

目次

1.外部環境について	1
2.四半期業績について	1
3.事業内容について	2
4.財務・KPI等について	4
5.成長戦略について	5

1.外部環境について

Q1 物流業界の2024年問題とは？（2023/5/15更新）

働き方改革関連法によって、2024年4月から「自動車運転業務における時間外労働時間の上限規制」が適用されます。ドライバーの労働時間に罰則付きで上限が設定されるなどにより、運送・物流業界において、会社・ドライバー・荷主それぞれに問題が生じるおそれがあります。

Q2 2024年問題はスマートドライブの事業にどのような影響があるか？（2023/5/15更新）

労働時間の制限によって今まで以上に効率化が求められますが、当社のサービスは車両データの活用による生産性の向上やコスト削減に効果があるため、ニーズの拡大を期待しています。

2.四半期業績について

Q1 各事業のうち、イニシャル売上とリカーリング売上の内訳は？（2025/11/13更新）

		FY2024通期	FY2025通期
FO事業	イニシャル売上	811	1,113
	リカーリング売上	1,003	1,379
AO事業	イニシャル売上	114	128
	リカーリング売上	217	208
海外事業	イニシャル売上	0	0
	リカーリング売上	26	49
合計		2,173	2,878

Q2 2025年9月期計画に対し、売上が未達であった理由は？その対策は？（2025/11/13更新）

大型案件および新サービス受注が未達であったことなどが主な要因です。

Q3 2026年9月期の売上計画は前年比で大幅に増加率が上昇しているが、内訳は？（2025/11/13更新）

リカーリング売上積み上げ、新規受注、2026年9月期中のインターゾーン株式100%取得による増加を見込み、前年同期比+59%と増加率の大幅な上昇を計画しています。

Q4 2025年9月期第4四半期は営業利益率が17%であったが、今後の営業利益率見通しは？

(2025/11/13更新)

販管費増加額が売上増加額を下回る傾向にあり、営業利益率の上昇が継続する見通しです。

- Q5** インターゾーンのM&Aの業績影響・業績寄与の見通しは？(2025/8/13更新)
短期的には事業シナジーによる各社への業績影響が来期以降見込めます。
中長期的には事業シナジーの進捗を勘案した上での株式追加取得(完全子会社化)とそれに伴う全部連結処理による業績影響・業績寄与が来期以降で見込まれます。
- Q6** 今後、時期ずれは発生しないのか？(2025/5/14更新)
時期ずれ発生を回避するための納期徹底や顧客との契約条件変更等の対応を第2四半期に開始しており、今後は発生しない見通しです。
- Q7** AO事業の売上高構成比率が低下傾向だが、社内の評価は？(2025/5/14更新)
AO事業はパートナーとのプロジェクト進行に依存するため、通期計画ではAO事業の予算は前年とほぼ同額としています。また、通期計画に対して第2四半期末時点のAO事業の進捗は計画通りです。

3.事業内容について

- Q1** どのような企業規模からの導入が多いか？
SmartDrive Fleetは、利用車両台数が数十台から数百台の中小企業への導入に競合優位性を有しております。工事不要で、かつ、直感的で分かり易いUI/UXで簡単にサービスの利用を開始し、事故削減・日報作成の自動化・現在位置把握等の具体的な課題解決に活用できる点などが競合優位性を支えています。
- Q2** モビリティデータとは？
GPSデータ(緯度経度/GSP速度/GPS精度等)や加速度センサーデータ、運転動画データ、事故実績データなどの「収集データ(ローデータ)」に加え、安全運転スコアリングや訪問効率分析・利用車両台数の最適化分析・EV車両への切替シミュレーションなどの各種分析データ、AIにより算出される車両事故率予測データなどを含む「提供データ」があります。
- Q3** モビリティデータの価値は？どのような用途への展開、並びにどのようなマネタイズを想定しているのか？
弊社としては、①サービスの開発運用を自ら行い、サービスを直接提供する部分(SmartDrive Fleet等)、②自動車OEMやリース会社等のパートナーの裏側に入り、DX化を支援すると共にパートナーの事業共創を支える部分(ホワイトラベル提供、データ分析基盤提供含むプラットフォーム基盤提供)、③そこから集まった移動にまつわる様々なモビリティデータ(事故履歴、整備履歴、保険など)を活用したアフターマーケット領域や周辺領域における新たなビジネスを創造していく展開を考えております。
- Q4** 競合状況は？
SmartDrive Fleetなどのサービス単位・アプリケーション単位では競合も存在しますが、モビリティデータプラットフォームとしての競合は現時点において認識しておりません。
また、エンドユーザーに直接サービス提供するフリートオペレーター事業に加え、自動車OEMなどに向けたアセットオーナー事業の双方を展開する競合は認識しておりません。
- Q5** 自動車OEMが競合となる可能性は？
エンドユーザーと常時接点を持ち、メーカーや車種を問わずマルチデバイスに対応可能なオープンプラットフォームであることは、ユーザー目線のサービス開発において重要な要素となりますが、自動車OEMの立場では、原則として自社販売の車両に対するサービス提供に閉じられてしまうため、その実現が難しい状況です。
また、自動車OEMには基本的にハードウェアの専門人材が多いですが、弊社内はデータの活用や分析、新規サービス開発を専門とする人材を有するため、「競合」ではなく、ハードウェアの製造

やデータ収集等は自動車OEMが担い、その後のデータ分析や利活用、データを基にしたサービス開発は弊社が担う、といった棲み分けによる協業関係が築けております。

Q6 海外における類似企業は？

海外においては、Otonomo社やSamsara社などが、弊社事業と比較的類似した事業を展開しております。Otonomoはデータのプラットフォーム部分のみ、SamsaraはIoTセンサーを活用したサービスのみのため、弊社の実現しているデータプラットフォーム及びそのプラットフォームを活用して自社でも実際にサービスを開発する両輪が差別化になっていると考えております。

Q7 海外における類似企業との競合可能性は？

参入可能性はゼロではありませんが、上記企業は欧米の企業であり、ヨーロッパやアメリカという大きなマーケットが既にある中で、当該欧米企業が敢えて言語や商習慣・法令の壁を乗り越えて日本や東南アジアのマーケットへ参入する可能性は比較的低いと考えております。

また日本や東南アジアでの事業展開には、現地でシェアを持つ自動車OEM、保険会社、リース会社との提携が重要になりますが、日系企業がシェアの多くを占める日本・東南アジアにおいては、欧米の類似企業よりも日本に拠点を置く弊社を選ぶメリットが大きく、これら理由により日本・東南アジアが弊社にとってのホワイトスペースになると考えております。

Q8 成長ドライバーは何か？

現時点においては下記が成長ドライバーであると考えております。

- 1 フリートオペレーター事業とアセットオーナー事業の双方を事業展開するユニークなポジション
- 2 アライアンスパートナー企業とのオープンで非排他的な事業展開
- 3 社内にエンジニアやデータサイエンティストを多数擁すること。また、収集したデータ等を活用して事業化・マネタイズする事業開発担当者やセールス人材が充実していること

Q9 アセットオーナー事業はどのようなサービスか？(2023/5/15更新)

フリートオペレーター事業によって日々収集されるデータを活用して、他社と新たなサービスの立ち上げなどを行っています。具体的には、リース会社・メーカー・保険会社等に向けた事業化支援やデータ利活用支援などです。

4.財務・KPI等について

Q1 サービスの契約単価・料金体系は？

(イニシャル売上)

シガーデバイス:3万円~5万円

ドライブレコーダー:5万円~7万円

(リカーリング売上)

月額サービス利用料:1台当たり2,500円~3,000円

Q2 イニシャル売上とリカーリング売上の構成比は？

凡そ、イニシャル売上:40%~50%、リカーリング売上:50%~60%となっております。

Q3 事業種別の売上の構成比は？

凡そ、国内フリートオペレーター事業:70%~80%、国内アセットオーナー事業:20%~30%となっております。

Q4 デバイス販売が、リカーリング売上の増加に繋がる理由は？

原則として弊社サービスを利用するためには、モビリティデータ取得のための媒体としてのデバイス購入が必要になっているため、デバイスの販売は、サブスクリプションサービスであるリカーリング売上の増加に繋がっております。

なお弊社としては、モビリティデータの分析やデータを活用したサービス開発・提供こそが弊社事業の主として捉えておりますので、マルチデバイス対応によってデバイス販売を経ずに、サービス提

供のみ行うようなケースも今後発生すると想定しております。

Q5 従業員の職種別人員構成は？

エンジニアやデータサイエンティストなどのプロダクト人材が45%程度、セールス・マーケティング・事業開発人材が50%程度、バックオフィス人材が5%となっております。

Q6 事業別・売上種別における売上総利益率は？(2023/5/15更新)

フリーオペレーター事業・アセットオーナー事業間では大きな差はございません。若干アセットオーナー事業は利益率がより良い傾向がございます。また、イニシャル売上の利益率は約50~60%、リカーリング売上の利益率は約70~80%です。

Q7 販管費の主な内訳は？(2023/5/15更新)

人件費が最も構成比率が大きく、その他は広告宣伝費・フリーランスエンジニアの外注費などが主になります。

Q8 売上に季節性はあるか？(2023/5/15更新)

大きな影響はございませんが、3月末や9月末は顧客が決算期を迎えるため、若干の影響がございます。

5.成長戦略について

Q1 研究開発投資、広告宣伝や営業人員増加など、今後の事業成長に向けて、どのような領域に注力していく見込みか？

短期的には、新規顧客獲得のための広告宣伝や営業人員増加、及びレバレッジを効かせる為に販売代理店の開拓やパートナー企業との共同サービス開発、国内アセットオーナー事業での販売促進など、「既存事業の最大化」に注力いたします。

中長期的には、収集したモビリティデータの収集促進や研究開発活動、事業シナジーのある企業のM&A実施などを通じて、新たな事業領域・新たなサービスの開発、さらに各種モビリティデータを活用した価値創出・新たなビジネスモデルの開発・構築に注力する予定です。

また、並行して東南アジアを中心としたグローバル展開にも注力いたします。

Q2 人材について、予定している採用ペースは？

現時点での社員は約80名ですが、全職種にて厳選した採用を行う予定です。なお、パートナー企業や代理店との共同販売活動など、既にある程度はレバレッジの効くビジネスモデルとなっているため、当面の間は、通期で20%程度の増員・採用を想定しております。

Q3 今後のM&A戦略は？

弊社が取得しているモビリティデータとの掛け合わせで新しい価値創造ができるようなデータ、もしくは製品を抱える会社、また海外をはじめとする新しい市場で一定のユーザー基盤もしくはより市場にマッチした技術を保有している会社に対しては、将来的にM&Aの実施を検討する可能性がございます。

Q4 代理店経由の販売比率は？(2024/2/14更新)

2024年9月期第1四半期末時点では約1~2割であり、直販が主となっております。

Q5 57 Code Box Sdn.Bhd.社の株式取得の目的は？(2024/8/13更新)

M&A積極施策の一環として実行し、海外事業でのプロダクト開発要員の確保と57 Code Boxの技術・開発力を活用し、EVをはじめとした再生エネルギー関連の新領域へ拡大を目的としています。

Q6 ロールアップM&Aを進める理由は？(2025/8/13更新)

当社グループ内でアセットオーナービジネスを展開することで、アセットオーナーとそのユーザー

が抱える経営課題の解像度を上げる目的です。

- Q7** 中間持株会社の設立はどのように企業価値向上に寄与すると考えるか？(2025/8/13更新)
新規事業や新規サービスの効果検証を自社グループ内で完結できることで、サービスローンチまでの期間短縮が可能となり、事業成長に寄与します。
また出資先企業群が有する商流・顧客層の獲得、並びにPMIやDX支援等を通じたアセットオーナービジネス事業者群自体の収益性向上と付加価値向上、それに伴う当社グループ全体の企業価値向上が期待できます。
- Q8** 直接出資ではなく、中間持株会社を設立する理由は？(2025/8/13更新)
整備工場や新車・中古車販売店などのロールアップM&Aの対象と、これらの会社のDXを進める役割である当社やインターゾーン社とのグループにおける位置付けと役割を明確にする目的です。
- Q9** M&Aの対象事業領域は？(2025/8/13更新)
当社やインターゾーン社の既存サービスや知見・ノウハウを最大限活用できるレンタカー運営会社、整備会社、新車中古車ディーラーをメインターゲットとします。将来的には駐車場運営会社や公共交通運営会社等のその他領域も対象としていきます。
- Q10** 中間持株会社の経営体制は？(2025/8/13更新)
設立当初は当社代表取締役が代表を務める予定ですが、自動車販売やレンタカー、整備分野に精通した人材の採用を進めています。
また、社外取締役である志賀氏や長島氏、およびインターゾーン代表取締役の鏡山氏は、自動車産業やカーアフターマーケットへの知見が深く、アドバイザーとしての貢献が見込まれます。
- Q11** M&A資金の調達方法は？(2025/8/13更新)
手元資金の活用や、銀行借入をメインに進める予定です。
- Q12** M&A後のPMI(企業統合活動)に懸念はないか？(2025/8/13更新)
2024年に実施したマレーシアのシステム開発会社57 code box社のM&Aでの経験と実績を活かし、かつ中間持株会社内には事業会社の経営経験を有する人材・経営体制を配置するため、懸念はありません。
- Q13** M&A時に発生するのれん償却による利益への影響は？(2025/8/13更新)
M&A対象は自動車販売会社や整備会社であるため、過剰な評価額になるリスクは低いと考えています。
また、M&A候補企業選定において特にのれん発生額を重要視しており、利益への影響は可能な限り抑える方針です。

以上