



2026 年 9 月 14 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ド リ ー ム ・ ア ー ツ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 山 本 孝 昭
(コード番号：4811 東証グロース市場)
問 合 せ 先 取 締 役 専 務 執 行 役 員 経 営 管 理 本 部 長 牧 山 公 彦
(TEL 03-5475-2501)

「2026 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会」書き起こしおよび質疑応答集公開

2026 年 8 月 27 日（木）に開催しました機関投資家・証券アナリスト向け「2026 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会」の書き起こし、および同説明会での質疑応答ならびに決算発表後に投資家の皆さまからいただいた主なご質問とその回答をまとめましたので、以下の通りお知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

記

1. 概要

開催日時 : 2026 年 8 月 27 日（木）
登壇者 : 代表取締役社長 山本孝昭
取締役専務執行役員 牧山公彦
開催方法 : オンラインにて実施

2. 質疑応答集：別紙参照

3. 決算説明会書き起こし記事リンク先

URL : <https://finance.logmi.jp/articles/385566>

※リンク先はログミーfinance に帰属するページとなります。

以上

決算説明会での質疑応答

この質疑応答集は、2026年8月27日（木）に開催した機関投資家・証券アナリスト向けの「2026年12月期 第2四半期決算説明会」において、参加者からいただいた主なご質問とその回答をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

Q1 2026年12月期 第2四半期決算の実績を踏まえ、今下期や来期についての事業環境をどのように展望されていますか。

A1 当社が推進するDX内製化の潮流はすでに始まっており、その動きは各所に表れています。今後の事業環境は、当社にとって前向きな状況だと考えています。

その象徴的な例が、大企業におけるグループガバナンス強化の動きです。数十社から数百社規模のグループ会社を抱える大企業では、グループ全体の統制基盤の整備が課題となっています。こうしたなか、当社製品をその基盤として採用いただく事例や、大手金融機関での検討が進んでおり、いずれも「内製化」を前提に進展しています。また、これまで以上に重要度の高い業務での活用を前提とする案件が増えており、当社はこうした難易度・複雑性の高いニーズに応えられるよう、製品機能や導入支援体制の強化を進めています。

複雑な案件の検討において特に有効な施策は、すでに当社製品を導入している先行ユーザーを、同様の課題を抱える検討企業が訪問し、実際の運用状況や導入プロセス、当社製品および支援に対する評価などについて、率直に意見交換いただく取り組みです。当社はこの活動を20年以上にわたり継続しています。現在は、より多くの企業に活用いただけるよう、継続的に運営できる仕組みの整備も進めています。

Q2 「意味のDX」でSmartDBをAI Readyデータ生成基盤へ進化させるというAI構想を発表されました。前回の決算説明会でも、AnthropicなどのAI技術の進化がもたらす脅威について質問がありましたが、AI時代における御社サービスの競争優位性や戦略に関するアップデートをお聞かせください。

A2 AI エージェントを活用できる領域は幅広く存在しますが、大企業での本格的な活用にあたっては、「誰が、どのデータを閲覧・更新できるのか」というアクセス権限の管理が極めて重要になります。特に日本の大企業では、階層的な組織構造に加え、機能や役割が複雑に分かれており、組織構造とアクセス権限が密接に結びついています。また、複数の部署やプロジェクトを兼務する従業員も多いため、所属だけでなく、個々の役割を含めて権限を管理する仕組みが必要になります。

当社は、こうした複雑な組織・役割・権限の管理を、プログラミングを必要としないノーコードの仕組みとして20年以上にわたり提供してきました。大企業固有の複雑な権限管理は、従来、SIerが企業ごとに個別開発することも多い領域です。当社が長年にわたり蓄積してきた機能とノウハウは、AI エージェントを大企業の業務に安全に組み込むうえでも、大きな強みになると考えています。

「SmartDB Practical AI (PA)」では、この考え方を発展させた「AI エージェント台帳」を実装する予定です。各AI エージェントについて、管理責任者、付与された権限、実行履歴などを一元的に管理し、SmartDBのアクセス権限に基づいて、AI エージェントが取り扱うことのできるデータを適切に制御します。これにより、企業内のデータを、AI が活用可能な「AI Ready」の状態で、安全性に配慮しながら提供することが可能になります。

したがって、Anthropic や OpenAI などが提供する AI モデルやエンジンと競合するものではありません。これらの AI を大企業の実際の業務で安全かつ有効に活用するための、権限管理や業務プロセスとの接続基盤を提供する、補完的な位置付けとなります。

また、当社は、利用者が AI の存在を過度に意識することなく、日常の業務プロセスの中で自然に AI を活用できる状態、すなわち「AI を業務プロセスに溶け込ませる」ことを重視しています。業務で利用するプロンプトは、社内の専門人材が共有資産として整備・管理し、SmartDB が業務内容や利用場面に応じて最適なものを選択し、実行する仕組みを想定しています。

これにより、従業員一人ひとりがプロンプトを作成し、任意に社内データへアクセスする運用を抑制できます。不適切なプロンプトによる情報へのアクセスや意図しない処理など、生成 AI の利用に伴うセキュリティリスクの低減にもつながると考えています。

Q3 コクー株式会社との資本業務提携に関するプレスリリースについて、資本提携を通じた御社の狙いや効果、具体的な取り組み内容について教えてください。

A3 基本的な内容は、プレスリリースに記載のとおりです。本提携の主な狙いは、SmartDB を活用して企業の DX 内製化を推進できる人材を、当社外にも広げていくことにあります。当社には、業務アプリ開発や運用を自社で担えるようにしたいという内製化支援の要望が多く寄せられています。一方で、顧客企業内では、SmartDB を扱える人材が十分に確保できないケースもあります。

当社は、こうした要望に対して、当社の人員を派遣するのではなく、顧客企業の従業員にトレーニングプログラムを提供し、資格を取得いただくことで、社内で内製化を推進できる人材そのものを増やしていく方針です。そのうえで、顧客企業内の人員だけでは対応が難しい領域や、一時的にリソースが不足する部分について、コクー株式会社の人材に支援いただく体制を構築していきます。

本提携を通じて、SmartDB を扱える人材の育成・供給体制を拡充し、顧客企業における DX 内製化の立ち上げと定着を支援していきます。また、コクー株式会社にとっても、新たな人材サービスを展開する機会となることから、両社の事業成長と顧客への提供価値の向上につながるものと考えています。

Q4 上期の実績を踏まえて、下期の SmartDB の新規導入をどのように展望されていますか。商談の状況や引き合いについて教えてください。

A4 SmartDB の商談では、案件規模が拡大する傾向にあります。導入初期は特定の部門・業務から小規模に開始する場合でも、将来的な全社展開や他部門への拡大を前提に検討される案件が増えています。また、従来と比べて、対象となる業務の重要度が増し、実装に求められる複雑性や難易度も高まっています。当社は、こうした変化を SmartDB の活用領域が広がっている表れとして、前向きに捉えています。

当社では現在、案件の成長可能性を「3つの軸」で捉えています。1つ目は、業務、部門、拠点、地域などへの適用範囲の広がりです。2つ目は、より深く、難易度や複雑性の高い業務への活用です。3つ目は、長期にわたる継続利用、すなわちライフタイムバリューの拡大です。

特に、導入初期から複雑性の高い業務に SmartDB を活用いただいた場合、その有用性が顧客企業内

で認識されやすく、「他の業務や部門にも適用できるのではないか」といった展開につながる傾向にあります。その結果、利用部門や対象業務の拡大に加え、長期的な利用にもつながり、エンタープライズビジネスならではの強みを発揮できる局面に入ってきたと考えています。

Q5 コクー株式会社と資本業務提携を締結されましたが、本案件以外で検討してきた M&A の案件や、検討の対象としている事業領域の変更などがあれば教えてください。

A5 当社では、金融機関や M&A 仲介会社などと継続的に情報交換を行い、さまざまな案件の紹介や提案を受けています。ただし、現時点で公表に至った案件は、コクー株式会社との資本業務提携のみです。

M&A や資本業務提携の検討対象とする事業領域についても、現時点で基本的な方針を大きく変更する考えはありません。一方、AI 領域においては、今後、当社の事業上のポジションが変化していく可能性があると考えています。

これまで当社は、企業の業務を効率化するツールを提供し、その利用状況や業務データを SmartDB 上で管理・記録する役割を担ってきました。今後は、SmartDB が管理する企業内データを、適切なアクセス権限のもとで「AI Ready」な状態に整え、外部の AI エージェントや AI サービスに安全に提供する役割も担っていきます。すなわち、業務ツールの提供者から、企業内データと外部 AI をつなぐ基盤の提供者へと、事業上の役割を広げていく考えです。

こうした戦略的なポジションを確立できれば、当社とシナジーを生み得る企業や技術領域が広がり、M&A や資本業務提携における選択肢も大きく変化する可能性があります。足元では、さまざまな企業との対話を重ねており、当社の事業戦略との整合性や企業価値の向上が見込める機会があれば、機動的に検討・実行していく方針です。

Q6 今後の配当方針はどのように考えているか教えてください。

A6 配当については、これまで開示しているとおり、配当性向 30%を目安としています。

今期は、将来の成長に向けた投資を積極的に進めることから、利益水準は一時的に低下し、前期比で減益となる見通しです。一方で、株主還元を重視し、累進配当の考え方に基づき、1 株あたりの配当額は前期の水準を維持する方針です。

今後も成長投資とのバランスを図りながら、持続的な利益成長を通じて、安定的かつ継続的な配当を実現できる経営基盤の構築を目指してまいります。

決算発表後に寄せられた主なご質問

以下は、決算発表後に投資家の皆さまから個別にいただいた主なご質問と、その回答をまとめたものです。

Q1 SmartDB の新規顧客獲得について

SmartDB の導入社数を今後さらに拡大していくうえで、現在の主な課題は何でしょうか。また、中期経営計画の導入社数目標に向けて、新規顧客の獲得や解約抑制をどのように進めていく考えでしょうか。

A1 当社が対象としている大企業では、製品の認知から導入までに、予算化や社内調整、セキュリティ面の確認など複数のプロセスを経るため、検討期間が比較的長くなる傾向があります。そのため、新規顧客の獲得については、特定の一つの要因に限定されるものではなく、案件の創出から受注までを一連のプロセスとして強化していくことが重要だと考えています。

2026 年上期については、「SmartDB Practical AI (PA)」のリリースに伴い、営業・カスタマーサクセスのリソースを既存顧客への展開や大型案件の創出に重点的に配分しました。こうした活動は、新規顧客の獲得と並行して、既存顧客における利用拡大や将来の大型案件につながるものと考えています。

中期経営計画の実現に向けては、営業・マーケティング活動の強化に加え、パートナーとの協業拡大や導入プロセスの効率化などを通じて新規顧客の獲得力を高めてまいります。また、既存顧客への活用支援を強化し、利用の定着・拡大を図ることで解約を抑制し、継続的な導入社数の拡大を目指してまいります。

Q2 ARPA・NRR と既存顧客の利用拡大について

SmartDB の 1 社あたり売上や NRR の推移をどのように分析していますか。また、既存顧客における今後の利用拡大余地についてどのように見えていますか。

A2 SmartDB では、新規顧客が特定の部門や業務から利用を開始し、その後、対象部門や業務を広げていくケースが多くあります。このため、新規顧客の増加が平均単価を押し下げる要因となる一方、既存顧客では利用ユーザー数やバインダー数、オプションの追加などによって売上が拡大する構造となっています。

したがって、ARPA が大きく上昇していないことをもって、既存顧客における利用拡大が一巡しているとは考えていません。大企業には依然として紙や Excel、個別システムなどで運用されている業務が数多く残されており、既存顧客においても適用領域を広げる余地は大きいと認識しています。

NRR についても、特定顧客の大規模な利用拡大があった時期には高い水準となる一方、その反動などによって一定の変動が生じます。今後もユーザー数やバインダー数、オプション利用の拡大などを通じて、既存顧客における利用価値の向上を図ってまいります。

Q3 大企業向けワークフロー市場等における競争環境について

大企業向けワークフロー市場における競争環境をどのように認識していますか。また、外資系ローコード製品などとの競争において、SmartDB の競争優位をどのように考えていますか。

A3 ワークフローは SmartDB の多岐にわたる利用形態の一つです。ワークフロー市場では、国内外のさまざまなベンダーが製品・サービスを提供しており、競争環境は活発になっていると認識しています。調査（2025 年 SaaS 型ワークフロー市場のメーカーシェア調査：テクノ・システム・リサーチ社）におけるシェアについては、SmartDB の導入社数が増加する一方で市場全体も拡大しているため、単年度のシェアの変動だけで競争力の変化を判断するものではないと考えています。

SmartDB が特に強みを持つのは、大企業の複雑かつ重要な業務をデジタル化する領域です。大規模な組織や複雑な業務・承認ルールに対応しながら、現場部門が主体となって業務アプリケーションを内製できる仕組みと、その運用ノウハウを長年蓄積してきました。

また、ローコード製品の中には、開発に一定の専門知識や学習を必要とするものもあります。これに対して SmartDB は、現場部門が主体となって業務アプリケーションを内製できる使いやすさと、大企業で求められる高度な業務要件への対応を両立しています。現場主導の内製化を進めながら、重要な業務領域まで適用範囲を広げられることが、SmartDB の競争力であると考えています。

Q4 生成 AI 時代における SmartDB の競争力について

生成 AI による業務アプリケーション開発が一般化した場合、SmartDB の役割や提供価値はどのように変化すると考えていますか。また、その中で SmartDB に残る競争優位は何でしょうか。

A4 生成 AI によって、自然言語から画面やデータベース、ワークフローなどを生成することは、今後ますます容易になっていくと考えています。

一方で、大企業で業務システムとして利用するためには、アプリケーションを生成するだけでは十分ではありません。生成されたアプリケーションを、企業共通の権限管理やセキュリティ、監査、システム運用の仕組みのもとで、継続的かつ安定的に運用する必要があります。こうした仕組みをアプリケーションごとに個別に構築・運用することは、技術面だけでなくコスト面でも必ずしも合理的ではないと考えています。

SmartDB の価値は、画面やデータベースを作る機能そのものではなく、大企業のさまざまな業務アプリケーションを、安全かつ継続的に運用できる共通基盤であることにあります。

今後はさらに、SmartDB 上に蓄積された業務データや業務プロセスを AI が理解し、業務そのものを支援・実行していく方向へと進化していくと考えています。「DAPA® (DreamArts Practical AI)」や「SmartDB Practical AI (PA)」も、こうした将来を見据えた取り組みです。

Q5 プロフェッショナルサービス事業について

プロフェッショナルサービス事業では、提案活動への工数投入などにより上期の収益性が低下していますが、その背景と今後の収益改善についてどのように考えていますか。

A5 上期については、前年に大型の導入支援案件があったことによる反動に加え、今後の受注につながる提案活動に一定の工数を投入したことが、プロフェッショナルサービス事業の収益に影響しました。

大企業向けの案件では、お客様の業務課題を整理し、対象業務やシステムの構想を具体化したうえで導入につなげていく必要があります。受注前の段階から一定の提案活動が必要になるケースがあります。

一方で、今回の状況をもって、すべての案件で提案工数が構造的に増加しているとは考えていません。

プロフェッショナルサービスは、単独での売上・利益だけではなく、SmartDB の導入やその後の利用拡大を支える役割も担っています。今後は、提案活動の選択と集中、導入手法の標準化、パートナーとの連携などを進めることで、SaaS 事業の成長を支えながら、適切な収益性を確保してまいります。

Q6 上期の減益要因と下期の見通しについて

上期の営業利益が前年同期を下回った主な要因について教えてください。また、前年の大型ライセンス案件やプロフェッショナルサービス案件の反動による影響は、下期にも継続するのでしょうか。

A6 上期の営業利益の減少には、人的資本や広告販促といった成長投資の拡大に伴う販管費の増加に加えて、前年に計上した大型のライセンス売上およびプロフェッショナルサービス売上の反動が影響しています。

特にライセンス売上については、追加のライセンス受注に伴って発生するコストが限定的であるため、売上の増減が利益に与える影響は比較的大きくなります。一方で、上期の減益のすべてが大型案件の反動によるものではなく、将来の成長に向けた販管費の増加も相応に影響しています。個別案件による影響額については開示しておりません。

下期については、クラウド移行や大型の導入支援プロジェクトが進行しており、プロフェッショナルサービスを含め、売上・利益は段階的に回復していく見通しです。このため、上期と同程度の大型案件の反動が、そのまま下期も継続するという見方はしておりません。

Q7 広告販促などの成長投資と利益率について

広告販促をはじめとする成長投資の効果をどのように評価していますか。また、中期経営計画で掲げる利益率の向上と成長投資の継続を、今後どのように両立していく考えでしょうか。

A7 大企業向けの営業活動では、広告やイベントなどを通じて認知を獲得してから実際の受注に至るまでに一定の期間を要するため、広告販促費と同一期間の新規獲得社数が直接的に連動するものではありません。そのため、個々の施策による商談創出や、その後の案件化・受注への進捗などを確認しながら投資効果を評価しています。

今後についても、成長機会がある局面では必要な投資を継続する方針ですが、費用対効果を踏まえて投資判断を行っていきます。

一方、中期的には、クラウド事業の売上拡大に伴う利益成長に加え、組織や業務の生産性向上、各種コストの効率化によって、売上高に対する費用負担を相対的に低下させていくことが可能だと考えています。成長投資を抑制することで利益率を改善するのではなく、必要な投資を継続しながら事業規模を拡大し、その結果として中期経営計画で掲げる利益率の実現を目指してまいります。

以上

＜ご留意事項＞

本資料に記載する将来の見通し、計画、戦略等は、本資料作成時点において当社が入手している情報および一定の前提に基づくものであり、実際の業績等はさまざまな要因により異なる可能性があります。

また、本資料は当社に関する情報提供を目的としたものであり、当社株式その他の有価証券の取得、売却等を勧誘するものではありません。