



2025年12月期 決算説明資料

アディッシュ株式会社(7093)

業績ハイライト

...P.5~P.14

通期黒字化

- 第4四半期、前四半期に続き大きく増収・増益
- カスタマーサクセス領域の伸長がけん引

2026年 業績予測

...P.15~P.18

2026年は二桁成長

- 非SaaS領域や、大企業へと顧客層が広がる
- AIツールと連携したBPaaSモデルの増加

2025年12月期 事業トピックス

...P.47~P.52

中長期経営ビジョンに向けて着実にアクション

- AI×SaaSとの連動、世界的リーディングカンパニーとの連携深化
- 非SaaS/大企業領域へと新たな成長機会の創出

Contents 目次

01. 2025年12月期 業績ハイライト
02. 2026年12月期 連結業績予想
03. 事業概要・方針
04. 市場環境と提供する価値
05. 中長期経営ビジョン・優位性
06. 2025年12月期 事業トピックス
07. Appendix

成長市場において拡大する「カスタマーサクセス」という 新たな業務ニーズにこたえ、先行的にサービス提供する企業

市場領域

クラウド・AI-SaaSを中心とし
スタートアップから大企業に広がる

成長市場

提供サービス

対象市場において
顧客の維持・拡大に必要とされる

カスタマーサクセス

特長

先進的な事例
独自教育プログラムを元にした

先行メリット ノウハウ・メソッド



01. 2025年12月期 業績ハイライト

第4四半期の結果

- **第3四半期に続き、第4四半期も増収・増益**
昨年対比、経常利益で+6,600万円（第4四半期会計期間）
- 四半期として過去最高の売上高
- 主軸のカスタマーサクセス領域における事業伸長が主たる要因

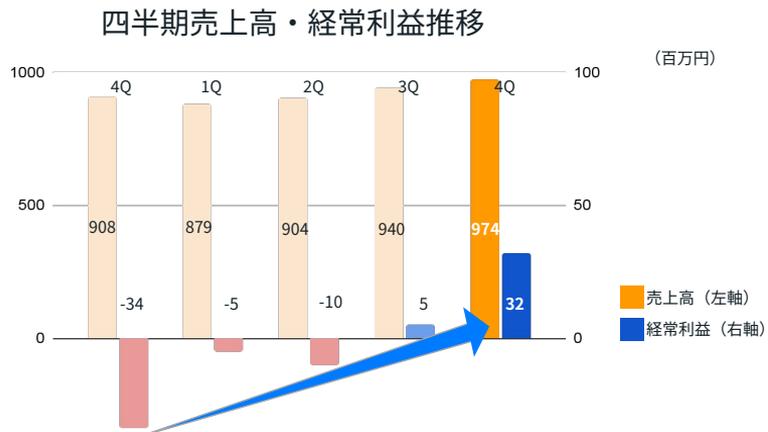
(百万円)

会計期間	2024年 第4四半期	2025年 第4四半期	増減額
売上高	908	974	+66
営業損益	△33	26	+59
経常損益	△34	32	+66
親会社株主に帰属する四半期 純損益	△15	25	+35

2025年の四半期ごと推移

- 2025年第4四半期、大幅な利益伸長を達成
- カスタマーサクセス事業により、徐々に回収フェーズに入りつつある

財務ハイライトと収益性の変化

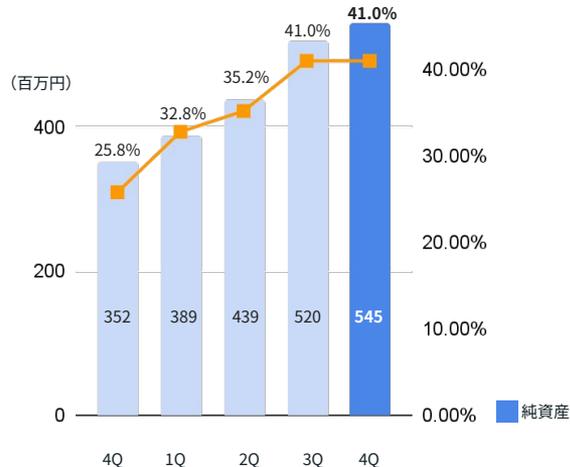


- 四半期経常利益：**+6,600万円**の改善（前年対比）
経常損失△3,400万円（2024 Q4）→ +3,200万円（2025 Q4）
- 過去最高の四半期売上高**9.74億円**を達成

財務健全性の大きな改善

自己資本比率と純資産の推移

自己資本比率が25.8%（2024 4Q）から**41.0%**（2025 4Q）へ大幅に向上。



黒字化の背景

主軸の顧客サクセス領域での事業伸長

- スタートアップだけでなく大企業からのニーズが増加
- 第3四半期に続き、第4四半期も継続して良好な稼働率を維持

子会社業績や不採算領域の対策が一通り進展

- 子会社業績が大きく改善。昨年の同会計期間では経常利益が赤字であったが当会計期間では黒字化
- 不採算領域の低下も第3四半期に下げ止まり、第4四半期も維持

組織体制の見直しや事業進展による経営効率化

- 昨年より進めてきた組織体制の見直し等の経営効率化が進展
- 事業活動も進展し売上が上がったことで、前年対比で、販管費率が4.2ポイント（30.4%から26.7%に）大幅に改善

▶ 顧客サクセス領域の案件引き合いは高く、顧客規模も大きくなっており、第4四半期に予想通り、売上・利益が成長した。

一定の投資は行いつつ、経営合理化等の活動も、継続して取り進めていく。

【累計】 2025年12月期 サマリー

- 売上高は堅調に推移し、36.98億円（対通期業績予想比：△0.04%）にて着地
- 当初予想には及ばなかったものの、経常利益ベースで0.21億円の結果
- 前述した事業進展・経営合理化により、2022年12月期以来の連結黒字となった

(百万円)

	2025年12月期 予想	2025年12月期 実績	予想比
売上高	3,700	3,698	△0.04%
営業利益	50	5	△89.9%
経常利益	60	21	△64.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	50	0.6	△98.6%

【累計】 2025年12月期 サマリー 2024年との比較

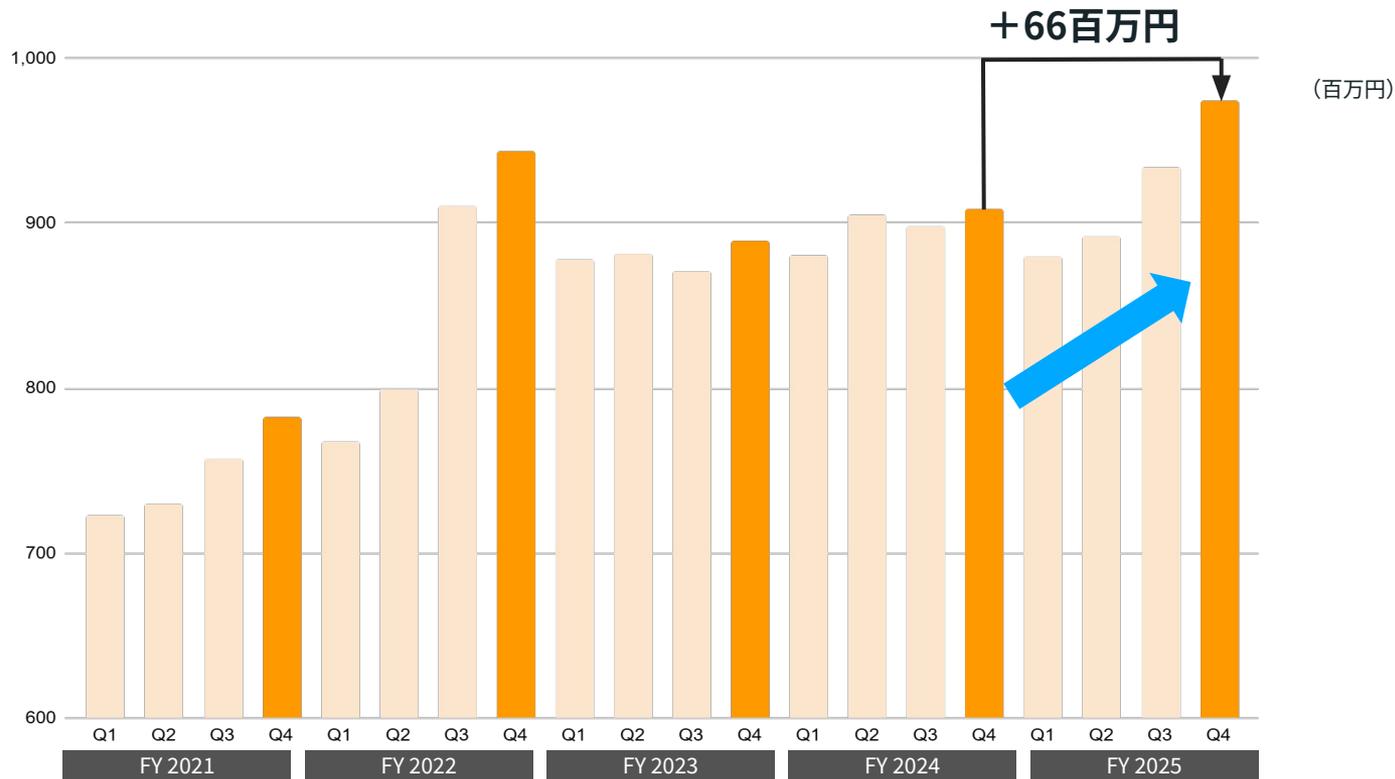
- 昨年対比では、売上は1.06億円の増収
- 経常利益は、1.38億円の増益、経営効率化により売上以上に利益が伸長
- 2026年は、売上トップラインも大きく伸ばしていく

(百万円)

	2024年 12月期実績	2025年 12月期実績	前年同期比増減 (対同期比)
売上高	3,592	3,698	+106 (3.0%)
営業利益	△132	5	+137 (-%)
経常利益	△117	21	+138 (-%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	△115	0.6	+116 (-%)

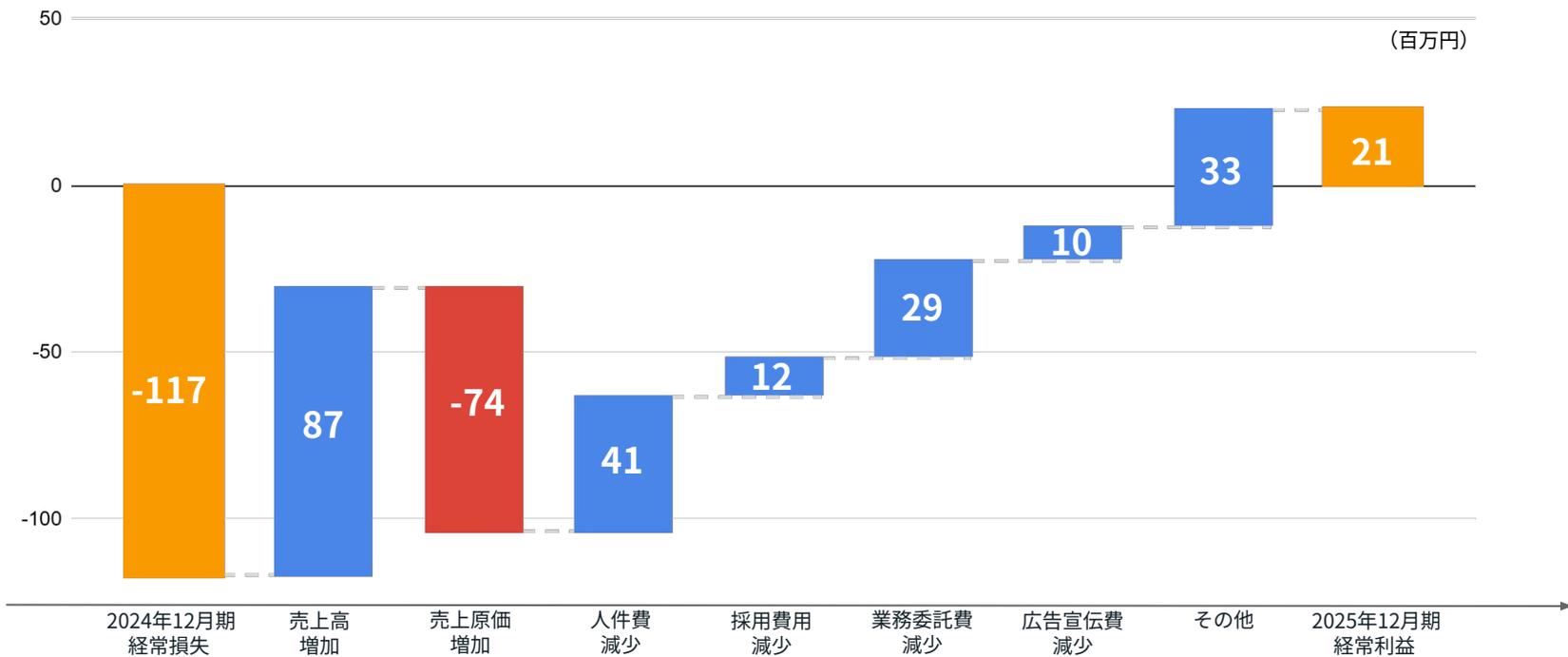
連結売上高の四半期推移

- 第4四半期として過去最高の四半期売上高9.74億円



主な利益変動要因（前年同期比）

- 経営合理化により、引き続き投資は進めつつ
不要な人件費含む各種費用（販売費及び一般管理費）を低減



連結貸借対照表

- 2024年11月に実施した資本施策によって、自己資本比率が15.1%上昇

(百万円)

	2024年12月期	2025年12月期	主な増減要因
流動資産	1,145	1,144	—
現金及び預金	579	545	—
受取手形、売掛金及び契約資産	499	523	—
固定資産	193	173	—
資産合計	1,340	1,318	—
流動負債	731	698	—
固定負債	256	74	転換社債型新株予約権付社債の 転換による減少
負債合計	988	772	—
純資産合計	352	545	転換社債型新株予約権付社債の 転換、新株予約権行使による増加
自己資本比率	25.8%	40.9%	—

主要KPI (2025年12月期)

ストック収益(※1)

35.6億円/年

売上高CAGR(※2)

5.3%

月次解約率(※3)

1.4%

年間顧客数(※4)

619社

ストック収益率(※5)

96.1%

ARPA(※6)

5.7百万円/年

(※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

(※2)2021年～2025年の5年間の各連結会計年度における連結売上高年平均成長率

(※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か月分の平均値

(※4)継続的なサービスを提供した顧客の合計数。講演、短期限定対応等のスポット取引を含まない。自治体契約は導入学校数によらず1自治体あたり1社としてカウント

(※5)連結売上高に占めるストック収益の比率

(※6)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)



02. 2026年12月期 連結業績予想

2026年12月期 連結業績予想

- 連結売上高は41億円、二桁成長を目指す
カスタマーサクセス業務の受注数増加を見込む
- AI-SaaSと連携した「BPaaS型」のビジネス展開や
AIツールの活用による効率化により、営業利益の改善を目指す
- ただし第1四半期は、次ページにあるような人材強化・システム強化の
投資や、採算性改善への取り組み費用等があるため、マイナス着地の見込み

(百万円)

	2025年12月期 実績	2026年12月期 予想	増減額	増減率
売上高	3,698	4,100	+401	10.9%
営業利益	5	70	+64	1,286.1%
経常利益	21	70	+48	232.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	0.6	60	+59	8,518.3%

事業拡大

BPaaS^(※)の発展

- AIの普及によりSaaSは導入後の成果がより求められる時代に
- AI時代に必要な「武器」そのものを提供し、BPaaSへと転換するビジネスパートナーへ

非SaaS企業 & 大企業へのカスタマーサクセス

- BtoC大企業やBtoB大企業（製造業等）にもカスタマーサクセスの概念が広がりつつある
- 新組織立ち上げのための制度設計から実行部隊の提供まで一気通貫に支援

人材・システムの強化

人的資本

- より高度（高付加価値）な成果をもたらす人材へと採用・教育を強化
- サービス運用部門の人員増強

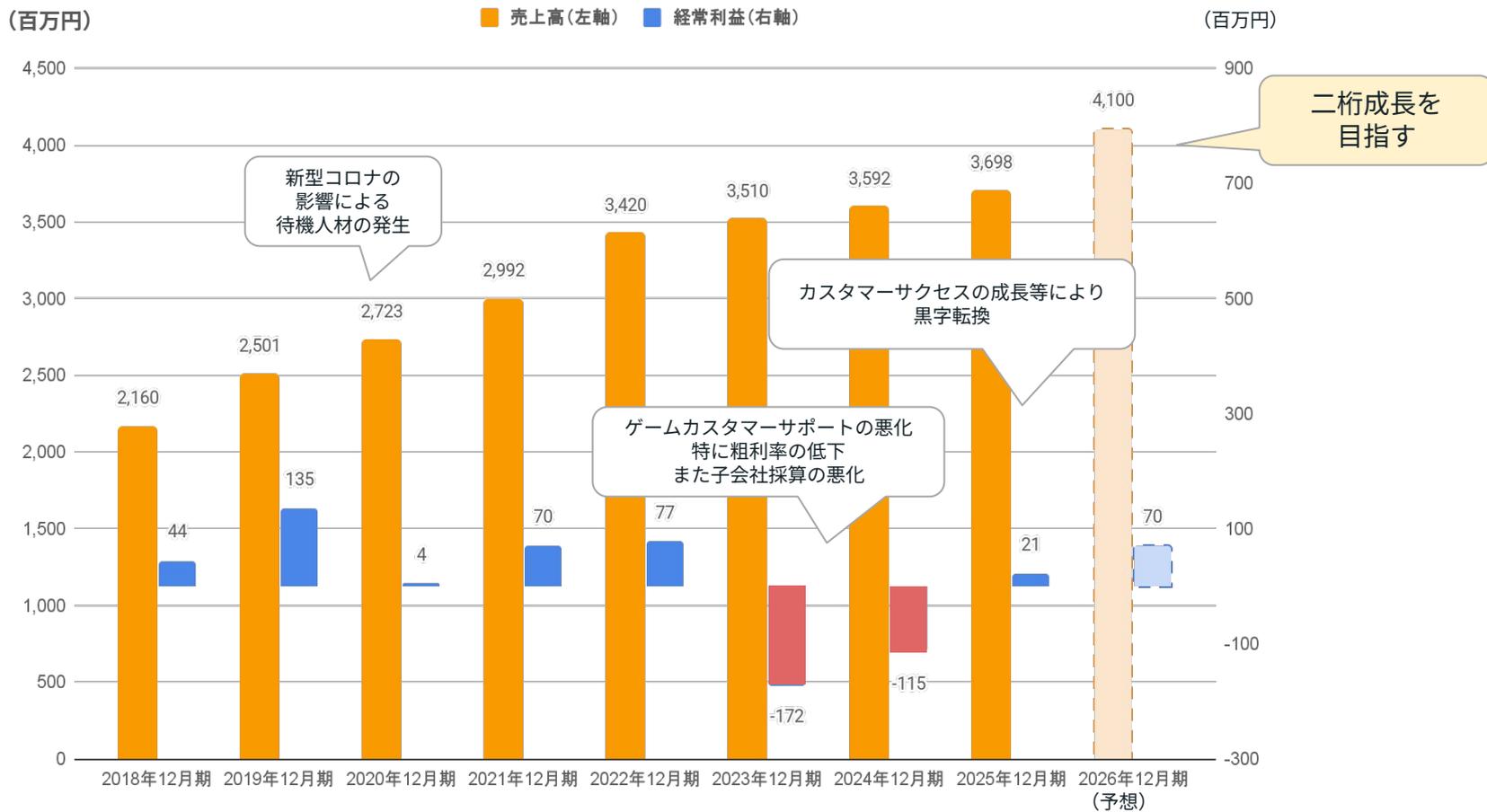
システム・AI

- システムやAI活用投資による自動化や効率化、また提供サービスの付加価値向上
- グローバルリーディングカンパニーとの提携強化

(※) BPaaS（ビーパース：Business Process as a Service）とは、BPO（Business Process Outsourcing）とSaaS（Software as a Service）の造語クラウド上のツール（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

連結売上高・経常利益の経年の推移

2026年12月期 連結業績予想



2014年～2021年

2022年～2024年

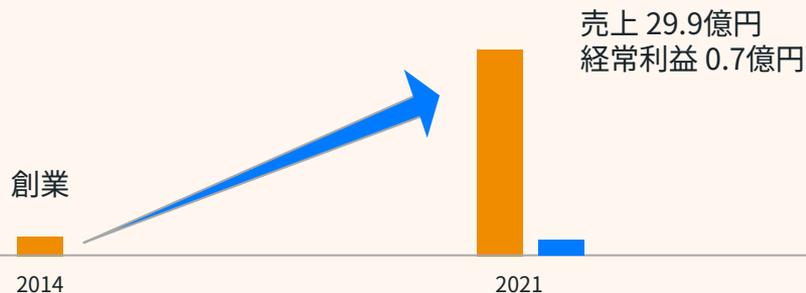
2025年～

会社設立と多拠点展開

- MONI等の投稿監視サービス、ネットいじめ対策、カスタマーサポートサービスを展開
- カスタマーサポートは特にアプリゲーム向けが大きく伸長
- 福岡・仙台をはじめ多拠点へ展開

数値的なポイント

- 売上20億円以上に伸長
- 2018年より継続的に利益
2021年は経常利益0.7億円
- 子会社も含め6拠点に
- ゲーム系カスタマーサポートが最大3割以上を占める



2014年～2021年

2022年～2024年

2025年～

カスタマーサクセスへの転換

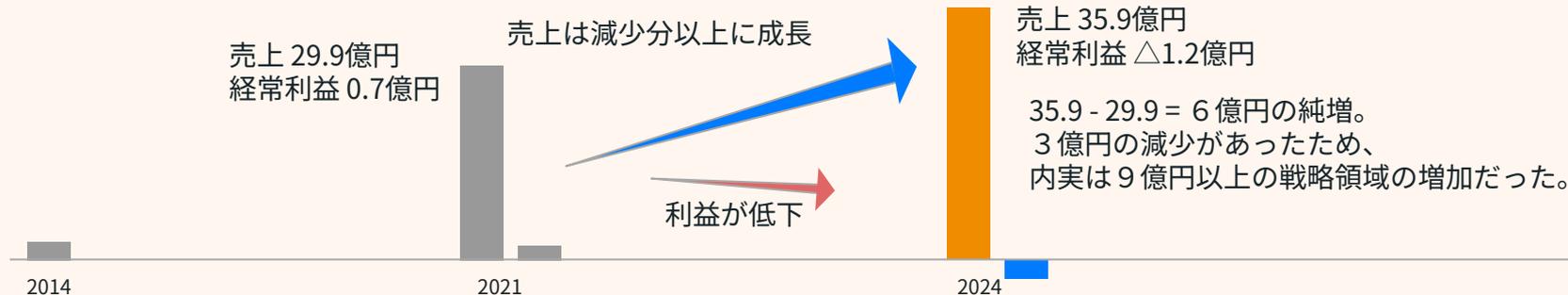
- カスタマーサクセスを戦略の軸に。
特にスタートアップ企業がターゲット
- ゲーム系カスタマーサポート等の落ち込み。
この間で3億円以上
- カスタマーサクセスの伸長により

減少分以上に売上トップラインは成長するも

そのための投資も必要となり、減少領域の利益低下もあいまってマイナス着地

数値的なポイント

- 売上35億円以上に伸長
- ゲーム系カスタマーサポートは
全体の1割程度に減少
額にしておよそ3億円以上の減
- 2024年の粗利率は26.8%
販管費率は30.4%



2014年～2021年

2022年～2024年

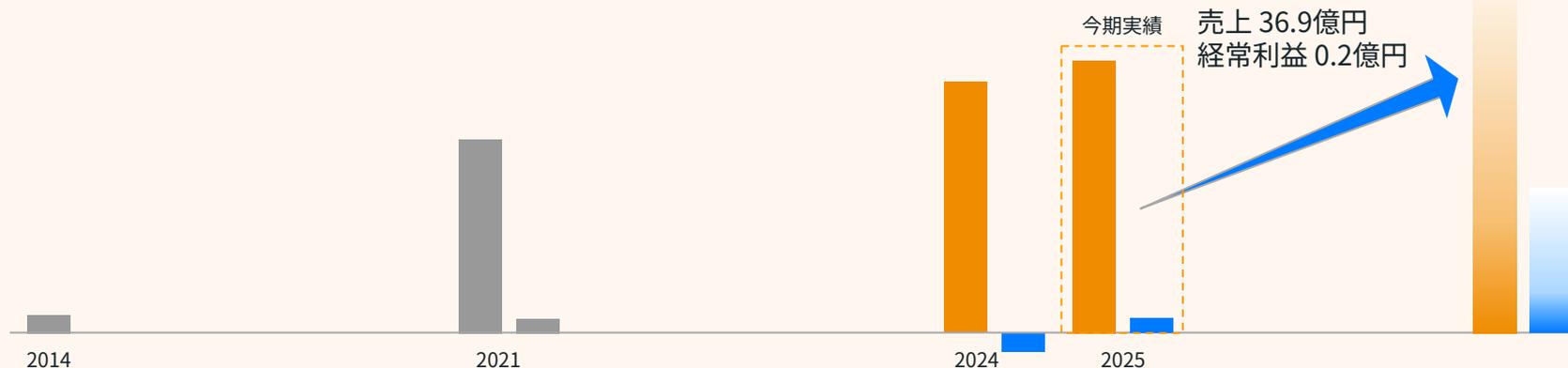
2025年～

カスタマーサクセス市場での確立

- カスタマーサクセスでの更なる成長
- スタートアップのみならず
エンタープライズ（大企業）にもニーズが広がる
- ゲーム系カスタマーサポートについても
下げ止まりが見られる

数値的なポイント

- 2025年は売上36.9億円
- 黒字転換
- 売上・利益ともに継続成長へ
- 販管費率も26.7%へと改善





03. 事業概要・方針

カスタマーサクセス

SNS炎上・誹謗中傷対策 / ネットいじめ対策 モニタリングサービス

**CS
STUDIO**

カスタマーサクセス
運用サービス


CS BOOT CAMP
START-UP GROWTH SUPPORT

カスタマーサクセス
設計・コンサルティング

MONI

オウンドコミュニティ向け
投稿監視サービス

 **Pazu**

炎上対策モニタリング
& eラーニングSaaS

 **School
Guardian**

学校・自治体向け
ネットいじめ対策サービス

1. カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

2. 先進的な
メガスタートアップ実績

3. 自社独自の
育成プログラムと
エンジニアリング

(※) CS STUDIOの中でカスタマーサポートも提供



導入実績企業



MAZDA

WOWOW



SmartHR

Daytner

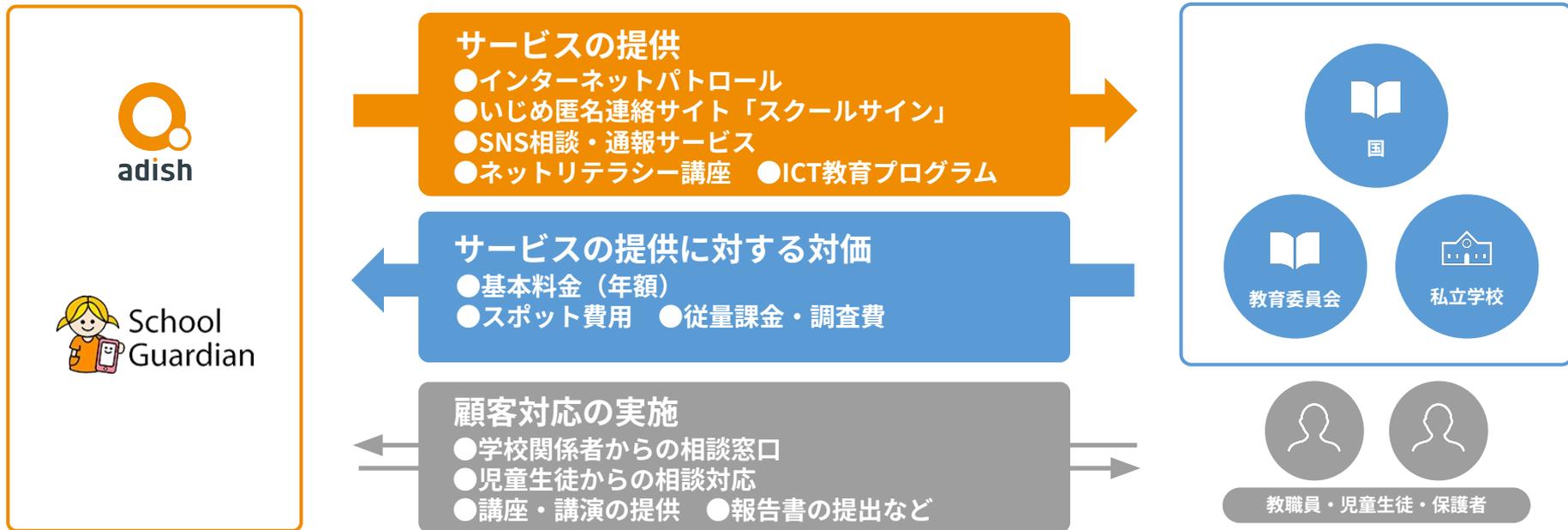


pocketchange

ACES Meet

(※) 掲載許諾が得られている一部の顧客企業様を紹介。コーポレートロゴまたはサービスロゴを掲載。過去導入企業様を含む。順不同

(※) 提供するサービス内容は企業により異なる



導入実績
教育委員会/私学



豊島岡女子学園
中学校・高等学校

(※) 掲載許諾が得られている一部の教育委員会・私立学校を紹介。過去実績を含む。順不同

(※) 提供するサービス内容は提供先により異なる



カスタマーサクセス支援のトップパートナーへ

“ カスタマーサクセス ”

顧客に最大限サービスを利用してもらう取り組み

継続利用（解約防止）
の取り組み

×

付随サービスの利用促進
の取り組み

企業利益の向上

カスタマーサクセスが必要となる社会背景

- 様々な業界で商品の提供形態が「売り切り」から顧客との「**関係性を継続**」するサービスへと変化
例としてサブスクリプションやSaaSなどの**ストック型ビジネス**の伸張
- 企業は顧客との「**関係性を継続**」し「**顧客が望む成果**」へ向けて伴走することで、
企業の成功（成長）につながる顧客対応手法「**カスタマーサクセス**」が不可欠に
- 技術的背景として、デジタル化により、顧客状態を継続的に把握できる「**データ**」が蓄積するようになった



顧客への能動的な働きかけによる解約防止、サービスの利用促進 = 売上向上

カスタマーサクセス

デジタル化により、顧客状態を継続的に把握できる「データ」が企業に蓄積するように

カスタマーサポートとカスタマーサクセスの違い

SaaS市場やサブスクリプションサービスの拡大により
顧客の継続利用を促す「カスタマーサクセス」が拡大

カスタマーサポート

サービス内容や使用方法などの
問い合わせのための窓口

不満を解消し、**解約動機**を低減する

効率化や業務圧縮が求められる
コストセンター

カスタマーサクセス

顧客の課題解決を行う
長期的な関係構築のための担当者

成功体験を支援し、**継続利用**を促す

サービスのLTVを最大化させる
プロフィットセンター

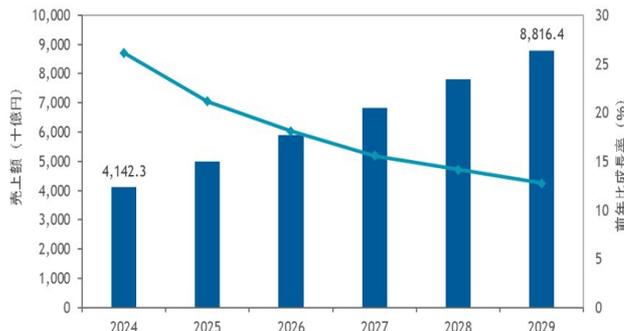


04. 市場環境と提供する価値

巨大かつ加速する成長市場

カスタマーサクセス市場は、SaaSやAIの普及とサブスクリプションモデルへの移行という不可逆的なメガトレンドにのり、**大きな成長**を遂げている。

国内パブリッククラウドサービス市場規模予測



2028年のSaaS
市場規模(売上高)予測 (※1)

2兆288億円

国内パブリッククラウド
サービス年間平均成長率予測
(2024-2029) (※2)

CAGR 16.3%

Source: IDC Japan, 2/2025

カスタマーサクセス市場規模は後述のようにSaaSの4%程度と推察され**800億円**の大きな市場がすでに存在。

カスタマーサクセス職を含む求人数推移 (※3)



カスタマーサクセス関連職の求人数は2019年比で**約18倍**に増加。市場拡大が加速。

(※1) 出典：総務省 令和6年度 情報通信白書 クラウドサービス

(※2) 出典：IDC Japanプレスリリース|国内パブリッククラウドサービス市場予測を発表 | 2025年2月20日

(※3) 出典：パーソルキャリア | 「doda ビジネスパーソンと企業の転職意識ギャップ調査」第3回 | 2022年11月29日 “新しい時代に求められる営業職”としてインサイドセールスとカスタマーサクセスの求人数の推移。2019年1月の掲載数を1と定義

SaaS市場を元にしたカスタマーサクセス市場規模

- SaaS企業は自社のARR（≒ ストック年間売上）の4%~13%^(※1)を「カスタマーサクセス」に費やす
- その市場でポジションを確立することで**中長期ビジョン以上の売上**を見込むことが可能

カスタマーサクセス市場
800億円

※SaaS市場の4%^(※3)
※ただし内製コストやシステム費など全て含む



adish

アディッシュ

SaaS市場
2兆円^(※2)

(※1) 出典：Gainsight「カスタマーサクセスインデックスCS実態調査2023年版」カスタマーサクセスへの積極投資、全社売上に占めるCS関連費用の割合グラフから出所。

(※2) 出典：総務省 令和6年度 情報通信白書 クラウドサービスより、2028年のSaaS市場規模(売上高)予測 2兆288億円

(※3) (※1) グラフの25パーセンタイルより出所

非SaaSおよび大企業への市場拡大

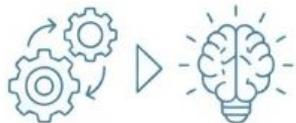
- **非SaaS領域**でのカスタマーサクセス相談が、実際に生まれはじめている
例；BtoC領域、非SaaSのBtoB領域など
- **大企業**でもカスタマーサクセス室を設置する等、取り組みが生まれてきている



AI発展にともなうSaaS業界の変容

- AIの発展により、SaaS業界の未来も大きく変容していく

「ツール」から 「エージェント」へ



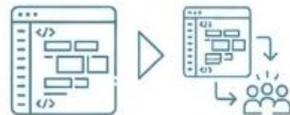
AI（エージェント）の登場により、「人間がソフトウェアを操作する」という前提ではなく「指示を与える」形式へ

「アカウント課金」から 「成果課金」への変化



ツールの貸し出しではなく、ツール（AI含む）が実現したタスクの数や成果に対して課金するモデル

開発が容易化 機能の差別化が困難に



AIコーディングなどにより、システム開発容易化に伴い、各SaaSが多機能化するとともに、将来的に機能だけでの差別化は難しくなっていく

結果、以下のような特徴を持つSaaSが、今後、さらに伸びていくとされている

Vertical（業界特化）：医療や建設など、特定の業界の深い専門データを持っている

Agentic SaaS：ツールではなく、自律的に動く「エージェント」として機能する

Service型：ツールを売るのではなく、サービス（業務代行）そのものをツールと合わせて提供する

→BPaaS型の増加

AI時代だからこそアディッシュが提供できる新たな価値

AI発展にともなうSaaS業界の変容

- ツールからエージェントへ
- アカウント課金から成果課金へ
- 開発の容易化から多機能化へ



今後さらに伸びると想定されるSaaSの特徴

Vertical（業界特化）：

医療や建設など、特定の業界の深い専門データを持っている

Agentic SaaS（自律的なSaaS）：

ツールではなく、自律的に動く「エージェント」として機能する

Service型：

ツールを売るのではなく、サービス（業務代行）そのものを
ツールと合わせて提供する



adish
アディッシュは「カスタマーサポート」ではなく「カスタマーサクセス」に強みをもっており、
SaaS企業がAI時代に生き残るための**「武器」そのものを提供できる**存在になっていくことができる

「ツールの操作回答」ではなく
「ビジネス成果への伴走者」

AI導入の**「ラストワンマイル」**

ハルシネーション対策

Service型となる**「BPaaS」へ転換するビジネスパートナー**

AI-SaaSを”機能”から”利益”へ変えるバリューパートナーとしての存在に

SaaS企業がAI時代に生き残るための「武器」そのものをアディッシュが提供

「ツールの操作回答」ではなく
「ビジネス成果への伴走者」



攻め (Offense)

単にツールの「操作・回答」をするサポートではなく、業務への組み込み、投資対効果 (ROI) の最大化を目的としたビジネス伴走支援

AI導入の「ラストワンマイル」



定着 (Adoption)

AIが進化するにつれ現場の「使いこなし」の格差が拡大。「顧客が”最後”に実現したい成果」の調整役

ハルシネーション対策



守り (Defense)

生成AIの「偽」「誤情報」を見抜き、AIが対応できないことや精度向上対策をモニタリングの知見を武器に担う

BPaaSへの進化を実現するビジネスパートナー



Service型となる「BPaaS」へ転換するビジネスパートナー



SaaSは「ツールを貸す」から「成果を売る (Service-as-a-Software) 」に
サービス (業務代行) そのものをツールと合わせて提供する



SaaS企業の課題:

自社で人的サービス提供を行うことに
長けていないことが多い。
「ツール提供」から「解決策の提供者」へ脱皮が必要。



アディッシュのソリューション:

成果を保証するために不可欠な
「高度なサクセス人材」をオンデマンドで提供。
「Service」の部分の担い、BPaaSを推進。

提携実績

クラウドサーカス、ユニリタ、パートナープロップ等の
有力SaaS企業と既に提携実績。





05. 中長期経営ビジョン・優位性

アディッシュグループの中長期経営ビジョン

中長期経営ビジョン・優位性

2030年12月期のグループ**連結売上高70億円・営業利益5億円**を目指す

2018年～2024年

2025年～2030年

カスタマーサクセスへの転換

カスタマーサクセスでの市場確立

2026年
(予測)

2030年のありたい姿

売上高 70億円

売上総利益 21.5億円

営業利益 5億円

※売上総利益率31%強
※販管費額16.5億円 ÷ 販管費率23%強

2018年

売上高 21.6億円

売上総利益 8.4億円

営業利益 0.4億円

2024年

売上高 35.9億円

売上総利益 9.6億円

営業利益 △1.3億円

2025年

売上高 37億円

売上総利益 9.9億円

営業利益 0.05億円

売上高 41億円

売上総利益 11億円

営業利益 0.7億円

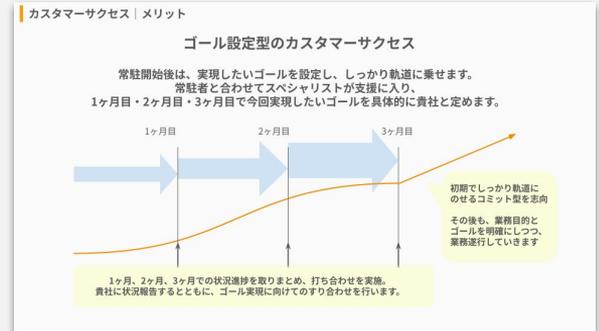
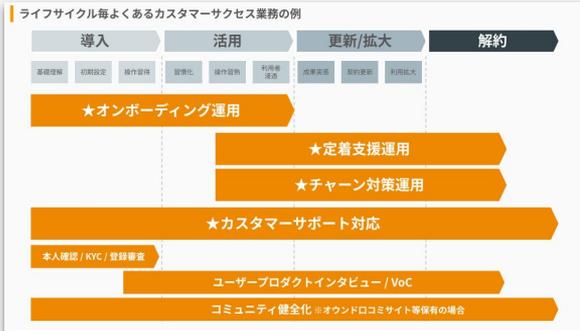
強み1. 先駆的にカスタマーサクセス業務に特化

- カスタマーサクセスを専門的に事業展開している会社は数少なく、先駆的
- 2020年の上場以降、戦略的にカスタマーサクセスに集中して**ノウハウを蓄積**
- 複数の案件実績を元に、テーマごとに**メソッド化**。
 アディッシュの人材が社内ノウハウを活用し、顧客企業の課題解決に貢献する

カスタマーサクセス業務の
テーマごとにノウハウ蓄積

企業課題の確認とそれに合わせた
解決方法の提案

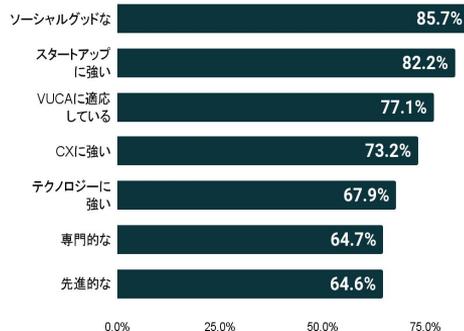
企業へのヒアリングと
それをもとにしたゴール設定



強み2. 先進的なメガスタートアップの実績

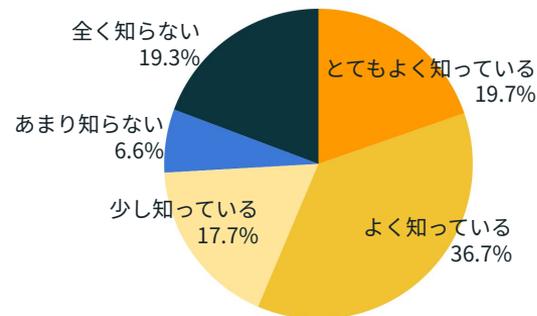
- 近年、政府も国策^(※)として力をいれ、日本のスタートアップ市場が成長。アディッシュでもバックオフィス系、HR系、各業界（建設・不動産・その他）といった**先進的なメガスタートアップの支援実績**を蓄積
- アディッシュは**スタートアップとの親和性項目が高く**認知度も向上

アディッシュに対するイメージ



(※) 2022年3月当社調べ。スタートアップを対象にしたインターネットリサーチの結果より。有効サンプル数441。

スタートアップ・メガベンチャー企業在籍者におけるアディッシュの認知度



(※) 2023年12月当社調べ。スタートアップ・メガベンチャーを対象にしたインターネットリサーチの結果より。有効サンプル数441。

(※) 内閣官房 スタートアップ育成ポータルサイト

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

NearMe

2,899百万円
*2025年1月30日



5,706百万円
*2025年4月23日

SHOWROOM

5,867百万円
*2022年12月12日



2,000百万円
*2025年9月30日

★☆☆ **YOURMYSTAR**

3,110百万円
*2022年1月31日

aperza

2,152百万円
*2024年3月25日

ツイキャス

2,110百万円
*2019年8月13日

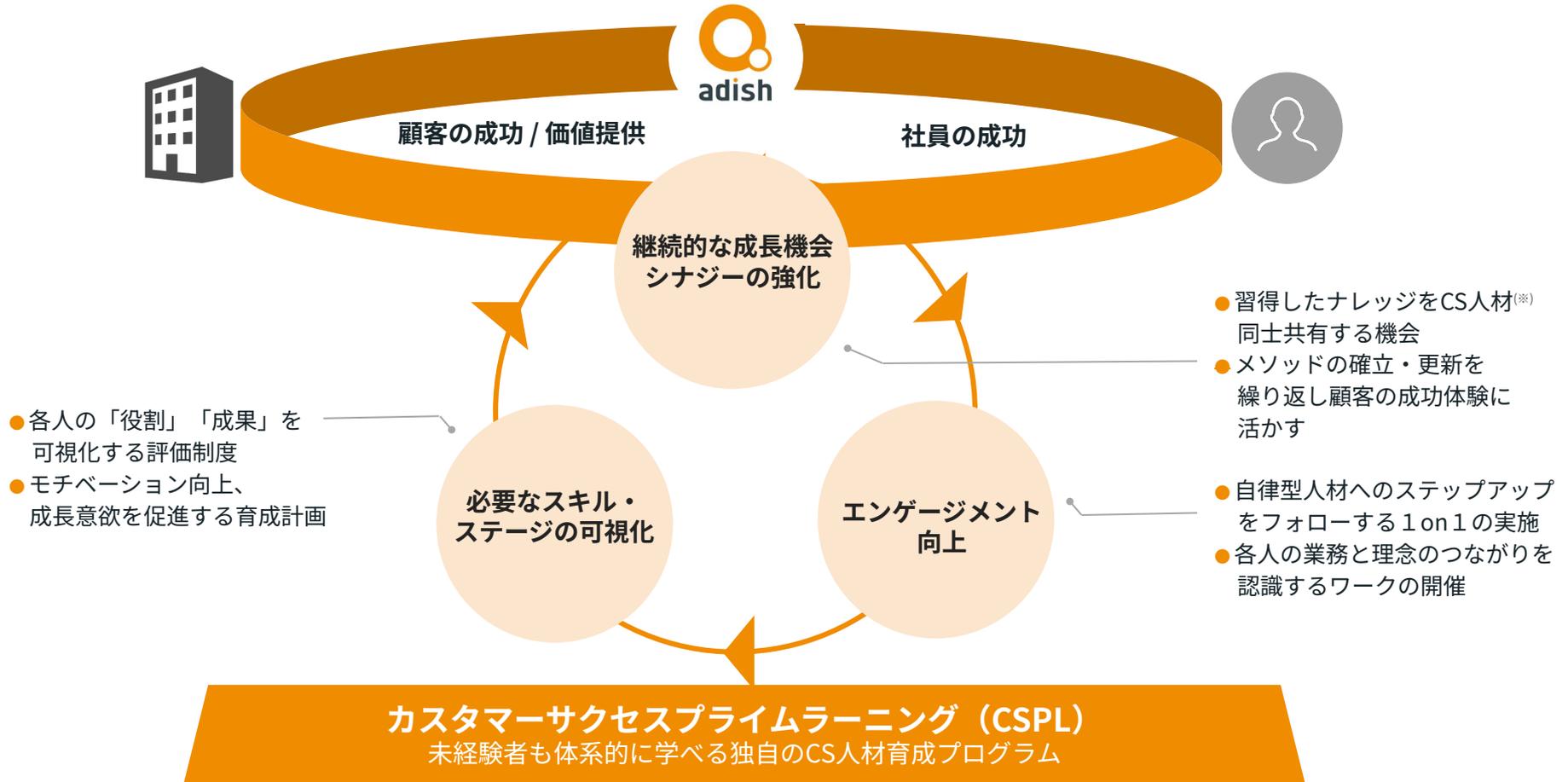
2022年4月
上場

(※) 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、2025年11月7日時点のSTARTUP DB出所 (除く SOXAI)

(※) 掲載許諾が得られている一部の顧客企業様を掲載しています

強み3. スケールする人材輩出の仕組み



- 各人の「役割」「成果」を可視化する評価制度
- モチベーション向上、成長意欲を促進する育成計画

- 習得したナレッジをCS人材^(※)同士共有する機会
- メソッドの確立・更新を繰り返し顧客の成功体験に活かす
- 自律型人材へのステップアップをフォローする1on1の実施
- 各人の業務と理念のつながりを認識するワークの開催

(※) CS人材・・・カスタマーサクセス人材

独自の育成プログラム「CSPL」

- 独自の育成プログラム「**カスタマーサクセスプライムラーニング（通称：CSPL）**」を開発
- 未経験でも**カスタマーサクセスを体系的に学ぶことが可能**
- 育成プログラムと合わせ、社内の多数の実績・事例を元にしたノウハウを**カスタマーサクセス人材が活用**

CSPL（カスタマーサクセスプライムラーニング）



CSPL研修とは

Customer Success Prime Learning（カスタマーサクセスプライムラーニング）の中で、ディフィニッシュがカスタマーサクセスを推進していくための研修です。

社外にも「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」として打ち出されている**最重要の教育プログラム**です。

※2022-2024の中長期経営計画の当初の資料では「スタートアップにおけるカスタマーサクセスのNo.1パートナー」でしたが、現在は上記のように変更されています。

CSPL研修は、**CSPL**のロゴと「CSPL」の文字が特徴的なデザインで、研修内容が一目でわかるように構成されています。

© adish 実証計画 2020/12/4 5/25

プログラムの概要

- プロダクトライフサイクル
- カスタマーサクセス指標
- タッチモデル、アプローチ方法
- 指標の設計方法
- ヘルスコア算出方法
- オンボーディングの設計・運用・分析
- ユーザーインタビュー

タッチモデルとアプローチ手法

タッチモデル：ハバタッチ × ロータッチ × テックタッチ

ヘルスコア算出方法

- ① プロダクトの特性・特徴
- ② コミュニケーションの評価
- ③ プロダクト利用率
- ④ ビジネス指標・投資対効果

課題：指標からの改善施策

STEP2販売資料のケーススタディに出てくる下記のデータを用いて、どんな改善施策を行うべきか、社内の業務改善資料としてあなたの考えをスライドにまとめてください。

ただし、この情報では長期的な影響を判断するのは難しいので、現状を踏まえて「何をすべきか」を10秒以内で考えてください。この課題では、具体性を提示するための「方向性決めの提案」が求められます。各スライドの内容がわかるように番号を明示して頂きたい。

	1Q	2Q	3Q	4Q	5Q	6Q	7Q	8Q	9Q	10Q	11Q	12Q
販売数	100	90	80	800	800	100	1,000	900	900	900	100	100
売上高	10,000	9,000	8,000	80,000	80,000	10,000	100,000	90,000	90,000	90,000	10,000	10,000
顧客数	700	600	500	400	400	400	1,000	800	700	600	500	400
解約率	0.8%	1.1%	1.5%	2.0%	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%

※売上高は、1Q～4Qは100円/1人、5Q～12Qは1000円/1人として算出されています。

顧客単価 1800円 | 平均継続期間 18ヶ月 | 新規顧客獲得コスト 7000円 | 既存顧客管理コスト 1400円

カスタマーサクセスに特化し強みを磨く

1

カスタマーサクセスに特化している企業がほとんどいない中で、2020年の上場以降、先行してカスタマーサクセスに取り組んでいる

2

独自育成プログラム「カスタマーサクセスプライムラーニング(CSPL)」や先進的メソッドの蓄積を活かして高次の価値提供の人材を育成、スケールする人材輩出の仕組みを保有

3

BPOを超え、AI-SaaSと業務プロセスを統合して提供するBPaaSモデルが広がる。人的な業務対価に加え、ツール料やAI対応従量費も加わる、よりテクノロジードリブンなモデルへ

BPOを超え、AI-SaaSと業務プロセスを統合して提供するBPaaS（Business Process as a Service）は、将来的に成果報酬型の収益体系になりうるビジネスモデル

BPO



業務プロセスの
アウトソーシング

収益モデル
人月単価

SaaS



ソフトウェアの提供

収益モデル
ツール料
(サブスクリプション)

BPaaS



BPO+SaaS
サービス（業務代行）そのものを
ツールと合わせて提供する

収益モデル
人月単価+ツール料
また成果課金



06. 2025年12月期 事業トピックス

トピックスサマリー：AIの進展に伴い”ビジネス成果の伴走者”へと変革

01 カスタマーサクセスが成長をけん引

カスタマーサクセスサービスが伸長し「顧客の成功」事例が蓄積
導入事例：ACES様、LegalOn Technologies様、アSEND様他

02 AI×SaaSとの連動、パートナー×自社開発のハイブリッド戦略

SaaSのAI導入が進む中、AI-SaaS企業との連携が開始。自社開発のSNS分析AIツールも展開

03 世界のリーディングカンパニーと連携深化

Zendeskサービスの販売・導入支援の要件となる資格を日本パートナー企業として初取得
ツールを「機能」から「顧客が望む成果」へと導くBPaaSモデルでAI型サポートを提供

04 ターゲット市場の拡大、非SaaS/大企業領域へと新たな機会の創出

従来のSaaS市場に加え、非SaaS大企業（エンタープライズ）へTAMを拡大、需要の取り込みが本格化。投資効果最大化への意識や人手不足の背景からBPaaSのニーズ増を見据えた連携を開始

1. カスタマーサクセスが成長をけん引【カスタマーサクセスコンサルティング事例】

株式会社LegalOn Technologies様



支援背景（課題）

- 顧客層拡大に伴い、顧客層に適したCSの基準を整えたい
- 社内リソースを別の業務に集中させる必然性からBPOを戦略的に選択

支援内容

- 顧客層別オンボーディング
- 中規模企業向けCS業務等

成果・変化

製品切替期の難局の中、
更新率・売上ともに前年維持

アSEND株式会社様



支援背景（課題）

- 属人化により導入～運用開始までの確認点と工数が未整理
- アダプション立ち上げ時の着手判断が難しい

支援内容

- 常駐支援、オンボーディング後の課題整理・改善の伴走支援
- 活用強化に向けた「利用状況レポート」作成支援

成果・変化

データを起点とした価値提案の
土台から意思決定の質の向上、
クロスセルの実現

株式会社ACES様



支援背景

トライアル対応のリソース不足により、対応品質維持に向けたCS組織拡充が急務

支援内容

- トライアル期間の伴走およびフィードバック収集
- 戦略パートナーとして社内連携・導入プロセスを再構築

成果・変化

オンボーディング改革により
トライアルから契約への転換率が
1.5倍に

2. AI×SaaSとの連動、パートナー×自社開発のハイブリッド戦略

韓国の代表的なAIマーケティング

自動化企業であるVCAT AIと  adish × VCAT.AI

パートナーシップを締結

CS
STUDIO

創出する価値

「VCAT AI」の日本での販路拡大支援や
カスタマーサクセス提供で日本での成長をサポート

取り組み

- 2023年に米国法人を設立、2024年に日本法人を設立し、グローバル展開を進めている株式会社VCAT AIの日本での飛躍を支援
- アディッシュは、AIツール「VCAT.AI」の販路拡大支援や商材の代理販売、導入企業へカスタマーサクセスサービスを提供。VCAT AIは、自社の顧客に当社のサクセスサービスを販売

“炎上”も“バズ”も見逃さない。
SNS動向を分析するAIツール
「SignalHive」提供開始



MONI

創出する価値

SNS上の声を効率的に収集・整理、「リスク対策」
「マーケティング」活用とともにDXの推進にも貢献

取り組み

- SNS利用率の増加やマーケティング活動でSNSアカウントを運用する企業が増えている背景から、SNS上の声を収集・判断・整理するソーシャルリスニングAIツールの提供を開始
- 本ツールは、従来の有人監視に加え、低価格から始められるAI-SaaSツールであり、これをフックに他のサービスのクロスセルをも図る

3. 世界のリーディングカンパニーとの連携深化

株式会社Zendesk – AIを活用したサポートプラットフォームのリーディングカンパニー

- 世界で約28%の市場シェアでカスタマーサポートツール市場をリード（※1）
- AIエージェントの機能も充実



パートナーシップ / 実績

- Zendeskサービスの販売・導入支援の要件となる資格
「Zendesk AI Agent Technical Expert」を日本パートナー企業として初取得（※2）
- アディッシュはカスタマー対応のツールとして活用し、SaaS自体の代理販売、初期設定、運用支援を顧客に提供
- 導入後、AIの継続的な品質向上を目的にAIメンテナンス等も提供

（※1）出典：The Ultimate List of Companies that Use Zendesk （※2）2025年6月4日時点

4. ターゲット市場の拡大、非SaaS/大企業領域へと新たな機会の創出

大企業の新規事業創出支援を行う
キュレーションズ株式会社と業務連携

Curations ×  adish

CS
STUDIO

創出する価値

新規事業創出、運用フェーズから支援し、
顧客体験向上等のカスタマーサクセス実現に伴走

対象顧客

大企業（エンタープライズ）の新規事業開発部

連携背景

自社単独新規事業開発実施企業の約7割が、外部の知識・技術
を取り入れる、外部支援事業者の利用の実態が明らかに^(※)

連携・提供内容

- **新規事業の支援体制の強化**
 - ・キュレーションズ：新規事業の企画・立ち上げリード
 - ・アディッシュ：カスタマーエクスペリエンスの観点から事業企画を支援
- **新規事業の拡大支援**
 - ・新規事業急成長時のカスタマーサクセス/サポート業務急増を柔軟にサポート
 - ・多言語・海外展開に向けたカスタマーサクセス体制の構築・支援

(※) 出典：パーソル総合研究所「企業の新規事業開発における組織・人材要因に関する調査」



adish

07. Appendix



つながりを常によろこびに

Delight in Every Connection

情報社会をあなたの居場所に

As in Your Hometown

「つながり」によって生じる、新たな課題の解決に貢献することで、
私たちは、「つながり」が「よろこび」であり続けられる世の中に資する存在でありたいと考えています

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

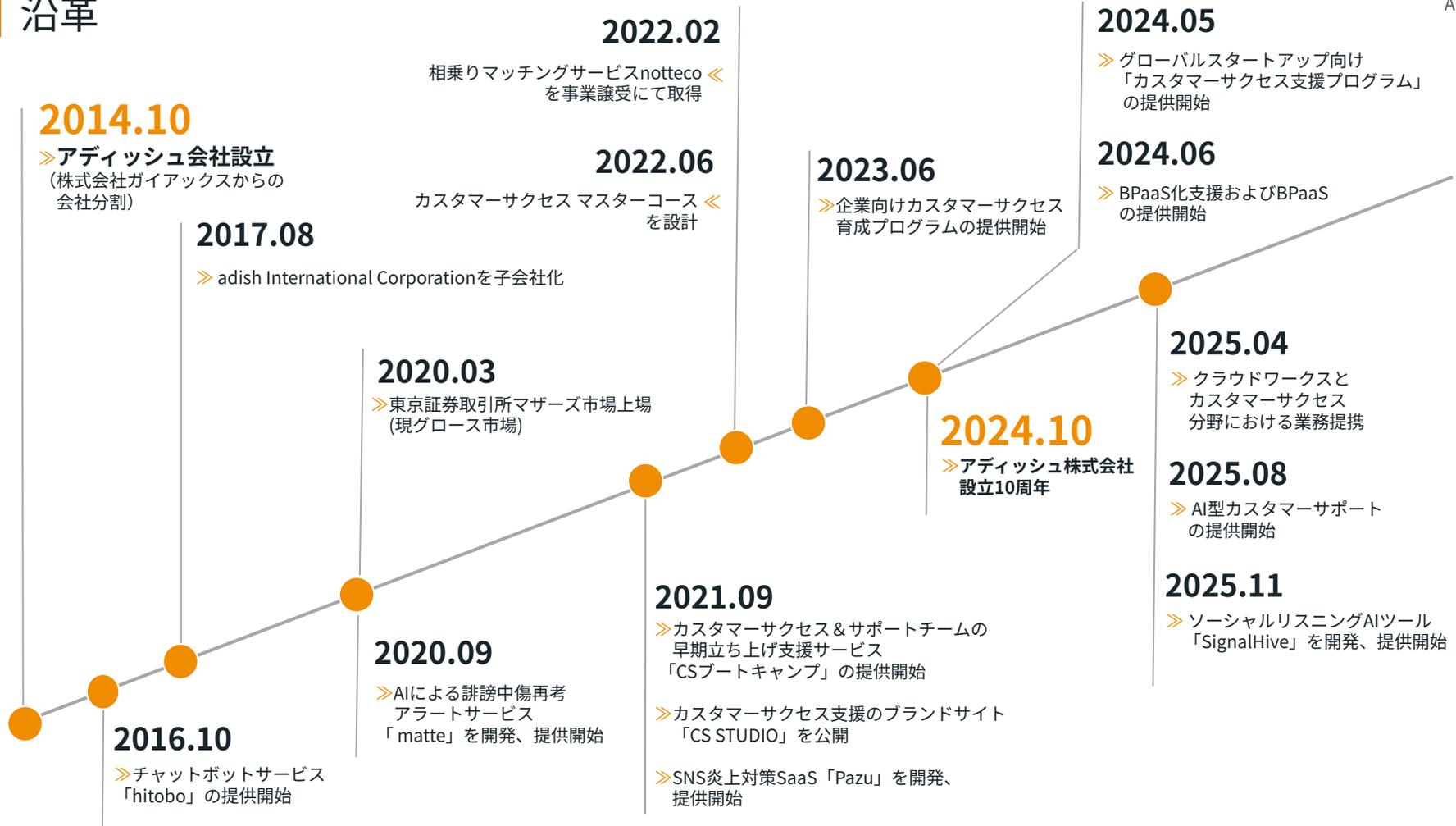
社員数

単体299名、連結439名（2025年12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	礪村 奈穂
執行役員	吉川 敏広		
執行役員	川添 正裕		

沿革



社会背景

- サブスクリプション、SaaSなどの**ストック型サービス**の増加
- 顧客がサービスを**継続利用**することで、**企業の成功**（成長）につながるという考え方
- 「**顧客が望む成果**」に伴走する顧客対応手法「**カスタマーサクセス**」の必然性が増加
- **AI-SaaS普及**に伴うサクセス需要の更なる拡大見込み

コンサルティングから実運用まで、カスタマーサクセス業務を体系的に支援

コンサルティング

カスタマーサクセス部門の
立ち上げ・改善・改革を支援

カスタマーサクセス運用

自社ノウハウに基づいた
教育を受けた人員による
実運用サービスの提供

カスタマーサポート運用

AIツールを活用した
サポートで顧客満足度向上と
業務効率化の実現を支援

BPaaS

BPO+SaaS = BPaaS
システムとBPO運用を
合わせた形でのサービス提供

社会背景

- インターネット上の誹謗中傷が深刻な**社会問題**
- 炎上による企業の信用力の低下・売上減少・株価下落リスクが顕在
- **SNS上のいじめ**は、当事者以外から見えづらく確認しにくい事案が増加
- 生成AI普及に伴う**学校現場での利活用**と情報モラルを含む**情報活用能力の育成強化**

投稿監視 / ソーシャルリスク対策、ネットいじめ対策 / SNSリテラシー講演等 ネット上の安心・安全、教育向けサービス

SNSアカウント監視

企業SNSアカウントにひもづく
コメントやリポストを監視
早期発見で誹謗中傷
および炎上対策を行う

ソーシャルリスク モニタリング

主にX上の投稿を収集し、
炎上や風評被害のリスク対策や
マーケティング施策に活用

ネットいじめ対策

ネット上のパトロール、いじめ
や悩みを匿名連絡できる
「スクールサイン」や
「LINE相談」等提供により
健全な学校生活を支援

ネットリテラシー講演

ソーシャルメディアの可能性と
危険性等、ネットリテラシー
啓発講演の提供

社会背景

- 人口減少、少子高齢化、若年層の郊外流出等による交通空白地域の拡大
- 国内観光の新たな需要を掘り起こし、地域経済の活性化につなげる高まり
- 二酸化炭素排出量削減など環境課題への対応
- 移動・交通をめぐる課題をテクノロジーで解決するモビリティが注目

モビリティ支援、ライドシェア運用、カスタマーサクセス/カスタマーポート

モビリティの設計・運用・代行

モビリティの実証実験やMaaSアプリのサポートで蓄積したノウハウで設計から運用まで支援・代行

nottecoの運用

カープール型ライドシェア「notteco」を運用
国・地方自治体、民間企業の
実証実験に多数参画

モビリティ、ライドシェア 付随サービス

カスタマーサクセス/
カスタマーサポート、不正決済対策、
本人確認（eKYC）、
SNS運用など関連業務を提供

(※) MaaS (Mobility as a Service)。地域住民や旅行者それぞれの移動ニーズに応じて、自家用車以外の複数の全ての交通手段による移動をひとつのサービスとして捉え、スマートフォンアプリで検索・予約・決済等を一括で行うサービス

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・プロバイダー

デジタル領域における人手不足の解消と社会のDX化を推進し、インターネット社会の安心・安全および教育に取り組む

INPUT

経営基盤

BUSINESS

成長課題および成長に伴い発生する適応課題を解決

OUTCOME & IMPACT

提供する経済的価値・社会的価値

人的資本

多様性を相互に受け入れ、課題を発見し理想を描き、実際に行動する人材

ノウハウ・エンジニアリング

カスタマーサクセスの知見、スタートアップ支援実績、自社開発のツール

社会関係資本

顧客企業や各市場をけん引する企業・団体・自治体・省庁との信頼関係

財務資本

健全で強固な財務基盤

スケールアップ支援
・
インターネット
社会の健全化

CS
STUDIO

CS
BOOT CAMP

M
ONI

Pazu

School
Guardian

強み

社会全体の
DX化 / 効率化

人手不足問題の解消

企業価値向上による
経済活性化

安心・安全な
情報社会

MISSION
VISION

カスタマーサクセスの
知見・ケース蓄積

先進的なスタートアップ・
メガベンチャーへの支援実績

自社独自の育成プログラム・
エンジニアリング

人的資本

財務資本

ガバナンス

MISSION・VISION

情報社会で発生する課題を解決し、「つながり」が「よろこび」であり続ける社会を実現

サステナビリティの取り組み全体像

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）による持続的な社会の発展	  	イノベーションを創出する スタートアップやメガベンチャーの成長支援を通して経済の発展に貢献	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教育およびCSメディア「CS STUDIO」の運用等
イノベーションによるインターネット社会の安心・安全、教育	  	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発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、自主学习支援制度等
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

カスタマーサクセスによる持続的な社会の発展

- 「顧客との関係性を継続し、顧客が望む成果」を実現することが企業の成長につながる
カスタマーサクセスの概念がスタートアップから大企業へ浸透
- ノウハウ不足や人手不足等で取り組めない企業をアディッシュが支援し、事業成長に貢献する



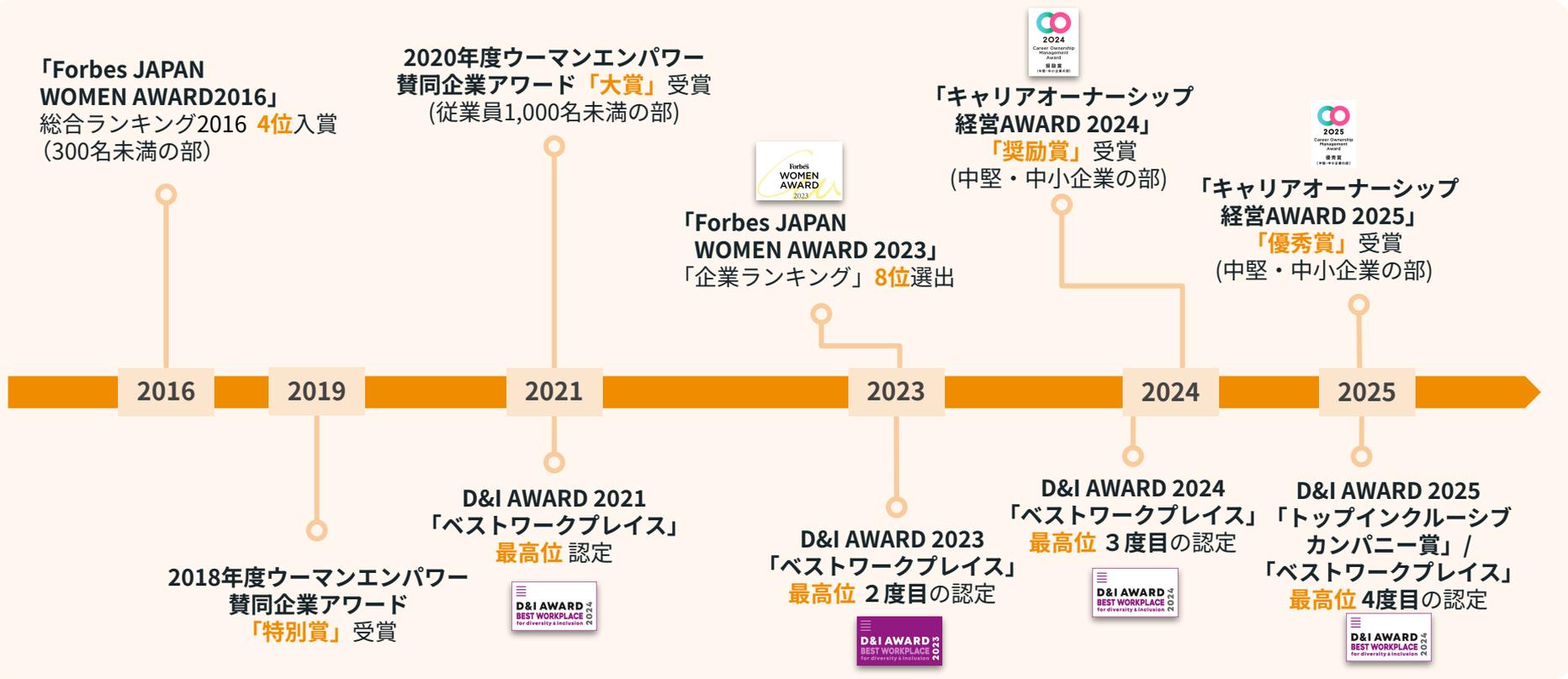
イノベーションによるインターネット社会の安心・安全、教育

- 企業はリスク対策やコミュニティサイトの健全化対策による組織の成長とユーザー保護を同時に対応しユーザーはインターネット空間におけるリテラシーが必要とされる時代
- ネットいじめの早期発見・解決やネットリテラシー教育の提供により未来社会を創造する児童生徒が、インターネット社会で活躍できる力の醸成に貢献する



ダイバーシティの推進

「ライフステージにあわせた制度設計」「キャリア開発支援」など
誰もが活躍できる環境づくりに取り組み、さまざまな賞を受賞



人的資本の取り組みで高評価。アワード受賞2025



D&I AWARD 2025 トップインクルーシブカンパニー賞 受賞



「キャリアオーナーシップ経営 AWARD 2025」優秀賞を受賞 (中堅・中小企業の部)



創出する価値

個々人と組織の成長がともにある環境整備により
一人ひとりが力を発揮し、「顧客の成功に」貢献する

取り組み

- 個々の社員の「インクルージョン、エクイティ、帰属意識」の尊重・実践する意識などで採点。全応募企業の中で上位35%の企業が受賞となる「トップインクルーシブカンパニー賞」受賞
- D&Iの企業文化の醸成、社員一人ひとりがD&I推進を担う個として積極的に活動しているという基準で、4度目の「ベストワークプレイス」も同時に認定

創出する価値

ミッション・ビジョンと個々人が業務のつながりを
認識し、更なる「顧客の成功」に貢献する

取り組み

- 人的資本を最大化する優れた実践方法を社会に紹介することを目的にしたアワード
- 全社的活動である企業理念活動の継続的な改善による社員の意識変化や行動変容につながった点などが評価

将来の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。

アディッシュ株式会社 <https://www.adish.co.jp/>

お問い合わせフォーム <https://www.adish.co.jp/contact/>

IR通信 (note) <https://note.adish.co.jp/m/m316d6644776d>

