

中期経営計画（VISION2027）説明資料

株式会社ヴィス

東京証券取引所 スタンダード市場 証券コード 5071

2025.06.11

- 01 前中期経営計画進捗**
- 02 VISION2027 方針・財務目標**
- 03 成長戦略**
- 04 参考資料**

フィロソフィー

PURPOSE

はたらく人々を幸せに。

AMBITION

私たちだからできる「ワークデザイン」によって、
はたらく空間やしぐみを進化させ、
一人ひとりの想像力と創造力をひきだし、
人と人の多彩なつながりを生みだす。
だれもが自分らしく、
最大の力を発揮しながらはたらくことができる社会へ。
新たな価値や感動がつぎつぎと生まれるよう企業や組織と共創し、
人々の幸せがふくらんでいく世界を実現します。

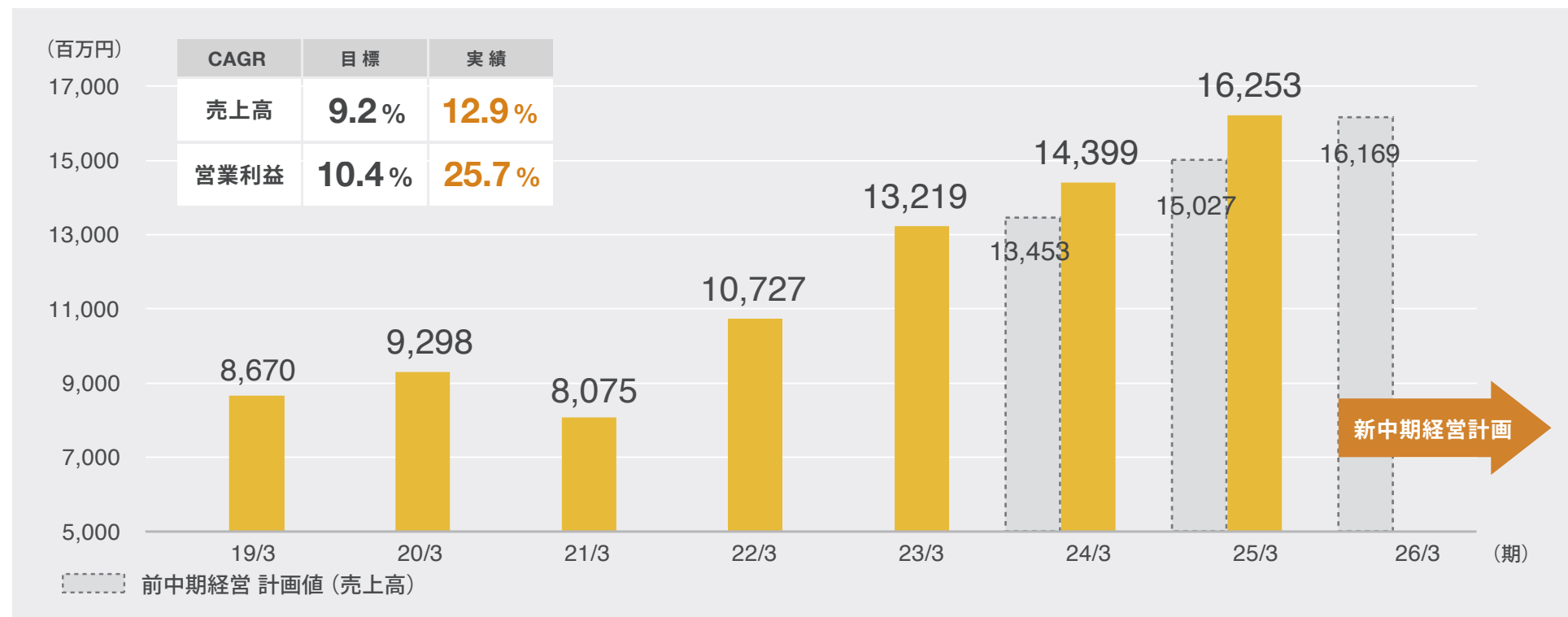
01

前中期経営計画進捗

PROGRESS



高単価・高収益案件への集中による成長戦略を実行することにより、
長期計画において目標とするCAGRを売上高・営業利益ともに上回る。



ワークプレイスへの投資が活性化している事業環境のもと、中期経営計画の財務目標を1年前倒しで達成したため、FY2027までの新中期経営計画を策定。

事業環境・事業活動

事業環境

- 働き方の見直しに積極的な企業増加
- 人的資本経営の推進
- ワークプレイスへの投資が活性化

事業活動

- 成長企業のみではなく、**大企業**からの引合が増加し、**案件が大型化**
- 受注率とプロジェクト単価の向上を目指し「選別」と「高付加価値化」への戦略
- 「The Place」新拠点開設がFY2024からFY2025になった影響で、営業利益が予想より増加

財務目標を前倒し達成

	26/3期目標	25/3期目標
売上高	161.6 億円	162.5 億円
営業利益	15.9 億円	19.1 億円
売上高CAGR	9.2%	12.9%
営業利益CAGR	10.4%	25.7%

前中期経営計画では、3つの事業戦略の実行と人的資本経営の推進を
主要な取り組みとして位置付け。

事業戦略			企業戦略
ブランディング 事業の強化	プレイスソリューション 事業の拡大	データソリューション 事業の拡大	人的資本経営の推進
<u>01. 付加価値の向上</u>	<u>04. 「The Place」の展開</u>	<u>06. データ活用</u>	<u>07. 採用の強化</u>
<u>02. 顧客層の拡充</u>	<u>05. バリューアップ強化</u>		<u>08. 育成制度の充実</u>
<u>03. リードの獲得</u>			<u>09. エンゲージメント向上</u>

01. 付加価値の向上

プロジェクト単価の向上と受注率の改善を重要指標（KPI）として設定。
安定した大規模案件の受注が単価向上に貢献。受注率の安定化は引き続き課題である。

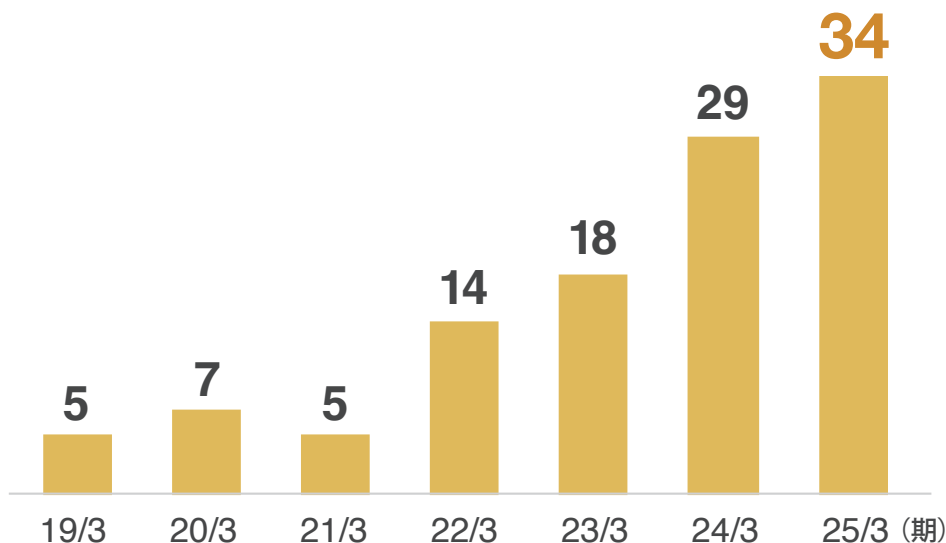
	23/3期	24/3期	25/3期	
プロジェクト件数	704	664	599	案件数の増加ではなく、単価と受注率の向上に重点を置く
プロジェクト単価（千円）	29,631	32,042	38,954	大規模案件獲得により単価が向上
受注率	65.4%	67.8%	66.6%	引き続き安定受注が課題

※年間で集計しているため、決算説明資料で開示している四半期毎の合計（平均）とは異なる場合があります。

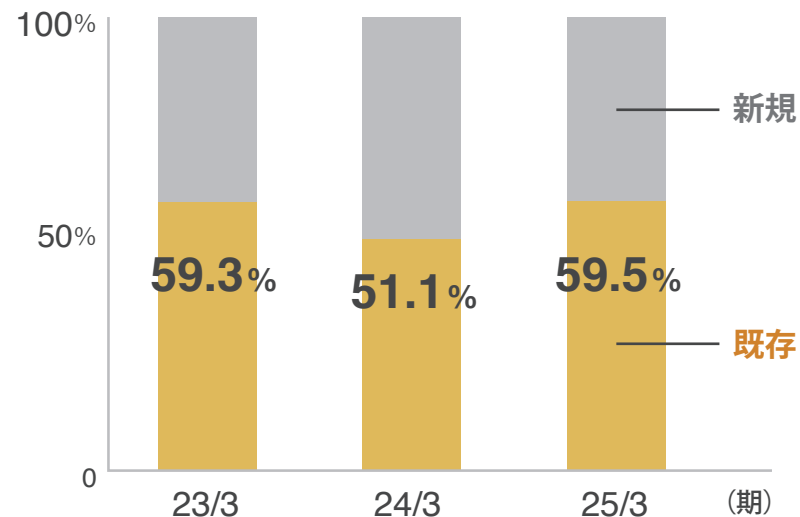
02. 顧客層の拡充

高成長企業との取引が中心だったが、働き方の見直しに積極的な大企業へも顧客層を広げることで、全国の拠点やグループ展開を活かした継続的な取引を実現。さらに、大規模案件の受注も安定した推移を維持している。

大型案件（1億円以上）の受注件数



売上高に占める既存顧客割合



03. リードの獲得

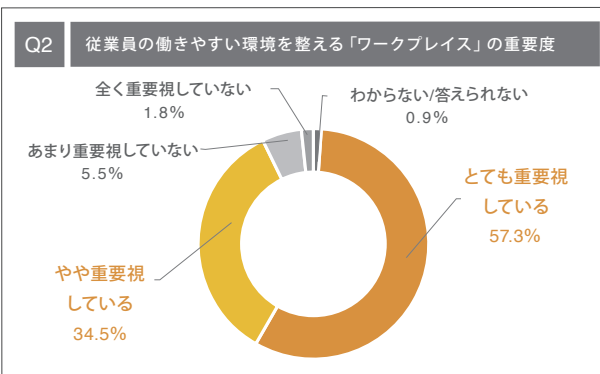
展示会への出展機会を増やすなど、新規顧客獲得に向けた施策を強化した結果、マーケティング活動経由のリード獲得高が向上。

主なマーケティング活動取り組み例

- ・ 東京オフィスを用いたオフィスツアー
- ・ 展示会への出展ペースを強化
- ・ アンケート調査からのコンテンツマーケティング実施



例「社員食堂・カフェテリア事例」ホワイトペーパー



例 リサーチデータマーケティングからのコンテンツ



例「働き方改革EXPO」に東名阪ともに積極的に出展

04. 「The Place」の展開

2024年3月期には首都圏エリア初となる
The Place Shibuya を開設、全国3拠点を展開。

相互利用システムの導入を行うなど今後の成長に向け準備



05. バリューアップの強化

デベロッパーや不動産会社など業界内の
つながりを基盤に、引合件数を拡大中。



三交不動産株式会社：第2名古屋三交ビル

入居テナントに最適なはたらく環境を提供することを目的とし、テナント専用ラウンジや貸会議室、リフレッシュスペースを新設。

06. データの活用

既存クライアントおよび提案中の企業に「ワークデザインプラットフォーム」の利用を促し、ワークプレイスの構築においてデータを活用した最適なデザインを提案。

導入の経緯

改装前後だけでなく、長期的な社員満足度測定を希望

実施后感想

オフィスの改善に向けて課題を正確に可視化でき、オフィス完成後も「社員の活用不足」や「変更後の不満」といった新たな問題が生じるため、環境の改善のみならず、社員の働きやすさを定量的に把握できる点に高い価値を感じた。



実施結果

コミュニケーション満足度は 50%から 71.9%へ改善など、課題が解決されたことが数値により可視化された。



<https://vis-produce.com/media/wdp-case-study/>

07. 採用の強化

リファラル採用の推進や採用経路の多様化、人事体制の強化により、キャリア採用者数が過去最高を記録。また、離職率は10%台に抑えられ、定着率の向上にもつながった。

期	23/3	24/3	25/3
採用人数	32	46	45
新卒	9	16	11
キャリア	23	30	34
期末人数	231	252	272
離職率	12.1%	10.8%	10.7%

08. 育成制度の充実

中期の育成プログラムを新卒、キャリア別に整備。

入社年度 ▼入社年度の3月末	1年目 ▼入社翌年度4月	2年目 ▼入社翌々年度6月	3年目
総会コンテンツ企画	フィロソフィー研修	キャリアクルーアップ	コメットハマイチ
チームビルディング 社員総会の立案と実行	理念浸透 フィロソフィーや クレドの浸透	キャリアデザイン フィロソフィーや仕事内容を 未来の自分と結びつける	チームビルディング 同期の結束強化と 自己理解

09. エンゲージメントの向上

企業文化の浸透と職場環境の整備を両立させ、多角的なエンゲージメント施策を展開。

時間有給・長期休暇制度 (VOYAGE) 妊娠期間中の特別休暇や有給繰越制度 勤務形態選択制 時差出勤制度	時短勤務制度 (小学校6年生まで) オープンオフィス制度 検診等補助 (インフルエンザ予防接種など) 組織改善サーベイ「ココエル」
--	--

02

VISION2027 方針・財務目標

STRATEGIC DIRECTION FOR THE MEDIUM-TERM PLAN



「ワークデザイン」を基盤に、 働く人々の幸福と自己実現を支える社会へ

現在、当社を取り巻く市場環境では、人的資本経営を基盤とした働き方改革が加速し、ワークプレイスの在り方がさらに進化しています。労働人口の減少という社会課題を背景に、企業のビジョン浸透やカルチャー醸成を含むブランディングの重要性が増しています。

こうした中、当社は3か年の中期経営計画を2年で達成し、新たな挑戦の指標を掲げました。基盤構築フェーズでは、主軸となるブランディング事業の成長を図るとともに、新たな領域として「ワークデザイン」のソリューションを開発し、社内への浸透を促進してまいりました。ハードとしてのオフィスデザインの提供だけに留まらず、ワークデザインサーベイによる社員満足度や現状のスコアリングを行い、チェンジマネジメントを通じて行動変容を促進するコンサルティングソリューションを開発することで、ソフト面でのサービス強化を進めてきました。また、カスタマーサクセス機能を拡充し、さらなるCS向上にも取り組んでいます。

今後も人材育成の強化を最優先としながら、新たな指標として、プロジェクト完了後のクライアント事例を活用した社外発信を強化し、成長・拡大につなげていきます。加えて、データソリューション事業の柱となる「ワークデザインプラットフォーム」を展開することで継続的な企業価値向上に貢献し、「はたらく人々」が幸福度高く自己実現できる社会を目指して事業を拡大してまいります。

代表取締役社長 金谷 智浩



テクノロジーの進化によりリモートワークが普及し、柔軟な勤務環境が求められるようになりました。企業の競争力向上のため、優秀な人材を確保する動きは活発化し、働きやすい環境の提供だけでなく、ダイバーシティや持続可能性への取り組みなどへの関心も高まっています。こうした変化がワークプレイスの重要性を押し上げています。

企業をとりまく環境

人的資本経営

生産性向上

働き方改革

労働人口減少
人手不足

オフィス回帰

多様性

ウェルビーイング

リモート普及

ヒューマンセントリック
「場所」から「人」中心の考え方へ

働く環境の整備や
企業文化の醸成を通じた
企業価値向上
が企業の課題

ワークプレイス 重要性の高まり

働く環境への整備を
費用としてではなく、
投資対象と捉える企業が
今後も増加する見込み

ワークプレイスの重要性が高まる中、事業環境は基盤構築から機会拡大のフェーズへ移行。

収益性をさらに向上させながら「ワークデザイン」を拡大し、パーパスの実現を通じて社会へ持続的な価値を提供していきます。



基盤構築から機会拡大へ

基盤構築

既存事業を土台に
ワークデザインを推進。
成長へ各投資。



機会拡大

既存事業の付加価値向上と
新規事業の拡大により
「選ばれる企業」へ。



成果獲得

売上高 **250** 億円

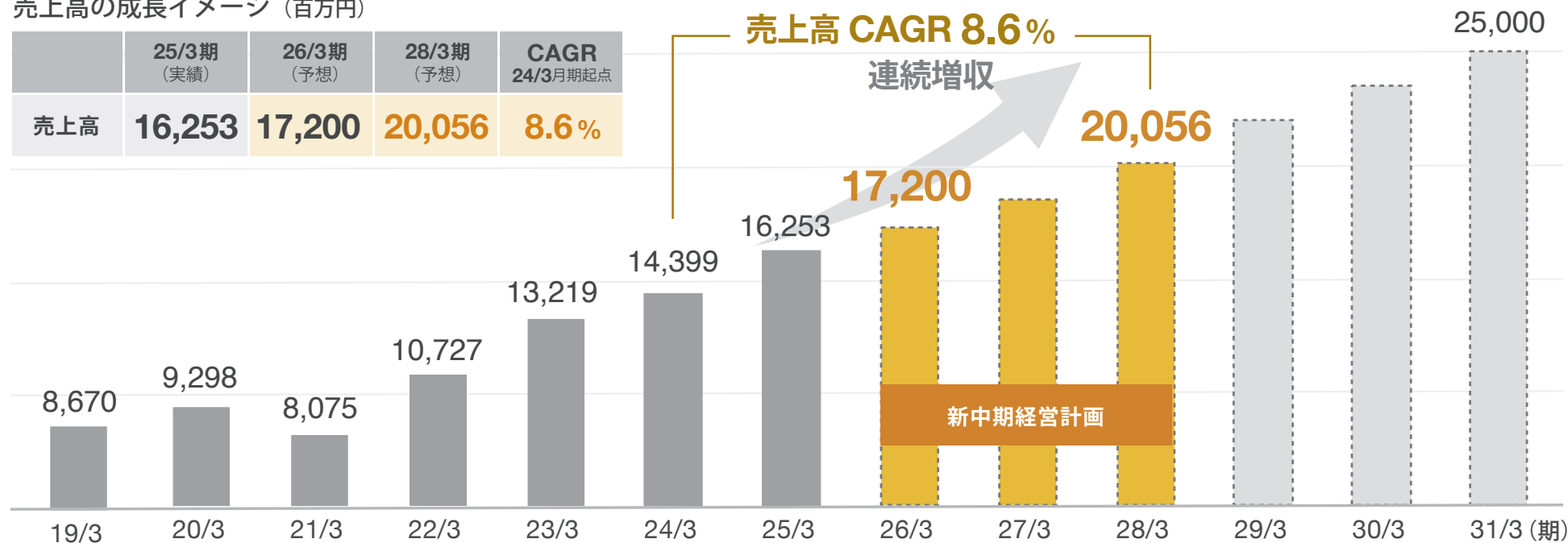
営業利益 **25** 億円

「ワークデザイン」の浸透による
高収益化・持続可能な成長。

FY2030の250億円達成に向け、 3年目の財務目標は200億円突破、每期増収を目指す。

売上高の成長イメージ（百万円）

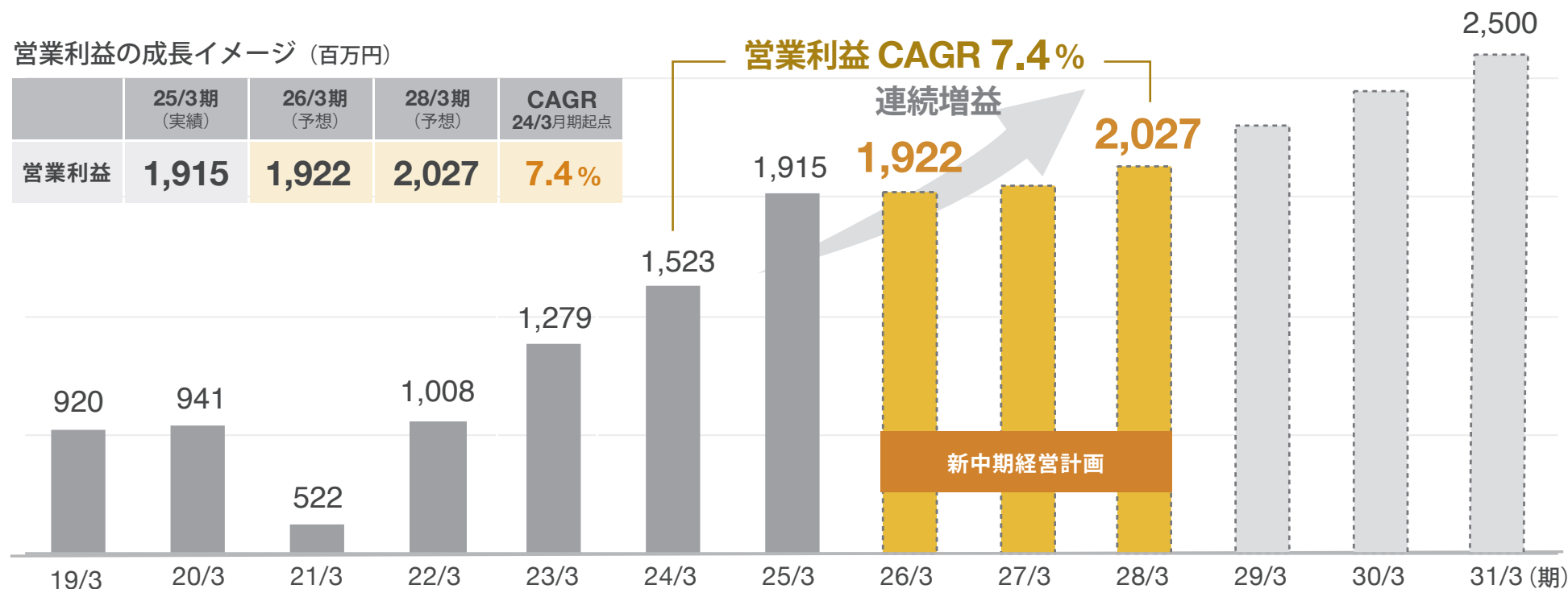
	25/3期 (実績)	26/3期 (予想)	28/3期 (予想)	CAGR 24/3期起点
売上高	16,253	17,200	20,056	8.6%



※当社は2023年3月期より連結決算に移行しております。上記では、業績の推移をご覧いただくため、2022年3月期までの実績は単体の数値を用いております。

※CAGRは2024年3月期を初値として算出しています。

人的資本の強化など成長投資を行いながらも、毎期増益、
営業利益率10%以上を目標とする。



※当社は2023年3月期より連結決算に移行しております。上記では、業績の推移をご覧いただくため、2022年3月期までの実績は単体の数値を用いております。

※CAGRは2024年3月期を初値として算出しています。

03

VISION2027 成長戦略

GROWTH STRATEGY



シナジーを創出し、成果獲得に向けた機会拡大へ

ブランディングの成長

① 顧客の創出

② 安定受注

多様化・外部成長

⑤ 提携戦略・M&A

データソリューション・ プレイスソリューションの成長

③ 「WDP」の利用拡大

④ 多様な働く場の提供

※WDP：ワークデザインプラットフォーム

経営戦略・基盤強化

⑥ サステナビリティ経営

ワークデザインの
拡充

ブランディングの成長方針

① 顧客の創出

② 安定受注

具体的戦略

01

ブランディング × マーケティング

02

規模別受注率の改善

03

人材の適正化

方針 ① 顧客の創出

01 ブランド戦略とマーケティング戦略を融合し、顧客に響く効果的なPRを実施

・「ワークデザイン」の認知拡大と差別化強化

「ワークデザイン」という独自性を活かした
ブランディングにより競合他社との差別化を図る

・顧客ターゲットの明確化

働き方への関心が高く、ワークプレイスへの投資を
積極的に行う成長企業や大企業に継続的なアプローチを行う

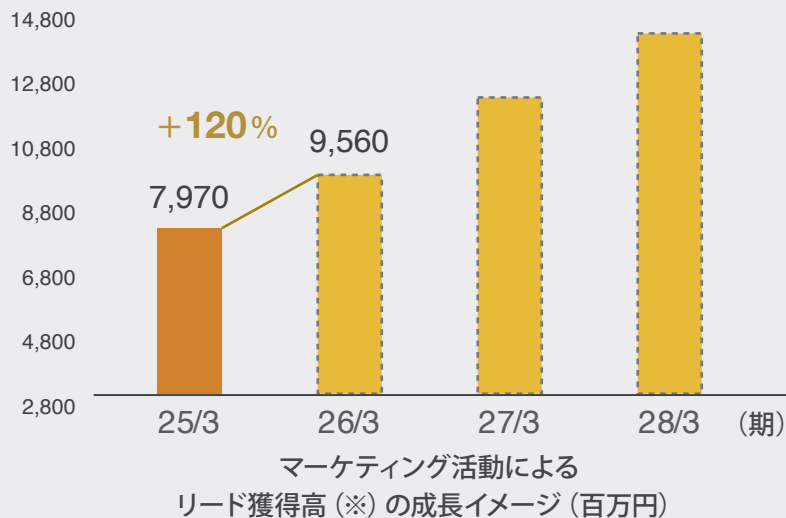
・コンテンツマーケティングの強化

展示会、ホワイトペーパー等、
価値ある情報を発信し、信頼性を高め関心を引く

効果的なマーケティング戦略で市場開拓を推進し、
リード獲得の最大化により顧客の創出化を図る

※リード獲得高：マーケティング活動を通じて獲得されたリードの案件総額

マーケティング活動費用（広告宣伝費）の増額と
同等の増額率でリード獲得高のKPIを設定



方針 ② 安定的な受注

02 案件規模・種類ごとの受注率向上施策を実施

・プログラミング業務による受注率向上

オフィス構築前のデータ分析やソリューション提供による
顧客ニーズの適切な把握

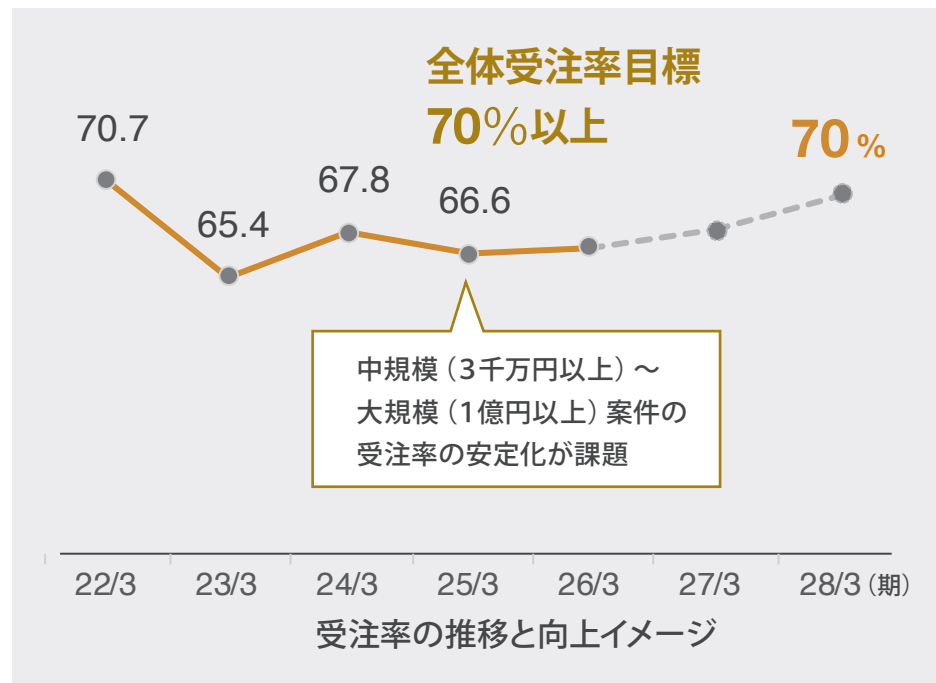
・クリエイティブ業務への集中

DX推進と分業化で業務最適化し
創造性と生産性を向上させ、顧客体験価値を高める

・大規模案件特化型チームの強化

大規模プロジェクト専任チームを強化し、
ナレッジの蓄積と活用により受注力を向上

中～大規模（1億円以上）案件の受注率向上



方針 ② 安定的な受注

03

人材の適切な配置・育成とパートナーシップ強化で
質の高い提案と受注率向上を実現

現状課題

課題解決能力を有する人材と
デザイン人材の確保

・スキルと適性の把握による柔軟な配置と育成

入社者の配属先を柔軟に対応し、発揮能力を最大化させる
既存社員の育成プログラムを役職・等級ごとに設定

・工数管理による適正な人材配置

案件における工数管理の精度向上により生産性を最大化

・クリエイティブとオペレーションの分離

得意分野を活かす人材配置により効率化と質の向上を図る

・外部人材の活用

アルムナイ制度等を活用し、クリエイティブパートナーを拡充

スキルの最適活用

リソースの効率化

組織全体の強化

継続的で
安定した
受注を実現

データソリューション・
プレイスソリューションの成長方針

③「WDP」の利用拡大

④ 多様な働く場の提供

※WDP：ワークデザインプラットフォーム

具体的戦略

01

「ワークデザインプラットフォーム」
契約件数向上

02

「The Place」の価値向上

03

バリューアップコネクション強化

方針 ③「ワークデザインプラットフォーム」の利用拡大

01 「ワークデザインプラットフォーム」の利用拡大に注力し差別化を図る

契約件数増加×継続利用率を向上

単発の調査ではなく、定期的なサーベイを通じて働く環境や働き方に対する満足度を測定。
継続的に課題を把握し、改善に向けた取り組みを推進しながら、長期的な関係構築につなげる。

ワークプレイスデザインにさらに付加価値をつけ差別化を図るとともに、顧客との継続取引を実現。

競争力の源泉であり優位性を確立する要素
さらなる利用拡大が課題

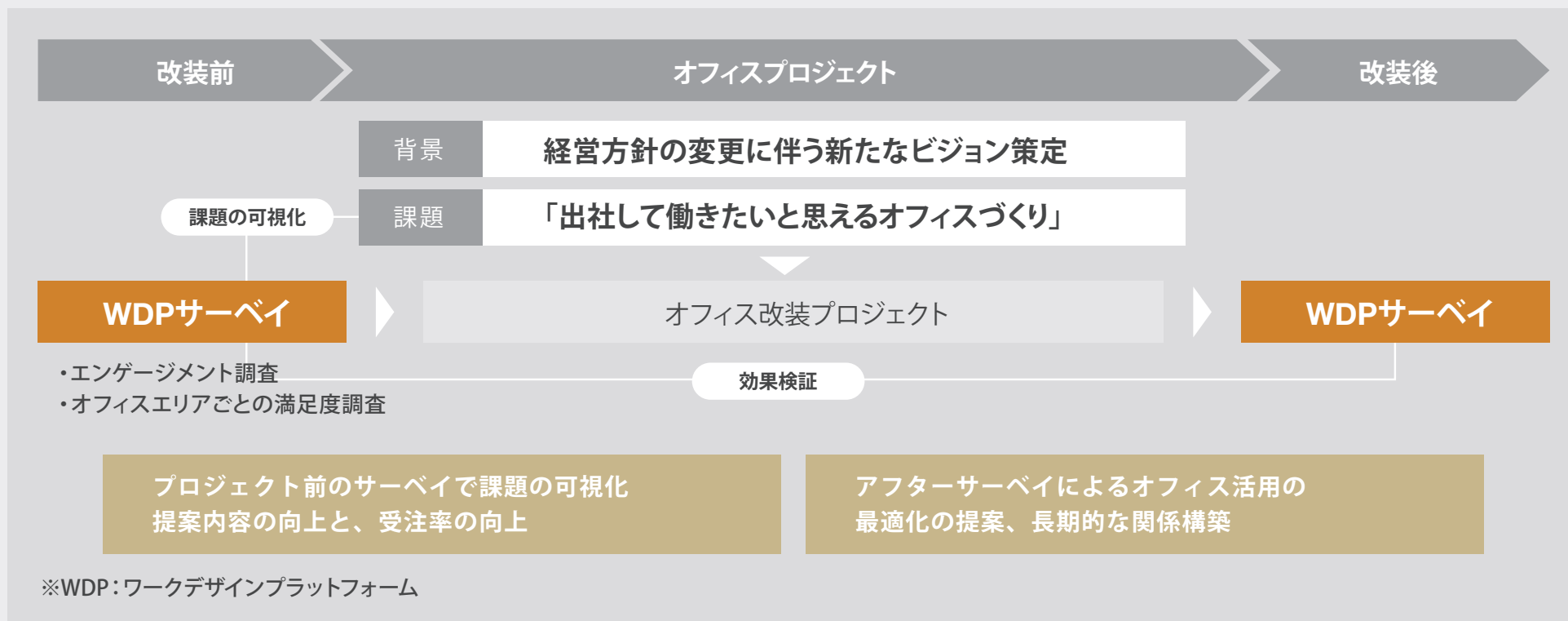
ワークプレイス構築 DX ツール
「ワークデザインプラットフォーム」

コンサル

組織改善サーベイ
「ココエル」

データソリューションのサービス内容

「ワークデザインプラットフォーム」の単体提供のみではなく、
その活用を通じてワークプレイス構築の相乗効果を創出し、事業成長を加速。



方針④ 多様な働く場の提供

02 価値創出の拡大を目的とした「The Place」展開

フレキシブルオフィスの市場環境

- ・拠点開設に伴う設備投資の高騰
- ・コワーキングスペース市場での競合激化

利用企業の利便性向上や長期的な関係強化

- ・稼働率の充実・フリースペースでのコミュニティ形成
- ・「The Place」の別拠点利用 など



質を意識したヴィスブランドの向上とPR

展開イメージ

最適な物件の確保を前提に、戦略的な展開を図る計画



方針 ④ 多様な働く場の提供

03 戦略的なネットワークの拡充と連携を深化させバリューアップを強化

デベロッパーや不動産会社との コネクション強化

ネットワークの拡充とコネクションの強化で
ビル共用部の最適活用を実現し、不動産の付加価値を創出

事業会社へのオフィス以外の 多用途スペースの企画・開発

自社ビル等のファサード・共用部の改装などを通じて、
資産価値向上

継続的・長期的な関係構築による案件獲得

実績一例（このような不動産やビルオーナーとの連携を拡充）

- 名古屋ビルディング株式会社
バリューアップにつながる特別感のあるラウンジ
- 株式会社三栄
利用者に“春をもたらす”コワーキングスペース
- 三交不動産株式会社
心理的負荷をやわらげる自然の風を働く場に
- 大成有楽不動産株式会社
コンセプトと自由さを兼ね備えたハーフセットアップオフィス
- 株式会社東急コミュニティー
個性に染まる余白を残したハーフセットアップオフィス
- 渋谷東プロパティー合同会社
築40年のビルをトータルデザインでバリューアップ

多様化・外部成長方針

⑤ 提携戦略・M&A

具体的戦略

01

パートナーシップ強化
計画的な M&A

方針 ⑤ 提携戦略・M&A

01

業務提携および計画的な M&A を推進することで、ワークデザインを拡大
外部成長戦略により、新たな市場機会を創出し、企業規模の拡大を目指す

基本方針

「はたらく人々を幸せに。」を軸に、経営理念に共感し、
シナジーを生むことができる企業とともに成長を加速させていく

提携戦略

既存事業拡大のための事業

+

ワークデザイン拡大のための
新サービスシナジー

ワークプレイスの構築に加え、プロジェクトの前後にわたる継続的な支援を通じて、
より良い働き方を実現するサービスするため、提携を強化する方針。

M&A

PMI難易度

EV/EBITDA倍率

買収金額上限

自己資本比率・流動比率等

経営戦略の方針

⑥ サステナビリティ経営

具体的戦略

01

経営基盤の構築

02

部門別戦略

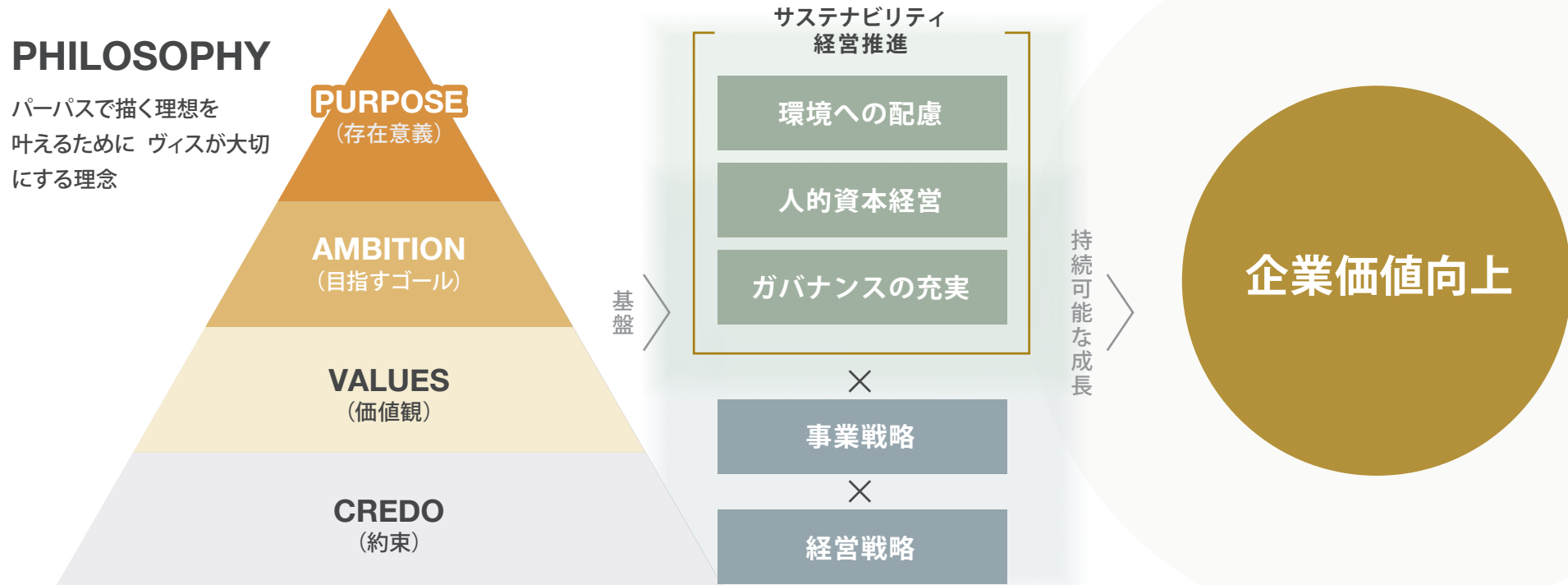
03

人的資本経営の推進

方針 ⑥ サステナビリティ経営

パーパスを存在意義として掲げ、アンビション、バリューズ、クレドを包含した経営理念を重視し、一体的な推進を図ります。

さらに、持続可能な成長のためにサステナビリティ経営を推進し、環境・社会・ガバナンスに配慮した事業運営を徹底します。



方針⑥ サステナビリティ経営

組織・人事戦略（人的資本経営）

① 優秀な人材の確保

外部リソースも活用し、高度専門人材を確保

② 上質な人材の育成・定着

スキル向上を推進し等級分布を最適化

有資格者の増員

ES向上（健康経営・福利厚生の拡充）

IT・DX 戦略

① 自発的なIT推進と活用

部門からの改善、機会統合

② IT人材育成

IT研修の体系化

社内システムの最大活用

ブランディング戦略

① ワークデザインの認知拡大

メディアリレーションの強化

社外発信のコンテンツ集中

広報×マーケティング×採用の連携

ガバナンス・CSR

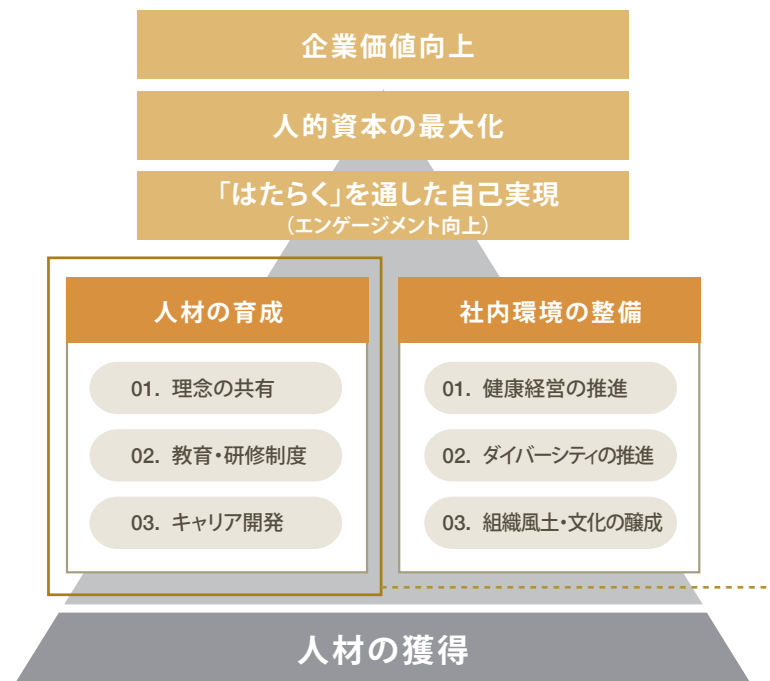
① サステナビリティ数値目標の設定・活動の充実

② ステークホルダーへの情報開示とコミュニケーション

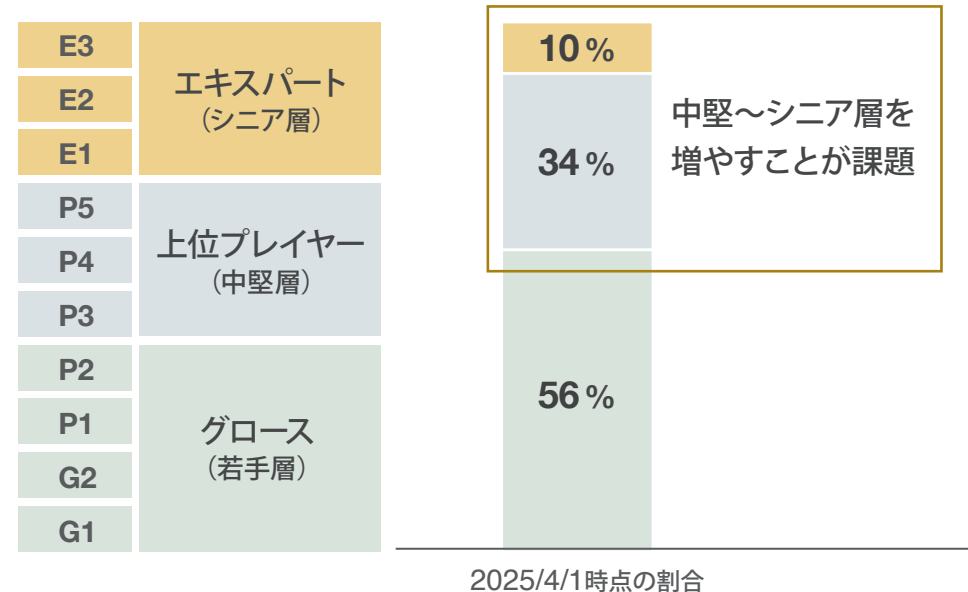
方針⑥ サステナビリティ経営

人材こそが持続的成長の中核を担う最重要資源であると認識し、個々の能力開発と成長支援を通じて、組織全体の競争力を高め、企業価値の最大化を図ってまいります。

人的資本経営の基本方針



スキルや経験に基づき、10等級のスキルセットを設定。
自立の目安をP3〜とし、等級分布の底上げを図る。



04

参考資料

APPENDIX



会社概要



商号	株式会社ヴィス
代表者	代表取締役会長 中村 勇人 代表取締役社長 金谷 智浩
設立年月日	1998 年 4 月 13 日
大阪本社 東京本社	大阪府大阪市北区梅田三丁目 4 番 5 号 東京都港区東新橋一丁目 9 番 1 号
資本金	544百万円 < 2025年3月末 >
決算期	3月末日
事業概要	ブランディング事業 データソリューション事業 プレイスソリューション事業
社員数	279名(連結/役員含む) < 2025年3月末 >
監査法人	太陽有限責任監査法人
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場

役員紹介



代表取締役会長
中村 勇人

1960年大阪府生まれ。大手ディスプレイ・商業空間デザイン会社を経て、1998年ヴィス創業。2004年からデザイナーズオフィス事業をスタートし、オフィスデザイン業界の拡大に尽力。2020年東証マザーズ上場、2021年東証二部上場を経て2022年より東証スタンダード市場。2022年より現職。



代表取締役社長
金谷 智浩

1976年大阪府生まれ。2004年ヴィス入社。プロジェクトマネージャー・新卒採用・広報・WEBマーケティング責任者として幅広い業務を担当。2015年より常務取締役、2022年6月に代表取締役社長に就任。2022年4月より株式会社ワークデザインテクノロジーズ代表取締役社長を兼任。



専務取締役
大滝 仁実



常務取締役
矢原 裕一郎

社外取締役
(監査等委員) 浜本 亜実

社外取締役
(監査等委員) 戸出 健次郎

社外取締役
(監査等委員) 西村 勇作

働く環境や働き方をデザインする 『ワークデザイン』に関するサービスを提供

ブランディング事業



オフィスデザイン



ウェブデザイン



グラフィックデザイン
(CI・VI デザイン)

《

事業同士の
シナジー

》

プレイスソリューション事業



「The Place」運営



バリューアップ

《

データの
蓄積・活用

》

≡

データソリューション事業

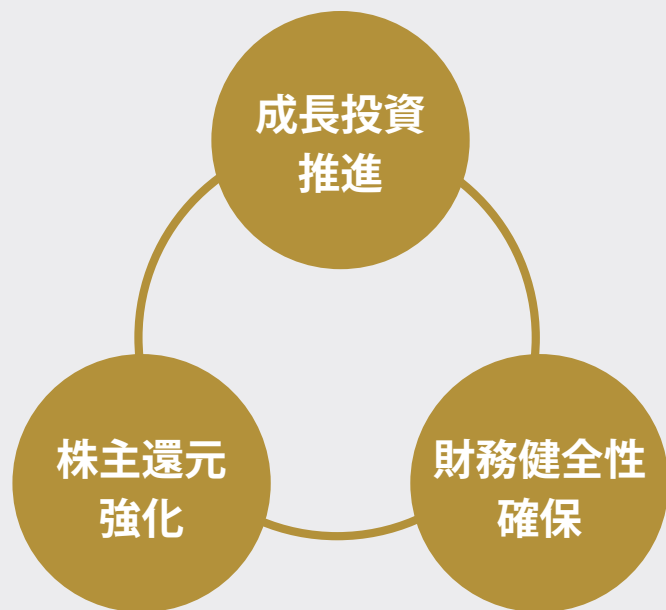
ワークプレイス構築DXツール
「ワークデザインプラットフォーム」の提供

組織改善サーベイ
「ココエル」の提供



3つの最適なバランスを実現

事業成長のための投資推進、財務の健全性の確保そして株主の皆様への還元の3つのバランスを考慮しつつ、経営基盤ならびに企業体質を強化。



成長投資推進

- ・ 人材への投資（優秀な人材の採用、教育研修）
- ・ 自社オフィスへの投資
- ・ M&AやDX等への投資

財務健全性確保

- ・ 手元流動性比率 3ヵ月確保（月商 3ヵ月程度の現預金保有）
- ・ 当座比率 140%以上を確保

株主還元強化

- ・ 配当性向 30%
- ・ 1株当たり配当金を継続的に充実化

人的資本経営情報

男性育休取得率・女性管理職比率

	2023年度実績	2024年度実績	2026年度目標
男性育休取得率※1	100%	25%	30%
女性管理職比率※2	13.5%	23.3%	16.3%

※1：「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」（平成3年労働省令第25号）第71条の6第1号をもとに算出

※2：「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（平成27年法律第64号）の規定に基づき算出。

女性取締役数

1/7人

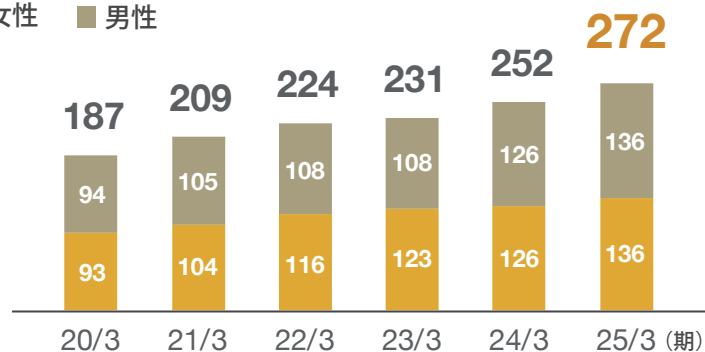
2025年3月現在

健康経営優良法人

4年連続認定

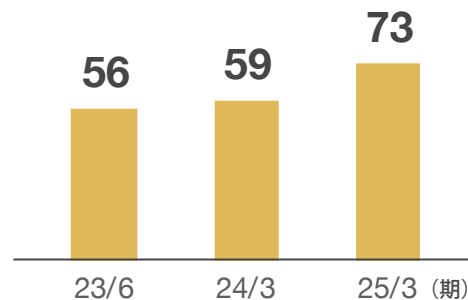
男女別人員数

■ 女性 ■ 男性



有資格者数延べ人数の推移

(建築士・建築施工管理技士など)



男女別平均勤続年数

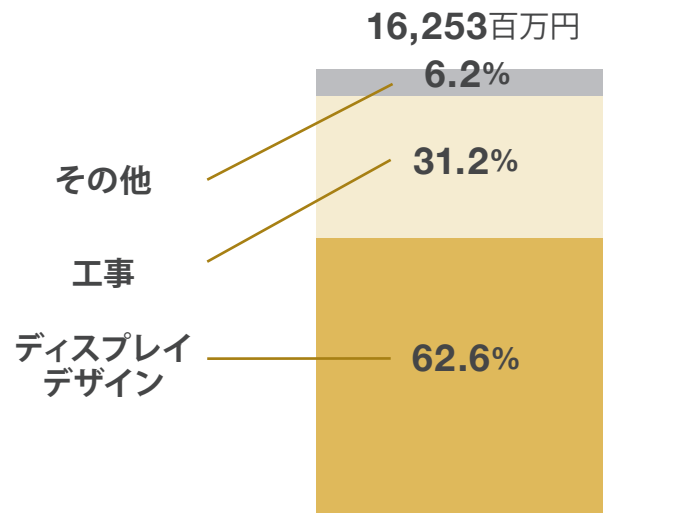
男性

6.4年

女性

5.3年

領域別割合



ディスプレイ・デザイン分野に強みを持ち、
その比率を高めながら、
さらなる付加価値の創出を目指す。

また、コンサルティングや
「ワークデザインプラットフォーム」（その他に分類）等の
事業領域を拡充し、収益性の向上を図る



注意事項

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成されるものであり、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買い付けの申込みの勧誘（以下、「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。
- 本資料に記載されている計画や見通し、戦略などは資料作成時点において取得可能な情報に基づく将来の業績に関する見通しであり、これらにはリスクや不確実性が内在しております。かかるリスク及び不確実性により、実際の業績等はこれらの見通しや予測とは異なる結果となる可能性があります。
また、当社は、本資料の日付以降の事象及び状況の変動があった場合にも、本資料の記述を更新又は改訂する予定はありません。
- 本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない財務諸表又は計算書類に基づく財務情報が含まれています。
- 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はありません。

お問合せ先

株式会社ヴィス

IR 担当

MAIL : ir@vis-produce.com

URL : <https://vis-produce.com/>