

# 2021年12月期通期決算説明資料

(2022年12月期通期業績予想についての補足説明追加版)

株式会社 R O B O T P A Y M E N T

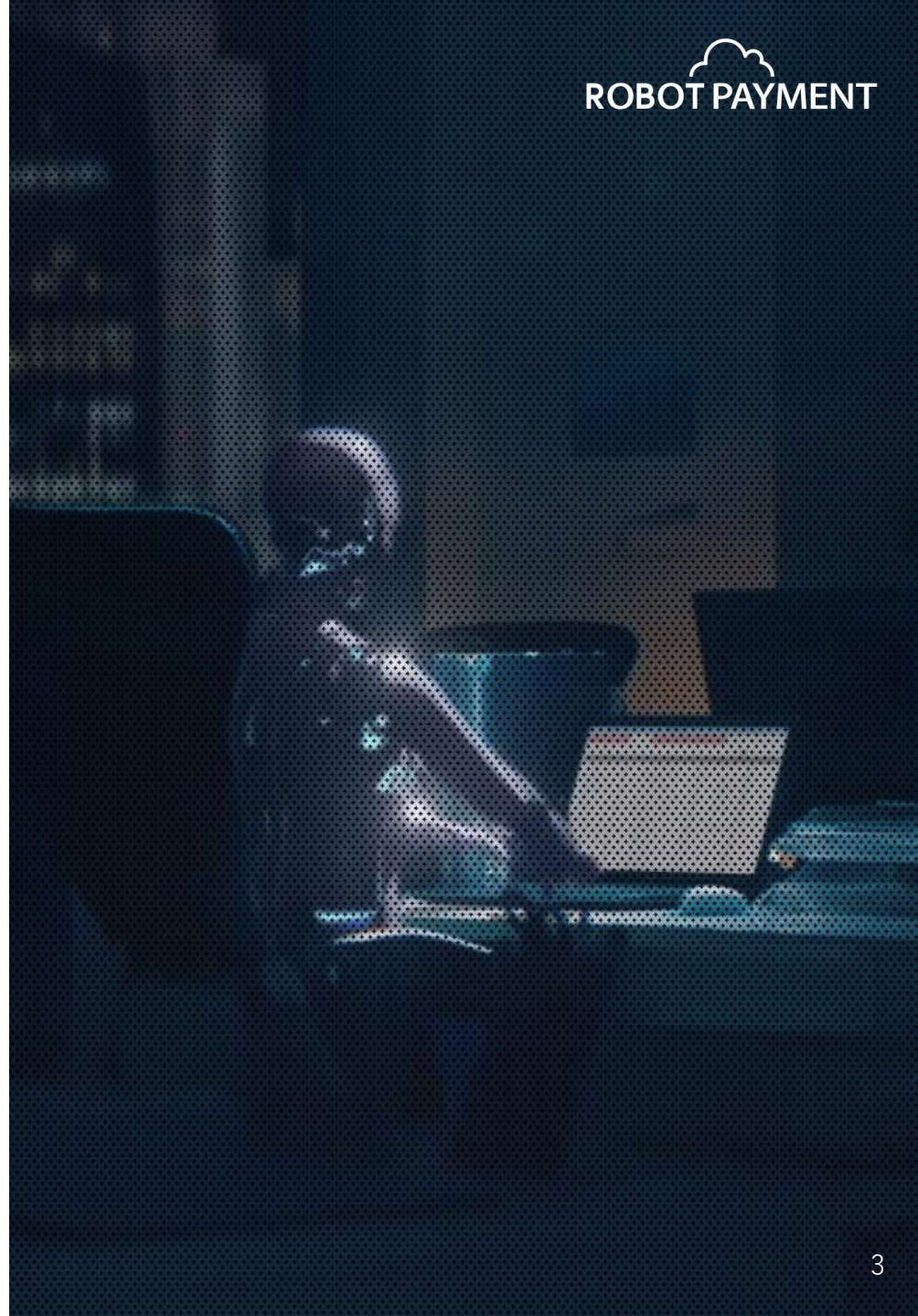
東証マザーズ 4374

2022年3月3日

01	プロダクト概要	3
02	2021年12月期 通期実績	8
03	中期経営目標	28
04	2022年12月期 通期業績予想	52
04'	2022年12月期 通期業績予想 (補足説明)	58
05	補足資料	70

# 01

## プロダクト概要



企業のお金をテクノロジーでつなぐ領域で2つのSaaSプロダクトを展開  
一般的なSaaSに加えて、決済機能を追加で搭載

## 請求管理ロボ



 請求管理ロボ  
 請求まるなげロボ

「請求/集金/消込/催促」業務を  
効率化/自動化する請求管理SaaS

主な顧客 BtoBビジネスを行う法人

ターゲット市場 BtoB決済市場

## サブスクペイ



  
サブスクペイ

サブスクリプション事業者の顧客管理/  
定期課金を行うサブスク管理SaaS

主な顧客 BtoCビジネスを行う法人

ターゲット市場 サブスクリプション市場

※ 2022年1月より、サブスクリプション事業者向けの認知向上を目的としてインターネット決済代行サービスの名称を「サブスクペイ」へ変更

## 請求管理ロボ

## サブスクパイ

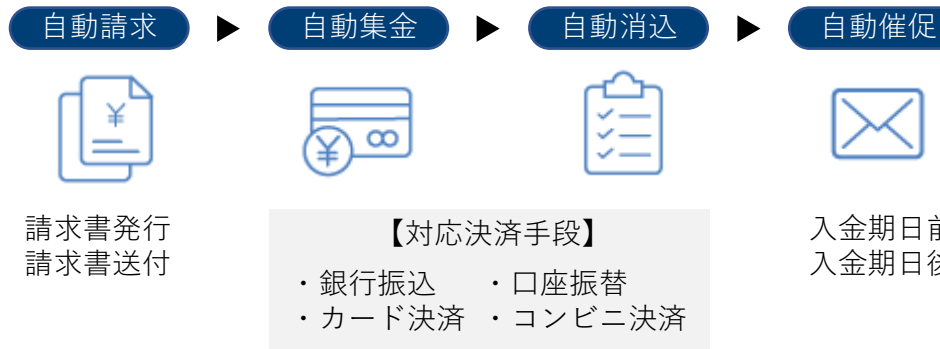
従量費	まるなげ債権金額に応じた手数料	債権金額の2%~
	請求金額に応じた決済収益	スプレッドフィー
	請求件数に応じたストレージ	請求件数100件ごとに課金
固定費	月額固定のシステム利用料 オプション料金 利用人数に応じたID課金	10,000円/月 ~

従量費	決済取扱高に応じた手数料（スプレッド）	2.65%~
	決済処理件数に応じた手数料（フィー）	5円/件
固定費	月額固定のシステム利用料 オプション料金 利用人数に応じたID課金	8,000円/月 ~

請求まるなげロボの債権金額、請求管理ロボの請求金額/請求件数の増加に伴い従量費が増え、顧客単価が向上する収益構造

決済取扱高/決済処理件数の増加に伴い従量費が増え、顧客単価が向上する収益構造

毎月の請求管理業務を  
効率化・自動化する経理DXサービス



2種類のサービス提供方法

## ①クラウドを利用する場合

### 請求管理ロボ



- ・ スポット/従量/定額の請求を1つの請求書に合算し作成
- ・ サブスク事業者のニーズにこたえる多様な機能
- ・ 決済連携を行い、複数の決済手段で自動集金が可能

## ②請求業務を代行する場合

### 請求まるなげロボ



- ・ 与信から請求書発行、集金・消込、債権督促までの請求管理業務全てを代行
- ・ 売掛債権を100%支払い保証

## サブスクリプションビジネスの顧客管理、定期課金が可能なサブスク管理SaaS

### 顧客管理機能

#### 顧客管理データベース

**決済フォーム**

カード番号 (必須) 1234567890

有効期限 (必須) 2021/12

カード名義 (必須) YAMADA TARO

お名前 山田 太郎

性別  男  女

年代 20 - 29

電話番号 03 1234 5678

メールアドレス YAMADA TARO

ご職業 会社員

役職 事業責任者

**データベースイメージ**

性別	名前	性別	決済金額	年代	電話番号	メールアドレス	職業	役職
A	松田太郎	男	3,000	20 - 29	03-1111-1111	asa@robotpay.jp	会社員	課長
B	鈴木花子	女	5,000	30 - 39	03-2222-2222	taka@robotpay.jp	個人事業主	-
C	斉藤裕子	女	10,000	20 - 29	03-3333-3333	cco@robotpay.jp	-	経営者
D	藤原博	男	1,000	10 - 19	03-4444-4444	dsh@robotpay.jp	学生	-
E	加藤明	男	3,000	40 - 49	03-5555-5555	em@robotpay.jp	会社員	-
F	山田太郎	男	3,000	20 - 29	03-1234-5678	sample@robotpay.jp	会社員	事業責任者

データベースに反映

- セキュアな環境での顧客データの取得
- 決済データを紐づけた顧客管理・分析

#### 顧客管理機能



マイページ機能



決済フォーム  
カスタマイズ機能



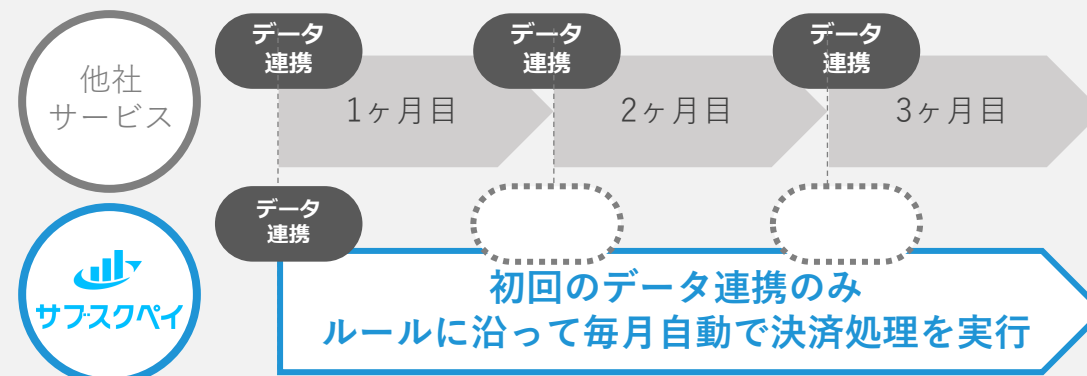
顧客分析機能  
(開発中)



CRM機能 (開発中)

### 決済機能

#### 定期課金システム



#### サブスクリプション向け決済機能



商品ごとの金額/課金周期/契約期間/課金回数/  
課金日等のルール設定・変更可能



無料お試し  
期間の設定



解約・退会  
フォーム

# 02 |

2021年12月期 通期実績





# 02-1

2021年12月期 通期実績

全社



## 売上高

- 請求管理ロボ、サブスクペイとともに顧客単価上昇/アカウント数増加が寄与し、全社売上高成長率の伸びが前年を上回る  
(2019年→2020年：18.4%、2020年→2021年：29.4%)

## 営業利益

- 上場申請期として、特に営業利益創出に注力
- 広告宣伝費/人件費/開発費は費用対効果に注意し、対売上高比率を抑え、営業利益確保を優先した
- 今後も広告宣伝費を中心にコントロールすることにより、マクロ環境の変化などに応じて機動的に利益創出が可能な体制を確立している

(注) スプレッド：加盟店の売上に対して料率で課金される手数料

# 2021年12月期通期 決算概況

売上高は前期比29.4%の成長、2億円を超える営業利益を創出

(単位：百万円)	2020年12月期 通期	2021年12月期 通期	前期比
売上高	1,078	1,395	+29.4%
売上総利益	998	1,264	+26.7%
営業利益	86	201	+133.1%
経常利益	80	200	+150.9%
当期純利益	110	135	+23.5%

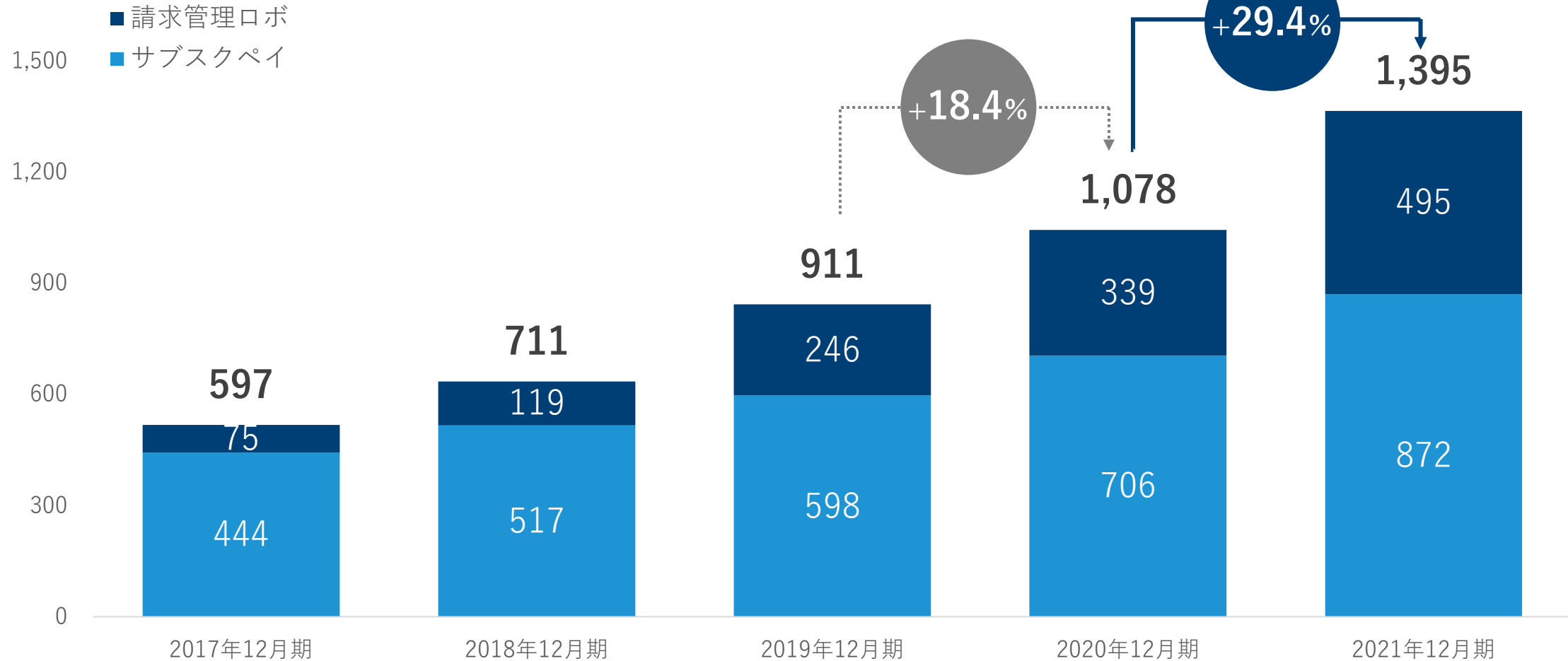
# 2021年12月期通期 進捗状況

すべての指標で公表済の業績予想を上回る着地

(単位：百万円)	2021年12月期 業績予想	2021年12月期 通期	達成率
売上高	1,370	1,395	101.8%
売上総利益	1,241	1,264	101.8%
営業利益	158	201	127.3%
経常利益	157	200	127.2%
当期純利益	128	135	105.4%

## 全社売上高成長率の伸びが前年を上回る

(売上高/単位：百万円)



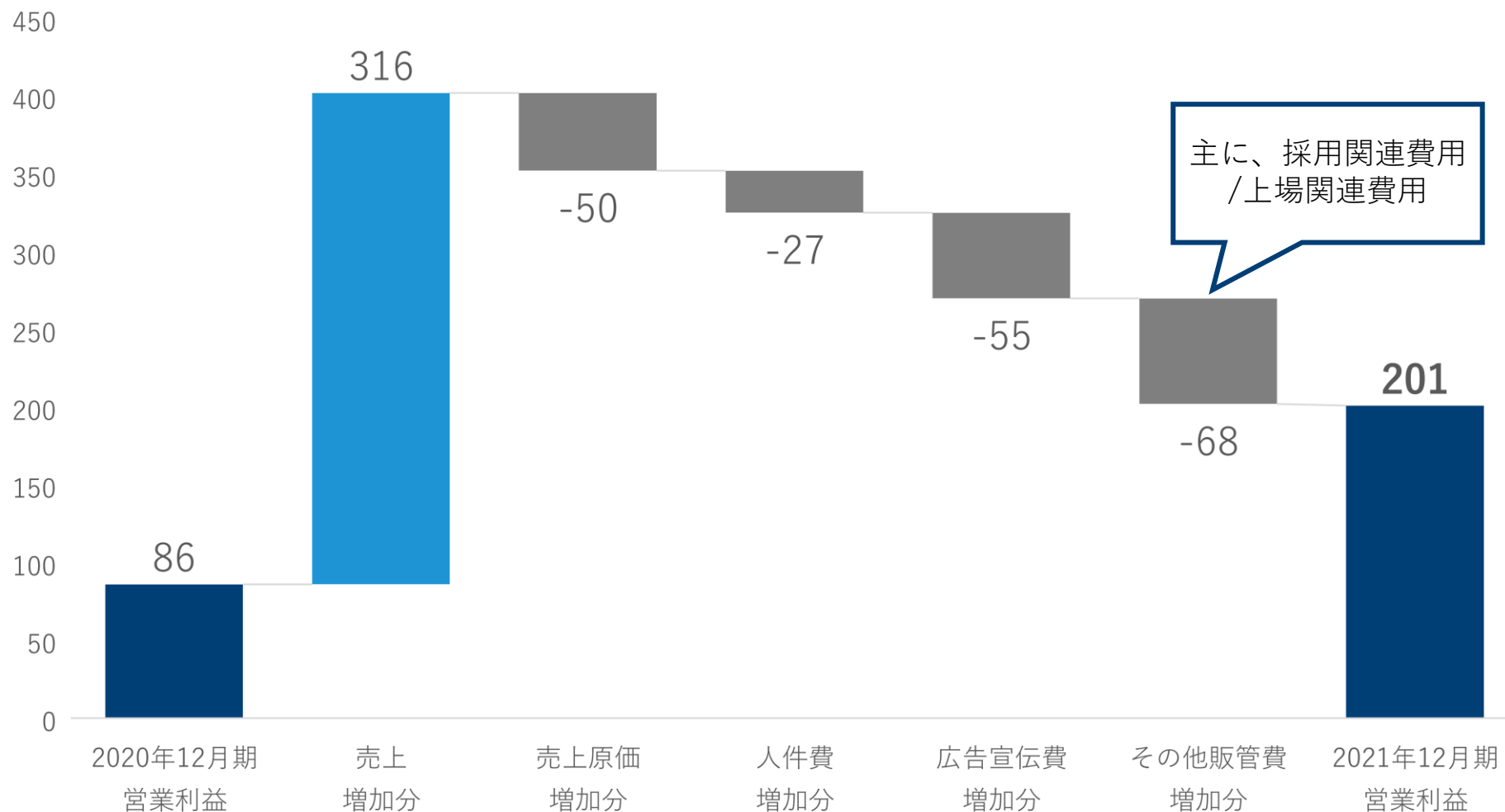
(注1) 2019年12月期、2020年12月期の四半期数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

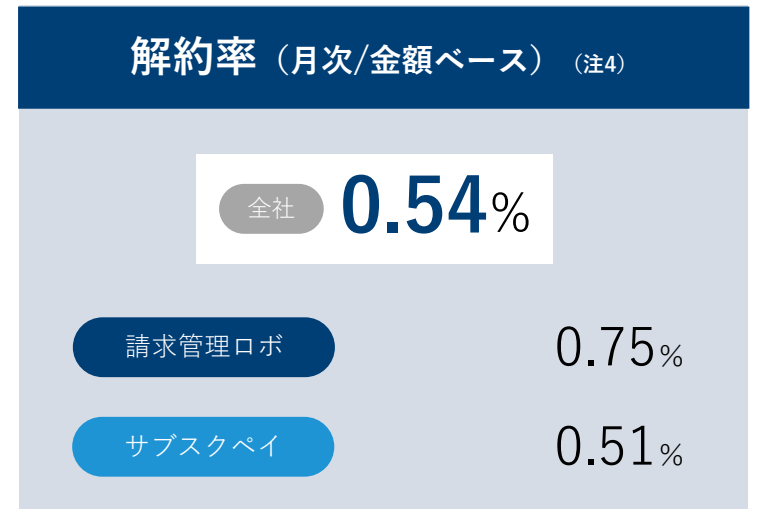
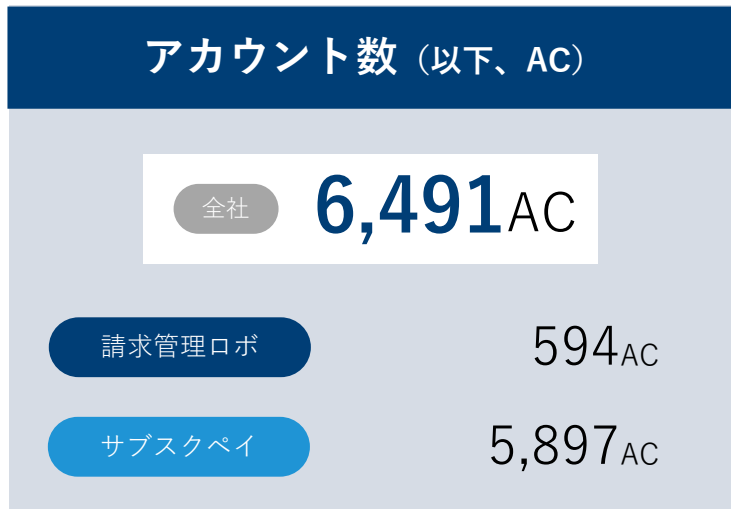
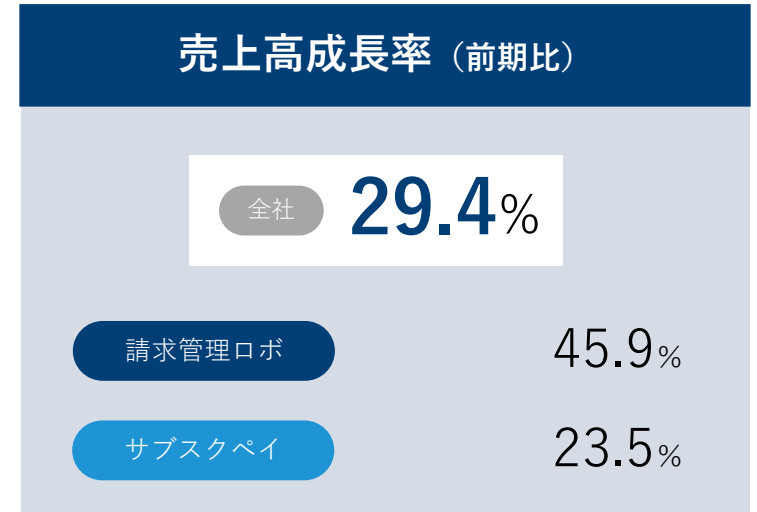
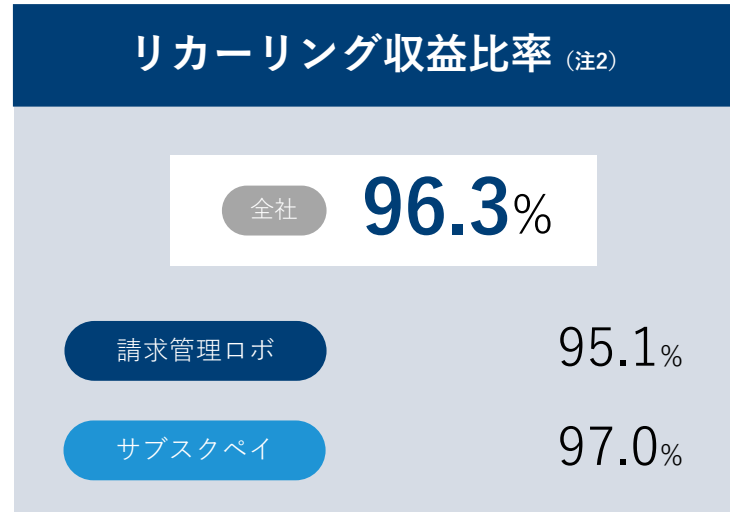
(注2) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2018年3月30日。以下「収益認識会計基準」という。)及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号 2018年3月30日)が2018年4月1日以後開始する事業年度の期首から適用可能となったことに伴い、2019年12月期の期首から収益認識会計基準等を適用しております。

(注3) サブスクペイはペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載

# 営業利益増減要因

広告宣伝費/人件費/開発費は費用対効果に注意し営業利益確保を優先した





(注1) ARR：「Annual Recurring Revenue」の略称で、2021年12月単月のリカーリング収益（サービス利用期間にわたって継続的に売り上げが発生する収益を合計したもの）を12倍（年換算）し算出しております。

(注2) 2021年12月単月の各事業の売上高に占めるリカーリング収益の比率であります。

(注3) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）であります。

(注4) 金額で算出した月次の解約率で、「当月解約した顧客から発生していたリカーリング収益÷前月の全顧客のリカーリング収益」の2021年1月～2021年12月までの各月の平均値であります。

# 02-2

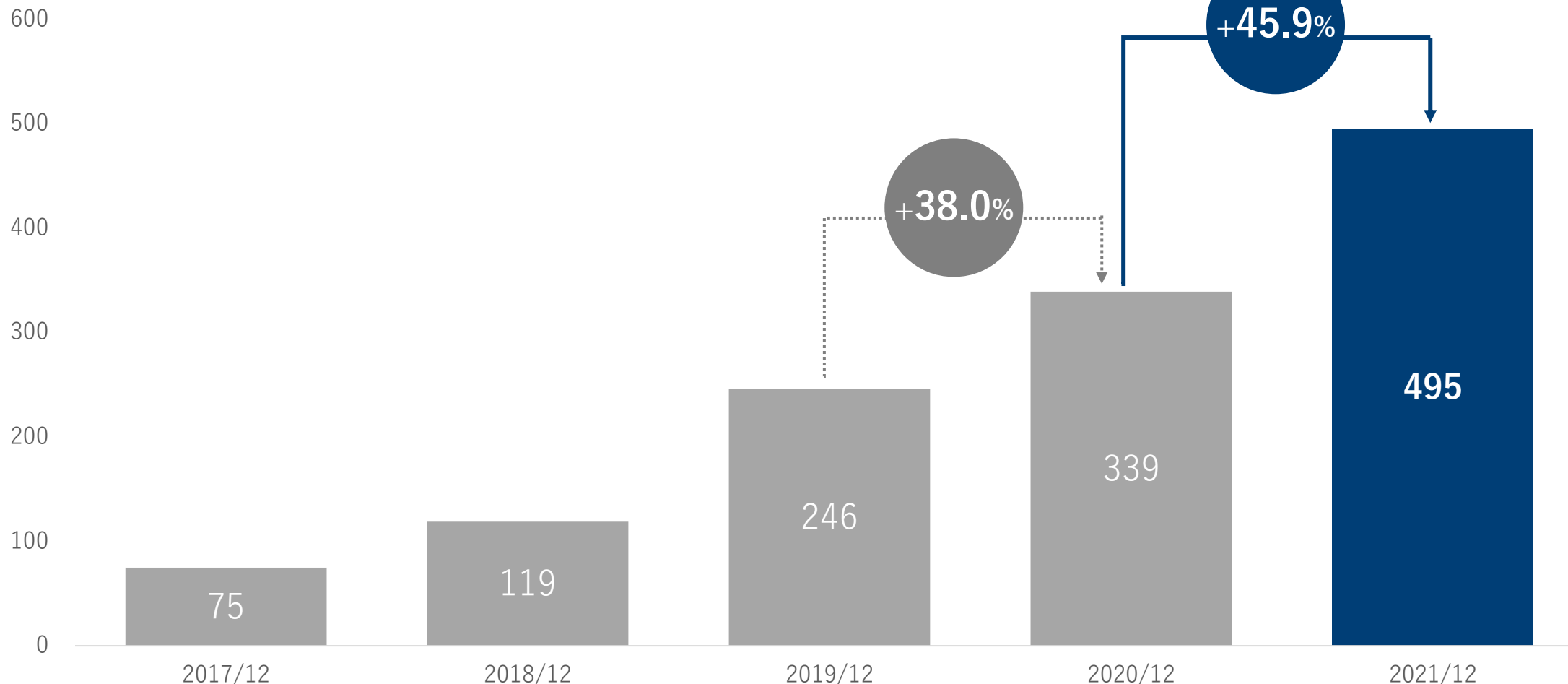
2021年12月期 通期実績

請求管理口示



## 顧客単価、アカウント数ともに順調に成長し、対前年比の売上高成長が加速

(売上高/単位：百万円)



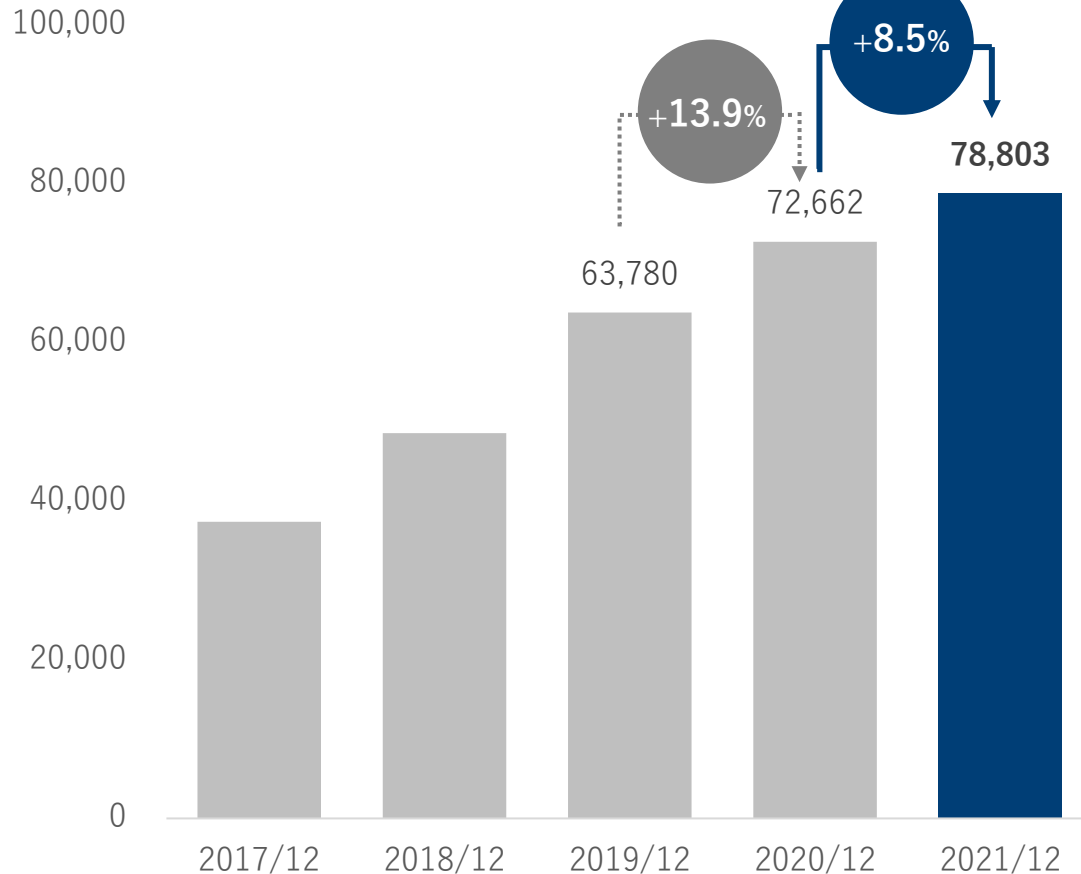
(注1) 2019年12月期、2020年12月期の四半期数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

(注2) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2018年3月30日。以下「収益認識会計基準」という。)及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号 2018年3月30日)が2018年4月1日以後開始する事業年度の期首から適用可能となったことに伴い、2019年12月期の期首から収益認識会計基準等を適用しております。

# 請求管理ロボの主要KPI推移①

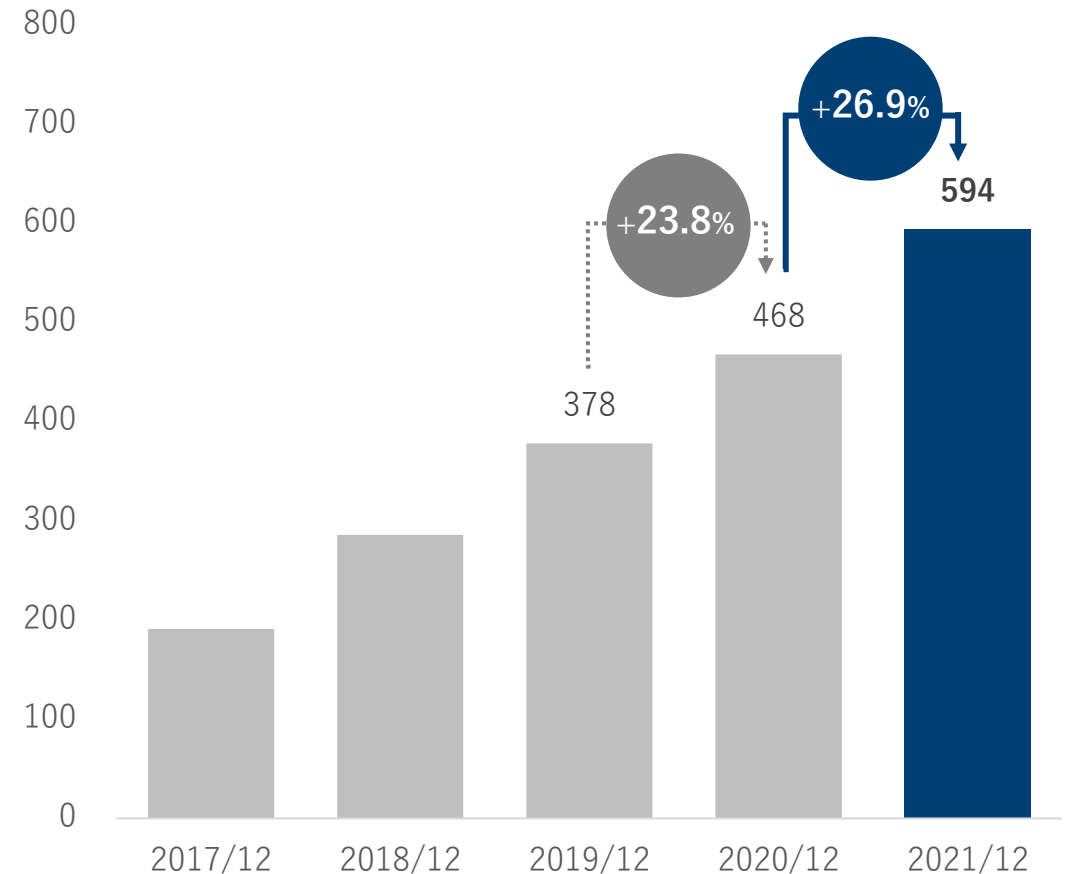
## 顧客単価 (注) 推移

(顧客単価/単位：円)



## アカウント数推移

(アカウント数/単位：アカウント)

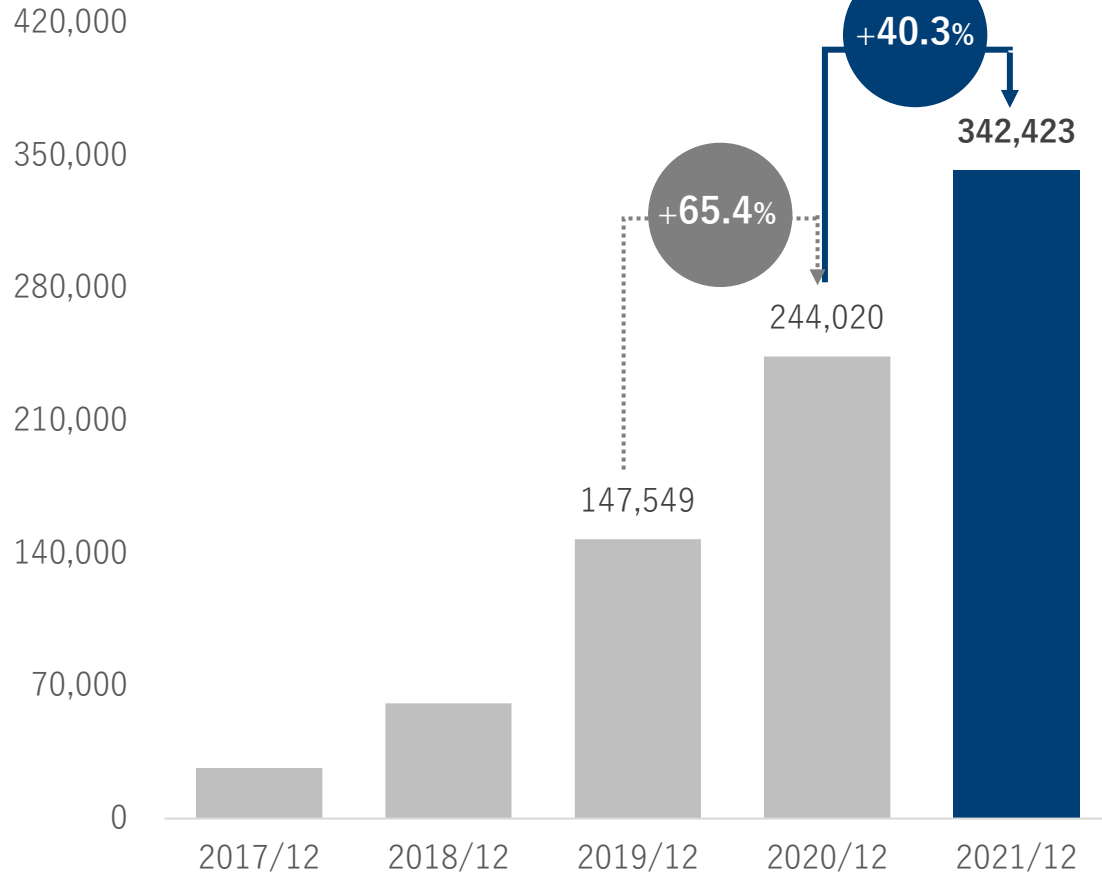


(注) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）であります。

# 請求管理ロボの主要KPI推移②

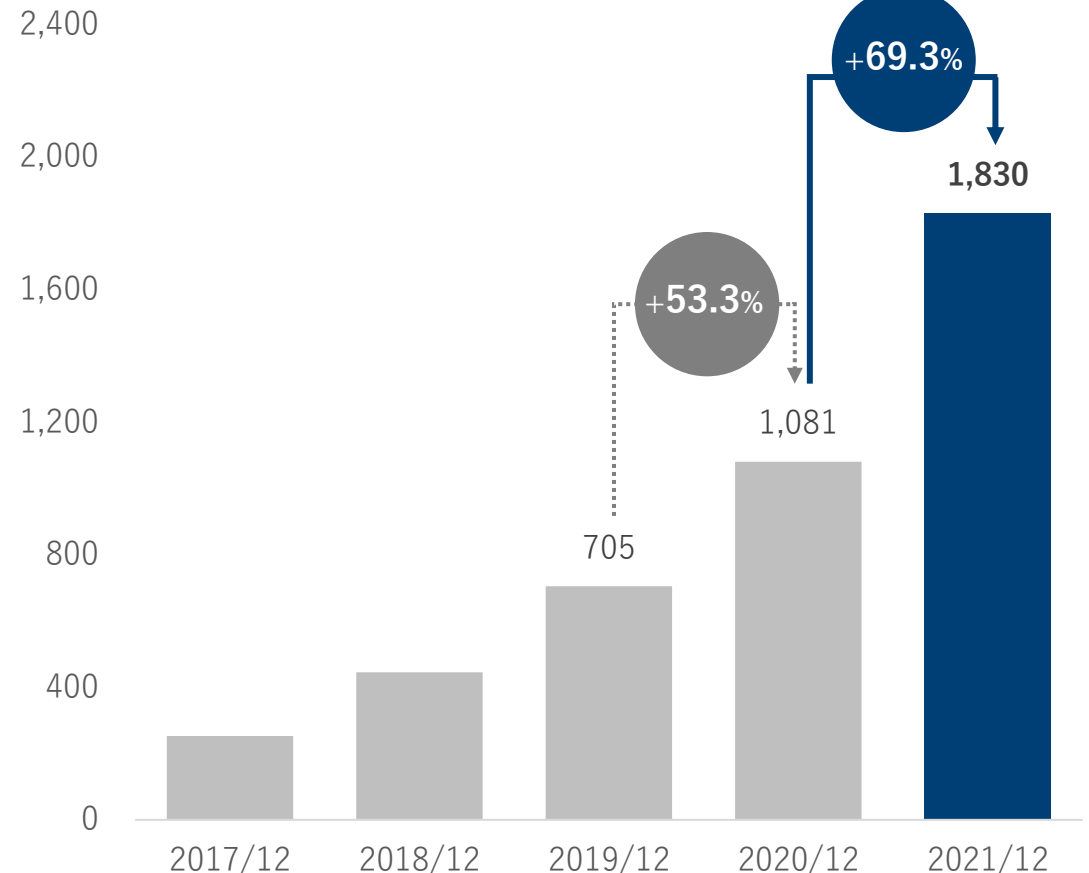
## 請求金額推移

(請求金額/単位：百万円)



## 請求書発行枚数推移

(請求書発行枚数/単位：千枚)



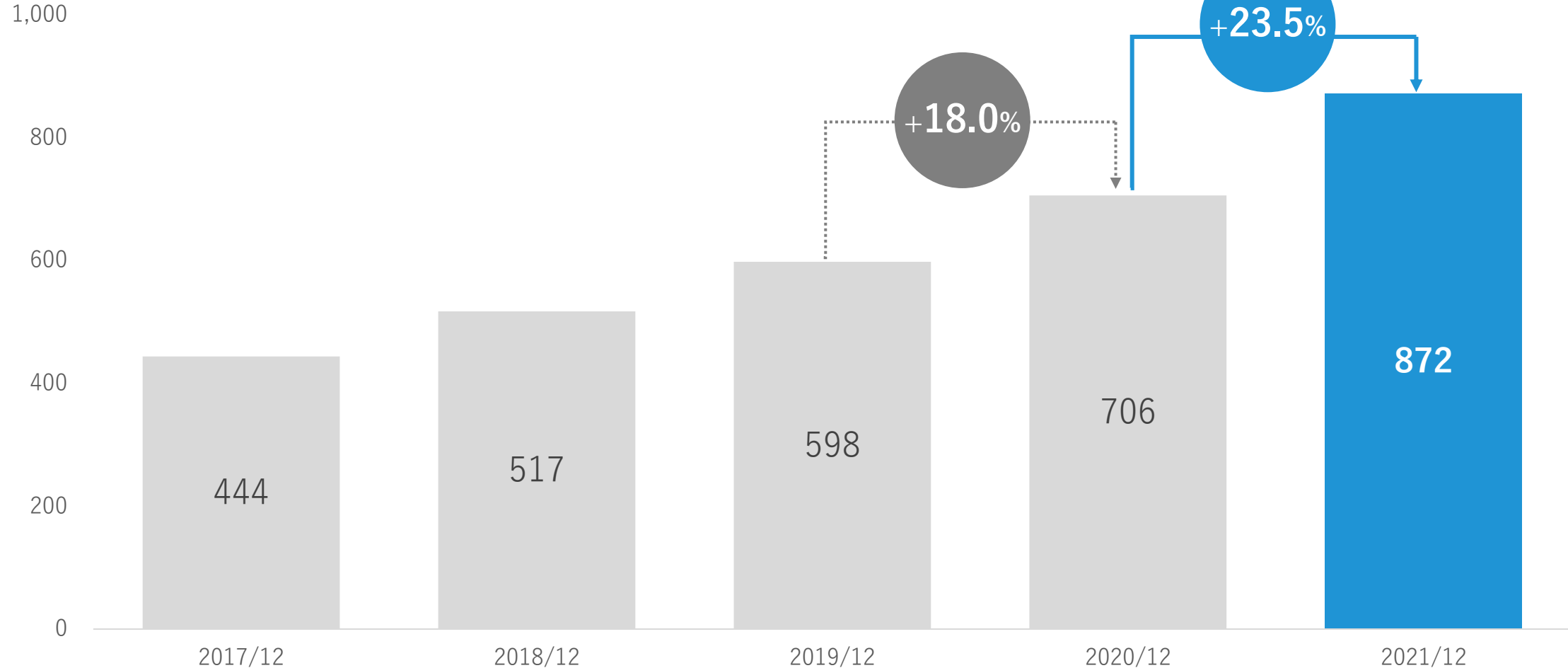
# 02-3

2021年12月期 通期実績

サブスクペイ

## コロナ禍での巣ごもり需要による取扱高拡大を背景に、昨年を超える売上高成長率に

(売上高/単位：百万円)



(注1) 2019年12月期、2020年12月期の四半期数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

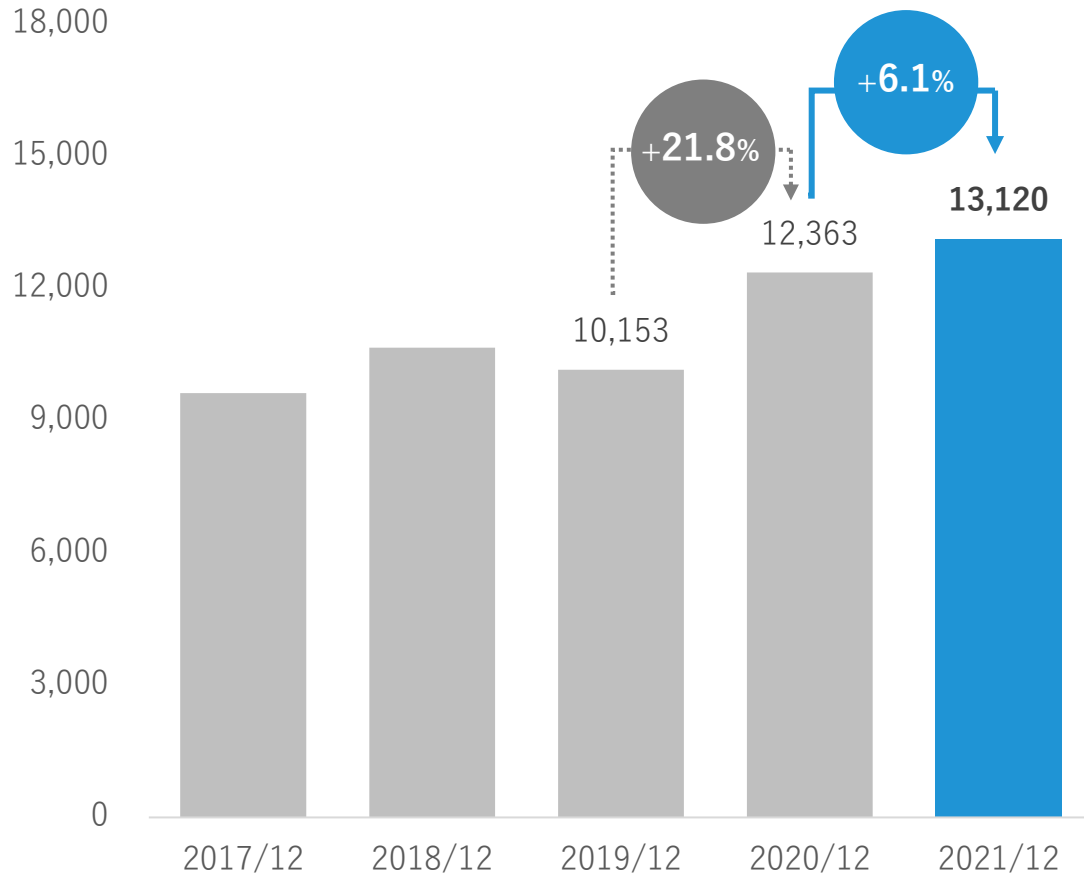
(注2) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2018年3月30日。以下「収益認識会計基準」という。)及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号 2018年3月30日)が2018年4月1日以後開始する事業年度の期首から適用可能となったことに伴い、2019年12月期の期首から収益認識会計基準等を適用しております。

(注3) サブスクペイはペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載

# サブスクペイの主要KPI推移①

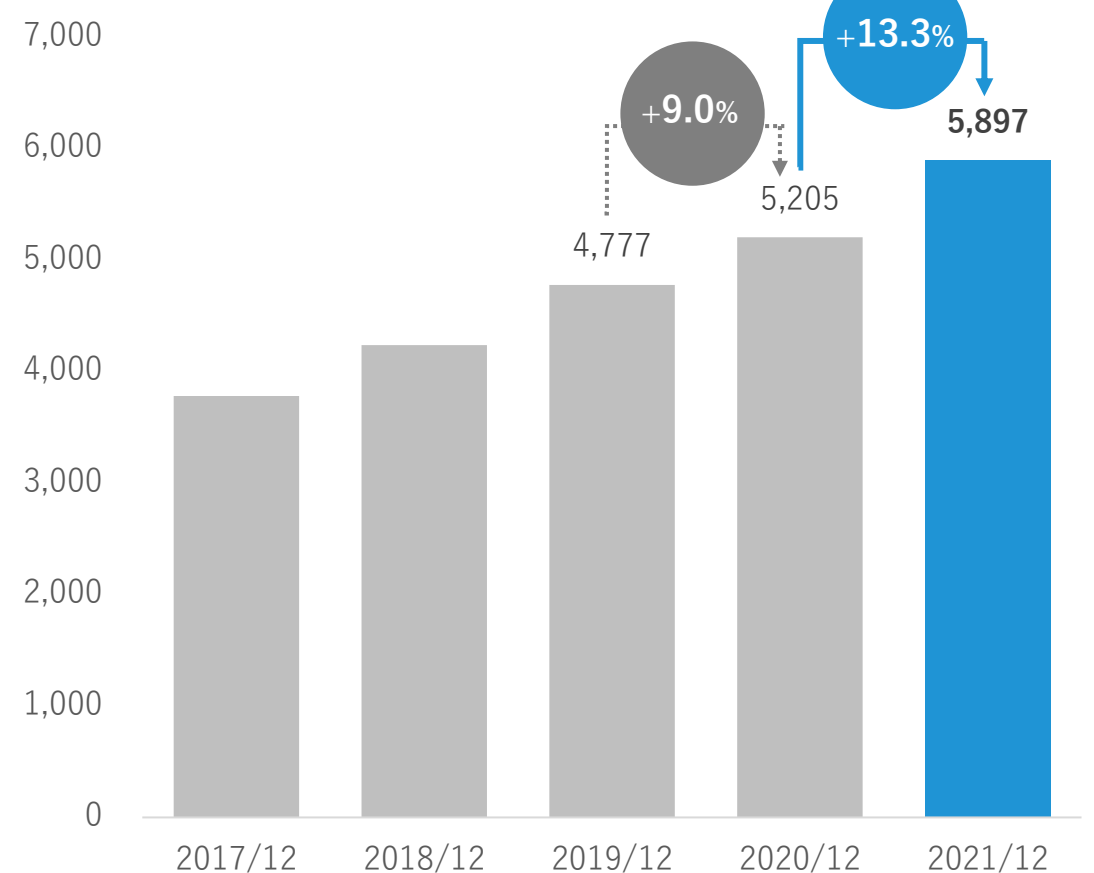
## 顧客単価（注）推移

（顧客単価/単位：円）



## アカウント数推移

（アカウント数/単位：アカウント）

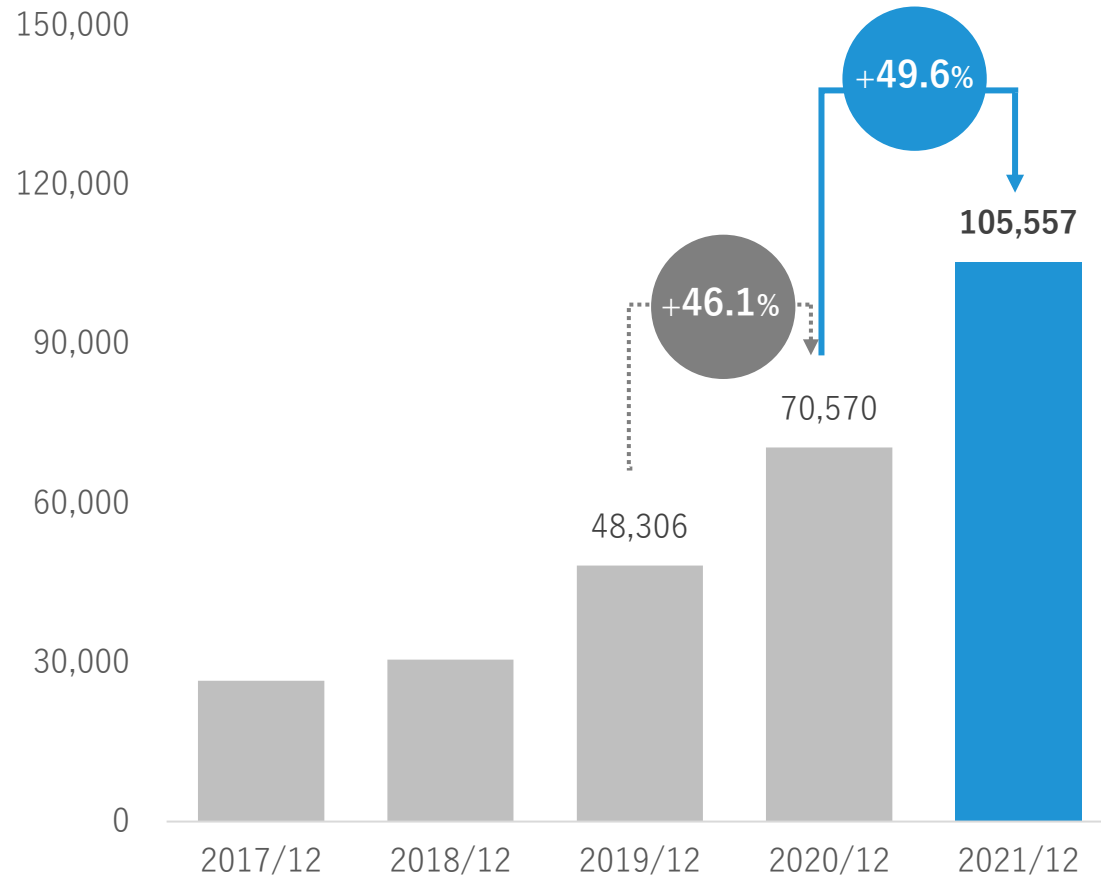


（注） 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）であります。

# サブスクペイの主要KPI推移②

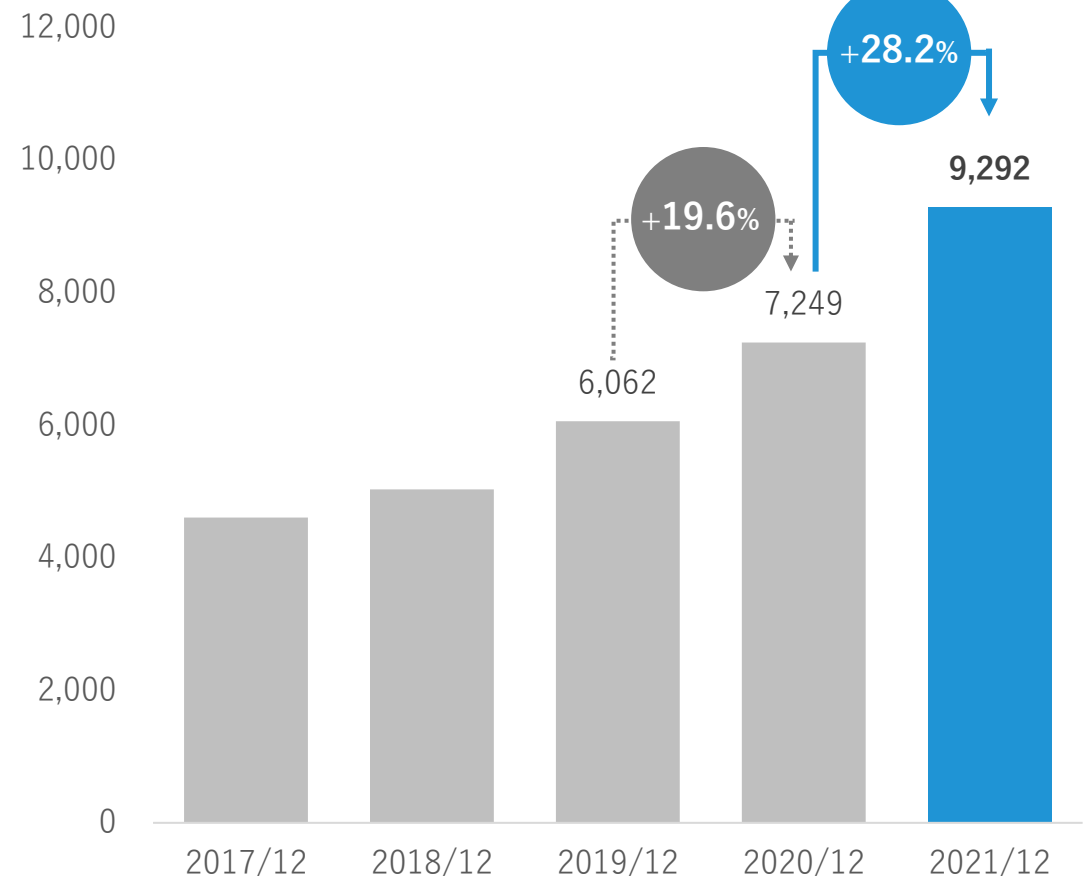
## 決済取扱高推移

(取扱高/単位：百万円)



## 決済処理件数推移

(決済処理件数/単位：千件)



# 02-4

2021年12月期 通期実績

ビジネスハイライト



## プロダクト アップデート

### 請求管理ロボ

- Scalebaseとの連携を開始 (2021/2/17)
- ワークスアプリケーションズ提供「HUE」との連携を開始 (2021/4/22)
- エプソン販売と販売パートナー契約締結、同社の提供する財務会計ソフト「財務顧問 R4/財務応援 R4」と機能連携も可能に (2021/11/18)

- 「定期請求システム」に関する特許を取得 (2021/10/13)

- 「電子インボイス推進協議会 (EIPA)」の幹事法人に就任 (2021/9/22)
- インボイス制度 (2023年10月施行) への対応方針決定 (2021/12/2)
- 電子帳簿保存法改正 (2022年1月施行) のシステム要件に対応 (2021/12/15)

- 連携先のシステムを利用している顧客からの問い合わせ増加
- エプソン販売の持つ全国9支店、12営業所の強力な販売網へのアクセス可能に

- 特許取得によりサブスク事業者への競合優位性を確立

- 電子インボイスの標準仕様「日本版 Peppol」普及を推進するとともに、当社の認知向上にもつながる
- 関連法制度に適切に対応することで、マクロ環境に後押しを受けたアカウント数拡大を促進

プロダクト  
アップデート

## 請求管理ロボ for Salesforce

- 株式会社オプロとの包括的なパートナーシップを締結（2021/1/19）、株式会社オプロが提供する「ソアスク」との連携を開始（2021/8/4）

- 入金・消込履歴の閲覧、明細単位での入金消込、売上・前受金の判定機能に対応（2021/10/8）

- 販売管理から入金管理までを一気通貫で自動化することが可能に

- 強みである債権管理機能がさらに強化され、顧客単価が向上

## 請求まるなげロボ

- 当社が代行する請求と利用企業での自社対応の請求の一元管理機能を提供開始（2021/6/14）

- 他社にない強みとなる、請求代行と自社請求における請求情報の一元化を実現

## サブスクペイ

- ブランドを刷新し、サービス名称を「サブスクペイ」に変更、商標申請中（2022/1/13）

- 決済機能が搭載されたサブスク管理SaaSなら「サブスクペイ」という認知を確立

## 「日本の経理をもっと自由に」プロジェクトを通じた認知向上施策を実施

### 活動履歴

- 2020年7月2日 「日本の経理をもっと自由に」プロジェクト発表会
- 2020年9月11日 小泉孝太郎さんとともに経理100人を招いて悩みや不安を解消する座談会を実施
- 2020年9月30日 経済産業省へIT導入補助金拡充等を通じた経理の働き方改善に関する嘆願書を提出
- 2020年10月22日 第1回「日本の経理をもっと自由にカンファレンス2020」オンライン開催
- 2021年2月10日 第2回「日本の経理をもっと自由にカンファレンス2021」オンライン開催
- 2021年6月21日 デジタル庁平井大臣が登壇し「Peppol」普及に向けたイベント開催  
経理の働き方改革の貢献企業を表彰する「日本の経理をもっと自由にアワード」実施

### メディア掲載/受賞歴

TV 6 番組 Webメディアオリジナル80媒体 転載記事700媒体



PR Award ASIA 2021 Public Affairs部門 Gold

PR Award ASIA 2021 Internal Communications (COVID-19)部門 Gold



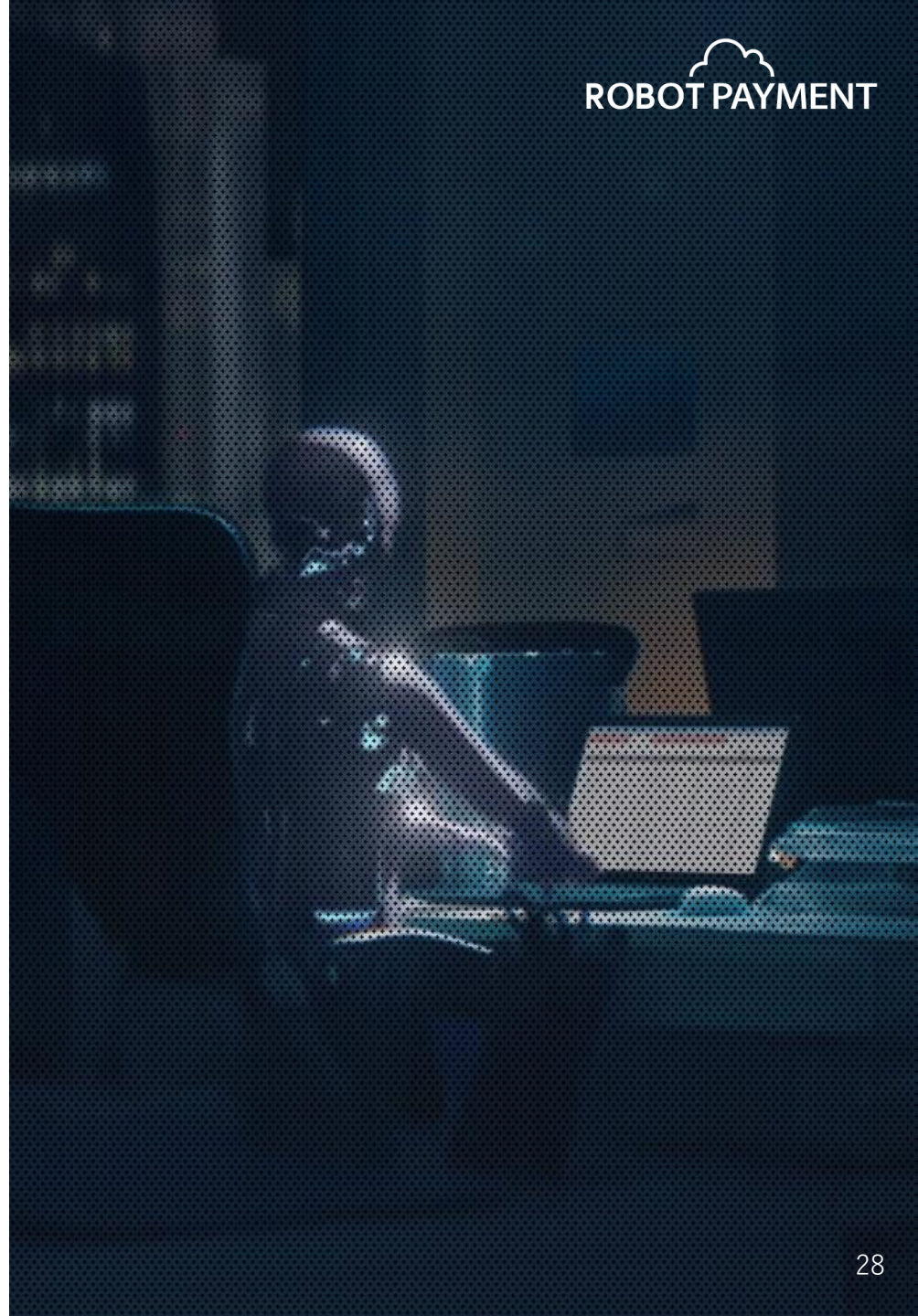
経理担当者へのBuzzFeedのインタビュー記事が、Yahoo!に掲載され1293件のコメントがつく結果に、

フジテレビ LIVE NEWS αでは、イベントの様子や経理担当者へのインタビューなど、6分以上の露出に、

PR  
アップデート

# 03

## 中期經營目標



顧客単価  
の向上



## 従量費単価

一般的なSaaSの収益構造に加えて、顧客の事業成長に伴い従量費が自然に増加していくため、時間の経過とともに従量費単価が上昇

## 固定費単価

さらに、大手顧客比率を高めることで固定費単価も上昇していく



アカウント数  
の増加



- 広告宣伝費の対売上高比率を上げプロモーションを強化することにより、アカウント数の増加速度を上げる
- 大手顧客獲得の追加施策によるアカウント数増加も寄与

売上高成長率  
の向上



- 顧客単価/アカウント数、共にこれまで以上のペースで増加させ、売上高成長率を年々高めていく計画を実行

# 03-1

中期経営目標

顧客単価の向上施策（従量費単価）

企業のお金をテクノロジーでつなぐ領域で2つのSaaSプロダクトを展開  
一般的なSaaSに加えて、決済機能を追加で搭載

## 請求管理ロボ



 請求管理ロボ  
 請求まるなげロボ

「請求/集金/消込/催促」業務を  
効率化/自動化する請求管理SaaS

主な顧客 BtoBビジネスを行う法人

ターゲット市場 BtoB決済市場

## サブスクペイ



  
サブスクペイ

サブスクリプション事業者の顧客管理/  
定期課金を行うサブスク管理SaaS

主な顧客 BtoCビジネスを行う法人

ターゲット市場 サブスクリプション市場

# 当社の顧客単価の特徴

一般的なSaaSの固定費単価に加え、当社のプロダクトには決済機能が搭載されており、顧客単価の従量費部分が追加されている。また、顧客の事業成長に伴い従量費が自然に増加していくため、時間の経過とともに顧客単価が上昇していく。

## 一般的なSaaSの顧客単価

### 固定費 単価

月額固定のシステム利用料  
オプション利用料  
利用人数に応じたID課金

## 当社のユニークな顧客単価の構造

### 従量費 単価

顧客の事業成長とともに  
従量費単価が自然増

まるなげ手数料  
請求管理ロボ決済収益/ストレージ利用料  
サブスクペイのスペッド/フィー

### 固定費 単価

月額固定のシステム利用料  
オプション利用料  
利用人数に応じたID課金



# 03-2

## 中期経営目標

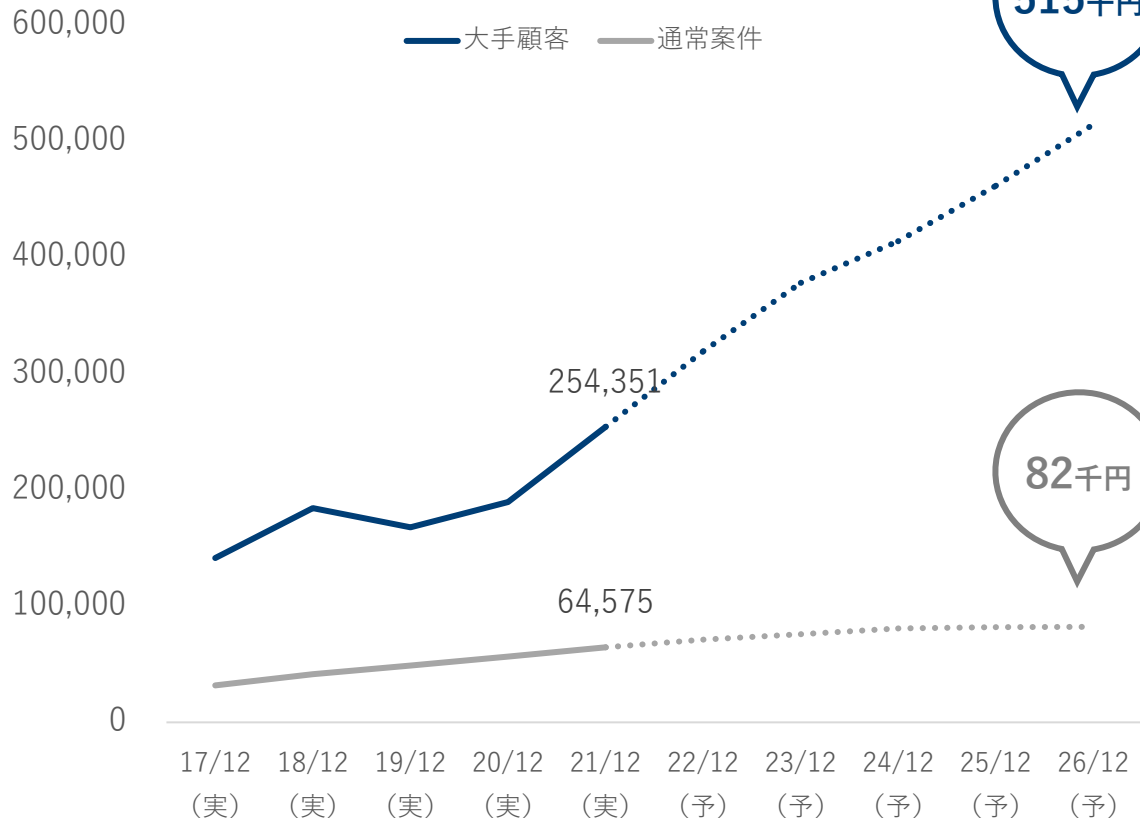
顧客単価の向上施策（固定費単価）

# 大手顧客/通常案件の顧客単価（固定費単価）の比較

大手顧客は多機能利用/他事業展開/利用人数が多いため単価が高くなる  
 今後は大手顧客向けの上位版プロダクトを開発し、さらなる上昇を見込む

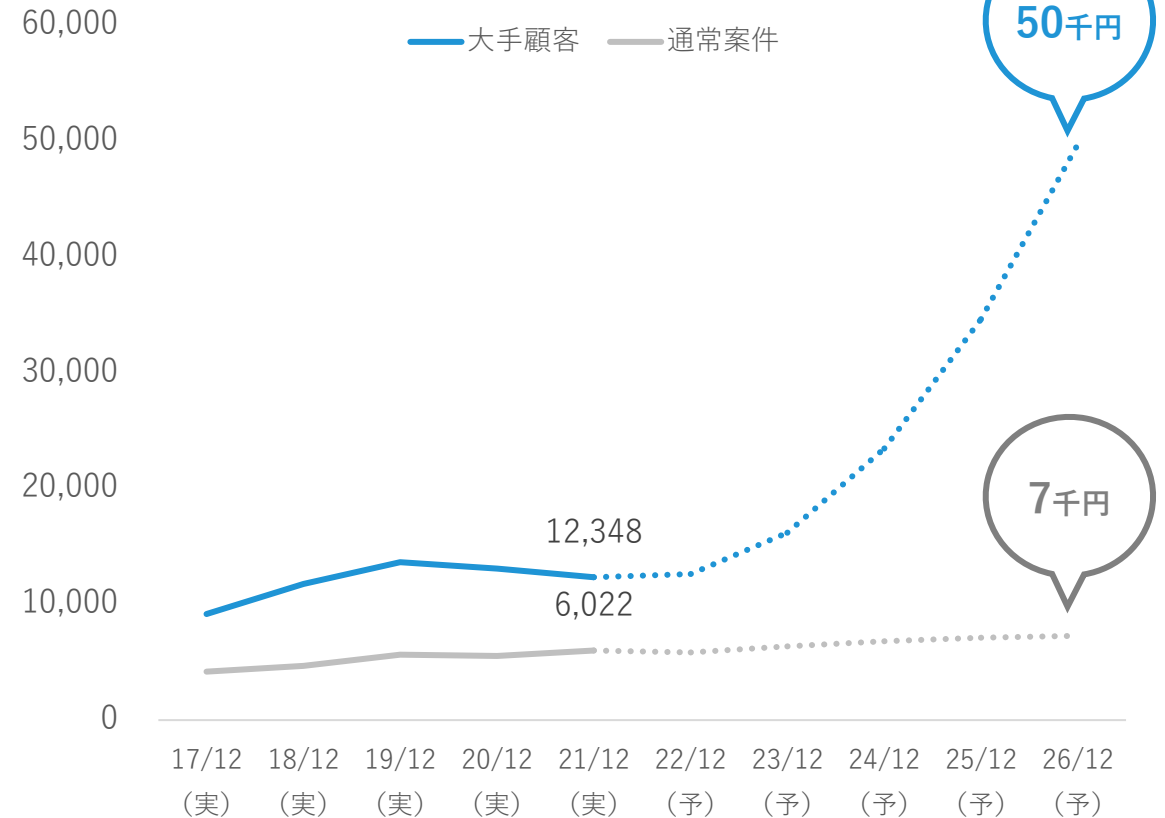
## 請求管理ロボ

(固定費顧客単価/単位：円)



## サブスクペイ

(固定費顧客単価/単位：円)



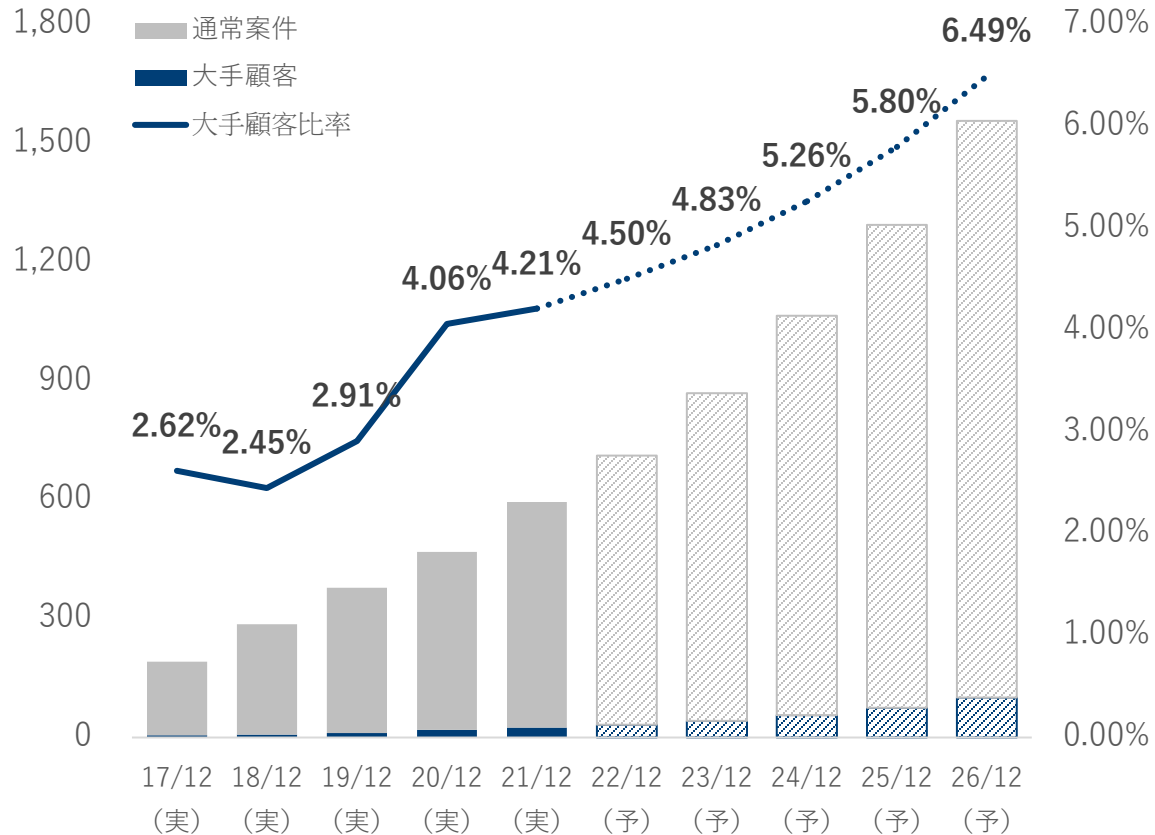
(注) 大手企業：請求管理ロボでは各年度末時点の月間請求書発行件数が1,000件以上の企業、サブスクペイでは各年度末時点の月間決済取扱高が1,000万円以上の企業

# 大手顧客の件数比率の推移

大手顧客の件数比率も上がっており、固定費単価の上昇に寄与

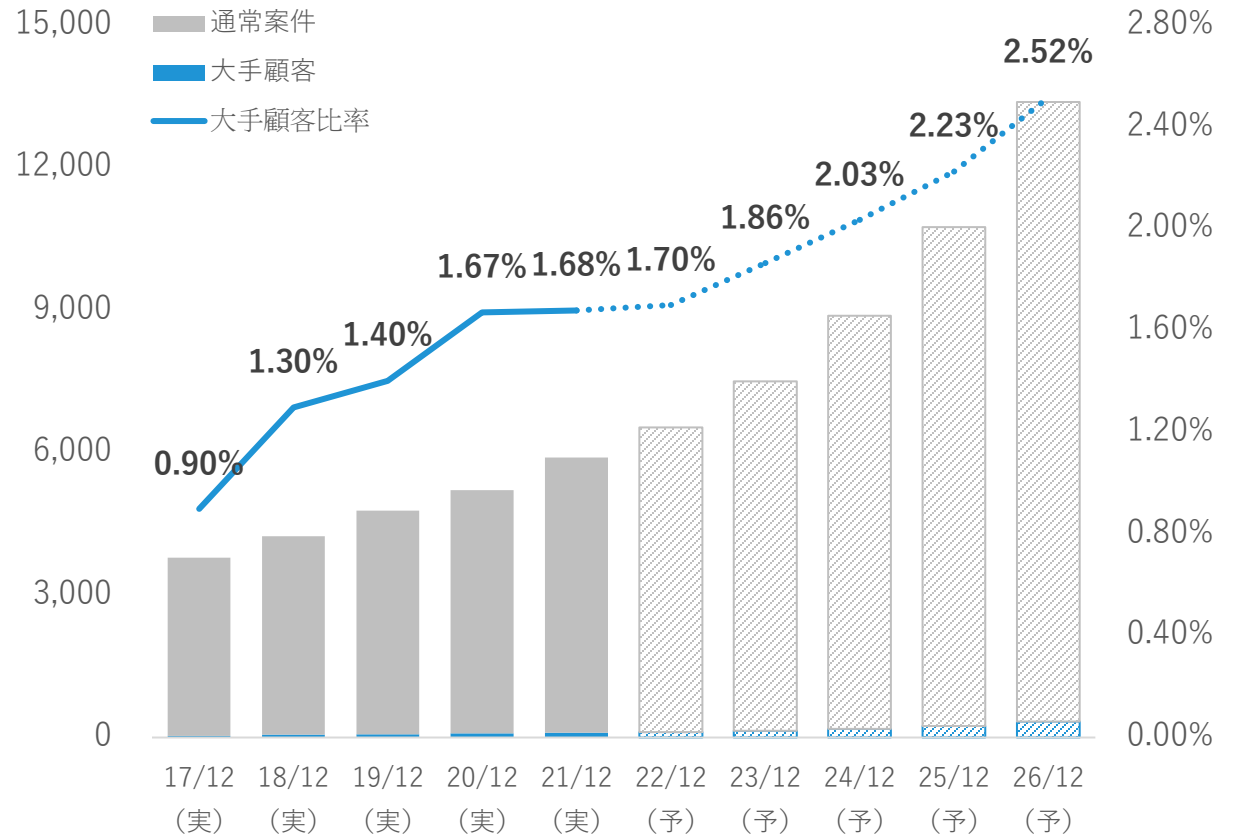
## 請求管理ロボ

(アカウント数/単位：アカウント)



## サブスクペイ

(アカウント数/単位：アカウント)



(注) 大手企業：請求管理ロボでは各年度末時点の月間請求書発行件数が1000件以上の企業、サブスクペイでは各年度末時点の月間決済取扱高が1000万円以上の企業

## 大手企業を獲得するための営業戦略および最適な体制を別途構築

### 顧客獲得施策

#### 営業戦略

- ターゲット顧客へプッシュでアプローチ
- 既存大手顧客のグループ企業や他事業への横展開、利用促進

#### 組織戦略

- 大手顧客向け営業組織の構築
- 大手顧客へ導入促進するための開発支援パートナーとの関係強化

### 主なターゲット

SaaS

コンサルティング

メディア・広告

ソフトウェア

教育

レンタル

フィットネス

オンライン  
セミナー

定額動画配信  
サービス

寄付

## 大手顧客向けに性能強化/機能拡張/カスタマイズ性を向上する開発を行う

### 性能強化

大量データ、トラフィックを処理でき顧客の事業規模が拡大しても高いパフォーマンスを維持できる基盤の構築

### 機能拡張

- 顧客に提供可能な業務領域の拡張
- 各業種の個別課題を解決する機能開発

### カスタマイズ性向上

各企業ごとの細かな要件に対応できるカスタマイズ性の高い「for Enterprise」版の開発

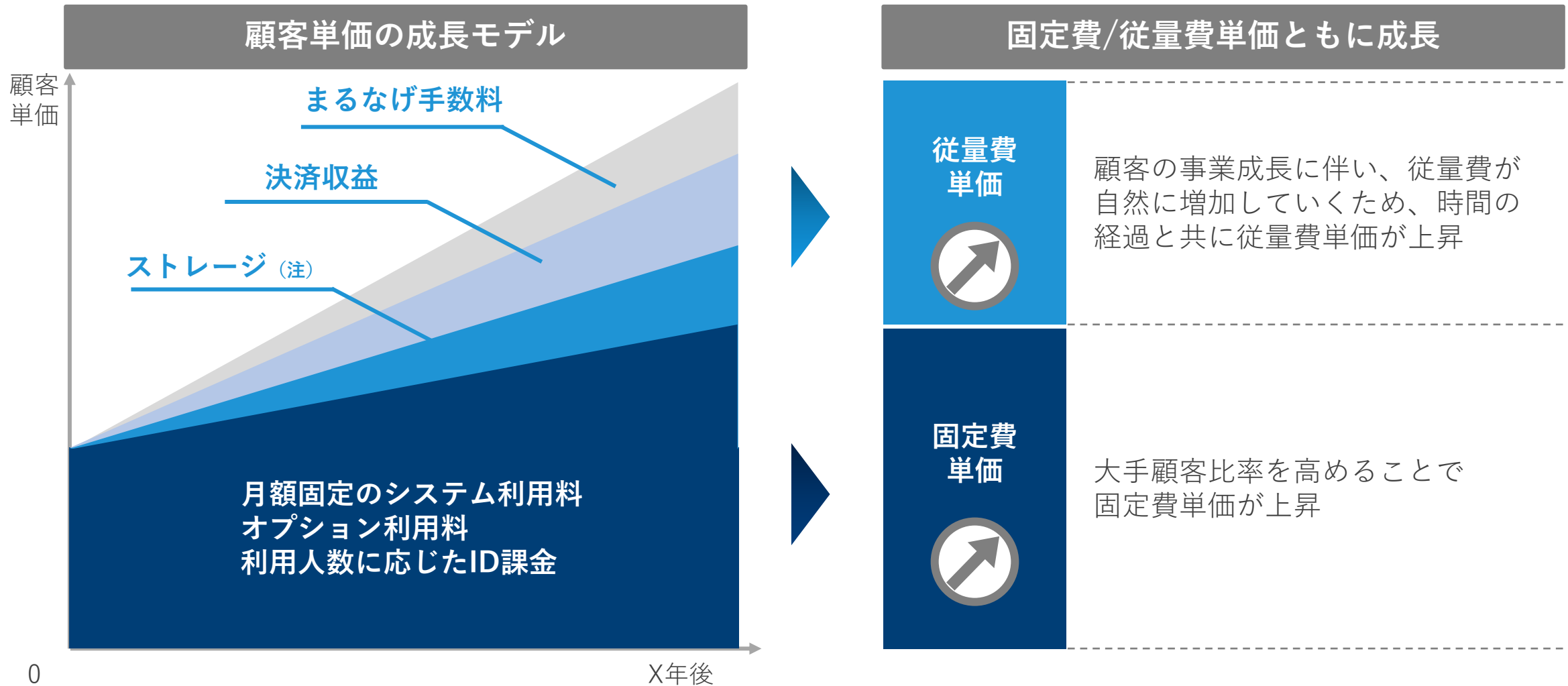
# 03-3

中期経営目標

顧客単価の向上施策（まとめ）

# 顧客単価の成長モデル

顧客の成長に伴い従量費単価が自然増、大手顧客比率を高めることで固定費単価も増加  
結果として、顧客単価が高成長していく



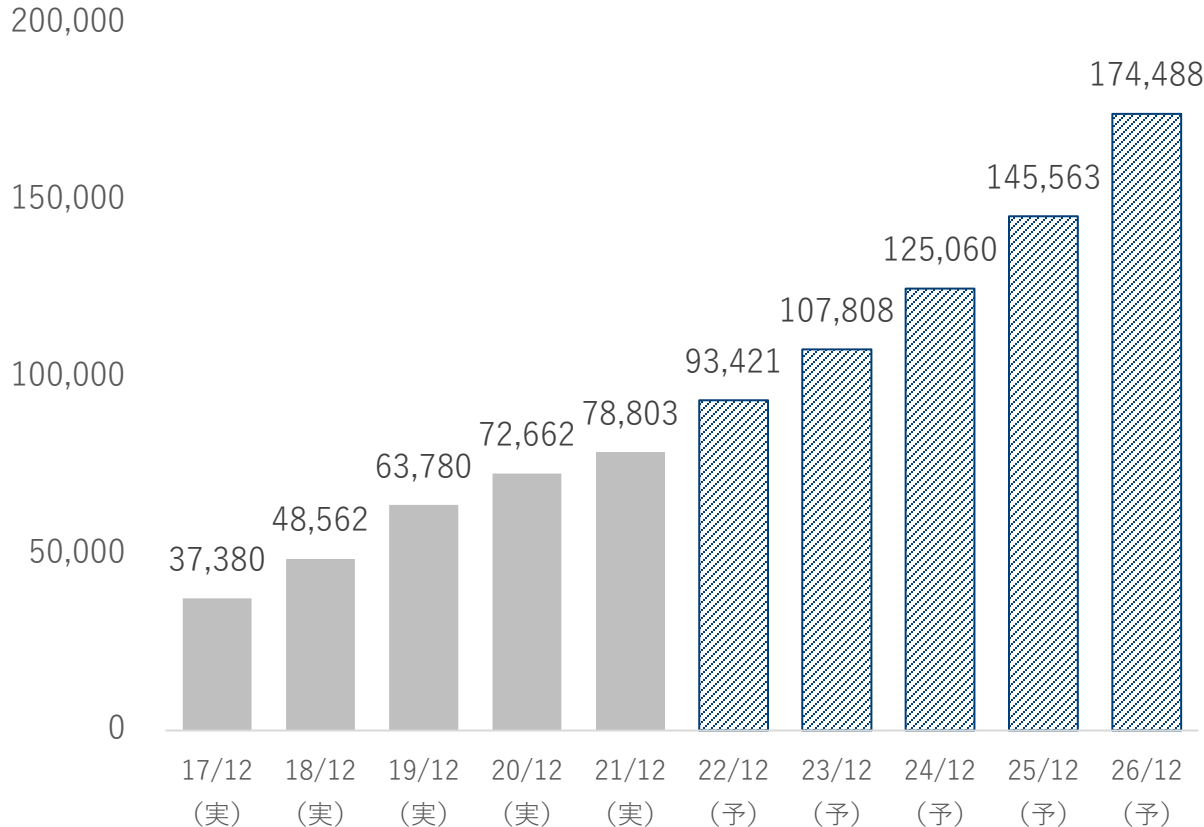
(注) 顧客の請求件数増加に応じて段階的に料金が増える容量課金型の料金体系

# プロダクト別顧客単価推移と今後の目標

以上より、各プロダクトの顧客単価の過去からの推移を踏まえて、将来の目標を以下のように設定  
サブスクペイは既に5,800を超えるアカウントが存在し、かつ通常案件の獲得スピードもさらに上げていくため、  
請求管理ロボとの比較では顧客単価の上昇は緩やかに

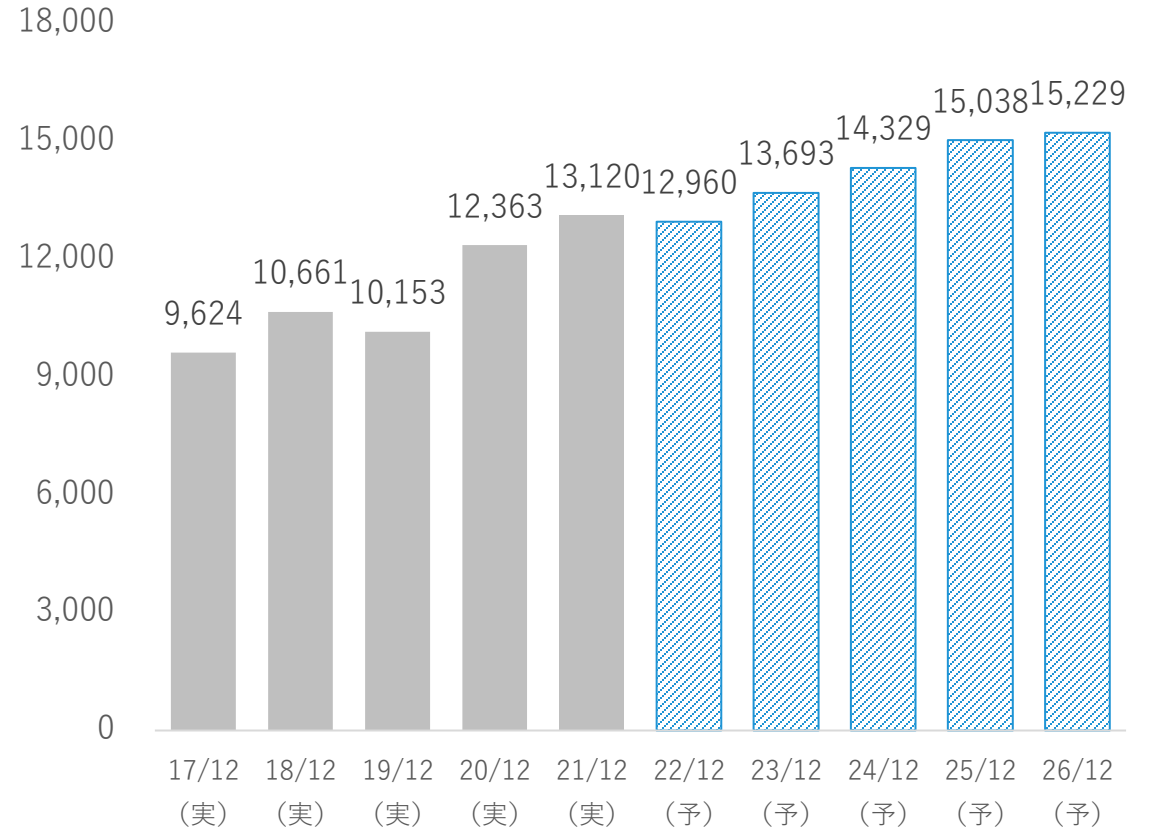
## 請求管理ロボ

(顧客単価/単位：円)



## サブスクペイ

(顧客単価/単位：円)



(注) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）であります。



# 03-4

中期経営目標

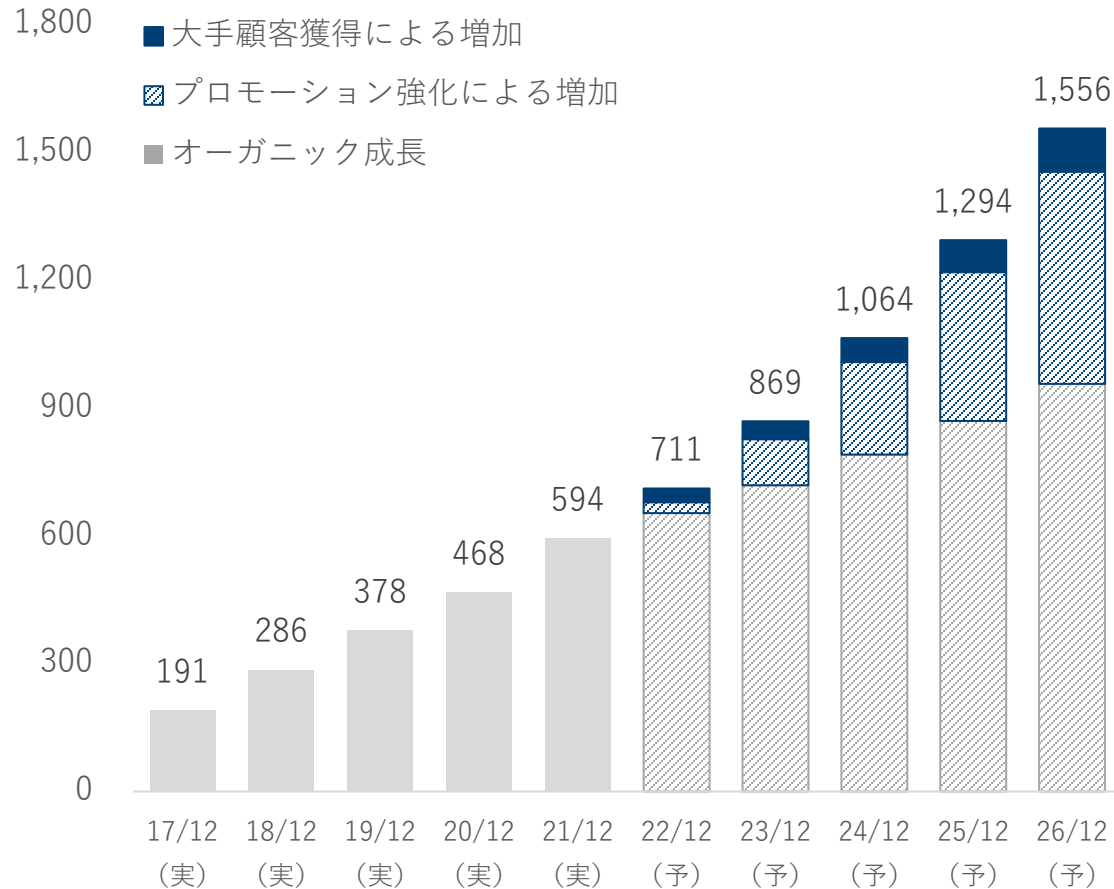
アカウント数増加施策

# プロダクト別アカウント数推移と今後の目標

## 広告強化による潜在層の開拓、大手顧客獲得営業戦略によるアカウント数増加を見込む

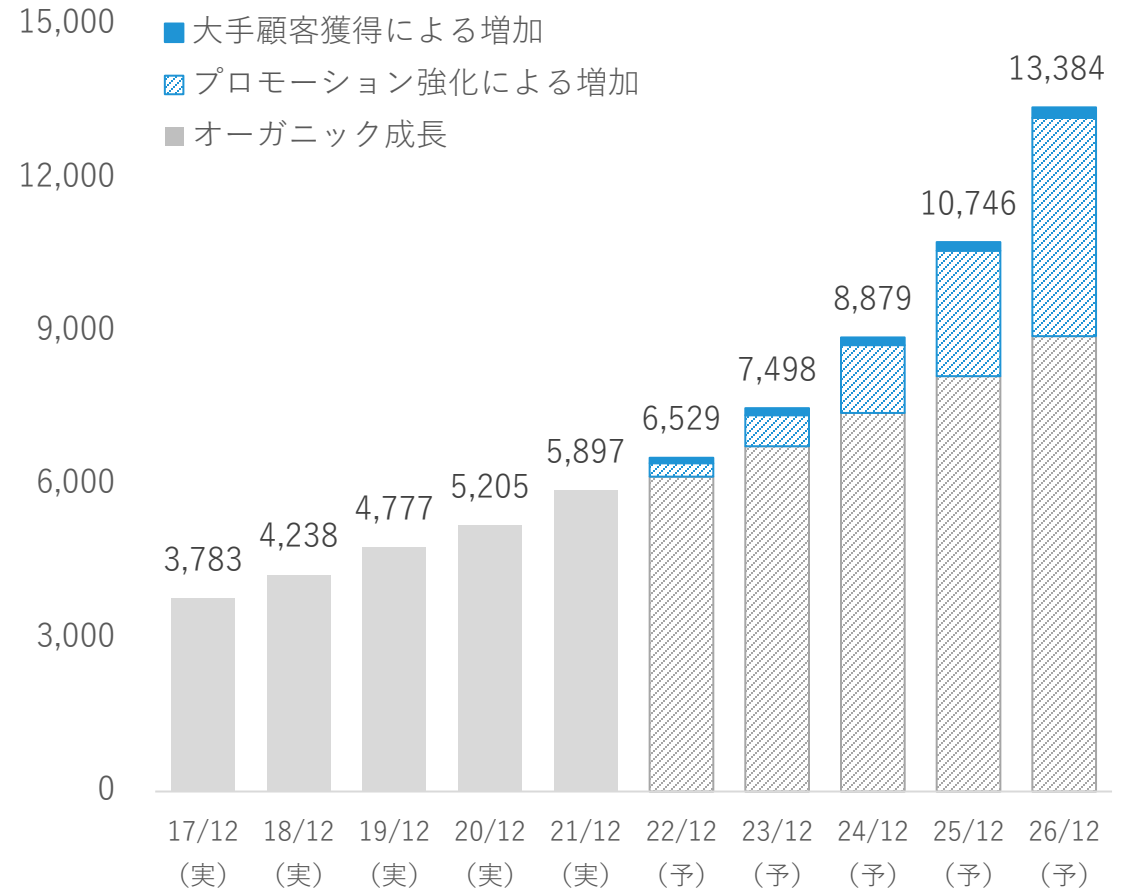
### 請求管理ロボ

(アカウント数/単位：アカウント)



### サブスクペイ

(アカウント数/単位：アカウント)



# 03-5

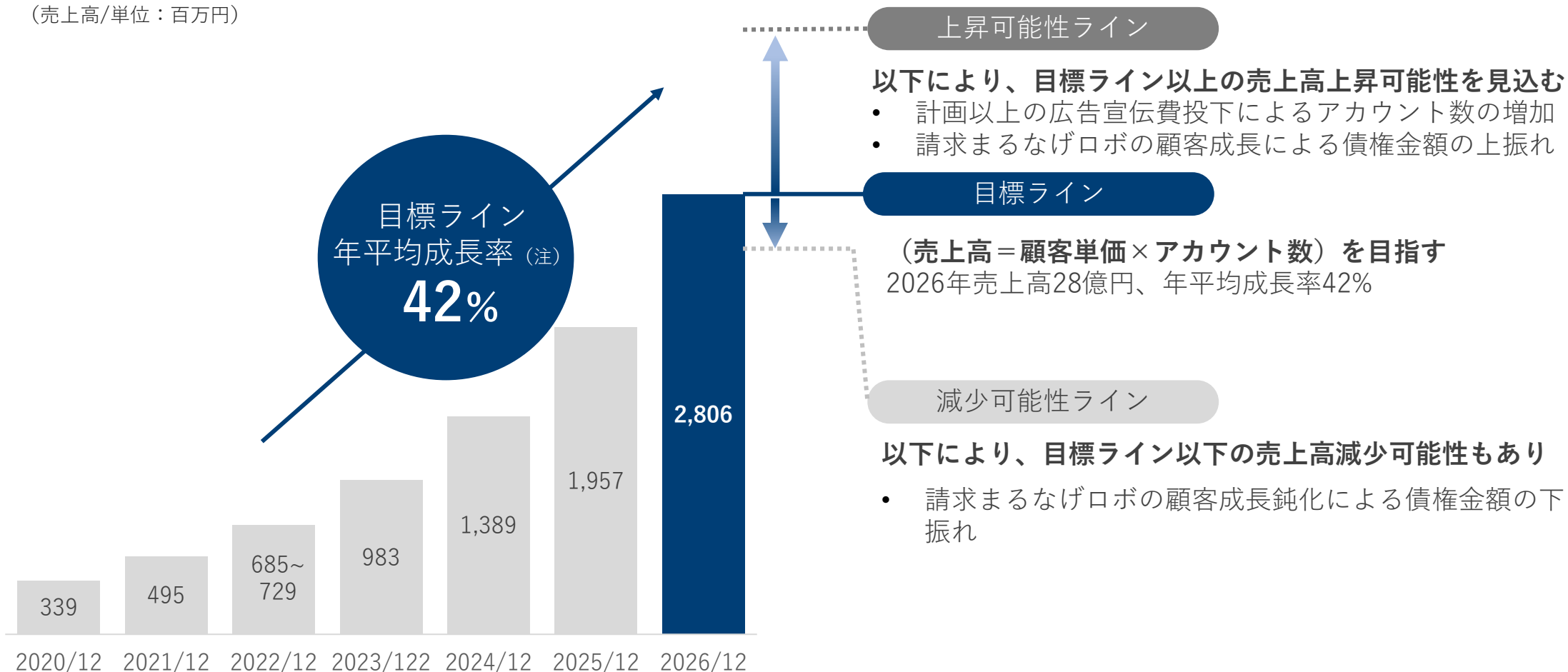
中期経営目標

売上高成長率の向上

# 請求管理ロボの売上高成長目標（5ヵ年）

前述した顧客単価×アカウント数＝売上高を目標ラインとする  
市場動向を見ながら広告費をさらに投下した場合、目標ラインを上回る売上高上昇可能性を見込む

(売上高/単位：百万円)

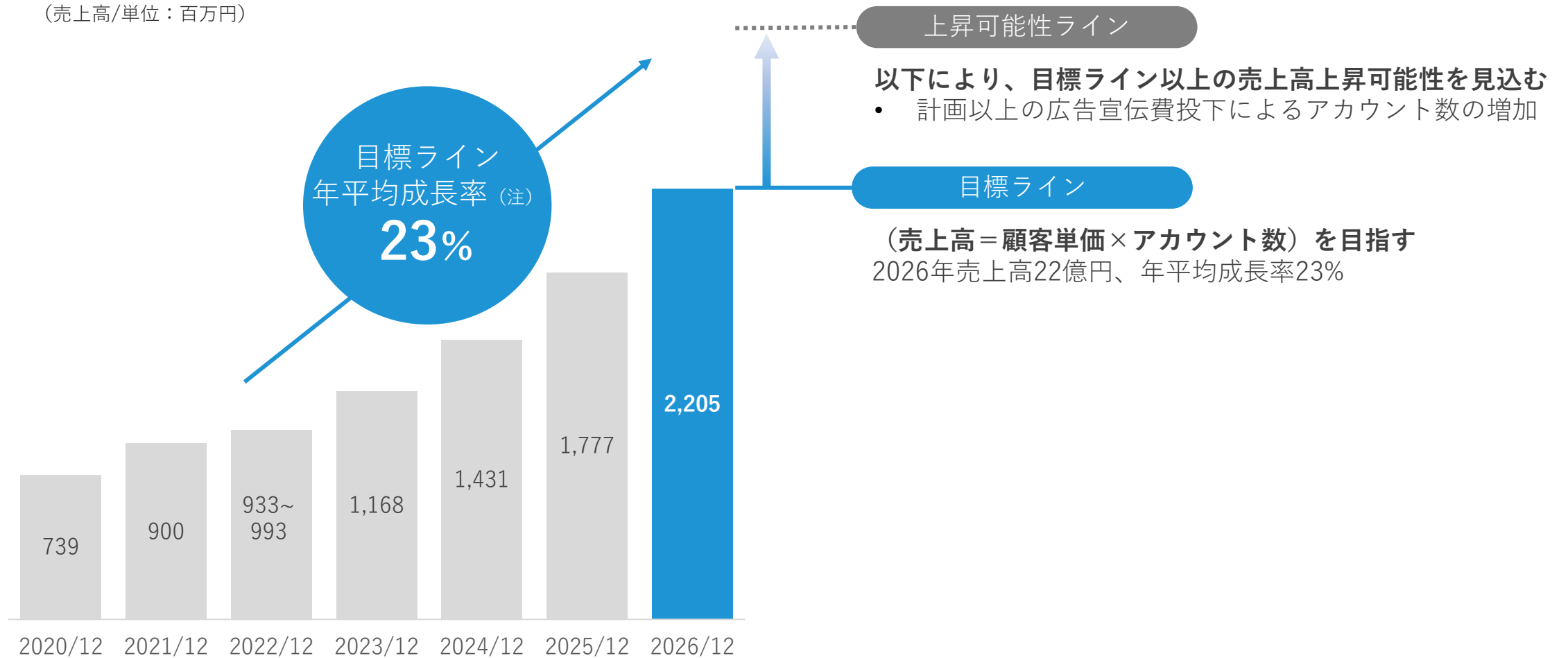


(注) 2022年12月期から2026年12月期における5年間の売上高の平均成長率

# サブスクペイの売上高成長目標（5ヵ年）

前述した顧客単価×アカウント数＝売上高を目標ラインとする  
市場動向を見ながら広告費をさらに投下した場合、目標ラインを上回る売上高上昇可能性を見込む

(売上高/単位：百万円)

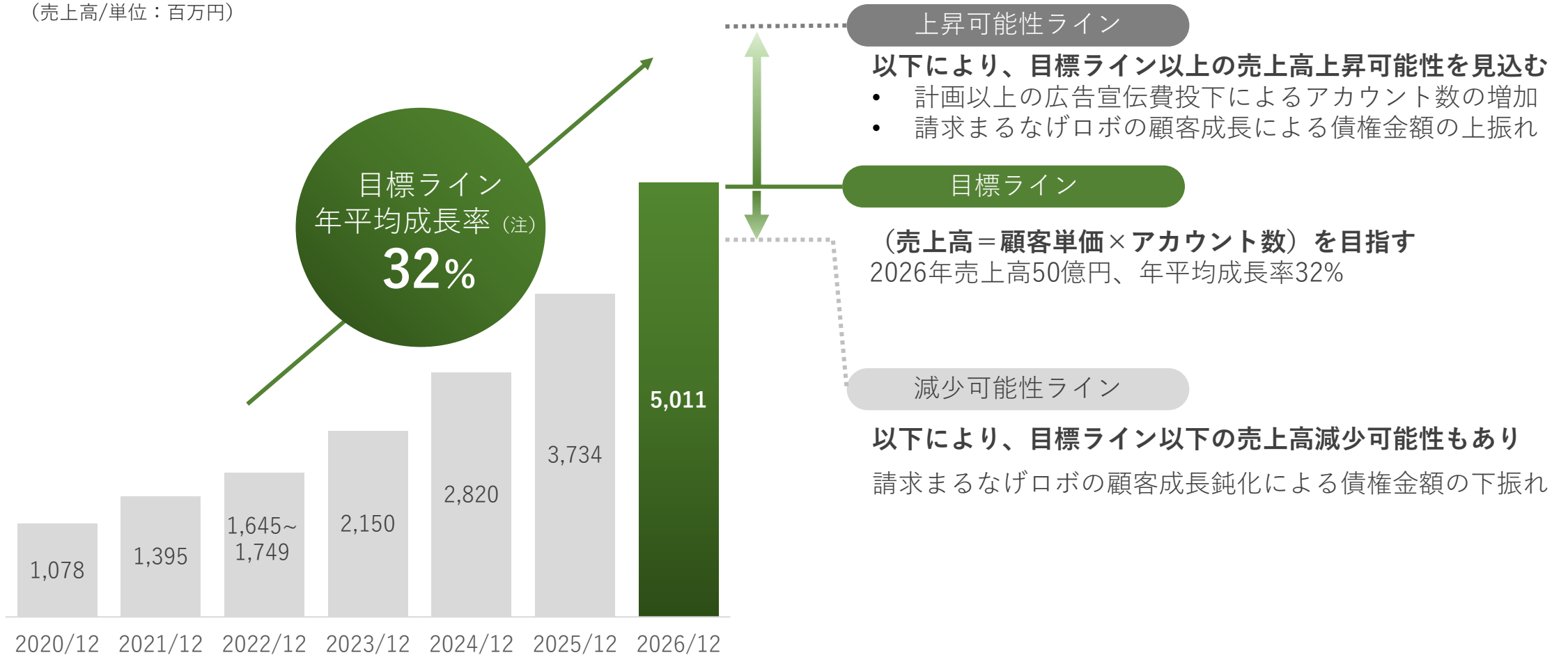


(注) 2022年12月期から2026年12月期における5年間の売上高の平均成長率

# 全社の売上高成長目標（5ヶ年）

請求管理ロボ、サブスクペイの目標ラインの合計を全社売上高目標とする  
市場動向を見ながら広告費をさらに投下した場合、目標ラインを上回る売上高上昇可能性を見込む

(売上高/単位：百万円)



(注) 2022年12月期から2026年12月期における5年間の売上高の平均成長率

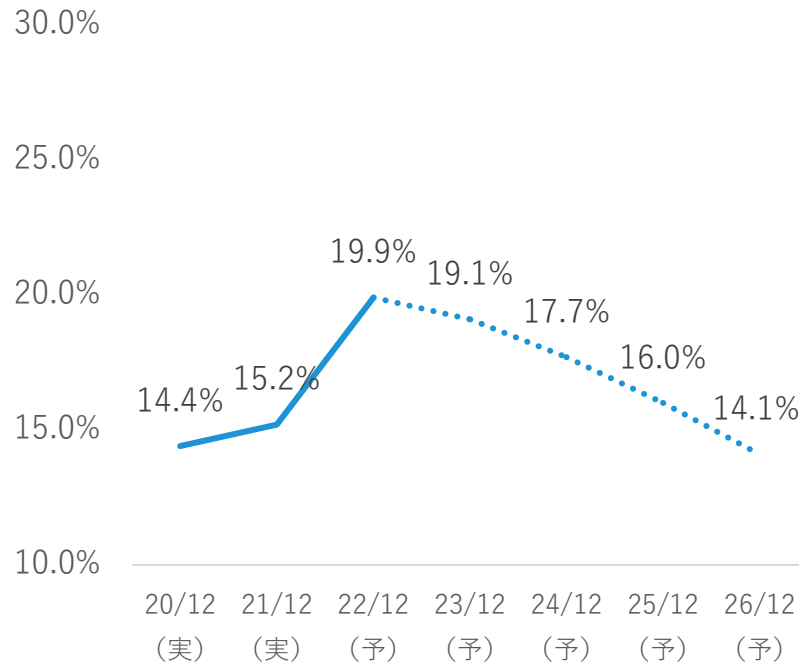
# 03-6

## 中期経営目標

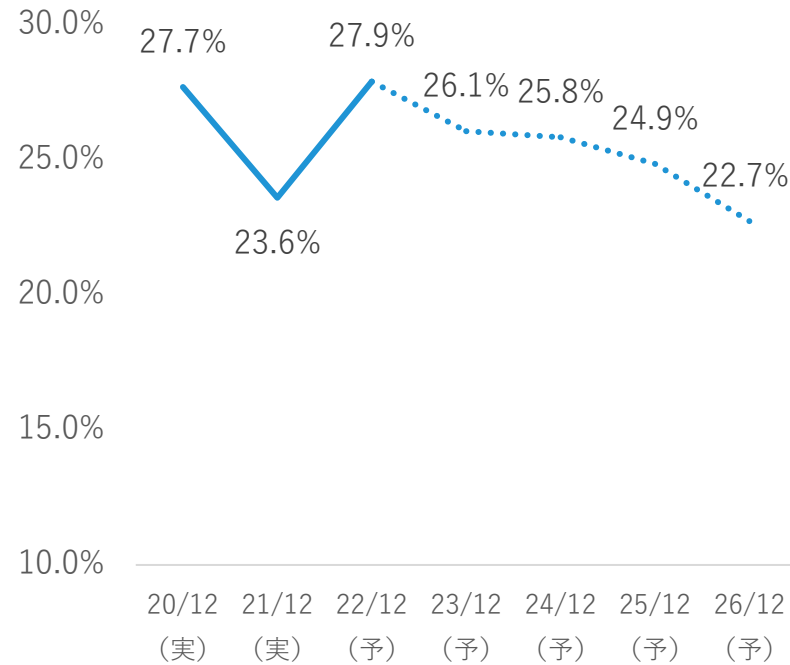
費用投下方針および営業利益目標（5ヵ年）

# 主要費目の対売上高比率と5ヶ年費用投下方針

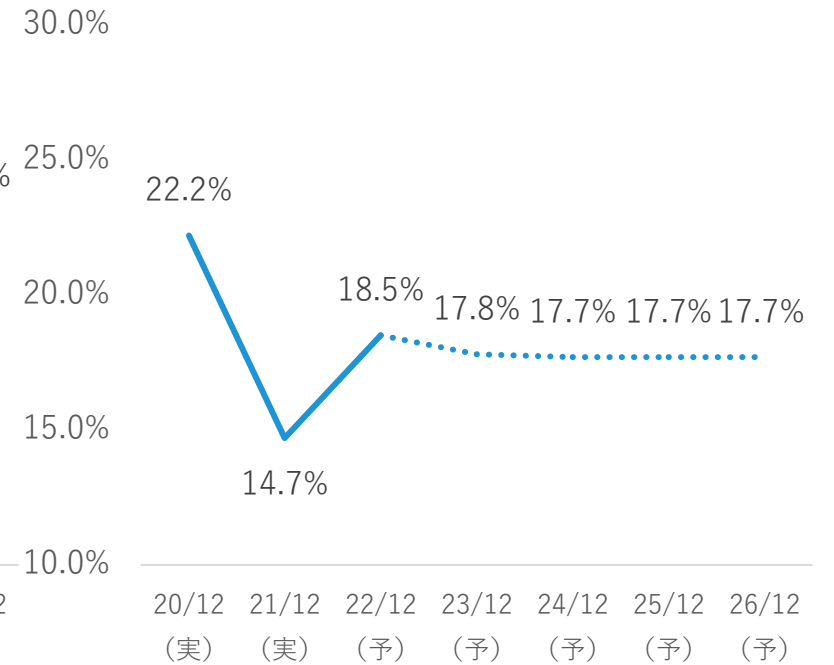
## 広告宣伝費



## 給与手当



## 開発費



- アカウント数拡大のために広告投下の比率を一段階高める
- 認知拡大を狙いマス広告など大規模プロモーションを実施

- 大手顧客獲得戦略実現のための組織を構築
- 22年はハイクラス人材を中心に採用人数を増やし、23年以降は生産性を高め対売上高比率を徐々に下げる

- 大手企業向け機能、及び提供可能な業務領域の拡張
- 第3・第4の事業展開を見据えた研究開発に着手



# 売上高および営業利益目標（5ヶ年）

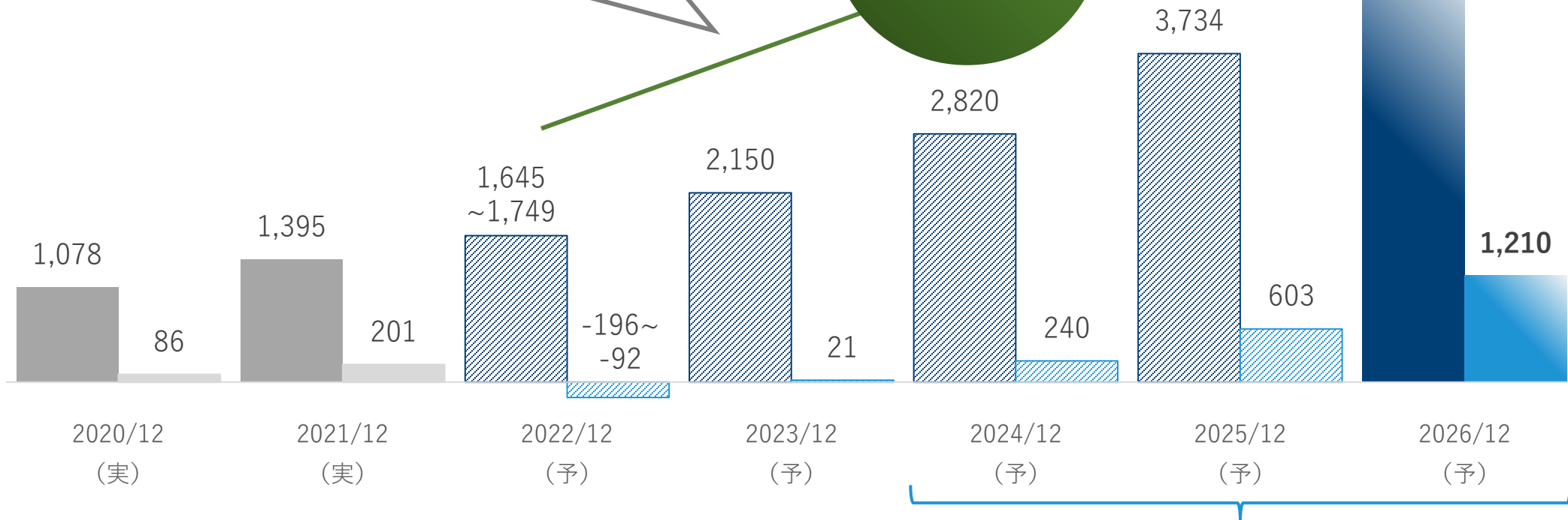
## 2026年に売上高50億円、営業利益12億円を目指す

(単位：百万円)

- 売上高
- 営業利益

市場環境を踏まえて事業機会があると判断した場合、投資を機動的に実行し、売上高成長率をさらに高める

目標売上高  
年平均成長率 (注)  
**32%**



一定の利益創出ができたタイミングで  
配当などの株主還元策を実施したい

(注) 2022年12月期から2026年12月期における5年間の売上高の平均成長率

# 03-7

中期経営目標

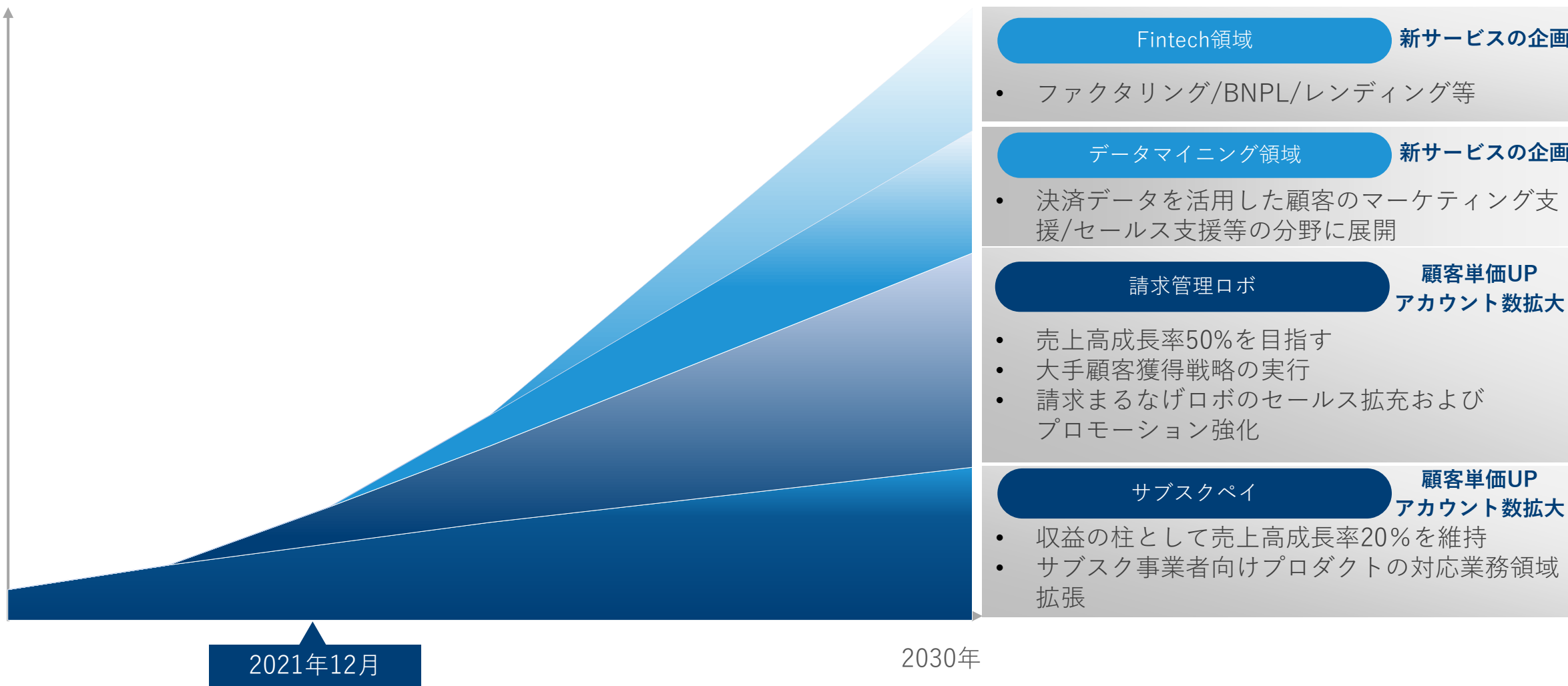
2030年までの成長戦略

# 2030年までの成長戦略

## BtoB決済市場/サブスクリプション市場でシェア獲得するための事業を展開

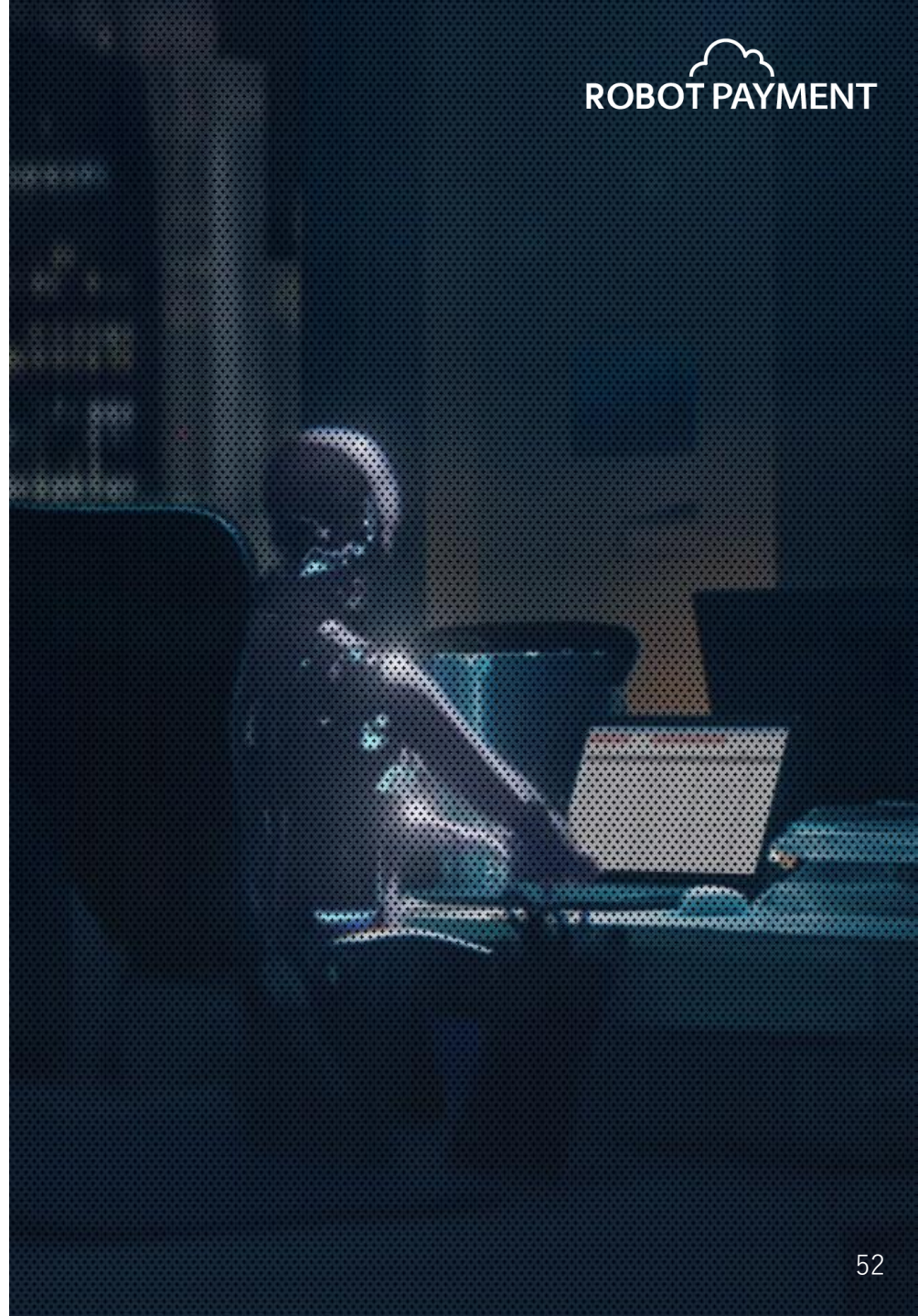
顧客データを活用したデータマイニング領域、BNPLを中心としたFintech領域の新規事業を企画中

売上高



# 04 |

2022年12月期 通期業績予想



## 中期経営目標達成を踏まえた、初年度としての各施策を実行

### プロモーション

- 請求管理ロボだけでなく、請求まるなげロボ/サブスクペイを訴求する動画広告の作成およびCM等大規模プロモーションの準備
- サブスク事業を始めたいが具体的な課題やプロダクトに気付いていない潜在顧客層に「サブスクするならロボペイ」というメッセージを訴求し接触機会を増やす

### 営業組織

- 大手顧客獲得戦略を目的とした導入促進/コンサルティング組織構築  
(セールスエンジニア/大手顧客向けセールス/営業戦略企画等のハイクラス人材を採用)

### プロダクト開発

- 大手顧客向けのカスタマイズ性の高いプロダクト、業務領域を拡張する機能の開発に着手
- 新規事業展開に向けたプロダクト開発組織構築  
(事業開発/プロダクトマネージャー採用)

短期的な利益を追わず、今後の売上高成長率を高めるための準備も含めた1年とする

(単位：百万円)

	2021年12月期 通期実績 (注1)	2022年12月期 通期業績予想	前期比
<b>売上高</b>	1,395	1,645~1,749	+18%~+25%
請求管理ロボ	495	685~729	+38%~+47%
サブスクペイ	872	933~993	+7%~+14%
<b>営業利益</b>	201	△196~△92	△397~△293

## 請求管理ロボ

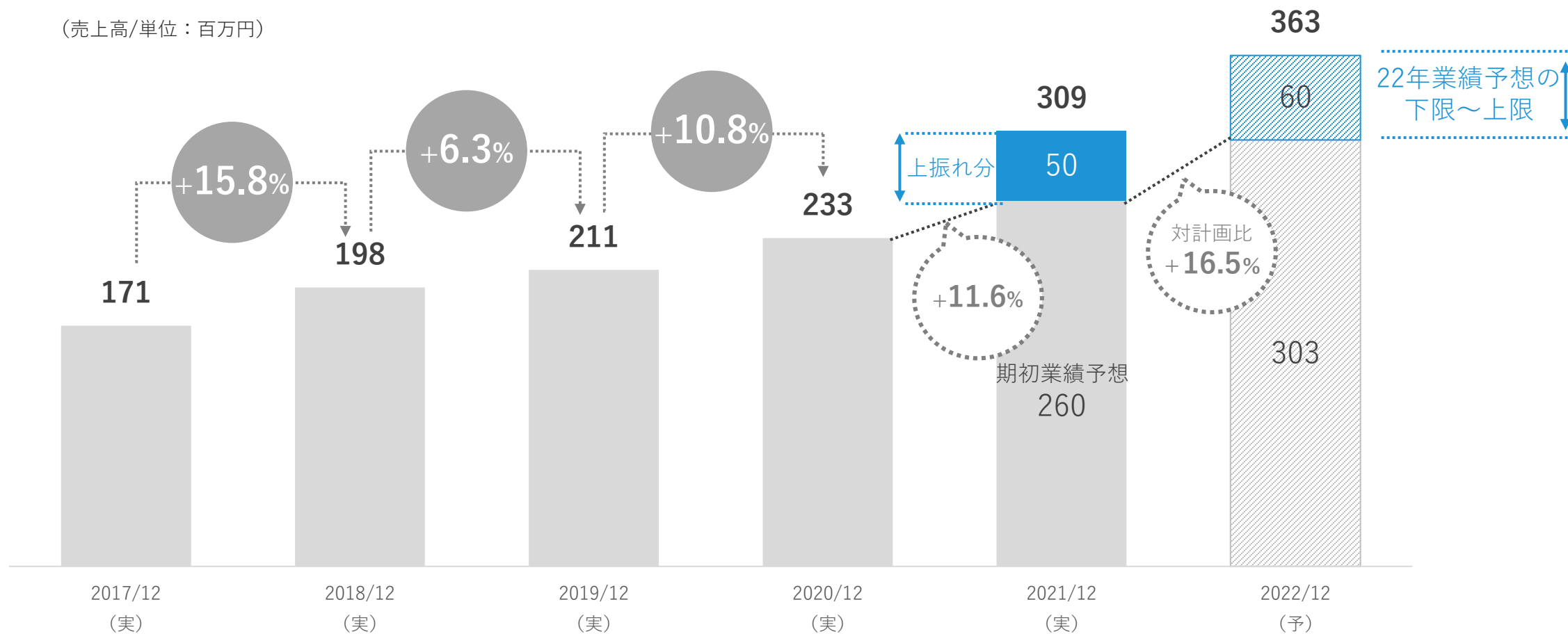
- 21年に大手顧客への営業活動を本格化した。顧客特性上、成約まで長期化することも多い。そのため、22年内に契約を完了することを目指し、売上上限値を設定（下限値では当該案件の22年内の契約完了を織り込んでいない）
- 請求まるなげロボに関しては、顧客の事業成長に応じた債権金額に手数料売上が依存するが、事業開始して間もないため債権金額の合理的な予測が難しい。従って、前年の会社計画と実績値の差異を加味して上限値/下限値を設定

## サブスクペイ

- 決済取扱高に応じた手数料売上であるスプレッドの変動を加味し上限値・下限値を設定（詳細は次ページ参照）

# (参考) サブスクペイのスプレッド収益の推移

22年業績予想は、既存顧客の過去からの成長トレンドを加味し、前年の会社計画比+16.5%を計画  
22年もコロナが生んだトレンドが継続することを考慮し、+60百万円の上振れ分を設定

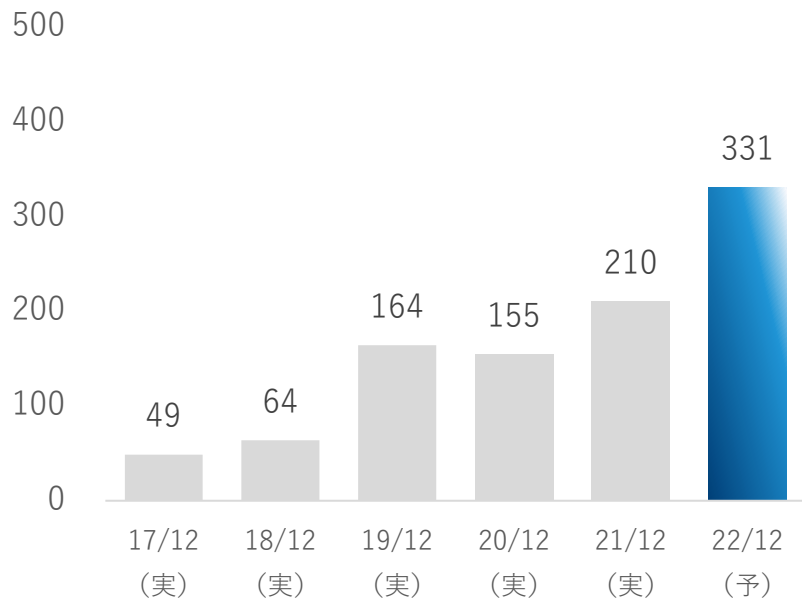


(注) 期初業績予想：2021年9月28日公表の2021年12月期業績予想

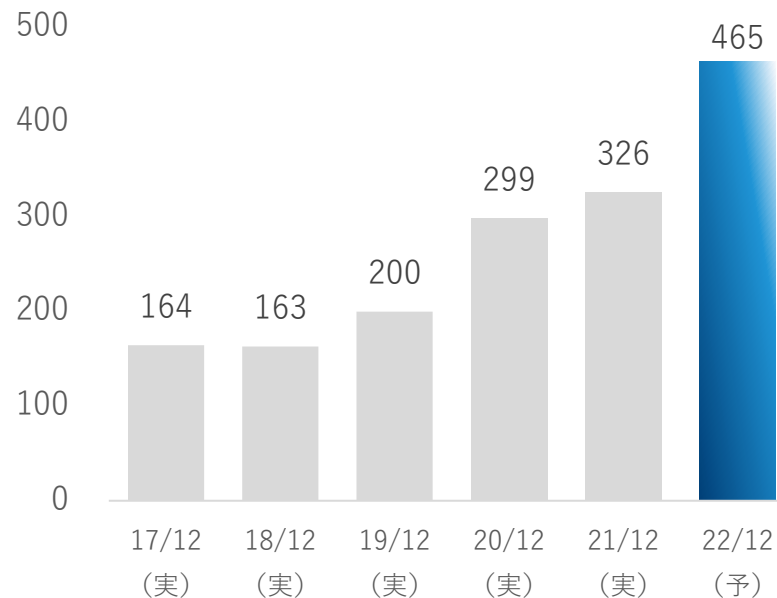
# 2022年の費用について

## 中期経営目標に向けた初年度としての費用投下方針は以下の通り

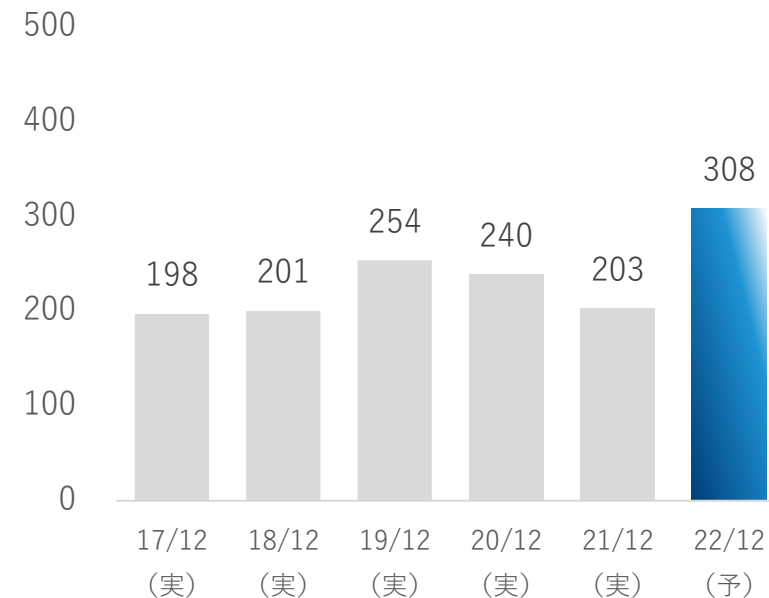
### 広告宣伝費



### 給与手当



### 開発費



- アカウント数拡大のための広告宣伝費を一段階増加
- 大規模プロモーションを行うためのテストマーケティング実施

- 大手顧客獲得戦略実現のため、セールスを中心に採用強化
- 中期経営目標達成に必要なハイクラス人材採用の完了

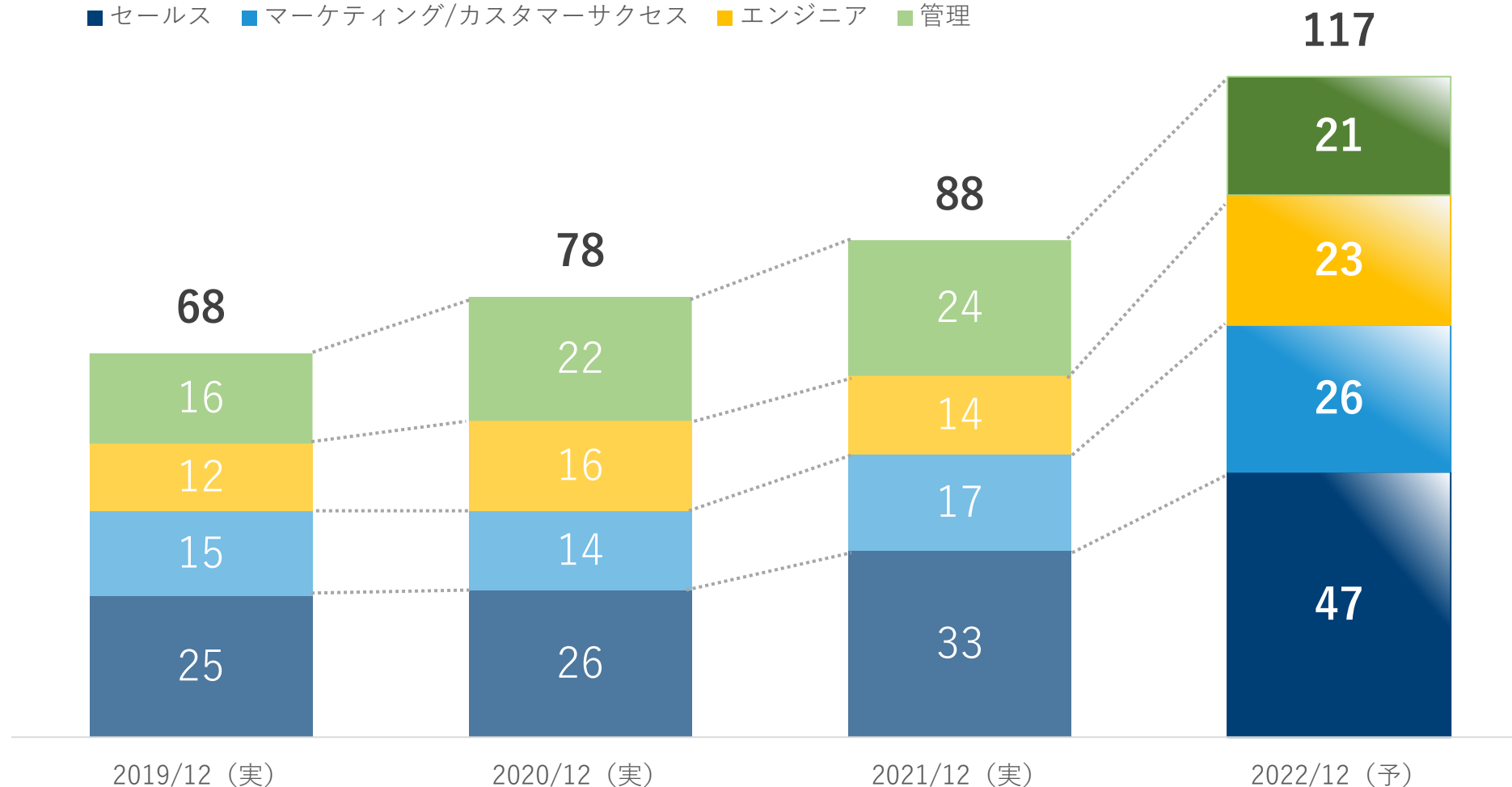
- 大手企業向け機能、及び提供可能な業務領域の拡張開発に着手
- 第3・第4の事業展開を見据えた研究開発のための部門を設置



# (参考) 職種別従業員数推移

22年はハイクラス人材やセールスを中心に採用を強化

■ セールス ■ マーケティング/カスタマーサクセス ■ エンジニア ■ 管理



(注) 従業員数は就業人員であります、(アルバイト・パートタイマーを含み、派遣社員、業務委託を除く。)

# 04-1

2022年12月期 通期業績予想（補足説明）

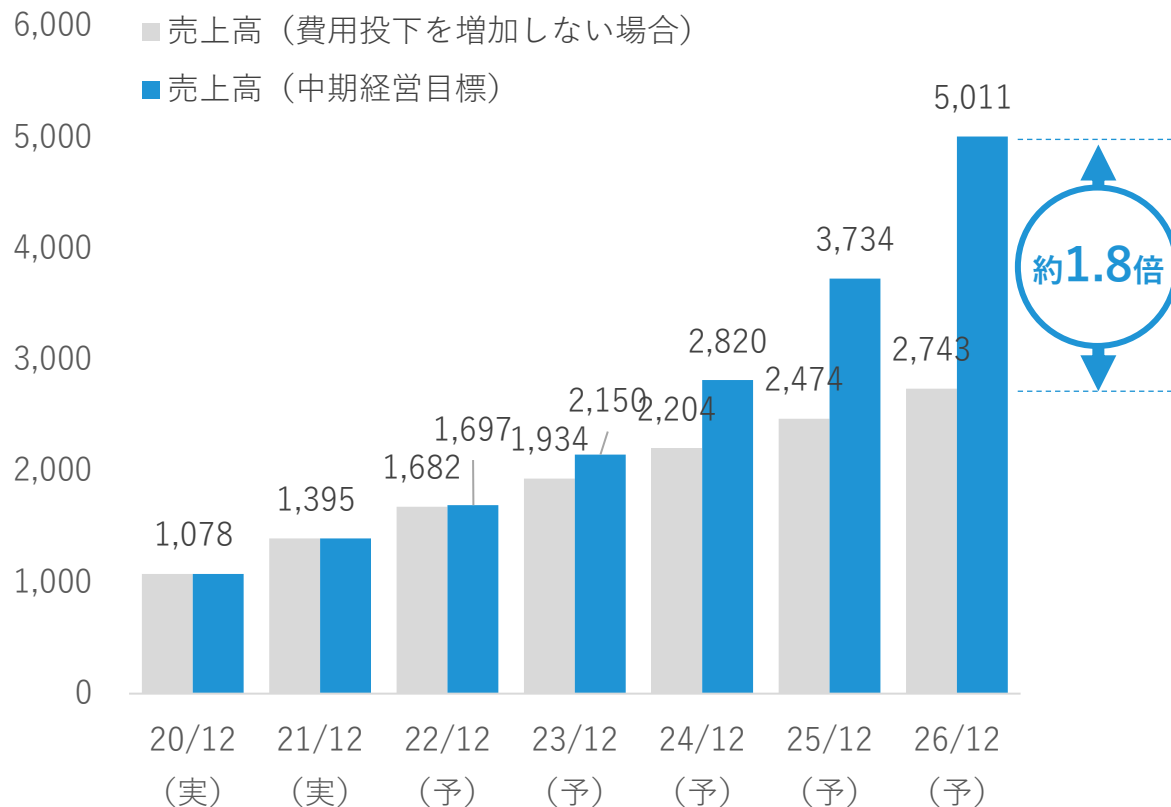
2022年営業利益をなぜ赤字にするのか？

# 中長期的な売上高/営業利益の成長角度を高めるため

- 以下の図は、22年以降の費用投下を増加する場合としない場合の比較であり、増加する場合は、しない場合に対して26年時点で約2倍の売上高/営業利益となり、その後も高成長を続ける
- 将来の株主還元最大化を最重要課題であると考え、経営判断を行う

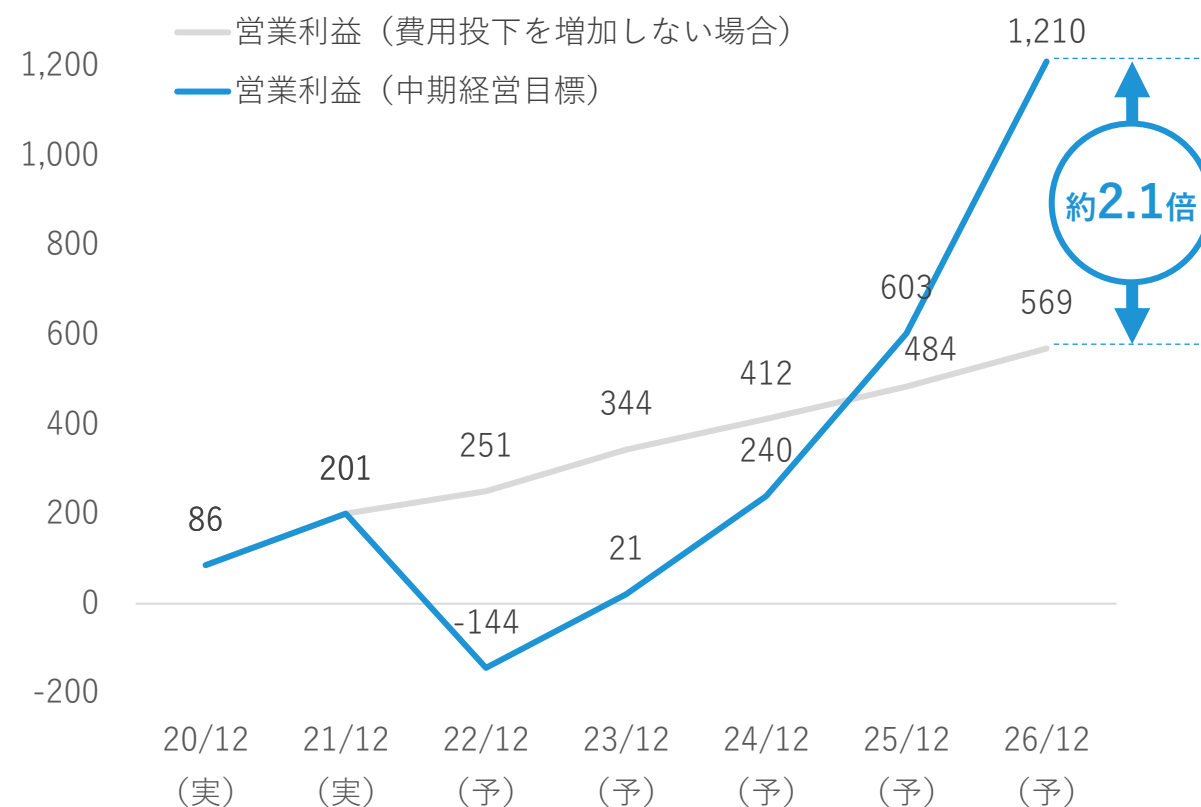
売上高シミュレーション

(売上高/単位：百万円)



営業利益シミュレーション

(営業利益/単位：百万円)



(注) 2022年12月期売上高及び営業利益は業績予想レンジの中央値を記載

# 04-2

2022年12月期 通期業績予想（補足説明）

なぜ費用投下を行うのが今なのか？

以下の理由により、このタイミングで上場時の調達資金の投下を行うべきだと考える

## なぜ今プロモーションを強化するのか

2023年10月のインボイス制度施行に向けた電子インボイス普及によるマクロ環境の後押しを受けたタイミングで請求管理ロボの認知拡大やセールス強化を行うことで、大幅なアカウント数拡大が見込めるため

## なぜ今採用を強化するのか

上場による知名度向上によって、応募数増加や選考通過率/内定承諾率向上など、採用への好影響が出ており、費用対効果が高い状態で採用活動が行えるため

## なぜ今プロダクト開発を強化するのか

上記マクロ環境の変化を受け、大手企業がいち早く請求書電子化を検討開始することが見込まれるので、急ぎ大手顧客向けのカスタマイズ性が高いプロダクト/業務領域を拡張する機能の開発に着手するため

# 04-3

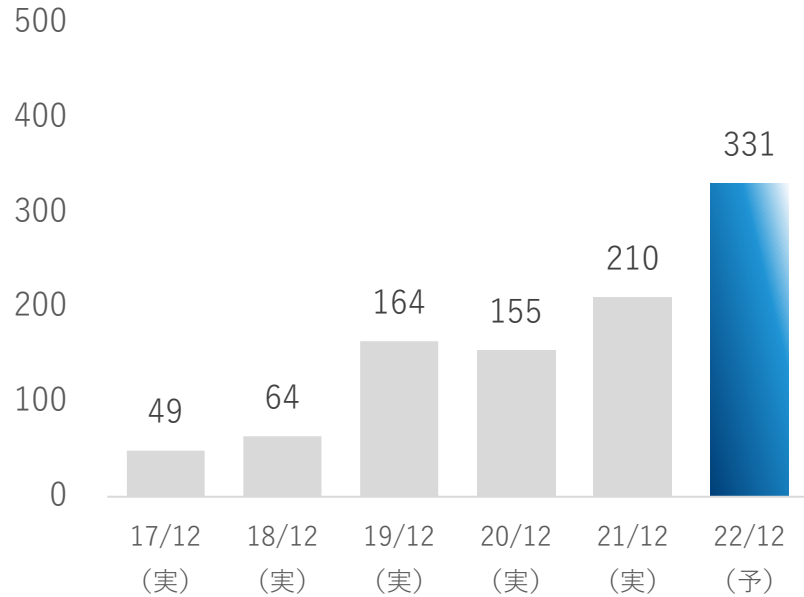
2022年12月期 通期業績予想（補足説明）

具体的に、どのような費用投下を行うのか？

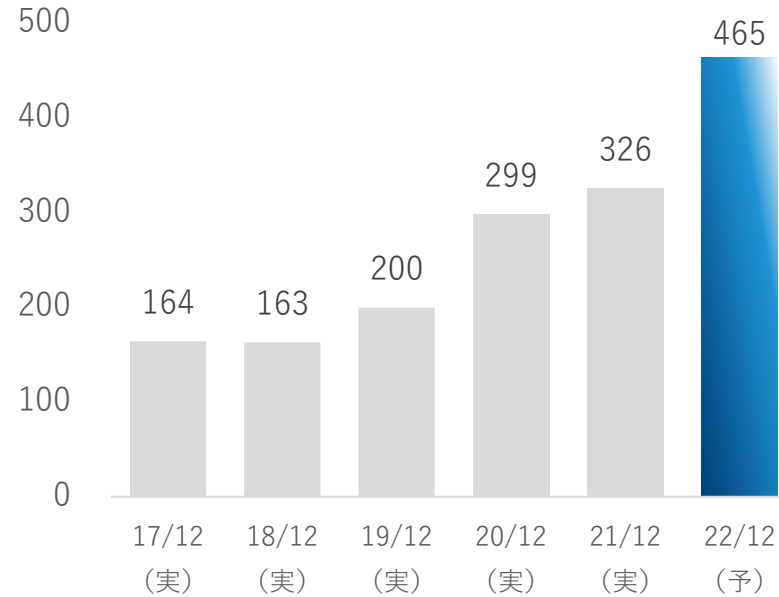
# 2022年の費用について（再掲）

中期経営目標に向けた初年度としての費用投下方針は以下の通り

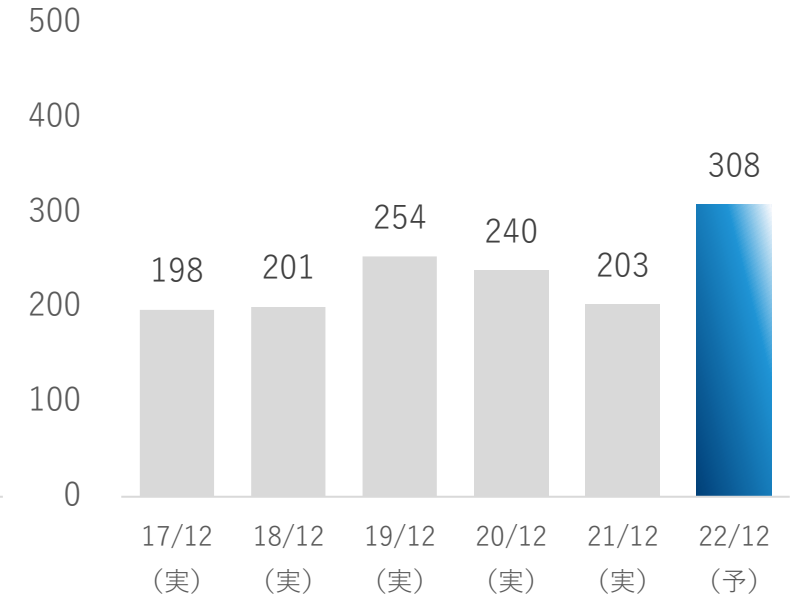
## 広告宣伝費



## 給与手当



## 開発費



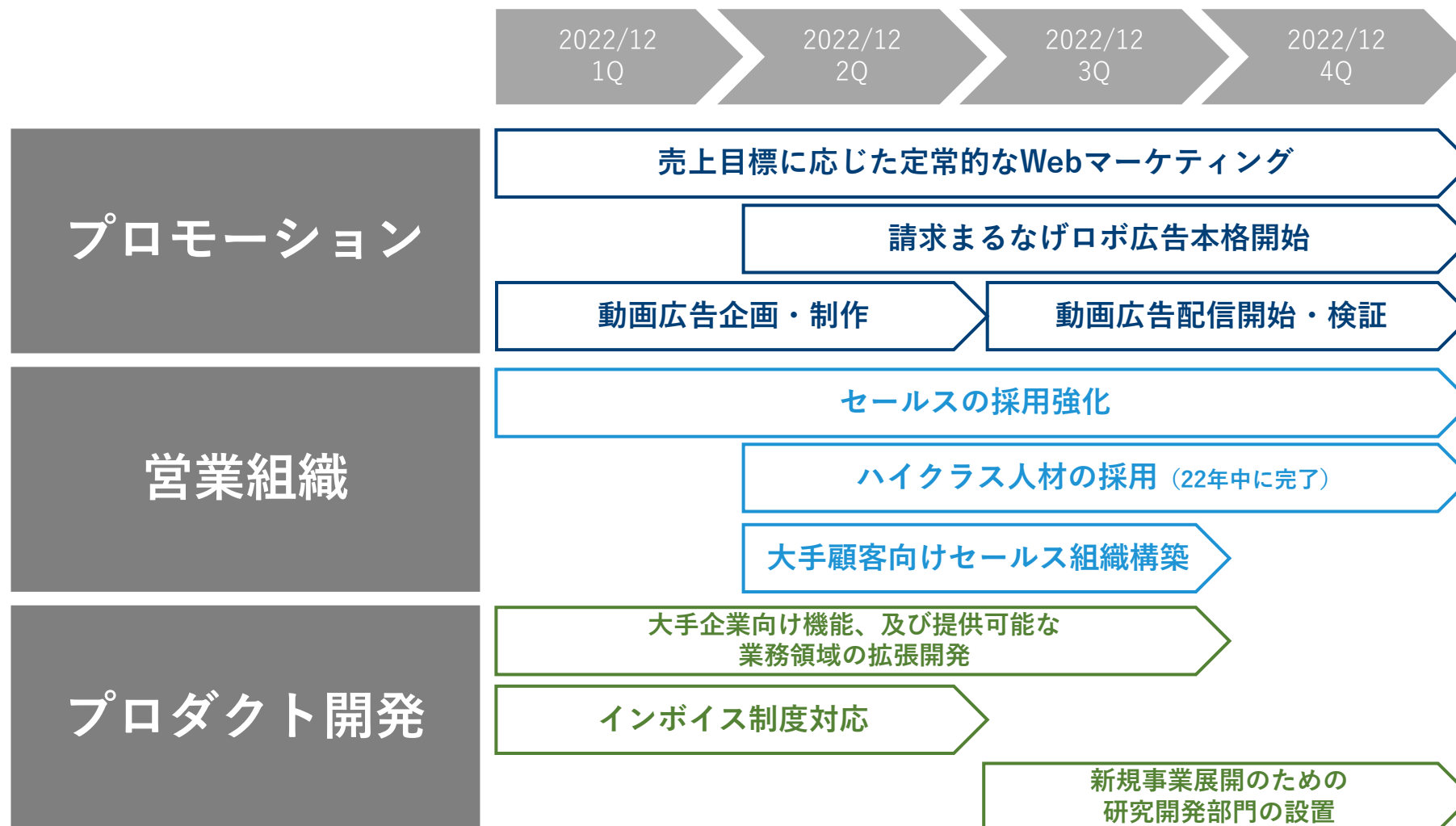
- アカウント数拡大のための広告宣伝費を一段階増加
- 大規模プロモーションを行うためのテストマーケティング実施

- 大手顧客獲得戦略実現のため、セールスを中心に採用強化
- 中期経営目標達成に必要なハイクラス人材採用の完了

- 大手企業向け機能、及び提供可能な業務領域の拡張開発に着手
- 第3・第4の事業展開を見据えた研究開発のための部門を設置

# 2022年以降の費用投下計画

中期経営目標達成に向けた準備を行うため、具体的に以下の費用/時期を計画





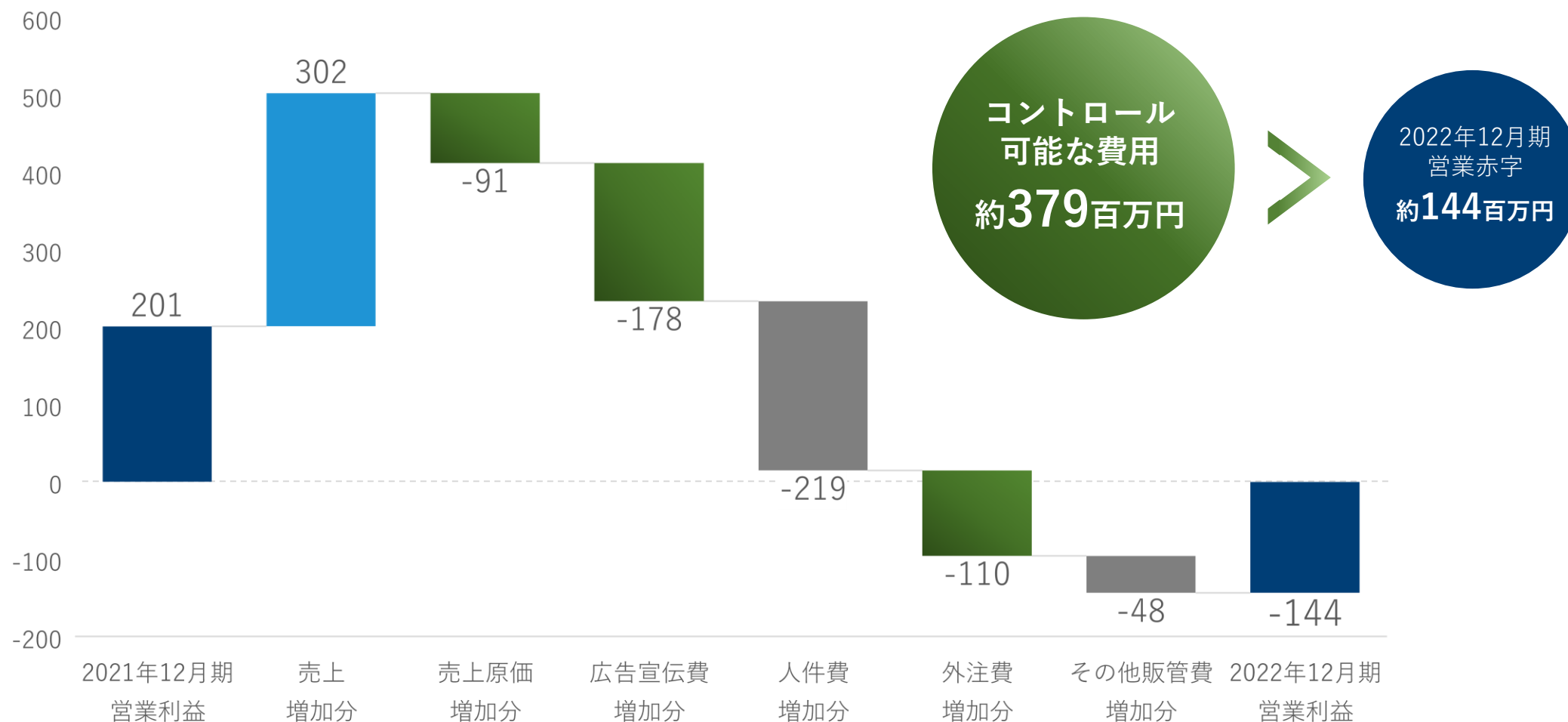
# 04-4

2022年12月期 通期業績予想（補足説明）

構造的な営業赤字になっているのではないか？

# 22年12月期 営業利益増減要因

営業赤字が継続する構造にはなっておらず、コントロール可能な費用のみを増加させているため、いつでも黒字化できる収益構造となっている



(注) 2022年12月期売上高及び営業利益は業績予想レンジの中央値を記載

# 04-5

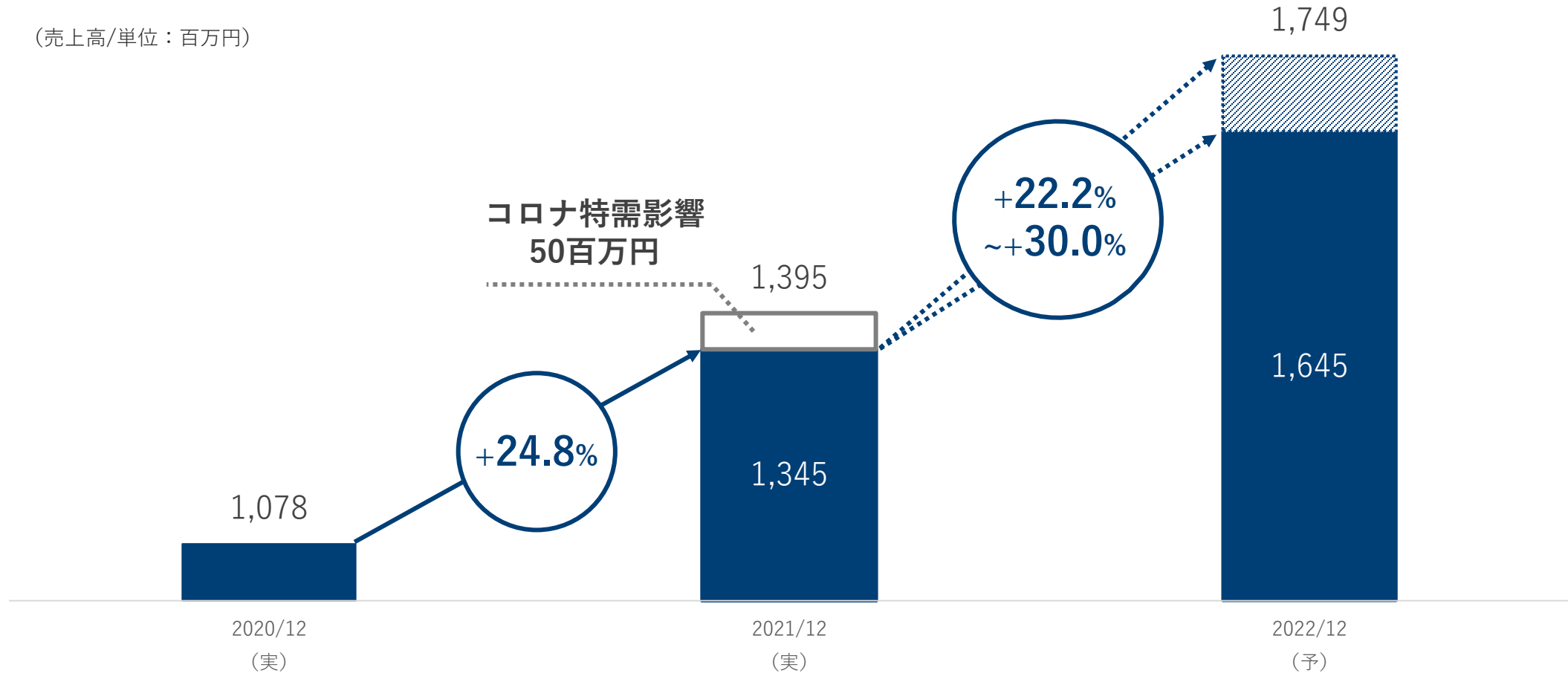
## 2022年12月期 通期業績予想（補足説明）

2022年に営業赤字になる程の費用投下を行うのに、  
なぜ売上高成長率が昨年より低いのか？

# 特需影響を除くと全社売上高成長率は順調に推移

- 21年売上高は、スプレッド収益のコロナ特需影響により、約50百万円上振れた
- 特需影響を除くと、21年の売上高成長率は+24.8%となり、22年は+26.2%(業績予想中央値)の成長見込みとなるため、21年と同程度の水準となっている

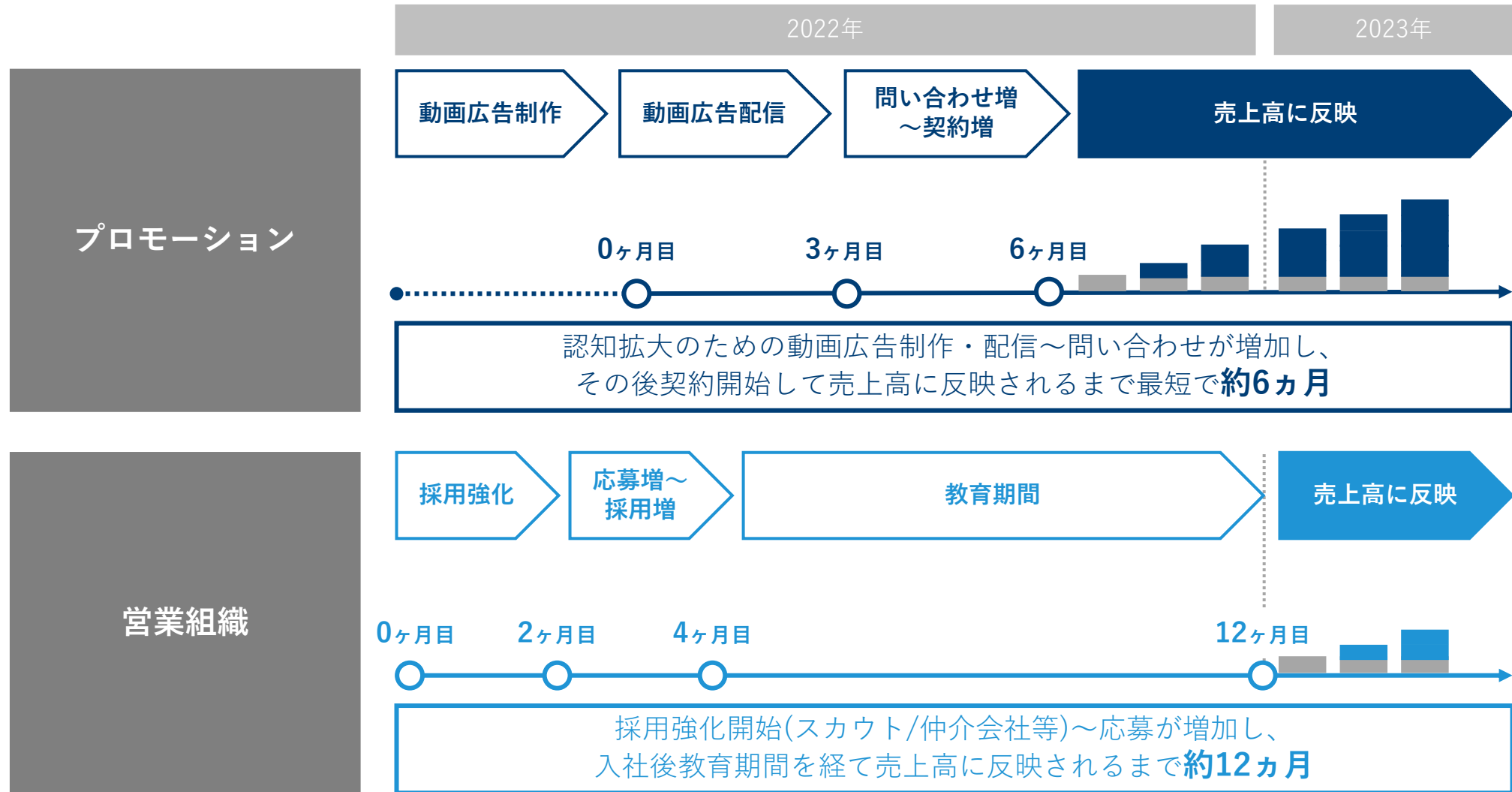
(売上高/単位：百万円)



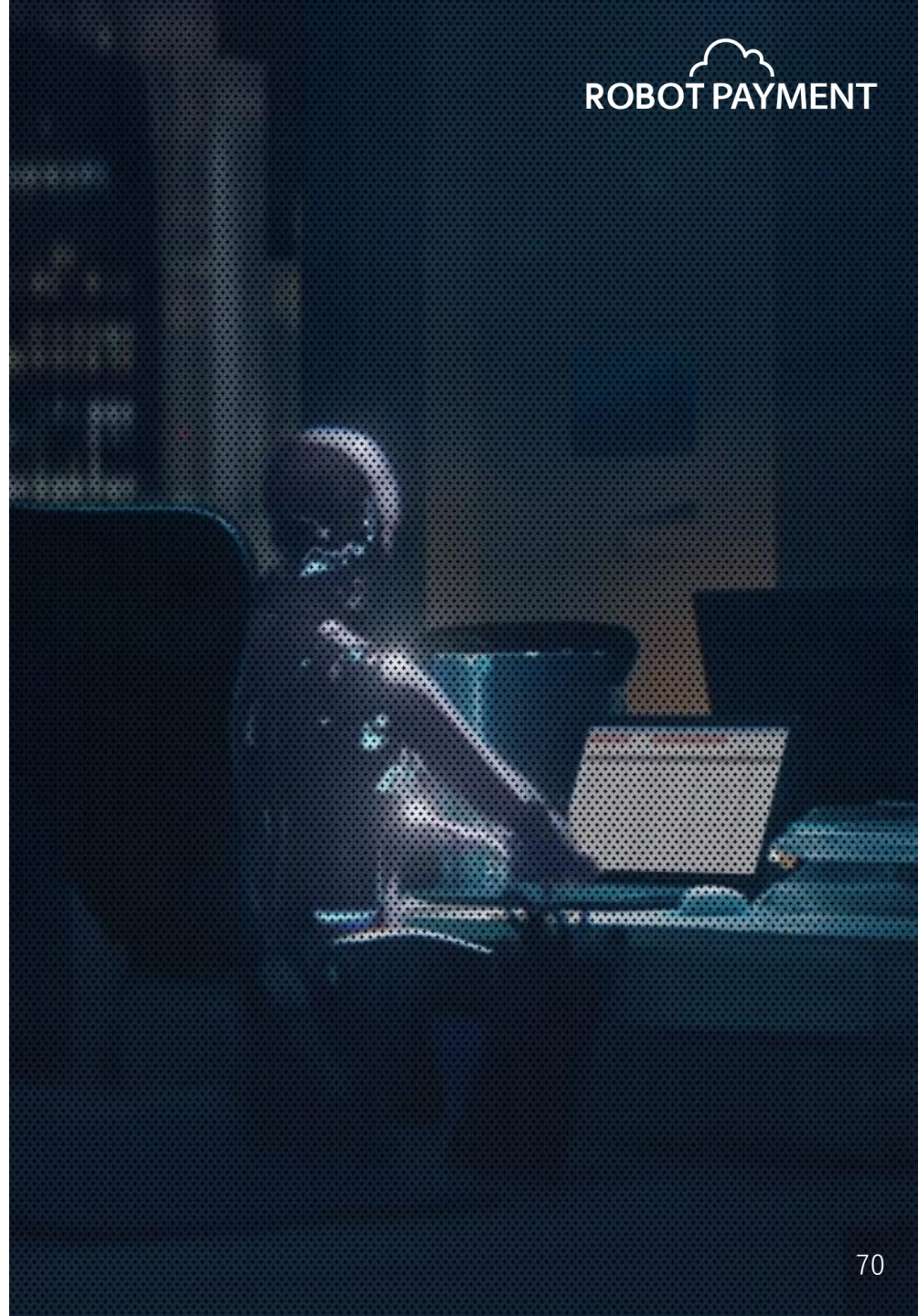
(注) 2021年9月28日公表の2021年12月期業績予想と比較

# 22年投下費用の売上高成長への寄与タイミング

22年の費用投下は一定期間を経て売上高成長に反映されるため、23年以降の成長に寄与



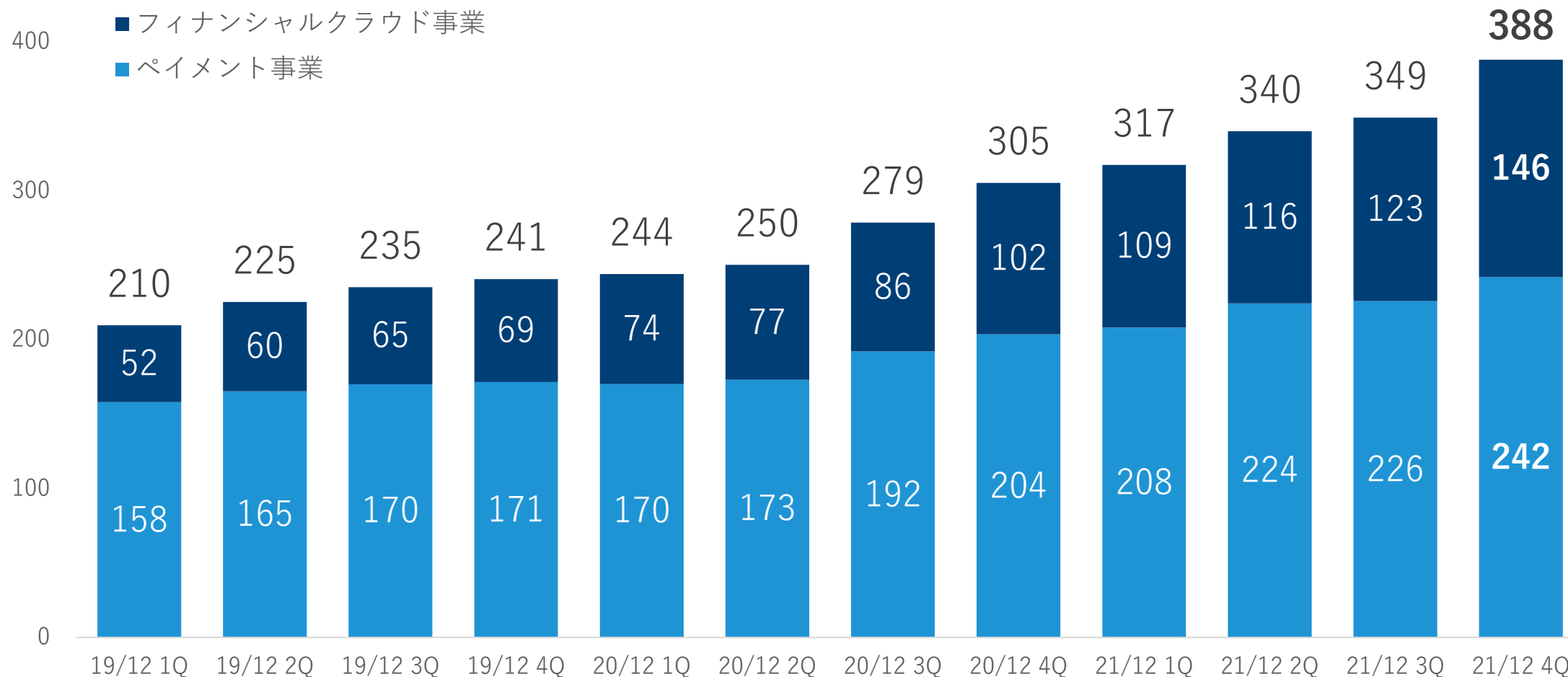
# 05 | 補足資料



# 四半期別売上高推移

## 顧客単価向上、アカウント数の拡大により成長が加速

(売上高/単位：百万円)



(注1) 2019年12月期、2020年12月期の四半期数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

(注2) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2018年3月30日。以下「収益認識会計基準」という。)及び「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号 2018年3月30日)が2018年4月1日以後開始する事業年度の期首から適用可能となったことに伴い、2019年12月期の期首から収益認識会計基準等を適用しております。

# 貸借対照表

(単位：百万円)	2020年12月期 会計期間末	2021年12月期 会計期間末	前期比
流動資産	3,311	4,502	+1,191
固定資産	433	414	△19
<b>資産合計</b>	<b>3,743</b>	<b>4,916</b>	<b>+1,172</b>
流動負債	3,405	4,276	+871
固定負債	71	49	△22
<b>負債合計</b>	<b>3,475</b>	<b>4,325</b>	<b>+850</b>
株主資本	186	566	+380
その他	82	24	△58
<b>純資産合計</b>	<b>268</b>	<b>590</b>	<b>+323</b>

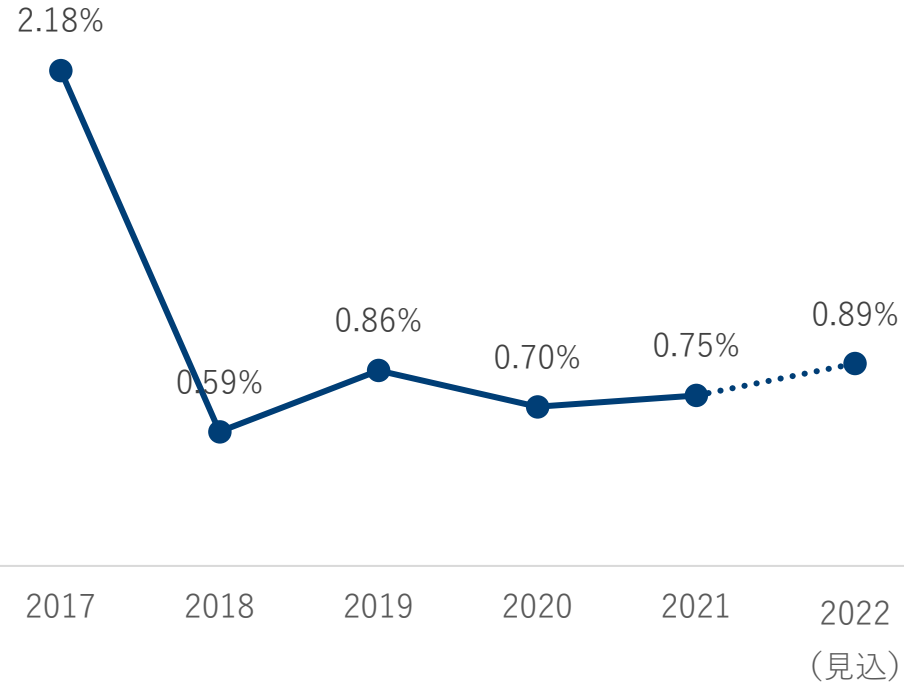


# キャッシュフロー計算書

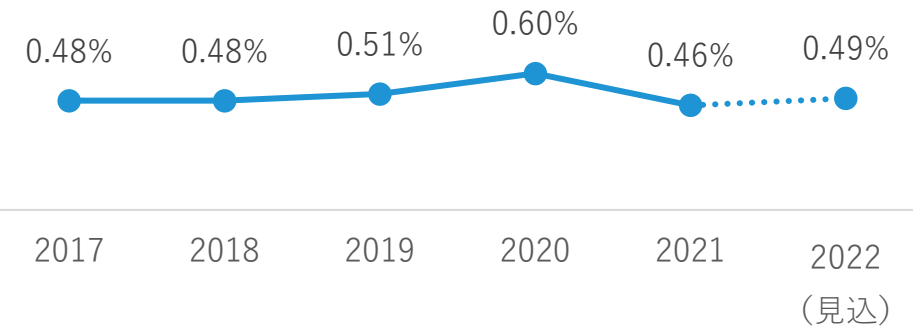
(単位：百万円)	2020年12月期 会計期間	2021年12月期 会計期間	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	△876	1,020	+1,896
投資活動によるキャッシュ・フロー	△147	△114	+33
財務活動によるキャッシュ・フロー	10	185	+175
現金及び現金同等物の期首残高	3,490	2,476	△1,014
現金及び現金同等物の期末残高	2,476	3,567	+1,091

# 低い解約率水準

請求管理ロボ



サブスクペイ



下記の2つの要因で、顧客企業の切り替えにかかるコスト負担や、切り替え時のシステムトラブルリスクが高いため、他社へ切り替える可能性が著しく低く、解約率が低く抑えられている

- ① 顧客企業の決済を行い、お金に関するデータを扱っているため
- ② 当社システムが顧客企業の業務フローにおける前後のシステムと強固に連携しているため

1

唯一の自社保有  
決済システム連携

決済事業者との契約、  
システム連携の代行

- 決済手段毎の契約や、請求管理ロボとのシステム連携を当社が代行
- サポートが1社で完結するため、利用者は当社に連絡するだけで解決

複数の決済手段の一元管理

- クレジットカード/口座振替/銀行振込/コンビニ決済などの複数の決済手段を利用でき、管理画面で一括管理が可能

請求業務を代行する  
「まるなげオプション」を追加可能

- 請求管理ロボに決済手段としてのまるなげオプションも追加可能
- 与信から請求書発行、集金/消込、債権督促までの請求管理業務全てを代行

2

サブスク事業者に選ばれる  
多彩な機能

サブスクリプション課金エンジン

- 予め設定した日付に毎月発生する請求書を自動で発行して送付

多様な課金体系の請求に対応

- サブスクビジネスに特有なスポット/従量/定額課金を1つの請求書に合算し請求書を作成

年間一括払いの前受金管理機能

- SaaSなどで特有な年間一括の前受金管理ができる上に、毎月取り崩しを行い仕訳データを作成

未収金の自動翌月繰越

- 未収金や振込手数料の差額が発生した際、翌月に自動的に繰越し、請求書を作成

3

大手の複雑なニーズに応えた  
カスタマイズが可能



- Salesforce®ユーザー向けに「請求管理ロボ for Salesforce」を提供
- Salesforce®の持つ高いカスタマイズ性を活用し、大手の複雑なシステム要件に対応可能

# 請求管理ロボの導入企業（一部）

毎月請求が発生するサブスクリプション型ビジネスモデルの企業が多く利用

## SaaS・クラウドサービス



## メディア・広告



## BtoCサービス



## その他



## コンサルティング・アドバイザリー



## システム・インフラ



## 法整備や社会課題が経理のDXツール推進を後押し 関連法制度に適切に対応することで、アカウント数拡大を促進していく

2022年1月

電子帳簿保存法改正

法律の改正により、「電磁的記録による保存」「スキャナ保存」については、導入時の事前承認制度の廃止やシステム要件の緩和が行われた。今回の改正に伴い、企業規模に関わらず請求書の電子化がより一層進むことが想定される。

2023年10月

インボイス制度

適格請求書等保存方式（インボイス制度）が開始され、仕入税額控除のための必須要件として適格請求書（インボイス）での保存が義務付けられる。そのため、請求書を紙で保管する場合には、仕入税額控除申告のために膨大な量の請求書の照合作業が発生することから、業務負荷軽減・煩雑な照合作業削減のための電子インボイス（電子でのデータ保存）普及が加速。

2025年の崖

経済産業省DXレポート

経済産業省が報告したレポートによると、約8割の企業がレガシーシステムを抱えており、DX化の足かせとなっている。経済産業省は、DX化の遅れに起因する機会損失によって、2025年～2030年の間に国内で最大12兆円/年の損失が発生すると試算。国としてこの問題の対策が急務となっている。

# 請求管理ロボのターゲット市場①

BtoBにおける決済取扱高・請求件数ともに大きなポテンシャルを持つ

請求管理ロボ

請求まるなげロボ

BtoB決済市場

約**334兆円**

(2020年)

当社の  
請求金額  
約**3000億円**

※2021年実績

シェア  
**0.09%**

請求管理ロボ

国内総請求件数 (推定)

約**71億3100万件**

(2020年)

当社の  
請求件数  
約**190万件**

※2021年実績

シェア  
**0.03%**

国内企業における開拓の余地はまだあり、とくに大手企業に注力

請求管理ロボ

請求まるなげロボ

国内企業数（従業員10名以上）

約**120**万社（2018年）

当社の  
契約AC数  
約**560**AC

※2021年実績

シェア  
0.05%

1

サブスク管理を  
すぐに始められるSaaS

顧客管理データベース

- セキュアな環境で、利用企業に合わせた顧客情報の取得/保管が可能
- 決済と連動し、決済データを紐づけたワンストップの顧客管理が可能

すぐに利用できるマイページ/  
Webフォーム

- 自由にカスタマイズ可能なマイページや決済フォームをすぐに利用可能
- サブスクビジネスに必要な顧客情報を会員側でいつでも登録・変更可能

高いカスタマイズ性

- 大手顧客の複雑な要件やカスタマイズに対応したAPI提供

2

顧客管理と連動した  
決済機能

決済事業者との契約、  
システム連携の代行

- 決済手段毎の契約や、決済システムとの連携を当社が代行
- 会員からの問い合わせを当社が代行
- サポートが1社で完結するため、会員は当社に連絡するだけで解決

サブスク事業に必要とされる  
多彩な決済提供

- 各種金融機関と連携し、クレジットカードや口座振替など多彩な決済機能を提供
- 顧客情報/決済情報が1つの画面で管理
- 商品ごとの金額や課金周期、課金回数、課金日等のルール設定が可能であり、サブスクビジネス特有の複数の課金体系の組み合わせにも柔軟に対応



# サブスクペイの導入企業（一部）

各社のサブスクリプション型サービスで利用

インターネットサービス・コンテンツ

Toysub!

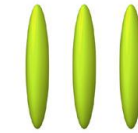
CrowdWorks

PRESIDENT Inc.

KADOKAWA

メディア・広告

産経新聞社



Hakuhodo DY  
media partners

毎日新聞社

LIVESENSE

教育

Gakken

CA Tech Kids

レンタル

島村楽器

BUFFALO

寄付

日本赤十字社 宮城県支部  
Japanese Red Cross Society

THE BIG  
ISSUE  
JAPAN FOUNDATION  
ビッグイシュー基金

大阪大学  
OSAKA UNIVERSITY

その他

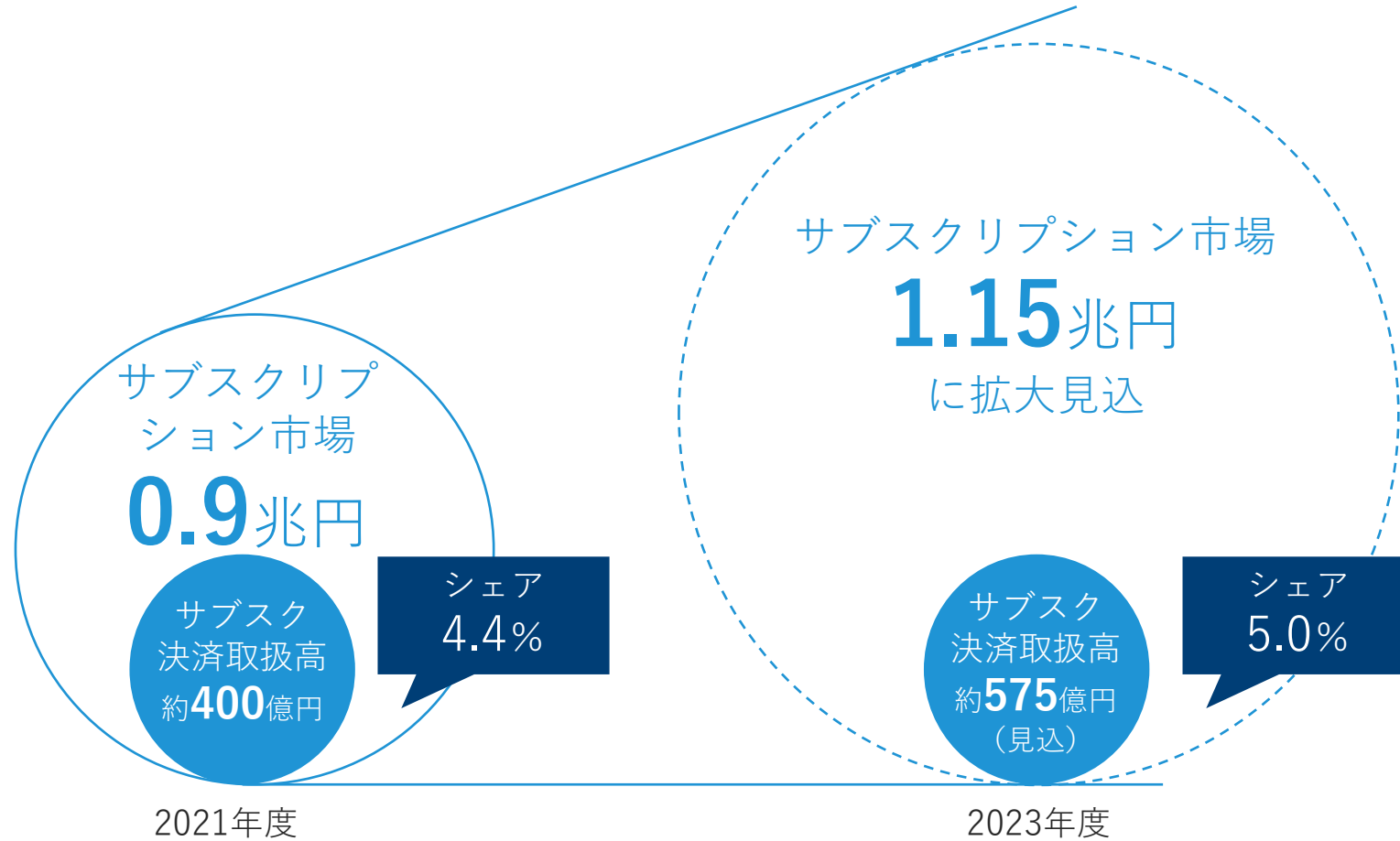
SAPPORO 乾杯を  
もっとおいしく。

DHOLIC

Sound Fun!

# サブスクペイのターゲット市場

サブスクリプション市場は1兆円以上に拡大する想定であり高い成長が見込まれる



(注) 2021年4月発表の矢野経済研究所「サブスクリプションサービス市場に関する調査(2021年)」より。  
(エンドユーザー(消費者)支払額ベースであり、衣料品レンタル・食品の定期宅配サービス等含む7市場の合計)

## 高い参入障壁：クレジットカード会社との包括加盟店契約を結ぶことは非常に困難

包括加盟店契約の締結を行うには、以下の5つの実績を積み、クレジットカード会社が認める基準に達しない限り、契約の締結は不可能（包括加盟店契約締結までに通常3~5年要する）。



ゲートウェイ  
システムの構築

- 各決済事業者とのシステム接続（例：クレジットカード決済の場合、「CAFIS」「JCN」等のカード決済センターとの繋ぎこみ）
- 加盟店が利用する決済管理画面/決済フォーム/売上集計画面/精算システム等の構築（とくに精算システムは、各決済事業者毎に締め日・入金日が異なり、弊社と加盟店間でも様々な締め日・支払サイクルが存在するため、複雑なシステム設計となる）



24時間体制の  
システム保守

- サービスの安定稼働が提供価値となるため、24時間365日稼働の高い水準でのシステム保守対応が求められる
- プログラム、ネットワーク、ロケーションなどに障害が発生した場合にも稼働停止にならないような冗長化したシステムの構築
- 万が一障害が発生した場合、瞬時に検知できるアラート機能や障害対応体制フローの整備



セキュリティ対応

- クレジットカード取扱基準であるPCI DSSに準拠した最高レベルのシステムの構築
- 個人情報取扱時の対応フローの整備



オペレーション

- 対決済事業者：決済利用内容調査、不正利用対応及び返金作業、加盟店管理体制の整備、各業界ルール変更対応
- 対加盟店：加盟店審査、加盟店側システムとの接続対応、決済オペレーション（運用方法等）対応、決済内容調査、不正利用対応及び返金作業、精算処理
- 対消費者：決済利用状況確認などの問い合わせ対応



法律や業界ルール  
への対応

- 経済産業省、金融庁などの管轄官庁からの依頼対応（例：改正割賦販売法、キャッシュレス事業者対応等）
- 決済事業者でのルール変更（例：不正対策3DS2.0対応、途上管理体制、コンビニ業者、銀行等等統合による対応等）

事業遂行上の主なリスクとそれに伴う影響	発生可能性	影響度	主なリスクに対する対応策
<p><b>新型コロナウイルス感染症について</b></p> <p>現在、業績に大きな影響を与えるような状況は生じておりませんが、感染拡大による経済活動の停滞が長期化することにより日本経済の景気が著しく悪化する可能性があります。その結果、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中	<p>以下のように、顧客への提供価値を下げることなく、従業員とその家族の安全を確保する取り組みを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• テレワーク環境の整備、テレワークや時差出勤の推奨</li> <li>• コロナワクチン接種にかかる特別休暇制度の導入</li> </ul>
<p><b>人材採用について</b></p> <p>当社は、競争力の向上及び今後の事業展開のため、優秀な人材の獲得・定着及び育成が重要であると考えております。しかしながら、優秀な人材の獲得・定着及び育成が計画通りに進まない場合や優秀な人材の社外流出が生じた場合には、競争力の低下や事業規模拡大の制約要因になる可能性があります、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 当社のミッション・ビジョンに共感してもらえる優秀な人材の獲得に向けた積極的な採用活動</li> <li>• 個人のスキルアップ及び定着率向上を目的とした教育プラン/評価制度/働きやすい環境の整備</li> </ul>
<p><b>システムトラブルについて</b></p> <p>自然災害または事故・外部からの不正な手段によるコンピュータへの侵入・コンピュータウイルス・サイバー攻撃や予期せぬ決済事業者のシステムダウン、当社のシステムの欠陥により、当サービスが停止する可能性もあります。このような事象が発生した場合は、損害賠償請求や障害事後対応による機会損失が発生し、さらに当サービスへの信用が失墜することにより、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	大	<p>以下のように、開発体制及び監査体制を強化し、然るべき対応を常に実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 外部・内部からの不正侵入に対するセキュリティ対策</li> <li>• 24時間のシステム監視態勢</li> <li>• システム構成の冗長化</li> <li>• 社内規程の整備運用など</li> </ul>
<p><b>包括加盟店契約について</b></p> <p>当社は、ペイメント事業においてクレジットカード会社と加盟店間の加盟店契約において発生するクレジットカード決済に係る売上承認請求業務及び売上請求業務等を事務代行するために、必要な提携契約を各クレジットカード会社と締結しております。万が一、主要なクレジットカード会社から契約解除の申し出や条件変更等の接続制限がなされた場合は、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	大	<p>主要なクレジットカード会社との連携を重視し、強固な関係を構築。</p>

## 指名・報酬諮問委員会について

当社は取締役の選解任及びその報酬等について、客観性・透明性を高めるべく指名・報酬諮問委員会を設置しております。当委員会は取締役会の諮問機関として位置付けられております。現在当委員会は3名の委員で構成されており、うち2名の委員は独立社外取締役で構成されております。

## 社外役員について

当社は現在常勤監査役1名を含む6名の社外役員を選任しております。その内訳は、独立社外取締役として届け出ている社外取締役3名、常勤監査役1名を含む社外監査役3名です。独立社外取締役として届け出ている社外取締役3名はそれぞれ、弁護士資格を有する者、IT業界において社長として経営に携わっていた者、証券会社において投資銀行業務に従事し様々な企業の社外役員を歴任した者であります。

## 女性の活躍促進について

当社は女性の活躍を積極的に促進してまいります。2025年までに女性幹部比率30%達成を掲げ、女性もいきいきと活躍できる社風の醸成を引き続き推進してまいります。

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られ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。