



2026 年 1 月 19 日

各 位

会 社 名 株式会社ライトアップ  
代表者名 代表取締役社長 白石 崇  
(コード：6580 東証グロース)  
問合せ先 取締役最高財務責任者 村越 亨  
(TEL. 03-5784-0700)

## 中小企業向け AI エージェント・パッケージの 12 月受注実績を公開

### － 受注 1337 体。AI 主体営業モデルがスケール段階へ －

株式会社ライトアップ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：白石崇）は、2025 年 12 月における AI パッケージ/AI SaaS 受注実績を下記の通り公表いたします。当社は 2025 年を通じて、AI と人が分業する営業フローを段階的に整備してまいりました。3 月の販売フロー整備、6 月の複合提案開始、9 月の AI 主体営業モデルの実証を経て、12 月は月間 1,000 体超の受注を達成し、営業モデルが量産・定着段階へ移行したと認識しています。

## 2025 年 3 月～12 月の受注実績の変遷

当社の AI エージェント・パッケージ事業は、月次の取り組みを通じて営業フローを継続的に改善してまいりました。以下は、2025 年の主な節目となる実績の推移です。

### 月次実績の推移（参考）

- 2025 年 3 月：93 件（AI パッケージ単体／販売フロー整備段階）
- 2025 年 6 月：281 件（AI パッケージ+AI SaaS 複合提案開始／仮説検証段階）
- 2025 年 9 月：539 体（AI 主体営業モデルの本格稼働／実証段階）
- 2025 年 12 月：1,337 体（受注モデルの量産・定着段階）

## 受注内訳（12 月度）

12 月は、AI 主体の第二営業部が受注数量の中心を担い、全体の約 6 割超（860 体）を受注しました。一方で、86 万円以上の高単価帯については、人主体の第一営業部および既存部署が一定の受注を担っており、AI

主体営業による受注母数の拡大と、人主体営業による高付加価値提案が役割分担として機能している状況です。

また既存部署での既存サービスの AI 化が進捗し、その一定の成果を上げております。

【受注内訳（12 月度）】

（単位：体）

担当部署	成果報酬	10 万円以上 30 万円未満	30 万円以上 86 万円未満	86 万円以上	合計
第一営業部（人主体）	50	300	59	21	430
第二営業部（AI 主体）	803	30	27	0	860
既存部署	0	25	3	19	47
合計	853	355	89	40	1,337

## 成果要因と課題

### ポジティブ要因

#### 1. 受注規模が再現性をもって拡大

3 月（93 件）から 6 月（281 件）、9 月（539 体）を経て、12 月は 1,337 体と、営業フローの改善と AI 活用の高度化に伴い受注規模が段階的かつ継続的に拡大しています。

#### 2. 営業フローの整備により、スケール段階へ移行

2025 年を通じて、AI と人が分業する営業フローが整備され、属人的な営業から再現性のある営業モデルへの転換が進みました。12 月の月間 1,000 体超の受注達成は、その定着を示す成果と認識しています。

#### 3. 新規 AI ツールの即時販売体制が機能

12 月に完成・販売開始した新規 AI ツールが 300 体以上受注されており、開発から販売への接続が短期間で機能する体制が構築されています。

### ネガティブ要因および課題

#### 1. 成果報酬型・低単価導入の増加

AI 主体営業の拡大に伴い、成果報酬型や低単価での導入比率が上昇しています。これは、AI 導入に関心を持つ企業が急速に増加する一方で、投資対効果や活用イメージを慎重に見極めたいという初期検討段階の需要が顕在化している結果であり、現時点では受注母数拡大を優先した構造となっています。

#### 2. 検討期間の長期化・試行利用の増加

AI 導入への関心は高まっている一方、活用イメージや投資判断材料の不足から、成果報酬型や試行的利用から開始する企業が増加する傾向があります。

#### 3. 単価向上に向けた構造的課題

AI 主体営業では受注母数の拡大に成功している一方、高付加価値提案への転換、ならびに人主体営業への送客設計（適切な案件振り分け・提案高度化）は、今後の重要な課題と認識しています。

## 今後の展望

当社は、AI 主体営業モデルによる受注母数の拡大を基盤としつつ、成果報酬・試行利用から本格導入への移行を促進し、受注規模の拡大と収益性の両立を目指してまいります。

今後は、以下の取り組みを推進いたします。

- **判断材料の充実**（導入後の活用イメージ提示、事例・データ整備等）により検討期間の短縮を図る
- **役割分担の高度化**（AI と人の最適な送客・提案設計）により高付加価値案件の比率向上を図る
- **営業・導入フローのさらなる自動化**により、導入支援の負荷低減とスケールを両立する

## 代表コメント

2025 年 12 月は、当社が目指してきた「AI を実際に現場で使える形にする」という取り組みが、ある程度の成果として表れた月でした。月間 1,337 体という受注実績は、AI が中小企業の業務を担う存在として、現実的かつ継続的に選ばれ始めていることを示していると受け止めています。

振り返ると、2024 年 12 月の受注件数は 11 件に留まっていました。そこから 1 年でここまで受注規模を拡大できた背景には、AI 技術の進化だけでなく、営業や導入の現場を一つひとつ見直し、AI と人が役割分担する営業フローを段階的に整えてきた積み重ねがあります。

一方で、AI を業務の中核に据える取り組みは、どの企業にとってもこれまで経験したことのない新しい挑戦であり、その過程では様々な課題が生じます。当社においても、成果報酬型や試行的な導入が増えるなど、改善すべき点は明確に存在していますが、これらは AI 活用が現場に広がっていく過程で避けて通れないものだと考えています。当社は、そうした課題を一つひとつ丁寧に捉え、導入効果の可視化や活用定着の支援、営業と開発の連携強化を通じて、着実に改善を積み重ねていきたいと考えています。

2026 年に向けて、AI の進化スピードはさらに加速していくと見ています。当社としても、2025 年に構築した基盤を土台に、開発から営業、導入・定着までをより一体で進めることで、事業運営のスピードと実行力を一段引き上げてまいります。

今後も「全国、全ての中小企業を黒字にする」というミッションのもと、AI を“使える技術”として社会に実装し続けることで、中小企業の成長と生産性向上に貢献してまいります。