



# 2022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

2022年8月12日

## KAIZEN the World

21世紀のなめらかな働き方で  
世界をカイゼンする



## 1 会社およびサービスの概要

## 2 2022年12月期 第2四半期の業績

## 3 今後の成長戦略



## Kaizen Platformは、あらゆる企業の事業成長に伴走し続ける グロースハッカー集団です

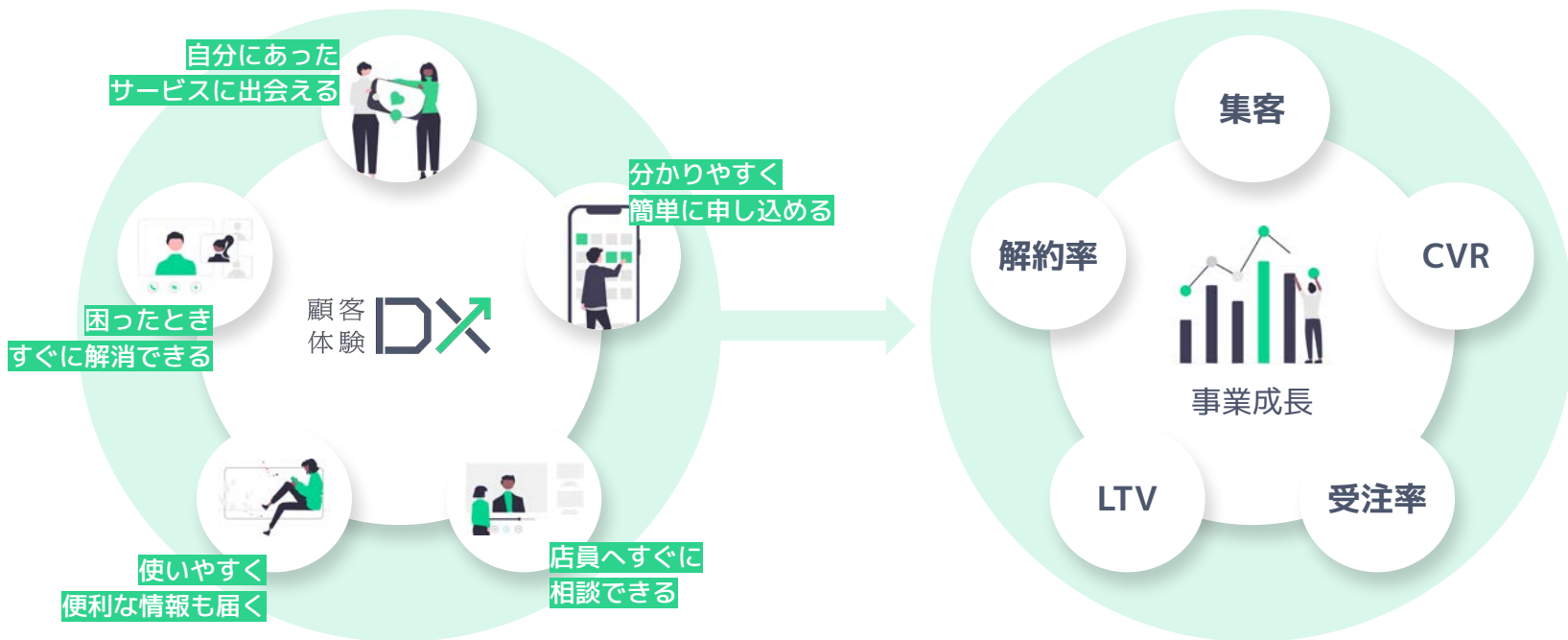
会社名	株式会社Kaizen Platform	
設立	2017年4月（前身となる米国KAIZEN platform Inc.は2013年3月設立*）	
所在地	東京都港区	
従業員数	116名（2022年6月末時点） 株式会社Kaizen Platform 及び Kaizen Platform USA, Inc. : 63名 / 株式会社ディーゼロ : 53名	
資本金	1,754,906千円（2022年6月末時点）	
経営陣	須藤 憲司	代表取締役CEO
	高崎 一	取締役CFO
	杉山 全功	社外取締役
	杉田 浩章	社外取締役
	杉之原 明子	社外取締役
	小田 香織	監査役
	五宝 滋夫	監査役
	林 依利子	監査役
関係会社	株式会社ディーゼロ / Kaizen Platform USA, Inc. / 株式会社DX Catalyst	

## コロナ禍でデジタル化は当たり前

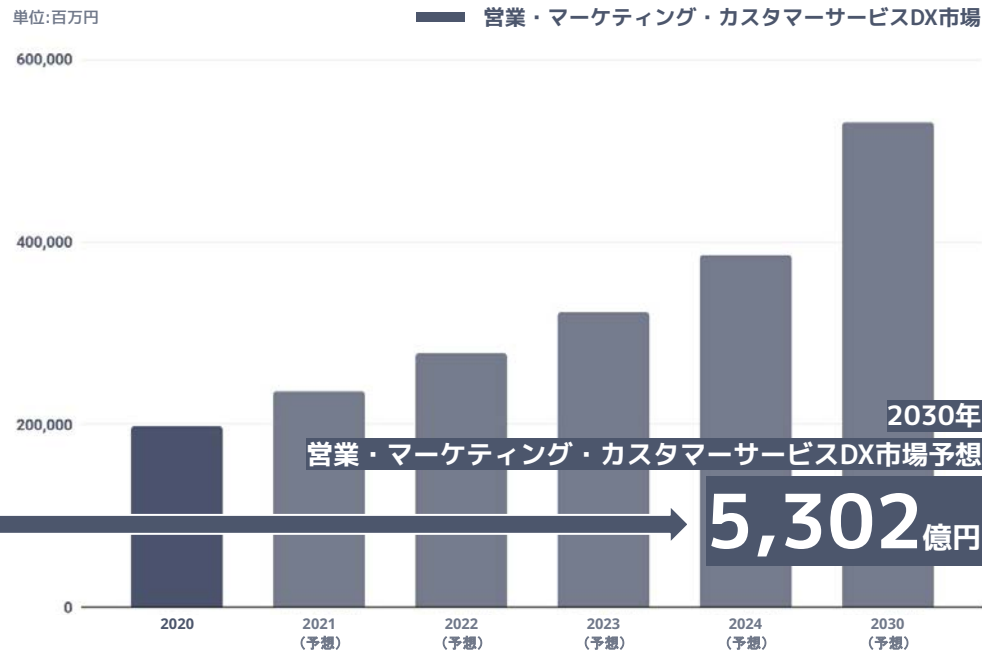
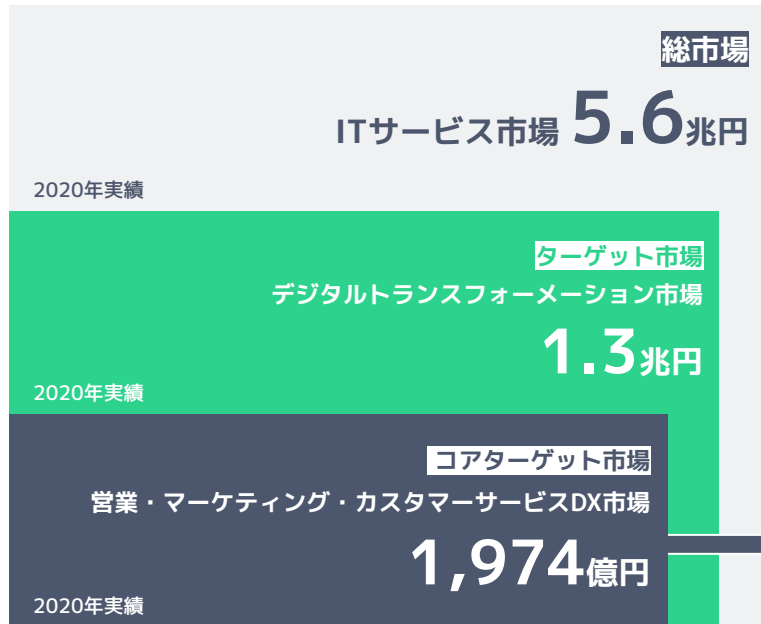
しかし、その環境に最適化する形で未だ顧客体験はトランスフォームできておらず  
デジタルを前提とした顧客体験のDXはこれから本格的に始まる



## デジタル上の『顧客体験』を改善し、KPIの向上を通じた『事業成長』の実現を支援



コロナ後の環境変化により大企業を中心に、非対面で収益成長するための  
営業・マーケティング・カスタマーサービスDX市場が大きく拡大



※ITサービス市場規模出典：IDC「国内ITサービス市場ベンダー売上ランキング」2020

※デジタルトランスフォーメーション市場規模出典：富士キメラ総研「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

## デジタル上の顧客体験を改善し、事業成長を実現するまでには「3つの壁」が存在

## ① ノウハウの壁

何を、どの順番で、  
どう実行すべきかを「設計/推進」できる  
戦略/企画人材の不足



DXをやれと  
言われたけど、何から  
手をつければ...

ITベンダーの  
提案が正しいのか  
判断できない...

## ② リソースの壁

いざ改善活動を続けようとしても  
自社の「人材」が足りず  
施策が続かない・ベンダー管理もできない



新しい取り組みを  
やりたいが  
日々の業務で手一杯...

新しいことを始めても  
人員不足で  
結局続かない...

## ③ インフラの壁

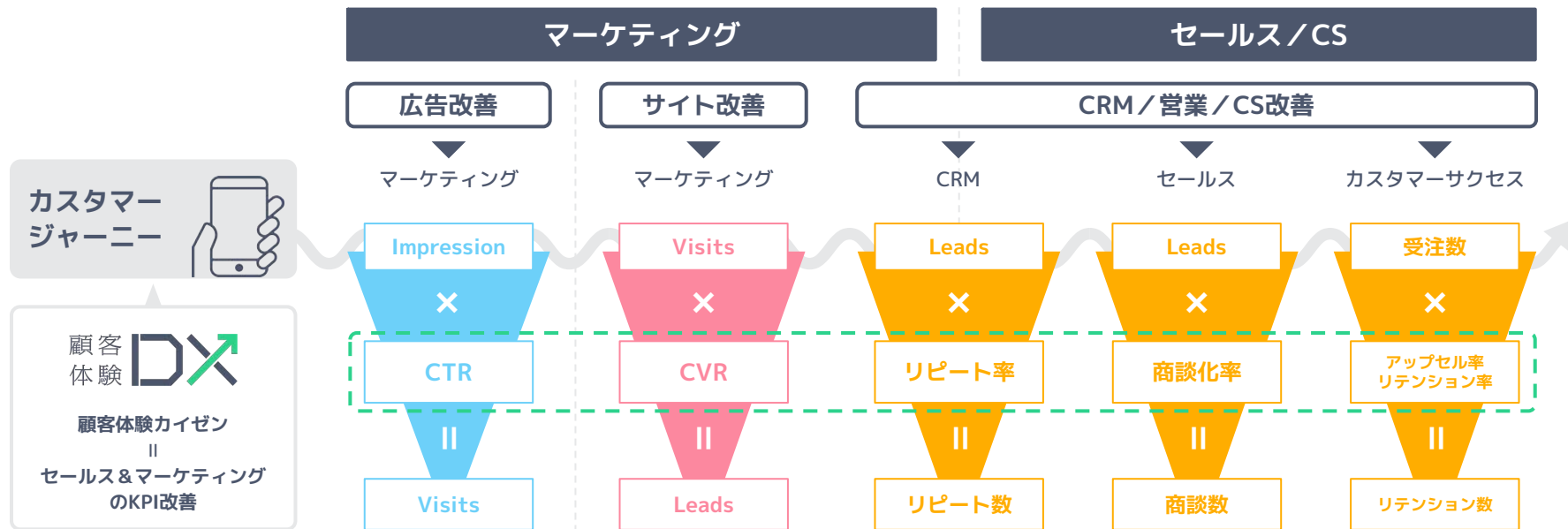
古い「システム」や  
動きの遅い「IT部門/ベンダー」の影響で  
やりたい改善活動に手が出せない



システムが古く簡単な  
改修なのに  
数百万円かかる...

制作会社に頼むと  
軽微な改善に  
2-3ヶ月もかかる...

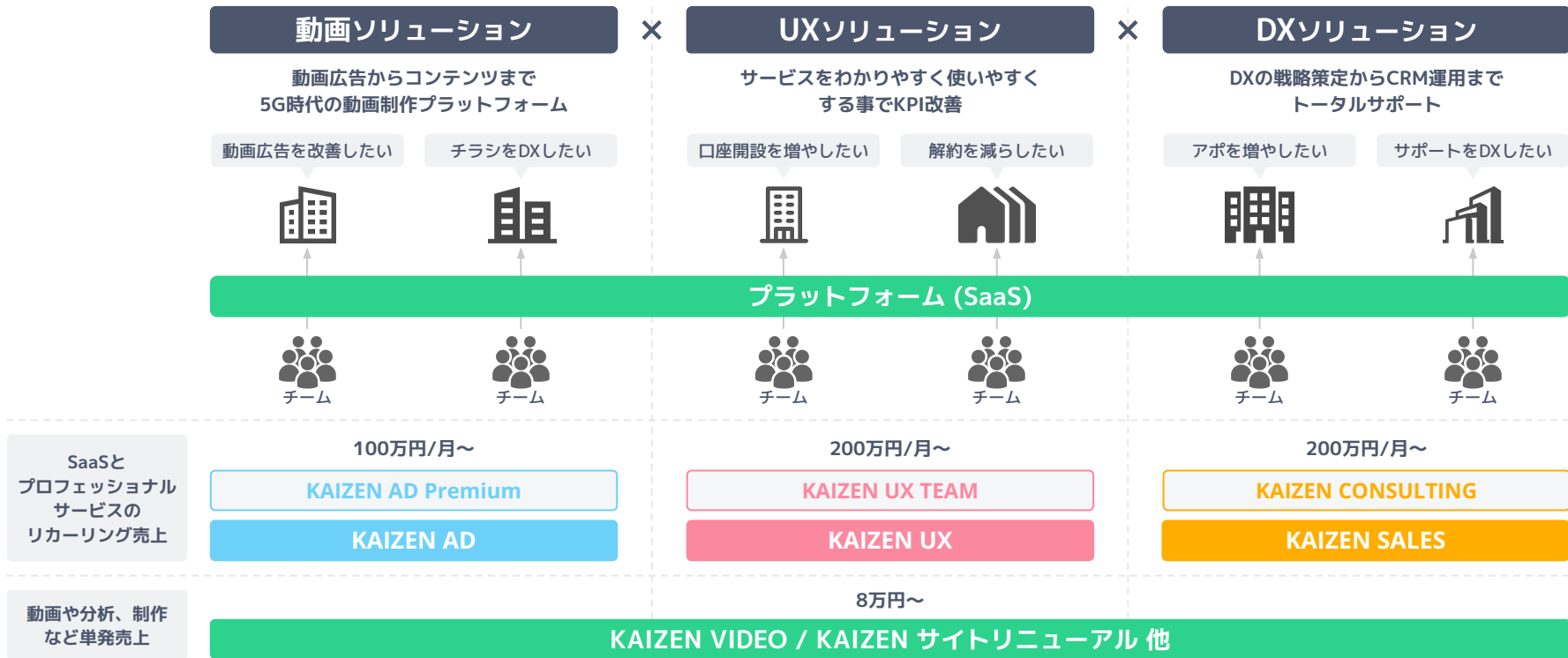
デジタルはデータが取れるため、専門スキルをもった人材が顧客体験をカイゼンし  
KPI改善し続けるグロースチームの存在が極めて重要



顧客体験DX：いまの時代、どんな業界・部署も取組むべき「顧客体験への投資」。デジタルの力で顧客の体験価値を向上させ、事業成長につなげる活動。  
それが、Kaizen Platformが提供する顧客体験DX。



## 顧客体験をカイゼンし事業成長を支えるプラットフォームとチームをIT部門ではなく事業部門へ提供



動画やWebページなど様々なクリエイティブの効果データをプラットフォームを通じてフィードバックし、顧客体験のカイゼンをしていく

これまでの制作/運用  
(制作会社/SI/コンサル)

つくって納品し  
終わり



①依頼



②納品



③活用



④反応



Kaizen Platform  
のやり方

つくってからが  
勝負



⑥クリエイティブ改善

⑧報酬UP



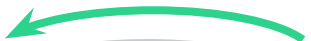
①依頼



②納品



⑦効果



③活用



④反応



⑤データ

※ Kaizen Platformでは、顧客の事業成長を担う制作者や開発者などのデジタル専門人材をグロースハッカー（成長請負人）と呼んでいます

当社はPM（プロジェクトマネジメント）とサポートに徹しており  
プラットフォーム上のグロースハッカーとチームを組み、**変動費化しながらDXのプロジェクトを遂行**



## ソフトウェアも人材もデータも全てプラットフォーム上に揃っているため 実行スピードとノウハウが優位性

### SaaS

レガシーシステムを迂回できる  
顧客体験改善ツール



+

### Resource

1万人以上のデジタル専門人材登録者による  
プロフェッショナルサービス



+

### DATA

1,000社超の実績データとノウハウによる  
コンサルティング



#### SaaSで最新のUI/UXへ 開発&制作環境を提供

##### KAIZEN VIDEO

動画発注、制作管理から広告/サイト/営業へのシームレスな活用連携が可能な無償SaaS

##### KAIZEN AD

動画広告プラットフォームと連携してクリエイティブ管理を助けるSaaS

##### KAIZEN UX

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

##### KAIZEN SALES

動画を活用した営業/CRM活動を支援するツール

#### 豊富なDX専門人材を変動費で チーム構築可能

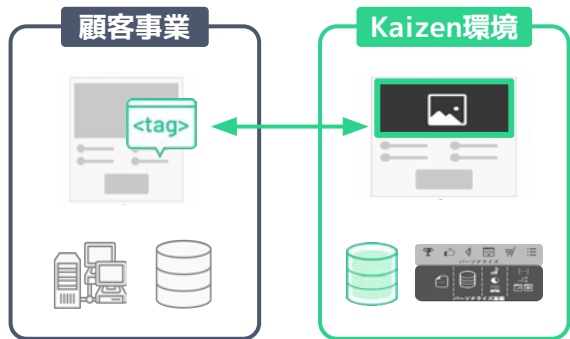
- 1万人を超えるデジタル専門人材が登録  
コンサルから実行までプロフェッショナルサービスをフルリモートで提供可能
- カタログ・DM・チラシまで既存素材から動画化可能
- 日英だけでなく、アジアから中南米まで多言語対応
- 制作会社/人材派遣会社/コンサルなど50以上の法人と提携し、当社プラットフォーム上でサービス提供

#### データを活用した生産性向上と 品質管理

- 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  
制作物の品質/成果も高い評価を得る
- データを基にした教育コンテンツを教育機関に提供し、卒業生に登録してもらえスキームを構築

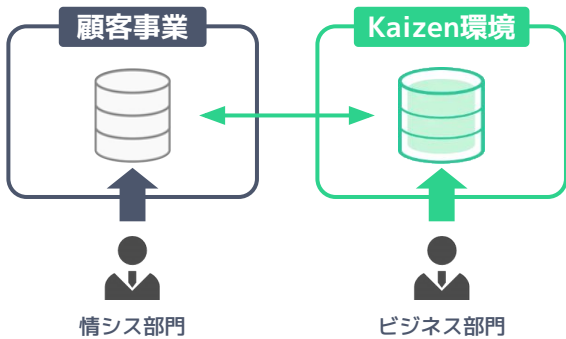
「レガシーシステムへの影響を気にせず」  
 「ビジネス部門主導で」「リードタイム・コストを抑えて」DXやUX改善が可能に

## レガシーシステムの迂回



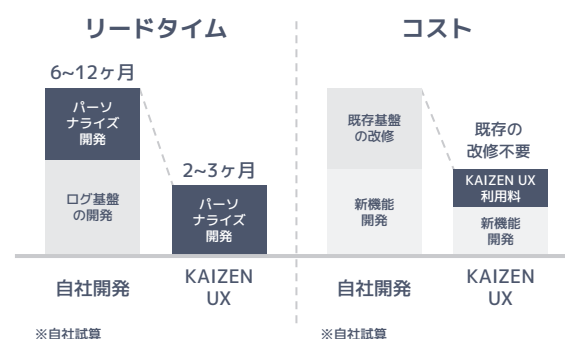
レガシーシステムへの影響を  
 気にせず  
 UX改善やPoC実行可能

## 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

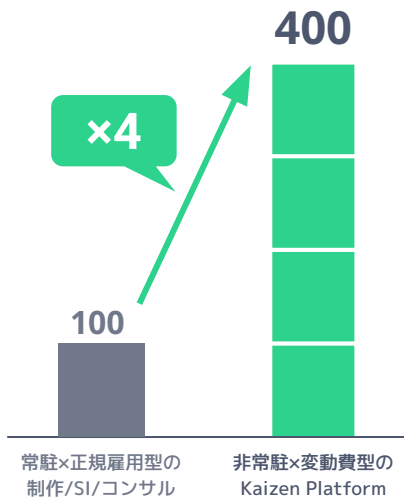
## リードタイム/コスト



リードタイムと開発コストを  
 大幅削減可能

## 1人あたりの生産性

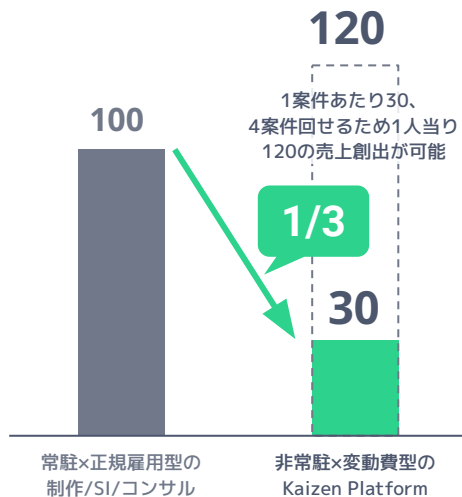
非常駐で、無駄な会議や社内調整が不要  
業務特化・効率化し4倍のアウトプットを実現  
=1人当たり**約4倍の案件**が担当可能



※ 顧客およびグロースハッカーへのインタビュー調査より自社試算

## 顧客への価格

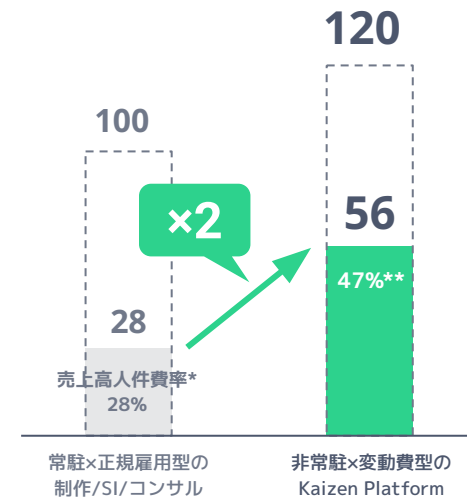
高い生産性と変動費率の高さをテコに  
同工数での**価格を約1/3**に



※ 顧客およびグロースハッカーへのインタビュー調査より自社試算

## 報酬単価

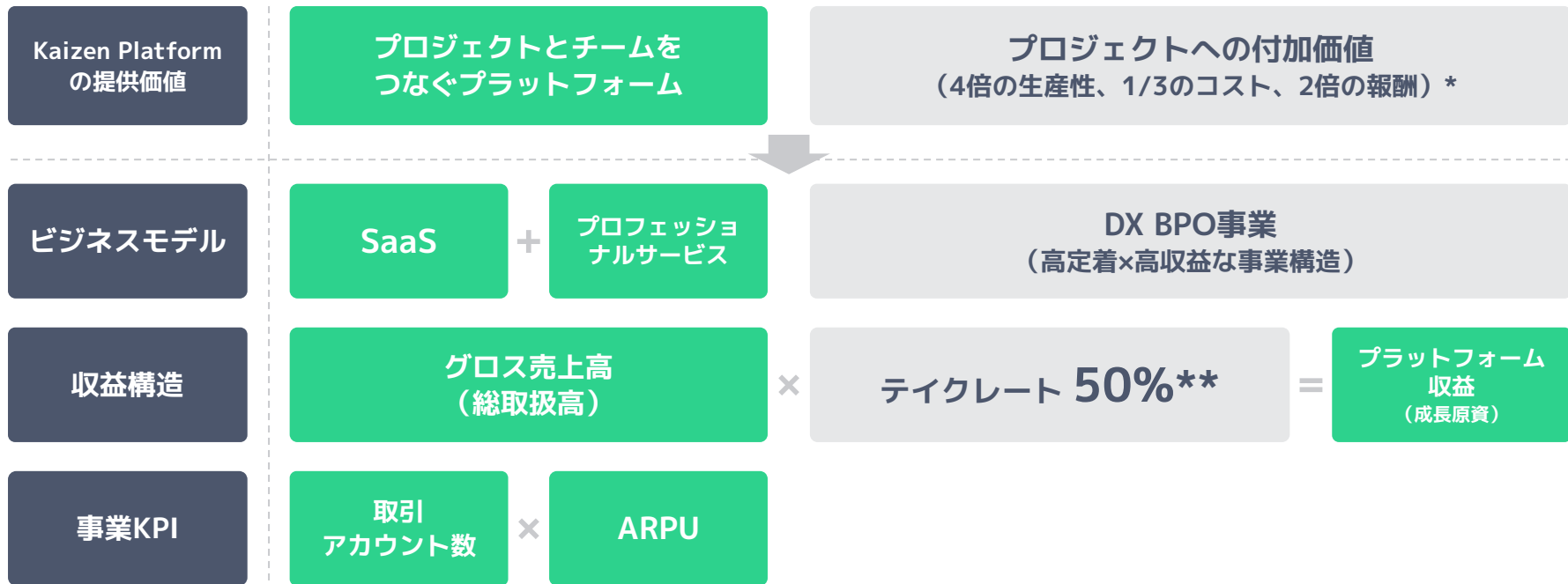
業種別売上高人件費率と比較すると  
報酬で**約2倍**の差  
採用競争力を高めることが可能



\*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

DXのワンストップBPOサービスをクラウドを通じて提供し、5割のテイクレートを  
実現する高収益・高付加価値な事業モデル



\* 生産性/費用/報酬に関してはP13の試算に基づく

\*\* 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

	IDOM Inc.			d・大地宅配	  Credit Saison Co., Ltd.
	<i>Tomorrow. Together</i> 				
	dentsu				
・HAKUHODO・	BIZREACH 	PEACH JOHN			<small>Forum Engineering Company</small>  Forum Engineering Inc.
			 UR 都市機構		 リクルートジョブズ



## DXで顧客体験をカイゼンするプラットフォーム

- 1 DXに関する巨大アウトソーシング市場を狙う
- 2 エンタープライズ中心のハイエンドSaaS+プロフェッショナルサービス
- 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 SaaSおよびそのデータを活用し高い生産性と高いテイクレートを両立
- 5 コロナ耐性の高さや5Gに伴うDXニーズの加速によるARPU向上



## 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「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ともに上場へと導く。地盤ネットホールディングス取締役、株式会社ACSL取締役（以上、現任）



## 杉田 浩章 社外取締役

Outside Director

株式会社日本交通公社（JTB）を経て1994年にボストンコンサルティンググループに入社。2001年同社パートナー&マネージング・ディレクター就任後、2016年～2020年同社日本代表。『プロフェッショナル 経営参謀（日本経済出版社）』など著書多数。早稲田大学ビジネススクール教授、コニ・チャーム株式会社 取締役監査等委員（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。アディッシュ株式会社取締役、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COO（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。



## 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。



## 坂藤 佑樹 執行役員

総合商社の丸紅を経て、経営共創基盤(IGPI)入社。  
Web サービス・テクノロジー・ヘルスケアなどの  
新規事業開発支援/コンサルティング、海外M&A戦略  
の立案/実行支援、業務改革等に従事。

2020年にKaizen Platformに参画し、DX事業・  
マーケティング・事業戦略を統括。

2022年1月より現職。



## 河部 裕 執行役員

2009年株式会社リコー入社後、生産・サプライ  
チェーンのプロセス改善に従事。

2014年にKaizen Platformへ参画し、  
プロダクトマネージャーおよび開発責任者を担当。

2022年1月より現職。

単にアナログをデジタル化する事がDXではない  
DXの本質は、社会課題を解決すること  
DXを通じて世界をカイゼンし、社会課題を解決する事を目指している

## KAIZEN the World

21世紀のなめらかな働き方で  
世界をカイゼンする



## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## 1 会社およびサービスの概要

## 2 2022年12月期 第2四半期の業績

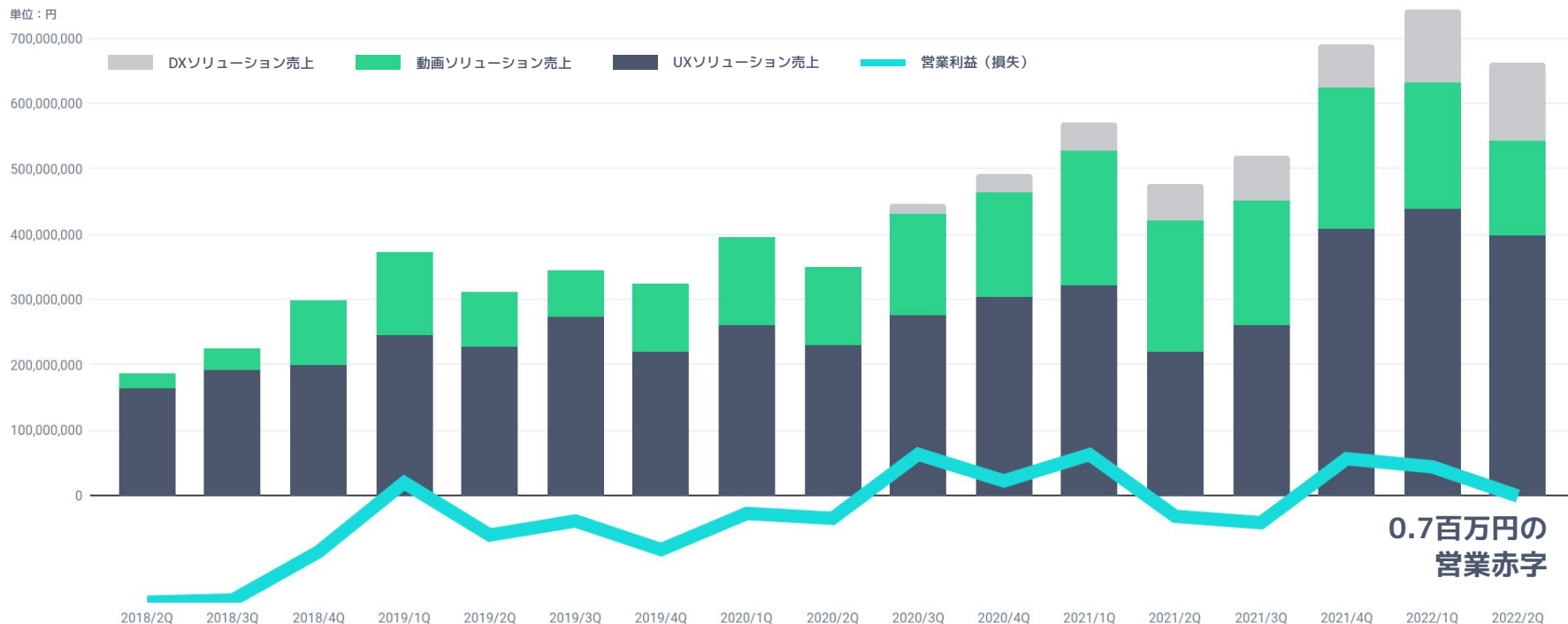
## 3 今後の成長戦略

売上高は前期比34.1%増  
EBITDA、営業利益、経常利益の進捗は順調

(百万円)	2022年12月期 第2四半期 (2022年1月-2022年6月)			通期業績予想 (2022年2月14日発表)	
	実績	前年同期		業績予想	進捗率
		実績	増減率		
売上高	1,407	1,049	+34.1%	3,000	46.9%
EBITDA	170	108	+57.6%	250	68.2%
営業利益	43	30	+40.1%	50	86.6%
経常利益	27	-30	-%	10	271.5%
当期利益	-0	-47	-%	0	-%

**UX/DX** ディーゼロ社のM&Aの寄与もあり、売上高が大幅増

**動画** 単価の高い取引にフォーカス中

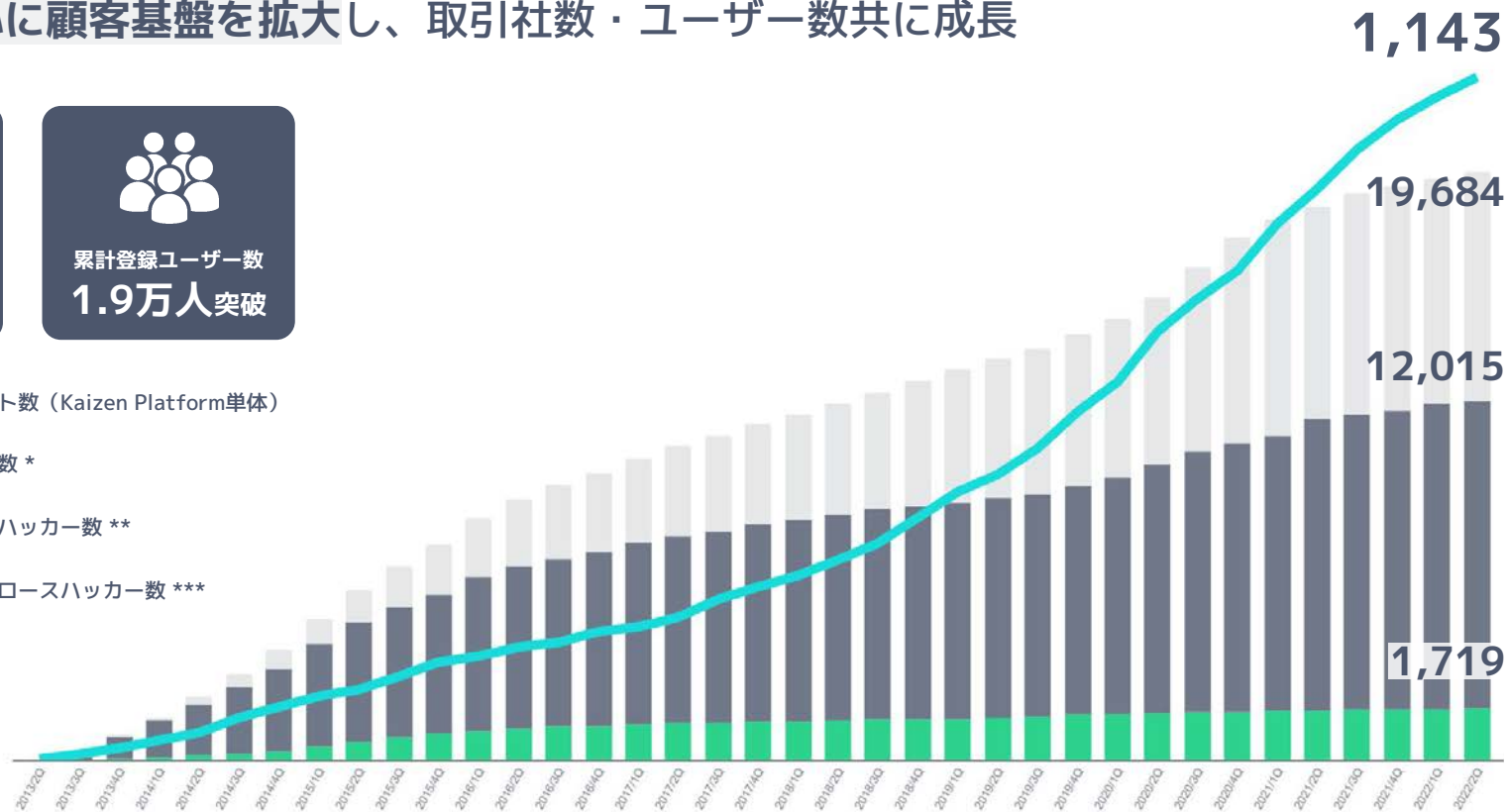


## 大企業を中心に顧客基盤を拡大し、取引社数・ユーザー数共に成長

累計アカウント数  
**1,100突破**

累計登録ユーザー数  
**1.9万人突破**

- 累計取引アカウント数 (Kaizen Platform単体)
- 累計登録ユーザー数 \*
- 累計登録グロースハッカー数 \*\*
- 累計アクティブグロースハッカー数 \*\*\*



\*プラットフォームを活用する顧客及び専門人材の累計登録数

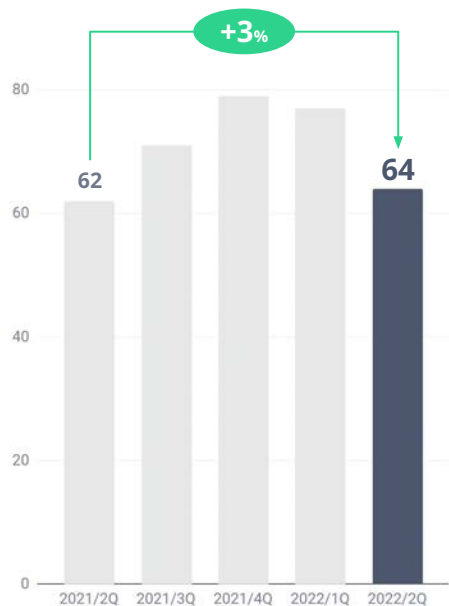
\*\*プラットフォームを活用する専門人材の累計登録数

\*\*\*過去にクリエイティブ改善案の投稿実績があるグロースハッカーの累計数

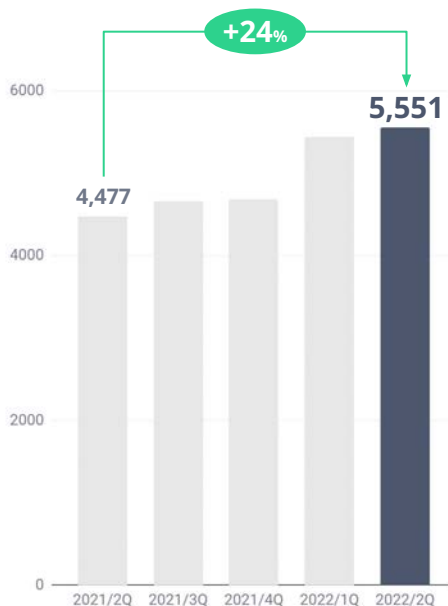


UX/DXは既存顧客のアップセルによるARPUの向上がしっかりと奏功  
引き続きARPU向上と既存顧客からのクロスセルによる取引アカウント数向上を狙う

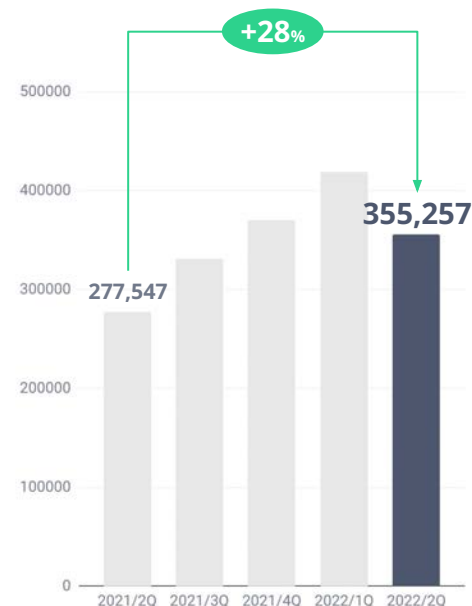
取引アカウント数 \*



ARPU 単位：千円



売上 単位：千円



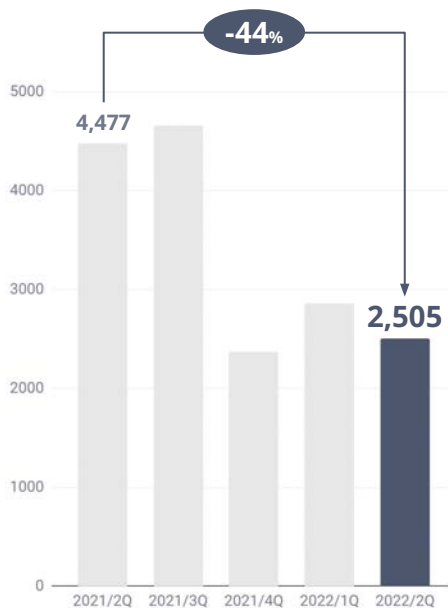
## UX/DXはディーゼロ社を加えると87%成長

DZはアカウント数143（UX/DX 64）、ARPU 1,142千円（UX/DX 5,551千円）と単価の伸び代が大きい

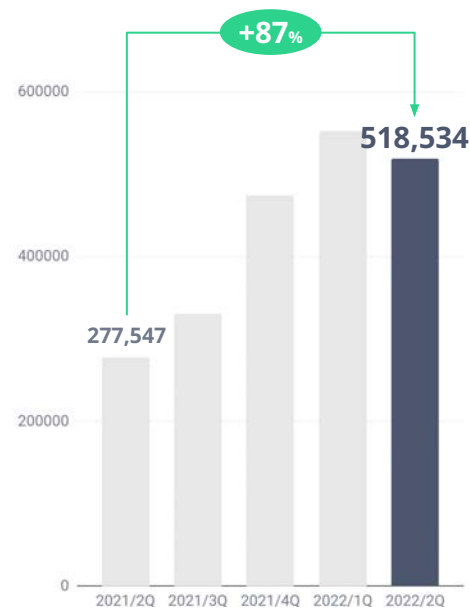
### 取引アカウント数 \*



### ARPU 単位：千円

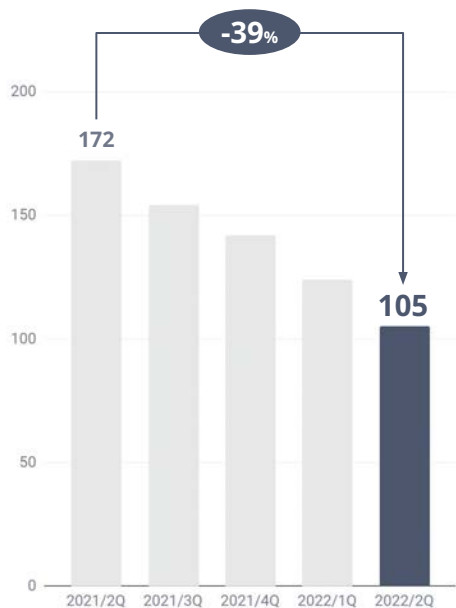


### 売上 単位：千円

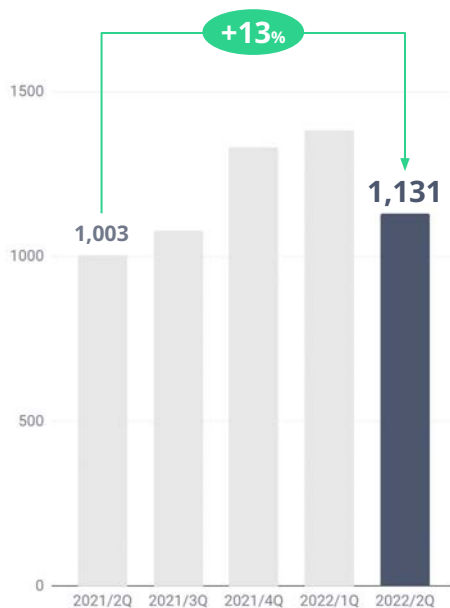


動画は、既存・新規ともにARPUが高い顧客へのフォーカスを継続  
UX/DXとの連携強化へシフト中

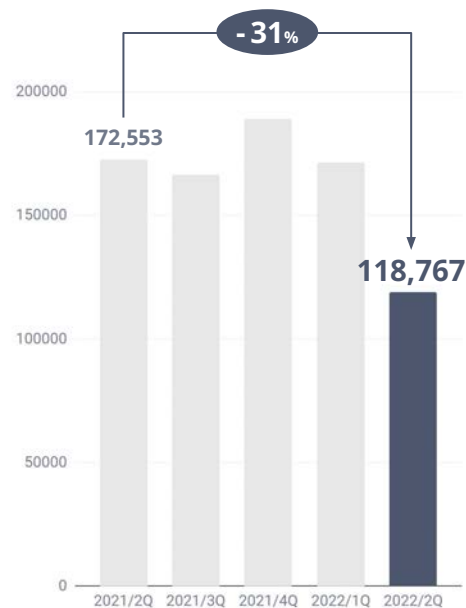
### 取引アカウント数 \*



### ARPU 単位：千円

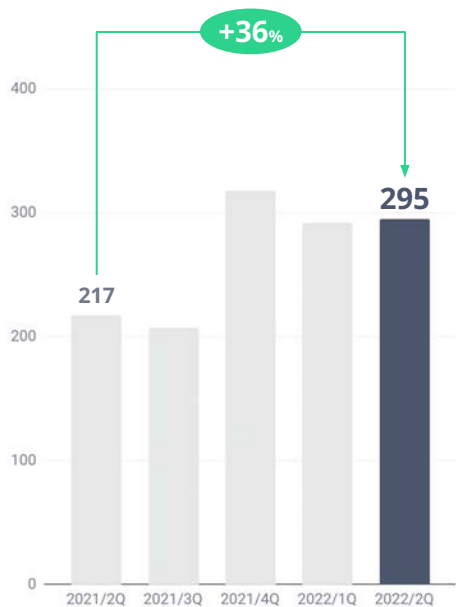


### 売上 単位：千円

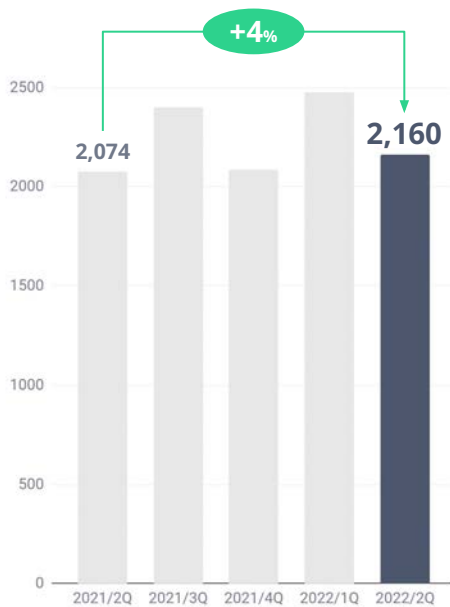


ARPUはDZ連結による減少とUX/DX/動画の増で、微増  
 アカウントは1.36倍になったため、売上は42%成長

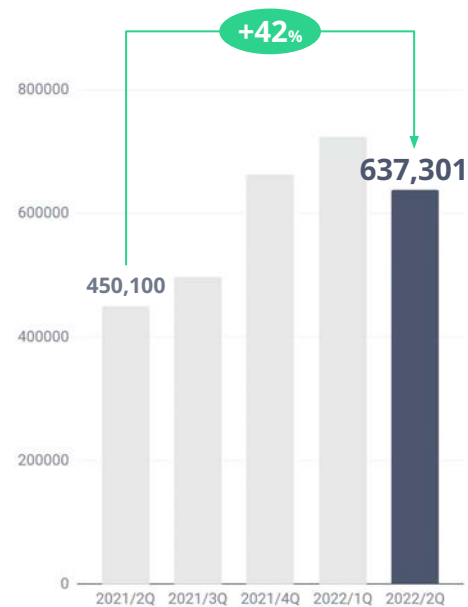
取引アカウント数 \*



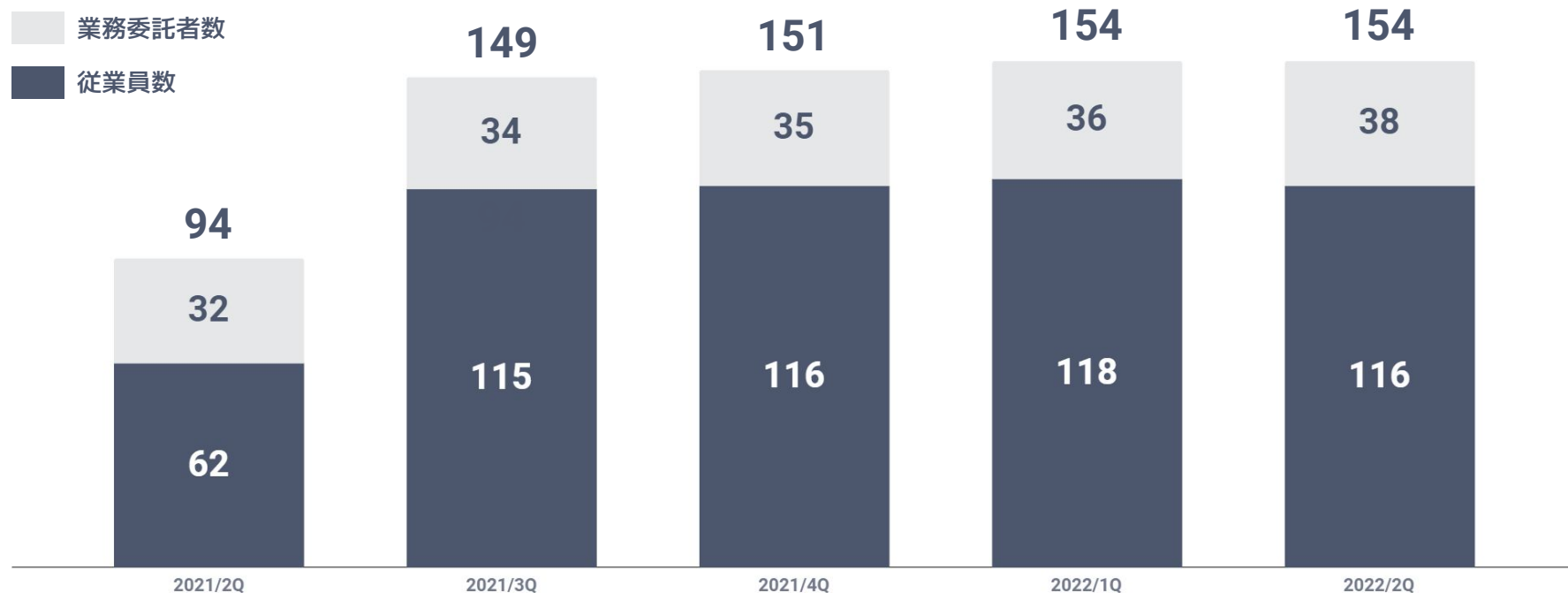
ARPU 単位：千円



売上 単位：千円



今後のさらなる事業拡大を見据え、スタッフ数（従業員+業務委託者数）も拡充



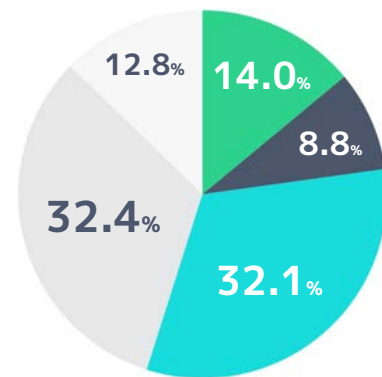
## 「現預金」「純資産」ともに30億円超で、財務基盤は安定

機関投資家の保有比率は22.8%、一般個人株主は32.1%を占める

貸借対照表（連結）			
百万円	2021/12	2022/6	増減
現金及び預金	3,006	3,343	337
流動資産	3,438	3,742	304
有形固定資産	13	13	-0
無形固定資産	699	684	-15
投資その他資産	205	184	-21
資産	4,357	4,624	267
短期借入金	-	-	-
長期借入金	671	671	-
負債	1,009	1,050	41
純資産	3,348	3,574	226
負債純資産	4,357	4,624	267

### 株式の分布状況

(2022年6月30日時点)



■ 海外機関投資家   
 ■ 国内機関投資家   
 ■ 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** 2022年12月期 第2四半期の業績

**3** 今後の成長戦略

新しい働き方やデジタルツールが大きく普及し、**非対面/非接触**が当たり前になり、**オフィスの稼働率はコロナ前には戻らない、戻せない**という予測も

## 新しい働き方

リモートワークが普及し、新しい働き方が定着



## デジタルツールの導入が拡大

Web会議システムを筆頭に  
さまざまなデジタルツール活用も拡大





## 今まで紙でつくっていたコミュニケーションツールが非対面/非接触を機にデジタル化し始めた

### 何をデジタルにするか？

### どう使うか？



チラシ



パンフレット



説明書



営業資料



ガイドブック



カタログ



ポスター



研修



イベント



インタビュー



プレスリリース



動画化



SNS/広告



メール/チャット



営業や店頭の  
タブレット



Webサイト

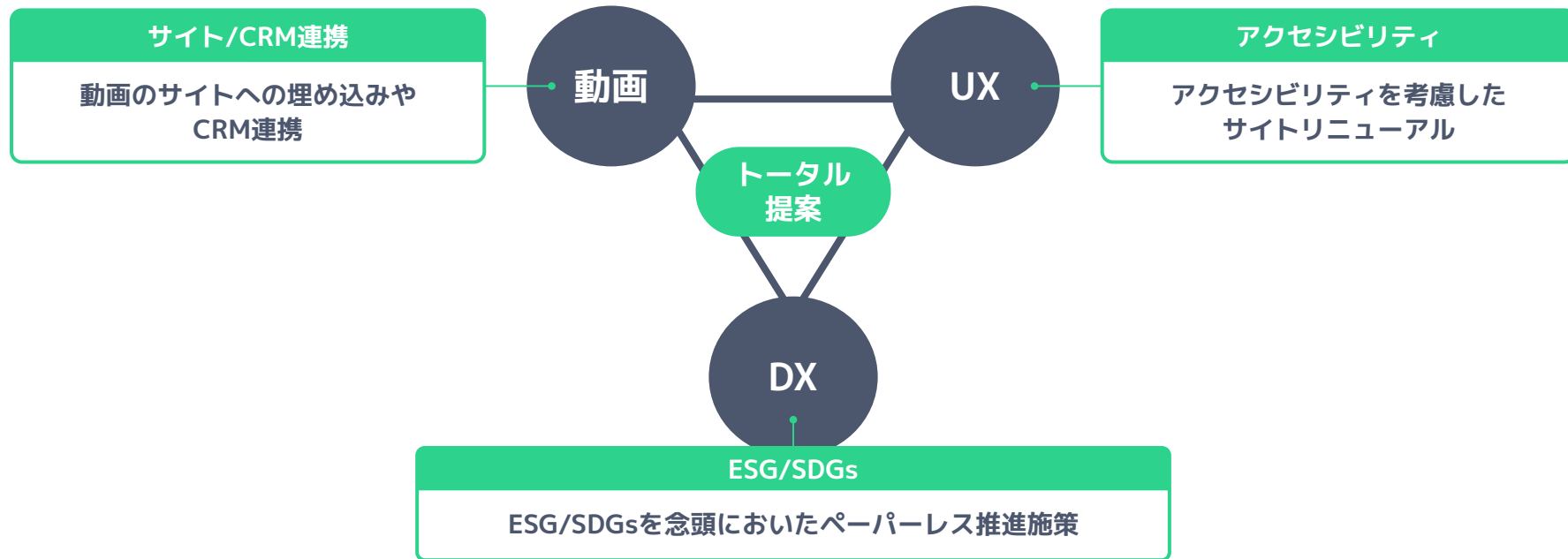


デジタル  
サイネージ



オンラインMTG

コモディティ化が早い領域のため、より付加価値が高い領域へ  
継続的な拡張と統合提案強化で差別化を図る

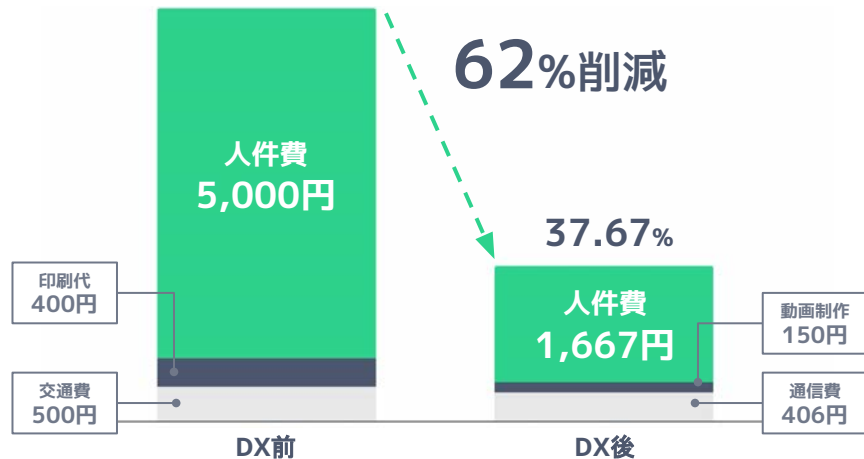


## コスト・CO2共に約62%の削減が可能

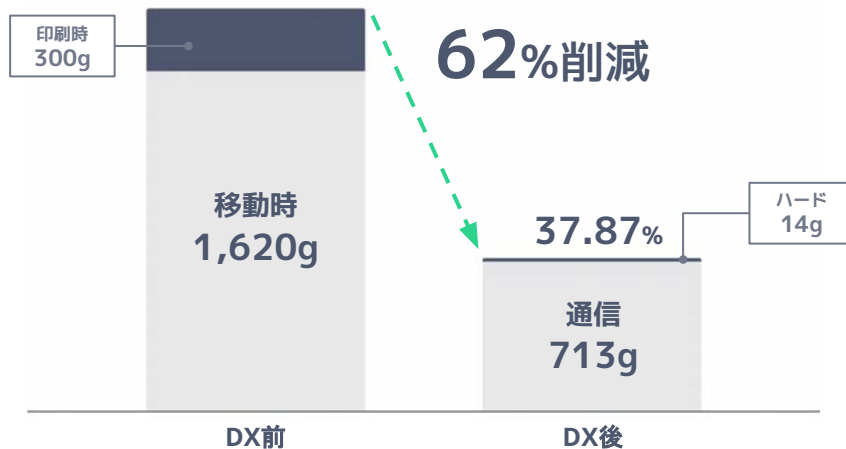
営業が1,000人の企業の場合、半分のアポをDX化するだけで、年間8.8億円・286tのCO2削減に繋がる  
 = 杉の木 2万306本が1年間に吸収するCO2量に匹敵（東京ドーム8個分の森林）

▼ 移動に前後30分かかる1時間のアポイントを、動画活用+40分のリモートアポにDXできた場合のシミュレーション

### コスト削減効果



### CO2削減効果



障害者差別解消法の改正により、民間企業も公共機関と同等のアクセシビリティ強化対応が義務化  
あらゆる人にとって **“なめらかな社会”** の実現に向け、様々な取り組みを推進

## アクセシビリティは「高齢者や障害者」だけでなく 「一般利用者」にとっても重要

アクセシビリティが向上すれば、アクセスできる人の母数が増える  
音声ブラウザやSEOにも効果的

※人は常に健康ではないため、一次的に何かが出来なくなることはよくある



ex)

- ・手を怪我して使えない
- ・通信速度が遅い
- ・スマホで読みにくい
- ・周りが騒がしくて聞こえない  
など

UXの改善

+

アクセシビリティ



KAIZEN PLATFORM



Real communication, Next information!

D・Z・E・R・O

グループ会社のディーゼロとともに、  
自社Webサイトや各種サービスのアクセシビリティ向上を推進

さらにアクセシビリティ相談窓口の設置や支援の強化など、  
社会への啓蒙活動を推進

## STEP1

上流となるコンサルティング機能の強化

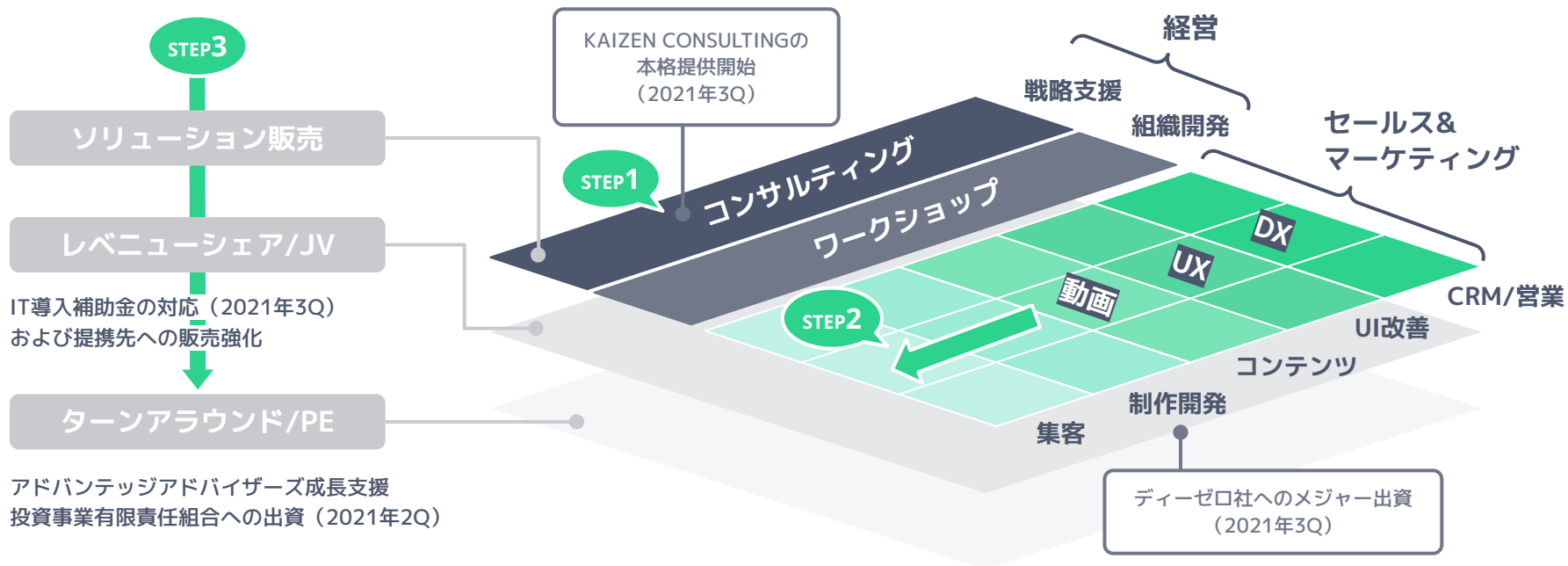
## STEP2

セールス&マーケティングDXの提供、ケーパビリティの拡大

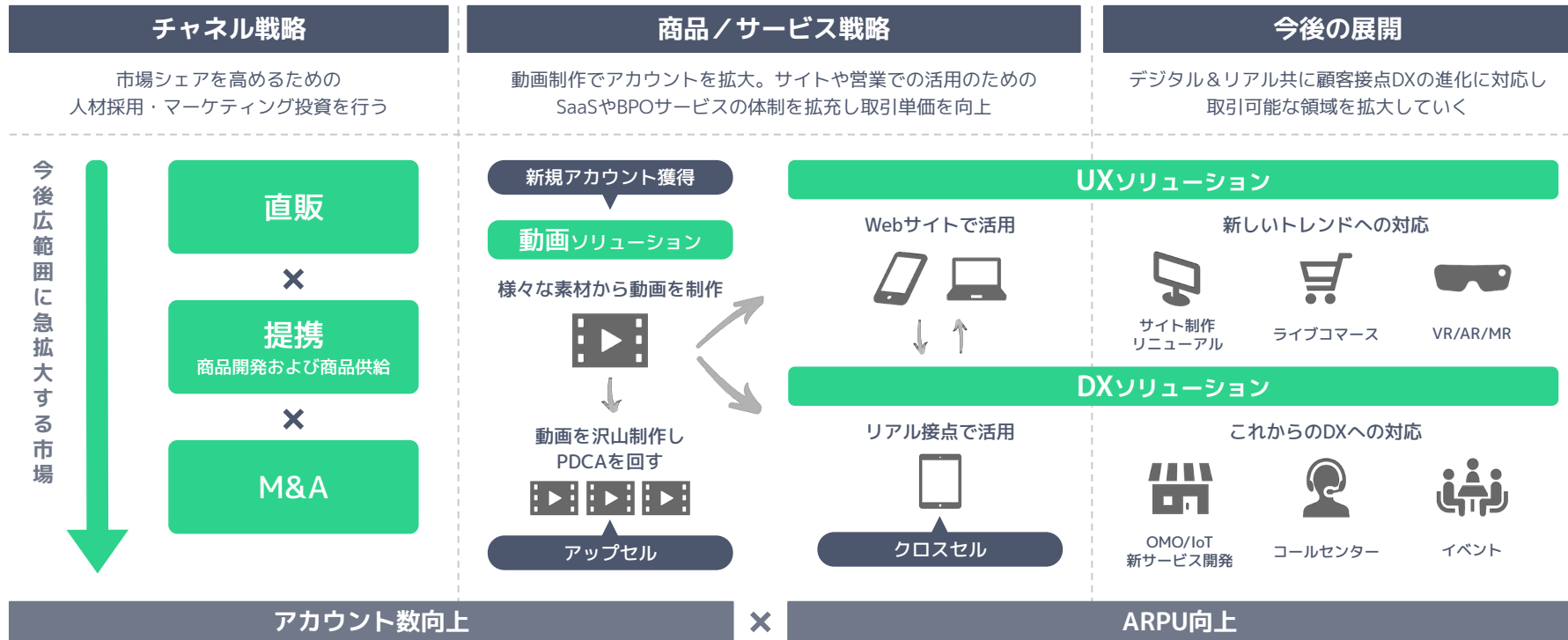
## STEP3

ビジネスモデルを拡張してより収益のレバレッジを高める

STEP2を2024年までに完了。DXをフルサポートできるサービスが揃った上でSTEP3を本格化



## 成長していくDX市場におけるプラットフォームとしてのポジションをより強固なものにするための投資を行い、DXのEMS\*を目指す

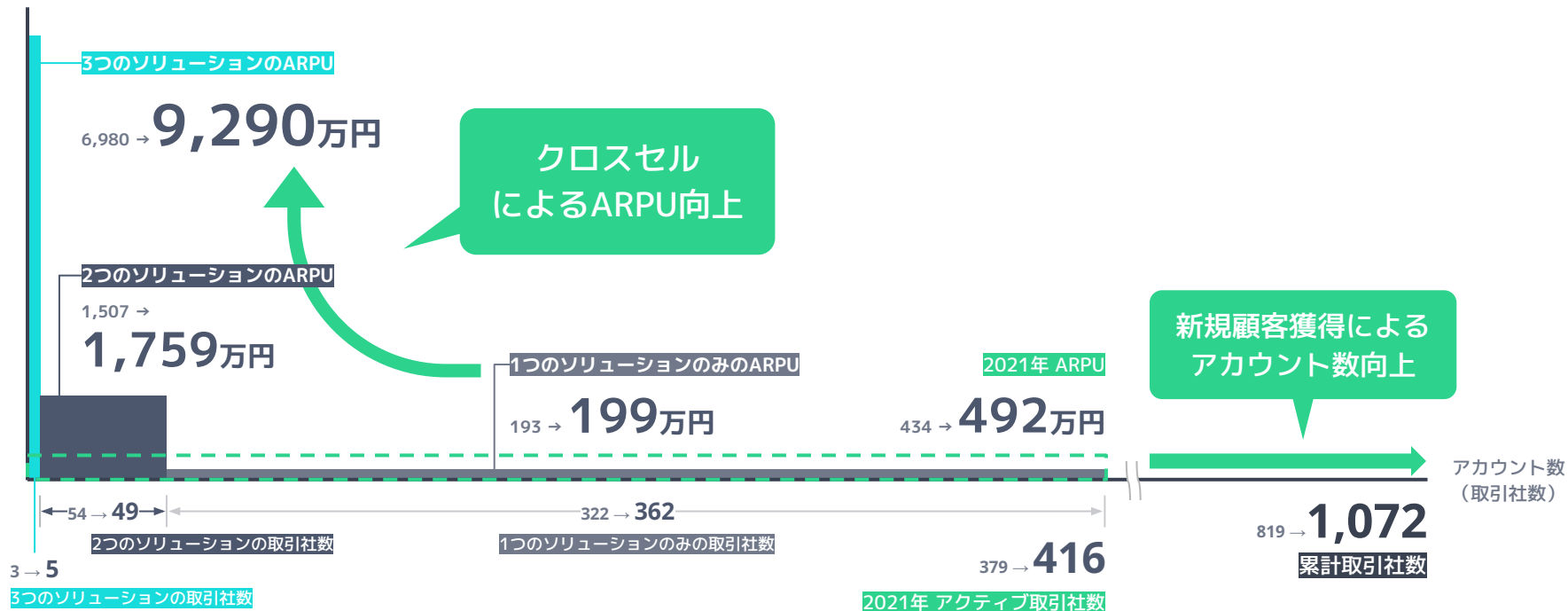




# Appendix

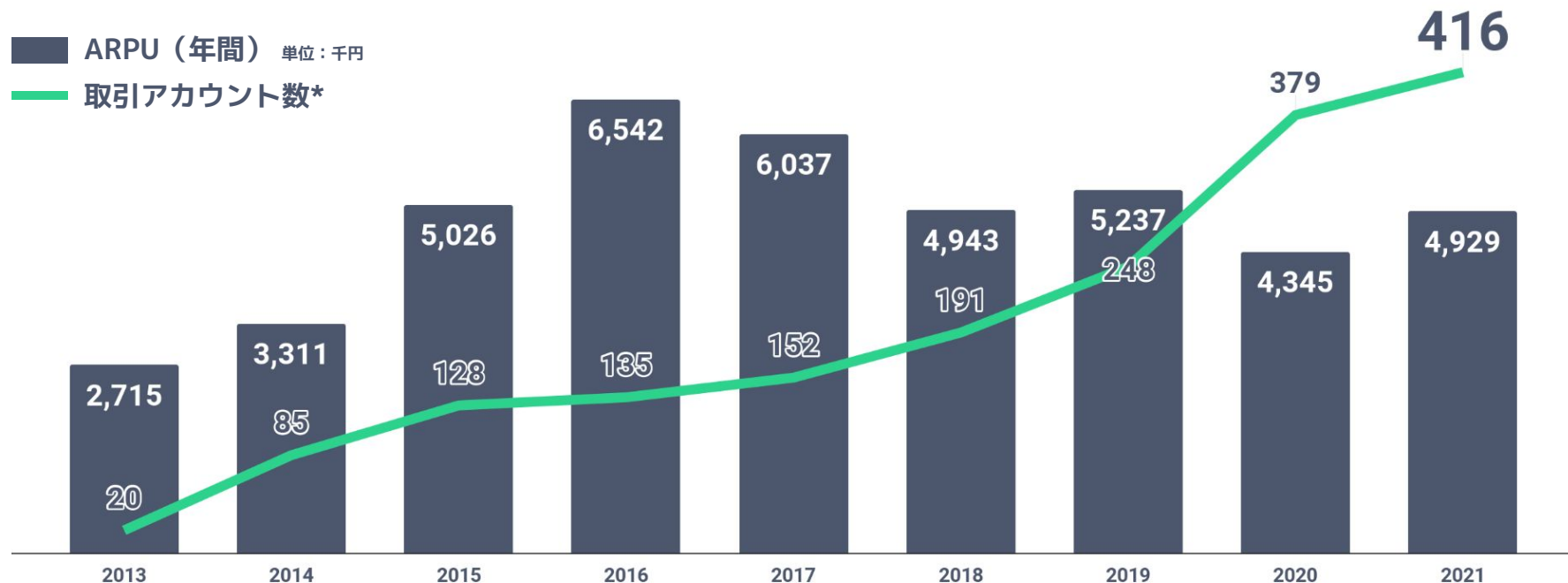
## 顧客のDXの進化に合わせた、UX・動画・DX各ソリューションの クロスセルによりARPUを高める事が可能

ARPU (年間)

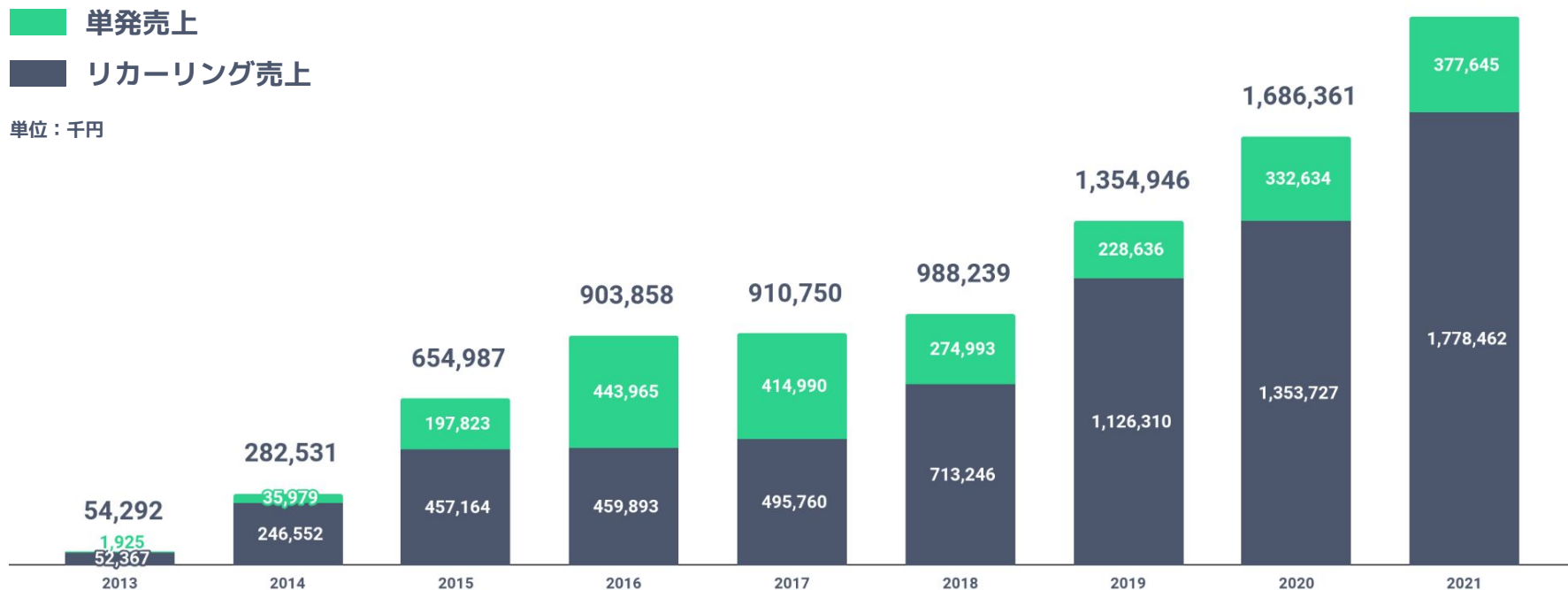




動画をフックに取引アカウント拡大が加速  
そこからのアップセル・クロスセルによるUXやDXソリューション販売が加速



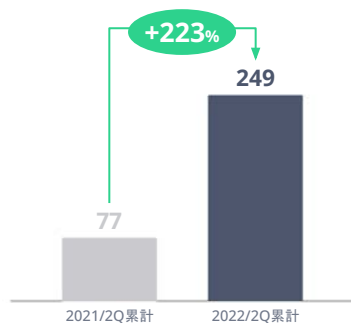
## 単発売上による新規取引アカウントからリカーリング売上への 転換は順調に進捗



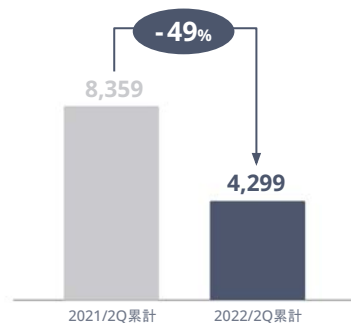
UX / DXはDZ連結により新規取引アカウントの力強い伸びが事業成長を牽引、今後ARPU向上を狙う  
 動画は、ARPUの高い顧客への絞り込みを開始、UX/DXとの連携強化中

UX/DX  
ソリューション

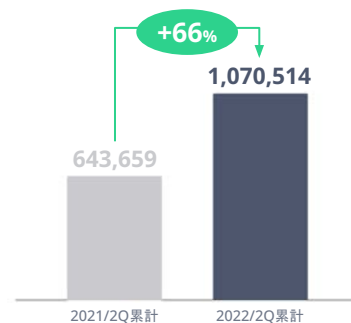
取引アカウント数 \*



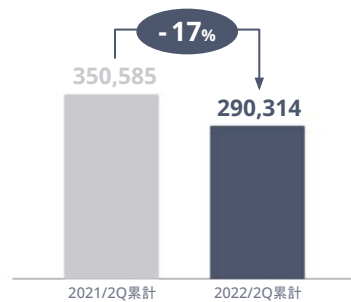
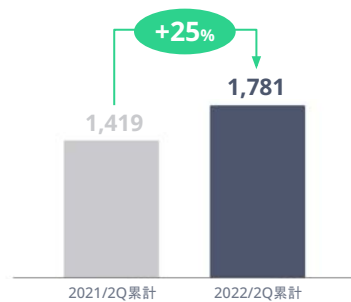
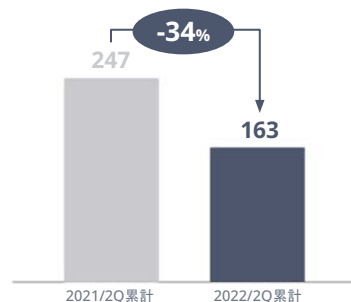
ARPU (2Q累計) 単位：千円



売上 (2Q累計) 単位：千円



動画  
ソリューション



千円	2020/12	2021/12	2022/6
売上高	1,686,361	2,260,042	1,407,699
売上総利益	822,194	934,202	566,171
販売費及び一般管理費	798,824	888,481	522,879
給料及び手当	199,235	250,906	147,905
外注費	177,151	152,012	59,862
営業利益	23,369	45,720	43,292
経常利益（損失）	36,435	(25,627)	27,146
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	107,382	(101,657)	(955)

## UX/DXソリューション

千円	2020/12	2021/12	2022/6
売上高	1,112,984	1,448,403	1,070,514
営業利益	111,380	26,691	106,617

## 動画ソリューション

千円	2020/12	2021/12	2022/6
JP			
売上高	532,858	705,844	290,314
営業利益（損失）	(52,554)	61,276	(37,023)
US			
売上高	40,518	105,794	46,870
営業利益（損失）	(35,456)	(42,248)	(26,301)
合計			
売上高	573,376	811,638	337,185
営業利益（損失）	(88,010)	19,028	(63,325)

千円	2020/12	2021/12	2022/6
現金及び預金	2,660,345	3,006,148	3,343,161
流動資産	2,908,598	3,438,310	3,742,573
有形固定資産	4,643	13,748	13,257
無形固定資産	323,591	699,349	684,247
投資その他資産	152,122	205,949	184,791
資産	3,388,956	4,357,357	4,624,869
短期借入金	—	—	—
長期借入金	250,000	671,000	671,000
負債	534,154	1,009,025	1,050,093
純資産	2,854,801	3,348,332	3,574,775
負債純資産	3,388,956	4,357,357	4,624,869

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り、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を目途としております。



**End**