

arara

事業計画及び成長可能性に関する事項
アララ株式会社

東証グロース：4015
2022年11月24日

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

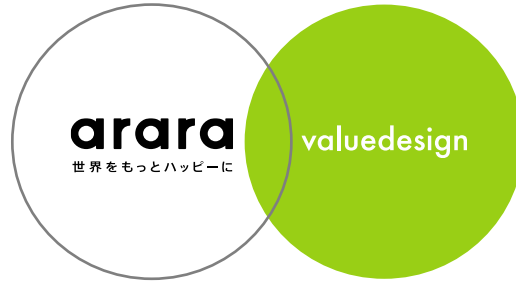
「BtoBtoC」を中心とした SaaS型ソリューションカンパニー

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



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	694百万円 (2022年8月末)			

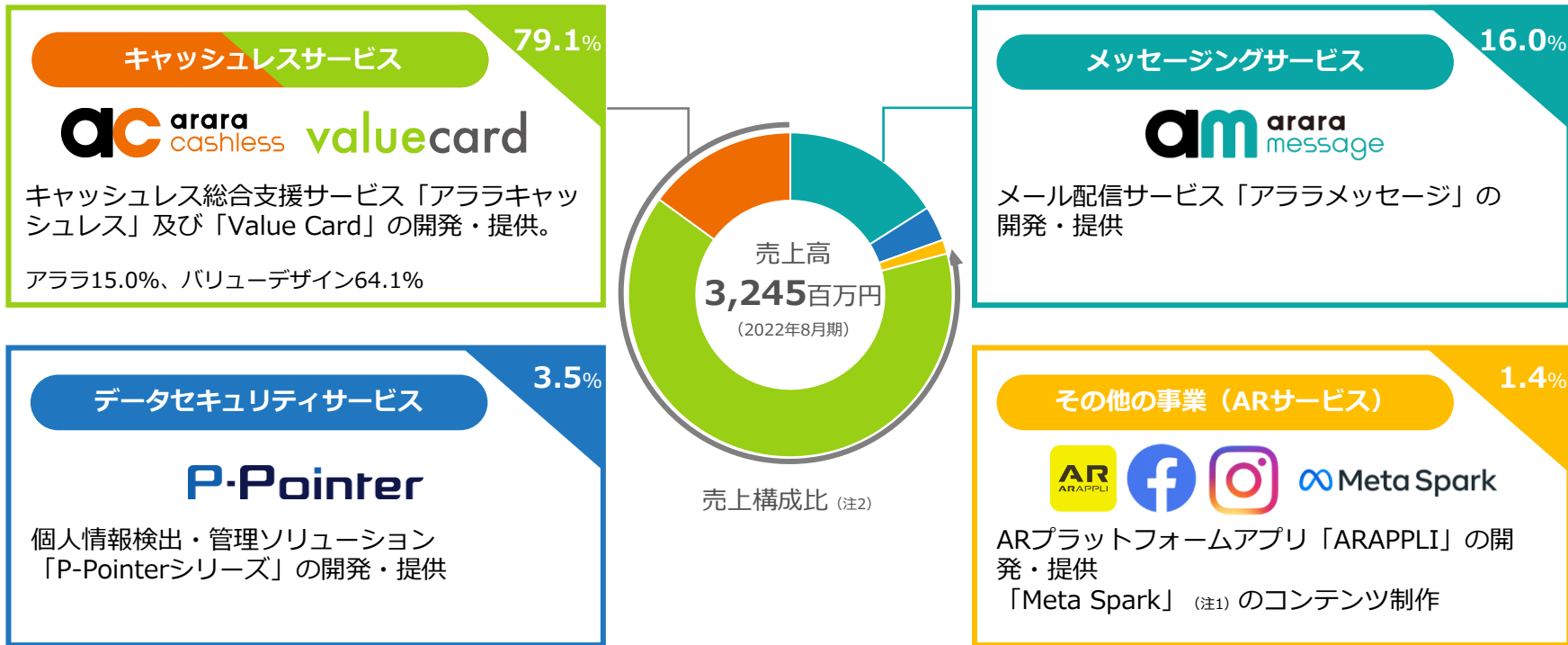
会社名	株式会社バリュエデザイン		
代表者	代表取締役社長	林 秀治	
設立年月日	2006年7月		
本社所在地	東京都中央区八丁堀3-3-5 住友不動産八丁堀ビル6F		
資本金	100百万円 (2022年6月末)		
株主	アララ株式会社 (100%)		

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（現アララキャッシュレス）サービスを開始
- 2007年 12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。同年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 

事業概要

「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、2022年8月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



(注) 1. 「Facebook」、「Instagram」、「Meta Spark」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です
 (注) 2. 売上構成比にはバリューデザインの2022年6月期売上高を合算

ビジネスモデル

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約85%

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、代理店経由での販売のほか、サービス連携パートナーが提供するサービスと統合し販売

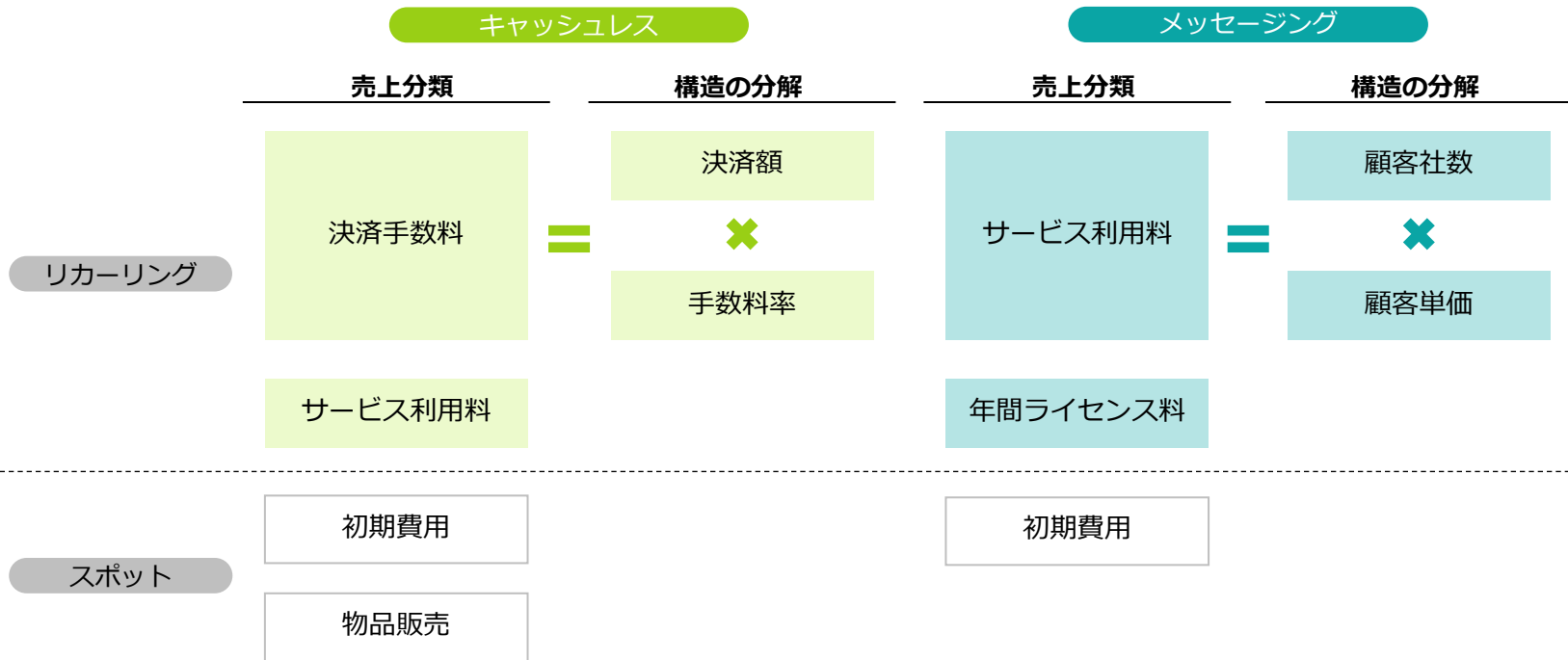
	売上分類		商流		
	リカーリング	スポット			
ソリューション事業	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 決済手数料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 	直販／代理店	顧客 	エンドユーザー
	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 年間ライセンス料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 	直販／代理店／サービス連携パートナー(注)		
	<ul style="list-style-type: none"> 年間ライセンス料 		直販／代理店／サービス連携パートナー(注)		
	<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す

重要な収益構造

キャッシュレスサービス事業の主な売上である決済手数料は、決済額と手数料率に分解され、特に決済額は重要な経営指標である

メッセージングサービス事業の主な売上であるサービス利用料は、月額固定の顧客単価と顧客社数に分解される



1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

店舗の常連客への特典・優遇策

店舗を利用する消費者は、大きく「一般客」と「常連客」に分けられる
 来店した一般客が常連客になるよう、特典・優遇などによって、再来店を促す役割を果たすのが「独自Pay」

店舗が提供する特典・優遇策の目的



売上も安定するし、GMS(注)と同じような常連客向け特典・優遇策で、常連客を増やしたい

競合：GMS(注)

一般客

常連客

競合関係

地元のスーパー

一般客

常連客

一般客

常連客の獲得で大手GMS(注)に対抗する必要がある

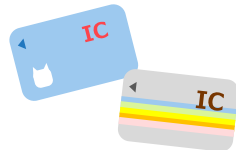
(注) GMSとはGeneral merchandise storeの略で、大衆向けの大規模な小売業態を営む総合スーパーを指す

常連客の声に対する店舗の対応



近所のGMSと同じような特典・優遇サービスがあったらいいな

常連客



大手GMSが展開する独自Payによる常連客向け優遇サービス

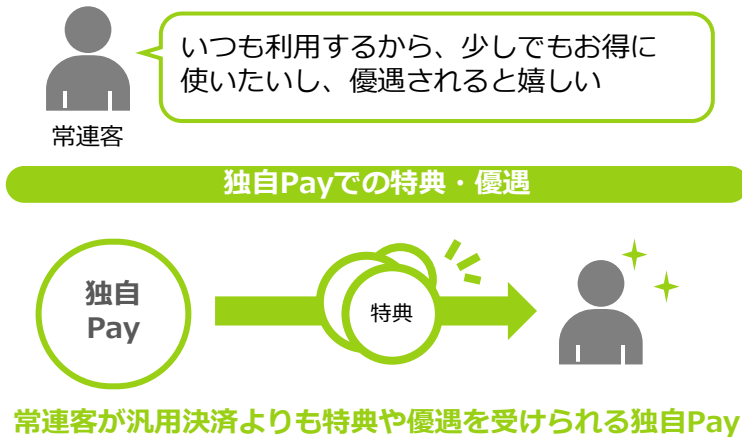
対抗手段として
 地元のスーパーにも独自Payが必要

独自Pay

- ①一般客の常連化
- ②常連客の再来店促進

独自Payとは？特典・優遇策からみる汎用決済との違い

独自Payとは、キャッシュレスサービスを利用し、顧客が店舗の常連客向けに提供する特典や優遇サービス一人も取りこぼすことなく便利なキャッシュレスサービスを一般客へ提供することで常連化を促すとともに、常連客に提供することで顧客の安定した経営環境の創造に貢献



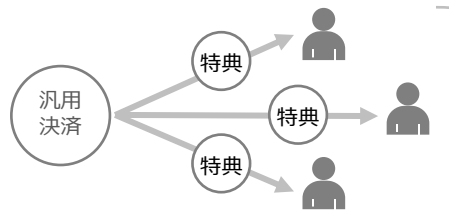
**顧客の店舗を利用する
一般客・常連客へ
特典や優遇サービスを提供**

顧客自らが特典内容等をコントロールできるので、汎用決済と比較し、還元率を高く設定することもできる

汎用決済での特典・優遇

汎用決済とは、クレジットカードやコード決済など加盟店で利用できる決済手段を指す。汎用決済の場合、導入企業各社は加盟店扱いとなり、独自Payに比べ、以下の違いがある。

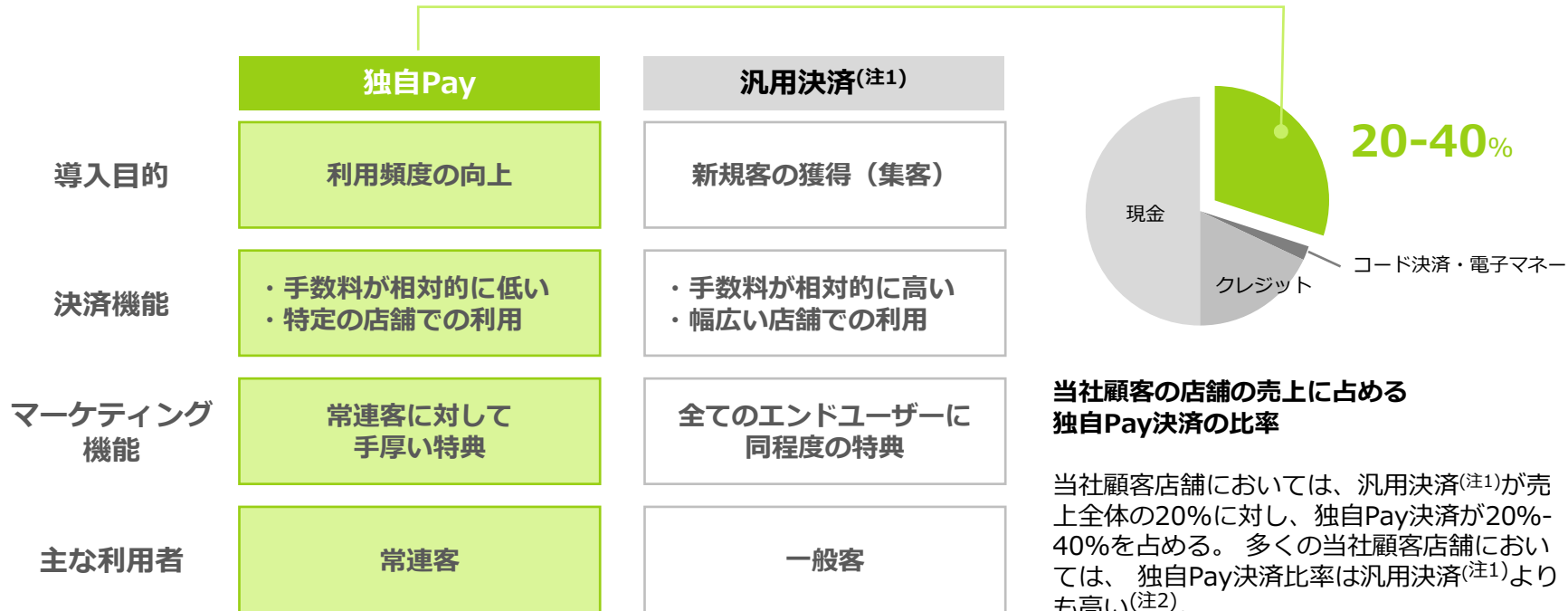
- ・特典・優遇は、汎用決済を利用するユーザーへ一律で付与
- ・加盟店主導でのキャンペーンを実施できない
- ・特典を付与しても、加盟店への再来店のきっかけになるとは限らない



**汎用決済事業者が
抱えるユーザーへ
特典や優遇サービスを提供**

顧客店舗における独自Payと汎用決済の違い

新規客の獲得に強みをもつ汎用決済^(注1)に対し、独自Payは特典等を通じた常連客の利用頻度向上に強みを持つプリペイド式である独自Payの場合、消費者がチャージをした段階で店舗へ前受金が入りキャッシュフローが改善汎用決済^(注1)と比較し、手数料負担が低い独自Payの利用を促し、常連客を増やそうとする店舗が増えている



(注) 1. 汎用決済とは、クレジットカードやコード決済など加盟店で利用できる決済手段を指す
 (注) 2. 当社の顧客（主にスーパーなどの量販店）の場合

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
 独自Pay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

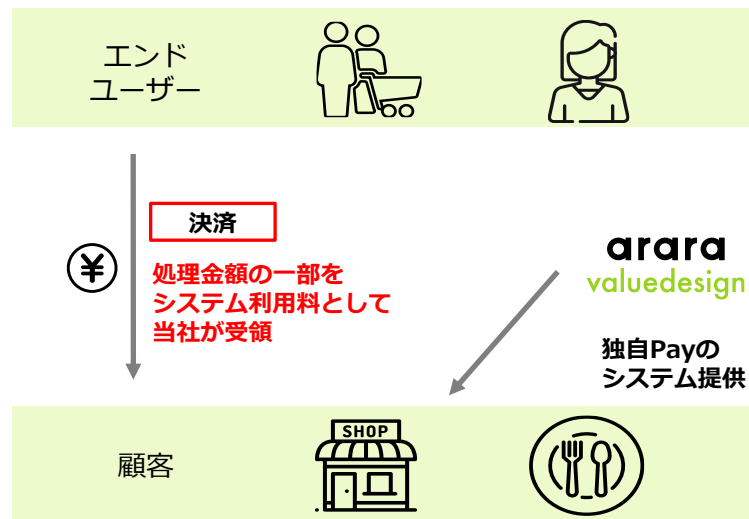
決済機能

- 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

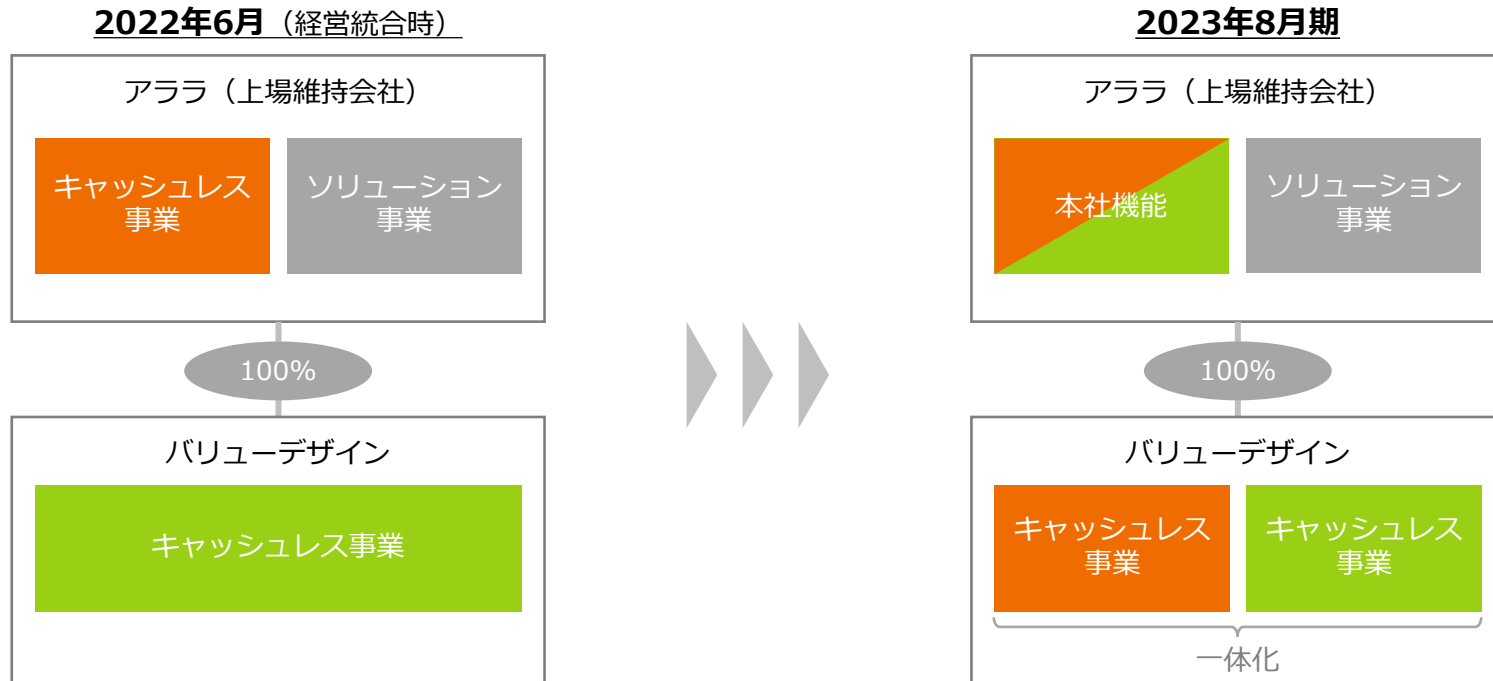


経営統合 キャッシュレス事業の一体化

経営統合後、優先事項および事業の効率性などを再検討した結果、アララのキャッシュレス事業をバリューデザインへ集約することを取締役会で決議。

2022年11月の定時株主総会での決議をもって、2023年1月1日を効力発生日として吸収分割を実施予定

ソリューション事業の分社化及び商号変更を含む純粋持株会社体制への移行は延期とし、再度見通しが立ち次第開示予定



(注) 2022年3月15日開示「経営統合後の中期経営計画に関するご説明」参照

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

メッセージングサービス (MS) 事業 : サービス概要

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申込などをアップデート



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

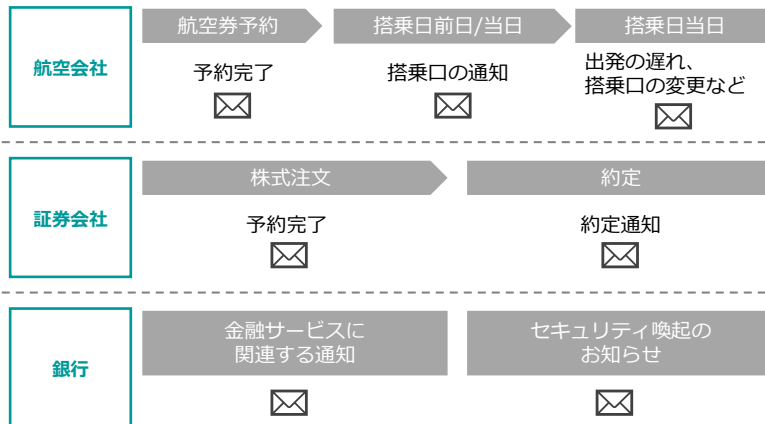
メールマーケティング ターゲティング配信から配信後の効果測定までを標準装備し、HTMLメールも手軽に作成

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



データセキュリティサービス事業/その他の事業：サービス概要

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「Meta Spark」のパートナー企業^(注1)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

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

その他の事業^(注2)

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「Meta Spark」のコンテンツ制作



「Meta Spark」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) 1. 「Meta Spark HP」 https://sparkar-partners.fb.com/partners/?_search=arara

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

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

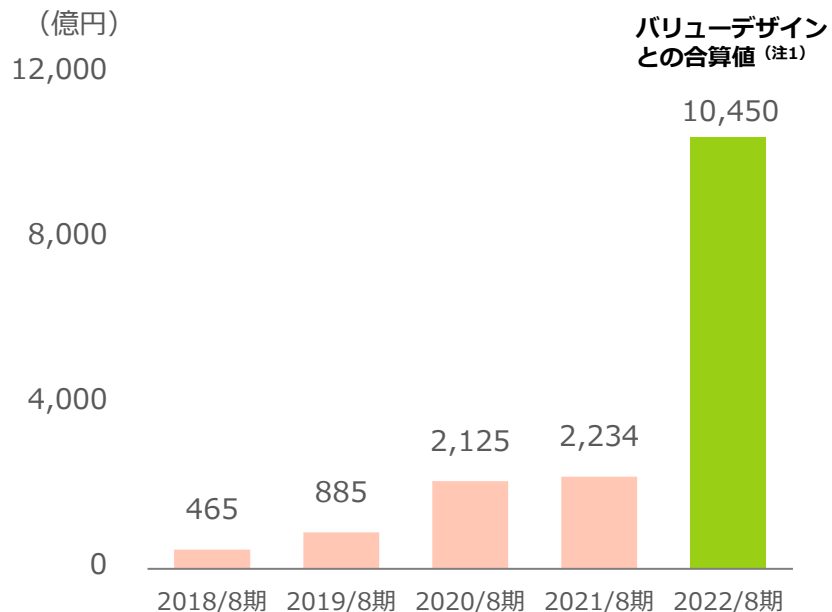
6. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：KPI

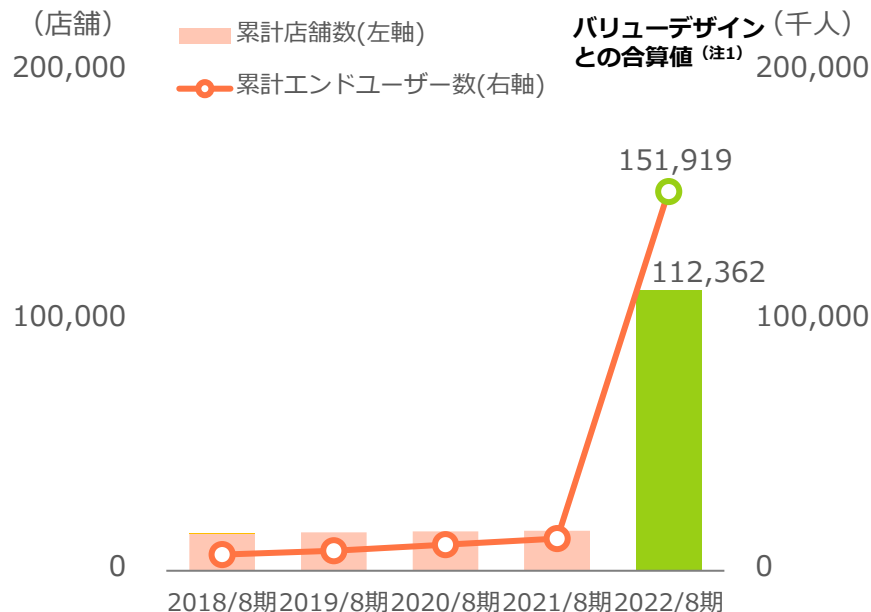
顧客層の拡大、顧客の売上に占めるキャッシュレス決済比率が高まり、バリューデザインとの統合も後押ししたため、決済額は1兆円超となり、継続的に成長

累計店舗数、累計エンドユーザー数ともに拡大。経営統合の結果、累計店舗数は112,362店舗、累計エンドユーザー数は151,000千人を突破

決済額の推移



累計店舗数 (注2) ・ 累計エンドユーザー数 (注3) の推移



(注) 1. 2022/6期及び2022/6期末時点のバリューデザインの数値を使用

(注) 2. 本資料から開示するKPIを「導入社数」から「累計店舗数」に変更

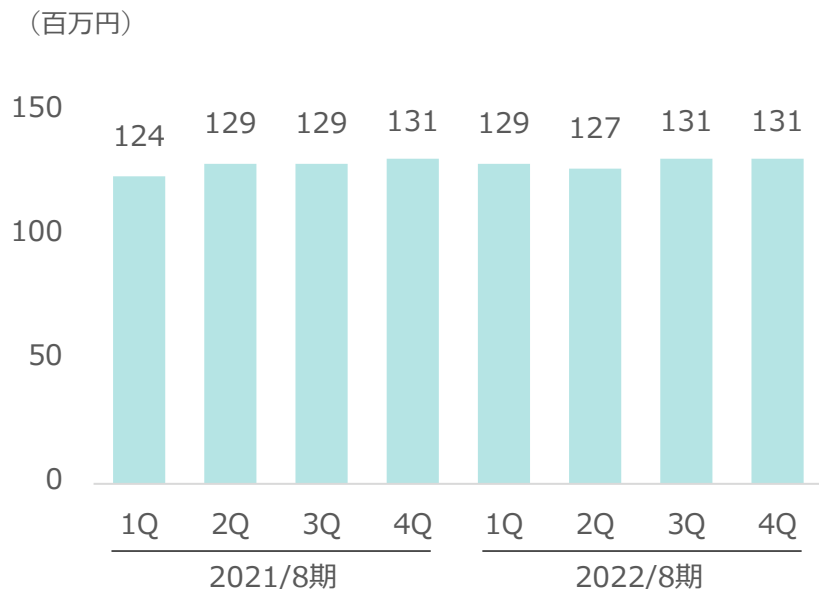
(注) 3. エンドユーザー数とは、当社がデータベースとして管理する、エンドユーザーが保有する店舗の会員カード等に付されたIDの累計数を指す

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、2022年8月期末時点の顧客1社あたり平均月次売上高は200千円で、売上高は堅調に推移

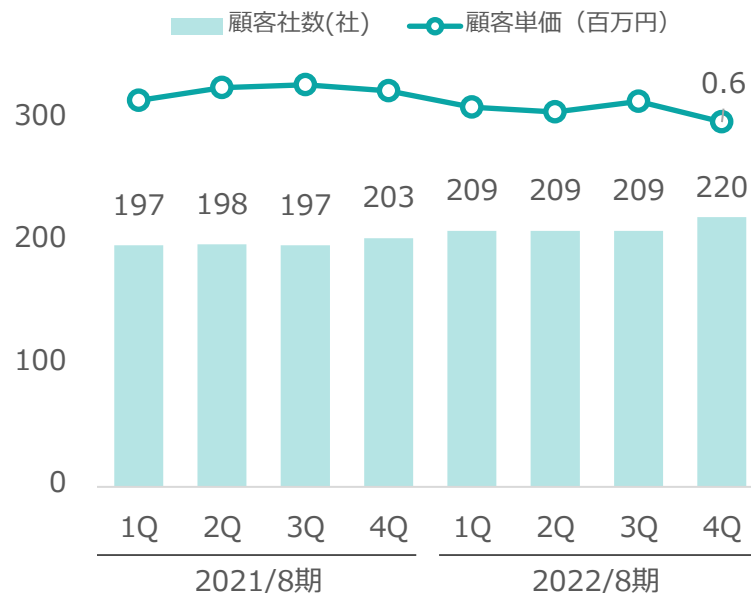
2022年8月期4Qの平均顧客社数は220社で、顧客社数は増加傾向

売上高推移



(注) 事業の進捗を管理するにあたって適切なKPIの見直しを行い、今回から「3年以上継続取引社数」は非開示

顧客社数・顧客単価推移 (注)



(注) 顧客社数は四半期の平均値。顧客単価は四半期の合計

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

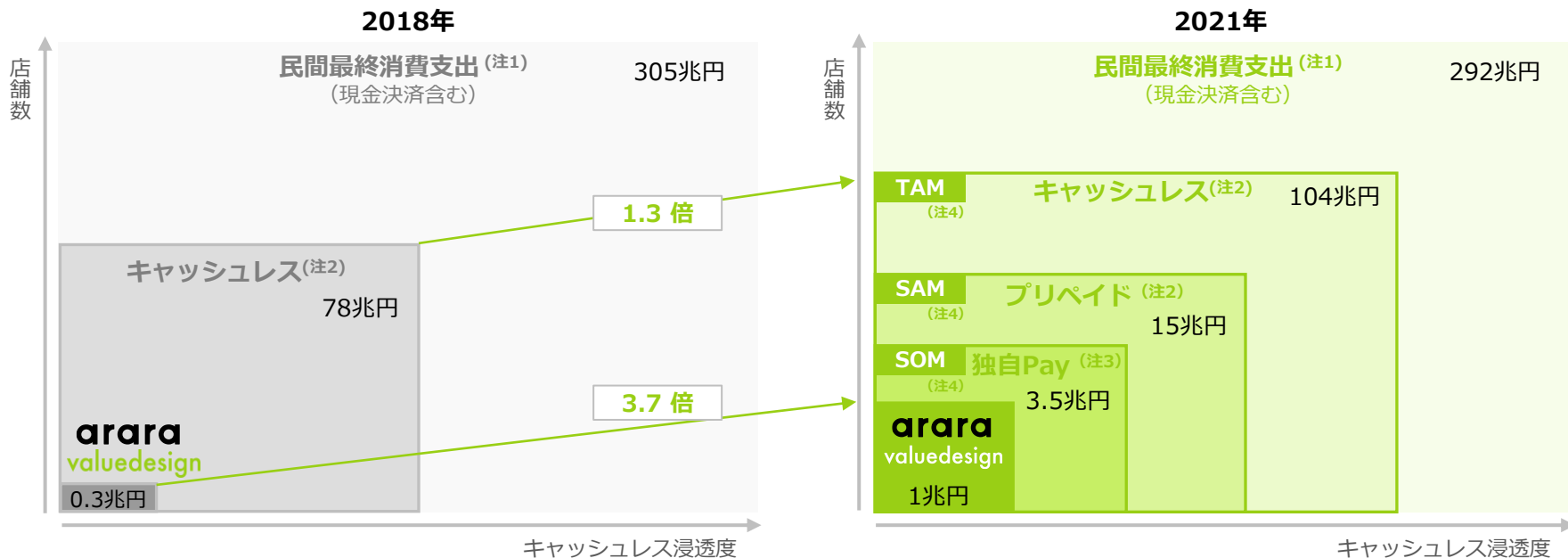
4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：市場規模

直近3年間に於いて、キャッシュレス決済市場は1.3倍に成長したのに対し、当社の決済額は3.7倍と大幅に成長
 独自Pay決済市場3.5兆円の内、当社の決済額は約30%（約1兆円）を占め、独自Pay市場を牽引
 民間最終消費支出のうち、現金決済の占める金額は依然として多く、キャッシュレス決済市場の拡大余地は大きい



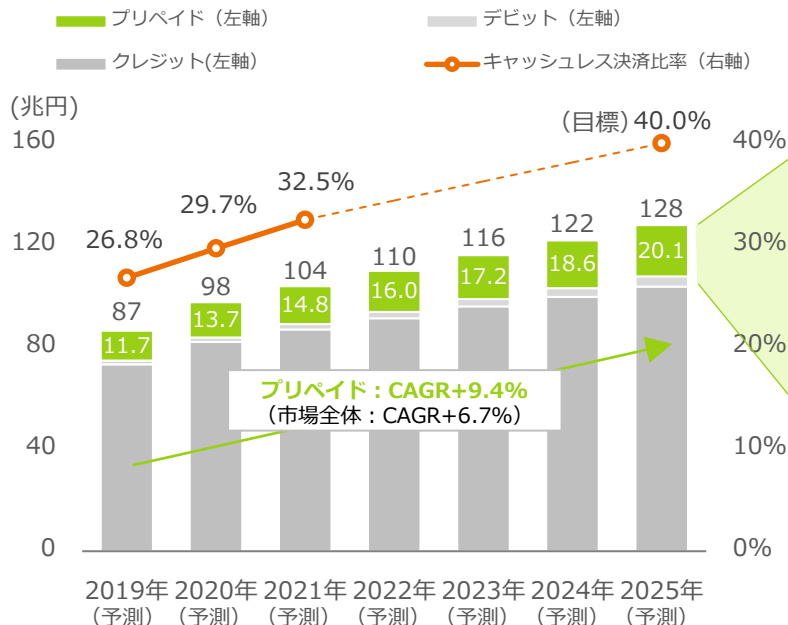
(注) 1. 2018年、2021年ともに暦年の実績を使用。(出所) 内閣府「国民経済計算」(名目)
 (注) 2. 2021年(暦年)の予測を使用。(出所) 株式会社インテュイオンカード・ウェブ編集部「電子決済総覧2019-2020」
 (注) 3. 2021年度の予測を使用。(出所) 株式会社矢野経済研究所「国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測 2019年版」
 (注) 4. TAM = 獲得できる可能性のある全体の市場規模、SAM = 獲得しうる最大の市場規模、SOM = 実際にアプローチできる顧客の市場規模

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動向

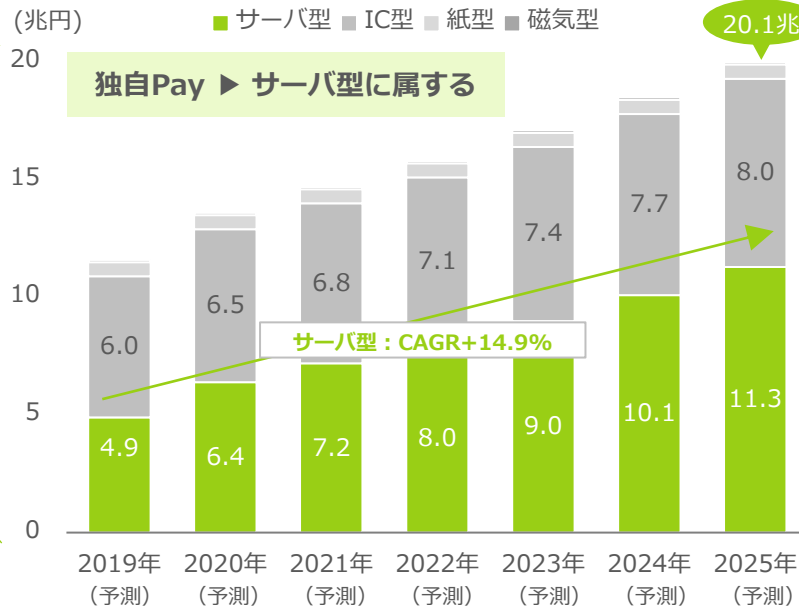
政府方針では、民間の消費支出全体に対するキャッシュレス決済比率を2025年までに40%、将来的には世界最高水準の80%を目指すとしており、国内キャッシュレス決済市場のさらなる拡大が予測される

プリペイド決済市場はキャッシュレス決済市場全体を上回って成長し、中でもサーバ型は年平均14.9%と大幅に成長

国内キャッシュレス決済市場予測



プリペイド決済市場のツール別予測



(出所) 左軸：株式会社インフェリオン カード・ウェブ編集部「電子決済総覧2019-2020」
右軸：経済産業省 2022年6月1日付ニュースリリース

(出所) 株式会社インフェリオン 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：競合環境

当社はスーパー・小売店などの事業者に独自Payのサービスを提供

主要な独自Payサービス提供事業者は、当社以外に数社のみ

バリューデザインとの経営統合により、幅広い顧客基盤にサービス提供が可能



メッセージングサービス（MS）事業：市場規模

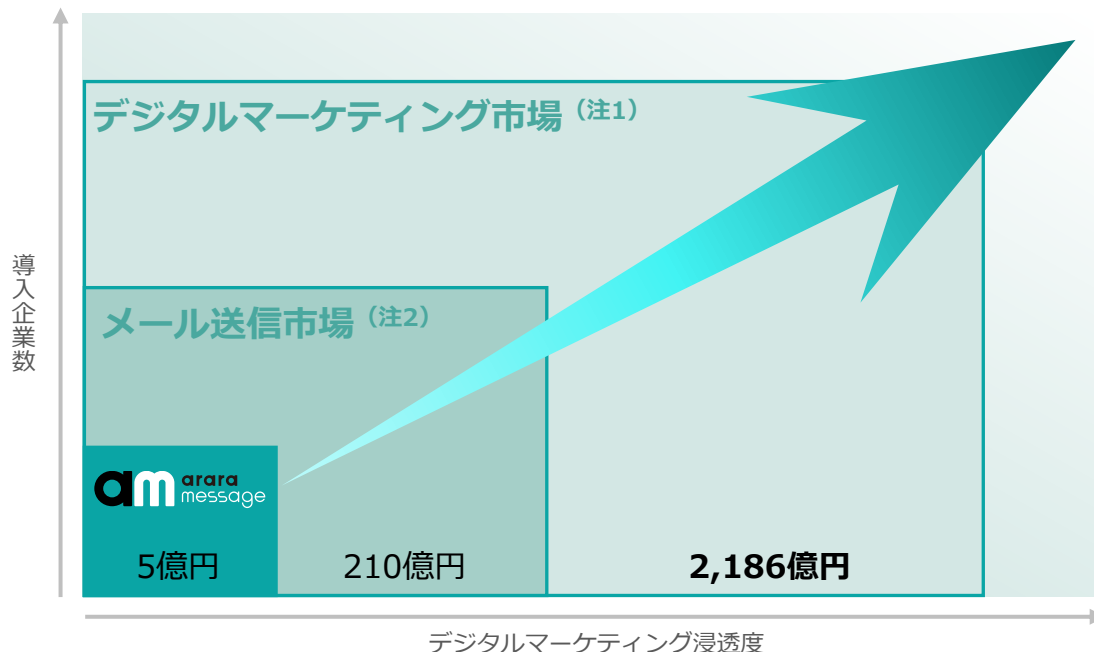
当社サービスはメール送信市場210億円のうち、2%程度のシェアのため、広範な拡大余地を見込む
 メール送信市場が属するデジタルマーケティング市場の規模は2,186億円であり、潜在的なポテンシャルは大きい市場と考えられる

TAM

獲得できる可能性のある
 全体の市場規模

SOM

実際にアプローチできる
 顧客の市場規模

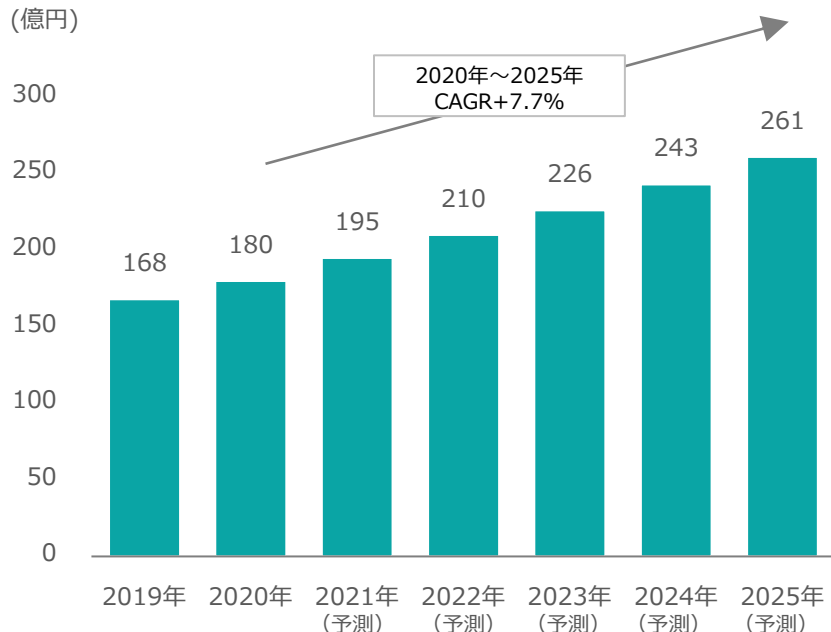


(注) 1. 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2021年版」(2022年度予測)
 (注) 2. ITR「ITR Market View : メール/Webマーケティング市場2022」(2022年度予測)

メッセージングサービス（MS）事業：市場動向

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

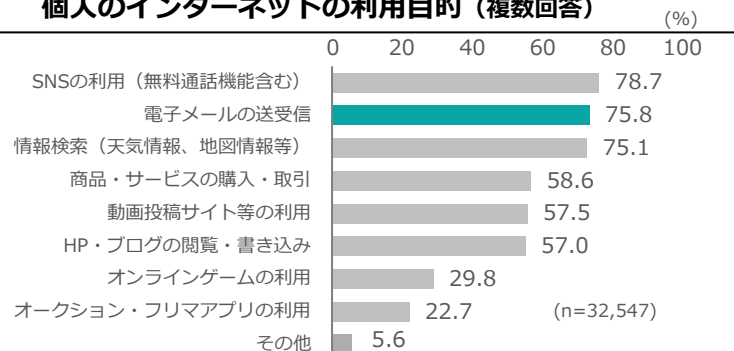
メール送信市場の市場規模（注）予測



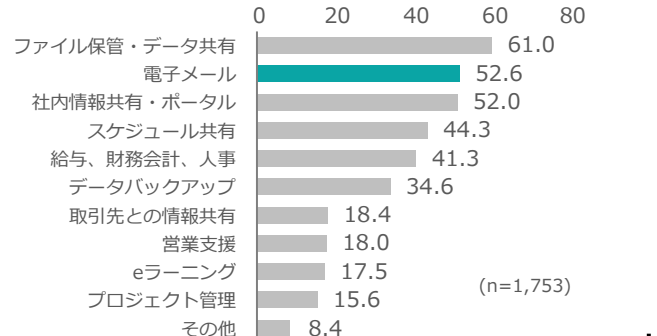
（注）新規ライセンス売上（一部、アライアンス製品、SaaS、サブスクリプション売上含む）及び保守費を対象に算出

（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）



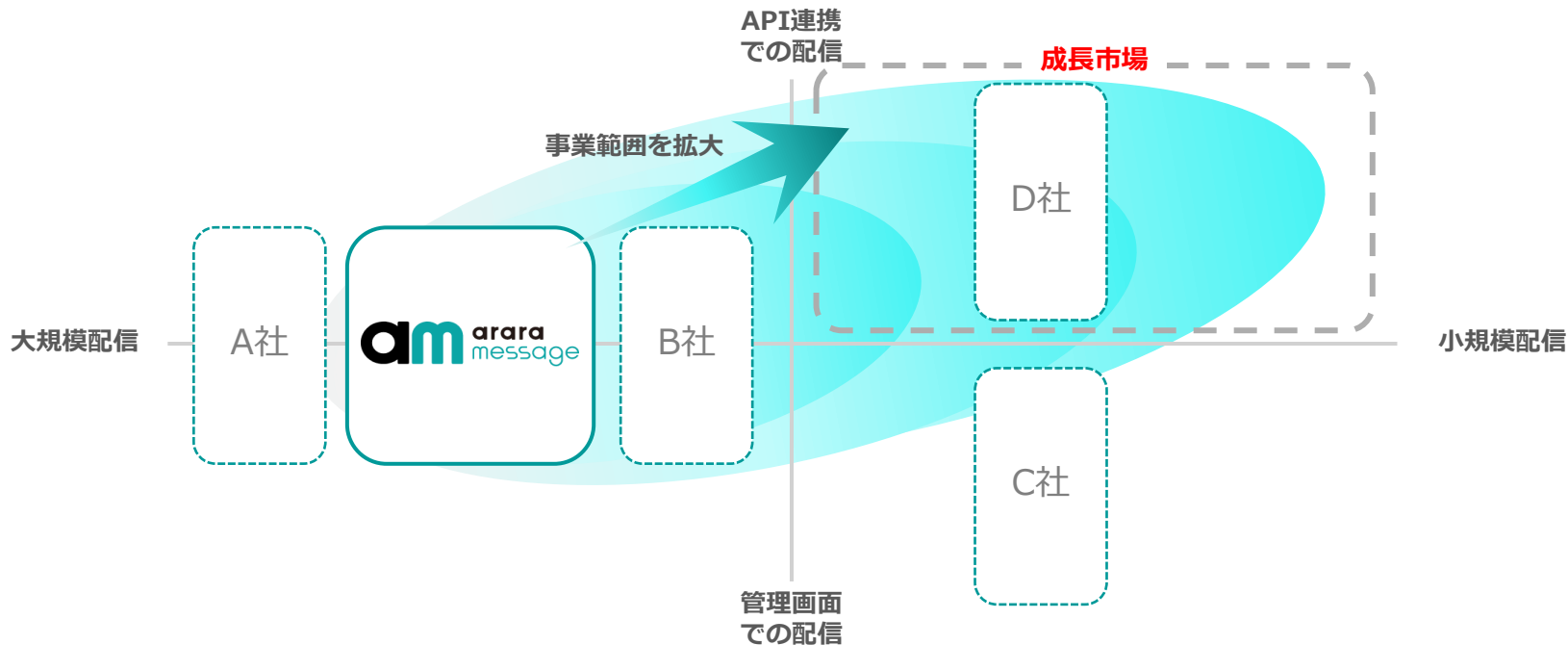
（出所）総務省「令和3年通信利用動向調査」

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事業範囲を拡大

メッセージングサービス競合環境



1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

当社の強み・特徴：サマリ

1

独自Payの リーディングカンパニー

- バリューデザインとの統合により、独自Payにおけるリーディングカンパニーに
- 導入店舗数は合計で10万店舗となり、顧客基盤は強固

2

決済×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
- 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

豊富なサービスラインナップ

- アララとバリューデザインが両社一体となり、相互の顧客基盤に対してサービス提供
- 幅広い顧客のニーズに沿って、両社のサービスをクロスセル

4

海外への展開

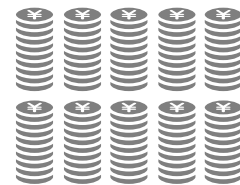
- 経営資源をインド・タイ市場に集中投下
- デジタルギフト市場・独自Pay市場を中心にサービスを展開

当社の強み・特徴①：独自Payのリーディングカンパニー

arara × valuedesign

年間決済額

約 **1兆**円



導入店舗数

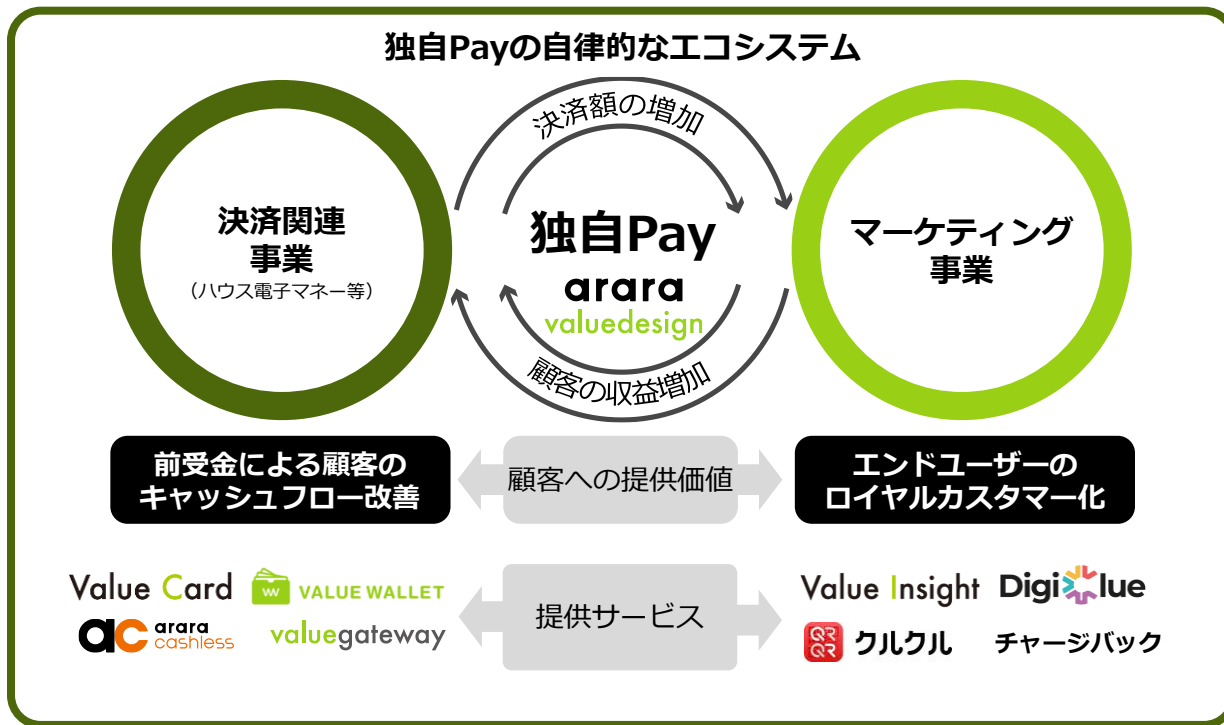
約 **10万**店舗



独自Payの
No.1プレイヤー

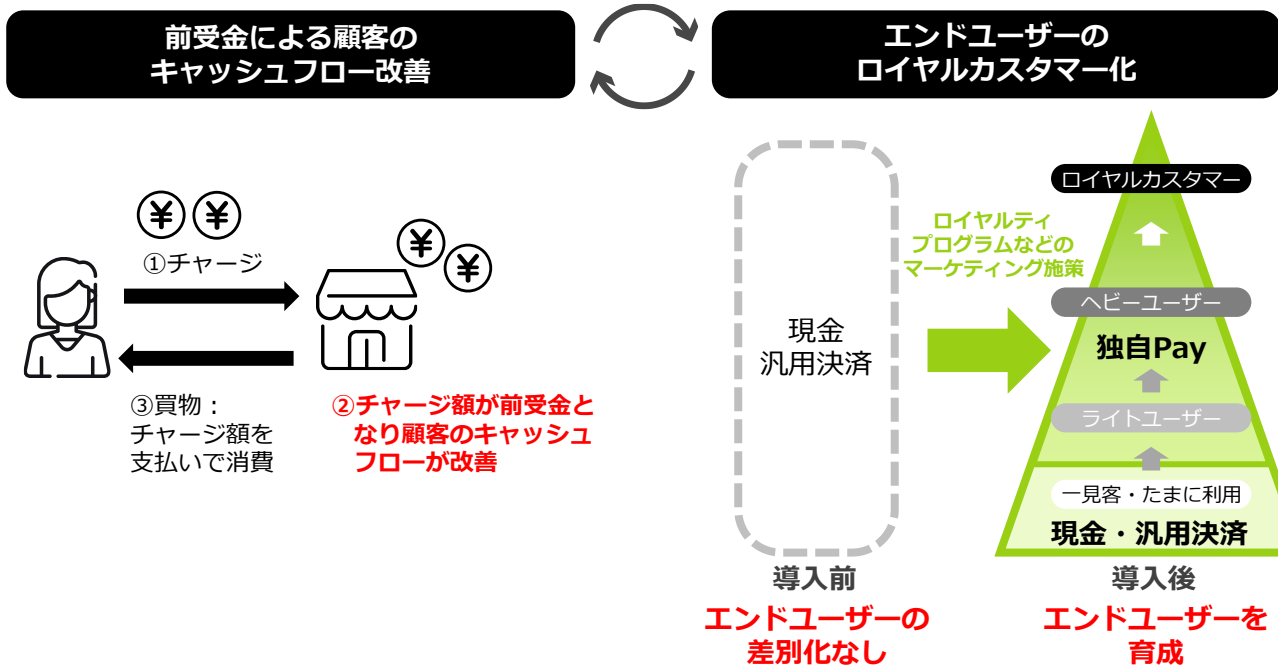
- 独自Payにおける圧倒的なNo.1プレイヤーの誕生
- 他の決済事業者と比較しても巨大な約1兆円の決済額
- 独自Payを全国約10万店舗で展開する顧客基盤

当社の強み・特徴②：独自Pay＝決済×マーケティング



当社の強み・特徴②：決済×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



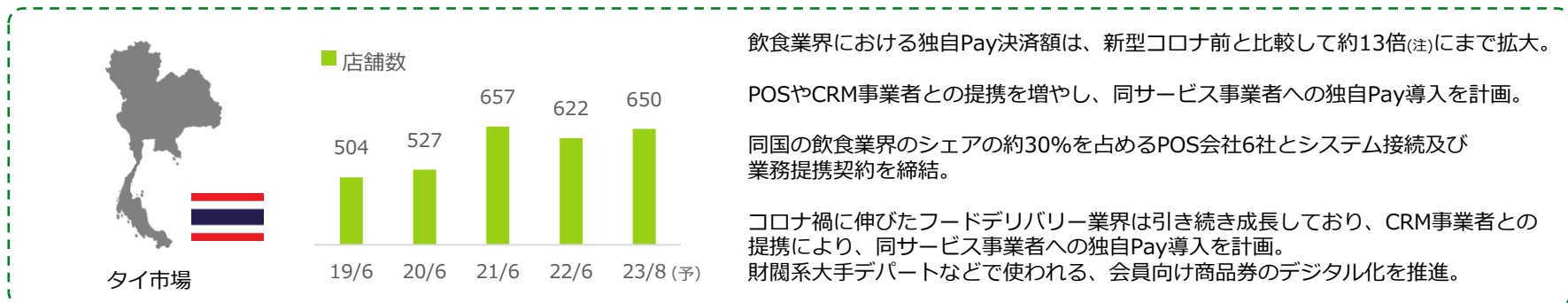
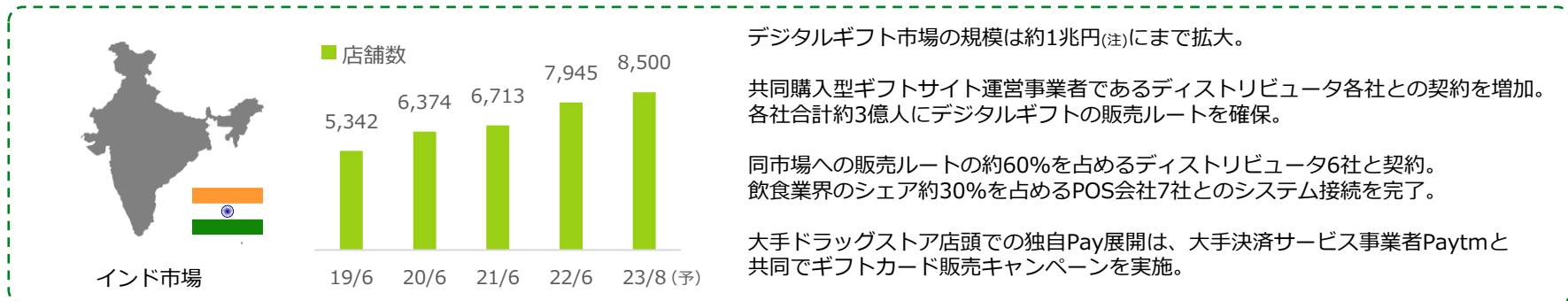
当社の強み・特徴③：豊富なサービスラインナップ

アララとバリューデザインが一体となり、相互の顧客基盤に対して豊富なサービスラインナップを提供
店舗DXをはじめとして多様化する顧客の課題に合わせ、顧客が必要とするサービスを今後も展開



当社の強み・特徴④：海外への展開

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
 インドは、約1兆円の規模を有するデジタルギフト市場を中心に開拓し、独自Payサービスを拡大する戦略
 タイは、新型コロナの影響が収束しつつある飲食業界を中心に独自Payを展開し、業績はコロナ前を上回る



(注) 当社調べ

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

2025年8月期 業績目標

2022年6月1日にアララとバリューデザインの経営統合が完了

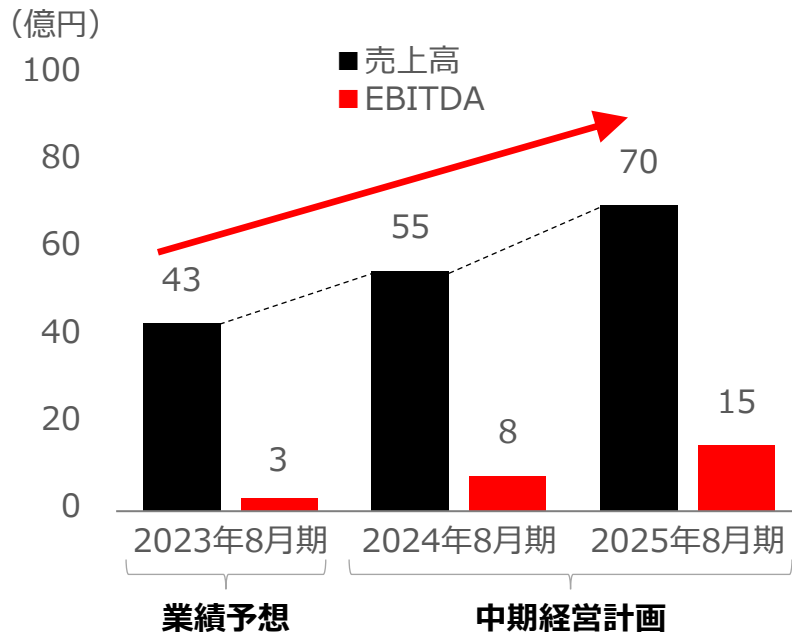
両社が一体となって独自Pay市場の拡大を牽引し、2025年8月期には売上高70億円、EBITDA15億円を目指す

中期経営計画

売上高70億円

EBITDA (注1) 15億円

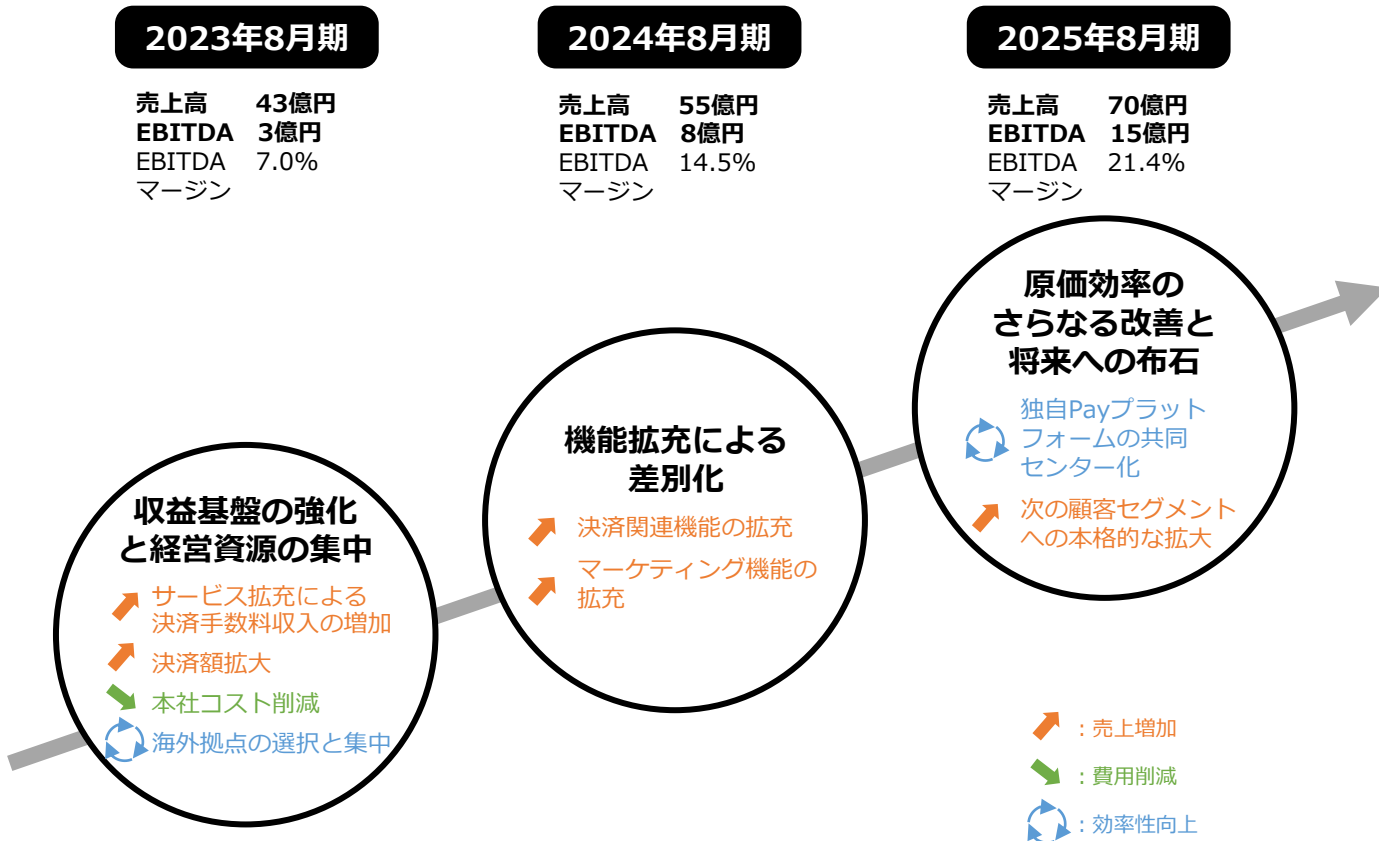
2022年8月期の業績 (注2) については、売上高1,165百万円、営業利益▲160百万円、経常利益▲1,506百万円、当期純利益▲1,834百万円となります。



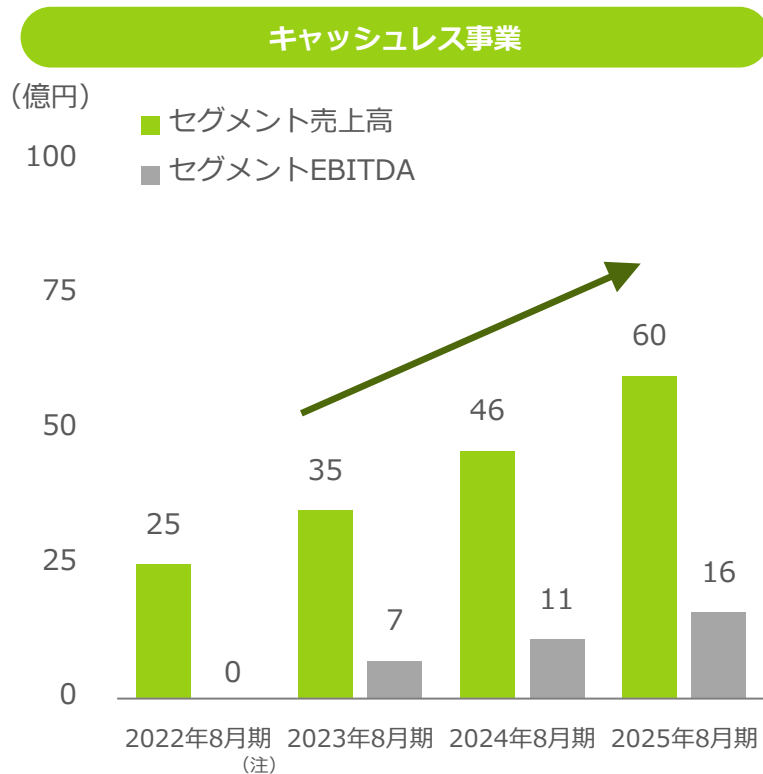
(注) 1. 統合後の重要業績指標としてEBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization/利払い前・税引前・減価償却前・その他償却前利益) を採用。

(注) 2. 2022年8月期の損益計算書は、持分法連結にて開示。

基本方針概要



キャッシュレス事業 セグメント業績目標



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。

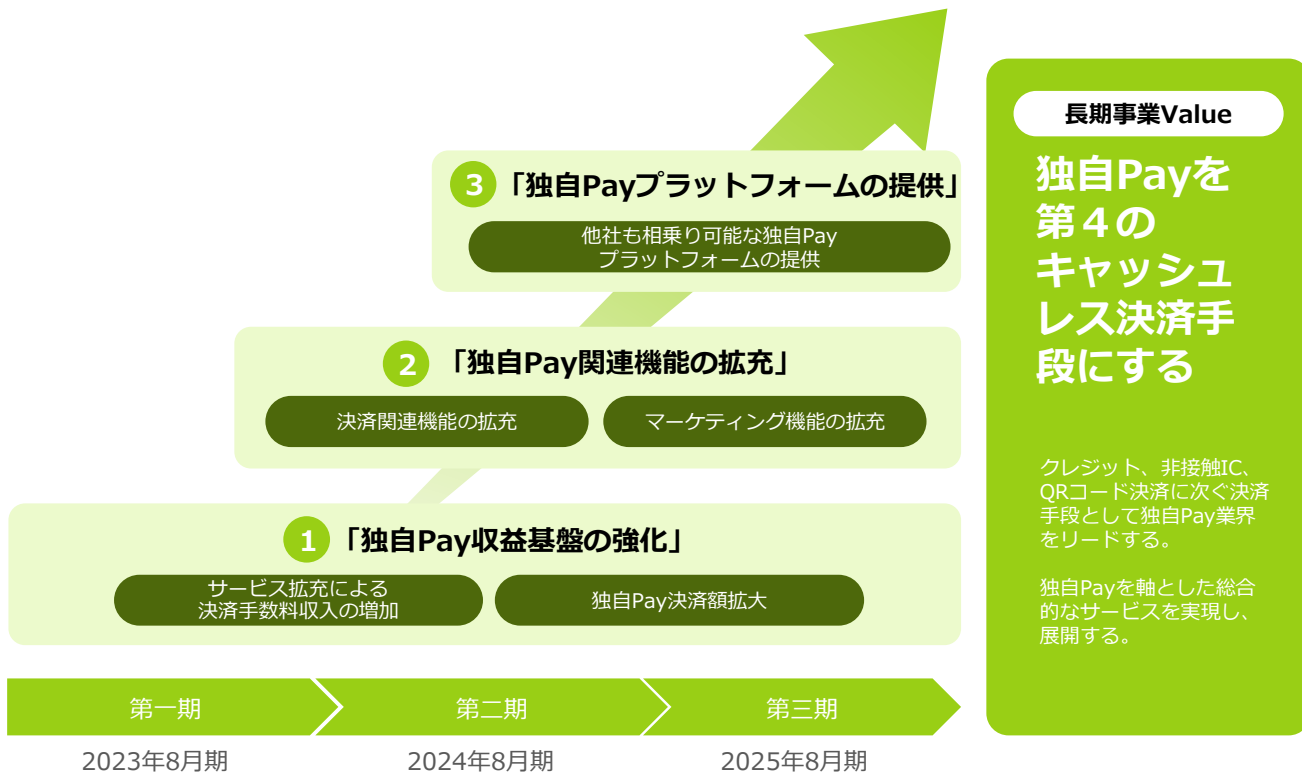
コストの低減

- 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件費削減が可能。

(注) 2022年8月期の売上高は、アララの2022年8月期の売上高及びバリューデザインの2022年6月期の売上高の合計。セグメントEBITDAは、2022年8月期において実績を開示していないため、アララのキャッシュレス事業における2022年8月期の営業利益とバリューデザインの2022年6月期の営業利益の合計を記載

キャッシュレス事業 成長のロードマップ

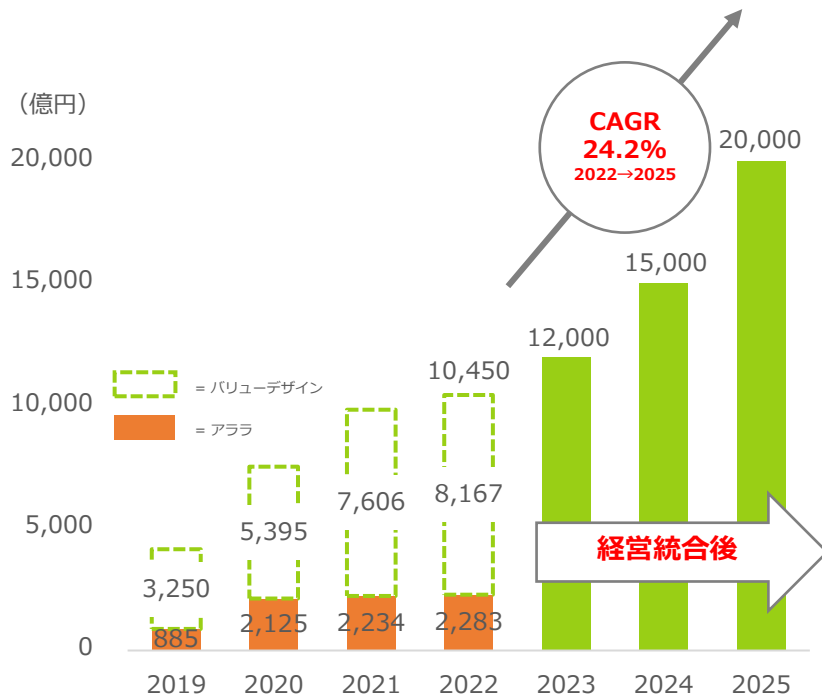
当社のキャッシュレス事業は、成長市場であるキャッシュレス市場において、国内シェアトップの独自Payを提供する企業として確固たるポジションを確立しながら、収益力を向上させる施策を推進し、さらなる将来に向けた布石を打つ



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

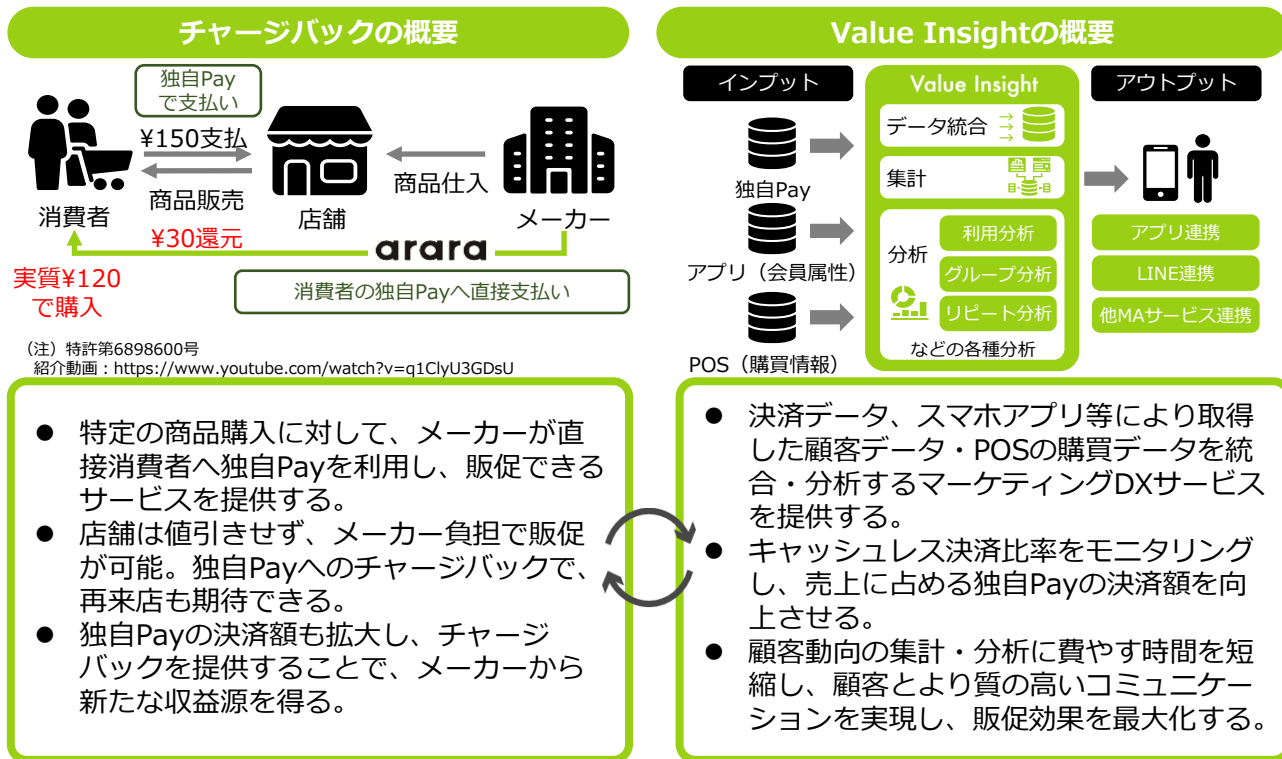
- 独自Payの導入メリットとして、顧客の前受金が増加し、CCC(Cash Conversion Cycle)が良化する。エンドユーザーのロイヤルカスタマー化により、チャージ額がさらに増加し、顧客は資金調達と同等の効果が得られる。
- キャッシュフローが改善するというメリットを適切に訴求していくことで、廉価販売に陥ることなく、独自Payのサービス拡充により決済手数料収入を増加。

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。

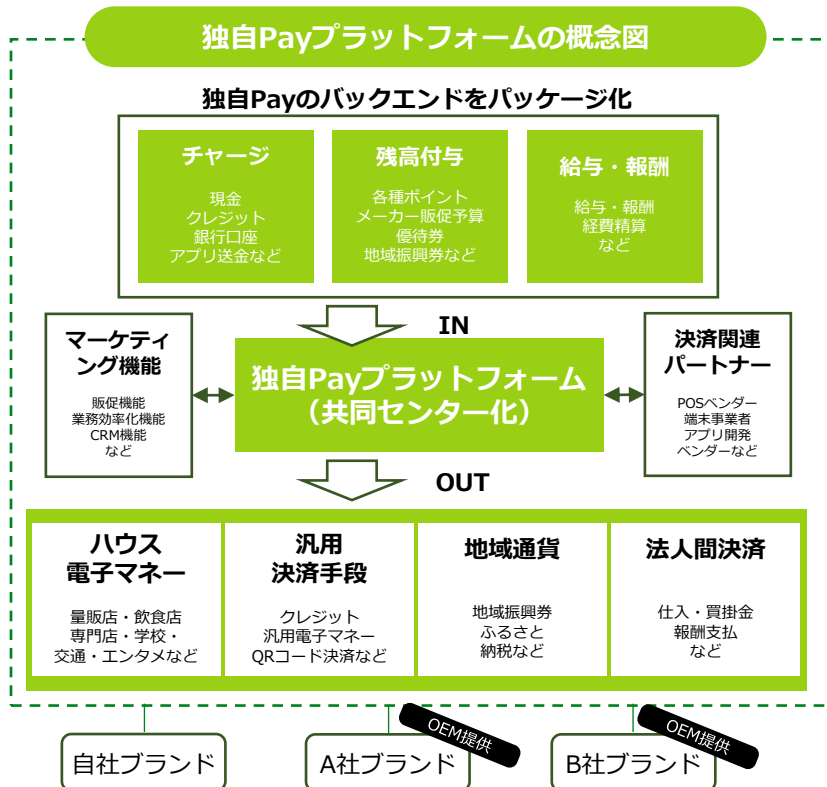
2 成長のロードマップ：独自Pay関連機能の拡充

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



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。

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。

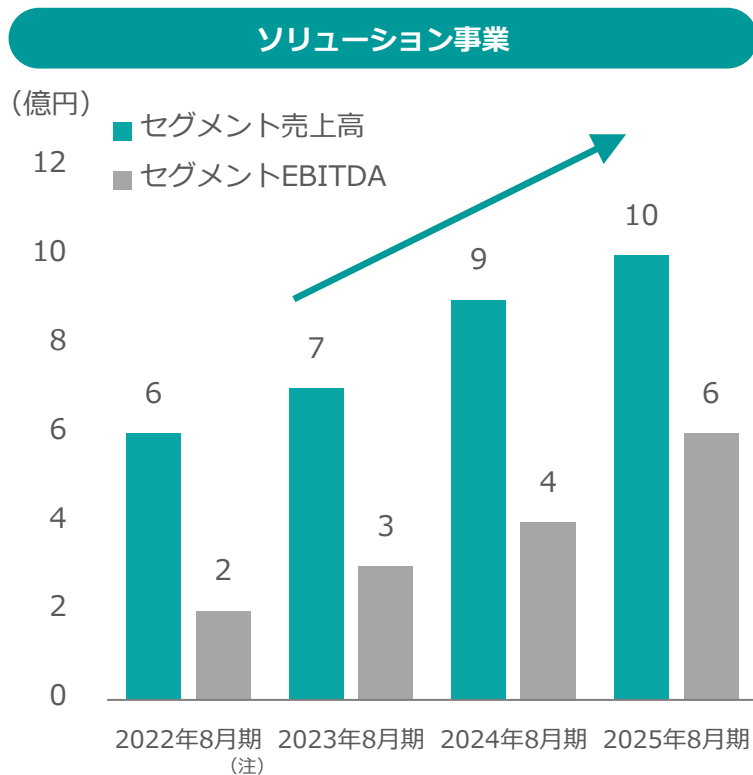
本構想により会計時の利便性を改善

消費者は会計時に決済アプリ、共通ポイントアプリ&カード、Web上のクーポンなど複数の手段を提示することに煩わしさを感じている。



常連客にとって便利な方法（おまとめ・個別）で提供

ソリューション事業 セグメント業績目標



ソリューション事業は、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）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。

(注) 2022年8月期のセグメントEBITDAは開示していないため、アララのソリューション事業における2022年8月期の営業利益の合計値を記載

本社機能 経営統合によるメリット

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
- 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
- 監査費用の削減

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、将来の採用減等により、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により、年間約1億円の想定

特に来年以降の賃料削減や本社関連の採用抑制、監査報酬の削減による効果が大きい

バリューデザインの本社オフィス移転先が決定し、オフィス賃料は年間約53百万円削減

コスト項目	進捗状況(注)	概要	年間の削減費用
オフィス賃料	済	<ul style="list-style-type: none"> 現オフィスの解約により年間77百万円を削減し、サテライトオフィスの契約により年間24百万円のコストが増額差し引き約53百万円の削減 	53百万円
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 	7百万円
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 	19百万円
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 	10百万円
監査報酬	進行中	<ul style="list-style-type: none"> 統合により監査業務を統一 バリューデザインと合わせて定常的な年間報酬であった監査報酬50百万円を削減し、年間37百万円を監査報酬として計上予定差し引き約13百万円の削減 	13百万円

年間約1億円の
コスト削減

(注) 2022年11月24日時点

事業の進捗状況

新規上場時に「成長可能性に関する説明資料」で発表したメッセージングサービスにおける成長戦略は、受注業務のフルオートメーション化をもって継続中

キャッシュレスサービス事業ではバリューデザインとの経営統合によって、施策の内容を一部変更

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"> アララ キャッシュレスで開発してきたシステムの減損を2022年8月期に実施 両社の仕様を取り入れた新システムを再検討し、中期経営計画のスケジュール通りに完成をめざす
	<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PoC実施中
	<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

投資計画

2022年8月期の投資計画は実行済み

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 (注)
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

(注) 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

1. 会社・事業概要

キャッシュレスサービス事業

ソリューション事業

2. 業績・主要KPI推移

3. 市場環境

4. 強み・特徴

5. 成長戦略

6. 想定されるリスク

リスク情報（事業環境）

#	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"> 当社が提供する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

(注) 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」を参照

リスク情報（事業環境）

#	項目	顕在化可能性/ 時期	概要	対応策
(1)-7	他社との競合について	中/中長期	<ul style="list-style-type: none"> 当社が展開する事業領域において、特にキャッシュレスサービス事業については、参入障壁が比較的高いと当社は認識しているものの、同様の事業を展開する企業とのさらなる競合激化により十分な差別化が図られなかった場合には、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客との関係強化によりニーズを吸い上げ、サービスへの反映を通じて、事業を拡大 最適なユーザビリティを追求したシステムの構築、コンテンツの提供、システム利用時の安全性の確保及びカスタマーサポートの充実等への取り組み
(2)-1	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)-3	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)-5	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
(3)-2	海外展開におけるリスクについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> シンガポール、タイ、インド等アジア領域を中心に、海外への事業の進出を図っており、各国における法的規制、政情不安や事業環境の不確実性等のリスクに直面した場合は、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業を取り巻く環境に関する積極的な情報収集を行い、各国の情勢などを把握した上で適宜事業活動の展開方針を検討

(注) 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」を参照

Appendix

重要指標等の定義

カテゴリ	用語	定義
重要指標	決済額	独自Payにおいて、アララ及びバリューデザインの決済額の合計
	顧客社数・導入企業数	当社のサービスを活用している顧客の数
	EBITDA	利払い前・税引前・減価償却前・その他償却前利益
	顧客	当社のサービスを活用する企業
	エンドユーザー	当社サービスを利用する最終消費者
	リカーリング売上	継続的なサービス提供等により、長期的に収益を得られる売上
	SaaS (Software as a Service)	クラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネットを經由して利用できるサービス
キャッシュレス	独自Pay	キャッシュレスサービスを利用し、顧客が店舗の常連客向けに提供する特典や優遇サービス
	アララ キャッシュレス	独自Payの発行から販促、各種分析機能等をサポートする統合型キャッシュレス支援サービス
	チャージバック	メーカーの販促費を、エンドユーザーと顧客に独自Payで還元する販促サービス
	クルクル	QRコードを介して顧客の店舗が消費者へコンタクトできる情報配信サービス
	Value Card	キャンペーン提案からオペレーションまでサポートする独自ブランドのクラウド型電子マネー発行サービス
	Value Insight	POSの購買情報やアプリの利用動向等のデータを統合・分析するSaaS型のデジタルマーケティングツール
	Value Gift	メールやSNS等を通じてデジタル化された残高情報を送付できるデジタルコード発行サービス
	Value Wallet	独自Pay機能を搭載した店舗オリジナルアプリ
ソリューション	Value Gateway	独自Payと同時に、各種QR等コード決済サービスの導入をサポートするサービス
	アララ メッセージ	到達率向上・自動化・効果測定により円滑なメールマーケティングを実現するメール配信システム
	P-Pointer	PCやファイルサーバ内に点在する個人情報ファイルを検出する個人情報検出ツール

月次報告・メディアでの発信

2022年10月より、ホームページ上で月次業績報告の開示を開始

四半期ごとの決算説明をIRTVにて公開。Twitterにて公式チャンネルや副社長の井上による情報発信も順次実施予定

月次業績報告



メディア・SNSでの発信



アララ【公式】
Twitter
@arara_inc



アララ副社長 井上
Twitter
@hao_inoue

将来見通しに関する注意事項

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、定時株主総会の時期を目途に開示を行う予定です。
なお、次回の更新は2023年11月の第18回定時株主総会頃を目途に開示を行う予定です。