

目次

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

1.四半期業績について

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？(2026/5/14更新)
(単位:百万円)

		FY2025H1	FY2026H1
FO事業	イニシャル売上	664	454
	リカーリング売上	624	839
AO事業	イニシャル売上	26	44
	リカーリング売上	103	224
海外事業	イニシャル売上	-	-
	リカーリング売上	12	21
合計		1,431	1,584

Q2 2026年9月期第2四半期(上半期累計)の売上進捗率が35%に留まっているが、その理由は？(2026/5/14更新)

上半期累計(H1)の通期予想に対する進捗率は、売上高35%・営業利益19%となっています。これは、売上・利益ともに下期偏重の構造になっているためです。具体的には、①インターゾーン連結子会社の業績取り込みが第3四半期以降に本格化する、②大型案件のイニシャル売上計上時期が下期に集中している、③AI Mobility OS等の新規案件の売上計上が下期以降となる見込み、が主な要因です。

下期に向け売上・利益ともに大幅な増加を計画しており、通期予想の達成に向けた進捗は計画内です。

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 2026年9月期第2四半期は前四半期比で営業利益率が低下したが、その理由と今後の見通しは？(2026/5/14更新)

AI Mobility OS戦略の推進に向けた人材採用・体制強化に伴う人件費増加が主因です。第1四半期の営業利益率12%から第2四半期は6%へ低下しましたが、これはH1を体制投資フェーズと位置づけているためです。

下半期は体制収益化フェーズへ移行することで利益率の回復を見込んでおり、通期の営業利益率は16%(前年通期14%)を予想しています。

なお、インターゾーン連結に伴うのれん償却等の非現金コストの影響は軽微です

- Q5** インターゾーンが100%子会社化されたが、第2四半期の業績への寄与は？(2026/5/14更新)
2026年1月にインターゾーン社の株式追加取得が完了し、100%子会社化が実現しました。同社は決算期が8月のため、第2四半期では2026年2月の1ヶ月分のみが連結取り込みとなりましたが、同社の顧客基盤(7,000店舗超)を活用したAO事業が本格拡大しました。
AO事業の第2四半期売上は200百万円(前年同期比+174%)と大幅増となっています。同社連結自体は収益に寄与しており、かつ、のれん償却等の非現金コストの影響は軽微です。
- Q6** AO事業が前年同期比+174%と急拡大したが、その背景と今後の持続性は？(2026/5/14更新)
第2四半期のAO事業売上は200百万円(前年同期比+174%)と急拡大しました。主な要因は、インターゾーンの完全子会社化により同社が持つカーディーラー・整備会社等7,000店舗超の顧客基盤との連携が本格化したことです。
同社とのシナジーによる新サービス展開は下半期も継続・拡大する見込みであり、AO事業の成長は今後も継続すると見えています。また、AI Mobility OSの外部提供開始に伴い、複数のエンタープライズ企業との基幹システム連携商談・導入が本格化しており、これもAO事業の新たな収益源となることが期待されます。

2.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？(2026/5/14更新)
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。
さらに④として、2026年9月期第2四半期より外部提供を開始したAI Mobility OSを通じた展開を推進しています。AI Mobility OSは、これまで弊社が蓄積してきたモビリティデータと、顧客企業の基幹システム(販売管理・整備管理・顧客管理等)や既存保有データを連携させることで、顧客の業務効率化・データ活用の高度化を支援するものです。複数のエンタープライズ企業との基幹システム連携商談・導入が本格化しており、モビリティデータのプラットフォームとしての価値をより上位レイヤーで提供できる新たなマネタイズ軸となることを想定しています。
- 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ブ

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？(2026/5/14更新)

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. FO・AO・AI Mobility OSの三位一体プラットフォームによるユニークなポジション: フリートオペレーター(FO)事業で車両・ドライバーと常時接点を持ちながら、その蓄積データをアセットオーナー(AO)事業・AI Mobility OSに活用するという、データ収集からサービス提供・基盤提供まで一貫した事業構造を持つ競合は認識しておりません。
2. インターゾーンとの事業シナジーによるアドレサブルマーケットの拡大: インターゾーン社が持つ7,000店舗超のカーディーラー・整備会社ネットワークとの連携により、アフターマーケット領域での新サービス展開が本格化しています。このエコシステムはモビリティデータの収集基盤としても機能し、競合優位性をさらに強化します。
3. AI Mobility OSを通じた既存顧客へのARPA拡大: 顧客企業の基幹システムや既存保有データとモビリティデータを連携させるAI Mobility OSの外部提供を開始しました。既存顧客へのクロスセルにより、追加的な顧客獲得コストなしにARPA(顧客あたり平均売上)を引き上げる、スケラブルな収益拡大モデルです。
4. MRRの継続的積み上げによる収益安定性: サブスクリプション型のリカーリング売上が全体の71%(前年48%)まで上昇しており、MRRの積み上げ構造が確立されています。契約社数も2,459社(前年比+26%)と拡大中であり、既存顧客基盤からの安定的な売上成長が継続する見通しです。
5. 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: 自動車OEM・リース会社・保険会社等との協業において特定パートナーへの依存を避け、広範なエコシステムを構築することで、モビリティデータの収集量・多様性が継続的に拡大します。

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。

3.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？(2026/5/14更新)
2026年9月期第2四半期実績では、リカーリング売上が71%、イニシャル売上が29%となっています。インターゾーン連結の本格化やMRR積み上げの継続により、前年同期(リカーリング48%)から大幅に上昇しています。中長期的にはリカーリング売上比率がさらに高まり、収益安定性の向上が続く見通しです。
- Q3** 事業種別の売上の構成比は？(2026/5/14更新)
第2四半期実績では、インターゾーン連結によるAO事業拡大の影響でAO比率が上昇傾向にあります。中長期的なビジネスモデルの方向性として、FO事業とAO事業の両輪での成長を目指しており、AO事業の比率は今後も高まっていく見通しです。
- 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？(2026/5/14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。
今後は以下の要因により、売上総利益率のさらなる改善が見込まれます。
①新型デバイスへの切り替えによる原価低減:新型デバイスの普及に伴い、ハードウェア原価が低下することでイニシャル売上の粗利率改善が期待されます。
②AI Mobility OSを軸としたクロスセルによるARPA(顧客あたり平均売上)の上昇:既存顧客に対してAI Mobility OSや付加価値サービスをクロスセルすることで、追加的な原価負担なしに売上単価が向上し、リカーリング利益率の底上げが見込まれます。
③リカーリング売上比率のさらなる上昇:利益率の高いリカーリング売上が全体に占める比率が高まることで(第2四半期実績71%、前年48%)、売上総利益率全体の改善効果が継続する見通しです。
- Q7** 販管費の主な内訳は？(2026/5/14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。2026年9月期上半期は、AI Mobility OS戦略推進に向けた人材採用・体制強化により人件費が増加しており、これが上半期の営業利益率低下の主因となっています。
- 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。

4.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？(2026/5/14更新)
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。
特に直近では、AI Mobility OSの外部提供を開始しており、複数のエンタープライズ企業との基幹システム連携商談・導入の本格化を最重要テーマとして推進しています。インターゾーンとの事業シナジー創出(7,000店舗超の顧客基盤を活用した新サービス展開)も引き続き注力領域です。
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？(2026/5/14更新)
現時点での社員は約130名規模となっており、AI Mobility OS戦略の推進を含め全職種にて厳選した採用を継続しています。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。
上半期は人材採用・体制強化フェーズとして先行投資を行っており、下半期以降は採用した人材の戦力化による収益貢献を見込んでいます。
- 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？(2026/2/13更新)
2025年9月期時点では約2~3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。
- Q6** 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？(2026/5/14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。
なお、現時点において中間持株会社を通じた外部企業への出資実績はございません。
今後、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ると考えております。
- Q7** 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。
- Q8** 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

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。

Q9 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。

Q10 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。

Q11 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。

Q12 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。

Q13 インターゾーンの株式追加取得により100%子会社化が完了したが、その成果と今後の展開は？(2026/5/14更新)

2026年1月にインターゾーン社の株式追加取得が完了し、当社の完全子会社(100%)となりました。完全子会社化により、両社の経営・事業判断を一体化することで、事業シナジーをより迅速かつ積極的に創出できる体制が整いました。

第2四半期よりインターゾーンの顧客基盤(7,000店舗超のカーディーラー・整備会社等)との連携が本格化し、AO事業売上が前年同期比+174%と大幅増となっています。今後は、インターゾーンの事業基盤とスマートドライブのモビリティデータプラットフォームを掛け合わせた新サービス展開をさらに加速させていきます。

以上