



2025 年 8 月 25 日

各 位

会社名 株式会社 L is B
代表者名 代表取締役社長 CEO 横井太輔
(証券コード：145A 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO コーポレート本部長 北嶋正樹
(e-mail : ir@l-is-b.com)

2025 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会 Q&A

2025 年 8 月 20 日に開催した当社 2025 年 12 月期第 2 四半期の決算説明会に関し、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

ご質問いただいた内容については、個人情報等への配慮、可読性への配慮、内容の重複した質問の統括を行っていることから、説明会での実際の質問内容、回答内容とは一部異なる記載をしておりますことをご了承ください。

本 Q&A には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、決算説明会開催日時点の情報に基づいて作成されています。将来の見通しに関する記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

本 Q&A は、情報提供のみを目的として作成しております。また、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証をしておりません。

記

1. 業績について

Q1. 決算説明資料 P.32 の「NRR の推移」について、2024/2Q 以降の推移は概ね横ばいに推移しておりますが、値上げのほか、タグショット/タグアルバムやナレッジ動画といったサービスのクロスセルが今以上に拡大したときは、当該 NRR が上昇すると理解してよいでしょうか。

A. はい、ご認識の通りでございます。NRR を押し上げる要因は、主に以下の 2 点です。

・アップセル：「direct」の ID 数増加等の契約済みのサービスのプランアップによ

り、既存顧客あたりの売上を伸ばします。

・クロスセル：「ナレッジ動画」や「タグショット/タグアルバム」といった連携ソリューションの追加契約により、顧客単価を向上させます。

Q2. 売上が1Qと同水準にも関わらず、経常利益が減少しているのは、1Qと比べ「①ショット売上の減少、②人件費の増加、③投資ファンド設立費用」が主な原因でしょうか。

A. 経常利益が減少している要因は、ご指摘の要因の中の主に②人件費の増加が影響しております。これは、将来の成長に向けた計画的な人材投資が増加したことによるものです。

具体的には、4月の新卒社員（今期は4名）の入社を含めた事業拡大に伴う人員増と、それに伴う採用教育費の増加が主な要因です。

Q3. 3Q以降の想定経常利益水準（1Qまたは2Q水準を想定等）をご教示ください。

A. 当社の事業は、安定的なストック売上が収益の基盤となっております。このストック売上が四半期ごとに着実に積み上がっていくため、第3四半期以降の売上は、ショット売上に大きな変動がない限り、基本的には第2四半期を上回って推移する見込みです。

ただ、中長期的な成長に向けた戦略的投資も行っていくため、足元の利益確保と将来への投資のバランスをみながら事業運営を行っていく方針です。

Q4. 円高は業績にネガティブ or ポジティブのどちらの材料となりますでしょうか。

A. 為替変動が当社業績に与える影響は軽微ですが、円高は費用面ではポジティブに作用すると考えております。

- ・売上への影響：国内取引が中心のため、直接的な影響はございません。
- ・費用への影響：サービス提供に利用しているAWSの費用の一部は米ドル建てのため、円高時には円換算の支払額が減少し、コストメリットが生じます。

Q5. 2Qにおける新規契約社数の増加要因と、どのような業種の顧客が増加したのかについて教えてください。

A. 第2四半期の新規契約社数の増加は、積極的な展示会への出展を通じたマーケティング活動の強化が主な要因です。

これまで接点の少なかった製造業やインフラ関連など、「現場」を持つ様々な業種の展示会へ戦略的に出展することで、当社サービスの認知度向上を図りました。

これにより、DX化への取り組みを始められている中堅規模の建設業、メンテナンス業、プラント業といった新たな顧客層との接点が生まれ、トライアル利用を経て新規契約へと繋がっております。

Q6. システム・エムズを除くショット売上は、直近2年間は8千万円～9千万円程でしたが、今期はどの程度の水準を見込んでいますか。ショット売上も伸ばしていく方針ですが、

どのような戦略で伸ばしていくのでしょうか。

A. 今期のショット売上の水準は、当社グループ全体の売上目標成長率と同等の 30%程度を見込んでおります。

ショット売上は主に、既存顧客との強固な関係性を活かして伸長させていきます。主力サービスである「direct」がお客様の日常業務に深く浸透しているため、そこから派生する個別のシステム開発やコンサルティングのご相談を多数いただいております。この顧客基盤を活かし、今期も継続的な案件獲得を見込んでおります。

Q7. 決算説明資料 P.33 の「契約社数」について、新規契約数は説明資料 P45 右の「利用拡大の流れ」でいうところの「契約開始」を指すという理解で良いのでしょうか。

A. はい、ご認識の通りでございます。

Q8. プラント業界におけるリード数や顧客獲得数について、足元の進捗は計画比でいかがでしょうか。

A. 現状、業種別の詳細な数値計画は策定していないため、計画対比での進捗率はお示ししておりません。

なお、プラント業界における顧客獲得は順調に増加しており、お客様との関係性も深化しております。「direct」のご利用に加えて「タグショット」や「ナレッジ動画」へと利用を拡大されるお客様や、逆に「タグショット」から導入いただき「direct」のご契約に繋がるお客様も増えてまいりました。

Q9. 2025 年 12 月期の 1Q と 2Q を比較したとき、1Q に営業利益が偏った要因は何でしょうか（1Q52 百万、2Q33 百万）。また、3Q と 4Q での業績の偏りはどう想定されていますでしょうか。

A. 第 1 四半期に比べ第 2 四半期の営業利益が減少した主な要因は、第 2 四半期に採用教育費が増加したことによるものです。

第 3 四半期以降については、第 2 四半期のような採用に伴う一時的な費用増は見込んでおりません。現時点においては、第 3、第 4 四半期の業績見込みをお伝えすることはできませんが、決算説明資料に記載のグラフから、前年度の各四半期の費用や利益の傾向をご覧いただければと存じます。

Q10. 近年、ゼネコンやサブコンの業績が好調のように思いますが、ゼネコンやサブコンを顧客としての御社にも恩恵があるところはありませんか。

A. ゼネコン・サブコン各社の業績が好調であることは、各社が DX への投資を積極的に行うための追い風になっていると捉えております。

ただし、当社にとってより本質的な事業機会は、建設業界が直面している「人手不足」という構造的な課題にあります。業績が好調な今だからこそ、将来の労働人口減少を見据え、「少ない人数で、より高い生産性を上げる」ための DX 投資の必要性が高まっており、これが当社サービスへのお問い合わせに繋がっていると考えております。

Q11. 人件費について、原価ではあまり増えていない一方、販管費で増加しているように見受けられます。開発人員の人件費は原価に計上されるのではないのでしょうか。

A. ご認識の通り、原則として開発人員の人件費は原価として計上しております。
しかしながら、第2四半期においては、会計上の振り替えなどにより、結果として販管費の人件費が増加しております。具体的には、一部の開発人員が「現場 AI ラボ」へ異動したことに伴い、その人件費が研究開発費（販管費）へ振り替えられたことや、新卒社員の研修期間中の人件費が販管費として計上されていることなどが主な要因です。

Q12. 販管費の「その他」の内訳について、昨年から増加傾向にあります、どのような経費が増えているのでしょうか。

A. 販管費の「その他」が増加している主な要因は、事業拡大に伴う営業関連費用の増加となります。営業人員の増加に伴い地方の現場へ訪問するための旅費交通費やツール利用料などに加え、一時的に発生した費用(全社集会/勉強会の会場費等)も含まれております。

Q13. AI の活用が進むことで決算説明資料の P.40 の中期見通しの利益は上振れしていくのでしょうか。

A. AI の活用は、売上と費用の両面から利益に貢献するものと考えております。
売上面については、当社独自の現場データを活用した付加価値の高い AI ソリューションを開発・提供することで、新たな収益機会を創出してまいります。
また、費用面については、社内業務や開発プロセスの効率化を進め、生産性を向上させることで、コスト構造の改善を図ってまいります。
現時点において具体的な上振れ幅をお示しすることは困難ですが、全社的な AI 活用を推進してまいります。

2. 製品・サービスについて

Q14. 以前の説明会で、展示会などを通じて製造業から「ナレッジ動画」への引き合いを多くいただいているとのことでしたが、その後の手応えや進捗はいかがでしょうか。

A. はい、手応えを感じております。
展示会でご興味をお持ちいただいたお客様には、まずトライアルで製品価値を十分にご体感いただくステップを踏んでおります。お客様の規模によっては1~2ヶ月の期間を要することもあります。その間、当社のチームがお客様と密に連携し、具体的な活用方法や導入効果を検証しながら、受注にむけて丁寧な活動を進めております。
現在、複数の企業様とこのような形で商談を進めており、今後の受注に繋げていきたいと考えております。

Q15. 昨年度、「タグショット/タグアルバム」や「ナレッジ動画」について、顧客要望を満たさない部分があったとのことですが、当時の課題はすでに解消済みとの理解で良いでしょうか。

A. 昨年度の業績に影響した品質面の課題は順次改善を進めており、多くのお客様にご利用いただき始めております。

一方で、お客様にご利用いただく中で、「もっとこうしてほしい」といった新たなご要望を常にいただいております。当社では、これらのご要望に真摯に向き合い、お客様と一体となって継続的なサービスの改善に取り組んでいくことが重要であると考えております。

Q16. 建設業では事実上のデファクトスタンダードというお話がありましたが、競合サービス（会社）はない、という認識でよろしいのでしょうか。

A. 競合サービスが全くないわけではございませんが、建設現場のコミュニケーションツールという領域においては、当社サービスが事実上のデファクトスタンダードになっていると認識しております。

その根拠として、大手ゼネコンのうち、売上高ランキング上位 20 社のゼネコンすべてにご導入いただいております。そのうち半数の 10 社では全社・全現場でご利用いただいております。残りの 10 社においても、利用は順次拡大しております。

これほど建設業界に広く浸透しているチャットサービスは、当社の「direct」以外にはないと考えております。

Q17. 投資家が direct など御社サービスを擬似体験できるような仕組みはありますか。利用シーンの動画などでも構いません。

A. 当社サービスの利用シーンについては、当社の YouTube の公式チャンネルなどで多数ご紹介しておりますので、ぜひご覧いただけますと幸いです。

また、投資家の皆様に当社サービスを直接ご体験いただける機会につきましても、今後検討してまいります。

Q18. 「スマコー」の事業進捗はいかがでしょうか？

A. 「スマコー」は、当社の「direct」アプリ内から EC（通販）で副資材などを購入できるサービスで、現状、事業展開に向けた準備段階にあり、売上はまだほとんど計上されておられません。当社としましては、将来的に注力していくべきサービスと考えておりますが、現在は「ナレッジ動画」など、既にお客様から強い引き合いをいただいている自社サービスの展開を優先しております。

Q19. 「タグショット/タグアルバム」や「ナレッジ動画」、その他 direct Apps の競合サービスはありますか。

A. 各領域において競合サービスは存在します。しかしながら、当社サービスには以下

のような優位性があると考えております。

「direct」との連携

当社の最大の強みは、お客様が日常的にお使いの「direct」と連携して使える点にあります。例えば、「ナレッジ動画」で作成した動画へのコメントを「direct」のトークルームに通知したり、そこから動画へアクセスしたりと、アプリを切り替える手間なく利用できます。この一体感のある操作性が、お客様にとっての利便性を高め、強力な差別化要因となっています。

現場起点の独自機能

特に「ナレッジ動画」においては、①撮影しながら話すだけで動画編集が容易にできる手軽さ、②生成 AI による概要文の自動生成機能、③高評価ボタンや動画作成を依頼できるリクエスト機能など、単に動画を作成するだけでなく、「見てもらう」ための工夫が随所に施されており、お客様から高くご評価いただいております。

当社は、競合を意識する以上に、お客様の声に耳を傾け、現場の課題を解決する機能を開発していくことで、十分な競争優位性を確保できると考えております。

Q20. 「direct」の新規契約として、既存の大手建設業社からその下請けに流れていく経路は想定通りでしょうか。解約の多くが小規模な会社と本日伺い気になりました。

A. 大手建設会社様から協力会社様へと利用が拡大していく流れは、当社の想定通りです。

解約が小規模な会社様に多い背景ですが、これは「direct」の利用を完全に停止されるわけではございません。元請けの現場で当社サービスをご利用になった協力会社様が、自社用として別途ご契約された後、その自社用アカウントの利用頻度が低かった場合に解約される、というのが主なケースです。

その場合でも、元請けの現場ではアカウントを引き続きご利用いただいております。

Q21. 既存顧客の囲い込みに関して、何か工夫されていることはありますか。貴社サービスが顧客から評価されるほど、競合によって機能が模倣されるリスクがあるようにも感じます。

A. ご指摘のように、機能が模倣されることは起こり得ます。ただ、機能の模倣だけでは当社の優位性は崩れないと考えております。

その理由は、お客様の業務に対する「解像度の高さ」にあります。当社は、お客様の現場に通い続け、「なぜその機能が必要か」という業務の背景まで深く理解して開発しています。表面的な機能は真似できても、その背景にある業務への深い理解がなければ、本当に「使える」サービスにはなりません。これが他社にはない参入障壁になっていると考えております。

3. 当社グループの事業、成長戦略等について

Q22. 建設業以外の業種において、どんな時間軸で、どんな売上規模を目指そうとされているか。またそこに対する現時点における確度を教えて欲しいです（建設業以外で熱狂的に支持する顧客はいらっしゃいますか）

A. ご質問の3点について、以下の通りご回答いたします。

時間軸について

短期的には、建設業界での事業拡大に注力します。建設業以外の業種への展開は、中長期的な成長戦略と位置づけております。

売上規模について

具体的な数値目標は開示しておりませんが、建設業以外の業種が当社グループ全体のARR（年間経常収益）へ貢献する割合を中期的に高め、建設業に次ぐ第二、第三の安定的な収益基盤へと育成していく方針です。

確度について

確度は高いと考えております。既に、運輸交通業界のJR東海様、JR西日本様や、製造業界の日立アイイーシステム様といった各業界を代表する企業様に当社のサービスをご導入いただき、現場に不可欠なツールとして強いご支持を賜っております。また、各種展示会への出展を通じて、プラント業界や製造業界からも多数の引き合いをいただいております。今後の展開に確かな手応えを感じております。

Q23. 投資ファンドを新たに設立されましたが、今期の通期目標の数字達成、将来への先行投資、どちらを優先されておりますでしょうか。

A. 新たに設立した投資ファンドは、当社の持続的な成長を実現するための、中長期的な視点での先行投資と位置づけております。

したがって、今期や来期の業績に直接的な貢献を見込むものではなく、今期については計画に沿った費用が発生する見込みです。この投資活動を通じて、中長期的に投資先とのシナジー創出や投資リターン、さらにはM&Aに繋がる機会を創出していきたいと考えております。

Q24. M&Aを実施する際はこういった規模感で、こういったポイントを重視して意思決定されますでしょうか。

A. M&Aの対象となる企業の規模感については、個別の案件ごとに判断しておりますが、意思決定において特に重視しているポイントは以下の通りです。

- ・ 当社とのシナジー：当社の既存事業や顧客基盤との相乗効果が見込めるか
- ・ カルチャーフィット：当社の企業文化と合うか
- ・ 収益性：赤字企業ではなく、安定的に利益を創出しているか

これらの点を総合的に勘案し、当社グループ全体の持続的な成長に貢献するかどうかを慎重に判断しております。

Q25. 中期経営計画を検討する計画はございますか？

A. 中期経営計画の公表については検討しておりますが、現時点では確定した予定はございません。

当社は、既存事業の着実な成長に加え、CVC ファンドなどを活用した非連続な成長も目指しております。これらの非連続な成長戦略の道筋がより明確になり、皆様に具体的な計画としてお示しできるようになった段階で、改めて発表させていただきたいと考えております。

4. 組織について

Q26. エンジニア中心にジャストシステムのコアメンバーが技術開発の要と認識しておりますが、彼らが離反するリスクについてどのような対策を講じてますか。技術力の高い人材を確保・教育できなければ長期的なスケールアップは難しいと考えますが、人材開発についてどう考えていらっしゃいますか。

A. ご指摘の通り、当社は「人」こそが最も重要な経営資源であると考えており、人材の確保・育成・定着に注力しております。

人材の確保・育成

毎年エンジニア中心に新卒採用を行い、チーム全体で育成する文化が根付いています。また、上場による知名度・信用力向上を活かし、新卒・中途ともに優秀な人材の採用を強化しており、今後も長期的な成長を見据え、人材への投資を継続してまいります。

人材の定着

当社の離職率は業界平均と比較しても非常に低い水準です。お客様の声を通じて社会貢献を実感できることや、社内ハッカソン（エンジニアがチームを組んで短期的にソフトウェアを開発し、その成果を競い合うイベント）といった独自の成長機会があることが、社員の働きがいとなり、定着に繋がっていると考えております。

Q27. 「direct」を販売する営業職の方の人数が、業績に大きく影響するかと思います。営業人員の増員計画は御社の KPI になりますでしょうか。来年、再来年の増員イメージと、AI 活用による人員増の抑制効果について教えてください。

A. ご質問の 3 点について、以下の通りご回答いたします。

営業人員増と KPI について

営業人員の増員は、当社の直接的な KPI とはなっておりません。当社の営業戦略は、主に大手の既存顧客に対するアップセルやクロスセルを重視しており、売上成長は人員数よりも、顧客ニーズに合った優れたサービスを提供できるかにかかっているためです。

来年以降の増員イメージ

来年以降も、年間 15 名程度の増員を計画しております。

AI 活用による効率化

はい、AI の活用により、従来よりも少ない人員で業務を遂行できる体制が整いつつあります。DX コンサルティングにおける議事録作成、営業部門での提案資料作成、開発部門でのコーディングなど、様々な業務で AI を活用しており、組織全体の生産性向上に繋がっております。

Q28. 今期の採用は商品企画・開発が中心の様ですが、新規契約の増加や製造業などのトリアル対応を考慮すると営業やサポートなども増やす必要があるのではないのでしょうか。3Q 以降はどのような人を採用していく考えでしょうか。

A. ご指摘の通り、新たな市場への展開やお客様の増加に伴い、営業やサポートの重要性も増していると認識しております。

第 3 四半期以降も、基本的には商品企画・開発職を中心に採用を進めますが、特に営業職やサポート職については、事業の状況に応じて即戦力となる優秀な人材がいれば、採用していく方針です。むやみに人員を増やすのではなく、質の高い組織拡大を目指してまいります。

5. 株価対策、株主還元等について

Q29. 上場 5 年で時価総額 100 億以上とするグロース銘柄再編の動きですが、御社計画としては上場から 5 年目の、2029 年に時価総額 100 億達成するためのロードマップがあれば、簡単にご説明いただきたいです。

A. 5 年という期間を待たず、来年 2026 年中に時価総額 100 億円達成を目標として事業を推進しております。

戦略の柱は、既存事業の成長加速です。主力サービス「direct」の提供価値向上はもちろん、アップセルやクロスセルを強力に推進します。また、AI の活用なども含め、お客様への提供価値を最大化することで売上・利益を拡大させ、目標達成を実現してまいります。

Q30. 来期には時価総額 100 億円以上を目指すとのことですが、今期の純利益は 1 億円ほどで伸びが少し物足りない感じがします。来期以降どのような取り組みを行うことで時価総額 100 億円を目指すのでしょうか。

A. ご指摘の通り、時価総額の向上には利益の継続的な成長が不可欠であると認識しております。

現在の事業の伸びには確かな手応えを感じており、多くのお客様で当社サービスの活用が拡大しています。来期以降、この勢いをさらに加速させることで業績を大きく伸長させ、株主の皆様のご期待に応え、時価総額の向上に繋げてまいります。

Q31. 来期には純利益も時価総額 100 億円に見合った水準に伸びることを期待していますが、配当などの株主還元についてはどのように考えていますか。

A. 当社は現在、事業の成長を優先するフェーズにあると考えております。
したがって、現時点では得られた利益を配当として還元するのではなく、事業拡大のための成長投資に充当することが、企業価値の最大化に繋がると判断しております。
将来的には安定した収益基盤が確立された段階で、配当も重要な株主還元策の一つとして検討してまいります。

Q32. ビジネスモデルとしてあまり大きな投資が必要ないように感じますが、配当などは難しいのでしょうか。

A. 当社のビジネスモデルは大きな設備投資を必要としませんが、持続的な成長のためには継続的な投資が不可欠であると考えております。
具体的には、既存システムの陳腐化を防ぎ、サービス価値を向上させ続けるための研究開発投資に加え、CVC ファンドの活用や M&A も、非連続な成長を実現するための重要な戦略と位置づけております。
したがって、現時点では得られた利益をこれらの成長投資に優先的に充当することが、長期的な企業価値の最大化に繋がると考えております。配当につきましては、会社の成長が進んだ将来の重要な選択肢の一つとして認識しており、事業の進捗を見ながら検討してまいります。

以 上