

2025年12月期

# 第3四半期 決算説明資料

---

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. 2025年12月期第3四半期 決算実績
- 03. Topics
- 04. 持株会社体制への移行
- 05. 2025年12月期 決算見通し
- 06. 中期経営計画
- 07. 株主還元策の強化と財務目標
- 08. Appendix

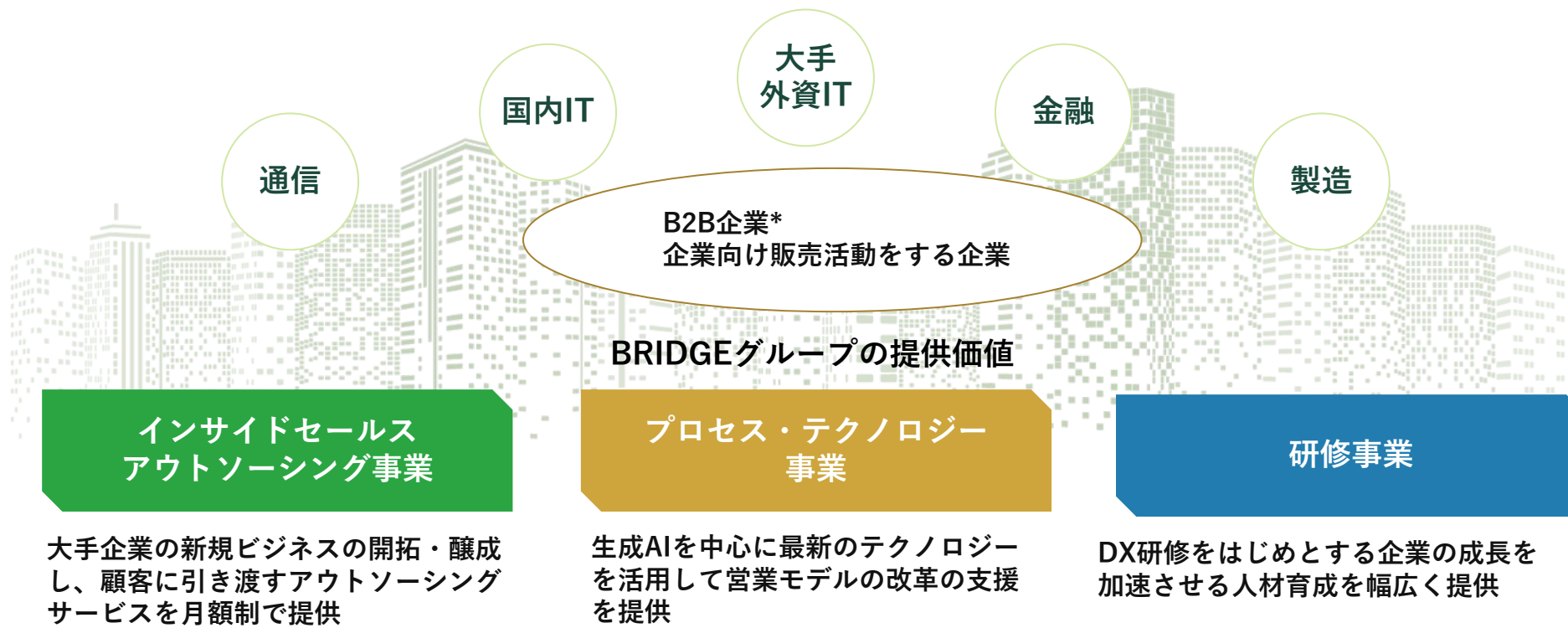
# 01.当社のビジネスモデルと強み

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

## 主力事業

### インサイドセールス アウトソーシング事業



#### 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

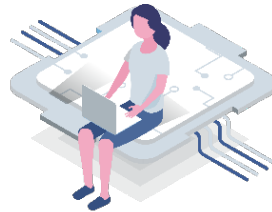
収益モデル

ストック

売上比

52%

### 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

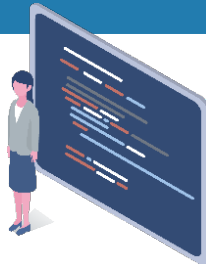
収益モデル

フロー&ストック

売上比

21%

### 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
- 市場ポー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

フロー

売上比

27%

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**

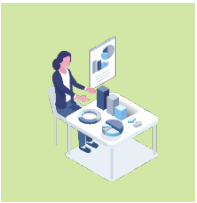
ストック型で安定

上位10社で売上高の  
**58%**  
を占める

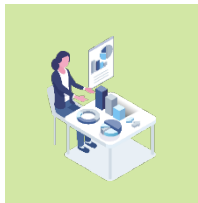
約90%継続率

上位10社の  
契約継続年数  
**平均9年**

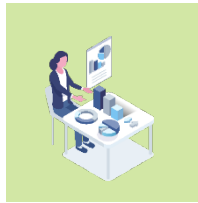
見込客発掘



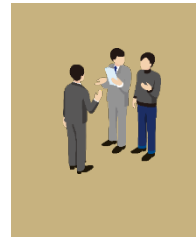
関係強化



見込客醸成



提案書作成



クロージング



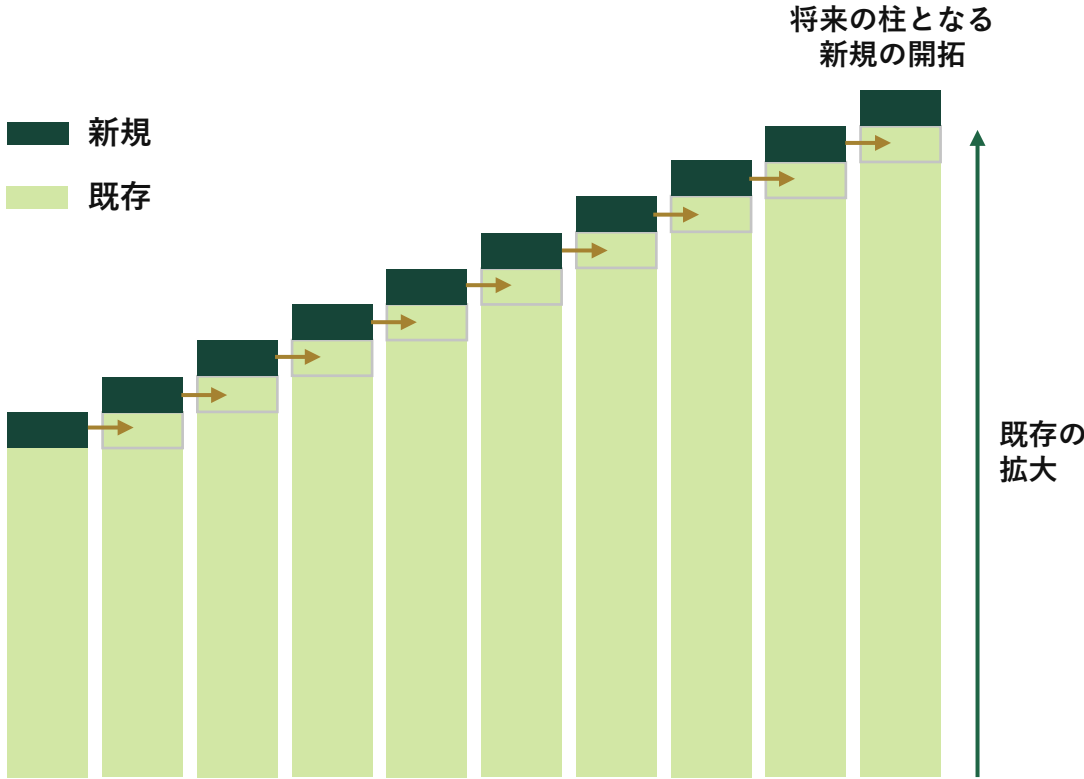
当社インサイドセールス

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

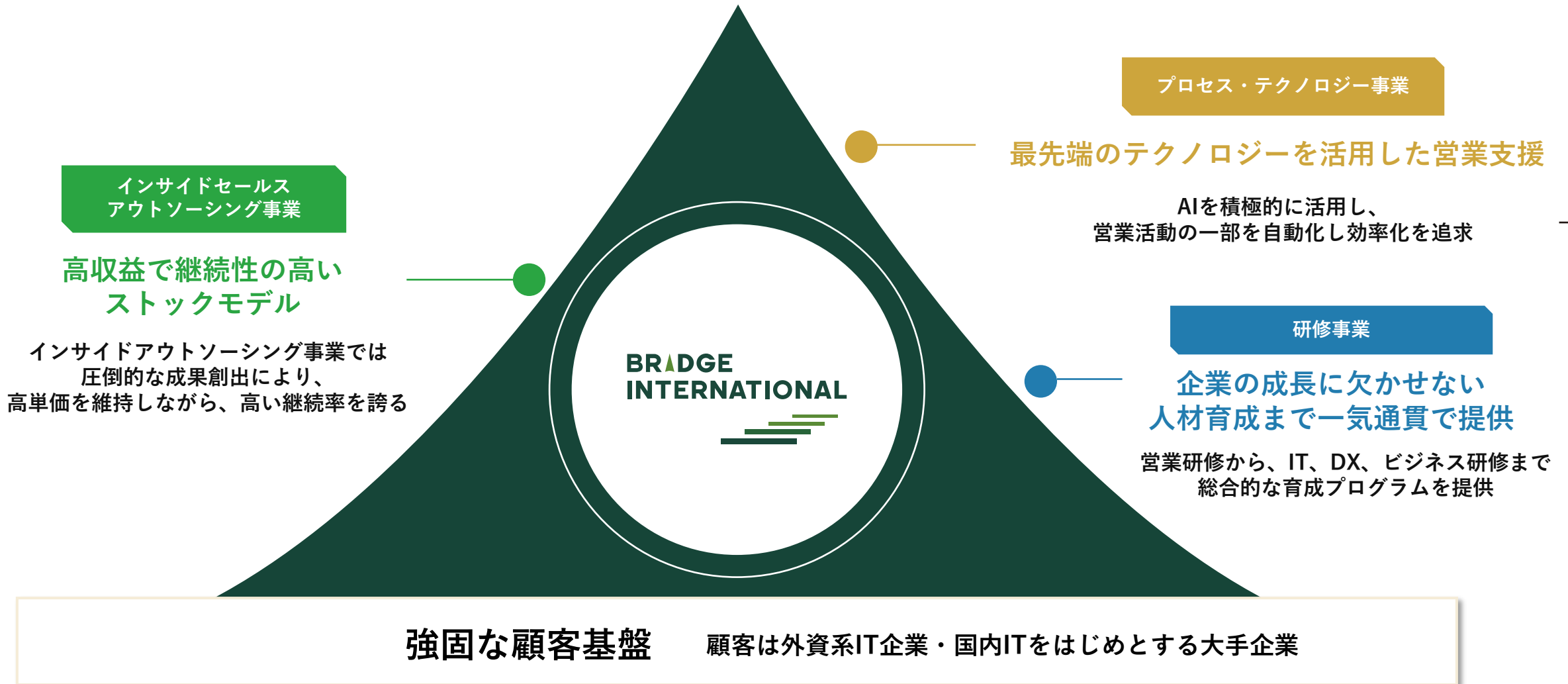


高い継続率

- 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

| 売上高<br>上位 | 業種        | 年間取引額<br>(2024年) | 取引<br>継続年数 | 2020年比 |
|-----------|-----------|------------------|------------|--------|
| 1         | グローバル大手IT | 5.9億円            | 21年        | 1.7倍   |
| 2         | グローバル大手IT | 4.9億円            | 6年         | 2.7倍   |
| 3         | 国内通信キャリア  | 3.0億円            | 4年         | 10.2倍  |
| 4         | グローバル大手IT | 2.8億円            | 4年         | 3.5倍   |
| 5         | グローバル大手IT | 2.5億円            | 11年        | 2.0倍   |
| 6         | 国内IT      | 1.7億円            | 3年         | -      |
| 7         | 国内通信キャリア  | 1.5億円            | 14年        | 0.7倍   |
| 8         | 国内IT      | 1.4億円            | 12年        | 7.3倍   |
| 9         | 国内通信キャリア  | 1.0億円            | 9年         | 1.4倍   |
| 10        | グローバル大手IT | 0.9億円            | 6年         | 27.4倍  |

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



## 02. 2025年12月期第3四半期 決算実績

連結売上・営業利益ともに継続した安定成長を実現。  
子会社のトータルサポート（株）の株式譲渡を決定し、20百万円の特別損失を計上

| (単位：百万円)                | 24/12<br>第3四半期累計 | 25/12<br>第3四半期累計 | 前期比    |
|-------------------------|------------------|------------------|--------|
| 売上高                     | 6,552            | <b>6,785</b>     | 103.5% |
| 営業利益                    | 717              | <b>742</b>       | 103.5% |
| 営業利益率                   | 10.9%            | <b>12.0%</b>     |        |
| 経常利益                    | 766              | <b>738</b>       | 96.4%  |
| 親会社株式に<br>帰属する<br>当期純利益 | 469              | <b>469</b>       | 99.9%  |
|                         | TS売却を除いた場合       | <b>481</b>       | 102.7% |

### ▶ 連結売上YoY**103.5%**

- ・ インサイドセールスアウトソーシング事業で一部案件の4Q以降へのスリップが発生したが、継続的な安定成長を実現

### ▶ 営業利益YoY**103.5%**

- ・ 管理部門の強化や、持株会社体制への移行に伴う費用増加を見込んでおり、計画通りの進捗

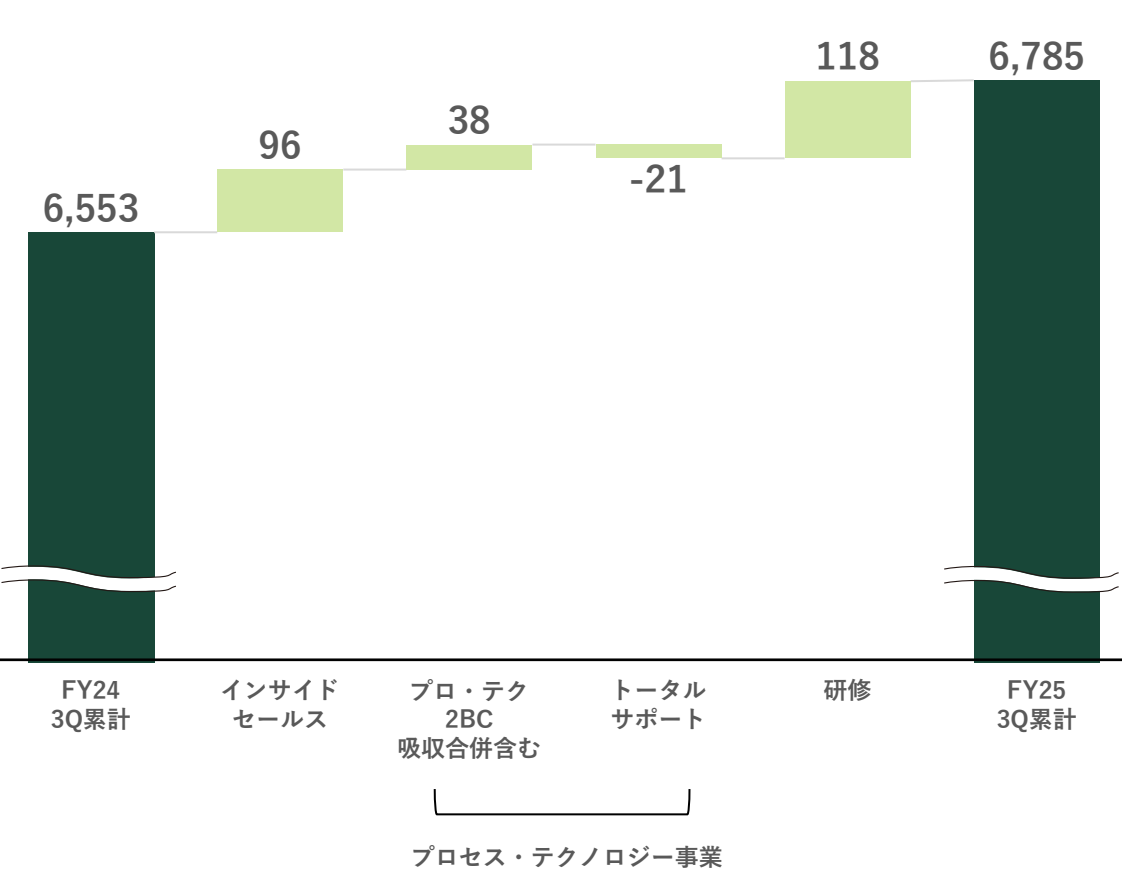
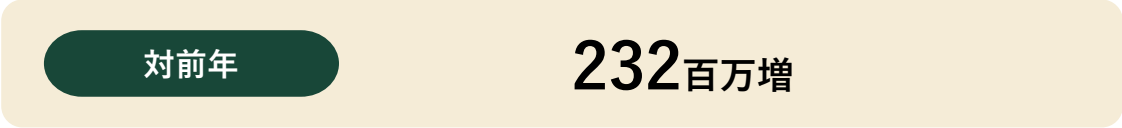
### ▶ 経常利益YoY**96.4%**

- ・ 昨年、子会社の保険返戻金48百万円を計上した影響によるもの

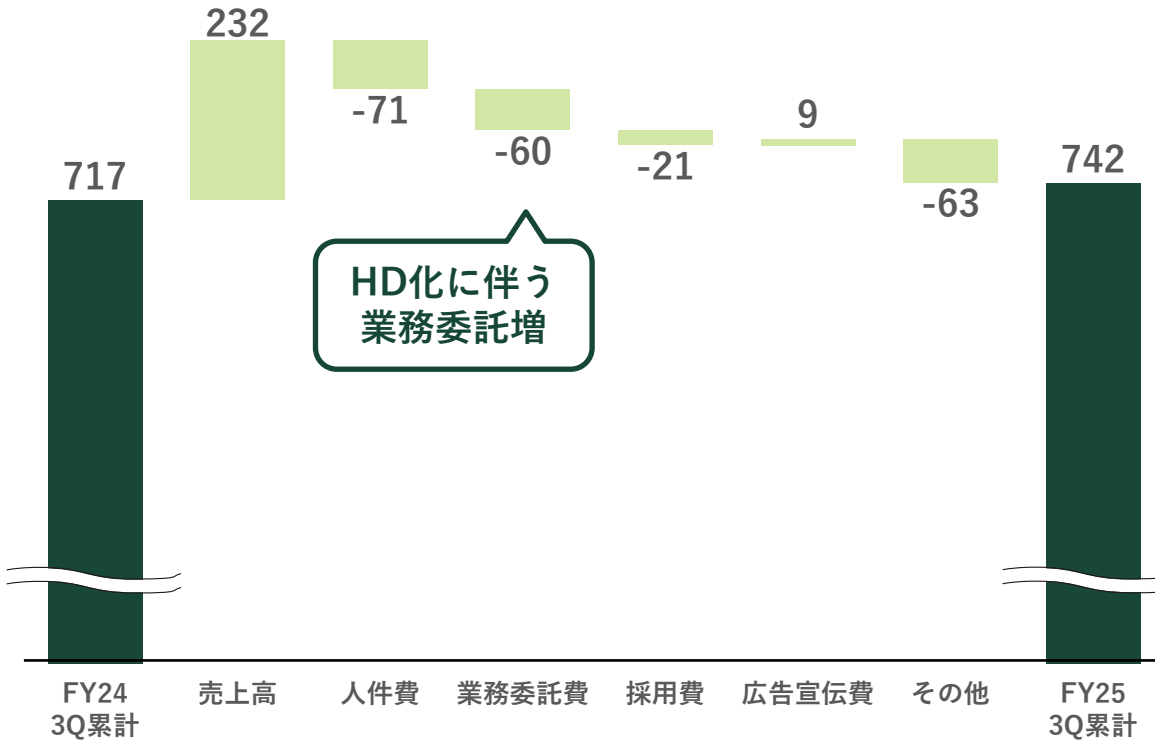
### ▶ 当期純利益YoY**99.9%**

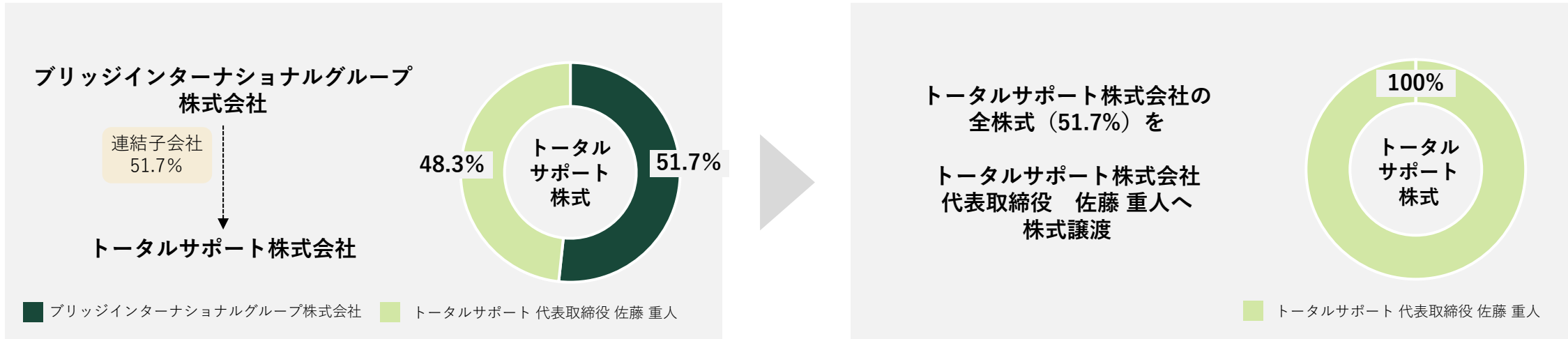
- ・ 子会社のトータルサポート（株）の株式譲渡に伴い、20百万円の特別損失を計上。株式譲渡の特損を含まないYoYは102.7%

売上高 (単位：百万円)



営業利益 (単位：百万円)



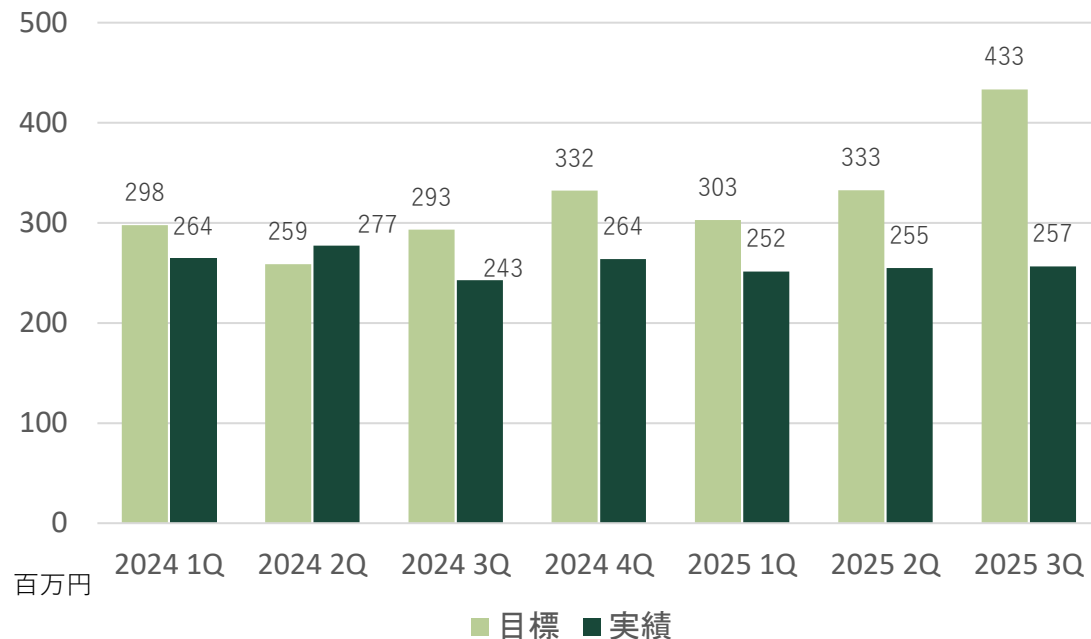


1. 2024年2月に連結子会社となったネットワークソリューションを展開するトータルサポート株式会社の全株式（51.7%）を2025年10月31日付で佐藤重人氏へ株式譲渡
2. 2025年第4四半期（10～12月）当社連結子会社から除外する。2025年第3四半期（7～9月）分は連結子会社として当社連結業績に含む
3. 売上成長支援領域における、生成AI・AIエージェント等の成長分野へ経営資源を集中させることを決断

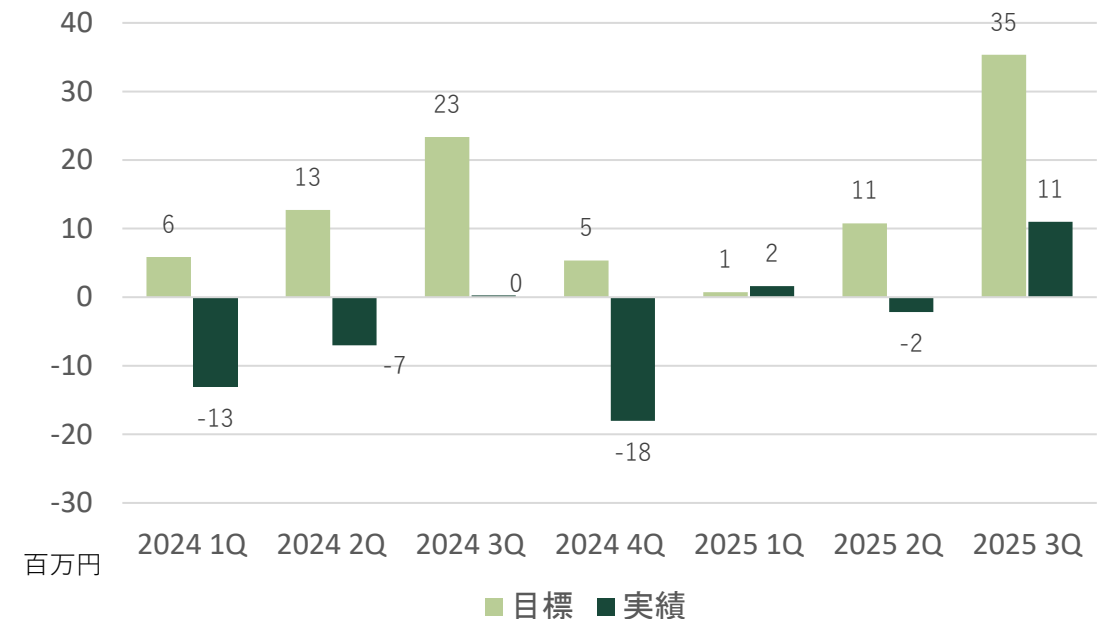
## 売上成長支援領域における生成AI・AIエージェント等の成長分野へ経営資源を集中させる

- プロセス・テクノロジー事業の拡大戦略の一環と位置付け、ネットワークソリューションサービスを展開してきたが、PMIの進捗を踏まえると、上場会社の子会社としての管理体制の確立と売上伸長の両立を行いながら、当初見込んだ売上・利益の貢献を得られるようになるまでにはあと数年かかる見通し
- 一方で、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



利益において、インサイドセールスアウトソーシングは管理部門強化などにより減益（計画通り）  
プロセス・テクノロジーは外注費抑制などにより大幅改善。研修は原価高騰の影響を価格転嫁し順調な成長

| 単位：百万円                      |         | 24/12<br>第3四半期累計 | 25/12<br>第3四半期累計 | 前期比    |
|-----------------------------|---------|------------------|------------------|--------|
| インサイドセールス<br>アウトソーシング<br>事業 | 売上      | 3,369            | <b>3,465</b>     | 102.9% |
|                             | セグメント利益 | 496              | <b>419</b>       | 84.5%  |
|                             | 利益率     | 14.7%            | <b>12.1%</b>     |        |
| プロセス・<br>テクノロジー事業           | 売上      | 1,342            | <b>1,359</b>     | 101.3% |
|                             | セグメント利益 | △17              | <b>60</b>        | -      |
|                             | 利益率     | △1.3%            | <b>4.5%</b>      |        |
| 研修事業                        | 売上      | 1,840            | <b>1,959</b>     | 106.5% |
|                             | セグメント利益 | 238              | <b>261</b>       | 109.8% |
|                             | 利益率     | 13.0%            | <b>13.4%</b>     |        |

#### インサイドセールスアウトソーシング事業

- ・ 売上は一部4Q以降ヘスリップが発生
- ・ 利益は前期から継続している管理部門強化やHD化費用に加え、リテンション施策の一環による一時賞与の支給が影響しYoY84.5%の着地

#### プロセス・テクノロジー事業

- ・ 売上はYoY微増着地
- ・ 利益はコンサル&システムソリューションの稼働率最適化と、外注費抑制により大幅改善

#### 研修事業

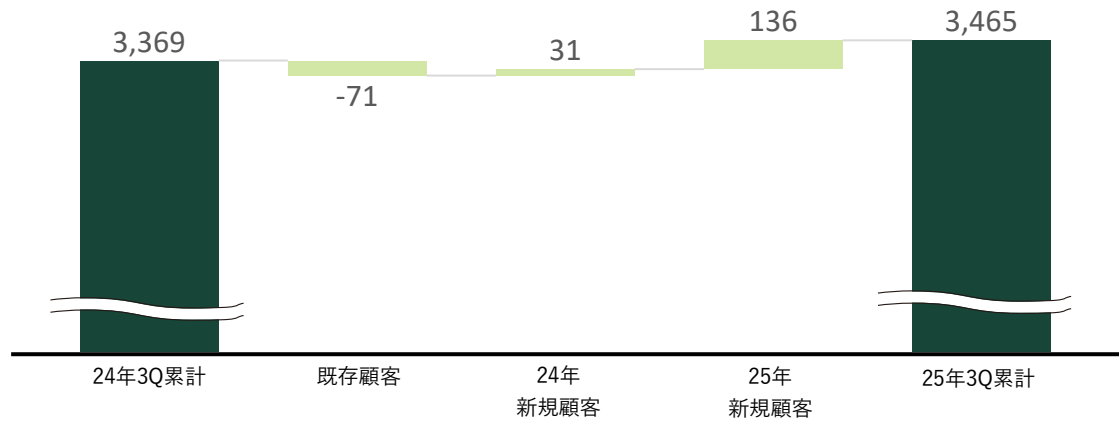
- ・ 2Qに続き新人研修が堅調で順調な売上伸長
- ・ 人件費や会場費の原価高騰は価格転嫁にてカバーできており利益成長も順調



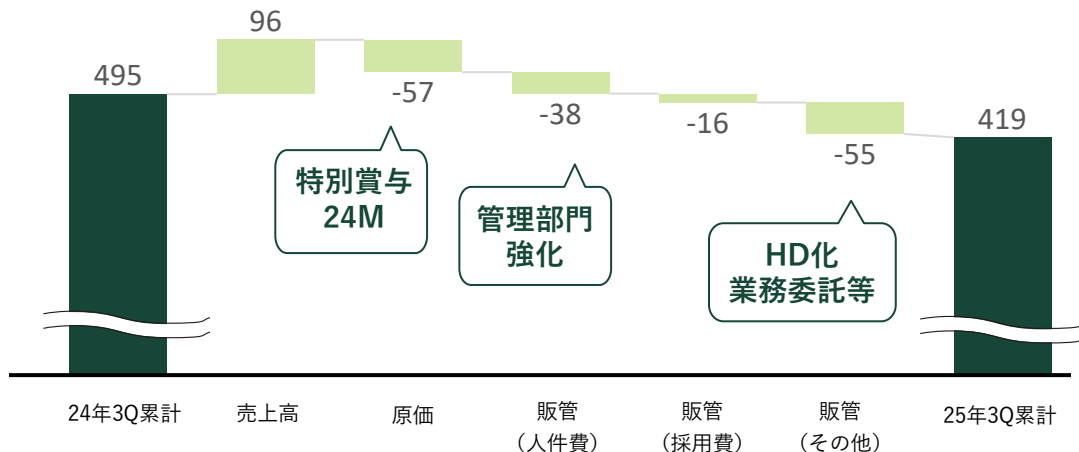
概ね順調

売上は4Qへのスリップあり微増着地。利益は減益だが計画通り

## ▶ 売上高 (百万円)



## ▶ セグメント利益・セグメント利益率 (百万円・%)



### 概況説明

- ✓ 売上高は案件の4Q以降のスリップ等により、YoY102.9%成長での着地
- ✓ 管理部門強化やHD化費用に加え、リテンション施策による特別賞与が影響し、セグメント利益はYoY84.5%。
- ✓ HD化費用や特別賞与は、来年以降の再成長に向けた一時的な基盤整備/人的資本投資

### 実施した取り組み

- ✓ AIによるコール（会話）自動評価に加え、提案シナリオ・提案書作成の自動化を開始
- ✓ サービス品質基準の標準化と品質チェックのプログラム化により、品質向上を推進

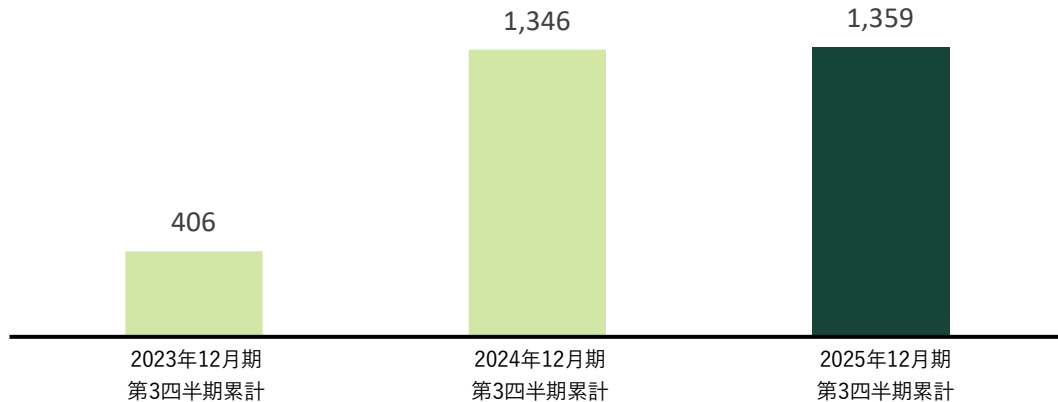
### 来期以降への課題

- ✓ サービス／提案活動のデジタル化

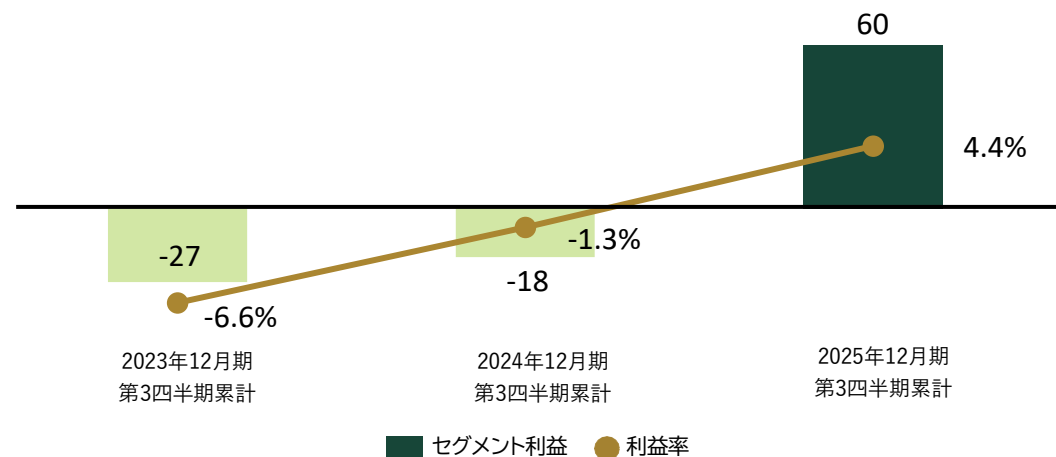


売上はYoY101.3%。利益は外注抑制などにより大幅改善

## ▶ 売上高 (百万円)



## ▶ セグメント利益・セグメント利益率 (百万円・%)



### 概況説明

- ✓ 売上はYoY101.3%で微増着地。
- ✓ 営業利益はコンサルティング&システムソリューションの外注依存構造の段階的最適化により黒字着地

### 実施した取り組み

- ✓ コンサルティング&システムソリューションは人員の最適配置および稼働率の適性化を推進

### 来期以降への課題

- ✓ 安定的な売上伸長に向けた営業体制の強化

コンサルティング&システムソリューションは利益率が大幅改善

| (単位：百万円)                                              |      | 25/12<br>第3四半期累計 | YoY    |
|-------------------------------------------------------|------|------------------|--------|
| コンサルティング&<br>システムソリューション<br><br>2 BC<br>(2024年3月吸収合併) | 売上   | 596              | 107.0% |
|                                                       | 営業利益 | 52               | 11.7倍  |
|                                                       | 利益率  | 9.1%             |        |
| ネットワーク<br><br>トータルサポート<br>(2024年2月51.7%株式取得)          | 売上   | 762              | 97.2%  |
|                                                       | 営業利益 | 7                | -      |
|                                                       | 利益率  | 1.0%             |        |
| プロセス・<br>テクノロジー<br>事業 計                               | 売上   | 1,359            | 101.3% |
|                                                       | 営業利益 | 60               | -      |
|                                                       | 利益率  | 4.5%             |        |



コンサルティング&システムソリューション

概況説明・実施した取り組みと今後の課題

- ✓ 売上はYoY107.0%成長で着地。
- ✓ 稼働率の最適化、外注費の抑制により、利益は大幅改善



ネットワーク（トータルサポート社）

概況説明・実施した取り組みと今後の課題

- ✓ 今期の戦略の中心に置いている製品「Sawwave※」の立ち上がりに時間を要しており、売上はYoY97.2%の着地
- ✓ 大型ホテルの案件受注により黒字着地

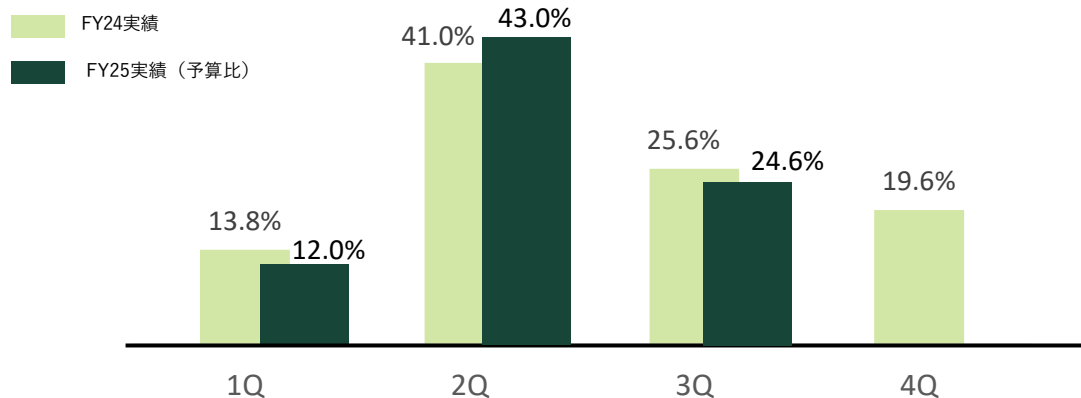
※韓国製のネットワーク可視化ツールで、社内の通信環境やアプリケーション利用状況をリアルタイムで分析・最適化する製品



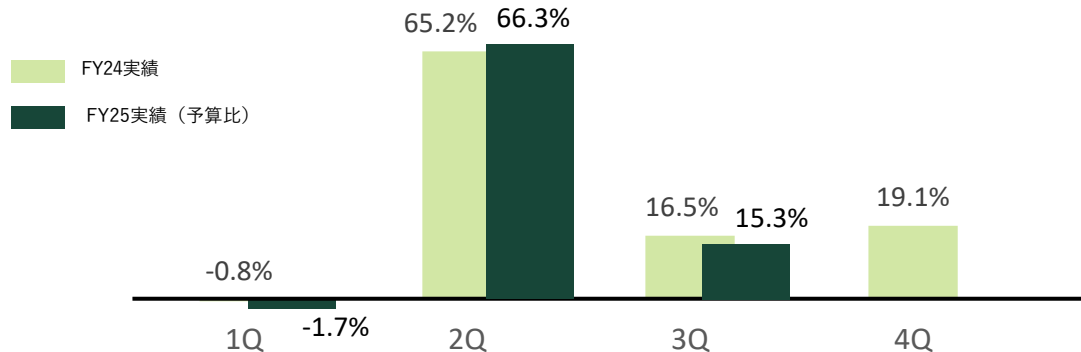
好調

2Qに続き新人研修が成長を牽引。利益もYoY109.5%と順調な着地

## ▶通期売上高に対する四半期実績の割合



## ▶通期セグメント利益に対する四半期実績の割合



### 概況説明

- ✓ 売上は2Qに続き新人研修が牽引しYoY106.5%
- ✓ 講師料・会場費上昇の影響を受けつつも、単価改善と稼働率向上によりセグメント利益はYoY109.5%と堅調
- ✓ 強みを持つ新人研修は2Qに売上・利益が偏る傾向がある（左図）が年間計画通り順調に推移

### 実施した取り組み

- ✓ Webサイトのフルリニューアルを実施。新規顧客の獲得増を目指す

### 来期以降への課題

- ✓ カスタマイズ研修の強化に向けた顧客カバレッジモデルの再構築

## 03. Topics

2025年10月21日に当社主催の年次イベント「BRIDGE FORUM 2025」を開催  
売上最大化のための営業プロセスの仕組み化や生成AIの実務活用を共有  
事前申込は430名を超え、大盛況のうちに閉幕



研修事業を手掛ける子会社のアイ・ラーニングが2025年 オリコン顧客満足度調査

企業研修 若手・一般社員向け公開講座「対面研修」2年連続1位を獲得



2025年 オリコン顧客満足度®調査 企業研修  
若手・一般社員向け公開講座 対面研修 第1位

## i-Learning

ディスカッションや演習を多く取り入れ、実践的に学べる点や、  
講師の手厚いフォローが高く評価された。

企業課題に応じて内容をカスタマイズしたワークショップも増加しており、  
実践的で成果につながる学びの場として、多くの企業に選ばれている。

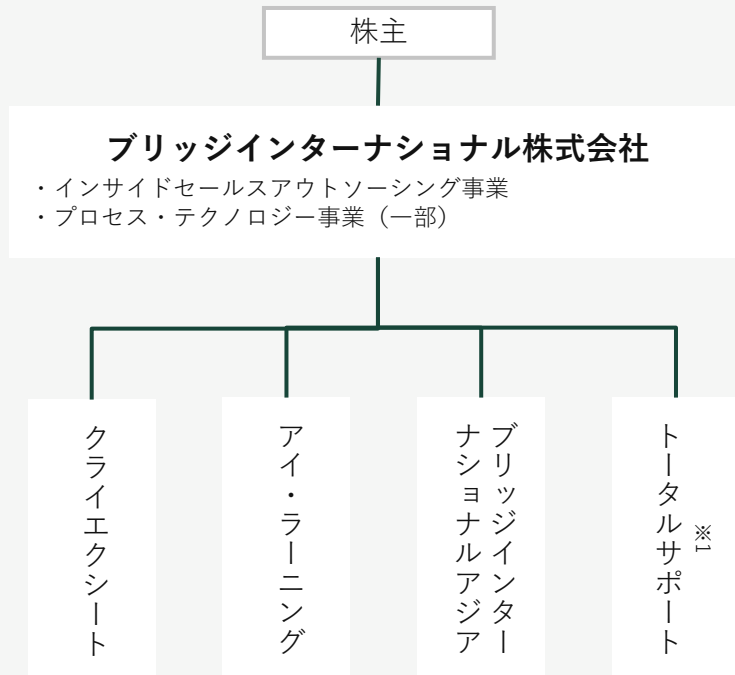
## 04. 持株会社体制への移行

ブリッジインターナショナル株式会社は、10月1日より持株会社体制へ移行しました  
新体制にてより一層の企業価値向上に努めてまいります

## 目的

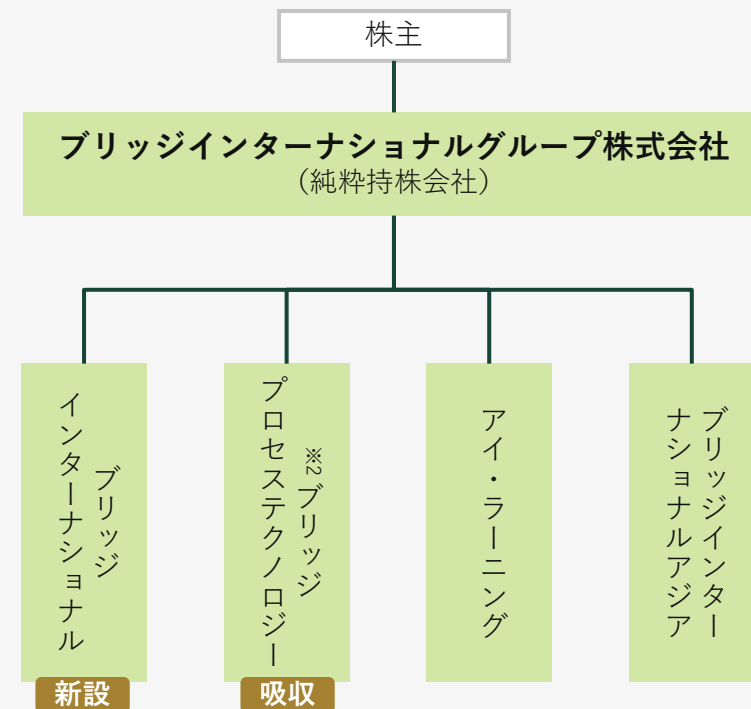
①意思決定の迅速化 ②ガバナンス強化 ③次世代後継人材の育成

### 旧グループ体制



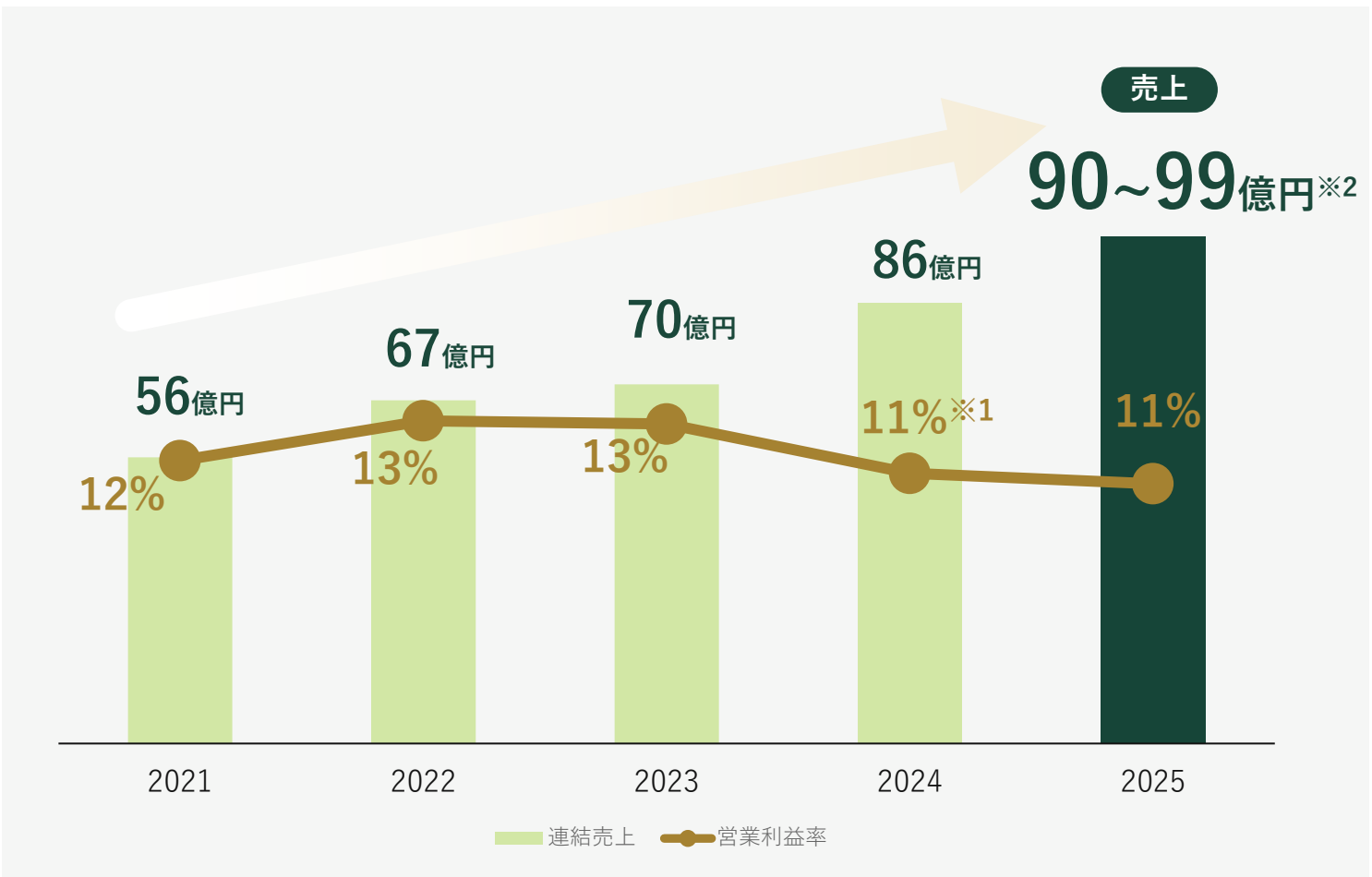
※1 トータルサポートは2025年10月31日付で保有する全株式（51.7%）を譲渡しました

### 新グループ体制（2025/10/1~）



※2 ClieXito（クライエクシート）は2025年3月1日付でブリッジプロセステクノロジーへ商号変更しました

持株会社への移行に伴う費用増加を予定しているが、昨年同等の利益率は維持。  
体制整備の完了に伴い、26年中盤以降、利益率は段階的に改善する見込み



※1 24年は2BCの吸収合併およびトータルサポートの買収にかかる費用増によるもの  
※2 25年の通期着地見込みはトータルサポートの株式譲渡による第4四半期の売上高の下方修正を反映済み

体制移行に伴う一時的な費用について

2025年に以下の費用が発生する見込み  
現時点では費用の全体像および利益への影響度は未確定な要素も含む

【主な一時費用】

| 費目     | 内容                           | 概算 (百万円) |
|--------|------------------------------|----------|
| 人件費・採用 | 内部統制、子会社管理人材の採用              | 16       |
| 業務委託費  | 組織再編アドバイザー<br>法務・会計支援、内部統制構築 | 45       |
| システム関連 | 会計、人事、グループ管理基盤               | 13       |
| その他    | Webサイト、ロゴ、オフィス事務<br>関連       | 11       |
|        | 計                            | 85       |

一部費用は2024年末より発生しており、2026年中頃まで継続する見込み

# 05. 2025年12月期 決算見通し

トータルサポートの株式譲渡に伴い、同社の第4四半期の売上・利益を除いた通期業績見通しへ修正  
(トータルサポートの第4四半期を除けば、期初計画から変更なし)

| (単位：百万円)            | FY2024<br>実績 | FY2025<br>期首予想レンジ |   | 前期比<br>下限～上限 | FY2025<br>修正予想レンジ |       | 期首予想比 | 前期比<br>下限～上限 | 年間進捗          |                 |       |       |
|---------------------|--------------|-------------------|---|--------------|-------------------|-------|-------|--------------|---------------|-----------------|-------|-------|
|                     |              |                   |   |              |                   |       |       |              | 下限            | 上限              |       |       |
| 売上高                 | 8,615        | 9,477             | － | 10,338       | 110.0％ - 120.0％   | 9,027 | －     | 9,858        | 95.3％ - 95.4％ | 104.8％ - 114.4％ | 75.2％ | 68.8％ |
| 売上総利益               | 2,846        | 3,041             | － | 3,318        | 106.9％ - 116.6％   | 2,897 | －     | 3,163        | 95.3％ - 95.4％ | 101.8％ - 111.1％ | 76.8％ | 70.3％ |
| 営業利益                | 950          | 1,002             | － | 1,094        | 105.5％ - 115.2％   | 967   | －     | 1,053        | 96.5％ - 96.3％ | 101.9％ - 110.9％ | 76.7％ | 70.5％ |
| 経常利益                | 998          | 1,002             | － | 1,094        | 100.4％ - 109.6％   | 967   | －     | 1,053        | 96.5％ - 96.3％ | 97.0％ - 105.6％  | 77.2％ | 70.9％ |
| 親会社株式に帰属する<br>当期純利益 | 661          | 631               | － | 688          | 95.5％ - 104.1％    | 588   | －     | 642          | 93.2％ - 93.3％ | 88.9％ - 97.0％   | 79.8％ | 73.1％ |

インサイドセールスアウトソーシング事業、研修事業は期首予想から修正なし。

プロセス・テクノロジー事業は、トータルサポートの株式譲渡に伴い同社の第4四半期の売上・利益を除いた通期見通しへ修正

| (単位：百万円)            |       | FY2024<br>実績 | FY2025<br>期初予想レンジ | 前期比<br>下限～上限    |
|---------------------|-------|--------------|-------------------|-----------------|
| インサイドセールスアウトソーシング事業 |       |              |                   |                 |
| 売上高                 | 4,526 | 4,752        | 5,178             | 105.0% - 114.4% |
| セグメント利益             | 674   | 559          | 609               | 83.0% - 90.4%   |
| セグメント利益率            | 14.9% | 11.8%        | 11.8%             | -               |
| プロセス・テクノロジー事業       |       |              |                   |                 |
| 売上高                 | 1,798 | 2,306        | 2,513             | 128.3% - 139.8% |
| セグメント利益             | ▲19   | 123          | 134               | -               |
| セグメント利益率            | ▲1.1% | 5.4%         | 5.4%              | -               |
| 研修事業                |       |              |                   |                 |
| 売上高                 | 2,290 | 2,432        | 2,651             | 106.2% - 115.8% |
| セグメント利益             | 294   | 322          | 351               | 109.5% - 119.4% |
| セグメント利益率            | 12.9% | 13.3%        | 13.3%             | -               |

| FY2025<br>修正予想レンジ |   | 期首予想比<br>下限～上限 | 前期比<br>下限～上限  | 年間進捗<br>下限 上限   |             |
|-------------------|---|----------------|---------------|-----------------|-------------|
| 変更なし              |   |                |               | 72.9%           | 66.9%       |
| 変更なし              |   |                |               | 75.0%           | 68.8%       |
|                   |   |                |               |                 |             |
| 1,856             | - | 2,033          | 80.5% - 80.9% | 103.2% - 113.1% | 73.2% 66.9% |
| 88                | - | 94             | 71.7% - 70.4% | -               | 68.2% 63.8% |
| 4.8%              | - | 4.7%           | -             | -               |             |
| 変更なし              |   |                |               | 80.6%           | 73.9%       |
| 変更なし              |   |                |               | 80.9%           | 74.2%       |

## 06. 中期経営計画

|      |                                                                                      |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ  | デジタル活用を促進・定着させ、B2B企業の売上向上・顧客経験改善に貢献する                                                |
| 重点事項 | <b>インサイドセールスアウトソーシング事業</b><br>テクノロジーを活用した付加価値向上および生産性向上。また品質、エンゲージメント向上に向けた人事・評価制度刷新 |
|      | <b>プロセス・テクノロジー事業</b><br>企業の売上成長モデルの構築・実行を支援 ための新サービス強化および体制構築を実行                     |
|      | <b>研修事業</b><br>強みである新人研修を起点にしたサービス拡販。一人当たり生産性の向上                                     |

全社目標※（2026年12月期）

|       |       |        |        |
|-------|-------|--------|--------|
| 売上高   | 110億円 | PER    | 18倍以上  |
| 営業利益  | 13億円  | 自己資本比率 | 70%以上  |
| 営業利益率 | 12%以上 | DOE    | 8.0%以上 |
| ROE   | 16%以上 |        |        |

セグメントKPI

|                                                                                                              |                                                                                                        |                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|  インサイドセールス<br>アウトソーシング事業 |  プロセス・テクノロジー<br>事業 |  研修事業 |
| インサイド<br>セールスレップ離職率                                                                                          | 事業体制                                                                                                   | 年間3テーマ以上<br>受講企業数                                                                         |
| 10%未満                                                                                                        | 77名                                                                                                    | 180社                                                                                      |

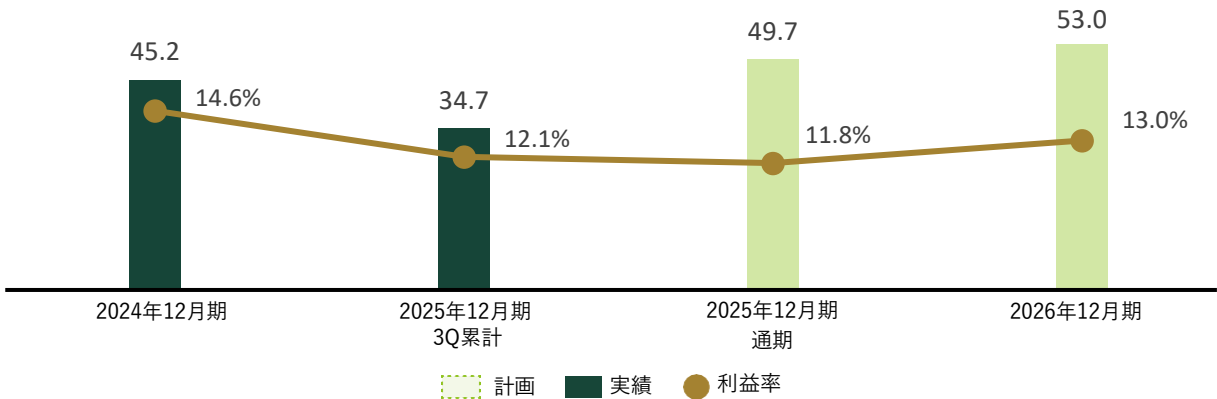
※2025年3月作成時の目標であり、トータルサポート株式会社（2025年12月期第3四半期累計売上7.6億円、営業利益7百万円）の株式譲渡に伴う業績の影響は考慮していない。

POINT

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

IT・金融業界の注力し、26年売上目標を  
当初計画から4億円上方修正を目指す

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** デジタル活用の取り組みが加速、融資以外の収益源確率に向け、インサイドセールスが有効な手段となっている

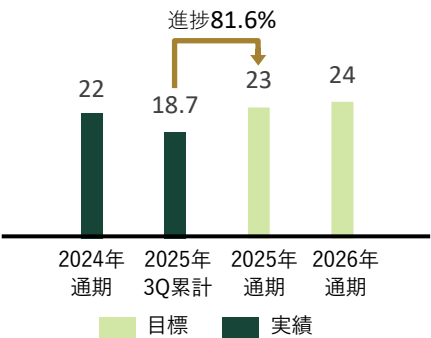
注力KPI インサイドセールスレップ離職率

能力開発や人事制度、評価制度見直しプログラムにより

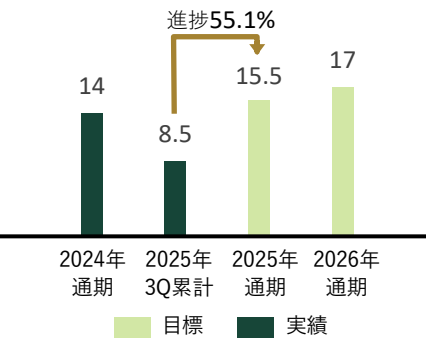
2024年は大幅に離職率が改善。

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

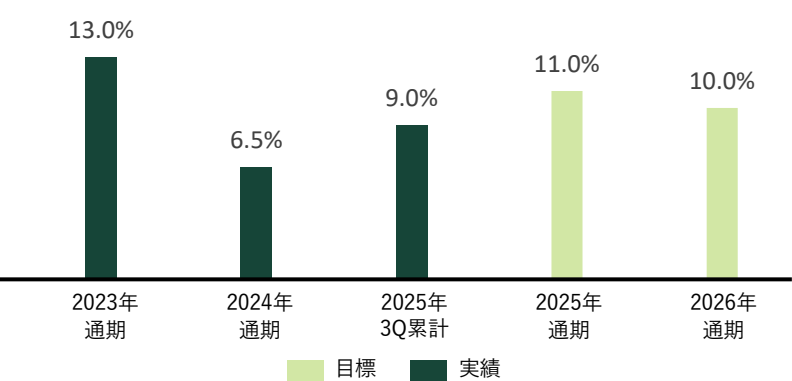
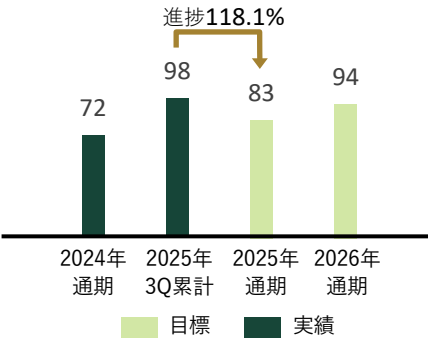
外資IT (単位：億円)



国内IT (単位：億円)



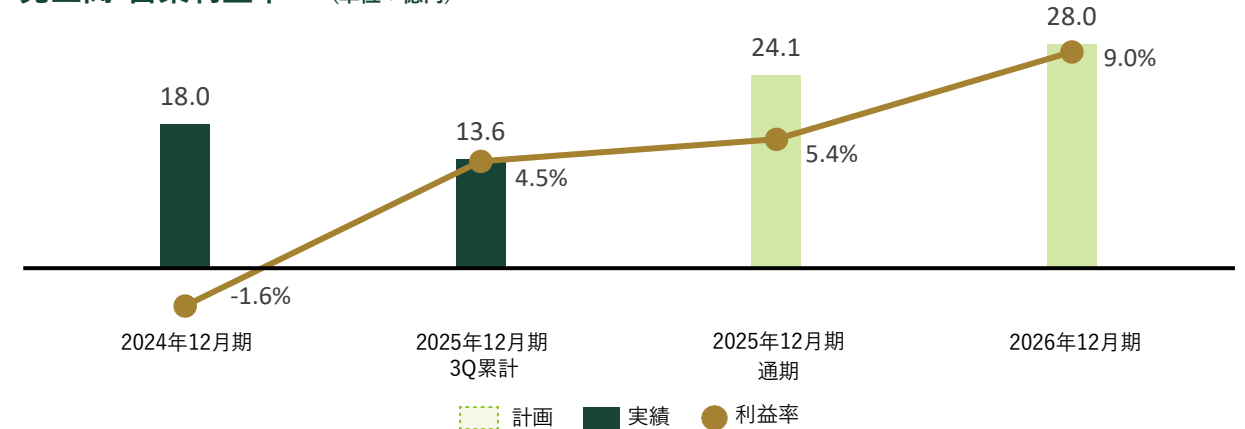
金融業界 (単位：百万円)



## POINT

売上成長モデル改革をはじめとする成長領域へ経営資源をシフトし目標達成を目指す

売上高・営業利益率※（単位：億円）



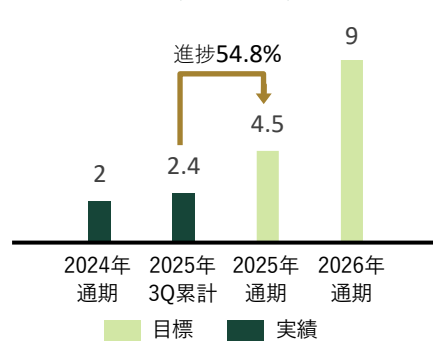
## 成長領域、既存領域の売上推移

**成長領域** 売上成長モデル改革支援、SEA※ビジネス、オペレーション支援を成長領域と位置付け、2026年までに売上9億円を目指す

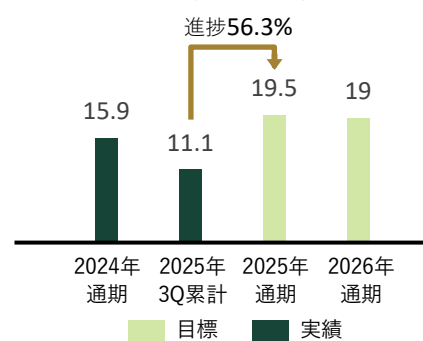
※Sales Engagement Appsの略称で、メール・通話・商談など、営業と顧客のやり取りを一元管理し、生産性を高めるアプリ群

**既存領域** CRM・SFAの開発は高収益顧客に集中し、一部リソースは成長領域にシフト

成長領域（単位：億円）

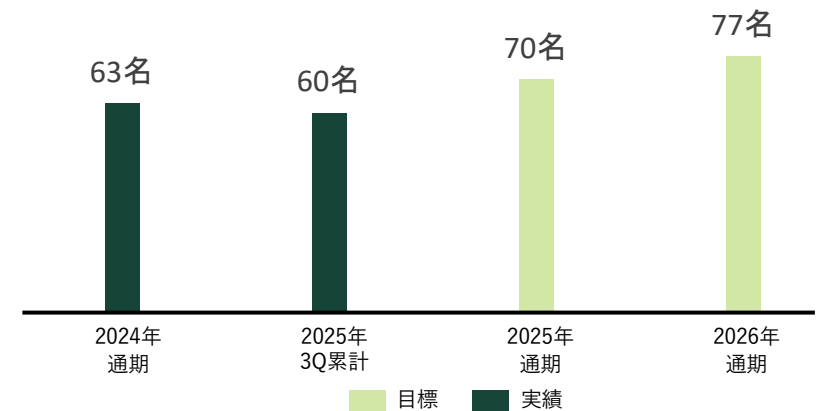


既存領域（単位：億円）



## 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



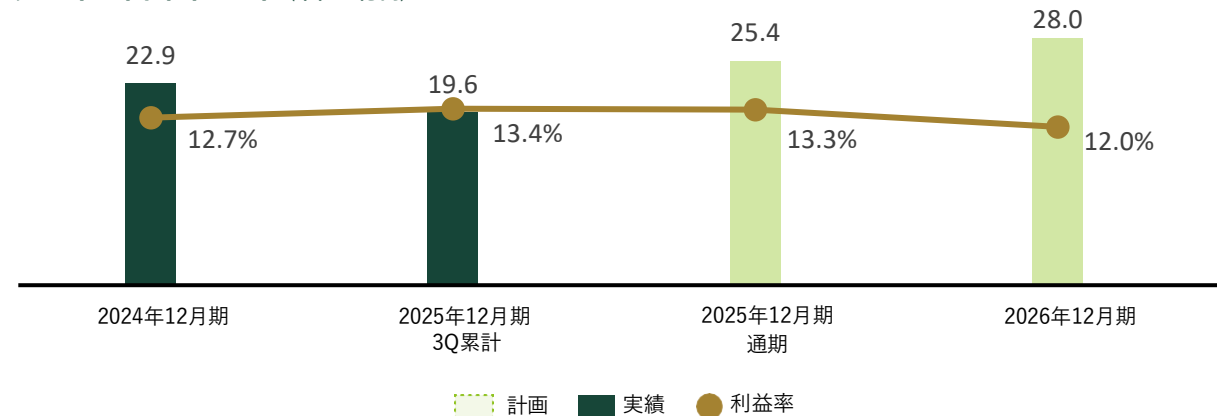
※2025年3月作成時の目標であり、トータルサポート株式会社（2025年12月期第3四半期累計売上7.6億円、営業利益7百万円）の株式譲渡に伴う業績の影響は考慮していない。

## POINT

新人研修を起点にソリューションを  
広げていく戦略に原点回帰し成長へつなげる

市場成長率よりも高い成長を続けているが、  
事業進捗を踏まえ、26年売上目標32⇒28億円へ

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

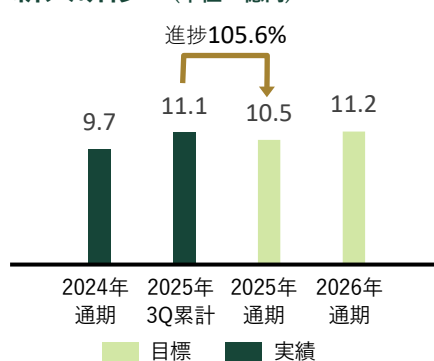
### 新人研修

これまでの成長ドライバーであり、年間売上高の4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

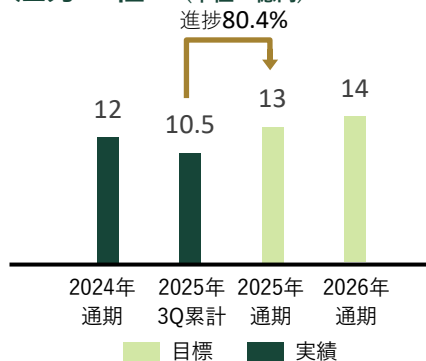
### 注力43社

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

新人研修 (単位: 億円)

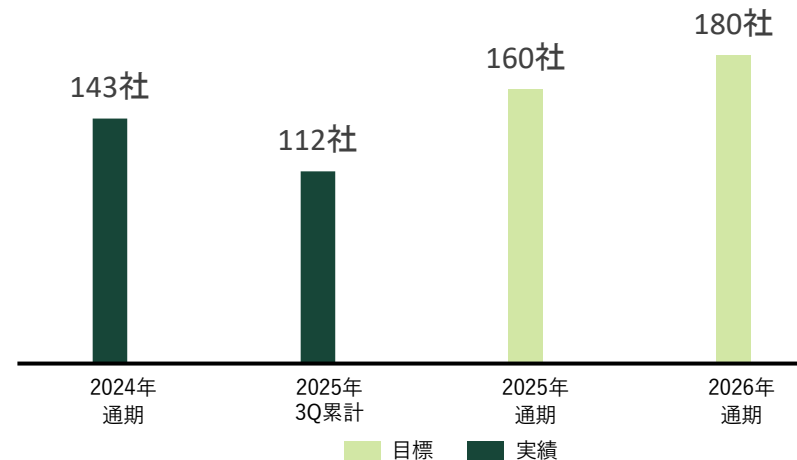


注力43社 (単位: 億円)



## 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向上につなげる

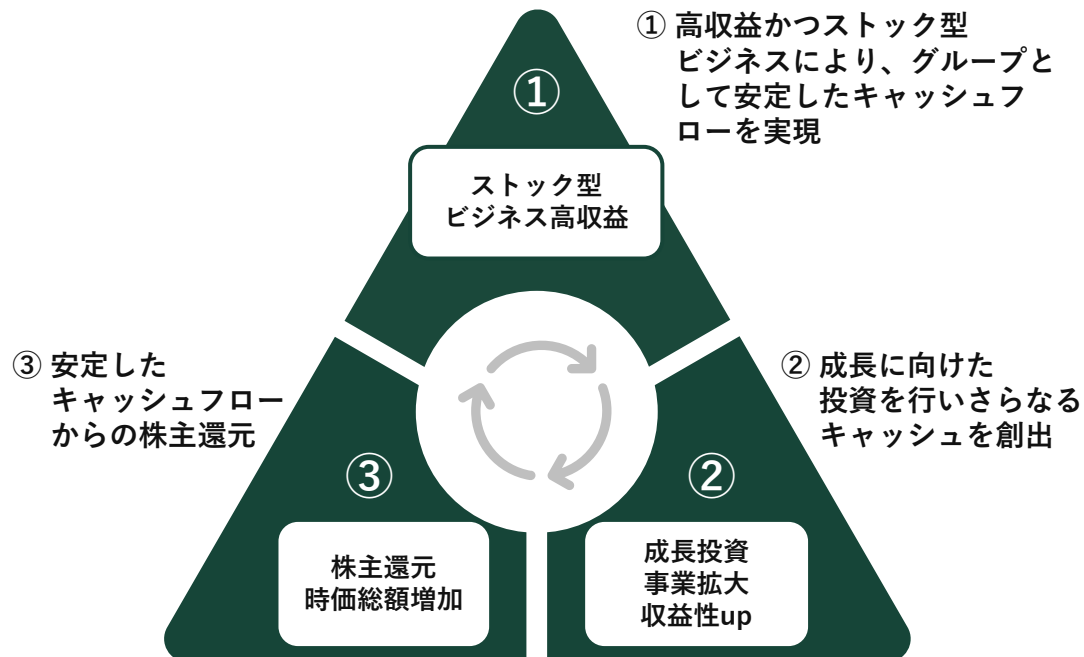


## 07. 株主還元策の強化と財務目標

2025年12月期の1株当たり配当金を従来の35円（2024年12月期年額配当※）

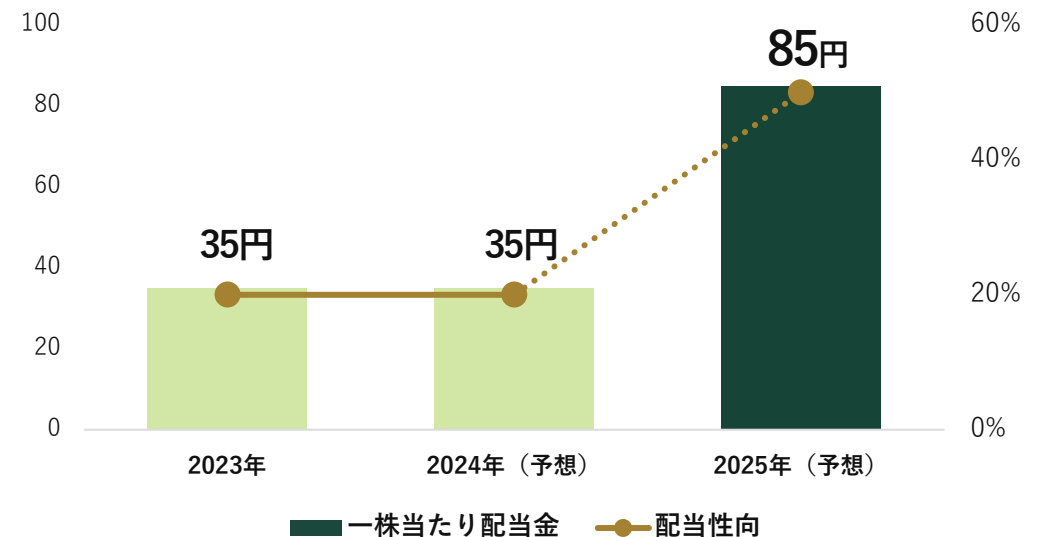
から85円へと大幅に増額予定。配当性向は**50%以上**を目指す

## 高収益かつストック型ビジネスによる キャッシュの循環



## 配当方針について

- 2025 年12月期1株当たり配当金を85円へ大幅増額予定
- 配当性向を50%以上とする方針を掲げ、安定した配当を目指す
- 累進配当を導入し、安心して保有いただける株主環境を目指す



※2024年12月期中間配当17.5円/1株、期末配当17.5円/1株

グループの更なる企業価値アップに向けて、  
資本効率向上を意識した財務戦略を再検討し、新たに「6つのKPI」を設定

2025年 財務KPI

|              |       |          |
|--------------|-------|----------|
| 売上高<br>(レンジ) | 上限    | 9,858百万円 |
|              | 下限    | 9,027百万円 |
|              | 24年実績 | 8,615百万円 |

|     |             |
|-----|-------------|
| ROE | 16%以上       |
|     | 24年12月末 15% |

|            |               |
|------------|---------------|
| 自己資本<br>比率 | 70%以上維持       |
|            | 24年12月末 72.9% |

|               |       |          |
|---------------|-------|----------|
| 営業利益<br>(レンジ) | 上限    | 1,053百万円 |
|               | 下限    | 967百万円   |
|               | 24年実績 | 950百万円   |

|     |              |
|-----|--------------|
| PER | 18倍以上        |
|     | 24年12月末 8.2倍 |

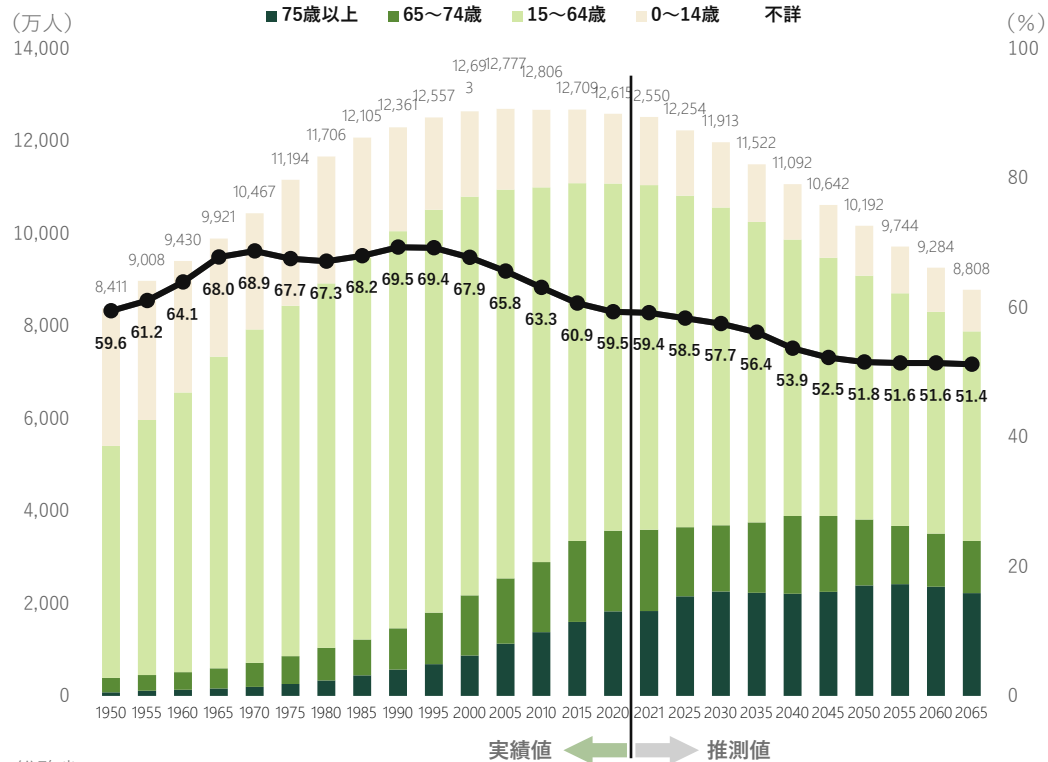
|     |              |
|-----|--------------|
| DOE | 8.0%以上       |
|     | 24年12月末 3.0% |

# 08. Appendix

- 市場環境

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

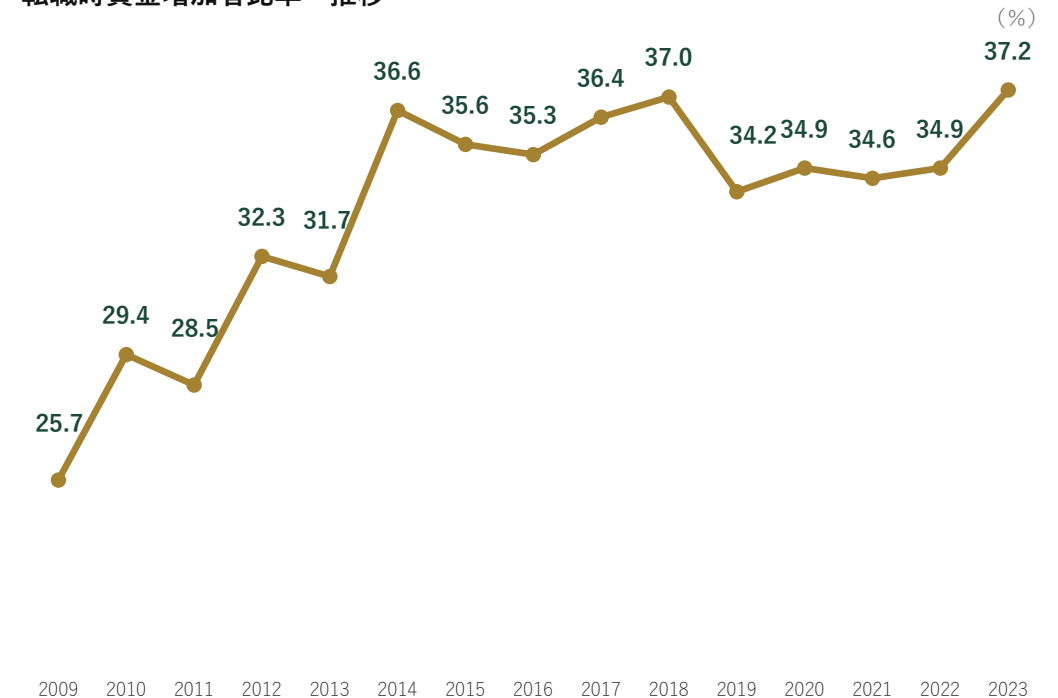
### 減少の一途をたどる生産年齢人口



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

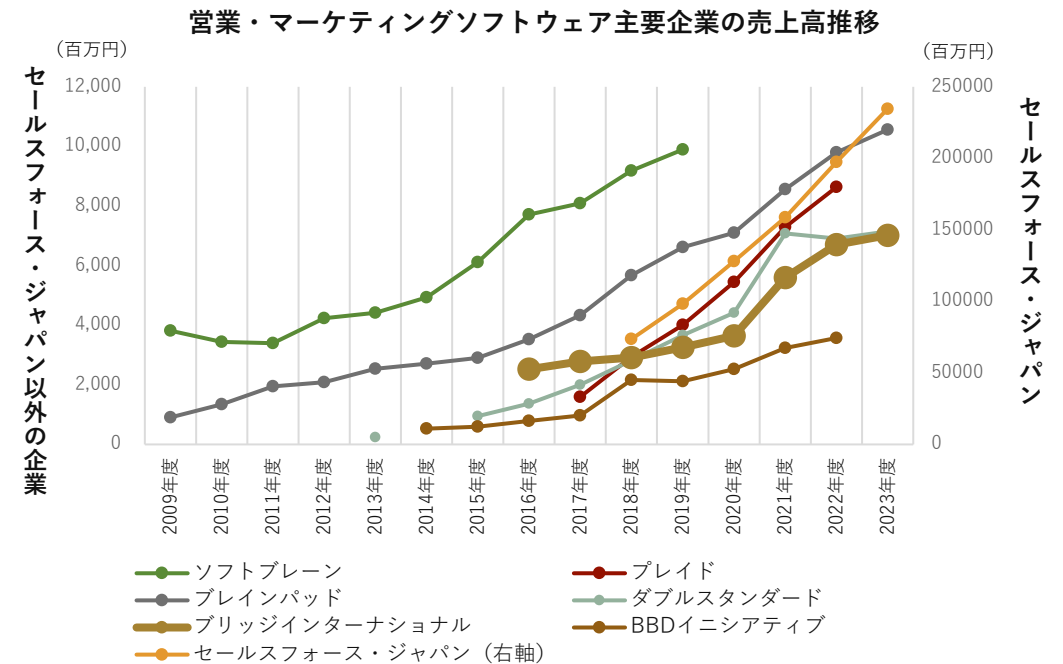
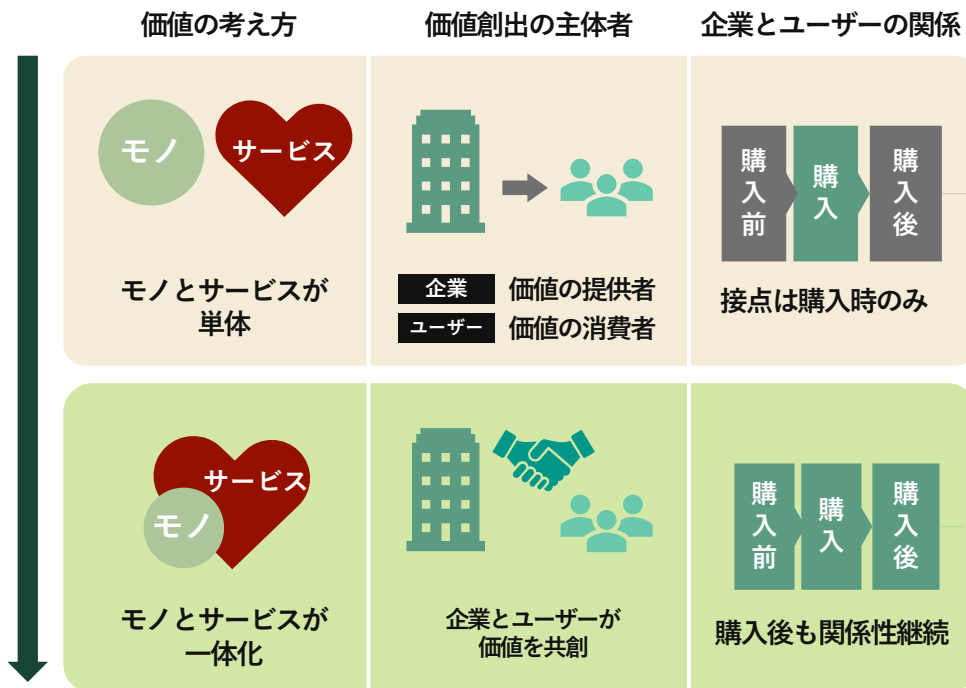


厚生労働省(2024) 令和5年雇用動向調査結果

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  
2029年に3,460億円に達する見込み

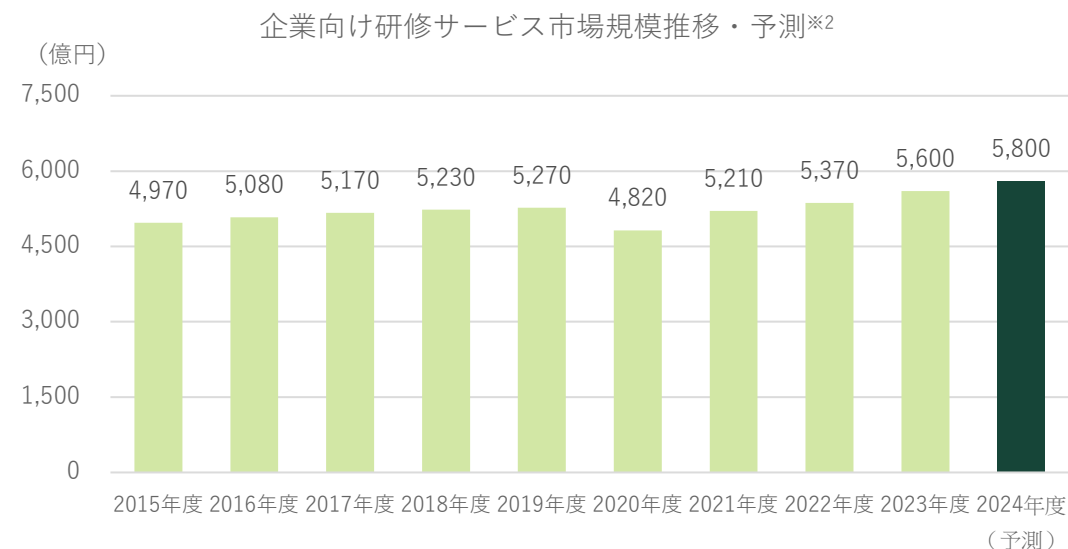


「経済予測AI xenoBrainによる業界予測レポート」

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

23年度の企業向け研修サービス市場は前年度比4.3%増の5,600億円、24年度は同3.6%増の5,800億円と予測※1



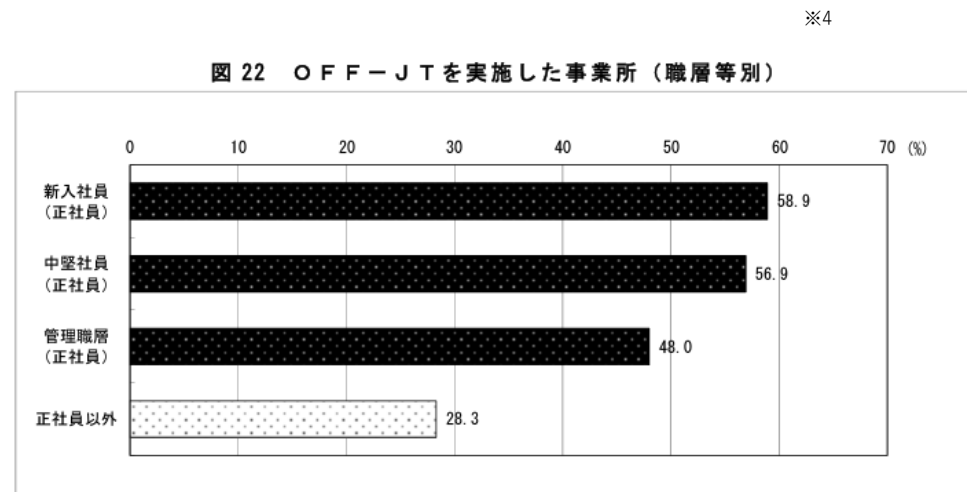
注1:事業者売上高ベース

注2:2024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(2024年)」(2024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)

## 08. Appendix

- ・ サービスメニュー
- ・ 事例紹介
- ・ 豊富な顧客基盤

| 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                                  |                                                 |                                                  |  |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--|
| コンサルティング | 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<br>詳細設計/伴走支援                                                                                         |                                                                      | インサイドセールス<br>詳細設計/伴走支援                                                                                   |                                                       | フィールドセールス<br>詳細設計/伴走支援                              |                                            | カスタマーサクセス<br>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                                                     |                                                                      |                                                                                                          |                                                       |                                                     |                                            |                                                 |                                                  |  |
| アウトソーシング | フィールド                                                                                                        | マーケティング<br>ABM/コミュニケーションシナリオ策定/コンテンツ制作/<br>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<br>SDR/BDR<br>機会醸成/プロファイリング<br>提案/見積/クロージング |                                                     | フィールドセールス<br>提案/見積/クロージング<br>リレーション構築/定期接触 |                                                 | カスタマーサクセス<br>オンボーディング/リテンション<br>アップセル/クロスセル/契約更新 |  |
|          | オペレーション                                                                                                      | 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/レポートニング                           |                                                                                                          |                                                       |                                                     |                                            |                                                 |                                                  |  |
|          | マーケティングOps(MOps)<br>MA運用/WEBサイト運用/データ運用                                                                      |                                                                      | インサイドセールスOps<br>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<br>レポートニング/SEA運用                       |                                            | カスタマーサクセスOps<br>エンゲージメント分析/チャーン分析               |                                                  |  |
| テックスタック  | Rev Tech 選定/導入/活用<br>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<br>MA/WEBアクセス解析/WEBパーソナライゼーション/<br>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<br>SFA/Sales Engagement Apps/デジタルセールススループ/電子契約/<br>フォーキャスティング/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<br>カスタマーサクセス<br>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                                                             |                                                                      |                                                                                                          |                                                       |                                                     |                                            |                                                 |                                                  |  |
| イネーブルメント | マーケティング研修<br>デジタルマーケティング<br>アナリティクス活用                                                                        |                                                                      | インサイドセールス研修<br>インサイドセールス基礎<br>ソリューション・セリング                                                               |                                                       | フィールドセールス研修<br>交渉/問題解決/シナリオ力強化<br>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<br>カスタマーサクセス基礎<br>思考（ラテラル思考）        |                                                  |  |

## 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

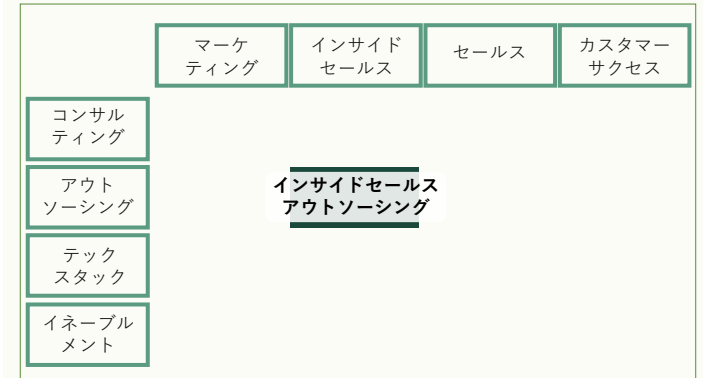
日立ソリューションズが、営業プロセス改革を本格的に取り組むことになった背景には、営業生産性の伸び悩みがありました。営業人員一人あたりの売上高が、低下しないまでも微増の状態が数年続いていたのです。また、当時の営業プロセスは、一部で属人化していたり、また特定の業務が複数部門に分散していたり、といった課題がありました。「この改革の目的は営業生産性を向上させることですから、増員せずに受注高と売上高を伸長させる施策が求められました。その施策の一つが『インサイドセールスを基軸においた営業プロセスの再構築』でした」そう語るのは、同社の構造改革やSFA導入（後にSalesforce全国活用チャンピオン大会で優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

## 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

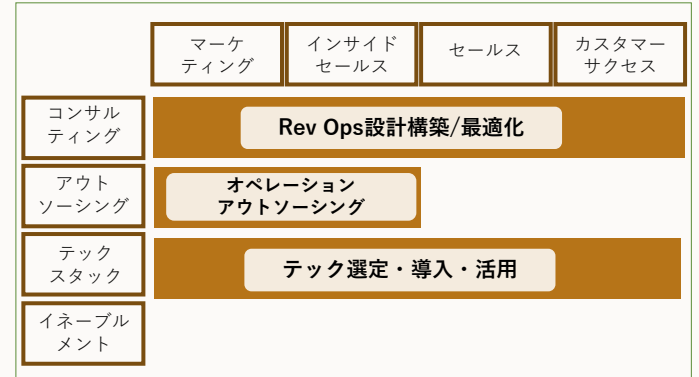
2003年に統合ID管理ツール「LDAP Manager」をリリースして以来、統合ID管理の専門ベンダーとしてビジネスを展開してきたエクスジェン・ネットワークス。この製品は「統合ID管理パッケージ国内出荷本数」で17年連続No.1（外部機関調べ）となっており、数多くの企業の「ID管理に関する課題」を解決してきました。その後も「LDAP Manager」で培ってきたノウハウを活用したIDaaS（クラウド型ID管理サービス）「Extic（エクステック）」を提供。クラウドとオンプレミス双方でのID連携・管理ができる国産IDaaSとして高く評価されており、「ITreview Grid Award 2025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



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 ➤

## 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。

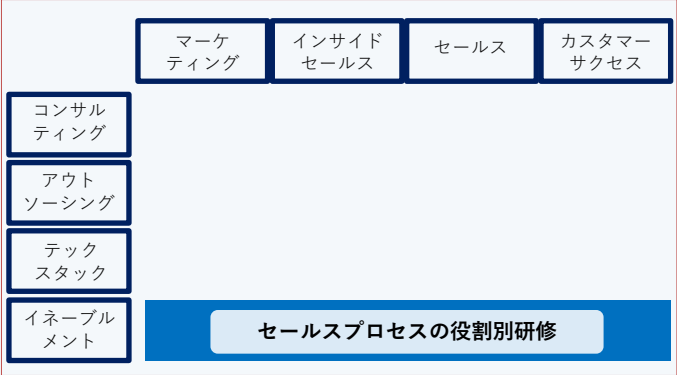
お客様からフィードバックを繰り返しいただきながら継続的な品質向上と最適な「型化」を図ることが、サービスビジネスの加速につながります。そのために、まずお客様と対話の中から適切な課題やニーズを引き出せるケイパビリティを備えたエンジニアをより多く育成することが必要だと考えました。

**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。

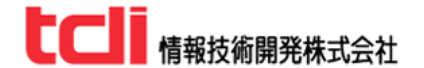
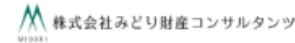
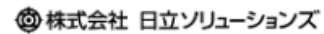
続きはこちら ➡

### ▼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



## 08. Appendix

- ・ 会社概要
- ・ 事業概要

BRIDGEグループは、事業活動を通して社会課題の解決に取り組んでいます

## 地方創生テレワーク

BRIDGEグループでは、日本全国各地でテレワーク社員が活躍しています。結婚や介護のためにUターンしたり、田舎での生活を希望する方々の中には、都心と同様の働き方を求めているものの、転職なしでの移住に高いハードルを感じている方も多くいらっしゃいます。

当社のインサイドセールスは、日本全国どこからでもICTを活用した営業活動を行うことができ、都心と同じように最先端ビジネスに関与できる環境を提供しています。地方の優秀な人材が活躍することで、BRIDGEグループの企業価値向上に貢献しています。

## 日本の営業DXを牽引

経済産業省のDXレポートには、「多くの経営者が将来の成長、競争力強化のために新たなデジタル技術を活用し新しいビジネス・モデルを創出・柔軟に改変するDXの必要性を理解しているものの、実現にはハードルがある」、「2024年以降、最大12兆円／年の経済損失が生じる可能性がある」

「DX人材（ITで何ができるかを理解できる人材）が不足している」と記載されています。

BRIDGEグループでは、営業・マーケティング分野におけるDXの加速に加え、デジタル人材の育成を中核事業に置いています。事業を通じて企業価値向上とともに、社会価値の向上を目指します。

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齡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



代表取締役社長

**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(現任)

## 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



ブ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。大和証券エスエムビ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

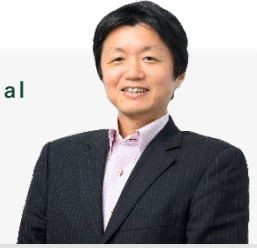
杉山 真理子



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

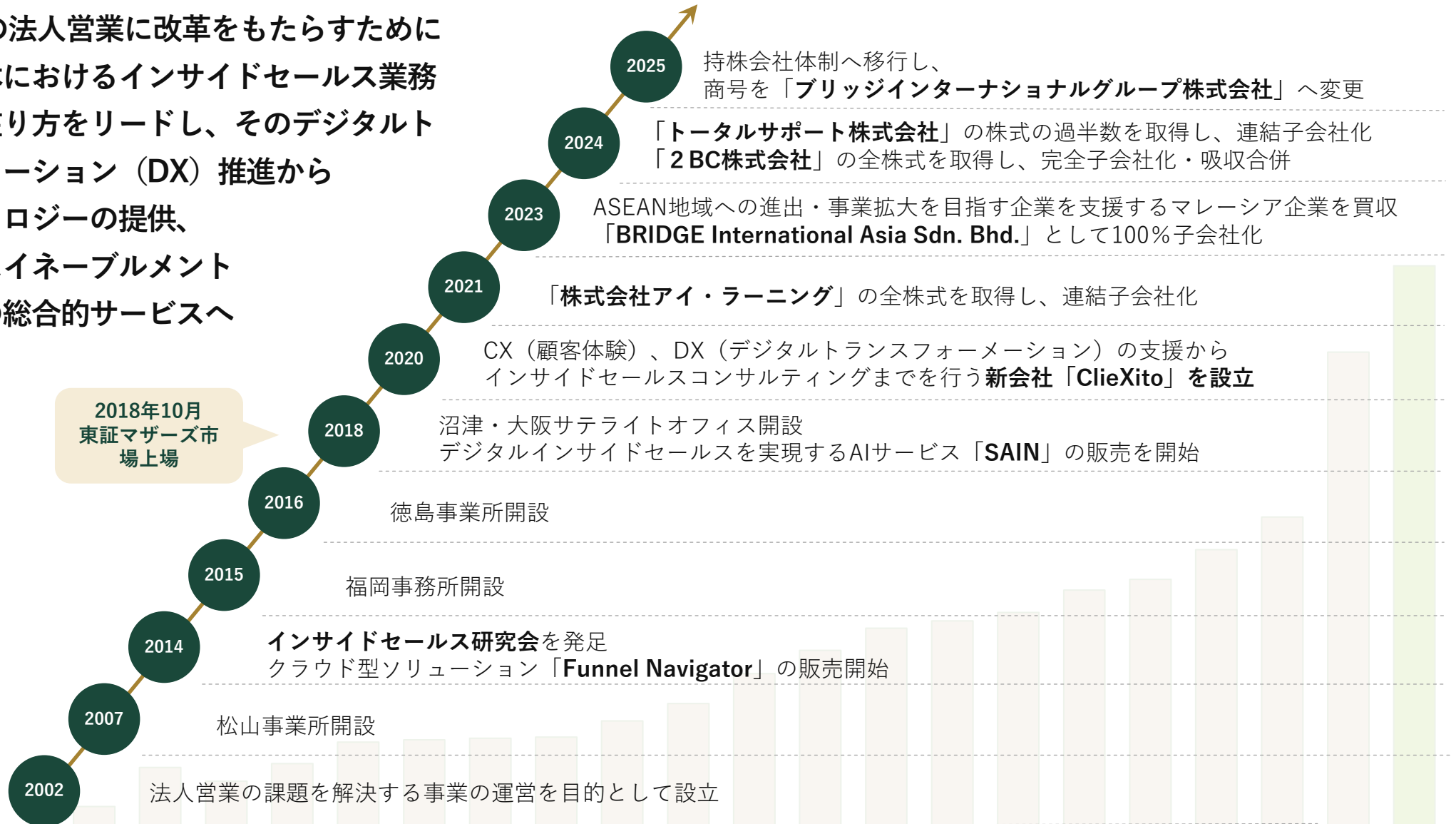
Bridge International  
Asia Sdn Bhd  
代表取締役社長

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、お客さま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   | 2002年1月                                                   |    |    |
| 資本金  | 552,000,000円                                              |    |    |
| 従業員数 | 543名(2025/9末)                                             |    |    |
| 所在地  | 〒154-0004<br>東京都世田谷区太子堂4-1-1<br>キャロットタワー19階               |    |    |
| 代表者  | 代表取締役                                                     | 吉田 | 融正 |
| HP   | <a href="https://bridge-g.com/">https://bridge-g.com/</a> |    |    |

### 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



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 | 36名(2025/9末)                                            |       |  |
| 所在地  | 〒154-0004<br>東京都世田谷区太子堂4-1-1<br>キャロットタワー19階             |       |  |
| 代表者  | 代表取締役                                                   | 吉田 融正 |  |
|      | 代表取締役社長                                                 | 尾花 淳  |  |
|      | 取締役副社長                                                  | 北村 寿雄 |  |
| HP   | <a href="https://cliexit.com/">https://cliexit.com/</a> |       |  |

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 | 82名(2025/9末)                                                        |
| 所在地  | 〒103-0015<br>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   | <a href="https://www.i-learning.jp/">https://www.i-learning.jp/</a> |

主要サービス

| 研修形態    | コ<br>ン<br>テ<br>ン<br>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 |



- 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。