



個人投資家向け 会社説明会

グロースエクスパートナーズ株式会社
2026年 8 月期 第 3 四半期決算および今後の方向性について

©2025 Growth xPartners, Inc.

グロースエクスパートナーズ株式会社

244A：東証グロース市場・情報通信業

この文書は、2026 年 8 月 28 日に開催されたグロースエクスパートナーズ株式会社の個人投資家向け会社説明会の内容を書き起こしたものです。発言の趣旨を変えない範囲で、読みやすさのために文体を整えています。

本説明会の動画につきましては下記の URL よりご確認ください。

<https://youtu.be/Qd6MIYAgDN8>

スピーカー：

代表取締役社長 グループ CEO 渡邊伸一

目次：

1. 当社の事業と歩み
2. 今期の業績と今後の方針
3. 質疑応答

皆さん、こんにちは。

私が、グロースエクスパートナーズ株式会社 代表取締役社長の渡邊でございます。

本日はお暑い中、またご多用の中、当社の個人投資家向け会社説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

目次

1. 当社の事業と歩み
2. 今期の業績と今後の方針
3. 質疑応答

©2026 Growth xPartners, Inc.

本日は、以上のアジェンダに沿って進めさせていただきます。

1. 会社概要・事業説明

代表プロフィール

GROWTH xPARTNERS

	Profile ～根っからの商売人による、起業家人生～
 代表取締役社長 GxPグループCEO 渡邊 伸一 Shin-ichi WATANABE	1969年4月2日 山梨県甲府市出身 ・商売の原体験 幼少期から家業（食品の製造・販売）を手伝いながら育つ。『お客様に喜ばれてお金をいただけることが何よりの喜び』一将来は必ず自分で商売をしようと決める。 ・リーダーシップ 中学ではバスケット部のキャプテン、高校ではラグビー部のキャプテンと生徒会長を務める。『人々をまとめ、共通の目標に向けて努力し、成し遂げる』一常にリーダーとして人生を生きたと思う。 ・転機 その1 大学に進学するも、幼少期から商売をすることを決めていたため、大学での学びよりも、仕事を通じて実践的に商売・経営を学びたいという強く感じ、大学を中途退学することを決断。 ・経営を学ぶ 家業（中小企業）にて、生産管理・物流・販売・製品開発から財務・経理・資金繰りまで、企業経営に必要な知識を実践を通じて習得。経営者としての課題分析力・課題解決力を培う。 ・転機 その2 自ら主導して社内業務をシステム化。業務効率の飛躍的向上に衝撃を受ける。『ITそのものが持つ可能性（ビジネスチャンス）に人生を賭けたい』と決断。 ・IT業界へ 1996年4月、創業メンバーとしてエーティーエルシステムズに入社（山梨）。入社後に同社上場。取締役事業部長として、技術力にこだわり、高いシステム開発力を活かして事業拡大に貢献。山梨から東京支店を設立して全国へ市場を開拓し、コンサルティングを含むエンタープライズ事業を展開。しかし、システムが顧客にとって本質的な価値になっているのか疑問を感じるようになる。ちょうど同じ頃、同社が敵対的TOBを受けたことを契機に、起業を決意。 ・起業 2008年7月、グロースエクスパートナーズを創業。当時「DX」という言葉はまだ存在しなかったが、顧客企業の事業発展・事業変革に貢献し、真のパートナーになることを心に決めて起業した。自らも企業経営を実践してきた経験が、顧客企業の社長をはじめとする経営層との関係構築に大いに役立ち、大手企業との取引拡大につながった。

©2025 Growth xPartners, Inc.

7

事業の中身に入る前に、まず私自身のプロフィールを簡単にご説明させていただきます。

私は山梨県甲府市の出身で、物心ついた頃から親族が営む食品の製造・販売業を手伝いながら育ちました。初めは「手伝って偉いね」と褒められることが嬉しかったのですが、次第に、お客様に喜ばれ、その上でお金もいただけることが何よりの喜びだと感じるようになり、将来は必ず自分で商売をしようと、決めておりました。

リーダーシップという点でも、中学・高校では部活動のキャプテンや生徒会長を務めました。人々をまとめ、共通の目標に向けて努力し、成し遂げることに喜びを感じる人間で、これから先も常に人をリードして生きていこうと考えておりました。

最初の転機は大学時代です。机上で学ぶことよりも、仕事を通じて実践的に商売や経営を学びたいという思いが強くなり、大学2年で中退しました。その後は実家の事業を役員として数年手伝い、生産管理から資金繰りまで、20代から企業経営に必要な知識について、実践を通じて習得しました。経営者としての課題分析力や課題解決力も、この時期に培われたと自負しております。

次の転機は、自ら主導して社内業務をシステム化したことです。紙で行っていた事務処理や在庫管理の効率が飛躍的に向上することに衝撃を受け、むしろこれを商売にしたほうが楽しいのではないかと、世の中の役に立つのではないかと強く感じました。ITが持つ可能性に人生を賭けてみたいと考えるようになりました。

そして1996年4月、山梨のITベンチャー会社に創業メンバーとして就職しております。同社は私が入社した後に上場し、取締役事業部長として、東京支店の設立と全国への市場開拓、コンサルティングやエンタープライズ事業の展開を手がけました。現在のビジネスの核となる事業は、この時から始まっております。一方で、システムが本当にお客様にとって本質的な価値につながっているのか、疑問を感じるようにもなりました。技術を評価されることに喜びを感じるメンバーが多い会社でしたので、果たしてそれが本当にお客様のためになっているのか、という疑問です。

ちょうど時を同じくして、同社が敵対的TOBを受けました。それを契機に、もう一度自分が理想とする会社をつくろうと考え、2008年7月、このグロースエクスパートナーズを創業しております。

当時、DX という言葉はまだ存在していませんでしたが、前職の経験から、顧客企業の事業発展や事業変革に貢献し、真のパートナーになることを心に誓って起業いたしました。

自らも若い頃から企業経営を実践してきた経験は、顧客企業の社長をはじめとする経営層との関係構築に大いに役立ち、大手企業との引き合いにつながって現在に至っております。

以上が、私の成り立ちになります。では、ここから当社の事業内容について、ご説明させていただきます。

—— 企業理念・社名に込めた想い

A Company for Imagination & Innovation

常に変化と成長を続け顧客と社会に革新をもたらす知的創造企業

社名 『 GROWTH xPARTNERS 』 に込めた想い

Growth xPartnersという社名には、「共に成長していくパートナーでありたい」という顧客へ向けた想いと、「共に成長していく仲間でありたい」という社員へ向けた想いの、2つの意味が込められています。

また、「x」の部分は、DX、Consulting、Technology、Design…といった様々な言葉が入る“伏字”の意味を持ち、DXパートナーとして柔軟に変化を遂げるGxPグループの無限の可能性を表現しています。

©2025 Growth xPartners, Inc.

8

顧客に貢献していきたいという思いから、「A Company for Imagination & Innovation 常に変化と成長を続け、顧客と社会に革新をもたらす知的創造企業」を企業理念としております。

社名にも「共に成長していくパートナーでありたい」というお客様に向けた思いと、「共に成長していく仲間でありたい」という社員に向けた思いの、両方を込めております。

「Growth」と「Partners」の間には「x」という文字が入っておりますが、これはその時々で当社に求められる力を表しています。コンサルティング、テクノロジー、あるいはデザインといった、当社に期待される言葉をここに入れ、その役割を担うという、変数に代入値を入れるような意味合いで「x」と表現しております。

そして、この「x」には、当社の無限につながる可能性という意味も込めております。

— ミッション

ITを駆使して顧客企業の価値を創造する

私たちグロースエクスパートナーズ株式会社のミッションは、
ITを駆使して顧客企業の価値を創造することです。

そのためには、顧客の強みを顧客以上に深く理解し、顧客の持つ事業価値に焦点を当てることが重要です。

日本のエンタープライズ企業は、過去の成長を支えてきた技術力や高品質なサービスなど、膨大なレガシー資産を持っています。
さらに、それらを創り上げてきた優秀な社員も多数在籍しています。

私たちは、エンタープライズ企業が持つ本来の力を引き出すためのDX支援を行っております。
そしてエンタープライズDX支援による新たな価値創造が、日本経済の再成長につながると確信しています。

**顧客企業の価値創造を通じて、社会に革新をもたらす。
それが私たちの使命であり、喜びです。**

©2025 Growth xPartners, Inc.

9

当社は「IT を駆使して顧客企業の価値を創造する」ことをミッションとしております。

そのためには、顧客の強みを顧客以上に深く理解し、顧客の持つ事業価値に焦点を当てることが非常に重要だと考えております。

日本のエンタープライズ企業は、過去の成長を支えてきた素晴らしい技術力や高品質なサービスなど、膨大なレガシー資産を保有しております。さらに、それらを作り上げてきた優秀な社員も多数在籍しております。

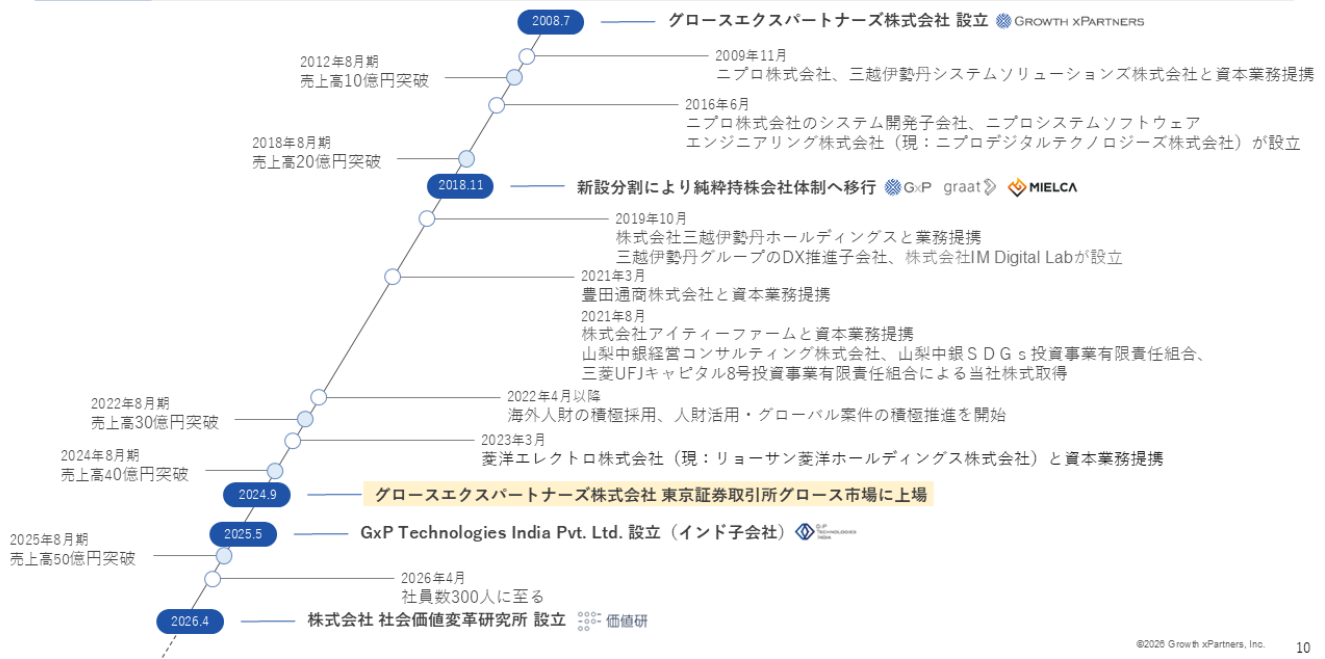
ちょうど私が就職活動をする頃、まさにバブルが弾け、それまで非常に好調だった日本の企業が停滞の一途をたどりました。当社は日本をけん引するエンタープライズ企業に、もう一度力強さを取り戻していただき、世界をリードする国力を築くサポートをしたいという考えのもと、本来の力を引き出すための DX 支援を行っております。そして、これらエンタープライズ企業の DX 支援による新たな価値創造が、日本経済の再生へとつながると確信しております。

顧客企業の価値創造を通じて、社会に革新をもたらす。それが当社の使命であり、喜びです。

1. 会社概要・事業説明

GROWTH xPARTNERS

沿革 — GxPグループの歩み



創業から今日までの歩みをご紹介します。

2008 年 7 月にグロースエクスパートナーズ株式会社を設立し、その後、お客様でありパートナーであるニプロ様、三越伊勢丹システムソリューションズ様と資本業務提携をいたしました。

創業 10 年が経過した 2018 年 11 月には、次世代の経営層を育て、経営を担う人材を増やしていきたいという考えから、新設分割により現在の持株会社体制へ移行しております。

その後もさまざまな企業と業務提携を行いながら順調に業績を伸ばし、2024 年 9 月に東京証券取引所グロース市場に上場いたしました。以降も事業会社を新設するなどし、現在、グループ全体の社員数は 300 名を超えております。

1. 会社概要・事業説明

GROWTH xPARTNERS

資本業務提携先企業一覧

下記の企業と資本業務提携を締結しております。



三越伊勢丹ホールディングス



ISETAN
MITSUKOSHI
SYSTEM
SOLUTIONS

当社創業来の取引関係でありDX推進を継続的にご支援、DX推進組織（出島型組織）も共同運営



豊田通商株式会社

トヨタグループの
ソフトウェア開発業務を支援



IT-FARM
CORPORATION

株式会社アイティファームの
投資先テックベンチャーとの協業



リョーサン菱洋
RYOYO RYOSAN

製造・検査装置メーカー向けの
新たなデジタルサービス創出

スライドに記載の企業とは資本業務提携を行っております。これらの企業は当社の株主でもありお客様でもあり、互いに強固な戦略的パートナーとしての役割を担っております。



続いて、当社の事業の特徴・強みについてご説明します。

当社の事業の本質は、社歴の長いエンタープライズ企業が持つレガシー資産をモダナイズし、デジタルを中心に組み替えていくことです。そのためには「IT 変革」と「組織変革」の両方が必要となります。

IT 変革とは、技術をもってお客様のビジネスを実現するシステムを作ることです。

ただし、DX の本質はデジタルを中心に事業を変革すること（デジタルトランスフォーム）であり、システムを作ることそのものは DX ではない、と当社は早くからお客様に提唱してまいりました。

デジタルを中心に事業を組み替えるには、組織も変わることが必要不可欠です。

当社は組織変革へのコンサルティング・伴走支援をセットで提供することで、お客様の膨大なレガシー資産を新しい価値へと変革していくことを事業の柱としております。

1. 会社概要・事業説明

GROWTH xPARTNERS

出島型アプローチによりハンズオンでDXを実現

役員派遣や人事制度の設計などを当社と顧客との合同チームで共同運営を行う「出島型アプローチ」を採用。より顧客に深く入り込みハンズオンでDX支援を実施。



出島型アプローチとは...

“既存の組織や枠組みのもとでは、革新的なイノベーションを起こし辛いという課題意識のもと、イノベーション拠点として本社から切り離れた『出島』組織を作り、迅速で大胆な取組みを進めていこうという試み”

共同運営会社事例



©2025 Growth xPartners, Inc.

13

組織支援のコアとなるバリューを、当社は「出島型アプローチ」と呼んでおります。

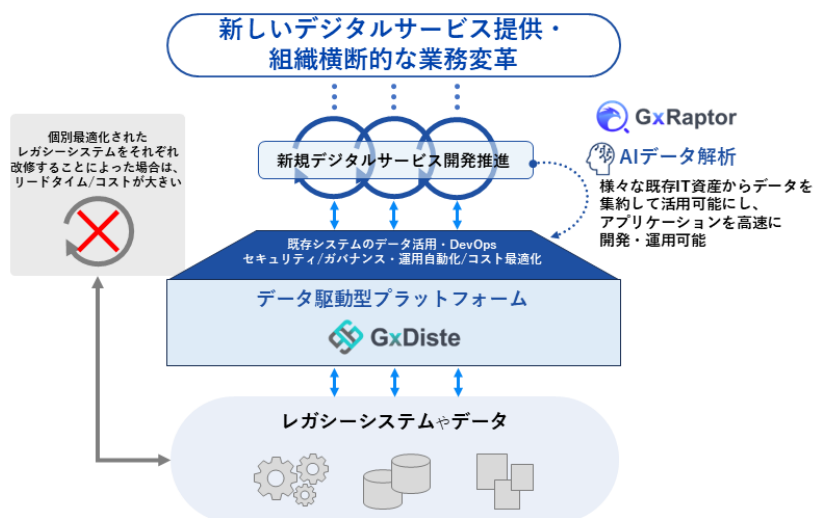
長崎の出島のように、既存の組織から切り離れたところに小さな島組織を作り、そこに当社のメンバーと顧客のメンバーが対等に参加します。それぞれの強みを伸ばしながら、ハンズオンで支援し、お客様の持つ強みをどう新しい価値に転換するかを共に考え、最終的にはお客様自身が自走型のDX組織へと変わっていただく。まず小さな出島から始め、DNAを培養して本体へ還元していくというのが、当社のビジネスモデルです。

このビジネスモデルの究極的な事例として、ニプロ様との共同運営会社「ニプロデジタルテクノロジーズ」を共同運営しております。また、三越伊勢丹ホールディングス様とは「IM Digital Lab」を共同で設立し、百貨店事業・小売業のDXを推進しております。これら2社には私も社外取締役として参画し、お客様の立場でビジネスを本気で考え、支援しております。

1. 会社概要・事業説明

データ駆動型プラットフォームによる高速開発の実現

様々なレガシー資産からデータを集約して活用し、アプリケーションを高速に開発・運用する共通基盤を「データ駆動型プラットフォーム」として提供。デジタルサービス提供や、組織横断的な業務変革を短期かつ低コストで実現。



顧客事例

株式会社三越伊勢丹ホールディングス
ビジネスプラットフォーム/DevOps基盤で「4倍速開発⁽¹⁾」

 三越伊勢丹ホールディングス

大成建設株式会社 X-grab
7,000社7万人が利用する基幹システムを刷新

 大成建設
For a Lively World

注：
(1) 新サービス・新機能のリリースサイクルが従来の4倍。

©2025 Growth xPartners, Inc.

14

IT 変革においてはデジタル技術が重要となりますが、その中で当社は「データ駆動型プラットフォーム」をお客様に提供しております。

お客様の多くは数十年、三越伊勢丹グループに至っては数百年という社歴を持ち、膨大なレガシーシステムと、そこに蓄積された豊富なデータをお持ちです。一方、コロナ禍や自然災害のように、ビジネスモデルを急激に変化させ、新しいビジネスを立ち上げなければならない局面では、既存システムを新しい時代に合わせて変えるのに膨大なコストと時間がかかるという課題を抱えております。

この課題に対するソリューションとして、データ駆動型プラットフォームを使うことで、新規のデジタルサービスや、事業変革のための業務プロセスを載せた仕組みを、高速かつ安価に開発することが可能となります。これも当社がお客様に選ばれる大きな理由です。

顧客事例としては、三越伊勢丹ホールディングス様では、コロナ禍で店舗を閉めざるを得ない状況の中、この考え方をを用いてリモートショッピングの仕組みを高速に構築いたしました。大成建設様では、同社を頂点とするピラミッド構造の取引先 7,000 社・7 万人が利用する基幹システムを、この仕組みで新しいビジネスにモダナイズすることを実現しております。

目次

1. 当社の事業と歩み
2. 今期の業績と今後の方針
3. 質疑応答

©2025 Growth xPartners, Inc.

続きまして、今期の業績と今後の方針についてご説明いたします。

2. 今期の業績と今後の方針



2026年8月期 第3四半期 エグゼクティブサマリー

連結経営成績

売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
3,480 百万円 前年同期比 ▲4.7%	344 百万円 前年同期比 ▲40.4%	368 百万円 前年同期比 ▲38.8%	227 百万円 前年同期比 ▲41.9%

第3四半期ハイライト

業績／顧客基盤の強化／事業ポートフォリオの見直し

- 戦略コンサルティング機能の強化による当社グループの提供価値向上を目的として、2026年4月に子会社「株式会社社会価値変革研究所」を設立。
- 新規顧客層の開拓を進めた結果、エンタープライズ顧客数は3Q末時点で26社（前年同期比+8社）と堅調に推移。段階的な収益拡大に寄与する見込み。

来期以降に向けた成長戦略

- AIの台頭をはじめとした市場環境の変化に伴う顧客ニーズの高度化・上流化に対応するため、前述の体制構築と並行してケイパビリティの創出を推進。
- プロフェッショナルサービスの拡充や取り扱いプロダクトの充実等、事業ポートフォリオの見直しを継続。

©2026 Growth xPartners, Inc.

16

2026 年 8 月期第 3 四半期のエグゼクティブサマリーです。

業績はご覧のとおりであり、減収減益見込みとなりました。株主の皆様にはご心配をおかけし、申し訳なく思っております。

その中で補足いたしますと、エンタープライズ顧客数は前年同期比 8 社増の 26 社となっております。

既存顧客との関係性を維持しながら、新規顧客開拓も同時並行かつ順調に推移しており、減収減益局面においても来期以降への布石になるものと考えております。

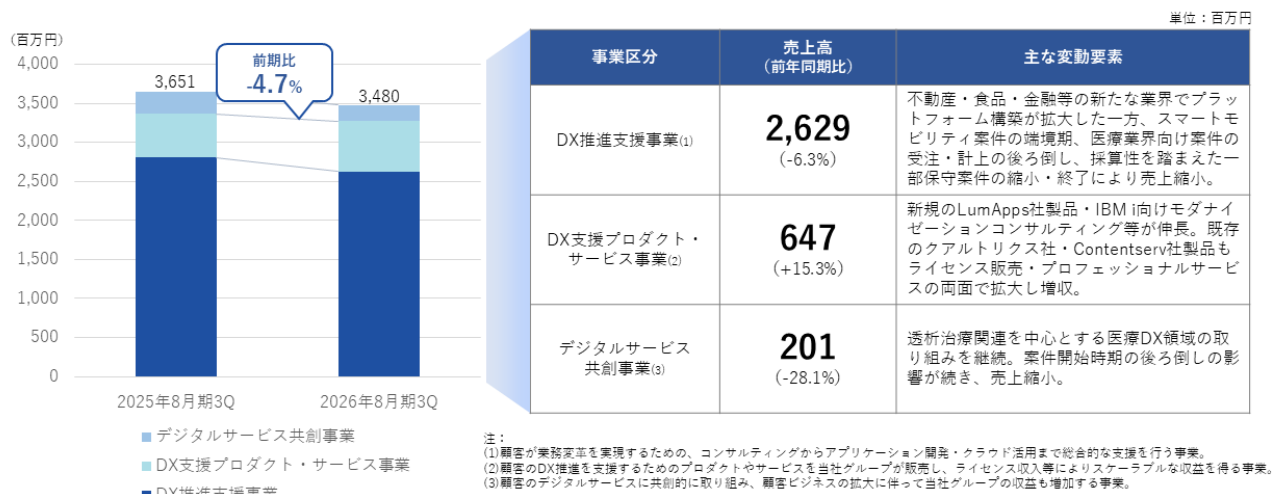
当社のビジネスモデルはエンタープライズ顧客との取引開始時、小さく機動力のある支援を通じて顧客の課題を特定するところから始まります。新規開拓を優先したことが、短期的な足元の業績低迷につながった面もございます。

2. 今期の業績と今後の方針



売上高増減要因

主力のDX推進支援事業が案件の後ろ倒しや端境期等により減収となった一方、DX支援プロダクト・サービス事業は新規プロダクトの伸長により増収。採算性を踏まえた事業ポートフォリオの見直しは継続。



©2025 Growth xPartners, Inc. 17

売上高の増減要因です。ここでは当社の3つの事業区分についてご説明します。

「DX 推進支援事業」は、売上規模が最も大きい主力事業です。コンサルティングから、出島型でお客様を巻き込んだ伴走型の開発支援、保守運用ビジネスへのローンチまで一気通貫で提供いたします。

「DX 支援プロダクト・サービス事業」は、データ駆動型プラットフォームのような自社プロダクト・サービスに加え、主に海外の DX に役立つソフトウェアを当社が目利きし、日本企業に提案・導入する事業です。ライセンス販売と、導入コンサルティングおよび定着・運用を支えるプロフェッショナルサービスメニューの両面を提供しております。

「デジタルサービス共創事業」は、お客様と共にデジタルサービスを開発し、その先のお客様への販売によるレベニューシェア・プロフィットシェアを享受する事業です。お客様と共同で事業方針・優先順位付けを考えるモデルですが、その事業特性上、お客様の状況によって波があり、今期の低迷要因の一つでもあります。

2. 今期の業績と今後の方針

2026 年 8 月期 業績予想の修正

市場環境の変化・顧客ニーズの高度化に対応するため事業転換を図るが、上期の遅れを補えず、業績は想定を下回る見込み。特定顧客依存の低減に向け、顧客基盤拡大、支援体制・支援テーマの拡張を進めた結果、先行投資が増え、業績予想を修正。

	2025年8月期 実績	(修正前) 2026年8月期 業績予想	(修正後) 2026年8月期 業績予想	修正後/修正前 対比
売上高	5,086	5,608	4,657	83.0%
売上総利益	2,337	2,632	2,072	78.7%
売上総利益率	46.0%	46.9%	44.5%	-
営業利益	774	801	413	51.5%
営業利益率	15.2%	14.3%	8.9%	-
経常利益	870	828	444	53.6%
経常利益率	17.1%	14.8%	9.5%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	600	516	272	52.7%
当期純利益率	11.8%	9.2%	5.8%	-

単位：百万円

業績変動要因

戦略的
撤退

採算性および成長領域へのリソース配分を踏まえた一部保守案件の縮小・終了

案件
環境

医療業界向け案件の検討期間の長期化による受注・売上計上時期の後ろ倒し

案件
環境

スマートモビリティ関連案件の端境期

©2025 Growth xPartners, Inc. 18

続きまして、2026 年 8 月期の業績予想の下方修正についてご説明いたします。

当初計画と修正後の数字はスライドのとおりであり、誠に不本意ながらご覧の状況となっております。改めて変動要因をご説明させていただきます。

AI の台頭による急速な市場環境の変化や顧客ニーズの高度化に対応する事業変革を図ってまいりましたが、想定どおりには進みませんでした。

期初予想の時点で下期偏重の計画であったことに加え、上期の進捗遅れについて下期での挽回を織り込んでおりましたが、お客様側の戦略テーマや優先順位の変更によって先送りになった支援領域を下期に拾いきれなかった点が大きな要因です。

具体的な要素に分解すると、大きく 2 つの要因に分かれるものと認識しております。

一つは戦略的な撤退です。採算性の低いプロダクト販売や、既存の保守案件について、より付加価値の高い案件へのリソースシフトを目的に、お客様へ引き継いで縮小・終了させました。一定程度は期初計画に織り込んでいたものですが、想定以上に撤退の速度が速く進みました。

もう一つは、メイン顧客である医療業界およびスマートモビリティ関連のお客様の案件です。前期に当たる 2025 年 8 月期は両業界で特需案件を受注していたことに加え、医療業界向けでは市場環境の変化・新体制への移行に伴う共創事業を始めとした戦略の見直しによって検討期間が長期化し、第 2・第 3 四半期に売上計上予定であったものが来期以降への計上・テーマ変更へとつながりました。スマートモビリティ関連では、EV 普及等を背景にお客様側で戦略投資の検討期間を要し、想定した速度で案件が進みませんでした。しかしながら、本質的なニーズは引き続き旺盛であるものと認識しております。

以上の要因により、業績予想の下方修正に至りました。

業績悪化に対する本質的な課題

AIの急速な台頭・普及により、お客様の経営課題は複雑化
(意思決定の複雑化)



経営アジェンダに対する能動的な提案やコンサルティング
ニーズの高まり



当社のケーパビリティが十分に追いついていないことが
課題として顕在化



今期の減収減益の本質的課題

©2025 Growth xPartners, Inc.

19

直接的な要因の背景にある、本質的な課題についてご説明します。

最大の背景は、AI 技術の急速な台頭・普及により、お客様の経営課題および経営環境が複雑化したことです。従来であれば稟議が通り実行に移されていた案件について、予算は確保されていても「AI がもたらす環境変化を見て判断したい」「ビジネスの状況を見て判断したい」という判断留保が増えました。

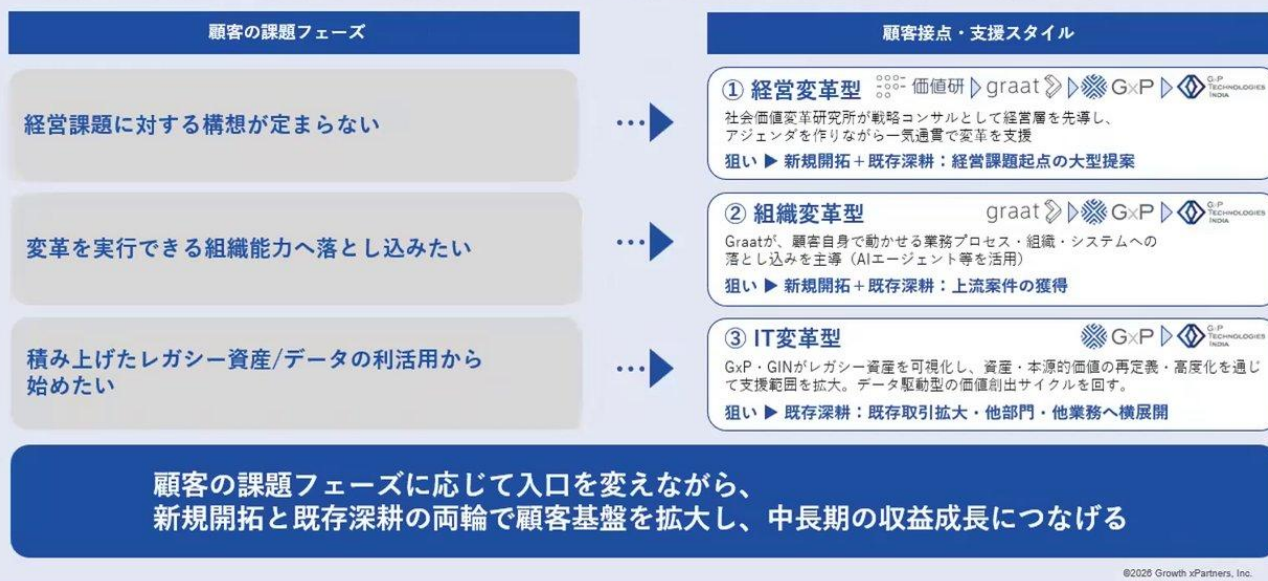
こうした市場環境の変化に対し、当社は経営アジェンダに対する能動的な提案やコンサルティングでニーズの高まりに対応しきれませんでした。当社のケーパビリティがお客様の環境変化に対応しきれなかったことが、課題として顕在化しております。

2. 今期の業績と今後の方針

GROWTH xPARTNERS

事業変革パートナーへの転換 - 顧客価値提供の3つのアプローチ -

求められるケーパビリティに対応するため、今期・来期を事業モデル転換フェーズと位置づけ、事業変革への投資により利益率は一時的に低下するものの、顧客基盤の拡大で中長期の成長基盤を構築する。



©2026 Growth xPartners, Inc. 24

当社は従来からお客様の事業変革のパートナーとして、顧客ニーズを詳細に把握し、愚直に伴走することを標榜してまいりましたが、今後は経営・組織・IT 変革（戦略策定から実践まで）を通じ、「顧客を先導する事業変革パートナー」への転換に取り組んでまいります。

「変革を実行できる組織能力を内製化し、自ら変革を起こせる組織に転換したい」というニーズには組織変革型の DX 支援で、「積み上げたレガシー資産・データの利活用により IT 変革を進めたい」というニーズには IT 変革型の支援で、前期まで成果を上げてまいりました。一方、今期顕著に表れたお客様の変化は、急速な事業環境の変化による経営課題に対する構想が定まらないという点であり、これに対して当社が適切なソリューションを提供し続けられなかったことが、今期成果を上げられなかった根本的な要因です。

これは経営変革型の支援であり、当社は従来、経営コンサルティングや戦略コンサルティングは事業領域外とし、構想はお客様ご自身が考えるべきというモットーのもと、これをサポートする事業に注力しておりました。

2. 今期の業績と今後の方針

新子会社：戦略コンサルティング会社「社会価値変革研究所」が始動

AX/DXを主軸とした戦略コンサルティング機能を担う100%子会社として、2026年4月に設立。

構想にとどまらず実装・定着まで一貫して担い、代表には3領域を横断した経験を持つ井出昌浩氏を招聘。

社会価値変革研究所

VALUE TRANSFORMATION INSTITUTE



代表取締役社長 井出 昌浩

「構想を価値へ、変革を社会へ。」

株式会社 社会価値変革研究所（通称：VXI／価値研） | 2026年4月1日設立 | 資本金10百万円・当社100%子会社

01 戦略/AX/DXコンサルティング

経営戦略から実装・定着まで一貫通貫。構想止まりのAX/DXを成果につなげる伴走型コンサルティング。

02 DX組織・人材育成

DX推進組織の設計と、変革を主導する人材の育成。顧客自ら変革を推進できる組織づくりを支援。

03 価値創造“伴奏”事業

CDO・CIOをはじめとする経営層に、変革推進の知見とリーダーシップを提供。意思決定の内側から伴奏。

04 価値創造シンクタンク

実践と学術の知見を融合し、次世代の変革モデルを研究・提言。社会への知的貢献を通じた価値創造。

強み：戦略 × 実装 × 人材育成
コンサルティング・経営・教育を横断する実践知により、DXを「技術導入」ではなく「変革のデザイン」として実現

代表者の経歴

大手印刷企業の生産技術・研究開発職
→ 大手戦略コンサルティングファーム シニアパートナー
→ 大手IT企業 コンサルティング部門統括
→ 2026年4月 当社代表取締役社長に就任

学位・資格／社会活動

博士(数理情報学)/技術士(情報工学部門)/中小企業診断士
信州大学 特任教授/東京農工大学 非常勤講師
宇都宮市 CDO補佐官/経済産業省 DX関連検討会委員
総務省「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業」DXアドバイザー

コーポレートサイト：<https://www.vxinst.co.jp/>
該当リリース：<https://www.gxp-group.co.jp/news/pbov6d8k>

以上の経営変革型に対するソリューション提供を可能にする経営体制の転換を目的として、本年4月に「社会価値変革研究所」を完全子会社として設立し、経営変革型・組織変革型・IT変革型のすべての顧客課題に取り組める体制を作り始めました。

顧客の経営・事業課題の入口に応じて姿を変えながら、新規顧客開拓と既存顧客深耕の両輪で顧客基盤を拡大し、中長期の収益成長につなげてまいります。

これらの点について、社会価値変革研究所は、この先の成長ドライバーの鍵と位置づけております。

代表の井出は本年4月から当社の執行役員兼社会価値変革研究所の代表取締役社長を務めており、2025年3月まではNECのコンサルティング事業の責任者を、2026年3月までは同社のコンサルタント人材育成の責任者を務め、大規模なコンサルティング事業を立ち上げ、拡大してきた人物です。設立以降、同氏の人脈を通じた優秀なコンサルタントが数名入社しており、今後も入社が予定されております。

「社会価値変革」という社名には、次の思いを込めております。

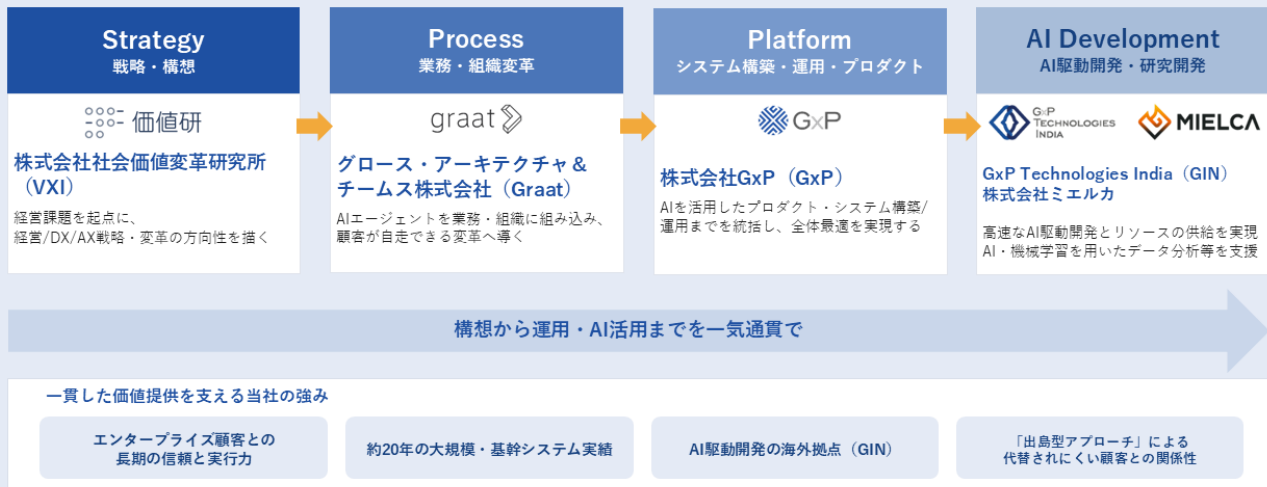
当社はエンタープライズ企業の支援を事業の柱としており、大手企業におけるグローバル展開は今後の成長基盤となります。一方、地方を中心に国内の人口減少が加速し、全体的な経済市場が衰退していく現状を前に、大手企業のグローバル展開のみに注力してよいのかについて井出と議論を交わし、これまでに得た収益や知見を地方創生など日本のローカルな文脈に還元して社会自体の価値変革をリードしたいという考えで意気投合したことにより、グループへの参画について合意しました。また「研究所」としたのは、井出が大学での教鞭や国・行政機関のDX補佐で得た知見を、学術的知見と融合してモデル化し、シンクタンク的アプローチで地方企業や次世代人材に形として残していくことを意図しております。

2. 今期の業績と今後の方針

GROWTH xPARTNERS

一貫した価値提供体制 - グループ事業領域とシナジー -

GxPグループ各社の強みを掛け合わせ、構想から運用・AI駆動開発まで一貫通貫で対応。
新規・既存顧客への取り組み強化をグループ総掛かりで推進。



※担当領域は代表例です。案件に応じて各社が柔軟に連携します。
©2025 Growth xPartners, Inc. 22

改めて、ここまで申し上げてきたことを整理し、当社の価値提供体制についてご説明いたします。

一貫した価値提供体制を作り、グループ事業の領域とシナジー効果を最大化していくことが、これからの当社のミッションとなります。

これまでの当社の事業でミッシングパーツとなっていたのが、戦略や構想を立てるコンサルティング会社です。これが今期4月にできたことにより、先ほど申し上げた、お客様の経営アジェンダに応えられず停滞した当社の事業を、来期以降はここを起点により大きく成長させていける体制が整いつつあります。これで最上流から実際の保守運用まで、一貫した支援体制が完成することになります。

AIへの取り組みとして、インドに「GxP Technologies India」を設立いたしました。インドに設立したのは、AIにネイティブな優秀な人材が日本よりはるかに多いというインドの労働市場があるからです。そこでAIネイティブなエンジニアを集め、初めからAI駆動型の開発スタイルを取る。そのリソースプールを上流から始まった当社のビジネスに組み込んでいくことでより競争力を高めるという戦略を取っております。また、インドが国策として進める国産半導体の分野でも、半導体ビジネスに精通した現地経営メンバーを中心に着手し、少しずつ成果を得ております。

グループ会社のミエルカも、AI・LLMなどの新技術に対応し、お客様のインサイトにより価値を提供できる会社へリブランディングする予定です。

以上により、構想から運用・AI活用までを一貫通貫で提供できる体制を今期構築いたしました。

目次

1. 当社の事業と歩み
2. 今期の業績と今後の方針
3. 質疑応答

©2025 Growth xPartners, Inc.

以上で、今期の業績と今後の方針についての説明を終わります。

続いて質疑応答です。まず事前にいただいたご質問に回答し、その後、会場の皆様からのご質問をお受けします。

【事前質問 1】

Q. 中長期の成長戦略を、数字を含めて教えてください。

A. 中期経営計画は現在策定中であり、具体的な数字の開示は差し控えますが、策定の軸をご説明します。

最も注力している点は収益性、とりわけ営業利益率の向上です。あわせて、AI の影響をどう捉えるかにも焦点を当てております。

プログラム実装や設計書作成といった開発工程の大部分は AI で代替されるようになり始め、当社もインドを中心とした AI 駆動型開発を日本に導入しております。コンサルティング分野でも、調査・分析・資料作成は積極的な代替が進むものと推測されております。

このような状況下において、AI に代替されない領域、すなわち企業の経営活動に資する問題提起・課題設定・意思決定支援が企業価値の根源であると再定義し、当該領域に軸足を移してまいります。

そのために加わった機能が社会価値変革研究所です。戦略構想の策定からシステムコンサル、組織コンサル、運用・定着までを一気通貫で支援できる体制を、当社の強みとしてさらに磨いてまいります。

時間軸としては、来期までを事業モデルの転換・定着のフェーズと位置づけ、その先の大きな成長を目指します。数値は、10 月中旬の通期決算発表以降、順を追ってお示しします。

【事前質問 2】

Q. 株価および出来高が非常に低調と感じます。御社としてどのように受け止め、どのように対応されますか。

A. 全くご指摘のとおりと受け止めております。

原因は、当社の成長性・収益性への期待が薄まっていることにありと理解しております。

2024 年の上場時に期待されたほどの成長と収益を実現できておらず、今回の下方修正はその最たるものと認識しております。今後の対応の軸は次の 3 点を考えております。

第一に、業績の回復です。株価そのものは当社が直接関与できる要素ではありませんが、成長性・収益性への期待を取り戻すことが直接的施策かつ最重要事項であると考えております。収益性の改善を最優先課題とし、先ほどご説明した事業モデルの転換をその第一歩といたします。

第二に、情報発信の強化です。IR を含めた情報発信が足りないというご指摘を多数いただいております。7 月には四半期ごとの Q&A 集を公表し、本日は初めて株主の皆様と直接お話しする場を設けました。今後はこれまでに以上に、当社の考え方やビジネスの進捗をステークホルダーの皆様と直接対話することを重視してまいります。

第三に、資本政策です。今期は減収減益となったものの利益は積み増す計画であり、内部留保も増えております。一方、これを成長投資として十分に活かしてきたとは考えておりません。成長投資と株主還元のバランスをどう取り、企業価値をどう高めるかを、今後策定する成長戦略と併せて公表するよう検討しております。

昨年 11 月の株主懇談会でもお伝えしたとおり、現状の株価については、私自身も大株主でありステークホルダーとして自責の思いを強く感じております。まずは結果を出すことが先と考えており、今後の当社の躍進にご期待いただきたいと思います。

【事前質問 3】

Q. 中期経営計画は今後どのような予定でしょうか。

A. 現在鋭意策定中です。開示時期は本日時点では明言できませんが、確定次第速やかにお知らせします。

本日ご説明した事業転換の内容は、中期経営計画を組み立てる上での当社の考え方そのものです。事業モデルの展開、お客様との関係強化、グループ各社の連携によるシナジー創出といった軸は、中計に盛り込むことに先んじて本日お伝えさせていただきました。

数値を含む計画は、10 月中旬の通期決算発表以降、確定次第順を追ってお示しします。

【会場質問 1】

Q. 経営哲学や理念について、それが表れている顧客層や事例を伺いたい。また、ターゲットはエンタープライズ層と理解しているが、中堅・中小企業に広げる考えはあるか。

A. まず前者についてお答えします。私の根底にあるのは、根っからの商売好きであるという点です。中小企業ながら、製造工程から経理まで幅広く経験してまいりました。経営は真摯に、真面目に取り組むことが大原則だと考えております。

一つエピソードをご紹介させてください。私が現場に出ていた頃、ある大手家電メーカーのコンサルティングを行いました。20 名ほど役員がいらっしゃる経営会議の場で「この 1 年で自社製品を購入された方はいらっしゃいますか」と伺ったところ、一人もいらっしゃらなかったということがありました。

本件のご相談内容は「製品が売れない」「顧客が何を欲しがっているかわからない」というものでしたが、私は「難しい方法論を議論する前に、最大のステークホルダーであるこの場の皆様が欲しいと思う商品がないこと自体が問題です」と申し上げました。改めて話してみると至極当たり前のことなのですが、皆さん我に返り驚かれていました。

売る側が本当に欲しいと確信できない商品は続きません。また、私も含め、人間誰しも自分を見つめてみることは苦手なものです。こうした本質的な問いをお客様と膝を詰めて議論することで信頼を得てきたのが当社のスタイルであり、メンバー全員にこの哲学を常に問うております。

後者については、先ほどの社会価値変革研究所のご説明時にも触れましたが、当社は大手企業や海外展開で事業を伸ばすお客様を中心にビジネスをしています。一方で、それらを下支えしているのは地方の中堅・中小企業です。自動車メーカーのコア部品もスマートフォンの部品も地方の小さな企業が作っています。これらの企業が日本の産業を支えていることは当社も重々理解しており、エンタープライズ企業向けに培ったノウハウ・知見を中堅・中小企業へ展開することは、ぜひ取り組みたいと考えております。

ただし、企業規模が小さいほど投資余力も限られるため、当社が東京から直接、高い経費をかけて進出するのはお客様の予算感からも難しい一面があります。そこで現在考えているのは、地方のコミュニティにすでに根を張る同業他社にグループ傘下に入っていただく、あるいは提携させていただくことです。これらの取り組みを通じて、中堅・中小企業向けのビジネスを伸ばしていければと考えております。

【会場質問 2】

Q. 御社の強みと、競合他社との違いを教えてください。

A. 創業来、ひとえに心がけてきたことは、お客様が解決したい課題が明確に決まっている案件に対して、真摯に取り組むことでした。

大手戦略コンサルや IT ベンダーが手がける、戦略やプランを作る、あるいは市場の潮流を踏まえた新しいビジネスモデルを提案するといったコンサルティングは、当社は従来行ってきませんでした。ビジネスを続けているお客様自身の方が自社の事業に精通しており、どちらかと言えばお客様自らが構想を描けることが最大効率であるという考えのもと、価値定義や戦略プランの作り方をコーチングに近い形で支援してまいりました。

当社の強みはその先にあります。出島型アプローチとデータ駆動型プラットフォームにより、お客様が描いた構想やプランを徹底的に伴走型で実現し、お客様を同じチームに巻き込みながら、最終的に自走型の組織へと変わっていただくことです。

一方で、AI の台頭により、レガシー資産やこれまでの戦略の延長で何をすべきか、お客様自身が判断しきれない状況が生まれております。従来は、そこをお客様が決めていただければ当社のバリューを発揮できたのですが、今期の低迷は、そこに対応できなかったことが一番の原因と考えております。これまで強みだったことが、今期に関してはむしろ課題につながり始めてしまったという側面もあります。

したがって、今後の当社の強みは、これまでの強みに加え、経営課題の再定義や実装に関するお悩みを持つお客様に対し、社会価値変革研究所を中心に経営アジェンダを共に考える段階から踏み込むことです。これまでの強みを活かしながら、より強固な提供体制を確立してまいります。

【会場質問 3】

Q. グロース市場の上場企業には 5 倍・10 倍の成長を期待して投資している。しかし期初の減益予想から減収減益予想に至り、来年も同様であれば、株主還元か企業価値の大幅な向上を示してほしい。顧客数・単価・利益率のいずれをどう伸ばすのか、本日の説明では成長の道筋が見えず、株式の出来高も極めて少ない状況が続いている。社長の言葉を信頼するしかない立場として、信頼に足る方針を示してほしい。

A. 非常にありがたいご指摘とエールをいただき誠にありがとうございます。創業・上場時から株主になっていただきながらご期待に応えられていないことは、私も忸怩たる思いです。中期経営計画について詳しくご説明できていない本日の説明会内容についても、ご指摘の通りだと考えております。

本来はこのタイミングで中期経営計画と具体的な数字をご提示できるのが理想でしたが、大幅な下方修正を開示したこともあり、確実に実現できる計画を綿密に練っているところです。中計は本決算後の 10 月以降、目標数値を含めて開示できるように準備を進めていますので、しばらくお待ちいただきたいと思います。

その上で、9 月から始まる来期の足元についてご説明します。今期低迷の要因となったスマートモビリティ関連・医療関連の既存のお客様については、期首時点で予算が付き、当社への期待値も固まっていたため、今期計画に織り込んでおりました。しかし、当社が関わる領域以外も含めてお客様の経営課題が複雑化し、それに対して有効な提案やコンサルティングができなかったことで、投資が延期された背景がありました。

これらの計画内容の先送りが今期の低迷につながったものであり、これら大手のお客様からの信頼が薄まった、関係性が希薄になったということではございませんので、その点をご安心いただきたいと思います。また、社会価値変革研究所の設立により、応えられなかった期待に応えられる体制となり、停滞していた案件が少しずつ動き始めております。

来期は今期の低迷分を取り戻す計画を立てており、今期の決算発表時には来期の数字も併せてお示しします。今期ご期待に応えられなかったことは誠に申し訳なく思っておりますが、このまま停滞する気持ちは一切ありません。グロース市場に上場した以上はまさにグロースしていく。社名「Growth xPartners」のとおり、お客様と共に成長する真のパートナーになることを期して取り組んでまいりますので、引き続きご支援をお願いいたします。

【会場質問 4】

Q. エンタープライズ顧客数は第 3 四半期で 26 社、前年同期比 8 社増にもかかわらず大幅な減収となっており、顧客 1 社あたりの収入が減っているのではないかと懸念する。その背景と、来期以降に続くリスクはあるか。

A. 第 3 四半期同士の比較で、顧客数は 8 社増えて 26 社となりました。当社のビジネスモデルの特徴として、顧客維持率は従来から直近まで概ね 90%前後で推移しております。新規のお客様に対しては最初に少しずつお客様との信頼を積み上げ、それを積層化してお取引を増やしていくモデルです。

今期業績が計画を下回った要因の一つは、この積層の大口部分を担ってきたお客様の計画変更が生じたことです。もう一つは、新規のお客様の立ち上がりが第 3 四半期に集中したことです。本来は第 1・第 2 四半期から立ち上がるはずであった新規のお客様のボリュームが、第 3 四半期以降にずれ込みました。

今期への業績寄与は軽微でしたが、増えたお客様一社一社は今後大きくなっていきます。来期に向けてはこれらのパイプラインが積み上がっていくため、1 社あたり収入の減少は一過性のものと捉えていただければと思います。

以上をもちまして質疑応答を終了し、本日の個人投資家向け説明会を終了いたします。皆様、本日はお忙しい中お越しいただき、また最後までご参加いただきまして、誠にありがとうございました。