



2025年5月23日

各 位

会社名 株式会社 Lis 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1四半期決算説明会 Q&A

2025年5月21日に開催した当社2025年12月期第1四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、保証をしております。

記

1. 2025年12月期 第1四半期決算について

Q1. 第1四半期の利益は通期予想に対し上振れましたか。また、通期予想は確度の高い予想(保守的)なのでしょうか。

A. 第1四半期の利益は、ショット売上が非常に好調だったため、通期予想に対し若干上振れて推移しています。通期予想は、過去の実績や現実的に想定できる獲得案件をベースとして作成しており、達成可能性の高い通期予想となっております。

Q2. 第1四半期のストック売上成長率がやや低かったように感じます。何か要因があれば教えてください。

A. ストック売上の成長率は、売上規模の拡大に伴い成長率が相対的に低く見える傾向がありますが、成長のポテンシャルはまだ十分にあります。

現在、「direct」は大手のゼネコン様やサブコン様の建設現場において利用されていますが、ご利用中の企業においても、すべての現場で利用されているのではなく、未導入の現場がまだまだ多く残っています。このような一部の現場しか利用していないお客様において、「direct」の利用現場が増えることにより、ストック売上高はさらに伸ばせると見えています。

Q3. 外注費のうち、エンジニアへの支払割合はどれくらいでしょうか。また、どのような場合に外部委託エンジニアを活用されていますか。

A. 外注に関する費用には、「原価」と「販管費」に含まれるものがあります。原価に含まれる外注費（外注加工費）は、ほぼ全てエンジニア（開発やテストに関わる者）への支払いです。販管費の外注費（業務委託費）には、営業関連等の他費用が含まれます。外部エンジニアは、特定のプロジェクトで開発を加速したい時や、社内リソースが不足している場合など、必要に応じて柔軟に活用しています。

2. 2025年12月期 通期業績予想について

Q4. 2024年12月期の業績予想未達要因であるクロスセル商品の開発遅れについて、詳細と遅延解消の見込みを教えてください。また、解消後の売上見通しと、今期予想への織り込み状況はいかがでしょうか。

A. クロスセル商品の開発遅延とは、具体的には「タグショット/タグアルバム」アプリにおいて、通信環境がオフラインの時の利用時にエラーが発生するなど、品質面での開発遅延があったことを指しています。オフライン利用時の問題は現在解消済みで、タグショットの利用は伸び始めています。ただし、お役様からのカメラアプリへの期待は高く、利用が促進されるにつれ、新たな要望や品質改善を求められますので、継続的な改善に努めております。今期の業績予想には極めて保守的に織り込んでいます。お客様から更なるご要望をいただく可能性も踏まえ、慎重な計画を立てております。

Q5. 第1四半期にショット売上が伸長し、売上・利益に大きく貢献したと認識しています。このショット売上の増加は一過性のものと捉えるべきでしょうか、それとも第2四半期以降も継続的な増加を見込んでいますか。

A. ショット売上は短期的には変動しますが、長期的には増加傾向が継続すると見えています。ショット売上の多くは、「direct」等の当社サービスのユーザーからのシステム開発要望となっています。「direct」等のサービスはお客様の日常業務に深く浸透しており、当社の営業やコンサルタントが現場に赴いてお客様の業務への理解を深めることで、継続的に追加案件をいただけており、今後もショット売上の増加は継続すると考えてお

ります。

Q6. ショット売上が増加していますが、これはシステムエムズの売上が主な要因とのことで、この売上（年間 1.8 億円、四半期で約 5,000 万円）は今後も継続しますでしょうか。また、このシステムエムズの売上を除いたショット売上は、「direct」の機能拡充によるものと理解して良いでしょうか。

A. システムエムズの売上は、今後も継続するものと見ています。

決算説明資料での開示のとおり、第 1 四半期のショット売上 1 億 300 万円のうち、システムエムズの売上高 5,300 万円を差し引いた残りの 5,000 万円が、当社単体のショット売上です。これは主に「direct」と連携したシステム開発やコンサルティングといった受託開発によるものです。

Q7. 昨年の第 2 四半期は採用数が多く減益要因にもなりましたが、今年の採用計画を教えてください。特に第 2 四半期の採用計画数を昨年と比較して教えてください。

A. ご認識の通り、昨年の第 2 四半期では 90 人→104 人と 14 人増えましたが、今年の第 2 四半期では約 8 名前後の増員予定で昨年よりも増員数は少なくなる予定です。

生成 AI 活用により業務効率化も行っておりますので、第 2 四半期の増員数は昨年より少なくなる予定です。

Q8. 特定の四半期に偏りが見られるなど、業績に季節性はありますか。もしあれば、どの四半期が強い傾向にあるかご教示ください。

A. 当社グループの売上高の多くは、「direct」等の月額利用料など、継続的に課金されるストック売上が大半を占めています。ストック売上は、時間が経つにしたがって積み上がり増加していきますので、年度後半になるほど売上が増加する傾向にあります。利益に関しても、売上増加に伴って後になるほど増加する見込みです。

3. 当社グループの事業、成長戦略等について

Q9. 東証が進めるグロース市場の改革において、上場から 5 年で時価総額 100 億円という上場維持基準の底上げ案が検討されています。御社の成長性やビジネスを考慮すると、現在の時価総額は割安だと考えていますが、この改革は意識されていますか。

中長期的な成長戦略と数値目標についてもお聞かせください。特に、2030 年までに目指す時価総額や目標株価、そのための成長戦略についてお伺いしたいです。

A. 東証のグロース市場改革は当然意識しておりますが、2030 年には時価総額 100 億円を目指すのではなく、数百億円台半ばを目指したいと考えています。そのためには、利益を積み上げ、売上を大きく伸ばすことが不可欠です。

具体的には、建設業界における「direct」の導入をさらに拡大し、タグショット、タグアルバム、ナレッジ動画といった関連サービスも強化します。また、新たに設立した子

会社である directX Ventures を通じたスタートアップとの連携や M&A も積極的に活用し、建設 DX のプラットフォーマーを目指します。これらの施策により、既存事業の成長に加え、新たな事業展開を組み合わせながら、2030 年の時価総額拡大に向けて邁進してまいります。

Q10. 現状の利益水準では時価総額 100 億円以上は困難に感じます。どのように時価総額を増やしていく考えでしょうか。

A. ご指摘の通り、現在の利益水準はまだ低いと認識しています。しかし、これからも利益水準を継続的に向上させることで、時価総額を大きく伸ばしていきたいという強い意志を持っています。実現するためにどうすべきかを考え、経営陣と社員一丸となって努力し、業績を伸ばしていくことに全力を尽くします。

Q11. 今後時価総額 100 億円を目指す上で、「direct」の ID 数増加、クロスセルによる ARR 増加、M&A のうち、どのセグメントに注目すれば良いでしょうか。

A. 時価総額向上に向けては、以下の 2 点に特に注目していただきたいです。

1. 「direct」の ID 数増加：これが最も重視している取り組みです。
2. クロスセルによる ARR 増加：「direct」利用顧客への追加サービス提供で ARR（年間経常収益）を増やす戦略です。

M&A にも注力しますが、確実性という観点から、既存事業の成長が重要だと考えています。

Q12. 2025 年 12 月期の増員計画(15~20 名増)は例年以上の水準であり、コスト増による収益性圧迫を懸念しています。2024 年 12 月期の利益が市場期待に届かなかった中、営業利益率や ROE の改善はいつ頃を見込んでいますか。

A. 2024 年 12 月期の利益がご期待に沿えなかったこと、大変申し訳ありません。昨年は、第 2 四半期に優秀な開発者等の採用をまとめて行った結果、利益計画に影響が出たことを反省しております。今期は、採用タイミングをやや分散させ、業績予想の範囲での採用を行うようにしております。

営業利益率や ROE に関しては、2024 年 12 月期の調整後営業利益率約 5%、ROE 約 0.8%から、2025 年 12 月期には営業利益率約 7%、ROE 約 6%への改善を計画しており、今後も継続的に改善を目指します。

Q13. 現在、様々な業界で価格改定が相次いでいますが、御社でも値上げを検討されていますか。多くの企業が値上げを実施している今は比較的受け入れられやすい環境かと思いますが、御社の考えをお聞かせください。値上げは難しい商材でしょうか。

A. 値上げは常に検討しており、収益向上の一つの手段と認識しています。

ただ、単に価格を上げるだけでなく、提供する価値に見合った適正な価格設定を重視しています。継続的に新たな価値を提供し、お客様に納得いただいた上で値上げを実施していく考えで、前向きに検討を進めています。

Q14. 貴社サービスに従量課金体系のものはありますか。顧客企業がサービスを使うほど通信費も重くなると思うので、財務的な観点からコメントをお願いします。

A. 従量課金体系のサービスとしては、ナレッジ動画があります。これは、保存期間や動画分数に応じて上位プランへ移行し、利用量が増えるほど売上が増加する料金体系です。主要サービスである「direct」は ID 数に応じた課金であり、通信費は ID 数に比例して大きくなるため、これも従量課金に近いものです。ID 数が増えるほど売上は伸びますが、一方で通信費などの原価は ID 数に比例して増加するわけではなく、原価率は低下する傾向にあります。そのため、利用者が増えれば増えるほど、財務的な観点ではポジティブな影響があると考えています。

Q15. ショット売上について、標準的な案件のリードタイムはどれくらいでしょうか。

A. ショット案件の受注から納品・検収（売上計上）までのリードタイムは様々ですが、平均すると 2~3 ヶ月程度が多いです。
大規模案件では半年から 1 年のプロジェクトもありますが、その場合は複数フェーズに分け、各フェーズで売上を計上する工夫をしています。

Q16. インフレが進む中、賃上げ水準（ベースアップ水準など）を教えてください。

A. 過去 2 年間では、給与改定時に平均で 5%前後の賃上げを実施しています。
当社ではベースアップという考え方よりも、個人の成果を重視し、それに応じた昇給を行っています。社員一人ひとりの貢献を適切に評価し、給与に反映させています。

Q17. N-Pass のように外部企業と共同開発したサービスが増えていますが、他社へオプション提供する場合、LisB の売上はどのように計上されるのでしょうか。

A. 共同開発したサービスを他社へ提供する場合、売上の按分方法などは相手企業との交渉によって決定されます。

Q18. 円高は御社の業績にとってネガティブな影響を及ぼしますか。

A. 当社の業績は、為替変動からほとんど影響を受けません。ポジティブな側面として、利用している AWS (Amazon Web Services) の費用が円高によって抑制される可能性があり、コスト面でメリットがあると見ています。

Q19. 「スマコー」の進捗について教えてください。うまくいけば収益への影響も大きいと期待していますが、アズワン社との契約条件が不明なため判断しかねています。話せる範囲で結構ですので、進捗状況や将来性を教えてください。

A. 「スマコー」は、現場で使われる副資材や消耗品 (MRO 資材) の購入を「direct」から可能にするサービスです。アズワン社のシステムを利用したサービスであり、現在「direct」から接続するための開発を進めており、完了次第、売上拡大を目指します。

Q20. 御社の競合他社にはない強みは何でしょうか。また、その強みは今後も維持できるものか、理由と合わせて教えてください。

A. 現場に特化した DX プラットフォームとして独自の競争空間を構築しています。当社の最大の強みは、特許技術である「ゲストモード」です。これは、元請け（ゼネコン等）と協力会社が一緒に「direct」を使う際、必ず元請けが見える状態でチャットを行うようにする機能であり、協力会社同士が元請けの見えない状態でチャットができないよう制限する唯一の機能であり、重層的な建設業界の構造に特化しています。この機能が当社の競争優位性の源泉であり、建設業界において「direct」が選ばれる理由だとお客様からも評価されており、今後もこの強みを生かして拡大していきます。

Q21. LINE WORKS や Chatwork などすでに大きなライバルがありますが、現場に特化することで勝っているのでしょうか？新規導入時に競合した場合の勝率について概算や空気感で構わないので教えてください。また、御社の優位性を教えてください。

A. 建設業界においては、他社のサービスより「direct」の方が勝っていると感じており、他社サービスから「direct」へ乗り換えて頂く事例も発生しています。当社の優位性は、独自の「ゲストモード」機能と、建設業のお客様の業務を深く理解し、付加価値を提供し続けるための高い業務解像度にあります。

Q22. アンドパッドやスパイダープラスのようなプラットフォーム系サービスに、メッセージ機能が内包されているかと思いますが、それだけでは不十分なのでしょうか。建設 DX プラットフォームが今後力をつけた際に、御社サービスがリプレイスされる懸念はありませんか。現場目線では一つのアプリで作業できる方が楽に思えますが、御社の参入障壁は何でしょうか。

A. 「direct」は、スパイダープラスやその他多くの建設 DX ツール（図面管理のサイクロプス、工程管理のビルドなど）とすでに API 連携しており、協力関係にあると認識しております。

メッセージ機能については、参入障壁は大きく 2 点あります。

1. シンプルな操作性と高い普及率: 現場作業員の IT リテラシーは様々であるため、シンプルで使いやすい「direct」は広く普及しています。すでにこれだけ浸透している状況から、新たなツールへの乗り換えには大きな障壁があります。
2. 特許技術「ゲストモード」: 2035年まで有効な特許である「ゲストモード」は、元請けと協力会社間の情報統制を保ちつつ連携を可能にする唯一無二の機能です。これは建設業界の多重請負構造に不可欠であり、当社の強力な優位性となっています。これらの強みにより、参入障壁を築けていると考えています。

Q23. JR 西日本や東海道新幹線、また大手ゼネコンへの全社導入は、既存のメッセージツールがあった中でどのように実現したのでしょうか。メッセージツールは差別化が難しいように思えますが、大手企業が自社開発ツールや既存ツールから乗り換える決め手は何だったのか、元々あったツールと大きく変わる点を教えてください。

A. JR 西日本様への導入は、当時全社統一のチャットツールがなかったため、iPad 導入を機に「direct」が採用されたのが大きな要因です。東海道新幹線様でも同様に、駅間でのメッセージツールは未整備でした。

大手ゼネコンへの導入を可能にした理由は主に 3 点です。

1. シンプルさと高いセキュリティ: 大手企業が重視する情報セキュリティと、現場の IT リテラシーが高くない方でも使いこなせるシンプルな操作性が評価されました。
2. ゲストモード: 元請けからは協力会社全体が見える一方、協力会社同士は見えないという特許技術「ゲストモード」が、多重請負構造の建設業界に非常にマッチしました。これにより、情報統制を保ちつつ円滑な連携が可能になります。
3. コストとメンテナンス: 自社開発のツールは高額な開発・メンテナンスコストがかかるため、コストパフォーマンスに優れる「direct」への切り替えが進みました。

Q24. 現在の市場規模に対する御社のシェア、向こう 3 年の市場規模とシェアの予測、そして他社未開拓の顧客について教えてください。

A. 2024 年度以降向こう 3 年間のビジネスチャットツール市場規模は、約 400 億~460 億円とされています。(矢野経済研究所調べ)。この市場全体における当社の現在のシェアは、ARR16 億円から算定すると 5%にも満たない状況です。

また、当社のサービスはビジネスチャット市場のみに属するのではなく、建設業特化の DX プラットフォームとして事業を展開しています。こちらの市場規模やシェアについては、適切な統計データがなくお伝えすることはできません。

建設現場におけるデジタルツールの浸透はまだ進んでおらず、未開拓の顧客層が非常に大きいと認識しており、ここに大きな成長余地があると見ています。

Q25. 造船業界、造船会社への進出は検討されていますか。御社の「direct」は非常に相性が良いと感じています。

A. 造船業界への進出は積極的に検討していきたいと考えています。

造船もビル建築と同様に多くの協力会社に関わるため、「direct」との相性は良いと認識しています。現在は建設業が中心ですが、プラント企業への全社導入実績もあり、建設業周辺の現場で働く業界へも拡大中です。将来的には、造船会社様への導入事例をお話しできるよう努めてまいります。

Q26. 日本の現場仕事において外国人労働者の比率は増加していますか。また、そうした方々向けのサービスがあれば教えてください。

A. 統計上も、また当社営業の実感としても、外国人労働者の増加は顕著です。これに対応するため、当社の「direct」や「ナレッジ動画」といったサービスには外国語オプションを用意しています。そして、「direct」はすでに海外の現場において、外国人に利用されています。日本国内の外国人労働者だけでなく、海外の現場でも利用できるよう、今後も外国人にも使いやすいサービス開発を進めてまいります。

Q27. 海外進出も検討中と認識していますが、いつ頃を目標としているか、具体的な計画が

あれば教えてください。

A. 「direct」は既に世界 65 カ国で利用されており、日本の建設会社が海外でプロジェクトを行う際に現地協力会社に提供されています。これは、既に海外で活用されている状態と言えます。

当社が海外にオフィスを構え、現地の建設会社へ直接サービスを広げていく本格的な海外進出については、継続的に検討していきます。各国事情に合わせた展開を模索し、極力リスクを抑えながら進めていきたいと考えています。

本格的な投資を伴う進出は、安定的に利益を創出できるようになってからと想定しており、まずは国内市場の開拓に注力してまいります。

Q28. M&A による成長を掲げていますが、M&A は計画通りに進むとは限りません。「direct」などの既存ビジネスでの成長率はどの程度を想定していますか。

A. ご指摘の通り、M&A は相手のある話であり、様々な要因で変動します。しかし、当社は M&A を成長戦略の柱の一つと捉え、情報収集や交渉に努めております。

一方で、既存ビジネスである「direct」などの成長も非常に重要です。既存ビジネスだけの成長率は開示しておりませんが、高い成長率を継続できるよう、日々活動を進めております。

Q29. システムエムズの開発力を今後どのように活用していく考えでしょうか。「direct」など LisB のサービス機能改善に活用すると、システムエムズの外部売上は減ってしまうと思います。

A. 現在、「direct」等の当社サービスの開発は、システムエムズには開発を依頼していません。システムエムズは独自の顧客基盤を持ち、システムの受託開発を行っています。今後も、短期的には「direct」等の当社サービスの機能改善に、システムエムズの開発力を直接活用することは考えていません。ただし、当社グループ全体の売上向上を目的とした「ショット売上」の増加においては、当社とシステムエムズでの共同営業を始めしており、システムエムズの力を借りたいと考えております。

Q30. システムエムズが「direct」の機能開発に関わると考えていたので意外でした。そうするとシステムエムズ単体で売上利益を上げていく方針かと思いますが、M&A によってシステムエムズの受注が増える等の影響はありましたか。

A. システムエムズは独立した経営方針を持っており、当社経営陣はシステムエムズの横田社長を尊敬しており、互いを補完し合う良好なパートナー関係です。今回の M&A により、ショット売上において、当社とシステムエムズの共同営業を行うケースが生まれております。当社単独、あるいはシステムエムズ単独ではできないショット案件を、2社で協力することにより創出できると考えています。

Q31. 昨年 7 月の YouTube 動画「morich の部屋」で、横井社長が「当社は日本で一番建設現場のデータが集まっている」「このデータを活用したビジネスも進めていきたい」と述べ

られていました。このデータ活用ビジネスは現在も進行中でしょうか。

A. 「morich の部屋」をご覧いただきありがとうございます。「direct」を通じて蓄積される現場のノウハウや知見をデジタル化し、活用するビジネスは進行中です。

これは DX の基盤であり、将来的な人材不足を補うためにも不可欠です。具体的には、生成 AI を活用したエージェントサービスなどを検討しており、「現場 AI ラボ」を新設するなど、当社の重要な成長軸として真剣に取り組んでいます

4. 株主還元等について

Q32. 出来高が少なく株式が買いにくい状況ですが、個人投資家向けに株主優待は検討していますか。

A. 出来高の少なさは課題と認識しており、投資家の皆様に当社を知っていただく活動を強化していきます。株主優待も選択肢の一つとして社内で議論していますが、現時点では検討していません。

将来的には配当による株主還元を重視しており、その実現のために利益創出に注力します。出来高増加のためにも、積極的に投資家説明会を開催し、当社への理解を深めていただけるよう努めてまいります。

Q33. 配当を開始するタイミングに何か基準を設けているのでしょうか。どの指標がどれくらいになったら開始する等、イメージがあれば教えてください。

A. 現時点では、配当開始に関する明確な基準は設けておりませんが、配当は非常に重要な施策であると認識しています。当社は上場以来黒字を維持し、キャッシュフローもプラスで推移しています。そのため、将来的には成長投資と配当による株主還元を適切にバランスさせながら、配当を実施していく方針です。具体的な開始時期や指標については、今後検討してまいります。

以 上