



2026年2月20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 通期 決算説明会Q&A

2026年2月16日に開催した当社2025年12月期通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. 事業・成長戦略

Q1. 「SaaSの終焉」といった言説がありますが、これに関するご所見ありましたらお聞かせください。

A. ソフトウェア産業全体の中で、AIの影響を受ける領域とそうでない領域があり、当社は影響を受けず、むしろAIによって価値を増幅できる領域にいると認識しております。

AIに置き換えられやすいのは、外部データへの依存度が高く、作業代行に近い用途のアプリケーションだと考えています。

一方で「direct」は、現場で日々使われるコミュニケーションツールで、お客様固有のやり取りや業務データが蓄積されていきます。こうしたデータは、AIが学習し最適化していくための基盤になり得ます。この意味で、AIは当社にとって置き換えの脅威ではなく、現場での価値提供を強め、成長を後押しするエンジンになると捉えています。

Q2. SaaS関連銘柄が軒並み下がっており、御社の考えが投資家に浸透していない可能性があります。ですが、今後御社の考えを発信していく予定はありますか。

A. 当社のようにデータ蓄積が価値の源泉となるサービスは継続して成長するという点を、投資家の皆様にご理解いただけるよう対外的な説明に努めてまいります。

Q3. 販売拡大のドライバーについて、今後2～3年で特に成長を牽引すると見ている要素があれば教えてください。

A. 中期の主な成長ドライバーは以下の4点です。

1. クロスセル推進:「direct」の顧客基盤に対し、タグショット、ナレッジ動画、AI FAQボットなどの連携ソリューションの提供によるNRR向上
 2. 「direct」の価格改定:単価向上による増収効果
 3. AI関連サービスの拡充:「direct アシスタント」をはじめとする高付加価値なAI機能の提供
 4. グループ会社:新たにグループ化したIU BIM STUDIO株式会社等の業績貢献
- これらを組み合わせ、グループ全体で成長を目指してまいります。

Q4. 人手不足で外国人材の受け入れが増えると予想される中、コミュニケーション面でダイレクトの活躍余地と今後の展望について教えてください。

A. すでに「翻訳ボット(多言語翻訳機能)」や「タスク機能(写真や文字で明確に指示)」が、外国人材の多い現場で活用されています。今後も多様な人材が同じ現場で円滑に働けるよう、機能強化を進めてまいります。

Q5. 将来的に海外現地の企業に対する販売拡大を行う計画はありますか？

A. 現在は日本企業の海外現場での利用が中心ですが、将来的には海外現地企業への展開も検討してまいります。ただし、継続的かつ安定的に利益を生むには、現地でのサポート体制や運用支援の整備が必要です。現時点ではまず国内市場の開拓に注力し、海外展開は中長期的な観点で検討してまいります。

Q6. 2026年は売上成長と利益成長のどちらを優先しますか。また、時価総額100億円に向け、市場をどう説得していきますか。

A. 当社としては、売上成長と利益成長を二者択一で考えておらず、両方を追う方針です。当社はまだ成長過程にあり、市場ポテンシャルも大きいため、売上拡大は必須です。同時に利益は事業の健全性と価値を示す指標でもあるため、重視しています。

時価総額100億円に向けては、計画に対する実績を着実に積み上げ信頼を高めることに加え、AIなど新領域における成長可能性を示していくことが重要だと考えています。

Q7. 株主との対話を大切にされている一方で、事業判断が株主目線に引っ張られすぎないよう、意識している線引きがあれば教えてください。

A. 株主様からのご意見は真摯に受け止めつつ、事業判断においては「顧客課題が明確か」「当社が解決できるか」「市場が伸びるか」の3点を軸にしております。また、当社のミッション・ビジョン・バリューに合致するかどうかも重要な判断基準としております。

Q8. 建設業や造船所、プラントなどの工場が集まっている地方への進出(御社の支社を構えて業務展開)などお考えでしょうか。

A. 現在は東京・大阪・福岡・徳島の4拠点体制で、営業は東京・大阪・福岡を中心に全国をカバーしています。現時点で、特定地域に新たな支社を設ける計画はありません。
ただし、特定地域で大口導入が進むなど需要が集中する場合には、支社設置に限らず、専任チームの配置やサポート体制の強化など、状況に応じて機動的に対応を検討します。

Q9. M&Aが2年連続で4Qに行われていますが、これは意図的に4Qに行っているのでしょうか。

A. M&Aの時期を4Qに合わせているわけではなく、結果として4Qになったものです。通期を通じて候補先の探索は継続しており、良い出会いがあれば時期にかかわらず実行する方針です。

Q10. direct上の会話は汎用AIがアプローチできない価値のある情報のように思いますが、そうであれば、建設業界に限らず他の現場仕事の業界に対して、極端な話、無料IDを配布して学習を優先させるという考え方もありえるのではないかと思います。いかがでしょうか。

A. 「direct」は、個社内に閉じた運用ができることや、セキュリティ面の安心感も評価されています。
そのため現時点では、有料サービスとして提供しながらも、汎用AIにはない価値あるデータを蓄積・活用していく方針です。

Q11. 投資事業としてビットコイン等の暗号資産は考えていないという認識でよろしいでしょうか。

A. 暗号資産を直接購入・保有する予定はございません。

2. 業績

Q12. 導入企業数が1年半ほどで約5,000社増加し1万社を超えましたが、一方でストック自社売上やライセンス数は安定的な成長推移に見えます。この乖離の理由と、急増の背景について教えてください。

A. 導入企業数が急増した主な背景は、大手ゼネコン各社での全社導入が進み、大手ゼネコンが協力会社を招待して利用していることです。
売上成長との乖離については、大手ゼネコン(元請け)から招待される協力会社は1社あたりの利用人数が少ないことが多いためです。なお、このような協力会社の利用料金は、元請企業様がアカウント費用を負担しております。なお、このような協力会社においても、招待利用だけでなく、自社契約も追加されることがあり、時間をかけてストック売上へ寄与していくことを期待しています。

Q13. ショット売上とはどのような案件が多いですか。また、これらのショット案件は、個社でのストック売上(あるいは新規プロダクト開発として将来のストック化)につながっていくものでしょうか？

A. ショット売上は、システム・エムズ社による積算システム開発や、当社のDXコンサルティング

チームが行うAI画像解析による災害防止システムなどの受託開発による売上です。これらは納品後の保守料が継続的な売上となるほか、個社向けの課題解決を汎用化してナレッジ動画の教育オプションのように他社展開するケースもあり、将来的なストック化にもつながっていくものもごございます。

Q14. 御社業績について、下期に偏重する傾向と理解しておりましたが、2025年12月期は1Qが強い結果となったかと思えます。

収益構造に変化がありましたか。また、来期業績も1Qに偏重すると予測されますか。

A. 2025年12月期1Qが強かった主な要因は、2024年12月期に納品予定だった案件の納期ズレ込み等による一時的なショット売上の増加です。収益構造自体に大きな変化はなく、基本的には下期に向けて積み上がっていくモデルと考えています。

Q15. ARR成長率がこの1年で緩やかな減速傾向にあるかと思えます。ARRの成長率は緩やかな減速が続くと考えるべきなのでしょうか。また、ストック売上成長率の今後の見通しも踏まえ、中期的なストック売上比率のイメージ(水準感)があれば、ご教示いただけますと幸いです。

A. 当社としてはARRをさらに伸ばしていきたい考えで、複数サービスのクロスセルやBIM領域への展開などを進めています。一方で、ガイダンスを示す際には、過度に楽観的な前提は置かず、現実的なレンジで見積もっています。

ストック売上比率については、IU BIM STUDIOの売上(常駐派遣分等)の扱いも含め、開示方法を検討している段階であり、現時点で具体的な比率の提示は難しい状況です。

Q16. 2025年12月期のストック自社サービス売上は13億円と好調に推移しているが、13億円のうち値上げの対象となるdirectの売上はどの程度でしょうか。

A. 詳細な内訳は非開示ですが、ストック自社サービス売上の大部分が「direct」の売上であるのご理解ください。

Q17. P26の売上高推移グラフについて、子会社分はショット売上として一括して表示していますが、今期からはBIM事業も増えるので、LisBのショット売上と子会社毎の売上に分けて掲載してほしいです。

A. BIM事業には一時的なショット売上と、定常的な人材派遣などの定期収入的な売上が混在しております。投資家の皆様に分かりやすくお伝えできるよう、今後の開示方法を検討してまいります。

Q18. 2026年12月期の業績予想について、売上高は32%成長ですが、BIM事業の上乗せが4億円以上はあると思うので、既存事業ベースの伸び率がかなり低下する計画の様に感じます。値上げ効果もあるのに既存事業の伸びが低下するのはなぜでしょうか。

A. 足元の計画は、保守的に置いている側面があります。既存事業だけを切り離して見た場合の成長率は見た目上は低く見えるかもしれませんが、既存事業の成長意欲が低いわけではありません。値上げ効果やクロスセルを通じて既存事業の成長を図りつつ、ガイダンスとして過度に高い数値にならないような計画を組んでおります。

Q19. 今期の純利益は1.8億円を計画しているが、この利益水準で時価総額100億円を達成できるのでしょうか。グロース株には逆風も多い現状では少し厳しいと感じております。

A. 今期目標の達成に加え、AIサービスの拡充など来期以降に向けた成長の仕込みが着実に進み、成果として表れてくれば、達成の可能性は十分にあると考えております。市場環境のせいせず、当社ならではの価値創出と実績の積み上げにより、評価いただけるよう努めてまいります。

Q20. 2026年12月期の業績予想を達成していく具体的な取り組みはどういったものがありますでしょうか。

A. 既存の「direct」の成長とクロスセル、価格改定効果の最大化に加え、IU BIM STUDIO株式会社の業績を堅実に伸ばすことに注力します。また、次の成長に向けた施策も検討・準備してまいります。

Q21. directの契約社数の伸びが昨年対比で15.1%とのことですが、この伸び率は御社計画通りの(満足のいく)伸び率でしょうか。契約社数が伸びると業績へのインパクトが大きいと考えておりますが、理解に齟齬はありますか。また、目標としている契約社数の伸び率などありましたらご教示をお願いします。

A. 「direct」は小さく導入してから現場へ広がり、NRRが伸びていく特性があります。契約社数も、元請企業から協力会社へ段階的に浸透していくため、急激に増えるというより、じわじわと積み上がる傾向があります。

当社としては、成長意欲としてさらに伸ばしたい考えはありますが、定着を重視しながら着実にシェアを広げていきます。

Q22. 今期計画の原価と販管費の設定方法を教えてください。外注加工費などは毎年予定外の出費があるので、余裕を持って織り込んでいるのでしょうか。M&A費用も毎年発生しているのですが、計画にもアドバイザー費用などを織り込んでいるのでしょうか。

A. 外注加工費は、想定外の案件が発生する可能性もあるため、一定の余裕を持って計画に織り込んでいます。M&A費用についても、今後も継続して取り組む前提で、ある程度の関連費用を見込んでいます。

3. 製品・サービス

Q23. 「direct」の価格改定(20%値上げ)について、20%の根拠と競合他社との競争力への影響を教えてください。

A. 足元のインフレ環境や他社の値上げ状況を踏まえ、お客様に受容いただける水準として20%で設定しました。値上げ後も、同種サービスと比べて極端に高い価格帯にはならないと認識しています。

また、長年の利用で蓄積されるデータや業務への組み込み度合いを踏まえると、スイッチングコストも一定程度あるため、競争力は維持できると見えています。

Q24. 今回の価格改定は、OEM提供している「LoGoチャット」や「しんきんdirect」も対象となるのでしょうか。

A. OEM提供している「LoGoチャット」や「しんきんdirect」につきましては、パートナー企業様の商品であるため、当社による今回の価格改定の対象ではございません。

Q25. 価格改定に対する顧客の反応はいかがでしょう。また、解約の懸念や、問い合わせ状況の変化はありますか。

A. お客様からは、否定的なご意見は限定的で、改定の背景をご理解いただいている手応えがあります。

現時点では、本改定に伴う大規模な解約等の懸念は発生しておらず、お問い合わせについても大きな混乱や変化は見られていません。

Q26. 既存チャットツールが普及している中で、あえてdirectを選ぶ理由は何でしょうか。既存ツールでは埋まらない課題と、directが提供できる決定的な価値を改めて教えてください。

A. 最大の理由は、現場で働く方が教育なしでも直感的に使える操作性です。ITツールの習熟が本業ではない現場において、導入・定着のハードルの低さは大きな価値になります。加えて、「ゲストモード(協力会社同士の横のつながりを制限する特許技術)」は、重層下請構造の業界で高く評価されています。国内自社開発によるセキュリティや、チャットにとどまらない業務アプリ連携も、汎用ツールにはない差別化要因です。

Q27. directの建築作業員への現状の浸透率と、今後、普及拡大する余地とユーザ獲得見込みを教えてください。

A. 日本の建設就業者数は約400万人弱と推計しています。その中で「direct」のID数は約28万4千であり、浸透率はまだ一桁台にとどまり、伸びしろは依然として非常に大きいです。具体的に今後何人まで増えるかを数値で示すことは難しいですが、市場ポテンシャルを踏まえれば、今後も安定的にユーザー数を積み上げていけると考えています。

Q28. 事業所の規模によりナレッジ動画やタグショット等のサービス利用率に違いはありますか。

A. タグショットやタグアルバムは、プラントやメンテナンス系の大手企業でニーズが高い傾向があります。点検・報告業務の量や要求水準が高く、協力会社も多いため、工数削減の効果が出やすいです。

ナレッジ動画も同様に、大手企業で活用が進んでおり、業務手順や朝礼の動画共有など、用途に応じて利用が拡大しています。

Q29. 新たに加わったAI機能や、オープンチャットに対する顧客の評価はいかがでしょう。

A. 「directアシスタント」はベータ版ですが、現場写真からAIが危険箇所を指摘し、KY(危険予知)会議の議題に活用されるなど、安全意識向上に役立つと好評です。オープンチャットも、災害時の緊急連絡用などで利用されており、機能追加を進めながら用途に合わせて活用が広がりつつあります。

Q30. 導入企業がdirectを契約するタイミングは、着工直前が多いのでしょうか？

A. はい。大手企業での新規導入では、モデル現場を指定いただき、そのモデル現場での着工直前に組織を作成して利用を開始するケースが多いです。その後、利用が定着すると、他現場へ広がっていきます。

4. グループ会社

Q31. IU BIMスタジオの2025年10月期業績は好調に推移しているのでしょうか。売上や営業利益を教えてください。

またグループインした今期はどの程度の業績を計画しているのでしょうか。

A. 2025年10月期の損益計算書については連結前のため開示を控えますが、今期(2026年12月期)第1四半期よりPL連結を開始し、数値を公表してまいります。今期については、のれん償却費を上回る利益貢献を目指して事業を推進しております。

Q32. 4月から始まる建築確認申請のBIM図面審査に対して施策はありますか。また、大手住宅メーカーなどもターゲットになり得るのでしょうか。

A. 法改正は追い風と捉えています。特に大手ゼネコンに比べ導入が遅れている中堅・地場ゼネコンに対し、導入コンサルティングや教育支援を展開してまいります。大手住宅メーカーも対象になり得ますが、まずは当社の既存顧客基盤であるゼネコン層への展開を優先することが、事業効率の面でも最適と考えております。

Q33. BIMクラウドとのAPI連携や、将来的なAI機能の追加は考えていますか。

A. BIMクラウドとの連携は以前からご要望があり、今後さらに進めていく方針です。AI活用についても、モデリング作業の支援や、BIMデータを見積や施工スケジュールへ展開するような機能を含め、検討を進めています。

Q34. 現状のBIM事業における課題は何ですか。

A. グループイン直後であるため、まずは両社の社員間の相互理解を深めること、そして既存顧客を相互に紹介し合うなどの営業連携体制を早期に構築することが課題であり、現在注力して取り組んでおります。

Q35. IU BIM STUDIO社は、1名以外はBIM業務を行っていますが、新規営業などはどのように行ってきたのでしょうか。

A. 同社は高度な技術者集団であり、お客様(スーパーゼネコン等)からの評価が非常に高く、現場終了後も次の現場へ指名されるなど、引き合いが絶えない状態です。そのため、特別な新規営業を行わずとも稼働が回っている状況です。

Q36. 稼働率は100%で増員しないと業績が伸びないような印象も受けましたが、LisBの既存客を紹介しても対応する余地があるのでしょうか。

A. 増員は計画しています。また、BIM事業は人材派遣に加えて受託業務も行っており、当社顧客向けの導入コンサルや、ツール開発による効率化など、労働集約にとどまらない成長余地があると考えています。

Q37. BIM事業のサブセグメントとしては、BIM人材の現場への派遣がメインなのでしょうか。また、BIM事業には他にどのようなセグメントがあって、人材派遣の売上比率はどのくらいでしょうか。

A. BIM事業には人材派遣、BIMコンサル・教育、モデル作成請負などがあります。現時点では売上の7~8割は人材派遣で大部分を占めております。

Q38. BIM事業でベンチマークにしている上場企業はいらっしゃいますか。

A. 現時点では特定の会社をベンチマークしておりません。まずは既存顧客への浸透を図り、実績を積み上げることに集中したいと考えております。

Q39. BIMの普及率って今どの程度でしょうか。ゼネコンは100%使ってるのでしょうか。

A. 大手のゼネコン様ではほぼ導入が進んでいると認識しておりますが、中堅・地場ゼネコン様ではまだこれからの段階です。こうした層へのBIM支援などを含め、さらに普及を進めてまいります。

Q40. システム・エムズとの協業事例をご教示いただけますと幸いです。また、同社のエンジニアの方は、directの開発案件にもアサインされているのでしょうか。今後はどのように協業拡大されていく見込みでしょうか。

A. 現時点でシステム・エムズのエンジニアをdirect開発案件へアサインしていません。一方でエンジニア同士の勉強会等の交流や、一部の受託開発案件を相談するなどの連携は進んでおります。今後も協業の幅を広げていく方針です。

Q41. システム・エムズのグループインではどのようなシナジーを想定されていたのかイメージを持っていないのですが、今後のM&AのIRでは、よりシナジーのご説明をお願いすることは可能でしょうか？

A. 同社は建設業に明るいシステム開発会社であり、共通のお客様もおり、明確なシナジーがあると考えております。今後のM&Aに関するIRでは、シナジーについてもより分かりやすくご説明してまいります。

5. 組織・人材

Q42. 業績を伸ばしていくために、営業人員を増やすのではなく、良い人材を大手のゼネコン(大手の新規のお客様)にあてていると理解しております。御社営業人員の人数の何%ほどが「良い人材」とお考えでしょうか。また、営業人材への教育についてはOJTがメインでしょうか。何か別途教育を実施しておりますでしょうか。

A. 当社の営業は、お客様の課題に対して誠実に向き合い、一緒に解決策を考える姿勢を重視しています。重要なのは、顧客に対して誠実であること、面倒なことを面倒がらずに行動できることだと考えています。

当社の営業には、顧客のもとへ足を運び、課題と一緒に考え、解決に向けて誠実に動くという姿勢を共有しております。その積み重ねにより、ベテランから若手まで、どこに出しても恥ずかしくない営業組織になりつつあると自負しています。

Q43. 決算説明資料にて今期10-15名の増員を予定されているとのことですが、主にどの部門の人員を拡充予定でしょうか？これは本体(御社)人員のみの人数でしょうか？

A. 特定の部門に集中させるのではなく、営業、開発、管理部門など、全社的にバランスよく配置する予定で、こちらは当社のみ増員予定数になります。

6. IR・株式

Q44. 導入社数のアピールで大手建設会社に浸透していることは分かるのですが、ここまで導入社数が広がっているということは、投資家にはもう伸び代が無いと受け取られかねないと感じています。directの普及度合いを示すのに、何か別の指標を導入することは考えられないでしょうか。

A. 導入社数は分かりやすい一方で、建設業では1社で数百現場、数万人規模で利用されるケースもあり、社数だけでは普及度合いを十分に表しきれない面がありますし、例えば建設業就業者数(約400万人)に対するdirectアカウント数(約28万ID)の割合など、伸びしろをご理解いただけるような指標や伝え方を検討し、今後お示していきたいと考えております。

Q45. BIM事業の成長には私も期待していますが、今期の計画にはあまり数値としては目立たなくて、投資家から評価されていないと感じます。今後どのように投資家に向けて訴求していくのでしょうか。

A. 四半期ごとの決算発表などを通じ、BIM事業の進捗や成長性を具体的にお伝えできるよう、情報発信してまいります。

Q46. BIM事業が投資家からもっと評価してもらうためにも、ぜひBIM事業のKPIを作って欲しいです。

A. 当社としても期待している事業ですので、KPIの設定について前向きに検討させていただきます。

Q47. 12月末の株主数はどの程度増えましたか？

A. 1年前(2024年12月)の約2,100名から、現在は約2,400名へと、約300名増加いたしました。新たに当社を見つけていただき、投資いただいた株主の皆様へ感謝しております。

以上