



2026年5月25日

各 位

会 社 名	G V A T E C H 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 C F O 板 倉 侑 輝 (TEL 03-6274-8260)

2026年12月期第1四半期決算に関する質疑応答集

2026年12月期第1四半期決算に関し、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:[2026年12月期第1四半期決算説明資料](#)

以 上

Q1. 2026年3月に開始した複数の生成AIソリューションが第2四半期以降で本格的に貢献するとありますが、どのような貢献を見込んでいますか。

A1. 2026年3月に弁護士向けのAIサービス「ベンパル」と、2026年4月に企業向けのAI活用コンサルティングサービスの「OLGA AIコンサルティング」を開始いたしました。それぞれのリリースにより、「新市場の開拓」によるマーケットの拡大と「既存市場の深耕」による1顧客当たりの収益力向上をねらいます。

「ベンパル」は、裁判への対応時に作成する訴状や、答弁書、準備書面といった専門的な書類を生成AIの技術を活用して作成できるツール「ベンパル書面作成」をはじめとしたAI活用や情報管理とその運用体制の整備まで弁護士と法律事務所をまるごと支えるサービス群の名称です。これまでの企業をターゲットにした市場に加えて、弁護士市場という新市場の開拓が可能です。また、商談のリードタイム（検討期間）が非常に短く、短期で獲得しやすい「ベンパル」と、リードタイムが長い大型で単価の高い「OLGA」を組み合わせることで、ARRを安定的かつ持続的に伸ばしていけるようになると考えております。

また、「OLGA AIコンサルティング」は、SaaSに加えて、個別の顧客課題に応じた生成AIソリューションを提供します。これにより、OLGAの顧客に対するアップセルやクロスセルによる収益力向上と、生成AI活用を起点とした新規顧客へのタッチポイント創出を実現します。

Q2. OLGA AIコンサルティングは、すでにOLGAを導入している企業にさらなる活用を提案するのか、それともAIコンサルティングを切り口にOLGAを導入してもらうのか、どちらのイメージでしょうか。

A2. 両方のアプローチがございます。「OLGA AIコンサルティング」とは、法務の様々な業務領域に生成AIを活用する仕組みを、お客様と一緒に作り上げていくサービスです。

この仕組みを構築するためには、「汎用的な生成AIの選定」「プロンプトの構築」、そして「ナレッジベース（どのような法務ノウハウを蓄積・適用させるか）の整備」という3つの軸がございます。OLGAを導入されていない状態からでも、コンサルティングとしてご支援することは可能ですが、ナレッジベースにOLGAを組み込むことで、より精度の高いアウトプットを出せるようになるため、最終的なOLGAの導入提案へと繋げています。

このように、既存の顧客企業様にはOLGAと組み合わせた新たな価値（アウトプット）をご提供し、新規の顧客企業様にはコンサルティングを入り口としてOLGAの導入へと導くという、2方向のアプローチを展開しております。

Q3. 汎用の生成AIが与える既存プロダクトへの影響や、差別化・競争戦略についての考え方を教えてください。

A3. ClaudeforLegalを含め、生成AIの進化は非常に早く、常に状況は注視しておく必要があると考えております

一方で、法律業務という専門性の高さ、日本法や日本企業特有の商習慣等へのカスタマイズ、技術になじみのない層への十分なサポートが必要と感じており、特に大企業や弁護向けにおいては、単純なプロダクトの性能だけでは利用が進まないと感じております。

当社としては、これまでの活動において築き上げてきた、法務業務や顧客業務の理解、様々なツール連携により顧客の業務フローへ入り込めるプロダクト、顧客に寄り添える距離の近さというものを強みとしていくことで当社の優位性は高く維持できると考えています。

なお、当社のOLGAやベンパルといった生成AIネイティブな各プロダクトにおいては、GPTやClaudeなど汎用AIを活用しているため、汎用AIの性能が良くなればなるほど、当社のプロダクトの性能も良くなるため、汎用AIと競うのではなく「共存」していく形が、当社の目指す姿だと考えております。

Q4. 登記事業について、「GVA法人登記」のAI検索への対応状況はいかがでしょうか。

A4. 従来のSEO(検索エンジン最適化)中心の集客から、AI検索に最適化されたコンテンツ作成(AIO対策)へと取り組みを切り替えてまいり、その転換の成果が形として見え始めてきたのが、当第1四半期です。以前のように右肩上がりに成長していた軌道を、再び再現しつつある段階でございます。

以上