

arara

世界をもっとハッピーに

成長可能性に関する説明資料

アララ株式会社

東証マザーズ：4015

2020年11月19日

1. 会社概要
2. 事業の概要と状況
3. 市場動向
4. 強み・特徴
5. 成長戦略

会社概要

arara

世界をもっとハッピーに

会社概要

会社名 アララ株式会社

代表者 代表取締役社長 岩井 陽介

設立年月日 2006年8月

役員構成	代表取締役社長	岩井 陽介	社外取締役	水越 宏明
	取締役副社長	井上 浩毅	社外取締役	加藤 徹行
	取締役	竹ヶ鼻 重喜	社外取締役	井上 昌治
			社外取締役	種谷 信邦

本社所在地 東京都港区南青山二丁目24番15号 青山タワービル別館

資本金 33,150万円 (2020年8月期)

売上高 1,201百万円 (2020年8月期)

従業員数 84名 (2020年8月末時点)

総資産 1,054,892千円 (2020年8月期)



(注) 2020年8月期の数値は、監査未了



代表取締役社長
岩井 陽介

経歴

- 1989年 株式会社リクルートコスモス (現株式会社コスモスインシア) 入社
- 1998年 株式会社サイバード専務取締役
- 2005年 株式会社サイバード取締役兼執行役員副社長
- 2006年 CYB International President
- 2007年 当社取締役
- 2008年 当社代表取締役社長 (現任)

- 2006年 8月 ○ 株式会社レピカ設立 キャッシュレスサービス事業/レピカシステム（現point+plus）サービスを開始 
- 2007年 8月 ○ メッセージングサービス事業の開始 **arara messaging solution**
- 2008年 9月 ○ プライバシーマーク認証取得
- 2010年10月 ○ AR事業を目的とし、完全子会社として**アララ株式会社**を設立
- 2012年 1月 ○ 開発技術力の強化を目的とし、株式会社VARCHAR（現 株式会社SYSTEM CONCIERGE）の株式51%を取得し、子会社化
- 2013年 8月 ○ 株式会社VARCHAR（現 株式会社SYSTEM CONCIERGE）の株式49%を取得し、完全子会社化
- 2013年10月 ○ KLab株式会社よりメール配信システム「ACCELMAIL」と個人情報検出ソフト「P-Pointer」の事業譲渡を受け、当社で提供を開始

- 2014年11月 ○ キャッシュレスサービス事業の推進を目的とし、株式会社デンソーウェブと協業契約を締結
- 2016年 4月 ○ 完全子会社のアララ株式会社を吸収合併し、商号を株式会社レピカからアララ株式会社に変更
- 2018年 4月 ○ 株式会社VARCHAR（現 株式会社SYSTEM CONCIERGE）の株式を売却し、非子会社化
- 2020年 9月 ○ キャッシュレスサービス事業におけるチャージバックシステムの顧客店舗等への提供を目的として東芝テック株式会社と業務提携締結

「BtoBtoC」を中心とした SaaS型販促ソリューションカンパニー

ミッション

アイデアとテクノロジーで革新的なサービスを提供し、
便利で楽しい、みんながハッピーになる社会を創る。

ビジョン

キャッシュレスの、その先へ

- ・「信頼・信用」をベースとしたITソリューションとして4事業を展開しております。
- ・キャッシュレスサービス事業とメッセージングサービス事業で、2020年8月期の売上の80%超を占めており、セグメント別利益は前者が50百万円、後者が144百万円となっております^(注1)。
- ・高成長事業のキャッシュレスサービス事業の2020年8月期の売上は前期比51.1%増であり、2021年8月期につきましては、対2020年8月期52.1%増を計画しております。

事業セグメント

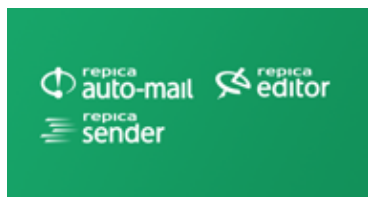
売上高構成比

キャッシュレスサービス事業



ハウス電子マネー機能にメッセージングサービスを組み合わせた統合型販促ソリューションサービス「point+plus」の開発・提供

メッセージングサービス事業



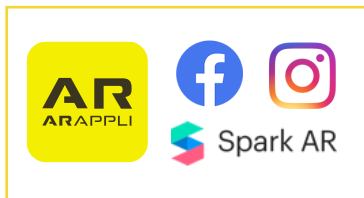
メール配信サービス「araraメッセージングソリューション」の開発・提供

データセキュリティサービス事業

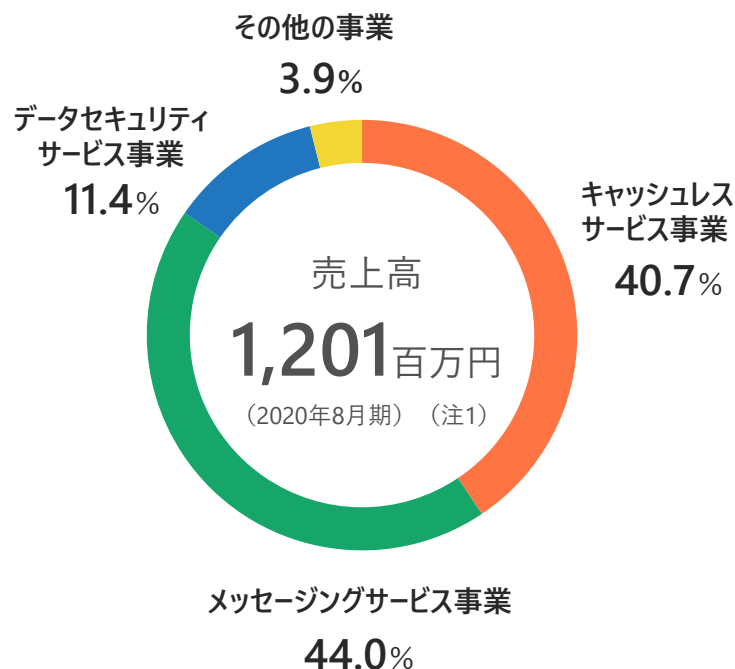


個人情報検出・管理ソリューション「P-Pointerシリーズ」の開発・提供

その他の事業 (ARサービス)



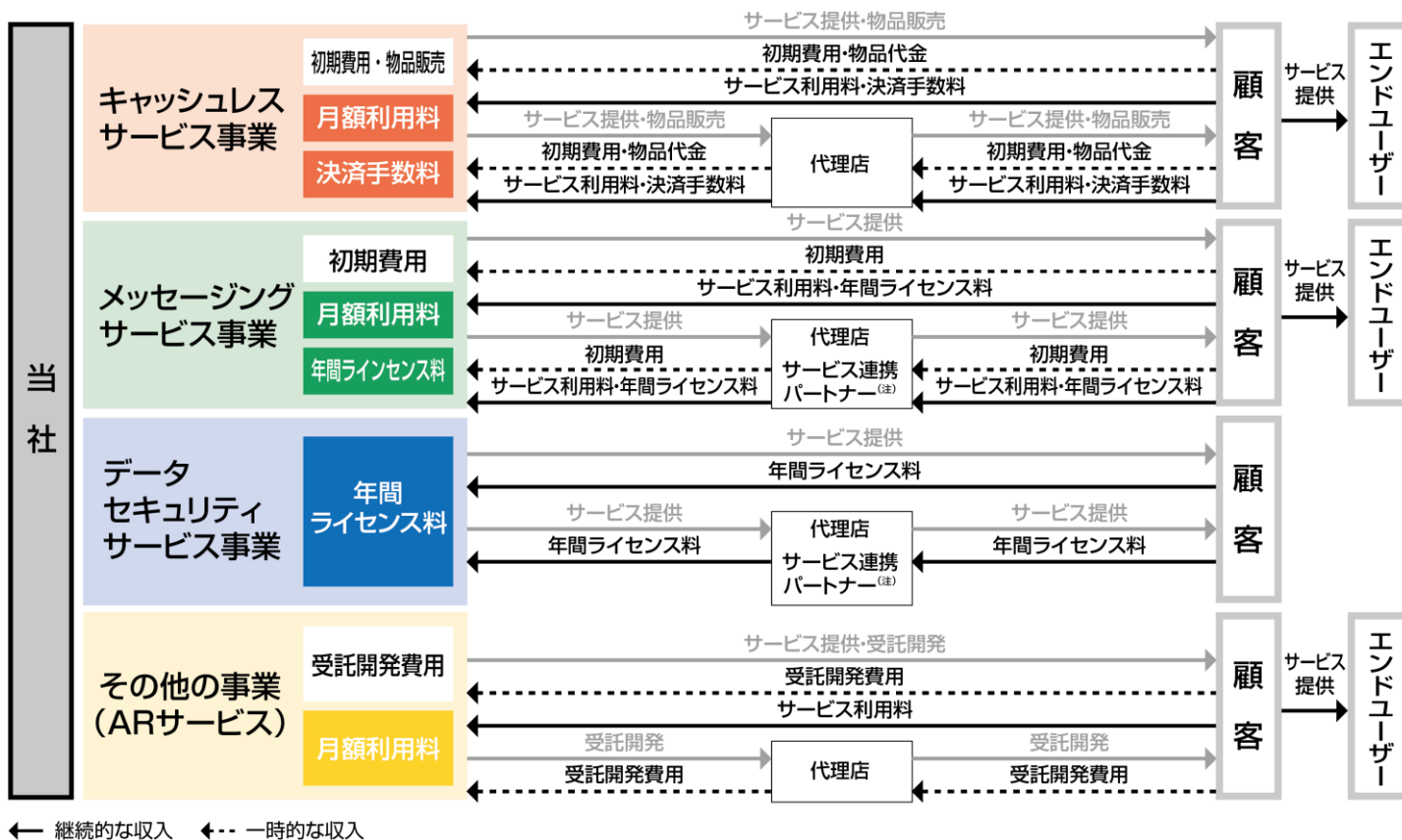
ARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」の開発・提供
「Spark AR」のコンテンツ制作



(注) 1. 2020年8月期の数値は、監査未了
2. 「Facebook」、「Instagram」、「Spark AR」は、Facebook, inc.の登録商標です

ビジネスフロー

- 代理店、サービス連携パートナーを中心にビジネスを展開しており、高成長事業のキャッシュレスサービス事業におきましては、代理店等の非直販比率は約75%となっております。
- メッセージングサービス事業及びデータセキュリティサービス事業につきましては、代理店以外にも、自社サービスと統合し、顧客へ提供しているサービス連携パートナー経由でのサービス提供・販売があります。



(注) サービス連携パートナー経由の提供・販売とは、当社サービスとサービス連携パートナーが提供するサービスを統合し顧客へ提供する販売手法を指します。

事業の概要と状況

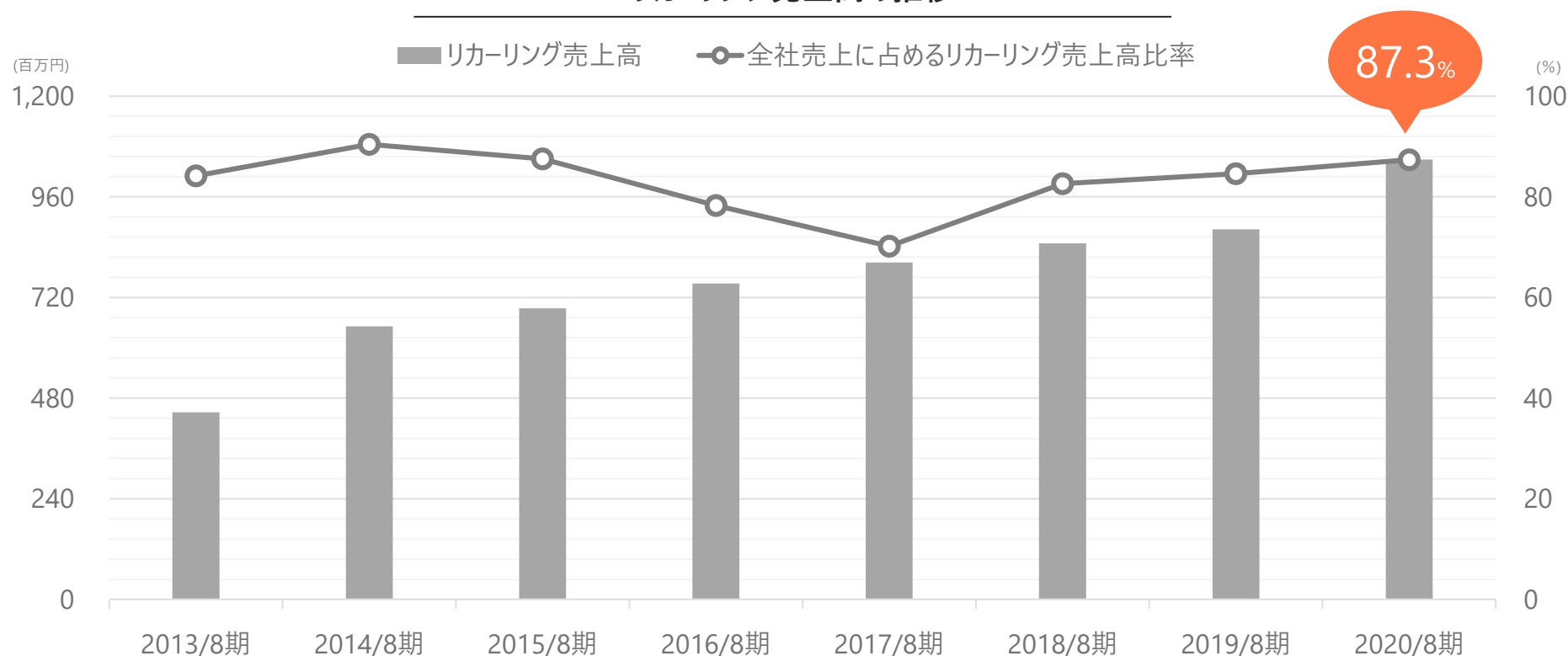
arara

世界をもっとハッピーに

- 顧客の積上げで、リカーリングビジネス^(注)による売上高は着実に増加しており、2020年8月期の全売上に占める割合は87.3%となっております。

(注) リカーリングビジネスとは、顧客から継続的に利用料金を受け取るビジネスモデルであり、月額、年額の定額料金収入に加え、従量課金による利用料金収入を含めた売上をリカーリングビジネスによる売上と定義しております。

リカーリング売上高の推移



(注) 2020年8月期については、監査未完了の数値となります。

キャッシュレスサービス事業①

- ・ ハウス電子マネーやポイント機能にメッセージングサービスを組み合わせ、効率的な販売促進を行える統合型販促ソリューションを提供しております。
- ・ 決済額に応じた手数料が主な収益源となっております。
- ・ エンドユーザーは、店舗で現金をプリペイドすることで、簡単に、安全にキャッシュレスサービスを利用できます。



概念図

電子マネー機能

顧客自らが電子マネーの決済事業者となり、エンドユーザーが会員カードやスマートフォンを通じて電子マネーを使うことができる機能

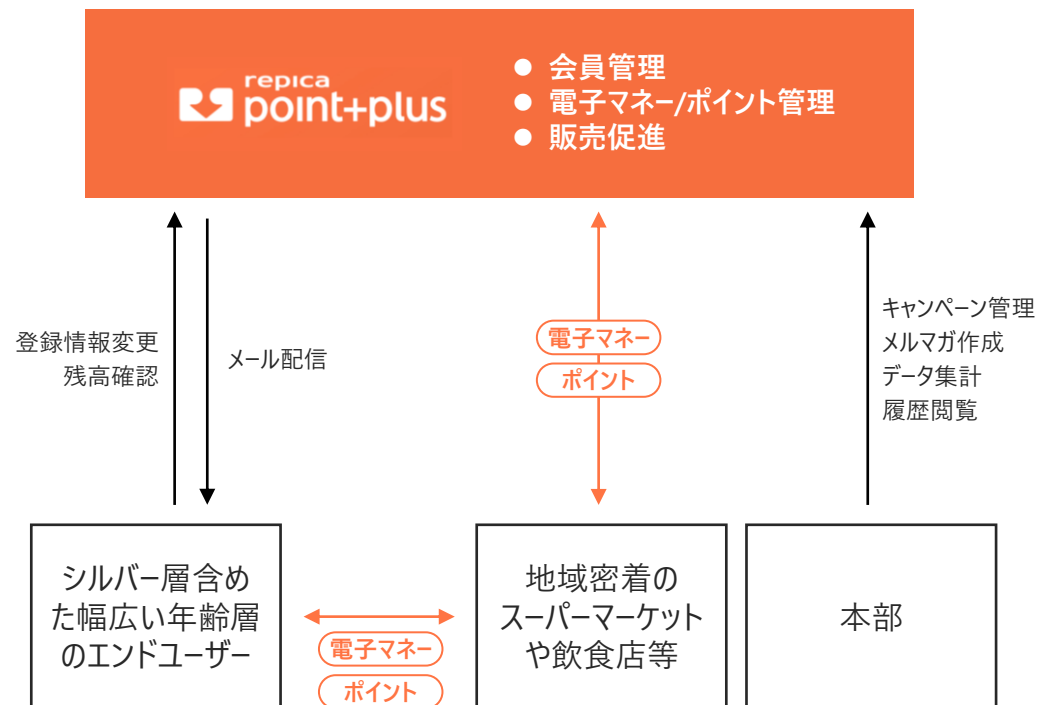
ポイント機能

顧客自らがポイント発行者となり、エンドユーザーが商品を購入した際にポイントを付与する機能

販売促進機能

エンドユーザーの来店頻度、支払額等の履歴から顧客が対象のエンドユーザーを特定し、ポイントの付与や、ランク付け、それに応じてポイント付与率を変えるなど、優良なエンドユーザーを優遇するための機能

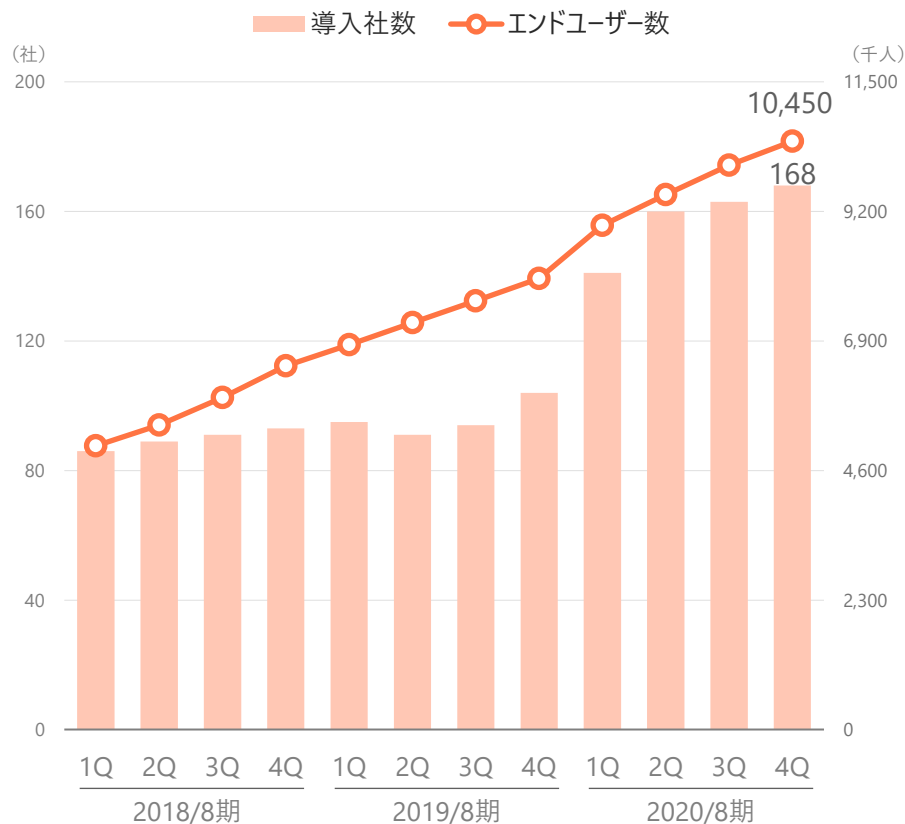
また、顧客が任意に定めた日時に「キャンペーン」として、エンドユーザーのチャージする電子マネー額に課金ポイントを付与することもできる



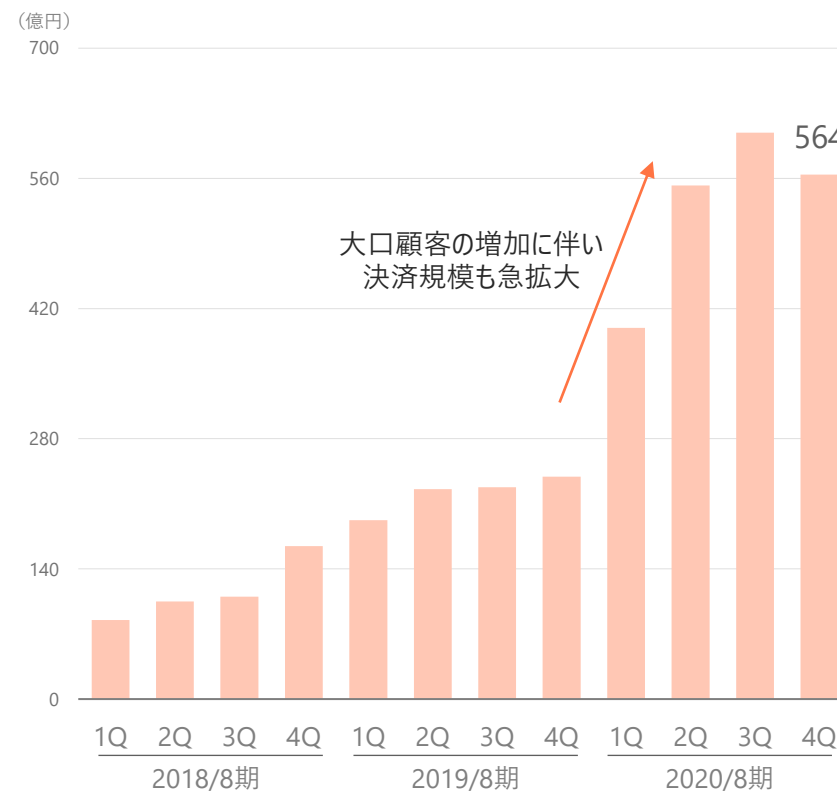
キャッシュレスサービス事業②

- 導入社数は着実に増加しており、キャッシュレスの浸透に伴いエンドユーザー数も2020年8月期末には累計10,000千人を超えております。
- 顧客層の拡大、顧客の年商に占めるキャッシュレス決済比率が高まり、決済額は直近3年半でおよそ15倍に急成長しております。

導入社数・エンドユーザー（注1）の推移



決済額の推移



(注) 1.エンドユーザー数とは、当社がデータベースとして管理する、エンドユーザーが保有する店舗の会員カード等に付されたIDの累計数を指します
2.2020年8月期の数値は監査未了

- 大量のエンドユーザーを抱える法人向け、月額定額システム利用料にてサービスを提供しております。
- 電子メールの大量配信サービスとして情報配信ニーズに対応しております。様々なITサービスには欠かせない本人認証のためのIDとしても利活用されており、底堅い市場ニーズに応えております。

arara messaging solution

顧客が、会員向けに電子メールを適切なタイミングで
一度に大量に配信するサービス

3つの用途別パーツで構成

パーツ単体での使用や必要なパーツを組み合わせた使用も可能

初期費用、月額システム利用料ともに、重複を除いたメールアドレス数に応じた料金体系を設定



基幹システムなどの外部システムと自動連携したメール配信をAPIで実現



ターゲティング配信から配信後の効果測定まで集客につながるメールマーケティング機能。HTMLメールを手軽に作成



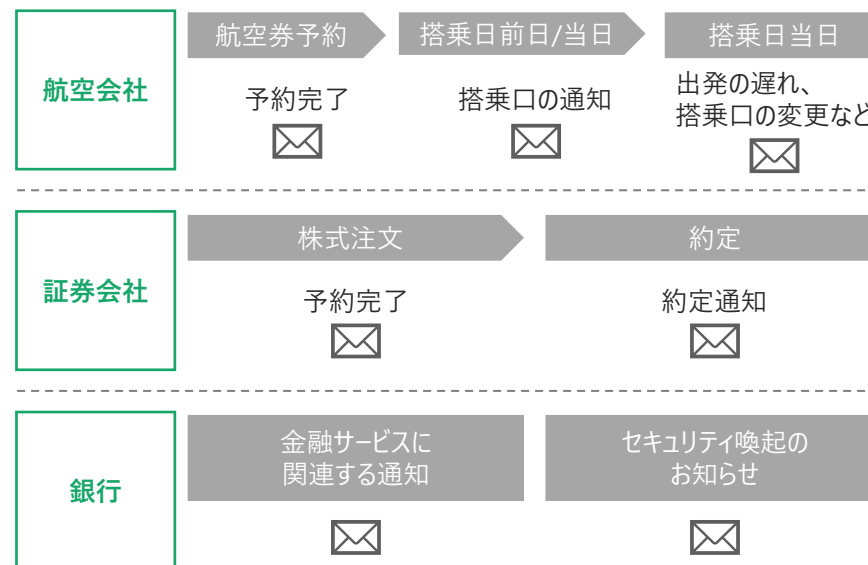
メールの遅延解消及び到達性の高いメール配信を実現

メール配信利用用途



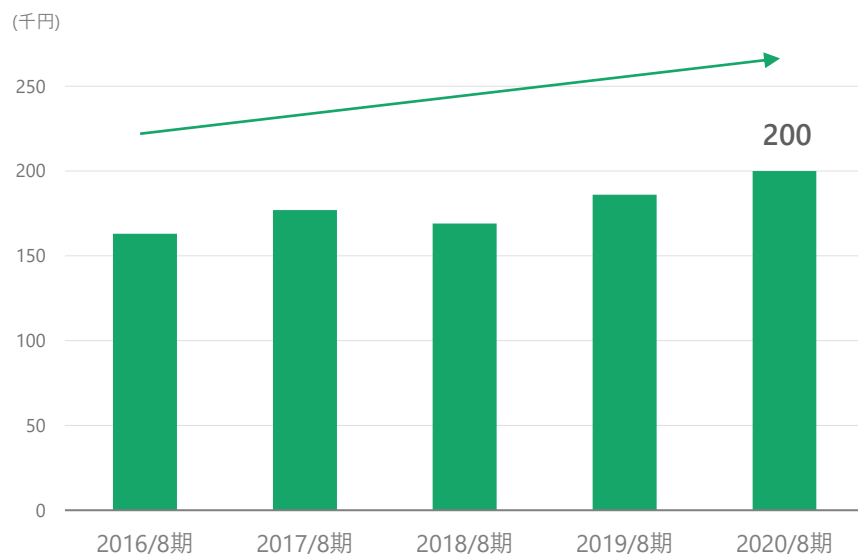
- 会員登録 : メールアドレスをサービス利用のIDとして活用
- 自動配信 : 他のシステムと連携し自動でメール配信
- メールマガジン : 会員向けに情報発信

システム連携利用例

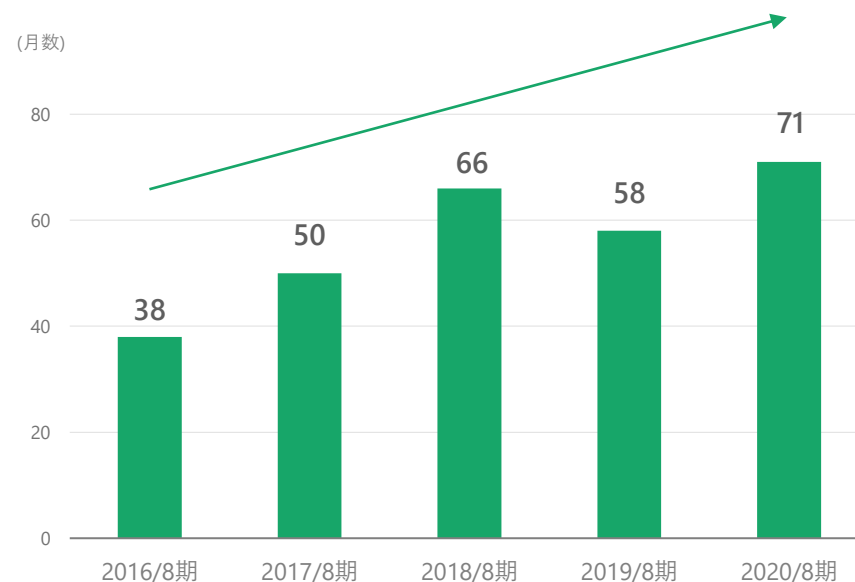


- 主要顧客は、航空会社、メディア、IT企業など様々であります。2020年8月期末時点の直接取引先客数は206社となっております。
- 2020年8月期第3四半期までの平均月次解約率は0.9% (注1) となっております。また、平均利用期間は長期化傾向であります。

1 取引先あたり平均月次売上高の推移 (注2)



解約企業の平均利用期間の推移 (注2)



(注) 1.リカーリング売上÷月初のリカーリング売上×100を指します
2.2020年8月期については、監査未完了の数値となります

- データセキュリティサービス事業は、年間ライセンス契約によるサブスクリプションモデルとなっております。
- その他の事業ではARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」を提供しております。
Facebook社が展開する「Spark AR」のパートナー企業として企業のAR広告の企画・制作を行っております。

データセキュリティサービス事業

その他の事業

PC・サーバ向け個人情報検出・管理ソリューション
「P-Pointerシリーズ」を提供

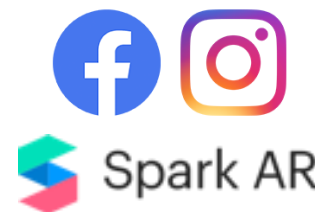
P-Pointer
検出 対処 管理



特徴

個人情報の高速検出・一元管理・検出後の対処（移動・削除）機能を備えた個人情報検出・管理ソリューション。大手企業を中心に、金融、IT、情報通信、サービス業等の幅広い業種に提供

スマートフォン向けARプラットフォーム「ARAPPLI」と
「Facebook」「Instagram」のカメラエフェクト「Spark AR」のコンテンツ制作



「Spark AR」サンプルイメージ

顔やパーツ、笑顔などを認識し、エフェクトを出現させることが可能
商品価値及び認知向上ツールとしてのAR技術の活用を提案



(注) 「Facebook」、「Instagram」、「Spark AR」は、Facebook, inc.の登録商標です

市場動向

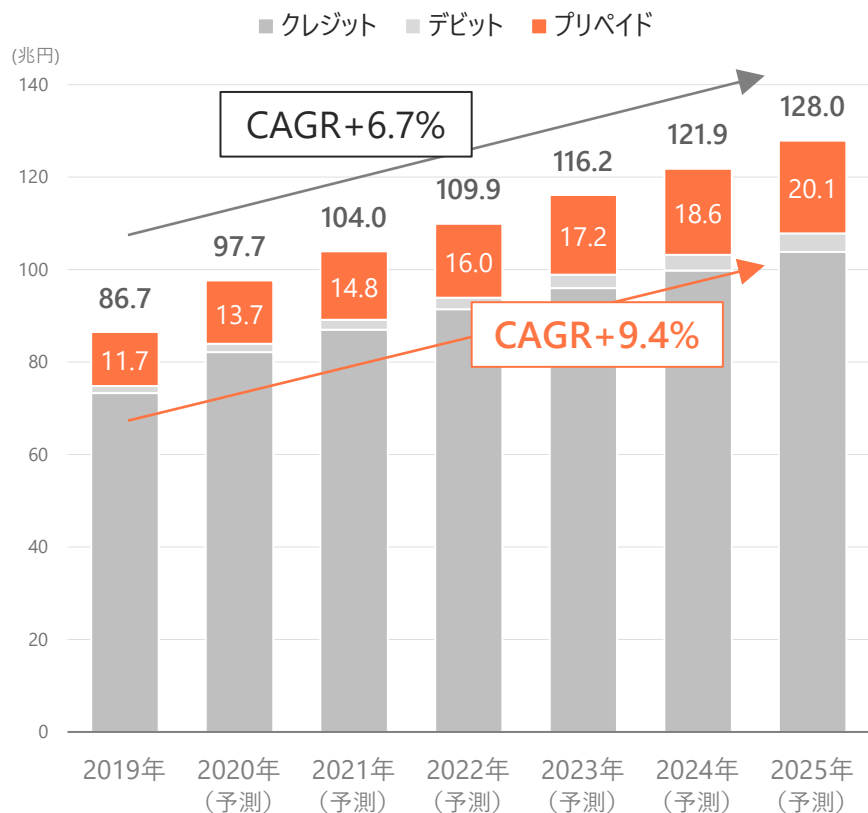
arara

世界をもっとハッピーに

キャッシュレス決済市場①

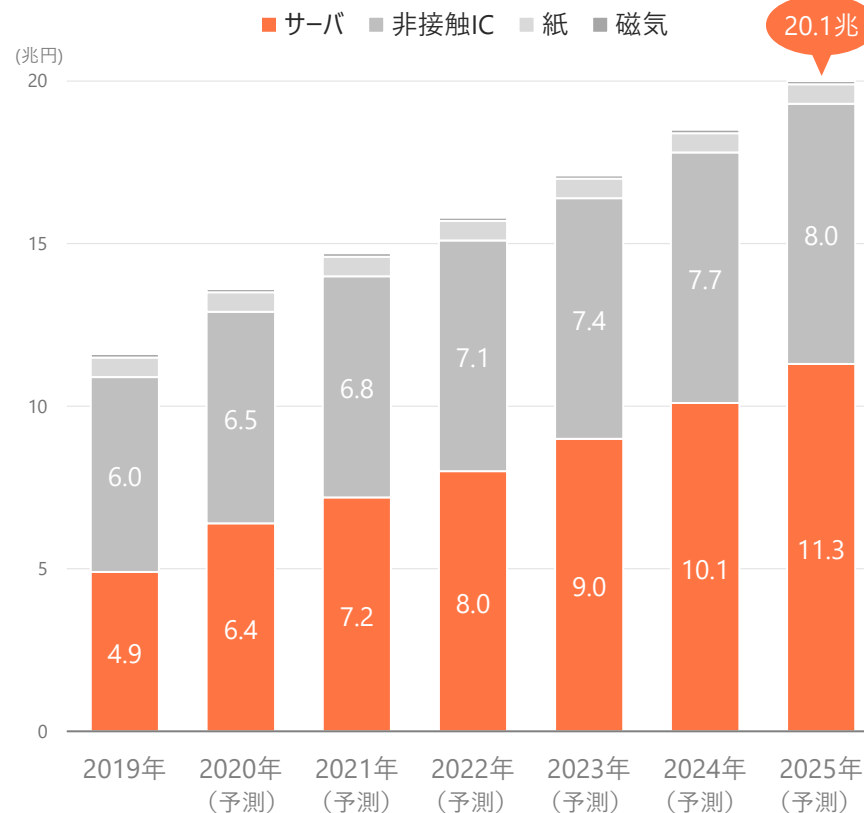
- 国内電子決済市場の2019年から2025年の成長は、年平均成長率6.7%と予想されております。当社事業が該当するプリペイド決済の成長は、年平均成長率9.4%と全体の成長率を上回っております。
- 当社サービスも該当するサーバ型が、非接触IC等より成長すると予想されております。

国内電子決済市場の予測



出所：株式会社インフキュリオン カード・ウェブ編集部「電子決済総覧2019-2020」

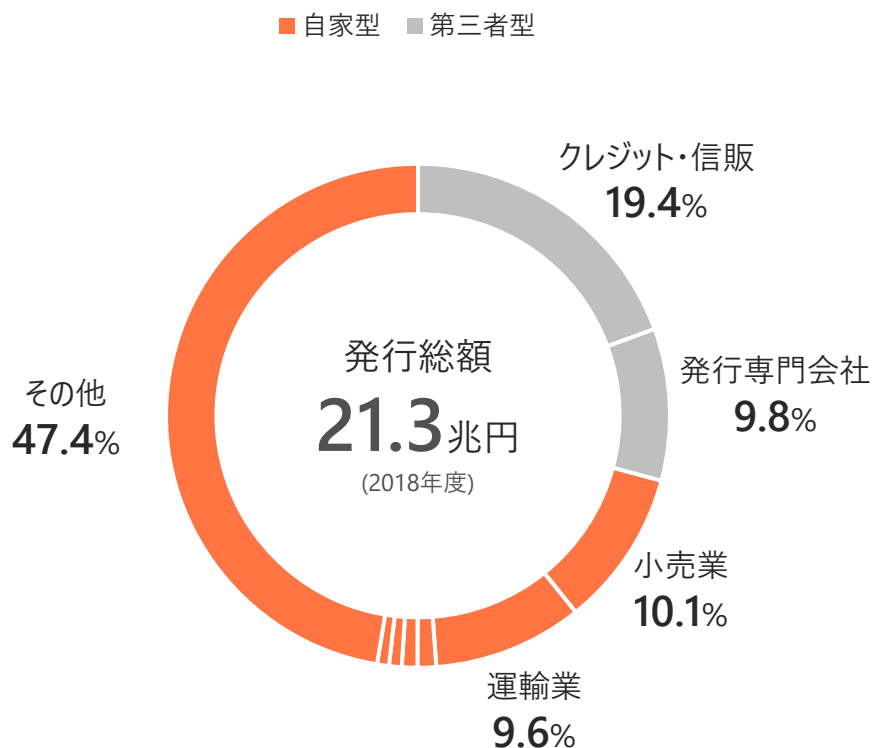
プリペイド決済のツール別予測



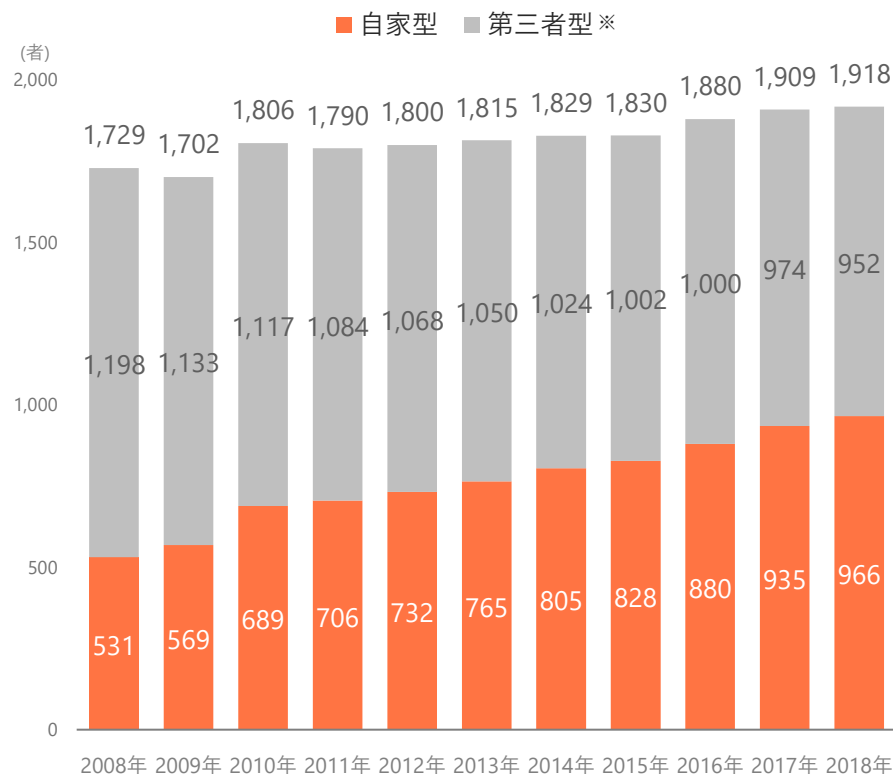
出所：株式会社インフキュリオン カード・ウェブ編集部「電子決済総覧2019-2020」

- ・プリペイド型電子マネー発行額は、顧客自らが発行体となる自家型（ハウス型）が70%を占めております。
- ・プリペイドカード発行者は、サービス開始前に財務局への届出が必要な第三者型に比べ、届出不要で開始できる自家型が増加傾向にあります。

プリペイド型電子マネー発行額の業種別内訳



プリペイドカードの発行者の推移



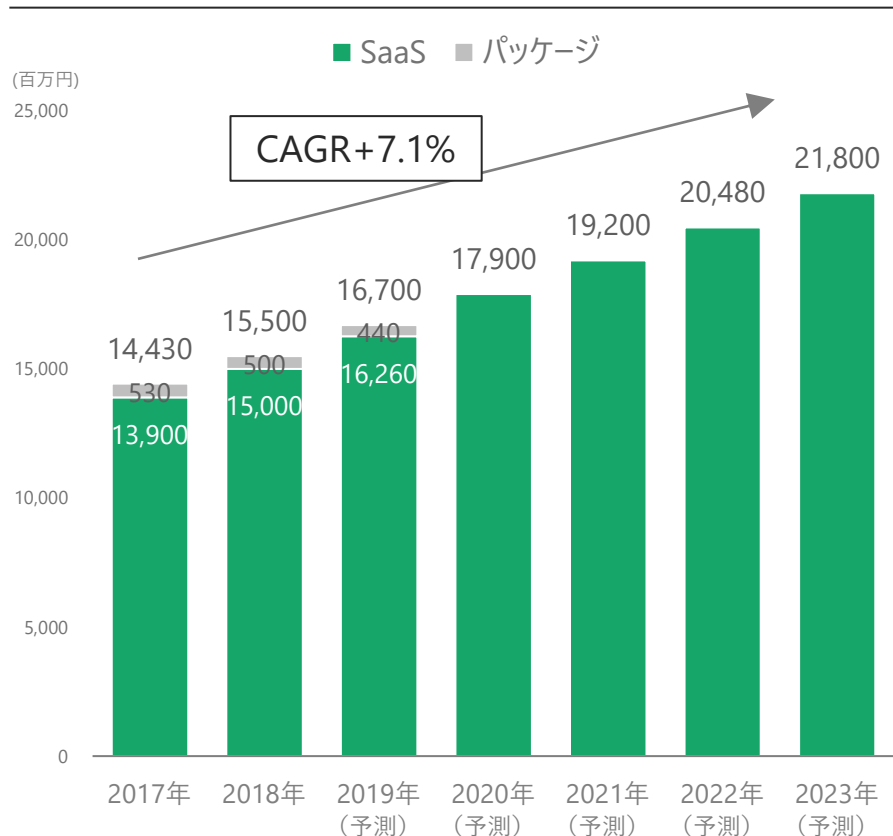
出所：一般社団法人日本資金決済業協会「第21回発行事業実態調査統計」（平成30年度版）

※ 基準日において1,000万円を超える未使用残高がある発行者のみ集計

出所：一般社団法人日本資金決済業協会「前払式支払手段の発行額および発行者の推移」（金融庁資料）

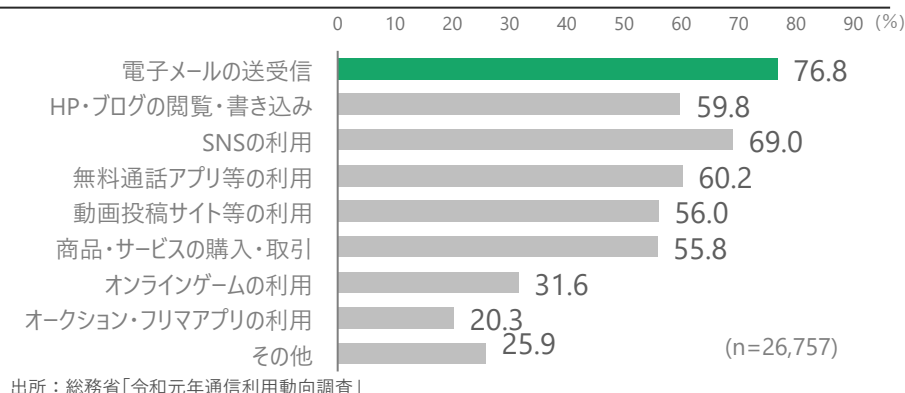
- ・メール送信市場は着実に成長しております。個人・企業ともに電子メール利用の重要度は非常に高く、ビジネス需要では、エンドユーザーと紐づく本人認証ツールなど、幅広い用途として活用されております。

メール送信市場の市場規模 (注1) 予測

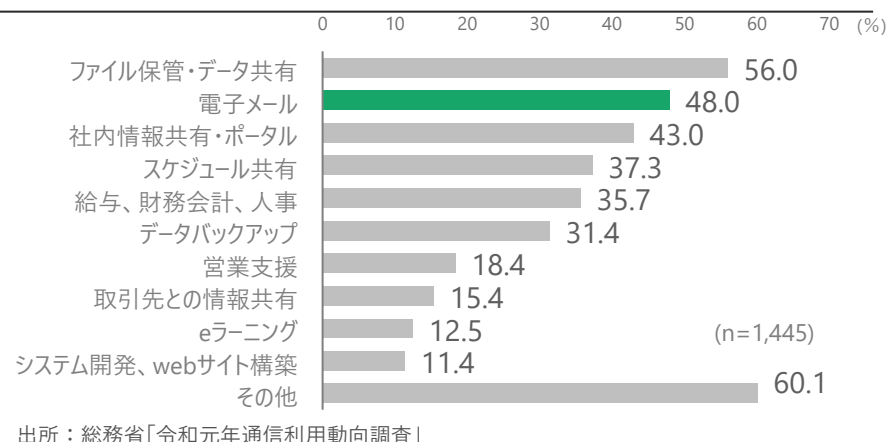


(注) 1.新規ライセンス売上 (一部、アライアンス製品、SaaS、サブスクリプション売上含む) 及び保守費を対象に算出
出所：ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2020」メール送信市場

個人のインターネットの利用目的 (複数回答)



企業のクラウドサービスの利用状況 (複数回答)



強み・特徴

arara

世界をもっとハッピーに

- 1 顧客オリエンテッドな
“脇役”ソリューション
- 2 高い参入障壁
- 3 システムの内製開発力

① 顧客オリエンテッドな“脇役”ソリューション ～当社の独自性

- キャッシュレスサービスの提供を希望する顧客へ、当社はSaaS型にてシステムを提供するIT企業であります。
- 顧客が発行体となり、ハウス電子マネーの利用促進のイニシアティブを発揮することで、顧客のキャッシュフローの良化とエンドユーザーからのロイヤリティアップを実現できるように当社は寄与しております。

プリペイド型キャッシュレスシステムの比較

	当社のシステム	一般的なプリペイド型キャッシュレスシステム
決済手段	磁気カード・FeliCa QRコード（スマホ使用）	FeliCa QRコード（スマホ使用）
システム系列	独立系	交通系、通信系、流通系など
利用範囲	対象店舗・企業グループのみ	加盟店契約店舗
顧客自由度	ポイント付与・キャンペーンなど独自対応が可能	なし
決済ブランド	顧客が保有	提供会社が保有
入金方法	現金チャージ	現金・預金振替
決済手数料	国内外のキャッシュレス手段に対して 競争力のある手数料率	2.45～3.24%程度
運用リソース	顧客	提供会社

① 顧客オリエンテッドな“脇役”ソリューション ～当社の独自性

- 顧客がキャッシュレスシステム導入時に求める合理性・必然性を満たすサービス提供が不可欠となっております。

端末投資を考えれば、
自社のブランディングに役立てたい



独自の電子マネー
+
顧客データの活用

割安な決済手数料率は必須



国内外のキャッシュレス
手段に対して競争力
のある手数料率

ポイントシステムとの
連携が望ましい



既存のポイントと
連携可能

現金をチャージするため安心



シルバー層にも簡単・安全
+
顧客のキャッシュフローも良化

ローカル流通業者のホンネ



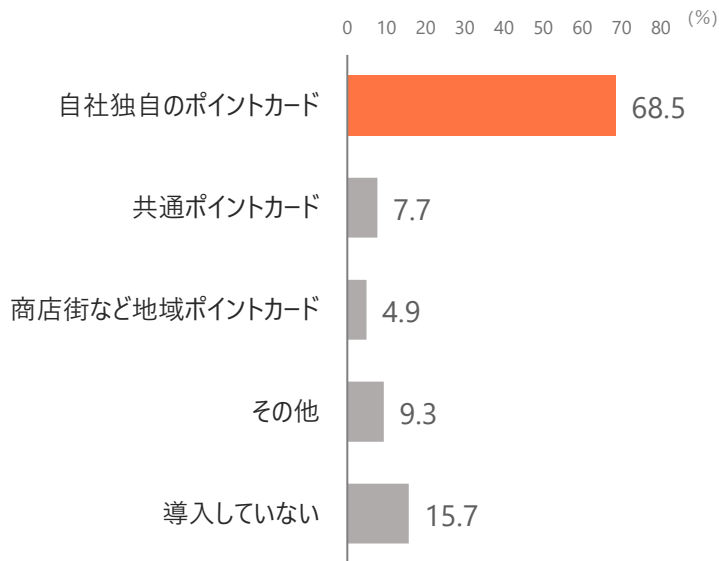
- キャッシュレスシステムは端末などの先行投資が必要
- 営業利益率を考えれば、決済手数料はかなりの重荷
- キャッシュレス決済を導入しても、エンドユーザーの数や支払金額が増えるわけではない
- キャッシュレス決済が増えるとキャッシュフローが悪化
- 高齢者でも使えるシステムでないと意味がない

① 顧客オリエンテッドな“脇役”ソリューション ～当社の独自性

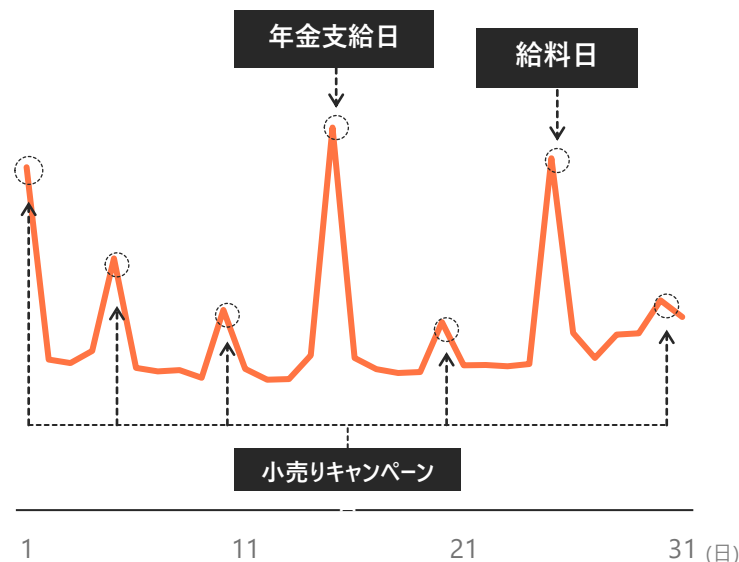
- 多くのスーパーマーケットは独自のポイントシステムを導入済みとなっております。
- 幅広い年齢層のエンドユーザーが簡単・安心して使えるキャッシュレスサービスとなっており、年金支給日や給料日に顧客が提供する特典をきっかけにチャージ金額が増加する効果が確認されております。

スーパーマーケットのポイントカード導入状況

導入済みのポイントカード（複数回答）



日別現金チャージ金額のパターン (注1)



出所：（一社）全国スーパーマーケット協会・（一社）日本スーパーマーケット協会
 オール日本スーパーマーケット協会「2019年スーパーマーケット年次統計調査」（業界推計値を記載）

（注）1. 2019年9月～2020年5月末までの全エンドユーザーのチャージ額を日ごとに平均して算出

① 顧客オリエンテッドな“脇役”ソリューション ～当社の独自性

- ・ エンドユーザの利用頻度にあわせ、顧客が抱える課題を解決しております。

毎日のように訪れるスーパーマーケット等



<課題>

- ・ エンドユーザーが他店に流れるのを防ぎたい
- ・ POS周りの生産性向上

<解決>

- ・ 特典等をきっかけに、エンドユーザーがハウス電子マネーにプリペイド。顧客は再来店を確保。
- ・ ポイントカードシステムに、電子マネー機能をプラスすることで、多くのエンドユーザーのキャッシュレスを実現でき、POSの通過時間の短縮を実現。

嗜好性が高いカフェチェーン等の飲食店



<課題>

- ・ エンドユーザーの再来店を促したい
- ・ データの利活用によるマーケティング強化

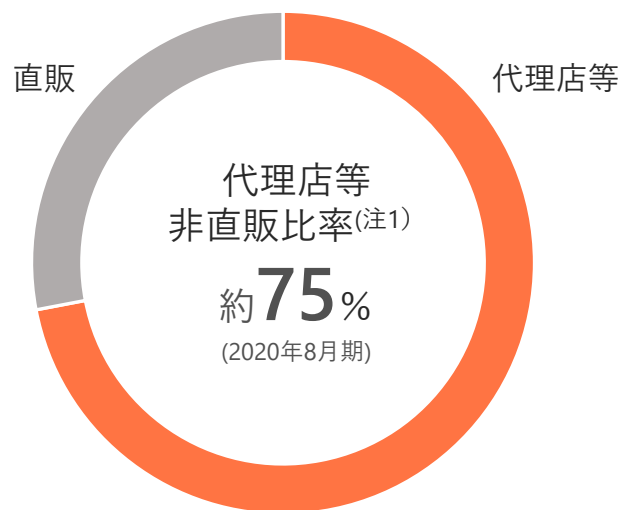
<解決>

- ・ 電子マネーやポイント機能に加えてSALEやお得なキャンペーン情報を配信できる統合販促サービスで、エンドユーザーへアプローチ。
- ・ 過去のデータから、ロイヤリティの高いエンドユーザーを検出してマーケティングを顧客自身で行える。

② 高い参入障壁 ～顧客とのWin-Win

- ・ 日本全国の地域密着型スーパー等へリーチできる強力な代理店網を構築しております。
- ・ 顧客の業態・規模や営業利益率を勘案し、国内外のキャッシュレス手段に対して競争力のある手数料率にてサービスを提供しております。

当社のキャッシュレス決済システム販路内訳



顧客業界利益率とキャッシュレス決済手数料

顧客業界平均経常利益率	キャッシュレス決済手数料
スーパーマーケット業 1.4%^{※2}	クレジットカード 3.2%^{※4}
-----	-----
宿泊業・飲食サービス業 2.6%^{※3}	QRコード 3%程度^{※5}

VS.

当社システム決済手数料率

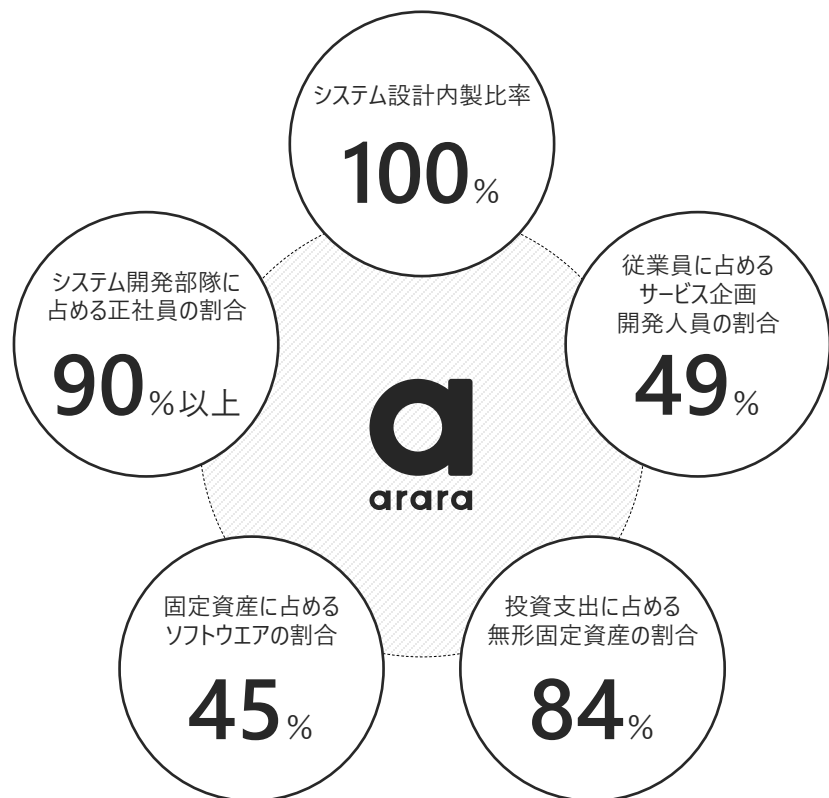
国内外のキャッシュレス手段に対して競争力のある手数料率

(注) 1. 取引社比社数ベースでの販売割合
 2. 出所：(一社) 全国スーパーマーケット協会・(一社) 日本スーパーマーケット協会・オール日本スーパーマーケット協会「2019年スーパーマーケット年次統計調査」
 3. 出所：中小企業庁「中小企業実態基本調査」(平成30年確報)
 4. 出所：公正取引委員会「クレジットカードに関する取引実態調査」(平成31年3月) 平均値を記載
 5. 出所：各社開示資料

3 システムの内製開発力

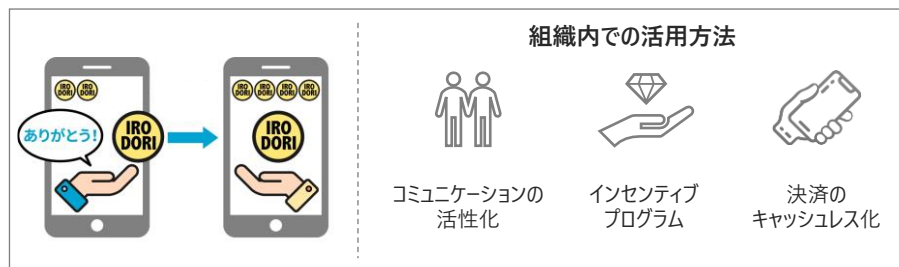
- エンジニアを積極的に採用し、経営資源を内製の開発投資に集中し、原価効率を高めることで、競争力のある手数料率の提供を可能としております。
- パブリッククラウドサーバによるSaaS型サービスへの完全移行によるデータ処理能力の向上と更なる原価低減のノウハウを自社内で保有することや、先端技術を使った実証実験などが将来の競争力の源泉となると考えております。

開発力を示す指標



先端技術を活用した実証実験

大阪商工会議所・鎌倉市役所においてブロックチェーン技術を活用した個人間コイン流通サービスの実証実験を実施



指静脈認証を活用したキャッシュレス決済の実証実験を実施



東芝テックのPOSシステムと当社の「point+plus」、日立製作所の指静脈認証システムを組み合わせることで決済システムを構築

3 システムの内製開発力

- ・「未来の姿を想像し、創造する」3つの設計思想が重要と考えております。
- ・営業・サポート・技術が常に連携し開発と運用を一元管理しているため、顧客の声をすぐに反映できる体制とノウハウを全て社内に蓄積する仕組みを構築しております。

3つの設計思想

エンドユーザーのベスト



「世界をもっとハッピーに」

当社のサービスを利用している顧客、サービスを使っているエンドユーザーそれぞれのベストな状態を一番に考えシステム開発し、エンドユーザーの声を反映

キャッシュレスサービス事業

ハウス電子マネーにメッセージングサービスを組み合わせた統合型販促ソリューションの提供

メッセージングサービス事業

APIの提供で基幹システムなど外部システムとの連携が容易

絶えず進化



「進化しないサービスは死んだサービス」

課題を解決し、日々進化する技術を取り入れ、長期的に顧客が使い続けたい、より良いサービスへ未来の姿を想像し、その実現を目指す

キャッシュレスサービス事業



メッセージングサービス事業

クラウド環境に最適化した新サービス開発を順次推進

安心・安全



「築城三年落城一日」

金銭情報、メールアドレス等顧客の重要情報を預かるサービスを提供しているため、信用が何よりも大事

システム障害を起こさない、データを守る、を常にサービスの柱に据える

キャッシュレスサービス事業

データ量の増加にフレキシブルに対応しシステム障害を起こさないサービスの提供

メッセージングサービス事業

STARTTLS送信に対応し、メール送信時の通信を暗号化

成長戦略

arara

世界をもっとハッピーに

キャッシュレスの、その先へ

1

あらゆる企業規模に対応する
新システムのリリース

2

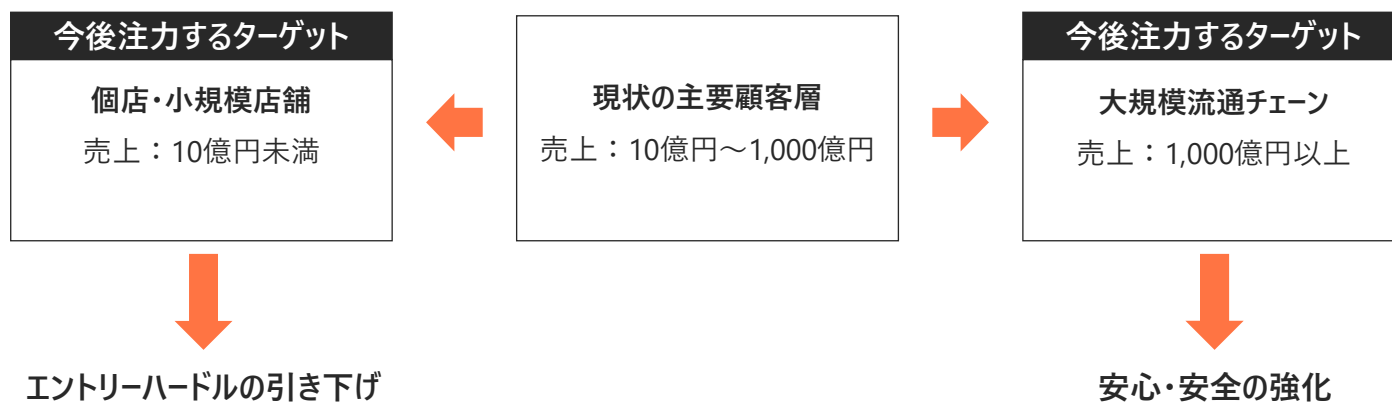
決済手数料に依存しない新サービス

3

紙とデジタルをハイブリッドに展開した
商品券・電子ギフト

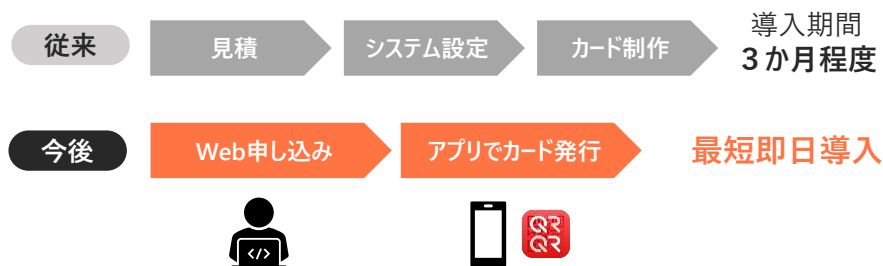
① あらゆる企業規模に対応する新システムのリリース

- 新システムにつきましては2021年8月期中に1stフェーズをリリースする予定となっており、新システム提供による業績の拡大は、2022年8月期から見込んでおります。
- パブリッククラウドサーバによるSaaS型サービスの提供により、データ処理能力の大幅な向上を見込んでおります。まずは、大型案件に対応することで、業績拡大を推進していく計画であります。



小規模店舗向けには「すぐに安価で導入できる」体制を構築
導入期間を圧縮することにより効率性の向上を図る

大規模流通チェーンを取り込むため、これまで蓄積したノウハウを活かし決済金額の増加など規模の変化に柔軟に対応できるシステムを開発



① あらゆる企業規模に対応する新システムのリリース

- ・新システムでは、顧客とエンドユーザーの利便性を向上させる様々な機能を追加する計画です。
- ・小売業をはじめ、飲食、生活関連サービスなど、ターゲット業種の店舗は全国に約216万店舗存在しており、これら幅広い顧客層への展開を計画しております。



大量の同時
アクセス処理



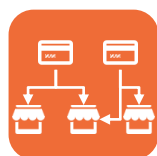
オートスケール



PCI DSS相当の
セキュリティ



柔軟な
キャンペーン機能



柔軟な
利用制限



アプリ連携



ギフト券



多彩な
チャージ方法



家族カード

ターゲット市場 合計 **216.3**万店舗



(注) 1：火葬・墓地管理業、葬儀業を除く
 2：公園・遊園地、ギャンブル関連を除く
 出所：総務省「平成28年経済センサス」

② 決済手数料に依存しない新サービス

- 新システムと並行し、エンドユーザーが電子マネーを獲得できる新しい販売促進サービス用のシステム開発を東芝テック株式会社と進めており、2021年8月期には1stフェーズをリリースする計画であります。
- また、当販売促進サービスにも利用できるエンドユーザー向けQRコードアプリ「クルクル」を提供しております。

QRコード関連サービス



スマートフォンアプリ
「クルクル - QRコードリーダー」



株式会社デンソーウェブの最新読み取り技術を搭載したQRコード読み取りアプリ

エンドユーザーにリーチする主な機能

ハウス電子マネーの会員証

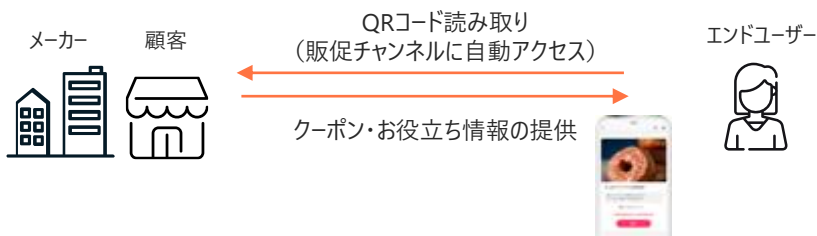
カードを発行せず、アプリ上で会員証を表示

初期費用の削減と導入期間圧縮によりエントリーハードルの引き下げに貢献

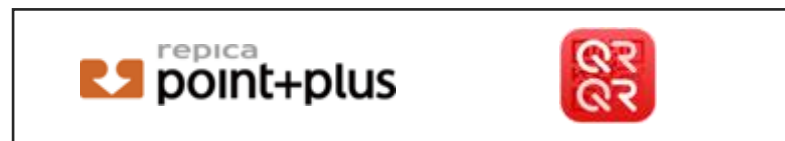
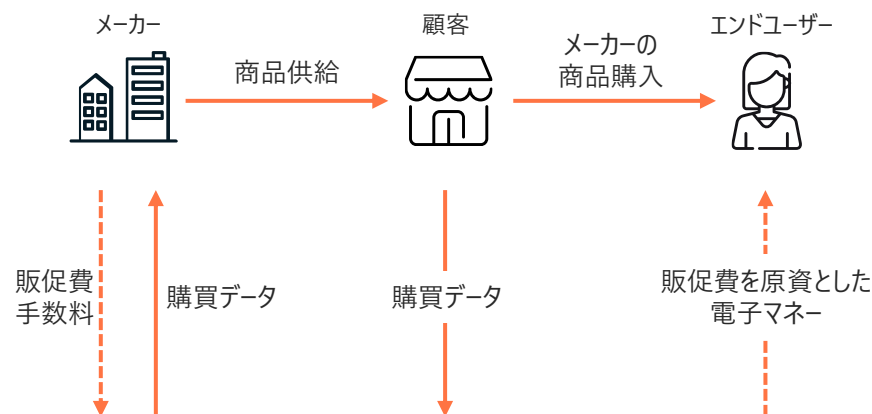
クルクルチャンネル

メーカーや顧客とエンドユーザーをつなぐ情報配信サービス

購買データに基づく特定のエンドユーザー向けの情報発信ができ、効率的な販促が可能に



メーカーの販促費を活用した新たなビジネス



「point+plus」の付加サービスとして、地域のスーパーマーケット等で、エンドユーザーがハウス電子マネーにて特定メーカーの商品を購入した情報を販売時点情報管理システムから即座に得ることで、そのエンドユーザーにメーカーの販促費である電子マネーを付与するチャージバックサービスを、東芝テック株式会社と業務提携し、共同で開発しております。

③ 紙とデジタルをハイブリッドに展開した商品券・電子ギフト

- ・ 既存の紙の商品券の電子化とeギフト、双方に対応したシステム提供でギフト市場にも参入を計画しております。

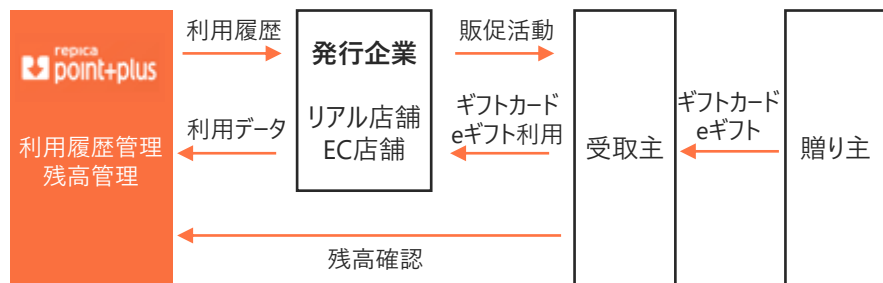
紙の商品券の電子化

「point+plus」のシステムを活用したギフトカード・eギフトを提供

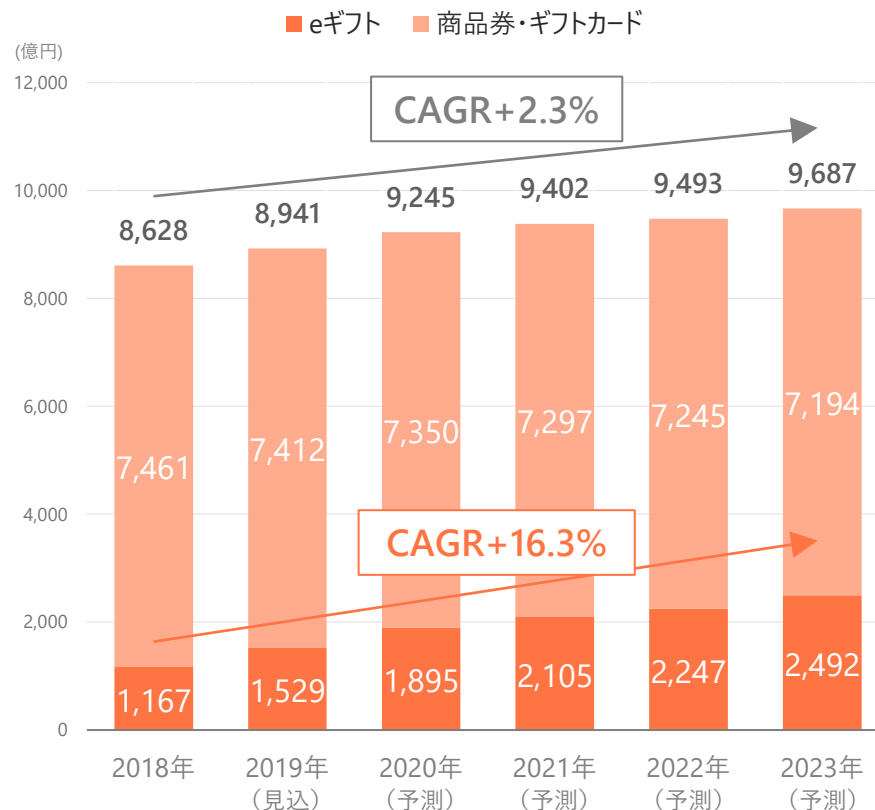
既存の紙の商品券の電子化に加え、eギフトもおさえたハイブリッド対応で、eギフト市場に参入

小売事業者向けにeギフトの生成サービスを提供

サーバ型で提供することで、従来の紙の商品券はできなかった、顧客管理や残高管理ができるようになり、特定のエンドユーザー向けの販促も可能に



商品券・ギフト券/eギフト市場の予測



出所：矢野経済研究所「2019年度版 商品券・ギフト券/eギフト市場の実態と展望」

キャッシュレスサービス事業以外の成長シナリオについて

- 安定成長事業と位置づけております2事業の成長戦略は、下記の通りであります。

メッセージングサービス事業



- 2021年8月期につきましては、大企業向け施策として、API機能の拡充による、基幹システムとの連携で業績拡大を計画しております。
- インサイドセールスの強化を計画しております。
- また、システム開発が完了次第、ロングテール向け施策として、WEBでの受発注サービスを開始する計画であります。

データセキュリティサービス事業



- 個人情報取得後の管理や運用ルールに課題があると考えている中規模・小規模事業者を対象としたレポートサービスを提供し、顧客の裾野を広げていく計画であります。
- 新型コロナウイルス感染症の蔓延を防ぐため、在宅勤務が奨励される中でも、社内の個人情報の適切な管理に役立っており、同様の需要に応えていく予定であります。

- 成長を加速させる調達資金の用途は下記の通り計画しております。

(千円)

資金用途	事業	事業年度			合計
		2021年 8月期	2022年 8月期	2023年 8月期	
サーバ保守運用等に係る 業務委託費用	キャッシュレスサービス事業 及び メッセージングサービス事業	157,000	143,069	—	300,069
システム投資	キャッシュレスサービス事業 及び メッセージングサービス事業	107,000	93,000	—	200,000
マーケティング費用	キャッシュレスサービス事業 及び メッセージングサービス事業	38,000	36,000	—	74,000
経営管理システム投資	全社	—	—	50,000	50,000
採用活動費用	全社	—	10,000	—	10,000
合計		302,000	282,069	50,000	634,069

新規発行株式及びオーバーアロットメントによる売出し含む

当社の事業モデルの強み

- 全売上高に占めるリカーリングビジネス比率が87.3%であり、
短期的な影響を受けにくい
- 高成長事業と位置づけているキャッシュレスサービス事業の主たる顧客が
生活維持にかかせない地域密着のスーパーマーケット



生活スタイルの 変化が追い風に

支払いを素早く済ませ
たいというニーズ

現金に触れたくない
というニーズ

情報発信の必要性

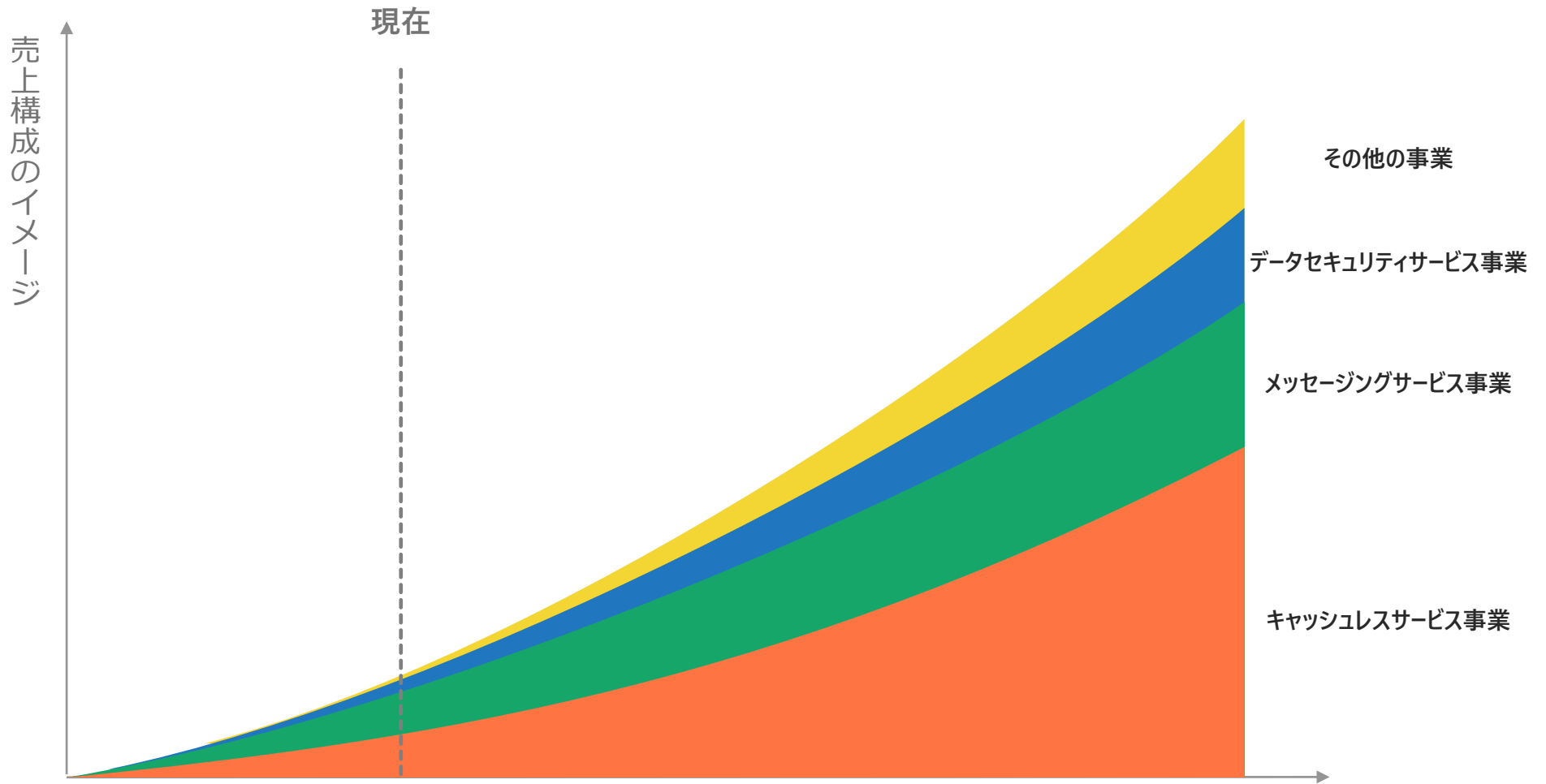
自宅の滞在時間が増え
ネットショップやデリ
バリーの利用が増加

ネット経由の情報発信
がより重要になってい
る

在宅勤務の推奨

2020年3月から
スムーズに在宅勤務へ
移行

事業推進・開発の効率
化が加速



本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、当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ております。

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。

当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、当記述を作成した時点において利用可能な情報に基づいて当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。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。