



2025年12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)

株式会社Kaizen Platform 証券コード 4170 / 2026年2月13日

1 会社およびサービスの概要

2 2025年12月期 通期の業績

3 今後の成長戦略



Kaizen Platformは、『顧客体験』をカイゼンすることで『事業成長』を支援するAIインテグレーターです

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|--|-------|----------|------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| 会社名 | 株式会社Kaizen Platform | | | | | | | | | | | | | | |
| 設立 | 2017年4月（前身となる米国KAIZEN platform Inc.は2013年3月設立*） | | | | | | | | | | | | | | |
| 所在地 | 東京都港区 | | | | | | | | | | | | | | |
| 従業員数 | 132名（2025年12月末時点） 株式会社Kaizen Platform及びKaizen Platform USA, Inc.：49名 / 株式会社ディーゼロ：64名 / 株式会社Kaizen Tech Agent（旧ハイウエル）：19名 | | | | | | | | | | | | | | |
| 資本金 | 1,777,072千円（2025年12月末時点） | | | | | | | | | | | | | | |
| 経営陣 | <table border="0"> <tr> <td>須藤 憲司</td> <td>代表取締役CEO</td> </tr> <tr> <td>高崎 一</td> <td>取締役CFO</td> </tr> <tr> <td>杉山 全功</td> <td>社外取締役</td> </tr> <tr> <td>杉之原 明子</td> <td>社外取締役</td> </tr> <tr> <td>小田 香織</td> <td>監査役</td> </tr> <tr> <td>林 依利子</td> <td>監査役</td> </tr> <tr> <td>今井 智一</td> <td>監査役</td> </tr> </table> | 須藤 憲司 | 代表取締役CEO | 高崎 一 | 取締役CFO | 杉山 全功 | 社外取締役 | 杉之原 明子 | 社外取締役 | 小田 香織 | 監査役 | 林 依利子 | 監査役 | 今井 智一 | 監査役 |
| 須藤 憲司 | 代表取締役CEO | | | | | | | | | | | | | | |
| 高崎 一 | 取締役CFO | | | | | | | | | | | | | | |
| 杉山 全功 | 社外取締役 | | | | | | | | | | | | | | |
| 杉之原 明子 | 社外取締役 | | | | | | | | | | | | | | |
| 小田 香織 | 監査役 | | | | | | | | | | | | | | |
| 林 依利子 | 監査役 | | | | | | | | | | | | | | |
| 今井 智一 | 監査役 | | | | | | | | | | | | | | |
| 関係会社 | 株式会社ディーゼロ / 株式会社Kaizen Tech Agent（旧ハイウエル） / 株式会社Kaizen AIX Consulting / Kaizen Platform USA, Inc. | | | | | | | | | | | | | | |

* Kaizen Platform Inc. と、当社の子会社であるKaizen Platform USA, Inc. との間で、Kaizen Platform Inc. を吸収合併消滅会社、Kaizen Platform USA, Inc. を吸収合併存続会社としその対価として、当社の株式をKaizen Platform Inc.の株主に割当交付する三角合併を実施するとともに、日本事業をKaizen USA, Inc.から当社へ譲渡し（2017年7月）、現在に至る

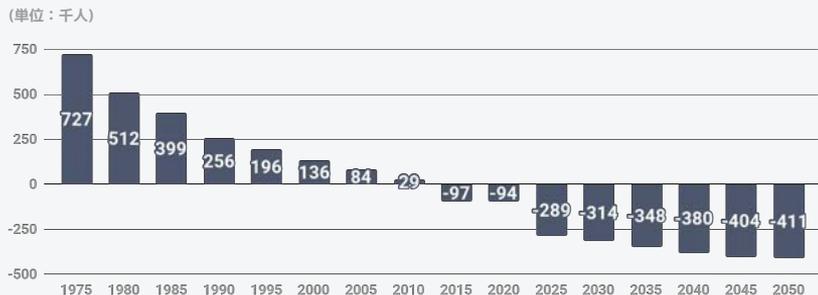
国内市場におけるDX戦略は「縮小する市場からいかに収穫を高めるか？」が重要となっている
 今後の縮小市場で生き残るために、LTVを最大化していく事がDX戦略の鍵に

LTV（顧客生涯価値）の最大化が成長の鍵

日本の人口減少により、新規開拓できる市場（畑）はもうない

同じ畑から何度も収穫する
 “二毛作・三毛作”の発想が不可欠

▼国内の人口増減推計



※引用：総務省統計局 令和5年 日本の人口増減推計より作成

“二毛作・三毛作”を実現する3つのDX戦略

生成AIとデジタル環境の変化を背景に直近3年間でCACは明確に悪化
 新規獲得中心の成長モデルは限界を迎え、LTV最大化が不可欠

①クロスセル / クロスユース

一人の顧客に複数のサービスを利用してもらい、顧客単価を向上させる（2つ目の収穫）

×

②バリューチェーン 深化

事業領域を上流・下流に広げ、顧客接点を深耕し、新たな収益源を確保する（複数の収穫源）

×

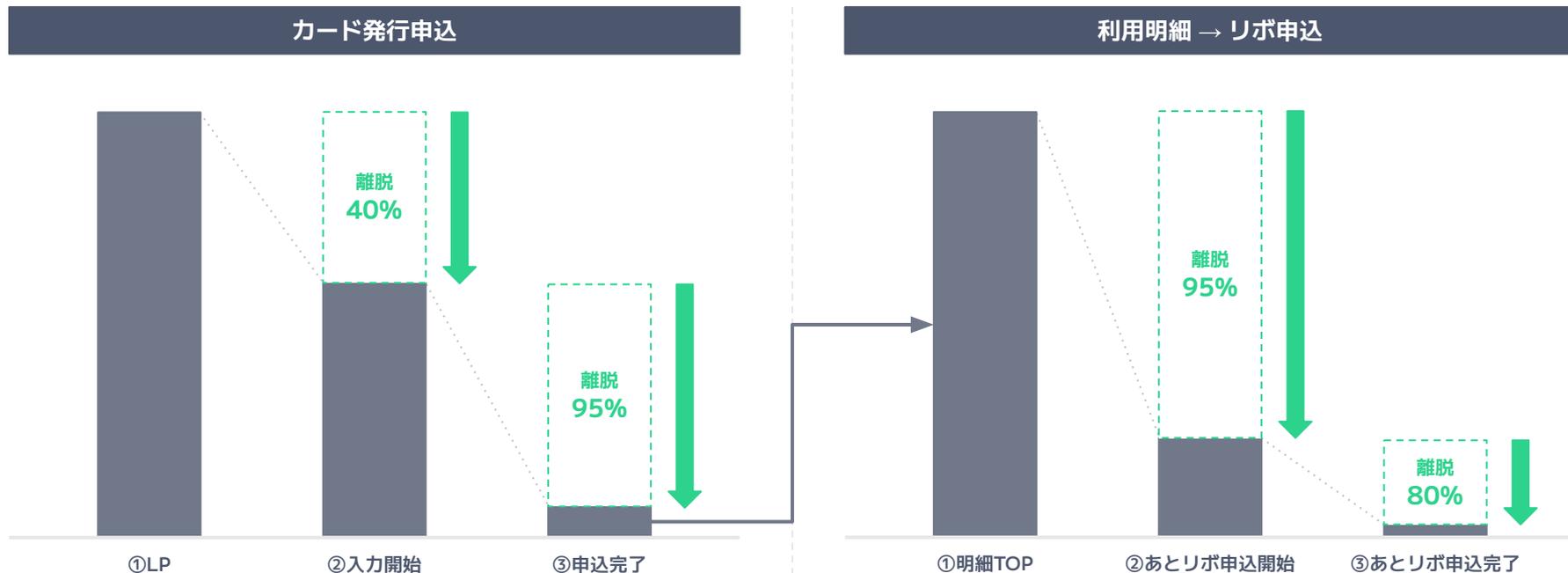
③デジタル タッチポイントの強化

アプリなどを通じて既存顧客との接点頻度を上げ関係性を強化し、クロスセル/クロスユースやバリューチェーン深化による収穫効率を高める

LTV向上に向けたカスタマージャーニー上の水漏れをいかに減らすか？が最大の課題

DX戦略推進に向けたクロスセル/クロスユース、バリューチェーンの深化、デジタルタッチポイント強化は全てこの歩留まりが勝負

→ 下記はクレジットカード業界における事例。カード申込、リボ払い、新規獲得から利用促進まで双方で歩留まりが発生

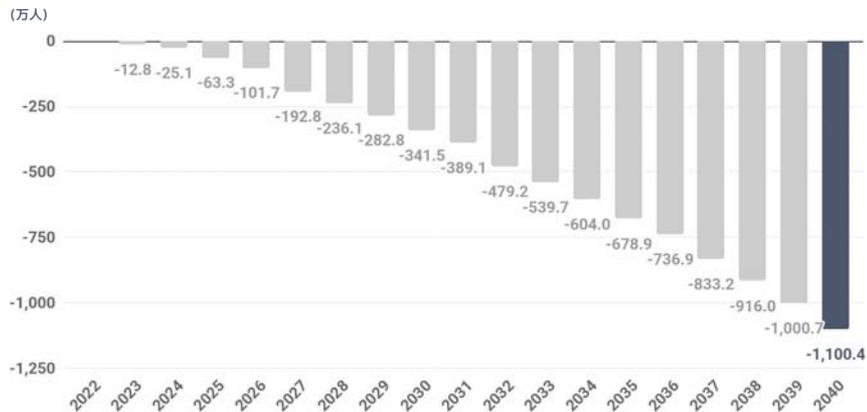


多くの企業で人材採用が充足できず、様々な顧客体験の毀損による水漏れが発生
一方で生成AIの活用率は未だに低く、「顧客接点のDX」に大きな機会がある

(顧客体験の毀損例：コールセンターの待ち、事務センターのパンク、ピュアセールスタイムの減少 etc...)

労働需給シミュレーション

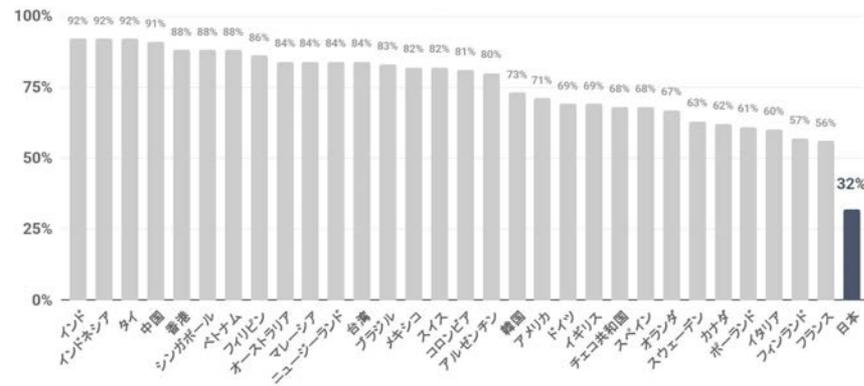
2023年以降から労働供給が不足しはじめ、2040年には
約1,100万人の労働供給不足に



※引用：RECRUIT Works Report 2023 「未来予測2040」より作成

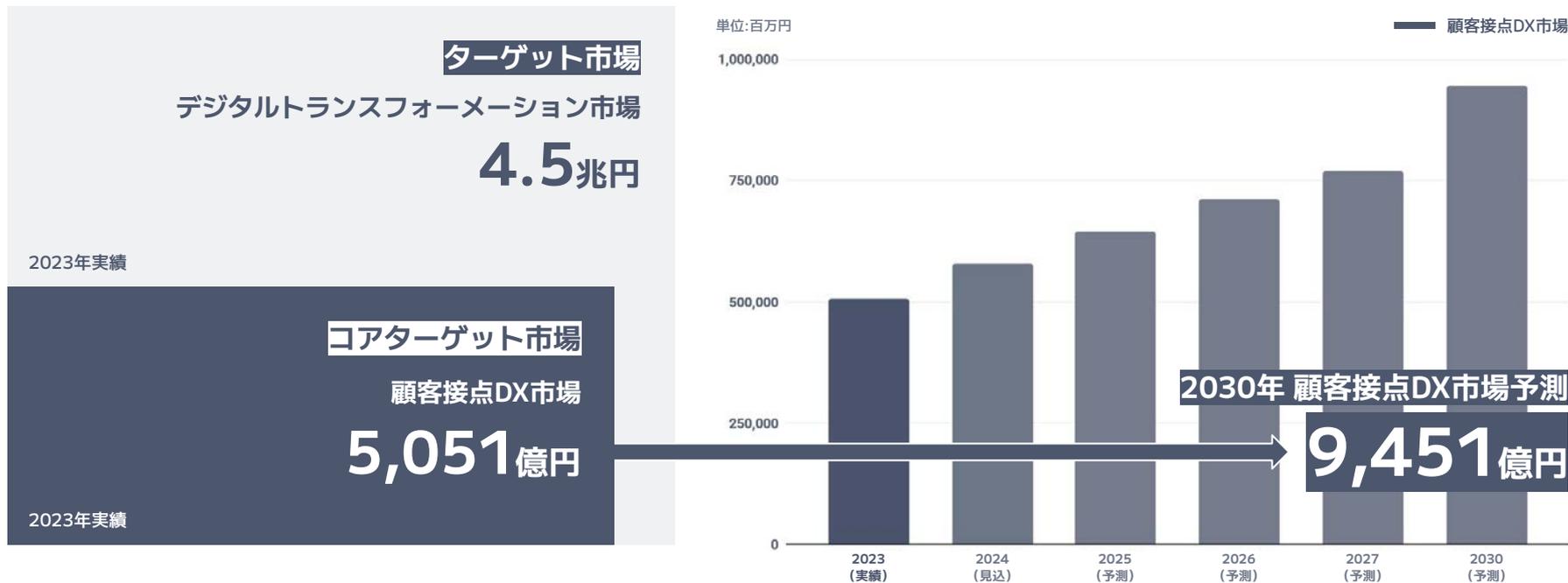
国別の生成AI活用率

日本のビジネスにおける「生成AI」活用は32%と
31の国と地域の中で最も低い



※引用：Microsoft 「2024 Work Trend Index Annual Report」より作成

営業・マーケティング・カスタマーサービスなど、「顧客接点のDX市場」はまだ11%
人口減少を背景として大企業を中心に、これから伸び代が大きいマーケット



『顧客体験』と『業務プロセス』の中にAIをインテグレーション（統合）する事で
 人員不足で生じる一連の顧客接点のボトルネックを全て解決し、売上や生産性を高めていく事が可能に



日本の大企業が顧客接点のDXを実行する際、現実的に立ちはだかっているのがIT基盤の壁 下記3点の要因で技術的負債が肥大化傾向

SaaS/ASP起点の技術的負債

サービスごとにシステムが分断され
顧客データもバラバラ

顧客体験がサイロ化し、サービス間の連携を阻害



バラバラのシステム

| 会員 | 会員 | 会員 |
|----|------|------|
| EC | チケット | サブスク |
| FE | FE | FE |
| BE | BE | BE |

Sier依存起点の技術的負債

社内に設計人材が不足しているため、全体最適化
できず調整コストが増大

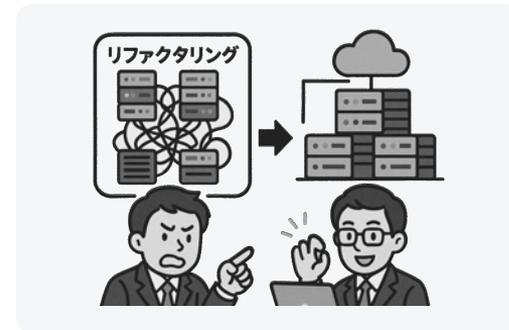
現場オペレーション優先文化で
システムをカスタマイズする傾向が強く
複雑化すると人月モデルは利益が増える構造のため
負債は加速する



守りのIT投資の不足

新規サービス投入（攻めの機能）には
投資するが守りのIT投資（リファクタリングや基盤
刷新）は優先度下がりがち

結果としてEOS*対応等にリソースの
大半を持っていかれ“にっちもさっちもいかない”
状態に陥る



実際に当社顧客の課題は、IT基盤の制約が多すぎてスピードが上がらない点であり生成AI等の導入に向けた最大の課題となっている

UXがシステムの制約で
変えられない

フロントエンド



バックエンド

フォームやカートなど、売上に直結するページでの離脱も大きく、巨大な機会損失が存在生成AI等の最新テクノロジーの導入にも大きな制約となっている

| 業種 | サービス | 理由 |
|------|---------|----------------------------|
| 銀行 | カードローン | 審査をしている他社フォームでさわれない |
| リゾート | ホテルの予約 | 予約エンジン (ASP) で改修できない |
| メーカー | ECのカート | カートシステムを使っていて変更できない |
| 通信 | サブスク | 他社OEMなので関与できない |
| 不動産 | 申込フォーム | MA/SFAのテンプレで変えられない |
| エンタメ | チケット/EC | 全て他社ASPのカスタマイズなので自社で関与できない |
| 生命保険 | 法人保険申込 | 複数社のSIの基幹システムで全くUIが改善できない |

UXをシステムの制約から解放するクラウドサービスを提供
 生成AIなどの最新技術を「タグ」を入れるだけで、既存サービスのUXに取り込めるように



『顧客体験』をカイゼンすることで『事業成長』を支援する AIインテグレーター

提供サービス

『顧客体験』のカイゼン

Magical UX | まるで魔法のような顧客体験を可能に

プロフェッショナルサービス

コンサルティング & 開発/SES

クリエイティブ
制作

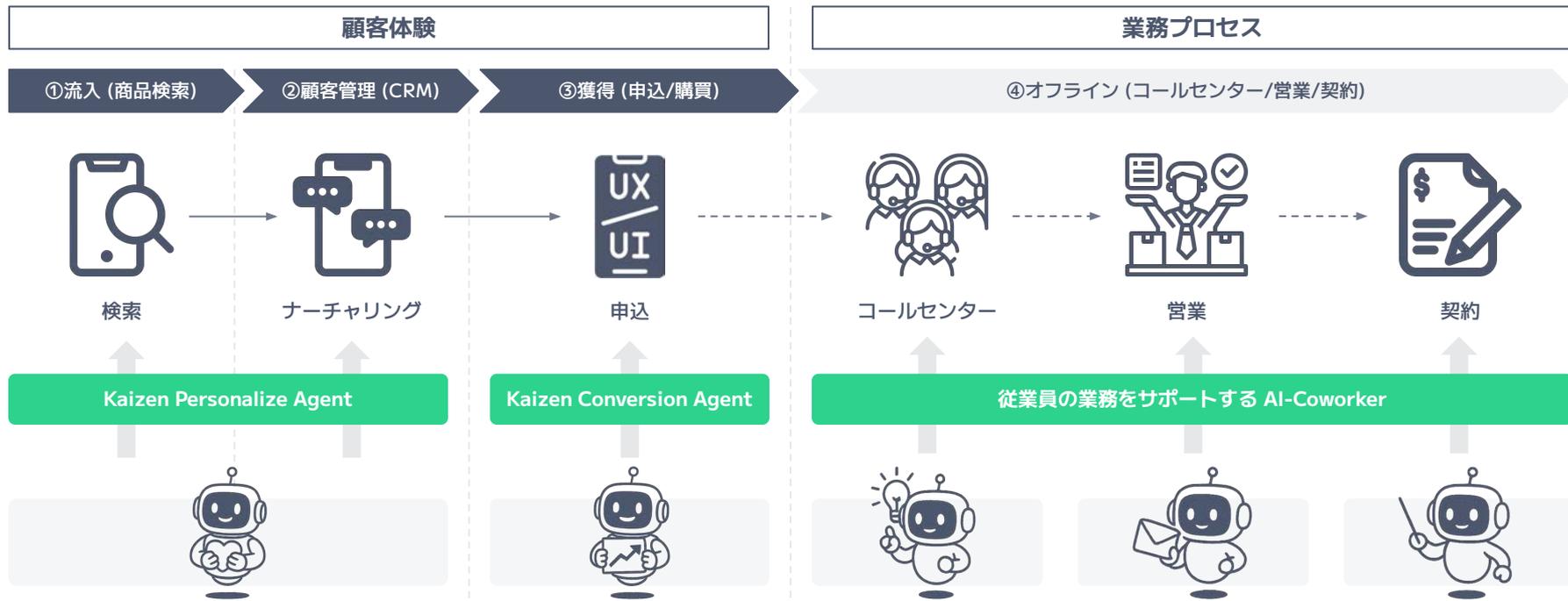
マーケティング

クラウドサービス

Kaizen Cloud Service



既存のユーザー接点から魔法のようなUXを実現する戦略コンセプト 「Magical UX」

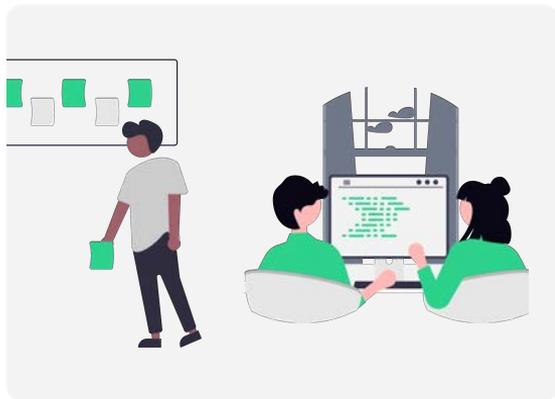


15,000人を超える高度な専門人材ネットワークから
お客様の業種や課題に応じてチーム編成する実効性の高いプロフェッショナルサービス

Professional Solution

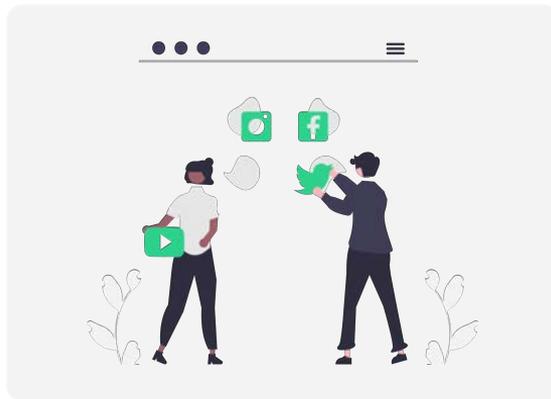
コンサルティング / 開発&SES

伴走しながら複雑な課題を整理し
泥臭く実行から開発まで支援



マーケティング

多様化するデジタル施策を
専門チームが伴走支援



クリエイティブ制作

わかりやすく使いやすい
ウェブサイトや動画の制作



システムをまたいで顧客体験を向上する「Kaizen Engine」と、様々な生成AIのAPIやミドルウェアを管理するための「Kaizen AI Cloud」

顧客体験をカイゼンするために必要不可欠な機能を揃えるクラウドサービス

Kaizen Cloud Service

Kaizen Engine

ウェブサイト / LINE / Slack / Microsoft Teamsなどと接続し
トータルで顧客体験を向上するクラウド基盤



Kaizen AI Cloud

様々な生成AIのAPIやミドルウェアを管理し、常に最新モデルへのアップデート
対応していくAI基盤のマネージドサービス



多様なケーパビリティを必要な分だけタイムリーにプロジェクトにアサインし
顧客接点のDXを加速する

なめらかな働き方

で

世界をカイゼンする

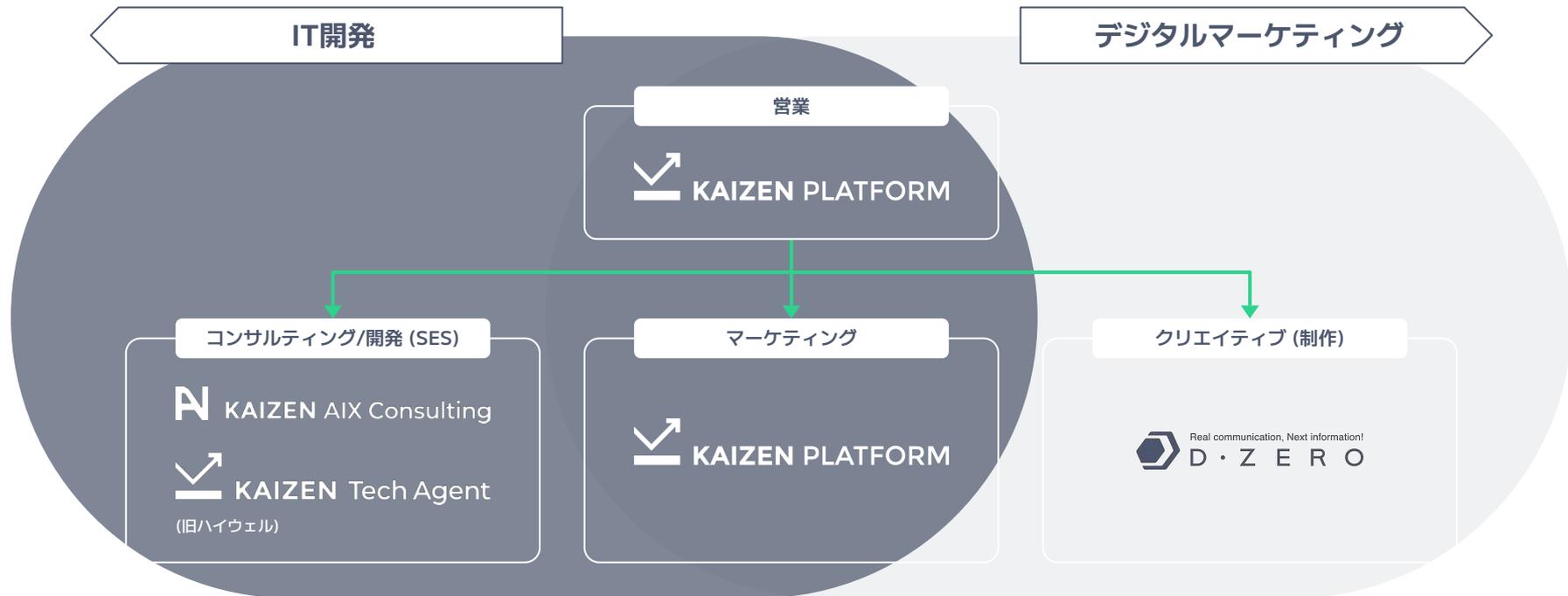
硬直化した組織では採用・活躍しづらい多様なDX人材をグロースハッカーとして
プラットフォーム上に集めて提供

硬直化した組織で実現が遅れている顧客体験をDXでカイゼンし
事業変革を推進



絡みあったDX課題をワンストップで解決する『顧客体験DX』

顧客に伴走し、DXを加速するパートナーとして「商品を軸とした事業」から「顧客課題に対応する体制」へ
コンサルティング力を最大限に活かし、**上流から入り下流（制作/SES）**で稼ぐ構造



DXのROIを高めるためのデータ・クラウド・リソースをプラットフォームに蓄積
全てワンストップで提供する事による「ノウハウ」「スピード」「コスト」が圧倒的な優位性

ノウハウ

DATA

1,400社超の実績データとノウハウによるコンサルティング

- 豊富な実績データを活用し、コンサルティングから品質管理まであらゆるワークフローにデータを活用
- Facebook/Instagram/Google/YouTube/Amazon/Yahooなど主要プラットフォーム公式/パートナー認定を受けAPIによるデータ連携を実現
- データを基にした教育コンテンツを教育機関に提供卒業生に登録してもらおうスキームを構築

スピード

CLOUD

レガシーシステムを迂回し実装スピードを担保するクラウド

- **UXクラウド**
サイトにタグ1つ入れるだけで、レガシーシステムに影響を与えることなくUI改善を可能に
- **動画制作/活用クラウド**
動画発注、制作管理から広告/サイト/営業/CRMなどへのシームレスな活用を支援

コスト

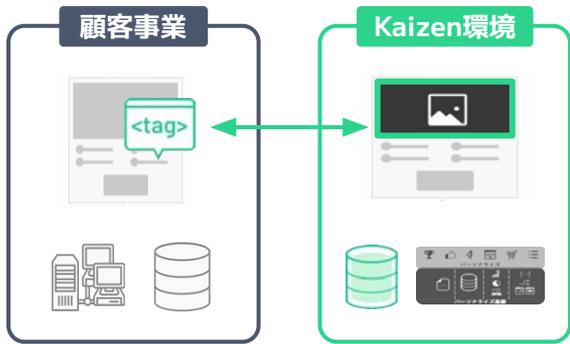
RESOURCE

15,000人を超える豊富なDX専門人材変動費で柔軟なチーム構築が可能

- 制作会社/人材派遣会社/コンサルなど**50以上の法人**と提携し、**15,000人**を超えるデジタル専門人材が登録様々なプロフェッショナル人材がDXを支援
- 上流のコンサルティングから下流の実行フェーズまで制作/BPO/開発と顧客ニーズに合わせて提供
- 制作は日英だけでなく、アジアから中南米まで**多言語対応可能**

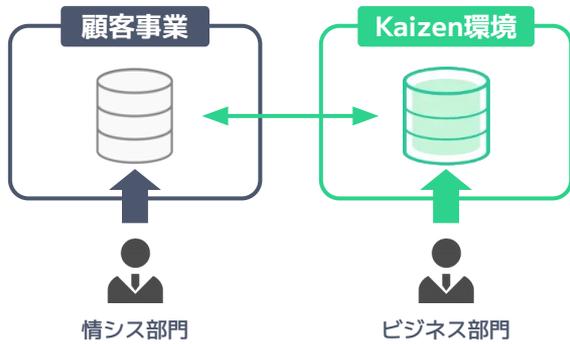
「レガシーシステムへの影響を気にせず」「ビジネス部門主導で」「リードタイム/コストを抑えて」
DX推進が可能に

レガシーシステムの迂回



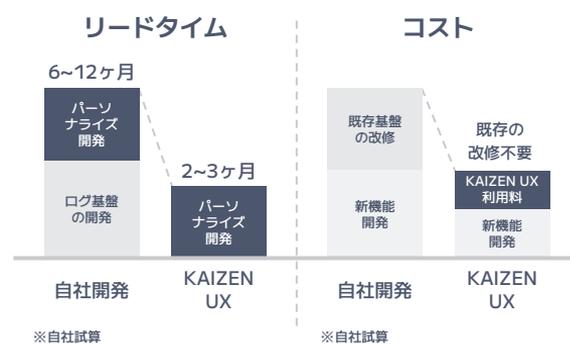
レガシーシステムへの影響を気にせず
UX改善やPoC実行可能

ビジネス部門で主導



事業部主導でスピーディーに
必要な施策を実行可能

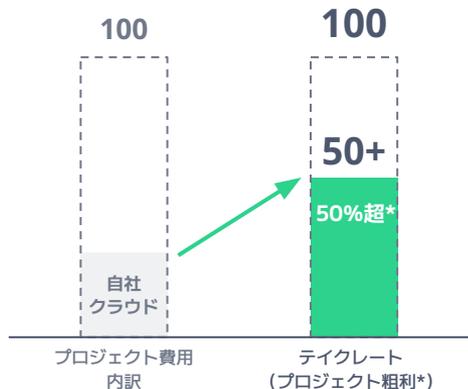
リードタイム/コスト



リードタイムと開発コストを
大幅削減可能

自社クラウド上でプロジェクトを推進し、生産性と収益性を高めながら、変動費化しながら タイムリーに高度な人材調達を実現するタレントネットワークを保有

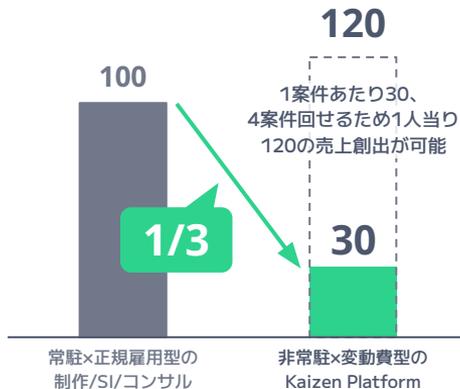
自社クラウドの活用による収益向上



* テイクアウト = (総取扱高-取扱高に連動する原価**) = 総取扱高
 ** 取扱高に連動する原価 = プラットフォーム開発費用等取扱高連動しない
 固定的な原価を控除した売上原価

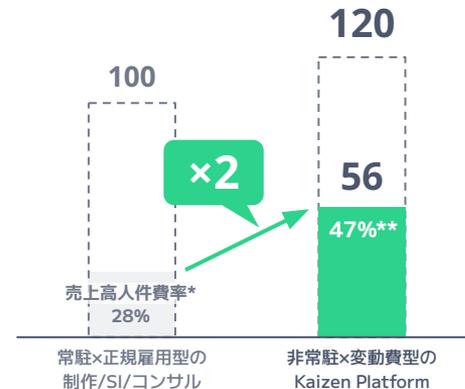
収益性の高い自社クラウドが
プロジェクトの生産性を高める

柔軟なアサインメントによる費用低減



週2日だけの稼働などを
フレキシブルに実施

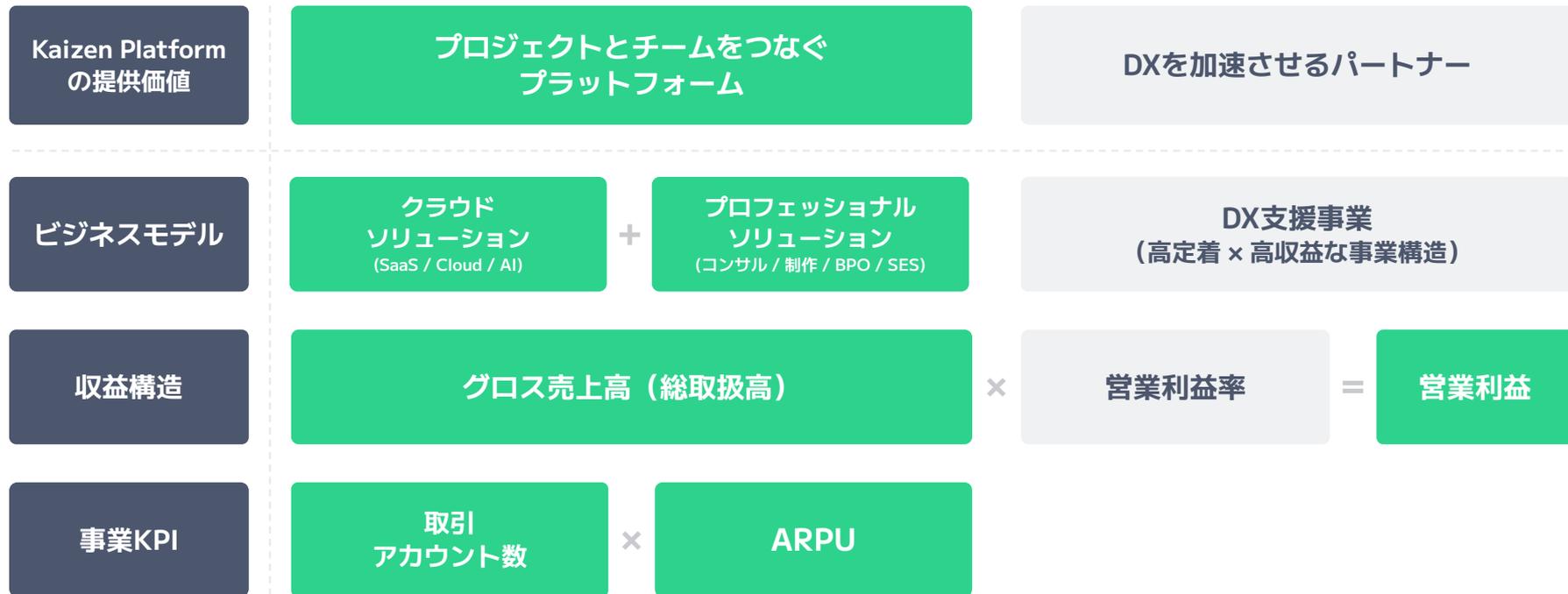
フリーランス活用による変動費化と高報酬

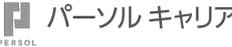
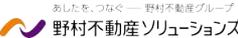


* TKC経営指標 (BAST) 2019年参照
 広告制作業29.1%、インターネット付随サービス業24.4%
 ** 2019年度実績

プロジェクトを変動費化することで
固定費を抑え高報酬を実現

DXを加速したい顧客企業に対して最適なサポートを提供する
高収益・高付加価値な事業モデル



| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  東急不動産ホールディングス |  |  |
|  |  |  東急リゾート&ステイ |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  We have many dreams |
|  |  誰かの明日を、晴れ晴れと。 |  あしたを、つなぐ。野村不動産グループ 野村不動産ソリューションズ |  |  |  |

『顧客体験』と『業務プロセス』の中にAIをインテグレーション（統合）する事で 顧客体験をカイゼンするプラットフォーム

- 1 DXに関するエンタープライズ向け巨大アウトソーシング市場を狙う
- 2 上流のコンサルから下流のデジマ/制作/開発まで一貫して顧客体験をカイゼンしながらDXのROIを向上
- 3 レガシーシステムを回避し、リードタイムとコストを抑えてDX推進
- 4 クラウドの活用と多様な才能を柔軟なアサインメントすることで、高い生産性と利益率を両立
- 5 生成AIによる生産性向上でROIを高めながら、攻めのDX市場拡大を図り持続的なARPU向上を狙う



須藤 憲司 代表取締役

Chief Executive Officer

2003年株式会社リクルートホールディングス入社後、マーケティング部門、新規事業開発部門を経て、リクルートマーケティングパートナーズ最年少執行役員(当時)として活躍。2013年に Kaizen Platform を創業。

著書「AIドリブン経営」「ハック思考」「90日で成果をだすDX入門」「総務部DX課 岬ましろ」



高崎 一 取締役

Chief Financial Officer

大学卒業後株式会社リクルートホールディングス入社。

マクロミルで経営戦略と財務管轄の上席執行役員、グライダーアソシエイツにて取締役CFOを務め、2019年 Kaizen Platformに参画しCFOに就任。



杉山 全功 社外取締役

Outside Director

学生時代よりベンチャー企業に参画。
2004年、株式会社ザッパラス代表取締役社長に就任し、
2007年、同社代表取締役会長兼社長就任。
2011年、株式会社enish代表取締役社長就任。
ザッパラス、enishとともに上場へと導く。
株式会社ROXX社外取締役、株式会社アクセルスペース
ホールディングス社外取締役(以上、現任)。



杉之原 明子 社外取締役

Outside Director

大学卒業後、株式会社ガイアックスに入社。
2014年、アディッシュ株式会社を設立及び取締役管理
本部長に就任。2021年、ベンチャー企業における意思決定層
のダイバーシティをテーマに取り組むスポンサーシップ・
コミュニティを発足。スローガン株式会社社外取締役、
特定非営利活動法人みんなのコード代表理事/CEO(以上、
現任)。



栄井 徹 執行役員

Chief Growth Officer

ソフトバンクを経て、2006年ネットエイジ入社。
デジタル広告事業の管掌として、複数の事業の立上げや、
グループ会社の社長を兼務。

2013年Kaizen Platform創業期から参画、
2016年に動画事業を立上げ、2020年6月より現職。



多田 朋央 執行役員

Chief Marketing Officer

2015年にヤフー株式会社に入社。金融サービスの営業と
企画業務に従事。

2018年Kaizen Platformに参画。
全社の営業責任者・コンサルティング/新規事業責任者を経て、
2024年1月より現職。



安藤 健一郎 執行役員

Chief Technology Officer

コンピュータサイエンスの知識を持つ母の影響で10歳から
プログラミングを始め、大学卒業後はソフトウェア開発会社で
20以上のプロジェクトに携わる。

その後フリーランスとして世界を旅し、2007年に
GMO Research (現・GMOプロダクトプラットフォーム) に
入社。取締役CTOとして、同社のグローバルテクノロジー
カンパニーへの成長を牽引。

2025年にKaizen Platformへ参画し、2026年1月より現職。



藤原 玄 執行役員

2012年にソフトバンク株式会社に入社。

同社で法人向けクラウド製品の商品企画、海外事業開発に従事。

2016年「日本から世界に広がるプラットフォームを
出したい」という想いでKaizen Platformに参画。

2022年1月より現職。



朝井 秀尚 執行役員

公認会計士。2005年に有限責任あずさ監査法人に入所し、2014年7月より同法人第1事業部マネジャーに就任。

2016年8月 アイベット損害保険株式会社に入社し、財務経理部マネジャーに就任。

2017年にKaizen Platformに参画し、経理財務部グループマネジャー、経理財務部部長を経て、2023年1月より現職。



吉田 大介 執行役員

大学卒業後、株式会社リクルートホールディングス入社。大手通信会社、大手戦略コンサル、米系医療機器メーカーのカントリーマネジャー、国内大手広告制作会社の取締役を務め、主にセールス・マーケティング・BizDevを幅広く経験。

2024年Kaizen Platformに参画。同10月にグループ子会社の株式会社ハイウエルの代表取締役役に就任。2025年1月より現職。



漆崎 理也 執行役員

2000年アクシブドットコム（現CARTA HOLDINGS）入社。営業推進本部長、メディア推進室長（サイバーエージェント社へ出向）、社長室長、広報室長、CS室長、執行役員、株式会社リサーチパネル（クロス・マーケティング社との合併会社）代表を歴任。

2020年、Kaizen Platformに参画。DX事業推進室長、グループ戦略室長（現職）を経て、2026年1月より現職。

1 会社およびサービスの概要

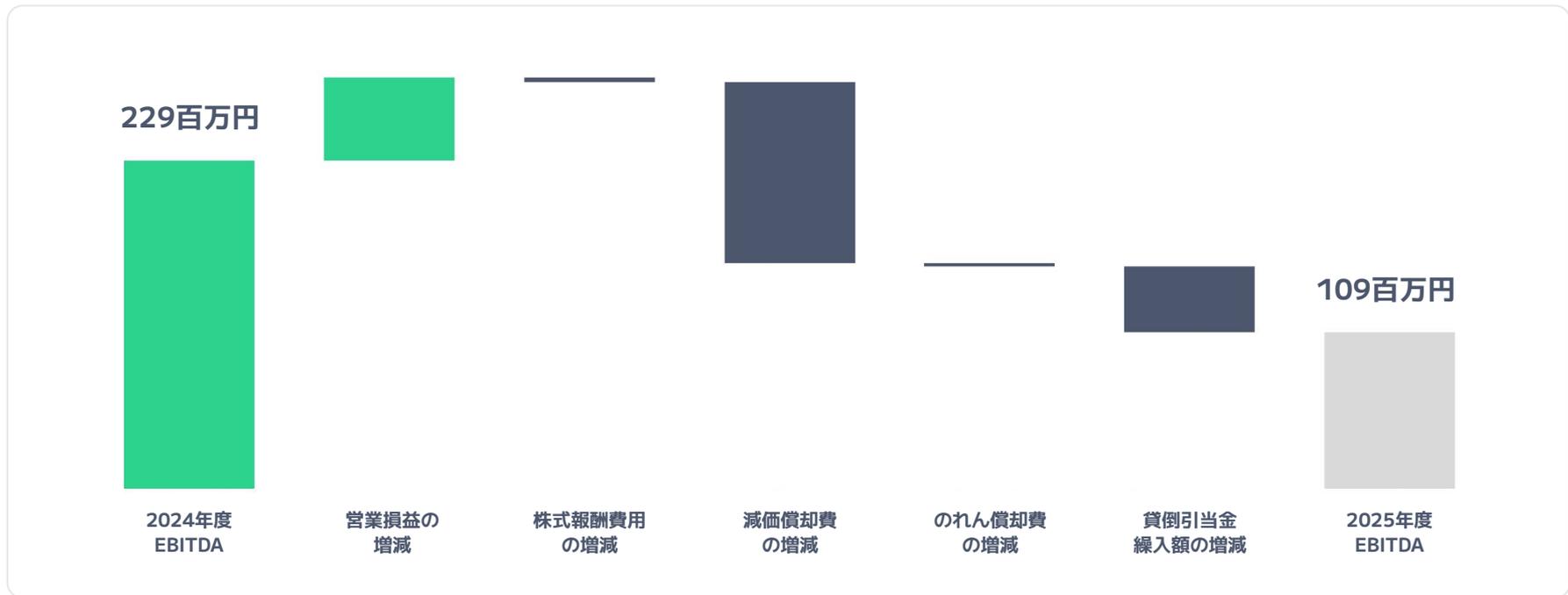
2 2025年12月期 通期の業績

3 今後の成長戦略

営業利益・経常利益・当期利益いずれも黒字化を達成

| (百万円) | 2025年12月期 通期 (2025年1月－2025年12月) | | | | 通期業績予想 (2025年2月14日発表) | |
|--------|------------------------------------|-------|------|--------|--------------------------|--------|
| | 実績 | 前年同期 | | | 業績予想 | 進捗率 |
| | | 実績 | 増減額 | 増減率 | | |
| 売上高 | 4,354 | 4,523 | -169 | -3.7% | 4,550 | 95.7% |
| EBITDA | 109 | 229 | -119 | -52.2% | 230 | 47.7% |
| 営業利益 | 29 | -28 | +57 | -% | 10 | 292.0% |
| 経常利益 | 38 | 6 | +32 | 499.5% | 0 | -% |
| 当期利益 | 29 | -171 | +201 | -% | -30 | -% |

EBITDAは、主に前々期の減損による減価償却費の減少と、米国事業の滞留債権貸に関する貸倒引当金繰入と回収による影響を受けて着地





AIドリブン経営白書 2026をリリース

2,800 DLを超え、大好評

PIVOTも20万再生、noteの解説記事も2万PV突破

累計5,000ダウンロードを超える反響をいただいた「DX白書」シリーズの続編として、AIを経営に統合し稼ぐための"論点"を、経営層から実務担当者まで全階層に向けて体系化したホワイトペーパーをリリース。

AI導入に課題を抱える大企業を中心に大きな反響と引き合いをいただいている。

URL

<https://kaizenplatform.co.jp/news/2025-12-03-aidrivenpaper-2026>

AIX (AIによるトランスフォーメーション) = “AI時代の事業変革” の実現に向けて 新会社「Kaizen AIX Consulting」設立

戦略立案フェーズ

AIXに向けた戦略策定支援

経営・事業・組織を横断したDX戦略をAI前提に再構築
生成AIによってどの領域をどう加速・効率化・差別化できるかの
具体詳細化を支援

主な支援内容

- ・生成AIを前提としたDXロードマップの策定
- ・経営・事業KPIとAI活用テーマの紐づけ
- ・AIポリシー／ガイドライン設計
- ・AI経営推進オフィス（AIO）立ち上げ支援
- ・AI導入領域ポートフォリオ設計（ROI優先順位付け）



実行支援フェーズ

AIXを具体的に動かす3つの実行支援

生成AI活用における3大ニーズを伴走支援

AI人材開発

社内でAIを使いこなす
人材と仕組みを育てる組織開発

- AIポリシー策定/運用支援
- 生成AI導入トレーニング
- AI Architect養成講座（社内AI開発人材育成）
- 実践型ワークショップ（社内AIエージェント共創）

AIオペレーション開発

現場業務を支援する
AIエージェント構築支援

- 業務分析ワークショップによるAIプロトタイプ開発
- AIオペレーション設計（問合わせ、集計、提案業務の自動化）
- 社内AIエージェント開発

AI商品開発

自社商品・サービスに生成AIを
組み込む

- AI機能企画 / UX再設計
- PoC / MVP開発支援
- AIエージェントサービス開発

URL <https://kaizenplatform.co.jp/news/2025-11-27-kaizen-aix>

KAIZEN AIX AGENT

スタートアップCXO経験者と 大企業のDX/AIXをつなぐ人材紹介サービス 「Kaizen AIX Agent」を提供開始

プロジェクトを推進するリーダーの不在という大企業のDX現場で起きている課題に対し、事業成長を牽引してきた経験豊富なスタートアップCXO経験者をマッチングすることで“スタートアップ経験を活かした大企業変革”という新しいキャリアパスを創出。

また、株式会社Kaizen AIX Consultingと連携し、戦略立案から実行を担う人材の支援まで、大企業のAI時代の変革を包括的に支援する体制を構築。

URL

<https://kaizenplatform.co.jp/news/2025-12-25-kaizen-aix-agent>



米国子会社の全事業を休止し 国内市場へフォーカス

前期において、米国事業の人的リソースおよび顧客契約の一部を、Septeni America社へ移管。

米国事業の休止により、事業ポートフォリオを最適化。
今後は経営リソースを日本国内へ集中させ、グループ全体でのさらなる収益拡大を目指す。

事業休止による、連結業績への影響は軽微。

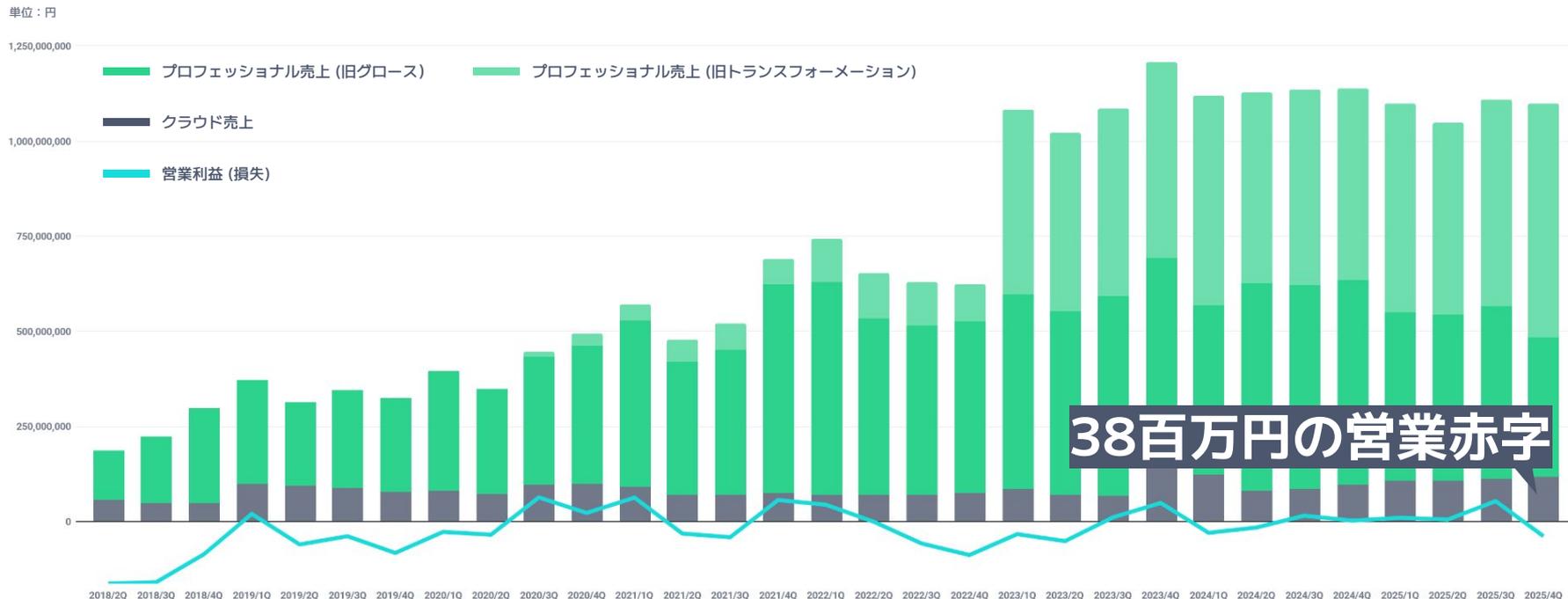
※2026年2月13日開示「米国子会社における事業休止に関するお知らせ」参照

クラウド

生成AIによる収益貢献が4Qより本格的に開始、取引アカウント・ARPU共に向上し売上22%増

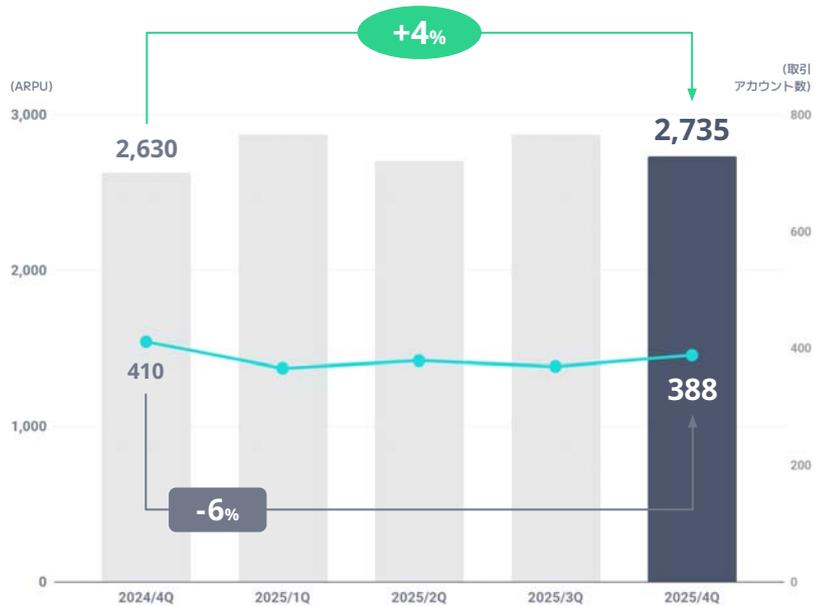
プロフェッショナル

コンサルおよび開発案件が成長するも米国事業移管により、旧グロース取引アカウントが減、売上4%減

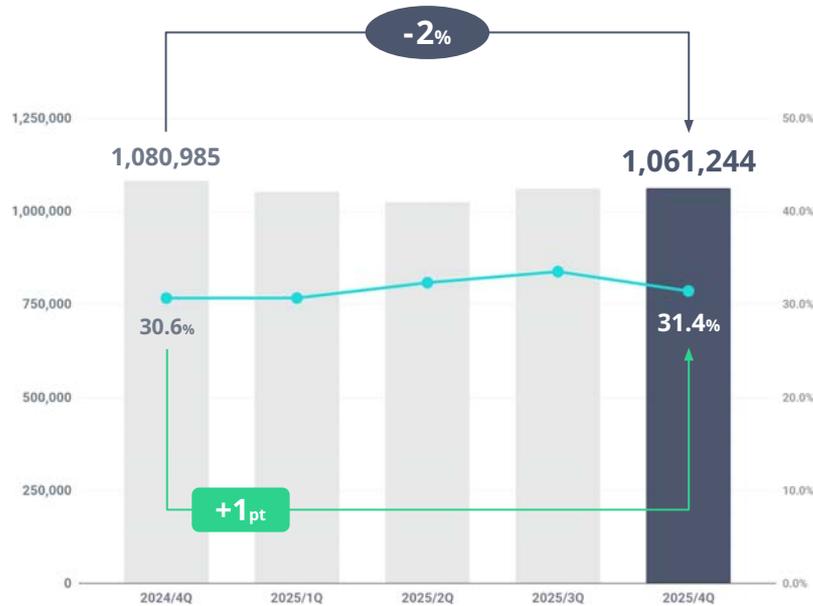


生成AIによる収益貢献が本格開始
 ARPUは4%増に止まるも、四半期ベースで取引アカウント数が増化へ
 大手顧客への重点シフトにより、売上2%減・売上総利益率1pt増

取引アカウント数* とARPU 単位：千円



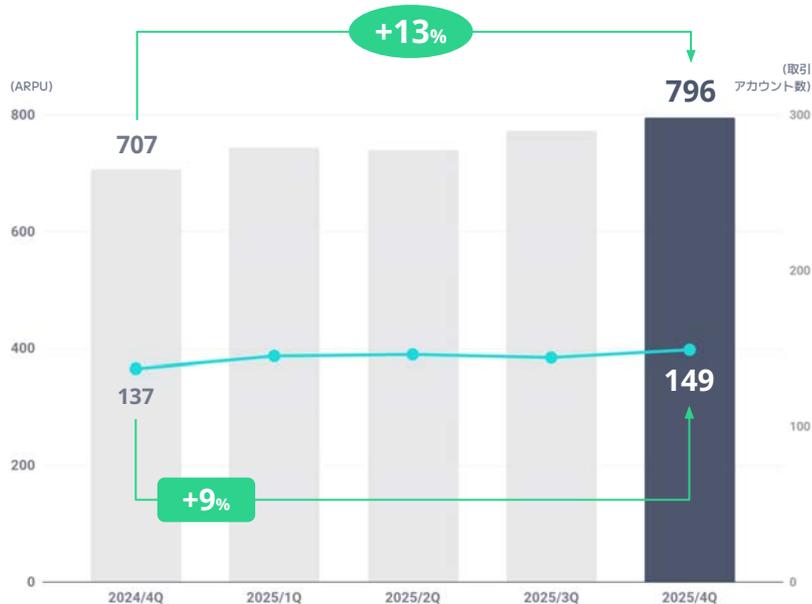
売上 単位：千円 と売上総利益率



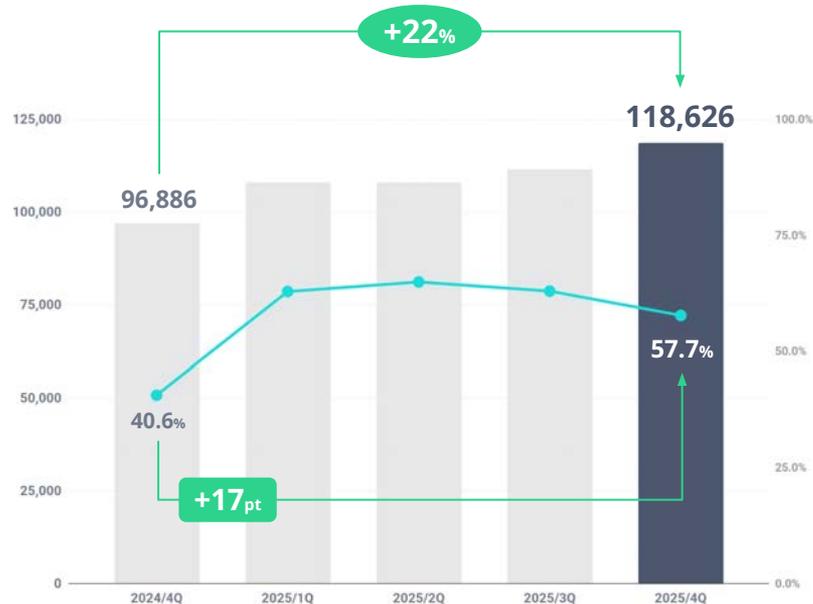
生成AIによる収益貢献が4Qより本格化、取引アカウント・ARPU共に向上し売上22%増
 減価償却が進んだ影響と昨年末の減損により、売上総利益率が17pt増加

まだ開発投資段階のプロジェクトのパイプラインが多く、四半期ベースで売上総利益率が5p低下するも、リリース後の収益貢献は、26年よりさらに加速を見込む

取引アカウント数とARPU 単位：千円

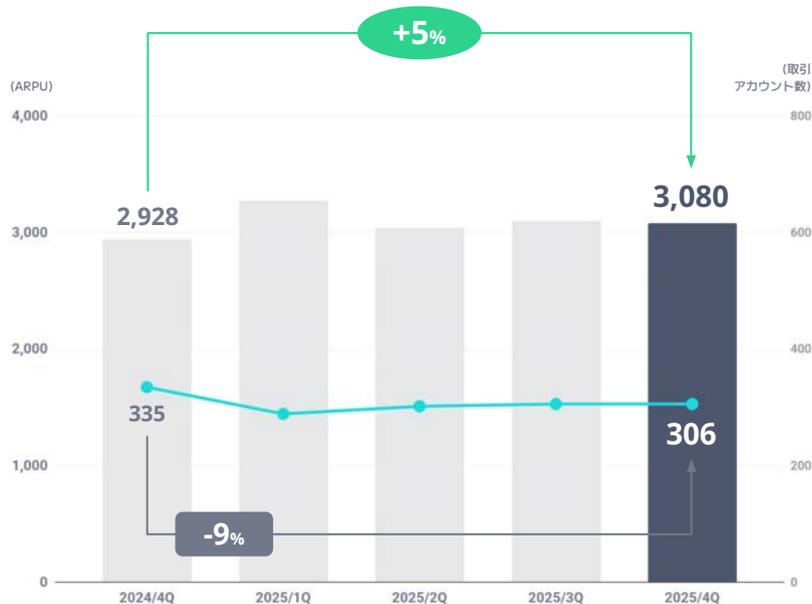


売上 単位：千円と売上総利益率

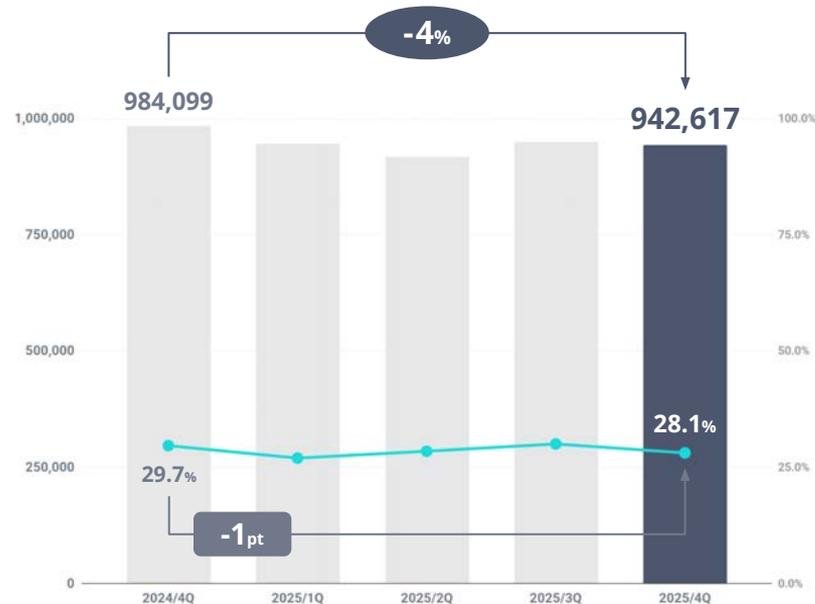


大手顧客への重点シフトによりARPU向上は堅調に進捗しARPUは5%増
 コンサル / 開発案件が伸長するも制作関連収益が落ち込み、売上4%減・売上総利益率1pt減
 生成AIによる市場変化により、売上ポートフォリオの変更を見込む

取引アカウント数とARPU 単位：千円

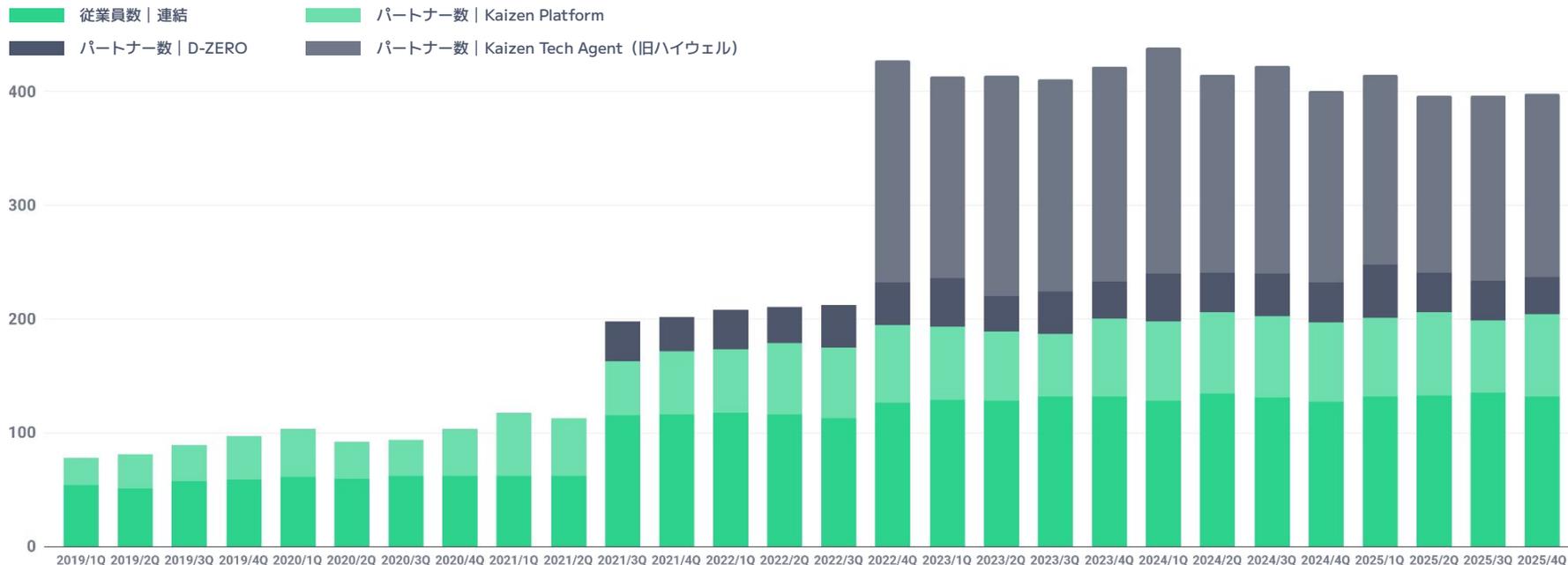


売上 単位：千円と売上総利益率



2度のM&Aも経て、グループ全体の従業員数及びパートナー数 (法人・個人含む) は着実に伸長
 人的資本の継続的な拡大を進めていく

単位：従業員・パートナー数 (件数)



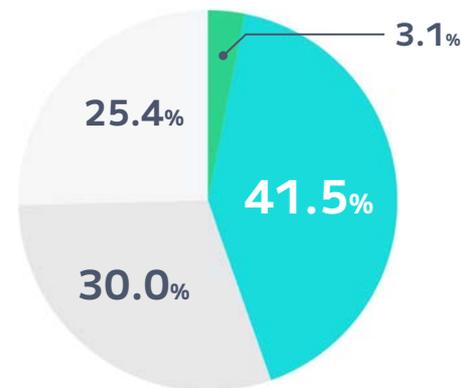
「現預金」「純資産」ともに十分な水準を維持し、財務基盤は安定

機関投資家の保有比率は3.1%、一般個人株主は41.5%を占める

| 貸借対照表 (連結) | | | |
|------------|---------|---------|------|
| 百万円 | 2024/12 | 2025/12 | 増減 |
| 現金及び預金 | 2,911 | 2,966 | 55 |
| 流動資産 | 3,677 | 3,580 | -96 |
| 有形固定資産 | 22 | 24 | 2 |
| 無形固定資産 | 539 | 464 | -75 |
| 投資その他資産 | 179 | 200 | 20 |
| 資産 | 4,418 | 4,269 | -148 |
| 短期借入金 | 202 | 202 | 0 |
| 長期借入金 | 712 | 514 | -198 |
| 負債 | 1,461 | 1,286 | -174 |
| 純資産 | 2,957 | 2,983 | 25 |
| 負債純資産 | 4,418 | 4,269 | -148 |

株式の分布状況

(2025年12月31日時点)



■ 海外機関投資家
 ■ 個人株主* (一般)
 ■ 役員及び従業員*
■ その他 (事業法人やベンチャーキャピタル等)

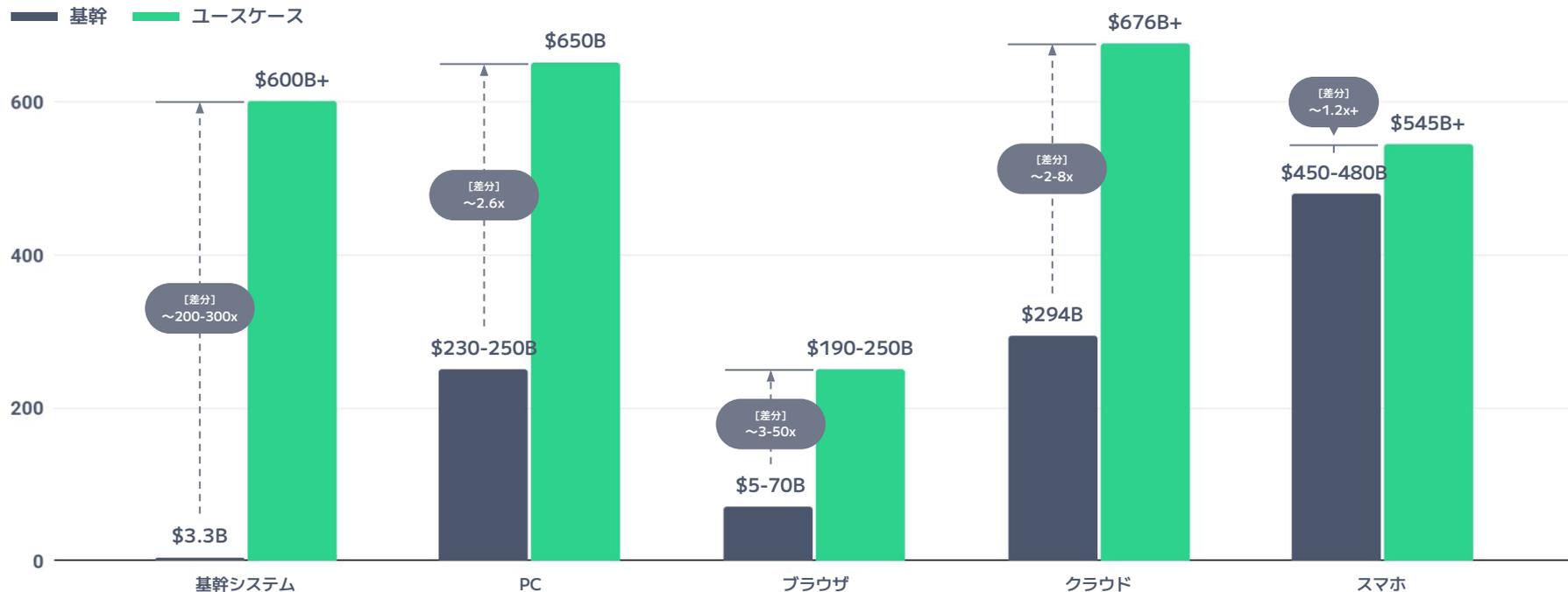
*個人株主と役員及び従業員の保有数は概算値

1 会社およびサービスの概要

2 2025年12月期 通期の業績

3 今後の成長戦略

IT領域における投資は「基盤」となるハードウェア投資が先行し
その後、時間の経過とともに「ユースケース」となるソフトウェアやサービス市場が立ち上がってくる



※引用：Straits Research Mainframe Market、Precedence Research IT Services、IDC Worldwide Quarterly PCD Tracker、TBRC Software Products Global Market、Verified Market Research Browsers、Statista Search Advertising Revenue、IDC Worldwide Smartphone Tracker、Fortune Business Insights Mobile Ad、Future Market Insights Cloud IT HW、Fortune Business Insights Cloud Computing より作成

顧客と長期的な関係を築き、何年にも渡って収益を生み出すユースケース市場が
基盤市場を大きく超えて成長していくことが過去の歴史が示している



膨大な生成AIの投資に対して、
市場が必要とする生成AIのユースケースを發明していくことが求められる



AIを作る会社ではなく、AIを使って顧客の課題を解決する会社として事業モデルをシフト
顧客のカスタマージャーニーや業務プロセス上のUXにAIを埋め込む事で事業成果に転換する



基盤モデル：OpenAI / Google

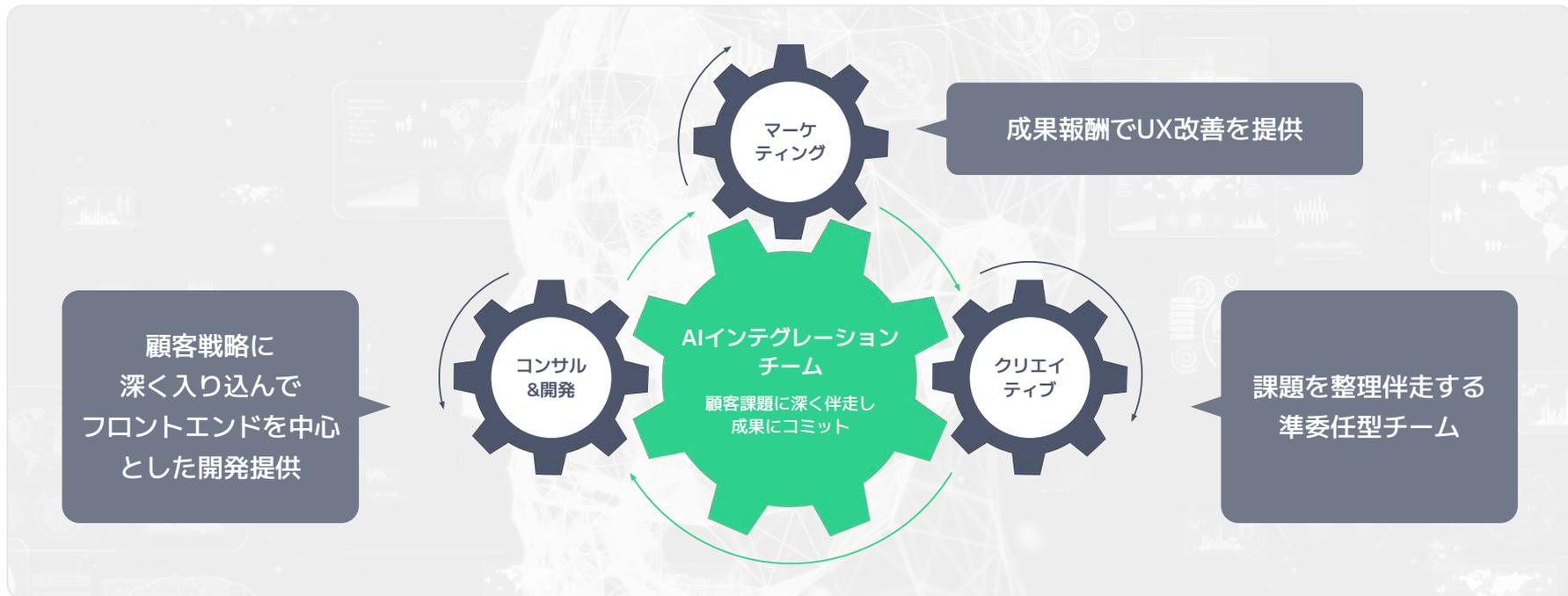


AIインテグレーター：Kaizen Platform



顧客の事業成果：売上向上・コスト削減

プロフェッショナルサービスを、AIインテグレーションのための強力な武器として再編
コンサルティング（人）とプロダクト（技術）のハイブリッドモデルが、AI導入市場における勝ち筋



業界特化してAIをカスタマージャーニーや業務フローに組み込んでいく **ドミナント戦略を推進**

=広くばら撒くのではなく特定業界を学び狭く深く攻める事に価値があるため
 やみくもな取引社数の拡大は追わずとも当社のウォレットシェア2%からすると大きな成長が見込める

現在、人手をかけ切れていないが収益に大きなインパクトを与えられる領域で、現在のLLMの性能で充分価値提供できる市場へ資源集中
 AIエージェントが実行可能な「繰り返し業務」であり、AIユースケースとして **巨大な市場になるものと想定**

保険業界

顧客データとAIエージェントを活用し
 新規顧客の契約率および継続率を最大化する
 自動運転フロー



見積 → 相見積 → 最適プラン提案 → 成約

不動産業界

成約実績からのAIによる高精度/高頻度な
 物件査定情報の更新
 顧客ライフプランに合わせた最適な提案まで統合



物件査定 → 住み替え提案 → 住宅ローン審査

人材業界

採用担当者業務を自動化し
 マッチング精度を向上させながら候補者および
 業務負荷を下げリードタイムを大幅短縮



求人票作成 → 候補者スカウト → 面談日程調整

プロフェッショナルサービスを提供しながら、SaaSやAIなどのクラウドセグメントが稼ぐ構造へ
使われる使いやすい生成AIを活用した顧客体験を構築することでより高い収益モデルへ

1社あたりの取引構造

現状の月額課金のクラウド + プロフェッショナルサービスに加え
生成AIを活用した機能開発を
従量課金で提供することでクラウド収益の成長を目指す



収益構造

クラウド収益の売上構成を高め
より収益性の高い事業構造への転換を目指す



2026年12月期は、AIXに関する一気通貫したコンサルティング体制をさらに強化するとともに生成AIの成果報酬型プランの拡大を目指し、持続的な利益創出の基盤を着実に構築していく

| (百万円) | 2025年12月期 通期 | 2026年12月期 通期 | | |
|-------|-----------------|-----------------|------|--------|
| | 実績 | 業績予想 | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 4,354 | 4,600 | +245 | +5.6% |
| 営業利益 | 29 | 40 | +10 | +37.0% |
| 経常利益 | 38 | 40 | +1 | 3.5% |
| 当期利益 | 29 | 20 | -9 | -32.9% |

顕在化した場合に、当社グループの事業計画の遂行を大きく阻害する可能性のあるリスク及び
その対応策は以下のとおり
なお、現時点でリスクが顕在化する可能性は限定的

競合他社 の動向

既存事業者や新規参入事業者により競争が激化する可能性があります（顕在化時期：短中期）。
当社グループでは、サービスレベルの向上、プロダクト投資拡大及び積極的なマーケティング活動や採用活動により競争力を強化いたします。

技術革新 への対応

技術革新への対応が遅れた場合には、当社グループの競争力が低下する可能性があります（顕在化時期：中期）。
当社グループでは、エンジニアの採用・育成や開発環境の整備等を進めております。

システム トラブル

大規模なシステム障害が起こった場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす
可能性があります（顕在化時期：不明）。
当社グループでは、安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備等の強化や社内体制の構築を行っております。



Appendix

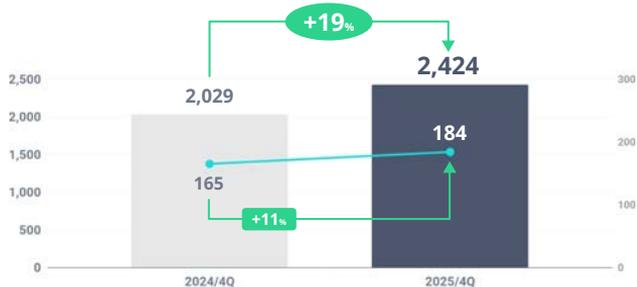
クラウド

償却が無くなったことにより、高収益なセグメントへ AIでさらなるアカウント数・ARPU成長を見込む

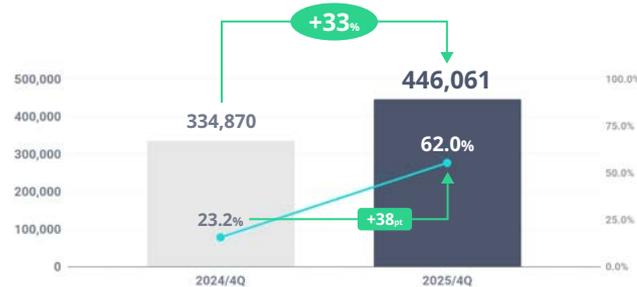
プロフェッショナル

生成AIの影響を踏まえポートフォリオを組み換えながら、注力アカウントにフォーカスしARPUによる再成長軌道を目指す

取引アカウント数とARPU 単位：千円

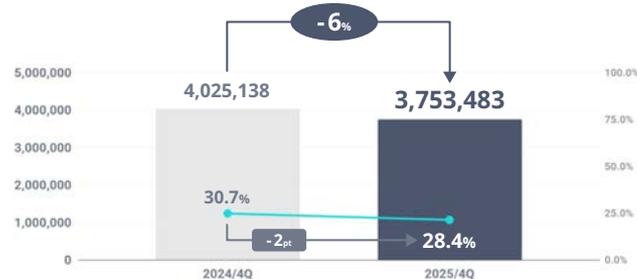
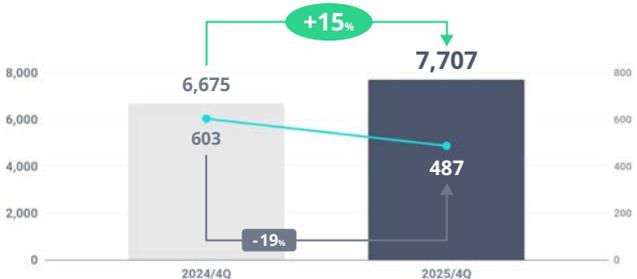


売上 単位：千円 と売上総利益率

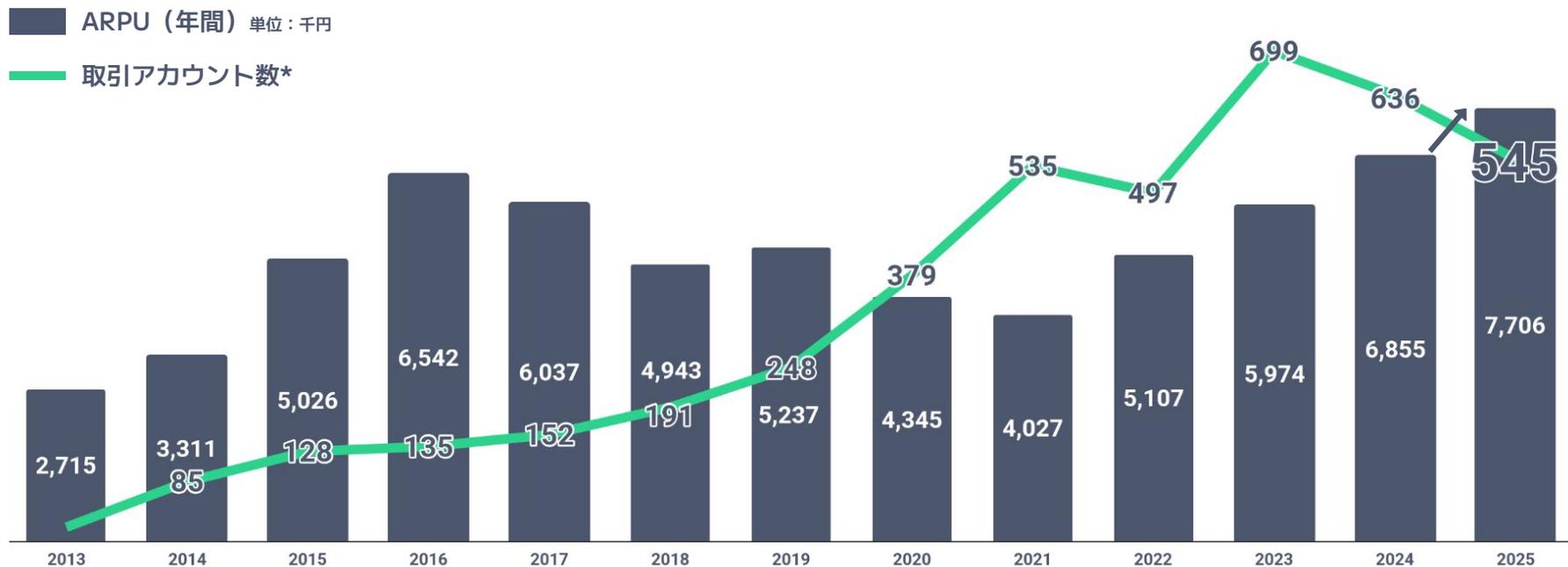


クラウド

プロフェッショナル



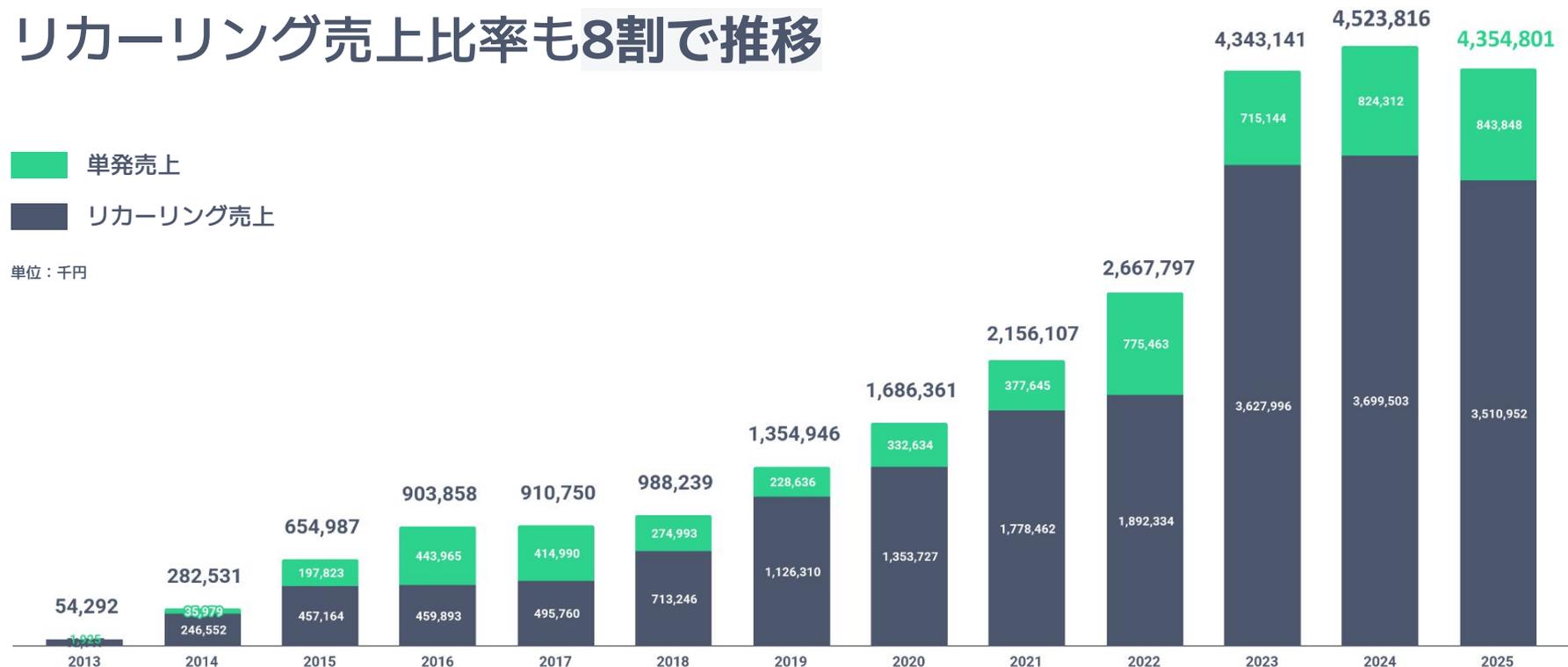
ターゲットセグメントを定め、アップセル/クロスセルを推進、12%のARPU向上
予算拡大の再現性が見えてきた
注力アカウントに集中しながら、さらなるARPU向上を狙う



顧客の集中により、リカーリングの提案が増加 リカーリング売上比率も8割で推移

■ 単発売上
■ リカーリング売上

単位：千円



| 千円 | 2023/12 | 2024/12 | 2025/12 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| 売上高 | 4,343,141 | 4,523,816 | 4,354,800 |
| 売上総利益 | 1,334,608 | 1,372,608 | 1,396,770 |
| 販売費及び一般管理費 | 1,360,270 | 1,401,355 | 1,367,573 |
| 給料及び手当 | 412,380 | 423,900 | 408,529 |
| 外注費 | 140,818 | 142,277 | 143,104 |
| 営業利益（損失） | (25,661) | (28,549) | 29,196 |
| 経常利益（損失） | 11,603 | 6,449 | 38,664 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益（損失） | (21,696) | (171,975) | 29,815 |

プロフェッショナル

| 千円 | 2023/12 | 2024/12 | 2025/12 |
|----------|---------|-----------|-----------|
| JP | | | |
| 売上高 | - | 4,025,138 | 3,753,483 |
| 営業利益（損失） | - | 40,404 | (103,232) |
| US | | | |
| 売上高 | 167,084 | 163,807 | 155,255 |
| 営業利益（損失） | (1,838) | (40,371) | 11,525 |
| 合計 | | | |
| 売上高 | - | 4,188,946 | 3,908,739 |
| 営業利益（損失） | - | 32 | (91,706) |

クラウド

| 千円 | 2023/12 | 2024/12 | 2025/12 |
|----------|---------|----------|---------|
| 売上高 | - | 334,870 | 446,061 |
| 営業利益（損失） | - | (28,582) | 120,903 |

| 千円 | 2023/12 | 2024/12 | 2025/12 |
|---------|-----------|-----------|-----------|
| 現金及び預金 | 2,544,457 | 2,911,348 | 2,966,703 |
| 流動資産 | 3,358,833 | 3,677,165 | 3,580,365 |
| 有形固定資産 | 21,105 | 22,028 | 24,241 |
| 無形固定資産 | 832,138 | 539,584 | 464,364 |
| 投資その他資産 | 157,410 | 179,721 | 200,647 |
| 資産 | 4,369,488 | 4,418,499 | 4,269,618 |
| 短期借入金 | 281,234 | 202,412 | 202,412 |
| 長期借入金 | 317,552 | 712,299 | 514,047 |
| 負債 | 1,178,964 | 1,461,026 | 1,286,436 |
| 純資産 | 3,190,523 | 2,975,472 | 2,983,182 |
| 負債純資産 | 4,369,488 | 4,418,499 | 4,269,618 |

本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。

将来の業績に関して本書に記載された記述は、将来予想に関する記述です。

将来予想に関する記述には、以下に限りませんが「信じる」「計画する」「戦略をもつ」「期待する」「予想する」「予期する」「予測する」、または「可能性がある」というような表現および将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。

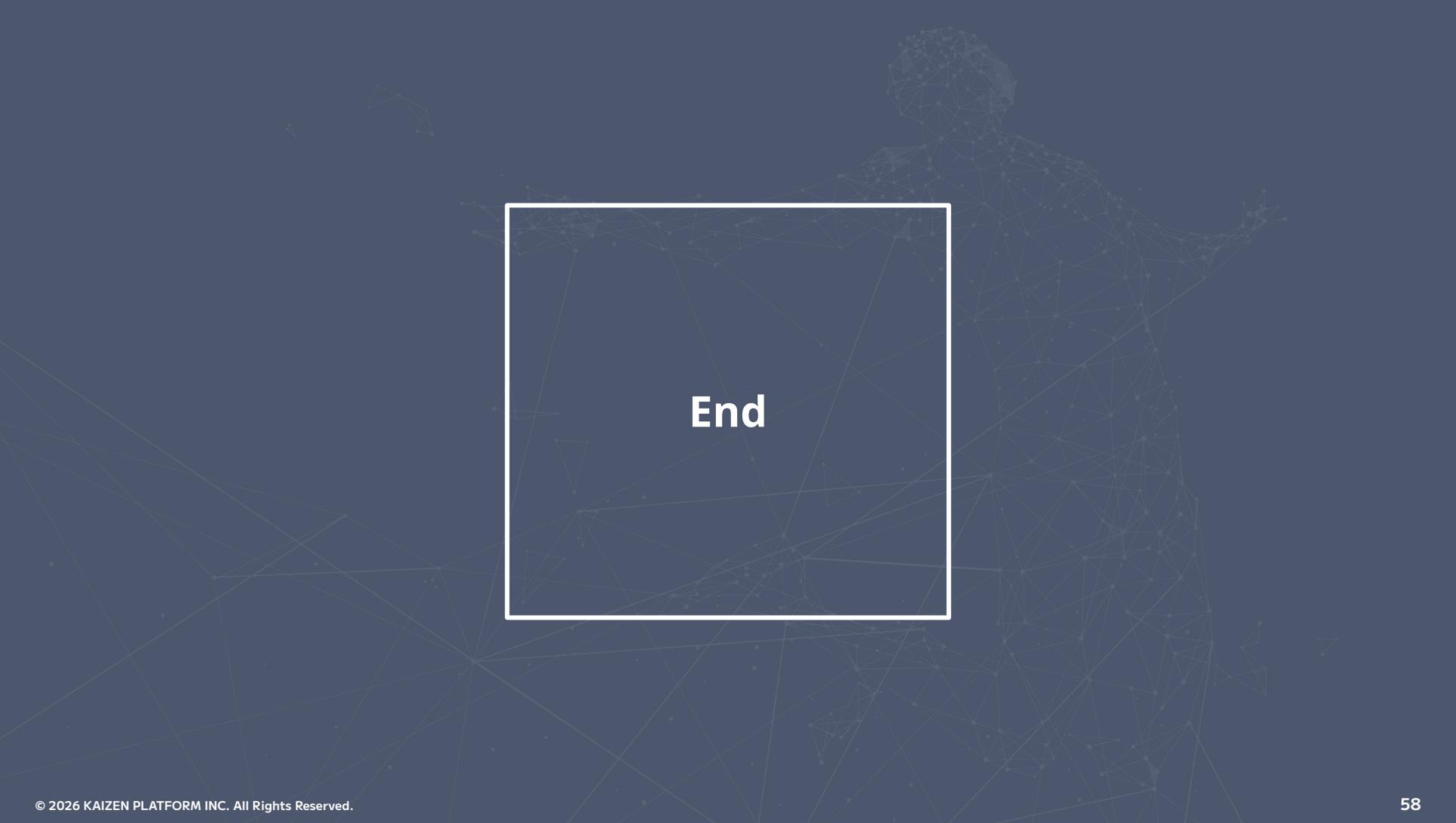
将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。

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、実際の業績は将来予想に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、またこれを保証するものではありません。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は本決算の発表時期（2027年2月）を目途としております。



End