

事業計画及び成長可能性に 関する説明資料

株式会社ベーシック

2026年3月25日

1. 会社概要
2. 事業概要
3. 市場環境
4. 競争上の差別化要因
5. 成長戦略
6. その他

1 会社概要

代表取締役 秋山勝

商社にて企画営業職としてキャリアをスタート。
グッドウィルコミュニケーションで物流倉庫の立ち上げやEC事業のサービス企画に従事。
その後、トランスコスモスにてWebマーケティング関連の新規事業立ち上げや
事業企画を担当。2004年に株式会社ベーシックを創業し、代表取締役に就任。

Message

私の社会人としての熱量の源泉は、何者でもない自分に期待をかけてくれた上司や仲間、お客様からいただいた機会による成長に対する恩返しと、社会人1年目の際に学んだ「営業職の価値とは、顧客の問題の真因を見つけ、解決に寄与すること」にあります。これらは、ベーシックの基本理念である「事業＝問題解決」に通じています。

ベーシックでは、これまで数々の事業を立ち上げ、時に形を変えながら挑戦を続けてきました。それは、変化する時代や顧客課題に柔軟に対応してきた「強さ」の証でもあります。そして今、そうした挑戦の蓄積が一つの方向へと収斂し、「自らの手で問題解決の仕組みを生み出す」という原点に立ち返っています。

日本国内における労働生産人口が減少し、様々な解決策が求められる中において、我々は”事業の成長を人の数で解決しない”をパーパスに、人手に依存せず、仕組みとテクノロジーで問題を解決する集団として、これまでのプロダクトを更に進化させて顧客の業務課題の解決に貢献していきます。



ワークフローカンパニー 事業の成長を人の数で解決しない

ベーシックは、ワークフローを再設計し、日本の働き方改革に貢献します。

ワークフローとは

『情報が入力され、関係者に通知され、判断・処理・記録される一連の業務プロセス』



フロントオフィスやバックオフィスの一連の業務プロセス = **ワークフロー**

basic

DXからAXへ 事業の成長を人の数で解決しない

MISSION

人手に依存せず、仕組みとテクノロジーで問題を解決する

VISION

創造的で、人らしい仕事に情熱が注げる未来を作る

会社名	株式会社ベーシック
代表取締役	秋山勝
設立	2004年3月
所在地	東京都千代田区一番町17-6
従業員数	110名（33名）（2025年12月末現在）※
URL	https://basicinc.jp/

フロントオフィスDX

ferretOne
フェレット・ワン

マーケティング
BtoBマーケティングツール

formrun
フォームラン

セールス・CS・他
フォーム作成管理ツール

業務フローAX

workrun
ワークラン
New:1月19日リリース

ワークフローを
“AIが動かす”新しい業務のかたちへ
ワークフロー自動化ツール

※ 従業員数は就業人員であり、臨時雇用者数(パートタイマー、アルバイトを含む。)は、最近1年間の平均人員を()外数で記載しております。

我々のミッションを達成するための経験豊富な経営陣



執行役員
谷本 秀吉

広告・マーケティング領域で豊富な経営経験を有する。GMOグループ、SMN、トライステージにて要職を歴任。2025年より現職。



執行役員 コーポレート部門長
清水 英次

公認会計士。あずさ監査法人で上場企業等の監査に従事後、2020年に当社に入社。2023年より現職。



執行役員 ferret事業部長
秋 在淳

Webマーケティング会社で営業・コンサル業務に従事後、スタートアップで営業組織立ち上げを経験。2016年に当社に入社。2025年より現職。



執行役員 run事業部長
関根 裕則

野村証券にてエクイティセールス、海外駐在、投資銀行部門等に従事。2021年に当社に入社。2025年より現職。

社外取締役
早見 泰弘

Webマーケティング会社を創業し業界上位へ成長。トランスコスモス常務執行役員等を歴任。2014年ワイズ設立、CEO就任。2018年より現職。

社外取締役(監査等委員)
畠山 清治

外資系企業で人事・管理業務に長年従事。ZOZO社外監査役を含む複数企業で取締役・監査役を歴任。2020年より現職。

社外取締役(監査等委員)
大西 秀亜

富士銀行を経て、リンク・セオリーHDのCFOとして上場を実現。ファーストリテイリングCFOなどを歴任。2018年より現職。

社外取締役(監査等委員)
菅沼 匠

弁護士・公認会計士。監査法人トーマツや事業会社を経て、法律事務所を設立。企業法務を中心に幅広く企業支援。2018年より現職。

basic

直近業績
25年12月期

売上高

22.7億円

(売上成長率+25%)

営業利益

2.7億円

(営業利益率12%)

Rule of 40^{※1}

37%

ferretOne

25年12月期

売上高

13.9億円

(売上構成比率 61%)

営業利益

1.3億円

有料顧客数

500社超

formrun

25年12月期

売上高

8.8億円

(売上構成比率 39%)

営業利益

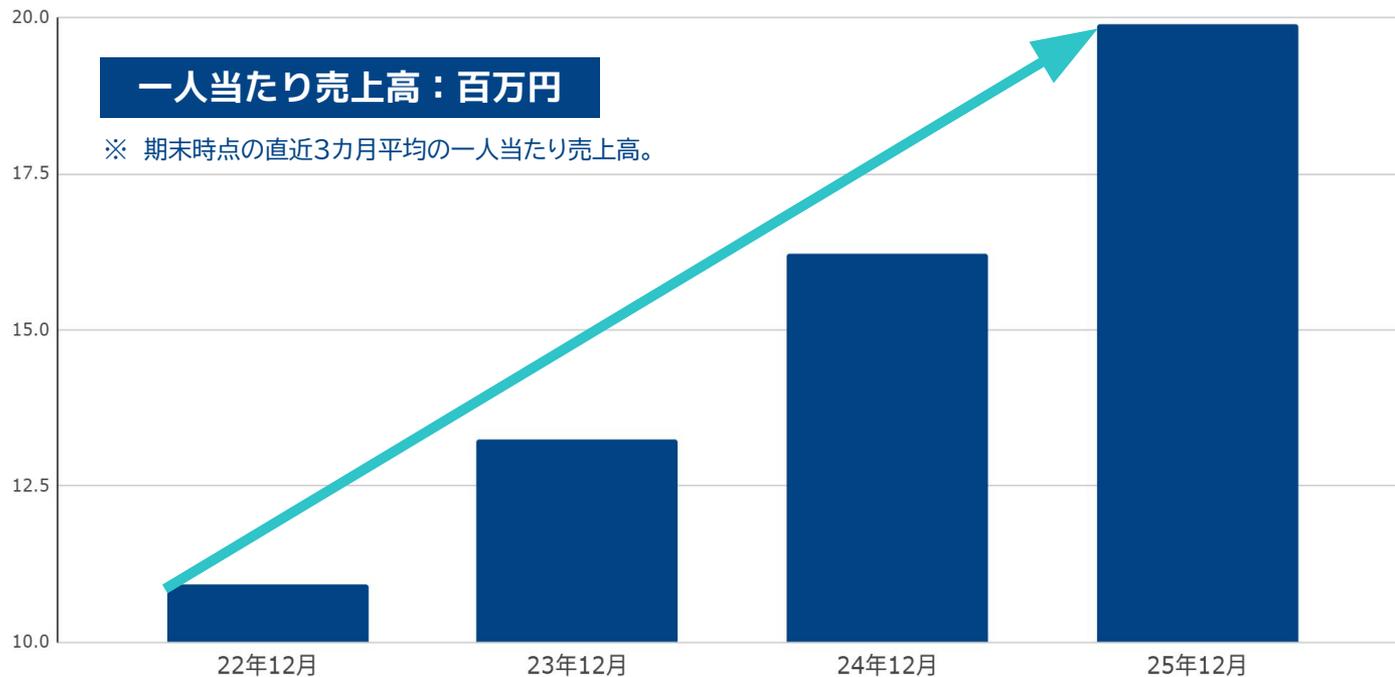
1.4億円

有料顧客数

5,000社超
(累計50万ユーザー)

※1 成長と収益性のバランスを示す指標であるRule of 40(売上成長率と営業利益率の合計で40%を目指すという指標)。売上成長率は前年同四半期比で算出。

生産性指標である**一人当たり売上高は3年間で約2倍**に拡大し、高い改善幅を維持
事業の成長を人の数で解決しないを体現しながら組織運営を実施



① 創業の比較メディア運営で培ったマーケティングノウハウを基盤に、事業の多角化で成長

比較メディア 引越しネット フランチャイズ比較.net 留学くらべる 結婚相談所 比較ネット 家庭教師 比較くらべる 他20以上

売却

Webマーケティング効率化ツール
(キーワード分析、SEO、行動解析)
Ferret SEO Ferret+
Ferret BC Readscope Pro

BtoBマーケティングツール

ferret One
フェレットワン

② その後、12件の事業売却を実施し、2021年以降はSaaS事業に集中し再成長

アドネットワーク GAME FEAT 売却

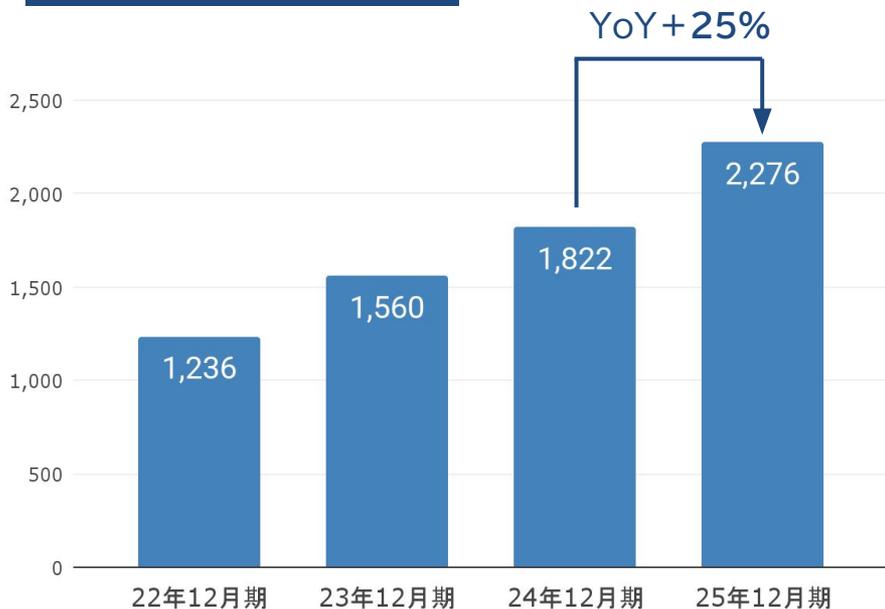
EC phocase* canvath 売却

買収 フォーム作成管理ツール formrun

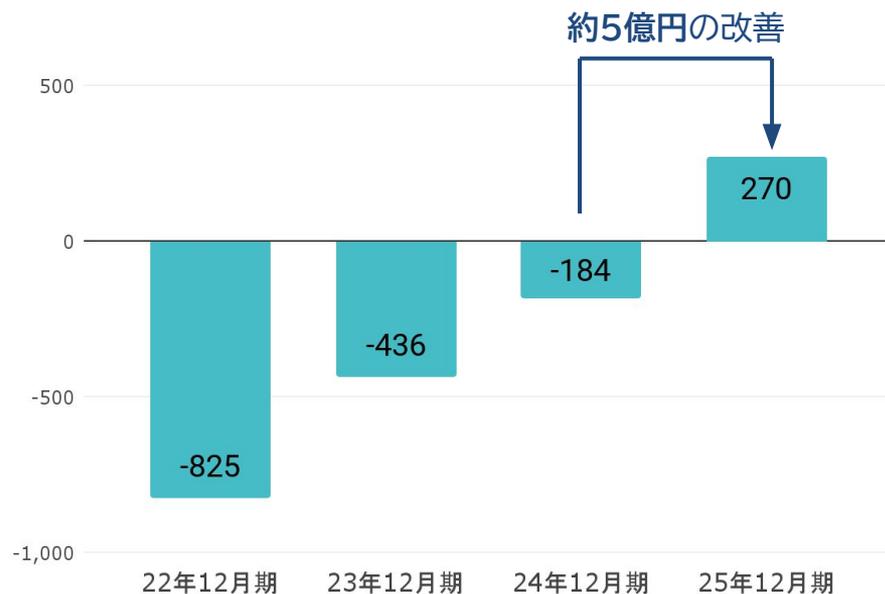
2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

売上は順調に成長、生産性向上で営業利益も每期3億円程度改善を継続

売上高（年度）：百万円



営業利益（年度）：百万円



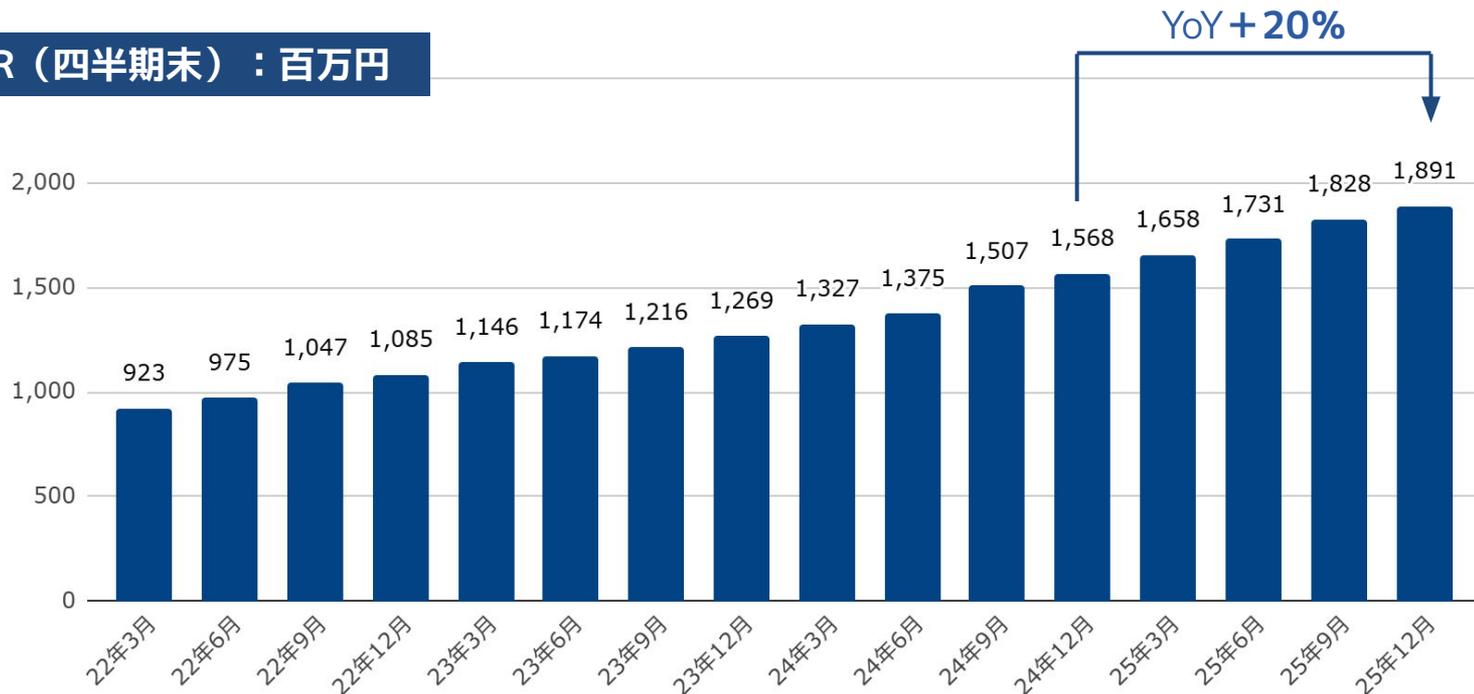
売上高（四半期）：百万円



※ ソリューション収益とは、初期導入に係る収益や一時的なスポットのサービス提供から生まれる収益を指す。
サブスクリプション収益とは、クラウドで一定の期間にわたり、継続的に提供するサービスから生まれる収益を指す。

売上顧客は中堅～大企業まで、業種を問わず利用可能なサービスであり、
売上の8割を構成するストック収益（Recurring Revenue）は安定して積みあがり、**将来成長の基盤に**

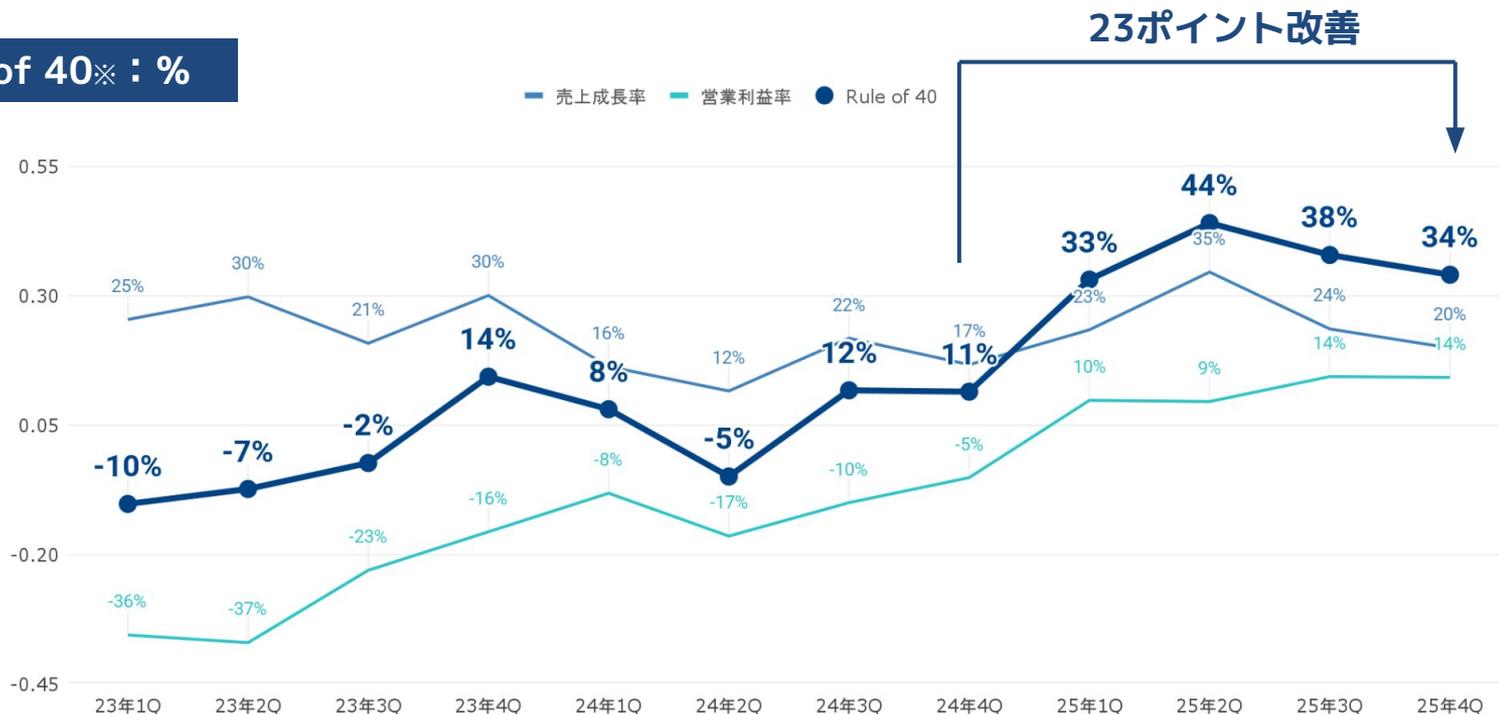
ARR（四半期末）：百万円



※ ARR: Annual Recurring Revenueの略称。各期末月のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出。MRRには一時収益は含まない。

成長と利益率のバランス改善が進み、25年度に四半期でRule of 40の基準を突破

Rule of 40※ : %



※ 成長と収益性のバランスを示す指標であるRule of 40(売上成長率と営業利益率の合計で40%を目指すという指標)。売上成長率は前年同四半期比で算出。

2 事業概要

事業の成長を人の数で解決しない ワークフローカンパニー

-フロントオフィスからバックオフィスまでを自動化-

フロントオフィスDX

ferretOne
フェレット・ワン

マーケティング
BtoBマーケティングツール

formrun
フォームラン

セールス・CS・他
フォーム作成管理ツール

業務フローAX

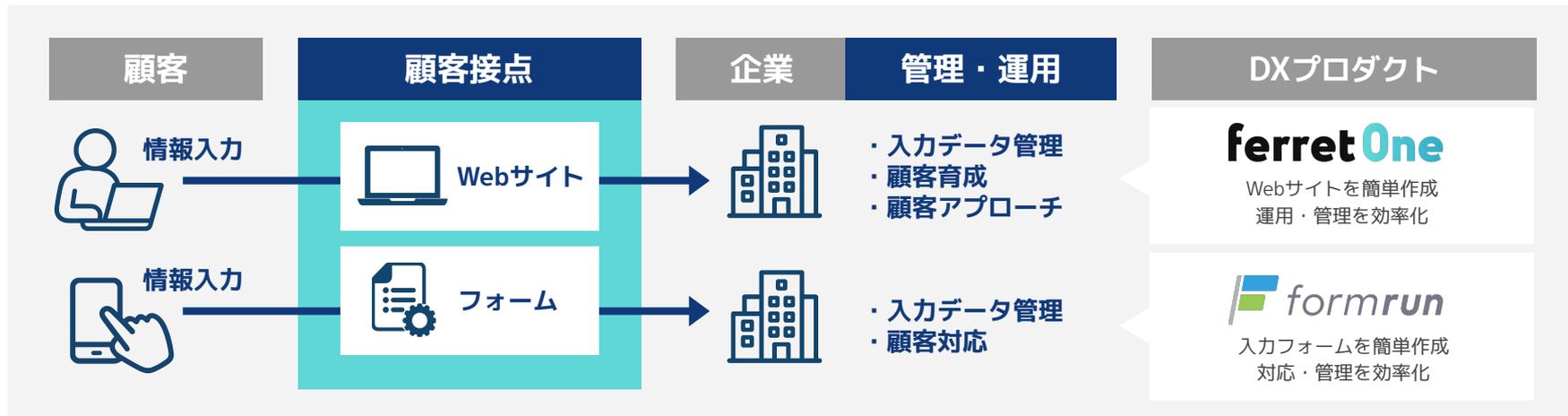
workrun
ワークラン
New:1月19日リリース

ワークフローを
“AIが動かす”新しい業務のかたちへ
ワークフロー自動化ツール

フロントオフィスDXとは

Webサイトや申込フォームなど、企業と顧客が最初に接する「顧客接点」

「フロントオフィスDX」とは、これらの「顧客接点」を①簡単に作成し②データを一元化し③運用業務を効率化する取組み



当社は、これらの「フロントオフィスDX」を実現できるプロダクトを提供

「フロントオフィスデジタル化」を起点としたDX基盤

ferret Oneは「マーケティング業務」を、formrunは「問い合わせ・申込の管理業務」をそれぞれ効率化し、顧客接点全体における体験と運用の生産性を高める役割を担う

ferret One
フェレット・ワン

BtoB事業のマーケティング業務

顧客接点

Webサイト LP (ランディングページ) ・ Web記事 ・ セミナー申込みページなども含む

対象

BtoB事業のマーケター/インサイドセールス

機能

- ・ サイト作成 ・ 更新
- ・ マーケティング施策の実行
- ・ 顧客育成 ・ 商談管理



- 1 Webサイトを誰でも簡単に作成・更新できる
- 2 1つの管理画面でマーケティング業務が完結できる

formrun
フォームラン

問い合わせ・申込の管理業務

顧客接点

フォーム 問い合わせ ・ 申込み ・ 購入 ・ 入会 ・ 予約 ・ 採用 アンケート ・ キャンペーン ・ 社内手続きなど

対象

CS ・ 営業 ・ 採用担当 ・ 社内管理部

機能

- ・ フォーム作成
- ・ 問い合わせ対応 ・ 管理
- ・ 営業対応 ・ 管理



- 1 フォームを誰でも簡単に作成・更新できる
- 2 1つの管理画面で問い合わせ対応が完結できる

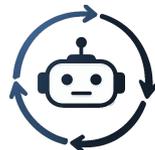
コンセプトは「誰でも扱えるプロダクト」

ユーザーの本音「使えない、面倒くさい、楽したい」に応える



親しみやすい ツール環境

日本人のための、
シンプルで直感的な設計



シームレスな 運用環境

AIとデータ連携で、複数
ツール間の移動を削減



使える機能に 限定

過剰な機能設計を避け、
本当に必要な機能を提供



専門人材不要のUI

誰もがやりたいことを
実現できる直感的な操作性



コア業務へ 専念するためのAI

AI機能が雑務を支援し、
本来の仕事に集中できる

1



エキサイト株式会社

「専門知識がなくてもサイトを触れるようになり、
更新のたびに社内外へ依頼する手間がなくなりました」

→ Web更新が“業務”から“日常作業”に変化

2



株式会社ネクスウェイ

「7事業部それぞれが同じ基盤で使えるので、
Web管理のルール説明や調整が不要になりました」

→ 全社展開でも運用が破綻しない

3

株式会社ベネッセi-キャリア

株式会社ベネッセi-キャリア

「マーケティング施策のたびに発生していた“制作待ち”がなくなり、
スピード感が一変しました」

→ 施策の立ち上げが圧倒的に早く

4



株式会社マイナビ

「細かい修正やページ追加を自分たちで完結できるので、
調整コストが激減しました」

→ 大規模組織でも“待ち”が発生しない

5



エン・ジャパン株式会社

「属人化していたWeb運用が解消され、
誰が触っても同じ品質を保てるようになりました」

→ 担当者依存からの脱却

ferret One | Webサイトを起点としたBtoBマーケティングDXツール



(クリックすると動画が再生されます)

① マーケティングに必要な機能が一つに

CMSから分析、運用まで運用スピードを劇的に向上

- ・ Webサイトの各ページ
- ・ LP (ランディングページ)
- ・ セミナーページ
- ・ Web記事 (ブログ) など

② 誰でも使いこなせるMA機能

AI×シンプル操作で驚く簡単。運用の属人化を防止

- ・ 見込み顧客への育成機能
- ・ 顧客情報管理
- ・ 担当部署への申し送り (通知)
- ・ 外部ツールへのワークフロー連携

③ データの一元管理

ツールを跨がずにシームレスな運用。データの把握も効率化

- ・ サイトデータ
- ・ 顧客データ
- ・ メールデータ
- ・ コンテンツ管理



一元管理による運用効率化と無駄なツール費の削減

	認知	検討	獲得	追客	商談	受注
施策	<ul style="list-style-type: none"> SEO コンテンツマーケ テーマ別LP 広告配信 名刺リストへメール 	<ul style="list-style-type: none"> ABテスト LPO 流入・行動分析 	<ul style="list-style-type: none"> 広告効果測定 流入経路分析 キャンペーン管理 ABテスト EFO LPO 	<ul style="list-style-type: none"> 自社セミナー EFO LPO MA連携管理 	<ul style="list-style-type: none"> 流入経路分析 	<ul style="list-style-type: none"> CRM連携簡易
ツール	<ul style="list-style-type: none"> WordPress LP制作 (外注) メール配信ツール 広告効果測定ツール Google Analytics 名刺管理ツール 	<ul style="list-style-type: none"> WordPress Google Analytics LPOツール 	<ul style="list-style-type: none"> WordPress 広告効果測定ツール Google Analytics フォーム作成ツール 独自開発 	<ul style="list-style-type: none"> WordPress Google Analytics フォーム作成ツール メール配信ツール 独自開発 	<ul style="list-style-type: none"> Google Analytics チャット連携 	<ul style="list-style-type: none"> CRMツール連携

平均7~10使っていたツールを **ferret One** 1つで、完結できる

CMS機能

MA機能

ferret One フェレット・ワン フォーム活用+運用機能で簡単にDX化

MAコスト削減と効率化を同時に実現



既存MAツールからの乗り換えで 運用負荷・機能過多の課題を解決

- ・高コストな既存のMAを見直し、ROIを最大化するべく導入
- ・フォーム、メルマガ、行動履歴までferret Oneで一元管理し、インサイドセールスとの連携がスムーズに。
- ・属人化の解消&工数削減により、施策実行スピードが加速。

属人化を排したCMS運用を実現



マニュアルなしでも使えるCMSの運用性 7事業部すべてで活用

- ・専門人材に依存せず使える操作性により、単一部署に留まらず7事業部へ展開。
- ・成果・ノウハウを横断共有できる仕組みが、組織全体での成果創出を支えている。

formrun | フォームを起点とした問い合わせ・申込み管理DXツール



(クリックすると動画が再生されます)

① フォーム作成機能

誰でも簡単にノーコードでフォームを作成できる

- ・新規お問い合わせフォーム（営業）
- ・アンケートフォーム
- ・顧客対応フォーム（CS）
- ・イベントフォームなど

② 顧客管理機能

チーム対応の見える化・標準化・自動化を実現

- ・見込み顧客への育成機能
- ・担当部署への申し送り（通知）
- ・顧客情報管理
- ・外部ツールへのワークフロー連携

③ アプリ拡張機能

フォームを起点としたあらゆる業務を効率化

日程調整・決済・チャット通知・SFA/CRM連携など



フォーム活用+運用機能で簡単にDX化

ペーパーレス化で手作業を削減



不動産業界の紙とFAX中心の 煩雑な手作業をペーパーレス化！

- ・ 以前は、お客様紹介やアンケートなどを紙とFAXで運用
- ・ 情報の収集・処理が手作業で煩雑さや誤送信などのリスクも
- ・ formrun導入によるペーパーレス化で業務の効率化、ミスの防止、タイムリーな対応が実現

カンバン式の管理画面で運用を効率化



チームでのシームレスな運用により CSの顧客対応スピードを向上

- ・ カンバン式の管理画面で担当者と対応ステータスを管理できるため、チームでの業務分担がスムーズに
- ・ slack連携でお問い合わせ内容を即時共有、スピード対応
- ・ スプレッドシート連携で集計などの運用・管理も効率化

formrun フォーム+ツール連携で業務を効率化

スプレッドシート、Slackと連携



契約者数のアカウント発行までの時間を短縮！ スプシ・Slack連携で業務効率化

- ・ 企業様がタイミーの契約から実際にサービスの利用を開始するまでの業務フローを自動化
1アカウントを発行するための時間が30分から5分に短縮
- ・ Googleアナリティクスとの連携で、
離脱率の高いフォームの傾向を把握し、改善

bookrunとの連携

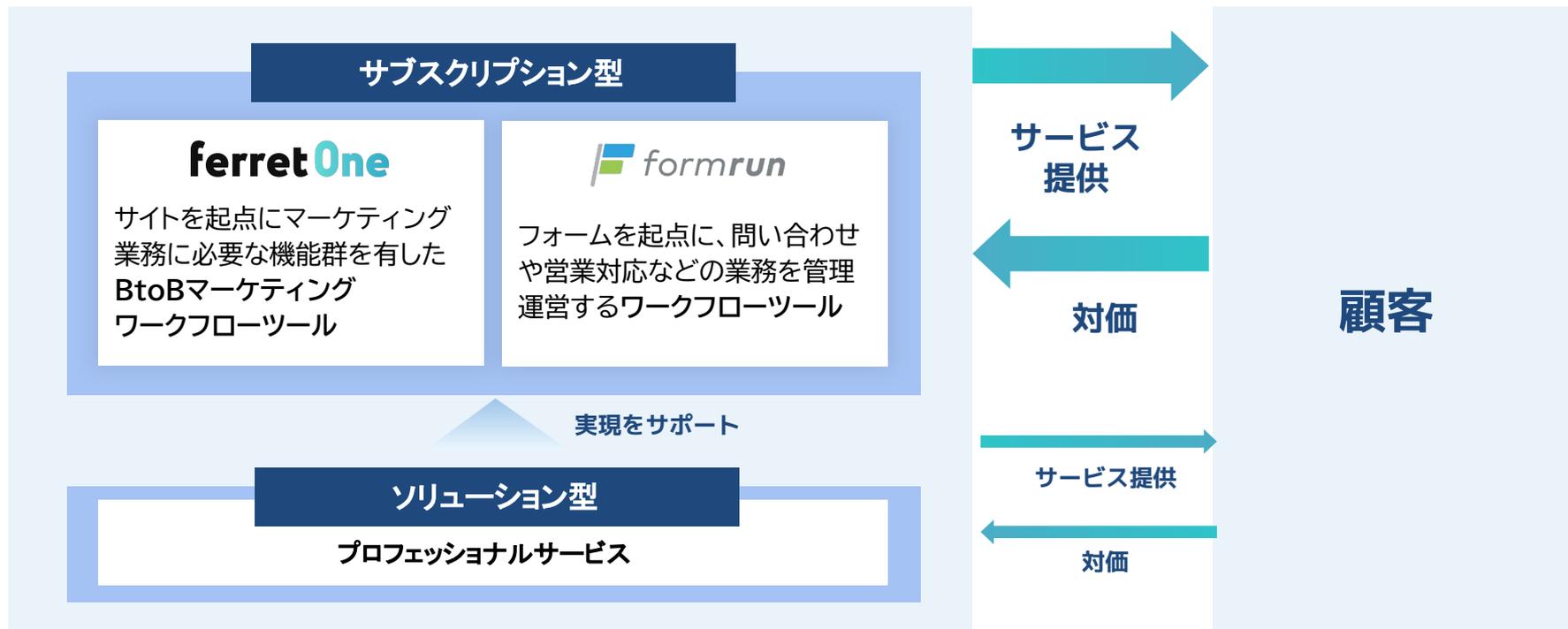


入力しやすいフォーム×日程調整ツールで 予約率約10%アップを実現

- ・ formrunで「入力しやすいフォーム」を作成、bookrun連携で「高速かつスムーズに日程調整できる導線」を構築
ユーザーがストレスなくゴールまでたどり着ける環境を整備
- ・ 独自ドメインの機能で自社ドメイン上にフォームを設置し、GTMを組み込むことで拡張コンバージョンの計測が可能に

※ bookrunは、URL共有により日程調整を簡便に行える日程調整ツールであり、formrunとの連携により、問い合わせから日程調整までを一気通貫で実現

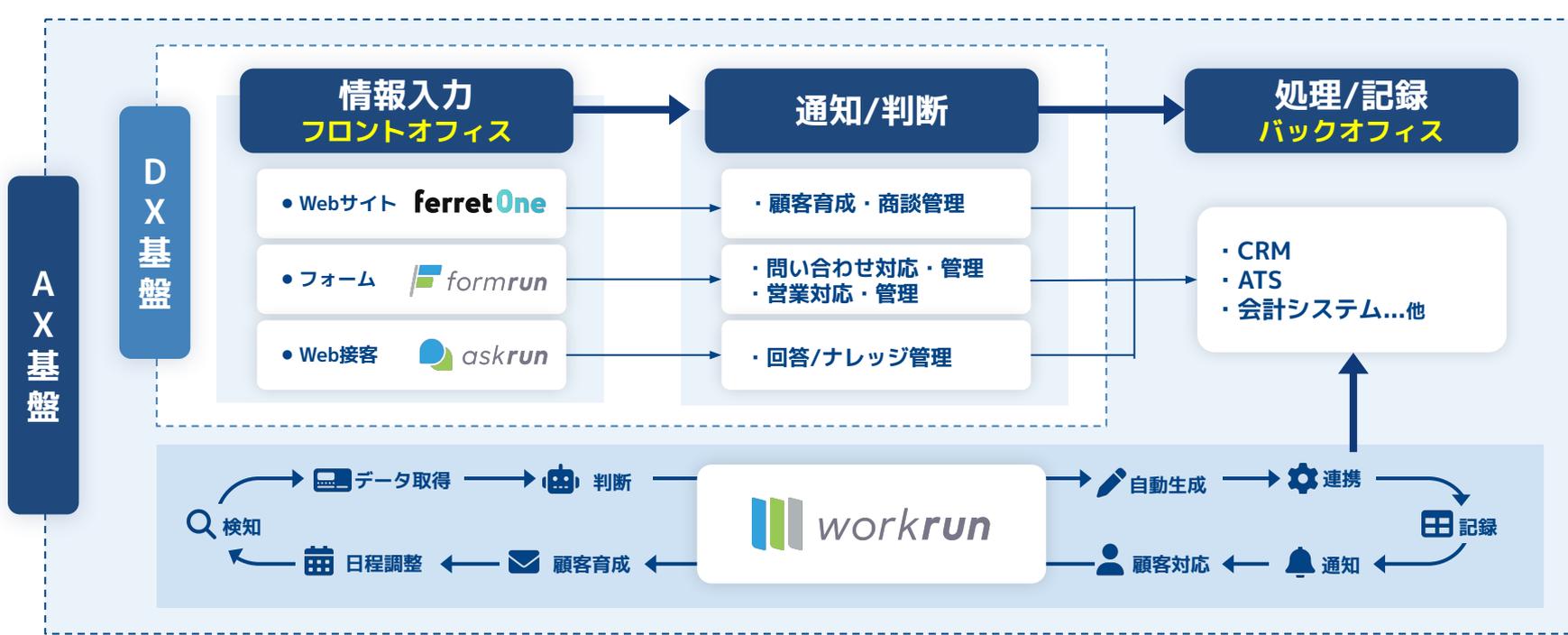
人手に依存した業務からの脱却を目指すBtoB企業を主な顧客とし、直販を中心とした販売チャネルを有する点が当社の特徴



ワークフロー×AI
DXからAXへ
(AI Transformation)

「フロントオフィスDX基盤」を起点としたAX基盤へ

ferret One と formrun がつくった「DX基盤」を、workrun が「AIで動かすAX基盤」へと進化



DX (Digital Transformation) によってデータ化と効率化が進み、
次は、AX (AI Transformation) によって人の作業が代替される世界へ

	既存プロダクト DX (Digital Transformation)	新規プロダクト AX (AI Transformation)
主体	人が操作	AIが自立判断・実行
目的	業務のデジタル化・効率化	業務の自動化・最適化
技術	ノーコード / クラウド	AI / 自然言語処理 / ワークフロー連携
成果	データが「使える」状態	業務が「動く」状態
プロダクト	ferret One / formrun	workrun

ferret One と formrun がつくった「DX基盤」を、
workrunが「AIで動かすAX基盤」へと進化させる

人の数に頼らず、仕組みとAIで成長する世界へ



業務が自動で動くAX基盤 2026年1月19日リリース



すべての業務がAIで動く未来へ
workrunが、AX時代の企業成長を支える
エンジンとなる

① AIによる自立判断・自動実行

自然言語で指示するだけ

「〇〇が届いたら」「xxの条件を満たしたら」など
自然言語で設定すれば、AIが判断し、作業を実行

② あらゆるツールと簡単連携

350以上の外部ツールとノーコード連携

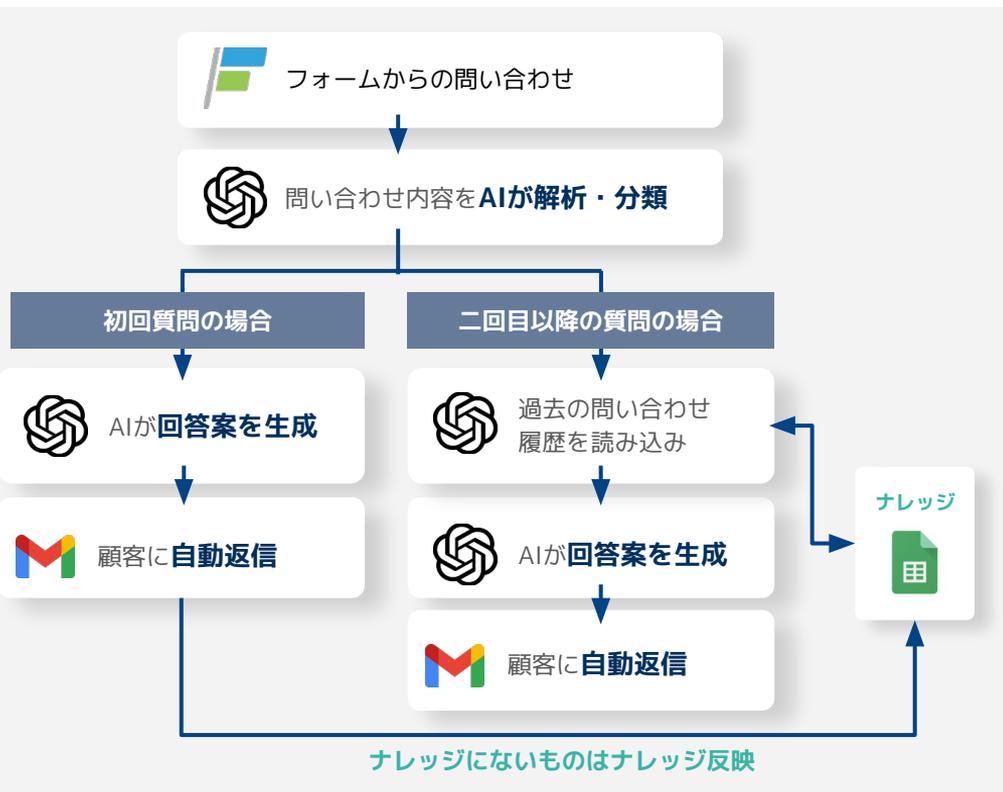
SFA・CRMから、Gmail、Slack、Teamsなどのコミュニケーション
ツールまで、専門知識不要で簡単に連携

③ ワークフローの可視化と最適化

部署を跨ぐ業務や、手入力作業も一元管理

ツールごとに分散していたデータを統合し、
営業やマーケティング業務を横断的に可視化・自動化できる

AIが「窓口」を代行し、外注ゼロで回る問い合わせ運用へ



事業・部門

ソフトウェアの企画・開発／カスタマーサポート

導入前の課題

- ・ FAQがあるのに、簡易な質問まで人手で対応
- ・ 繁忙期は外注スタッフ増員で、コスト・教育工数が嵩む
- ・ 対応品質や抜け漏れリスクも課題となっていた

導入後の効果

- ・ 問い合わせ対応工数を60%削減
- ・ 対応の品質も安定！
- ・ 過去に対応例のないナレッジも蓄積
- ・ スタンプを押すだけでやり取りをシートへ記録できるので、ナレッジ制作工数も不要

営業対応のスピードと精度を両立し、獲得率を最大化



メルマガ開封・クリックを自動検知



AIが条件に合った
ホットリードを自動抽出



AIによる企業情報調査

公開情報・過去接点をもとに、
企業概要・事業内容・想定課題を整理



課題提案・トークスクリプト生成

提案の方向性・ヒアリング項目・トーク
例を自動生成し、商談前の準備を支援

事業・部門

外資・グローバル企業転職サイト / 営業部門

導入前の課題

- ・「行動数」をKPIとしていたため、企業調査が不十分なままアプローチするケースが多かった
- ・結果、提案内容の精度や商談化率にばらつきが生じていた
- ・経験の差により、提案品質・スピードに大きなギャップ

導入後の効果

- ・ホットリードへの素早いアプローチを実現
- ・企業調査・資料作成など商談準備を30分→5分に短縮
- ・経験差による提案品質のばらつきを解消し、
提案の水準を標準化

3 市場環境

ワークフローとは

『情報が入力され、関係者に通知され、判断・処理・記録される一連の業務プロセス』



全ての事業に存在する、多くの働く人に関係する

「人口減少・採用難・生産性の低さ」という三重苦に直面する日本

人口減少

生産年齢人口は急速に減少。
2030年代に7,000万人、
2060年には5,000万人を
割り込むことが予測される。※1

採用難

採用難が常態化し、
採用コスト上昇と人材確保の
難易度が一段と高まる。

生産性の低さ

日本の労働生産性は
OECD加盟国の中でも下位※2
非効率な業務フローが残存。



**3つの課題が重なる「今」、日本の生産性向上を阻む障壁を取り除くことが急務
非効率なワークフロー改革に大きな機会がある**

※1 国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口（令和5年）』

※2 公益財団法人日本生産性本部生産性総合研究センター「労働生産性の国際比較2024」より、OECD加盟国38国中29位

日本企業の生産性向上を阻む大きな障壁

部門間の分断 (組織サイロ)

部門の壁が残り、情報共有・プロセス連携が不足して全体最適化できていない

属人化の問題 (ナレッジサイロ)

業務ノウハウが個人に依存し、標準化・マニュアル化が進まず、効率化と人材育成を妨げている

アナログ手段の残存 (プロセス非自動)

紙・メール・電話などのアナログ手段が残り、DX恩恵を十分に享受できていない

× 点の解決

SaaS導入による
効率化のパラドックス

部分最適の効率化のため、ツールの乱立やデータ・ノウハウの分散、手動での連携作業が発生し、逆に全体効率が下がってしまう

○ 線の解決

ワークフローの再設計

業務を流れで設計し、部門・ツール横断自動化で断絶をなくし、**全体最適**と**継続改善**を実現

AI×ワークフローの世界市場は**年30%超の成長**が見込まれ、 日本国内においても**大きな成長余地**

急成長する市場

AIワークフロー オーケストレーション市場

- ・ 2025年約**43億\$**の市場規模※1
- ・ CAGR (2024-2030) + **32%**
- ・ **140億\$**の拡大余地
- ・ 主には海外勢が競合Google,n8n,Dify

(TechNavio社の調査結果より)



真のAI活用フェーズへ

AI・DXニーズがあるものの 活用は個人利用に限定されている

- ①個人レベルのチャット利用 (2022~)
が日本の現状であり、デジタル化率も欧米を下回る※2
- ②**業務プロセスへAIを組み込むワークフロー統合 (2026~)**
による組織実装の本格化が次なる進化
- ③エージェントAIによる完全自動化 (20XX~)
最終的にマーケットに期待されている到達点

※1 市場成長率と市場の拡大余地から試算した数字

※2 独立行政法人 情報処理推進機構「DX動向2025」

業務を再設計することで削減効果を生み人件費の代替が可能、市場規模も大きい

人件費代替市場：18兆5,000億円^{※1}

採用難・人件費高騰により「人を増やす代わりにシステムで回す」ニーズ。バックオフィスや営業支援など、業務をAIや自動化で置き換える市場

労働生産性向上市場：7兆9,800億円^{※2}

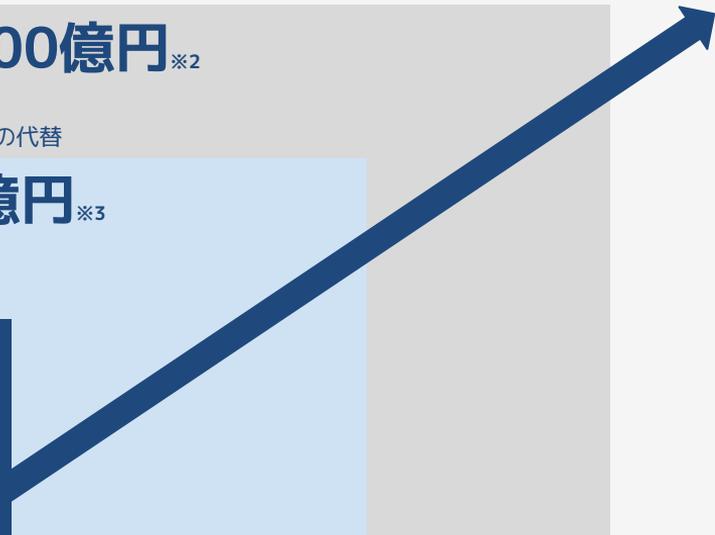
日本特有の「定型業務が多い中堅企業」がターゲット。
RPAやSaaSがカバーしきれていない、中小～中堅のホワイトカラー作業の代替

AIエージェント市場：7,791億円^{※3}

今後は「自動で仕事を遂行するAI」が人件費の代替になる
既存ワークフローにAIを組み込み「人に依存せず業務を流す」領域

SaaS統合市場：994億円^{※4}

乱立する単機能SaaSを「つなぐ」こと自体が価値になる市場。ツール疲れ・運用コストの高騰を背景に、統合型のワークフロープラットフォームに需要が集中



※1、※2 国税庁、税務庁データ、McKinsey & Company「The future of work in Japan」から計算

※3（出典）Grand View Research：日本のAIエージェント市場2030年見込み約3兆5,690億円から2026年に成長率で割り戻して計算

※4（出典）IMARC Group：日本のワークフロー管理システム市場2033年見込み約5,905百万ドルから2026年に成長率で割り戻して計算

4 競争上の差別化要因

1

事業創出力

50超の事業開発で培った、課題起点の事業を「創る力」、「伸ばす力」、「変化する力」を備える

2

生産性・組織運営力

ナレッジ活用と連携基盤、自社プロダクトで業務自動化し生産性を高めることで一人当たり売上高を改善

3

顧客基盤

5,500社超の顧客（無料を含めると50万超）の利用者基盤を持ち、顧客体験を起点に拡大・定着する成長構造

4

ナレッジマネジメント力

実務現場で培ったノウハウを体系化してまとめる文化が、AI活用の基盤に

5

誰にでも扱えるプロダクト開発文化

メインターゲット顧客である日本人が扱いやすいプロダクトを開発してきた実績

自ら新規事業を創出し買収事業も成長軌道へ導く、「創る力」「伸ばす力」と「変化する力」

創る力

感情・経済・テクノロジーの交点に着目し、時代の潮流を先読みして新規事業を創出

売上10億円超の事業開発実績

- ・ネット黎明期に比較メディア開発
- ・スマホ拡大前にアプリ事業
- ・現領域のフロントオフィスDX事業

仮説構築・プロトタイプ開発・市場投入・検証を短いサイクルで反復し、投資対効果を見極めながら事業化する経験を有しています。

AI活用したプロダクトビルダーチームを組成し、従来よりも圧倒的なスピードでコンセプトモデル作りを高速化。事業仮説の精度向上とリスク低減を両立。

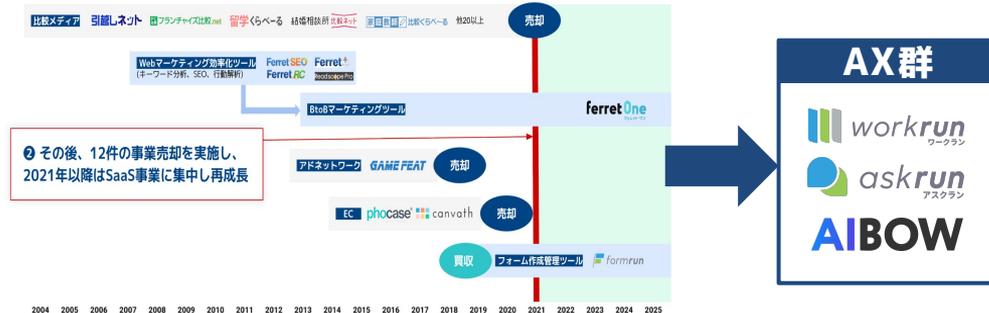
伸ばす力

ARR7百万円で買収したformrunは、組織・機能強化を通じ8年で130倍超に成長

変化する力

創業のメディア事業から、幾つかの変遷を経て現在のモデルへ変化
外部環境の変化に合わせて事業戦略と組織変化力で環境適合

DXSaaSからAXプロダクト群へ進化



顧客に提供するプロダクトは、**当社自身の業務効率化にも活用**されており、
当社の**一人当たり売上高を押し上げている大きな要因に**

社内事例①

商談設定



ferretOne



- ✓ 商談設定業務の70%以上を自動化
- ✓ 営業担当の新規提案活動時間を約25時間/月創出

社内事例②

顧客対応



- ✓ 一次応答の80%以上をAI対応に置き換え
- ✓ カスタマーサクセスチームの対応件数を1.5倍に拡大

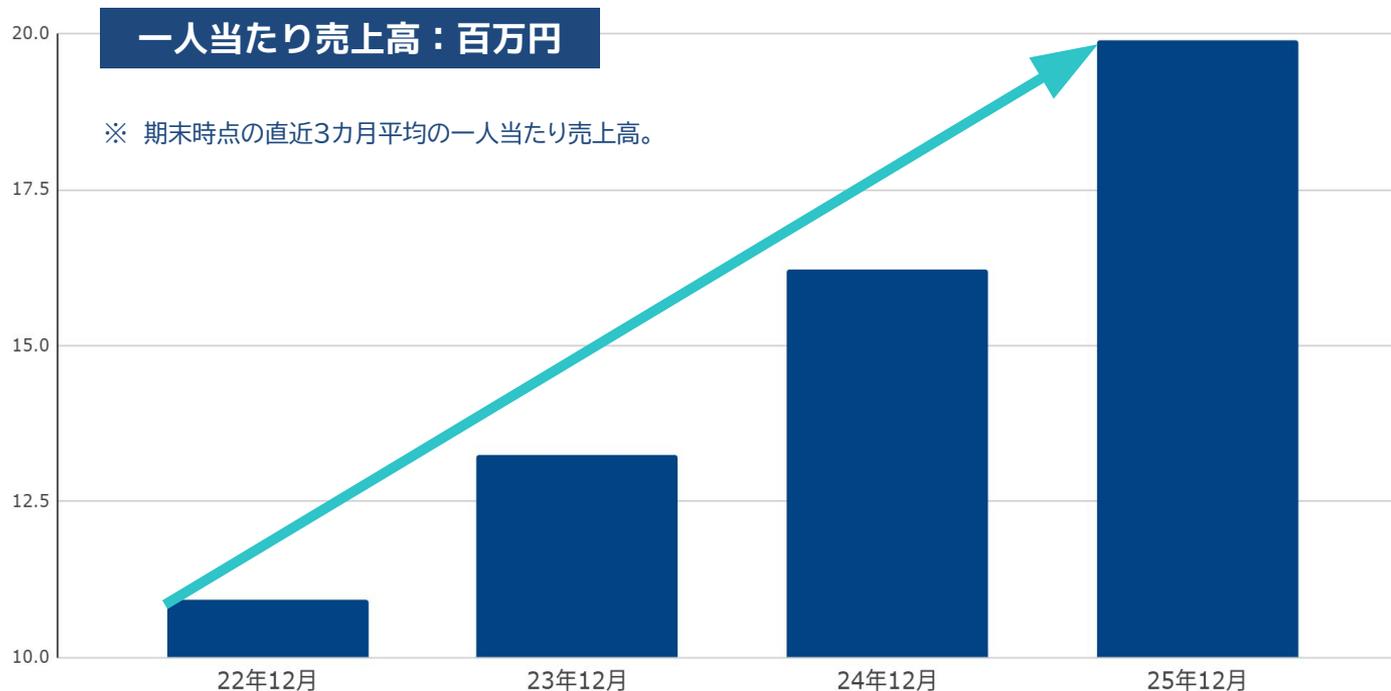
社内事例③

社内申請



- ✓ 社内申請・承認業務の処理時間を平均3営業日→1営業日以内へ短縮

生産性指標である**一人当たり売上高**は**3年間で約2倍**に拡大し、高い改善幅を維持
「事業の成長を人の数で解決しない」を体現しながら組織運営を実施



既存顧客数5,500社超の顧客基盤

BtoB企業

ferret One

有料顧客数

500社超

営業・CS他

formrun

有料顧客数

5,000社超

累計ユーザー数

50万ユーザー超

2つのプロダクトに共通

情報取得の起点であり、その後にワークフローが存在

実務現場で培ったノウハウを体系化する文化が AI活用の基盤になる

① BtoBマーケティング実践ガイド



② マネージメント研修資料



③ formrun FAQボット



実務現場で得た気づきやノウハウを言語化・体系化する文化が根付いている
 この文化が、現場で培ったノウハウや経験を形式知として整え、AIが学習可能な資産へと変換する基盤となる
 結果として、全社の業務や意思決定にAIを活用するための強固な基盤が築かれている

日本カルチャーにフィットしたプロダクト作り



- **誰でも扱えるわかりやすいUI**（複雑を嫌い、シンプルを好む）
- **セキュリティ**（国内企業のコンプライアンス要求に強く、安心して導入できるIP制限、アクセスログ、データ保持基準）
- **日本の商慣習に合わせた設計**（稟議、申請、権限管理）
- **日本企業の業務フロー適合性**（国内SaaS対応・ワークフロー対応）
- **日本特有の寄り添いサポート**
- **現場の声が反映される開発**

5 成長戦略

成長のための3ステップを年度ごとに順次立ち上げ、 持続的かつ複合的な成長軌道を実現

1

オーガニック成長：顧客基盤の強化

2026年～

継続的な新規顧客獲得および、既存プロダクトアップデートによるアップセルの実施

2

コンパウンド戦略：既存顧客への新プロダクト連携提供

2026年～

workrunなど新規プロダクトを連携提供し、顧客課題の可視化から業務自動化までを一貫支援

3

既存大手顧客深耕による成長：高単価顧客の創出

2027年～

一定規模以上の顧客（ティア1～2）が1,000社超に到達 大口顧客向け組織の組成と検証実施

 **workrun**
ワークラン 大手顧客の深耕→高単価顧客の創出

ferretOne  **formrun** +

 **workrun**
ワークラン
AIBOW  **askrun**
アスクラン

- ・既存顧客へのワークフロー連携提供
- ・新プロダクトの販売・クロスセル

ferretOne  **formrun**
既存顧客へのアップセル

ferretOne  **formrun**
新規顧客数の拡大 300件/月

2026年

2027年

既存プロダクトでの安定的な成長の維持

- ・ **マーケティング最適化**：既存チャネルの最適化、新チャネルの開拓実施
- ・ **新規ニーズへのアプローチ**：マーケティングニーズに加えて、DX文脈で業務効率化ニーズでの新規顧客開拓
- ・ **アップセル**：運用自動化のニーズは高く、既存プロダクト内でのAI機能の追加開発によるアップセル機会あり

新規顧客獲得

ferretOne / formrun

マーケティング最適化

×

新規ニーズへのアプローチ

300社/月の
新規顧客獲得

アップセル

ferretOne

(現状利用)

formrun

(現状利用)



一部自動化



AI機能拡張



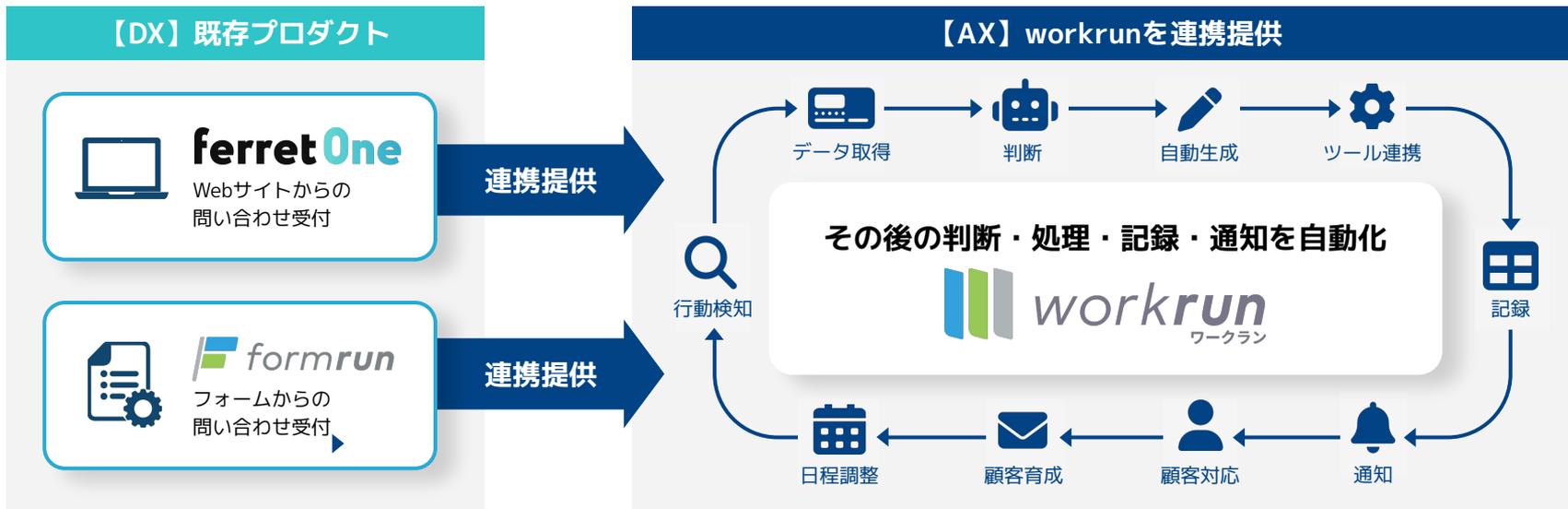
機能アップデート



単機能連携



個別でも機能するプロダクト群を、ワークフローを通じて連携 多様なニーズに対応したAX環境を提供



営業・マーケティング部門

問い合わせフローのAX化



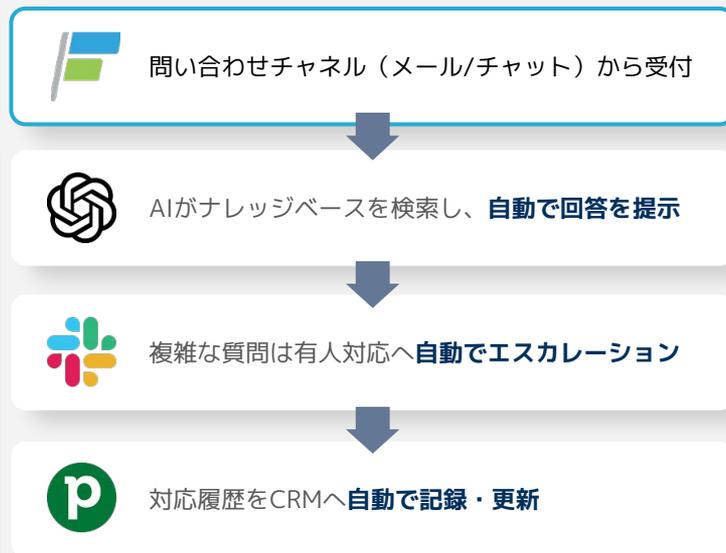
問い合わせ対応をAIで自動化し、
対応業務の時間を大幅削減

既存
プロダクト

workrun
を
連携提供

カスタマーサポート部門

FAQ応答フローのAX化



AIが一次対応を自動化し、
担当者は高付加価値業務へ集中

ワークフロー領域の多様な問題解決をするため 用途に応じたAI活用の新プロダクトを順次リリース

AIBOW アイボウAIプラットフォーム
2026年1月26日リリース

用途 自社のAI環境を一つにまとめる

① LLM横断機能

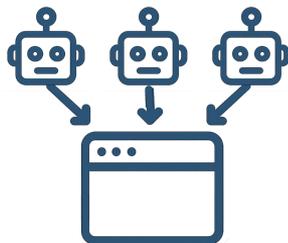
管理画面を跨がずに複数のLLMを横断して利用できる
それらをシェアすることも可能

② アプリ機能

AIを使った自社アプリを構築できる

③ ワークフロー機能

ナレッジ、アプリ、ツール連携など
高度なワークフローが構築でき、
それらを組織内でシェアして活用できる

 askrun
アスクランAIチャット・RAG
2026年4月β版リリース予定

用途 お問い合わせ対応業務の自動化

① AIによる自動応答

管理画面を跨がずに複数のLLMを横断して利用できる
それらをシェアすることも可能

② 簡単セットアップ

ドキュメントをアップロードするだけで学習が完了
PDF、Markdown、Webページ、テキストなど、
複数の情報ソースを統合して学習・検索

③ 信頼性の高い回答

LLM単体ではなく、RAG（検索＋生成）構成のため、
ベクトル検索と組み合わせて信頼性の高い回答を実現



専門組織を組成し、改善効果が高く見込まれる社員数の多いTier1企業を中心に深耕を実施
100名以上のTier2企業まで含めると40-50社/月新規取引が開始されている状態
2026年内に大口化に向けた事例開発を行い、27年以降の成長に繋げる



6 その他

本記載は、有価証券届出書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、主なリスクを要約したものです。その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

主要なリスクと対応策	発生可能性	影響度
<p>技術革新について</p> <p>【リスク】AI技術の進化と顧客ニーズの変化が急速に進む中、対応の遅れや法規制の変化により、業績・財務に影響を及ぼす可能性があります。特に生成AI分野では、著作権・データ適法性・生成物の権利整理などに関する法的リスクが存在します。</p> <p>【対応方針】外部研修を含む人的投資を行い、最新技術の習得と実務適用を推進。</p> <p>また、AI運用ガイドラインを整備し、法務体制と連携してリスクを継続的に監視しています。</p>	中	大
<p>人材の獲得及び育成について</p> <p>【リスク】優秀な人材の確保や育成が計画どおりに進まない場合、事業成長の停滞や組織力の低下を招き、業績・財務に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>【対応方針】当社では、コンピテンシーとカルチャーフィットを重視した採用を行うとともに、教育制度を整備し、社員の継続的な成長を支援。企業文化とMVV（ミッション・ビジョン・バリュー）を共有できる人材基盤を強化し、組織全体の持続的な成長を実現してまいります。</p>	中	中
<p>特定サービスへの依存について</p> <p>【リスク】当社の売上は主に「ferret One」および「formrun」に依存しており、競合の増加や市場環境の変化により、これらプロダクトの売上が減少した場合、業績・財務に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>【対応方針】既存プロダクトの機能強化やUI/UX改善に加え、ワークフロー全体を対象とした新規プロダクト開発を推進。顧客業務全体を支援する体制を拡充し、対象顧客層の拡大と収益基盤の多様化を図ることで、特定サービスやプロダクトへの依存度を低減してまいります。</p>	中	大

IPOの 目的

1. 資本政策の多様化による持続的成長の実現

上場により、増資・債券発行・資本提携など多様な資本政策を実現し、柔軟で持続的な成長体制を構築。

ワークフローを軸に新規事業開発と既存事業拡大を進め、「事業の成長を人の数で解決しない」パーパスのもと中長期成長を推進。

2. 優秀な人材の確保と定着

上場によるブランド力と信頼性の向上で優秀な人材を惹きつけ、採用力と組織の魅力を強化。

安心して働ける環境づくりを通じて誇りとモチベーションを育み、事業成長を支える人材基盤を拡充。

3. 社会的信頼性とブランド価値の向上

上場を契機に幅広い顧客層への認知を拡大し、新規開拓とパートナーシップの機会を創出。

財務基盤とガバナンスの透明性を高め、ワークフローによる生産性向上と社会的信頼の深化を実現。

調達資金 の使途

項目	具体的な内容	成長戦略との関係性	金額
ソフトウェア開発費	プロダクト開発および機能改善に係るエンジニア人材の採用費、人件費、外注費等	既存プロダクトの機能強化および新規プロダクト開発によるアップセル促進ならびに高単価顧客創出	3.3億円
広告宣伝費	当社サービスの認知拡大および顧客基盤拡大を目的とし、認知広告・デジタル広告・展示会出展等	認知拡大と新規顧客獲得による顧客基盤の強化および将来的な高単価顧客創出の母集団形成	3.1億円
人材投資	当社のビジョン達成に向けた人材の強化を目的とし、採用費、人件費および教育訓練費等	プロダクト開発・顧客対応体制の強化による提供価値向上および大手・高単価顧客対応力の確立	2.9億円

事業の成長を、人の数で解決しない

ベーシックは、業務プロセスを再設計し、
プロダクトの力で、日本の"働き方の生産性"に変革を起こします。

ベーシックは、減少する労働力時代においても「業務プロセス設計×自動化テクノロジー」で
社会・組織の変革を牽引します。人に依存したこれまでの成長モデルから、
仕組みとAIを中心とした新しい成長モデルへの転換を図ります。

私たちは「ワークフロー」という視点を通じて、業務の見える化・標準化・自動化を進め、
日本社会が直面する本質的な生産性課題の解決に挑み続けます。

人が**より創造的で、人らしい仕事**に情熱を注げる未来の実現を目指し、
革新的なプロダクトとサービスを提供してまいります。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらは当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しています。

その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があることをご留意ください。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。

すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、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もありません。当資料のアップデートは、今後、毎年1回、3月頃を目途として開示を行う予定です。

次回は2027年3月を予定しております。