

2021年9月期  
第2四半期

# 決算説明資料

---

2021/5/14

株式会社ピアズ

東証マザーズ 7066



peers  
NEW NORMAL ACCELERATION

# 2021年9月期 第2四半期業績（連結）



新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、昨年度の業績を牽引したキャッシュレス推進事業の営業自粛を余儀なくされたため、案件のオンライン化を進めるものの、減収減益となった。

売上高

新型コロナウイルス感染拡大によるキャッシュレス推進事業の営業自粛での減収

営業利益

リテールテック領域への事業転換への投資による支出増

(単位：百万円)	2020年9月期 第2四半期 累計期間※	2021年9月期 第2四半期 連結累計期間	前年同期比	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	2,621	1,550	△1,071	△40.9%
営業利益	391	184	△207	△53.0%
経常利益	392	223	△169	△43.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	244	136	△108	△44.3%

※当社は2020年9月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、前年同期比は参考値となります。

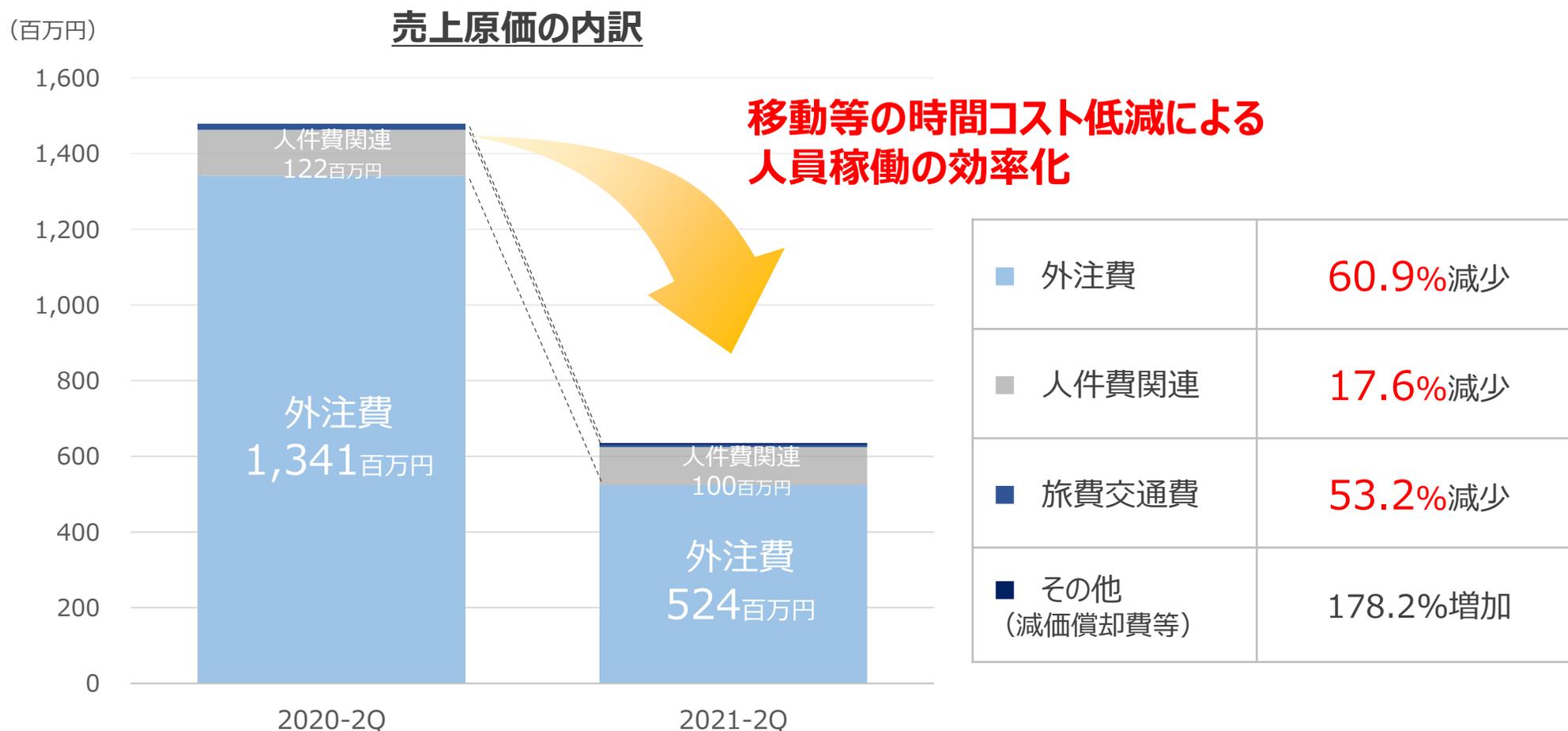
# 計画に対する進捗率①

売上高の計画進捗率は芳しくないが、売上総利益率の改善により、各段階利益においては概ね計画通りに推移している。

(単位：百万円)	2021年9月期 第2四半期 連結累計期間	2021年9月期 第2四半期 連結累計期間	進捗率
	計画	実績	
売上高	4,830	1,550	32.1%
営業利益	345	184	53.4%
経常利益	350	223	63.8%
親会社株主に 帰属する当期純利益	243	136	56.0%

# コスト構造の変化①

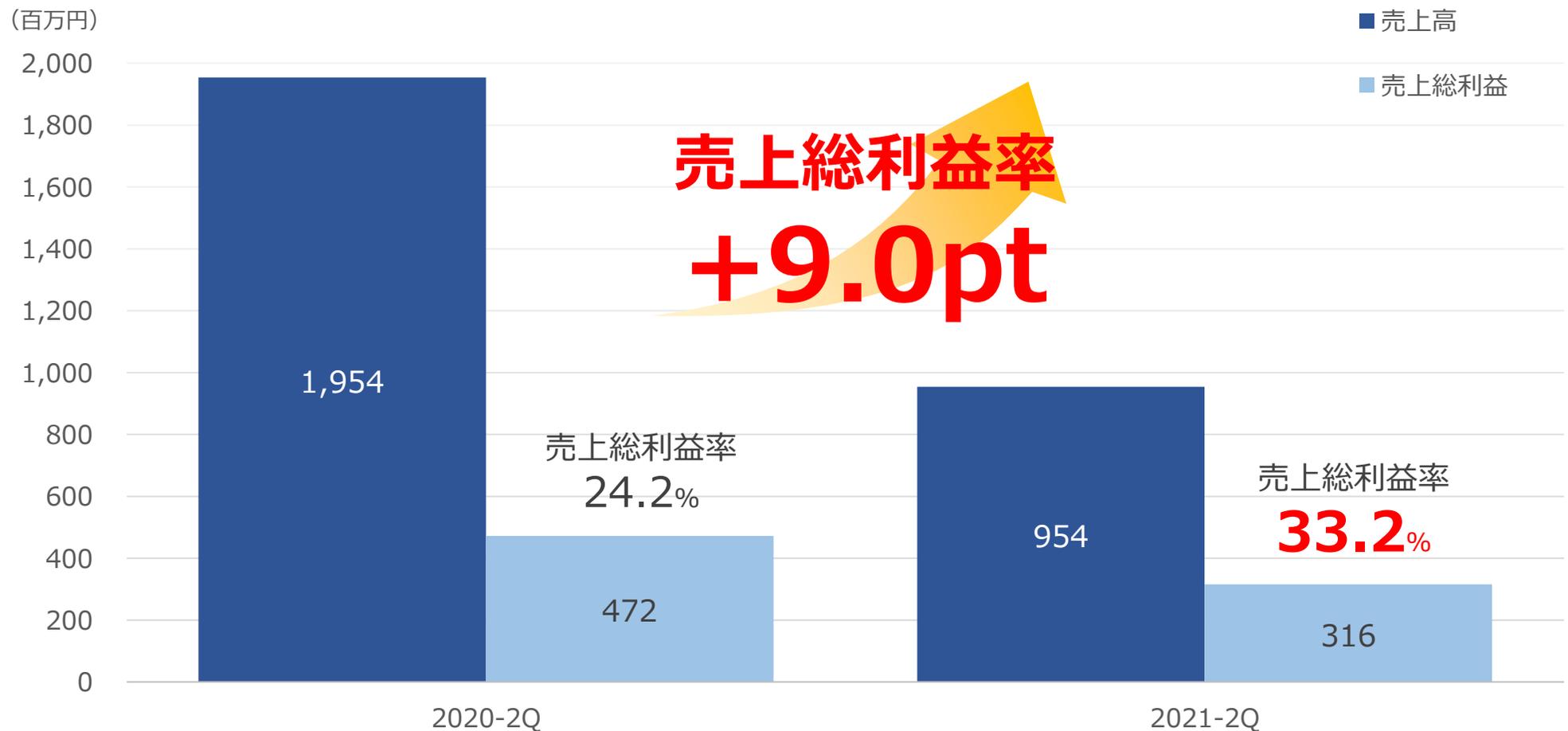
昨年度はキャッシュレス推進事業が伸長したことに伴い、外注費比率も上昇。  
1Qに引き続き、案件のオンライン化によって人員稼働が効率化し外注費・人件費が低減、  
現場への移動が不要になったことにより旅費交通費の低減がされ、コストが圧縮された。



※当社は2020年9月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、前年同期比は参考値となります。

## コスト構造の変化②

昨年度はキャッシュレス推進事業により売上高が伸長。  
 案件のオンライン化等により売上総利益率に関しては前年同期比で9.0pt上昇した。

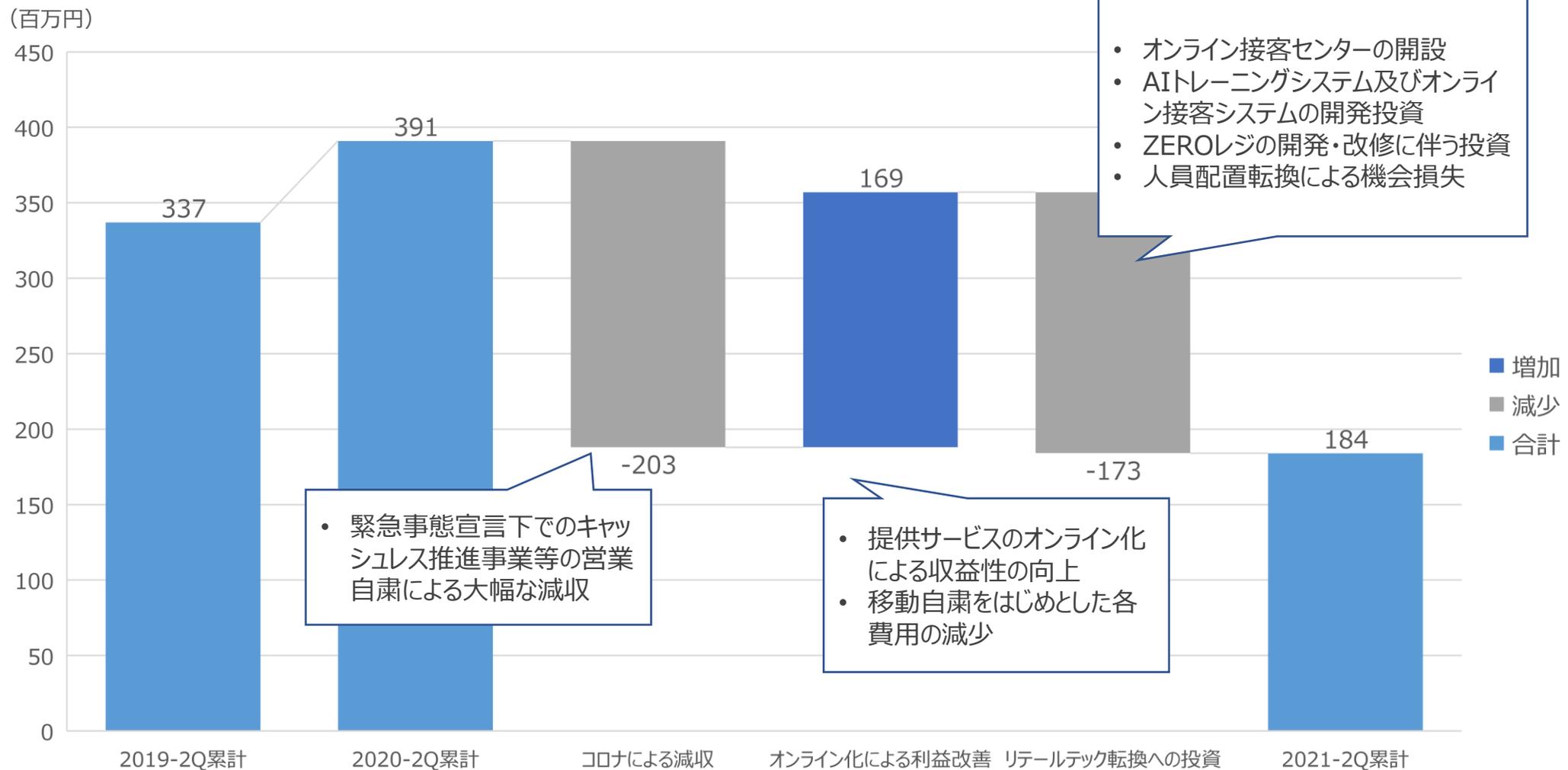


※当社は2020年9月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、前年同期比は参考値となります。

# 営業利益増減分析

キャッシュレス推進事業の営業自粛及び、  
リテールテック領域への事業転換※が減益の主な要因となった。

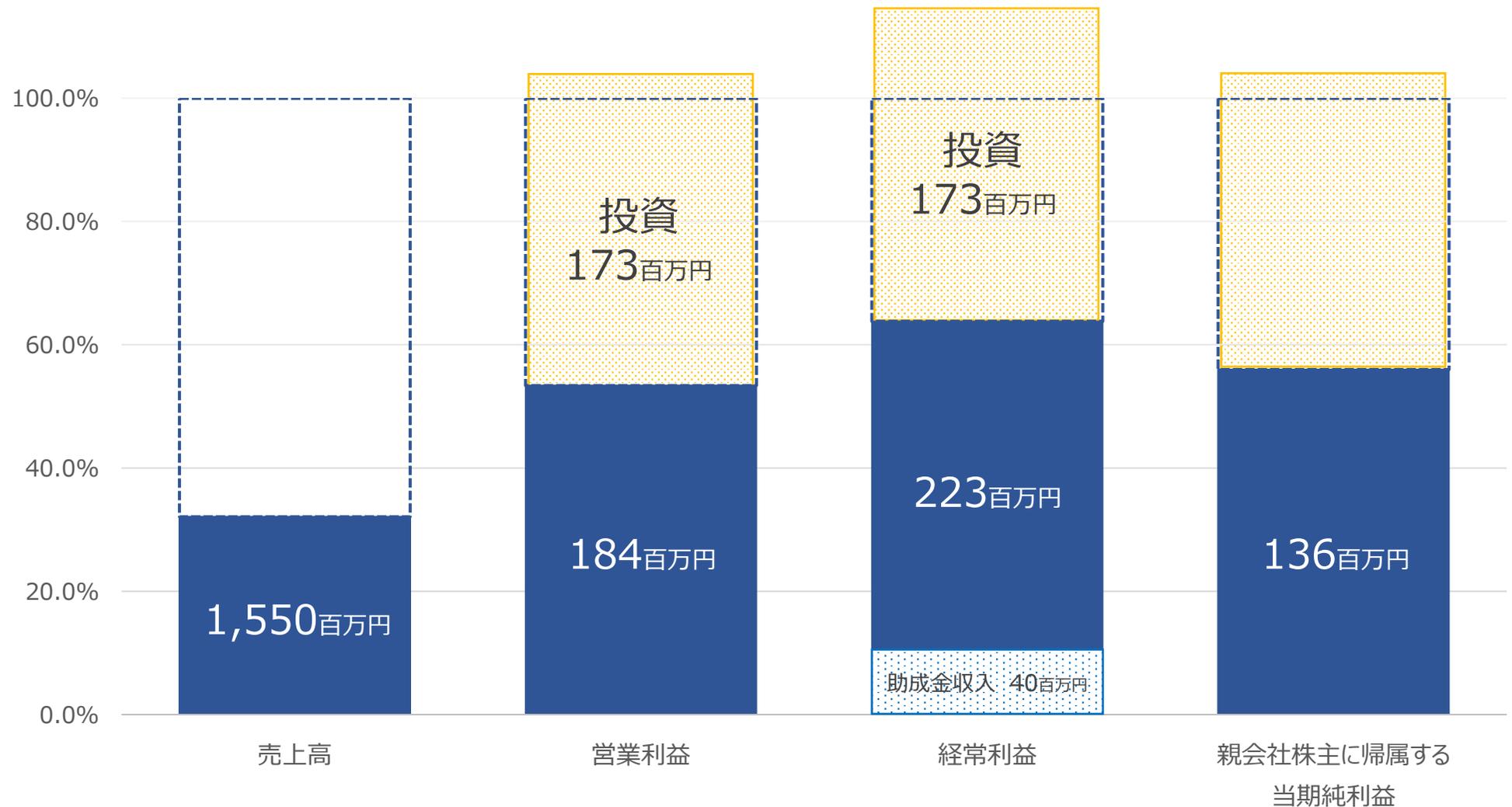
※詳細につきましてはAppendixの中期経営計画をご覧ください。



※当社は2020年9月期第3四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表を作成しているため、前年同期比は参考値となります。

## 計画に対する進捗率②

リテールテック領域への事業転換に対する投資分を除いた利益においては、順調に推移している。



# 連結貸借対照表

引き続き高い自己資本比率と潤沢な手元資金を確保。  
財務基盤は健全な状態を維持している。

(単位：百万円)	2020年9月末	2021年3月末	増減額
流動資産	2,935	3,179	+244
固定資産	202	279	+76
<b>資産合計</b>	<b>3,138</b>	<b>3,459</b>	<b>+321</b>
流動負債	501	756	+254
固定負債	500	500	—
<b>負債合計</b>	<b>1,001</b>	<b>1,256</b>	<b>+254</b>
<b>純資産合計</b>	<b>2,136</b>	<b>2,202</b>	<b>+66</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>3,138</b>	<b>3,459</b>	<b>+321</b>
<b>自己資本比率</b>	<b>68.0%</b>	<b>63.7%</b>	

2021年9月期第2四半期  
決算説明資料  
業績予想の修正

---



peers  
NEW NORMAL ACCELERATION

# 通期業績予想の修正について

新型コロナウイルス感染拡大の影響及びリテールテック領域への事業転換※に伴い、業績予想の修正を行う。

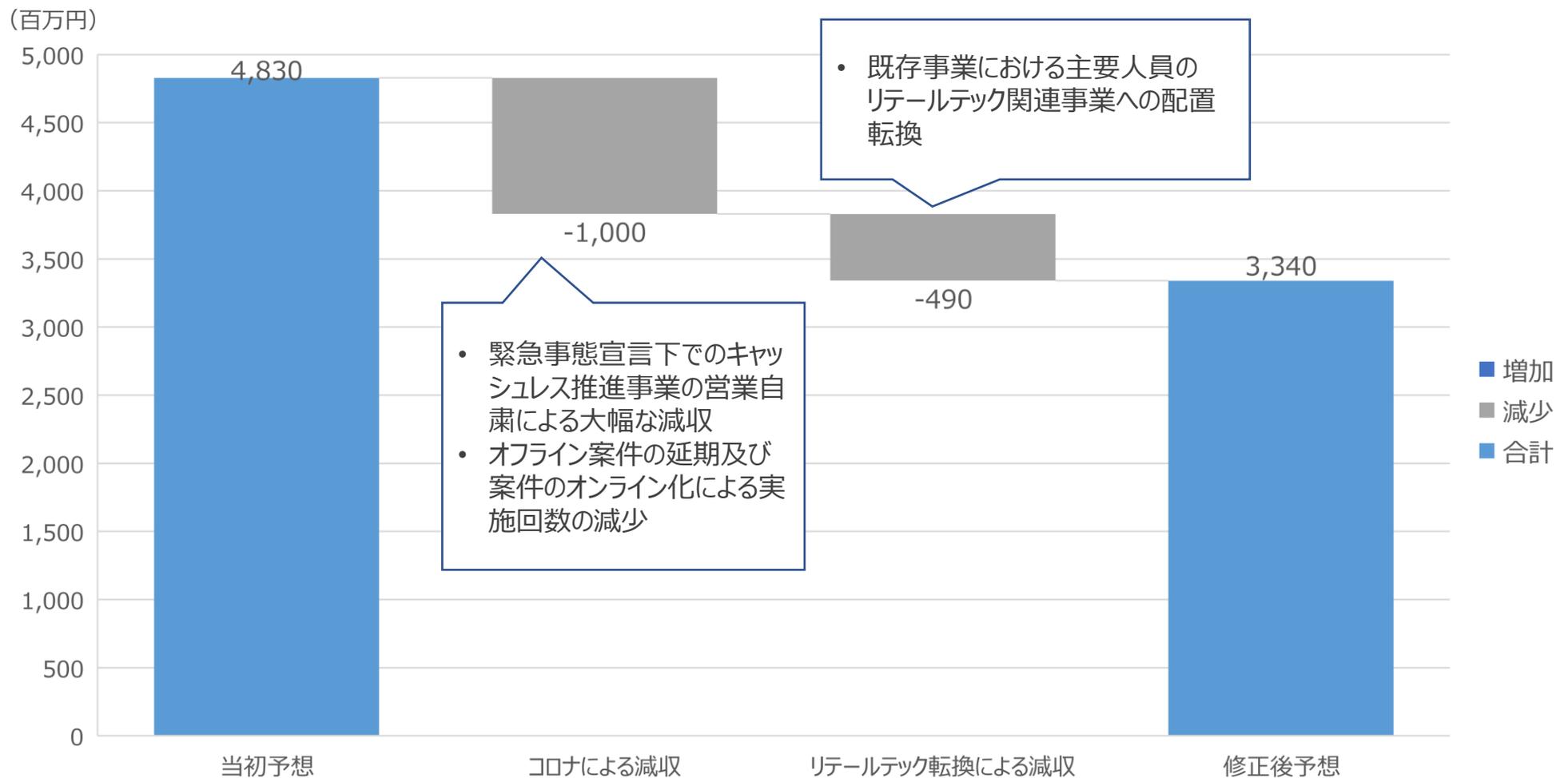
※詳細につきましてはAppendixの中期経営計画をご覧ください。

(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2021年9月期 通期連結業績予想 (2020/11/13発表)	4,830	345	350	243
2021年9月期 通期連結業績予想 (2021/5/14発表)	3,340	70	100	69
(参考) 2020年9月期通期実績	3,484	331	377	238

# 業績予想修正の要因（売上高）

主な減収の要因は下記の2点となっている。

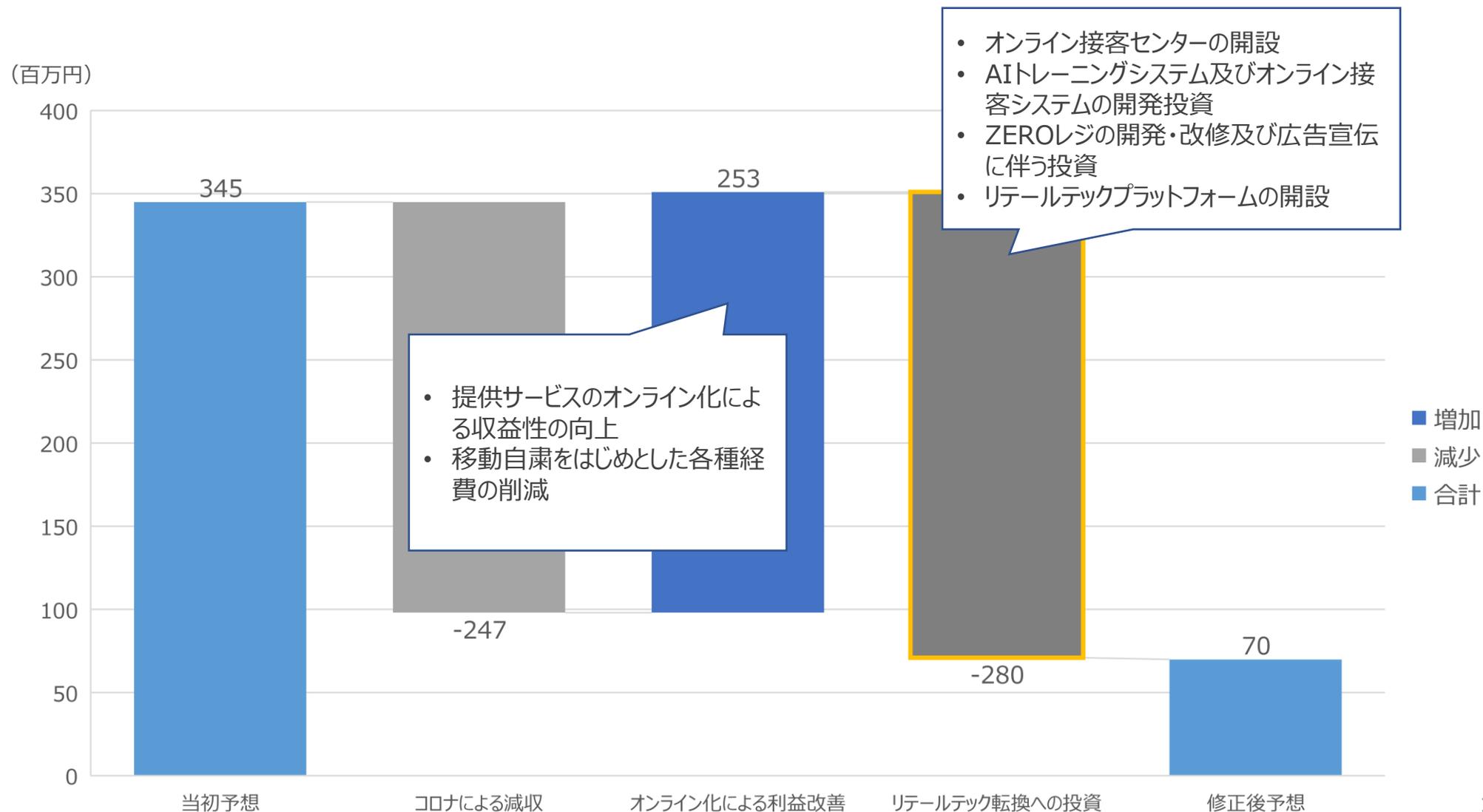
①新型コロナウイルス感染拡大の影響 ②リテールテック領域への事業転換



# 業績予想修正の要因（営業利益）



中長期の成長を重視し、リテールテック領域への投資の強化を前倒しで行う。

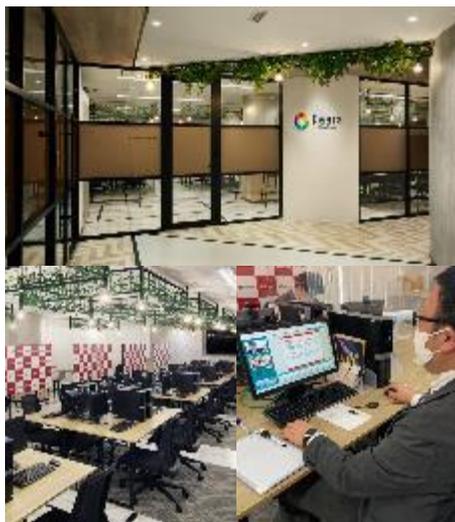


# リテールテック転換への投資

## リテールテック領域への事業ポートフォリオ転換

- 既存事業である通信業界におけるコンサルティング事業は依然として堅調に保持。
- 2020年9月期3Qより営業自粛を余儀なくされたキャッシュレス推進事業に関しては予定を早めて見切りをつけ、リテールテック領域への事業転換を図る。
- 中長期での成長を見据え、リテールテック領域への事業転換のための投資を行っているため、現時点においては利益を圧迫している。

### オンライン接客センターの開設



### オンライン接客関連システム



### モバイルオーダーシステム



# その他トピック

## 第三者割当増資について

- 2021年4月12日付けで公表をした东软控股国际有限公司を割当先とした第三者割当増資については、2021年4月28日付けで公表したとおり発行延期となった。
- Neusoft社とのアライアンス強化を前提とした第三者割当増資であり、証券口座開設の遅れにより発行延期となったものの、継続して協議を行っている。
- 今後も海外企業とのアライアンスを強化していく。

# 中期経営計画の更新



2020年11月13日に公表した中期経営計画「PEERS TRIPLE GEAR」を更新。  
前回の発表から内容をより具体化し、中期の計画だけでなく、長期ビジネス構想も掲載。



P E E R S T R I P L E G E A R

# 中期経営計画

新たな常識を加速させる成長戦略 Ver.2

東証マザーズ:7066

株式会社ピアズ

目次

# INDEX

1. 中期目標
2. 理念・ビジョン
3. 長期ビジネス構想
4. 中期事業概要
5. 中期戦略

1

# 中期目標

10 010 1

中期ビジョン

小売現場の課題解決による

リテールテックNo.1企業

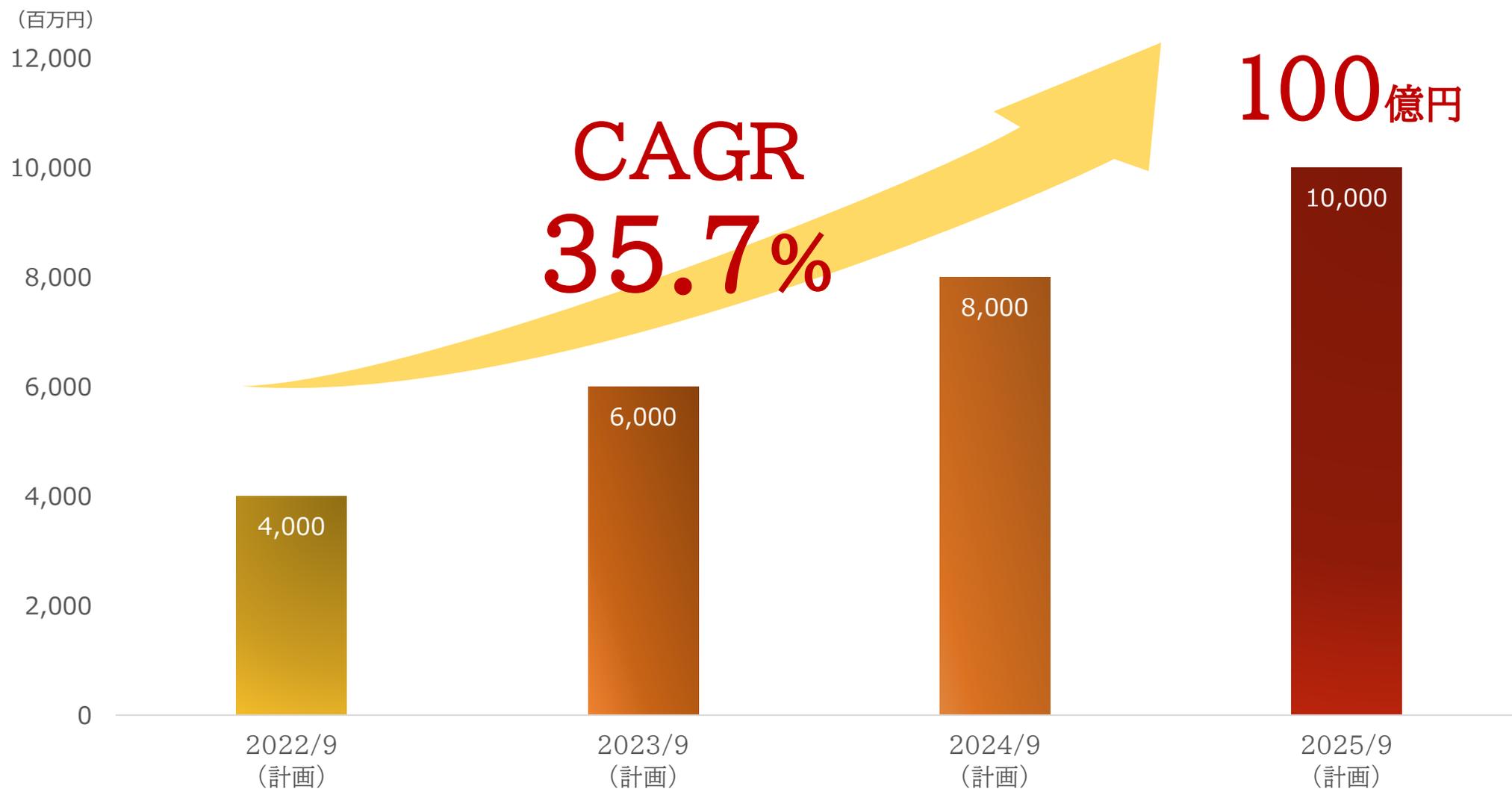
売上高目標

100億円

営業利益目標

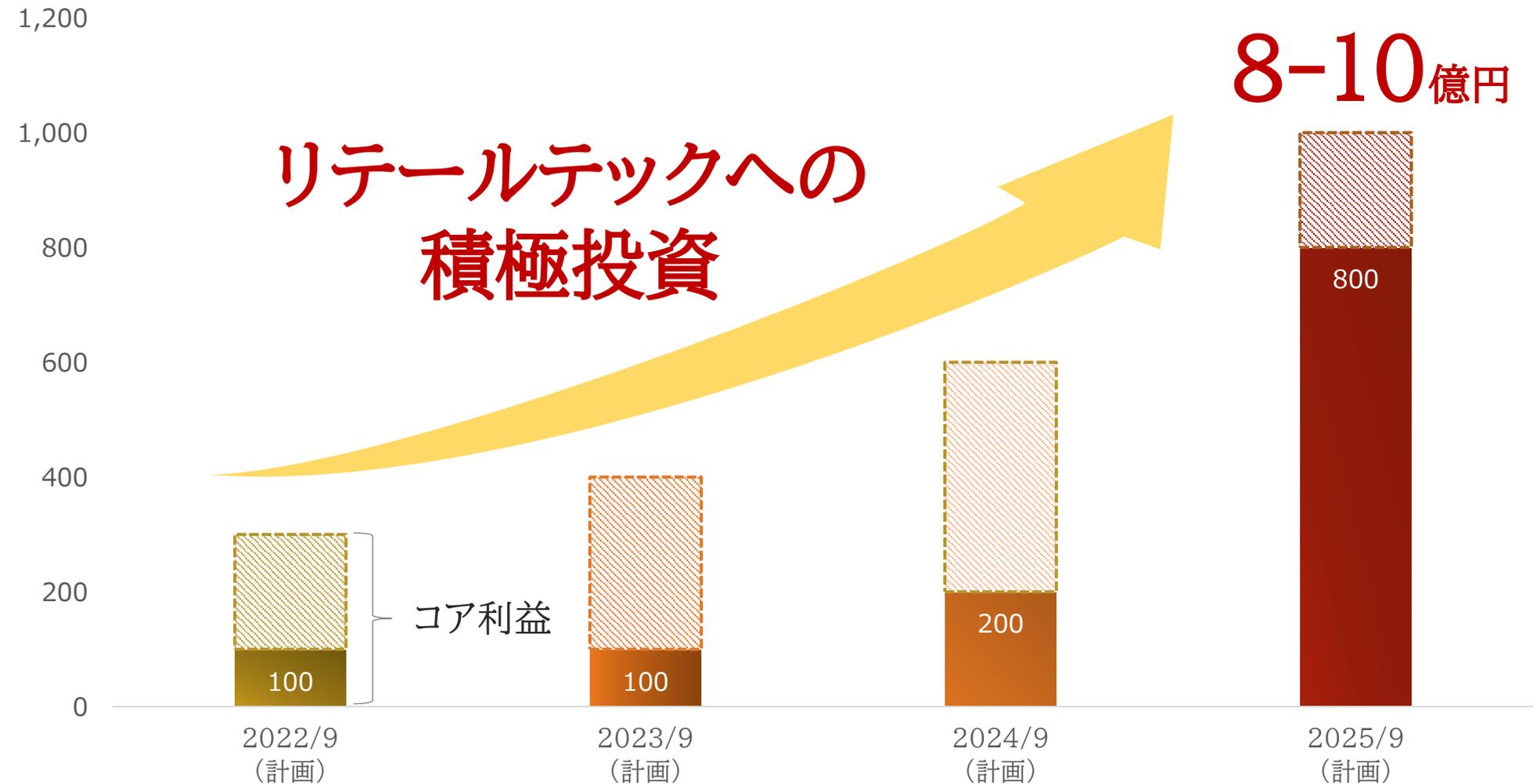
8-10億円

リテールテック領域への転換を図り  
2025年9月期までに**35.7%の成長予定**



営業利益から一時的な新規事業投資コストを除いたコア営業利益を設定  
 中期計画の中では、リテールテック分野への積極投資を行う

(百万円) ※当社のコア営業利益 = 営業利益 + リテールテック投資 (減価償却費+広告宣伝費+プロ人材+その他経費)



2

# 理念・ビジョン

— 理念 —

無意味な常識に囚われず、  
意味のある非常識を追求し、価値のある社会活動を行う

— 事業コンセプト —

**NEW NORMAL  
ACCELERATION**

いつかの未来を、いつもの日々に

# 変化の時代に新たなモノ・コトを浸透させていく

“NEW NORMAL ACCELERATION” (新常識推進) が当社のコアビジネス



# 2 中長期ビジョン詳細

	現状 present	中期 three years - five years	長期 five years - ten years
ビジョン	通信業界の ベストパートナー企業	リテールテック No.1 企業	未来都市 実現促進企業
事業モデル	コンサルティング セールスプロモーション	アライアンス・OEM 導入支援 / 無人店舗	自社開発 おもてなしテック
コンセプト	最適化	省人化	無人化
戦略	ニッチトップ	プラットフォーム	サービスクオリティによる 差別化
コアコンピタンス	通信業界における 専門性	ソリューション 営業力	ブランド
市場	国内 情報通信業	国内 小売・飲食業	世界 サービス・接客業

3

# 長期ビジネス構想

我々が想像する未来都市では  
現在、人が提供するサービスの多くを**AI・ロボットが代替する**と想定



ロボット化によって無機質なサービスが提供されるのではなく、  
ロボットに対しても**情緒的なサービスが求められるようになる**

## 一般的なロボットのイメージ



## ピアズの考える未来のロボット



### ロボットのサービス

お客様の**顕在的ニーズ**を  
解消するための提案。  
期待値以上の結果は得られず、  
感動には至らない。

人にしかできなかった情緒的サービスを  
ロボットにインストール

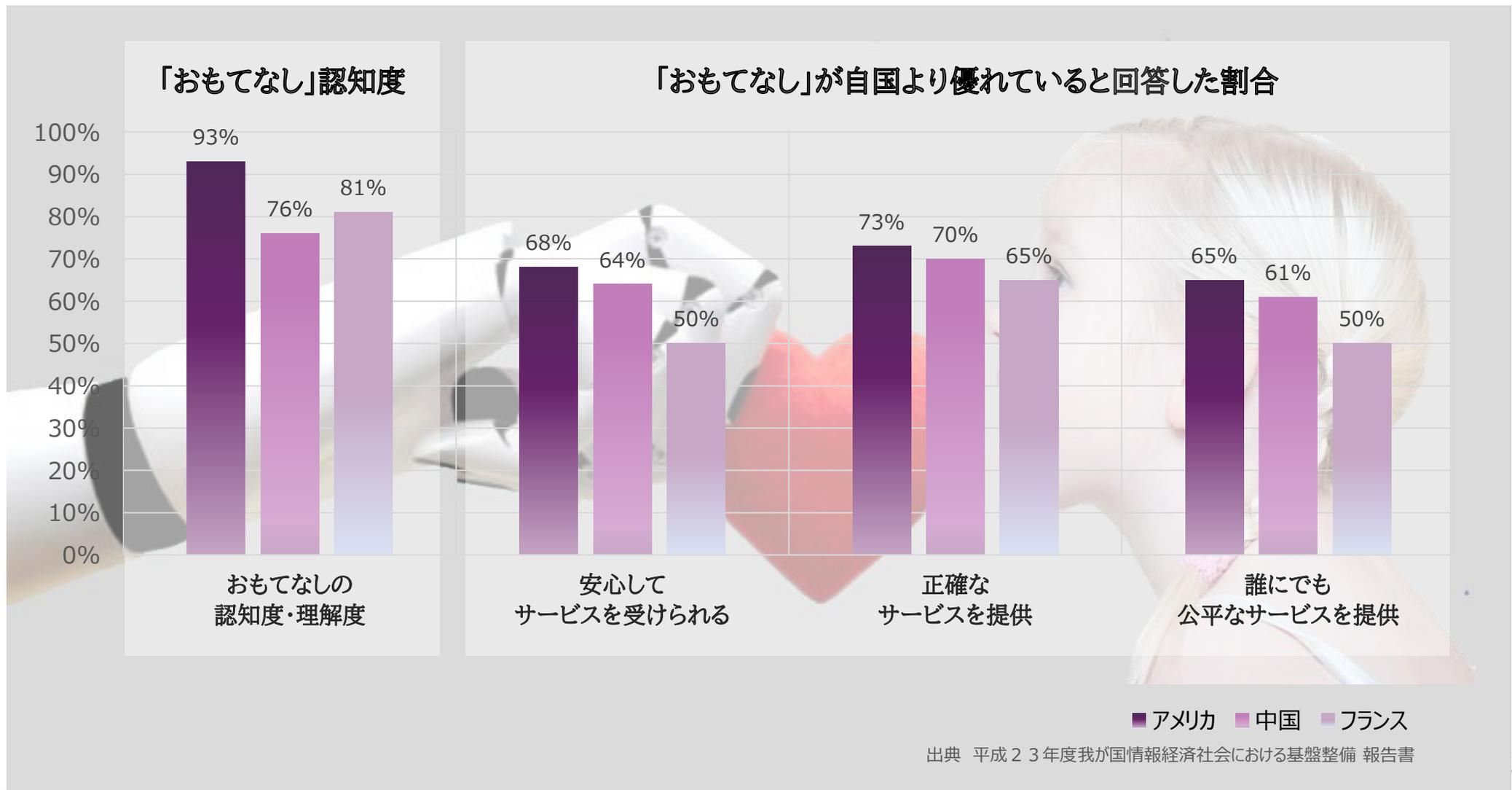


### 人のサービス

お客様の表情などから  
**感情や潜在的ニーズ**を汲み取り、  
最適なサービスを提案。  
期待値以上の提案により感動を創出。

特に小売・飲食・サービス業は、付加価値としての「クオリティ」が差別化要因であり  
 高いサービスクオリティ(おもてなし)は日本の強み

**無人でもおもてなしができるソフトウェア開発を行い、世界へ輸出する**



LABOでは、データ収集・分析・活用フェーズを経て  
**アバターやロボットがおもてなしできる研究及び開発を行う**

2021年～

Step1.データ収集

接客時の映像  
音声データの収集



オンライン接客センター  
mimik

2023年～

Step2.データ分析

収集したデータを分析し、  
「おもてなし」と関連の  
ある項目を発見



2025年～

Step3. データ活用

おもてなし接客エンジン  
開発・運用

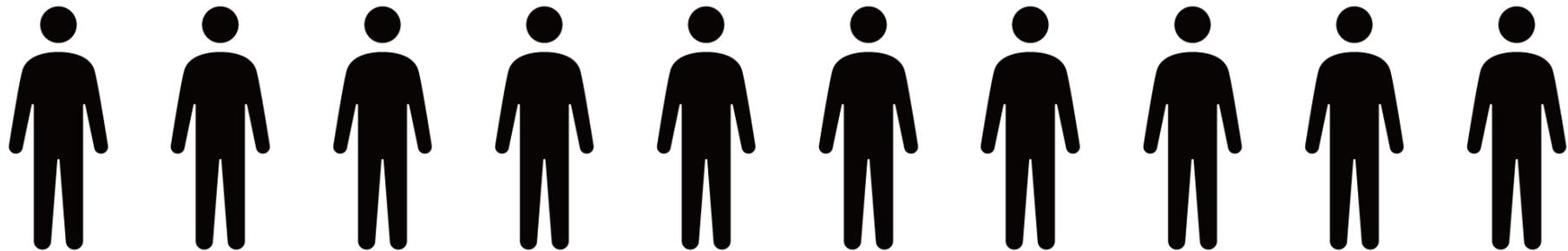


ロボットによる労働力の代替化がビジネスチャンス

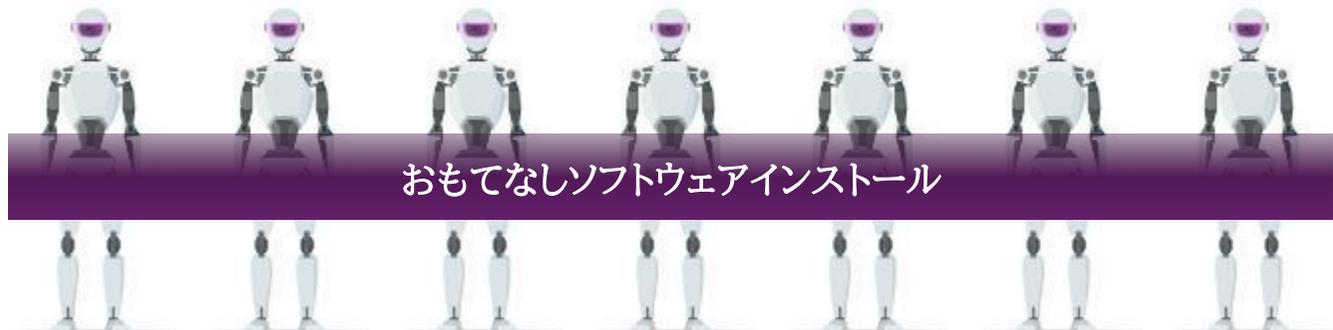
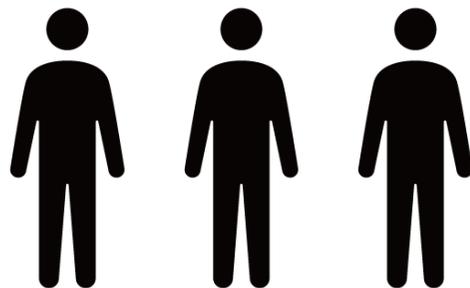
接客に関わる人件費の削減のための**ロボット代替がマーケットサイズ**となる

接客を伴う業界(小売、外食、ホテル、窓口業務等)の人件費

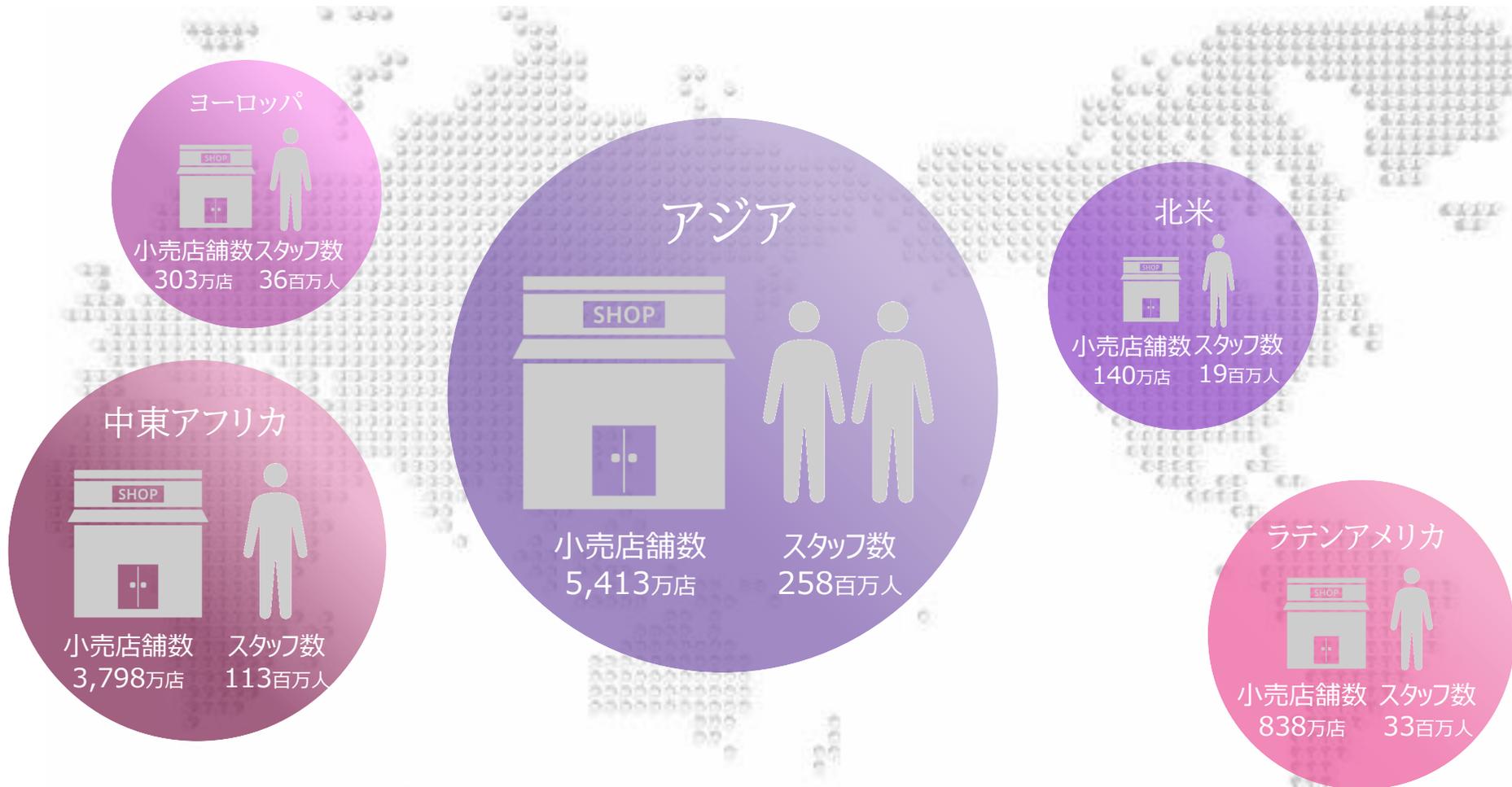
※ターゲット市場:グローバル市場規模約2,700兆円×人件費率×代替率



ロボットにより代替



世界には約1億500万の小売店舗と  
約4億6,900万人の小売店で働くスタッフが存在



店舗の無人化を見据え、  
 中期においては省人化ビジネスに取り組み、リテールテック領域へ参入する

### 小売店の現状

労働力が不足しているにもかかわらず  
 DXが進んでいないため  
 参入する意義が高い



労働力不足



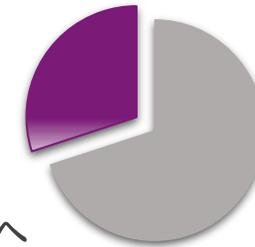
DXの未浸透

### 省人化の効果

省人化により単純作業はロボットに切り出し  
 人にしかできない付加価値を上げる  
 業務へ集中できる

【ロボット】  
 実施・遂行  
 反復作業

付加価値サービスへ



【人】  
 意思決定  
 情緒的サービス



4

# 中期事業概要

通信業界で培った販売現場におけるコンサルティングノウハウを活かし、  
**小売業界へと事業領域を拡大**



約7,900店舗

市場規模  
約**126**倍



約997,000店舗

# ターゲットとする国内市場は約346.8兆円

(単位:兆円)

182.4

## サービス市場※飲食業含む

不動産業、物品賃貸業/宿泊業・飲食サービス業/生活関連サービス業  
娯楽業/教育・学習支援業/医療・福祉

145.0

## 小売市場

百貨店/スーパー/家電量販店/ドラッグストア/ホームセンター  
アパレル/カーディーラーなど

19.4

## EC市場

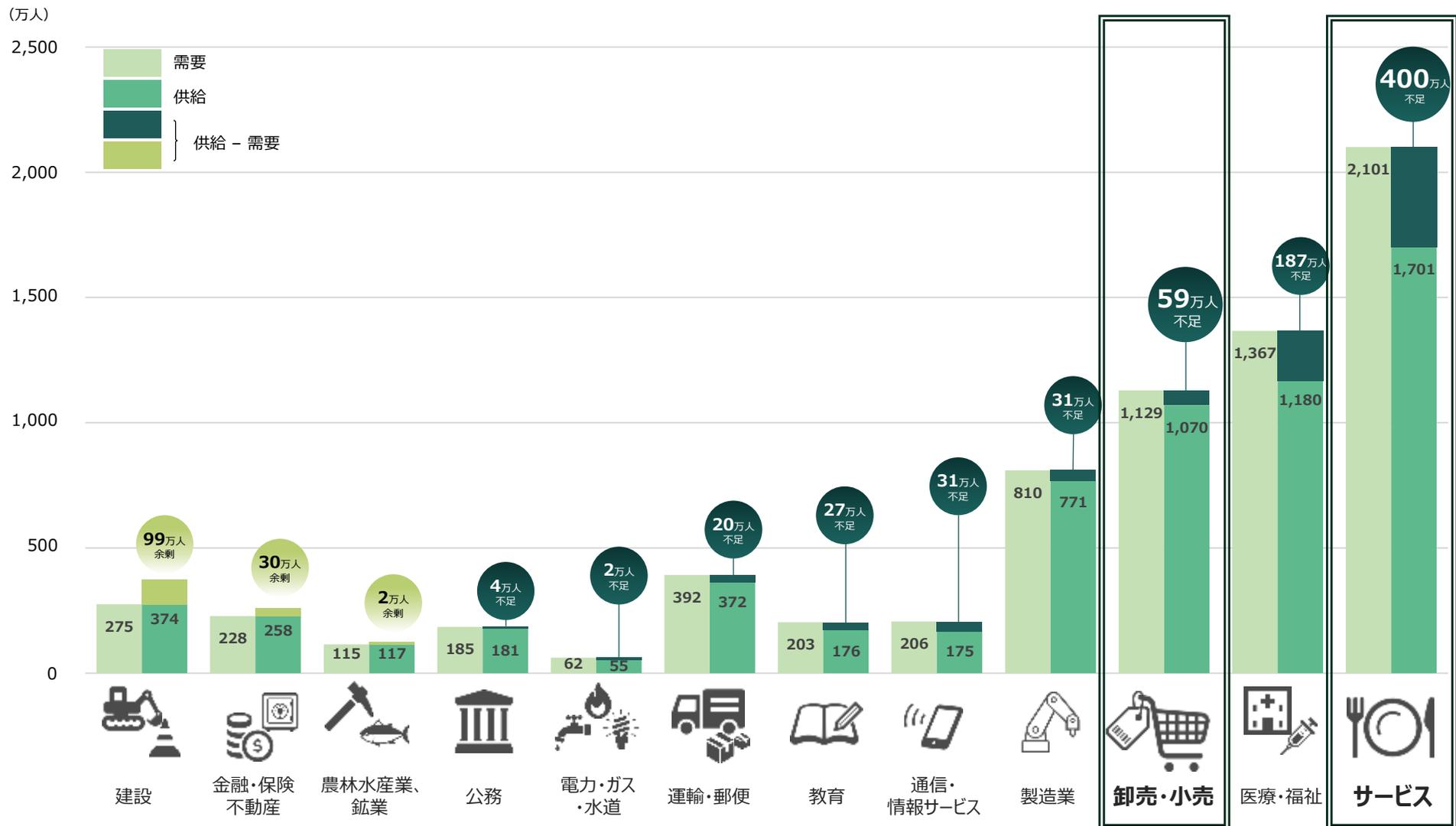
BtoCのみ

経済産業省『2019年小売業販売を振り返る』

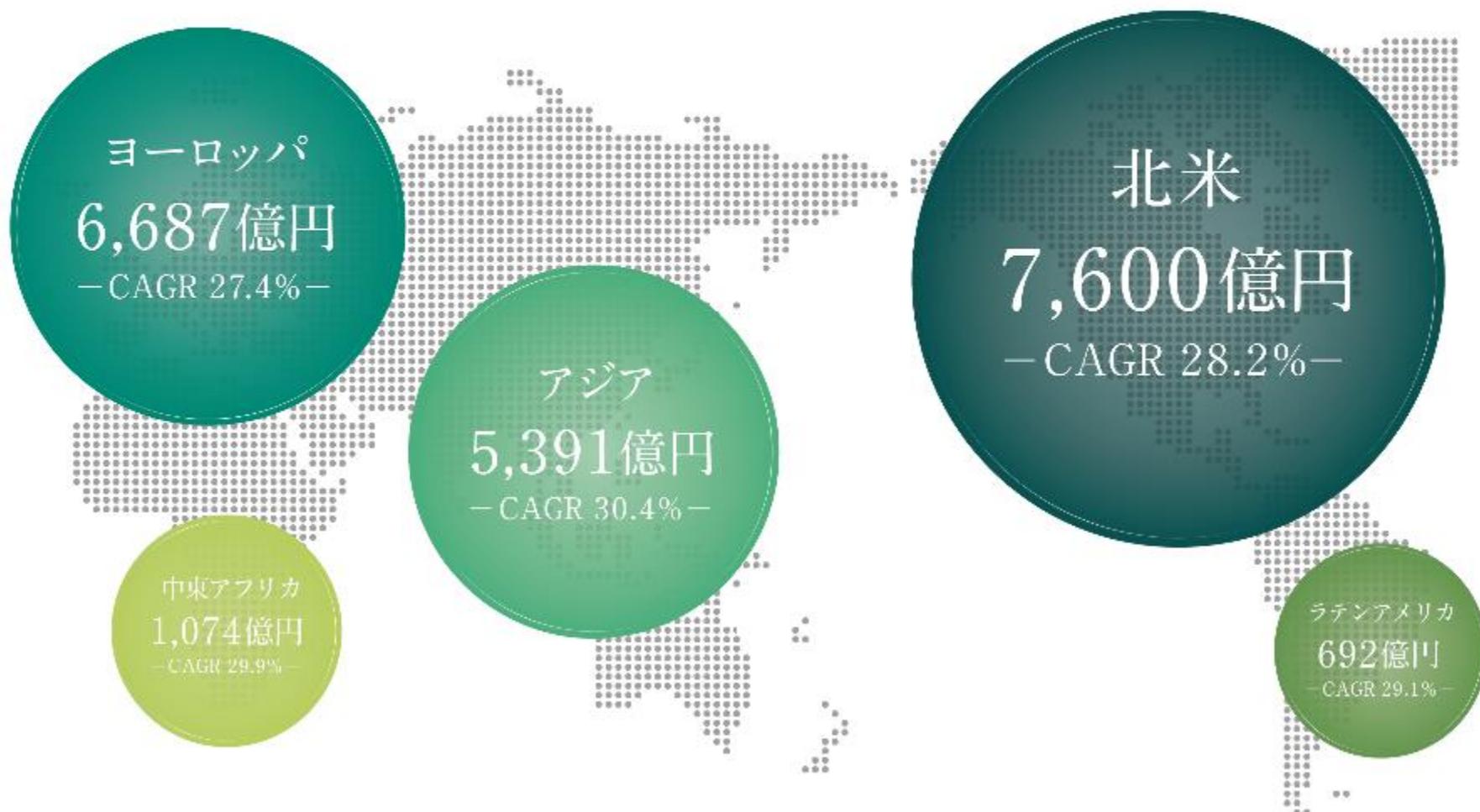
総務省統計局『サービス産業動向調査年報 2019年』

経済産業省『令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）』

小売・サービス業において2030年には**約460万人**の人手が不足するとされており  
**「省人化」**への対応が求められる



2020年 世界市場規模 **2兆1,447億円**



アジア市場のCAGR30.4%

2028年にはアジアだけで**4兆2,472億円**規模の市場に



# 4 中期事業ドメイン

日本の小売業に世界中の最適なテクノロジーを繋ぎこむ  
国内 No.1 リテールテックプラットフォームを目指す



**国内初・リテールテック特化型のプラットフォーム**を開設  
 日本国内のみならず海外の製品も取り扱い、日本国内のリテールテック導入を加速させる



### 公平な製品紹介

世界中のリテール向けソリューションをご紹介。スペックや機能を公平な視点第三者のライターが説明・掲載。

### 業務に特化した記事

小売流通業のシステム担当者が日常的に閲覧するメディアとなるように、小売流通業界・リテールテックのオーソリティーの寄稿を掲載。

### 導入までのサポート

いわゆるリード課金メディアではなく、弊社コンサルタントが小売流通企業様のオペレーションを把握した上で最適なツールをご提案、導入を支援。

## 世界中のリテールテックソリューションを取扱予定

### Case.1 無人店舗

中国の「Bingo Box」や米国の「Amazon Go」にはじまった次世代の店舗運営パッケージ。AIカメラや重量センサー等のデジタル技術を活用することで、顧客はレジに並ぶことなく、商品を手に取って退店するだけで買い物ができる。

#省人化

#非接触

#無人店舗

#AIカメラ

#ペイメントソリューション



### Case.2 スマートカート

カート単体で商品スキャンやチラシ表示から決済まで完結できるショッピング部カート。リアルタイムで合計金額が表示されるため、客単価アップの実績があがっている。

#省人化

#非接触

#売上UP

#重量センサー

#ペイメントソリューション



### Case.3 BIシステム

POSなど各システムからリアルタイムの実績値を収集、用途に合わせて成型して表示。需要予測やプロモーションの最適化、在庫管理、人員管理の最適化を図る。

#省人化

#非接触

#AI

#オンライン接客



## 世界中のリテールテックソリューションを取扱予定

### Case.4 モバイルオーダーシステム

コロナにより急速に広まっている顧客が持つモバイル端末でのオーダーや決済、テイクアウトやデリバリー対応ができるシステム。注文を受ける業務やレジ業務が不要となり、人手不足が課題となる飲食店等に効果が期待されている。

#省人化

#モバイルオーダー

#非接触

#ペイメントソリューション



### Case.5 配膳ロボット

配膳のためのホールスタッフの店内移動を削減できるロボット。ホール業務の省人化により、ホールスタッフは接客サービスに集中可能。

#省人化

#非接触

#ロボット

#高機能センサー



### Case.6 オンライン接客・AIトレーニング

セキュアなオンライン接客システムと表情解析AIと音声解析AIによる接客トレーニングシステムが一体になったパッケージ。

#省人化

#非接触

#AI

#オンライン接客



リテールテックプラットフォームに掲載する**製品全てに対してSDGsを判定・掲載**  
 リテールテック導入推進によってSDGs達成への貢献を目論む

RetailTech Platform

検索

カテゴリー 業種 テーマ 記事 お問い合わせ



ZEROレジ

NEW  
2021/05/07更新

— カテゴリー  **モバイルオーダー**

— 業種 **飲食業**

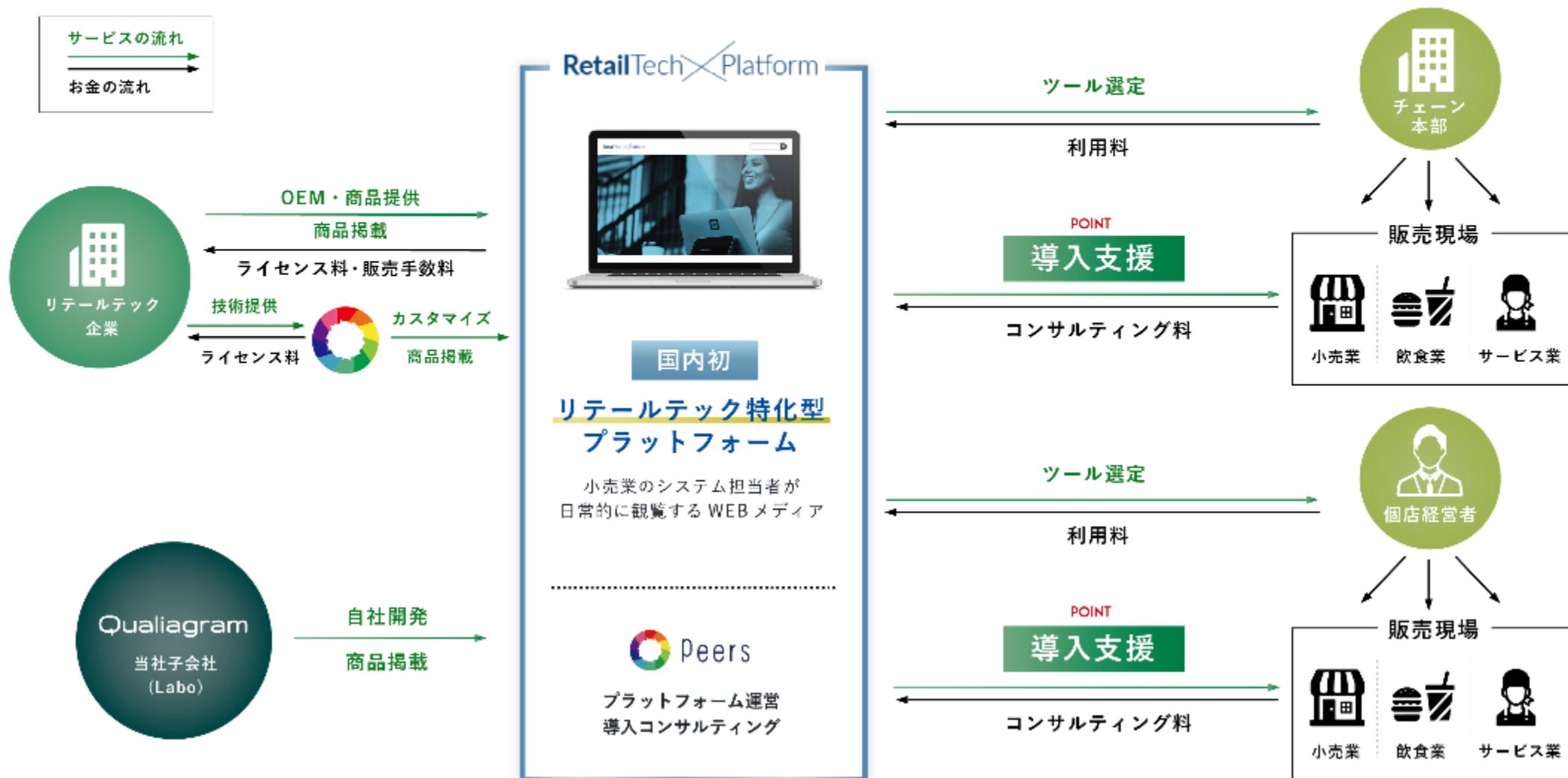
— テーマ **省人化・効率化** **CS向上** **顧客数増加** **客単価向上**



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

該当するSDGsを掲載

当社の現場課題解決力を活かし、最適なりテールテックの導入によって日本の小売業の **DX 促進** を行い、**収益及び顧客体験の向上** に貢献する

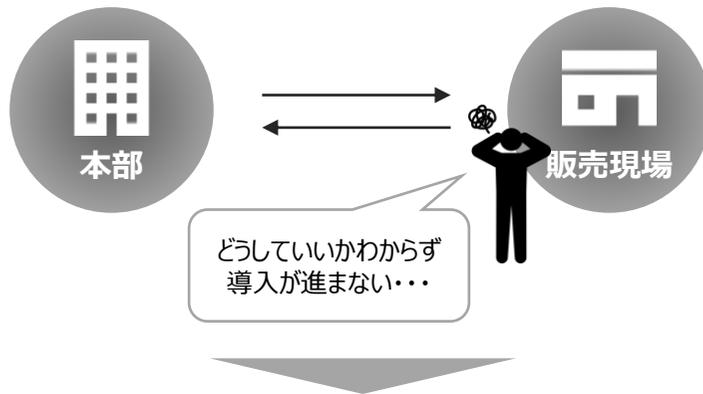


変化の激しい移動体通信業界で様々な現場課題を解決

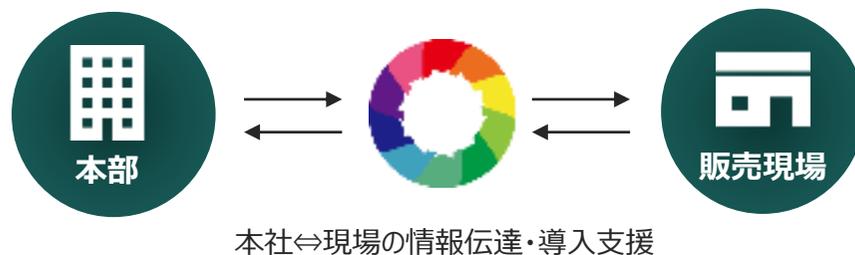
現場のオペレーションを理解した上で**本質的な解決策の提案から実行まで一貫して行う**

### システムを導入する際に抱える課題

本部からの指示だけでは導入が進まない



ピアズが本部と現場の間に入ることによって導入が進む



### 強み① 高い現場力

現場の課題を発見し、ソリューション導入に向けた企画を立案。運用定着のための現場教育から定着後の課題抽出・改善まで、現場に入り込んだ導入支援をワンストップで実施。



### 強み② 店舗との幅広い関係性

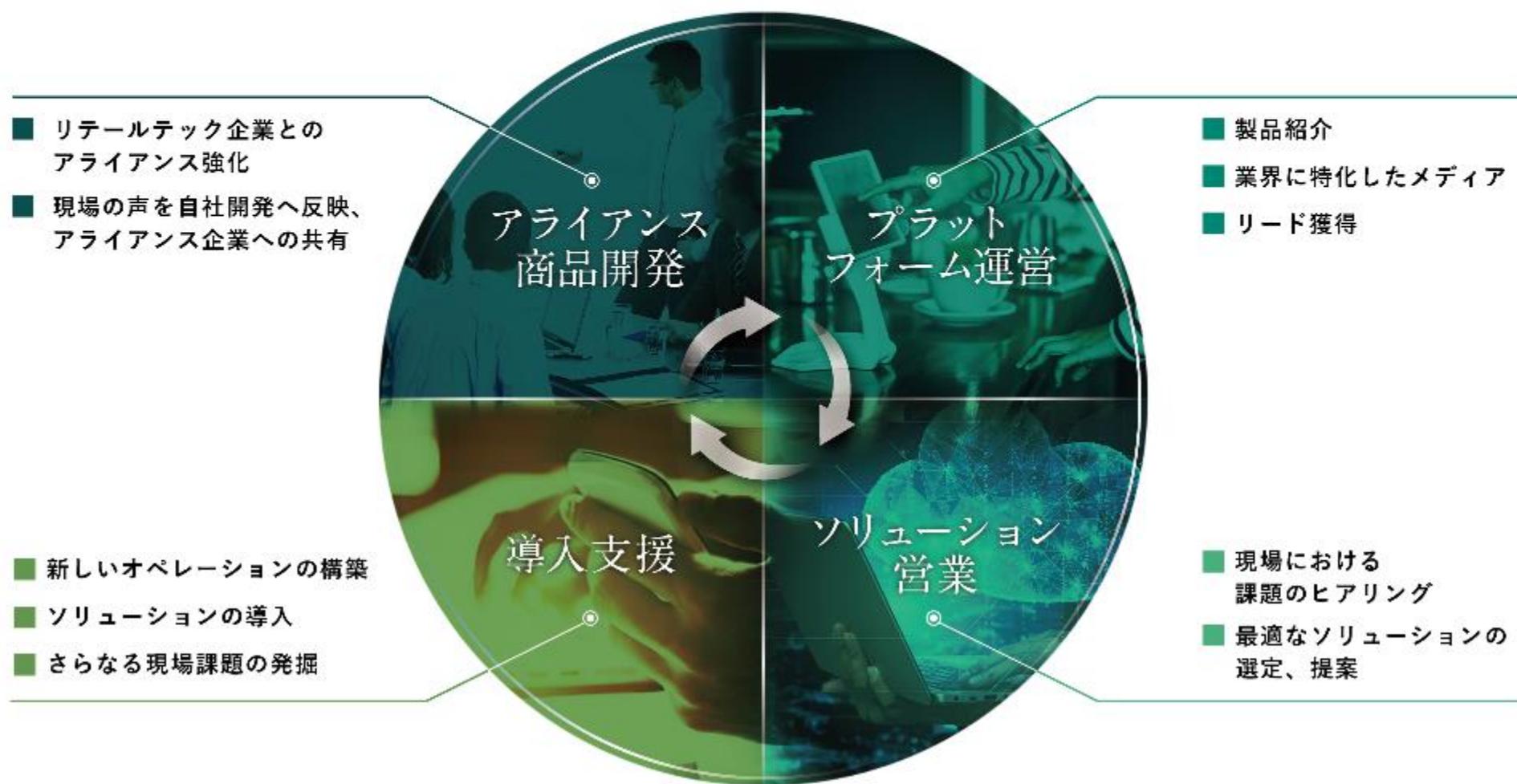
移動体販売店舗  
約**3,000**店舗

キャッシュレス決済加盟店舗  
約**8,000**店舗

モバイルオーダーシステム導入店舗  
約**650**店舗

総取引店舗数  
全国**11,650**店舗

販売現場に精通したコンサルタントが  
**課題発見から導入後のサポートまで**を丁寧に伴走  
現場の声を自社ノウハウとして蓄積するとともに、アライアンス企業にフィードバック



## リテールテックの導入により省人化された小売店を目指す



リテールテックの導入により**省人化**された飲食店を目指す**即時テイクアウト**

セルフオーダーで事前に商品を注文・決済。すぐにテイクアウトできる。

**ペイメント**

事前に登録した方法で、ネット上で自動決済。

**セルフオーダー**

テーブル上のQRコードを読み込むとウェブ上のメニュー画面が表示され、席から自分のスマホで注文できる。

**配膳ロボット**

自動でお客様の元へ料理を届ける。

**お掃除ロボット**

自動で店内を掃除する。

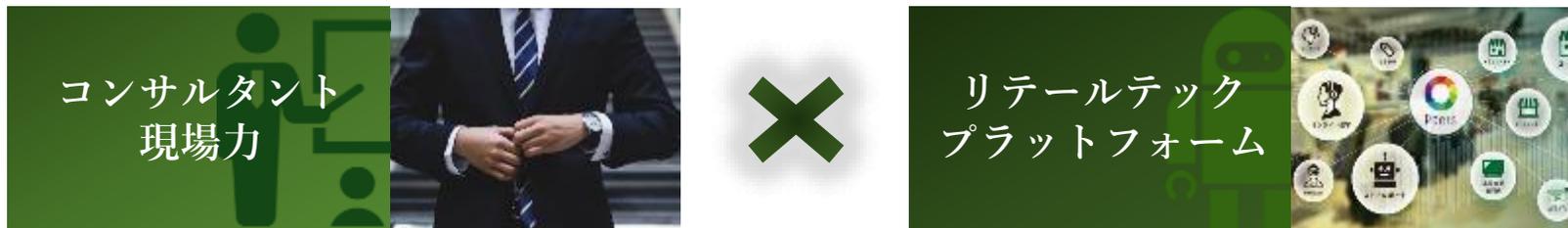


事業領域を拡大、リテールテックの導入推進によって小売現場の課題解決することを通じ  
**リテールテックNo.1企業**を目指す

### 現場の課題



### 課題解決



リテールテックNo.1企業へ

5

# 中期戰略



リテールテック領域への事業ポートフォリオ転換に**集中投資**を図る



北米・イスラエル・中国等の最先端企業とのアライアンスの強化



自社サービスの新規開発・既存サービスのシェア拡大  
中長期目線での収益の最大化



事業成長を牽引するプロフェッショナル人財の獲得  
リテールテック事業拡大のための組織の構築



リテールテックNo.1企業としてのポジションの確立

リテールテックNo.1企業を目指し積極的に投資を行い、**事業成長を加速させる**

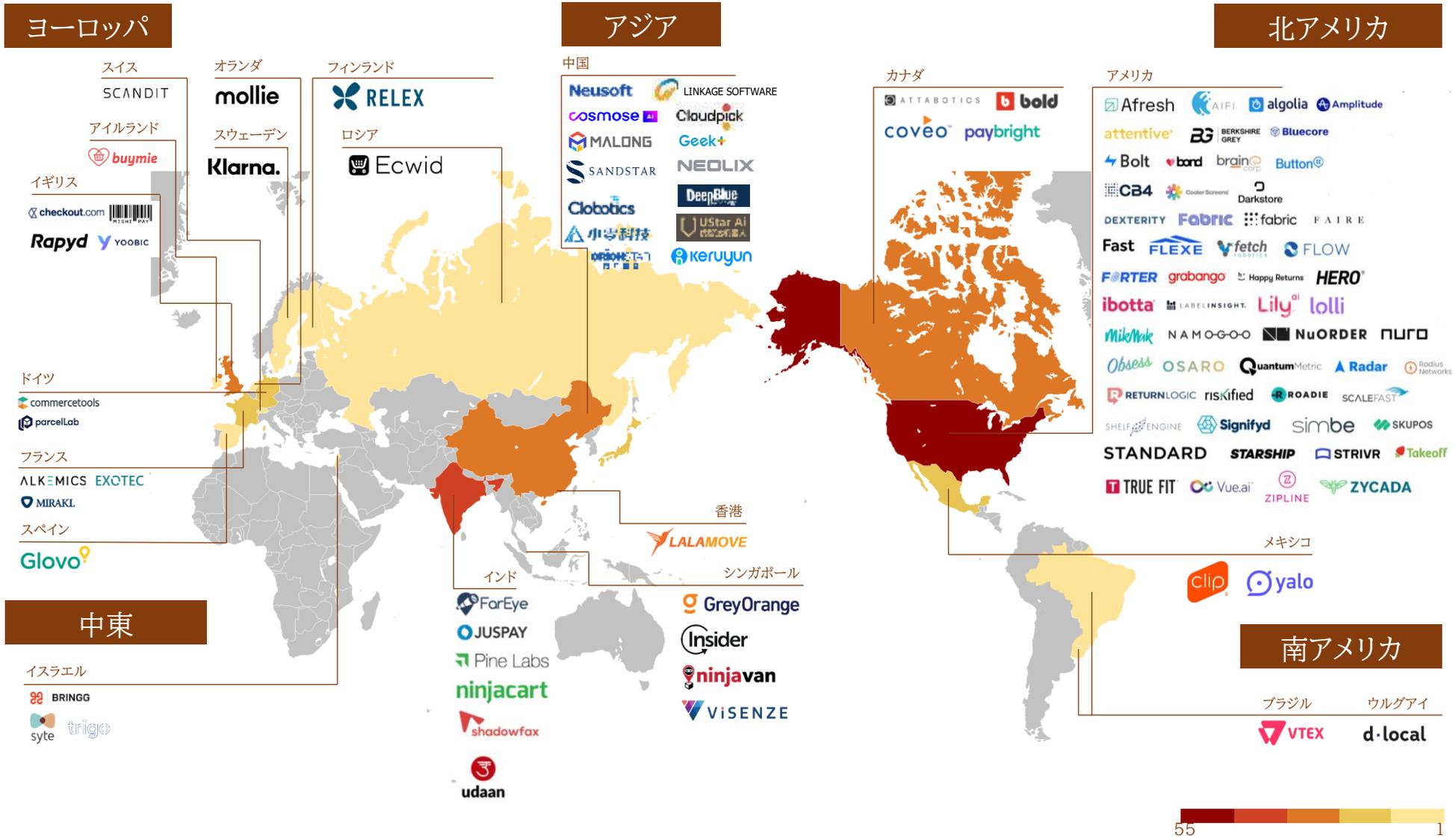
	1st Gear	2nd Gear	3rd Gear	
事業年度	2022年9月期	2023年9月期	2024年9月期	2025年9月期
売上目標	40億円	60億円	80億円	100億円
営業利益目標	1億円	1億円	2億円	8-10億円
大型投資戦略	<b>【海外アライアンス強化】</b> 最先端の技術を持つ中国企業とのアライアンスの強化	最先端の技術を持つ北米・イスラエル企業とのアライアンスの強化	アライアンス企業とのさらなる関係性の強化(M&A等)	アライアンス企業とのさらなる関係性の強化(M&A等)
	<b>【コアサービスへの投資】</b> 既存自社サービスへの投資	新たな自社サービス開発への投資	自社サービス開発への投資	自社サービス開発への投資
	<b>【組織の強化】</b> プロフェッショナル人材獲得への投資	ゼネラリスト人材獲得・育成への投資	収益拡大のための組織体制の構築	収益拡大のための組織体制の構築
	<b>【PR・ブランディング】</b> リテールテックプラットフォームへの投資	認知度向上のための投資	ブランディングへの投資	ブランディングへの投資

## 計画達成に向けて以下のKPI指標を設定

グループKPI		サービス導入事業所数
サービス KPI	リテールテック プラットフォーム	総リード数
	ZEROレジ	導入店舗数
	オンライン接客	蓄積データ量※

※オンライン接客時の動画データを蓄積、教師データを収集しおもてなしtech開発へ活用

## 世界中のリテールテック企業とアライアンスを構築予定



## コアとなる自社サービスの開発・シェア拡大へ取り組み、 中長期での**収益性の向上**を図る

### モバイルオーダーシステム

#### 機能拡充のためのシステム開発投資

当社子会社であるXEROにて「ZEROレジ」のさらなる機能拡充のための開発を実施。



#### 【主な投資】

- 日本向けカスタマイズの強化
- UI/UXの改善等

#### シェア拡大のための広告投資

モバイルオーダーシステム市場における「ZEROレジ」のシェア拡大のため、認知度向上・リード獲得のための広告宣伝を強化。



#### 【主な投資】

- タクシー広告
- SEO強化
- 展示会への出展等

### オンライン接客

#### オンラインセンター

2021年1月に秋葉原に開設したオンラインセンターをはじめに、今後もオンラインセンターの拠点を増やし、さらなる省人化・効率化を図る。

#### 【主な投資】

- オンラインセンターの拡張
- オペレーター人員の増強



#### オンライン接客システム開発・データ蓄積

当社子会社であるQualiagramにてオンライン接客を開発。オンライン接客の動画データをAI解析、販売員育成に役立てるとともに、接客データをデータとして蓄積。

#### 【主な投資】

- オンライン接客システム開発
- 教育システム開発
- データ蓄積用サーバー費用



事業ポートフォリオ転換を支える**プロフェッショナル人材の獲得**、  
3年後の事業成長を見据えた組織体制の構築を行う

### プロフェッショナル人材の 獲得



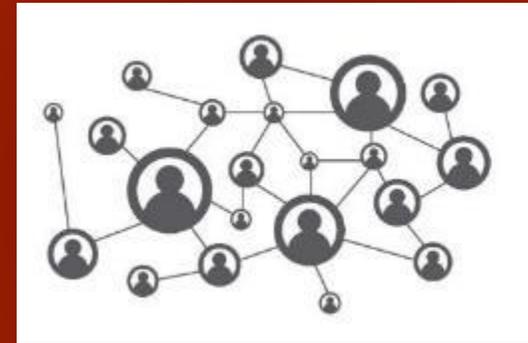
リテール領域に精通したプロフェッショナル  
人材の獲得。当社のコンサルティング  
ノウハウとの融合、ユースケースを開発。

### ゼネラリスト人材の 獲得・育成



組織拡大を見据え  
ゼネラリスト人材の強化を図る。  
育成体制を構築。

### 収益拡大のための 組織拡大



人員を強化、育成体制により  
若手人材が高収益に貢献する  
組織体制へ

リテールテックNo.1企業のポジションを確立するため  
 リテールテックプラットフォームを主軸としたPR・ブランディングを強化



1



リテールテック  
 プラットフォームへの投資

プラットフォーム構築のための開発投資

2



認知度向上のための投資

新商品説明会の実施・PR広告

3



ブランディングのための投資

パブリシティ活動の強化

株式会社ピアズは小売業界へと事業領域を拡大し、その先にある  
未来都市実現促進企業を目指し、**中長期的な企業価値向上に取り組めます**



投資家の皆様とのコミュニケーションを強化するため、  
IRメール配信を開始いたします。



#### 配信内容

- IR関連情報
- プレスリリース
- その他お知らせ

ご登録はこちら



携帯・スマートフォンはこちらから

ご登録よろしくお願いたします。

- ▶ 本資料に記載された将来情報等は、本資料作成時点における弊社の認識、意見、判断及び予測であり、その実現を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果と乖離が生じる可能性がありますのでご承知おき下さい。
- ▶ 本資料に記載されている弊社及び弊社以外の企業に関わる情報は、公開されている情報などから引用しており、その情報の正確性などについて保証するものではありません。
- ▶ 本資料は、弊社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、弊社が発行する有価証券への投資を勧誘するものではありません。本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控えます。

#### 【IRに関するお問い合わせ】

株式会社ピアズ 経営企画部 IR担当

E-mail IR@peers.jp

URL <https://peers.jp/ir/contact>