



2024年12月期 第3四半期 決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

2024年11月

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

01. 2024年12月期 通期業績予想の修正
02. 2024年12月期 第3四半期 業績説明
03. 私たちが目指していること・成長戦略
04. 2024年12月期 第3四半期 事業トピックス
05. Appendix



01. 2024年12月期 通期業績予想の修正

2024年12月期 通期修正業績予想

- 注力しているカスタマーサクセス領域については着実に進んでいるものの、非戦略領域・不採算領域での売上低下や対策進捗に遅れ。また子会社の採算についても課題。
- 期初より可能性ありとしていた数千万円程度のぶれの下方発生と、進めている対策進捗の一部を年内着地に現時点で折り込めないことなどから、2024年度としては採算化に至らず。
- カスタマーサクセス等の注力領域での受注等は好調であり、純利益ベースで2023年対比0.7億円程度は改善。来期に向けて各課題を解消させ、売上・利益ともに成長軌道にのせるべく進める。

(百万円)

	2023年12月期 実績 (参考)	2024年12月期 第3四半期 (累計)	2024年12月期 修正業績予想	2024年12月期 期初業績予想	増減額	増減率
売上高	3,520	2,683	3,600	3,956	△356	△9.0%
営業損失 (△)	△171	△98	△110	36	△146	—
経常損失 (△)	△172	△83	△90	36	△126	—
親会社株主に帰属する 純損失 (△)	△193	△100	△120	21	△141	—

発生した課題について

子会社業績の回復に遅れ

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

非戦略領域・不採算領域での市況悪化と売上低下

- ゲームなどの非戦略領域における売上低下が2024年も発生しており、進めている不採算領域の対策アクションについての進捗にも遅れ。結果、現時点で2024年の着地予想にプラスを折り込むことができません。

人材稼働率の一時的な悪化

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

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

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

収益基盤として移行を続けているカスタマーサクセスサービスは好調であり、2023年対比で赤字幅は0.7億円程度縮小しているものの、全体の収益改善までは追いつかず業績予想を修正。

対策と今後の見込みについて

子会社業績の回復に対して

■背景および要因

要因は一部大型案件の大幅な利益率低下によるもの。

- ▶ 当該案件の原価低減を進める。
合わせて足元の案件の積み上がりより2025年には継続した利益体質に復調予定。

非戦略領域・不採算領域での市況悪化と売上低下

■背景および要因

ゲームなどでの売上減少の発生。またその他の不採算領域の対策進捗に遅れ。

- ▶ ようやく売上減少の傾向で2025年に向けて歯止めが見られる。
不採算領域の事業整理についても実行中。確定内容に合わせて今後開示予定。

人材稼働率の一時的な悪化

■背景および要因

未稼働の一時的増加。

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

注力しているスタートアップのカスタマーサクセス領域については継続した成長が見られるとともに、ここ数年続いてきた非戦略領域での売上低下が解消に向かいつつある。
また、合わせて、損益分岐点の向上のため、投資内容のメリハリと、10月より組織体系も一部変更し、間接部門の効率化ならびに組織のスリム化についても実行。

第3四半期の昨年比較

- 売上については微増。カスタマーサクセス領域の売上は継続して増加しているが、非戦略領域での売上減少分がまだ大きい状況。
- 一方で投資のメリハリをつけてきたため、間接部門の効率化などが徐々に進み、対売上高販管費率については低下傾向。
- 2025年については非戦略領域の売上低下もおさまる傾向が見られる。売上トップライン全体の成長とともに、対売上高販管費率が低下し、結果として採算ラインを徐々に超えて利益化していく見込み。

(百万円)

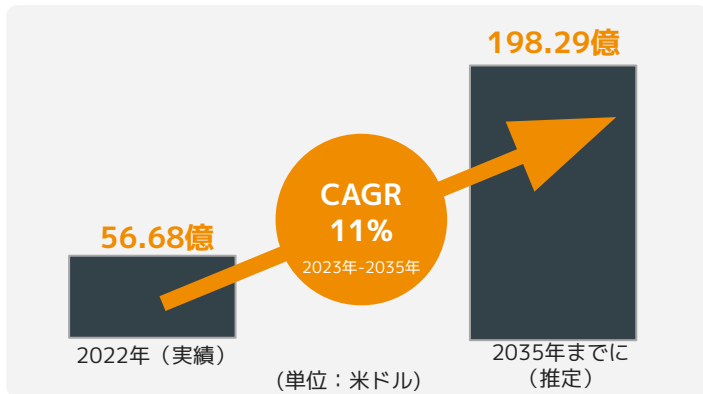
	2023年 第3四半期累計	2024年 第3四半期累計	増減額
売上高	2,631	2,683	52
販売費および一般管理費	867	831	△35
親会社株主に帰属する 経常利益又は経常損失 (△)	△149	△100	49
対売上高販管費率	33.0%	31.0%	△2.0%

BPaaS 高まるニーズ

- BPaaS^(※1) はクラウド上のシステム (SaaS) を提供するだけでなく、業務プロセスそのものもアウトソーシング (BPO) する形態
- 主にコスト削減や業務効率の向上、専門スキルが必要な業務を委託する目的で利用
- BPaaSの市場価値は、2035年までに198.29億米ドルに達すると推定^(※2)

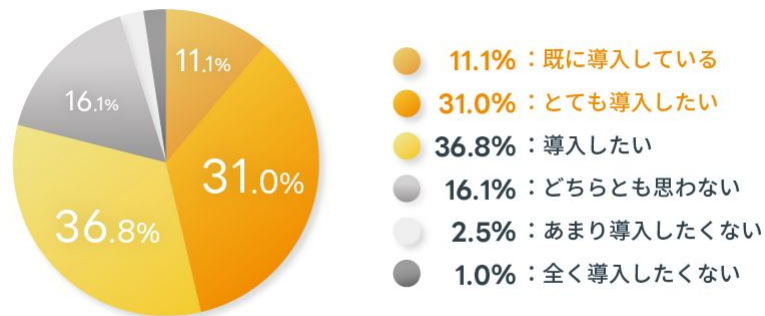
世界のBPaaS市場価値予測

2022年に56.68億米ドルの市場価値から
2035年までに198.29億米ドルに達すると推定^(※2)



「BPaaSを導入したい」割合は67.8%^(※3)

BPaaSを知っていると回答した約7割が、BPaaS導入への意欲が高いことが判明



(※1) BPaaS (ビーパース: Business Process as a Service) とは、BPO (Business Process Outsourcing) とSaaS (Software as a Service) の造語
(※2) 出所: Business Process as a Service (BPaaS) Market | SDKI (渋谷データカウント) | 2024年8月9日時点の掲出

(※3) アディッシュ調査 | 2024年3月
企業でSaaS選定に携わった439名からBPaaSを知っていると回答した203名の回答

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



BPaaSに取り組む理由

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

SaaS企業の課題

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

導入企業の課題

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

解決策

アディッシュのBPaaSモデル



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

BPaaSにおけるアディッシュの競争優位性

SaaS企業と導入企業の課題を解決する
BPOビジネスの基盤・SaaS支援実績による知見・BPaaSを実行できる教育体制。
カスタマーサクセスが提供できるからこそ、多様なBPaaSの提供が可能に

BPOビジネスの 確固たる基盤



- 2010年よりカスタマーサポート代行を開始。BPOビジネスの強固な基盤を構築
- カスタマーサクセス人材常駐による培ったノウハウとシナジーを活かし企業毎に応じたBPOや顧客の成功を実現するプロフェッショナルサービスの提供が可能

多種多様なSaaSの支援実績



- 営業・マーケティング・人事・労務など職種に特化したSaaSや、建設物流など業界に特化したSaaSと、多岐におよぶカスタマーサクセス領域での支援実績
- さまざまな職種・業界のSaaS支援を通して得た知見・ノウハウにより領域を限定せずBPaaSの提供が可能

BPaaSに特化した 採用/教育・組織体制



- マーケティング手法を取り入れた採用手法により、定常的な採用が行える体制
- 独自の教育コンテンツ「カスタマーサクセスプライムラーニング」による未経験者をカスタマーサクセス人材へと育成できる仕組み
- SaaSの有効活用とエンployeeサクセス部などによるサポートでBPaaSに従事する従業員をバックアップ



02. 2024年12月期 第3四半期 業績説明

2024年12月期 第3四半期 決算サマリー

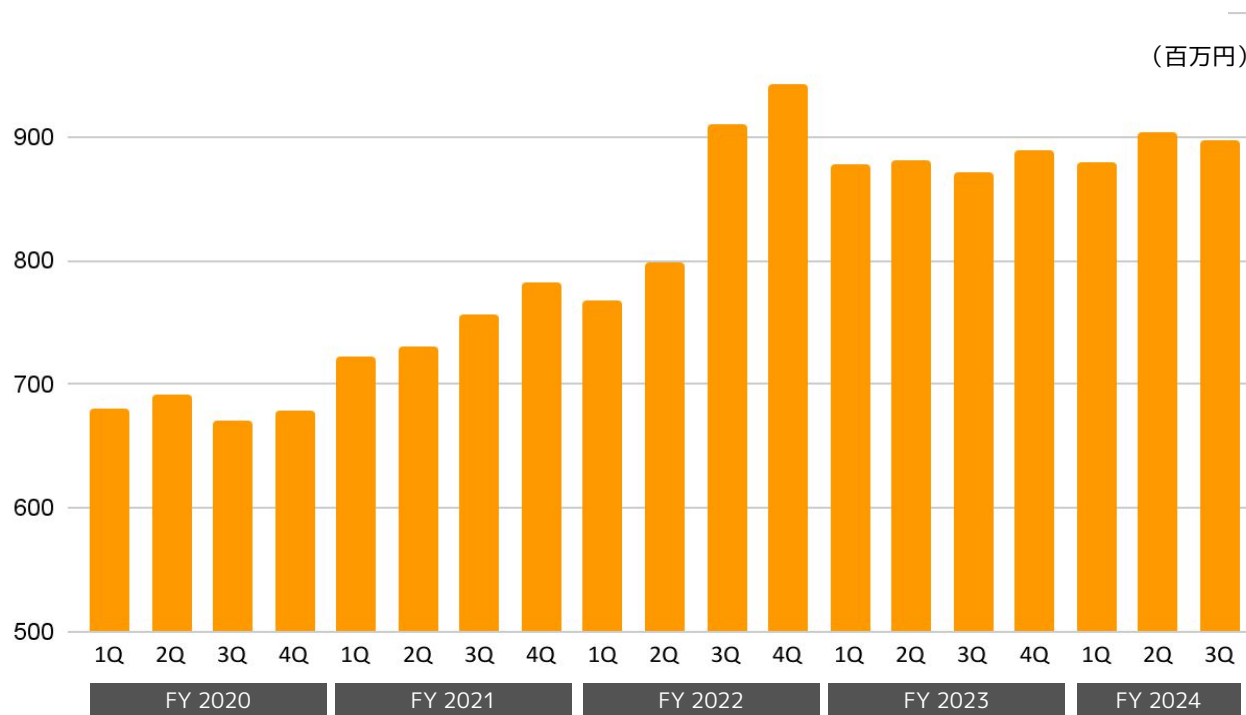
- 連結売上高は2,683百万円、経常損失は83百万円にて着地。
前述したように、非戦略領域・不採算領域での売上低下や対策進捗に遅れがあるものの、カスタマーサクセス等の戦略領域においては着実な積み上げが進んでいる。
- 採算に関しても純損失ベースで昨年対比で50百万円は向上。ただし期初計画よりは遅れ。
- ゲーム等の売上低下傾向の解消と戦略領域での積み上げによる売上トップラインの成長と、投資にメリハリをつけ販管費率ならびに採算の向上を図る。

(百万円)

	2023年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	前年同四半期 増減率
売上高	2,631	2,683	2.0%
営業損失 (△)	△118	△98	－%
経常損失 (△)	△118	△83	－%
親会社株主に帰属する 純損失 (△)	△149	△100	－%

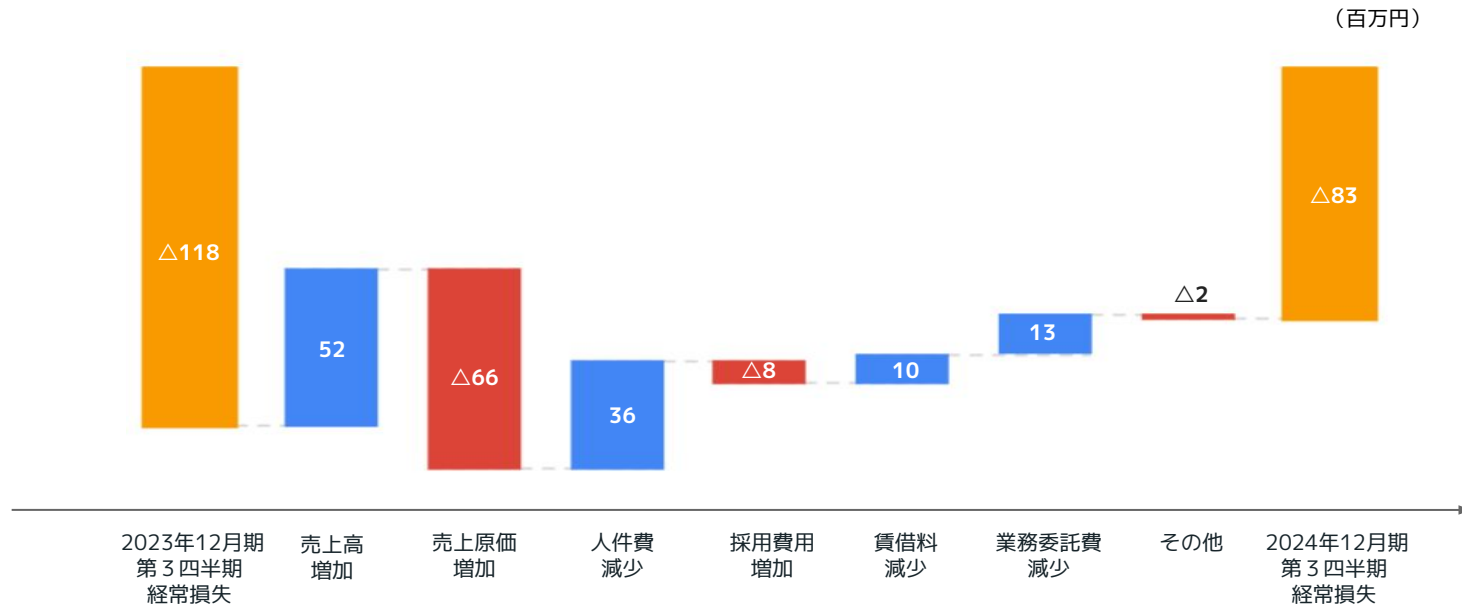
連結売上高の四半期推移

- 第3四半期としては、昨年対比より増えつつあるもののまだ900百万円程度。
- 来期に向けてもう一段の積み上げを目指す。



主な利益変動要因（前年対比）

- 成長のための投資は継続して行っており、人員確保も行っているため、売上原価等は増加。第3四半期においては前述した稼働率の低下も見られたが、第4四半期以降改善予定。
- 成長寄与の小さい投資などについてはメリハリを効かせたコントロールが進んでいる。



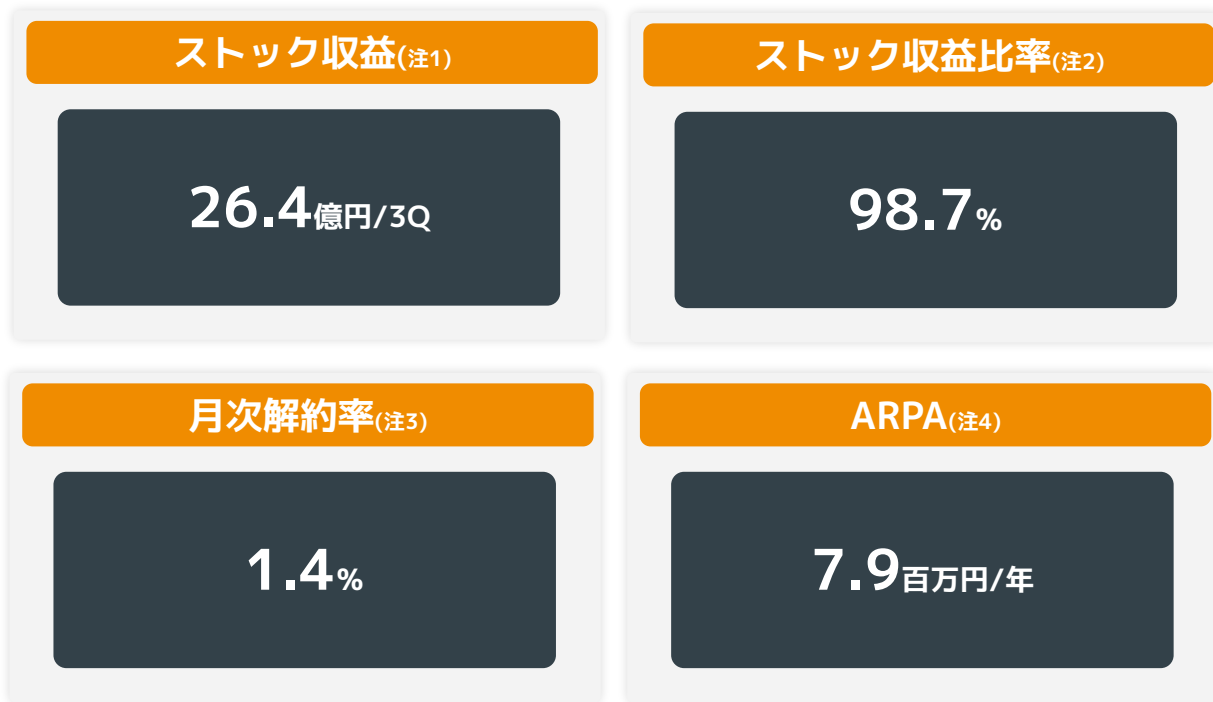
連結貸借対照表

- 主に新規借入により負債増加、当期純損失計上により純資産減少。自己資本比率は28.6%。

(百万円)

	2023年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	主な増減要因
流動資産	1,018	1,074	－
現金及び預金	557	544	・ 新規借入による増加 ・ 当期純損失による減少
受取手形、売掛金及び 契約資産	398	436	－
固定資産	158	153	－
資産合計	1,176	1,227	－
流動負債	555	690	・ 新規借入による増加
固定負債	182	180	－
負債合計	737	871	－
純資産合計	439	356	・ 当期純損失計上による減少
自己資本比率	37.1%	28.6%	－

主要KPI（2024年12月期 第3四半期実績、連結）



売上高年平均成長率（CAGR）ならびにストック収益に対する年間顧客数については年計算のため通期決算時に公開予定。

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

(注2)連結売上高に占めるストック収益の比率。

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

(注4)連結ストック収益の継続顧客数あたりの平均単価(Average Revenue Per Account)。年換算として算出。



03. 私たちが目指していること・成長戦略

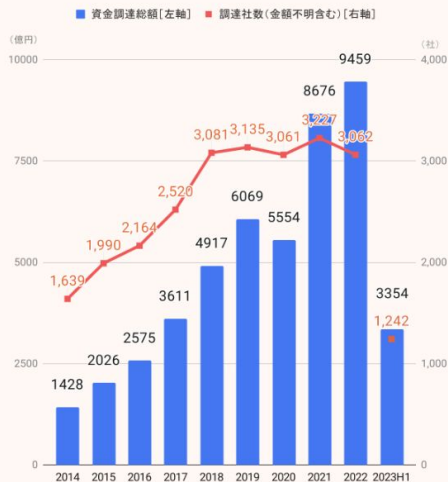


スタートアップにおける カスタマーサクセス支援のトップパートナーへ

【市場】 国内のスタートアップ市場は拡大傾向

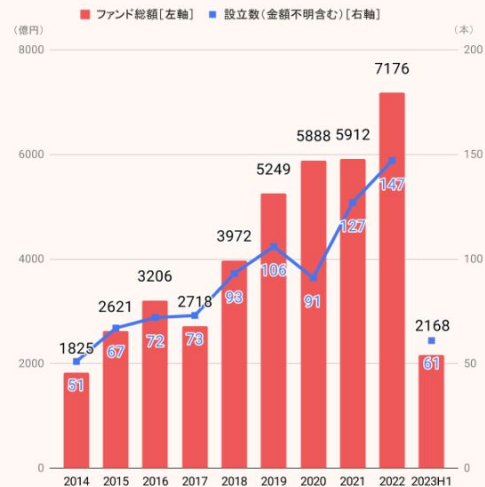
スタートアップ市場自体が日本では成長している。

国内スタートアップ 資金調達額と社数



注1) 各年の値は集計時点までに観測されたものが対象、2023年は半期の値
注2) データの特性上、調査進行により過去含めて数値が変動する。調査進行による影響は金額が小さい案件ほど受けやすく、特に調達社数が変化しやすい
出所) INITIAL (2023年7月14日時点)

ファンド設立動向



注1) ファンド数はファンド額不明を含む
注2) ファンド総額は基準日時点で観測された募集完了総額、一部推測値を含む
注3) 国内へのスタートアップ投資を中心に投資を行っているまたは行う予定のファンドが集計対象、国内への投資を確認できない場合は集計に含まれない
注4) データの特性上、調査進行により過去含めて数値が変動する

出所) [INITIAL](#)

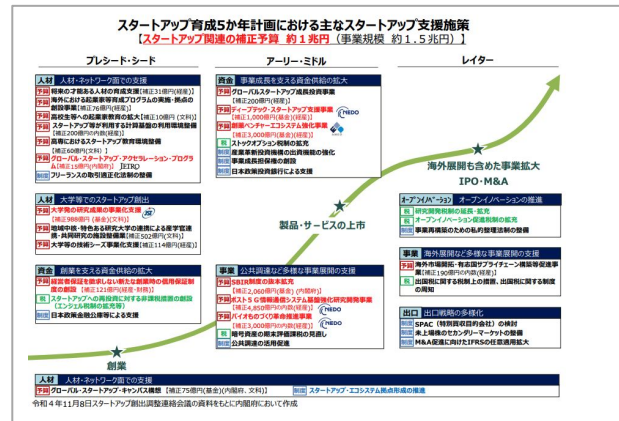
【市場】 日本の国策としてもスタートアップに力を入れる方針

スタートアップ支援を国としても強化

2019年に始まったスタートアップ支援の「J-Startup」に加え、2022年に発表された「スタートアップ育成5か年計画」は、1.5兆円の事業規模などスタートアップを支援するアディッシュのビジネスモデルの成長に追い風。

顧客層の拡大

アディッシュのターゲット顧客層である「スタートアップ」への国の支援により、スタートアップの成長が加速し、ターゲット顧客層が拡大。フェーズ毎の課題に対して、スタートアップを支援する機会が増加。



出所) 内閣府 | スタートアップ育成5か年計画における主なスタートアップ支援施策

国のスタートアップ支援がアディッシュの成長につながり、事業が拡大

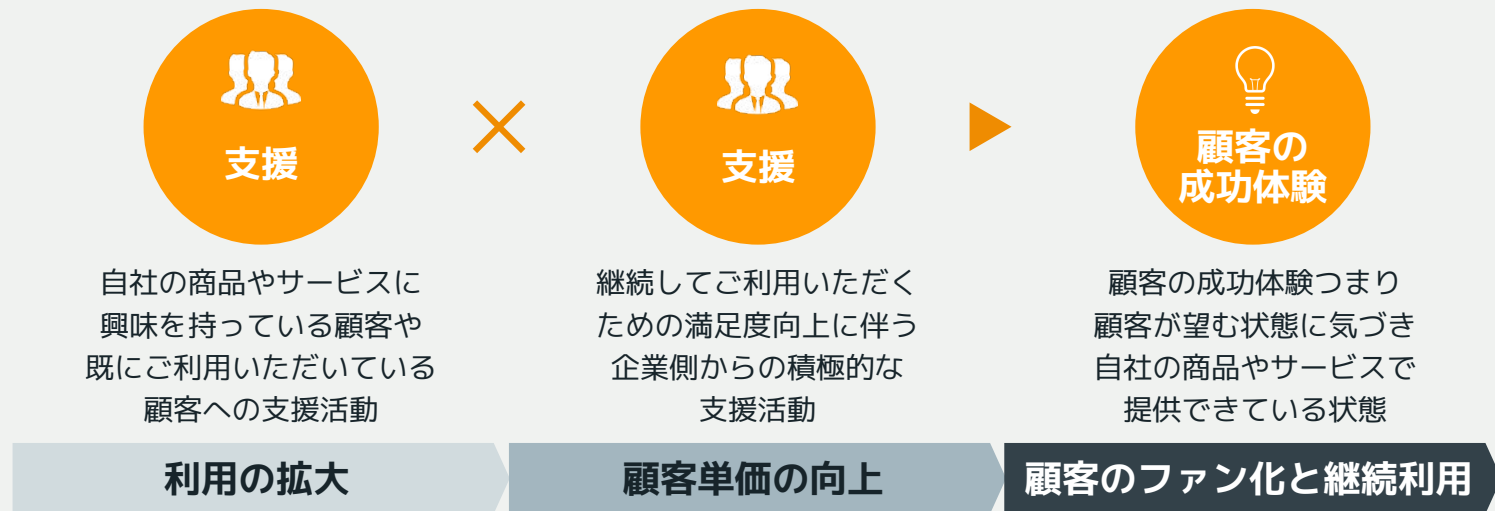
消費者行動の変化に伴う、企業動向の変化



✓ 消費者の価値観が、「モノ」消費から「コト」消費に変化。

✓ 企業と顧客の関係性に対する考え方の変化→カスタマーサクセスの重要性の高まり。

【市場】 カスタマーサクセスで実施していること



- ✓ 顧客の成功 = 顧客が望む状態になっていること
- ✓ 顧客が望む状態に気づき、実現するための支援を継続的に行う

【実績】大型資金調達をしているスタートアップ顧客

大型資金調達をして成長を続けているアディッシュのスタートアップ顧客

合計資金調達金額 *最終資金調達日

2022年6月
上場



2,649百万円
*2021年12月1日

SNKRDUNK

11,596百万円
*2021年12月3日

IOX

3,606百万円
*2023年3月13日

SHOWROOM

5,867百万円
*2022年12月12日

aperza

2,152百万円
*2024年3月25日

★☆☆ **YOURMYSTAR**

3,110百万円
*2022年1月31日

cake⁺JP

1,417百万円
*2022年7月1日

ツイキャス

2,110百万円
*2019年8月13日

2022年4月
上場

※企業ロゴまたは顧客企業代表サービスのロゴを掲載しています

※合計資金調達金額および最終資金調達日は、2024年11月5日現在の[STARTUP.DB](#)出所

※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています

スタートアップの成長を支援し、共に成長へ

1

顧客層の拡大

カスタマーサクセスの観点により、これまでの得意領域に加えて、スタートアップの生まれている様々な領域に対してサービスが展開可能に

2

1 顧客からの売上収益の増加

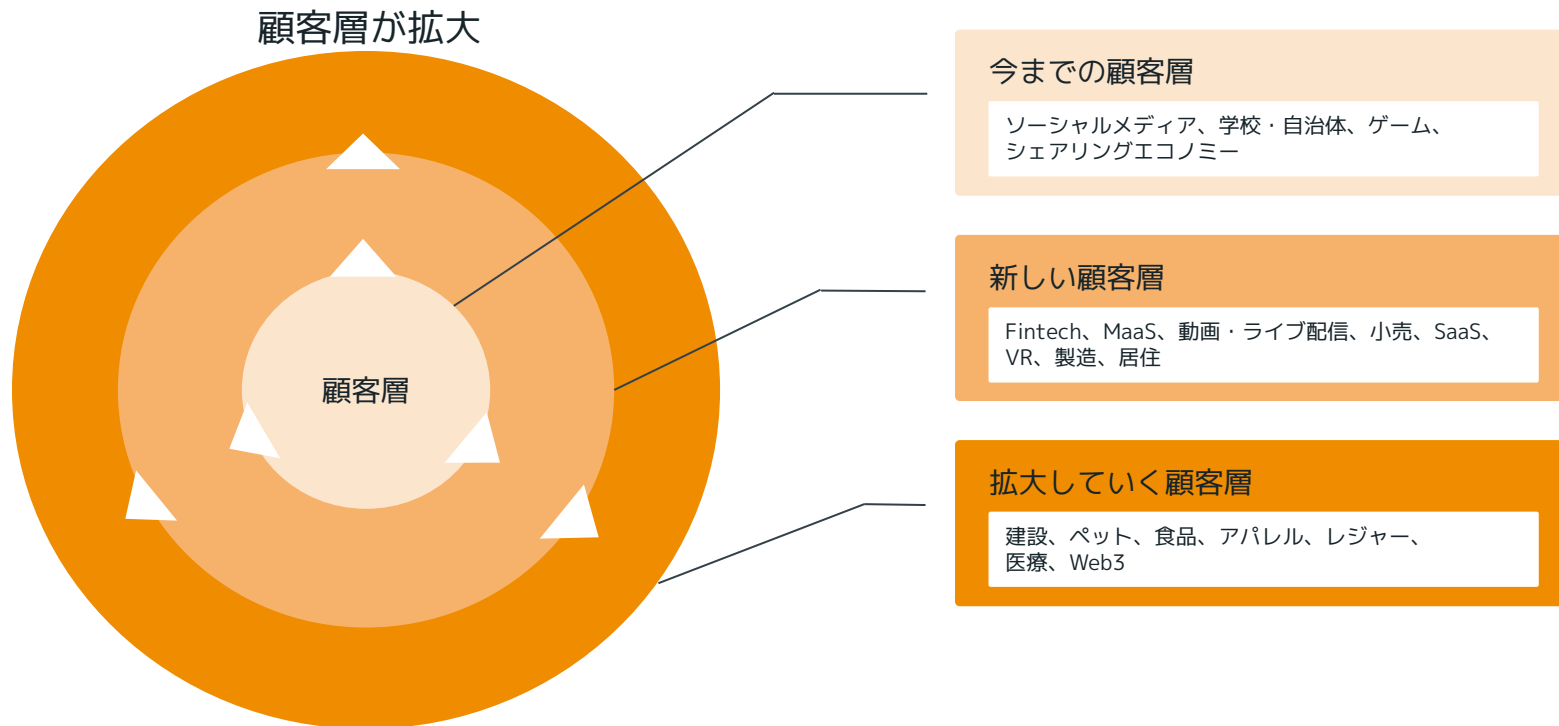
スタートアップの成長に合わせてサービスを提供することで売上収益が拡大

||

Startup First

【成長ドライバー】1. 領域の増加：顧客層の拡大

スタートアップにターゲットを置くことで顧客層が拡大



【成長ドライバー】 アディッシュの歴史

新しく生まれた市場の拡大を支援。
また新しい市場の拡大によって新たに発生した課題を解決してきた

ソーシャルメディア



創業より強い市場。
モニタリングで高シェア。
プラットフォームからSNSで
問題を抱えている企業や学校
など幅広く顧客が存在

アプリ・ゲーム



カスタマーサポートや
モニタリング等で
高いシェアと多数の実績

シェアリング エコノミー



出品のモニタリングや
カスタマーサポート等で
高シェア。
プラットフォームの多数が
クライアント

FinTech



不正決済対策やカスタマー
サポートでフィンテック有力
企業が顧客。
この数年で急拡大

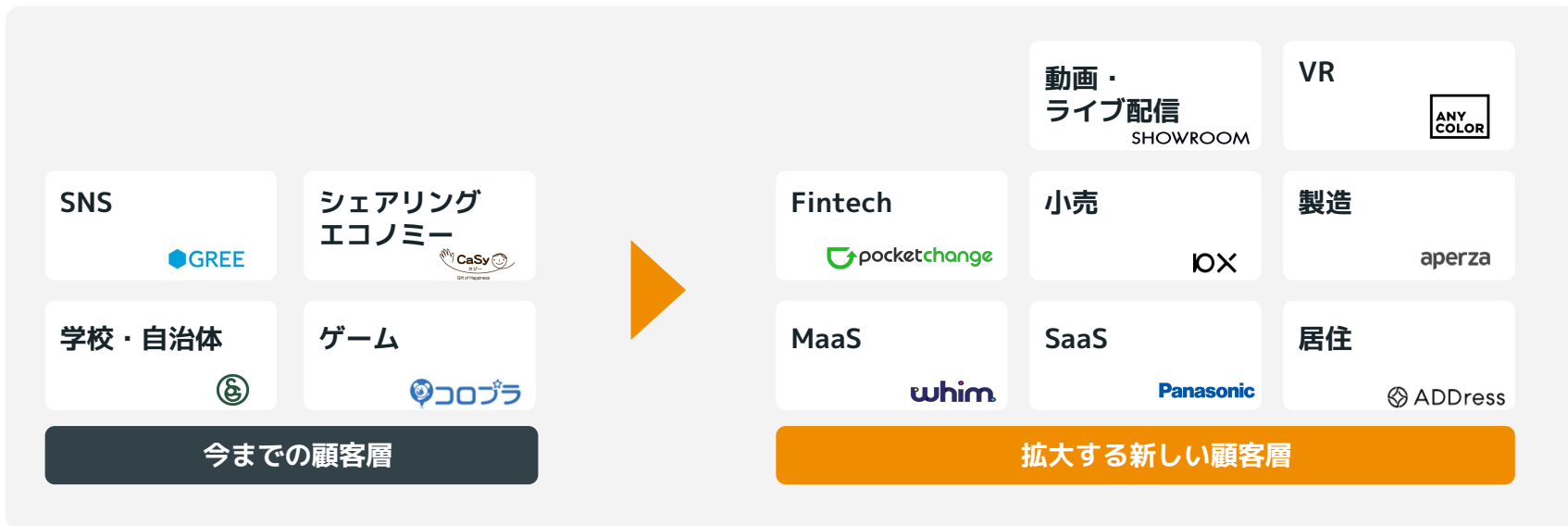
MaaS



経路検索システム
「駅ずばあと」を提供する
ヴァル研究所とカスタマー
サポートを行うため
業務提携

【成長ドライバー】アディッシュにおける顧客層の拡大実績

アディッシュの今までの主要顧客領域以外の新しい顧客層が増加



※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。

【成長ドライバー】 2. 一つの顧客からの月次収益の増加

スタートアップ顧客が成長していくことによる
アップセル機会とクロスセル機会

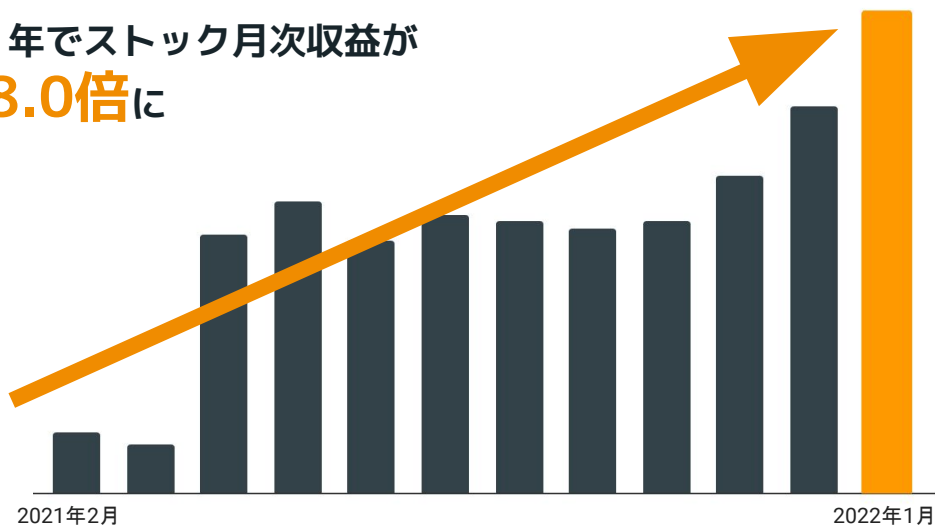


アップセル = 同サービスの「量」が増えることによる月次収益の増加
クロスセル = 別の「種類」のサービスを提供することによる月次収益の増加

【成長ドライバー】急成長スタートアップ顧客における月次収益の増加事例

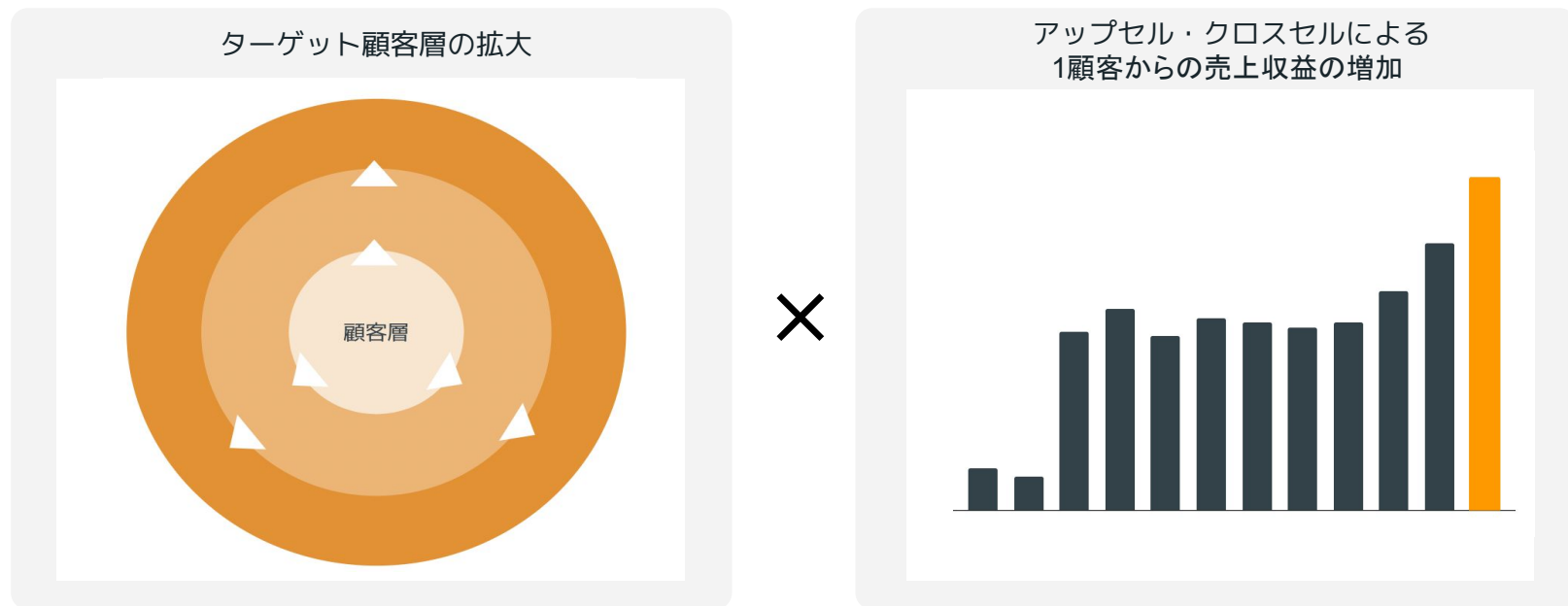
ライブ配信系スタートアップ顧客の
特定の期間における初月を1とした際のストック月次収益の成長

1年でストック月次収益が
8.0倍に



スタートアップが成長したことによりアップセル（同サービスでの「量」の増加）がなされ、
また成長したことで新しい課題が生まれクロスセル（別の「種類」のサービス提供）が行われた。

【成長ドライバー】 2つの掛け合わせによる成長加速



ストック型サービス売上の継続成長を実現へ



04. 2024年12月期 第3四半期 事業トピックス

カスタマーサクセス推進



事業連携やイベント出展などにより案件獲得機会の創出を推進

SALES ROBOTICSと事業戦略パートナーシップ締結 両社の強みを発揮しSaaS企業のニーズに対応

- SaaS企業へのカスタマーサクセス支援のひとつ
「アップセル・クロスセル」ニーズの高まりへの対応策
- SALES ROBOTICSが保有するインサイドセールスの知見や人材をアディッシュのカスタマーサクセスサービスに含めて提供
- ニーズのある支援に集中的に取り組み
カスタマーサクセスBPOサービスの強化を図る

SALES ROBOTICS ×  adish

カスタマーサクセスイベント

「Customer Success Conference 2024」に登壇

- カスタマーサクセスの担当者や専門家が集結したオンラインイベント
- アディッシュは“カスタマーサクセスとしてのBPaaSという手段”をテーマに「BPaaS化支援サービス」を紹介
- 企業のカスタマーサクセス担当者へ認知を広げ商談機会を図る



「BUSINESS INSIDER」にBPaaSの記事を公開

- スタートアップ企業などの勤務者が“普段読んでいるメディア”として上位にランクイン^(※)したBUSINESS INSIDERに記事を公開
(※) アディッシュ独自調査 | 2023年12月上旬
- SaaS企業が抱える課題やBPaaS導入のメリット、アディッシュの「BPaaS化支援サービス」を解説。
カスタマーサクセスBPOの必要性を訴求し流入に取り組む

カスタマーサクセス導入事例 株式会社シェアウィズ

導入企業増加の一方で、自社の条件に見合うカスタマーサクセス人材採用の難しさより委託検討
カスタマーサクセス・カスタマーサポート両方の対応実績、SaaS対応も可能なアディッシュに依頼



事業内容

オンライン学習サービスの
開発および運営

プロダクト

「WisdomBase」
動画販売機能や不正防止機能を
特徴とする学習管理システム

アディッシュ の提供内容

カスタマーサクセス/
カスタマーサポート運用

導入背景

- WisdomBaseは、導入企業により使い方が全く異なるため、導入時のオンボーディングは企業ごとに担当をつけた丁寧な対応が求められる
- 導入企業が増える中で、社内体制のみでは対応困難に
- カスタマーサクセスとカスタマーサポート両方に対応可能な人材採用が、市況の影響もあり難しい状況

内容詳細

- 導入企業に対するオンボーディング業務のみならず、テクニカルサポート対応、チケット対応、バックヤード業務もあわせて実施
- 今後、導入企業のさらなる増加が見込まれるとともに、対応内容についても増加が見込まれる

※2024年9月末日現在の内容

ソーシャルグッドなサービス・取り組みにより社会課題の解決につなげる

企業の権利侵害対策サービス 「模倣品・海賊版商品 パトロールサービス」提供開始

- コンテンツ市場規模拡大の一方で模倣品・海賊版商品が出回るなど商標・キャラクターの権利侵害がコンテンツ産業界全体の課題
- 知的財産保護対策としてキャラクターの権利を保有する企業を対象にECサイトで販売されている非正規商品を検索・報告するサービス
- 企業のキャラクターや商品価値の下落、収益の減少、社会的信用を損なうリスク回避に貢献

小中高の教職員対象 「誹謗中傷対策パッケージ」提供開始

- 炎上や誹謗中傷は子どもたちだけの問題ではなく教職員にも向けられている現状
- こころの悩み相談窓口を設置するダイヤル・サービスと連携し、教職員がインターネット上で誹謗中傷を受けた投稿の検知・報告、対応策を支援
- 子どもたちの育成を担う教職員が教職への情熱や使命感を低下させることなく健全に職務を全うできる環境づくり

文部科学省委託事業 「令和6年度青少年を取り巻く 有害環境対策の推進」を受託

- 小学生、青少年やその保護者に向けてインターネットとの適切な関わり方や安心安全なインターネット利用の方法について普及啓発を行う取り組み
- フォーラムなどの開催を通じて家庭での取り組みも促進。学校だけでなく日常生活全般からネットリテラシーの向上を図る
- 連結子会社アディッシュプラスとの共同活動による令和5年度に続く受託





05. Appendix

会社概要



会社名

アディッシュ株式会社

事業概要

カスタマーリレーション事業

所在地

東京都品川区西五反田1-21-8
ヒューリック五反田山手通ビル6階

設立

2014年10月1日

社員数

単体276名、連結412名（2024年9月末現在・臨時従業員を除く）

役員

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

つながりを常によろこびに

Delight in Every Connection

ウェブサービスの発展によってもたらされた“つながり”は、ときに新たな問題を生みます。

私たちは“つながり”から生じる課題を解決することを通じて、

“つながり”が“よろこび”であり続けられる世の中の実現を目指します。



デジタルエコノミー特化の カスタマーサクセスソリューション・プロバイダー

Customer-Success Solution Provider for Digital Economy

アディッシュの事業モデル

デジタルエコノミー

「スタートアップ」企業

成長に伴い・・・
「カスタマー対応が追いつかない」
「人材が不足している」
「ノウハウがない」などの課題

一般事業会社 学校法人等

新しいネット社会により・・・
「炎上や誹謗中傷などに対応したい」
「デジタルサービスを使いこなしたい」
などの課題

グロース（成長）課題の 解決サービス

スタートアップがグロースする際に
必要となるカスタマーに関わる課題を解決



アダプション（適応）課題の 解決サービス

スタートアップが生んだデジタル
エコノミーに適応する上での課題を解決

新しいテクノロジーやサービスの成長および利活用を支援する

サブスクモデルのような

ストック型サービス

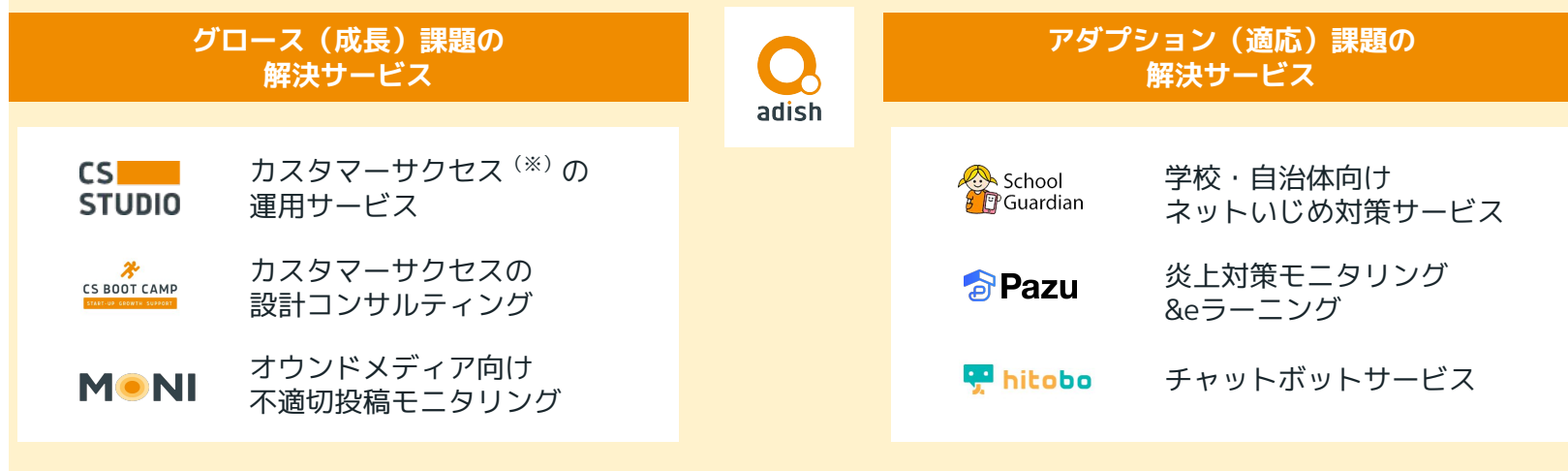
を提供しています

※アディッシュにおける「スタートアップ」の定義

- ・ 未上場であり資金調達を受けていて上場やM&A等を目指している企業
- ・ インターネット関連事業領域のグロース市場上場企業
- ・ 上場/M&A後も急成長（3年で30%以上等）するマーケット領域で事業を展開している企業

サービスラインナップ

ストック型サービスラインナップ



強み

カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

+

急成長スタートアップ
実績によるノウハウ

+

自社開発システム
エンジニアリング

（※）カスタマーサクセス：

「顧客の成功を最大化」。顧客が成功に向かうことができるよう顧客に寄り添い、顧客の成功とは何かを深め続ける取り組みのこと

ビジネスモデルについて

- カスタマーサクセス・カスタマーサポート・モニタリングサービスを提案・提供。
- 設計コンサルティングから、エージェントスタッフによる実オペレーション対応を顧客から委託を受け実施。



導入企業様



※掲載許諾が得られている一部の顧客企業様のみを掲載しています。一部過去導入企業様となります。
提供する内容は顧客企業様によって異なります。

沿革

2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

2014.10

アディッシュ株式会社設立（株式会社ガイアックスからの会社分割）

2016.10

チャットボットサービス「hitobo」を提供開始

2017.08

adish International Corporationを子会社化

東京証券取引所マザーズ市場上場

2020.03

AIによる誹謗中傷再考アラートサービス「matte」をリリース

2020.09

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

2021.09

カスタマーサクセス支援のブランドサイトとして「CS STUDIO」を公開

2021.09

SNS炎上対策SaaS「Pazu（パズー）」を開発・提供開始

2021.09

相乗りマッチングサービスnottecoを事業譲受にて取得

2022.02

カスタマーサクセスマスターコースを設計

2022.06

企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供開始

2023.06

グローバルスタートアップ向け
「カスタマーサクセス支援プログラム」の提供開始

2024.05

BPaaS化支援およびBPaaSの提供開始

2024.06

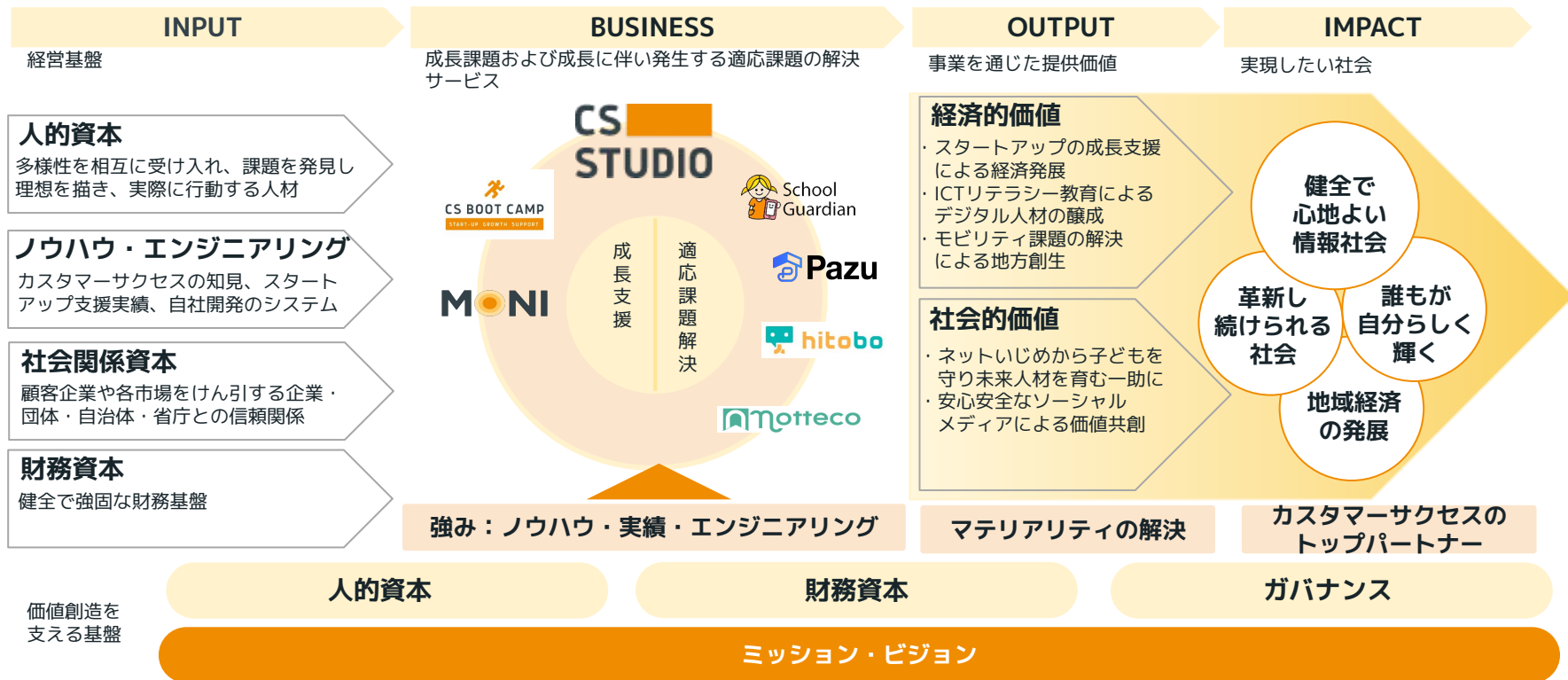
アディッシュ株式会社 設立10周年

2024.10

価値創造プロセス

デジタルエコノミー特化のカスタマーサクセスソリューション・プロバイダー

情報社会で発生する課題を解決し、「つながり」が「よここび」であり続ける社会の実現



サステナビリティの取り組み

ステークホルダーにとって重要である課題とアディッシュグループへの期待、グループの経営にとって関連性かつ重要である課題の2軸で抽出したマテリアリティ（重要課題）を特定、事業を通して持続可能な社会を目指す。

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

将来見通しに関する注意事項

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

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

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

