



2023.2.14

2022年12月期通期  
決算説明資料

株式会社ROBOT PAYMENT

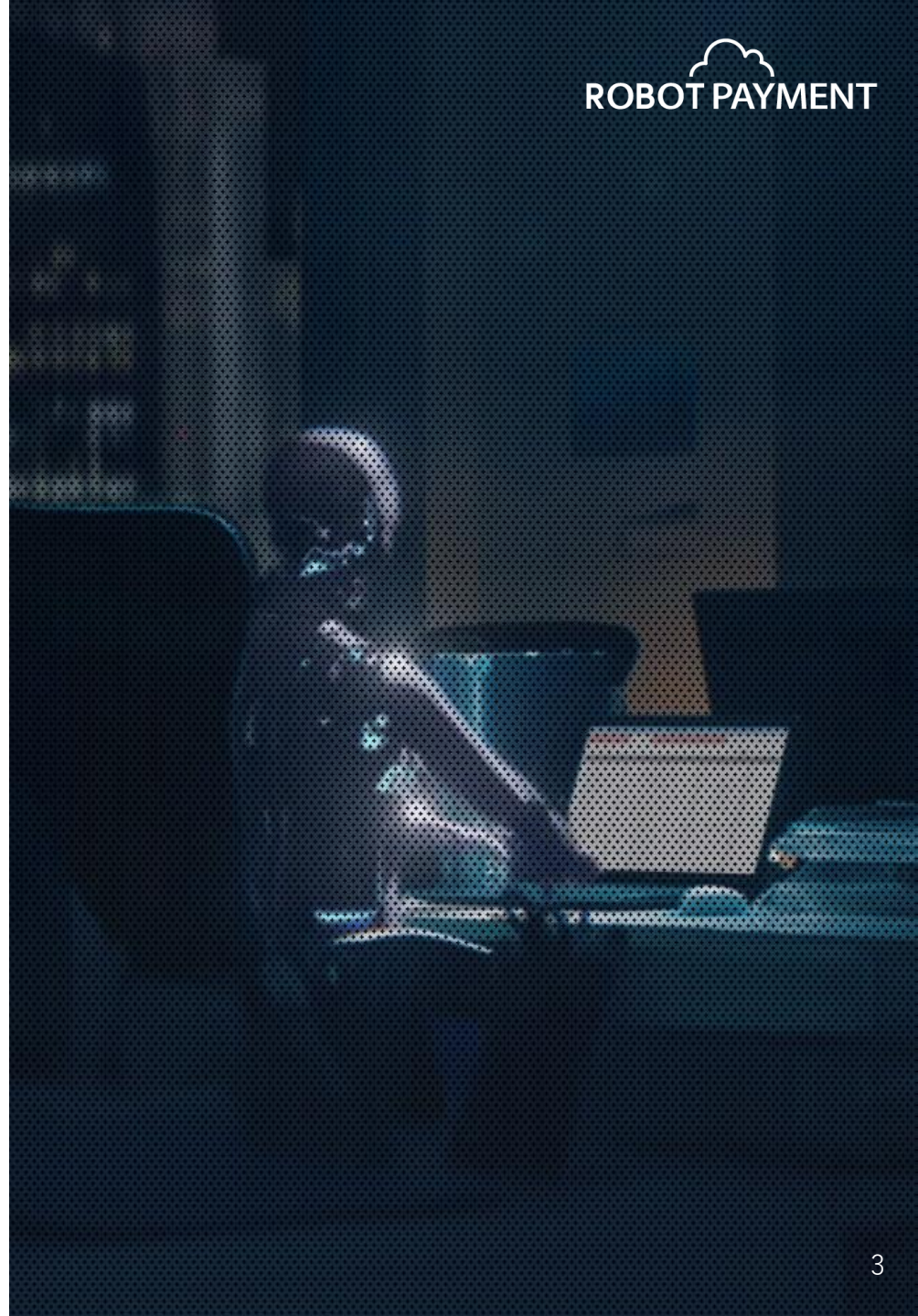
東証グロース

4374

01	ブランドアイデンティティと事業方針	03
02	2022年12月期 通期全社実績	12
03	2022年12月期 通期事業別実績	20
04	ビジネスハイライト	35
05	費用について	39
06	成長戦略	43
07	補足資料	82

# 01













ブランドアイデンティティ  
と事業方針



## 決済 $+ \alpha$ で世の中の課題を 解決する

私たちの強みは、決済の仕組みやノウハウを保有していることです。これまで20年間決済サービスを運営し、決済に新たな機能を加えることで、「サブスクペイ」「請求管理ロボ」「請求まるなげロボ」などのプロダクトやサービスを次々と展開してきました。これからも、日本の企業の課題を、決済に「 $+ \alpha$ 」（プラスアルファ）の機能を加えることで解決していくことを目指します。

## 決済に+αの機能を加え、企業課題を解決できるプロダクトを展開 22年にプロダクトラインナップが増加

<p>プロダクト ラインナップ</p>	 <b>サブスクパイ</b> サブスクビジネスの 顧客管理/定期課金	<p>New</p>  <b>サブスクペイ Professional</b> サブスク顧客のデータ 統合/分析/アクション	<p>New</p>  <b>請求管理ロボ</b> 請求～債権管理まで 自動化・効率化	<p>New</p>  <b>請求管理ロボ for Enterprise</b> カスタマイズ性/ 拡張性/大量処理	<p>New</p>  <b>請求まるなげロボ</b> 請求管理業務を代行 売掛債権の支払保証	<p>New</p>  <b>1click後払い</b> カード決済を活用した 請求書の後払い決済
<p>ターゲット</p>	<p>サブスクビジネスを行う事業者</p>	<p>BtoBビジネスを行う法人</p>	<p>BtoBビジネスを行う大手企業</p>	<p>BtoBビジネスを行う法人</p>	<p>請求書を受け取る法人・個人事業主</p>	
<p>市場</p>	<p>サブスクリプション市場</p>		<p>請求書発行システム市場</p>		<p>BtoB決済市場</p>	
<p>顧客の課題</p>	 サブスクビジネスの 定常/煩雑な事務作業	 サブスクビジネスの 収益最大化	 事務的/ミスの許され ない請求管理業務	 大手企業特有の高難 度要件への対応	 クラウド利用人材の 不足、資金繰り懸念	 企業の支払いのキャ ッシュレス化、資金 繰り改善
<p>提供開始</p>	<p>2000年</p>	<p>2022年9月</p>	<p>2015年</p>	<p>2022年11月</p>	<p>2019年</p>	<p>2022年10月</p>

あらゆるサブスクビジネスが必要とする顧客管理・定期課金機能を提供

## 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)

有効期限 (必須)

カード名義 (必須)

お名前

性別  男  女

年代

電話番号

メールアドレス

ご職業

役職

**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	松田次郎	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	taki@robotpay.jp	個人事業主	-
C	斉藤裕子	女	10,000	20 - 29	03-3333-3333	ccc@robotpay.jp	-	経営者
D	藤原博	男	1,000	10 - 19	03-4444-4444	dsk@robotpay.jp	学生	-
E	加藤明	男	3,000	40 - 49	03-5555-5555	eee@robotpay.jp	会社員	-
F	山田太郎	男	3,000	20 - 29	03-1234-5678	sam@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



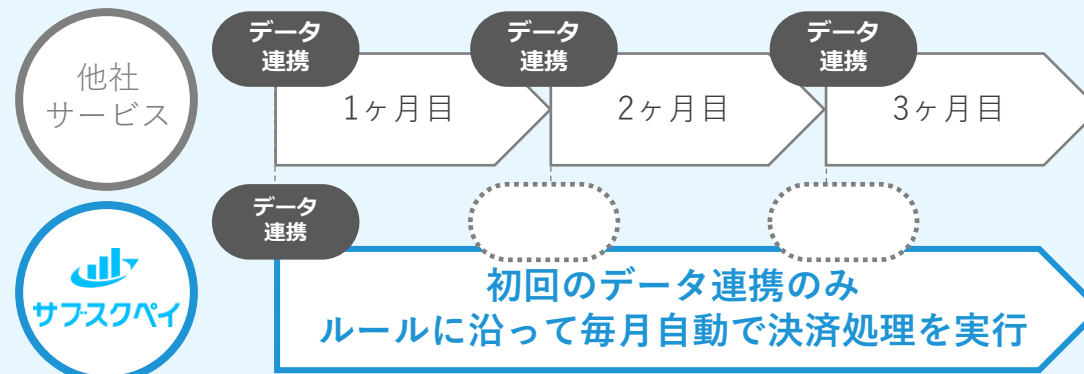
顧客分析機能



CRM機能

## 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

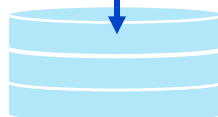
サブスクビジネスの顧客管理・分析を元に、  
顧客接触による解約防止・LTV向上を実現しサブスク事業の収益最大化を支援

← ① 導入後にすぐ使える → ← ② データをもとに接触 → ← ③ 売上最大化 →



- |   |   |   |  |   |  |  |
|---|---|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策</li> <li>サイト作成</li> <li>カート</li> <li>申込フォーム</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>契約管理</li> <li>契約自動更新</li> <li>売上管理</li> <li>売上見込み管理</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>マイページ</li> <li>契約内容変更ページ</li> <li>カード変更フォーム</li> <li>商品追加フォーム</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自動決済</li> <li>リトライ決済</li> <li>支払管理</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>レポート</li> <li>ダッシュボード</li> <li>売上管理</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>LINE連携</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>トレンド検知</li> <li>その他連携アプリ</li> </ul> |
|---|---|---|--|---|--|--|

全ての情報を集約



(注) LINE連携は、LINE公式アカウントと当社パートナー企業のサービスとの契約が必要なオプション機能

毎月の請求管理業務を、請求書発行から集金・消込・債権管理まで一気通貫で自動化



2種類の提供方法

① すべてのユーザー向け



## 請求管理ロボ

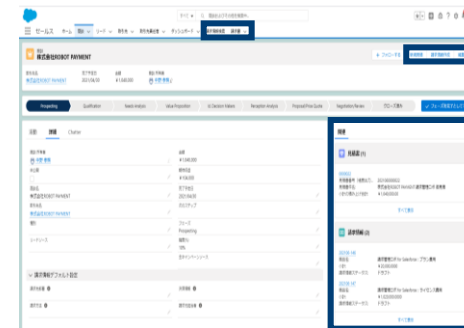


- スポット/従量/定額の請求を1つの請求書に合算し作成
- サブスク事業者のニーズに応える多様な機能
- 決済連携を行い、複数の決済手段で自動集金が可能

② Salesforce®ユーザー向け



## 請求管理ロボ for Salesforce



- Salesforce®で管理する顧客データを請求管理ロボに連動可能
- Salesforce®の高いカスタマイズ性を活用し顧客に合わせたシステム構築が可能



大量処理・セキュリティ・運用サポートをセットにし、大手企業特有の課題を解決

### 大手企業のニーズに対応



### 大量請求に対応するため性能強化、大手専任の導入支援チームも立ち上げ

機能



請求書10万件まで対応可能

- 請求業務が集中する月末月初でもパフォーマンスを落とさず、大量の請求処理が可能



請求元を複数登録可能

- 事業部や支社が複数ある場合でも簡単に請求元を切り替えることができ、取引先のさまざまな要件に対応が可能

体制



ISMS認証取得

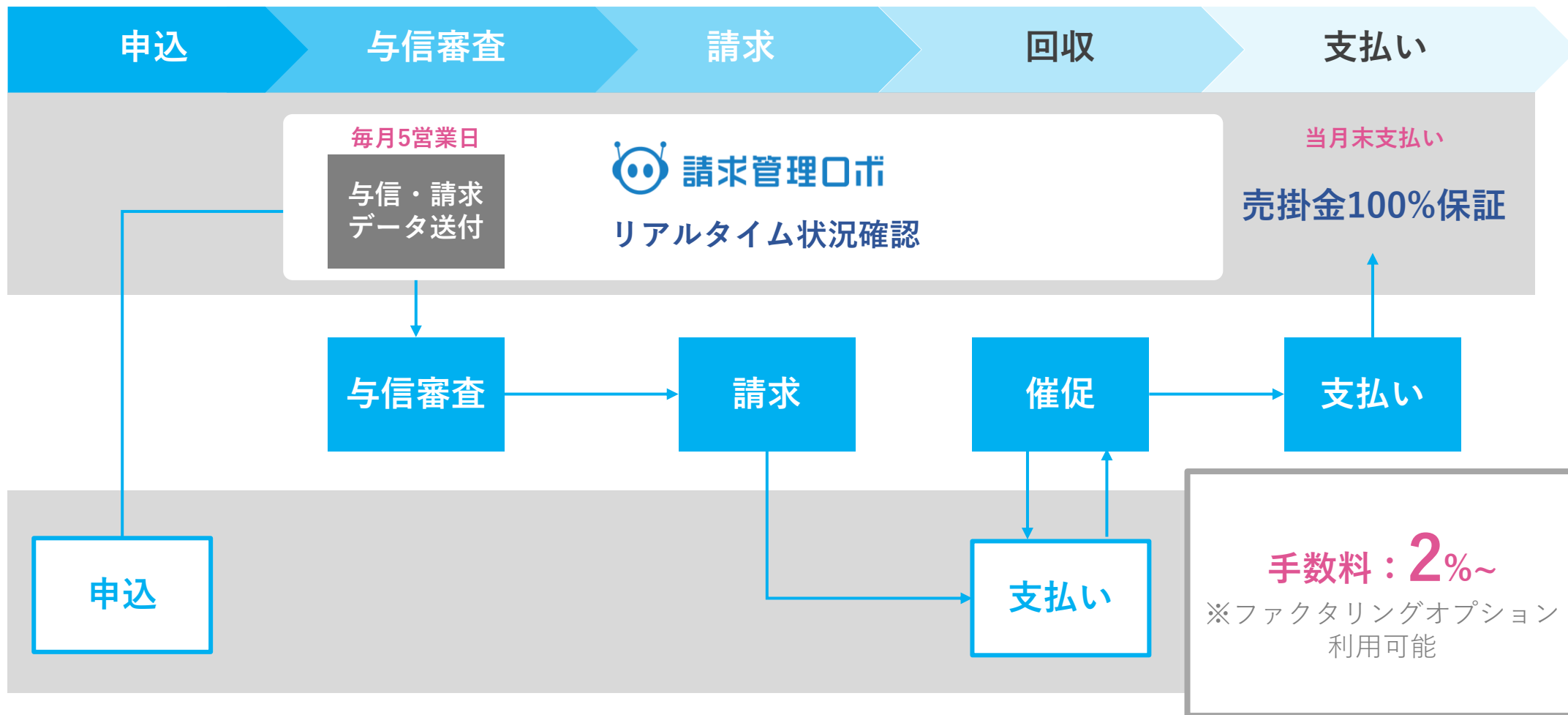
- 高まる情報セキュリティの重要性から、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）に関する国際規格「ISO27001」の認証を取得



導入支援チーム立ち上げ

- 請求業務が集中する月末月初でもパフォーマンスを落とさず、大量の請求処理を可能にする、高い耐久性を持ったシステムにバージョンアップ

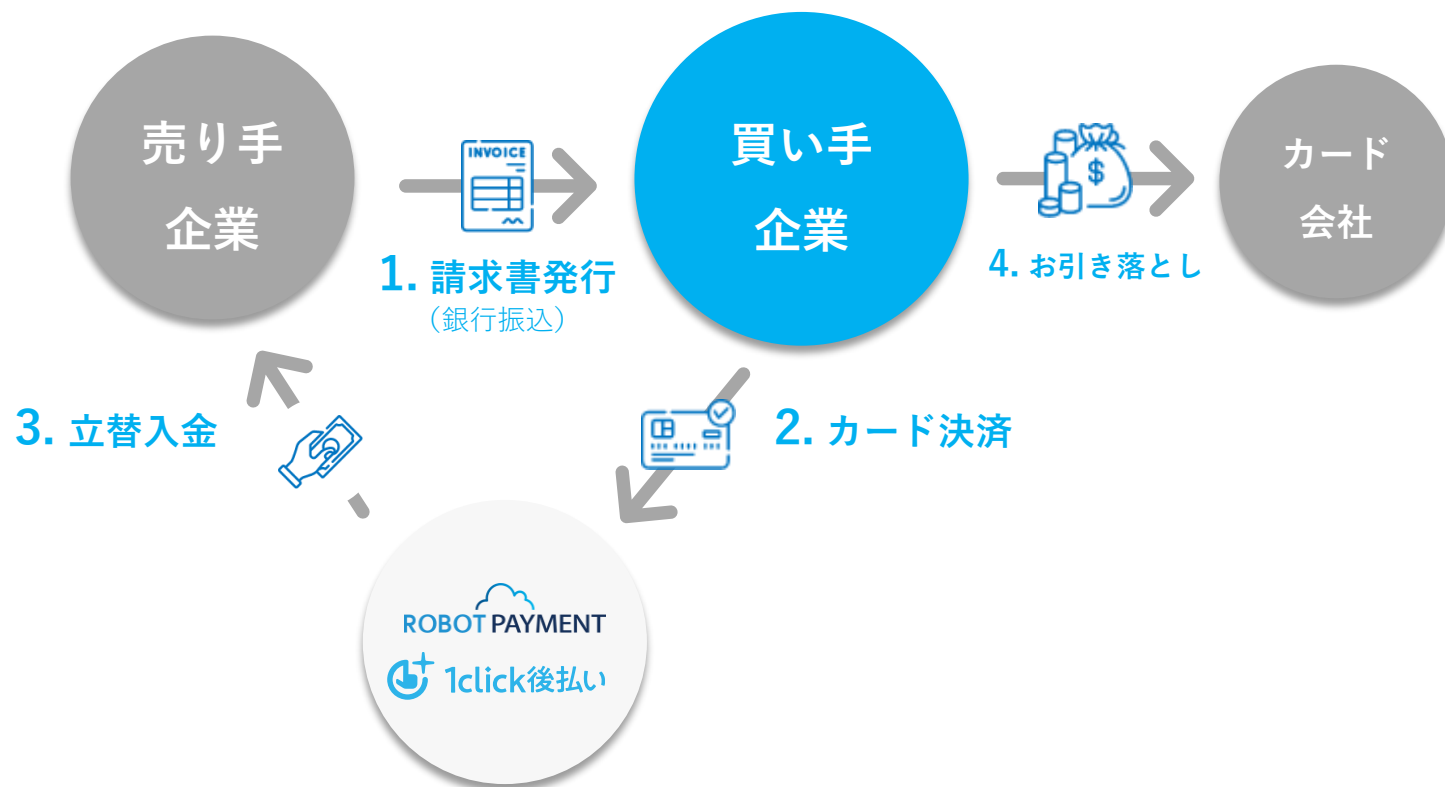
与信から督促までの請求業務を全て代行し、売掛金を100%保証



請求書払い（銀行振込）をクレジットカード決済することでお支払いの延長を可能に

買い手企業が受け取った銀行振込の請求書<sup>(注1)</sup>をクレジットカードで決済可能となります。カード決済を利用することで**最大で約60日間<sup>(注2)</sup>のお支払いの延長が可能**となり、資金繰りの改善に繋がります。

振込は決済日から最短5営業日後に買い手企業名義でROBOT PAYMENTが立替入金。



(注1) カード決済する際の請求書は一定の審査があります

(注2) カード会社の締め・支払い日によって延長日数は異なります

# 02

2022年12月期 通期  
全社実績



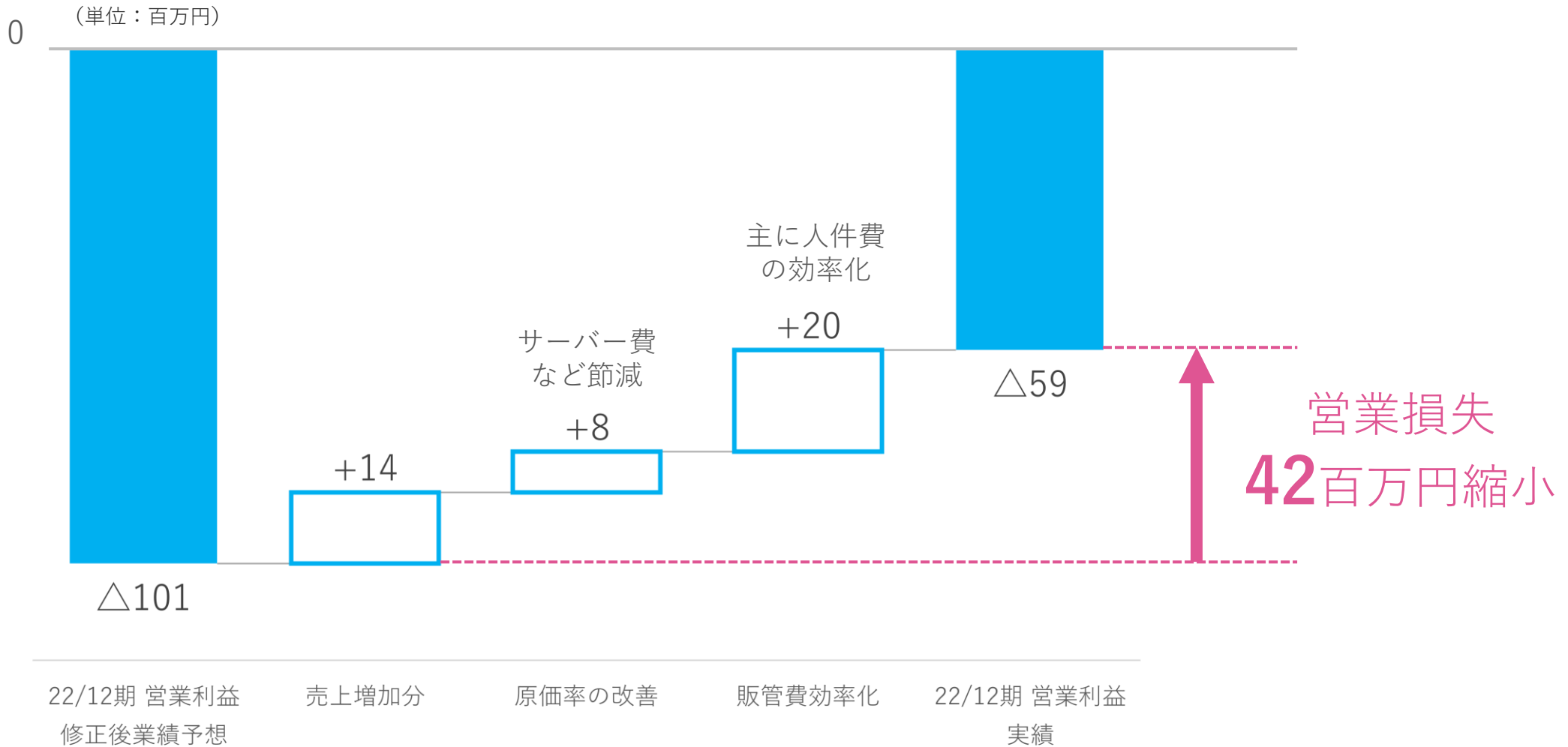
売上高は、修正後業績予想<sup>(注)</sup>を上回り、前年同期比24.1%増収  
 営業利益は、修正業績後予想を42百万円上回る

(単位：百万円)	2021/12 通期実績	2022/12 修正後業績予想	2022/12 通期実績	前期比	修正後業績予想 達成率
売上高	1,395	1,716	<b>1,731</b>	+24.1%	100.9%
売上総利益	1,264	1,505	<b>1,529</b>	+21.0%	101.6%
販管費	1,063	1,607	<b>1,587</b>	+49.3%	98.8%
営業利益	201	△101	△ <b>59</b>	-	-
当期純利益	135	△71	△ <b>30</b>	-	-

(注) 2022年12月期通期の修正後業績予想は2022年11月11日公表の2022年12月期第3四半期決算説明資料にて発表

# 営業損失縮小の背景

売上拡大を重視し費用投下を行う計画から方針を変更し、下期から費用効率化を優先  
営業損失は、修正後業績予想に対し約42百万円縮小して着地



# 2022年12月期通期 プロダクト別実績

サブスクペイ・請求管理ロボともに修正後業績予想<sup>(注)</sup>を上回って着地

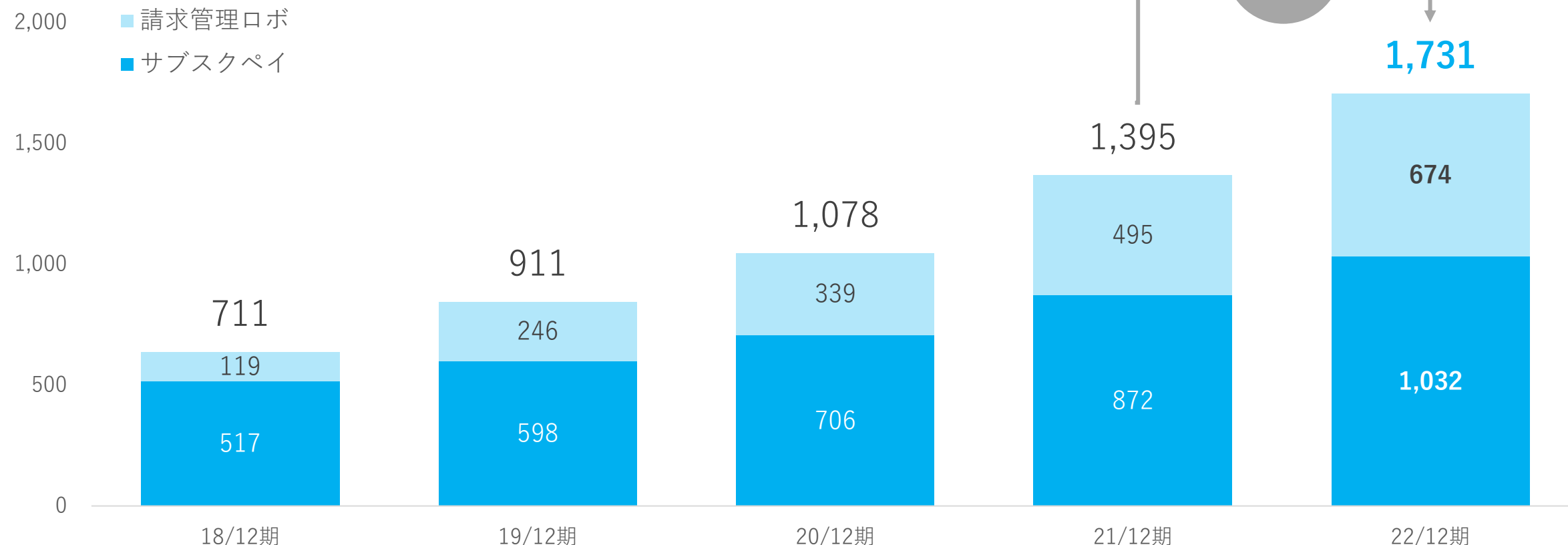
(単位：百万円)	2021/12 通期実績	2022/12 修正後業績予想	2022/12 通期実績	前期比	修正後業績予想 達成率
売上高	1,395	1,716	<b>1,731</b>	+24.1%	100.9%
サブスクペイ	872	1,023	<b>1,032</b>	+18.3%	100.8%
請求管理ロボ	495	669	<b>674</b>	+36.3%	100.8%
営業利益	201	△101	<b>△59</b>	-	-

(注1) 2022年12月期通期の修正後業績予想は2022年11月11日公表の2022年12月期第3四半期決算説明資料にて発表

(注2) 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

## 各プロダクトともに順調に成長 サブスクペイの売上高が10億円を超える

(売上高/単位：百万円)



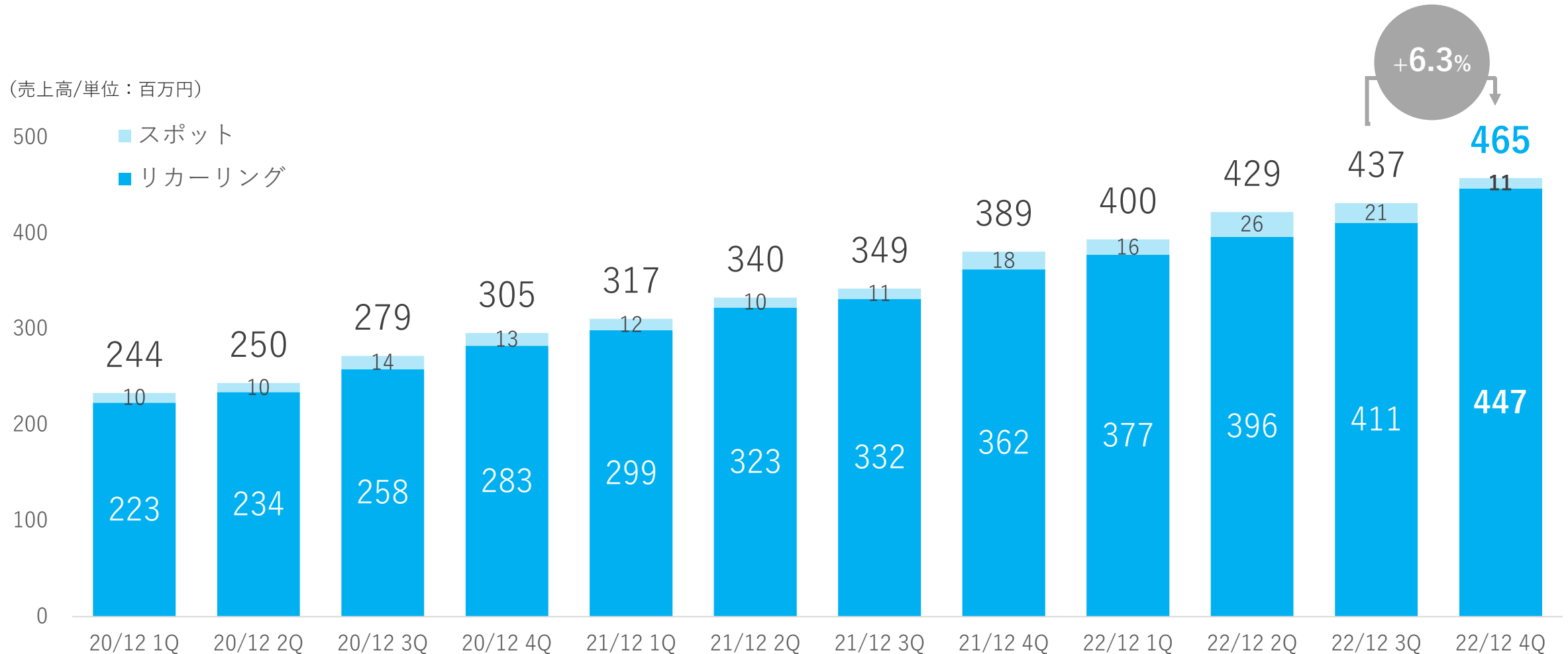
(注1) 2020年12月期以前の数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

(注2) 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



# 売上高の四半期推移

大手顧客案件が稼働しリカーリング収益が増加、売上高は前Q比で+6.3%



(注1) 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) リカーリング収益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

# 貸借対照表

(単位：百万円)	2021/12 期末	2022/12 3Q末	2022/12 期末	前期末比
流動資産	4,502	3,996	4,134	△368
固定資産	414	463	508	94
<b>資産合計</b>	<b>4,916</b>	<b>4,460</b>	<b>4,642</b>	<b>△274</b>
流動負債	4,276	3,882	4,081	△195
固定負債	49	21	6	△43
<b>負債合計</b>	<b>4,325</b>	<b>3,903</b>	<b>4,087</b>	<b>△238</b>
株主資本	566	537	536	△30
その他	24	20	19	△6
<b>純資産合計</b>	<b>590</b>	<b>557</b>	<b>555</b>	<b>△35</b>

当社ビジネスモデル特有の預り金影響を除くと、実質的な自己資本比率は63.1%



自己資本 555百万円  
総資産 4,642百万円

自己資本 ÷ 総資産 = 12.0%



自己資本 555百万円  
総資産 4,642百万円  
**預り金 3,764百万円**

自己資本 ÷ (総資産 - 預り金)  
= 63.2%

- ビジネスモデル上、決済事業者から一度当社に売上代金が入金されたのちに顧客（加盟店）に売上代金を支払うため、預り金が発生

# 03

2022年12月期通期  
事業別実績



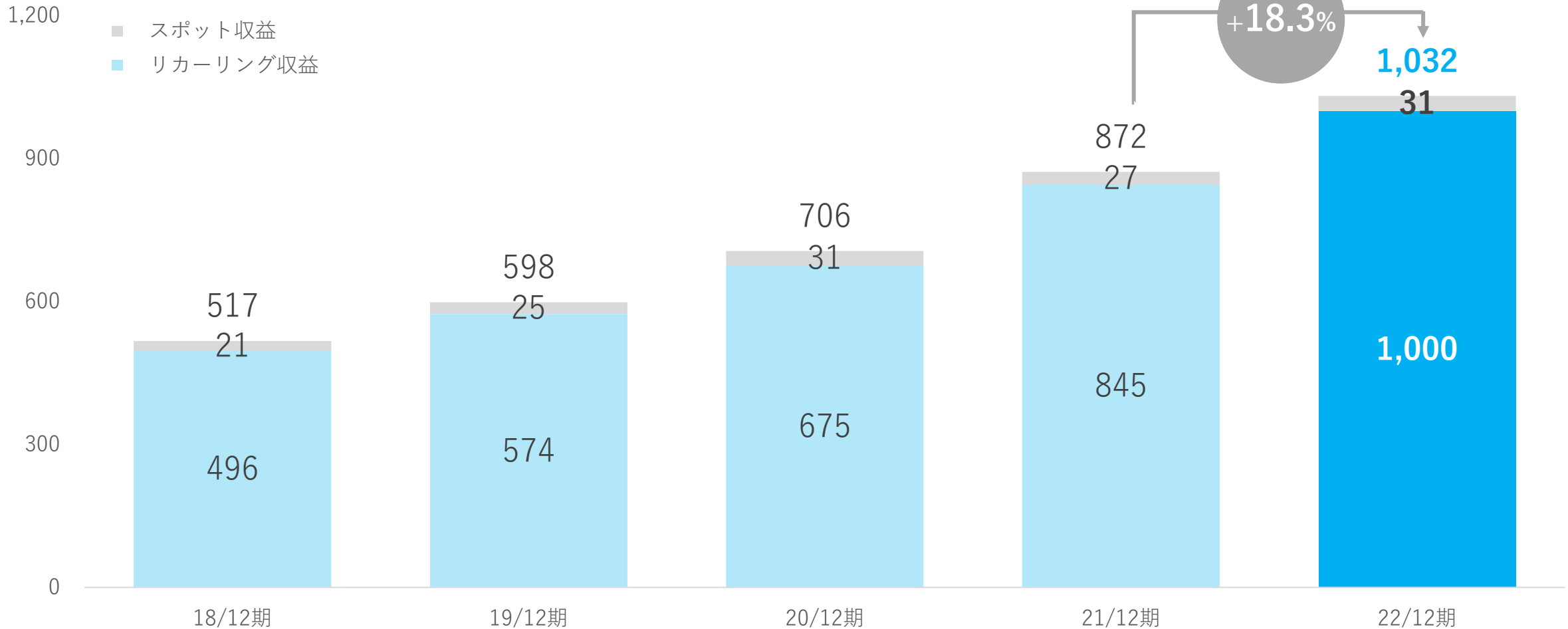
# 03-1

2022年12月期 通期事業別実績

サブスクペイ

## コロナ禍の巣ごもり需要で成長した21年と変わらず22年も安定的に成長

(売上高/単位：百万円)



(注1) 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。

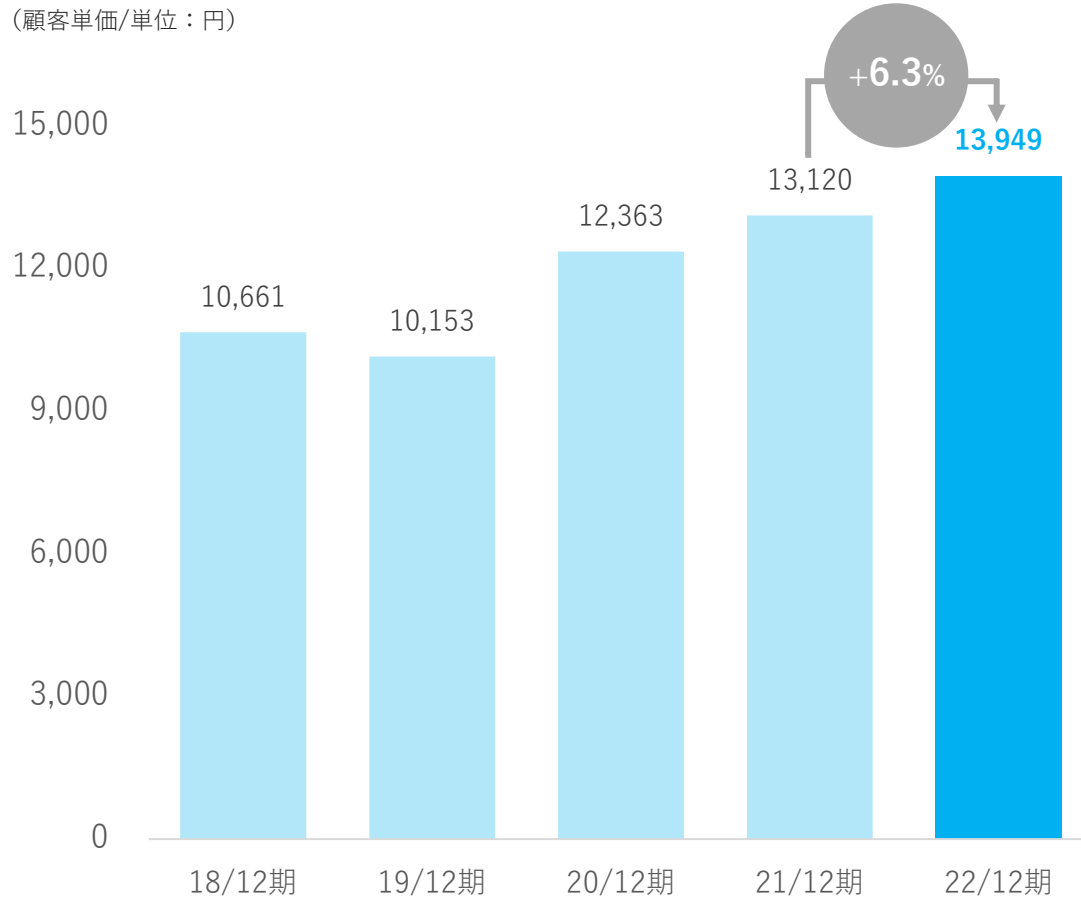
(注2) サブスクペイはペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載

# サブスクペイの主要KPI推移①

## アカウント数は大きく伸長、顧客単価も順調に増加

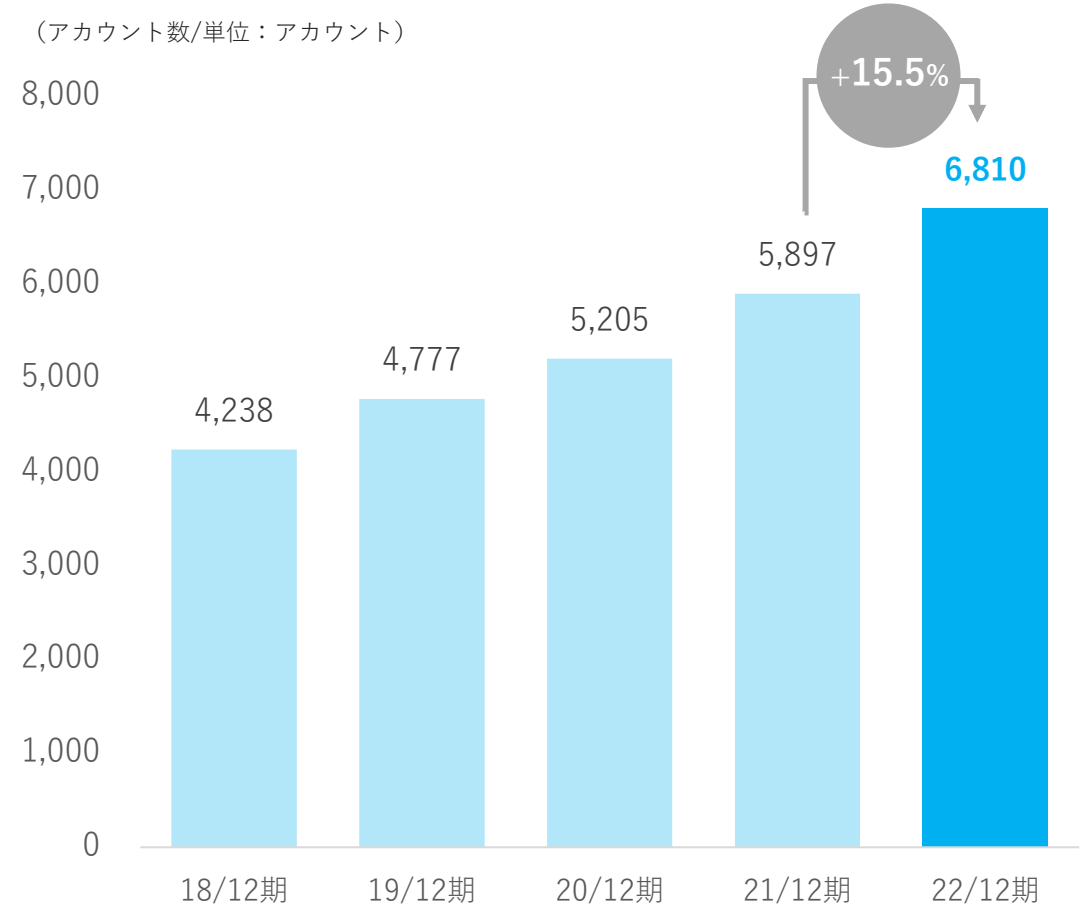
顧客単価 (注) 推移

(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)



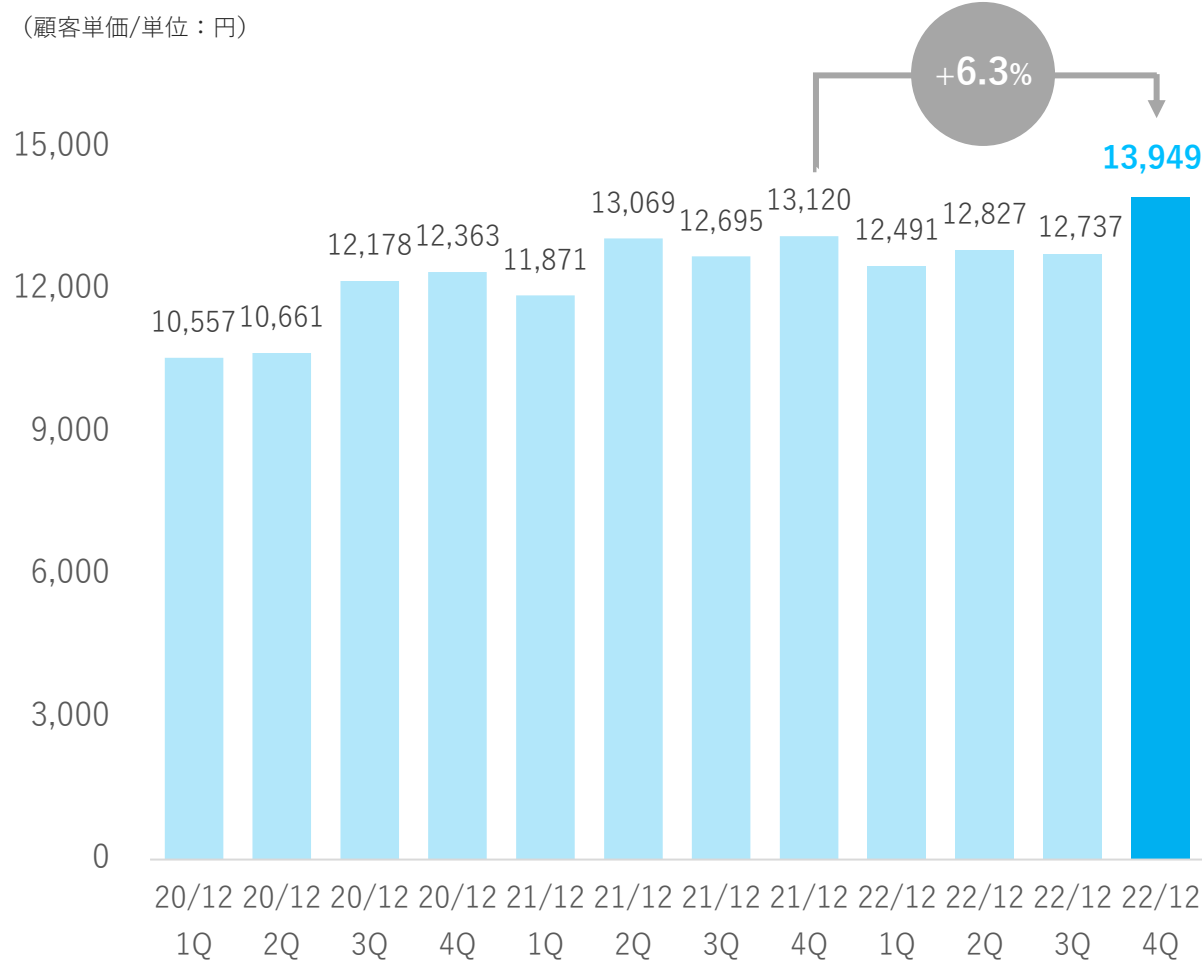
(注) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

# サブスクペイの主要KPI推移①（四半期）

スプレッド収益の伸びがアカウント数増加ペースを上回り、顧客単価が向上

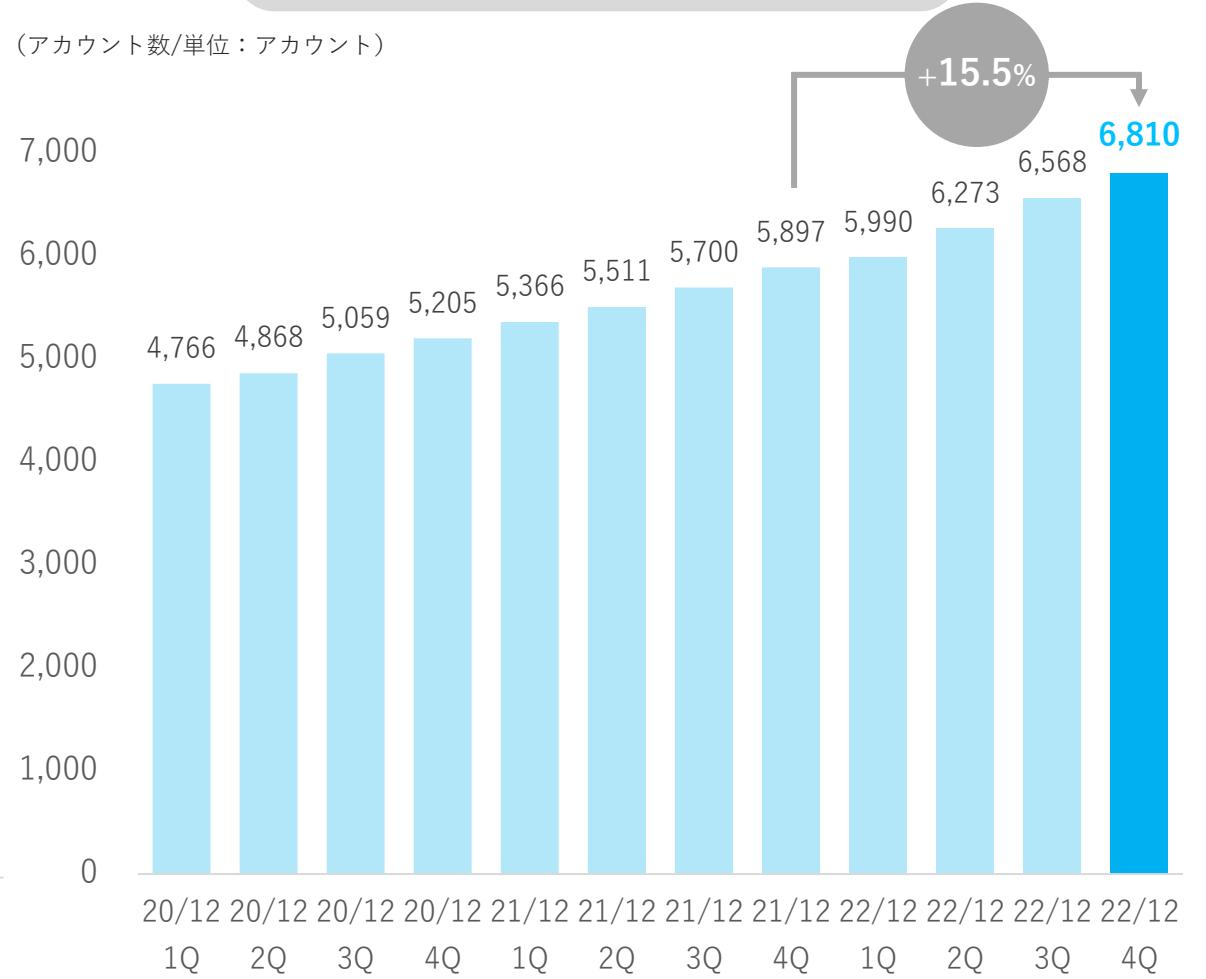
顧客単価（注）推移

（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）

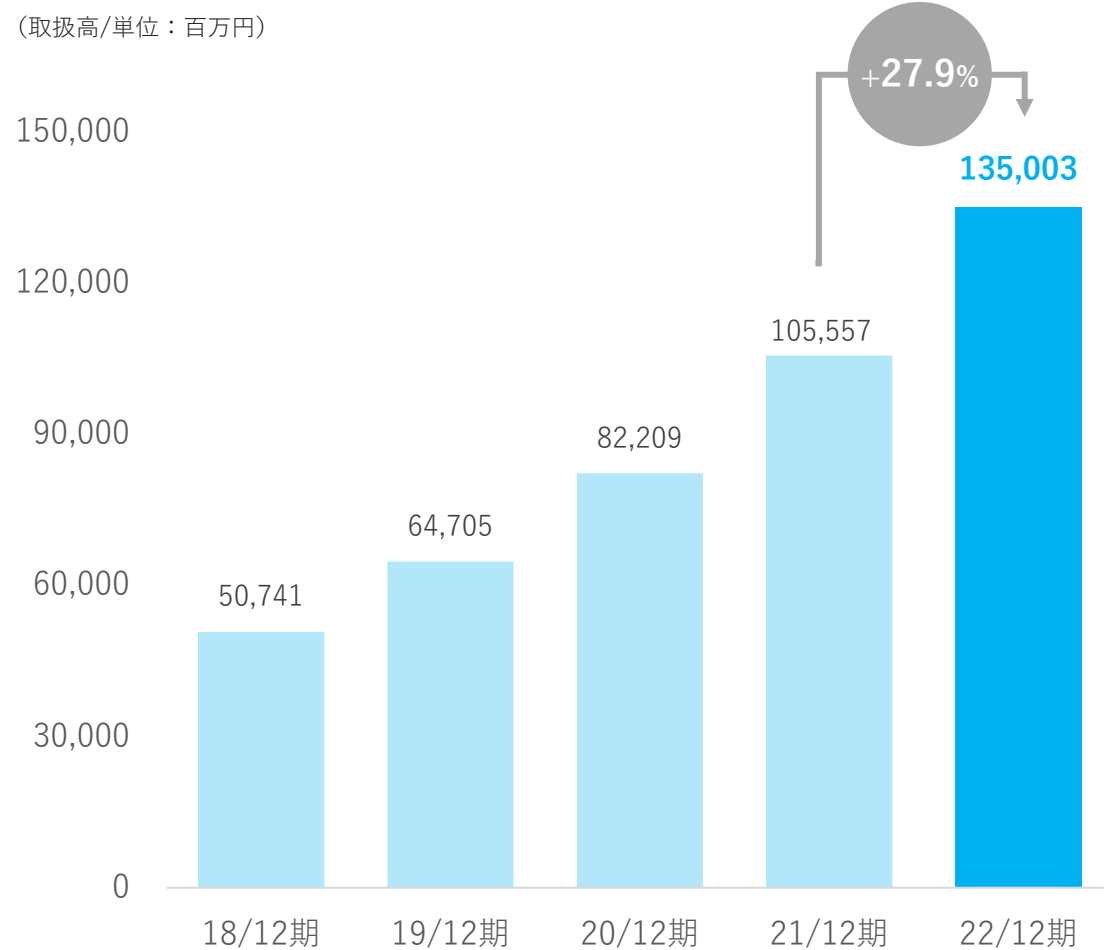


# サブスクペイの主要KPI推移②

決済取扱高・決済処理件数ともに増加、コロナ禍でのトレンドが継続し増加基調

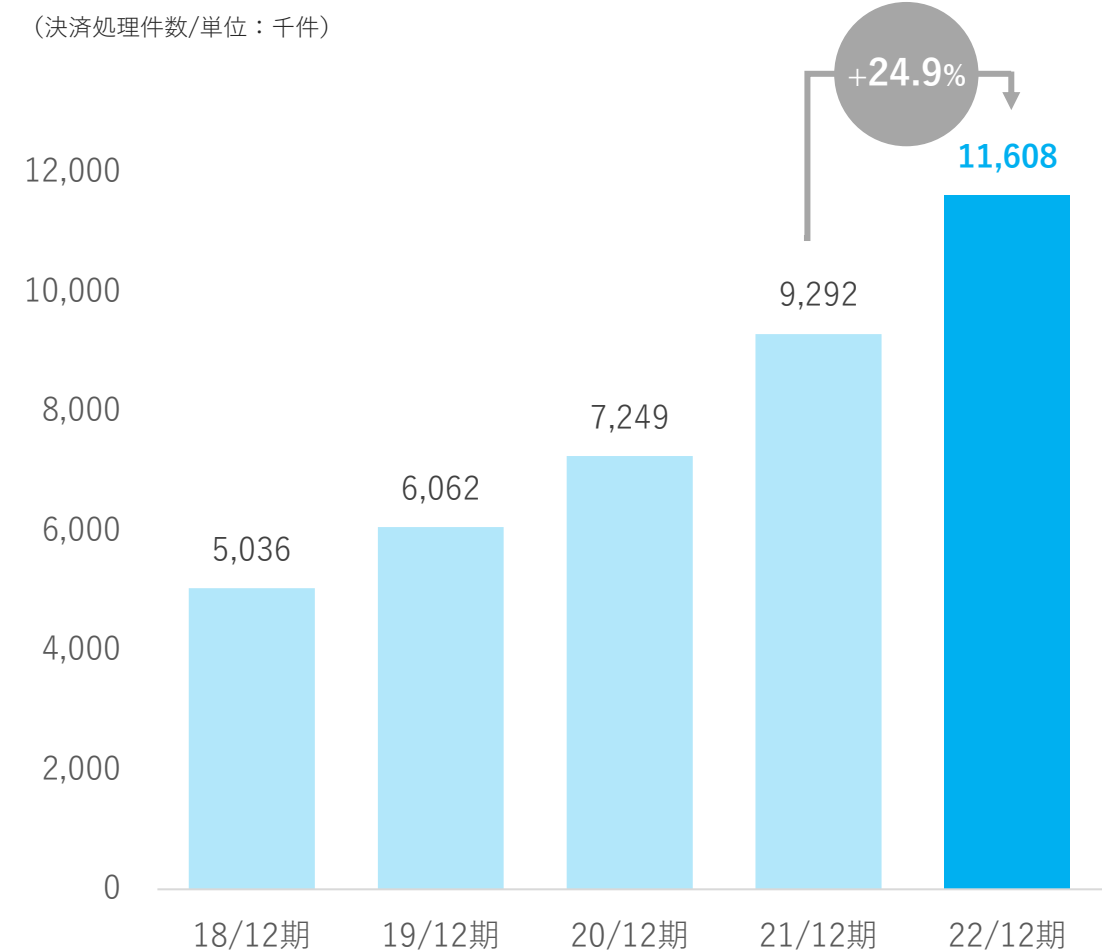
決済取扱高推移

(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)

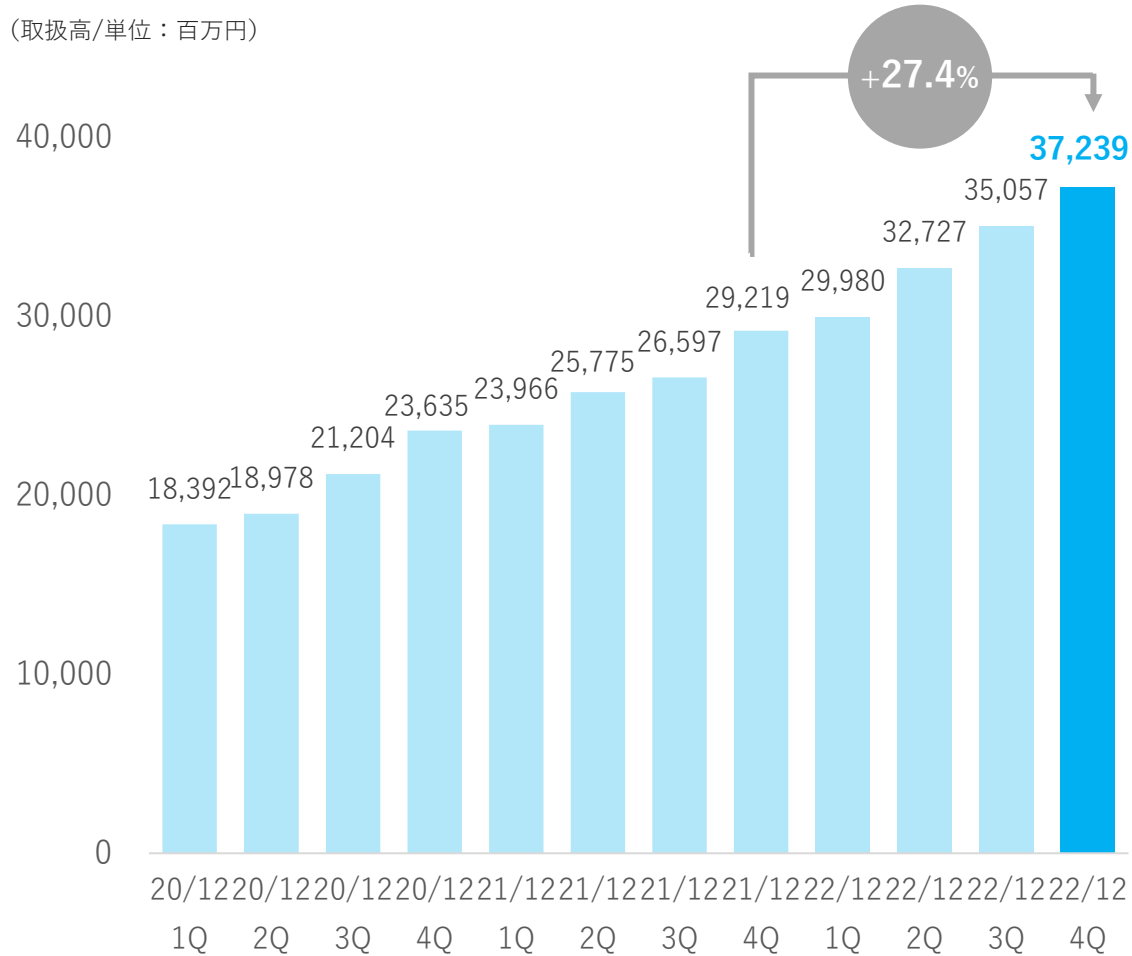


# サブスクペイの主要KPI推移②（四半期）

## 取扱高・決済処理件数ともに大きく増加

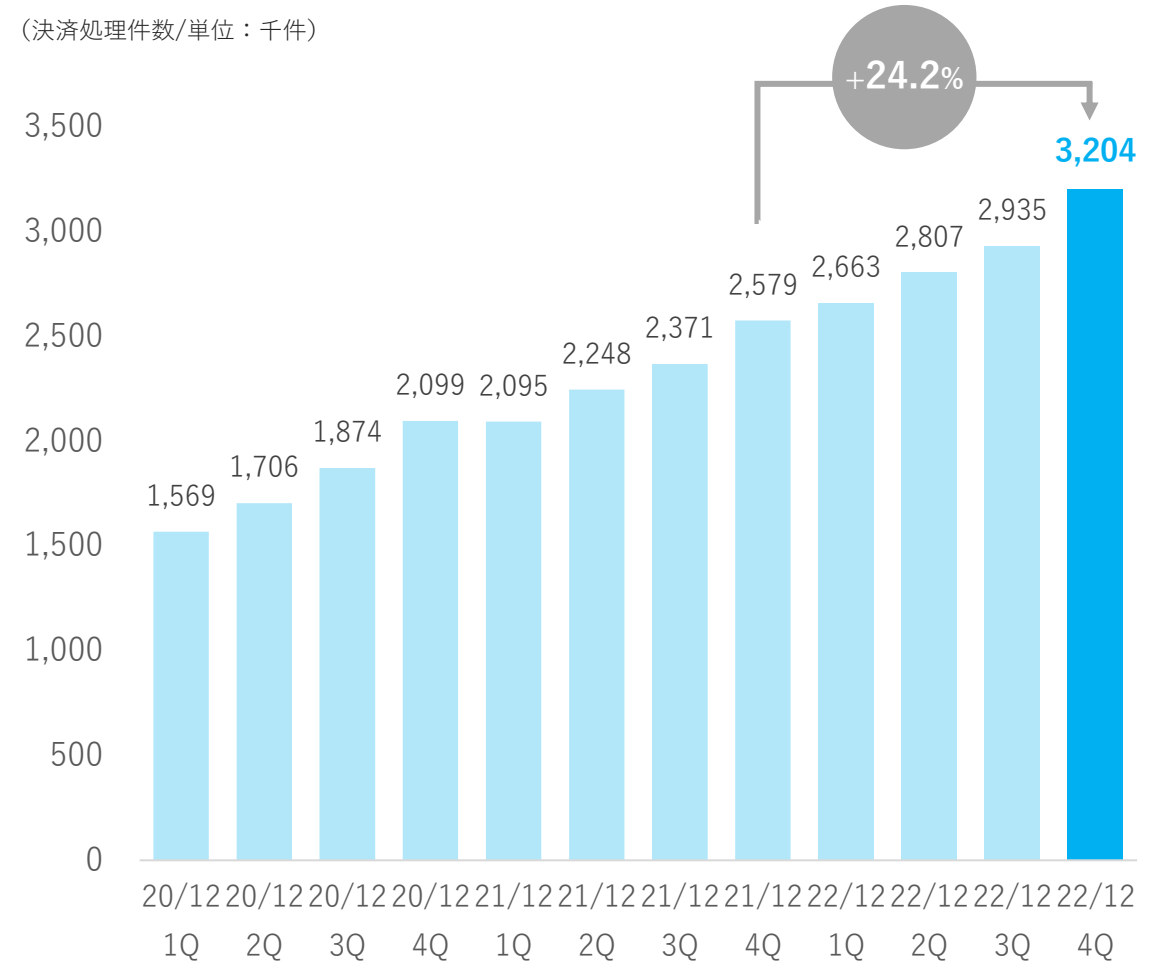
決済取扱高推移

(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)



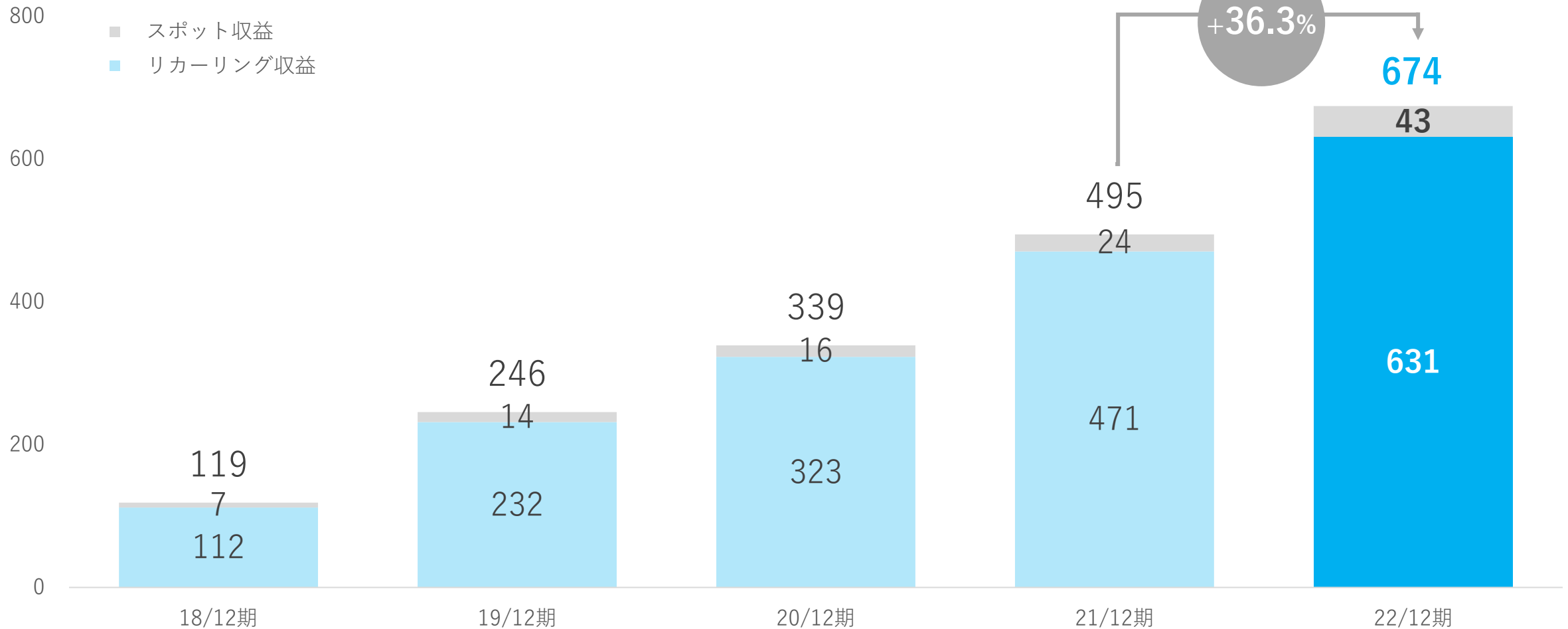
# 03-2

2022年12月期 通期事業別実績

請求管理口示

## 売上高は前期比+36.3%と安定して成長

(売上高/単位：百万円)

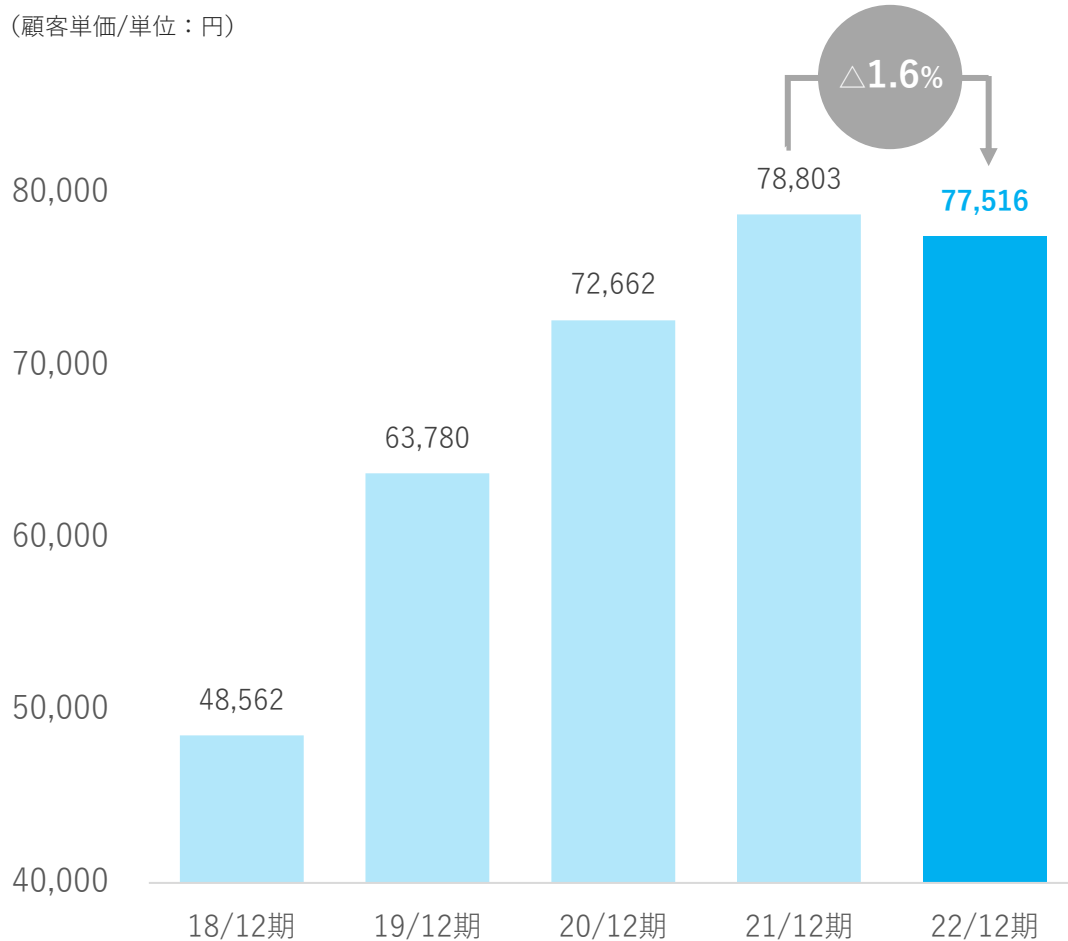


(注) 2020年12月期以前の数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

## アカウント数は計画を上回り増加

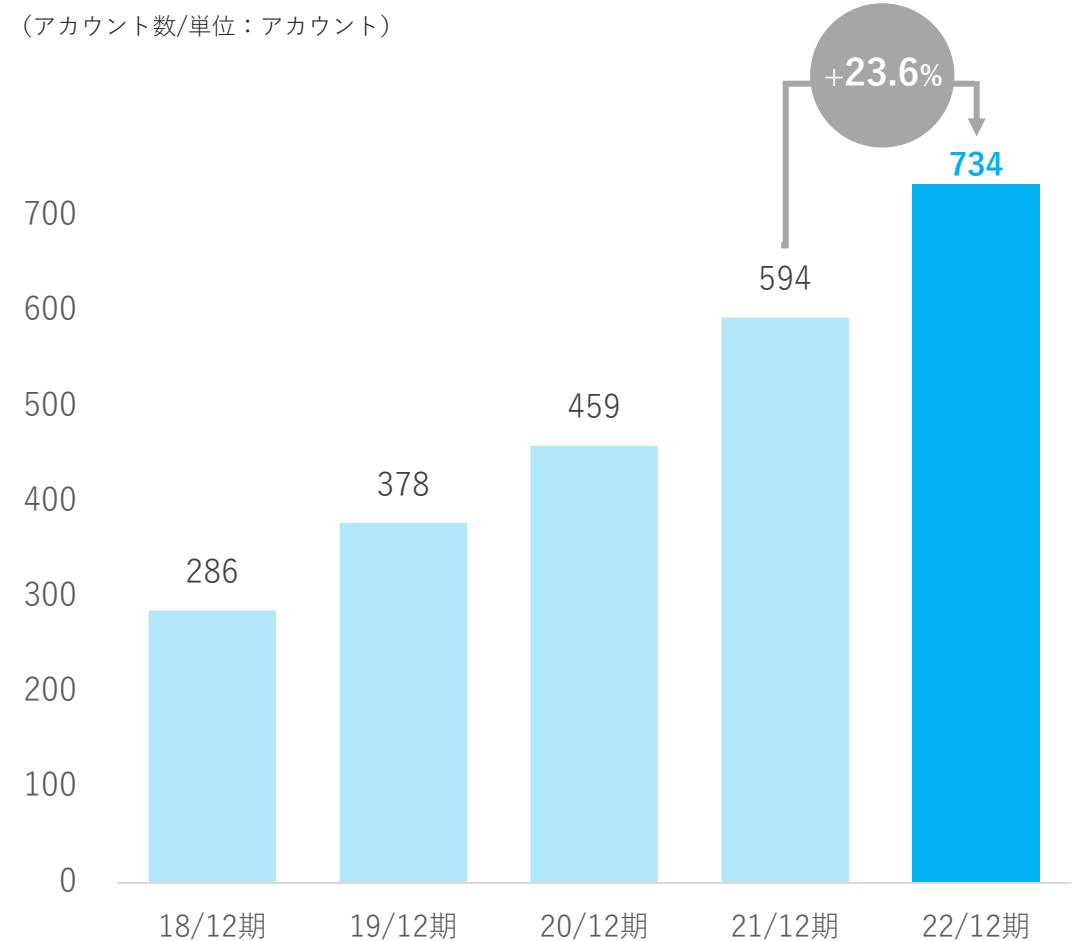
### 顧客単価 (注) 推移

(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)

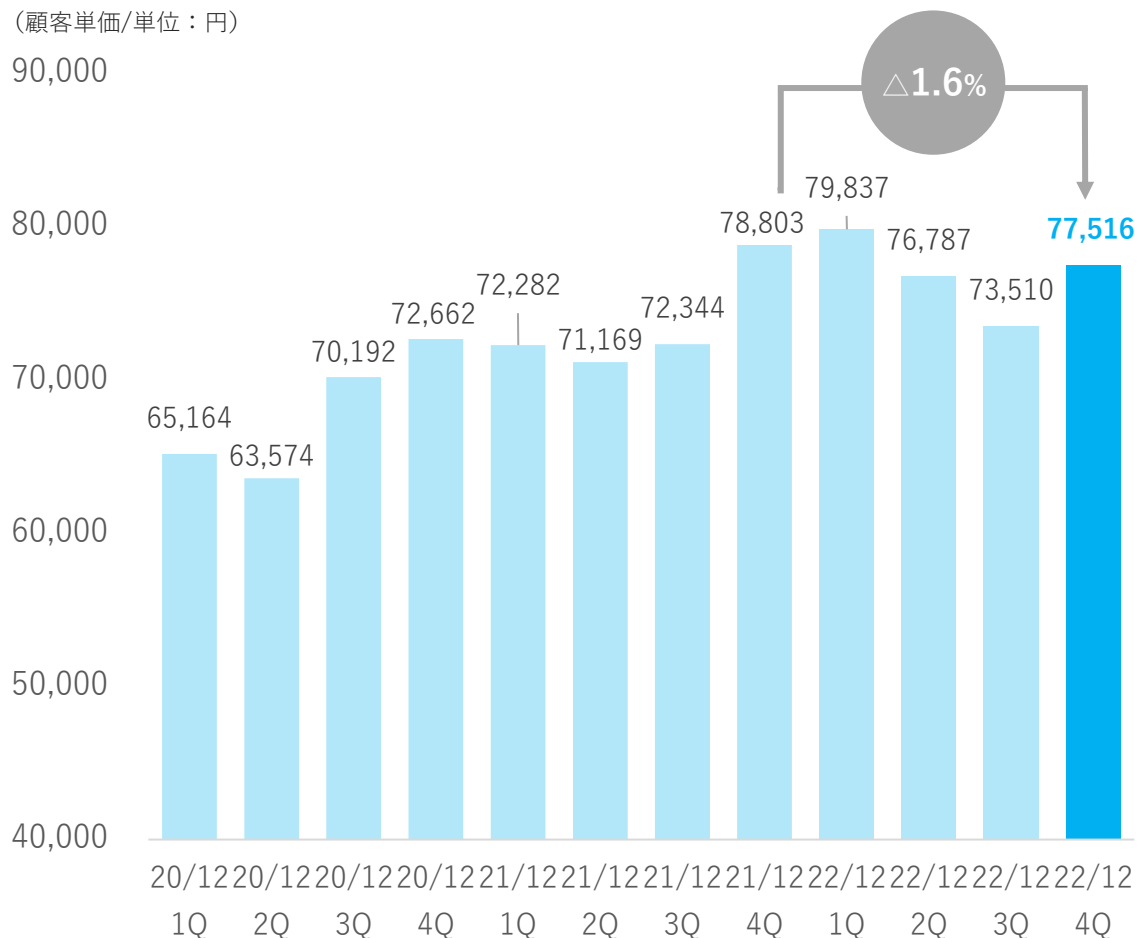


(注) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

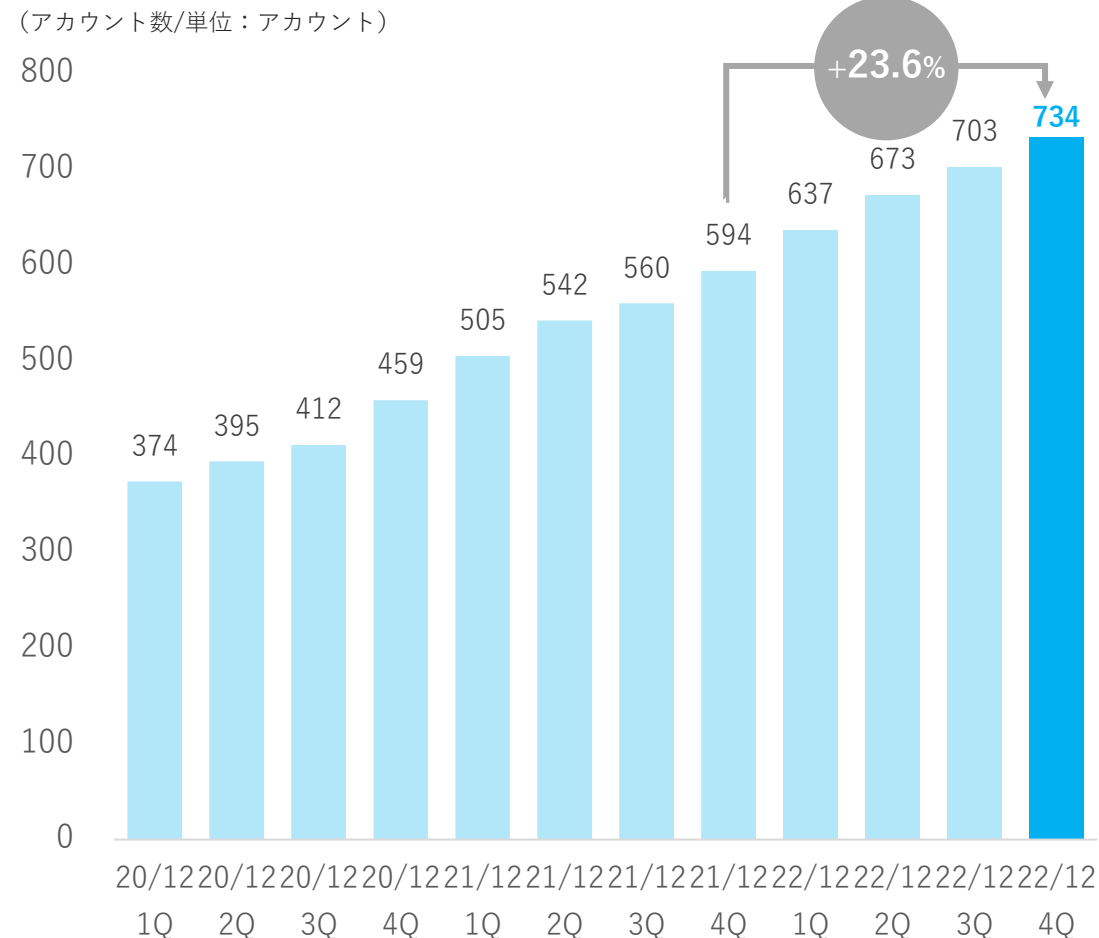
# 請求管理ロボの主要KPI推移①（四半期）

顧客単価は、大手顧客案件の稼働と新規顧客の単価向上により増加基調に転じる

顧客単価（注）推移



アカウント数推移

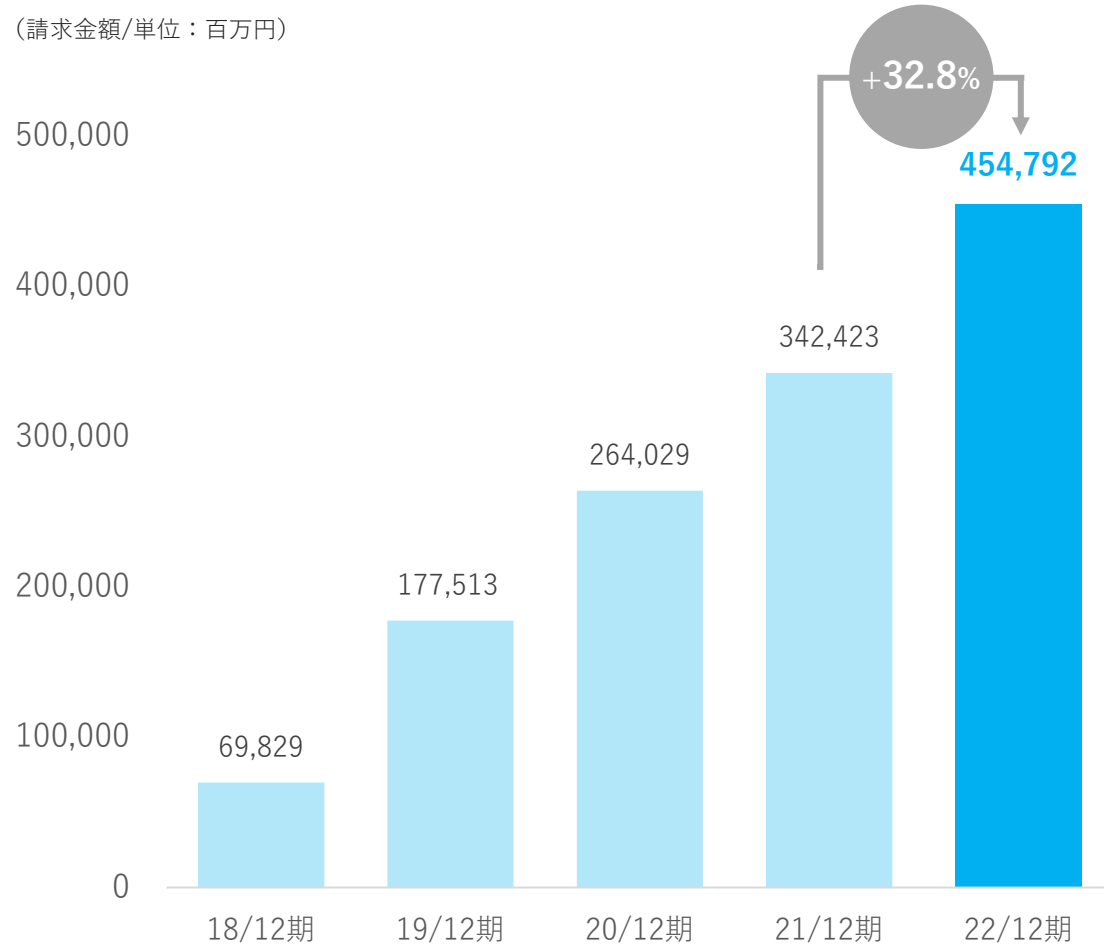


(注) 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

請求書発行枚数は、大手顧客案件の稼働により前期比+91.2%と大きく伸長

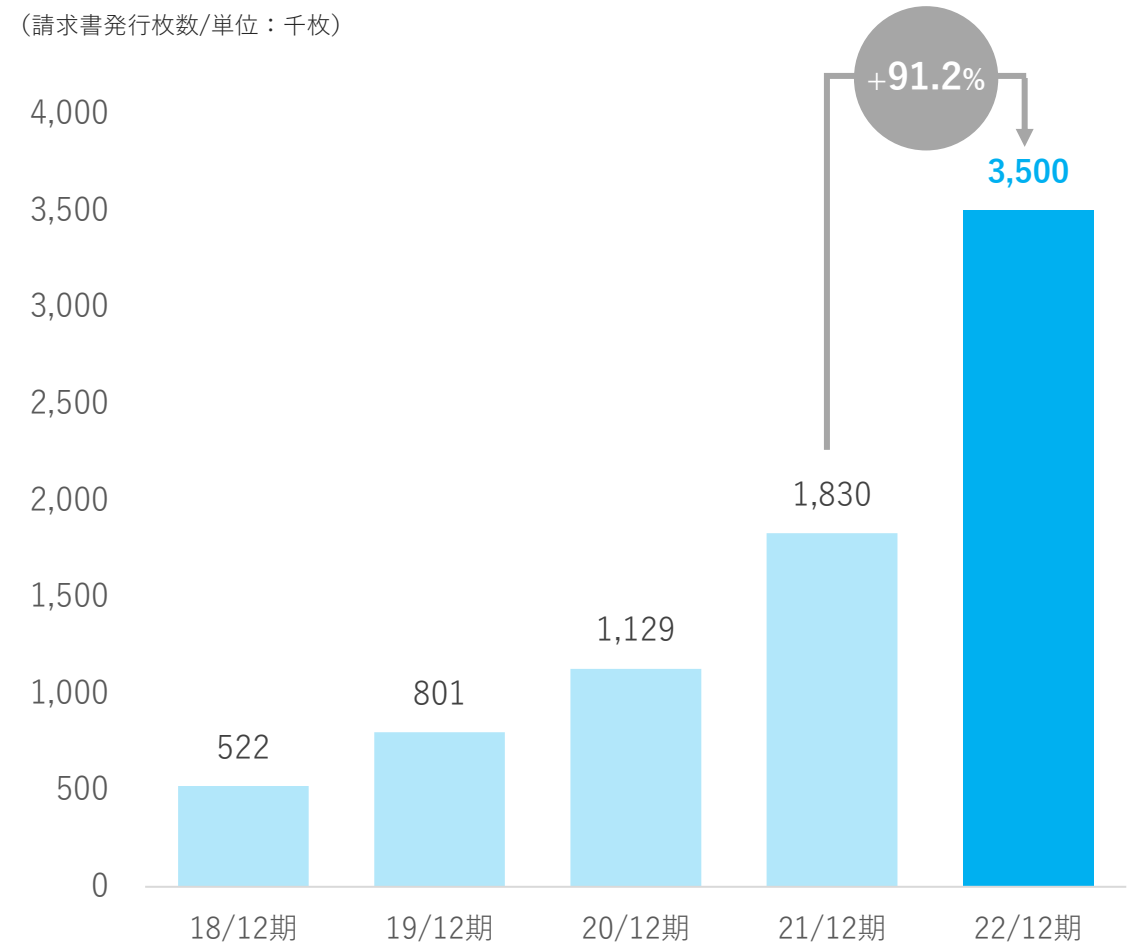
### 請求金額推移

(請求金額/単位：百万円)



### 請求書発行枚数推移

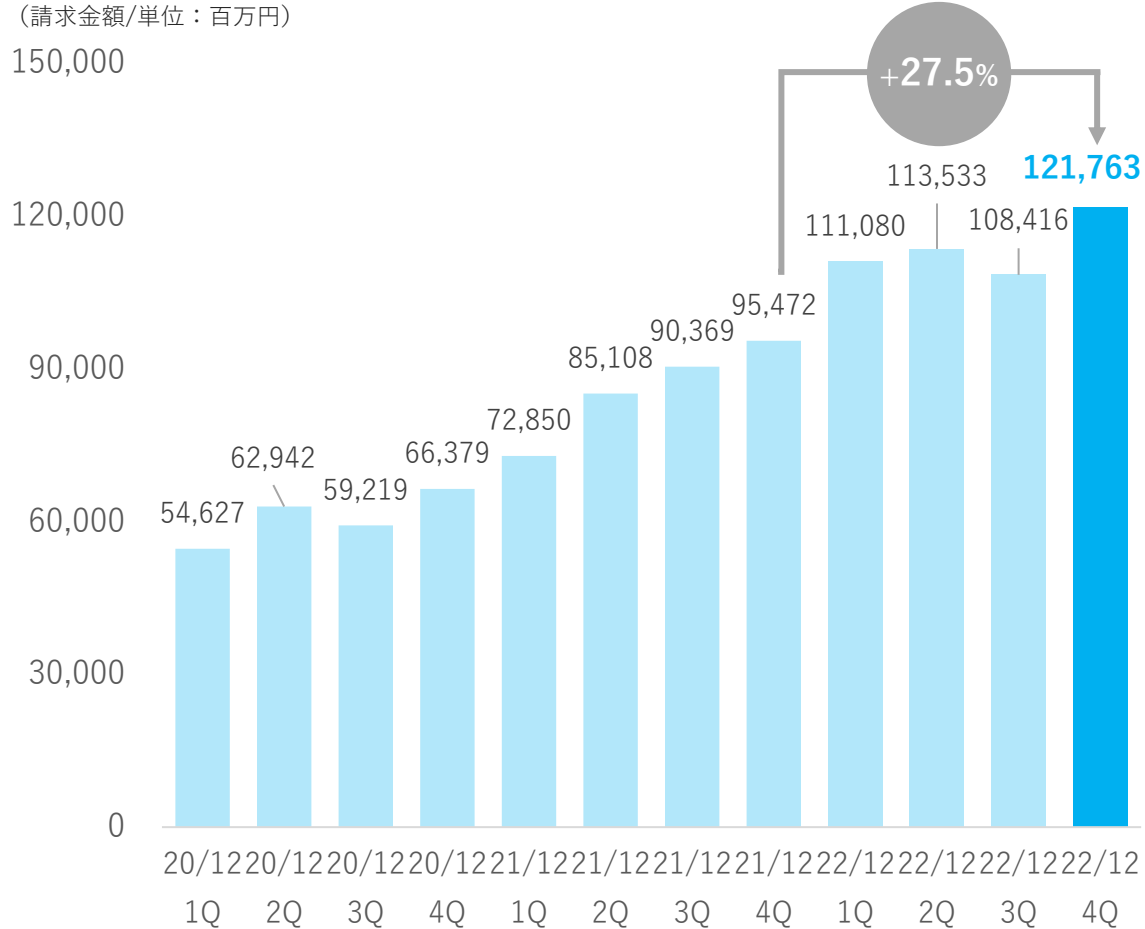
(請求書発行枚数/単位：千枚)



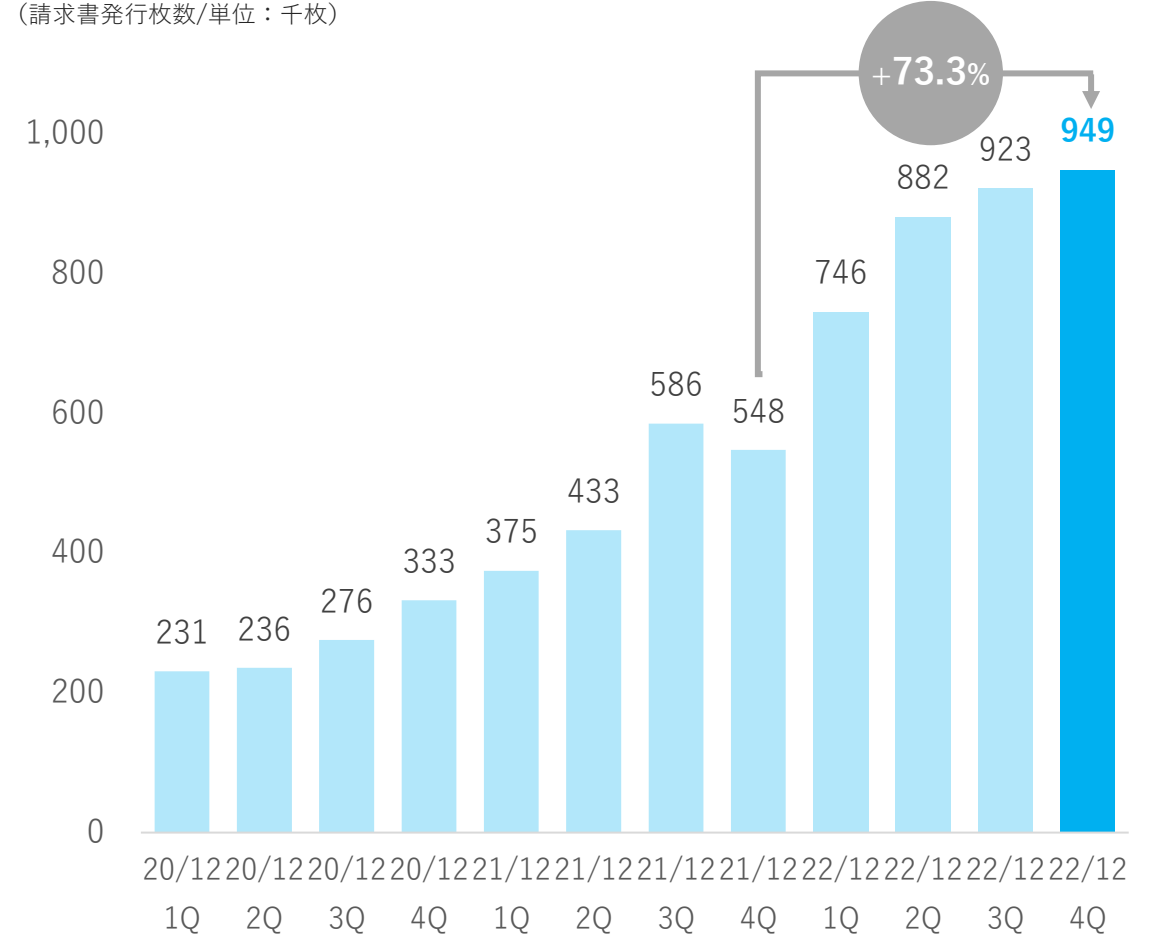
# 請求管理ロボの主要KPI推移②（四半期）

## 11月に大手顧客案件が稼働し請求金額増加

### 請求金額推移



### 請求書発行枚数推移



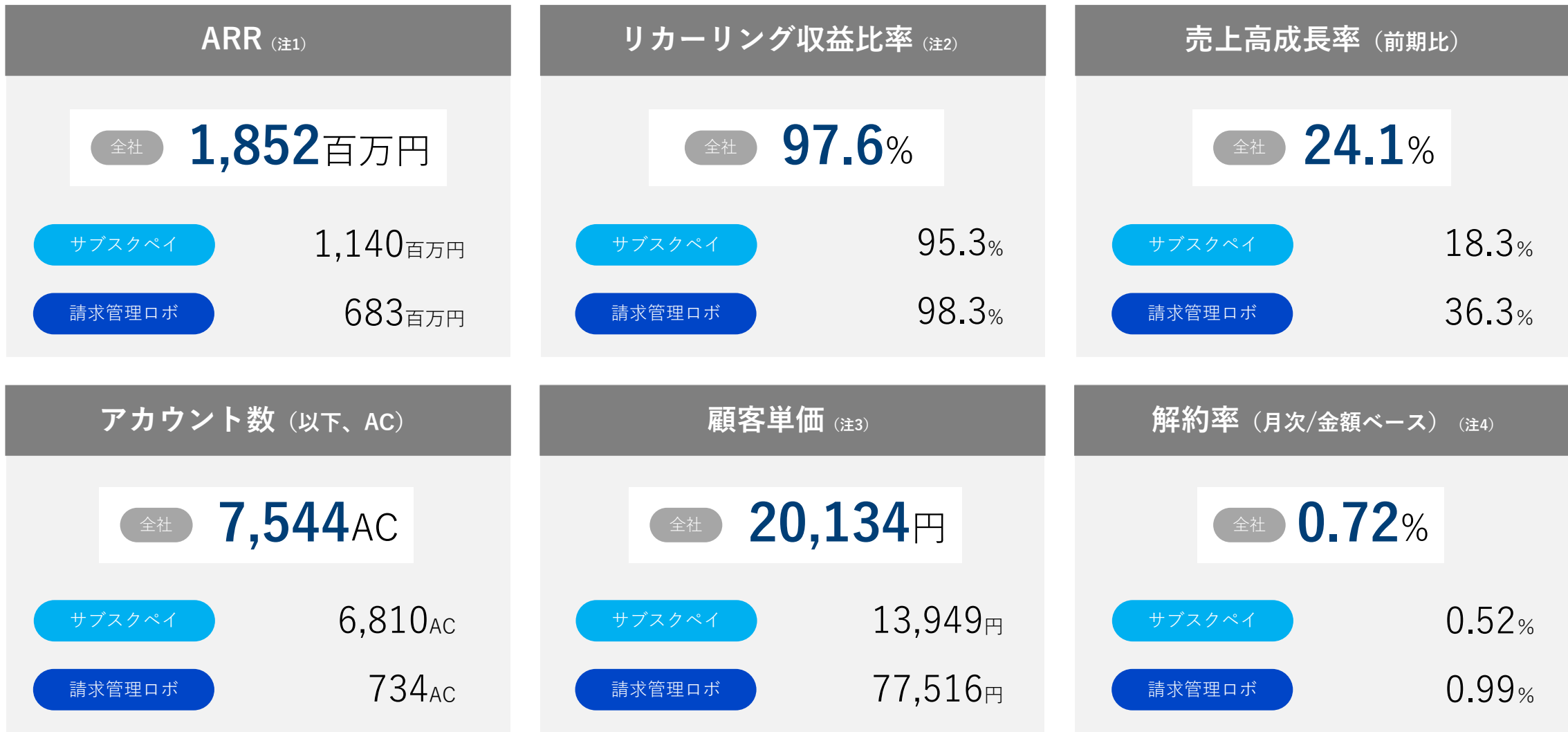


# 03-3

2022年12月期 通期事業別実績

主要KPI

## 全社の顧客単価が初めて20,000円を超える



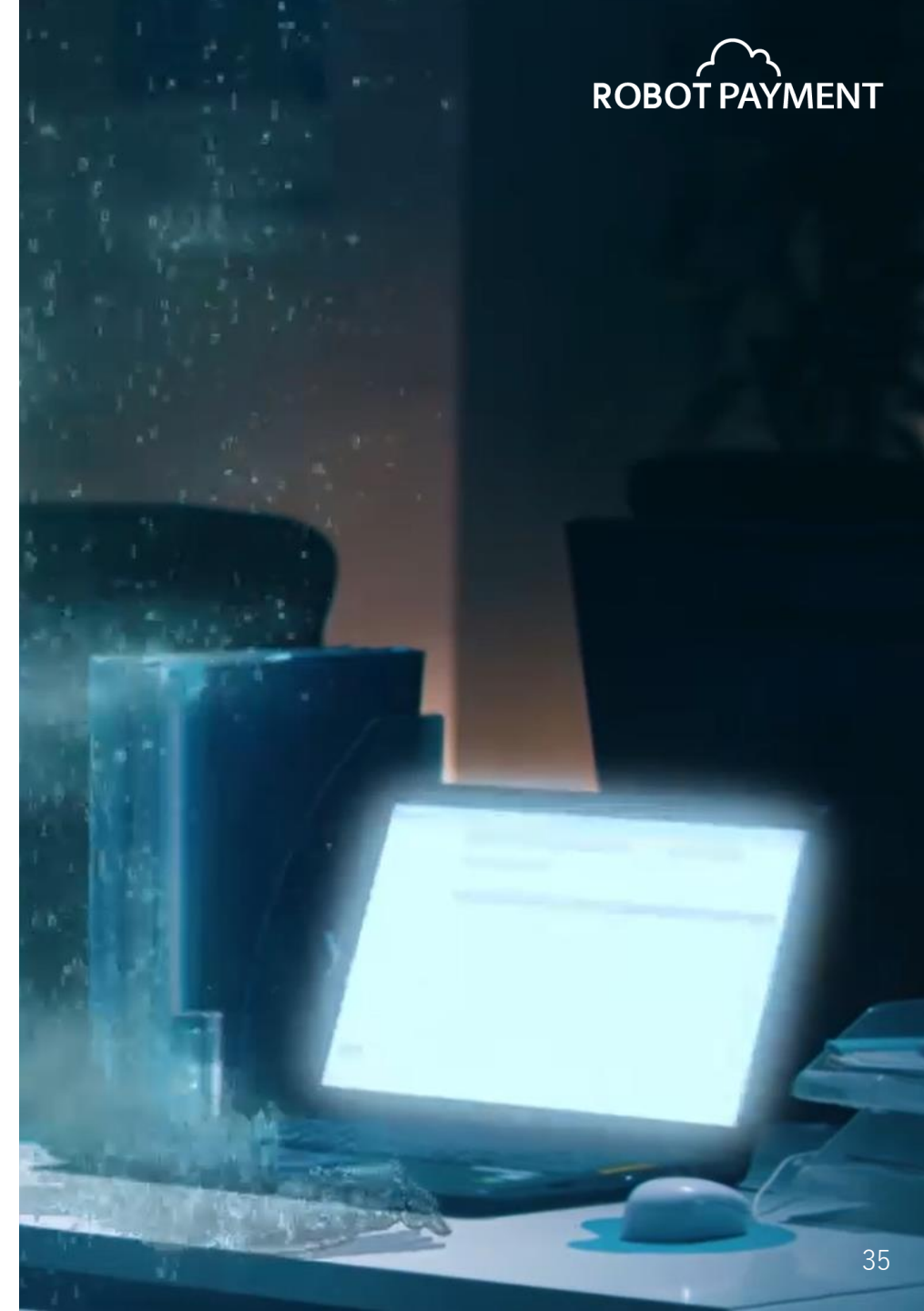
(注1) ARR: 「Annual Recurring Revenue」の略称で、2022年12月単月のリカーリング収益（サービス利用期間にわたって継続的に売り上げが発生する収益を合計したもの）を12倍（年換算）し算出しております。

(注2) 2022年12月単月の各プロダクト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) 2022年12月末時点の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2022年1月～2022年12月までの各月の平均値であります。

# 04 | ビジネスハイライト



## サブスクペイのリブランディングが成功、請求まるなげロボの認知が拡大

### 2022年事業方針

### 方針に対しての成果

サブスクペイ/請求まるなげロボを訴求するタクシー広告の制作及びプロモーション準備

- サブスクペイ、請求まるなげロボのタクシー広告を放映開始、**新規アカウント数増加**につながる

インターネット決済代行サービスを「サブスクペイ」にリブランディングし、潜在顧客層との接触機会を増やす

- サブスクペイリブランディング実施、**マーケティング施策すべての投資対効果が改善**
- サブスク事業者からのサブスクペイ Professionalの**問い合わせも増加**



### プロモーション関連トピック

- **サブスク事業開始からシステム導入**し、顧客マスタを当社で管理いただくことを目的に**スタートアップ向けキャンペーン**を開始



## 大手営業組織構築のためのハイクラス採用を実施、組織構築もでき大手顧客との商談増加

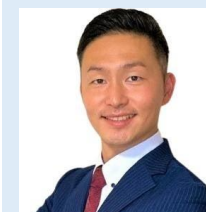
### 2022年事業方針

- 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
- 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

### 方針に対しての成果

- セールスエンジニア、Salesforce社出身のセールスマネージャー等の**ハイクラス人材が入社**
- 大手顧客向けセールス組織、サブスクリプションProfessionalセールス組織など、**大手顧客獲得向け営業/コンサルティング組織を構築**

大手企業との商談が増加し始める



フィナンシャルクラウド事業部  
部長 古田 剛二

日系電機大手にて自動車、住設向けエンタープライズ営業、インドユニコーン企業の事業開発を経験後、セールスフォース・ジャパンにてDX推進活動に従事。

企業は「お金を集める」業務が必須であり、それを担う決済・請求領域の課題解決が急務、かつ企業成長に繋がると考えROBOT PAYMENTへ入社。

### 営業施策関連トピック

- **社外の販路拡大**を目的に、新規でパートナー契約を締結
  - 「請求管理ロボ for JCB」販売開始
  - 「りそなデジタルハブ」と販売代理店契約締結
- 導入ハードルを下げるために「IT導入補助金2022『デジタル化基盤導入枠』」の支援事業者登録を実施



## 新規プロダクト開発を複数実施、開発生産性を高めるための組織体制構築も完了

### 2022年事業方針

### 方針に対しての成果

- 大手顧客向けプロダクト開発
- 業務領域を拡張する機能開発

- 大手顧客向けの機能・性能を備えた「請求管理ロボ for Enterprise」提供開始
- 業務領域を拡張した「サブスクペイ Professional」提供開始
- 請求書カード決済「1click後払い」を提供開始

新規事業展開に向けたプロダクト開発組織構築

- CPOの新規任命、CTO変更等、開発組織体制を変更  
→プロダクト・システム両面で生産性最大化ができる体制に

### プロダクト関連トピック

- サブスクペイが「EMV3Dセキュア」に対応し不正利用対策を強化
- 請求管理ロボ、サブスクペイがITreview表彰で最高位「Leader」を受賞

### サブスクペイ Professional



### 請求管理ロボ for Enterprise



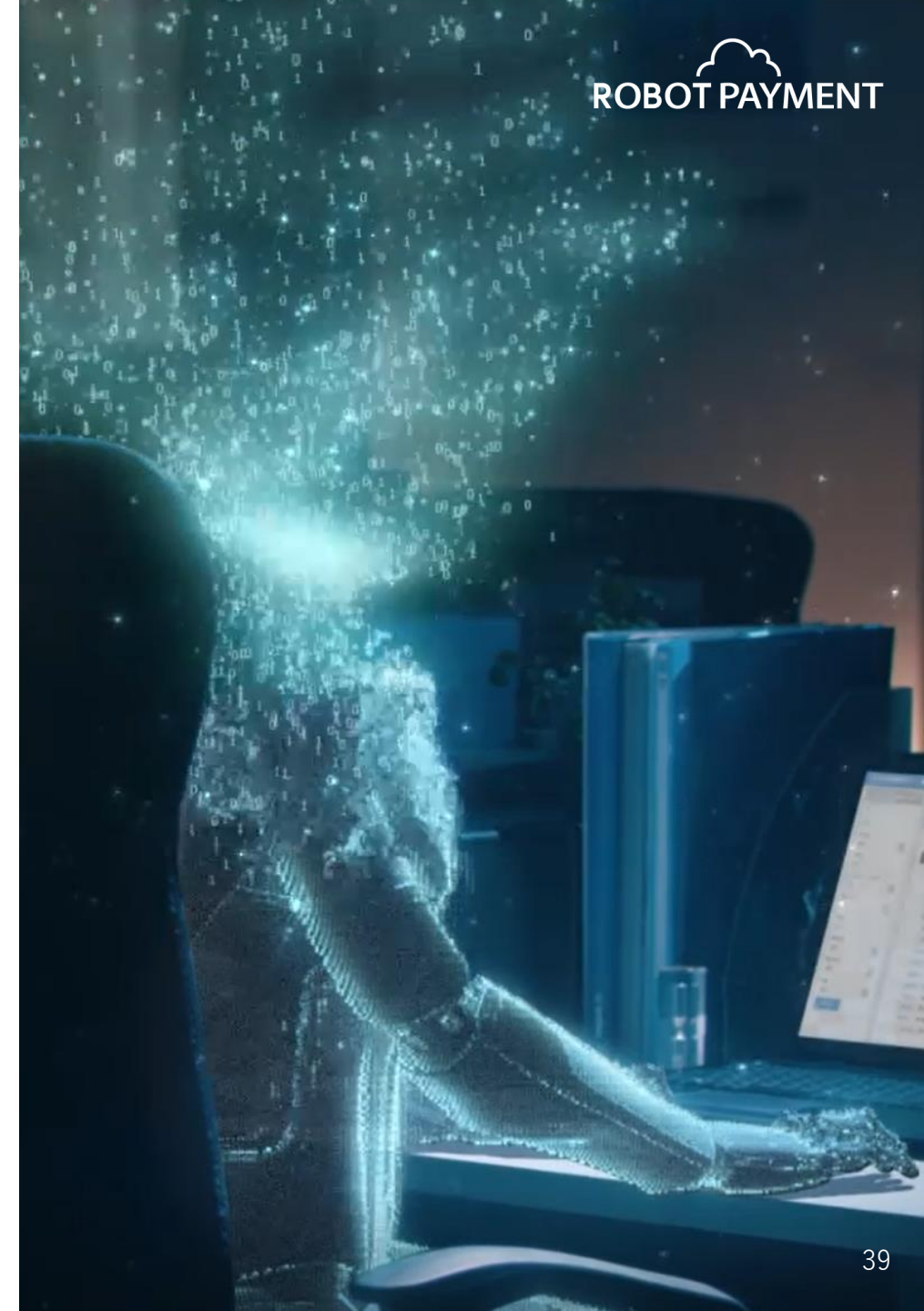
### 1click後払い



※請求管理ロボは中小企業向け部門の「High Performer」も受賞

# 05.

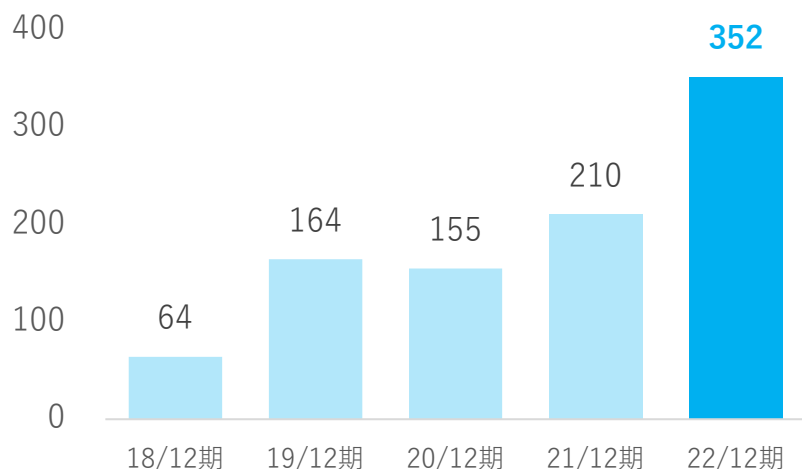
費用について



## 期初に立てた事業方針通りに施策を実行し、各費用が増加

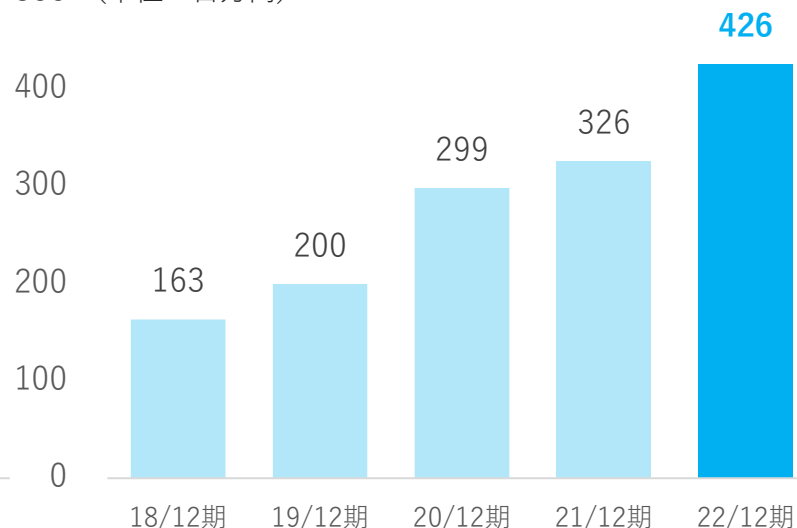
### 広告宣伝費

500 (単位：百万円)



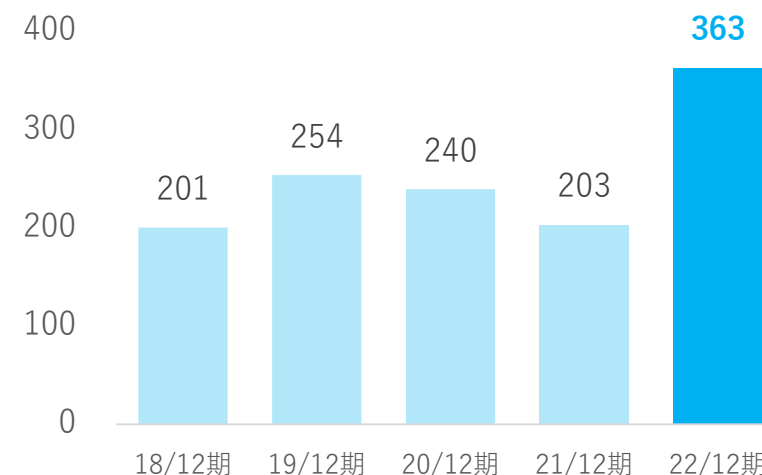
### 給与手当

500 (単位：百万円)



### 開発費

500 (単位：百万円)



- サブスクペイ、請求まるなげロボのCM動画素材を作成
- Web広告費も投下量増加

- セールス、エンジニア中心に採用
- 大手顧客獲得戦略実現に向けたハイクラス採用も完了

- 新規プロダクトとして「サブスクペイProfessional」「請求管理ロボ for Enterprise」「1click後払い」を開発

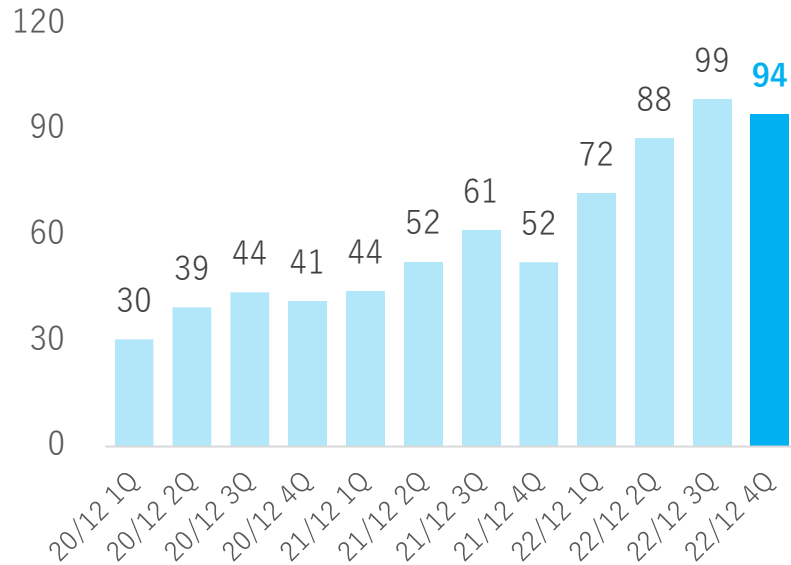


# 主な費用推移（四半期）

下期以降、費用効率化を行い、広告宣伝費・開発費は3Qをピークに4Qから縮小  
給与手当も3Qから増加ペースを抑えた

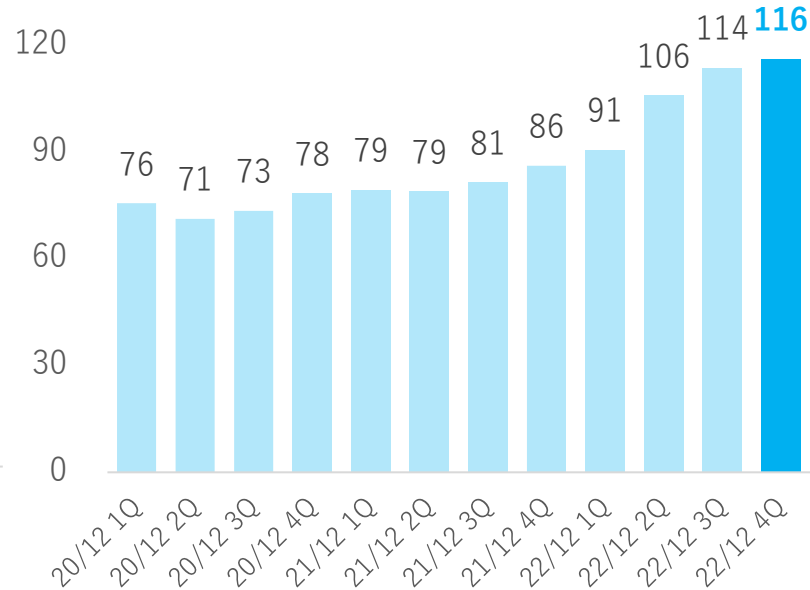
広告宣伝費

150（単位：百万円）



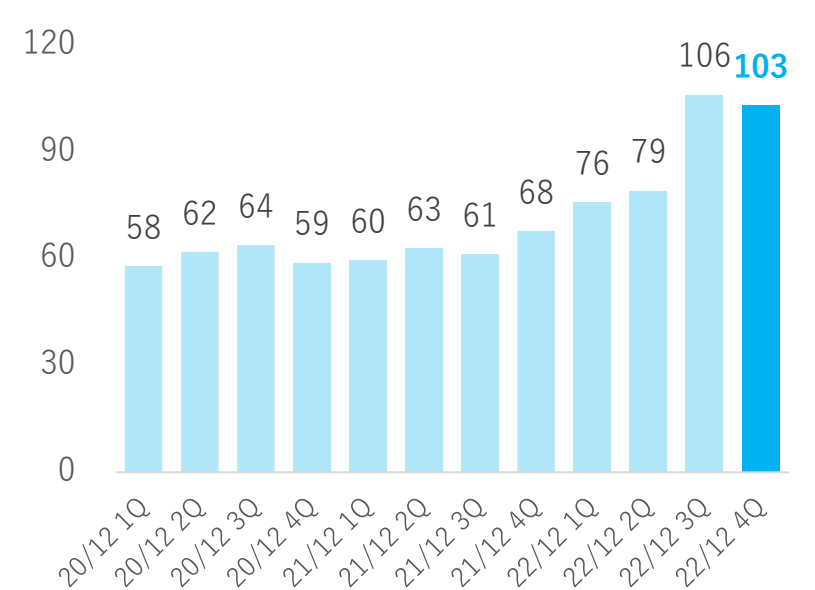
給与手当

150（単位：百万円）

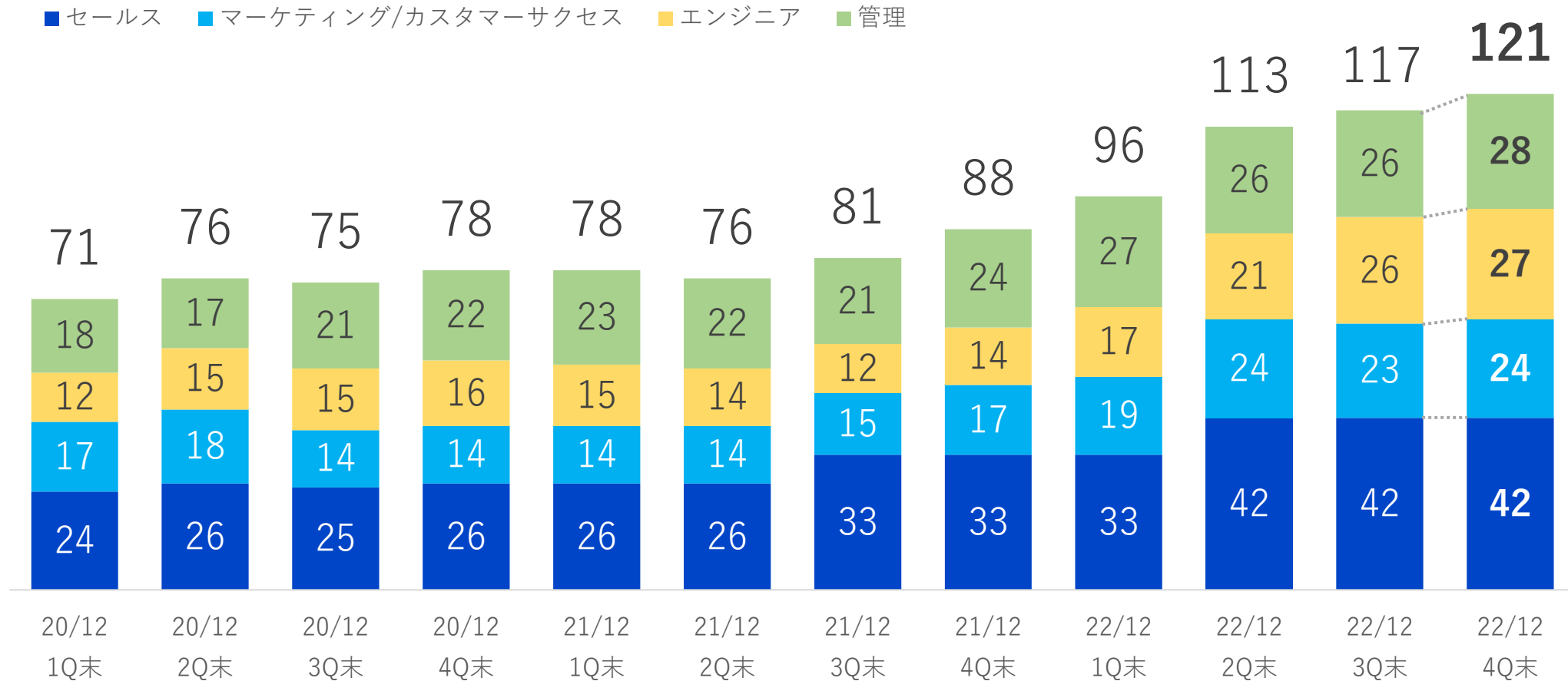


開発費

150（単位：百万円）



# (参考) 職種別従業員数推移



(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。)

06 |

成長戰略

  
ROBOT PAYMENT

# 成長戦略 -目次-

- ① 中期的な経営方針
- ② 安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント
  - ②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造
    - ②-①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる
    - ②-①-② 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得
    - ②-①-③ 高単価の特定顧客に依存していない構造
    - ②-①-④ 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造
  - ②-② 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない
  - ②-③ 黒字経営を継続する経営方針とコミットメント
- ③ 2023年の方針
- ④ 中長期的な事業展開
- ⑤ 潜在的な市場成長ポテンシャル

# 1

## 中期的な経営方針

# 5カ年の中期経営目標の変更

以下のように中期経営計画を変更

2022年2月14日に公表した中期経営目標

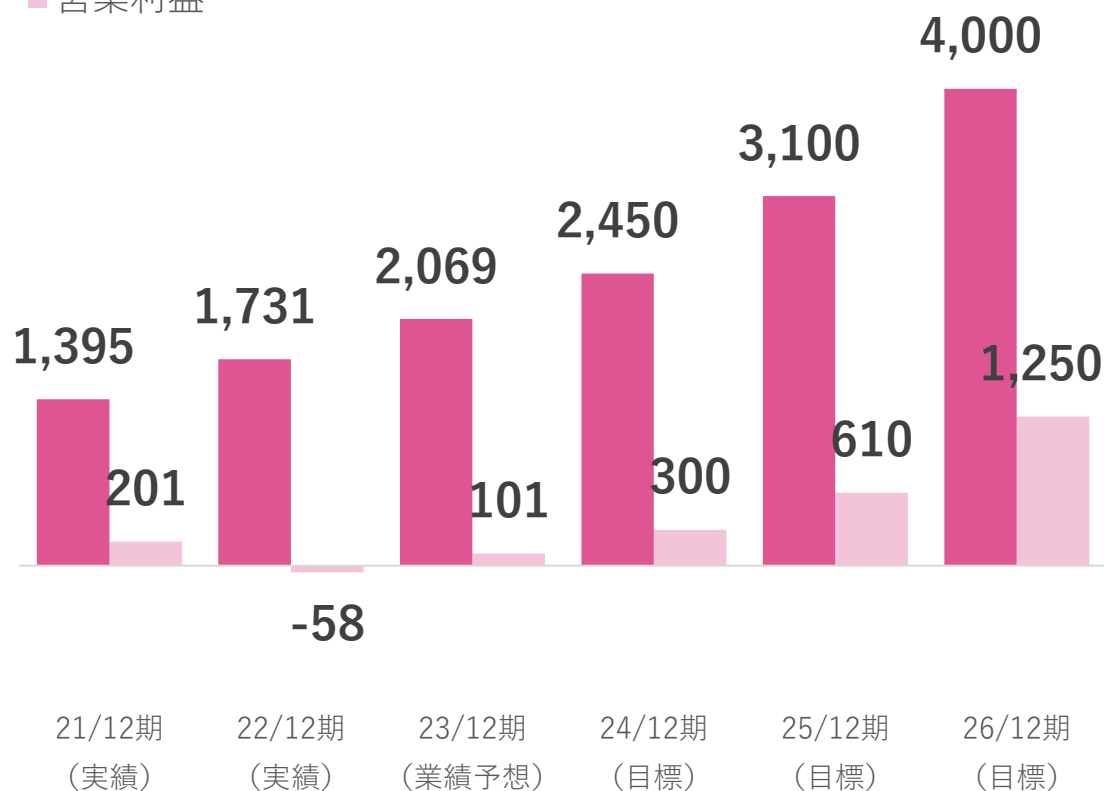
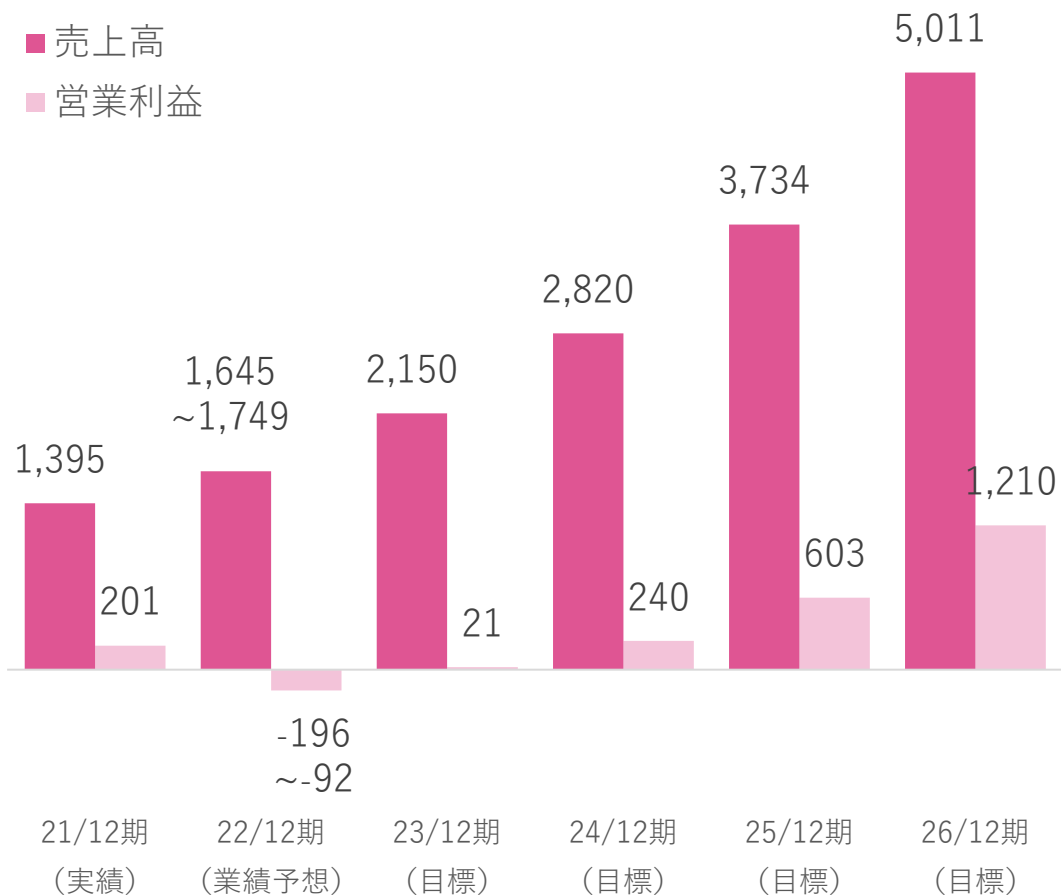
2023年2月14日変更後の中期経営目標

(売上高/単位：百万円)

■ 売上高  
■ 営業利益

(売上高/単位：百万円)

■ 売上高  
■ 営業利益



## 中期経営目標の方針変更

当初方針：売上拡大を重視し、費用投下を積極的に行う



**変更後の方針：毎年営業利益を創出する利益重視の方針**

### 方針変更の理由

- 米国に端を発した金利の上昇は、タイムラグを経て实体经济に波及していくと考えられる
- しばらくは金利が高止まりし景気停滞が長引くと予想されるため、米国を中心にリストラやコストカットにより利益確保する動きがはじまっている
- これを受け、投資家は利益重視の姿勢を評価すると考えたため

# 中期経営目標を具体的にどう変更したか

22年下期から費用の効率化が進んだため、今後も闇雲に費用投下を行うことなく、効率化重視の方針でアクションを実行

2022年2月14日に公表した中期経営目標での方針

変更後の方針

費用投下方針	売上拡大を重視し、費用投下を積極的に行う
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> <li>認知拡大を狙い、23年以降TVCM含めたマス広告など大規模プロモーションを実施</li> </ul>
給与手当	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業中心に大量採用</li> <li>採用単価の高いハイクラス人材の採用人員を増やす</li> </ul>
開発費	<ul style="list-style-type: none"> <li>将来的な売上貢献を見据えた、複数の実験的な新規プロダクトの研究開発に着手</li> </ul>



費用投下方針	生産性を重視し、最適なコストで最大のパフォーマンスを出す
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>獲得効率をより重視したプロモーション戦略</b> 大型プロモーションではなく、タクシーCM・YouTube広告等ターゲットを絞った認知施策とデジタルマーケティング中心</li> </ul>
給与手当	<ul style="list-style-type: none"> <li>23年以降の採用予定人数を最適化</li> <li>一人一人の能力を高め、少人数で最大のパフォーマンスを出す <b>生産性重視へ</b></li> </ul>
開発費	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>新規開発の効率化</b>のため、アーキテクチャの見直しやSaaS/PaaSの活用、エンジニアKPIの設計を実施し、<b>最小限の費用で品質・開発スピードを担保</b></li> </ul>

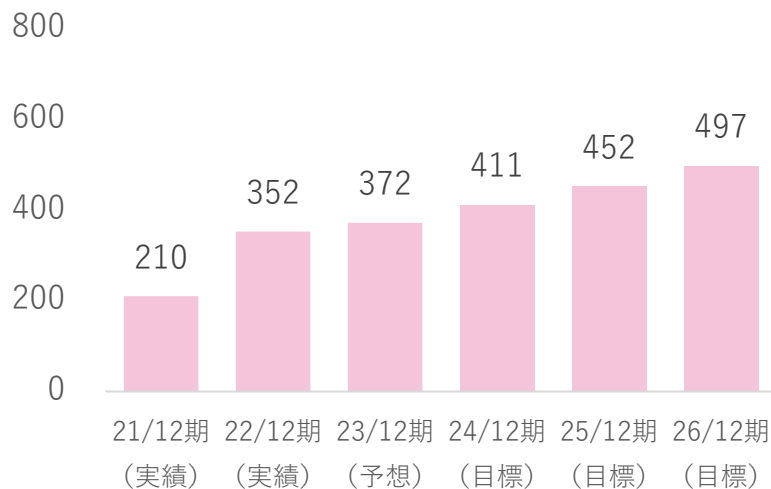


# 5カ年の費用投下計画

毎年営業利益を創出する方針に沿って、費用の効率的な投下を行う

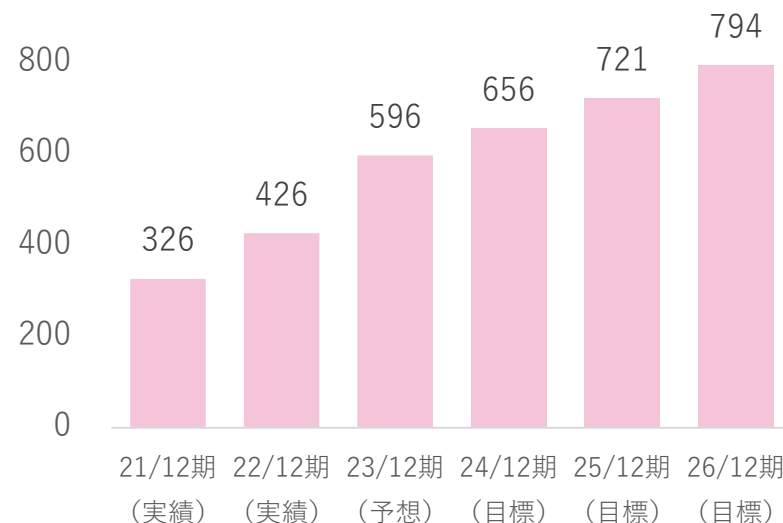
## 広告宣伝費

1,000 (単位：百万円)



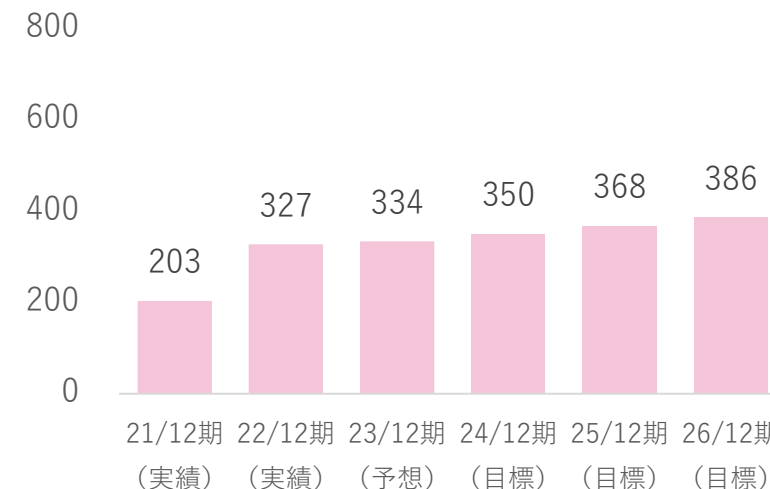
## 給与手当

1,000 (単位：百万円)



## 開発費

1,000 (単位：百万円)



- 21年から22年にかけて増加
- その後は費用対効果を重視し、ターゲティングが可能な認知広告、デジタルを中心に実施

- 22年に採用した人員の増員効果で23年に人件費増
- 23年以降は生産性重視

- 22年の新規プロダクト開発により開発費は増加
- 23年以降は生産性を重視し、費用を抑えて品質のいい機能拡充を行う

## 2

安心・安全・安定的に伸びていく会社として  
投資家の皆様に評価していただきたいポイント

安心・安全・安定的に伸びていく会社として、投資家の皆様に  
応援していただくために以下の3つの特徴を堅持し、今後も継続してまいります。

1 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

2 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない

3 黒字経営を継続する経営方針とコミットメント

## ② - ① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造を構成する要素は以下の4つです。

- 1 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる
- 2 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得
- 3 高単価の特定顧客に依存していない構造
- 4 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

② 安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント

②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

②-①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

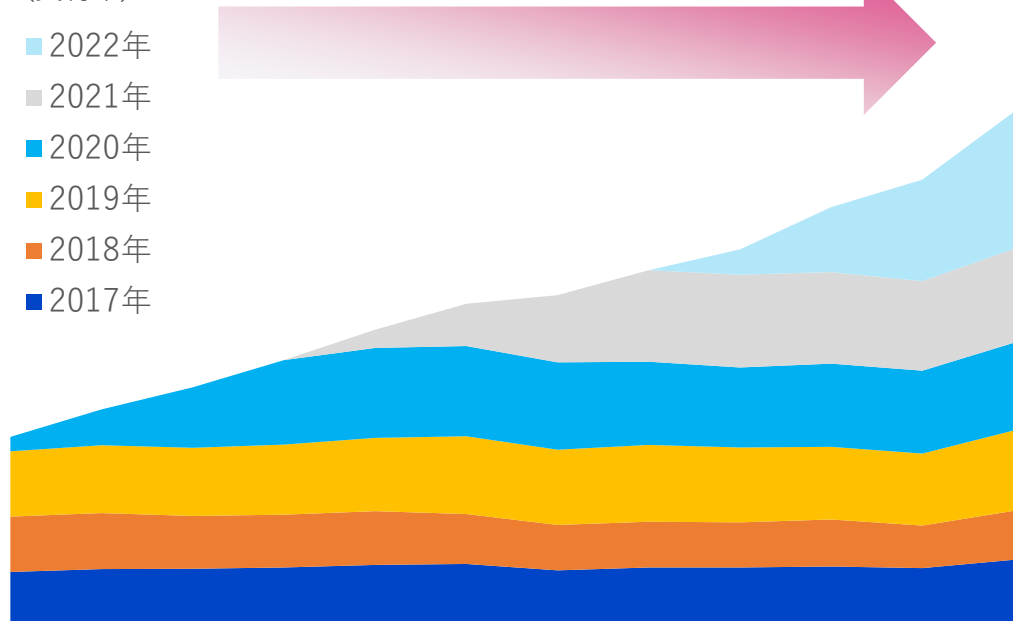
# 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

### ペイメントの契約年別売上推移

契約年から地層の厚みが変わらずに推移

(契約年)

- 2022年
- 2021年
- 2020年
- 2019年
- 2018年
- 2017年



20/12 20/12 20/12 20/12 21/12 21/12 21/12 21/12 22/12 22/12 22/12 22/12  
1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q

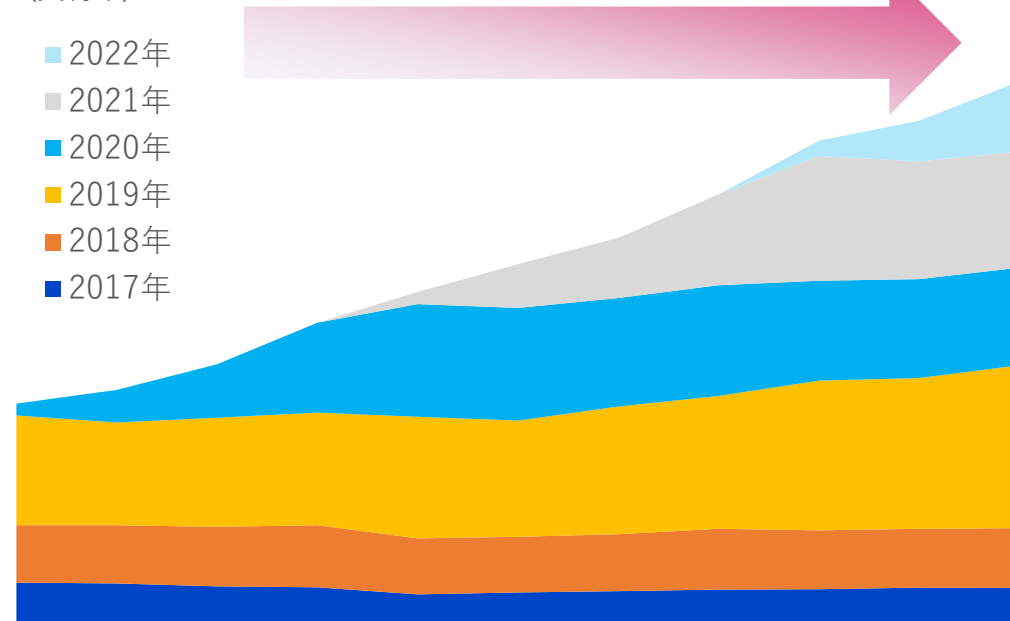
※月額固定費 + 決済手数料 (スプレッド) + 決済処理料 (フィー)

### フィナンシャルクラウドの契約年別売上推移

契約年から地層の厚みが変わらずに推移

(契約年)

- 2022年
- 2021年
- 2020年
- 2019年
- 2018年
- 2017年



20/12 20/12 20/12 20/12 21/12 21/12 21/12 21/12 22/12 22/12 22/12  
1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q 4Q 1Q 2Q 3Q

※月額固定費 + 請求管理ロボ利用顧客から発生した決済収益

② 安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント

②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

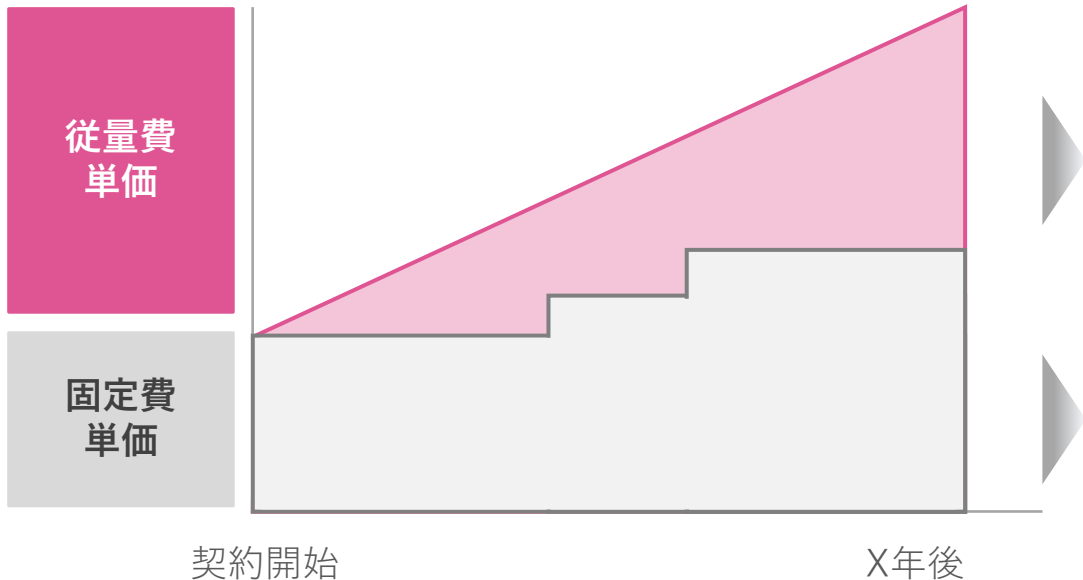
②-①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

## 顧客単価が毎年増加していく収益構造

料金体系が固定費と従量費で構成されており、固定費を高めていく能動的な提案活動に加え、顧客の事業成長に応じて決済手数料などの従量費が増加していく

### 顧客単価の増加イメージ

顧客の事業成長とともに従量費単価が自然に増加  
固定費単価は顧客のニーズに応じて段階的に増加



### 各プロダクトの料金体系

顧客の事業成長に合わせて**自然に増加**

顧客の利用機能追加など**能動的に増加**

#### ペイメント

- 決済取扱高に応じたスプレッド
- 決済処理件数に応じたフィー

- システム利用料
- オプション料金

#### フィナンシャルクラウド

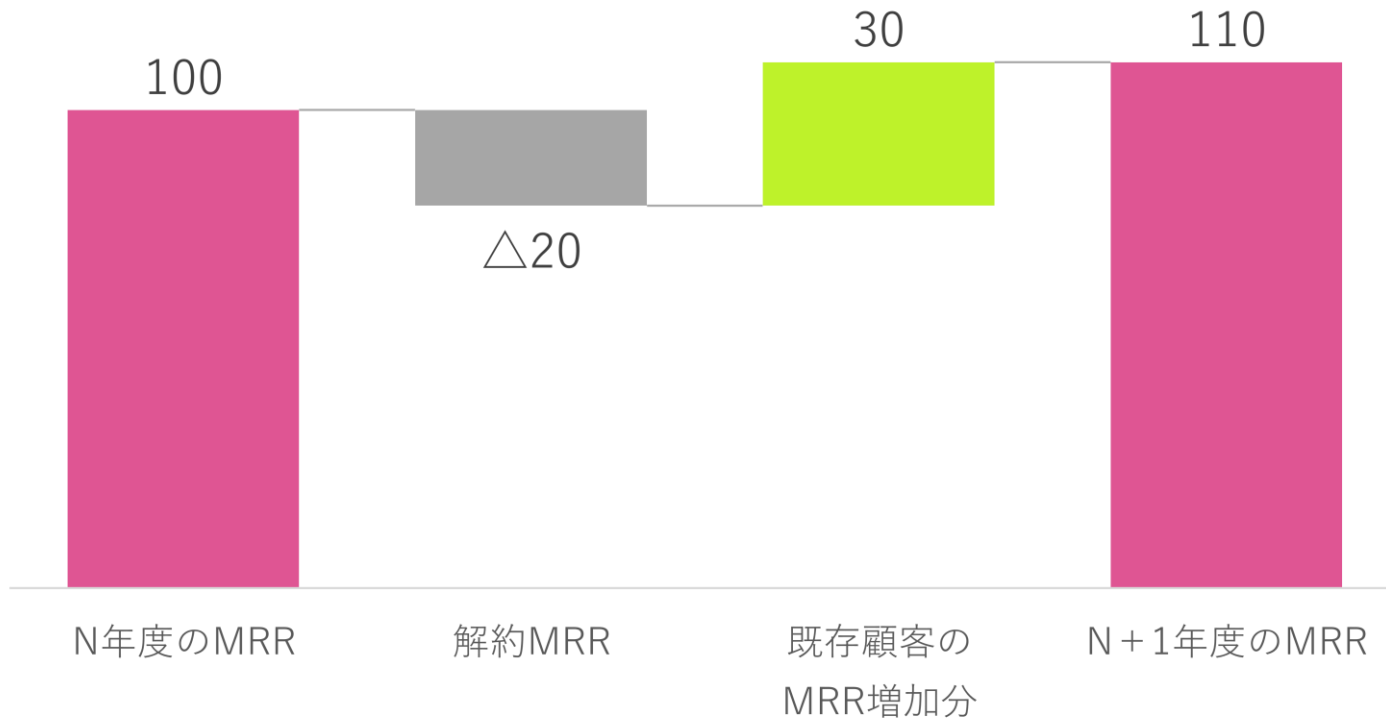
- 請求件数に応じたストレージ課金
- まるなげ手数料
- 決済収益

- システム利用料
- オプション料金
- ユーザーID追加料

## 既存顧客MRR > 解約MRR

既存顧客のMRRの増加が、解約した顧客のMRRの総額を上回るため売上総額が減らない

MRR向上のイメージ



- 解約率が低い
- サービスの利用が少ない低単価の顧客が解約に至るため、**解約MRRは低くなる**
- 既存顧客の従量費増加や機能追加による**アップセル**により、**MRRが向上する**
- そのため、既存顧客のMRR増加分が**解約した顧客のMRRの総額を上回る**



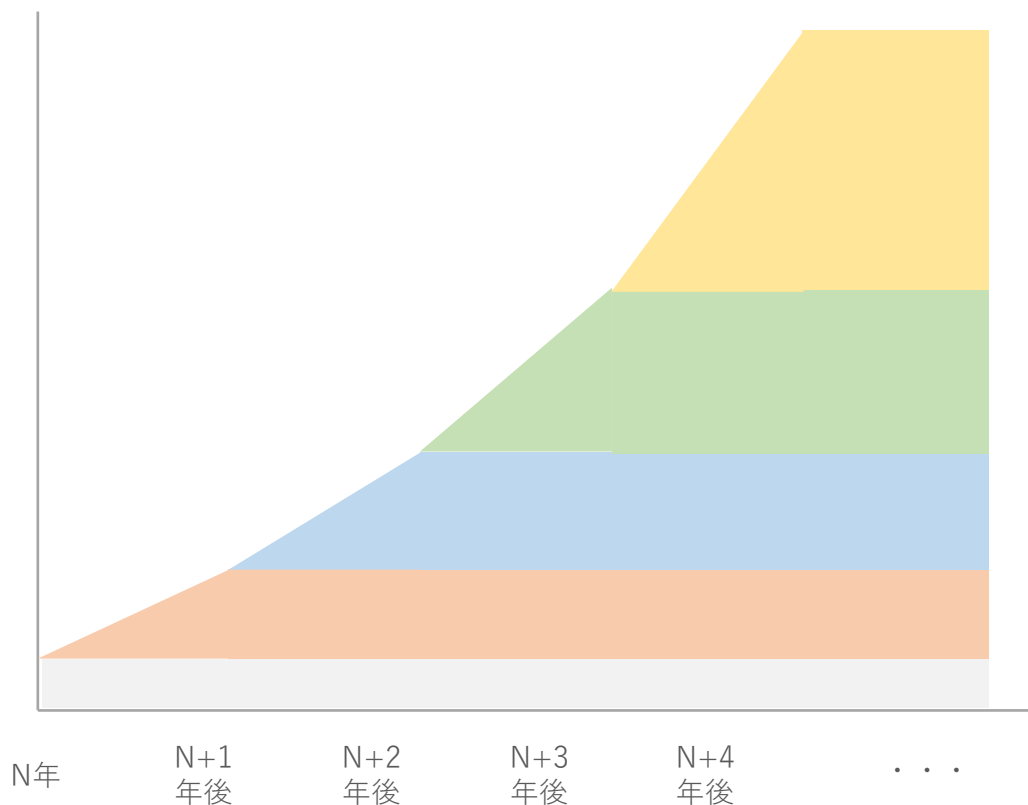
② 安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント

②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

②-①-② 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得

## 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得

契約年別売上推移イメージ



競合の新規参入が困難な事業領域であり、当社の組織の拡大に合わせて新規で獲得できる顧客数を伸ばすことができ、今後獲得する顧客売上の

**地層の厚みがさらに増していく**

## 競合の新規参入が難しい理由

決済サービスを始めるにはシステム・オペレーション・契約面でのあらゆる対応が障壁となっており、新規で開始するには参入ハードルが高い

### 決済サービスに求められる対応

決済サービス提供には、カード会社や金融機関との契約、与信ノウハウ、強固なセキュリティ対応等が必要



ゲートウェイ  
システムの構築



強固な  
セキュリティ対応



24時間体制の  
システム保守



複雑かつ緻密な  
オペレーション



法律や業界ルール  
への対応



カード会社との  
包括加盟店契約



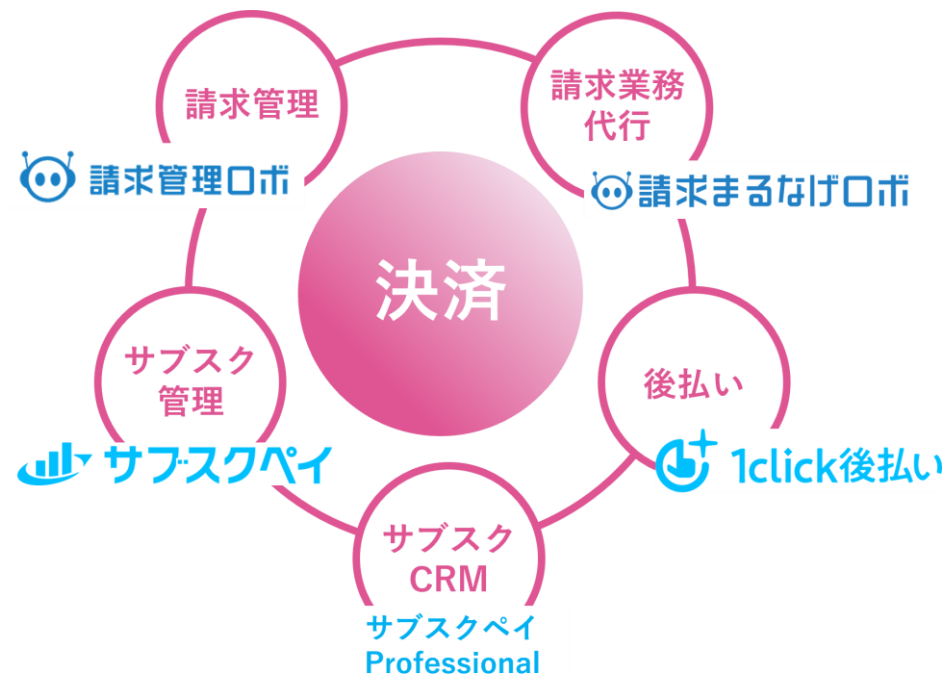
与信・審査ノウハウ



金融機関との契約・  
ネットワーク

### 決済が強みとなり競合と差別化

当社の全てのプロダクトは決済と連携し強みを生み出しているため、競合と差別化されている



②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

②-①-③ 高単価の特定顧客に依存していない構造

## 高単価の特定顧客に依存していない構造

約7,000社の顧客基盤がロングテール構造となっており、高単価の特定顧客への依存がない

### 各プロダクトの顧客数

約7,000社以上の顧客基盤を有する

サブスクペイ

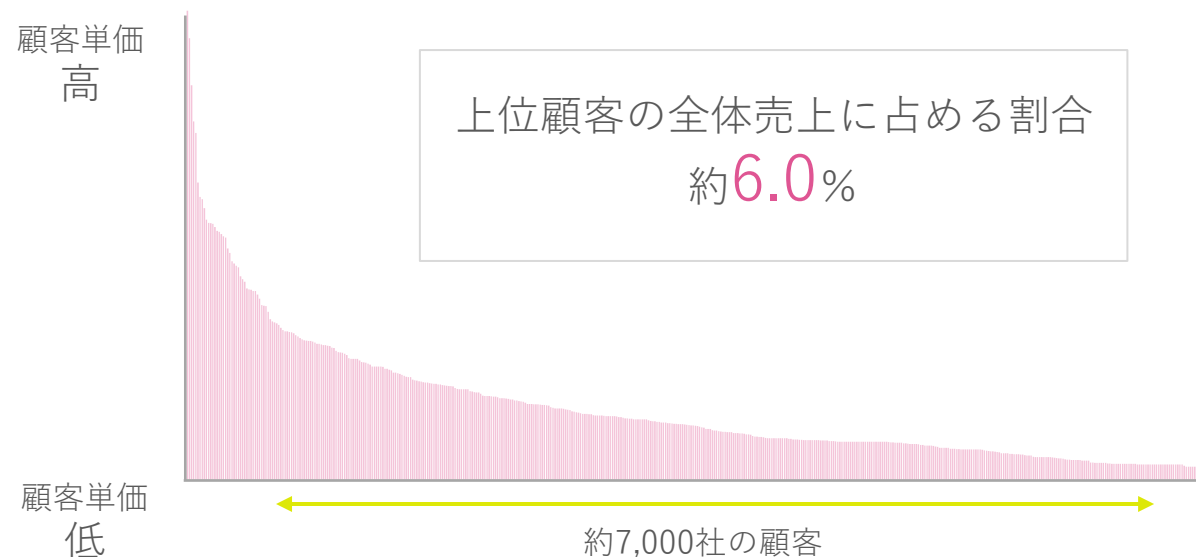
6,810AC

請求管理ロボ

734AC

### 1顧客あたりの単価の分布イメージ

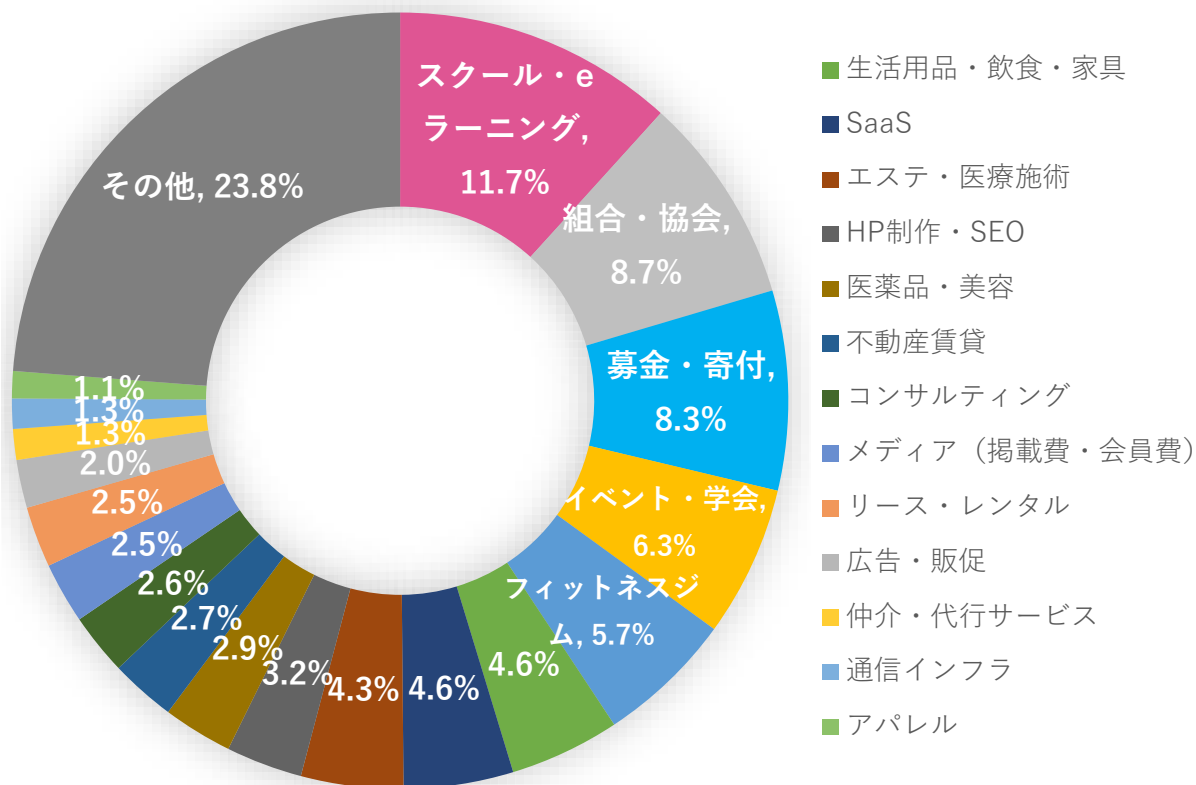
顧客単価の分布において、単価の低い顧客が横に長く伸びる状態となっており、単価の高い特定顧客への依存度が低く、**単価上位顧客の解約があったとしても影響は限定的**



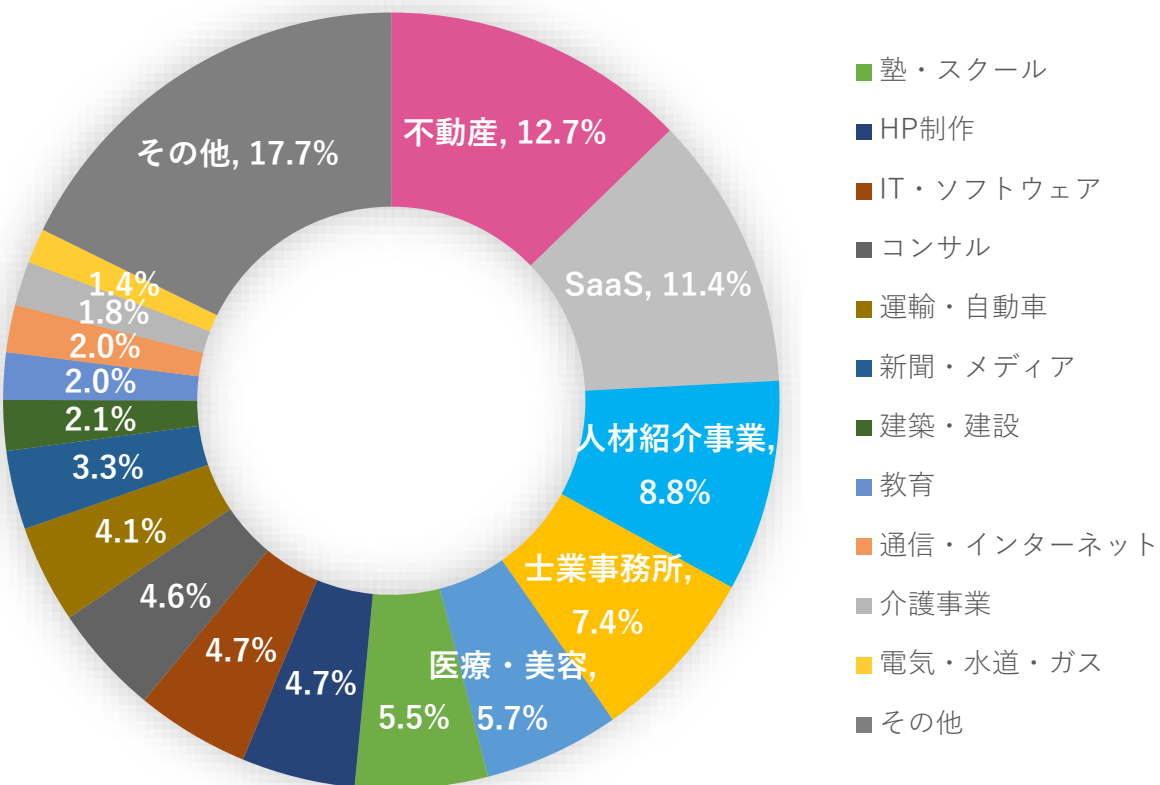
## 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

多様な業種の顧客ポートフォリオを構築しており、景気や震災等の外部環境変化に影響されない顧客の構造となっている

ペイメントの顧客業種



フィナンシャルクラウドの顧客業種



② 安心・安全・安定的に伸びていく会社として投資家の皆様に評価していただきたいポイント

②-① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

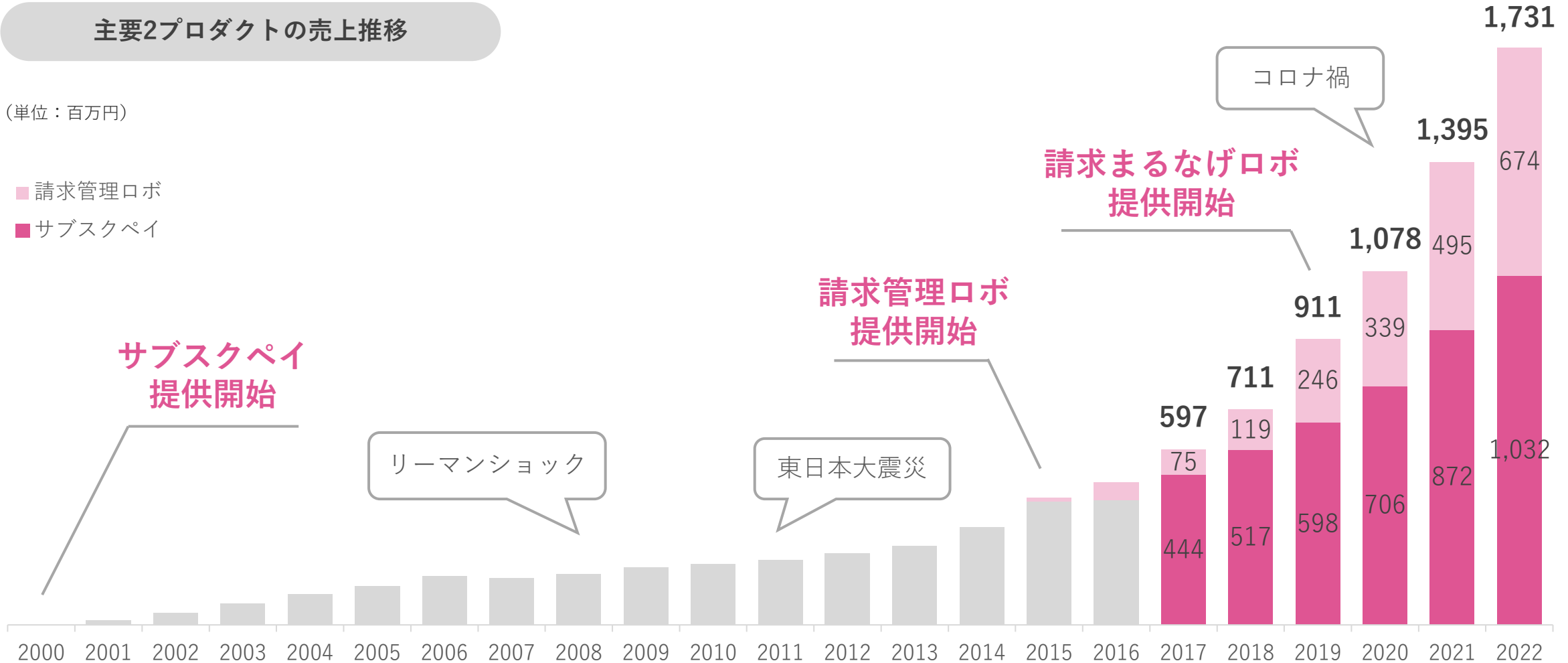
②-①-④ 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

# 外部環境の変化に左右されない業績成長

## 主要2プロダクトの売上推移

(単位：百万円)

■ 請求管理ロボ  
■ サブスクペイ



② - ② 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない

## 過去予実差異の推移

当社の期初業績予想と売上高実績のブレ幅は5ヵ年平均で3.5%であり、情報通信業界の大手企業と比較しても予実差異は低水準で収まっている  
今後も計画達成に向け強い意志を持って経営に取り組む

売上高 (単位：百万円)		FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022
<b>GMOペイメント ゲートウェイ</b>	期初業績予想	27,283	31,850	36,618	39,792	50,000
	実績	26,417	32,121	33,046	41,667	50,298
	ブレ幅	-3.2%	0.9%	-9.8%	4.7%	0.6%
<b>SHIFT</b>	期初業績予想	12,000	18,000	28,000	45,000	63,000
	実績	12,792	19,531	28,712	46,004	64,873
	ブレ幅	6.6%	8.5%	2.5%	2.2%	3.0%
<b>ROBOT PAYMENT</b>	期初業績予想	729	857	1,057	1,333	1,697
	実績	711	910	1,078	1,395	1,731
	ブレ幅	-2.5%	6.2%	2.0%	4.7%	2.0%

平均  
4.6%

平均  
4.6%

平均  
3.5%

2 - 3 黒字経営を継続する経営方針とコミットメント



# 2022年の赤字計画について

22年の業績予想について、赤字の計画を出したことで投資家の皆様に不安を与えてしまい申し訳ございません。改めて、計画の背景とどう費用を使ったか説明します。

なぜ2022年は  
赤字の計画にしたのか

売上拡大を重視し、上場  
で得た資金を活用し積極  
的に費用投下を行おうと  
考えたため

売上拡大のために増加した一過性の費用（21年 vs 22年）

動画広告 制作費	サブスクペイ、請求まるなげロボの CM動画制作費用	+約30 百万円
採用に かかる 費用	エージェントや媒体に支払う費用	+約60 百万円
新規開発 費	新規プロダクト開発にかかる費用	+約40 百万円

一過性の費用が  
約**1.3億**円

## 2022年の費用投下により得られたもの

サブスクペイ・請求まるなげロボの認知が拡大、ハイクラスを中心とした採用、新規プロダクト開発も計画通り進捗

	結果	詳細
動画広告制作費	<ul style="list-style-type: none"><li>サブスクペイ、請求まるなげロボの認知拡大</li><li>獲得数増加</li></ul>	指名検索数（21年→22年） <ul style="list-style-type: none"><li>「請求管理ロボ」 : +77.8%</li><li>「請求まるなげロボ」 : +126.6%</li><li>「サブスクペイ」 : 元々指名検索数0から、「請求まるなげロボ」の2倍まで増加</li></ul>
採用にかかる費用	営業/ハイクラス採用が計画通りに完了	<ul style="list-style-type: none"><li>人員数：昨対比33名増加（昨対比+37.5%）</li><li>エンジニア採用数が増加（昨対比+900.0%）</li><li>大手顧客獲得戦略実現に向けたハイクラス採用も完了</li></ul>
新規開発費	新規プロダクト・機能開発が計画通りに完了	「サブスクペイProfessional」「請求管理ロボ for Enterprise」「1click後払い」を新規で開発

# 新たな取り組みを行うときの方針

## 新規事業、M&A・投資を行う場合も利益成長の範囲内で実施

### 新規事業方針

- 新規事業は、既存事業で得られた利益の範囲内で行う

既存事業のもたらす利益から新規事業の赤字幅を引いてもプラスになる

既存事業の  
もたらす利益



新規事業の年間  
の赤字幅

### M&A・投資の方針

- のれん負けしない範囲での企業・事業を買収対象とする
- 減損にならない企業・事業を見極める

買収先企業の利益からのれん償却費を引いてもプラスになる

買収先企業の  
営業利益



のれん償却費  
(5年償却)

## 黒字経営を継続する方針

今回変更した中計経営方針に則り、  
今後は赤字にはせず、断固たる意志を持って  
黒字経営を継続する方針です。

経営陣一同、強い意志に基づいた経営判断と  
徹底した効率化のアクションを実行します。

利益成長を実現した結果として、**投資家・株主**  
**の皆様に還元できるように努めてまいります。**

# 3

## 2023年の方針

## 2023年12月期通期業績予想

利益重視の方針に変更し、売上高前期比+19.7%、営業利益101百万円創出を計画

(単位：百万円)	2022/12 通期実績	2022/12 業績予想	前期比
売上高	1,731	2,069	+19.7%
売上総利益	1,529	1,797	+17.5%
販管費	1,587	1,696	+6.8%
営業利益	△58	101	-
当期純利益	△31	70	-

# 2023年の事業方針

既存の 取組み	サブスクペイ Professional	<ul style="list-style-type: none"><li>サブスクペイProfessionalの販売を本格開始</li><li>サブスクペイProfessionalをベースシステムとし業界毎の課題に対応するパッケージを提供開始</li></ul>
	請求管理ロボ	<ul style="list-style-type: none"><li>大手顧客獲得に向け、複雑な要件へ対応可能な「請求管理ロボ for Salesforce」の販売・導入促進強化</li></ul>
新規の 取組み	1click後払い	<ul style="list-style-type: none"><li>1click後払いのプロモーション開始、他社システムや金融機関とのパートナー連携強化</li></ul>
	M&A	<ul style="list-style-type: none"><li>方針に沿ったM&amp;Aの実行</li></ul>

# 決済+αの領域を中心にシナジーのある企業・事業買収を検討

① 既存プロダクトの機能強化が見込める企業・事業

請求管理ロボ  
請求まるなげロボ  
サブスクパイ

- 請求書受取
- 契約管理
- 自動催促
- 自動与信
- IoT
- データ連携
- 分析・BI

現状でまだ持っていない機能を強化・拡張することで、既存プロダクトの顧客単価向上・TAM拡大が見込める

② 決済+αの領域で、買収先に新たな価値を提供できる企業・事業

業種に特化したシステム

- アパレル
- 小売
- フィットネス

決済サービス連携 (決済+α)

決済に隣接するシステム

- 予約管理
- 在庫管理

決済を組み込むことで、買収先の顧客単価向上、サブスクパイの決済取扱高増加が見込める

③ 開発会社、優秀なエンジニア人材を確保できる企業・事業

サブスクパイ Professional  
請求管理ロボ for Enterprise

大手企業向けのプロダクトの拡販強化

Salesforceベンダー  
AI技術関連  
クラウド関連Sler  
等

大手企業の獲得・導入促進、特にSalesforce開発関連の加速

※自社で新規事業として実施した方が効率がいい場合、自社で新規事業を行う可能性もあり



# 2023年の人事方針

人事	採用	<ul style="list-style-type: none"><li>• 引き続き、カルチャーフィットを最重視</li><li>• 創業初期から行っている新卒採用を重視</li><li>• 中途採用は事業戦略に応じて必要な人材をスカウト中心に採用</li></ul>
	育成	<ul style="list-style-type: none"><li>• 新卒社員を中心に、ハイクラス人材からの学びを促進</li><li>• 営業社員中心に能力・KPIの可視化を行いデータドリブンでの育成を強化、マネージャーが伴走する形での営業体制への変更、その他KPIの見直し・明確化等の施策を実行</li></ul>

# 2023年の財務方針

財務	資金調達方針	<ul style="list-style-type: none"><li>• 資金調達は現在不要</li><li>• 現預金は預り金含めて約27億円保持し、増え続けている</li><li>• 増資は行わない</li></ul>
	IR方針	<ul style="list-style-type: none"><li>• 透明性高く、投資家の皆様の投資判断に資する情報をお伝えする</li><li>• 出来高向上に最注力し、あらゆる施策を徹底的に行う</li></ul>

# 4

## 中長期的な事業展開

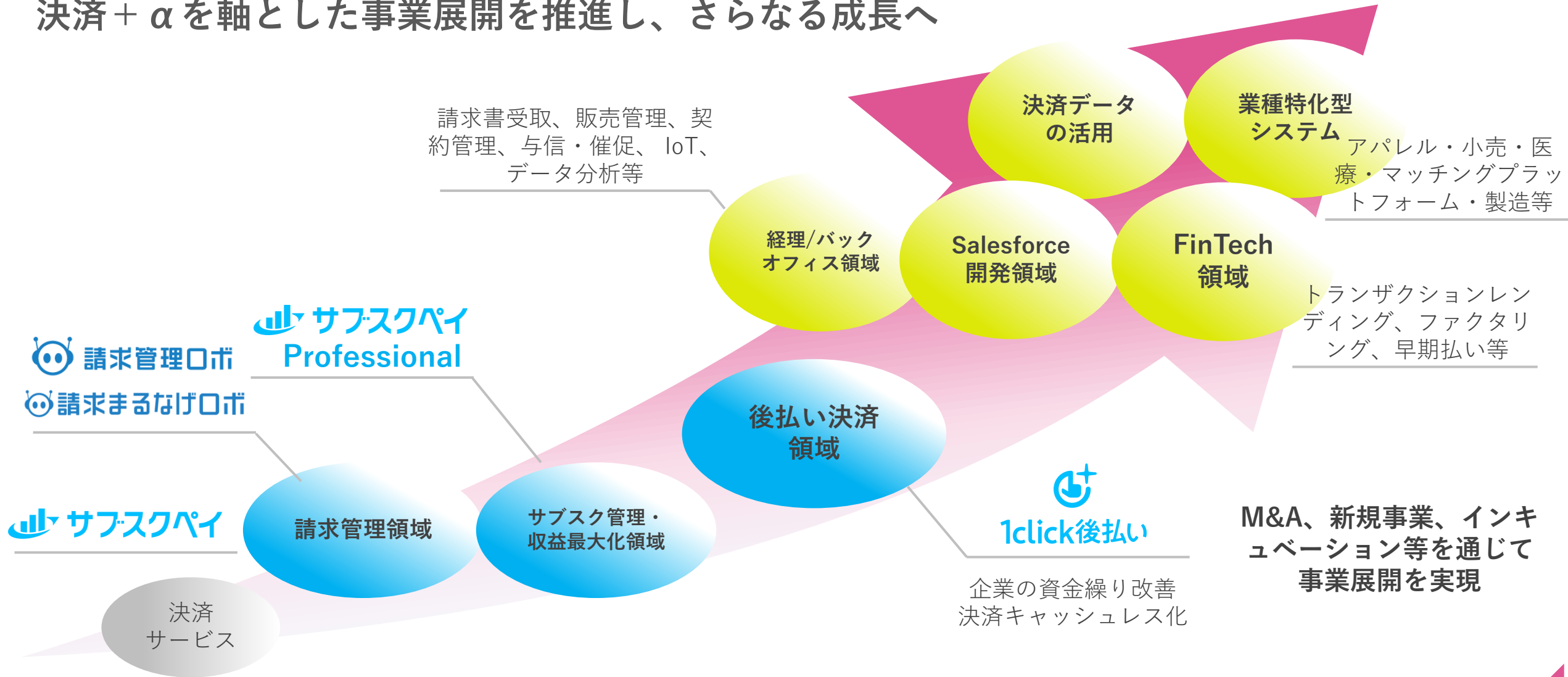
# 社会の課題にどう貢献するか

社会の課題や変化に応じて決済+αにより課題を解決する

社会課題	2030年までの社会の変化	業界	プロダクト	当社の機会、取り組み
気候変動	脱炭素	教育・スクール	サブスクペイ	請求書や帳票類のペーパーレス化
資源枯渇	省資源/再生可能エネルギー	不動産・オフィス		店舗運営における予約・決済・会計の省力化
パンデミック	シェアリングエコノミーの普及	フィットネス	サブスクペイ Professional	オンライン予約・決済の標準化
人口減少/高齢化/過疎化/労働力不足	リアル/デジタル融合	小売・流通	請求管理ロボ	サブスクリプション型のシェアリングエコノミーの普及促進
経済成長の減速	ボーダーレス化/インバウンド	美容・エステ	請求まるなげロボ	インボイス制度等の政策の推進、官民連携
インフレ/景気変動	AI技術の利用	デジタルコンテンツ	請求管理ロボ for Salesforce	バックオフィス業務の効率化・自動化による生産性向上
格差/貧困	スマートシティ/地方創生	IT・SaaS	請求管理ロボ for Enterprise	中小企業の資金繰り改善による経済活動支援
古い価値観/慣習	リモートワーク/ワーケーションの普及	広告・メディア	1click後払い	オンラインECや店舗決済のキャッシュレス化により多様な消費者ニーズに対応
多様な働き方	賃金の増加	コンサルティング		決済・請求データの分析・活用による企業の事業拡大推進
	スタートアップ創業の促進	通信インフラ		スタートアップ支援による創業後押し
	副業/学び直しの加速			自動運転内でのシームレスな決済体験

# どのように事業展開を行うか

決済 +  $\alpha$  を軸とした事業展開を推進し、さらなる成長へ



# 5

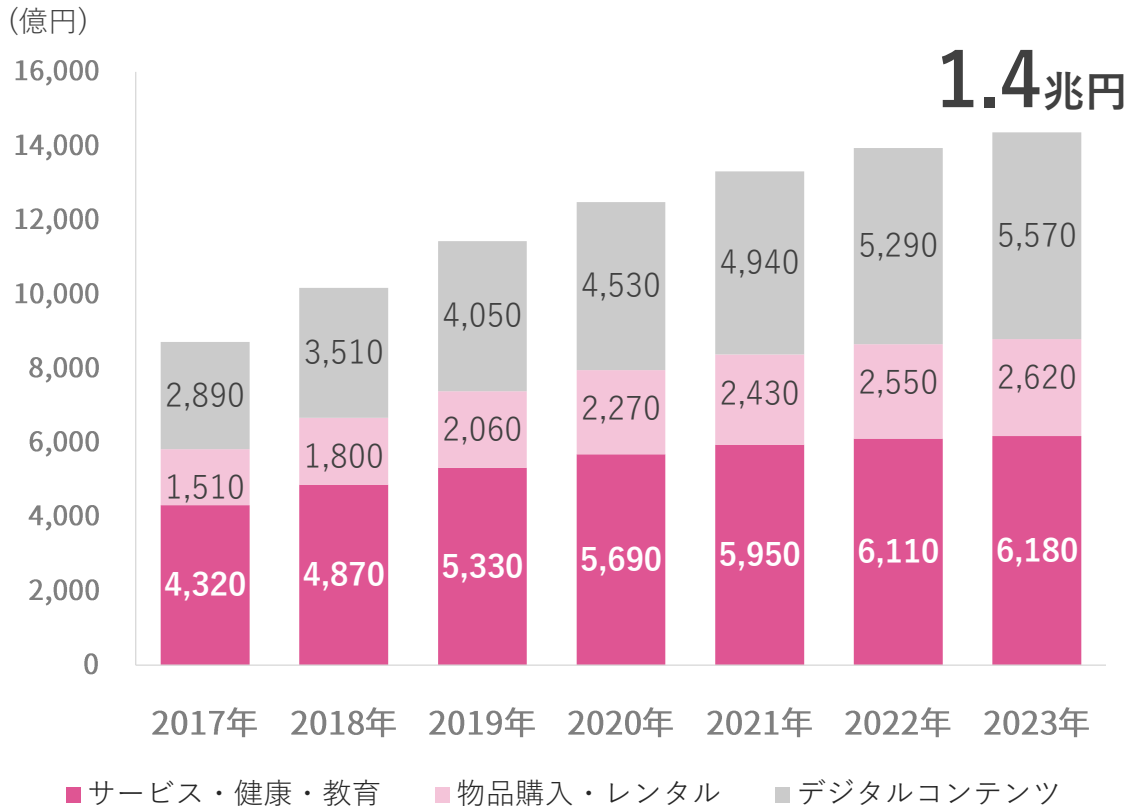
## 潜在的な市場成長ポテンシャル

# サブスクリプション市場規模の拡大

サブスク市場は1兆円以上に拡大しており、今後も高い成長が見込まれる

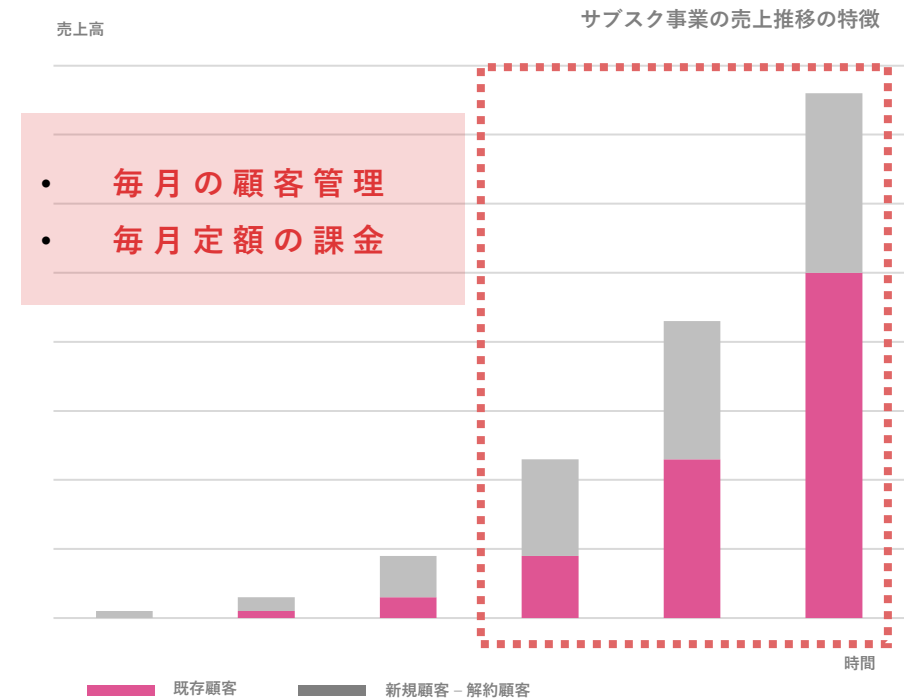
## 国内サブスク市場規模の推移

2023年に1.4兆円に拡大する見込み



## サブスクの課題

顧客数増加に伴い事務作業が急激に増加



(注) 2022年6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(2022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)

## 巨大なBtoB決済市場

BtoB決済市場は非常に大きく、開拓の余地があり、請求まるなげロボ・1click後払いでDX化を推進することで売上拡大のポテンシャルがある

BtoB決済市場  
約**372兆円**  
(2021年)

当社の  
請求金額  
約**3420億円**  
※2021年実績

シェア  
0.09%



支払いを受け取る  
企業向け

請求まるなげロボ



支払いを行う  
企業向け

1click後払い



## 請求書発行システム市場と代金回収の必要性

請求書発行システム市場は1兆円市場だが、法制度改正の後押しもあり、今後もニーズは増えると考えられる

請求書発行システム市場  
約**1兆円**以上

請求管理ロボ  
売上  
約**6.7億円**  
※2022年実績

シェア  
約**0.06%**

### 法制度の改正

2024年1月

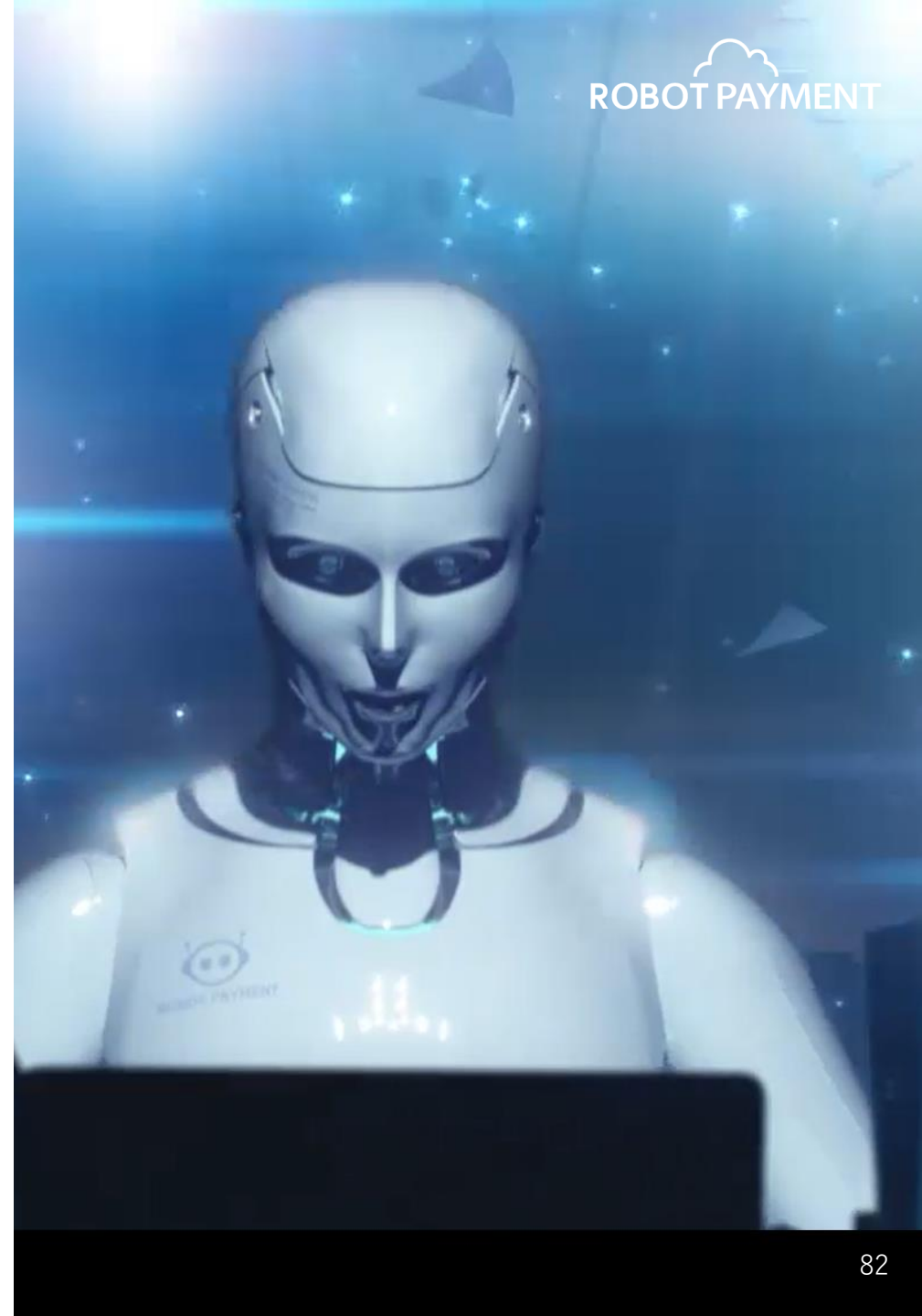
電子帳簿保存法  
改正

2023年10月

インボイス制度

# 07

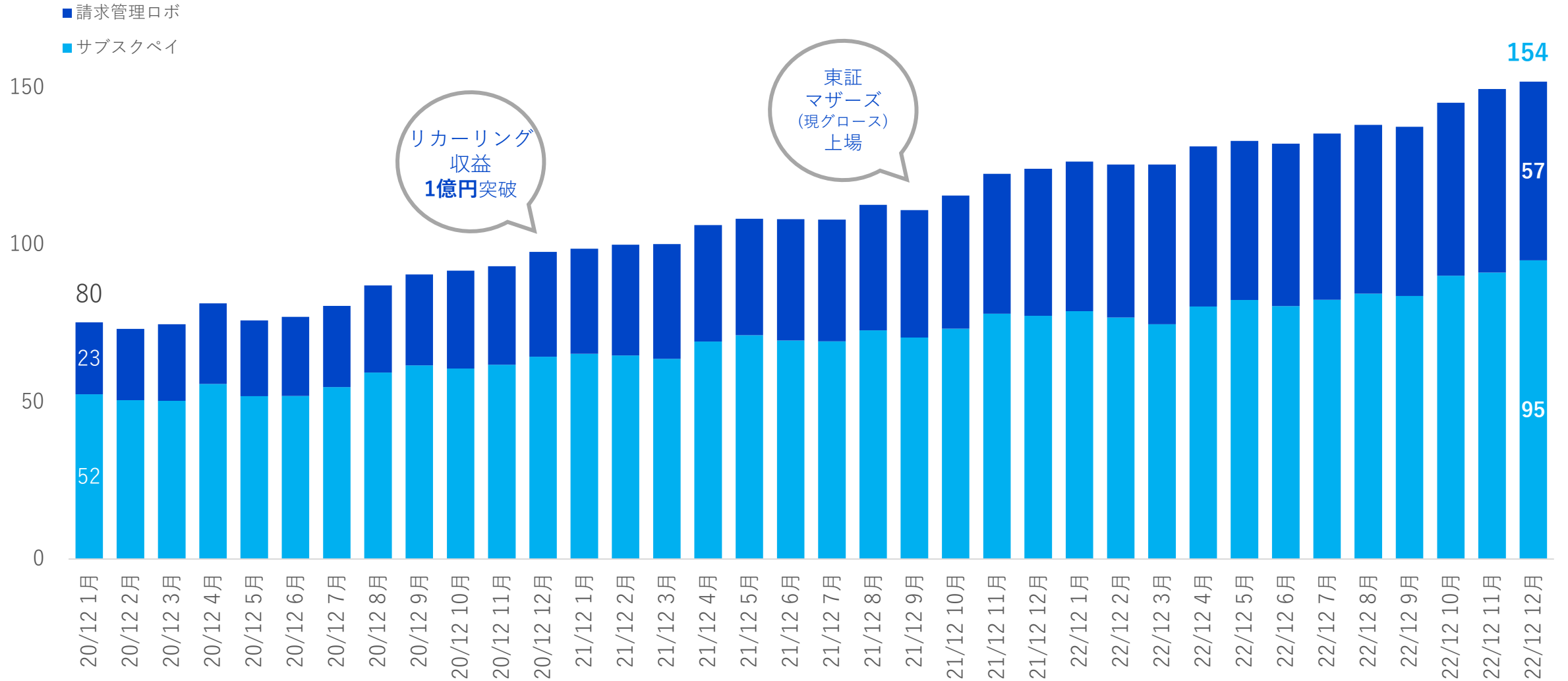
補足資料



ROBOT PAYMENT

# 月次リカーリング収益の推移

(売上高/単位：百万円)



(注) 2020年12月期の月次数値は監査法人の監査を受けておらず、参考値です。

## サブスクパイ

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 ~

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

## 請求管理ロボ

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	59,000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

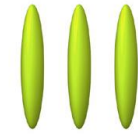
# サブスクペイの導入企業（一部）

## 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



メディア・広告



Hakuhodo DY  
media partners



教育



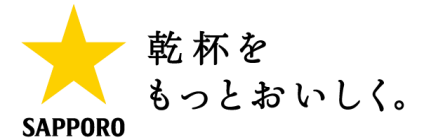
レンタル



寄付



その他



## サブスク事業の顧客管理や継続課金に活用

### 顧客管理機能

#### 株式会社オールドルーキー



365日24時間の会員制サウナの月額料金

#### 課題

- サウナ運営にかかる人件費を極力抑え、決済と顧客管理の仕組み化

#### なぜサブスクペイを選んだか

- 安価な手数料で利用できること
- 入会金や日割計算などの柔軟な料金を設定や、利用開始時期の期間設定ができること

#### サブスクペイ導入後の効果

- サブスク顧客管理を活用することで退会ルールの仕組みづくりができ、解約リスクを低減できた
- 決済をはじめとするアナログな業務をテクノロジーを活用して自動化し、人件費をかけずに事業に集中できる環境を構築できた

### 定期課金機能

#### 株式会社プレジデント社

PRESIDENT Inc.

橋下徹さん、三浦瑠璃さんなどのメルマガコンテンツの月額購読料

#### 課題

- サブスクリプション事業に最適な決済システムの導入検討

#### なぜサブスクペイを選んだか

- 使いやすく、シンプルかつ柔軟に決済設定ができること
- サブスクリプション事業を増やしていくときに展開しやすいこと

#### サブスクペイ導入後の効果

- 案件に応じて課金額や課金開始日、課金期間を柔軟に設定できるので、システム要因での企画停止がなくなった
- 他サービスへも次々と導入が決定

## 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

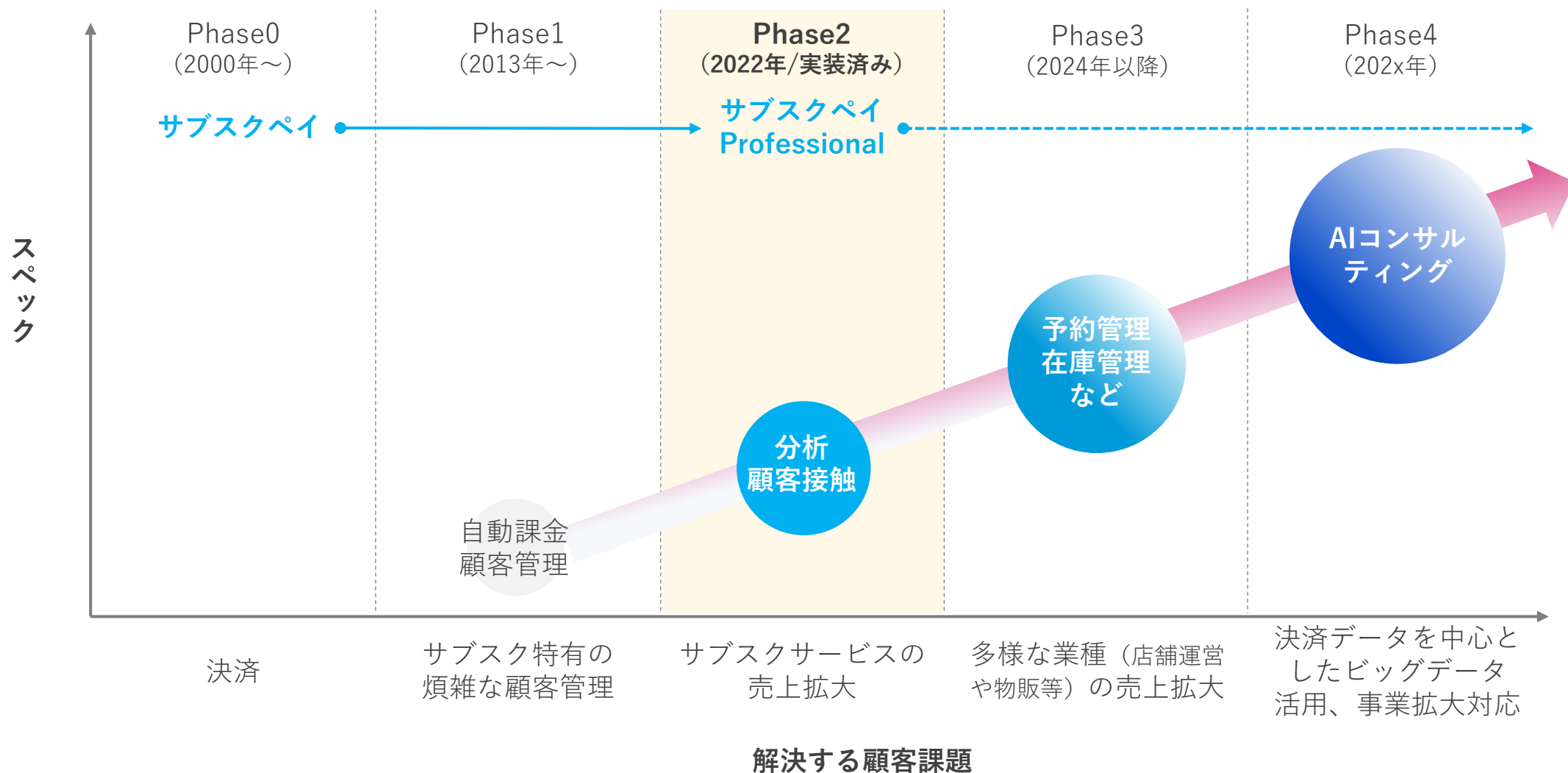


### 法律や業界ルールへの対応

- 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）

# サブスクペイの進化

サブスクペイ Professionalは、サブスクの管理だけでなく売上拡大に必要な機能を搭載  
今後は、多業種対応およびAIを活用した顧客の事業拡大への貢献を目指す





# 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



## 継続的に発生する請求に関わる課題を解決

### 事業安定

#### GMOグローバルサイン・ホールディングス株式会社



業種：ITサービス  
従業員数：996名

#### 課題

- 既存事業で使用していた基幹システムを使っていたが、業務コストや柔軟性の点でサービスモデルに合わなかった

#### なぜ請求管理ロボを選んだか

- 継続的な請求に対し請求書自動発行ができること、郵送対応ができること、複数決済手段にマルチ対応していること

#### 請求管理ロボ導入後の効果

- 請求書発行を請求金額の確定から2営業日に対応
- コロナ禍で事業が伸び請求件数がどれだけ増えても、請求担当の負担は変わらず消込まで10分で終わるようになった

### 新規事業

#### 日鉄興和不動産株式会社



日鉄興和不動産

業種：不動産開発  
従業員数：536名

#### 課題

- インキュベーション・オフィスという新規事業の中でオペレーションの削減を実現したかった

#### なぜ請求まるなげロボを選んだか

- 単純な請求書発行ではなく請求代行まで行うため、請求業務を完全に自動化、請求管理や催促の工数削減を期待

#### 請求まるなげロボ導入後の効果

- 口座振替の決済手段にも対応でき、サービス利用者に負担をかけずにサービス提供を実現

## 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

2024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

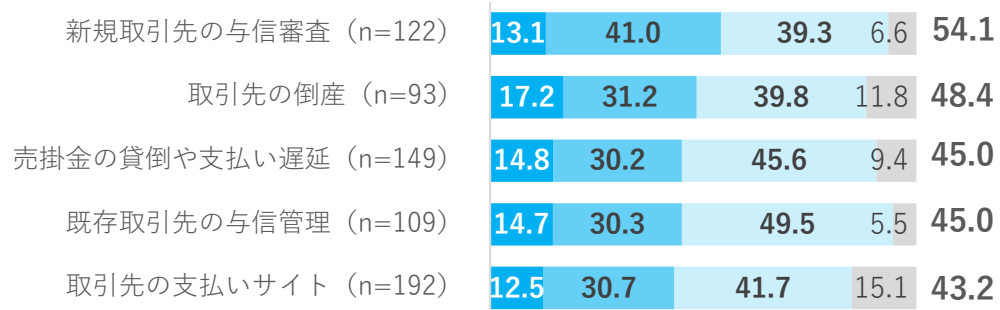
### 経済産業省DXレポート

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。

## 市場規模1,000兆円(注)に上る企業間決済のDX化を目指し 全方位で課題解決に取り組み、日本企業の生産性向上に貢献

### 請求書発行側の課題

課題を  
感じる計



■ とても課題を感じている    ■ やや課題を感じている  
■ あまり課題を感じていない    ■ 全く課題を感じていない



請求管理ロボ

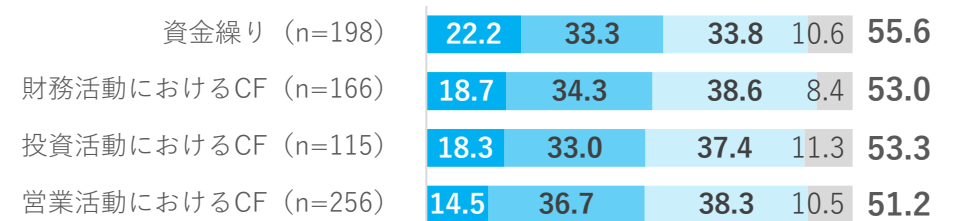


請求まるなげロボ

- 与信の手間の削減
- 貸倒や支払い遅延を解消
- 支払いサイトの早期化

### 支払いをする側の課題

課題を  
感じる計



■ とても課題を感じている    ■ やや課題を感じている  
■ あまり課題を感じていない    ■ 全く課題を感じていない

New



1click後払い

- 企業のキャッシュフロー改善による経営基盤の安定化、投資活動の活発化

注 : 経済産業省推計を基に試算

出典 : アメリカン・エクスプレス 『2022年度 中小企業の企業間決済に関する調査』 (2022年7月19日)  
 なお、CFは「キャッシュフロー」の略

## 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役員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5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2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2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。

投資家及び株主をはじめとするさまざまなステークホルダーの皆様に、当社をより一層ご理解・ご関心いただけるよう「IRメール配信サービス」を開始いたしました。  
決算情報や各種開示情報をタイムリーにお知らせいたします。

▼下記QRコードより登録フォームにアクセスいただけます。



<https://www.magicalir.net/4374/mail/>

## 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。