

THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社

代表取締役社長 亀田 信吾

(コード番号：3823 東証スタンダード)

問合せ先：管理本部総務部長 副島 博

電話番号：(03) 4405-5460

外部企業向け支援サービス「AI バリュースアップコンサルティング」

提供開始に関するお知らせ

THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社（以下「当社」）は、外部企業向けの支援サービス「AI バリュースアップコンサルティング」の提供を開始することといたしましたので、以下のとおりお知らせいたします。本サービスは、2026年5月に公表した中期経営方針に掲げる「AI バリュースアップ」の取り組みの一環であり、当社グループ各社が各業界で培ってきた深い知見を、AI と人の力で外部企業の成長支援へと広げるものです。

本サービスは、当社グループが経営の現場で培ってきた経営リソースそのものを、外部企業のバリュースアップ（価値向上）に活用するコンサルティングです。とりわけメディアを起点に、ネットワーク（仲間）づくりの拡大、継続的にバリュースアップする仕組みづくり、そして採用・提携・共創といった「仲間集め」そのものの支援を実際に行います。AI は人の代替ではなく、お客様が「本当に力を注ぎたいこと」に集中するための補助として活用します。

1. 背景 ―― なぜ、いま B2B 企業に必要なのか

多くの B2B 企業は、優れた製品・独自の強みを持ちながら、それを「伝わる形」に変えきれず、営業・提携・採用の機会を逃しています。AI の進化で制作・企画・情報整理は加速できますが、重要なのは「ツールの導入」ではなく成果につながる「型」です。当社は、メディア運営・マーケティング実証・M&A/PMI で磨いた“成果が出る型”を、AI と人の力で外部企業に実装します（メディア『CHALLENGER/産業創造の挑戦者たち』=株式会社メディアインキュベートより事業譲受の取材・発信力を基盤の一つとします）。

2. 本サービスの全体像（3つの柱）

次の三つの柱で、問い合わせ・受注の増加と、売上・利益への貢献を支援します。

- ― 柱① ブランド・営業クリエイティブの制作 ―― 会社概要・提案資料・LP・動画・漫画・楽曲、デジタルアーカイブ（企業の物語の継承）まで（メディア・マーケ知見×AI）
- ― 柱② ネットワーク拡大・仲間集めの支援 ―― 提携先・共創パートナーの発掘、コミュニティづくり、採用

広報（営業・アライアンス・採用）

- － 柱③ 新事業創造・経営支援 — 新規事業の仮説・PoC、買収後 100 日計画（PMI）、業務改善・自動化（グループの M&A・PMI ノウハウ）

クリエイティブの公開・送信・契約等の最終判断は、必ず人が行う運用を前提といたします。

3. 当社グループの経営リソースを活用

本サービスの土台は、経営の現場で培ってきた次のリソースです。単なる助言や AI ツールの提供ではなく、当社が自ら実践し成果につなげてきた知見を、事業構想から実行まで、お客様の事業に実装して伴走します。

当社グループの経営リソース

グループ各社の業界知見と M&A・PMI の実践知 — 各業界の現場ノウハウ、子会社経営で磨いた経営支援力、買収後の価値向上の型（100 日計画・KPI）

メディア・発信力 — 『CHALLENGER』（株式会社メディアインキュベートより事業譲受）の取材・発信力

社会科学・人文知のネットワーク — 研究者・有識者を基盤に、数字に表れない「人と社会への深い理解」を事業に活かす（詳細は「4.社会科学・人文知の活用」）

価値創造パートナー網（CxO・専門家・クリエイター）と AI・自動化 — 制作・調査・定型業務を高速化

グループ各社（コーウェル、グッドマン、スティルアン、WHDC アクロディア、渋谷肉横丁、インタープラン、イロップ=出資先、日本純金行社 等）が各業界で培った現場の知見と、子会社間の業務連携で得た実践知を、外部企業のバリューアップに活かします。

◆ 実証ハイライト — 1 万人コミュニティ実証（2026 年 3 月 公開ウェビナーで成果発表）

株式会社イロップ・SEEDER 株式会社との共同実証では、7,000 名超の実顧客コミュニティ（のべ 1 万人）の「生の声」を生成 AI で分析し、顧客接点を「売上エンジン」に変える方法論を確立しました。本サービスは、これを再現可能な「型」として外部企業のバリューアップに活用します。

2. 第1回セミナー「ポジティブ・エイジング市場の幕開け」概要

2025年3月19日 | 登壇: 加藤綾子 (Ipop), 坂井 (SEEDER) | オンラインウェビナー形式

調査基盤: Ipopコミュニティ 7,000人超のリアルデータ

- 7,000人超
アクティブ会員
オンラインストア会員
LINE登録者
- 30~50代
女性を中心
専業主婦、専業主夫、
株式会社役員、営業職 等
- 全国分布
地域的多様性
都市部に限らず
地方在住者も多数

調査手法
会員に対するオンラインデプスインタビュー（1時間程度/人）を複数名に実施。
髪色によつて変わる顔輪郭、美容の悩み、ライフスタイル全般を深く聴取。

2. 発見①美容市場における大きな課題「40代の見た目フレイル」

40歳前後の女性に共通する心理的・身体的な自信喪失の転機を「見た目フレイル」と定義。

「見た目フレイル」を引き起こすトリガーは「髪色の変化」にあることが判明

「私」→「目」に
ジョブチェンジ

美容室に
行けなくなる

谷

白髪が生え始める

出産後は美容室にも行けなくなって、鏡を見るたび、老けていく自分が目に入る。

白髪染めをしたら、老いを認めてしまうようで...
一気に自信を失ってしまいました。

THE WHY HOW DO COMPANY

① 調査基盤：7,000 名超の実顧客コミュニティ

② 発見：40 代の「見た目フレイル」

2. 発見②「価値」— 顧客が市場をリードする時代

見た目フレイルに直面した女性たちが、髪色の変化を通じてステレオタイプからの脱却に成功していることを発見。

象徴的な事例：40歳からピンク髪に挑戦

- 「ママ、髪色かわいいね」「あれ、美容院行ったんですか？」と褒められるようになって、自信を取り戻しました。
- 自覚髪を諦めて、ずっと好きだったピンクにしてみました。この年齢でピンクにしたら、今まで不気にならなりました。
- 髪色が綺麗だけで、服やメイクがちょっと選んでも、パツパツと決まってみ入ります。

白髪を取って「活かす」という意識の変化



③ 価値観の転換：年齢を「隠す」から「活かす」へ

3. リソース革命と業種横断の適用可能性



⑤ AIドリブンCRMの業態別活用 (D2C・ウェディング・メディア)

2. 市場インパクト: アンチエイジング → ポジティブ・エイジング

「ポジティブ・エイジング市場」の兆しを用いて、多方向への事業・商品・サービスのアイデアが創出可能に。



④ 市場機会：ポジティブ・エイジング市場

4. マーケティング・ソリューション要件定義

コンセプト: 「顧客接点を資産化し、LTVを最大化する実践ソリューション」

対象顧客像

- D2Cブランド / サブスクリプション事業者 (LTV向上が経営課題)
- 既存顧客リストを保有する企業 (LINE/メルマガに数千~数万人の登録者)
- 外部広告への依存度が高い企業 (CPO上昇に課題)
- 調査・分析にリソースを割けない企業 (少人数チーム運営)

提供価値

提供価値	詳細
深いインサイト抽出	定量アンケートでは見えない深層心理をデプスインタビューAI分析で抽出。バイアスを排除した客観的分析
高速・低コスト実行	数ヶ月・数百万円~1人の担当者が最少数で完了。生成AI分析・制作の両面を支援
LTV直結型	「獲得」ではなく「継続」の仕組みを構築。心理的ハードル解消による定期購読率・客単価の向上

⑥ 顧客接点を資産化しLTVを最大化

4. 社会科学・人文知の活用 — 数字に表れない「人と社会の理解」

AIによる効率化が進むほど、価値を分けるのは数字に表れない「人と社会への深い理解」です。当社は、メディア『CHALLENGER』の取材で築いた研究者・有識者のネットワークを基盤に、社会心理学（人はなぜ動くのか）、マーケティング（価値をどう届け、選ばれるか）、科学技術社会論（STS=技術がどう社会に受け入れられるか）、デジタルアーカイブ（企業の物語の継承）といった人文・社会科学の視座を、ブランド・組織・発信やAIの社会実装の設計に取り入れます。流行や手法に流されず、事業を“人の心理”と“社会の文脈”から捉え直すこと — これが効率化の先で差を生む当社の核です。

5. ご提供の流れ

フェーズ	主な内容	主な成果物・到達点
STEP0 棚卸し・診断	業務の可視化、AI活用診断、優先課題の特定	現状マップ、優先順位、進め方の合意
STEP1 ~30日 (クイックウィン)	主要クリエイティブ1~2点の制作、導線改善	提案資料・LP等の初弾、問い合わせ導線の改善
STEP2 ~90日 (実装)	制作の量産、営業・アライアンス、自動化の定着	継続的な制作・発信、商談・紹介の増加
STEP3 拡大	新事業創造・経営支援、横展開	新規事業・提携の具体化、価値向上の継続

6. 提供体制 ―― 価値創造パートナー

経営人材プラットフォーム「CHALLENGER CAREER」と連携し、CxO 経験者・専門家・クリエイターが案件に参画します（例：谷畑 英吾 氏＝元・滋賀県湖南市長／地域・公民連携、井上 博貴 氏＝映画監督・脚本家／映像・クリエイティブ）。

7. 今後の展開・業績への影響

当社は今後、本サービスの提供体制と AI 基盤の整備を進めてまいります。本件が当社の連結業績に与える影響は現在精査中であり、開示の必要が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

8. 会社概要

【THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社】

所在地：東京都新宿区愛住町 22 第 3 山田ビル / 設立：2004 年 7 月 / 上場：東証スタンダード (3823)

代表者：代表取締役社長 亀田 信吾 / URL：<https://twhdc.co.jp>

事業内容：M&A・子会社への経営指導、AI 技術活用支援（AI バリュニアップ本部）

9. 本件に関するお問い合わせ

THE WHY HOW DO COMPANY 株式会社 AI バリュニアップ本部

TEL：03-4405-5460 お問い合わせフォーム：<https://twhdc.co.jp/inquiry/>

※本お知らせは、当社グループの取り組みについて広くお知らせすることを目的としたものであり、将来の業績等を保証するものではありません。