



2025 年 11 月 26 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 3 四半期決算説明会 Q&A

2025 年 11 月 20 日に開催した当社 2025 年 12 月期第 3 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. M&A 関連のアドバイザー費用等 3,200 万円は第 4 四半期に費用計上する必要があると思いますが、通期の計画は据え置いています。これらの費用もカバーできる見通しなのでしょうか。

A. はい、第 4 四半期にアドバイザー費用などを計上する予定ですが、通期業績は期初に公表した通期計画通りの着地を予定しております。

Q2. 第2四半期の決算説明会では、新規従業員の採用や教育費用の計上が業績に影響したと伺いました。第3四半期ではそうした費用が抑えられるため業績は伸びる傾向にあると認識していましたが、実際には第2四半期と横ばい程度にとどまっているように見受けられます。第3四半期で業績が伸び悩んだ理由は何でしょうか。

A. 第3四半期において採用教育費用の影響はありませんでした。利益が横ばいとなった主な理由は、将来の成長に向けた「ナレッジ動画」の機能拡充のための開発を行い、その結果業務委託費が増加したためです。業績が伸び悩んだというよりは、将来の収益拡大のために、開発投資を行ったとご理解いただけますと幸いです。

Q3. 第3四半期に増加した外注加工費は一過性の費用とのことですが、第4四半期以降は通常水準に戻ると考えてよいでしょうか。

A. 第3四半期の外注加工費増加は、「ナレッジ動画」の機能拡充を集中的に行ったことによる一過性の投資です。第4四半期以降は通常水準に戻る見込みです。

Q4. 第3四半期も第2四半期同様、ショット売上の伸びが弱い印象ですが、第4四半期以降はいかがでしょうか。比較的大型の案件が多くて開発に時間がかかっているのでしょうか。

A. 第4四半期は、第3四半期よりも良い着地を見込んでいます。ショット売上は、案件ごとに納品するタイミングにムラがありますので、売上にもムラが生じております。

Q5. 今期は売上高の進捗率も順調で前期を上回っていますが、第4四半期も前年同期比で順調に推移しているのでしょうか。

A. はい、順調に推移しております。公表している業績予想を確実に達成し、市場からの信頼を一つひとつ積み重ねてまいります。

Q6. ストック売上の「その他」が地味に伸びているのが気になっていたんですが、「その他」って何でしょうか。

A. これは、他社商品の仕入販売の売上です。当社はお客様と密接な関係を築いているため、自社製品だけでなく、お客様の課題解決に役立つ他社ソリューションも積極的に提案・販売しています。

Q7. 今回のM&Aでものれんが発生しますが、償却期間はどのような考え方で決めているのか教えてください。

A. 一般会計基準に沿って、監査法人と回収期間や事業継続性を議論して決定します。現時点では未定ですが、来期の業績予想を公表する際には、償却費も加味した結果を開示できる予定です。

Q8. direct アプリは Apple や Google にどのくらいのフィーが発生してますか。販管費の中に含まれているのでしょうか。

A. 「direct」はアプリストア経由での課金を行っていないため、Apple や Google に対するプラットフォーム手数料（フィー）は発生しておりません。したがって、販管費にも含まれておりません。

Q9. 今後円高となった場合、御社業績への影響はどうお考えでしょうか。

A. 利用している AWS のサーバーコストが影響を受ける可能性があります（円高となったらサーバーコストが減少、円安となったらサーバーコストが増加）、総合的に見て業績への影響は軽微であると考えています。

Q10. 中国との関係悪化は御社の業績に影響しますか。

A. 当社の業績に影響はほぼ無いと考えております。当社のお客様であるゼネコン様は国内需要が中心です。また、海外進出されているお客様も、中国に限らずシンガポールやインドなど多方面に展開されていますので、特定のカントリーリスクが当社の業績に直結することは考えにくい状況です。

Q11. 中期見通しに追加された「営業利益率の改善速度の変更可能性あり」という一文の意図を教えてください。シナジー効果の高い M&A や大型の M&A で利益率の改善が早まることを想定しているのか、逆に M&A 関連費用やのれん償却費の増加などで一時的に利益率が低下する可能性を示唆しているのでしょうか。

A. ご指摘の通り、改善が早まる可能性と一時的に鈍化する可能性の双方が起こり得ると考えています。M&A 対象企業の営業利益率にはばらつきがあり、利益率が高い企業であれば当社グループ全体の利益率向上に寄与しますが、低い企業の場合は一時的に改善傾向が鈍化する可能性があります。長期的には M&A 対象企業も含めてグループ全体として営業利益率を向上させていく方針に変わりはありません。

2. 当社グループの事業、成長戦略等について

Q12. IU BIM STUDIO 社は単独でも十分に成長できそうに感じますが、どのような経緯、狙いで L is B にグループインしたのでしょうか。また、大手ゼネコンが取引先とのことですが、顧客の重複が多いのか、あるいは L is B がまだ取引できていない会社との取引も多いのでしょうか。

A.
経緯について

M&A 仲介会社からの紹介がきっかけです。IU BIM STUDIO の代表は BIM 業界で定評のある方ですが、事業拡大に伴う組織運営や経営管理に課題を感じており、更なる成

長のためのパートナーを求めていたことから合意に至りました。

顧客属性について

IU BIM STUDIO 社の顧客はスーパーゼネコンをはじめとした大手建設会社であり、当社の顧客基盤と重複しています。しかし、当社の方が圧倒的に取引先数が多いため、当社顧客の中から BIM ソリューションに関心のある企業を IU BIM STUDIO 社に紹介するなど、クロスセルによるグループ全体の業績向上を目指しています。

Q13. BIM 事業と direct の連携など具体的な施策は考えていますか。また BIM はどのような工程・タイミングで建設会社からの需要があるのでしょうか。

A. BIM 事業と「direct」の連携については、お客様にヒアリングをしながら施策を検討中です。BIM の需要は、設計段階から施工段階（見積り、施工中の調整など）まで、建物のライフサイクル全体にわたると認識しています。

Q14. 政府主導による国内造船業への 1 兆円投資や、2035 年の建造量倍増といったニュースがあり、造船所の操業拡大が予測されます。この機会に御社製品を売り込んでいく戦略はありますかでしょうか。また、BIM も造船業務と大きなシナジーがあると考えますが、見解をお聞かせください。

A. 建設業と構造に近い造船業には、既に「direct」の導入実績があります。今後は IU BIM STUDIO 社の知見も活かし、建設 DX のノウハウと BIM シナジーを最大限に活用して、造船業界への展開も進めてまいります。

Q15. 製造業の現場は建設業よりも市場規模が大きいと思いますが、製造業向けの取り組み状況について教えてください。

A. 当面は建設業に注力した営業活動を続けますが、製造業の会社からのお問い合わせも増えておりますので、製造業への営業活動についても試行錯誤を続けてまいります。

Q16. CVC で投資を実行した 5 社の事業内容について教えてください。

A. フィールドワーカーの DX や生産性向上など、当社事業と親和性の高い領域を中心に投資を行っています。具体的には、以下のような企業に出資しています。

- ・株式会社 FLIGHTS（ドローン測量サービス）※先方にてプレスリリース済
- ・ノンデスクワーカーの人材紹介会社
- ・中小の建設業向け SaaS システム提供会社
- ・建物設備の修繕マッチングプラットフォーム提供会社
- ・各種サービスの販売代理店の利用活性化サービス提供会社

Q17. 建設業の裾野は広く、地方の建設会社等にはまだまだビジネスチャンスが見込めそうというお話ですが、地方への PR として大手新聞やテレビ CM などが良いのではと思ったのですがいかがでしょうか。

A. 以前、関西や九州でテレビ CM を実施したことがあります。BtoB ビジネスという特性上、期待したほどの効果が得られなかった経緯があります。現在は、地方で開催される展示会への出展や、各都道府県の建設業協会主催のイベントでの講演活動に力を入れています。高額な広告費をかけるよりも、こうした地道な活動を通じて、地方の建設会社様との接点を増やしていくことが重要だと考えております。

Q18. 社内で活用されている中期経営計画を、外部に公表しない理由を教えてください。

A. 市場環境の変化等により計画数値にブレが生じる可能性もあり、投資家の皆様に誤った期待や混乱を与えることを避けるため、現時点では社外への公表は行わない方針としております。

3. 製品・サービスについて

Q19. 同業他社と比較した御社の強みを具体的に複数教えてください。また、中長期の見通しについても併せて教えてください。

A. 当社の強みは以下の通りです。

- ・お客様の業務に対する解像度の高さ: 経営陣自らが現場に足を運び、業務内容を深く理解した上でサービス開発を行っています。

- ・独自の特許機能「ゲストモード」: 建設業界の商習慣にマッチした機能であり、他社との大きな差別化要因となっています。

中長期の見通しについては、具体的な数値目標は公表しておりませんが、売上高は継続的に増加させていき、営業利益率はさらに向上させていきたいと考えております。

Q20. 競合他社は何社あるとのご認識でしょうか。また、建設業界でのシェアはどれくらいですか。

A. 建設業界向けチャットツールとして、当社がベンチマークしている競合他社は主に 2 社です。

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 社における ID 数ベースで見ると、当社が半分程度を獲得できているのではないかと推計しています。

Q21. 今後、「direct」で現在公開されている機能以外に新しい機能の追加予定はありますか。あれば具体的に教えてください。

A. 現在ベータ版として提供している「オープントーク」と「direct アシスタント」を、

正式機能として実装する予定です。

- ・ オープントーク: 従来のクローズドなチャットとは異なり、組織全体でトピックに参加・退出が自由な機能です。現場での全体周知や災害時の情報共有などに活用でき、能動的な情報収集が可能になります。
- ・ direct アシスタント: 「direct」で生成 AI を利用する機能です。現場の事務作業の効率化に加え、写真や音声などを活用した新たなソリューションの提供を予定しています。

Q22. 新機能開発は完了したのでしょうか。また、社内に開発部署があるにもかかわらず外注を利用する理由と、今後の方針について教えてください。

A. 当社のサービスはサブスクリプション型（SaaS）であり、プロダクトに「開発完了」という概念はありません。お客様のご要望に合わせて継続的に機能追加・改善を行い、サービスを成長させていくことが前提となります。そのため社内に開発部署を設けて内製化を進めていますが、スピードが求められる案件や、社内リソースの調整がつかない場合には、機動的に外注を活用します。第3四半期の外注費発生はそうした事情によるものであり、今後も基本は内製としつつ、必要に応じて柔軟に外注を活用する方針です。

Q23. 開発した新機能の収益化時期はいつ頃でしょうか。また、期末の数字（業績）への影響はありますか。

A. 特定の機能を開発して終わりではなく、継続的な機能拡充によりサービスの価値を高め、月額利用料として収益を積み上げていくモデルのため、開発と収益化は同時並行で進んでいくものと考えております。また、期末の数字への影響については、計画通りの着地を想定しています。

Q24. 多国籍なメンバーが働く現場でも、ダイレクトは問題なく活用できますか。また、言語の壁については解消されるのでしょうか。

A. はい、活用可能です。「direct」は世界 60 カ国以上のアプリストアでダウンロード可能であり、英語版も提供しています。実際に、インドなど海外の現場でも活用されています。

また、国内の建設現場でも外国人労働者が増えている現状に対応し、チャットボットを活用した「翻訳ボット」を無償提供しています。これにより、日本語と各国の母国語での同時通訳的な会話が可能となっており、言葉の壁による問題はほぼ生じていないと認識しています。

Q25. JR グループの落とし物問合せなどで LINE のサービスが採用されたというニュースを見たが、direct への影響はあるのか。

A. そのニュースによる当社事業への影響はありません。JR 西日本様や JR 東海様では、駅係員間の業務連絡や忘れ物のピックアップ業務などで「direct」をご利用いただ

いています。一方、ニュースにある LINE 活用は、一般のお客様からのお問い合わせ窓口としての利用であり、当社のサービス領域とは異なります。

Q26. 以前、値上げするよりも今は「direct」を広めるほうが優先とおっしゃっていましたが、やはり値上げはしないのでしょうか。

A. 昨今の物価上昇を肌で感じる中で、現在の「direct」の価格設定は割安であると認識しています。具体的な時期などの回答は差し控えますが、市場動向やお客様の状況を鑑みながら、適切なタイミングを常に検討しております。

4. 株式について

Q27. 現在株価が下落傾向にあります、どのように考えていますか。

A. 私自身は非常に残念に感じていますし、悔しいです。下落傾向が続かないように業績をしっかりと積み上げ、情報の開示を的確に行ってまいります。

Q28. 現在のグロース市場全体の低迷について、上場企業の役員の立場からご見解をお聞かせください。

A. グロース市場の低迷には、国内金利の上昇や資金の大型株・プライム市場へのシフトなど様々な要因があると考えられます。しかし、市場全体の低迷を理由に当社の株価が低迷してよいとは考えておりません。建設業界の DX 化は「待ったなし」の課題であり、お客様の投資意欲も旺盛です。この良好な事業環境を活かし、顧客課題の解決と事業成長を着実に進めることで、投資家の皆様がグロース市場に戻ってきた際に「L is B」を選んでいただけるよう今できることに全力を尽くしてまいります。

Q29. 9月1日頃からの急激な株価下落の原因は、機関投資家の空売りですか。

A. 株価変動には複合的な要素が絡むため、特定の要因に断定することは差し控えさせていただきます。当社としては、株価は市場の評価と真摯に受け止めつつ、事業成長と積極的な IR 活動に邁進します。

Q30. 社長のお考えでは御社株価は割安とお考えでしょうか。また、M&A の資金調達の一択肢の一つとして、自社株買いをして将来の資金とするお考えはありますか。

A. 本説明会は株式の購入を勧誘する場ではございませんので、具体的な株価水準への言及は差し控えますが、私自身はまだこれから成長を目指している段階であり、経営努力によって企業価値はもっと高めていけると考えております。M&A の資金調達や自社株買いについては、様々な選択肢の一つとして認識しており、状況に応じて柔軟に検討してまいります。

Q31. 来期時価総額 100 億円を目指す姿勢は心強いものの、現状の株価推移を見ると実現は困難だと感じる株主も多いと思います。来期の利益水準などを含め、実現に向けたロジックを具体的に教えてください。

A. 時価総額 100 億円超の同業他社をベンチマークとし、その成長率や利益率の水準に自社を引き上げることで、同等の評価（時価総額）を実現できると考えています。

Q32. 時価総額の目標としている会社があるとのことですが、その企業の成長率と PER はどの程度ですか。

A. 現時点で具体的な数値を申し上げるのは難しいですが、当社は 12 月決算ですので、2 月に発表する来期の業績予想が一つの基準になると考えています。まずはしっかりと成長している実績をお見せすること、その上で M&A を含めた成長戦略を推進し、来期の業績予想と合わせて市場から適正な評価をいただけるよう努めてまいります。

Q33. 出来高が少ないことが残念です。ゼネコン、サブコンにおける御社の認知度はどの程度でしょうか。今後、より世間に認知されるために何か手段はお考えでしょうか。

A. 出来高の少なさは課題と認識しており、業績の積み上げと積極的な IR 活動を通じて投資家の皆様との接点を増やしていきたいと考えています。
お客様（ゼネコン・サブコン）に対する認知度は高く、売上高ランキング上位 20 社のゼネコンには全社導入済み、サブコン上位 20 社でも約 8 割に導入いただいています。一方で、地方の建設会社などにはまだ拡大余地があります。今後は、マーケティングを強化し、ユーザー事例発表会（LUC）のようなイベント開催や展示会への出展を通じて、顧客接点を増やし認知度向上を図ってまいります。

Q34. YouTube チャンネル「1UP 投資部屋」と繋がりが強いと感じますが、どんな狙いがありますか。認知度向上が目的となりますでしょうか。

A. 投資家の皆様との接点を広げたいと考えている中で、私自身がいち視聴者として番組のファンであり、その分かりやすく公平な解説に信頼を置いていることが背景にあります。良い点は良い、悪い点は悪いとはっきりおっしゃってくださる公平なメディアですので、単なる認知度の向上だけでなく、当社の事業を正しく理解していただくために非常に有意義な場であると考えております。

Q35. 上位株主のロックアップは解除されていますか。

A. はい、ロックアップは現時点では解除されております。

Q36. 株主優待や配当金をだす予定はありますか。

A. 社内で議論を重ねておりますが、現時点では株主優待の新設や配当の実施は予定しておりません。まずは事業拡大による成長を最優先し、株価向上を通じて株主の皆様のご期待にお応えしたいと考えております。

5. 組織について

Q37. 社長ご自身も、ここはという営業先は同行訪問されたりするのでしょうか。

A. はい、積極的に同行訪問を行っています。特に大型プロジェクトの現場や、重要な商談には自ら足を運ぶようにしております。

Q38. 来期の採用計画はどのようなになっていますか。どのような人材を採用しますか。

A. 開発、営業、マーケティングの各分野において、幅広くユニークで優秀な人材を採用していきたいと考えております。

Q39. 従業員の残業は月平均どの程度でしょうか。

A. リリース直前やショット開発の納期直前など、時期によっては波がありますが、月平均で 10～20 時間程度と、業界平均と比較しても少ない水準であると認識しています。

6. その他

Q40. 決算発表の日から数日経過しておりますが、当日説明会を開催することは可能でしょうか。

A. 貴重なご意見ありがとうございます。これまでは、皆様に資料を読み込んでいただく時間を確保するために数日空けて開催しておりましたが、速報性を重視されるご意見も踏まえ、次回以降、決算発表当日の開催について前向きに検討させていただきます。

以 上