

SpiderPlus & Co.

2023年8月18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 | : 2023年8月17日（木）11時00分～12時00分 |
| 本件に関するお問合せ先 | : スパイダープラス株式会社 経営企画室 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 |

【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、保証していません。

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捨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. 質疑応答書き起し

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（新規企業の開拓について）

新規企業の開拓状況についてお伺いしたいです。伊藤社長がSNSで飛び込み営業されていると投稿されておりますが、どのような企業に営業されているのでしょうか。また、そういった先もFY2023.Q2の新規契約企業に含まれているのでしょうか。

伊藤は現在、全国各地のお客様への営業だけでなく、生産性向上への課題やDXに対するニーズ、SPIDERPLUSへの要望などをヒアリングする機会を設けるようにしています。

飛び込み営業は、出張の工程で空いた時間がある際は周辺の建設会社を自身で調べて、対象になりそうな先に対して飛び込み営業しているそうです。飛び込み営業先は、業種はサブコンからゼネコンまで様々で、従業員数50名以上の企業が多く、新規契約に至った企業もあります。

地方の建設業のお客様においてもSPIEDEPLUSの認知度の高まりや、2024年に適用される残業規制に関する話題が増えていることは、伊藤からもよく話にあがります。

質問2（新規契約企業について）

今回のKPIに対する貴社の評価は「◎」や「△」がなく、全て「○」ということでした。それを一つ一つ紐解いていきたいと思います。
まずは新規契約企業についてですが、前四半期比78社純増の内訳として、先程の話からも地方企業がメインになりますでしょうか。

前四半期比78社純増の内訳として、地方のみでなく都市部のお客様も含まれています。企業規模は、いわゆるエンタープライズの企業が約20%です。

エンタープライズ以外の企業も、小規模な先ばかりというわけではなく、地場にネットワークを持っているような企業を獲得できています。

業種の側面であれば、昨年引き続きゼネコンの開拓が進んではいますが、デベロッパーやプラント業界など様々な業種の企業にも導入いただいており顧客基盤の強化と広がりにつな

がっています。

これらを踏まえて、量的・質的にみて契約企業数は「○」という評価をしております。

質問3（1社あたりの契約ID数について）

1社あたりの契約ID数を計算すると、過去1年間でそれほど変化がないのは、契約企業が増えているフェーズだからという理解でよいでしょうか。また新規契約企業の初期導入時の1社あたりの平均ID数は従前の5ID程度から大きな変化はありますでしょうか。

はい、そのとおりです。また新規契約企業の初期導入時の1社あたりの平均ID数も大きな変化はありません。導入後、ご利用いただく中でIDが広がっていきます。

なお、2021年以降に導入いただいた顧客が当社契約顧客の約6割を占めており、このセグメントの顧客のID数が2024年末に向けて拡大していく見込みです。

質問4（ID数について1）

ID数の実績についてはどのような理由で「○」と評価していますでしょうか。

現在の進捗はFY2023の目標（68,000ID超）に対して計画を上回っております。

また、質的な面でも、営業戦略で掲げている重点顧客の開拓と浸透施策が結果につながっており、一括導入の成約や商談もしっかりとつくれておりFY2024のID数目標（85,000～90,000ID）に繋がる開拓ができています。これらを踏まえ「○」と評価しております。

質問5（ID数について2）

ID数の純増は新規顧客と既存顧客ではどちらの方が多かったのでしょうか。

既存顧客の拡大が多いです。

当社の契約企業のうち約6割は導入2年半以内のお客様で、いかに早く既存顧客のお客様に浸透できるかを重視しています。

そういった意味において、一括導入など大型商談に注力しており、そういった商談の成約や創出が積みあがってきています。

質問6（全社導入顧客について）

全社導入に至っているお客様はどの程度いますでしょうか。

現状のお客様の中では10%以内と見ています。

一部の大手サブコン様や、中小規模のお客様が全社導入顧客の中心です。

質問7（解約率について）

FY2023.Q2の解約率0.7%（直前四半期は解約率0.6%）と直近で上昇している理由は、小規模企業の契約が増えてきていることも要因であると考えていますが、今一度要因を教えてください。

ご指摘のとおり、小規模なお客様による解約や、業種的にSPIDERPLUSがフィットしないお客様の解約がほとんどです。「小規模企業またはSPIDERPLUSの非対象業種で、導入間もない顧客の解約が多い」という傾向は過去から変わっておりません。

経営陣としては、小規模企業だからといって解約を放置してもいいとも考えておらず、テックタッチによるサポート体制も強化しています。

顧客規模拡大の局面ではそういったお客様の解約がやむを得ず出てしまうこともありますが、解約率については、1%を超えなければ「低位」であり問題ない水準と考えており、この数字が高まっていく見込みは現状ありません。

質問8（SPIDERPLUSの使い勝手について1）

SNSなどネット上の口コミなどで「SPIDERPLUSは使いづらい」という評価を目にしたことがあります。このような口コミが多いわけではないですが、プロダクトの使い勝手について貴社はどのように評価されていますでしょうか。お客様からのフィードバックもあれば教えてください。

SPIDERPLUSは様々な機能群を有しており、世の中にはオンラインミーティングツールのようにほとんどの人が直感的に使える機能から、施行管理で深く使える機能まであります。

その中でSPIDERPLUSは、直感的に使える部分もありますがまだまだその割合が多くはないので、お客様によって評価がバラけ、厳しい要望をいただくことは勿論あります。お客様からの要望・ご指摘をふまえ、毎月機能のアップデートを行っています。

なお、お客様の口コミによっても当社サービスは広がってはいますので、使い勝手に対するプラスの評価が低い解約率や顧客基盤・ユーザー数の広がりの実績にも繋がっています。

質問9（SPIDERPLUSの使い勝手について2）

全てを直感的に操作できるようにするのは難しいと思うので、直感的に操作出来ない部分は株式会社コプロ・エンジニアード（株式会社コプロ・ホールディングスの主要グループ会社）とのアライアンスで取り組んでいるように「SPIDERPLUSの教育」ということにも取り組んでいるということでしょうか。

はい、そのとおりです。お客様の中でSPIDERPLUSが広まる際には、SPIDERPLUSの推進者がお客様の中にいらっしゃいます。

お客様が独自に「SPIDERPLUSマニュアル」を作成されたり、人事評価の中にSPIDERPLUSの活用を組み込まれたりすることがありますし、当社のサクセス部門はそうした部分のサポートまでしています。

私が営業同行したSPIDERPLUSを全社的に活用いただいている年商50億円規模の建設会社様では、人事評価の中にSPIDERPLUSの活用を取り入れていらっしゃいました。

建設業のお客様は「良いものを見極めて、しっかり使う」という方々が多いとも理解しており、「しっかりと効果が出る」「深く使える」「一定のカスタマイズ性がある」等、いくつかの要件が成り立つと全社導入が早く進むという特徴があります。

質問10（ARPUについて）

ARPUは非常に重要な部分だと考えています。
今回、ARRの分解が開示されており、オプション部分のARRがしっかり伸びていると説明されています。これは、オプションの拡販に引き続き注力しており、ニーズが高いオプションも変わっていないということでしょうか。

これはFY2023の重点施策であるオプションの拡販が進捗している表れです。
ニーズが高いオプションは前回の取材時にもご説明した通り「指摘管理機能」で、このオプション機能の付帯率をどれだけ上げていけるかというのが今年大事なテーマです。

（指摘管理機能についてはこちら）

<https://spider-plus.com/functions/1993/>

質問11（業績予想について）

FY2023のガイダンスでは、Q3以降の下期に強く結果が出てくるという理解で良いでしょうか。FY2024もその理解でいいのでしょうか。

はい、当社は、1月～3月が建設現場の竣工シーズンのため下期偏重になっております。

これは今年も来年も同じ傾向であり、上期と下期でいえば下期のほうが強くなりますし、2024年の残業規制を踏まえたDXニーズの拡大も2024年は下期のほうが強くなると考えております。

質問12（販管費について）

販管費は前四半期比でもかなり絞ったという結果とも見えます。
この要因と、この状況をどのように捉えれば良いか教えてください。

S&Mの売上高比率は、効率性が高まっていることも要因として下がってきています。その他に展示会などイベントが少なかったこと、昨年末から前四半期にかけて実施していた大型の開発外注が一巡したことによって販管費の売上高比率は低下しています。

販管費はこれまでどおり「四半期平均7億円」を目途に投資する方針は期初から変わっておりません。また、新規採用者の入社タイミングが7月・8月に偏ったなど、FY2023.Q2は採用費はじめ一過性のコストがあまりなかったことにより、結果として想定よりもいい着地となりました。

質問13（FY2023.Q3以降の展示会出展について）

出展を予定している展示会を教えてください。

7月末に「メンテナンス・レジリエンス展」という展示会に出展しております。
8月末から9月にかけて開催される「建設DX展大阪」と、年末に東京で開催予定の「建設DX展」にも出展予定です。

質問14（展示会出展の考え方について）

展示会は知名度を獲得するためなど、必要経費のイメージでしょうか。

昔は展示会に認知度やリード顧客を獲得する目的や当社サービスの認知度を高める必要があったため大規模に出展しておりましたがそのような戦略目的は一巡したこともあり、出展規模としては昨年までの規模では出展しない方針です。

今年は新機能や新プロダクトも積極的に開示しながら、顧客の率直な意見や「もっとこんな機能だったら良い」などフィードバックをいただく、仮説検証の場としても活かしていく予定です。

質問15（プラント業界への本格展開について）

従前から貴社の顧客にはプラント業界のお客様もいらっしゃると伺っておりました。その上で、プラント業界への本格展開が従来からのアプローチとどう違うのかと併せて、MODE様との提携の狙いを教えてください。

プラント業界への本格展開について、2つのリリースを出しています。一つが専門部署立ち上げ、もう一つがMODE様とのアライアンスです。

まず、専門部署を立ち上げた背景として、従前からプラント業界のお客様に使っていただいていましたが、プロダクト開発やブランディングが建設業界に特化していました。

プラント業界での需要も増えてきた中で、フィージビリティ（実現可能性）も検証できたことから、プラント業界に特化したプロダクト開発や営業体制の構築とブランディングの早期化が競争優位を高めると判断し、専門部署立ち上げに至りました。

次にMODE様とのアライアンスについては、「いかにプラント業界向けのプロダクト開発及び提供体制を早期に構築していくか」という観点から、「自分たちでやるところと、やらないところ」を明らかにし、「自分たちでやらないところ」については他社と連携しながら早期に実現するという考えのもとMODE社とのアライアンスに至りました。

MODE様はデータセンシングに強みを持たれている企業で、プラント設備にIoT機器を設置して稼働状況をリアルタイムに測定したデータをSPIDERPLUSに繋ぎこみ「データがSPIDERPLUSでいつでも確認できる」ことでプラント施設のメンテナンス業務で特に貢献できるということからアライアンスの締結に至りました。

質問16（MODE社とのアライアンスのきっかけについて）

アライアンスは、貴社からMODE社へもちかけたのでしょうか。

お互いにプロダクトに対する価値観や目指す方向性、創りたい世界観や他社との連携方針が一致していたことから、「フィージビリティを検証した上で、一緒にできるのであれば早くやりましょう」というコミュニケーションのもと、アライアンスに至りました。

質問17（プラント業界の顧客構成について）

ID数ベースで、プラント業界の顧客は多くないという理解でよいのでしょうか。

はい、現時点ではご理解のとおり多くない状況ですが、コベルコE&M様のようなプラント業界での活用事例を公開しています。

また、建設関連会社もプラント関連の工事（修繕工事含む）もしておりますので、プラント業界への相性は良いと考えております。

（コベルコE&M様の導入事例はこちら）

<https://spider-plus.com/case/8035/>

質問18（アライアンスについて）

コプロ様のように、他の建設業界向けに人材派遣を行っている企業とのアライアンスの話などはあるのでしょうか。

2022年11月に業務提携したコプロ様とのアライアンスは順調に進捗しており、1年で達成する目標であった「SPIDERPLUS研修受講者1,000人創出」を2023年6月までに半年で達成できております。コプロ様とはしっかり関係を強固にしています。

なお、コプロ様との取組みが最優先であることは間違いありませんが、コプロ様以外の派遣会社様も以前から当社サービスを導入いただいております、一部の派遣会社様でSPIDERPLUSを導入いただいている実績は過去からあります。

質問19（海外展開について）

ベトナムなど一部の東南アジアの国では「日系企業に頼らずとも大きな物件を建てることできる」という声も聞きます。その中で、貴社ではすでに現地法人の開拓もされているのでしょうか。

リソースを調整しながら現地法人の開拓も行っております。

優先度が高い事項は、重要顧客を中心としたネットワークの構築、現地に根ざしたサポート体制の構築です。

投資効率を踏まえると日系大手ゼネコンを中心に開拓し、そこから現地法人の開拓をすすめる方が効率的だと考えています。

販売ネットワークの構築という点では、現地の取次店・代理店も開拓しており、その延長線上で一部の現地法人の開拓もできています。

質問20（競合状況について）

現在上場している建設DX関連の企業について、当該企業への取材の中でも「直接的に競合していない」ということでした。この理解に変化はないでしょうか。

はい、ご理解のとおりです。前回の面談の際にお伝えしたとおり、広く「建設DX」をとらえれば、かぶる部分はゼロではありませんが、ビジネスモデルや強み、提供価値は異なるため競合関係にないとうご理解ください。

質問21（BIM※の普及状況とSPIDERPLUSのBIMへの対応状況について）

顧客企業の中でBIMの利用は増えていると感じますか。また、貴社のBIMに対する取り組み状況を教えてください。

BIMというワードをお客様から聞く機会が増えていると感じます。国も補助金を活用してB普及を後押ししており、当社も2次元による施工管理の世界から、2次元と3次元を連携させる世界を想像しています。

3次元の図面で確認するほうが、2次元の図面で確認するよりもはるかに直感的に状況を把握できますが、部分的に2次元の方が分かりやすいというものもあります。当社は、3次元と2次元を連携させるような特許を取得するなどしています。

また、現在はビューア機能にとどまらずBIMを活用した施行管理に関する機能開発を積極的に進めております。

※「Building Information Modeling」の略称。BIMには、建設物の3次元モデルに、建設ライフサイクル（企画・設計・施工・竣工後の維持管理）に関するあらゆる情報が統合されている。

（BIMとの連携機能について）

<https://spider-plus.com/functions/8872/>

（BIM関連の特許について）

<https://spiderplus.co.jp/news/ip/7303/>

2. スパイダープラスから中川アナリストへの質問

質問1 (FY2023.Q2のKPI評価について)

中川様から見た当社KPIの評価をどう受け止められたか教えてください。

みずほ証券予想と比較して、「良かったものもあれば物足りないものもある」という結果で「悪くはない」という表現が一番しっくりくる印象です。

一方で、開示後の株価や他の建設DX企業の業績予想との比較も踏まえると少し物足りないと感じられるのだと思います。

私としては、建設業界の特性も踏まえると駆け込み的な需要も少なからずあると考えていますので、第3四半期以降でID数や契約企業の伸びが見えてくるとまた評価されるのではと考えています。

質問2 (注目するKPIについて)

中川様としては、ID数や契約企業数に注目されているということでしょうか。当社の今期の重点戦略としてオプション拡販を進めていることもあり、決算発表後の機関投資家との面談の中ではARPUに注目しているコミュニケーションが増えています。

ARPUについては着実に伸びているのであまり心配していませんが、1社あたりの平均ID数を見ると横ばいが続いているので、顧客の社内における浸透が伸びていないと見えます。ここが伸びてくると強気な評価に繋がると考えています。

質問3 (当社の戦略について)

当社の戦略としては、オプションをしっかりと浸透させることでお客様のDXフェーズが進み、将来的にはID数に跳ね返ってくると考えています。
この戦略の考え方と実績について、中川様の目にはどのように映っていますでしょうか。

私の予想に対してはもう少しID数の加速が見えてくると良いという印象をもっています。

質問4（建設業界各社の残業規制への対応状況について）

建設業界の多くの企業は、残業規制にまだまだ取り組みきれていない方々が多くいらっしゃると思っています。残業規制に向けて対応しなければならないものの、工期を後ろ倒しにできないとか、受注価格を変更できないという事情もあって後手になってしまっているという印象です。また、直近では万博工事進捗遅れに伴う残業規制特例対応に関するニュースも取り上げられるようになっていきます。

そういった中で、中川様が色々な建設会社にインタビューされている中で建設業界の残業規制対応についてどのような見立てをされているか教えてください。

7月以降の建設各社や建設業界向けに人材派遣を行う企業への取材から、大手ゼネコンはDX関連の投資を行いながらも人手を増やすことで働き方改革への対応をしようとする側面が強いという印象を受けています。

一方で準大手ゼネコンはまだどのような対応をするのか見えていない状況で、これはまだ対応策を打っていないということかもしれませんし、すでに対応を行っているのかもしれませんので、注目しています。

サブコン各社、御社の主要顧客などは、生産プロセスの改善等ゼネコンよりも対応が進んでいるという印象です。

質問5（建設業界のDX化の状況について）

万博の話題や、業界団体である日建連が「4週8閉所」を原則化するなど、直近のトピックスについて、長らく建設業界を見ている中川様の目にはどう映っていますでしょうか。

引き続き建設投資については高水準で推移していて、2024年、2025年に完成を迎える物件も多い中で大手ゼネコンを中心にかなり忙しい状況にある印象です。

そのような仕事量が多い状況で、「工期内に工事を終わらせる」ということに優先度を高くしている印象です。

個社ごとにITの活用、DX化の対応状況は違っており、まだまだ現場レベルでのDXが中心で、業界的なDX化については「すごく進んでいる」という感じではないと思っています。この1年間で多かったところとして「建設案件がある場所」が変わってきている印象です。地方でのマンション建設や半導体など工場建設案件が増えており、あるデベロッパーの資料をみると、建設会社や派遣の方々が都心から地方へ流れて行っているとのこと。その1例で全てを語ることはできませんが、今後首都圏における職人の数が不足してくると考えられ、より生産性を高める必要性が増していくと思います。

以上