

各位

2025年4月16日
セーフィー株式会社

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

当社は、2025年3月18日（火）に実施した当社カバレッジアナリストとの面談について書き起こした内容をお知らせいたします。面談には当社代表取締役社長CEOの佐渡島 隆平が回答させていただきました。

【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. 注目・興味関心を持つ社会的/技術的なトレンドについて

佐渡島社長が足もと注目・興味を持っている社会的/技術的なトレンドについて、業界や企業はどういったところで、どういった理由になりますか。

足元の社会的および技術的なトレンドとしては生成AIが非常に注目されていると感じています。生成AIについては動画データから類似の示唆を抽出できるようになっており、私自身も積極的に取り入れて活用しています。コスト面や実装面ではまだ課題が残っており、完全に普及するには時間がかかると考えていますが、社会的・技術的なトレンドとして大きなインパクトを持つものだと思います。

社会的なトレンドとして日本においては、労働人口の減少が挙げられます。

世界的なトレンドとしては、セキュリティへのニーズが高まっている印象があります。特に、サイバー犯罪のような集団犯罪の問題は、日本だけでなく、世界中で発生しており、情報技術の革新とともにそのリスクは拡大しています。こうしたセキュリティ市場は今後さらに成長すると予測しており、それに対応するために新たな企業を立ち上げる動きもあります。我々もセキュリティの分野に注力していく所存です。

また、働き方としてのリモートワークも、人手不足のトレンドの中で重要性が増していると感じています。この点についてもしっかりとフォローアップしていくつもりです。

具体的な業界や企業について言うと、やはりGAFAMの動きには非常に興味があります。例えば、オープンAIではMicrosoft Copilotが登場し、生成AI向けの取り組みも含めて非常に大きなトレンドを作り出しています。アメリカや中国のIT業界の動きが最終的には最も大きなインパクトを与えると考えており、そうしたトレンドに我々も注目し、システムを活用するだけでなく、関心を持ちながら取り組んでいると感じています。

特に、MicrosoftのようなGAFAMが電力供給にまで関心を持ち始めている点は、世界的にもトレンドになっており、業界を超えたクロスオーバーの視点を持ちながらトレンドを把握する必要があると感じています。

2. セーフティーのサービスと生成AIの関連性について

お話の中で現時点では生成AIをそこまでサービスに導入されているわけでは現状ないという認識を受けました。比較的近い将来、どのような活用ができるかお聞きしたいです。

例えば、飲食チェーン店で、行列があるにもかかわらず席は空いている状況があるかもしれません。現在は、行列が伸びている状況が可視化されていないため、お客様が帰ってしまうことがあります。こうした問題に対して「行列が何人以上になった場合、席に空きがある場合はすぐに案内するオペレーションを指示する」ように生成AIを用いたアプローチが可能です。「現在、55人が並んでいるので、すぐにお客様を席に案内してください」というように、AIが判断して即時対応ができるようになると、機会損失が減ります。また、欠品発生時には、AIで欠品検知をし「すぐに補充対応してください」といった指示を出すことができます。これが生成AIの面白くて有効なポイントであり、人間が文章で指示を出す状況をAIが効率化してくれる点が大きな利点です。

さらに、施工管理や安全管理の分野でも活用が可能です。例えば、重機と人がぶつかりそうな状況があった場合「何人が対象だったか」をAIに尋ねると、すぐにレポートで結果を出してくれます。このように、映像を使ってプロンプトベースで情報を検索し、リアルタイムで示唆を提供できるようになることで、今後大きなインパクトを与えると考えています。

LLMベースの生成AIの場合、テキスト情報を示唆としてテキストベースで出力するプロセスが基本だと思いますが、映像情報を示唆する場合との大きな違いはなんですか。
データ量が増えることによるコストの増加が考えられるのか、
それとも、他にボトルネックになり得る部分はこういった部分にありますか。

データ量自体も大事ですが、実際に一番コストに影響するのは、そのデータを処理するために使うGPUの使用量です。私たちの強みとして、他の会社にはないポイントがあります。それは、全てのカメラが繋がっていて、すでにプラットフォームが構築されている点です。このおかげで、個別に開発する手間が省けます。

実際に、スーパーゼネコンの現場には、ほぼ全ての現場で私たちのカメラが導入されています。例えば「安全」という条件のみで生成AIを活用し重機を管理するとすると、すごくコストがかかります。一方「安全」の切り口からより絞り込んで、重機と人間が接近する状況やヘルメットの着用状況などの確認すべきポイントが明確にわかれば、その部分だけを生成AIに学習

させることで特別なAIを低コストで提供できます。こうすることで、AIを個別にカスタマイズしながら、非常に安価に運用することが可能になります。膨大なデータとプラットフォームが必要ですが、私たちはすでにその基盤を持っているので、他社と比べてコスト面で圧倒的に優位性があります。

さらに、私たちの強みは現場から得られる一次データを持っている点です。このデータを活用することで、得られた示唆と全知全能的な生成AIをうまく組み合わせることが、今後の大きなトレンドになると考えています。他社の多くがAI学習に使っているデータはインターネット上に散らばっているものですが、私たちは建設現場という生の情報を持っているので、その現場に特化した学習を行い、より実践的な社会実装を迅速かつ低コストで進めることができます。

私たちが構築したデータプラットフォームの価値は、今後さらに際立っていくと感じています。プラットフォームとしてデータを持ち、生の現場データを活用できる点が、セーフティーの大きな強みであり、生成AIを展開するうえでの優位性だと思っています。

今後、本格的に生成AIを提供する上で、
お客様のデータをどのように取り扱っていらっしゃるでしょうか。

例えば、ゼネコンが競争するポイントには、建物のデザインの独自性や安全性、耐久性などがあります。しかし、施工管理における「安全管理」自体は競争領域ではなく、各社が差別化を図っている部分ではありません。現場で死亡事故を起こさないことは、業界全体で「当然守られるべき前提」であり、安全性を確保することは絶対条件とされています。そのため、安全性を担保するためであれば、データの活用に対しては積極的で、協力的な姿勢を見せる企業も少なくありません。実際に「安全管理」に関するデータを提供するので、それをもとに新しいサービスを開発してほしいという声が、私たちのもとに多く寄せられています。

この点において、もし1社がしっかりと実行できれば、その取り組みが業界全体に広がっていくこととなります。そのためには、規約に同意していただくことが必要で、プラットフォームサービスとして進めていく形となります。最終的には、そうした進化を支援するために必要な規約や合意形成は、迅速に結べると考えています。

そのサービス実現の時間軸のイメージとして、
象徴的な事例が出るのは今年中や来年中か、長い時間軸かというのでしょうか。

NEDOの8億円強の委託費を活用して進めているプロジェクトでは、今年中にサービスの事例創出という成果を出せる見込みです。実際に展示会で、棚の欠品を自動で検出して通知する生成AIを展示するなどPoCレベルで成果が出ており、今後どんどん展開できるような状況が整ってきています。

建設業界や小売業界での生成AIを活用したサービスへのニーズは非常に高いと認識しましたが、実装への現状のボトルネックはGPUの調達難しさになりますでしょうか。

私たちはAmazonのシステムを利用しているため、GPU調達に関しては問題ないと考えています。重要なのは統合管理を進めるためのサービス設計で、それを実現するためにはエンジニアリングリソースが必要になり、さらに拡充したいと考えています。

本日もう1つお伝えしたいのはカメラのクラウド化とオンプレ化の併用サービスを水面下で進行している点です。既設のカメラを全てクラウドドリブンに変え、データをローカルで暗号化するため、コスト削減も実現されるイノベティブなプロダクトです。エンタープライズセールスも好調のため、さらなる顧客獲得やデータ活用を加速化させることができ、そこに生成AIを活用したソリューションを載せて提供できるようになります。

これまでは新規店舗にカメラを導入することが多かったのですが、既設カメラも含めた全店舗への導入が可能になるなど、非常に大きなインパクトが出せると思っています。

3. セーフイーの成長戦略について

重要なKPIはカメラ台数販売から、ソリューション提供へと移行していくイメージですか。

そうですね。今後は、カメラの接続台数と接続されたカメラからのソリューション提供が重要です。全てのデータをセーフイーで取り扱う形にすることで、ただカメラを販売する従来のカメラ設置プロセスを変えることができます。カメラの台数自体は市場にすでに広がってきていますが、それに対して明確なソリューションを提供できるようになるのは、大規模なデータプラットフォームを持っているからこそ実現できると確信しています。

今後の中長期的な目標達成については、オンプレカメラ市場をしっかりと獲得できれば達成可能な規模感なのでしょうか。それとも、生成AIやその他のソリューションをしっかりと販売していくことによって達成できる規模感なのでしょうか。

最終的には、クラウドとオンプレのハイブリッド方式で進めることが大きな参入障壁やサービスの強化につながると考えています。防犯カメラ市場規模が3000億円ある中で、ローカル向けに明確なサービスを提供し、市場シェアの2割や3割を獲得できればと思います。しかし、ハイブリッド方式で進めるからこそ、お客様の設備投資の選択肢として、セーフティーのプラットフォームを選んでもらえることが一番大きなポイントだと考えています。ただし、「安いから選ぶ」というだけでは限界があると思うので、今の時代においては、実際に役立つものであることが重要だと感じています。

サービスの提供価値が高まればプラットフォームの価格を上げていく話も、今後期待できますか。

1台あたりのカメラ利用料は下がる可能性があると思いますが、大量導入が進むことで1アカウントあたりの売上は増えると考えています。これまでは課金カメラ1台あたりのARPC（売上単価）で説明していましたが、今後ソリューション導入が増えるにつれ、顧客単位での成長が重要になってくると思います。我々はパートナーセールスと同時に進めているので、その成長をどのように株式市場で指数として開示していくかは、少し難しい点もあります。ですので、今後はその部分についてさらに検討が必要だと感じています。

昨年、創業10周年を迎えたが、創業時の目標に対してできたこと/できなかったこと。また、次の10年ではどのような会社になることを目指していますか。

創業当初からの「映像から未来を作る」というビジョンを掲げてこの会社を設立していますが、そのプラットフォーム型ソリューションを着実に作り上げていると感じています。ただ、これまでの10年間はコロナ禍が影響し、何かが動き出しそうではあったものの、意外にも思うようには進展しませんでした。しかし、この1年半で生成AIの急速かつ驚異的な進化を目の当たりにし、私たちのサービスにも急激な追い風が吹いていると感じています。最初は文字ベースで挨拶文を作る程度だったものが急速に進化し、DeepSeekやOpen AIは、人間より賢くなるレベルに達しています。さらに、映像や音声などのマルチモーダルにも対応できるようになり、ここから10年は指数関数的に進化が早くなることを実感しています。

私たちが目指す2030年には、あらゆる物や人間、ロボットの自動化が進み、社会全体で映像をデザインしながら活用する世界が広がると考えています。この加速は今後さらにスピードを上げていくと感じており、私たちのビジョンである映像を使った意思決定の変革は変わらないものの、より具体的な未来が見えてきていると感じています。

例えば、セキュリティ分野では、警備の世界で人手をかけるのではなく、遠隔地から認証テクノロジーを用いて行われるようになります。

特に注目しているのは保険業界で、データドリブンでリアルタイムに示唆を行うことで、事故が起きないようにする仕組みが作られる未来が見えています。このように、金融市場でIoTを先駆けて拡大していくと考えています。

そのような未来を実行に移しつつあり、次の10年間で起こるであろう変化としては既存の産業に非常に大きなインパクトを与えるだろうと、イメージしています。

4. 佐渡島とセーフィー役員陣の時間の使い方について

佐渡島社長の全体の時間を10としたときに、何にどれほど時間を割いていますか。

曜日ごとに業務を分けています。月曜日は主に社内でのマネジメント会議や1on1が中心になっています。それ以外では時間では、約2割程度をエンタープライズセールスに充てています。現状、エンタープライズセールスが非常に好調で、営業チームと一緒に顧客先のトップを訪問する機会に充てています。

次の約2~3割程度は、スタートアップ企業とのミーティングに使い、さまざまな企業との連携を深めています。例えば、耳のヘッドセット「BONX」を使ってソリューションを向上させる提案やソニーと一緒にMUSVI株式会社に出資するなどの活動、「RURA」ではリモート接客の仕組み作りを進めています。最近出資した製造業向けの会社「フツパー」のマネジメントやソーシングを含めた話し合いも主導的にやっています。

残りの約2割は、組織運営やパートナー企業とのやり取りに充てています。セコムさん、キヤノンさん、NTTグループさんの首脳陣との会合もあり、さらに1割程度は社長同士の関係構築にも力を入れています。

取締役会で最も多くの時間をかけて議論されているテーマはどういったものですか。

中期経営計画に尽きると思っています。2030年に向けての社内の目標設定については、この開示内容とは別にしっかりと策定しており、投資家の方々の視点も意識しています。社内では毎年さらなる成長を目指すべきだという意見が多く、自分たちのストレッチ目標をゼロベースで考えて設定し、成長をドライブすることが重要だと議論しています。

実際に、取締役会や合宿ではこのテーマについて深く議論しています。この合宿を主催しているのは社外取締役の岩田さんで、岩田さんは売上4,000億円の会社を作った方です。そのため、短期間での上成長を実現するためにはどうするかという視点で事業計画と一緒に議論して作り上げています。

5. 市場からの企業評価について

投資家から、セーフイーのどのような点をもっと評価してほしいですか。

今後、さらに高い成長を遂げたとして、もし株価水準が変わらないのであれば、何かギャップがあるのではないかと感じます。もし投資家の方との評価にギャップがあるとすれば、それを埋めるために、IR活動を通じて投資家の方々に対してもしっかりと積極的にアプローチしていく必要があると考えています。

【本件に関するお問合せ先】

セーフイー株式会社 IR担当 Email:ir@safie.jp