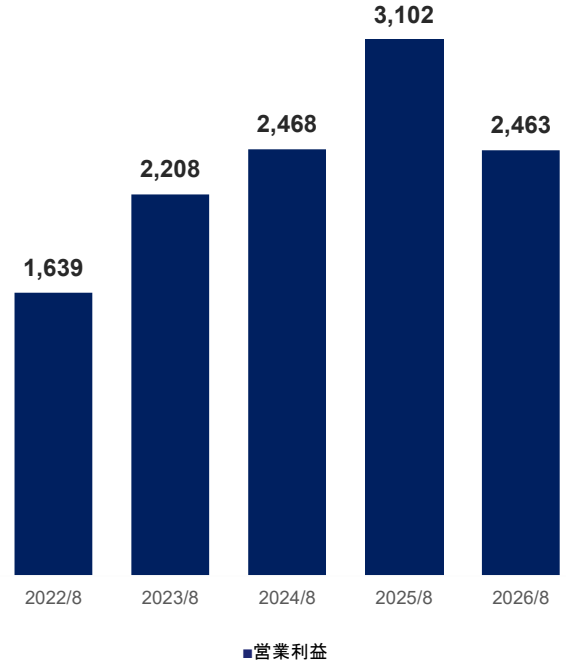
主要KPI推移

■上場来の増収は継続。一方、受注基準の厳格化により営業支援の受注件数は減少

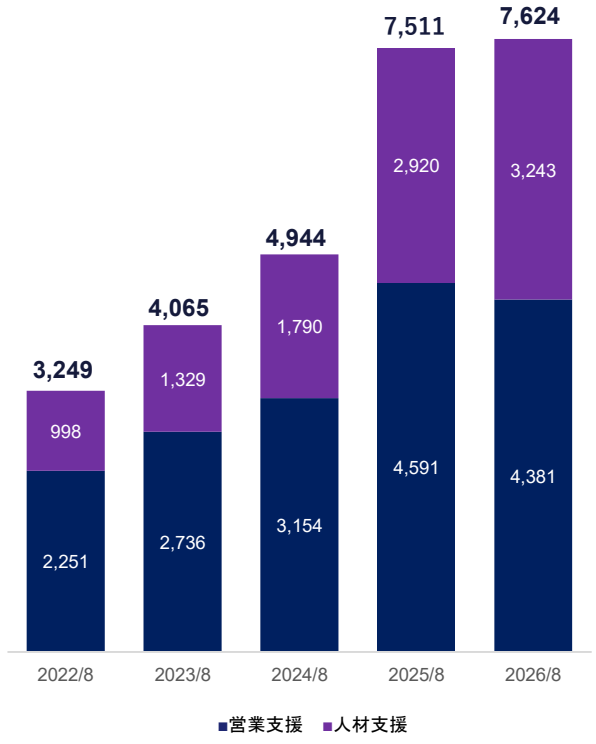
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



受注件数 (件)



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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

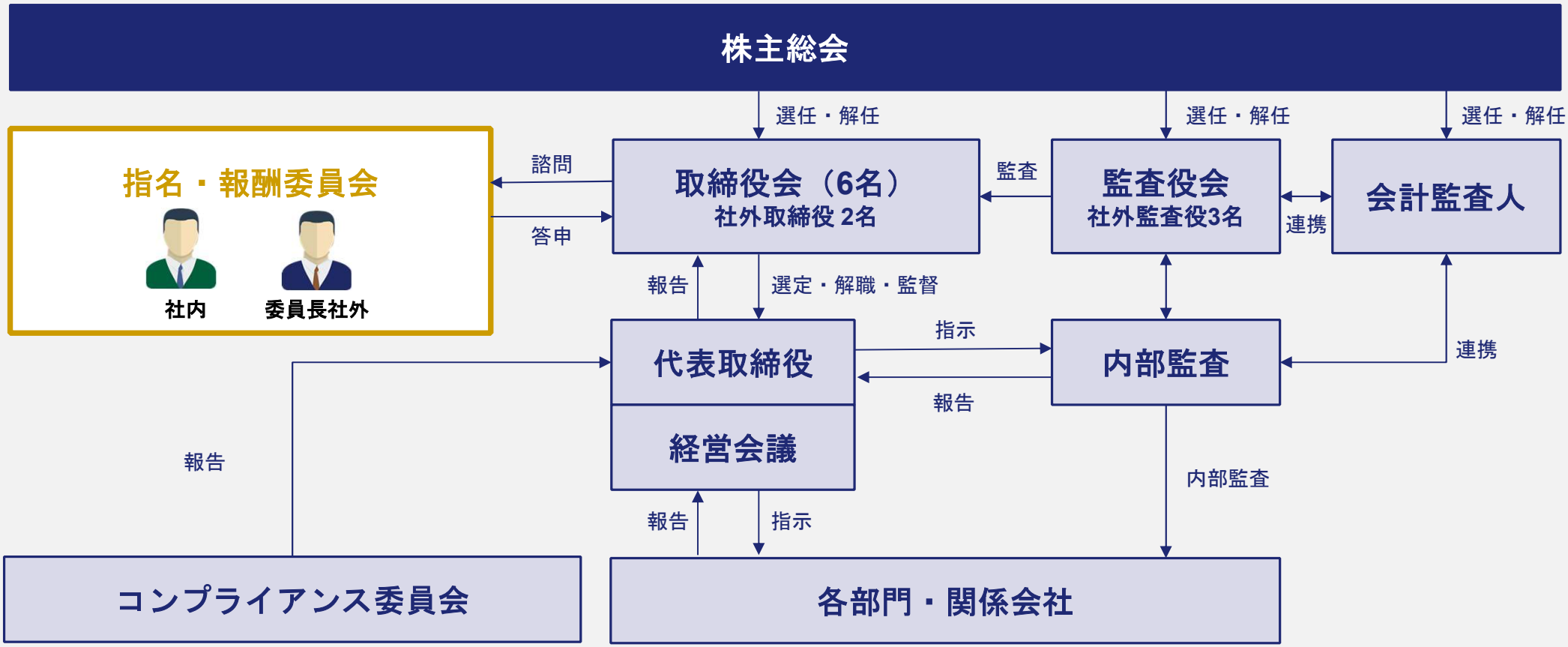
**各自治体（※）と
地方創生に関する
包括連携協定を締結**

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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

コーポレート・ガバナンス体制の強化

- 企業価値向上を目指し、コーポレート・ガバナンスの更なる強化、経営の透明性・客観性確保に取り組む。
- 社外取締役が委員長及び過半数を占める任意の指名・報酬委員会を23年4月設立。



※：2026年8月末現在

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

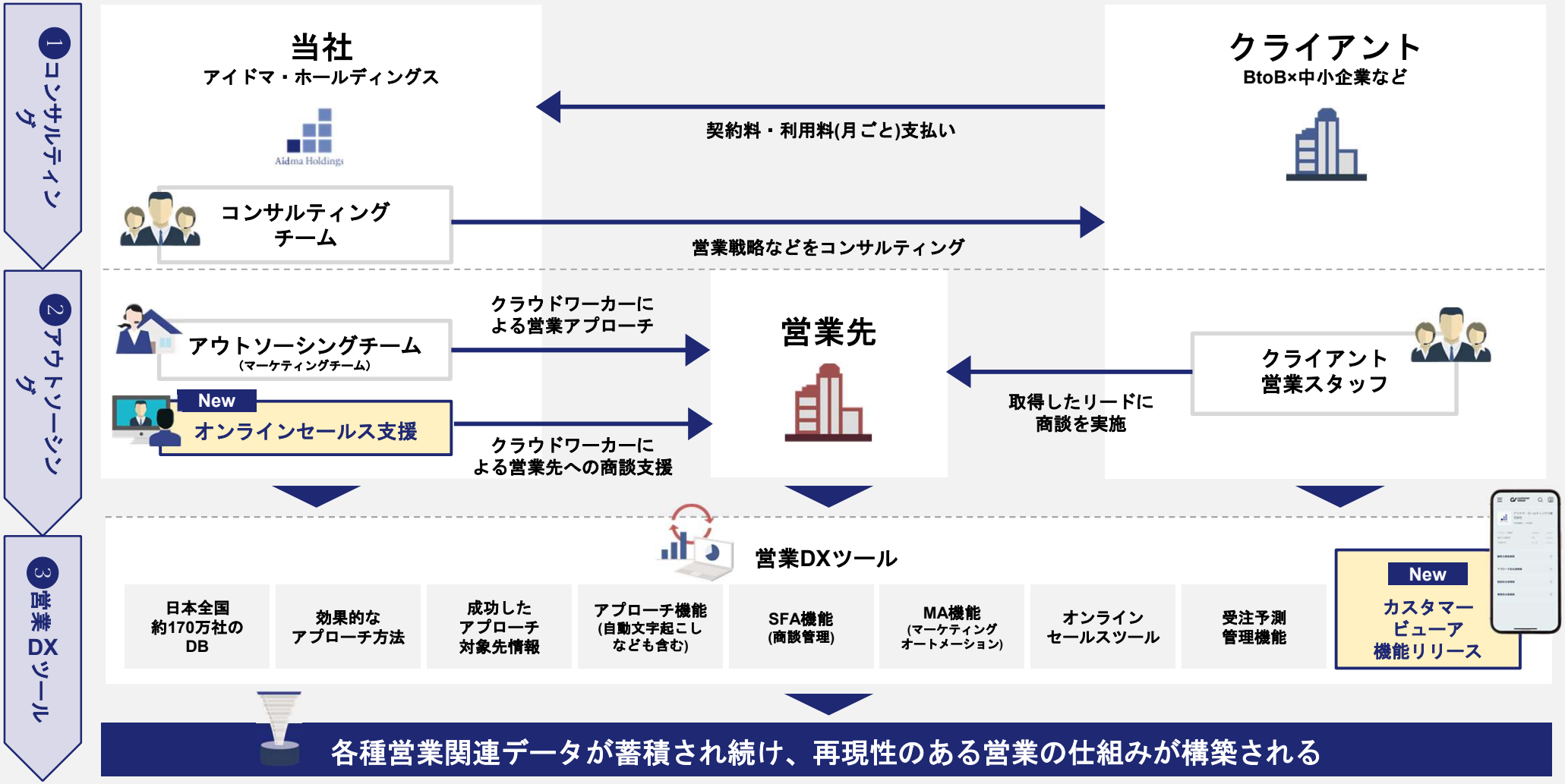
2 主力サービス

株式会社アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

営業支援サービス | コンサルティング | アウトソーシング | 営業DXツール

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。



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

営業支援サービス

コンサルティング ＞ アウトソーシング ＞ 営業DXツール

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。

1 リスト作成機能


国内最大級の法人データベース

・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

2 自動アプローチ機能


マルチチャネルアプローチ

・電話　・DM
・FAX　・フォーム
・メール　・手紙

3 自動分析機能


リアルタイムで結果分析

・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

4 SFA


リード情報の一元管理

・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

5 マーケティングオートメーション


自動でリードナーチャリング

・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

6 リモート商談機能


生産性劇的向上

・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

Sales Crowd

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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

営業支援サービス

営業支援事業の顧客分布

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することが可能。

常に
鮮度の高い
法人情報

対象

BtoB×中小企業

営業対象は「事業会社」

対象外

BtoC×中小企業

営業対象が「一般消費者」

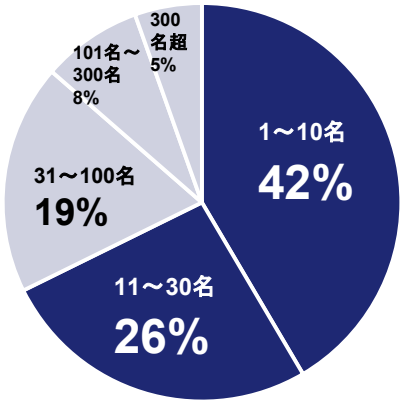
当社サービス累計提供企業数

約21,000社

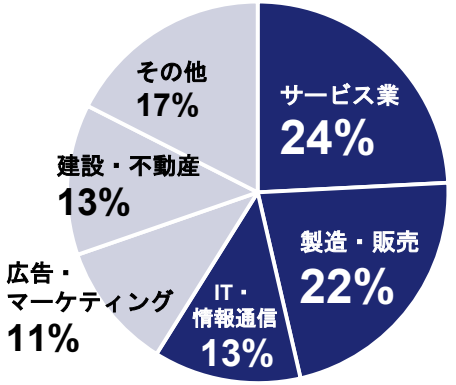
全国の中小企業
(10～99人)

約62万社※1

顧客規模別分布



当社サービス提供顧客別業種分布



※1：総務省統計局「令和3年経済センサス」をもとに当社作成

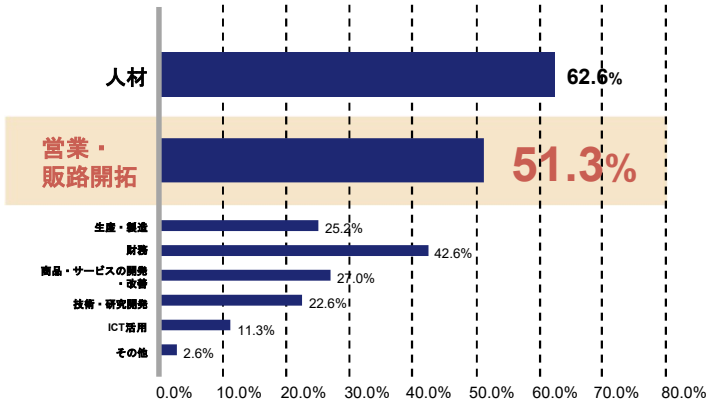
Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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。

中小企業が重要と考える経営課題



参考資料：(株)野村総合研究所「中小企業の経営課題と公的支援ニーズに関するアンケート」

経営者が抱えるよくある悩み

- 営業活動に必要なリソースが整っていない
- 営業部門がない
- 社長自らトップセールスしている
- 組織的なセールスができない



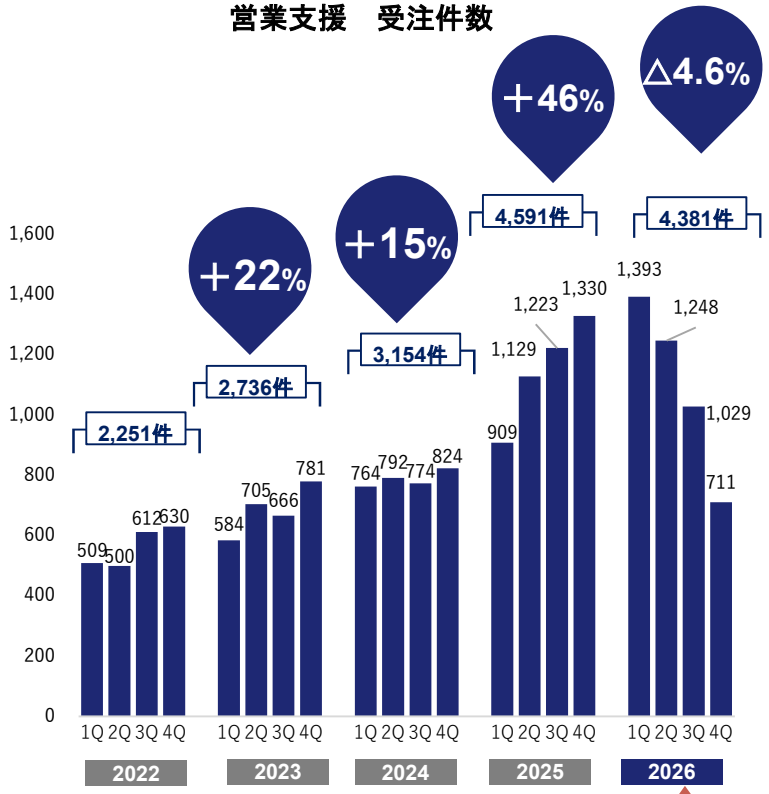
非常に大きな課題感(市場)

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

営業支援　受注件数



受注件数の拡大よりも早期支援開始・売上転換を重視

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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」。

クラウドワーカー



登録会員数

79万人突破

(2026年8月末)



無料オンライン講座

登録している会員に向けて、スキルアップのための充実したオンライン講座を無料で提供

ママワークス

ママワークス mama works

「クラウドワーク」に特化した求人サイト



収益モデル	月額課金：掲載日数×掲載料

Crowd Members

在宅構築支援

収益モデル	月額課金：月額契約金額×利用社数(期間：13ヶ月)

業務支援コンサルタントがクラウドワーカー活用を徹底サポート。クラウドワーカーとの協業経験がない企業に対して、組織戦略の助言から、採用サポート及び業務の安定運用までを支援

企業

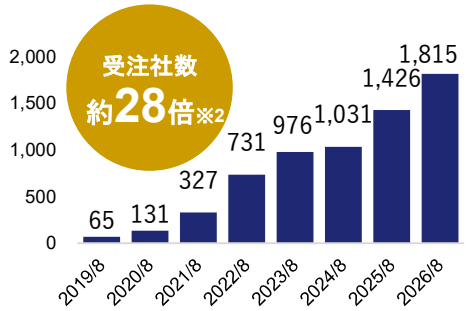


導入実績

6,502社※1

(2026年8月末)

在宅構築支援受注件数



※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年8月期と2026年8月期の比較

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

人材支援サービス

累計会員数合計
16万人超

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５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5年で
会員数は約16万人に！

リブランディングを実施

リモートワークの
「正社員」求人のみに特化

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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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	ハイスペック人材
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

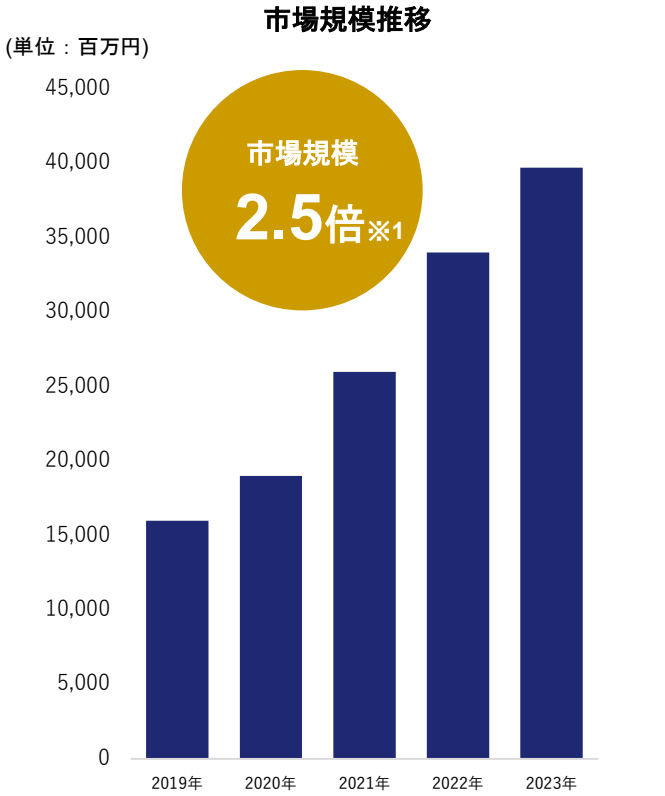
ローンチ
約5年で

副業希望人材登録数
約40,000人

部長以上の役職
約30%

副業支援プラットフォーム（4分野計）

市場規模推移



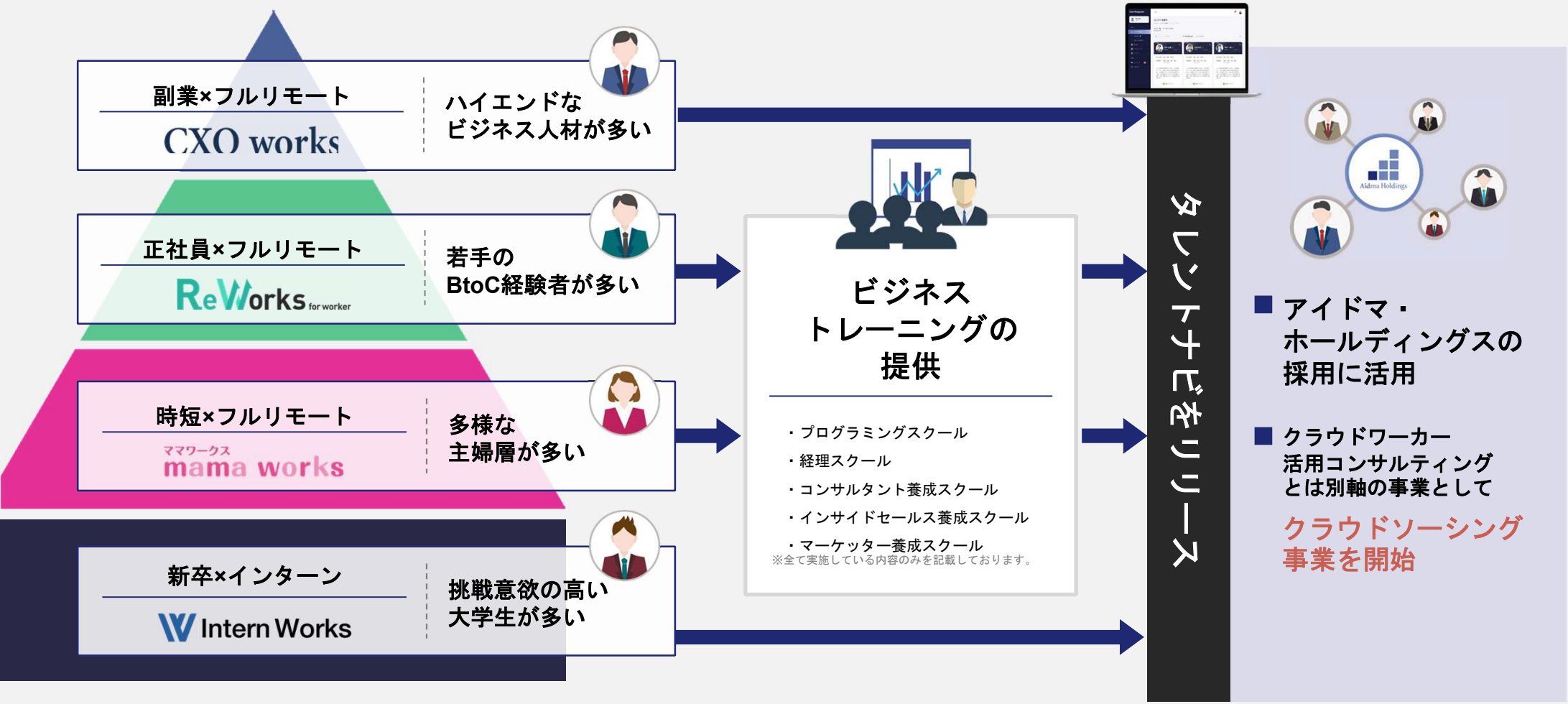
参考：㈱矢野経済研究所「副業支援プラットフォーム市場に関する調査」
※1:2019年から2023年

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

人材支援サービス

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。



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

各種サービス

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	・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	**・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	・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	**・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	・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	**・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** **・地代家賃や間接経費がかからず、人件費の最適化が可能**
	2	・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	**・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	・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	**・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	・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	**・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**

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

3

2026年 8月期

通期 業績ハイライト

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

エグゼクティブサマリー

売上高は前期比+7.7%の142.9億円と増収を継続し、修正計画を2.1%上回って着地。
営業利益は24.6億円（修正計画比+12.0%）、受注基準の厳格化により、受注が確実に売上となる事業構造へ移行

売上高
14,295百万円
前期比 +7.7%
修正計画比 +2.1%

営業利益
2,463百万円
前期比 △20.6%
修正計画比 +12.0%

営業支援
受注件数
4,381件
前期比 △4.6%
修正計画比 △0.4%

人材支援
受注件数
3,243件
前期比 +11.1%
修正計画比 +1.3%

	期初予想	修正計画（7/10）	実績	修正計画比	前期実績	前期比
売上高	170.0億	140.0億	142.9億	+2.1%	132.7億	+7.7%
営業利益	40.0億（23.5%）	22.0億（15.7%）	24.6億（17.2%）	+12.0%	31.0億（23.4%）	△20.6%
当期純利益	23.0億	12.0億	15.5億	+29.3%	19.5億	△20.6%
受注件数（営業＋人材）	9,400件	7,600件	7,624件	+0.3%	7,511件	+1.5%

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

エグゼクティブサマリー

第3四半期に公表した「業績予想の下方修正」「規律ある営業活動・経理管理機能の強化」、「顧客層別のサービス展開」における進捗

1 業績予想の下方修正とその要因

［7/10公表］

期初計画比 売上

△30億円

期初計画比 営業利益

△18億円

主因

個人事業主、個人経営層の比率上昇に伴う売上転換率の低下と貸倒引当の計上

今後の方針

収益性・売上転換率を重視した経営判断であり
事業基盤の構造的な劣化ではない

2 規律ある営業活動・経理管理機能の強化

受注計上

- 20営業日以内に支援開始する案件のみ

回収

- 前受一括払い・カード決済を標準化

与信

- AI与信DB（BIZMAPS連携）を構築

強化結果

リードタイム（通期平均）
約104日 ▶ **約69.5日**

3 顧客層に合わせたサービスラインナップの構築

3層別の価格帯を設計

- 個人経営層（3名以下）：月5～10万円
- 小規模（4～20名）：月20～30万円
- 中小（21～50名）：月50万円～

個人事業主、個人経営層向けに営業基盤を低価格で構築するサービスをリリース

新パッケージ「営業基盤構築」

受注率　約20%　約2倍

受注件数　82件

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

3つの成長戦略の進捗と評価

受注の「量」から「質」への構造転換を優先しつつ、AI・CRM・M&A体制など成長の土台を構築。
一方、受注率・追加受注・PMI/会計SaaSの顧客展開は継続課題であり、27/8期の成長戦略A・B・Cに反映 （P50参照） 。

戦略		取り組み事項	2026年8月期の進捗・成果	評価	2027年8月期への反映
1	売上の向上	新規商談数の最大化	・AIツールの無償提供と引換えに商談枠を得るモデルを開始。提供企業2,000社超・月最大約6,000件の枠を確保 ・AI架電を社内・社外向けに正式リリース	○	**戦略B**：商談枠を8,000社へ拡大し、新規商談数を約48,000件→60,000件へ
		受注率の向上	・研修「エグゼクティブプログラム」を開始、CRM機能を営業支援パッケージに搭載 ・受注率は横ばい。個人事業主層の増加を受け、受注基準を厳格化	△	**戦略A・B**：顧客層別にサービス・価格・決済を設計し、新規受注率を10%→12%へ
		追加ユニット提案取得数の最大化	・MTG運用を担うクラウドワーカーの採用・育成を開始 ・人材支援の受注件数は3,243件（前期比+11.1%） ・初月CKPI達成率は21%（目標50%）に留まる	△	**戦略C**：初月CKPI達成率50%、追加・継続の提案取得率を25%→40%へ
2	費用の最適化	CRMの構築	・営業～契約～顧客情報を一元化するCRMを開発。AIによる提案資料・見積作成機能を開発中 ・AI営業ツールのAimsales社をグループ化（26年1月）し開発体制を強化	○	**土台「AI・CRM」**：フォローAI、約2万社の支援事例を活用した提案システムを構築
		AIの開発・活用	・AI架電は成果が人の約1/3、コスト約1/7で運用開始。独自TTSの開発に着手 ・4Qの業務委託費率は22.3%（3Q比△0.3pt）と、AIによる効率化を継続	○	**土台「AI・CRM」**：AI架電で架電リソースを約50%増加、営業利益率17%台を維持
3	非連続性成長施策	M&A仲介組織の立ち上げ	・M&A支援ユニットをローンチし、2Qから提案を開始 ・自社M&A：Aimsales社のグループ化、「ALL-IN」等の事業譲受を実行	○	M&A支援ユニットの提案を拡大。自社M&Aは投資規律を維持しつつ継続
		PMI組織の機能	・PMI組織を社内に組成し、自社グループのシナジー創出を推進 ・顧客向けPMI支援は再現性の確立後にリリース予定（未リリース）	△	自社グループでの実績を型化し、顧客向けサービス化を推進
		AIを実装した会計SaaSのリリース	・クラウドERP「ALL-IN」を事業譲受（25年12月）し、自社開発より早期に基盤を確保 ・当社顧客への無償提供と「経営SaaS」化に向け開発中	△	既存顧客への提供を開始し、追加ユニット提案のクロスセル軸として展開

評価　◎ 計画を上回る　○ 概ね計画どおり　△ 一部未達・継続課題　　※ 評価は当社による自己評価。各KPIの詳細はP.28・32、2027年8月期の成長戦略はP.50以降をご参照ください。

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

業績サマリー

■売上高は前期比7.7%の増収。貸倒引当金や人件費等の販管費増加により営業利益は同20.6%の減益となるも、
修正計画比では12.0%上回って着地

単位：百万円	25年8月期	26年8月期				
	実績	期初予想	修正予想	実績	前期比	修正計画比
営業支援	8,795	10,592	8,679	8,695	△1.1%	+0.2%
人材支援	3,924	5,679	4,680	4,925	+25.5%	+5.2%
その他	549	729	641	674	+22.8%	+5.1%
売上高	13,269	17,000	14,000	14,295	+7.7%	+2.1%
売上総利益	9,269 (69.9%)	-	-	9,840 (68.8%)	+6.2% (△1.1pt)	-
販売費及び一般管理費	6,167 (46.5%)	-	-	7,376 (51.6%)	+19.6% (+5.1pt)	-
営業利益	3,102 (23.4%)	4,000 (23.5%)	2,200 (15.7%)	2,463 (17.2%)	△20.6% (△6.2pt)	+12.0% (+1.5pt)
経常利益	3,193 (24.1%)	4,000 (23.5%)	2,200 (15.7%)	2,472 (17.3%)	△22.6% (△6.8pt)	+12.4% (+1.6pt)
親会社株主に帰属する当期純利益	1,954 (14.7%)	2,300 (13.5%)	1,200 (8.6%)	1,551 (10.8%)	△20.6% (△3.9pt)	+29.3% (+2.3pt)

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

原価・販管費率の構成割合比較

■ 人員増強に伴う人件費、貸倒引当金及びのれん償却費等の増加により、営業利益率は前期比で低下

✓ 受注・回収規律の強化により、貸倒関連費用の低減を見込む

✓ 継続的な人員増強を実施し、来期の収益性向上につなげる

✓ AI活用の拡大により、業務委託費の更なる効率化を推進

勘定科目	分類	2025/8月期 年間（累計実績）	2026/8月期 年間（累計実績）	差額 25/8 vs 26/8
売上		100.0%	100.0%	
売上原価		**30.1%**	**31.2%**	**+1.1pt**
業務委託費	戦略 運用	22.3%	22.5%	+0.2pt
その他	戦略	7.9%	8.6%	+0.7pt
販売費及び一般管理費		**46.5%**	**51.6%**	**+5.1pt**
人件費	戦略 運用	20.5%	21.0%	**+0.5pt**
採用費	戦略 運用	1.3%	1.1%	**△0.2pt**
広告宣伝費	戦略	5.6%	6.6%	**+1.0pt**
支払手数料	戦略 運用	6.4%	3.1%	**△3.3pt**
地代家賃	運用	1.9%	1.9%	**0.0pt**
のれん償却費	戦略	1.6%	3.0%	**+1.4pt**
通信費	運用	1.9%	2.1%	**+0.2pt**
その他	戦略 運用	7.2%	13.0%	**+5.8pt**
営業利益		**23.4%**	**17.2%**	**△6.2pt**

人員増強を実施、
来期以降の生産性・収益性向上
へ繋げていく

紹介案件の精査等により
支払手数料を最適化
支払手数料関連費用を見直し、
全体としてコストを低減

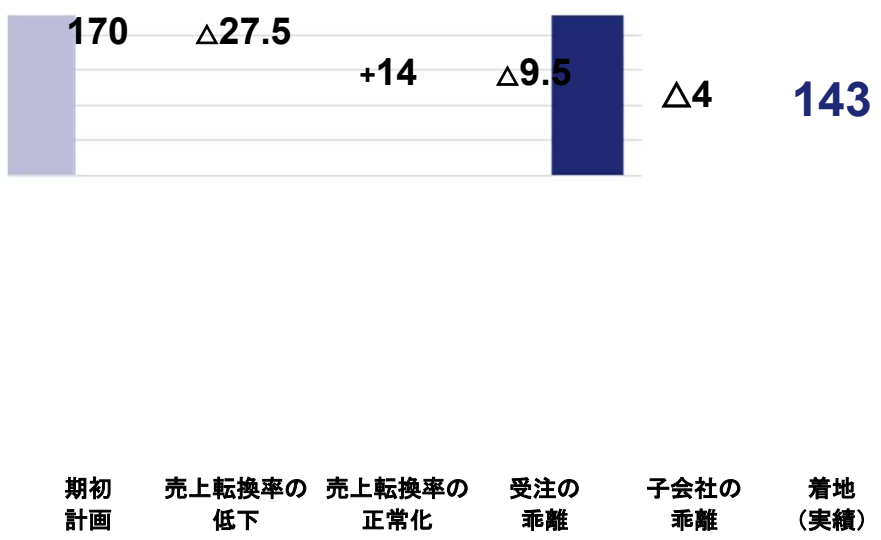
貸倒引当金等の
費用増により「その他」が上昇
受注・回収規律の強化
により、来期以降の低減を
見込む

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

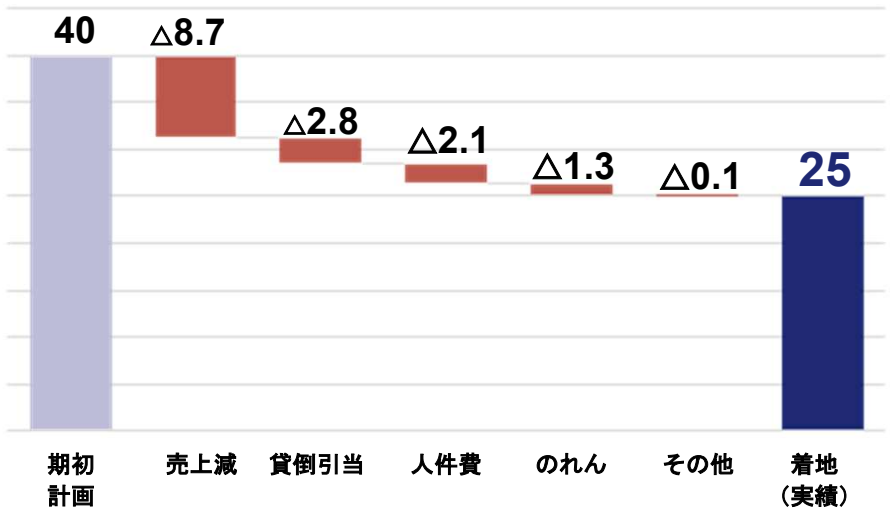
期初計画から通期実績までの増減要因

期初売上計画170億円に対し、売上転換率の低下等を主因として、通期実績は約143億円で着地。
営業利益は、売上減に加え、貸倒引当金・人件費・のれん償却費等の増加により、期初計画40億円に対し約25億円で着地。

売上高 (億円)



営業利益 (億円)

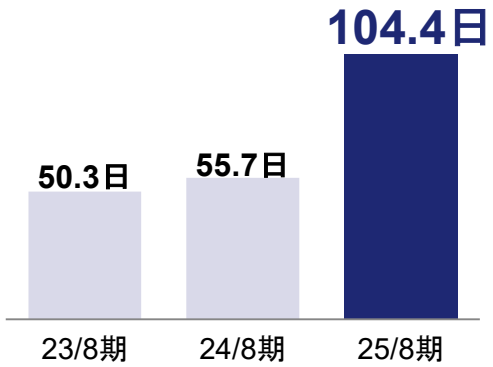


Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

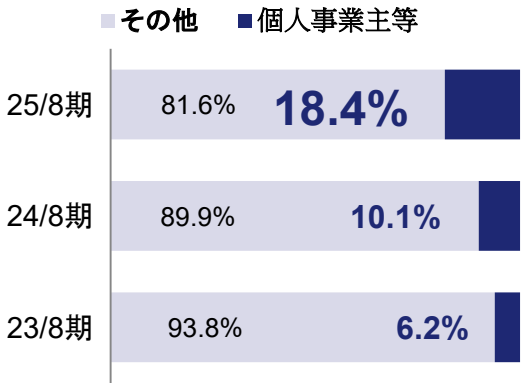
下方修正の原因

25/8月期、また26/8月期の上期に個人事業主・個人経営層の受注比率が上昇し、支援開始までのリードタイムが倍増。
支援未着手率の増加が売上計上を遅らせ、更に未収も発生。貸倒引当率が大幅に上昇したことにより、計画の修正を実施

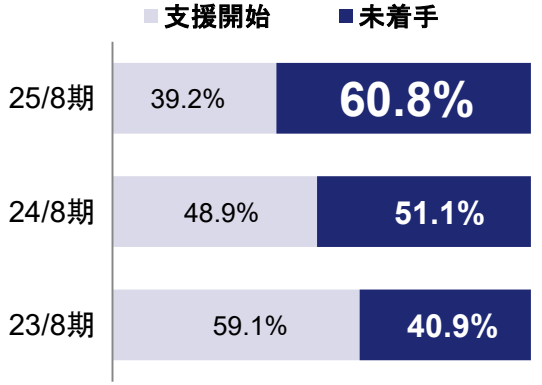
全顧客のリードタイムの推移



個人事業主・個人経営層の割合



個人事業主・個人経営層の未着手率、売上未転換率



構造的要因

❶受注から支援開始までの長期化

契約開始時期が一定程度先の案件も受注計上が出来る状態になっていた

❷回収条件・決済手段の課題

請求書発行のみの支払手段となっており、支払い忘れや未収時に連絡が取れないなどの事象が発生

❸与信管理体制の強化余地

個人事業主、個人経営層の支払余力を事前に評価する仕組みがない

❹客層のミスマッチ

月20～30万円の商品を3名以下の層に販売。更に希望に応じて追加ユニットも提案

❺支援途中の離脱

支払余力がない企業において、支援開始後の成果実感が少ない場合、支払を頂けないケースが発生

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

原因への対策と進捗

受注・与信管理の強化により、リードタイムは28日（目標60日以下）、
未着手・未収率は5%（目標17%以下）と目標を大きく上回って改善。
一方、カード決済・一括払い比率と新パッケージ受注率は目標に届いておらず、来期の重点課題として取り組む

原因	対策（構造転換）	KPI	目標	4Q実績
① 受注から支援開始までの長期化	受注計上ルールの厳格化 （当月受注・20営業日以内に支援開始のみ計上）	支援開始までのリードタイム	60日以下	28日
② 回収条件・決済手段の課題	前受一括払い／クレジットカード決済の標準化	カード決済比率／一括払い比率	50%以上／20%以上	18%(3Q3%)／16%(3Q14%)
③ 与信管理体制の強化余地	AI与信DBの構築 （BIZMAPS連携、将来は債権保証へ展開）	支援未着手率・未収率	17%以下	5%
④ 客層のミスマッチ	顧客層別サービス （営業基盤構築 月5〜10万円 等）	新パッケージ受注率	約25%	約20%
⑤ 支援途中の離脱	CKPI（支援開始1ヶ月以内の成果）を CRM・AIで管理	初月CKPI達成率	50%	21%

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

第4四半期 業績サマリー（収益性改善）

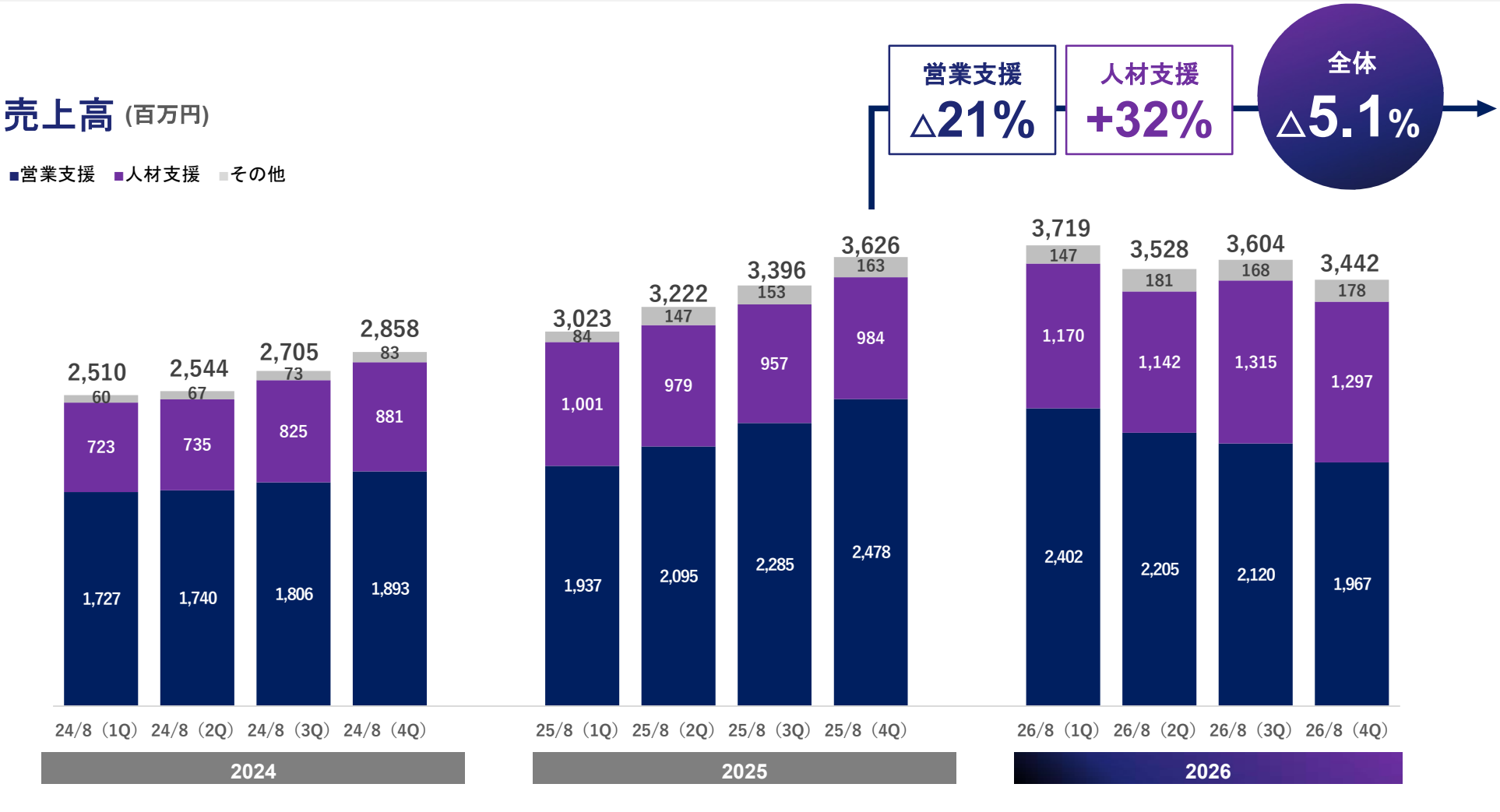
4Q売上高34.4億円、営業利益6.1億円。売上高は前四半期比4.5%減となるも、貸倒引当金の正常化などにより、
営業利益は同85.8%増、営業利益率は9.2%から17.8%へ大きく改善
また、4Qに子会社であるカイマク社の通期の人件費の一部約1.6億円(約4.7%)を売上原価（その他）費用に変更する
必要があり、当該修正を実施

	25年8月期	26年8月期			
百万円	25/8 4Q	26/8 3Q	26/8 4Q	前年同期比	前四半期比
売上高	3,626	3,604	3,442	△5.1%	△4.5%
売上総利益	2,602 （71.8%）	2,471 （68.6%）	2,247 （65.3%）	△13.6%	△9.1%
販管費	1,805 （49.8%）	2,141 （59.4%）	1,633 （47.4%）	△9.5%	△23.7%
営業利益	796 （22.0%）	330 （9.2%）	613 （17.8%）	△23.0%	+85.8%
経常利益	882	358	607 （17.6%）	△31.2%	+69.6%
四半期純利益	584	163	555 （16.1%）	△5.0%	+240.5%

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

売上高［事業別 四半期推移］

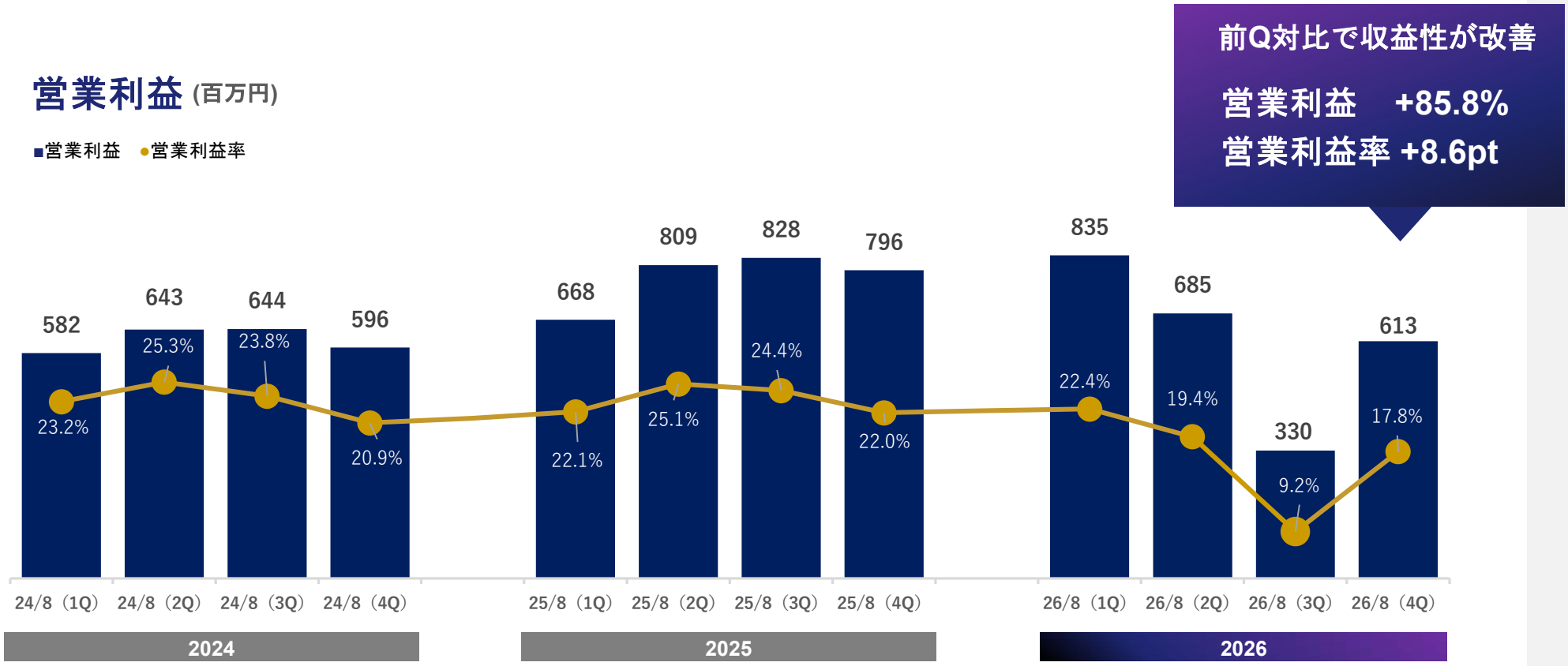
- 4Q売上高は34.4億円、営業支援の減収により前年同期比5.1%減
- 人材支援は前年同期比31.9%増と高成長を継続し、25/8月期の追加ユニットの受注が一定程度売上に転換



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

営業利益・営業利益率［四半期推移］

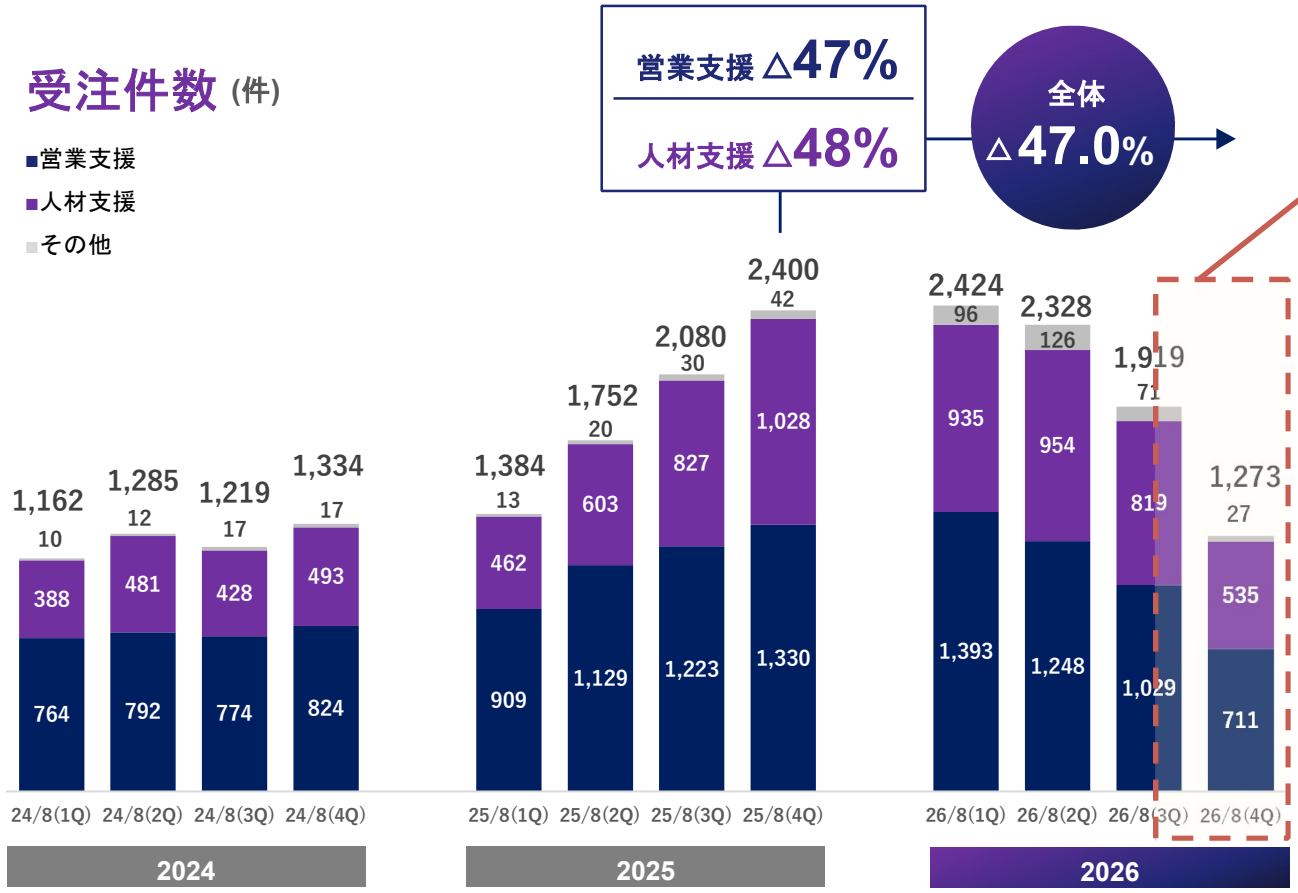
- 3Qは貸倒引当金、人件費・採用費及び一時的な広告宣伝費の増加により、営業利益率が9.2%まで低下
- 4Qは広告費用の最適化や貸倒引当金などの正常化により、営業利益率は17.8%まで回復（3Q比+8.6pt）



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

全サービス受注件数［第4四半期主要KPI推移］

- 受注基準の厳格化により受注件数は減少。一方、リードタイム短縮・売上転換率向上など、受注の質は着実に改善
- 件数の拡大よりも、受注から早期に支援開始・売上転換する収益性を重視した運営へ移行



3Qの後半より：20営業日以内の開始の案件のみ受注計上に変更

件数よりも質の向上を最優先に

受注の質の指標	25/8	26/8 4Q
リードタイム	104日	28日
受注→売上転換率	63%	95%
未着手・未収率	37%	5%
カード/一括比率	5%/14%	18%/16%

受注件数に含めていない「営業基盤構築」の4Q受注…82件

減少要因の詳細は、32ページをご参照ください。

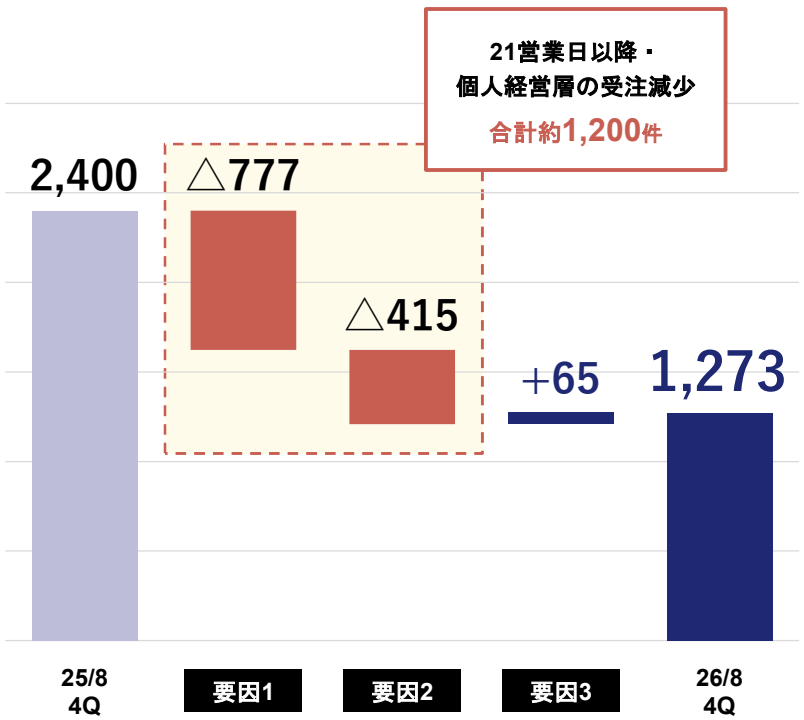
※：受注件数の「その他」は、主にmeet in、管理支援、子会社のCXOバンク社主催のCXOサミットのスポンサー件数、マーケメディア社のMarke Media Daysのスポンサー件数

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

受注件数減少の要因と今後の打ち手

- 2026年8月期4Qの受注件数は前年同期比1,127件減少。主因は、21営業日以降に開始する案件の受注抑制（△777件）と、個人事業主・個人経営層の受注抑制（△415件）
- 一方、将来の受注においても20営業日以内に支援を開始頂けるケースも増加。早期支援開始・売上転換を重視する運営への移行が完了

受注件数の増減 (前年同期比)



	減少の要因	今後の打ち手
要因1	△777件 **21営業日以降の受注の抑制** 支援開始が21営業日以降になる案件は受注に計上しない	支援開始が21営業日以降となる案件は、受注見込み案件として継続管理し、開始時期が確定した段階で受注化を図る。
要因2	△415件 **個人事業主・個人経営層の抑制** 回収リスクの高い層は一括前払いの場合のみ受注に計上	個人事業主・個人経営層向けのパッケージを構築し、将来のユニット転換を狙う。
要因3	+65件 **早期開始案件の増加等** 前倒し開始による増加などによる20営業日以内への転換など	20営業日以内に支援開始できる案件を強化し、早期支援開始・売上転換率の向上を図る

受注件数の拡大よりも、早期支援開始・売上転換につながる受注を重視

21営業日以降に開始予定の案件については、開始時期に応じた受注化を推進する。

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

連結損益計算書_会計期間［全体と過去対比］

- 売上高は営業支援の減収により前年同期比5.1%減。一方、人材支援は同31.9%増と成長を継続
- 営業利益は前年同期比23.0%減となるも、販管費の最適化により前四半期比85.8%増、営業利益率は17.8%まで改善

（単位：百万円）

	2025/8月期	2026/8月期	2026/8月期	前年同期比 / 前四半期比	
	第4四半期	第3四半期	第4四半期	vs 25年 第4四半期	vs 26年 第3四半期
営業支援	2,478	2,120	1,967	△20.6%	△7.2%
人材支援	984	1,315	1,297	+31.9%	△1.4%
その他	163	168	178	+9.2%	+5.9%
売上高	**3,626**	**3,604**	**3,442**	**△5.1%**	**△4.5%**
売上原価	1,024	1,132	1,195	+16.7%	+5.6%
売上総利益	**2,602**	**2,471**	**2,247**	**△13.6%**	**△9.1%**
売上総利益率	71.8%	68.6%	65.3%	△6.5pt	△3.3pt
販売費及び一般管理費	1,805	2,141	1,633	△9.5%	△23.7%
販管費比率	49.8%	59.4%	47.4%	△2.3pt	△12.0pt
営業利益	**796**	**330**	**613**	**△23.0%**	**+85.8%**
営業利益率	22.0%	9.2%	17.8%	△4.2pt	+8.6pt
経常利益	882	358	607	△31.2%	+69.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	584	163	555	△5.0%	＋240.5%

営業支援は
前年同期比20.6%減
となる一方、
人材支援は31.9%増。
全体では5.1%の減収。

販管費は
前四半期比23.7%減。
営業利益は85.8%増。
営業利益率は
9.2%から17.8%へ改善

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

原価・販管費率の構成割合比較［第4四半期会計期間］

■ 4Qは売上原価率が上昇する一方、人件費・採用費、広告宣伝費、その他費用の低下により販管費率が大幅に改善

✓ 売上原価の「その他：第３四半期比：＋3.6pt」はカイマク社の通期の一部人件費4.7ptを4Qでまとめて「販管費」から「原価」に振り替えたことが 主な要因。 実質的には売上原価その他が7.7%、人件費は22.7%で着地

■ 営業利益率は3Qの9.2%から17.8%へ回復

✓ 広告宣伝費及び貸倒引当金等を含む「その他」費用が減少

✓ 業務委託費率も3Q比で低下し、AI活用等による効率化を継続

連結	2025/8月期		2026/8月期		差額	
	第4四半期（参考：会計期間）	年間（累計実績）	第3四半期（実績）	第4四半期（実績）	vs 第3四半期（会計期間比較）	vs 25/8月期（累計vs会計期間）
売上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
売上原価	**28.2%**	**30.1%**	**31.4%**	**34.7%**	**+3.3pt**	**+4.6pt**
業務委託費	20.4%	22.3%	22.6%	22.3%	△0.3pt	+0.1pt
その他	7.8%	7.9%	8.8%	12.4%	+3.6pt	+4.5pt
販売費及び一般管理費	**49.8%**	**46.5%**	**59.4%**	**47.4%**	**△12.0pt**	**+0.9pt**
人件費	21.3%	20.5%	22.5%	18.0%	**△4.5pt**	**△2.5pt**
採用費	1.1%	1.3%	1.7%	0.2%	△1.4pt	△1.0pt
広告宣伝費	6.6%	5.6%	9.3%	6.1%	△3.2pt	+0.4pt
支払手数料	7.5%	6.4%	1.9%	4.2%	+2.3pt	△2.3pt
地代家賃	1.8%	1.9%	1.8%	2.0%	+0.2pt	+0.2pt
のれん償却費	1.6%	1.6%	3.1%	3.2%	+0.1pt	+1.6pt
通信費	2.2%	1.9%	2.1%	2.6%	+0.5pt	+0.6pt
その他	7.8%	7.2%	17.0%	11.1%	△5.9pt	+3.9pt
営業利益	**22.0%**	**23.4%**	**9.2%**	**17.8%**	**+8.6pt**	**△5.6pt**

業務委託費率は
3Q比△0.3pt
AI活用等による
効率化を継続

主要因としては、
カイマク社の通期人件費
の一部を4Qで売上原価
（その他）に振替。
実質的にはその他7.7%
人件費は22.7%

広告宣伝費率は
3Q比△3.2pt
3Qのイベントの一時費用
の剥落。Web広告の最適
化の影響

「その他」は3Q比
△5.9pt
貸倒引当金等の費用負担
が△3.3pt低下

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

株主還元について

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。

配当予想

2026年度

30.00円/株の配当を実施予定※

※2026年11月の株主総会にて決議されることが前提

2027年度

30.00円/株の配当を実施予定※

※2027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

成長投資、M&Aに備えた内部留保、
株主還元

自己株式取得（実施済）

取得株式総数

450,000株

取得総額

約450百万円（取得済）

取得期間

2026年7月13日～2026年8月31日

取得方法

東京証券取引所における市場買付

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

4 当社の強み・特徴

株式会社アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

当社の3つの強み

テクノロジー・マンパワー・データ

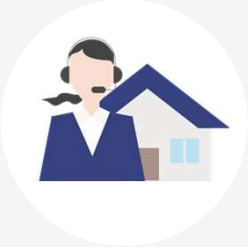
1

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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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

アイディア



設計



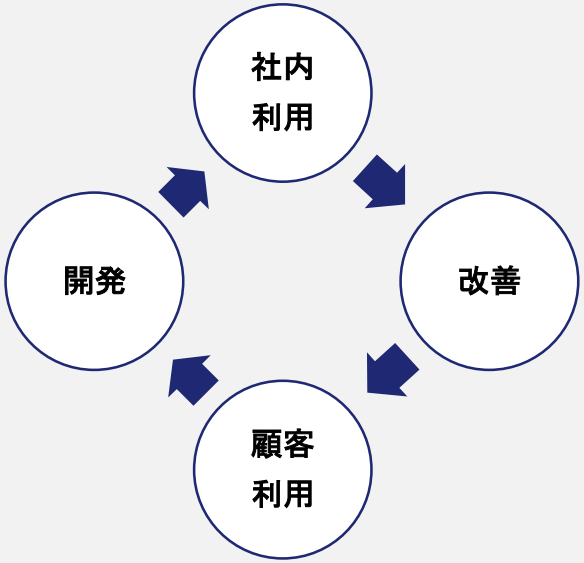
開発



フィードバックループ

まず社内利用することで、
ユーザー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

- SalesCrowd
- meet in
- Crowd Calendar
- MEMBER-S

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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。

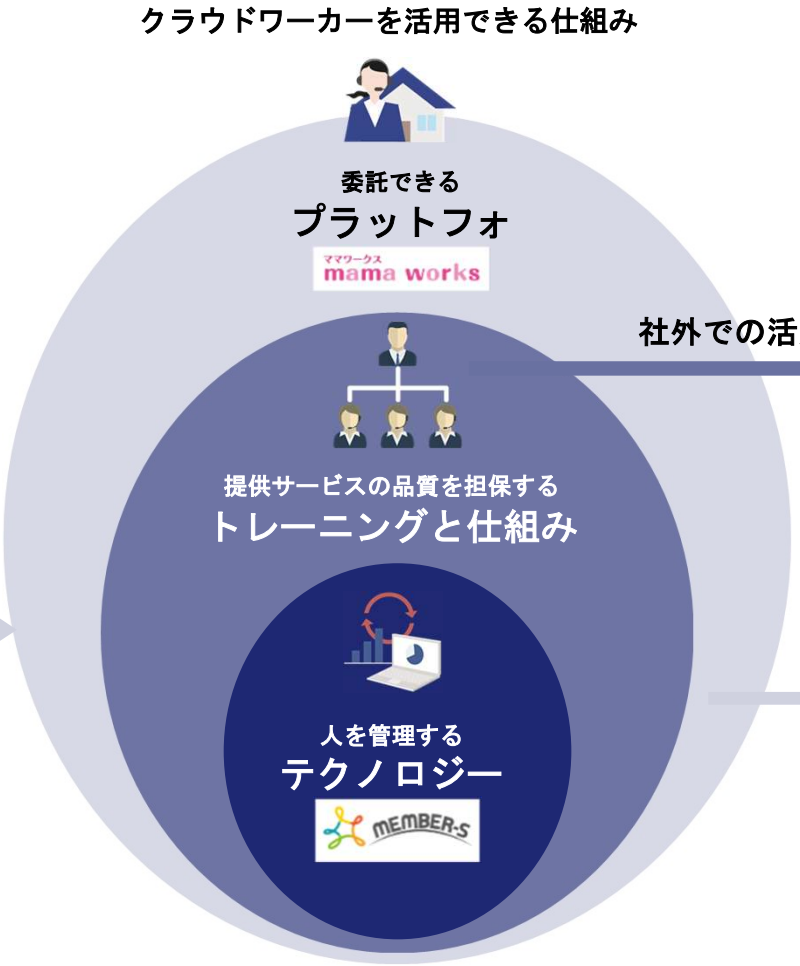
Sales Platform

- 取材
- 営業戦略策定
- アプローチ準備

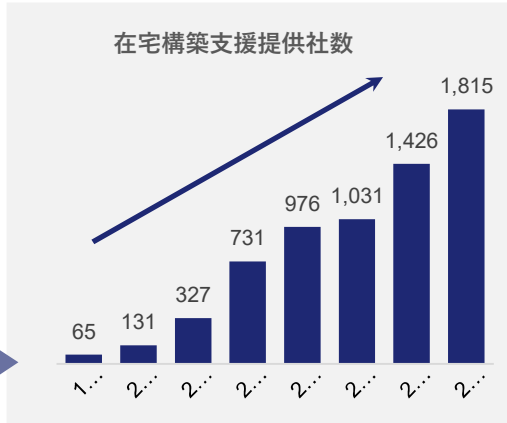
クラウドワーカーが担う業務

- テスト マーケティング
- 本格稼働

- データ納品



社外での活用





※：クラウドワーカーの数は各月の支給実績者数を記載

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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

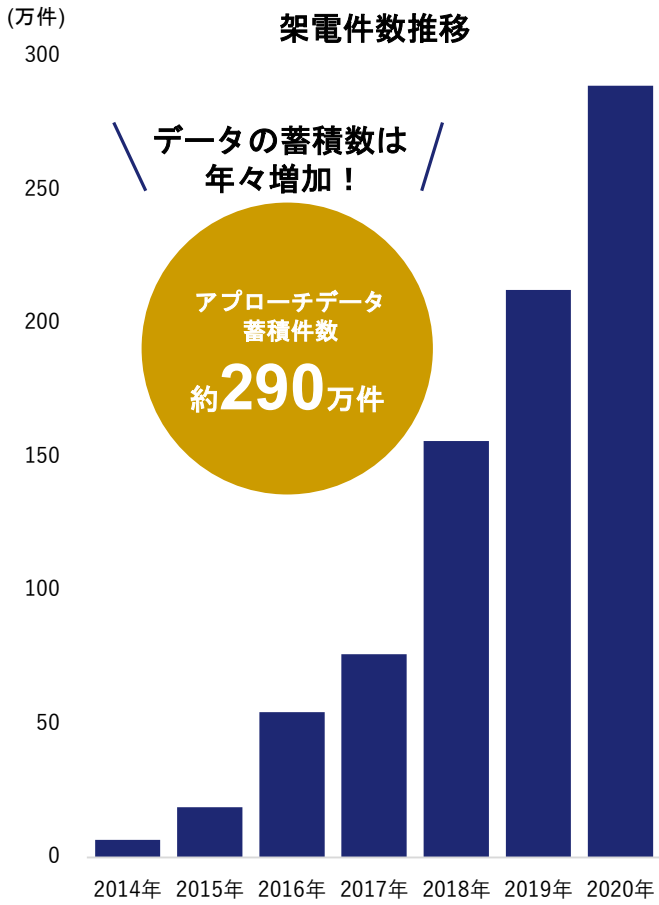
蓄積されているデータ(一部抜粋)

項目	内容
架電数	全体の架電件数
アポイント数	商談の予定が取れた件数
受付資料請求数	対象者以外からの資料送付依頼件数

項目	内容
拒否数	対象者につながったが、断られた件数
受付拒否数	対象者以外から、断られた件数
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**

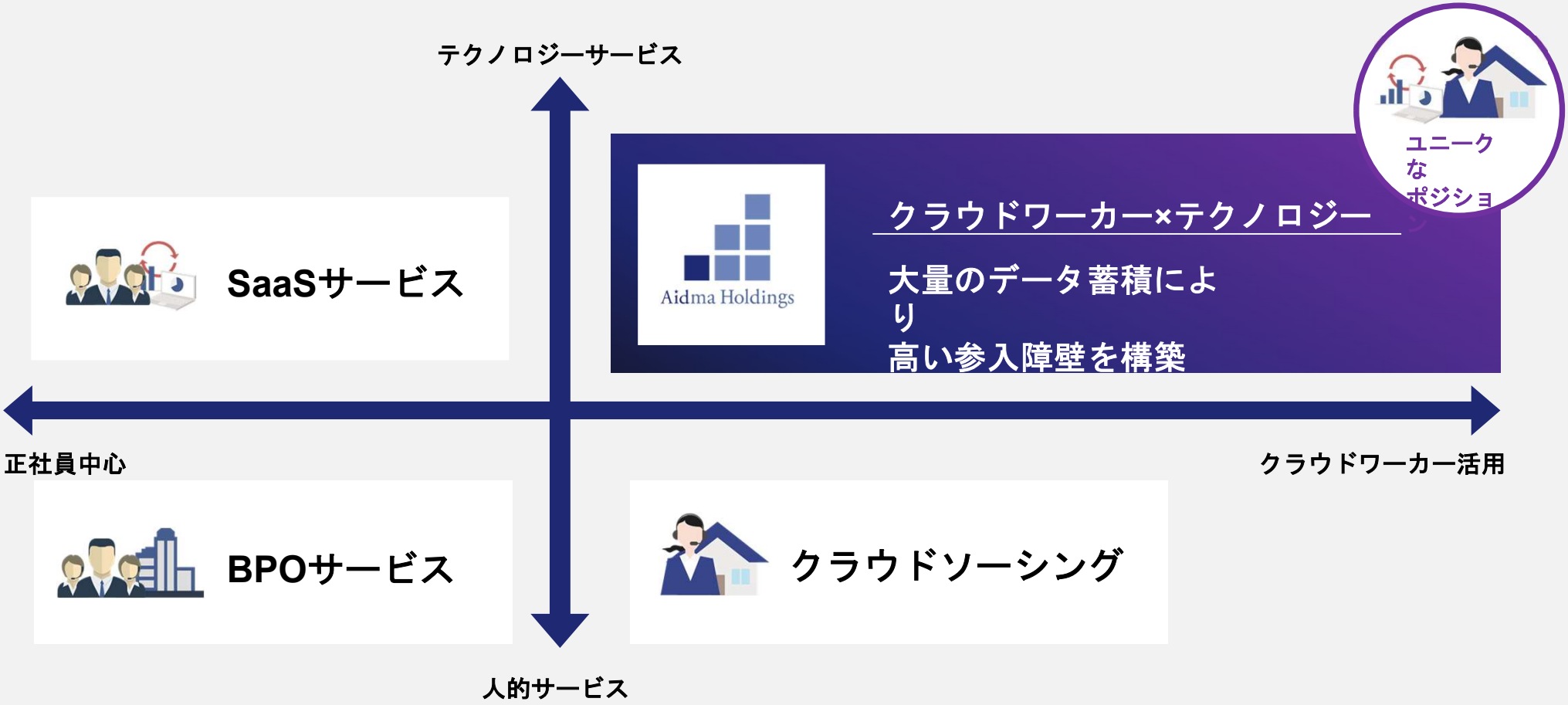




Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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。



Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

5 市場環境

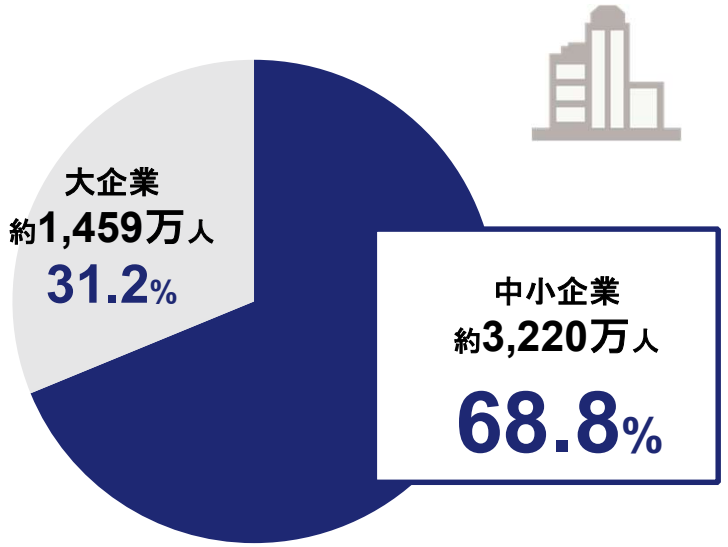
株式会社アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

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、

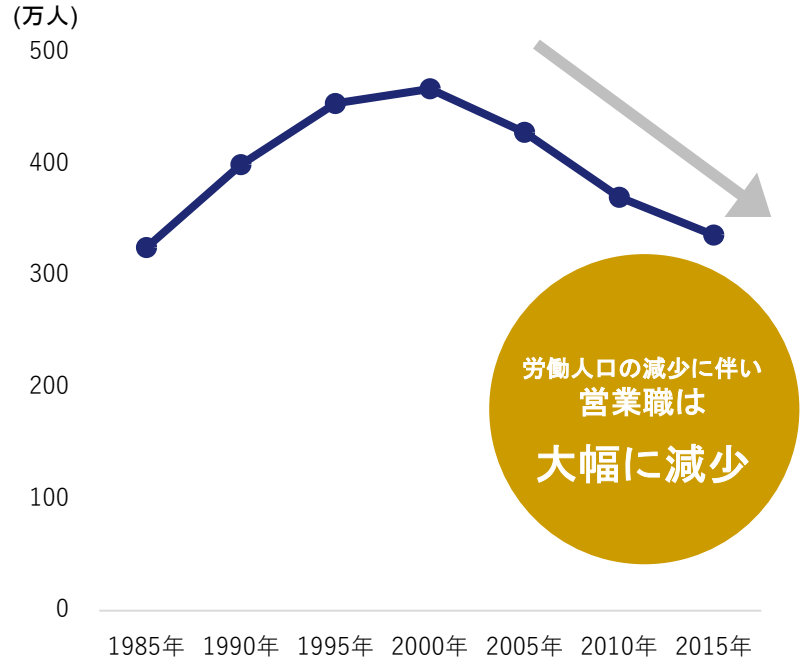
労働人口の減少に伴う営業職減少は、さらなるアウトソーシング需要へ。

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



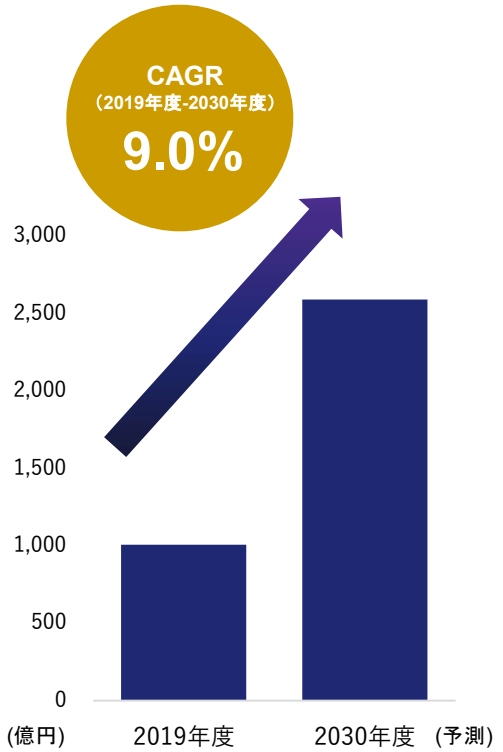
出所：国勢調査をもとに当社作成

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

市場自体の広がり＋当社の領域拡大 [2/2]

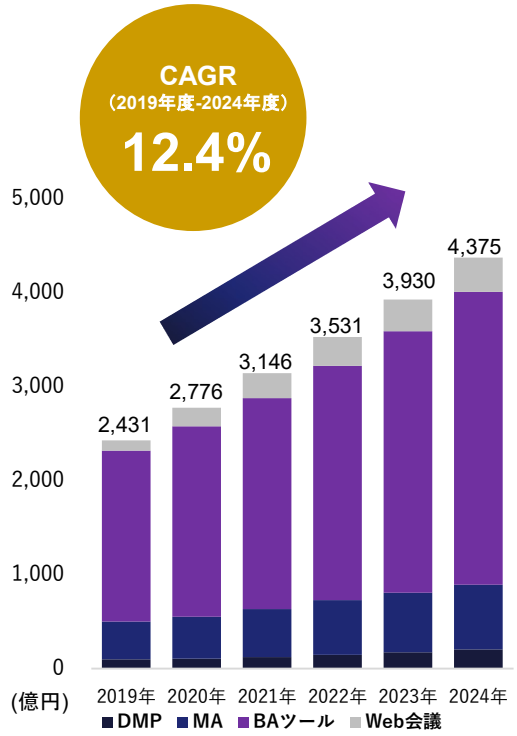
当社関連市場は拡大基調。

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」

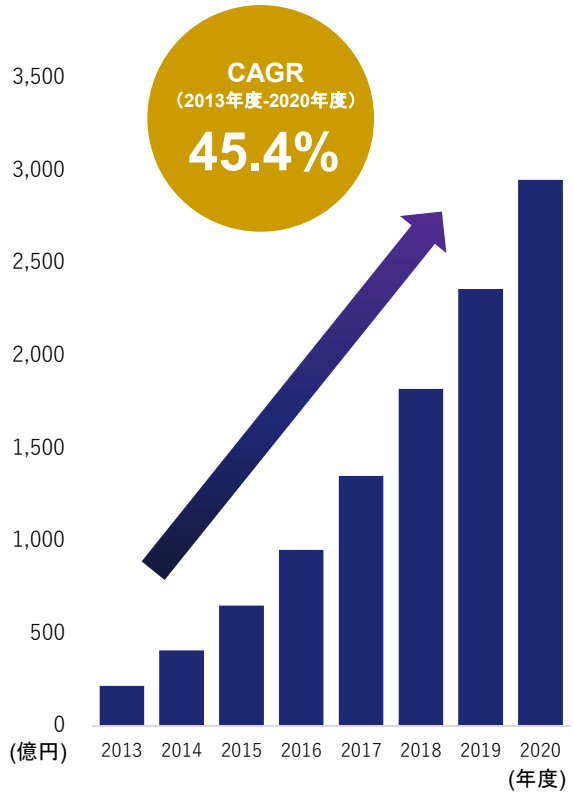
営業・マーケティング関連ソフトウェア市場規模（国内）推移



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」

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

事業リスクと対応

事業リスクの逓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	■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	■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	■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	■「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	大	■受注計上ルールを厳格化（20営業日以内に支援開始する案件のみ計上）、前受一括払い・カード決済を標準化。 ■AI与信DB（BIZMAPS連携）による与信管理の強化、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。

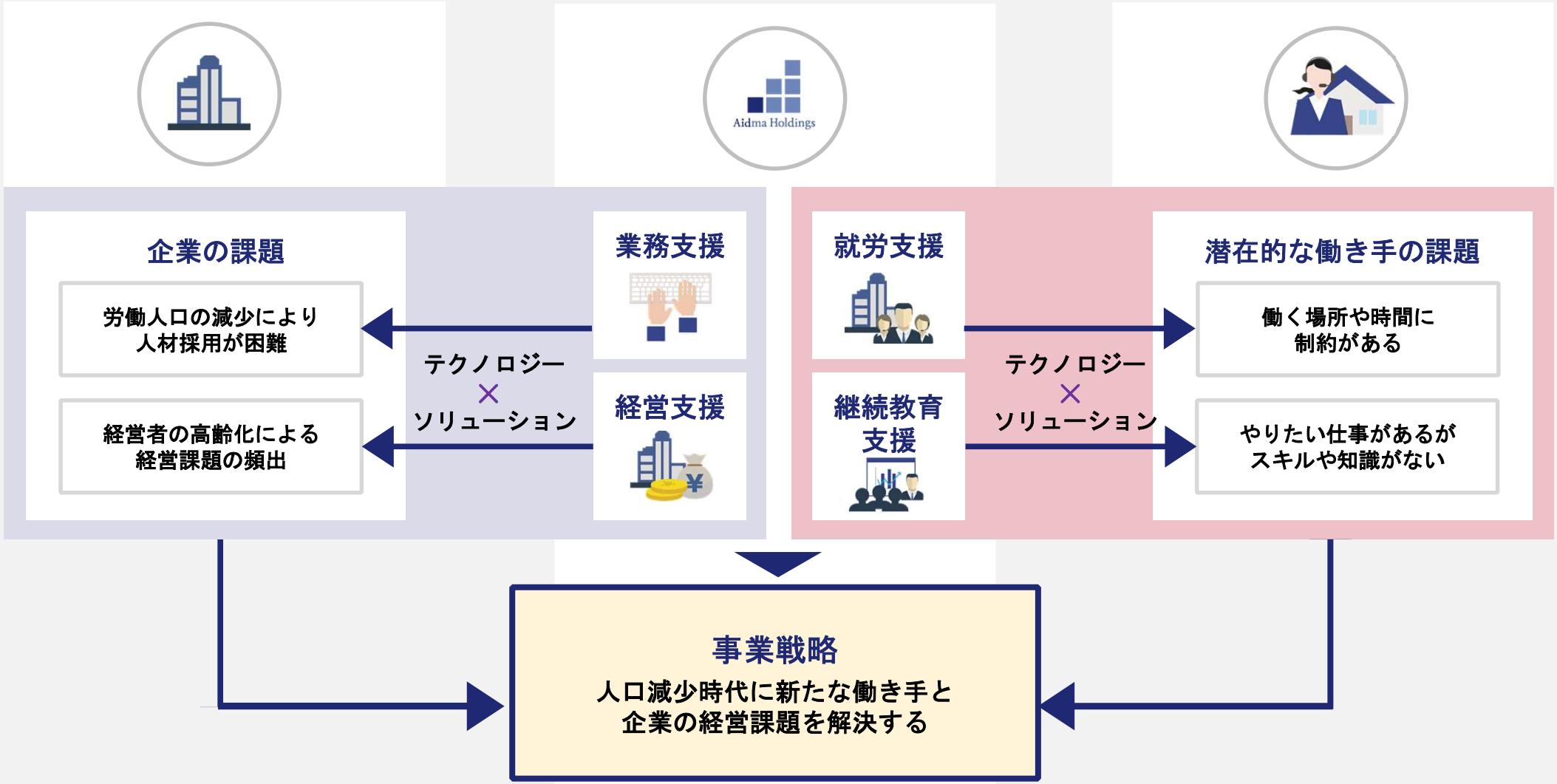
Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

6 成長戦略

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

中長期ビジョン



企業と働き手を繋げるワークインフラを提供する

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

SECTION

7

2027年 8月期

成長戦略

株式会社 アイドマ・ホールディングス
Aidma Holdings

2027年8月期 3つの成長戦略

規模とニーズに合わせたサービス（戦略A）の拡充によって、新規取引（戦略B）と追加・継続受注（戦略C）を押し上げる

成長戦略A　顧客の規模・ニーズに合わせたサービスの拡充

どのサービスからでも始められ、組み合わせも自由

営業基盤構築	業務支援ユニット	スポットワーカー活用	クラウドワーカー活用	フルタイムワーカー活用
NEW		NEW		NEW
営業や業務の仕組みを低価格でつくりたい	営業・人材・管理の業務を任せたい	必要な業務を必要な分だけ頼みたい	在宅のチームを自社で持ちたい	営業人員を確保したい
月5～10万円	既存の主力サービス	スポットワークス・セールスワークス	ママワークス・在宅構築支援	セールスファーム

どの規模・ニーズの顧客に対しても取引を開始出来るサービスがある

利用中の顧客にもニーズの変化に合わせて別のサービスを提案

成長戦略B　新規取引の最大化（①×②）

① 新規商談数の増加施策

- 商談枠の拡大（2,000社 → 今期末8,000社）
- AI架電で架電リソースの約50%を増加
- 過去商談先・過去クライアントの商談化

② 新規受注率の増加施策

- 規模・ニーズに合うサービスを当初から提案
- CRMで最適なタイミングにフォロー（AI活用）
- 約2万社の支援事例を提案に活用

＋

成長戦略C　追加・継続受注の最大化（③×④×⑤）

③ 追加・継続提案取得率の増加施策

- 支援開始20営業日以内に価値を実感できる支援を実施
- 顧客の満足度を5段階で定義し、毎月のMTGで満足度を上げ、提案機会を創出

④⑤ 追加・継続受注率の増加施策

- 顧客のフェーズ・ニーズの変化に合わせ複数サービスを提案
- 年間粗利の20%をポテンシャルと想定し、適切なユニットを提案
- 満足度で継続率が約2倍変わるため、満足度向上に注力

土台　規律ある営業活動［20営業日ルール］ × 経理管理機能［与信・回収］ × AI・CRM

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

選べるサービスラインナップ［1/2］

ユニット活用 → クラウドワーカー活用の1本の流れから、顧客が規模・ニーズに合わせてサービスを選べる仕組みへ

これまで

入り口が
ユニットの1つのみ

ユニットが合わない規模の
企業や予算の顧客は
商談・受注に至りにくい

業務支援ユニット

営業支援から
人材・管理支援へ幅を拡大

クラウドワーカー活用

ユニットの
次のステップとして提案

これから

顧客の規模・ニーズに合わせて
どのサービスからでも始められ、組み合わせも自由

◎主な対象
○対応可
―対象外

サービス	こんなニーズに	個人事業主［3名以下］	小規模［4～20名］	中小企業［21～50名］
NEW 営業基盤構築	☑ 営業や業務の基盤をまずは低価格でつくりたい（月5～10万円）	◎	○	―
業務支援ユニット	☑ 営業・人材・管理の業務を任せたい（既存の主力サービス）	―	◎	◎
NEW スポットワーカー活用	☑ 必要な業務を必要な分だけ頼みたい（スポットワークス・セールスワークス）	○	◎	○
クラウドワーカー活用	☑ 在宅のチームを自社で持ちたい（ママワークス・在宅構築支援）	―	○	◎
NEW フルタイムワーカー活用	☑ 営業人員を確保したい（セールスファーム）	―	○	◎

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

選べるサービスラインナップ［2/2］

「合うサービスがない」による機会損失をなくし、商談数の母数と受注率を共に引き上げる

これまで

商談先の
約90%が
失注し、
商談対象に
ならない
顧客層も多い

これから

**顧客の規模・ニーズに合わせて
取り組みを始めることができ、組み合わせも自由**

商談数の向上

- 個人事業主から中小企業まで、様々な規模の会社に提案することが可能になり、対象顧客が広がる
- 失注先・過去商談先にも、別のサービスで再提案が可能
- 基盤構築・スポット活用など、低価格で始めることで取引機会をつくり、そこから追加ユニット受注のきっかけを作ることが可能

受注率の向上

- 規模・ニーズに合うサービスを最初から提案
（営業基盤構築の受注率 約20%＝通常の約2倍）
- 価格・規模がマッチしないことによる
失注を減らし、取引をまずは開始する
- ユニットに別サービスを安価に組み合わせて提案することにより付加価値を高め、受注率を上げる

成長戦略 B 新規取引の最大化

成長戦略 C 追加・継続受注の最大化

27/8期ユニット受注目標： 面談/商談数 **60,000件** ／ 新規受注率 約10%→**12%** ／ 総受注件数**7,200件**

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

クラウドワーカー活用

ママワークスを中心としたクラウドワーカー基盤を、顧客の成長段階に応じて3つの形で提供する

ママワークス 登録会員 [2026年8月末]	ママワークス 導入実績 [2026年8月末]	当社で働く クラウドワーカー [総支給対象者は1万人超]
79万人超	6,502社	3,000人超



在宅チーム構築

顧客が自社で在宅ワーカーを
採用・運用できる体制を構築
（在宅構築支援）



スポット活用

必要な業務を必要な分だけ
デジタルワーカーに依頼
（スポットワークス）



営業のクラウドソーシング

Sales Crowd上で営業業務を
クラウドソーシング。
当社のクラウドワーカーが実行

27/8期 目標：クラウドワーカー活用の受注 2,400件→業務支援ユニットへのクロスセル目標25%

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

フルタイムワーカー活用 『セールスファーム』 [1/2] NEW

営業未経験の20代を当社が採用・育成。研修期間から収益を生み、常駐・社員紹介・追加ユニット提案へとつなげる

1	2	3	4	5
採用	座学研修	OJT研修	顧客先で勤務	社員紹介
				
営業未経験の 20代を採用	5～7日 基礎・テック・営業	約3ヶ月 営業代行として実稼働	3ヶ月タームで 顧客先で勤務	顧客の社員として 転籍

段階ごとの収益ポイント

段階	収益	アイドマグループとのシナジー
OJT研修中	営業代行（アポイント取得・架電・面談）	人事商談バンク（カイマク社）、 アイドマの顧客架電・インサイドセールスを担う
顧客先に常駐	業務委託費+追加ユニット受注金額	当社のセールスと週次MTGを実施し、 探索した顧客の業務課題を把握し、追加ユニットを提案
社員紹介	紹介手数料(35%)	紹介後もアイドマのセールステック （Sales Crowd・BIZMAPS等）を利用

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

フルタイムワーカー活用 『セールスファーム』 [2/2] NEW

センターピンは採用。若手が選ぶ働き方と、グループの顧客基盤・セールステックで立ち上げを加速する

若手が選ぶ働き方（採用の差別化）



- 完全定時退社でワークライフバランスを確保
- 就業時間内に1時間のトレーニング時間
- 提携ジムを時間外も利用可能・プロテイン無料
- 顧客への給与交渉を当社が代行
- キャリアに応じた転職支援も実施

×

グループで取り組む価値



- 累計約21,000社の顧客基盤＝見込み顧客がすでにいる
- Sales Crowd・BIZMAPS・ママワークス等のセールステックや人材DBを保有している
- グループ自体が営業・インサイドセールス人材の採用をしており、自社採用、自社活用にも有効
- 顧客先で勤務をすることで顧客課題を把握し、業務支援ユニットへ繋がることが可能

段階	27/8月期末採用数（累計）	常駐人数（期末）	紹介数
期中の単月黒字化を目指す	300名	210名	30名

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

1 新規商談数を増やすために

新規商談数を約48,000件から60,000件（前期比125%）に拡大する

	26年8月期	27年8月期
チャネル	状況	打ち手
商談枠（無料枠の提供）	参加2,000社・月6,000枠	参加8,000社・月24,000枠へ（試算）
失注先からの案件化	商談先の約90%が失注	経営者マッチングイベントへの参加提案・ 取次パートナーへの打診 別サービスへの提案の転換
アウトバウンド（AI架電）	AI架電を本格活用	架電リソースの約50%をAIで増加 （成果は人の約1/3、コストは約1/7）
営業基盤構築からの移行	4Qに提供開始	基盤構築の利用顧客にユニット提案を打診
インバウンド	マーケティングDB・ 自社メディア	Web広告・自社メディア(経道、ForJAPAN)から の商談化
オフライン	大型自社イベント(4月)	金融機関連携、及び紹介増加 取次パートナーからの取次増加 展示会・経営者交流会の定例化

27/8期 計画：新規商談数 48,000件→60,000件へ拡大

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

② 新規受注率を上げるために

顧客層ごとにサービス・価格・決済形態を設計し、総額の単価を維持しながら新規受注率を10%→12%に引き上げる

顧客層	主な課題	最初に提案する商品	価格帯	決済・回収
個人事業主・個人経営層［3名以下］	営業・業務の基盤がない／予算が限られる	営業・業務基盤構築	月5～10万×12ヶ月	カード決済のみ
小規模企業層［4～20名］	営業・業務の人手と仕組みがない	既存パッケージ（ユニット）	月20～30万×13ヶ月	カード決済・一括払いを標準
中小企業層［21～50名］	営業・業務組織を拡大したい	新設パッケージ＋人材活用	月50万円×13ヶ月	カード決済・一括払いを標準

受注率を上げる3つの手段

顧客の課題に合った3つのサービス

個人事業主・小規模・中小企業のそれぞれの状況・課題に合わせて最適なサービスを提供し、受注率を最大化する

×

フォローAIの構築

過去の商談先の履歴・状況をCRMに蓄積。適切なタイミングで適切な内容のフォローアップをAIが支援する

×

支援事例の提案システム

約2万社の支援状況を体系化・アセット化。CRM内で営業先に近い他社事例を自動表示し、事例をもとに提案する

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

3 追加・継続の提案取得率を増加させるために

支援開始20営業日以内の成果を起点に、追加・継続の提案取得率を25%から40%に増加

受注～20営業日

支援開始

- 受注後、20営業日以内に支援開始。成果指標を顧客と合意

21～40営業日

早期に成果創出

- CKPIをCRM・AIで管理
- 類似した成功パターンを模倣し、支援開始20営業日以内に成果創出

初月CKPI達成率

支援開始前に
成果指標を顧客と合意

26/8実績	21%
27/8目標	50%

毎月

ソリューションMTG

- 顧客状態を以下の5段階で把握
  不信→疑念→期待→安心→信頼
- 顧客心理を期待以上にする為の取り組みを仕組みで実施

期待以上に顧客心理を向上

顧客心理を期待以上にする為、早期の疑念把握と解消を行う

26/8実績	40%
27/8目標	60%

提案取得

提案の取得

- 追加・継続の提案の場を設定

追加・継続提案取得率



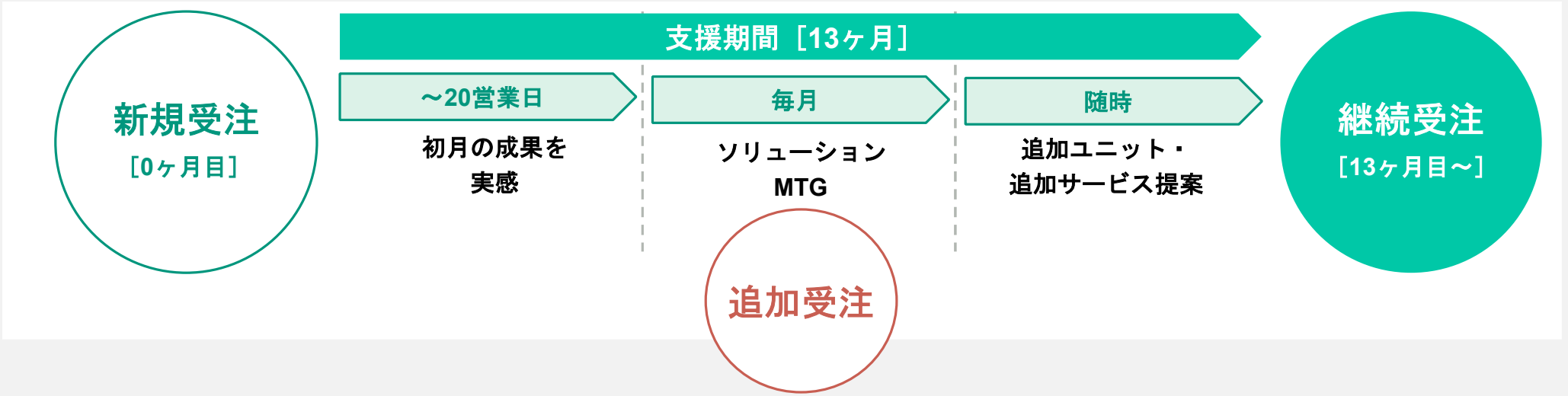
25%から40%に提案取得率を増加

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

4 追加・継続受注率を上げるために

当社の受注は「新規」受注だけでなく、13ヶ月の支援中の「追加」と、契約終了後の「継続」受注で積み上がる
支援中の提案と満足度が、追加・継続受注率を左右する



追加・継続受注率を上げる3つの施策

追加受注

1 複数サービスの提案

顧客のフェーズやニーズの変化に合わせて、次のサービスを提案

追加受注

2 ポテンシャルに合わせたユニット提案

顧客の年間粗利の20%を支援のポテンシャルと想定し、提案の規模を設計

継続受注

3 満足度そのものの向上

満足度のレベルによって継続率は約2倍違う。満足度を顧客心理として5段階(不信→疑念→期待→安心→信頼)に定義し、満足度を引き上げる

1社あたりの取引が支援期間の中で広がるほど、受注件数と顧客生涯価値（LTV）が積み上がる

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年 8月期　成長戦略

5 追加・継続受注率を上げるために

複数のサービス提案、ポテンシャルの把握、満足度そのものの向上により、追加・継続の提案からの受注率を25%から40%に増加させる

追加受注

1 複数サービスの提案

顧客のフェーズやニーズの変化をとらえ、次のサービスを提案する

☑ 営業の仕組みができた

人材支援ユニット追加

☑ 業務量が増え、手が足りない

クラウド・
スポットワーカー活用

☑ 営業人員を増やしたい

フルタイムワーカー活用

追加受注

2 ポテンシャルに合わせたユニット提案

顧客ごとに支援のポテンシャルを想定し、提案の規模を設計する

顧客の年間粗利

×20%

支援のポテンシャル

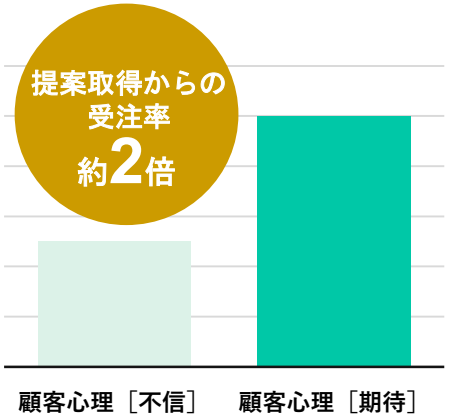
ポテンシャルに対する現在の取引額から、追加するユニット数・サービスを提案

例：年間粗利1億円の顧客 →
年間2,000万円（500万円）の支援余地

継続受注

3 満足度そのものの向上

顧客心理のレベルで継続率は約2倍違うため、顧客心理を期待以上に引き上げる



- 20営業日以内に初月の成果を実感
- 顧客心理を5段階で定義し、毎月のMTGで顧客心理の状況の確認・改善

様々な施策を実施し、提案取得からの受注率を25%→40%に増加させていく

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

2027年8月期 通期業績見通し

■2027年8月期は売上高140億円（前期比△2.1%）、営業利益24億円（同△2.6%）を見込む。

■営業支援は受注件数の回復により再成長（+1.3%）を計画する一方、人材支援は21営業日以降の追加ユニット受注などが減少する可能性があることにより前期を下回る見通し。先行投資の収益化を進め、営業利益率は17%台を維持

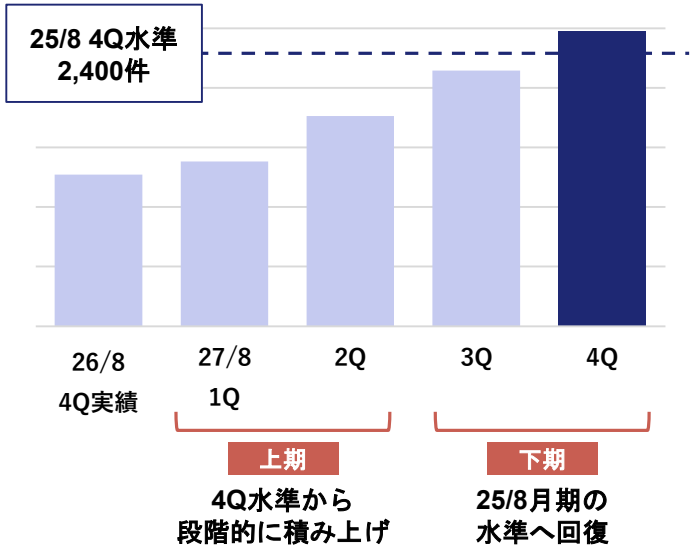
		26年8月期			27年8月期	
百万円		修正計画（A）	実績（B）	修正計画比（B/A）	業績予想（C）	前期実績比（C/B）
売上高	営業支援	8,679	8,695	+0.2%	8,812	+1.3%
	人材支援	4,680	4,925	+5.2%	4,537	△7.9%
	その他	641	674	+5.1%	651	△3.4%
	売上高合計	**14,000**	**14,295**	**+2.1%**	**14,000**	**△2.1%**
営業利益		**2,200** **（15.7%）**	**2,463** **（17.2%）**	**+12.0%**	**2,400** **（17.1%）**	**△2.6%**
経常利益		2,200 （15.7%）	2,472 （17.3%）	+12.4%	2,400 （17.1%）	△2.9%
親会社株主に帰属する当期純利益		1,200 （8.6%）	**1,551** **（10.8%）**	**＋29.3%**	**1,350** **（9.6%）**	**△13.0%**
受注件数	営業支援	**4,400件**	**4,381件**	**△0.4%**	**4,841件**	+10.5%
	人材支援	**3,200件**	**3,243件**	**+1.3%**	**2,823件**	△13.0%

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

受注件数の回復シナリオ

新基準での受注は4Qを底に回復を企図。上期は4Q水準から段階的に積み上げ、下期には前年同期の水準まで伸ばしていく。

受注件数の推移 ［イメージ］



回復を支える施策（受注件数向上の方程式）

1 新規商談数の増加施策
商談枠の拡大、失注先・過去商談先の商談化、AI架電で約50%の架電業務を増加

2 新規受注率の増加施策
規模・ニーズに合うサービスの提案、フォローAI、約2万社の支援事例の活用

3 追加・継続 提案取得数の増加施策
20営業日以内の成果創出、毎月のソリューションMTGで提案機会を創出

4 追加・継続 受注率の増加施策
顧客の状況、ニーズにあったサービスを追加頂き、
同時に支援満足度を高めることにより継続率を向上

規律を持った受注計画を実現させ、来期以降の成長に繋げていく

期首受注残に加え、新規・追加/継続受注と早期売上転換により、売上高140億円を計画。28/8月期以降の受注残も適正に積み上げ、成長基調に転換を図る。

26/8月期の受注残からの計上
［前期並み］
＋
27/8月期の新規・追加・継続受注
▶
27年8月期 売上高
140億円予測
▶
28/8月期の受注残予測
今期期初と比較し、120%以上の受注残の積上を計画

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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い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。

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。

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

参考資料

サービス一覧

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

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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、18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。

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.

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。

- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、
  開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

- 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。

Copyright by Aidma Holdings, Inc. All rights reserved.