

## 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？（2024/11/13更新）

		FY2023通期	FY2024通期
FO事業	イニシャル売上	572	811
	リカーリング売上	741	1,003
AO事業	イニシャル売上	142	114
	リカーリング売上	224	217
海外事業	イニシャル売上	28	5
	リカーリング売上	0	21
合計		1,709	2,173

- Q2 2023 年度第 2 四半期において前四半期比（対 2023 年度第 1 四半期）で売上が微増となった要因は？（2023/5/15 更新）  
前四半期である第 1 四半期のイニシャル売上が大口顧客の獲得によって大きくなったためです。
- Q3 2023 年度第 2 四半期においてリカーリング売上が増加した要因は？（2023/5/15 更新）  
第 1 四半期の大口顧客獲得を含めた既存契約の積み上がりに加え、第 2 四半期にも新規顧客の獲得によって積み上げとなりました。また、契約社数についても増加が続いています。
- Q4 2023 年度第 3 四半期において AO 事業売上が前年同期比で減少した要因は？（2023/8/14 更新）  
2022 年度第 3 四半期において、大型のプロジェクト支援案件が計上されており、その反動減が要因です。
- Q5 2023 年度通期業績予想比で売上高が未達であった理由は？（2023/11/14 更新）  
アセットオーナー事業における一部プロジェクトの保留等に起因したイニシャル売上の期ズレ影響、並びに当社主催カンファレンスを無償開催としたことによるイベント売上の未達影響が主な要因です。
- Q6 2023 年度通期業績予想比で営業利益が達成した理由は？（2023/11/14 更新）  
フリートオペレーター事業における代理店経由での顧客獲得に起因した広告宣伝費の圧縮等、コスト構造の最適化が進んだことが主な要因です。
- Q7 2024 年度第 1 四半期において売上高が増加した理由は？（2024/2/14 更新）  
大型案件獲得とアルコールチェックの追い風によって FO 事業が売上増加を牽引いたしました。
- Q8 2024 年度第 1 四半期において営業利益率が前四半期比で低下した理由は？（2024/2/14 更新）  
一時的な粗利率の低下、広告宣伝費の投下によって前四半期比で低下し、赤字となりました。  
一方、第 2 四半期以降は黒字化を見込んでおり、通期計画に変更はございません。
- Q9 2024 年度第 2 四半期において売上高が増加した理由は？（2024/5/14 更新）  
大型案件の継続獲得を目指した施策が奏功したこと、加えて直販営業や販売代理店経由の新規顧客獲得が進んだことが要因です。

- Q10 2024 年度第 2 四半期において大幅に黒字転換した理由は？（2024/5/14 更新）  
大型案件提案時における利益率管理施策の徹底および一部の車載デバイス調達価格の低減による売上総利益率の上昇に加え、広告宣伝費が従来の金額規模に戻ったことが要因です。
- Q11 2024 年度第 3 四半期においてイニシャル売上の増収幅が縮小した理由は？（2024/8/13 更新）  
大型案件の受注数が前四半期と比較し減少したことが要因です。受注数は毎四半期変動があり、事業環境等の変化が起きているものではございません。
- Q12 2024 年度通期において売上が計画を△3%未達であった理由は？（2024/11/13 更新）  
主に時期ずれ案件の減収影響です。

### 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争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 車両への切替シュミ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、弊社内はデータの利活用や分析、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、当該欧米企業が取って言語や商習慣・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)**

フリートオペレーター事業・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、直販が主となっています。

**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。

以 上