AViC Co., Ltd.

2026年9月期

通期決算説明資料

事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年11月
株式会社AViC（証券コード：9554）

本日お伝えしたいこと（1/2）

AViC Co., Ltd.

目指す姿

事業者と消費者をつなぐインフラへ

01 「27/9期 会社計画」を発表*

営業利益のYoY成長率

+34.5%

27/9期 営業利益
1,527 百万円

売上高のYoY成長率
+25.0%
27/9期 売上高 **5,086** 百万円

営業利益率のYoY上昇幅
+2.1ppt
27/9期 営業利益率 **30.0** %

02 「成長戦略と経営方針」を策定*

ビジネスグロース事業*

エンタープライズ顧客
との取引拡大を加速する

クリエイターグロース事業*

ミドル層を厚くし、
トップクリエイターを
継続的に輩出する土壌をつくる

M&A

財務健全性を確保しつつ、
規律あるM&Aで非連続成長を目指す

株主還元

27/9期 期末配当金
初配 **12.00**円を計画する
（株主資本DOE2.0%目安＋累進配当）

注：各項目の詳細や定義は後段資料を参照されたい。
26/9期通期決算発表時より、売上高を「ビジネスグロース事業」と「クリエイターグロース事業」の2つに区分して開示する。

© 2026 AViC Co., Ltd.

本日お伝えしたいこと（2/2）

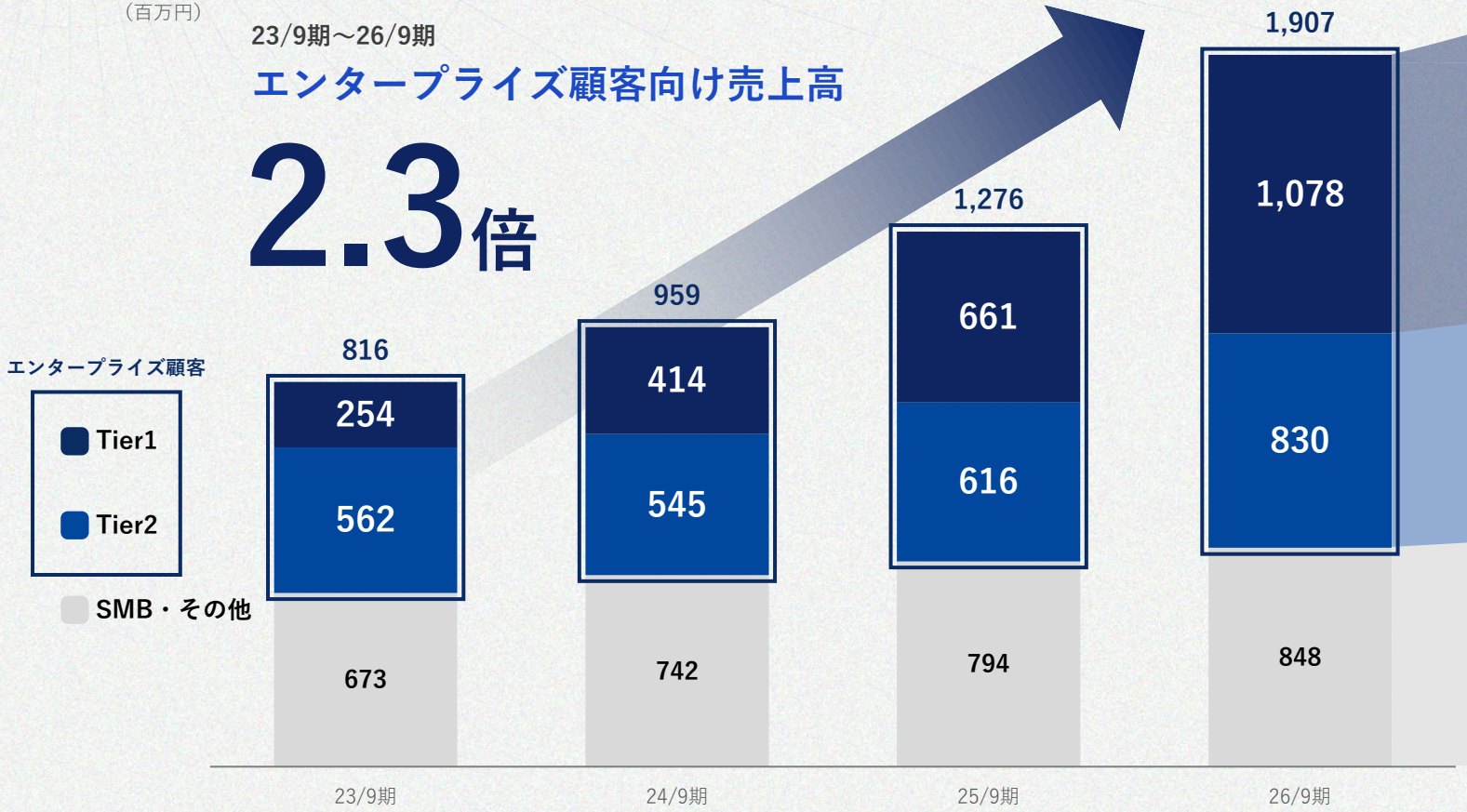
AViC単体の顧客属性別売上高*の推移

（百万円）

23/9期～26/9期

エンタープライズ顧客向け売上高

2.3倍



AI時代はエンタープライズ顧客開拓の絶好機

環境変化

AIの普及により、
競争優位性の源泉が経営資源の「量」から「使い方」へ
本格的に移行している

当社の強み

当社が従来から磨いてきた
「2つの経営のこだわり」が、
AI時代に一段と活きる

① FDE型の顧客支援*
② データに基づく組織運営

成長機会

エンタープライズ顧客との
取引拡大を加速する

注：AViC単体の売上高を、顧客ごとの月次の事業部粗利額で区分し集計している（Tier1：400万円以上、Tier2：200万円以上400万円未満、SMB：200万円未満）。Tier1とTier2をエンタープライズと定義している。
事業部粗利額は、売上高から外注費を控除した額である。
FDE型の顧客支援の考え方はP11を参照されたい。
百万円未満を四捨五入しているため、内訳の合計が合計値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

AViC Co., Ltd.

INDEX

01 コーポレート・ハイライト P.5
Corporate Highlights

02 26/9期 業績報告 P.14
FY2025 Results

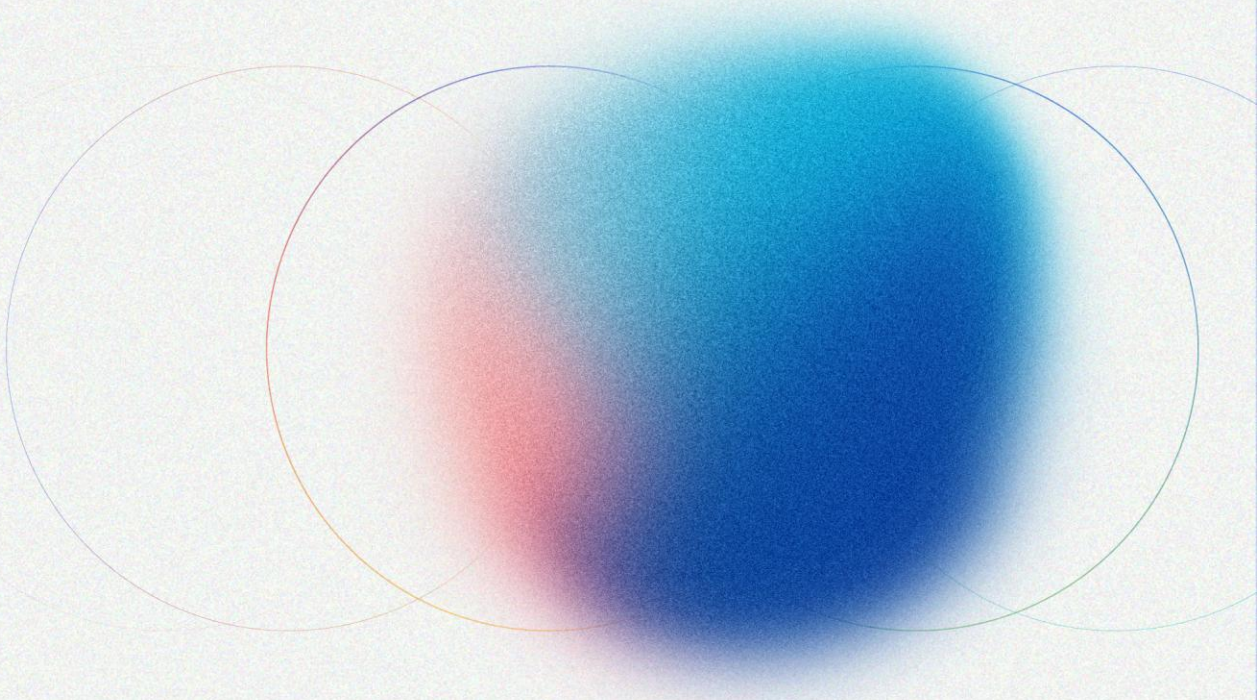
03 27/9期 会社計画 P.26
FY2026 Forecast

04 成長戦略と経営方針 P.30
Growth Strategy & Management Policy

05 Appendix P.37

© 2026 AViC Co., Ltd.

01



コーポレート・ハイライト

Corporate Highlights

© 2026 AViC Co., Ltd.

会社概要

AViC Co., Ltd.

2018年3月の実質創業から約4年で東証グロース市場に上場し、その後はM&Aも活用して事業規模を拡大してきた。

基本情報

社名	株式会社ＡＶｉＣ
上場	2022年6月 東証グロース（9554）
創業	2018年3月
代表者	代表取締役社長 市原 創吾
所在地	東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル19階
社員数	連結104名・単体95名 （2026年9月末時点）
資本金 （資本準備金を含む）	923百万円 （2026年9月末時点）

マネジメントチーム

代表取締役社長
市原 創吾

2009年青山学院大学理工学部卒業。株式会社サイバーエージェントに入社し、コンサルティングおよびマネジメント業務に従事。
2018年3月に当社を創業し、代表取締役社長に就任。

取締役CFO
笹野 誠

2010年東京大学卒業。株式会社みずほコーポレート銀行（現 株式会社みずほ銀行）で大企業向けの法人営業を担当した後、2015年からみずほ証券株式会社でテレコム・メディア・テクノロジーセクターのカバレッジ担当として投資銀行業務に従事。
2020年1月にCFOとして当社に入社し、同年2月に取締役に就任。

社外取締役（常勤監査等委員）
安生 あづさ

1994年関西学院大学社会学部卒業。
監査法人で会計監査に従事した後、三優監査法人で財務デューデリジェンス等を担当。
2006年あんじょう会計事務所代表に就任。

社外取締役（監査等委員）
山元 雄太

2007年京都大学卒業。
ボストンコンサルティンググループを経て、株式会社JMDC取締役副社長兼CFO等を歴任。2014年に弁護士登録。

社外取締役（監査等委員）
長利 一心

2006年京都大学大学院修了。
ベイン・アンド・カンパニー、
株式会社セガゲームス（現 株式会社セガ）社長室長、株式会社メルカリ執行役員
COO Japan Region等を歴任。

沿革

● ビジネスグロース事業　● クリエイターグロース事業

2018.3	2022.6	2023.1	2023.10	2024.5	2025.5	2026.1
実質創業	東証グロース市場に上場	overflowから事業譲受	VALUTECH*を子会社化	ADKと合弁会社を設立	リアレーションを子会社化	Spicaを子会社化

注：VALUTECHは、2026年7月に旧社名FACTから社名を変更している。

© 2026 AViC Co., Ltd.

事業系統図

ビジネスグロース事業は、事業者の収益拡大に向けて、戦略立案から施策実行まで一貫したコンサルティングサービスを提供する。
クリエイターグロース事業は、TikTok LIVEにおけるクリエイター支援*、SNS・PRの企画、ライブコマースの企画・運営を提供する。



注：TikTok LIVEにおけるクリエイター支援のビジネスモデルについては、Appendix（P40）に、より詳細な事業系統図を掲載しているため、あわせて参照されたい。

© 2026 AViC Co., Ltd.

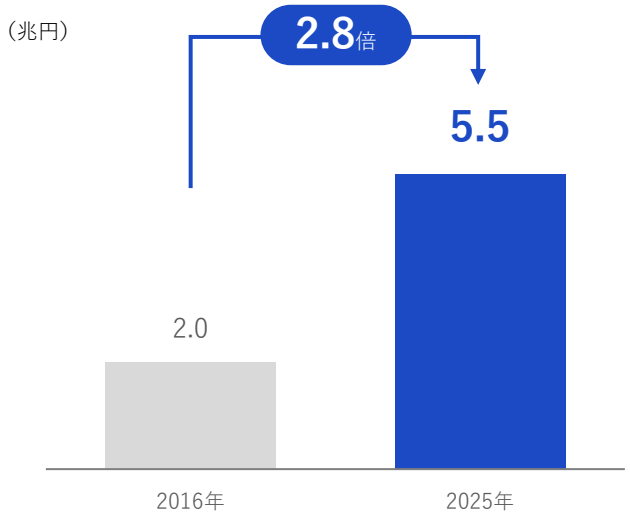
ビジネスグロース事業およびクリエイターグロース事業を取り巻く市場は、いずれも高い成長が続いている。

ビジネスグロース事業

国内ビジネスグロース市場*

実績CAGR（2016→2025年）

+12.0%

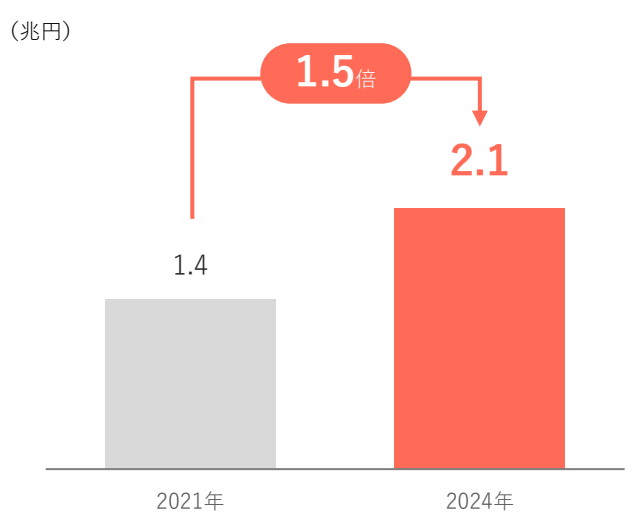


クリエイターグロース事業

国内クリエイターエコノミー市場*

実績CAGR（2021→2024年）

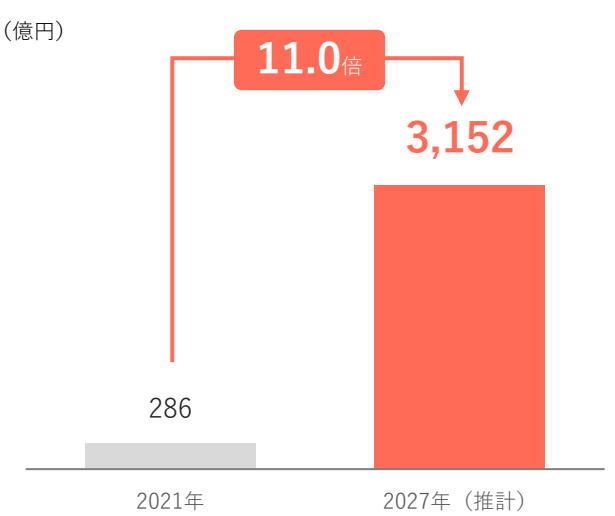
+15.5%



国内ライブコマース市場*

推計CAGR（2021→2027年）

+49.2%



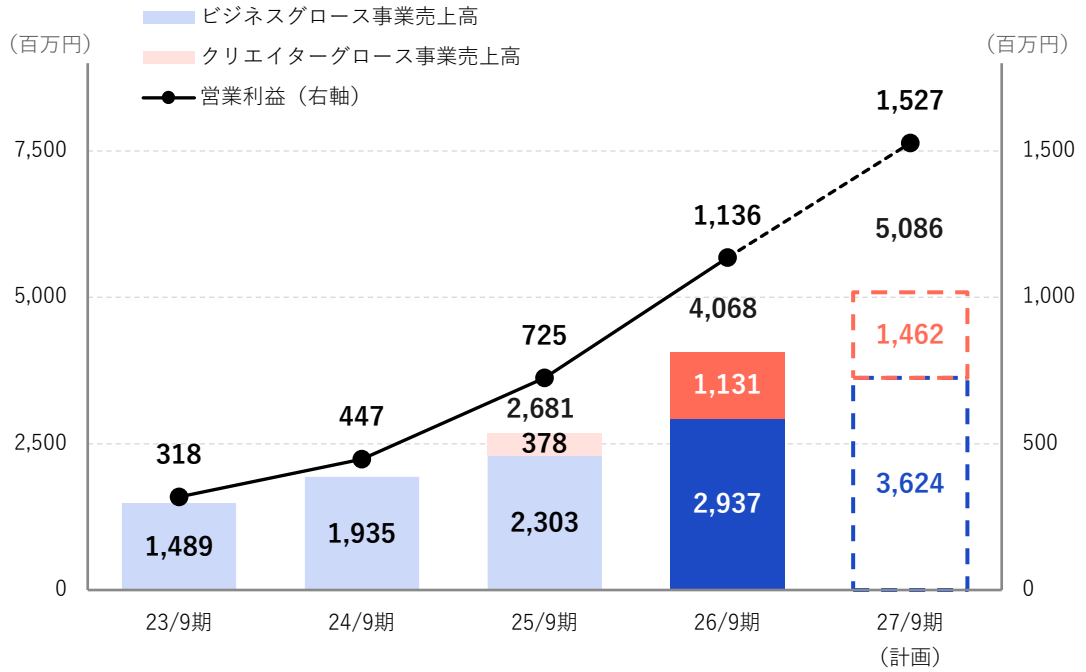
注：国内ビジネスグロース市場は、IDCの国内コンサルティングサービス市場（2017年、2026年発表）と、
電通「日本の広告費」（2016年、2025年）のインターネット広告費を合算した、当社の定義による市場規模である（いずれも実績）。
国内クリエイターエコノミー市場は、三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」を参照した。
国内ライブコマース市場は、株式会社デジタルコマース総合研究所の推計値を参照した。

© 2026 AViC Co., Ltd.

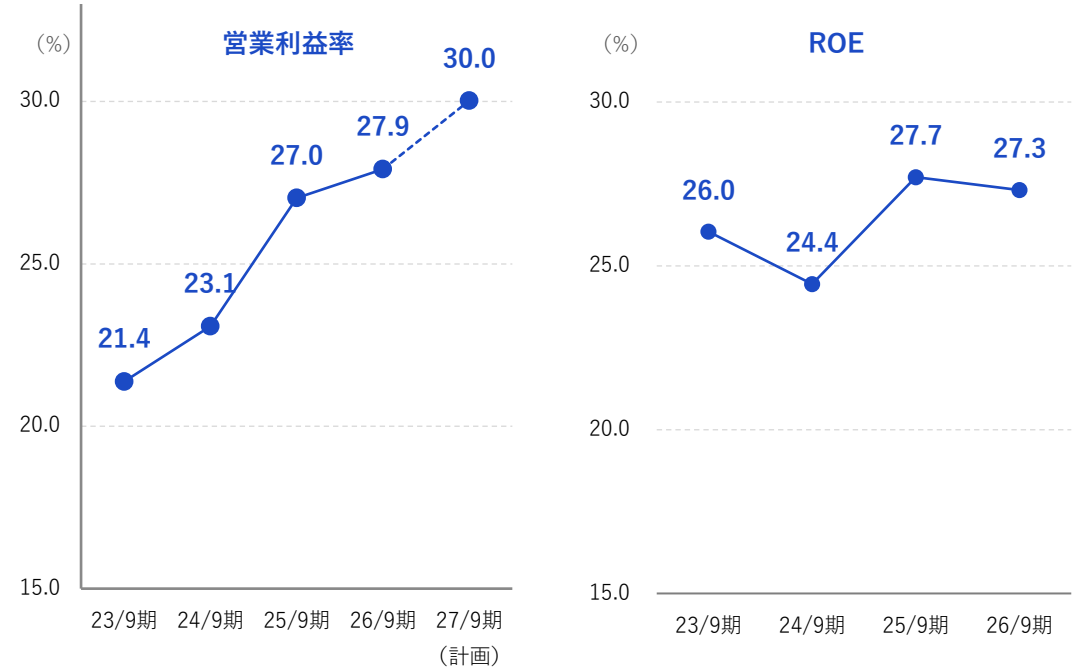
業績動向

高い成長性・収益性・資本効率を兼ね備えたクオリティ・グロース*を実現している。
23/9～26/9期の3か年CAGRは売上高+39.8%、営業利益+52.8%、26/9期の営業利益率は27.9%、ROE*は27.3%である。

売上高と営業利益の推移



営業利益率とROEの推移



グロース
（23/9～26/9期）売上高CAGR+39.8%
（23/9～26/9期）営業利益CAGR+52.8%

クオリティ
（26/9期）営業利益率 27.9%
（26/9期）ROE 27.3%

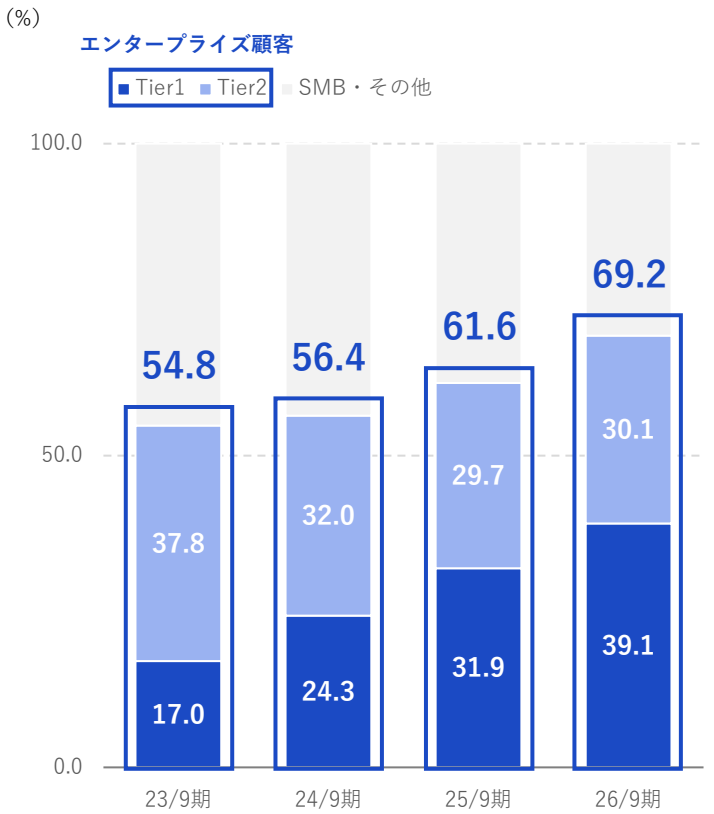
注：クオリティ・グロースとは、営業利益率やROE等で測る収益性・資本効率の高さ（クオリティ）と売上高・各段階利益の成長率の高さ（グロース）を兼ね備えていることを指す。株式投資の評価で使われる考え方である。
ROEは、親会社株主に帰属する当期純利益÷株主資本（期首・期末の平均）で算出している。
23/9期は単体業績である。

© 2026 AViC Co., Ltd.

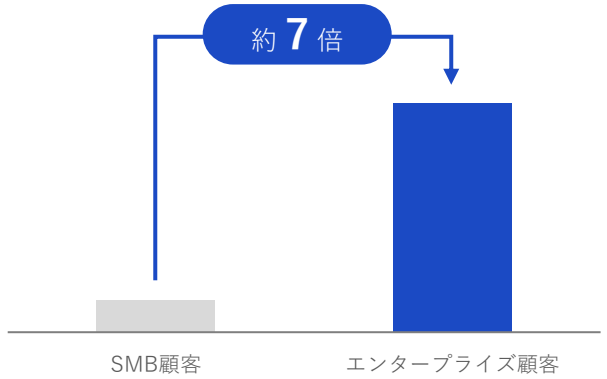
エンタープライズ顧客との取引拡大

ビジネスグロース事業におけるエンタープライズ顧客*との取引拡大が、クオリティ・グロースをけん引している。
エンタープライズ顧客は、SMB顧客より収益性が高く、既存顧客との取引深耕と新規顧客の開拓により、成長余地はさらに広がる。

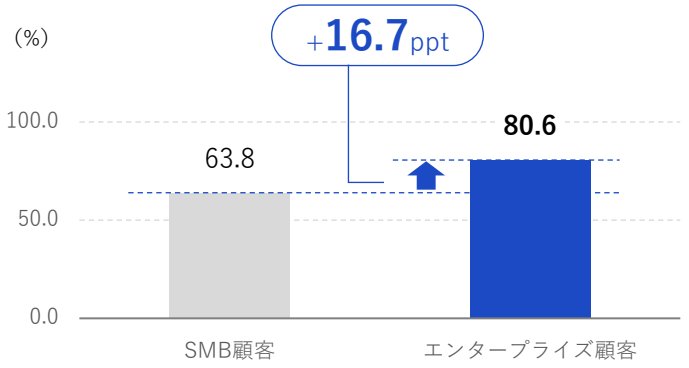
エンタープライズ顧客向け売上比率*の推移



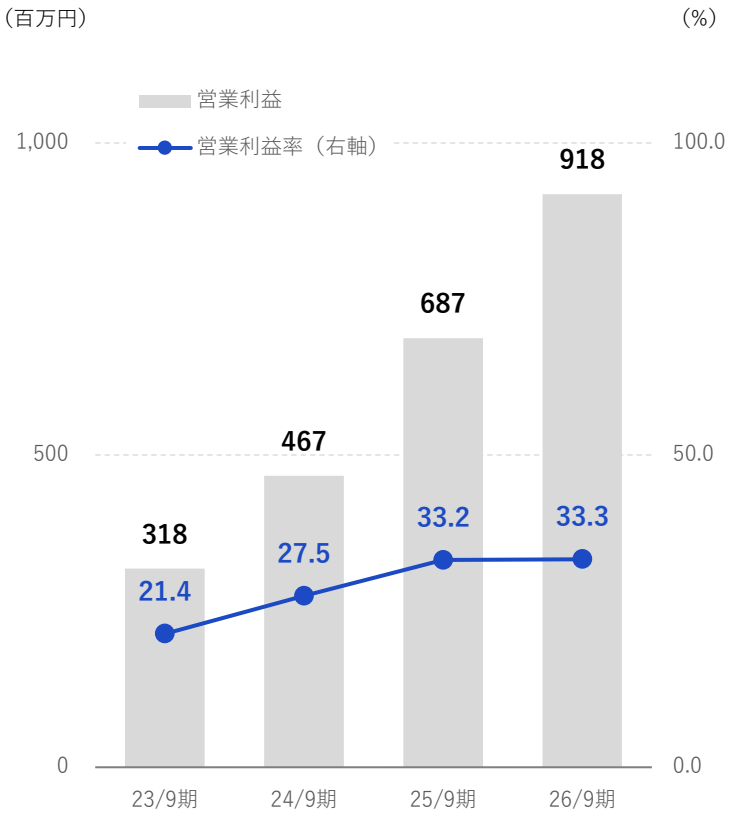
顧客属性別1社あたり事業部粗利額*



顧客属性別事業部粗利率*



AViC単体営業利益と営業利益率の推移



注：エンタープライズ顧客とは、AViC単体の顧客のうち月次の事業部粗利額が200万円以上の顧客を指す（Tier1：400万円以上、Tier2：200万円以上400万円未満、SMB：200万円未満と整理している）。
エンタープライズ顧客向け売上比率は、AViC単体の売上高に占めるエンタープライズ顧客向け売上高の割合を示す。
顧客属性別1社あたり事業部粗利額は、26/9期の月平均の値である。事業部粗利額は、売上高から外注費を控除した額である。
顧客属性別事業部粗利率は、26/9期の実績である。
百万円未満を含む値から算出し四捨五入しているため、表示値の差と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

経営のこだわり（1/2）｜FDE型の顧客支援

AViC Co., Ltd.

クオリティ・グロースを支える経営のこだわりの1つ目は、課題の特定から実行・改善までを一貫して担うFDE型の顧客支援*である。既存顧客の収益拡大を通じて継続顧客*からの売上高が伸び、新規顧客の獲得にも蓄積した資産を活かしている。

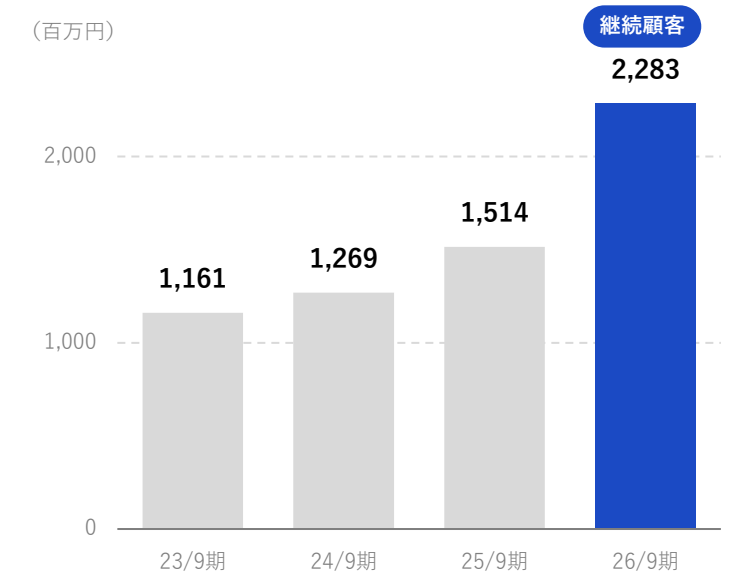
FDE型の顧客支援

顧客の現場に入り込み、課題の特定から実装、運用・改善まで一貫して担う、先進的なAI企業が実践するアプローチ

ビジネスグロース

		IT・SI領域		コンサルティング領域
		受託開発型SI	FDE*	AViC
1	顧客課題の特定	顧客から提示された開発要件をもとに課題を把握	顧客業務の実態データを分析・理解し課題を特定	事業環境や競合状況を深く分析し課題を特定
2	成果の実現・定着	要件に沿ったシステムを開発し納品	顧客のオペレーションに踏み込むシステムを実装	戦略立案から施策実行まで一貫したサービスを提供
3	成果に基づく継続改善	追加された要件に従いシステム基盤に追加実装	利用状況や導入成果を踏まえ追加開発を検討し継続実装	施策の成果を検証し戦略や施策内容を継続的に高度化
4	知見の資産化・横展開	案件ごとに完結し知見が組織に蓄積されにくい	上記①〜③で蓄積した知見を他製品・サービスに還元 顧客別の実装知見 ソフトウェア資産	慧眼AIや施策実行の型として成功パターンを蓄積し活用 顧客別の成功パターン 組織資産

継続顧客の売上高（AViC単体）



新規顧客　成功パターンを新規顧客の獲得にも活かす

既存顧客で蓄積した成功パターンを、新規のエンタープライズ顧客への提案や支援の立ち上げに応用する。

注：上図は当社の認識に基づく概念図であり、他社の実績や他社との比較、将来の業績を示すものではない。
FDE（Forward Deployed Engineer）は、エンジニアが顧客の現場に入り込み、課題の特定から実装、運用・改善までを一貫して担う、ソフトウェア開発の職種・手法であり、生成AIの企業導入を進める手法として大手AI企業等で活用されている。
当社はこの考え方をコンサルティング領域に応用し、戦略立案から施策の実行・改善までを担う「FDE型の顧客支援」として体系化している。
継続顧客の売上高（AViC単体）は、前期にも取引のあった顧客からの売上高である。

© 2026 AViC Co., Ltd.

経営のこだわり（2/2）｜データに基づく組織運営

クオリティ・グロースを支える経営のこだわりの2つ目は、データに基づく組織運営*による高い生産性である。
採用・育成・AI活用・工数管理の各領域で生産性を高めた結果、社員1人あたり連結売上高*はYoY+26.9%の40.3百万円となった。

データに基づく組織運営

ビジネスグロース

計画的な採用

事業成長と人材育成のペース、組織のピラミッド構造を踏まえて、
新卒と中途をバランスよく採用する。

人材の価値を最大限引き出す育成

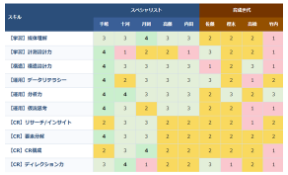
社員の能力を項目ごとに可視化し、トッププレイヤーとの差が
大きい項目から重点的に育成することで、
多能化人材を早期に育てる。

AIによる定型・分析作業の効率化と高度化

自社開発AIツール「慧眼AI」等が、分析やレポート作成、
戦略立案を支える。

適切な工数管理

メンバーの工数と人員配置をデータで管理し、
プロジェクトごとの収益性に応じて工数を再配分する。



担当者別スキルマップ



スキル別習得マニュアル

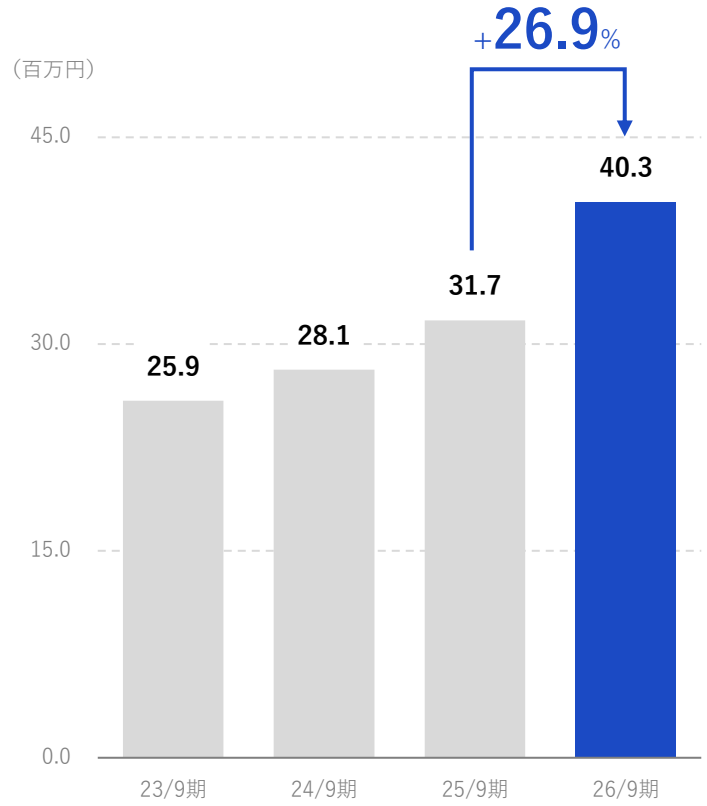


慧眼AI



工数管理表

社員1人あたり連結売上高



注：データに基づく組織運営の仕組みについては、Appendix（P41～P45）に詳細を掲載しているため、あわせて参照されたい。
社員1人あたり連結売上高は、直近4四半期の売上高合計を、直近4四半期末の社員数の平均で除して算出している。26/9期の通期決算から算出方法を変更し、過去の数値も変更後の方法で算出している。
従前は、直近4四半期の売上高合計を当該四半期末の社員数で除していた。連結社員数は各四半期末の実数値であり、リアレーションは25/9期3Q末から、Spicaは26/9期2Q末から集計対象としている。
23/9期は単体業績である。
百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

AI時代に活きる当社の競争優位性

AVIC Co., Ltd.

AIの普及により、顧客支援・組織運営における競争優位性の源泉が経営資源の「量」から「使い方」へ本格的に移行するとともに、
エンタープライズ顧客は品質と費用対効果をより厳しく求めるようになっている。
当社は「2つの経営のこだわり」を掛け合わせることで、品質と価格競争力を両立している。
この競争優位性は、AIの普及をエンタープライズ顧客開拓の絶好機に変え、顧客による業務の内製化への防波堤にもなる。

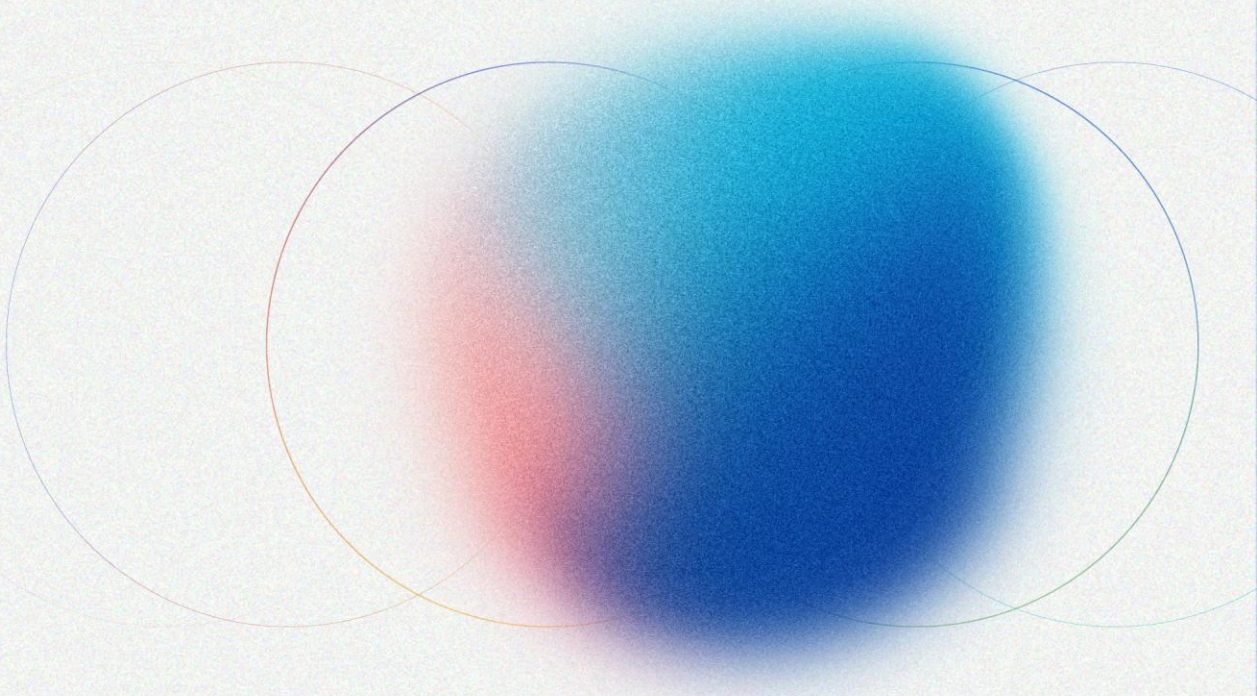


注：上図は当社の認識に基づく概念図であり、他社の実績や将来の業績を示すものではない。大手コンサルティング企業との比較は、一般的な特徴に基づく当社の認識である。
FDE型の顧客支援の考え方はP11を参照されたい。

© 2026 AViC Co., Ltd.

02

AViC Co., Ltd.



26/9期業績報告

FY2025 Results

© 2026 AViC Co., Ltd.

通期業績｜サマリー

AViC Co., Ltd.

26/9期は、ほぼ修正計画どおりに着地した。売上高はYoY+51.7%、営業利益は同+56.7%と伸びた。
エンタープライズ顧客*との取引拡大、生産性向上、Spicaの新規連結効果等が、全社業績をけん引した。

項目（連結）	単位	23/9期	24/9期	25/9期	26/9期				
		通期実績	通期実績	通期実績	通期実績	YoY,%	期初計画	修正計画	修正計画比,%
売上高	百万円	1,489	1,935	2,681	**4,068**	+51.7	3,640	4,008	+1.5
ビジネスグロース事業	百万円	1,489	1,935	2,303	**2,937**	+27.5	-	-	-
クリエイターグロース事業	百万円	-	-	378	**1,131**	+199.1	-	-	-
売上原価	百万円	690	799	1,051	**1,556**	+48.0	-	-	-
外注費	百万円	428	476	640	**1,076**	+68.1	-	-	-
労務費	百万円	225	240	320	**385**	+20.6	-	-	-
減価償却費	百万円	5	10	10	**11**	+10.0	-	-	-
その他原価	百万円	33	72	81	**83**	+2.6	-	-	-
売上総利益	百万円	799	1,136	1,629	**2,511**	+54.1	-	-	-
（売上総利益率）	%	53.7	58.7	60.8	**61.7**	+1.0ppt	-	-	-
販管費	百万円	480	689	905	**1,376**	+52.0	-	-	-
人件費	百万円	286	379	443	**506**	+14.3	-	-	-
採用教育費	百万円	38	22	39	**44**	+11.5	-	-	-
支払報酬費	百万円	78	76	159	**329**	+107.3	-	-	-
減価償却費	百万円	7	21	20	**25**	+25.8	-	-	-
のれん償却費	百万円	4	19	32	**124**	+281.0	-	-	-
その他販管費	百万円	68	173	211	**348**	+64.6	-	-	-
営業利益	百万円	318	447	725	**1,136**	+56.7	984	1,127	+0.8
（営業利益率）	%	21.4	23.1	27.0	**27.9**	+0.9ppt	27.0	28.1	△0.2ppt
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	219	310	540	**745**	+38.1	707	765	△2.6

26/9期通期決算のポイント

売上高

- エンタープライズ顧客との取引拡大により、ビジネスグロース事業はYoY+27.5%と成長した。
- Spicaの新規連結とリアレーションの通期寄与により、クリエイターグロース事業は同+199.1%と大きく伸長した。

売上総利益

- 売上総利益率はYoY+1.0pptの61.7%となった。
- 事業部粗利率の高いエンタープライズ顧客との取引拡大と、収益性の高いSpicaの新規連結が、売上総利益率の上昇に寄与した。
- 外注費はYoYで436百万円増加した。2025年5月からPL連結を開始したリアレーションの通期寄与が主因である。加えて、エンタープライズ顧客の獲得とライブコマースの立ち上げに社員の工数を振り向けた分を、外注で補った。

営業利益

- 増収効果と生産性向上（社員1人あたり連結売上高はYoY+26.9%）により、営業利益はYoY+56.7%と大幅に伸びた。
- 支払報酬費には、期初計画になかったSpicaの取得関連費用（約80百万円）が含まれる。その他販管費は、リアレーションとSpicaの連結により、YoY+64.6%と増加した。
- 営業利益は期初計画（984百万円）を15.4%上回り、営業利益率はYoY+0.9pptの27.9%となった。

親会社株主に帰属する当期純利益

- 税負担率が26.8%から35.5%に上がり（25/9期はリアレーションの繰越欠損金の税効果で一時的に低く、26/9期はのれん償却費等の損金にならない費用が増加）、当期純利益はYoY+38.1%と営業利益の伸びを下回った。

注：26/9期通期決算発表時より、売上高を「ビジネスグロース事業」と「クリエイターグロース事業」に区分けしている。各事業の集計対象はコーポレート・ハイライトの「事業系統図」を参照されたい。
エンタープライズ顧客は、AViC単体の顧客のうち、月次の事業部粗利額が200万円以上の顧客を指す。
23/9期は単体業績である。
百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

四半期業績｜サマリー

AViC Co., Ltd.

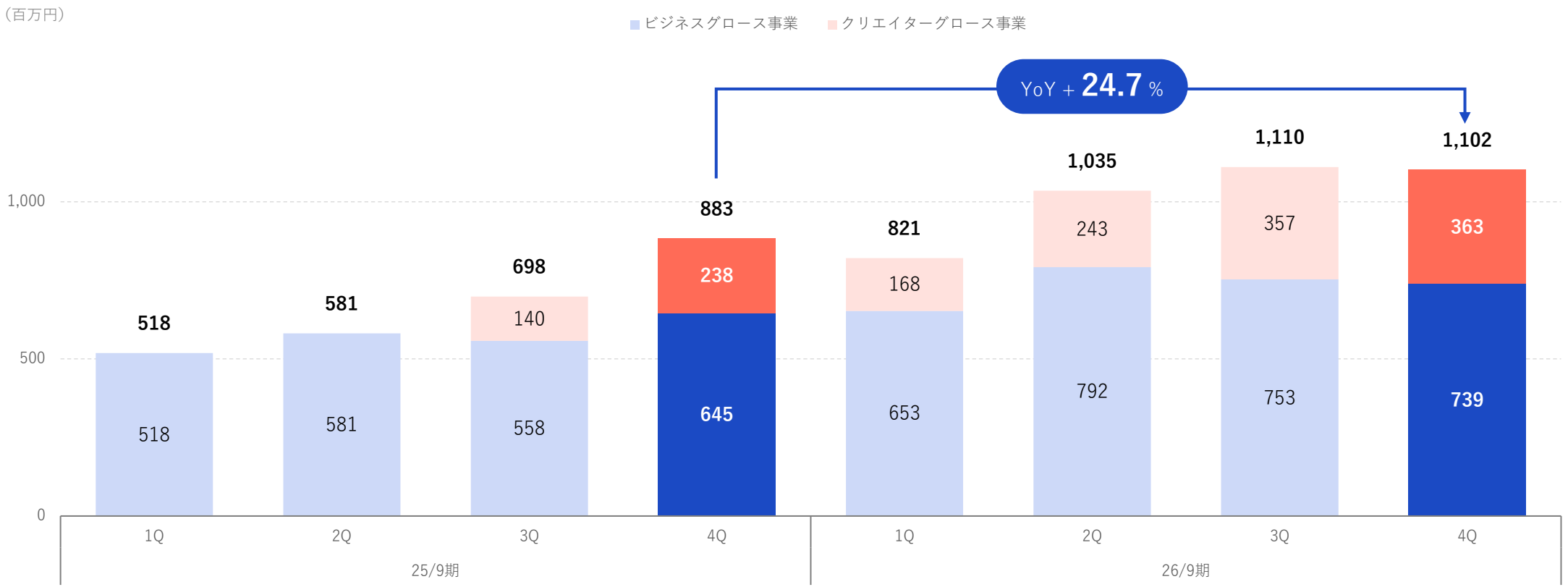
項目（連結）	単位	25/9期				26/9期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	YoY,%
売上高	百万円	518	581	698	883	821	1,035	1,110	**1,102**	+24.7
ビジネスグロース事業	百万円	518	581	558	645	653	792	753	**739**	+14.5
クリエイターグロース事業	百万円	-	-	140	238	168	243	357	**363**	+52.6
売上原価	百万円	190	220	283	359	347	370	418	**422**	+17.7
外注費	百万円	99	112	177	253	236	256	294	**290**	+14.9
労務費	百万円	70	83	83	83	89	91	101	**105**	+26.9
減価償却費	百万円	2	3	3	3	3	3	3	**3**	+18.1
その他原価	百万円	19	21	21	20	19	21	20	**24**	+15.9
売上総利益	百万円	328	362	415	524	474	665	692	**679**	+29.5
（売上総利益率）	%	63.4	62.2	59.4	59.4	57.8	64.3	62.4	**61.7**	+2.3ppt
販管費	百万円	175	174	252	304	276	389	372	**340**	+11.7
人件費	百万円	104	86	109	145	122	126	131	**127**	△12.1
採用教育費	百万円	9	18	4	8	13	10	14	**7**	△5.3
支払報酬費	百万円	19	28	61	51	40	140	81	**68**	+34.5
減価償却費	百万円	5	5	5	5	5	8	6	**6**	+7.7
のれん償却費	百万円	5	5	10	13	13	31	40	**40**	+207.4
その他販管費	百万円	33	32	63	82	83	75	100	**91**	+10.6
営業利益	百万円	153	188	163	221	199	277	321	**340**	+54.1
（営業利益率）	%	29.5	32.3	23.4	25.0	24.2	26.7	28.9	**30.8**	+5.9ppt
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	112	136	112	181	137	187	207	**214**	+18.6

注：百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

26/9期4Qの売上高はYoY+24.7%となった。エンタープライズ顧客との取引拡大に、Spicaの新規連結効果が加わった。
QoQはわずかに減収となったが、これはビジネスグロース事業で3Qに一部顧客のスポット案件があった反動によるものである。

売上高の四半期推移



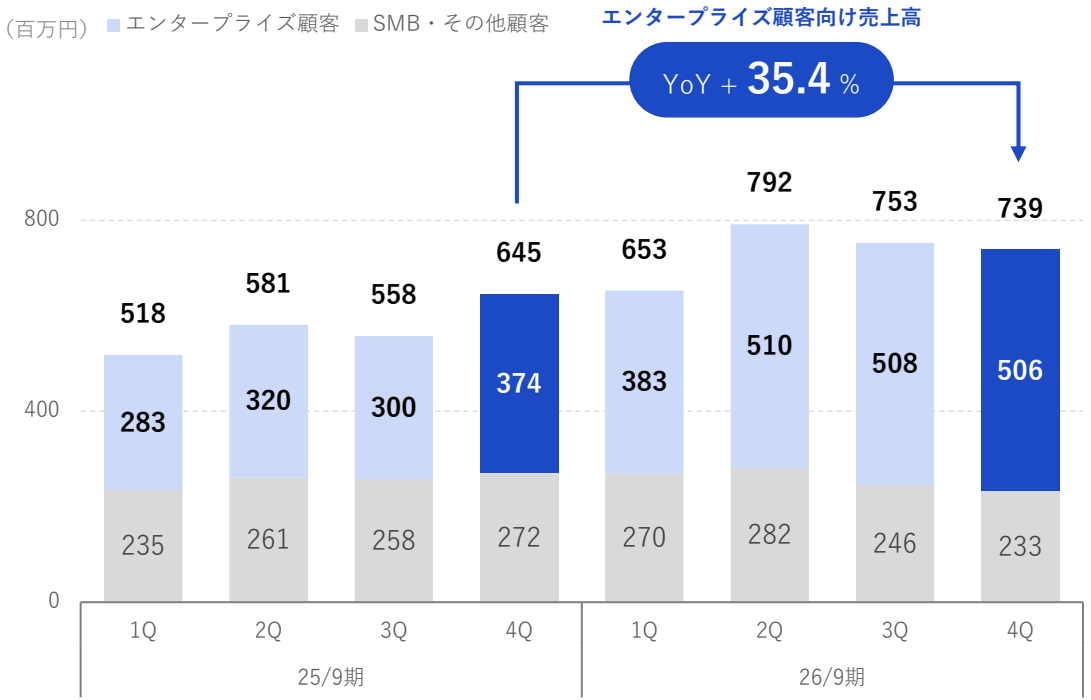
注：百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

四半期業績｜事業別売上高

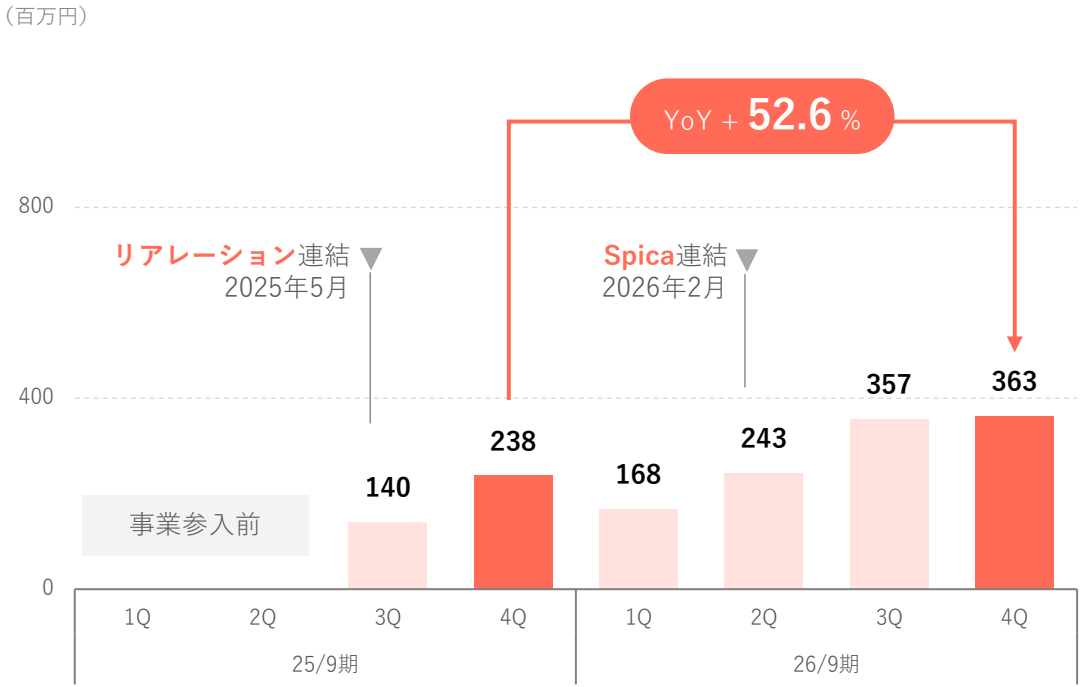
ビジネスグロース事業では、エンタープライズ顧客*向け売上高がYoY+35.4%と大きく伸び、全体の成長をけん引した。
クリエイターグロース事業の売上高は、Spicaの新規連結効果等によりYoY+52.6%と伸びた。

ビジネスグロース事業の売上高の四半期推移



- エンタープライズ顧客向けが伸び、
  ビジネスグロース事業全体の売上高はYoY+14.5%の739百万円となった。

クリエイターグロース事業の売上高の四半期推移



- 2026年2月からSpicaのPL連結を開始した。YoYは、Spicaが加わったことで増収した。
  QoQは、3Qに想定を上回ったSpicaが反動で減収した一方、リアレーションが増収し、全体では微増となった。

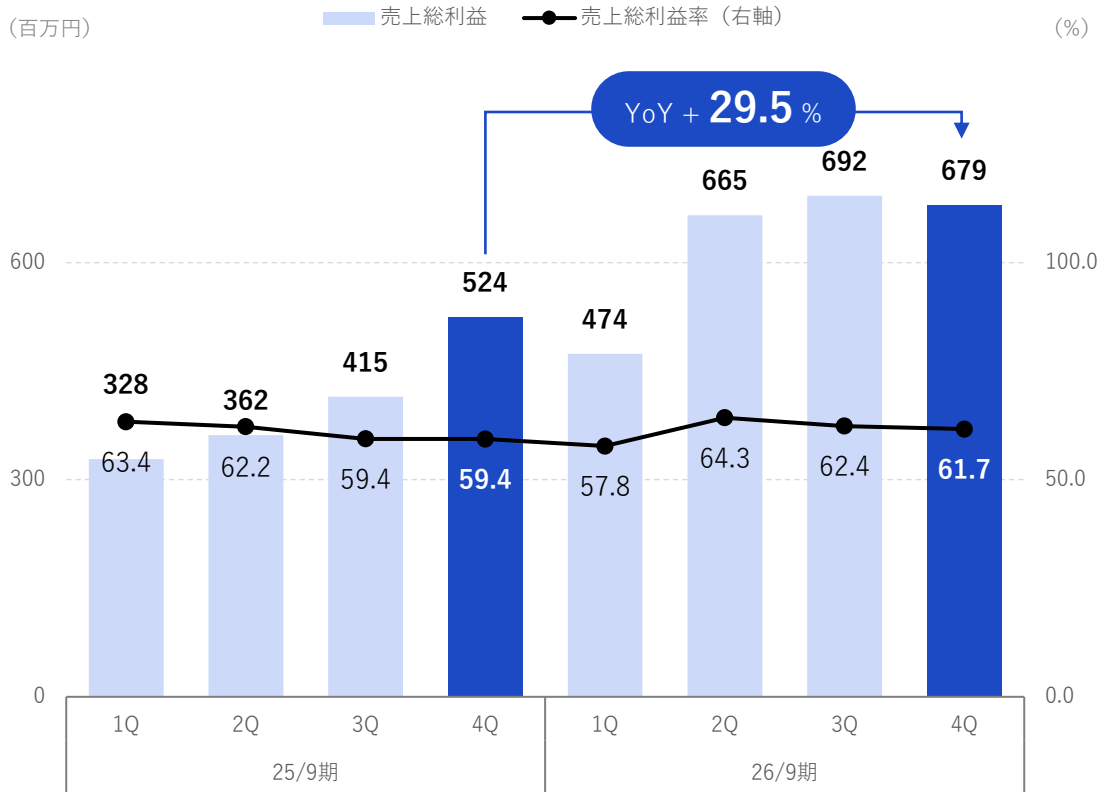
注：エンタープライズ顧客とは、AViC単体の顧客のうち、月次の事業部粗利額が200万円以上の顧客を指す。
百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

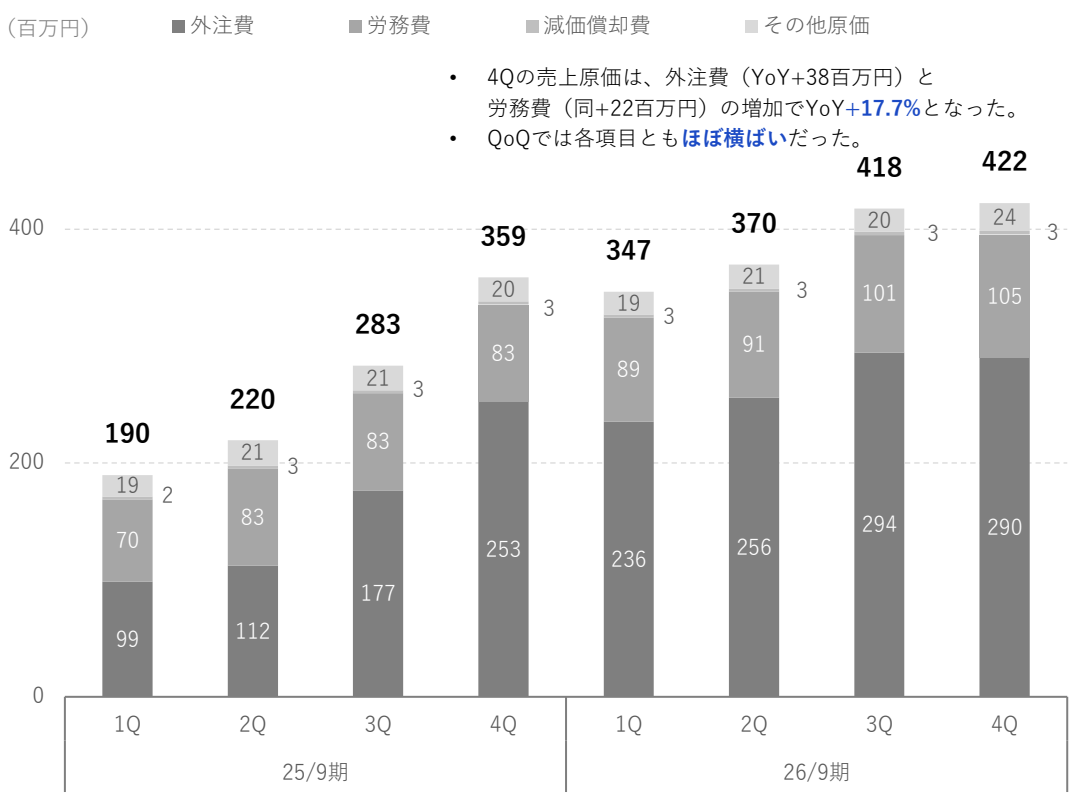
四半期業績｜売上総利益と売上原価

増収に加え、売上総利益率はYoY+2.3ppt向上し、売上総利益はYoY+29.5%と伸びた。
AViC単体のエンタープライズ顧客向け売上比率の上昇と、収益性の高いSpicaの新規連結が、売上総利益率を押し上げた。

売上総利益と売上総利益率の四半期推移



売上原価の内訳の四半期推移



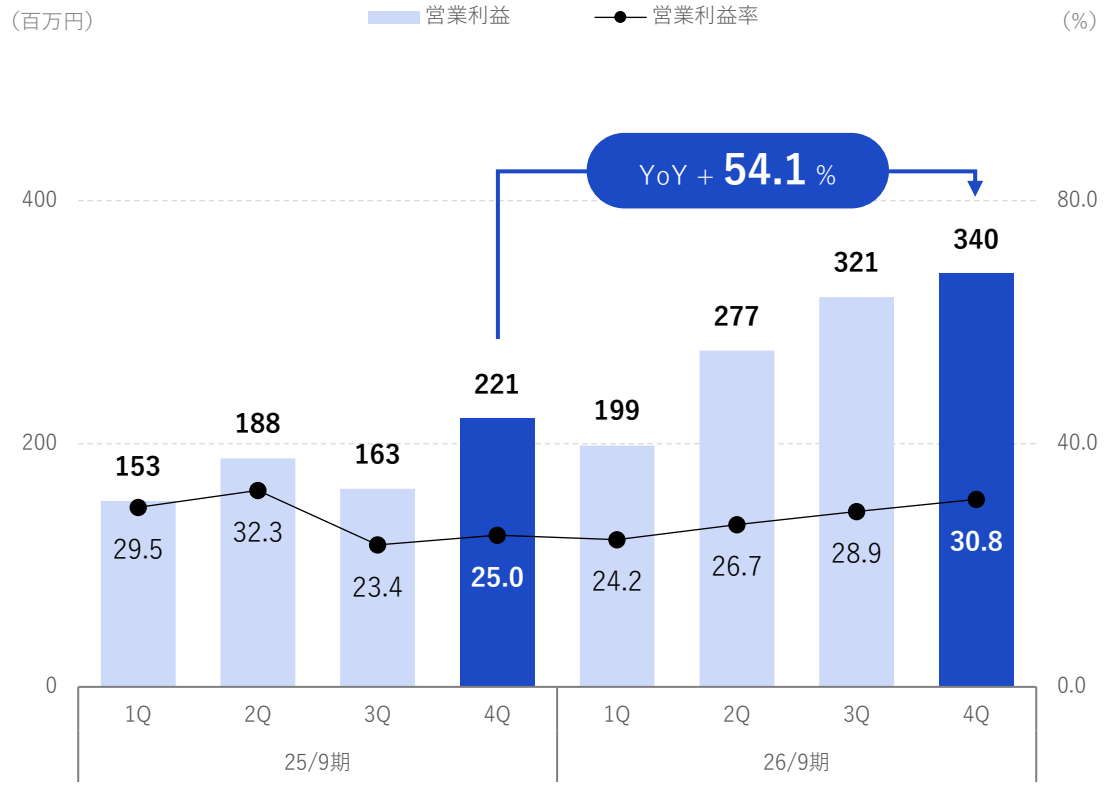
注：百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

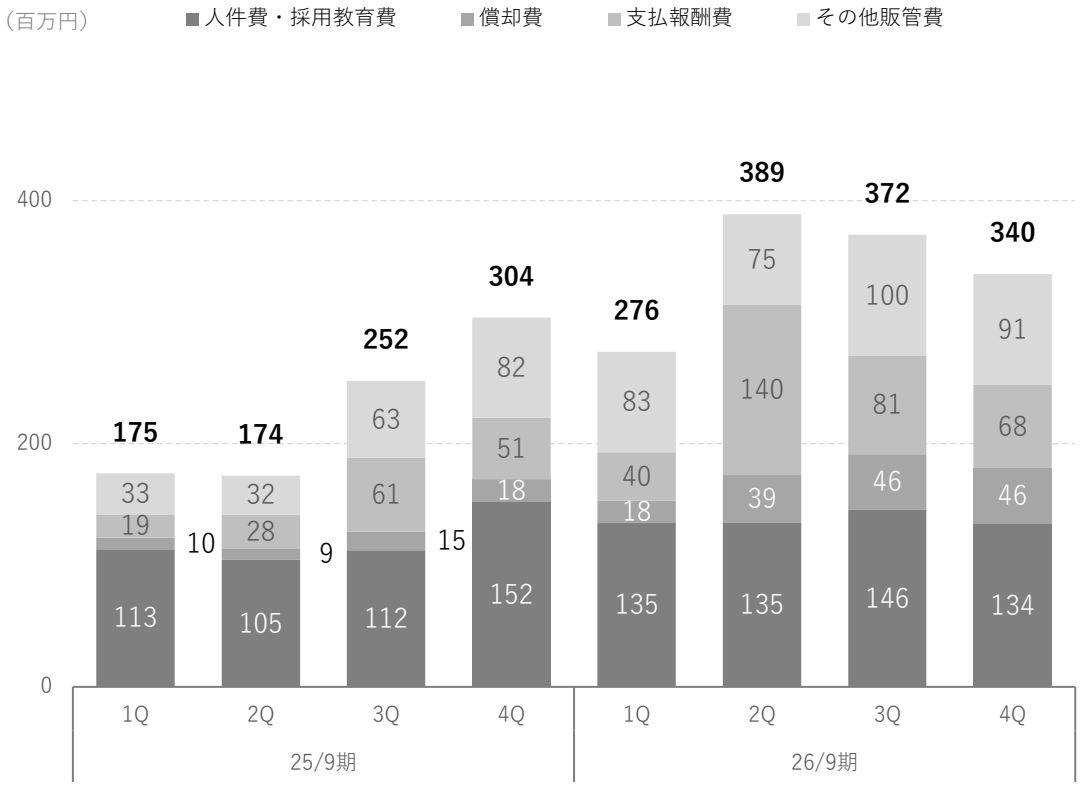
四半期業績｜営業利益と営業利益率

26/9期4Qの営業利益はYoY+54.1%の340百万円、営業利益率はYoY+5.9pptの30.8%と向上した。
エンタープライズ顧客との取引拡大による増収と生産性の向上に、Spicaの新規連結が加わった。

営業利益と営業利益率の四半期推移



販管費の内訳*



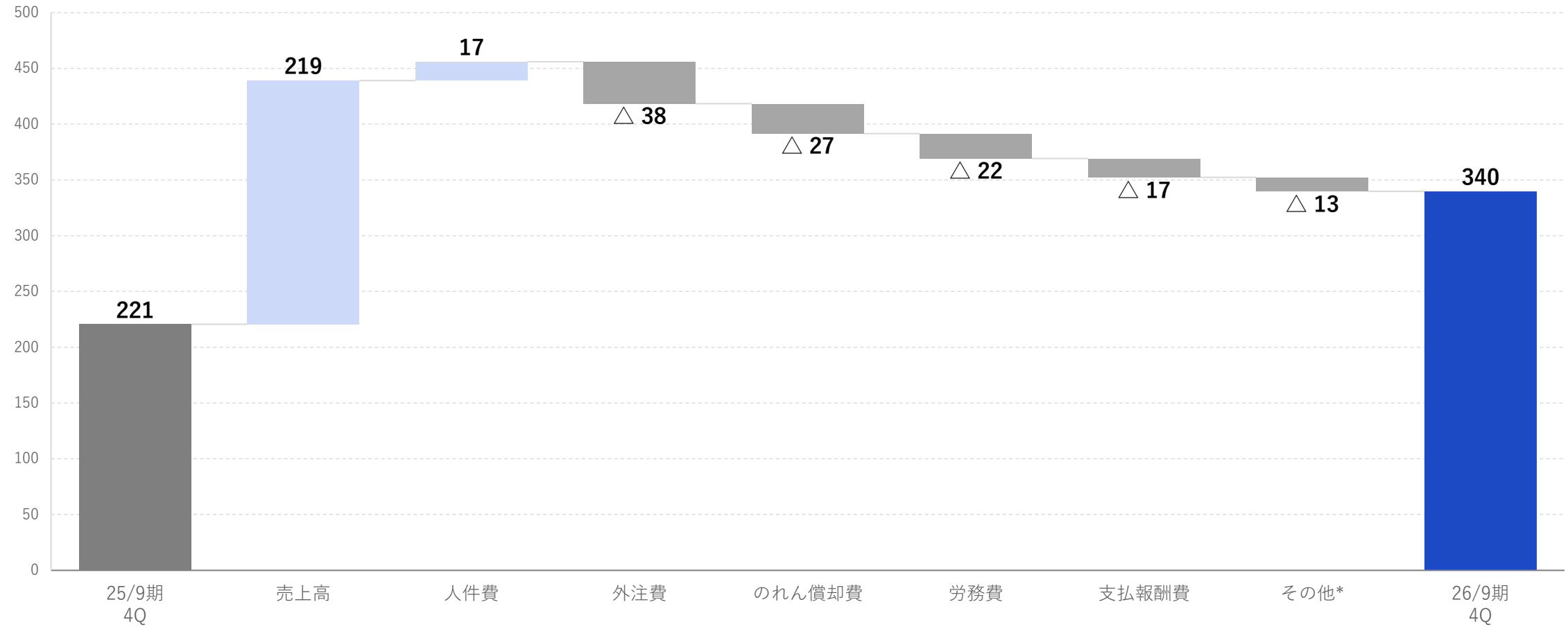
注：人件費は、役員報酬、給料手当、法定福利費、福利厚生費を含む。償却費は、販管費に計上されている減価償却費（顧客関連資産の償却費を含む）とのれん償却費を加えた額である。
百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

四半期業績｜営業利益の増減分析

営業利益の増減要因（25/9期4Q→26/9期4Q）

（百万円）

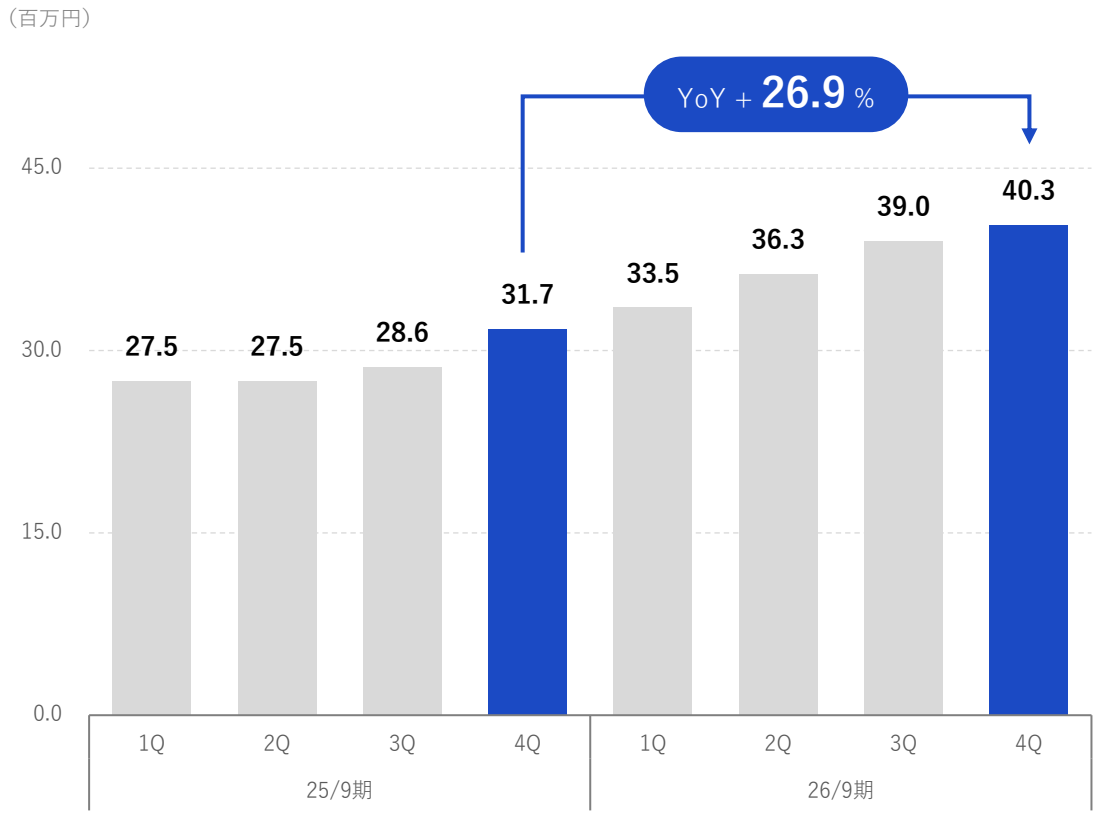


注：その他は、減価償却費（原価・販管費）、その他原価、採用教育費、その他販管費の合計を指す。
　　各増減は百万円未満を含む値から算出し四捨五入しているため、表示値の差と一致しない場合がある。

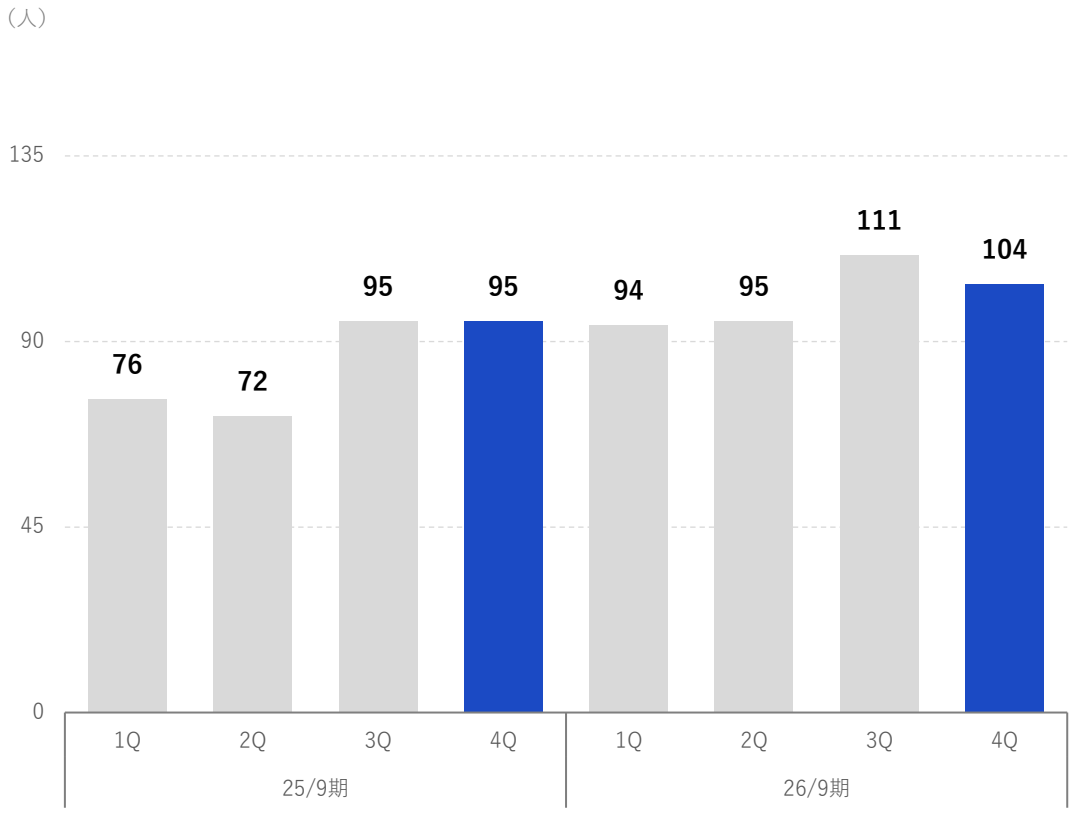
© 2026 AViC Co., Ltd.

社員1人あたり連結売上高*は、YoY+26.9%の40.3百万円となった。

社員1人あたり連結売上高の推移



連結社員数*



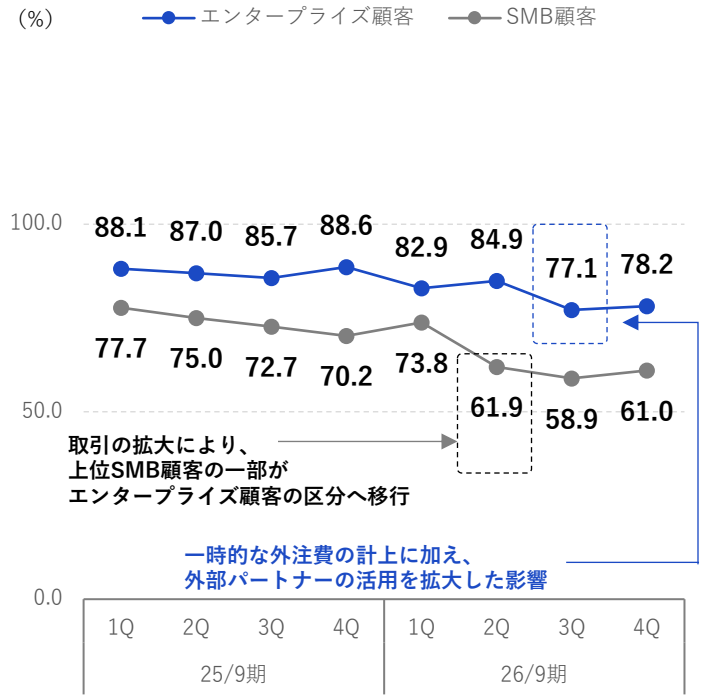
注：社員1人あたり連結売上高は、直近4四半期の売上高合計を、直近4四半期末の社員数の平均で除して算出している。26/9期の通期決算から算出方法を変更し、過去の数値も変更後の方法で算出している。
従前は、直近4四半期の売上高合計を当該四半期末の社員数で除していた。
修正計画（2026年5月15日開示）は、従前の方法で社員1人あたり連結売上高33.4百万円、連結社員数120人であった。
従前の方法で算出した26/9期の実績は、社員1人あたり連結売上高39.1百万円、連結社員数104人である。
連結社員数は各四半期末の実数値であり、リアレーションは25/9期3Q末から、Spicaは26/9期2Q末から集計対象としている。YoYは四捨五入前の値から算出しているため表示値から計算した値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

経営指標（2/2）

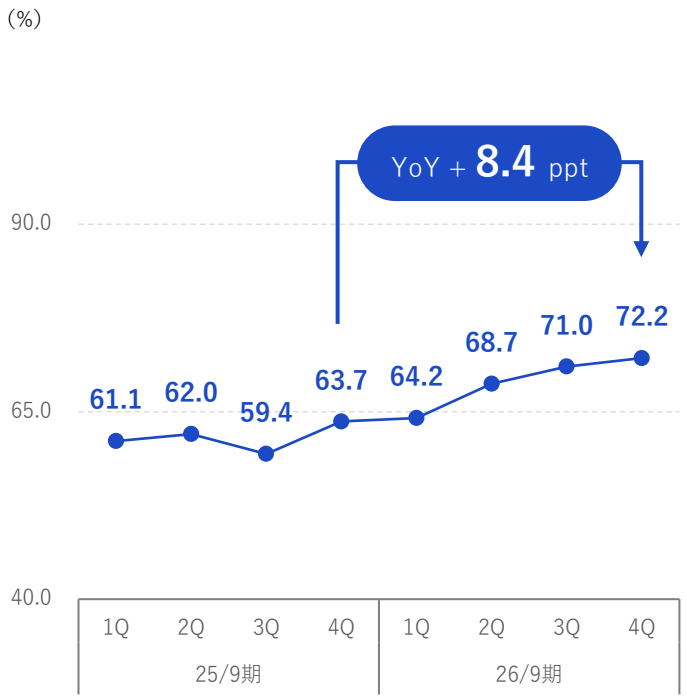
事業部粗利率は、エンタープライズ顧客*・SMB顧客ともに4Qは上昇に転じた。
収益性の高いエンタープライズ顧客の獲得が進んだことで、AViC単体で高い営業利益率を確保した。

顧客属性別事業部粗利率*の四半期推移



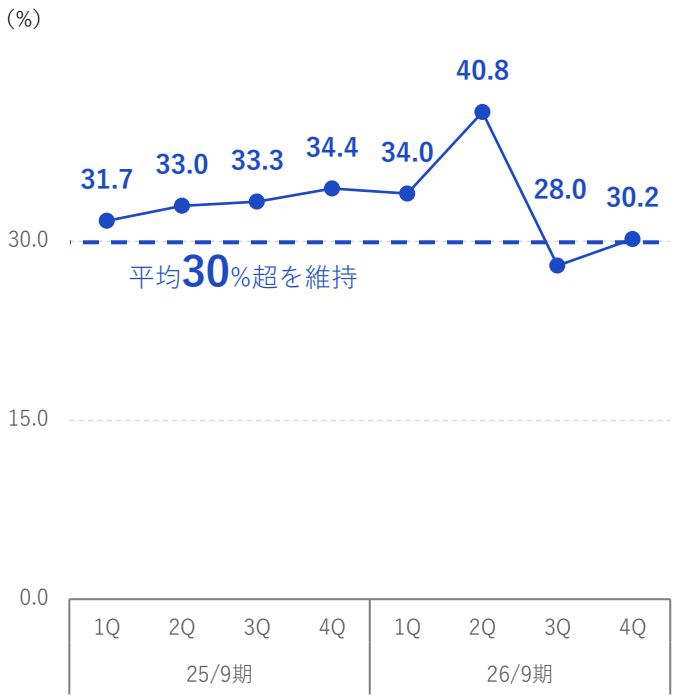
- エンタープライズ顧客の事業部粗利率が3Qに低下したのは、**一時的な外注の活用**によるものである。

エンタープライズ顧客向け売上比率*の四半期推移



- 新規エンタープライズ顧客の獲得が奏功し、エンタープライズ顧客向け売上比率はYoY**+8.4ppt**と上昇している。

営業利益率（AViC単体）の四半期推移



- 3Qは顧客属性別の事業部粗利率が低下し、それに伴いAViC単体の営業利益率も低下したが、4Qは30%超を確保した。

注：エンタープライズ顧客とは、AViC単体の顧客のうち、月次の事業部粗利額が200万円以上の顧客を指す（Tier1：400万円以上、Tier2：200万円以上400万円未満、SMB：200万円未満と整理している）。
顧客属性別事業部粗利率は、売上高から外注費を控除した事業部粗利額を基に算出している。
エンタープライズ顧客向け売上比率は、AViC単体の売上高に占めるエンタープライズ顧客向け売上高の割合を示す。
百万円未満を含む値から算出し四捨五入しているため、表示値の差と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

損益計算書（連結）

AViC Co., Ltd.

項目（連結）	単位	23/9期	24/9期	25/9期	26/9期	27/9期	25/9期				26/9期			
		実績	実績	実績	実績	計画	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	百万円	1,489	1,935	2,681	4,068	5,086	518	581	698	883	821	1,035	1,110	1,102
（YoY）	%	+19.5	+30.0	+38.6	+51.7	+25.0	+9.1	+13.7	+50.3	+82.5	+58.3	+78.1	+59.0	+24.7
ビジネスグロース事業	百万円	1,489	1,935	2,303	2,937	3,624	518	581	558	645	653	792	753	739
（YoY）	%	+19.5	+30.0	+19.0	+27.5	+23.4	+9.1	+13.7	+20.1	+33.3	+26.0	+36.3	+35.0	+14.5
クリエイターグロース事業	百万円	-	-	378	1,131	1,462	-	-	140	238	168	243	357	363
（YoY）	%	-	-	-	+199.1	+29.2	-	-	-	-	-	-	+154.4	+52.6
売上原価	百万円	690	799	1,051	1,556	1,980	190	220	283	359	347	370	418	422
外注費	百万円	428	476	640	1,076	-	99	112	177	253	236	256	294	290
労務費	百万円	225	240	320	385	-	70	83	83	83	89	91	101	105
減価償却費	百万円	5	10	10	11	-	2	3	3	3	3	3	3	3
その他原価	百万円	33	72	81	83	-	19	21	21	20	19	21	20	24
売上総利益	百万円	799	1,136	1,629	2,511	3,106	328	362	415	524	474	665	692	679
（売上総利益率）	%	53.7	58.7	60.8	61.7	61.1	63.4	62.2	59.4	59.4	57.8	64.3	62.4	61.7
販管費	百万円	480	689	905	1,376	1,579	175	174	252	304	276	389	372	340
人件費	百万円	286	379	443	506	-	104	86	109	145	122	126	131	127
採用教育費	百万円	38	22	39	44	-	9	18	4	8	13	10	14	7
支払報酬費	百万円	78	76	159	329	-	19	28	61	51	40	140	81	68
減価償却費	百万円	7	21	20	25	-	5	5	5	5	5	8	6	6
のれん償却費	百万円	4	19	32	124	-	5	5	10	13	13	31	40	40
その他販管費	百万円	68	173	211	348	-	33	32	63	82	83	75	100	91
営業利益	百万円	318	447	725	1,136	1,527	153	188	163	221	199	277	321	340
（営業利益率）	%	21.4	23.1	27.0	27.9	30.0	29.5	32.3	23.4	25.0	24.2	26.7	28.9	30.8
（YoY）	%	+0.6	+40.3	+62.3	+56.7	+34.5	+85.9	+37.8	+71.5	+66.1	+29.8	+47.2	+96.6	+54.1
経常利益	百万円	291	442	731	1,122	1,497	154	188	163	227	199	275	313	335
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	219	310	540	745	971	112	136	112	181	137	187	207	214

注：23/9期は単体業績である。
　　百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

貸借対照表・キャッシュフロー計算書（連結）

AViC Co., Ltd.

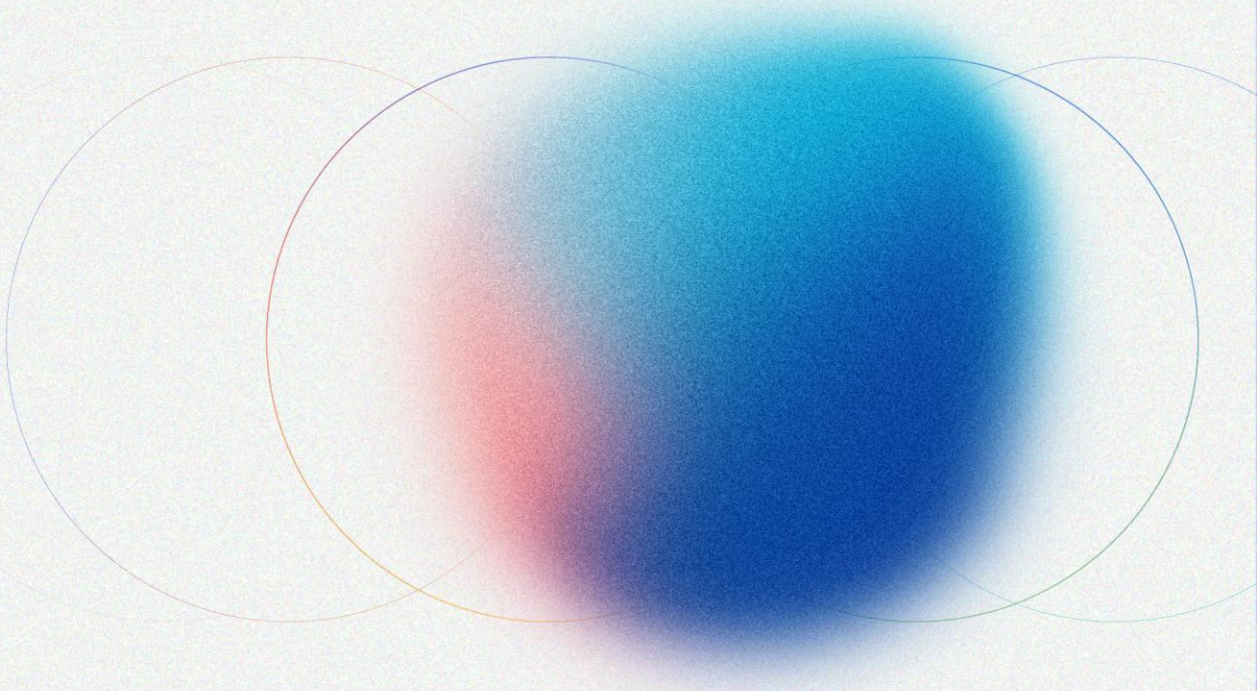
項目（連結）	単位	23/9期	24/9期	25/9期	26/9期
		実績	実績	実績	実績
資産合計	百万円	1,666	2,493	3,991	5,965
流動資産	百万円	1,409	2,018	3,154	4,088
現預金	百万円	750	1,241	2,101	2,938
売掛金	百万円	567	675	936	1,010
その他	百万円	91	101	117	140
固定資産	百万円	257	476	837	1,877
のれん	百万円	2	204	538	1,598
その他	百万円	255	272	299	279
負債合計	百万円	687	924	1,627	2,815
流動負債	百万円	582	741	1,143	1,289
買掛金	百万円	244	256	385	390
短期有利子負債	百万円	87	162	257	458
その他	百万円	251	323	501	441
固定負債	百万円	105	182	484	1,526
長期有利子負債	百万円	105	168	474	1,410
その他	百万円	-	14	11	116
純資産	百万円	979	1,570	2,364	3,150
株主資本	百万円	975	1,560	2,334	3,122
その他包括利益	百万円	0	1	0	1
新株予約権	百万円	3	3	2	0
非支配株主持分	百万円	0	5	28	26

項目（連結）	単位	23/9期	24/9期	25/9期	26/9期
		実績	実績	実績	実績
営業キャッシュフロー	百万円	△6	320	666	791
投資キャッシュフロー	百万円	△166	0	△173	△1,135
フリーキャッシュフロー	百万円	△172	320	493	△343
財務キャッシュフロー	百万円	198	149	368	1,177
現金及び現金同等物に係る換算差額	百万円	-	1	△1	3
現金及び現金同等物の増減額	百万円	26	471	860	837
その他の現金同等物の増減額	百万円	-	20	-	-
現金及び現金同等物の期首残高	百万円	724	750	1,241	2,101
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	750	1,241	2,101	2,938

注：23/9期は単体業績である。
　　百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

03



27/9期 会社計画

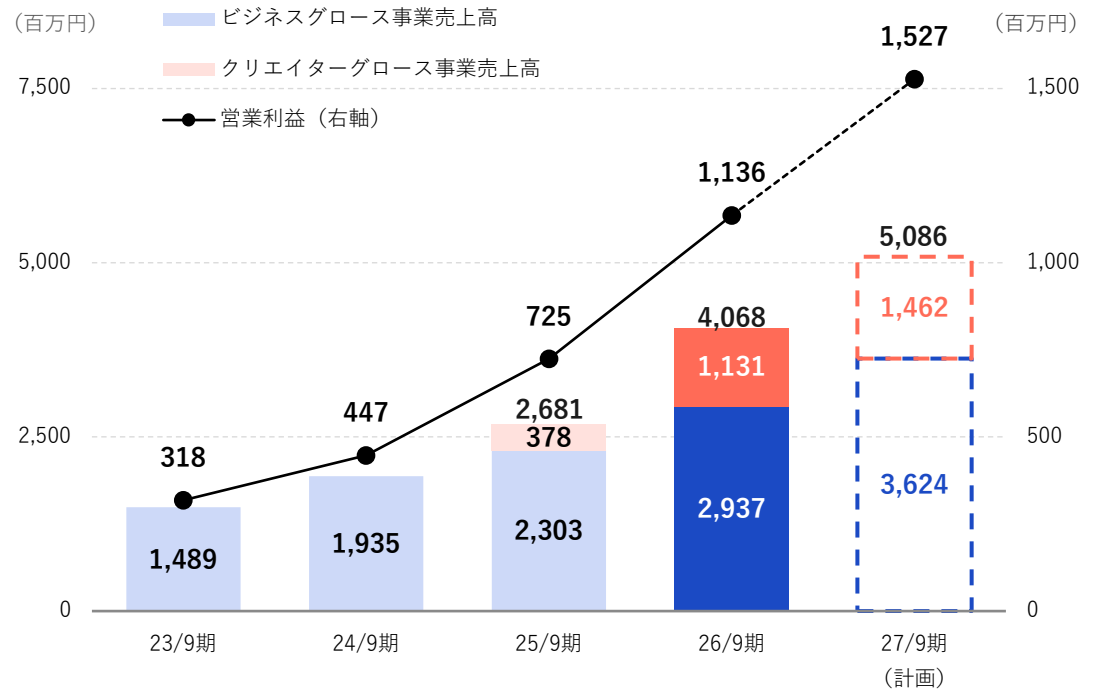
FY2026 Forecast

© 2026 AViC Co., Ltd.

27/9期 会社計画｜サマリー

27/9期は、売上高がYoY+25.0%の5,086百万円、営業利益が同+34.5%の1,527百万円を計画する。
また、株主資本DOE2.0%を目安とした累進配当を配当方針として新たに導入し、期末配当は1株当たり12.00円の初配を計画する。

売上高と営業利益の推移および計画



成長率　売上高YoY+**25.0**%　営業利益YoY+**34.5**%

項目（連結）	単位	26/9期	27/9期	
		実績	計画	YoY,%
売上高	百万円	4,068	5,086	+25.0
ビジネスグロース事業	百万円	2,937	3,624	+23.4
クリエイターグロース事業	百万円	1,131	1,462	+29.2
売上原価	百万円	1,556	1,980	+27.2
売上総利益	百万円	2,511	3,106	+23.7
（売上総利益率）	%	61.7	61.1	△0.7ppt
販管費	百万円	1,376	1,579	+14.7
営業利益	百万円	1,136	1,527	+34.5
（営業利益率）	%	27.9	30.0	+2.1ppt
経常利益	百万円	1,122	1,497	+33.4
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	745	971	+30.4
期末配当（計画）	円	無配	12.00	-

注：百万円未満を含む値から算出しているため、内訳の合計や、表示値から計算した増減率が、表示値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

27/9期 会社計画｜前提条件

項目	内容
売上高	**ビジネスグロース事業**（3,624百万円、YoY+**23.4%**） • 既存のエンタープライズ顧客との取引深耕と、競合他社からのリプレイスを含む新規エンタープライズ顧客の開拓を、成長の主軸とする。新規顧客の開拓は、自社の営業体制に加え、ADKとの合弁会社A2PDやパートナー企業との協業を通じて進める。 **クリエイターグロース事業**（1,462百万円、YoY+**29.2%**） • Spicaは、26/9期の8か月分の連結に対し、27/9期は通期で寄与する。AViCのデータに基づく組織運営の仕組みを所属クリエイターの育成に活かし、収益の拡大を図る。リアレーションが手がけるライブコマースは、市場がまだ立ち上げ期にあるため、市場の成長に伴う収益の拡大は計画に織り込んでいない。
売上総利益	• 売上総利益は3,106百万円（YoY+**23.7%**）を計画する。売上総利益率は61.1%と、ほぼ横ばいの水準である。 • Spicaの通期寄与は、売上総利益率の押し上げ要因となる。一方、エンタープライズ顧客向けの外注費率は、26/9期下期と同じ水準を前提とした。26/9期下期は、エンタープライズ顧客の獲得とライブコマースの立ち上げに社員の工数を振り向けたため外注の活用が増え、外注費率が通期平均を上回っていた。
営業利益	• 営業利益は1,527百万円（YoY+**34.5%**）、営業利益率はYoY+2.1pptの30.0%を計画する。販管費は1,579百万円（YoY+14.7%）と増収率を下回る伸びにとどまり、営業利益率が上昇する。 • 販管費には、4月入社の新卒と即戦力中途人材の採用に伴う人件費の増加を織り込んでいる。のれん償却費は、年間約160百万円を織り込んでいる。26/9期に計上したSpicaの取得関連費用（約80百万円）は一時的な費用であり、27/9期には発生しない。 • 新規M&Aは、費用・業績への寄与ともに計画に含んでいない。
親会社株主に帰属する当期純利益	• 親会社株主に帰属する当期純利益は971百万円（YoY+**30.4%**）を計画する。 • 損金に算入されないのれん償却費（年間約160百万円）を主因に、税負担率は約35%を見込む。

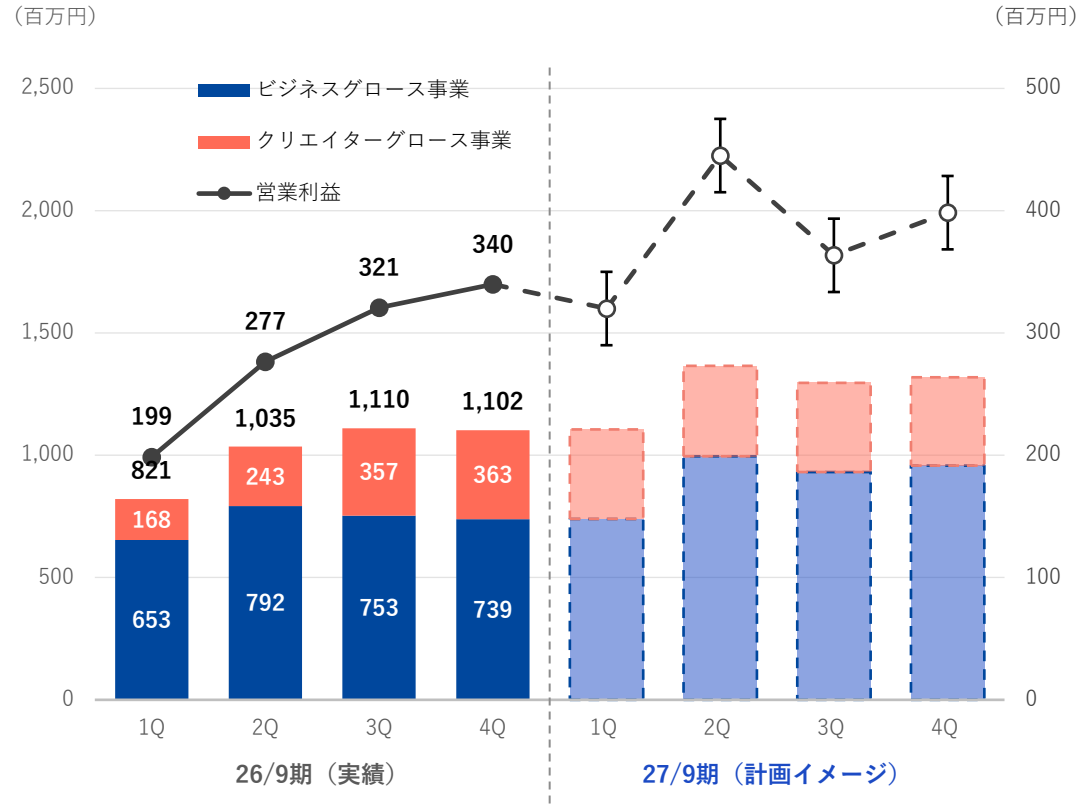
注：計画は、達成確度を重視し、足元の実績に基づく水準で策定している。

© 2026 AViC Co., Ltd.

27/9期 会社計画｜四半期業績見通し

27/9期上期は、AViC単体のエンタープライズ顧客向け売上比率の上昇とSpicaの新規連結効果により、YoYで高い成長率を見込む。
下期は、前期3Qの一時的な売上計上の反動でYoYの伸びが緩やかになるが、エンタープライズ顧客の獲得と収益基盤の拡大を進める。

売上高と営業利益の四半期推移（イメージ）



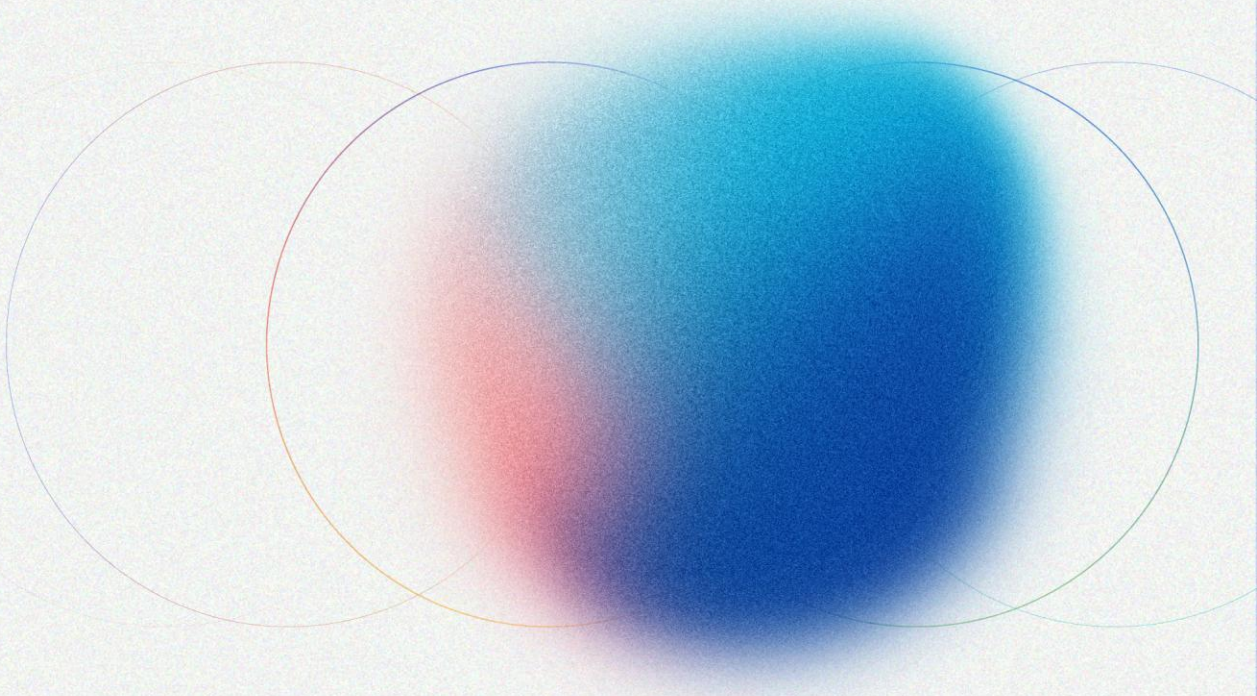
四半期業績見通しの主なポイント

	前年同四半期との主な差分
1Q	• 売上高・営業利益ともに**YoYで高い成長率**を見込む。 • AViC単体のエンタープライズ顧客向け売上比率は、26/9期1Qの**64.2%**から同4Qには**72.2%**まで高まっており、YoYでは、ビジネスグロース事業の売上高と収益性の押し上げ要因となる見通しである。
2Q	• 26/9期2Qは、Spicaの取得関連費用（**約80百万円**）を計上した。加えて、Spicaは2026年2月からPL連結を開始しており、**1か月分の新規連結効果**を享受できる。このため、一定のオーガニック成長を加味すると、営業利益はYoYで大きく伸長する。 • 例年どおり、**2Qはビジネスグロース事業の需要期**にあたるため、QoQも大きく伸びる。
3Q	• 26/9期3Qは、ビジネスグロース事業において**一部顧客のスポット案件**や、大口顧客による**予算の前倒し執行**があった。27/9期3Qは、この反動で売上高の伸びが1Q・2Qより緩やかになる可能性がある。 • ただし、26/9期3Qは一時的な外注費の計上や外部パートナーの活用で、エンタープライズ顧客の**事業部粗利率が低下していた**。外注の活用が平常の水準に戻れば、YoYで収益性が高まる余地がある。
4Q	• 4Qは、1～3QのようにYoYでの比較に影響する大きな要因は見込んでいない。 • ビジネスグロース事業ではエンタープライズ顧客との取引拡大を、クリエイターグロース事業では所属クリエイターの育成を着実に進め、**クオリティ・グロースを継続**する。

注：27/9期の期初時点における見通しである。新規M&Aの実施や、それに伴う取得関連費用の計上等により、見通しは変わり得る点に留意されたい。
百万円未満を四捨五入しているため、内訳の合計が合計値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

04



成長戦略と経営方針

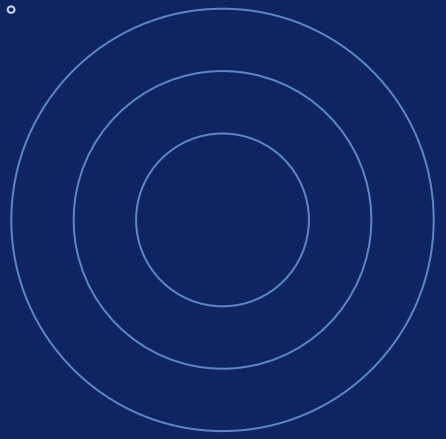
Growth Strategy & Management Policy

© 2026 AViC Co., Ltd.

目指す姿

事業者と消費者をつなぐインフラへ

2つの事業を成長の両輪とし、
M&Aも活用して、事業者と消費者の接点を広げていく。



01 ビジネスグロース事業

エンタープライズ顧客との取引拡大を加速する

02 クリエイターグロース事業

ミドル層を厚くし、トップクリエイターを継続的に輩出する土壌をつくる

03 M&A

財務健全性を確保しつつ、規律あるM&Aで非連続成長を目指す

04 株主還元

株主資本DOE*2.0%目安の累進配当を導入する

27/9期 期末配当（計画）
12.00円、初配

注：株主資本DOEは、年間配当金総額÷連結株主資本（期首・期末の平均）である。

© 2026 AViC Co., Ltd.

AViC Co., Ltd.

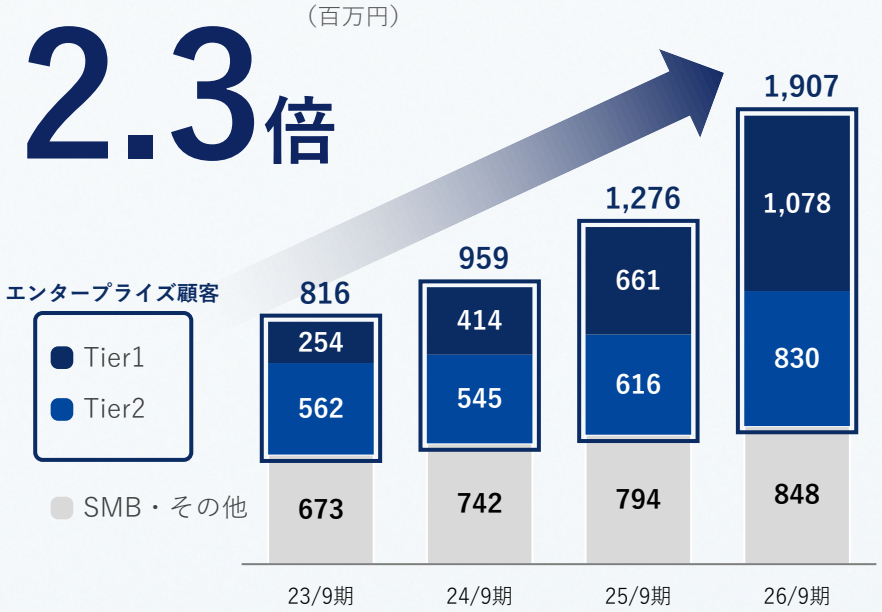
エンタープライズ顧客との取引拡大を加速する

AViC単体の顧客属性別売上高*の推移

23/9期～26/9期

エンタープライズ顧客向け売上高

2.3倍



ビジネスグロースの成長戦略

市場環境	AIの普及により、競争優位性の源泉は経営資源の「量」から「使い方」へ本格的に移行
経営のこだわり	FDE型の顧客支援* / データに基づく組織運営
競争優位性	2つの掛け合わせで、サービス品質と価格競争力を両立
重点戦略	リプレイス*による新規顧客の獲得と、既存顧客との取引深耕

STEP 01 新規顧客を獲得

エンタープライズ顧客数*

+78.7%

23/9期→26/9期（月平均）

STEP 02 1社あたり売上高を拡大

エンタープライズ顧客1社あたり売上高*

+30.8%

23/9期→26/9期（月平均）

エンタープライズ顧客との取引拡大を加速する

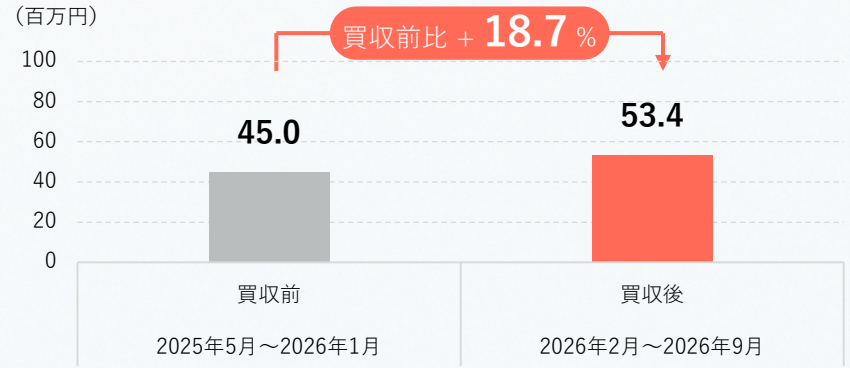
注：リプレイスは、競合他社と取引中の企業を当社の顧客にすることを指す。
AViC単体の売上高を、顧客ごとの月次の事業部粗利額で区分している（Tier1：400万円以上、Tier2：200万円以上400万円未満、SMB：200万円未満）。Tier1とTier2をエンタープライズと定義している。
エンタープライズ顧客数は各期の月次顧客数の平均である。
1社あたり売上高はエンタープライズ顧客向け売上高をその社数で割った月平均である。
FDE型の顧客支援の考え方はP11を参照されたい。百万円未満を四捨五入しているため、内訳の合計が合計値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

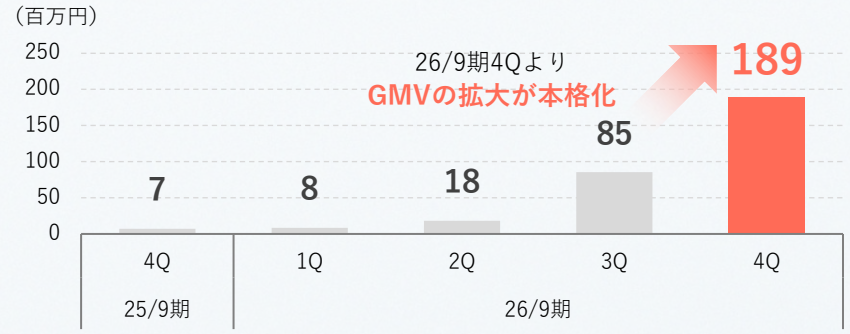
ミドル層を厚くし、トップクリエイターを継続的に輩出する土壌をつくる

グループ入りした2社の事業拡大

Spica｜月平均売上高*の買収前後比較

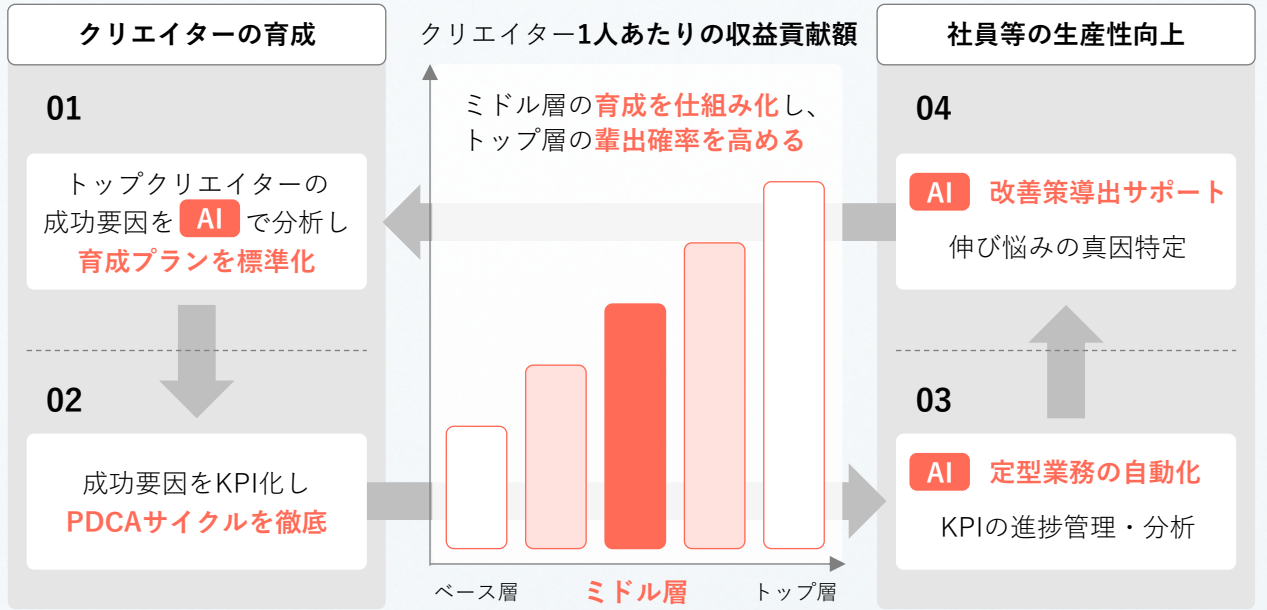


リアレーション｜ライブコマースのGMV*の四半期推移



クリエイターグロースの成長戦略

AViCのデータに基づく組織運営の仕組みを、クリエイターグロースの育成現場に展開する



ミドル層が厚い組織に ➡ トップクリエイターを継続的に輩出する

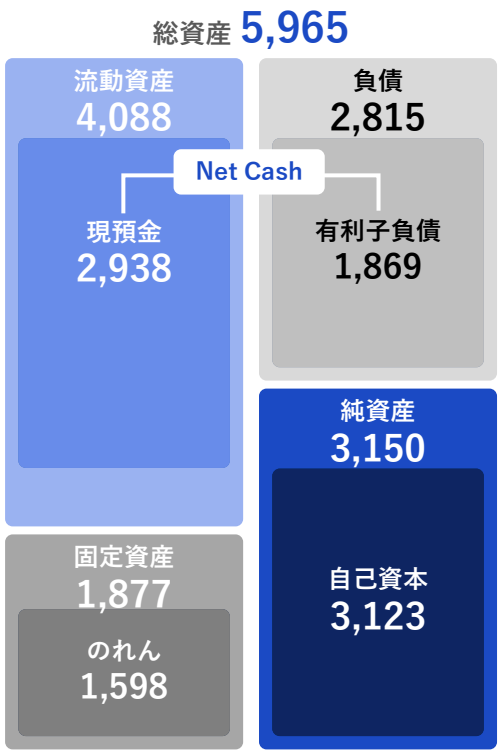
注：Spicaの月平均売上高は、買収対象事業のみの実数値である。月平均売上高は、各期間の数値を月数で割って算出している。
GMV（Gross Merchandise Value）は、リアレーションが運営するライブコマースの流通取引総額であり、同事業の売上高とは異なる。
27/9期の会社計画には、ライブコマース市場の成長に伴う収益の拡大を織り込んでいない。
右図は成長戦略を示す概念図であり、実績値ではない。

© 2026 AViC Co., Ltd.

財務健全性を確保しつつ、規律あるM&Aで非連続成長を目指す

財務余力

（26/9期末時点、百万円）



主な財務指標*

Net Debt*	△1,069百万円
EBITDA*	1,296百万円
Net Debt/EBITDA倍率	△0.8倍
Net D/Eレシオ	△0.3倍
自己資本比率	52.4%
のれん純資産倍率	0.5倍

上場後のM&A実績

● ビジネスグロース事業　● クリエイターグロース事業

事業譲受　2023.1
overflow
検索・生成AI領域のコンサルティング

子会社化　2023.10
VALUTECH
（旧FACT）
レピュテーション・マネジメントとECモール運営のコンサルティング

上場後のM&A件数（累計）
4件

子会社化　2025.5
REALATION The RX company
リアレーション
SNS・PRとライブコマースの企画・運営

子会社化　2026.1
like mé
Spica
TikTok LIVEのクリエイター事務所「like me」の運営

将来

引き続きM&Aを検討・実行

両事業とのシナジーを重視

注：財務指標は、26/9期末の連結貸借対照表と26/9期の連結損益計算書から算出している。
Net Debtは有利子負債から現預金を差し引いた額で、△はNet Cashであることを示す。有利子負債は、短期借入金、1年内返済予定の長期借入金、長期借入金の合計である。
EBITDAは、営業利益に減価償却費（顧客関連資産の償却を含む）とのれん償却額を加えた額である。
百万円未満を含む値から算出しているため、表示値から計算した値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

AViC Co., Ltd.

株主資本DOE*2.0%目安の累進配当を導入し、初配を計画する

株主還元の方針

配当開始時期

27/9期

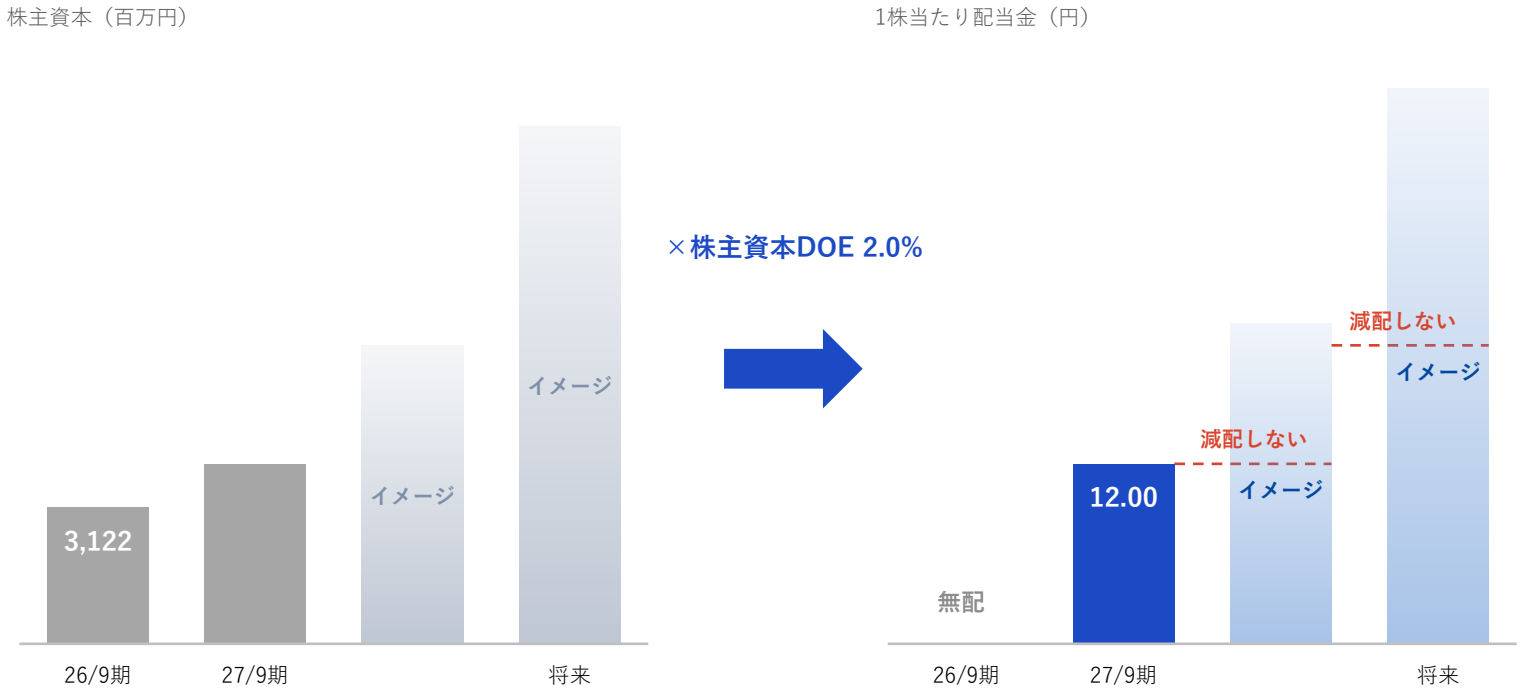
27/9期 期末配当（計画）

12.00円

配当方針

株主資本DOE2.0%目安＋累進配当

利益成長により株主資本が積み上がるほど、1株当たり配当金は上昇する。仮に株主資本が減少しても減配はしない。



注：株主資本DOEは、年間配当金総額÷連結株主資本（期首・期末の平均）である。

© 2026 AViC Co., Ltd.

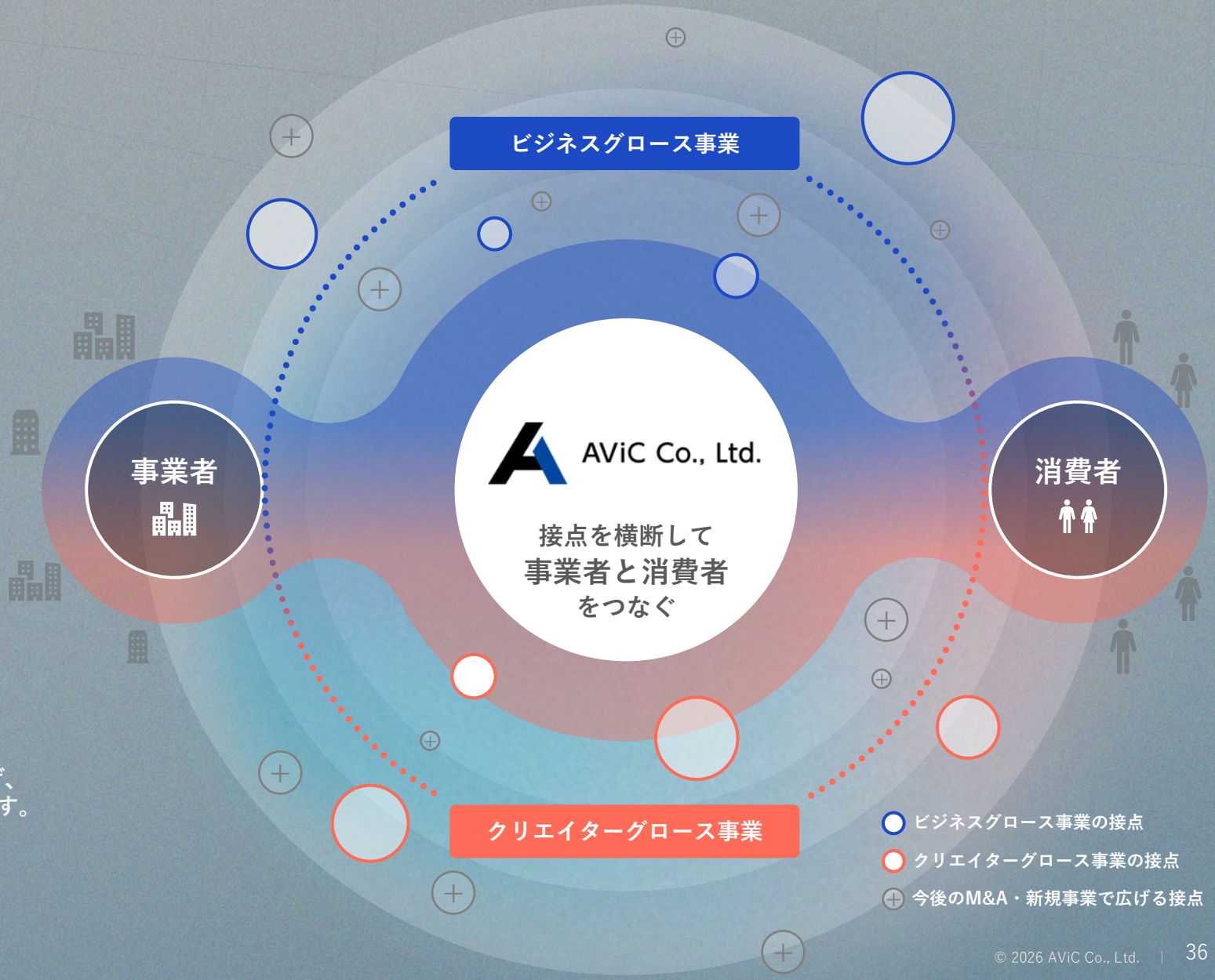
事業者と消費者を
つなぐインフラへ

AI時代を迎え、事業者と消費者の接点は、
AI検索やSNS、EC、ライブ配信等へと広がり、
かつてなく複雑になっています。

当社は、ビジネスグロース事業と
クリエイターグロース事業の両面から、
これらの接点を横断して事業者と消費者を支えています。

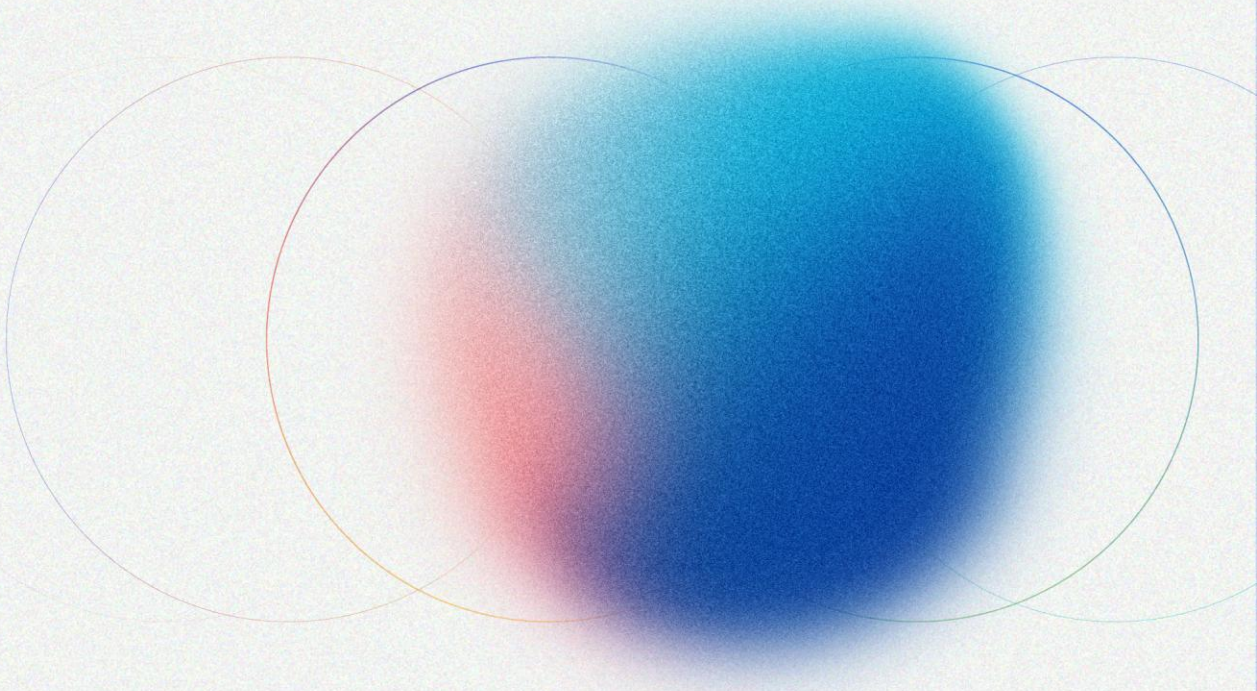
事業者に対しては、自社の商品やサービスを求める人と出会い、
選ばれる機会をつくります。
消費者に対しては、自分に合う商品やサービス、
心が動く体験と出会う機会をつくります。

今後もM&Aや新規事業の立ち上げを通じて支援できる接点を広げ、
事業者と消費者をつなぐインフラとしての役割を果たしていきます。



© 2026 AViC Co., Ltd.

05



Appendix

© 2026 AViC Co., Ltd.

収益構造

限界利益率は73.5%と高く、営業利益率は23/9期の21.4%から26/9期の27.9%へ上昇した。

収益構造*（26/9期）

（百万円）

	金額
外注費	1,076
労務費	385
人件費	506
減価償却費	22
のれん償却費	124
顧客関連資産償却費	15
支払報酬費	329
その他	475

売上高 4,068

変動費 1,076

固定費 1,856

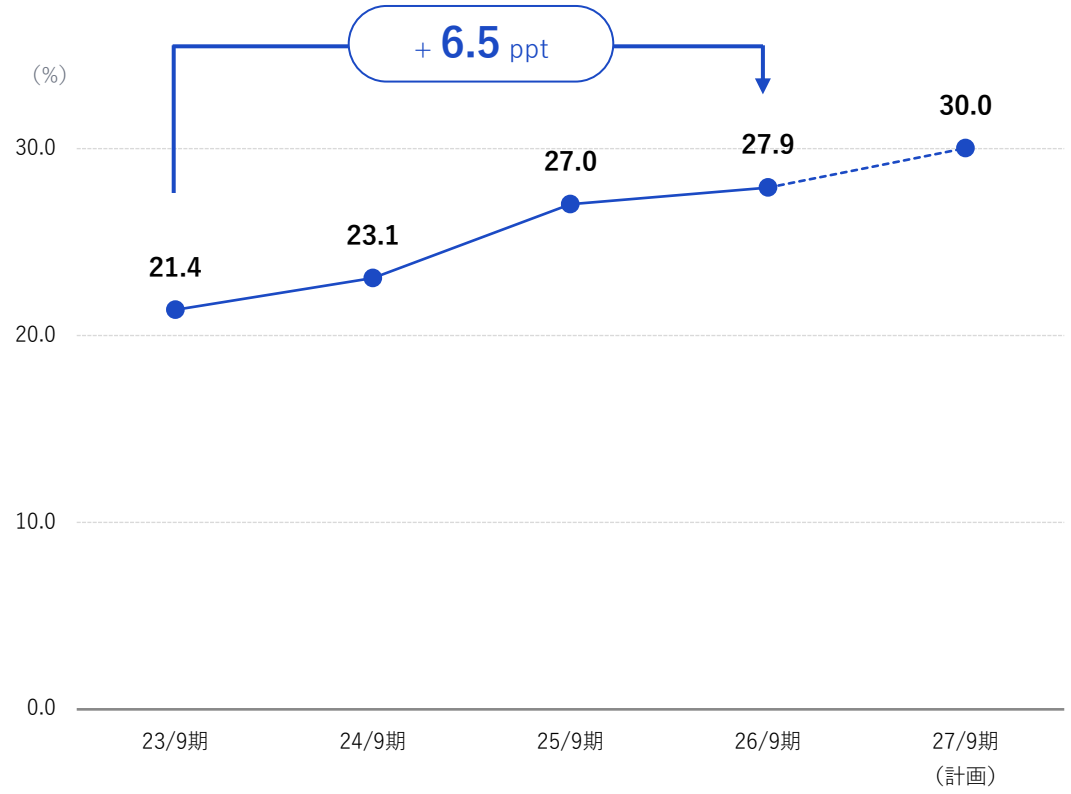
営業利益 1,136

限界利益 2,992

限界利益率 73.5%

営業利益率 27.9%

営業利益率の推移

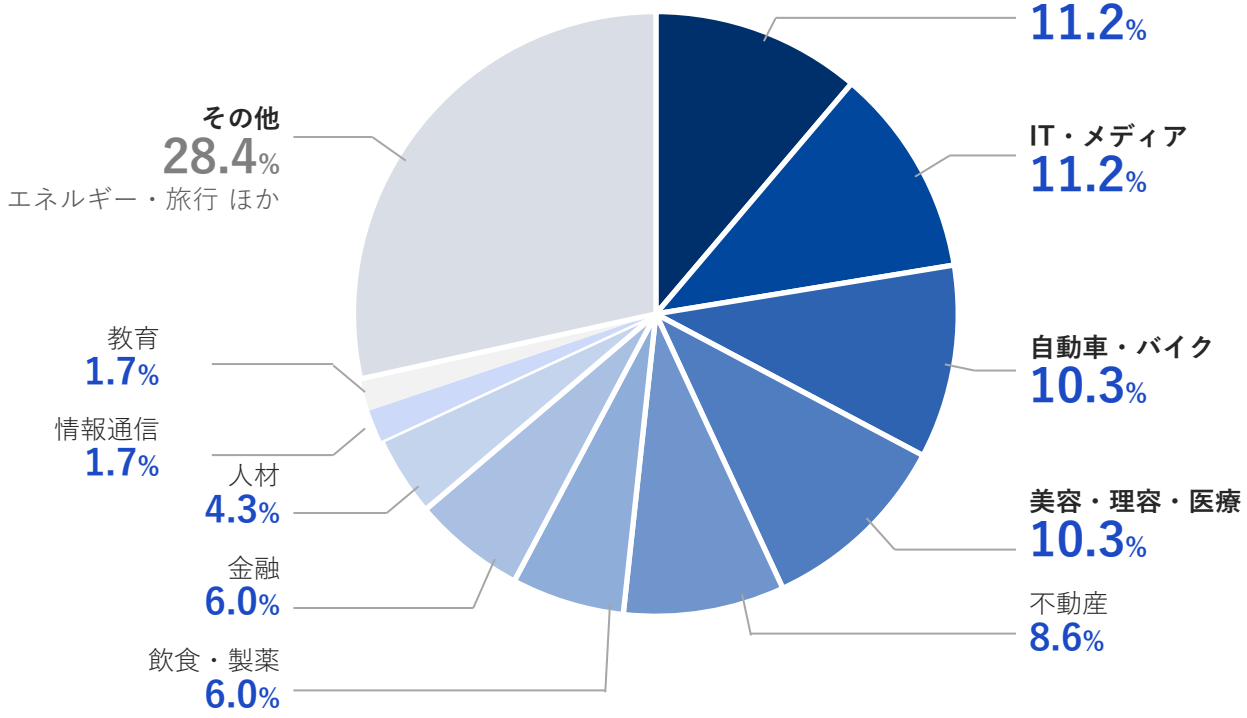


注：変動費は外注費、固定費は労務費を含むその他の売上原価と販管費としている。限界利益は、売上高から変動費を差し引いた額である。
23/9期は単体業績である。
百万円未満を四捨五入しているため、内訳の合計が合計値と一致しない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

特定の業種に偏らず、幅広い業種の事業者と取引している。

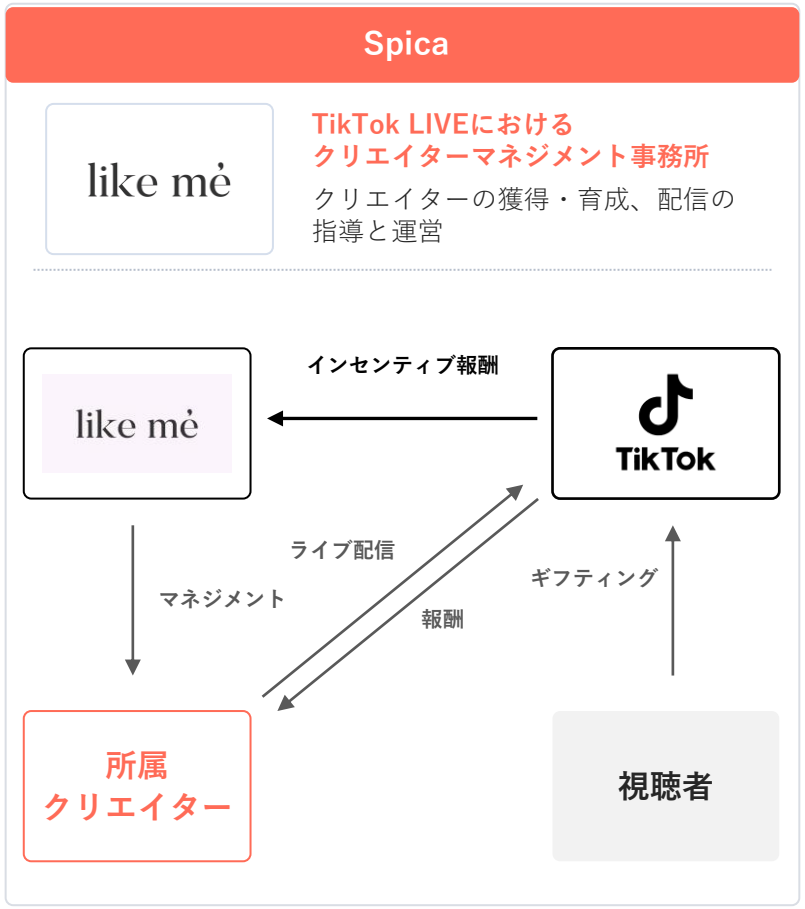
業種別の顧客構成比（2026年9月時点、社数ベース*）



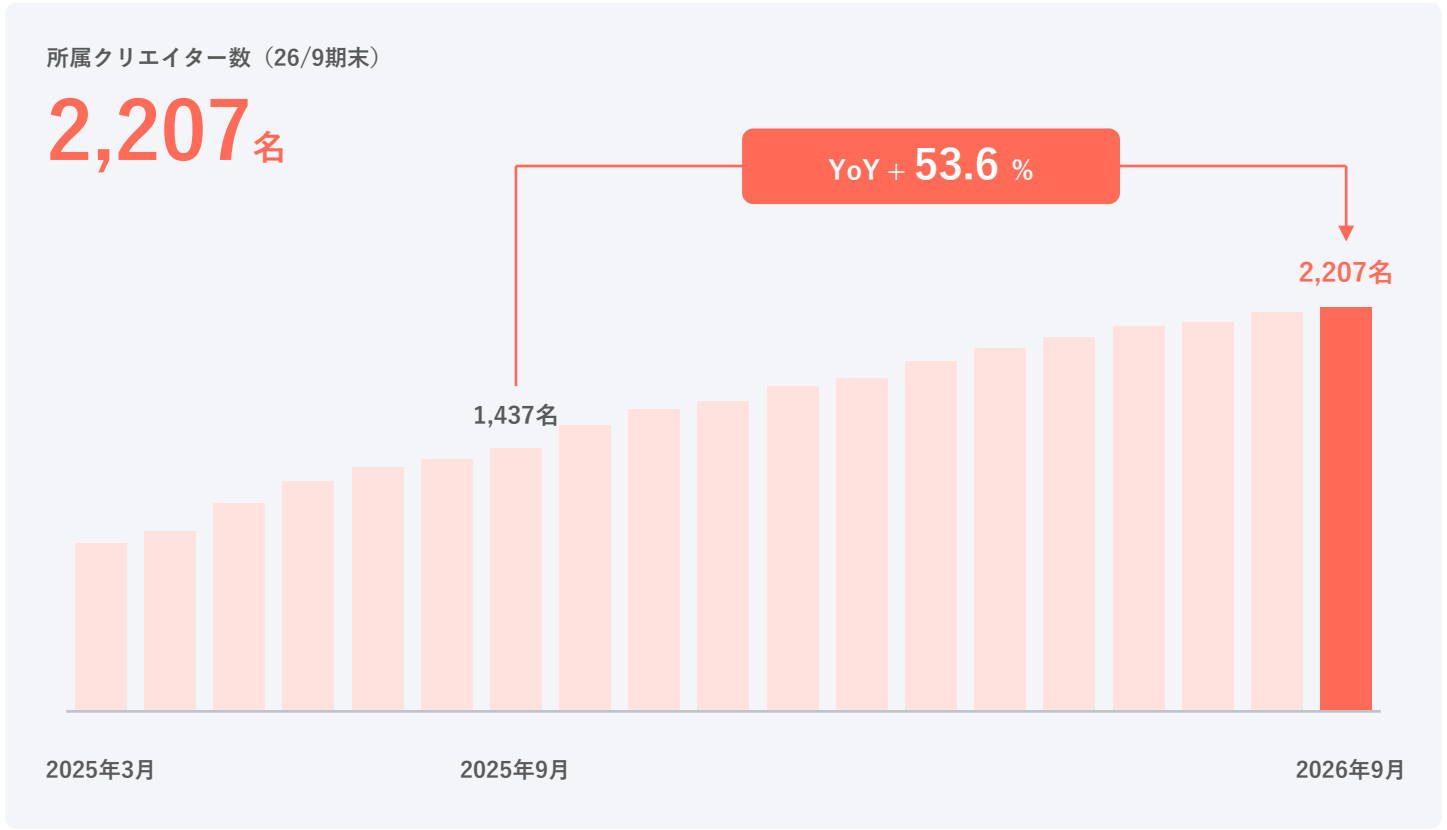
注：業種別の構成比は取引顧客の社数ベース（2026年9月時点）である。
　　小数点第2位以下を四捨五入しているため、表示値の合計が100にならない場合がある。

© 2026 AViC Co., Ltd.

Spicaは、TikTok LIVEにおけるクリエイターマネジメント事務所「like me」を運営する。
所属クリエイター数*は2,207名（26/9期末）と、YoY+53.6%となった。



所属クリエイター数の推移



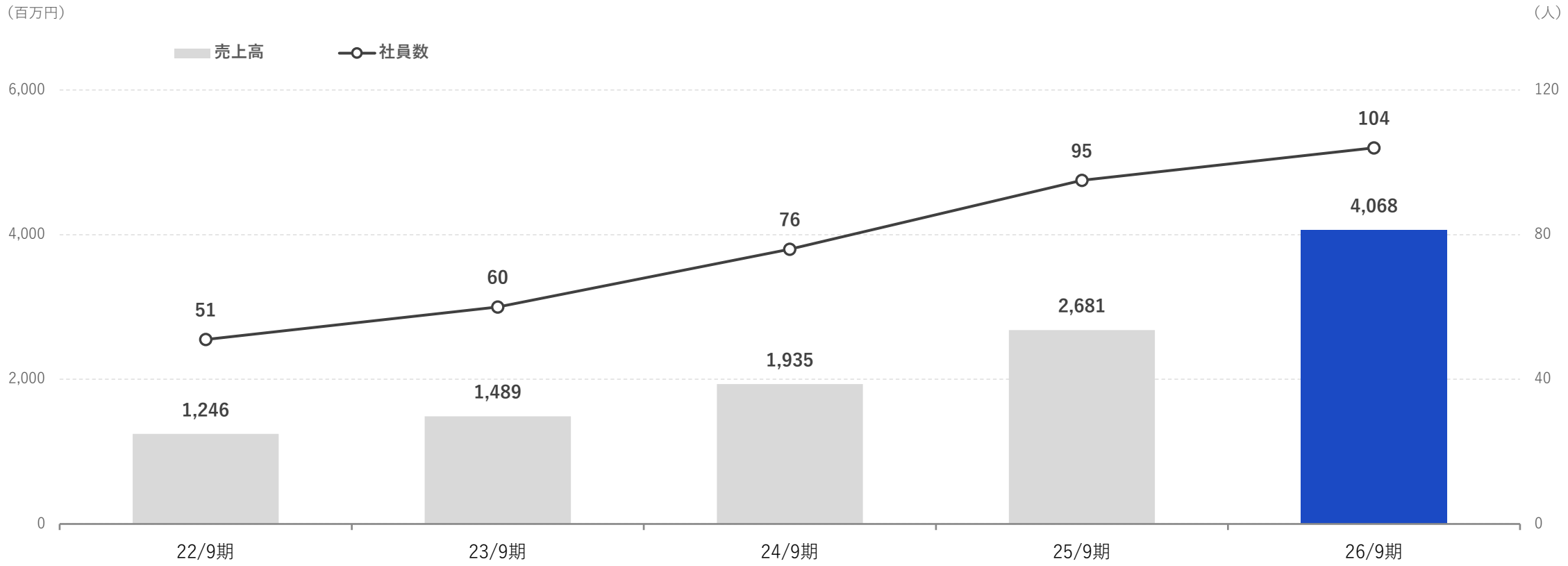
注：所属クリエイター数はSpica（like me）の各月末値であり、2026年1月の子会社化以前は参考値である。所属クリエイター数のYoYは25/9期末→26/9期末で算出している。

© 2026 AViC Co., Ltd.

計画的な採用

新卒採用・育成と即戦力中途採用を計画的に実施し、社員数を増やしている。
事業成長のペースに合わせて、適切に組織を拡大している。

売上高・社員数の推移



注：売上高は、23/9期以前は単体、24/9期以降は連結の数値である。社員数は各期末時点の人数である。
25/9期には同期中に子会社化したリアレーションの数値が含まれ、同社の売上高は決算期変更に伴う5か月分である。
26/9期には同期中に子会社化したSpicaの数値が含まれ、同社の売上高は8か月分である。

© 2026 AViC Co., Ltd.

人材が早期に育成される仕組み

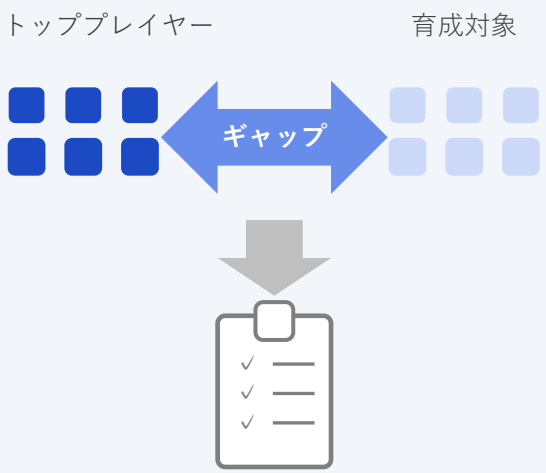
AViC Co., Ltd.

「戦力化人材」の育成では、属人的・感覚的ではなく、データに基づく科学的なアプローチをとっている。
着実かつスピーディに多能化人材が育つ環境・仕組みを確立した（内定者アルバイトも積極活用）。

データに基づく科学的な人材育成手法

下記の ①→②→③→②→① のサイクルを繰り返すことで、育成の精度を上げ続ける。

1 状態や行動を言語化・項目化



2 ①で明確化された定義に基づき各メンバーのスキルを項目ごとに評価

採点表サンプル*

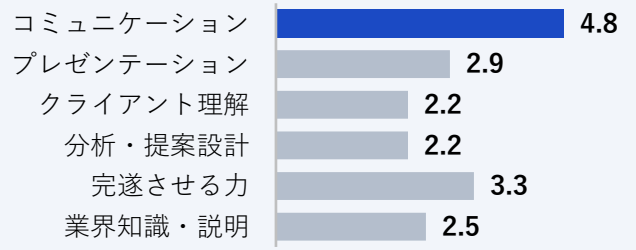
大カテゴリ	小カテゴリ
営業スキル	1. コミュニケーション

KDI：合意取得
詳細：定例MTGの中で、発注提案（アップセル、継続）の内容について共有し、予めクライアントの合意をとっておく

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
定例MTG中に担当者に発注提案に関する期待値調整や合意形成を全く行わず上司が代わりにやっている。			定例MTG中に期待値調整や合意形成に挑戦するが、うまく話をまとめることができず上司が代わりにやっている。		定例MTG中に担当者に発注提案に関する期待値調整や合意形成を実施できる。				先方決裁者に発注提案に関する期待値調整や合意形成を実施できる。

3 ギャップが大きい項目から重点的に育成する

採点結果の差（トップ－育成対象）　ギャップ大



■ 実施策・仕組み化の例

- 顧客理解を深めるための「型」の作成
- 顧客との認識齟齬を生まないための行動管理表の作成（見るべき、伝えるべき項目の明確化）

注：採点表とレーダーチャートはサンプルであり、項目と数値は説明のためのイメージである。

© 2026 AViC Co., Ltd.

自社開発AIツールの活用①｜慧眼AI

AViC Co., Ltd.

生成AIを用いたデータ分析エージェント「慧眼AI」を自社で開発し、社内で活用している。
分析の高速化・高度化により、コンサルタントが戦略立案や判断・実行に注力できる時間を増やし、顧客への提供価値を高めている。



© 2026 AViC Co., Ltd.

自社開発AIツールの活用②｜その他AIツール

慧眼AIに加え、すでに開発・利用が定着した4つの自社開発AIツール*も活用している。
アップデートを重ねることで、生産性の向上に寄与し続けている。

Quality Station

- モニタリングすべき項目を設定・指標化・数値化。
- 膨大な数の指標を、短時間でリアルタイムモニタリング。

SEORY PRO

- 当社トップコンサルタントの思考をAIツールにより自動化。
- AIツールが自動で高精度の分析・戦略設計・打ち手設計・シミュレーションをアウトプット。

CreTechForce

Creative Force × Technology for Video Ads

- 動画内に存在する、物体情報・テキスト情報・音声情報の自動解析により、情報量の多い動画を、人による感覚的な分析ではなく、科学的・統計的に分析。

SEORY ARTICLE

- AIと人の強みを組み合わせ、読み応えと分析の深さを兼ね備えた記事を生成。

注：当社の自社開発AIツールについての考え方と実績の詳細は、2024年12月10日および2024年12月20日の適時開示を参照されたい。

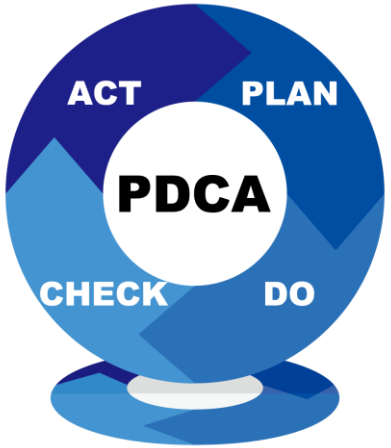
© 2026 AViC Co., Ltd.

適切な工数管理

AViC Co., Ltd.

社員の工数管理（各人・各職階ごと）や顧客に合わせたサービス水準の定義等、各種データを全社横断でマネジメントしている。
定量データに基づく経営の意思決定が、高い事業生産性（営業利益率）の源泉である。

KPI

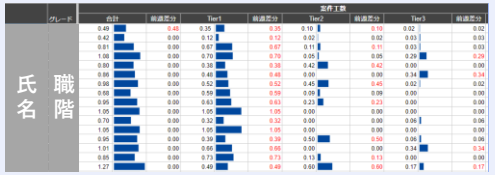


各人ごとの時間の使い方（左：案件単位、右：個人単位）





各人ごとの投下したリソース（左：顧客階層単位、右：案件生産性）





・・・

各種KPIに対して全社横断でデータ分析・検証を実施し、
定量データに基づいて経営の意思決定を実行

© 2026 AViC Co., Ltd.

ESG・SDGsへの取り組み

AViC Co., Ltd.

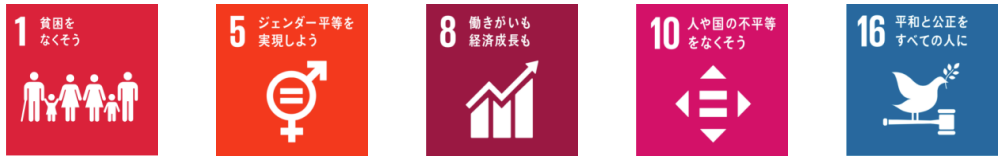
Social 社会

- 特別養子縁組事業の活動を、継続的に支援する。
- 女性の活躍を推進する（女性管理職比率*22.2%、女性社員比率36.2%）。
- 無理なアウトバウンド営業に頼らない組織で、生産性の高い経営を行う。
- 未経験者（新卒）を積極的に採用する。
- フェアな人事評価制度により、業界内で高い平均給与水準を実現する。

Governance ガバナンス

- 高度な情報セキュリティ体制を構築する。
- 法令遵守とガバナンスを重視した経営を行う。

貢献するSDGs GOAL



注：女性管理職比率の管理職は、役員・本部長・部長・マネージャーを指す。

© 2026 AViC Co., Ltd.

FAQ

ご質問	回答
社名の由来は？	A（最上級の）、Vista（景色）、Create（創る）を組み合わせた造語です。小文字の「i」をアクセントにしています。「i」は人のアイコンで、新しい景色の中に「人＝i」が立っているイメージです。
高い営業利益率を実現できている理由は？	エンタープライズ顧客との取引拡大と、データに基づく組織運営による生産性向上が主因です。エンタープライズ顧客はSMB顧客と比べて1社あたり事業部粗利額と事業部粗利率が高く、エンタープライズ顧客向け売上比率の上昇が、全社の収益性向上に寄与します。また、採用・育成・AI活用・工数管理の各領域で取り組みを重ね、高い生産性を追求しています。
AIの普及は、当社の競争優位性にどう影響するのか？	AIの普及により、分析業務の効率化・均質化が進む一方、顧客の課題を的確に捉え、施策の実行から成果創出まで担う能力の重要性が高まると考えています。当社は自社開発AIツール「慧眼AI」等を活用するとともに、顧客に深く入り込むFDE型の顧客支援*を通じて、提供価値と生産性の向上を図っています。「2つの経営のこだわり」を掛け合わせ、品質と価格競争力を両立する当社にとって、AI時代はエンタープライズ顧客開拓の絶好機と考えています。
エンタープライズ顧客との取引を拡大できる理由は？	戦略立案から施策実行・改善まで一貫して支援することで、顧客の収益拡大に貢献し、取引の領域と規模を広げています。また、既存顧客への支援を通じて蓄積した成功パターンを組織資産として横展開し、新規顧客の獲得にも活用しています。今後も既存顧客との取引深耕と、競合他社からのリプレイスを含む新規顧客の開拓を両輪として成長を目指します。
クリエイターグロース事業の成長をどのように実現するのか？	Spicaでは、AViCが培ったデータに基づく組織運営の仕組みを活かし、所属クリエイターの育成を加速します。配信実績の可視化や成功パターンの横展開を通じて、クリエイターの継続的な配信と収益化を支援します。ミドル層を厚くし、トップクリエイターを継続的に輩出する土壌をつくります。
データに基づく科学的な人材育成手法による未経験者の戦力化までの期間は？	平均して約6か月です。
人材の定着についてどのような工夫をしているのか？	生産性と付加価値を重視した経営、社員が仕事の面白さを感じられる組織づくり、フェアな人事評価制度の運用、業界内で高い水準の給与、社内のコミュニケーションとエンゲージメントの重視等に取り組んでいます。
M&Aの取り組みについての考え方は？	顧客基盤、人材、事業運営のノウハウの獲得と、取得後のシナジーの創出を目的に取り組んでいます。対象は、取得後に安定してキャッシュフローを生み出せる企業に原則として限り、EV/EBITDAに上限を設けて、適切な価格で実行しています。

注：FDE型の顧客支援の考え方はP11を参照されたい。

© 2026 AViC Co., Ltd.

項目	主要なリスクと顕在化した場合の影響	経営方針・成長戦略を踏まえた対応策	顕在化の可能性	顕在化の時期	影響度
人材の確保・育成に係るリスク	顧客の事業成果を設計し、実行まで担うコンサルタントをはじめとする人材が、当社グループの事業価値の源泉である。採用競争の激化や育成の遅れにより優秀な人材を確保できない場合や、人材が社外へ流出した場合には、取引の拡大が制約されるほか、サービス品質の低下により顧客が離脱し、経営成績に影響を及ぼす可能性がある。	・新卒採用を全社の最重要プロジェクトと位置付け、役員以下全社で優秀な学生にアプローチしている。 ・トッププレイヤーの行動を言語化・項目化して各メンバーのスキルを可視化し、トッププレイヤーとの差が大きい項目から重点的に育成することで、未経験者を早期に戦力化している。 ・AIで定型・分析作業を効率化・高度化し、社員が戦略立案と実行に注力できる環境を整えている。 ・適切な工数管理により、一人ひとりの業務量と配置を最適化している。	中	常時	大
組織の拡大に係るリスク	当社グループは、事業の急成長とM&Aにより、人員とグループ会社が増加している。組織の拡大に管理体制の整備が追いつかない場合には、業務推進に支障が生じるほか、コンプライアンス・リスク管理体制や開示体制が十分に機能せず、事業に影響を及ぼす可能性がある。	・事業の成長と人員・グループ会社の増加に合わせて組織を構築し、業務執行体制と内部管理体制を継続的に強化している。 ・グループ会社の規程と承認手続きを整備し、親会社による月次の業績・KPIのモニタリングと内部監査を通じて、グループ全体で統一した管理体制を運用している。	中	常時	大
M&Aに係るリスク	当社グループは、M&Aを成長戦略の一つと位置付けており、企業買収に伴いのれんおよび顧客関連資産を計上している。取得した子会社が期待した成果を上げられない場合には、成長が鈍化するほか、減損損失を計上し、経営成績および財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	・M&Aの実施にあたっては、デューデリジェンスにより対象会社の事業やリスクを精査し、適切な価格で取得している。 ・PMIでは、当社が培ってきたデータ分析とKPI管理に基づくPDCAのノウハウや、集客・人材育成の仕組み等を子会社に展開し、成長の加速を図っている。	低	常時	大
特定の人物への依存	代表取締役社長 市原 創吾をはじめとする幹部社員が、経営方針や事業戦略の決定に重要な役割を担っている。これらの人物が退任・退職した場合には、事業の継続的な成長が鈍化・停止する可能性がある。	・他の役員および幹部社員への権限委譲と、ノウハウの組織知化を推進し、特定の人物に依存しない経営体制を構築している。	低	常時	中

注：その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照されたい。

© 2026 AViC Co., Ltd.

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付け又は売付けの申込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、本決算説明資料のアップデートは、年次決算の発表時期である2027年11月を目途として開示を行う予定です。

© 2026 AViC Co., Ltd.

AViC Co., Ltd.