



2021年12月期第2四半期 オンライン会社説明会

株式会社ヘッドウォータース
証券コード：4011

2021年9月15日

1. ヘッドウォーターズとは
 - 過去
 - 現在
 - 未来
2. 2021年の目論見と現状
 - 予定通りいかなかったこと
 - 前進したこと
3. 具体的な課題と対処

1. ヘッドウォータースとは

- ・ 過去
- ・ 現在
- ・ 未来



会社概要（2021年6月末現在）

商 号

株式会社ヘッドウォータース

設 立

2005年11月

代表者

代表取締役 篠田 庸介

本社所在地

東京都新宿区新宿二丁目16番 6 号

資本金

354,266千円

従業員数

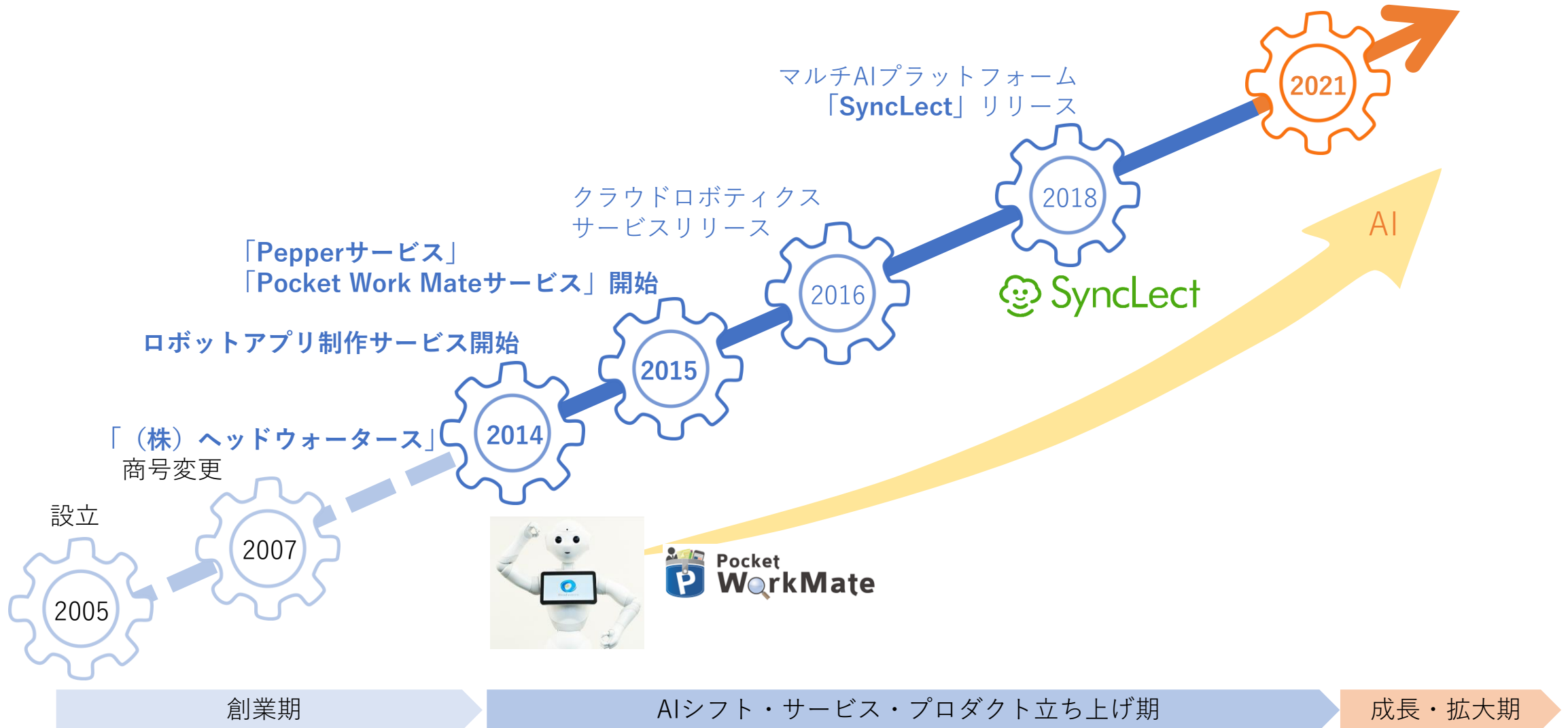
88名

業界の渦の中心、源流(Headwaters)となる

「エンジニア × ビジネス = ∞」

「新技術の社会実装」

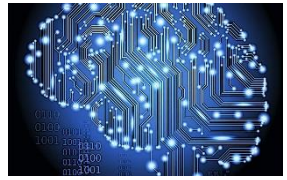
AIの黎明期から蓄積した豊富なデータと分析手法・開発力を要するフロントランナー



ヘッドウォータースの技術・開発力の「源」

AI/ロボティクス市場の黎明期から事業を推進し、当社の得意分野・優位性を確立

ロボット関連事業で培われた多様な技術



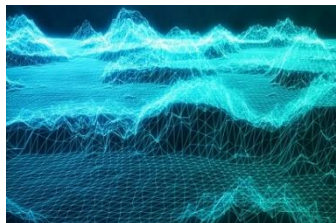
頭：AI



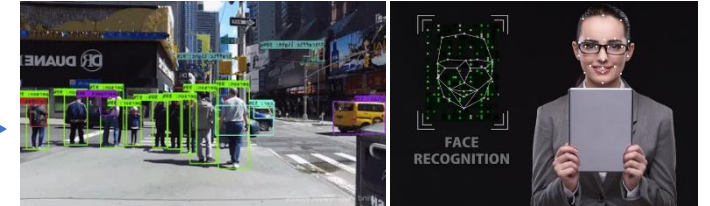
耳・口：スマートスピーカー



胸：スマートデバイス



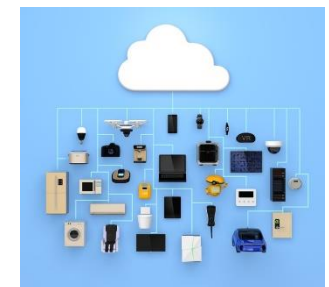
足：自律移動



目：カメラからの画像解析・顔認証



身振り：UX（ユーザー体験）



センサー：IoT

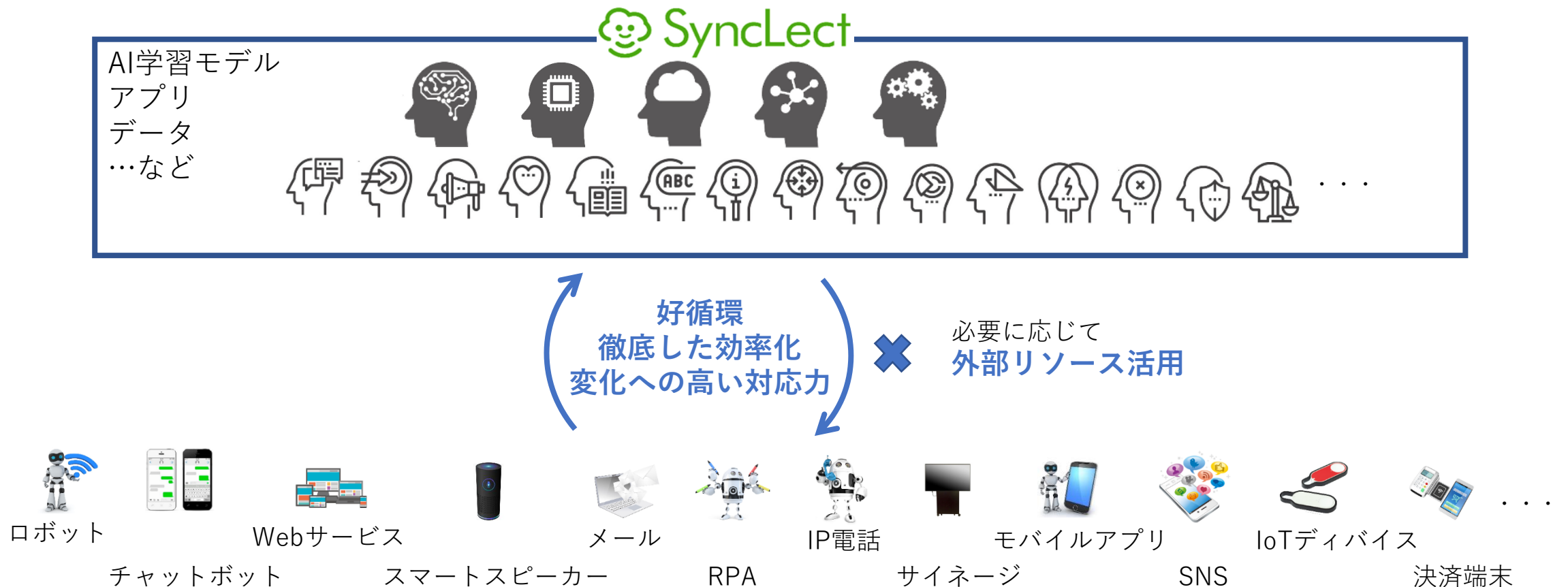


遠隔操作：クラウド

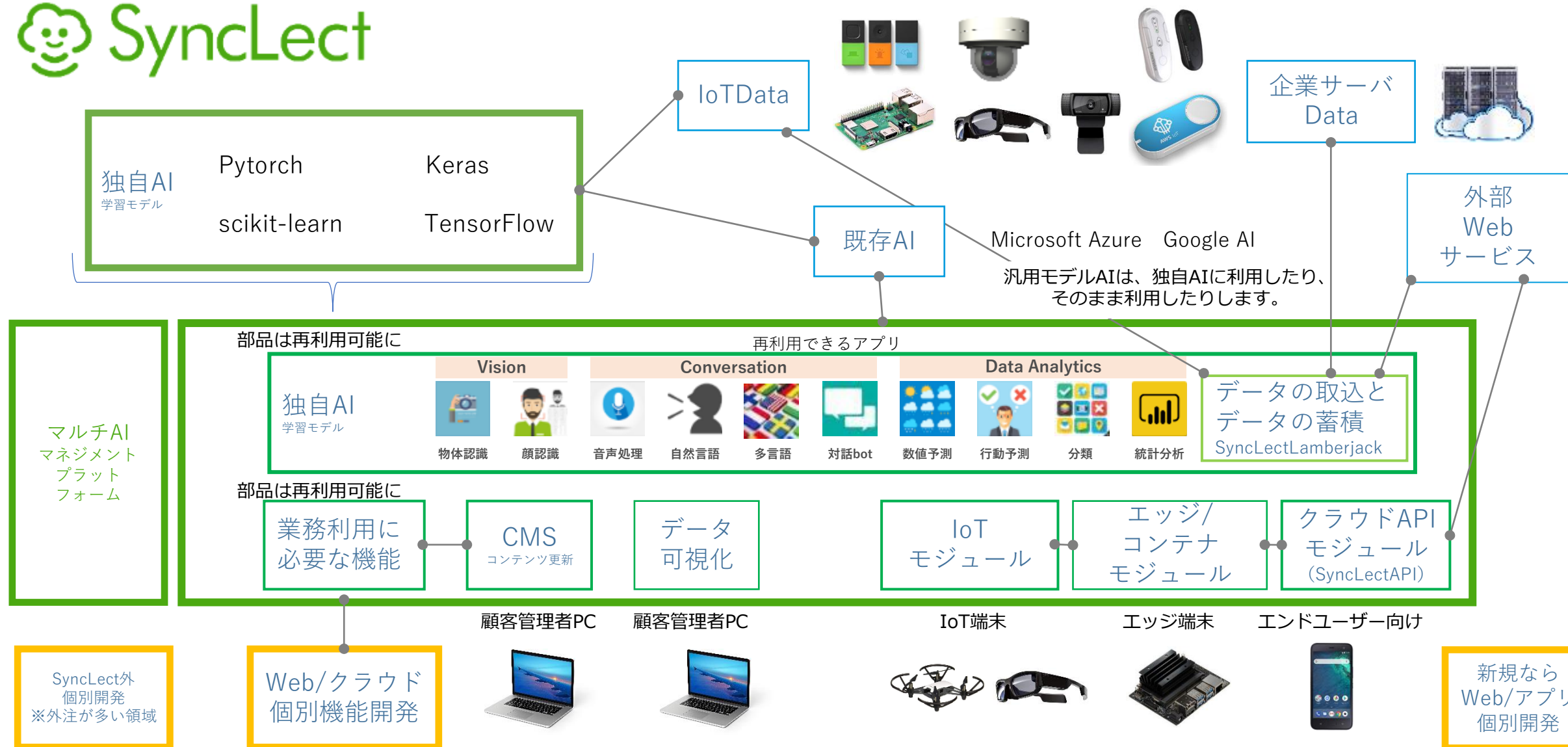
「SyncLect」

短期間に効率的かつコストパフォーマンスの高いサービスを提供

「SyncLect」 = AI開発を高速化するプラットフォーム



SyncLect : AI + IoT + ビッグデータの開発 & 運用プラットフォーム

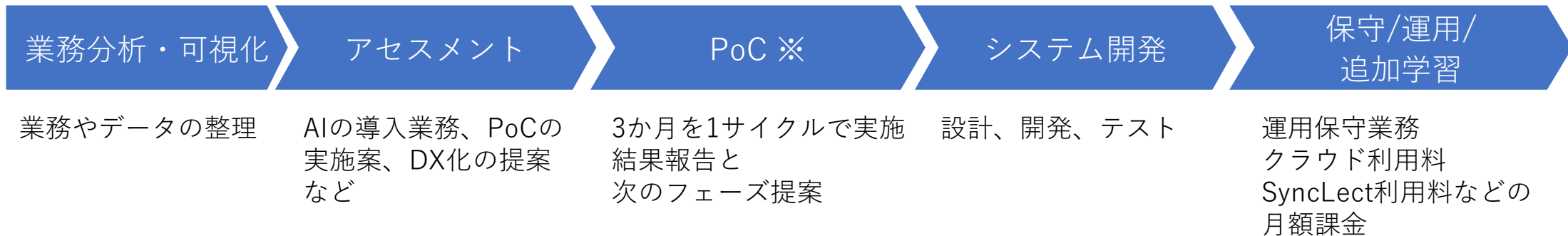


「AIインテグレーションサービス」とは・・・

お客様と何度もコミュニケーションを重ねることで実用性の高いシステムを提供

【ポイント】

- ▶ 不明瞭な要件やAIに対する過度な期待⇒お客様との認識齟齬の発生を回避するために以下のプロセスのうち、**業務分析**や**アセスメント**、**PoC ※**の実施を繰り返す
- ▶ AIの精度に対する絶対的な指標を起こしにくいいため、**準委任契約**になるケースが多い
- ▶ PoCでは学習精度の向上以外にも、試験運用によって運用課題の洗い出しを行うなど、本番利用をイメージした実証実験を実施



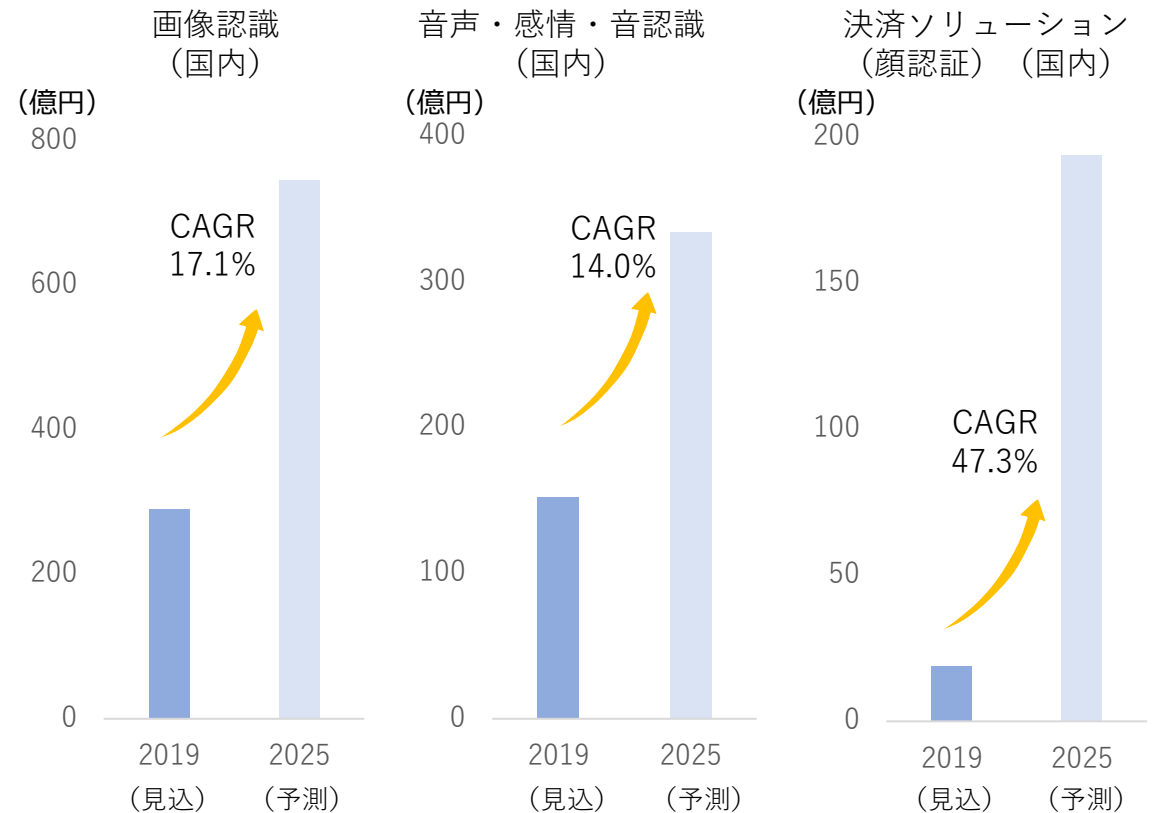
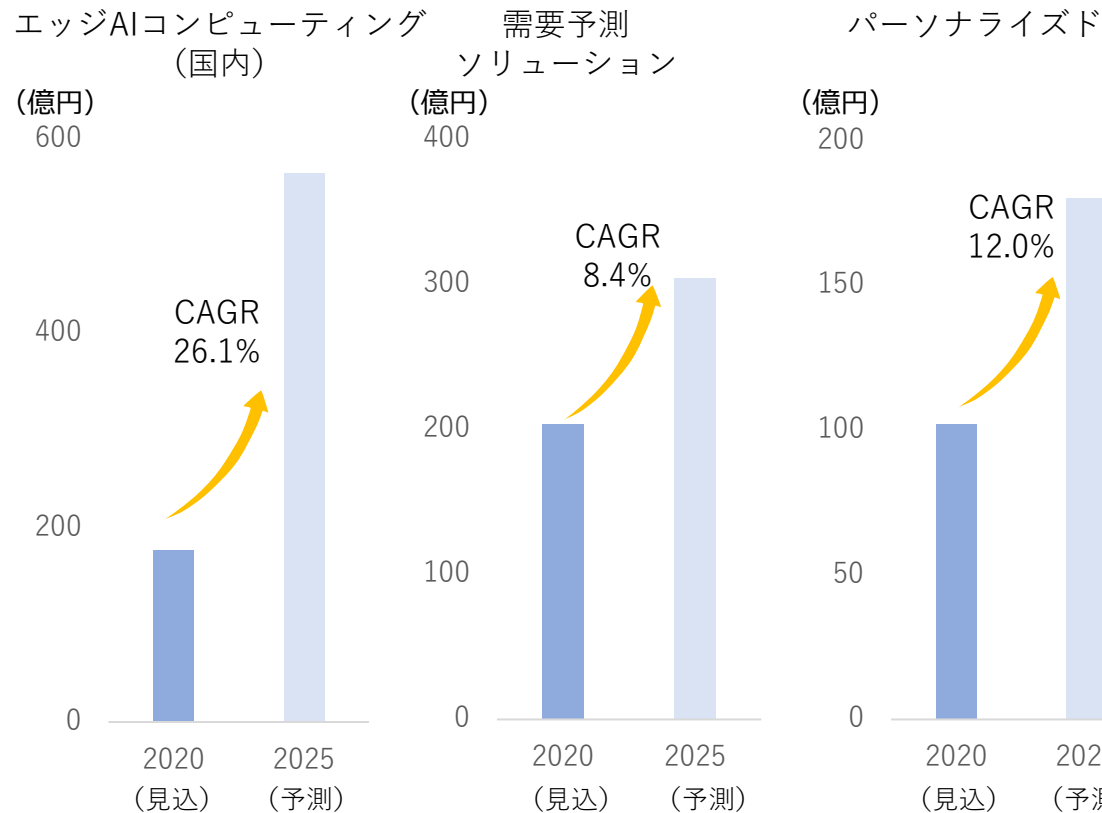
※ PoC：Proof of Conceptの略で、「概念実証」、「実証実験」の意味。新しいシステムが実現可能か、目的の効果が得られるかなどを実験的に行う検証工程のことを指す。

市場環境認識

少子高齢化に伴う「生産人口」の減少＋新型コロナウイルス感染症の流行によりDX化・AI活用のニーズは急拡大

DX国内市場 (投資額) 2019年度 7,912億円 → 2030年度予測 3兆425億円

AIビジネス 国内市場 2020年度見込 1兆1,084億円 → 2025年度予測 1兆9,357億円



出所：(株) 富士キメラ総研「2020 人工知能ビジネス総調査」ならびに「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」をもとに当社作成

出所：(株) 富士キメラ総研「2020 画像・音声AI／次世代インターフェース市場の現状と将来展望」をもとに当社作成

AIがコモディティ化していく中でAI企業が取べき方針

① 顧客企業の経営戦略にAIを活用

- バックオフィス側（コスト削減）
- 商品サービス側（売上向上）にAIを活用

➡ 一気通貫モデルが他社との差別化

➡ 汎用モデルではなく、ハンズオンのカスタマイズ型ですべての工程をやりぬく
その中から業界、業種ならではの展開モデルを作り上げていく

② 独自のビックデータによる差別化

- AIの民主化 ➡ データの民主化
- リアルビジネスを営む企業をM&A、もしくは業務提携を行う
Target：小売・物流・建設・医療

GAFAの独占に対抗 ➡ 今までにないデータを作れる会社となる ➡ データを解放して個人が活用

スーパーシティ構想に向けた当社実績



ヘルスケア・地域

- オンライン診療クラウドアプリ
- リハビリテーションAI
- 地域災害予測ソリューション
- デジタルディバイド向けUI

物流AI/物流DX

- 配車計画AI
- 配送経路分析
- スペースアナリティクス

モビリティ

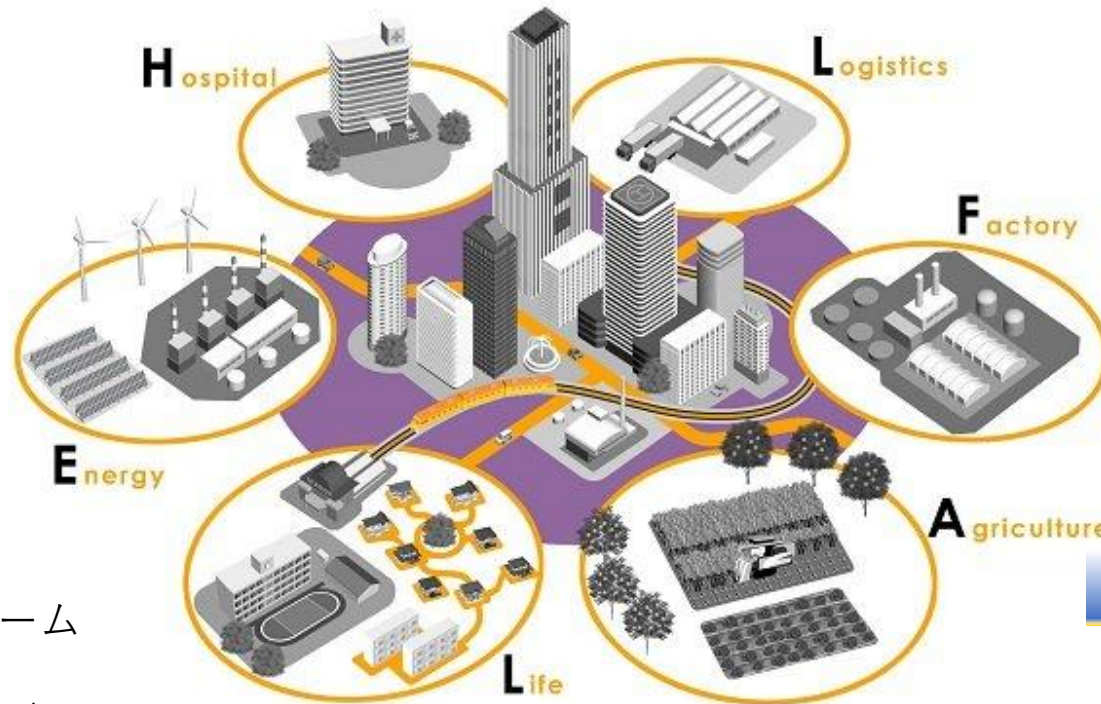
- モビリティ向け画像解析
- スマートグラス
- 5Gソリューション

スマートストア

- 顔認証決済プラットフォーム
- スマートスピーカ決済
- ダイナミックプライシング
- 店舗内購買行動分析

スマートビルディング

- トイレ忘れ物検知
- 混雑可視化サービス
- デジタルツイン



2. 2021年の目論見と現状

- ・ 予定通りいかなかったこと
- ・ 前進したこと



2021年12月期第2四半期決算概要

(千円)

	20/12期2Q累計(実績)		21/12期2Q累計(予想)		
		構成比 (%)		構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	588,647	100.0	614,309	100.0	104.3
AI	175,351	29.7	233,279	37.9	133.0
DX	320,403	54.4	285,536	46.4	89.1
プロダクト	33,869	5.7	46,117	7.5	136.1
OPS	59,022	10.0	49,375	8.0	83.6
営業利益	134,264	22.8	84,877	13.8	63.2
経常利益	131,853	22.3	84,878	13.8	64.3
当期(四半期)純利益	110,867	18.8	61,644	10.0	55.6
1株当たり当期 (四半期)純利益	134円74銭		105円73銭		

(千円)

21/12期2Q累計(実績)			
	構成比 (%)	前期比 (%)	進捗率 (%)
559,211	100.0	94.9	91.0
234,064	41.8	133.4	100.3
222,568	39.8	69.4	77.9
28,794	5.1	85.0	62.4
73,783	13.1	125.0	149.4
33,839	6.0	25.2	39.8
35,621	6.3	27.0	41.9
△5,900	—	—	—
△6円39銭			

売上高

計画：6.14億円  -9.0% 実績：5.59億円（5500万円の不足）

《目論見通りいかなかったこと》

- DX：新規顧客からのシステム開発案件が伸びなかったことが最も大きな要因
- 人材育成がよりSpeedyな強化が必要
- AI新規案件への営業に注力した為、既存顧客に対するアプローチが十分でなかった。

《前進したこと》

- AIは、前年同期比で33.4%増、今期計画どおりの達成
- ストックビジネス（OPS＋プロダクト）の売上は前年同期比10.4%増、計画比で7.4%増
- 中・小型規模となる効率化案件（マイクロソフト社PowerPlatform）や自動化案件のニーズは引き続き堅調

営業利益

計画：8400万円 → -60.2% 実績：3300万円（5100万円の不足）

《目論見通りいかなかったこと》

- 社員の増加（前年同期比：+15名）による教育コスト増
- 炎上案件によるコストの増加

《前進したこと》

- 採用活動、人材教育ともに順調。
- AI人材は、2020年度の10名 → 25名へ



当期純利益

計画：6100万円



実績：-590万円（6700万円の不足）

《目論見通りいかなかったこと》

- ・ 特別損失3003万

出資先（非上場企業）の資金調達が計画通りに進んでおらず、監査法人からの指摘により第2四半期に特別損失として計上。

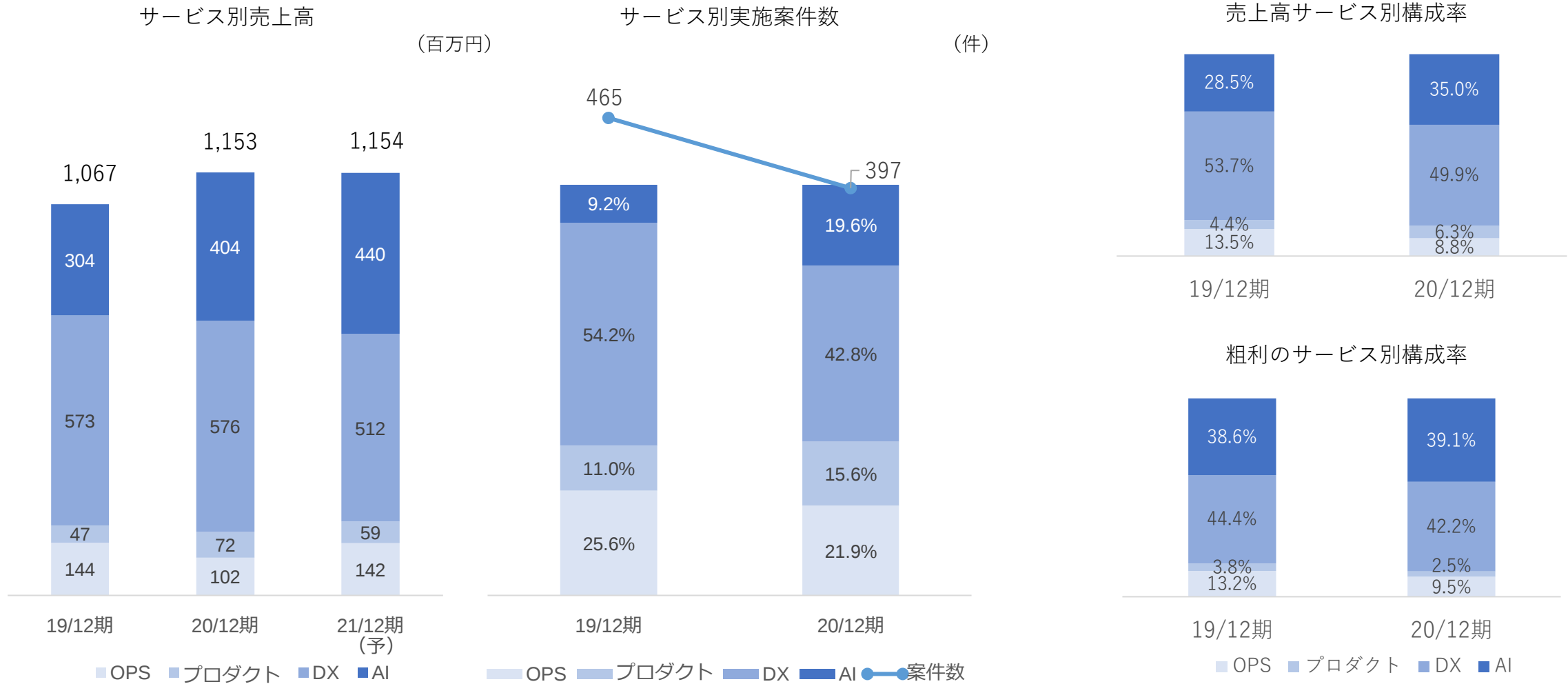
前進したこと

- ・ AZLM CONNECTED CAFEの取り組み
- ・ AI案件は、案件比率ベースで80％がPoCを経由せずに本番開発へ
- ・ 今期から、IoTセンサーを利用した開発案件が増加



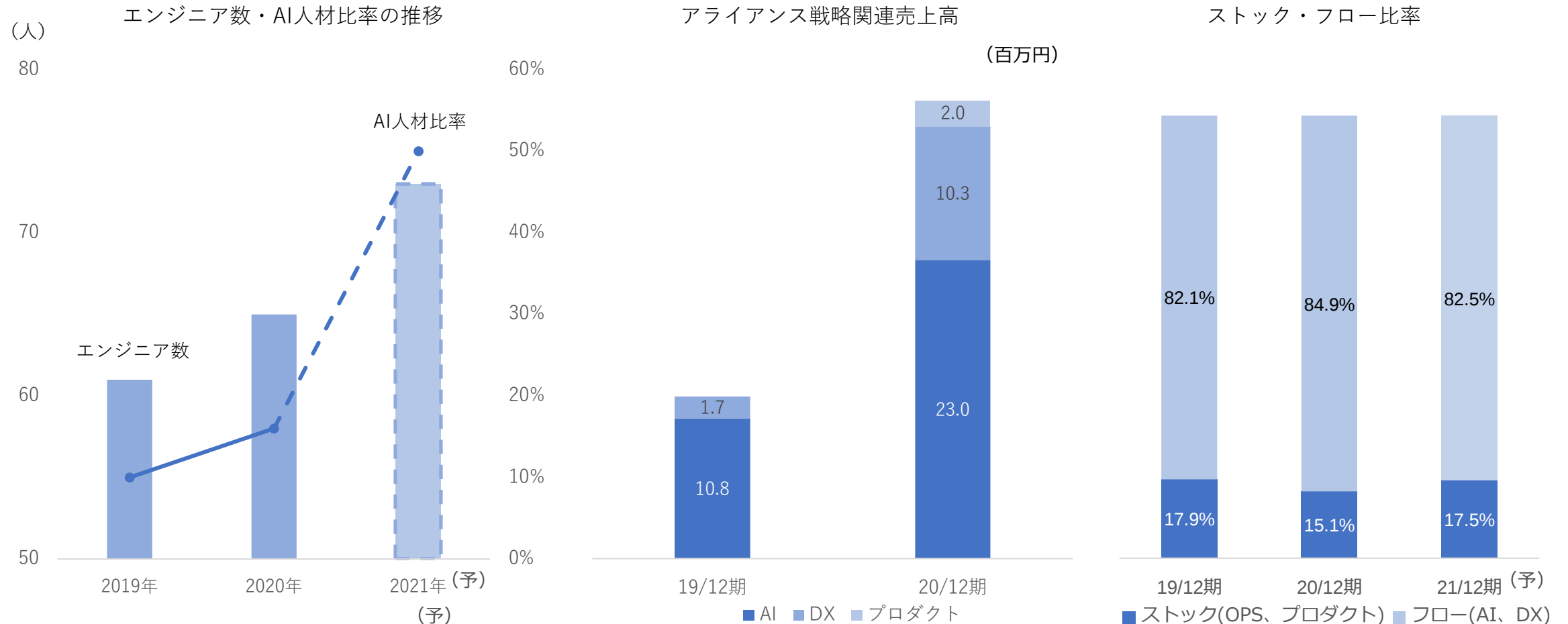
経営指標 1

収益率の高いAI関連の比率が高まり着実に収益力が強化されている



経営指標 2

当社事業の要となるAI人材の育成と外部リソース活用により新たな領域へ展開



3. 具体的な課題と対応



課題とその対処

売上向上

ロイヤルクライアントの計画的な奪取

→ コンサルチームの強化によってワンストップの強みを活かす

利益率向上

AI案件では、新しい技術領域を利用した今までにない先行事例を作り上げる
PoC案件や研究開発事例をサービス化、案件化していくことで利益率を上げる

収益の安定化

OPS、プロダクトのストックビジネスの売上比率向上

→ AI、DX案件からのワンストップによる積み上げで徐々に比率を向上させる

人材確保

人材採用は、継続的に実施

→ 教育は引き続き注力

→ M&Aによる人材確保

平均年収の低さ

技術スキルの幅広いエンジニアが在籍

→ 別法人化によって職種に合わせて、給与体系の見直しへ

取引先企業からロイヤル・カスタマーを育てる

Webの問い合わせを主体にPull型の営業であらゆる業種・分野のトップ企業などから選ばれる豊富な導入実績

メーカー

- 日産自動車株式会社
- 日本信号株式会社
- イリソ電子工業株式会社
- ソニー株式会社
- 株式会社大日本住友製薬
- TJMデザイン株式会社
- ソニーグローバルマニュファクチャリング
&オペレーションズ株式会社

卸・物流・航空

- 株式会社ニチリウ永瀬
- 株式会社プレンティー
- 株式会社小久保工業所
- 日本航空株式会社
- 大塚倉庫株式会社

小売・販売

- 株式会社パン・パシフィック・インター
ナショナルホールディングス
- As-meエステール株式会社
- 株式会社ヴィレッジヴァンガード
コーポレーション
- 株式会社LIXILビバ
- 株式会社アダストリア
- 株式会社タカキュー
- はるやま商事株式会社
- 株式会社TSUTAYA
- 株式会社ローソン

美容・ヘルスケア・スポーツ

- 株式会社モルトベーネ
- 株式会社リラク
- 株式会社タニタヘルスリンク
- 株式会社シーエスラボ
- 資生堂美容室株式会社

食品/飲食

- 株式会社モトックス
- 株式会社ころくや
- 株式会社ゲイト
- 株式会社Food's Style
- 株式会社 ヴィア・ホールディングス
- 株式会社ギフト
- ヤマダイ食品株式会社
- 株式会社力の源ホールディングス
- サッポロホールディングス株式会社
- 株式会社J-オイルミルズ

医療・教育

- 早稲田大学
- 弘前医療福祉大学
- 横浜昭和幼稚園
- 株式会社桜十字

金融/保険

- 株式会社ジャパンネット銀行
- 明治安田生命保険相互会社
- プリメントメディカル株式会社
- 株式会社金融工学研究所

不動産/建設

- 株式会社ネクスト
- 株式会社毎日コムネット
- 大成株式会社
- 株式会社奥村組
- プロパティエージェント株式会社
- 清水建設株式会社

ロボット

- ソフトバンクロボティクス株式会社
- 株式会社よしもとロボット研究所
- 川崎重工業株式会社

メディア/広告

- 株式会社テレビ東京メディアネット
- 株式会社日本医事新報社
- 株式会社オプト
- クロスフィニティ株式会社
- 株式会社フルスピード
- 株式会社博報堂プロダクツ
- 株式会社共同通信デジタル
- 株式会社角川アスキー総合研究所

人材

- 株式会社エス・エム・エス
- 株式会社フォーラムエンジニアリング
- 株式会社マイナビ
- 株式会社ONE
- 株式会社キャリアデザインセンター

通信・Webサービス

- ソフトバンク株式会社
- LINE株式会社
- 株式会社サイバーエージェント
- 株式会社エムティーアイ
- 株式会社mediba
- 株式会社デジマース
- 株式会社ブロッコリー
- 株式会社ザッパラス
- 株式会社ベビーカレンダー
- 株式会社NTTドコモ
- 楽天グループ株式会社
- EPARKフィナンシャルパートナーズ
- NTTコムウェア株式会社

パッケージ/クラウド

- 株式会社エスキュービズム・テクノロジー
- 株式会社ヒューマネージ
- 日本マイクロソフト株式会社
- 株式会社インフキュリオン
- アマゾンジャパン合同会社

エンタテインメント/スポーツ

- 株式会社タカラトミー
- セガサミーホールディングス株式会社
- データスタジアム株式会社
- 株式会社ダーツライブ
- 株式会社トゥエンティフォーセブン

AI人材育成

確立されたAI未経験人材を1年スパンでAI人材として育てる仕組み

AI人材 = AI Pathの学習状況 + 実務経験・実績

→ 当社の「**AIソリューション**」を提供可能と認定した人材

AI Path

kaggleコンペ
での実践演習

機械学習ライブラリ
基礎講座

データ解析ライブラリ
基礎講座

数学関数ライブラリ
基礎講座

Step1

基礎知識の習得
(G検定、統計検定2級)

Step2

開発言語・開発知識の習得
(Python、Pandas、Numpy、
SQL、PowerBI)

Step3

AI Pathによる専門教育
&
Kaggleを利用した百本ノック

Step4

徹底的なOJT

最後に



短期(2～3年)

既存事業の拡大

DX→AI

コロナ対応

AI化の加速

収益源の多様化

アライアンス戦略

外部リソースの活用

中・長期(3～5年)

収益基盤の強化

クラウドサービス売上増

OPS化

ストック比率向上

AI実用化時代への対応

ライセンス化

IoTデバイス戦略

新たな収益源の確保

成長戦略の進捗状況

短期戦略であるAI化をメインに成長戦略順調に展開中

AI化の加速

2022年度までにAIとDX売上逆転

AI関連の案件数は問い合わせ件数の増加に伴い着実に増加傾向
DX案件は1案件あたりの規模が拡大傾向
AI案件の増加に対して、対応可能なAI人材も順調に増加

外部リソースの活用

3つのアライアンス戦略に取り組むことで、新しい領域への展開を拡大することで確実に売り上げに貢献

ストック比率向上

2026年度までにストック売上比率50%

今後、自社プロダクトの販促とAI化によるOPS売上向上にさらに取り組んでいく

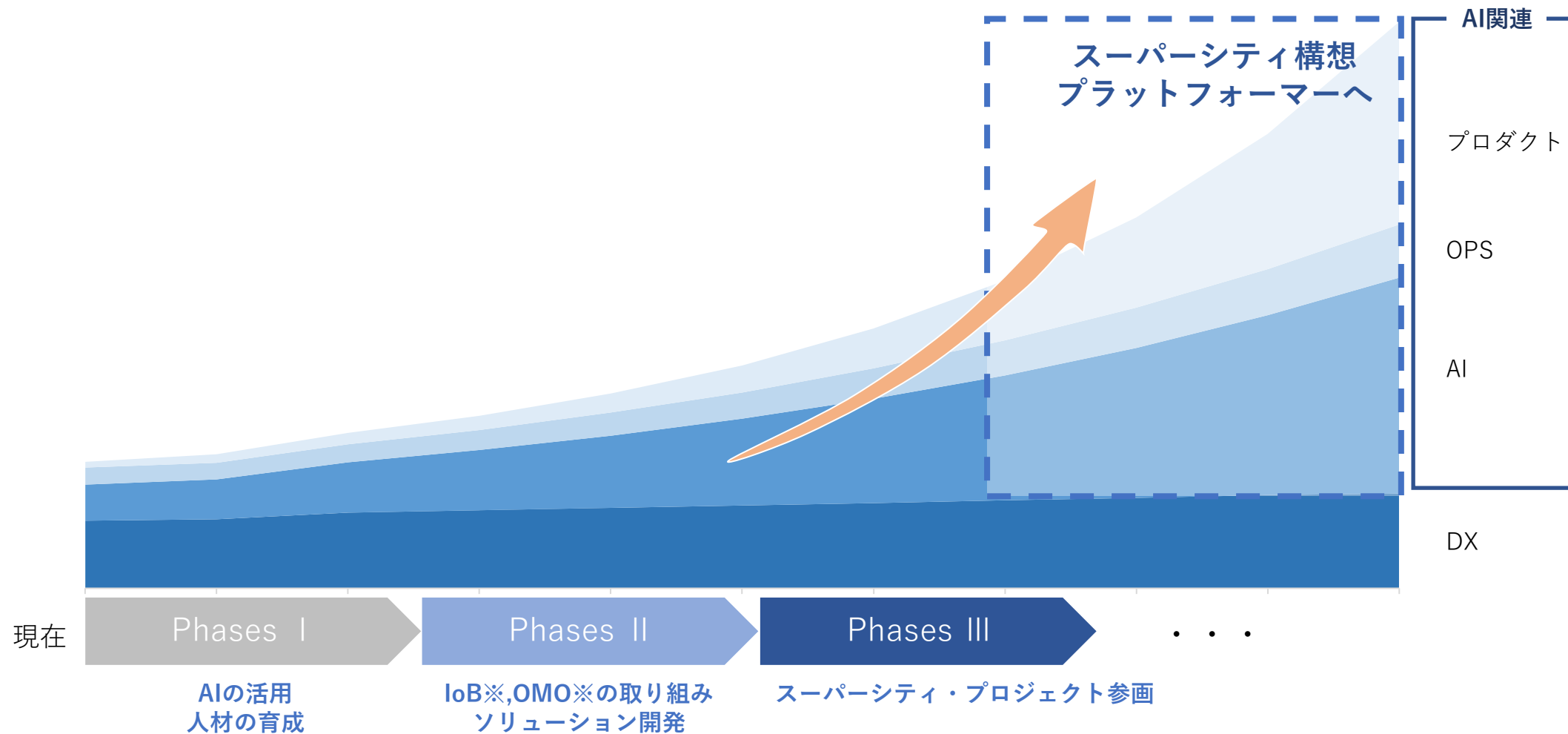
新たな収益源の確保

現状、アライアンス戦略で展開しているサービスのライセンス化に向け鋭意取り組み中
新技術への研究も継続実施中

(参照：経営指標)
サービス別売上高
売上高・粗利のサービス別構成率
サービス別実施案件数
エンジニア数・AI人材比率の推移

(参照：経営指標)
アライアンス戦略関連売上高

(参照：経営指標)
売上高・粗利のサービス別構成率
ストック・フロー比率



※ IoB (Internet of Behavior) : 人の行動をデジタルで追跡するテクノロジーを指す言葉

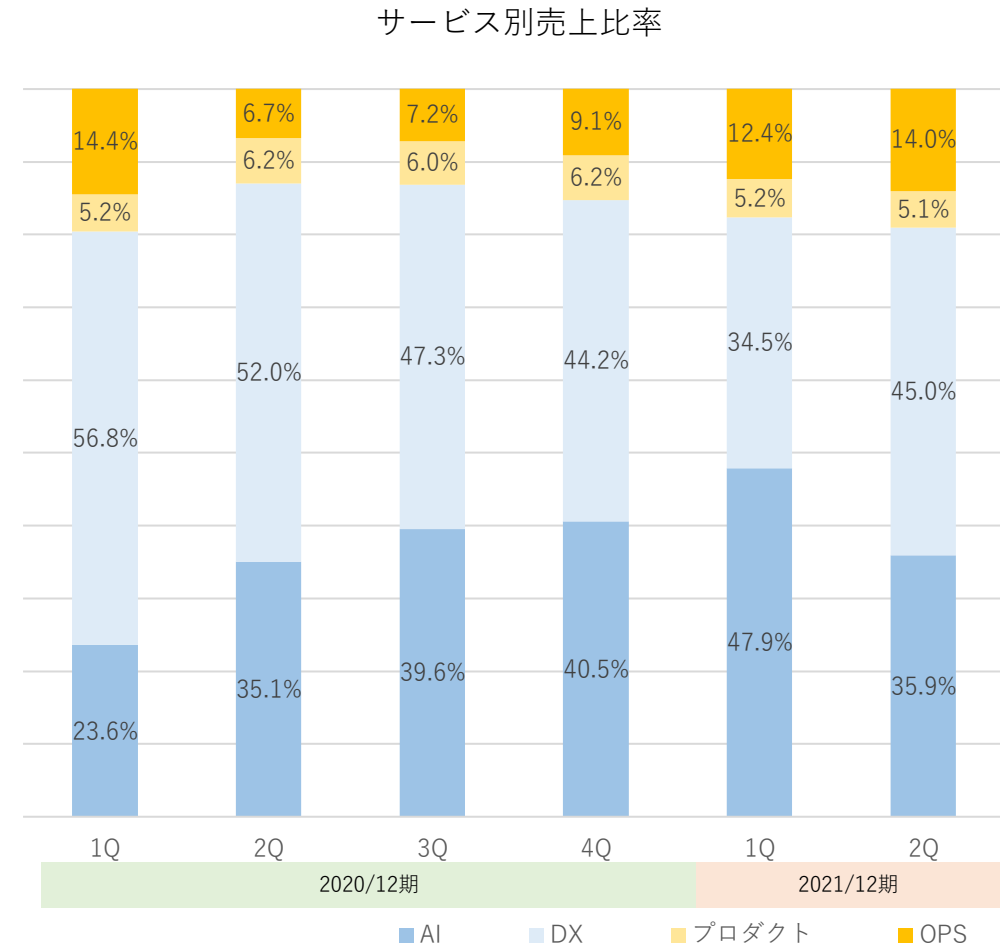
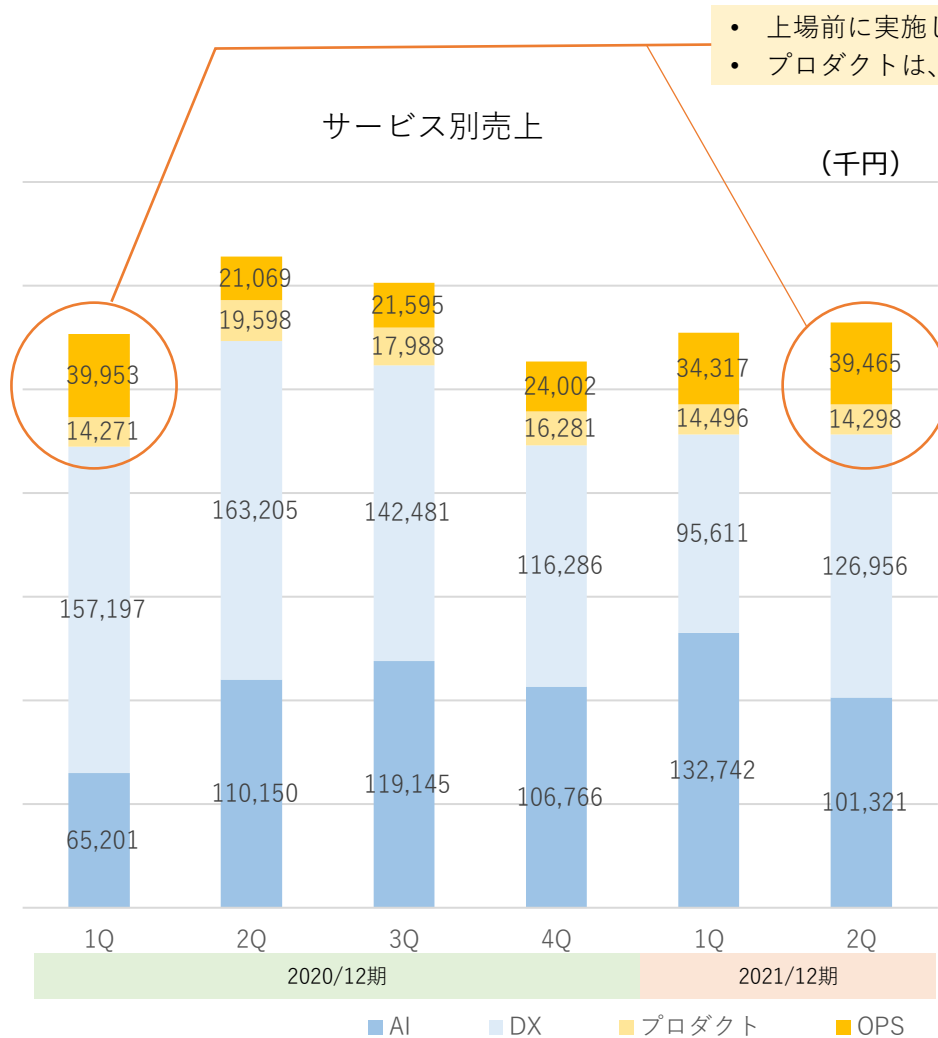
※ OMO(Online Merges with Offline) : オンラインとオフラインの併合

Appendix



売上の推移

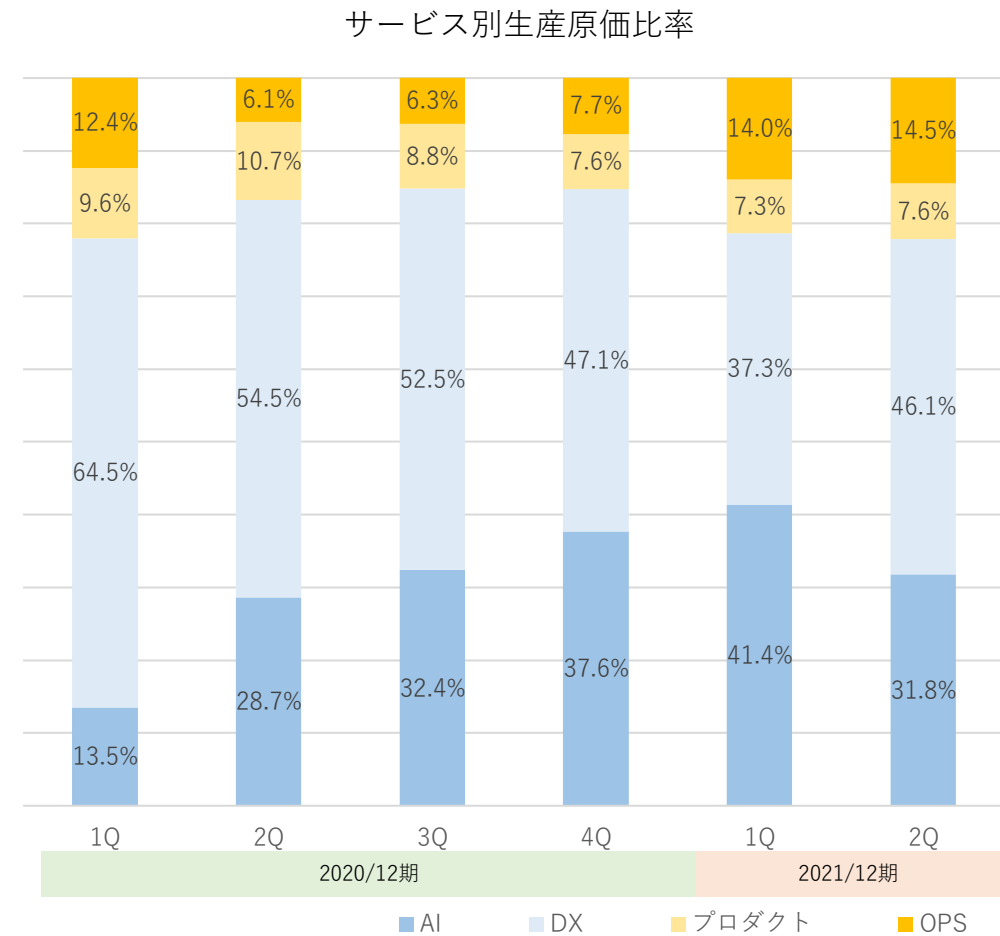
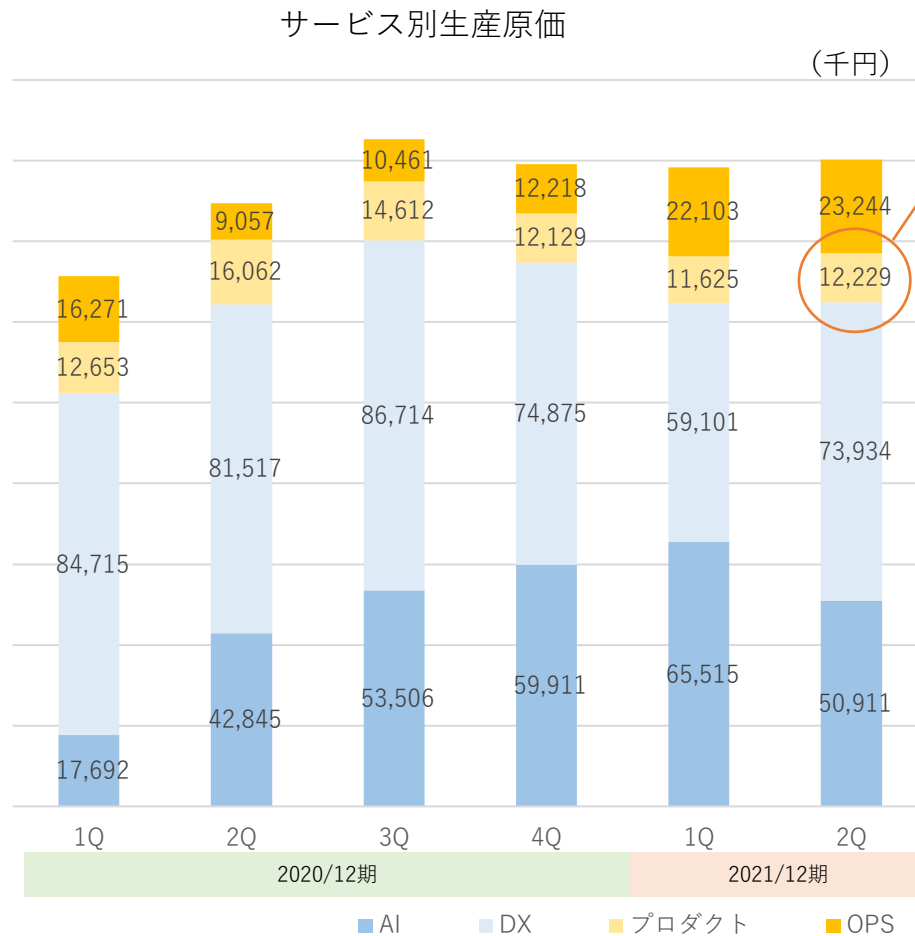
四半期毎のサービス別売上、および売上比率の推移



生産原価の推移

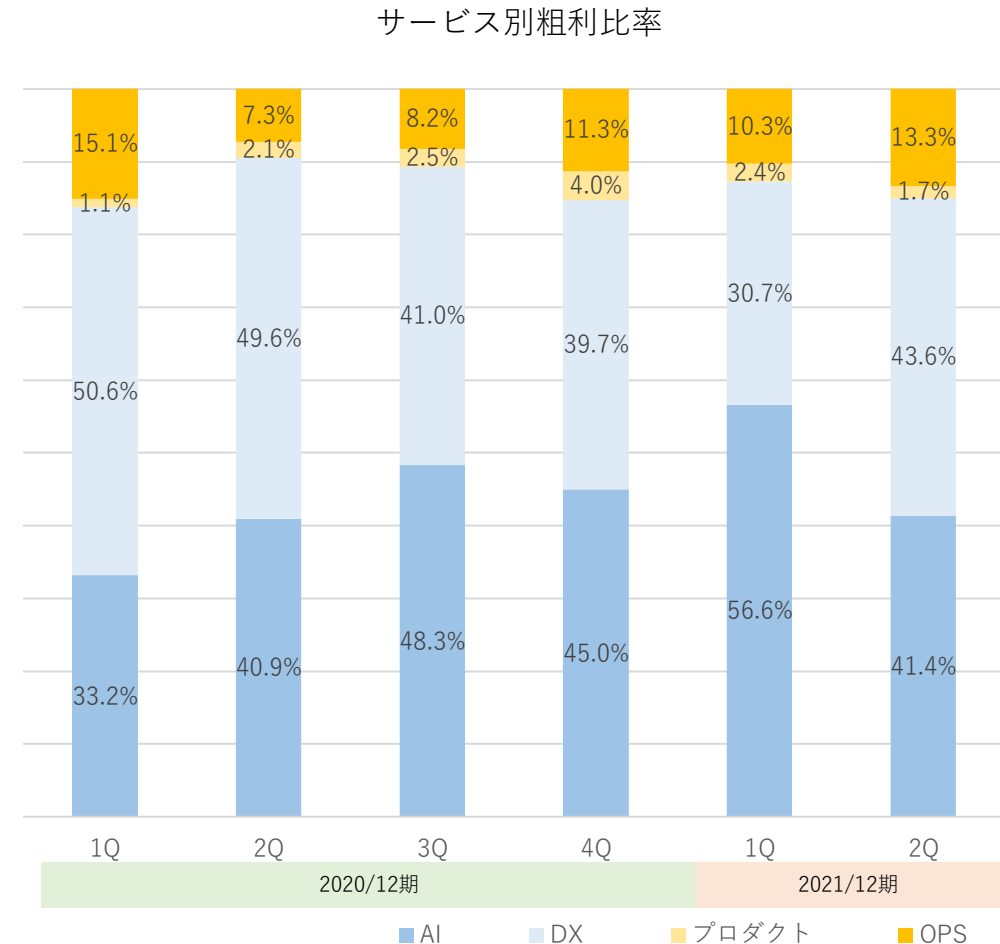
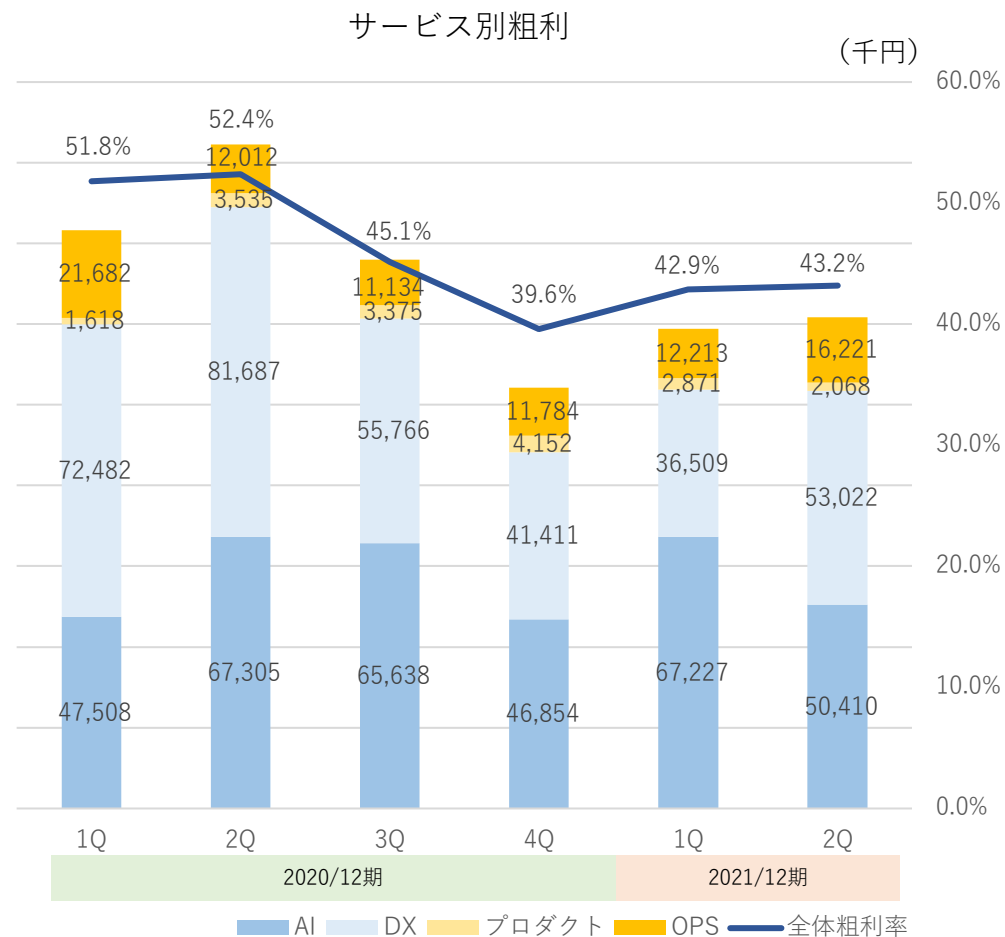
四半期毎のサービス別生産原価、および生産原価比率の推移

- プロダクトの売上は減少しているものの（前頁参照）、PocketWorkMateの新バージョンをリリースしたことによって原価は微増



粗利の推移

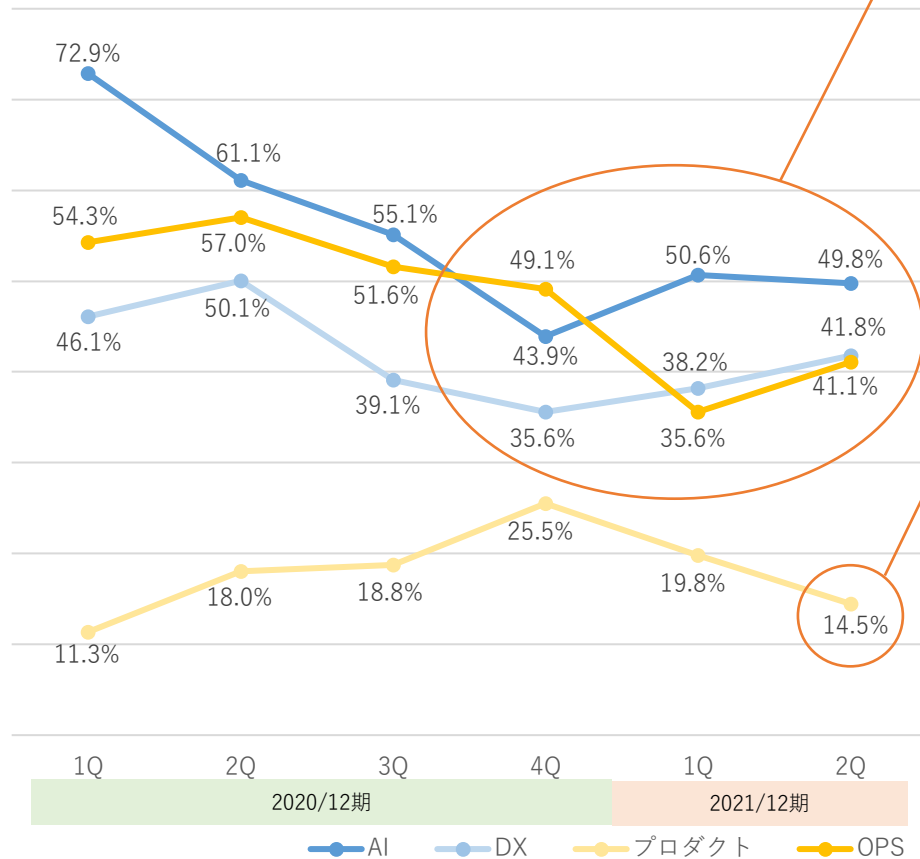
四半期毎のサービス別粗利、および粗利比率の推移



粗利率・取引クライアント数の推移

四半期毎のサービス別粗利率、および取引クライアント数の推移

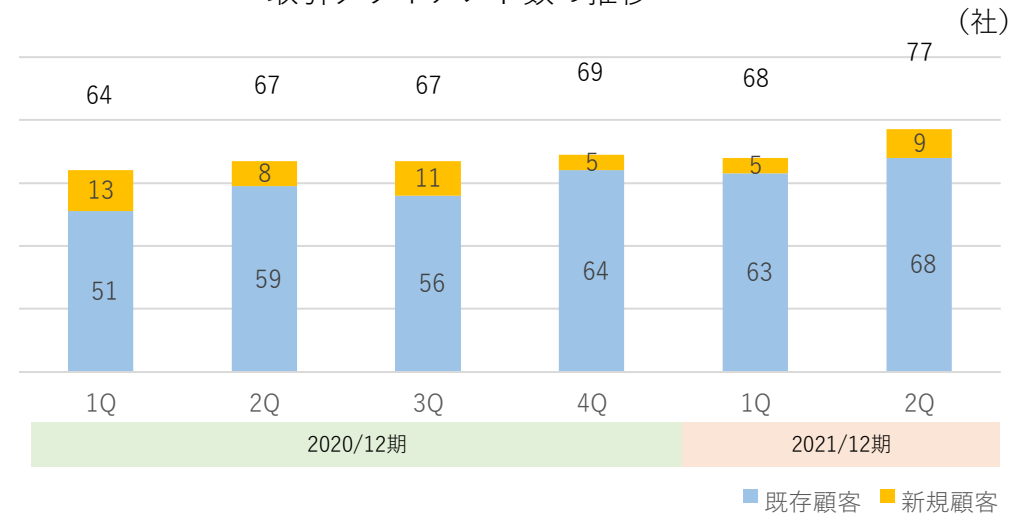
サービス別粗利率推移



- 無人店舗、顔認証案件などのリリース、およびリリース直後の改修によって原価を圧迫
- 大型案件リリース後、稼働が安定して以降は回復傾向

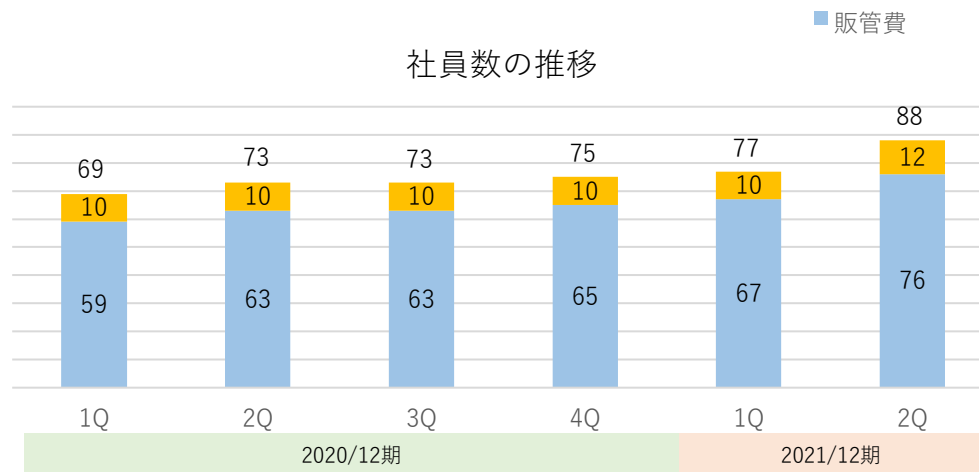
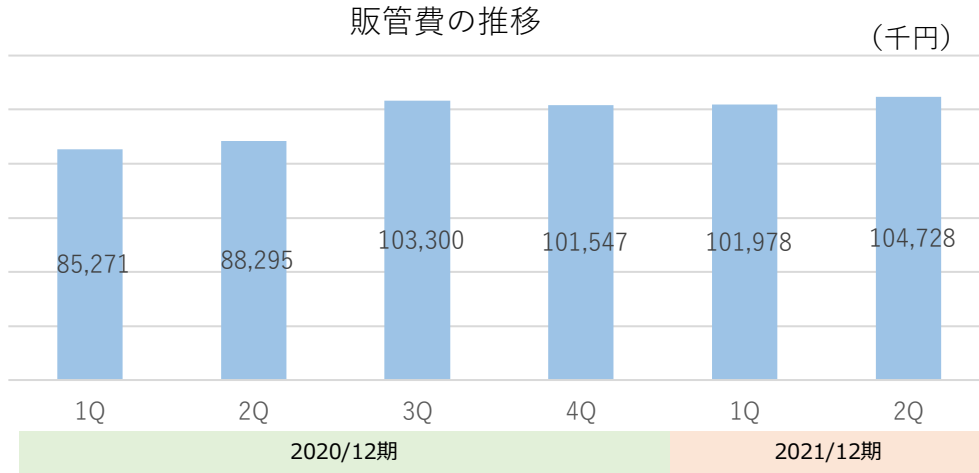
- 粗利率の高い自社サービスが伸びず、粗利率の低い代理店サービス（クラウドサービス利用料）の占める割合が多くなり粗利率が低下

取引クライアント数の推移

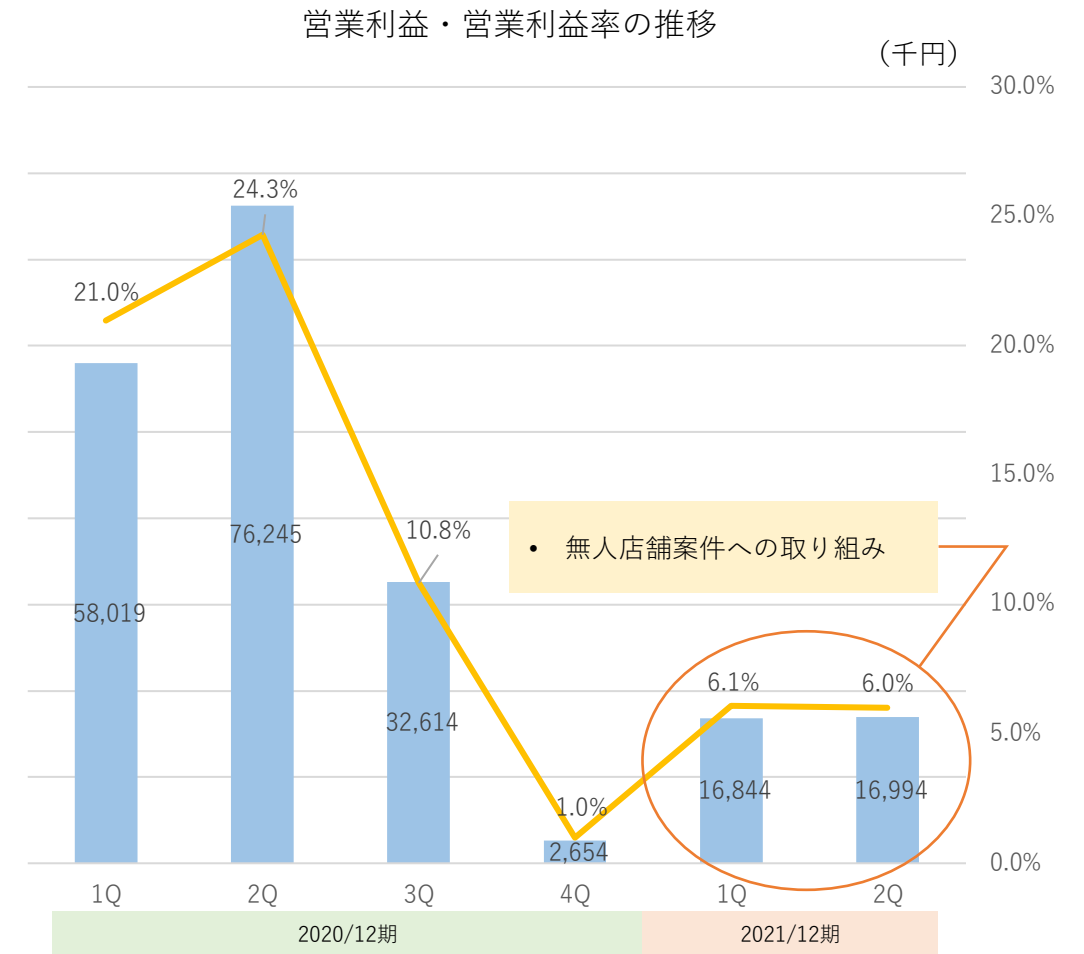


販管費・社員数・営業利益の推移

四半期毎の営業利益、および販管費、社員数の推移



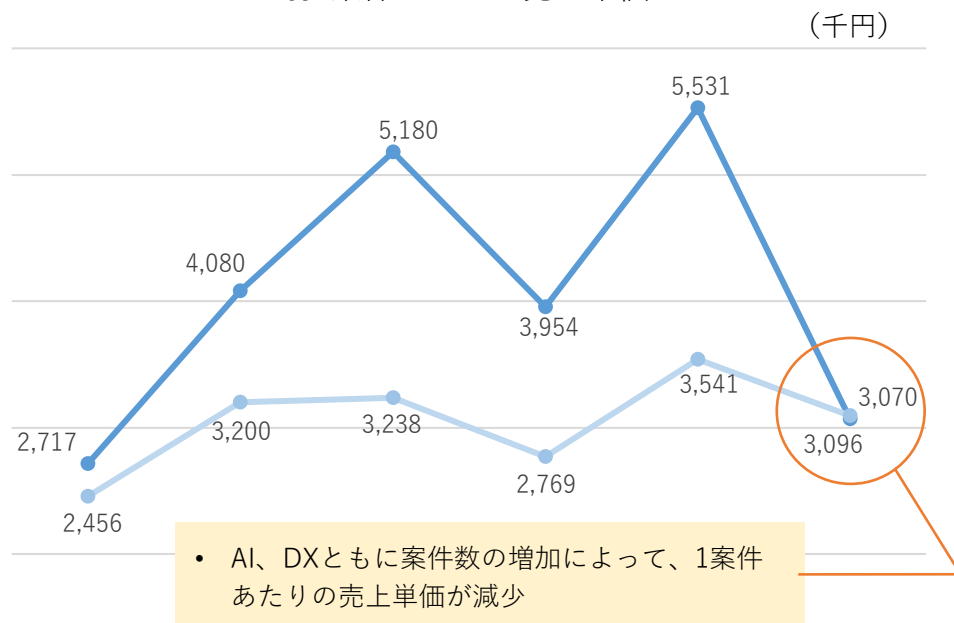
■ 生産人員（契約社員含む） ■ 非生産人員
※ 各四半期の期末人員数



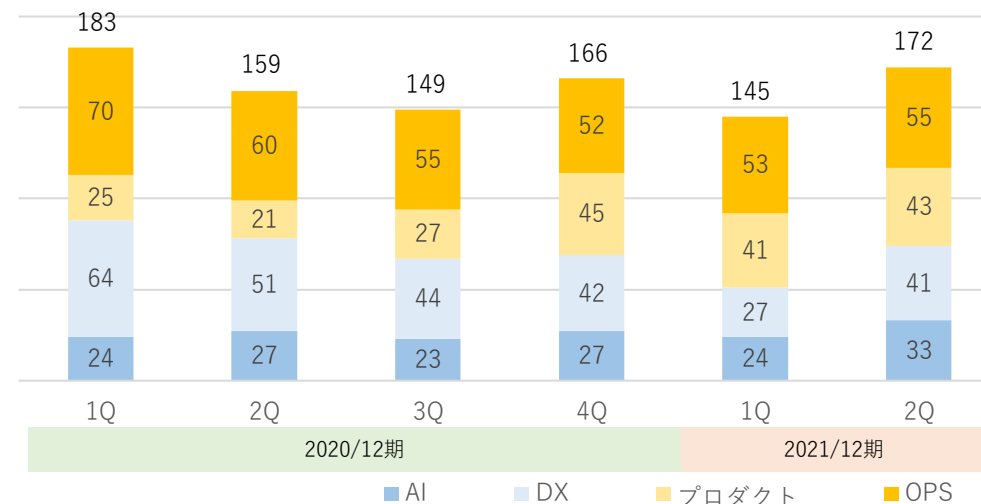
案件あたりの売上単価・実施案件数・商流状況

四半期毎のサービス別1案件あたりの売上単価、および実施案件数の推移と商流状況

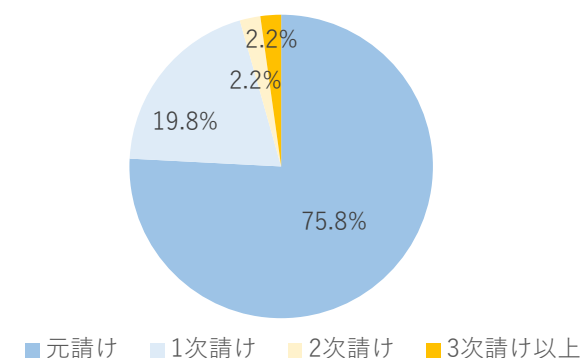
サービス別1案件あたりの売上単価



サービス別実施案件数



2021/12期(1-2Q) - 実施案件の商流状況



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。