



2026年8月17日

各 位

会社名： 株 式 会 社 ス タ メ ン
(コード：4019 東証グロース)
代表者名： 代表取締役社長執行役員CEO 大西 泰平
問合せ先： IR 担当
(ir@stmn.co.jp)

2026年12月期 第2四半期決算説明会動画および書き起こし公開のお知らせ

当社は、2026年8月14日（金）に開催いたしました「2026年12月期第2四半期決算説明会」の動画および書き起こし記事を公開いたしましたので、お知らせいたします。

記

公開日	2026年8月17日（月）
決算説明会動画	https://youtu.be/3Lkzm01E69s?t=37
書き起こし記事	本PDFの2ページ目以降をご参照ください
内容	・ 2026年12月期 第2四半期決算概要 ・ 質疑応答
(参考) 2026年12月期 第2四半期決算説明資料	https://ssl4.eir-parts.net/doc/4019/tdnet/2874620/00.pdf
(参考) IRに関する FAQ（よくあるご質問）	https://stmn-group.notion.site/IR-FAQ-1c417b32077d80cdbd63f566c40041fc?pvs=4

以 上

株式会社スタメン

2026年12月期第2四半期決算説明会

2026年8月14日(金)

登壇者:代表取締役社長執行役員CEO 大西 泰平(以下、大西)

司会者:CEO室長 清家 航(以下、清家)

■目次(クリックすると該当ページにリンクします)

オープニング	3
事業ハイライト	4
業績ハイライト	5
月次業績指標の推移	6
四半期売上高の推移(連結)	7
四半期営業損益の推移(連結)	8
B/Sの状況	9
キャッシュ・フロー計算書	10
利用企業数と平均MRRの推移(TUNAG)	11
四半期売上高と収益比率の推移(TUNAG)	12
プラットフォーム収益の推移(TUNAG)	13
プロフェッショナルサービス収益の推移(TUNAG)	14
主要な広告宣伝費の推移(TUNAG)	15
直近の事業アップデート(TUNAG)	16
TUNAG AXの特徴について(TUNAG)	17
TUNAG AXで出来ること(TUNAG)	18
TUNAG AXがもたらすTUNAGの競争優位性(TUNAG)	19
運営コミュニティ件数と平均MRRの推移(FANTS)	20
四半期売上高と収益比率の推移(FANTS)	21
直近の事業トピック(FANTS)	22
FANTSの中期戦略(再掲)	23
売上高進捗率と四半期毎の売上構成比	24
2026年12月期 通期業績見通し	25
2026年12月期 通期業績見通しの上方修正	26
2026年12月期 通期業績見通し(上方修正後)	27
今期の配当予想の修正(増配)	28
質疑応答	29

オープニング



2026年12月期 第2四半期実績	02
従業員エンゲージメント事業 [TUNAG]	10
コミュニティエンゲージメント事業 [FANTS]	20
2026年12月期 業績見通し	25
補足資料	31

大西:株式会社スタメン代表の大西でございます。私から2026年第2四半期決算概要をご説明させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の目次でございます。第2四半期の実績サマリー、主要事業であるTUNAGとFANTSの事業ごとの説明、最後に2026年12月期の業績見通しの進捗状況についてご報告し、その後に質疑応答に移らせていただきます。

事業ハイライト

TUNAG事業のARRは前年同期比で6.2億円増加。
FANTS事業は継続的に全指標が大きく伸長。



※1：四半期末時点のストック収益（MRR）に12を乗じた金額
※2：TUNAG / FANTS の利用企業数、運営コミュニティ件数、平均MRRは、各四半期末時点の実績を記載しております。
※3：TUNAG / FANTS の売上高ストック比率は、期末時点のものではなく、四半期の累計実績を記載しております。

3

それではまず、2026年12月期第2四半期の実績についてご説明します。

事業ハイライトです。TUNAG事業のARRは、前年同期比で6.2億円増加する着地となっております。

FANTS事業につきましては、ARR、運営コミュニティ件数、平均MRR、売上高に占めるストック収益比率のすべてが継続的に大きく伸長しておりますので、TUNAG・FANTSそれぞれの具体的な事業状況については、後ほどのパートで詳しくご説明させていただきます。

業績ハイライト

業績ハイライト スタメングループ



前年同期比で、売上高+26.7% とトップラインの成長基調を維持。
営業利益は、前年同期比で倍増し、前四半期比でも+20.4%と利益創出力が向上。

(百万円)	2025/12期 2Q (前年同期)	2026/12期 1Q (前四半期)	2026/12期 2Q (当四半期)	前年同期比	前四半期比
売上高	900	1,143	1,140	+26.7%	-0.2%
売上総利益	682	835	851	+24.8%	+1.9%
利益率	75.8%	73.1%	74.7%	-1.1pt	+1.6pt
営業利益	60	105	127	+109.4%	+20.4%
利益率	6.7%	9.2%	11.2%	+4.5pt	+2.0pt
経常利益	63	108	129	+104.7%	+19.5%
当期純利益	48	71	86	+77.5%	+21.8%

4

グループ全社の業績ハイライトでございます。

まず、前年同期比で売上高はプラス26.7%と、急速な伸びというわけではないものの、成長基調をきっちり維持する結果となっております。営業利益につきましては前年同期比で倍増となり、前四半期（第1四半期）と比べてもプラス20.4%で伸びておりますので、利益創出力は着実に向上する結果となっております。

2026年12月期 第2四半期の実績は、売上高が11億4,000万円、売上総利益が8億5,100万円（粗利率74.7%）、営業利益が1億2,700万円（営業利益率11.2%）となっております。営業利益率で10%を超えているという点は、非常に評価できるポイントではないかと考えております。経常利益が1億2,900万円、当期純利益が8,600万円の着地となっております。

月次業績指標の推移

月次業績指標の推移 **スタメングループ**



TUNAG事業のストック収益は、前年比増加率20%台で推移。
FANTS事業のストック収益は引き続き、高成長を維持。

TUNAG事業のストック収益 ※

(千円)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	276,703	280,168	283,887	284,415	288,220	291,294						
前期	212,401	216,059	221,427	226,601	230,694	239,055	244,428	248,600	256,384	258,814	264,341	271,903
前年比増加率(%)	30.3%	29.7%	28.2%	25.5%	24.9%	21.9%						

TUNAG事業のフロー収益 ※

(千円)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	31,945	43,857	76,360	39,211	34,888	41,447						
前期	22,147	29,384	29,160	22,969	23,630	37,153	42,629	49,322	51,645	49,525	42,842	40,499

FANTS事業のストック収益

(千円)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	34,576	35,329	37,131	37,754	38,751	40,365						
前期	11,383	12,184	14,147	16,026	18,897	22,137	24,296	25,778	26,924	30,126	31,780	33,106
前年比増加率(%)	203.8%	190.0%	162.5%	135.6%	105.1%	82.3%						

FANTS事業のフロー収益

(千円)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
当期	15,137	9,650	10,450	9,083	12,204	13,264						
前期	6,505	11,577	18,837	17,862	18,242	18,622	14,972	18,052	12,466	22,391	10,896	15,474

※：プラットフォーム関連収益に加えて、付帯サービスによる各種収益の規模が拡大してきたため、FY2025 2Qの開示より、過去の数値も含めて、これらの収益を合算した形で収益推移を公表しております。

5

毎回の決算で開示させていただいている月次業績指標の推移です。

TUNAG事業のストック収益、プラットフォームの継続課金金額につきましては、前年比増加率20%台で推移を続けております。4月が25.5%、5月が24.9%、6月が21.9%と、月ごとに多少のばらつきはありながらも20%台で推移しておりますので、これを下期・第3四半期・第4四半期の中で、改めて30%台へ持ち上げていくことが必要だと捉えております。

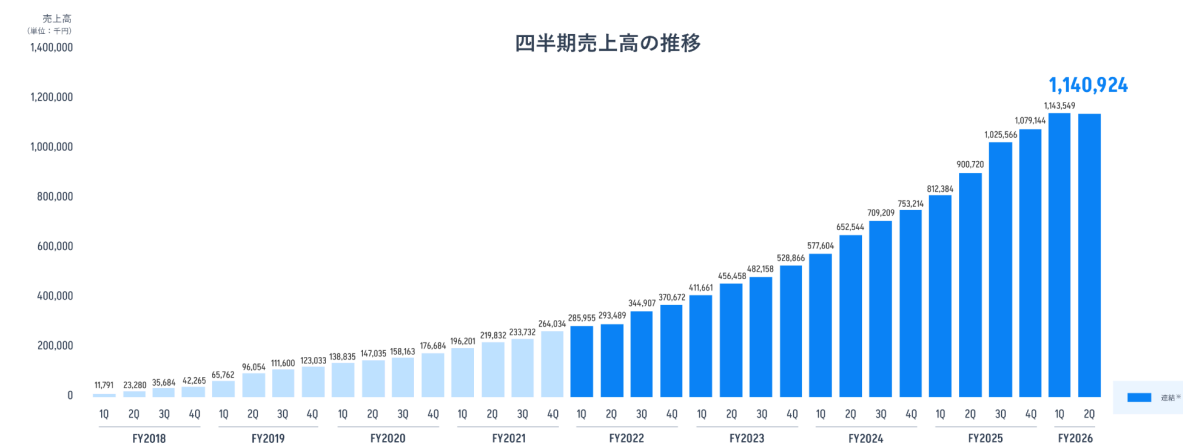
FANTS事業につきましては、4月・5月・6月それぞれ月単位で見ても、前年比で倍増に近い数字が続いておりますので、非常に高い成長率を維持できていると考えております。

四半期売上高の推移(連結)

四半期売上高の推移 (連結) **スタメングループ**



**第2四半期の連結売上高は前四半期比で微減。
売上高全体に占めるフロー収益比率の増加に伴う、一時的なものと認識。**



6

グループ全体の四半期売上高の推移についてご説明します。

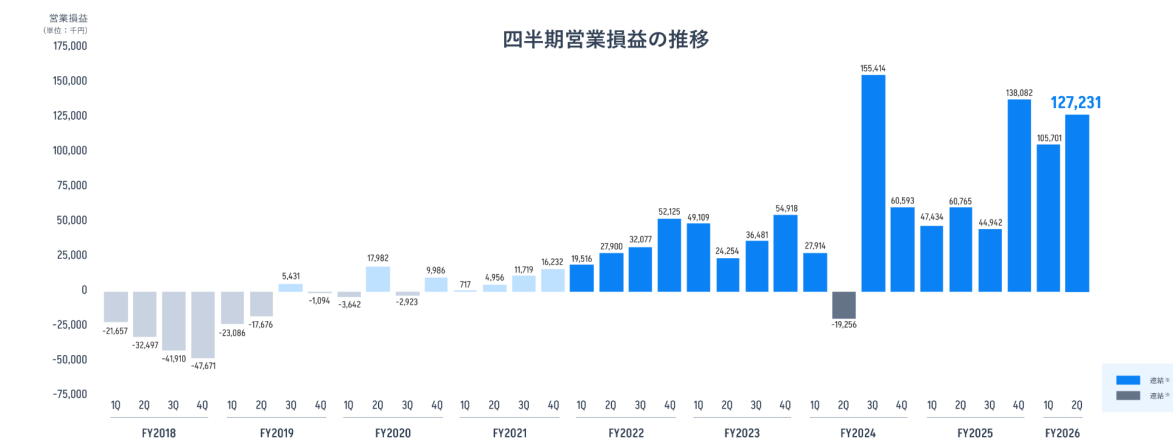
第2四半期の連結売上高は、先ほど申し上げたとおり11億4,000万円となっており、前四半期と比べると微減となっております。これは、売上高全体に占めるフロー収益、すなわち単発の収益がしっかり積み上がるようになってきたため、どうしても月単位・四半期単位で見るとボラティリティ(ブレ)が出やすくなっているものであり、一時的なものと認識しております。基本的には、年度単位では増収基調が続いているものと考えております。

四半期営業損益の推移(連結)

四半期営業損益の推移 (連結) **スタメングループ**



第2四半期は約1.2億円の営業利益を確保。
利益創出力が着実に向上しており、粗利率、営業利益率ともに数値が良化傾向。



7

続きまして、四半期営業損益の推移についてご説明します。

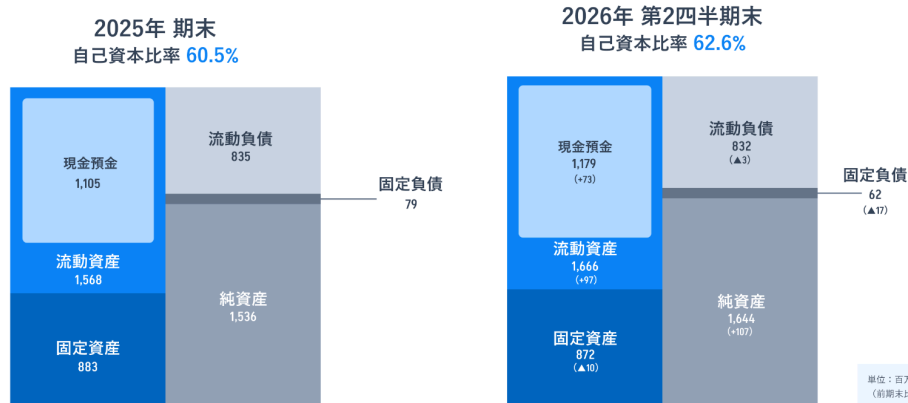
第2四半期については、約1.2億円の営業利益を確保することができました。利益創出力は着実に向上しており、昨年の第4四半期から3四半期連続で、四半期営業利益が1億円を超える形になっております。粗利率・営業利益率ともに数値が良化しておりますので、これを継続し、通期を通してしっかり利益を確保できるよう経営を進めていきたいと考えております。

B/Sの状況

B/Sの状況 スタメングループ



流動比率は200.3%、自己資本比率は62.6%と財務安全性を堅持。



8

続きまして、バランスシートの状況についてご説明します。

流動比率は200.3%、自己資本比率は62.6%と、引き続き財務安全性についてはしっかりと安心していただける水準を堅持できているのが足元の状況となっております。

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュ・フロー計算書

スタメングループ



第1四半期に引き続き、安定的に営業CFが積み上がった影響で、
第2四半期のFCFは146百万円と、プラス幅が一段と拡大。

(百万円)	2024/12 期末	2025/12 期末	2026/12 1Q	2026/12 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	391	0	61	171
投資活動によるキャッシュ・フロー	-310	-27	-4	-25
フリー・キャッシュ・フロー	81	-26	56	146
財務活動によるキャッシュ・フロー	-37	44	-12	-72
現金および現金同等物の期末残高	1,087	1,105	1,150	1,179

9

続きまして、キャッシュ・フローの状況についてご説明します。

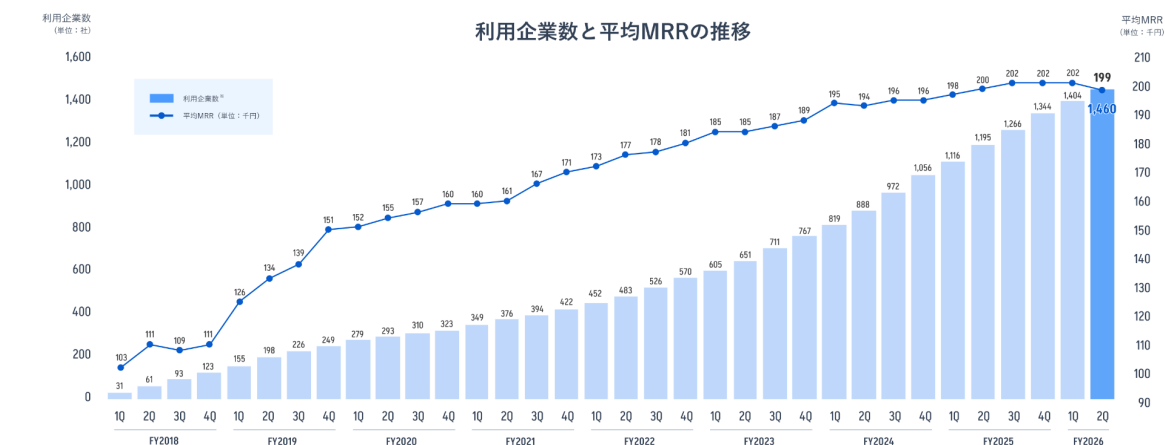
第1四半期に引き続き、安定的に営業キャッシュ・フローが積み上がる形になっております。昨年の期末は、支払いの形式変更の影響でフリー・キャッシュ・フローがマイナスとなる形になっていましたが、第2四半期ではフリー・キャッシュ・フローが1億4,600万円としっかり出る形になっておりますので、現金の積み上がりというところはついてきております。営業利益率の上昇とともに、しっかりと社内にキャッシュをためていける状況が作れているのではないかと考えております。

利用企業数と平均MRRの推移(TUNAG)

利用企業数と平均MRRの推移 TUNAG



利用企業数は1,460社、平均MRRは199千円で着地。
両指標ともにさらなる成長を目指す。



11

ではここから、従業員エンゲージメント事業である「TUNAG」の事業単独の足元状況についてご説明いたします。

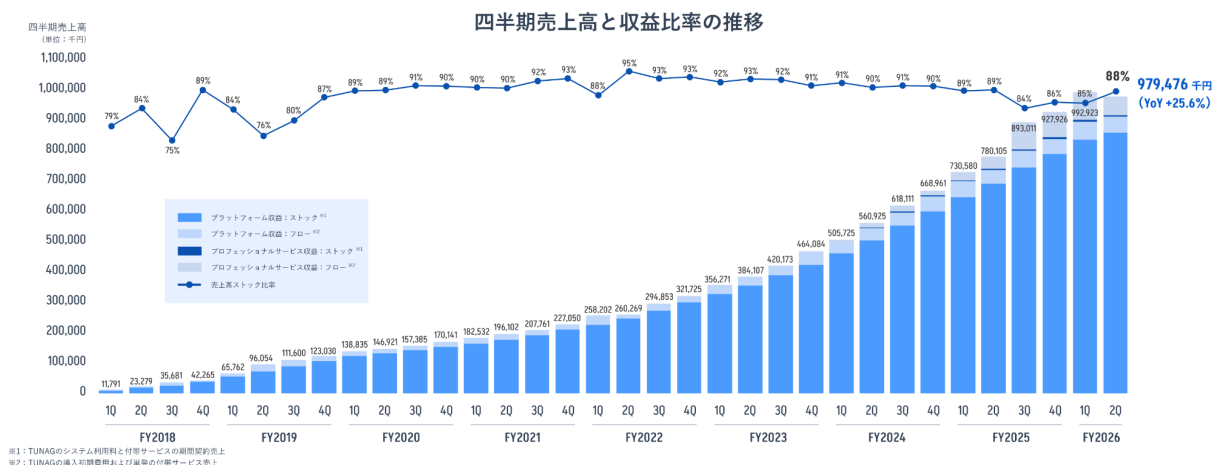
TUNAGのプラットフォームサービスの利用企業数は1,460社となりました。1,500社目前となっておりますので、まずはここをしっかりと形にしていきたいと思います。平均単価、平均MRRに関しては199千円での着地となっており、引き続き200千円前後を平均値として推移している形になっております。この後ご説明する新サービスなどをより拡販していくことで、200千円台中盤を狙っていける形を目指していきたいと考えております。

四半期売上高と収益比率の推移(TUNAG)

四半期売上高と収益比率の推移 TUNAG



ストック収益は堅調な成長を継続中。
収益基盤の多層化をより強固にし、ストック・フロー両輪での成長を目指す。



続きまして、四半期売上高と収益比率についてご説明します。

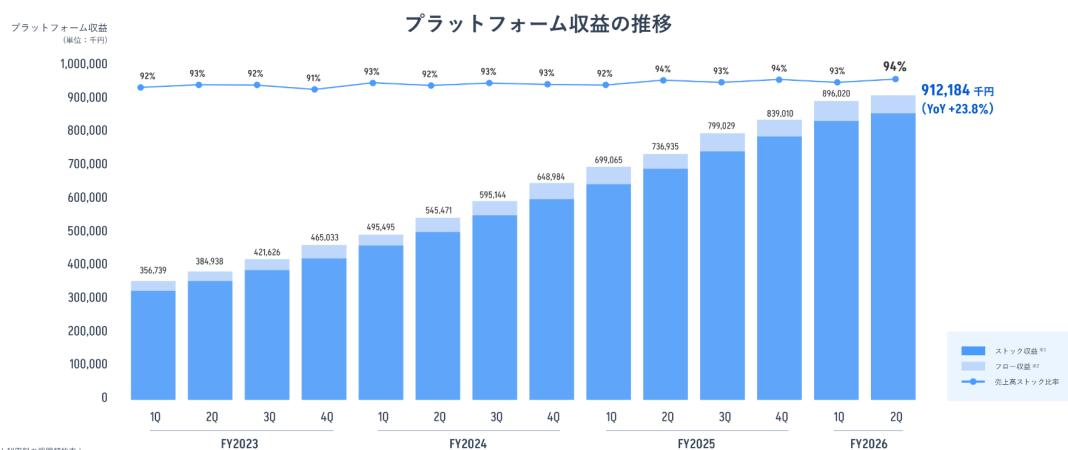
ストック収益、先ほど申し上げたMRRに関しては顕著な成長を継続している中で、途中申し上げたとおり単発のフロー収益も積み上がる形になっております。第1四半期の3月(5p:月次業績指標の推移参照)に、TUNAG事業のフロー収益で7,600万円という大きい数字が出るようになってきておりますので、こうしてフロー収益が積み上がるようになってきた影響で、どうしても四半期単位で見るとボラティリティは増していると思います。一方で、フロー収益単体でも四半期で売上高1億円を出せる形が見えてきておりますので、このあたりはしっかり売上の積み上げを増やしていきたいと思っております。

プラットフォーム収益の推移(TUNAG)

プラットフォーム収益の推移 TUNAG



TUNAGの利用料と初期費用を合算した
「プラットフォーム収益」は安定的な成長を継続。



13

続きまして、これは今四半期から追加した新しいページになるのですが、TUNAGのプラットフォーム単体の収益推移を、四半期ごとにお示したチャートを開示させていただきました。

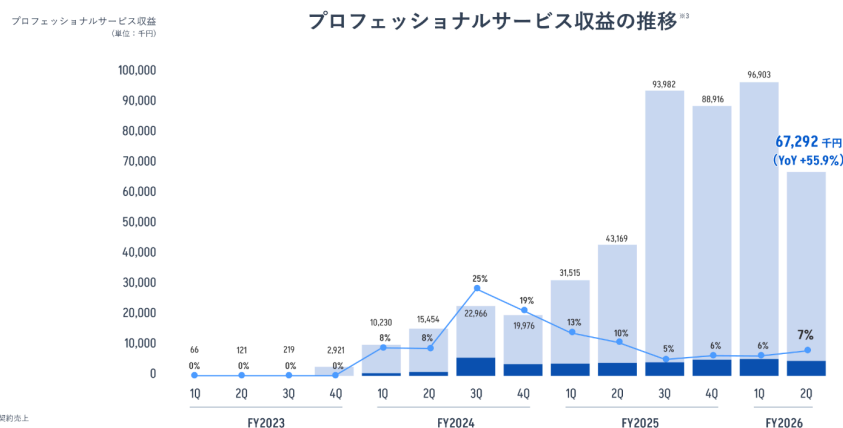
TUNAGの利用料と初期費用を合算したプラットフォーム収益につきましては、引き続き四半期ごとで見ても右肩上がりの安定的な成長を継続する形となっております。プラットフォーム単体でいくと、売上高のストック比率は94%となっておりますので、会社を支える収益基盤として安定運用できているかと思います。

プロフェッショナルサービス収益の推移(TUNAG)

プロフェッショナルサービス収益の推移 TUNAG



プロフェッショナルサービス収益の大半がフロー収益であるため、
四半期ごとのボラティリティがあるが、年単位では成長基調。



※1：TUNAG付帯サービスの期間契約売上
※2：単発の付帯サービス売上
※3：プロフェッショナルサービスの概要については補足資料p.36を参照

14

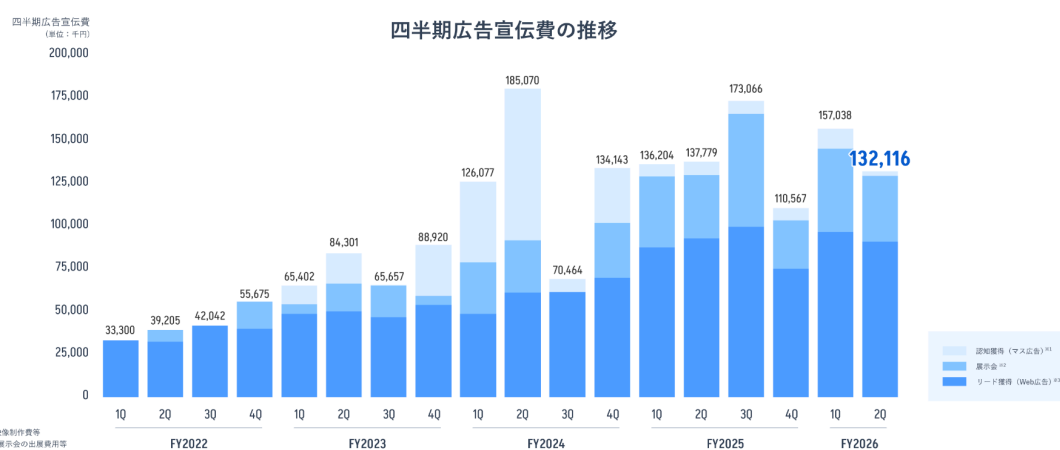
続きまして、TUNAG事業の中で、コンサルティングサービスや研修サービス、制作周りのサービスといったプロフェッショナルサービスが、昨年の第2四半期からまとまった売上を出せるようになってきております。これが中心となってきたことで四半期ごとのボラティリティが一定生まれてしまっているのですが、年単位ではしっかりと事業全体の成長に寄与してくれる状況になっております。これをまずは四半期単位で1億円突破、月次でも1億円を目指せる月を作れそうなパイプライン案件もできてきておりますので、プラットフォームと合わせた形で、今後のTUNAG事業の成長エンジンにしていきたいと考えております。

主要な広告宣伝費の推移(TUNAG)

主要な広告宣伝費の推移 TUNAG



第2四半期では約1.3億円をWeb広告や展示会出展に投資。
投資対効果をチャンネル毎に注視し、効率的な運用を当面は優先する。



※1：タクシー広告、CM映像制作費等
※2：JRE EXPOなどの大型展示会の出展費用等
※3：SNS広告、リスティング広告、ディスプレイ広告等

15

TUNAG事業の広告宣伝、マーケティング投資の推移について説明します。

第2四半期につきましては、TUNAG事業で約1.3億円を、Web広告や展示会の出展に投資させていただきました。投資水準で言うと、第1四半期・第2四半期ともにほぼ同程度の広告投資となっております。引き続き下期に関しましても、展示会やWeb広告、あるいはテレビなどのマスメディア広告といったチャネルごとに投資対効果をしっかり注視・モニタリングすることで、効率的な運用を当面は優先していきたいと考えております。

直近の事業アップデート(TUNAG)

直近の事業アップデート TUNAG



直近で数々の機能追加・大型アップデートをリリース。
TUNAG事業として初のBPaaS型AIサービス「TUNAG AX」の販売を開始。



16

TUNAG事業の直近の事業アップデートについてもご案内させていただきます。

直近、数々の機能追加・大型アップデートをリリースしており、第3四半期にかけてもリリース予定がまとまってきております。その中でも、TUNAG事業として初のBPaaS型のAIサービスである「TUNAG AX」という新サービスの販売を開始しております。こちらは足元、まだ業績には明確に表れる形にはなっていませんが、非常に引き合いが増えておりますので、今後の事業成長を牽引していくことができる可能性を秘めたサービスになっていると思っております。

TUNAG AX以外にも、TUNAGのプラットフォームの中に、例えば各種アンケートを行うことができるフォーム機能や、企業様の受付を快適にできる受付機能、TUNAGを使ってユーザー同士が通話したりイベントを行ったりする通話機能に加えて、リリース予定のものとして、TUNAGの中に様々なデータをためていけるストレージ機能、社内Wikiや議事録、規程周りを運用できるドキュメント機能、TUNAGの中にたくさん溜まっている写真データをより直感的にシェアしやすくするアルバム機能があります。また、TUNAGの場合はノンデスクワーカー、アルバイトやパートの方も多く働く現場産業で事業をされている企業様が非常に多いので、そうした企業の従業員の方に活用していただくための、勤務シフトを収集するシフト収集機能、勤務シフトを作成するシフト作成機能、出勤時にタイムカードを打刻する機能といった、勤務にまつわる機能を第3四半期にリリース予定です。さらに、つい最近も熊本の方で地震がありましたが、天災や災害があった際に従業員・スタッフの方の安否をTUNAGの中で一括管理できる安否確認機能など、多数の機能を、AI開発を駆使することでリリース予定となっております。

TUNAG AXの特徴について(TUNAG)

直近の事業アップデート：TUNAG AXの特徴について

TUNAG



AIの個人利用は広がる一方、現場産業での業務フローへの組み込みは限定的。
「TUNAG AX」は設計～設定まで支援することで現場業務まで恩恵を届ける。

一般的なAI活用の課題

- **個人利用にとどまりやすい**
文章作成・要約など個人作業が中心(45.1%)。ノウハウが組織に共有・定着しにくい※1
- **業務フローに組み込みにくい**
AIを業務フローに組み込んでいる企業はわずか5%。汎用チャット型AIは記憶・個社最適化がなく業務に定着しない※2
- **導入・設定・運用の負荷**
専門人材・ノウハウ不足を課題とする企業が41.3%。選定～運用ルール整備が課題※1
- **組織固有情報を活用しづらい**
情報の正確性(50.4%)・情報漏洩リスク(33.5%)が上位の懸念。精度向上と情報保護の両立が難しい※1

AI利用は広がる一方、現場業務への実装には負荷が残る※3

TUNAG AXの特徴

- ✓ **現場業務への組み込み**
申請・通知・登録など日常業務の流れにAIを実装
- ✓ **導入負荷を抑制**
設計・設定・連携までを支援し、短期間で運用を開始
- ✓ **TUNAGとの連携**
TUNAG契約企業では、組織データも活用可能

現場業務に組み込みやすい形で、AI活用を実装

※1：帝国データバンク「生成AIに関する企業の動向調査（2026年3月）」有効回答10,312社 ※2：MIT NANOIA "The GenAI Divide: State of AI in Business 2025" ※3：経務省「令和7年版 情報通信白書」（2024年度調査）

17

その中でも、先ほど申し上げたとおり一番の成長エンジンになり得る可能性がある「TUNAG AX」について、その特徴も簡単にご説明させていただきます。

AIサービスについては、例えばOpenAIのChatGPTや、AnthropicのClaudeといった海外製のサービスが個人利用を中心に大きく広がっていますし、ホワイトカラーの方に関しては法人利用も広がっている中で、私たちがメインで相対させていただいている現場産業・ノンデスク産業で言うと、AIを使ったこうしたサービスの業務フローへの組み込みは、まだまだ限定的なのが現状となっております。

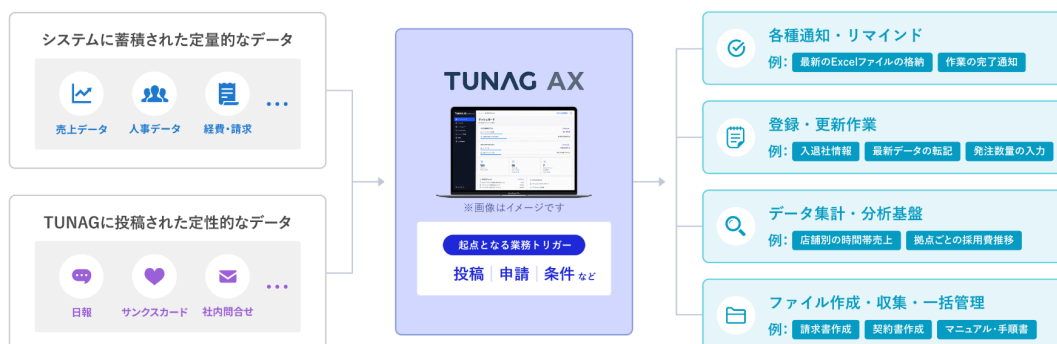
そんな中でTUNAG AXは、AI活用の設計の部分から実際の運用設定まで、本当にTUNAG AXさえあれば、業務への組み込みを一手に引き受けることができます。そうした支援を提供することで、私たちがメインでサービス提供させていただいているノンデスクワーカーの方に、AIを活用した事業のオペレーションを構築いただけるサービスになっております。

TUNAG AXで出来ること(TUNAG)

直近の事業アップデート：TUNAG AXで出来ること **TUNAG**



既に活用しているシステムとの連携を前提としているため、
企業の中に蓄積されたデータをもとに精度の高い業務自動化が実現可能。



18

TUNAG AXを活用していく中で、すでにお客様の社内で活用されている様々なシステムとの連携ができるようになりますし、お客様のシステムの中とTUNAGのデータを掛け合わせることで、各種通知・リマインドや、登録・更新作業が全自動でできるようになったり、データの分析・集計の基盤もAIを使って自動化させたりできます。ユーザーの方からしても、ファイルの作成や収集・一括管理が行いやすくなるといった、非常に精度の高い業務の自動化を、TUNAG AXを活用することで実現できるサービスになっております。

TUNAG AXがもたらすTUNAGの競争優位性(TUNAG)

直近の事業アップデート：TUNAG AXがもたらすTUNAGの競争優位性 TUNAG



TUNAGの組織データと既存システムに蓄積されたデータをAI統合することで、様々な兆候予測が可能になり、より精度の高い組織改善サービスへと進化。



19

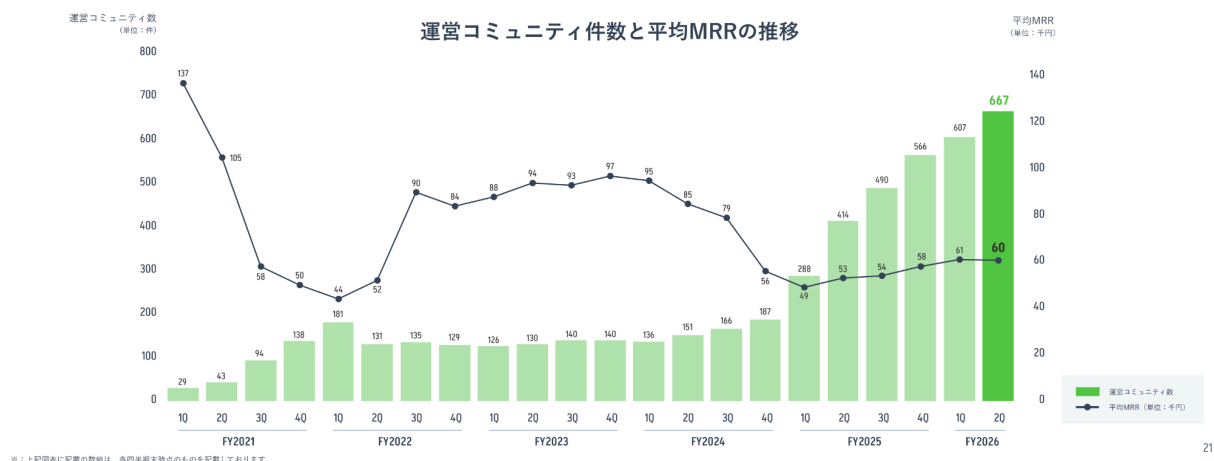
TUNAG AXがしっかり拡販・展開されていくことで、TUNAG自体の競争優位性も増していくと考えております。従前から提供している「離職をどう防いでいくか」というところも、TUNAGを使って組織強化をしていく上で非常に重要なポイントですが、離職兆候の早期発見を、今までよりも高い精度で行うことができるようになります。また、お客様の拠点ごとの投稿頻度と、実際の売上や事業の伸びの相関をデータで可視化したりすることも、TUNAGとTUNAG AXを掛け合わせることでできるようになってきますので、利用企業数のさらなる増加や、お客様からいただく平均MRRの向上を、TUNAG AXとTUNAGの掛け合わせによって下期以降に実現していきたいと考えております。

運営コミュニティ件数と平均MRRの推移(FANTS)

運営コミュニティ件数と平均MRRの推移 FANTS



運営コミュニティ件数は、前四半期比で60件増加し成長トレンドを維持。
平均MRRは60千円と横ばいで推移。



21

次に、コミュニティエンゲージメント事業のFANTSについてご説明します。

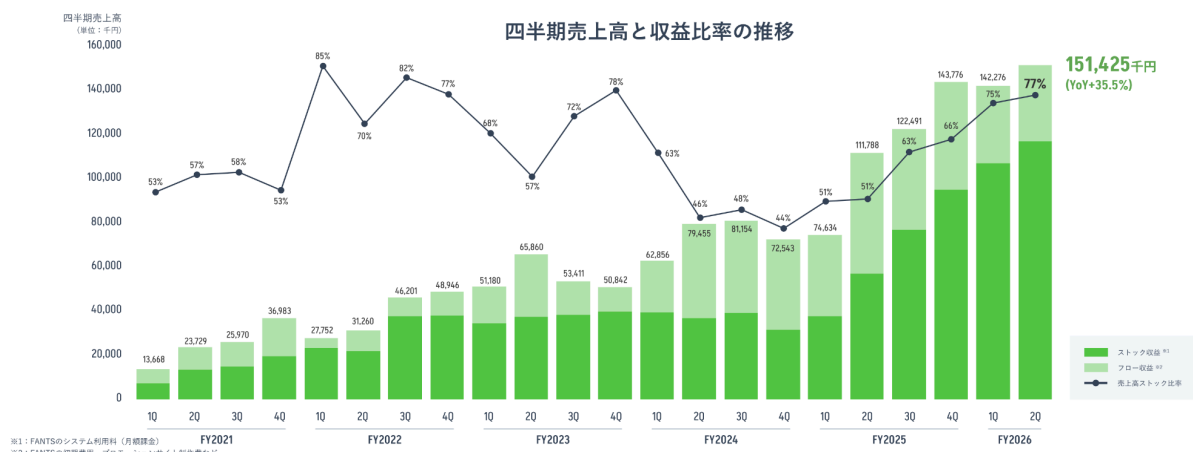
FANTSの運営コミュニティ件数と平均MRRの推移がこちらになります。運営コミュニティ件数につきましては、前四半期比で60件増加し、引き続きコンスタントに、四半期ごとにしっかり積み上がっていく傾向を維持しております。平均MRRに関しては、現在60千円ほどで推移しておりますので、こちらも段階的に、まずは100千円を超えることを目指していけたらと考えております。

四半期売上高と収益比率の推移(FANTS)

四半期売上高と収益比率の推移 FANTS



ストック収益の積み増しが順調に進み、前年比+35.5%の高成長を維持。
早期にFANTS事業全体の四半期売上高2億円突破を目指す。



22

FANTS事業の四半期売上高と収益比率の推移についてご説明します。

ストック収益の積み増しが順調に進んでおり、2年ほど前まではフロー収益の方が高い状況だったのですが、それがしっかりと、ストック収益比率が右肩上がりに伸びておりまして、足元ではサブスクリプション型のストック収益が77%まで事業を支える形になっております。そうした中で、FANTS事業単体で見ても、今四半期は売上高で1億5,000万円ほどのところまで来ておりますので、まずは四半期で2億円突破を目指していきたいと思っております。

直近の事業トピック(FANTS)

直近の事業トピック FANTS



FANTSオーナー向けのダッシュボード機能を強化。
コミュニティやファンの状況、事業の状況が一目で分かるよう改善。

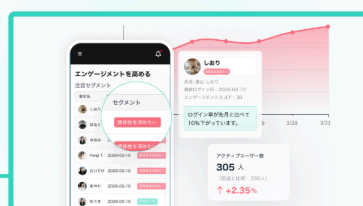
収益管理

ダッシュボードの画面内で今月の収益や入退会数、
購入数などを確認することができます



顧客管理

FANTS独自の指標でファンとの関係性や
コミュニティの熱量を可視化することができます



23

FANTS事業の直近の取り組みトピックをご紹介します。

FANTS事業もAI開発をしっかりと推進していく中で、FANTSを使っているコミュニティオーナー、クリエイター様向けのダッシュボード機能の強化にもっとも力を入れております。FANTSを活用いただいているコミュニティ様や、そこに所属されるファンの方の状況、事業の状況を、一目で直感的に分かるような機能改善を進めております。

FANTSの中期戦略(再掲)

FANTSの中期戦略(再掲)

FANTS

STMN

サロンやコミュニティの運営プラットフォームからさらに提供価値を広げていき、
FAN dataに基づいた収益向上プラットフォームに進化していく。



24

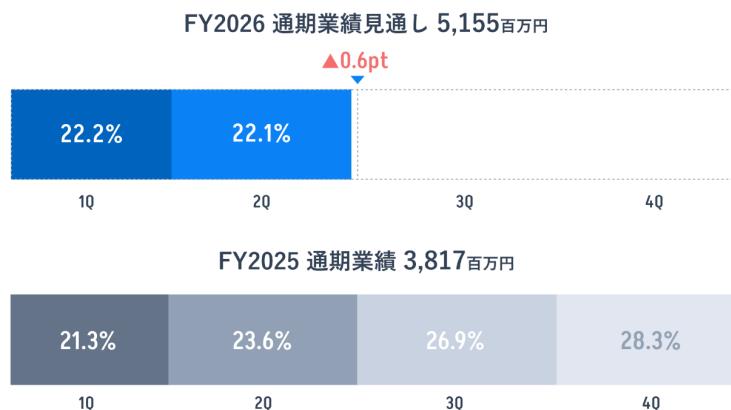
FANTSに関しましては、従前から中期戦略として開示させていただいておりますが、サロンやコミュニティの運営プラットフォームから、さらにFANTS事業自体の提供価値を広げていきます。ファンデータ(FAN data)、ファンの方が集まるデータを駆使することで、FANTSを使うことでコミュニティオーナーやクリエイターの方がしっかり収益を高めていける、それを支援するプラットフォームへとFANTS事業を進化させていきたいと考えております。

売上高進捗率と四半期毎の売上構成比

売上高進捗率と四半期毎の売上構成比 **スタメングループ**



当社はSaaSビジネスをメイン事業としており、例年、3Q・4Qの寄与度が大きい。
2Qまでの予算進捗は 44.3% と一進一退だが、通期で見通し達成を形にしていく。



※FY2026の進捗率は業績予想に対しての進捗率、FY2025の進捗率は実績に対しての進捗率

26

毎回掲載させていただいておりますが、当社はSaaSビジネスをメイン事業としており、メイン事業のTUNAGも、2つ目の事業のFANTSも、いずれもSaaS型・ストックベースの事業をメインで展開しておりますので、例年、第3四半期・第4四半期の売上・利益の寄与度合いが大きいものとなっております。

第2四半期累計での通期予算に対する進捗は44.3%です。半分行ったという意味では本来50%がオンスケジュールなのですが、44.3%でも例年の数字から見ると0.6ポイントほどの誤差の範囲内ですので、通期見通しの達成は十分に射程圏内に捉えられている状況が続いております。しっかりと通期を通して、売上高51億5,500万円を実現していきたいと考えております。

2026年12月期 通期業績見通し

2026年12月期 通期業績見通し **ステメングループ**



売上高は期初予想をわずかに下回るも、各段階利益はいずれも計画を大きく上回って着地。
現時点での見込み数値に基づき、本日付で上方修正を開示。

(百万円)	FY2026（業績見通し）			FY2026（実績）		
	上期予想	下期予想	通期予想	上期実績	上期進捗率	通期進捗率
売上高	2,318	2,836	5,155	2,284	98.5%	44.3%
営業利益	113	286	400	232	204.4%	58.1%
経常利益	117	288	406	237	202.2%	58.3%
当期純利益	※ 70	※ 195	※ 266	※ 158	225.7%	59.2%

※当期純利益の算定にあたって、法人税等は税引前当期(四半期)純利益に対する税効果会計適用後の見込実効税率を乗じて算定しております。
法人税等には税効果会計の影響を加味しておりますが、実績の業績動向に基づく繰延税金資産の回収可能性の見直しによって、実際に計上される金額と予想数値と異なる場合があります。これにより、当期純利益の実績金額が変動する可能性があります。

27

先ほど申し上げたとおり、売上高につきましては、通期・半期で見た時の進捗はわずかに下回ったものの、利益につきましては利益創出力が高まってきておりますので、計画比で倍程度の着地となっております。利益が積み上がるペースが想定よりも上振れていることもありますので、本日付で業績予想の修正を開示し、利益の見通しをアップデートしております。

その中で、まず期初見通しと今の上期実績の各進捗を見ていきたいと思います。売上高につきましては、上期実績で22億8,400万円となっており、期初の想定進捗でいくと98.5%となっております。営業利益につきましては2億3,200万円で、もともとは上期予想で1億1,300万円と計画しておりましたので、上期進捗率で倍増となる204.4%、経常利益が2億3,700万円で202.2%、当期純利益が1億5,800万円で225.7%となっております。上期に関しては、売上高はほぼ計画どおり(わずかに未達)、利益に関しては倍増となっておりますので、それを踏まえて業績予想の修正を行っております。

2026年12月期 通期業績見通しの上方修正

売上は期初計画を据え置きつつ、段階利益はいずれも約37%増の上振れを見込む。
7期連続の増収増益に向け、第3四半期以降も着実な事業成長の実現を目指す。

(百万円)	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B - A)	増減率	前期実績
売上高	5,155	5,155	0	0.0%	3,817
営業利益	400	550	150	+37.5%	291
経常利益	406	558	152	+37.4%	298
親会社株主に帰属する 当期純利益	266	366	100	+37.6%	208
1株あたり 当期純利益 (円)	30.36	41.68	-	-	23.74

※：当期純利益の算定にあたって、法人税率は税引前当期(四半期)純利益に対する税引後当期(四半期)純利益の算定税率を適用して算定しております。
法人税率には税引後当期(四半期)純利益の影響を加味して算定しておりますが、実際の業績動向に基づく繰延税金資産の回収可能性の見直しによって、実際に計上される金額と予想数値と異なる場合があります。これにより、当期純利益の実績金額が変動する可能性があります。

こういった形で業績予想の修正を行ったのかというところに移りますと、売上高についてはほぼオンスケジュールで来ておりますので期初計画を据え置いております。一方で、各段階利益に関しましては、先ほど申し上げたとおり計画比で倍増となっておりますので、各段階利益をそれぞれ約37%上振れする形で修正の開示を行っております。

いずれにしても、下期にしっかり数字を作っていくことで、7期連続の増収増益を形にしていきたいと考えておりますし、第3四半期以降も着実な事業成長の実現を全社で実現していきたいと思っております。

修正予想につきましては、売上高が据え置き51億5,500万円、営業利益が5億5,000万円(1億5,000万円増加、増減率プラス37.5%)、経常利益が5億5,800万円、当期純利益が3億6,600万円となっております。

2026年12月期 通期業績見通し(上方修正後)

2026年12月期 通期業績見通し (上方修正後) ステメングループ 

当社はSaaSビジネスをメイン事業としており、例年、3Q・4Qの寄与度が大きい。
上期までの予算進捗率はいずれも40%台だが、通期での見通し達成を目指す。

(百万円)	FY2025 (参考情報)			FY2026 (上方修正後の見通し)			FY2026	
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期予想	通期予想	上期実績	通期進捗率
売上高	1,713	2,104	3,817	2,284	2,871	5,155	2,284	44.3%
営業利益	108	183	291	232	318	550	232	42.2%
経常利益	112	185	298	237	321	558	237	42.5%
当期純利益	72	136	208	158	208	366	158	43.2%

※当期純利益の算定にあたって、法人税等は税引前当期(四半期)純利益に対する税効果会計適用後の見極め調整率を乗じて見極計上しております。
法人税等には税効果会計の影響を加味して算定しておりますが、実際の業績動向に基づく繰越税金資産の回収可能性の見直しによって、実際に計上される金額と予想数値と異なる場合があります。これにより、当期純利益の実額金額が変動する可能性があります。

この業績予想の修正を反映した上での通期進捗率がこちらになります。いずれも通期進捗率で見ると、売上高・各段階利益ともに42%から44%ほどの推移となっておりますので、まさに通期でちょうど目指せる水準になっていると思いますし、各段階利益につきましては、利益創出力が当初の見通しよりも良い形で成長してきておりますので、さらなる上振れを目指していければと思っております。

今期の配当予想の修正（増配）

今期の配当予想の修正（増配）

スタメングループ



期初のガイダンスでは8円としていた期末配当予想を10円に修正。
利益見込みの上振れが大きい場合は、第3四半期以降にさらなる増配も検討。

FY2026の配当予想

	FY2025 (参考：配当実績)	FY2026 前回予想	FY2026 今回修正予想
基準日	2025年12月31日	2026年12月31日	2026年12月31日
期末配当	6円	8円	10円
配当性向	25.3%	26.4%	24.0%

30

そうした中で、配当に関しましても、本日、増配を開示させていただいております。期初のガイダンスでは期末配当8円という形で配当予想を出しておりましたが、本日付で、業績予想の修正に合わせて期末の配当予想を10円に修正しております。こちらは配当性向が24.0%となっております。

まだまだ第3四半期・第4四半期で、事業の進捗次第ではさらなる利益見込みの上振れの可能性も持てている状況ですので、計画がしっかり進んでいった場合には、さらなる増配も第3四半期以降に検討していければと考えております。

質疑応答

――ポドバス氏の株式売却の理由について、分かる範囲でご説明をお願いします。また、今後、機関投資家からの投資獲得に向けての考えをご教示ください。御社がプライム移行を目指す上で、個人以外の投資の獲得が重要と考えております。

大西:まず、昨年度の株主総会などでも大株主として名前を連ねていたポドバス氏ですが、開示もさせていただいたとおり、定期的にやり取りをさせていただいておりました。おっしゃるとおり株式売却の開示が出ておりますので、そのタイミングでポドバス氏からも、株式売却の理由については個別にご連絡をいただいております。詳細については個別の情報となりますので差し控えさせていただきますが、ポドバス氏は、私たちの会社だけでなく、複数の日本の上場株、特にSaaS銘柄やテクノロジー銘柄に投資されており、各社で大株主に入られています。私たち以外の発行体でも、大量保有報告・株式売却のリリース・案内が出ておりますので、ポドバス氏の売却につきましては、弊社固有の事象によるものではなく、日本株に対するポートフォリオ戦略の変更に伴うものと捉えていただいてよいのではないかと思います。

加えて、弊社がこれからさらに事業を伸ばしてプライム移行を目指していく上で、機関投資家様からの投資を受けられる状況にしていくことは非常に重要だと、私たちもIR戦略上考えておりますので、機関投資家様からの投資獲得については積極的なアクションが必要だと思っております。これについては、今も行っている英語での開示など、IR活動をより積極化していくことも重要だと考えておりますし、各証券会社様・金融機関様と協力していくことで、機関投資家様との接点をより増やしていくことも非常に重要だと思っております。加えて、来週以降も、この決算説明をした上で機関投資家様とのIRミーティングが定期的に入っていくこととなりますが、その中で、どのようにすればより投資を判断しやすくなるかというディスカッションを各機関投資家様とさせていただいておりますので、そうしたディスカッションの中から、弊社に向けられている期待や、こういった改善がニーズとして持たれているのかをつかみながら、機関投資家の皆様の目線感やご要望・ご期待に応えていけるような土台づくりを継続していくことが重要だと考えております。

――FANTS再成長の要因について、スタジアム(子会社)の企業努力なのか、コミュニティ主の人気急上昇等によるものなのかをご教示ください。また、この再成長が今後再現可能なものかについて見解をお願いします。

大西:基本的に、今FANTS事業が再成長しているポイントとなっているのが、ビジネスモデルを少しアップデートしたという点です。

今のFANTS事業は、クリエイターやコミュニティオーナーの方から基本のシステム利用料をいただきつつ、プラスアルファで決済金額に応じたレベニューシェアの金額を掛け合わせた収益をいただくモデルを取っております。その中で、コミュニティ件数が先ほどご説明したとおり毎四半期しっかり積み上がっているのも、やはりFANTSというサービスが以前にも増してクリエイターの方々から選ばれるサービスになってきており、利用いただくコミュニティの数が増え、それによって売上が積み上がる形になっております。大きいポイントとしては、スタジアムおよびFANTS事業が、事業として利益創出力や顧客獲得力を増しているという点が非常に大きいかと思っております。

合わせて、どんなコミュニティオーナーの方、どんなクリエイターの方に選んでいただくか、すでにファン層を多く抱えていらっしゃる、非常にインフルエンサーの強い、ファン層の多い方々から選んでいただくことも非常に重要だと思っておりますので、コミュニティパワーの強いクリエイターさんからより選ばれるようにしていくことも重要だと思っています。いずれにしても、FANTSの事業の魅力を上げていくことで、顧客獲得のペースや事業の伸び幅を今後より高めていく必要があると思っておりますので、引き続きFANTS事業にご注目いただけると幸いです。

――インドの開発拠点に関して、今期・来期以降のP/L(損益計算書)にヒットする費用の規模感を教えていただけないでしょうか。また、インドにコストをかけるROIをどのように試算されたのでしょうか。

大西:基本的には、インドの開発拠点を構築することで、今までと違ったコスト構造になることは、今のところ起こりづらい形となっております。非常にシンプルに言うと、日本で日本人のエンジニアの方を採用していくコスト、もしくは日本で外部発注という形で開発企業様に依頼をして発生する開発コスト、そうしたものと、インドで開発拠点を作ってインド人のエンジニアの方を採用して開発に携わっていくことは、だいたい同じくらいの規模感・コスト構造と捉えていただいて、そんなにブレはないと思います。事業の開発力を向上させるために日本人を5人・10人採るコストと、インドのエンジニアを5人・10人採るコストは、だいたい同じくらいの水準で考えております。ですので、インド開発拠点を作ること、今期・来期のP/Lにヒットする費用が大幅に変わることは、まずありません。

逆に言うと、今までと同じ形で、やはり事業をしっかり伸ばしていくために、もしくは解約率をさらに低減させていくために、プロダクトのアップデートは必ず必要になってきますし、AIを活用した開発が進んでいったとしても、競合サービス様よりもより選ばれるサービス作りをしていくためには、自前でしっかり強い開発体制を持つことが非常に重要になっておりますので、引き続き開発拠点は、事業規模の拡大とともにある程度連動する形で組織体制を強化していきたいと思っております。今までのベースをある程度考慮に入れながら、段階的にインド開発拠点を拡大していければと思っております。まずは10人以上エンジニアを抱えられるように段階的にしていければと思っておりますし、それがうまくプロダクト開発に寄与し、事業の伸びと合わせて20人・30人・50人という開発拠点にしっかりと育てていければ、というのが今の計画でございます。

――以前、株主優待に関して前向きではないコメントをされたと理解しております。直近、アトラエ社など株主優待を導入している会社の株が好調です。一方で、御社株はSaaS株対比でも残念ながら出遅れております。株価を向上させる選択肢はえり好みせず、すべて実行いただきたく、株主優待もぜひご検討をお願いします。

大西:ご質問ありがとうございます。まず前提として、選択肢のえり好みをしているつもりは全くありません。株価を向上させるために、株主優待がしっかり効果が出そうで、他の選択肢よりも優先すべきとなれば、もちろん株主優待も選択肢に入れて検討・実行していきたいと思っております。

株価向上については、今回も発表させていただいた配当の増配、事業成長に応じて配当性向をしっかりと高めて株主還元していくことも継続的に実施していくことが重要だと思っておりますし、やはり株価が上昇していく上では、事業の成長性が欠かせないと思っておりますので、これまでやってきている、社内でしっかり事業を育てて収益率を伸ばしていくというオーガニック成長を作っていきながらも、既存事業で利益がしっかり出せるようになってきたからこそ、それを再投資していくという意味で、インオーガニックの成長を実現していくためにM&Aなど、そうしたものも今まで以上に積極検討していく必要があると思います。M&Aを活用することで事業の伸び幅を高め、投資家の方々に私たちの成長性をより評価していただくことで株価を上昇させるという選択肢、投資による株価向上という選択肢もあると思いますし、場合によっては、株価動向やマーケット状況に応じて、効果的なタイミングがあれば自社株買いといったことの検討もしていきたいと思っております。

株価向上に関しての選択肢はえり好みせず、一方で、アクションの種類が多ければよいものでもなく、効果的なところにしっかり、限られた投資の原資を集中させていくことも重要だと思っておりますので、投資のアロケーションについては、場面場面でチームの中で判断しながら機動的に実行していきたいと考えております。

――2つございまして、①通期予想に対する進捗が非常に好調な水準となっておりますが、獲得したキャッシュの事業再投資と株主還元のバランスに関する、キャピタルアロケーションの考え方をご教示ください。②中小規模や拠点型企業メインからエンタープライズ企業へのシフトが進む中、セールスサイクルの長期化や顧客導入コストの変化、および解約率にどのような影響が出ていますか。

大西:ありがとうございます。

①まず、先ほどの株価向上の選択肢とかなり近いご質問だと思いますが、やはりおっしゃるとおり、獲得したキャッシュの事業再投資と株主還元をどうバランスを取っていくかは、今後、私たちが企業価値を向上させ、まずは次の目標であるプライム移行を実現していく上でも非常に重要だと思っております。キャピタルアロケーションに関しては、やはり外部環境や足元の状況によって、何が適切なのかはかなり変わるものだと思いますので、状況に応じた効果的な、ROIを加味した判断が一番重要だと思っております。そういった意味では、事業再投資をすることで事業の伸び幅が上がり、それによって株価向上につながるのであれば、事業再投資のアロケーションの優先順位を高める形にしますし、逆に、事業構造上の理由で、再投資をしても効率が悪化するのであれば、配当や自社株買い、あるいは先ほどの優待のような株主還元を

優先した方が株価向上を見込めるのであれば、そちらの比率を高めるという形で、ある程度機動的な判断を行っていくことが重要、というところを基本的な考え方にしております。

②顧客の範囲のシフトが、どういった事業の構造変化を起こしているかというところですが、必ずしもエンタープライズ企業に明確にシフトさせている状況ではありません。もちろんエンタープライズ企業様からの獲得比率を高められるかは非常に重要なのですが、私たちはノンデスク産業のお客様をメインターゲットとしている構造上、引き続き、中型・小型の従業員規模のお客様や、拠点が点在している企業様からの引き合いも多い状況となっておりますので、顧客の構成に関しては、良くも悪くも、そんなに大きなシフトは起こっていないという状況ではございます。

一方で、「TUNAG for UNION」を中心とした労働組合向けの展開はかなり事業構成比率が高まってきており、労働組合さん向けですと大手のお客様が非常に多くなってきますし、TUNAGの中でも従業員数千名から1万名規模のお客様の数も、昔よりは増えてきています。そうすると、ご質問いただいたとおりセールスサイクルの長期化は起きていますし、顧客導入コスト・商談獲得コストは高まっているところがありますので、やはりリードタイムは伸びがちになっているところはあると思います。うまく年度でバランスを取りながら、年間を通して安定的に伸びるような形を作ることが非常に重要だと思っています。その中で、今回リリースさせていただいたTUNAG AXは、中小型の企業様にとってもエンタープライズ企業様にとっても、どちらにとってもニーズ・ベネフィットをしっかりと提供できる新サービスになっていますので、そうしたものをテコに、より増加ペースを高めていけたらと考えております。

――3つございまして、①労働組合DXの大規模顧客として全トヨタ労連様や連合兵庫様などに導入が進んでいますが、大型の団体への導入によって、今後の労働組合セグメントの受注にどの程度の波及効果があると思込んでいらっしゃるでしょうか。②事業が労働組合や企業のエンゲージメントという機微な情報を扱う性質上、情報セキュリティとプライバシーガバナンス体制の強化状況について教えてください。③FANTS、STAGE、Watchyと新規事業を拡大していますが、それぞれのTUNAGに対する売上比率と利益貢献度の現状、および中期的な資源配分の優先順位を教えてください。

大西:ありがとうございます。では一つずつ回答していければと思います。

①労働組合領域において大口のお客様が aumentando いることが、パイプラインにどういう影響を及ぼすのかというご質問ですが、やはりどれだけ波及効果を最大化できるかというところが、私たちとしても営業・マーケティング戦略上、非常に重要なポイントだと思っております。規模の大きい、権威あるお客様に活用いただくからこそ、まだ未導入のお客様にとっては、サービスとしての信頼感を感じてもらいやすい状況になっていると思いますので、まずマーケティング活動においては、そうした権威あるお客様の導入事例を充実させていく、これは足元しっかり力を入れているのですが、これをより伸ばしていくことで波及効果を見込んでいくと思っています。

今足元ですと、労働組合のお客様の数が数百という規模になってきましたので、そうした労働組合のお客様のユーザーコミュニティの活性化にもかなり力を入れています。お客が増えることでより多くのお客様を呼び込みやすい状況を、今足元で作っておりますので、まずは労働組合を中心に形にしていって、今まさに力を入れているところです。それを、下期以降・来年度以降の成長として、数字として示していければと思っております。

②お客様の規模も大きくなってきておりますし、TUNAGのプラットフォーム内に入る情報の量も増えておりますので、おっしゃるとおり、情報セキュリティとプライバシーガバナンスの強化は非常に重要になっております。こちらは弊社の方も、サービスをやっていく中で段階的に強化を進めておりまして、具体的な認証状況で言いますと、情報セキュリティ認証に関しては、2024年にISMS (ISO/IEC 27001) 認証を取得し、それ以降も維持審査を継続しております。その後、追加する形で、ISMSのクラウドセキュリティ認証 (ISO/IEC 27017) を2025年に取得し、今年も維持審査を行っております。ISMSについては、この2つの認証を取得しております。加えてPマーク、こちらは個人情報保護に関する一般的な認証ですが、こちらは2018年に取得を行い、以降更新を継続しており、今年も更新を行っております。情報セキュリティ・プライバシーガバナンスに関しましては、主要な3つの認証を取得しているのが足元の状況となっておりますので、引き続きガバナンス強化・セキュリティ強化に力を入れていく必要があると捉えております。

③複数の事業を展開していく中で、売上構成比率がざっくりどうなっているかということと、それに応じた資源配分をどう考えているかというところですが、全体を構成する中で、だいたい足元で15%ほどがFANTS事業、Watchy (ウォッチャー) 事業が全体の1%ほどによくなってきたところです。それ以外はほぼTUNAGと考えていただいて大丈夫で、プロフェッショナルサービスなどを加えたTUNAG事業が合わせて約84%、15%ほどがFANTS事業、1%がWatchy事業と捉えていただければと思います。

――TUNAGのプロダクト開発において、今後の成長を最も左右するのは、機能拡張と使いやすさ改善のどちらでしょうか。

大西: 非常に難しいご質問ですが、機能拡張と使いやすさ、やはり両面をトレードオフにすることなく、どう両取りしていくかが一番の肝ではあります。その上で、あえてどちらかを優先するとすれば、今は機能拡張なのかなと思っています。やはりTUNAGプラットフォームを選ぶお客様はノンデスクワーカーのお客様が中心となっているので、基本的に、多くのサービスを使いこなしながら業務オペレーションを設計し、組織運営をすること自体の難易度が高い業態です。一つのサービスで複数のことができることが、お客様に分かりやすくメリットを感じていただきやすいですし、ROIも合わせに行きやすいところがあるので、やはり機能拡張だと考えます。

今回も、TUNAGの直近のアップデートとして、第3四半期に向けてたくさんの機能リリースを予定しているとお伝えしましたが、そこも、私たちの顧客ターゲット属性上、機能拡張がもたらすポジティブな影響は大きいと思っています。ただ、たくさん機能を揃えたとしても、それぞれが使いにくかったら結局使い続けていただけない、選ばれ続けることのできないサービスになってくると思いますので、どちらかというと機能拡張が重要ではあるものの、拡張したサービス自体がそもそも使いやすくないと話にならないところもありますので、基本的には両取りをどう実現していくかを考えていくことが重要かなと考えています。

――マルチプロダクト開発を推進する中で、グループ横断の共通基盤として最優先で整備したい領域は、データと認証のどちらでしょうか。

大西:これも先ほどと合わせて非常に難しいご質問ですが、こちらも両方重要ですが、どちらを選ぶかというデータなのかなと思っています。やはりデータがあるからこそ、他社さんとサービス連携した時や、掛け合わせのクロス集計をすることによって、私たちのサービスを使っているからこそ提供できる価値の源泉があると思っておりますので、データをどう整備していくのか、それをどう利活用していくのかは、このAI時代だからこそより重要度が増しているかと思います。データを非常に重要視しているからこそ、システム・オブ・レコード(System of Record)をTUNAGの中でより回していける状況を作ることによって、TUNAG AXの価値が高まると思っておりますので、今後、優先順位が非常に高いのはデータの領域なのかなと考えています。

——既存顧客の利用定着を強めるために、運用支援は人的サポートとプロダクト内ガイドのどちらを重視しますか。

大西:こちらも、今までと同様、両方とも重要ですが、どちらかを選ぶということであれば、人的サポートの方がより重要なかなと思っています。こちらも、今まで申し上げた回答と同じく、私たちがメインで提供しているお客様が、ノンデスク産業で、比較的、ITサービスへの慣れや習熟度がそれほど高くない業種・業態のお客様が多いので、やはりプロダクト内ガイド فقطだと、お客様の十分な活用を促すことが難しい側面もあります。ですので、カスタマーサクセス組織をしっかりと多層化していき、人的サポートとプロダクトの機能性を掛け合わせて顧客に価値提供していくことが重要なかなと考えております。

——**2026年12月期 第3四半期**以降の成長で、最も危惧している外部環境の変化は何ですか。

大西:外部環境の変化は本当に激しいと思っております。今年度で言いますと、第1四半期の1月・2月のところは、Anthropic社のClaude(Cowork)がリリースされたことに伴う、いわゆる「SaaS is dead」と言われる風潮など、SaaSビジネスを取り巻く環境が日米ともに大きく変わりましたし、トランプ政権が関連したところで、地政学リスクや為替の問題など、様々に外部環境の変化がありますので、そうしたものを掛け合わせる中で、どう持続的な成長を実現していくかは、本当に運営難易度が上がっているなど日々感じるどころです。

そうした中でも、今後、中長期・数年をかけた中で、一番どう変わっていくかをぶらさずに考えないといけないなと考えているのが、フィジカルAIのところ です。具体的には、私たちのお客様は、従前申し上げており、現場で働く方が多いノンデスク産業、外食産業や小売、物流、製造業、医療、介護といった様々な現場事業に従事されているお客様をメインターゲットとしています。そうした中で、いずれのお客様も、非常に大きい組織運営課題・経営課題の中で、人の問題が非常に大きいです。

労働人口減少の中で、どうやって事業を運用していくための人材を揃えていくか、そうした方により活躍・定着していただくことをどう作っていくかが一番大きい組織課題となっている中で、そのためにTUNAGというサービスをアップデートしているのですが、例えばヒューマノイドやロボティクスなど、様々な部分で、テクノロジーやロボットが人間の仕事を仮に代替していった場合に、ノンデスク産業自体が大きくゲームチェンジャールールチェンジする可能性も、将来的には否定できません。そうになると、人間が行う仕事とロボットが行う仕事はどうなっていくかはかなり読めない一方で、ロボットを現場に入れていくのに、どれくらいの初期コスト・運用コストがかかるか、電力なども非常にかかると思っておりますので、それが、人を採用し人件費という形で給

料を払っていくことと、どういうコストの違いが出てくるのかも、まだまだ不透明です。ですので、私たちに関して言うと、お客様のターゲット産業に対して影響度の大きい外部環境を一番危惧し、注視すべきだな、というのが基本的な考え方でございます。

――今後の成長投資で最も厚く配分するのは、開発、採用、**M&A**のどれでしょうか。

大西:いずれも非常に重要な投資領域ですし、どこにこういった厚さのアロケーションをしていくかは、その時々状況によって大きく変わり得るものだと思いますので、明確にずっとこれで行く、というものは存在しないというのが大前提です。

その上で、今年度も来年度も、開発領域の投資と採用領域の投資はこれまでも行ってきておりますので、どれくらいが現実的な、効果を発揮できるラインなのかは、今までの実績からある程度予測し得るものです。一方で、M&Aに関しましては、私たちは会社経営して10年になりますが、まだ一度も実行しておらず、すべてのP/L・事業の数字をオーガニックで社内で作ってきたものになります。ですので、M&Aに関しては今のところ実績がないという中で、やはり今後より高い成長を継続していくためには、オーガニック成長とインオーガニック成長の両方を掛け合わせていくことが欠かせないと思っておりますので、M&Aを最も厚くするかはさておき、今まで投資してこなかった領域に積極投資していくという意味では、M&A領域の投資が業績に与える影響も大きいですし、私たちの継続的な成長を左右する非常に大きいファクターだなと捉えております。

――戦争の影響で、顧客企業の人材投資への抑制などはありましたか？

大西:ここに関しましては、私たちが検知している範囲で言うと、戦争があった、もしくは為替の影響等々で顧客企業が人材等への投資を抑制したというところは、少なくとも今は変化としてはそれほど感じていません。どちらかというと、AIや外部環境が変化することによって、マーケティングの環境がすごく変わってきています。昔と比べて、例えばGoogleやYahoo!、Microsoftといった検索サービスを介してリスティング広告やWebマーケティングをしていくことでお問い合わせを増やす、そのための投資の効果感はかなり変わってきていますし、私たちの主要チャネルであった展示会も、来場者の属性や来場の規模感が、東京都心と地方などでかなり変化が出てきております。そうした部分での変化はあるのですが、それに対して変化適応をどうしていくかは重要な部分である一方で、分かりやすく「戦争があるから人材雇用に対して抑制する」といったところは、今のところ足元ではそれほど出ていないのかなというところでございます。

――中小企業成長加速化補助金の交付決定額および計画を、公表できる範囲で教えてください。

大西:こちらですが、中小企業のこの補助金事業のサイトがありますので、そちらに出ている内容が公表できる内容となっております。具体的には、私たちがすでにそのサイトに公開されているところで言うと、売上高100億円達成に向けた組織基盤・営業基盤を整備するための事業としてご提案させていただき、それが採択された形になっております。これ以上の内容については現時点では公表できる内容となっていないの

ですが、こうした補助金に採択されたことをしっかり事業成長に生かしていけるか。補助金を受けることで投資をよりしやすくなっているところは事実なので、それをしっかり事業成長につなげて、自社はもちろん、日本の産業発展に寄与していきたいと考えております。

——片山晃さんとのコミュニケーションは、引き続き取られているのでしょうか。

大西:こちら、片山さんの件は、おそらく大株主名簿に出られて、非常に著名な投資家の方ですので、動向を注視されているということだと思いますが、個別具体的内容になりますので、今回に関しましては回答を差し控えさせていただけたらと思います。

——TUNAGとTUNAG AXは別のソリューションでしょうか。それとも、AXはオプション機能なのでしょうか。

大西:そこで言うと、別のソリューションにはなります。ただし、TUNAGと掛け合わせることでより発揮できるサービスベネフィットもありますので、オプションとしてTUNAGとTUNAG AXをセット契約いただくこともしっかり打ち出しています。TUNAGは全社展開が前提となる場合が多く、平均単価も20万円前後のため、簡単に意思決定しづらい会社さんもいらっしゃる中で、まずはTUNAG AXから始めてみる、AIソリューションから始めていく中で、おいおいTUNAGを検討していただくこともできる形になっておりますので、単独でのサービスインも可能になっていますし、TUNAGとセットにすることで掛け合わせで効果を発揮する、これ両方ができるようなサービスとなっております。

——今期からTUNAG GRANDやTUNAG AXとして新しいソリューションを開始されていますが、既存のTUNAG顧客へのクロスセルも含めて、今後どの程度の収益貢献を期待されていますか。また、本格的に業績貢献する時期についても教えてください。

大西:ご質問ありがとうございます。まず、収益貢献に関しましては、TUNAG GRAND・TUNAG AXという新しいソリューションがしっかり形になってくることで、一番変わってくるのは平均単価・平均MRRの向上を期待しています。今ですと、だいたい200千円前後というところに数四半期連続で収れんしているところですが、これを、TUNAG GRAND・TUNAG AXという新しいソリューションがしっかり形になっていくことで、200千円台中盤、300千円以上というところの平均単価の向上は十分可能になるようなポテンシャルを持ったサービスだと思っておりますので、平均単価が仮にぐっと引き上げれば、事業の規模も一気に変わりますので、業績の寄与度合いは非常に大きいものになるポテンシャルを秘めた事業ソリューションだと考えています。

業績寄与の時期については、なるべく垂直立ち上がりを目指してはいるのですが、やはり現実的な、読みやすいところと言うと、第3四半期以降がメインどころとなっておりますので、今年度全体に通じた影響としては、TUNAGやFANTSの既存事業と比べるとまだ限定的なのかなと思います。少なくとも第4四半期には何かしらの片鱗が業績の中で出せるようにしたいなと思っていますし、それがより早く第3四半期の中でも出せるに越したことはないなと思っているのが現状でございます。

――TUNAGのARRについて若干下がっておりますが、どのように分析されていますか。

大西:こちら、MRR・ARRが下がっているということではなく、下がってはおりません。むしろ引き続き伸びております。ただ、獲得ペースを懸念されているのかなと思いますが、こちらは、TUNAGの獲得の毎月のペースをやはり高めていく必要があると思っておりますので、分析に関して言うと、一番、TUNAGの事業の積み上げをより力強くしていくために改善すべきと思っているところは、マーケティングのところでございます。

途中も質疑応答で申し上げましたが、B2B SaaS事業を取り巻くマーケティング活動の外部環境は、この1年ほどですごく変わってきてまして、Webマーケティングの環境も変わりましたし、展示会のようなものも変わってきています。ですので、やはりマーケティング、いかにお客様との有効商談・意味のある商談を効率的に作っていくかが非常に重要だと思います。その中で、途中申し上げたようなAIサービスやAIトランスフォーメーションサービスに対しての注目度合いやニーズは明確に高まっていますので、TUNAG自体の新規顧客獲得ペースを上げていくためにも、TUNAG AXという別ソリューションや、TUNAGで今、非常に力を入れているプロフェッショナルサービス、コンサルティングサービスや研修サービスをテコ・フックにして、TUNAGとセットで伸ばしていく形を取れば、よりTUNAGの新規顧客獲得ペースがあがったと感じていただけるような状況を作れると思っておりますので、まずはそこに注力していきたいと考えております。

――今回、通期業績予想を業績修正されていますが、下期の業績についてはどのような前提を置かれているのでしょうか。特に、売上成長と利益率それぞれについて、今後さらに上振れる可能性があるか、ポイントを教えてください。

大西:ありがとうございます。まず、売上高成長に関しましては、本日の決算でもいくつか述べさせていただいたとおり、リリース予定のサービスが、今商談を進めているお客様にどれくらいしっかり刺さるか、受注率向上にどれくらい寄与するかも非常に重要ですし、足元進めているTUNAG AXの拡販が平均単価の向上にどれくらい寄与するのか、それからプロフェッショナルサービス、TUNAGプラットフォーム以外の収益がしっかり形になるようになってきた中で、これをしっかり伸ばしていけるのか。これらがどれくらい形になっていくかによって、売上の成長が、今の業績見通しに対してどれくらい上振れるのか、多少もしかしたら調整が入るのか、といったところは、今推し進めている複数の戦略の形になり具合で変わってくるのかなと思っています。これらがしっかり形になれば、十分に上振れていく可能性のあるポイントになってくるかなと思っています。

利益につきましては、そもそも会社の運営における原価コストの見直しや、AI活用を進めることで人員計画の前提がアップデートされたことがありますので、1年・2年前の状況に比べて組織運営効率が上がってきており、利益がしっかり出しやすい状況が作れてきています。その中で今後、例えば営業利益率を、今回で10%ちょっとだったものを、まずは次に15%台を作っていけるのか、その後20%以上を作っていけるのか、これを段階的に事業を伸ばしながらも利益をしっかりと出していけるのか。特に、TUNAGはしっかり利益創出状態に入っているのですが、まだまだFANTSもWatchyも赤字で運営していますので、それを掛け合わせた形で、今グループ全体で10%ちょっとという利益率になっております。FANTSとWatchyがまずは黒字

化し、その2つの事業の利益率も高まっていけば、必然的に利益率はより高まってくると思っていますので、そういったところに力を入れていきたいと思います。売上高についてはこれまでの水準をしっかりと高めていきながら、着実に伸ばしてまいります。その売上を伸ばしていくことで利益も伸ばしていけると思っていますので、まずは今回出させていただいた業績修正の数値を、第3四半期の決算開示の時に、これは十分行くなと感じていただけたところまで持っていけるかどうかのポイントになってくるかなと思っています。

――TUNAG事業の利用企業数と平均MRRについて、利用企業数の増加が緩やかになってきているのではないかと、平均MRRが2年ほど横ばいなので、ここをもう少し上げていけるか、というところの所感について教えてください。

大西:こちらのご質問も非常に重要なポイントだと思いますが、先ほど申し上げた売上・利益の上振れポイントや、今後の成長性というところで、従前申し上げた機能向上や、TUNAG AX、プロフェッショナルサービス、この掛け合わせによって伸ばしていけるところが非常にポイントになってくると思っています。平均MRRに関してはおっしゃるとおり、200千円前後の横ばいが続いておりますので、これを250千円台が見えるところまで引き上げられるかは非常に重要だと思っています。それぞれの掛け合わせで、引き続き高い成長性をTUNAG事業でも作っていけるようにしたいと考えております。

――TUNAGのストック収益の前期比が徐々に下がっていますが、新規獲得が難しくなってきているのでしょうか。

大西:これも先ほど申し上げたとおり、一番今足元で苦戦しているのがマーケティング戦略の再構築ということで、ここに非常に苦戦しているところはございます。外的環境の変化で、お問い合わせや商談を作るところが、2年前・3年前にうまく作っていた形と同じやり方を取れなくなってきておりますので、ここのアップデートが、今後の伸び幅をしっかり作っていく上でも重要になってくるポイントかなと思っています。そのためにも、繰り返しになりますが、TUNAG AXのような新しいソリューションや、プロフェッショナルサービス、こういったところで間口を広げてお客様との接点を拡大していくことが効果的になってくるものと、今は考えております。

――顧客サービス単価の値上げ戦略については、どのように考えていらっしゃいますでしょうか。

大西:単純値上げは、なかなか今の状況だと取りにくい部分も正直ありますので、どちらかというと、サービスの単純な単価値上げというよりは、やはりクロスセルや、提供する機能を増やしていくことでのオプションを組み合わせた形の値上げ、単価向上の方が、少なくとも今の状況では有効かなと思っています。そういったものを掛け合わせて平均単価を、まずは200千円台中盤、250千円台以上にするところを目指していきたいと思っています。

――創業者が市場で売却するのではなく、立会外分売などの手法は取れないでしょうか。

大西:ご質問ありがとうございます。当社も、私が代表に就任したタイミングで、創業者が実質的な会社の経営から抜けて状況が変わってきている中で、創業者の持ち分が株価や企業価値に影響するというのは非常によく分かっておりますので、私たちもIR活動の中で、より株価にプラスに働くようなあり方をいろいろと検討しているところです。投資家の方から見たときのオーバーハングの懸念をいかに払拭していくかは、様々なIR活動を踏まえた中でいろいろ動きを取っております。具体的に立会外分売の手法がありかなしかというところは回答を差し控えさせていただきますが、やはり、安定株主をどう確保していくのかは、今後、株価を成長させ安定させていく上では外せない部分だと思っておりますので、会社として、安定株主の確保や資本構成の再構築のあり方に関しては、引き続きIR活動や、社内のIRアクション・コーポレートアクションの中で詰めていきたい部分として捉えております。

質疑応答は以上でした。

免責事項

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願い致します。なお、内容については細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等があった場合、さらにデータのダウンロード等によって生じる障害・損害について、当社は一切責任を負うものではありません。

本資料のコンテンツは、当社によって言い回しなどを一部編集している部分があります。