

2023年12月期決算説明会での質疑応答内容

※本文書は、2024年2月19日(月)に開催しました2023年12月期決算説明会における全てのご質問(事前のご質問、説明会中のご質問、説明会後のアンケート上でのご質問)に対する質疑応答内容となります。

※同じようなご質問につきましては、当社判断により、ひとまとめにして回答させていただいております。

※質疑応答内容は順不同です。

※ご質問につきましては、明らかに誤表記と思われる点を除き、原文のまま掲載いたしております。

売上利益成長系

質問:売上、利益ともに素晴らしい増加率です。今後売上高はどれくらいまで伸びる余地があるか、どのようにしてそこまで伸ばしていくのか、売上高の上限値と戦略についてお聞かせください。

回答:売上高の上限の予測は難しいですが、中長期的にはアプリ広告収入を25億円、直接課金による収入を25億円に持っていきたいと考えております。それ以降、直接課金を増やすためには、有料の競合に勝てるかどうか重要です。機能的なところだけでなく、ブランドやユーザのロコミで勝てるかどうかだと考えております。そのために、サブスクリプションを成長させ続けたいと思います。

質問:今期の売上高が前期比5%の成長というのは保守的な見積もりと考えてよいでしょうか。広告宣伝費を半減してもロコミ等で伸びると踏んでいるのであれば、もっと増収するという想定をすべきではとも思います。

質問:今期の経常利益の伸びに対して、売上高の伸びが心もとなく感じます。この予想には織り込んでいない「変数」があれば教えてください。

回答:少し保守的な面があります。理由の1つとして、予算を作った時点での円高予想で計画を立てていることが挙げられます。銀行などの金融機関が出している予測値を採用しているのですが、予算を作ったタイミングから少し時間が経っているため、ずれが生じています。また、モバイルセグメントでは、FY2023/12 1Q から 2Q は広告市況が悪く、売上が下がっていました。FY2023/12 1Q の広告売上は3億3,000万円ですが、4Q は5億9,600万円と大きく差が出ています。これは広告市況の揺らぎによるもので、我々がコントロールできない部分です。DAU はほとんど変わらないのに売上が大きく上下しており、かなり予測が難しいです。そのあたりも含めて5パーセントの成長を計画しています。

また、広告費を半減した時に、アクティブユーザが大きく伸びると思っていません。直近のMAUが微減になっている理由は、広告費を下げているせいでもあります。ユーザ数が飽和に近づいている可能性が高いと見ています。アクティブユーザについては微増の見通しです。

質問:今期の為替レートは1ドル133円と円高の想定をされていますが、御社にとっては今のような円安の状況はメリットですか? また1円円安になると、営業利益はどれくらい増えますか?

回答:全社売上のうち、海外売上の比率は4割半を占めているため、円安は基本的にはメリットです。1円円安の場合、年間で1,000万円程度の利益増となるイメージです。

質問:広告単価については、足元を考えた場合に、今期の広告単価がまた軟化するリスクはどれくらいありますか?

株式会社アイビス(銘柄コード:9343)

回答:広告単価は本当に読めないです。スライドに「TTB を 133.3 円と予測」と書いていますが、計画案策定時の 2023 年 10 月末から 2024 年 9 月末まで線形に円高が進み、133 円が底辺で、そこから 3 ヶ月は水平に進むという計算をしています。年平均では 136 円くらいだと思ってください。

質問:今期の売上の見立てについてです。特に下期は、前期下期との比較でも減収になっています。大きくは広告単価や円高前提のためだとわかったのですが、下期の全社での売上高についての考え方を教えてください。

回答:円高の要因が非常に大きくなっています。2024 年 9 月末の TTB を 133.3 円と予測しており、それまでは線形で円高が進むと想定しています。下期に行くほど円高要因でマイナスになるという保守的な見立てをしており、売上についても厳しめになっているとご理解ください。

質問:今期の業績予想で営業利益が大きく増加見込みであることの背景・理由を出来るだけ詳しくご教示ください。

回答:モバイルセグメントの「ibisPaint」の広告宣伝投資は、9 億 5,100 万円から 4 億 5,000 万円に減らす計画のため、費用が約 5 億円下がっています。一方、営業利益は 2023 年 12 月期の 4.3 億円から、2024 年 12 月期は 5.2 億円増の 9.5 億円になる計画です。広告費の削減効果がほぼダイレクトに出ているといえます。

質問:アプリ広告売上と DAU の相関性について、飽和点に達したのではないかというお話がありました。これまでの流れで考えると、DAU が伸び悩む場合、これまで稼いできたアプリ広告売上は伸び悩むことになると思います。そのような考え方でよいですか？

質問:サブスクリプション売上が中期的に 25 億円まで増えると計画している中で、アクティブユーザ数は伸びないと考えていますか？ もしくは、ここから緩やかであれ伸びると予測していますか？ こちらの相関性の考え方について教えてください。

回答:モバイルセグメントの DAU は 560 万人、570 万人、580 万人と微増になっており、緩やかにしか伸びないと考えています。2024 年 12 月期の DAU は前期比 1.9 パーセント増と計画しており、基本的には鈍化した伸びであると考えています。広告売上との相関については、当社の DAU の中には、非常にライトなユーザもおられます。例えば、広告で入ってこられた人や、新規に今日ダウンロードされた人は、明日以降も使っただけのとは限らず、使って 15 分でアンインストールする人も大勢おられます。このような DAU にはつながっていないが DAU としてカウントされているユーザがいるため、広告費を下げることで DAU が下がる可能性はあります。そのような意味では、DAU に対する売上は少し増えるかたちになるかもしれません。

質問:今後、広告売上が 25 億円まで伸びていく計画は、DAU の伸びを前提としていると理解してよいですか？ これまでほどのエクスポネンシャルな増え方はしないが、緩やかであれユーザ数は増えていき、その中で 18 億円から 25 億円に到達していくというイメージでしょうか？

回答:ご認識のとおりです。

質問:今期の売上高は前期比 5%増と保守的に見えます。単純に前期の第4四半期の売上高を 4 倍した数値よりもかなり低いですが、なぜでしょうか？セグメント別に理由を教えてください。

回答:モバイルセグメントについては、FY2022/12 のみ特殊だったものの、それ以外の過去期において、例年、決算説明資料 P44 左グラフの FY2021/12 の Q 毎のグラフのとおり、期初の 1Q からホリデーシーズンにあたる

4Qに進むにつれて売上高が徐々に増加する季節傾向がございます。そして、FY2024/12はFY2023/12よりも為替レートを円高が進むものと想定しております。従って、単純にFY2023/12の4Qの売上高を4倍した数値になる訳ではございません。なお、ソリューションセグメントは、決算説明資料P58右端グラフのとおり、FY2024/12のITエンジニア数の純増数は3人の計画であるため、Q毎の売上計画の差はほとんどございません。

質問:今後の成長戦略の骨子と目標数値

回答:今後の成長戦略の骨子は決算説明資料P33~39に記載しております。目標数値については、成長ドライバーであるサブスクリプションについて、中長期的にアプリ広告収入を超える25億円を目指してまいりたいと考えております。

質問:24年度に23年比の広告宣伝費を半分に減らすとしたが、その理由は何ですか？

回答:決算説明資料P38に記載のとおり、(世界的な)認知度向上によるロコミ効果、及び(イラストペイントアプリにおける)マーケットシェアの占有状況、この2つが主な理由となります。

質問:中長期的に、購読&売上が2500百万円を目標に提示したのですが、どの程度期間を念頭に提示したのでしょうか。

回答:決算説明資料P36に記載の「中長期的」という表現につきましては、具体的な年数は想定しておりません。

質問:人口比で見ると、中国が最も加入者数が少ない。中国の成長があるか？

回答:6年くらい前に広告投資を始めた時から、中国は地政学的リスクが高いと判断し、中国に投資してきませんでした。その後、ファーウェイが取引できなくなったり、アメリカ側の輸出規制にかかったり、NVIDIAのGPU出荷が止まったりと、どんどん厳しい状況になってきていると思います。最近では、中国から見て海外製のアプリはアプリストアで認可制にするとの話も出てきており、ますます分断されてきているブロック社会だと感じています。中国はなかなか伸ばすのが大変で、リスクが高いところだと思っています。一方で、ロシアには広告投資していたのですが、ウクライナ侵攻後はアクティブユーザはいるものの売上が止まっています。それにより「ibisPaint」の全体の売上の2パーセントから3パーセントくらいを失いました。そのようなリスクがあると感じています。

質問:今後どこまで伸びるのか聞きたかった

回答:決算説明資料P36に記載のとおり、サブスクリプション売上は中長期的にアプリ広告収入を超える25億円を目指してまいりたいと考えております。その他の数値については、現時点、開示を控えさせていただいております。

モバイル・サブスク系

質問:無料版「ibisPaint」を利用していたユーザが有料版のサブスクリプション契約に移行した場合、サブスクリプション契約の利用料金から無料版を利用していた際に得られていた広告収入を差し引いても、御社としての収支はプラスとなるのでしょうか？

回答:こちらについては、かなり金額が違います。広告の1人あたりの売上を見ると、無料版の広告の1ヶ月の売上は20円から30円、市況が悪ければ15円といった水準です。したがって、サブスクリプションの月額300円に比べると、10倍ほど付加価値が違います。

質問:今期のサブスクリプション契約数の増加見込みは、強気、もしくは保守的、どのような想定でしょうか？また、以前と比べてもサブスクリプションが非常に好調な理由を教えてください。

回答:強気か弱気かでいうと妥当だと考えていますが、こちらもなかなか読めない部分があります。決算説明資料P13右の濃い折れ線グラフがサブスク契約数ですが、ところどころで鈍化しています。増加するタイミングと鈍化するタイミングがあり、鈍化の速度が予測できないため、きれいなべき乗関数になっていません。このように時間とともに成長角度が上がる推移をする理由として、2018年は月額300円の価格に対してサブスクリプション機能が少なく、価値が低かったことが考えられます。サブスクリプション機能を追加するにつれて、成長角度が上がっています。また、無料ユーザに対してサブスクリプションのメリットを提示して、誘導していく施策も進めています。これら両方の取り組みをあわせて、契約の増加数自体を上げていきます。

質問:今回の開示資料の36ページに「サブスクリプション売上のイメージは中長期的に25億円」とありますが、それを実現するために、さらに多額の広告を打つ必要があるフェーズは出てくるのでしょうか？

回答:サブスクリプション増加に関して、広告を強化するフェーズはないと思っています。広告を打つ際はゴールを設定するのですが、サブスクリプション契約をゴールとすると、広告からゴールまでの距離は非常に遠いです。IT広告のため、ユーザがクリックする比率から、どこで脱落するかまで正確にわかります。つまり、月額300円の契約が欲しいために3万円出さないといけないといった計算ができるため、広告で伸ばすことはおそらく無理だと思っています。

質問:「ibisPaint」のアクティブユーザ数は、コロナ特需によるピークから見て横ばい、あるいは緩やかな減少傾向にありますが、サブスクリプション契約数が順調に伸びている限りは、モバイル事業の売上にマイナスの影響はないと理解しても良いのでしょうか？

回答:広告収入から課金収入にシフトしていく、つまり、現状のアクティブユーザ数を維持して広告収入をキープしつつサブスクリプション課金収入を伸ばしていくため、サブスクリプション契約数が順調に伸びている限りは、原則として、その理解でよろしいかと思われます。ですが、その他、有価証券報告書に記載のとおり、様々な事業等のリスクがございますので、最終的なご判断はご自身でお願いいたします。

質問:モバイルユーザで売り切りよりサブスクが伸びている理由は何でしょうか。ユーザにとっては何が違うのでしょうか。

回答:サブスクリプションは毎月お金を払うため、時間が経つほどに売上が積み上がっていきます。一方、売切型は、1回買ったその時点だけの売上です。実際に、12年前に買っていただいたユーザは、今でも売切のまま使っていると思います。売切は基本的に新規に契約する人しか取れないため、そちらを右肩上がりに伸ばす

のはなかなか大変です。また、当社はアプリ内で誘導する際に、売切よりもサブスクリプションを強めに見せています。ユーザにとっては、売切は広告が消えるだけで、機能は増えません。これに対してサブスクリプションは、機能が増える、有料素材が使える、クラウドストレージの容量が大きいといったメリットがあります。

質問:3億人のユーザがいて、サブスクはまだ有料ユーザの割合が少ないと思いますが、この比率についてどのようにお考えでしょうか。よろしく申し上げます。

回答:アクティブユーザ(MAU)は2023年12月末時点で3627万人であり、サブスク契約数119千人であるため、ご認識のとおり、有料ユーザの割合は極めて少ないと考えております。従って、決算説明資料P36に記載のとおり、サブスクリプション強化を継続していく方針を掲げております。

質問:ほぼフル機能で使える無料モデルからサブスク契約を増やすことができる根拠を教えてください。

質問:サブスクを伸ばすのに広告はあまり必要がないということでしょうか?どのようにサブスク会員を伸ばしていけるのでしょうか?

質問:新規加入者数を確保するよりも、既存加入者の購読転換を誘導することがより重要な時点のようだ。ここにはどんな努力をしているのか?ここに広告費は別に入らないのか?

回答:無料ユーザが利用しているアプリのなかで、有料ユーザ(サブスクリプション契約)への転換を促す自社広告を掲示しており、ここでは広告費は発生しません。どのタイミングで、こういった広告を掲示するべきか等について、様々な分析を行っています。そして、最も効果的な広告の掲示方法を選択しています。

質問:サブスクリプションの解約率(チャーンレート)を教えてください。可能でしょうか?

回答:現状、解約率は開示を控えさせていただいております。社内的に、新規の契約数や解約数の増減は見ております。基本的に、法人のサブスクリプションサービスよりは解約率が高いとイメージしていただければと思います。

質問:MAUに対しサブスクリプション契約している現在のユーザ数の割合と、今後それがどこまで伸びるであろうと考えていますでしょうか?

回答:決算説明資料上の数値から算出いたしますと、2023年12月末時点で、MAUに対するサブスクリプション契約数の割合は0.33%となります(サブスク契約数119千人÷MAU3627万人)。FY2024/12のサブスク契約数はYoY+58.4%の189千人を計画しております。その後の契約数の予測値につきましては、現時点、開示を控えさせていただいているものの、サブスクリプション売上は、中長期的に、アプリ広告収入を超える25億円を目指してまいりたいと考えております。

質問:サブスクの売上が上昇している実績はグラフから理解できた。上昇している要因や、国別のサブスクの割合等が見たかった。

回答:サブスクリプション売上が上昇している理由は、プレミアム会員ならではの機能・サービスを提供し続けていることと、無料ユーザからプレミアム会員への誘導策が功を奏しているためと考えております。国別のサブスクリプション売上の開示につきましては、今後、慎重に検討してまいります。

モバイル・生成 AI 系

質問: AI お手本機能が追加されたことにはユーザから賛否の意見が出ているようです。これを追加した経緯と、今後の施策に関して教えてください。

質問: 「ibisPaint」モバイル版の AI お手本機能について、国内と海外でユーザの受け止め方に違いはありましたか？

質問: 画像生成 AI をアイビスペイントに搭載して 1 日で取り下げた件について。他社が同じ事をして批判されたのに、何故搭載したのでしょうか？ 批判覚悟で搭載したのであれば無理矢理、搭載し続けた方がよかったですと思います。一連の経緯が知りたいです。

質問: 株価上昇、感慨深いです。ありがとうございます。質問は、過日のアップデートで、生成 AI に対するユーザ様のアレルギーが想像以上で、今後の再実装はとてデリケートな問題であると認識しておりますが、このまま旬の技術を放置してしまうのは大きな機会損失とも存じます。このあたりの方針・展望を伺えればと存じます。

回答: 経緯としては、AI お手本機能はサブスクリプションの機能としてリリースしました。バズりやすい企画だと考えチャレンジしたのですが、課金いただいたユーザがいる一方で、炎上というかたちで「使うのをやめます」という SNS での投稿もありました。賛否両論ございましたが、そのようなユーザからの情報が得られたことは非常に良かったと思っています。但し、ユーザからお叱りの意見があることは良くないため、今後はユーザに望まれるかたちで再チャレンジしたいと思っています。

質問: 生成系 AI の技術進歩がシンギュラリティを迎えていると感じています、御社はこの革新についていく人材をどのように獲得していくのか?教えてください。

回答: 高度な技術のエキスパート集団であることを採用時にアピールし続けており、その結果、AI やディープラーニング技術の研究開発ができる優秀な人材が採用できております。

モバイル・マネタイズ/新製品系

質問:競合に対する「ibisPaint」の強みは何だとお考えでしょうか?また、アクティブユーザ数を背景とした新規マネタイズ策について教えてください。

質問:「ibisPaint」の新しいマネタイズ策とはどのようなことですか?それらは素人向けですか、もしくはプロのアーティスト向けでしょうか。

回答:パソコンからスマホへのパラダイムシフトのタイミングで「ibisPaint」を企画しました。その頃は、デジタルで絵を描くといえばパソコンを用意するとか、有料アプリを使うといったハードルが高い時期で、スマホで絵を描くという常識がない時期でした。「ibisPaint」は、パソコンで絵を描くの比べて、描く人の敷居を圧倒的に下げ、使う人を増やしたことが強みです。この分野では、アクティブユーザの圧倒的なシェア1位を誇っています。アクティブユーザを背景とした新規マネタイズについては、当面はサブスクリプションの強化に力を入れていきたいと考えています。なお、プロ向けかノンプロ向けかにつきましては、開示を控えさせていただきます。

質問:macOS版をリリースする計画はありますか?予定がないとするとその理由をお教えてください。

質問:macユーザです。mac用アプリはいつ頃になりそうでしょうか?

回答:macOS版「ibisPaint」も開発したいものの一つです。費用対効果を見ながら、且つ、他の機能と比べながら優先順位を考えてまいります。

質問:現在開発中でリリース予定の製品がございましたら。製品の内容とおおよそのリリース日を教えて戴けませんでしょうか?また、お絵かきソフトで油絵やちぎり絵を作れたり、パラパラ漫画のようにアニメーションが作れるようなソフトがあったらいいなと思うのですがいかがでしょうか?

回答:現在開発中の新製品、新サービスは開示を控えさせていただいております。お絵かきソフトの延長であれば製品を分けずに機能追加した方が売上・利益の面でプラスになる可能性は十分にあります。またパラパラ漫画のアニメーション機能はリリース済みです。「ibisPaint」につきましては、今後も、ユーザの皆様のご期待に応えられるような新しい機能やサービスを開発、リリースしてまいります。

モバイル・その他

質問: 今回の開示資料の14ページに「モバイル事業の売上高のうち、売切型アプリが11.1%」とありますが、その中身について、windows版とスマホ版とタブレット版の割合を教えてくださいませんか。

回答: 売切型アプリ売上のうち、デバイス毎の売上数値につきましては、現時点、開示を控えさせていただいております。今後、情報開示できるよう慎重に検討してまいります。

質問: アイビスペイントの広告単価についてです。前回の決算説明会で自社で集めた広告は少ないと話されておりましたが、今後広告単価を上げる為の取り組みは考えていますでしょうか? 絵描きとシナジーが高い、ゲームや漫画の広告を自社で集めると広告単価を上げられそうに思います。海外向けは難しくても国内だけでも広告単価を上げてもらいたいです。

回答: 当社では、Googleを中心としたアドネットワークにおける広告売上があり、パナースペースなどに対する売上単価があります。加えて、一部ですが当社が法人からの「広告を出したい」という要望に対して出稿を請け負う純広告があります。その広告単価は、Googleなどのアドネットワークよりは高く設定しています。この純広告を伸ばそうとすると、営業スタッフに加えて、売るための社内側のシステムなどを作らなければなりません。その投資に対してどれだけ売上が伸びるのかを判断する必要があります。例えば、国内に直接営業をするための営業スタッフが何人かいて、その人件費が何千万円かかり、月収売上がいくら取れるかといった部分の判断次第です。現状「今すぐ取り組みます」とは言えないのですが、そのあたりを判断しながら検討したいと思っております。

質問: 本日は説明会の開催ありがとうございます。質問させていただきます。49ページの研究開発費推移ですが、FY23/12から3Q,4Qが0になっていますがなぜでしょうか? サブスク機能を強化していくにあたり、研究開発等を増やす必要はないのでしょうか?

回答: 新しい製品がリリースされた後の新たな機能・サービスの開発は、一般に公正妥当と認められる会計基準により、研究開発費ではなく、BS上、ソフトウェア無形固定資産として一旦資産計上し、その後、3年にかけて減価償却する形となります。従って、決算説明資料P49の設備投資額推移及び減価償却推移に記載のとおり、投資額・費用額いずれも増加しております。今後も新たな機能・サービス強化を継続する方針のため、減価償却費は増加する見通しとなります。

質問: 第3四半期まで開示されていたモバイル事業の従業員数が開示されなくなっています、差し支えなければ教えてください。また今期のモバイルでの採用は何名程度を計画されていますか?

回答: 第3四半期報告書に「当期モバイル事業の従業員数は14名増(臨時雇用者除く)」という記載があることを受けての質問かと思いますが、第4四半期では開示する書類が「有価証券報告書」となり、この開示は3月下旬となるため、非開示にした訳ではございません。ご質問に対する回答は以下のとおりです。

FY2022/12末のモバイル従業員数(臨時雇用者除く)15名

FY2023/12末のモバイル従業員数(臨時雇用者除く)30名

※モバイル純増従業員数(臨時雇用者除く)15名

なお、FY2024/12のモバイルセグメントでの採用人数につきましては開示を控えさせていただいておりますが、中長期的な成長の源泉である開発人材投資(人件費+採用費)は、引き続き強化していく方針であります。

質問:世界中で DL されているアイビスペイントについて。海外の方は「日本のアプリ」と認識を持ったうえで DL している状況でしょうか?アニメ大国である日本のアプリという強みがプラスとして効いているの状況なのかご教授いただければ幸いです。

回答:推測ではございますが、大半のユーザは、日本企業発のアプリであると認識を持っていただいていると思われまます。そして、ご認識のとおり、アニメ大国である日本のアプリという強みがプラスとして効いている面もあるかと存じます。

質問:モバイル事業部「アプリ広告」の場合、どのような変動費が発生するのか? その割合は?

回答:決算説明資料 P15 に記載のとおり、Supply Side Platform 事業者への手数料が発生しております。但し、手数料の金額が当社に通知されず、広告収入から手数料を差し引いた金額のみが当社に入金される場合もありますが、この場合は、広告収入から手数料を差し引いた金額を売上高として計上し、費用としての手数料は計上されません。なお、変動費の割合については、現時点、開示を控えさせていただきます。

質問:モバイル事業部「購読/売り切り型」販売の場合、販売手数料が 30%程度発生することが分かっているが、それ以外の変動費があるか?

回答:その他で大きな変動費はございません。

質問:当該販売手数料の場合、今年から Google が手数料を 30%→15%に引き下げたことにより、当社損益にプラスの影響があると考えられるが本当か? 更に、当社の「購読/売り切り型」の売上のうち、android での売上は何%程度になるのか?

回答: Google 社の手数料の変更につきましては、以下の URL のとおり、2021 年 7 月 1 日より、デベロッパーの年間売上高が 100 万ドル(USD)までの場合は手数料が 15%、100 万ドル(USD)を超える場合は手数料が 30%になっております。従って、FY2021/12 以降の業績にプラスの影響があるのはご認識のとおりとなりますが、当社は売上規模的に後者の手数料のウェイトが高いため、その恩恵はそれほど高くないと思われまます。

●Google Play サービス手数料の変更(2021 年) - Play Console ヘルプ

<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/10632485?hl=ja>

なお、OS ごとの売上比率については、現時点、開示を控えさせていただきます。

ソリューション系

質問:ソリューション事業における受託開発業務にて、御社の競合となり得る会社はどこでしょうか？

回答:特に東京エリアにおいては、Webの先進技術を強みに受託開発を生業とする企業が競合と成り得えますが、具体的な社名の開示は控えさせていただきます。

質問:ITソリューション事業部はほとんど人件費で構成されている。今年と来年度の人件費の変化はどのような予定か？

回答:ソリューションセグメントも、モバイルセグメントと同様、ITエンジニアの量(人数)及び質(能力及び経験)いずれも増加させる方針であるため、FY2024/12のITエンジニアの純増数は3人であるものの、FY2024/12の人件費はYoY+10.2%の14億5,200万円の計画を予定しております。高採算な受託案件の獲得を強化することにより、この人件費の伸びを上回る利益の額と率の創出に注力してまいります。

質問:ITソリューション事業の収益性はどうですか？

回答:決算開示資料P54~P55に記載のとおり、FY2023/12はハイスキルなITエンジニアを大量に採用したため、採用費は著しく上昇しましたが、これは一時的な現象です。前述のITエンジニアの採用効果により、より収益性の高い案件を獲得することが出来ます。そのため、今後、売上高・利益共に増加する見込みです。

質問:IT技術者の一人当たりの人件費は、1年前からどれくらい増えていますか？

回答:IT技術者の一人当たりの人件費のYoYは、現時点、開示を控えさせていただきます。

質問:ソリューション事業で成長性や、またもし可能であれば過去の具体的な実績・案件についてもう少し詳しく説明を聞きたかった。

回答:法人クライアントとの契約上、具体的な案件内容や取引先名等の詳細情報は開示出来かねますが、多彩な業種業態の著名な法人クライアントからのアプリ開発等の受注が順調に増えております。

質問:ソリューション事業でIT、AI等高度技能者を増やすため、M&Aを活用することによって成長を加速してはどうでしょうか。

回答:ご進言ありがとうございます。決算説明資料P39に記載のとおり、ソリューション人材力拡大のため、今2QよりM&Aの調査を開始する予定です。

その他

質問: 今回の決算に合わせて定款の一部変更が発表されて、その中で広告業および広告代理業、有価証券の保有と運用などを事業の目的とするとともに、本店の移動も発表されていますが、その意図や方針をお聞かせ願います。

質問: 今回の決算に合わせて定款が変更されていますが、追加された広告、広告代理業、有価証券の保有および運用、本社移転について、意図や方針について知りたいです

回答: 事業の目的に「広告業および広告代理業」を追加した理由は、当社の主な売上がモバイルセグメントの「アプリ広告収入(サービス業)」である実態を踏まえての判断となります。また、同じく事業の目的に「有価証券の保有と運用」を追加した理由は、株主様から預託された余剰資金を有効活用するためとなります。そして、本店の移転は、当社の創業の地が名古屋であったため登記上の本店所在地を名古屋市にしておりましたが、現状では事業の中心が東京になっている実態を踏まえての判断となります。

質問: 近年、大企業においても不祥事が相次いでおりますが、御社の企業規模に応じた内部管理態勢の構築方針についてお話しください。

回答: 当社では、リスク・コンプライアンス委員会を原則毎月 1 回開催し、当社を取り巻く経営上のリスクに対する管理・対応や、法令遵守体制の整備に取り組んでおります。また、当社では、各種分野に精通した複数の法律事務所等と顧問契約等を締結しており、不祥事等の事案が発生した場合は、速やかに弁護士や会計士等の専門家に相談できる体制を構築しております。

質問: 神谷社長や村上常務の持ち株の売出しはあるのでしょうか？あるいはエクイティファイナンスで増資が必要になることはありますか？

回答: 神谷と村上が保有する株式の売出しにつきましては、申し訳ありませんが、個人判断に依るものであるため、回答を控えさせていただきます。資本戦略につきましては、あらゆる可能性を排除せず検討してまいります。

質問: M&A 対象の企業はどのような業種をご検討でしょうか。

回答: M&A は、今 2Q より調査を行う予定であるため、現時点では、具体的には検討いたしておりません。

質問: 立会外分売を予定されているかと思いますが、流動性を高める。その先のゴール(プライムを目指す?)を教えてくださいませんか？

回答: 株主の皆様のご期待に応えられる様、中長期的に業容の拡大に勤しんでまいります。ゴールと思われるものは、現状、明確に設定しておりません。

質問: アイビス内の従業員にはどれくらい絵を描く人がいますか？同人誌を描く人もいるのでしょうか？

回答: 上記のいずれのご質問についても社内調査しておりませんので、お答えいたしかねます。

質問: 海外投資家を増やす為の施策はありますか？

回答: 海外投資家を増加させるためには、時価総額を少なくとも 300~500 億円に増やさなければなりません。従って、まずは国内の個人投資家・機関投資家に向けた IR 活動を注力させていただいております。

質問:IRの更新頻度を今よりは増やしてほしい

回答:限られたリソースのなか、株主様のご期待に応えられる様、IRの質・量と共に順次拡充してまいります。

以上

(株式会社アイビス経営企画室、2024年2月28日作成)