

2026年 5月14日

各 位

会 社 名 株式会社ベーシック
代表者名 代表取締役社長 秋山 勝
(コード番号 519A グロース市場)
問合せ先 コーポレート部門長 清水 英次
電 話 03 - 3221 - 0311

2026年12月期 第1四半期決算に関する質疑応答（要旨）

当社の2026年12月期第1四半期決算に関して、株主、投資家などの皆さまからいただいたご質問および当社の回答のうち、主なものを以下のとおりお知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正を行っております。

記

Q1. ARRの成長が鈍化しているように見受けられますが、これまでの推移と現状、今後の見通しについてご説明ください。

A. 現在、ターゲット顧客の見直しを進めており、その過程で一部顧客の解約を許容しております。今後は、メインターゲットとする顧客層に対するコンパウンド戦略のもと、アップセル・クロスセルを推進することで、中長期的な成長の実現を目指してまいります。

Q2. 新規顧客の獲得よりも、既存顧客の深耕に軸足を置くという理解でよろしいでしょうか。

A. 当社の顧客は大別して2種類に分類されると認識しております。1つは価格にセンシティブな層、もう1つは安心・安全かつ確実な運用をより重視する層です。前者については、AIを活用したローコストオペレーションへのニーズが高まりつつあります。当社といたしましては、後者をメインターゲットと位置付け、当社の提供価値を十分にご評価いただける顧客に経営資源を集中してまいりたい方針です。

Q3. 貴社が想定されているTier1層（従業員500名以上の企業）が、後者に該当するという理解でよろしいでしょうか。

A. 一定規模以上の企業は、マーケティングコストやプロダクトに充当できる予算の規模が大きいいため、当社の提供価値を相対的に割安とご評価いただける傾向にあります。一方、事業規模が小さい企業にとっては相対的に割高に映る面があり、AIを活用したソリューションへの志向が強まっていくものと想定しております。こうした市場環境を踏まえ、改めてターゲット顧客を明確に定めた次第です。

Q4. 大企業は人員リソースに余裕があり、むしろ規模の小さい企業の方が、貴社プロダクトに対する活用ニーズが高いのではないのでしょうか。人員数が成長のボトルネックとなっているのは、小規模企業

の方ではないかと考えますが、いかがでしょうか。

A. 絶対数で比較すれば大企業の方が人員規模は大きいのは事実です。もっとも、人手不足が慢性化している状況は企業規模を問わず共通しているというのが、これまでの事業運営を通じた当社の認識です。実際、お客様からの声としても規模を問わず同様であり、代替手段の導入や業務の仕組み化によって生産性を高めていきたいというのは、大企業においても重要な経営課題となっております。

Q5. 大企業への営業提案は難易度が高いのではないのでしょうか。

A. 当社のメインターゲットは日本企業です。日本においては 2017 年から 2018 年頃に SaaS プロダクトを導入するトレンドが顕在化し、当時の主要プレイヤーは外資系企業が中心でした。その後、時間の経過とともに、自社にとって最適なプロダクトや機能とは何かについて、顧客側のリテラシーが大きく向上してきております。その結果、既存ツールの入れ替え、すなわち外資系プロダクトから当社のような国内プロダクトへの切り替えに対するニーズが高まりつつあり、当社のプロダクト開発の方針が高く評価されていると認識しております。

加えて、もう 1 つの背景として、これまで SaaS プロダクトは値上げを通じて成長してきた経緯がありますが、当社はこの構造に一石を投じたいと考えております。AI 駆動開発によって開発コストを抑制し、高品質なプロダクトを、より迅速かつより低価格でご提供することを目指しております。コスト削減のニーズは大企業においても存在するため、この領域に当社のオポチュニティがあるものと考えております。

Q6. 新プロダクトに対する顧客の反応や手応えはいかがのでしょうか。

A. 全体として手応えを感じております。ferret SFA/CRM につきましては、既に複数の引き合いを頂戴しており、実感値としては想定以上の状況です。workrun につきましても、プレセールスの段階で 3 桁を超える商談が発生しております。askrun は β 版ではありますが、想定を上回る反響を頂いており、初動として確かな手応えを感じております。

Q7. run 事業の解約率が低下している要因についてご説明ください。

A. 事業運営期間の長期化に伴い、上位プランをご契約いただいているお客様が積み上がってきていることが主な要因です。上位プランは比較的規模の大きい企業にご利用いただくケースが多く、解約率は 1% 台前半で推移しております。一方、下位プランは短期利用を目的とされるケースが多く、当初の目的を達成された段階でご解約に至るケースが相対的に多いため、解約率は高めとなる傾向にあります。事業運営期間が長くなることで長期利用のお客様の比率が高まっており、事業全体の解約率は改善傾向にあります。

以上