

SpiderPlus & Co.

2024年5月30日

スパイダープラス株式会社

代表取締役社長 伊藤謙自

(東証グロース：4192)

カバレッジアナリストとの面談内容書き起こし公開のお知らせ

開催日時	: 2024年5月29日(水) 14時30分~15時30分
本件に関するお問合せ先	: スパイダープラス株式会社 経営企画部 IR担当
メール問い合わせ先	: ir@spiderplus.co.jp
電話問い合わせ先	: 03-6709-2834

(決算資料一覧はこちら)

<https://spiderplus.co.jp/ir/results/>

【書き起こしに関する注意事項】

本書き起こしには、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、開催日時点の情報に基づいて作成されています。これらの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。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定される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、保証しておりません。

本書き起こしは、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売却の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

なお、本書き起こしの内容は、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、決算及び事業に関する質問の取舍選択を行っていることから、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。

1. スパイダープラスから中川アナリストへの質問

質問者：スパイダープラス株式会社 取締役執行役員CFO 藤原 悠

回答者：みずほ証券株式会社 エクイティ調査部 中川 義裕 様

スパイダープラスからの質問1（FY2024.Q1の業績に対する印象について）

当社のFY2024.Q1の業績について、中川様がどう受け止められたのか、率直な感想を教えてください。

ARPUの伸びが堅調というトレンドは従来から変わらない印象でしたが、ID数の伸びが物足りない、もう少しいたのではないかと考えており、FY2024のID数目標に対しての進捗を注目しています。

決算の中身を確認すると、ARPUを伸ばす施策はかなり功を奏している印象が強まりました。

一方で気になるのが、ID数の伸びについてです。説明会でも言及されていた、中小企業のID数の伸び悩みについても、今後は伸びが見えると良いなという印象です。

スパイダープラスからの質問2（建設業界各社の決算発表について）

2024年3月は通期決算発表と業績予想や新中計を開示する建設会社が多くありました。建設各社の発表内容や取材を通して、中川様が注目されたポイントを教えてください。

各社の建築事業においては、従来から指摘されている2024年問題に関連する労務費の上昇、設備工事会社の手配がしづらいという問題は解消されていない旨のコメントが各社の決算説明会でもありました。

一方で、建築事業の利益率を見ていくと、今期の計画の中では低採算案件による影響を受けた会社もありますが、全体としてみると利益率は改善傾向にある印象です。

スパイダープラスからの質問3（建設業界の中期見通しについて）

建設各社の業績予想や新中計から、引き続き資材価格や人件費の上昇への対応には力をいれており、その中でも「生産性向上」「省人化」「業務の外部化」がキーワードになっている印象を受けました。

中川様から見た、建設各社や業界全体の中期見通しについて教えてください。

DX投資やIT投資で言えば、投資は継続するものの2年前などと比較して打ち出し方に落ち着いた印象を受けました。これは、「DX投資は当たり前」という認識になっているのだと思います。また、BIM/CIMについては拡大の方向性を感じています。

2. セルサイドアナリストによる質疑応答

質問者：みずほ証券株式会社 エクイティ調査部 中川 義裕 様

回答者：スパイダープラス株式会社 取締役執行役員CFO 藤原 悠

質問1 (ID数実績について)

ID数の伸びを「△」と評価されています。この評価の要因を教えてください。

ID数の伸びについてはまさしく「△」という評価です。一方ARPUは「◎」です。

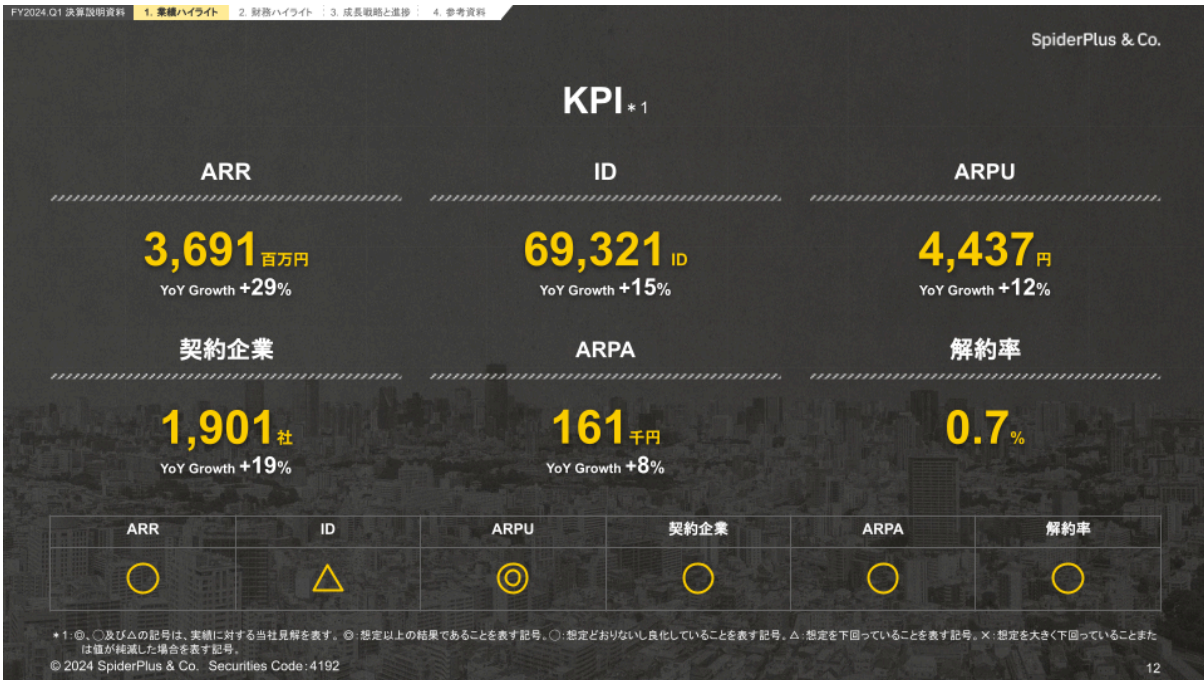
従前からお話しているとおり、当社はエンタープライズ顧客の売上割合やポテンシャルが高く、同顧客群の社内浸透を進めています。

社内浸透の進め方として、顧客を「SPIDERPLUS未導入現場が多い顧客」「ある程度の現場で使われている顧客」に大別して、1社ごとにアカウントプランを策定したうえで営業をしております。

顧客ごとのアカウントプランに基づく、様々な案件が同時並行に進んでいる中で、FY2024.Q1はオプションのクロスセルや新プランへの切替案件が先行して成果につながりました。

ID数増加について、決算説明会で代表の伊藤が説明した、一部大型現場での竣工による影響もありました。また、中小企業のID数では物足りなさがあるものの、上期にはあまり大きく見込んでいないということもあり、ここは下期以降の伸びに繋がる部分とみてください。

また、エンタープライズ顧客については、未導入現場でのID数増加がQ2以降に期待される案件が多く、一部休止の影響もあり、結果としてID数よりARPUが力強く伸びました。なお、アカウントプランの進捗は順調であり、事業進捗としては現状は問題ないという評価をしております。



質問2 (FY2024.Q2以降の営業戦略について)

FY2024.Q2以降の施策は、大手顧客の一括導入と中小企業の新規開拓という2軸によって進めていくという理解でよいか、教えてください。

ご理解のとおり、施策については年初から変更ありません。

エンタープライズ顧客については、社内浸透施策により未導入現場でのユーザー数 (ID 数) を広げる、SPIDERPLUSをさらに深く活用いただけるオプションの導入を加速 (クロスセル) する、すでに深く活用いただいているお客様へは経済合理性のある新プランへの切替を提案する、この3つが施策の大きな軸です。

SMB顧客については、全国の販売パートナーの開拓と関係強化を上期に重点的に進めており、そこから創出されるリードをARRに繋げていくフェーズになります。

質問3 (全社導入顧客について)

サブコン大手企業の一部ではSPIDERPLUSが標準的 (全社的) に使われていると思いますが、そのような企業はまだ少ないという理解でよいか、教えてください。

建設現場で使う施工管理ツールを全社的に統一するというDXフェーズまで進んでいる企業自体がまだまだ少ないです。

各社様々なDX投資を進めている中で、施工現場のツールを統一するというのは現場の声も強く出ることから、決め切れていないお客様が多いのではとみています。

顧客が全社的にSPIDERPLUSを導入するという意思決定をするためには、現場での導入実績、使い勝手、他社との連携性が非常に大事なポイントになってきます。

現場単位でSPIDERPLUSの利用実績を積み上げているフェーズの企業がまだまだ多く、成長可能性の資料でも開示している通り、大きなポテンシャルがあります。

※：2024年3月8日開示「事業計画及び成長可能性に関する事項」より抜粋

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81382/a620c124/275f/4eed/a6ba/f27b6f82cedf/140120240308550905.pdf>

1. 事業内容 2. 市場環境 3. 事業計画 4. 成長戦略

シェアの拡大

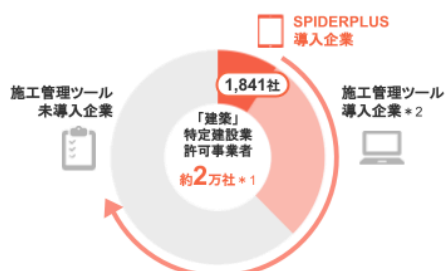
SpiderPlus & Co.

残業時間上限規制によって顕在化したDXニーズを取り込む

DXニーズの取り込み

強化した営業組織と全国に広げた販売網をフル活用

建設DX市場の開拓余白

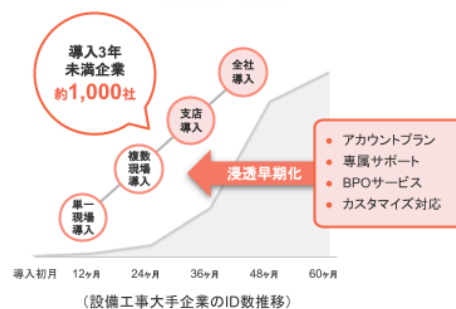


*1及び2: 本資料の「その他参考資料 統計資料出典等」に出典を記載。
© 2024 SpiderPlus & Co. Securities Code:4192

開拓した重点顧客の浸透

前期に積み上げた現場導入実績を全社導入へ繋げる

既存顧客の浸透余白



質問4（競争環境について）

競合他社でもSPIDERPLUSと同様の機能を提供している企業もあると見受けられる中で、貴社の競争環境に対する見解を教えてください。

2024年問題や建設業の業務効率化に関する課題が根強くある市場環境を踏まえると、新規プレイヤーの参入や既存プレイヤーが領域を広げるなかで、特定機能や特定セグメントについて部分的な競争が起こることは十分にありえますし、起きている領域もあります。

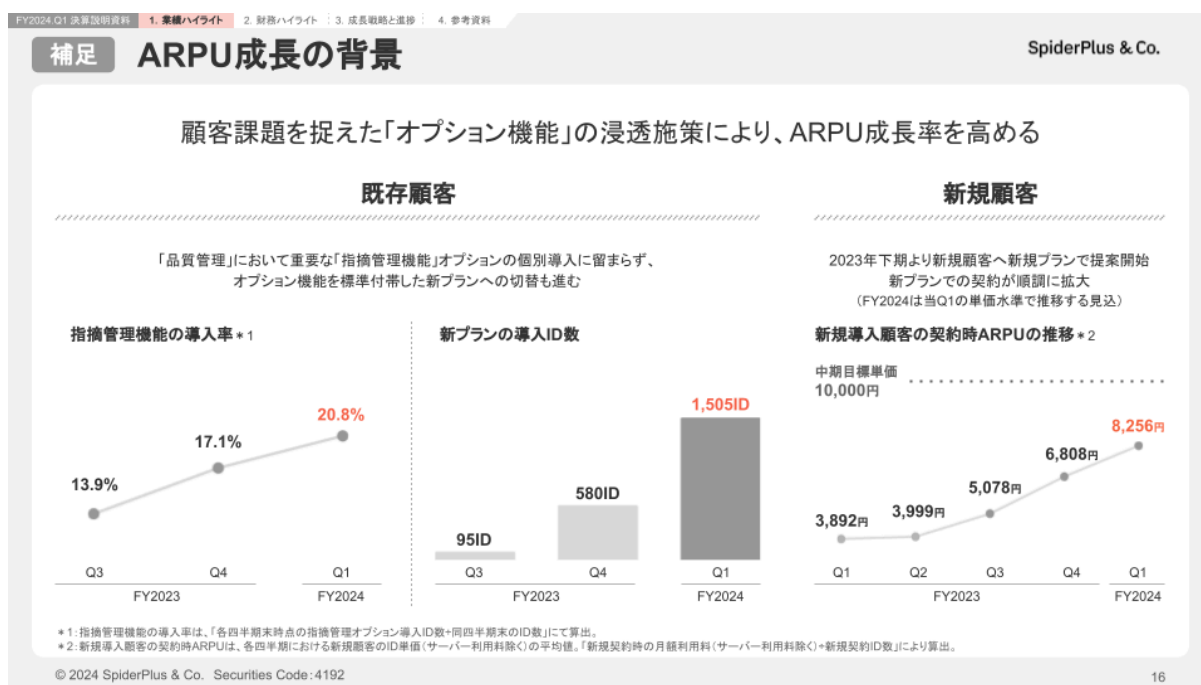
当社がターゲットとしている顧客セグメントにおいて部分的な競争がある領域もありますが、メインターゲットであるエンタープライズ顧客の中でも特に重要性が高いと判断している領域においては、競争は起きていないと整理しています。

なお、建設DXの領域は広く、やるべきことはまだまだあるため、部分的な競争自体は成長・イノベーションの促進につながるものであり、健全な競争でもありと考えています。

質問5 (ARPU成長の背景について)

ARPUが伸びた背景を教えてください。

ARPUが伸びた背景については、まず既存顧客に対するオプション機能のクロスセルが順調に進んでいることが去年からのトレンドとしては大きな変化になります。



SPIDERPLUSは、基本的な機能だけでなくオプション機能も組み合わせることによって、より効果の高い業務のデジタル化を実現できます。

現在、施工の品質管理業務における活用ニーズが高まっていることから、指摘管理機能の販売を強化しています。その結果としてARPUが上がっています。

指摘管理機能はお客様のDXフェーズを進め、SPIDERPLUSの活用がより当たり前にする大事な機能であるため、付帯率100%を目指しています。

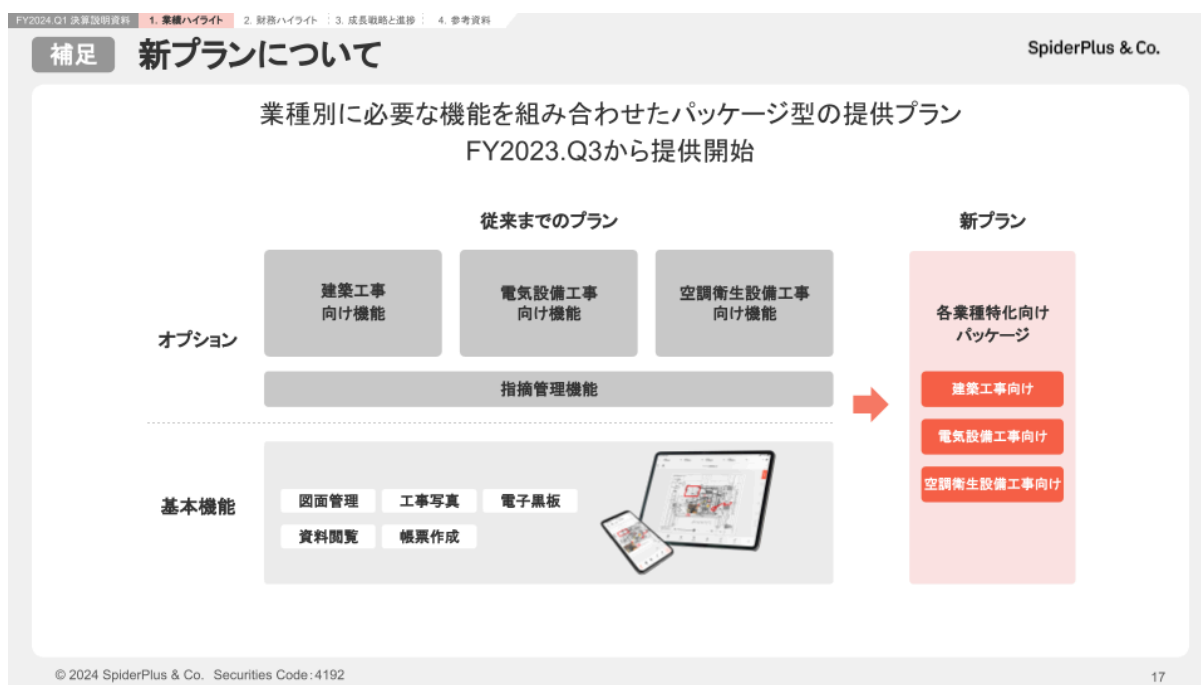
また、新規顧客についてはオプション機能を都度提案するよりも、業種別に必要なオプション機能が含まれたパッケージ型プランを提案した方がお客様にとってもメリットがあるため、新規企業様にはFY2023.Q3からパッケージ型の新プランで販売しています。

オプションのクロスセルでARPUは上がりますし、新プランの単価が現在のARPUよりも高い水準のため、新プランの導入割合増加と切替えにより、結果的にARPUが上がる構造になっています。

質問6（新プランについて）

新プランについて教えてください。また、以前からお話いただいていた「ベーシックプラン」「スタンダードプラン」「プレミアムプラン」との違いを教えてください、

まず、SPIDERPLUSの機能構成として、基本となる標準的な機能、どの業種でも使えるオプション機能、業種別に特化したオプション機能という三階建て（三段階）の構成になっています。これをそれぞれ、「ベーシック」「スタンダード」「プレミアム」とも呼称していました。この段階分類をなくし、業種別の分類に刷新したものが新プランの構成です。



質問7（新プランのID数について）

新プランの導入ID数も増えていくので、今後はID数の成長も期待できるということでしょうか教えてください。

新プランを急いで切り替えるというよりも、今はSPIDERPLUSを深く使いこなしていただくフェーズだと考えています。

そのため、新プランの切り替えが加速するのは来期以降と考えています。

質問8 (Android版の開発方針について)

SPIDERPLUSは国内展開においてはAndroidを非対応とされています。
現在は為替の影響によってiPadの単価が上がっていますが、Androidへの対応は検討されているか、教えてください。

国内展開においては、顧客の求めるセキュリティ水準を満たすためにも、iPadのみとしております。

海外展開では必要性が増しているため、Android対応への開発も段階的に進めています。

質問9 (スパイダープラスによる顧客へのタブレット供給について)

昨年に定款変更を行い、「古物の売買、受託販売及び仲介」が追加されています。
これは、顧客に対してタブレットの中古販売などをするということか、現状そのようなこともあるのか教えてください。

これは古物商の許認可を取得することを目的とした定款変更であり、「iPadを調達できないからSPIDERPLUSを使えない」というお客様のニーズに機動的には幅広い選択肢をご提供できるよう、取組んだものであります。

現状としては、タブレット端末を販売・レンタルする会社をお客様に直接紹介するケースが大半です。

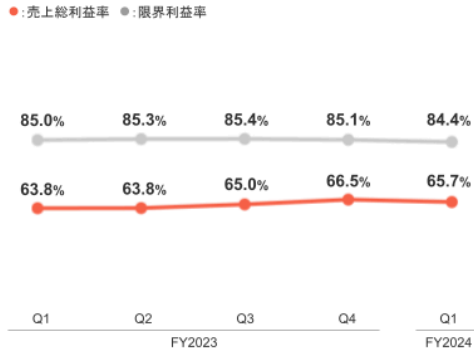
質問10 (限界利益率及び売上総利益率について)

FY2024.Q1の実績は、過去と比較して大きな変動はありませんでした。そのうち、開発人件費が若干増加しておりますが、特に大きな変化ではないという整理でよいか、教えてください。

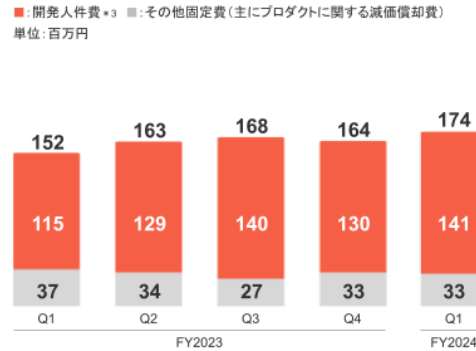
開発人件費の総額に大きな変化はありません。開発人員の人件費は、各人が取り組む開発プロジェクトによって売上原価または販管費に計上しています。そのアロケーションの影響により、売上原価の金額が増減します。ご理解のとおり大きな変化ではないと整理ください。

売上総利益率は、前年同期の63.8%から65.7%に上昇
SaaS収入以外の割合増加により増減するも、65%の水準で安定的に推移する見込み

限界利益率*1及び売上総利益率



固定費*2内訳



*1: 限界利益は、「売上高-通信費(売上原価)-支払手数料(売上原価)」により、限界利益率は「限界利益÷売上高」により算定。
 *2: 売上原価における固定費のみであり、販売管理費の固定費は含まれない。
 *3: 正社員人件費のほか、業務委託(SaaS含む)・人材派遣に関する費用を含む。その他固定費は当社の管理会計上の集計区分に基づく金額を使用。
 © 2024 SpiderPlus & Co. Securities Code: 4192

質問11 (販管費の増加要因について)

販管費については、セールス&マーケティング人員の増員によって増加していると見受けられます。今期の販管費は毎四半期8億円程度を使うという理解でよいか教えて下さい。

FY2024.Q2までは採用を強化します。

下期以降も採用は継続しますが、意図的に下期は採用の踊り場をつくります。

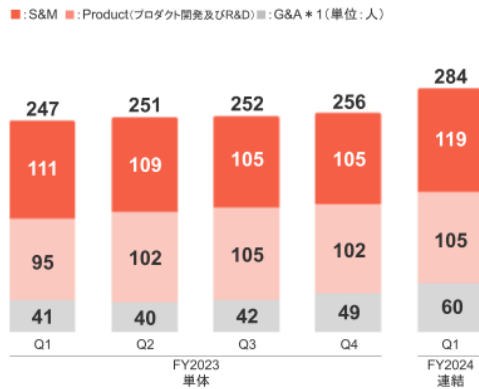
現在、弊社の採用は非常に順調に進んでいます。

本年は先行投資期間と位置づけているので積極的に採用を行っています。

先行投資(人的投資)の状況

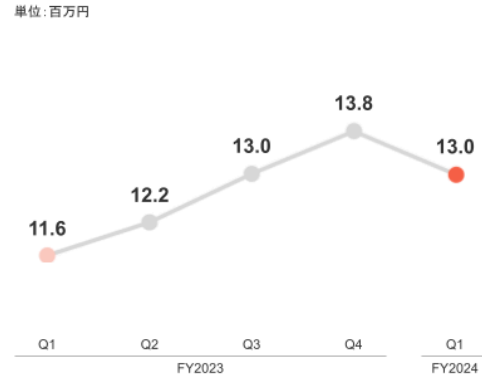
顧客接点となる部門の採用を中心に強化
 FY2024は上半期に採用の比重を置いているため、生産性の一時的な低下は想定内

従業員数



* 1: 育休等休職者と役員を含む。FY2024 Q1からミドルオフィス部門をG&Aの区分に集計している。
 © 2024 SpiderPlus & Co. Securities Code: 4192

従業員一人当たりARR



質問12 (人員計画について)

営業拠点も増やしていることから、今後も人員は増加していくとイメージすればよいか、教えて下さい。また、人員を増やしている東京、大阪の事務所スペースには余裕があるのか、教えて下さい。

拠点を増やしておりますが、新拠点は5名程度でスモールスタートさせています。

営業拠点の中では、関西支社の人員を異動なども含めて積極的に増やしております。現状のオフィスで収容可能な採用計画ですので、移転予定は現時点ではありません。

質問13 (海外展開における業績貢献タイミングについて)

ベトナムは従来からポテンシャルがあると説明されていましたが、海外展開が業績に貢献するタイミングを教えてください。

今期及び来期においてはARRに占める割合は多くありませんが、ベトナム子会社など海外展開はFY2027以降の成長を支えていく存在であると考えています。

そのため、今は将来の成長基盤を構築するための投資フェーズであります。

質問14（アライアンスの進捗について）

上場前から積極的に進めているアライアンス案件の中で「上手くいっている案件」や、「注目すべき案件」があれば教えてください。

業務提携は、「自社のリソースではできないこと、または自社では取り組まないこと」について、「プロダクト」と「サービス」の2軸の分類でアライアンスを実施しています。

例えば「プロダクト」の軸でのアライアンスでは、リコー様との取り組んでいる360度カメラのRICOH THEATとSPIDERPLUSの連携などをしております。

また、リコー様とはプロダクト連携のみでなく、リコー様の販売子会社であるリコージャパン社との販売連携にも繋がっていることに注目いただきたいです。

その他、ダットジャパン様とのカスタマイズ開発への取り組みや、コプロ・エンジニアード様と行っているSPIDERPLUSの研修を受けた技術者派遣にも注目いただきたいと考えています。

※：リコー社とのアライアンスについて

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81382/990aa657/c50a/4ede/b037/b546f11d0640/140120220802509896.pdf>

※：ダットジャパン社とのアライアンスについて

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81382/66abcfdd/82e0/4935/ba2e/9c0e2f0b58c3/140120240206527402.pdf>

※：コプロ・エンジニアード社とのアライアンスについて

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81382/5e63f583/08f5/41ef/a0ce/8ce6f965d00e/140120221114566403.pdf>

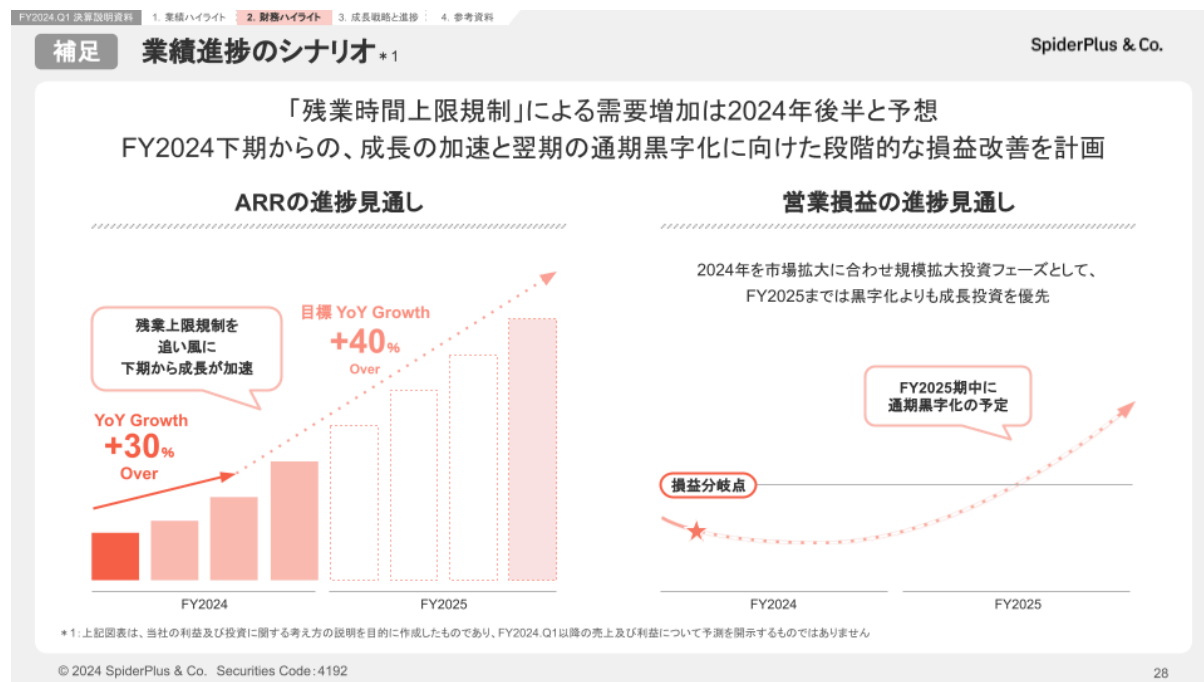
質問15（その他）

他にカバーすべき論点があれば教えてください。

FY2024.Q1の決算は良い意味で「サプライズがない決算」「想定通りの決算」と考えています。これは、弊社が考えている「2024年下期に需要が拡大し、その追い風も受けて成長を加速する」というシナリオを想定通り進められた決算となりました。

その他収益見通しとして、FY2024.Q2は赤字幅が大きくなる予定ですが、Q3以降は段階的に収益を改善させていくシナリオに変更はありません。

これも踏まえて、FY2025での通期黒字化目標に変更はありません。



以上