

2025年12月期第2四半期決算説明会
質疑応答（要旨）書き起こし

【書き起こしに関する注意事項】

本資料で記述している内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性、完全性を保証するものでなく、今後、予告なく変更される可能性があります。

また、将来の見通しに関する記述が含まれておりますが、現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。

そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。

なお、本書き起こしの内容は、個人情報等への配慮、可読性への配慮、内容の重複した質問の統括、決算及び事業に関する質問の取捨選択を行っていることから、説明会での実際の質問内容、回答内容とは一部異なる記載をしております。また、株価等に関するご質問はお答えできませんので、あらかじめご了承ください。

【質疑応答書き起こし】

2Qトピックスについて

質問1

上期の営業利益が業績予想対比で大きく上振れして着地した要因を教えてください。

（参考 2Q決算説明会資料P24）

上期の営業利益は業績予想比でプラス約1億円と大きく上振れました。

その要因としては大きく3つあり、売上高要因約4千万円、開発投資要因約3千万円、広告宣伝投資要因約2千万円です。

売上高要因としましては、AI訪問看護計画・報告や法定研修サービス、BPaaSなどのアップセル・クロスセルが好調であり、売上高が上振れているためです。

次に開発投資につきましては、上期はAI訪問予定ルートの開発に注力しており、保守や研究開発など開発の基盤投資は主に下期に実施する予定としております。

最後の広告投資につきましては、AI訪問予定ルートの販促投資等を下期に実施するため、相対的に効果が期待しにくい動画の制作と配信を見送るなど上期の広告投資内容を再検討しました。

なお、下期は投資フェーズとしてさまざまな投資を予定しており、通期では当初の業績予想水準の着地を見込んでおります。

質問2

下期の投資加速により、来期顧客単価98.1千円、再来期104.2千円はどう変化すると考えていますか。

(参考 2Q決算説明会資料P39)

下期の投資加速は、来期以降も見据えたアップセル・クロスセル率向上に資する投資が主となっているため、来期以降の顧客単価は当初想定より伸びていくと考えています。

なお、来期顧客単価などの数値計画を含む中期経営計画は每期ローリングを実施しており、詳細は2026年2月に開示予定です。

質問3

今期は利益が上振れたため、費用を積み増しているという理解でよいでしょうか。また、その方針は来期以降も続くのでしょうか。

(参考 2Q決算説明会資料P3)

今期も含め来期以降につきましても、利益が上振れると費用を積み増すということは基本的には実施しない方針です。

今期につきましても、上期に費用が十分に活用できていなかったものや下期に向けて年間のコスト配分を調整した要因が強くなっています。

上期に投資できていなかった部分を下期に行い、年間で計画していた投資額をしっかりと実行することで、中長期的な成長を実現したいと考えています。

質問4

AI訪問予定ルートの子の来期の稼働数はどの程度になると想定されていますか。

AI訪問予定・ルートは、2025年1月には15%の顧客にアップセルを実施する計画としております。

当目標を達成するため、より市場のニーズに答えられるよう、当初想定していた機能にさらに追加開発を実施した状態で7月にリリースをしました。

また、無償期間も半年程度確保し、より当プロダクトのコンセプトや使い方の理解を促進させる時間を長く確保しており、課金ユーザーへの転換率を最大化するよう図っています。

質問5

AI訪問予定ルートについて、リリース後の顧客の反応を教えてください。

まだ本格リリース直後であり、限られたお客様からの反応ではありますが、ホワイトボードやエクセルを使っていたお客様が、このAI訪問予定ルートを活用することがICT化するきっかけになっている印象を受けます。

もともとかなりアナログな作業が一番残っているのが訪問予定の管理です。

お客様の声としては、

- ・管理者の方が従来よりも情報共有が早くなる。調整のスピードが上がることに期待している。
- ・他社のシステムは連携をいちいちすることで手間がかかってしまうのでiBowでできるとありがたい。
- ・従来、使っていた画面と同じで操作性が向上しており、便利になった。
- ・AIスケジュールでスタッフの公平な訪問予定が決められることがうれしい。

など、iBowの中で調整ができることへの期待感をひしひしと感じております。

この期待に応えられるようにお客様への導入支援や機能の改修を図ってまいります。

質問6

2025年4月時点の全国の訪問看護ステーション数に対する貴社の評価と今後の見込みを教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P6)

全国の訪問看護ステーション数は2025年4月時点で18,743ステーションとなり、長期的なトレンド通り増加していることが確認されました。また、今後についても増加し続けるものと予想しています。

2025年は、戦後第一次ベビーブームの時に生まれたいわゆる”団塊の世代”が後期高齢者（75歳）の年齢に達し、医療や介護などの社会保障費の急増が昔から懸念されていましたが、特に訪問看護の需要が高い高齢者の人口は2040年まで増加し続けることが国の予測として公表されているため、まさに2025年を「入口」としてさらなる改革が必要となっています。

このような社会的背景や訪問看護の役割を加味すると、ますます訪問看護の需要が増加していくことは明らかであり、訪問看護ステーション数はまだまだ増加し続けるものと考えています。

質問7

AI訪問看護計画・報告の2Q時点での収益について教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P10)

AI訪問看護計画・報告は、2Q期間で25百万円の売上となり、上期累計では42百万円の売上となりました。

AI訪問看護計画・報告はiBowと同様に訪問件数に応じた従量課金となっており、積み上げ型のビジネスモデルですので、今後も順調に増加することを見込んでおります。

質問8

AI訪問看護計画・報告の契約数(≠稼働数)について教えてください。

AI訪問看護計画・報告の契約数は6月末時点で1,000件を超えており、iBowの全契約数のうち32%以上がご契約いただいております。

引き続きiBow新規契約者のうち8割程度がAI訪問看護計画報告を同時にご契約いただいております、順調に増加しております。

質問9

クラウドサービスとBPaaSそれぞれの売上及び利益の割合を教えてください。

また、中長期的にはその割合はどのようなになる計画でしょうか。

(参考 2Q決算説明会資料P22,42)

当2025年度上期現在、BPaaS売上は売上全体の12%程度を占めています。

ただ、足元ではBPaaSの伸びが著しく、2027年度にはBPaaSの売上高が全体の15%程度となる計画であり、当面は15%をターゲットに事業運営してまいります。

なお、BPaaSの利益割合実績は当上期時点において売上総利益全体の10%程度、2027年度には15%を下回る程度で推移する予定です。

質問10

2Qに解約ステーション数が増加する背景を教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P12,14)

契約更新のタイミングが、2Qに集中しているため解約が増加する傾向にあります。

訪問看護ステーションは4月に開設されることが多く、そのため、iBowの契約も4月から開始されることが多いため、契約更新もこの時期となります。

契約更新のタイミングでの解約が増加しないよう、お客様の接点を増やし、お客様の成功を実現できるよう支援してまいります。

質問11

ツクイ様の利用が始まりましたが、チェーン展開する大規模訪問看護事業者へのアプローチは現在どのように行っていますか。

複数事業を運営されている大手顧客とは、関係者からのご紹介や大規模展示会・学会などでお会いする機会を通じて随時営業活動を行っております。

今回のツクイ様のように全国的に複数の事業所を運営されている企業様における共通の課題は、訪問看護人材の生産性向上と法令遵守のガバナンス強化などが多くなっています。

それらの課題を解決するためには、業務効率化と法令遵守ができ、またセキュアな環境で運営できる電子カルテに切り替える必要性があります。

今後も当社の強みである使いやすいUI・UXやAIサービスといった業務改善に類する機能部分だけでなく、強固なセキュリティ面や昨今求められるガバナンスの観点などからも訴求をしていきます。

具体的な先についてお知らせすることはできませんが、引き続き複数事業者にも営業活動を続けてまいります。

質問12

ユーザー(訪問看護師、訪問看護ステーション)のニーズと御社の開発方針をマッチングさせるため、どの様な施策を取られていますか。

ユーザーニーズと開発方針をマッチさせることは非常に重要だと考えております。

まずは、自社での顧客接点が多くある点です。

お客様と同環境でiBowとiBowレセプトを活用しているBPaaSチームが開発チームにフィードバックを常に行なっております。

また、代理店営業などは行わず、全ての顧客と直接契約し、ユーザーフレンドリーな関係構築に重点を置いています。

さらに、カスタマーサポートについても自社運営し、お客様からのフィードバックを開発に反映できる組織体制を構築しています。

質問13

解約の原因、要因は何ですか。

(参考 2Q決算説明会資料P12,14)

解約要因は大きく分けて2つあります。

最も多い要因が「事業所閉鎖」で、2024年度は年間の解約ステーションの約6割がこれに該当しました。

近年は訪問看護ステーションの廃業・休業も増加しており、これに比例する形で増加しております。

残りの解約理由は「他社レセプトシステムへの切り替え」であり、特に比較的小規模なステーションの安価なサービスへの切り替えが多くなっています。

こちらの他社システムへの切り替えについては、解約率引き下げのためにAI系サービスなどの差別化や、外部調査会社を使った潜在的な不満・要望の吸い上げによるサービス改善等により顧客満足度を高めていく予定です。

外部環境・競争環境について

質問14

訪問看護ステーションの集約化は「地方の切り捨て」に繋がらないのでしょうか。

地方の切り捨てにはならないと当社は考えております。

国の考えなどでは訪問看護ステーションの大規模化などが求められていますが、これは閉鎖による医療過疎を懸念しているからだと考えられます。

事業規模が小さいほど、緊急時の訪問に対する業務負担の増大や休みのローテーション制など、運営に関する脆弱性の課題が見られます。

2040年に向けた医療の課題では、地方の過疎地域における医療提供不足が挙げられています。

それを補うためにも訪問看護ステーションが地域医療の要となっていく必要がありますので、訪問看護ステーションの閉鎖や廃業などを削減するためにリソースを集約し、大規模ステーションに加算をつけているのだと考えられます。

よって、地方においても訪問看護ステーションの役割や規模の重要性は高くなっているため、国としても当社としてもしっかりと支援していくことになると考えています。

質問15

競合企業に対する強みを教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P35)

競争優位性は大きく3つあると考えております。

1つ目は、当社のiBowは、訪問看護に特化した業務支援の電子カルテを強みとしており、他社さま（介護業界向けレセプトシステムから波及させて訪問看護のプロダクトを作り込んでいるシステム）とは訪問看護業務における生産効率やガバナンスにおける考え方が異なります。また、厚生労働省が示すガイドライン、セキュリティポリシーを遵守しており、より多くの看護師を抱えるステーションの入力内容をシステムで統制する場合等に選んでいただいております。

そのため、より1人1人の業務効率を向上させたい事業所や、ガバナンスの強化（誤った入力、不正入力をシステムで統制したい）を意識される事業所に採用されています。

2つ目は、訪問看護領域にワンストップでステーション運営の効率化というソリューションを提供していることです。

電子カルテ『iBow』を基幹のシステムに据え、iBowと完全連動しているレセプト請求システムの『iBowレセプト』、レセプト請求に関する人員不足を補うBPOサービスである『iBow事務管理代行サービス』、ステーションの勤怠管理に特化したシステムである

『iBowKINTAI』、2024年より義務付けられた法定研修に係るe-ラーニングサービスである

『iBowe-Campus訪問看護法定研修編』等、訪問看護の課題に特化したサービス群を多数展開しているのは当社のみという認識です。

3つ目は、当社に蓄積された、当社独自の慢性期医療データを活用している点です。

例えばiBowの新機能である「AI訪問看護計画書・報告書」は、リリース当初からiBow内に蓄積された利用者情報、訪問看護計画書等、さまざまなデータを統合・分析し、生成AIを活用してワンクリックで訪問看護計画書・報告書を作成するサービスであり、創業以来（レセプト請求データではなく）電子カルテ領域においてデータを蓄積してきたiBowにしかできないサービスであると考えています。

質問16

これから少子高齢化になると思いますが、今後の成長戦略を教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P46～55)

2025年に団塊の世代が後期高齢者となり、今後、医療と介護の複合的なニーズが増加することによって訪問看護利用者がさらに増加することが想定されるため、今後、ますます訪問看護業務の効率化が求められます。

これまで、当社はiBowシリーズ並びにBPaaS事業などでこれを支援し、成長してきました。今後の成長戦略としては、引き続きデータとテクノロジーを活用したマルチプロダクト戦略を基本として、従来よりもスピードを上げて連続的に新規プロダクトをリリースし、アップセル・クロスセルの売上比率を継続的に高めてまいります。

既に、2025年12月期では「AI訪問看護計画・報告」の課金が開始されており、順調な滑り出しとなっております。

また、医師不足など、これまで以上に病院に頼らない医療体制が求められることも想定されるため、「けあログっと」の推進などで地域包括ケアシステムの発展を促し、収益化の機会を模索して参ります。

質問17

M&Aに対する考え方を教えてください。

新たな事業の開始に際して不足する要素や、会社として足りていない要素を補足するために、必要な手段としてM&Aも柔軟に検討していきたいと考えています。
現時点で具体的に検討している事項があるわけではありませんが、大型のM&Aを実行していくのではなく、例えば数十億円程度の中小型のM&Aの実行を検討しており、事業内容としては、例えば病院関係へサービスを実施している企業など、弊社とシナジーがあるヘルスケア領域を考えています。

人材戦略について

質問18

人材の確保について状況はいかがでしょうか。

年間を通じて、概ね予定通りの人員の確保はできております。
マルチプロダクト戦略によってプロダクト数が増加中であり、それをご契約いただいている顧客数も増加しています。
将来の成長に向けて営業から開発、サポート、需要の強いBPaaSなどで将来に向けた採用と育成が必要であり、全職種採用に力を入れています。
よって、今回の下期の投資の部分は、より多くの方を採用することでお客様に価値が提供できる勝算がある採用になります。
これから採用を行ってまいります、しっかりと予定数が達成できるように採用体制強化を図ってまいります。

質問19

御社は昨今の人件費の高騰にどのように対応されるのでしょうか。

大きく2点あると考えております。

まず、少数精鋭で高効率・高成長の事業運営を行ってまいります。

従来も100名未満の運営を行ってまいりましたが、引き続き社内のデジタル投資の促進による業務の効率化、連携先の活用による開発業務の効率化、業務の見直しなどで高効率な業務運営を行っていきます。

2つ目は、人材の定着と育成にあります。

採用段階で、代表である私が全員と面談し、ミッションである「ひとを幸せにする」によりマッチしそうな人材に入社いただいています。

実際、社内でのアンケートをとると、社員同士の関係性の良さが当社の特徴という声も多くありました。

経営としては、風通しの良い職場環境とユニークな福利厚生を取り入れることで、働きやすい環境を整えていきます。

併せて、OJT・OFF-JTを組み合わせた教育を行うことで、業界に特化したプロフェッショナルを育成し、お客様の成功が支援できる人材を育む環境が出来上がっています。

よって、他社のように高い給与の人材をどんどん取らなければ成長出来ない環境とは異なっていることで、人件費の高騰は大きくは影響がないものと考えております。

質問20

御社の女性幹部社員および、女性役員登用の割合を教えてください。

2025年6月末時点で「女性幹部社員比率」は33%。「取締役の女性比率」は25%です。

当社は、社員の75%が女性であり、他社と比較しても女性が活躍している会社だと認識しております。

また、当社では幹部登用につきましては、性別に関係なく公正に評価をしております。

すべての社員が出産・育児等で離職することがないよう、両立を支援する仕組みや、休業後の復帰をスムーズに可能とする制度等を実施し、今後も強化してまいります。

なお、当社は厚生労働省の女性の活躍推進に関する取組の実施状況が優良である企業が認定される「えるぼし」の3段階目の認定を受けています。

質問21

株主還元策について教えてください。

(参考 2Q決算説明会資料P54)

当社事業領域である市場は高齢者の増加によりますます広がっていくことを想定しているため、獲得した利益は積極的に成長投資に活用しつつ、同時に株主の皆様にも適切な利益還元を行うことが経営上重要だと認識しております。

配当につきましては、短期的な業績に連動させるよりも中長期的な安定配当を維持・継続することが重要と考えており、配当性向20%程度を目安にして配当金額を決定していく方針です。

また、株主優待は現時点では検討しておりません。

当社の事業は訪問看護向けの限られた市場に対して行っているBtoB企業であるため、いわゆるファン株主を増やすようなサービスや自社の広告宣伝効果の見込める株主優待施策が実施しにくいものと認識しております。

一方で、国内において新NISAを契機として、優待による企業価値向上が見込めるケースも増えておりますので、日々の売買代金や出来高、社会動向等を総合的に勘案し、企業価値最大化に資する株主還元施策を検討してまいります。

ぜひ、当社が成長した3年後、5年後の利益水準、配当水準に期待して投資いただけますと幸いです。

質問22

社長の成功とは何ですか？

私にとっての成功とは、単に事業を大きくすることではありません。始めた事業を社会が求める限り責任を持って進化させ続けること、そしてeWeLLという会社が社会にとってなくてはならない存在であり続けること、その実現に私の全エネルギーを注ぎ続けること、これが私の成功です。

そして、人生をかけて成し遂げたい究極の成功は、eWeLLの事業を通じて、誰もが住み慣れた場所で、自分らしく最期まで安心して暮らせる社会を実現することです。

eWeLLは単なるITツールを提供する会社ではありません。私たちは、日本の医療が抱える大きな課題に挑む「在宅医療のプラットフォーム」です。

私たちのサービスは、訪問看護に携わる皆様の記録や情報共有といった業務を効率化し、本来最も大切にすべきケアの時間を生み出しています。これが「看護の質向上」の第一歩であり、私たちが今、着実に実現している価値です。

そして今後、私たちのプラットフォームは、蓄積したデータを活用し、業務効率化ツールから大きく進化してまいります。

将来的には、地域の病院・クリニック、訪問看護、訪問歯科、薬局、介護事業所などが私たちのプラットフォーム上で繋がり、在宅療養者は自宅にしながら、切れ目のない最適な医療・介護サービスを受けられる。そんな「日本の在宅医療を支える社会インフラ」へと成長させてまいります。

質問23

御社の社名のうちeだけが小文字になっている理由は何でしょうか。

2012年に創業した際、4G通信が普及し始め、時代がスマホやタブレットに移行する時代でした。

その時代の中でタブレット=iPadというイメージを踏襲し、新しいテクノロジーの象徴的な文字列である大文字と小文字の組み合わせを採用しました。

以上