



株式会社フレクト

2026年3月期 第1四半期決算説明会
2025年8月8日 13:00-14:00

【スピーカー】

代表取締役 CEO 黒川幸治

(2026年3月期-第1四半期) 決算サマリー



※1 事務職を除いたクラウドインテグレーションサービス部門のエンジニア、マネージャー等の専門職人材 (2025年6月末時点)

黒川: それでは早速ですが、26年3月期、1Qの決算サマリーをご説明させていただきます。

まず1番目、1Qの業績は前年比で減少となりまして、売上高は18億900万円、前年同期比5%減、営業利益は1億1,700万円、前年同期比34%減、当期純利益は7,100万円、前年同期比32%減となりました。ただし、提案体制強化の効果が想定より早く顕在化しておりまして、2Q以降の業績拡大を見込んでおります。成長に向けた提案体制の強化および新卒採用の加速に伴う販管費の増加は、売上拡大および10月以降の新卒戦力化によってカバーする計画となっております。

続いて2番目、上場以降で過去最高の新規顧客を獲得いたしました。大手企業の四半期の契約顧客数は57社、前年同期比で11社増と大幅に増加しております。一方で、新規顧客がスモールスタートの傾向にあることや、既存顧客に対する提案体制強化の効果巻き取りが2Q以降に見込まれていることから、大手企業の顧客当たりの四半期の平均売上高(ARPA)は2,970万円、前年同期比で620万円減となりました。

3番目、エンジニア等従業員数、こちらは人材売手市場においても前年同期比で78人増、25年3月比では43人増として402人となりました。26年3月期末は424人、65人の純増を計画しておりまして、引き続き採用活動に注力してまいります。

最後に4番目、26年3月期の通期の業績予想について、2Q以降の業績拡大を見込んでいることから据置きとしております。具体的な数字は、売上高は96億、前年同期比20%増、営業利益は14億2,900万円、前年同期比31%増、当期純利益は8億6,300万円、前年同期比19%増となります。

(2026年3月期-第1四半期) トピックス-1

パナソニック株式会社エレクトリックワークス社の事例および厚生労働省の事例を公開しました。

Panasonic

パナソニック株式会社エレクトリックワークス社のグループ内における顧客情報を一元管理する「建設業顧客データベース (Construction Customer Database)」の開発を支援しました。

本システムはAPI連携基盤にMuleSoftを活用することで、グループ各社に導入されたCRM間のデータ連携を効率的に実現しています。これにより、エレクトリックワークス社の目指す、顧客接点の強化を通じた「顧客LTV(生涯価値)の最大化」を可能としました。

フレクト、パナソニック株式会社エレクトリックワークス社の建設業顧客データベースをMuleSoftで開発支援

厚生労働省の「令和7年度EMIS事業」に関する開発を受託

～Salesforce及びMuleSoftを活用し開発～

日本エマージェンシーアシスタンス株式会社(以下、EAJ)が落札した厚生労働省のEMIS(広域災害・救急医療情報システム)に係るシステムの主たる機能の開発を受託することとなりました。効果的な医療対応を行うための調整に利用される我が国の災害時医療対応の要となるシステムです。

[EAIによる原札概要]
事業名：令和7年度ローコーディングツール等を軸とした保守性・拡張性・連携性の高い現場視点のEMISサービス提供・運用等に係る業務一式
委託者名：厚生労働省
契約金額：約3000万円(税別)
契約期間：2025年4月から2026年3月末

26年3月期、1Qにおけるトピックスのご説明です。

まず、パナソニック株式会社エレクトリックワークス社の事例です。顧客情報を一元管理する、建設業顧客データベースの開発を支援しました。本システムは、API連携基盤にMuleSoftを活用することで、グループ各社に導入されたCRM間のデータ連携を効率的に実現しています。これにより、エレクトリックワークス社の目指す、顧客接点の強化を通じた顧客LTV(生涯価値)の最大化を可能としました。

次に右側、厚生労働省の事例です。広域災害・緊急医療情報システム、EMISに関するシステムの主要機能の開発を受託いたしました。災害時、医療対応の要となるシステムで、Salesforce およびMuleSoft を活用して開発しております。

(2026年3月期-第1四半期) トピックス-2

外務省の事例を公開しました。また、中小企業基盤整備機構の事例を公開しました。

外務省より 「令和7年度在外給付システムの設計・開発一式」を受託	中小企業基盤整備機構の 「デジwithの二次開発および運用保守業務」を受託 ～Salesforce、Agentforce、Data Cloud等を組み合わせて構築～
<p>外務省より「令和7年度 在外給付システムの設計・開発一式」業務を受託しました。</p> <p>これまで培ってきたシステム構築・クラウド活用の知見を活かし、今後も国や行政サービスの基盤強化に貢献してまいります。</p>	<p>独立行政法人 中小企業基盤整備機構（以下中小機構）が提供する中小企業向けのデジタル化支援ポータルサイト「デジwith」の機能拡張および品質向上を目的とした開発支援および運用保守業務を受託しました。</p> <p>「デジwith」は、これまで中小機構が運用していた「ITプラットフォーム」および「みらデジ」を統合し、中小企業のデジタル化・IT化を包括的に支援するポータルサイトとして2024年4月に提供が開始されました。今回の二次開発では、サービスのさらなる利便性向上と、支援機関や中小機構職員の業務効率化を目的とした新機能の実装および機能強化を行います。</p>
<p>【契約概要】 調達案件名称：令和7年度 在外給付システムの設計・開発一式 契約金額：49.5百万円（税込） 契約期間：令和7年4月9日～令和8年3月31日</p>	<p>【契約概要】 調達案件名称：「デジwith」の二次開発および運用保守業務 一式 調達機関：独立行政法人 中小企業基盤整備機構 契約期間：二次開発業務 令和7年6月1日～令和8年3月31日 保守業務 令和7年7月1日～令和8年3月31日</p>

© FLECT CO., LTD. 5

続いて、外務省の事例です。令和 7 年在外給付システムの設計・開発一式業務を受託しました。在外職員向けの給付システムとなり、これまで当社で培ってきたシステム構築・クラウド活用の知見を生かして、今後も国や行政サービスの基盤強化に貢献してまいります。

次は、中小企業基盤整備機構の事例となります。中小企業向けのデジタル化支援ポータルサイト、デジ with の開発支援および運用保守業務を受託しました。こちらは、Salesforce、Agentforce、Data Cloud 等を組み合わせて構築します。今回の開発では、サービスのさらなる利便性向上と、支援機関や職員の業務効率化を目的とした新機能の実装および既存機能の強化を行ってまいります。

(2026年3月期-第1四半期) トピックス-3

株式会社エスエーティの事例を公開しました。また、大阪に新拠点を開設しました。

生成AI活用でエスエーティの保守業務効率化を支援

Salesforce Einsteinの生成AI機能とData Cloudを活用することで、過去のIT機器の障害対応における作業履歴から類似事例を生成AIが提示。これにより、膨大なデータの中から必要な情報を探し出す手間を省き、迅速かつ的確な対応を可能としました。

本機能により、エスエーティの業務工数削減だけでなく、応答時間の短縮と対応品質の均一化に繋げ、顧客体験の向上を実現します。

FLECT

作業内容
障害概要
障害対応概要

過去 対応履歴
分析しやすいように
AIで整理

①問い合わせ
お客様

②障害対応登録
保守担当者

③新規 障害対応に表示

④過去の対応履歴から
検索調査を実施

⑤過去の対応履歴から
類似調査結果

⑥過去の対応履歴から
検索調査を実施

⑦過去の対応履歴から
類似調査結果

⑧過去の対応履歴から
類似調査結果

⑨過去の対応履歴から
類似調査結果

⑩過去の対応履歴から
類似調査結果

⑪過去の対応履歴から
類似調査結果

⑫過去の対応履歴から
類似調査結果

⑬過去の対応履歴から
類似調査結果

⑭過去の対応履歴から
類似調査結果

⑮過去の対応履歴から
類似調査結果

⑯過去の対応履歴から
類似調査結果

⑰過去の対応履歴から
類似調査結果

⑱過去の対応履歴から
類似調査結果

⑲過去の対応履歴から
類似調査結果

⑳過去の対応履歴から
類似調査結果

㉑過去の対応履歴から
類似調査結果

㉒過去の対応履歴から
類似調査結果

㉓過去の対応履歴から
類似調査結果

㉔過去の対応履歴から
類似調査結果

㉕過去の対応履歴から
類似調査結果

㉖過去の対応履歴から
類似調査結果

㉗過去の対応履歴から
類似調査結果

㉘過去の対応履歴から
類似調査結果

㉙過去の対応履歴から
類似調査結果

㉚過去の対応履歴から
類似調査結果

㉛過去の対応履歴から
類似調査結果

㉜過去の対応履歴から
類似調査結果

㉝過去の対応履歴から
類似調査結果

㉞過去の対応履歴から
類似調査結果

㉟過去の対応履歴から
類似調査結果

㊱過去の対応履歴から
類似調査結果

㊲過去の対応履歴から
類似調査結果

㊳過去の対応履歴から
類似調査結果

㊴過去の対応履歴から
類似調査結果

㊵過去の対応履歴から
類似調査結果

㊶過去の対応履歴から
類似調査結果

㊷過去の対応履歴から
類似調査結果

㊸過去の対応履歴から
類似調査結果

㊹過去の対応履歴から
類似調査結果

㊺過去の対応履歴から
類似調査結果

㊻過去の対応履歴から
類似調査結果

㊼過去の対応履歴から
類似調査結果

㊽過去の対応履歴から
類似調査結果

㊾過去の対応履歴から
類似調査結果

㊿過去の対応履歴から
類似調査結果

フレクト、生成AI活用でエスエーティの保守業務効率化を支援

大阪に新拠点を開設

当社初の本社（東京）以外の拠点として、大阪支店を開設しました。

関西エリアは、フレクトのパートナー企業であるセールスフォース・ジャパンにおいても、注力エリアの1つとなっています。フレクトは、既存の製造業の企業に加え、B2C業界を中心した多様な業界におけるDXを支援していきます。

Salesforceを活用した顧客接点アプリケーション、また、隣接する領域である顧客向けのID管理・統合認証サービス「Auth0」における高い専門性を活かし、CRM（顧客管理）の飛躍的な向上に貢献します。

FLECT
大阪に新拠点を開設

© FLECT CO., LTD. 6

次に、IT ネットワーク機器の保守サービスを行われているエスエーティの事例です。こちらは Agentforce と Data Cloud を活用することで、エスエーティの保守業務効率化を支援しました。過去の IT 機器の障害対応における作業履歴から、類似事例を Agentforce が提示することで、膨大なデータの中から必要な情報を探し出す手間を省き、迅速かつ的確な対応を実現し、かつ応答時間の短縮、対応品質の均一化につなげて、顧客体験の向上を実現しました。

また、このたび当社初となる東京本社以外の拠点として、大阪支店を開設しました。関西エリアは、Salesforce Japan においても注力エリアの一つとなっており、ビジネス連携を推進してまいります。

(2026年3月期-第1四半期) トピックス-4

Salesforce Japan Partner Award 2025 を受賞しました。また、Oktaパートナーアワードを受賞しました。



続いて、受賞関連のトピックスです。まず、Salesforce Japan Partner Award 2025 において、Japan Partner of the Year-MuleSoft-を受賞しました。昨年度の MuleSoft ビジネスの実績、認定資格取得数、ナビゲーター取得数を総合的に評価いただき、4 年連続のアワード受賞となっております。

また、Okta パートナーアワードとして、Service Delivery Partner of the Year Auth0 を受賞しました。本アワードでは、アイデンティティ管理ソリューション、Auth0 の導入支援においての実績、技術力、専門性の高さをご評価いただきました。

(2026年3月期-第1四半期) 業績推移

売上高は1,809百万円（前年同期比△5.0%）となりました。Cariotサービスを除いた場合も前年同期比で△0.8%と微減ですが、提案体制強化の効果が想定よりも早く顕在化しており、パイプラインは着実に拡大しているため、2Q以降の売上拡大を実現できる見込みです。プロジェクト進捗は総じて健全な状況にあり、売上総利益率は44.9%（前年同期比+1.3pt）と高水準の利益率を維持しました。売上総利益額は812百万円（前年同期比△2.2%）となりました。



それでは、26年3月期、1Qの売上高および売上総利益の業績推移をご説明いたします。

冒頭申し上げました通り、売上高は18億900万円、前年同期比5%減となりました。分社化したCariotサービスを除いた場合も、前年同期比で0.8%の微減となります。ただし、提案体制強化の効果が想定よりも早く顕在化しておりまして、パイプラインは着実に拡大しているため、2Q以降の業績拡大を見込んでおります。

また、プロジェクト進捗は総じて健全な状況にありまして、売上総利益率は44.9%、前年同期比で1.3ポイントプラスと、高水準の利益率を維持しました。売上総利益額は8億1,200万円、前年同期比で2%減となりました。

(2026年3月期-第1四半期) 業績推移

営業利益は、117百万円（前年同期比△34.6%）となりました。売上総利益が減少したことと、成長に向けた提案体制の強化及び新卒採用の加速に伴い、販管費が増加したことが背景となります。2Q以降の売上拡大により販管費の増加をカバーすることと、新卒は10月から戦力化することで、増益を実現する計画となっています。当期純利益は71百万円（前年同期比△32.8%）となりました。



続けて、今期 1Q の営業利益および当期純利益の業績推移です。

営業利益は 1 億 1,700 万円、前年同期比 34%減となりました。売上総利益が減少したこと、成長に向けた提案体制の強化および新卒採用の加速に伴い、販管費が増加したことが背景となります。2Q 以降の売上拡大により販管費の増加をカバーすること、新卒におきましては 10 月から戦力化することで、増益を実現する計画となっております。

伴いまして、当期純利益は 7,100 万円、前年同期比 32%減となりました。

(2026年3月期-第1四半期) 販管費

26年3月期1Qの販管費は694百万円（前年同期比+6.8%）、販管費率は38.4%（前年同期比+4.3pt）となりました。



今期 1Q の販管費ですが、6 億 9,400 万円、前年同期比 6%増となり、販管費率にしましては 38%、前年同期比で 4.3 ポイントプラスとなりました。販管費の増加原因については、先ほどご説明の通りとなります。

(2026年3月期-第1四半期) 業績進捗

売上高進捗率は18.8%、営業利益進捗率は8.2%となりました。



今期 1Q の業績進捗です。売上高進捗率は 18.8%、営業利益進捗率は 8.2%となりました。当社事業は下期偏重の傾向があることと、過年度の実績を見ても、今回の進捗率でも目標達成が目指せるものと考えております。

(2026年3月期-第1四半期) 貸借対照表

主な増減について、流動資産が249百万円減少、流動負債が299百万円減少しています。自己資本比率は70.9%と健全な財務基盤となっています。

(百万円)

	2025年3月期 (期末時点)	2026年3月期 (第1四半期末時点)	増減額
資産合計	4,198	3,955	△243
流動資産	3,733	3,483	△249
固定資産	465	471	+6
負債合計	1,476	1,152	△323
流動負債	994	694	△299
固定負債	482	457	△24
純資産	2,722	2,802	+80
総資産	4,198	3,955	△243
現預金	2,128	1,961	△166
有利子負債	517	500	△16
自己資本比率	64.8%	70.9%	+6.0pt

© FLECT CO., LTD. 12

続けて、今期 1Q 末時点の貸借対照表でございます。主な増減については、流動資産が 2 億 4,900 万円の減少、流動負債が 2 億 9,900 万円減少しております。自己資本比率は 70.9%と、健全な財務基盤となっています。

KPI推移（四半期ベース）

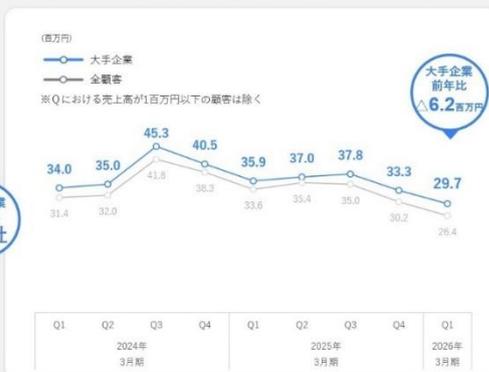
（全体）四半期契約顧客数※1

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)※2

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスモールスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期会計期間における契約顧客数。再販案件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販売するリセールにあたり、当社においては金額が僅少なため、当該顧客は除く。
 ※2 Average Revenue per Accountの略（顧客当たりの平均売上高）で、再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高×四半期契約顧客数により算出。

続けて、KPIの推移をご説明いたします。

今期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、57社、前年同期比で11社増と大幅に増加しました。

今期1Qの大手企業のARPAについては、先ほど申し上げました通り、新規顧客がスモールスタートの傾向にあることや、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなっていることから、前年比で620万円減少し2,970万円となりました。

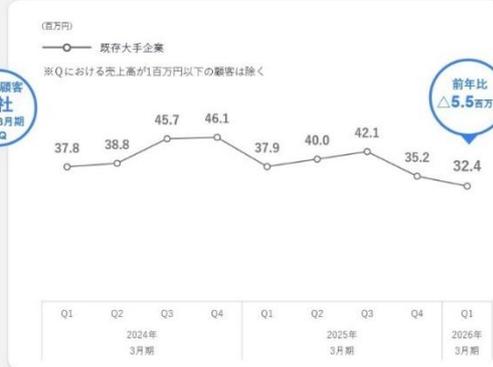
KPI推移（四半期ベース）

（大手企業）新規既存別^{※1}の四半期契約顧客数^{※2}

26年3月期1Qは新規で大手企業を7社獲得しました。既存大手企業の四半期契約顧客数は前年比で7社増加し、50社となりました。

（大手企業）既存顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※3}

26年3月期1Qの既存大手企業のARPAは、前年比で5.5百万円減少し、32.4百万円となりました。



※1 当四半期会計期間において、新たに獲得した顧客を新規顧客、それ以外を既存顧客とする

※2 再販条件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期会計期間における契約顧客数。再販条件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販するリセールにあたり、当社においては金額が最少なため、当該顧客は除く

※3 Average Revenue Per Account (ARPA) (顧客当たりの平均売上高)。で、再販条件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販条件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出

大手企業に絞った指標としまして、新規既存別の顧客数についてご説明いたします。

過去最高の新規顧客数 7 社を獲得しまして、既存の大手企業の四半期契約顧客数も前年比で同様に 7 社増加し、50 社となっております。既存大手企業の ARPA は前年比で 550 万円減少しまして、3,240 万円となっております。

売上高別の契約顧客数及び売上高（大手企業）

（大手企業）売上高別の四半期契約顧客数※1

26年3月期1Qは、四半期売上が250万円以上の顧客が前年比で1社減少し、18社となりました。



（大手企業）売上高別の四半期売上高※2

26年3月期1Qは、四半期売上が250万円以上の顧客からの売上合計が前年比で128百万円減少し、1,326百万円となりました。

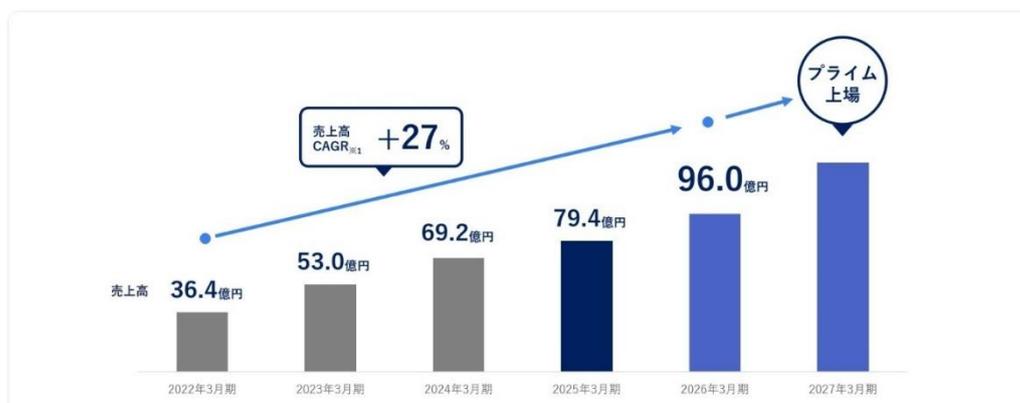


※1 再販案件及び四半期売上高が100万円以下の顧客を除いた四半期毎の期間における契約顧客数。再販案件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販売するリセールにあたり、当社においては金額が僅少なため、当該顧客は除く
 ※2 再販案件及び四半期売上高が100万円以下の顧客からの売上高を除く

同じく、大手企業に絞った売上高別の契約顧客数および四半期の売上高についてご説明します。四半期売上が2,500万円以上の顧客数は、前年比で1社減少して18社となりました。四半期売上が2,500万円以上の顧客からの売上合計は、前年比で1億2,800万円減少して13億2,600万円となっております。

プライム上場を目標に据えた中長期成長計画

「大型アカウント創出」「人材投資」「研究開発投資」の成長戦略を推進することで、27年3月期に東証プライムへの上場を目指していきます。



※1 CAGRは2022年3月期～2026年3月期の年平均成長率

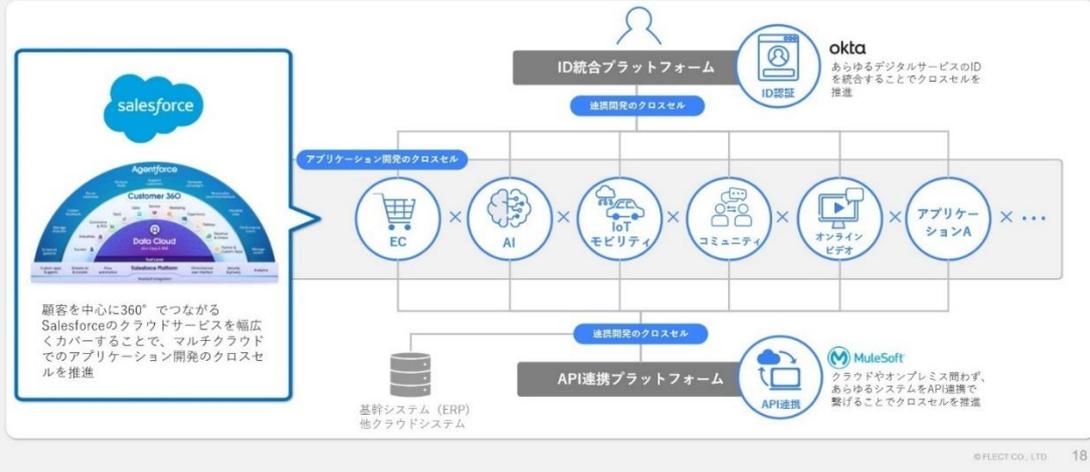
© FLECT CO., LTD. 17

それでは、成長戦略のご説明になります。

引き続き当社では、プライム上場を目標に据えた中長期成長計画を推進してまいります。大型アカウントの創出、人材投資、研究開発投資の成長戦略を推進していくことで、27年3月期の東証プライム上場を目指してまいります。

大型アカウント創出① マルチクラウドの強化および発展

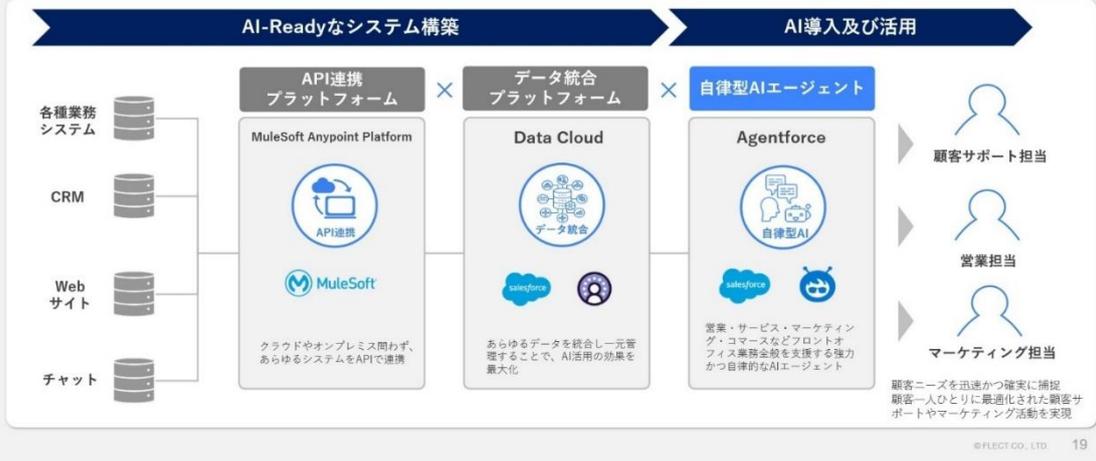
既存顧客のARPA上昇に向けて、マルチクラウドでのアプリケーション開発に加え、プラットフォームの連携開発により、クロスセルを推進していきます。また、契約顧客数の増加に向けて、クラウドパートナーの開拓により、商談チャネルを拡大していきます。



そして、具体的な施策として、マルチクラウドの強化・発展を推進していきます。既存顧客の ARPA 上昇に向けて、Salesforce のマルチクラウドでのアプリケーション開発に加え、MuleSoft であらゆるシステムをつなげる API 連携や、Okta であらゆるデジタルサービスの ID を統合する認証プラットフォームの連携など、プラットフォームの連携開発も含めてクロスセルを推進していきます。そして、契約顧客数の増加に向けて、クラウドパートナーの開拓により商談、販売チャネルを拡大してまいります。

大型アカウント創出② 拡大が見込まれるAI・データ基盤領域のワンストップソリューション

Salesforceが展開する自律型AIエージェント「Agentforce」の導入支援に注力します。AI活用効果の最大化に向けて、あらゆるシステムを繋げるAPI連携プラットフォーム「MuleSoft」、データを一元管理するデータ統合基盤「Data Cloud」を組み合わせ、ワンストップでソリューション提供します。

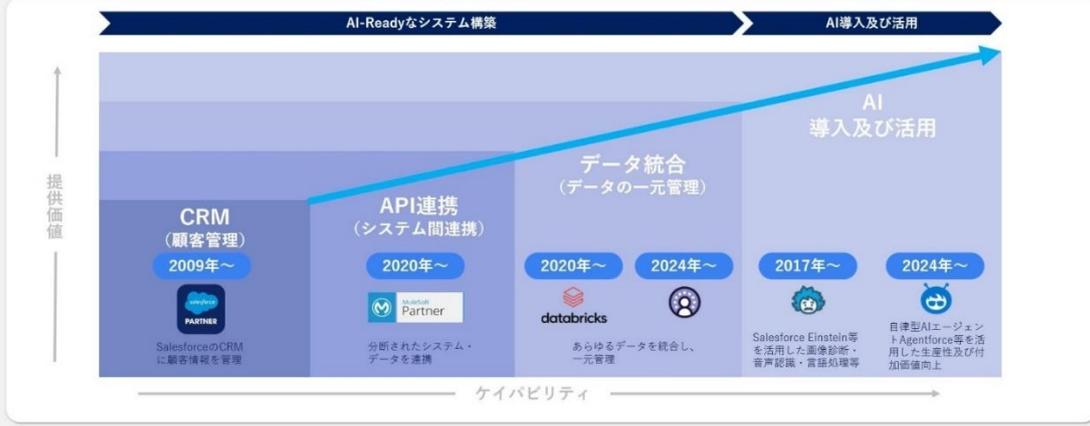


拡大が見込まれる AI、データ基盤領域のワンストップソリューションも推進していきます。Salesforce が展開する Agentforce の導入支援に特に注力してまいります。

また、AI 活用効果の最大化に向けて、あらゆるシステムをつなげる API 連携プラットフォーム MuleSoft、データを一元管理するデータ統合基盤 Data Cloud、これらを組み合わせワンストップでソリューションサービスを提供してまいります。

従前から取り組んできた強みに、AI需要拡大の追い風

当社は従前より、CRM・API連携・データ統合による「AI-Readyなシステム構築」と、研究開発や実際のプロジェクトにおける「AI導入及び活用」を手掛けてきました。「AI-Readyなシステム構築」と「AI導入及び活用」両方の豊富な知見と実績を有するプレイヤーは希少であり、AI需要拡大の追い風を受けて、更なる成長加速を実現します。



AI データ基盤領域のワンストップソリューションを提供する当社の強みとしまして、当社は従前より CRM・API 連携・データ統合による AI-Ready なシステム構築、そして研究開発や実際のプロジェクトにおいての AI 導入および活用を双方に手掛けてまいりました。

AI-Ready なシステム構築と AI 導入および活用、この両方の豊富な知見と実績を有するプレイヤーは、マーケットにおいてもまだまだ貴重であると考えておりまして、AI 需要拡大の追い風を受けて、さらなる成長加速を実現してまいります。

クラウドエンジニア等の専門職従業員を中心とした組織拡大

クラウドエンジニア等従業員数は、前年同期比で78人増加、25年3月末対比では43人増加しました。



※1 本報載を経たクラウドインテグレーションサービス部門のエンジニア、マネージャー等の専門職人材
 ※2 2025年8月末時点
 ※3 MuleSoftアドバイザー、上級MuleSoftアドバイザー、MuleSoft Platformアーキテクト、MuleSoft Integration アーキテクト、MuleSoftアシソサイトの5資格の合計人数

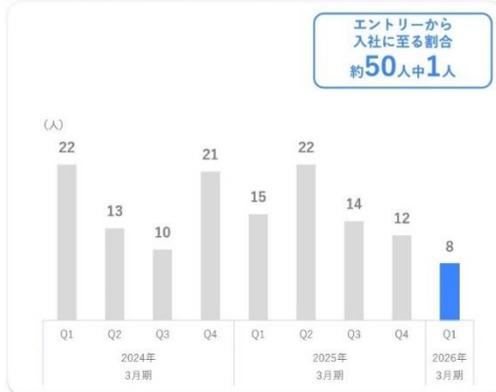
クラウドエンジニア等の専門職従業員を中心とした組織拡大、こちらも冒頭お話しした通り、堅調に成長しております。

クラウドエンジニア等従業員数は、前年同期比で78人増、25年3月末対比では43人増加して、今1Q末時点で402人となっております。また、マルチクラウドの資格取得、こちらも継続して推進を行っていきます。

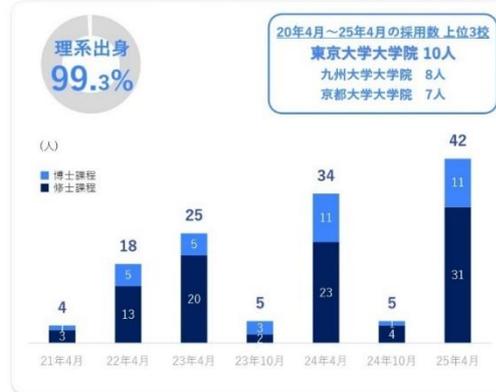
高い採用基準によるエンジニアの厳選採用

高い採用基準を設けてコンピュータの基礎力が高い人材を見極めています。経験者採用（キャリア採用）において、エントリーから入社に至る割合は約50人中1人となり、優秀なエンジニアを厳選しています。なお、新卒採用は、25年4月に42人の理系院卒エンジニア職が入社となりました。

経験者採用（キャリア採用）の推移



新卒採用（エンジニア職）の推移



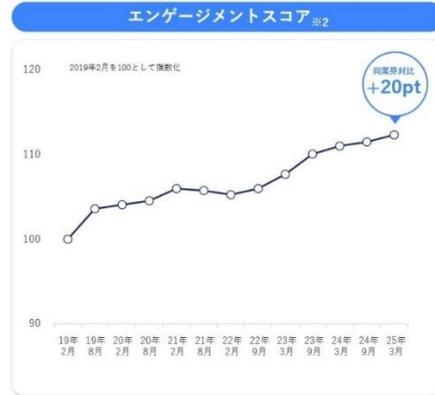
© FLECT CO., LTD. 22

当社は高い採用基準を設けて、コンピュータ情報処理の基礎力が高い人材を見極めて採用を行っております。経験者採用において、エントリーから入社に至る割合は約 50 人中 1 人となりまして、優秀なエンジニアを厳選して採用を行っております。

また、20年4月から25年4月の新卒採用における理系出身者は99%となり、院卒のみを採用しております。採用数の上位3校は、1位が東京大学大学院、2位が九州大学大学院、3位が京都大学大学院となっております。なお25年4月の新卒採用は、42人の理系院卒エンジニア職が入社をしております。

従業員エンゲージメントを高めるフォローアップの仕組み

定期的に従業員のエンゲージメントスコアを集計、部門毎にモニタリングを実施し、抽出された課題から迅速に対策を講じる運用体制を構築しています。また従業員からのフィードバックを受け付け、個別のフォローアップも行います。従業員のコンディションや外部環境の変化に応じて柔軟かつ機動的に施策を実行することで、エンゲージメントスコアは測定以来、上昇が続いています。



※1 株式会社アトラエのWevoエンゲージメントサーベイ項目を基に作成
 ※2 Wevoエンゲージメントスコアの1年移動平均について、2019年1月を100として換算したものを、クワダインデグレーションサーベイスを対象

そして、定期的に社員のエンゲージメントスコアを集計、部門ごとにモニタリングを実施して、抽出された課題から迅速に対策を講じる運用を継続して行っております。

社員のコンディションや外部環境の変化に応じて、柔軟かつ機動的に施策を実行することで、社員のエンゲージメントスコアは測定以来、上昇が続いておりまして、直近では同業界対比で 20 ポイント、スコアが高い状態となっております。

研究開発を通じた先端テクノロジーの社会実装

企業、産業や社会の課題を先端テクノロジーで解決することを目指し、まだ普及していない先端テクノロジーや、今後注目される分野について、研究開発を行っています。具体的な分野として、AIによる業務自動化・最適化、リアルタイムボイスチェンジャーの研究等を進めています。

AIによる業務自動化・最適化

OR (Operations Research) ^{※1}の技術を活用し、属人的とされてきた計画立案や意思決定の業務を自動化、あるいは省力化する研究を行っています。

活用実績/イメージ

- ・本田技研工業と車両テストスケジュール作成自動化
- ・車両や貨物船による輸配送計画の最適化
- ・プロジェクトへのアサイン案作成の自動化



※1 OR (Operations Research) : 意思決定を科学的に支援するための様々なアプローチ(数値最適化、データ分析、アルゴリズム等)

AIによるリアルタイムボイスチェンジャー

生体情報としてプライバシー保護の必要性が高まっている人間の声を、AIを用いてリアルタイムで別の音声に変換する研究開発を行っています。

プライバシー保護と同時に、聞き手にとって優れた音声体験を実現することも目指しています。

活用イメージ

- ・音声のプライバシー保護 (コールセンターにおける電話対応)
- ・防犯対策 (インターフォンでの応答)
- ・優れた音声体験 (デジタルサイネージのアバター)



OSS (オープンソースソフトウェア)として一部を一般公開しており、現在、GitHub上で評価の証となるStar数が15,000を超えて、高く評価されています。

2023年5月9日に総務大臣官邸で行われた「AIに関する次世代リーダーとの意見対話」において紹介された、本田元総務大臣の弊にリアルタイムで音声変換する技術にも当社技術が活用されています。

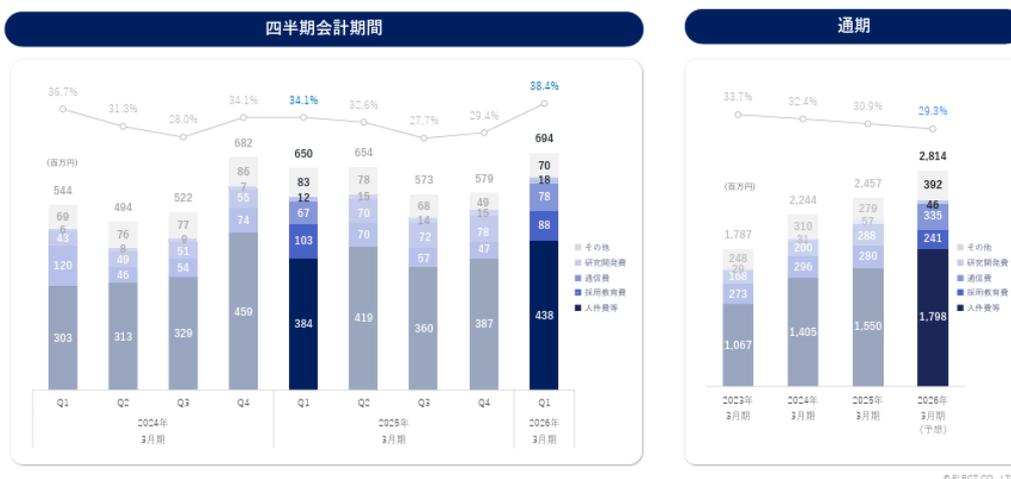
そして最後に、企業、産業や社会の課題を先端テクノロジーで解決することを目指して、まだ普及していない先端テクノロジー、今後注目される分野について研究開発を継続して行ってまいります。具体的な分野は、OR(Operations Research)の技術を活用した業務自動化・最適化、また AIによるリアルタイムボイスチェンジャーの音声に関する研究等を進めております。

それでは、当社からのご説明は以上となります。ご清聴いただきありがとうございました。

質疑応答

(2026年3月期-第1四半期) 販管費

26年3月期1Qの販管費は694百万円（前年同期比+6.8%）、販管費率は38.4%（前年同期比+4.3pt）となりました。



質問者(Q):提案体制強化による販管費増加というのは、今まで原価で計上していたエンジニアの人件費が販管費に振り替わっているという意味でしょうか。どういうニュアンスか教えてください。

黒川(A):ご指摘の通りでございまして、具体的には、今までマネージャーという役割を担っていた方が、どちらかという現場デリバリー（開発）を中心に活動を行っていましたが、これですと原価の方に費用がつかます。

そのデリバリーが終わった後の、次の営業の施策というのが後手に回っていたというところがございます。このマネージャーを販管コストとして、組織マネジメントおよび営業体制、営業側の活動ということ役割として明確に区切り、販管としてそのマネージャー、ラインマネージャー含めた、そうした人たちのコストが販管費増加につながっている。こういうご理解をいただければと思います。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数^{※1}

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。

（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※2}

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 新規案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期累計期間における契約顧客数。再販案件とは当社がセールドライゼンスを顧客に再販売するリセールに当たり、当社においては金額が僅少なため、当該顧客は除く。
 ※2 Average Revenue per Account の値（顧客当たりの平均売上高）。注、再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客数当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出。

質問者(Q):大手顧客との事業拡大のためにどのような施策をとられているのでしょうか。

黒川(A):当社では、先ほどお話したマネージャー以外にも当然、専任としての営業がおります。さらに、プリセールスの活動をしているメンバーもおりまして、これらが単独で今まで活動していた、もしくは案件前で活動していたのですが、よりプロアクティブに営業活動を行っていくために、いわゆるアカウントプランというものを作りまして、お客様からまだ来ていないお困りごとも、先んじてこちらから提案ができる商談を創出していける、そうした活動を、営業以外のプリセールスマネージャーを含めたチームを組んで活動を行っている、これによって、既存顧客の深耕ということをやっていきたくと考えております。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数^{※1}

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



大手企業
前年比
+11社

（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※2}

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 新規顧客及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期累計期間における契約顧客数。再契約とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販売するセールにあり、当該においては新規が減少するため、当該顧客は除く。
※2 Average Revenue per Account (顧客当たりの平均売上高)。再契約案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客数からの四半期平均売上高。再契約案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出。

質問者(Q):新規顧客が増加してきているが、これら企業の ARPA が引き上がってきた際、人的キャパシティがネックになることはありますか。

黒川(A):

新規のお客様の拡大に伴いまして、当然そこに対するプロジェクトチームを組成するにあたって、プロジェクトマネージャーを中心としたメンバーでの構成が必要となります。当然新規のお客様が増えるごとに、そうしたキャパシティを広げていくという活動は行っていく必要がございます。

幸いにも採用は引き続き順調に進んでおりまして、当社はプロパー以外にも、ビジネスパートナー様との協業で事業を行っておりますので、そうしたビジネスパートナー様との連携を行うことで、しっかりこの新規のお客様増加には対応していきたいと考えております。

かつ現場のオペレーションとしましても、目の前の商談、お客様に対してのみ対応するというよりも、3カ月先、6カ月先を見越した読みを立てて、そこに対して組織をつくりに行くということをやっておりますので、そういう意味では計画的な組織づくりということができていると思っています。

ARPA を上げていくことが、より生産的なプロジェクトを回せることだと考えておりまして、新規のお客様が増えても、一つ一つのプロジェクトの粒が小さいと、それだけプロジェクトのチームを多く作らなければいけないので、そういう意味では ARPA を引き上げていくということは、より組織が効率的に生産性を高く活動ができるとお考えいただければと思います。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数^{※1}

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



大手企業
前年比
+11社

（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※2}

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 新規案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期累計期間における契約顧客数。再販案件とは当社がセ入札のライセンスを顧客に再販売するリセールにあたり、当社においては新規が減少するため、当該顧客は除く。

※2 Average Revenue per Account (顧客当たりの平均売上高)。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期平均売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期平均売上高+四半期契約顧客数により算出。

質問者(Q): 既存大手顧客の ARPA が減少を続けているが、こちらがプラスに転じるタイミングはいつ頃と考えておけばよろしいでしょうか。

黒川(A):

ARPA に関しましては、計画は非開示とさせていただいております、当然当社の方の中の計画としては数字を作らせていただいております。

新規の顧客数は 5 月の決算説明会でも開示させていただきましたが、今期およそ 20 社から 30 社ほどを獲得しにいきたいと考えておりました、1Q は既に 7 社獲得しておりますので、そういう意味では 30 社をしっかりと目指しにいきたいと考えております。

ARPA に関しましては、好転するところでいきますと、2Q、ここをしっかりと好転として目指していきたいと考えておりました、売上の拡大に伴って新規のお客様も増やしつつ、既存のお客様からの獲得量も増やしていく。これを実現していきたいと考えております。

KPI推移（四半期ベース）

(全体) 四半期契約顧客数^{※1}

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



大手企業
前年比
+11社

(全体) 顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※2}

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



大手企業
前年比
△6.2百万円

※1 新規顧客及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期累計期間における契約顧客数。再販案件とは当社がセールドライゼンスを顧客に再販売するセールにあり、当社においては金額が減少するため、当該顧客は除く。
 ※2 Average Revenue per Account (顧客当たりの平均売上高)。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出。

質問者(Q): 大手新規顧客はスタートとのことだが、これらの新規顧客の ARPA が 5,000 万円を超えてくる可能性や、その時間軸について詳しく教えてください。

黒川(A): 先ほどの回答と重複するところがありますが、ARPA の具体的な計画は開示を差し控えているところではございますが、5,000 万円を超えてくる可能性でいきますと、少し今期内はまだ難しいかなと思っていて、その意味ですと、大体 4,000 万円ぐらいのところ、今期の見越しているアッパーかなと考えております。

来期以降、しっかりその 5,000 万円のラインっていうのは目指しにいきたいと考えております。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数^{※1}

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)^{※2}

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 新規案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期累計期間における契約顧客数。再販案件とは当社がセールドライセンスを顧客に再販売するセールにあたり、当社においては金額が減少するため、当該顧客は除く。
 ※2 Average Revenue per Account の略（顧客当たりの平均売上高）。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出。

質問者(Q): 既存顧客に対する提案活動の手応えはいかがでしょうか。

黒川(A): 既存顧客の提案活動の手応えでございますが、着実に拡大、お客様の需要に対してお応えができておると思っておりますので、その意味ですと、しっかり成果が出せると考えております。市場という、その程度、具合にはよりますが、順調に推移はしております。

従前から取り組んできた強みに、AI需要拡大の追い風

当社は従来より、CRM・API連携・データ統合による「AI-Readyなシステム構築」と、研究開発や実際のプロジェクトにおける「AI導入及び活用」を手掛けてきました。「AI-Readyなシステム構築」と「AI導入及び活用」両方の豊富な知見と実績を有するプレーヤーは希少であり、AI需要拡大の追い風を受けて、更なる成長加速を実現します。



質問者(Q):社内における AI の活用強化による効率性、1人当たりの処理量の増加はどの程度効果があるのか。ARPA 増加、貢献度合い、あと Snowflake Connect、MuleSoft のケーススタディーは考えられるのか。

黒川(A):

社内の AI 活用の強化、効率化みたいなどころでいきますと、まず生成 AI を組み込んだ、コーディング支援ツールのようなものを全社的に導入をしております、ちょっと効果のほどが定量化としては落ちていないのですが、しっかり生産性拡大には寄与していると考えております。

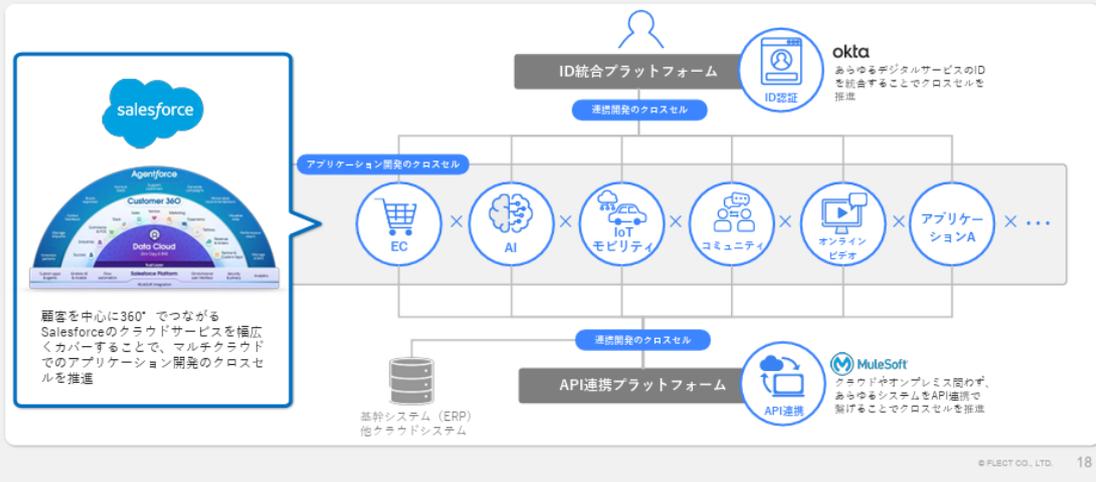
それ以外にも、社内運用において AI を積極的に活用しております、例えば社内における IT の問合せに対する回答は、今 AI エージェントがチャットボットの活用として回答しているわけですが、ここで今まで人が回答してたところを AI に置き換える割合が大体 3 割ぐらい、今回答をしてくれているというところで、そうした社内のノンコア業務、こうしたところも効率化を図りにいたりもします。

Snowflake、MuleSoft のケーススタディーというところですが、今お示しの通り、データウェアハウスに関しましては、当社は Databricks との協業のお話をさせていただいております、Snowflake の方は技術的な検証は行っているものの、まだちょっとビジネス的に関わりが実はないというのが実態でございます。

なので、そうしたケーススタディーというところは、今私どもには持ち合わせてないというところですが、とはいえ Salesforce と Snowflake はしっかり連携するサービスとして、双方で開発も行っておりますので、そういう意味ですと MuleSoft との接続というのも、当然システム的には可能だと理解しております。

大型アカウント創出① マルチクラウドの強化および発展

既存顧客のARPA上昇に向けて、マルチクラウドでのアプリケーション開発に加え、プラットフォームの連携開発により、クロスセルを推進していきます。また、契約顧客数の増加に向けて、クラウドパートナーの開拓により、商談チャンネルを拡大していきます。



質問者(Q):クラウドパートナーとの関係性強化や当社のプレゼンスの向上も含め、顧客獲得の状況を教えていただけますでしょうか。

黒川(A):

クラウドパートナーにおきましては、大きく Salesforce、および関連会社としての MuleSoft、あとは Okta、先ほど申し上げました Databricks、それ以外にも AWS ともパートナー契約を結ばせていただいております。

いずれも関係は良好だと思っておりますし、当社ならではのユニークな価値提供、ポジショニングというのは一定できあがっているかなとは考えておりまして、その意味では、各クラウドパートナーからも、しっかり商談のお引き合いというのは頂いております。

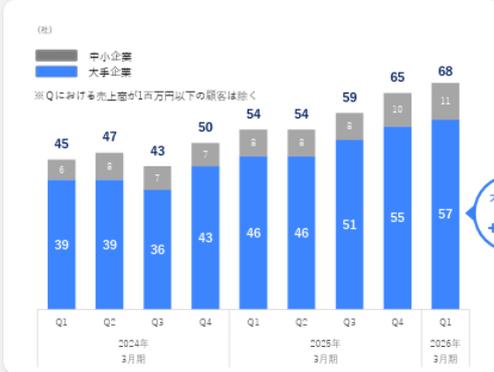
正確に言いますと、Databricks はまだ立ち上げ最中でございますので、ここからしっかりビジネスにつなげていくというところでいきますと、少しフェーズは浅いのご理解いただければと思います。

各クラウドパートナーから、具体的な数字は差し控えますが、定期的に商談のお引き合いは頂いているのご理解いただければと思います。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数※1

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)※2

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 再販案件及び四半期売上高が5百万円以下の顧客を除いた四半期会計期間における契約顧客数。再販案件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販するリセールにあたり、当社においては金額が少なため、当該顧客は除く
 ※2 Average Revenue per Account (顧客当たりの平均売上高)で、再販案件及び四半期売上高が5百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。再販案件及び四半期売上高が5百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出

質問者(Q): 2Q以降、P.13のグラフで、25年3月期の平均を超えてくるイメージで合っていますでしょうか。今期の会社通期予想の前提は、このイメージでよろしいでしょうか。この考え方に今回変化はありませんか。

黒川(A) 少し咀嚼しながらお話しさせていただきます。

25年3月期の平均を超えてくるイメージ、そうですね、ARPAと顧客数に関しましては、先ほど申し上げました通り、二つの指標をもって成長していくことが結果として売上成長につながりますので、ここは当然に今のお示しの実績からは成長させていくということをやっていきたいと思っています。

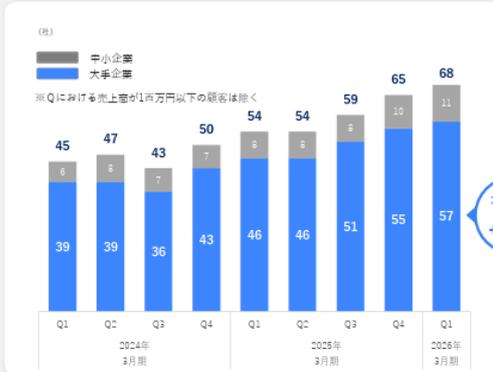
繰り返しですが、新規のお客様は、通期でいきますと30社ほどを増加させていく、ARPAに関しましては、具体を差し控えますが、5,000万円はいかないものの4,000万円台ぐらいを目指していきたいというのが考えでございます。

なので、特に変更はございませんというのが回答です。

KPI推移（四半期ベース）

（全体）四半期契約顧客数※1

26年3月期1Qの大手企業の四半期契約顧客数は、新規顧客を継続的に獲得した結果、前年比で11社増加し、57社となりました。



（全体）顧客当たりの四半期平均売上高(ARPA)※2

26年3月期1Qの大手企業のARPAは、新規顧客との取引はスタートですが、獲得した顧客の取引拡大が想定よりも緩やかとなり、前年比で6.2百万円減少し、29.7百万円となりました。



※1 再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた四半期会計期間における契約顧客数。再販案件とは当社が仕入れたライセンスを顧客に再販するリセールにあたり、当社においては金額が少なため、当該顧客は除く
 ※2 Average Revenue per Account (顧客当たりの平均売上高)で、再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客を除いた顧客当たりの四半期平均売上高。
 再販案件及び四半期売上高が1百万円以下の顧客からの売上高を除いた四半期売上高÷四半期契約顧客数により算出

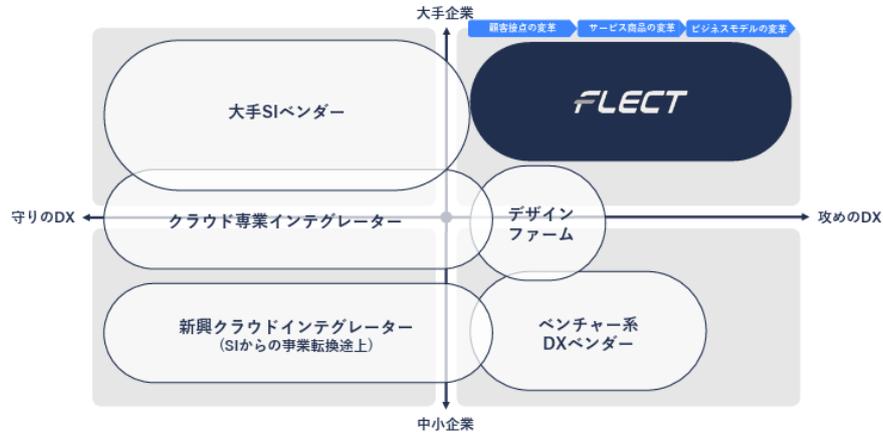
質問者(Q):黒川 CEO が考えている足元の最大のリスクは何ですか。

黒川(A):やはり今期のみならず、持続的な成長をしっかりと遂げていく必要があると考えておりまして、その意味ですと、既存のお客様を中心にしっかりと新規のお客様を拡大しながら、自分たち独自のしっかりと価値を作っていく必要があると考えています。

そうした持続的な成長を行っていく中で一番のリスクは、やはりその組織づくりが、売上業績成長としっかりと追いついていかせること、ここが一番肝かと思っております、組織づくりが、そのスピード感について行けなくなるというときが一番リスクだと考えております。そこに対しては、しっかりと私のリソースも含めて、パワーを割かせていただいているというのが実態でございます。

DXエンジニアリング事業領域におけるユニークなポジショニング

「大手企業向けの攻めのDX」を主たる事業領域として、顧客接点の変革からビジネスモデルの変革までをトータルで支援します。



※上記図は主たる事業領域について記載したものであり、当社見解により作成

© FLECT CO., LTD. 41

質問者(Q):競合との競争環境について教えてください。

黒川(A):私どもは、攻めの DX というところを謳わせていただいております、具体的には、DX でもしっかり売上収益につながる DX、あるいは顧客のエンゲージメントを高める DX と、こうした成長につながる DX を主体とした土俵で戦わせていただいております。

その意味ですと、既存の国内大手ベンダー様はどちらかというとしり側を中心としてきておりまして、最近でこそ、この攻め側の領域、右側の領域に入ってきているかなと思っています。

あとは、クラウドの専門ベンダーもいらっしゃるんですが、どちらかというとしり側を中心とした領域で、われわれとはあまり現場でも出会わないというのが実態かなと思っています。

では、全くその競合がないかと言いますと、今お話ししたように、大手の SI ベンダー様が徐々に攻めの DX 領域に入りだしているところです。

さらには、ここには記載はしていませんが、大手のコンサルファーム様も同じように手掛けておりますので、こうした大手の Sier、コンサルファーム様との競合が最近では起きているような状況になります。

それに対して、われわれは MuleSoft であるとか Okta であるとか、豊富な経験実績をベースにご提案すること、さらには Salesforce を掛け合わせるといった、単一のソリューションで勝負するのではなくて、マルチクラウドでの開発、こうしたものをお客様の課題解決のために、しっかりこちらから提案するスタイルで提供しております、こうしたところの価値を認めていただいて、お客様獲得につながっているのかなと思っています。

以上

本資料は情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付または売付の勧誘を目的としたものではありません。将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されていますが、将来に関する記述は、多様なリスクや不確実性が含まれており、将来の結果や業績を保証するものではありません。また、当社以外に関する情報に関して、その情報の正確性、適切性等について検証を行っておらず、その情報の正確性、適切性等について保証するものではありません。