

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 >>>

2026年9月28日 (月)

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. 2026年12月期中間期の業績動向	01
2. 2026年12月期の業績予想	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 事業概要	04
2. 生成AIを活用したセミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」	05
3. ビジネスモデルの特徴と競合優位性	07
4. 事業セグメント	08
5. KPI	08
6. リスク要因と課題・対策	09
■ 業績動向	10
1. 2026年12月期中間期の業績概要	10
2. セグメント別の動向とKPI	10
3. 財務の状況	12
■ 今後の見通し	13
■ 成長戦略	14
1. 成長戦略	14
2. 弊社の視点	16
■ 株主還元策	16
■ サステナビリティ経営	16

■ 要約

2026年12月期中間期は減収・営業損失も、通期は黒字定着を見込む

Kaizen Platform<4170>は、AI技術と独自の専門人材ネットワークを融合させたAIインテグレーターとして、顧客体験 (UX = User Experience) と業務プロセス (EX = Employee Experience) の中にAIを組み込むインテグレーションサービスを展開し、大手企業のDX推進を支援している。同社のビジネスモデルは、「クラウドサービス」の提供と、専門人材による「プロフェッショナルサービス」の提供という2軸をワンストップで展開する点に最大の特徴がある。生成AIを活用して顧客企業のUXを高度化するセミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」を戦略コンセプトとして掲げ、収益拡大に向け、大手企業にフォーカスしたクロスセル・アップセル戦略によりARPU (Average Revenue Per User = 1ユーザー当たり平均売上高) 向上とリカーリング売上拡大を推進している。

1. 2026年12月期中間期の業績動向

2026年12月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比4.8%減の2,043百万円、営業利益が117百万円の損失 (前年同期は14百万円の利益)、経常利益が119百万円の損失 (同22百万円の利益)、親会社株主に帰属する中間純利益が144百万円の損失 (同11百万円の利益) となった。売上面は、生成AIによる収益貢献が本格化してクラウドサービスが伸長したものの、海外事業休止 (2026年3月末)、プロフェッショナルサービスの制作・マーケティング関連の一部案件における顧客都合の受注後ろ倒しという一過性要因が影響した。利益面は減収影響や人件費増加に加え、セミオーダー型のクラウドサービスにおいてプロジェクトの初期段階で開発コストが先行したことも影響した。

2. 2026年12月期の業績予想

2026年12月期の連結業績については期初予想 (2026年2月13日付公表値) を据え置いて、売上高が前期比5.6%増の4,600百万円、営業利益が同37.0%増の40百万円、経常利益が同3.5%増の40百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同32.9%減の20百万円を見込んでいる。法人税等の増加により親会社株主に帰属する当期純利益は減益だが、プロフェッショナル、クラウドとも伸長し、大型案件や生成AI活用の収益貢献本格化も寄与して増収、営業・経常増益としている。前期に達成した黒字が定着する見込みだ。中間期は減収で営業損失となったが、下期はプロフェッショナルにおいて後ろ倒しとなった一部案件の売上が貢献するほか、クラウドにおいてはプロジェクト進展に伴って収益性が向上する。さらに、クラウドを中心にARPUの向上が着実に進展していることなども勘案すれば、会社予想は達成可能と弊社では考えている。

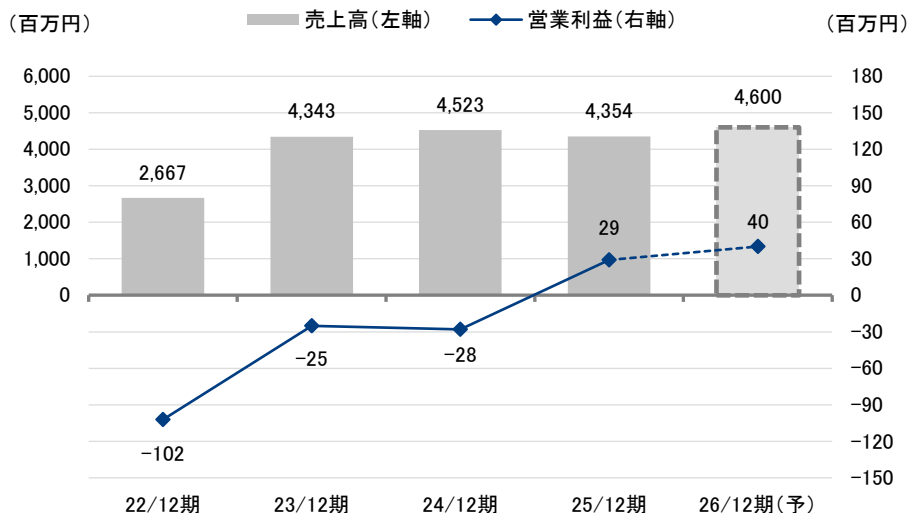
3. 成長戦略

同社は生成AIを活用して顧客企業の課題を解決するAIインテグレーターとしての成長を目指している。製品・サービス戦略としてはセミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」を戦略コンセプトに据え、AIエージェントやAIデータ基盤などAIに関する新サービスを相次いで投入して、生成AIを活用したクラウドソリューションを強化している。営業戦略は、大手企業へのクロスセル・アップセルによりリカーリング売上拡大とARPU向上を図ることを基本として、マーケティング・カスタマーサービス分野の大手企業（特に保険・不動産・人材業界）をコアターゲットとする。利益率の高いクラウド収益の拡大によって収益の安定性と利益率の向上を実現し、収益性の高い事業構造への転換を目指す。さらに中長期成長に向けてAIX (AI Transformation) の実現を目指している。同社は技術基盤「Kaizen Engine」をベースに、既にUX・DX改善で1,500社以上を支援した実績を持ち、さらに5,000サイト超の蓄積された改善施策データや、学習資産としての10年分の勝敗記録（施策と効果の記録）を保有している。こうしたデータ・保有資産を活用しながら、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、同社は強みとして再定義している。

Key Points

- ・ 2026年12月期中間期は減収、一過性要因により営業損失
- ・ 2026年12月期は期初予想を据え置き、黒字定着を見込む
- ・ 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

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

AI技術と独自の専門人材ネットワークを融合させた AIインテグレーター

1. 会社概要

同社は、AI技術と独自の専門人材ネットワークを融合させたAIインテグレーターとして、UXとEXの中にAIを組み込むインテグレーションサービスを展開し、大手企業のDX推進を支援している。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、AIの力をあらゆる業務に組み込むことで「なめらかな働き方」を実現し、UXの改善を通じた顧客の事業成長支援と社会課題の解決を目指している。

本社を東京都港区に置き、グループは同社のほか、連結子会社の(株)ディーゼロ、(株)Kaizen Tech Agent ((株)ハイウェルが2025年11月に商号変更)、(株)Kaizen AIX Consulting (2026年1月設立)で構成されている。ディーゼロはWeb制作・マーケティング支援を中心とするWebソリューションを、Kaizen Tech AgentはSES (System Engineering Service) を中心とするDX人材ソリューションを展開している。2026年7月より事業を本格的に開始したKaizen AIX Consultingは、AIを前提としたDX戦略の策定・コンサルティング並びに現場での実装・運用支援を行う。なお、米国子会社Kaizen Platform USA, Inc. (以下、Kaizen USA) については同年3月31日付で全事業を休止し、経営リソースを日本国内へ集中した。2026年12月期中間期末時点で連結ベースの総資産は4,002百万円、純資産は2,901百万円、自己資本比率は72.5%、発行済株式数は17,103,711株 (自己株式6,963株を含む)、従業員数は134名である。

2. 沿革

2017年4月にKaizen Platformを東京都港区に設立し、同時に子会社Kaizen USAを米国に設立した。その後、2021年8月にディーゼロを、2022年10月にハイウェル (現 Kaizen Tech Agent) をそれぞれ子会社化した。2026年1月には子会社Kaizen AIX Consultingを設立した。株式市場においては、2020年12月に東証マザーズ (当時) へ新規上場し、2022年4月の市場再編に伴って東証グロース市場へ移行した。

なお、同社のルーツは2013年3月に米国で設立されたKAIZEN platform Inc.である。日本国内での事業基盤強化を目的として、2017年7月にKaizen USAを存続会社とする三角合併を実施した。旧法人の株主に対して同社株式を割り当てる組織再編を経て、現在の経営体制へと至っている。

Kaizen Platform | 2026年9月28日 (月)
4170 東証グロース市場 | <https://kaizenplatform.co.jp/ir/>

会社概要

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と子会社Kaizen Platform USAとの間で三角合併を実施 Kaizen Platform USA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
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11月	ハイウェルの商号を (株) Kaizen Tech Agentへ変更
2026年 1月	子会社の (株) Kaizen AIX Consultingを設立
2026年 3月	米国子会社Kaizen Platform USAの全事業を休止
2026年 7月	Chrome拡張基盤「KAIZEN ENGINE for Extension」、データ・アプリケーション基盤「Kaizen AI Cloud」、AIエージェント「Kaizen Insight Agent」の提供開始

注：2016年8月以前は前身の米国KAIZEN platform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

事業概要

AIインテグレーターとして企業に伴走する「顧客体験DX」を提供

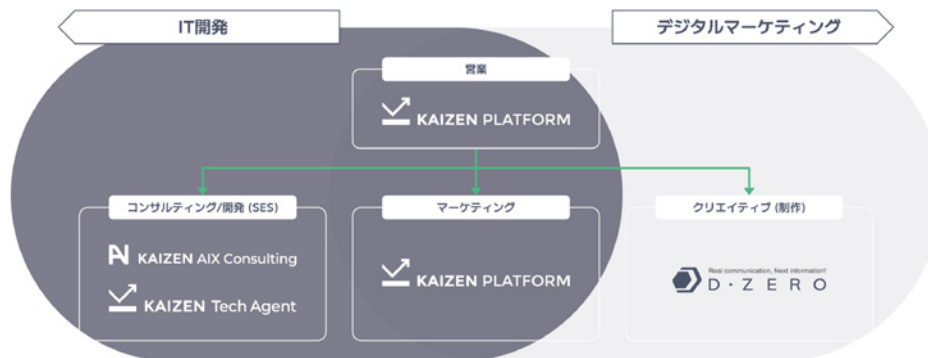
1. 事業概要

多くの企業がDXを通じて業績拡大・効率化を模索しているが、特に大手企業の顧客接点におけるDX実行には3つのIT基盤の壁がある。第1に、サービスごとにシステムが分断されていることに起因する「SaaS/ASP起点の技術的負債」である。第2に、社内に設計人材が不足しているため全体最適が図れず、調達コストが増大し続ける「Sier依存起点の技術的負債」である。そして第3に、新規サービスへの投資が優先される一方で、リファクタリングや基盤刷新といった「守りのIT投資」が後回しにされやすいという課題である。昨今の生成AIの普及は、これら人員不足に起因するボトルネックを解消し、顧客体験と業務プロセスを接続して売上や生産性を高める転換点となっている。

事業概要

こうした状況に対して、同社はAIインテグレーターとして、UXとEXの中にAIをインテグレーションするサービスを展開し、顧客に伴走してKPI (Key Performance Indicator = 重要業績評価指標) の改善やDXのROI (Return On Investment = 投資収益率) の向上を実現する「顧客体験DX」を提供している。依頼窓口となるシステム部門だけでなく、営業や顧客管理などのビジネス部門がDXによるKPI改善を体験することが必要という同社の考え方にに基づき、コンサルティング・開発・クリエイティブ制作・マーケティング支援までを網羅し、あらゆる課題に同社グループで対応できるワンストップの支援体制を構築している。具体的には、Webサイト等のクリエイティブ制作に強みを持つ子会社ディーゼロと、プロジェクトマネジメント (PM) 人材・エンジニア・デザイナーなど専門人材を企業に提案するKaizen Tech Agentのサービスを組み合わせることで、顧客の課題に応じた最適なチーム組成を行っている。

グループ連携によるワンストップ提供体制



出所：決算説明資料より掲載

2. 生成AIを活用したセミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」

同社は昨今のデジタル接点における顧客体験の高度化ニーズの高まりを背景に、生成AIを活用して顧客企業のUXを高度化するセミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」を戦略コンセプトとして掲げている。「Magical UX」は、AIエージェントによるフォームアシスト、多言語対応、スマート検索、音声予約など成果に直結するUX機能を、顧客企業ごとのニーズやKPIに応じて最適な形でカスタマイズ開発して提供する。従来の個別領域ごとのKPI改善にとどまらず、顧客体験と業務プロセスを横断的に再設計することにより、企業収益の最大化を目指す枠組みである。

同社はこの戦略に先立ち、生成AIを活用した新サービスの開発を段階的に進めてきた。2024年3月に生成AIを活用したUX改善メニュー「Kaizen AI-UX」の提供を開始した。2025年1月には生成AI活用専門チーム「KAIZEN AI STUDIO」を設立し、同年2月には課題の発見から解決プランの検証までをワンストップで支援する生成AI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。またUX改善の技術基盤である「Kaizen Engine」についても継続的なアップデートを実施している。

2025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、フォーム改善やLINEを活用したCRM施策など成果が比較的安定的に見込める領域において、初期投資リスクを抑えながらROI向上を目指す成果報酬型プランの提供を開始した。

事業概要

「Magical UX」の各機能は、顧客企業ごとにカスタマイズされたPaaS/API基盤のマネージドクラウド「Kaizen Cloud Service」で実装する。同サービスは、タグを挿入するだけで既存システムと接続する技術基盤「Kaizen Engine」と、最新の生成AI群を統合管理する「Kaizen AI Cloud」で構成される。これにより、レガシーシステムである既存システムを大規模改修することなく、タグ1つで「Magical UX」の各機能を実装できる。また、専門家集団による伴走支援サービス「Professional Solution」として、コンサルティング、開発／SES、クリエイティブ制作、マーケティング支援までを一貫して提供する体制を構築している。AI技術と専門人材を組み合わせることで、単なるツール導入にとどまらないトータルなDX支援を実現するモデルとなっている。

生成AIを活用したUXアプリ群の具体例として、2025年6月にフォーム入力支援AIエージェント「Kaizen Conversion Agent」、及びパーソナライズ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を生成AIが解析し、入力フォームへの自動転記を行うことでユーザーの入力負担軽減を図る。「Kaizen Personalize Agent」はユーザー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へ通知することで、個人に最適化された情報提供を可能にする。同年12月には人材紹介サービス「Kaizen AIX Agent」の提供を開始した。企業の生成AI活用を推進するハイクラス人材の紹介を通じて戦略立案から実行までの体制構築を支援するものであり、プロダクト提供を補完する人的側面からのAI変革支援と位置付けられる。

2026年7月には、Chrome拡張基盤「KAIZEN ENGINE for Extension」、UXと業務のデータをAIが扱える形に統合する「Kaizen AI Cloud」、及び「Kaizen Insight Agent」の提供を開始した。「KAIZEN ENGINE for Extension」は、業務システムやSaaSにはタグを入れられないという構造的な制約を乗り越えるため、WebサイトのUX改善で1,500社以上を支援した実績を持つ技術基盤「Kaizen Engine」の思想をEX改善へ拡張したサービスである。改修の難しい基幹システムやSaaSなど既存システムに一切手を入れることなく、従業員が日常的に使うChromeブラウザにAIを外付けする形で、業務画面上で利用できる。「Kaizen AI Cloud」はUXとEXのデータをAIが扱える形に統合するデータ・アプリケーション基盤で、「Kaizen Insight Agent」は「Kaizen AI Cloud」の上で稼働し、データ分析や施策提案を行うための様々なスキル群を呼び出す自動抽出AIエージェントである。

将来的にはこれらのアプリ群を既存の「Kaizen Engine」と連携させ、自律型のUX改善ワークフローの実現を目指す。2026年2月にはエン<4849>が運営する「ミドルの転職」において「Kaizen Conversion Agent」を活用した実証実験を開始し、Web履歴書登録体験の向上を図っている。また同年3月には野村不動産ソリューションズ(株)と、不動産情報サイト「ノムコム」に「Kaizen Personalize Agent」を導入し、UXの革新とLTV(Life Time Value＝顧客生涯価値)の最大化を目指す共同プロジェクトを開始した。Webサイト上の行動データとLINEを通じたコミュニケーションをAIが統合・解析し、一人ひとりの検討フェーズにあわせた最適な物件提案を行うことで重要KPIの改善を目指す。

なお同年4月には、同社が東急不動産(株)、東急リゾーツ&ステイ(株)、(株)POCKET RDと共同開発した、NFTを活用した宿泊権利プラットフォーム「東急ステイ公式宿泊権利セールサービス」が、(一社)日本Web3ツーリズム協会主催の「Japan Tourism NFT Awards 2025」オープンカテゴリー部門においてグランプリを受賞した。宿泊施設のキャンセル問題や需給ミスマッチという業界課題の解決につながる新たな宿泊流通モデルとして評価された。同社は本サービスのUX設計及びDX推進支援を担い、ブロックチェーン技術を意識させないシームレスな利用体験の実現に貢献した。

事業概要

以上のように「Magical UX」は、生成AIを活用したUXアプリ群の総称であると同時に、クラウド基盤と専門人材の伴走支援を組み合わせることで、既存システムを大規模改修することなく、継続的なUX改善を可能にする統合モデルである。同社における生成AI戦略の中核を担うとともに、クラウド収益拡大と高付加価値化を支える成長ドライバーとして位置付けられる。

競合優位性はノウハウ・スピード・コスト、高付加価値な事業モデルを構築

3. ビジネスモデルの特徴と競合優位性

同社のビジネスモデルは、「クラウドサービス」の提供と、専門人材による「プロフェッショナルサービス」の提供という2軸をワンストップで展開する点に最大の特徴がある。独自のプラットフォーム上にUX改善のための実行環境(ツール)、蓄積されたデータ、そして「パートナー」と呼称するグループ内外のデジタル専門人材のネットワークを統合しており、企業のDX課題を解決するアセットが揃っている。

顧客企業の課題やニーズに対しては、同社従業員がプロジェクトマネジメント (PM) 及びサポートやディレクションに徹し、その下で専門領域や得意分野に応じて最適なパートナーを集めたチームを組成する。パートナーネットワークには制作会社、人材派遣会社、コンサルティング会社、個人のエンジニアやクリエイターなどが含まれ、法人・個人あわせて約400件、総勢15,000人超の専門人材基盤を形成している。これらの人材をフルリモートで機動的に活用することで、案件ごとに最適化された体制を構築している。

収益構造においては、顧客企業からサービス対価を受け取り、パートナーに対してはプロジェクト単位の成果連動型報酬を支払うモデルを採用している。2026年12月期中間期末時点のグループ連結従業員数は134名であるが、実質的な稼働リソースはパートナーネットワークによって支えられている。この体制により人件費の変動費化を徹底し、固定費を抑制しながら高い生産性を維持している。顧客企業に対してはリードタイムとコストを抑えたDX支援を提供し、パートナーに対しては高付加価値案件への参画機会と高報酬を実現する仕組みである。

取引構造



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

競争優位性は、主に「ノウハウ」「スピード」「コスト」の3点である。第1に、1,500社以上の改善実績データと知見に裏打ちされた高度なコンサルティング能力（ノウハウ）である。第2に、既存のレガシーシステムを迂回し、大規模改修することなく新たな機能を実装できるクラウド基盤により、導入スピードを確保している点である。第3に、豊富な専門人材を活用し、変動費ベースで柔軟にチームを構築することでコストを最適化している点である。

また、情報システム部門の介在を最小限にとどめ、現場のビジネス部門主導で迅速に施策を実行できる点や、Meta、Google、YouTube、Amazon、Yahooといった主要プラットフォームから公式パートナーの認定を受け、API（Application Programming Interface＝プログラム同士をつなぐインターフェイス）によるデータ連携を実現している点なども競争優位性につながっている。こうした独自のプラットフォーム戦略により、同社はあらゆるユーザー接点における摩擦を解消し、企業の事業成長を加速させている。

4. 事業セグメント

同社は事業セグメント区分を「プロフェッショナル」及び「クラウド」としている。プロフェッショナルサービスは、15,000人超の専門人材ネットワークから顧客課題に応じて最適なチームを編成し、コンサルティング、開発・SES、クリエイティブ制作、マーケティング支援までをワンストップで提供する。一方、クラウドサービスは「Kaizen Engine」や「Kaizen AI Cloud」など、顧客体験の向上に不可欠な基盤機能を提供する。

売上高構成比は、2025年12月期がプロフェッショナル89.8%、クラウド10.2%、2026年12月期中間期がプロフェッショナル86.8%、クラウド13.2%となった。生成AI機能や成果報酬型プランの提供によって、収益性の高いクラウドサービスの売上構成比が上昇基調である。今後もクラウドサービスの拡大に注力し、全体収益の向上を目指す。

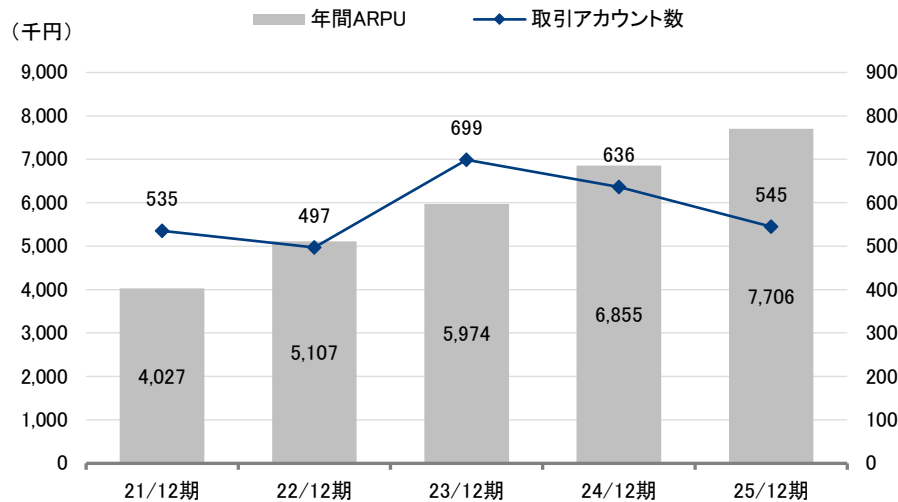
5. KPI

同社はDXを推進する顧客企業に対して最適なサポートを提供することで、高付加価値な事業モデルの構築を目指している。この収益モデルは「取引アカウント数×ARPU」で決定される。新規顧客獲得においては、制作や分析などの単発受注を入口とし、特に大手企業へのクロスセル・アップセルを通じてSaaS型プロフェッショナルサービスへ展開することにより、リカーリング売上拡大とARPU向上を図る戦略である。

2025年12月期の取引アカウント数（対象期間内の売上計上顧客数、米国を除く連結ベース）は前期比91件減の545件となった。取引アカウント数は2023年12月期の699件をピークとして減少しているが、これは主に、中小案件が多かった子会社ディーゼロにおいて大手企業にフォーカスする戦略に転換したためである。一方で年間ARPUは同851千円増の7,706千円に達した。2021年12月期を底として増加基調を維持し、2期連続で過去最高となった。また2025年12月期のリカーリング売上は3,510百万円、同比率は80.6%となった。リカーリング売上構成比については、2022年12月期からディーゼロが集計対象に加わった影響などにより70%台前半に低下したが、2023年12月期以降はおおむね80%台で安定的に推移している。このように、大手企業へのクロスセル・アップセルを推進するグループ戦略の成果として、リカーリング売上拡大とARPU向上がみられる。これは、中長期的な契約継続を前提とした収益基盤が構築されていることを示している。

事業概要

年間ARPU及び取引アカウント数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

リカーリング売上構成比

(単位：千円)

	21/12期	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期
単発売上	377,645	775,463	715,144	824,312	843,848
リカーリング売上	1,778,462	1,892,334	3,627,996	3,699,503	3,510,952
リカーリング売上構成比率	82.5%	70.9%	83.5%	81.8%	80.6%
合計	2,156,107	2,667,797	4,343,141	4,523,816	4,354,800

注：集計対象は21/12期までがKaizen Platform及びKaizen USA、22/12期以降はディーゼロを含む連結全体

出所：決算説明資料、決算短信よりフィスコ作成

取引実績として直近では、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、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)、オリエントコーポレーション<8585>、SBI損害保険(株)、(株)ハンズ、山陰合同銀行<8381>、ピー・エム・ダブリュー(株)(BMW)などがある。同社は大手企業との取引が多いことが特徴であり、同社のプラットフォーム基盤及び専門人材モデルの信頼性を示すものと言える。

6. 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、法的規制などが挙げられる。企業のDX投資については、短期的には景気動向による抑制・停滞の可能性があるものの、中長期的には一定の需要が見込まれる。また、拡大するDX関連市場への競合参入については、DXのボトルネックである専門人材不足が引き続き業界全体の制約要因となる可能性がある。この点において同社は、独自のプラットフォーム上に15,000人超の専門パートナーネットワークを構築している強みがある。今後もさらなるサービスの拡充やAIインテグレーターとしての機能強化、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、競争力の強化を図る方針だ。

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.

業績動向

2026年12月期中間期は減収、一過性要因により営業損失

1. 2026年12月期中間期の業績概要

2026年12月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比4.8%減の2,043百万円、営業利益が117百万円の損失（前年同期は14百万円の利益）、経常利益が119百万円の損失（同22百万円の利益）、親会社株主に帰属する中間純利益が144百万円の損失（同11百万円の利益）となった。売上面は、生成AIによる収益貢献が本格化してクラウドサービスが伸長したものの、海外事業休止（2026年3月末）の影響、プロフェッショナルサービスの制作・マーケティング関連の一部案件における顧客都合の受注後ろ倒しという一過性要因が影響した。利益面は減収影響や人件費増加に加え、セミオーダー型のクラウドサービスにおいてプロジェクトの初期段階で開発コストが先行したことも影響した。全体の売上総利益は同16.1%減少し、売上総利益率は同3.8ポイント低下して27.9%となった。販管費は同3.4%増加し、販管費比率は同2.7ポイント上昇した。

2026年12月期中間期の連結業績

(単位：百万円)

	25/12月中間期		26/12月中間期		前年同期比	
	実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	増減額	増減率
売上高	2,146	-	2,043	-	-103	-4.8%
プロフェッショナル	1,930	89.9%	1,773	86.8%	-157	-8.2%
クラウド	215	10.1%	270	13.2%	54	25.0%
売上総利益	680	31.7%	570	27.9%	-109	-16.1%
販管費	665	31.0%	688	33.7%	22	3.4%
営業利益	14	0.7%	-117	-	-132	-
プロフェッショナル	-49	-	-160	-	-110	-
クラウド	63	29.6%	42	15.8%	-21	-33.2%
経常利益	22	1.0%	-119	-	-141	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	11	0.6%	-144	-	-156	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

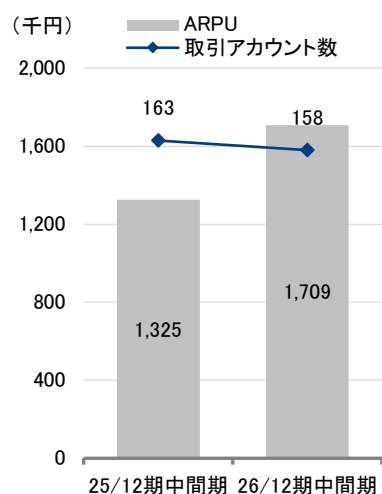
2. セグメント別の動向とKPI

セグメント別業績（米国事業を含む）は、プロフェッショナルの売上高が前年同期比8.2%減の1,773百万円、営業利益が160百万円の損失（前年同期は49百万円の損失）となった。クラウドの売上高が同25.0%増の270百万円で営業利益が同33.2%減の42百万円となった。プロフェッショナルは、コンサルティング及び開発案件が増加したが、制作・マーケティング関連の一部案件の受注後ろ倒しが影響した。クラウドは、売上面で生成AIによる収益貢献が本格化しARPUも大幅に向上したが、利益面はセミオーダー型のクラウドサービスにおいて初期段階のプロジェクトが多く、全体として開発コストが先行した。

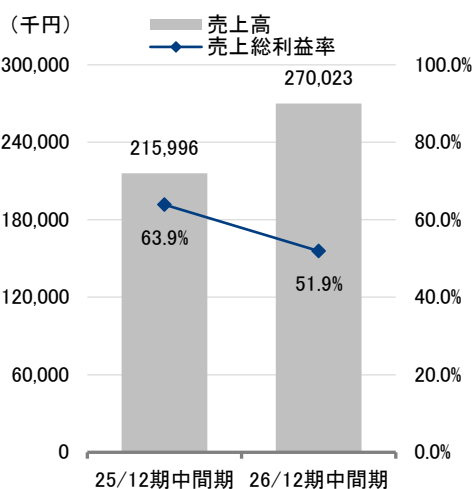
業績動向

なお中間期累計ベースのKPIとして、プロフェッショナルの取引アカウント数は前年同期比2%増の369件、ARPUは同6%減の4,798千円となり、売上高は同5%減の1,770,828千円、売上総利益率は同3.5ポイント低下し24.2%となった。クラウドの取引アカウント数は同3%減の158件、ARPUは同29%増の1,709千円となり、売上高は同25%増の270,023千円、売上総利益率は同12.0ポイント低下し51.9%となった。

クラウドにおける
ARPU及び取引アカウント数(累計)の推移

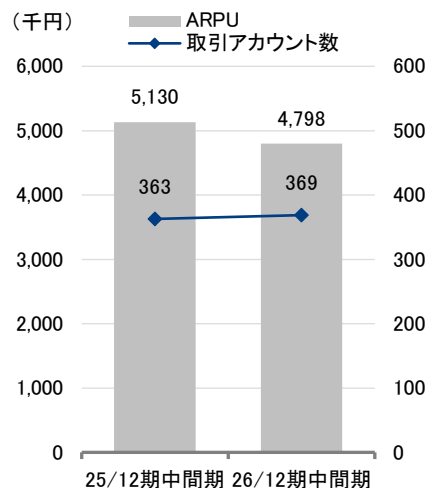


クラウドにおける
売上高及び売上総利益率の推移

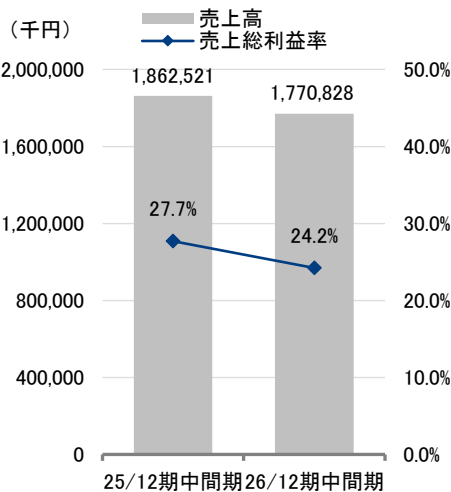


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

プロフェッショナルにおける
ARPU及び取引アカウント数(累計)の推移



プロフェッショナルにおける
売上高及び売上総利益率の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

また四半期別のKPIを見ると、2026年12月期第2四半期の国内事業全体は、プロフェッショナルにおける制作・マーケティング関連の一部案件の受注後ろ倒しが影響し、取引アカウント数が前年同期比3%減の369件、ARPUが同2%減の2,659千円、売上高が同4%減の981,213千円、売上総利益率が同4.0ポイント低下して28.3%となった。このうちプロフェッショナルは、取引アカウント数が同6%減の284件、ARPUが同2%減の2,963千円、売上高が同8%減の841,713千円、売上総利益率が同3.5ポイント低下して25.0%となった。一方、成長分野と位置付けるクラウドはARPU・売上高とも大幅に増加し、取引アカウント数が同1%増の148件、ARPUが同27%増の942千円、売上高が同29%増の139,499千円となった。売上総利益率は同16.8ポイント低下して48.1%となったが、セミオーダー型の開発コスト先行の影響であり、おおむね想定水準となった。

KPI及び売上高／売上総利益率の四半期別推移

(単位：千円、件)

ARPU及び取引アカウント数		25/12期				26/12期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
国内事業全体	ARPU	2,876	2,705	3,385	2,735	2,745	2,659
	取引アカウント数	366	379	313	388	386	369
プロフェッショナル	ARPU	3,270	3,037	3,059	3,080	3,066	2,963
	取引アカウント数	289	302	310	306	303	284
クラウド	ARPU	744	740	773	796	900	942
	取引アカウント数	145	146	144	149	145	148

売上高／売上総利益率		25/12期				26/12期	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
国内事業全体	売上高	1,052,975	1,025,543	1,059,782	1,061,244	1,059,638	981,213
	売上総利益率	30.6%	32.3%	33.5%	31.4%	27.5%	28.3%
プロフェッショナル	売上高	945,058	917,463	948,343	942,617	929,114	841,713
	売上総利益率	27.0%	28.5%	30.0%	28.1%	23.5%	25.0%
クラウド	売上高	107,916	108,079	111,438	118,626	130,524	139,499
	売上総利益率	62.8%	64.9%	62.9%	57.7%	56.0%	48.1%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

自己資本比率は72.5%、財務は高い健全性を維持

3. 財務の状況

財務面を見ると、2026年12月期中間期末の資産合計は前期末比266百万円減少して4,002百万円となった。主に投資有価証券が38百万円増加した一方で、現金及び預金が208百万円減少したほか、受取手形、売掛金及び契約資産が55百万円、のれんが35百万円減少した。負債合計は同185百万円減少して1,101百万円となった。主に長期借入金が99百万円減少したほか、買掛金が55百万円減少した。純資産合計は同81百万円減少して2,901百万円となった。主に為替換算調整勘定が45百万円増加した一方で、利益剰余金が144百万円減少した。この結果、自己資本比率は同2.6ポイント上昇して72.5%となった。自己資本比率は高水準であり、財務の高い健全性を維持していると弊社では評価している。

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)

	24/12期末	25/12期末	26/12期 中間期末	増減
資産合計	4,418	4,269	4,002	-266
(流動資産)	3,677	3,580	3,309	-271
(固定資産)	741	689	693	4
負債合計	1,461	1,286	1,101	-185
(流動負債)	748	772	686	-86
(固定負債)	712	514	414	-99
純資産合計	2,957	2,983	2,901	-81
(株主資本)	2,597	2,634	2,499	-134
自己資本比率	66.9%	69.9%	72.5%	2.6pp

	24/12期	25/12期	26/12期 中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	216	287	-113
投資活動によるキャッシュ・フロー	-129	-23	-54
財務活動によるキャッシュ・フロー	110	-198	-99
現金及び現金同等物の期末残高	1,923	1,989	1,731

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年12月期は期初予想を据え置き、黒字定着を見込む

2026年12月期の連結業績については期初予想（2026年2月13日付公表値）を据え置いて、売上高が前期比5.6%増の4,600百万円、営業利益が同37.0%増の40百万円、経常利益が同3.5%増の40百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同32.9%減の20百万円を見込んでいる。法人税等の増加により親会社株主に帰属する当期純利益は減益だが、プロフェッショナル、クラウドとも伸長し、大型案件や生成AI活用の収益貢献本格化も寄与して増収、営業・経常増益予想としている。前期に達成した黒字が定着する見込みだ。

重点施策としては、AIXに関する一気通貫のコンサルティング体制を強化するとともに、成果報酬型プランの拡大などにより持続的な利益創出基盤の構築を推進する。中間期は減収で営業損失となったが、下期は、プロフェッショナルで後ろ倒しとなった一部案件の売上が寄与するほか、クラウドではプロジェクト進展に伴って収益性が向上する。さらに、クラウドを中心にARPUが着実に向上していることなども勘案すれば、会社予想は達成可能と弊社では考えている。

今後の見通し

2026年12月期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	4,354	-	4,600	-	245	5.6%
営業利益	29	0.7%	40	0.9%	10	37.0%
経常利益	38	0.9%	40	0.9%	1	3.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	29	0.7%	20	0.4%	-9	-32.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

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. 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、その後の時間の経過とともにユースケースを担うソフトウェアやサービス市場が本格的に立ち上がるという構造を辿るのが一般的である。このような市場動向を背景に、同社は生成AIを活用して顧客企業の課題を解決するAIインテグレーターとしての成長を目指している。

製品・サービス戦略としては、セミオーダー型UXアプリ群「Magical UX」を戦略コンセプトに据え、生成AIを活用したクラウドソリューションを強化している。具体的には、フォーム入力支援AIエージェント「Kaizen Conversion Agent」、パーソナライズAIエージェント「Kaizen Personalize Agent」、人材紹介サービス「Kaizen AIX Agent」、Chrome拡張基盤「KAIZEN ENGINE for Extension」、UXと業務のデータをAIが扱える形に統合する「Kaizen AI Cloud」及び「Kaizen Insight Agent」といった新サービスを相次いでリリースし、生成AIを活用したサービスラインナップを拡充している。

営業戦略は、大手企業へのクロスセル・アップセルによってリカーリング売上拡大とARPU向上を図ることを基本として、DXソリューション関連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の大手企業（特に保険・不動産・人材業界）をコアターゲットに、生成AIをカスタマージャーニーや業務フローに組み込むドミナント戦略を推進する。そして利益率の高いクラウド収益の拡大、さらにクラウド収益の売上構成比を高めることで、収益の安定性と利益率の向上を実現し、より収益性の高い事業構造への転換を目指す。

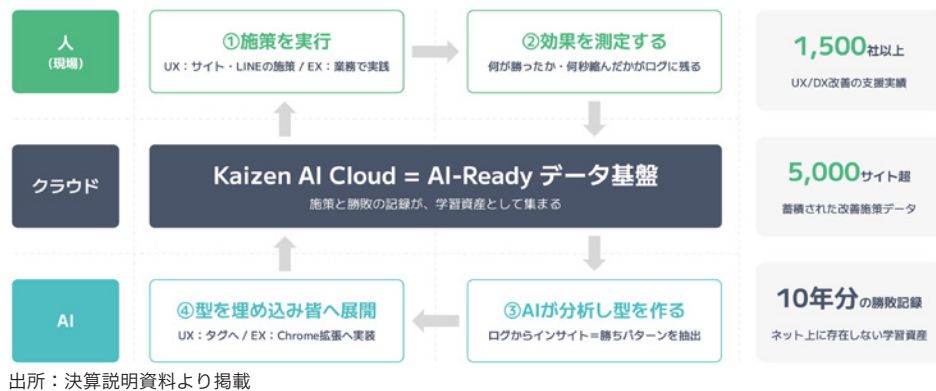
成長戦略

営業戦略



中長期成長に向けて、人とAIによるカイゼンの循環による価値創造サイクルであるAIXの実現を目指している。同社は技術基盤「Kaizen Engine」をベースに、既にUX・DX改善で1,500社以上を支援した実績を持ち、さらに5,000サイト超の蓄積された改善施策データや、学習資産としての10年分の勝敗記録（施策と効果の記録）を保有している。こうしたデータ・保有資産を活用しながら、1) 施策を実行する、2) 効果を測定する、3) AIが分析して型を作る、4) 型を埋め込み皆へ展開する、という人とAIの「カイゼン」の循環による価値創造サイクルを実現し、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、同社は強みとして再定義している。2026年1月には子会社Kaizen AIX Consultingを設立（2026年7月より事業を本格開始）した。AIXに向けた戦略策定支援及びAIXを具体的に動かす3つの実行支援（AI人材開発、AIオペレーション開発、AI商品開発）を伴走型で提供する。また、これに先駆けて2025年12月には経営へのAI実装手順を網羅した「AIドリブン経営白書2026」を無償公開し、専門性の高い知見を提示することで市場でのプレゼンス向上を図っている。

AIXに向けて



2. 弊社の視点

同社は、生成AIを活用した「Magical UX」や、パートナーネットワークを軸とした独自のビジネスモデルを展開しており、その市場競争力は高いと見られる。直近の業績推移を概観すると、2025年12月期は2020年12月期以来となる各段階利益での黒字化を達成し、2026年12月期も黒字定着が見込まれる状況にある。これは、同社が継続してきた大手企業へのフォーカス及びクロスセルやアップセルによるARPU向上追求が、着実な成果を挙げてきた結果と弊社では捉えている。現在は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提供を強化している。現時点での利益水準そのものは低いものの、構造的な業績低迷期を脱したと言える。今後はプロフェッショナルサービスの収益性向上が課題となるが、利益率の高いクラウドサービスの成長がけん引する形で新たな成長ステージに向かう可能性に注目したい。

■ 株主還元策

当面は内部留保の充実を図る

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

アクセシビリティ向上を支援し「誰一人取り残さないウェブ」へ

同社はサステナビリティ経営について現時点ではマテリアリティを公表していないものの、DX支援事業を通じてペーパーレス推進やCO₂削減といった社会課題の解決に貢献する方針を掲げている。特に事業展開においては、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）向上推進を重視している。デジタル庁が掲げる「誰一人取り残されない、人に優しいデジタル化を。」やSDGsの流れを受け、これまで国や自治体のみに義務付けられていたWebサイトなど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、民間事業者にも義務付けられた（2024年4月施行）。しかし、DX対応と同様に多くの企業にとってリソースの壁（ノウハウや人材の不足）が課題となっていた。

サステナビリティ経営

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、専門エンジニアやWebサイト改善の専門家をグループ内に持つ強みを生かし、課題の抽出からレポートによる診断、必要に応じた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。2024年5月にはディーゼロが制作現場の底上げを目指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ほか、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たグローバル化を支援するパッケージの提供を開始した。同社は、Web制作に携わるすべての制作者が利用できる環境やツールを順次提供していくことで、「誰一人取り残さないウェブ」の実現を支援する方針である。

重要事項 (ディスクレーマー)

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、配布等することは強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