



2024年4月17日

各 位

会 社 名 プライム・ストラテジー株式会社
代 表 者 代表取締役社長 渡部 直樹
(コード番号：5250 東証スタンダード)
問 合 せ 先 経営管理部執行役員 城塚 紘行
(TEL 03-6551-2995)

2024年11月期第1四半期決算説明会 質疑応答集

当社の2024年11月期第1四半期決算説明会に際し、株主・投資家などの方々からいただきました事前の質問とそれらに対する当社からの回答について、以下の通りお知らせいたします。

なお、本開示は、市場参加者の皆様のご理解を一層深めることを目的に当社が自主的に実施するものがあります。決算内容の詳細については、2024年4月11日に開示しております決算短信および決算説明資料をご覧ください。

Q1 クサナギのキャラクター もっとバリエーションを 新キャラも追加。

マーケティング上の貴重なご意見として承りました。

KUSANAGI や David のミニキャラなどを活用し、技術的な発信を親しみやすく、わかりやすくお伝えする取り組みも開始しております。皆様のフィードバックもいただきながら、よりよい情報発信に努めてまいります。

Q2 会社HPや、社長のXなど、専門用語が多く投資家としてもわかりにくい所があります。一般人でもわかるくらいに、もっと簡単な内容にしてほしい。

過去の決算説明会のアンケートにおいても、同様に事業内容が専門的すぎて理解しづらいというご意見もいただいております。分かりやすい発信に努めます。

また、個別でご不明点に関して説明させていただくことも可能ですので、ご不明点を記載の上、当社「お問い合わせ」ページよりお問い合わせいただければと思います。

Q3 google 出身の顧問について：着任してからの「実績」をお聞かせください。いろいろな会社を兼任されている方と見受けられ、貴社のためにどういうビジネス推進を展開いただいたか非常に気になります。

海外マーケティング顧問としてご協力いただいております「株式会社 Digital Evangelist」代表取締役の金谷 武明氏については、ご就任いただいてから10ヶ月になりますが、SNS マーケティング、人脈、海外向けコンテンツや提案などに関するご支援をいただいております。

Q4 CMO について：常任の方でしょうか。他社や法人を兼務しながら「マーケティング」という一般的に会社の重大かつコア業務を監督されると不安に思ったため質問させていただきます。

吉政氏は当社の顧問を務められ、長い間、当社のマーケティング戦略に関わっていただいております。そのため当社の事業への理解は非常に深いものがあり、これまでも十分な実績を上げていただいております。より深く支援をいただくため、今回の CMO 就任となりました。

また、兼務につきましては、豊富な人脈を生かしたマーケティング施策を実施いただいておりますので、大きなデメリットにはならないと考えております。成果を出していくことに対してもコミットいただいております、一例として 2024 年 4 月 18 日（木）開催のセミナーの集客に対しても、想定を上回る集客を実現していただいております。

Q5 中村けん牛さんは会社を辞めたのですか？辞めてないなら平社員で働いているのですか？

当社の代表取締役会長でありました中村けん牛氏については、2024 年 1 月 12 日の「代表取締役の異動に関するお知らせ」で既報のとおり、健康上の理由から、2024 年 2 月 28 日に開催いたしました定時株主総会終結の時をもって取締役を退任致しました。

当社の取締役および社員としても在籍しておりませんが、当社の創業者であり、筆頭株主でございますので、株主の立場として引き続き応援いただいていると認識しております。

Q6 増配の予定はありますか？

現時点で配当予想の修正はありません。配当予想の修正が確定しましたら、直ちに情報開示を行います。

Q7 売上収益化アップの為の付帯オプション的販売の多様化を構築出来ないか?!

お客様のご要望に沿ったオプションサービスのご提案のほか、Web サイト、ビジネスの成長に寄与できると考えるサービスについても積極的に提案させていただきます。

具体的には直近では WordPress サイトへの脆弱性診断やその後の脆弱性対応などを進めておりますが、今後も KUSANAGI マネージドサービスに紐づいた多彩なご提案ができるよう、現在も広く調査、当社内での運用テストなどを行いながら拡充をはかっております。

これらの付加価値によって、顧客満足度の増加、収益の増加をはかってまいります。

Q8-① 北米での特許が昨年の夏頃に成立する見込みとありましたが、遅れている原因はありますか？単純に審査が遅れている、何か問題が発生している、変更等の対応が必要になっている等ありましたら教えてください。宜しく願いいたします。

Q8-② 先般の株主総会にて、北米特許取得について『障害はなく事務的な時間さえ解決すれば、北米特許取得は射程圏内である』旨を発表しておりましたが、その後の進捗はいかがでしょうか？株価暴落により、大きな株価含み損を抱えておられる大勢の株主の為にも、具体的な取得時期の目安時期を回答願います。

2023 年 11 月期第 2 四半期決算説明会までは「早ければ本年 8 月にも日本および米国において具体

的な特許権として成立する見込み」と説明いたしました。特許成立までの手続期間は事案毎に変動することから、2023年11月期第2四半期決算説明会以降は憶測による不正確な情報提示を避け、成立見込み時期を記載しない方針といたしました。

「昨年の夏頃」はあくまで早ければとなりますので、実際はそれ以上に期間が必要なものであり、当社としては引き続き対応を進めていく考えであります。

また、特許の申請件数の増加に伴い、特許審査そのものが全体的に遅れているというお話も伺っており、成立までしばらくお時間をいただければと思います。

Q9-① 現預金が増えていますが、M&Aなど使う予定はあるのでしょうか。

Q9-② 成長鈍化しているようですが、大丈夫でしょうか？ 成長に向けた投資しないならキャッシュ遊ばせておかないで株主還元してください

上場時に調達した資金等については、当社の成長に向け、製品やサービスの開発、人材の採用や育成、広告宣伝費など、主に事業の成長のために、引き続き活用する方針でございます。

しかし、具体的な充当時期までは、たとえば安全性の高い金融商品等で運用することなどを検討しております。

M&Aの予定は現在のところ未定でございます。

Q10-① 2023年7月5日に4,690円の株価を記録して以降、株価は急激な右肩下がり続け、低株価域にて停滞を続けています。実際に2024年4月12日には、1,257円という上場後の最安値を記録してしまっている状態です。上場企業である以上、4,690円域の株価にまで回復させる責務が御社に求められていることは申し上げるまでもありませんが、4,690円域の株価にまで回復させる為の具体的な対応策を回答願います。

具体的な対応策がないのであれば、自社株買いを行うしか方法はないと思いますが、株価回復の為の具体的な対応策を回答願います。

Q10-② 既に第一四半期決算の段階において、通期決算の下振れが予想されているのでしょうか？もし仮にそうであれば、向こう一年間は株価の回復が見込めないことになってしまいます。つまり、向こう一年間における具体的な株価回復の対応策を回答願います。2023年7月5日の株価4,690円記録以降、大勢の株主の方々は大幅な株価含み損を抱えているということについての具体的な対応策を回答願います。

Q10-③ IRでまれに株価あがっても直ぐにまた低下。自社株買い、増配などで株価対策をお願いいたします。または対策しないということは経営陣は現在の株価が妥当であると考えているのでしょうか？

Q10-④ 自社株買いなどの株価対策をお願いしたい。

Q10-⑤ 時価総額、株価の目標をご教授ください

Q10-⑥ 現在の株価についてどう思っているか？

上場来の安値に近い現状の株価に関して、私たちは非常に真摯に受け止めております。

当社の「KUSANAGI Stack」のような革新的な製品を開発していくことは、企業の長期的な成長と利益向上に寄与し、これが株価の上昇につながり、株主の皆様へのメリットになると考えております。

そのため、引き続き足元は成長戦略3分野にフォーカスして取り組んでいく考えであります。

またグローバルに通じる製品の開発により将来的には一段と成長を遂げる企業としての期待を持

っていただけのように取り組んでいく考えであります。

その他の株価対策としては、様々な選択肢がございます。自社株買いは市場の信頼を回復し、株価を安定させる手段の一つとして有効であると考えております。しかし、自社株買いを行うには、市場状況、財務状況、将来の事業戦略など、多くの要素を総合的に考慮する必要があります。したがって、現時点で具体的な決定を下すには至っておりませんが、適切なタイミングと判断される場合には実施することを検討いたします。

当社の責務としては、パブリックカンパニーとして、市場および顧客に求められる製品・サービスを展開し、事業を拡大していくことで、株主の皆様ご期待に添えていくこととあります。事業の成長を見せていくことで株価は上昇していくと考えており、その過程において 4,690 円以上の株価も実現できてくるものと考えております。

Q11 御社の株価が急激な右肩下がりが続いている大きな要因の一つとして、投資機関による空売りの連続が挙げられますが、投資機関の空売りに対する具体的な株価対応策を回答願います。

空売りに対する対応は実施する予定はありません。ご説明させていただいているとおり、事業を成長させていくことで株価の回復をはかっていきたいと考えております。

Q12 前回発表の質疑応答集で、「株主様のご期待に添えられるよう、社内で綿密な検討を重ね、適切な対応策を講じてまいります。」と回答していたが、それは今ではないのか。

一株主としては色々チャレンジしてみるのはいいい。もし営業増やしても売上は変わらずただ営業人件費垂れ流しになるようであれば、また別の方法も考えて欲しい。多少変更があってもいいけど将来どんな会社になりたいか、社会にとってどのような存在でありたいのかを役員は考えて、そこにたどり着くにはどうしたらいいかを社員みんなで考えて行動して欲しい。

株主様のご期待に添えられるよう、社内で議論を重ねながら、新しい施策を試し、効果の出るものは残し、だめなものはやめております。数字には現れておりませんが、効果が出始めているものもあり、期待していただければと考えております。

中期経営計画で示させていただきましたとおり、私たちはまず「Web システムの第三者保守のリーディングカンパニー」を目指しております。アクセス数の増加や外部からの攻撃、またガバナンスなど、Web システムの運用には考慮しなければならない要素が多くありますが、これらの課題にお客様とともにしっかりと取り組み、世の中に多数ある Web システムを最前線で守る企業として成長し、株主の皆様が応援したくなるような企業としても成長していければと考えておりますので、引き続きご支援いただければ幸いです。

Q13-① 1Q が終わった時点で通期下方修正を匂わせる説明資料を作成したのか？経営陣が目標を作成して、1Q で狂う目標ってどういうことか説明ください

Q13-② 決算説明資料で 2024 年 11 月期の通期の見通しは、売上高・各利益項目とも下振れして着地する見込みとしているが、どのような根拠でこのような業績予想をしたのか？ また、その業績予想に対し売上高・各利益項目とも下振れして着地する見込みであると具体的な数値予想もなく、まだ先があるのに 1Q の早い時点でこのような宣言するのは、営業ほか製品開発など企業努力で挽回するつもりがないと受け取られ、このような宣言は企業として市場の信頼を失うと同時に、株主に対して大変失礼である。前述のようなことが結果的に株価に反映されており、これからも株価が下がる

要因となるのではと心配である。まずは売上高・各利益項目とも下振れして着地する見込みであるのなら、せめて自社株買いなどの株価対策を行い、信頼回復に努めていただきたい。

業績予想は市場動向や足元の業績動向を踏まえ十分に妥当であるものが求められることを認識し、業績予想を策定し発表させていただきました。しかしながら第1四半期では当初見込んでいた大型案件の受注に至らず、結果として第一四半期においては十分な実績を実現できませんでした。一方、引き続き商談数自体は積み上がっておりますので、第2四半期以降において実現していければと考えております。そして、売上増から株主様からの信頼回復に努めていきたいと考えております。

Q14 36 ページ：「新規営業採用予定」具体的な人数は決まっていますか？

2名を予定しております。基本的なことではありますが、顧客の課題をしっかりと理解し、提案に繋がられる人材を採用していきたいと考えております。

Q15-① 御社の経営におけるネックは営業部門です。技術部門は超一流ですが、営業部門は三流です。御社の超一流の技術力を売上に繋げて行くためには、大幅な営業部門の強化が必須となりますが、営業部門の具体的な強化方法について回答願います。

Q15-② 36 ページ：商談数の積上げおよび解約率の改善を狙っていく

商談数に比例して契約数が伸びているのでしょうか？解約率の改善は、営業担当の役割なのか？営業担当者次第で継続、解約の判断をされるサービスなのか？

当社としても営業力の拡大が足元の経営課題の中で一番の重要ポイントとして考えております。契約数は商談数に比例しますので、新規営業担当者の採用をすることといたしました。また、当社では顧客とのリレーションづくりも営業担当者が担当しております。顧客課題に対して日々寄り添い、サポートを手厚くし、顧客満足度を向上させることで、防げる解約があるものと認識しております。

Q16 契約社数について：相変わらず減少傾向です。同じ質問を以前させていただきましたが、見解をお伺いします。以前は「確かに減っているが、内実は筋肉質的になっている」ような発言だったと覚えています。改めて思いますが、まだまだ貴社の売上規模や世間からの認知度から、社数が絶対的に足りない段階であり、純粋に契約社数を増やすべきだと認識を改めるべきだと思います。

顧客深耕だけでなく新規契約者数を増やしていくことも重要であると考えております。そのため、接触数増加のための営業担当者の採用を予定しております。

Q17 将来のビジョンについて：P26 ですが、現状と将来が飛躍しており理解ができません。具体的にどういふことをすれば到達できるかお教えいただけますでしょうか。

基本的なことではありますが、顧客の課題に真正面から取り組み、当社のサービスでしっかり応えていくことが最短の道であると考えております。Web システムの保守・運用に関する課題は、類似する課題が多く、それらの課題に対して製品開発やサービス展開に繋げていくことで、多くのお客様の課題解決に寄与することができ、最終的に第三者保守のリーディングカンパニーに到達できると考えております。

Q18 IRを可能な限り出して社外にアピールしたり配当を出すなど、株主に寄り添う動きは個人的にですが、かなり好感を持っています。また質問も丁寧に回答いただきありがとうございます。が、昨年の社長が交代したときから、残念ながらベンチャー独特の魅力あふれるワクワクさせるような会社ではなくなっている感じがします。「俺たちはこういう強みを持っていて、こうやってビジネスを伸ばしていくから、株主は黙ってついてこい」ぐらいの発信力／牽引力を社長含めた経営陣が発揮していただきたいです。

株主の皆様にご信頼いただけるような情報発信や施策の実施に、引き続き努めてまいりたいと思います。

経営陣一丸となりまして、お客様のWebシステム運用に係る課題に真摯に向き合い解決していく、という基本に正対し、実績を積み上げるとともに、研究開発の分野では様々なチャレンジをしながら、ワクワクするような、国内外に広く必要とされる製品やサービス開発を推進していく考えです。

Q19-① マガタマ AI の問い合わせや利用は進捗していますでしょうか

Q19-② 4月18日のAIの説明会の集客状況と今後の展開、収益性について教えてください

2024年4月18日に予定しております「安全に自社専用生成AIを導入するコツと注意事項を解説するセミナー」の申込数は、3月末時点でオンライン34名、オンサイト2名となっており、多くの方にご期待を頂いていると考えております。

最初は導入に関するSIサービス（フロー）が中心になる予定です。環境の運用や継続的なコンサル・開発などによるKUSANAGIマネージドサービスのようなストック型サービスの側面を増やし、収益性、利益率の高いサービスに育てていく考えです。

Q20 東京市場のみならず、世界中の証券取引市場において、生成AI株が注目されていて、生成AIの株式投資は今後、長い期間で注目・投資され続けることになると予測されていますが、御社が発表されたMagatama.AIを用いて、今後御社はどのように生成AIビジネスを展開していかれるかについて、構想を回答願います。

AmazonのCEOアンディ・ジャシー氏は「生成AIは、クラウド（これ自体がまだ初期段階だが）以来の、そしておそらくはインターネット以来の、最大の技術変革となる可能性がある。オンプレミスインフラからクラウドへの大規模なモダン化では、移行の際に作業が必要となる。一方、この（生成）AI革命ではこれと違い、最初からクラウドの上に構築される。今後可能になる、ソリューションが社会とビジネスにもたらすメリットは、誰もが仰天するほどの規模になるはずだ（ZDNET Japan『AmazonのCEO、生成AIがクラウド以来の最大の技術革新になる可能性を指摘』（2024-04-12 10:19）より抜粋）」と書簡に書いています。

先日発表したMagatama.AIは現在研究開発を進めている技術の一部であり、更に発展していくものです。これら技術を多くの日本企業のサービスに組み込み、日本経済の発展に寄与できるビジネスとしていきたいと考えております。

分かりやすく説明させていただきますと、現在各企業が展開しているサービスにおいて、生成AIの技術を導入することで、サービスレベルの向上や自動化ができる部分が多くありますので、それらに導入提案していくことを考えております。

Q21 新たに発表された Magatama.AI・2025 年度のキャッシュレス決済厳格化・運送業界の 2024 年問題における技術開発は非常に素晴らしい技術ですが、これらの Magatama.AI・2025 年度のキャッシュレス決済厳格化・運送業界の 2024 年問題の技術を、具体的にどのように売上に繋げて行くかについて、回答願います。

Magatama.AI については、既に回答させていただいたとおりです。

その他 2 点の説明の前に、まず WooCommerce（ウー・コマース）について説明させていただきます。WooCommerce とは WordPress のプラグインの 1 つであり、WordPress 上に EC サイトを構築することができます。全世界でインターネット上の EC サイトの 15% で使用されていますが、日本においては商慣習や言語の問題から 6% ほどとなっています。

法改正などにより、不正ログイン対策など EC サイトに求められることが多くなっており、これらに対応できるように共同研究を進めていくことを発表させていただきました。

当社としては、これらの開発元として高い品質のサービスが提供できることから、当社 KUSANAGI マネージドサービス上で EC サイトの保守サービスの契約を拡大していきたいと考えております。

以 上