

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年2月

ブリッジインターナショナル株式会社  
東証グロース（証券コード：7039）

企業の継続的な成長のための  
「売上拡大」と「人材育成」に関する  
課題を解決します。



The illustration is divided into two parts. The top part shows a man and a woman standing in front of a large, multi-layered digital interface. The interface displays various data visualizations including bar charts, line graphs, and pie charts, along with icons for communication (speech bubbles) and settings (gears). The man is holding a folder, and the woman is pointing at a specific data point. The bottom part shows a woman standing and pointing at a large screen displaying code snippets for 'C++' and 'CSS'. Two other people are seated at a desk with laptops, looking at the screen. The overall theme is professional collaboration and continuous learning.

社 名	ブリッジインターナショナル株式会社 BRIDGE International Corp.
代 表 者	代表取締役社長 吉田融正
本 社 住 所	東京都世田谷区
創 業 年 月	2002年(平成14年)1月
資 本 金	5億52百万円 (2023/12末)
従 業 員 数	連結 671名 ※派遣社員等除く (2023/12末)
事 業 内 容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ インサイドセールスアウトソーシング事業</li><li>・ C&amp;S事業</li><li>・ 研修事業</li></ul>

A photograph of a business meeting in a modern office. Several people in business attire are gathered around a glass-topped table. One person is using a laptop, while others are pointing at the screen or looking at documents. The scene is dimly lit with a blueish tint, suggesting a professional and focused atmosphere.

# 今後の事業方針

人口減少や人材の流動化で従来の属人的な仕組みでは成長が難しくなってくる。

➡ 生成AIなどの最新テクノロジーを最大限活用する仕組みが必要。



CX（顧客体験）  
のDXは  
普及段階に



生産労働人口の  
減少  
人材ミスマッチ



生成系AIや  
マーケティング  
テクノロジーの  
進展



継続的な成長は、  
今まで通りの仕組みでは  
難しくなってくる



顧客データ活用と  
プライバシー  
保護の強化



インフレの進行  
人件費の高騰・  
高止まり



オンラインでの  
デジタル購買へ  
シフト

## 変化の方向-1

### 新しい売上拡大の仕組み作りの構築

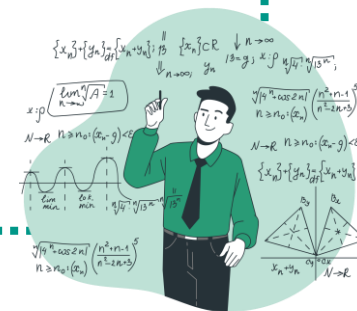
- 今後の売上拡大においては、デジタル活用による生産性の向上と市場への迅速な対応が必須になっていくと想定される  
例.)
  - ・インサイドセールスを活用した顧客エンゲージメントの進化と変革
  - ・Sales Techを活用した顧客データの有機的連携と活用



## 変化の方向-2

### 社内DX人材の育成が急務

- 機動的な戦略を選択し、実行するためにアジャイル体制の確立が必要
- 『新しい売上拡大の仕組み作りの構築』に必要なDXを、より加速・推進、継続的改善に向けたアジャイル体制構築のための、従業員の連続的な学習とスキル獲得が不可欠になると想定される



『売上拡大の仕組み』と『DX人材育成』を支援するソリューション提供を  
中期的成長のドライバーと位置付けていきます。

## 売上拡大の仕組み

### 新たなセールスエンゲージメント の構築支援

- GTM戦略立案、エンゲージメントプロセスの統合設計、オペレーションモデルの構築支援を提供。
- 市場開拓強化支援、売上創出プロセスの構築と定着。
- インサイドセールスやマーケティングのオペレーションをBPaaSとして提供。

## 注力領域

## DX人材育成

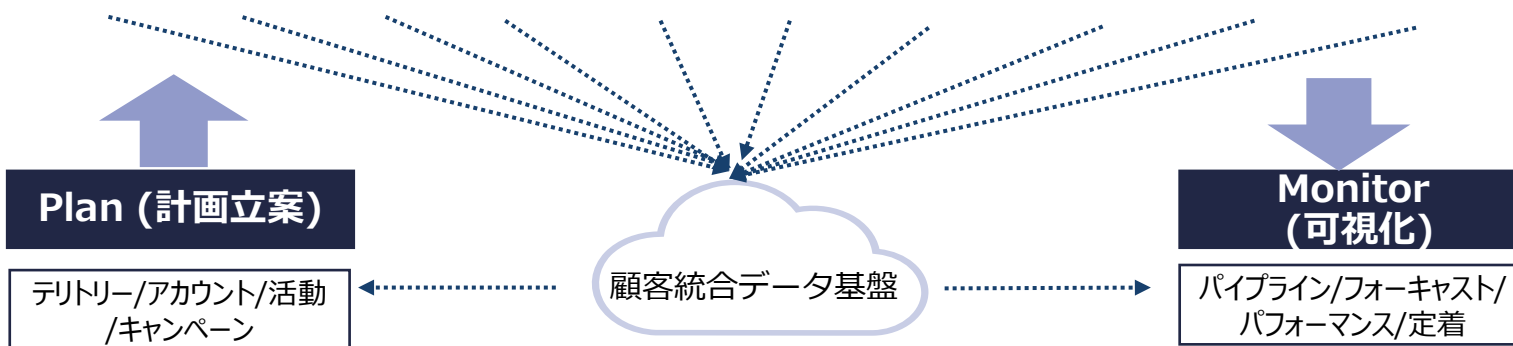
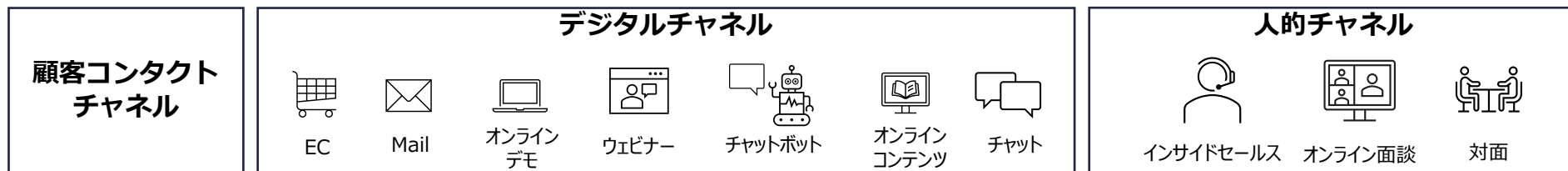
### DX推進のための 人材育成支援

- マーケティング、営業、カスタマーサクセスのそれぞれにおいて研修・コーチングを支援。
- アジャイル運用とその確立に必要なDX推進を行う人材開発・育成を支援。

企業から顧客へのアプローチに、最新テクノロジーのツールやプラットフォームを活用して顧客接触を行い深い関わり合いを構築すること。



## セールスエンゲージメント



- 2025年までに、大企業からのアウトバウンドマーケティングメッセージの30%が合成的に生成されるようになり、2022年の2%未満から増加します。
- 2025年までに、B2B販売組織の75%が、AIを活用した販売ソリューションで従来の販売戦略を強化する予定です。
- 2025年までに、B2Bの売り手と買い手のすべてのやり取りの70%が記録および/または転写され、AI、機械学習(ML)、自然言語処理(NLP)を使用して競争、取引、市場に関する洞察が抽出されるようになります。
- 2026年までに、B2B営業組織の65%が、ワークフロー、データ、分析を統合するテクノロジーを使用して、直感ベースの意思決定からデータ主導の意思決定に移行する予定です。

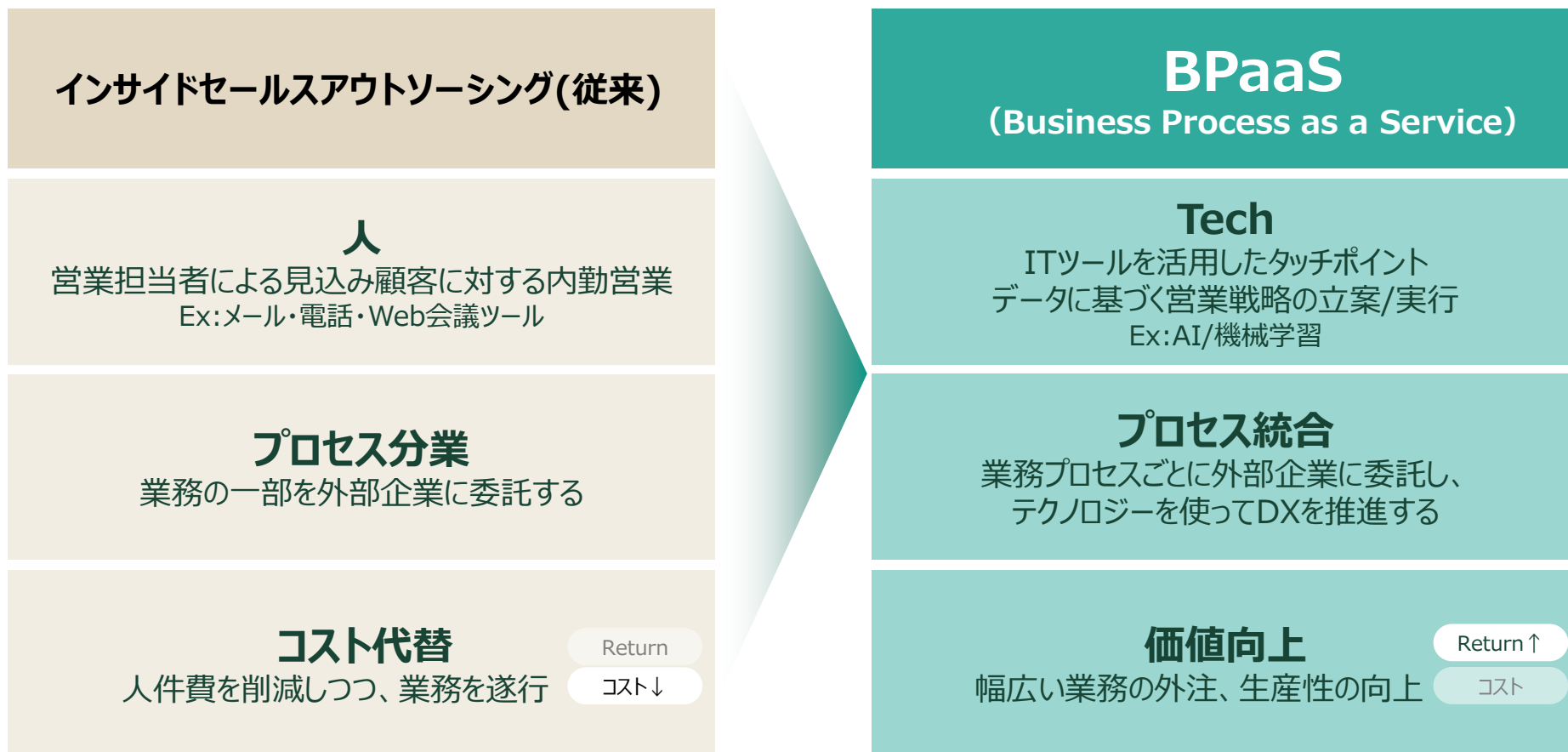
Gartner®, Market Guide for Sales Engagement Applications, Dan Gottlieb et al., 27 March 2023

GARTNERは、Gartner Inc.または関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.

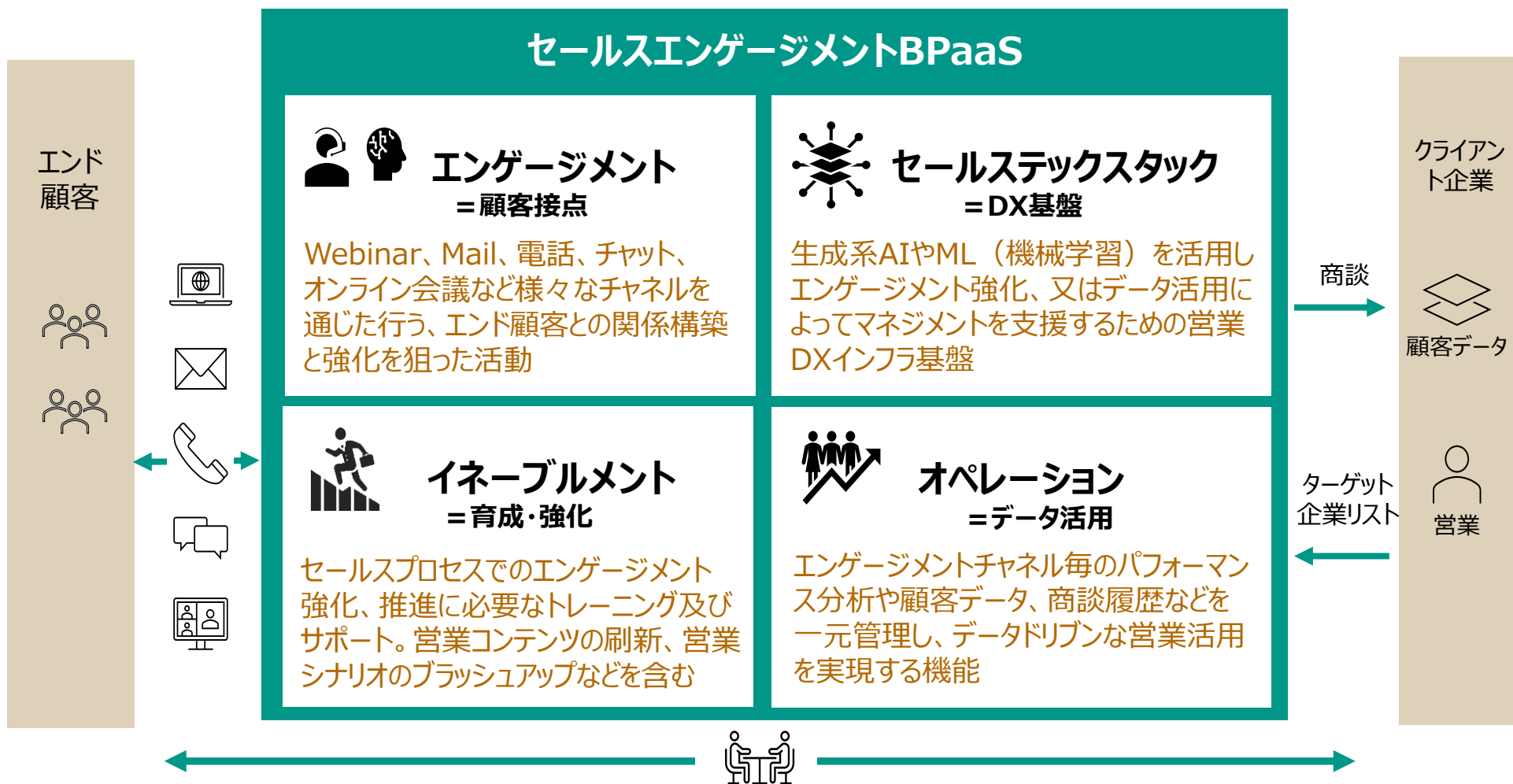


## BPaaS = BPO(アウトソーシング) × SaaS(ITツール)

従来のアウトソーシングサービスをプロセス統合し最新テクノロジーの活用により高度なアウトソーシングサービスを実現して営業DXを推進するビジネスモデル。



顧客接点を効率的/効果的にするためのセールステックスタックを活用し、サービスを通じて顧客の営業活動全体のパフォーマンス向上、顧客との関係深化、売上げ増加を目指します。



変化に俊敏に対応できる経営のために、DX人材の育成が急務。

ChatGPTやAIをはじめとする  
新しいテクノロジーの台頭・発展、  
それによるビジネスの構造変革。



変化に適応して勝ち抜くには  
「アジャイル経営」への構造変革が必要。

## 「アジャイル経営」に必要な要素

意思決定の迅速化(ワークフローの変革)

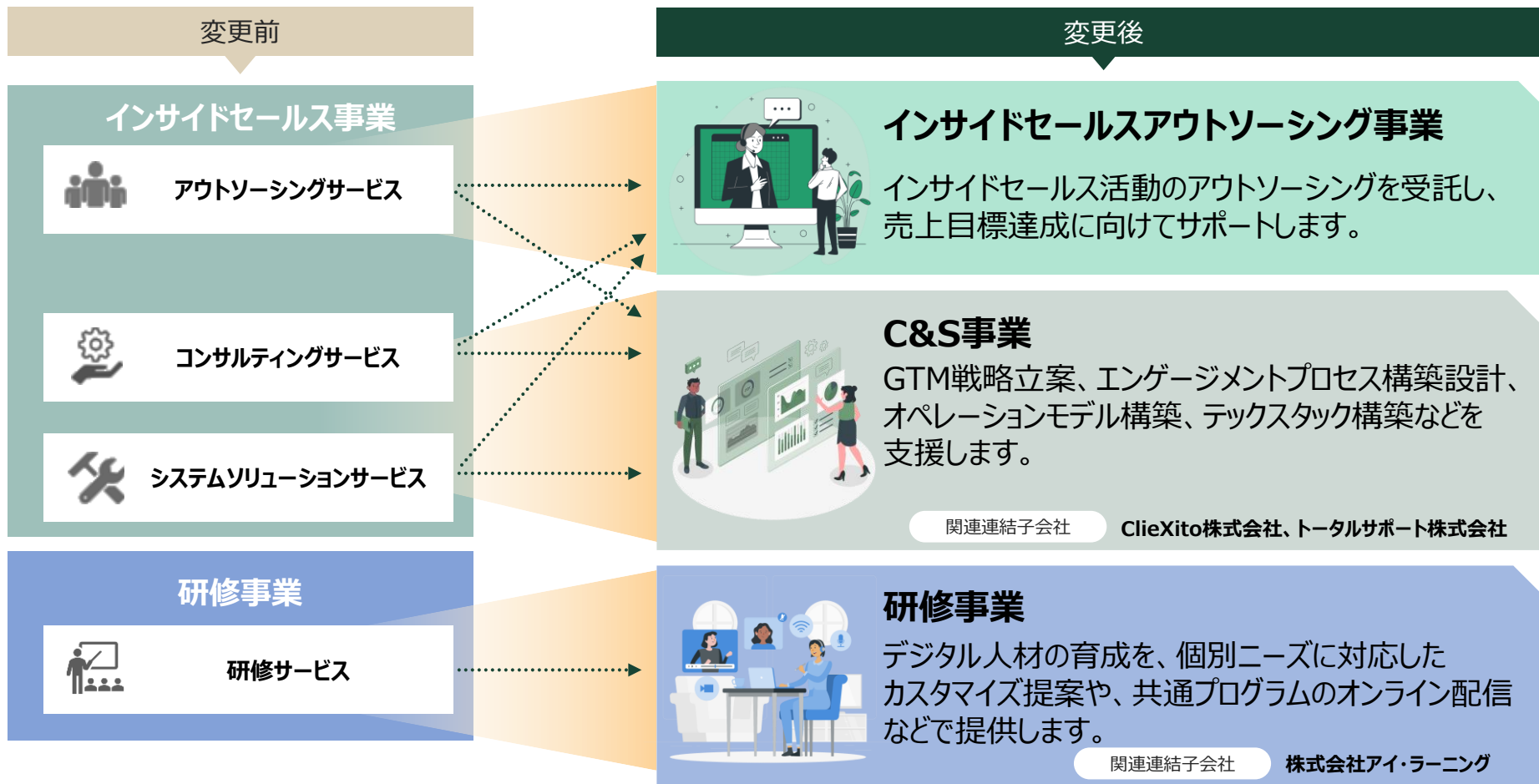
デジタルデータの収集、分析、解析

DX基盤の構築



これらを推進するDX人材の育成が必要。

2024/12期期首より、新たに3つの事業セグメントに変更します。  
成長領域への投資を高め、中期的な成長と事業ポートフォリオの変革実現を推進します。



新たに定義する3つの事業セグメントは、それぞれの成長方針にもとづき  
人的投資、M&A投資などを推進。



## インサイドセールス アウトソーシング事業

- セールスエンゲージメントBPaaSに進化
- 外資系を含むIT、通信・メディア、金融など、これまでの知見を活かせる業種業界に特化
- 高付加価値・高収益のもと、安定した成長を志向



## C&S事業

- セールスエンゲージメントBPaaSの構築支援
- 生成系AI・ビジネスSaaSなどを組み合わせたオペレーションモデル支援
- M&Aなどを組合せながら、高成長を実現する



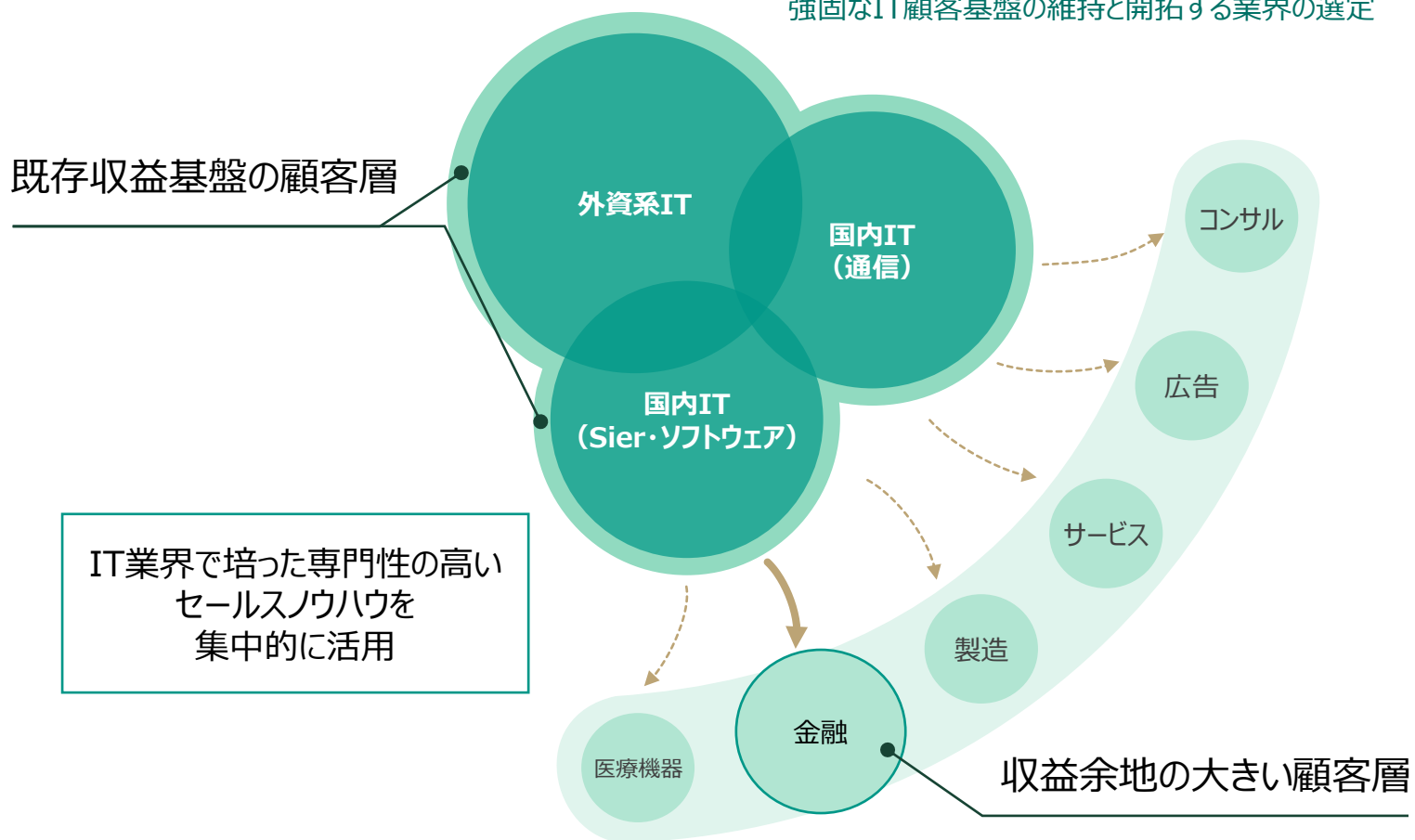
## 研修事業

- ビジネスモデル変革、DX推進を実現する社内アジャイル体制確立を支援
- 非ITエンジニア人材をデジタル人材に育成する領域を主軸に、高い成長を目指す

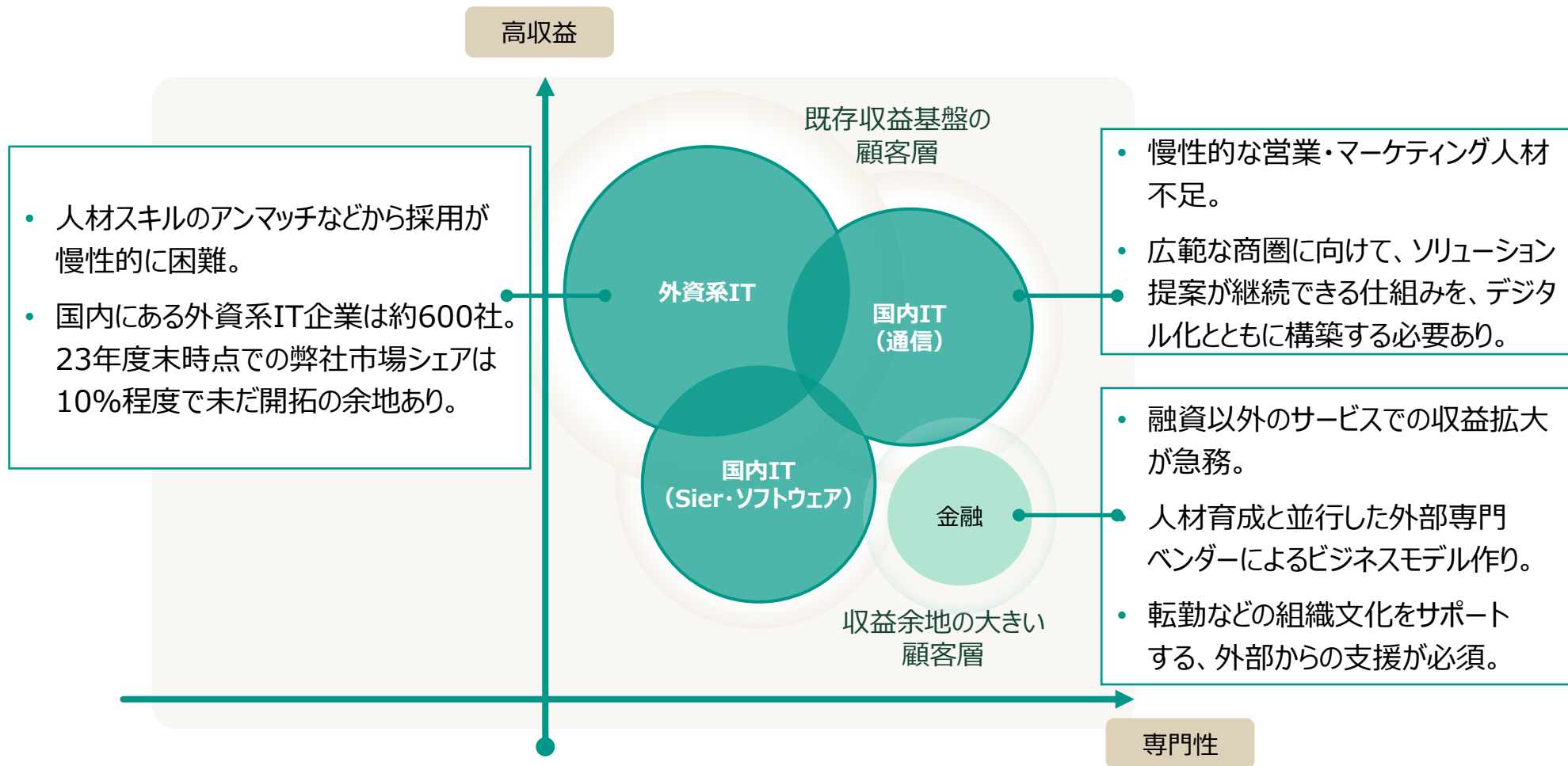
インサイドセールスの認知促進による顧客ポートフォリオの拡大による成長を戦略として掲げていたが、内製での導入を選択する企業の増加など市場環境が大きく変化。顧客ポートフォリオの拡大からの戦略をシフトし、収益余地の大きい顧客層へ集中する戦略を展開する。

## 顧客ポートフォリオの選択と集中

強固なIT顧客基盤の維持と開拓する業界の選定



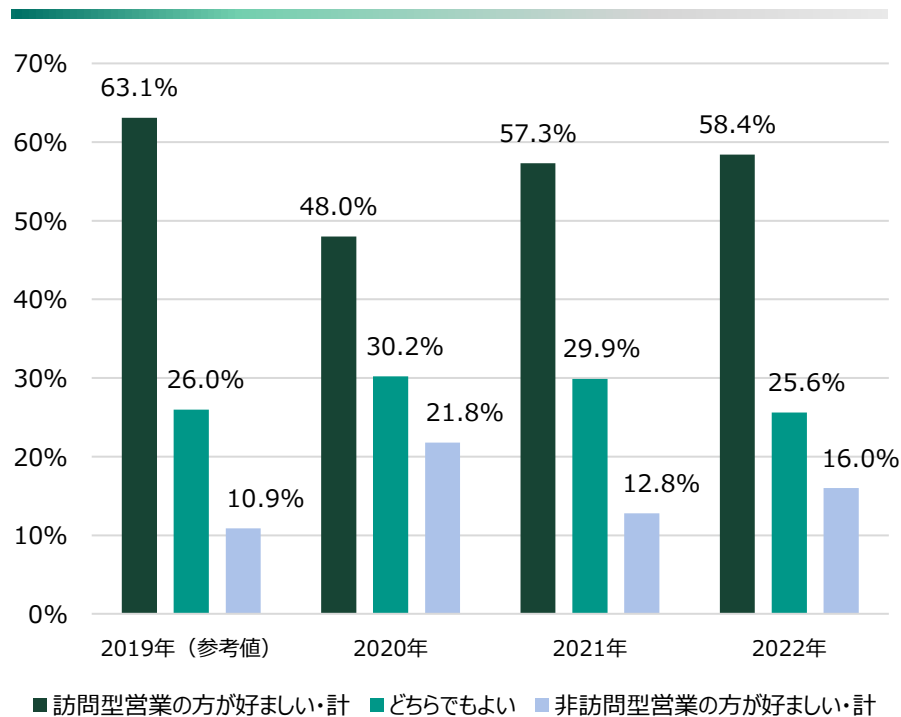
## インサイドセールスアウトソーシング事業では、 既存業界内シェア拡大と大手金融機関向け市場を開拓。



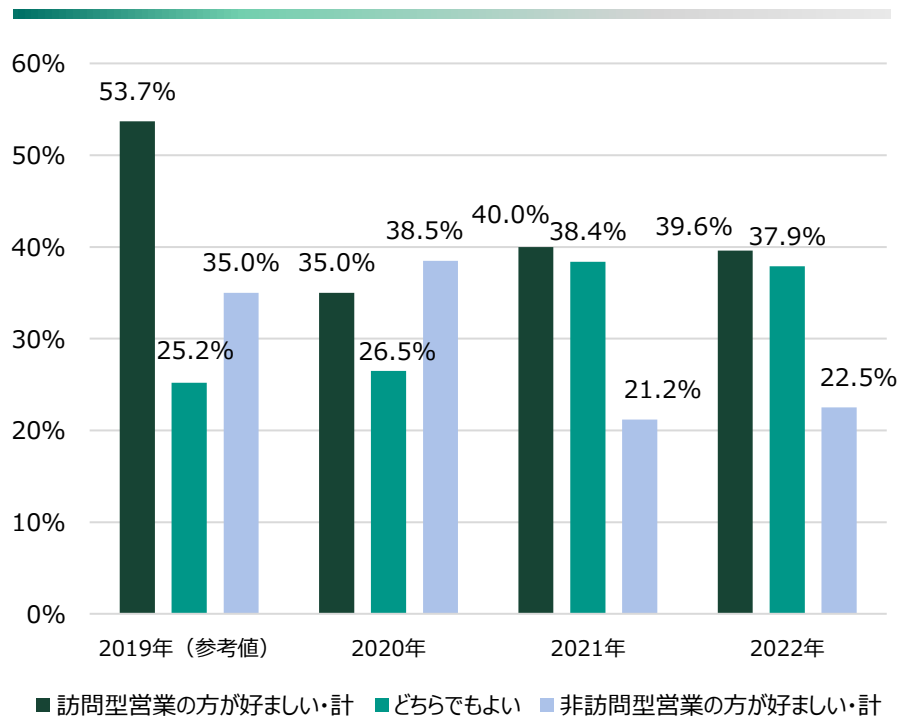
「非訪問営業が好ましい」回答者(2022年)  
 買い手：22.5% 売り手：16.0% ⇒ 6.5%のギャップ<sup>o</sup>

買い手は売り手よりも非訪問営業を望んできている。

## 売り手が考える好ましい営業スタイル



## 買い手が考える好ましい営業スタイル



出所：HubSpot Japan  
 「日本の営業に関する意識・実態調査2023の結果をHubSpotが発表」（2023年3月15日公表）

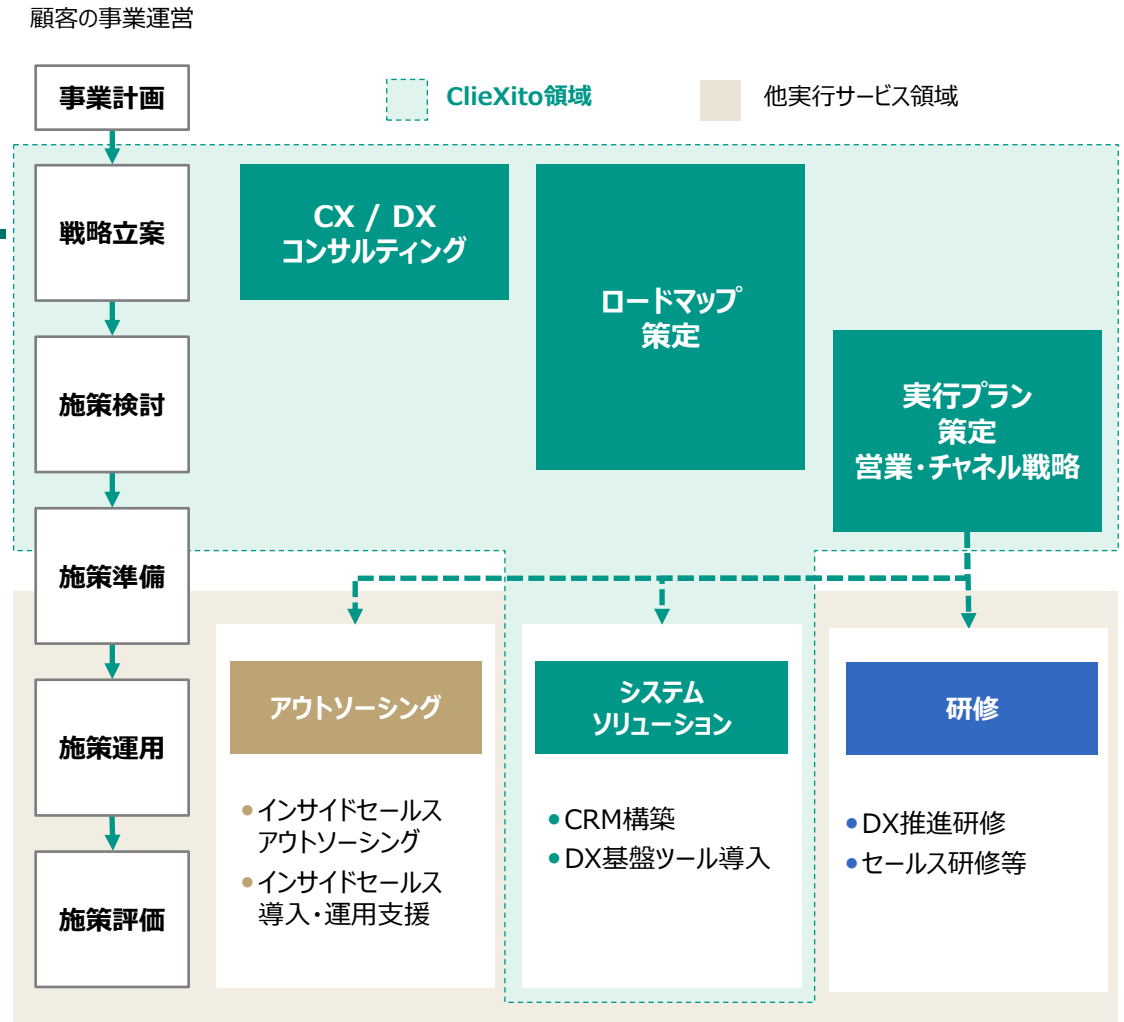


連結子会社ClieXito(株)を起点としたグループ内サービス連携

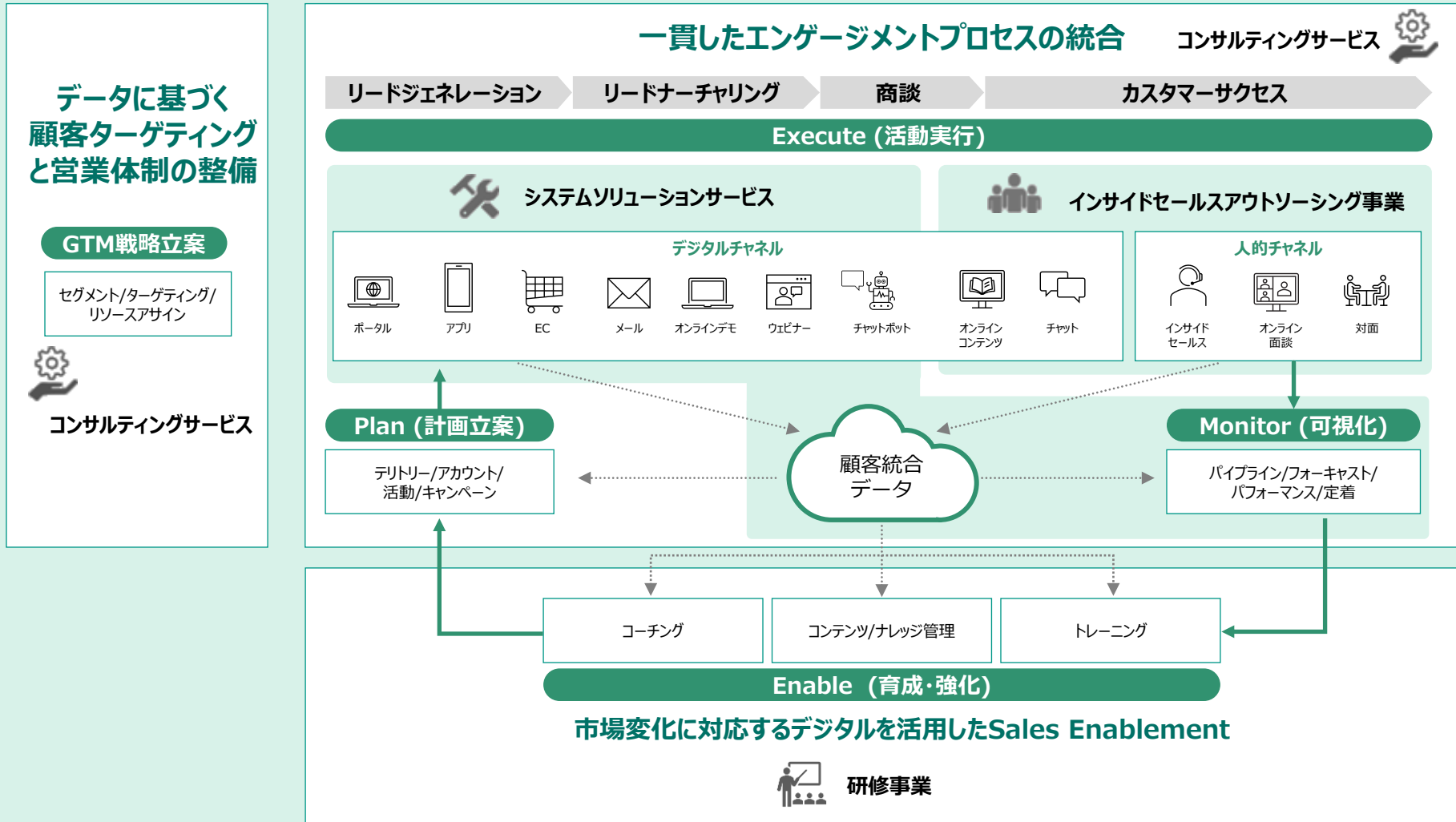
上流工程へのCX/DXコンサルサービスから支援を提供。



インサイドセールス、Sales Tech/Mar. TechなどITツールの導入。  
クロスセルを目指し、成長を目指す。



2023年度においては、成長戦略に沿った下図のようなプロセス設計からITシステムの選定、導入支援までのビジネスを一部顧客向けに提供開始した。



- 戦略を継続し、以下に挙げる事例のような案件を増やし事業を拡大していく。

## FY23実績

### 事例 弥生株式会社様

ClieXito株式会社が提供しているDX支援サービスにおいて、グローバルスタンダードに合わせた営業支援システム基盤づくりを支援。

「顧客データの一元管理」「自動化された製品提案システムの導入」などによる、

- ・マーケティングや営業活動の強化
  - ・従業員のモチベーション向上を目指して業務システムの整備
- に対して、ClieXitoは助言、提案、システム構築などの支援を行った。

- 「弥生、顧客一元管理で業務支援 サービス幅広く」日経電子版  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC049OI0U3A800C2000000/>



## ClieXitoの支援サービス

- プロジェクトマネジメント
- 構想策定
- 業務設計
- システム構築  
(MA, CRM, CDP)

## C&S事業は、営業・マーケティング方法を市場・顧客の変化にあわせて 変革したい企業をターゲットにして、売上成長。



C&S事業

### 成長の方針

戦略パートナーとしての  
市場開拓戦略支援

グループの知見を活用した  
オペレーションモデルの基盤構築

M&Aにより知見・顧客基盤を迅速に  
吸収し連続的な高い成長を獲得

製造業

- 「質の高い製品をつくる」から、「自社の製品の良さを理解いただく」姿勢への転換
- 代理店ビジネスモデルから、直販モデルへのセールモーションを変革

顧客企業

非製造業

- デジタルタッチポイントの準備で、顧客から選ばれる機会の創出
- SaaSモデルへの転換

コンサルティングからシステム構築、運用までワンストップでソリューションを提供。

CX Transformation	CX戦略策定支援	Eコマース構築支援	CXテックスタック構築支援	
	マーケティング	インサイドセールス	営業戦略	カスタマーサクセス
Customer Engagement Optimization	デジタルマーケティング戦略立案支援	デイモンドジェネレーション戦略立案支援	アカウントマネジメント構築支援	カスタマーサクセス業務立上げ支援
	デジタルマーケティング業務立上げ支援	インサイドセールス業務立上げ支援	営業マネジメント強化支援	CSツール導入・定着支援
	MA導入・定着支援	インサイドセールスイネーブルメント構築支援	セールスイネーブルメント構築支援	
	デジタルマーケティング運用支援	インサイドセールス支援システム導入・定着支援		
Tech. Stack Integration	SFA/CRM導入支援	カスタマーデータプラットフォーム構築支援	BI/ETL構築支援	

## M&A基本方針

既存事業を拡充させるための、顧客・市場、リソース、テクノロジーを持つ企業と連携し、事業ポートフォリオの拡充と、成長の加速を達成させる。

## M&A過去実績



マレーシアのデジタルマーケティング  
支援会社を完全子会社化

2023/10 100%子会社化

同時に「BRIDGE International Asia Sdn.Bhd.」に商号変更

ASEAN地域での  
事業提供を強化



2BC 株式会社を完全子会社化  
2024年3月には吸収合併へ

2024/1 100%子会社化

マーケティング・セールス  
の上流支援機能を強化



トータルサポート株式会社の  
株式取得・子会社化

2024/2 51.7%子会社化

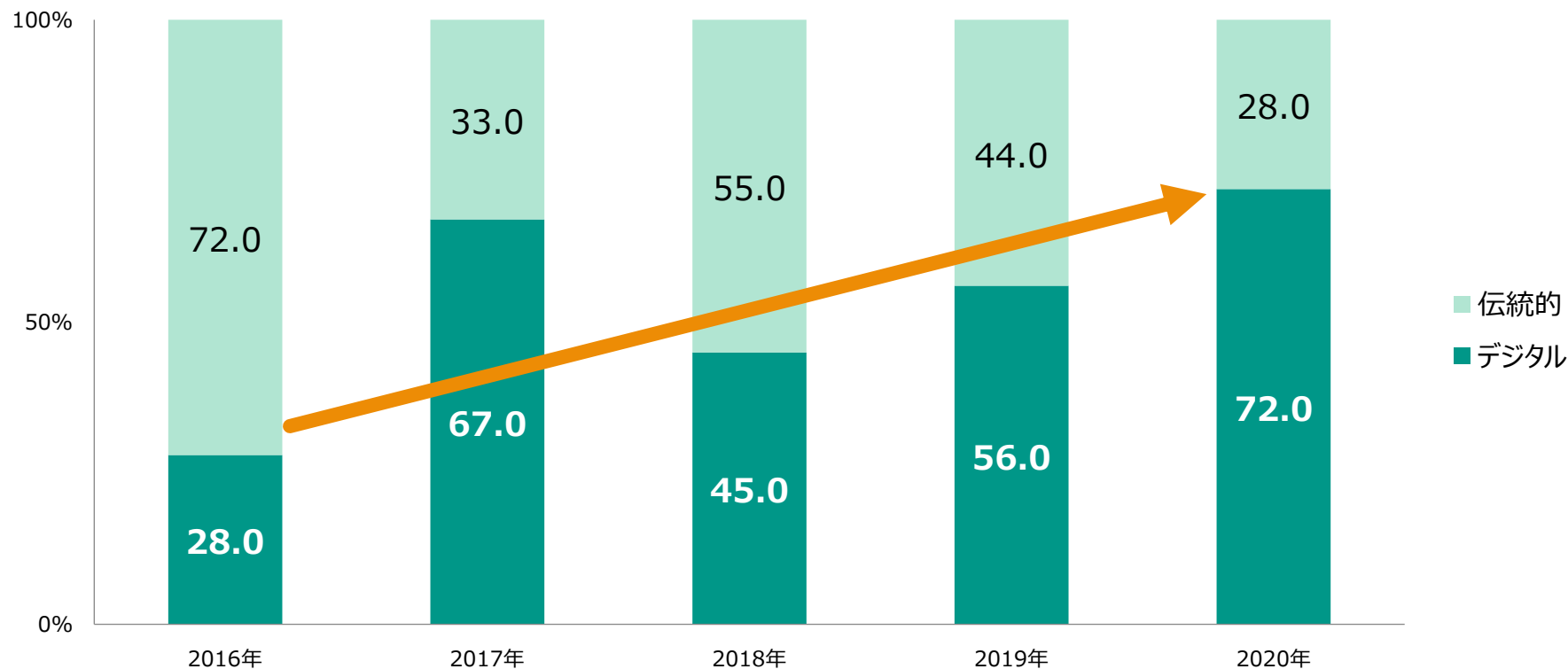
成長領域である  
C&S事業の強化



さらなる成長へ向け  
積極的なM&Aを  
継続実施

## BPO取引においてデジタルサービスの契約額が大幅に成長している。

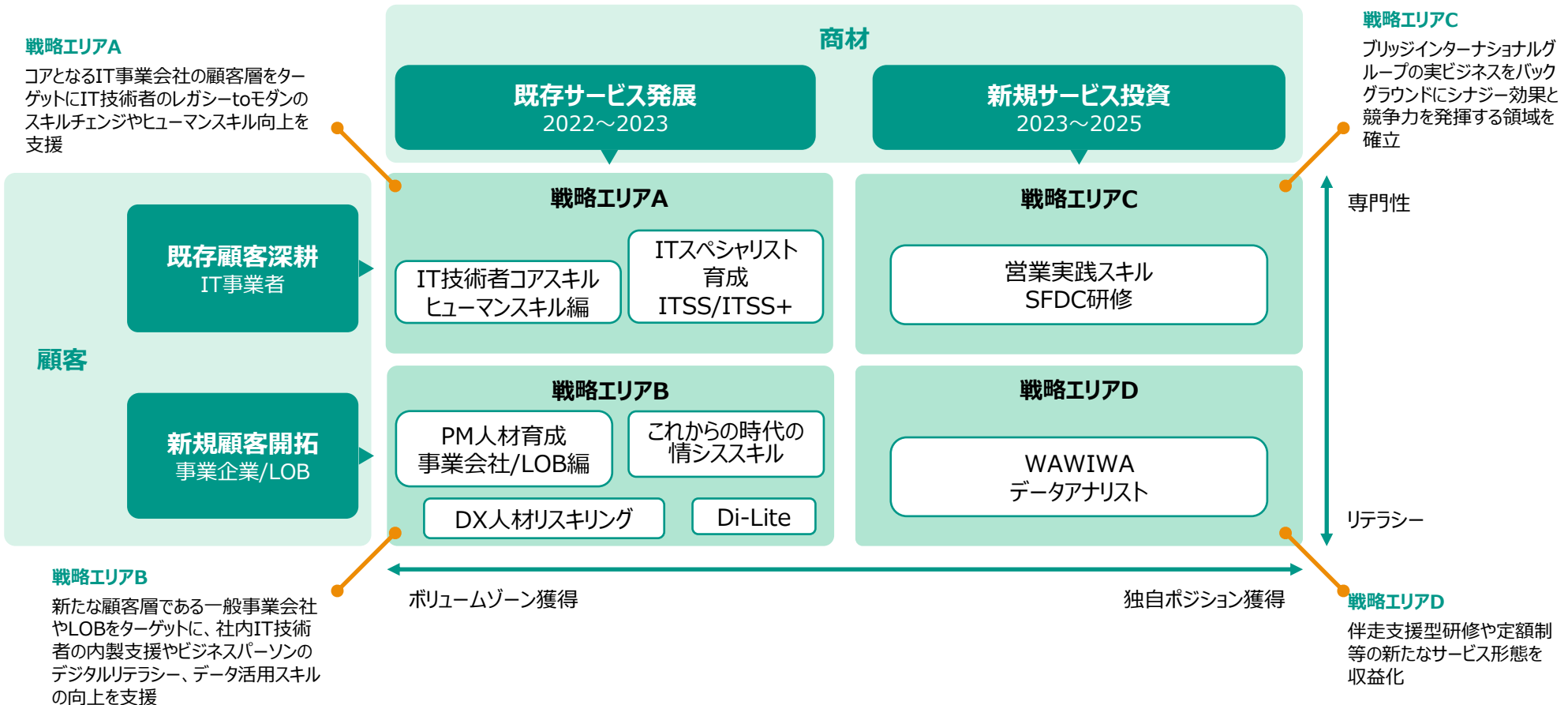
総契約額に占めるデジタルの割合(%)



出所：McKinsey & Company  
 「ビジネスの獲得デジタルの未来におけるプロセスのアウトソーシング」(2022年2月16日公表)

従来領域（SIer/IT事業者向け）の研修サービスの実績を生かし、全事業会社向けのDX人材育成、リスキリング（※）パートナーとしての事業領域を拡大。

## DXの課題解決に求められるデジタルビジネス人材の育成プログラム



※『リスキリングとは？』 経済産業省が推奨する、コロナ禍による働き方の変化、デジタル時代の到来に対応した人材育成に企業が従業員に対して行う取り組み。

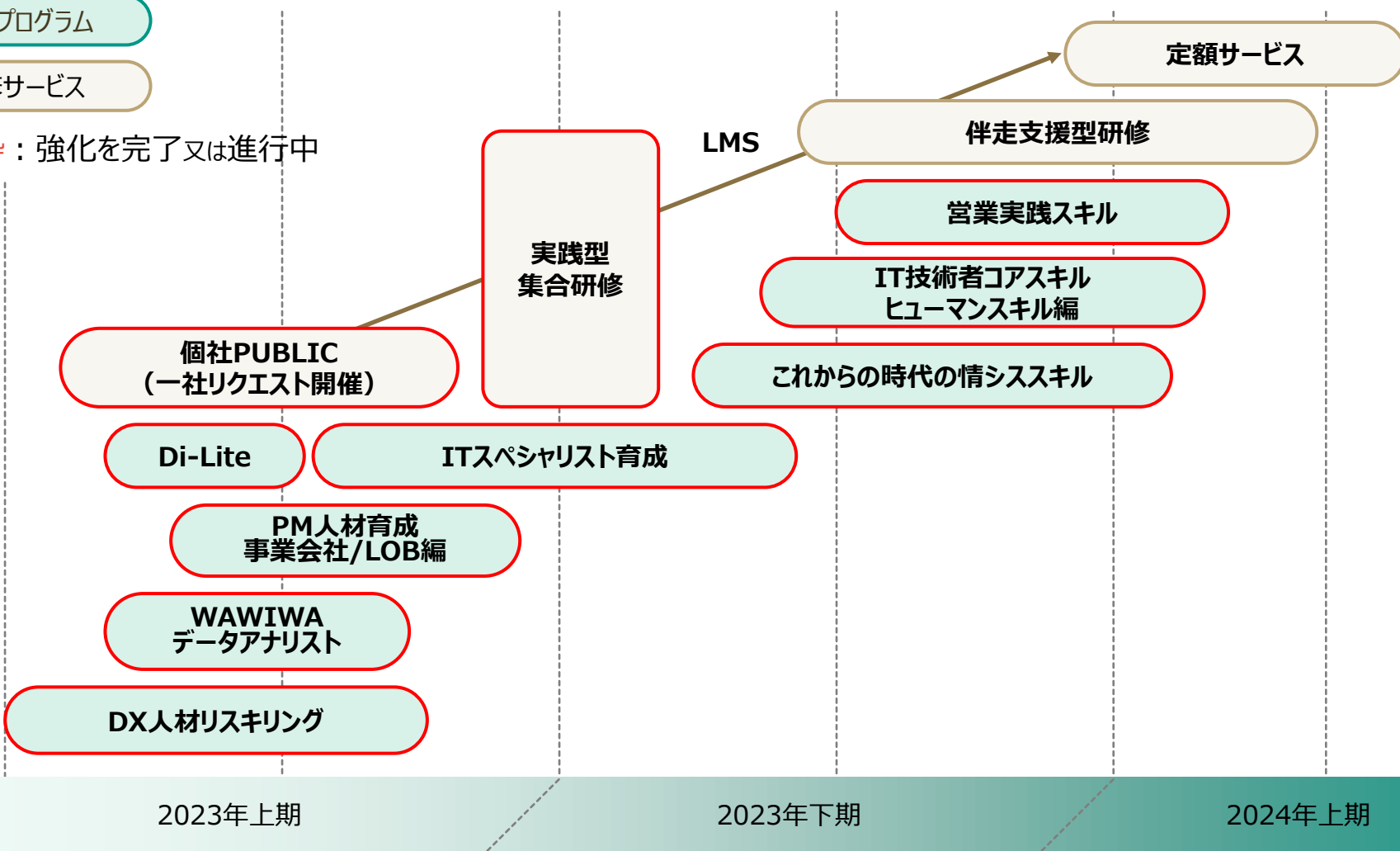


コンテンツ制作からローンチ・集客までを計画的に進めるための実行体制を強化。

研修プログラム

研修サービス

赤枠：強化を完了又は進行中



## ServiceNow研修

- ◆ 業務プロセスや情報の一元化を可能にする統合プラットフォーム

## Salesforce研修

- ◆ 世界シェアNo.1 CRM(顧客管理システム)

## データアナリスト育成プログラム

- ◆ IT先進国イスラエル発WAWIWA社開発のリスキリング・プログラム

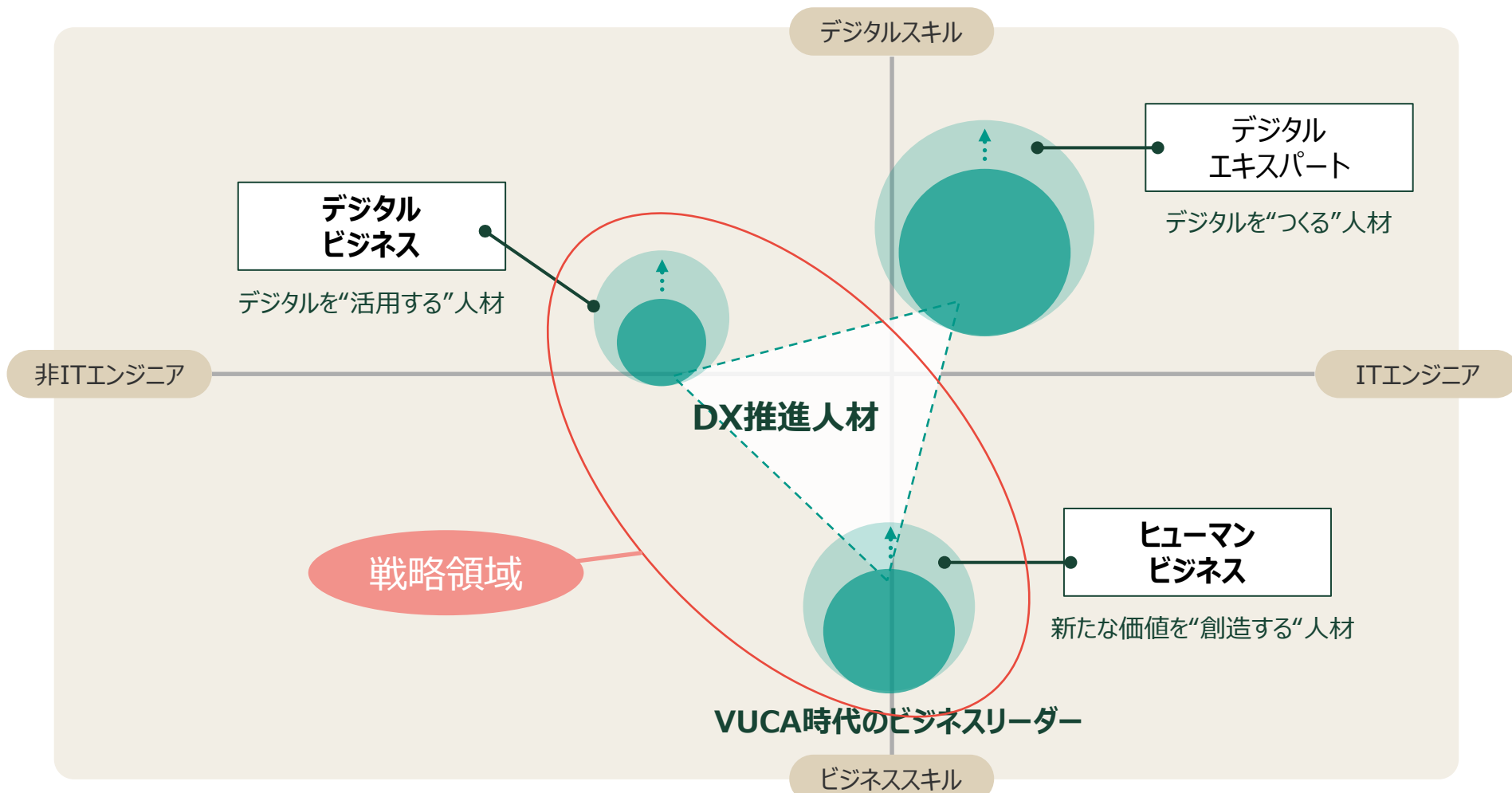
FY23実績

3つの提供ベンダーと  
アライアンス契約を締結

各サービスともオンライン販売を開始

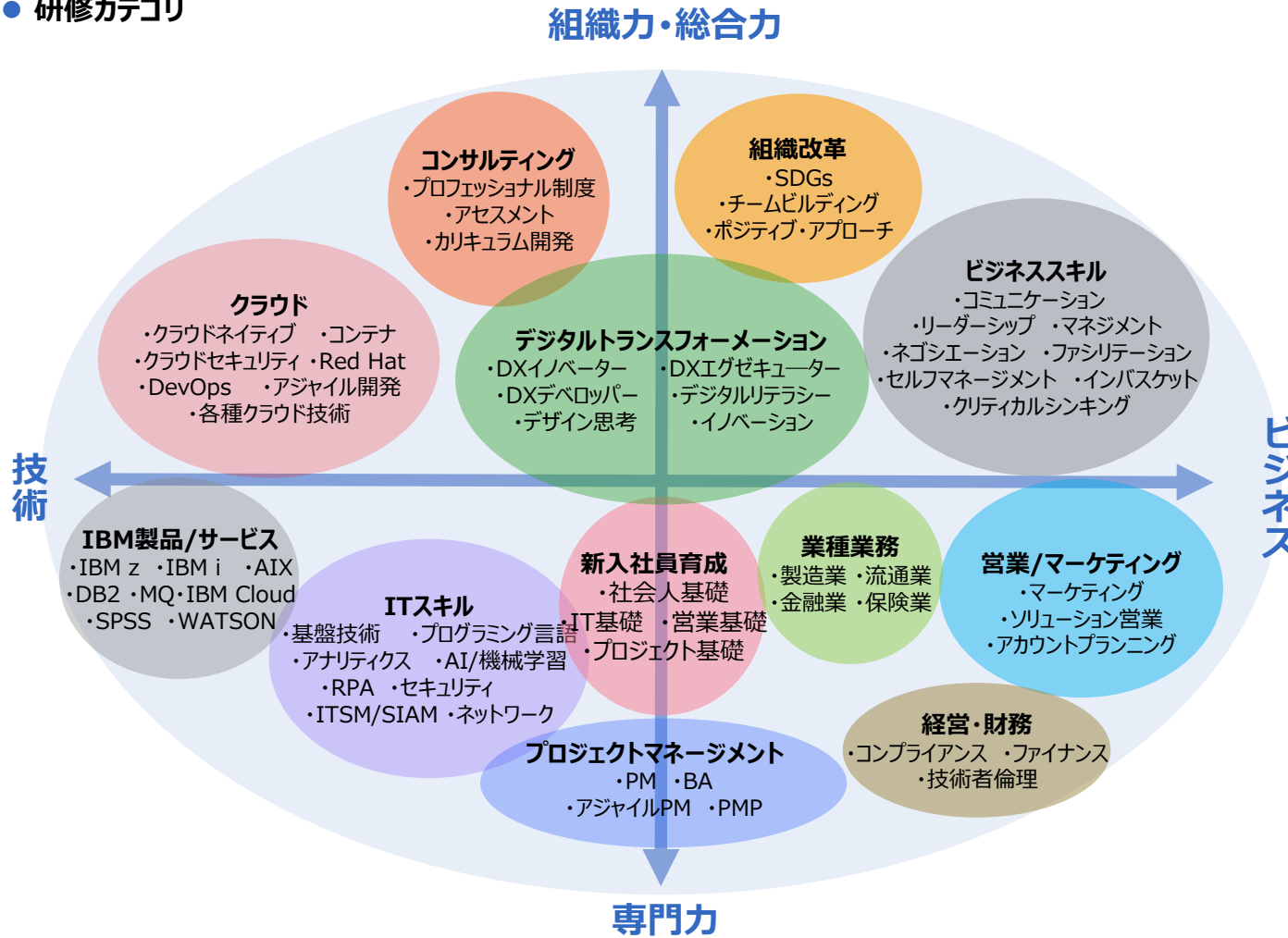
- ・データアナリスト育成プログラム  
～IT先進国イスラエル発！最短6ヶ月のリスキリング・プログラム～  
[https://www.i-learning.jp/products/detail.php?course\\_code=ORL01](https://www.i-learning.jp/products/detail.php?course_code=ORL01)
- ・ServiceNow 研修  
<https://www.i-learning.jp/service/it/cloud.html#servicenow>
- ・Salesforce研修  
<https://www.i-learning.jp/service/it/cloud.html#salesforce>

## ビジネスモデル変革・DX推進・アジャイル体制を確立するための デジタル人材の育成領域を、戦略領域とする。



国内随一のIBM製品研修をはじめとするITスキルはもちろんのことDX推進スキル、ビジネススキルも含めた幅広いコースを提供します。内定者から、新入社員、リーダー、役員／経営層まで、職種別にロードマップを提供し、一貫した育成を支援します。

● 研修カテゴリ

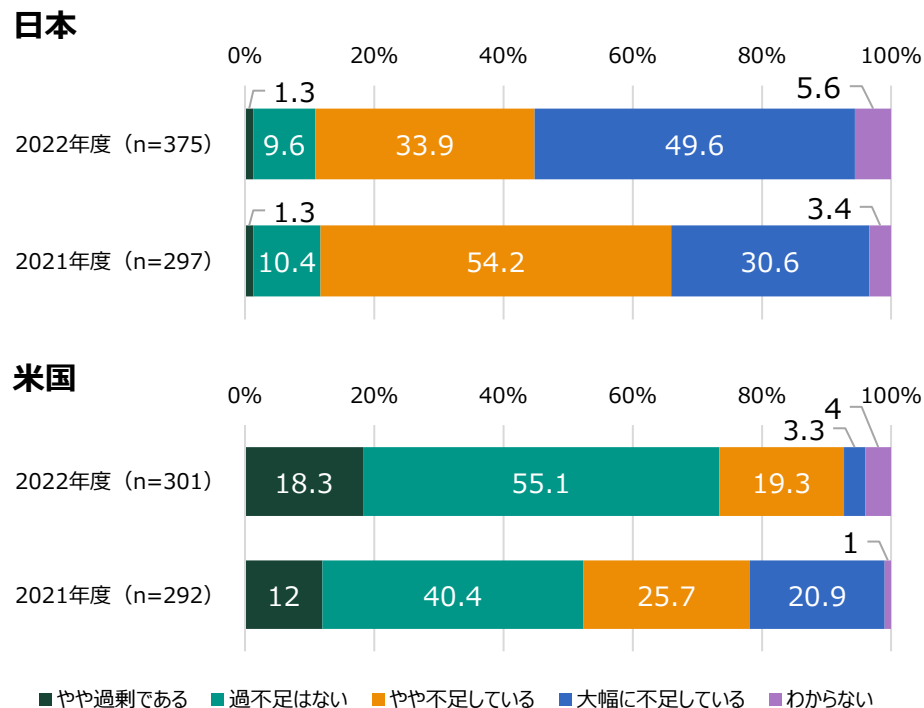


● 年次／階層別研修

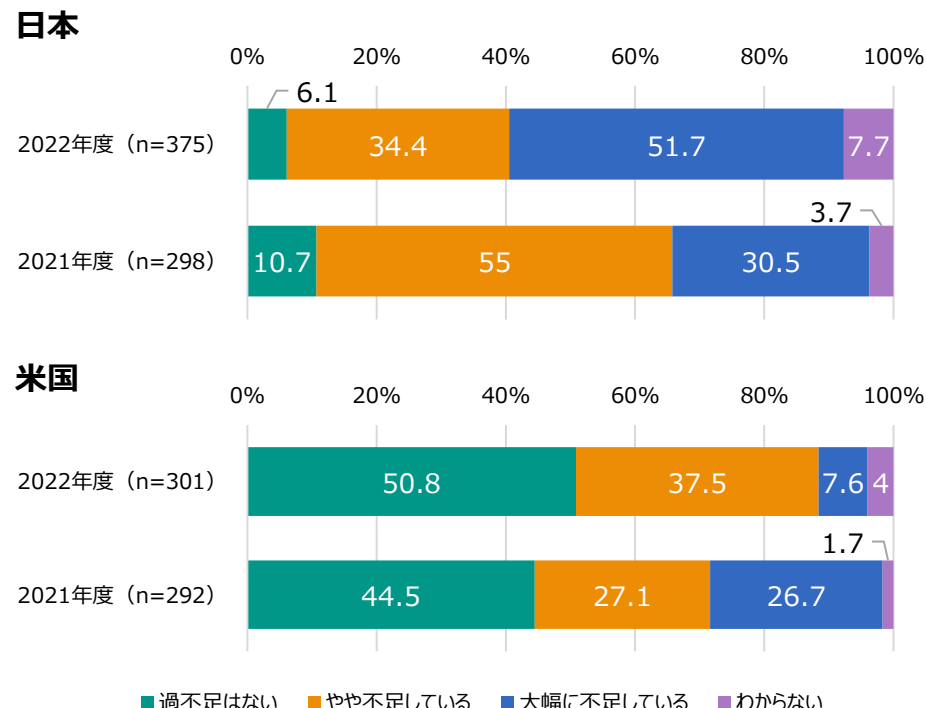
役員／経営層	役員研修
管理職	マネジメント研修
リーダー	リーダーシップ研修
若手社員	2・3年次研修
内定者／新入社員	新入社員研修 内定者研修

多くの企業がDX戦略を推進する中で、  
IT人材は「質」と「量」共に不足しているという認識が拡大している。

## DXを推進する人材の「量」の確保



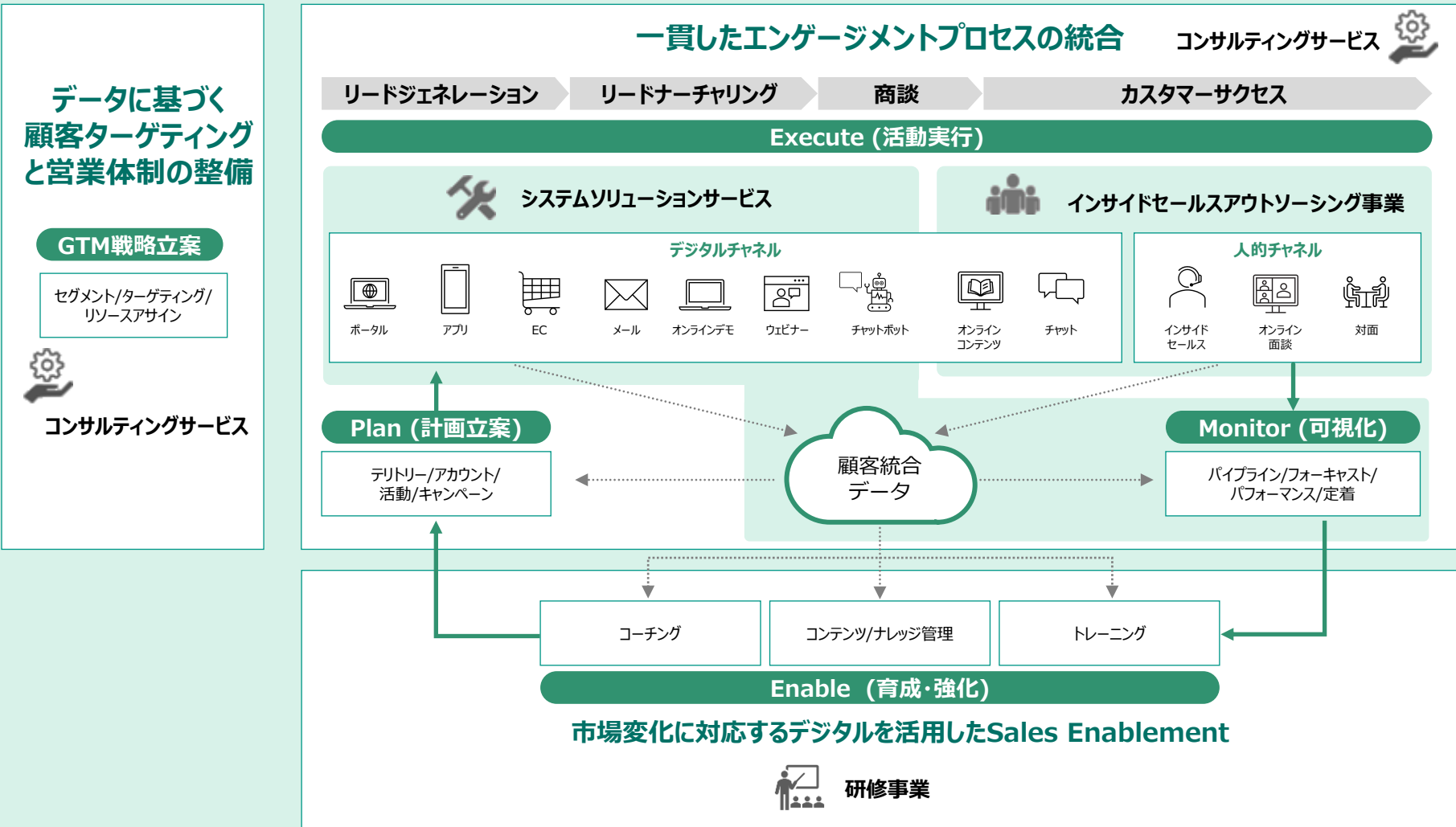
## DXを推進する人材の「質」の確保



出所：独立行政法人情報処理推進機構  
「DX白書2023」（2023年3月16日公表）

## 顧客エンゲージメント領域において、デジタルを活用した生産性の向上と

ビジネス市場への迅速な対応に向けたDX推進強化と持続的定着に向けたアジャイル体制の構築を支援します。

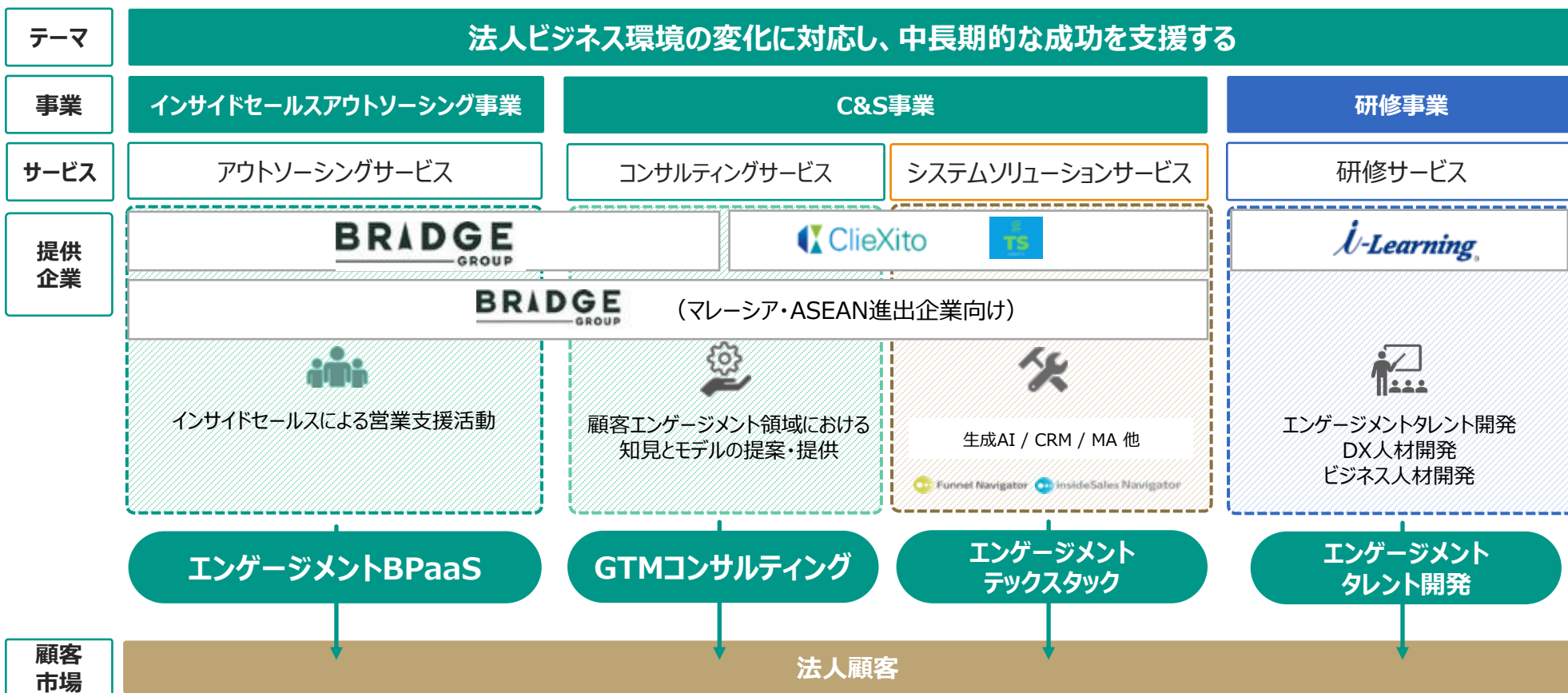


BtoB事業を展開する企業が、これからの法人ビジネス活動の環境変化に対応することを中長期的に支援するため、弊社グループは、3つのビジネスビジョンを提示して参ります。

売上成長に向けた一貫したエンゲージメントプロセスの統合

市場の変化と技術の変化に対応できるオペレーションモデルの確立

アジャイルでDX推進を実現できる体制の構築

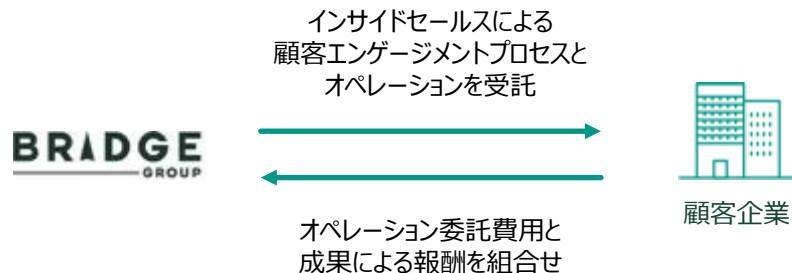


「成長」と「人材育成」に応えるサービスを総合的に提供できる事業構造を確立したことで、  
当社の競争優位性は一層向上している。

	GTM戦略立案 (コンサルティング)	エンゲージメント BPaaS (インサイドセールスアウト ソーシング)	テックスタック 設計・導入・構築 (システムソリューション)	エンゲージメント タレント 個社対応 (研修)	DX人材開発 カリキュラム提供 (研修)
<b>BRIDGE GROUP</b>	○	○	○	○	○
統合的に一貫性を維持したソリューション提供が可能					
大手 コンサルティングファーム	○	△	△	△ プログラム策定のみ	△ プログラム策定のみ
大手 テレマーケティングセンター	○	△ 主に「B to C」向け	×	×	×
システムインテグレーター	×	×	○	×	×
研修プラットフォーム/ 研修コンテンツ企業	×	×	×	△ 個社別・共通いずれかに特化	

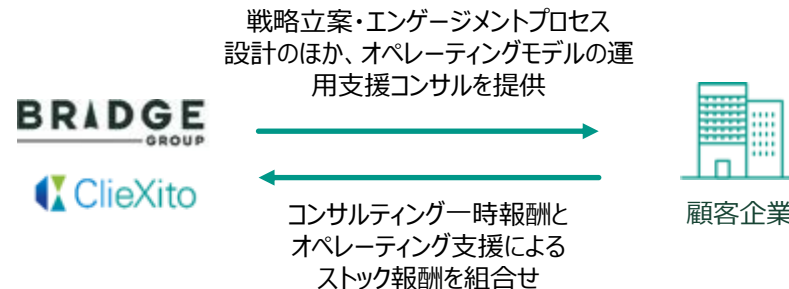


## インサイドセールスアウトソーシングサービス



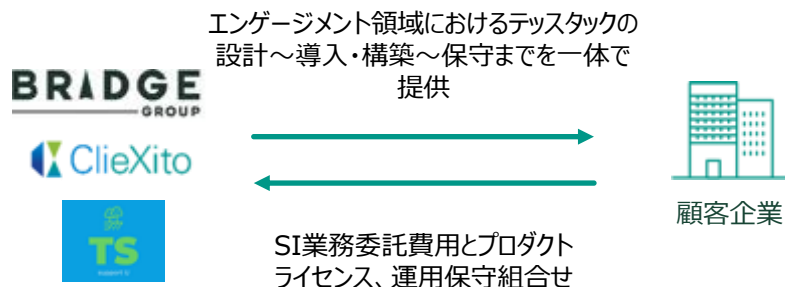
- 高い専門性とオペレーション知見を提供し、High Valueを実現
- 継続的に顧客ノウハウを蓄積し、他社参入障壁を構築

## コンサルティングサービス



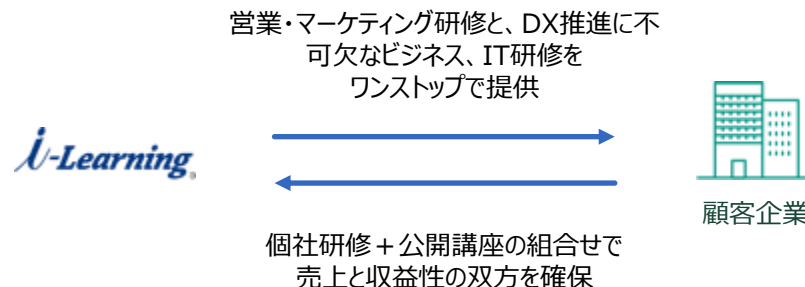
- エンゲージメント領域に特化し、High Value提供を実現
- 一時報酬と、継続的オペレーション支援型報酬を組合せて安定収益を実現

## システムソリューションサービス



- エンゲージメント領域に特化し、顧客提案力、業務理解力でツールベンダー等と差別化
- Salesforce、DOMOなど、Global Top製品に長けた体制を構築。アライアンスも強化

## 研修サービス



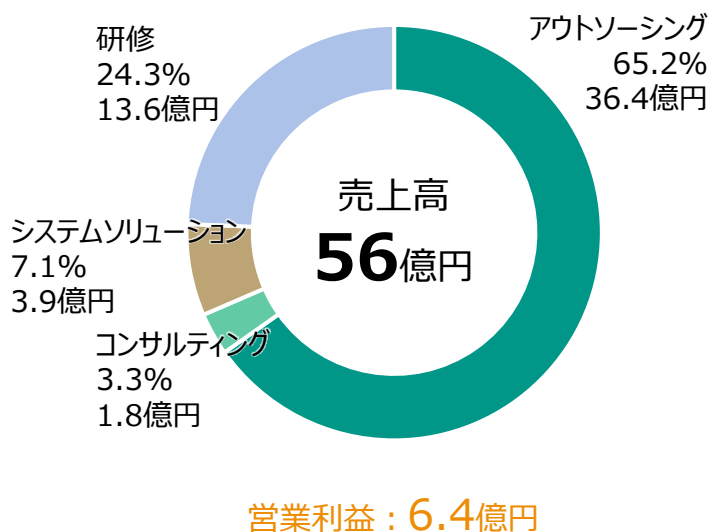
- 各顧客企業の個別ニーズに対応したカスタマイズ提案が可能なソリューション力で、競合差別化を実現
- オンライン/e-learning配信など、多様なチャネルで幅広いニーズにも対応

# 経営指標と 今後の事業計画

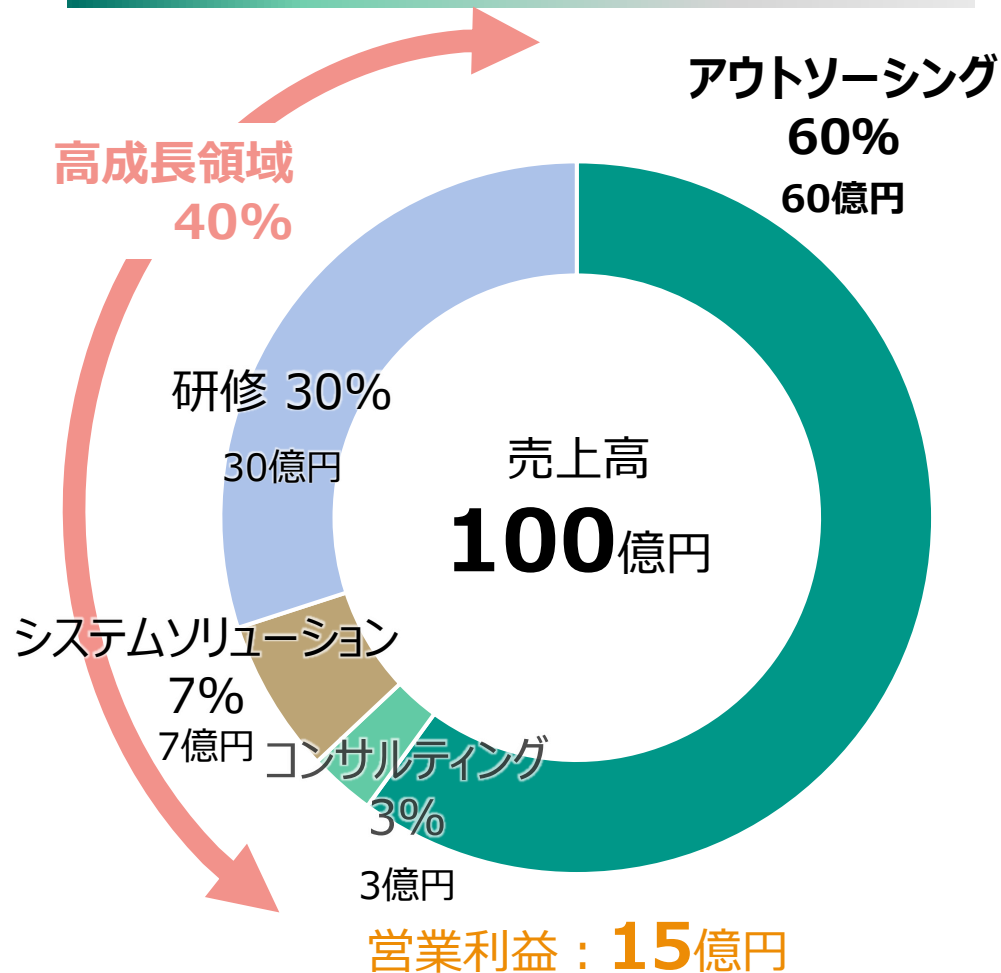


2025年までに連結売上100億、同営業利益15億達成のために、高成長領域（コンサルティング/システムソリューション/研修サービス）が売上額に占める割合を約4割までに成長させます。

※2021/12期（実績）



2025/12期（目標）

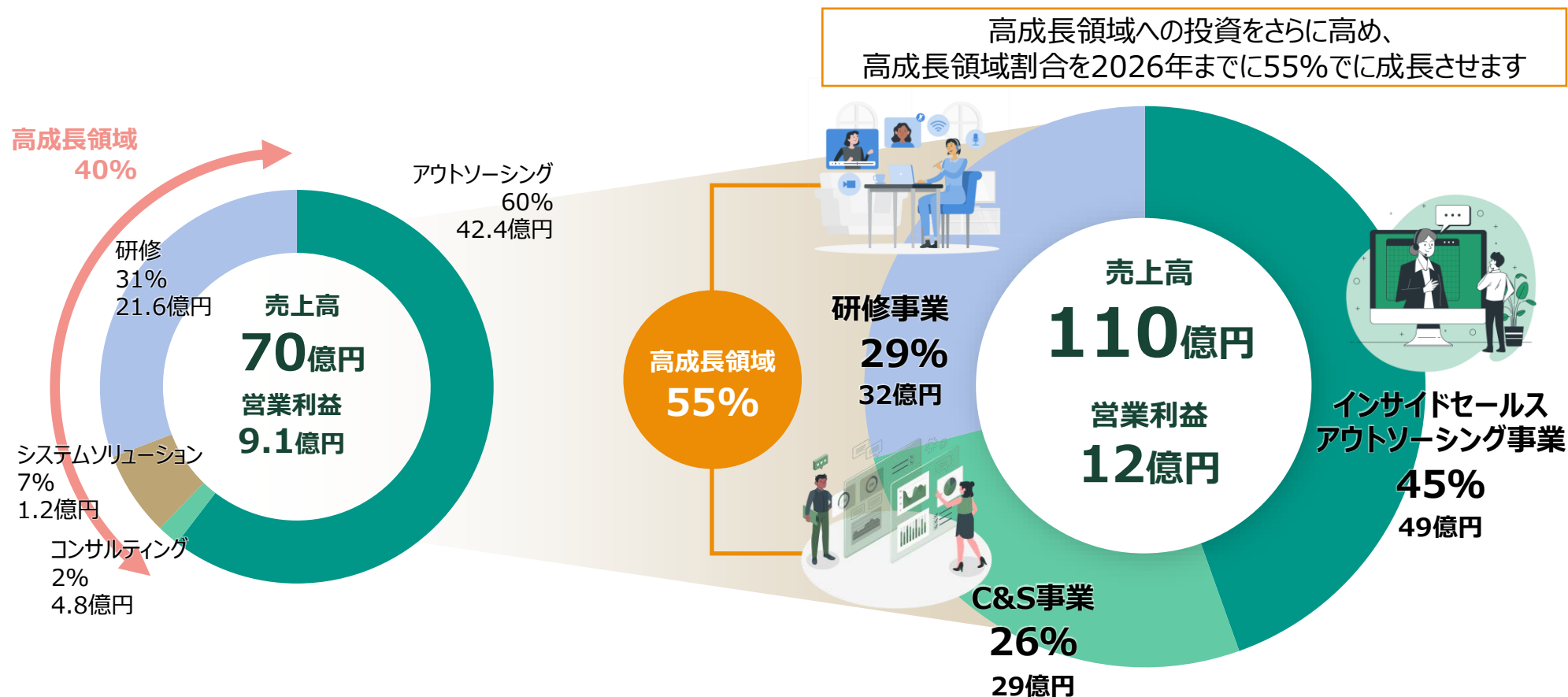


2025年目標のうち、高成長領域が売上高に占める割合（40%）を2023年度に前倒して達成。連結売上高目標も実現可能なペースで進捗しています。

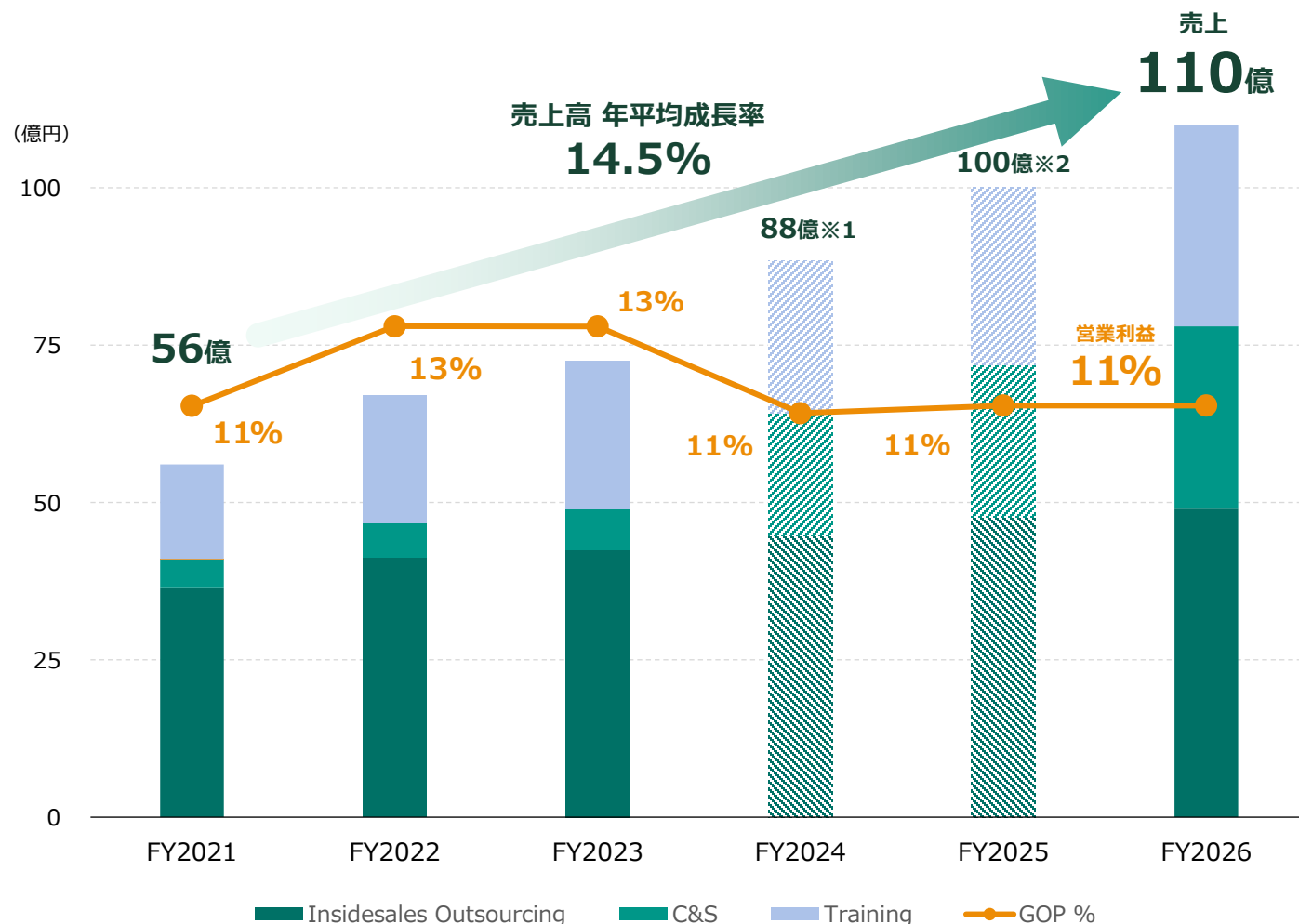
M&Aや事業企画への積極的な投資の推進・市場環境の変化（生成AIを始めとするテクノロジーの変革、インサイドセールス分野における内製化・DX化の進行）を鑑み、現状の計画を見直し経営指標を新たに設定します。

2023/12期（実績）

2026/12期（目標）



## 売上および営業利益



※1 2024年2月9日 決算短信にて開示 ※2 2023年2月13日 成長可能性資料にて開示

### 売上

**インサイドセールスアウトソーシング事業**  
外資系を含むIT、通信・メディア、金融など、知見を活かせる業界に特化し、高付加価値・高収益のもと、安定成長を目指す。

**C&S事業**  
セールスエンゲージメントBPaaSの構築支援、生成系AI・ビジネスSaaSなどを組み合わせた支援をエンジンとして、M&Aなどを含め、高成長を実現する。

**研修事業**  
ビジネスモデル変革、DX推進を実現する社内アジャイル体制確立に向けて、非ITエンジニア人材をデジタル人材に育成する領域を軸に、高い成長を目指す。

### 営業利益

トップラインの成長を重視し先行投資を強化しつつも、営業利益率は10%台を確保。

主要な経営指標 5 項目は、いずれも過去最高を更新。  
 人的資本への積極投資が奏功し、純利益は通期予想を達成。

連結損益計算書（前期比・期初予想への達成状況）

(百万円)	2022/12期	2023/12期			
	通期実績	通期予想	通期実績	前期比	達成率
<b>売上高</b>	<b>6,707</b>	<b>7,662</b>	<b>7,020</b>	<b>104.7%</b>	<b>91.6%</b>
<b>売上総利益</b>	<b>2,162</b>	<b>2,453</b>	<b>2,263</b>	<b>104.7%</b>	<b>92.3%</b>
売上比	32.2%	32.0%	32.2%		
<b>営業利益</b>	<b>881</b>	<b>939</b>	<b>913</b>	<b>103.6%</b>	<b>97.3%</b>
売上比	13.1%	12.3%	13.0%		
<b>経常利益</b>	<b>886</b>	<b>939</b>	<b>916</b>	<b>103.4%</b>	<b>97.7%</b>
売上比	13.2%	12.3%	13.1%		
<b>純利益</b>	<b>594</b>	<b>629</b>	<b>644</b>	<b>108.4%</b>	<b>102.4%</b>
売上比	8.9%	8.2%	9.2%		

**売上高**

インサイドセールス事業：  
 内製導入選択企業の増加傾向もあり売上は微増。

研修事業：  
 ビジネス・新人研修カテゴリが好調に伸長。

**営業利益**

投資領域は確保しつつも効率的な事業運営により、営業利益を確保。

**純利益**

「人材確保促進税制」の適用により、純利益は通期予想をクリア。

# 2023/12期 投資実績（計画の振り返り）

「SAIN」等開発とマーケティング投資は計画より少なく、デジタル戦略投資はおおよそ計画通りに実行。人への投資は期初計画を上回る昇給を新卒社員を中心に実施したことにより計画を上回ったが、全体投資額は抑制的な結果となった。

※投資領域が、自社ソフトウェア開発・ファシリティ設備等の償却資産から、M&A・事業企画等へとシフトしており投資の定義を再定義しているため、投資計画見通しの今回の掲載は見送りいたします。

## 2023/12期の投資額および費用計上額 期首計画との比較

(百万円)

投資項目	計画		実績		内容
	投資額	費用計上額	投資額	費用計上額	
「SAIN」等開発費	23	7	13	2	AIサービス「SAIN」等
デジタル戦略投資	57	8	51	3	事業系および業務系DX投資
マーケティング投資	55	55	38	38	新規サービス認知獲得・新規顧客開拓
人への投資	106	106	119	119	昇給・研修等
計	241	176	212	162	

A close-up photograph of a business meeting. Several people's hands are visible, pointing at documents and charts on a wooden table. One person is writing in a notebook. The scene is dimly lit, with a focus on the hands and the documents. The text 'リスク情報' is overlaid on the left side of the image.

# リスク情報



項目	影響するサービス	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した時の影響度	リスク対応策
事業内容・提供サービス： 主要既存取引先への依存度	アウトソーシングサービス	既存主要取引先上位10社の依存度が高く、当該主要取引先において内製化や営業戦略の方針変更が起こった場合、当社グループとの契約が更新されない等業績に影響を及ぼす可能性	低/不明	大	新規顧客獲得及び他コンサルティングサービス（内製化支援）への提供変更で対応
事業環境： 雇用環境	全体	人材獲得競争が激化し、優秀な人材の採用が困難となる場合や在職している人材の大量の社外流出が生じた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性	中/中長期	中	中途採用から新卒採用重視へ切替、定着率向上のための入社後の社内における研修実施、育成を積極的かつ継続的に進めることで対応
事業内容及び提供サービス： システム障害等について	全体	自然災害、人為災害、テロ等によりサービス提供が困難となる可能性	低/不明	大	サーバーの増強、不正アクセス検知テスト等を行い、障害発生時のバックアッププランの訓練を行うことで対応
事業内容・提供サービス： 技術革新への対応	システムソリューションサービス	クラウドSI市場において当社が予期しない急激な変化があり、その対応が遅れ、その使用環境への制限がされる等、新規受注の停止につながる可能性	低/中長期	大	常に新しい技術要素に対して情報の収集、蓄積、分析及び習得への取り組み、またシステムソリューションにおいては従来の受託開発だけにのみならず、自社開発ツールの提供等、多角的に展開することで対応
事業内容・提供サービス： 技術革新への対応	アウトソーシングサービス	インサイドセールスの顧客コンタクト方法が従来の電話中心から新たなデジタルツールを活用するやり方に急激に変化する可能性	中/中長期	低	オンライン商談ツールやAIを活用したさまざまなデジタルツールの開発および利用を促進することで対応
事業環境： 経済環境	全体	マクロ経済の世界的減速が生じた場合には、企業の営業やマーケティング業務関連への予算が減少する可能性	中/不明	大	顧客及びサービスポートフォリオの多様化を進めることで対応



# Appendix

2002年に日本の法人営業に改革をもたらすために会社設立、日本におけるインサイドセールス業務の創生、その在り方をリードし、そのデジタルトランスフォーメーション（DX）推進からセールステクノロジーの提供、そしてセールスイネーブルメント実現に向けての総合的サービスへ事業を拡大。



用語	意味
インサイドセールス (Inside Sales)	(当社の場合) マルチチャネルを活用して、見込顧客の発掘と醸成により商談機会を創出し、さらには関係強化やクロスセル/アップセルにもつなげる営業体制のこと
カスタマージャーニー (Customer Journey)	販売促進のために、顧客の認知、検討、購入、利用を時系列で見える化したもの
顧客エンゲージメント (Customer Engagement)	企業と顧客の信頼関係
セールスエンゲージメント (Sales Engagement)	CRMやSFAの本来の価値を最大限に引き出し、顧客との深い関係構築を作る仕組み
セールステクノロジー (Sales Technology) /セールステック	営業で活用するテクノロジー 具体的にはCRMやSFAなど
セールスイネーブルメント (Sales Enablement)	営業組織を改善し、最適化するための取り組み
デジタルラーニング (Digital Learning)	テクノロジーを伴う、またはテクノロジーを効果的に活用する教育実践を伴う学習方法
パイプライン (Pipeline)	営業担当者が見込客を顧客化する一連のプロセス
ファネル (Funnel) /マーケティングファネル	認知から購入までの購買行動は段階を踏んで少なくなっていく逆三角形をしているためファネル(漏斗)と言われる
フォーキャスト (Forecast)	予想、見込
BPaaS (Business Process as a Service)	特定の業務プロセス全体を外部企業へアウトソーシングするクラウドサービス
CRM (Customer Relationship Management)	企業の顧客管理・満足度向上のための情報システム
DevOps	Development and Operationsの略。システム開発手法で、開発者と運用者が連携し、開発を進める仕組み

用語	意味
DX (Digital Transformation)	テクノロジーにより産業構造を変化させること
End to End	ビジネスプロセス上の「顧客から顧客へ」の定義のこと
IoT (Internet of Things)	「モノのインターネット」、「モノ」をインターネットに接続する技術
LOB (Line Of Business)	企業内で生産・製造、営業・販売、調達、開発などの売上に直接的に関与している業務や部署 / ライン部門
MA (Marketing Automation)	企業のマーケティング業務効率化管理機能情報システム
Python	インタープリタ型の高水準汎用プログラミング言語
RPA (robotic process automation)	ソフトウェア等による事業プロセス自動化技術
SFA (Sales Force Automation)	企業の営業活動支援管理情報システム
Sier (Systems Integrator)	システムインテグレーションを行う事業者・企業

- 本資料は、ブリッジインターナショナル株式会社及び連結子会社（以下、「当グループ」）の事業及び業界動向に加えて、当グループによる現在の予定・推定・見込または予想に基づいた将来の展望についても、言及しています。
- これらの将来展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもの・知られていないリスク・不確実性・その他の要因が、それに含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- また、本資料に含まれる当グループ以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、係る情報の正確性、適切性等については何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本資料のアップデートは2025年2月を目途として開示を行う予定です。