

事業計画及び 成長可能性に関する事項

ブリッジインターナショナルグループ株式会社

東証グロース | 証券コード7039

目次

01. 当社のビジネスモデルと強み
02. 中期経営計画の進捗
03. 成長戦略
 - ・ インサイドセールスアウトソーシング事業
 - ・ プロセス・テクノロジー事業
 - ・ 研修事業
04. 財務方針および株主還元方針
05. Appendix

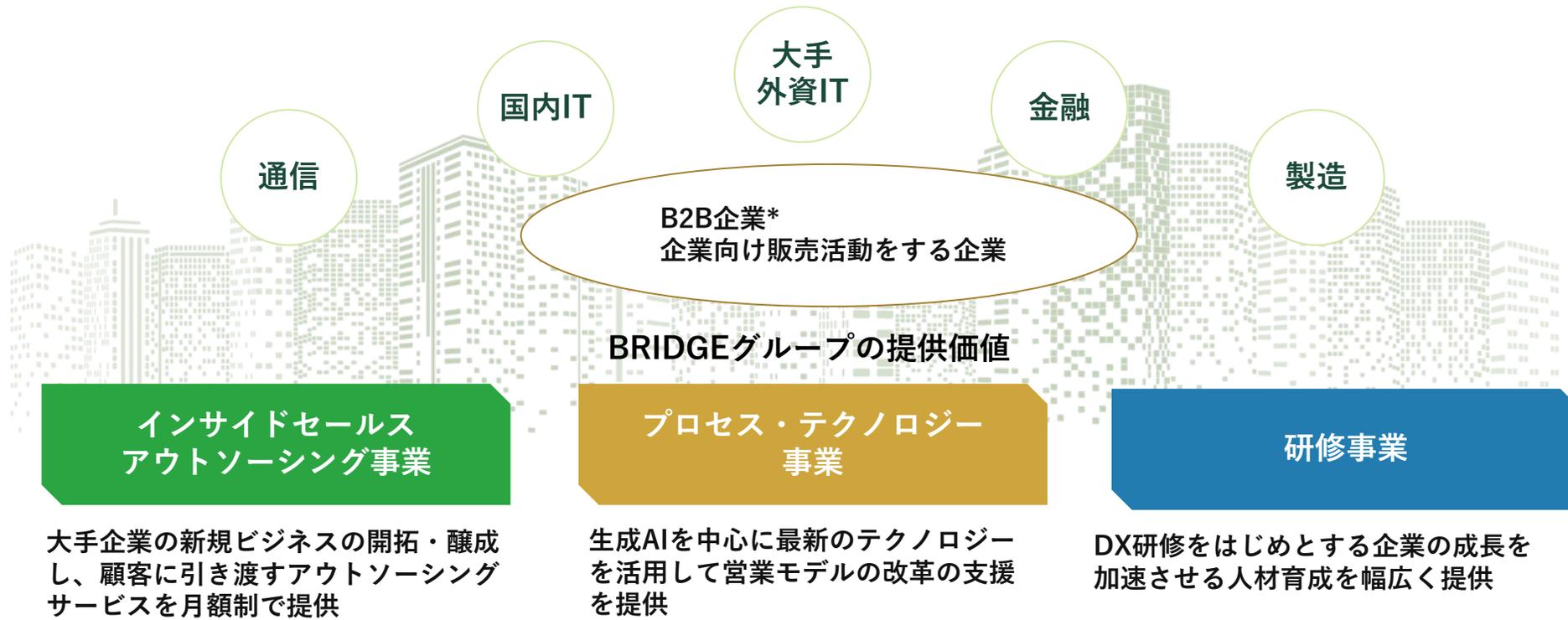
01. 当社のビジネスモデルと強み

少子高齢化や人材の流動化により多くの企業は営業リソースの不足に直面しています

また、成熟化する日本市場ではより高度な営業力が求められています

わたしたちブリッジインターナショナルグループは、

「アウトソーシング」「AIテクノロジー」「人材育成支援」でB2B企業*の売上成長の改革を支援します



営業・マーケティング領域の支援をワンストップで提供可能

主力のインサイドセールスアウトソーシング事業で培った法人営業のノウハウ、ナレッジを活かし、プロセス・テクノロジー事業での営業の高度化、効率化や、研修事業での人材育成支援へ領域を拡大

**インサイドセールス
アウトソーシング事業**

**主力
事業**



法人営業のアウトソーシング

- 売上の約50%を占める高売上・高収益事業
- グローバルスタンダードのセールスモデルを日本の商慣行に合わせて仕組み化、以来20年以上の豊富な支援実績
- クライアントは大手IT企業が中心で高い継続率を誇る

| | |
|-------|-----|
| 収益モデル | 売上比 |
| ストック | 54% |

**プロセス・テクノロジー
事業**



AIを活用した営業モデル改革支援

- AIなど最新テクノロジーを活用した営業の仕組みづくりに強み
- コンサルティングから、テック構築、オペレーション支援まで一気通貫で支援
- 最新テック企業との独占販売権の取得や、アライアンスなどを積極的に推進中

| | |
|----------|-----|
| 収益モデル | 売上比 |
| フロー&ストック | 18% |

研修事業



法人向け人材育成支援

- 企業の人材育成ニーズに合わせたカスタマイズ研修に強み
- 市場ポジションの一番大きい新卒研修が売上の4割を占める
- 2024年APACトップセールストレーニングに選出されるなど、実績評価多数

| | |
|-------|-----|
| 収益モデル | 売上比 |
| フロー | 28% |

ブリッジインターナショナルグループは、以下の強みを活かして
“B2B企業の売上成長”の改革を支援します

インサイドセールス
アウトソーシング事業

高収益で継続性の高い
ストックモデル

インサイドアウトソーシング事業では
圧倒的な成果創出により、
高単価を維持しながら、高い継続率を誇る

プロセス・テクノロジー事業

最先端のテクノロジーを活用した営業支援

AIを積極的に活用し、
営業活動の一部を自動化し効率化を追求

研修事業

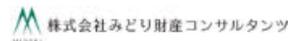
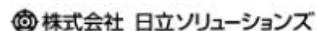
企業の成長に欠かせない
人材育成まで一気通貫で提供

営業研修から、IT、DX、ビジネス研修まで
総合的な育成プログラムを提供

BRIDGE
INTERNATIONAL

強固な顧客基盤

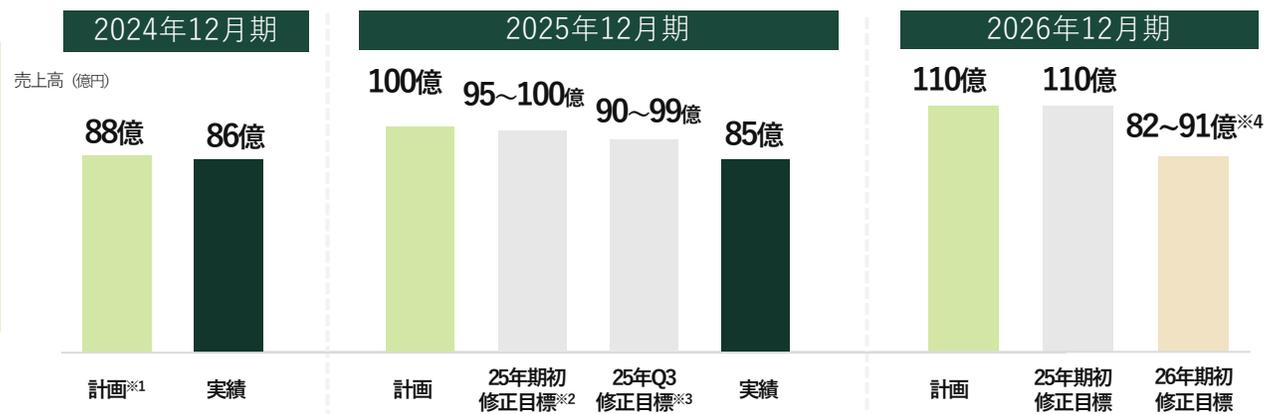
顧客は外資系IT企業・国内ITをはじめとする大手企業



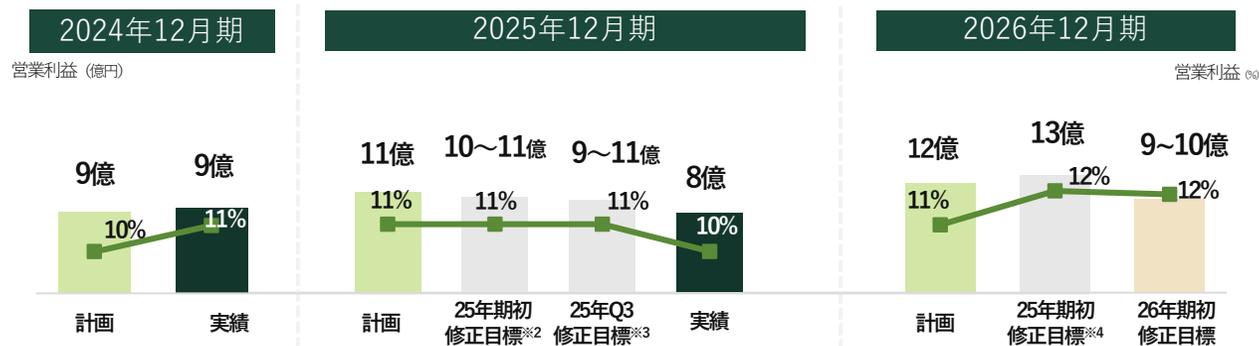
02. 中期経営計画の進捗

子会社株式譲渡に伴い2026年目標値は下方修正となるものの、事業ポートフォリオ最適化は完了
 今後は「既存事業の2桁（10%）成長」へ回帰し、さらなる収益性向上を目指す

売上計画



利益計画



全社目標（2026年12月期）

| | |
|-------|------------|
| 売上高 | 82~91億円 |
| 営業利益 | 9.8~10.8億円 |
| 営業利益率 | 12% |
| ROE | 16%以上 |

💡 2026年目標について

2026年目標が中期経営計画の目標から引き下がっている主な要因は、2025年10月期に実施したトータルサポート株式会社の株式譲渡による連結除外の影響。事業ポートフォリオの選択と集中によるもので、今後、既存事業での再成長に注力する。
 尚、2025年トータルサポートの業績は第三四半期累計で売上7.6億円、営業利益7百万円。中期経営計画の2026年目標には売上18億円、営業利益1.6億円程度を見込んでいた。

※1. 計画は2024年5月27日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。

※2. 25年期中修正目標は2025年2月14日開示の決算短信および2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値

※3. 25年Q3修正目標は2025年11月14日開示の決算短信で開示した通期業績見通しの修正値

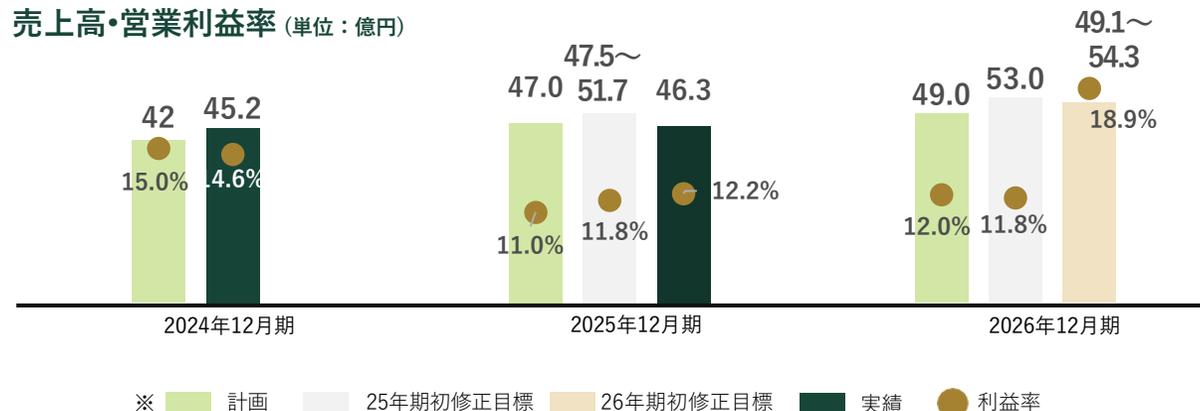
※4. 2026年12月期はインサイドセールスアウトソーシング事業における大型案件の獲得および、プロセス・テクノロジー事業、研修事業における新規・注力サービスの販売について好調・悲観シナリオを反映し、レンジ方式による通期業績予想開示を採用。

中計2年目は概ね順調に進捗

POINT

IT・金融業界を中心とした大手・大規模案件により一層注力。テクノロジーの積極活用で付加価値を高め、新たな成長軌道へ。詳細は20~24ページを参照

売上高・営業利益率 (単位: 億円)



3業界に特に注力し拡大を狙う

外資IT これまでの成長ドライバーであり、創業以来蓄積しているノウハウ、ナレッジを幅広く活用できる

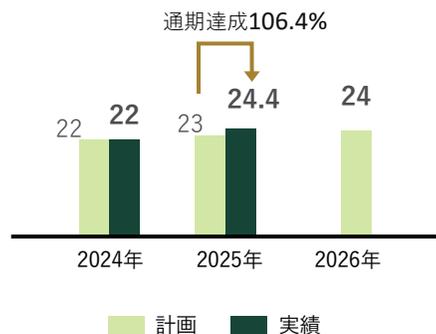
国内IT 大手IT企業（ソフトウェア、Sler、通信）に加え、SaaSまで幅広くニーズが広がってきており、今後も成長余地大

金融業界 金利復活による営業活動強化のニーズ強。過去の拠点統廃合・人員削減で営業リソースが枯渇

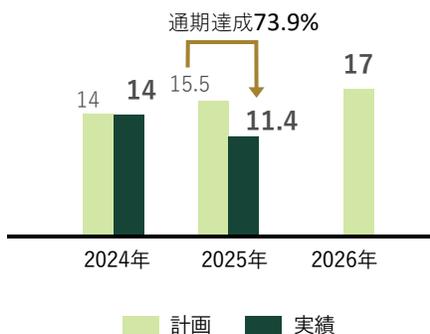
注力KPI インサイドセールスステップ離職率

能力開発や人事制度、評価制度見直しプログラムにより2024年は大幅に離職率が改善したものの、2025年は目標を下回る結果に。引き続き2026年10%未満の目標達成に向けて環境整備に努める

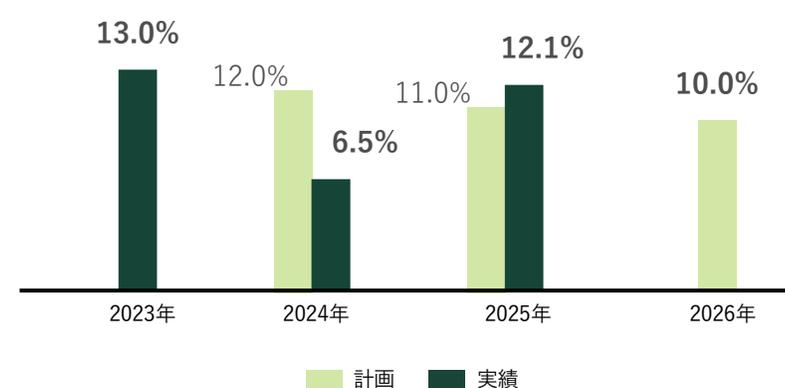
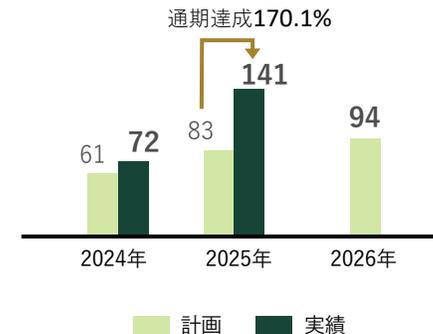
外資IT (単位: 億円)



国内IT (単位: 億円)



金融業界 (単位: 百万円)



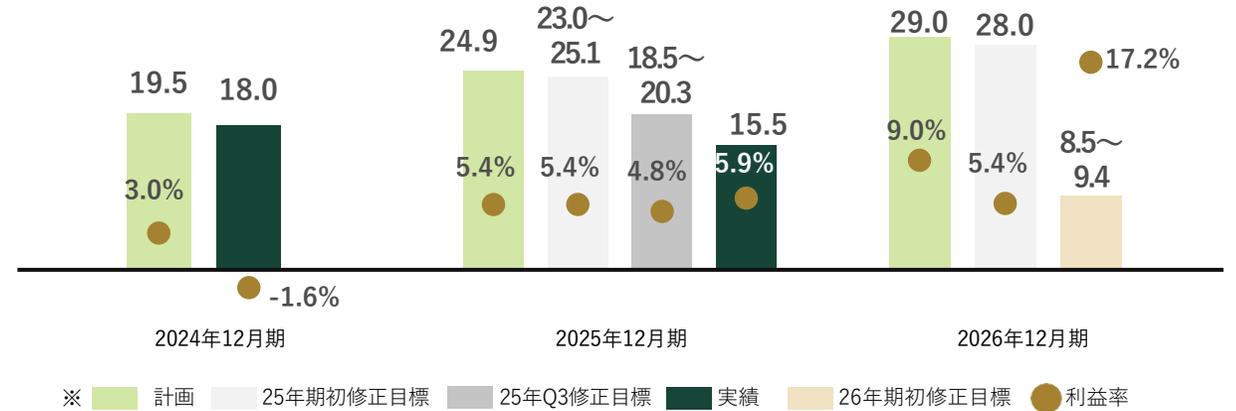
※計画は2024年5月27日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。25年期中修正目標は2025年2月14日開示の決算短信および2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。

POINT

中計2年目はトータルサポートの株式譲渡の影響が大きく目標未達（事業の選択と集中）

26年目標値を下方修正するものの既存事業のAI領域へ集中投資し、高成長を目指す

売上高・営業利益率※（単位：億円）



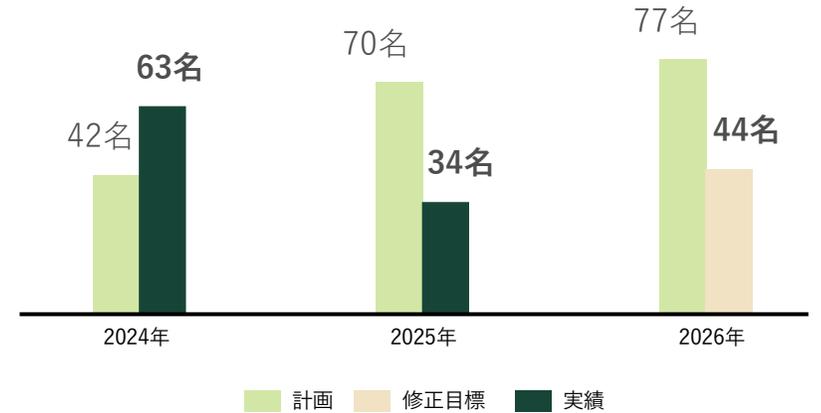
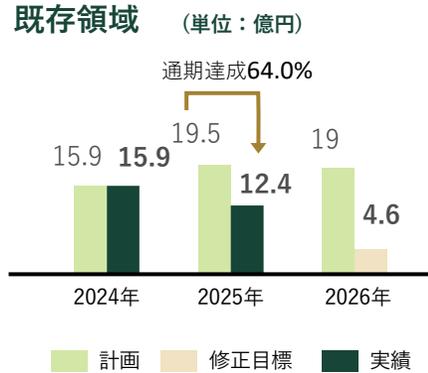
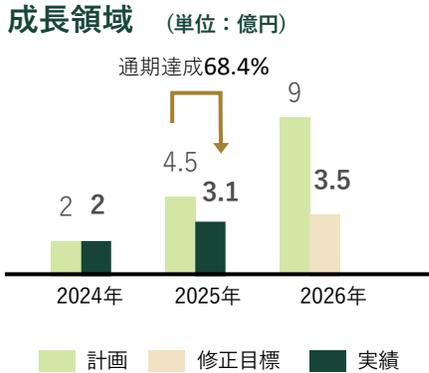
成長領域、既存領域の売上推移 それぞれの目標値について、トータルサポートの影響を除外した数値に変更

成長領域 売上成長モデル改革支援、オペレーション支援を成長領域と位置付け、生成AIを活用し高成長を目指す

既存領域 Salesforceの開発は小型、高収益案件に集中し、一部リソースは成長領域にシフト

注力KPI 事業体制

26年の事業目標の達成に向け、特に成長領域における人材採用に注力する（26年目標はトータルサポート社連結除外により25名減少）



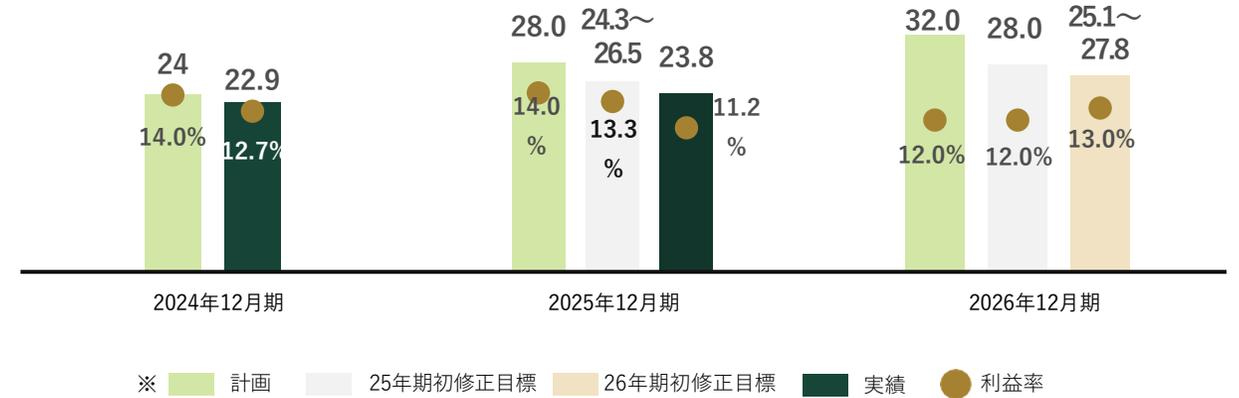
※計画は2024年5月27日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。25年期初修正目標は2025年2月14日開示の決算短信および2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。25Q3修正目標は2025年11月14日開示の決算短信で開示した通期業績見通しの修正値。
 ※トータルサポート株式会社の業績は、2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項において、25年計画売上14.3億円、営業利益69百万円を計画しておりましたが、2025年12月期第3四半期累計で売上7.6億円、営業利益7百万円となりました。詳細はP49参照

POINT

中計2年目は順調に成長したが、計画に届かず

26年は新人研修を起点にオーダーメイド研修の拡販に注力。特にPM研修、営業研修を伸ばす方針。順調な成長を続けているが、事業進捗を踏まえ、26年売上目標28⇒25.1～27.8億円へ

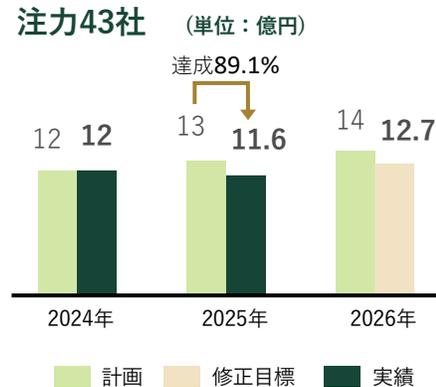
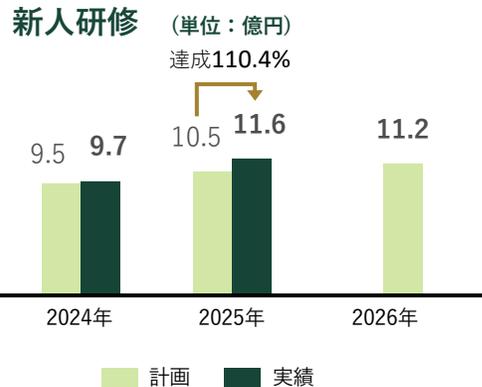
売上高・営業利益率 (単位：億円)



新人研修および、注力43社の拡大を目指す

新人研修 年間売上高の約5割を占める新人研修を引き続き注力領域とし、26年11億円を目指す

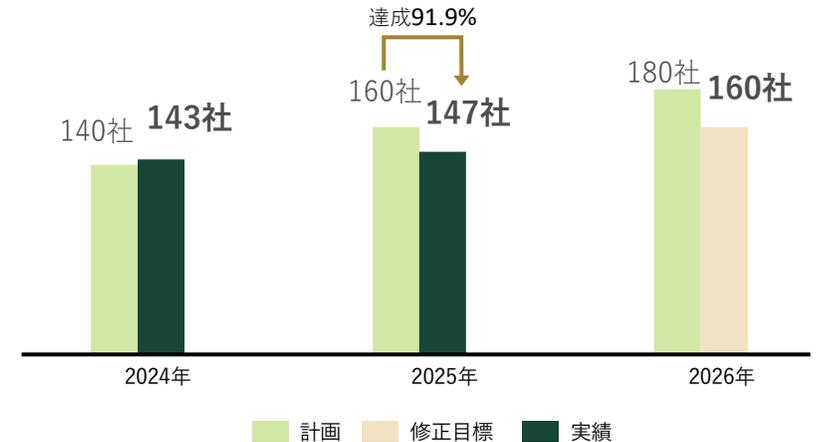
注力43社 売上の約50%を占める年間10百万円以上の顧客43社について更なる売上最大化および、一人当たり生産性の向上を目指す



注力KPI 年間3テーマ以上受講企業数

提供している12テーマの年間複数受講数を増やし、LTV向上および1社あたり売上高向上を目指す。

尚、事業進捗を踏まえ26年目標を下方修正



※計画は2024年5月27日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。25年期中修正目標は2025年2月14日開示の決算短信および2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項で開示した際の目標値。

03. 成長戦略

人手不足・教育コストの上昇を背景に、国内大手IT・金融業界で、アウトソーシングのニーズ拡大
大型案件、高付加価値領域へのシフトに向け、事業モデルの最適化を図るため、今期事業計画は成果が後半に偏る予定
収益性の向上を目指し、グループ一体となりモデル転換を推進

インサイドセールス アウトソーシング事業

エンタープライズ・大型案件への
「選択と集中」とAI活用による高付加価値化へ



As IS (現状)

- ・新規獲得数重視
- ・小規模案件多数により営業・デリバリの初期コスト高、育成に時間を要す

To Be (今後)

- ・大手IT・金融などエンタープライズにリソースを集中
- ・SV1名で大型チームを効率的に担当し、増員・売上拡大へ
- ・AI活用で付加価値と生産性の更なる向上を目指す

プロセス・テクノロジー事業

Salesforceの基盤強化および
AIオフリングモデルへの集中



As IS (現状)

- ・Salesforceが基盤事業
- ・新規事業としてRevOps※全般と多岐に渡るサービスを模索

※営業・マーケティング・カスタマーサクセスの各部門を統合し、収益最大化を目指す仕組み

To Be (今後)

- ・基盤のSalesforceビジネスをより一層成長へ
- ・新規はAIオフリング※へ集中。まずはインサイドセールス領域から着実に提供

※顧客のニーズに対し、製品や専門サービスを最適に組み合わせ、パッケージ化した解決策

研修事業

新人研修の維持拡大および
高付加価値なPM※・営業研修を第二の柱へ



As IS (現状)

- ・売上の約半分を占める新人研修が中心



To Be (今後)

- ・新人研修を継続拡大
- ・第二の柱としてオーダーメイドのPM※・営業研修を拡販
- ・コスト増を価格転嫁し収益向上へ(4月1日より新価格適用開始)

※プロジェクトマネジメント

2002年の設立以来、着実なオーガニック成長とM&Aの両輪で事業規模を拡大
直近の非注力事業の譲渡（選択と集中）を経て、次なる成長ステージへ



1. 基盤構築

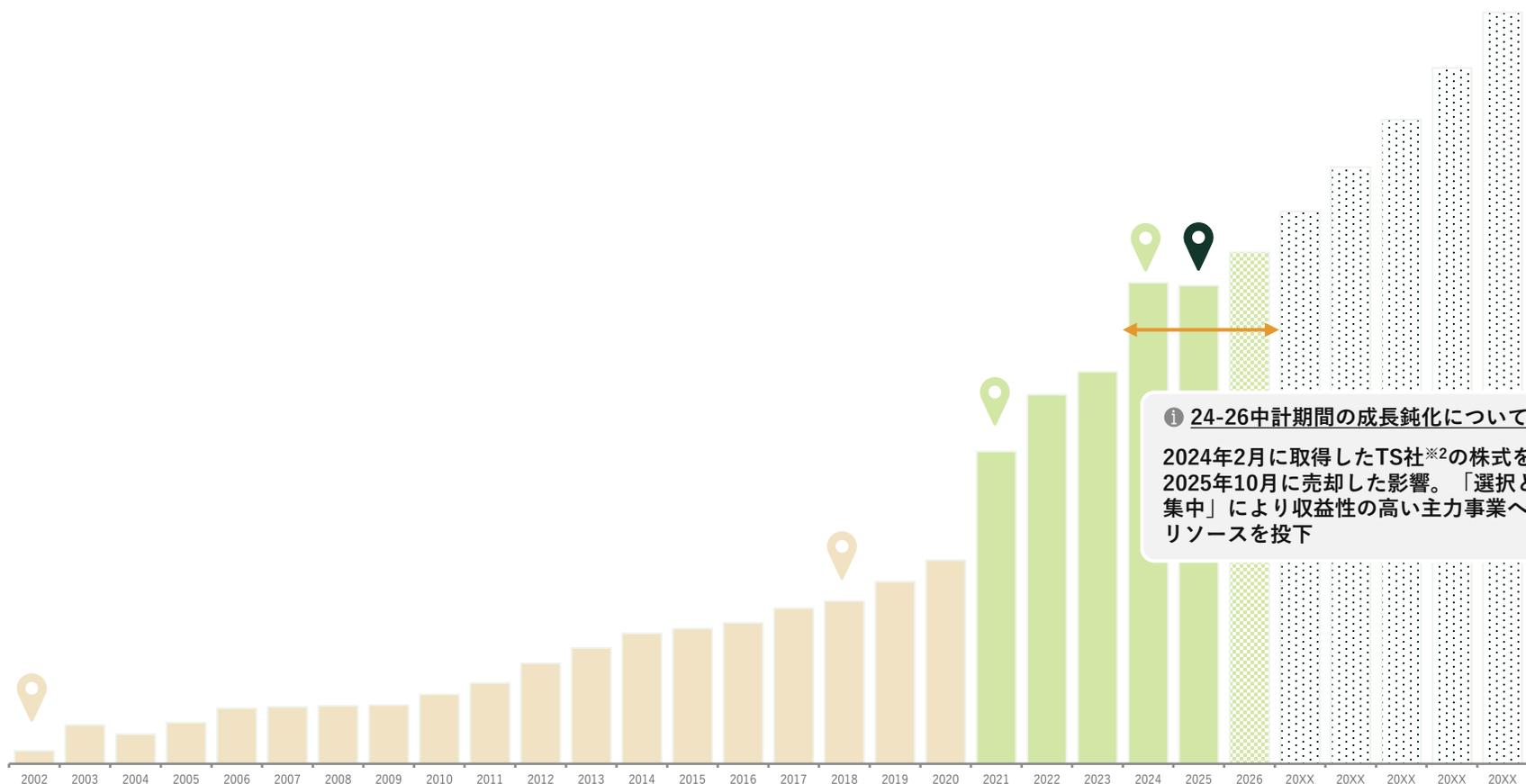
- 📍 2002年 会社設立
- 📍 2018年 東証マザーズ市場上場^{※1}

2. M&Aによる領域拡大

- 📍 2021年 アイ・ラーニング完全子会社化
- 📍 2024年 2BC吸収合併
トータルサポート完全子会社化

3. 選択と集中と次なる成長へ

- 📍 2025年 トータルサポート株式譲渡
主力事業へリソースを集中
投下し、更なる成長軌道へ



※1: 現東証グロース市場 ※2: トータルサポート株式会社 ※3: 2026年以降のグラフは一定の成長率を仮定したイメージであり、将来の業績を保証・予想するものではありません

03. 成長戦略

インサイドセールスアウトソーシング事業

インサイドセールスは、従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業することで営業の効率化・生産性の向上を図るセールス手法
主力のインサイドセールスアウトソーシング事業は高品質なサービス提供により、継続年数が長く、高単価を維持

当社インサイドセールス



- 顧客の製品理解を深めた上で、顧客の見込案件の発掘・醸成を行い提案機会を獲得してクライアントへパスする
- 顧客との信頼関係を数か月間に何度も電話やメールを駆使して構築して案件化を実現させる

案件パス

クライアント訪問営業

- 案件創出のための時間・工数を削減可能
- パスされた商談の提案活動に専念ができる

大手企業に高単価

売上高上位10社
年間平均売上
2.5億円以上

ストック型で安定

上位10社で売上高の
58%
を占める

約90%継続率

上位10社の
契約継続年数
平均9年

見込客発掘



関係強化



見込客醸成



提案書作成



クロージング



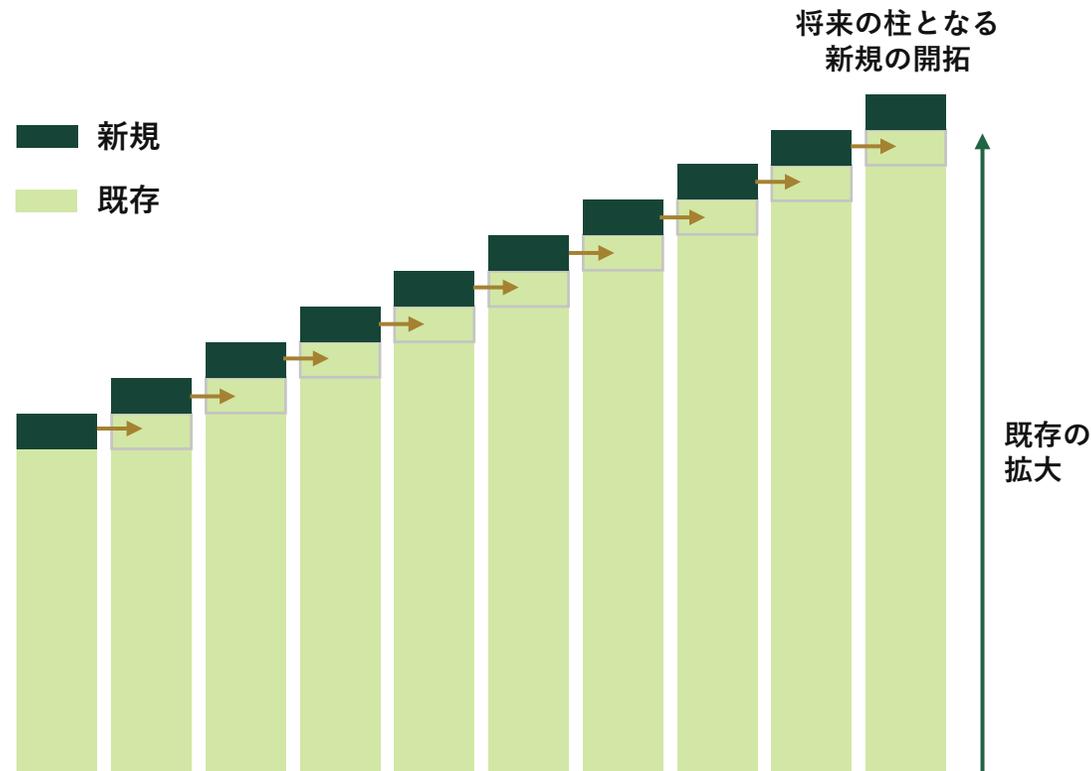
当社インサイドセールス

クライアント訪問営業

成果創出を重ねることで高い継続率を維持し安定のストック型ビジネスを実現

安定のストックモデル

- 年間売上の9割以上は既存顧客の継続によるもの
- 売上上位10社で58%、20社で70%を超える



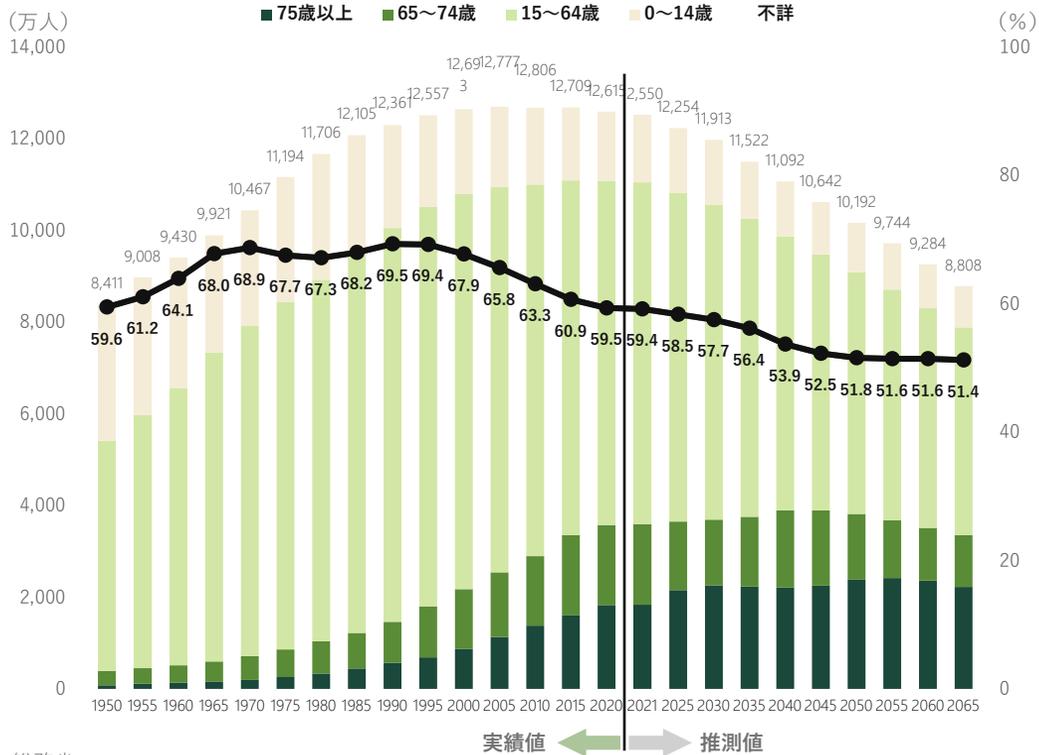
高い継続率

- 初期導入は1-2名のインサイドセールスからスタートし、成果創出を重ねることで増員・リピート、高い継続率へとつなげていく
- 継続年数が増えるほど、ナレッジが豊富に溜まっていく
- 国内大手金融機関が、2025年実績で初のTOP10入り

| 売上高 上位 | 業種 | 年間取引額 (2025年) | 取引 継続年数 | 2020年比 |
|-----------|-------------------|------------------|------------|--------|
| 1 | グローバル大手IT | 6.1億円 | 22年 | 1.7倍 |
| 2 | グローバル大手IT | 4.6億円 | 7年 | 2.5倍 |
| 3 | 国内通信キャリア | 3.7億円 | 5年 | 12.4倍 |
| 4 | グローバル大手IT | 2.9億円 | 5年 | 2.5倍 |
| 5 | グローバル大手IT | 2.7億円 | 12年 | 0.8倍 |
| 6 | グローバル大手IT | 1.8億円 | 14年 | 1.6倍 |
| 7 | グローバル大手IT | 1.5億円 | 7年 | 46.1倍 |
| 8 | 国内IT | 1.5億円 | 13年 | 8倍 |
| 9 | 国内通信キャリア | 0.9億円 | 10年 | 1.3倍 |
| 10 | 国内大手金融 New | 0.9億円 | 3年 | — |

営業リソースの確保が困難で、属人的な営業スタイルで売上をあげるのは限界がきている
当社のアウトソーシングサービスを中心に需要は年々増加

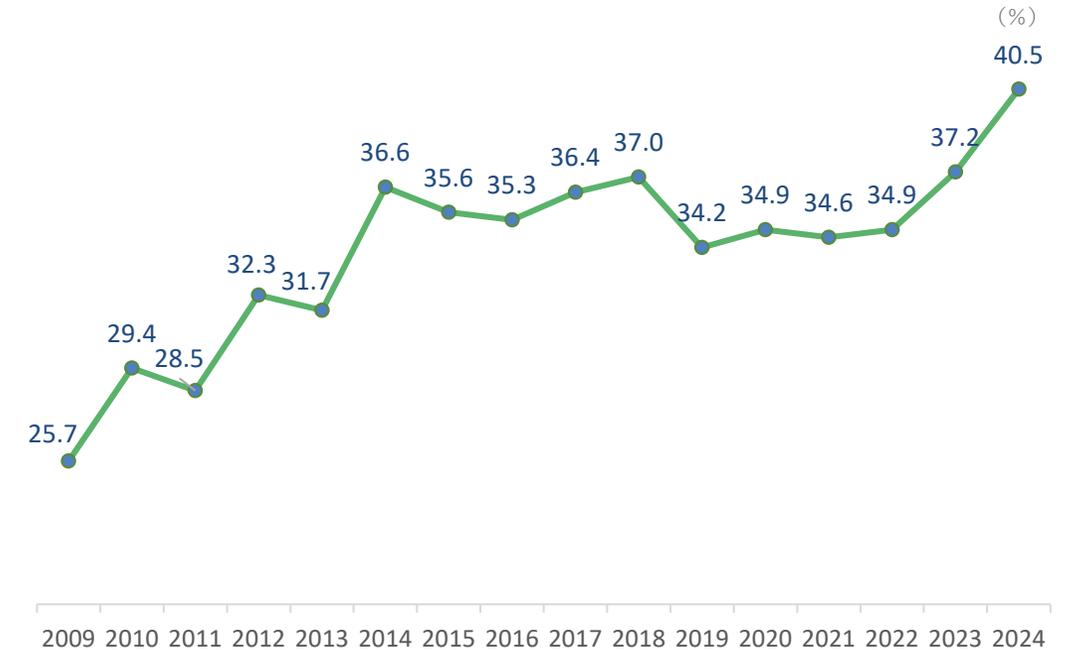
減少の一途をたどる生産年齢人口



総務省
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r04/html/nd121110.html>

健全な雇用の流動化が確実に進んでいる

転職時賃金増加者比率 推移



厚生労働省(2025) 令和6年雇用動向調査結果

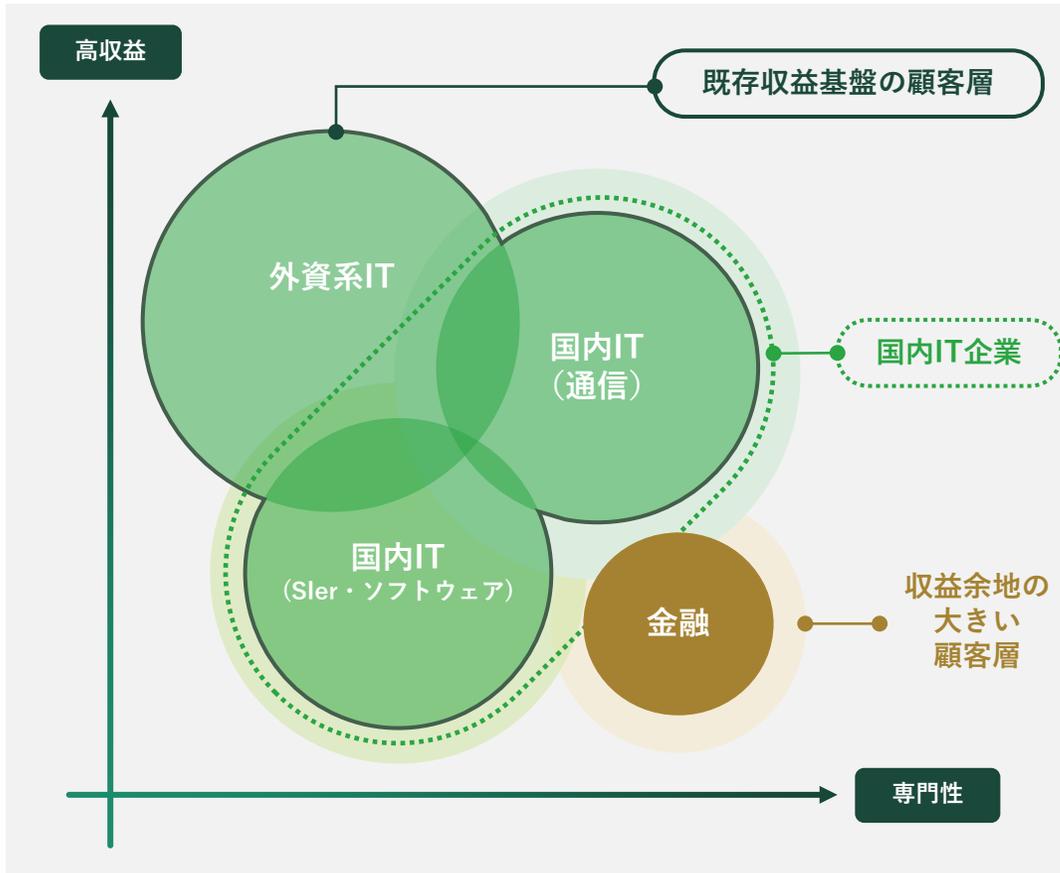
外資IT・国内IT（通信およびSI・ソフトウェア）・金融の3領域への集中

3つの注力業界

- 外資IT・国内ITは慢性的な専門人材の不足から需要は引き続き拡大
- 金融は、金利復活で需要拡大

金融業界の収益余地

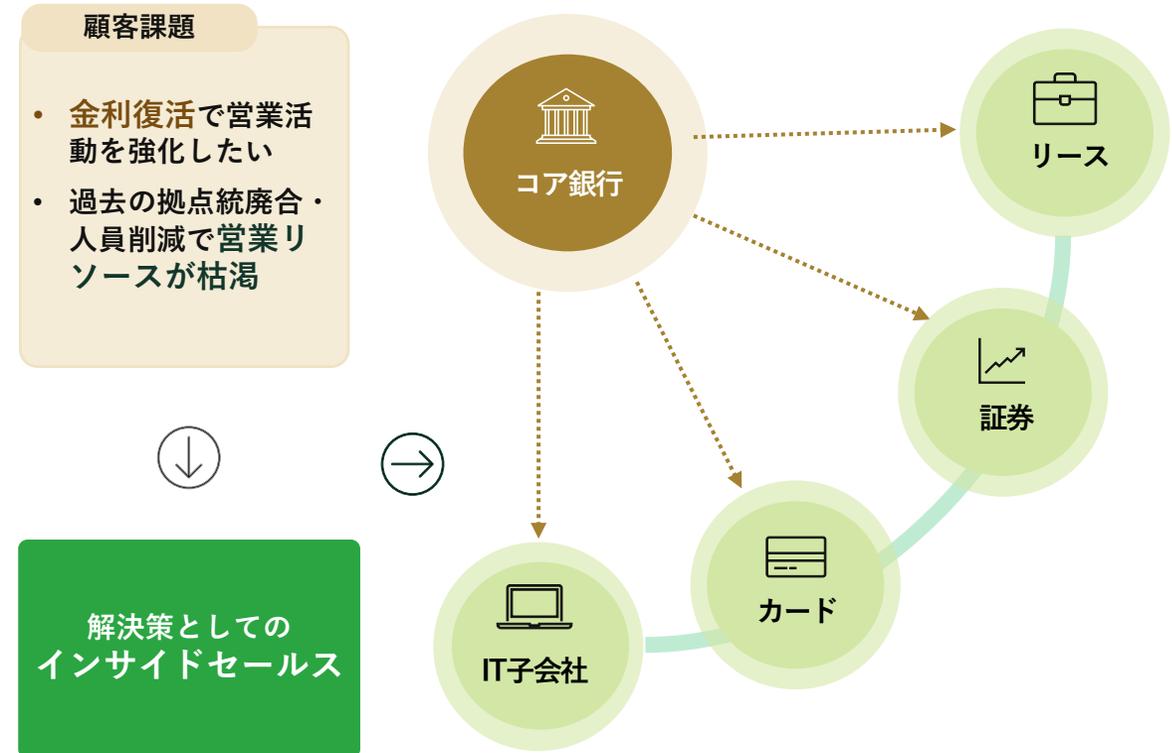
足元の需要を突破口に、コア銀行から未開拓の金融経済圏へ



顧客課題

- 金利復活で営業活動を強化したい
- 過去の拠点統廃合・人員削減で営業リソースが枯渇

中長期：巨大なホワイトスペースの開拓



エンタープライズ領域における「スタート規模の大型化」への戦略的シフトと SV※の大型プロジェクト専任体制への移行による生産性の向上を目指す

スタート規模 大型化

小さく産んで大きく育てるモデルはそのままに、大手・大規模案件に集中しスタート規模を拡大することで、成長を加速

SV※専任化 生産性向上

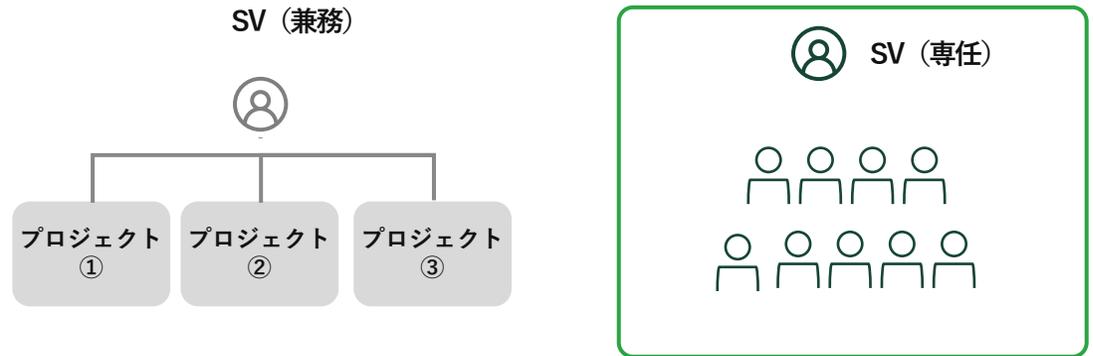
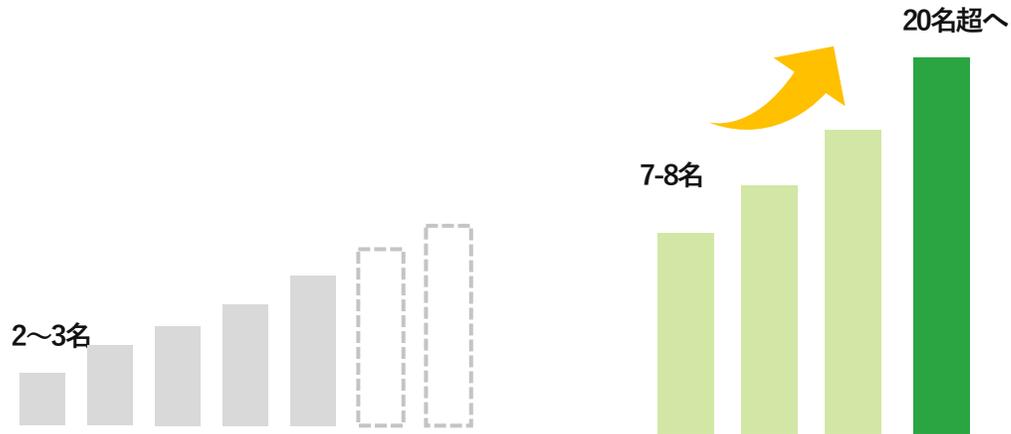
SVが大規模案件にリソースを集中することにより、小規模案件を複数兼務することによる管理負荷を軽減

従来：小規模スタート

今後：中規模スタート

従来：兼務・分散

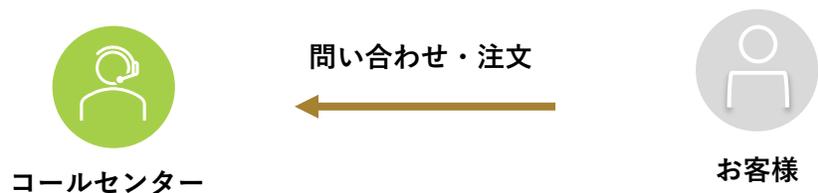
今後：専任・集中



※SV (スーパーバイザー) インサイドセールスチームの現場リーダーとして数値管理・分析、戦略立案から、育成までを担う

インサイドセールス活動に必要な準備・後工程・育成などの作業をAI基盤が支え、
インサイドセールスは「ヒトにしかできない高度な顧客対応」に集中する

インバウンド（受電対応）



対象イメージ

B2Cカスタマーサポート、損保事故対応、通販申込など

顧客の状態

- ✓ 目的やゴールが明確に決まっている
- ✓ 「早く解決したい」「待たされたくない」



AIによる自動化・代替が進む

待たされるより、AIロボットなどで迅速に解決できるほうが顧客が安心する

アウトバウンド（架電対応）



対象イメージ

B2Bインサイドセールス、テレマーケティング等

顧客の状態

売り込みに対する警戒や、購入についての迷いや相談事項あり

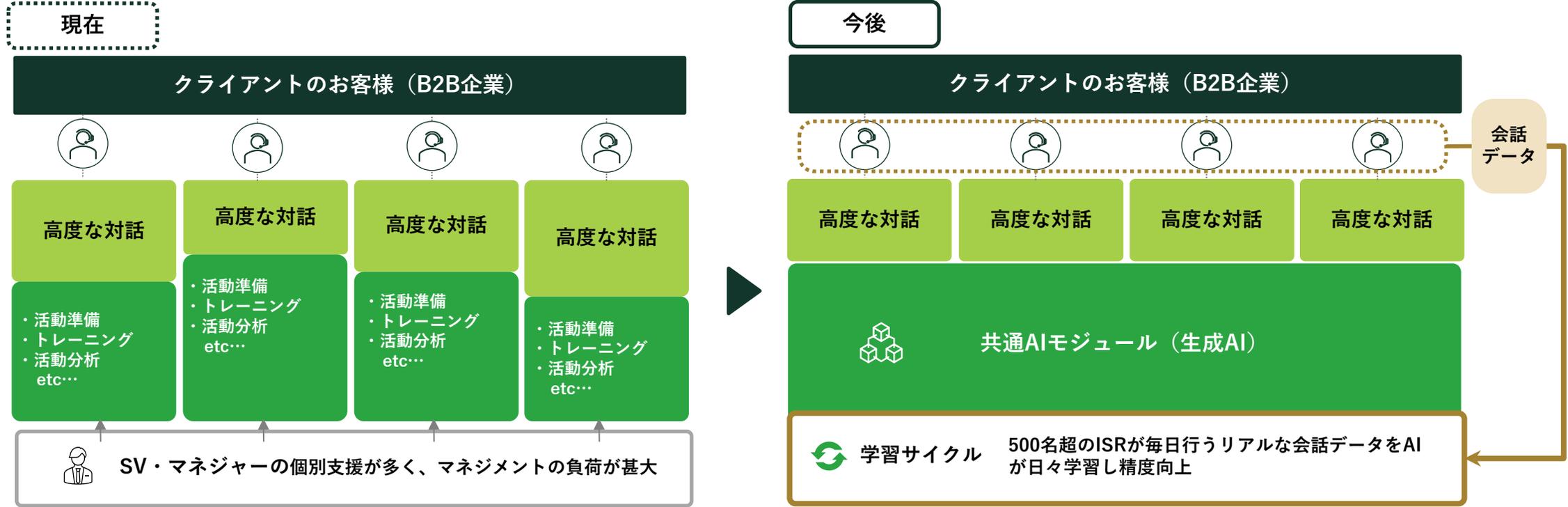


ヒトによる機微な対応が不可欠

感情への寄り添い・間の取り方など、ヒトにしかできないやり取りが必須

→AIによる「完全代替」は困難

インサイドセールスは「ヒトにしかできない高度な顧客対応」に集中
AI基盤がインサイドセールス活動に必要な準備・後工程・育成などの作業を支える



採用強化・早期戦力化

属人的スキルへの依存からの脱却。AIのサポートにより未経験者でも早期に活躍できる環境が整い、人材不足時代における採用の強力な武器に

より高い収益モデルへ

ISRの作業効率が劇的に上がるほか、SVやマネジャーの個別指導・マネジメント業務の負荷が軽減され、より少人数で高品質なマネジメントが可能に

データの資産化と競争優位性

現場の膨大な「生データ」がそのままAIを育てるエコシステムへ。独自の学習サイクルを構築

インサイドセールス活動に必要な準備、会話支援、コール後業務、マネジメント業務などをAIで自動化
順次、設計・構築に着手しており、今期後半より実装予定

付加価値向上

売上単価・LTV・継続率UPへ

生産性向上

原価率低下・営業利益率UPへ

これらすべてを、AIで自動化し、共通モジュール化

提案・成果の
高度化

ナレッジの
資産化

コール
業務自動化

マネジメント
業務の効率化

コール
スクリプト

カウンター
トーク集

製品研修

FAQ

架電先
リストアップ

文字起こし/
コールログ

活動報告資料

モニタリング

メール生成

用語集

商談ステージ
判定・入力

ロール
プレイング

ツール
マニュアル

株式会社日立ソリューションズ インサイドセールスの拡充で営業生産性向上

営業プロセス改革関連業績は、2年連続 前年比230%超を達成



【課題】 発端は営業生産性の伸び悩み

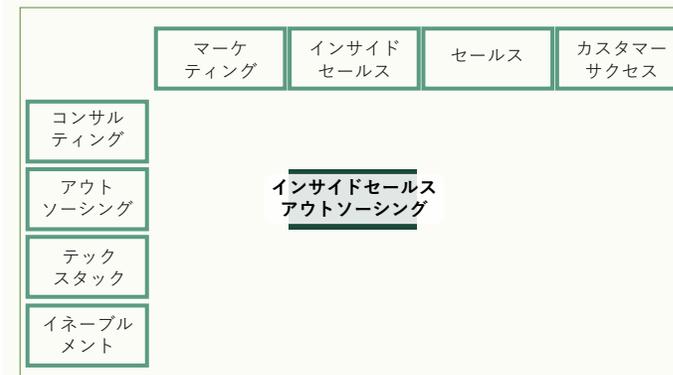
日立ソリューションズが、営業プロセス改革を本格的に取り組むことになった背景には、営業生産性の伸び悩みがありました。営業人員一人あたりの売上高が、低下しないまでも微増の状態が数年続いていたのです。また、当時の営業プロセスは、一部で属人化していたり、また特定の業務が複数部門に分散していたり、といった課題がありました。「この改革の目的は営業生産性を向上させることです。増員せずに受注高と売上高を伸ばさせる施策が求められました。その施策の一つが『インサイドセールスを軸においた営業プロセスの再構築』でした」そう語るのは、同社の構造改革やSFA導入（後にSalesforce全国活用チャンピオン大会で優勝）など、幾多の改革を手掛け、この営業プロセス改革の全体を主導してきた秦和男氏です。

初めに取り組んだのが、インサイドセールスとフィールドセールスで営業業務を分業する「ハイブリッドセールス」を全営業組織の次元で確立することでした。そこで、営業組織内の各部門に点在していたナーチャリング機能を集約し、インサイドセールス専門組織に統合しました。この分業型の効果はすぐに現れました。案件創出量が增大したのです」（秦氏）

ただ、別の課題も発生していました。分業型はフィールドセールスへの引き渡しを前提としているため、インサイドセールスはビジネス全体からみれば途中に過ぎないフェーズまでしか追おうとせず、ただ件数をこなすことが目的となり、営業品質の低下が散見されるようになってしまったのです。

[続きはこちら](#)

▼当社提供サービス



インサイドセールスアウトソーシング事業は、こんな課題を抱える企業様を支援しています

- 効率よく売上を伸ばしたい
- 属人的な営業モデルから脱却し標準化したい
- データに基づいた営業活動へ進化させたい
- 問い合わせにクイックに対応したい
- 流出顧客を防ぎたい

秦 和男 氏
営業統括本部
デジタルマーケティング営業本部 本部長

神谷 亮一 氏
営業統括本部
デジタルマーケティング営業本部
第1営業部 部長代理

後藤 早紀 氏
営業統括本部
デジタルマーケティング営業本部
ビジネスクリエーション第1部 主任

甲斐 愛 氏
デジタルマーケティング営業本部
第2営業部 主任

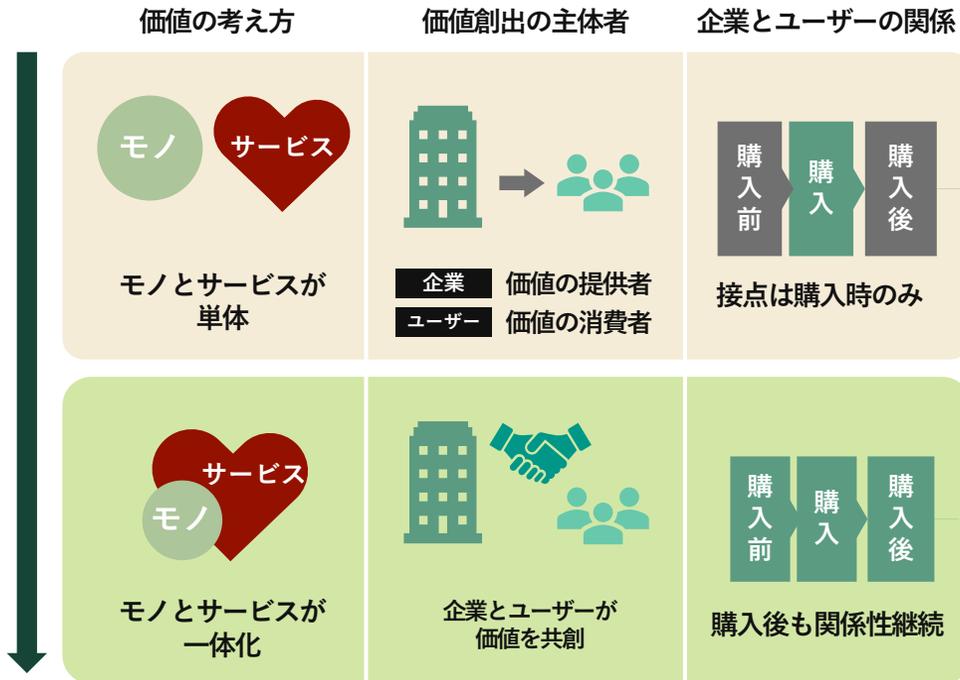
03. 成長戦略

プロセス・テクノロジー事業

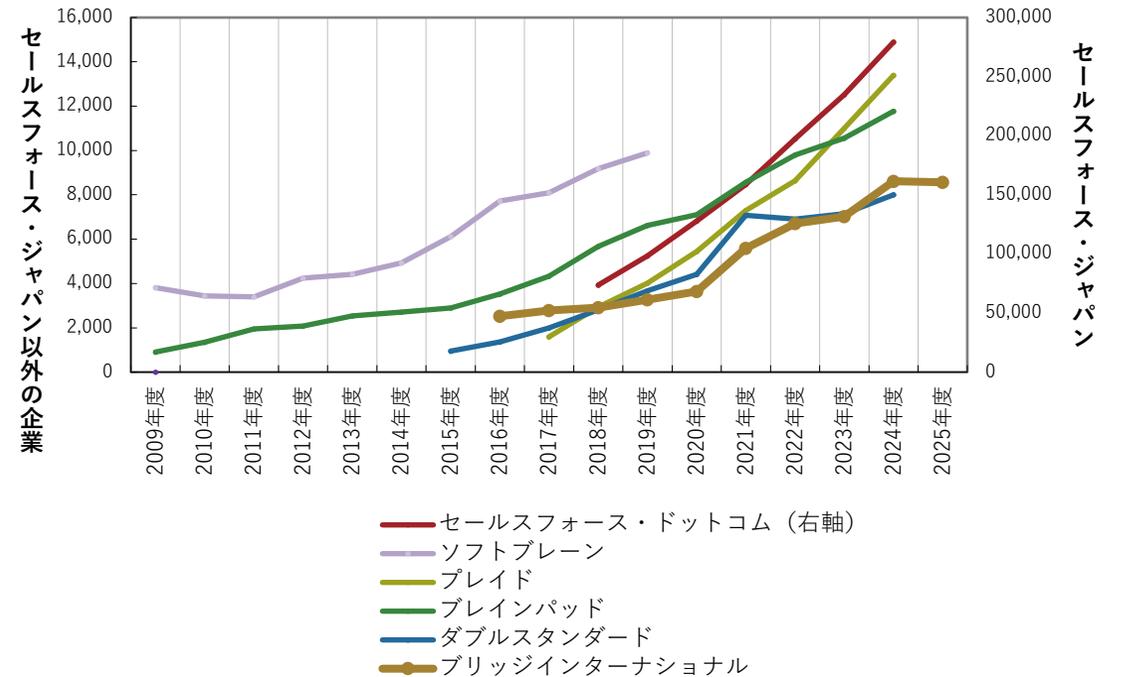
モノが売れにくい時代、付加価値の高い営業活動がさらに求められる時代へ
当社のプロセス・テクノロジー事業で提供するセールステックのニーズは急速に拡大

消費はモノからコトへシフトし購買行動も多様化
付加価値の高い営業活動がさらに求められる時代へ

セールステック業界の国内市場規模は
2030年に6,031億円に達する見込み 「経済予測AI xenoBrainによる業界予測レポート」



営業・マーケティングソフトウェア主要企業の売上高推移



事業基盤であるSalesforceビジネスの更なる成長および
インサイドセールスにおけるAIオフリングモデル※を新規成長領域と位置づけ

新規成長領域

| マーケティング | インサイドセールス | フィールドセールス | カスタマーサクセス |
|--|---|---|-----------|
| <p>メール自動送付</p>  | <p>AI活用 オフリング モデル</p>  | <p>商談ログの 自動登録</p>  | |

- インサイドセールスアウトソーシング事業のノウハウ・ナレッジを活かし、内製化している企業向けのオフリングを開発
- 架電リストの自動リストアップ、スクリプト/メールの自動生成などを提供
- 今期後半からの売上拡大を目指す

※顧客のニーズに対し、製品や専門サービスを最適に組み合わせてパッケージ化した解決策

基盤領域

Salesforceビジネス

SI開発・導入支援／Salesforce基盤の自社開発製品／
SalesforceAIエージェントの実装／他システムとの連携

- 2004年よりSalesforceパートナーとして実績多数
- Salesforce基盤の自社開発製品を複数保有



| | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Salesforce関連 でのお取引 263社 | Salesforce 新規構築 168社 | Salesforce 運用支援 99社 | Salesforce 追加開発 94社 |
|--------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|

小型カスタマイズ案件への集中

大型案件は大手SIer等へ集約される動きが加速する中、当社は需要が旺盛な「機動的な小型カスタマイズ」へ注力。100%一次請けのため高い収益率を確保

AI活用による生産性向上

要件定義から実装まで、開発プロセス全般に生成AIを積極活用し、生産性向上を図る。コスト競争力を強化し、小型案件でも安定した利益を生み出す体制を目指す

パーソナライズされたメール自動生成サービスをローンチ
ゼロワングロース社とアライアンスを組み、同社が提供する最新AIプラットフォームを活用



トップクラスの「AI技術」を導入

大企業の売上増大を支援するゼロワングロース株式会社のAIプラットフォームとデータ統合ノウハウを取り入れ、サービス基盤を最先端へ引き上げ



当社の「伴走支援」で使える武器へ

どれほど優れたAIも運用戦略が必須。当社がデータの初期設定から定着までを伴走支援し、成果を生む仕組み作りをサポート



自社生成による「商談化率の向上」

見込み客一人ひとりの状況に合わせた「刺さるメール」をAIが自動生成。クライアントのリード獲得精度と営業効率を飛躍的に向上させる



ゼロワングロース株式会社

関連出版書籍

代表取締役 丸井 達郎 氏

日本におけるRevOps(レベニューオペレーション)領域をリードする企業です。レベニュープロセス設計・最適化を通じて企業の持続的な売上成長とRevOpsの実践を牽引しています。



インサイドセールスアウトソーシング事業にて開発・社内実装するAI自動化の仕組みを外販用に最適化し
プロセス・テクノロジー事業のサービスとして2027年以降のリリースを目指す

2026年：インサイドセールスアウトソーシング事業にて開発・社内実装



付加価値向上
売上単価・LTV・継続率UPへ

先行外販予定

コール
スクリプト

カウンター
トーク集

製品研修

メール生成

FAQ

用語集



生産性向上
原価率低下・営業利益率UPへ

先行外販予定

架電先
リストアップ

文字起こし/
コールログ

活動報告資料

モニタリング

商談ステージ
判定・入力

ツール
マニュアル

ロール
プレイング

社内で日々学習・実証された機能を外販用に最適化

プロセス・テクノロジー事業での展開

2027

サービス化・外販開始
(セールステックとして提供)

2028～

機能拡張・営業全般への展開
(マーケティング・フィールドセールス等)

エクスジェン・ネットワークス株式会社 メーカーとしてのマーケティング活動を本格始動

コラム掲載で流入を増加、CDPの構築も推進



引間 賢太 氏
営業本部
専務取締役

前田 祐一郎 氏
マーケティング部
部長

販売はほとんどパートナー経由 メーカーとしてのマーケティング活動が不可欠だと痛感

2003年に統合ID管理ツール「LDAP Manager」をリリースして以来、統合ID管理の専門ベンダーとしてビジネスを展開してきたエクスジェン・ネットワークス。この製品は「統合ID管理パッケージ国内出荷本数」で17年連続No.1（外部機関調べ）となっており、数多くの企業の「ID管理に関する課題」を解決してきました。その後も「LDAP Manager」で培ってきたノウハウを活用したIDaaS（クラウド型ID管理サービス）「Extic（エクスティック）」を提供。クラウドとオンプレミス双方でのID連携・管理ができる国産IDaaSとして高く評価されており、「ITreview Grid Award 2025 Summer」では「LEADER」に位置づけられています。

そのビジネスモデルについて「当社はパートナー経由での販売が多く、営業活動も主にパートナーを対象にしていました」と語るのは、営業本部で専務取締役を務める引間賢太氏です。その比率は、パートナー営業が9割、直販はわずか1割程度でした。「自ら案件を作るケースが極めて少なく、社長も『営業の観点では当社の立場は弱い』と認識していました」（引間氏）

2019年頃に統合ID管理の主戦場が、オンプレミスからクラウドへとシフトしたことが大きなきっかけとなり、この問題の解決に向けた検討がスタートしました。

「この時期にはオンプレミス製品の売上が減少しつつありました。当社はすでにクラウド製品の提供も開始していましたが、パッケージ販売を中心としていたパートナーにとって、クラウド製品の取り扱いがまだ難しかったという状況に直面しました。マーケット自体はどんどんクラウドにシフトしていたため、その販路を自ら作り上げることを決断しました」

▼当社提供サービス

| | | | | |
|----------|---------------------|-----------|------|-----------|
| | マーケティング | インサイドセールス | セールス | カスタマーサクセス |
| コンサルティング | Rev Ops設計構築/最適化 | | | |
| アウトソーシング | オペレーション アウトソーシング | | | |
| テックスタック | テック選定・導入・活用 | | | |
| イネーブルメント | | | | |

プロセス・テクノロジー事業は、こんな課題を抱える企業様を支援しています

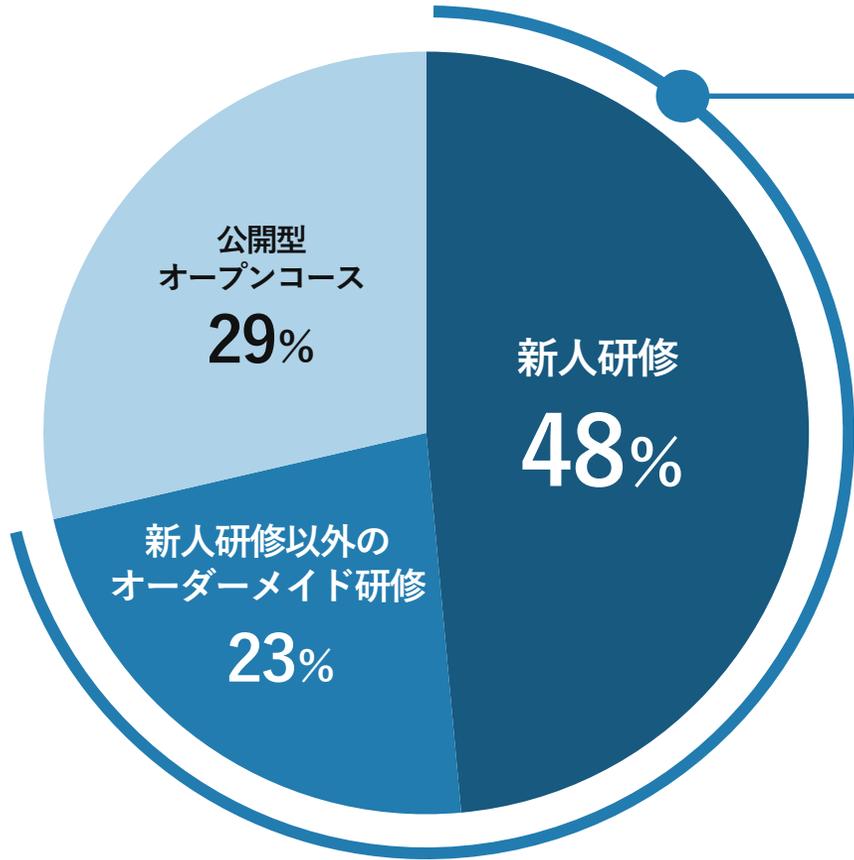
- ・自社に最適な売上成長の戦略を描きたい
- ・膨大なデータ分析を効率化し、営業やマーケティングに活かしたい
- ・最新の営業・マーケティング手法を導入し、売上を飛躍的に伸ばしたい
- ・業務効率化を実現し、限られたリソースで最大の成果を上げたい

続きはこちら➤

03. 成長戦略

研修事業

研修事業は、個社別オーダーメイド研修と、公開型オープンコースがあり
 新人研修（オーダーメイド研修）が売上の約半分を占め、豊富な実績を誇る



新人研修

- 売上の約半数を占める安定サービス
- 個社の課題、ニーズに合わせて設計を行い、ビジネスマナーからプログラミング等のITスキルまで幅広く提供
- クラス担任など手厚いサポートが評価を受けている

新人研修以外

- 人事部門主導から事業部門主導にシフトする中で階層や職種別の研修ニーズが高まっており、成長可能性が高い
- PM（プロジェクトマネジメント）研修、プロセス別営業研修など当社の強みを生かした研修が成長の柱

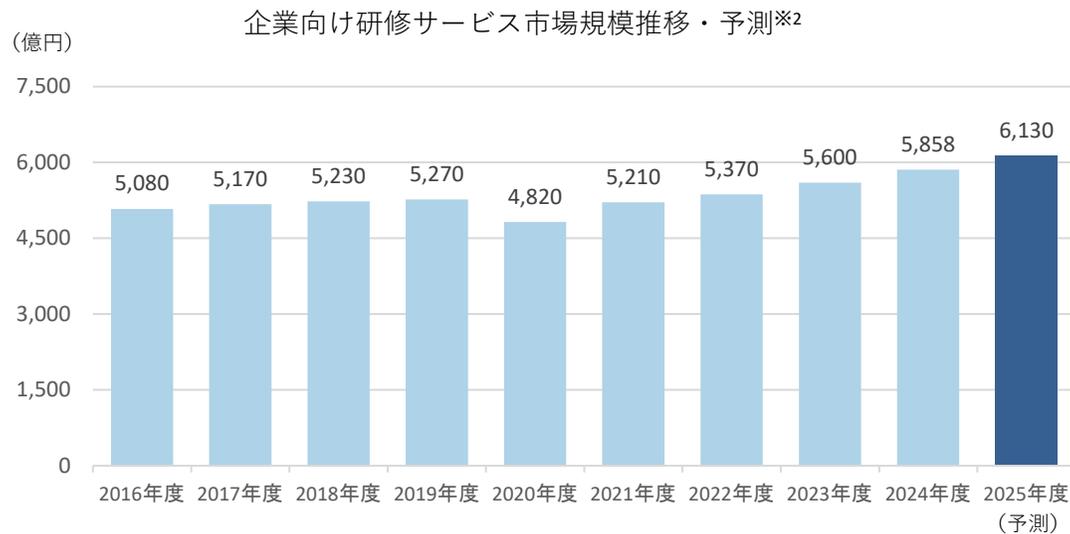
公開研修

- 約1,000種類の幅広い研修を提供
- 複数企業が少人数で参加する合同開催型の研修。オーダーメイド研修を組成しにくい企業でも、必要な研修を柔軟に受講可能

企業向け研修サービス市場は人材不足による生産性向上、組織能力向上の需要から堅調に成長

当社の研修事業は市場ポジションの大きい新人研修に強みがあり市場環境は良好

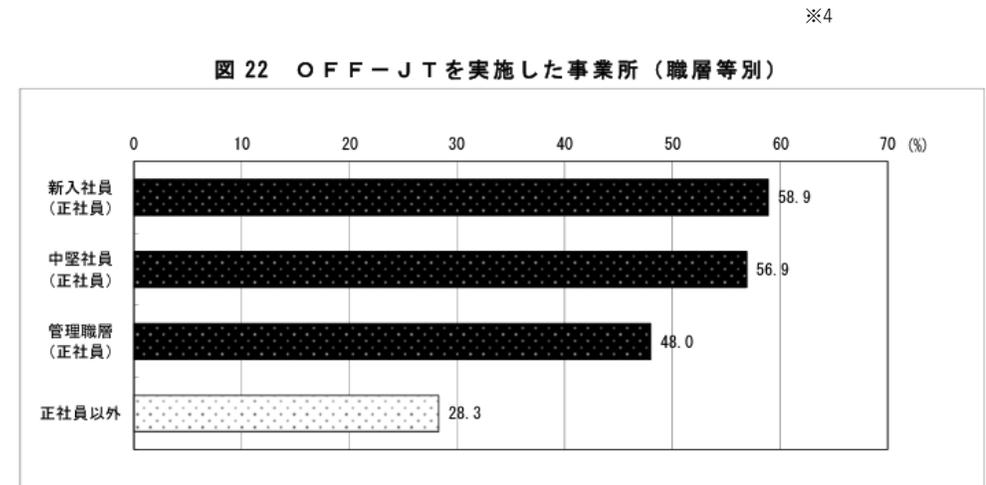
2024年度の企業向け研修サービス市場は前年度比4.6%増の5,858億円、2025年度は同4.6%増の6,130億円を予測^{※1}



注1:事業者売上高ベース
注2:2025年度予測値

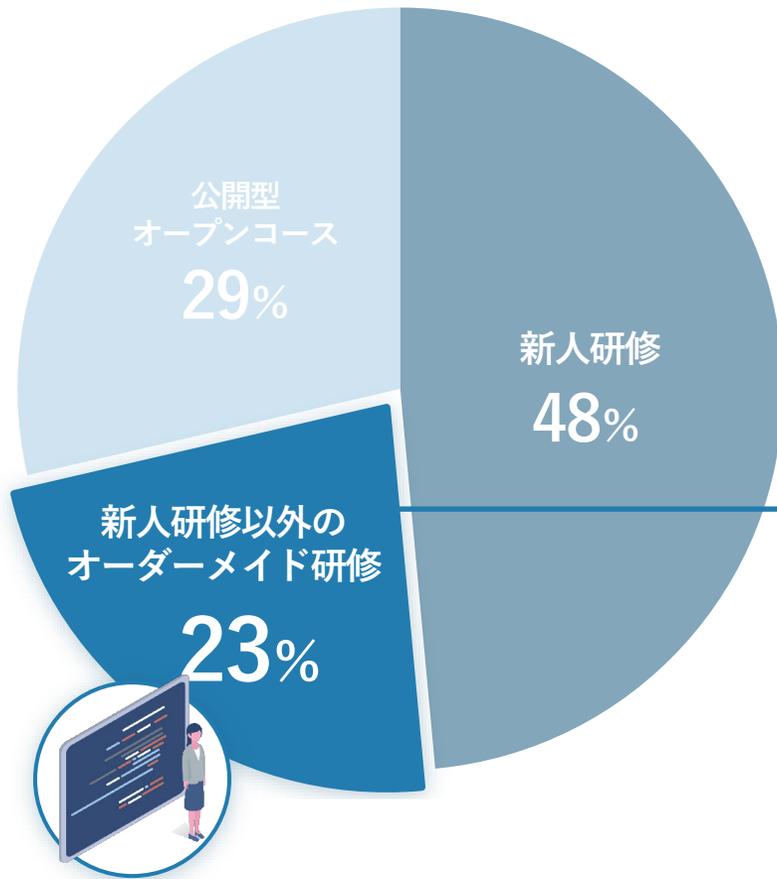
※1※2 出典) (株) 矢野経済研究所「企業向け研修サービス市場に関する調査 (2025年)」 (2025年8月7日発表)

OFF-JTを実施した事業所における職層等別の実施率は新入社員が最多^{※3}



※3※4 出典) 厚生労働省 能力開発基本調査 (令和5年度)

FY26は新人研修を皮切りに、他のオーダーメイド研修の拡販に注力
特にPM研修、プロセス別営業研修の2サービスを成長の柱とし、新規拡大を目指す



PM（プロジェクトマネジメント）研修

成長期待

製造・官公庁など幅広い業界で需要が拡大し、高い満足度がリピートや全社導入につながっている

強み

IBMの育成知見とPMBOK®を融合し、実務経験豊富な講師による実践重視の演習が即戦力を育成



アイ・ラーニングのプロジェクトマネジメント研修は、PMBOK®に準拠しています。

環境変化

DX・VUCA時代の到来でプロジェクトは高度化し、変革をリードするPMスキルは全職種の必須能力へ

営業研修

成長期待

営業・インサイドセールス・エンジニアまで対象を広げ、全社導入と継続受講による中長期的な成長が見込まれる

強み

IBM由来のフレームワークと実践的ロールプレイを融合し、営業支援の知見を活かした「現場で使える型」を提供

環境変化

DX進展と顧客課題の高度化により、商品説明型営業は通用しにくく、再現性あるソリューション営業の育成が求められている

BIPROGY株式会社 エンジニア向け営業スキル研修事例

ビジネスエコシステムを形成して社会課題を解決すべく、エンジニア部門の新たなケイパビリティを追求



馬場 定行 氏
業務執行役員
テクノロジーサービス部門長
テクノロジーサービス部門担当
富永 陽一 氏
デジタルエンジニアリング本部
アドバンスド技術部
技術開発室二課 課長

研修実施前の課題 ——今回、研修の実施・検討に至った背景を教えてください。

馬場氏：技術部門にはサービスビジネス加速のために2つの課題があり、それを解決したいと考えていました。1つ目は、独自の販売チャネルの形成です。従来、自社のプロダクトおよびサービスを展開する際はBI/BS部門と連携して、彼らのビジネスにうまく組み込んで販売するのですが、今後は技術部門としての販売チャネルも増やしたいという思いがありました。そして2つ目が最大の課題ですが、我々の部門には、お客様と直接対話して本質的（根本的）な課題や潜在的なニーズを引き出すケイパビリティ（組織能力）が十分ではなかったことでした。

技術部門の人間は、世の中の技術には精通していますし、ものづくりの専門家です。ただし、新しく開発したサービスを展開する局面では、お客様の課題やニーズを正確にとらえて、自分たちのサービスがフィットするのかアジャストを行なうのか判断する必要があります。その判断材料として、お客様の直接的なフィードバックが何より重要です。

お客様からフィードバックを繰り返しいたきながら継続的な品質向上と最適な「型化」を図ることが、サービスビジネスの加速につながります。そのために、まずお客様と対話の中から適切な課題やニーズを引き出せるケイパビリティを備えたエンジニアをより多く育成することが必要だと考えました。

研修の選定理由 ——アイ・ラーニングを選んだ理由や選定ポイントを教えてください。

馬場氏：弊社がアイ・ラーニングの研修を採用したのは、実は今回の研修が初めてです。2022年8月にアイ・ラーニングと面談する機会があり、抱えていた課題を相談したところ、「つまり営業的なセンスを身に付けることではないか」と整理いただき、今回のエンジニア向けの営業スキル研修をご提案いただきました。

▼当社提供サービス



研修事業は、こんな課題を抱える企業様を支援しています

- ・業務DXを推進できる人材が不足している
- ・データをビジネスに活用できる人材がいない
- ・部門や職種間の情報・スキル格差が大きい
- ・コミュニケーション能力の高い技術職が育たない
- ・マネジメント文化が旧態のままとなっている

続きはこちら ➤

04. 財務・資本方針

積極的な「成長投資」と「株主還元」の両輪で資本効率を高め、持続的な企業価値最大化を実現する

1. キャッシュの創出

強固な収益基盤

高収益・ストック型
ビジネスによる
安定的な営業CF

営業CF
2025年12月期 **4.9億円**

現預金
2025年12月末 **26.3億円**

必要に応じて外部資金調達も活用

2. 最適なアロケーション

成長投資・M&A

- M&A・資本業務提携による非連続成長
- IT設備・社内インフラ整備
- 人的資本（人材育成）への投資

株主還元

配当性向 **50%**

累進配当の導入

事業を支える健全な内部留保

3. 企業価値最大化



ブリッジグループ
企業価値の最大化

目指す指標

ROE **16.0%以上**

PER **18倍以上**

2021年よりM&Aに取り組み、4件実行

連結子会社のアイ・ラーニングは、投資額を大きく上回るリターンを実現

連結子会社

株式会社アイ・ラーニング
総合人材育成会社



2021/3
100%子会社化

新人研修に強み。プロセス別営業研修などでシナジーを高め人材育成支援を強化

PMIおよび事業成長により収益力を大幅に向上

2021年
取得価格 123百万円

2021年
12月期
売上 1,507百万円
営業利益 159百万円

2025年
12月期
売上 2,381百万円
営業利益 267百万円

非連結子会社

Tkinternational Sdn.Bhd
マレーシアの
デジタルマーケティング会社



2023/10
100%子会社化

ASEAN地域での事業提供を強化。マレーシアに進出する日本企業の営業・マーケティング支援に注力

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

吸収合併

2BC 株式会社
デジタルマーケティング会社



2024/3
吸収合併

マーケティング・セールスの上流支援機能を強化

売却済み

トータルサポート株式会社
ネットワーク支援会社



2024/2
51.7%子会社化
2025/10
株式譲渡

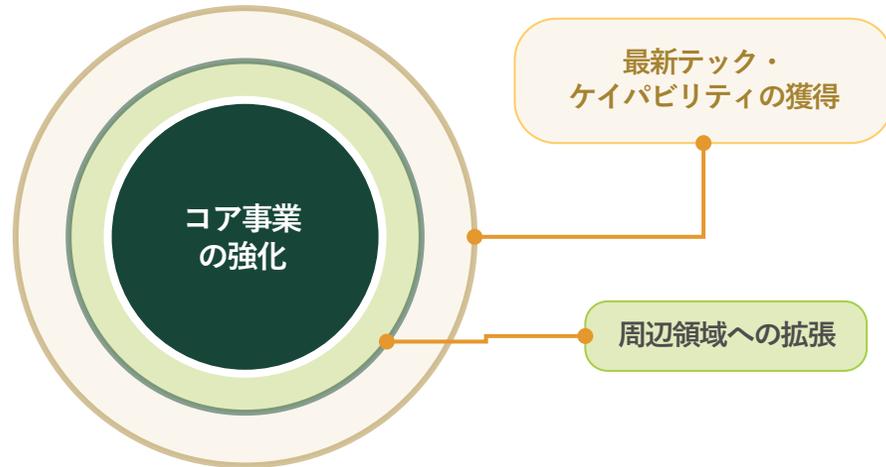
プロセス・テクノロジー事業の強化を目的に買収したが、既存事業のAI投資への注力とPMIの進捗を踏まえ2025年10月に株式譲渡



さらなる成長へ向け
積極的なM&Aを継続実施

成長シナジーの追求と、投資方針の両立により、M&A・業務資本提携による非連続な成長を加速する

M&A／業務資本提携 注力領域



- ✓ 非関連多角化は行わず、既存事業とのシナジーが明確な領域に限定
- ✓ オープンイノベーション領域に関しては、マイノリティ出資等（CVC）による「業務資本提携」も機動的に活用

✔ クライテリア（投資方針）

🎯 的を絞ったターゲット規模

売上高 10億円
クラス

営業利益 5千万円
クラス

⚖️ のれん負けしない財務規律

買収マルチプルの上限目安

EV/EBITDA 5倍以下



TOPICS：実行体制の抜本的強化

新たに「事業投資戦略室」を立ち上げ、
M&A・ファイナンス領域の専門家が参画

高度な知見を持つ専門人材の採用により、ソーシング（案件発掘）からエグゼキューション、PMIまでの確度とスピードを飛躍的に向上させ、ノンオーガニック成長を加速させる

配当性向は**50%**以上を維持する方針。2026年12月期の1株当たり配当金は**95円**（通期）を予定。

2018年の上場以来、事業基盤の確立とM&A等の成長投資を優先してまいりました。

現在、ストック型ビジネスによる安定的なキャッシュ創出力が確実なものとなったため、**資本効率を高め、株主の皆さまへの還元姿勢を抜本的に強化**いたします。



大幅な増配と高配当性向

2025年12月期より配当性向50%を基準とし、利益成長に応じた大幅な増配を実施

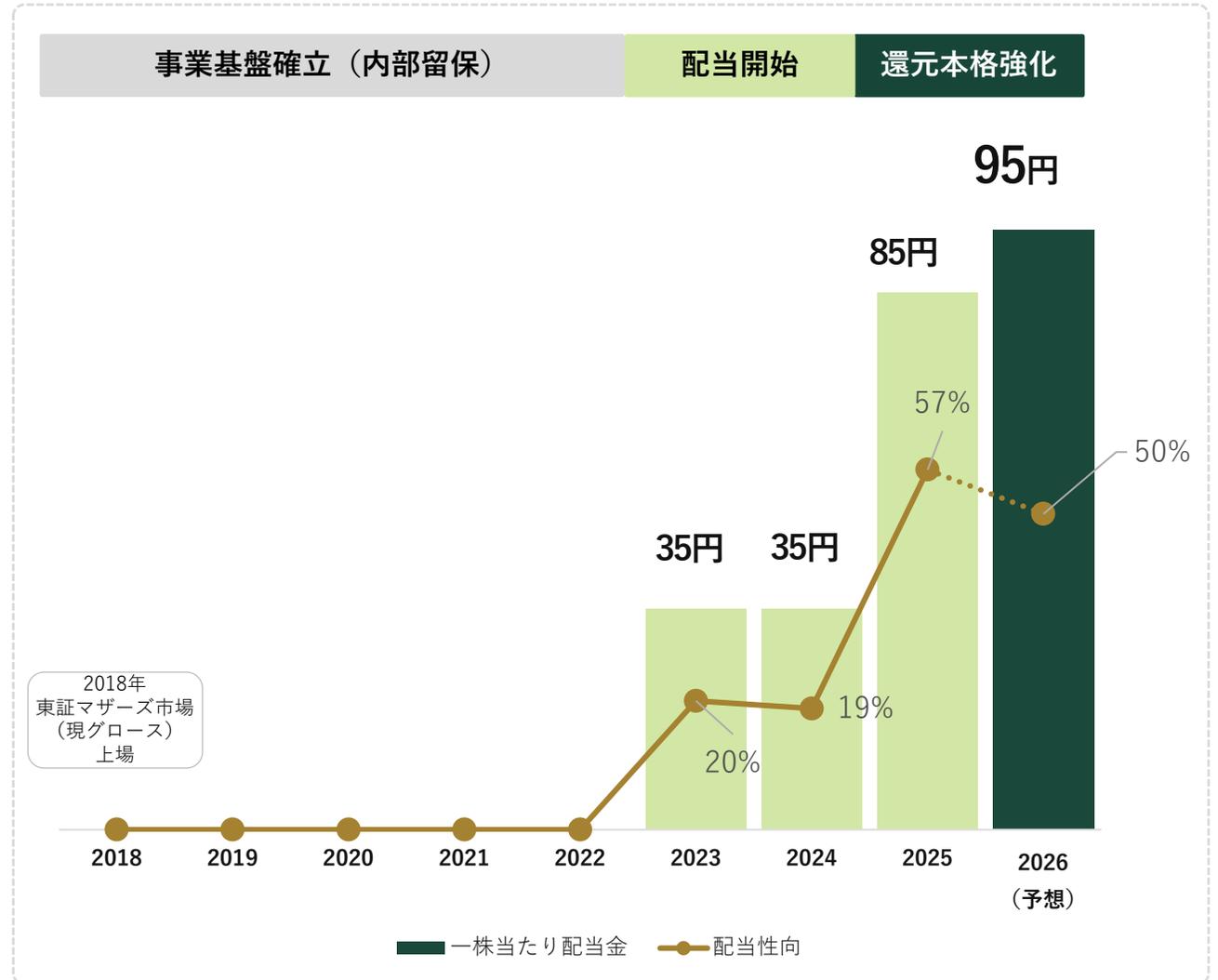


累進配当の導入

累進配当を導入し、中長期で安心して保有いただける環境を提供します

2026年12月期（予定）

1株あたり配当金 **95円**



05. Appendix

- ・ 2026年12月期事業計画
- ・ リスク情報
- ・ 競合情報

子会社の株式譲渡の影響を除けば、売上・利益ともに高成長を見込む

昨年掲げた株主還元方針である配当性向50%を維持し、配当は95円へ増配を計画

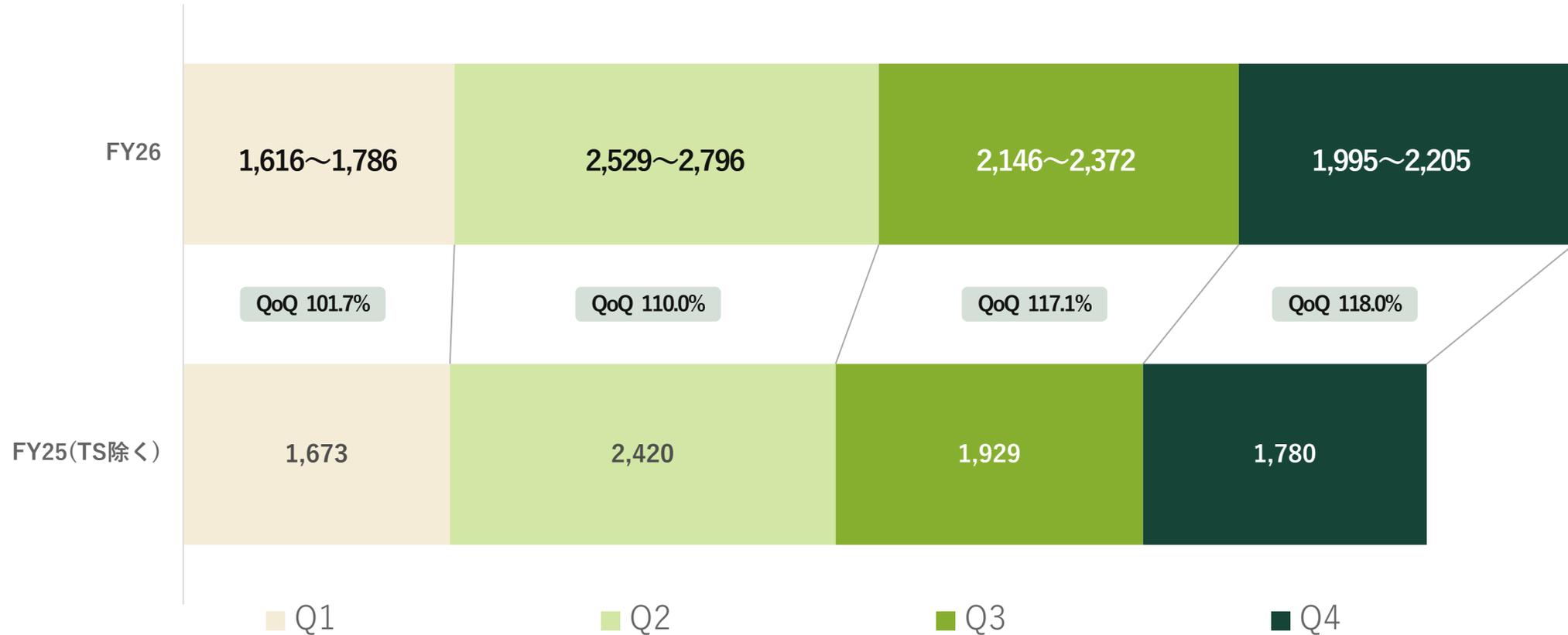
| (単位：百万円) | FY2025 | TS※を 含まない FY2025 | FY2026 期首予想レンジ | | 前期比 下限~上限 | TS買収を 含まない前期比 | |
|---------------------|--------|------------------------|-------------------|---|--------------|------------------|---------------|
| 売上高 | 8,564 | 7,805 | 8,287 | – | 9,160 | 96.8%-107.0% | 106.2%-117.4% |
| 売上総利益 | 2,913 | 2,766 | 3,015 | – | 3,333 | 103.5%-114.4% | 109.0%-120.5% |
| 営業利益 | 873 | 863 | 983 | – | 1,086 | 112.5%-124.3% | 113.8%-125.8% |
| 経常利益 | 865 | 856 | 983 | – | 1,086 | 113.5%-125.4% | 114.7%-126.8% |
| 親会社株式に帰属する 当期純利益 | 536 | 583 | 649 | – | 717 | 120.9%-133.6% | 111.2%-122.9% |
| EPS | 149円 | | 180円 | – | 199円 | 120.9%-133.6% | |
| 配当予想 | 85円 | | 95円 | | 111.8% | | |

収益モデルチェンジを推進し、各セグメントにおいて大幅な増益を計画

持株会社化（分社）に伴うグループ共通費の会計処理変更により、セグメント利益が向上

| (単位：百万円) | | FY2025 実績 | TS*買収を 含まない25実績 | FY2026 期初予想レンジ | | 前期比 下限～上限 | 前期比 (TS買収を含 まない) |
|-----------------------------|------------------------|--------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| インサイドセールス アウトソーシング 事業 | 売上高 | 4,630 | | 4,915 | 5,433 | 106.1% - 117.3% | |
| | セグメント利益 (HD化前と同定義) | 562 | | 928 (589) | 1,026 (651) | 165.1% - 182.5% (104.8%-115.8%) | |
| | セグメント利益率 (HD化前と同定義) | 12.0% | | 18.9% (12.0%) | 18.9% (12.0%) | | |
| プロセス・ テクノロジー事業 | 売上高 | 1,552 | 795 | 855 | 945 | 55.0-60.8% | 107.5% - 118.8% |
| | セグメント利益 (HD化前と同定義) | 92 | 76 | 147 (85) | 162 (94) | 159.7%-176.0% (92.3%-102.1%) | 193.4%-213.1% (111.8%-123.6%) |
| | セグメント利益率 (HD化前と同定義) | 5.4% | 9.6% | 17.2% (10.0%) | 17.2% (10.0%) | | |
| 研修事業 | 売上高 | 2,387 | | 2,518 | 2,783 | 105.4% - 116.5% | |
| | セグメント利益 (HD化前と同定義) | 264 | | 326 (326) | 361 (361) | 123.4% - 136.7% | |
| | セグメント利益率 (HD化前と同定義) | 11.0% | | 13.0% (13.0%) | 13.0% (13.0%) | | |

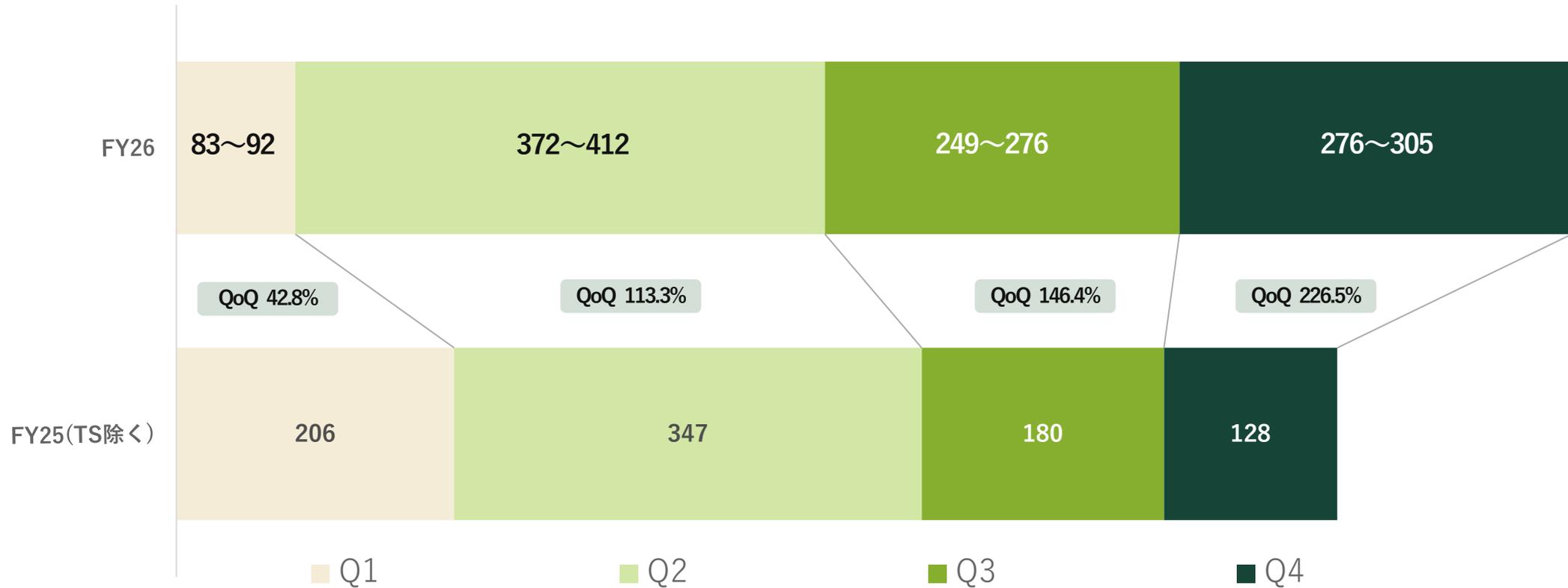
インサイドセールスアウトソーシング事業は、昨年より金融やITの大型案件の獲得に注力しておりQ2以降の売上伸長を見込む
 プロセス・テクノロジー事業は立ち上げ中のAI関連サービスが下期に貢献。研修事業は新人研修のQ2売上拡大を見込む
 以上により、連結売上計画は、1Qは前期比フラットだが、Q2以降に増収していく計画



※FY25 (TS除く) は、2025年に株式譲渡したトータルサポートの業績を除いた場合の連結売上

インサイドセールスアウトソーシング事業において、物価高対策やモチベーションの為の昇給および大型案件に必要な大量の採用強化をQ1に行うことで前期比利益減を計画

また、連結において前期は下期に持株会社化等の費用増があったが、今期は下期も安定的に利益を確保する計画



※FY25 (TS除く) は、2025年に株式譲渡したトータルサポートの業績を除いた場合の連結営業利益

| 影響するサービス | 主要なリスク | リスク対応策 | 発生可能性 | 発生時期 |
|-------------------------|--|--|-------|--------|
| インサイドセールス アウトソーシング事業 | 人材獲得競争が激化によるインサイドセールスレップの人材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 | <ul style="list-style-type: none"> 中途採用から新卒採用重視へ切替 定着率向上のための人事制度、報酬制度の見直し 社内研修による育成を積極的かつ継続的に実施 | 大 | 特定時期なし |
| インサイドセールス アウトソーシング事業 | 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生成AIなど最新テクノロジー活用によるやり方に急激に変化することへの対応の遅れ | <ul style="list-style-type: none"> 従来の活動に最新テックを積極的かつ迅速に取り入れ、生産性向上および付加価値向上に注力する | 大 | 特定時期なし |
| プロセス・ テクノロジー事業 | 高度なコンサルティングサービスを提供できる人材の不足および、人に依存しないビジネスモデルの早期確立 | <ul style="list-style-type: none"> フローからストックモデルへの移行 人員の最適配置 | 中 | 特定時期なし |
| 研修事業 | 売上の4割を占める新人研修への依存 | <ul style="list-style-type: none"> 新人研修を皮切りに他のオーダーメイド研修の拡販を目指し、研修ラインナップの拡充を行う。新人研修導入企業の一人当たり売上を高めていく | 中 | 特定時期なし |
| 研修事業 | ソリューション営業への転換の遅れ | <ul style="list-style-type: none"> 昨年度よりソリューション別に組織編成を見直し、営業部門においては顧客開拓力強化のチームを新設 | 中 | 特定時期なし |

- 現在の市場環境や事業進捗を踏まえ、成長の実現や中期経営計画の達成に向けて影響の与える可能性があるものを事業ごとに再整理を行いました。2025年3月14日開示の成長可能性に関する事項で開示したリスク情報に記載の「プロセス・テクノロジー事業のトータルサポートのPMI完了の遅れ、売上伸長の遅れ」は、2025年10月のトータルサポート社の株式譲渡に伴い本資料への記載を省いております
- その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載しておりますのでご確認ください

「売上成長モデルの構築・実行・定着」と「総合的な人材育成」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。

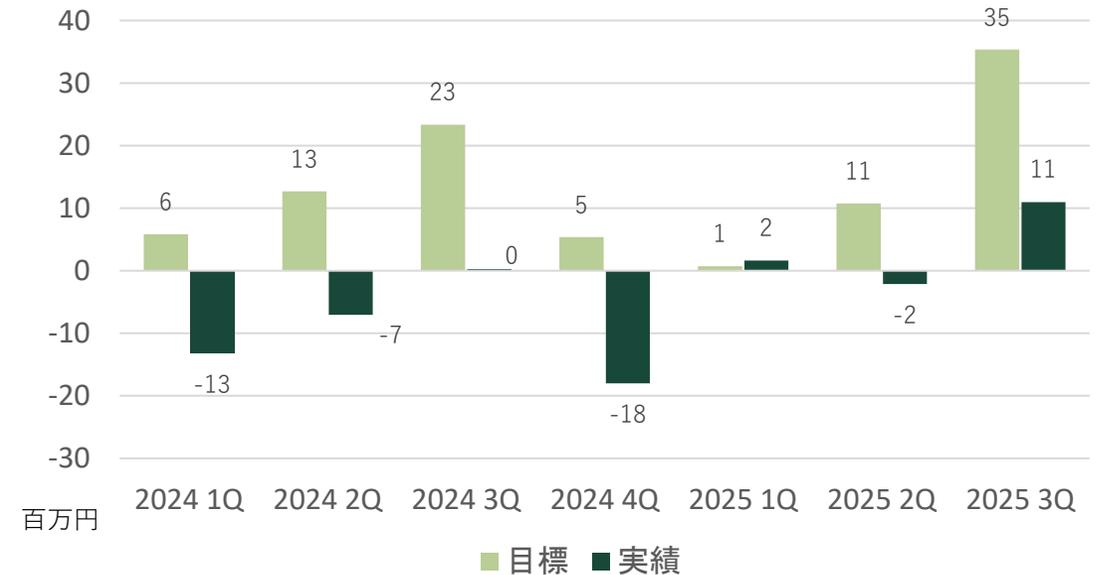
| | 売上成長モデル 戦略立案 | インサイドセールス アウトソーシング | テックスタック 設計・導入・構築 | 営業人材育成 | DX人材開発 カリキュラム提供 |
|--------------------------|-------------------|-------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| | プロセス・ テクノロジー事業 | インサイドセールス アウトソーシング事業 | プロセス・ テクノロジー事業 | 研修事業 | 研修事業 |
| | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 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 | |

1. 2024年2月に連結子会社となったネットワークソリューションを展開するトータルサポート株式会社の全株式（51.7%）を2025年10月31日付で佐藤重人氏へ株式譲渡
2. 2025年第4四半期（10～12月）当社連結子会社から除外。2025年第3四半期分は連結子会社として当社連結業績に含む
3. 生成AI、AIエージェント等の急速な発展により、売上成長支援領域での需要が特に加速しており、事業ポートフォリオの見直しの一環として、経営資源を集中することを決断

売上高



営業利益



05. Appendix

- 会社概要

ITグローバルカンパニーでの法人営業経験により、国内の属人的な法人営業環境や高齢化社会などに起因する企業の課題を解決することにビジネス機会を見出し、2002年に当社を設立しています



代表取締役会長兼CEO

吉田 融正 Michimasa Yoshida

IT業界最前線での法人営業経験

経歴

- 1983年 日本アイ・ビー・エム株式会社 入社
- 1993年 同社副社長補佐就任
- 1994年 米国IBM出向
- 1997年 米国SIEBEL Systems Inc. 入社
日本シーベル株式会社設立 取締役営業本部長就任
- 2002年 ブリッジインターナショナル株式会社設立 代表取締役社長就任
(現 ブリッジインターナショナルグループ株式会社)

著書



ハイブリットセールス戦略
(幻冬舎)



デジタルインサイドセールス
(ダイヤモンド社)

代表取締役会長
兼 CEO



吉田 融正

日本アイ・ピー・エム、米国シーベルシステムズを経て2002年ブリッジインターナショナル株式会社（現ブリッジインターナショナルグループ株式会社）創業

取締役



高橋 慎介

2019年より当社 取締役。株式会社アイ・ラーニング取締役副社長。ドーモ株式会社取締役会長

社外取締役



岡村 典

2017年より当社 社外取締役。2022年 株式会社 テン・コミュニケーションズ顧問

社外取締役



郡 のぶ

プライスウォーターハウスコンサルタント、IBMビジネスコンサルティングサービス、日本アイ・ピー・エム、シグマクスを経て2025年より当社 社外取締役

常勤監査役



荒川 恵介

慶應義塾大学法学部卒業後、日本アイ・ピー・エム株式会社、日本シーベル株式会社を経て、2002年当社設立に参画。2022年監査役に就任

社外監査役



和田 隆志

慶應義塾大学経済学部卒業。公認会計士/税理士。中央監査法人入所。大和証券エスエムピーシー株式会社を経て、和田公認会計士事務所設立。2016年当社 社外監査役に就任

社外監査役



高橋 知洋

東京大学法科大学院修了。弁護士。株式会社朝日新聞社、麒麟麦酒株式会社 法務部 を経て、AZX総合法律事務所入所。2017年当社 社外監査役に就任

ブリッジインターナショナル
株式会社
代表取締役社長



八木 敏英

2004年入社。営業本部、コンサルティング本部、経営企画本部、アウトソーシング事業の統括を経て2025年10月よりブリッジインターナショナル株式会社代表取締役社長就任

ブリッジプロセス
テクノロジー株式会社
代表取締役社長



尾花 淳

2003年入社。2013年BtoBマーケティング支援の2BC株式会社を創業し、同社を統合するかたちで2024年にブリッジインターナショナルに復帰、同年ブリッジプロセステクノロジー代表取締役就任

株式会社アイ・ラーニング
代表取締役社長



杉山 真理子

日本アイ・ピー・エム、日本オラクル、セールスフォース・ドットコム(現セールスフォース・ジャパン)を経て2023年アイ・ラーニング入社。2024年より代表取締役就任

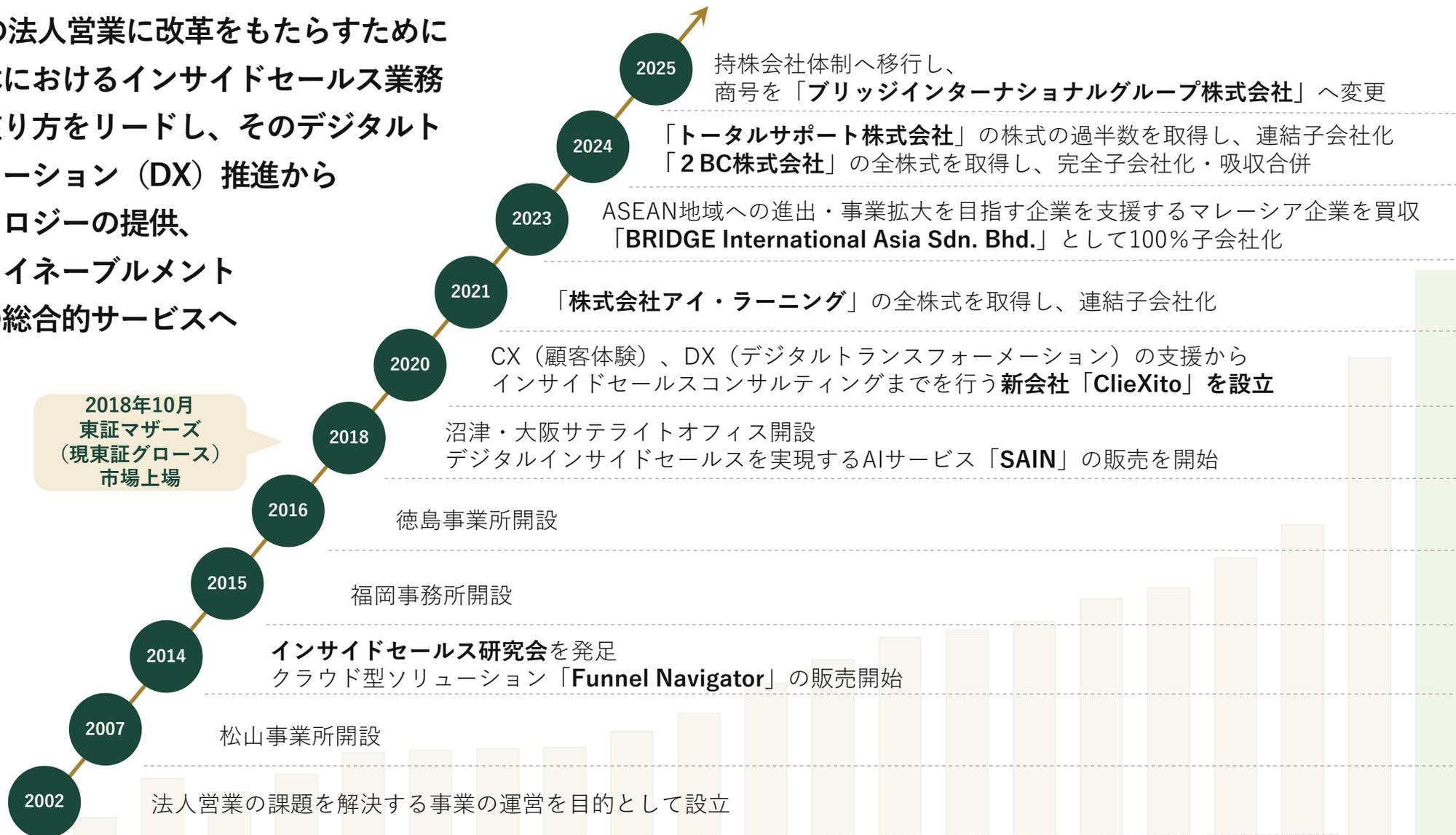
Bridge International
Asia Sdn Bhd
代表取締役社長



阿部 慎吾

日本マイクロソフトを経て2015年にマレーシアにてTKinternational（現Bridge International Asia）を設立しCEOに就任

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





B2B企業の売上成長に向けた改革を支援するEnd to Endのサービスを提供

高度な教育を受けた社員によるインサイドセールスの実行と、徹底した業務設計とKPI管理に基づいた、お客様の営業力強化や成果向上に寄与する新しい営業体制の構築

会社概要

| | |
|------|---|
| 会社名 | ブリッジインターナショナル株式会社 |
| 設立 | 2025年10月 |
| 資本金 | 40,000,000円 |
| 従業員数 | 523名(2025/12末) |
| 所在地 | 〒154-0004 東京都世田谷区太子堂4-1-1 キャロットタワー19階 |
| 代表者 | 代表取締役社長 八木 敏英 |
| HP | https://bridge-g.com/ |

ブリッジの強み

ヒアリングを主体として
顧客との信頼関係を構築

定期的な見込み客とコミュニケーションにより信頼を築く「農耕型」のアプローチと、持続的なプロファイリングの実施

営業状況を踏まえて最適な
分業モデルを定義

組織全体の営業生産性向上を実現する最適なプロセス分業モデルを定義し、各メンバーが得意な領域に集中することを可能にする

高度なスキル教育を受けた
固定メンバーが業務を遂行

独自の研修プログラムを受けたスタッフが質の高いインサイドセールス活動を短期間で実現

KPI管理による継続的な
改善で営業成果を最大化

徹底したKPI管理による成果の可視化と、目標値とのギャップ原因の分析による継続的な改善

※ブリッジインターナショナル株式会社は、2025年10月1日に事業会社として新設いたしました



持続可能な売上成長モデル(Sustainable Revenue Growth Model)の実現へ

クライアントの成長戦略実現に向け、マーケティング、営業、カスタマーサクセスの顧客接点業務領域における顧客エンゲージメントの強化とオペレーション・アプリケーションの最適化を推進

会社概要

| | |
|------|---|
| 会社名 | ブリッジプロセステクノロジー株式会社※ |
| 設立 | 2020年4月1日 |
| 資本金 | 30,000,000円 |
| 従業員数 | 34名(2025/12末) |
| 所在地 | 〒154-0004 東京都世田谷区太子堂4-1-1 キャロットタワー19階 |
| 代表者 | 代表取締役社長 尾花 淳 |
| HP | https://cliexito.com/ |

ブリッジプロセステクノロジーの強み

B2Bの顧客接点業務に特化した一気通貫のサービス

マーケティング、営業、カスタマーサクセスに至る顧客接点業務に対し、戦略立案からアプリケーション構築・定着まで一貫したサービスを提供

顧客起点での売上成長モデル推進のスキーム

豊富なCX/CRMプロジェクト実績に裏打ちされた顧客起点での売上成長モデルの変革を推進する実践的な方法論を展開

豊富な伴走支援の実績

前身のブリッジインターナショナルにおいてインサイドセールスやデジタルマーケティングの立上げ/定着化の伴走支援の豊富な実績

CRM構築とシステムインテグレーションの実績

約20年間の実績に基づいた、CRM構築と運用およびMA、BI、CDP等、システムインテグレーションサービスを提供

※ブリッジプロセステクノロジー株式会社は、2025年3月1日にClieXito株式会社から商号変更を行いました



デジタル人材の育成をリードする

DX推進、ITスキル、ビジネススキル、プロジェクトマネジメントおよび新入社員研修など、企業向け研修とコンサルティングサービスを提供する総合人材育成サービス企業

会社概要

| | |
|------|---|
| 会社名 | 株式会社アイ・ラーニング |
| 設立 | 1990年2月1日 |
| 資本金 | 35,750,000円 |
| 従業員数 | 83名(2025/12末) |
| 所在地 | 〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町4-3国際箱崎ビル |
| 代表者 | 代表取締役社長 杉山 真理子 |
| HP | https://www.i-learning.jp/ |

主要サービス

| 研修形態 | コンテンツ | 新入社員年次研修 |
|---------|-------|--------------|
| オンライン研修 | | ITスキル |
| 集合研修 | | DX推進研修 |
| eラーニング | | IBM製品研修 |
| | | ビジネススキル |
| | | プロジェクトマネジメント |



マーケティング

インサイドセールス

フィールドセールス

カスタマーサクセス

レベニュープロセス設計/最適化 Go-to-Market/顧客接点/プロセス分業/リソースアロケーション/KPI/業務フロー/実践と最適化

マーケティング

詳細設計/伴走支援

インサイドセールス

詳細設計/伴走支援

フィールドセールス

詳細設計/伴走支援

カスタマーサクセス

詳細設計/伴走支援

Rev Ops立上げ/最適化 組織立上げ/役割規定/プロセス/テックスタック/データインサイト/イネーブルメント

マーケティング

ABM/コミュニケーションシナリオ策定/コンテンツ制作/
広告運用/ソーシャルメディア運用/セミナー企画運営

インサイドセールス

SDR/BDR
機会醸成/プロファイリング
提案/見積/クロージング

フィールドセールス

提案/見積/クロージング
リレーション構築/定期接触

カスタマーサクセス

オンボーディング/リテンション
アップセル/クロスセル/契約更新

RevOps テック運用/データ管理/データインサイト/プロセス管理/レポート

マーケティングOps(MOps)

MA運用/WEBサイト運用/データ運用

インサイドセールスOps

ターゲティング/SEA運用/データ運用

フィールドセールスOps

レポート/SEA運用

カスタマーサクセスOps

エンゲージメント分析/チャーン分析

Rev Tech 選定/導入/活用

データオーケストレーション/CRM/CDP/Business Intelligence/データエンリッチメント/3rd Partyインテントデータ/AIエンジン(生成/学習)

Mar Tech選定/導入/活用

MA/WEBアクセス解析/WEBパーソナライゼーション/
コンテンツ管理/広告管理/ソーシャルメディア管理

Sales Tech選定/導入/活用

SFA/Sales Engagement Apps/デジタルセールスルーム/電子契約/
フォーカシング/インセンティブ報酬管理/アカウントプランニング

Customer Tech選定/導入/活用

カスタマーサクセス
カスタマーサポート

イネーブルメントプログラム設計/管理 ケイパビリティ定義/プログラム設計/スキル管理/実施/検証

マーケティング研修

デジタルマーケティング
アナリティクス活用

インサイドセールス研修

インサイドセールス基礎
ソリューション・セリング

フィールドセールス研修

交渉/問題解決/シナリオ力強化
アカウントプラン/テリトリープラン

カスタマーサクセス研修

カスタマーサクセス基礎
思考 (ラテラル思考)

アウトソーシング

フィールド

オペレーション

- 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、2027年3月を目途として行う予定です。