



事業計画及び成長可能性に関する事項について

株式会社Kaizen Platform 証券コード 4170

2021年12月27日

01 会社および事業概要





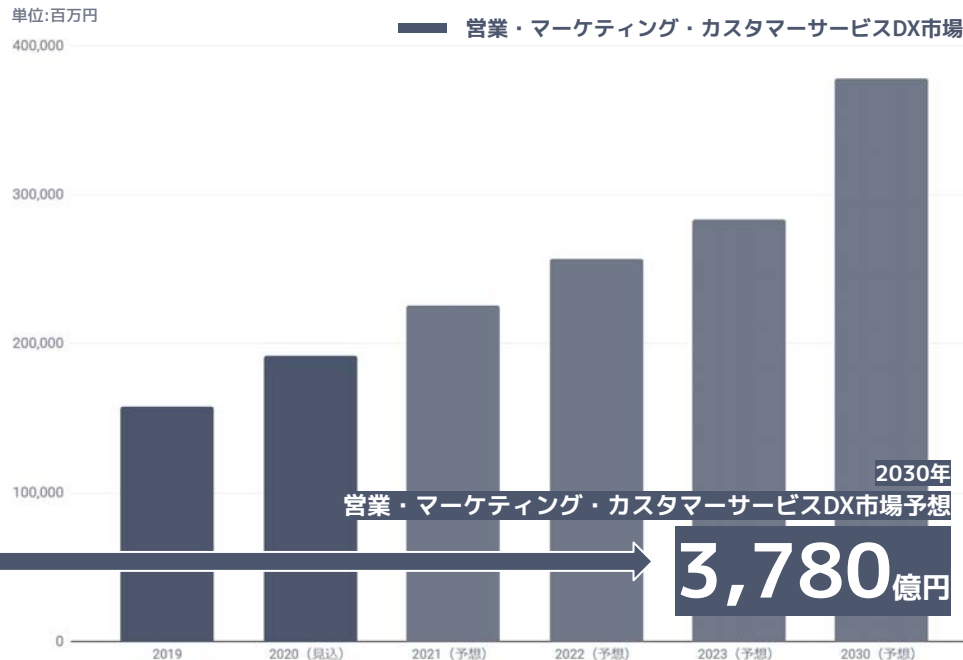
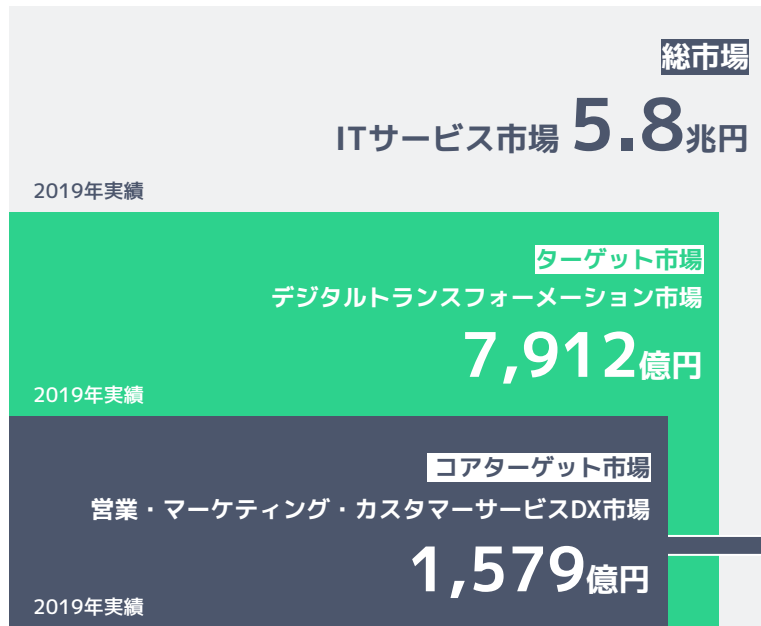
- 会社名** : 株式会社Kaizen Platform
- 設立** : 2017年4月 (前身となる米国KAIZEN platform Inc.は2013年3月設立 *)
- 所在地** : 東京都港区
- 従業員数** : 115名 (2021年9月末時点)
- 株式会社Kaizen Platform 及び Kaizen Platform USA, Inc. : 69名
 - 株式会社ディーゼロ : 46名
- 資本金** : 1,722,075千円 (2021年9月末時点)
- 経営陣** :
- | | |
|-------|------------------------------|
| 須藤 憲司 | 代表取締役CEO |
| 海本 桂多 | 取締役COO |
| 高崎 一 | 取締役CFO |
| 渡部 拓也 | 取締役CTO |
| 杉山 全功 | 社外取締役 |
| 松山 知英 | 社外取締役 (株式会社 エヌ・ティ・ティ・アド 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トランスフォームできておらず、**デジタルを前提とした真のトランスフォームはこれから本格的に始まる**



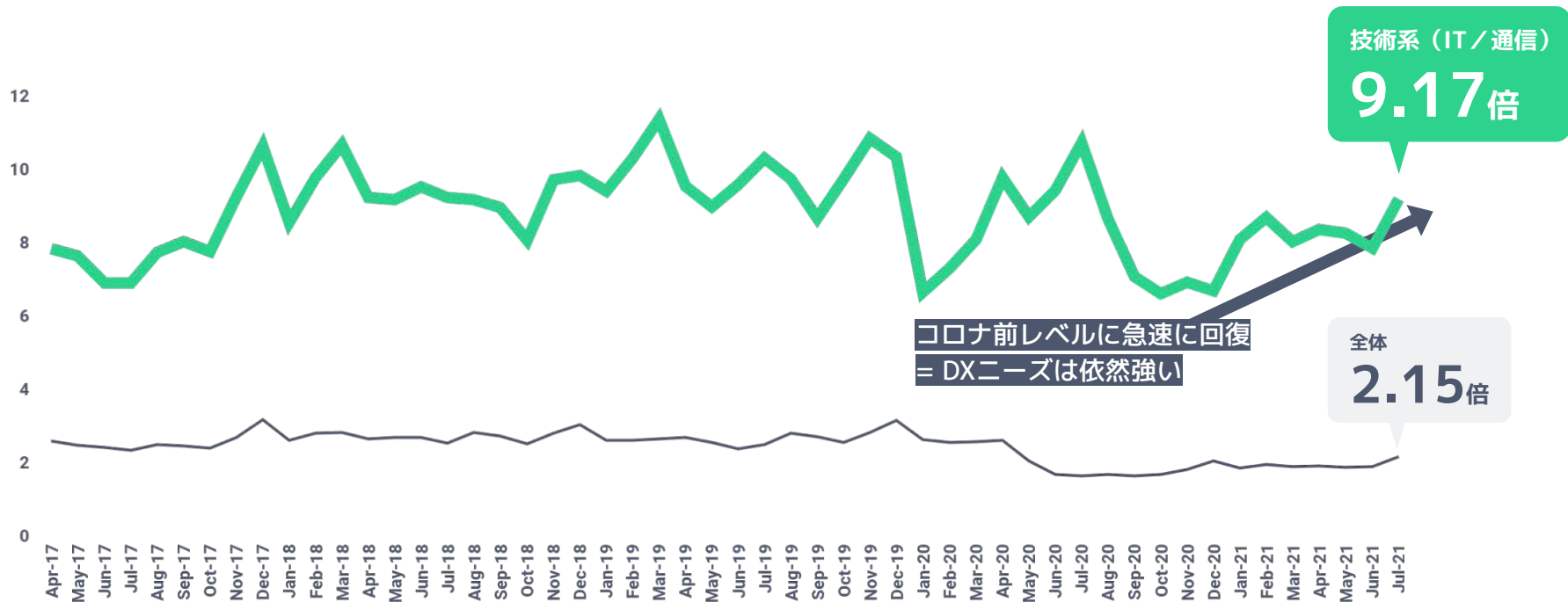
コロナ後の環境変化により大企業を中心に、非対面で収益成長するための 営業・マーケティング・カスタマーサービスDX市場が大きく拡大



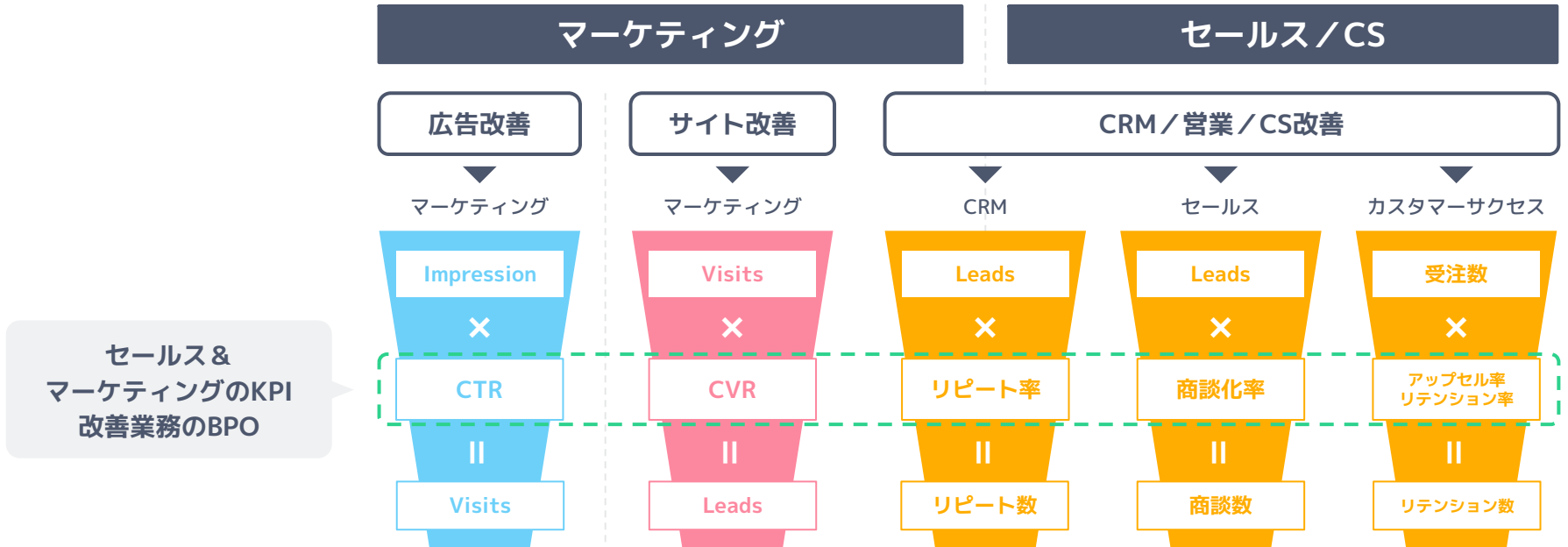
※ITサービス市場規模出典：IDC「国内ITサービス市場ベンダー売上ランキング」2019

※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「2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望」

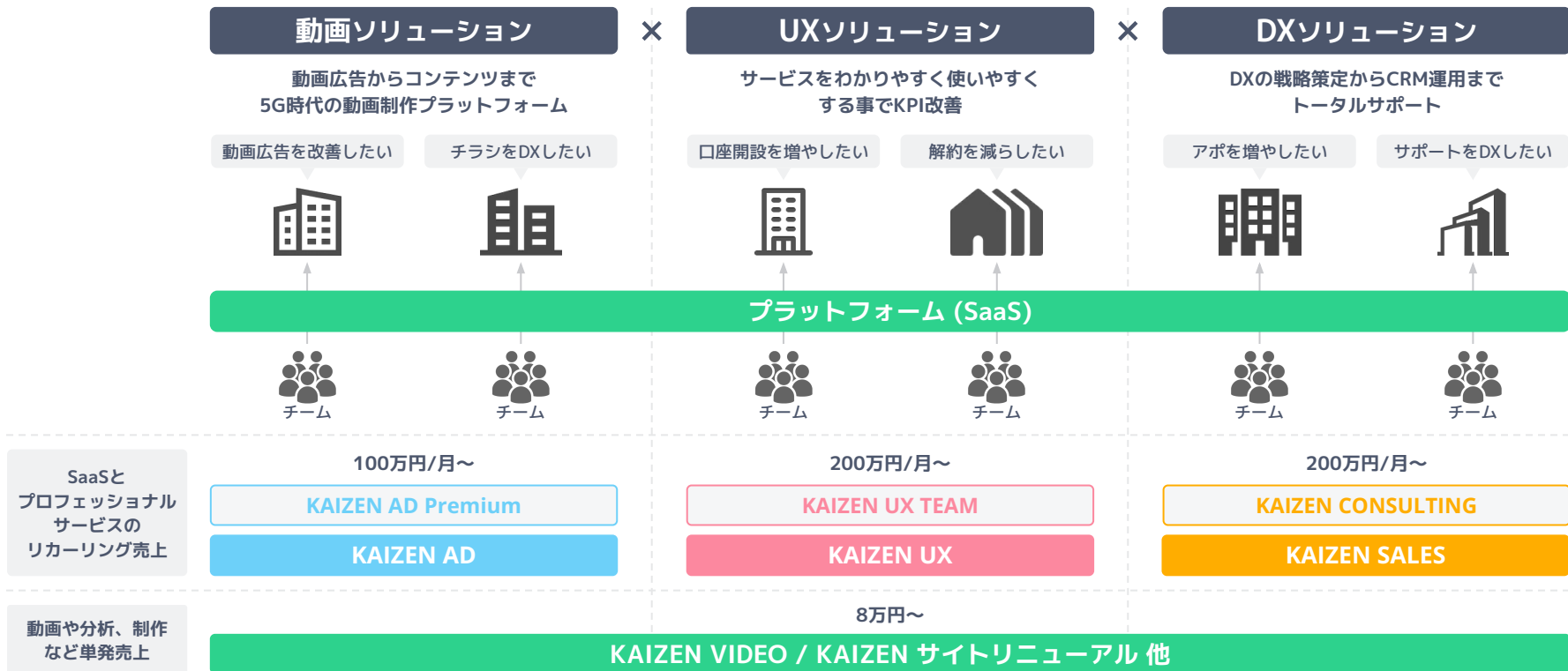
コロナ後も圧倒的にDX人材の求人倍率は高く、各社DX人材の不足が最大のボトルネックに



デジタルはデータが取れるため、XX率を高め続ける活動がキー
専門スキルをもった人材がKPIを見ながら改善し続ける**グロースチームの存在が**
極めて重要



DXで企業のグロースを支えるプラットフォームとチームを提供



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改善していくのがKaizen Platformのスタイル

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



制作者

①依頼



②納品



依頼者

③活用



④反応



消費者

Kaizen Platform
のやり方

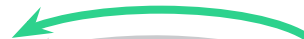
つくってからが
勝負



グロースハッカー

⑥クリエイティブ改善

⑧報酬UP



①依頼



②納品



依頼者

⑦効果



③活用



④反応

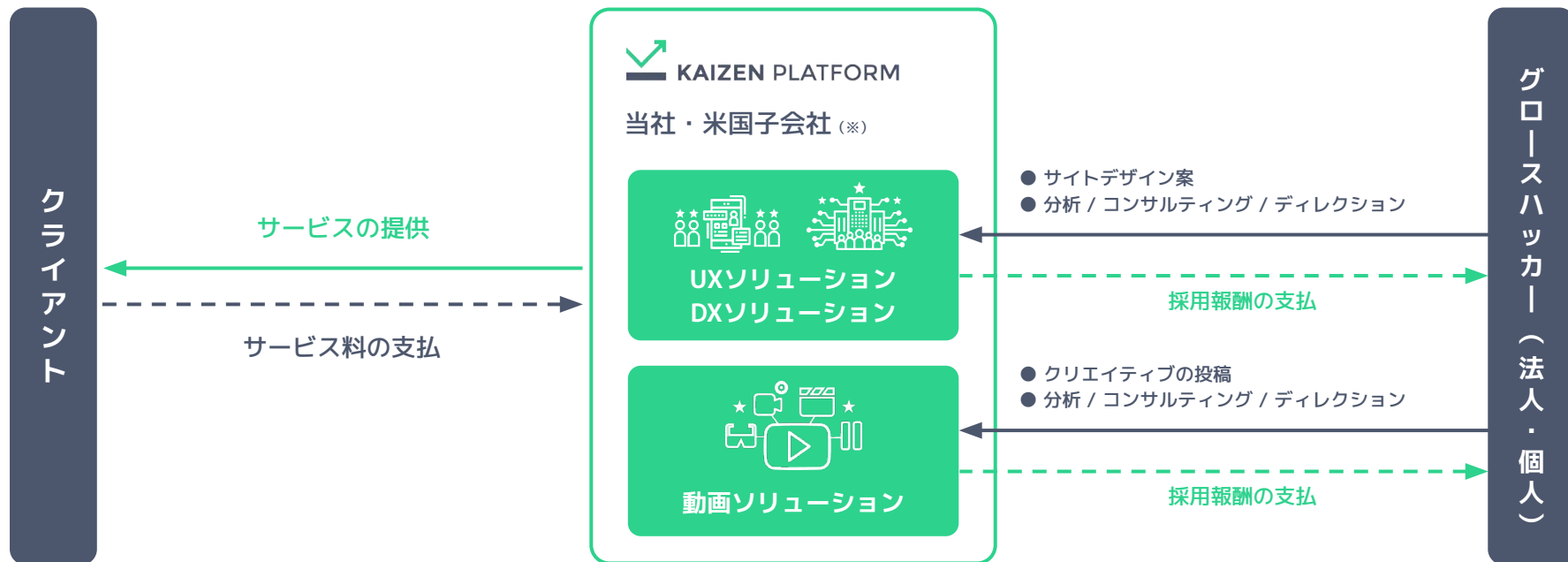


消費者

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**



サービスの流れ → お金の流れ →

※米国子会社は動画ソリューションのみ提供
※今年より事業セグメントをサイトソリューション事業から「UX/DXソリューション」へ、KAIZEN VIDEO事業から「動画ソリューション」へ変更
※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

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

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

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

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

DATA

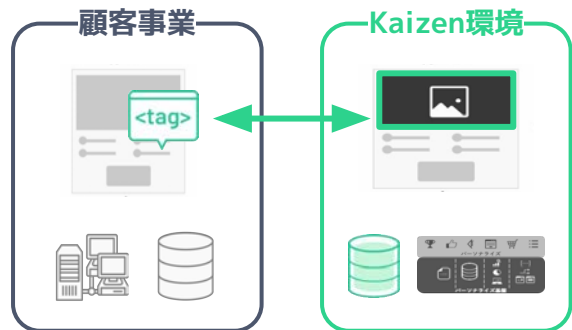
1,000社超の実績データとノウハウによる
コンサルティング

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うスキーム**を構築

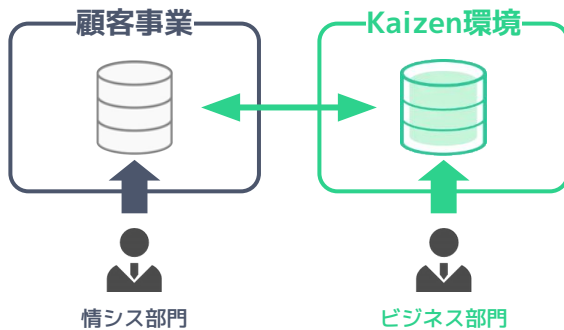
「レガシーシステムへの影響を気にせず」
 「ビジネス部門主導で」「リードタイム・コストを抑えて」DXやUX改善が可能に

レガシーシステムの迂回



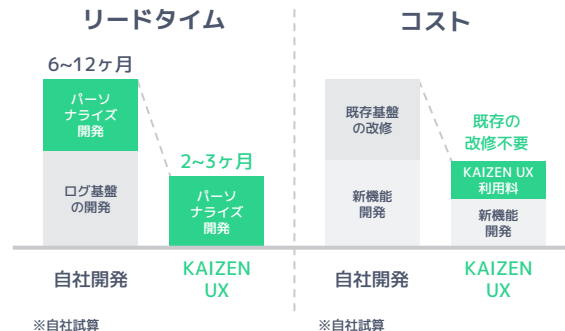
レガシーシステムへの影響を
 気にせず
 UX改善やPoC実行可能

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

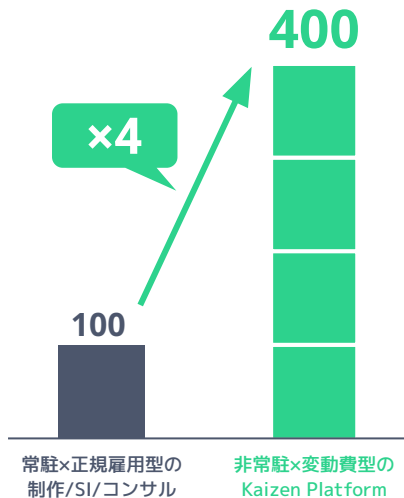
リードタイム/コスト



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

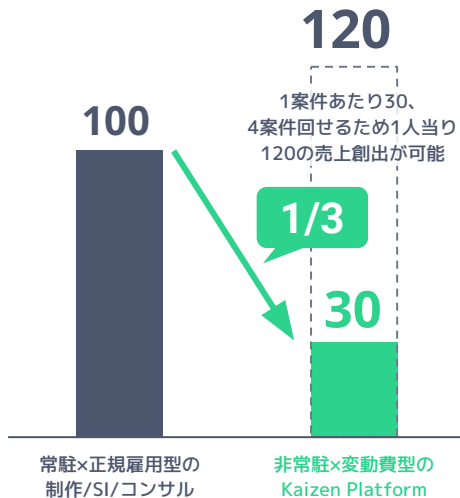
非常駐で、無駄な会議や社内調整が不要
業務特化・効率化し4倍のアウトプットを実現
=1人当たり**約4倍の案件**が担当可能



※ 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

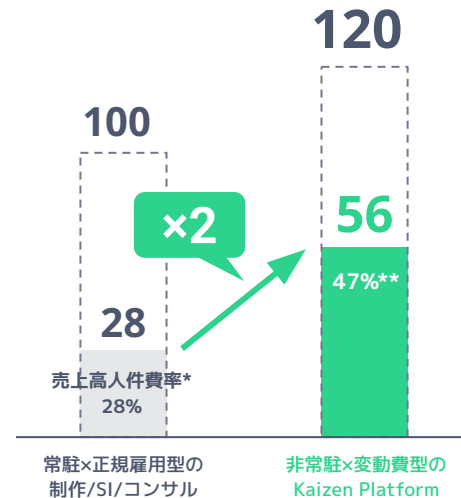
高い生産性と変動費率の高さをテコに
同工数での**価格を約1/3**に



※ 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

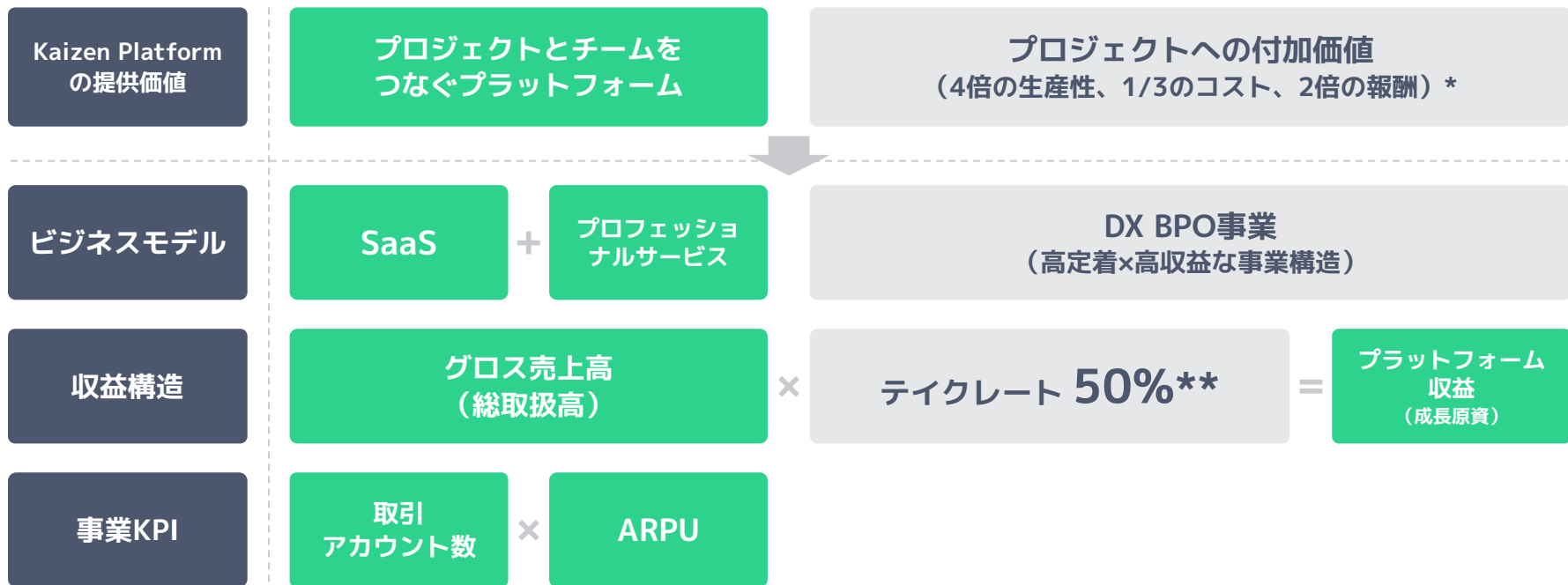
業種別売上高人件費率と比較すると
報酬で**約2倍**の差
採用競争力を高めることが可能



*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P12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」



海本 桂多 取締役

Chief Operating Officer

国際電信電話株式会社（現KDDI）入社。
2014年関連子会社の株式会社mediba代表取締役社長に就任。

退任後、JapanTaxi株式会社取締役/
株式会社IRIS代表取締役社長を歴任。

Kaizen Platformには2018年9月参画。
2020年4月より現職。



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。



渡部 拓也 取締役

Chief Technology Officer

2004年NTTコミュニケーションズ株式会社入社。
2010年グリー株式会社にてNative Game事業本部で
開発と事業責任者、2014年スマートニュース
株式会社にて広告プロダクト責任者を歴任。

2016年Kaizen Platformに参画。
2018年4月より現職。



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。



石橋 利真 執行役員

Chief Culture Officer

1999年リクルートコミュニケーションズ入社、
Webシステム開発に従事。

2007年リクルートホールディングス社 Media
Technology Lab 創設メンバー。

2013年 Kaizen Platform を共同創業しCTOに
就任、プロダクト開発及びエンジニア組織作りを
牽引し、2021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



02 事業の意義



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

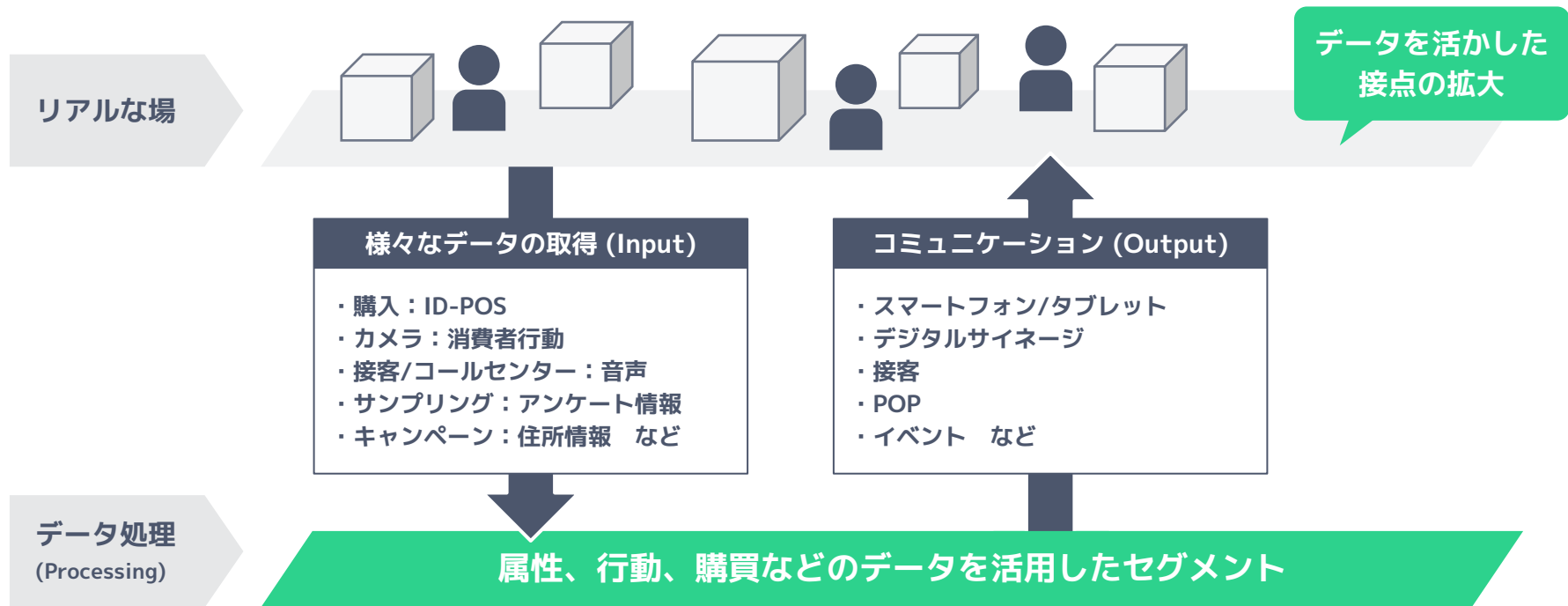


デジタル
サイネージ

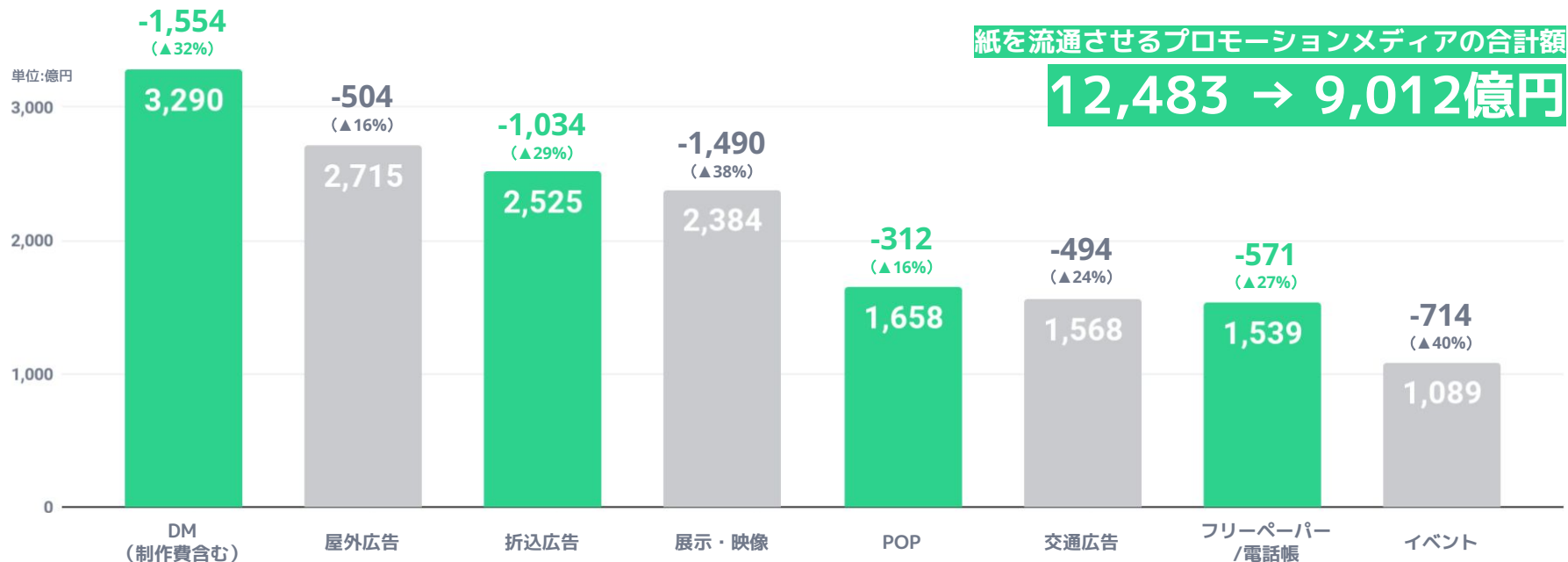


オンラインMTG

コミュニケーションツールがデジタル化することで様々なデータが活かせるようになる
動画化によってどのようなデータを取得し、どう活用するかも大事なポイントに



2019年に12,483億あった巨大な紙のプロモーションメディアが3,000億円消失 販促市場のデジタルシフト・動画化が今後加速すると想定される



A地点からB地点に送るのにコストが下がる方向へ確実にシフトする
DXを推進する事で、コストも環境負荷も大きく下がる

情報 

紙



動画

エネルギー 

石油



電気

マネー 

現金



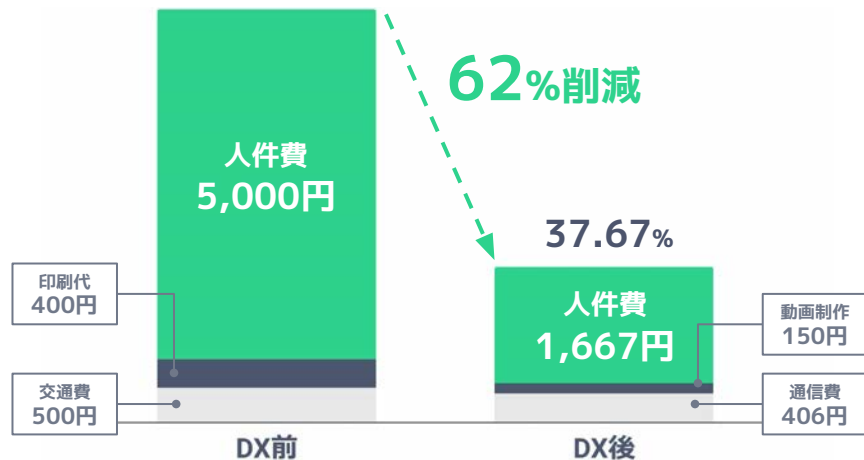
キャッシュレス

コスト・CO2共に約62%の削減が可能

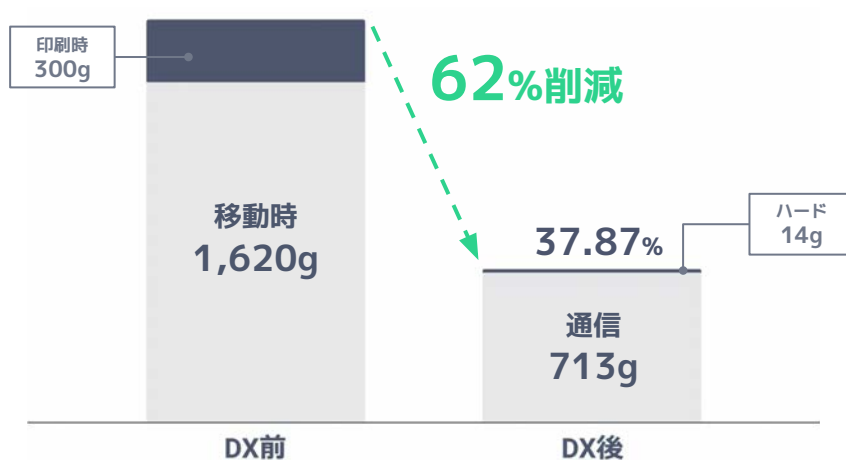
営業が1,000人の企業の場合、半分のアポをDX化するだけで、年間8.8億円・286tのCO2削減に繋がる
 = 杉の木 2万306本が1年間に吸収するCO2量に匹敵（東京ドーム8個分の森林）

▼ 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

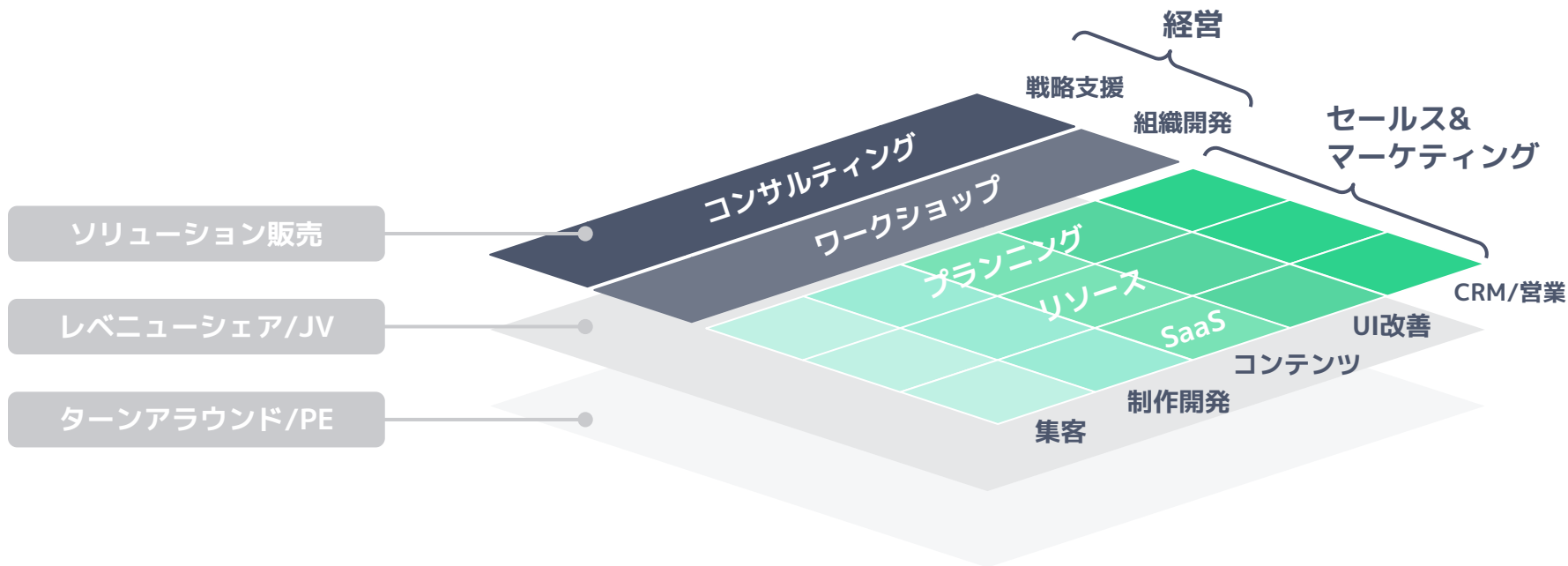
グループ会社のディーゼロとともに、
自社Webサイトや各種サービスのアクセシビリティ向上を推進

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

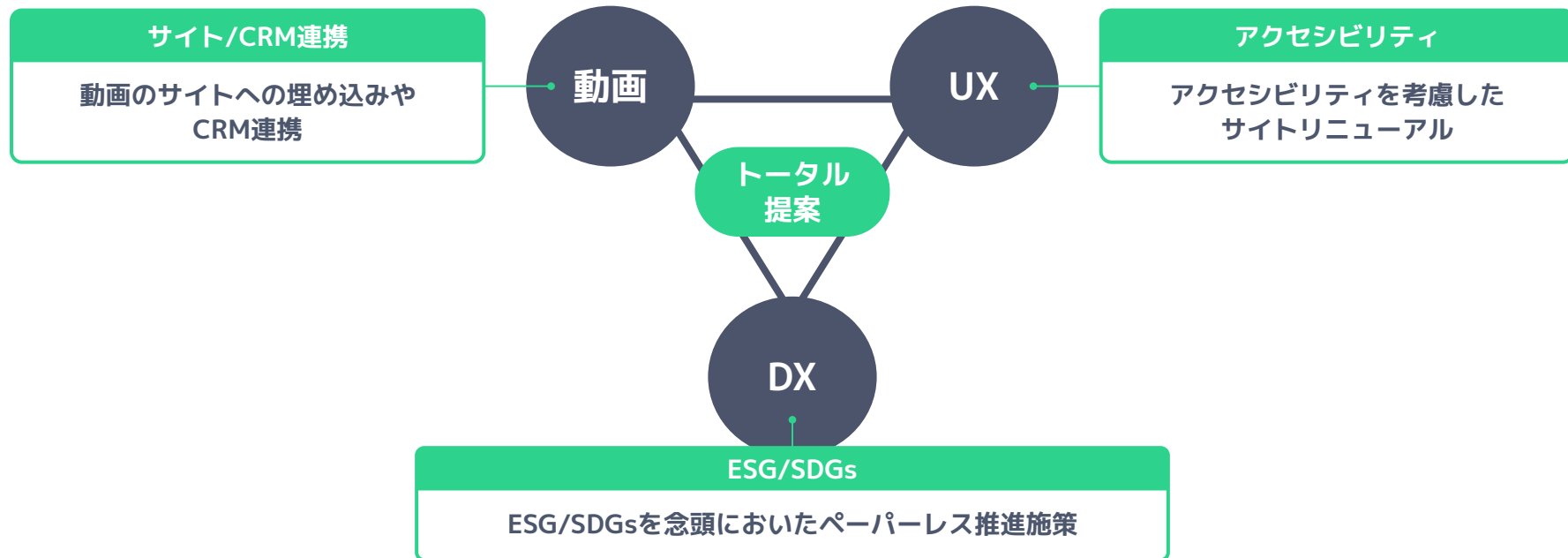
03 成長戦略



今後のセールス&マーケティング領域のDX市場成長を機会と考えた際に、
大手企業を顧客基盤とした当社にとって、
「ソリューションを揃える」×「ビジネスモデル」の掛け合わせでさらなる展開が可能に



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



STEP1

上流となるコンサルティング
機能の強化

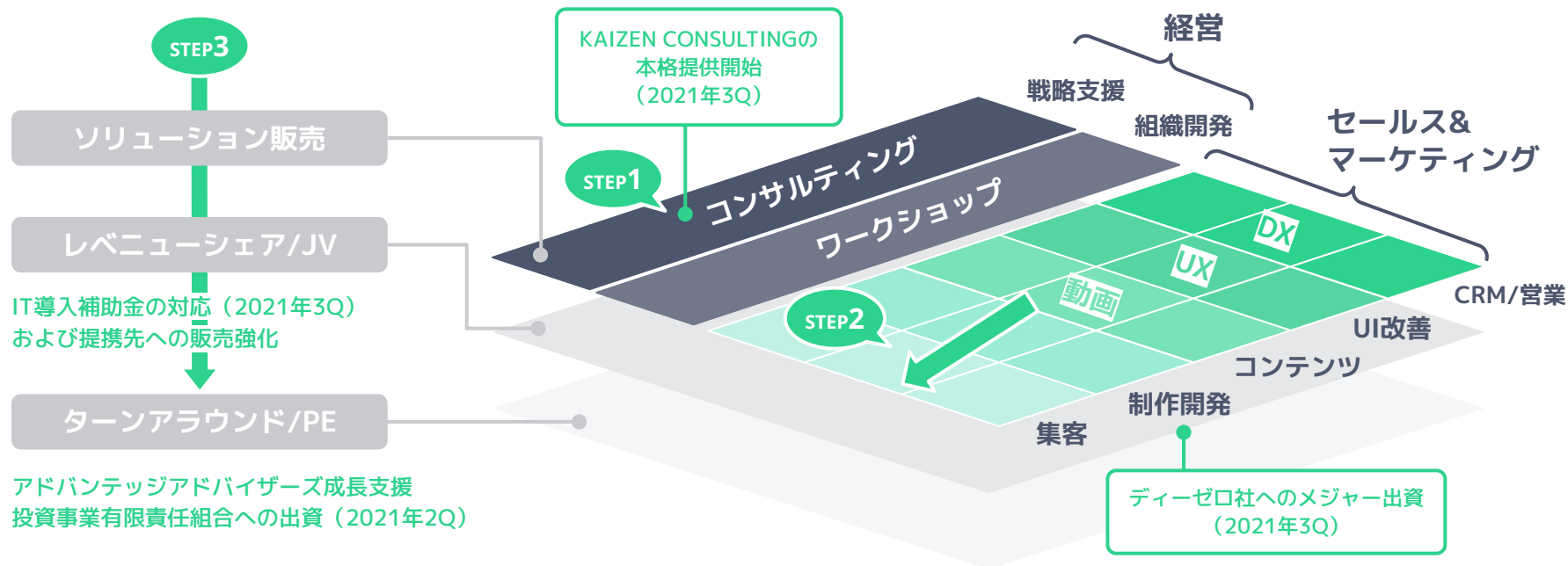
STEP2

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

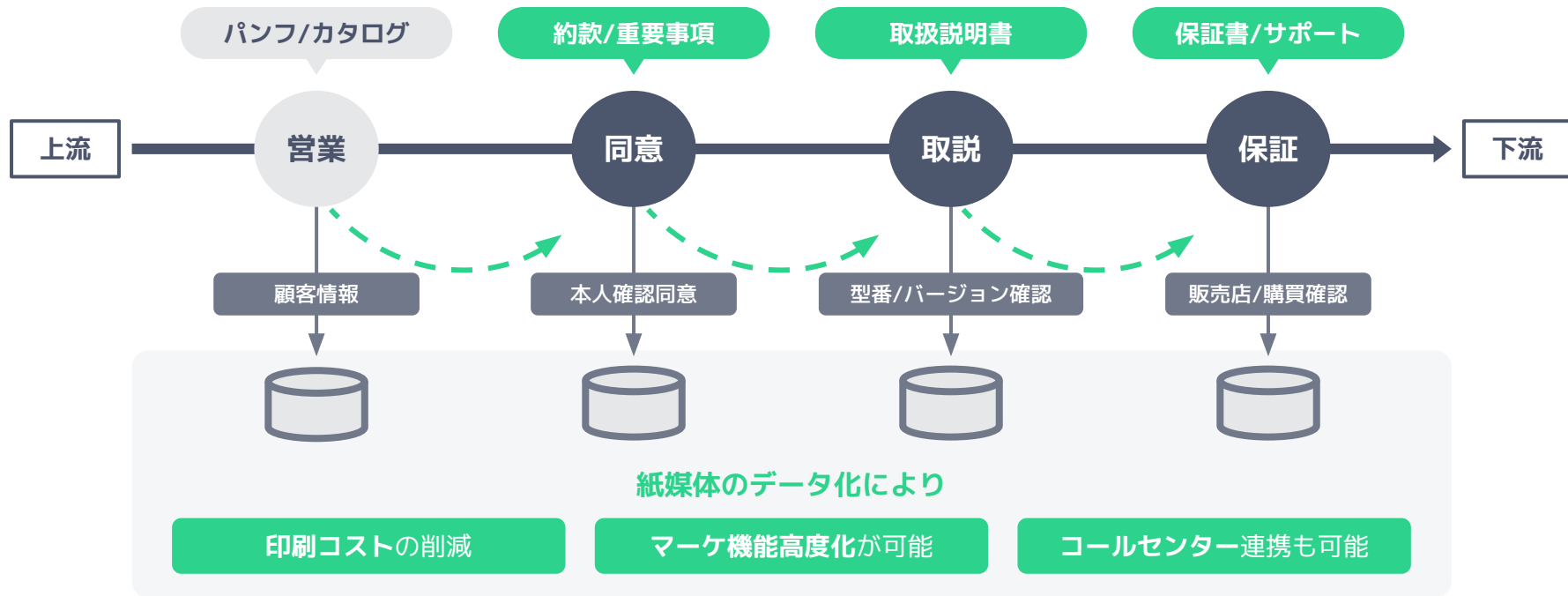
STEP3

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

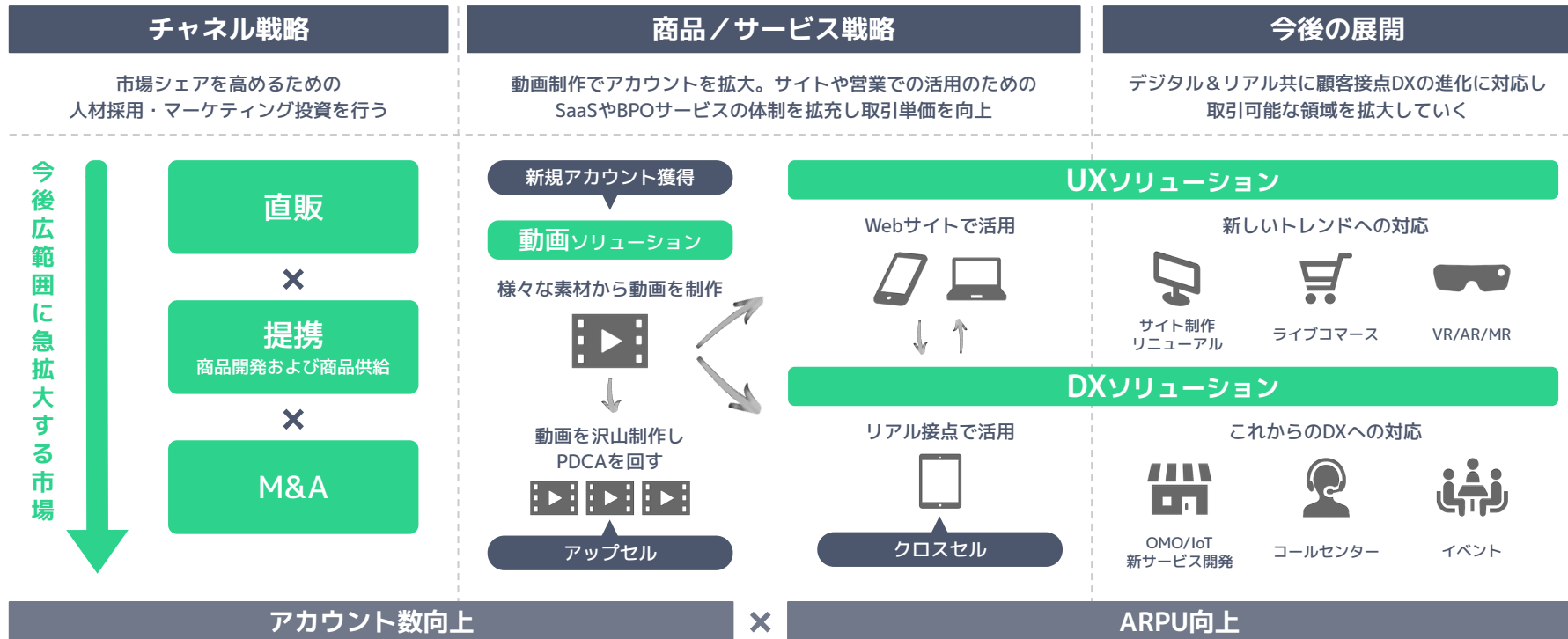
STEP2を2024年までに完了。DXをフルサポートできるサービスが揃った上でSTEP3を本格化



印刷コストの削減やマーケ機能高度化に向け
保証書や取扱説明書、約款/重要事項説明書など、紙媒体のデータ化ニーズが存在



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

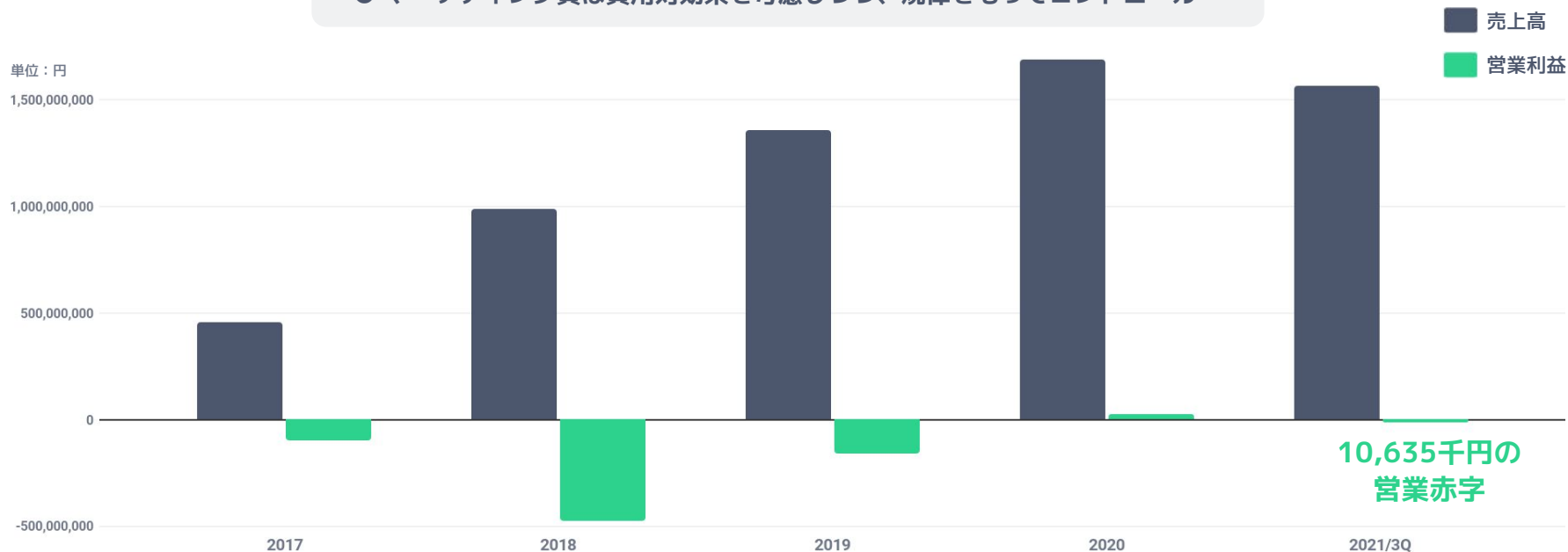


04 業績推移



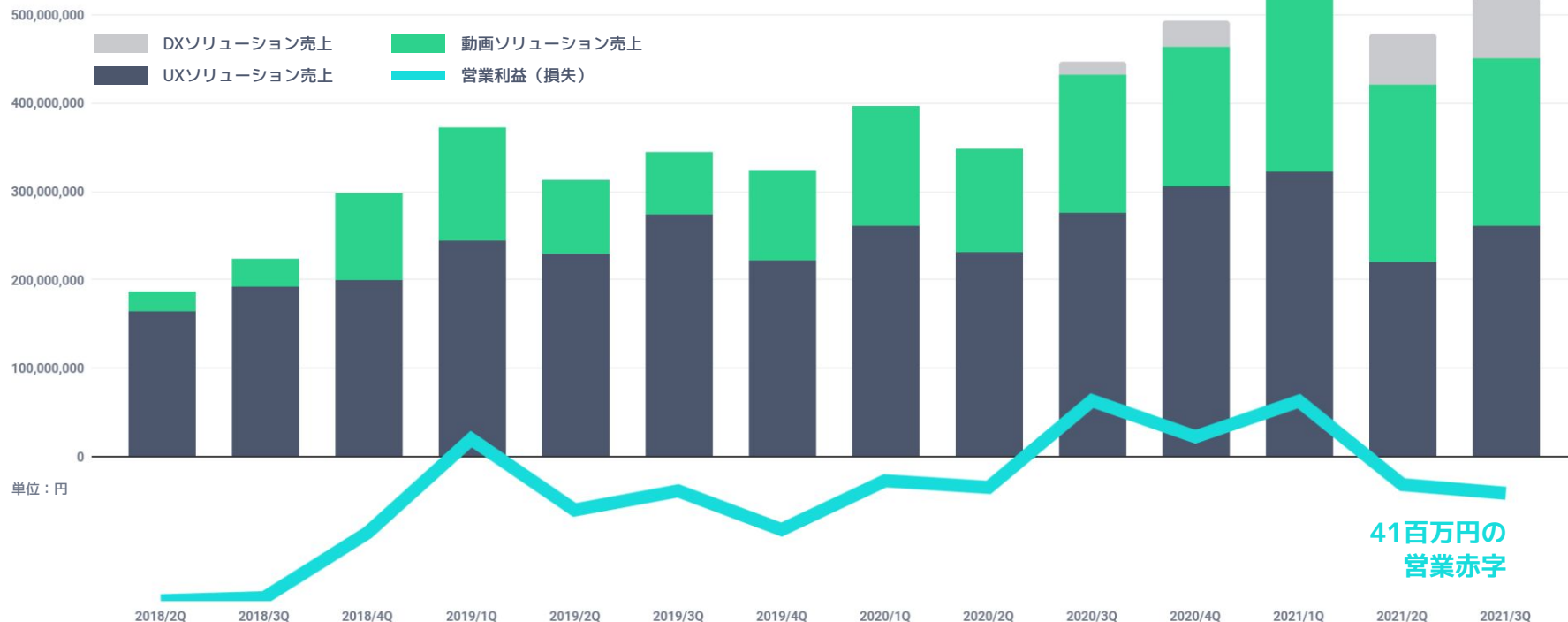
上場時の資金は計画に沿って人材・マーケティング投資に充て、売上高は伸長

- 採用強化し従業員数*を増加（2020年12月：62名 → 2021年9月：69名）
- 急増するニーズに合わせて業務委託でのリソース確保も実施
- マーケティング費は費用対効果を考慮しつつ、規律をもってコントロール



動画/DX 市場ニーズ強く、引き続き業績は拡大

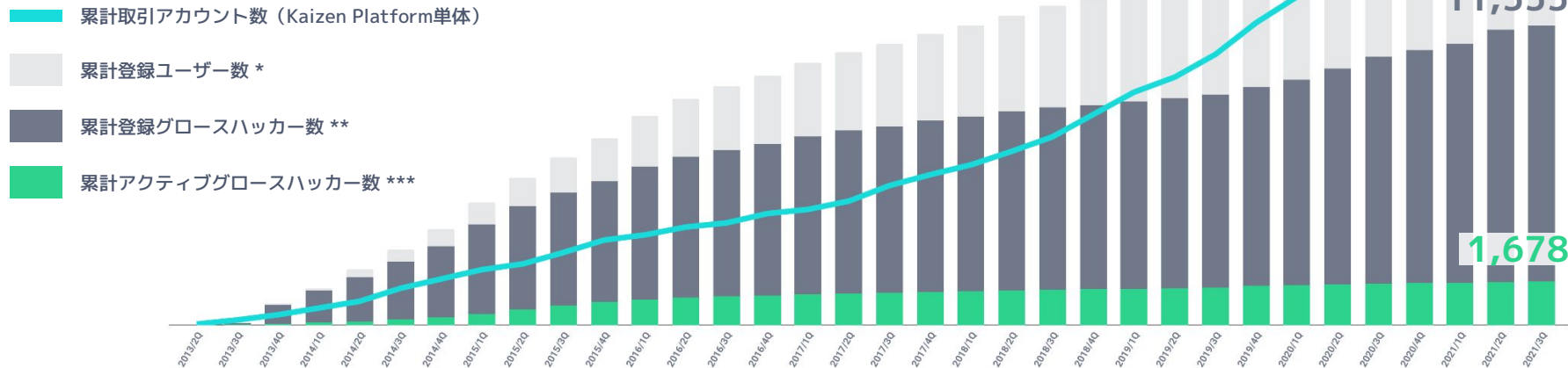
UX 新型コロナによる大口顧客のダウンセルの回復急ぐ



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
1,000突破

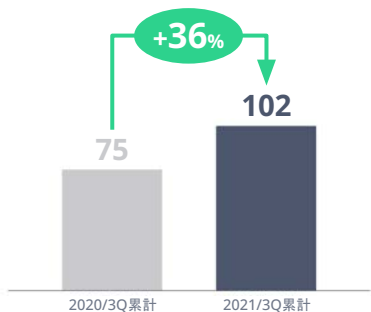
累計登録ユーザー数
1.8万人突破



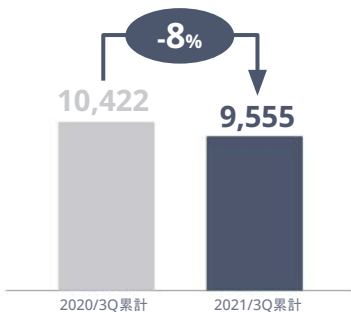
UX/DXは新規取引アカウントの力強い伸びが事業成長を牽引、今後ARPUの回復を狙う
 動画は、既存顧客ARPUが昨年より大幅に伸びており、早い成長スピードを持続

UX/DX
ソリューション

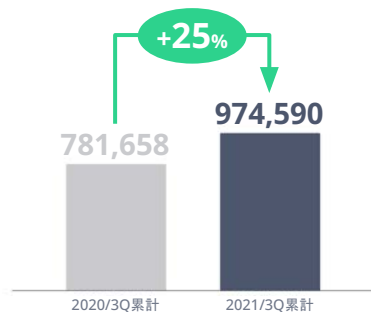
取引アカウント数 *



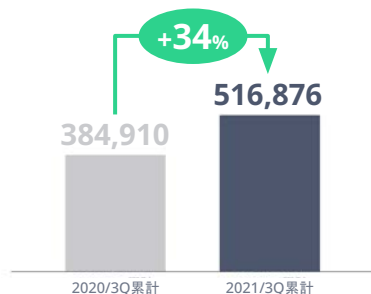
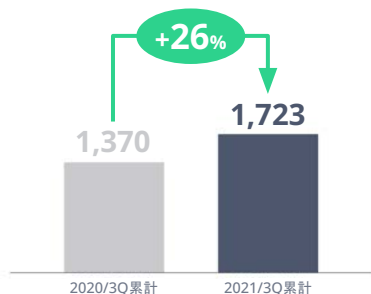
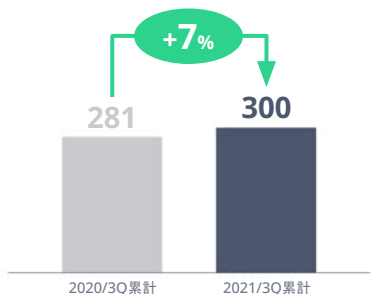
ARPU (3Q累計) 単位: 千円



売上 (3Q累計) 単位: 千円



動画
ソリューション

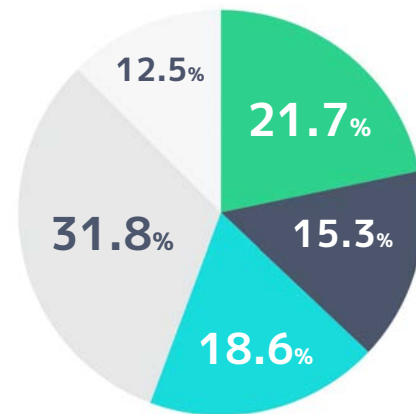


東証マザーズ上場により現預金・純資産が増加し、財務基盤強化
 機関投資家の保有比率は37.0%、一般個人株主は18.6%を占め、いずれも前期末より増加

貸借対照表（連結）			
百万円	2020/12	2021/9	増減
現金及び預金	2,660	2,965	305
流動資産	2,908	3,323	415
有形固定資産	4	15	10
無形固定資産	323	680	356
投資その他資産	152	289	137
資産	3,388	4,308	919
短期借入金	-	-	-
長期借入金	250	671	421
負債	534	1,003	469
純資産	2,854	3,305	450
負債純資産	3,388	4,308	919

株式の分布状況

(2021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)
■ 個人株主* (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)

*個人株主の内訳は概算値

顕在化した場合に、当社グループの事業計画の遂行を大きく阻害する可能性のあるリスク及び
その対応策は以下のとおり
なお、現時点でリスクが顕在化する可能性は低い

競合他社 の動向

既存事業者や新規参入事業者により競争が激化する可能性があります（顕在化時期：中長期）。
当社グループでは、サービスの拡充、グロースハッカーネットワークの拡大及び積極的なマーケティング活動により競争力を強化いたします。

技術革新 への対応

技術革新への対応が遅れた場合には、当社グループの競争力が低下する可能性があります（顕在化時期：中長期）。
当社グループでは、エンジニアの採用・育成や開発環境の整備等を進めております。

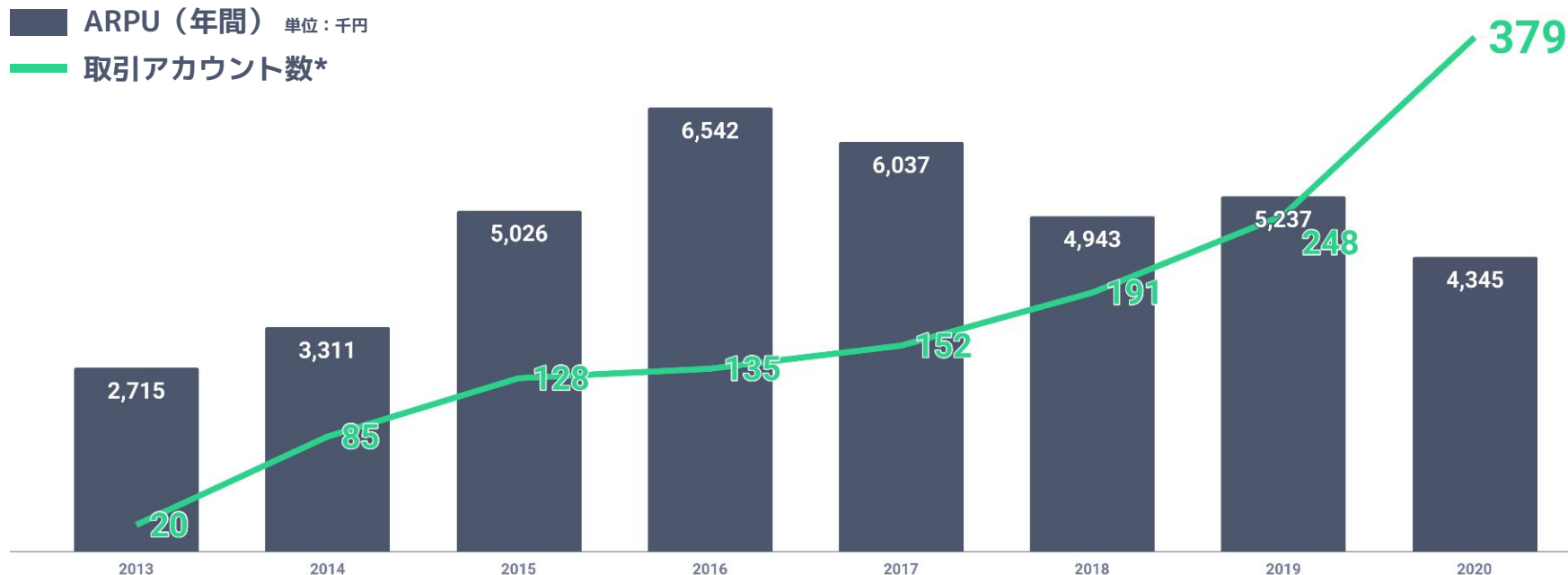
システム トラブル

大規模なシステム障害が起こった場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がありますが（顕在化時期：不明）。
当社グループでは、安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備等の強化や社内体制の構築を行っております。

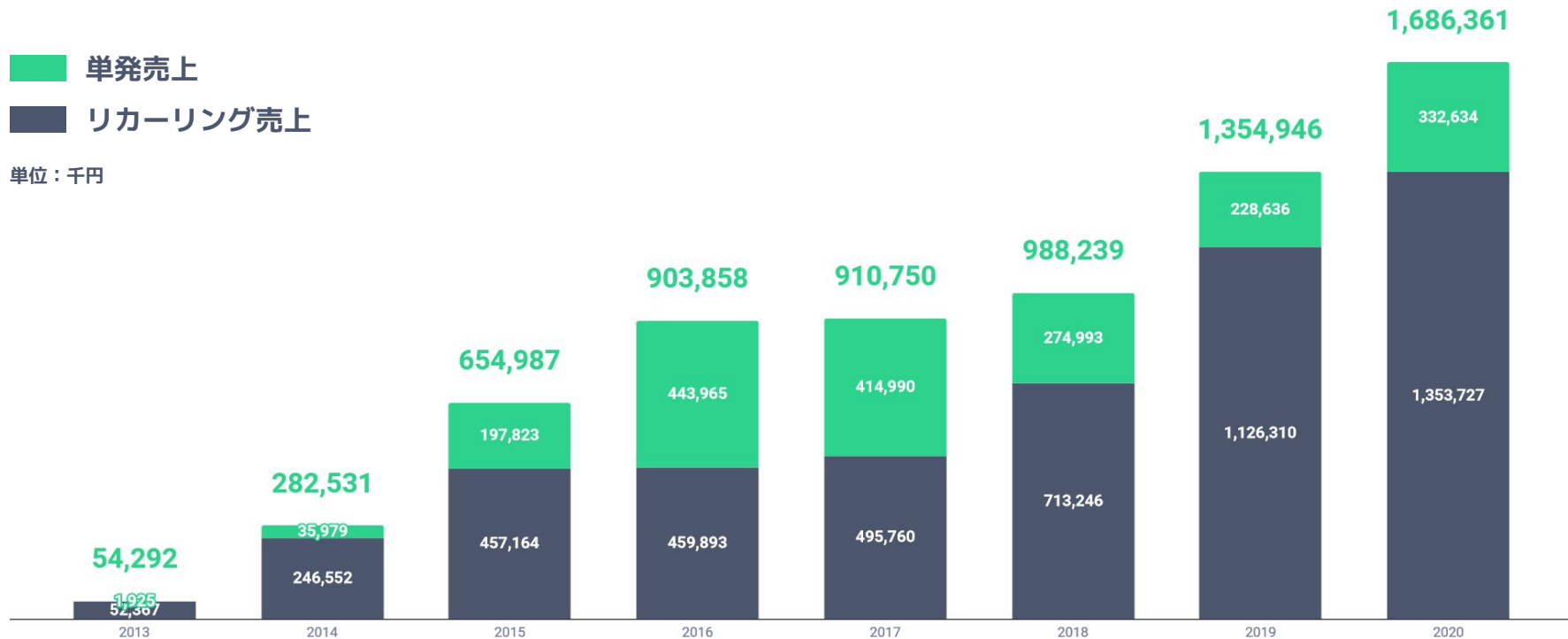


Appendix

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

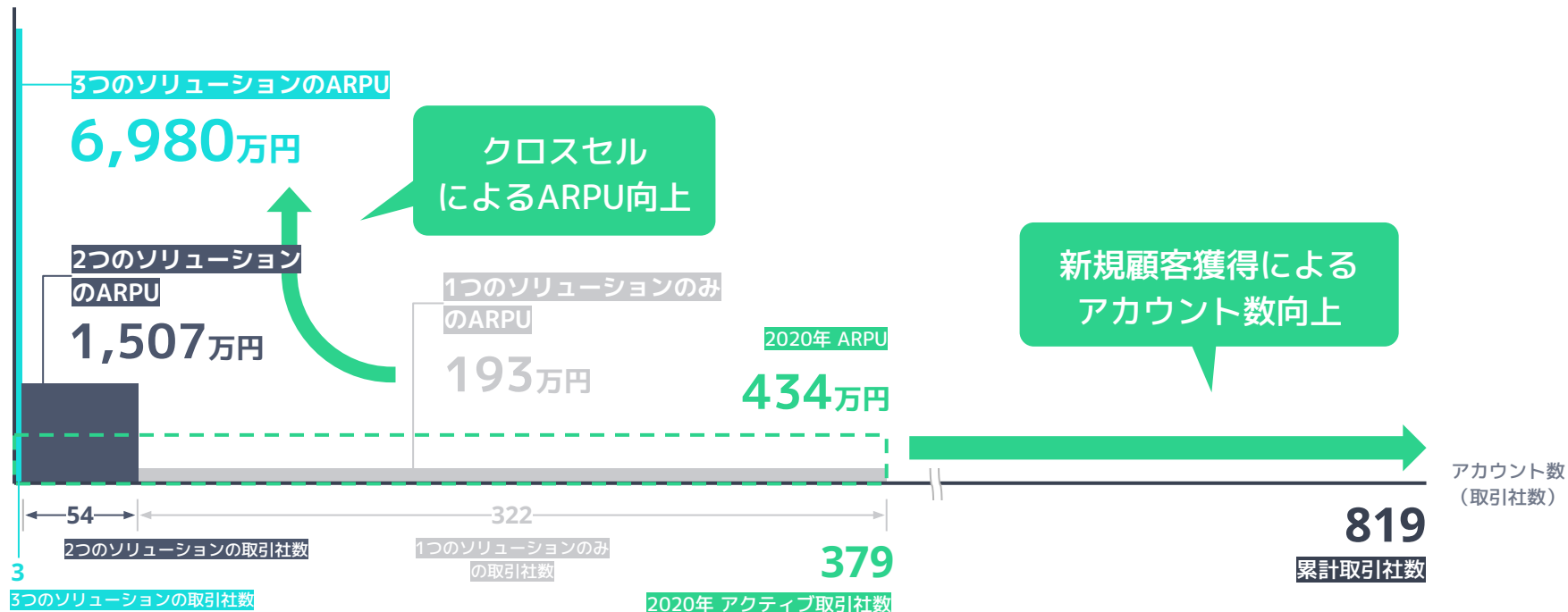


単発売上による新規取引アカウントからリカーリング売上への 転換は順調に進捗



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)



千円	2019/12	2020/12	2021/9
売上高	1,354,946	1,686,361	1,569,720
売上総利益	582,145	822,194	643,235
販売費及び一般管理費	744,430	798,824	653,871
給料及び手当	184,450	199,235	179,613
外注費	176,372	177,151	124,214
営業利益（損失）	(162,284)	23,369	(10,635)
経常利益（損失）	(150,475)	36,435	(71,906)
親会社株主に帰属する当期純利益（損失）	(162,646)	107,382	(88,917)

UX/DXソリューション*

千円	2019/12	2020/12	2021/9
売上高	969,579	1,112,984	974,590
営業利益（損失）	(28,583)	111,380	(13,060)

動画ソリューション*

千円	2019/12	2020/12	2021/9
JP			
売上高	332,286	532,858	516,876
営業利益（損失）	(102,190)	(52,554)	35,126
US			
売上高	53,080	40,518	78,253
営業利益（損失）	(31,510)	(35,456)	(32,701)
合計			
売上高	385,367	573,376	595,129
営業利益（損失）	(133,700)	(88,010)	2,424

* 当第1四半期連結会計期間より、「サイトソリューション事業」を「UX/DXソリューション」に、「KAIZEN VIDEO事業」を「動画ソリューション」に名称変更いたしました。当該変更は名称変更のみであり、セグメント情報に与える影響はありません。

千円	2019/12	2020/12	2021/9
現金及び預金	930,148	2,660,345	2,965,772
流動資産	1,145,488	2,908,598	3,323,614
有形固定資産	7,604	4,643	15,289
無形固定資産	211,561	323,591	680,365
投資その他資産	20,550	152,122	289,346
資産	1,385,204	3,388,956	4,308,615
短期借入金	—	—	—
長期借入金	—	250,000	671,000
負債	232,980	534,154	1,003,407
純資産	1,152,224	2,854,801	3,305,208
負債純資産	1,385,204	3,388,956	4,308,615

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らず、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