

2026年 3 月期 第 2 四半期 決算補足資料

2025年11月14日

INCLUSIVE Holdings株式会社
(証券コード：7078)

1.	INCLUSIVE Holdingsグループ新体制について	p.3
2.	2026年3月期 第2四半期 連結業績の概要	p.6
3.	注力事業領域の成長戦略と今後の見通し	p.11
4.	各セグメントにおける直近の事業事例	p.23
	i. ブランドコンサルティング事業	p.25
	ii. 食関連事業	p.41
	iii. 宇宙関連事業	p.42
5.	免責事項	p.44

1. INCLUSIVE Holdingsグループ新体制について

2025年10月1日、当社グループは持株会社体制へ移行し、INCLUSIVE Holdings 株式会社 に商号変更しました。

グループ体制を刷新することで、グループ経営の強化、注力事業への投資最適化、新規事業の創出と事業領域の拡大を図ります。



メディア事業から地域創生へ事業領域をシフト。
地域創生をミッションとするセグメント横断での事業展開によりグループ経営を強化。

地域の価値をつくり、
伝え、
自動化する。

Brand Consulting

ブランドコンサルティング事業



INCLUSIVE

GEORGE
CREATIVE
COMPANY



事業領域は 地域創生

Food & Service

食関連事業



Satellite Business

宇宙関連事業



2. 2026年3月期 第2四半期 連結業績の概要

2026年3月期通期業績予想の修正はありません。

足元の業績の動向および市況について

- メディア関連案件の低調により売上はやや鈍化。当期純利益は、前期末の△10億円から大幅に改善し、第2四半期は、△2.4億円で着地。下半期は事業売却など特別利益を予定しているため、当期利益は、**当初の予定通り進捗**している。
- ブランドコンサルティングの各種大型案件が期初の計画に沿って進行中。
- 食事業のEC事業が好調に推移、季節商戦の影響で下期偏重で推移する見込。

(単位:千円)

	2025/3期 通期 実績	2026/3期 中間期 実績	2026/3期 通期 業績予想	2026/3期 中間期 対業績予想 進捗
売上高	4,897,245	1,951,687	5,294,887	36.8%
調整後EBITDA (※)	△106,129	△323,689	△114,796	-
営業利益	△366,589	△376,550	△270,660	-
経常利益	△353,793	△375,322	△277,918	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△1,078,069	△241,567	△86,075	-

(※) 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費及びのれん償却費 + 株式報酬費用 + 寄付金

売上高

1,951 百万円

EBITDA

△323 百万円

営業利益

△376 百万円

親会社株主に帰属する当期純利益

△241 百万円

前年同期比

△287 百万円

前年同期比

△183 百万円

前年同期比

△102 百万円

前年同期比

△221 百万円

- 事業構造を改革し、地域創生にシフトしている中で、メディア関連事業が大幅に低迷しました。
- メディア関連事業は不採算事業の中止など抜本的な改革を進めています。
- 売上高は計画比でやや低調であった反面、営業損失は当初計画どおり推移しています。

2026年3月期 第2四半期（連結）決算概要

INCLUSIVE
HOLDINGS

（単位：千円）

		2025/3期 2Q	2026/3期 2Q	対前年同期	
				増減値	(%)
ブランドコンサルティング	売上高	1,552,073	1,286,212	△265,860	△17.1%
	EBITDA(※)	△42,823	△164,631	△121,808	－
	セグメント利益	△113,028	△214,387	△101,359	－
食関連	売上高	687,586	664,462	△23,124	△3.4%
	EBITDA(※)	△90,854	△145,320	△54,467	－
	セグメント利益	△154,225	△148,970	5,254	－
宇宙関連	売上高	0	1,012	1,012	－
	EBITDA(※)	△6,848	△13,080	△6,233	－
	セグメント利益	△6,848	△13,080	△6,233	－
その他	売上高	－	－	－	－
	セグメント利益	－	△112	△112	－
	EBITDA(※)	－	△112	△112	－
合計	売上高	2,239,659	1,951,687	△287,972	△12.9%
	営業利益	△274,101	△376,550	△102,450	－

(※)セグメント調整後EBITDA＝営業利益＋減価償却費及びのれん償却費＋株式報酬費用＋寄付金

ブランド コンサルティング

メディア業界の低迷の影響によりメディア事業が大きく後退。不採算案件の撤退など整理を実施するも売上が大きく減少。

地域創生を軸とした案件の展開に向け、**食と観光**を足掛かりに営業施策を強化中。

ブランドコンサルティングは、大阪・関西万博の成功により、大型引き合いもあり順調に推移。

食関連

経営人材を刷新するなど、経営課題に対して抜本的な改革を実施中。

商品開発及びデジタル人材の採用、デジタルマーケティングの強化、サイト改善、コンテンツ強化など、事業強化のために行っていた先行投資の効果が表れ、**EC事業**が前年比**200%**成長と好調に推移。

百貨店事業はターゲット顧客への訴求が奏功し、堅調に推移。

管理体制の強化に伴う人件費、EC事業関連のコストが増加したものの、コスト削減によりセグメント損失が減少。

宇宙関連

地方自治体向けに農業・林業・防災分野などにおける衛星データコンサルティング事業を展開。農業行政の現地調査支援サービス「**圃場DX**」について、実証実験～導入までの取り組み済み市町村は、1件、22件と堅調に推移し、全国で**124件**を突破。

新たに自治体の負担軽減などを実現する防災領域における衛星データサービス事業の検討を開始。デジタル庁の声掛けにより発足した「**防災DX官民共創協議会**」にも参画。

三菱電機、衛星データサービス企画と「**日本版災害チャータ**」を軸として災害対応の最前線である市町村行政で活用いただける新たなサービス開発を目指す。

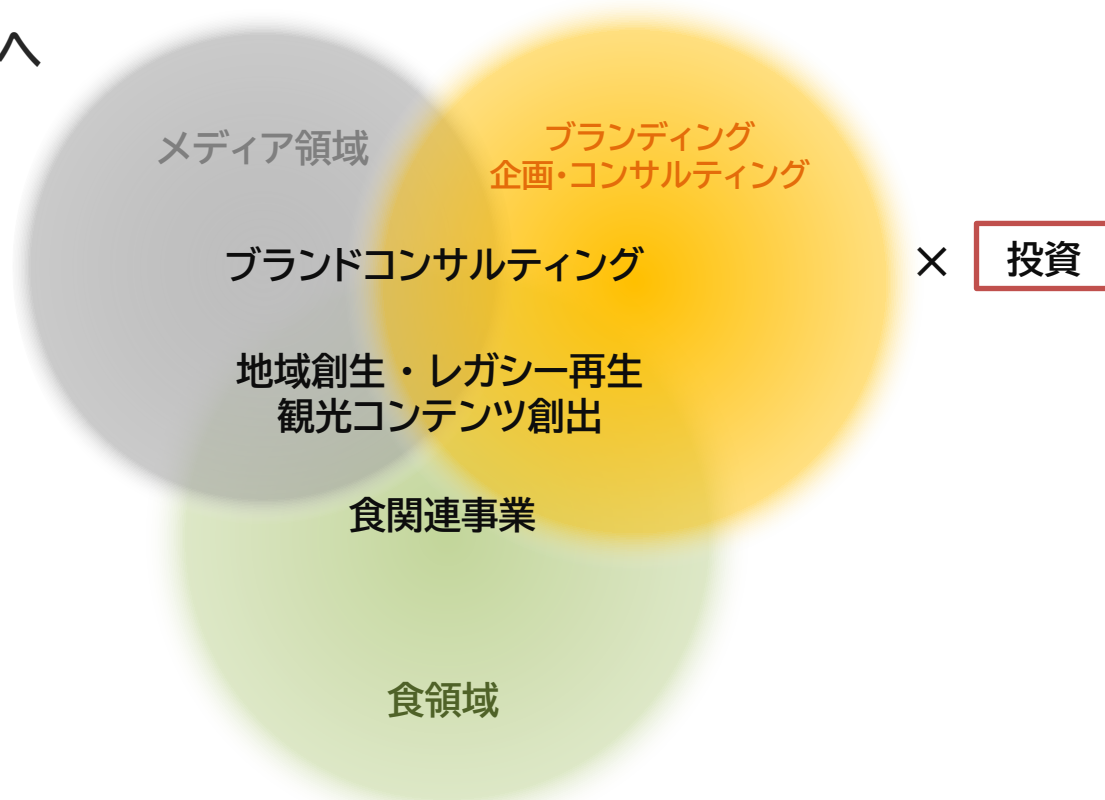
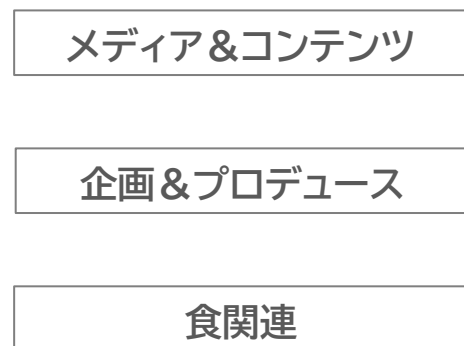
3. 注力事業領域の成長戦略と今後の見通し

創業からの基軸であったメディア事業から**地域創生投資**へ事業領域をシフト。

メディア領域におけるデジタルマーケティングのノウハウを活かしつつ、地域創生をミッションとして、ブランドコンサルティング、食関連、宇宙関連の各領域横断でのプロモーション施策を進める。請負業務だけではなく投資回収により収益を得るビジネスモデルにシフトする。衛星データ活用ビジネスを事業化し、自治体向けDXビジネスモデルの確立を加速。

事業領域横断のビジネスづくりへ

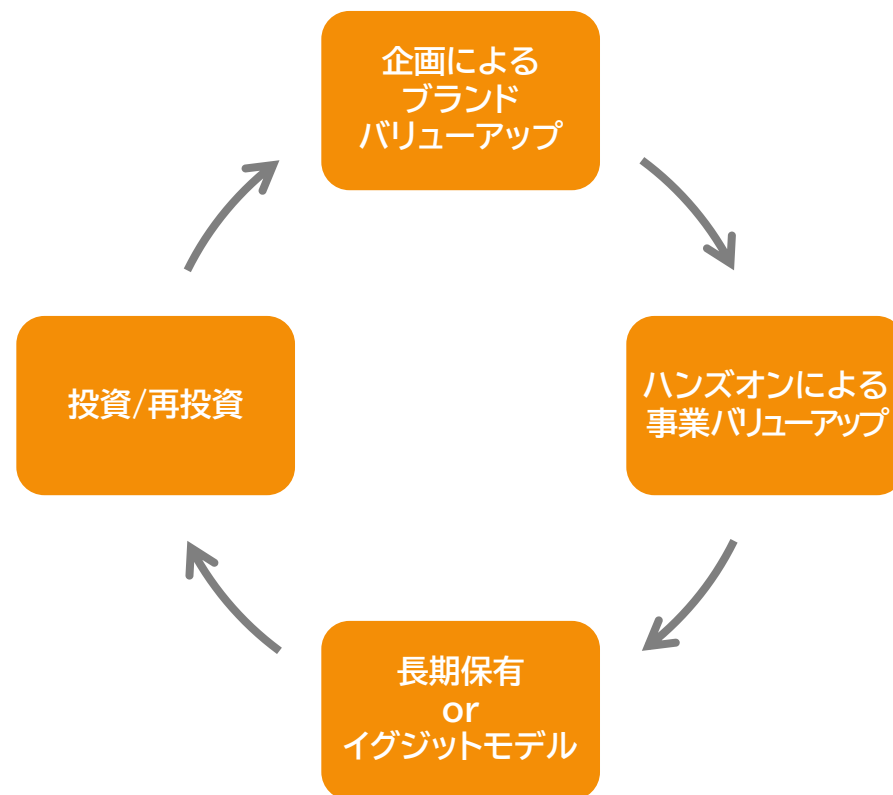
これまでの領域を超えて
グループ全体で案件を創出



ブランドコンサルティング領域の中期ビジョン

ブランド・コンテンツ視点による事業バリューアップ実績を活かし、
フロービジネスからストックビジネスへシフト～循環モデルへ。

1. 主にオレンジの実績を踏まえ、ブランド価値向上案件に関して自己資金による事業投資を検討。
2. パートナー企業と伴走支援の上、事業価値自体を向上。
3. 長期保有 or イグジットによる利益を新たな投資に回して循環。



視点1：地方ブランド再生支援

全国地域で一定のブランド力や運営基盤はありながら、後継不足・人材不足等の課題を抱える地方事業者を支援し、ブランド（食・宿泊等）を再生することで第2・第3の下鴨茶寮を創出。



支援事例：下鴨茶寮(グループ会社)



支援事例：尾道倶楽部(未投資)

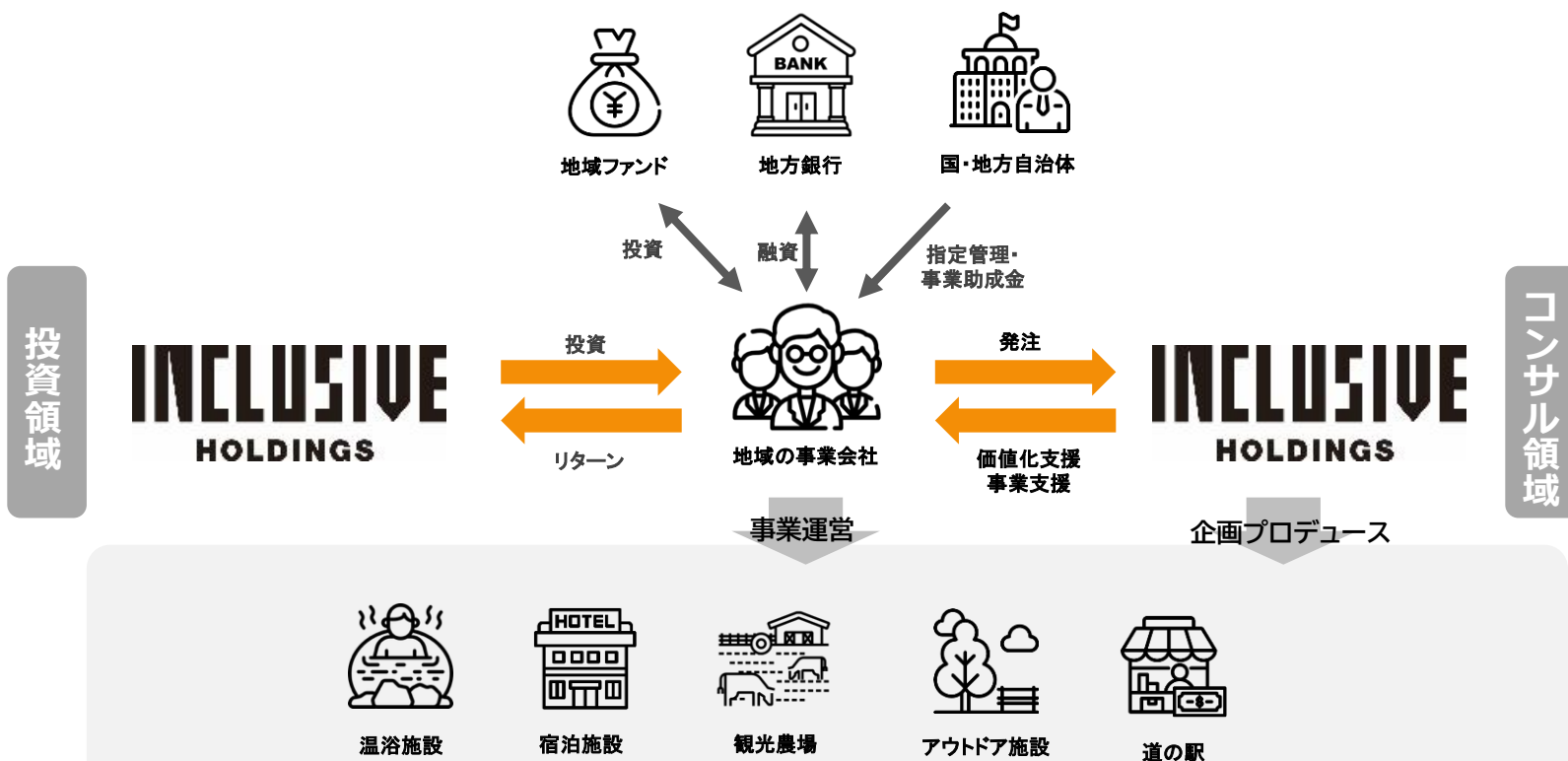


支援事例：甲府・湯村温泉(未投資)

主に地方銀行と連携することにより、有望な地域事業者のコネクションを開拓。

まずは既に実績のある瀬戸内地域／山梨地域にて事例を作り、全国へ横展開を図る。

地域のプレイヤーと共に持続可能な価値をつくり、生み出した超過価値を収益として取り込みます。
一次的なレガシー再生ではなく、地域の事業会社や関連領域におけるスペシャリストと連携、協同することで持続可能な地域活性化施策を実現します。



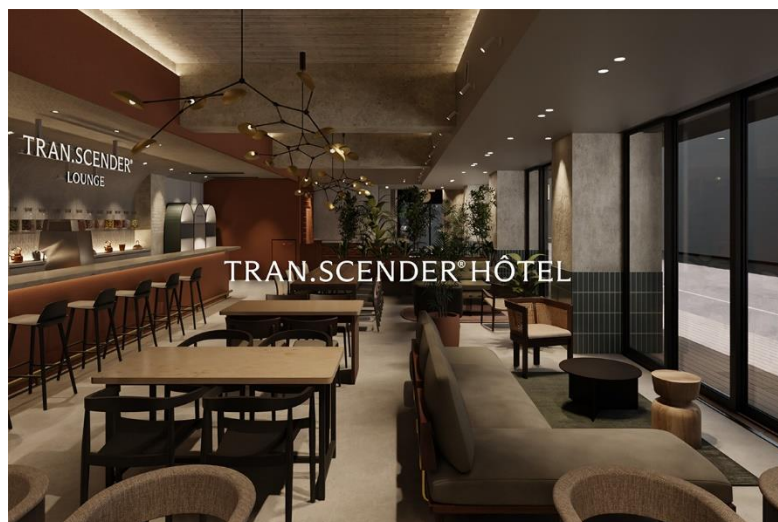
遊休施設や各地域資源を活かした「IP・コンテンツ」の創出 & 投資によって生まれる収益

視点2：不動産事業価値向上支援

インバウンド観光の活況を背景にした全国的な宿泊施設不足、飽和する商業施設における付加価値化、雑居ビルのフルリノベーション等、不動産価値向上を図るコンセプト～コンテンツ開発を支援する。

事例

横浜中華街の旧レストラン施設をホテルにコンバージョン
「TRAN.SCENDER HOTEL」



事例

若者向けシェアハウスのリブランディング
「TOKYO β」



不動産事業投資会社との連携により、
用途変更に伴うコンバージョンやリブランディングを仕掛け、
イグジットによるキャピタルゲインまたは施設売上のプロフィットシェアを狙う。

視点3：スタートアップ企業価値向上支援

有望なスタートアップ企業との資本業務提携、またはプロフィットシェア契約等を通じて、ブランド価値向上や事業支援を行うことで共に成長を目指す。

事例

ファンサーチサービスによる会員数向上支援
「ココヘリ」

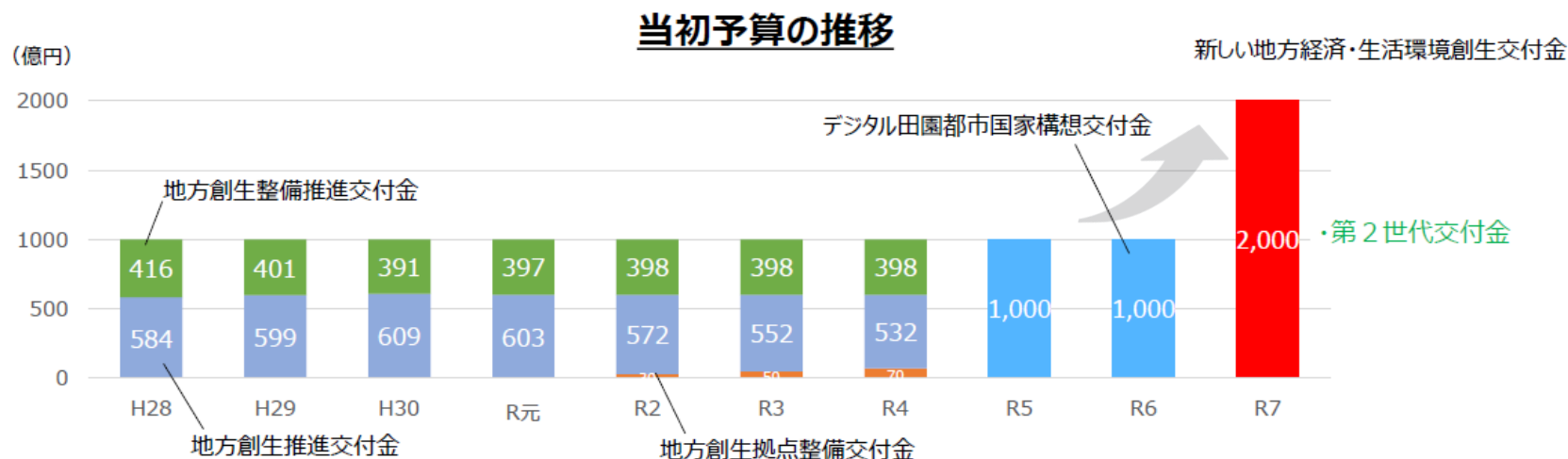


今後の展開として、グループの「食」コンテンツ開発力とネットワークを活用した
フードベンチャー企業の支援を強化。

地方創生交付金の拡大

令和6年補正予算において「新しい地方経済・生活環境創生交付金」が創生されたことで、地域がその特性に応じた独自の取り組みを支援する流れが加速。

地域創生事業において、当社グループの取り組みへの追い風として期待する。



出典: 「新しい地方経済・生活環境創生交付金について」

令和7年2月 内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局内閣府 地方創生推進事務局・地方創生推進室

地域と共に 新たな 持続可能な価値をつくる。

当社グループ食領域のネットワークと知見を活かし、
大阪・関西万博2025では
「食のパビリオン」EARTH MART をプロデュース。

- ▶ 体験型コンテンツの提案
- ▶ 各地域資源を活かした「IP・コンテンツ」の創出
- ▶ 食とブランディングの事業領域横断の場づくり

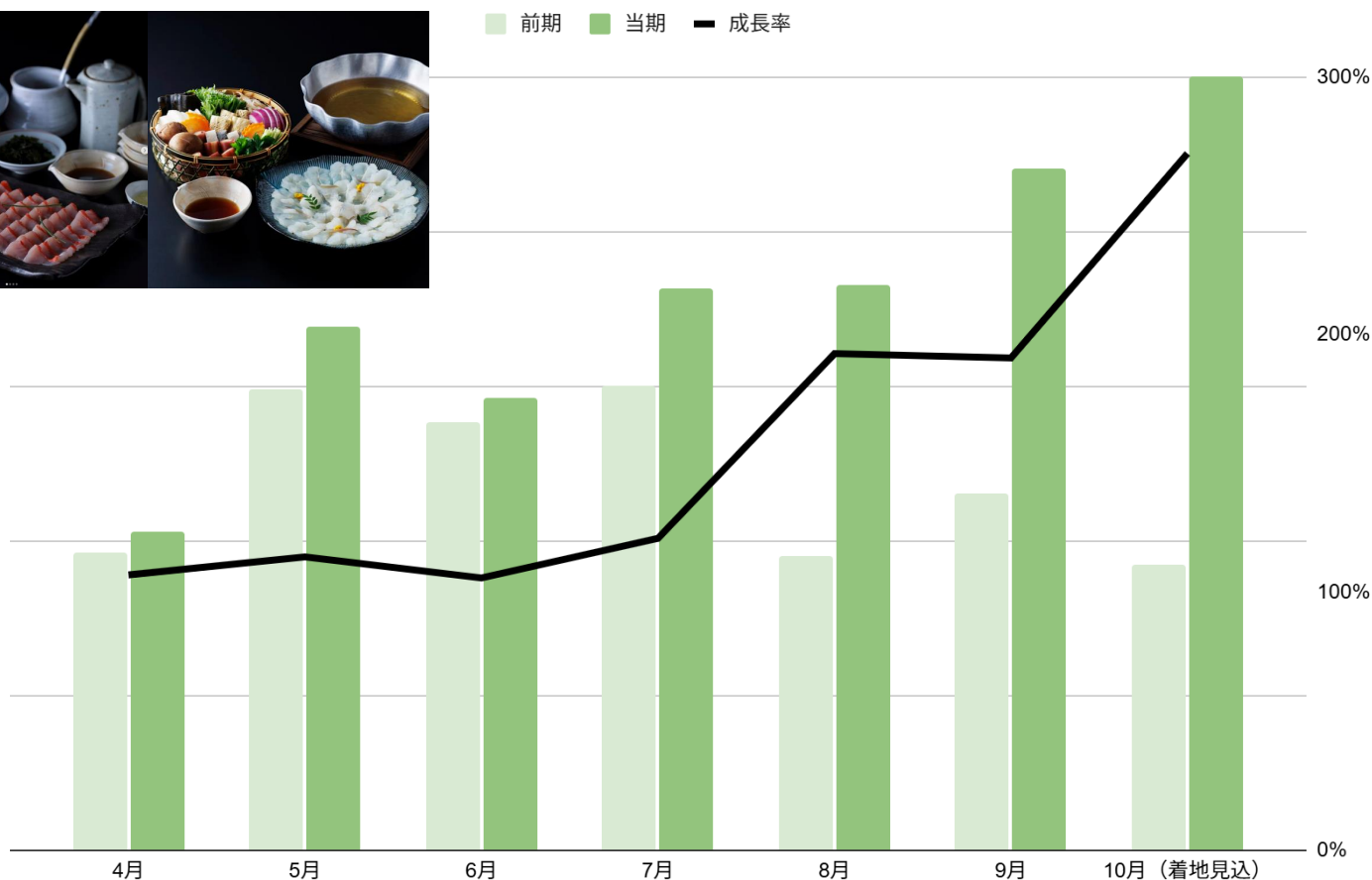
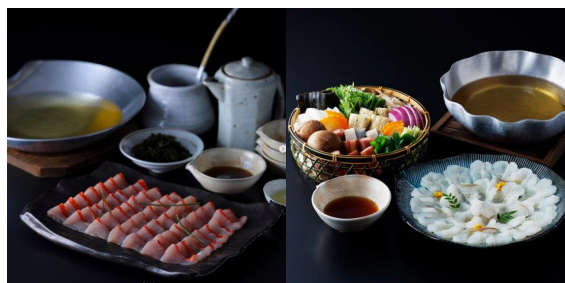


EARTH MARTを足掛かりに、世界に共有したい日本発食材「EARTH FOODS 25」を発信するなど
更なる展開に向けて全国地域との連携拡大を予定。



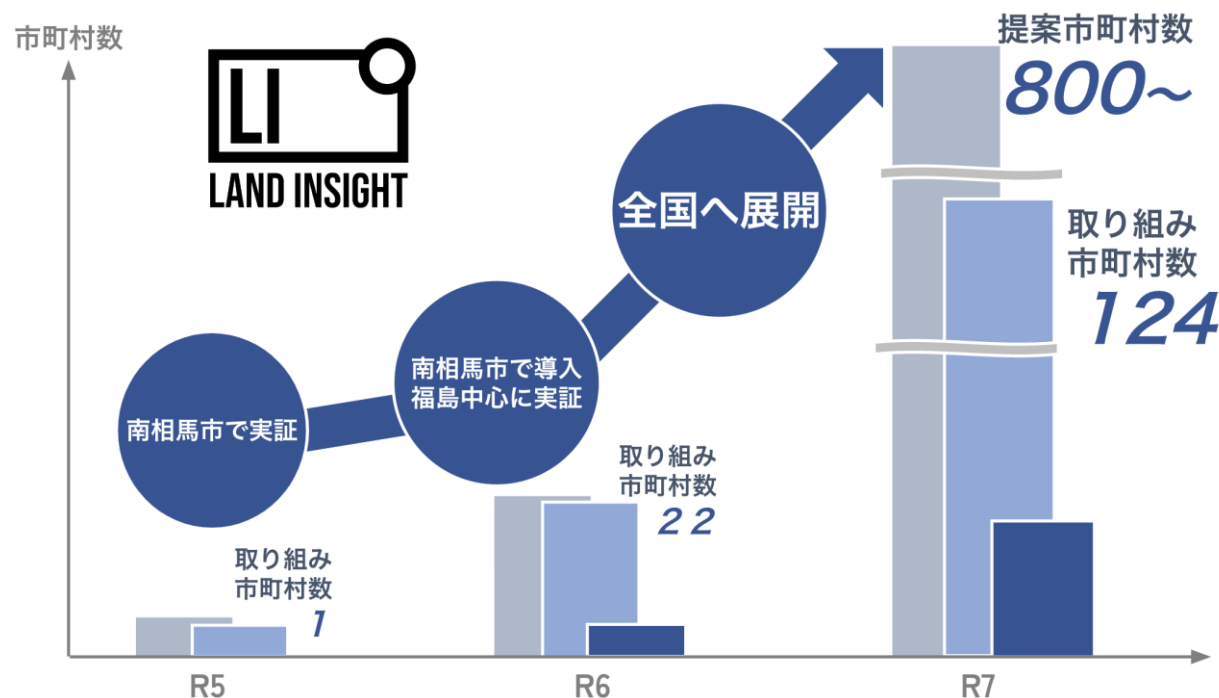
下鴨茶寮 通販事業 昨対比200%成長

デジタルマーケティング強化、サイト改善、コンテンツ強化により通販事業部門が急成長。
新商品の投入や通販関連の強化を継続し、来期以降の伸長を見込む。



LAND INSIGHT 取組自治体が124市町村を突破、昨対比500%超に

農業行政の現地調査支援サービス「圃場（ほじょう）DX」について、今年度の導入および実証事業に参加した自治体の合計が39道府県124市町村に。



地域創生への期待

地域創生領域へのシフトによって、増収増益を図り、黒字化をめざす。

1. メディア事業から地域創生へシフト

セグメント横断で顧客企業のブランドコンサルティング・プロモーション等、大型案件の新規獲得を狙う。
また、官公庁事業への参入も。

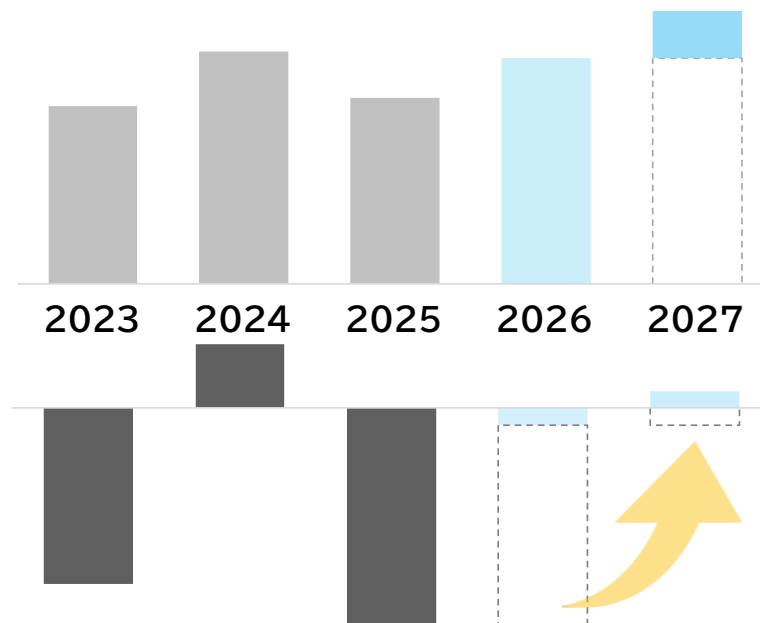
2. EC事業の拡大

下鴨茶寮におけるEC事業拡大。
また、他社ブランドに対するECコンサルティングも視野に入れる。

3. 宇宙関連事業

地方自治体からの引き合い増加を受け、衛生データを活用した自治体向けDXビジネスモデル確立を加速。

売上高（連結）



当期損益（連結）

4. 各セグメントにおける直近の事業事例

官民連携による地域資源への投資価値を最大化する 地域を元気にするプロデュース集団へ。



価値化& 物語化力

もったいない地域の資源や物語を客観的視点から発掘・編集し、観光体験・文化体験に昇華。ステークホルダーの共感を生み出すストーリーとして設計して地域に新しいコンテンツとブランドを創出します。

GEORGE
CREATIVE
COMPANY

空間設計・ デザイン力

単にデザインだけでなく、その地域や場所ならではの体験とブランド世界観を空間の中に再現。インテリア、グラフィック、アート、音楽等、空間体験全体をプロデュースします。

INCLUSIVE

PM力 拡散力

可視化された地域の魅力をコンテンツとメディア展開によって全国・海外に拡散。また、数々のプロジェクトを推進してきたマネジメント力によって「三方良し」を生み出します。



食資源の 高付加価値化力

170余年の歴史をもつ京都料亭。当社グループの生み出す価値のロールモデルとして地方発信型・高付加価値ビジネスを実証・実装します。そして、京都に留まらず全国の地域食文化・食資源と連携してゆきます。



Gov Tech力

衛星データや行政DXにより、自治体の業務（農業、観光、防災など）を効率化・省人化。地域産業や観光活性のためのインフラ整備プロセスを最適化してゆきます。

メディア事業から地域創生ヘシフト

当社初の事例として、2025年4月より中央官庁（観光庁）に当社職員を派遣し、国の施策に沿った事業展開を行うとともに、若手人材の育成を行っている。

「ガストロミーツーリズムの推進」
を行う観光資源課に
戦略的に人員を派遣

「当社が注力する食領域」
において今後の活躍が期待できる

観光庁への職員派遣の意義



- 国においてどのような観光施策が進められているのか、実際の業務を通じて理解することができ、**帰任後の実務に生かすことができます。**
- 国における政策決定プロセスを理解することで、**国家的な視点で業務に取り組むことができるようになる**とともに、高度な法令知識、データ分析、政策立案技術等を学ぶことにより、**実務能力の向上に繋がります。**
- 各地方公共団体とのやりとりなどを通じて、各地で取り組まれている**まちづくりや観光施策について、俯瞰的に捉えることができます。**
- 観光庁には、観光庁職員の他、国土交通省、他省庁、地方自治体、民間企業からの出向者が多数勤務しております。その中で、**業務の進め方、組織体制の違いなど様々な視点も学ぶことで、今後の業務に生かせます。**また、**多種多様なバックグラウンドを持つ方との人間関係も構築でき、帰任後にも連絡を取り合うなど、人脈形成においても意義のあるものとなっております。**

観光庁「地方自治体・民間企業等からの受け入れについて」意見交換会資料
P.17より抜粋

ブランドコンサルティング事業

メディア事業から地域創生ヘシフト

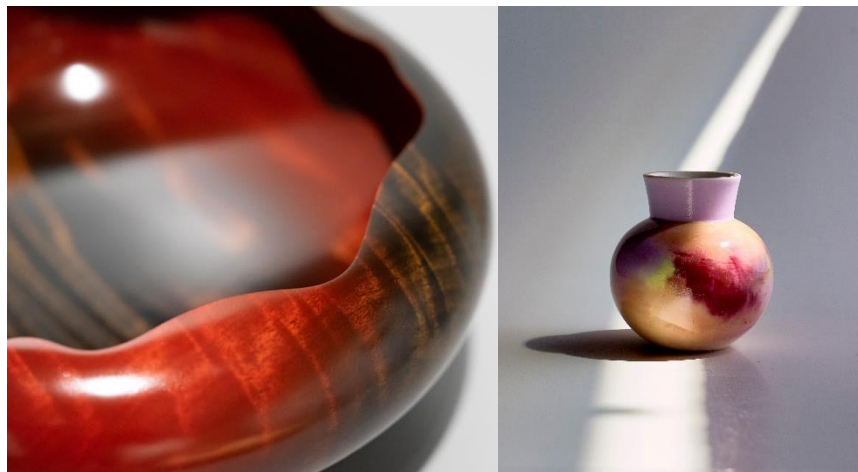
本会計年度の観光庁『地域観光魅力向上事業』において、INCLUSIVE株式会社は食領域の強みを活かし採択に向けて取り組んだ結果、石川県加賀市、沖縄県宮古島市の2件を採択。本事業を通して、人材の育成を行うとともに、地域との関係性の構築、**食を生かした**観光コンテンツの創出等を行い、官公庁入札分野のノウハウを蓄積していく。

加賀市 KAGA CITY宮古島市
千年先の、未来へ。
ECO-ISLAND
MIYAKOJIMA

ブランドコンサルティング事業

観光庁『地域観光魅力向上事業』採択事業（加賀市）

欧米インバウンド富裕層向けに伝統工芸（山中漆器・九谷焼）と加賀の食材・文化資源を組み合わせた滞在型観光コンテンツ創出を目指す。2025年11月4日・5日にはテストマーケティングを兼ねたモニターツアーやDMO向けのセミナーを実施。

若手シェフと若手工芸作家の
コラボレーション

漆器：田中瑛子氏 九谷焼：吉田みふゆ氏 料理：糸井章太シェフ

観光経済新聞での掲載

加賀温泉郷で伝統工芸と美食のモニターツアー開催 匠の技と
美食で高付加価値インバウンド層を誘致

© 2025年10月22日

シェアする

ポスト

LINEで送る

コメント



加賀温泉コトモノコンテンツツーリズム協議会は10月21日、観光庁「地域観光魅力向上事業」に採択された「加賀セミオーダーメイドツアー造成事業」の一環として、高付加価値インバウンド層向けモニターツアーを11月4日・5日に開催すると発表した。伝統工芸と地域の食材・文化資源を組み合わせた滞在型観光コンテンツの創出を目指す。

<https://www.kankokeizai.com/2510220943kks/>

ブランドコンサルティング事業

観光庁『地域観光魅力向上事業』採択事業（宮古島市）

欧米インバウンド富裕層向けに、注目される“宮古リトリート体験”として離島ならではの固有文化を商品化するとともに、「島の誇り」を維持・伝承するための担い手として、地元大学・移住者へのガイド育成を実施するプログラム。

来たる2025年12月モニターツアーを経てのツアー販売に向けて実施中。

宮古の「島の誇り」地域資源



御嶽・クイチャー



固有種宮古馬



宮古伝統長寿食



ウェルネスリトリート監修・担い手参加



有識者モニター監修



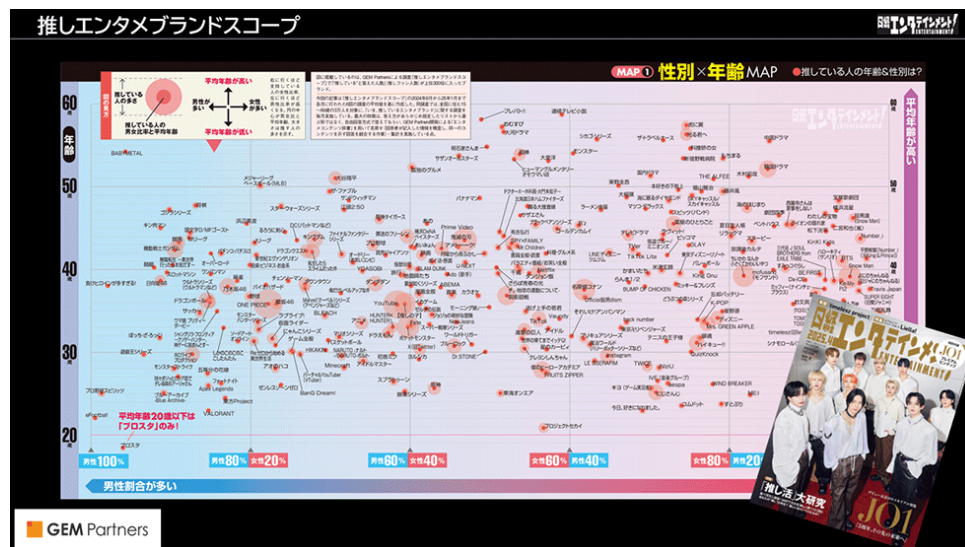
学術見地・学生参画

ブランドコンサルティング事業

事業会社の製品・サービスにおけるファンづくり

当社ではいまや社会に根付いた「推し活」に着眼。単なるマーケティングやプロモーションの受託事業から脱却し、当社では明確なファクトがある事業会社の製品やサービスについての「推し活」支援に注力。

推し活市場の拡がり



「推しエンタメブランドスコープ」を基にした「推し活マップ」（出所：日経エンタテインメント講演資料より）

推し活人口比率（男女・年齢別）

		2024年 (%)	2025年 (%)	差分 (pt)	推し活人口シェア (%)
女性	15～19歳	52.7	56.0	3.3	11.0
	20～24歳	34.6	36.8	2.2	8.2
	25～29歳	28.7	31.3	2.6	7.3
	30～34歳	22.2	30.4	8.2	6.9
	35～39歳	18.4	23.2	4.8	5.8
	40～44歳	15.6	18.5	2.9	5.1
	45～49歳	11.5	16.4	4.9	5.3
	50～54歳	13.2	17.3	4.1	6.2
	55～59歳	9.8	15.4	5.6	4.8
	60～64歳	9.2	10.3	1.1	2.9
男性	65～69歳	5.6	9.1	3.5	2.5
	15～19歳	23.6	19.2	-4.4	4.0
	20～24歳	16.6	19.2	2.6	4.6
	25～29歳	13.5	15.8	2.3	3.9
	30～34歳	11.5	16.0	4.5	3.9
	35～39歳	12.1	12.8	0.7	3.3
	40～44歳	10.9	12.5	1.6	3.6
	45～49歳	7.0	8.4	1.4	2.8
	50～54歳	6.9	8.4	1.5	3.0
	55～59歳	6.0	7.1	1.1	2.2
	60～64歳	4.1	5.4	1.3	1.5
	65～69歳	3.3	5.3	2.0	1.4

（注）ヒートマップは男女全体を対象として大小関係を表現している。赤いほど推し活人口比率の上昇幅が大きく、緑色が濃いほど低下幅が大きい（黄色は中間）。推し活総研が2025年1月16日～23日にかけて23,069人を対象に実施したアンケートの結果。

（出所）推し活総研資料より野村證券市場戦略リサーチ部作成資料より引用
<https://www.nomura.co.jp/wealthstyle/article/0392/>

ブランドコンサルティング事業

事業会社の製品・サービスにおけるファンづくり

ユーザー体験を通じた売上拡大支援のかたちとして、顧客支援の一例をご紹介します

オーセンティックジャパン株式会社 様

【異業種連携による山岳安全啓蒙課題解決プロジェクト推進 ココヘリ体験PR】



あなたの備えが
山を守る力に



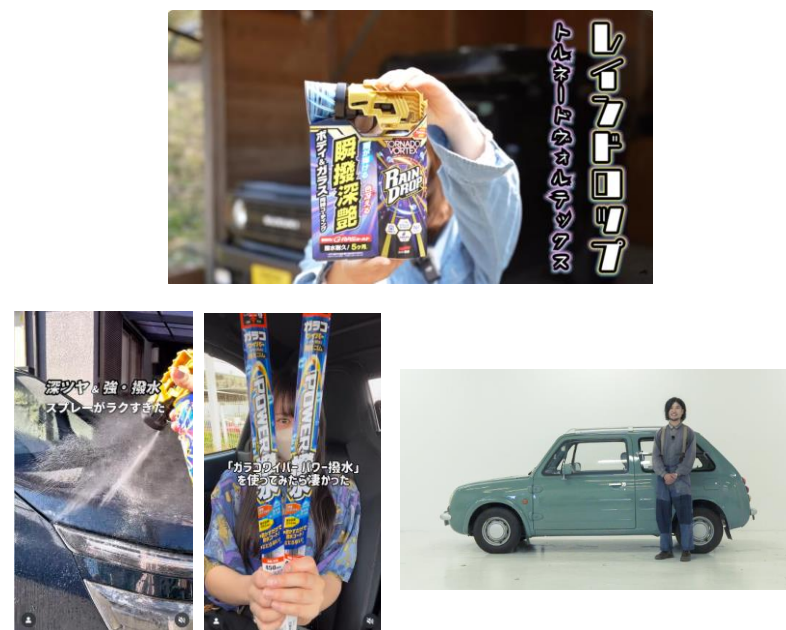
ブランドコンサルティング事業

事業会社の製品・サービスにおけるファンづくり

興和株式会社 様 【新製品デモンストレーション体験PR】



株式会社ソフト99コーポレーション 様 【新製品使用体験PR】



ブランドコンサルティング事業

事業会社の製品・サービスにおけるファンづくり

HOYU株式会社 様 【製品デモンストレーション体験PR】



UHA味覚糖 様 【製品認知拡大・体験PR】



2025年5月

「世界に字幕を添える展 in ハラカド」



アイシン様提供「ワイワイシステム」により
難聴当事者の方々にハラカドのサービスを気兼ねなく
楽しんでいただく実証実験イベントを開催。
今年、デフリンピックの東京開催に向けて
同システムの社会実装を強化支援。

オレンジ独自の食による 地域活性化セミナー開催



EXPO2025「EARTH MART」オープン記念セミナー
“食”を主役に考える
これからのローカリズムとツーリズム

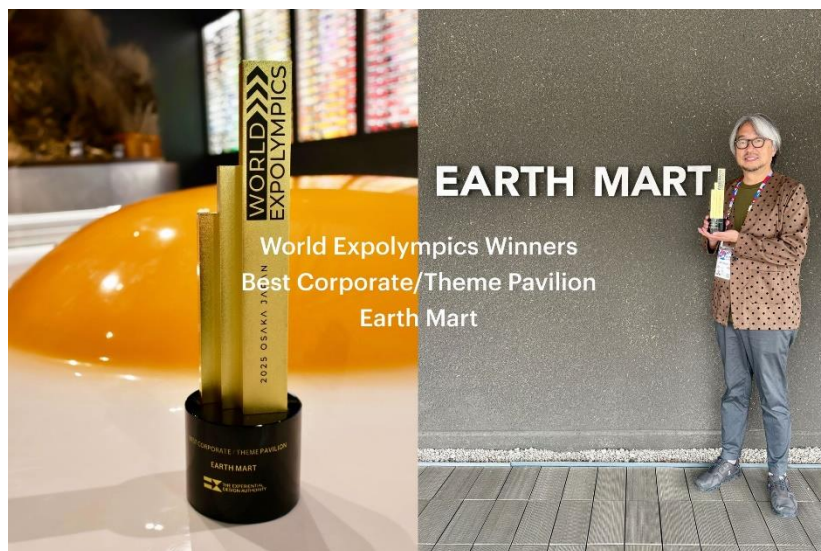
ブランドコンサルティング事業

オレンジ・アンド・パートナーズの事業TOPICS

2025年10月

大阪・関西万博テーマ事業 シグネチャーパビリオン

「EARTH MART」日本空間デザイン賞
で金賞受賞



万博期間中半年間で約50万人のお客様がご来館
日本空間デザイン賞 金賞
&
WorldExpolympics 金賞 受賞

大阪・関西万博テーマ事業シグネチャーイベント

「EARTH MART FORUM」開催



Forbes JAPANと共に
「食の未来を輝かせる25人」選出
飛鳥II船場にて食の未来会議を開催
あらゆる食のプレイヤーを繋ぎ価値創出を担
うプラットフォームの構築へ。

2025年10月

TOKYO FMレギュラー番組「日曜大学」 O.A開始



オレンジ・アンド・パートナーズが企画プロデュースするラジオ番組「日曜大学 supported by 日本大学」が、10月5日(日)からTOKYO FM(JFN37局ネット)で開始。

「いただきますアカデミー」開講！ 食文化の新しい学びの場がスタート



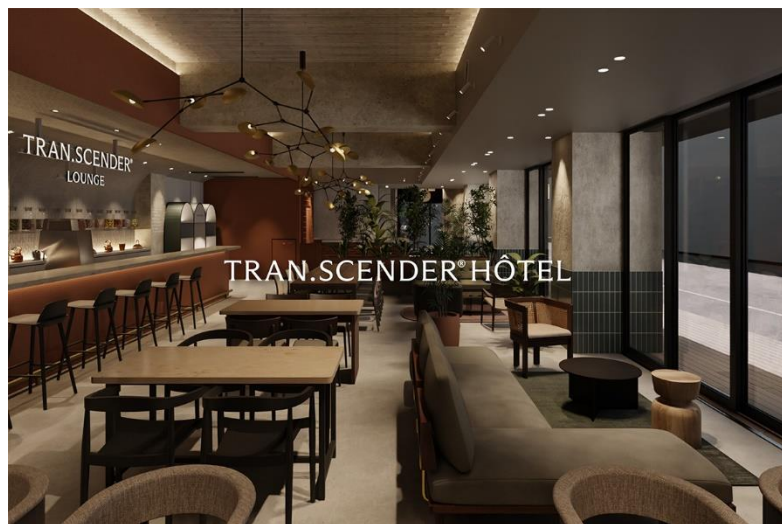
オレンジ・アンド・パートナーズが主催し、京都芸術大学食文化デザインコースがパートナーとして参加する新プログラム「いただきますアカデミー」が開講。

<https://itadakimasu-academy.com/>

2025年11月

横浜中華街に新たなブティックホテルをプロデュース

「TRAN.SCENDER HOTEL」開業

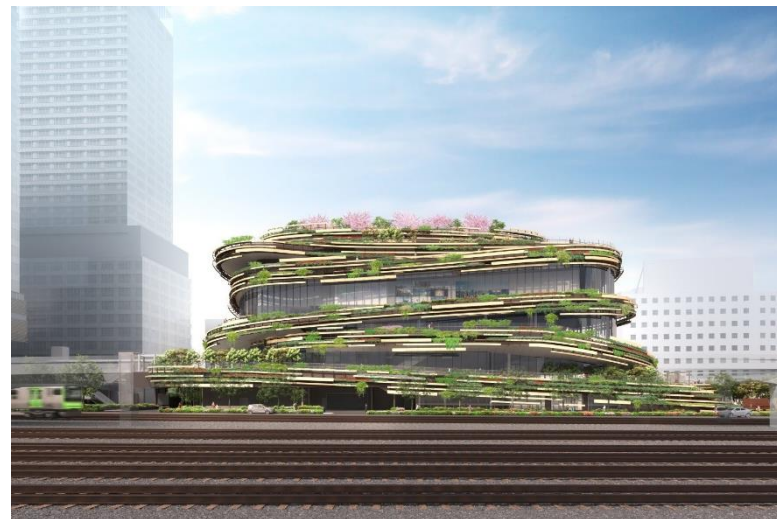


「REVIVE 人、感性、そして街をリバイブするホテル。」
複数のアーティストとコラボレーション
事業投資会社との連携により
旧レストランを新しいホテルとしてコンバージョン。

<https://transcender.jp/yokohama/>

JR東日本文化創造財団 理事に小山薫堂が就任

「MoN Takanawa」ブランド支援開始



新高輪に2026年春開館予定の文化拠点
「MoN Takanawa」の総合プロデューサーに
小山薫堂が就任。ブランディング領域を
オレンジ・アンド・パートナーズが担当。

<https://www.montanakanawa.jp/>

2025年8月

英国のライフスタイルブランドCath Kidston（株式会社スタイリングライフ・ホールディングス）
のフラッグシップショップ表参道店を皮切りに、全国へと展開していく新店舗の
空間デザインプロデュース、設計・オープニングプロモーションを担当

ルクア大阪店

2025年8月29日（金）オープン



福岡天神地下街店

2025年9月17日（水）オープン



PR Timesにて掲載

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000542.000004775.html>

ブランドコンサルティング事業

ジョージ・クリエイティブ・カンパニーの事業TOPICS

後述フラッグシップショップ表参道店を皮切りに、全国へと展開していく新店舗の
空間デザインプロデュース、設計・オープニングプロモーションを担当

西銀座店

2025年10月24日（金）オープン



埼玉コクーンシティ店

2025年10月31日（金）オープン



ジョージ・クリエイティブ・カンパニーの事業TOPICS

2025年10月

「KNT365」はニットをコミュニケーションツールとしたメイドインジャパンのライフスタイルブランド。

リサイクルされたペットボトルの糸から編み出して作られている作品は

国内外のアーティストからも指示がありこれまでもコラボレーションを数多く制作。

地球、人、動物にとっていいことだらけの“アースフレンドリー”な未来を描くブランドのブランディングデザイン、
原宿旗艦店の空間デザインプロデュース、設計、オープニングプロモーションの企画、実施担当



店内の天井一面には様々なヴィンテージのドアを装飾
レジカウンターは体育館で使用されていた床をコラージュし内装もアースフレンドリーに

2025年10月

KNT365とアーティストコラボ商品のアーティストアサイン/ディレクション

YUUKI×KNT365

4人組バンド・CHAI の元メンバー。アパレルブランド・YMYM のディレクターやアートイベント・ArtCulture Street.の主催を務める。また、同時に作家としての活動も行うなどマルチなクリエイターとして活動中



AZUSA IIDA ×KNT365

人物を主対象に、実験的な手法を用いた展示活動を行う。ジャンルにとらわれず、ビジュアル制作やロゴデザイン、プロダクトデザインなど幅広いクリエイティブを手がけ、企業・ブランド・メディアとのコラボレーションも多数。



wackwack ×KNT365

アメリカンコミックのようなファニーさとほのかな毒気を併せ持つ“POISON POP”スタイルを切り絵で描くデザイナー／アーティスト。ブラックミュージックを中心としたストリートカルチャーへの愛情を作品に注ぎ込み、数々のアーティストやアパレルブランドにアートワークを提供



アーティストアサインやプロモーション詳細はPR Timesにて掲載

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000168805.html>

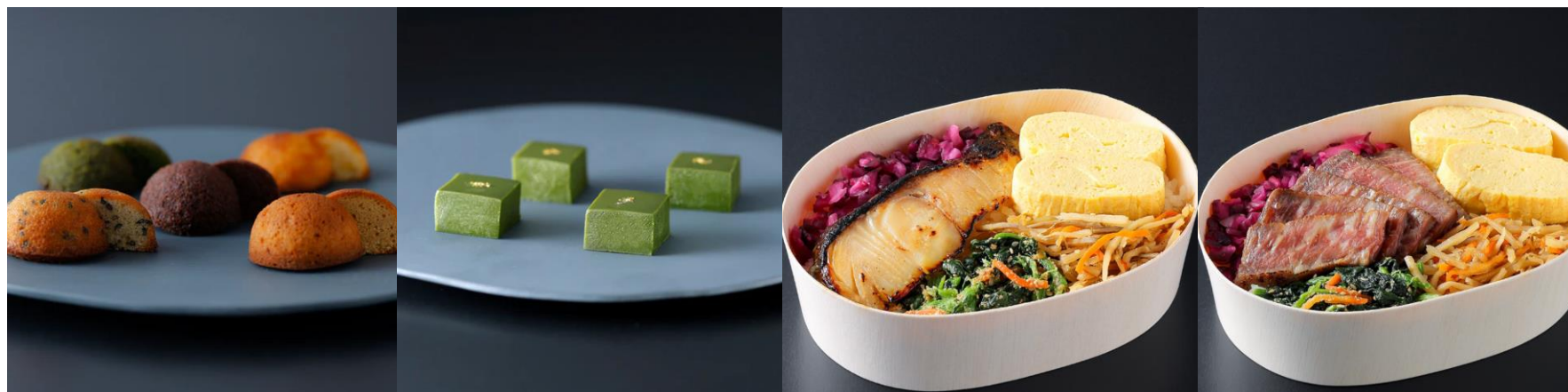
食関連事業

下鴨茶寮 商品展開

鍋関連商品が楽天ランキングカテゴリ1位を獲得するなど好調



スイーツ、西京焼きカテゴリーの立ち上がり



LAND INSIGHTの直近トピックス（農業領域）

「圃場DX」がデジタル庁「技術カタログ」に掲載

アナログ規制の見直しを進めるデジタル庁が、代替技術として活用可能性がある製品・サービスを整理・公開している「技術カタログ」に、「圃場DX」サービスが「広域な利用状況・被害等の把握のデジタル化を実現する製品・サービス」として掲載された。

サグリと業務連携

第6回宇宙開発利用大賞において内閣総理大臣賞を受賞した農業スタートアップであるサグリ社と連携。

農政業務のDX支援において、サグリが開発・提供するAI農地判定アプリケーションを活用することで、市町村のニーズへのきめ細かい対応を可能にすることを目指す。

注力サービス デジタル庁認定のDX好事例に

デジタル庁が運営する「デジタル庁ニュース」において、弊社と南相馬市の取り組みを「アナログ規制」の見直しによるデジタル技術実装の先進事例として取材・掲載いただいた。

<https://digital-agency-news.digital.go.jp/articles/2025-08-07-1>

LAND INSIGHTの直近トピックス（防災領域）

三菱電機、衛星データサービス企画と協業開始

LAND INSIGHTの市町村向けサービス開発ノウハウとネットワークを活用し、三菱電機およびSDSの「日本版災害チャータ」を軸として災害対応の最前線である市町村行政で活用いただける新たなサービス開発を目指す。



「防災DX官民共創協議会」に参画

防災分野のデジタル化を牽引する「防災DX官民共創協議会」に加入
行政における災害対応の負担軽減に向けて、官民共創によって衛星データを軸にした防災DXサービスの開発を推進する。

Disclaimer

- 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、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。
- 当社の過去数値または将来予測に関する記述によって表示又は示唆される将来の業績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、実際の業績は記述によって表示又は示唆されるものから大きく乖離する可能性があります。当社は、当社グループの財務上の予想値の達成可能性について明示的にも黙示的にも何ら保証するものではありません。
- 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。本資料に含まれる市場情報等は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

INCLUSIVE

HOLDINGS