



2026年2月20日

各 位

会 社 名	GVA TECH 株式会社
代 表 者 名	代表取締役社長 山 本 俊 (コード番号: 298A東証グロース市場)
問 合 せ 先	取締役 CFO 板 倉 侑 輝 (TEL 03-6274-8260)

**2025年12月期決算および2026年12月期通期業績予想に関する
質疑応答集**

2025年12月期決算および2026年12月期通期業績予想に関し、当社で想定していた質問、ならびに発表以降に株主・投資家などの方々からいただいたお問い合わせに対する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。

詳細につきましては別紙ご参照ください。

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。

ご参考:[2025年12月期決算説明資料](#)

以 上

Q1. 2026年12月期業績予想の売上高は前期比+41.3%、黒字化の予想ですが、売上牽引要因と黒字化の理由について教えてください。

A1. 2026年12月期に売上高+41.3%成長と黒字化を見込む理由は、先行投資が「回収フェーズ」に入り、積み上げたストック収益が損益分岐点を超えるためです。

1. 売上高成長の牽引要因

主力2事業が「領域拡大」へフェーズを移し、成長を加速させます。

・LegalTechSaaS事業:「OLGA」の複数モジュール導入や全社展開による単価向上に加え、リードタイムの長い大型案件と即効性のある生成AI新製品(AI書面作成等)を組み合わせる「プロダクトミックス戦略」でARRを積み上げます。

・登記事業:「商標登録」をはじめ新領域へ展開し、顧客単価と利用頻度を高めます。

2. 黒字化の理由

売上拡大に伴い利益率が改善するSaaS特有の構造が機能します。

・売上総利益率の改善:収益率の高いLegalTechSaaS事業の構成割合が大きくなるため、利益率は前期比で改善し67.1%に達する見込みです。

・販管費率の低下:サービスの認知活動や人員への投資を一定継続しつつ、収益貢献の高いコストに最適化し、売上高に対する販管費率を21.9ポイント改善させます。

03. 2026年12月期 通期業績予想

業績見通し

GVA TECH

・ 2026/12期は前期比+41.3%の大幅な売上成長と通期での黒字化を計画

単位:百万円	2025/12期	2026/12期	対前期比増減	
	実績	予想	金額	率
売上高	1,483	2,096	+612	+41.3%
売上総利益	914	1,406	+492	+53.9%
売上総利益率	61.6%	67.1%	+5.5pt	-
販売費及び一般管理費	1,216	1,375	+158	+13.0%
営業利益・損失	▲302	31	+333	-
経常利益・損失	▲317	4	+321	-
当期純利益・損失	▲315	2	+317	-

25

Q2. LegalTechSaaS事業において、顧客平均単価が上昇している一方、顧客数の増加が停滞しているのが気になりますが、要因や背景を教えてください。

A2. 2025年12月期におけるLegalTech SaaS事業の顧客数の推移には、主に2つの要因があります。①非メインターゲット層の解約、②新規商談の長期化です。

①については、解約による一時的な影響はすでに収束しており、注力しているメインターゲット層(大企業・中堅企業)の解約率は低水準で推移し、事業基盤は盤石です。

②については、エンタープライズ企業への注力により案件が大規模化し、商談が長期化している

ことが要因です。

なお、黒字化に向けた収益力向上には、顧客平均単価の向上が必須の命題であり、2025年の期初より取り組みを継続し、大幅に向上してまいりました。引き続き、顧客課題の解決に向けた価値を増大し、重点的に単価向上に取り組むことは変わりません。

一方で、大型案件の月ずれなどにより、収益の成長が不安定になる可能性については、検討期間の短い弁護士向けの生成AIプロダクトをミックスすることで、ARRの安定成長を図ります。

Q3. LegalTechSaaS事業のOLGAの収益性を向上させるための施策は何ですか？

A3. LegalTechSaaS事業「OLGA」の収益性を向上させるための施策は、「顧客平均単価の最大化」と「獲得効率の改善」による質的転換に集約されます。

主な施策は以下の3点です。

1. 顧客平均単価の最大化

- ・複数モジュール導入:「AI契約レビュー」単体での提供から脱却し、「法務データ基盤」や「契約書管理」など複数機能をセットで導入することを推進しています。複数モジュール導入企業の平均単価は約2倍(約23万円)に達しており、これを標準化します。
- ・全社展開(利用部門の拡大):「OLGA for Salesforce」などを活用し、法務部だけでなく事業部(営業担当など)のアカウント課金を促進することで、全社的なインフラとして利用規模を拡大させます。
- ・エンタープライズシフト: 予算規模が大きく解約率が低い「大企業・中堅企業」へのリソースをシフトします。

2. 「プロダクトミックス戦略」による回転率向上

- ・商談期間の長い大型案件(OLGA)に加え、検討期間が比較的短い新プロダクト「AI書面作成」などの生成AIツールを組み合わせて販売する「プロダクトミックス戦略」を展開します。これにより、ARRを安定的に積み上げる体制を構築しています。



Q4. 2025年12月期の広告宣伝費の投資効果について教えてください。また2026年の主な投資内容について教えてください。

A4.

1. 2025年12月期の投資効果

3Qの積極的な広告投資により、「指名検索数の増加」「質の高いリード獲得」など具体的な成果を確認できています。ただし、特にエンタープライズ案件は検討期間が長く、これらの成果が売上に本格寄与するのは2026年12月期以降となる見込みです。なお、登記事業ではSEO環境の変化を受け、4Q以降は費用対効果を重視した運用へ最適化しました。

2. 2026年の主な投資内容

2026年は「先行投資」から「回収フェーズ」へ移行します。全体的なコスト比率は抑制しつつ、AI開発を中心とした開発投資（法務AXの加速）と、営業人員の強化に、重点的にリソースを配分します。

以上