

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

キットアライブ

5039 札幌アンビシャス市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 4 月 24 日 (木)

執筆：客員アナリスト

中山博詞

FISCO Ltd. Analyst **Hiroshi Nakayama**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024 年 12 月期の業績概要	01
2. 2025 年 12 月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	01
■ 事業概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	03
3. 事業内容	03
4. 同社の強み	05
5. 市場性・成長性	08
■ 業績動向	10
1. 2024 年 12 月期の業績概要	10
2. 財務状況	12
■ 今後の見通し	14
1. 2025 年 12 月期の業績見通し	14
2. 成長戦略	15
■ 株主還元策	17
■ トピックス	18
1. 地域の成長を促す寄付活動「KidsAlive」制度を実施	18
2. 従業員持株会の設立	18

要約

2025 年 12 月期は採用強化と単価見直しにより 大幅な増収増益を見込む。全国規模での取引先増加を重点施策に

キットアライブ<5039>はSalesforceを活用したクラウドシステムの設計・開発・保守を提供するIT企業であり、SaaS企業向けの技術支援を主軸とした事業を展開している。2024年12月期の業績は、売上高は微増したものの、エンジニア採用の遅れや単価向上の遅延により、利益面で減益となった。2025年12月期の業績見通しでは、売上高は20%以上の成長率の見通しで、大幅な増収増益を計画している。クラウド市場の成長を背景に、エンジニア採用の強化や単価改善を推進し、収益性の回復を図る見込みである。しかし、戦略的な事業投資を優先しており、経常利益や当期純利益の伸びは限定的となる見通しである。成長戦略としては、エンジニア採用を積極的に進め、案件対応力の向上を図るとともに、サービス単価の適正化と市場開拓を推進する。特に全国規模での取引拡大を目指し、北海道外の取引先増加を重点施策としている。また、財務基盤は安定しており、自己資本比率81.4%と高水準を維持している。今後も拡大基調を保持しながら、積極的な成長投資を行う計画である。

1. 2024 年 12 月期の業績概要

同社の2025年12月期の業績は、売上高が前期比2.3%増の835百万円、営業利益が同29.8%減の138百万円、経常利益が同4.2%減の153百万円、当期純利益が同28.8%減の104百万円となった。売上高は微増となったものの、採用難と単価向上の遅れで減益となった。

2. 2025 年 12 月期の業績見通し

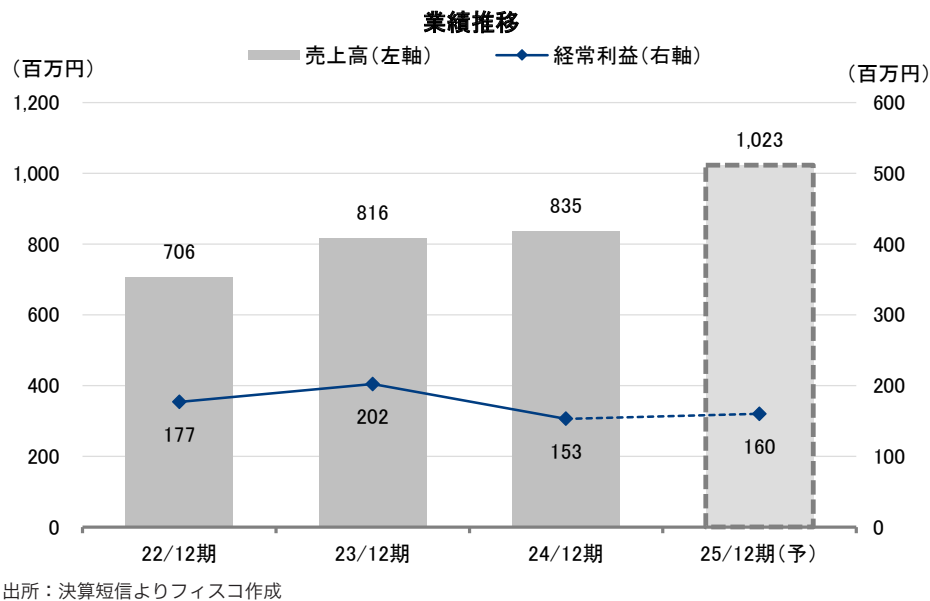
同社の2025年12月期の業績予想は、売上高が前期比22.6%増の1,023百万円、営業利益が同22.9%増の170百万円、経常利益が同4.3%増の160百万円、当期純利益が同6.4%増の111百万円の見込みである。クラウド需要を背景にSalesforce事業の拡大が進むなか、採用強化と単価見直しで売上成長を見込むが、費用先行により営業利益率の回復は緩やかとなる見通しである。

3. 成長戦略

同社の成長戦略は、ホワイトスペース戦略とITエンジニア育成の強化を軸としている。テラスカイとの協業を生かしながら、地方の中小企業やスタートアップを対象に、当初は少人数・低予算で始めなければならない案件であっても北海道で体制を構築することで対応可能とし、未開拓市場への進出を図る。また、札幌を拠点とすることでIT人材の確保を強化し、リモートワークの推進による全国対応力を高めている。さらに、ITエンジニアの育成を強化し、エンドユーザー向けの元請業務の拡大を目指す。単なる開発スキルにとどまらず、企画・コンサルティング力を備えた人材の育成を推進することで競争力を向上させる。2024年12月期には累積取引社数が124社に達し、特に北海道外での取引拡大が進んでいる。今後は、全国規模での事業展開を加速し、既存顧客との関係強化や高付加価値サービスの提供を通じて、持続的な成長を実現する方針である。

Key Points

- ・ 2024 年 12 月期は売上高は微増となるも採用難と単価向上の遅れで減益
- ・ 2025 年 12 月期は増収増益の見込み、利益面は費用先行で営業利益率の伸びは緩やか
- ・ 2024 年 12 月期の累計取引社数は 124 社に達し、今後、全国規模での事業展開を加速



事業概要

Salesforce 支援を軸に事業展開する札幌拠点の IT 企業

1. 会社概要

同社は、顧客関係管理（CRM）分野で世界最大手の米国企業 Salesforce が提供する CRM クラウドサービス「Salesforce」の「システム導入支援」及び「システム製品開発支援」の 2 軸で事業を展開している。顧客が「Salesforce」を導入する際に、同社が設計・開発・保守をワンストップで行うほか、「Salesforce」上でアプリケーション提供を希望する顧客向けに SaaS（Software as a Service）製品の開発、公開、運用の支援サービスを行う。同社は、従来はクラウド・インテグレーション※などを提供するテラスカイ <3915> の子会社で、基幹システムからクラウドに移行するサービスを提供する BeeX<4270> に次ぐ 3 例目の上場会社である。札幌証券取引所（以下、札証）アンビシャス市場へ 2022 年 9 月に上場したのを機に、テラスカイは同社の株式割合を 58.2% から 49.5% に引き下げ、同社は連結子会社から持分法適用会社へ移行した。

※ 様々なクラウド商品を顧客の課題解決に合わせて最適な環境に組み合わせること。

事業概要

2. 沿革

2000 年に現 代表取締役社長である嘉屋雄大(かや ゆうだい)氏は、北海道大学卒業後にシステムエンジニア(SE)として独立系のシステム・インテグレーターである(株)ウイン・コンサルに入社した。2007 年に同氏が新規事業担当者として 1 人で活動するなか「セールスフォース・ドットコム事業部」を立ち上げた。同事業部の成長に伴い、2016 年 8 月に同氏はテラスカイからの出資を受けて同社を設立し、2016 年 10 月にウイン・コンサルから事業譲渡を受けて営業を開始した。2020 年 10 月には札幌市が経済産業省北海道経済産業局、(一財)さっぽろ産業振興財団と共同で実施している「J-Startup HOKKAIDO」※に選定された。2022 年 9 月に札証アンビシャス市場へ新規上場し、2023 年 1 月には、北海道の経済活動の貢献に対し、札証より「2022 年年間功労賞」を受賞した。

※ 北海道に根差し、官民が連携して支援することを目的に選定された有望なスタートアップ企業。

沿革

年月	主な沿革
2016年 8月	札幌市中央区に設立
2016年10月	(株)ウイン・コンサルからセールスフォース・ドットコム事業の事業譲渡を受け、営業開始 東京都中央区日本橋 1 丁目に東京事業所設立
2017年 4月	札幌市北区へ本社移転
2018年 5月	東京事業所を東京都中央区日本橋 2 丁目へ移転
2020年10月	「J-Startup HOKKAIDO」に選定される
2022年 9月	札幌証券取引所(以下、札証)アンビシャス市場に上場
2023年 1月	札証より「2022 年年間功労賞」を受賞

出所:有価証券報告書、ニュースリリースよりフィスコ作成

3. 事業内容

同社は、顧客が主体的に IT を活用する環境を提供し、顧客と一緒に DX 実現に向けた支援を行う。そのために、Salesforce の開発及び運用保守を行う「Salesforce 導入支援」、SaaS 型アプリケーション構築を支援する「Salesforce 製品開発支援」を行っている。Salesforce の導入により、顧客は CRM や営業支援(SFA)ができるようになり、売上拡大につなげられる。

同社が販売を進める「Salesforce」は、「アジャイル開発※1」と「ノーコード開発※2」によって素早くシステムを構築することで、外部環境の変化にも柔軟に対応できるため社内 IT 基盤の構築に適している。同社の「Salesforce 導入支援」と「Salesforce 製品開発支援」の売上はともに伸びており、販売活動においてはこの 2 つのサービスが相乗効果を生み出していることから、今後も両軸に注力していく。

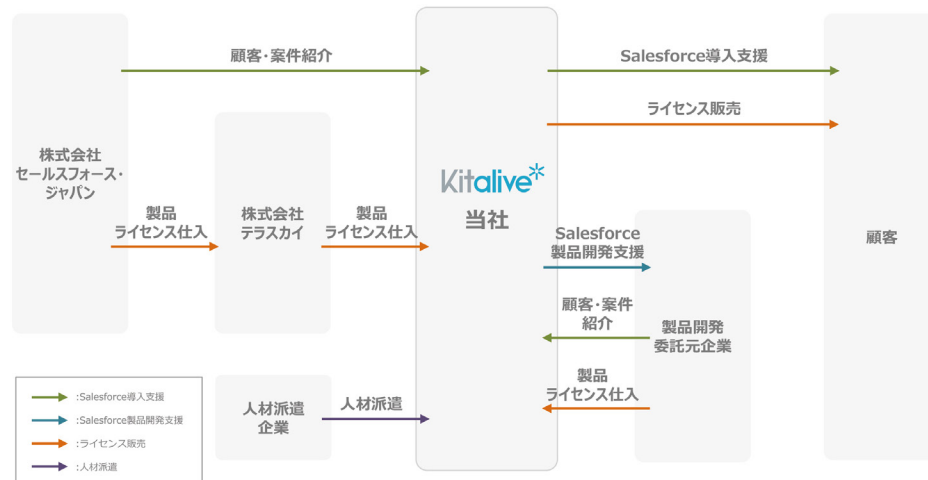
※1 最初に完成図を描き、上流工程から下流工程までを順次に進める「ウォーターフォール開発」に反して、システムを構成する要素を細かく分割し、区分した範囲ごとに短期間で設計・開発・テスト・リリースを繰り返す開発手法のこと。

※2 プログラミング言語を利用したソースコードを書かずにアプリケーションなどを開発する方法のこと。

事業概要

同社は、(株)セールスフォース・ジャパンの販売権利を持つテラスカイの二次代理店である。テラスカイから SaaS 製品の 1 つである「Salesforce」のライセンスを仕入れ、顧客にライセンス販売を行っている。「Salesforce 製品開発支援」に伴って開発した製品なども、同様に販売代理店としてライセンス販売を行っている。コロナ禍によりリモートワークが普及したことを契機に、本拠地である札幌から全国に向けて積極的に SaaS 製品の導入支援を進めている。

ビジネスの流れ



出所：決算説明資料より掲載

(1) 「Salesforce 導入支援」

顧客企業への「Salesforce」の導入支援や、「Salesforce」を基盤としたシステム開発サービスを提供している。「Salesforce」の主な機能は CRM と SFA であるが、導入効果を最大限発揮させるには、「Salesforce」に関する専門的知識を持った IT エンジニアによるカスタマイズや設定が必要である。同社では、社員の約 9 割を占める「Salesforce」専門の IT エンジニアが、顧客の業務に見合ったオーダーメイドのシステムを作り上げている。IT コンサルティング・要件定義・設計・開発・システムテスト・運用保守といったシステム開発の全工程を IT エンジニアがワンストップで提供しているのが特長だ。顧客の業種や規模によりプロジェクト内容は多種多様であるため、同社では社内のコミュニケーションを円滑にし、社員同士がノウハウを拡散・共有することで顧客に対応している。

(2) 「Salesforce 製品開発支援」

「Salesforce」ユーザーは Salesforce が運営するマーケットプレイス「AppExchange」から必要なアプリケーションを購入し、CRM 以外の様々なカスタマイズや拡張を行える。「AppExchange」では Salesforce が開発するものだけでなく、「Salesforce」プラットフォームの開発ツールや API を活用しサードパーティーが開発したものも数多く販売されている。同社は、こうした製品開発を行う企業向けに「Salesforce」上のアプリケーション開発に関する技術的なソリューションやアドバイスを提供し、加えて品質保証やテスト、導入支援にも対応している。同社の支援により、ノウハウを持たない顧客でも自社での製品開発が可能となる。製品開発委託元企業がライセンス販売に注力し、導入支援が必要なユーザーを同社に紹介するといった形で「Salesforce 導入支援」の依頼も増えている。

事業概要

4. 同社の強み

同社は、1)「Salesforce」における卓越した技術力・競争力、2) 少人数・短納期プロジェクト、3) 地方での社員育成システム、4) 育成支援制度、5) 優秀な人材の獲得などの強みを持ち、大企業にはできない小回りが利く体制づくりを行っている。

同社の IT エンジニアは「Salesforce」のシステム開発の全工程に精通しているため、IT の専門部署がない企業や新規ビジネスを立ち上げて間もない企業、予算規模が小さい企業に対して強みを発揮できる。大企業である Accenture (アクセンチュア) <ACN>、テラスカイ、日本電気 (NEC) <6701>、KDDI<9433>、NTT データグループ <9613>などをターゲットとする「Salesforce」のコンサルティングパートナーとは得意領域において重複しない。

(1)「Salesforce」における卓越した技術力・競争力

同社は、「Salesforce」パートナーのビジネス拡大を支援することで 2008 年からの Salesforce の方針である「エコシステム※の拡大」に寄与している。同社は、Salesforce の認知度が低かった時期から「Salesforce」に携わっているため、「Salesforce」に関しては長い経験と技術力を保持している。そのため、セールスフォース・ジャパンやテラスカイから顧客を紹介してもらうこともあり、技術的に高度な案件を直接受注するケースが多い。加えて、地方に本拠地を置くことで首都圏に比べて人件費を抑えられるため、価格競争力にも強みを発揮している。

※ 企業同士が協業・連携してそれぞれの製品・サービスを補完し合う仕組みのこと。

Salesforce は成長戦略の 1 つとして、チャットツールの Slack Technologies、データ分析ソリューションの Tableau Software、API 総合ソリューションの MuleSoft など数多くの企業を買収しており、CRM 以外にも広い分野でのクラウドサービスを提供している。同社は、「Salesforce」以外にも幅広く製品を取り扱えるよう、技術力の強化や、既存顧客への新たな提案に取り組んでいる。

(2) 少人数・短納期プロジェクト

同社はシステム開発の全工程を一気通貫で請け負える IT エンジニアを育成しており、小規模プロジェクトにおいて複合的な役割を担うことで、全体像を把握し業務を進める力を養っている。

(3) 地方での社員育成システム

同社は、早い段階から顧客とのコンサルティング・要件定義・設計といった上流工程の業務に関わることを社員に推奨している。具体的には新入社員が担当の IT エンジニアと一緒に Web 会議に参加するなど、直接顧客からの要望を聞く経験を繰り返すことでコミュニケーション能力やプランニング能力の習得を図っている。こうした社員育成システムにより、札幌を本拠地としながらも、リモートワークを駆使して日本全国の中小企業と直接取引を行う能力を身に付けている。

事業概要

(4) 育成支援制度

同社は、スキルと技術力の両面から評価する人事評価制度及び社員自身の意思で学習を促す自己啓発支援制度を運用している。自己啓発支援制度は、「Salesforce」の認定資格試験を全額会社負担で受験できる「Salesforce 認定資格取得支援制度」と、1 人当たり年間最大 60 時間まで残業時間を利用して自習できる「もっとアライブ」という独自の制度から成り立っている。

同社の 2024 年 12 月期における Salesforce 認定資格保有者数は全体的に増加傾向となった。特に、「Data アーキテクト」は前期比 3 名増、「Platform アプリケーションビルダー」は同 7 名増、「アドミニストレーター」は同 8 名増と、大幅な増加となった。一方で、「JavaScript デベロッパー」「Sales Cloud コンサルタント」「Service Cloud コンサルタント」「上級アドミニストレーター」ではわずかに減少が見られた。新たに「AI アソシエイト」が 5 名追加されており、AI 領域の資格取得を推進する方針がうかがえる。Salesforce の専門資格を強化することで、クラウドシステム導入・開発における技術力の向上を目指している。また、同社社員が 2024 年度の「Salesforce MVP」に選出された。「Salesforce MVP」は、コミュニティ活動を通じて他者の成功を支援するエキスパートに対する表彰である。同社員は、「Salesforce Women in Tech Group」の運営メンバーとして、女性のためのコミュニティ活動に尽力し、その活性化に貢献している。

同社は、ビジネスパーソンとしてのスキルも重視しており、独自の 45 項目のコンピテンシー（個人の能力や行動における特性）で人事評価を行っている。社員はコンピテンシーの項目に基づき自分自身の評価を行い、3 ヶ月に 1 回行われる上長との面談を経て、コンピテンシーに基づいた目標を設定する。こうしたプロセスのもと同社独自の評価基準による昇給を年 1 回行っている。また 1 ヶ月に 1 回はグループごとに社長との直接面談の時間を設けており、社員とコミュニケーションを図ることで社員の定着率アップに努めている。

事業概要

Salesforce 認定資格保有者数一覧

(単位：人)

名称	資格保有者数			前期比 増減数
	22/12 期	23/12 期	24/12 期	
Salesforce 認定 アプリケーションアーキテクト	2	5	5	0
Salesforce 認定 システムアーキテクト	2	3	3	0
Salesforce 認定 Development Lifecycle and Development アーキテクト	3	3	4	1
Salesforce 認定 Identity and Access Management アーキテクト	3	3	4	1
Salesforce 認定 Integration アーキテクト	2	3	3	0
Salesforce 認定 Data アーキテクト	4	8	11	3
Salesforce 認定 Sharing and Visibility アーキテクト	3	5	6	1
Salesforce 認定 JavaScript デベロッパー	4	5	4	-1
Salesforce 認定 上級 Platform デベロッパー	6	7	7	0
Salesforce 認定 Platform デベロッパー	18	26	28	2
Salesforce 認定 Platform アプリケーションビルダー	26	33	40	7
Salesforce 認定 Sales Cloud コンサルタント	8	7	6	-1
Salesforce 認定 Service Cloud コンサルタント	2	2	1	-1
Salesforce 認定 Field Service コンサルタント	1	1	-	-1
Salesforce 認定 Experience Cloud コンサルタント	1	2	1	-1
Salesforce 認定 Data Cloud コンサルタント	-	-	3	3
Salesforce 認定 上級アドミニストレーター	9	10	9	-1
Salesforce 認定 アドミニストレーター	34	39	47	8
Salesforce 認定 Marketing Cloud Account Engagement スペシャリスト	-	1	-	-
Salesforce 認定 AI アソシエイト	-	-	5	5

注：2025 年 2 月 7 日現在

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(5) 優秀な人材の獲得

同社の本拠地である札幌は、IT 企業やエンジニアが多く、かつては「サッポロバレー」と呼ばれていた。北海道大学をはじめとする教育機関が数多く存在し、首都圏よりも人材獲得競争が少ないため、優秀な人材を獲得できる機会が多い地域である。一方で産業や大企業が少ないことから、IT 分野に関わる理系の学生が希望どおりに地元で就職できない状況であるため、札幌市は AI 関連人材の育成を目的とした「SAPPORO AI LAB」を設立するなど、様々な IT ビジネス支援に取り組んでおり、IT ビジネスに適した環境が備わってきている。こうした札幌市における IT エンジニア採用のポテンシャルに同社は着目しており、同社代表が北海道大学出身であるメリットを生かし、積極的に地元の優秀な学生を採用している。2025 年 4 月には同大学出身者が 3 名増加する見込みで、2025 年 2 月 14 日時点で、同大学出身者は全社員の 26% を占めている。

事業概要

ワークライフバランスの面から見ても札幌に本社があるのは有利で、自然と都市圏がほどよい距離にあり、生活と仕事をうまく切り分けられる豊かな地域性が、人材の定着にもつながっている。同社は男性社員の育児休業・育児時短勤務取得実績があり、2017 年 11 月には札幌市ワークライフバランス認証のステップ 3「先進取組企業」を取得している。2024 年 12 月末時点で、同社の従業員総数に占めるエンジニア比率は 85.9%（前期比 1.1 ポイント低下）で、男性労働者の育児休業取得率は前期に続き 100.0% に達している。離職率は 11.1%（同 4.8 ポイント上昇）で、2024 年 12 月期の退職者は 6 人（同 3 人増）、うちエンジニア以外の退職者は 2 人である。従業員総数に占める女性比率は 28.1%（同 2.2 ポイント上昇）、管理職に占める女性の割合は 14.3%（同 1.8 ポイント上昇）であり、労働者の男女賃金差は全労働者で 86.7%（同 2.5 ポイント上昇）、正規雇用で 87.7%（同 1.9 ポイント上昇）、パート・有期労働者で 60.4%（同 7.0 ポイント上昇）となっている。

2024 年 5 月までに中途エンジニア 2 名、新卒・第二新卒 9 名が入社しており、中途エンジニアはリファーマル採用である。リファーマル活動の効果が現れており、今後もこの活動を強化するほか、知名度向上に努める。2024 年 12 月期のエンジニア採用目標は 19 名だったものの、14 名の入社となった。2025 年 12 月期も引き続き採用と育成に注力し、エンジニアの人材確保を進める。

5. 市場性・成長性

国内のパブリッククラウドサービス市場と CX 関連ソフトウェア市場は、今後も高い成長が見込まれている。パブリッククラウド市場は、企業の DX 推進を背景に拡大を続けており、長期的な成長が期待される。一方、CX 関連ソフトウェア市場も、顧客体験の向上を目的とした企業の投資が増加しており、安定した成長が見込まれる。

これらの市場環境は、同社にとって事業拡大の好機となる。同社は Salesforce を活用したクラウドソリューションの設計・開発・保守を提供しており、クラウド市場の成長とともに需要の拡大が期待される。また、CX 関連ソフトウェア市場の拡大は、CRM 領域でのソリューション提供を強化する同社にとって追い風となる。特に、企業のクラウド移行や業務効率化のニーズが高まるなか、同社のサービスは重要な役割を果たすことになると見られる。しかし、成長市場であるがゆえに競争も激化している。同社が持続的な成長を遂げるためには、技術力の向上や高付加価値サービスの提供が求められる。また、エンジニアの採用強化、育成、サービス単価の適正化、新規市場開拓といった戦略を着実に実行することが、競争力を維持し、成長を加速させる鍵となる。

総務省「令和 6 年版情報通信白書」によれば、日本のパブリッククラウドサービス市場は今後も拡大が続く見込みである。成長率はやや緩やかになるものの、2028 年まで堅調に市場規模が拡大すると予測されており、クラウド活用の高度化が進展している。なかでも、PaaS（Platform as a Service）や IaaS（Infrastructure as a Service）市場においては、大手クラウドベンダーの寡占傾向が強まっている。特に AWS（Amazon Web Services）は、PaaS/IaaS 利用企業の半数以上が利用しており、1 年間で 10 ポイント以上のシェア増を示すなど、圧倒的な存在感を示している。また、Microsoft Azure や Google Cloud Platform（GCP）も高いシェアを維持しており、企業のクラウド基盤の選定においてはこれらの主要プレイヤーが中核を担っている。このような市場動向は、クラウド導入支援やアプリケーション開発支援を行う事業者にとって、引き続き大きなビジネスチャンスが存在することを示している。一方で、技術的対応力や大手ベンダーとの連携、専門人材の確保が差別化の鍵となる。

事業概要

(1) クラウドサービス

クラウドサービスにより、低コストで拡張性が高いシステムを構築し、地理的な制約がなくリモートワークで柔軟な働き方を実現できる。さらにはビッグデータ、AI、機械学習などの活用により、クラウドサービスはさらに高度な機能を発揮することから、需要はさらに増加し、市場規模も拡大すると見られる。

「クラウドサービス」の種類には、1)「Salesforce」のような SaaS、2) クラウド上でインフラストラクチャ※を提供する IaaS、3) クラウド上でアプリケーションを開発・運用するためのプラットフォームを提供する PaaS などがある。

※ セキュリティや制御などを含めて、ソフトウェアやアプリケーションを運用するうえで必要な仕組みのこと。

(2) SaaS 製品

SaaS は利用者にとって利便性が高く、導入が比較的容易であるため、クラウドサービスのなかでも多く利用されている。IaaS や PaaS は、自らアプリケーションを開発したり、インフラストラクチャを構築したりするサービスである。SaaS と比較するとある程度知識や技術が必要であり、導入するにはハードルが高いため、一般的な企業は導入しにくい。

SaaS 製品には、営業、マーケティング、カスタマーサポートなどの業務を支援する CRM、人事・採用・研修などの業務を支援する「HRM (Human Resource Management)」、オンラインでの会議やセミナーなどを実施する「オンライン会議」、EC サイトやアプリなどで決済処理を行う「オンライン決済ツール」、AI・機械学習に特化した「AI・機械学習ツール」など様々な製品がある。同社が得意とし、顧客への導入支援に注力する分野がクラウド型 CRM であり、同社はその世界的シェアを持つ Salesforce を中心に取り扱っている。

日本国内ではあらゆるビジネスの分野でデジタル化が進み、SaaS 製品の需要も高まっている。コロナ禍の影響によりリモートワークやテレワークなど働き方が変化し、SaaS 製品を活用する企業が増加傾向にある。一般的に、月額にて利用できる SaaS 製品に比べて、商品を購入しなければならないパッケージ型製品は導入コストや保守コストが高いため、コストパフォーマンスに難がある。従来パッケージ型製品でしか提供されていなかったサービスも、SaaS の進化によって SaaS 製品でも提供できるようになり、SaaS 製品のシェアが拡大している要因にもなっている。

日本国内にも、クラウド名刺管理サービスを提供する Sansan<4443>、クラウド型 CRM を提供するサイボウズ<4776>、「楽楽清算」をはじめとした業務支援サービスを提供するラクス<3923>、クラウド型会計ソフトを提供するマネーフォワード<3994>、同じくフリー<4478>といった SaaS 製品を取り扱う企業（以下、SaaS 企業）が数多く存在する。SaaS 製品は、継続した契約が続く間は定期的に収益をあげられる「ストック型ビジネス」であるため、将来的な収益予想が立てやすくなる。

事業概要

日本の SaaS 市場は欧米に比べて 10 年以上遅れており、近年ようやく成長期に突入したのに対し、欧米の SaaS 市場は既に拡大期を迎えている。世界市場においては、Salesforce、Microsoft<MSFT>、Adobe<ADBE>、Oracle<ORCL>、SAP<SAP>などの SaaS 企業が既に多くのシェアを占めているのに対し、国内の SaaS 企業のシェアはわずか数 % しかない。海外の SaaS 企業の代理店やパートナー企業は幅広い裁量権があり自己責任で SaaS 製品を販売し、自己負担で教育・サポートを行う場合が多い。ルールの縛りが厳しい国内の SaaS 企業の代理店・パートナー企業に比べ、同社をはじめとする「Salesforce」のパートナー企業は、それぞれ自由度が高い独自の販売システムを確立しているため、成長スピードが非常に速い。

(3) 「Salesforce」

「Salesforce」は、CRM 分野の製品で Microsoft「Microsoft365」「Dynamics 365」や、Adobe「Creative Cloud」、Oracle「Oracle Cloud Applications」、SAP「SAP S/4HANA Cloud」などと並び世界的なシェアを持っている。また「Salesforce」を販売する Salesforce は世界最大手で、約 15 万社の国内外の取引先導入実績がある。コロナ禍における好業績を受け、大幅に採用を増やしたが、2023 年 1 月に経営環境の悪化により大幅な人員削減を発表し拡大路線を修正した。しかしながら、同社は国内のクラウドサービス市場は今後も拡大すると見ており、特に影響はないと見ている。

業績動向

売上高は微増となるも採用難と単価向上の遅れで減益、 市場のクラウド需要は引き続き堅調

1. 2024 年 12 月期の業績概要

同社の 2024 年 12 月期の業績は、売上高が前期比 2.3% 増の 835 百万円、営業利益が同 29.8% 減の 138 百万円、経常利益が同 24.2% 減の 153 百万円、当期純利益が同 28.8% 減の 104 百万円となった。売上高は微増となったものの、採用不足により対応可能な案件数が制限され、単価向上の遅れも影響した結果、利益面で大幅な減益となった。営業利益率も低下し、成長戦略の見直しが求められる。一方で、市場のクラウド需要は引き続き堅調であり、2025 年 12 月期に向けて採用強化や価格戦略の見直しを進めることで業績の回復を図る。

2024 年 12 月期の業績概要

(単位：百万円)

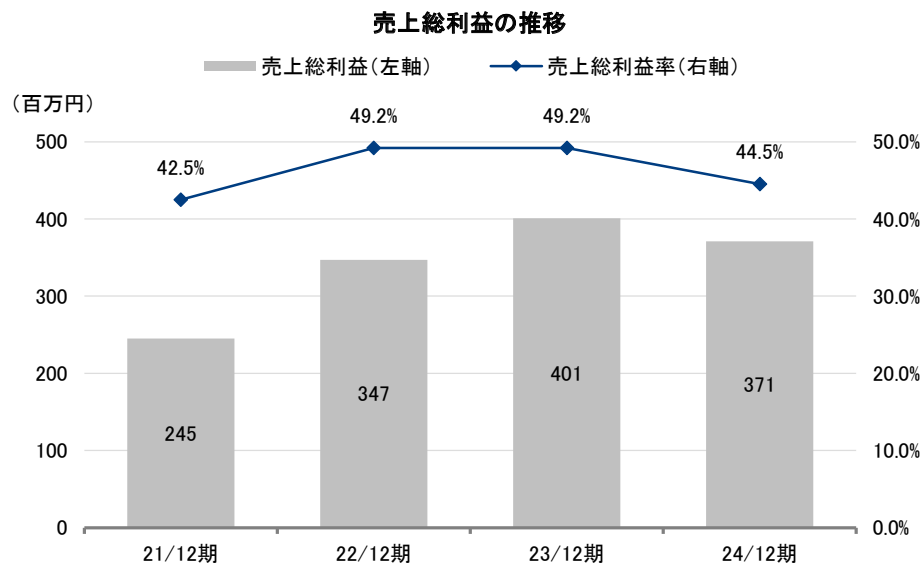
	23/12 期 実績	24/12 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	816	835	18	2.3%
営業利益	197	138	-58	-29.8%
経常利益	202	153	-48	-24.2%
当期純利益	147	104	-42	-28.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) 売上総利益の推移

同社の売上総利益は、2021 年 12 月期から 2023 年 12 月期にかけて成長を続けていたが、2024 年 12 月期は 371 百万円となり、前期比 7.4% 減少した。売上総利益率も前期の 49.2% をピークに、2024 年 12 月期には 44.5% へと低下している。これは、エンジニア採用不足による案件対応数の制限や、単価向上の遅れが影響した可能性がある。今後、同社は採用強化や価格戦略の見直しを進めることで利益率の回復を図る。



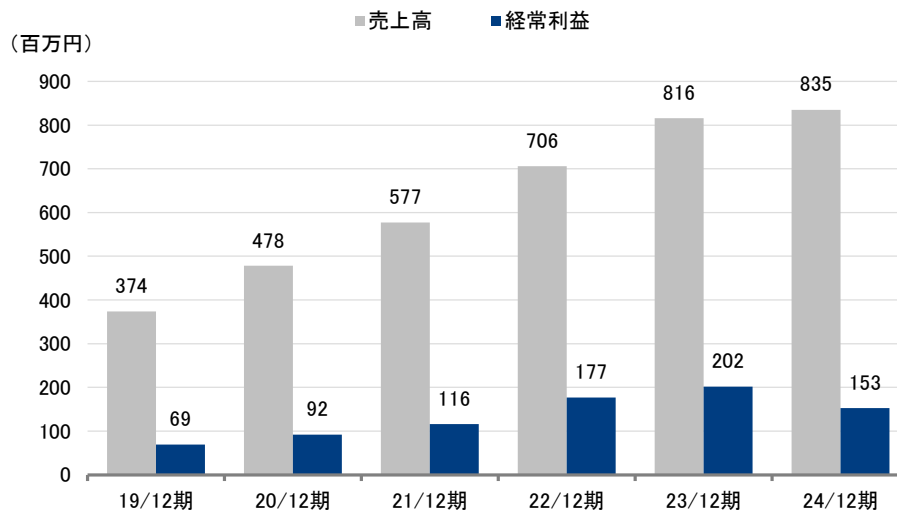
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 売上高・経常損益の推移

同社の売上高は、2019 年 12 月期から年々増加を続け、2024 年 12 月期には 835 百万円に達した。特に 2021 年 12 月期以降の成長が顕著で、クラウド需要の拡大が追い風となったと考えられる。一方で、経常利益は 2023 年 12 月期の 202 百万円をピークに、2024 年 12 月期には 153 百万円へと減少した。売上成長を維持する一方で、採用不足による案件対応力の制限や単価向上の遅れが影響し、利益率が低下したと推測される。今後、採用強化と収益性向上が課題となる。

業績動向

売上高及び経常利益の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 財務状況

(1) 貸借対照表と経営指標

同社の 2024 年 12 月期末の資産合計は前期末比 160 百万円増の 1,004 百万円と、拡大が継続している。流動資産は売掛金及び契約資産の増加、現金及び預金の増加などによって 140 百万円増加した。固定資産についても、有形固定資産及び投資その他の資産の増加により 20 百万円増加した。一方で、負債合計は同 55 百万円増の 186 百万円となった。固定負債の計上がないため、未払費用や前受金、未払法人税等の流動負債の増加によるものとなっている。結果として負債比率が上昇したものの、引き続き財務の安定性は維持されている。

純資産合計は前期末比 105 百万円増の 818 百万円となり、自己資本比率は 81.4% で同 3.1 ポイント低下したものの高水準を維持している。しかしながら、収益性の指標である ROE は 13.7% (前期比 9.3 ポイント低下)、ROA は 16.6% (同 9.1 ポイント低下) となった。売上高が同 2.3% 増加したものの、営業利益や経常利益が 2 ケタ減となった影響が大きく、売上高営業利益率も 16.6% (同 7.5 ポイント低下) となった。採用不足による案件対応力の制限や、単価向上の遅れが収益性に影響を与えたことがうかがえる。財務基盤は引き続き堅実であるものの、利益率を回復するべく収益性向上に向けた施策が求められる。

キットアライブ | 2025 年 4 月 24 日 (木)
 5039 札証アンビシャス市場 | <https://www.kitalive.co.jp/ir/>

業績動向

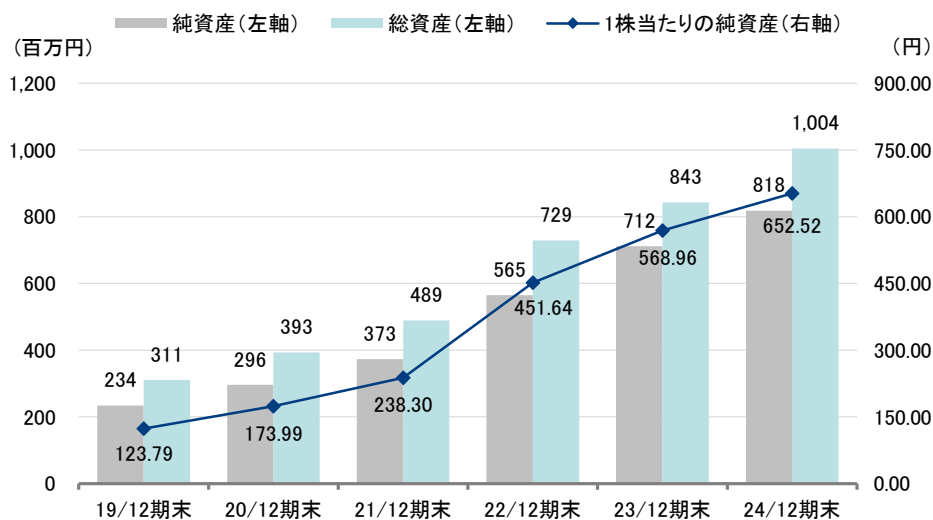
貸借対照表と経営指標

(単位：百万円)

	23/12 期	24/12 期	増減
資産合計	843	1,004	160
流動資産	781	921	140
固定資産	62	83	20
負債合計	130	186	55
流動負債	130	186	55
固定負債	-	-	-
純資産合計	712	818	105
負債純資産合計	843	1,004	160
< 経営指標 >			
自己資本比率	84.5%	81.4%	-3.1pp
ROE	23.0%	13.7%	-9.3pp
ROA	25.7%	16.6%	-9.1pp
売上高営業利益率	24.1%	16.6%	-7.5pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

純資産及び総資産の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) キャッシュ・フロー計算書

同社の 2024 年 12 月期におけるキャッシュ・フローの状況は、営業活動によるキャッシュ・フローが 116 百万円となった。これは税引前当期純利益の減少が主因であり、収益性の低下がキャッシュ創出力にも影響を与えた可能性がある。一方で、投資活動によるキャッシュ・フローは 17 百万円の支出となり、投資支出は抑制傾向にある。財務活動によるキャッシュ・フローは資金調達や配当などの動きがなく計上なしであった。これらの結果、現金及び現金同等物の期末残高は前期末比 99 百万円増の 773 百万円となり、資金繰りには一定の余裕がある。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/12 期	24/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	226	116
投資活動によるキャッシュ・フロー	-25	-17
財務活動によるキャッシュ・フロー	-	-
現金及び現金同等物の期末残高	674	773

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 12 月期は売上高の大幅増を計画、利益面は費用先行で営業利益率の回復は緩やか

1. 2025 年 12 月期の業績見通し

同社の 2025 年 12 月期の業績予想は、売上高が前期比 22.6% 増の 1,023 百万円、営業利益が同 22.9% 増の 170 百万円、経常利益が同 4.3% 増の 160 百万円、当期純利益が同 6.4% 増の 111 百万円の見込みである。クラウド市場の堅調な成長を背景に、Salesforce 関連のソリューション提供を中心とした事業拡大が見込まれている。

エンジニアの採用強化による案件対応力の向上とサービス単価の適正化が寄与し、大幅増収を見込む一方で、戦略的な事業運営によるコスト増加の影響を見込み、経常利益の伸びは限定的なものとなっている。特に、採用・育成投資や新規市場開拓のためのマーケティング費用が先行する可能性が高く、営業利益率の回復は緩やかになると考えられる。同社は 2025 年 12 月期で創業以来 9 期連続の増収を予定しており、クラウド需要の拡大とともに、持続的な成長を実現できるかが注目される。今後は、収益性向上に向けたコストコントロールと、高付加価値サービスの展開が鍵となる。

今後の見通し

2025 年 12 月期の業績予想

(単位：百万円)

	24/12 期 実績	25/12 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	835	1,023	188	22.6%
営業利益	138	170	31	22.9%
経常利益	153	160	6	4.3%
当期純利益	104	111	6	6.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 成長戦略

同社は 2022 年 9 月に上場した。中長期経営計画などの具体的な施策はまだ発表していないが、同社では 3 ヶ年計画を策定し毎年見直しを行っている。今後は採用計画や社員 1 人当たりの労働稼働率などを KPI として開示内容を検討している。

同社は成長期へ順調に推移しており、ホワイトスペース戦略、IT エンジニア育成の強化などをはじめとするこれまでの施策や、東京事業所及び拡張する本社の機能を生かした戦略を考えながら、健全な基盤をつくるための内部留保を進めている。現在は、人材採用による成長を重視している。

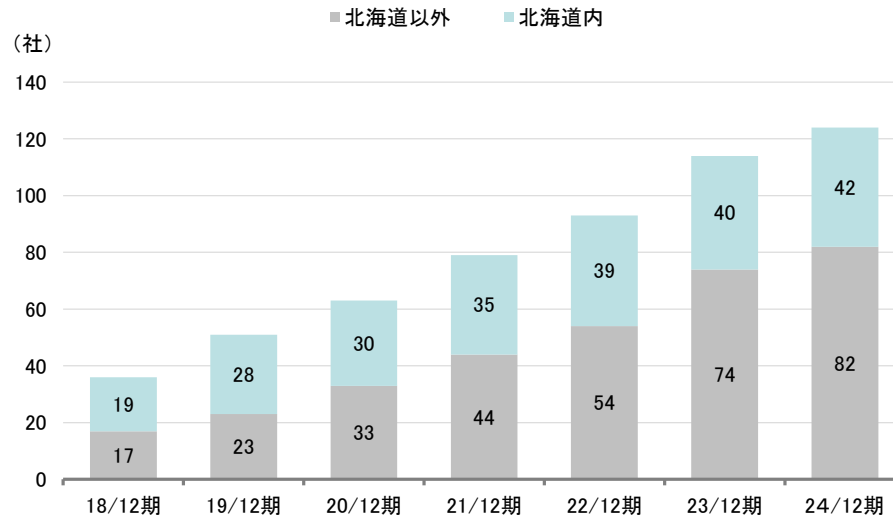
(1) ホワイトスペース戦略

同社は、未開拓領域に進出するための「ホワイトスペース戦略」を推し進めている。同社が上場するまで親会社であったテラスカイは、同社との協業によるグループシナジーを追求する方針である。首都圏で大企業をターゲットにするテラスカイとは事業領域が異なり、同社は地方で中小企業、IT 関連部署のない企業、創業間もないスタートアップ企業や、大企業におけるスタートアッププロジェクト、技術的に難易度の高い PoC プロジェクトをターゲットとしている。テラスカイグループにおける同社の特徴は、1) 札幌に本拠地を置くことで IT 人材を獲得する機会を増やしていること、2) 予算が少ない企業に対して少人数・低予算で対処が可能であること、3) リモートワークによる Web 会議の推進であり、これら独自のビジネスモデルで「ホワイトスペース戦略」を推進している。

同社の累積取引社数は、2024 年 12 月期には 124 社（前期比 10 社増）となり、順調に拡大を続けている。特に、北海道外の取引先が 82 社（同 8 社増）と増加し、全国規模での事業拡大が進んでいることがうかがえる。一方、北海道内の取引先は 42 社（同 2 社増）と微増にとどまった。同社は 2021 年 12 月期以降、北海道外の取引先を着実に増やしており、全国展開へのシフトが顕著になっている。これは Salesforce を活用したクラウドソリューションの需要が全国的に拡大していることに加え、同社の営業力やマーケティング戦略の強化が寄与していると考えられる。今後の成長戦略としては、北海道外での取引先拡大をさらに加速させるとともに、既存顧客との関係強化や高付加価値サービスの提供を通じた収益の安定化が重要となる。

今後の見通し

累積取引社数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) IT エンジニア育成の強化

同社は地方の中小 IT 企業である。地方の IT 産業は、地元の直接業務だけでは成り立たず、首都圏からの下請業務が主となっているため、IT エンジニアのキャリアアップや収入アップを見出しにくかった。その打開策として、設立当初から全国のエンドユーザーからの元請業務を増やすことを目的に、開発に関する基礎知識に加え、企画力、発想力、コンサルティング力（IT とビジネスをつなげる力）などの能力を身に付けた IT エンジニアの育成を推し進めてきた。顧客と直接向き合い、顧客が本当に必要とするシステムや機能を見つけられる人材の育成が同社にとっては必要であり、IT とビジネスをつながられる人材を増やすことで成長を加速できる。

(3) ハイブリッドワークの推進

同社は、オフィスワークとリモートワークを柔軟に組み合わせた「ハイブリッドワーク」を導入し、働きやすい環境づくりを推進している。札幌を本社としつつ、東京を含む全国の顧客とリモートでの開発プロジェクトを展開している。自宅で集中した作業を行い、必要に応じて出社してチームでの対話や業務を行うなど、生産性とワークライフバランスの両立を実現している。四半期ごとのキックオフで社員が札幌に集まる機会も設けており、ビジョン共有と対面コミュニケーションによって組織の一体感を強化している。地方在住でも都市圏並みの業務レベルと成長機会が得られる仕組みは、地域に根差した高度人材の確保と定着に寄与しており、同社の持続的成長を支える戦略的な取り組みと言える。

(4) 東京事業所

「Salesforce」は、コミュニティサイトやポータルサイトを簡単に構築し、顧客やパートナーと共有できるため、情報共有に適している。こうした特徴を生かして、東京事業所に在籍する 5 名ほどの社員が首都圏で開催されるオフラインイベントに参加し、積極的に情報共有を行う。札幌や地方だけでは得られない首都圏ユーザーからの情報を獲得しながら、今後の事業展開に反映していく。

(5) IR 活動

北海道内では、まだ同社や「Salesforce」の知名度が低いため、四半期に一度の説明会の生配信、札証と共同の北海道各地での投資家への説明会などといった積極的な IR 活動を行うことで、投資家とのコミュニケーション機会を増やし、透明性の高い経営を社内外にアピールしていく。

同社が本拠地を置く北海道は、地方のなかでも少子高齢化をはじめとした課題を多く抱えている。その状況下で自社の技術力・ノウハウを生かし成長することで、地方におけるモデルケースとなる。

(6) 北大テックガレージとの提携

2024 年 2 月から、同社は、北海道大学技術支援・設備共用コアステーション（CoSMOS）と連携し、「Spring/Summer Founders Program（SFP）」を開始した。これは、北大テックガレージを拠点に、学生によるプロダクト開発を支援するプログラムである。文部科学省の支援を受け、北海道大学は教育プログラムのほか OB・OG を含むガレージアドバイザーや技術職員による助言・サポート体制を提供し、同社はプロダクトの開発費用やテックガレージの運営を支援する。このプログラムは、学生が自由な発想で技術的なプロダクト開発を進められる環境を提供し、起業家精神を養うことを目的としている。

株主還元策

人材投資を優先し、現時点で配当実施の可能性などは未定

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題としているが、同社の最重要課題である人材の採用と育成、さらなる成長に向けた組織体制の構築を優先しており、設立以来、配当を実施していない。将来的には、財政状態及び経営成績、市場動向の状況を勘案しながら配当の実施を目指しているが、現時点においてその可能性や実施時期などについては未定である。同社が剰余金を配当する場合は中間配当と期末配当の年 2 回で、配当の決定機関については、期末配当を株主総会、中間配当を取締役会とし、中間配当は毎年 6 月 30 日を基準日としている。

■ トピックス

子どもの健全育成のため、 四半期ごとに地域に寄付する「KidsAlive」制度を実施

1. 地域の成長を促す寄付活動「KidsAlive」制度を実施

2022 年 1 月より「地域が成長することで、会社も成長する」というモデルを目指し、「KidsAlive(キッズアライブ)」という制度を実施している。18 歳未満の子どもがいる社員に対し月額 1 万円を支給しており、社員に給付する子ども手当の合計額を養育支援団体などに四半期ごとに寄付する。

2024 年 6 月末には、札幌市が推進する「大学応援プロジェクト」への寄付を実施した。このプロジェクトは、札幌市内に立地する大学や研究機関が行う最先端の研究活動、人材育成、さらには地域社会の課題解決に資する公益的な活動を支援するものであり、大学間の連携促進も目的としている。同社はこの寄付を通じて、地域の教育・研究環境の発展に貢献するとともに、将来の IT 人材の育成や地元経済の活性化に寄与する姿勢を明確にしている。

2. 従業員持株会の設立

2024 年 5 月、同社はインサイダー取引へのリスクを低減したうえで、従業員による同社株式の取得・保有を進めるため、従業員持株会設立を発表した。2024 年 6 月から 1 口 1,000 円、上限を 50 口、奨励金付与率を抛出金の 20% として抛出を開始した。

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・表示したのですが、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て作成されていますが、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