


TEMONA

成長可能性に関する説明資料

テモナ株式会社
証券コード3985



でもない
世界を創る



本資料の取り扱いについて

本資料は、テモナ株式会社の業界動向及び事業内容について、テモナ株式会社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。

既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

テモナ株式会社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、2017年4月6日現在において利用可能な情報に基づいてテモナ株式会社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。

1.会社概要	P.04
2.サービス	P.10
3.市場	P.17
4.成長戦略	P.21
5.総括	P.28

1. 会社概要

会社概要

ビジネスと暮らしを“てもなく*1”する、をビジョンに、EC事業者に向けてリピートITに特化したwebサービス「たまごリピート」、「たまごサブスクリプション」、「ヒキアゲール」を提供しています。

*1「簡単に、たやすく」を意味する日本語の古語

会社基本情報

会社名	テモナ株式会社
設立	2008年10月
資本金	2,050万円
代表	代表取締役：佐川 隼人
本社所在地	東京都渋谷区渋谷2-12-19
従業員数	38名（2016年9月末）
売上高	786百万円（2016年9月期）

理念および使命

理念（ビジョン）

ビジネスと暮らしを“**てもなく**”する

使命（ミッション）

事業者から支持され、生活者から愛される

「B with B with C 企業」を目指す

提供サービス

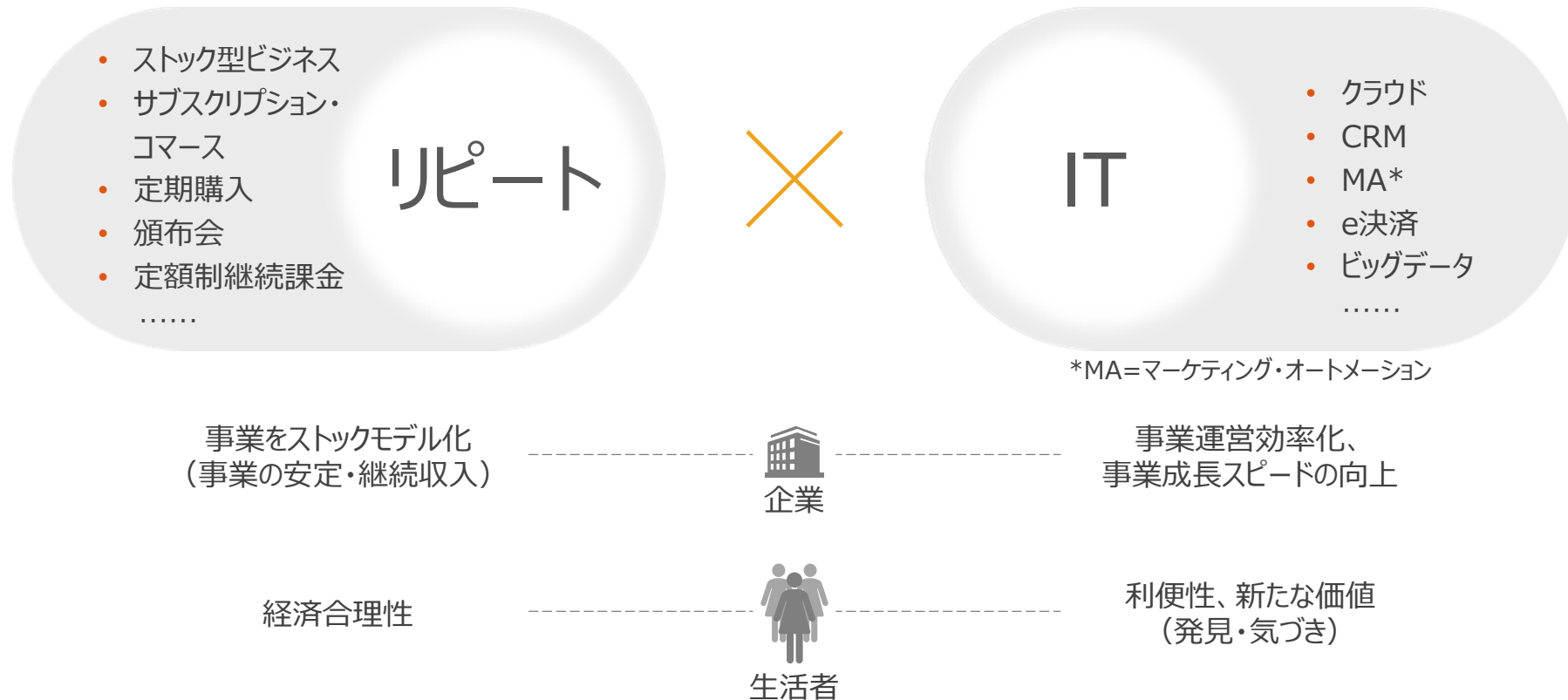
TEMONA

リピートITに特化したサービス



当社は、「レポート」と「IT」を掛け合わせることで、クライアント企業の安定成長・効率化の実現を図るとともに、生活者には経済合理性・利便性を提供しています。

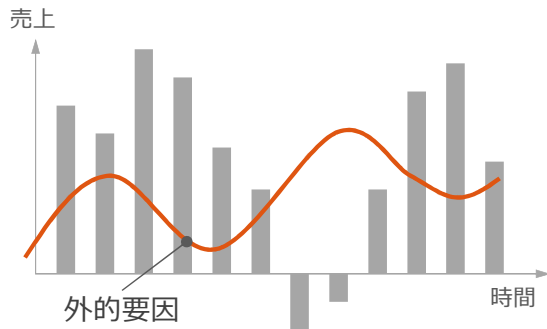
TEMONA は「レポートIT」企業です



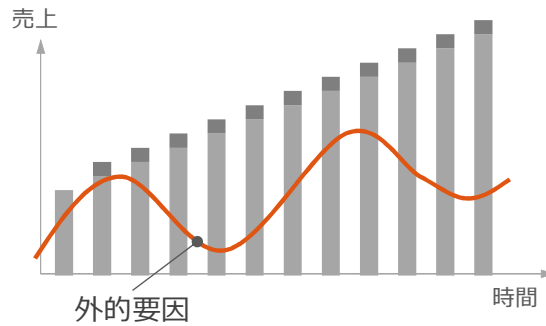
野心 (アンビション)

リピートITに特化した当社のサービスによって、世の中の「フロービジネス」のすべてを「ストックビジネス」へと転換させることを野心 (アンビション) に掲げています。

通常のワンショットタイプの
売上のビジネス



会員制小売業
定期購入・購読サービス等



.....

ストックビジネスは継続性や
効率性、収益性において優位



.....

ビジネスの安定化・効率化により
数々の無駄が省け、よりエコな
社会が実現できる

計画生産、在庫減少、廃棄リスクの低下等

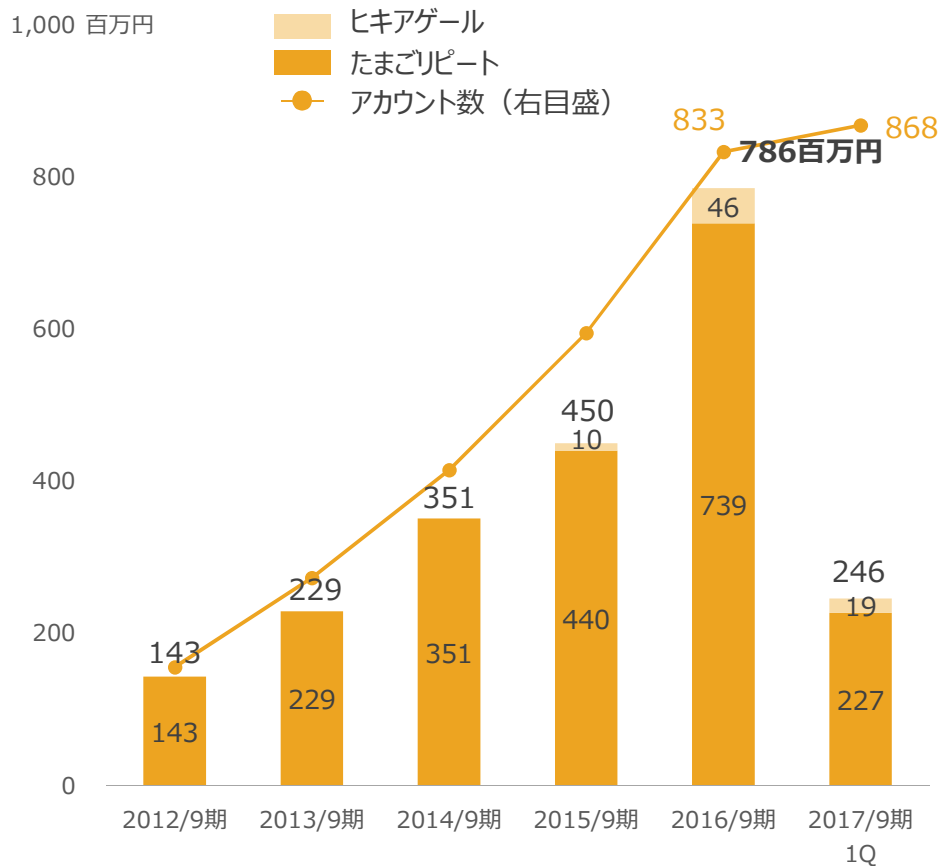
創業当初は受託開発事業を営んでいましたが、2009年9月の「たまごカート（現たまごレポート）」の発売開始をきっかけにストック型のビジネスモデルへと移行しました。

年月	概要
2008年10月	東京都江東区新木場2丁目9番7号にTEMONA 株式会社（資本金 2 百万円）を設立。
2009年 7月	業務拡大のため、東京都江東区東陽3丁目10番1号へ本店を移転。
2009年 9月	インターネット通販の定期購入・頒布会に特化したショッピングカート付レポート通販専用WEBサービス「たまごカート」を発売開始
2010年 2月	「たまごカート」のアップグレード後、名称を「たまごカートplus+」へ変更。
2010年 9月	業務拡大のため、東京都江東区青海2丁目7番4号へ本社を移転。
2011年 1月	資本金を 5 百万円に増資。
2011年11月	資本金を10百万円に増資。
2012年 9月	業務拡大のため、東京都渋谷区渋谷三丁目へ本社を移転。
2012年12月	ファインスターグループのスタークス株式会社へ資本参加。
2014年 3月	「たまごカートplus+」から「たまごレポート」へ名称変更。
2014年10月	WEB接客ツール「ヒキアゲール」販売開始。
2015年 3月	業務拡大のため、東京都渋谷区渋谷二丁目へ本社を移転。
2015年 9月	資本金を20百万円に増資。
2015年10月	「ヒキアゲール」の大幅アップグレード完了。
2016年 7月	「たまごレポート」の別ブランドとして「たまごサブスクリプション」発売開始。
2016年10月	テモナ株式会社に商号変更。
2016年10月	オトナ女性の美容と健康マガジン「URARA」公開。

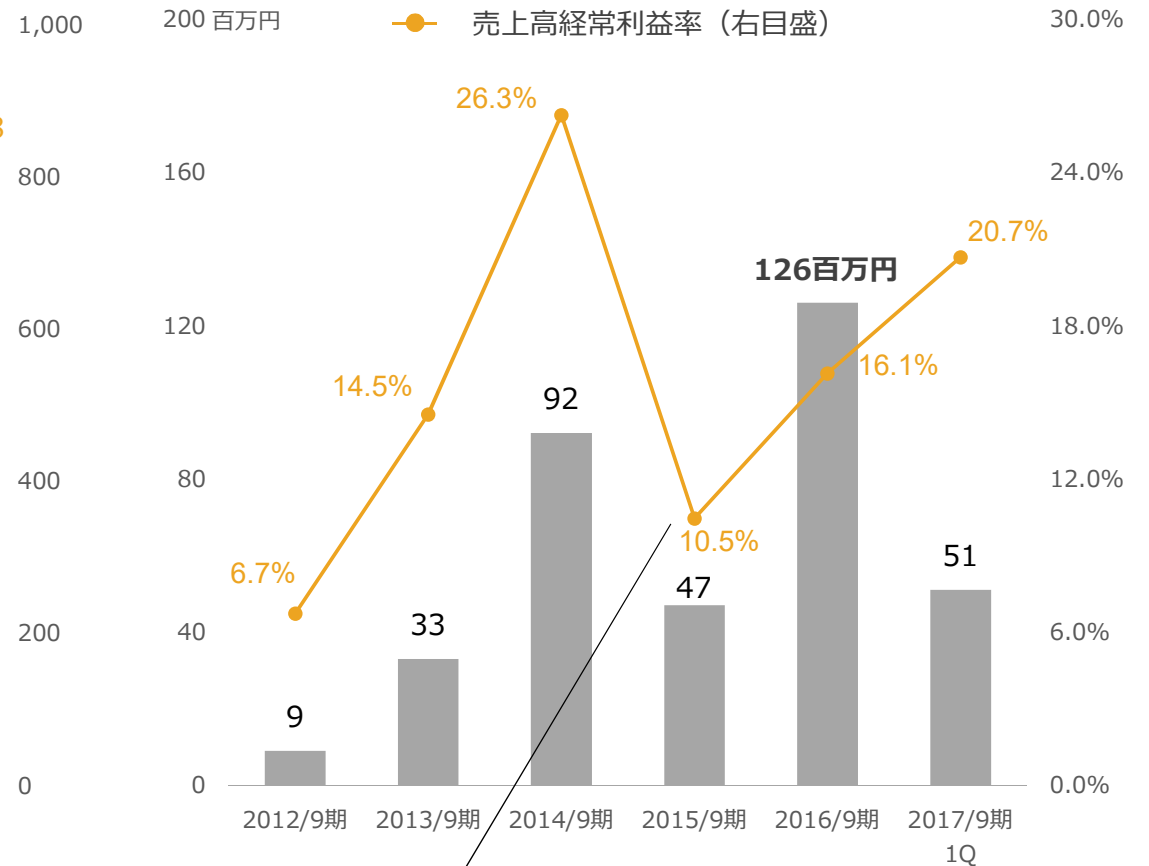
直近の業績動向

ストックビジネスへの転換以来、着実にアカウント数を拡大し、増収を実現しています。2016年9月期は、売上高 786百万円（前期比75%増）、経常利益126百万円（前期比169%増）、売上高経常利益率は、16.1%となっています。

売上高およびアカウント数の推移



経常利益および売上高経常利益率の推移

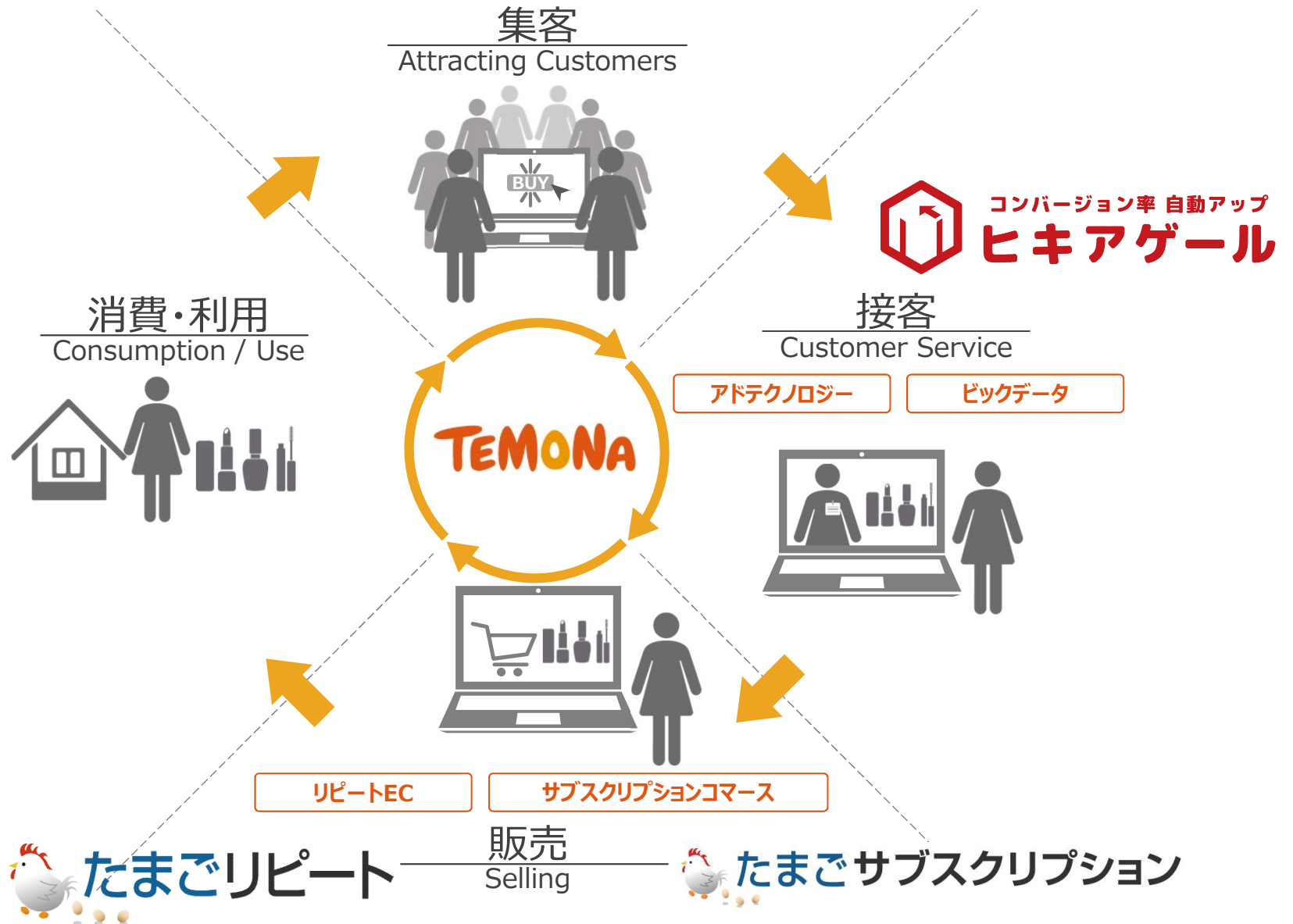


新サービス「ヒキアゲール」の開発及びIPO準備のための投資を行いました。

2.サービス

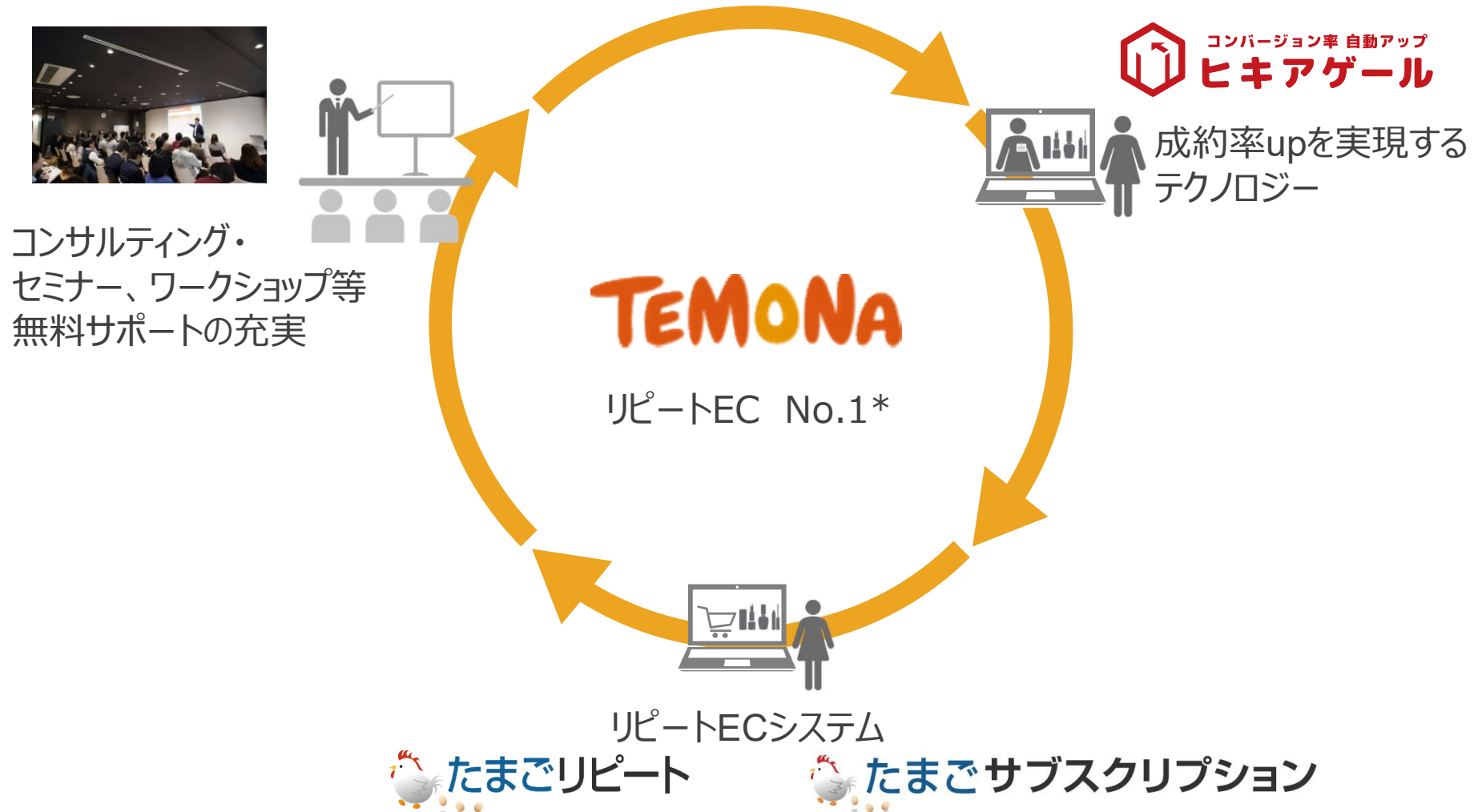
事業領域

事業領域はBtoC-EC市場です。インターネット通販のビジネスサイクルを集客、接客、販売、消費・利用の4つに分け、それぞれの領域でEC事業者を対象にしたサービスを展開していきます。現在は接客領域で「ヒキアゲール」を、販売領域で「たまごリピート」・「たまごサブスクリプション」のサービスを展開しています。



レポートEC市場に特化したソリューションを提供

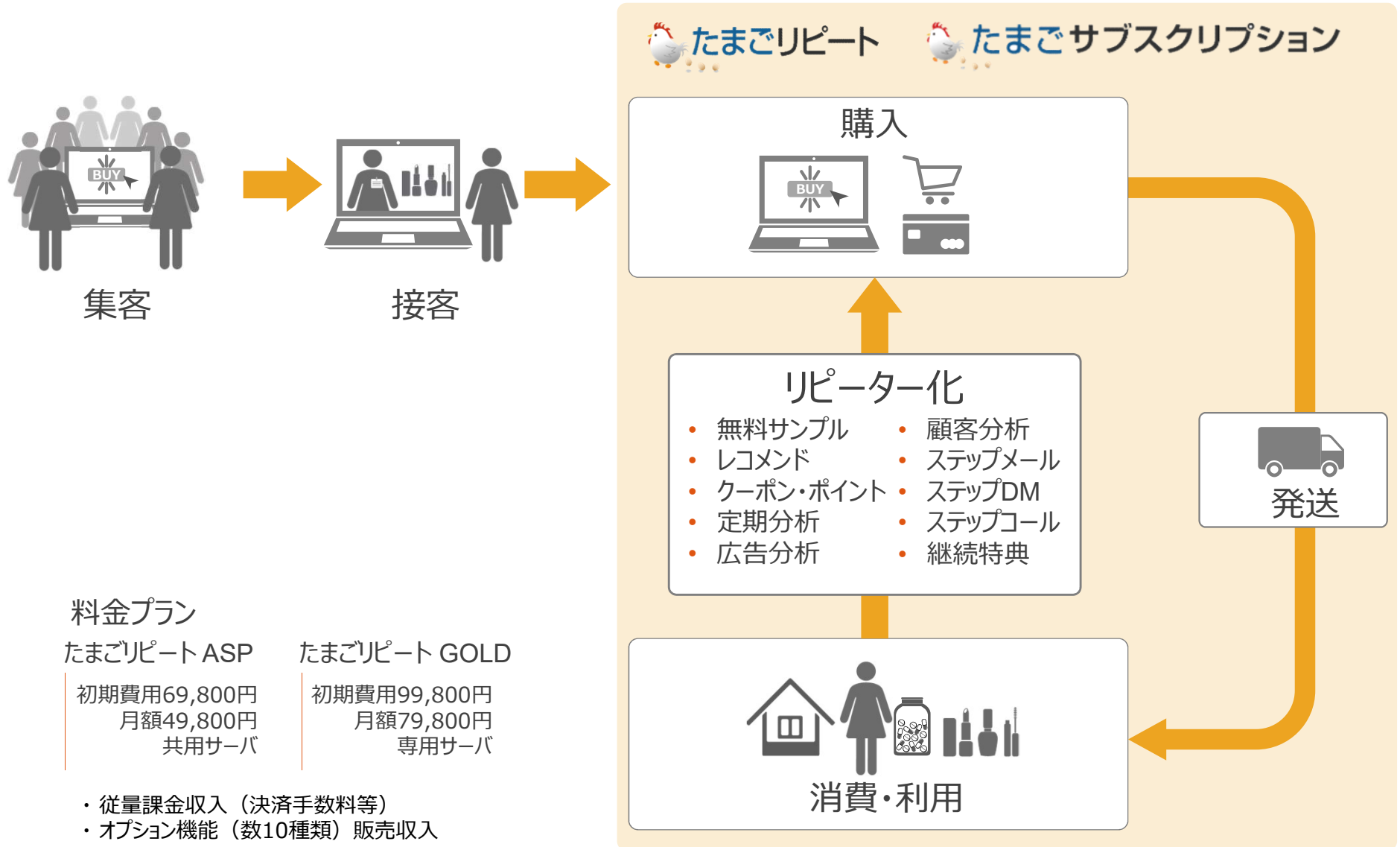
レポートECに特化したサービスを積極的に開発・展開し、レポートEC企業として高い知名度とNo.1*の導入実績を獲得しています。特にたまごレポートは、レポートECシステムとして他社に先駆けて提供を開始して以来、継続的にアップグレードを続けてきたため豊富な機能を有しており、充実したサポート体制と併せてレポートECのベンチマークサービスとして高い評価を得ています。



*日本ネット経済新聞「ショッピングカート」主要指標ランキング（2016年5月27日）より、レポートカート部門店舗数・利用店舗の流通総額・利用店舗の平均売上（年間）

【販売領域】たまごリピート・たまごサブスクリプション

ネットショップにおいて商品の購入者に対して最適なフォローを行い、リピーターへと育て、さらにはリピート回数を増加させるためのショッピングカート付リピート通販専用WEBサービス「たまごリピート」を提供しています。また「たまごリピート」と異なるターゲットに向けて別ブランドとして「たまごサブスクリプション」を提供しています。



料金プラン

たまごリピート ASP

初期費用69,800円
月額49,800円
共用サーバ

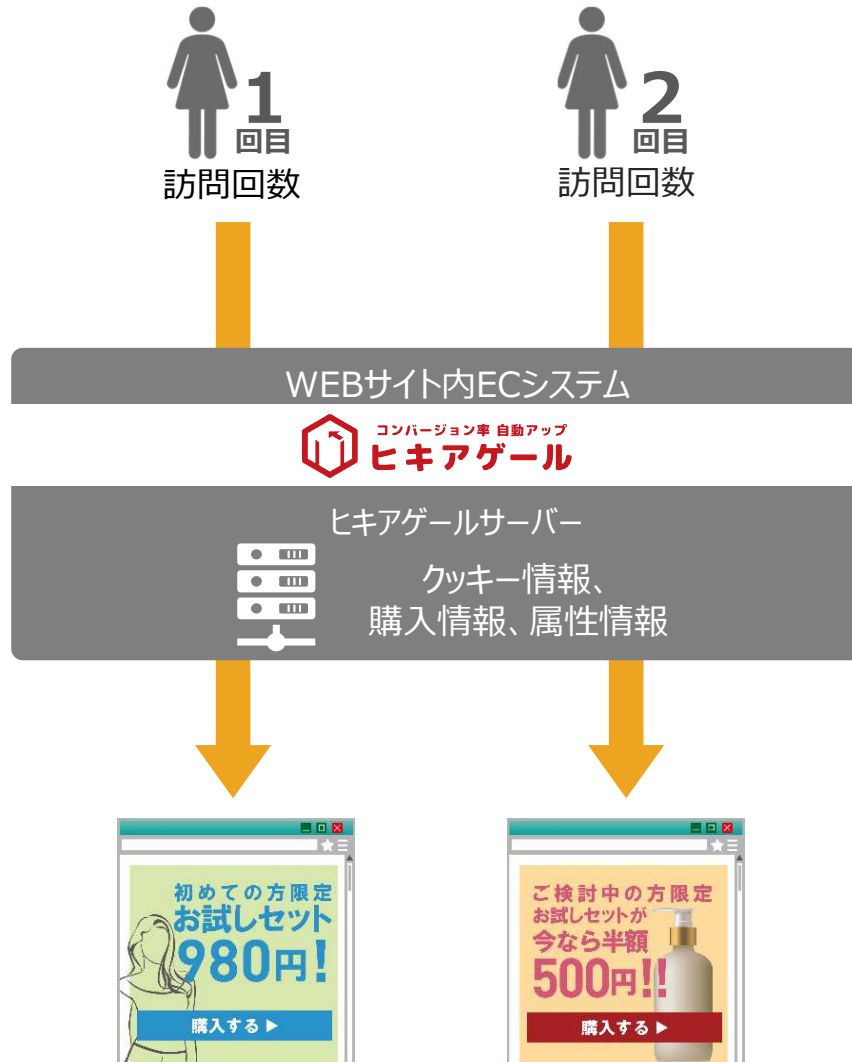
たまごリピート GOLD

初期費用99,800円
月額79,800円
専用サーバ

- ・従量課金収入（決済手数料等）
- ・オプション機能（数10種類）販売収入

【接客領域】ヒキアゲール

WEB上において訪問者一人ひとりに合わせた画面を表示することで広告効果を上げ、成約率を向上させることを目的とした販促ツール「ヒキアゲール」を提供しています。



WEBサイトへの訪問から成約に至るまで、シナリオに基づく段階的なアプローチ方法を提案

たまごリポートで培った知見をベースに、具体的な活用方法まで提案

機能例

- 顧客属性により顧客ごとに最適なLP*を表示
- 顧客属性により適宜バナー表示
- 離脱防止、かご落ち防止施策

※LP：ランディングページ、ユーザーが最初に訪問するWEBページ

料金プラン

従量課金プラン

初期費用29,800円
月額29,800円
従量課金 個別

固定費プラン

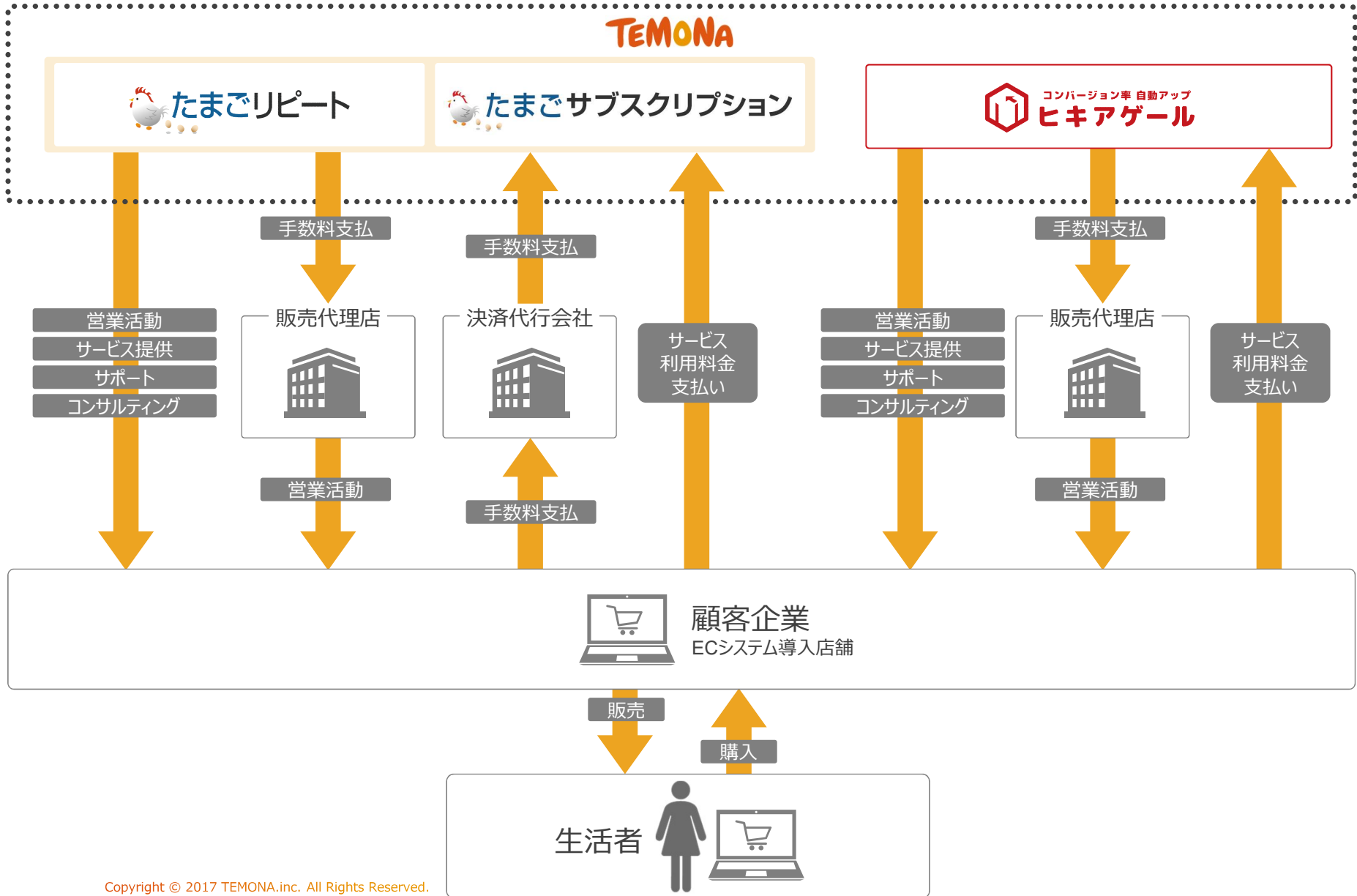
初期費用79,800円
月額79,800円

かご落ち対策プラン

初期費用29,800円
月額29,800円

事業系統図

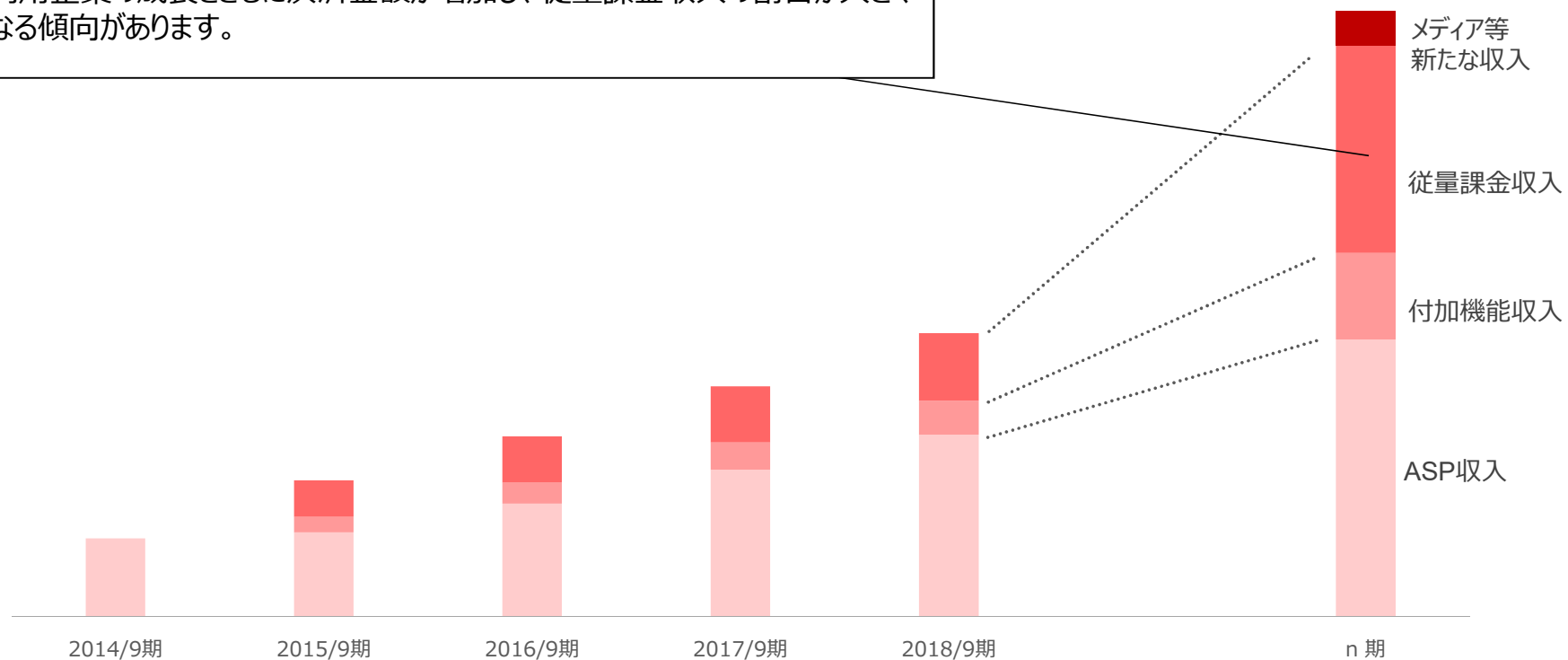
いずれのサービスもEC事業者向けに月額で提供しています。販売ルートは直販と代理店経由の2ルート存在します。たまごリピートおよびたまごサブスクリプションでは、決済金額に応じて発生する手数料収入も存在します。



収益モデル

収益モデルは、ストックモデルにレバレッジを加えた構造となっています。アカウント数の増加に応じて利用料であるASP収入が積み上がり、利用企業の決済金額に応じて従量課金収入が、オプション機能を販売することで付加機能収入が発生します。

従量課金収入：利用企業の決済金額に応じて増加
利用企業の多くがストックビジネスを展開しており、当社はサービスとノウハウを提供し、利用企業の成長を支援しています。
利用企業の成長とともに決済金額が増加し、従量課金収入の割合が大きくなる傾向があります。



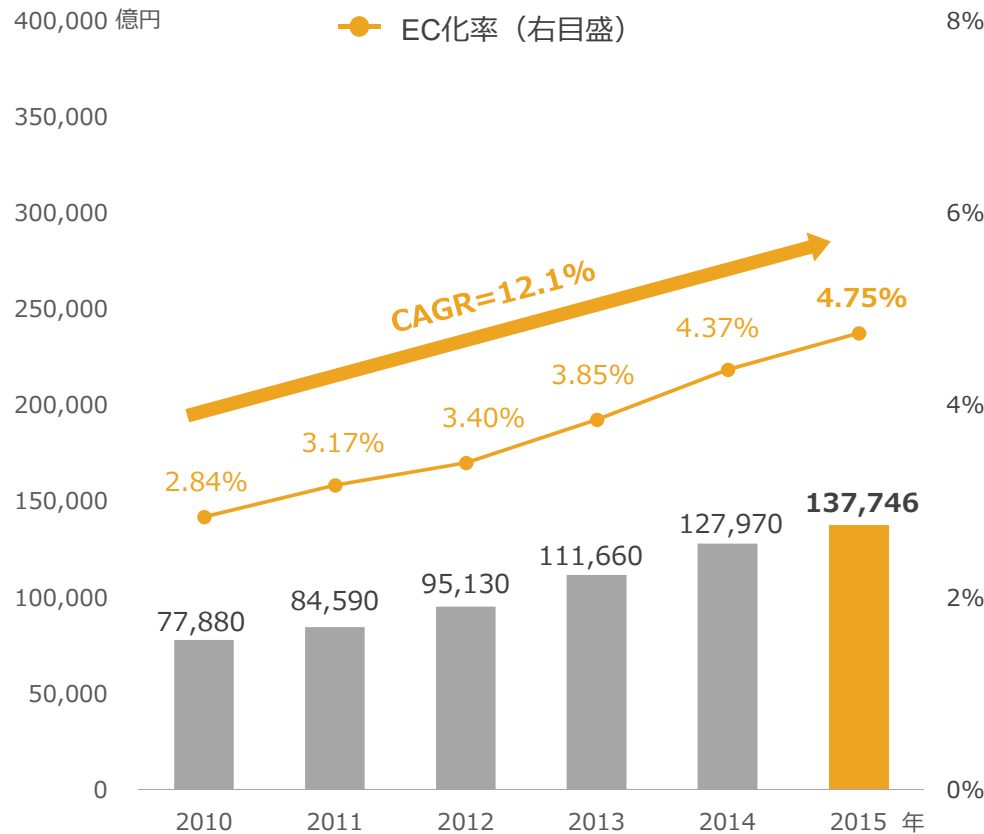
3.市場

引続き拡大するEC市場

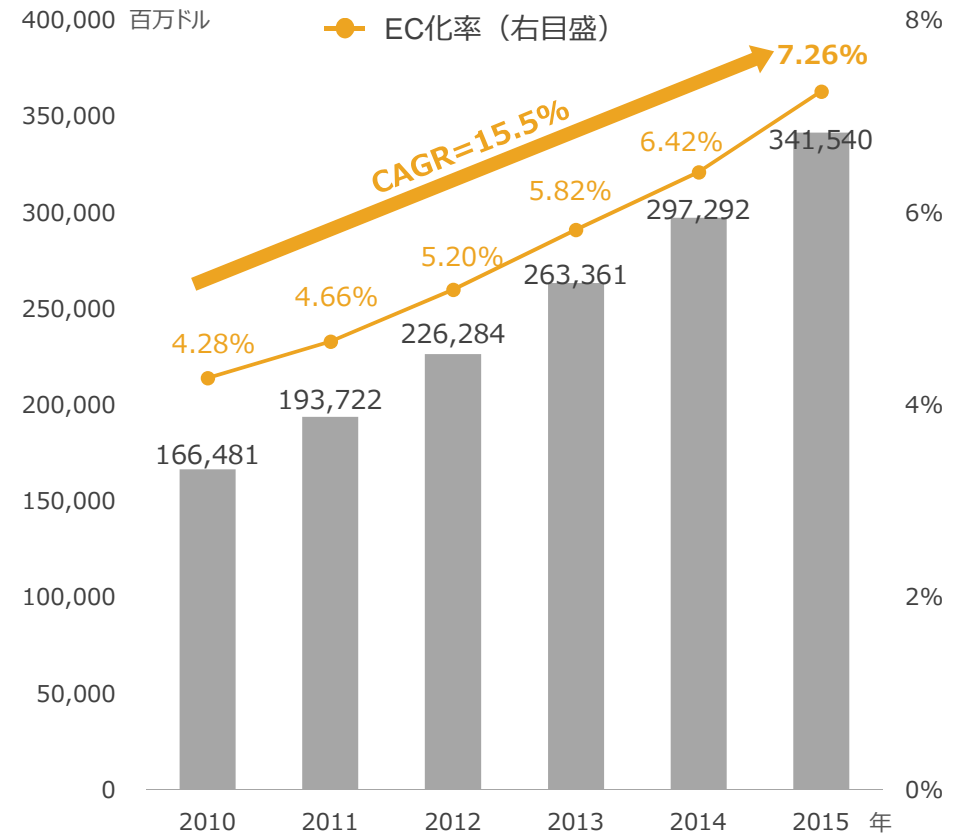
当社サービスはBtoC – EC事業者向けです。日本におけるBtoC-EC市場は年率12.1%で成長しており、2015年の市場規模は13.7兆円、EC化率*は4.75%となっています。EC先進国である米国のEC商取引は年率15.5%で成長、同年のEC化率は7.26%となっていることから、日本でも更なる成長が期待されます。

*EC化率：全ての商取引金額に対する電子商取引市場規模の割合

日本のBtoC-EC市場の推移



米国のEC市場の推移

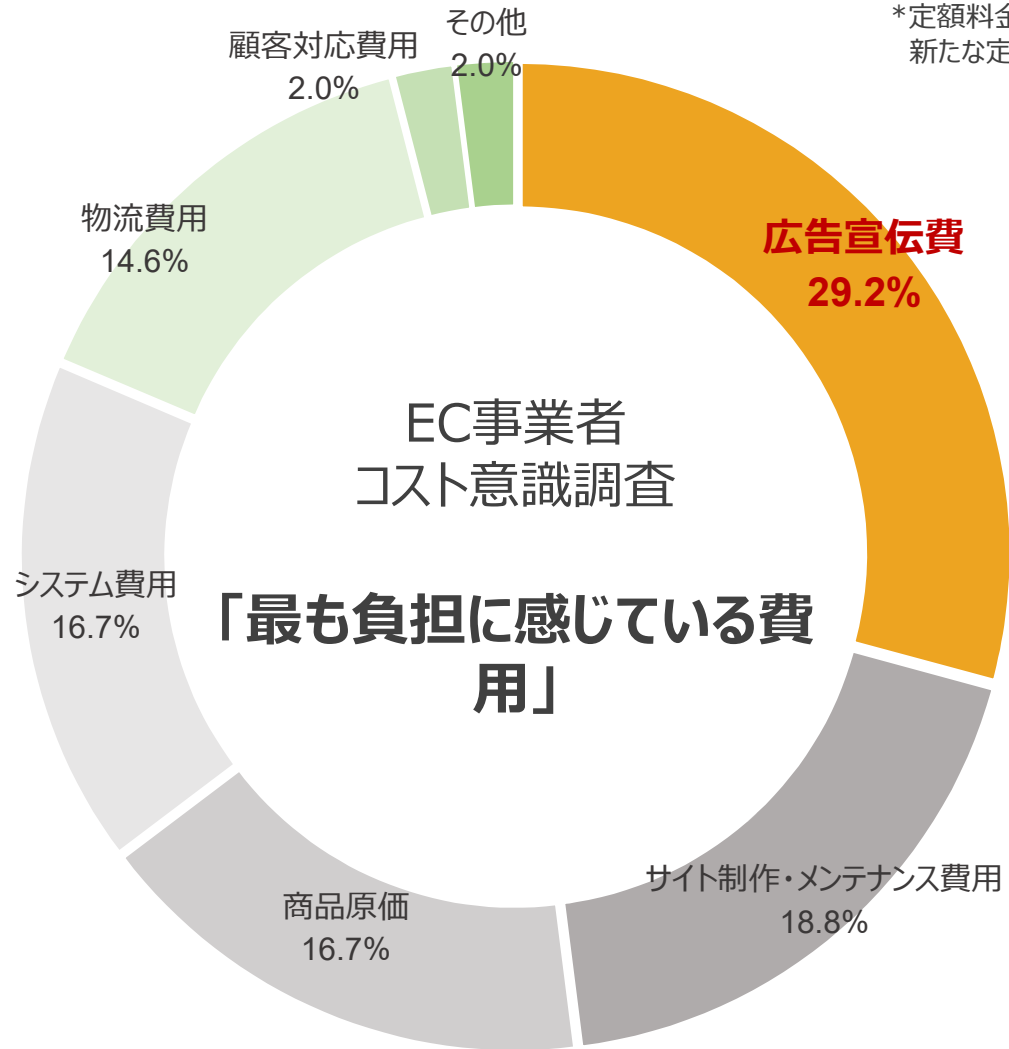


出所：経済産業省「平成27年度 我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）調査結果要旨」

出所：United States Census Bureau, Latest Quarterly E-Commerce Report

EC事業者が一番に負担に感じているコストは広告宣伝費

ECの普及が進むことで競争が激化し、顧客獲得のための広告宣伝費がEC事業者の大きな負担となっています。広告宣伝費が高騰することで買い切りであるフロー型ビジネスでは見込める利益が減少していくため、一人のお客様と継続的に取引を行うストック型ビジネスであるサブスクリプションコマース*の普及が進むと考えられます。



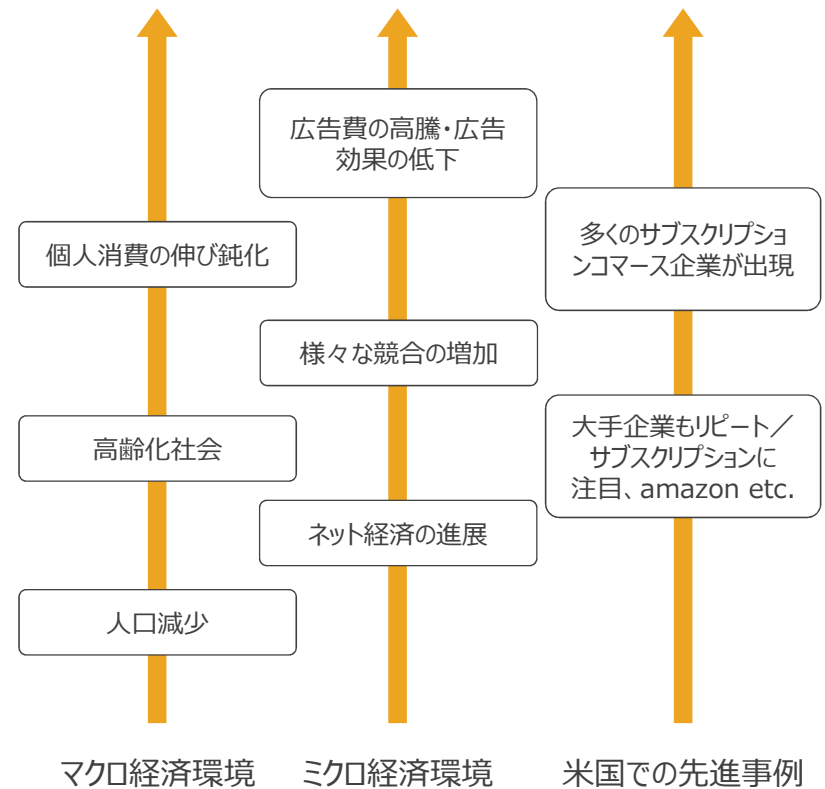
*定額料金を支払うことで、ネットショップのおすすめ商品が届くという新たな定期購入の販売モデルです。

出所：日本ネット経済新聞「第7回 ECコスト意識調査」、2016年10月27日

消費のトレンドは、リピート／サブスクリプションへ

経済環境の変化により、消費形態のトレンドは、リピート／サブスクリプションへと進展すると予想しています。BtoC-EC市場の中でも、当社が強みとしてきたリピート／サブスクリプション分野のEC市場の成長が大きく伸長すると見込まれます。

リピート／サブスクリプション



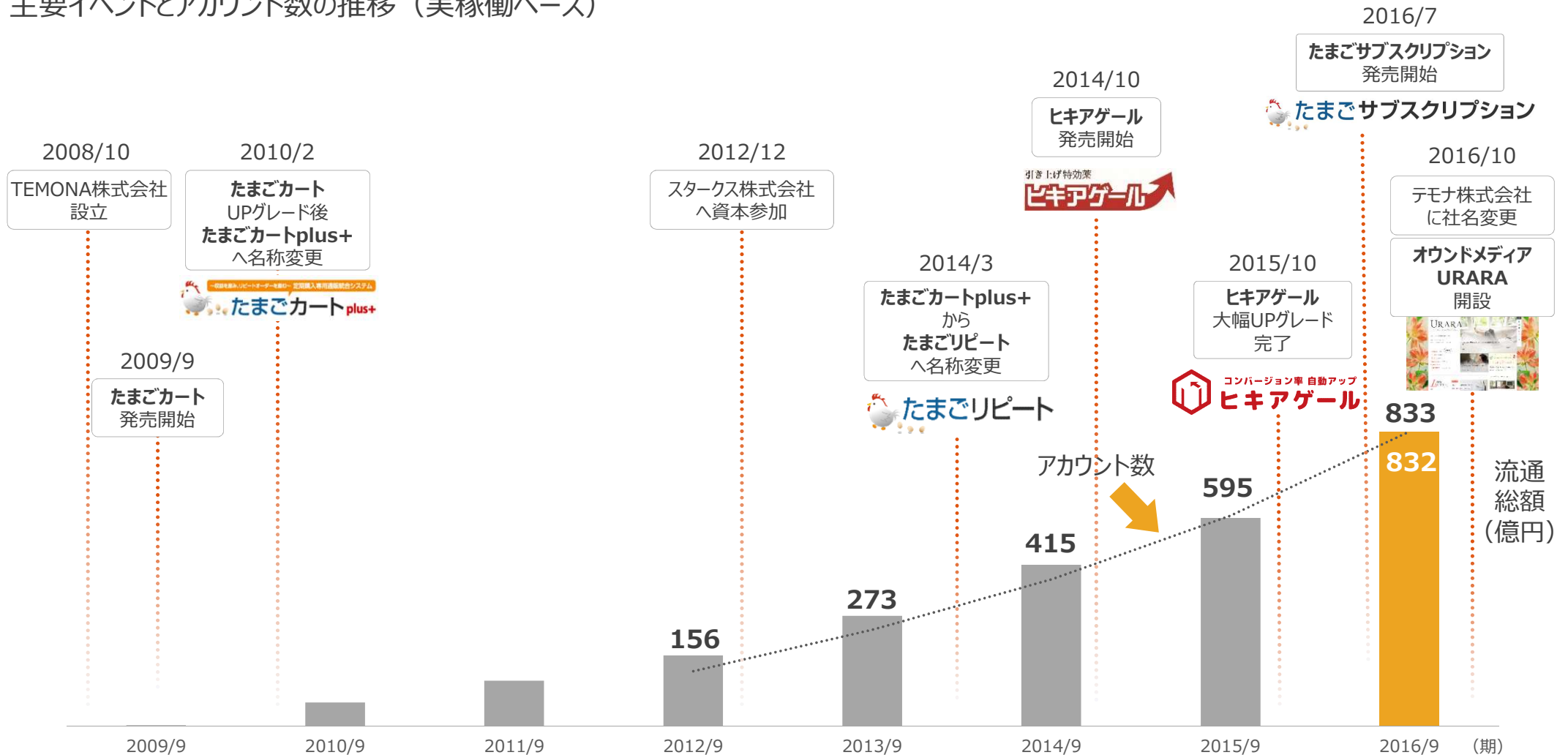
企業
企業の対応

4.成長戦略

これまでの事業推移

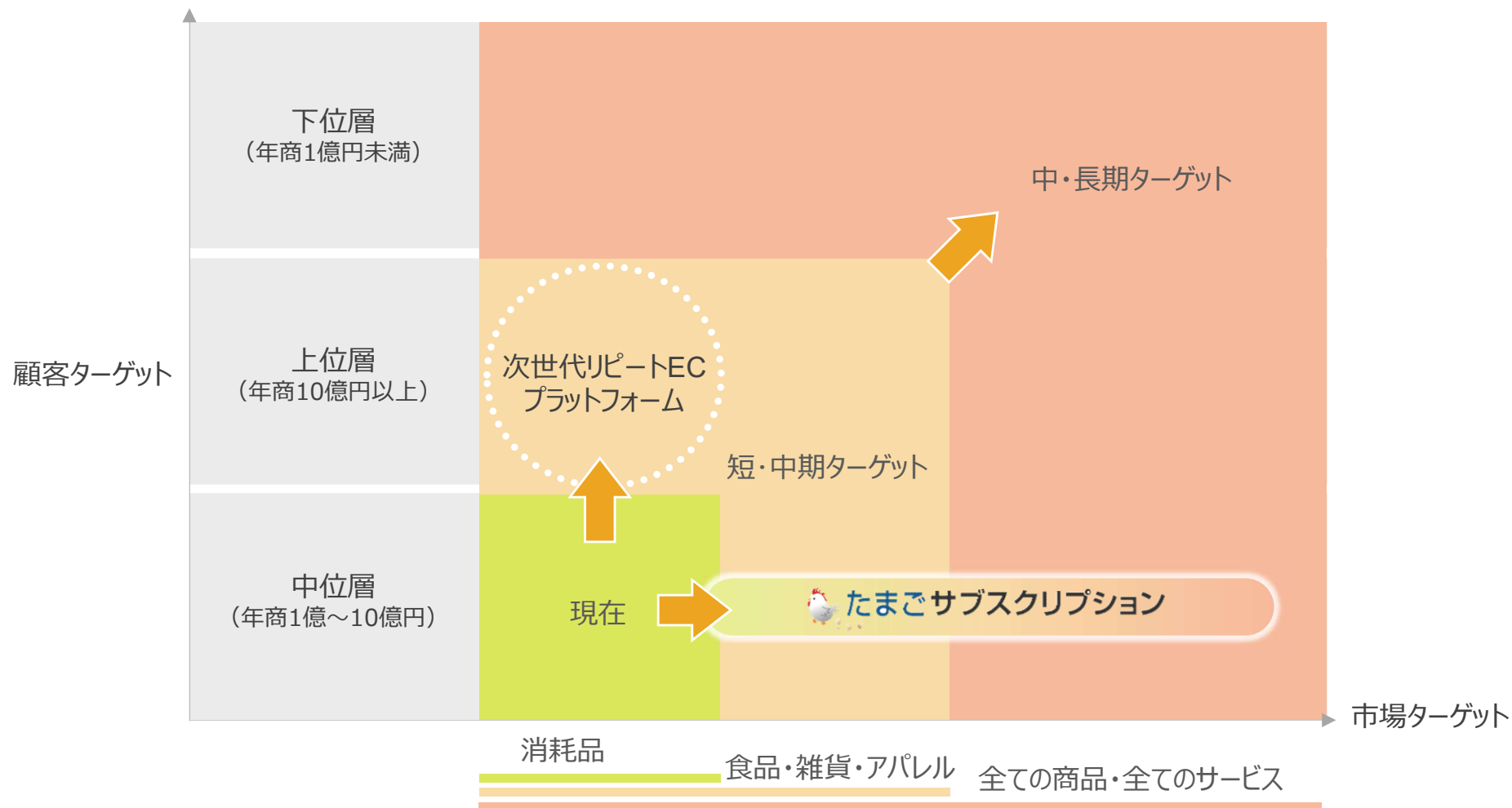
2008/10に創業、リピートECシステム「たまごカート」(2009/9)、販促ツール「ヒキアゲール」(2014/10)、「たまごサブスクリプション」(2016/7)を開発・投入し、2016年9月末時点でアカウント数833、流通総額は832億円に拡大しています。

主要イベントとアカウント数の推移 (実稼働ベース)



ターゲットの拡大による事業成長

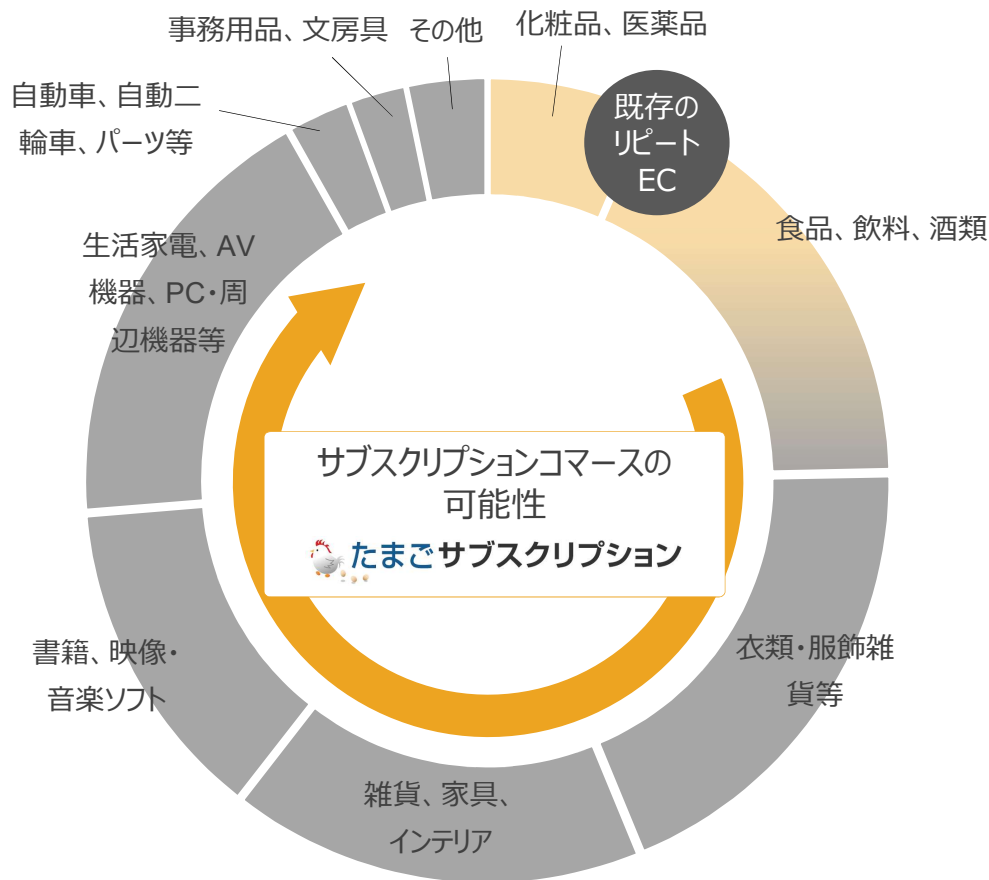
現在の顧客は消耗品商材を扱う事業規模が中位層のEC事業者が主です。短・中期的には、食品・雑貨・アパレル市場の上位層を、中・長期的には、あらゆる商品・サービスを扱う幅広い層を対象に事業を拡大していきます。



ターゲットの拡大策：たまごサブスクリプション

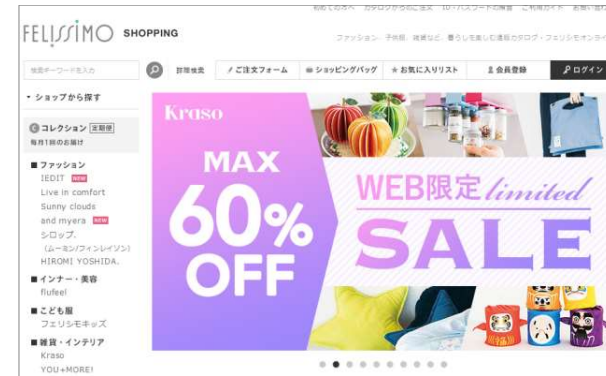
事業者がお薦めの商品を定期的にお届けするサブスクリプションコマースという新しい定期通販モデルの普及を目的としたサービス「たまごサブスクリプション」を梃子に、リピートECの領域拡大を目指します。

サブスクリプションコマースの可能性



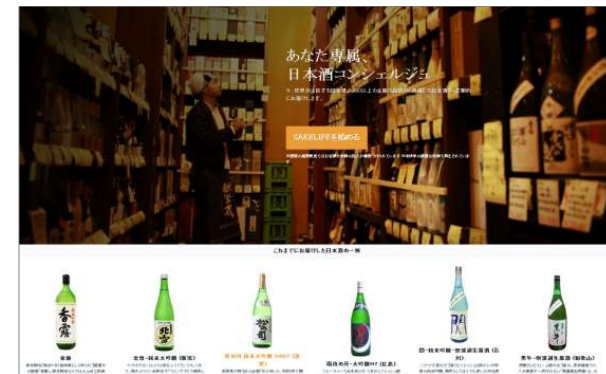
導入事例

フェリシモ 女性向け頒布会



出所：フェリシモHP

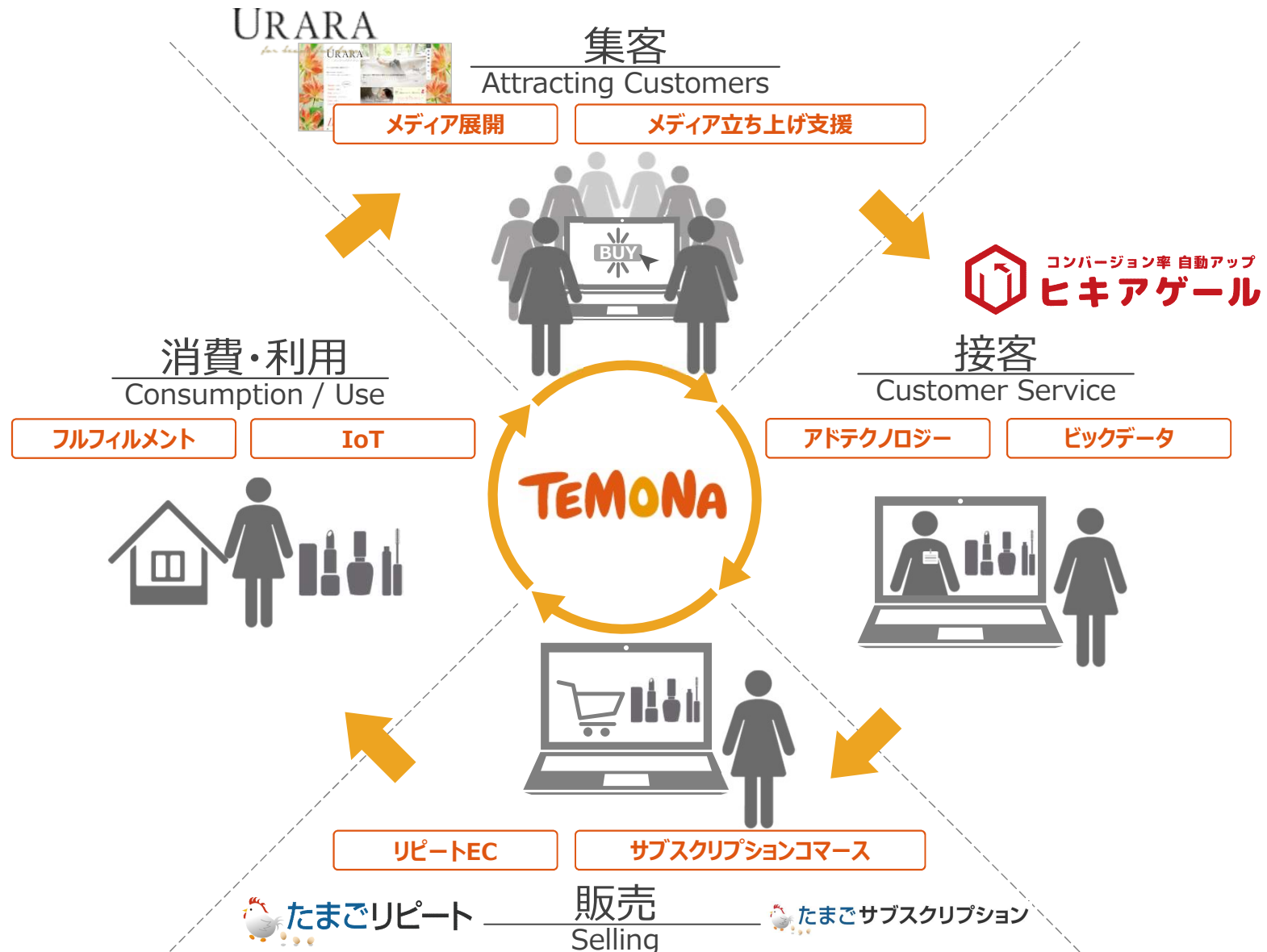
SAKELIFE 日本酒の頒布会



出所：SAKELIFE（日本酒応援団）HP

リピートECプラットフォームの展開

「ストックモデルの強化」を核に、ネットショップへの集客から消費・利用までリピート通販のビジネスサイクル全てを網羅したプラットフォームを構築・拡充中です。リピートEC分野での地位を堅固なものとし、収益面での一層の成長を図ります。



リピートECプラットフォーム：【集客領域】メディア展開

リピートECの普及策としてメディア事業に注力します。オウンドメディアの構築等によりリピートEC／サブスクリプションコマースに関する情報を発信、顧客企業のリピート需要を喚起するとともに、メディア事業の収益化も図ります。

オトナ女性の美容と健康マガジン

URARA

for beautiful days



オウンドメディア等の
構築支援

リピートECクライアントへの
顧客誘導



流通額の増加による
関連収入の拡大

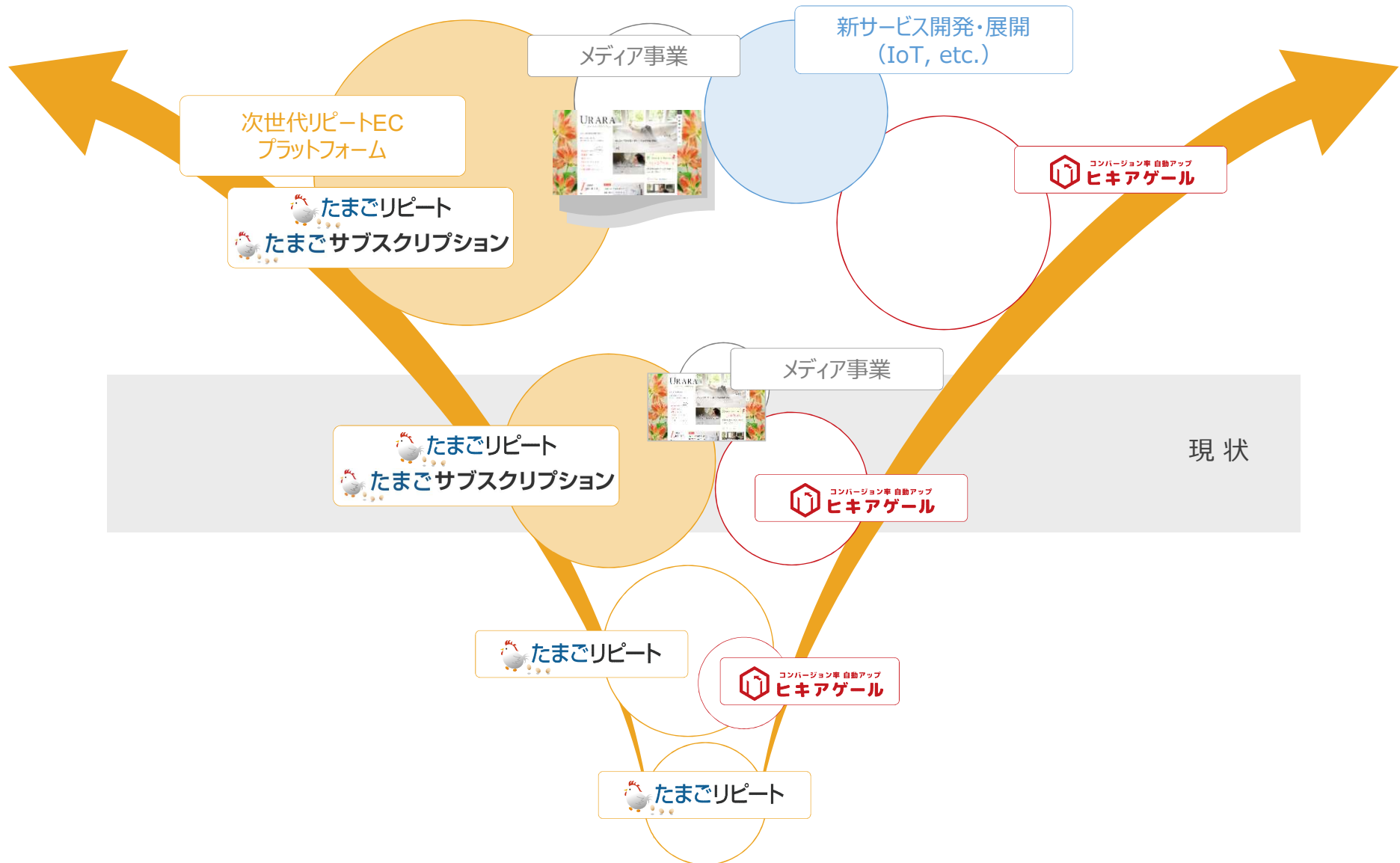
マーケティング提案

リピートEC/サブスクリプションコマースに関する情報発信

出所：URARA（当社）HP

中・長期成長戦略

既存のリピーターEC事業の拡大に加え、リピーターECで蓄積したノウハウ・データに、ビッグデータ、IoTなどの最新の技術を融合・活用することにより、顧客企業、消費者、それぞれの満足度が最高となるような新たなサービスを開発・提供していきます。「ストック型社会」の実現を通じて、一層の事業成長を図ります。



5.総括

- テモナ株式会社は「リピート×IT」をコアコンピタンスとしたITベンチャーです。

- ECという成長業界でネットショップ向けのシステムを提供しています。

- リピートEC企業として、高い知名度とNo.1の導入実績を獲得しています。

- 市場のトレンドとしてリピート/サブスクリプションモデルが注目されており、テモナはこの点を核に事業を拡大していきます。
