

arara

世界をもっとハッピーに

事業計画及び成長可能性に関する事項

arara

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
6. リスク

会社概要

arara

世界をもっとハッピーに



会社名 アララ株式会社

代表者 代表取締役会長 岩井 陽介
代表取締役社長 尾上 徹

設立年月日 2006年8月

役員構成

代表取締役会長	岩井 陽介	社外取締役	金子 毅
代表取締役社長	尾上 徹	社外取締役	加藤 徹行
取締役副社長	井上 浩毅	社外取締役	井上 昌治
取締役	林 秀治	社外取締役	種谷 信邦
		社外取締役	米田 恵美

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 679百万円 (2022年2月末)

会社名 株式会社バリューデザイン

代表者 代表取締役社長 林 秀治






設立年月日 2006年7月

所在地 東京都中央区八丁堀3-3-5
住友不動産八丁堀ビル6F

資本金 100百万円 (2022年6月末)

株主 アララ株式会社 (100%)

沿革

- 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
- 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ー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
- 2021年 8月 ○ 株式会社バリューデザインの株式33%を取得し、持分法適用会社化。10月に業務提携の方針を公表
- 2021年10月 ○ ワンストップのキャッシュレス総合支援サービス「アララキャッシュレス」を発表 
- 2021年11月 ○ サービスリニューアルにより「アララメッセージ」の提供開始 
- 2022年6月 ○ 株式会社バリューデザインと株式交換により経営統合 

「BtoBtoC」を中心とした SaaS型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
- ・バリューデザインとの経営統合により、2021年8月期売上高は高成長事業のキャッシュレスサービス事業が占める割合が増加

事業セグメント

売上高構成比

キャッシュレスサービス



ワンストップのキャッシュレス総合支援サービス「アララキャッシュレス」及び「Value Card」の開発・提供

メッセージングサービス



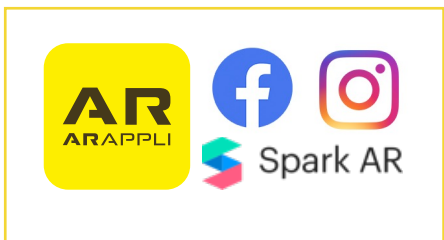
メール配信サービス「araraメッセージ」の開発・提供

データセキュリティサービス

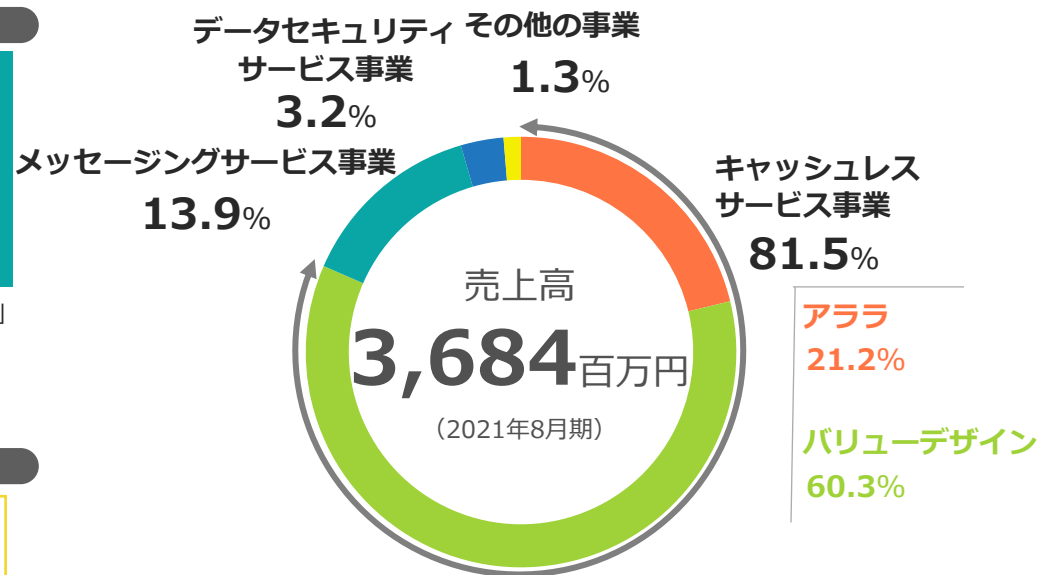


個人情報検出・管理ソリューション「P-Pointerシリーズ」の開発・提供

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. 売上高構成比にはバリューデザインの2021年6月期売上高を単純合算

(注) 2. 「Facebook」「Instagram」「Spark AR」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

ビジネスフロー

- 主に代理店、サービス連携パートナーを通じて、全国の顧客・店舗にサービスを展開
- キャッシュレスサービス事業の代理店等の非直販比率はアララが約7割、バリューデザインが約8割
- 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は、代理店のほか、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もサービス提供・販売

	売上分類		商流		
	リカーリング	スポット	顧客	エンドユーザー	
キャッシュレス	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 決済手数料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 	直販／代理店		
メッセージング	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 年間ライセンス料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 	直販／代理店／サービス連携パートナー*		
データセキュリティ	<ul style="list-style-type: none"> 年間ライセンス料 		直販／代理店／サービス連携パートナー*		
その他事業	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 	<ul style="list-style-type: none"> 受託開発費用 	直販／代理店		

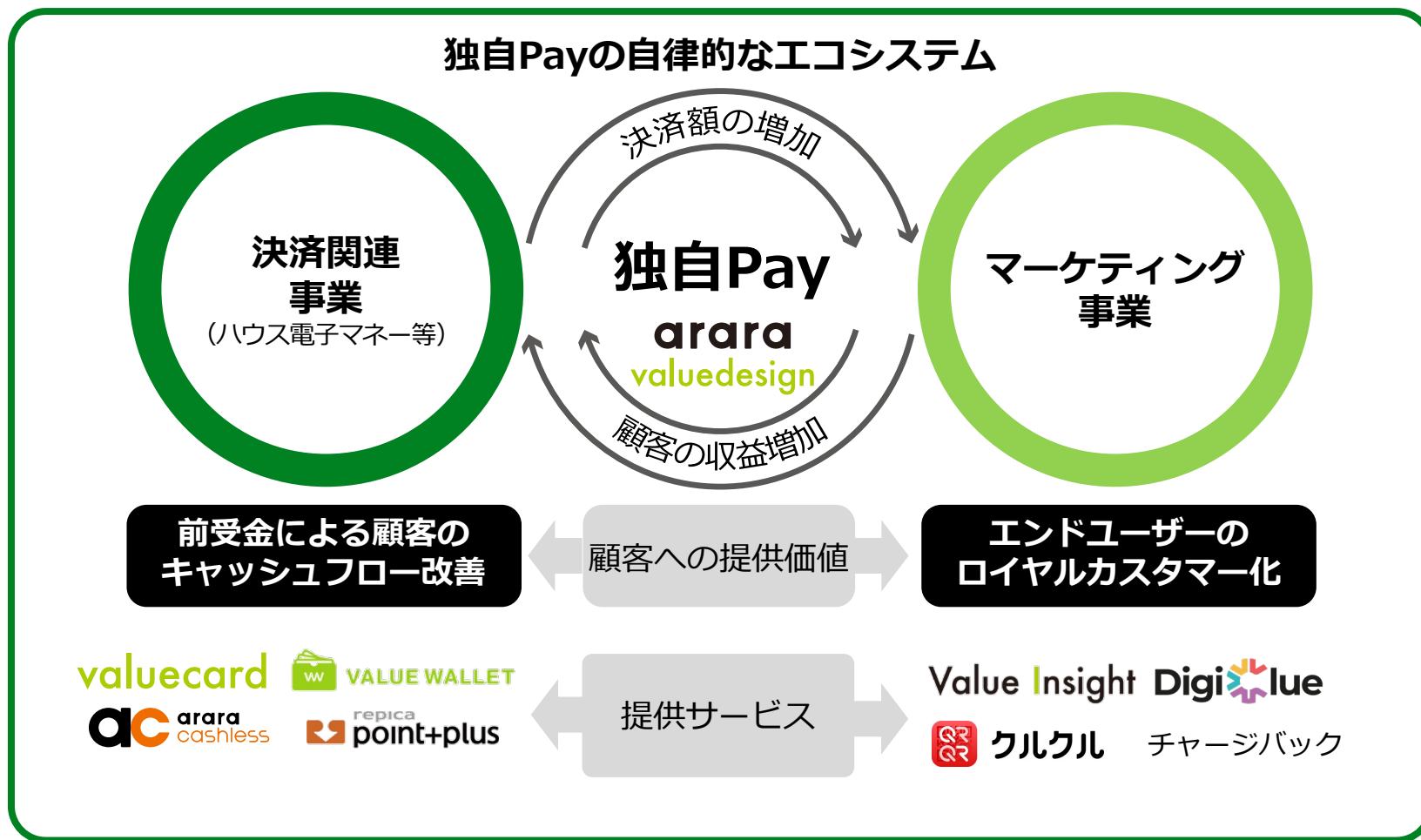
(注) サービス連携パートナー経由の提供・販売とは、当社サービスとサービス連携パートナーが提供するサービスを統合し顧客へ提供する販売手法を指します。

事業の概要と状況

arara

世界をもっとハッピーに

顧客独自の決済サービス『独自Pay』 = 決済+マーケティング



キャッシュレスサービス（CS）事業：独自Pay提供サービス

- ・ 顧客自らが電子マネーの決済事業者となる決済機能を提供し、顧客のキャッシュフローを改善
- ・ 優良なエンドユーザーを特定・優遇することで、ロイヤルカスタマー化が可能な販売促進機能
- ・ 決済×マーケのエコシステムで利用した処理金額の一部を利用料として受領するビジネスモデル

サービス概要

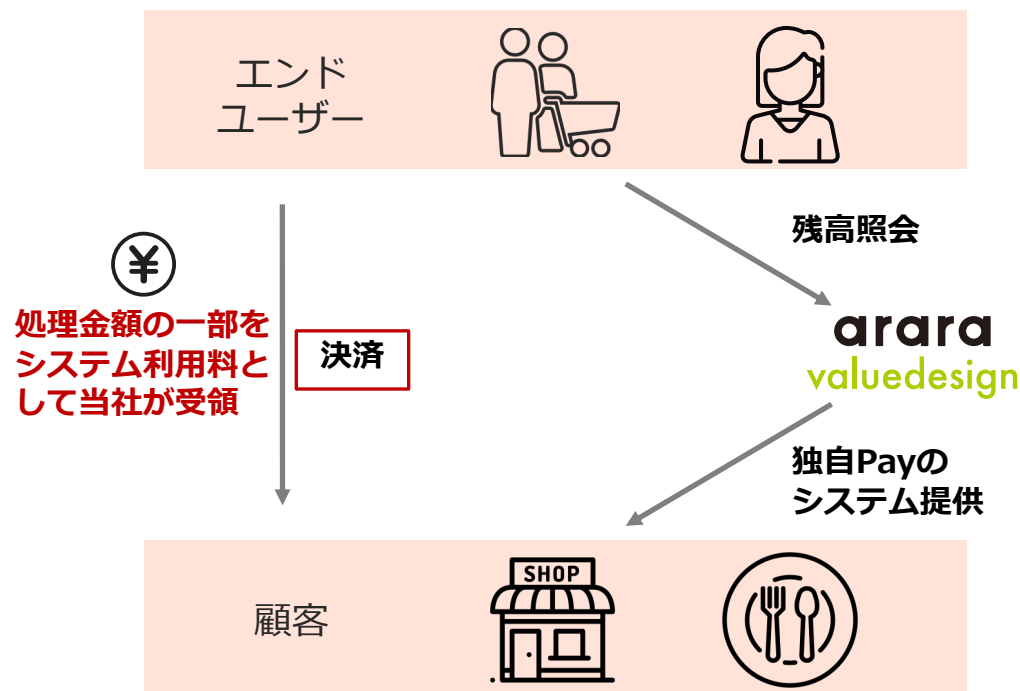
決済機能

- ・ **特徴**
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
- ・ **メリット**
エンドユーザーのチャージ額が前受金となり、キャッシュフロー改善

販売促進機能

- ・ **特徴**
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機能
- ・ **メリット**
エンドユーザーの育成によるロイヤルカスタマー化

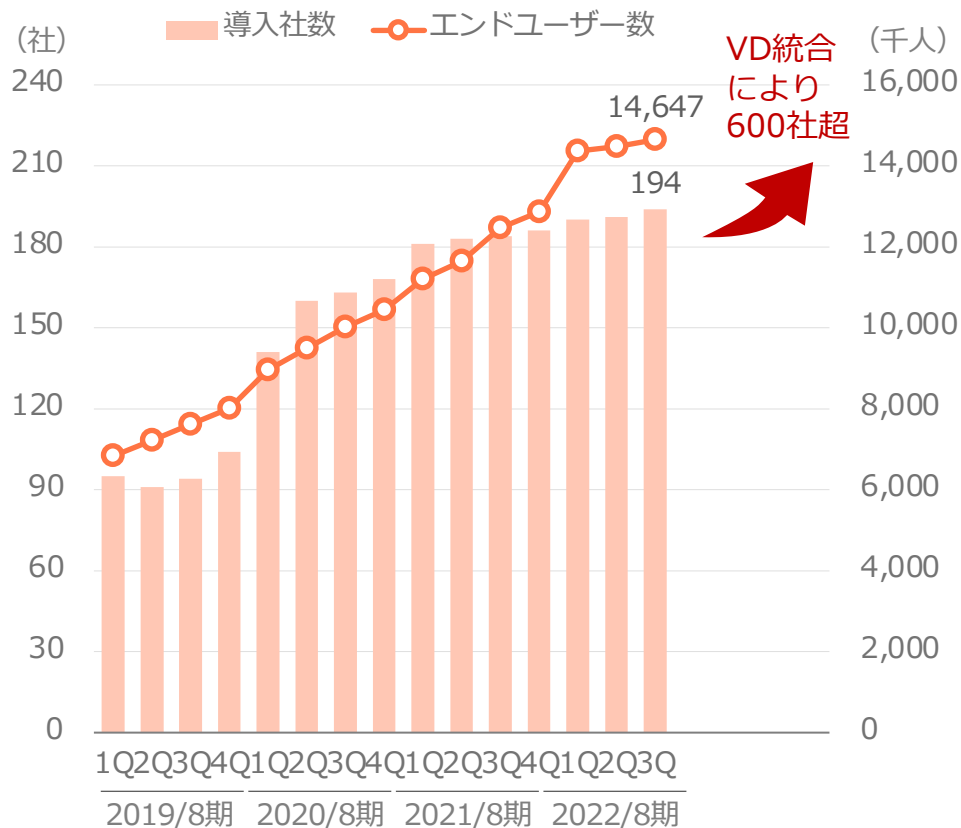
ビジネスモデル



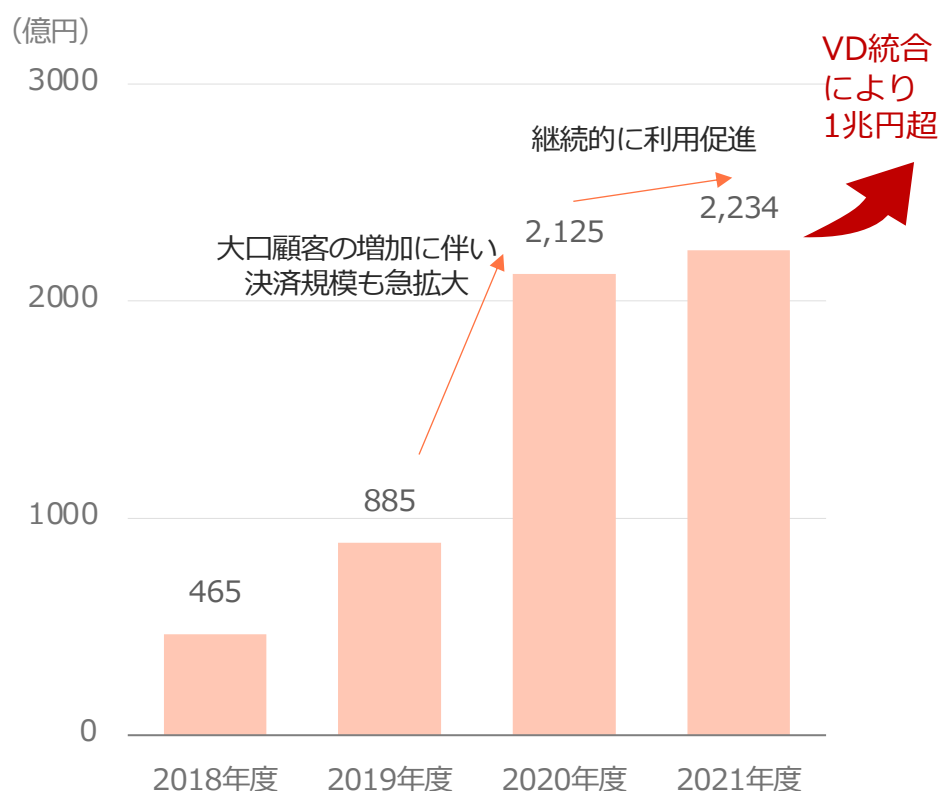
キャッシュレスサービス（CS）事業：KPI

- ・ 導入社数は着実に増加しており、経営統合により600社超となる。キャッシュレス決済の浸透でエンドユーザー数も2022年8月期3Qに累計14,000千人を突破
- ・ 顧客層の拡大、顧客の売上に占めるキャッシュレス決済比率が高まり、バリューデザインとの統合も後押ししたため、決済取扱高は1兆円超となり、継続的に成長

導入社数・累計エンドユーザー（注1）の推移



決済取扱高の推移



(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

- ・ 販促としてのマーケティングメールや通知などのトランザクションメールを大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスで、メールの配信遅延や不達の可能性を低減
- ・ 2021年11月末に既存サービスをリニューアルし、通数課金、効果測定機能の標準装備、Web申込などのアップデートを実施



集客や自動通知を目的とした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

用途



- ・ **マーケティングメール**
自社顧客に対する集客やロイヤルカスタマー化を促すメール
 - ・ **トランザクションメール**
商品・サービスの予約、登録など顧客のアクションに応じた自動通知メール
- ※メールの送信数に応じたシンプルな価格設定

主要機能

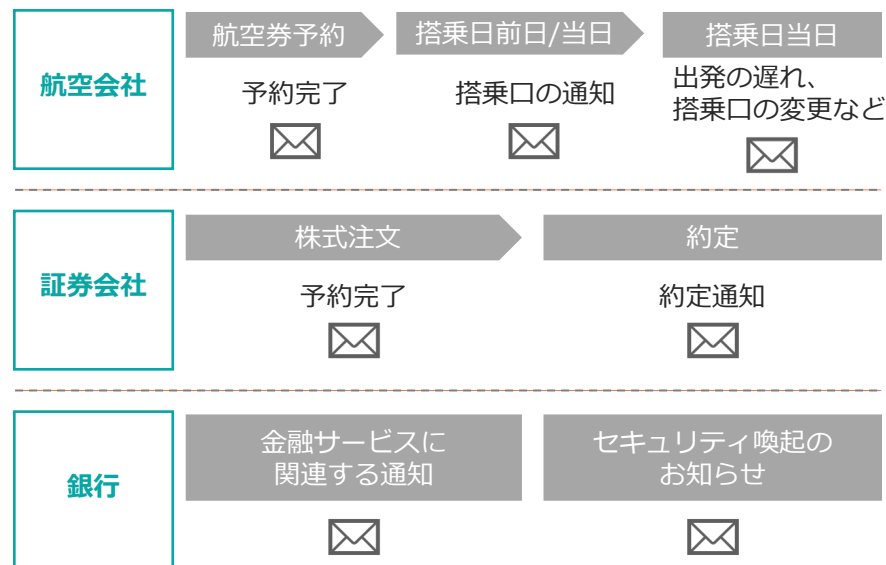
メール配信API 基幹システムなどの外部システムと自動連携したメール配信をAPIで実現

メールマーケティング ターゲティング配信から配信後の効果測定までを標準装備し、HTMLメールも手軽に作成

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

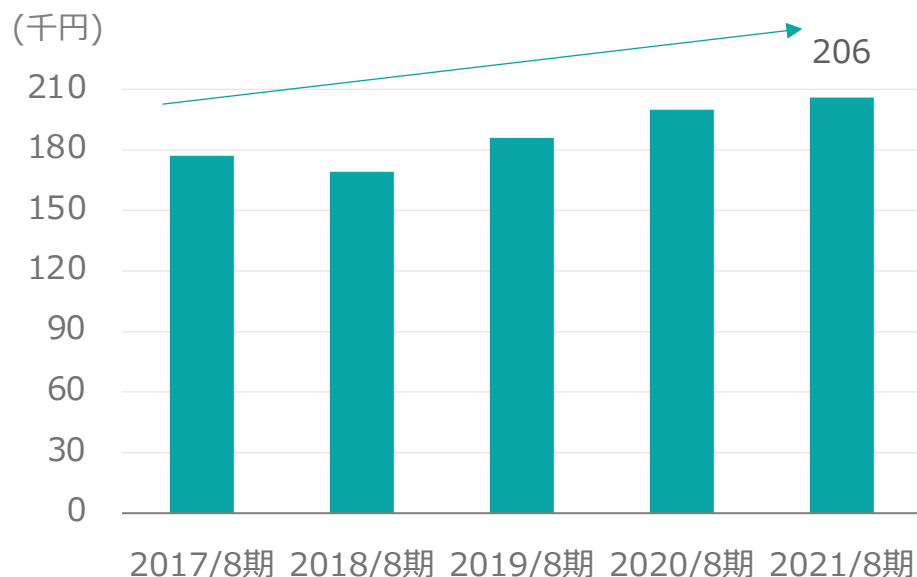
システム連携利用例



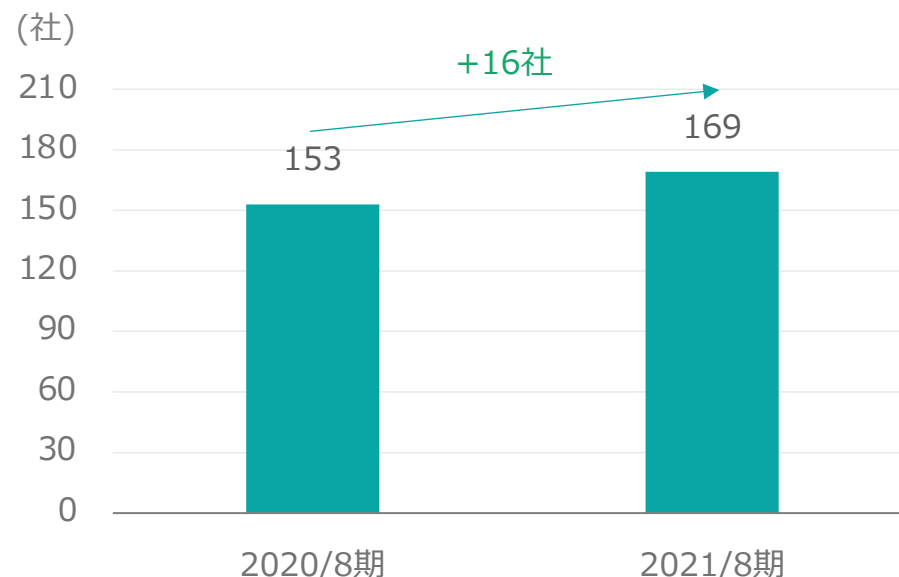
メッセージングサービス（MS）事業：KPI

- 主要顧客は、航空会社、メディア、IT企業など幅広い業種にわたり、2021年8月期末時点の1取引先あたり平均月次売上高は206千円
- 3年以上継続の取引社数は2021年8月期末で169社と、前年に比べて16社増加し、利用期間は長期化の傾向

1 取引先あたり平均月次売上高の推移



3年以上継続取引社数



- ・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
- ・その他の事業でARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」を提供し、Meta Platforms, Inc. が展開するFacebookやInstagramのフィルター「Spark AR」のパートナー企業として企業のAR広告の企画・制作を実施

データセキュリティサービス事業

その他の事業

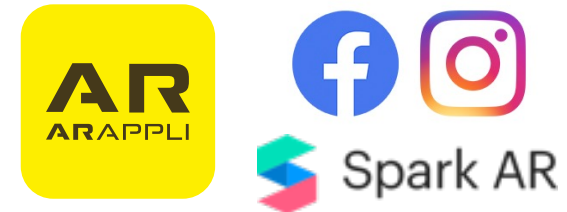
PC・サーバ向け個人情報検出・管理ソリューション
「P-Pointerシリーズ」を提供



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、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

市場動向

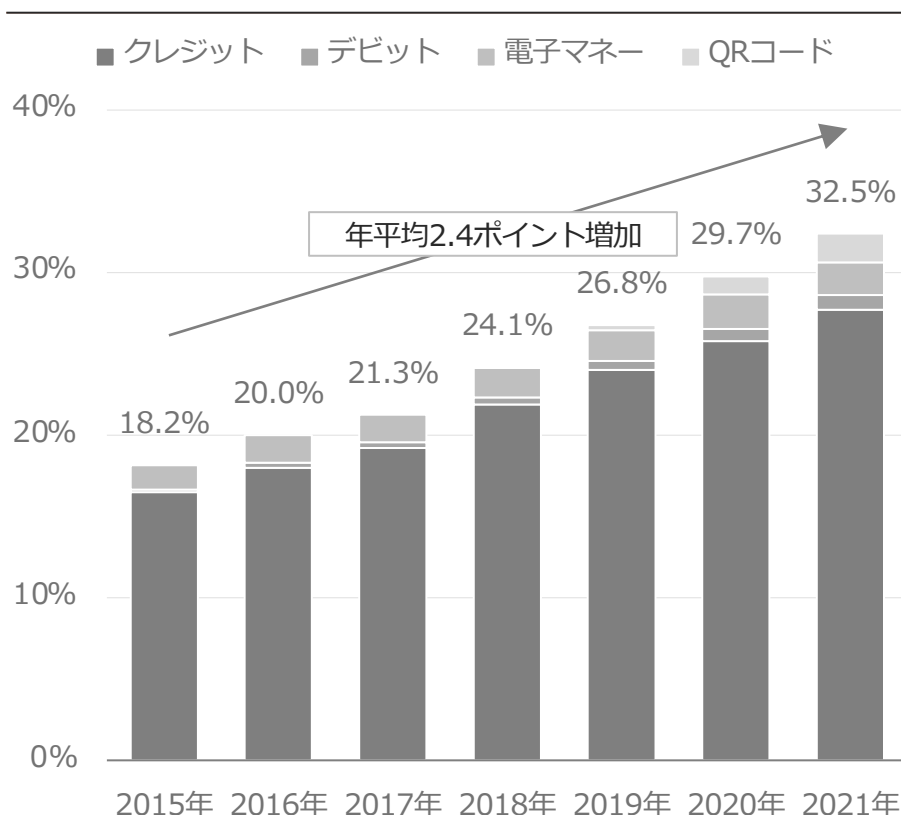
arara

世界をもっとハッピーに

キャッシュレスサービス（CS）事業：キャッシュレス決済市場

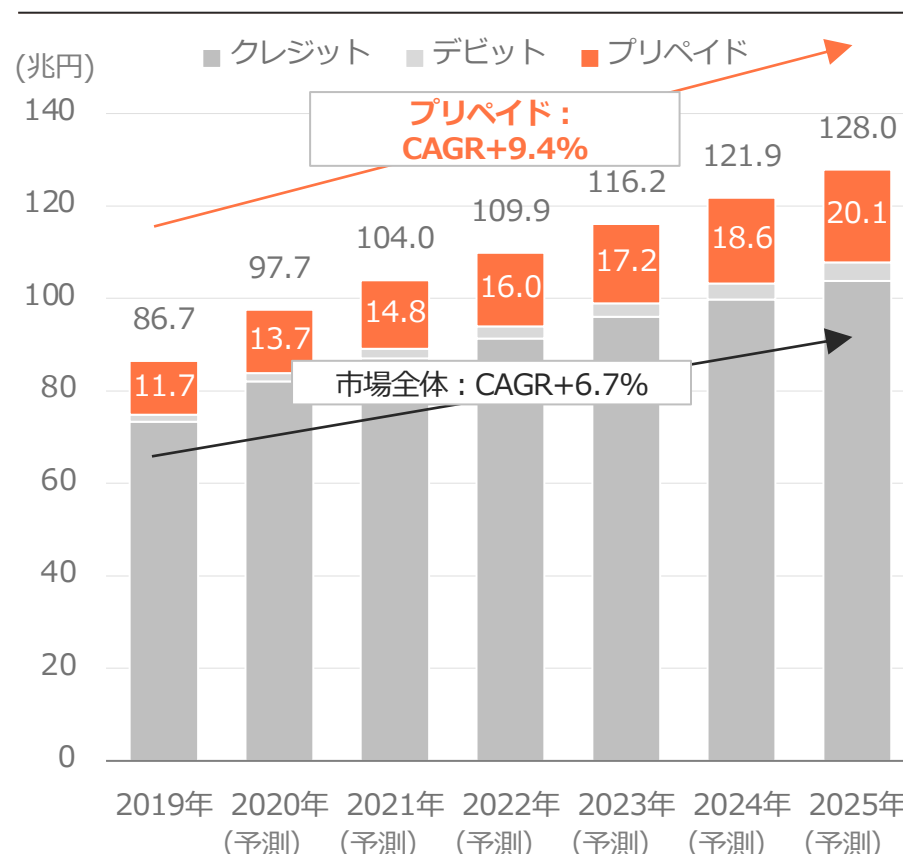
- ・ 民間の消費支出全体に対するキャッシュレス比率は年平均2.4ポイント増加の傾向
- ・ 国内電子決済市場全体は2019年から2025年にかけて、年平均成長率6.7%と予想されるなか、プリペイドは年平均成長率9.4%と市場全体の成長率を上回る

キャッシュレス化比率推移



出所：経済産業省 2022年6月1日付ニュースリリース

国内電子決済市場の予測

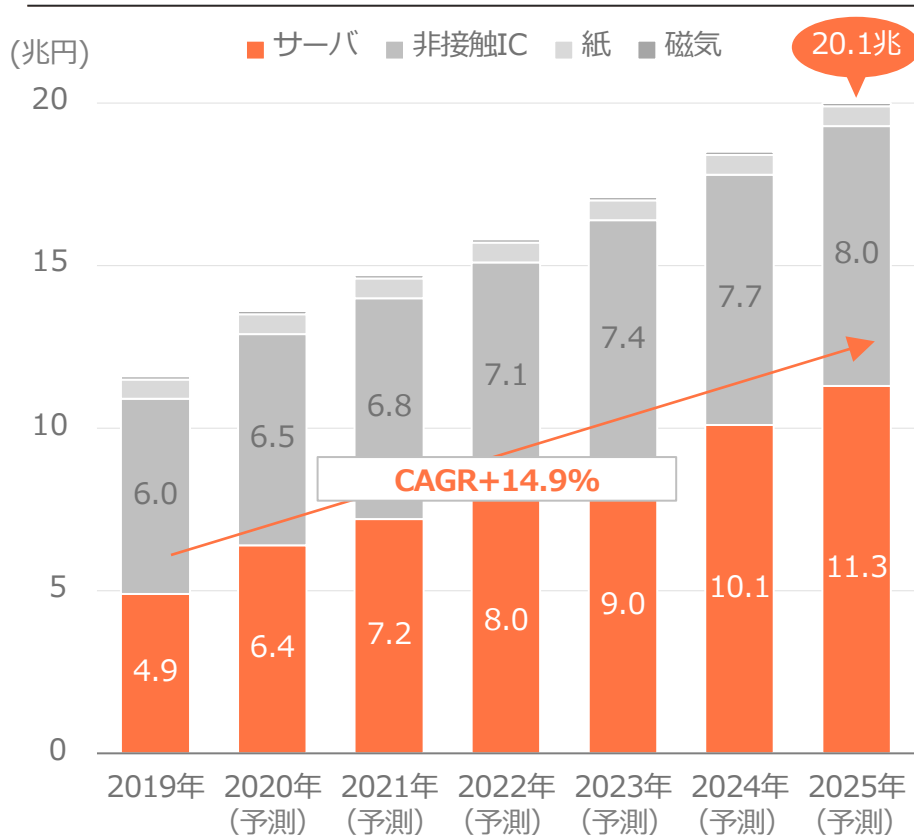


出所：株式会社インフキュリオン カード・ウェブ編集部「電子決済総覧2019-2020」

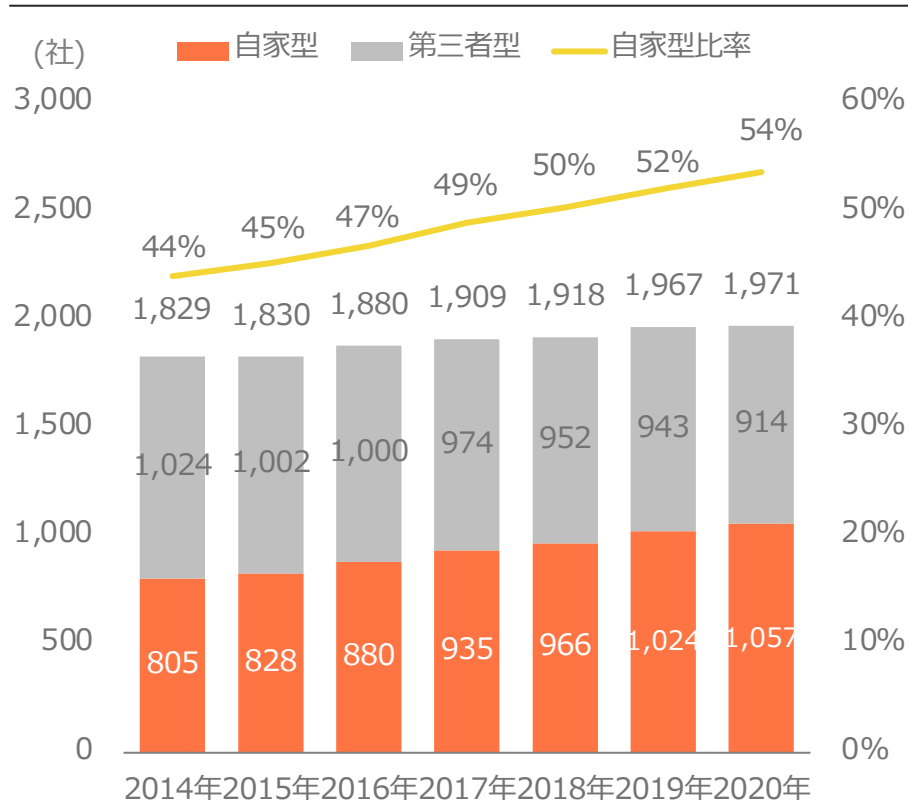
キャッシュレスサービス（CS）事業：プリペイド決済市場

- ・プリペイドの成長を牽引するサーバ型は、年平均14.9%で成長するとの予測
- ・プリペイドカードの発行者数は当社がメインで提供する自家型を中心に増加傾向

プリペイド決済のツール別予測



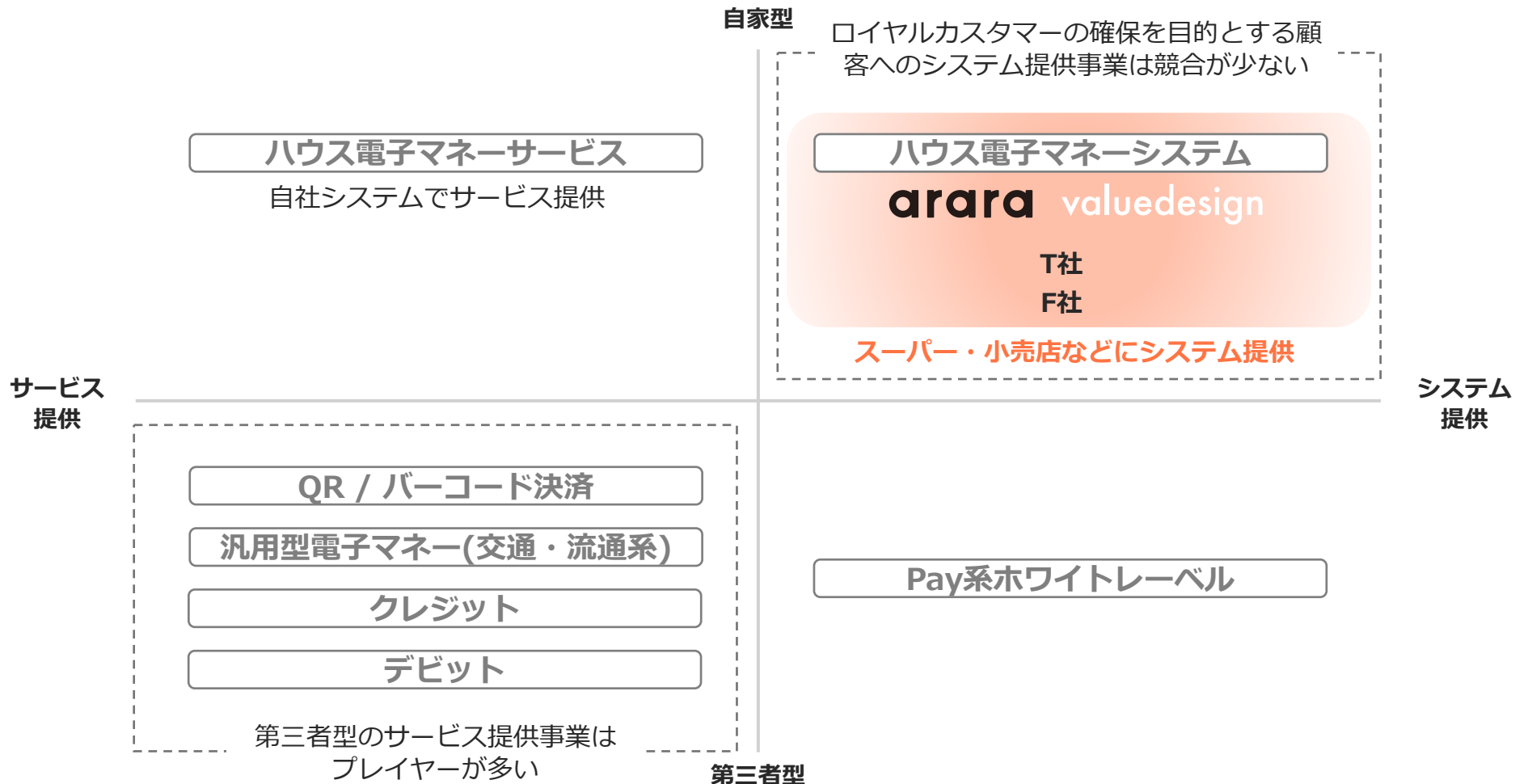
プリペイドカードの発行者の推移



※ 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）一般社団法人日本資金決済業協会「第23回発行事業実態調査統計」（令和2年度版）

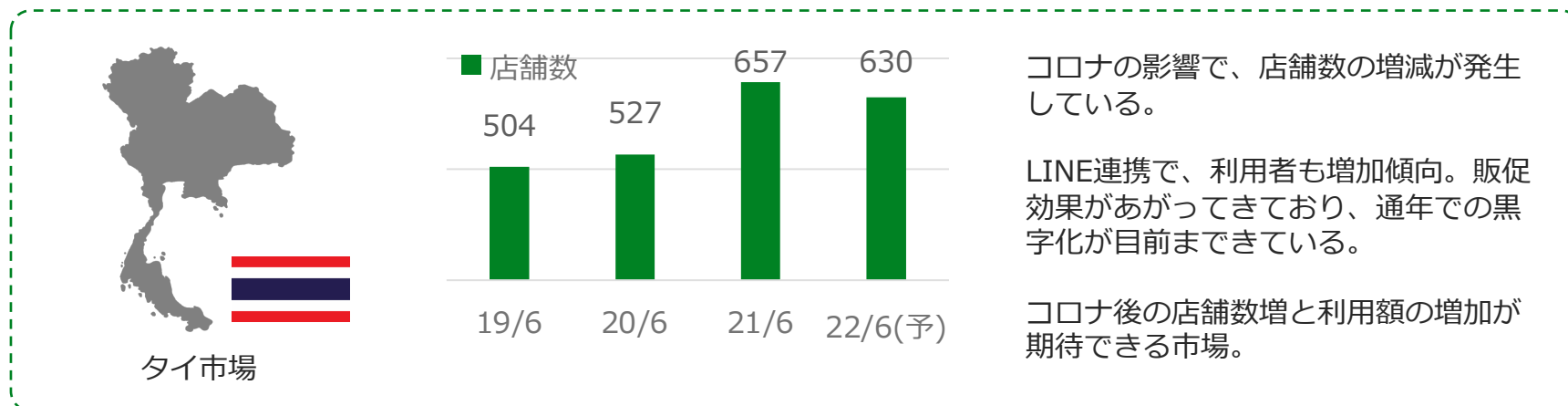
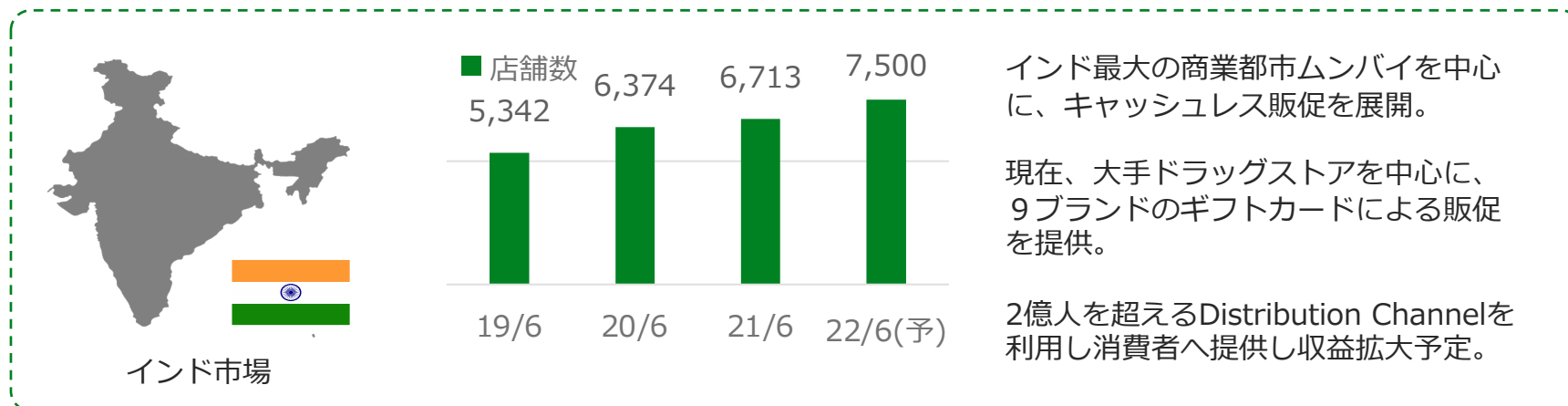
キャッシュレスサービス（CS）事業：競合環境

- ・ 当社はスーパー・小売店などの事業者にはハウス電子マネーのシステムを提供
- ・ 主要なハウス電子マネーシステム提供事業者は、当社以外にバリューデザイン社・T社・F社のみ
- ・ バリューデザイン社との業務提携により、幅広い顧客基盤にサービス提供が可能



キャッシュレスサービス（CS）事業：海外市場

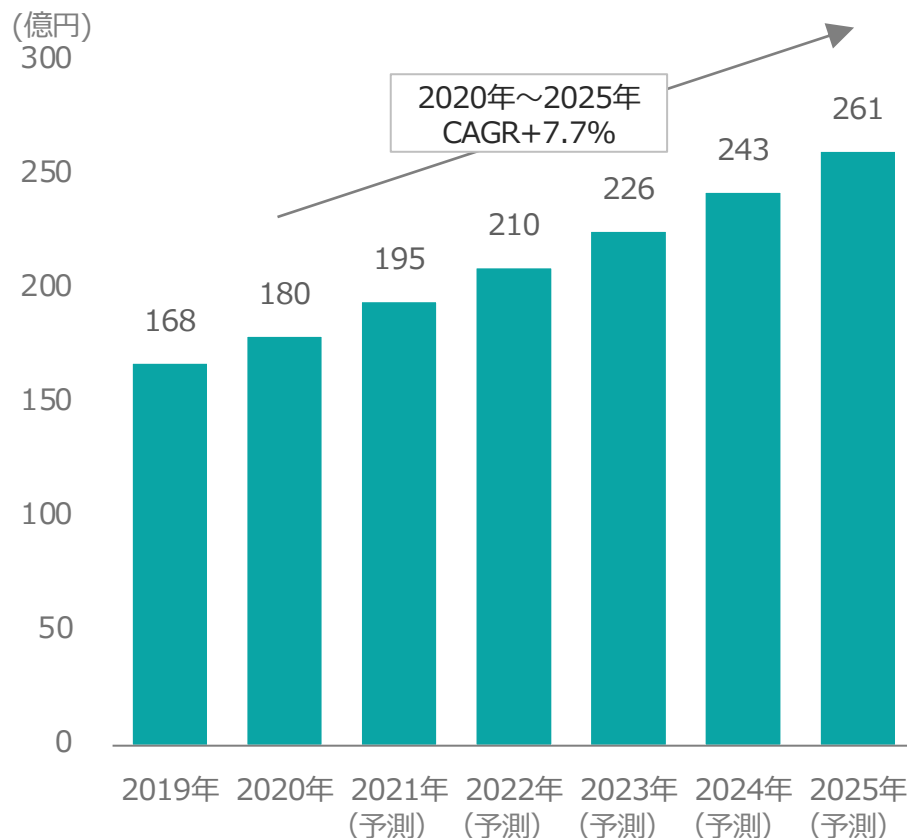
- 海外子会社については、経営資源をインド・タイ市場に集中投下し、単年度黒字化を早期に実現することを目指す。



メッセージングサービス（MS）事業：メッセージングサービス市場

- ・メール送信市場は着実に成長。個人・企業ともに電子メール利用の重要度は非常に高い
- ・エンドユーザーと紐づく本人認証ツールなど、幅広い用途で活用されている

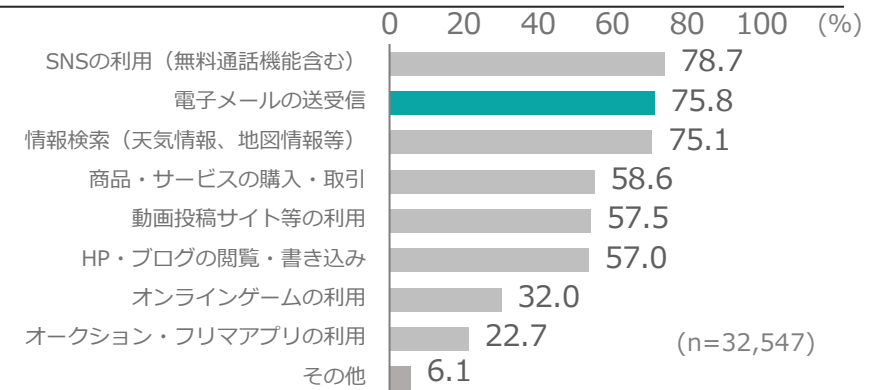
メール送信市場の市場規模（注1）予測



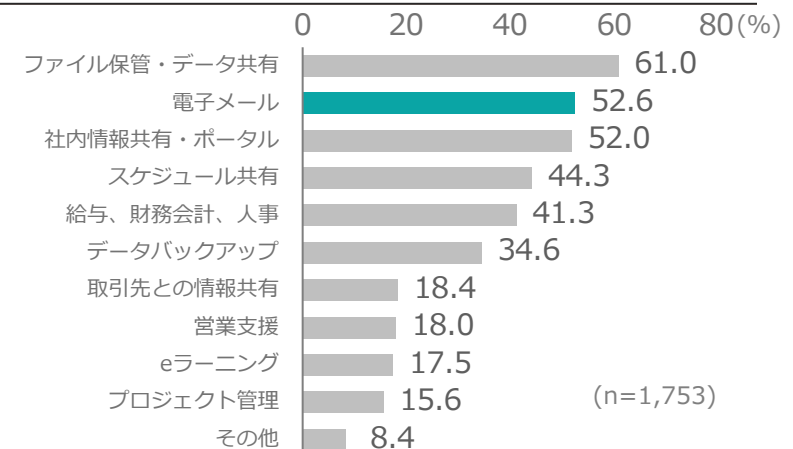
(注) 1.新規ライセンス売上（一部、アライアンス製品、SaaS、サブスクリプション売上含む）及び保守費を対象に算出

出所：ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2022」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）

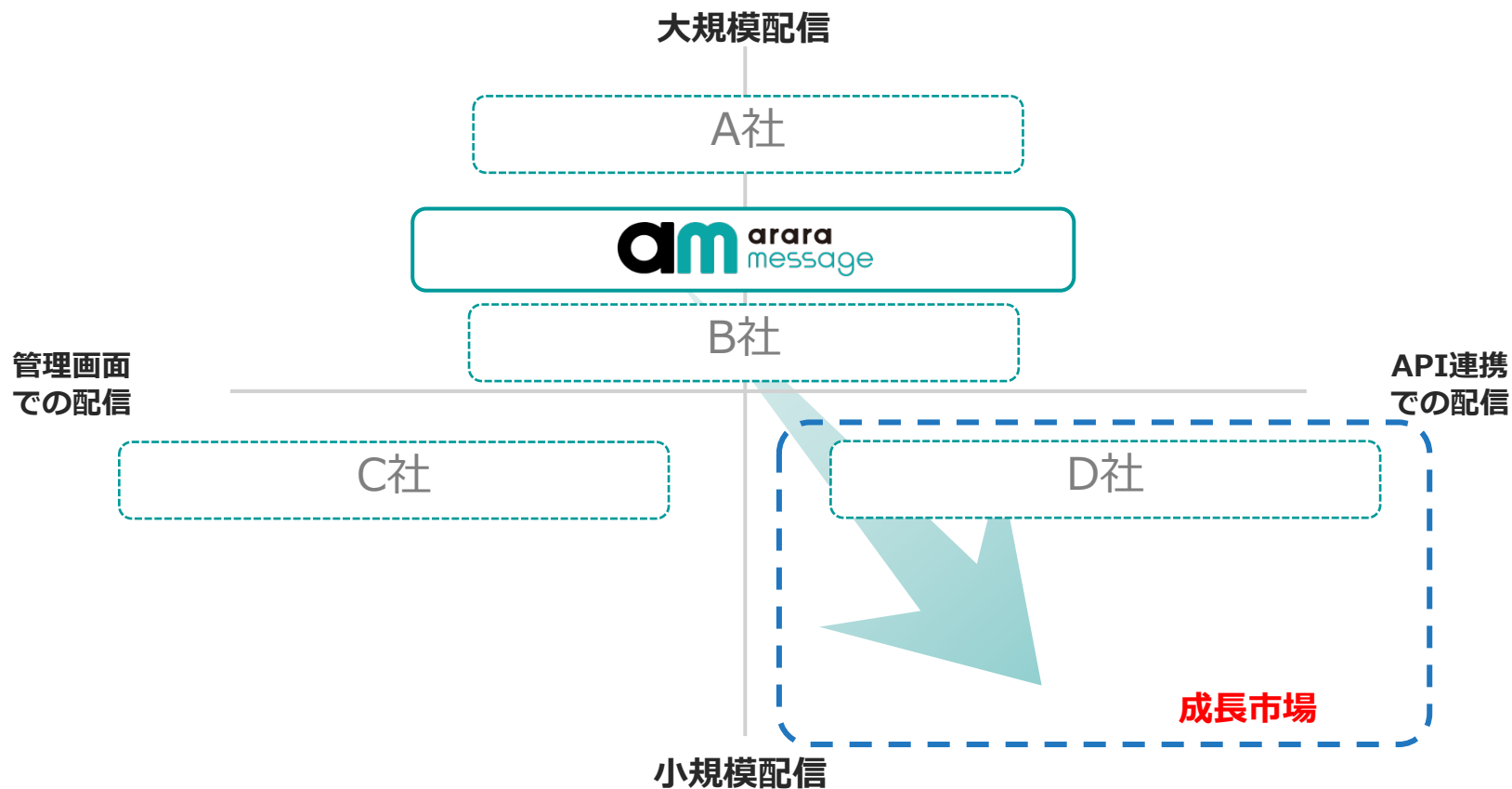


出所：総務省「令和3年通信利用動向調査」

メッセージングサービス（MS）事業：競合環境

- メール送信市場は、メルマガ等のマーケティングメールから予約確認等のトランザクションメールに移行するなか、送信通数は徐々に大規模化
- 当社のメッセージングサービス事業は、API連携×小規模配信の成長市場に注力

メッセージングサービス競合環境



強み・特徴

arara

世界をもっとハッピーに

1

決済取扱高1兆円

- バリューデザイン社との統合により、QR決済事業者と比較しても遜色のない規模の決済取扱高
- 利用店舗数は合計で10万店舗となり、顧客基盤は強固

2

独自Pay（決済×マーケ）
の相乗効果

- マーケティング機能によりエンドユーザーのチャージ・利用額が増加し、ロイヤルカスタマー化
- 顧客のキャッシュフローがより改善するという好循環

3

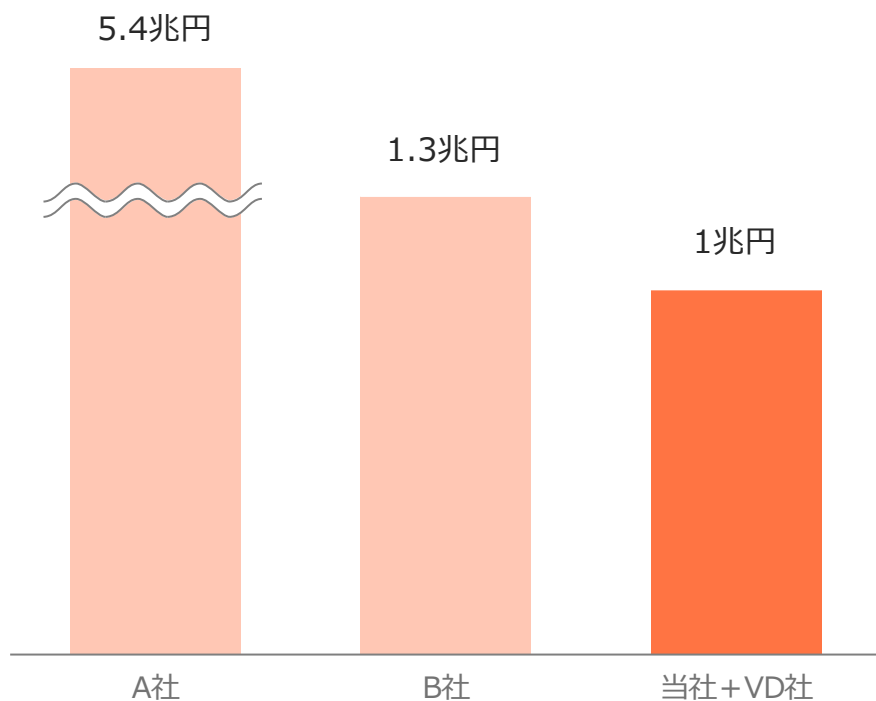
幅広いニーズに対応する開発力

- 決済、販促、顧客管理など様々な機能ニーズが存在
- 継続的な機能開発により高い参入障壁を構築

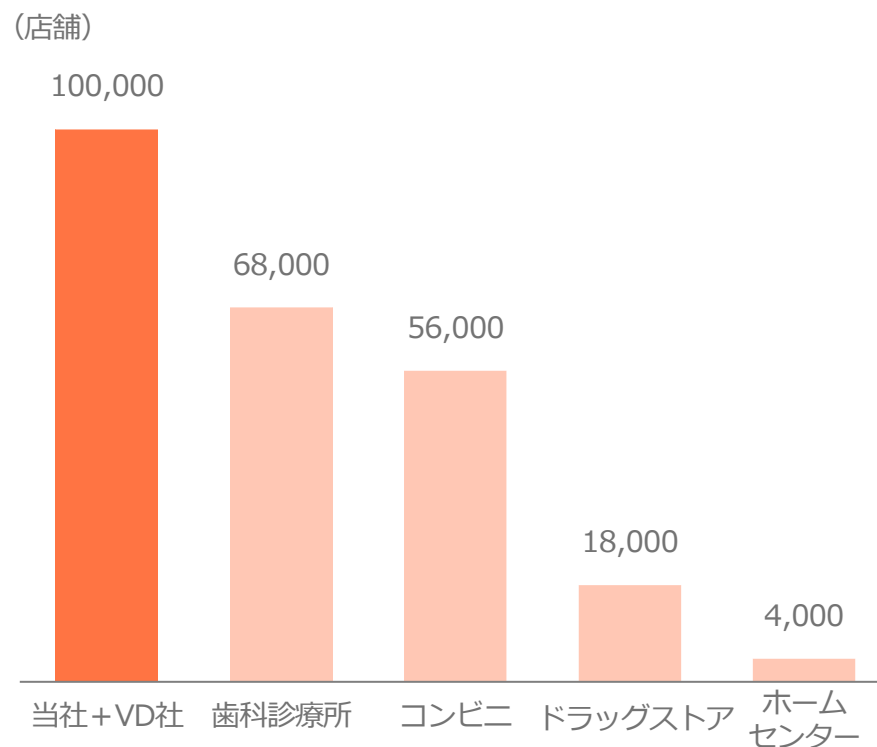
当社の強み・特徴①：決済取扱高1兆円

- バリューデザインを含めた決済取扱高は年間1兆円、顧客企業の店舗は全国10万店舗となり、強固な顧客基盤を有する

QR決済事業者と同等規模の決済取扱高



顧客企業の店舗数

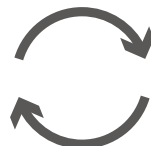


決済とマーケティングの相乗効果

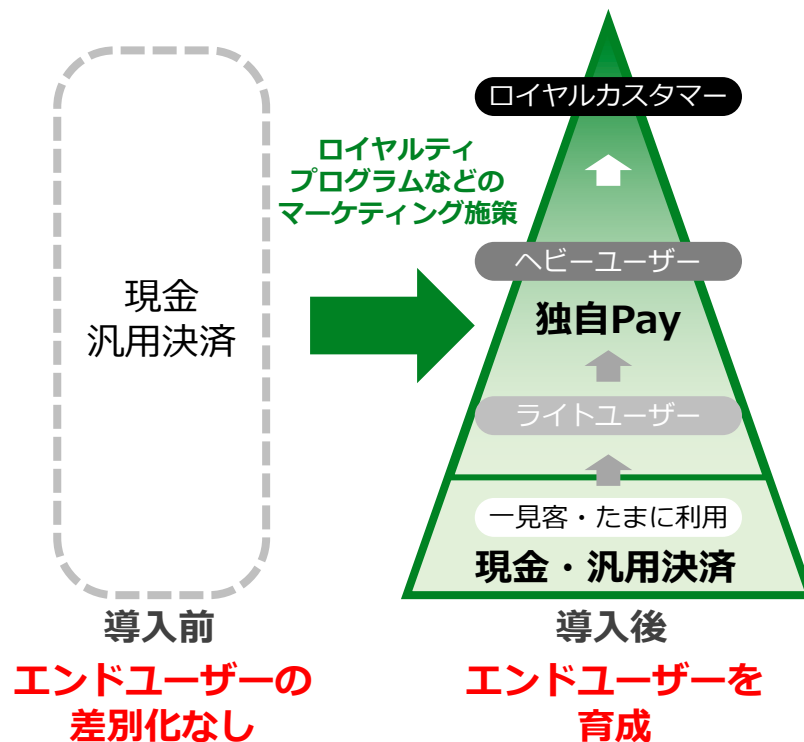
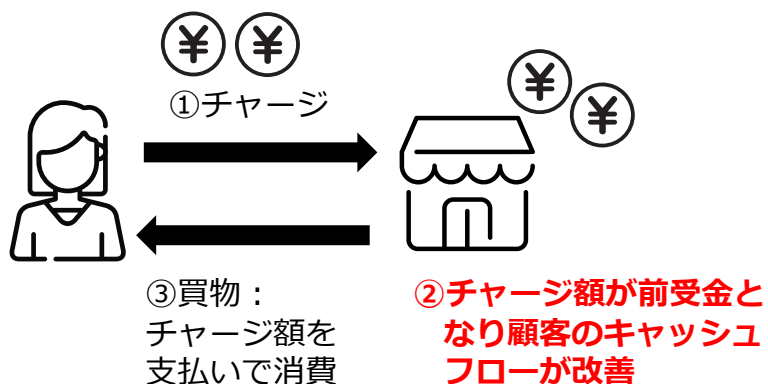
マーケティング機能によりエンドユーザーのチャージ・利用額が増加し、ロイヤルカスタマー化する。

さらに、顧客のキャッシュフローがより改善するという好循環が生まれる

前受金による顧客の
キャッシュフロー改善






エンドユーザーの
ロイヤルカスタマー化



当社の強み・特徴③：幅広いニーズに対応する開発力

- ・「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る
- ・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、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

3つの設計思想

エンドユーザーのベスト	絶えず進化	安心・安全
 <p>「世界をもっとハッピーに」</p> <p>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</p> <p>キャッシュレスサービス事業</p> <p>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</p> <p>メッセージングサービス事業</p> <p>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</p>	 <p>「進化しないサービスは死んだサービス」</p> <p>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</p> <p>キャッシュレスサービス事業</p> <p>+</p> <p>メッセージングサービス事業</p> <p>クラウド環境に最適化した新サービス開発を順次推進</p>	 <p>「ずっと使われるサービス」</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>キャッシュレスサービス事業</p> <p>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</p> <p>メッセージングサービス事業</p> <p>STARTTLS送信に対応し、メール送信時の通信を暗号化</p>

成長戦略

arara

世界をもっとハッピーに

- 統合による経営資源の集中・業務効率化により収益性を高める。
- 独自Payの国内トップシェアのポジションを生かした事業展開により収益拡大を目指す。

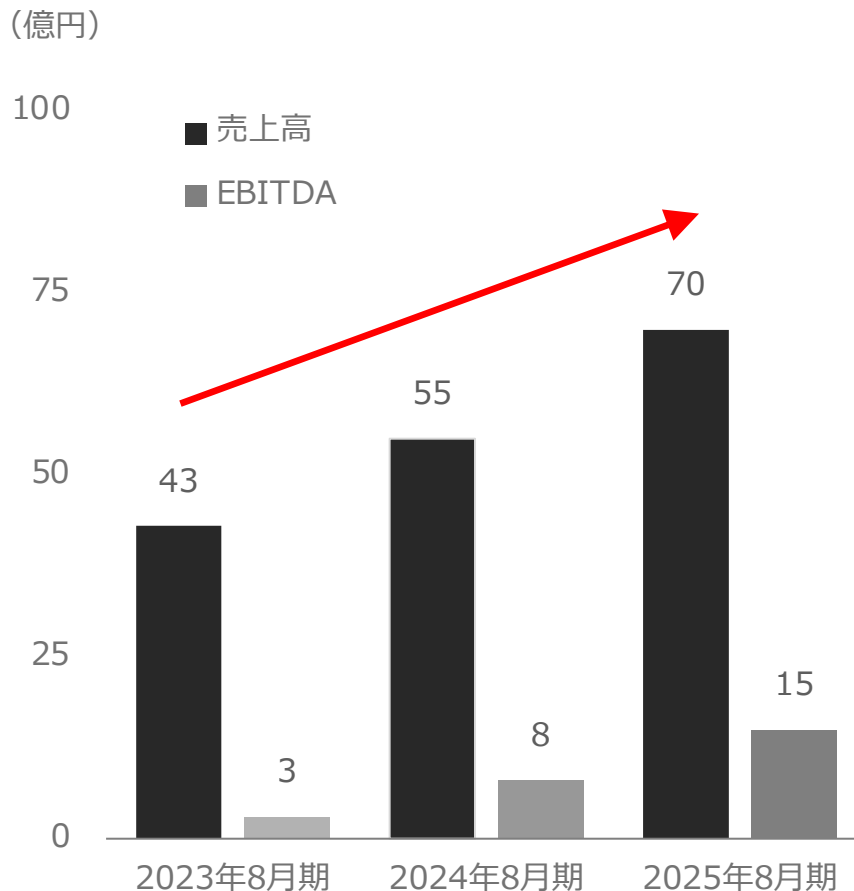
中期経営計画

売上高70億円

EBITDA^{※1}15億円

※1 統合後の重要業績指標としてEBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization/利払い前・税引前・減価償却前・その他償却前利益) を採用する方針です。

注：2022年7月15日開示の「通期連結業績予想の公表及び個別業績予想の修正に関するお知らせ」に記載の通り、2022年8月期の個別業績予想については、売上高1,163百万円、営業利益▲150百万円、経常利益▲171百万円、当期純利益▲1,459百万円となります。



2023年8月期

売上高 43億円
EBITDA 3億円
EBITDA マージン 7.0%

2024年8月期

売上高 55億円
EBITDA 8億円
EBITDA マージン 14.5%

2025年8月期

売上高 70億円
EBITDA 15億円
EBITDA マージン 21.4%

収益基盤の強化 と経営資源の集中

- サービス拡充による
決済手数料収入の増加
- 決済額拡大
- 本社コスト削減
- 🔄 海外拠点の選択と集中

機能拡充による 差別化

- 決済関連機能の拡充
- マーケティング機能の
拡充

原価効率の さらなる改善と 将来への布石

- 🔄 独自Payプラット
フォームの共同
センター化
- 次の顧客セグメント
への本格的な拡大

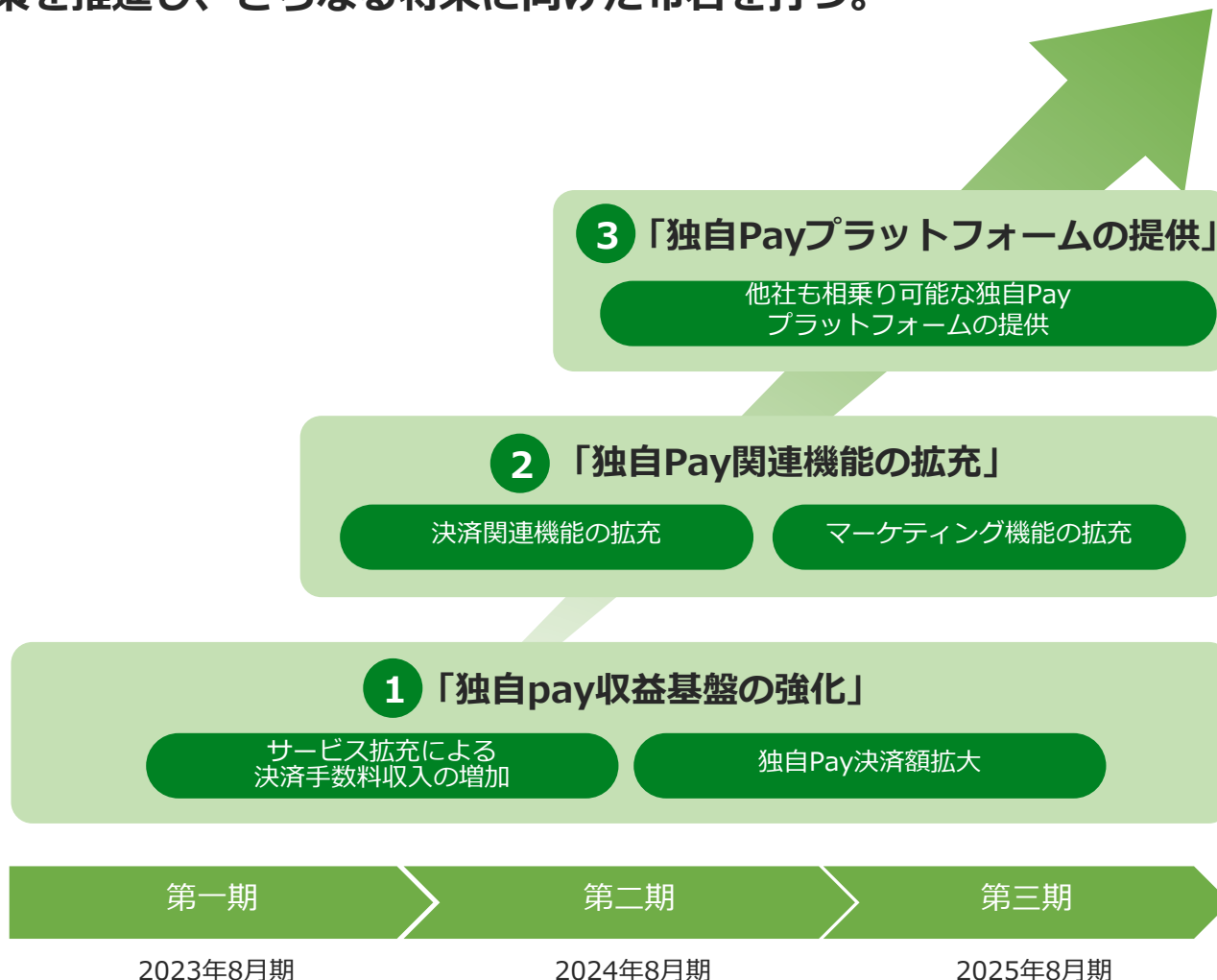
➤ : 売上増加

➤ : 費用削減

🔄 : 効率性向上

キャッシュレス事業 成長のロードマップ

- 当社のキャッシュレス事業は、成長市場であるキャッシュレス市場において、国内シェアトップの独自Payを提供する企業として確固たるポジションを確立しながら、収益力を向上させる施策を推進し、さらなる将来に向けた布石を打つ。



3 「独自Payプラットフォームの提供」

他社も相乗り可能な独自Payプラットフォームの提供

2 「独自Pay関連機能の拡充」

決済関連機能の拡充

マーケティング機能の拡充

長期事業Value

独自Payを第4のキャッシュレス決済手段にする

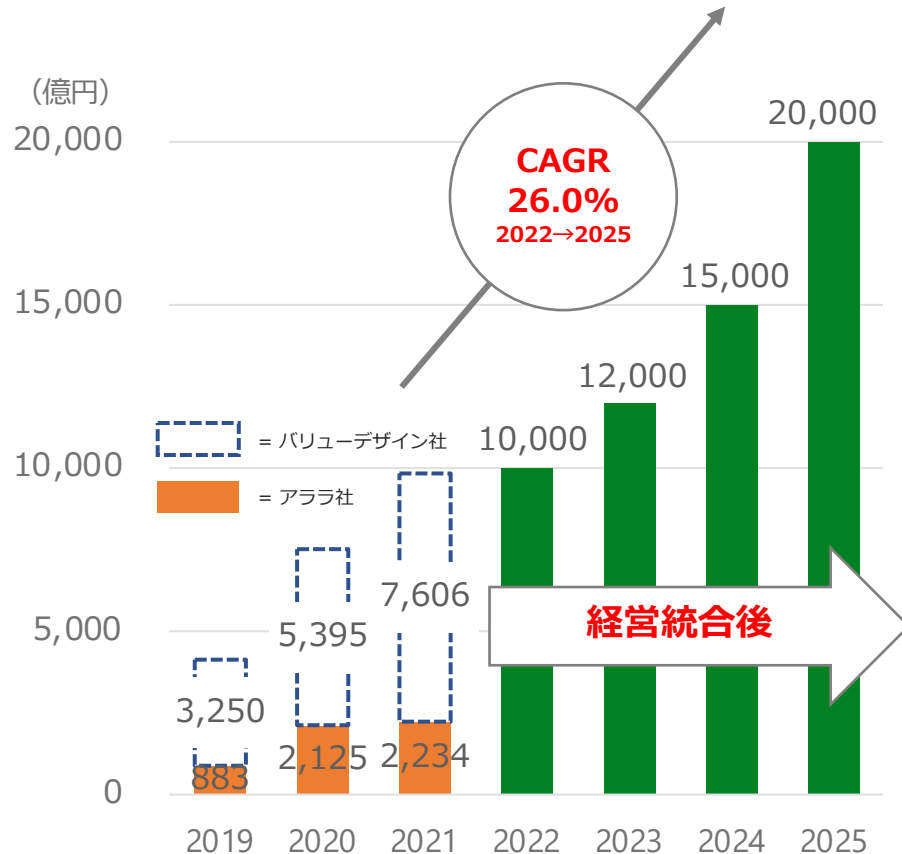
クレジット、非接触IC、QRコード決済に次ぐ決済手段として独自Pay業界をリードする。

独自Payを軸とした総合的なサービスを実現し、展開する。

1 成長のロードマップ：独自Pay収益基盤の強化

- 今後は顧客メリットを訴求し、顧客と共通の目標を持ち、サービス拡充により手数料収入を拡大する。また、両社のノウハウを結集し、既存顧客の利用促進を進める。

独自Payの年間決済額(GMV)



サービス拡充による決済手数料収入の増加

- 独自Payの導入メリットとして、顧客の前受金が増加し、CCC(Cash Conversion Cycle)が良化する。エンドユーザーのロイヤルカスタマー化により、チャージ額がさらに増加し、顧客は資金調達と同等の効果が得られる。
- キャッシュフローが改善するというメリットを適切に訴求していくことで、廉価販売に陥ることなく、独自Payのサービス拡充により決済手数料収入を増加。

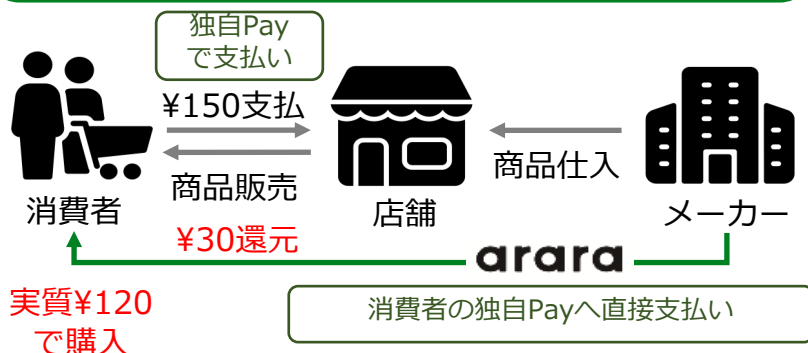
決済額の拡大

- 独自Payの利用がキャッシュフロー上・マーケティング上のメリットがある点を再認識していただき、顧客に独自Pay決済額の拡大という共通目標を持っていただく。
- 顧客売上に占める独自Payの決済額（決済比率）が増加するノウハウを、カスタマーサクセスを通じて提供することで継続的な決済額の拡大を進める。

2 成長のロードマップ：独自Pay関連機能の拡充

- 独自Payの決済額の拡大には、マーケティング事業が不可欠。購買データと決済データの分析のValue Insightとメーカー販促と独自Payを組み合わせたチャージバックで、独自Payの決済額を拡大する。競合企業とも提携し展開していく。

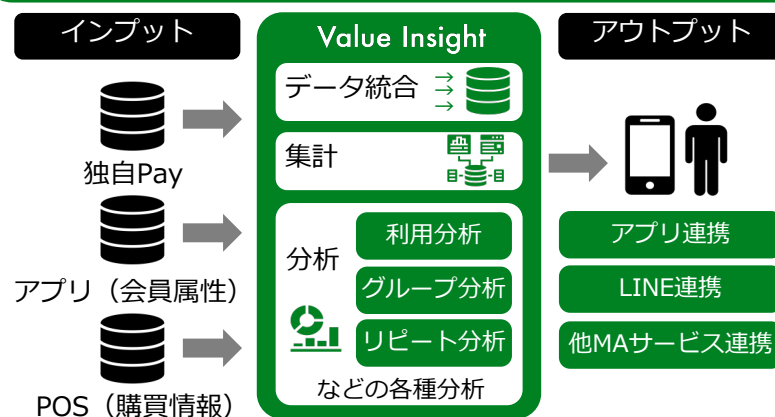
チャージバックの概要



※特許第6898600号
紹介動画：<https://www.youtube.com/watch?v=q1ClYU3GDsU>

- 特定の商品購入に対して、メーカーが直接消費者へ独自Payを利用し、販促できるサービスを提供する。
- 店舗は、値引きせず、メーカー負担で販促可。独自Payへのチャージバックで、再来店も期待できる。
- 独自Payの決済額も拡大し、チャージバックを提供することで、メーカーから新たな収益源を得る。

Value Insightの概要



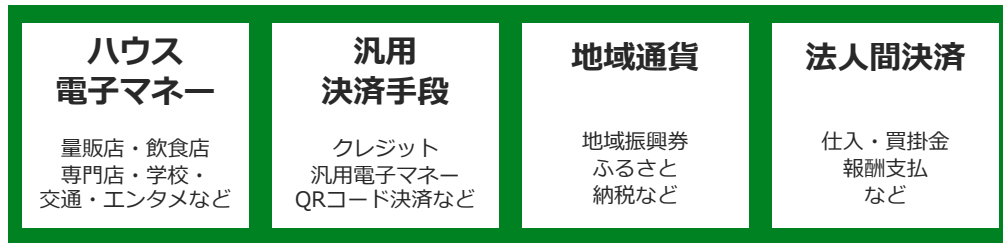
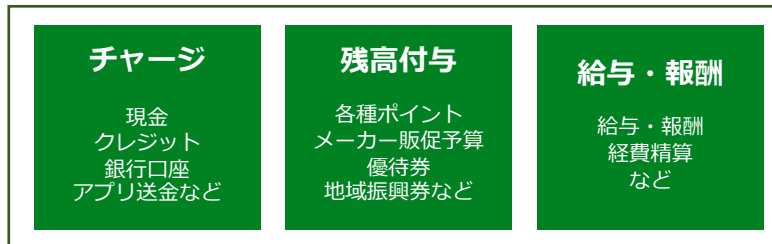
- 決済データ、スマホアプリ等により取得した顧客データ・POSの購買データを統合・分析するマーケティングDXサービスを提供する。
- キャッシュレス決済比率をモニタリングし、売上に占める独自Payの決済額を向上させる。
- 顧客動向の集計・分析に費やす時間を短縮し、顧客とより質の高いコミュニケーションを実現し、販促効果を最大化する。

3 成長のロードマップ：独自Payプラットフォームの提供

- 独自Payプラットフォーム（共同センター化）は、原価の低減という経営資源の効率化のみならず、競合企業も含め、他の企業が活用できることを目指し、収益を拡大させる計画。

独自Payプラットフォームの概念図

独自Payのバックエンドをパッケージ化



自社ブランド

A社ブランド

B社ブランド

OEM提供

OEM提供

独自Payのプラットフォーム (共同センター化)

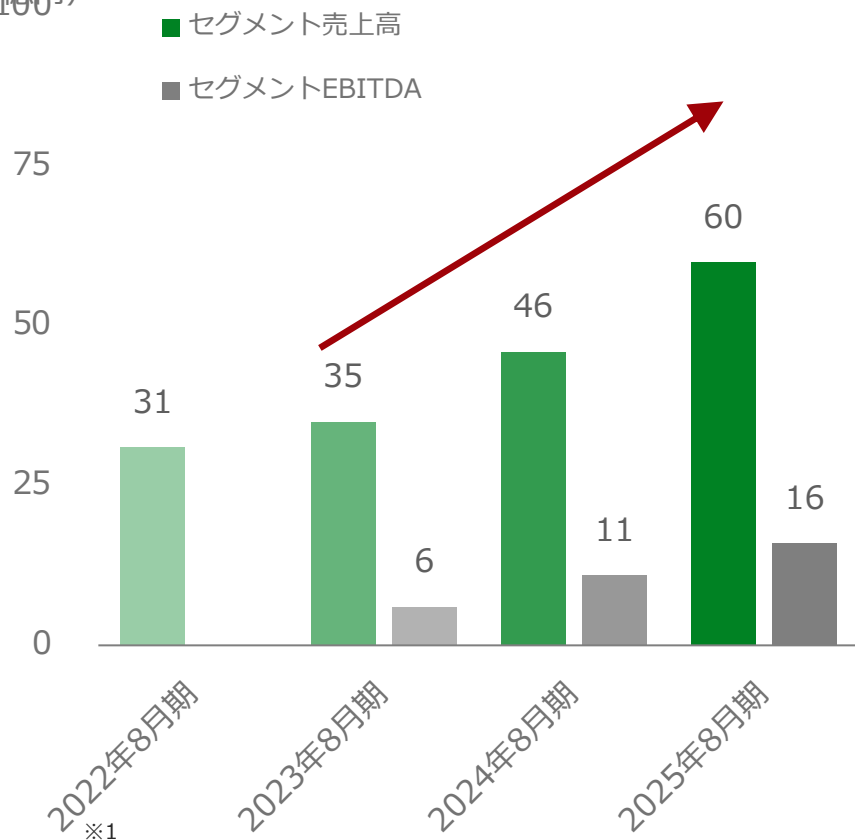
- バリューデザインとアララの決済処理を統合し、共同センターとすることで当社の原価を低減。
- 決済のバックエンドシステムを、外部へ開放することで、競合企業も相乗り可能な独自Payプラットフォームとなる。
- 具体的な提携先の例として、アプリなどのフロントエンドを有する量販店などが想定される。

提携先のメリット

- 自社専用の独自Payを構築する場合、GateWay・POS接続などに高額な投資が必要だが、利用に応じた金額で決済が可能となる。

キャッシュレス事業

(億円)



※1

※1 2022年8月期は、2022年7月15日開示の「通期連結業績予想の公表及び個別業績予想の修正に関するお知らせ」で開示しておりますアララの売上高のうちキャッシュレスの売上高と、2022年6月期の業績予想等で開示しておりますバリューデザインの売上高の単純合算を示しております。

成長のドライバー

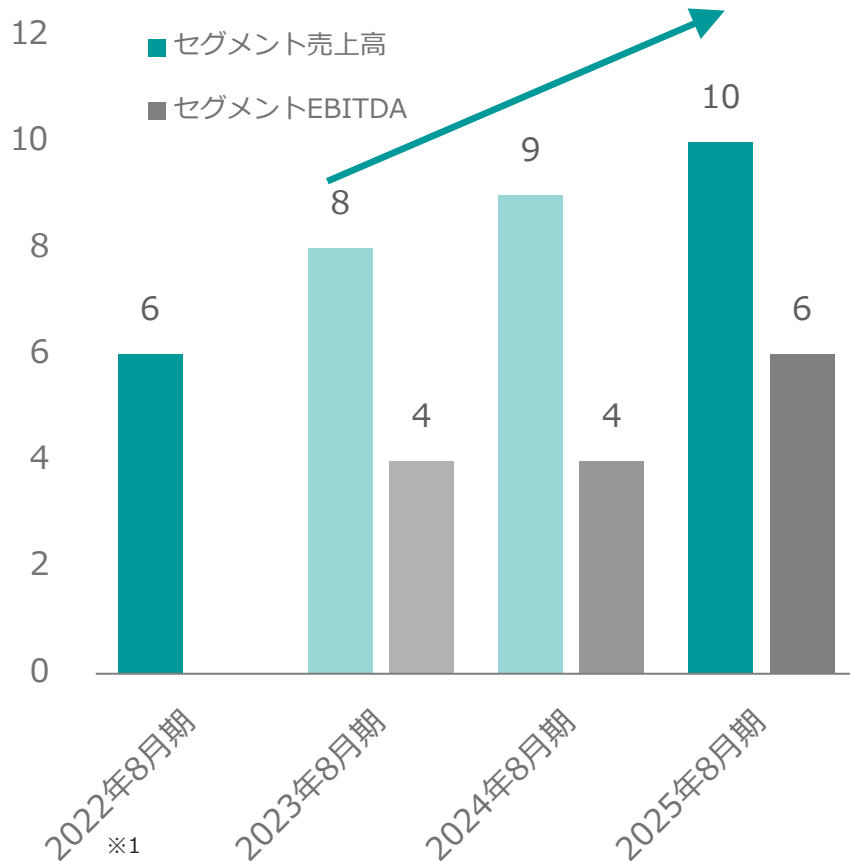
- 両社ノウハウの共有など各種取組みに注力し、決済手数料売上を中心とする売上高の増加を目指す。
- 2024年8月期には新たなマーケティング機能等による売上、2025年8月期には新たな顧客セグメントへの本格的な拡大などを見込む。

コストの低減

- 両社の経営統合によりシステム投資コストを見直し、重複する機能開発の削減、外注費の削減などにより将来の開発コストを低減することが可能。
- 営業においても管理体制の一元化や新規営業先の統一などにより、拡大予定であった将来の人員費削減が可能。

ソリューション事業

(億円)



ソリューション事業は、アララ社のメッセージングサービス、データセキュリティサービス、その他（AR事業）を指し、リカーリングビジネスを中心に展開。

特にメッセージングサービスに注力し、
今後は海外への展開も計画

※1 2022年8月期は、2022年7月15日開示の「通期連結業績予想の公表及び個別業績予想の修正に関するお知らせ」で開示しております売上高のうち、アララのメッセージングサービス、データセキュリティサービス、その他(AR事業)の売上高の合算値のみを示しております。

運営の強化／効率化

- 経営と事業の分離による効率化
 - － 持株会社は経営戦略の観点から大局的な意思決定が可能
 - － 事業会社は運営に必要となる迅速な意思決定が可能
- 管理リソース拡大による採用力強化
- バックオフィス業務のナレッジ共有

コスト削減

- オフィスの統合による賃料削減
 - － 在宅勤務などのコロナ後を見据えたオフィス運営
- 監査費用の削減
- 上場維持費用の削減
- 取締役と監査役集約による役員報酬削減
- 統合により不足人員を確保し、将来的な採用費を抑制

経営統合によるメリット

成長速度の加速

- 効率化、コスト削減、将来の採用減により、最終年度までに年間約1億円の統合効果を図る
- 両社のノウハウ及びナレッジ集積によって多面的に策定した経営戦略を推進
- 積極的なM&Aにより、事業拡大を図る
 - － 既存事業の成長を促進する事業
 - － 既存事業と補完関係にある事業
- 外的環境変化に対するリスク耐性強化

経営統合後のコスト削減策

- 経営統合による定常的なコストの削減は、総額で約1.1億円(約60~70百万円の純減)の想定
- 特に来年以降の賃料削減や本社関連の採用抑制による効果大きい

コスト項目	進捗状況*	概要
オフィス賃料	進行中	<ul style="list-style-type: none"> • バリューデザインのオフィスを2023年8月期中に解約。リモートやサテライトオフィスの活用などを推進 • オフィスの解約により年間77百万円を削減し、サテライトの追加等により年間30~40百万円のコストが増額
上場維持費用	済	<ul style="list-style-type: none"> • 2022年5月30日にバリューデザインは上場廃止し、今後の上場維持費用が不要となる • 開示や株式事務関連で年間計7百万円相当のコストを削減
役員報酬	済	<ul style="list-style-type: none"> • バリューデザインの役員退任に伴って報酬分が減少 • 役員報酬で年間計19百万円のコストを削減
採用費	進行中	<ul style="list-style-type: none"> • 統合によって本社機能の不足人員が確保できたことにより、採用予定であった採用費相当額を削減 • 採用費として計上予定であった年間10百万円のコストを削減

総額約1.1億円
のコスト削減
(約60~70百万
円の純減)

経営統合に要した両社の業務委託費等約100百万円は、今期一時的に費用計上。来期の費用計上の計画はなし。

* 2022年7月15日時点

- 新規上場時に「成長可能性に関する説明資料」で発表した成長戦略は、一部継続中の施策ではあるものの、概ね順調に進捗
- 新たな施策として、キャッシュレス事業ではバリューデザインとの製品・組織の統合、メッセージングサービス事業では受注業務のフルオートメーション化を継続中

事業	施策	進捗状況	
キャッシュレス	<ul style="list-style-type: none"> パブリッククラウドサーバによるSaaS型の新サービスの提供 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 新サービスとしてアララキャッシュレスの順次提供開始を2021年11月に発表 追加機能の拡充など継続的にサービスを開発中
	<ul style="list-style-type: none"> 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の提供 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 販促の新サービスとして「チャージバック」の今期中の本格導入に向けてメーカー等と調整中
	<ul style="list-style-type: none"> 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への参入 	完了	<ul style="list-style-type: none"> 経営統合によりバリューデザインのValue giftを導入することで完了
	<ul style="list-style-type: none"> バリューデザインとの製品・組織の統合 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 2022年6月から人員の出向を実施し、両社の製品・組織の統合を推進中
メッセージング	<ul style="list-style-type: none"> 受注業務のフルオートメーション化 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 受注からアカウント発行までを自動化し、人の手を介さない受注体制を構築予定

- 2022年8月期の投資計画は予定通り進捗
- 2023年8月期以降の投資については下記の通り計画

(千円)

資金使途	事業	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	—
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	—
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	—
経営管理システム投資	全社	—	—	50,000
採用活動費用	全社	—	10,000	—
合計		302,000	282,069	50,000

*バリューデザインとの経営統合に鑑み、2023年8月期における投資計画の金額及び詳細は未定

予定通り実行済み

予定通り進捗

想定されるリスク

arara

世界をもっとハッピーに

#	項目	顕在化可能性/ 時期	概要	対応策
(1)-2	インターネットの利用環境について	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> インターネットの利用に関する新たな規制の導入や技術的障害の発生によりインターネット環境が変化した場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット環境に関する規制動向や技術に関する調査等により、環境に適応した事業展開を実施
(1)-3	SaaS型サービスへの依存について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社は提供するSaaS型ビジネスは必ずしも参入障壁が高いとは言えず、価格競争の激化やより画期的なコンセプトの商品・サービスが出現した場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> SaaS型ビジネスの継続的な開発による優位性の向上を図る
(1)-4	技術革新への対応について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 新技術・サービスの開発など、インターネット業界は変化が激しいため、技術革新への対応が遅れた場合、業績に影響 新技術への対応に予定していないシステムへの投資が必要になった場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客からの要望をサービス開発に生かすことで、ニーズのある技術やサービスを継続的に展開 ITエンジニアの通年採用や資格取得補助等を実施
(1)-5	システムトラブルについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> コンピュータシステム・周辺システムへの急激なアクセス増加やコンピュータウイルス・ハッカーの侵入、予測不可能な要因によりシステム障害等が生じた場合、業績に影響 従業員の過誤等によるプログラム改ざんや重要データの削除による業績への影響 	<ul style="list-style-type: none"> 安定的なサービス提供のため、複数のサーバによる負荷分散や設備の増強、定期的なバックアップなどを実施 顧客が閲覧できる障害掲示板の提供等の事前対応 将来的なパブリッククラウドへの完全移行に向けた開発
(1)-6	キャッシュレスの市場拡大について	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス市場低迷や顧客等の事業見直しによる業績への影響 経済環境悪化により個人消費に対する抑制心理が働いた場合に業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 様々なキャッシュレス事業者・サービスとの提携により複数のキャッシュレス決済手段を展開

※その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

#	項目	顕在化可能性/ 時期	概要	対応策
(2)-2	サービス等の不 具合によるリス クについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 高度化したソフトウェアの瑕疵を完全に解消することは困難であり、当社が開発し、提供するアプリ、ソフトウェアやシステムにおいて致命的な瑕疵が発見され、その不具合を適切に解決できない場合は、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 高度な人材の採用や社内教育によって、信頼度の高い開発体制を維持・構築
(2)-4	情報管理体制に ついて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っており、重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等による当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 情報資産を保護するため個人情報保護方針、情報セキュリティ基本方針を定めると共に、プライバシーマークを取得し、情報資産を適切に管理、保護
(2)-7	代理店及びサー ビス連携パート ナーとの関係に ついて	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> 代理店及びサービス連携パートナー（以下、パートナー等）を活用した顧客への各サービス販売力強化を図っているため、パートナー等の事業展開等や多くの顧客と契約を締結しているパートナー等との契約終了により業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> パートナー等との密な情報連携により、契約状況などを把握した上で事業運営・サービス提供を実施 新たなパートナー等との契約締結に向けた営業を強化

※その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

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あります。

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す。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等に基づいております。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、決算発表の時期を目途として開示を行う予定です。
なお、次回の更新は2022年10月の2022年8月期通期決算発表後を予定しております。