



2025年7月23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)

個人投資家向けオンライン説明会Q&A

2025年7月16日に開催した個人投資家向けオンライン説明会に関し、投資家様より頂戴した質問(説明会内で回答しきれなかった質問も含む)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、個人投資家向けオンライン説明会開催日時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. 業績について

Q1. 2025年度第1四半期にショット売上が急伸した理由は何ですか。この先の売上見通しと合わせて教えて下さい。

A. 2025年第1四半期のショット売上が急伸した理由は、以下2点となっております。ショット売上は、短期的な変動があるものの、長期的には増加傾向が継続すると見込んでいます。

- ①2025年第1四半期より株式会社システム・エムズの連結開始による売上貢献
- ②2025年第1四半期の当社単体のショット売上(「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)が好調

Q2. 売上、利益、など財務的な数字についての説明をお願いします。

A. 2025年12月期通期予想は、売上高2080百万円（前期比＋30.5%）、営業利益154百万円（同＋100%）、経常利益150百万円（同＋733.3%）、当期純利益115百万円（同＋784.6%）を見込んでおります。売上に関しては概況としては、ストック売上が全体の約8割を占めており、安定的な収益基盤を構築しています。また、営業利益率は前期3.0%に対し2025年12月期は7.4%に改善を見込んでおります。第1四半期はショット売上が好調で、売上・利益ともに伸長しました。

Q3. IT・ソフトウェアの会社としては営業利益率がやや低めですが、その理由と改善の方策について教えてください。

A. 当社の売上の中心は、ソフトウェアのライセンス利用料を頂くSaaS型のビジネスモデルとなっています。SaaS型のビジネスモデルの売上は、積み上げ式となっているため着実に増加することが見込まれますが、一方で十分に売上が積みあがるまでは成長のための先行投資、特に人材採用と新サービスの開発費に積極的な投資を行うために、営業利益率が低くなる傾向があります。売上高が積みあがれば、自然と営業利益率は向上していく見込みです。

Q4. 業績について教えて下さい。足元の業績からどの程度の拡大を見込んでいますか。

A. 中期的な計画や指標を公表しておりませんので、具体的な数字は差し控えさせていただきますが、現在の売上高の成長傾向や、営業利益率の改善傾向を継続できるようにしていきたいと考えています。

Q5. 黒字にこだわっておられるようですが、ご説明をお願いします。

A. 黒字経営にこだわるのは、持続的な成長を実現するための健全な財務基盤を重視しているためです。黒字を維持し、キャッシュフローをプラスにすることで、自己資金での成長投資を可能にし、外部環境に左右されにくい安定した事業運営を目指しています。これにより、長期的な企業価値向上に繋がると考えております。

2. 製品・サービスについて

Q6. 競合他社にはない強みは何でしょうか。

A. 当社の特長は、お客様と共につくり上げてきた点です。当社は、競合他社のサービスと比較して不足しているからという理由でその不足機能を作ることはありません。お客様からの具体的なご要望に基づいてサービスを開発しています。
「ゲストモード」のようなユーザー同士の繋がり方の設計ができる機能や、協力会社様とのタスク・情報共有機能など、現場のニーズに深く寄り添った機能が充実しています。お客様からは、一見チャットとしては似ていても、使っていくと他社のサービスと全く違うとご評価いただいております。今後も、より現場に特化したチャットサービスとして独自の強みを追求してまいります。

Q7. 今後、現場DXをさらに深化させるために、どのような技術革新や機能開発を考えていらっしゃいますか。

A. 技術革新の鍵となるのが生成AIだと考えております。現場で働く人々が実際に活用できる生成AIを、当社サービスに取り込む開発を急ピッチで進めています。

Q8. 今後の価格戦略についての見通しがあればお聞かせください。

A. 「direct」はリリースから10年が経過しましたが、これまでに一度も値上げは行っておりません。そのため高い価格弾力性があると考えておりますが、それと同時に圧倒的な市場シェア獲得も目指しており、最適な価格戦略を現在策定しております。

Q9. 顧客の定着率を高く維持されている秘訣は何でしょうか。

A. 「direct」は、お客様が毎日等しく利用するサービスであり、使えば使うほど業務データが蓄積されていきます。私たちは、この蓄積されたデータを、帳票作成、報告書作成、タスク管理など、様々な形で活用できるサービスへと次々に展開しています。このようにお客様の業務への「粘着性」を高くするサービスを展開できていることが、高い定着率に繋がっていると考えております。

Q10. 現場だとWi-Fiが無い場所もあると思うので御社のダイレクトシステムを使用した場合どれぐらいギガを消費するかについて教えてもらいたいです。(現場の社員さんが全員ギガ無制限を強要する事はできないため)

A. 具体的なギガ消費量は利用状況(テキスト中心か、写真・動画の送受信が多いかなど)に左右されますが、一般的なチャットツールと同程度の水準となります。また、Wi-Fiがない環境でもご利用いただけるよう、通信環境に依存しないオフライン機能の強化や、データ消費を抑える機能改善は継続的に取り組んでいます。
オフラインでもダウンロード済のファイル・動画閲覧、過去のメッセージ閲覧やメッセージ送信予約は可能となっております。

Q11. 「direct」からクロスセルで「タグショット」などのオプションに契約になる割合はどの位ですか。

A. オプションサービスの契約割合について、具体的な数値は開示しておりませんが、「タグショット/タグアルバム」以外にも「direct Apps」、「ナレージ動画」、「SWS」、「AI-FAQボット」など様々なオプションサービスを提供しており、多くのお客様がこれらのオプションサービスのどれか、あるいは複数のオプションサービスをご利用しています。

Q12. ダイレクトは、ITリテラシーの低い方も入力は速いのでしょうか。

A. 「direct」は、直感的に操作できるよう非常にシンプルなUI/UXを追求しています。現場での利用を前提としているため、危険を伴うような複雑な操作は一切ありません。必要な情報が整理され、操作ボタンも明確に配置されているため、迷わず速やかに入力作業を進められます。

Q13. ダイレクトの費用は使用ユーザー数によって変動するものなのでしょうか。価格設定について知りたいです。

A. 基本的に、ご利用いただくID数に応じて料金変動する課金モデルを採用しております。具体的には、10ID以内なら月額6,000円、20ID以内なら月額12,000円、50名以内なら月額27,500円といった料金体系となっています。
また、スーパーゼネコン様のような大規模顧客においては、必要ID数をヒアリングしたうえで、ID

数に応じた料金を提案しております。

Q14. タグショットを詳しく説明してほしいです。

A. 「タグショット/タグアルバム」は、タグを選択して写真を撮るだけで、自動でクラウドにアップロードされ、自動で分類・共有されます。これにより、写真の整理・共有の手間を大幅に削減します。またタグ情報や黒板情報、日時、タスク担当者などの情報を表示・非表示にして簡単に帳票を作成することもでき、業務効率の向上に貢献します。

Q15. ダイレクトが他社アプリと連携する場合、他社とLisBの間での手数料やロイヤリティなどの金銭的な取引はありますか。

A. 「direct」が他社アプリと連携する場合、基本的に当社と連携先企業との間で直接的な手数料やロイヤリティといった金銭的な取引は発生しません。API連携を通じて、お客様の利便性向上を最優先としています。

3. 当社グループの事業、成長戦略等について

Q16. 生成AIをどう現場に活かすのでしょうか。簡単に説明をお願いします。

A. 生成AIは、「direct」に蓄積された膨大な建設現場の「知識」や「ノウハウ」の活用に大きく貢献すると考えています。例えば、現場の疑問に対する即時回答、業務手順の提供、熟練者の知見の伝承、若手育成支援などです。これにより、人材不足が進む現場の生産性向上と業務効率化を目指します。

Q17. 建設業界におけるダイレクトのシェア獲得状況を教えてください。

A. 建設業界は就業者数が推定400万人、企業数も約40万社に及ぶ巨大な市場です。その中で当社が特に重視しているのは、大手ゼネコン様のシェアです。ゼネコン売上高ランキングの上位20社に関しては、20社すべてに「direct」を導入いただいております、そのうち半数の10社では全現場への導入が完了しています。ただ残りの10社は一部導入に留まっているため、まだ拡大余地が大きく残っています。これらのお客様への全社・全現場導入を進めさらなる拡大に注力してまいります。

Q18. 建設業界の次に親和性の高い業界はどのようにお考えでしょうか。

A. 多重請負構造や現場の複雑なコミュニケーションが必要な業界に、当社の「direct」が非常にフィットすると考えております。プラント・運輸・物流業界への「direct」導入は徐々に進んできており、より広げていきたいと考えております。

Q19. 翻訳に関する機能を備えている製品があるようですが、将来は海外進出等を検討されていますでしょうか。

A. 海外進出については、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。現在は、日本のゼネコンが海外の現場で工事を行うときに当社のサービ

スを使用しており、現地スタッフが当社サービスを使えるようにするために外国語に関する機能を用意しています。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。

Q20. 御社はどのような方法で各企業に働きかけたのでしょうか。

A. 当社の最初の株主であるIJ様が、当社サービスの販売代理を行って下さいました。IJ様のお客様への営業に同行させていただき、そこからお客様のご要望をお伺いし、当社サービスの改良をしていました。システムに合わせて働き方を変えるのではなく、お客様の働き方にシステム側が歩み寄りという作り方をしていく中で他のお客様からもお声がけをいただくようになり広がっていきました。

4. 技術・開発について

Q21. 自社開発スタッフの技術力をどのように評価されていますか。

A. 当社の自社開発スタッフは、当社のかげがえのない財産であり、成長の原動力です。彼らは、お客様の現場ニーズを深く理解し、それを具体的なプロダクトとして形にする確かな技術力と情熱を持っています。特に、建設業界特有の課題を解決するための機能開発においては、彼らの深い洞察力和創意工夫が当社の大きな強みとなっています。

Q22. 徳島ラボには何名程の開発者やエンジニアがいますか。

A. 徳島ラボには、現在11名のエンジニアが在籍しております。当社の高品質なサービス提供を支える中核拠点であり、東京の開発チームとも密接に連携しながら、日々、新機能の開発や既存機能の改善に取り組んでいます。

5. 経営・組織について

Q23. 「Life is Beautiful」が社名の由来とのことですが、横井社長が考えられる美しい生活とはどのようなものなのでしょうか？

A. 私(横井)は若い頃に大病した経験があります。現在は完治していますが、人生の終わりが見えた際に「世の中に生きた証を残したい」、多くの人々の役に立ち、お客様・社員・その他関わった人々の人生に彩りを与える存在でありたいと強く感じました。「Life is Beautiful」にはそのような想いが込められております。

現在、私たちが開発した「direct」は30万人以上の方に、また「LoGoチャット」は1,500以上の自治体にご利用いただいています。今後も働く人々の生産性を上げ、日々の業務に少しでもお役に立て、彩りを与えられる存在になりたいと考えております。

Q24. 横井社長は元々システム開発に携わっていたのでしょうか。

A. ビジネスを創る側にいたため、直接システム開発はしていませんでしたが、サービスの設計や作り方に関して開発者と関わっていたので、開発者とは対等に話せると思います。

Q25. 上場した1番の目的は何ですか。上場して会社を取り巻く環境に変化はありましたか。

A. 当社が上場した一番の目的は、企業の信用力向上でした。BtoB取引が中心であるため、上場前は大企業への提案に苦慮することも少なくありませんでした。上場によってお客様からの社会的な信用を得られると期待していました。
結果として、上場後にはお客様からの期待の声も多く、以前よりもビジネスを広げやすくなったと変化を実感しています。

Q26. 社員の離職率が低い理由を教えてください。

A. 理由の一つは、お客様から評価をいただいている点にあります。当社の「direct」は、多くのお客様の業務を支える基盤インフラとなっており、「direct」がないと仕事にならないという声も多数いただいております。
こうしたお客様の生の声や感謝の気持ちを、開発者をはじめ全社員で共有しています。日本の現場を支えているという高いモチベーションに繋がっており、社員からは自分たちの仕事が世の中に役立っていることが働き甲斐になっているという声も聞きます。これが、離職率が低い主な理由だと考えています。

Q27. 今現在の人数が少なすぎませんか。AIに依存することが多くなりませんか。

A. 現在の社員数は、事業成長ステージにおいては最適な規模と考えております。またAIは社員の業務を代替するものではなく、あくまでも生産性を高めるためのツールと位置づけています。AI活用で業務効率化を進めつつ、今後も成長に応じた優秀な人材確保とAIの最適な活用により、質の高い組織拡大を目指してまいります。

Q28. 人材育成や人材採用についてのお困りごとや課題を教えてください。

A. 過去には知名度・信用度不足が人材採用における課題でしたが、現在は上場2年目を迎え、おかげさまで優秀な人材がコンスタントに当社を志望してくださるようになりました。優秀な人材の獲得競争は激しいため、給与水準や職場環境の整備に加え、彼らが当社のミッションとビジョンに強く共感し、自身のキャリアパスを重ね合わせられるよう、企業文化や事業の魅力発信をさらに強化していきたいと考えています。

Q29. 新卒採用はしていますか。女性従業員比率はどの程度でしょうか。

A. はい、新卒採用はエンジニアを中心に毎年4~5名程度の採用を行っております。2025年4月時点での女性従業員の比率は33%となっております。

6. 株式について

Q30. 株主還元についての考えをお聞かせください。

A. 株主の皆様からのご期待を大きく上回る成果でお返ししたいと常に考えております。上場後は社員、お客様に加えて株主様がステークホルダーとして加わりました。みなさまの最大幸福は

どこにあるかということを考えながら舵取りをしておりますので、ご期待頂ければとおもいます。

Q31. 無配の理由を教えてください。

A. 現在、当社は事業の成長を最優先しており、得られた利益を事業拡大のための成長投資（研究開発、人材採用・育成、M&Aなど）に充当しております。将来的な配当実施に向けては、安定的な収益基盤の確立と、資本効率の向上を総合的に判断して検討してまいります。

Q32. 配当の見通しをお示し下さい。優待は考えてませんか。

A. 現時点では明確な開始時期はお示しすることはできませんが、配当は非常に重要な施策であると認識しております。現在は事業拡大のための成長投資を優先しておりますが、安定的な利益創出と成長を実現し、その成果を配当という形で株主の皆様へ還元していくことを目指しております。株主優待も株主還元の選択肢の一つとして社内で議論していますが、具体的な時期等について確定した事項はありません。

Q33. 現在の株価水準をどう考えていますか。

A. 個別の株価水準に対するコメントは差し控えさせていただきますが、当社は建設業界を皮切りに、現場を持つあらゆる業界のDXを推進していく大きなポテンシャルを秘めていると考えています。強固な顧客基盤と高い顧客定着率や、生成AIを活用した新機能開発、そして社員のエンゲージメントの高さなど、当社の企業価値は着実に向上していると自負しております。今後も、事業成長を通じて企業価値を最大化し、中長期的に株主の皆様のご期待に応えられるよう努めてまいります。

Q34. 時価総額はいくらを目指しますか。

A. まずは速やかに時価総額100億円を超えていけるよう努力してまいります。そして時間をかけることなく数百億円半ばを目指し様々な手を打って成長していきたいです。

Q35. 時価総額を上げる具体的な「様々な手を」具体的にご教授お願いいたします。

A. 当社の成長戦略は、営業、商品開発、投資活動に分けております。営業面については、建設業界に対して更に当社サービスを広げることと、他の業界の開拓を行っています。商品開発については、既存サービスを継続的に改善すること、特に最近ではAIをサービスに組み込む研究開発を行っています。投資活動は、連続的にM&Aを行うことやスタートアップへの出資活動を推進しています。

また、これらの成長戦略に加えて、投資家の皆様に向けた十分な情報発信を行うためのIR活動も重視しています。