

2024年8月期

第3四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



2024.7.12

CONTENT

目次



Section 1 2024年8月期 **第3Q業績ハイライト**

Section 2 **中期戦略**

Section 3 2024年8月期 **成長戦略**

Section 4 **参考資料**

SECTION

1

2024年 8月期

第3Q業績ハイライト



エグゼクティブサマリー

2024事業方針

従来の営業、人材の支援を行うというビジネスモデルから、採用の代替となる「ユニット提供モデル」にビジネスモデルを変化させ、取引を頂いている企業に対し、複数のユニットを提供していく

2024 3Q連結業績

売上高	営業利益	営業支援 受注件数	人材支援 受注件数
7,759 百万円	1,871 百万円	2,330 件	1,297 件
前年比 +17.0% 進捗率 70.5%	前年比 △6.8% 進捗率 78.0%	前年比 +19.1% 進捗率 69.6%	前年比 +30.5% 進捗率 76.3%

- 売上高は、連結子会社（アドラスト）の大型案件の失注が響き、進捗からやや遅れ
- 営業利益は、業績予想からの進捗は順調に推移。1Qから開発費用、広告宣伝等を戦略的に投資している事に伴い、前年比で営業利益進捗はやや減少
- 受注件数は、人材支援、営業支援はQonQでやや低下。

トピック①

連結子会社（アドラスト）の のれんの減損

アドラストは、2022年12月に子会社化。今期において大型案件の失注が響き、買収時の想定事業計画の進捗に乖離が生じたため、のれんの減損を3Qにて計上。当該影響で、業績予想比で売上高はややビハインドであるものの、営業利益のポジションは高くないため、利益進捗は順調に推移。

トピック②

QonQでの受注件数の微減

今期は、安定的に推移していたものの、2Qと比較すると3Qでやや低下。上記の主要因は、4月末から5月中旬にかけて、大型のGW期間を挟むことによって、商談数が横ばいとなったこと及びリードタイムが長くなり受注率に影響が出てしまったことによるもの。

トピック③

配当の実施（初配）

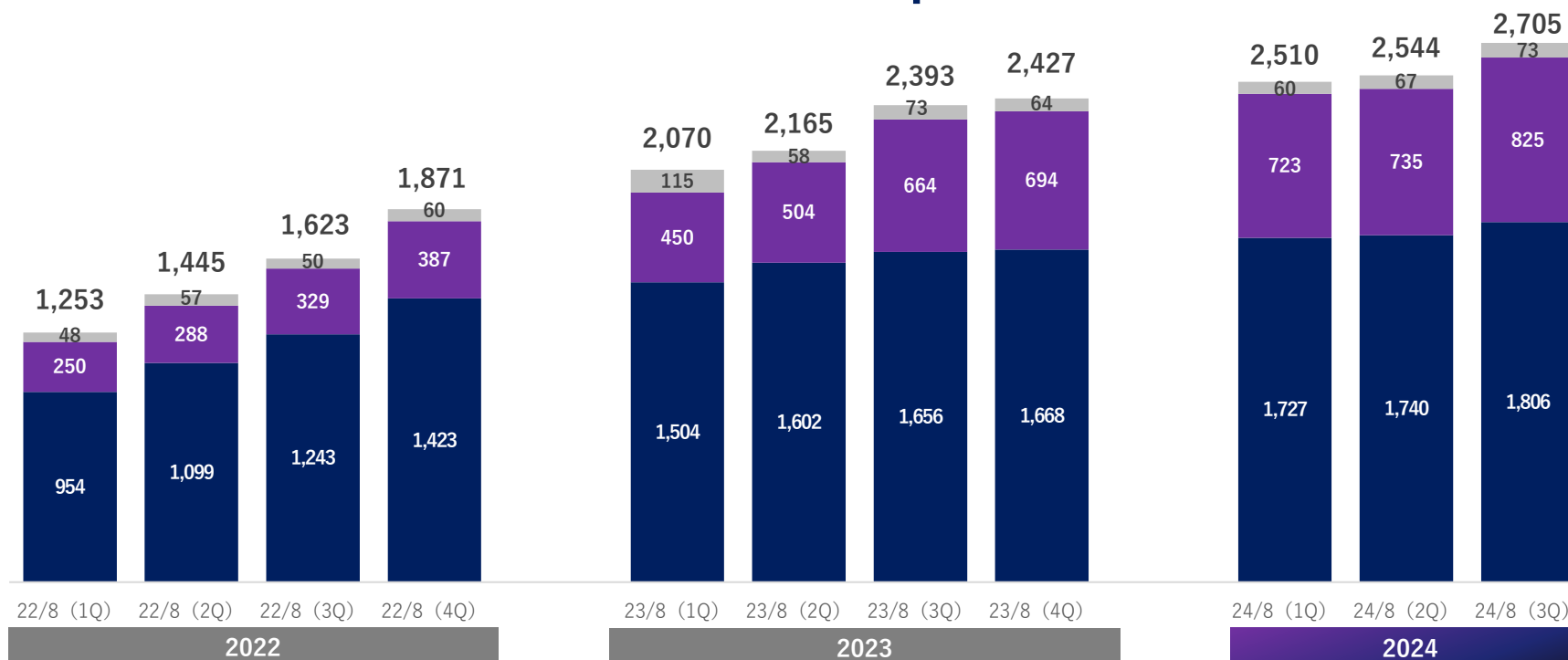
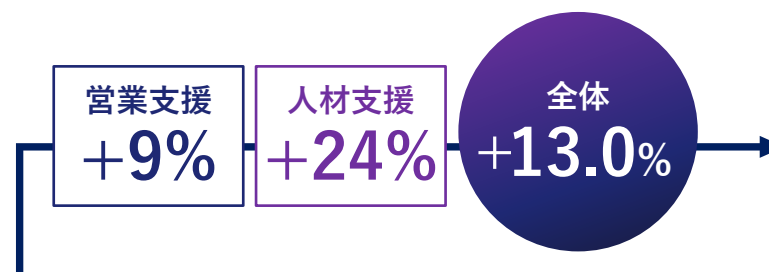
2021年の上場来、業績は堅調に推移し、事業拡大のための投資、健全な財務基盤を維持しながらも株主還元が可能と判断し、期末配当を実施することを決定。

売上高 [第3四半期主要KPI推移]

- 売上高は、1Q、2Qの堅調な受注消化により、3QにおいてはQonQで増加している
- 特に、人材支援が大きく伸長し、2つめの柱となるサービスへ

売上高 (百万円)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他

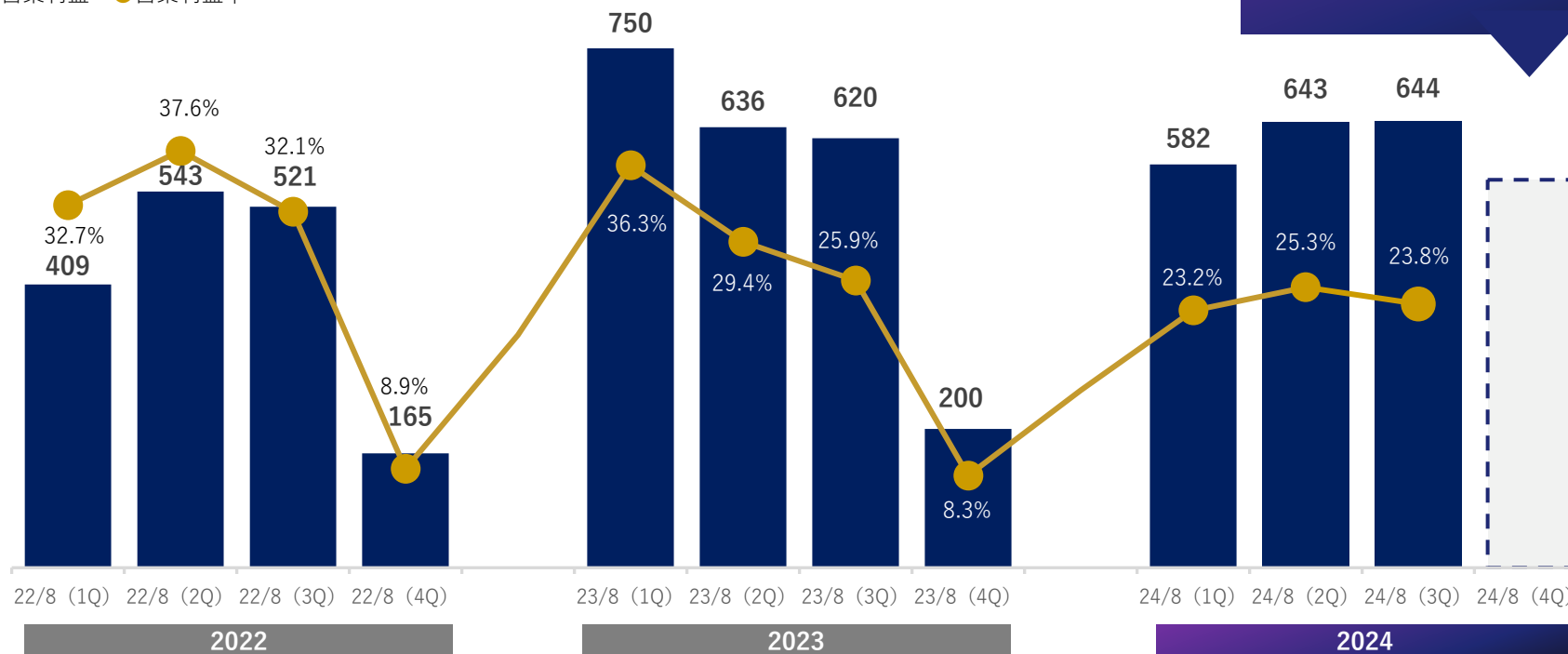


営業利益・営業利益率 [第3四半期主要KPI推移]

- 計画的なWebマーケティング等の広告宣伝投資、システム開発などの投資により、前年同期比では利益は同水準で着地
- 23年8月期までは、上半期に費用を抑制し、下半期に戦略投資を集中的に実行
- 24年8月期においては、第1四半期から戦略投資を実行しており、利益の推移の安定化を実現

営業利益 (百万円)

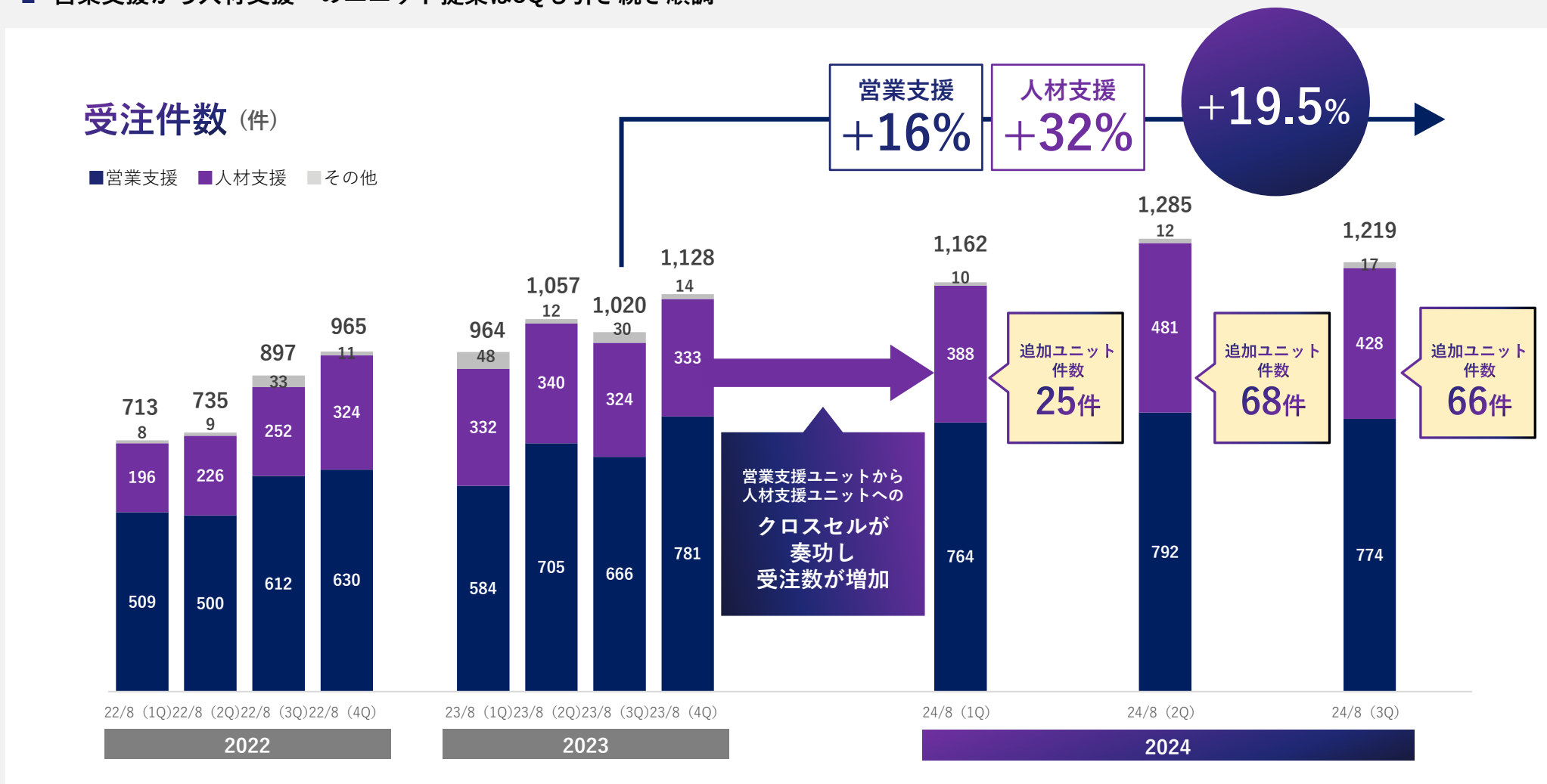
■ 営業利益 ● 営業利益率



24年8月期は4Qの戦略投資は集中するものの、過去に比べて
期初段階から
戦略投資を実行していく方針

全サービス受注件数 [第3四半期主要KPI推移]

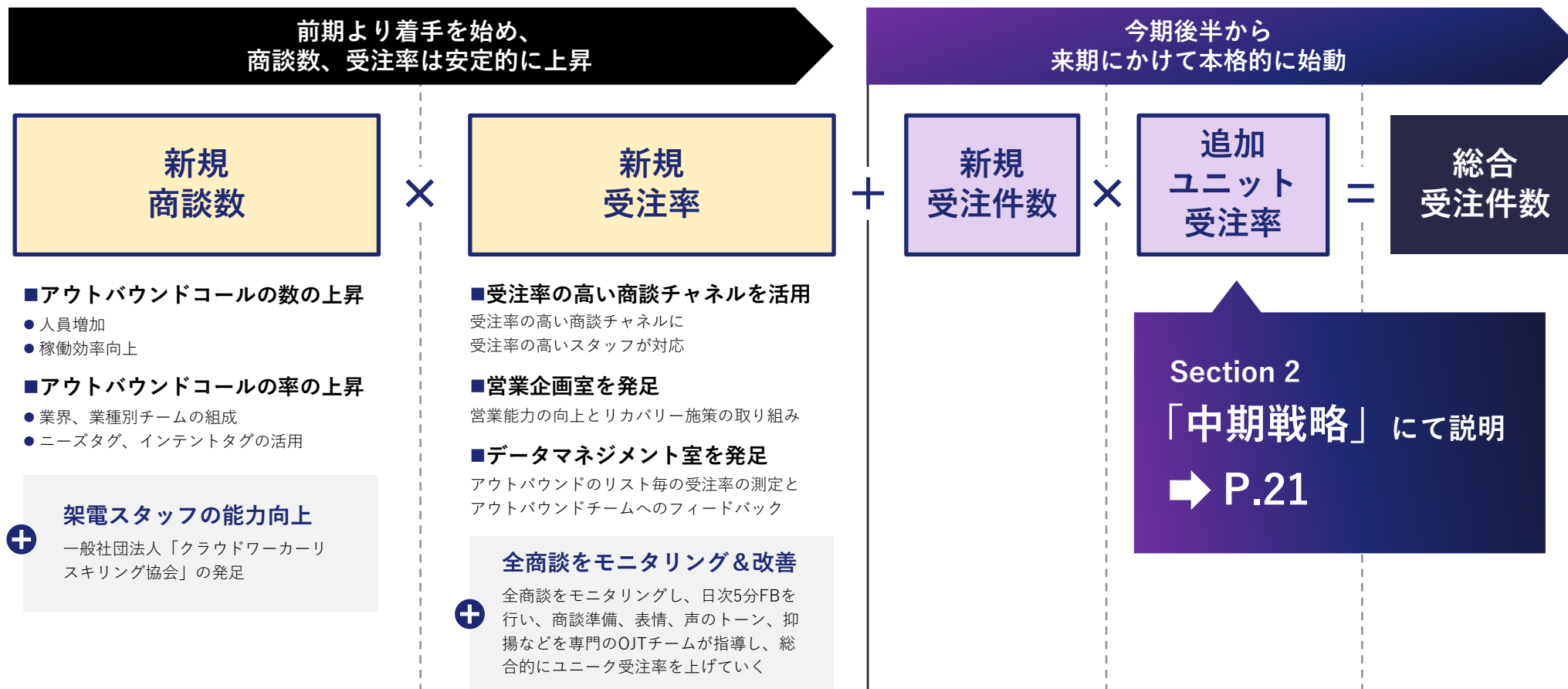
- 前年第3Qと比較し、主要サービスで受注件数が大幅に増加
- 2Q比においては、営業支援、人材支援は5月の受注減が響き、受注件数はQonQでやや減少。
- 営業支援から人材支援へのユニット提案は3Qも引き続き順調



※：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

今期以降の成長の計算式

今期以降の成長の計算式を下記のように定義し、進捗管理を実行。



新規商談数と新規受注率を、QonQで増加させつつ、増加した受注件数に対して、追加ユニット受注率を最大化する事により、総合的な受注件数を爆発的に拡大していく

受注件数の減少要因と改善策

今期の受注件数の減少要因はすでに把握しており、改善策を下記のとおり実行予定。

新規商談数

目標 QonQで**5%**ずつの増加を想定

結果 QonQで商談数を増加させることが出来なかった

原因



大型連休の影響により、
アプローチ数を増加させることが出来なかった

商談の取得率は変化がなかったが、大型連休の影響により、5月上旬の稼働が一時的に減少。リカバリーのための採用計画も想定よりも進捗が遅れ、結果的にアプローチ数がQonQで増やせず、新規商談数を増加させることが出来なかった。

改善策

過去5年間の大型連休の稼働減少率、
採用進捗を分析&目標値の調整

大型連休などのイベント時の稼働減少率と採用進捗率を過去5年間分洗い出し、統計を出し、QonQでアプローチ数を5%ずつ増加する計画を2024年度分まで含め策定。4Qで完全リカバリーを行い、来期以降の商談数増加計画に活かしていく。

➡ 今Qの商談数は**3~5%**程度の増加を想定

新規受注率

目標 **10.5%**をベースに徐々に増加を想定

結果 第3四半期で**10.0%**と受注率がやや低下

原因



大型連休を挟んだことで、
商談後の提案日程取得のリードタイムが長期化

「商談の取得チャンネル」「営業人員の提案能力」「アウトバウンドのリスト属性」をウォッチし受注率を確認していた。大型を連休を挟むことで、商談から提案までのリードタイムが平均4営業日から、4月の中下旬に実施した新規商談については、平均9営業日と長期化したことが、受注率が低下する要因となった。

また、“新規商談から提案取得までのリードタイム”だけでなく、“提案取得から受注に至るまでのクロージング商談”のリードタイムも受注率に影響を与えることが判明した。

提案取得からの受注率（新規商談から提案取得までのリードタイム毎）

■ 5営業日以内…20~30%

■ 5営業日以降…10~15%未満

改善策

提案までのリードタイムを縮める施策を実行

商談後のリードタイムを縮めるための、顧客メリットの整理、スクリプトの整備、チェックチームの構築などを行い、5営業日以内に80%の提案が入るようコントロールを実施

➡ 今Qの受注率は**10.5~11%**程度を想定

連結損益計算書_会計期間 [全体と過去対比]

- 売上高は、1Q、2Qの受注の売上貢献があり、QoQで6%超、YoYでは13%の成長
- 23/8期は、1Qは費用を抑制し、2Qから3Qに投資を実施し、4Qに集中的に投資を実施
- 24/8期は、4Qに戦略投資を実施する方針があるものの、1Qから23/8月期の3Q水準で投資を実施する方針であり、想定通り

(単位：百万円)

	2024/8期 第3Q	直前四半期 (2024/8期 2Q)		前年同期比 (2023/8期 3Q)	
		実績	増減率	実績	増減率
営業支援	1,806	1,740	+3.8%	1,656	+9.1%
人材支援	825	735	+12.1%	664	+24.1%
その他	73	67	+9.1%	73	+1.0%
売上高	2,705	2,544	+6.3%	2,393	+13.0%
売上原価	778	684	+13.8%	627	+24.0%
売上総利益	1,926	1,860	+3.6%	1,766	+9.1%
売上総利益率	71.2%	73.1%	△1.9%	73.8%	△2.6%
販売費及び一般管理費	1,281	1,216	+5.4%	1,145	+11.8%
販管費比率	47.4%	47.8%	△0.4%	47.9%	△0.5%
営業利益	644	643	+0.2%	620	+4.0%
営業利益率	23.8%	25.3%	△1.5%	25.9%	△2.1%
経常利益	643	643	+0.0%	630	+2.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	233	354	△34.1%	359	△35.0%

売上高はYoYで
13%の成長

当期は、1Qから
戦略投資を実施
しているため、
同水準となっている

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、売上高は約20%成長している一方で、営業利益は減益で着地
- 23/8期は、1Qは費用を抑制し、2Qから3Qに投資を実施し、4Qに集中的に投資を実施
- 24/8期は、4Qに戦略投資を実施する方針があるものの、1Qから23/8月期の3Q水準で投資を実施する方針であり、想定通り

(単位：百万円)

	2024/8期 第3Q	前年同期比 (2023/8期 3Q)	
		実績	増減率
営業支援	5,274	4,763	+10.7%
人材支援	2,283	1,620	+41.0%
その他	201	247	△18.4%
売上高	7,759	6,630	+17.0%
売上原価	2,148	1,692	+26.9%
売上総利益	5,611	4,937	+13.7%
売上総利益率	72.3%	74.5%	△2.2%
販売費及び一般管理費	3,740	2,929	+27.7%
販管費比率	48.2%	44.2%	+4.0%
営業利益	1,871	2,008	△6.8%
営業利益率	24.1%	30.3%	△6.2%
経常利益	1,876	2,019	△7.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	933	1,193	△21.8%

原価・販管費率の構成割合比較(vs 23/8期)

- 売上原価率は、業務委託費比率、外注費（その他）が上昇したことにより、やや上昇
- 販管費においても、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
 - ✓ Webマーケティングを中心とした広告宣伝費に投下
 - ✓ 採用費は、採用効率があがり低減

連結	2023/8月期		2024/8月期		差額	
	第3四半期 (参考：会計期間)	年間 (累計実績)	第2四半期 (会計期間)	第3四半期 (会計期間)	vs 第2四半期 (会計期間比較)	vs 23/8月期 (累計vs会計期間)
売上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
売上原価	26.2%	26.5%	26.9%	28.8%	+1.9%	+2.2%
業務委託費	22.7%	22.3%	22.5%	23.8%	+1.2%	+1.5%
その他	3.5%	4.2%	4.4%	5.0%	+0.6%	+0.8%
販管費及び一般管理費	47.9%	49.1%	47.8%	47.4%	△0.4%	△1.7%
人件費	22.5%	22.6%	23.0%	21.4%	△1.6%	△1.2%
採用費	3.1%	2.8%	1.0%	1.6%	+0.6%	△1.2%
広告宣伝費	3.2%	4.0%	4.8%	3.9%	△0.9%	△0.1%
支払手数料	4.0%	4.2%	3.9%	4.4%	+0.5%	+0.2%
地代家賃	1.7%	2.1%	2.4%	2.3%	△0.1%	+0.2%
のれん償却費	2.2%	1.9%	2.0%	2.1%	+0.1%	+0.2%
通信費	2.1%	2.2%	2.4%	2.5%	+0.2%	+0.3%
その他	9.1%	9.3%	8.3%	9.1%	+0.9%	△0.1%
営業利益	25.9%	24.4%	25.3%	23.8%	△1.5%	△0.5%

クラウドワーカー活用推進
及びインボイス制度開始により

業務委託費率は上昇

開発・制作パートナーへの
外注増により
3Qではやや上昇

4月に人員数は増加したが
売上増で人件費比率
はやや低下

採用効率が上がり、
総合的に
採用費用が低減

23/8期 4Qで効果が出た
Webマーケティング
に継続で同水準投資

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、それぞれの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

	2024/8月期		
	第3四半期		
	実績	対売上高比	分類
売上原価	778	28.8%	-
業務委託費	643	23.8%	戦略 運用
その他	135	5.0%	戦略 運用
販管費	1,281	47.4%	-
人件費・採用費	621	23.0%	戦略 運用
広告宣伝費	106	3.9%	戦略
支払手数料	119	4.4%	戦略 運用
地代家賃	62	2.3%	運用
のれん償却費	57	2.1%	戦略
通信費	67	2.5%	運用
その他	247	9.1%	戦略 運用



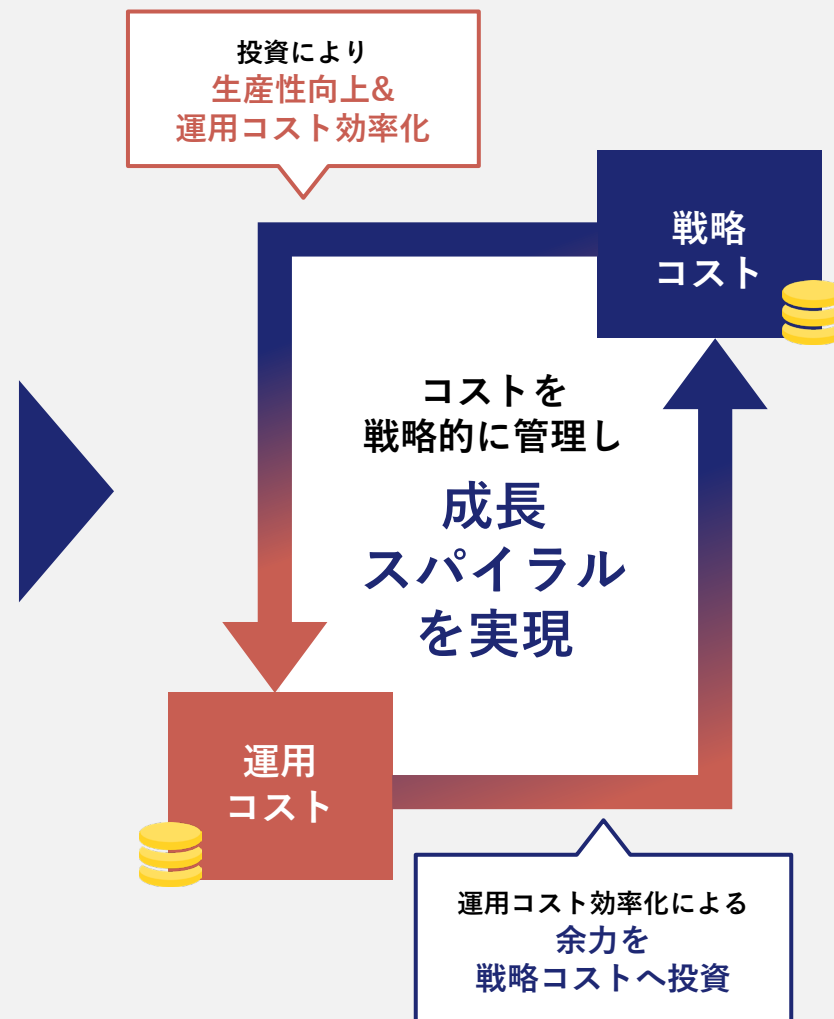
投資目的で分類

	内容	投資方針
戦略コスト 	短期成長投資 <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 <ul style="list-style-type: none"> ■ 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。
	人的費用 <ul style="list-style-type: none"> ■ 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。

原価・販管費の将来性

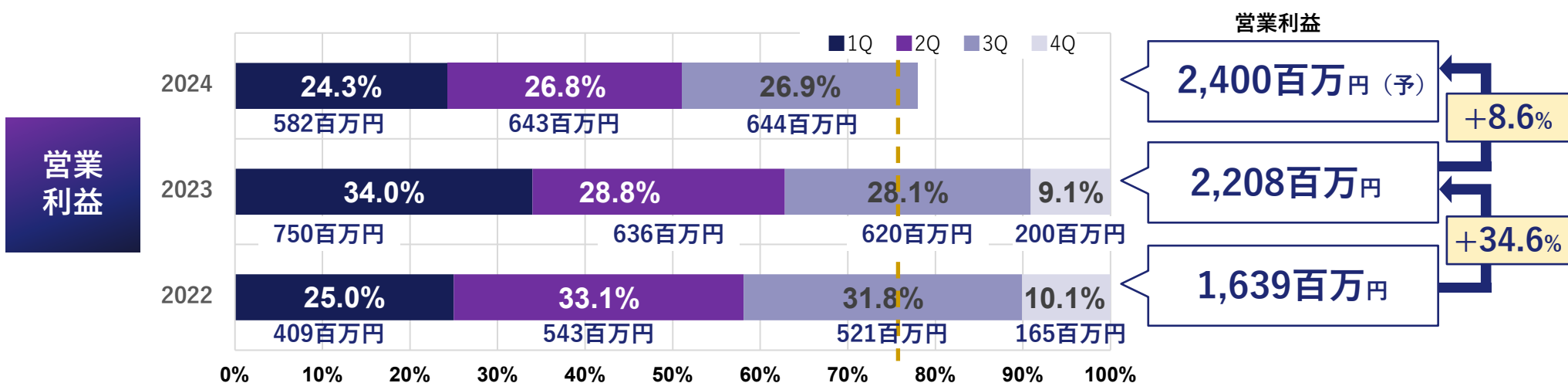
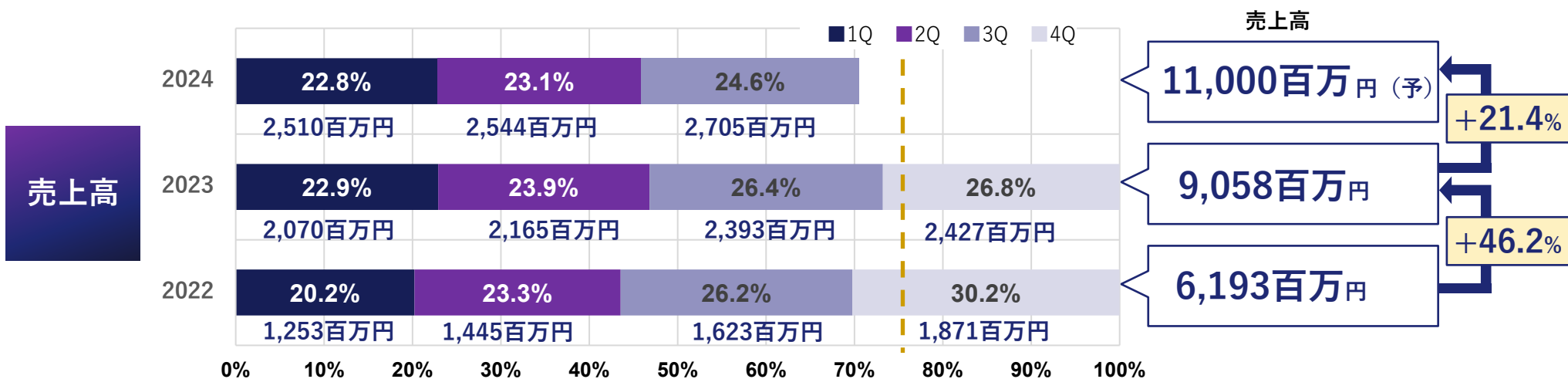
「運用コスト」については効率化を図り、戦略的に減少させていき、
「戦略コスト」はROIを明確にして投資をし、企業価値の向上に繋げていく

投資目的で分類			
		内容	投資方針
戦略コスト 	短期成長投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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、費率削減に取り組む。
	人的投資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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。



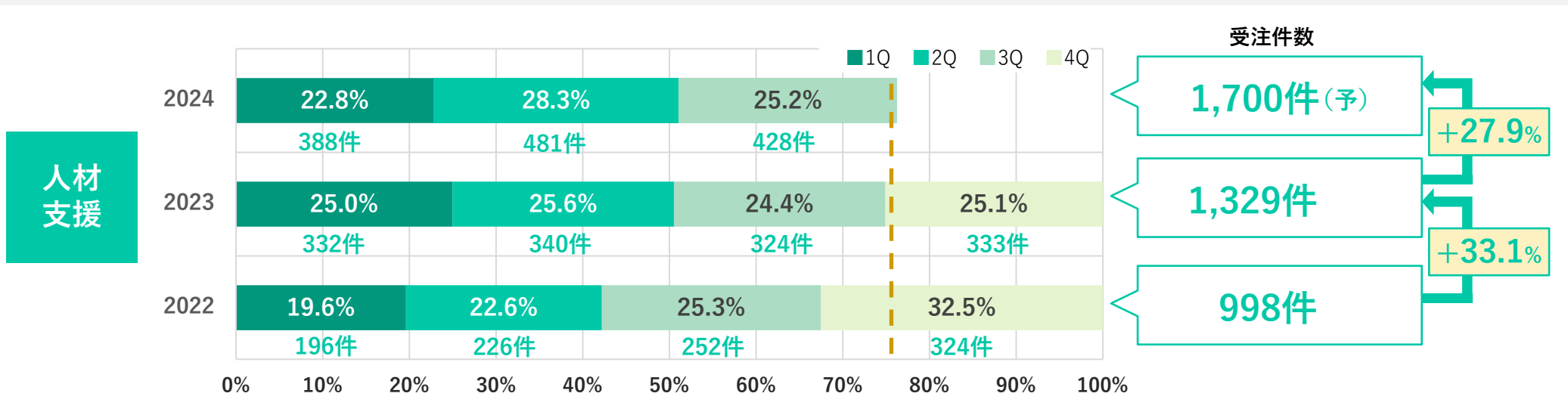
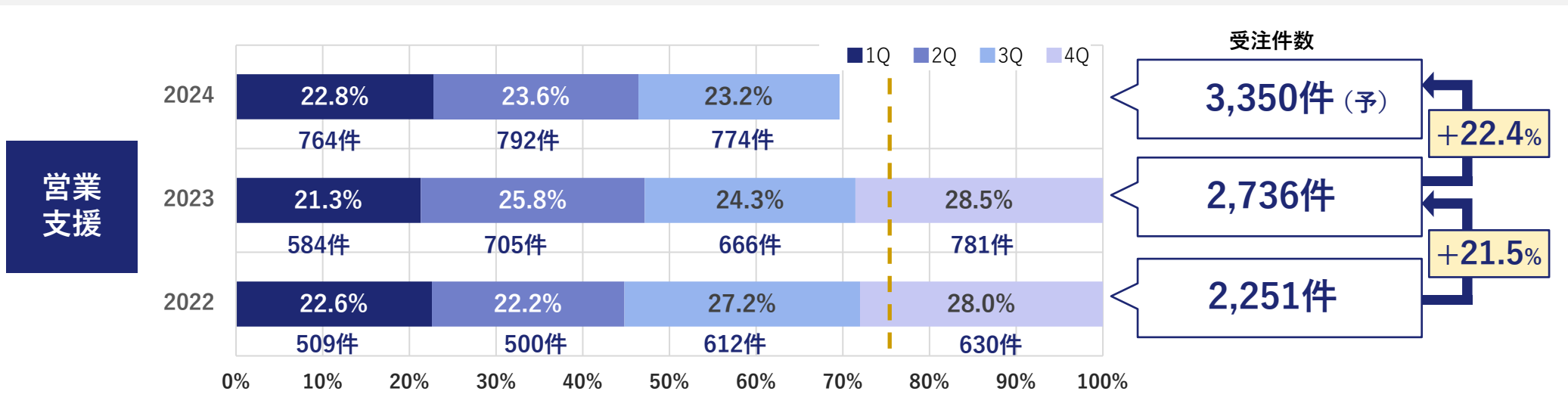
売上&利益進捗 [過去対比]

- 売上高は、子会社で計画で見込んでいた大型案件の失注影響もあり、売上高の進捗は計画をやや下回る水準
- 一方で、営業利益は、4Qに集中的に投資を実施していた過去実績と比較すると低いが、年間の75%を超える結果となり、順調に推移



受注件数&進捗率 過去対比

- 営業支援の受注件数は、3Qでの受注件数が低下したことにより、年間目標の件数をやや下回る結果に
- 人材支援の受注件数は、3Q段階で75%を上回る好進捗で推移



2024年8月期 通期 業績進捗

- 売上高の3Q時点の進捗率は、子会社の大型案件失注の影響が響き、70.5%と前年実績進捗率よりやや低い状況
- 営業利益の3Q時点の進捗率は、78.0%と前年実績進捗率より低いが、24年8月期は第1Qから戦略投資を実行していることによるものであり、年間の進捗率は約75%を超えており想定通りに推移
- 受注件数の進捗率は、営業支援はやや進捗遅れがあるものの、人材支援は順調に推移しており、全体としては概ね順調に進捗

		2023/8月期			2024/8月期		
		第3四半期	第3四半期 (業績予想)	第3四半期 (進捗率)	第3四半期	第3四半期 (業績予想)	第3四半期 (進捗率)
売上高	営業支援	4,763	6,431	74.1%	5,274	7,480	70.5%
	人材支援	1,620	2,314	70.0%	2,283	3,170	72.0%
	その他	247	311	79.3%	201	350	57.7%
	売上高合計	6,630	9,058	73.2%	7,759	11,000	70.5%
営業利益		2,008 (30.3%)	2,208 (24.4%)	90.9%	1,871 (24.1%)	2,400 (21.8%)	78.0%
経常利益		2,019 (30.5%)	2,224 (24.6%)	90.8%	1,876 (24.2%)	2,350 (21.4%)	79.8%
親会社株主に 帰属する純利益		1,193 (18.0%)	1,270 (14.0%)	94.0%	933 (12.0%)	1,380 (12.6%)	67.6%
受注 件数	営業支援	1,955件	2,736件	71.5%	2,330件	3,350件	69.6%
	人材支援	996件	1,329件	74.9%	1,297件	1,700件	76.3%

株主還元について

- 上場来、堅調に業績が推移し、成長投資のキャッシュを確保しながら、株主還元も可能と判断し、当期より配当を開始
- 今後の方針については、引き続き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

配当予想 [FY2024]

- 2024年8月末を基準とし、**30.00円**/株の配当を実施※
- 来期の配当及び株主還元については、キャッシュ・フロー、事業環境などを勘案し決定

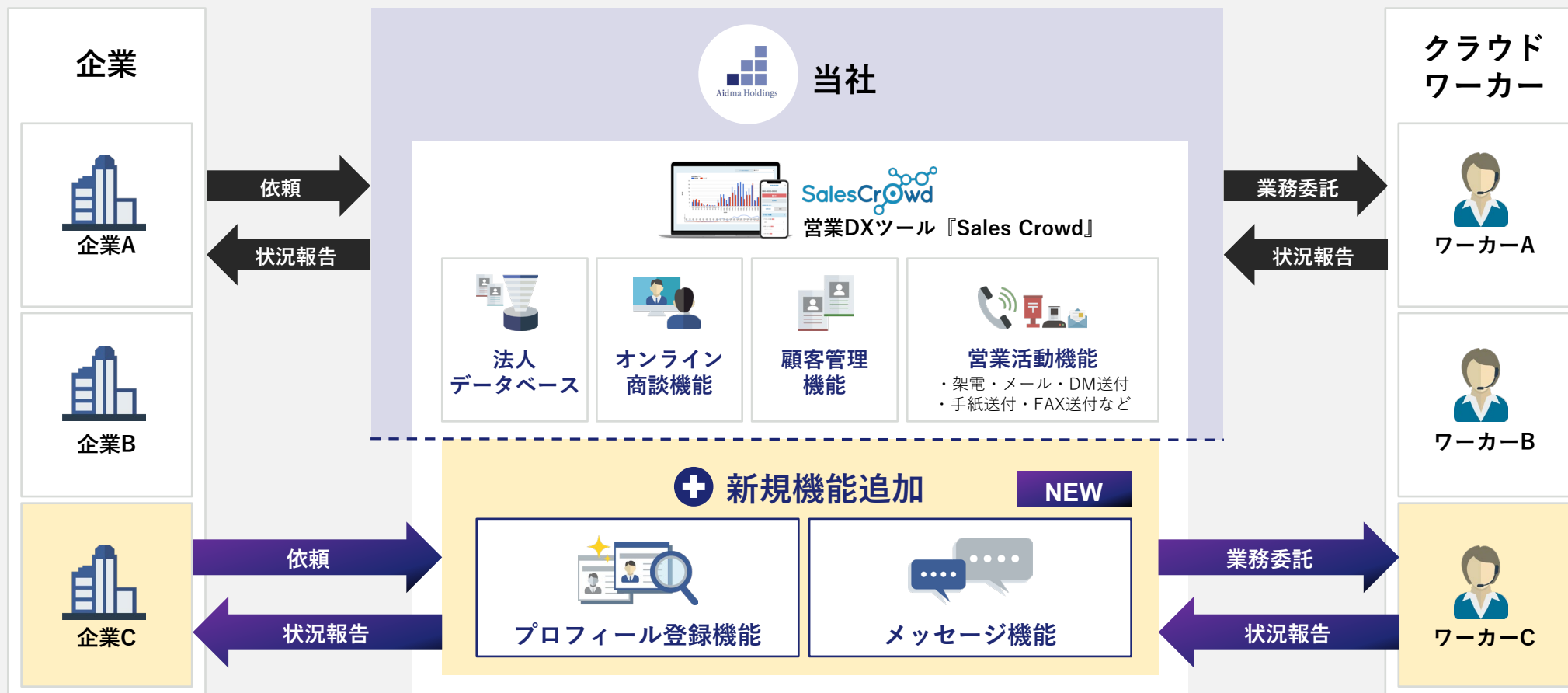
※※2024年11月の株主総会にて決議されることが前提

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

営業DXツール『Sales Crowd』のリニューアル計画について

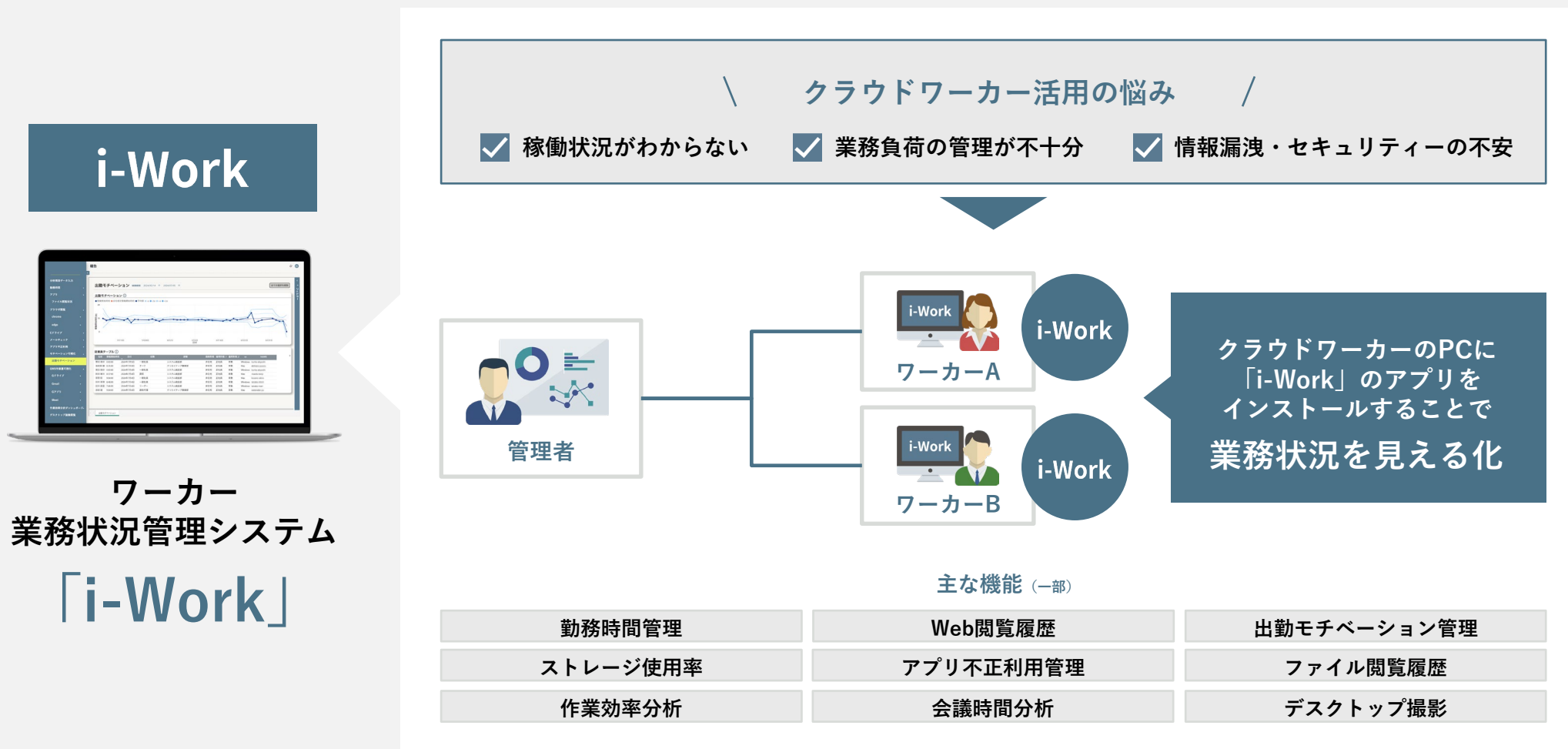
クラウドワーカーと企業が直接つながり、営業業務を依頼&実行できるプラットフォームを目指す。



『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！

在宅業務状況管理システム「i-Work」をリリース

在宅で業務を実施するクラウドワーカーの稼働状況を見える化し、クラウドワーカー活用を推進する。



ワーカーのモチベーションの把握や、生産性の算出・向上の支援、不正の防止などを実現できる機能により、クラウドワークをより推進することが可能に！

SECTION

2

中期戦略



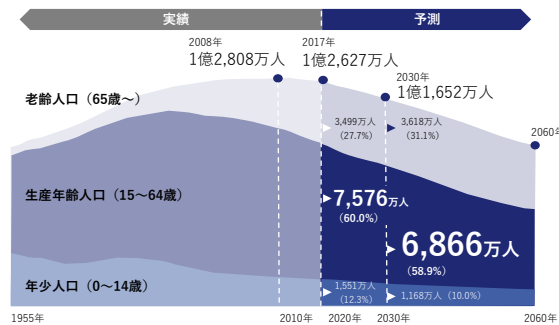
サービス提供会社から、採用に代わる外部リソースを提供する会社に

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

労働人口減少

2030年労働人口
710万人
離少

将来推計人口

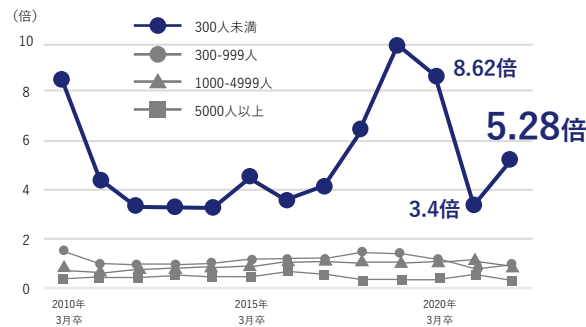


出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口 (2017)」

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

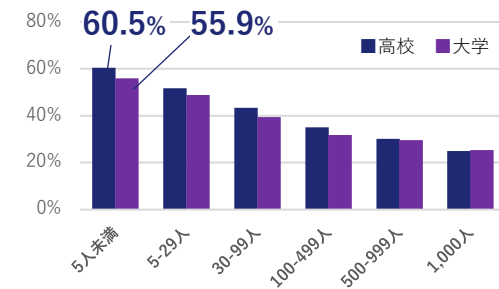


出所：人と組織に関する研究機関・リクルートワークス研究所

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

「採用」以外に「外部活用」という選択肢が非常に重要に
「採用」と代替できる「外部リソース」を提供する

具体的な外部リソース提供型事業の詳細 [1/3]

1社に対して1サービスではなく、1社に対して複数の外部リソース = **【ユニット】** を提供

今まで

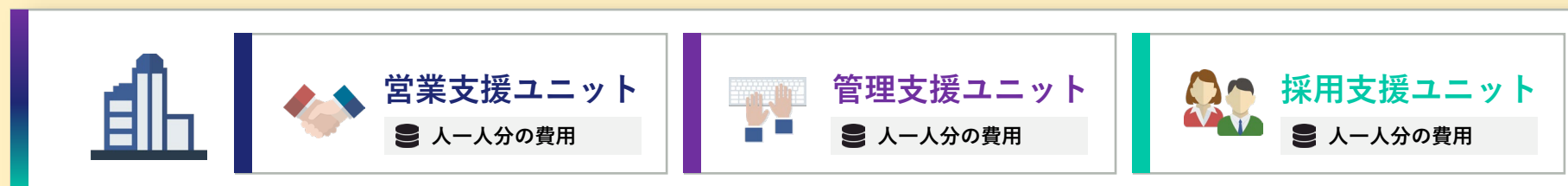
1社に対して1サービス



これから

1社に対して、複数のユニットを提供していく

「採用」よりも「安く、早く利用することができ、ノウハウや実行内容がデータとして社内に残る」
採用と代替されるユニット型のサービスを提供にコンセプトをチェンジ。



一人一人の費用よりも
安く、直ぐに
活用でき、
更に資産が残る

「採用」よりも「活用」の方が中小企業にとってはメリットに

具体的な外部リソース提供型事業の詳細 [2/3]

サービス提供から外部リソース提供型事業(ユニット提供)にコンセプトチェンジすることによって、顧客と当社双方に大きなメリットがある

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

採用との採用費、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

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

具体的な外部リソース提供型事業の詳細 [3/3]

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」

〇〇社 ユニット契約状況

契約数 | 6ユニット

	営業	秘書	管理 [事務]	人事 [採用]	クリエイティブ	広報	クラウドワーカー活用	経営企画
ユニット1	契約中 30万/月	契約中 30万/月	+ 追加	+ 追加	契約中 30万/月	+ 追加	契約中 30万/月	契約中 30万/月
ユニット2	契約中 30万/月	+ 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

現在の提案可能なユニット一覧

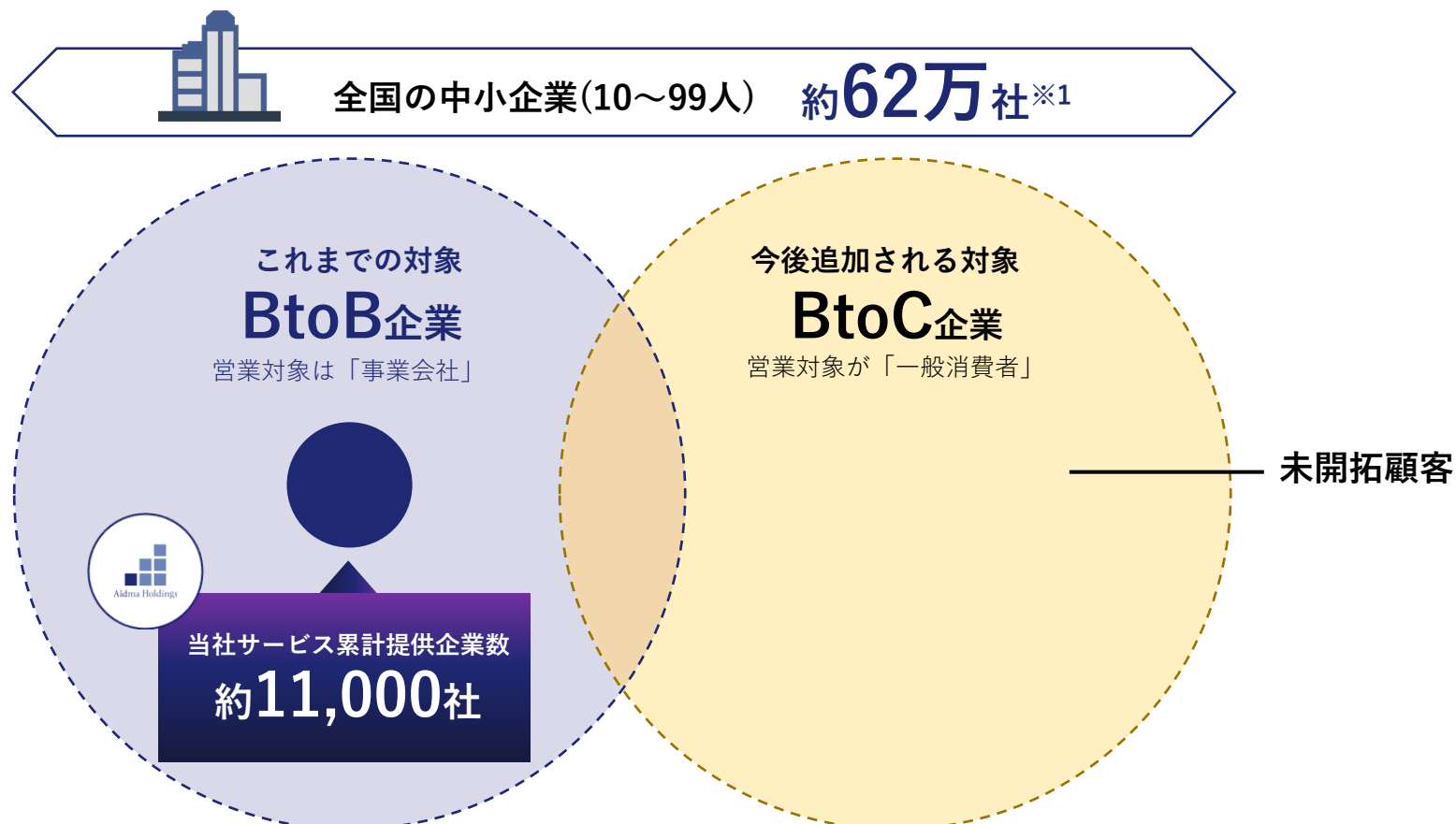
収益向上やコスト削減に貢献できる業務を中心に複数のユニットを随時立ち上げる



 <p>営業支援 Sales Platfórm</p>	 <p>生産性 向上支援 Crowd Members</p>	 <p>秘書代行 Crowd 秘書</p>	 <p>クリエイティブ 支援 77770</p>
 <p>フィールド セールス支援 株式会社メイクブイ ホールディングス</p>	 <p>IPO支援 Crowd Advisor</p>	 <p>M&A支援 Crowd Advisor</p>	 <p>広報支援</p>
 <p>管理支援 Crowd Back office</p>	 <p>採用支援 Crowd Recruiting</p>	 <p>採用代行 Crowd Recruiting</p>	 <p>システム開発 支援 Tech Bridge エンジニアリングサービス</p>
 <p>代理店開拓 支援 Business Matching UNIT</p>	 <p>補助金支援 Crowd Advisor</p>	 <p>メディア 構築支援 メディア構築支援ユニット</p>	 <p>カスタマー サクセス支援</p>

外部リソース提供型事業への転換後の顧客基盤

外部リソース提供型事業のコンセプトの変更により、BtoC顧客も対象となり顧客基盤はより拡大する



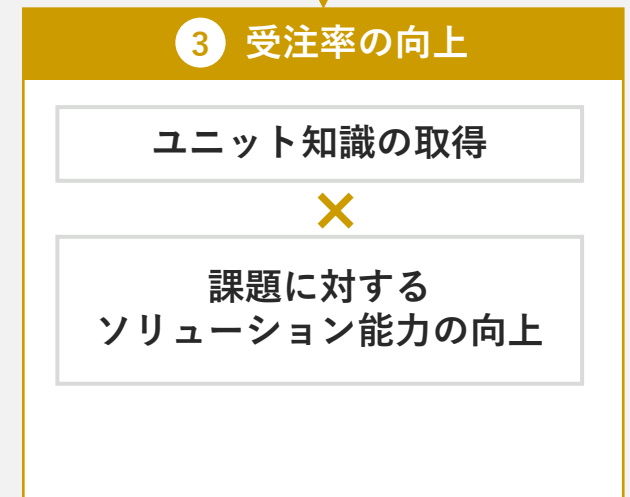
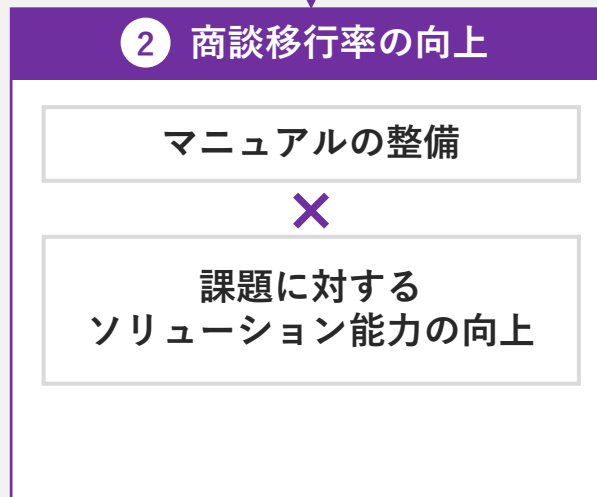
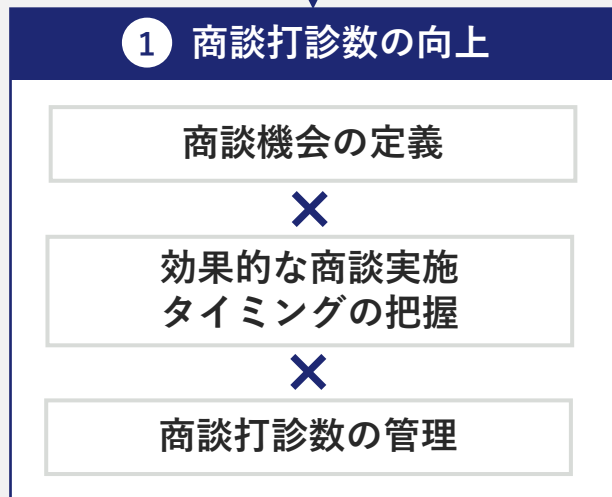
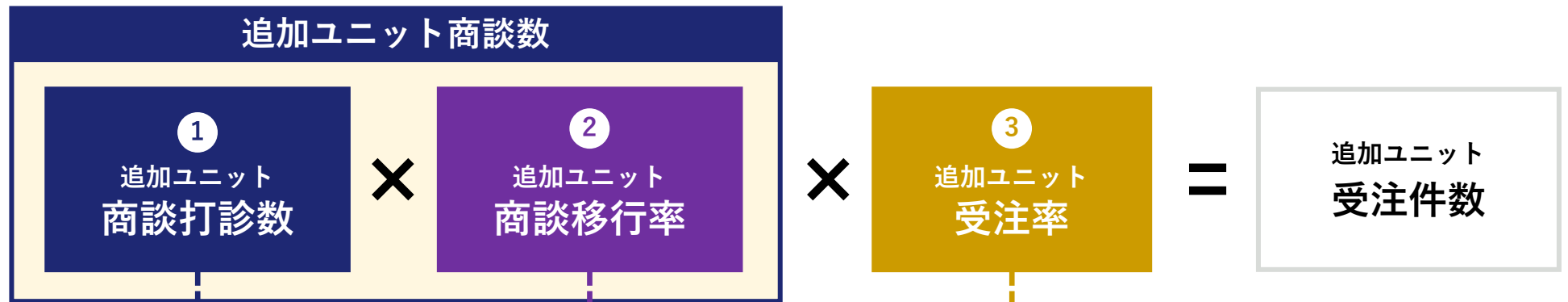
※1：総務省統計局「令和3年経済センサス」をもとに当社作成

コンセプトの変更によって、顧客基盤は大きく拡大へ

具体的な外部リソース提供型事業の販売戦略 [1/4]

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

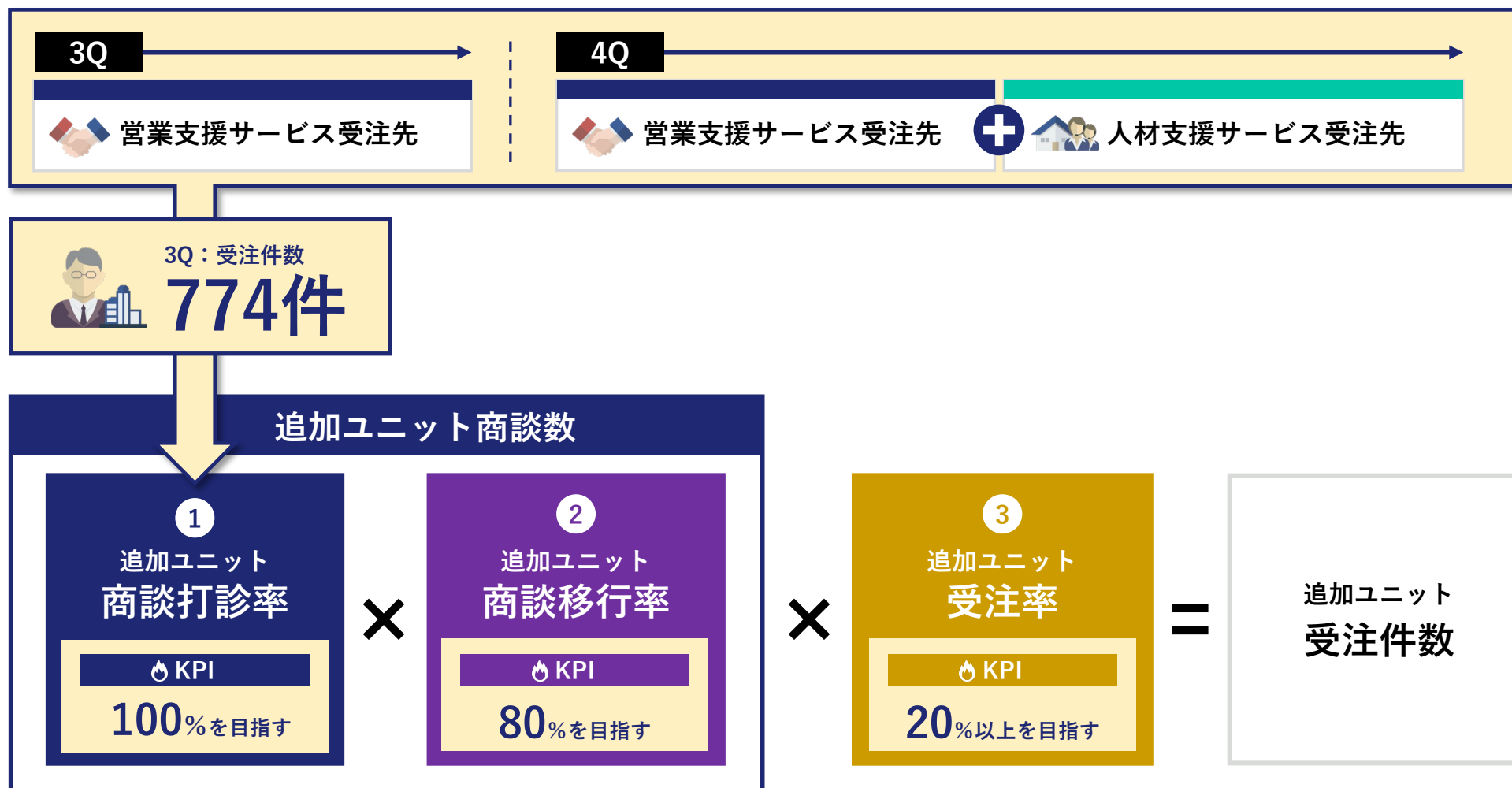
追加ユニット受注件数を増やす方程式



具体的な外部リソース提供型事業の販売戦略 [2/4]

営業支援サービスをご発注頂いた顧客全てに対し別ユニットの提案を打診。
4Qは人材支援サービスの顧客にも対象を段階的に拡大

追加ユニット受注件数を増やす方程式



具体的な外部リソース提供型事業の販売戦略 [3/4]

商談打診数と商談移行率の向上のために、今期は下記の取り組みを実施。今後も多くの施策を展開予定

① 商談打診数の向上

商談機会の定義

6つの商談機会

ユニットの商談打診をする
タイミングを下記の6つに定義

① 新規商談中
[別チームトス]

② リカバリ時
[自チーム、別チームトス]

③ 受注時⇒取材前

④ 取材スタート時

⑤ 取材時

⑥ 顧客支援MTG時

商談打診数の管理

商談打診管理の 仕組みを構築

提案数や受注率など、現在の各項目の
数値をリアルタイムで確認できる
仕組みを構築し、マネジメントを行う。



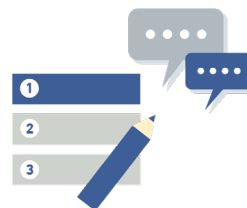
効果的なタイミングの把握

コーポレート アクションを テクノロジーで把握

移転や新規事業などの
取り組みをフラグ化し、
通知が来るようにする

人材課題 アンケート実施

顧客の経営課題を把握する
ため、アンケートとヒアリングを実施。



② 商談移行率の向上

マニュアルの整備

提案 マニュアルの 整備

営業スタッフ間で知識量や方法に
差異が出ないように、マ
ニュアルを整備。



具体的な外部リソース提供型事業の販売戦略 [4/4]

打診率と商談移行率の向上のために、今期は下記の取り組みを実施。今後も多くの施策を展開予定

② 商談移行率の向上

&

③ 追加ユニット受注率の向上

課題に対するソリューション能力の向上

ユニット 推進事業部 設立

4月から新事業部を立ち上げ、追加ユニット受注率の向上をKPIにして活動をしていく。



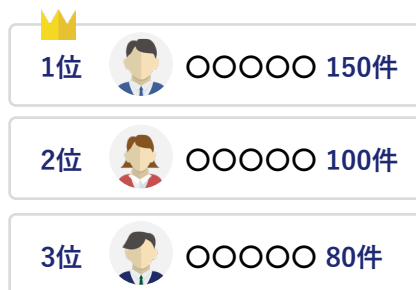
ユニット 営業研修

顧客へより効果的な提案を行えるように営業研修を実施。



ユニット提案数 ランキング

ユニットの提案数が多い営業スタッフをランク付けし、ランクに応じた評価を行う。



クラウドユニット LPサイト作成

サービスサイトを制作し、サービス認知度をあげる。



ユニットの導入を推進するために [1/3]

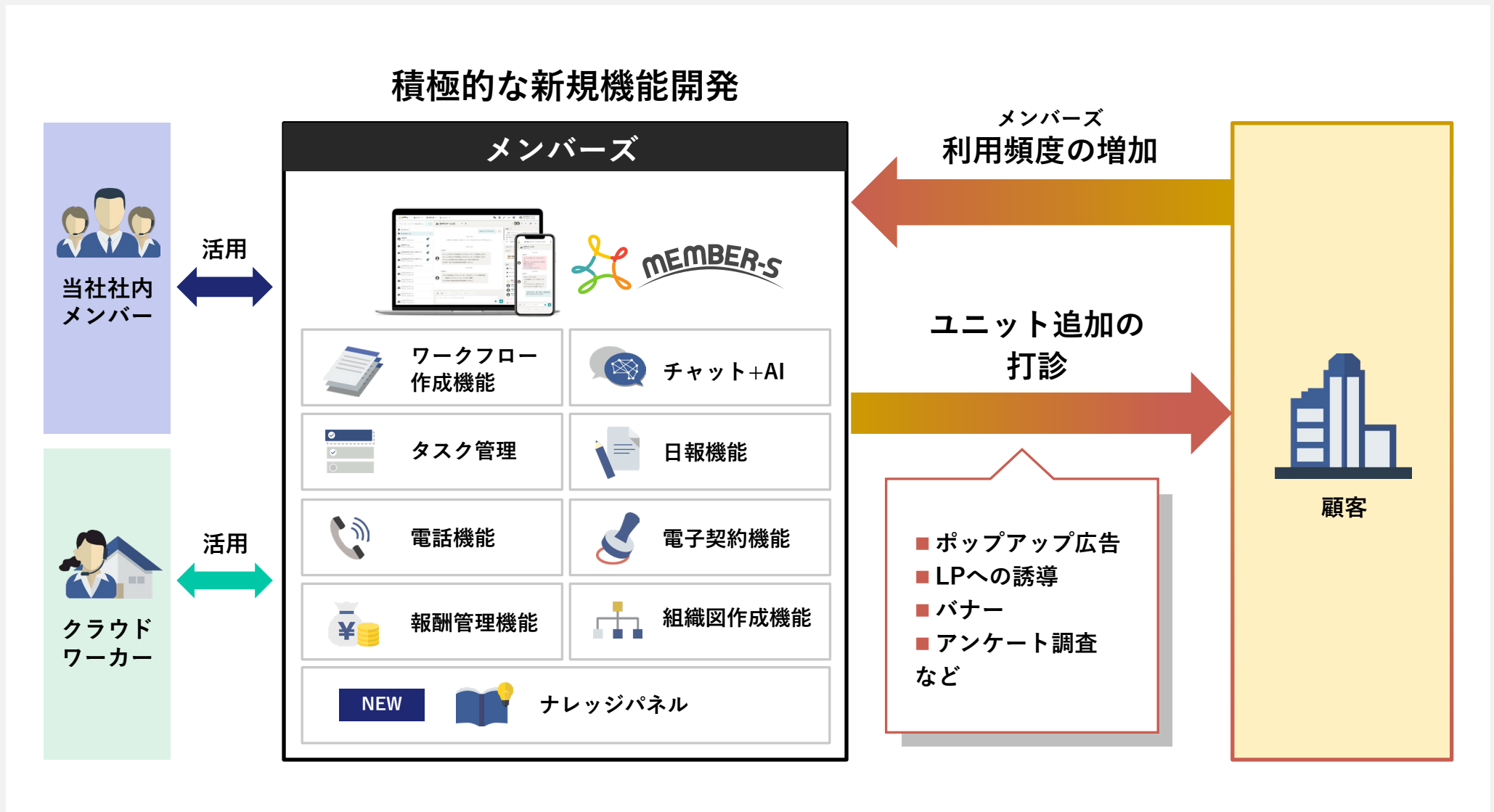
企業データベースにニーズや課題情報を統合。データをもとにユニット制の提案を推し進める



第3四半期までに過去商談データ、顧客データをDBに入れ、
戦略的な提案を実現可能に。

ユニットの導入を推進するために [2/3]

メンバーズの機能の充実により、顧客の利用頻度を高め、ユニット追加を打診する機会を増加させる

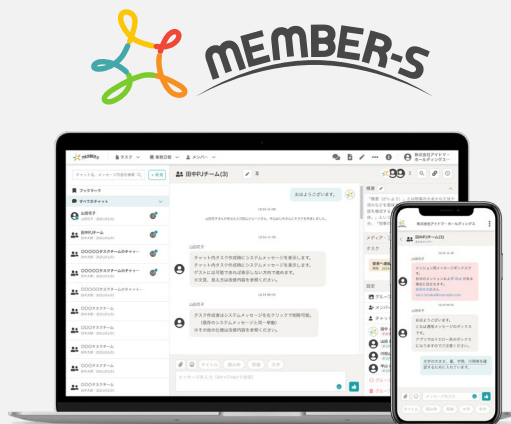


ユニットの導入を推進するために [3/3]

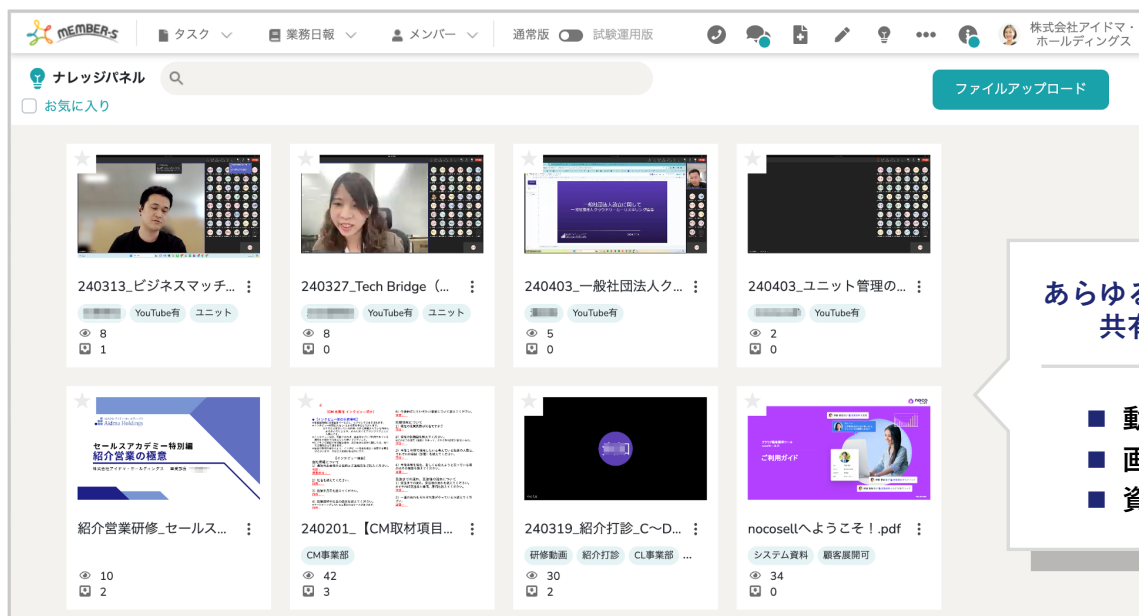
クラウドワーカー管理ツール「メンバーズ」に新規機能を追加し、サービス運用を現実的なものにしていく

メンバーの
教育&研修に
最適

「ナレッジパネル機能」を新規追加！



クラウドワーカー
管理システム
「メンバーズ」



あらゆるデータを
共有可能

- 動画
- 画像
- 資料

主な利用目的&機能

- ドキュメント共有
- タグ付け機能
- 「閲覧数&保存数」機能
- お気に入り機能

SECTION

3

2024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

4つの成長戦略

各戦略において、新規事業の立ち上げやサービスの強化をそれぞれ実施

		取り組み事項	取り組み詳細
1	商談件数の向上	アウトバウンドコールの稼働数×アポ率の向上	商談件数を増加させるために、架電するメンバーの増員を自社求人サイトを活用し、実施。同時に架電効率を上げる施策を走らせ、更に業種ごとにチームを分け、アポイント取得率の向上に取り組む
		ニーズタグ、インテントタグの活用	独自に収集したニーズタグ、及びDMPなどから収集したインテントタグを活用し、予め関心・興味を把握しているリストに対してアプローチをすることにより、商談件数を増加させる
2	受注率の向上	受注率の高い商談チャネルを活用	前期に取り組んだアウトバウンドチャネル以外の受注率の高いチャネルを戦略的に活用し、総合的な受注率向上に取り組む
		営業企画室を発足	営業系社員の育成をマインド・ナレッジ・スキル面から実施し、同時に一人ひとりの受注率を管理、改善、強化を行う専門部署を発足。失注商談のリカバリも実施する
		データマネジメント室を発足	アウトバウンドのリスト単位での受注率、様々なチャネル毎の受注率などを管理し、目標とする受注率に対して最も適切なチャネルは何か、という点を組織的に提示する
3	受注単価の向上	ユニット制の取り組み	営業支援サービス、人材支援サービス以外の様々な業務ユニットを提供することにより、顧客の採用課題に貢献し、同時に客単価を上げていく取り組みを実施する
		上場企業向けサービスのリリース	上場企業向けに四半期単位で取り組み、更に営業人員がいなくても、インサイドセールスから実際の営業活動までをワンストップで取り組む事業をスタートし、総合的な客単価の向上に取り組む
		更新額の増加	継続更新を頂く場合、スポット契約が多かったが、それぞれの業種や属性ごとに継続率を測定し、戦略的な更新金額の向上の提案や、内製化の取り組みを行う事ができるような取り組みを実施
4	費用の最適化	フルリモート正社員	出社型の正社員とフルリモート正社員を各事業部毎に採用し、評価制度と役割をそれぞれ変更し、販管費の最適化が図れるように調整
		メンバーズ活用	顧客、クラウドワーカー、自社の3社間の業務を全てメンバーズに切り替え、タスクの管理、コミュニケーションの円滑化、プロジェクト進捗の可視化を行い、業務効率を上げる
		AI/自動化の取り組み活用	自動化できる部分はシステムやRPA、AIを活用し、自動化を実施する、同時にメンバーズ上で生成AIを用いて、当社の様々なドキュメントを入れて、学習させ、自社の業務効率化を上げるためのAI活用を推進する

1

商談件数
の向上

営業支援事業

アウトバウンドコールの稼働数×アポ率の向上

採用強化+1H当たり活動の最適化を行い、アポイント率の向上をはかる

稼働数増加



採用の強化

採用を強化し活動ボリュームを増加させる



オートコール機能 バージョンアップ

高速で次の企業に電話をかけられるように機能増強。



リスト電話番号の 死活調査機能の開発

使われていない電話番号を
洗い出し無駄な架電を減らす



品質UP(アポイント取得率の向上)

業界別専任チームを構築

商品・商材の提案品質を向上

構築チーム例（一部）



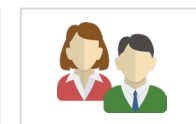
建設・建築業界



製造・工場業界



IT・Web業界



人材・派遣業界

商談件数の最大化につながる

1

商談件数
の向上

営業支援事業

ニーズタグ、インテントタグの活用

リストの作成方法に「ニーズタグ、インテントタグ」を活用した作成方法を追加

これまで

「仮説」 & 「実績」
からリスト作成



1. 仮説からリスト作成

自社サービスや商品の導入可能性のある
対象先の仮説を立ててターゲット抽出。



2. 実績からリスト作成

自社サービスや商品の導入実績に
類似した企業のリストを作成。



新規追加

「ニーズ・関心」
からリスト作成



1. ニーズタグから企業をリスト化

既にサービスや類するキーワードに対して
ニーズや関心がある企業をリスト化出来る。



2. 検索回数、ニーズ時期からリスト化

更に回数やニーズのあった時期などから
検索ができるを元にリストを作れる。

国内
最先端

「実績」と「仮説」と「ニーズ・関心」の両軸からリスト作成可能

受注率の高い商談チャネルを活用

受注率を高めるために、決裁者に直接アプローチを実施できるチャネルを活用

ウェビナー



経営者勉強会

参加者を経営者に限定し定期的に開催。参加者同士が自社の取り組みを10分ほどで紹介。その後、気になる企業と直接連絡が可能。

紹介



SNSマッチング

LINE、Facebookにて当社と繋がりのある経営者のなかから、定期的にランダムで経営者同士のグループを作成、交流が可能。

パートナー



紹介サービス

当社グループと繋がりのある企業様に顧客を紹介頂きます。紹介頂いた企業様には件数に合わせて報酬をお支払い。

インバウンド



マーケティング

ホワイトペーパーを公開し、インバウンドリードを獲得するためのプラットフォームを提供。

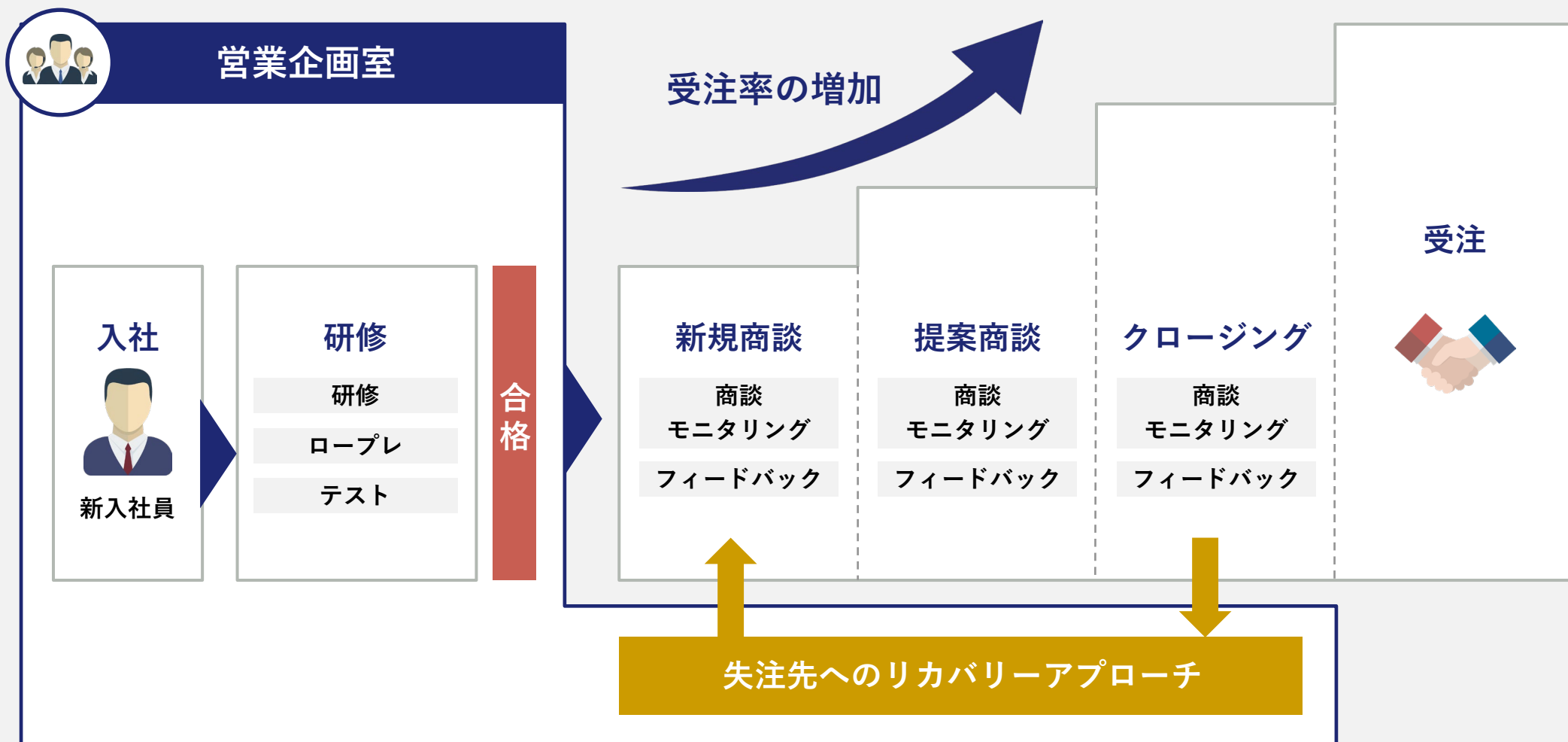


決裁者、かつ受注確度の高い見込み客

2 受注率の向上

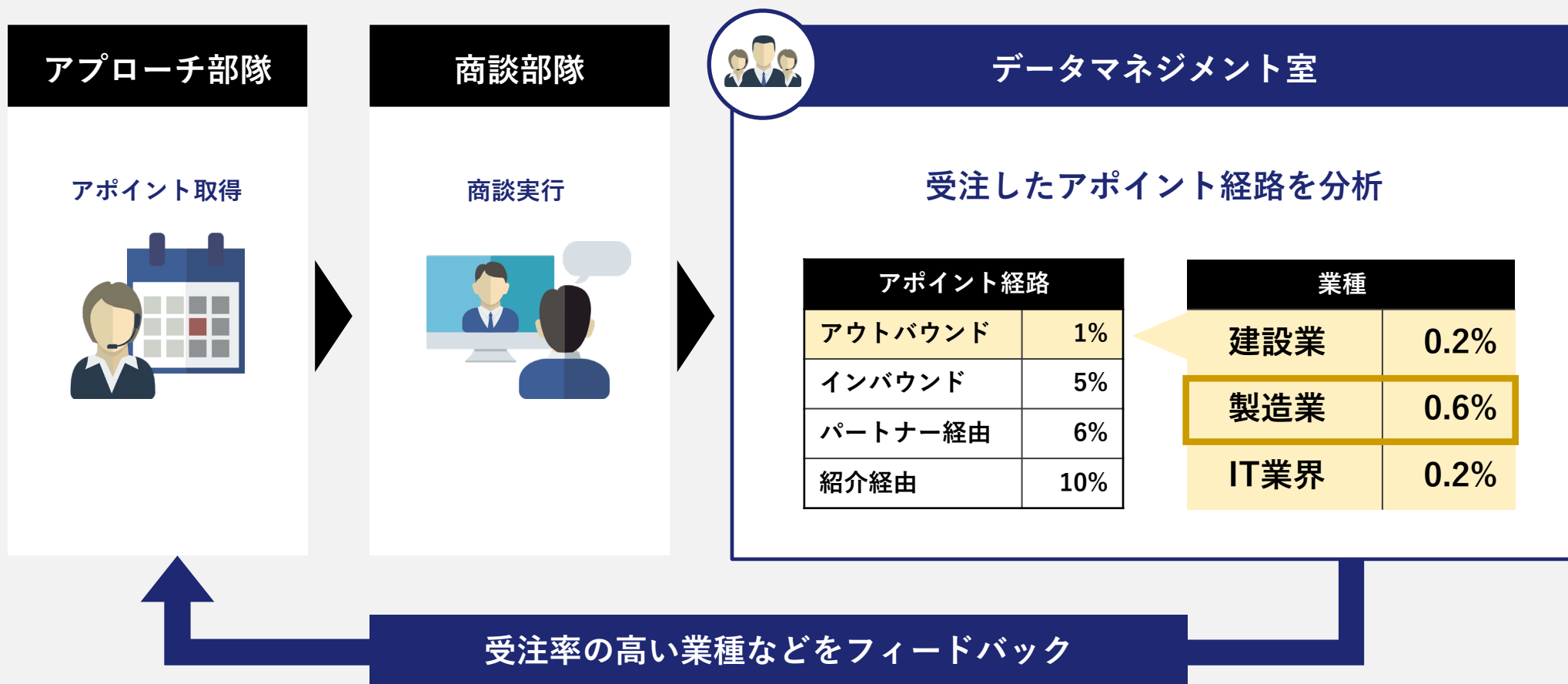
営業企画室の発足

営業の平準化&早期戦力化を目指し、営業能力を促進させるべく営業企画室を発足



データマネジメント室の発足

受注率の向上を目的として、営業組織内にデータマネジメント室を発足



3

客単価の
向上

営業支援事業

ユニット制の取り組み

サービスの提供を「ユニット型」のコンセプトに変更することでアップセル、クロスセルの成功率を高める

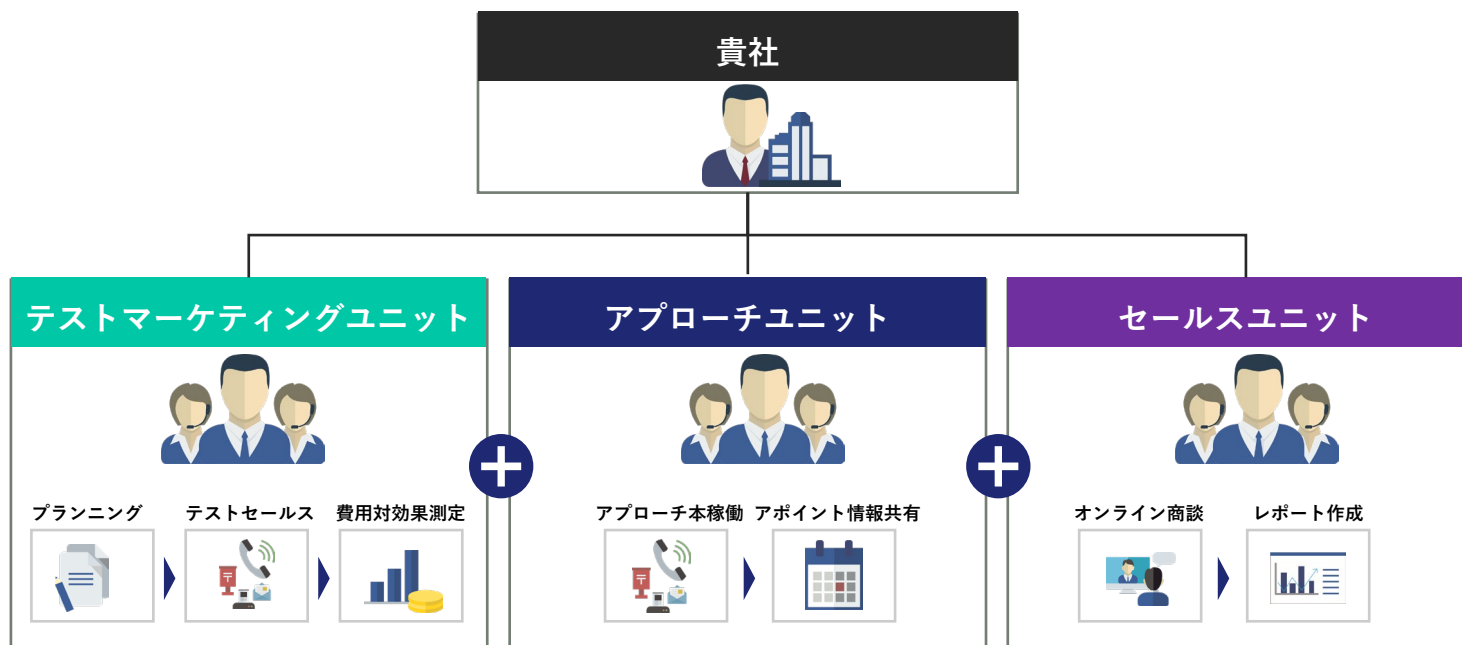


アップセル&クロスセルの提案が効果的に可能に

上場企業向けサービスのリリース [1/2]

外付けのテストセールスチームをつくり、短期間で営業の仕組み化、及び費用対効果を測定可能

明日から「外付けの営業部隊」を構築可能



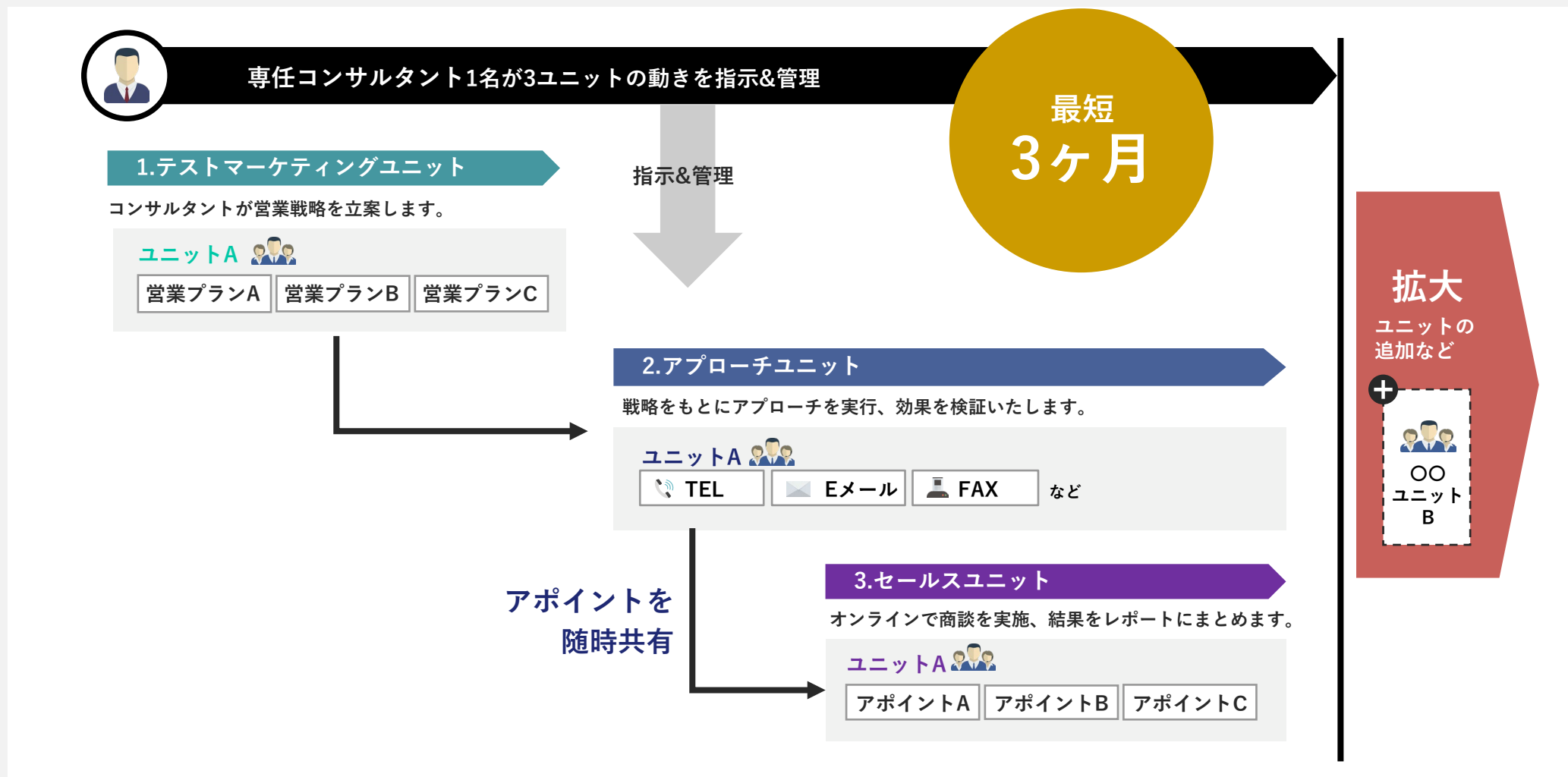
最短3ヶ月

人材採用なし

即導入

上場企業向けサービスのリリース [2/2]

3ヶ月の短い期間でテストマーケティング、アプローチ、セールスのPDCAを回し、レポートニング



更新額の向上

更新額を上げるための体制づくりを強化し、1クライアントあたりの客単価の向上を行う

現状

顧客内に「ノウハウを残す」という特性上、継続案件ではスポット契約がメイン



更新額の向上

- 更新提案時、別サービスの責任者の同席を図る
- 顧客状況に合わせて内製化の提案も実施
- 継続時に提案できる付加サービスの開発



継続率の向上

- 顧客支援の満足度を図るアンケートを徹底
- クライアント戦略室の発足
 - ・ 継続頂ける顧客属性の分析と戦略立案
 - ・ 他部署サービスなどとの連携
 - ・ 支援担当者の継続率向上におけるトレーニング

前4Q検証結果

直近では更新額が3Qと比して**1.5倍**に

フルリモート正社員

フルリモート社員の採用と組織構築をすすめ、採用効率向上・採用費&人件費の最適化を行なっていく

コンサルティング人材

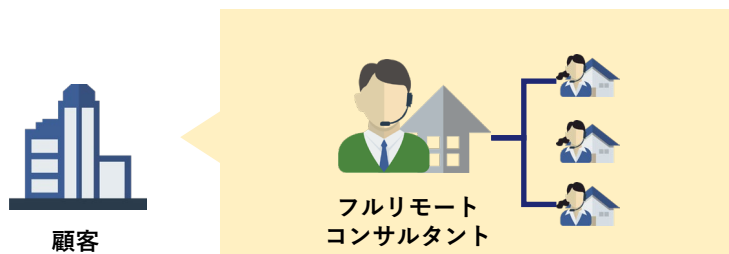
フルリモート社員採用の現状

採用効率	採用費用	人件費率
10倍	1/3	2/3

今後の展開

インソーシングモデル

顧客先にフルリモートコンサルタントが常駐し、営業部隊の管理を行い、インソーシング提案をさらに推進させる



セールス人材

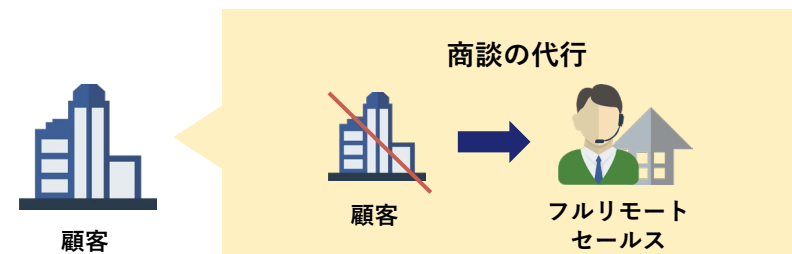
フルリモート社員採用の現状

採用効率	採用費用	人件費率
5倍	1/3	1/2

今後の展開

商談代行モデル

フルリモートセールスマンが顧客商談を代わりに実施するなど、新たなサービスの提供により、自社セールス以外での収益化を目指す



4

費用の最適化

組織改善

メンバーズ活用

チャット機能をベースに社内の業務効率、生産性を上げる機能を搭載し、費用の最適化を図る



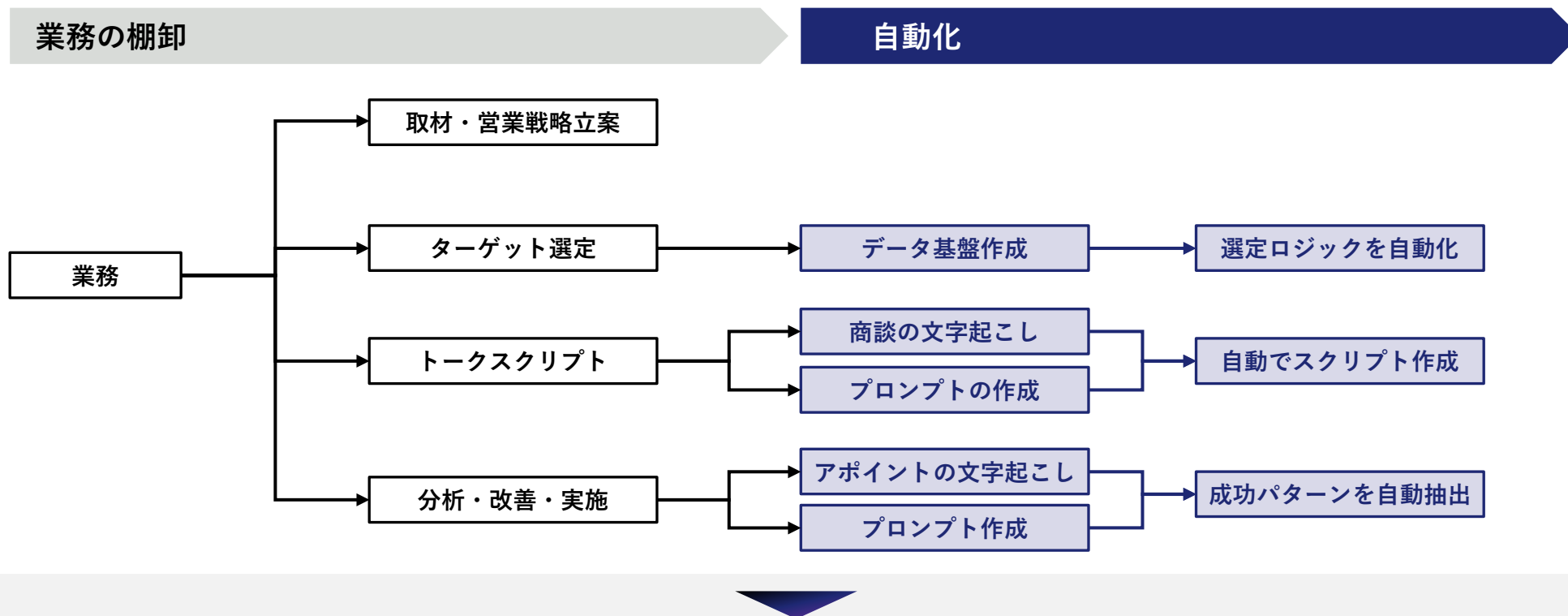
メンバー間のコミュニケーション&生産性を効率化させ、費用を最適化

AI/自動化の取り組み活用 [1/2]

「自動化」と「生成AI活用」の2軸で生産性を上げ、費用の最適化を実施

自動化

業務整理をし自動化することができる部分から着手をすすめる



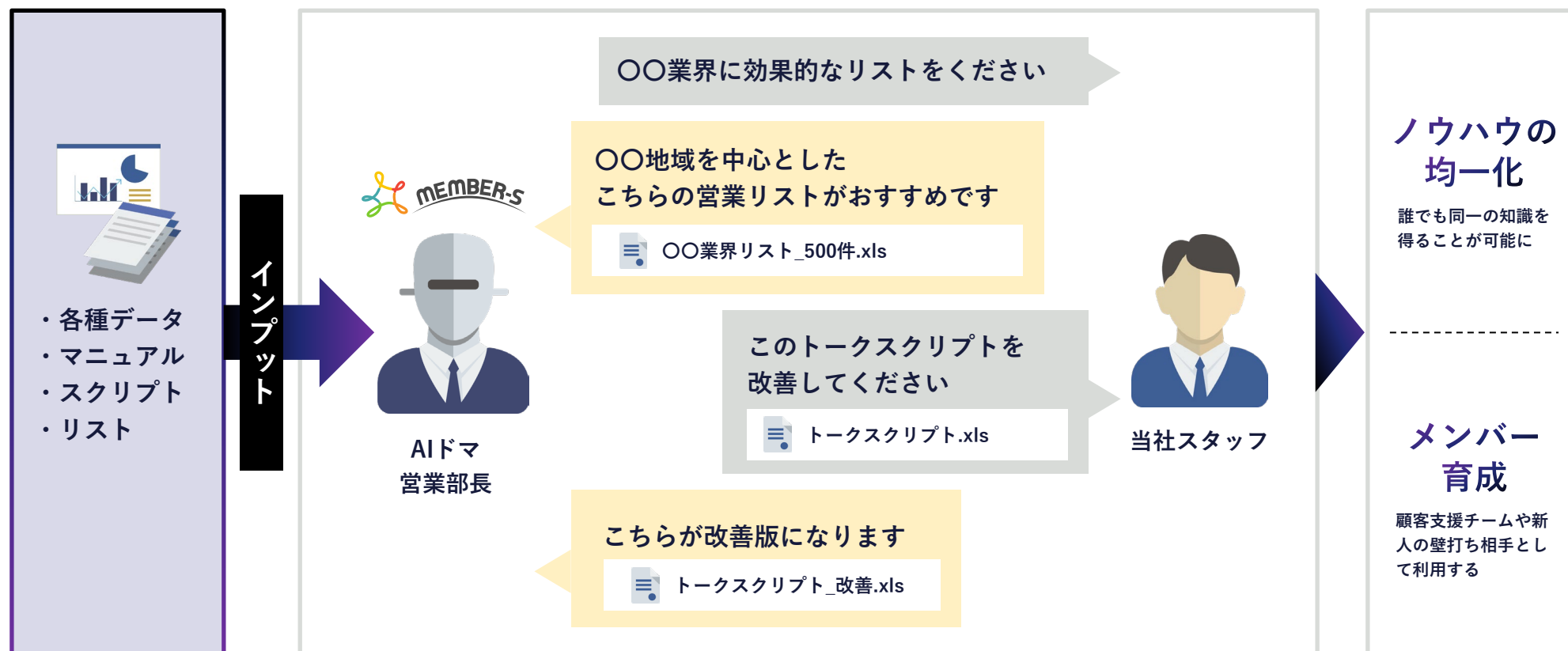
ユニット制サービスの業務効率向上(利益率の最大化)にも大きく寄与

AI/自動化の取り組み活用 [2/2]

「自動化」と「生成AI活用」の2軸で生産性を上げ、費用の最適化を実施

生成AI

生成AIに当社のマニュアルや様々なデータを入れ学習させ、熟練の社員と変わらないアウトプットを可能にする。



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5月末現在)

従業員数 正社員:326名 2024年5月末現在 (連結ベース)
業務委託:3,222名 2024年5月末現在 (連結ベース)

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パートナー  マーケティングメディア  Addrust  株式会社メイクパイ
ホールディングス

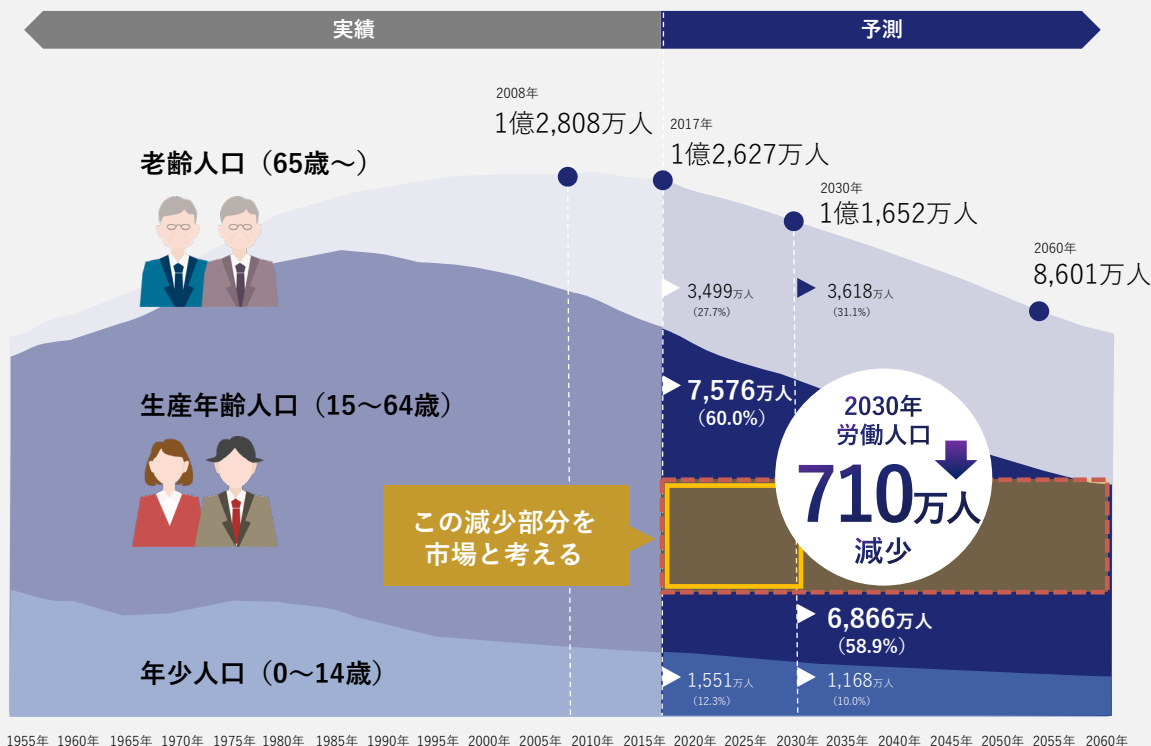
ユニーク  キャリア

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

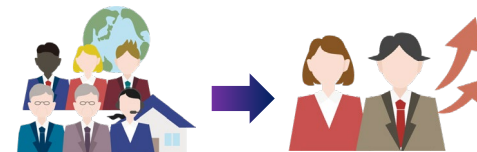
従来の成長戦略

人員を増やして成長していく

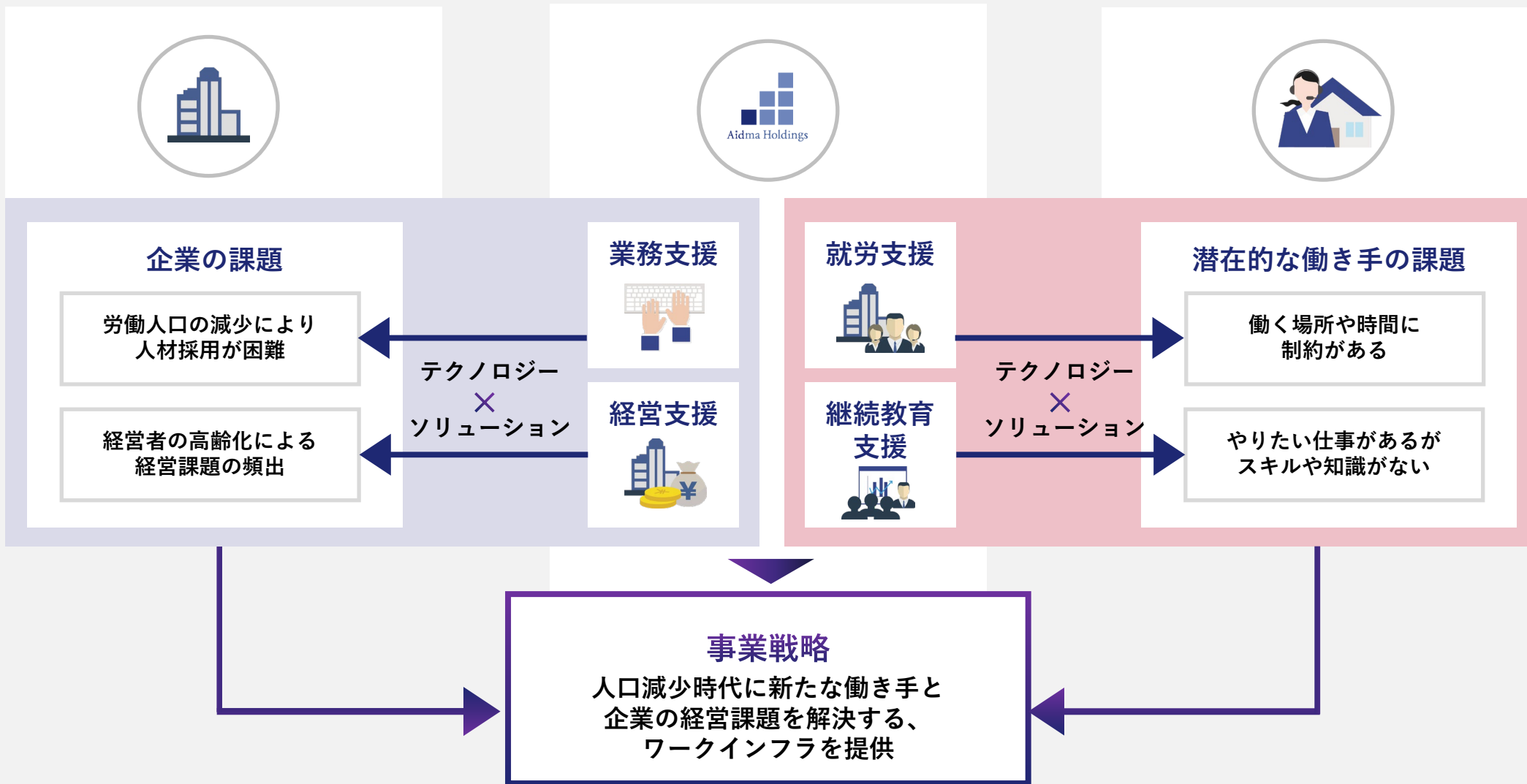
労働人口が減る事により
従来の人を増やして成長することが困難に

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



今後の事業展開



人口減少を成長の機会に

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

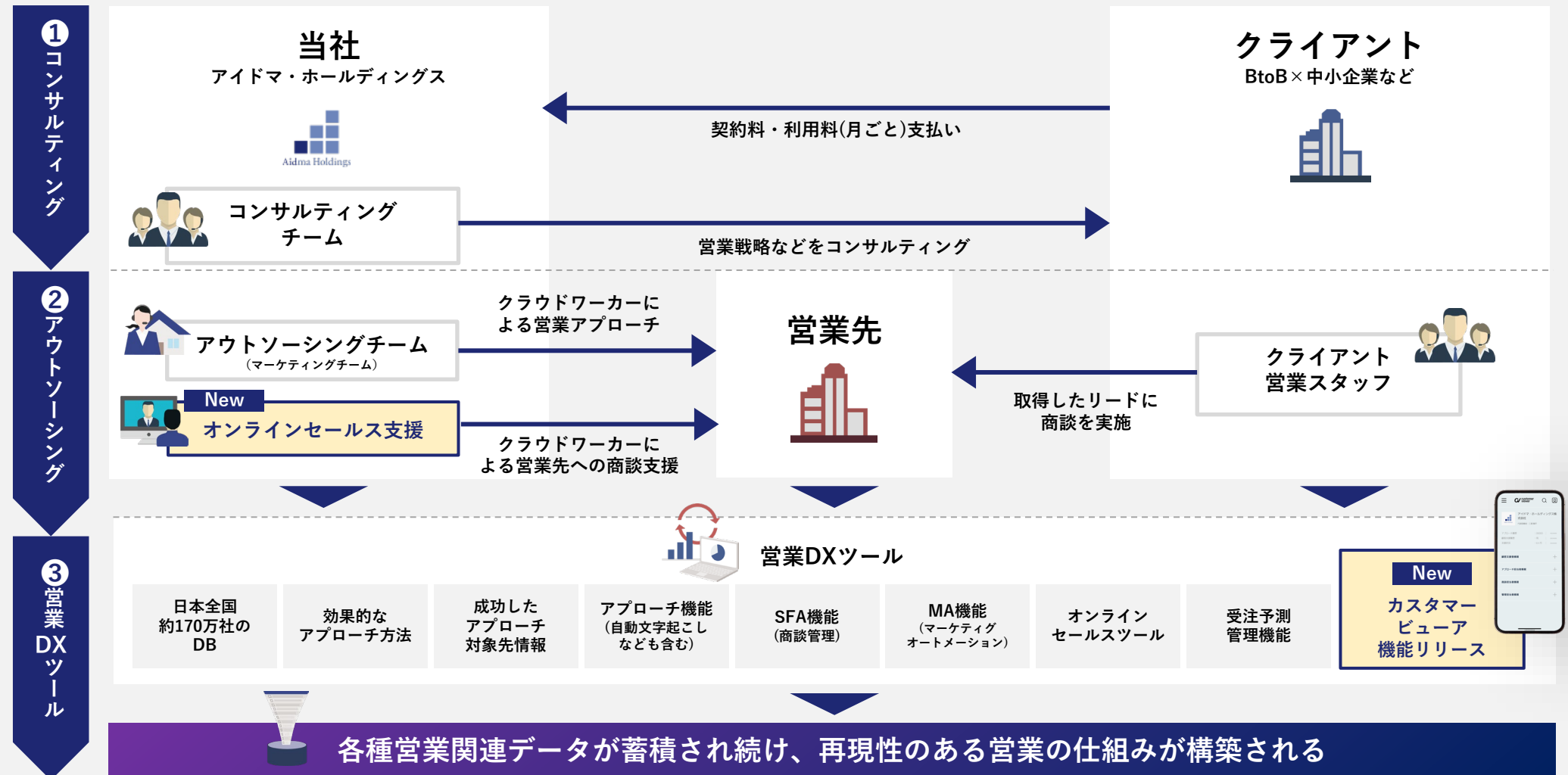


Point 人口減少の時代における中小企業の経営を、営業、人材、業務の観点から総合的に支援

※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2023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



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

ミーティン



URLで簡単接続

オンライン
コミュニケーション
ツール

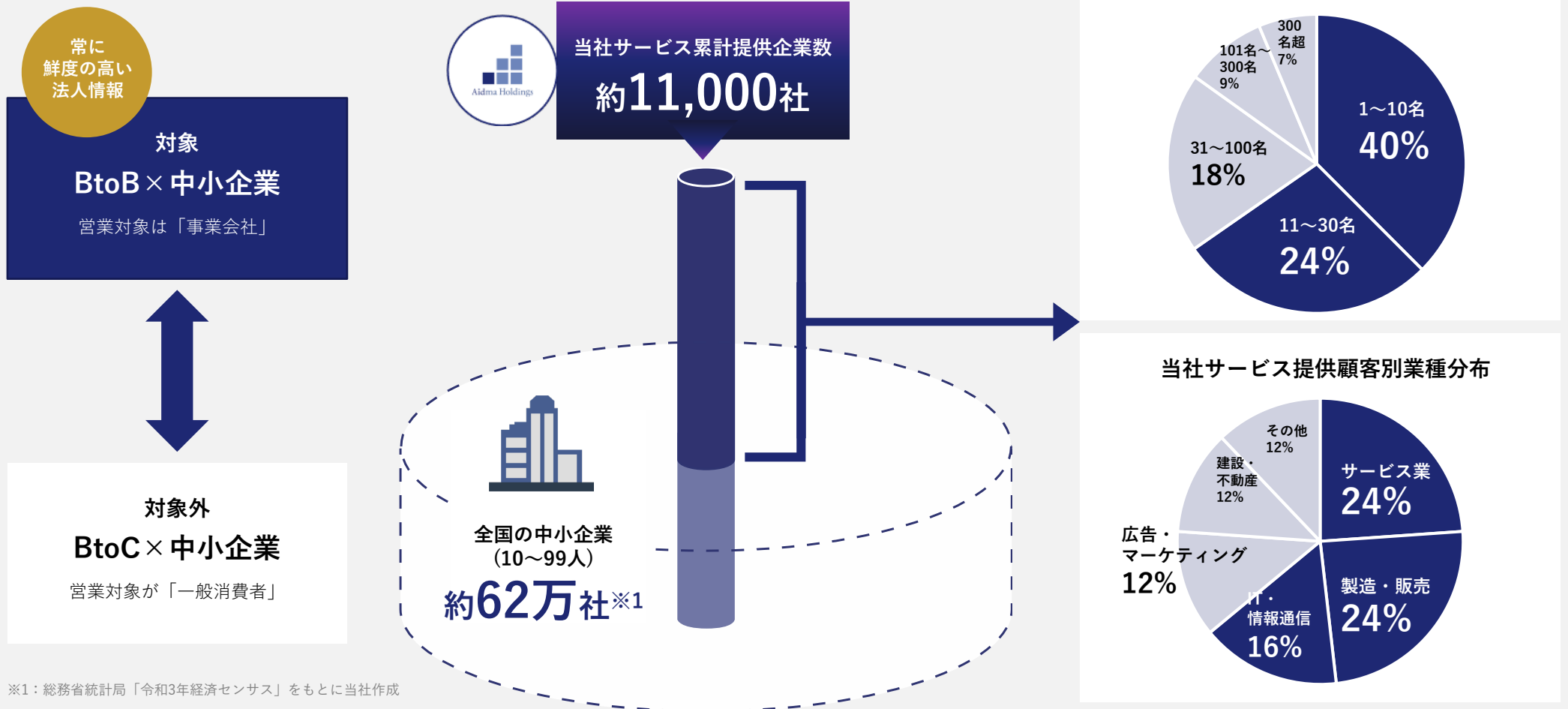
当社はワンストップで提供

※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

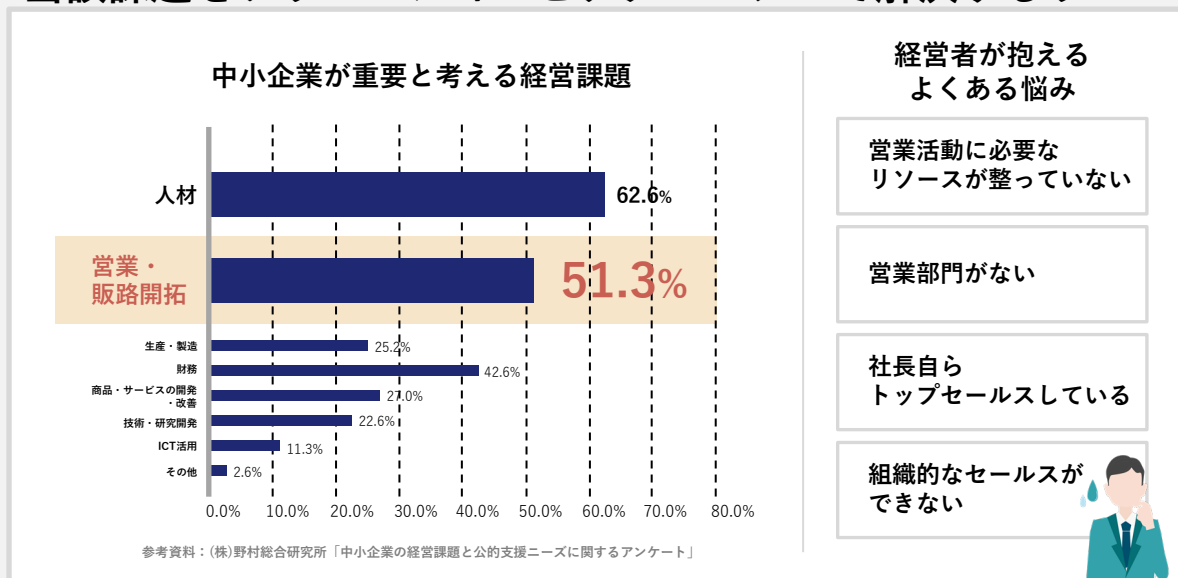
全国の中小企業数は非常に多く※1巨大な市場であるため、今後も継続的に成長が見込める
更に業種には偏りがなく、あらゆる業界にサービスを提供が可能



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

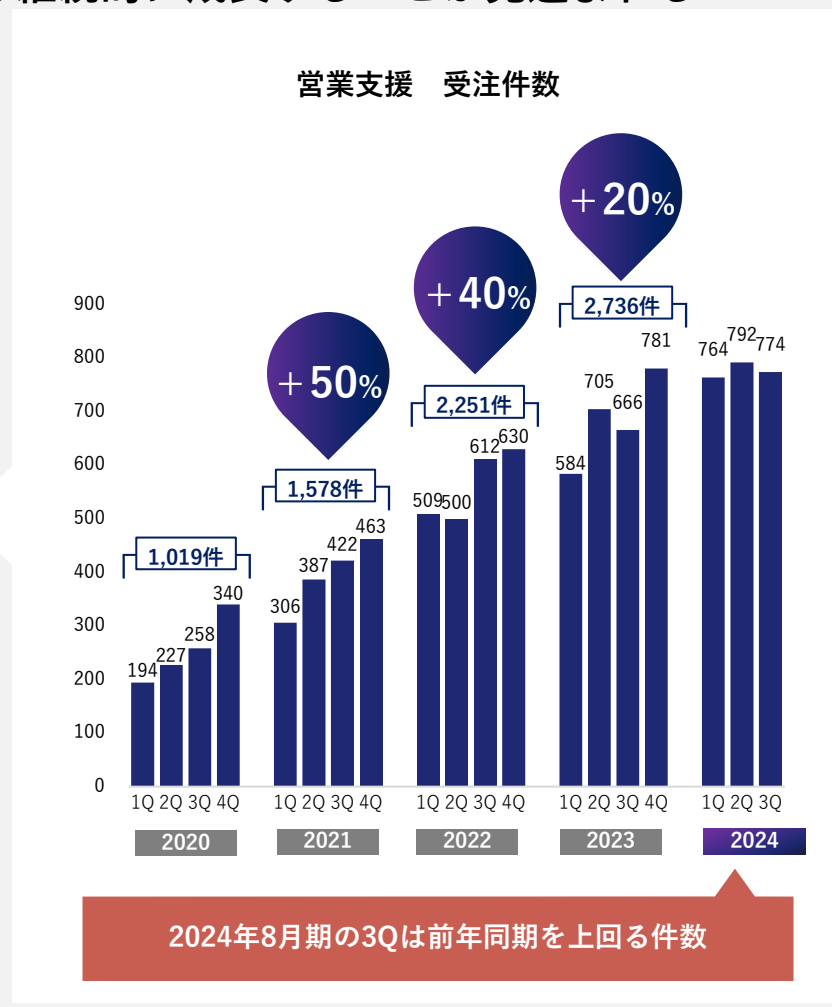
ツール

営業プラン

人

=

[費用感] 営業人員 約1名分



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、人手不足の企業を繋げる、「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2023.8期の比較

人材支援サービス

累計会員数合計
11万人超

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**11万人**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

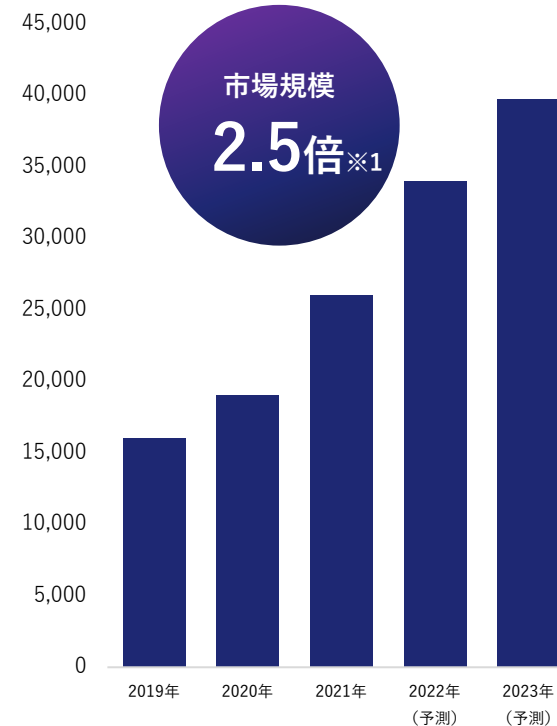
ローンチ
約2年で

副業希望人材登録数
約10,000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

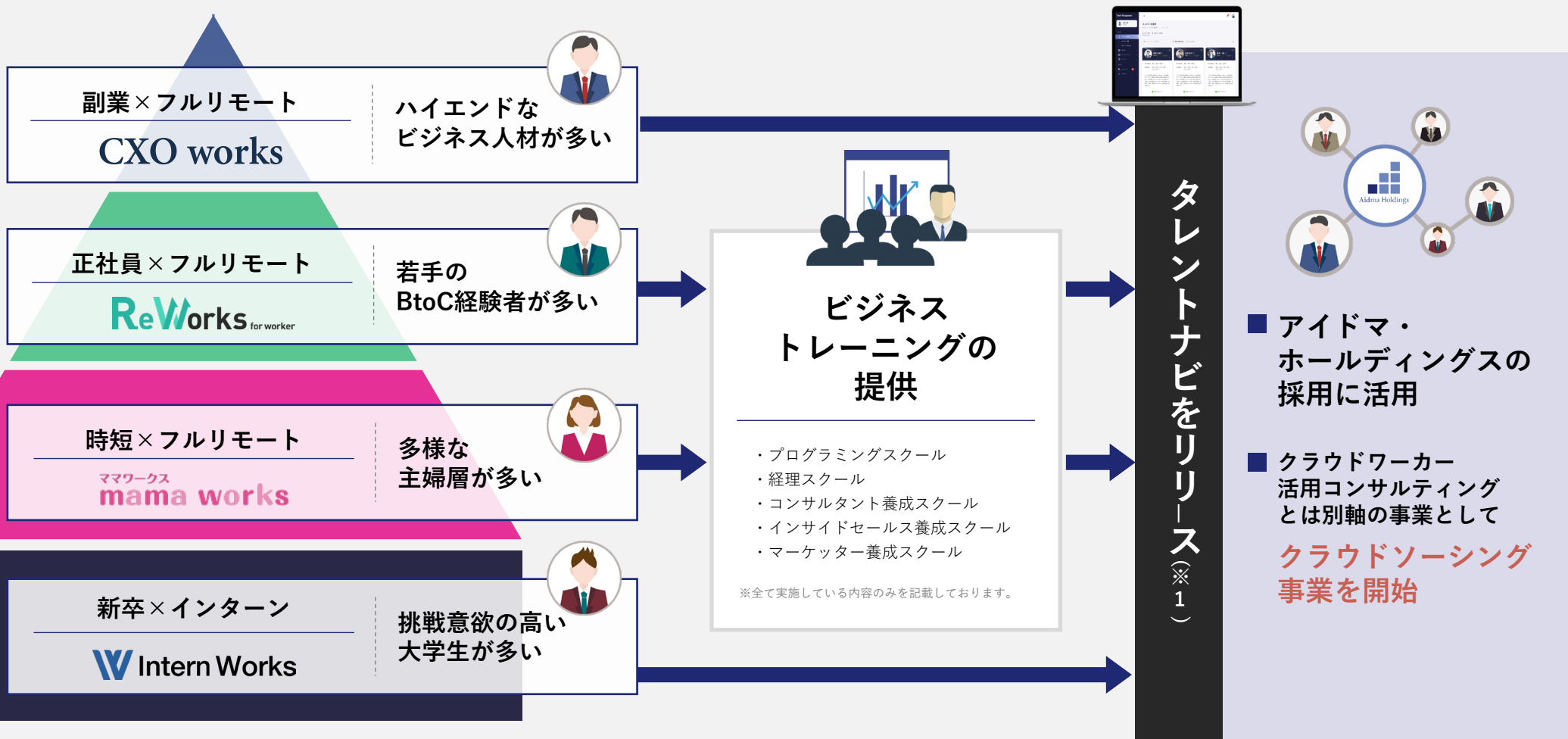
(単位：百万円)



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	<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

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**

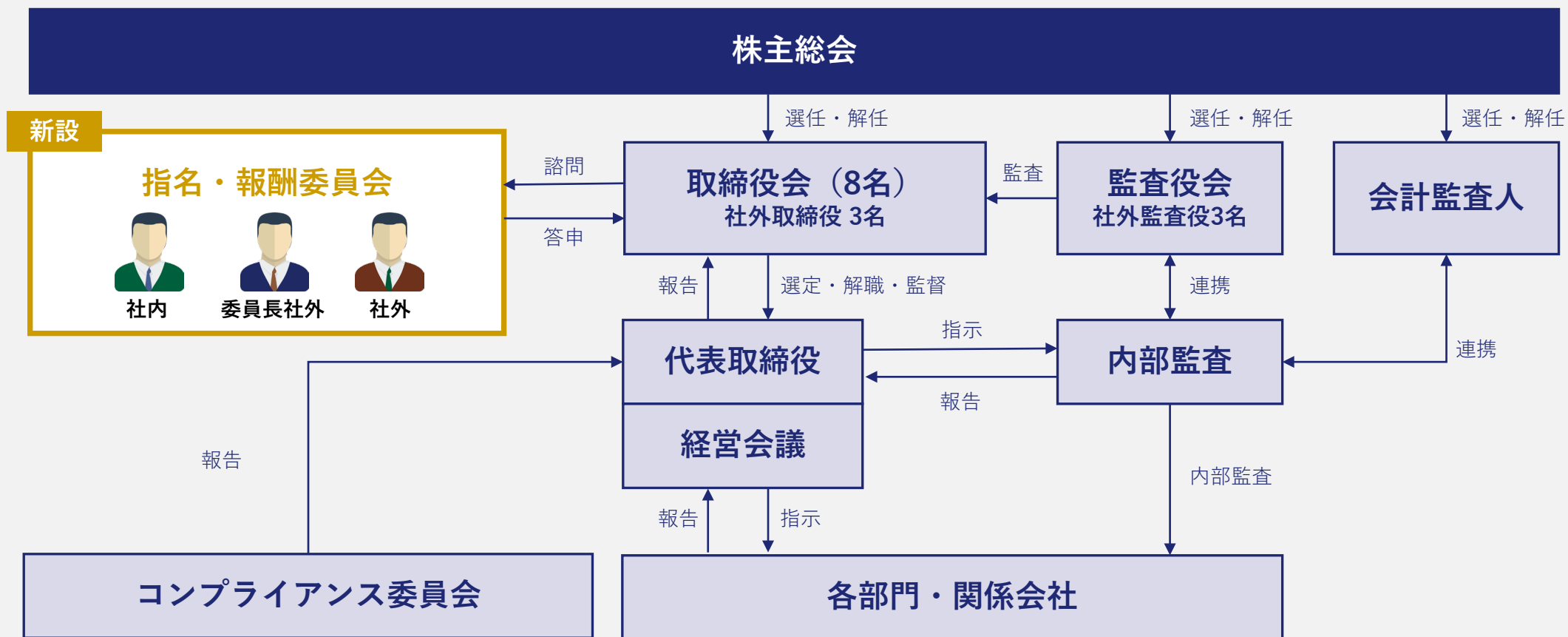


多様な働き方の実現を目指し

**兵庫県三木市と
地方創生に関する
包括連携協定を締結**

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、プライム市場で要求される水準のコーポレート・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



M&A等の振り返り [1/5]

営業支援





人材支援

既存サービス強化・発掘





新領域展開





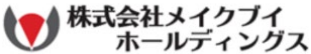
M&A等の振り返り [2/5]

企業名	領域	実行時期	手法	目的
	人材支援	21年9月 (22/8月期 1Q)	事業譲渡	ドコデモが展開する「どこでもデスクトップ」はクラウド系VDIソリューションツール。当社のクラウドワーカー、クラウドワーカーを活用するお客様にご利用いただくことで、セキュリティリスクをヘッジすることが可能なツール。事業譲渡を受ける。
	営業支援 人材支援	21年9月 (22/8月期 1Q)	マイノリティ 出資	Micoworksのサービス「MicoCloud」はLINEを活用し、「集客」から「ファン化」までを一元管理し、導入企業様の成功体制構築までをサポート。個人向けの事業展開支援が可能となり、「ママワークス」、「リワークス」などの集客、会員獲得などの効果を期待し協業。
	営業支援 人材支援	21年12月 (22/8月期 2Q)	マイノリティ 出資	レゴリスは、名刺デジタル化クラウドサービスを実施。Sales Crowdと連携することで、顧客が名刺データを参照したアウトバウンド営業が可能となり、Sales Crowdの付加価値向上に寄与する。また、レゴリスの「RegoEntry」に登録しているクラウドワーカーを活用した、様々な帳票類のデジタルデータ化を実現し、クラウドワーカーの就労機会の拡大につなげる。
	人材支援	22年2月 (22/8月期 2Q)	マイノリティ 出資	ドゥーフアは、副業・複業（パラレルキャリア）のマッチングプラットフォーム「Kasooku（カソーク）」を運営。「ママワークス」とは会員の属性が異なるため、相互連携により、企業に対して幅広いソリューションの提供が可能。






M&A等の振り返り [3/5]

企業名	領域	実行時期	手法	目的
	営業支援	22年3月 (22/8月期 3Q)	100%子会社	CXOバンクの展開するCXOバンクは、CXOクラス限定のダイレクトネットワーキングサービス。当社の顧客にCXOバンクのビジネスマッチングサービスを提供することで、アウトバウンドとインバウンドの両方で顧客支援ができ、効果的な商談機会の創出が可能。
	営業支援 その他	22年3月 (22/8月期 3Q)	マイノリティ 出資	H.I.Fは独自のAI定性・信審査モデル技術を保有し、幅広い金融サービスの提供を実施。当社の法人データと相互に連携することで、更に付加価値の高い法人のターゲットリストの提供が可能となるとともに、当社の顧客群のフェーズや課題に応じた金融ソリューション提供が可能。
	営業支援	22年6月 (22/8月期 4Q)	100%子会社	マーケティングは、広告・マーケティング領域のキーマン層が会員として登録をしているB2B情報メディア。当該ユーザーへのアウトバウンド型営業支援事業の提案や、自社の顧客にキーマン層をマッチングするサービスを提供し、アウトバウンドとインバウンドの両方で顧客支援を実施。また、マーケティング社が実施するオンライン展示会のノウハウについても活用し、更なる顧客への商談機会創出を目的としている。
	営業支援	22年6月 (22/8月期 4Q)	マイノリティ 出資	補助金ポータルは、補助金情報を一括で確認できるメディア運営。及び補助金活用での営業推進サービスを提供している。当社の顧客向けに補助金を活用した営業力強化の提案が可能。また同時に購買時に補助金利用をすることによってキャッシュフローの改善が可能。

M&A等の振り返り [4/5]

企業名	領域	実行時期	手法	目的
	営業支援	22年10月 (1Q)	マイノリティ 出資	DOTZは、LINEを活用したフルファネルマーケティングとDX推進を提供 DOTZが提供するLINEを活用したソリューションと当社が提供するDXツールが融合することにより、顧客とのコミュニケーション改善にまで踏み込んだ提案等、幅広いマーケティング支援が可能に
Gotoschool inc.	人材支援 その他	22年12月 (2Q)	マイノリティ 出資	Gotoschoolは、放課後等デイサービス、児童発達支援施設を中心に運営し、企業向けの業務支援事業を実施 当社の人材支援事業のノウハウを活用し、Gotoschool社の就労支援事業の発展をサポートするとともに、様々な就労支援プログラムを共同で開発すること等を通じて、多くの企業と働き手をつなぐワークインフラカンパニーの実現を加速
	営業支援	22年12月 (2Q)	100% 子会社	アウトバウンド型マーケティング支援及び大学生を採用費用0円の「FreeStyleTicket」という採用支援サービスを提供している。 リソースの確保及び多種多様な顧客ニーズに対する最適なソリューションを提供することが可能となる。
	人材支援	22年12月 (2Q)	100% 子会社	登録スタッフ（Vメイト）によるスポットBPO、リサーチ・プロモーションを行う会社です。4都道府県に約33,000名超の登録スタッフを擁し、日本全国での人材活用が可能です。

M&A等の振り返り [5/5]

企業名	領域	実行時期	手法	目的
 <p>(株)キーパーソン マーケティング COLABO</p>	営業支援	23年2月 (2Q)	100% 子会社	「COLABO」は経営者マッチングプラットフォームサービス。アウトバウンド、インバウンド両面でのネットワーキング領域の拡大が込みこまれ、より効果的な商談機会の創出が可能となる。従前当社で運営している、Webマッチングサービス「keypersons」との連携や、meet inのテクノロジーを活用したオンライン交流会の実施等の取り組みなども可能となる。
 <p>(株)市場分析研究所 deallab</p>	営業支援	23年2月 (2Q)	100% 子会社	「ディールラボ」は市場シェア、世界の主要企業の特徴を検索することが可能な業界分析プラットフォーム。既存DBの強化による顧客体験向上、また営業支援主軸の事業展開から、経営支援領域まで事業が拡大。市場分析機能を持った組織を自社で運営することで、当社グループ全体の企業価値向上が可能となる。
 <p>S-Design</p>	経営支援	23年3月 (2Q)	100% 子会社	中小企業における事業承継を中心とする経営課題の解決を行うべく、バイアウトファンドを組成・運用を実施。 当社グループは、業務支援を柱に事業展開実施しているが、S-Design社にて経営支援領域にも事業展開を図る。 営業支援、人材支援などをはじめとした業務支援事業で培ったノウハウを活かして投資先の成長に貢献し、当社グループの企業価値の最大化を図る。
 <p>株式会社Proud Partners Proud Partners</p>	営業支援	23年9月 (1Q)	マイノリティ 出資	登録支援事業で豊富な実績、ノウハウを持つProud Partners社との資本・業務提携を通じて、当社の海外進出支援や、当社ソリューションに人的支援オプションを付加し、多くの企業と働き手をつなぐワークインフラカンパニーの実現を加速させる。
 <p>ユニークキャリア</p>	営業支援	24年3月 (3Q)	70% 子会社	ユニークキャリアは、インターネットメディアの運営とオウンドメディア運営代行を主力事業として行っている。同社との連携により、当社のオウンドメディアの制作力向上や既存メディア再編の実施、インバウンド型集客でのシナジー効果を見込む。また、営業支援領域において、メディア構築支援ユニットとして、サービス拡充を行うことで、顧客支援領域を拡大を図る。

SECTION

参考資料：

4-2

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

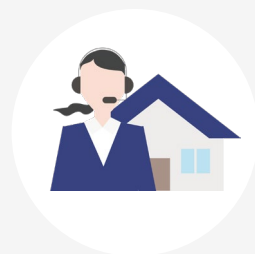
1

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



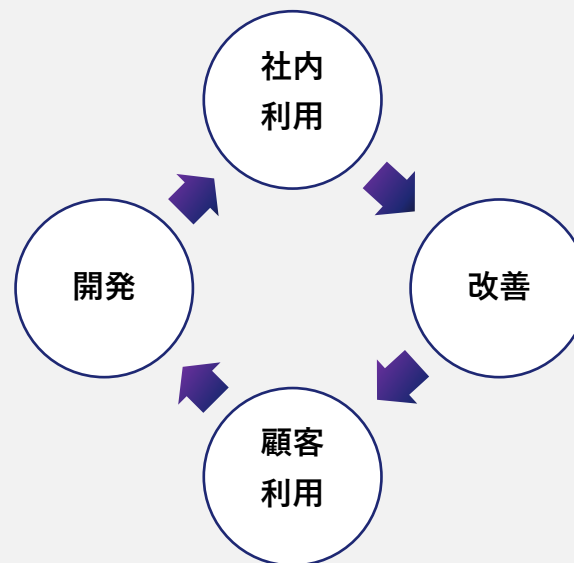
開発



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



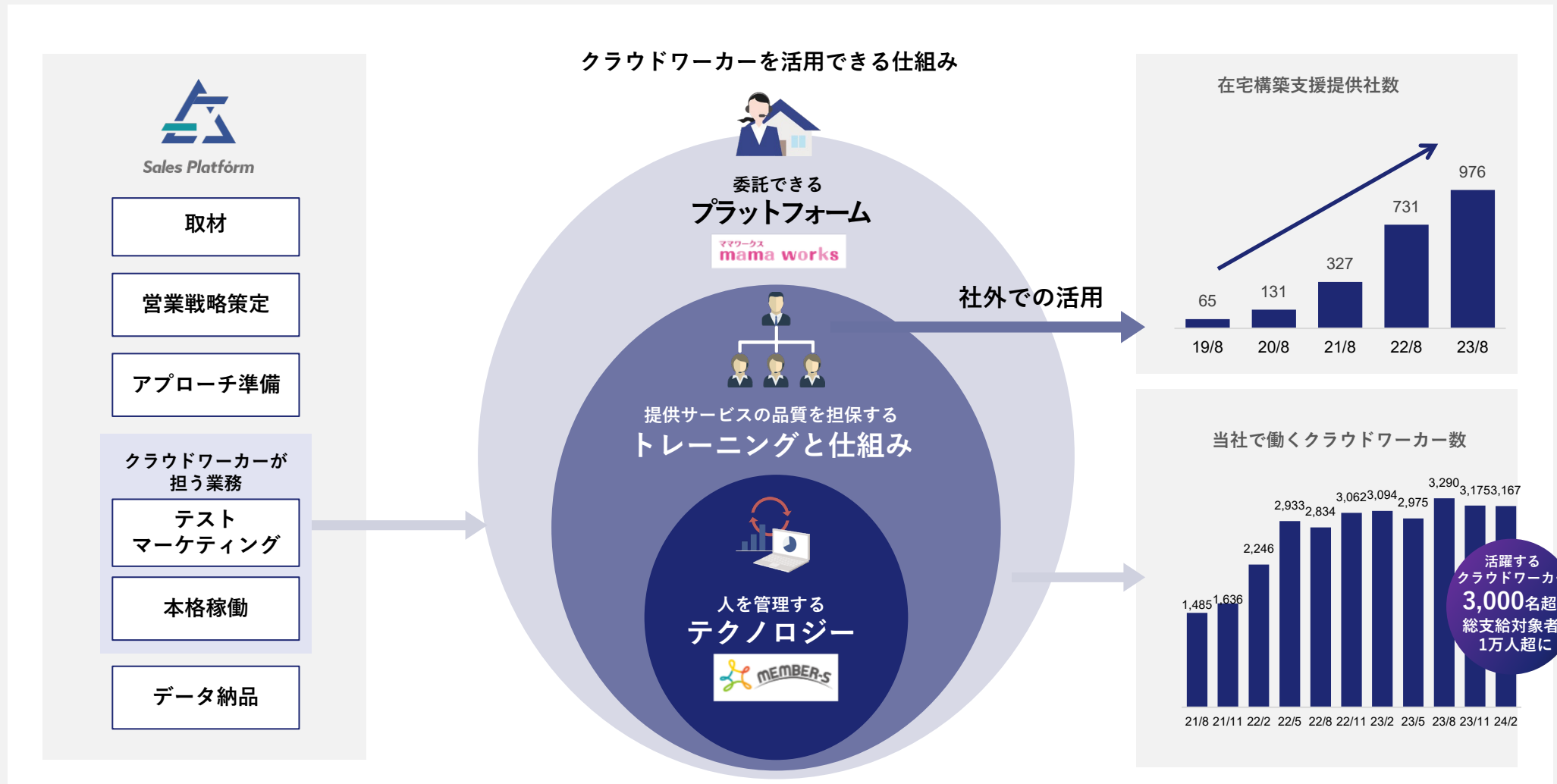
独自ツール

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

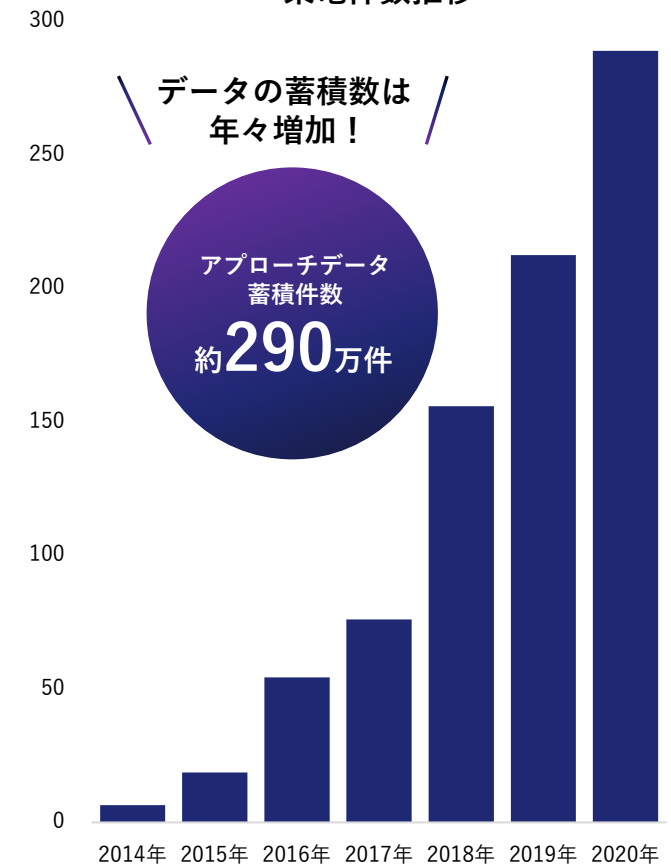
営業支援以外では…

「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



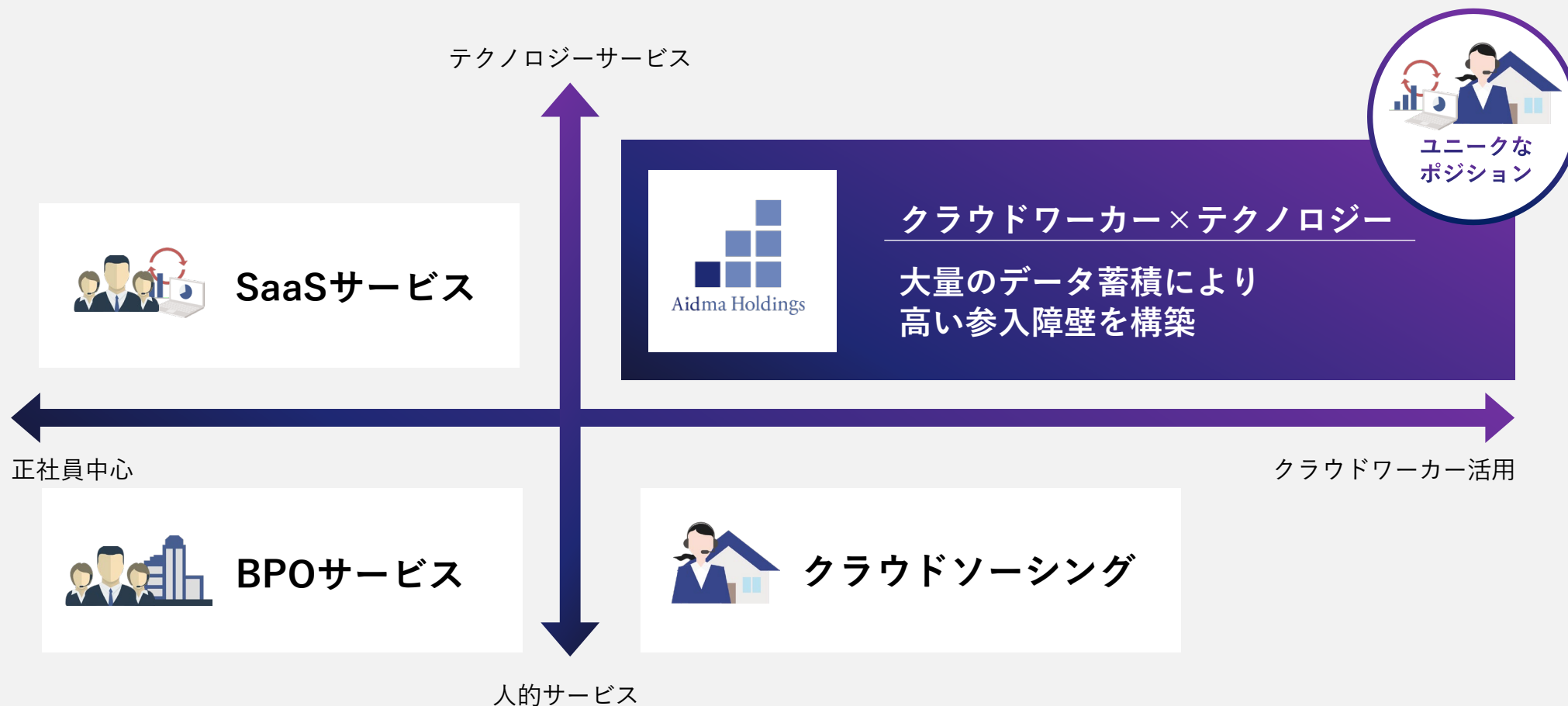
(万件)

架電件数推移



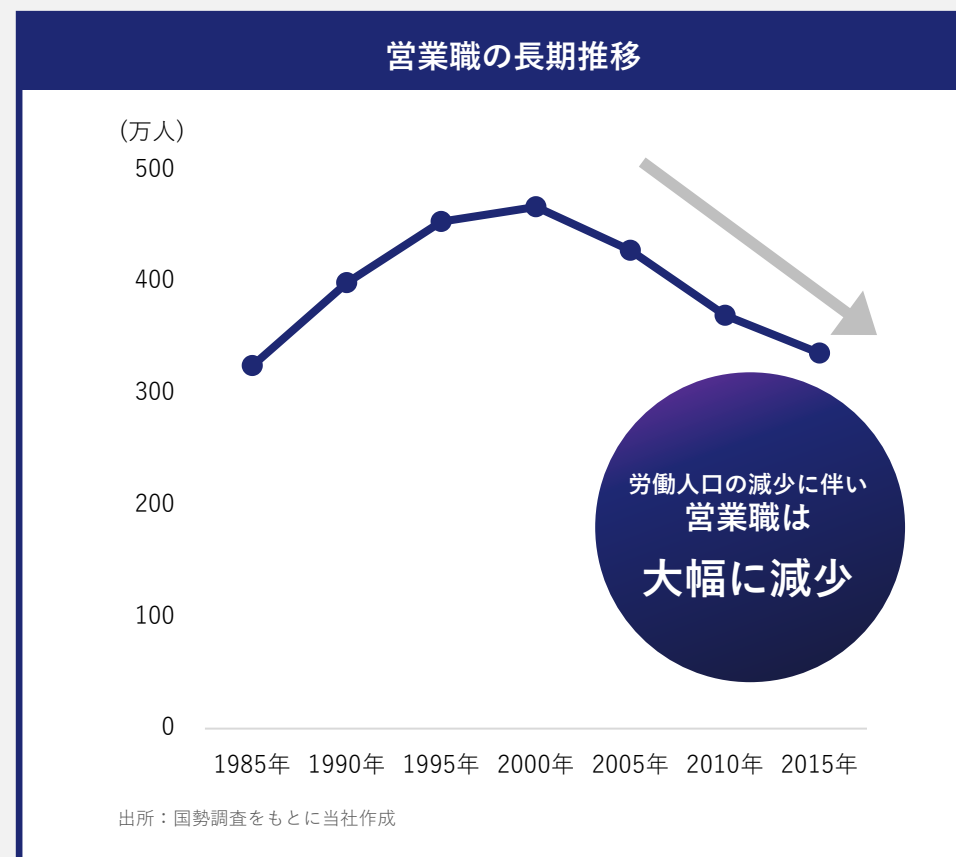
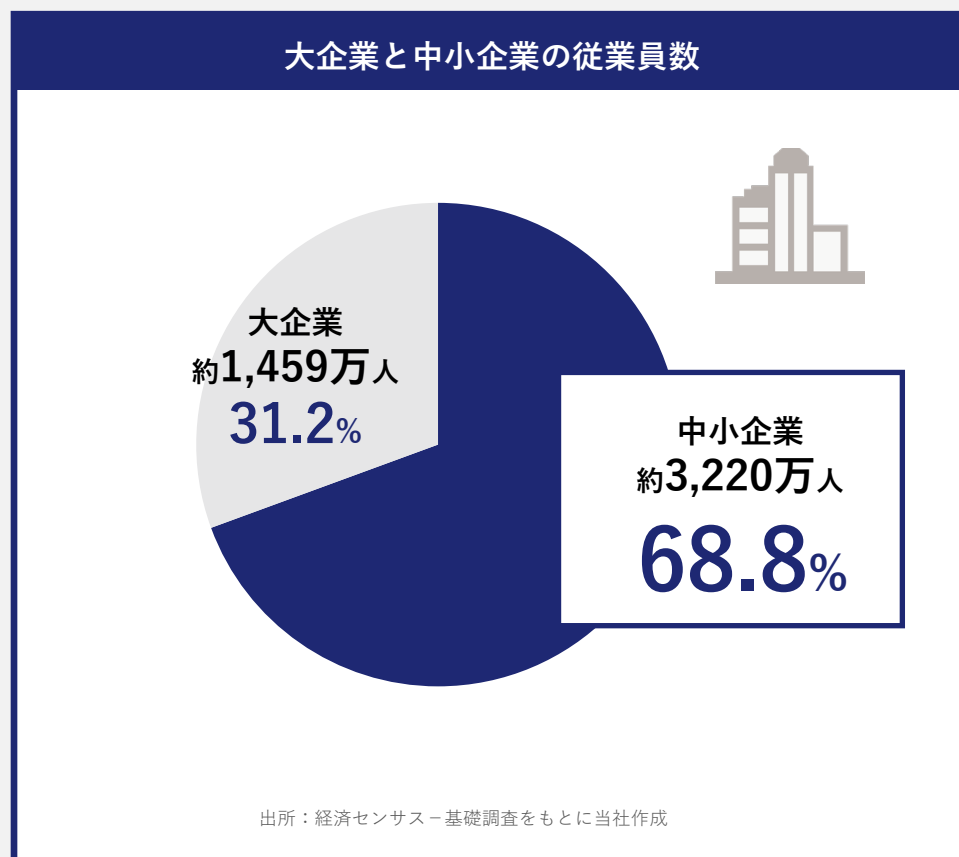
クラウドワーカー×テクノロジーによるユニークなポジショニング

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



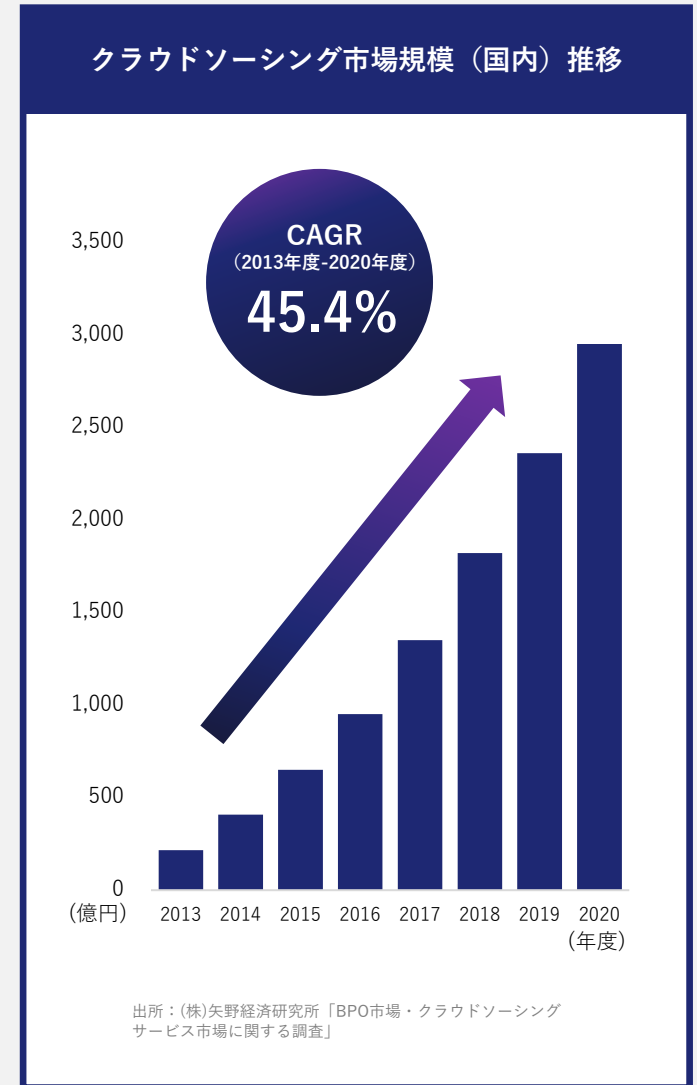
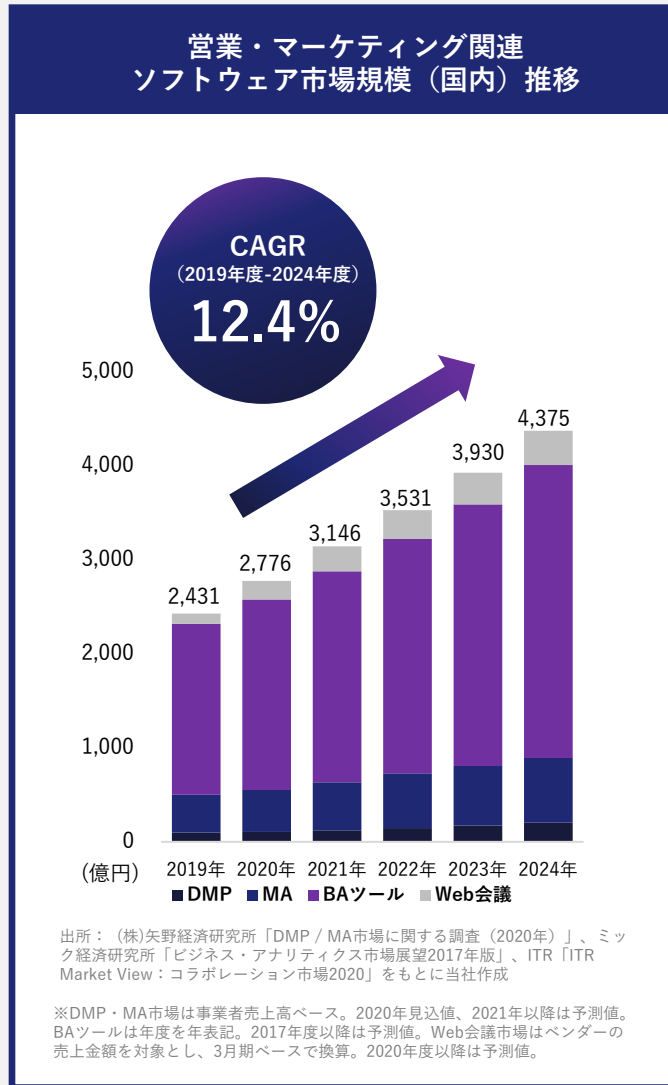
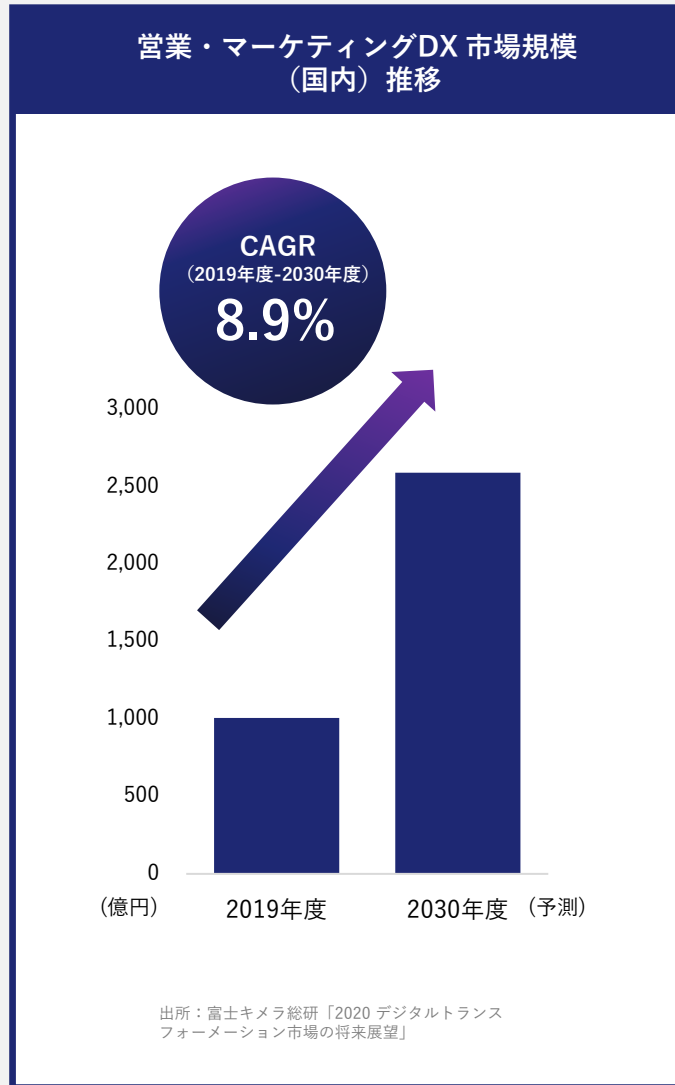
市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [1/2]

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



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



事業リスクと対応

事業リスクの遞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。

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



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 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



URIKATA

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まいります。

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。