



2026 年 1 月 16 日

各 位

会 社 名 株式会社インターアクション
代表者名 代表取締役社長 木 地 伸 雄
(コード番号 7725 東証プライム市場)
問合せ先 社 長 室 I R 担 当
電話番号 045-263-9220

2026 年 5 月期第 2 四半期決算説明会 質疑応答（要旨）

当社は、2026 年 1 月 9 日に 2026 年 5 月期第 2 四半期決算説明会をオンライン配信により実施いたしました。本資料は、同説明会での質疑応答について主な内容をまとめ、公表するものです。なお、理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

質問 1：海外主要顧客からの受注が増加しており、下期～来期以降にかけても当該顧客の設備投資意欲が高い状態が継続する見込みであるという説明があったが、現状、顧客側の投資先拠点は従来通りアジア圏が中心なのか、それとも米国等のその他拠点に向けた投資が中心なのか。アジア向けと米国向けではコストや安全基準等が異なると思うが、現時点における貴社での見通しや備えについて可能な範囲で教えてほしい。

回答 1：顧客側の情報であるため詳細はお伝えできないが、現状は従来通りの顧客・方法・拠点で取引する想定であり、取引面・商流面において特別な準備や対応は不要と考えている。将来的に、米国等の従来とは異なる地域への投資・展開が進む可能性はあるものの、現時点では顧客側から具体的な相談や情報が入っている状況ではない。

質問 2：下期～来期に向けて、海外顧客向け瞳モジュール®の販売がどの程度増加すると期待できるのか、受注・売上等の規模感についてイメージを教えてほしい。

回答 2：定量的な情報は差し控えさせていただくが、下期～来期の規模感については期待していただいて問題ない。また、今期末までに本格的な受注獲得に繋がたいと考えている。

質問 3：国内顧客からの受注の動向について、本格的な受注回復は来期以降になる可能性があるとのことだが、具体的にいつ頃の回復を想定しているか。

回答 3：現時点で具体的な時期を示すことは難しいが、国内顧客からの受注が回復するタイミングは、短期的というよりも中長期的になると考えている。AI ファクトリーの流れや自動運転の進展等を踏まえると、センサーは AI にとっての「原材料」であり、その重要性は今後さらに高まる見込みである。そうした領域において国内顧客はキーマンとなる存在であり、中長期的に成長していくと捉えているため、過度に懸念していない。

こうした国内顧客の動向に加え、海外顧客の設備投資意欲が活発になっている状況も踏まえ、今後は海外市場に集中していく。もっとも、国内顧客の設備投資が全く動かないというわけではないが、現時点における当社の勝負所は海外市場であるため、リソース配分は海外を最優先としている。

質問 4：IoT 関連事業の受注高が、2026 年 5 月期第 1 四半期と比較して増加している要因は何か。

回答 4：主に海外顧客からの受注が増加したことによるもの。

質問 5：「半導体ラインサイド」とは具体的に何を指すのか。貴社にとって魅力的な市場である理由及び貴社がどのような強みを転用しているのか教えてほしい。

回答 5：半導体製造ラインのサイド、すなわち製造装置の近傍で使用される測定・検査領域を指しており、半導体製造ラインに携わる技術者・開発者向けの測定装置市場を狙っていく。

市場規模としては 1 案件あたり 10 億円～50 億円程度を想定しており、大手企業にとっては会社規模に対するリターンが小さいため、当領域には大手が積極的に参入していないケースが多い。一方、当社にとっては事業規模が十分適合している点が魅力である。また、当社の戦略として、このような市場を 1 つ獲得するだけでなく、半導体製造ラインサイドで使用される多様な測定器等を数多く開発し、積み上げて回転させていくことを目指している。

半導体の測定領域においては、当社の主事業である検査用光源装置事業を含め、技術的な強みやノウハウを有しているが、どちらかというと製品企画部等による営業力・マーケティング力・企画力を活かしながら勝ちにいく方針であり、その体制を整備している。

なお、今後の具体的な計画としては、2026 年中に新製品をローンチする予定であり、発表できる段階になれば、改めて詳細を説明したい。

質問 6：ミドルエンド向け検査用光源装置の対象顧客は非モバイル領域か。また、マーケットのボリュームはどの程度を想定しているか。

回答 6：ミドルエンド向けの対象領域は、モバイルも一部含まれるが、非モバイルが中心であると認識しており、主なターゲットは車載・ロボティクス領域であると考えている。

特に車載領域では、自動運転において AI が適切な判断をするために、センサーで測定されたデータの正確性が求められる。当社の役割は、その測定データの品質・信頼性を保証することであり、同領域に向けた製品を開発・投入していくことは重要であると考えている。

市場のボリューム感については、市場がこれから立ち上がる段階であり未知数の部分も多いため、市場規模を具体的に見積もることは難しいが、車載用イメージセンサに関しては「車 1 台あたり十数個程度搭載される可能性がある」といった見方もあり、成長余地の大きい市場であると捉えている。

質問 7：VG 戦略室を分離した背景について教えてほしい。この組織体制にはどのようなメリットがあるのか。

回答 7：従来、VG 戦略室は企画・マーケティングに加え、開発要素も担っており、役割が広範囲で曖昧になりやすかった。これを分離することで、各機能の責任範囲を明確化し、業務効率を向上できる点がメリットだと考えている。また、VG 戦略室という名称は、社外へパートナーシップのアプローチを行う際に、「戦略室」という呼称によって相手側から警戒される場面が多々あった。そこで「製品企画部」という名称に変更することで、顧客ニーズをより自然に聞き取りやすくなると判断した。

本体制では、「製品企画部」が顧客ニーズを踏まえた企画を担い、その内容を確実に具現化する部門として「新製品開発部」を設置している。企画から開発への連携効率を高めることで、新製品の立ち上げスピードの向上が可能になると考えており、さらに各部門に担当責任者を配置し、マネジメント体制を明確化することで、意思決定と実行の迅速化を図る。

「製品企画部」と「新製品開発部」の両輪を回しながら新製品を継続的にリリースし、稼ぐ力の向上を目指す。

以上