

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

Kaizen Platform

4170 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 9 月 5 日 (金)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 顧客体験 DX で企業課題のカイゼンを支援する「KAIZEN PLATFORM」サービス	01
2. 2025 年 12 月期中間期は ARPU とクラウド収益の向上で営業黒字転換	01
3. 2025 年 12 月期通期は営業黒字転換予想を据え置き	01
4. 生成 AI 活用とクラウド収益拡大で収益性の高い事業構造を目指す	02
5. 新たな成長ステージに向かう可能性	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. ビジネスモデルの特徴・強み	07
3. 主要 KPI	09
4. リスク要因と課題・対策	11
■ 業績動向	11
1. 2025 年 12 月期中間期連結業績の概要	11
2. 四半期別の主要 KPI	12
3. 財務の状況	14
■ 今後の見通し	15
● 2025 年 12 月期通期連結業績予想の概要	15
■ 成長戦略	16
1. 生成 AI 活用とクラウド収益拡大を推進	16
2. 株主還元策	17
3. サステナビリティ経営	18
4. 弊社の視点	18

■ 要約

生成 AI 活用とクラウド収益拡大で 収益性の高い事業構造への転換を目指す

Kaizen Platform<4170> はミッションに「KAIZEN the World なめらかな働き方で世界をカイゼンする」を掲げ、DX を通じて世界をカイゼンし、社会課題を解決することを目指している。顧客体験 DX を支援する DX アクセラレーションパートナーである。

1. 顧客体験 DX で企業課題のカイゼンを支援する「KAIZEN PLATFORM」サービス

同社グループは顧客体験 DX で企業課題のカイゼンを支援する「KAIZEN PLATFORM」サービスを展開している。顧客自身（営業や顧客管理などの現場のビジネス部門）が DX による KPI（Key Performance Indicator = 重要業績評価指標）改善を体験することが必要という考え方に基づき、上流のコンサルティングから下流のデジタルマーケティング・制作・開発までグループで顧客ニーズに徹底的に応えるワンストップサービス体制を構築し、顧客に伴走して攻めの DX を加速するマーケティング & IT パートナーとして、顧客の KPI 改善や、DX の ROI（Return On Investment = 投資収益率）向上を実現する顧客体験 DX を提供している。また新たな成長戦略の一環として、生成 AI を活用して“魔法のような顧客体験”を実現する「Magical UX」（セミオーダー型 AI エージェントを活用した UX アプリ群）を戦略コンセプトとした。

2. 2025 年 12 月期中間期は ARPU とクラウド収益の向上で営業黒字転換

2025 年 12 月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比 4.6% 減の 2,146 百万円、営業利益が 14 百万円（前年同期は 45 百万円の損失）、経常利益が 22 百万円（同 26 百万円の損失）、親会社株主に帰属する中間純利益が 11 百万円（同 52 百万円の損失）だった。セグメント別では、プロフェッショナルの売上高が同 8.0% 減の 1,930 百万円で営業利益が 49 百万円の損失（同 12 百万円の損失）、クラウドの売上高が同 42.0% 増の 215 百万円で営業利益が 63 百万円（同 33 百万円の損失）だった。大手顧客へのフォーカス戦略に伴ってプロフェッショナルの取引アカウント数が減少したものの、クロスセル・アップセル戦略の進展によって ARPU（Average Revenue Per User = 1 ユーザー当たり平均売上高）が順調に向上し、クラウド収益の向上がけん引して小幅ながら営業黒字に転換した。

3. 2025 年 12 月期通期は営業黒字転換予想を据え置き

2025 年 12 月期通期の連結業績予想は期初計画を据え置いて、売上高が前期比 0.6% 増の 4,550 百万円、営業利益が 10 百万円（前期は 28 百万円の損失）、経常利益が 0 百万円（同 6 百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失が 30 百万円（同 171 百万円の損失）としている。EBITDA は同 0.2% 増の 230 百万円を見込んでいる。当期は再成長に向けてサービス品質強化や AI サービス提供に向けた体制強化を推進する 1 年と位置付けて、売上高と EBITDA は横ばい、営業利益は小幅黒字転換予想としている。中間期の営業利益が通期予想を超過達成したこと、ARPU と売上総利益率の向上が着実に進展していることなどを勘案すれば、通期ベースで 4 期ぶりに営業黒字を達成する可能性が高いと弊社では考えている。

要約

4. 生成 AI 活用とクラウド収益拡大で収益性の高い事業構造を目指す

同社は、DX 市場の中でマーケティング・カスタマーサービス分野をコアターゲットとして、グループシナジーやクロスセル・アップセル戦略により、大企業向けを中心にリカーリング売上拡大と ARPU 向上を推進している。さらに、成長する DX 市場におけるポジションをより強固なものにするため、新たな成長戦略として生成 AI を活用したソリューションの提供を強化している。2025 年 4 月には新たな成長戦略の一環として生成 AI 主導のサービスラインナップへ全面刷新し、生成 AI を活用して“魔法のような顧客体験”を実現する「Magical UX」を戦略コンセプトに打ち出した。同年 6 月には生成 AI を活用した新サービスとして「Kaizen Conversion Agent」及び「Kaizen Personalize Agent」の提供を開始した。このような生成 AI を活用した機能開発を従量課金で提供することによりクラウド収益の成長を目指し、さらにクラウド収益の売上構成比を高めることで、より収益性の高い事業構造を目指す方針だ。

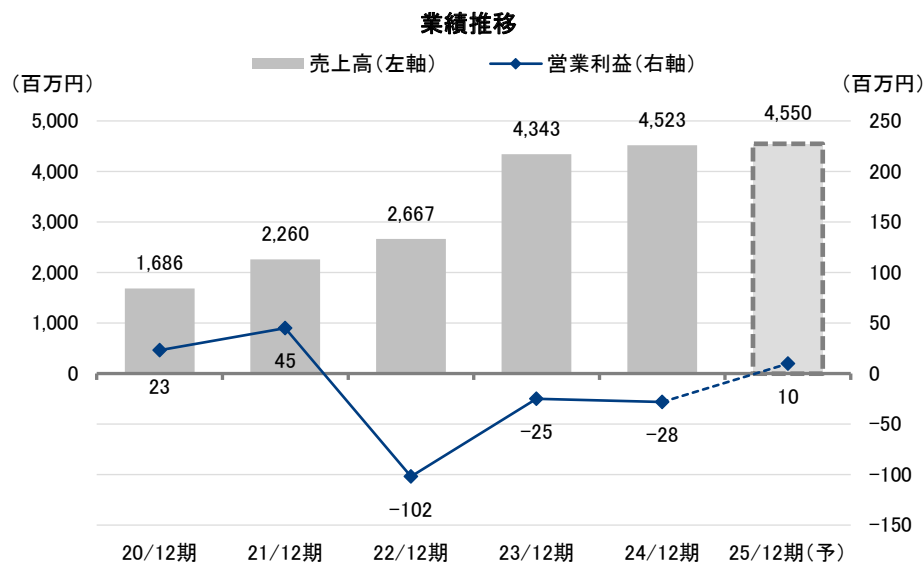
5. 新たな成長ステージに向かう可能性

同社直近の業績推移を見ると 2022 年 12 月期に営業赤字となり、その後も先行投資や一時的要因の影響で業績不振が続いたが、大手顧客へのフォーカスとクロスセル・アップセル戦略の進展により、2025 年 12 月期は 4 期ぶりに営業黒字転換の見込みとなった。さらに新たな成長戦略として生成 AI を活用したソリューションの提供を強化している。現状の利益水準は低いものの業績低迷期を脱した感が強く、生成 AI を活用したソリューションの提供やクラウド収益の成長という戦略の成果によって、今後は新たな成長ステージに向かう可能性があると思われ、弊社では考えている。

Key Points

- ・顧客体験 DX で企業課題のカイゼンを支援する「KAIZEN PLATFORM」サービス
- ・2025 年 12 月期中間期は ARPU とクラウド収益の向上により営業黒字転換
- ・2025 年 12 月期通期は営業黒字転換予想を据え置き
- ・生成 AI 活用とクラウド収益拡大で収益性の高い事業構造を目指す
- ・新たな成長ステージに向かう可能性

要約



注：2020 年 12 月に新規上場
出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

世界をカイゼンする DX アクセラレーションパートナー

1. 会社概要

同社はミッションに「KAIZEN the World なめらかな働き方で世界をカイゼンする」を掲げ、DX を通じて世界をカイゼンし、社会課題を解決することを目指している。SaaS とコンサルティングとプロフェッショナルサービスを組み合わせることで、顧客企業の課題と DX 人材の可能性を開放して顧客体験 DX を支援する DX アクセラレーションパートナーである。

2025 年 12 月期中間期末時点の本社所在地は東京都港区で、グループは同社、及び連結子会社の Kaizen Platform USA, Inc.、(株)ディーゼロ、(株)ハイウェルの合計 4 社で構成されている。ディーゼロは九州最大級の Web 専門の制作会社で、ハイウェルは主に SES 事業を展開している。連結ベースの総資産は 4,213 百万円、純資産は 2,875 百万円、自己資本比率は 68.2%、発行済株式数は 17,000,231 株（自己株式 4,068 株を含む）である。

会社概要

2. 沿革

2017 年 4 月に Kaizen Platform を東京都港区に設立、子会社 Kaizen Platform USA を米国カリフォルニア州サンフランシスコ市に設立、2021 年 8 月にディーゼロを子会社化、2022 年 10 月にハイウェルを子会社化した。株式関係では 2020 年 12 月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズに新規上場、2022 年 4 月に実施された東証の市場再編に伴って東証グロース市場に移行・上場した。

なお前身は 2013 年 3 月に米国カリフォルニア州サンフランシスコ市で設立した KAIZEN platform Inc. である。2017 年 7 月に KAIZEN platform を吸収合併消滅会社、Kaizen Platform USA を吸収合併存続会社とし、その対価として同社の普通株式を KAIZEN platform の株主に割当交付する三角合併を実施している。

沿革

年月	項目
2013年 3月	米国カリフォルニア州サンフランシスコ市に KAIZEN platform Inc. を設立して創業
2013年 8月	Kaizen Platform エンタープライズ版の提供開始（サイトソリューション事業開始）
2016年 8月	Kaizen Ad の提供開始（Kaizen Video 事業開始）
2017年 4月	東京都港区に（株）Kaizen Platform（現 同社）を設立 米国カリフォルニア州サンフランシスコ市に米国子会社 Kaizen Platform USA, Inc. を設立
2017年 7月	親会社（当時）KAIZEN platform Inc. と子会社 Kaizen Platform USA, Inc. との間で三角合併を実施 Kaizen Platform USA, Inc. から Kaizen Platform へ日本事業を譲渡
2020年 4月	（株）エヌ・ティ・ティ・アドと合併で（株）DX Catalyst を設立（持分法適用関連会社）
2020年12月	東京証券取引所（以下、東証）マザーズに株式上場
2021年 8月	（株）ディーゼロを子会社化
2022年 4月	東証の市場再編に伴って東証グロース市場に移行・上場
2022年10月	（株）ハイウェルを子会社化
2023年 3月	DX Catalyst の株式をエヌ・ティ・ティ・アドに譲渡（持分法適用関連会社から除外）
2024年 1月	情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の国際規格「ISO/IEC27001:2022」認証取得
2024年 7月	BtoB 企業のセールス&マーケティングの高度化支援に向けてエン SX（株）と協業開始
2025年 4月	従来の個別ソリューション群を再編し、生成 AI 主導のサービスラインナップへ全面刷新
2025年 6月	フォーム入力支援 AI エージェント「Kaizen Conversion Agent」をリリース パーソナライズ AI エージェント「Kaizen Personalize Agent」をリリース

注：2017 年 4 月以前は前身の米国 KAIZEN platform Inc. の沿革

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
<https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

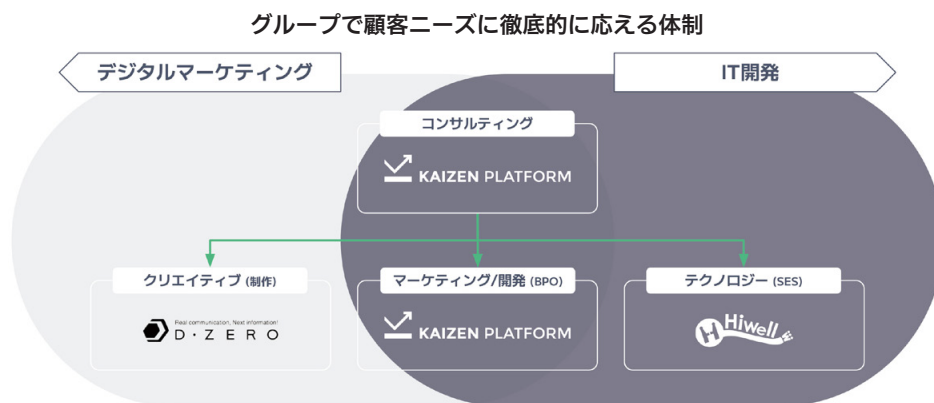
事業概要

顧客体験 DX を実現する「KAIZEN PLATFORM」サービス

1. 事業概要

同社グループは顧客体験 DX で企業課題のカイゼンを支援する「KAIZEN PLATFORM」サービスを展開している。多くの企業が DX によって自社の業績を伸ばそうとしているが、DX の推進にあたっては人材不足や旧式のシステムの存在など 3 つの壁（ノウハウの壁、リソースの壁、インフラの壁）があり、思うようにデジタル化に対応できていないのが現状である。また、生成 AI の登場により「顧客体験」と「業務プロセス」の DX を AI が接続する時代が到来し、人員不足で生じる一連の顧客接点のボトルネックをすべて解決して生産性を高めることが重要になっている。

こうした状況に対して同社は、顧客自身（システム管理部門ではなく、営業や顧客管理などの現場のビジネス部門）が DX による KPI 改善を体験することが必要という考え方にに基づき、上流のコンサルティングから下流のデジタルマーケティング・制作・開発までグループで顧客ニーズに徹底的に応えるワンストップサービス体制を構築し、顧客に伴走して攻めの DX を加速するマーケティング & IT パートナーとして、顧客の KPI 改善や、DX の ROI 向上を実現する顧客体験 DX を提供している。子会社のディーゼロは Web サイト制作・改善ソリューションを、子会社のハイウェルはトランスフォーメーションの SES を展開している。



出所：決算説明資料より掲載

Kaizen Platform | 2025 年 9 月 5 日 (金)

4170 東証グロース市場 | <https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

事業概要

同社は、従来から生成 AI を活用した様々な新サービスの開発を進めており、2024 年 3 月に生成 AI を活用した UX (User Experience = 顧客体験) 改善の新メニュー「KAIZEN AI-UX」をリリース、同年 11 月に UX 改善の技術基盤である「KAIZEN ENGINE」をアップデートした。同年 12 月には同社とディーゼロがアピリッツ<4174>と協業し、Web サイトに投稿された口コミ・レビューデータへの生成 AI を活用した「自動検閲機能」を開発した。2025 年 1 月には東証プライム市場の英文開示義務化に先駆けて、同社の UX・AI 技術とディーゼロの IR サイト支援ノウハウを組み合わせ、IR 活動のグローバル化 (IR サイトの多言語化や運用体制構築など) を支援するパッケージの提供を開始した。また、生成 AI の実用化に向けた新たなアプローチとして「KAIZEN AI STUDIO」を設立した。生活や仕事の様々な場面で、まるで魔法をかけたかのように体験をアップデートする様々な機能の開発に加え、企業の AI 実装パートナーとしてそれぞれのサービスやツールに最適な形で AI 機能を組み込むための伴走支援を行う。同年 2 月には企業の生成 AI 活用を支援するワークショップ & プロトタイプ開発パッケージの提供を開始した。

そして同年 4 月には新たな成長戦略の一環として、従来の個別ソリューション群 (UX・CRM・集客・コンサル・開発 /SES 等) を再編し、生成 AI 主導のサービスラインナップへ全面的に刷新した。また、従来のプロジェクトごとの月額定額契約に加え、成果が安定的に見込めるフォーム改善や LINE を活用した CRM 施策など一部サービスにおいて、初期投資リスクを抑えながら ROI の見込める形で UX 改善を支援する成果報酬型プランの提供を開始した。このサービスラインナップ刷新は、従来の個別領域ごとの KPI 改善ではなく、誰もが自然に使える新しい UX 体験を提供することによって顧客収益の最大化を目指し、生成 AI を活用して“魔法のような顧客体験”を実現する「Magical UX」を戦略コンセプトとして、顧客企業ごとにカスタマイズされたマネージドクラウド「Kaizen Cloud Service」及び専門家集団の伴走支援サービス「Professional Solution」を提供することにより、AI 技術と専門人材がハイブリッドで顧客体験を最適化する。すべてのサービスに生成 AI を活用し、クラウドサービスを通じて“まるで魔法のような顧客体験 (Magical UX)”を提供するとともに、プロフェッショナルサービスと併せてトータルで企業の DX を支援することを目指す戦略である。

事業概要



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

同年 6 月には「Magical UX」シリーズの新サービスとして、生成 AI を活用してフォーム入力を自動化するフォーム入力支援 AI エージェント「Kaizen Conversion Agent」、及び検索条件・LINE 通知・レコメンドを循環させて“ひとつながりの UX”にするパーソナライズ AI エージェント「Kaizen Personalize Agent」の提供を開始した。「Kaizen Conversion Agent」は名刺・履歴書・車検証などの画像 /PDF/URL を解析し、入力作業そのものを生成 AI が自動で対応する。「Kaizen Personalize Agent」はユーザーの Web 上での検索条件を保存し、データベース更新を検知して最適なタイミングで LINE ヘブッシュ通知する。今後も「Magical UX」の各アプリや「KAIZEN ENGINE」と連携し、サイト内検索や多言語対応など他エージェントとの組み合わせによる自律型 UX 改善ワークフローの実現を目指す方針だ。

なおセグメント区分については、従来はグロース（サイト改善・制作や集客・CRM 改善などデジタルマーケティングの BPO サービスで顧客の売上成長を支援するソリューション）、及びトランスフォーメーション（DX コンサルティングと IT 開発で顧客の DX の投資対効果の改善を支援するソリューション）としていたが、2025 年 12 月期よりプロフェッショナル（コンサル・制作・開発など旧 グロースのクラウド関連サービス以外と旧 トランスフォーメーション）、及びクラウド（旧 グロースのクラウド関連サービス）へ変更した。2025 年 12 月期中間期の売上高構成比はプロフェッショナルが 89.9%、クラウドが 10.1% だった。

パートナー（法人、個人）を活用したビジネスモデル

2. ビジネスモデルの特徴・強み

同社の「KAIZEN PLATFORM」サービスのビジネスモデルは、パートナーと呼ぶデジタル専門人材のネットワーク（法人、個人）をプラットフォーム上で活用していることを特徴・強みとしている。顧客の課題やニーズを踏まえて、同社従業員の PM（プロジェクトマネジメント）の下、最適なパートナーのチームを組成して顧客の課題解決に取り組む。パートナーネットワークには様々な領域のクリエイターやエンジニアなどが在籍しており、それぞれの専門領域や得意分野に基づいて Web サイト分析、Web サイトデザイン案作成、ディレクションなどの役割を割り当て、フルリモートでプロジェクトを進める。単に納品して終わりではなく、過去に実施してきた豊富な改善事例とデータ蓄積も最大限活用して、プラットフォームを通じてフィードバックしながら改善を進めている。取引構造は顧客からサービス料を受け取り、パートナーに対して成果連動型の報酬を支払う。同社は PM とサポートに徹しており、プラットフォーム上のパートナーとチームを組むことで人件費の変動費化を図っている。

Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
https://kaizenplatform.co.jp/ir/

事業概要

取引構造

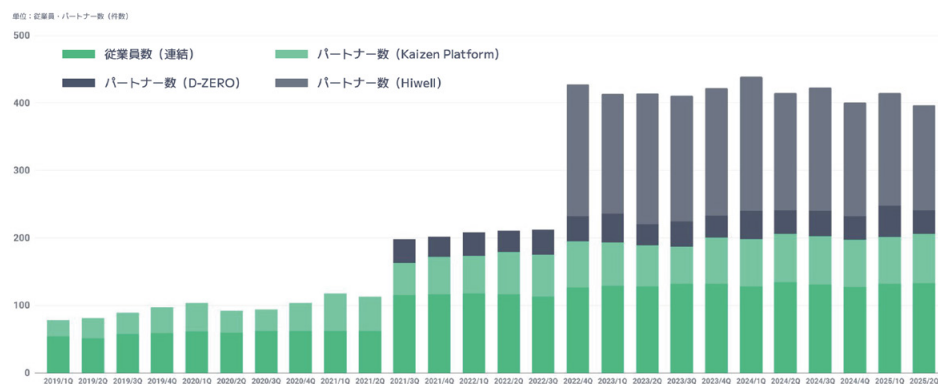


出所：決算説明資料より掲載

同社の「KAIZEN PLATFORM」サービスの強みは、プラットフォーム上にソフトウェアも人材もデータも揃っていることにある。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上に蓄積し、ワンストップサービスで提供することによってノウハウ・スピード・コスト面で優位性を保っている。

ソフトウェアの面では、顧客で使用されている既存のシステム（レガシーシステム）にとらわれることなく、顧客体験DXを実現できるSaaS型ツールによって開発＆制作環境を提供している。人材リソースとしては2025年12月期中間期末時点の同社グループの従業員数は133名（同社及びKaizen Platform USAが49名、ディーゼロが65名、ハイウェルが19名）だが、パートナーを含めた総数は約400件となっている。プラットフォームに多くのパートナーが登録しており、コンサルティングから実行までのプロフェッショナルサービスをフルリモートで提供できる体制を構築している。また制作は日英だけでなく、アジアから中南米まで多言語に対応している。顧客企業から見ると、レガシーシステムへの影響を気にせず、現場のビジネス部門主導でスピーディに必要な施策を実行し、リードタイムやコストを抑えながらUXの改善やDXの実現が可能になるというメリットがある。

従業員及びパートナー数の推移



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

さらに同社の競争力の優位性として、非常駐で業務できるためパートナー 1 人当たりの生産性が高いこと、高い生産性と変動費率によって顧客に対するサービス価格を低く設定できること、成果連動でパートナーが高い報酬を得られるためデジタル専門人材の採用競争力が高いことなどがある。なお同社は Meta、Google、YouTube、Amazon、Yahoo といった主要プラットフォーマーから公式パートナーの認定を取得しており、API（Application Programming Interface = プログラム同士をつなぐインターフェイス）によるデータ連携も実現している。

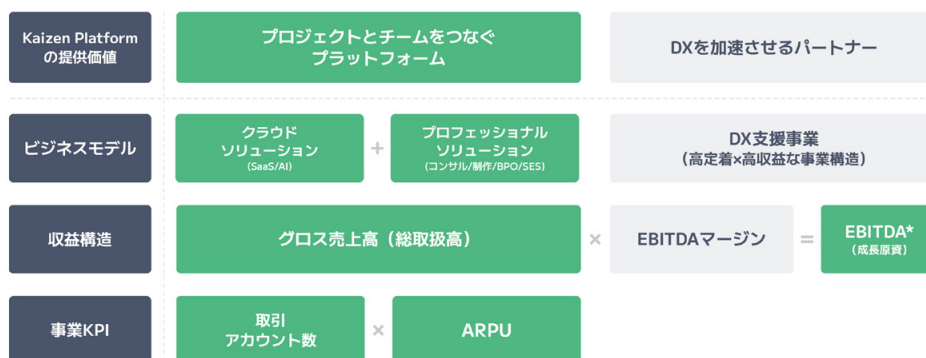
大手顧客へのクロスセル・アップセルによる ARPU 向上戦略

3. 主要 KPI

同社の「KAIZEN PLATFORM」サービスは、顧客の DX を支援するワンストップ BPO サービスを、クラウドを通じて提供する高収益・高付加価値な事業モデルである。収益は「取引アカウント数」×「ARPU」で決定されるため、顧客企業の新規獲得及び契約継続獲得にあたっては、サイト・動画制作や分析などの単発受注から入り、クロスセル・アップセルによって SaaS 型プロフェッショナルサービスのリカーリング売上拡大や ARPU 向上につなげることを基本としている。

価値創造メカニズム

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



出所：決算説明資料より掲載

主要 KPI として、取引アカウント数（対象期間内の売上計上顧客数、米国を除く連結ベース）及び ARPU（年間）を見ると、2024 年 12 月期の取引アカウント数は前期比 63 減の 636、ARPU は同 14.7% 増の 6,855 千円となった。同社は DX に関する巨大なアウトソーシング市場の中でも、特に非対面ニーズが高く成長性も高いマーケティング・カスタマーサービス分野をコアターゲットとして、2022 年 12 月期より大手顧客にフォーカスするクライアントポートフォリオ戦略を推進している。

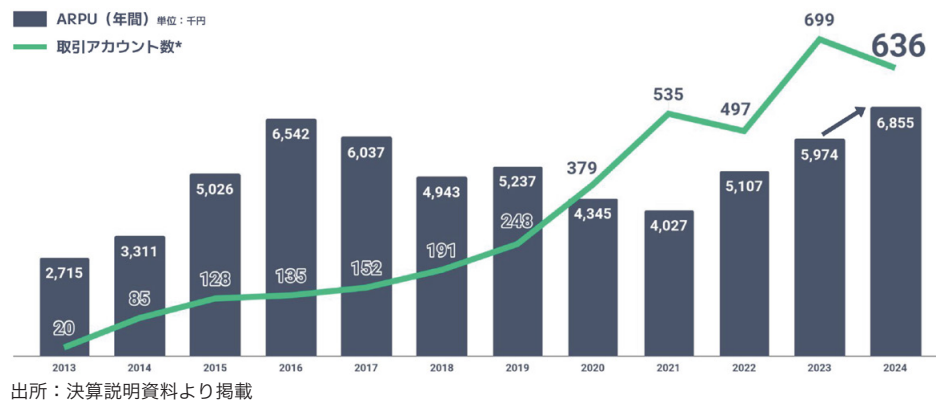
Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
<https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

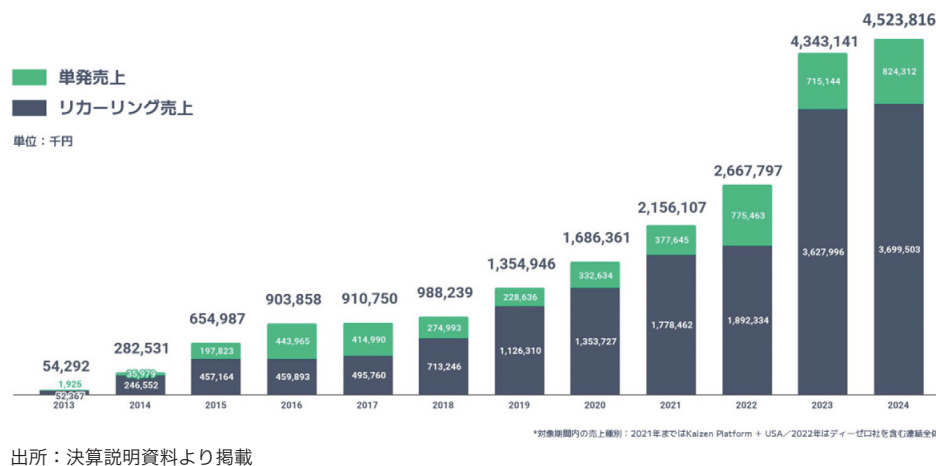
事業概要

取引アカウント数は業容拡大に伴って増加基調であり、さらにハイウェルを子会社化（2022 年 10 月）したことにより 2023 年 12 月期に過去最高の 699 となったものの、大手顧客にフォーカスする戦略に伴い 2024 年 12 月期は前期比で減少した。一方で ARPU は、2021 年 12 月期の 4,027 千円をボトムとして 2022 年 12 月期より増加に転じ、大手顧客にフォーカスする戦略の成果として 2024 年 12 月期には過去最高の 6,855 千円となった。また年間売上高 1 億円以上の取引アカウント数は 2023 年 12 月期の 4 から 2024 年 12 月期の 7 へ増加、売上高は同 7.0 億円から同 9.9 億円へ増加、年間売上高 5,000 万億円以上の取引アカウント数は同 9 から同 12 へ増加、売上高は同 6.3 億円から同 7.7 億円へ増加した。クロスセル・アップセル戦略が順調に進展していることを示す数値である。さらに 2024 年 12 月期のリカーリング売上は 3,699 百万円で、リカーリング売上比率は 81.8% だった。顧客の集中により、リカーリング売上比率はおおむね 8 割超で推移している。

取引アカウント数と ARPU



リカーリングモデルによる収益積上



事業概要

なお直近の導入事例としては、同社 HP に MTG<7806>、SUBARU<7270>、三井住友海上あいおい生命保険（株）、（株）足利銀行、（株）タカラレーベン、東急不動産ホールディングス<3289>、アインホールディングス<9627>、東海理化<6995>、（株）オーネット、（株）USEN Media、野村不動産ソリューションズ（株）、センコーグループホールディングス<9069>、西日本電信電話（株）（NTT 西日本）、オリエン트コーポレーション<8585>、SBI 損害保険（株）、山陰合同銀行<8381>、ピー・エム・ダブリュー（株）（BMW）などが紹介されている。同社は大企業との取り引きが多いことが特徴であり、同社の競争力の優位性や、クロスセル・アップセル戦略による今後の ARPU 向上の可能性を示していると言える。

独自のビジネスモデルで競争力強化

4. リスク要因と課題・対策

DX ソリューション関連業界の一般的なリスク要因としては、景気変動などによる企業の DX 投資抑制、競合激化、製品・サービスの陳腐化や技術革新への対応遅れ、システムトラブル、法的規制などがある。企業の DX 投資については、一時的な抑制・停滞が発生しても中長期的に高水準に推移することが予想される。競合については、拡大する DX 市場に多くの企業が参入しているが、同社は独自のビジネスモデルをベースとしているため、現状は直接の競合先が見当たらず、今後もさらなるサービスの拡充、パートナーネットワークの拡大、積極的なマーケティング活動などによって競争力を強化する方針である。弊社では、現時点では特に懸念材料となるリスク要因は見当たらないと考えている。

業績動向

2025 年 12 月期中間期は ARPU とクラウド収益の向上で営業黒字転換

1. 2025 年 12 月期中間期連結業績の概要

2025 年 12 月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比 4.6% 減の 2,146 百万円、営業利益が 14 百万円（前年同期は 45 百万円の損失）、経常利益が 22 百万円（同 26 百万円の損失）、親会社株主に帰属する中間純利益が 11 百万円（同 52 百万円の損失）だった。EBITDA（＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却額＋株式報酬費用＋貸倒引当金繰入額）は同 41.8% 減の 44 百万円だった。セグメント別では、プロフェッショナルの売上高が同 8.0% 減の 1,930 百万円で営業利益が 49 百万円の損失（同 12 百万円の損失）、クラウドの売上高が同 42.0% 増の 215 百万円で営業利益が 63 百万円（同 33 百万円の損失）だった。

業績動向

売上高は、大手顧客へのフォーカス戦略に伴ってプロフェッショナルの取引アカウント数が減少し、全体として減収だったものの、クロスセル・アップセル戦略の進展によって ARPU が順調に向上し、クラウド収益の向上がけん引して小幅ながら営業黒字に転換した。前期末にソフトウェア及びソフトウェア仮勘定に係る減損損失を計上したため、減価償却費が減少したことも寄与した。全体の売上総利益は同 3.1% 増加し、売上総利益率は同 2.4 ポイント上昇して 31.7% となった。販管費は同 5.7% 減少し、販管費率は 0.3 ポイント低下して 31.0% となった。なお EBITDA については米国での債権回収が進捗した影響などにより減益だった。

2025 年 12 月期中間期連結業績の概要

(単位：百万円)

	24/12 期中間期		25/12 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	2,249	100.0%	2,146	100.0%	-102	-4.6%
売上総利益	659	29.3%	680	31.7%	20	3.1%
販管費	705	31.3%	665	31.0%	-39	-5.7%
営業損益	-45	-	14	0.7%	60	-
経常損益	-26	-	22	1.0%	48	-
親会社株主に帰属する 中間純損益	-52	-	11	0.6%	64	-
EBITDA	76	3.4%	44	2.0%	-31	-41.8%
セグメント別売上高						
プロフェッショナル	2,097	93.2%	1,930	89.9%	-166	-8.0%
クラウド	152	6.8%	215	10.1%	63	42.0%
セグメント別営業損益						
プロフェッショナル	-12	-	-49	-	-36	-
クラウド	-33	-	63	29.6%	97	-

注 1：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額 + 株式報酬費用 + 貸倒引当金繰入額

注 2：25/12 期よりセグメント区分変更、24/12 期は変更後

注 3：セグメント別営業利益の売上比は各々の売上高に対する営業利益率

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 四半期別の主要 KPI

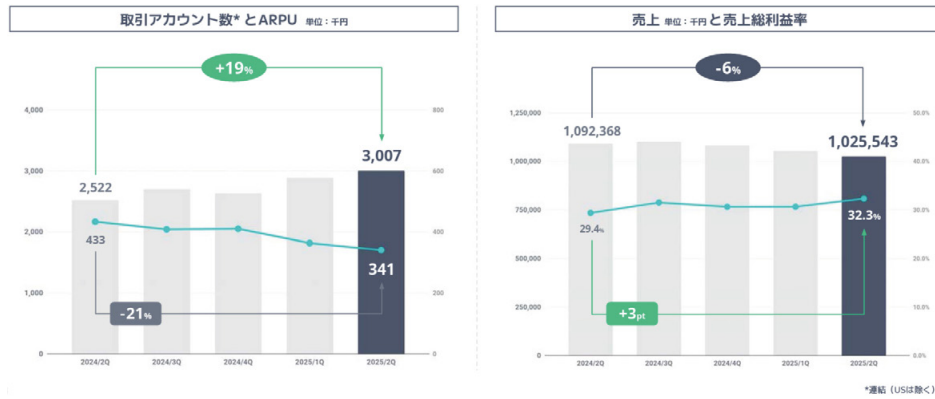
四半期別の主要 KPI として、2025 年 12 月期中間期の全社（国内）取引アカウント数は前年同期（2024 年 12 月期中間期）比 21.2% 減の 341、ARPU は同 19.2% 増の 3,007 千円、売上高は同 6.1% 減の 1,025 百万円、売上総利益率は同 2.9 ポイント上昇して 32.3% となった。全体として大手顧客への重点シフトにより取引アカウント数が減少し、売上高も減収だが、クロスセル・アップセル戦略によって ARPU が大幅に向上し、売上総利益率も上昇した。

Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
https://kaizenplatform.co.jp/ir/

業績動向

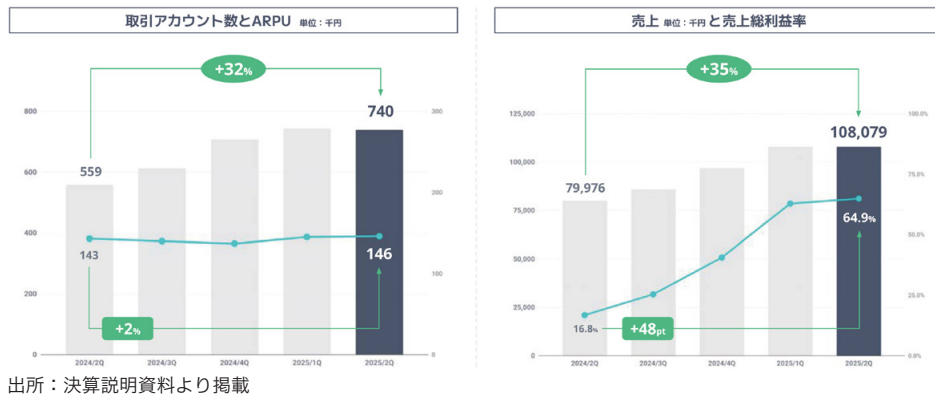
国内事業 ALL：取引アカウント数と ARPU



出所：決算説明資料より掲載

セグメント別では、クラウドの取引アカウント数は同 2.1% 増の 146、ARPU は同 32.4% 増の 740 千円、売上高は同 35.1% 増の 108 百万円、売上総利益率は同 48.1 ポイント上昇して 64.9% となった。取引アカウント数は小幅増にとどまったが、クロスセル・アップセル戦略によって ARPU が大幅に向上し、売上高も大幅増収だった。また売上総利益率は前期末に減損処理を行ったことも寄与して大幅に上昇した。

クラウド：取引アカウント数と ARPU



出所：決算説明資料より掲載

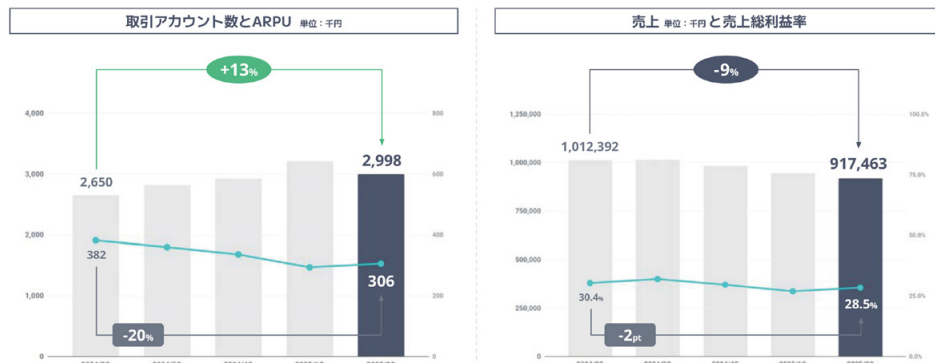
プロフェッショナルの取引アカウント数は同 19.9% 減の 306、ARPU は同 13.1% 増の 2,998 千円、売上高は同 9.4% 減の 917 百万円、売上総利益率は同 1.9 ポイント低下して 28.5% となった。大手顧客への重点シフトにより取引アカウント数が減少し、売上高も減収だが、クロスセル・アップセル戦略によって ARPU が順調に向上した。売上総利益率は小幅に低下したが、おおむね 30% 前後の水準を維持している。なお取引アカウント数は前年同期との比較では減少だが、前四半期（2025 年 12 月期第 1 四半期 294）との比較では 12 増加した。大手顧客への重点シフトにより減少が続いていたが、第 1 四半期がボトムとなり、フォーム改善や成果報酬プラン導入などの効果によって再成長に向かう見込みだ。

Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
<https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

業績動向

プロフェッショナル：取引アカウント数と ARPU



出所：決算説明資料より掲載

財務は高い健全性を維持

3. 財務の状況

財務面を見ると、2025 年 12 月期中間期末の資産合計は前期末比 204 百万円減少して 4,213 百万円となった。主に投資有価証券が同 39 百万円増加した一方で、現金及び預金が同 75 百万円減少、受取手形・売掛金及び契約資産が同 138 百万円減少、のれんが同 35 百万円減少した。負債合計は同 122 百万円減少して 1,338 百万円となった。主に長短借入金合計が同 103 百万円減少して 811 百万円となった。純資産合計は同 82 百万円減少して 2,875 百万円となった。主に為替換算調整勘定が同 101 百万円減少した。株主資本合計は同 17 百万円増加して 2,615 百万円となった。この結果、自己資本比率は 1.3 ポイント上昇して 68.2% となった。自己資本比率は高水準であり、キャッシュ・フローの状況にも特に懸念材料は見当たらない。弊社では財務の高い健全性は維持されていると評価している。

業績動向

貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

（単位：百万円）

	21/12 期末	22/12 期末	23/12 期末	24/12 期末	25/12 期 中間期末	増減
資産合計	4,357	5,236	4,369	4,418	4,213	-204
（流動資産）	3,438	4,036	3,358	3,677	3,457	-219
（固定資産）	919	1,200	1,010	741	756	15
負債合計	1,009	1,955	1,178	1,461	1,338	-122
（流動負債）	338	1,369	861	748	725	-23
（固定負債）	671	586	317	712	613	-99
純資産合計	3,348	3,280	3,190	2,957	2,875	-82
（株主資本）	3,263	3,019	2,917	2,597	2,615	17
自己資本比率	75.3%	60.8%	72.1%	66.9%	68.2%	1.3pp

	21/12 期	22/12 期	23/12 期	24/12 期	25/12 期 中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	16	127	78	216	170
投資活動によるキャッシュ・フロー	-580	-446	-819	-129	-38
財務活動によるキャッシュ・フロー	852	505	-908	110	-103
現金及び現金同等物の期末残高※	3,006	3,337	1,693	1,923	1,931

※ 2025 年 12 月期中間期は中間期末残高

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025 年 12 月期通期の営業黒字転換予想を据え置き

● 2025 年 12 月期通期連結業績予想の概要

2025 年 12 月期通期の連結業績予想は期初計画を据え置いて、売上高が前期比 0.6% 増の 4,550 百万円、営業利益が 10 百万円（前期は 28 百万円の損失）、経常利益が 0 百万円（同 6 百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失が 30 百万円（同 171 百万円の損失）としている。EBITDA は同 0.2% 増の 230 百万円を見込んでいる。

前期に発生したインシデントに伴う契約更新遅延という一時的要因の影響はおおむね解消したが、コンサルティング案件の要件定義に係る期間が長期化していることなどの不透明感を考慮しているほか、当期は再成長に向けてサービス品質強化や AI サービス提供に向けた体制強化を推進する 1 年と位置付けて、売上高と EBITDA は横ばい、営業利益は小幅黒字転換予想としている。なお特別損失では前期計上した減損損失の一巡を見込んでいる。中間期の営業利益が通期予想を超過達成したこと、ARPU と売上総利益率の向上が着実に進展していることなどを勘案すれば、通期ペースで 4 期ぶりに営業黒字を達成する可能性が高いと弊社では考えている。

今後の見通し

2025 年 12 月期通期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	24/12 期通期		25/12 期通期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	4,523	100.0%	4,550	100.0%	26	0.6%
営業利益	-28	-	10	0.2%	38	-
経常利益	6	0.1%	0	-	-6	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-171	-	-30	-	141	-
EBITDA	229	5.1%	230	5.1%	0	0.2%

注：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額 + 株式報酬費用 + 貸倒引当金繰入額

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

成長戦略

生成 AI 活用とクラウド収益拡大で収益性の高い事業構造を目指す

1. 生成 AI 活用とクラウド収益拡大を推進

DX 市場は大企業を中心とする業務のデジタル化・非対面化の進展により、市場拡大が今後加速する見込みである。こうした事業環境を背景に同社は中長期的な目標として営業利益率 15% 以上を掲げている。

成長戦略としては、DX 市場の中でも特に非対面ニーズが高く成長性も高いマーケティング・カスタマーサービス分野をコアターゲットとして、グループシナジーやクロスセル・アップセル戦略により、大企業向けを中心にリカーリング売上拡大と ARPU 向上を推進している。顧客企業にとって DX の最大のボトルネックは人材不足だが、同社にはプラットフォーム上で専門スキルを持ったパートナーネットワークを構築している強みがある。

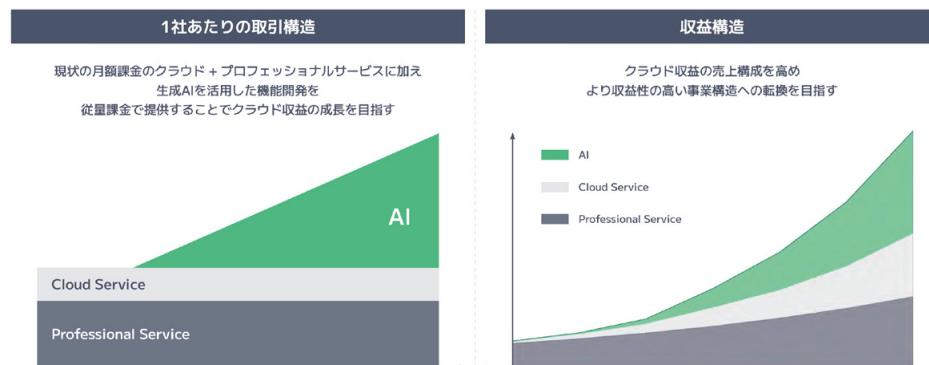
さらに同社は、成長する DX 市場におけるポジションをより強固なものにするため、新たな成長戦略として生成 AI を活用したソリューションの提供を強化している。2024 年 3 月に生成 AI を活用した UX 改善の新メニュー「KAIZEN AI-UX」をリリース、2025 年 1 月に生成 AI の実用化に向けた新たなアプローチとして「KAIZEN AI STUDIO」を設立、同年 3 月に UX 改善の技術基盤である「KAIZEN ENGINE」をアップデートしたほか、同年 4 月には新たな成長戦略の一環として生成 AI 主導のサービスラインナップへ全面刷新し、生成 AI を活用して“魔法のような顧客体験”を実現する「Magical UX」を戦略コンセプトに打ち出した。同年 6 月には生成 AI を活用した新サービスとして「Kaizen Conversion Agent」及び「Kaizen Personalize Agent」の提供を開始した。このような生成 AI を活用した機能開発を従量課金で提供することによりクラウド収益の成長を目指し、さらにクラウド収益の売上構成比を高めることで、より収益性の高い事業構造を目指す方針だ。

Kaizen Platform
4170 東証グロース市場

2025 年 9 月 5 日 (金)
<https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

成長戦略

収益モデル



出所：決算説明資料より掲載

顧客の課題にあわせて提供サービスを再編・拡充するため M&A・アライアンスも積極活用する。2021 年 6 月にはアドバンテッジアドバイザーズ成長支援投資事業有限責任組合に出資した。同ファンドの投資先企業に対して売上成長をもたらす DX 支援を行うとともに、新たなビジネスモデルやサービスの創出にもつなげる。2023 年 6 月には電通グループ<4324>をはじめとする 13 社で構成される電通 B2B イニシアティブと共同で、BtoB 企業特化型のフォーム改善施策「B2B グローススイッチトライアル」の提供を開始した。2024 年 7 月には、エン・ジャパン<4849>のグループ会社でセールス活動全般のコンサルティングや支援を展開するエン SX(株)と、BtoB 企業のセールス & マーケティングの高度化支援に向けて協業した。

当面は内部留保の充実を図る

2. 株主還元策

株主還元については、株主に対する利益還元を経営上の重要課題の 1 つとして位置付けているが、創業して間もないことから、財務体質強化や事業拡大のための内部留保の充実等を図り、事業拡大のための投資に充当していくことが株主に対する最大の利益還元につながると考えている。このため創業以来配当は実施しておらず、今後も当面の間は内部留保の充実を図る方針である。また、将来的には株主に対して安定的かつ継続的な利益還元を実施する方針だが、現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等については未定としている。

サステナビリティ経営

3. サステナビリティ経営

同社はサステナビリティ経営についてマテリアリティを公表していないが、DX 支援事業を通じてペーパーレス推進や CO₂ 削減などの社会課題解決に貢献する方針としている。また同社は事業展開において、昨今重要性を増しているアクセシビリティ（accessibility = 利用しやすさ）向上推進も重視している。デジタル庁が掲げる「人にやさしいデジタル社会の実現」や SDGs の流れも相まって、これまで国や自治体のみが義務化されていた Web サイト等のアクセシビリティへの合理的配慮が、2021 年 6 月の障害者差別解消法改正によって民間事業者でも義務化された。しかし DX 対応と同様に、ここでも多くの企業にとってノウハウの壁リソースの壁（人材の不足）が課題となっていた。

これに対して同社は、2022 年 1 月にアクセシビリティに関して豊富なノウハウを持つ子会社ディーゼロとともに、アクセシビリティ専門エンジニアや Web サイト改善専門家をグループ内に持つ強みを生かして、より多くの企業の Web アクセシビリティ向上に向けて、課題の抽出、レポートによる診断、必要に応じた課題の改修までトータルに支援するサービスの提供を開始した。また 2024 年 6 月には、ディーゼロがアクセシビリティに関して制作者のためのコーディングガイドラインを公開した。さらに 2025 年 1 月には、東証プライム市場の英文開示義務化に先駆けて、同社の UX・AI 技術とディーゼロの IR サイト支援ノウハウを組み合わせ、IR 活動のグローバル化を支援するパッケージの提供を開始した。このように、Web 制作を行うすべての制作者が利用できる様々な環境やツールを順次提供することで、誰一人取り残さない Web の実現を支援する方針である。

新たな成長ステージに向かう可能性

4. 弊社の視点

同社は、生成 AI を活用して“魔法のような顧客体験”を実現する「Magical UX」や、パートナーネットワークを活用した独自のビジネスモデルを特徴・強みとしており、市場競争力は高いと考えられる。直近の業績推移を見ると 2022 年 12 月期に営業赤字となり、その後も先行投資や一時的要因の影響で業績不振が続いたが、大手顧客へのフォーカスとクロスセル・アップセル戦略の進展により、2025 年 12 月期は 4 期ぶりに営業黒字転換の見込みとなった。さらに新たな成長戦略として生成 AI を活用したソリューションの提供を強化している。現状の利益水準は低いものの業績低迷期を脱した感が強く、生成 AI を活用したソリューションの提供やクラウド収益の成長という戦略の成果によって、今後は新たな成長ステージに向かう可能性があると考えられている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp