

2025年8月期

第2四半期決算説明会資料

株式会社アイドマ・ホールディングス 証券コード：7373



2025.4.11

CONTENT

目次



Section 1 2025年8月期 第2Q 業績ハイライト

Section 2 2025年8月期 事業方針

Section 3 2025年8月期 成長戦略

Section 4 参考資料

SECTION

1

2025年 8月期

第2Q業績ハイライト

エグゼクティブサマリー

2025事業方針

- 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
- 方針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
- 方針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 2Q連結業績

売上高
6,246百万円

前年比 +23.6%
進捗率 48.0%

営業利益
1,477百万円

前年比 +20.5%
進捗率 51.0%

営業支援
受注件数
2,038件

前年比 +31.0%
進捗率 54.8%

人材支援
受注件数
1,065件

前年比 +22.6%
進捗率 49.5%

- 売上高は、前期の受注件数の堅調な進捗、及び1Qの受注件数の増加により、想定通りの推移
- 営業利益は、AI活用によるコスト削減施策が一部奏功し、利益率が改善
- 受注件数は、営業日数が約5営業日多かったこと、商談件数、受注率、追加ユニット受注が想定通り推移したことにより、営業支援、人材支援共に過去最高の受注件数で推移

トピック①

営業支援、人材支援、共に過去最高の受注件数に

本Qは通常の四半期の営業日数60~62営業日のところ65営業日だった。受注率については、前期の3Qの受注率減少の改善施策が引き続き奏功し、受注率は安定的に推移。更に商談数もQoQで計画通り増加、追加ユニット受注も奏功し、営業支援、人材支援、共に過去最高の受注件数となった。

トピック②

AI活用による、費用の最適化が実現

顧客との様々な打ち合わせのモニタリング業務のAI化、案件稼働のAIによる適切な管理、一部架電業務のAI化による費用の最適化を実施。
架電業務については、3、4Qも開発を進めつつ、より効率的に費用を最適化出来るようにし、顧客にも提供できるようなソリューションに繋げていく。

トピック③

複数の新施策の運用開始

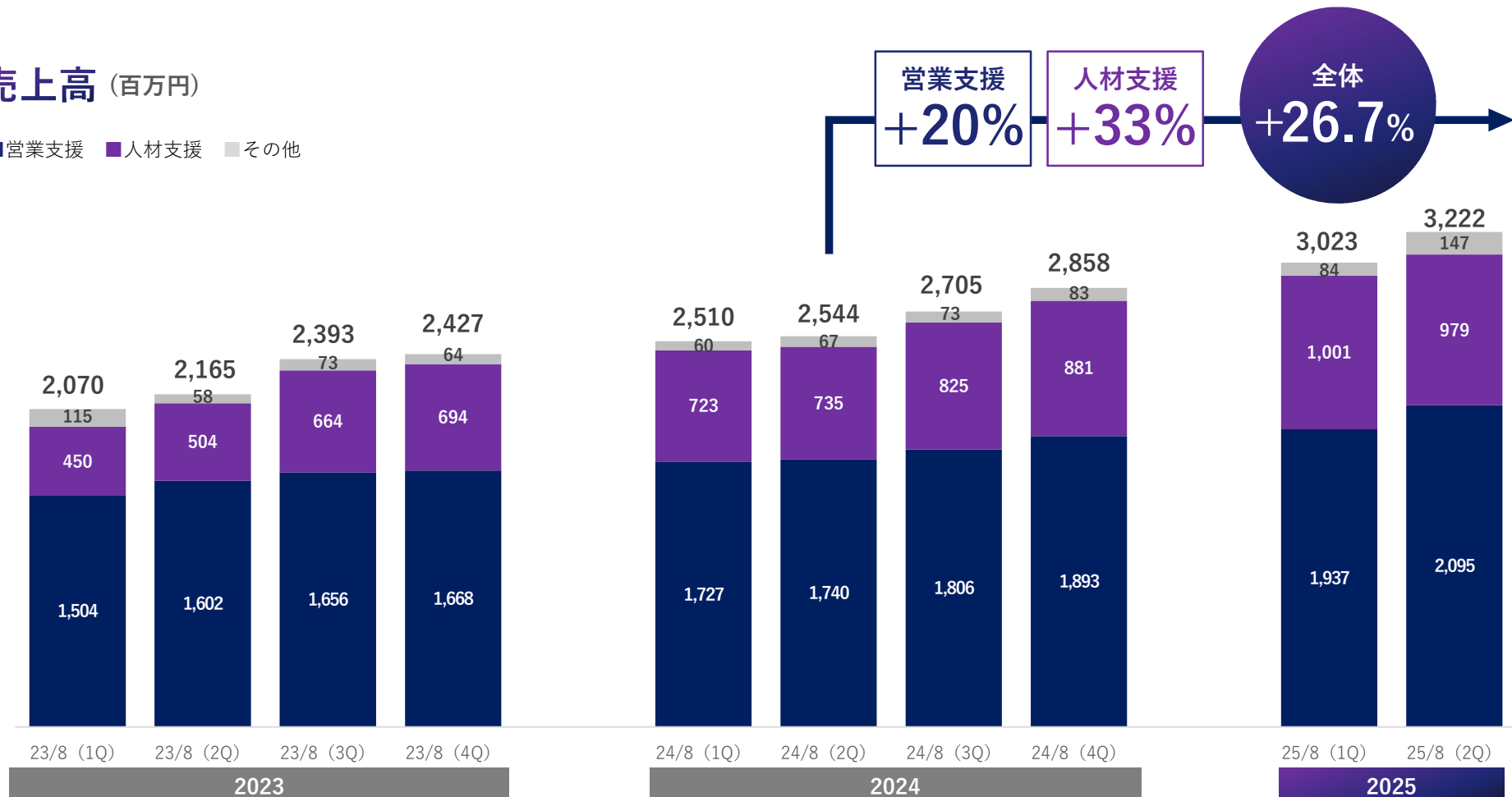
AIを活用したアウトバウンドコールの取り組み、タスク単位で業務をダイレクトにスポットワーカーに依頼できる仕組み、アポイント取得率や受注率の高い商材やサービスの代理店・取次パートナーになることのできるサービスなど、複数の新施策を進め、顧客価値を高め、継続利用、追加利用に繋げていく。

売上高 [第2四半期主要KPI推移]

- 売上高は、各サービスともに順調に推移
- 人材支援は、1Qから2Qで微減しているが、子会社の決算期変更に伴い約50百万円の取り込みを1Qに実施したことが要因
- その他は、2Qより100%子会社「コズレ」社の取り込みを開始したことにより微増

売上高 (百万円)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他

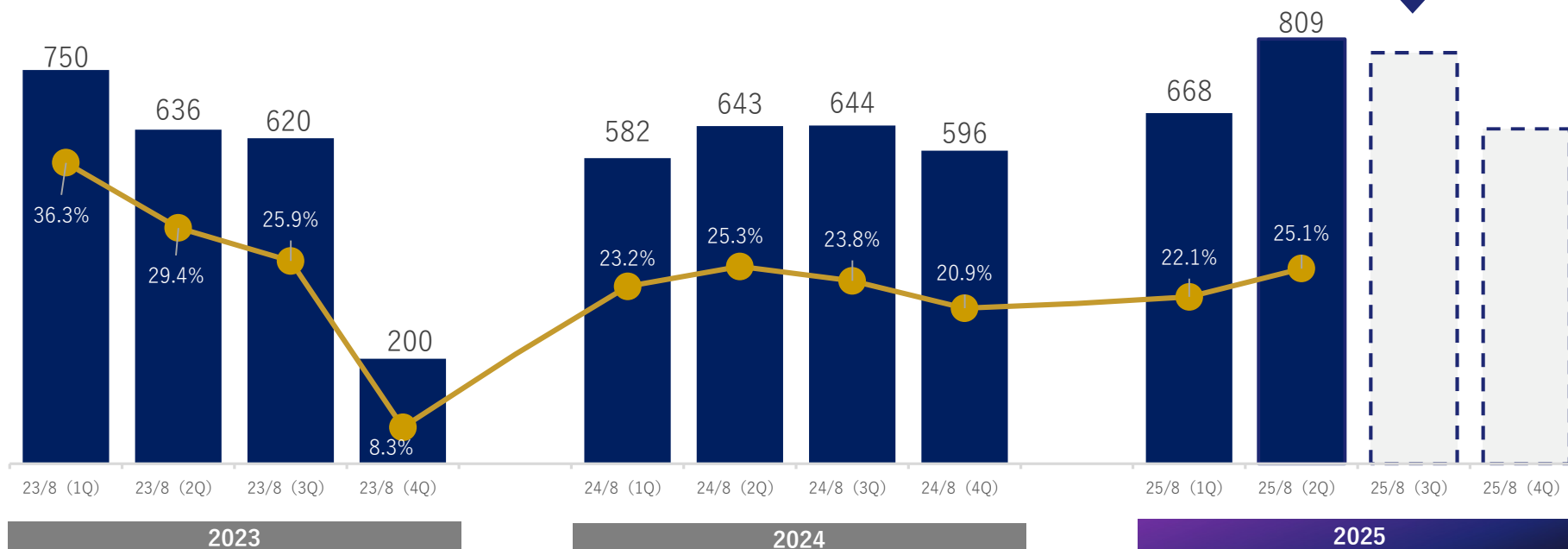


営業利益・営業利益率 [第2四半期主要KPI推移]

- 2024年8月期第1四半期からWebマーケティング、システム開発等の戦略投資を計画的に行い、利益率の安定化を実現している
- 2025年8月期においても前年と同様に、第1四半期から戦略的に投資を実行
- 第2四半期はスポットワークスやAI関連に伴う投資があったものの、AI活用などの施策が奏功し、利益率が微増。営業利益は過去最高に

営業利益 (百万円)

■ 営業利益 ● 営業利益率



3Qは引続き下記を実行予定

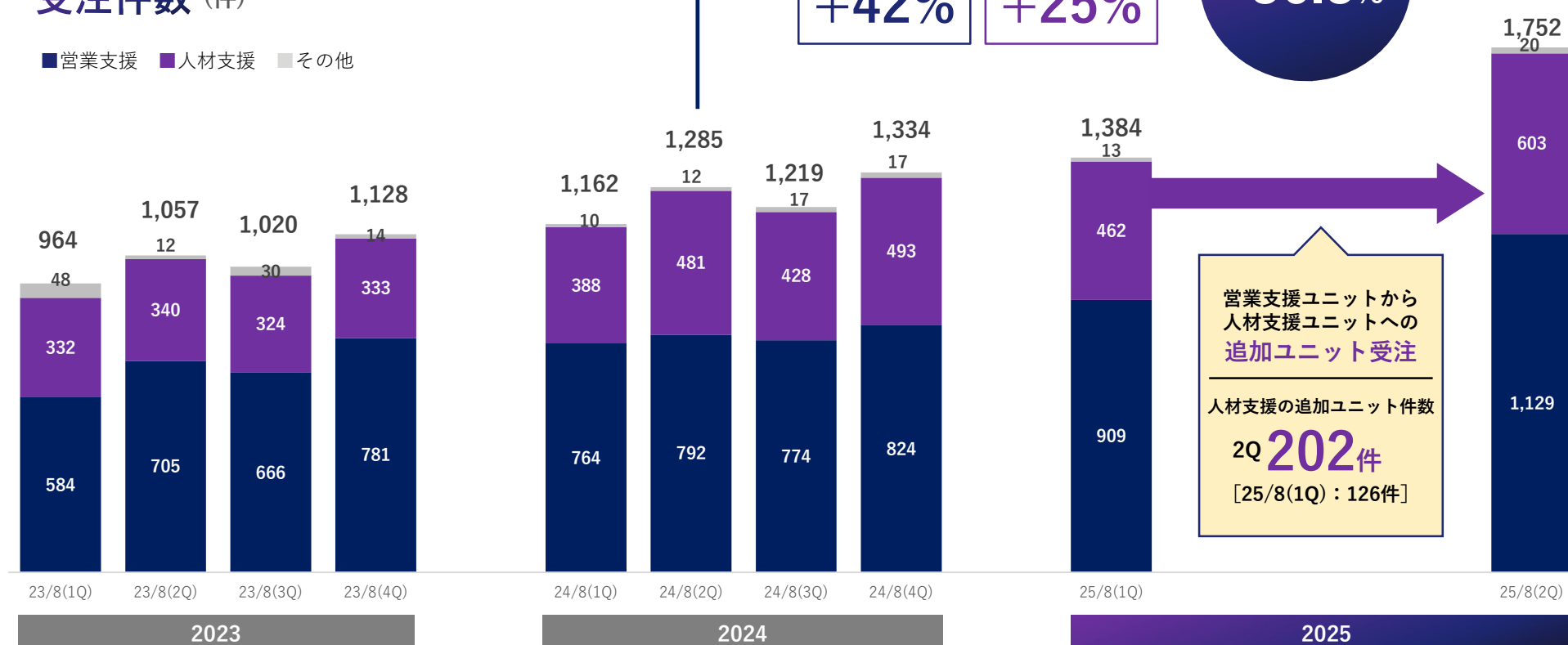
- 新規サービス開発
- AI開発への投資
- 25卒40名の受け入れ

全サービス受注件数 [第2四半期主要KPI推移]

- 営業日数が2Qは65営業日(通常の四半期は60~62営業日)、受注率の堅調な推移、商談数の増加により、営業支援、人材支援ともに、四半期ベースでは過去最高の受注件数で着地
- 人材支援は、営業支援の受注企業からの追加ユニット受注が増加していることなどから、1Qから大きく成長

受注件数 (件)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他



※：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、マーケティング社のMarke Media Daysのスポンサー件数

連結損益計算書_会計期間 [全体と過去対比]

- 受注件数の増加に伴い、売上高はQoQで約7%、YoYで約27%の成長
- 人材支援の売上高は1Qに子会社の決算期変更に伴い約50Mの一時増加、2Qから計画通りに進行
- 「その他」セグメントの売上高は、25年8月期2Qより、子会社「コズレ」の取り込みを開始したことにより微増

	2024/8月期	2025/8月期	2025/8月期	増減率	
	第2四半期	第1四半期	第2四半期	vs 24年 第2四半期	vs 25年 第1四半期
(単位：百万円)					
営業支援	1,740	1,937	2,095	+20.4%	+8.1%
人材支援	735	1,001	979	+33.2%	△2.2%
その他	67	84	147	+118.0%	+74.9%
売上高	2,544	3,023	3,222	+26.7%	+6.6%
売上原価	684	991	963	+40.8%	△2.8%
売上総利益	1,860	2,032	2,259	+21.5%	+11.2%
売上総利益率	73.1%	67.2%	70.1%	△3.0%	+2.9%
販売費及び一般管理費	1,216	1,363	1,449	+19.2%	+6.3%
販管費比率	47.8%	45.1%	45.0%	△2.8%	△0.1%
営業利益	643	668	809	+25.7%	+21.1%
営業利益率	25.3%	22.1%	25.1%	△0.2%	+3.0%
経常利益	643	691	793	+23.4%	+14.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	345	415	455	+28.6%	+9.6%

売上高はYoYで
約27%の成長

業務でのAI活用

を推進し、業務委託費の最適化、業務の効率化を実施したことによって、営業利益率が伸長

連結損益計算書_累計期間 [全体と過去対比]

- 前年同期比較で、売上高、営業利益ともに20%以上の成長
- 開発投資などの影響により売上原価率は一部上昇をしているが、中期的には原価、業務委託費用の最適化に繋がる
- 25/8期は、24/8期と同じく4Qに多めに戦略投資を実施する方針があるものの、1Qから計画的に戦略投資を実施中

(単位：百万円)		2025/8期 第2Q	前年同期比 (2024/8期 2Q)	
			実績	増減率
	営業支援	4,032	3,468	+16.3%
	人材支援	1,981	1,458	+35.9%
	その他	231	127	+81.2%
	売上高	6,246	5,054	+23.6%
	売上原価	1,954	1,369	+42.7%
	売上総利益	4,291	3,684	+16.5%
	売上総利益率	68.7%	72.9%	△4.2%
	販売費及び一般管理費	2,813	2,458	+14.5%
	販管費比率	45.0%	48.6%	△3.6%
	営業利益	1,477	1,226	+20.5%
	営業利益率	23.7%	24.3%	△0.6%
	経常利益	1,485	1,233	+20.4%
	親会社株主に帰属する 四半期純利益	871	699	+24.5%

原価・販管費率の構成割合比較 [第2四半期会計期間]

- 売上原価率は、前Q対比において業務委託費が減少したことにより、約3%低下
- 販管費においては、前期に引き続き広告やイベント、紹介施策などの投資を期初から実施しているが前Q対比では微減
 - ✓ 人件費は、3Q以降で多数の新入社員増加により増加可能性有
 - ✓ 広告宣伝費、支払手数料は3Q以降も一定の投資を実施

連結	2024/8月期		2025/8月期		差額	
	第2四半期 (参考：会計期間)	年間 (累計実績)	第1四半期 (実績)	第2四半期 (実績)	vs 第1四半期 (会計期間比較)	vs 24/8月期 (累計vs会計期間)
売上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
売上原価	26.9%	28.4%	32.8%	29.9%	△2.9%	+1.5%
業務委託費	22.5%	23.5%	25.8%	21.7%	△4.1%	△1.8%
その他	4.4%	4.9%	7.0%	8.1%	+1.2%	+3.2%
販管費及び一般管理費	47.8%	48.3%	45.1%	45.0%	△0.1%	△3.3%
人件費	23.0%	21.9%	20.1%	20.6%	+0.5%	△1.3%
採用費	1.0%	1.5%	1.5%	1.0%	△0.5%	△0.5%
広告宣伝費	4.8%	5.0%	4.8%	5.3%	+0.5%	+0.3%
支払手数料	3.9%	4.7%	5.6%	5.9%	+0.3%	+1.2%
地代家賃	2.4%	2.5%	2.0%	1.9%	△0.1%	△0.6%
のれん償却費	2.0%	2.0%	1.5%	1.8%	+0.3%	△0.1%
通信費	2.4%	2.3%	1.9%	1.8%	△0.0%	△0.5%
その他	8.3%	8.5%	7.6%	6.6%	△1.0%	△1.9%
営業利益	25.3%	23.2%	22.1%	25.1%	+3.0%	+1.9%

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

3Q以降、
新卒社員増加による
変化可能性有

継続的に
広告、イベントへの
投資の実施

原価・販管費の考え方

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2四半期		
	実績	対売上高比	実績	対売上高比	
売上	3,023	100.0%	3,222	100.0%	-
売上原価	991	32.8%	963	29.9%	-
業務委託費	780	25.8%	700	21.7%	戦略 運用
その他	211	7.0%	262	8.1%	戦略 運用
販管費	1,363	45.1%	1,449	45.0%	-
人件費・採用費	654	21.6%	696	21.6%	戦略 運用
広告宣伝費	145	4.8%	170	5.3%	戦略
支払手数料	170	5.6%	190	5.9%	戦略 運用
地代家賃	61	2.0%	61	1.9%	運用
のれん償却費	47	1.5%	59	1.8%	戦略
通信費	57	1.9%	59	1.8%	運用
その他	230	7.6%	212	6.6%	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2四半期 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	9%
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	6%
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	3%
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
4%
ダウン

事業方針 1

AI活用でコスト削減

1 架電業務費：削減施策

『AI受付通過くん』

アウトバウンド営業に対し、営業電話をAIにて実行するシステムを開発。当社の電話営業にて活用



自社&顧客への電話営業にて活用し、業務委託費用を大幅に最適化

1ヶ月、約200万件のコールに対して決裁者通話率は約20%、160万件のコストが約50円から30円程度に



月次約3,000万円のコスト効率化

事業方針 1

AI活用でコスト削減

2 営業力強化費：削減施策

『AIモニタリング』 & 『AIロールプレイング』

商談、打ち合わせに関連した「モニタリング」「ロールプレイング」をAIにて実行するシステムを開発

AIモニタリング

商談や打ち合わせ動画をAIが分析し、改善点を分析



- チェック項目に沿って実施者をAIが評価、改善提案
- 顧客の感情や話を分析し、状況を分析
- 打ち合わせや商談の議事録やTODOを自動で生成

AIロールプレイング

AIが実際の商談を想定したトレーニング



- 断りや繰り返しパターンを自動返答
- 各業種における成功パターンを自動返答
- 商談の点数をつけ、フィードバックを確実に実施

商談、顧客のモニタリングと人員教育に関する費用を大幅削減

月次約3,000件の商談モニタリングコスト、約500件のロールプレイングコストが50%削減



月次約**1,000**万円のコスト効率化

事業方針 1

AI活用でコスト削減

1 架電業務費：削減施策

2 営業力強化費：削減施策

各AIサービスの開発進捗

1Qにて発表した各AI関連サービスの進捗状況は下記のとおり



AI受付通過くん

現状（2Q）

■ 社内でのテスト運用開始

1日あたり数千件の稼働が
人と同じレベルの精度で対応可能。

改善 & 今後の展望（3-4Q）

■ 稼働担保数の増加

サーバー増強、システム面の強化、
オペレーターの育成を実施し、
1日あたり約数万件の稼働の担保を目指す。

■ 4Qでの顧客提供開始

一部の顧客への提供の開始をしつつ、
様々な仕様改善を実施し、4Qで
営業支援ユニットの顧客提供を可能にする。



AIモニタリング

現状（2Q）

■ 一部業務の完全自動化を実現

- ・ お客様との打ち合わせの議事録
- ・ 打ち合わせのアジェンダ整理
- ・ Webサイトのライティングなど

改善 & 今後の展望（3-4Q）

■ 顧客満足度の向上と 顧客提案を自動化

AIのカスタマイズを継続的に行い、
顧客の心理状況の把握が出来るようにしていく。
その機能により、クレームチェックや疑念の
把握を早期に実現し、改善案の提示を出来るよ
うに開発を進め、顧客満足度を向上させていく。



AIロールプレイング

現状（2Q）

■ 社内での運用を開始

■ ショートロープレ機能を実装

効率的な利用を考慮して、
営業を約10のフェーズに分解し、
フェーズ毎でのAIロールプレイングが可能に。

改善 & 今後の展望（3-4Q）

■ AI面接くんの開発

ロールプレイング機能を応用し、
AIにより面接機能の開発をスタート。
3Qで自社のクラウドワーカーの面接、
採用面接に活用を開始。

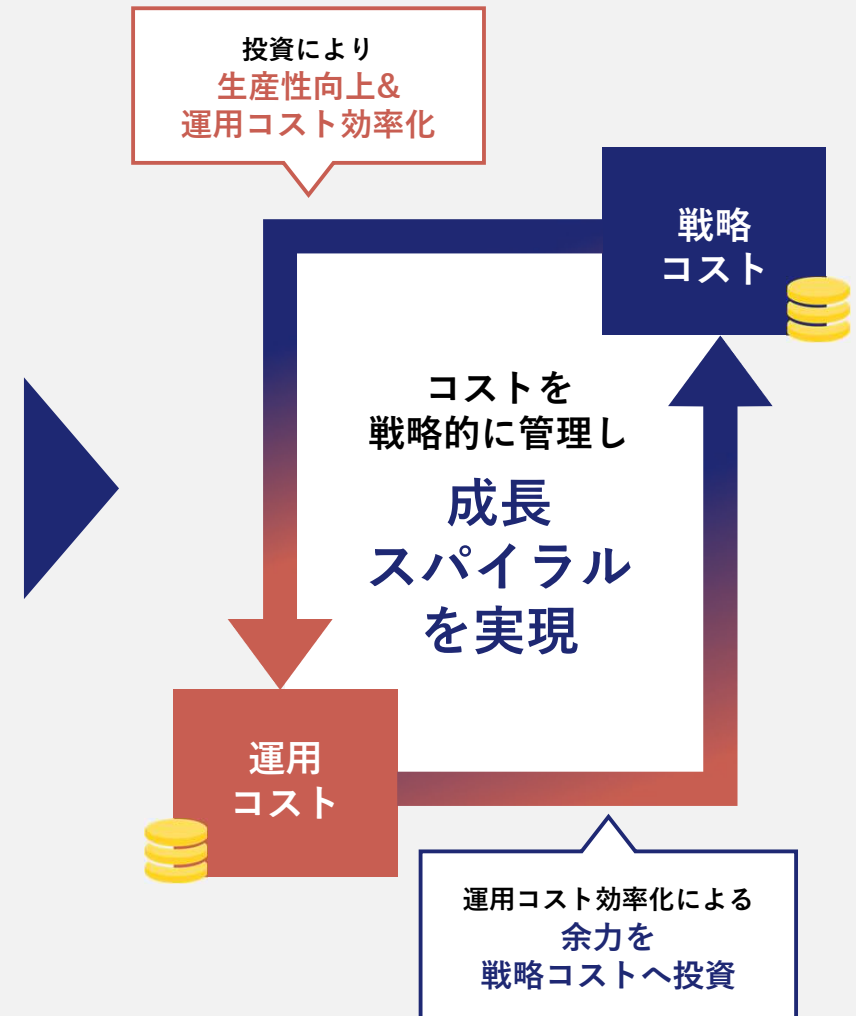
■ 3～4Qで顧客提供開始

原価・販管費の将来性

「運用コスト」については効率化を図り、戦略的に減少させていき、
「戦略コスト」はROIを明確にして投資をし、企業価値の向上に繋げていく

投資目的で分類

	内容	投資方針
戦略コスト 	短期成長投資 ■営業社員 ■広告宣伝(Web) ■営業採用 ■教育	PDCAを高速で実施し、短期業績に寄与が見込まれる投資を実施
	中期成長投資 ■システム新規開発 ■事業開発 ■M&A ■広告宣伝、ブランド、認知向上	中長期の成長に向けた先行投資。一定割合投資を実施し企業価値向上を図る
運用コスト 	インフラコスト ■システム維持・改善 ■事業運営費用 ■オフィス	現状サービス提供、会社運営コスト。規模拡大にて、比率削減に取り組む。
	人的投資 ■非営業社員 ■クラウドワーカー ■非営業社員採用	企業規模拡大に伴い、人員は拡大するが付加価値向上、生産性向上を図り比率削減を図る。



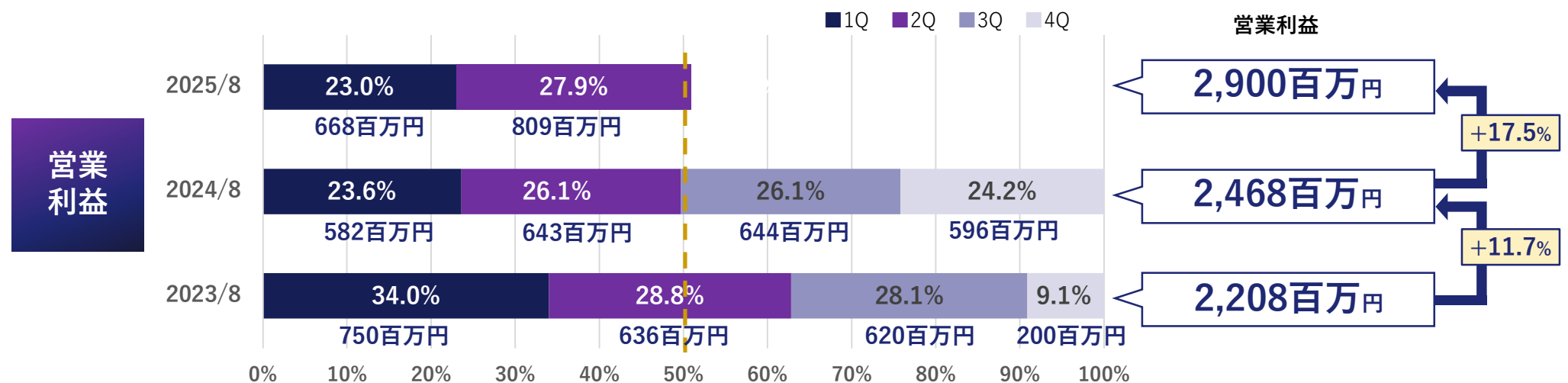
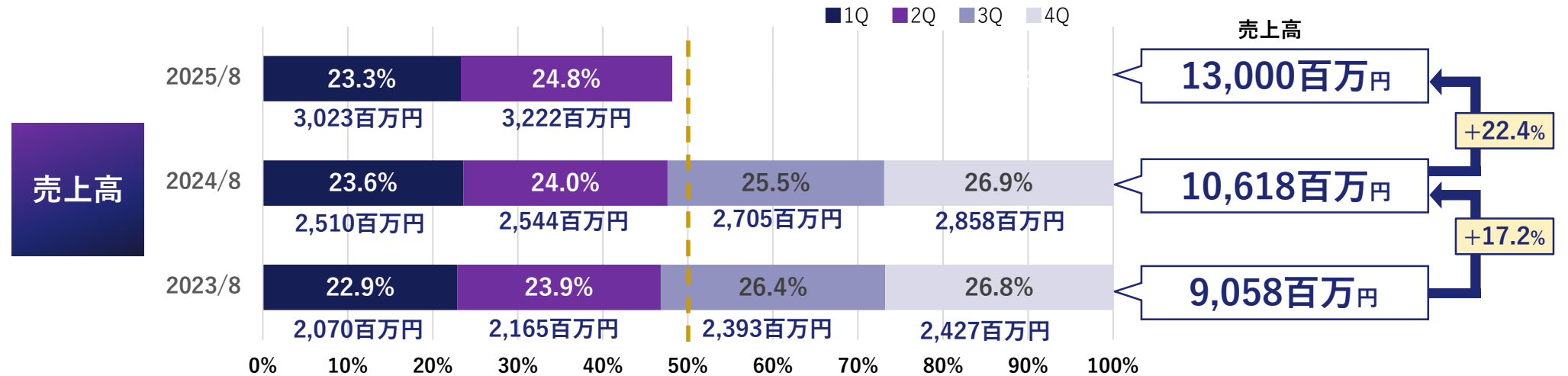
2025年8月期 通期 業績進捗

- 売上高の進捗率は48%、営業利益の進捗率は51%と順調に推移。子会社の決算期を変更したことにより、人材支援の売上は微増しているが、その影響を加味しても前期比で進捗率が高い状況
- 営業利益の進捗率は、引き続き順調に推移
- 受注件数の進捗率は、計画よりも一部進捗しており、今後も継続的に進捗する想定

		2024/8月期			2025/8月期		
		第2四半期	通期 (実績)	第2四半期 (進捗率)	第2四半期	通期 (業績予想)	第2四半期 (進捗率)
売上高	営業支援	3,468	7,168	48.4%	4,032	8,370	48.2%
	人材支援	1,458	3,164	46.1%	1,981	3,970	49.9%
	その他	127	285	44.8%	231	660	35.1%
	売上高合計	5,054	10,618	47.6%	6,246	13,000	48.0%
営業利益		1,226 (24.3%)	2,468 (23.2%)	49.7%	1,477 (23.7%)	2,900 (22.3%)	51.0%
経常利益		1,233 (24.4%)	2,468 (23.2%)	50.0%	1,485 (23.8%)	2,850 (21.9%)	52.1%
親会社株主に 帰属する純利益		699 (13.8%)	1,425 (13.4%)	49.1%	871 (13.9%)	1,650 (12.7%)	52.8%
受注 件数	営業支援	1,556件	3,154件	49.3%	2,038件	3,720件	54.8%
	人材支援	869件	1,790件	48.5%	1,065件	2,150件	49.5%

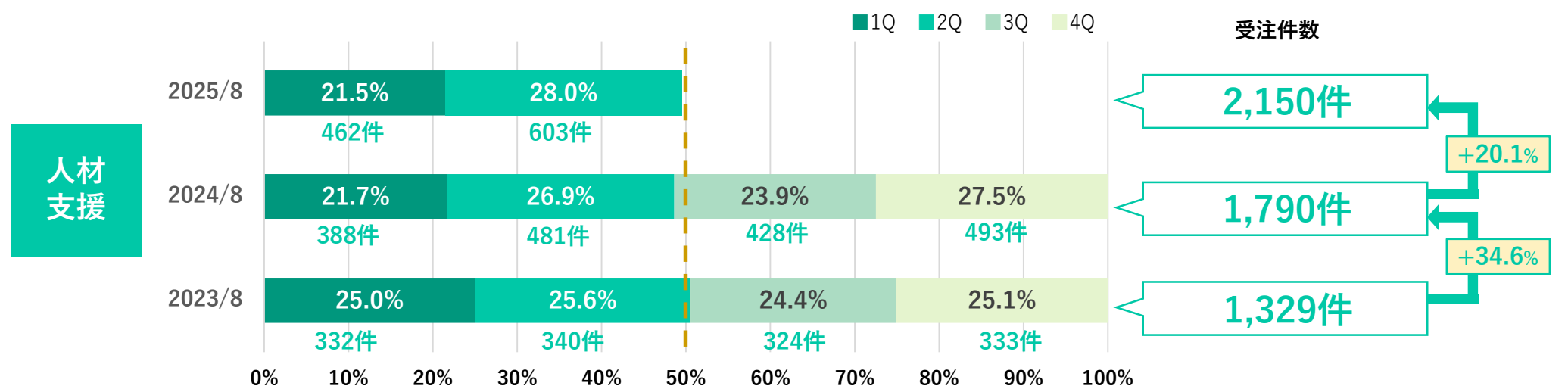
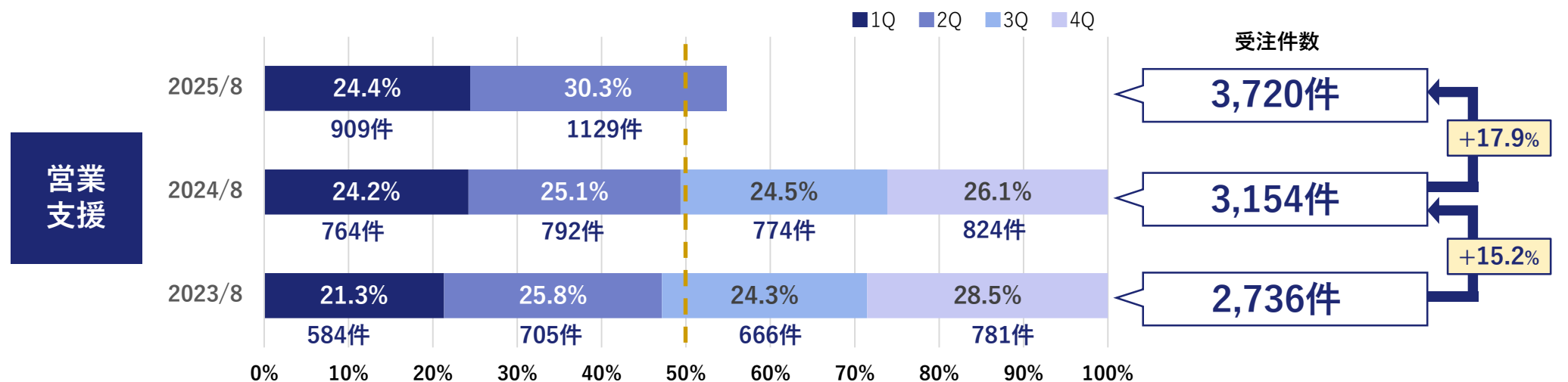
売上&利益進捗 [過去対比]

- 売上高は、過去実績を踏まえ順調に推移
- 営業利益は、業務委託費の最適化を実施し、順調に推移



受注件数&進捗率 過去対比

■ 営業支援、人材支援ともに受注件数は、過去最高を記録し、計画値と比べて前倒しで進捗



『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

一カ月あたり
打ち合わせ件数
約4,000件

懸念あり
約4%

■顧客の懸念とその改善割合

1位 アポイントが取得できない…28%

2位 アポイントが取得できているが、受注が出来ない…11%

3位 その他…61%

アポイント取得、
受注実現が出来ると

40%の懸念が解消

早期に成果の出る(アポ、受注率、粗利率が高い)商材/サービスをインターネット上で提供

クライアントA



アポイント取得率、
受注率の高い
商品・サービスを
保有している
クライアント

商材・
サービスを
登録

商材・
サービスを
検索

当社が
マッチング
を直接行う
ケースも有

クライアントB



アポイント取得率、
受注率の高い
商材を
扱いたい
クライアント

■ 代理店/取次店増加

■ 顧客数増加

■ アポイント/受注率増加

■ ドアノック商材確保

株主還元について-配当-

- 株主還元の考え方としては、成長投資を優先しつつも、内部留保とのバランスを取りながら決定
- 現状は、安定配当として年間配当金額30円以上を継続的に配当する方針
- 自己株式取得については、株価水準、事業環境、株式の流動性等を勘案しながら決定

配当予想 [FY2025]

2025年8月末を基準とし、**30.00円**/株の配当を実施予定※

※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

上記の確保が可能と判断し、株主還元を開始

株主還元について-自己株式-

- 2025年1月10日付で、資本効率の向上を通じた株主の皆様への利益還元、将来のM&Aにおける活用、及び経営環境に応じた機動的な資本政策の遂行、インセンティブプランでの活用等を目的として、200,000株を上限とした自己株式取得をすることを決定し実行

自己株式取得について 完了済み

取得株数

取得株式総数200,000株（上限）

取得総額

700百万円（上限）

取得期間

2025年1月14日～2025年3月31日

取得方法

東京証券取引所における市場買付

目的

1 自己株式消却について

当社の周辺領域には魅力的な投資機会を数多く認識しており、短期的には消却は検討していないが事業環境等を加味し、適切なタイミングで実施する方針



2 将来のM&A時における活用



3 将来的な従業員インセンティブ



お客様の喜びの声

導入事例310件以上公開中！

<https://www.aidma-hd.jp/case/>



営業支援ユニット

的確なアドバイスと 営業対象エリアの拡大で 10社の新規取引先を獲得

株式会社平光製作所〔岐阜県〕
代表取締役社長 平光 敏男 氏

事業内容：建築工事の装飾金物および
それらに付随する金属製品の設計、製造販売

感じていた課題

コロナ禍の業績不振からの回復と
自社工場の稼働率アップを図りたい

結果

新規取引先が10社増加する成果 新たな営業体制づくりに意欲

約30名の社員が自社工場に勤務しているが、業界の特性として、繁忙期と閑散期の差が大きい。また新型コロナウイルスによる影響を解決するため、セールスプラットフォームの導入を決定。年間で1万件ペースで約3年間にわたって営業活動を実施した結果、取得したリードから、継続的な発注をいただける取引先を全国で10社開拓することに成功。業績も着実に向上し、今後は専任の営業担当を配置し、さらに業績を伸ばす取り組みを実施していく予定。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-253/>



クラウドワーカー活用ユニット

スペシャリストの活躍で 業務時間85%短縮という 大きな成果

株式会社せいじつ会計〔熊本県〕
代表取締役 鏡 照美 氏

事業内容：経理アウトソーシング・経営コンサル
ティング 会計ソフト導入支援・女性働き方改革支援

感じていた課題

業務負担を理由に離職者が出るなど
深刻な人手不足

結果

業務効率がアップ。組織マネジメントを見直す機会となった

子育てを行う主婦を中心としたパートスタッフで業務を推進していたが、リソースが十分ではなくスタッフに負荷がかかっていた。ママワークスを活用し、通常業務を実施する方に加えて、エクセルスペシャリスト人材にも業務を依頼できる体制を構築。業務時間85%短縮を実現したほか、オリジナルのエクセル管理ツールの商品化に向けた検証にも貢献してもらい、在宅ワーカー活用で積極的な事業戦略を考えることが可能となった。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-229/>



クリエイティブ支援ユニット

Webを使った戦略的な 事業PRを立案。 新規契約数も上昇傾向に

株式会社リハライフサポート〔静岡県〕
代表取締役 九戸 栄介 氏

事業内容：医療・介護コンサルティング
デイサービス運営、太陽光発電

感じていた課題

全国規模の事業を開始するにあたり
効率良くPRできる方法を模索していた

結果

公式サイト訪問者は10倍に 県外顧客との新規契約も増加

同社は創業時からデイサービス施設を運営。新型コロナウイルスの流行で利用者が減少し、サービス停止をせざるを得なくなった。業績回復のため、コンサルティング事業のオンライン化を図り、対象エリアを県内から全国に広げたが、認知向上に課題を感じクラブプロの導入を決定。問合せ数増を目指し、公式サイトのリニューアルと同時に公式SNSを開発。約10ヵ月間で、公式サイトの訪問者は10倍に増加し、県外の問い合わせも無い込む状態に。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-266/>



営業支援ユニット

セールススクール

営業ノウハウをゼロから 習得。苦手だった クロージングを克服

オカダビル株式会社〔北海道〕
代表取締役 岡田 充史 氏

事業内容：不動産賃貸、オフィス関連機器の販売
コンサルティング

感じていた課題

リードは増加したが、成約に至るまでの
営業に課題があった

結果

オンライン商談の添削指導で 独自の営業ノウハウを構築

長年にわたりテナントビルを運営していたが過疎化の影響で、従来の業績継続が難しい状況。新たな収益の柱としてオゾン発生器の販売を計画し、営業強化のため、セールスプラットフォームを発注。商談獲得は順調だったものの、オンラインの商談で契約をいただくことが新たな課題に。当時の新サービス、セールススクールを導入し、講師による研修と商談の磨き上げを実施。同社独自の営業の型を構築し、ノウハウやナレッジが、汎用性の高い資産となった。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-313/>

SECTION

2

2025年 8月期

事業方針



経営方針

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

2025年 事業方針

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

➡「第2Q業績ハイライト」 P11～にて説明

事業方針 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

➡ P26～にて説明

事業方針 3

ユニット型業務支援事業

成長に必要なあらゆる業務を
ユニット型で支援する

➡ P30～にて説明

経営戦略

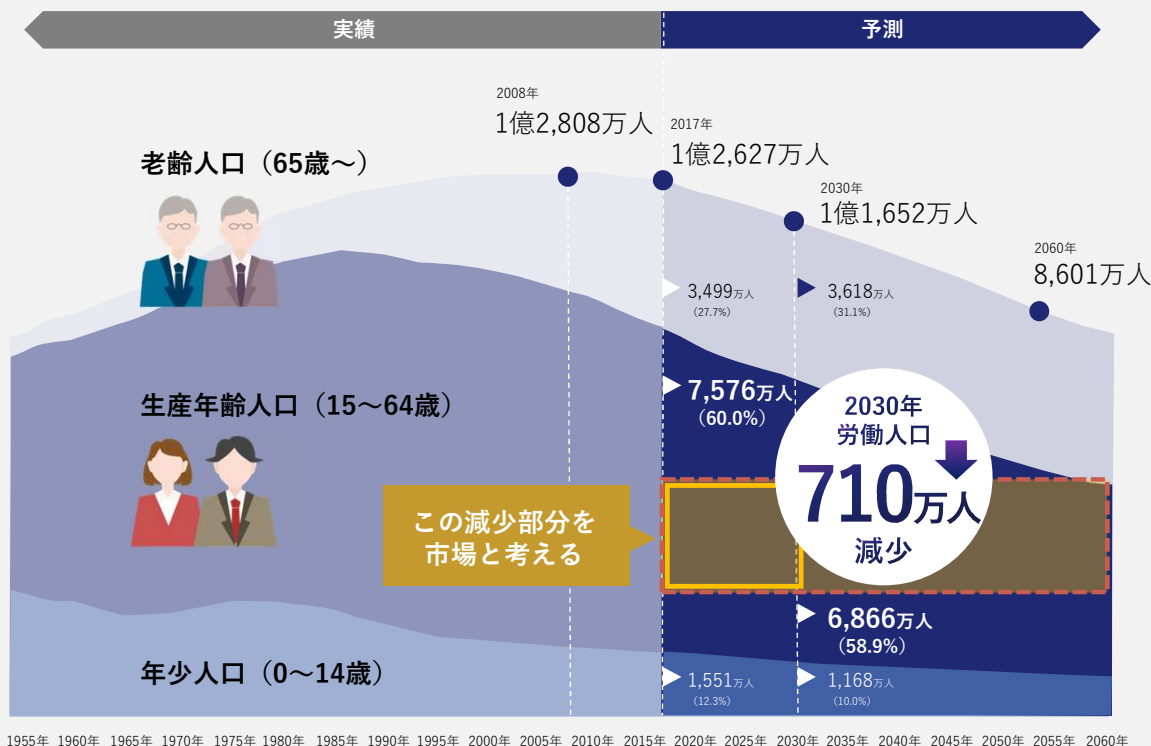
STRATEGY 戦略

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

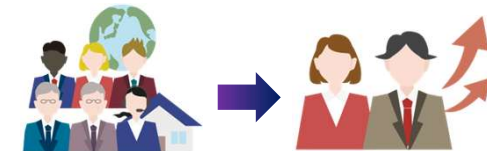
従来の成長戦略

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

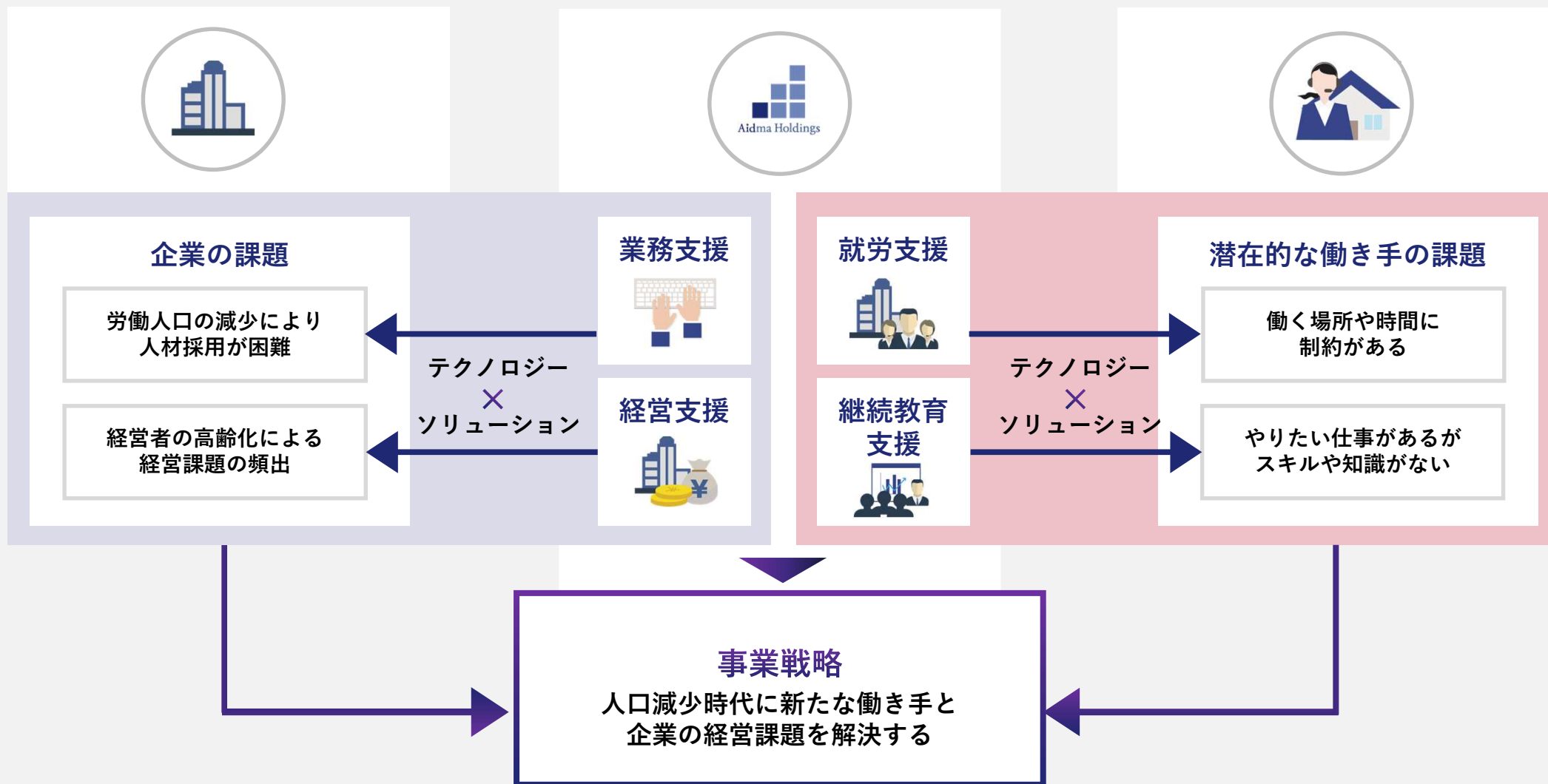
これからの成長戦略

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



事業方針 2
ワークインフラの提供

ワークインフラの考え方



企業と働き手を繋げるワークインフラを提供する

『スポットワークス』リリース

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



人件費の比較が可能

事前に預けている費用で
様々な業務を実施し、
社内の人件費との対比が可能



リソースの制約ゼロ

自社のリソースの制約をなくし、
様々な業務を
即時対応することが可能

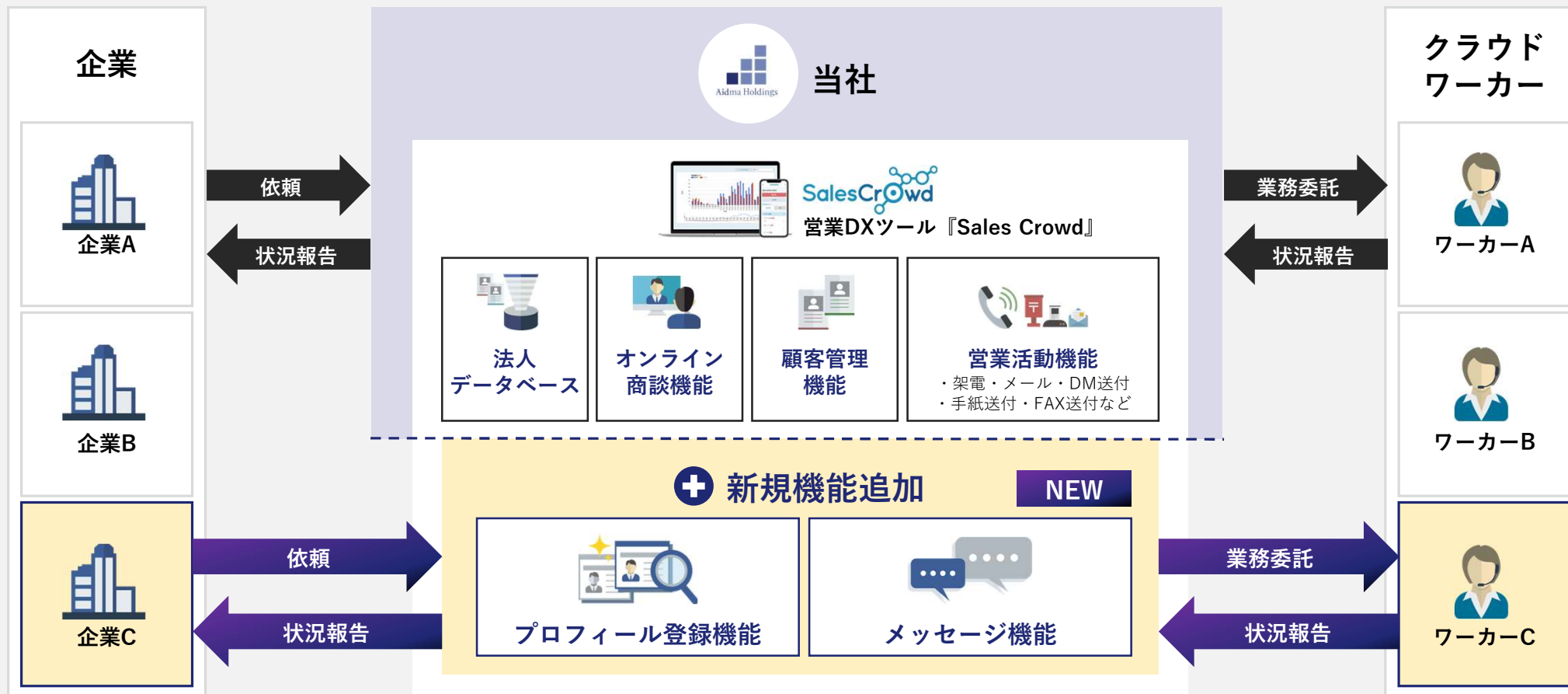


直接雇用可能

優秀な方や自社業務と
マッチする方は、
直接契約や雇用契約も可能

『営業のワークインフラ』リリース

企業とクラウドワーカーが当社を通さず直接繋がり、営業業務を依頼できるワークインフラを提供する



『Sales Crowd』上から依頼者を検索し、営業業務を即座に「依頼」＆「実行」が可能に！

『スポットワークス』 & 『営業のワークインフラ』 進捗

1Qにて開発・発表した各サービスの進捗状況は下記のとおり

SPOT WORKS

スポットワークス

現状 (2Q)

- 社内でのテストローンチ完了
利用者の繋ぎ込みにより73,000人の会員確保完了
ママワークスやその他ワークスシリーズなどの会員から
スポットワークスを利用したい方の繋ぎ込みを実施

改善 & 今後の展望 (3-4Q)

- 報酬支払い機能の実装
スポットワークス上で報酬の支払いを可能にする
- MEMBERS連携機能の実装
MEMBERS上からのタスク依頼を可能にする
- 4Qから本格運用開始
マネタイズ含めた事業インパクトは来期からになると想定



営業のワークインフラ

現状 (2Q)

- 設計までが完了し、
データベースの開発に着手

改善 & 今後の展望 (3-4Q)

- 3Q中に過去約4,800万件の架電データの統合
過去約4,800万件の架電データを全ての企業データに統合し、
全架電データから効果的な対象先を選定したり、をAIによって、
効率的なリスト作成の支援を実施
- 4Q中にリニューアルを完了
4Q中に新Sales Crowd自体のリニューアルを完了させ、
社内テストを実施し、来期に本格利用できる状態、
及び顧客提供の準備を完了させる

事業方針 3

ユニット型業務支援事業

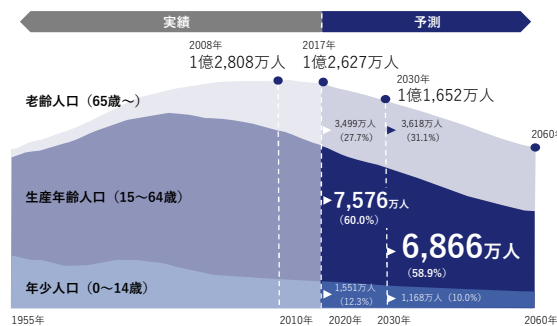
『ユニット型業務支援事業』 サービス立ち上げ背景

中小企業の採用における3つの問題を背景に、サービスのコンセプトを変更し、
営業、人材の支援サービスから様々な業務支援の提供へ

労働人口減少

2030年労働人口
710万人
離少

将来推計人口

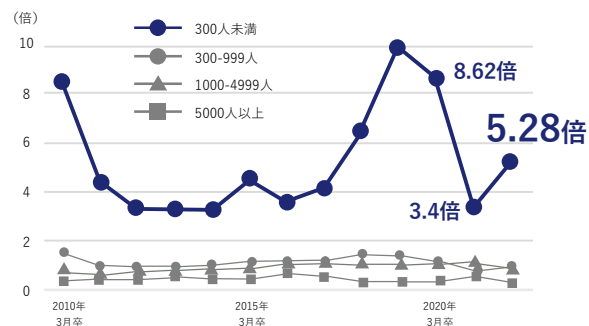


出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口 (2017)」

求人倍率高

中小企業で人材が
採用
できない

従業員規模別 求人倍率の推移

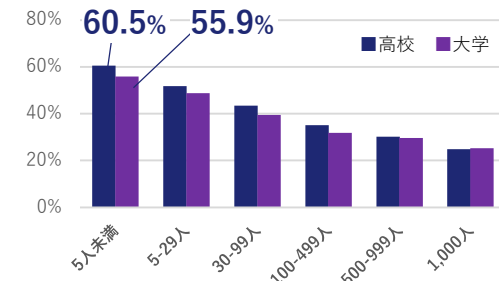


出所：人と組織に関する研究機関・リクルートワークス研究所

離職率上昇

中小企業
50%以上が
離職

新規学卒就職者の
事業所規模別就職後3年以内離職率



出所：厚生労働省人材開発統括官 若年者・キャリア形成支援担当参事官室調べ

今までの営業、人材をメインのサービス提供から、
様々な業務を支援する「ユニット型業務支援事業」を提供する

事業方針 3
ユニット型業務支援事業

『ユニット型業務支援事業』 サービス詳細 [1/2]

企業の人材課題に合わせて、様々なユニットをクロスセル、アップセルする提案が可能に

ユニット

[3つの機能が入っている]



コンサルタント
業界理解や業界知識、実績があるPM人材



クラウドワーカー
業務を正確に実行できる人材



DXツール&AI
業務実行の支援と実行内容が資産に残るツール

- 人を一人採用するよりも安い
- 翌日から利用可能
- ノウハウが社内に残る

顧客は今後選択可能に
「採用」 or 「ユニット活用」

1社あたりのユニット導入イメージ [例：6ユニット契約している場合]

株式会社〇〇〇〇〇〇								
	営業支援 Sales Platform	秘書代行 Crowd 秘書	管理支援 Crowd Back office	生産性向上支援 Crowd Members	クリエイティブ支援 727	広報支援	IPO支援 Crowd Advisor	採用支援 Crowd Recruiting
ユニット1	30万/月 契約中	30万/月 契約中	+ 追加	+ 追加	30万/月 契約中	+ 追加	30万/月 契約中	30万/月 契約中
ユニット2	30万/月 契約中	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加
ユニット3	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加	+ 追加

NEW

今期では以下のようなユニットを提供できる体制を構築

 フィールドセールス支援 株式会社アイトマ・ホールディングス	 M&A支援 Crowd Advisor	 採用代行 Crowd Recruiting	 システム開発支援 Tech Bridge	 代理店開拓支援 Business Matching UNIT	 補助金支援 Crowd Advisor	 メディア構築支援 メディア構築支援ユニット	 カスタマーサクセス支援
--	--	--	--	---	--	--	---

『ユニット型業務支援事業』 サービス詳細 [2/2]

ユニット型業務支援事業にビジネスモデルを変化させることで、顧客と当社双方によりメリットを出せる
またBtoC顧客もアプローチ対象となることにより、顧客基盤の拡大余地がある

サービス導入による双方でのメリット

顧客のメリット



人的課題の解決

営業やクラウドワーカー活用の支援以外にも複数の人的課題に対しての解決策が見つかる



最短でスポットでの活用が可能

採用よりも早く、かつ期間限定で利用することが出来る



低コスト

採用に伴う採用費、人件費、販管費などと比較すると安い費用で利用することが出来る



ノウハウが資産として残る

社員採用の場合、ノウハウが属人化し、社内に残らないケースも多いが、活用支援サービスでは、取り組みプロセスやノウハウが社内に残る

当社のメリット



客単価の向上

1社に対し複数のユニット提案が実施できることで客単価が向上する



顧客基盤の拡大

従来はBtoB×中小企業がメインの顧客基盤だったが、今後はBtoC、中小企業以外にも提案の幅が広がるため、顧客基盤を大きく拡大することが可能



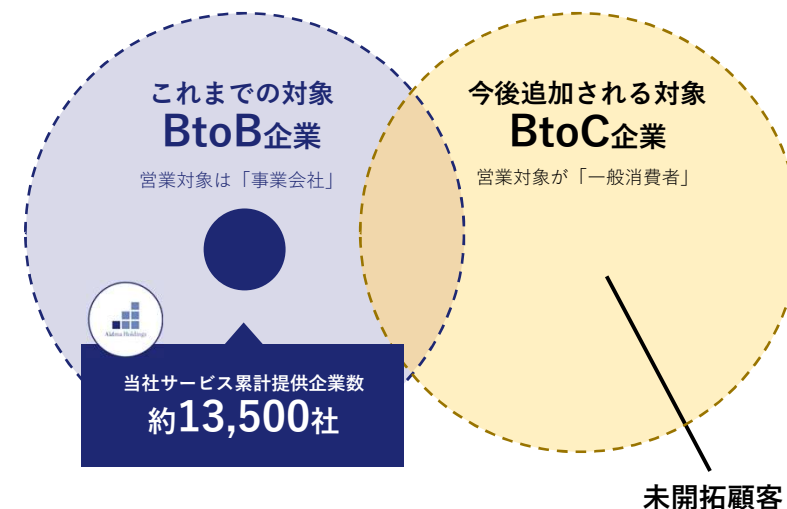
受注率の向上

「活用支援サービス」の提供に変化するため、提案の幅が広がり、受注率の向上に寄与できる

顧客基盤の拡大余地



全国の中小企業(10～99人) 約**62万社**※1



※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

現状の収益
イメージ

顧客数 約4,000社×1サービス

今後の収益
イメージ

顧客数 約**20,000社**×**5ユニット**

ユニットの定義をアップデート

様々なユニットを3つの型に分けて、顧客にとって分かりやすく提案出来るようにする

アウトソーシング型



業務支援

アイドマ・ホールディングスで
全て完結する業務支援サービスを提供。
目的はテストワークをして仕組みをつくる

- 営業支援ユニット
 - 採用支援ユニット
 - 開発支援ユニット
- など

インソーシング型



活用支援

顧客内でクラウドワーカーを
直接活用するサービスを提供。
※マネジメントは当社で支援するケースも有

- マネジメント支援+
クラウドワーカー活用
- クラウドワーカー活用
- スポットワーカー活用

経営支援型



経営支援

経営に関するアドバイスやサーベイ、
支援を行うサービスを提供

- 管理支援ユニット
 - M&A支援ユニット
 - CFOユニット
- など

顧客のニーズに合わせて、提案する型を決め、
そこから具体的なユニットの提案に移行

SECTION

3

2025年 8月期

成長戦略

3つの成長戦略

サービス全般の受注件数の増加を起点とし、サービスの価値の強化やM&Aによるシナジーの最大化を行う

		取り組み事項		詳細
1	サービス全般の 受注件数の増加	①商談数の増加	稼働数& アポイント取得率の最大化	稼働数とアポイント取得率を最大化させる施策を実施
			チャネルのコスト最適化	費用対効果の高いチャネルを算出し、最適なアプローチを実施
		②受注率の向上	ナーチャリングモデルの実施	リードに対しそれぞれのステップで適切なアプローチを取り、顧客ニーズを高める動きをさらに細かく仕組み化し強化していく
			リードタイムの最適化× 商談能力の向上	リードタイムを最適化するために、商談能力と提案能力を向上させる施策を実施
		③追加ユニット受注件数の増加	追加ユニット商談数の増加	受注をいただいた顧客から追加ユニットの商談機会を最大化する取り組みを実施
			追加ユニット提案移行率の増加	追加ユニットの商談から企業の課題やニーズを掴み、複数の業務支援ユニットの提案に移行する率を向上させていく
			追加ユニット受注率の増加	提案からの受注率を最大化し、追加ユニットの受注件数を引き上げる
2	サービス全般の 付加価値強化	「ユニット型業務支援事業」導入後の出口の強化		ユニットの価値として、「安い」、「早い」、「残る」の出口をあらゆる側面で提供していく
3	M&Aでの 戦略的成長	M&Aマトリックスの構築とPMIの仕組み化		M&Aにて企業を選定する際の方針をマトリックスとして構築し、明確にすることで仕組み化し、再現性を高める
		PMI専門の組織立ち上げ		M&A後に高い能力を有する経営層をコンサルタントとして紹介する組織を立ち上げ、自社以外のM&Aも支援していく

1

サービス全般の
受注件数の増加

受注件数向上の方程式

受注件数の増加を下記の計算式で定義し、各項目の向上をはかる

総受注件数

①
サービス全般
商談数

×

②
サービス全般
受注率

=

受注件数

+

③
追加ユニット
受注件数

① 商談数の増加

稼働数&アポイント取得率
の最大化

×

チャネルの最適化

×

ナーチャリングモデルの実施

② 受注率の向上

リードタイムの最適化

×

商談能力の向上

③ 追加ユニット受注件数の向上

追加ユニット商談数の向上

×

追加ユニット提案移行率の向上

×

追加ユニット受注率の向上

1

サービス全般の
受注件数の増加

① 商談数の増加

稼働数の増加&アポイント取得率の最大化

稼働数の増加とアポイント取得率の向上を下記の計算式で定義し、それぞれの項目を最大化し商談数を増加させる



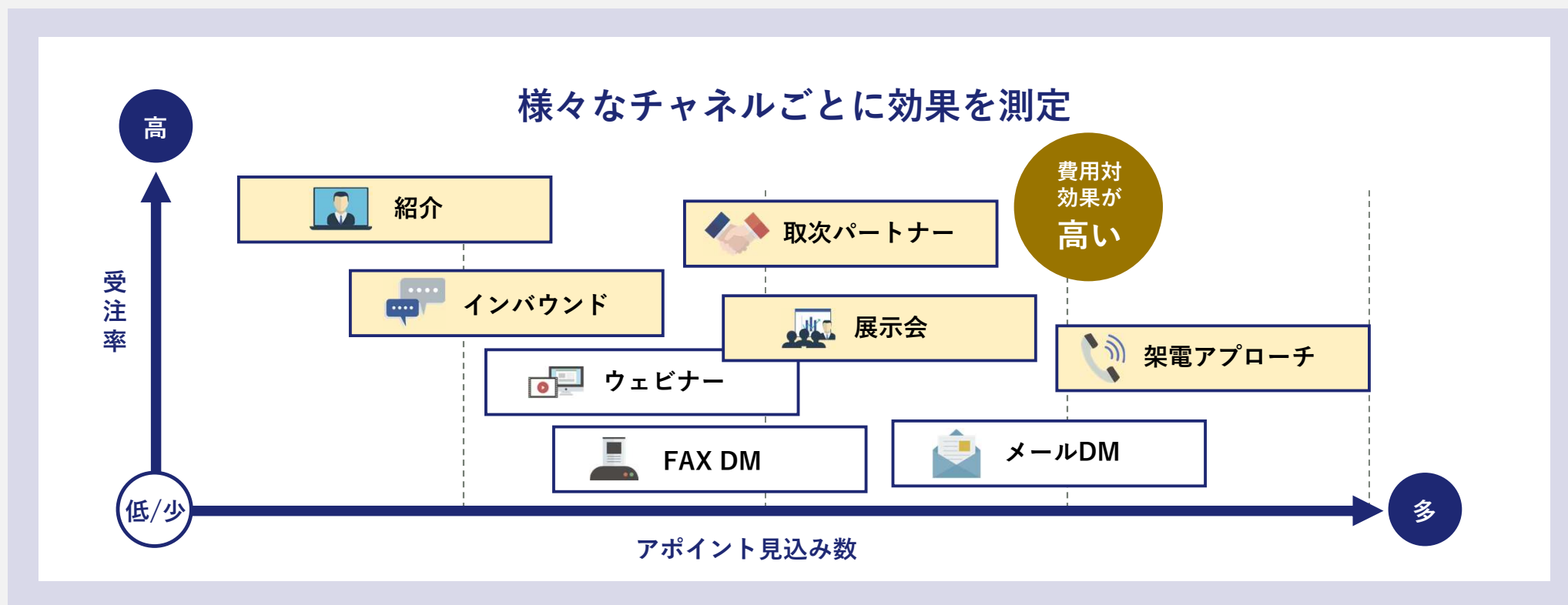
1

サービス全般の
受注件数の増加

① 商談数の増加

チャネルの最適化

受注率とアポイント見込み数の高いチャネルをミックスしながら、最適なアプローチを行っていく



受注率×アポイント見込み数の定義からチャネルを選定し、
効果の高いチャネルに経営資源を投下し、ROIを最大化する

1

サービス全般の
受注件数の増加

② 受注率の向上

ナーチャリングモデルの実施

リードに対し各ステップで適切なアプローチを実施し、顧客ニーズや印象を上げていき、商談からの受注率向上を図る

顧客の状況

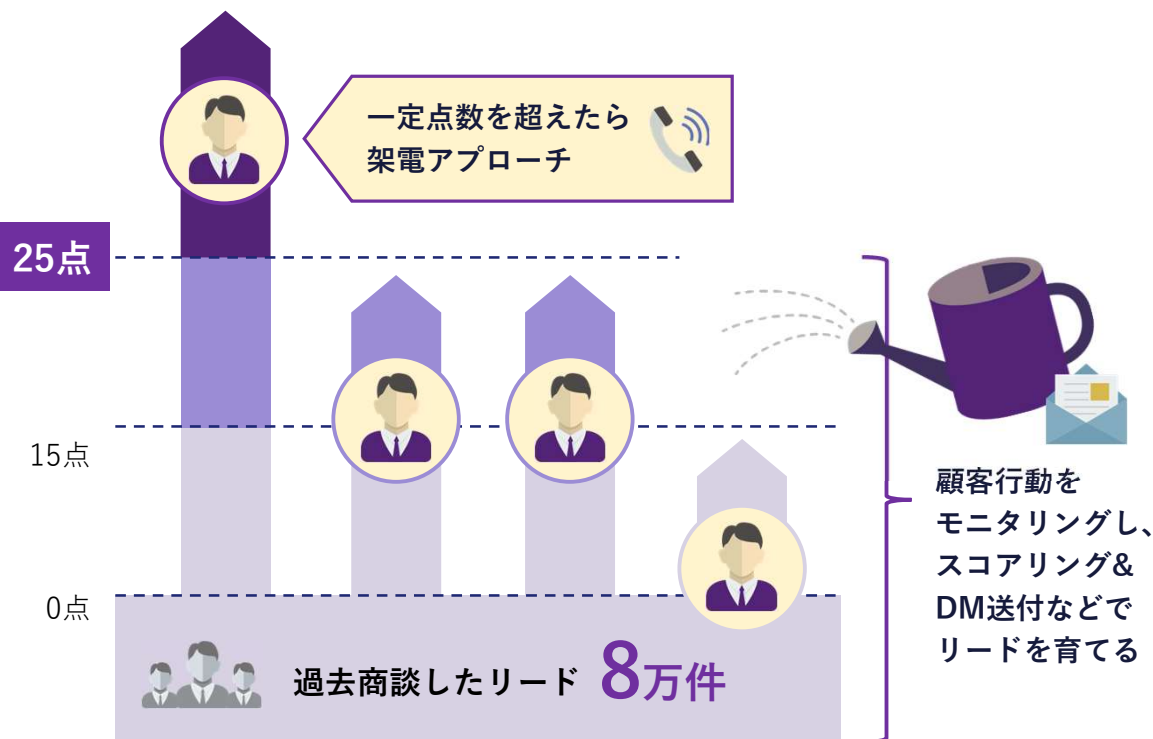
印象スコアやニーズスコアなどの概念を点数化



スコア合計

21点

印象 スコア	顧客行動	5点
	売上拡大	5点
ニーズ スコア	コスト削減	5点
	組織強化	2点
	人員採用	4点



一定の点数以上のリードから受注を半自動でできるような仕組みを構築

1

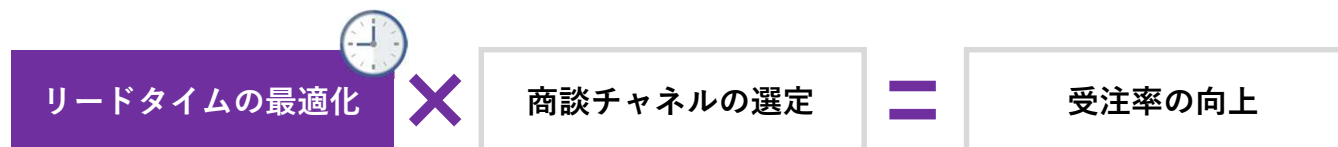
サービス全般の
受注件数の増加

2 受注率の向上

リードタイムの最適化

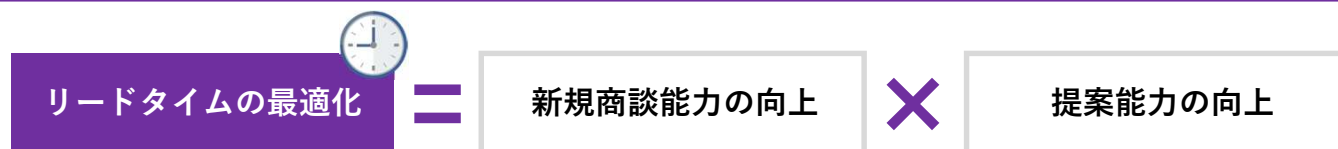
リードタイムを最適化するために、商談能力と提案能力を向上させる施策を実施

- 商談結果を分析したところ「リードタイム」が短い方が、受注率が高いことが判明



		商談からの提案		
		短	中	長
提案からクロージング	短	高	高	中
	中	高	中	低
	長	中	低	低

- リードタイムを短縮するためには、商談能力と提案能力の向上が必要



- 商談能力を上げる仕組みを構築し、受注率の向上を図る

「商談能力の定義とテスト」を作成し、能力向上のPDCAサイクルを回す

チェック項目		
○	身だしなみ	外見にマイナスがない
×	テクニック	話すスピード
○	仮説構築力	ヒアリングに対する適切な提案
...	...	...

1

サービス全般の
受注件数の増加

③ 追加ユニット受注件数の増加

「ユニット型業務支援事業」受注件数の増加

追加ユニットの受注件数の増加の方程式を定義し、各項目で成果が上がるように施策を展開していく

追加ユニット受注件数を増やす方程式



2

サービス全般の
付加価値強化

「ユニット型業務支援事業」導入後の出口の強化

ユニットの価値として、「安く」、「早く」、ノウハウを「残し」、その後の導入後の出口を提供していく



Crowd UNIT 様々なユニットサービスで業務を支援しながらワークフローとマニュアルを構築

3つの出口から選択

外注型



そのままユニットを
活用できるパターン

引き続き、ユニットサービスを利用して業務
の生産性を向上させる。



マネジメントは任せて
実行だけ内製するパターン

ユニット活用で仕組み化した業務フローをも
とに、マネジメントだけ外注して運用。

内製型



自分達でマネジメントから
全て内製するパターン

ユニット活用で仕組み化した業務フローをも
とに、社内でマネジメントから運用まで実行。



さらに



メンバーズを
全ユニットに
デフォルトで実装



全顧客に
ワーカー活用プラットフォームを
無償提供



マネジメント
ワーカーを
実費で活用

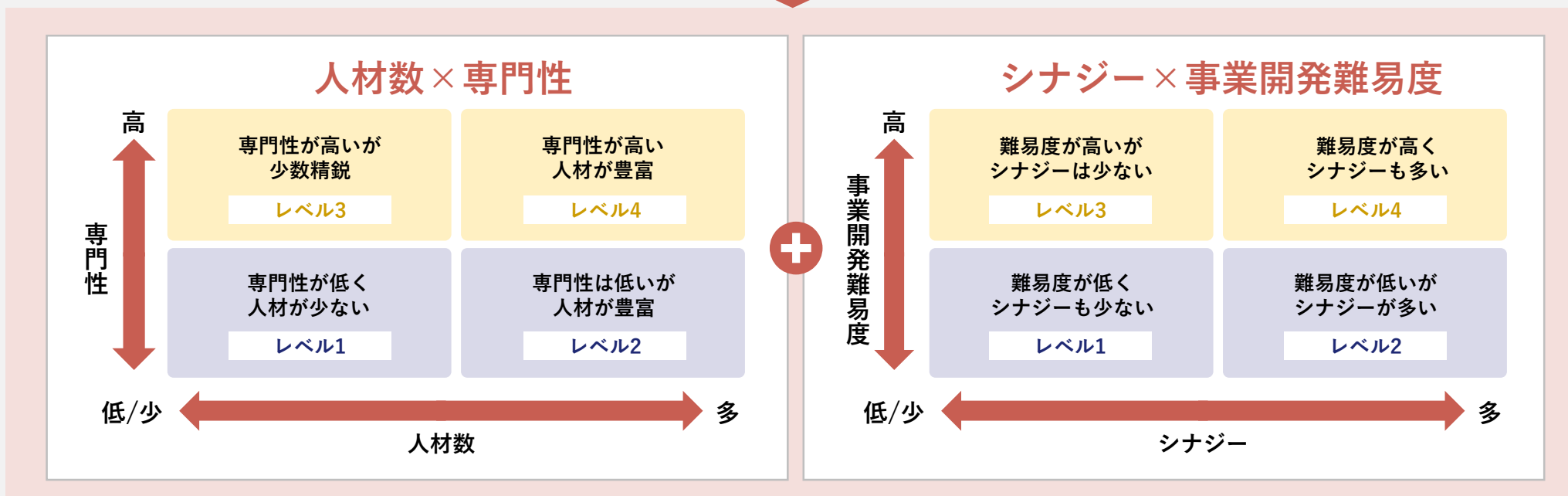
3

M&Aでの
戦略的成長

M&Aの方針の明確化

M&Aにて企業を選定する際の方針を明確にし、意思決定のレベルを上げていく

事業戦略に合致しているかを幾つかの指標で把握



一定のレベルをクリアしていることを条件に買収の判断を実施

指標自体を継続的に見直し、**効率的、効果的にM&Aが出来る仕組み**を構築

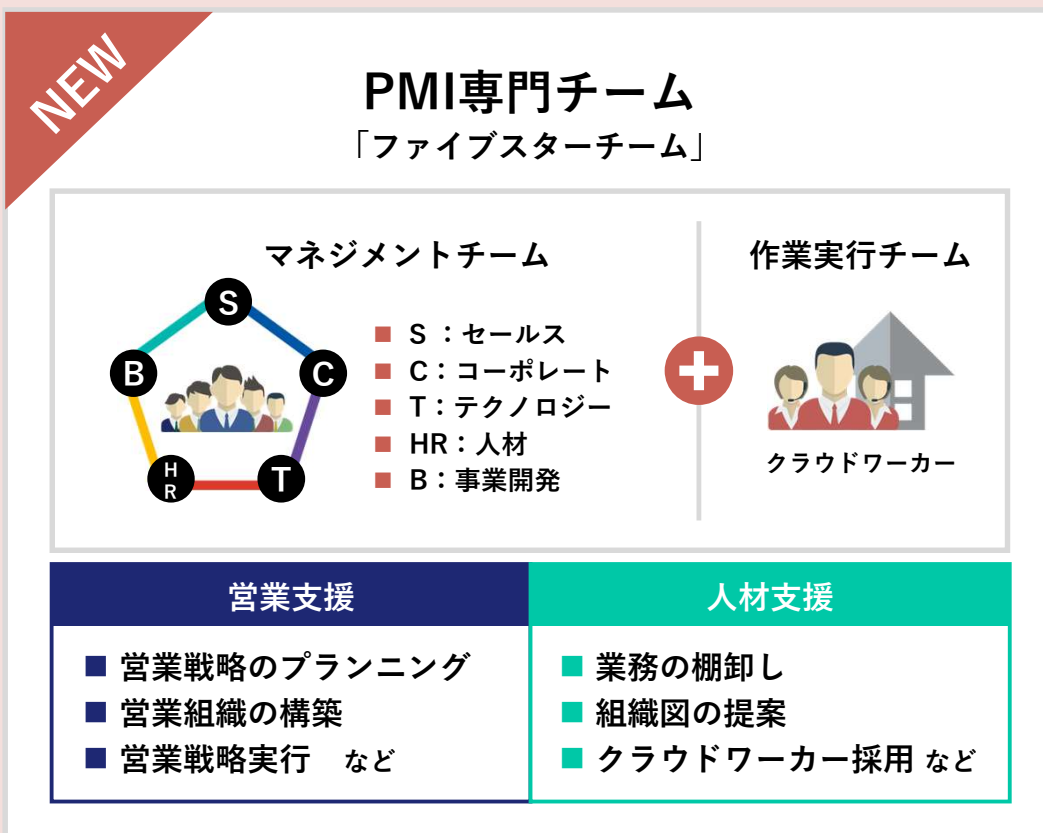
3

M&Aでの
戦略的成長

PMI専門の組織立ち上げ

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



SECTION

4-1

参考資料：

会社概要



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(2024年2月末現在)
従業員数	正社員: 349名 2025年2月末現在 (連結ベース) 業務委託:3,644名 2025年2月末現在 (当社単体)
証券コード	7373



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

68%



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

3%



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

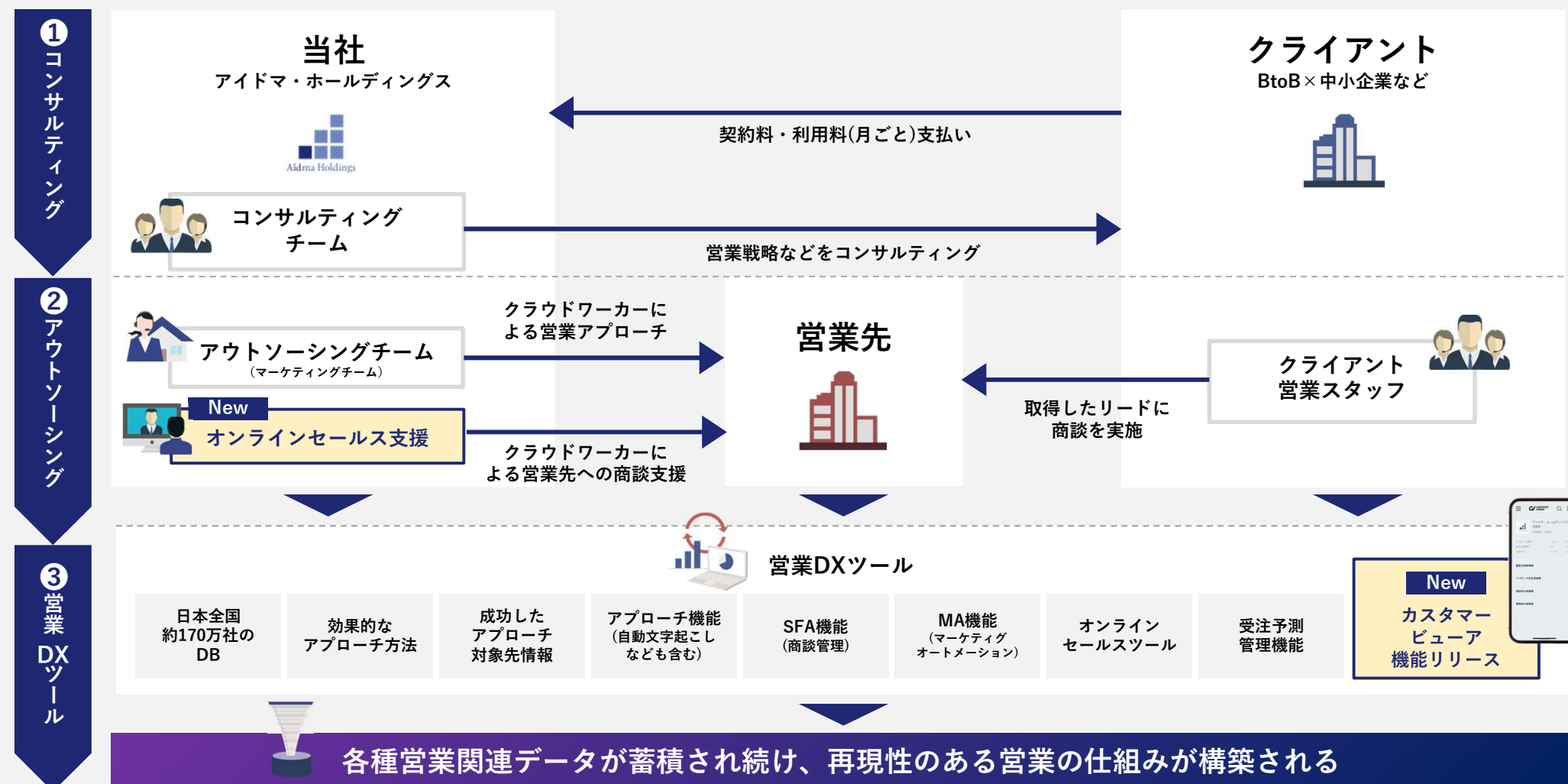
※3：インターネット環境のあるデバイスを活用し、オンライン上で対面で相手先とコミュニケーションを取る事が出来るオンラインMTGツール（meet int）等

※4：売上比率は2024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

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

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 ・FAX ・メール ・DM ・フォーム ・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200万社以上

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

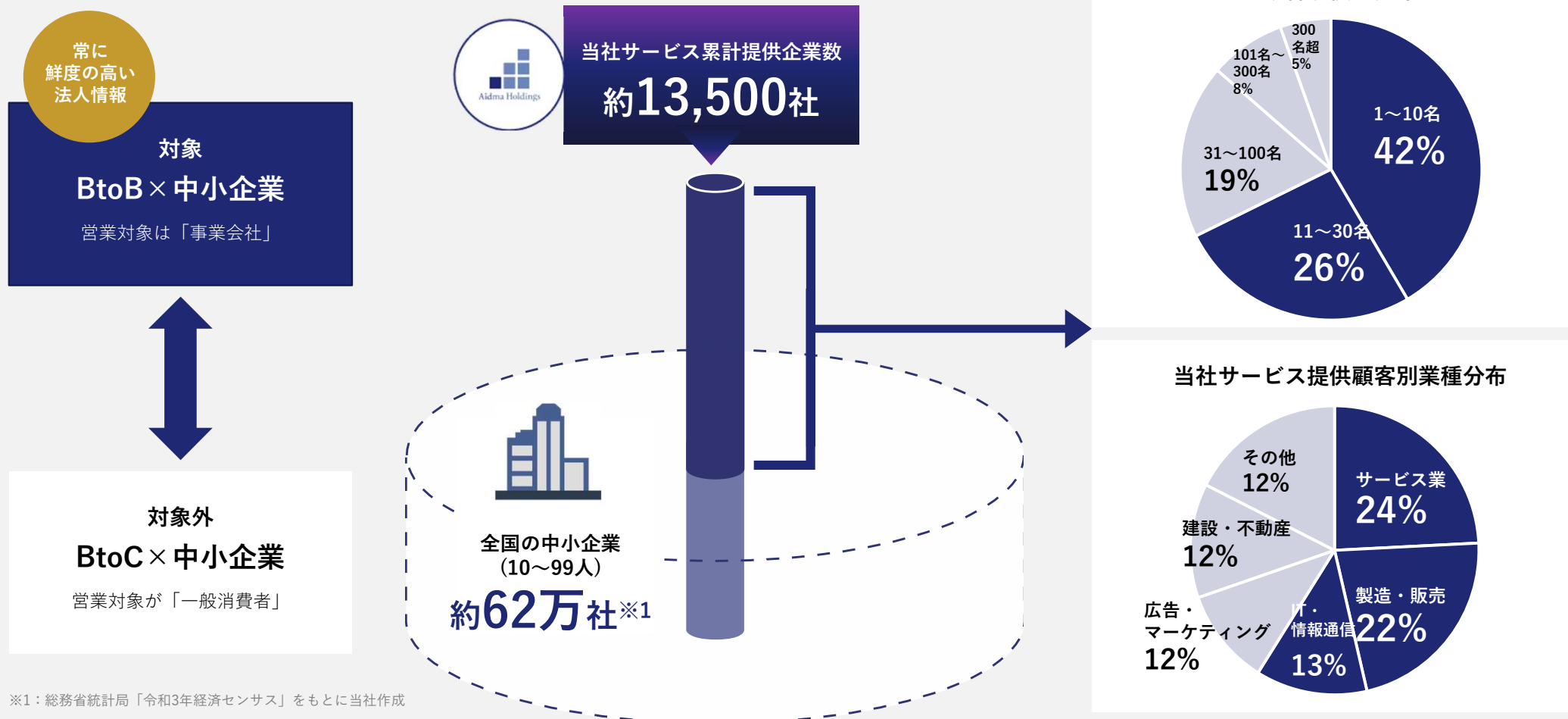
※1：企業ホームページの会社概要を閲覧し、「社名」「住所」「電話番号」「事業内容の要約」「売上データ」等を定期的に更新し、当社が独自に作成している法人データベース

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



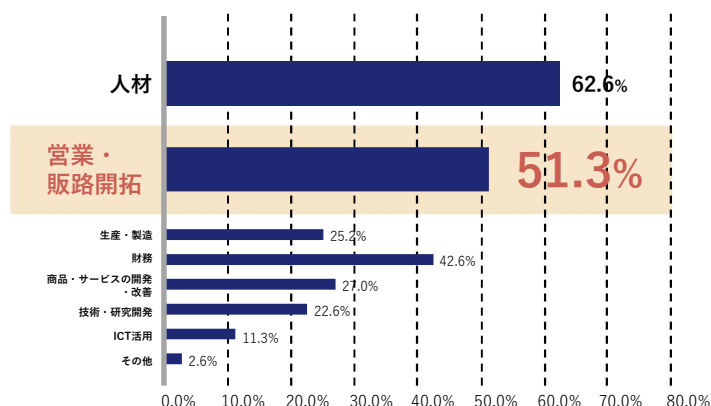
営業支援サービス

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

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



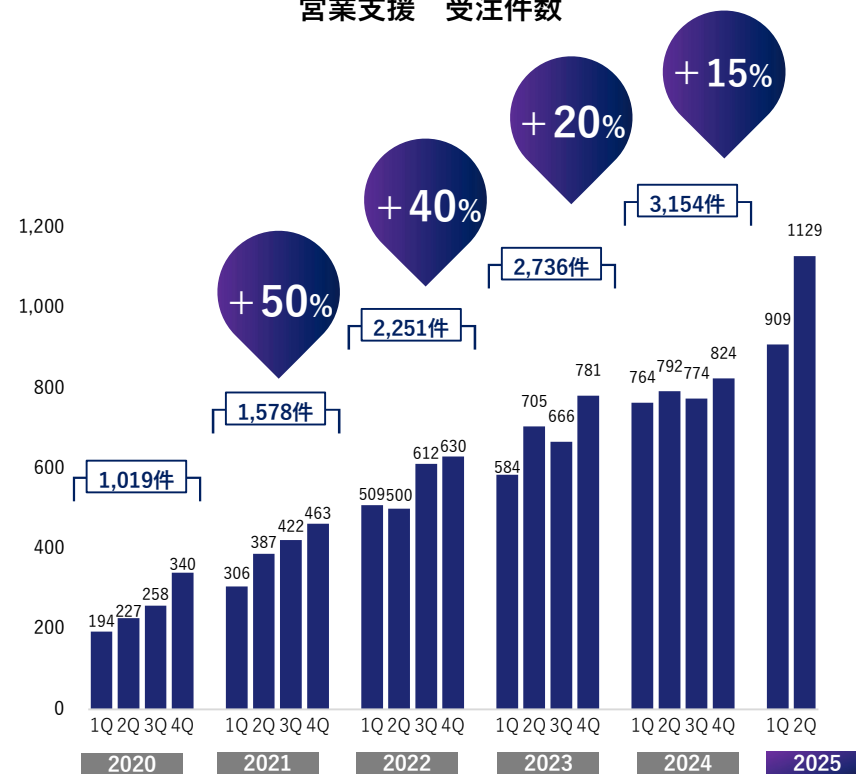
人

=



[費用感]
営業人員 約1名分

営業支援 受注件数



2Q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2024.8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4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4年で
会員数は約**13万人**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

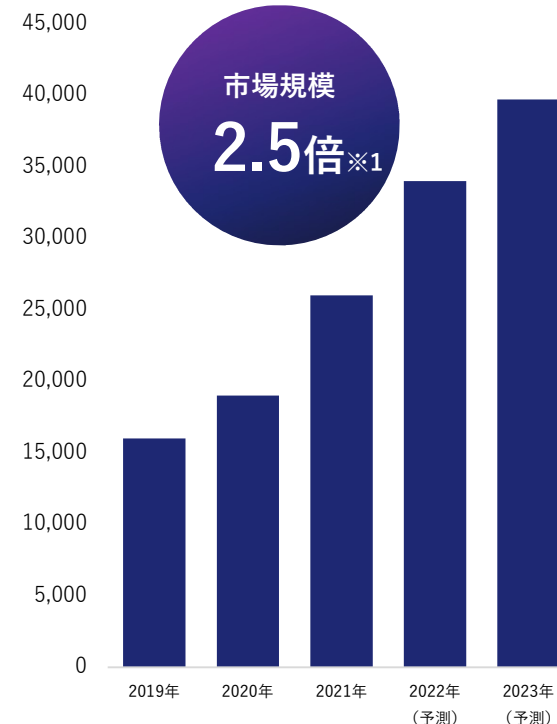
ローンチ
約3年で

副業希望人材登録数
約25,000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

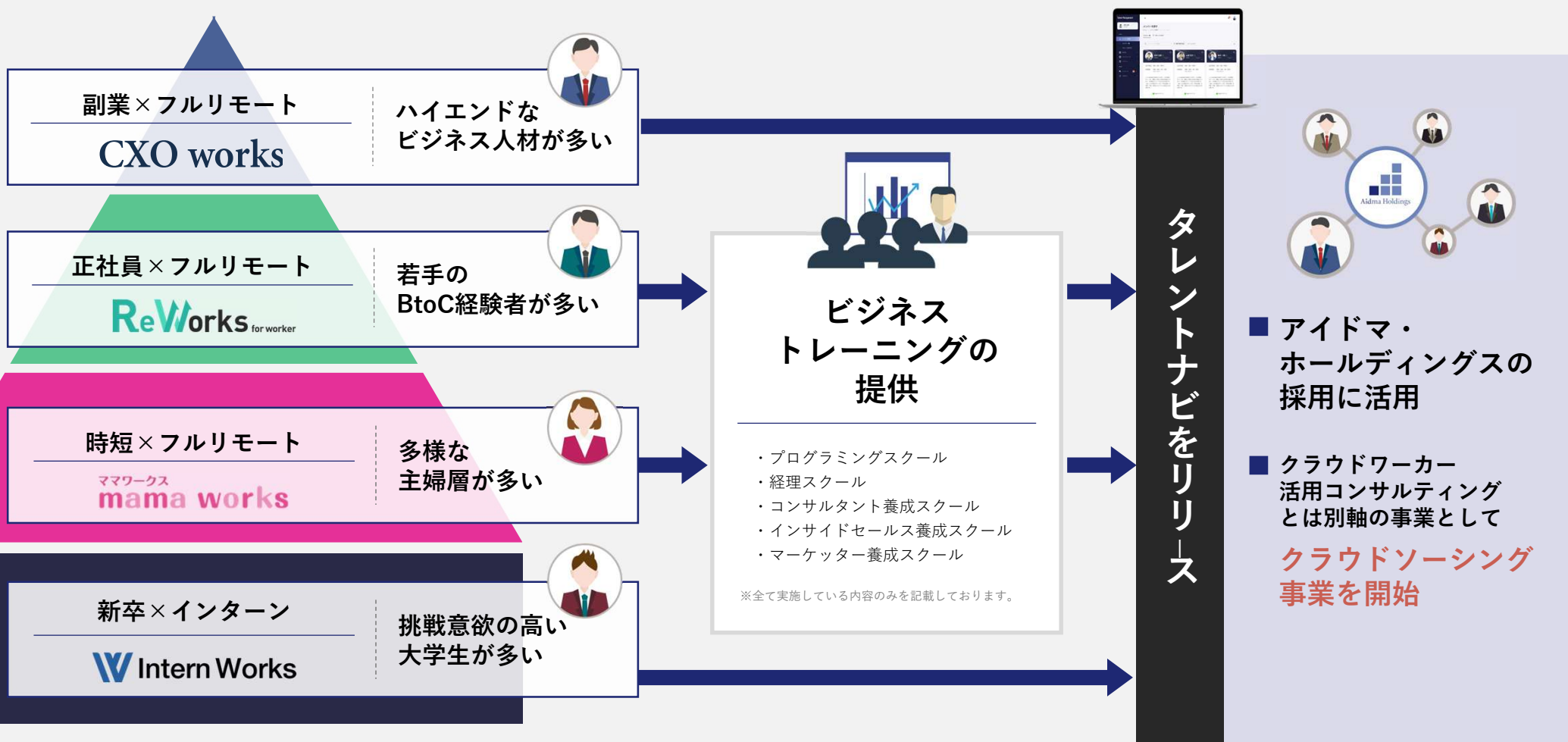
(単位：百万円)



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



各種サービス

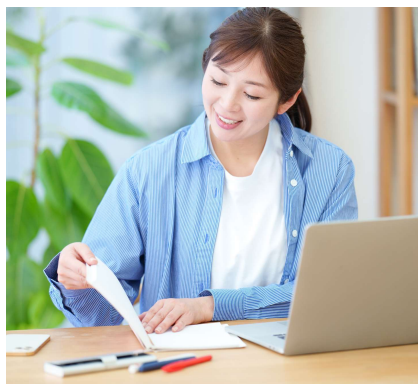
それぞれのサービスの顧客価値

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 ・地代家賃や側面経費がかからず、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

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

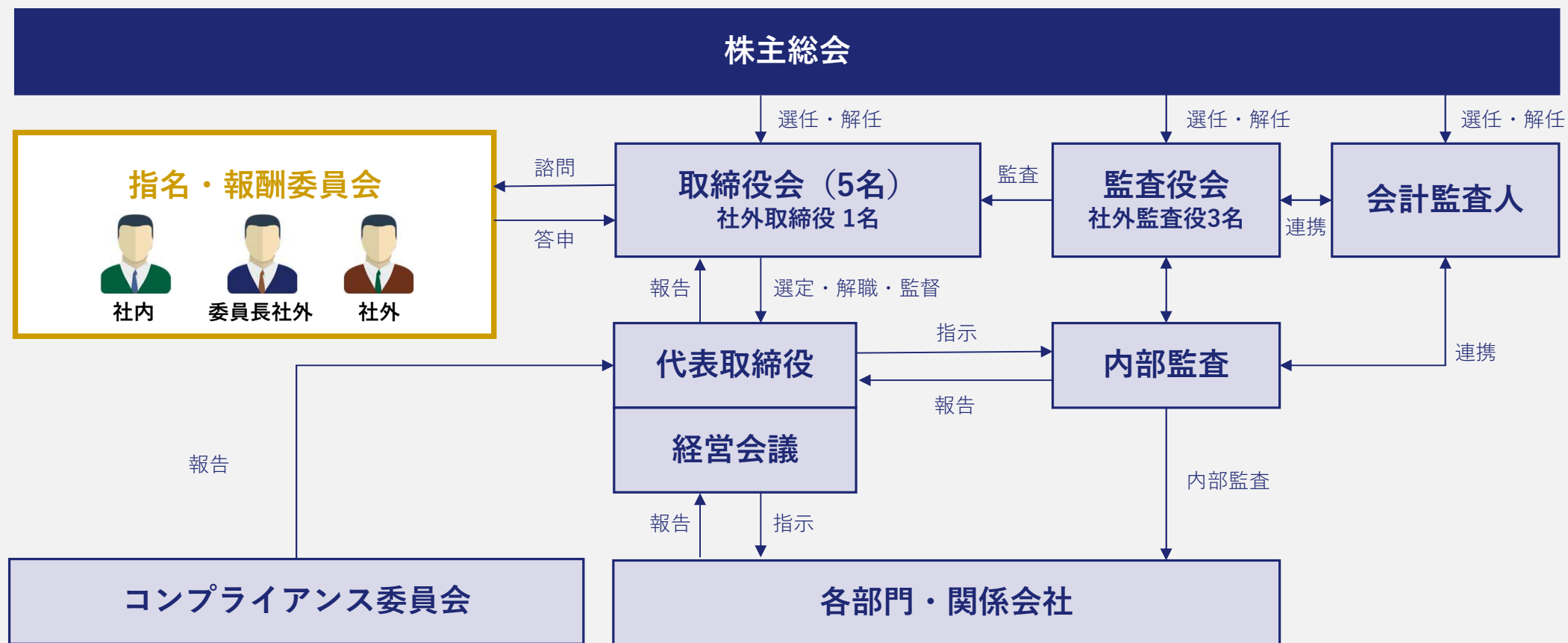
**各自治体（※）と
地方創生に関する
包括連携協定を締結**

（※）

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

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



※：2024年11月末現在

SECTION

4-2

参考資料：

強みとプロダクト

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



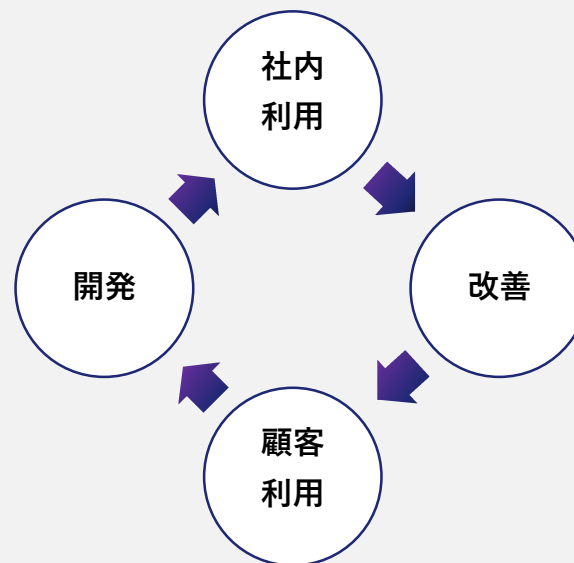
開発



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



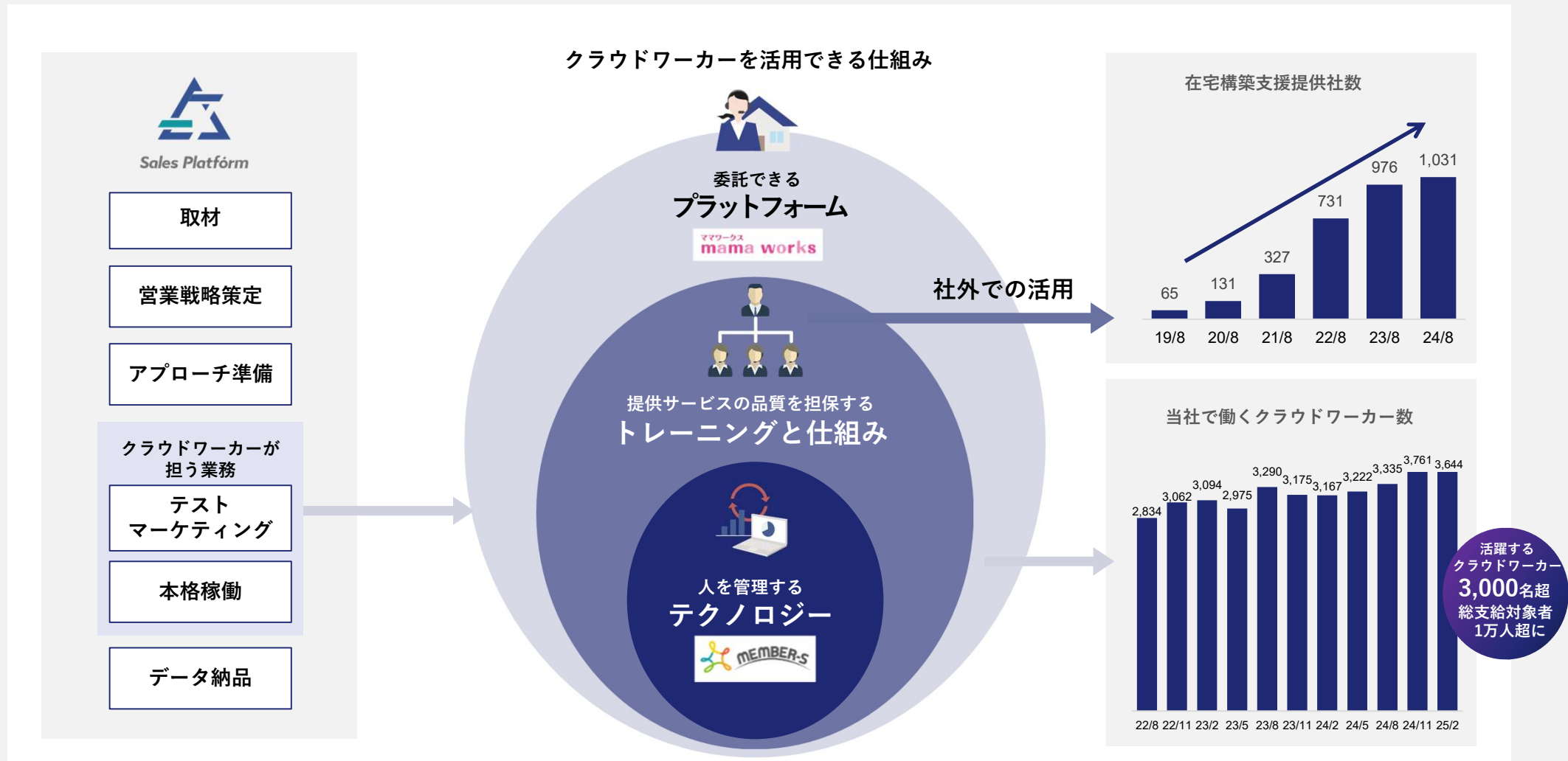
独自ツール

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

300

250

200

150

100

50

0

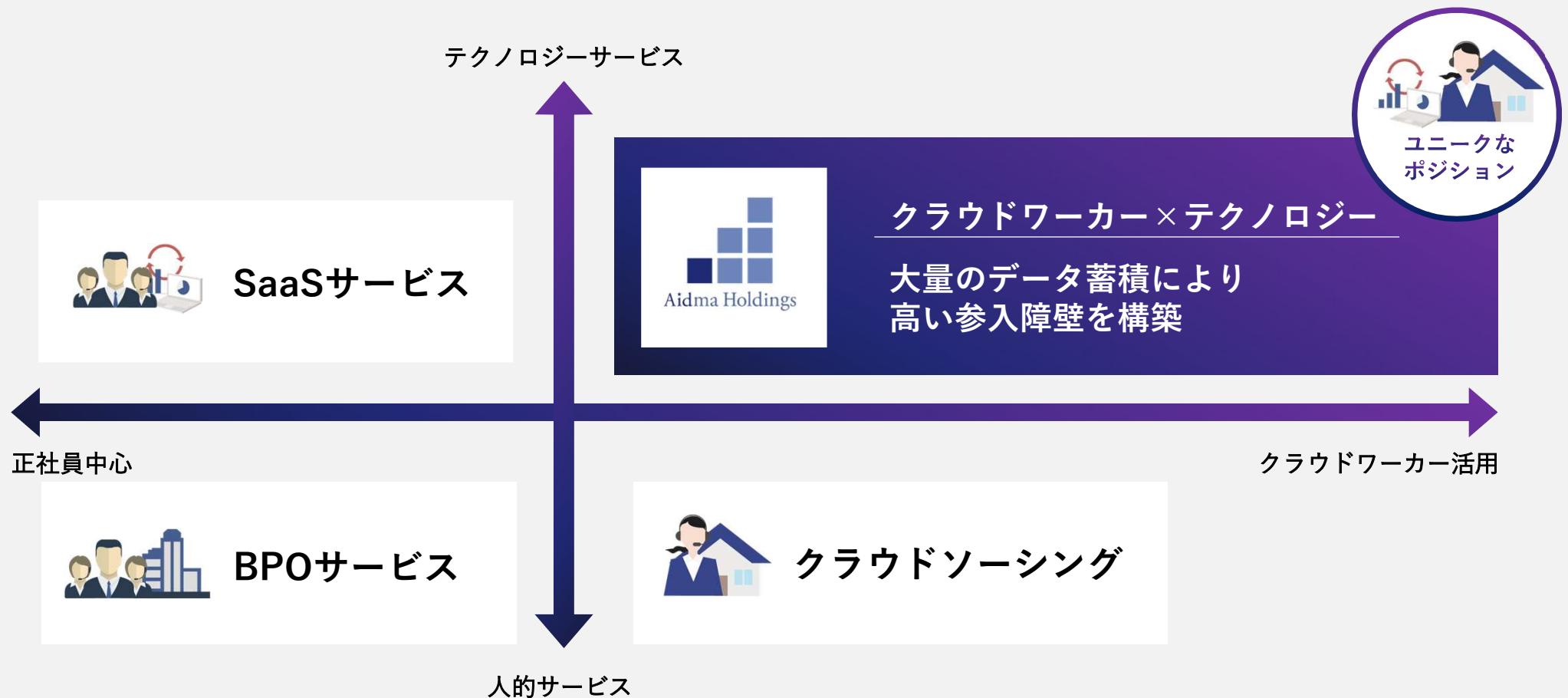
2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年 2020年

データの蓄積数は
年々増加！

アプローチデータ
蓄積件数
約290万件

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

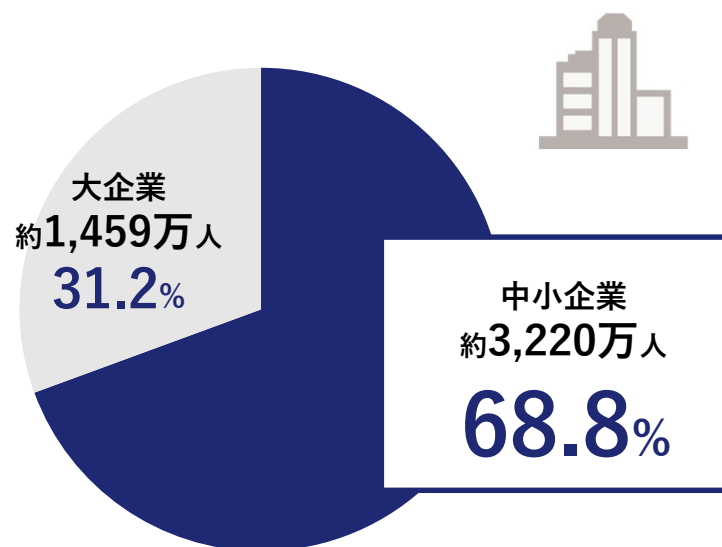
クラウドワーカー×テクノロジーにより、大量のデータを活用した再現性の高いサービスを提供
更なるデータ蓄積により、高い参入障壁を実現



市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [1/2]

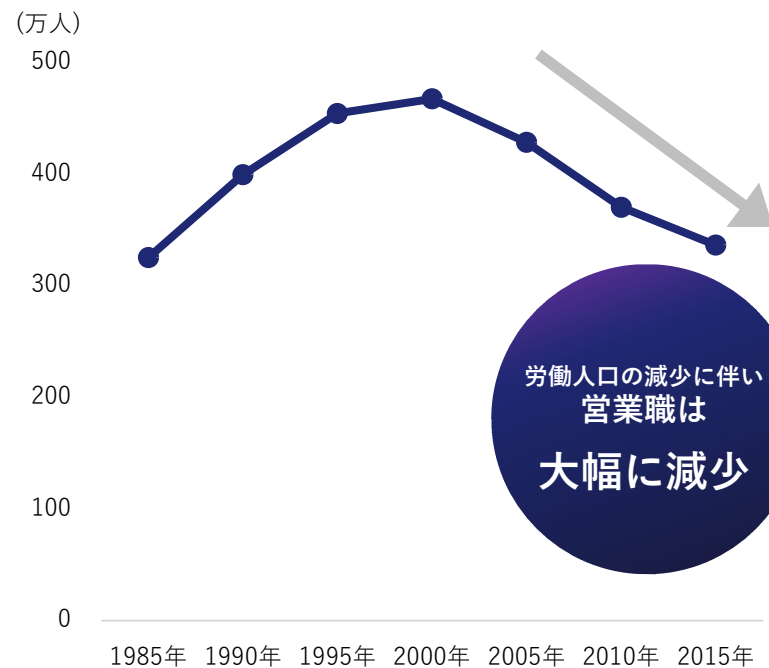
中小企業の従業員数が国内メインの構造、
労働人口の減少に伴う営業職減少は、さらなるアウトソーシング需要へ

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

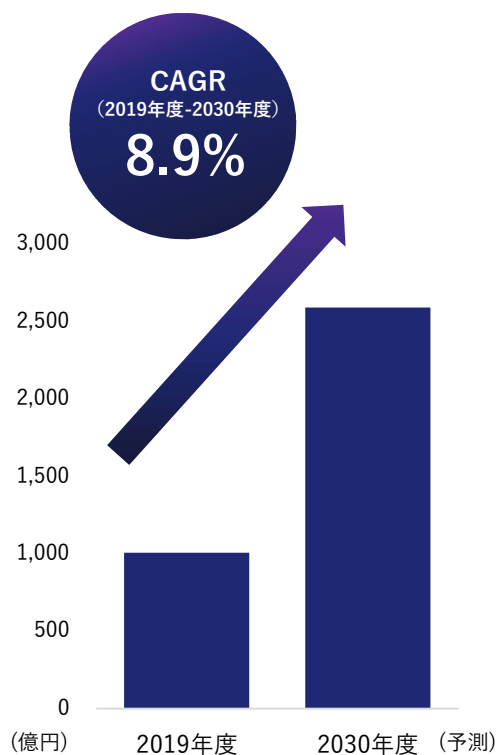


出所：国勢調査をもとに当社作成

市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [2/2]

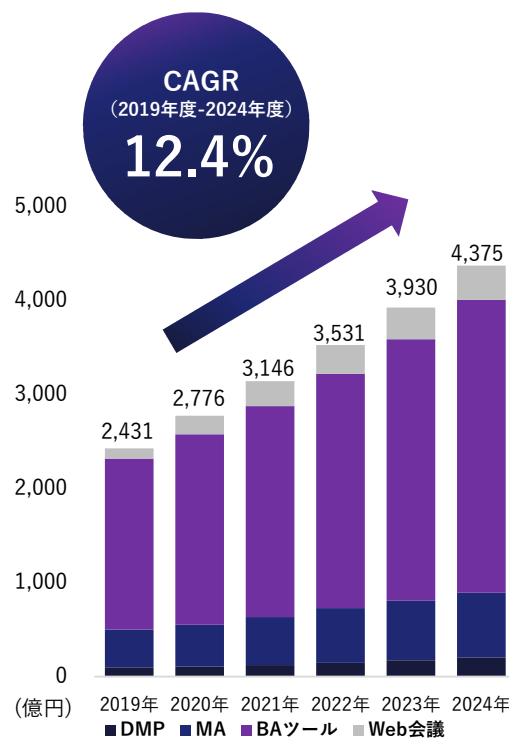
当社関連市場は拡大基調

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」

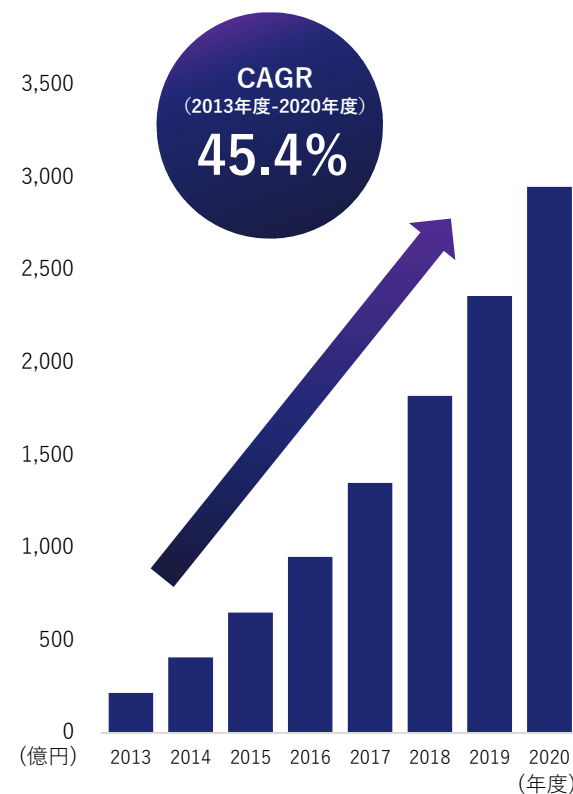
営業・マーケティング関連
ソフトウェア市場規模 (国内) 推移



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	■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 27001:2013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	■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。

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

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 Platfórm

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

Online Sales Lab.

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、16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。