



# 事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社アクリート

証券コード 4395

## 2020年から始まった第二創業期、「アクリート、その先へ」の成長戦略をさらに加速

急速なデジタル社会が進む一方で、コロナ禍などにより、移動・対面コミュニケーションなど、様々な分野で制限・制約が課されるなか、コントロールしきれない様々な制限・制約こそが、ビフォア・コロナの常識に囚われず新たな価値観・生活観と、それを下支えするテクノロジー技術により、2100年を迎えた時に、80年前のコロナウィルス出現が人類のパラダイムシフトの始まりであった、といえるよう、First things first、できることから一歩ずつ利他の心で、確実に歩みを進める絶好の機会と捉えます。

『セキュリティ x コミュニケーション』を軸に、「安心」「安全」「信頼」につながる「リアルな絆」を創り出すサービスを提供しアクリートのビジョン「デジタル社会に、リアルな絆を。」の実現と社会課題の解決に向け、成長を加速してまいります。

## 目次

1. 会社概要
2. ビジネスモデル
3. 市場環境
4. 競争力の源泉
5. 事業計画
6. リスク情報



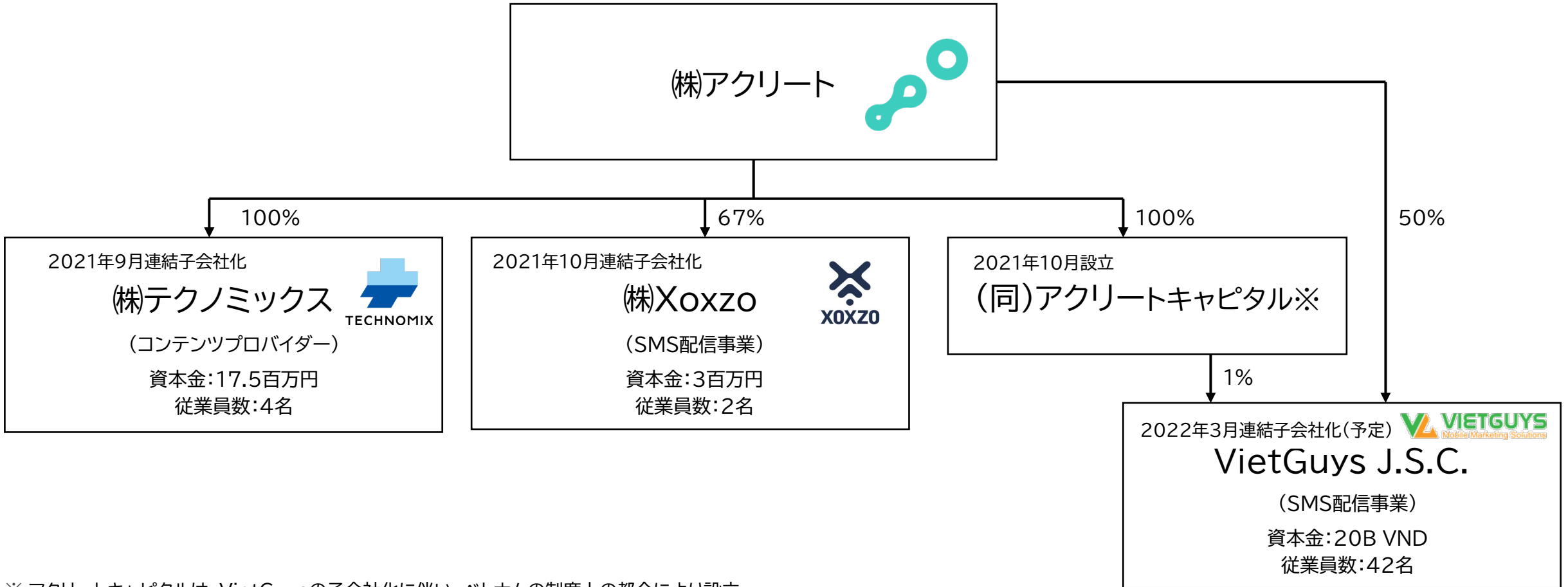
## 会社概要

会社名	株式会社アクリート
設立	2014年5月
所在地	東京都千代田区神田小川町3-28-5 axle御茶ノ水3階
事業内容	A2P-SMS配信サービス事業
資本金	338,105千円 2021年12月末現在
加盟団体	迷惑メール対策推進協議会 フィッシング対策協議会 Japan Anti-Abuse Working Group (JPAAWG) GSM Association(GSMA)
許認可承認等	[電気通信事業] A-18-8646

役員構成	代表取締役社長 田中 優成  専務取締役 池田 祐太  取締役 上川 佳一  取締役 浦田 泰裕  社外取締役 日置 健二  社外取締役 トビー・バートレット  監査役 奥井 武史  社外監査役 金子 和弘(弁護士)  社外監査役 望月 明人
スタッフ数	49名 2021年12月31日現在 (常勤・非常勤役員、パート・派遣社員含む)

## 2021年12月期 第3四半期より連結決算へ移行

● (株)テクノミックス、(株)Xoxzo、(同)アクリートキャピタル、VietGuys J.S.C.はすべて12月決算法人



※ アクリートキャピタルは、VietGuysの子会社化に伴い、ベトナムの制度上の都合により設立。  
原則、VietGuysの株式の保有のみが目的のため、現時点でVietGuysからの配当以外に収益が計上される予定はなし

アクリートは、第二創業期へ。

## VISION

デジタル社会に、リアルな絆を。

## MISSION

コミュニケーションするすべての人に、  
セキュアで最適なプラットフォームを提供する。

「安心」「安全」「信頼」につながる「リアルな絆」を創り出し  
**セキュリティ×コミュニケーション** を軸に  
社会課題の解決に取り組みます。

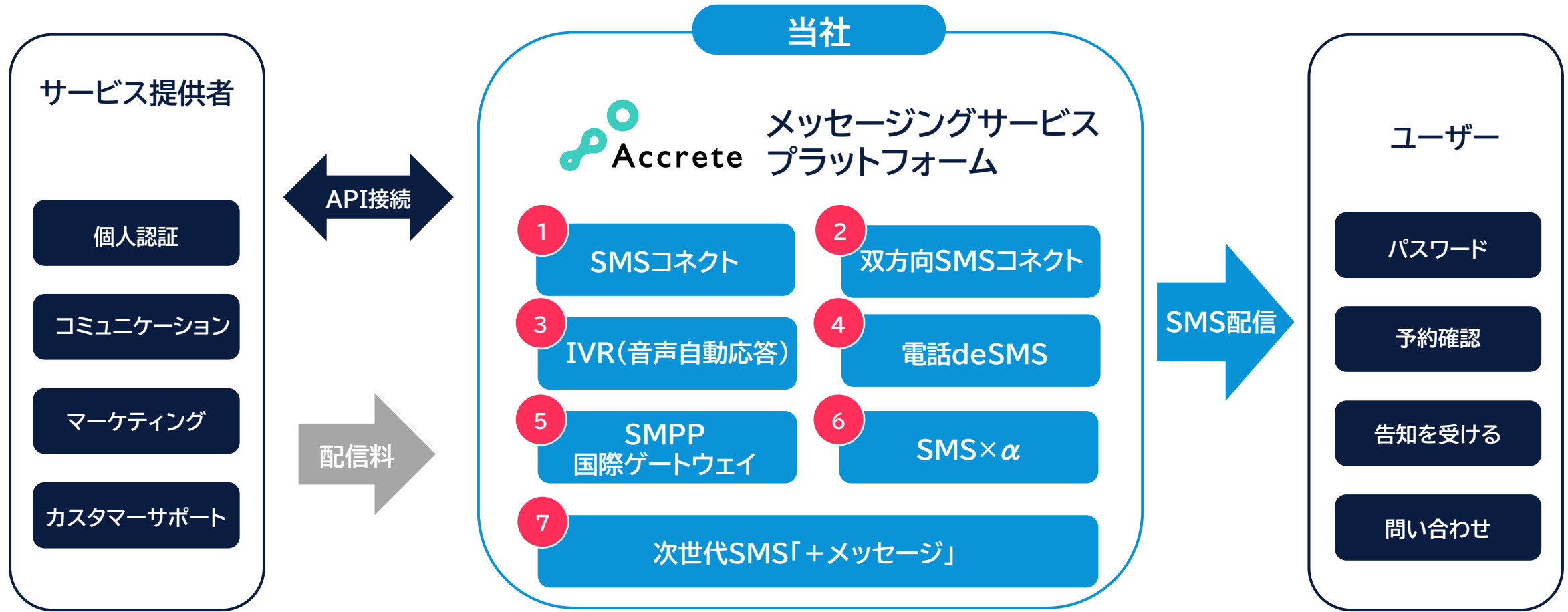
2011	6月	インディゴ株式会社がLINEに日本で初めてのSMSによる個人認証サービスを提供	5月	インディゴ株式会社から会社分割。株式会社アクリートを設立
	7月	個人間SMS(P2P-SMS)の携帯電話事業者相互接続が開始		9月
2014			11月	販社・代理店募集開始
2015	3月	コミュニケーション手段として双方向SMSサービスを開始	12月	東京都世田谷区太子堂に本社移転
2016				
2017	11月	グローバルIT企業によるSMS配信が急増。月間3,000万通を突破		
2018			7月	東証マザーズ市場に上場
	1月	代表取締役交代により、新経営体制スタート		
2019	2月	SMSコネクトグローバルサービス開始		
	3月	地方自治体向けSMS配信プラットフォーム開発に関する業務提携		
	5月	IR-SMS配信サービス開始		
	9月	「アクリートSMS エントリー」サービスを開発		
	12月	NTTドコモの子会社であるMobile Innovation Company Limited (本社タイ王国 バンコク都)と協業し、SMS一斉連絡サービスを開始	2月	3キャリア対応「+メッセージ」配信サービスのトライアル受付開始
2020			7月	飲食店向け顧客管理および予約管理サービス「れすとれ」サービス開始
			8月	東京都千代田区神田小川町「axle御茶ノ水」へ本社移転
			9月	「+メッセージ」公式アカウントサービス「Accrete IR Express」を開始
	3月	総合行政専用ネットワークLGWANでのSMS送信を可能とする「SMSコネクト for LGWAN」の提供を開始		
2021	5月	+メッセージ導入企業向け特設サイト「アクリートポータル」開設		
	8月	ベトナムのSMS配信サービス会社「VietGuys J.S.C.」の株式の51%を取得し子会社化することを決定 Digital Platformer株式会社への出資(マイナー出資)		
	9月	メール配信サービス会社「株式会社テクノミックス」の全株式を取得し子会社化		
	10月	国際網を使用するSMS配信サービス会社「株式会社Xoxzo」の株式67%を取得し子会社化		





# ビジネスモデル

Vision・Missionの実現に向けて当社では  
電話番号を活用した認証・コミュニケーションのメッセージングサービスプラットフォームを展開しております。



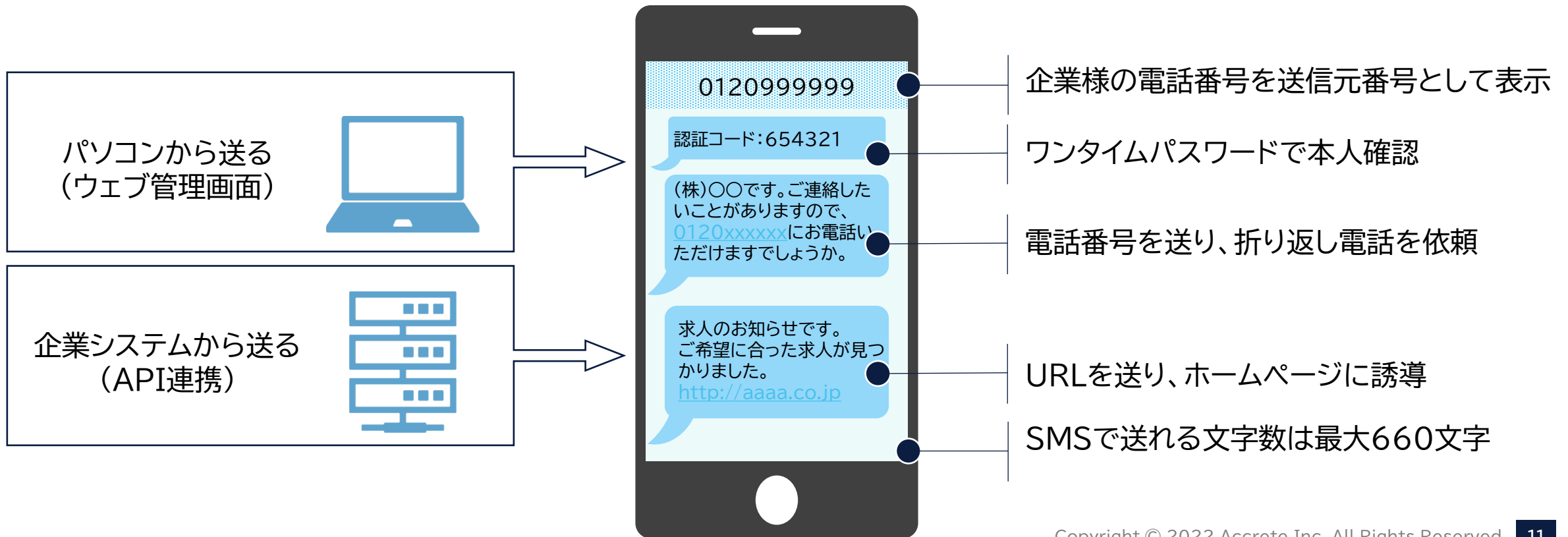
メッセージングサービスプラットフォームを支える

**7**つのサービス

# ビジネスモデル-アクリートSMSとは？(サービスメニュー構成)

携帯電話番号宛にメッセージを一斉送信できるサービスです

主な用途	会員登録時の本人確認	電話を折り返してもらおう	ウェブサイトに誘導する
	会員IDと携帯電話番号を紐づける	届いたことにすぐ気づく	URLを伝えるのが簡単に



## 携帯電話番号を用いて

### 個人認証手段

会員登録

端末変更

パスワード配信

### マーケティング・コミュニケーション手段

採用情報

期限告知

支払督促

予約確認

WEBへの誘導

問合せ対応

### カスタマーサポート分野

コロナ禍による  
コールセンター効率化

## 今後拡大が期待される分野

アプリ等  
ITサービス



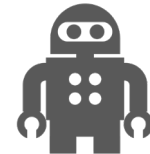
コールセンター



行政機関



業務自動化ロボット  
IoT



金融機関



流通・物流

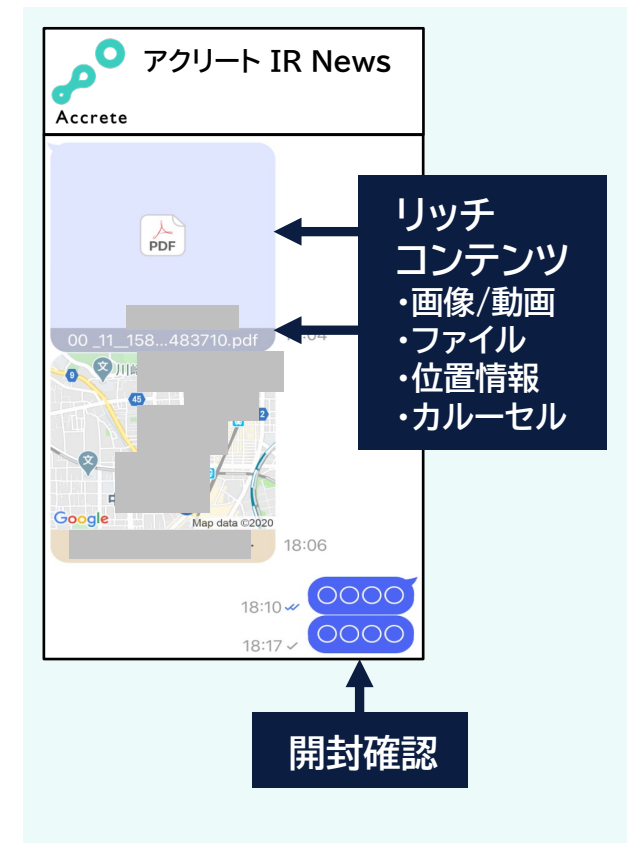
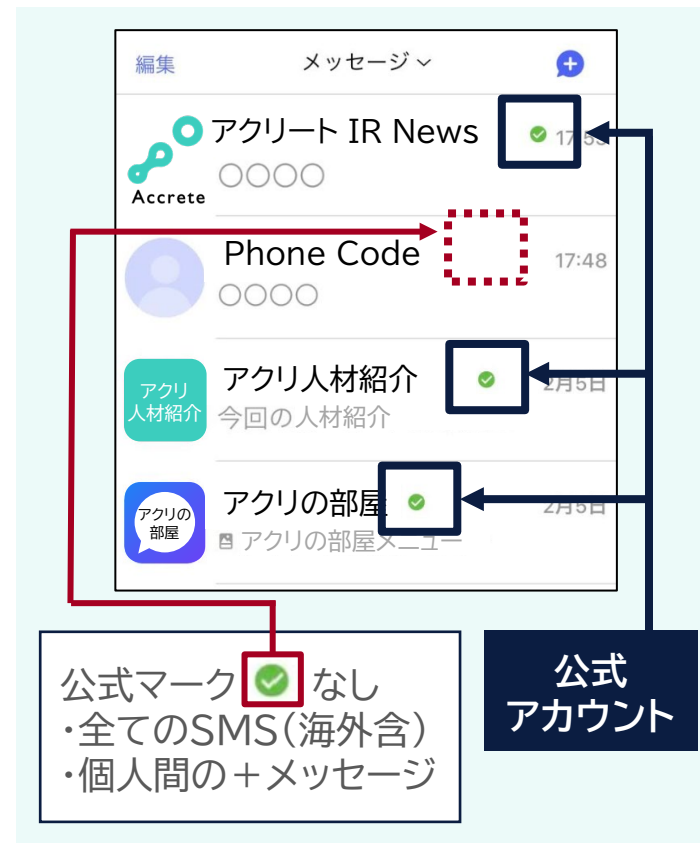


## 方針

1. SMS配信におけるノウハウや顧客企業を+メッセージ(RCS\*)に拡大
2. SMSと+メッセージ(RCS\*)を統合した一元的サービス・APIの提供

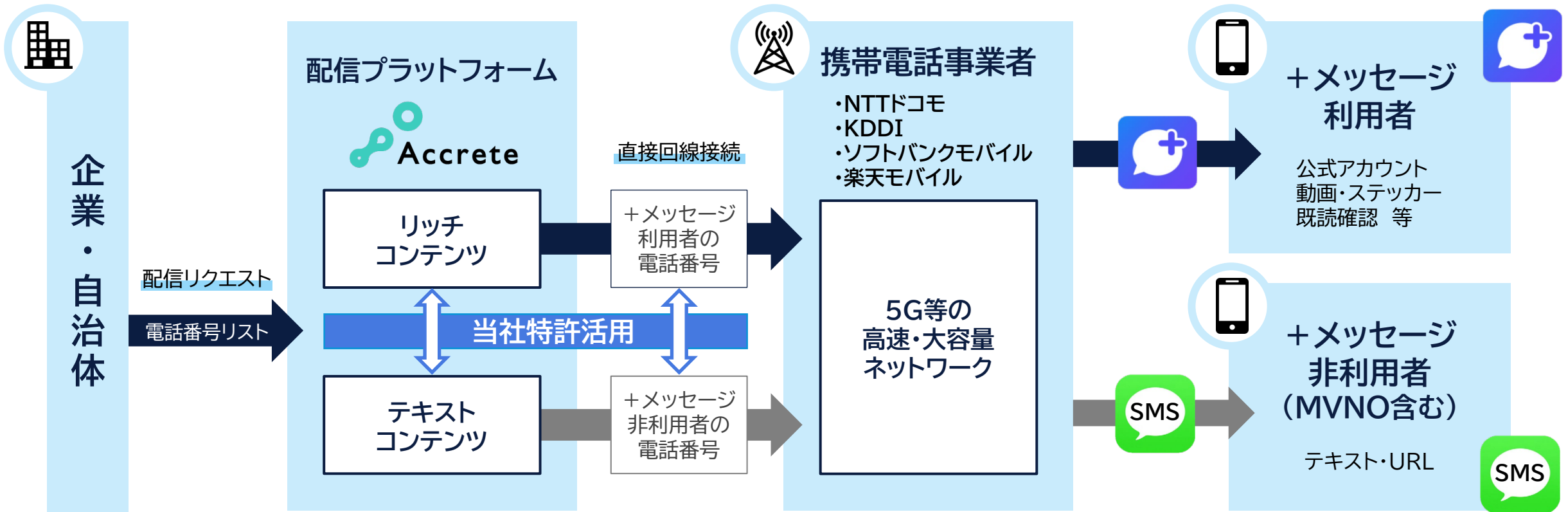
\*リッチコミュニケーションサービス

ユースケース	「+メッセージ」機能	利用企業等の例
個人認証 (アプリ・Web認証)	公式アカウント	銀行、 SNSアプリ
カスタマー サポート	公式アカウント、 リッチコンテンツ	人材紹介、 コールセンター
情報配信 (IR等)	公式アカウント、 リッチコンテンツ	上場企業、店舗
安否確認	公式アカウント、 開封確認	企業、自治体



## NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク各社の3キャリア対応の配信プラットフォーム SMS配信サービス 及び 「+メッセージ」配信サービスを統合

- ・当社配信プラットフォームがリッチコンテンツ(RCS)とテキスト(SMS)を適切に送信
- ・企業等は送信先ユーザが+メッセージを利用できるのか事前把握不要



※特許 第 6590356 号 複数手段へのメッセージ送信

- ・当社による提供開始について携帯各社と準備中
- ・双方向SMSによるコミュニケーションが容易となり、新たな利用用途を期待

## 従来の双方向SMS



企業・自治体



携帯キャリア毎に異なる番号を提供

090-XXXX-XXXX

0009-XXXX

2XXXXXX

NTTドコモ利用の  
個人ユーザー

KDDI利用の  
個人ユーザー

ソフトバンク利用の  
個人ユーザー

## 共通番号の場合



企業・自治体



携帯キャリア共通の番号を提供

10桁以下の数字

NTTドコモ利用の  
個人ユーザー

KDDI利用の  
個人ユーザー

ソフトバンク利用の  
個人ユーザー

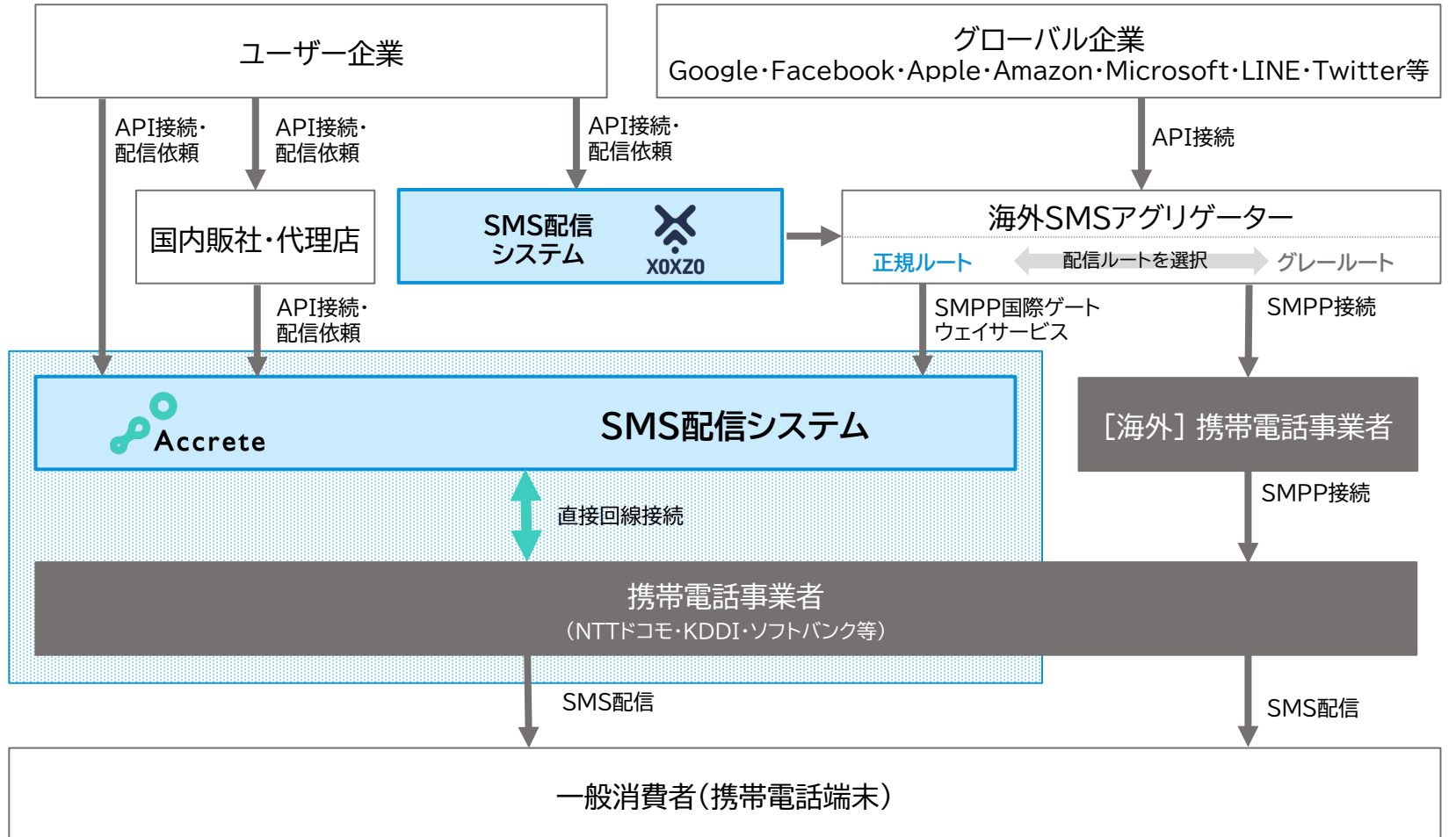
## SMS配信サービス

### 国内配信ルート(国内SMS売上)

携帯電話事業者3社との直接接続による正規ルートの配信で、健全・安心なSMSコンテンツ配信環境を提供

### 海外SMSアグリゲーター(海外SMS売上)

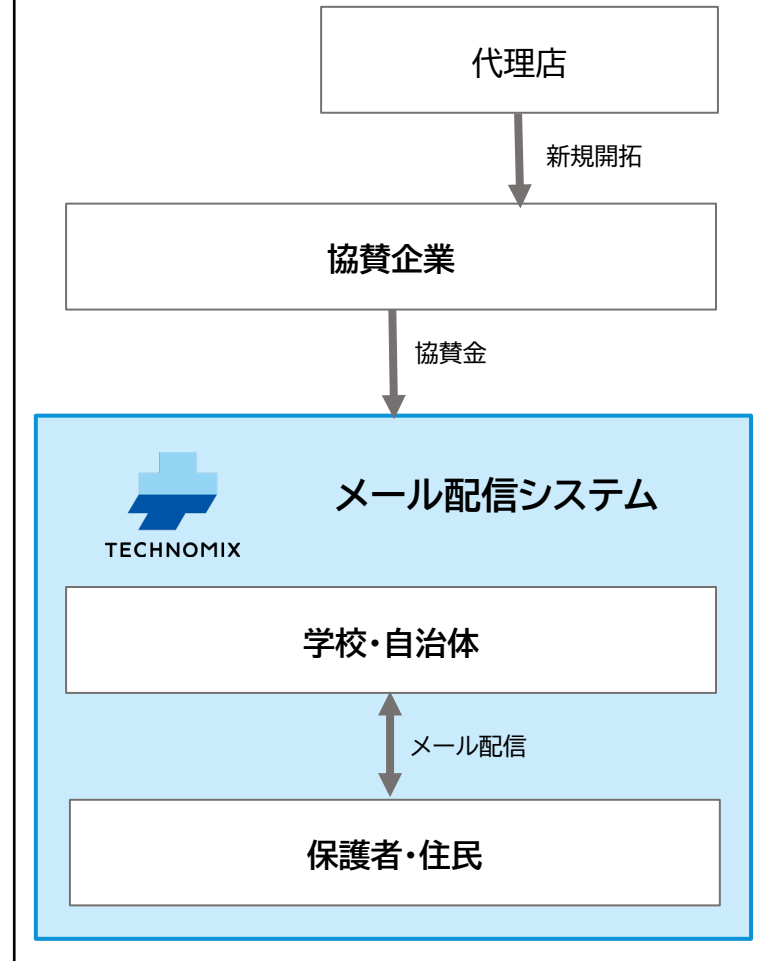
海外SMSアグリゲーターとの接続により、グローバル企業からの国内市場におけるSMS配信サービスを獲得



## メール配信サービス

### 安心メール

メールシステムを使用した学校・保護者間の情報共有をスムーズに行うシステム





## 正規SMS

送信元

国内電話番号

日本の携帯キャリアとの契約に基づく  
正規な配信は下記電話番号を利用

携帯キャリア	送信元番号
NTTドコモ	03/0120/0800/050/0570等 (送信元が保有する番号)
KDDI(au)	
楽天モバイル	
ソフトバンク	2XXXXXX (ショートコード)

(片方向の場合)

携帯キャリアとアクリートが事前審査、  
用途を登録しな~~り~~すまし不可能  
例)個人認証、マーケティング等

対策

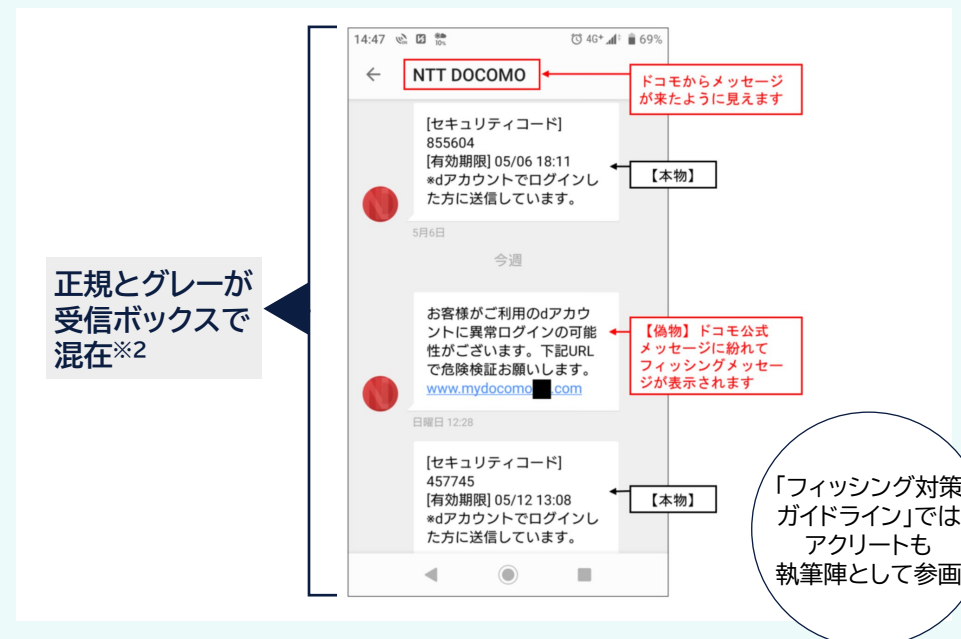
利用する番号、送信内容をウェブサイト等で告知

## 迷惑SMS(グレールート)

送信元

アルファベット

なりすまし可能のため、  
フィッシング対策ガイドライン※1でも利用を**非推奨**

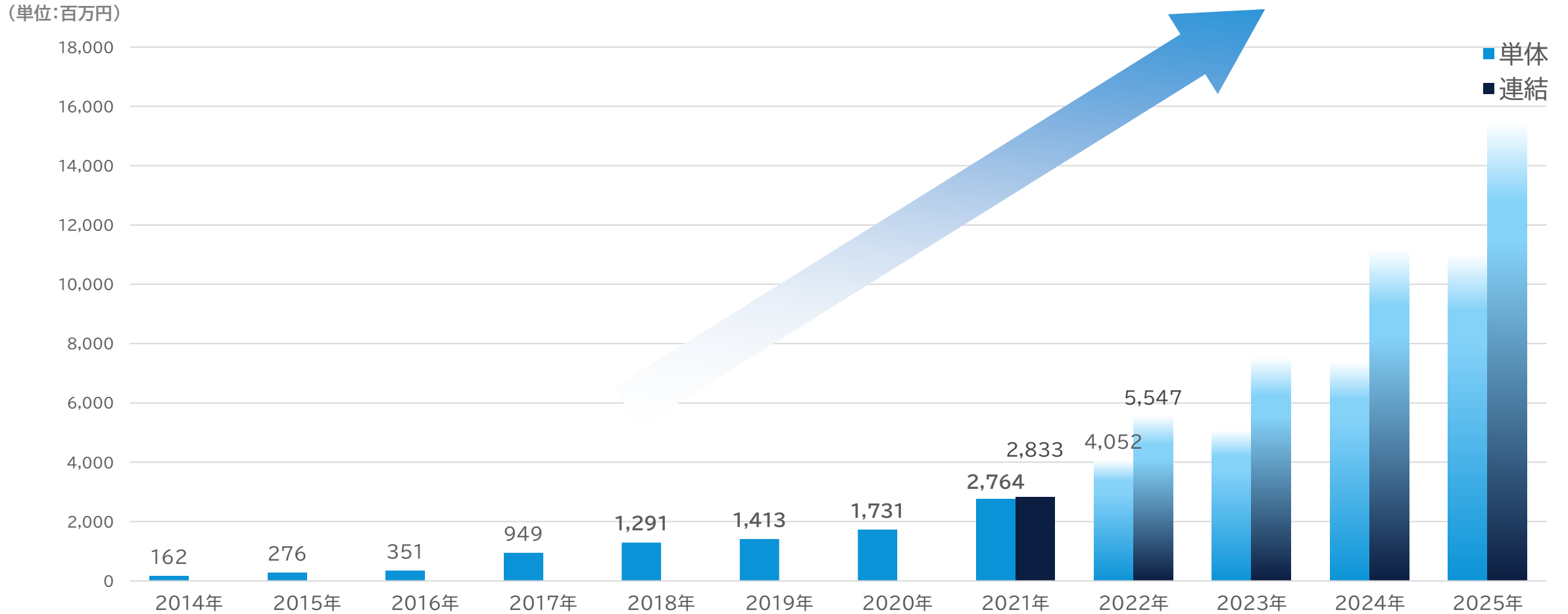


※1 フィッシング対策協議会 緊急情報2019年6月21日より

[https://www.antiphishing.jp/news/alert/docomo\\_20190621.html](https://www.antiphishing.jp/news/alert/docomo_20190621.html)

※2 キャリア配信のSMSは、アルファベットで送信されるため、グレールートで配信されるアルファベットSMSとの区別が困難で注意が必要 正規とグレーが受信ボックスで混在

# ビジネスモデル-売上推移



※2014年12月期は、5月に会社設立のため、8か月

# 2021年12月期 決算概要(単体)



売上高 前期比59.6%増 国内向け、海外向けともに継続して増収  
 営業利益 前期比44.6%増 人件費など販売費及び一般管理費の増加も売上増こなし、対前期比44.6%の増益

(単位:千円)

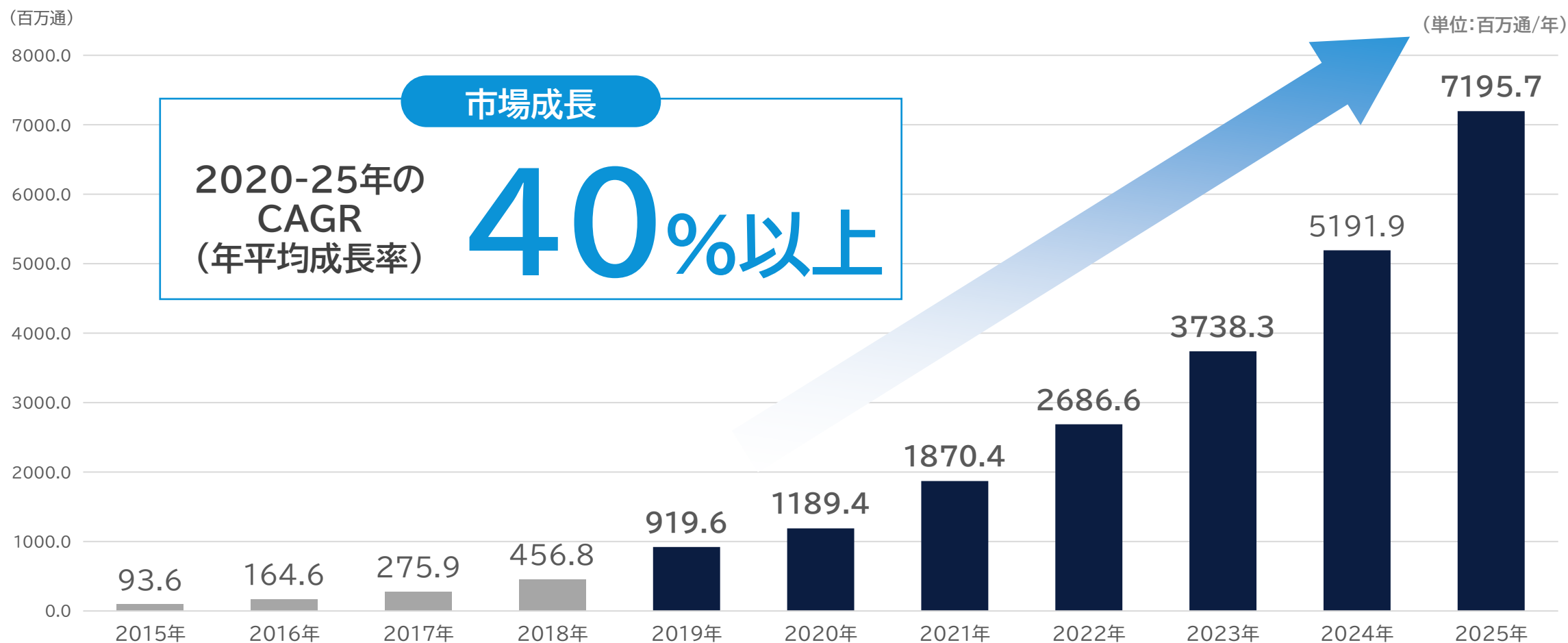
	2020/12期		2021/12期		前年対比		
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	
売上高	1,731,803	100.0%	2,764,817	100.0%	1,033,014	+59.6%	
国内SMS売上高	972,374	56.1%	1,358,529	49.1%	386,155	+39.7%	既存顧客利用増に加え、新規顧客開拓による増加
海外SMS売上高	759,429	43.9%	1,406,288	50.9%	646,859	+85.2%	品質重視の配信増継続
売上原価	1,041,203	60.1%	1,666,438	60.3%	625,235	+60.0%	
SMS仕入原価	971,710	56.1%	1,546,055	55.9%	574,345	+59.1%	
労務費・経費	69,492	4.0%	120,383	4.4%	50,891	+73.2%	開発・研究体制強化に伴う業務委託費の増加
売上総利益	690,600	39.9%	1,098,379	39.7%	407,779	+59.0%	
販売費及び一般管理費	346,184	20.0%	600,219	21.7%	254,035	+73.4%	
人件費	171,718	9.9%	281,221	10.2%	109,503	+63.8%	事業拡大に伴う人員増(19名⇒34名)
その他	174,466	10.1%	318,997	11.5%	144,531	+82.8%	研究開発、事業開発に係る支払手数料等の増加
営業利益	344,415	19.9%	498,159	18.0%	153,744	+44.6%	
営業外損益	662	0.0%	▲4,273	▲0.2%	▲4,935	-%	
経常利益	345,077	19.9%	493,886	17.9%	148,809	+43.1%	
税引前当期純利益	345,077	19.9%	478,811	17.3%	133,734	+38.8%	
当期純利益	241,080	13.9%	342,530	12.4%	101,450	+42.1%	

※国内SMS売上高:国内顧客もしくは代理店向けSMS売上高、海外SMS売上高:海外SMSアグリゲーター向け売上高



## 市場環境

## 2021年以降のA2P-SMS市場の見通し

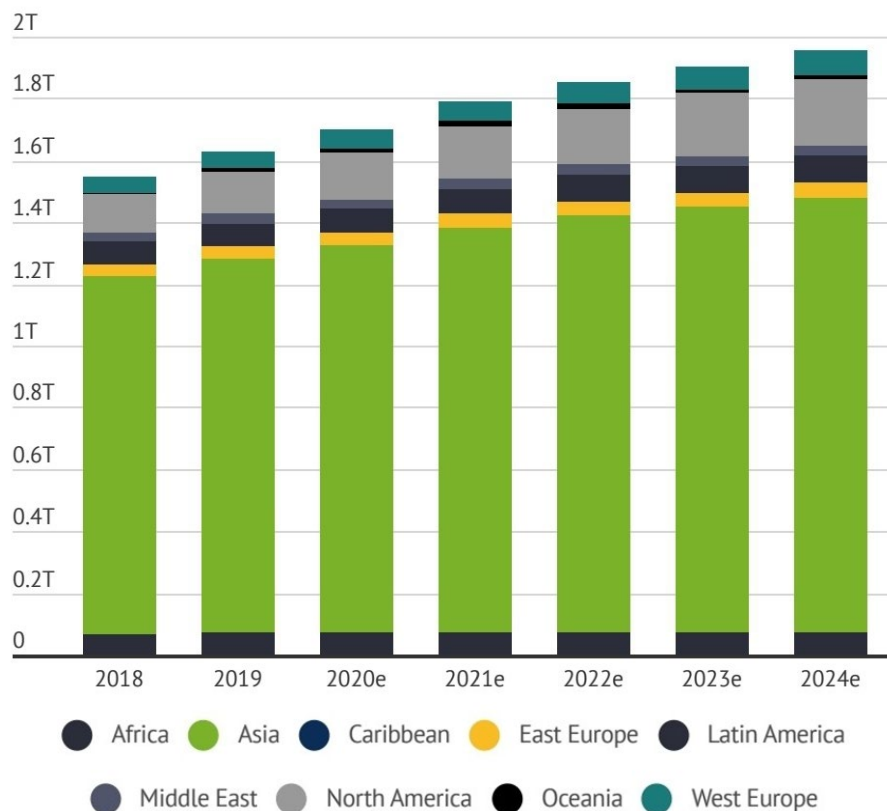


SMS配信数:デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ミックITリポート」2021年9月号レポートより引用

## 通数ベース

- 2019年度は、全世界で1.63 兆通のSMSが送信され、一日当たり44億6千万通。
- 2020年以降、CAGR年成長率3.4%ペースで拡大し、2024年には年間1.95兆通/日量53億6千万通が送信されると予測。

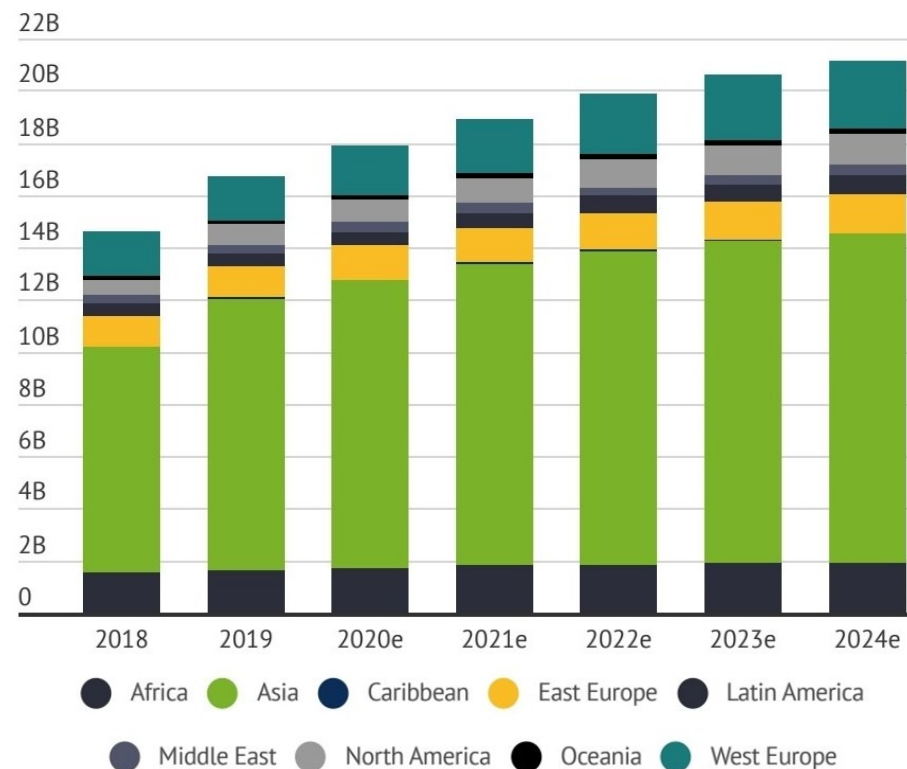
Fig.3: Total A2P SMS messaging traffic by region(2018-24)



## 市場規模ベース

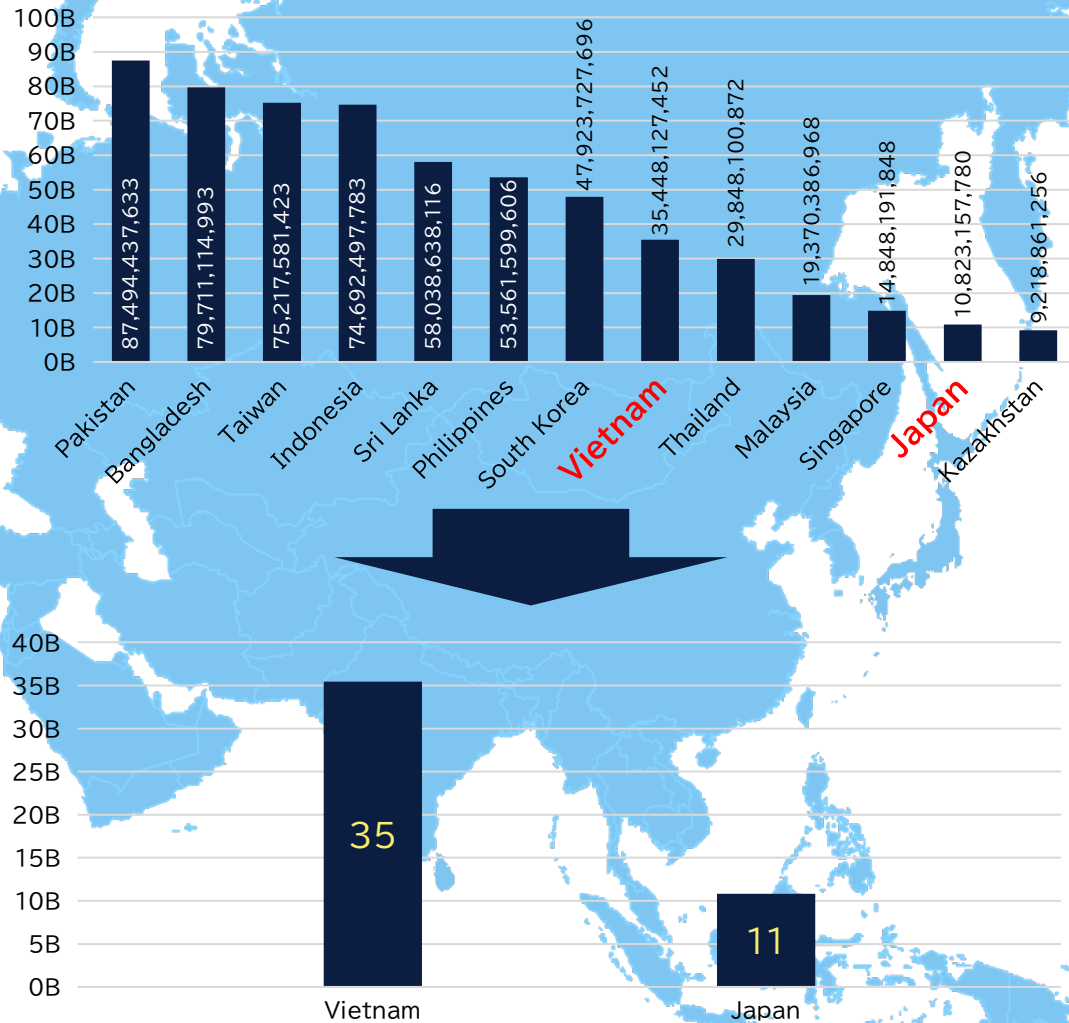
- 2019年度は、全世界で167億3千万ドル。
- 2020年以降、CAGR年成長率5.5%ペースで拡大し、2024年には211億4千万ドルに拡大すると予測。

Fig.7: Total A2P SMS messaging spend by region(2018-24)



## Asia cont.

Fig.16:Asia countries by traffic volume(2019-24)



### アジア地域の法人向けSMSトラフィック

- 2019年には年間1.21兆通のSMSを配信し、2019年に全体の74.4%を占めた
- 2020年以降、CAGR年成長率2.8%ベースで拡大し、2024年には年間1.41兆通/日量53億6千万通が送信されると予測。

### アジア地域の法人向けSMS配信市場規模

- 2019年の法人向けSMS配信市場規模はUS104.3億ドルだったが、2024年には、CAGR年成長率5.5%ベースで拡大し、2024年にはUS\$126.1億ドルに順調に成長すると予測。
- ベトナムは2024年には、
  - 年間354億通(35,448,127,452)通、
  - 市場規模はUS3億2103万(321,039,167)ドル
- 日本の予測
  - 年間108億(10,823,157,780)通、
  - 売上予測なし

独立系アグリゲーターの国内法人と国内法人+海外法人のシェア1～4位

独立系アグリゲーター	国内法人のみ					国内法人+海外法人				
	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
NTTコム オンライン	1位	1位	1位	1位	1位	1位	2位	2位	1位	1位
アクリート	3位	3位	4位	3位	3位	2位	1位	1位	2位	2位
メディア4u	2位	2位	2位	2位	2位	4位	4位	4位	3位	3位
AI CROSS	4位	4位	3位	4位	4位	3位	3位	3位	4位	4位

## 【NTT コムオンライン】

- ・国内法人シェアはNTTコム オンラインが、2016年度から2020年度まで5年連続シェアトップをキープしている。しかし、2020年度のシェアは33.7%、△6ポイント低下している。2019年度105.6%増の大幅増加の最大要因となった大手ポータルサイトの本人認証であるが、2020年度に1千数百万通減少したことがシェア低下の主な要因となっている。コロナ禍の影響はプロモーションに現れ、配信数は多くはないが半減近くまで減少している。プロモーション用途の多い流通・サービスについては、インハウスコールセンターを持っている顧客が多く、IVR連携配信がコロナ禍で人流が止まったことからコールセンターへの入電が非常に増え、相殺して増加している。
- ・本人認証のシェアを取り上げると、依然とトップシェアであるが、シェアは2019年度55.0%→2020年度45.0%とダウンしている。それにも関わらず、金融分野でマイナンバーカード登録・料金プラン変更手続き案内などの業務連絡用途の大型案件があり、本人認証の減少を補っている。同社のバックグラウンドは親会社のNTTコミュニケーションズを含めたNTTグループで、その信頼性から銀行・消費者ローンやクレジット会社など金融分野(生損保、証券除く)に強く、同分野の2020年度配信数シェアは61.3%と抜きんでている。
- ・その他、キャリア・ISP、Sier・運用・保守、情報処理サービス、ネット・ポータルサービスなど情報サービス業種でNTTグループも含めて安定した需要ベースを持っている。同業種は2020年度総配信数の53.8%と半分以上を占め、シェアも2019年度67.4%→2020年度59.9%と低下したとは言え断トツである。(同シェア低下要因は大手ポータルサイトの本人認証需要の減少)。公共のシェアも30%とトップをキープしている。
- ・なお、同社は毎年着実に5～9社の、選りすぐりの代販パートナーを増やし、2020年度はその効果が表れ、直販22.4%増に対して代販33.6%増と代販の方が伸びている。競合他社は代販パートナーをもっと増やしているが、代販の方が伸び率が高いところはない。

引用元:デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ミックITリポート」2021年9月号レポートより引用



### 【メディア4u】

・国内法人のシェア二番手はメディア4uである。同社も2016年度からシェア2位を堅持し、毎年、尻上がりにシェアをアップさせているのが目を引く。2019年度は110.3%増と新規参入のネクスウェイを除いて各独立系アグリゲーターの中で最も伸びているが、その翌年の2020年度においても43.4%増(市場平均24.6%)と大幅に伸び、シェアがついに30%の大台に乗っている。大手長期安定顧客の上に、直販と代販パートナー合わせて新規顧客が1370社増えたことが奏功している。

・同社の強みは用途が業務連絡中心に、事前連絡、督促、本人認証と満遍なく強く、配信数が非常に安定していることである。2020年度の配信数ウエイトは業務連絡40.0%、事前通知10.0%、督促20.5%、本人認証21.0%。以上合計91.5%。シェアについては、業務連絡43.1%、事前通知40.4%、督促36.8%と2019年度に続きトップである。これが同社の強みである。更に、配信数は小さいが、調査・アンケートと決済もシェアトップである。

・業務連絡は人材派遣・紹介やコールセンターでトップクラスの企業を顧客にしており、督促も不動産サービスや家賃保証会社で大手企業を顧客にしている。督促は振込督促⇔振込日返信など双方向送信を利用して伸びている。事前通知は人材派遣(面接日通知)、中古車販売業者(車検切れ通知)、保険会社(保険支払い期日通知)など幅広い活用がある。ソリューション開発にも積極的で、決済代行サービスの「SMS-Regi」はパートナーと協業して年々、配信数を増やしており、決済のトップシェアに結び付いている。

・2021年に入って、エクレクト社、セールスフォース、ジェネシス、クラリス、ホープ社と立て続けに提携し、システム連携を構築、本格的には2022年度からであるが、一部、2021年度から効果が現れてきている。

### 【アクリート】

・アクリートは他社に先行して2015年度、2016年度に開拓した多くの海外アグリゲーターからの海外法人需要があり、2017年度338.8%増、2018年度44.6%増と大幅に増えている。海外法人は2017年度・2018年度と全配信数の80%以上を占め、そのシェアも80%と断トツである。当時の主な海外取引先アグリゲーターはNexmo、SAP BSC Neverland、Telesign Mobile、Twilio、AMDTelecom GmbHなど8社に上る。海外法人に国内法人を合わせた合計配信数においては2017年度と2018年度でシェアトップになっている。

・一方、国内法人のシェアは2016年度、2017年度と3位で、A2P-SMS専門パイオニアとして先行していた実績がまだ残っていたが、2018年度は4位に転落。しかし、2018年7月のマザーズ上場により、2019年度より国内法人重視の方針に切り替え、「SMS配信インフラからSMS活用サービスプロバイダーへの転換」を方針に、代販パートナーを、2018年度の22社から2019年度52社と一挙に30社増やす。「SMS×α」を掲げて多くのソリューションをパートナーと開拓し、その効果は翌年以降、漸次現れてくる。その一方、大手ポータルサイトの大規模本人認証案件の話があり、その受注から2019年度の本人認証は148.3%増、その貢献から全配信数も93.3%増と急増し、再び国内シェア3位に浮上している。

・しかし、海外法人の需要が2019年度△29.5%と減少し、国内・海外法人合計は再び2位に下落。海外法人の大幅減少は海外アグリゲーターの日本の直収離れがあったことである。SAP BSC NeverlandとTelesign Mobile中心に単価の安い国際網移行があり、またKYUBIZ SINGAPOREとの相見積競合もあった。

引用元:デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ミックITレポート」2021年9月号レポートより引用

## 【AI CROSS】

- ・AI CROSSの国内法人シェアは、2018年度は3位であるが、それ以外は2020年度も含めて4位と低い。2020年度は独立系アグリゲーターの中で最もコロナの影響を受け、配信数伸び率15.2%増と低い。
- ・国内法人に海外法人を合わせた市場においては、2016年度、2017年度、2018年度がシェア3位、2019年度と2020年度が同4位となっている。同社の海外法人ウエイトは2017年度56.5%、2018年度47.9%と多いが、2019年度より低くなり、2019年度34.5%、2020年度37.5%となっている。同社は古くからOPENMARKET（英国/親会社は米国）との結びつきが強く、多様な業種の、大小様々なグローバル顧客を抱えて安定した需要があったが、2019年度22.0%減、2020年度34.8%減と減少し始め、2020年11月にはinfo bipに吸収・買収される。これが海外ウエイトが低下した理由である。
- ・同社は2019年10月にマザーズ上場を果たしたが、2018年度からSMS業者、SIer、業界特化型小規模コンサル会社など幅広い業種・業態で代販パートナーを増やしていった。その結果、代販パートナーは2018年度の30社から2019年度55社、更に2020年度97社と大幅に増加。歯医者などの事前確認システムや薬剤の副作用情報配信など業界特化型サービスを企画し、2019年度は82.9%増と好調であった。
- ・2020年度は一転、国内法人は15.2%増と低調。海外法人はTwilio案件大幅増の貢献から30.4%増。しかし、国内法人に引っ張られて全体は20.5%増と低目。国内法人はコロナにより同社の得意なプロモーションが7.7%減。流通やサービスで活用するスタンプラリーや人気投票、クーポンを発行しての来店誘導、メルマガ発行の連絡、保険代理店の新商品案内などが減少している。それでも構成比は23.8%と高く、シェアは57.5%とトップである。

引用元:デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ミックITリポート」2021年9月号レポートより引用



## 競争力の源泉

大手企業を中心にアクリートが選ばれる確かな理由があります。  
前例がないものはすべて自分たちで作る。これが当社のモットー

01  
POINT

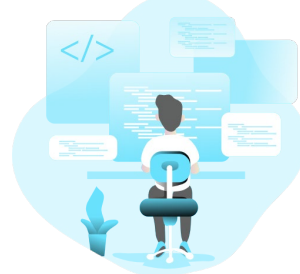
## 先行優位性



日本初、携帯電話番号認証を開始  
SMSに関するノウハウを備えた  
マーケットのパイオニア

02  
POINT

## 高品質なSMS配信システム



携帯電話事業者4社と直収接続  
大量のSMSを安定配信  
メンテナンスによるサービスの停  
止なし

03  
POINT

## 高い技術力



SIerから事業独立した会社  
高い技術を持つ自社エンジニアが、  
SMS配信システムを開発

下記ミッションに基づき、マーケットリーダーとして業界を牽引

コミュニケーションするすべての人に、セキュアで最適なプラットフォームを提供する。

## 主な活動

- 業界のパイオニアとして、国や行政が主催する多くの協議会やカンファレンスにも参加  
「SMSフィッシング対策カンファレンス2020」では、モバイル事業者のSMS対策向上委員会に  
大手携帯キャリア4社様以外で唯一、当社社長の田中優成が登壇。  
こういった積み重ねにより、当社は業界のゆくえを読む独自の立場を構築。
- 「ジチタイワークス:コロナ禍における情報発信」登壇  
(主催:株式会社ホープ ジチタイワークス事業部)
- 「フィッシングレポート2021」執筆への参画  
(発行元:フィッシング対策協議会)
- 「迷惑メール白書2021」執筆への参画  
(発行元:迷惑メール対策推進協議会)

## 受賞・調査 レポート

- **SMS送信サービス市場－本人認証:ベンダー別売上金額シェア1位** (2019~2021年度予測、3年連続)  
(出典:ITR「ITR Market View:ECサイト構築/CMS/SMS送信サービス/電子契約サービス市場2021」)
- **海外法人A2P-SMS直収配信数1位**  
(ミックITレポート 2021年9月号: デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社)



# 事業計画

「安心・安全・信頼」が大切なポイントに。

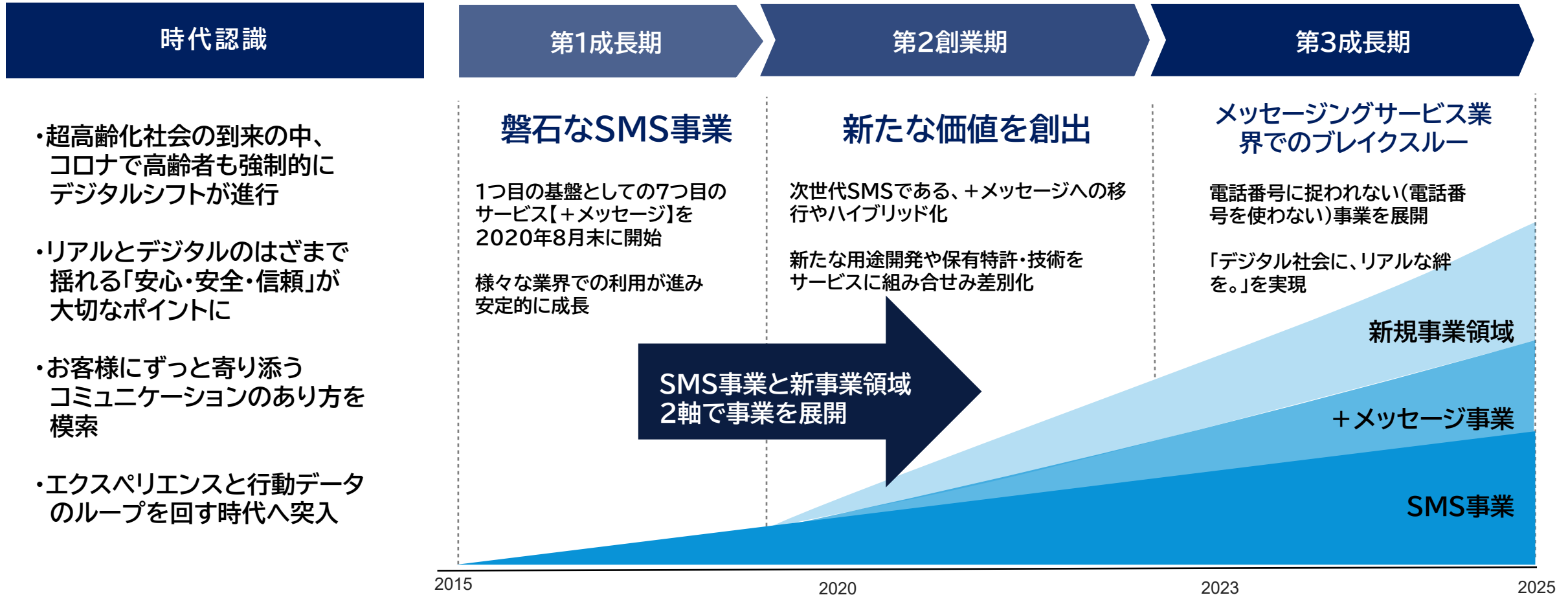
## 「アクリート、その先へ」

アクリートのビジョン

「デジタル社会に、リアルな絆を。」の実現 に向けて

セキュリティー・コミュニケーション分野でもDXが進むなか  
想定外のwithコロナによる様々な制限・制約こそが、  
常識に囚われない改善・進歩・進化の絶好の機会と捉え、  
『セキュリティー x コミュニケーション』を軸に、  
... 見えてくる地平線 ... 「アクリート、その先へ」を追求します

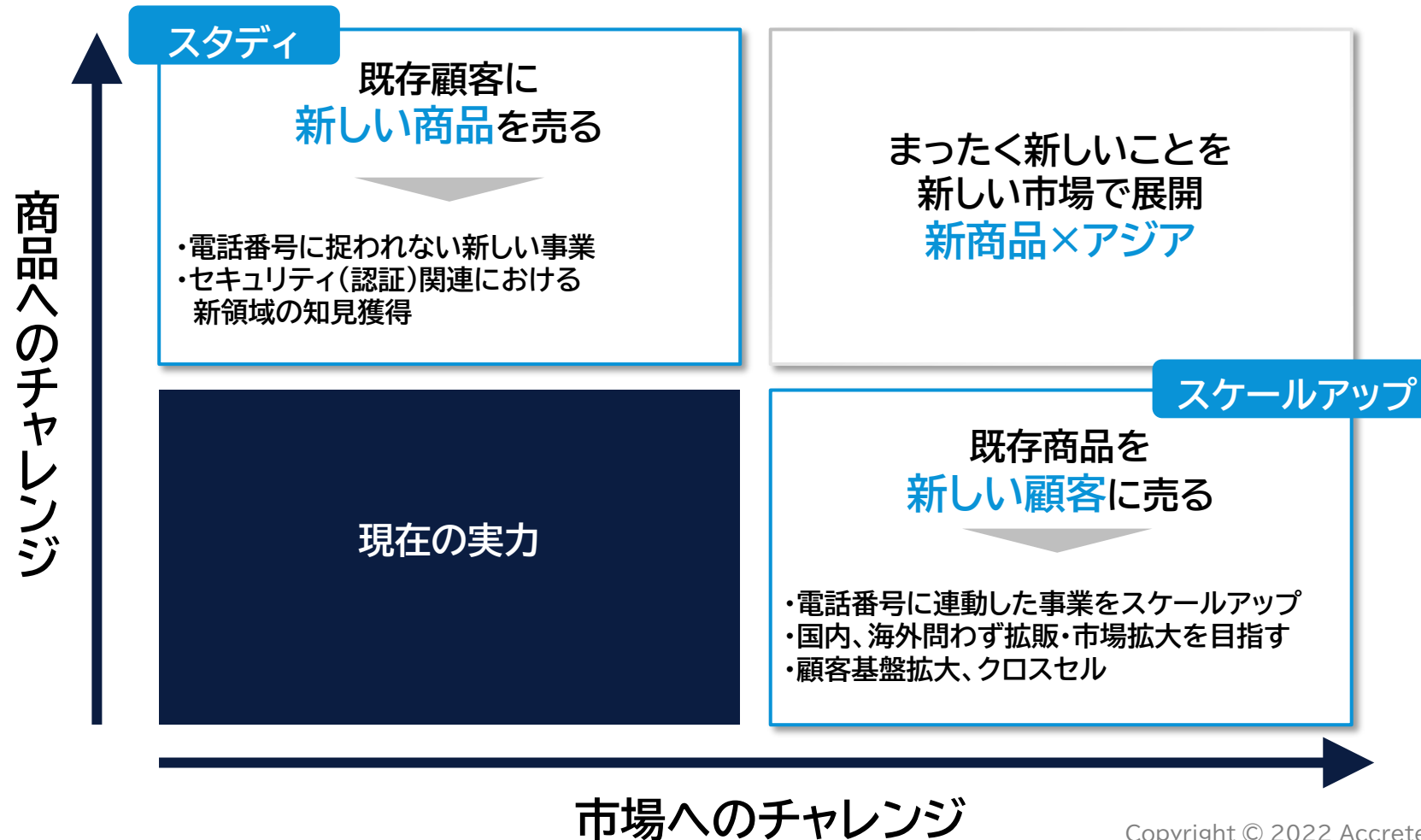
既存テクノロジーやサービスを組み合わせることで差別化し、ブレイクスルーを実現  
 業界パートナーとの新たな用途開発や保有特許・技術をサービス組み合わせで差別化、競争優位を戦略的に作り出す



電話番号を活用した認証コミュニケーションの業界のパイオニアとして 見えている地平線



アクリート経済圏を広げる取り組みとして、10年間のノウハウと、数千社の顧客基盤をベースに、「**スタディ**」×「**スケールアップ**」の2軸を成長戦略に位置づけアジアのアクリートを目指す



2019年の法人向けSMS配信市場規模はUS104.3億ドル

2024年には、CAGR年成長率5.5%ベースで拡大し、2024年にはUS\$126.1億ドルに順調に成長すると予測



スケールアップ軸は業績向上や面の確保を目的とし、過半数出資を念頭とする  
スタディ軸は付加価値の向上や事業領域拡張を目的とし、マイナーでの出資とする



S  
M  
S

これまで培ってきたノウハウと新しく取り入れるテクノロジーを組み合わせる成長戦略3つのポイントを実行

01  
POINT

リアル  
×  
デジタル

XR(クロスリアリティ)が普及していく社会において、リアルとデジタルを繋ぐサービスを提供

02  
POINT

セキュリティ  
×  
コミュニケーション

企業の利用用途の状況に合わせて「セキュリティ」と「コミュニケーション」の領域を強化

03  
POINT

スタディ  
×  
スケールアップ

10年間のノウハウ、と数千社の顧客基盤をベースに「スタディ」×「スケールアップ」の2軸で成長機会を狙う

デジタルコミュニケーションとリアルコミュニケーションの融合

今後、XR(クロスリアリティ)が普及していく社会においては、リアルとデジタルを繋ぐサービスの重要度が増す



デジタルコミュニケーションとリアルコミュニケーションの融合

融合の為に信頼性は不可欠

利用用途の状況に合わせて「セキュリティ」と「コミュニケーション」の領域を強化  
用途開発や保有特許・技術を組み合わせる新たな基盤構築の戦略を推進

## セキュリティ



×

## コミュニケーション





信頼性を担保 (DX)

5G時代の到来と共に、法人向け次世代SMSの本格化などA2P-SMS配信市場は今後も急拡大  
 数千社の取引実績をもとに「安心」「安全」「信頼」につながるサービス価値の追求を継続

営業強化(販促、人員)とサービス機能向上により、  
 激化する競争環境において一定の成果

営業、開発への更なるリソース投入  
 相互送客等のグループシナジー推進(子会社顧客数1万超)

	主な取り組み状況	今後の取り組み
 SMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 携帯3社共通送受信番号の提供開始 ※1</li> <li>・ 自治体向けLG-WAN対応開始</li> <li>・ 「れすとれ」等の新サービス受注拡大</li> <li>・ プロモーション、人材採用の強化 ※2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自治体や飲食店を中心としたサービス業向けのサービスを 立                      上げ→顧客拡大</li> <li>・ 追加機能の拡充</li> <li>・ 連携CRM・システムの拡充</li> <li>・ プロモーション、人材採用の更なる強化</li> </ul>
 +メッセージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 顧客ニーズに応じた機能拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ユーザー普及率20%を見据えた企業利用の本格展開                      (2021年7月時点2,500万人)</li> </ul>

※1 ディー・エヌ・エー社による活用:<https://dena.com/jp/article/3681>

※2 協賛イベント Japan Anti-Abuse Working Group 4th General Meeting、Kumamoto Education Week

Digital Platformer社との投資契約締結。分散型アイデンティティを活用したサービスの事業化検討を開始  
個人情報<sup>を個人が自分の意思で利用用途を決められる世界を目指す</sup>

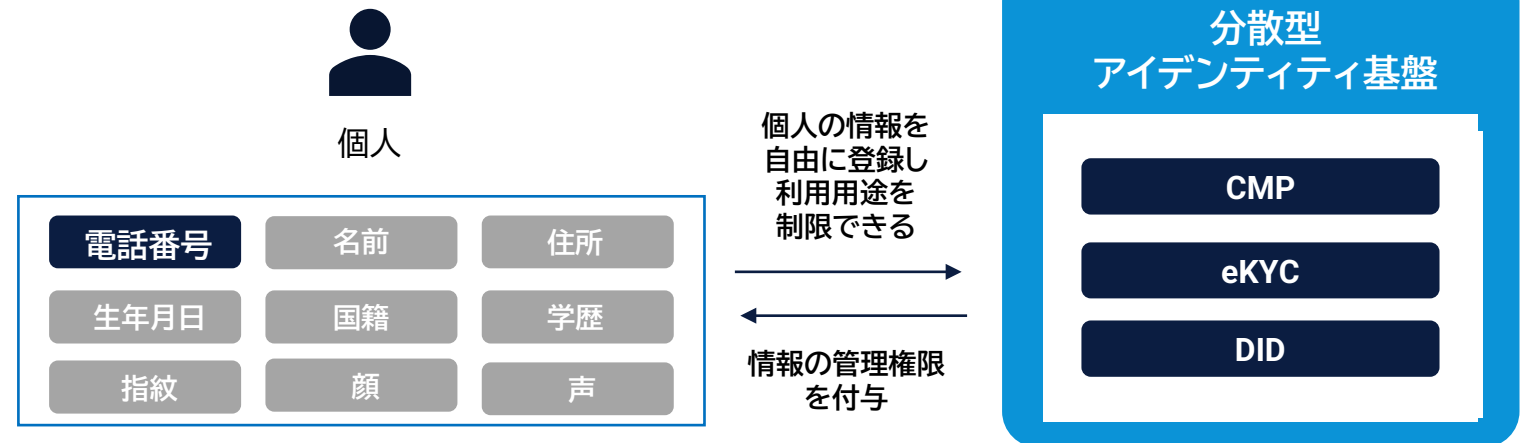
## 2022年計画

- Digital Platformer社と連携し、分散型アイデンティティを活用したサービスの事業化を継続検討。実証実験を開始。
- スマートシティにおけるデジタルアイデンティティ、及びコミュニケーションプラットフォームサービス事業化を「+メッセージ」をベースとし検討開始。
- 同意管理プラットフォームサービスを軸としたプライバシーテック・UXサービスの事業化を検討。実証実験を開始。
- コミュニケーション、及びセキュリティ領域を事業とする企業とのM&A、出資を継続して積極的に検討。

### 個人情報に関する課題

個人は「個人情報」を過剰に企業に提供し、利用されている状態

個人に対して、企業に情報を提供する際に提供内容と利用用途を把握し「選べる権利」が必要



個人情報によりセキュアな環境で公平に扱われる  
なりすましや意図しない情報の乱用がなくなる



AIを活用したコミュニケーション最適化基盤の共同研究開発をAIテクノロジースタートアップと開始  
 合わせて美容業界企業、弁護士法人の2社にて実証実験を開始

### ユーザー視点の課題

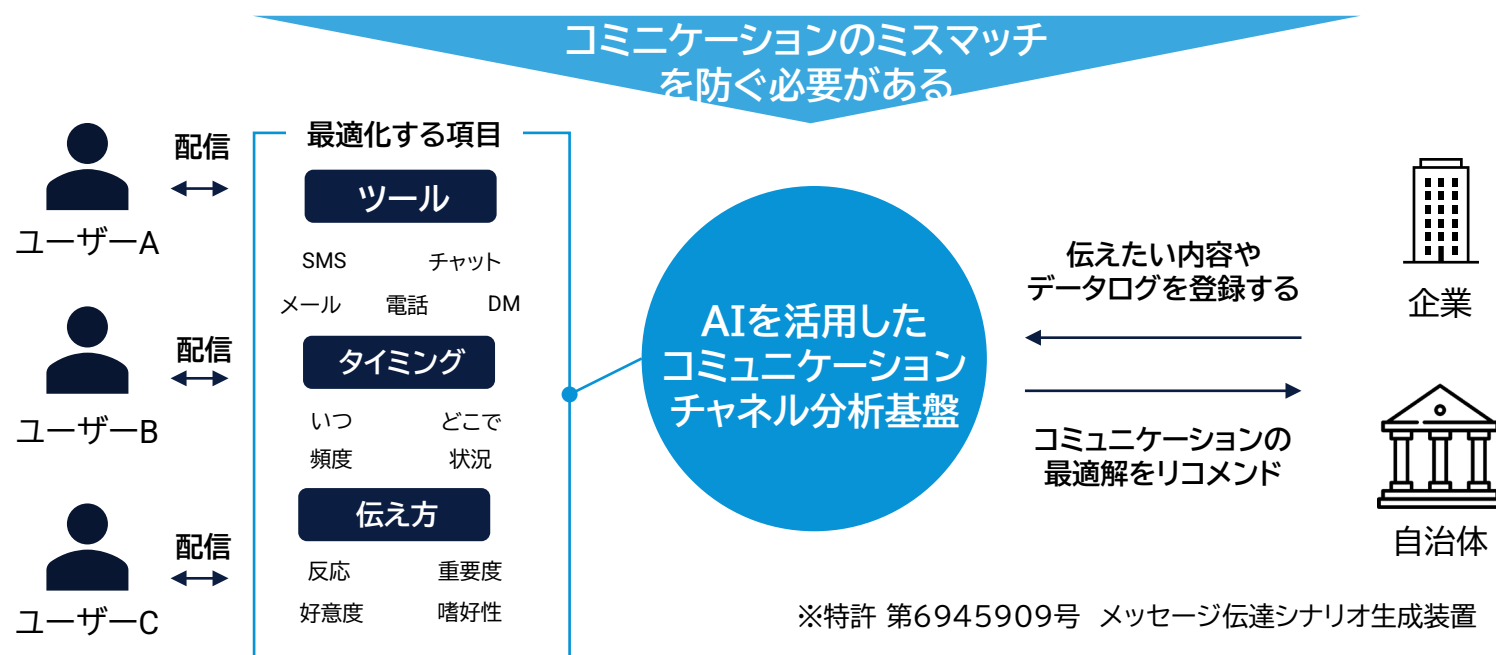
企業側の都合で選択されるコミュニケーションにストレス

### 企業視点の課題

無駄なコミュニケーションコストが発生⇒顧客のストレス増長⇒  
 応答率の低下を招く

## 2022年計画

- 企業と顧客間の事前予約や事前の通知、事後のフォローアップ等のコミュニケーションを促進するB2B2Cコミュニケーションプラットフォームサービスの事業化の検討を開始。実証実験を実施。
- コミュニケーション、及びセキュリティ領域を事業とする企業とのM&A、出資を継続して積極的に検討。

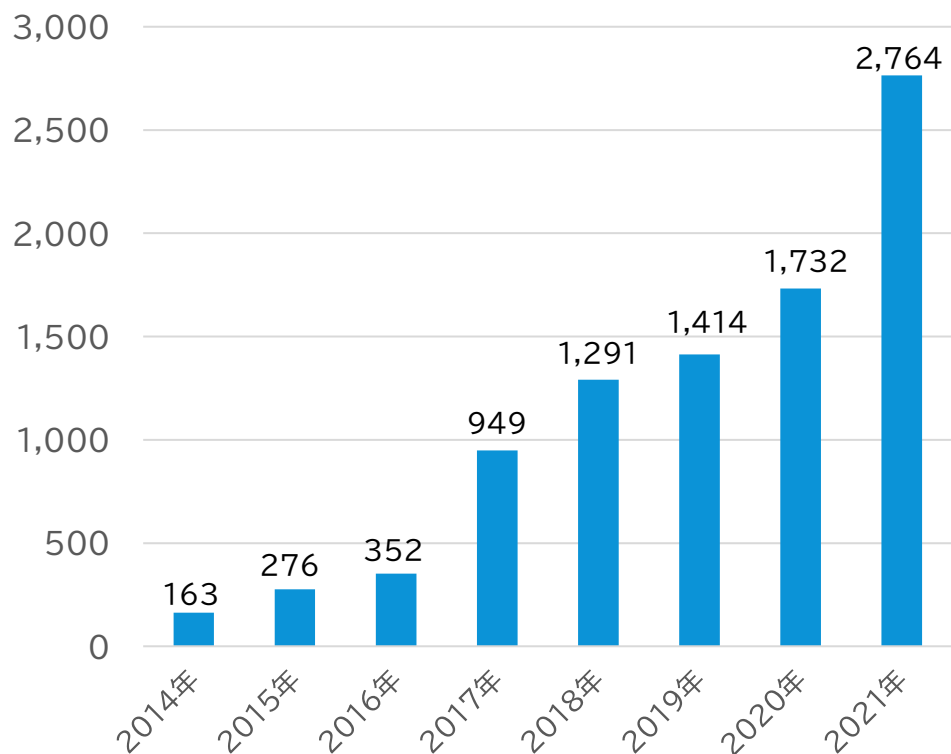


コミュニケーションが多様化する時代に合わせ、  
 AIによるログ解析から導き出された  
 最適なコミュニケーションをリコメンド

成長性と収益性及び企業価値の向上が経営上の重点課題と認識しており、成長性につきましては売上高対前年比率、収益性につきましては売上高経常利益率等の経営指標を重視しております。

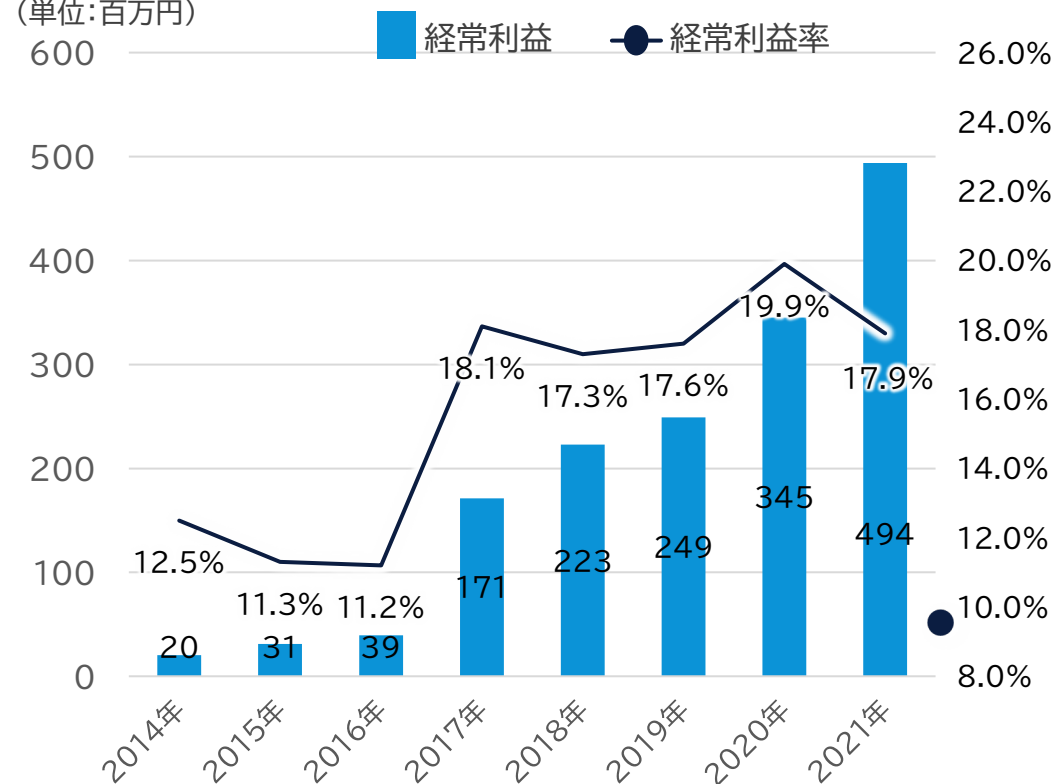
## 売上高

(単位:百万円)



## 経常利益/経常利益率

(単位:百万円)



※売上高、経常利益とも単体の数値

2021年12月期は、成長スピードを加速させるため、以下の重点項目に先行投資しました。

1

## 積極的な人材採用

2021年4月にビジネスプランニング部を創設。会社の成長スピードを加速するために、全部署において、積極的な採用を実施。結果、2021年12月末の社員数は34名。  
※2020年12月末19名。

2

## プロモーションの一層の強化

プロモーション強化のため、リスティング広告を重点的に、行い、結果、引き合い数が増加。  
※2021年12月期の売上は対前年比で59.6%の増加。

3

## 技術開発強化

「セキュリティ×コミュニティ」に関わる新事業領域

- ・分散型アイデンティティを活用したサービスの事業化検討を開始(40ページ参照)。
- ・AIを活用したコミュニケーション最適化基盤の共同研究開発をAIテクノロジースタートアップと開始(41ページ参照)。

- ・価格競争による販売単価の低下や、海外SMSアグリゲーター経由でのSMS配信サービスへの他社参入など競争環境が厳しくなっているものの、国内市場は引き続き拡大が見込まれ、対前年比46.6%増を予定
- ・積極的採用による人件費、新サービスや新事業領域に対する研究開発費用などのコスト増を想定、経常利益は対前年比19.9%増を予定

売上高 **4,052** 百万円 前年比 **46.6%**増 (2,764百万円)

経常利益 **592** 百万円 前年比 **19.9%**増 (493百万円)

当期純利益 **403** 百万円 前年比 **17.7%**増 (342百万円)

- ・連結子会社2社(テクノミックス、Xoxzo)の売上が12か月分、VietGuysの売上が9か月分計上されることにより、対前年比95.8%の大幅増

売上高	<b>5,547</b>	百万円	前年比	<b>95.8%</b> 増(2,833百万円)
-----	--------------	-----	-----	--------------------------

営業利益	<b>648</b>	百万円	前年比	<b>39.1%</b> 増(465百万円)
------	------------	-----	-----	------------------------

経常利益	<b>640</b>	百万円	前年比	<b>38.7%</b> 増(461百万円)
------	------------	-----	-----	------------------------

親会社株主に 帰属する 当期純利益	<b>368</b>	百万円	前年比	<b>22.6%</b> 増(300百万円)
-------------------------	------------	-----	-----	------------------------



# リスク情報

	リスクの内容	対応策
SMS配信サービス市場の拡大について	<p>SMS配信サービス市場は、グローバル市場においては多くの大手SMSアグリゲーターが存在する巨大な市場が存在しておりますが、日本国内においては、一般にSMSが利用されてこなかった背景から、現在のところ、その市場規模は小さなものとなっております。SMS配信サービス市場は、利用用途の拡大により、利用企業数、配信通数ともに急速に増加しておりますが、今後、新たな法的規制の導入、SMS配信が不要となる技術革新、携帯電話事業者の方針変更等により、当社の想定どおりにSMS配信サービス市場が発展しない場合、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期：低～中程度・中長期</p>	<p>これまでのSMS配信のノウハウを活かした海外市場への進出(ベトナムのSMS配信会社VietGuys J.S.C.の買収)や、SMS配信サービスに依存しないサービス(メール配信サービスを持つ㈱テクノミックスの買収)の拡充、基盤/プラットフォームの開発を行うことで、SMS配信サービス事業に依存しない事業運営を進めてまいります。</p>
携帯電話事業者との契約関係について	<p>当社は、SMS配信サービスを提供するために、現在、主要な携帯電話事業者4社と直接接続契約を締結しており、当社では企業から依頼された配信コンテンツを当社システムから携帯電話事業者のSMS配信ルートを利用して、一般ユーザーに配信しております。従いまして、当社では携帯電話事業者との契約は当社の事業活動の前提となる契約であると考えており、現在、携帯電話事業者と当社との間の契約の継続に支障を来す要因は発生していませんが、携帯電話事業者の新規参入があり、当該携帯電話事業者との契約が想定どおり進捗しなかった場合、携帯電話事業者によりSMSの送信単価の引き上げが実施された場合、その他何らかの事情により当社といずれかの携帯電話事業者との契約の変更があった場合もしくは継続ができなくなった場合には、当社グループの事業運営及び業績に重大な影響を与える可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期：低～中程度・常時</p>	<p>主要な携帯電話事業者4社と良好な関係を維持しながら、市場を成長させていくことで配信数を伸ばしコストを下げること、SMSを利用する顧客企業がより利用しやすくなる環境をつくるような事業運営に努めてまいります。</p> <p>また、市場動向や情報をいち早くキャッチすることで、携帯事業者の新規参入等の情報を素早く正確に把握するよう努めてまいります。</p>

	リスクの内容	対応策
<p>海外SMSアグリゲーターの動向について</p>	<p>当社は海外SMSアグリゲーター向けに、SMPP国際ゲートウェイサービスを提供しており、グローバル企業が海外SMSアグリゲーターに委託したSMS配信のうち国内ユーザー向けの配信の受託を行っており、2021年12月期において、当社の売上高の50.9%を占めております。</p> <p>大手グローバル企業が委託する海外SMSアグリゲーターを変更することで、当社が国内ユーザー向けの配信の受託ができなくなる、もしくは当該理由により国内ユーザー向けの配信が著しく減少した場合、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。</p> <p>また、現在のところ海外SMSアグリゲーターは、システムの安定性並びに日本特有のSMS配信ビジネスに関連する法令(電気通信事業法、迷惑メール防止法)の遵守等の理由で当社サービスの利用を継続的に行っておりますが、当社のゲートウェイサービスを利用してSMS配信を行っている海外SMSアグリゲーターが独自で国内SMS配信サービス市場に参入した場合もしくは他の配信ルートを利用することとした場合、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期:低～中程度・常時</p>	<p>複数の海外SMSアグリゲーターとの取引で1社への依存度を下げること、各社との良好な関係を保つことにより各社の動向をタイムリーに把握するような営業体制を構築することでリスクが最小限にするよう対策をしております。</p>
<p>システムの安定性について</p>	<p>当社が提供するサービスは、当社が開発したSMS配信システムにより提供されており、安定したシステム運用を重大な経営上の課題と認識しておりますが、何らかのトラブルによりシステムダウンやシステム障害等が発生した場合には、当社の社会的信用やブランドイメージが低下し、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期:低～中程度・常時</p>	<p>当社では、システムトラブルが発生しないよう24時間体制での監視を行うとともに、大量配信による負荷、セキュリティ対策、自然災害等を想定したシステム運用を行うことで、システムダウンや重大なシステム障害等を防止する体制を維持・改善しております。</p>



	リスクの内容	対応策
知的財産権の侵害について	<p>当社グループの認識していない知的財産権が既に成立している可能性や今後第三者により知的財産権が成立する可能性があります。</p> <p>万一、当社グループが第三者の知的財産権を侵害した場合には、当該第三者により損害賠償請求、使用差し止め請求、ロイヤリティの支払請求等が発生する可能性があります、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期：低～中程度・常時</p>	<p>当社グループは、第三者の知的財産権に関して、外部の弁護士、弁理士を通じて調査を行い、権利侵害がないよう留意することでリスクの回避を行っております。</p>
小規模組織体制及び人材の確保・育成について	<p>当社グループは、2021年12月31日現在、従業員40名の小規模組織であり、現状、内部管理体制もこの規模に応じたものとなっております。今後、事業拡大に応じた採用活動を行っていくとともに従業員の育成を行い、人員増強を進める方針ですが、優秀な人材を獲得することがタイムリーにできなかった場合、当社グループの事業の成長及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>顕在化する可能性・時期：低～中程度・常時</p>	<p>現在、積極的に採用活動を進めており、各部門の人員増強や、人事評価制度を導入することで、透明性のある評価により優秀な人材の離職を防ぐ等対策を講じております。</p>

※その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

- 本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません
- 本資料(業績予想を含む)は、現時点で入手可能な信頼できる情報と、合理的であると判断する一定の前提に基づいて当社が作成したものでありますが、実際の業績等は、さまざまな要因により大きく異なることが起こりえます

## 開示時期

- 本資料のアップデートは今後、通期の決算説明会実施後の3月中旬に開示を行う予定です