

2026年8月期

第1四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



2026.1.14

CONTENT

目次



- Section 1** 2026年8月期 第1Q 業績ハイライト
- Section 2** 2026年8月期 経営方針
- Section 3** 2026年8月期 成長戦略
- Section 4** 参考資料

SECTION

1

2026年 8月期

第1Q業績ハイライト



株式会社 アイドマ・ホールディングス

Aidma Holdings

エグゼクティブサマリー

受注件数の増加が売上に連動し、売上高は四半期過去最高の約37.2億円で着地
 営業利益は成長投資を継続しながらも高い収益性を維持し、前年同期比で大幅増益
 ユニット型ビジネスモデルへの転換が奏功し、前期4Qに引き続き1Qは過去最高の受注件数を記録

2026年8月期
 第1四半期
売上高

2026年第1四半期の売上高は過去最高の約37.2億円で着地

- 売上高：3,719百万円
- 進捗率：21.9%
- 直前四半期比：25/8期（4Q）比：（+93M、+2.6%）
- 前年同期比：25/8期（1Q）比：（+696M、+23.0%）

2026年8月期
 第1四半期
営業利益

2026年第1四半期の営業利益は約8.4億円で着地
 成長投資と高い収益性を高次元で両立

- 営業利益：835百万円（営業利益率 22.4%）
- 進捗率：20.9%
- 直前四半期比：25/8期（4Q）比：（+39M、+4.8%）
- 前年同期比：25/8期（1Q）比：（+167M、+25.0%）

2026年8月期
 第1四半期
受注件数

受注件数は前年同期比で大幅増—受注は堅調に推移
 営業支援は過去最高を記録し、受注拡大が継続、人材支援は高水準を維持

営業支援

- 受注件数：1,393件
- 進捗率：24.4%
- 直前四半期比：25/8期（4Q）比：+4.7%
- 前年同期比：25/8期（1Q）比：+53.2%

人材支援

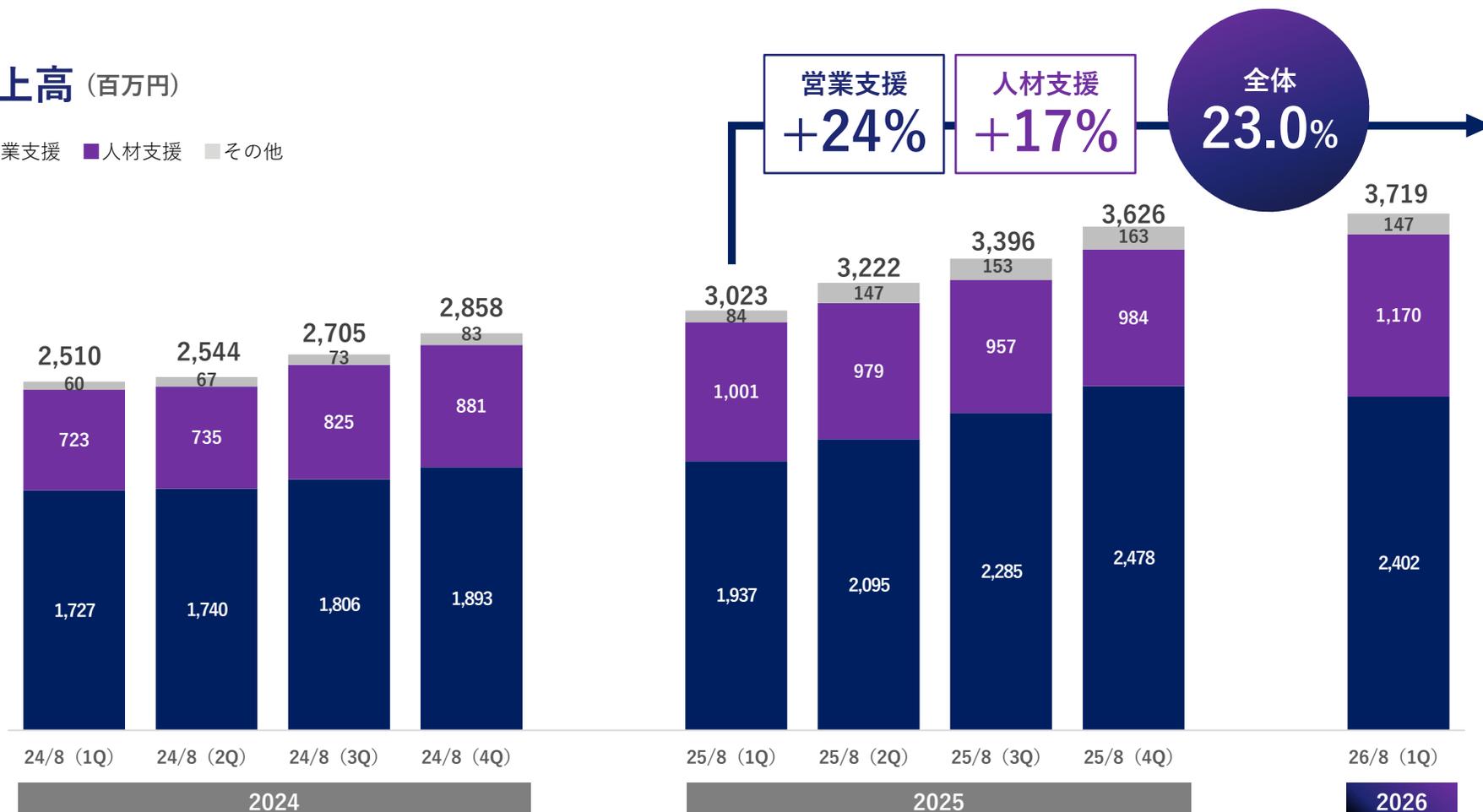
- 受注件数：935件
- 進捗率：25.3%
- 直前四半期比：25/8期（4Q）比：▲9.0%
- 前年同期比：25/8期（1Q）比：+102.4%

売上高 [第1四半期主要KPI推移]

- 営業支援事業の売上高は、前年同期比で+24%と成長を牽引し、四半期ベースで過去最高を更新。
- 提供価値の強化と受注増で増収基調。通期達成に向け順調なスタート。

売上高 (百万円)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他

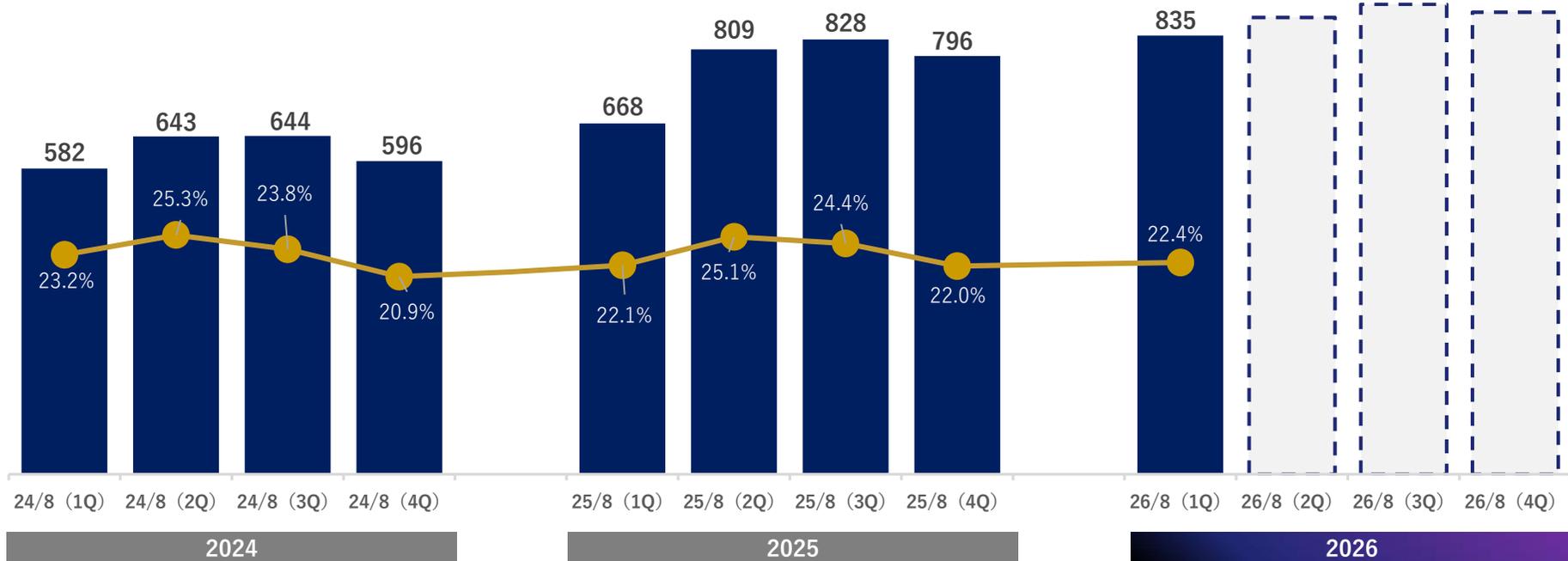


営業利益・営業利益率 [第1四半期主要KPI推移]

- 2026年8月期においても例年と同様に、期初から戦略投資を行う方針のもと、投資と収益のバランスを取りながらコントロール。
- 第1四半期は新規開発・M&A関連費用を織り込みつつ、計画どおりの進捗。
- AI活用で原価率の改善を継続し、利益率の底上げ余地を拡大。

営業利益 (百万円)

■ 営業利益 ● 営業利益率



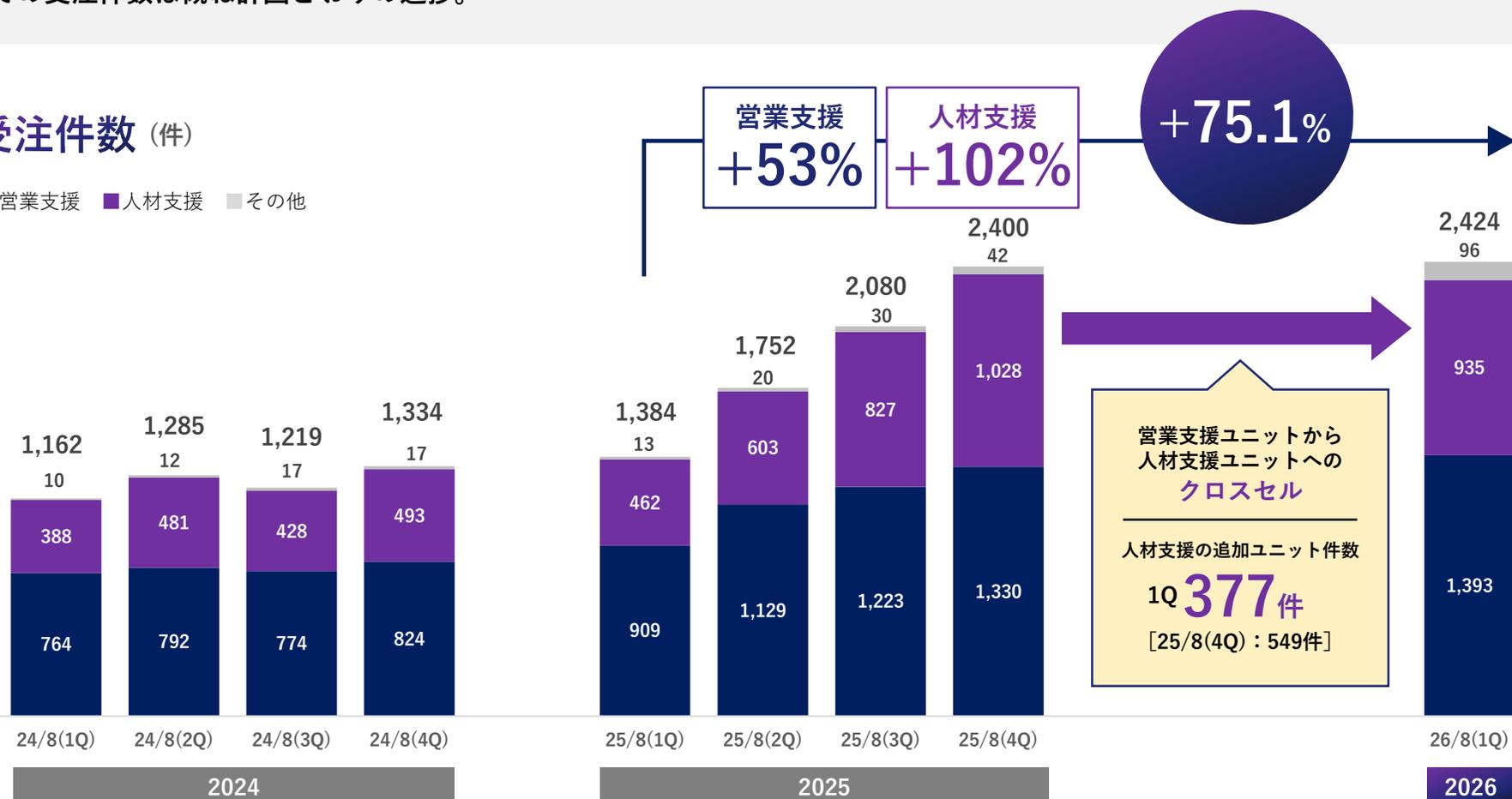
4Qに戦略投資は集中するものの、前年と同じく期初から戦略投資を実行し四半期毎の利益推移の安定化

全サービス受注件数 [第1四半期主要KPI推移]

- 受注件数全体は、四半期ベースで過去最高の受注件数を記録。
- 営業支援から人材支援へのクロスセル提案は1Qも引き続き順調であり、LTV（顧客生涯価値）の最大化を継続中。
- 人材支援の受注件数は、営業から支援体制強化に一部リソース配分を行い、QoQ比では微減。
- 年間での受注件数は概ね計画どおりの進捗。

受注件数 (件)

■ 営業支援 ■ 人材支援 ■ その他



※：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、マーケティング社のMarke Media Daysのスポンサー件数

連結損益計算書_会計期間 [全体と過去対比]

- 受注件数の増加を背景に、売上高はYoYで約23%、QoQで約3%の成長。
- 営業支援の売上高は、契約期間が終了するタイミングの顧客が集中し、一時的に減少。
- 営業利益はYoYで約25%、QoQで約5%増益を確保。

| (単位：百万円) | | 2025/8月期 | | 2026/8月期 | 増減率 | |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|----------|
| | | 第1四半期 | 第4四半期 | 第1四半期 | vs 第1四半期 | vs 第4四半期 |
| 営業支援 | 1,937 | 2,478 | 2,402 | +24.0% | △3.1% | |
| 人材支援 | 1,001 | 983 | 1,170 | +16.8% | +19.0% | |
| その他 | 84 | 164 | 147 | +74.6% | △10.6% | |
| 売上高 | 3,023 | 3,626 | 3,719 | +23.0% | +2.6% | |
| 売上原価 | 991 | 1,024 | 1,033 | +4.2% | +0.9% | |
| 売上総利益 | 2,032 | 2,602 | 2,686 | +32.2% | +3.2% | |
| 売上総利益率 | 67.2% | 71.8% | 72.2% | +5.0% | +0.5% | |
| 販売費及び一般管理費 | 1,363 | 1,805 | 1,851 | +35.7% | +2.5% | |
| 販管費比率 | 45.1% | 49.8% | 49.8% | +4.7% | +0.0% | |
| 営業利益 | 668 | 796 | 835 | +25.0% | +4.8% | |
| 営業利益率 | 22.1% | 22.0% | 22.4% | +0.4% | +0.5% | |
| 経常利益 | 691 | 882 | 827 | +19.6% | △6.3% | |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 415 | 584 | 464 | +11.8% | △20.8% | |

原価・販管費率の構成割合比較 [第1四半期会計期間]

- 売上に合わせて、原価・販管費をコントロールできる状態を継続。
- AIによる運用の改善で原価率の最適化を推進し、開発、制作費用を売上対比で約2%最適化。
- 販管費においては、受注件数および新規顧客の増加に伴い、与信母数が拡大したことから、将来リスクを先取りする形で貸倒引当金を一時的に積み増し。通期を通じて平準化予定。

| 連結 | 2025/8月期 | | | 2026/8月期 | 差額 | |
|------------|--------------------|--------------------|--------------|-----------------|----------------------|-------------------------|
| | 第1四半期 (参考：会計期間) | 第4四半期 (参考：会計期間) | 年間 (累計実績) | 第1四半期 (会計期間) | vs 第1四半期 (会計期間比較) | vs 25/8月期 (累計vs会計期間) |
| 売上 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | | |
| 売上原価 | 32.8% | 28.2% | 30.1% | 27.8% | △5.0% | △2.4% |
| 業務委託費 | 25.8% | 20.4% | 22.3% | 22.2% | △3.7% | △0.1% |
| その他 | 7.0% | 7.8% | 7.9% | 5.6% | △1.4% | △2.3% |
| 販管費及び一般管理費 | 45.1% | 49.8% | 46.5% | 49.8% | +4.7% | +3.3% |
| 人件費 | 20.1% | 21.3% | 20.5% | 21.5% | +1.4% | +1.0% |
| 採用費 | 1.5% | 1.1% | 1.3% | 1.3% | △0.2% | +0.1% |
| 広告宣伝費 | 4.8% | 6.6% | 5.6% | 5.3% | +0.5% | △0.3% |
| 支払手数料 | 5.6% | 7.5% | 6.4% | 3.1% | △2.5% | △3.4% |
| 地代家賃 | 2.0% | 1.8% | 1.9% | 1.8% | △0.3% | △0.1% |
| のれん償却費 | 1.5% | 1.6% | 1.6% | 2.4% | +0.9% | +0.8% |
| 通信費 | 1.9% | 2.2% | 1.9% | 1.7% | △0.2% | △0.2% |
| その他 | 7.6% | 7.8% | 7.2% | 12.7% | +5.1% | +5.5% |
| 営業利益 | 22.1% | 22.0% | 23.4% | 22.4% | +0.4% | △0.9% |

AI活用によるコスト最適化により

業務委託費率は微減

AI活用によるコスト最適化により

外注費が減少

子会社の決算期変更による影響により一時的に

人件費比率が増加

1Qにおいては

受注件数の増加と顧客基盤の増加に合わせ、一時的に貸倒引当を積み増し

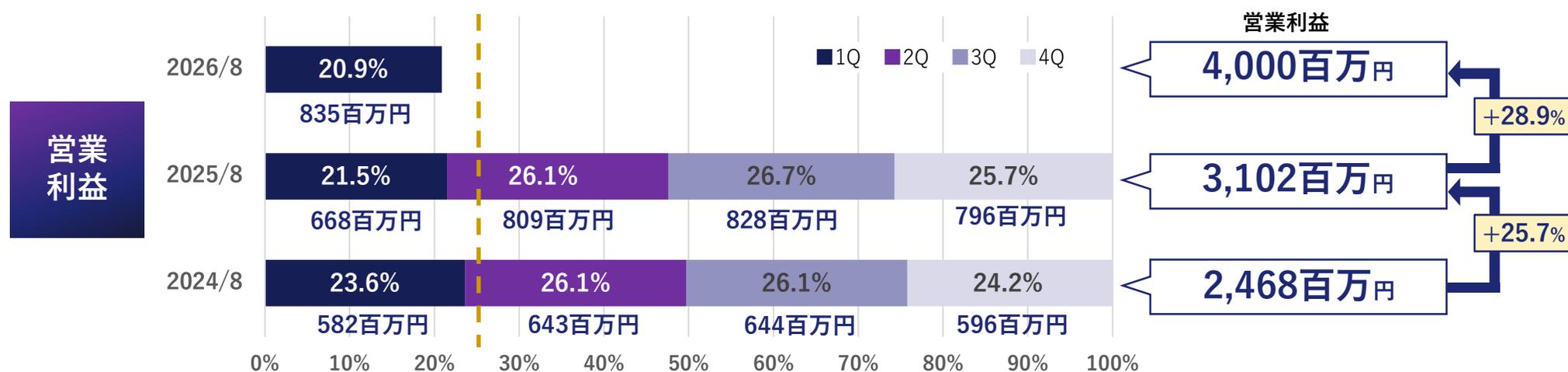
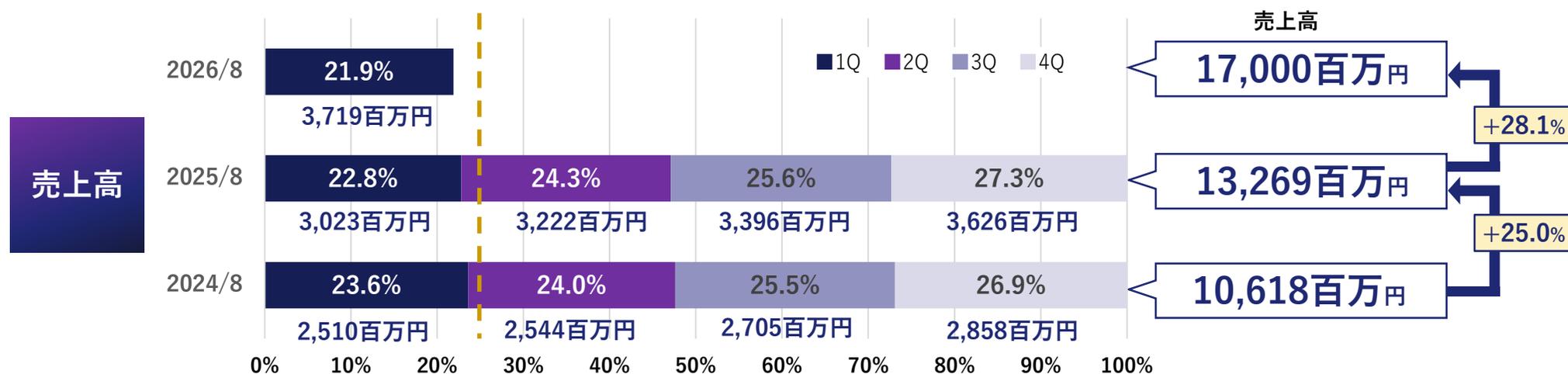
2026年8月期 通期 業績進捗

- 売上高は約22%の進捗率を確保し、通期に向けて順調なスタート。
- 営業利益進捗率は一時的な貸倒引当金を先行して積みつつも、約21%と計画通りに推移。
- ユニットのクロスセルが引き続き奏功し、受注件数全体では進捗率約25%で順調に推移。

| | | 2025/8月期 | | | 2026/8月期 | | |
|-------------------|-------|-----------------------|-------------------------|----------------|-----------------------|-------------------------|----------------|
| | | 第1四半期 | 通期 (実績) | 第1四半期 (進捗率) | 第1四半期 | 通期 (業績予想) | 第1四半期 (進捗率) |
| 売上高 | 営業支援 | 1,937 | 8,795 | 22.0% | 2,402 | 10,592 | 22.7% |
| | 人材支援 | 1,001 | 3,923 | 25.5% | 1,170 | 5,679 | 20.6% |
| | その他 | 84 | 550 | 15.3% | 147 | 729 | 20.2% |
| | 売上高合計 | 3,023 | 13,269 | 22.8% | 3,719 | 17,000 | 21.9% |
| 営業利益 | | 668 (22.1%) | 3,102 (23.4%) | 21.5% | 835 (22.4%) | 4,000 (23.5%) | 20.9% |
| 経常利益 | | 691 (22.9%) | 3,193 (24.1%) | 21.7% | 827 (22.2%) | 4,000 (23.5%) | 20.7% |
| 親会社株主に 帰属する純利益 | | 415 (13.7%) | 1,954 (14.7%) | 21.3% | 464 (12.5%) | 2,300 (13.5%) | 20.2% |
| 受注 件数 | 営業支援 | 909件 | 4,591件 | 19.8% | 1,393件 | 5,700件 | 24.4% |
| | 人材支援 | 462件 | 2,920件 | 15.8% | 935件 | 3,700件 | 25.3% |

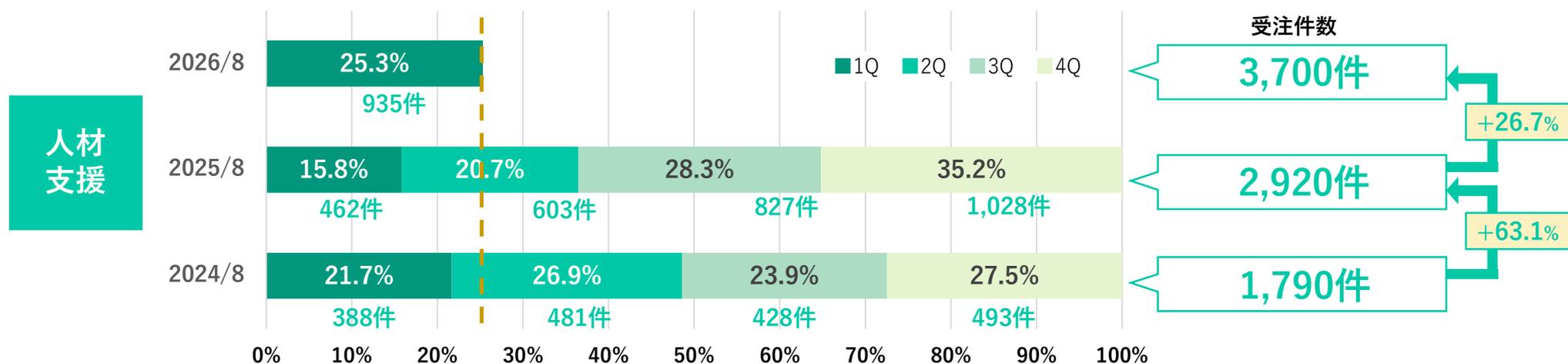
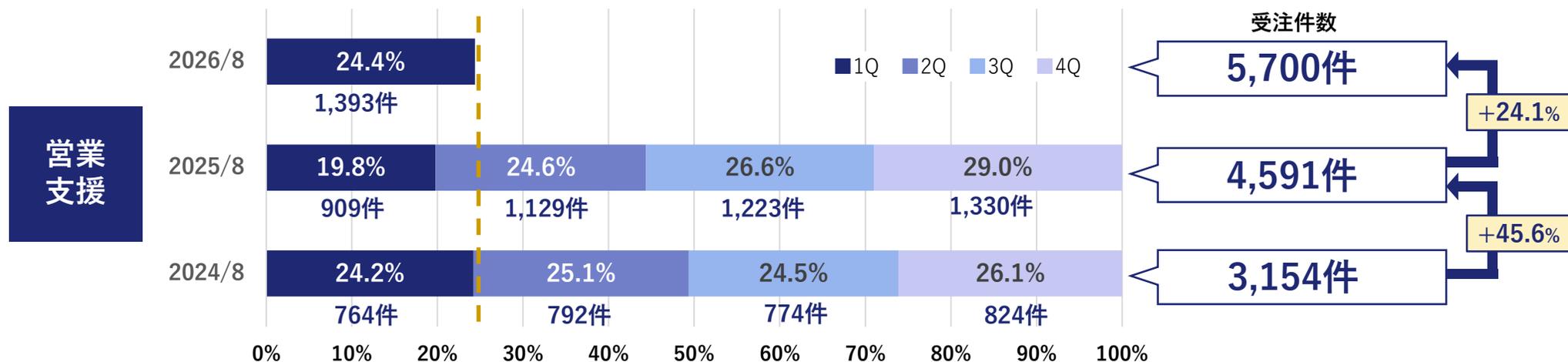
売上&利益進捗 [過去対比]

- 売上高は、四半期ベースで過去最高を更新し、順調に推移。
- 営業利益も、四半期ベースで過去最高を記録し、計画通りに進捗。



受注件数&進捗率 過去対比

- 総受注件数は、四半期ベースで過去最高を記録。
- 営業支援、人材支援ともに計画通り順調に推移。



株主還元について

- 前期より配当を開始し、今期も1株当たり30.00円の配当を実施予定。
- 成長投資を優先しつつ、内部留保とのバランスを踏まえた、安定的かつ持続的な株主還元を実施。

配当予想 [FY2026]

- 2026年8月末を基準とし、**30.00円**/株の配当を実施予定※
- 来期の配当・株主還元は、キャッシュ・フローや事業環境を踏まえ総合的に決定

※2026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 | 上記の成長戦略を踏まえ、持続的な株主還元を実施 |

お客様の喜びの声

導入事例400件以上公開中！

<https://www.aidma-hd.jp/case/>



営業支援ユニット

的確なアドバイスと 営業対象エリアの拡大で 10社の新規取引先を獲得

株式会社平光製作所 [岐阜県]
代表取締役社長 平光 敏男 氏

事業内容：建築工事の装飾金物および
それらに付随する金属製品の設計、製造販売

感じていた課題

コロナ禍の業績不振からの回復と
自社工場の稼働率アップを図りたい

結果

新規取引先が10社増加する成果 新たな営業体制づくりに意欲

約30名の社員が自社工場に勤務しているが、業界の特性として、繁忙期と閑散期の差が大きい。また新型コロナウイルスによる影響を解決するため、セールスプラットフォームの導入を決定。年間で1万件ペースで約3年間にわたって営業活動を実施した結果、取得したリードから、継続的な発注をいただける取引先を全国で10社開拓することに成功。業績も着実に向上し、今後は専任の営業担当を配置し、さらに業績を伸ばす取り組みを実施していく予定。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-253/>



クラウドワーカー活用ユニット

スペシャリストの活躍で 業務時間85%短縮という 大きな成果

株式会社せいじつ会計 [熊本県]
代表取締役 鏡 照美 氏

事業内容：経理アウトソーシング・経営コンサル
ティング 会計ソフト導入支援・女性働き方改革支援

感じていた課題

業務負担を理由に離職者が出るなど
深刻な人手不足

結果

業務効率がアップ。組織マネジメントを見直す機会となった

子育てを行う主婦を中心としたパートスタッフで業務を推進していたが、リソースが十分ではなくスタッフに負荷がかかっていた。ママワークスを活用し、通常業務を実施する方に加えて、エクセルスペシャリスト人材にも業務を依頼できる体制を構築。業務時間85%短縮を実現したほか、オリジナルのエクセル管理ツールの商品化に向けた検証にも貢献してもらい、在宅ワーカー活用で積極的な事業戦略を考えることが可能となった。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-229/>



クリエイティブ支援ユニット

Webを使った戦略的な 事業PRを立案。 新規契約数も上昇傾向に

株式会社リハライフサポート [静岡県]
代表取締役 九戸 栄介 氏

事業内容：医療・介護コンサルティング
デイサービス運営、太陽光発電

感じていた課題

全国規模の事業を開始するにあたり
効率良くPRできる方法を模索していた

結果

公式サイト訪問者は10倍に 県外顧客との新規契約も増加

同社は創業時からデイサービス施設を運営。新型コロナウイルスの流行で利用者が減少し、サービス停止をせざるを得なくなった。業績回復のため、コンサルティング事業のオンライン化を図り、対象エリアを県内から全国に広げたが、認知向上に課題を感じクラブプロの導入を決定。問合せ数増を目指し、公式サイトのリニューアルと同時に公式SNSを開設。約10ヵ月間で、公式サイトでの訪問者は10倍に増加し、県外の問い合わせも無い込む状態に。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-266/>



営業支援ユニット

セールススクール

営業ノウハウをゼロから 習得。苦手だった クロージングを克服

オカダビル株式会社 [北海道]
代表取締役 岡田 充史 氏

事業内容：不動産賃貸、オフィス関連機器の販売
コンサルティング

感じていた課題

リードは増加したが、成約に至るまでの
営業に課題があった

結果

オンライン商談の添削指導で 独自の営業ノウハウを構築

長年にわたりテナントビルを運営していたが過疎化の影響で、従来の業績継続が難しい状況。新たな収益の柱としてオゾン発生器の販売を計画し、営業強化のため、セールスプラットフォームを発注。商談獲得は順調だったものの、オンラインの商談で契約をいただくことが新たな課題に。当時の新サービス、セールススクールを導入し、講師による研修と商談の磨き上げを実施。同社独自の営業の型を構築し、ノウハウやナレッジが、汎用性の高い資産となった。

参照URL：<https://www.aidma-hd.jp/case/zirei-313/>

『ALL-IN』 事業譲受の実施について

株式会社エステイエスから『ALL-IN』事業を譲受、当社との多様なシナジーを見込む。

譲渡 会社概要



株式会社
エステイエス

■ 代表取締役
齋藤 圭二

■ 設立
2010年1月13日

■ 資本金
2,300万円

■ 所在地
東京都港区新橋2-12-1
ランディック第3新橋ビル8F

■ 事業内容
情報通信業

サービス概要

“これさえあれば何もいらない”
経営者向けクラウド型ERP



機能が連動&一元管理



新設法人や中小企業向けにAIを実装した会計SaaSを開発&無償提供

新たな顧客開拓、新たな価値創造、
既存顧客へのクロスセル機会の創出につながる

➡
詳細はP.32

SECTION

2

2026年 8月期

経営方針



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

GROUP COMPANY

グループ会社

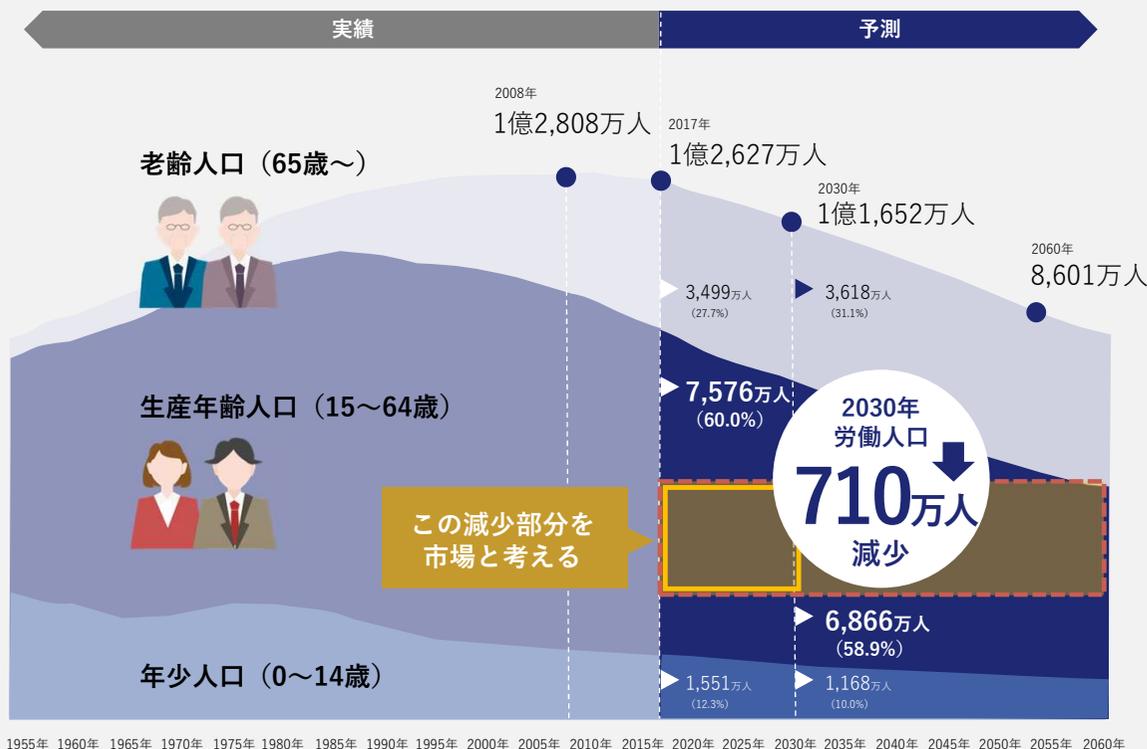
| | | |
|--|--|--|
|  株式会社meet in |  株式会社 Sales Crowd |  CXOバンク株式会社 |
|  株式会社 マーケメディア |  株式会社M&A ミライ・パートナーズ |  株式会社メイクバイ・ホールディングス |
|  株式会社キーパーソン マーケティング |  株式会社 市場分析研究所 |  ユニークキャリア株式会社 |
|  株式会社コズレ |  株式会社カイマク |  株式会社 PMIソリューションズ |

経営戦略

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、
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

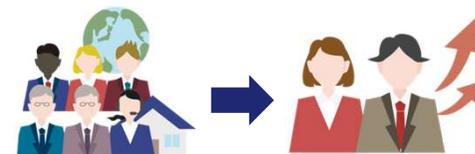
従来の成長戦略

人員を増やして成長していく

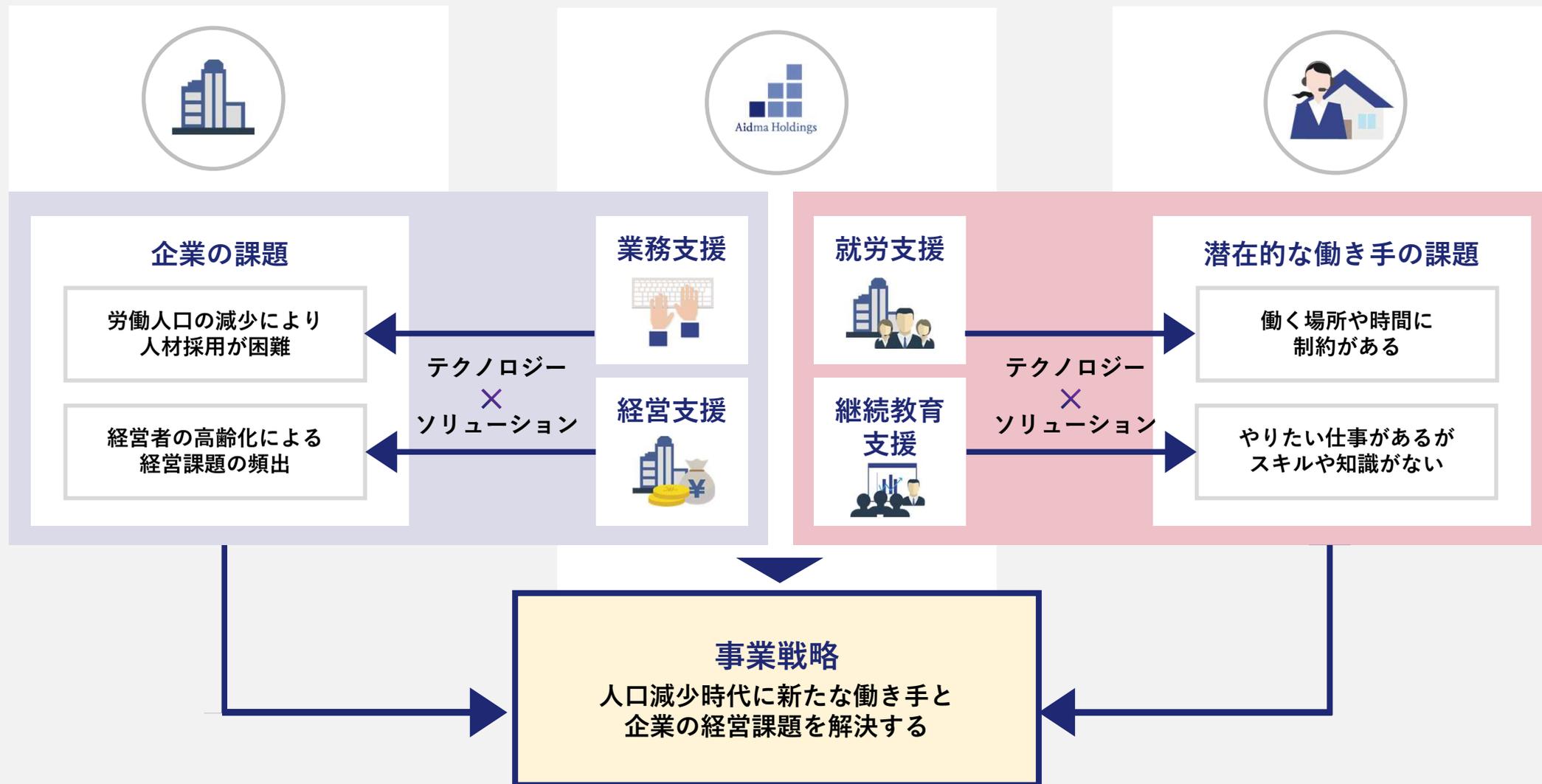
労働人口が減る事により
従来の人を増やして成長することが困難に

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



ワークインフラの考え方



企業と働き手を繋げるワークインフラを提供する

SECTION

3

2026年 8月期

成長戦略



2026年の3つの成長戦略 及び中長期成長施策

3つの成長戦略を複合的に実施し、新規のユニット受注数と追加ユニット受注数を最大化させ、中長期の成長施策にも着手。

| | | 取り組み事項 | | 詳細 |
|---|----------|-----------------------|-----------------|--|
| 1 | 売上の向上 | 新規受注 ユニーク受注数の増加 | 新規商談数の最大化 | <ul style="list-style-type: none"> チャンネル毎のアポイント取得数の最大化 新たな商談取得チャンネルの構築 |
| | | 追加受注 追加ユニット受注数の増加 | 受注率の向上 | <ul style="list-style-type: none"> 営業人材の育成 サービスの付加価値の向上 |
| | | | 追加ユニット提案取得数の最大化 | <ul style="list-style-type: none"> 支援満足度の向上 MTG対応のマンパワー増加 |
| 2 | 費用の最適化 | CRMの構築 | | <ul style="list-style-type: none"> 顧客データベースの再構築 顧客データを業務・事業開発に有効活用 |
| | | AIの開発・活用 | | <ul style="list-style-type: none"> AIを開発・活用し、生産性を向上し、費用を最適化 |
| 3 | 非連続性成長施策 | M&A仲介組織の立ち上げ | | <ul style="list-style-type: none"> M&A支援ユニットのリリース 自社のM&A戦略を推進する組織の組成 |
| | | PMI組織の機能 | | <ul style="list-style-type: none"> 営業/ビジネス開発のPMI支援のリリース 自社のPMI専門組織の立ち上げ |
| | | AIを実装した会計SaaSのリリース | | <ul style="list-style-type: none"> 新設法人や中小企業向けにAIを実装した会計SaaSを開発 各ユニット提案のクロスセル軸として展開 |
| 4 | 中長期成長施策 | 『スポットワークス』でデジタルワーカー活用 | | <ul style="list-style-type: none"> 企業がタスクレベルで業務依頼を出来るプラットフォームをリリース クラウドワーカー、AI、両方に業務依頼が可能な仕組みを提供 |
| | | 『営業のワークインフラ』リリース | | <ul style="list-style-type: none"> 架電、営業を実施するクラウドワーカーを自由に活用できる営業に特化したクラウドソーシングサイトをリリース クラウドワーカーの過去の成果などがデータとして蓄積 |



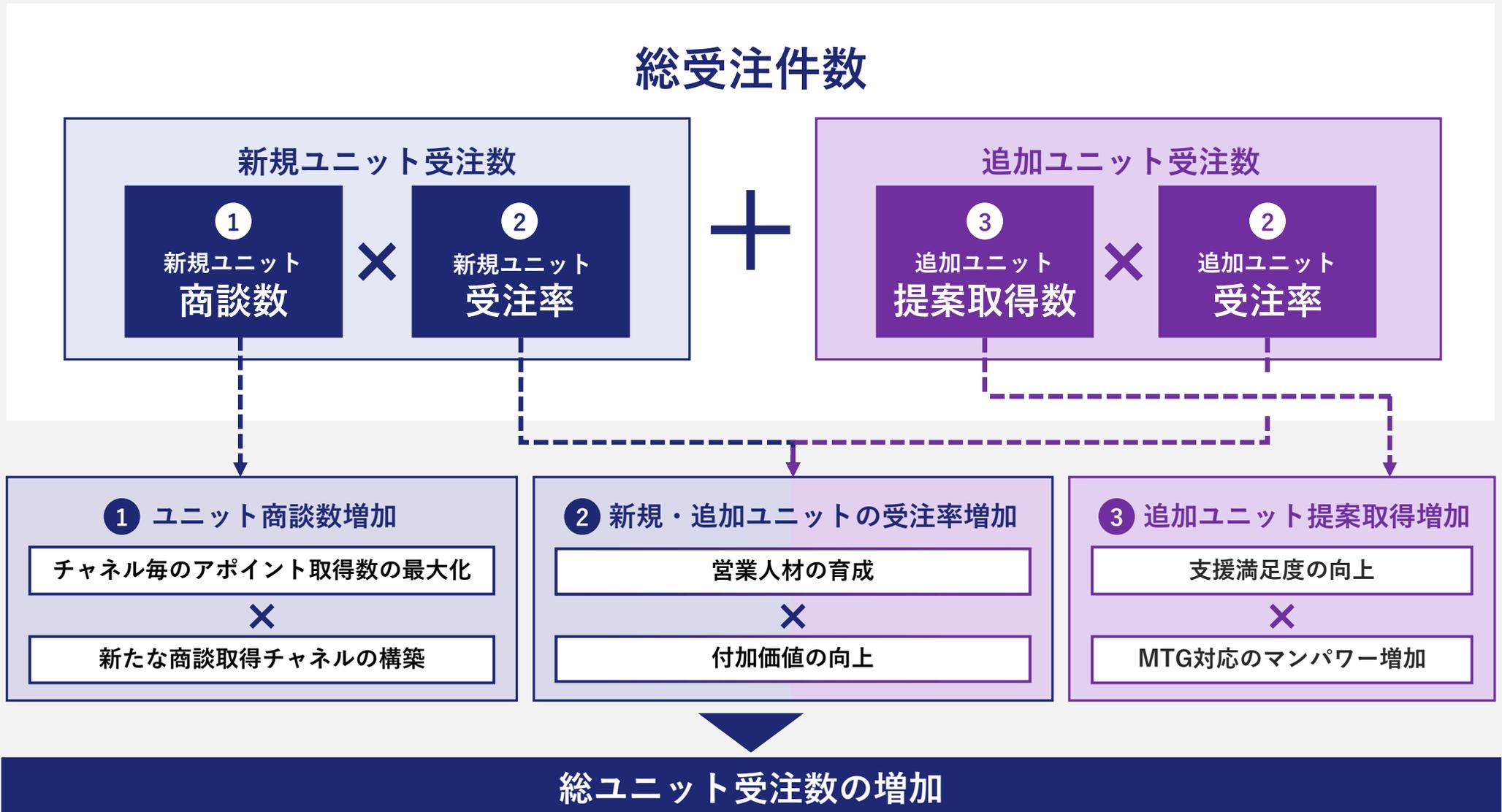
3つの成長及び中長期成長施策進捗

| | | 取り組み事項 | 進捗状況詳細 |
|---|----------|-----------------------------|---|
| 1 | 売上の向上 | 新規受注 ユニーク受注数の増加 | 新規商談数の最大化 チャンネル毎に、様々な施策を走らせアポ率が改善。特に1Qから開始し、様々なAIソリューションを無償で提供し、商談枠を頂くモデルからの商談数が増加。アポイント数の増加に伴い、商談件数も増加傾向に。 |
| | | | 受注率の向上 受注率においては、横ばいの結果に。営業人材のマインド、スキル、ナレッジの強化は「エグゼクティブプログラム」という名称で、毎日5分間のショートトレーニングを開始。付加価値の強化はCRM機能を営業支援パッケージに含め開始。 |
| | | 追加受注 追加ユニット受注数の増加 | 追加ユニット提案取得数の最大化 顧客とのコミュニケーション、MTGの進捗を担保出来るクラウドワーカーの採用、育成を開始。現時点で月次約300件のMTGが運用可能に。2026年3月末までに1,000件のMTGを代替可能にし、社員は顧客に対する追加ユニット提案に従事できるように進めていく。 |
| 2 | 費用の最適化 | CRMの構築 | 既存顧客の情報管理までが出来るような機能をリリース、2Q中にアプローチ→リード→商談→契約情報→顧客の情報を全て繋げ、顧客のデータが取得できた段階でCRMに情報が入り、その情報を元に、提案概要、提案資料、見積もり、スケジュールなどの商談、打ち合わせに必要な最適な資料をAIから出せるよう開発を実施。 |
| | | AIの開発・活用 | AI架電、AI開発・制作、AIでのCS業務の実施など、同時並行的に開発を進める。特にAI架電の品質向上において、独自のTTS(テキストトゥスピーチ)の開発に着手をし、イントネーション、間、言語品質を人と同等レベルまで引き上げることをベンチマークに取り組みが進行中。 |
| 3 | 非連続性成長施策 | M&A仲介組織の立ち上げ | M&A支援ユニットを正式にローンチ。社内向けのレクチャーは完了、2Qから本格的に提案を以下を開始。同時にプロジェクトに対して発生する工数を最適化する為、M&A支援のワークフローを整理し、AIの活用を本格的に着手。 |
| | | PMI組織の機能 | PMI組織を社内に組成、まずは自社グループにおいて、M&A先とのサービスにおけるシナジーの創出と、営業業務におけるPL目標を達成する為の活動を有機的に実施できるように活動を開始。再現性を担保出来た段階で顧客向けに本格リリース。 |
| | | AIを実装した会計SaaSのリリース | 株式会社エステイエス社から「ALL-IN」の事業譲受を完了。「ALL-IN」を当社顧客に活用頂ける状態をつくり、2Qから展開を開始。利用促進から実際の追加ユニット提案までのワークフローを固め、収益に繋がるように展開を実施。 |
| 4 | 中長期成長施策 | 『スポットワークス』でデジタルワーカー活用 | 企業がタスクレベルで業務を依頼できるスポットワークスを前期にリリース済み。1Qでは、業務を人が実施するだけでなく、AIが実施する仕様も実装、より効率的に業務が出来るように改修を実施。2Q以降で本格的な提案を開始。 |
| | | 『営業のワークインフラ』リリース | リストや営業活動がシステム上で実施できるセールスクラウドに、クラウドワーカーが登録を出来るようにし、企業が営業をしたいタイミングで自社にリソースが無くても依頼が出来るような営業のクラウドソーシング機能の開発を開始。2Qにてリリース予定。 |



受注件数向上の方程式

総受注件数の増加における方程式を下記の計算式で定義し、各項目の向上をはかる。



① ユニット
商談数増加

チャンネル毎のアポイント取得を最適化

受注率×アポ取得最大数をチャンネル毎に出し、それぞれのアポ数を引き上げ、新たな商談取得チャンネルも増やしていく。



アウトバウンド

■ 活動効率の向上

CRMデータを基にAIが商談化率を算出し、優先度順にリストを自動生成。時期改め先や資料送付先をAIで自動抽出、不通先調査でリスト効率を改善。

■ 活動量の増加

受付通過くん、AI架電くんなどのAI架電を駆使して、総合的な活動量を増加させる。AI自体の品質も最重要ミッションとして取り組みを継続する。



インバウンド

■ 広告効果の検証の最速化

流入経路ごとの成約率・単価を自動解析し、週次で広告バナーなどをAIで生成し、広告効果の検証速度を最速化し、CPAの最適化を行う。

■ 大量の広告検証

AI制作くんで広告のABテストを自動化。業界・課題別の訴求パターンを大量に生成し、効果検証。CPA改善と商談拡大を実現。



オフライン

■ 交流会・イベント情報の把握×投下人数

全国の交流会・展示会をデータ化し、参加者属性を解析。グループ会社のフィールドワーカーを活用し、交流会、イベントなどに参加をし、商談機会の取得を実施する。



新たな 商談取得 チャンネルを 構築



新設法人向けチャンネル

新設法人向けに通信・業務インフラを無償提供し、代わりに商談回数を担保する新モデルを構築。



自社メディア活用型チャンネル

自社で運営するWebメディア視聴者経由のリード獲得施策を新チャンネルとして展開。

2 新規 & 追加
ユニット
受注率増加

営業人材の育成

ナレッジ・スキル・マインドの掛け算で営業力を強化し、商談における受注率を向上させる。



ナレッジ

■ ユニット毎のナレッジ

ユニット毎の成功商談を分析し、業種・テーマ別の勝ちパターンをAIが営業資料化。反論・成果トークを共有し、ユニット毎の勝ちパターンをナレッジ化。

■ 顧客のナレッジ

アプローチ、商談の履歴や顧客属性を一元管理し、提案精度を強化。顧客毎の経営課題や意思決定構造を可視化し、受注率を最大化する。



営業スキル

■ 提案力の標準化

AIロープレで営業プロセスを自動評価し、個別フィードバックを実施。全社員が最短で提案できる教育体制を構築。

■ ユニット提案の高度化

複数ユニット商談を仕組み化し、1社複数提案を促進。AIが課題に応じユニットを自動提案し、ソリューション力を強化。



マインド

■ 営業マインドのセット

営業を「販売」から「貢献」へ再定義。顧客成長に寄り添う提案を重視し、課題解決型の営業姿勢を全社に浸透。

■ 顧客（経営者）の マインドの理解

経営層への分析を通じて、経営者の思考を体系的に理解。フィードバックを循環させ、経営者特性の可視化と共有を進める。

2 新規 & 追加
ユニット
受注率増加

付加価値の向上

既存ユニットの強化と新ユニットの開発を行い、付加価値を高め、貢献価値を最大化。



既存のユニットへの 付加価値向上

■ 原価率を変えずに活動量を増加

ユニットそれぞれのサービス内容を原価率を変えずに、AIを活用して活動ボリュームを増やせるように取り組みを進める。AIによる架電やAIによる制作などを既存のユニットの提供サービスに含め、顧客への活動量を増やしていく。

■ 横断的に顧客状況を把握し、支援する

既存ユニットを活用頂いている顧客とのコミュニケーションを全社で横断的に把握出来るようにし、顧客状況を5段階に分類。アラートが発生している企業に対しては専門組織によって、確実にフォロー&リカバリが出来るように実施する。



追加ユニットの開発

■ データ起点によるユニット開発の実施

顧客とのMTG時に把握した業務課題をデータ化し、市場性と自社リソースを分析。上限原価率を設定し、新たな業務支援ユニットを開発。

■ 検証とナレッジ展開による強化

業務支援ユニットリリース前にテストマーケで受注率、効果性を検証し、一定の再現性が担保出来た後に正式リリース。勉強会を通じて全社にノウハウを共有。



3 追加ユニット
提案取得増加

顧客満足度の向上 × MTG対応のマンパワー増強

顧客状況を独自の方法で分類し、満足度を上げる最適な提案を実施。

同時に顧客とのMTG自体の対応数を増やすため、クラウドワーカーを積極活用。



追加ユニット提案取得機会の最大化



顧客満足度の向上

■ 顧客満足度を5分類し、最適提案を実施

全顧客の状況を、顧客満足度を測る独自のステータス「信頼→安心→期待→疑念→不信」を5つに分類し、「安心、信頼」という上位2つのステータスに至るための取り組み、施策を網羅的に走らせていく。



MTG対応の マンパワー増強

■ クラウドワーカーの活用・育成

顧客MTG対応数を拡大するため、ビジネスでのMTG経験があるクラウドワーカーをソリューションパートナーとして採用・育成し、提案取得まで担う体制を構築。

CRMの構築

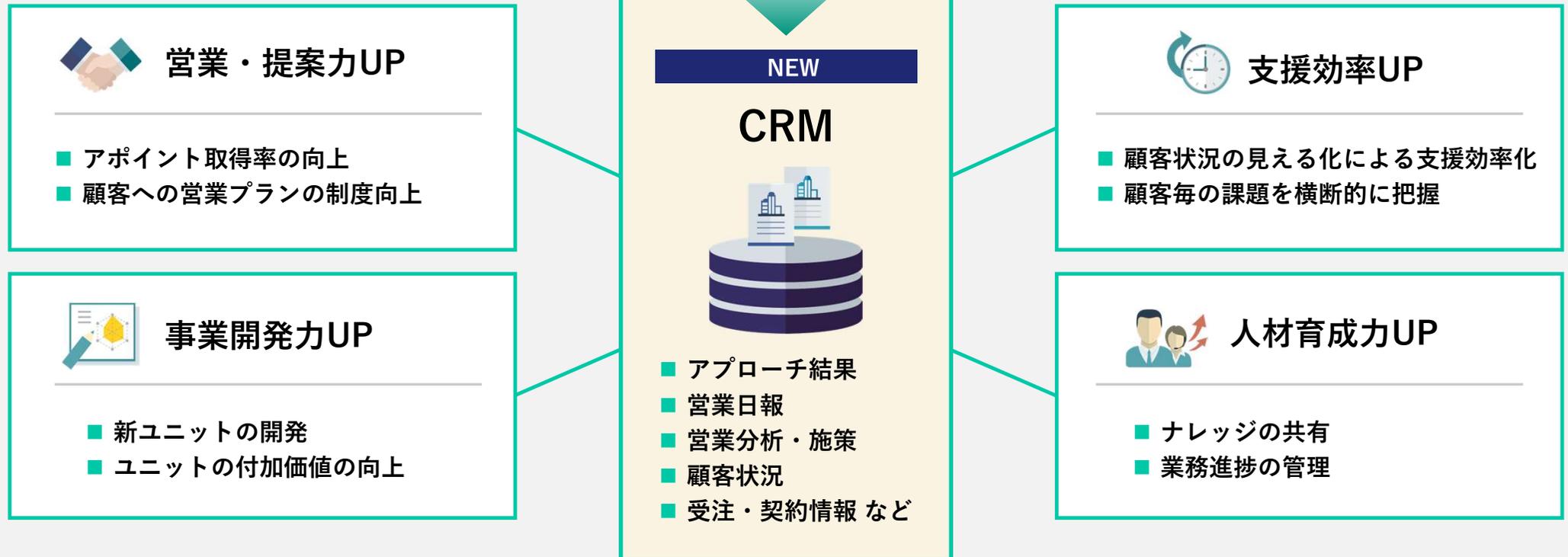
顧客データベースを新たに再構築し一元管理することで、営業・支援・事業開発において活用していく。

各フェーズの顧客データを投入&一元管理

リード

商談

受注～支援



AIの開発・活用

各業務において継続的にAIソリューションを開発・活用し、生産性を向上させることで費用を最適化していく。



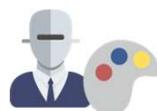
AI受付通過くん& AI架電くん

今期の状態

- 通過率：人の半分
- アポイント率：1/3

来期の状態

人と同水準以上の
成果を目指して
取り組む



AI制作くん

今期の状態

- LPやバナー制作が
メイン

来期の状態

Webサイト、
Webメディア、
業務システムのUI
なども対応可能に



AI開発くん

今期の状態

- リリース完了

来期の状態

各プロジェクトの
保守などもAIにて実施
し、開発費用の最適化、
効率化に取り組む



AICSさん [メンバーズ内]

今期の状態

- 顧客対応をする
CSAIを実装

来期の状態

顧客対応だけではなく、
タスク入力、指示を
全てAIが実行。
顧客提供も実施

M&A支援事業の立ち上げ

中小企業のM&A
仲介における問題

- ☑ 赤字企業が多い
- ☑ 労力は変わらない
- ☑ 得れる報酬は少ない

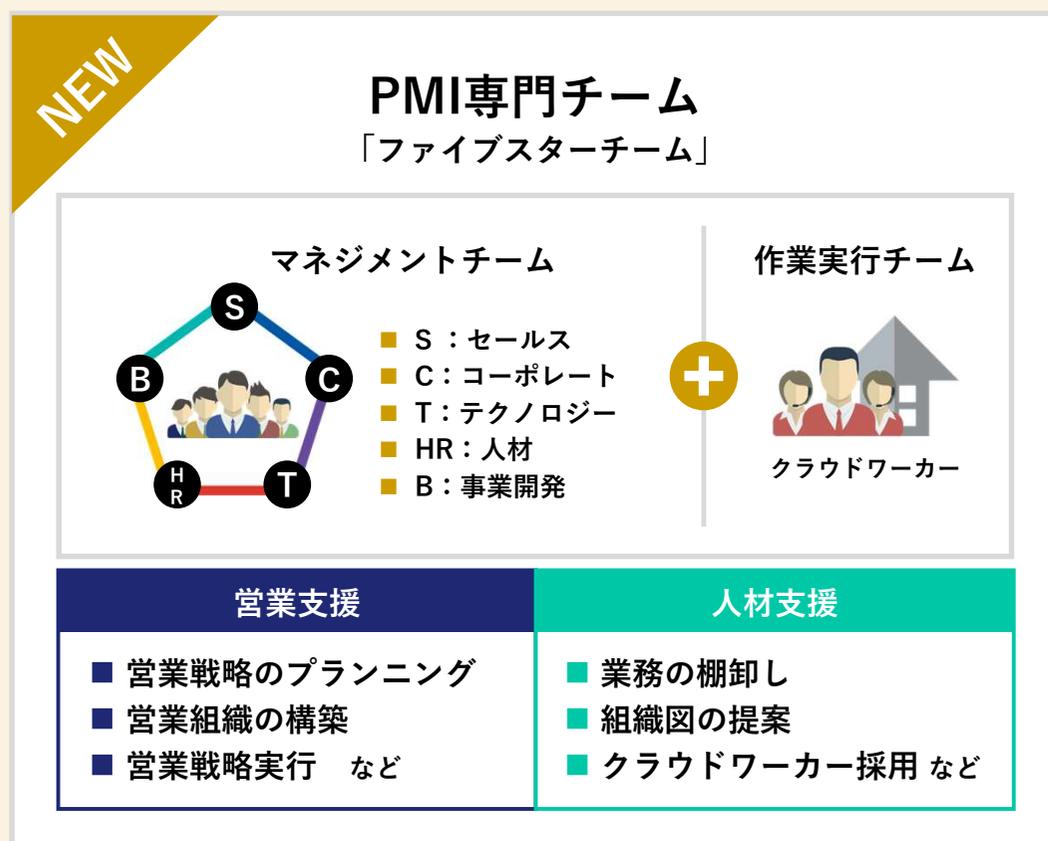


潜在的な需要の高まっている中小企業のM&A市場の開拓へ

PMI組織の機能

M&Aを行った企業に対して、「営業支援」「人材支援」を行い、M&Aによるシナジーを最大化させていく。

今期取り組み



PMI支援

アイドマで
M&Aした
企業

PMI支援

M&Aを実施する会社を
PMI専門チームが支援

- 業務支援
- 売上向上支援
- クラウドワーカー活用支援など

将来的に

M&Aを
する企業



新設法人・中小企業向け会計SaaS『ALL-IN』のリリース

新設法人や中小企業向けにAIを実装した会計SaaSを無償提供し、様々な追加ユニットのドアノックに繋げる。



様々なユニットの提案軸として活用が期待できる [一例]

バックオフィス支援ユニット

経理支援ユニット

クラウドワーカー活用支援ユニット

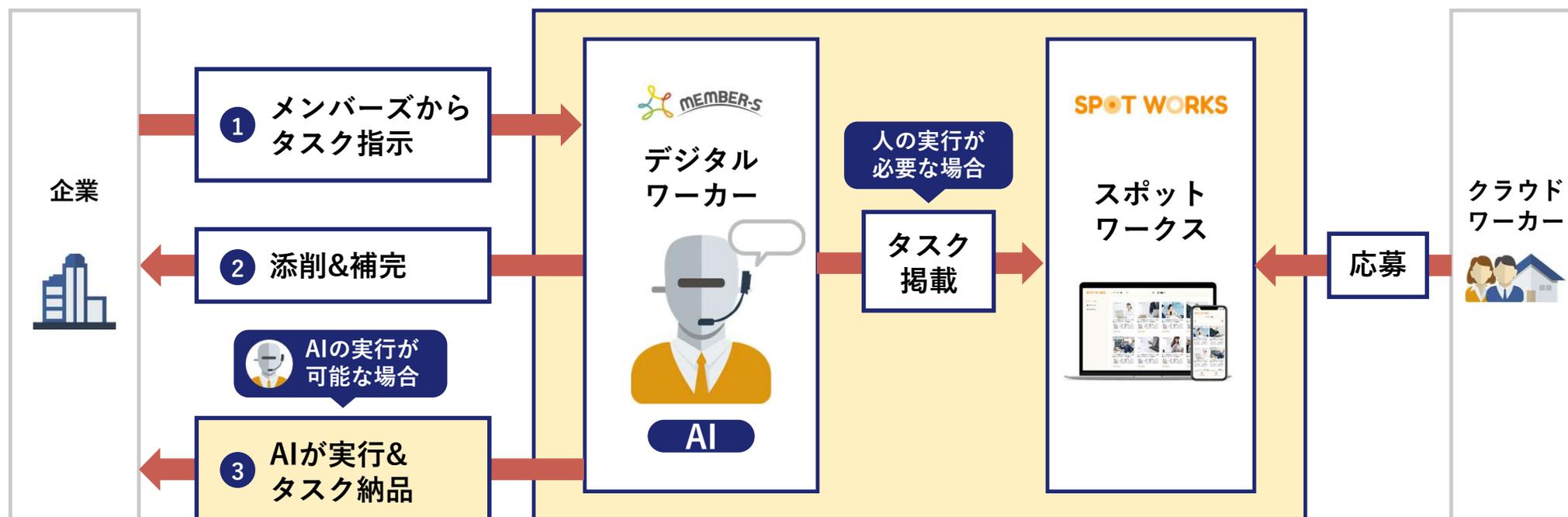
営業支援ユニット

新たな顧客開拓、新たな価値創造、既存顧客へのクロスセル機会の創出につながる

『スポットワークス』でデジタルワーカー活用

SPOT WORKS

スキマ時間にリモートで働けるお仕事をクラウドソーシング型で提供する。



コストを大幅に削減

これまで人に依頼していたタスクをAIにすることで、人件費が抑えられ、経営コストを下げるのが可能に。

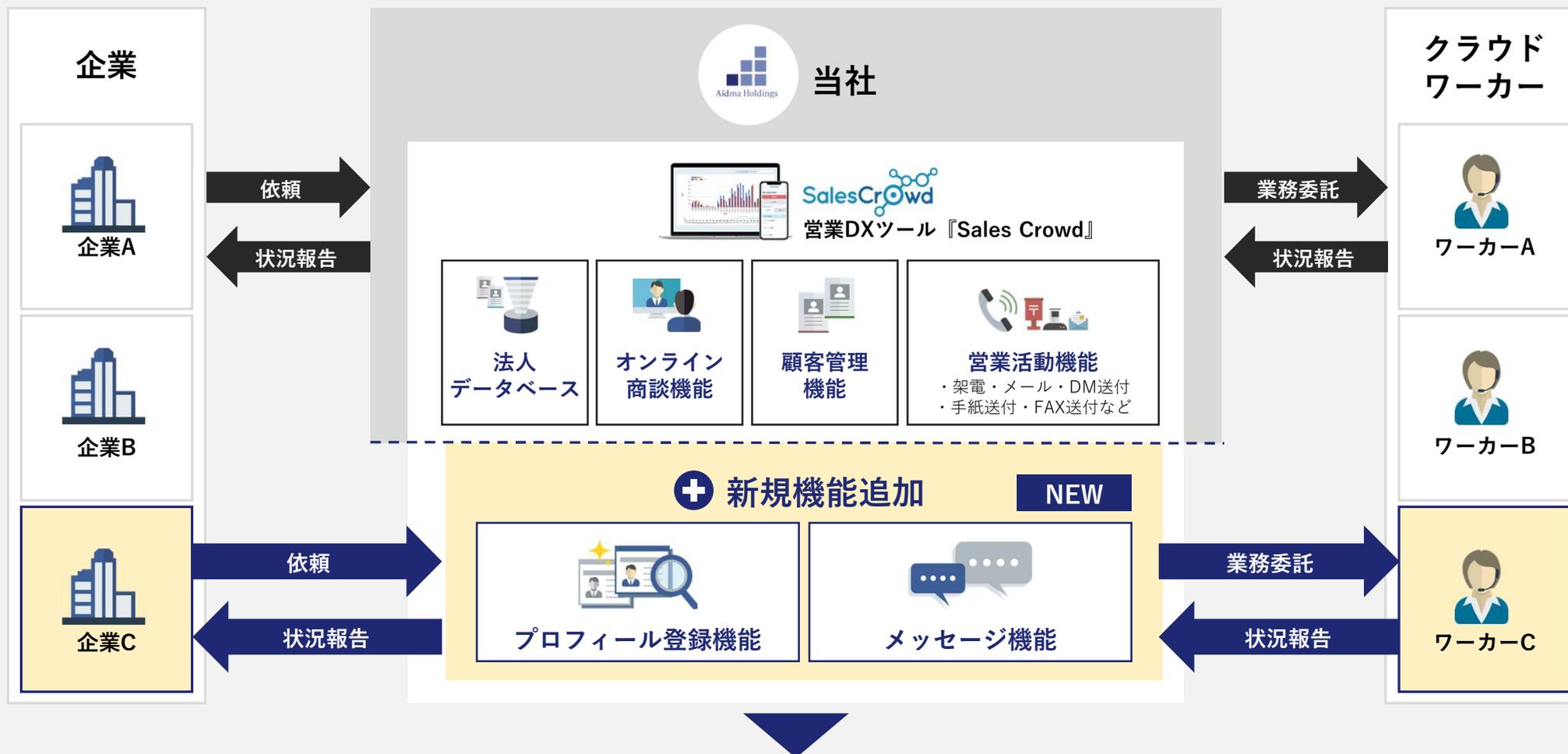


人とAIの比較検討が可能

人による作業とAIによる作業の品質を比較し、今後AI活用が可能な分野を検討可能に。

『営業のワークインフラ』リリース

企業とクラウドワーカーが当社を通さず直接つながり、営業業務を依頼出来るワークインフラを提供する。



『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！

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(2025年11月末現在) |
| 従業員数 | 正社員: 431名 2025年11月末現在 (連結ベース) 業務委託: 3,815名 2025年11月末現在 (当社単体) |
| 証券コード | 7373 |

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。

営業支援

サービス※1

売上比率 ※4

66%



人材支援

サービス※2

売上比率（単独） ※4,5

30%



その他

サービス※3

売上比率（単独） ※4,5

4%



マーケメディア

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

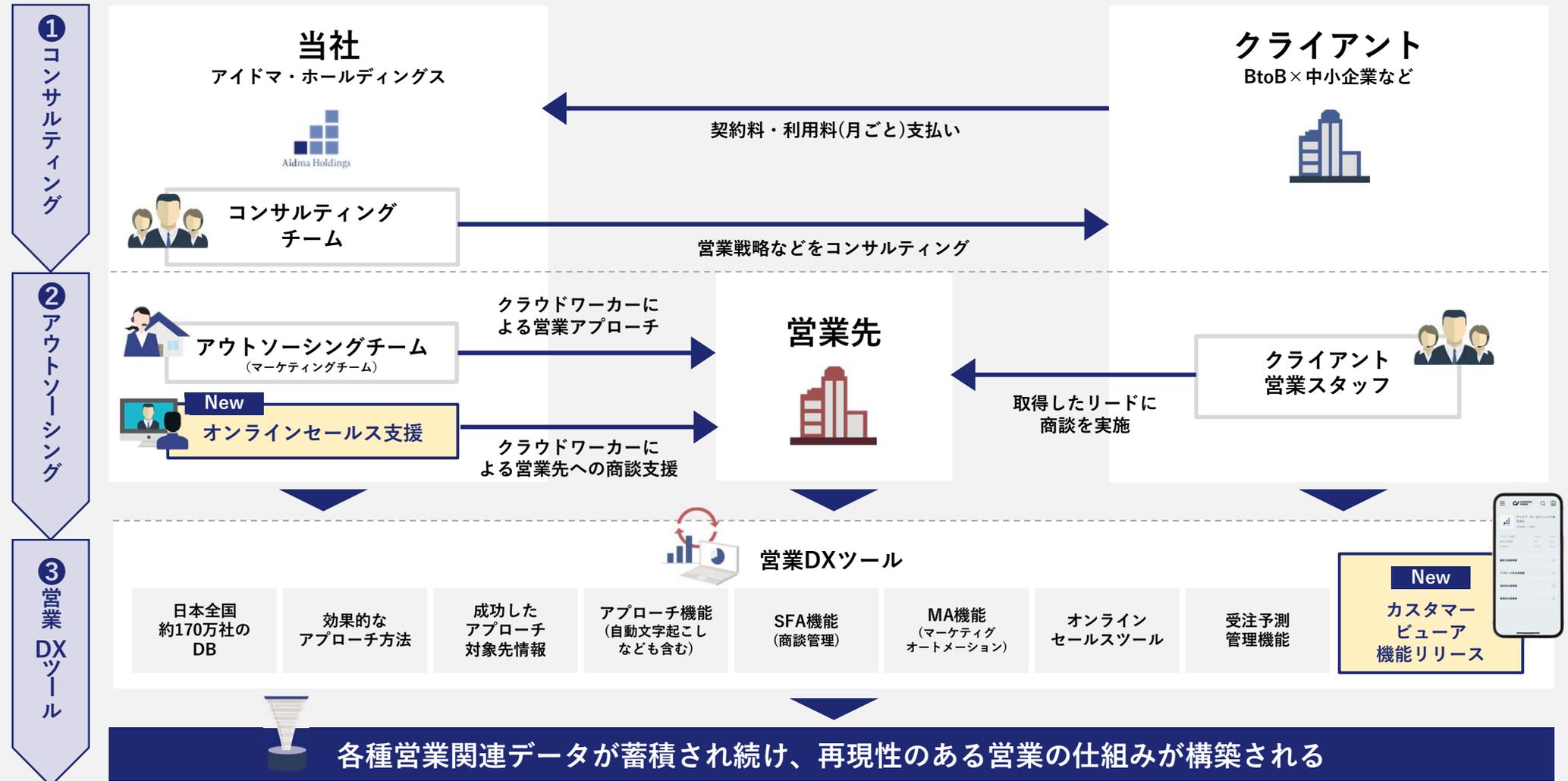
※3：インターネット環境のあるデバイスを活用し、オンライン上で対面で相手先とコミュニケーションを取る事が出来るオンラインMTGツール（meet int）等

※4：売上比率は2025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 ・DM ・FAX ・フォーム ・メール ・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



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

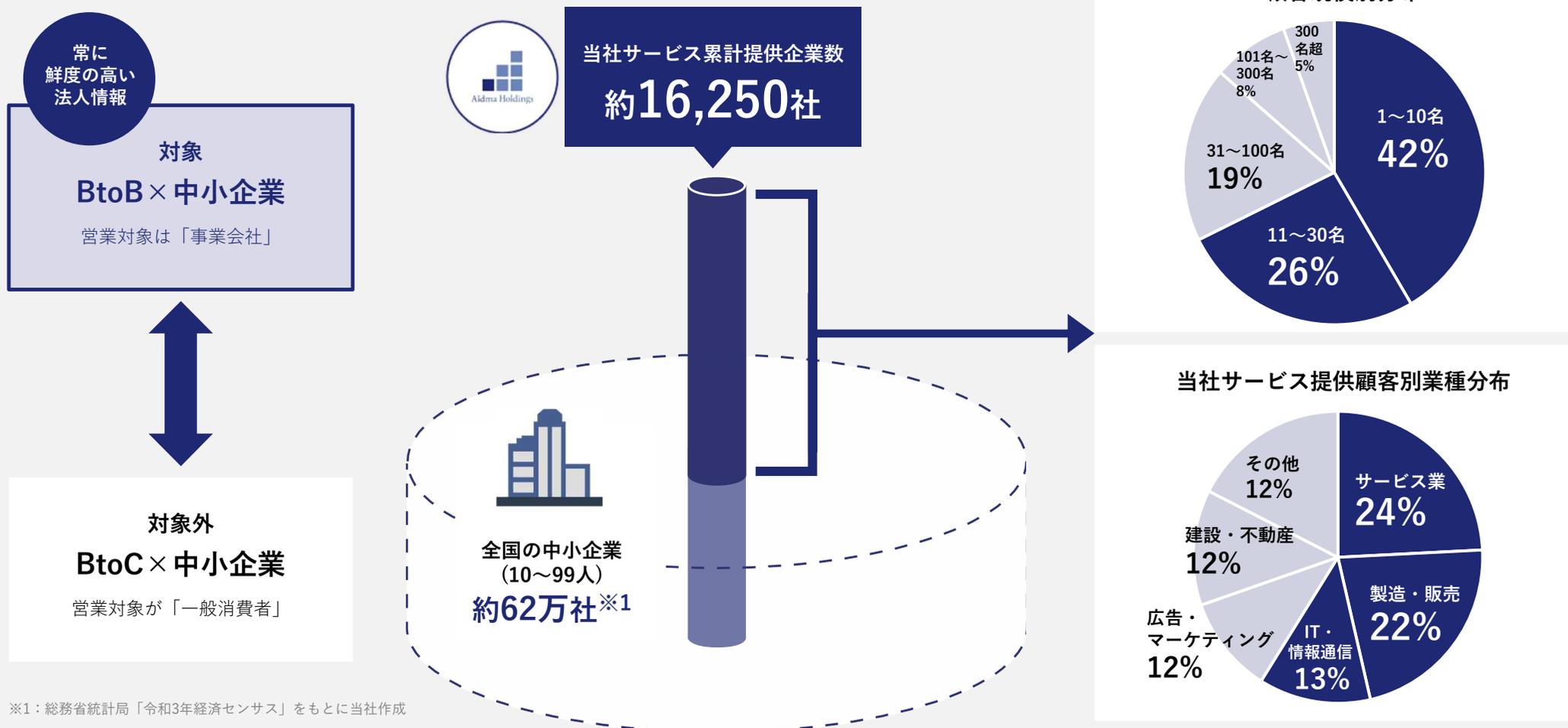
※1：企業ホームページの会社概要を閲覧し、「社名」「住所」「電話番号」「事業内容の要約」「売上データ」等を定期的に更新し、当社が独自に作成している法人データベース

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。

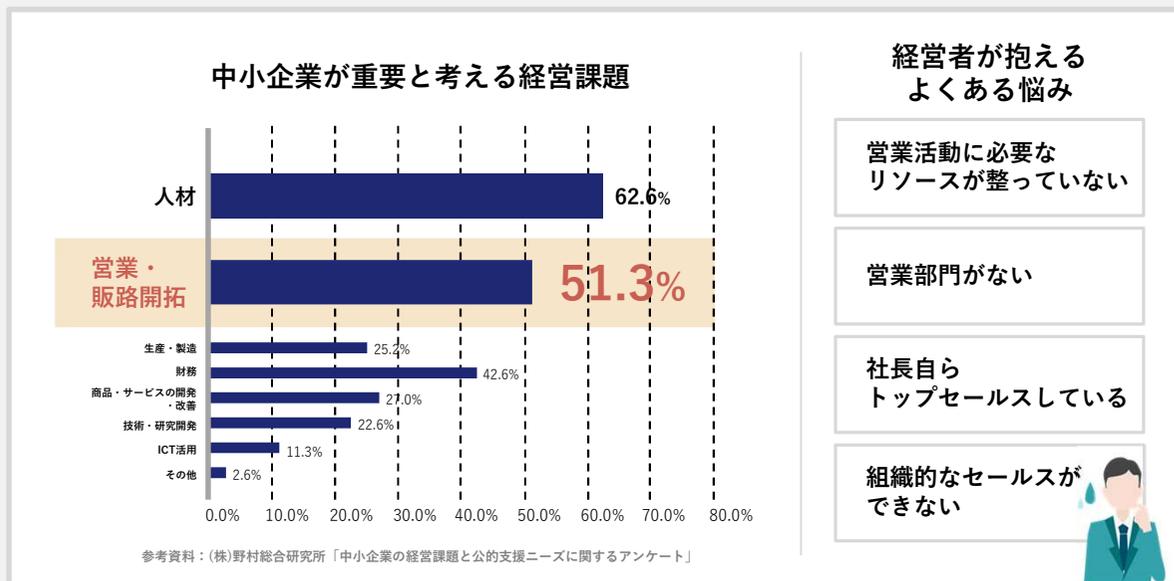
更に業種には偏りがなく、あらゆる業界にサービスを提供が可能。



営業支援サービス

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。

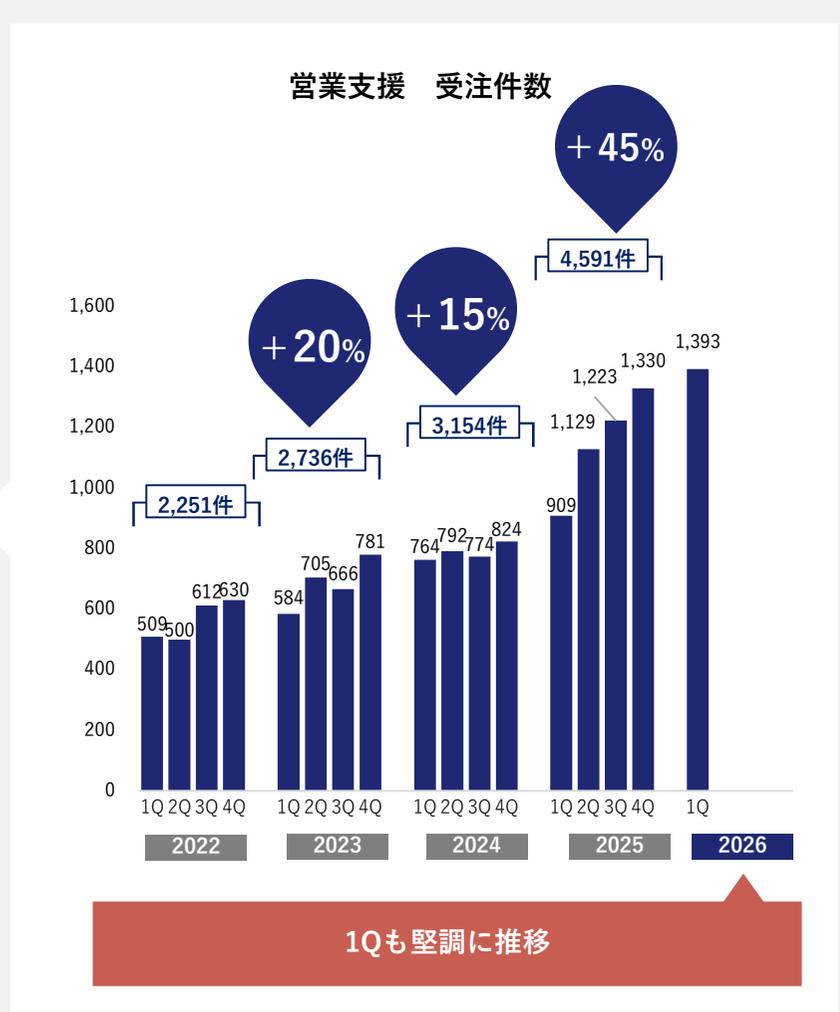


非常に大きな課題感(市場)

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、人手不足の企業をつなげる、「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2025.8期の比較

人材支援サービス

累計会員数合計
15万人超

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**15万人**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 | ハイスペック人材 |
| 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3年で

副業希望人材登録数
27,000人超

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

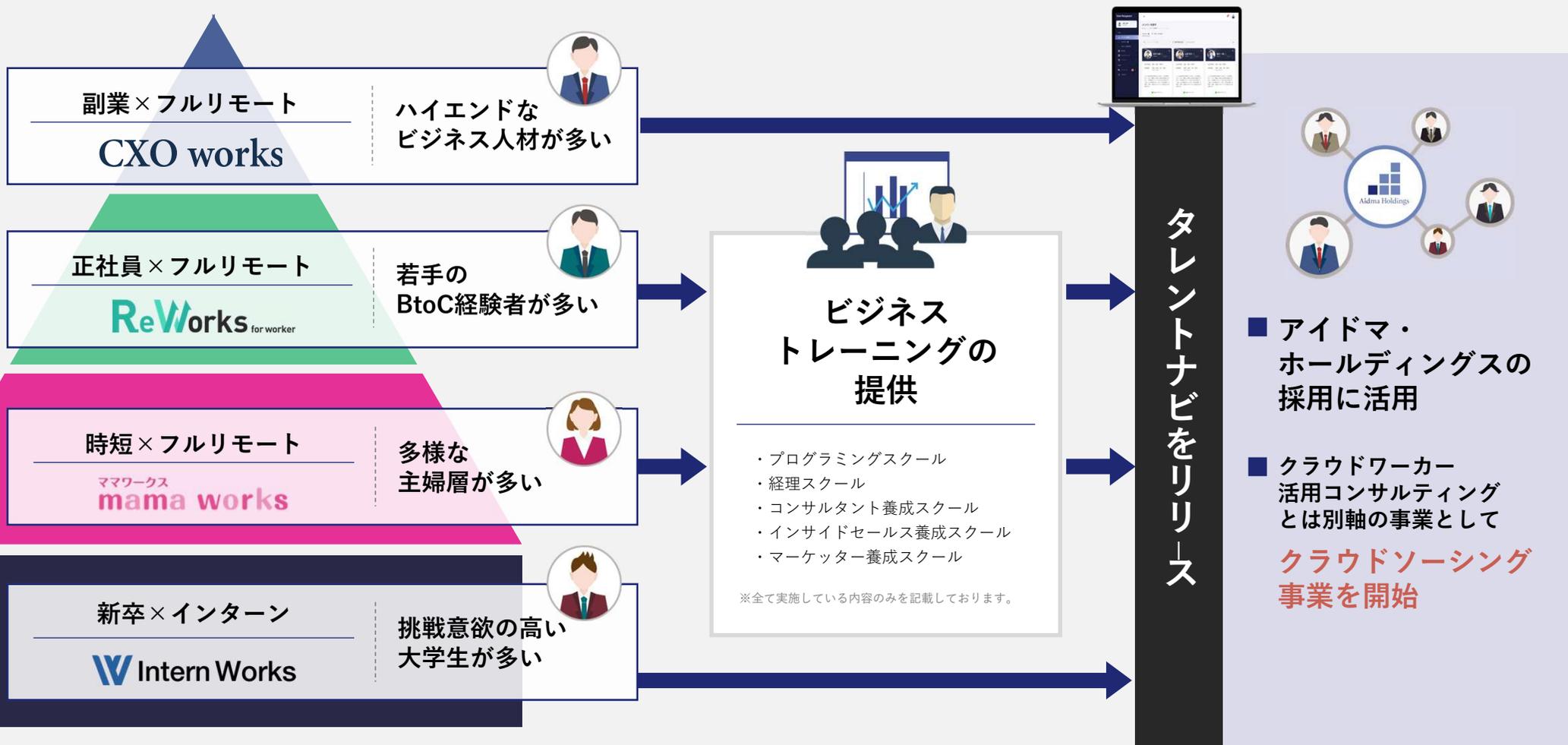
(単位：百万円)



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**



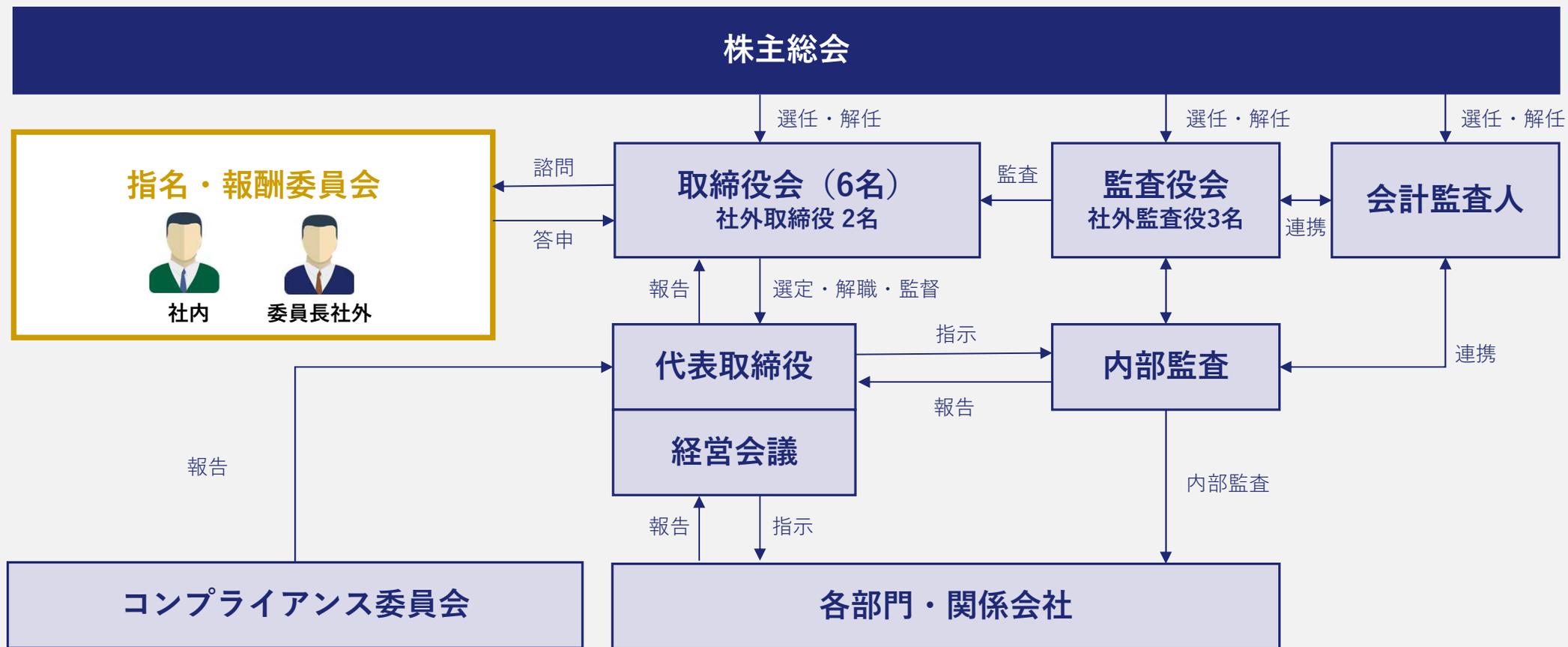
多様な働き方の実現を目指し

**各自治体（※）と
地方創生に関する
包括連携協定を締結**

（※）
兵庫県三木市 岡山県美咲町
徳島県小松島市 広島県三次市
岩手県岩手町
大阪府柏原市

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、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。



※：2025年11月末現在

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



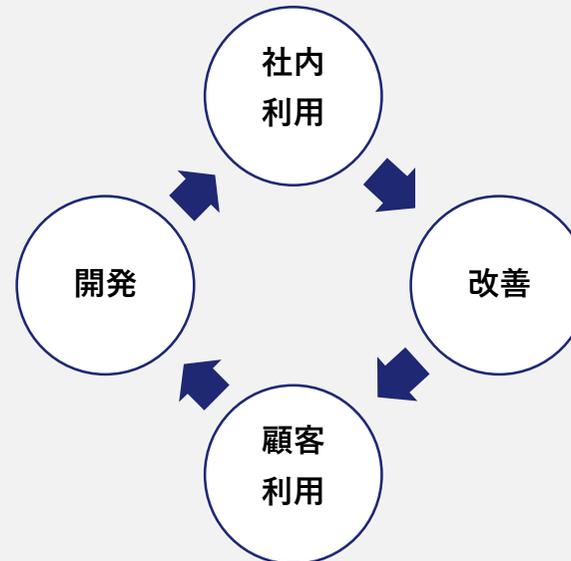
開発



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



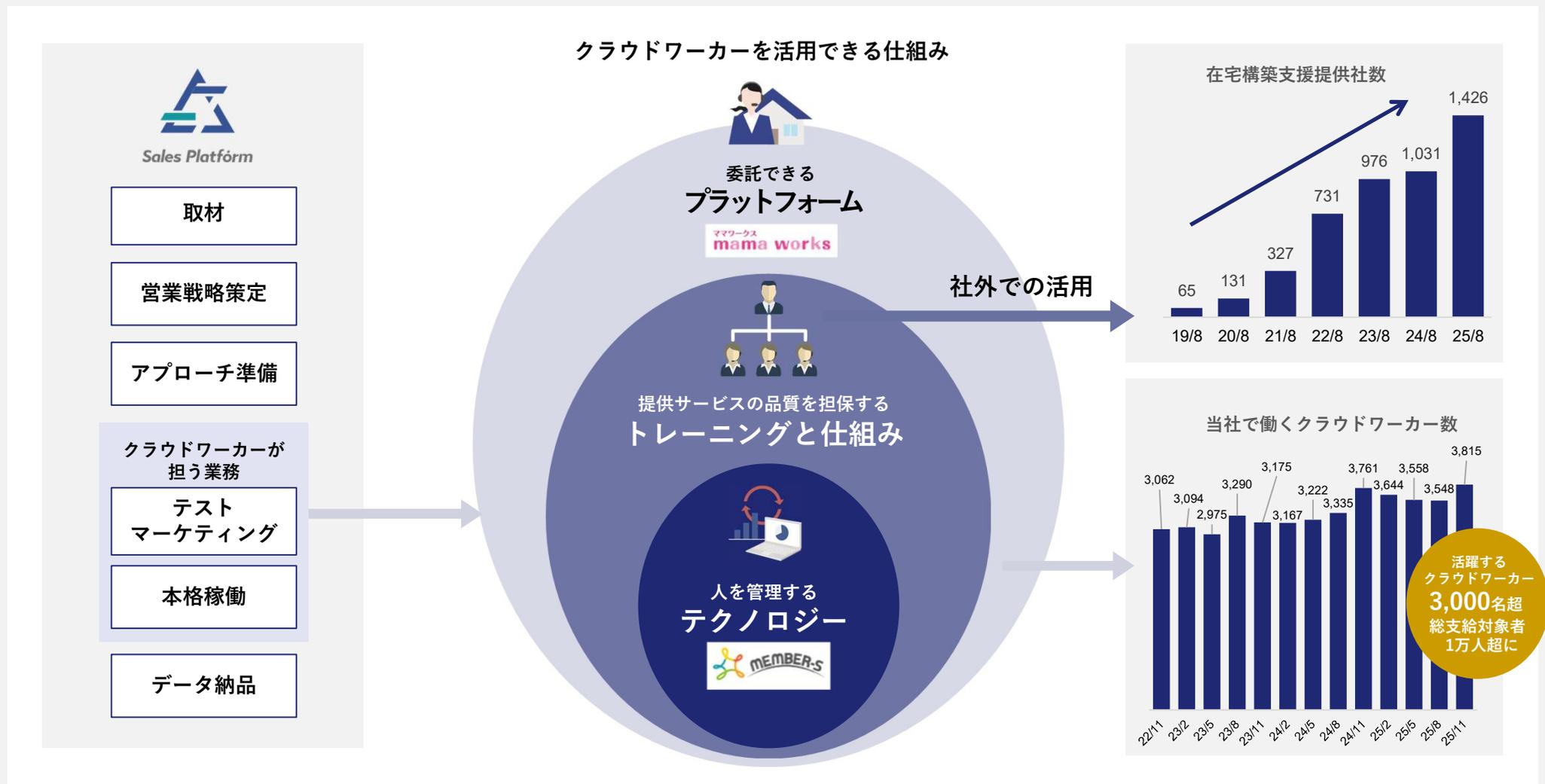
独自ツール

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…

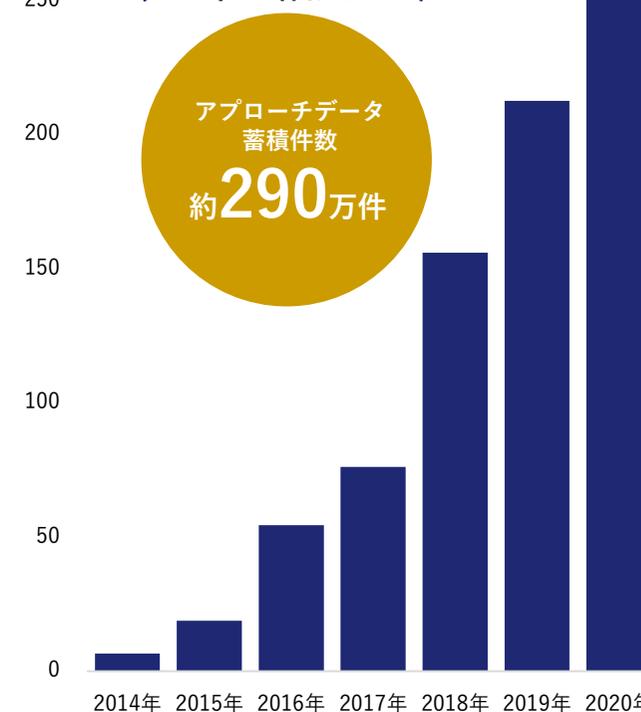
「クラウドワーカー運用」に関連したデータなども蓄積し、サービス品質の向上につなげている



(万件)

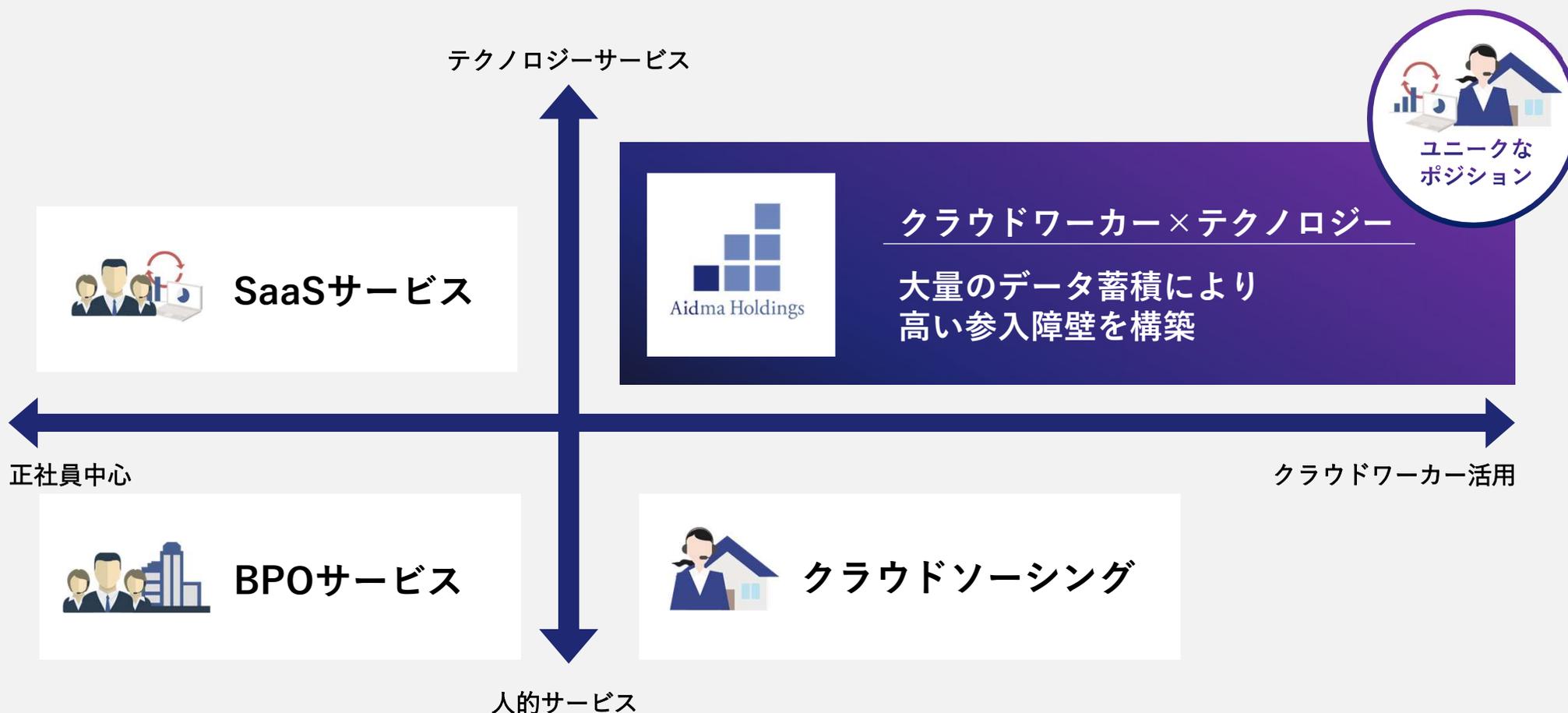
架電件数推移

データの蓄積数は年々増加!



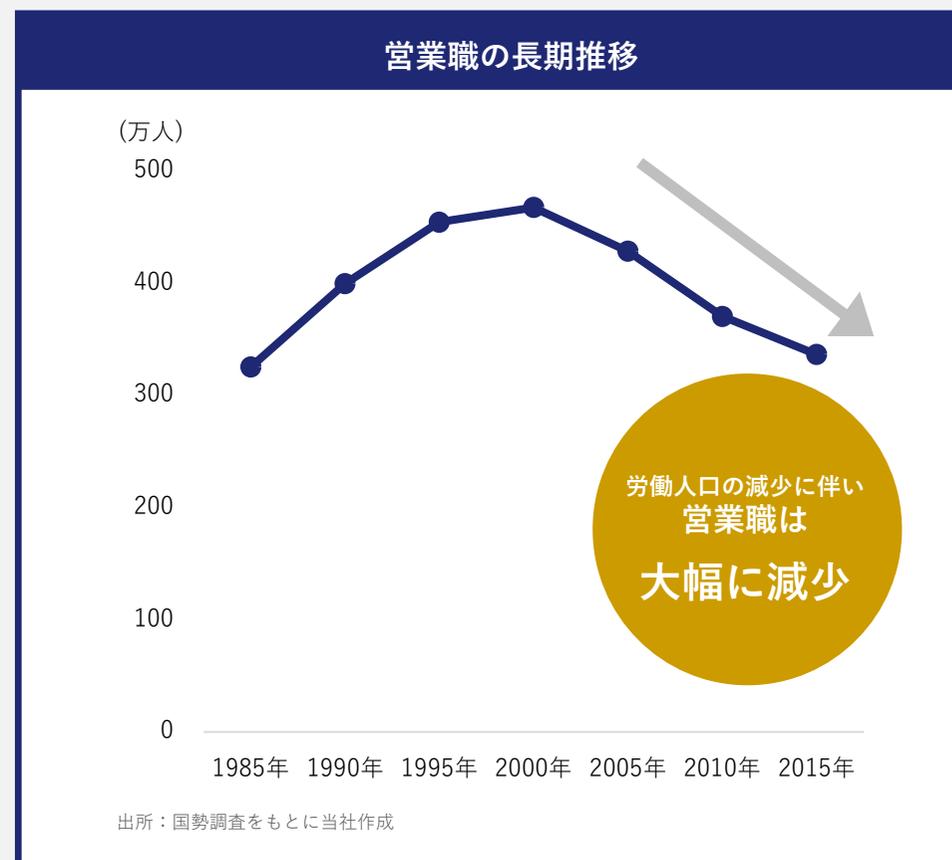
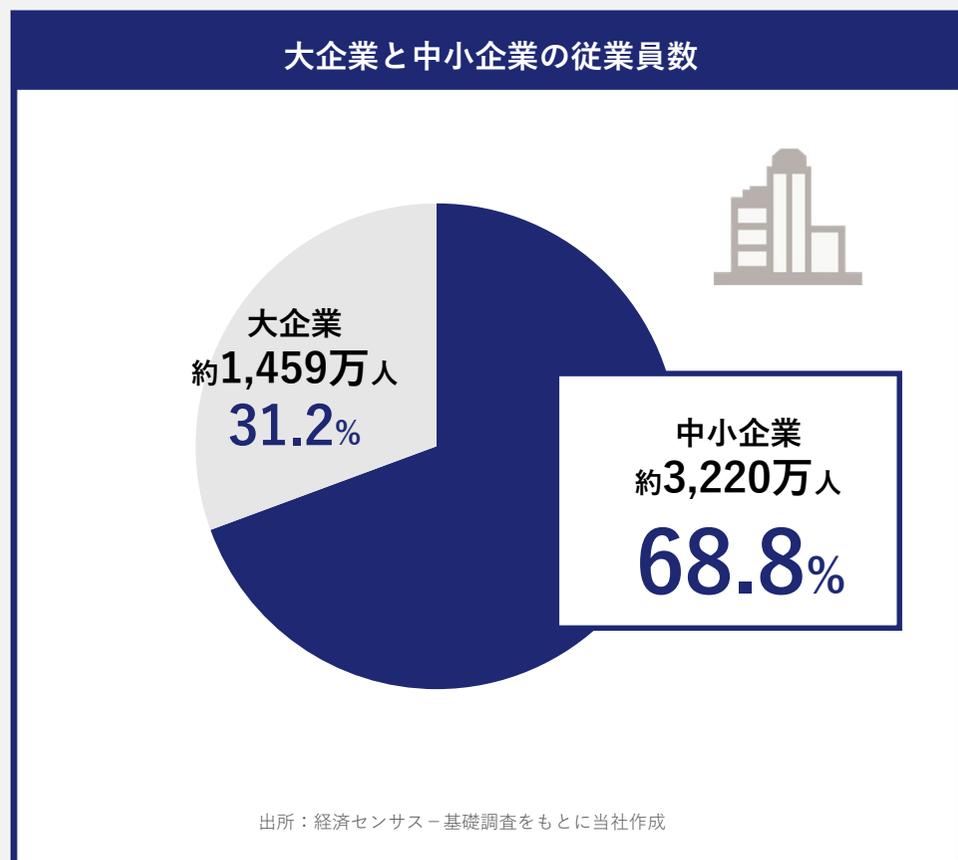
クラウドワーカー×テクノロジーによるユニークなポジショニング

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。



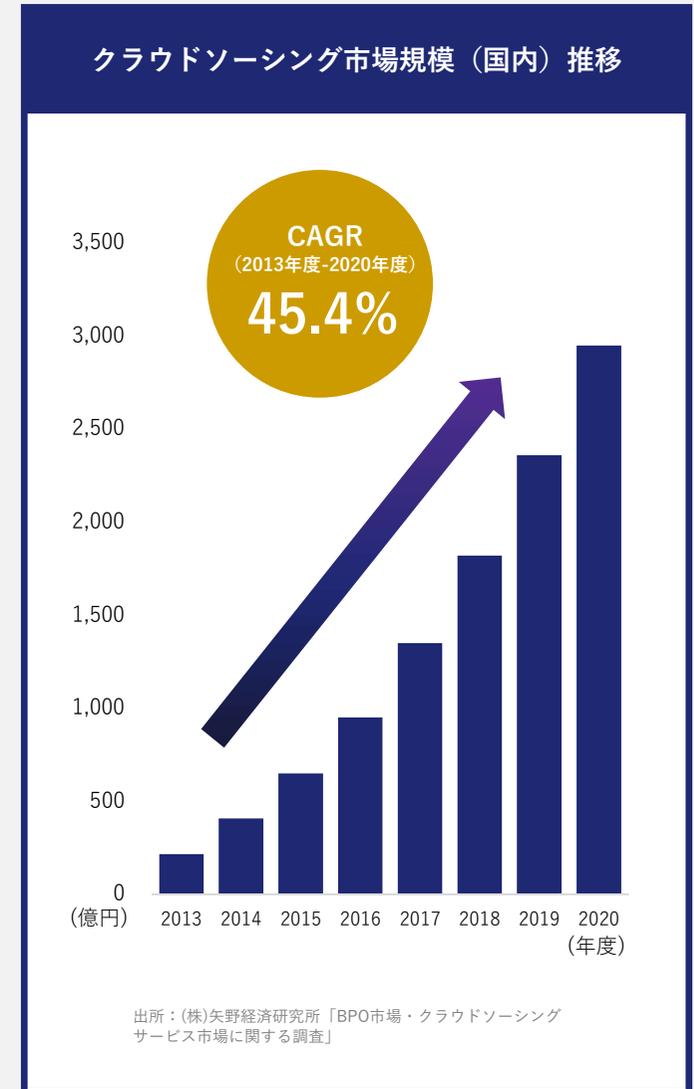
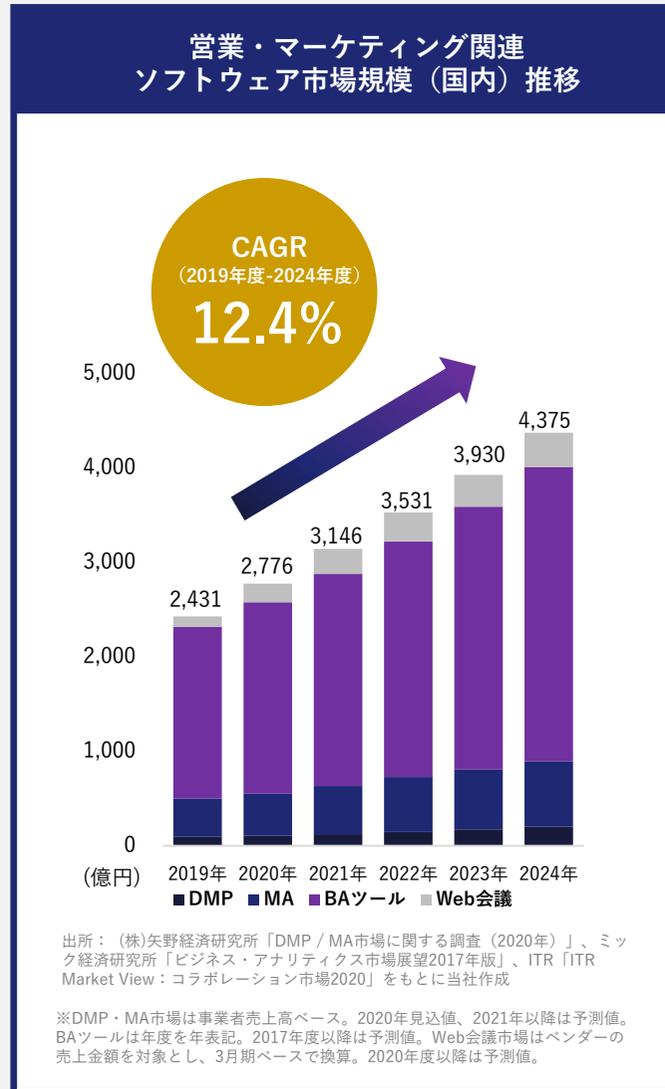
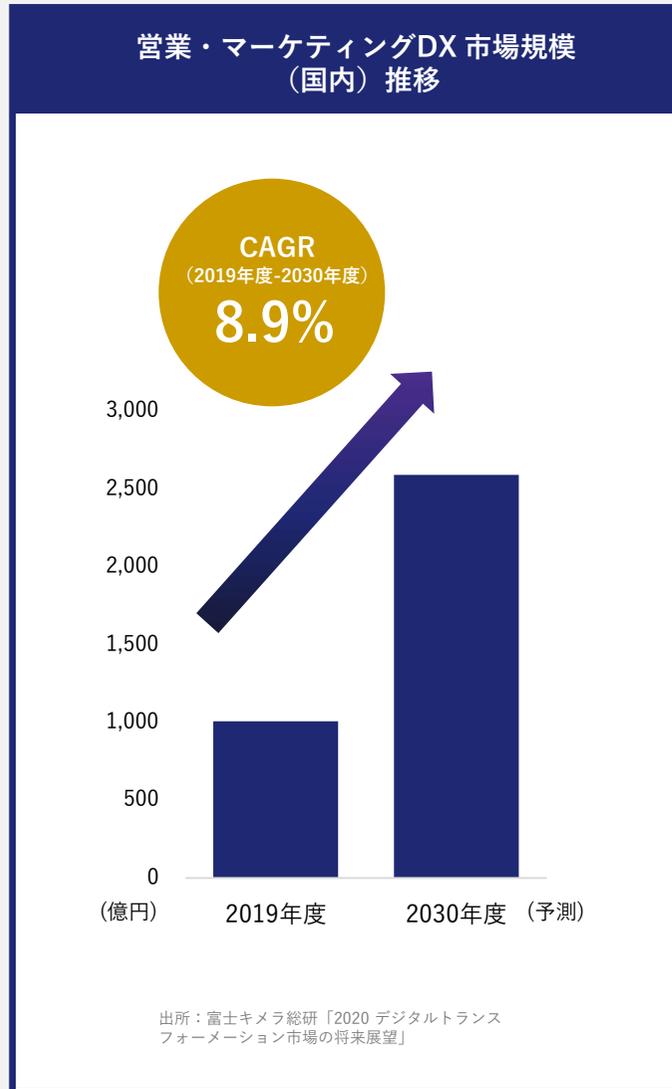
市場自体の広がり + 当社の領域拡大 [1/2]

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

事業リスクの逡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、17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。