



2025年8月8日
株式会社Arent
代表取締役社長 鴨林 広軌
(東証グロス：5254)

2025年6月期 決算説明会 質疑応答まとめおよびアーカイブ動画公開のお知らせ

■ 決算説明会のアーカイブ動画

<https://youtu.be/E5cmnE5eMeQ>

■ 2025年6月期 通期決算説明資料（2025年8月7日開示）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/5254/tdnet/2669039/00.pdf>

質疑応答まとめ

※本内容は、内容の重複した質問などを含め、当社にて簡潔に再構成したものです。説明会での実際の順序や表現とは一部異なりますので、あらかじめご了承ください。

【業績・財務】

■ 今期の売上計画が控えめに見える理由

- PlantStreamの完全子会社化に伴う会計処理変更が主因。
- 従来はグループ内取引が売上に含まれていたが、前期4Qから相殺消去。
- 見かけ上控えめに見えるが、実質的な事業進捗は順調。

■ 営業利益鈍化の理由

- 会計処理変更による見た目上の影響。
- 経常利益ベースでは順調な成長を維持。

■ 足元の業績動向

- DX事業は標準化と再現性のある体制構築が進行中。
- プロダクト事業は買収企業へのAI実装・営業支援が進み、立ち上がりは順調との見解。

■ 今期業績の進捗

- 本開発の進捗は下期寄り。売上・利益も下期で本格化する見込み。

■ PlantStreamの完全子会社化と会計処理

- 【従来】PlantStream社への受託開発売上はArentの外部売上計上（実際は、持分割合相当の未実現損益の調整をしているものの、説明を簡潔にするため省略）、PlantStream社の損益は持分法を適用し、営業外損益で50%のみを取り込む。
- 【現在】PlantStream社への受託開発売上は内部取引として相殺消去、PlantStream社の売上・費用をフル連結。
- 【影響】営業利益率は見た目上低下も、実態に即した明瞭な会計に移行。

【中長期戦略】

■ 中期経営目標と事業構成比

- 中期経営計画は現時点で未公表。数値目標も非開示。
- プロダクト事業の売上構成比は中長期的に70～80%を目指す（DX事業も成長継続）。
- M&Aによる買収企業の利益率は10～20%が一般的だが、自社支援により40～50%を目指す。

■ 経営課題と注力領域

- 中長期の成長には自信。
- 短期的には営業体制、新規事業、AI導入などの負荷を意識。
- 短期のブレが長期成長を妨げないようにバランス重視。

【プロダクト・開発戦略】

■ PLANETS・PlantStream以外の開発事例

- クライアント都合により具体名は非開示。
- 複数の新規案件が進行中で、了承が得られ次第、開示を検討。

■ PLANETSと大林組のWELCS placeの違い

- 一部機能は重複するが、アプローチと強みは異なる。
- PLANETSは設計～施工～運用管理をSaaSでつなぐ統合プラットフォーム。
- ウェルックスプレイスは運用管理業務に特化し、IoT・センシングに強み。

■ ノーコード開発と開発方針

- ノーコードやAI活用による開発効率化を模索中。
- UI中心開発やReplitのようなツールにも関心あり。
- 「コードを書かない開発」も将来の可能性として捉えている。

■ Procollaの権利と営業体制

- 商標はArentが単独保有。
- 大林組の知見を得ながら開発し、販売は代理店（オプライゾン）を通じても行っている。

■ DXとプロダクトの連携

- DXからプロダクト導入への流れは増加傾向。
- 大企業はDX→プロダクトの流れ、中小企業はプロダクト単体営業が主。

■ 製造業DXへの展開

- 現時点では建設業に注力。将来的に製造業への展開も有り得る。

【営業体制・マーケティング】

■ 商談数とリードタイム

- 商談数は過去の5倍（約200件）と過去最高。
- リードタイムは長期化傾向だが、リソース集中によりPoCや本開発へ注力。

■ DXとプロダクト営業の体制

- DX事業からプロダクト事業への展開はあるが、その逆はない。
- プロダクト営業は専任体制。

■ 共創開発のCVR改善と体制強化

- 社内体制（営業・コンサル・PM）の整備によりPoCから本開発への移行が円滑に。
- 下期にかけて売上・利益への寄与が本格化する見込み。

■ 営業体制の強化

- 直販モデルへのシフトを進行中。
- 元キーエンス出身の営業5名を採用し、プロダクト営業を強化。

■ プロダクト営業人員と今後の方針

- 現在は試験運用段階。LTV/CACの実証をもとに拡充予定。
- 成果が出れば営業人員を大幅に増強。

【M&A戦略・PMI】

■ M&A戦略と実現性

- 約100社の買収候補に対して高いコンバージョン率を実感。
- 業界特化型戦略が売り手企業に評価されている。
- プロダクト事業の売上30～40億円はそう遠くないうちに目指せる水準と捉えている。

■ M&Aのシナジーと課題

- AI機能の追加、営業支援など買収企業との連携が進展。
- 「もっと支援してほしい」という声が増え、グループ内連携も検討。

■ スタッグ社の買収における株式交換

- 経営陣に同じ目線で成長に参加してもらう目的。
- 現金買収では税負担が大きく、株式交換が双方にとって合理的と判断。

■ 海外M&Aと将来展望

- 現時点では国内に注力。
- 将来的にはConstellationのようなモデルを目指し、海外展開も視野に。

■ Constellation Softwareとの違い

- 「徹底して安く買う」戦略は参考にしているが、同様の条件での買収は困難。
- 日本の建設業界に特化しており、母集団が限られるため。
- 成長性あるプロダクトにAIや直販を組み合わせることでレバレッジをかけ、IRR最大化を目指す。

【競合・市場戦略・株主還元】

■ 競合と差別化

- DX事業：アクセンチュア等と比較されるが、Arentは建設業特化かつプロダクト主導型で差別化。
- プロダクト事業：M&Aを軸とする成長戦略はユニークで、「ラクス」などを参考にしている。

■ DX事業の営業モデルと他社比較

- トップアプローチとスピード重視のPoC展開が特徴。
- ベイカレント型やPMO中心のSlerとは異なる、開発一体型モデル。
- 自社プロダクトとAIを組み合わせた独自の営業戦略を構築中。

■ 海外展開と拠点戦略

- PlantStreamはすでに海外展開中。
- 米国・スペインに拠点設立を予定。

■ 株主還元方針

- 成長過程では配当よりも自社株買いを重視。
- 割安な株価であれば積極的に買い戻す方針。

【組織体制・人材】

■ 採用動向と人員計画

- 採用は順調に進行しているが、利益圧迫を避けるため一時的に調整。
- 営業・開発は戦略実行に向け、計画的に増員中。

■ ベトナム子会社の活用

- ベトナムはエンジニア拠点、日本はPM・PLが中心。
- 報酬水準を高めに設定し、優秀人材を確保。

【その他】

■ AI導入による業務効率化

- 一律の数値は示しづらいが、実績ベースでの発信予定。

以上