



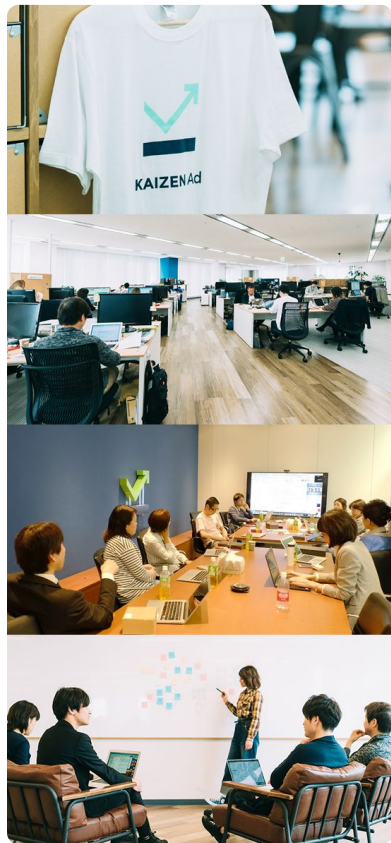
2026年12月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社Kaizen Platform 証券コード 4170 / 2026年8月14日

1 会社およびサービスの概要

2 2026年12月期 第2四半期の業績

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	134名（2026年6月末時点） 株式会社Kaizen Platform 及び Kaizen Platform USA,Inc.：50名 / 株式会社ディーゼロ：66名 / 株式会社Kaizen Tech Agent：18名														
資本金	1,781,939千円（2026年6月末時点）														
経営陣	<table> <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 / 株式会社Kaizen AIX Consulting / Kaizen Platform USA,Inc.														

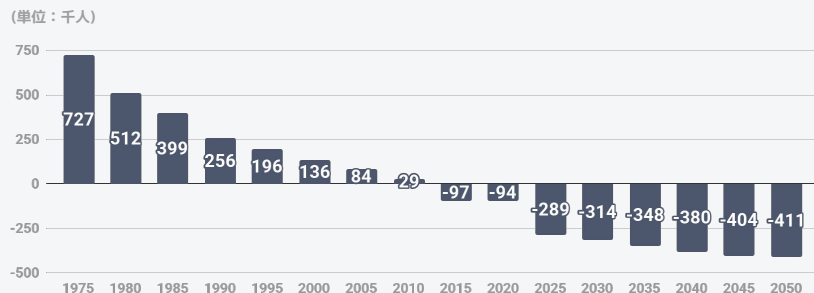
国内市場におけるDX戦略は「縮小する市場からいかに収穫を高めるか？」が重要となっている
今後の縮小市場で生き残るために、LTVを最大化していく事がDX戦略の鍵に

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）

×

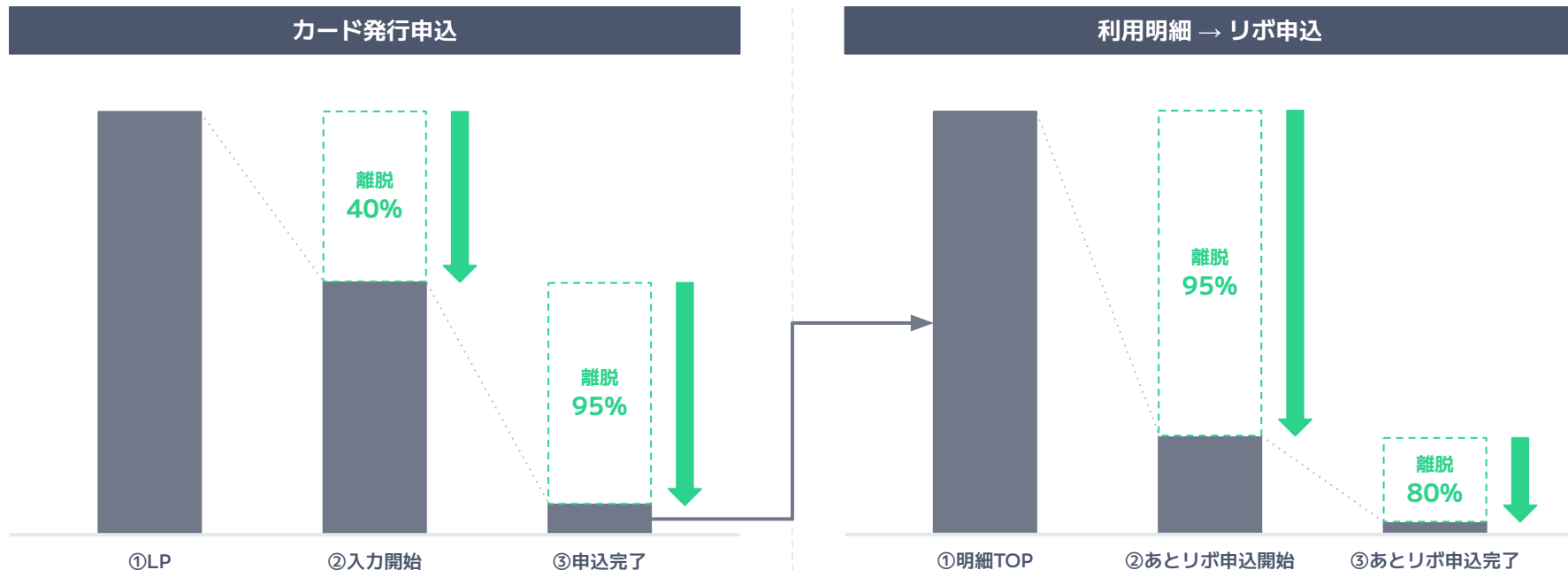
③デジタル タッチポイントの強化

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

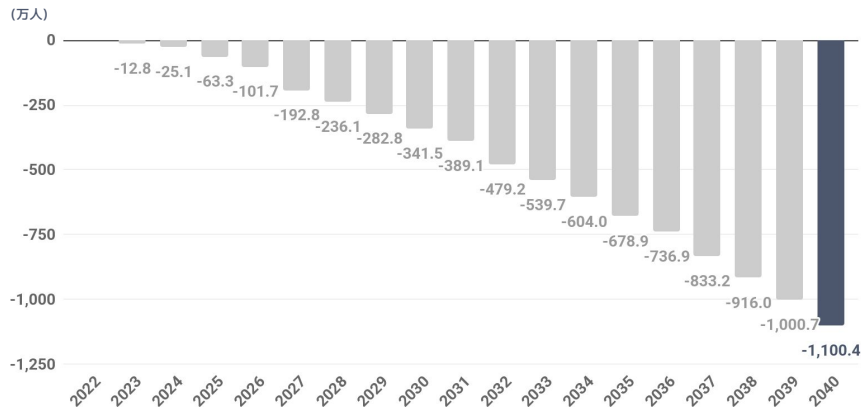


多くの企業で人材採用が充足できず、様々な顧客体験の毀損による水漏れが発生
一方で生成AIの活用率は未だに低く、「顧客接点のDX」に大きな機会がある

(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

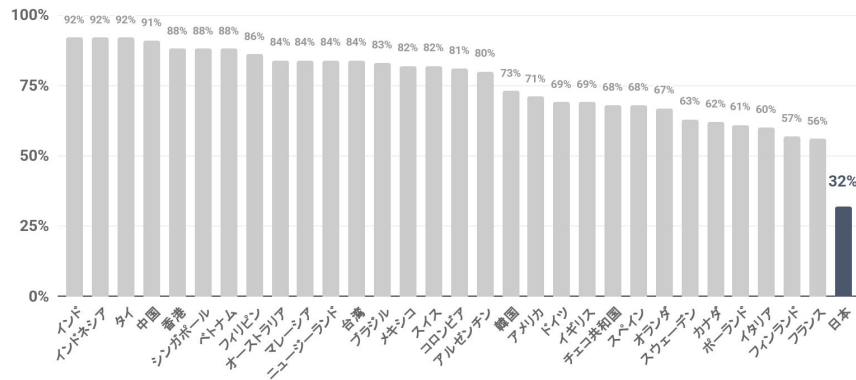
2023年以降から労働供給が不足しはじめ、2040年には
約1,100万人の労働供給不足に



※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12%
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



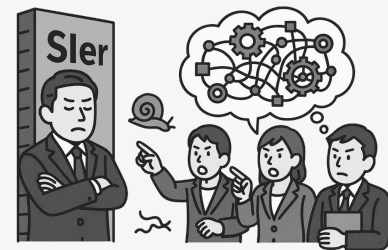
バラバラのシステム

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

Sler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

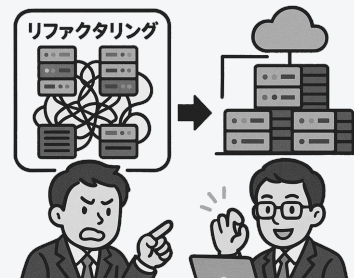


カスタマイズ ビジネス慣習

守りのIT投資の不足

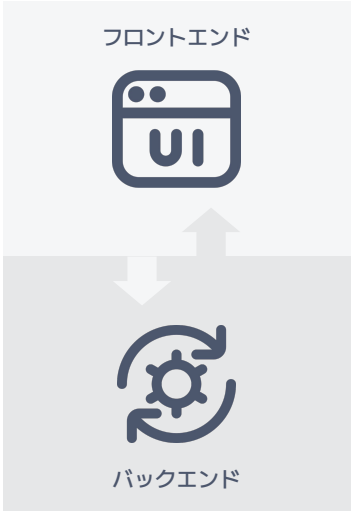
新規サービス投入（攻めの機能）には
投資するが守りのIT投資（リファクタリングや基盤
刷新）は優先度下がりがち

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	<u>予約エンジン (ASP)</u> で改修できない
メーカー	ECのカート	<u>カートシステム</u> を使っていて変更できない
通信	サブスク	<u>他社OEM</u> なので関与できない
不動産	申込フォーム	<u>MA/SFA</u> のテンプレで変えられない
エンタメ	チケット/EC	全て <u>他社ASPのカスタマイズ</u> なので自社で関与できない
生命保険	法人保険申込	<u>複数社のSI</u> 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

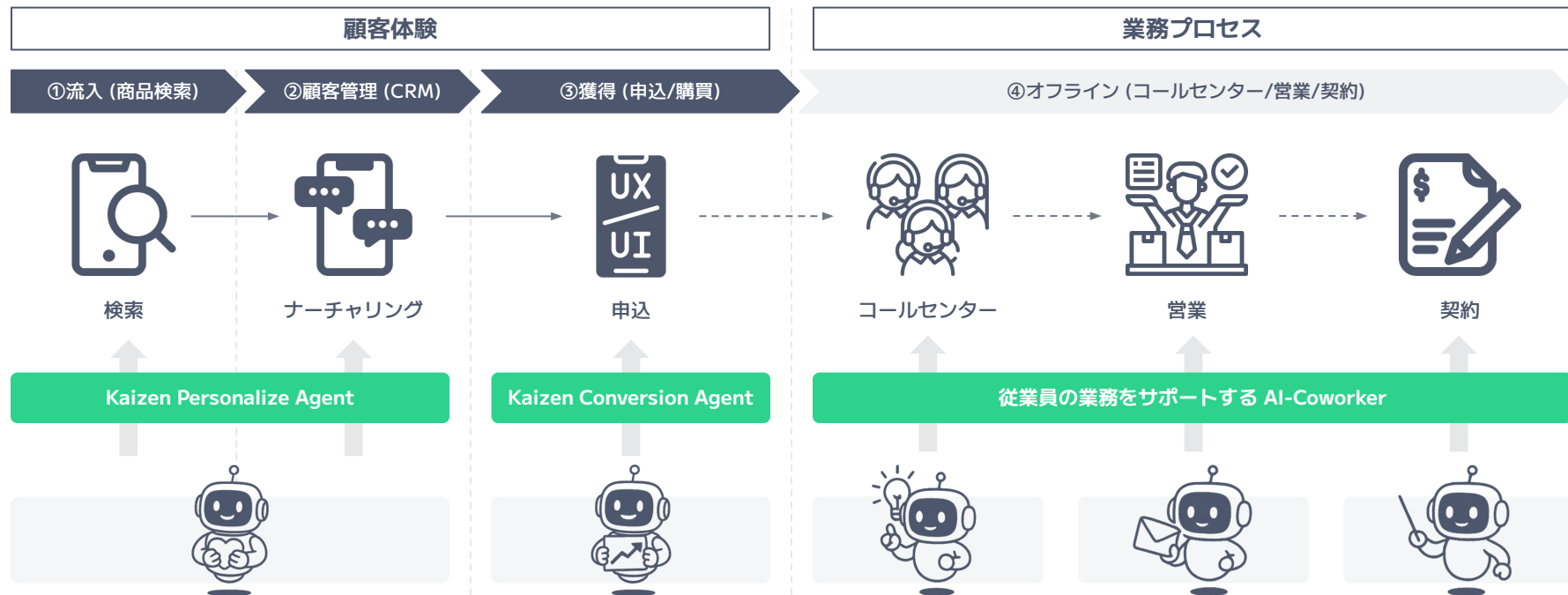
マーケティング

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」

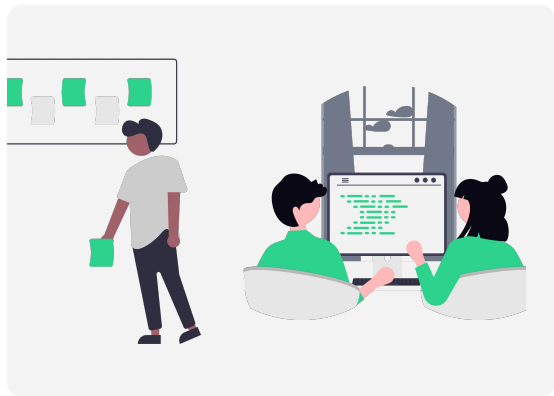


15,000人を超える高度な専門人材ネットワークから
お客様の業種や課題に応じてチーム編成する実効性の高いプロフェッショナルサービス

Professional Solution

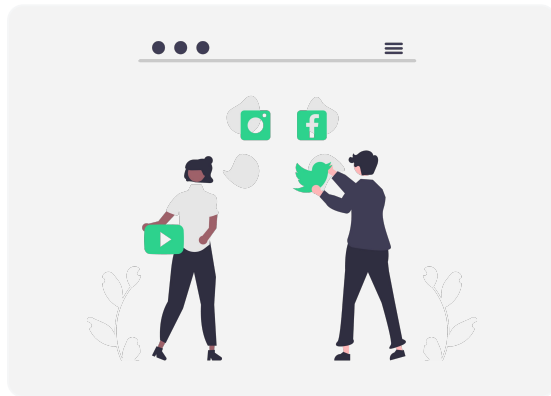
コンサルティング / 開発&SES

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



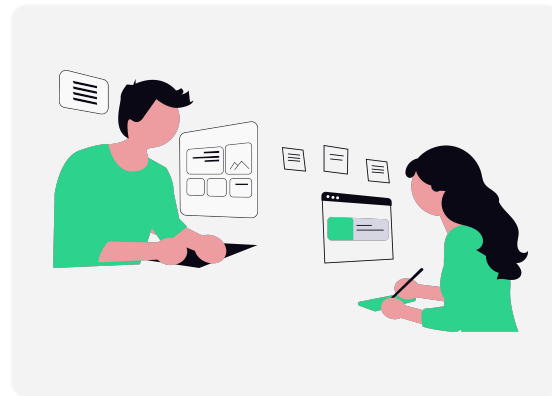
マーケティング

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

A/Bテスト、パーソナライズ等
UI改善機能が生成AIを組み込んだ
Magical Experienceに対応

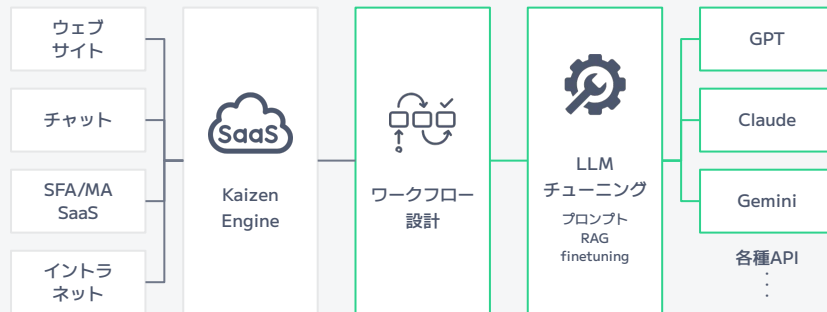
タグを貼るだけで
表示速度向上

画像最適化や
自動でのAltタグ付与など
アクセシビリティ改善

ヒートマップなど
ログ解析では取得できない
ユーザーメトリクスの測定

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

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

で

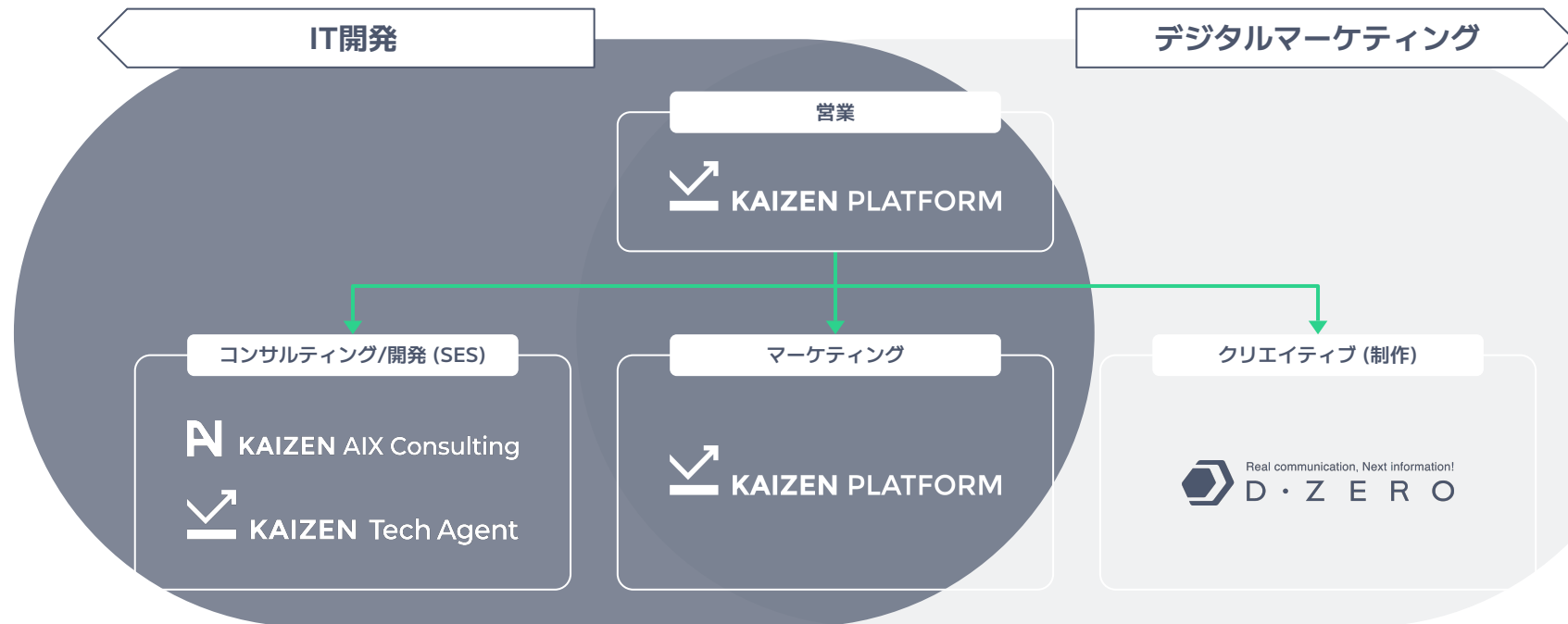
世界をカイゼンする

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



当社はPM（プロジェクトマネジメント）とサポートやディレクションに徹しており
プラットフォーム上に抱えるパートナーとチームを組み、**変動費化しながらDXのプロジェクトを遂行**



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ついれるだけで、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

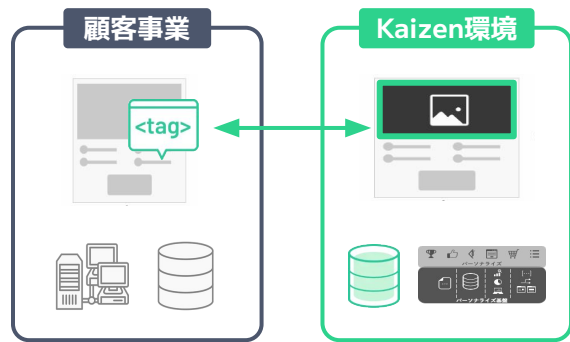
RESOURCE

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

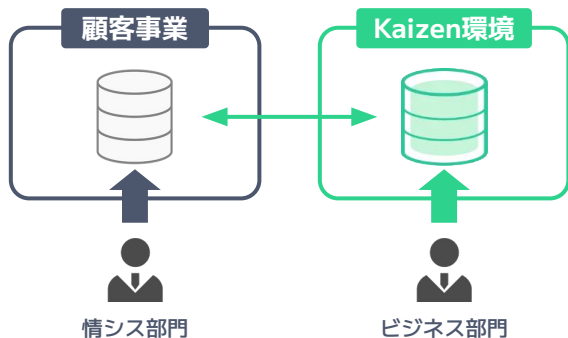
「レガシーシステムへの影響を気にせず」「ビジネス部門主導で」「リードタイム/コストを抑えて」
DX推進が可能に

レガシーシステムの迂回



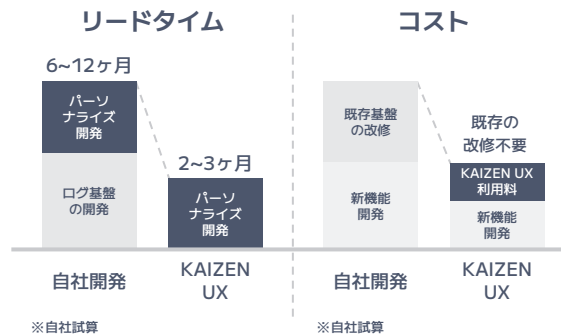
レガシーシステムへの影響を気にせず
UX改善やPoC実行可能

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

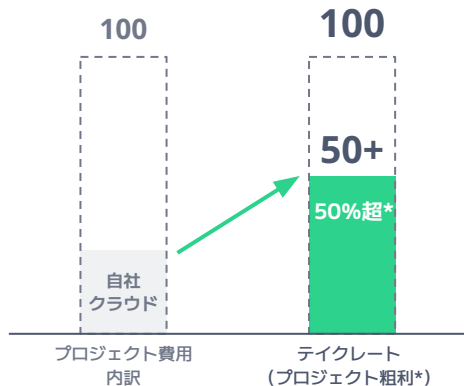
リードタイム/コスト



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

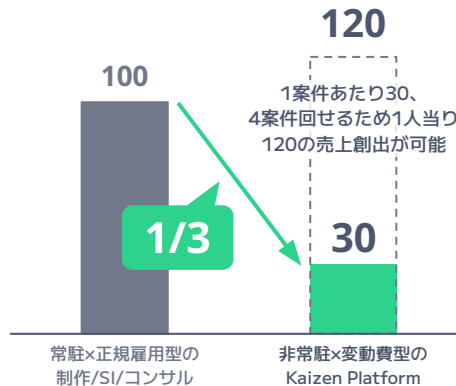
自社クラウドの活用による収益向上



* テイクレート = (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

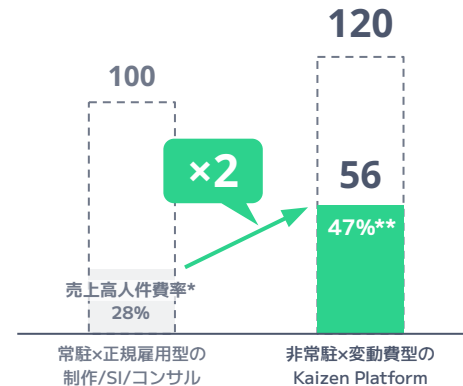
収益性の高い自社クラウドが
プロジェクトの生産性を高める

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

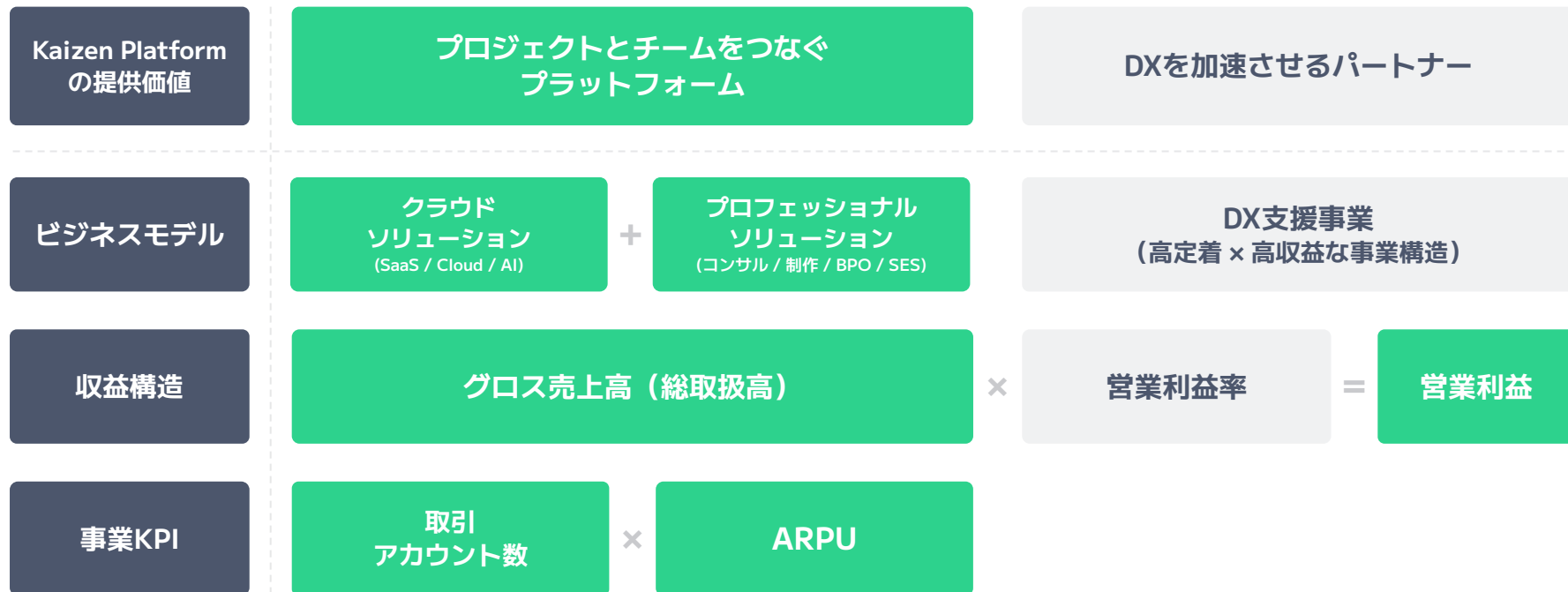
フリーランス活用による変動費化と高報酬



* 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

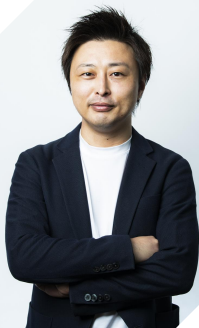
DXを加速したい顧客企業に対して最適なサポートを提供する
高収益・高付加価値な事業モデル



	三井住友海上あいおい生命 MS&AD INSURANCE GROUP	 NTT 東日本	 東急不動産ホールディングス	 SUBARU	
	Tomorrow, Together KDDI	 東急リゾート&ステイ	 スタッフサービス	 SmartNews	 SoftBank
 Takara Leben	dentsu	 new balance	 Nestle	Nojima	 パーソル キャリア PER SOL
・HAKUHODO・	BIZ REACH	 TOKAI RIKAI	 足利銀行	 Meta	MTG We have many dreams
 アイングループ	誰かの明日を、晴れ晴れと。 SUNMARK PUBLISHING	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	 UR UR都市機構	Rakuten	Geek+

『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日で成果を出す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、グライダースソシエティにて取締役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

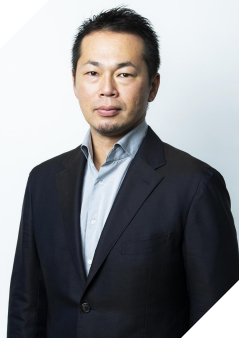
学生時代よりベンチャー企業に参画。
2004年、株式会社ザッパラス代表取締役社長に就任し、
2007年、同社代表取締役会長兼社長就任。
2011年、株式会社enish代表取締役社長就任。
ザッパラス、enishとともに上場へと導く。
株式会社ROXX社外取締役、株式会社アクセルスペース
ホールディングス社外取締役（以上、現任）。



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年に動画事業を立ち上げ、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新卒入社。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。



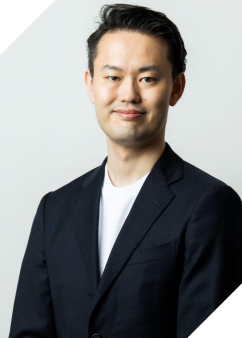
安藤 健一郎 執行役員

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。



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 アイペ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ェ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
弁会社）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。

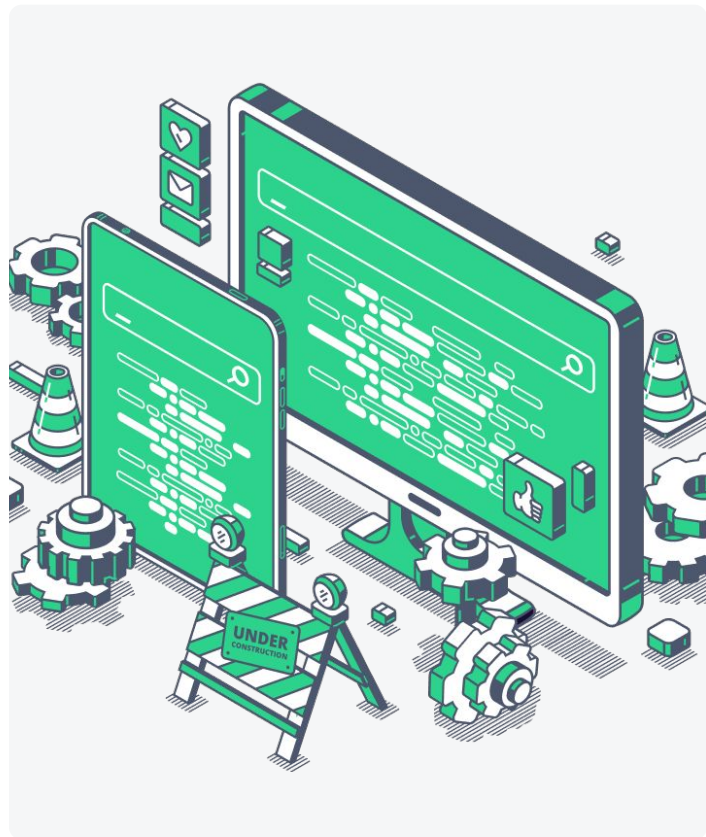
1 会社およびサービスの概要

2 2026年12月期 第2四半期の業績

3 今後の成長戦略

海外事業停止に伴い売上4.8%減
コンサルおよび開発案件が成長するも、制作 / マーケティングの受注が後ろ倒し
大型プロジェクトの獲得もあり、下半期に利益が集中する予定

(百万円)	2026年12月期 第2四半期 (2026年1月 - 2026年6月)				通期業績予想 (2026年2月13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	2,043	2,146	-103	-4.8%	4,600	44.4%
営業利益	-117	14	-132	-%	40	-%
経常利益	-119	22	-141	-%	40	-%
当期利益	-144	11	-156	-%	20	-%



既存システムを改修せずAIを組み込む

「KAIZEN ENGINE for Extension」を提供開始。

Chrome拡張で業務画面上にAIを外付け、
EX改善とPDCAを高速化。

システム改修のコストや制約によりAI導入が進まない基幹システムやSaaSに対し、ブラウザ拡張を通じて要約・生成・操作アシスト等のAI機能を外付けで提供。既存システムに一切手を加えず、導入約1～1.5ヶ月のスモールスタートを実現。

Webサイト改善（UX）で1,400社以上に提供してきた「KAIZEN ENGINE」の基盤技術を従業員体験（EX）領域へ横展開し、業務操作ログの蓄積・分析とA/Bテストを実施。

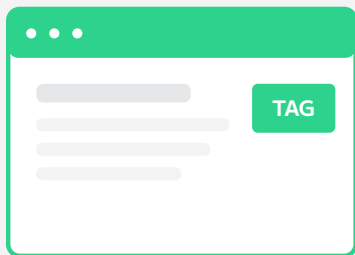
ハイパフォーマーの暗黙知をAIワークフロー化することで、組織全体の生産性向上と業務リードタイム短縮を定量的に支援。

URL

<https://kaizenplatform.co.jp/news/20260717-chrome-ex>

“既存システムに手を入れない” 同一の技術思想で
顧客体験（UX）と業務プロセス（EX）の両方のカイゼンに対応し、領域を拡張

既存システムには、手を入れない：“今ある画面”の上でAIを動かす。だから速く入り、剥がれにくい

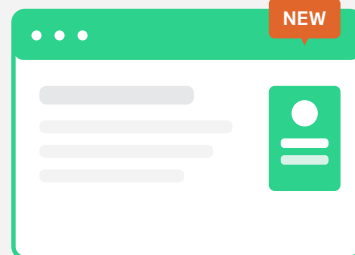


UX - 顧客体験

Webサイト

タグを入れるだけ

+

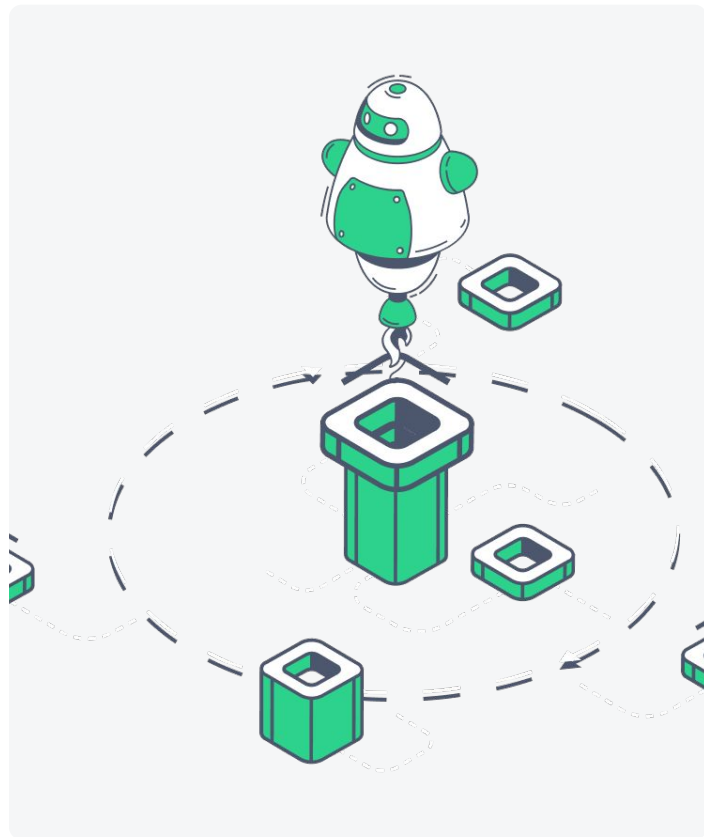


EX - 業務プロセス

基幹システム
SaaS

拡張を入れるだけ

マーケティング予算に加え、人手不足対応・業務効率化の予算が新たな収益機会に
既存顧客へのクロスセルによりARPU向上を図る



データとツールを「AIが扱える形」に 統合する「Kaizen AI Cloud」と AIエージェント「Kaizen Insight Agent」を 提供開始。

UX（Web）とEX（業務）の分散データを統合し、
AIが判断に使える「AI-Readyデータ」へ変換するデータ基盤「Kaizen AI Cloud」と、
その上で自動分析・施策提案を行う「Kaizen Insight Agent」を展開。

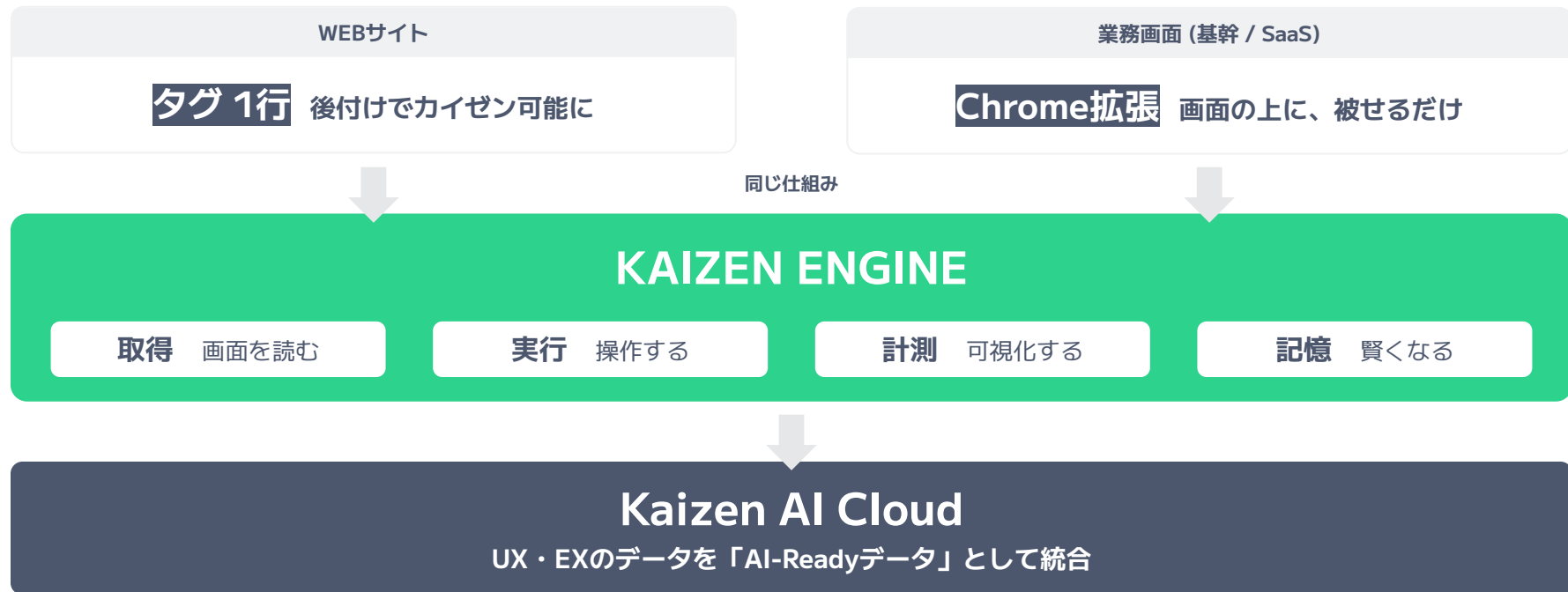
5,000サイト超・10年分のA/Bテスト勝敗データを模倣困難な独自学習資産として活用。

マーケティングから業務プロセスまでの改善運用をAIへ移管し、
顧客の意思決定スピード向上と継続的な事業成長を支援。

URL

<https://kaizenplatform.co.jp/news/20260721-insight>

接点ごとの入口の裏側を共通基盤に統合し、UXとEXをひとつのプラットフォームで運用
チャネル・業務の追加に伴う限界コストが低下し、クラウド収益のストック性が向上する構造



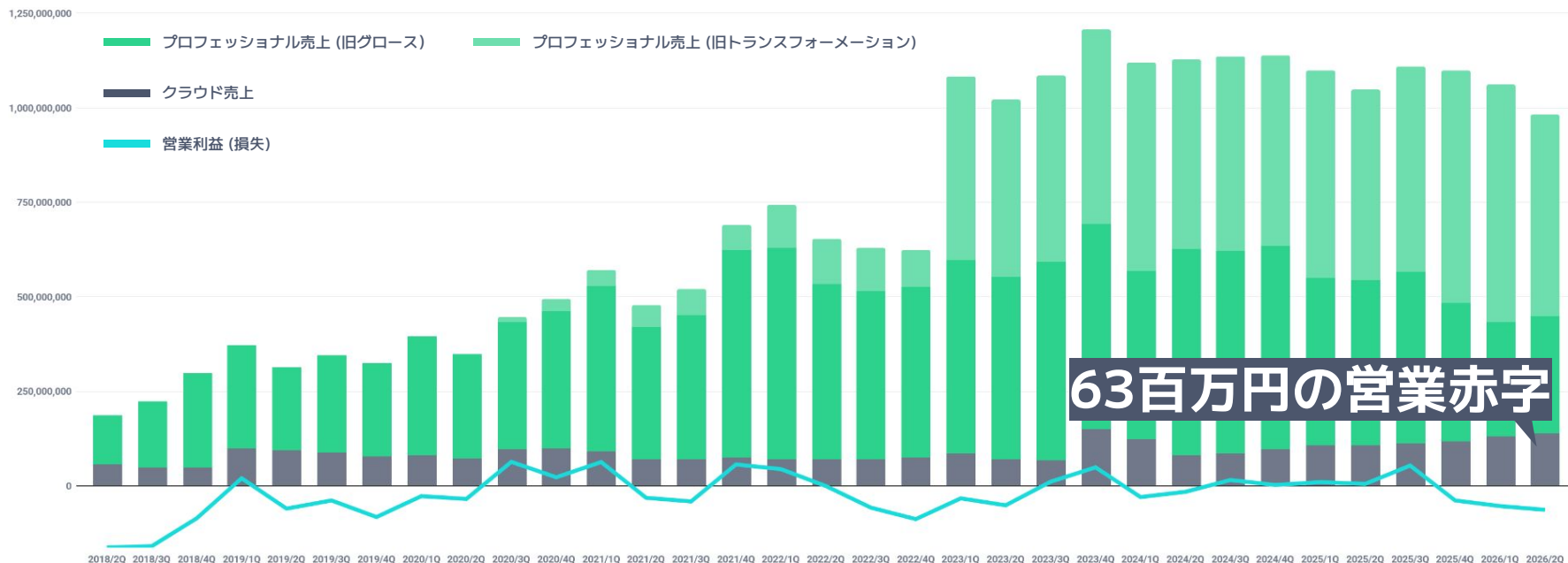
クラウド

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共に向上し売上が昨年比で29%増

プロフェッショナル

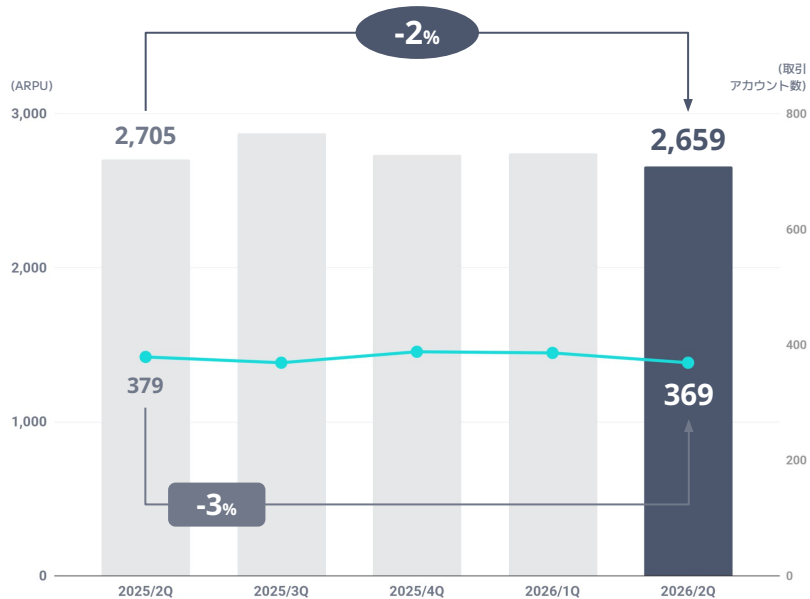
コンサルおよび開発案件が成長するも、米国事業停止および制作 / マーケティングの受注後ろ倒しにより売上10%減

単位：円

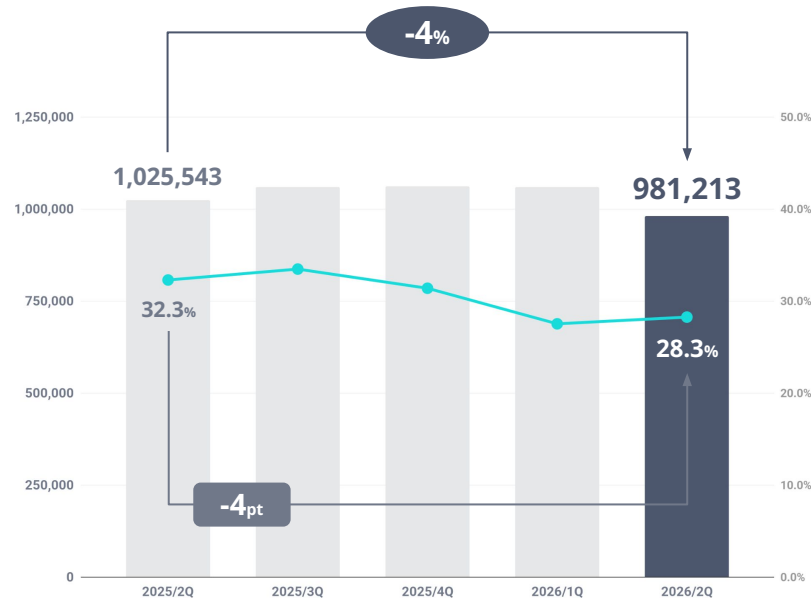


ARPUは2%減、取引アカウント数が3%減少し、売上高4%減・売上総利益率4pt減

取引アカウント数* とARPU 単位：千円

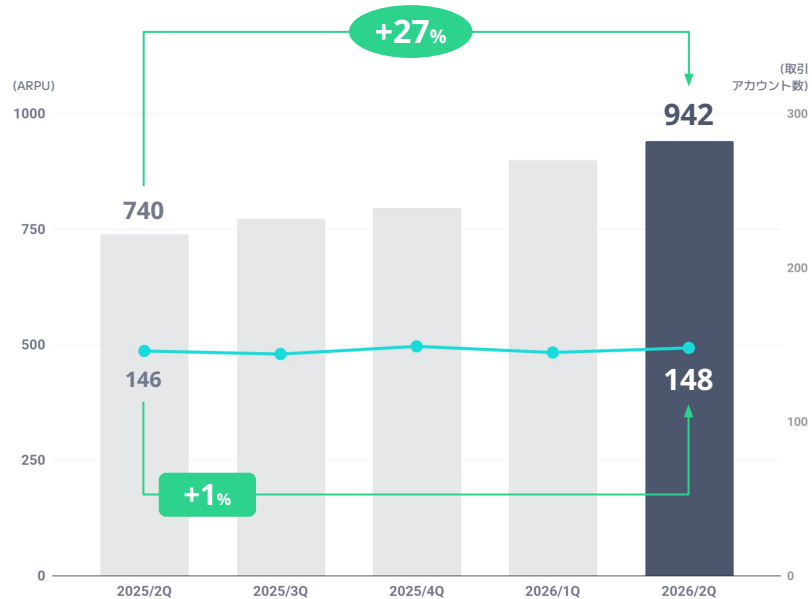


売上 単位：千円 と売上総利益率

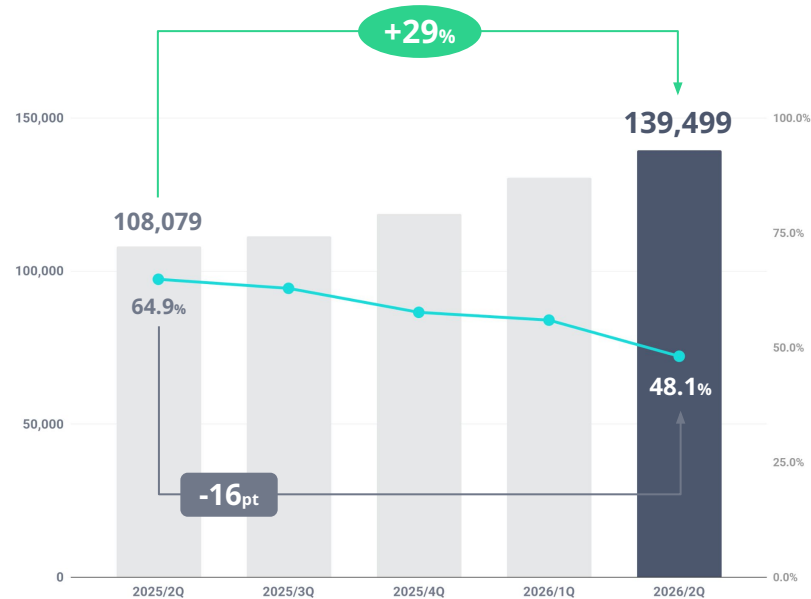


生成AIによる売上貢献が昨年4Qより本格化、**ARPUが向上し売上29%増**
開発投資段階のプロジェクトのパイプラインが多く、四半期ベースで売上総利益率が16pt減少

取引アカウント数とARPU 単位：千円



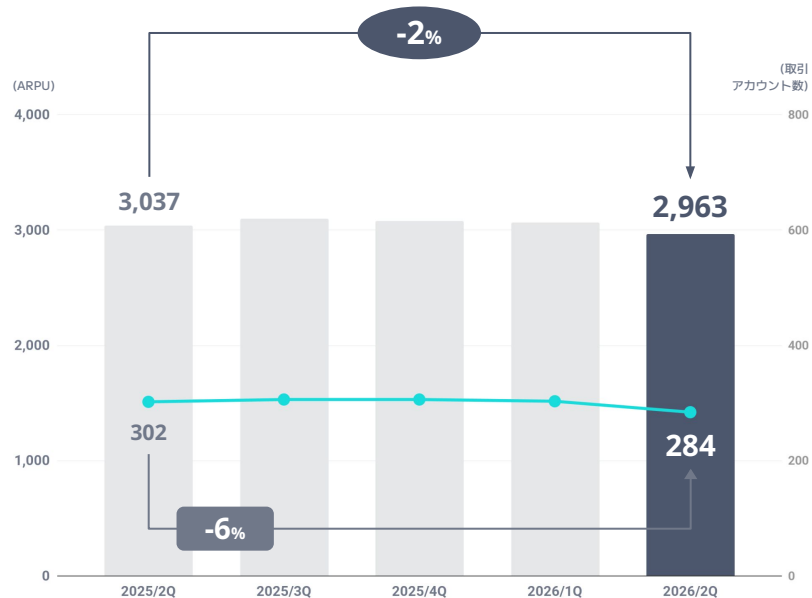
売上 単位：千円 と売上総利益率



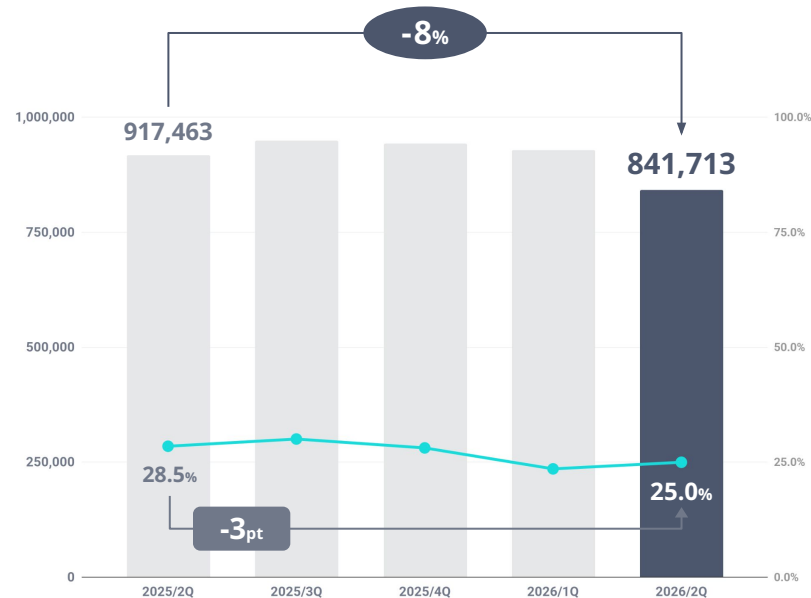
取引アカウント数は6%減、ARPUは2%減

コンサル / 開発案件が伸長するも制作 / マーケティング関連の受注が後ろ倒しとなり、売上8%減・売上総利益率3pt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

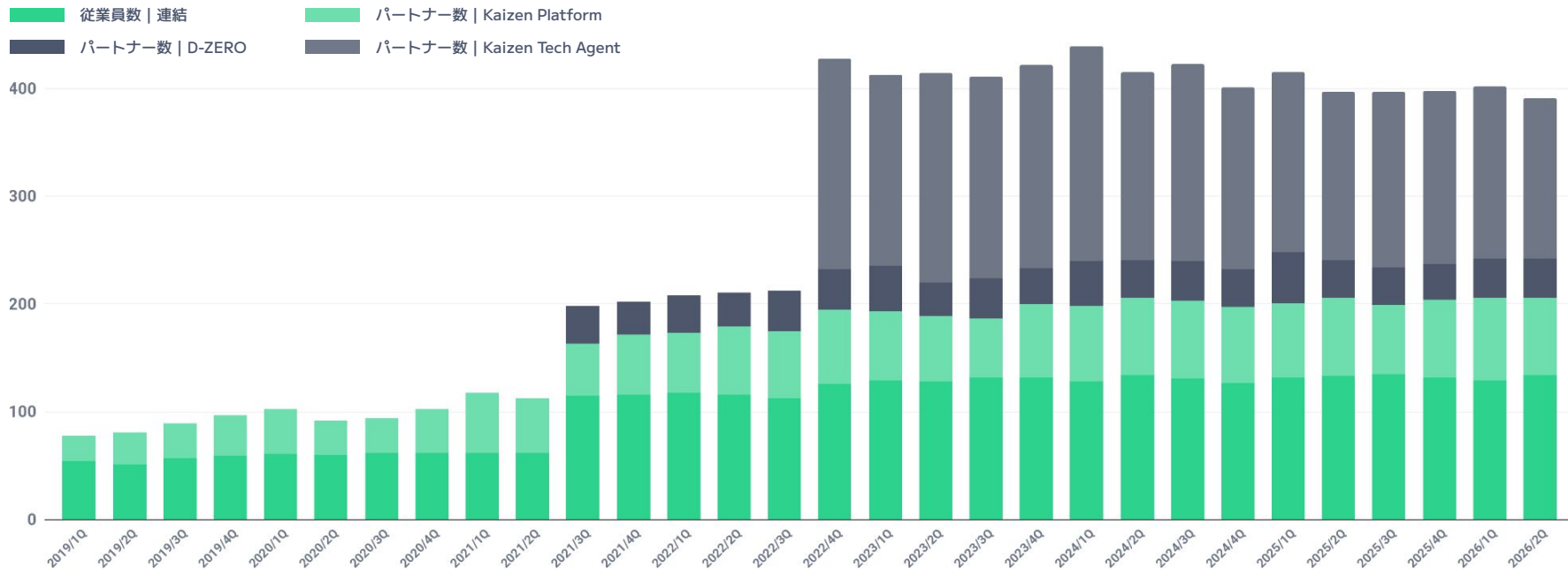


売上 単位：千円 と売上総利益率



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）は安定して推移
 人的資本のポートフォリオの変更及び、的確な拡充を進めていく

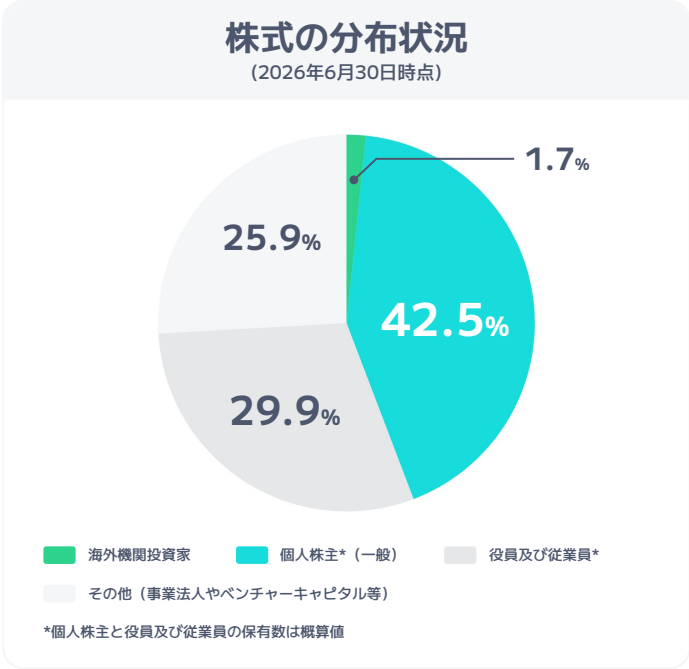
単位：従業員・パートナー数（件数）



「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1.7%、一般個人株主は42.5%を占める

貸借対照表 (連結)			
百万円	2025/12	2026/6	増減
現金及び預金	2,966	2,758	-208
流動資産	3,580	3,309	-271
有形固定資産	24	23	-0
無形固定資産	464	430	-33
投資その他資産	200	239	38
資産	4,269	4,002	-266
短期借入金	202	198	-4
長期借入金	514	414	-99
負債	1,286	1,101	-185
純資産	2,983	2,901	-81
負債純資産	4,269	4,002	-266



1 会社およびサービスの概要

2 2026年12月期 第2四半期の業績

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



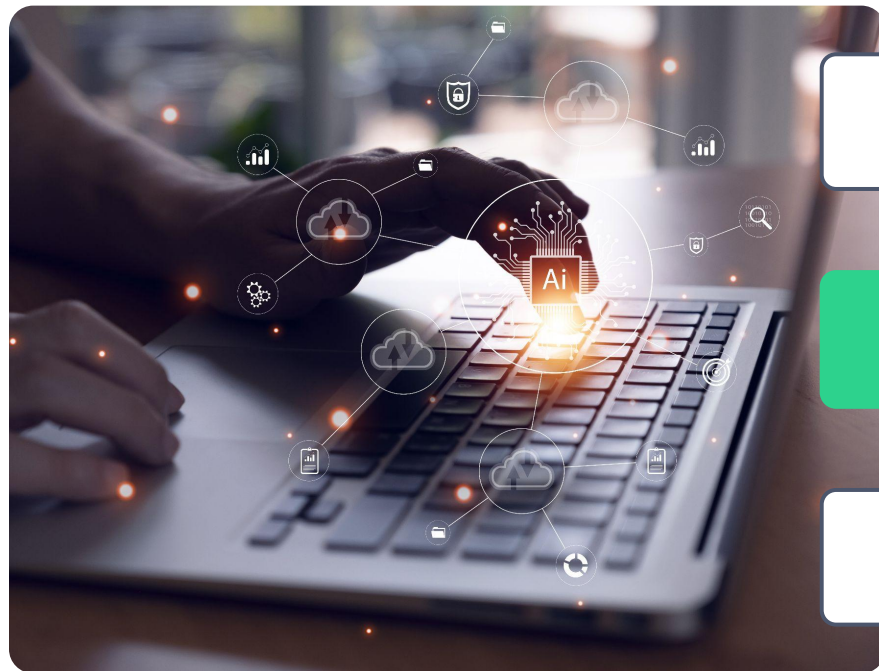
顧客と長期的な関係を築き、何年にも渡って収益を生み出すユースケース市場が
基盤市場を大きく超えて成長していくことが過去の歴史が示している



膨大な生成AIの投資に対して、
市場が必要とする生成AIのユースケースを発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

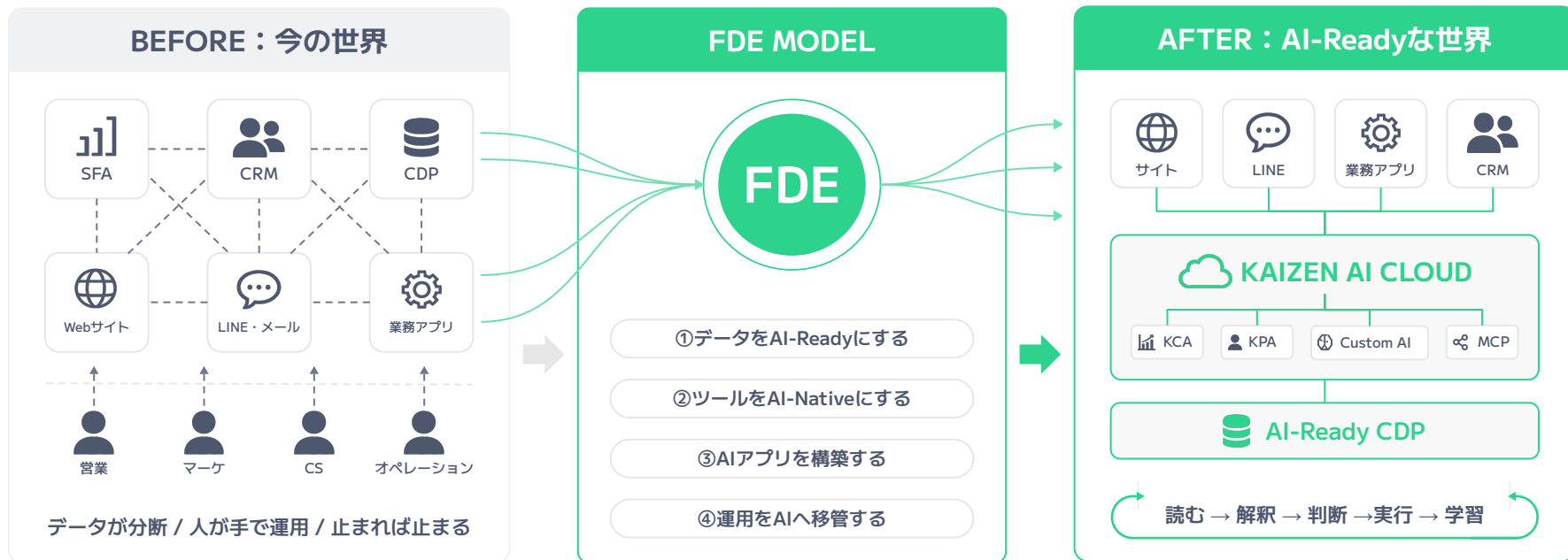


顧客の事業成果：売上向上・コスト削減

プロフェッショナルサービスを、システムと人の間を埋める

FDE (Forward Deployed Engineer) モデルへ

顧客のマーケティングと業務でバラバラなデータとツールをつなぎ、AIが実行できる“AI-Ready”な状態へ



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

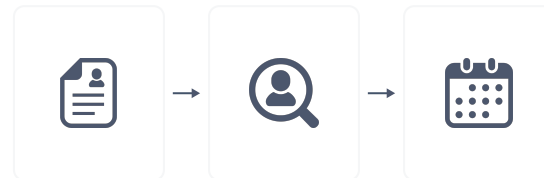
成約実績からのAIによる高精度/高頻度な
物件査定情報の更新
顧客ライフプランに合わせた最適な提案まで統合



物件査定 住み替え提案 住宅ローン審査

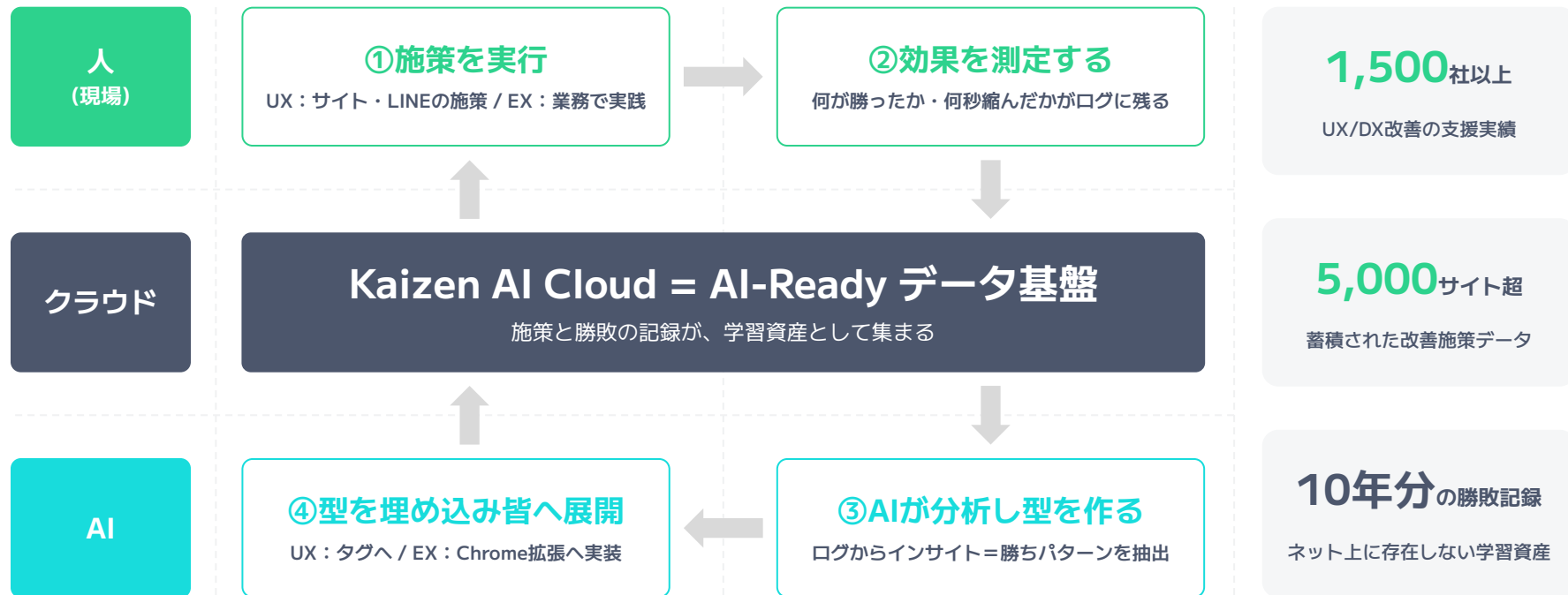
人材業界

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

人とAIによるカイゼンの循環による価値創造サイクルを実現して
顧客事業の強みを拡大再生産する仕組みを提供することを当社の強みに再定義



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





Appendix

セグメント別：取引アカウント数とARPU（累計）

クラウド

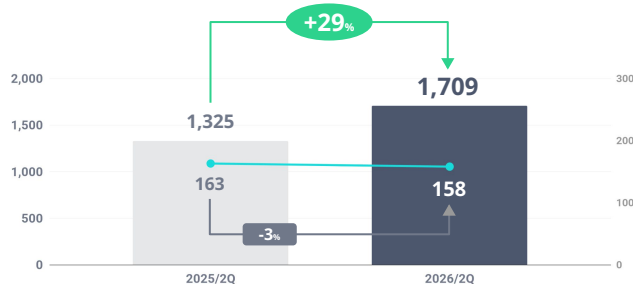
生成AIによる収益貢献が4Qより本格的に開始、ARPUが向上し売上25%増

プロフェッショナル

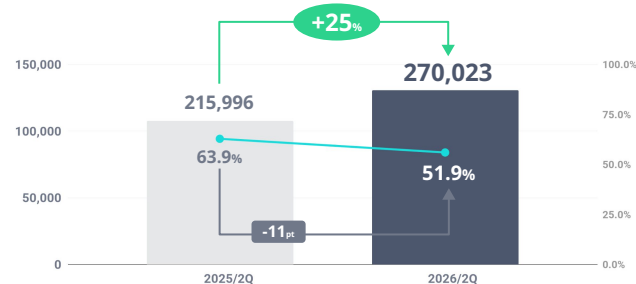
コンサルおよび開発案件が成長するも、制作 / マーケティングの受注後ろ倒しにより売上4%減

クラウド

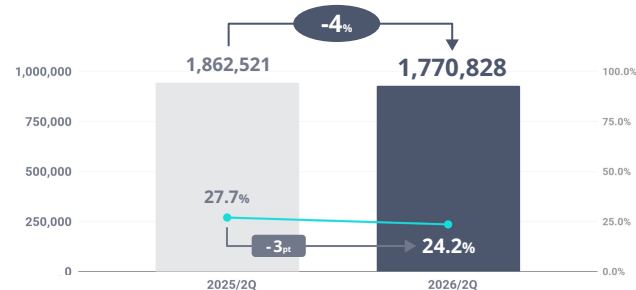
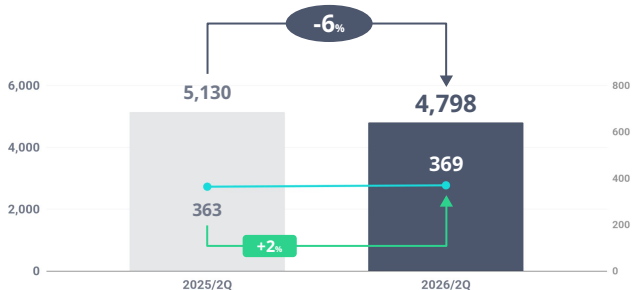
取引アカウント数とARPU 単位：千円



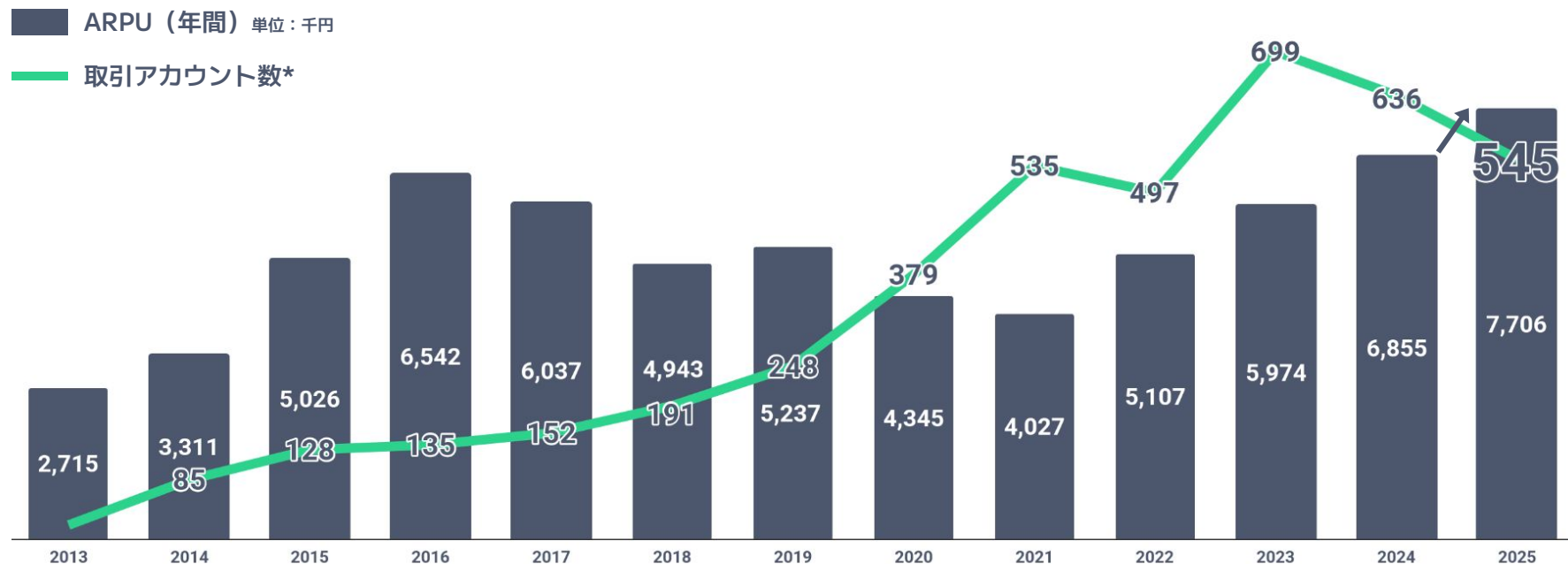
売上 単位：千円 と売上総利益率



プロフェッショナル



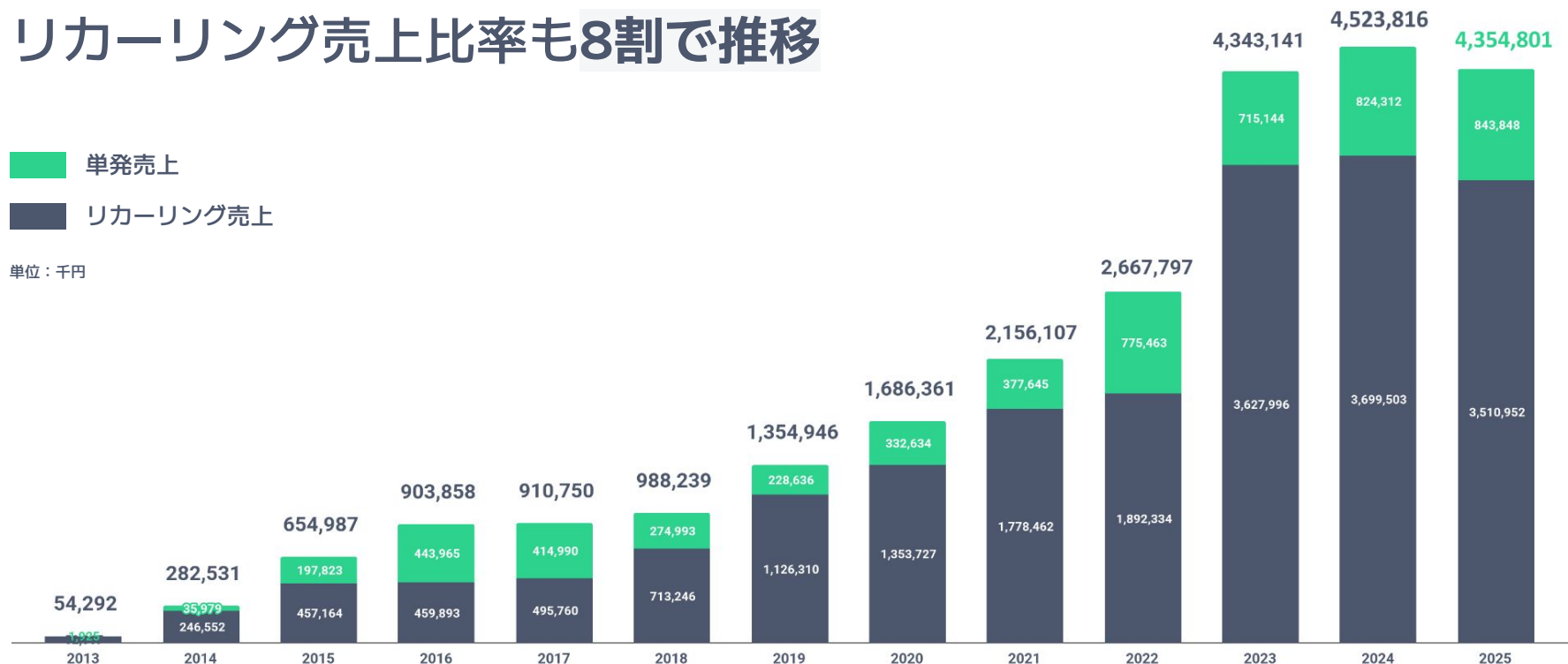
ターゲットセグメントを定め、アップセル/クロスセルを推進、**12%のARPU向上**
予算拡大の再現性が見えてきた
 注力アカウントに集中しながら、さらなるARPU向上を狙う



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	2024/12	2025/12	2026/6
売上高	4,523,816	4,354,800	2,043,384
売上総利益	1,372,608	1,396,770	570,770
販売費及び一般管理費	1,401,355	1,367,573	688,224
給料及び手当	423,900	408,529	211,544
外注費	142,277	143,104	71,603
営業利益（損失）	(28,549)	29,196	(117,454)
経常利益（損失）	6,449	38,664	(119,661)
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	(171,975)	29,815	(144,432)

プロフェッショナル

千円	2024/12	2025/12	2026/6
売上高	4,188,946	3,908,739	1,773,360
営業利益（損失）	32	(91,706)	(160,131)

クラウド

千円	2024/12	2025/12	2026/6
売上高	334,870	446,061	270,023
営業利益（損失）	(28,582)	120,903	42,677

千円	2024/12	2025/12	2026/6
現金及び預金	2,911,348	2,966,703	2,758,448
流動資産	3,677,165	3,580,365	3,309,149
有形固定資産	22,028	24,241	23,784
無形固定資産	539,584	464,364	430,429
投資その他資産	179,721	200,647	239,306
資産	4,418,499	4,269,618	4,002,669
短期借入金	202,412	202,412	198,252
長期借入金	712,299	514,047	414,921
負債	1,461,026	1,286,436	1,101,251
純資産	2,975,472	2,983,182	2,901,417
負債純資産	4,418,499	4,269,618	4,002,669

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。



End