



2024年5月27日

各位

会社名 ブリッジインターナショナル株式会社
代表者名 代表取締役社長 吉田 融正
(コード番号：7039 東証グロース)
取締役専務執行役員
問合せ先 経営企画本部長 八木 敏英
(TEL. 03-5787-3030)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2024年12月期を初年度とする3か年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。また、あわせて報告セグメントの名称変更について2024年5月27日開催の取締役会において決議いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画

(1) 中期経営計画策定の背景

生成AIの台頭や人材不足などの外部環境の変化に伴い、当社グループの顧客であるB2Bビジネスを展開する企業は、さらなる成長と生産性向上を両立するためにデジタルを活用した「ビジネスモデル改革」や「成長戦略」の達成が求められています。こうした変化に対応するため、当社グループは営業・マーケティング領域における強み・グループ成長方針・注力領域を再定義し、2024年から2026年までの中期経営計画を策定いたしました。

(2) グループ成長方針

当社グループはB2B企業の売上成長に向けた改革を支援するEnd to Endのサービスを提供しています。これにより、デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーション^{※1}の統合を実現することで、B2B企業の売上向上と顧客経営改善に貢献することを目指しています。

今回策定した中期経営計画では、主に以下2つの事業ドメインに注力します。

① 顧客の成長戦略を実現する売上成長モデルの構築・実行・定着

② 市場と顧客の変化に対応できるデジタルの民主化を推進^{※2}

これまでに培った B2B 企業支援の豊富な経験、実績を活かし、営業・マーケティング領域におけるトータルソリューションをさらに強化してまいります。

※1 レベニュープロセス・オペレーションとは、企業の売上を生み出す一連の活動やプロセスと、それを支えるための技術、ツール、データの組み合わせを提供する仕組みのことです。

※2 デジタルの民主化とは、全社員がデジタル技術を使いこなし、ビジネスに活用できる環境を整えることです。

(3) 2026 年 12 月期 経営目標

(単位：百万円)

| | 2023 年 12 月期 実績 | 2024 年 12 月期 業績予想 | 2025 年 12 月期 計画 | 2026 年 12 月期 計画 | CAGR (年平均成長率) |
|------|--------------------|----------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| 売上 | 7,020 | 8,842 | 10,000 | 11,000 | 16.1% |
| 営業利益 | 913 | 947 | 1,070 | 1,200 | 9.5% |

2. セグメントの名称変更

(1) 変更の理由

当社グループの報告セグメントはこれまで「インサイドセールスアウトソーシング事業」、「C&S事業」、「研修事業」で構成しておりました。一方、本日公表いたしました「事業計画及び成長可能性に関する事項 中期経営計画 2024～2026年」におきまして、中期経営計画の実現を通じて、当該事業が顧客に提供するサービスを具体的に表すため、「C&S事業」を「プロセス・テクノロジー事業」に名称を変更することといたしました。

(2) 変更の内容（変更箇所は下線部）

| 旧セグメント名称 | 新セグメント名称 |
|---------------------|----------------------|
| C&S事業 | <u>プロセス・テクノロジー事業</u> |
| インサイドセールスアウトソーシング事業 | (変更なし) |
| 研修事業 | (変更なし) |

※名称の変更であり、報告セグメントの区分方法に変更はございません。

(3) 変更の時期

2024年12月期第2四半期決算より、新セグメント名称に変更いたします。

中期経営計画の詳細につきましては、添付の事業計画及び成長可能性に関する事項をご参照ください。

以上

事業計画及び成長可能性に関する事項 中期経営計画 2024年～2026年

ブリッジインターナショナル株式会社
東証グロース（証券コード：7039）

01. グループ戦略
02. 事業別 成長の方向性
03. 事業環境・リスク情報
04. グループ会社概要



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

～デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーション※の統合を実現することでB2B企業の売上向上・顧客経験改善に貢献する～

BRIDGE
GROUP

 ClieXito
[クライエグシット]

i-Learning



Bridge International Asia Sdn Bhd

※企業の売上を生み出す一連の活動やプロセスと、それを支えるための技術、ツール、データの組み合わせを提供する仕組み

A photograph of a business meeting in a modern office. Several people in suits are gathered around a glass table. One person is using a laptop, while others are pointing at the screen or looking at documents. The scene is dimly lit with a blueish tint. The text 'グループ戦略' is overlaid in white on the left side of the image.

グループ戦略

外部環境の変化に伴い、B2Bビジネスを展開する企業は、
成熟化する市場における更なる成長と生産性向上の両立の為に
デジタルを活用した「ビジネスモデル改革」「成長戦略」の達成が求められる。

外部環境変化



- 生産年齢人口の減少
- 人材ミスマッチ



- インフレの進行
- 人件費の高騰・高止まり



- CX（顧客体験）のDXは普及段階に



- オンラインでのデジタル購買へシフト



- 顧客データ活用とプライバシー保護の強化



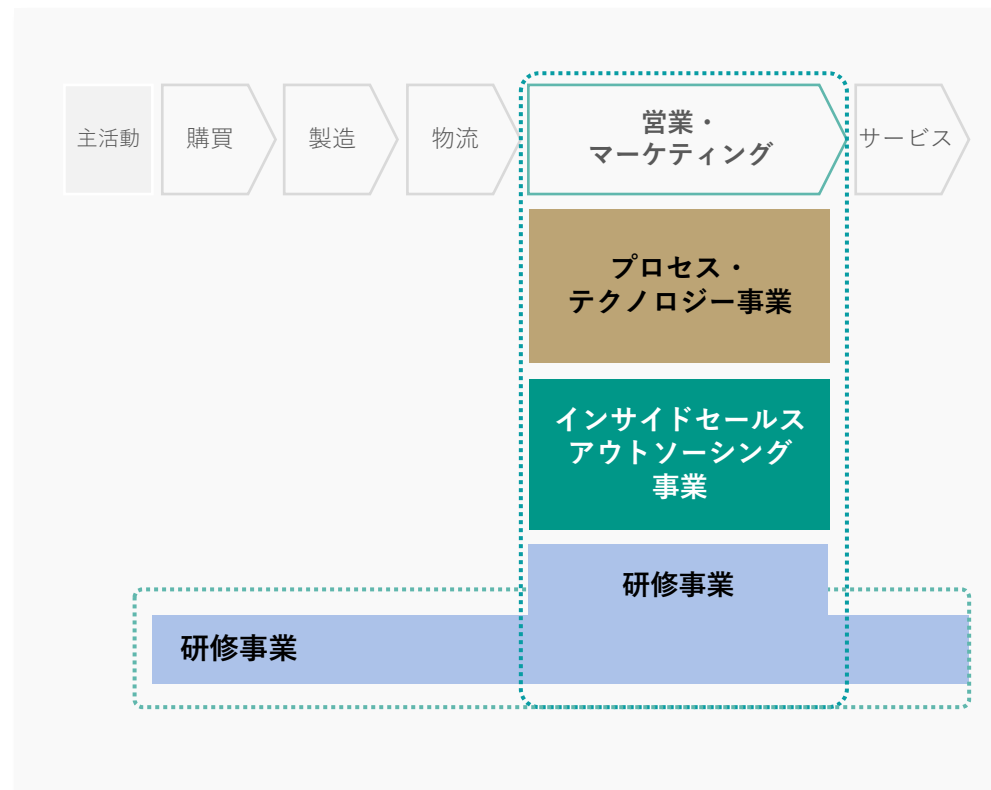
- 生成AIやマーケティングテクノロジーの進展

B2B企業支援の豊富な経験、実績を強みに
コンサルティングから、システム構築、リソース提供、人材育成まで
営業・マーケティング領域におけるトータルソリューションの提供が可能。

B2B企業支援の豊富な実績

- インサイドセールスアウトソーシングの先駆者として、**300社以上のIT企業を中心とするB2B企業のレベニュープロセス^{※1}改革を推進**
- **レベニューオペレーション^{※2}領域における顧客理解のニーズとAIなど最新のテクノロジーを組み合わせる先進的な自社プロダクト開発を行ってきた専門知識**
- Salesforce.comなどグローバルのデファクトスタンダードとなるアプリケーションリーダーのパートナーとして、レベニュープロセスの全体最適と拡大を図るインテグレーションの**10年以上に渡る継続支援の実績**
- IBMの社内教育を起源とし、**30年以上にわたるテクノロジーの活用、浸透に向けた研修を2,000社以上の企業に提供**

B2B企業のバリューチェーンにおけるフォーカス領域



※1 レベニュープロセス 企業の売上を生み出す一連の活動やプロセス。マーケティング、インサイドセールス、営業、カスタマーサクセスなどが含まれる。

※2 レベニューオペレーション 売上成長を支えるためのプロセス、技術、ツール、データの組み合わせを提供する仕組み。マーケティング、インサイドセールス、営業、カスタマーサクセスの連携を強化し、売上を最大化する。

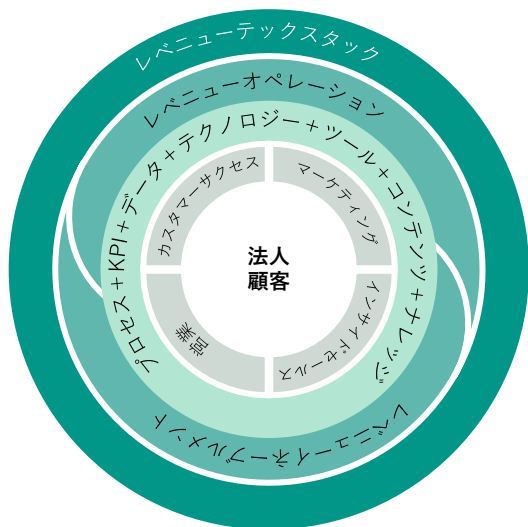
B2B企業の売上成長に向けた改革を支援するEnd to End のサービスを提供

～デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーションの統合を実現することでB2B企業の売上向上・顧客経験改善に貢献する～

01

顧客の成長戦略を実現する 売上成長モデルの構築・実行・定着

- 組織横断での協業体制を構築するレベニュープロセスの統合・実践
- デジタルを最大限に活用するレベニューテックスタック※1・オペレーションの構築・最適化
- デジタルを活用し、売上拡大を実践するケイパビリティを獲得するレベニューイネーブルメント※2の実現



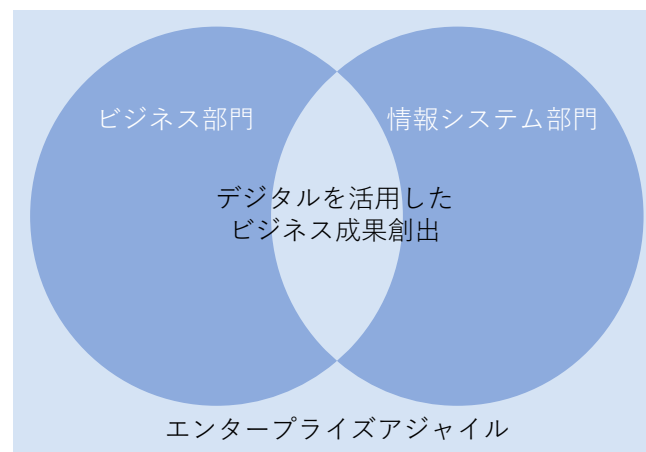
※1 レベニューテックスタック
売上成長を支援するための技術ツール
やプラットフォームのセット。CRM、
マーケティングオートメーション、
データ分析ツールなどが含まれる。

※2 レベニューイネーブルメント
売上を拡大するために必要なスキルや
能力を企業内に定着させ、一貫した顧
客経験を提供できる支援を行う仕組み。

02

市場と顧客の変化に対応できる デジタルの民主化を推進

- ビジネス部門のデジタル活用に向けたスキル獲得
- 情報システム部門がビジネスに貢献する改革を推進するための意識改革とスキル獲得
- 全社レベルでのアジャイル体制（変化に迅速に対応できる柔軟な組織運営方法）を定着



スキル+意識の改革

01

顧客の成長戦略を実現する 売上成長モデルの構築・実行・定着

売上成長モデルを実行・定着させることで、B2B企業の成長戦略達成とROI向上を実現する。

B2B企業における課題

- 見込み顧客の発掘から既存顧客への拡大において、組織がサイロ化し、売上拡大のプロセス分断が発生
- 情報システム部門とビジネス部門の連携が滞り、テクノロジーが市場変化に対応できていない
- データ統合を前提としないアプリケーション選定・構築がデータドリブンでの意思決定やAIの活用促進、ワークフロー自動化の妨げとなっている
- 新たな成長戦略に伴うデジタルチャネルを活用した営業手法が確立されていない/スキル強化が求められる

売上成長モデルの構築・実行・定着が求められる

End to Endのプロセス・KPIの統合と実行

デジタル活用に向けたオペレーションの統合

データを効果的に活用できるテクノロジー選定・構築

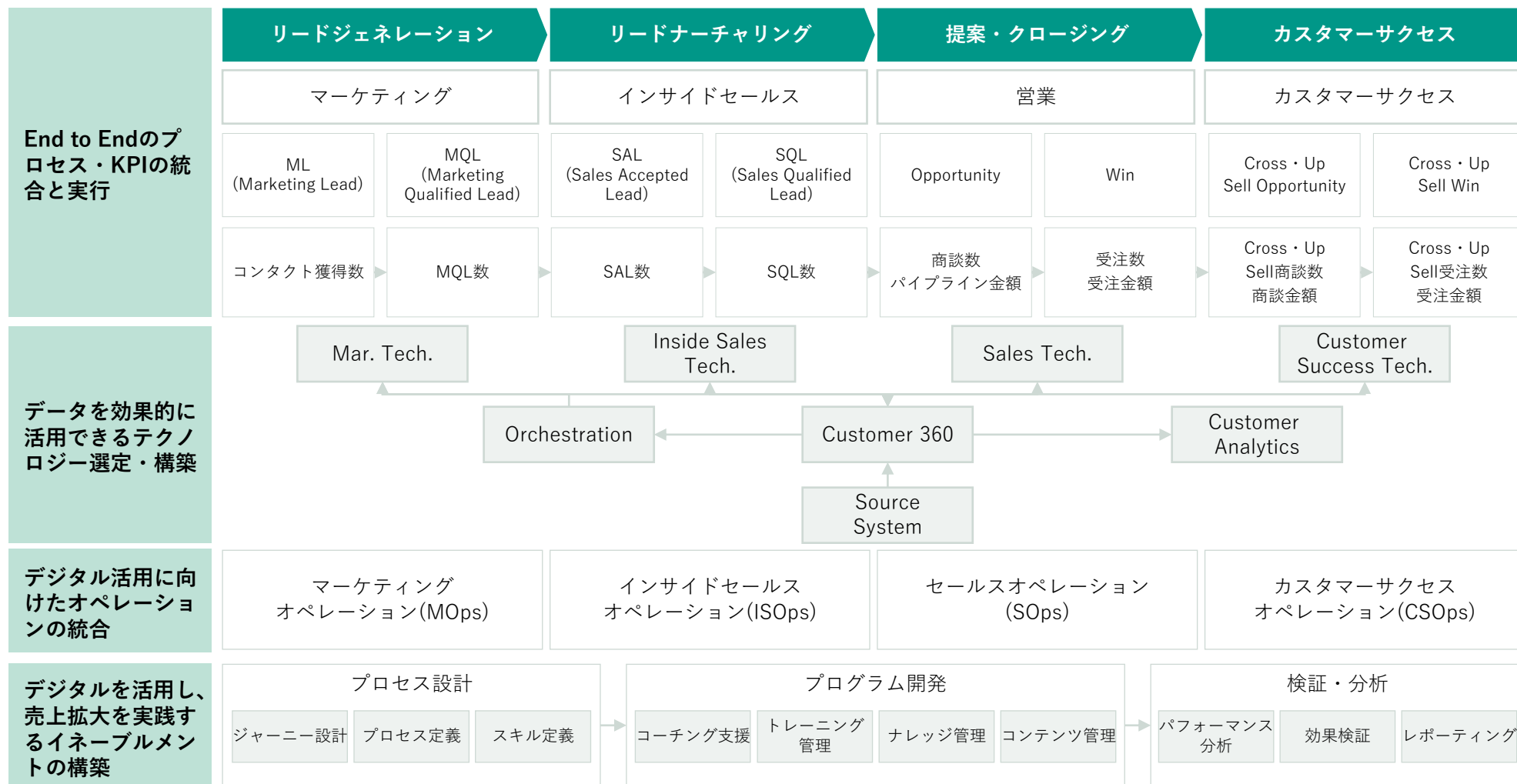
デジタルを活用し、売上拡大を実践する
イネーブルメントの構築

参考：Gartner®による見通し

- 2026年までに、B2B営業組織の65%が、ワークフロー、データ、分析を統合するテクノロジーを使用して、直感に基づく意思決定からデータ主導の意思決定に移行します。
- 2025年までに、サプライヤーとバイヤー間のB2B営業の80%がデジタルチャネルで行われるようになる。 Gartner®, Market Guide for Revenue Enablement Platforms, Melissa Hilbert et al., 14 August 2023
- 2025年までに、B2Bの売り手と買い手のやり取りの70%が記録または分析され、AI/MLと自然言語処理 (NLP) を使用して競合、取引、市場に関するインサイトが抽出されるようになる。
- 2025年までに、B2B営業組織の75%が、従来のセールスプレイブックをAIガイドによる営業ソリューションに置き換える。

Gartner®, Market Guide for Revenue Intelligence Platforms, Steve Rietberg et al., 16 January 2023
GARTNERは、Gartner Inc.または関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.

クライアントの持続可能な売上成長の実現に向け、4つの領域において構築と実行を推進する。



02

市場と顧客の変化に対応できる
デジタルの民主化※を推進

※デジタルの民主化
全社員がデジタル技術を使いこなし、ビジネスに活用できる環境を整えること。

デジタルの民主化を推進し、DXを実現することで、
イノベーションの促進、顧客体験の改善、生産性の向上を実現する。

B2B企業における課題

- ビジネス部門の技術力向上：ビジネス部門のスタッフが**技術ソリューションを自ら実装する能力**を持つ必要がある。
- 技術部門のビジネス貢献の意識向上：技術部門がビジネスニーズを理解し、**ビジネス部門と協力して**効率的なソリューションを提供することが求められる。
- 市場と顧客の変化に対応するアジャイルエンタープライズの実現：アジャイルなアプローチを企業全体に浸透させるためには、**組織の文化やプロセスを見直し、柔軟性と迅速な意思決定を促進**する必要がある。

役割に応じたスキルを獲得することで、DXを実現

DXイノベーター

新しいデジタル技術とビジネスモデルの探索と導入

DXエグゼクティブ

デジタル変革プロジェクトの実行と管理

DXデベロッパー

デジタルソリューションの開発と技術サポート

DX支援者

デジタル変革のためのリソース、サポート、およびビジョンの提供

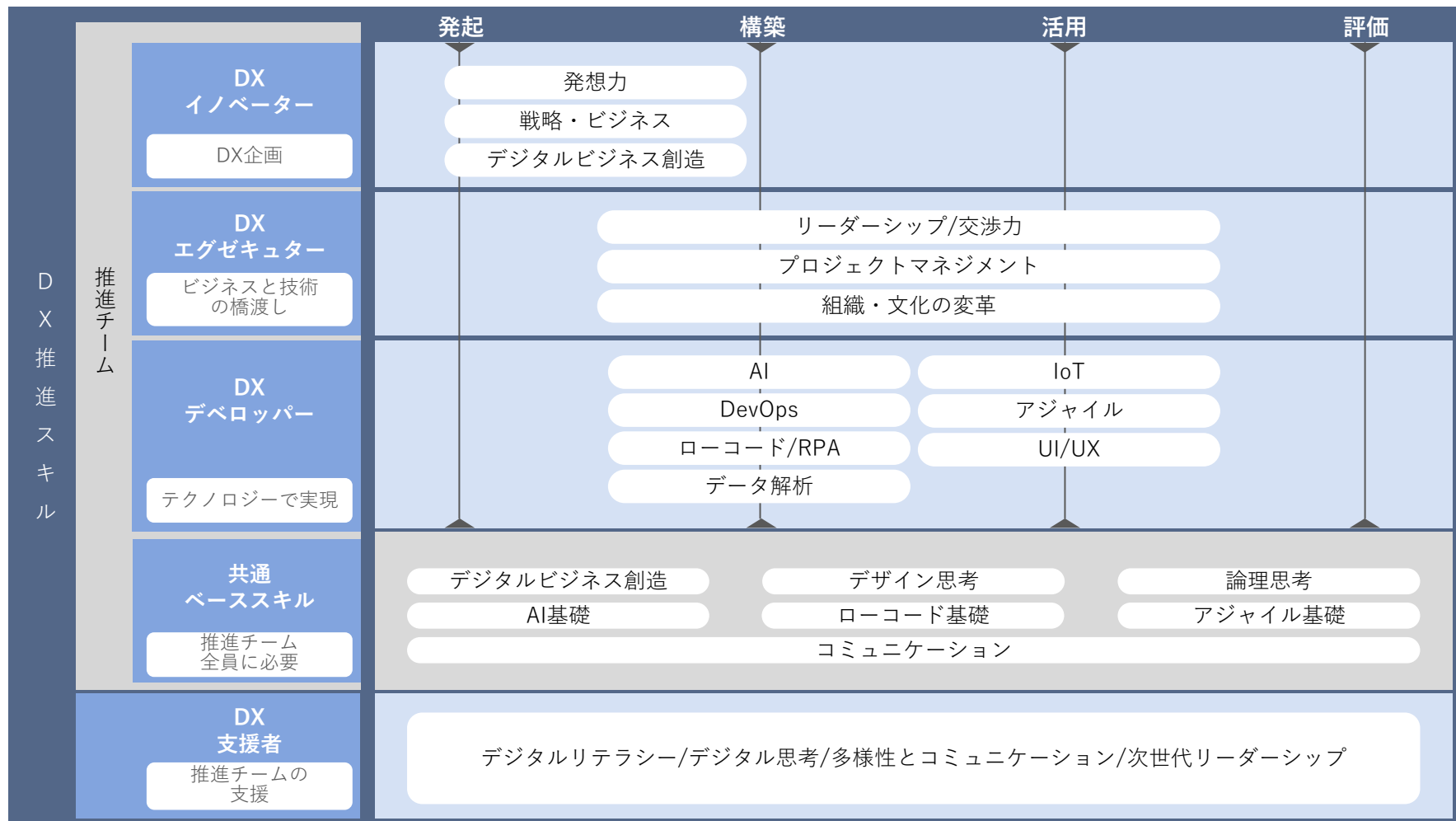
参考：Gartner®による見通し

- 2025年までに、企業内のカスタムテクノロジーソリューションの80%は、フルタイムの技術専門家ではない人々によって実装され、2020年当時の20%から大幅に増加する。
- 2025年までに、テクノロジーソリューションの55%が企業内の「非伝統的な」バイヤー（ビジネス部門）に提供され、ITベンダーは新しい市場に進出し、新しい顧客関係を築くことが必要になる（2021年の15%から増加）。

Gartner®, Top Tech Provider Trend for 2023: The Democratization of Technology, Mark Driver, Craig Roth, 6 January 2023

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

階層別、役割別の豊富な研修プログラムにより、
 個社の特性に合った最適なDX推進人材の育成につなげる。



01

顧客の成長戦略を実現する
売上成長モデルの構築・実行・定着

02

市場と顧客の変化に対応できる
デジタルの民主化を推進

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

事業
内容

- インサイドセールス
アウトソーシング

- レベニュープロセスコンサルティング
- レベニューオペレーション支援
- レベニューテックスタック構築
- ネットワークインテグレーション

- 新入社員研修
- ビジネス研修
- IT研修

成長の
方向性

- SEA※（セールスエンゲージメント
アプリケーション）などの先端テ
クノロジーを活用した生産性の向上と
顧客エンゲージメント強化の実現

- 既存事業のリソースを売上成長モデ
ル構築・定着支援サービスヘシフト

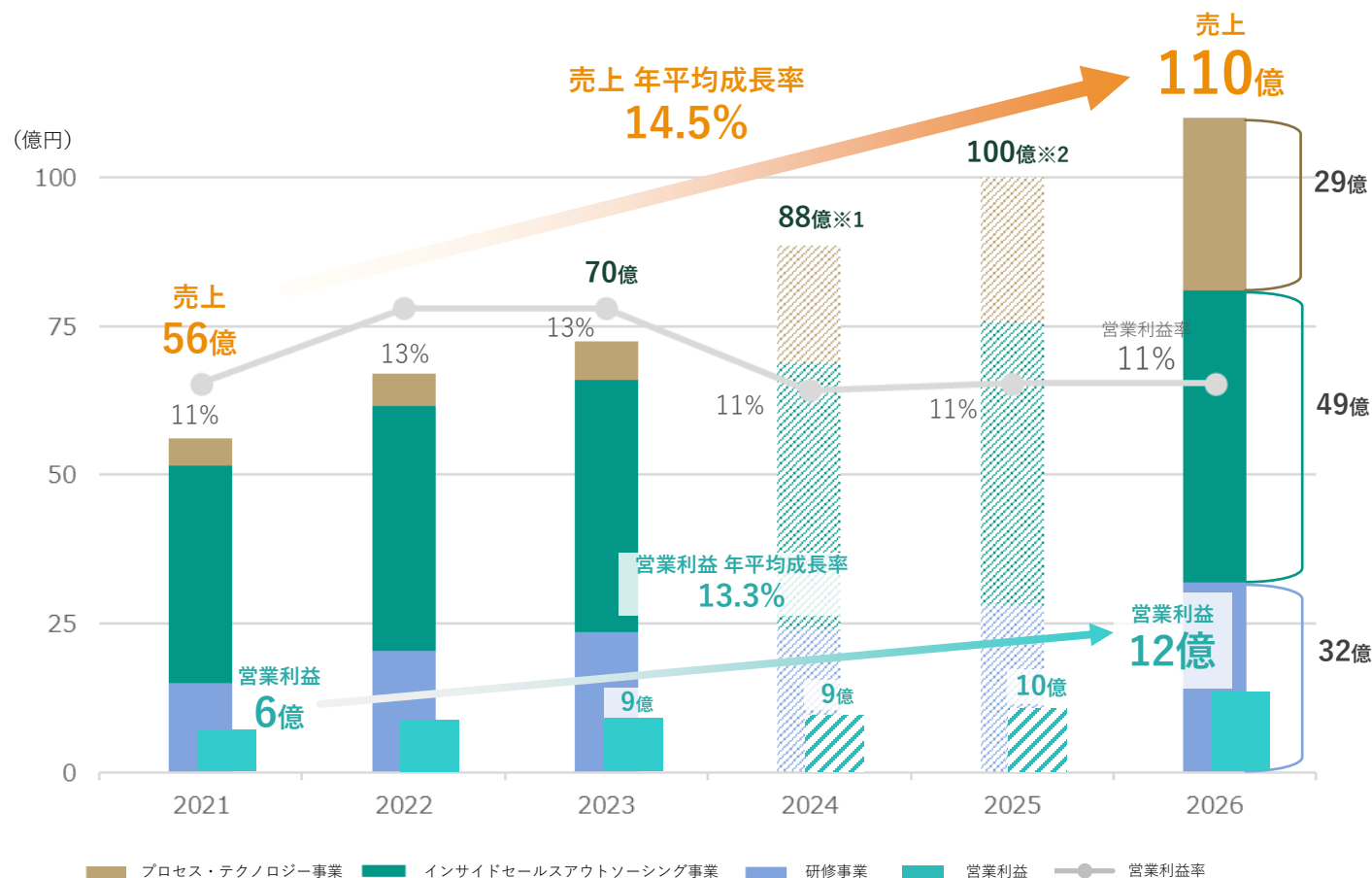
- デジタルの民主化に向けた独自
プログラムをユニークな提供価
値とし、新たな市場を開拓

※SEA：営業活動を効率化し、顧客との関係を
深めるためのツール

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」をより詳細に記載しているものです。

プロセス・テクノロジー事業と研修事業を高成長領域と位置付け、投資をさらに高め、高成長領域割合を2026年までに55%に成長させる。

売上および営業利益



売上

プロセス・テクノロジー事業
レベニュープロセスの構築支援、生成AI・ビジネスSaaSなどを組み合わせた支援をエンジンとして、M&Aなどを含め、高成長を実現する。


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

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

営業利益

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

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

A photograph of a business meeting around a glass table. A person in a suit is typing on a laptop, while others look on. The scene is dimly lit with a blue tint.

事業別 成長の方向性

3つの 事業セグメント



プロセス・テクノロジー事業

- レベニュープロセスを設計・定着・最適化するコンサルティング
- レベニューオペレーションの支援サービス
- レベニューテックスタックの選定・導入・活用支援
- ネットワークインテグレーション



インサイドセールスアウトソーシング事業

- 法人営業のインサイドセールス活動のアウトソーシング
- 安定的なストックビジネス
- 顧客対象は大手企業（継続顧客9割）
- 売上上位10の平均月額費用1,821万円/月（2023年12月期 実績）

研修事業

- 企業向け研修サービスプロバイダー
＜提供研修カテゴリー＞
新入社員研修／ビジネス研修／IT研修／DX研修



連結子会社 ClieXito株式会社



連結子会社 トータルサポート株式会社



BRIDGE
GROUP

連結子会社 株式会社アイ・ラーニング



C&S（コンサルティング&システムソリューション）事業から、
プロセス・テクノロジー事業へ進化し、売上成長モデルの全体設計と定着・最適化を加速させる。

セグメント名称の変更

「プロセス・テクノロジー事業」

- 中期経営計画におけるグループKGI達成に向け、当事業を変革の中核と位置付け、これまでの「C&S事業」から、より顧客視点に立った「プロセス・テクノロジー事業」へ名称を変更する。
- 各カテゴリーに属するツールが増え続ける中、数ある中から個社に合ったものを選択し、最適化させることは顧客の売上成長において重要である。
- レベニュープロセスの設計およびそのプロセスに適切なテクノロジーを選定することをミッションに、新たな価値を創造する。

成長領域

- 売上成長モデルのプロセス改革支援を強化
- SEA(セールスエンゲージメントアプリケーション) ビジネスの立上げ
- オペレーション支援ビジネスの拡充

既存領域

- ネットワークインテグレーションにおけるサブスクビジネスの強化
- 高収益顧客への集中、一部事業は縮小し成長領域へリソースシフト

売上成長モデルの全体設計と定着・最適化を加速させ、
3サービスを成長領域と位置付け、収益の柱を確立させる。



レベニュープロセス 改革支援の強化

- ビジネスの仕組みやマーケティング戦略を、より顧客中心に再編成
- デジタル活用を前提としたビジネスプロセスの設計と実践支援
- テクノロジーの選定・導入・活用支援



SEA※ ビジネスの立上げ

- SEAベンダーとのアライアンス契約
- SEA利用の前提となる PLAYBOOKの設計・最適化
- SEAの導入・活用支援

※SEA（セールスエンゲージメントアプリケーション）：営業活動を効率化し、顧客との関係を深めるためのツール



オペレーション支援 ビジネスの拡充

- コミュニケーション設計・コンテンツ制作
- 企業ターゲティング広告
- MA、CDPなどのレベニューテックスタックの操作/設定

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.17～22を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

既存SIサービスの開発者を高付加価値で利益率の高い新規サービスにシフトすることで
既存リソースでのセグメント利益率改善を目指す。

課題

- セグメント利益率の改善
 - 外部ベンダーへの依存度の高さ
 - Salesforce開発技術に特化した採用を行っていたため採用数が担保できない
- 新領域であるSEA開発におけるノウハウの蓄積
 - 市場に経験者が少ない領域
 - スピード感を持った技術・ノウハウの蓄積が必須

強化施策

- SEAビジネスや、レベニュープロセスの構築、実行、定着など高付加価値で利益率の高いビジネスの確立
- 既存SI開発の経験者を早期にリスキル
- 採用競合の多いSalesforce開発経験者に限定した採用から、転用可能な基礎技術保持者にフォーカス

CRM・SFA
技術者を早期にリスキル

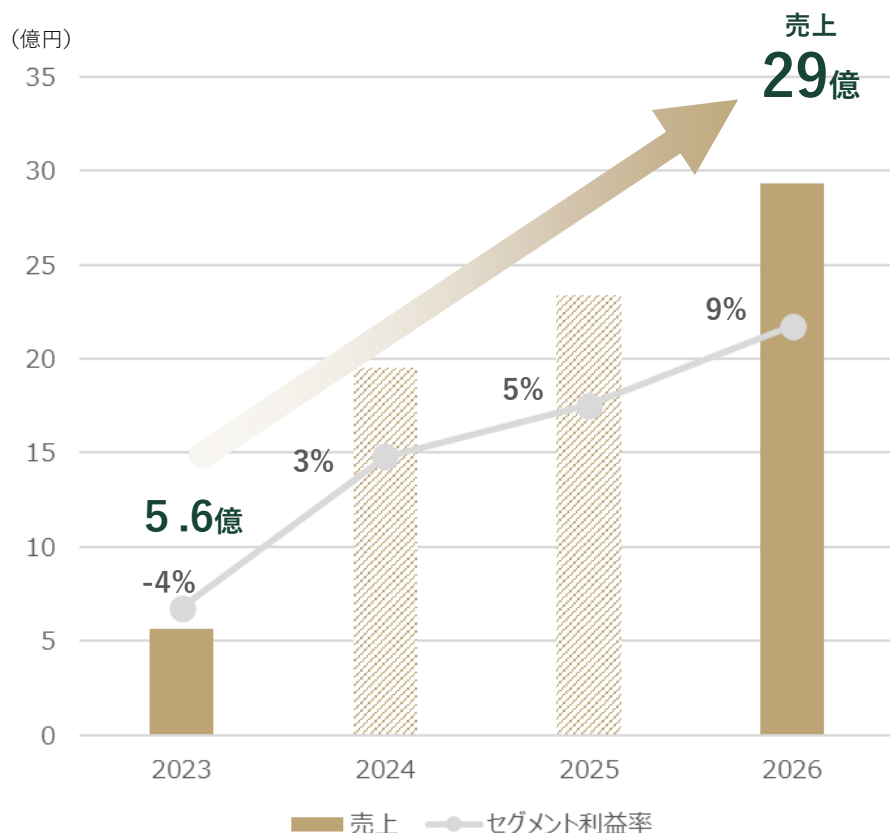
より高収益の
SEAビジネスへ転換



本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.17~22を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

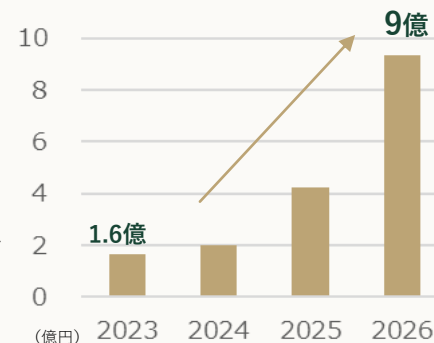
プロセス・テクノロジー事業は2026年売上29億円、セグメント利益率9%を目指す。
成長領域に経営資源をシフトし、メリハリのある事業運営を行う。

目標売上およびセグメント利益率

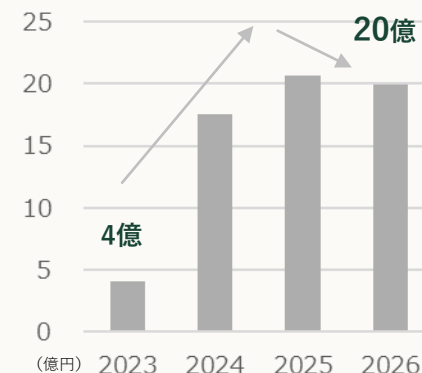


成長領域、既存領域の売上推移

- **成長領域**
 - レベニュープロセス改革支援
 - 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



- **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



※2023年から2024年の大幅な売上増加は、2BC、トータルサポートのM&Aの影響

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.17~22を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

プロセス・テクノロジー事業では、以下の3つを重要経営指標に掲げ
2026年のグループKGI達成を目指す。

セグメント 売上・利益

2023年 (実績)

2026年

売上

5.6億円 ▶ 29億円

セグメント利益率

-4% ▶ 9%

新規ビジネス におけるKPI

2023年 (実績)

2026年

成長領域

売上

1.6億円 ▶ 9億円

強化施策 におけるKPI

2023年 (実績)

2026年

事業体制

25名 ▶ 77名

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.17~22を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。また、新たに設定したKPIも記載しました。

インサイドセールスアウトソーシング事業は、 外資IT、国内IT、金融機関にフォーカスし、市場の開拓を目指す。

3業界に特に注力し拡大を狙う

- **外資系IT企業**

23年度末時点で弊社市場シェアは10%程度で未だ開拓の余地あり

- **国内IT企業**

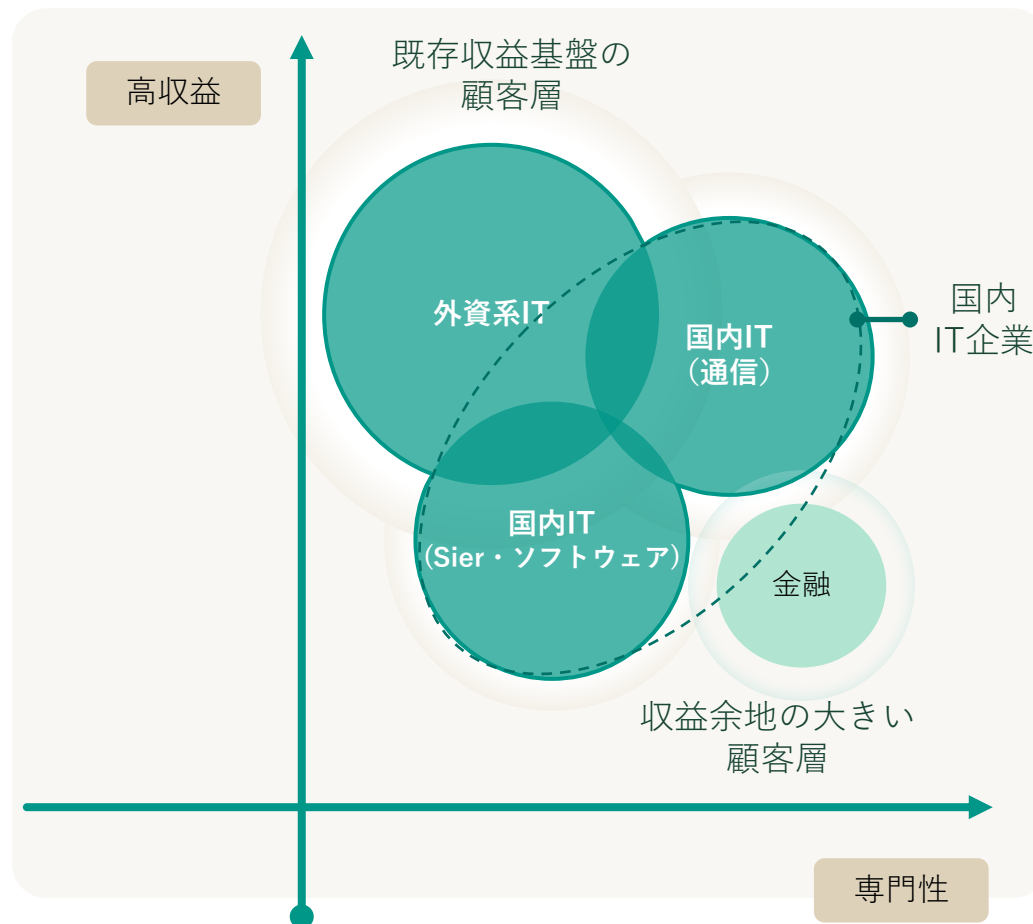
慢性的な営業・マーケティング人材の不足によりニーズ大

- **金融業界**

融資以外のサービスでの収益拡大が急務

サービス（提供価値）

- 外資系IT、国内ITにおいては、慢性的な専門人材の不足やスキルのアンマッチが起こっており、当社の経験豊富なIT人材でサポートを行う
- 加えて、IT業界は商圏が広範にわたるため、継続的にソリューション提案ができる仕組みづくりをデジタル化とともに構築する
- 金融業界は人材育成と並行したビジネスモデル作り、および転勤などの組織文化をサポートする支援を行う



本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.14～15を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

SEA（セールスエンゲージメントアプリケーション）ツールなどの先端テクノロジーを活用し、より高付加価値なインサイドセールスアウトソーシングサービスを提供する。



インサイドセールス

これまで



- 顧客との商談記録をSFAへ手入力
- SFA、メール、Web会議、ダイヤラーなど複数のツールを同時に利用するためオペレーションが煩雑

これから



- 電話、メール、Web会議など複数チャネルをシングルインターフェースで実行可能
- リアルタイムによる示唆により、会話の品質向上につながる
- 商談会話やメール内容の要約・議事録は自動生成
- 優先付けされたアクションを行うことで勝率・生産性向上につながる



管理者

（インサイドセールスマネージャー）

- メンバーのコールをピックアップしてモニタリングするため品質改善が属人化しやすい
- 会話の分析や勝敗分析はローデータを元に地道な作業が求められる
- メンバーへのフィードバックに時間と手間がかかる

- 商談と行動分析の自動化により戦略のアジャイル修正が可能
- 会話と活動分析の自動化、パフォーマンスの可視化により、スキル改善やコーチングを適正化
- スクリプトやメールテンプレートの設計も自動化

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.14~15を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

労働人口の減少やインサイドセールス市場の競合企業増加など厳しい経営環境の中、社員の採用、定着、能力開発による品質向上がビジネス成長のカギである。
外部コンサル主導のもと、能力開発フレームを導入し、組織改革に着手。

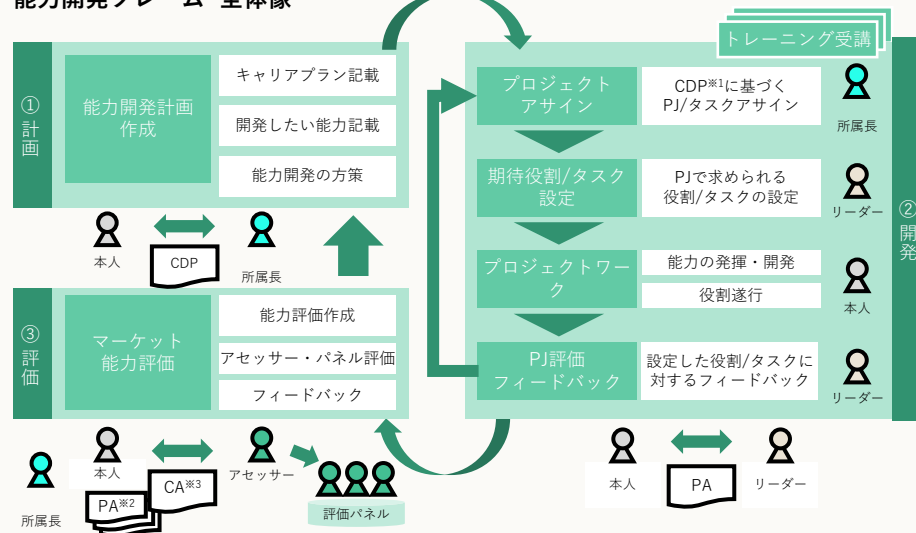
課題

- 外部環境変化による競争優位性の低下
 - ・ インサイドセールス市場：競合企業の出現
 - ・ 顧客企業：内製化の動き
 - ・ 採用市場：人材の争奪戦
- 内部環境による品質低下のリスク
 - ・ 属人的な組織運営
 - ・ 営業・提案能力不足
 - ・ 定着率の低さに起因する品質の低下
 - ・ リーダーへの業務集中

強化施策

- 組織、制度の見直しや能力開発の新たな仕組みの導入により品質向上、顧客提供価値の最大化を目指す

能力開発フレーム 全体像

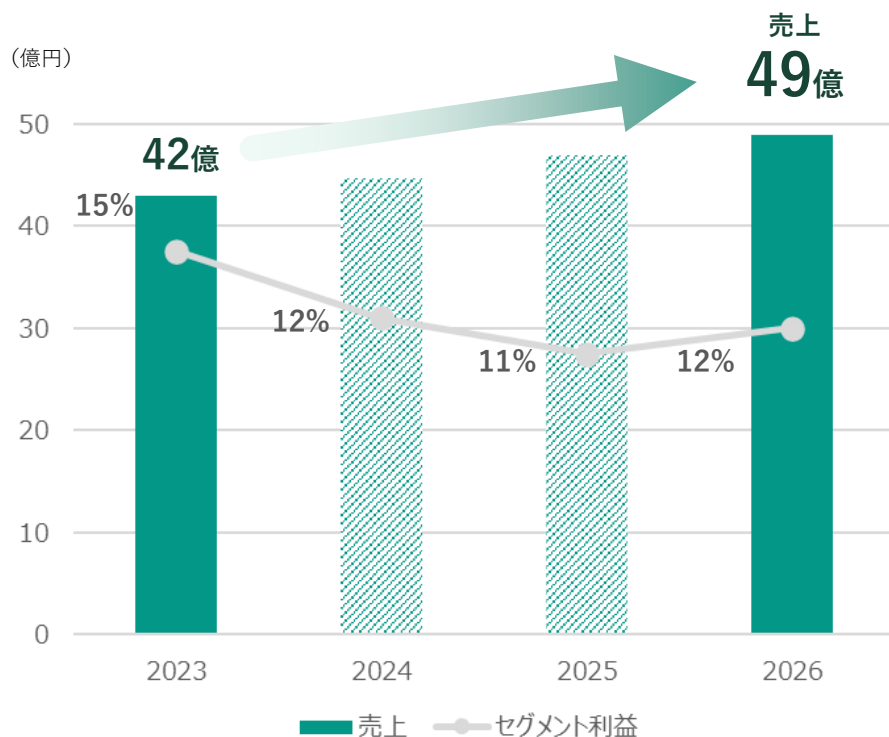


※1 CDP : Capability Development Plan ※2 PA : Project Assessment ※3 CA : Capability Assessment

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.14～15を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

インサイドセールスアウトソーシング事業は2026年売上49億円、セグメント利益率12%を目指す。
特に外資IT、国内IT、金融業界に注力し、高品質のサービス提供を行う。

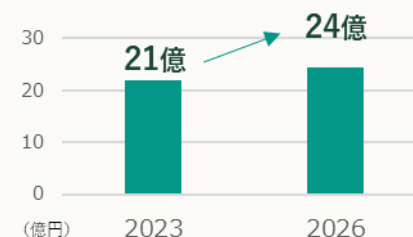
目標売上およびセグメント利益率



3業界に特に注力し拡大を狙う

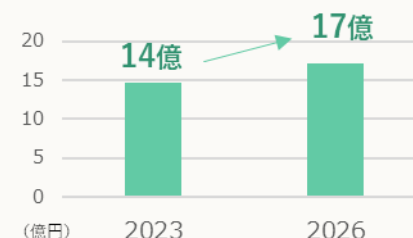
● 外資IT

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。



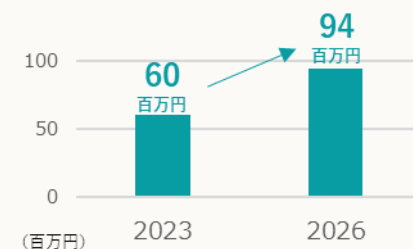
● 国内IT

大手IT企業（ソフトウェア、SaaS、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

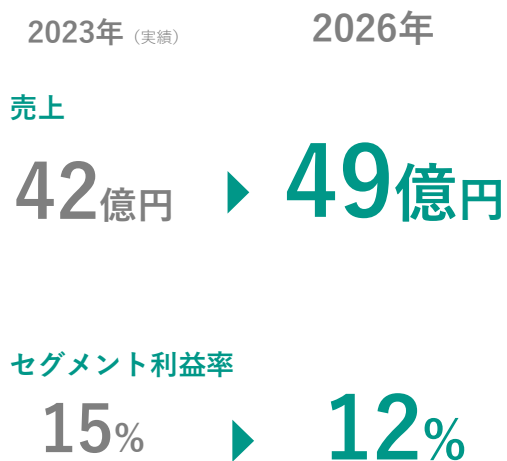
デジタル活用の取り組みが加速、融資以外の収益源確率に向け、インサイドセールスが有効な手段となっている。



本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.14~15を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

インサイドセールスアウトソーシング事業では、以下の3つを重要経営指標に掲げ
2026年のグループKGI達成を目指す。

セグメント 売上・利益



注力業界における KPI



強化施策 におけるKPI



※インサイドセールススレップ離職率
[事業年度の退職者数 ÷ 事業年度開始時の従業員数] × 100

事業会社や地方SlerといったDX実現の主体となる企業を成長顧客と位置付け、“DX人材内製支援”や“地域DX促進支援”を行う。首都圏Slerをはじめとする既存顧客は、人事部門からビジネス部門までカバレッジし、共通スキル研修から専門スキル研修まで提供する。

サービス

既存領域

- ターゲット顧客
 - ・ 首都圏Sler
 - ・ 中堅IT企業
- 提供サービス
 - ・ IT技術者育成支援
 - ・ 管理者研修
 - ・ 新入社員研修

既存領域

成長領域

- ターゲット顧客
 - ・ 首都圏Sler
 - ・ 中堅IT企業
- 提供サービス
 - ・ デジタルエンジニア育成支援
クラウド研修、アジャイル研修 等
 - ・ セールス力強化支援
カスタマーサクセス研修 ソリューション営業研修 等

人事部門主導の人材育成から、LOB（事業部門）主導の人材育成にシフトしてきているため、より事業部別の最適研修の提供を進める

- ターゲット顧客
 - ・ 地方Sler
 - ・ 製造業、流通業、金融を中心とした事業会社
- 提供サービス
 - ・ IT技術者育成支援
 - ・ 管理者研修
 - ・ 新入社員研修

成長領域

- ターゲット顧客
 - ・ 地方Sler
 - ・ 製造業、流通業、金融を中心とした事業会社
- 提供サービス
 - ・ DX人材内製支援
 - ・ 地域DX促進支援
 - ・ 次世代経営人材育成

DX実現のためにDXを推進する高度人材の育成が急務であり、成長可能性が大きいいため、成長領域と位置づける

市場・顧客



競争力のあるプログラム開発や、集客力の強化施策を通じて、顧客の持続的成長に、より貢献できる価値創造企業を目指す。

課題

- 競争力のあるプログラム開発によるサービス強化
 - ・ 受講者のスキル習熟度のばらつきに対応したインプット学習や、体験価値を高めるアウトプット学習
- 集客力向上
 - ・ 既存顧客における人事部門から事業部門カバレッジシフト
 - ・ 新市場における新規顧客の獲得
- LTV向上（長期的な顧客との関係づくり）
 - ・ 通年プログラムの整備
 - ・ スポット受講から通年プログラムへの送客

強化施策

- 注力するプログラム開発
 - ・ デジタル人材育成ソリューション／伴走支援ソリューション／人材育成内製化支援ソリューション
- 集客力向上施策
 - ・ 人材育成計画セッション(PD-PS)による提言アプローチ
 - ・ オファリング（提案型）営業活動への移行

➤ 強化施策実行により、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

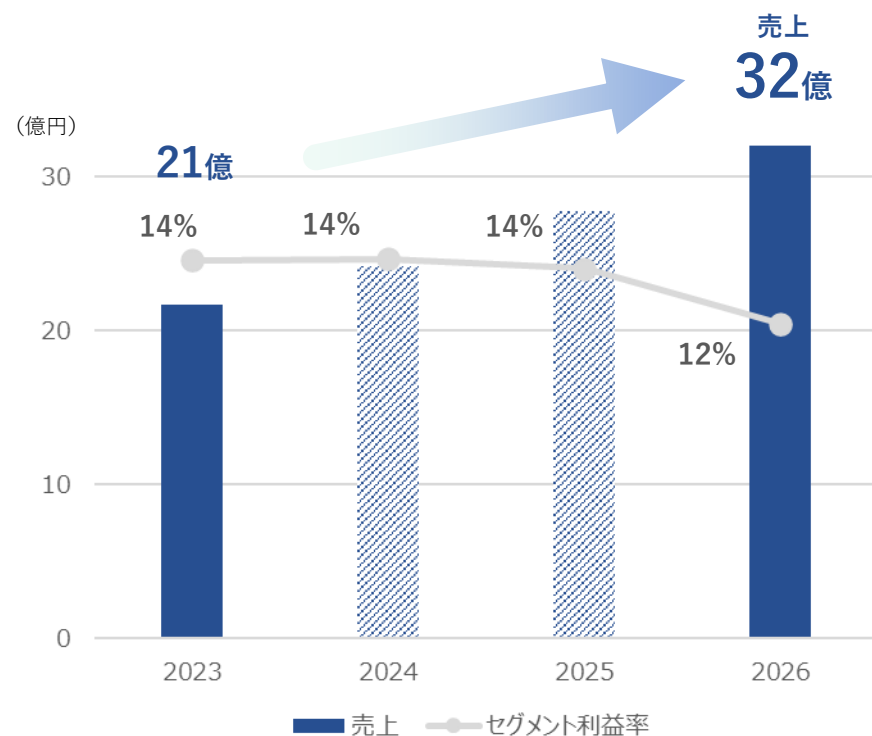
全12テーマ

| | |
|--------------|-----------|
| AI/Analytics | クラウド |
| IT | 開発技法 |
| PM | IBM製品 |
| 営業 | インベーション |
| 人財ビジネススキル | ラーナビリティ |
| 新人研修 | デジタルラーニング |

研修事業は2026年売上32億円、セグメント利益率12%を目指す。

2026年にはオフィス環境などの投資を計画しており、セグメント利益率が下がる見通し。

目標売上およびセグメント利益率

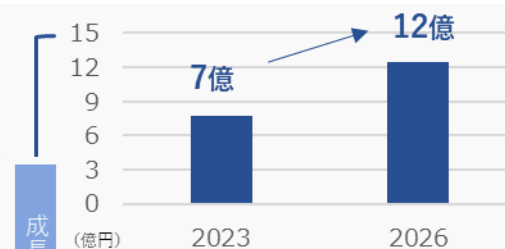


成長領域、既存領域それぞれの目標売上

● 地方Sler・IT企業

(中堅以外のIT企業を含む)

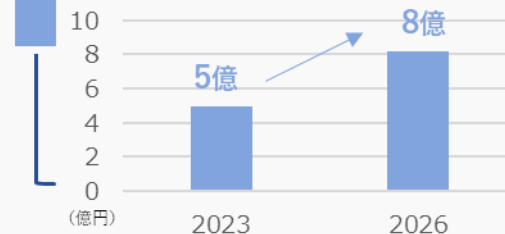
今後、地方のDX実現が急速に加速することを見込み、地域DX促進支援を提供する。



● 事業会社

(製造業、流通業、金融業を中心)

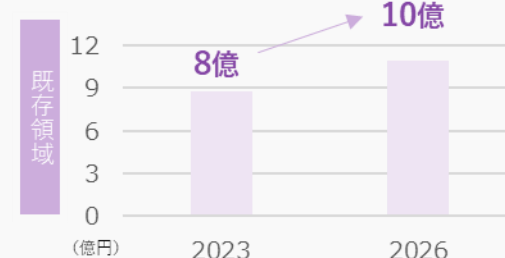
DXの推進が遅れている事業会社を中心に、DX推進人材の内製支援を提供する。



● IT業界

(首都圏SI、中堅IT企業)

これまでの強みを生かし、LOB(事業部門)を通して、よりパーソナライズされた研修を提供する。



本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.24～29を、成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。

研修事業では、以下の3つを重要経営指標に掲げ
2026年のグループKGI達成を目指す。

セグメント 売上・利益

2023年 (実績)

2026年

売上

21億円 ▶ 32億円

セグメント利益率

14% ▶ 12%

注力領域における KPI

2023年 (実績)

2026年

成長領域 (地方SIer、事業会社)

売上

12億円 ▶ 20億円

強化施策 におけるKPI

2023年 (実績)


2026年

年間3テーマ以上受講企業数

124社 ▶ 180社

全12テーマ

| | |
|--------------|-----------|
| AI/Analytics | クラウド |
| IT | 開発技法 |
| PM | IBM製品 |
| 営業 | イノベーション |
| 人財ビジネススキル | ラーナビリティ |
| 新人研修 | デジタルラーニング |

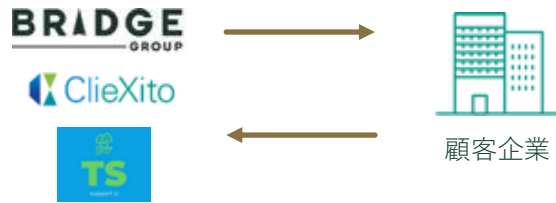
A photograph of a business meeting around a glass table. A person in a suit is typing on a laptop, while others look on. The scene is dimly lit with a blue tint.

事業環境・リスク情報



プロセス・テクノロジー事業

レベニュープロセス・オペレーティング
モデルコンサルティング、レベニューテック
スタックの構築・実行・保守を提供



コンサルティング一時報酬とオペレー
ティング支援によるストック報酬および、
SI業務委託費用とプロダクトライセンス、
運用保守の組合せ

- エンゲージメント領域に特化し、High Value 提供を実現
- 一時報酬と、継続的オペレーション支援型報酬を組合せて安定収益を実現
- エンゲージメント領域に特化し、顧客提案力、業務理解力でツールベンダー等と差別化
- Salesforce、DOMOなど、Global Top製品に長けた体制を構築。アライアンスも強化



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による
顧客エンゲージメントプロセスと
オペレーションを受託



オペレーション委託費用と
成果による報酬を組合せ

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



研修事業

営業・マーケティング研修と、DX推進に
不可欠なビジネス、IT研修を
ワンストップで提供



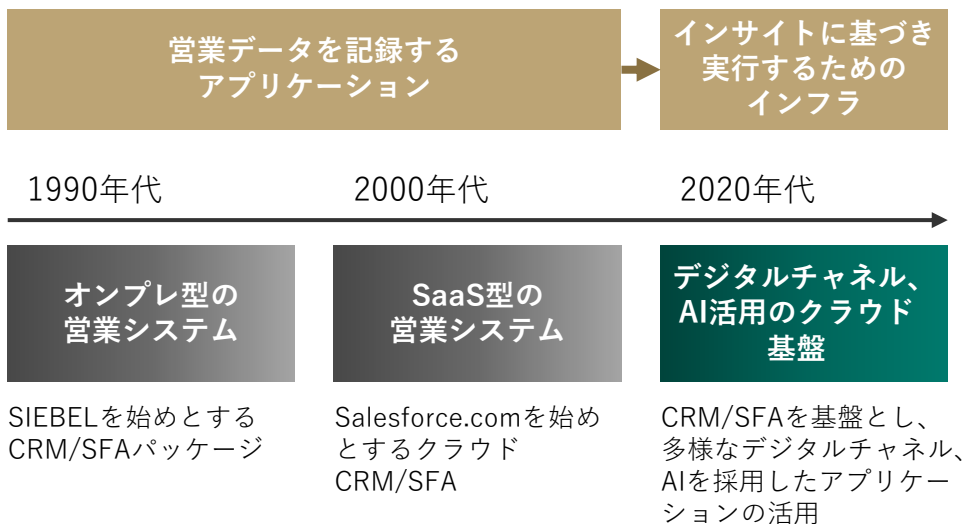
個社研修+公開講座の組合せで
売上と収益性の双方を確保

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

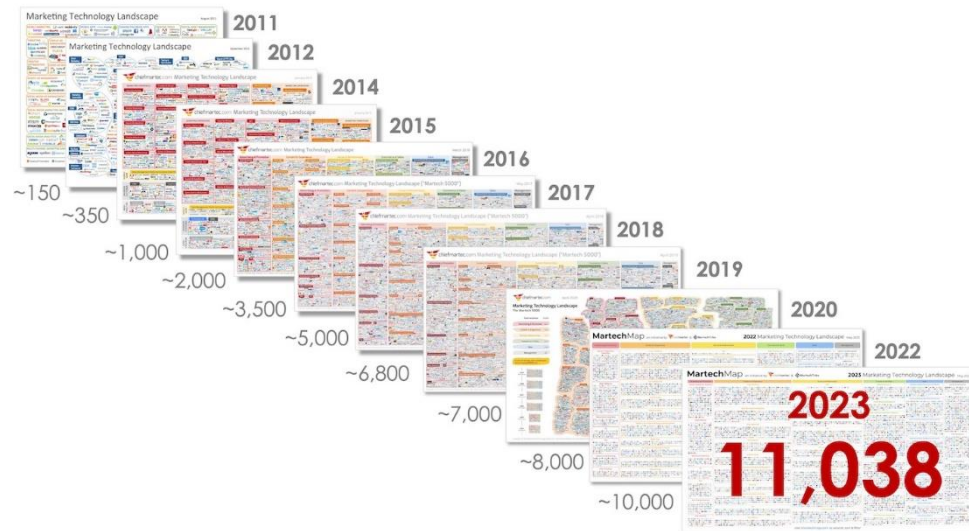
CRM/SFAは、営業のデータを記録するだけの仕組みから、AI、多様なデジタルチャネルを活用したセールステックの浸透により、データから導かれたインサイトに基づく営業活動の基盤へ。

その進化により、爆発的にアプリケーションが増え、何を活用するかが問題となっている。

営業ツールの変遷



増加するアプリケーション



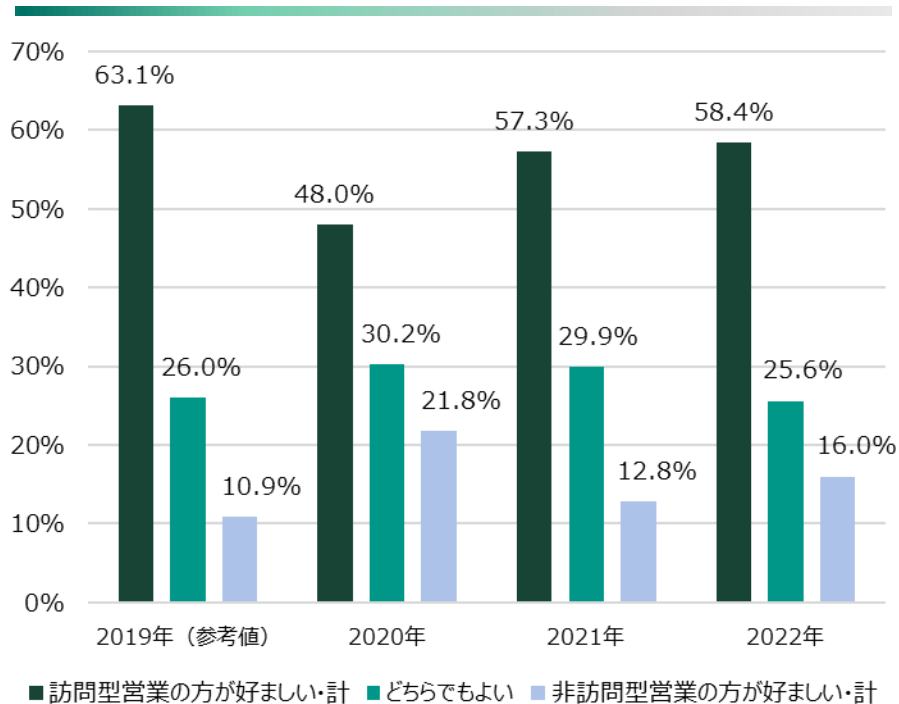
出所：ScottBrinker. "2023 Marketing Technology Landscape Supergraphic". chiefmartec.2023-5-2. <https://chiefmartec.com/2023/05/2023-marketing-technology-landscape-supergraphic-11038-solutions-searchable-on-martechmap-com/>

本内容は2024年2月26日付「事業計画及び成長可能性に関する事項」P.23から変更しているものです。

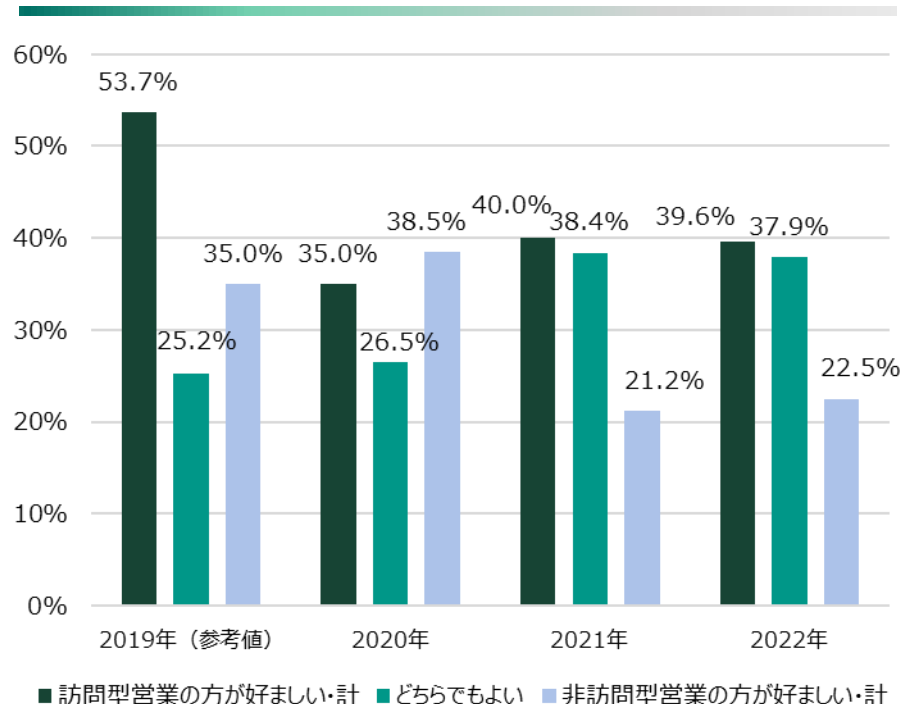
「非訪問営業が好ましい」回答者(2022年)
 買い手：22.5% 売り手：16.0% ⇒ **6.5%のギャップ**

買い手は売り手よりも非訪問営業を望んできている。

売り手が考える好ましい営業スタイル



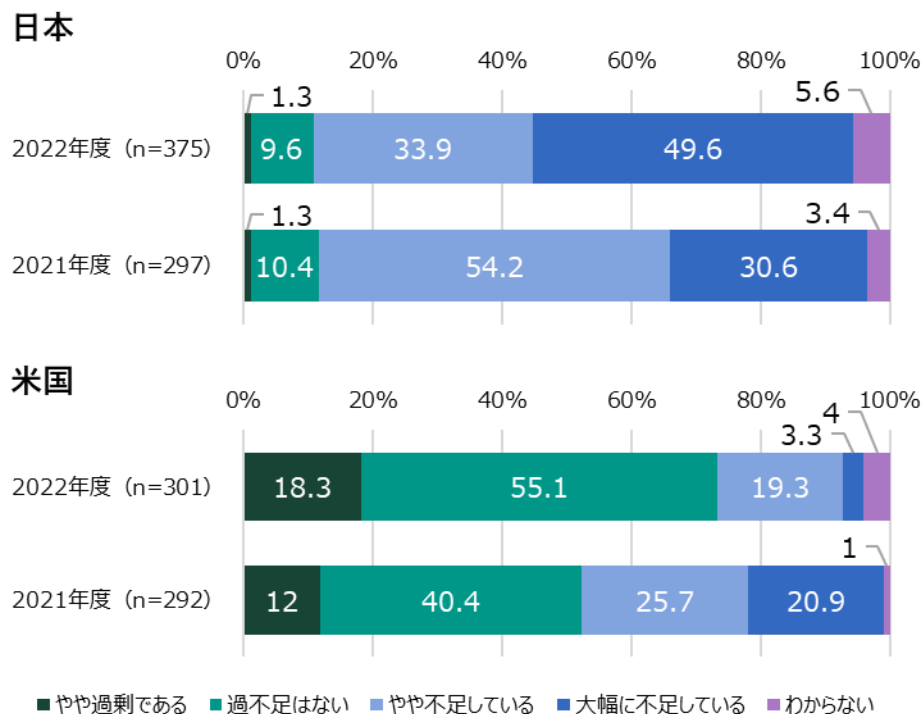
買い手が考える好ましい営業スタイル



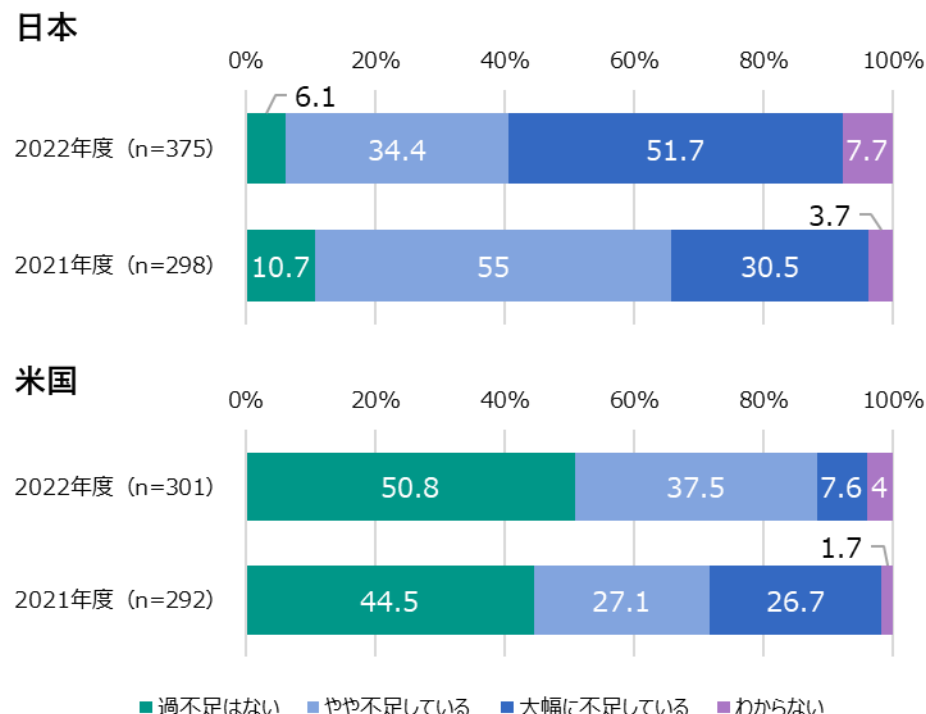
出所：HubSpot Japan
 「日本の営業に関する意識・実態調査2023の結果をHubSpotが発表」（2023年3月15日公表）

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

DXを推進する人材の「量」の確保



DXを推進する人材の「質」の確保



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

M&A基本方針

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

M&A過去実績



株式会社アイ・ラーニング
を完全子会社化

2021/3 100%子会社化



IT研修・DX研修
で人材育成支援



マレーシアのデジタルマーケティング
支援会社を完全子会社化

2023/10 100%子会社化



ASEAN地域での
事業提供を強化

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



2BC 株式会社を完全子会社化
2024年3月に吸収合併

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



トータルサポート株式会社の
株式取得・子会社化

2024/2 51.7%子会社化



成長領域である
プロセス・テクノロジー
事業の強化



さらなる成長へ向け
積極的なM&Aを
継続実施

「売上成長モデルの構築・実行・定着」と「デジタルの民主化の推進」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。

| | レベニュー プロセス 戦略立案 | レベニュー オペレーション | テックスタック 設計・導入・構築 | エンゲージメント タレント 個社対応 | 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 |
| BRIDGE GROUP | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 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 マー/ 研修コンテンツ企業 | × | × | × | △ 個社別・共通いずれかに特化 | |

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

A photograph of several business professionals in suits gathered around a glass conference table. One person is using a laptop, while others are pointing at the screen, suggesting a collaborative meeting. The image has a dark, blue-tinted overlay.

投資家の皆様へ

**ブリッジグループは、2024-2026年の中期経営計画を、
2027年以降の飛躍的な成長に向けた重要な投資期間と位置付けています。
企業価値の最大化を目指し、以下の3つの戦略に注力しています。**

1. 売上伸長と安定的な利益水準の維持

上場以来これまで、『高付加価値サービスの提供』を第一とし、営業利益率（13~15%）の実現・維持を掲げて参りましたが、次の成長に向けて売上の最大化に注力します。
そのために、新規事業の創出・育成に投資を行い、事業規模の拡大を進めながら、営業利益率は10%以上の水準を維持し、売上と利益の持続的な成長を実現します。

2. 戦略的M&A

今後も引き続き、さらなる成長のために積極的なM&Aを実施して参ります。
特に既存事業との相乗効果を発揮することを重視し、M&Aを通じてグループ力の強化を推進します。

3. 株主還元強化

株主様への利益還元姿勢を明確にするため、2024年に初の配当支払を実施いたしました（1株あたり年間35円）。
また2023年より初の自己株式の取得も実施し（計2回299百万円）、今後もこれらを通じて総還元性向の増加を目指して参ります。
今後も、成長投資のための内部留保は継続しつつ、株主価値の最大化も図っていく方針です。

本内容は投資家の皆様への姿勢を明確にするために、新たに追加したものです。

グループ会社概要

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

～デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーションの統合を実現することでB2B企業の売上向上・顧客経験改善に貢献する～

BRIDGE
GROUP

 ClieXito
[クライエグシート]

i-Learning

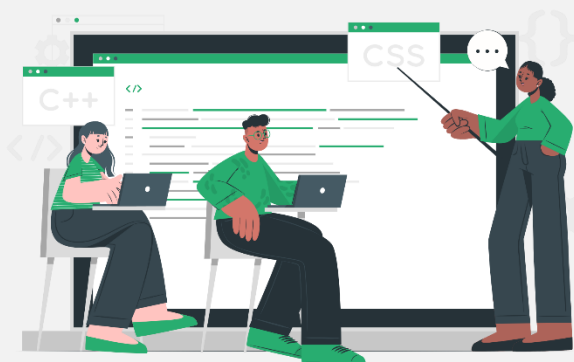


Bridge International Asia Sdn Bhd



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

～デジタル活用を促進・定着させ、レベニュープロセス・オペレーションの統合を実現することでB2B企業の売上向上・顧客経験改善に貢献する～




| | |
|------|--|
| 社名 | ブリッジインターナショナル株式会社 BRIDGE International Corp. |
| 代表者 | 代表取締役社長 吉田融正 |
| 本社住所 | 東京都世田谷区 |
| 創業年月 | 2002年(平成14年)1月 |
| 資本金 | 5億52百万円(2024/3末) |
| 従業員数 | 連結 710名 ※派遣社員等除く (2024/3末) |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none">・ 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・ 研修事業 |

インサイドセールスとは、従来型の訪問営業を非対面の営業活動と分業化させ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となります。プロセス分業し、労働集約的となる営業活動の課題を解決します。



営業プロセスから見る「フィールドセールス(Field Sales)」と「インサイドセールス(Inside Sales)」

効率的な営業体制を構築するインサイドセールス（営業プロセスの分業化）



Field Sales
フィールドセールス

- お客様に訪問しコミュニケーションをとる
- 従来日本の主な営業スタイル
- 商圏毎の拠点が必要



Inside Sales
インサイドセールス

- マルチチャネルを活用してお客様とコミュニケーションをとる
- テレワーク環境でも変わらない活動が可能
- 多くの顧客を担当できる



電話 リモート面談 SNS 有入チャット



持続可能な売上成長に向けたB2Bレベニューオペレーティングモデルの実現へ

クライアントの成長戦略実現に向け、収益拡大を担うマーケティング、営業、カスタマーサクセスのプロセス統合と顧客エンゲージメント強化、オペレーション・アプリケーションの最適化を推進

ClieXito企業概要

| | | | |
|-----|---|-------|--|
| 会社名 | ClieXito株式会社 (クライエクシット) | | |
| 設立 | 2020年4月1日 | | |
| 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 | | |
| 役員 | 取締役会長 | 吉田 融正 | |
| | 代表取締役社長 | 柿沼 務 | |
| | 取締役副社長 | 北村 寿雄 | |
| | 取締役副社長 | 尾花 淳 | |
| HP | https://cliexito.com | | |
| 沿革 | 2002年、インサイドセールスアウトソーシングを提供するブリッジインターナショナル株式会社設立に伴い、コンサルティング事業を立上げ | | |
| | 2020年、コンサルティング事業部を100%子会社として切り出し、2020年4月1日付けで設立 | | |
| | 2023年、ブリッジインターナショナルのシステムサービス事業部を統合 | | |
| | 2024年、B2Bマーケティング専門エージェンシー2BC株式会社の吸収合併に伴い、統合 | | |

ClieXitoの強み

GTM戦略を実現できる
B2Bレベニューオペレーティングモデルの構想力・PM力

レベニュー領域に特化した業務の専門知識、経営から業務、ITを巻き込み推進する大規模トランスフォーメーションプロジェクトの経験

市場変化に対応可能なレベニューオペレーションの知見

前身のブリッジインターナショナルからテクノロジーを最大限活用したエンゲージメントを実現できるオペレーション支援の実績から得られた知見

最適な組み合わせのレベニューテックスタック構築・運用の専門性

約20年間の実績に基づいたCRM、MA、BI、CDP等レベニューテックスタック全般における最適なプロダクト選定とシステムインテグレーションサービスを提供

社名の由来

スペイン語で「顧客の成功」を意味する“cliente”（顧客）と“exito”（成功）の造語

ClieXitoは、クライアントのビジネスモデル変革において、
 その変革を実現可能な状態にするレベニューオペレーティングモデルトランスフォーメーションサービス、
 購買行動の変化に対応するために収益拡大を担うマーケティング、インサイドセールス、営業、カスタマーサクセスの最適化支援サービス、
 そして、レベニューテックスタックの構築を支援するインテグレーションサービスを提供します。

| Revenue Operating Model Transformation | GTM戦略策定支援 | レベニューオペレーティングモデル構想策定・推進支援 | レベニュープロセス最適化支援 | レベニューインテリジェンス構築支援 |
|--|----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Revenue Process & Operation Optimization | <p>マーケティング</p> デジタルマーケティング戦略立案支援 | <p>インサイドセールス</p> デマンドジェネレーション戦略立案支援 | <p>営業</p> アカウントマネジメント構築支援 | <p>カスタマーサクセス</p> カスタマーサクセス戦略立案支援 |
| デジタルマーケティング業務立上げ支援 | インサイドセールス業務立上げ支援 | 営業マネジメント強化支援 | カスタマーサクセス業務立上げ支援 | |
| MA導入・運用支援 | インサイドセールスイネーブルメント構築支援 | セールスイネーブルメント構築支援 | カスタマーサクセスイネーブルメント構築支援 | |
| マーケティングオペレーション(MOps)定着支援 | インサイドセールスオペレーション(ISOps)定着支援 | セールスオペレーション(SOps)定着支援 | カスタマーサクセスオペレーション(CSOps)定着支援 | |
| Revenue Tech. Stack Integration | レベニューテックスタック構築支援 | SFA/CRM導入支援 | カスタマーデータプラットフォーム構築支援 | BI/ETL構築支援 |



お客様のビジネス課題を解決する為に、常に変化するテクノロジーや社会の仕組み・動向にキャッチアップし、適切な「ネットワークインフラ技術」とサービスを提供します。

会社概要

| | |
|-----|--|
| 会社名 | トータルサポート株式会社 |
| 設立 | 2008年2月8日 |
| 資本金 | 3,000,000円 |
| 所在地 | 東京都品川区東品川2-2-4 天王洲ファーストタワー16階 |
| 役員 | 代表取締役 佐藤 重人 |
| HP | https://www.t-supo.com/ |
| 沿革 | 2008年 設立 2008年 CATV事業者様向けサービス開始 PC修理サービス (IBM PCDOCKサービス) 開始 2010年 マンションISP様向けサービス開始 2013年 通信機器販売卸売事業開始 2019年 ホテル・宿泊施設向けサービス開始 2024年 ブリッジインターナショナル社の子会社化 |

主要サービス

通信機器販売

- 通信機器 (スイッチングHUB・ルータ・AP等) の卸販売
- 独自性の高い製品を提供

ネットワークインフラ構築

- マンション・ホテルISP向け
- 機器選定から設計構築運用まで一貫してサービス提供

Wi-Fiシステム

- メンバー数が増大する「HOTELロイヤリティプログラム連動Wi-Fi」システムの提供
- ホテルの「脱OTA」に貢献します。

SaaS

- ホテル客室用多機能ハブソリューション「PORTAL」の提供
- QRコードの読み込みのみで、自身のスマホでフロントとの通話や浴場の混雑情報にアクセス可能

通信
機器販売

- 通信機器（スイッチング HUB・ルータ・AP等）の卸販売
- 独自性の高い製品を提供

取扱製品（一部）

D-Link



Edgecore
EC cloud



Ruijie
Networks



長距離無線LAN
Sawwawe



Hpe Aruba



ネットワーク
インフラ
構築

- マンション・ホテルISP向け
- 機器選定から設計構築運用まで一貫してサービス提供

- ネットワーク機器
- ネットワーク設計、構築、保守



マンション向けISP
Sier/Nierなどの
ビジネスパートナー経由



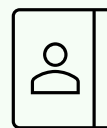
Wi-Fi
システム

- メンバー数が増大する「HOTELロイヤリティプログラム連動Wi-Fi」システムの提供
- ホテルの「脱OTA」に貢献

Free Wi-Fi



メンバー加入
進



HOTEL
カフェ
ショッピング
モール ほか



SaaS

- ホテル客室用多機能ハブソリューション「PORTAL」の提供
- QRコードの読み込みのみで自身のスマホでフロントとの通話や浴場の混雑情報にアクセス可能

簡単導入



専用端末・アプリ不
要



リアルタイム
情報提供



多彩な機能



ペーパーレス





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

| | |
|--------|--|
| 社名 | 株式会社アイ・ラーニング (i-Learning Co.,Ltd.) |
| 本社 | 〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町4-3 国際箱崎ビル TEL：03-5623-7371（代表） / FAX：03-3664-9309 |
| 大阪 | 〒541-0047 大阪市中央区淡路町3-5-13 創建御堂筋ビル 9F TEL：06-6786-8511 / FAX：06-6786-8512 |
| 設立 | 1990年（平成2年）2月1日 |
| 代表者 | 代表取締役社長 杉山 真理子 |
| 事業所 | 東京・茅場町、大阪・淡路町 |
| 主要取引銀行 | 三菱UFJ銀行 |
| 事業内容 | 各種研修コースの企画・開発・実施・コンサルティング、研修関連の付帯サービス提供 |

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 |

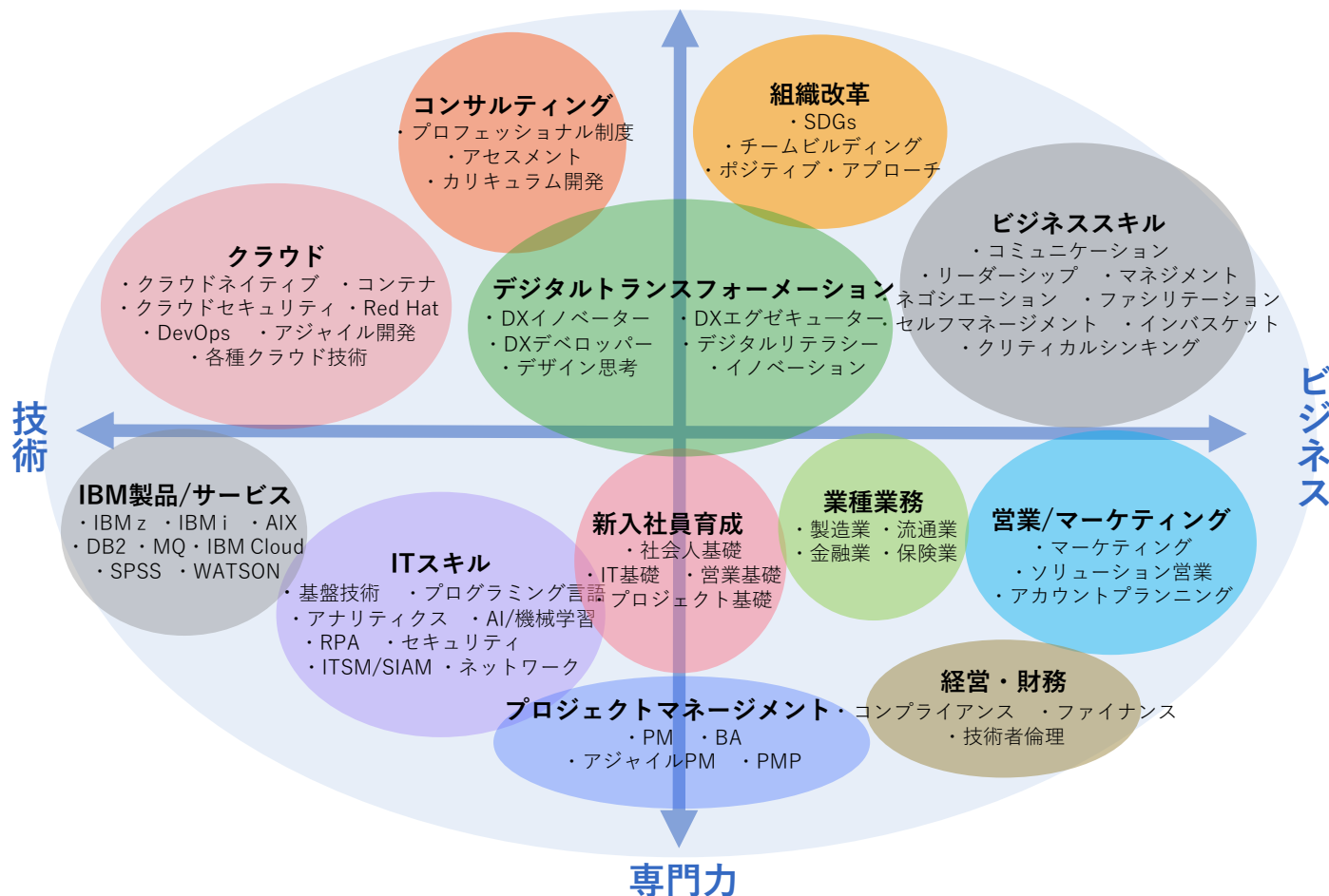


お客様向けデジタル研修拠点「iLスクエア」（茅場町研修センター内）

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

● 研修カテゴリ

組織力・総合力



● 年次／階層別研修

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

2024年2月26日開示内容からの変更点

2024年2月26日開示「事業計画及び成長可能性に関する事項」から追加・変更している点は以下のとおりです。

| 本資料 | 2024年2月26日開示 「事業計画及び 成長可能性に関する事項」 | コメント |
|---------|---|--|
| P.6 | P.30 | 「ブリッジグループの強み」を新たに記載し、その一部に内容を集約しました。 |
| P.7 | P.6 | 内容を一部修正し、図を加えてより具体的にまとめ、当社グループの成長方針として新たに記載しました。 |
| P.8~11 | P.5,7~10 | 一部用語の解説にとどまっていた内容を省略し、2つの成長方針と具体的な説明に変更しました。 |
| P.12 | P.6 | 当社グループの注力領域の説明を省略し、各セグメントの対応する領域を表す内容に変更しました。 |
| P.13 | P.36~37 | 内容を集約し、簡潔な表現に変更しました。 |
| P.15 | P.12 | セグメント名称の変更を反映し、簡潔な表現に変更しました。 |
| P.16~20 | P.17~22 | 成長戦略の振り返りや実績の一部を省略し、成長方針・課題・強化施策をデータの開示も含めより詳細な内容に変更しました。また、新たに設定したKPIも記載しました。 |
| P.21~25 | P.14~15 | |
| P.26~29 | P.24~28 | |
| P.31 | P.33 | セグメント名称の変更を反映し、内容を更新しました。 |
| P.32 | P.23 | 事業内容・成長方針とより関連性の高いデータに変更しました。 |
| | P.35,38,39,43~45 | 本資料においては、内容を省略しています。 |

以下のページは本資料と2024年2月26日開示「事業計画及び成長可能性に関する事項」で同一の内容を記載しています。

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|-----|------|------|------|------|------|------|
| 本資料 | P.5 | P.33 | P.34 | P.35 | P.36 | P.44 | P.48 |
| 2024年2月26日開示 「事業計画及び成長可能性に関する事項」 | P.4 | P.16 | P.29 | P.22 | P.32 | P.21 | P.28 |

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