



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 第二創業期を経て、2023年からは中期経営計画に基づく 第三成長期「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、コロナ禍が現在進行形のなか、会社のあるべき姿、働くことの意味、仕事の選び方が人生の選び方につながる、など、働き方や新たな価値観・生活観が議論になっています。

一足飛びに2050年の世界に進むわけではありません。
昨日からの日々の延長のなかに、私たちのリアルは存在します。

いま私たちは、移動・対面コミュニケーションなど、様々な分野で、コントロールしきれない制限・制約のなかにいます。
新たに登場するテクノロジーを見極めながら、
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。

「デジタル社会に、リアルな絆を」というビジョンのもと、リアルとデジタルを繋ぐ取り組みのテーマとして

『 **セキュリティ x コミュニケーション x 行動変容** 』を軸に、

- (1) 「三方良し」となる価値の提供先、提供対象の視点
- (2) 「現場の課題が当社の成長ドライバー」と位置付け、現場目線で、課題を解決する視点
- (3) Web3を見据え先端技術を「押し付けでなく、寄り添いの形で組合せ」て快適＆最適なサービス提供する視点
という、3つの視点で、「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、ストーリーを持って事業戦略を展開し、社会課題の解決に取り組み、成長を加速させます。

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 361,375千円 ※2022年12月現在

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

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

役員構成

社外取締役 日置 健二

社外取締役 菅原 ポーラ

社外監査役 金子 和弘

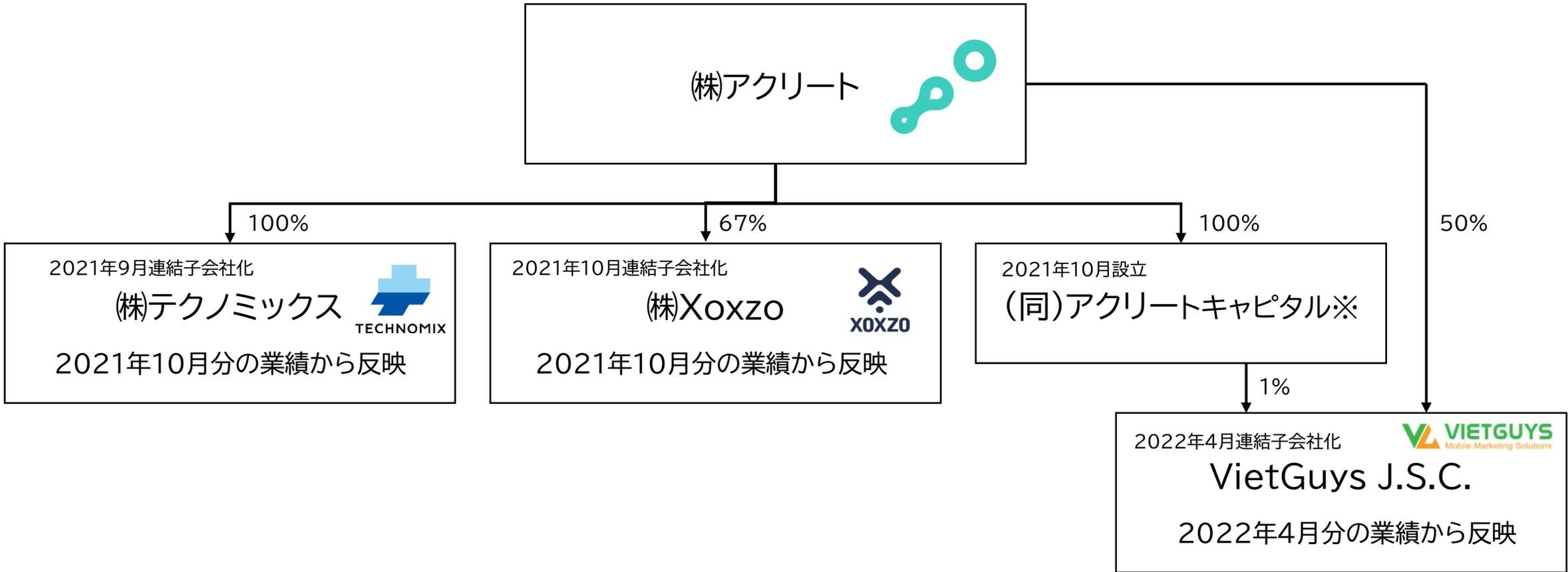
社外監査役 八剣 洋一郎

社外監査役 木村 亜由美

スタッフ数 55名 2022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

VISION

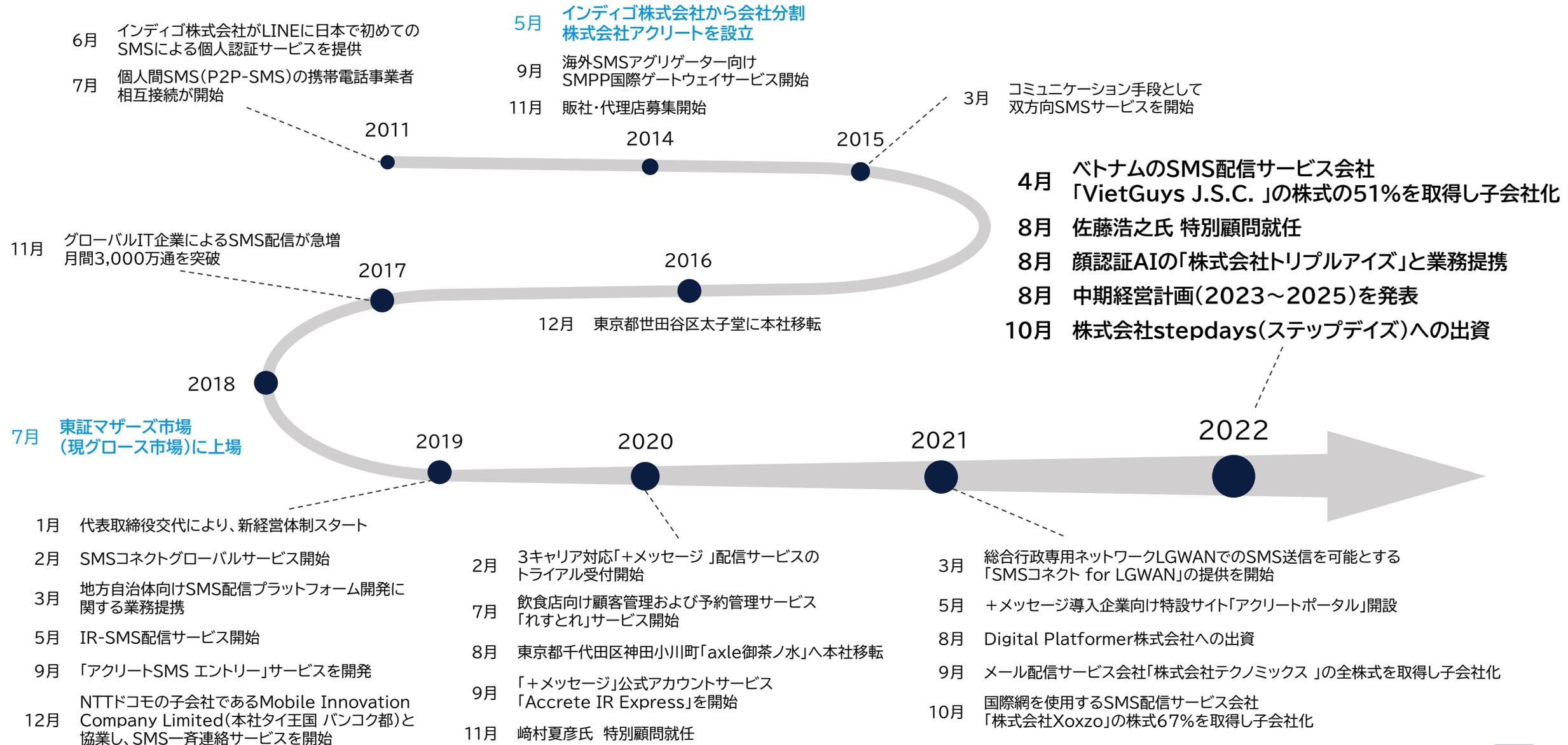
デジタル社会に、リアルな絆を。

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 × 行動変容 を軸に
社会課題の解決に取り組みます。

会社概要－沿革



株式会社テクノミックス

株式会社Xoxzo

VietGuys Joint Stock Company (VGS)

事業内容	コンテンツプロバイダー		
代表者	右山 徹哉		
設立	1999年		
資本金	17.5百万円	決算月	12月

事業内容	SMS配信事業		
代表者	池田 祐太		
設立	2007年		
資本金	3百万円	決算月	12月

事業内容	SMS配信事業 その他のマーケティング関連事業		
代表者	加藤 英樹 – General Director Mr. Pham Duy Anh – Chairman		
設立	2007年		
資本金	200億 VND	決算月	12月

会社の特徴	確実にメールで必要となる情報を送るサービスを展開し、学校や自治体等の公的な団体により多数利用
市場への期待	全国5,000以上の学校、幼稚園・保育園、公共機関、病院、一般企業のサービス利用施設
グループシナジー	SMSをご利用のお客様に対し、多角的なコミュニケーション・チャンネルを提供

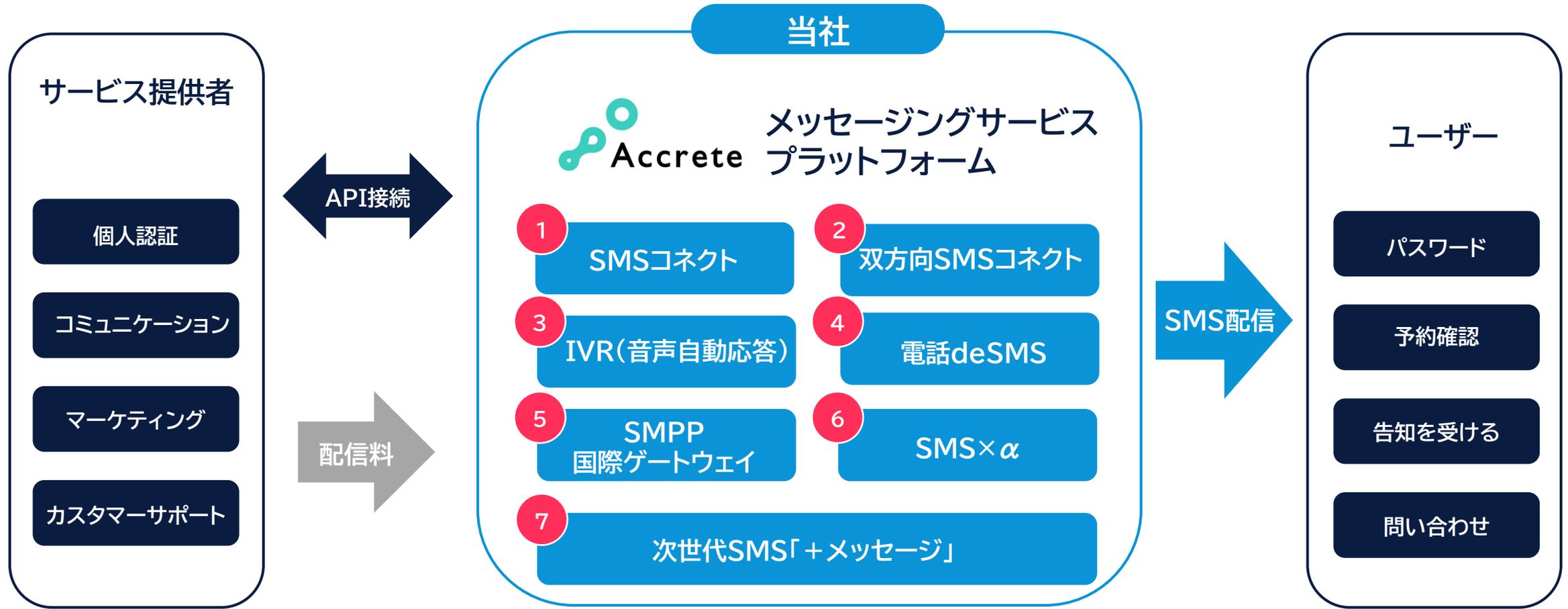
会社の特徴	クレジットカード支払いへの対応、技術者以外にも利用しやすい画面等、エントリーしやすい仕組みの保有
市場への期待	多様な顧客ニーズに対応可能、一定規模を有する国際SMS網配信市場において顧客拡大・新たな顧客層へリーチ
グループシナジー	アクリートの広範な顧客基盤・経営リソースの活用による、Xoxzoの新規受注増大・コスト低減効果

会社の特徴	ベトナムの中でも成長産業であるe-commerce向けの高品質SMSを活用した営業に強みを持つ
市場への期待	ベトナムの人口増、経済成長が著しく、今後も市場の成長が見込める
グループシナジー	日本とベトナム共同で営業活動にあたることにより、グローバル企業および日系企業に対する販売を強化



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。



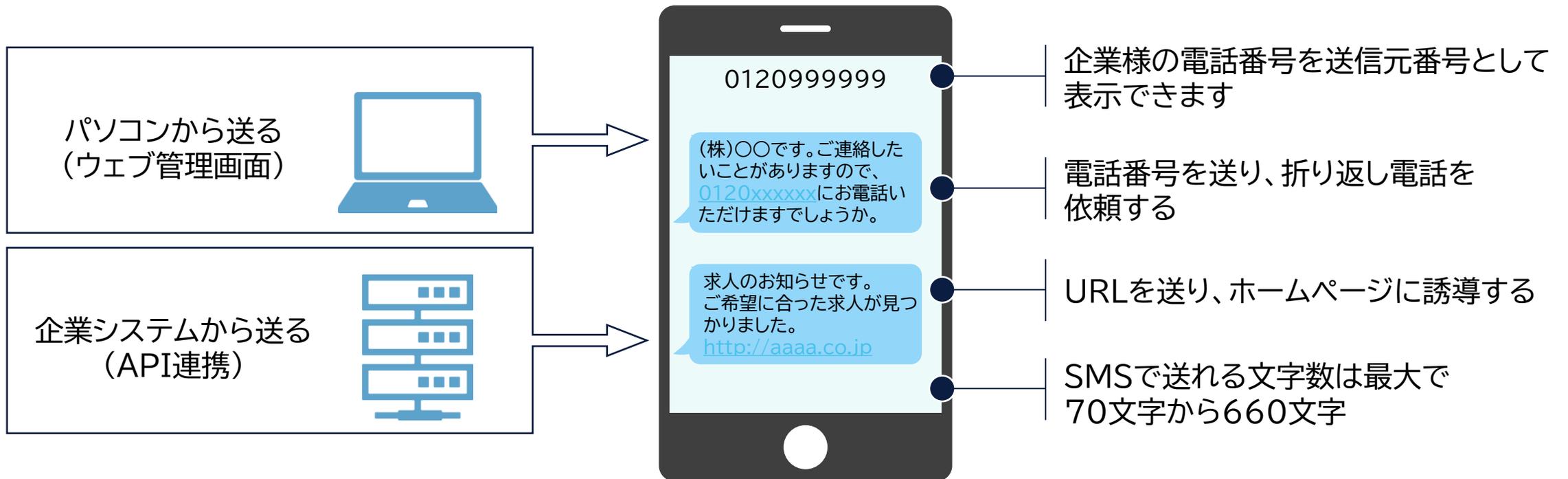
メッセージングサービスプラットフォームを支える

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	電話をかけずに 用件を伝える	電話を折り返してもら	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	電話に出てもら 必要なし	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



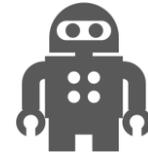
コールセンター



行政機関



業務自動化ロボット
IoT



金融機関



流通・物流

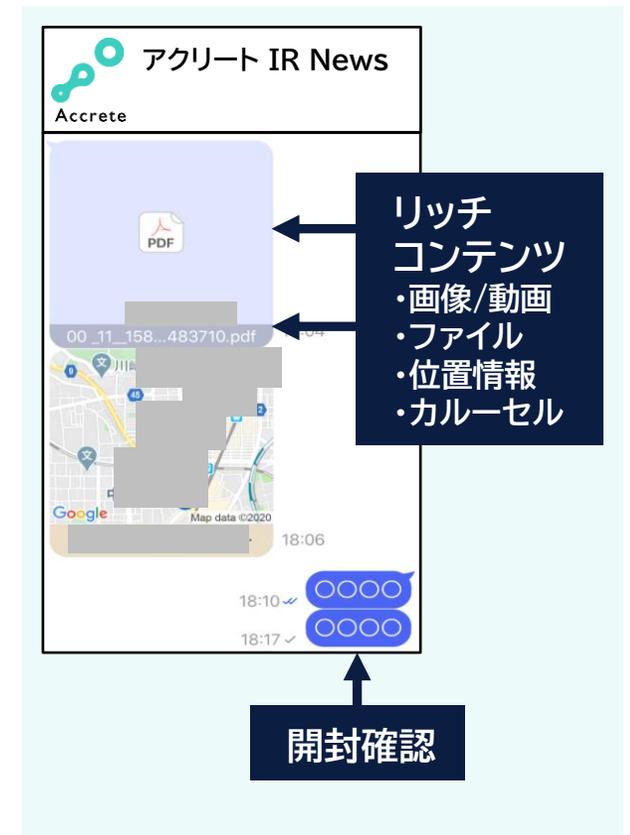
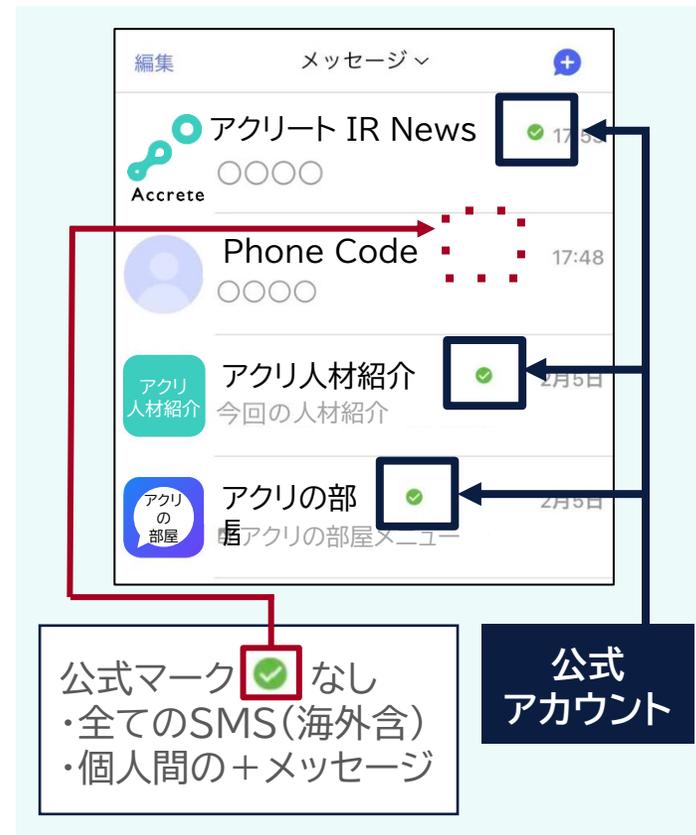


方針

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

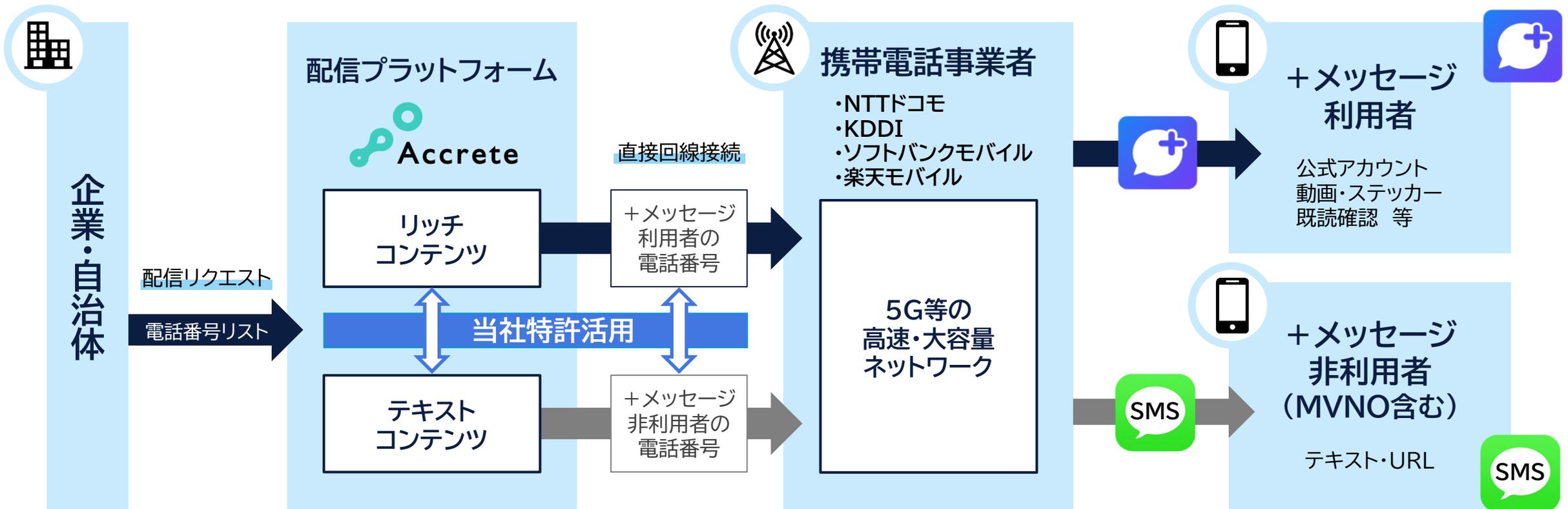
ユースケース	「+メッセージ」機能	利用企業等の例
個人認証 (アプリ・Web認証)	公式アカウント	銀行、 SNSアプリ
カスタマー サポート	公式アカウント、 リッチコンテンツ	人材紹介、 コールセンター
情報配信 (IR等)	公式アカウント、 リッチコンテンツ	上場企業、店舗
安否確認	公式アカウント、 開封確認	企業、自治体



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



- ・企業等から個人ユーザーへの告知がよりシンプルに（HP等でのフィッシングではないことの説明等）
- ・受信した個人ユーザーに、受信したSMSの番号に折り返し電話することも案内可能に

従来の片方向SMS



企業・自治体



ソフトバンク利用ユーザーのみ
異なる送信元番号

利用企業等が保有する固定電話番号
(03/0120/050など)

5桁/6桁の
ショートコード

NTTドコモ利用の
個人ユーザー

KDDI利用の
個人ユーザー

楽天モバイル利用の
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送信元番号

利用企業等が保有する固定電話番号
(03/0120/050など)

BBIX

NTTドコモ利用の
個人ユーザー

KDDI利用の
個人ユーザー

楽天モバイル利用の
個人ユーザー

ソフトバンク利用の
個人ユーザー

ビジネスモデル-Go To Market(アクリート/Xoxzo)

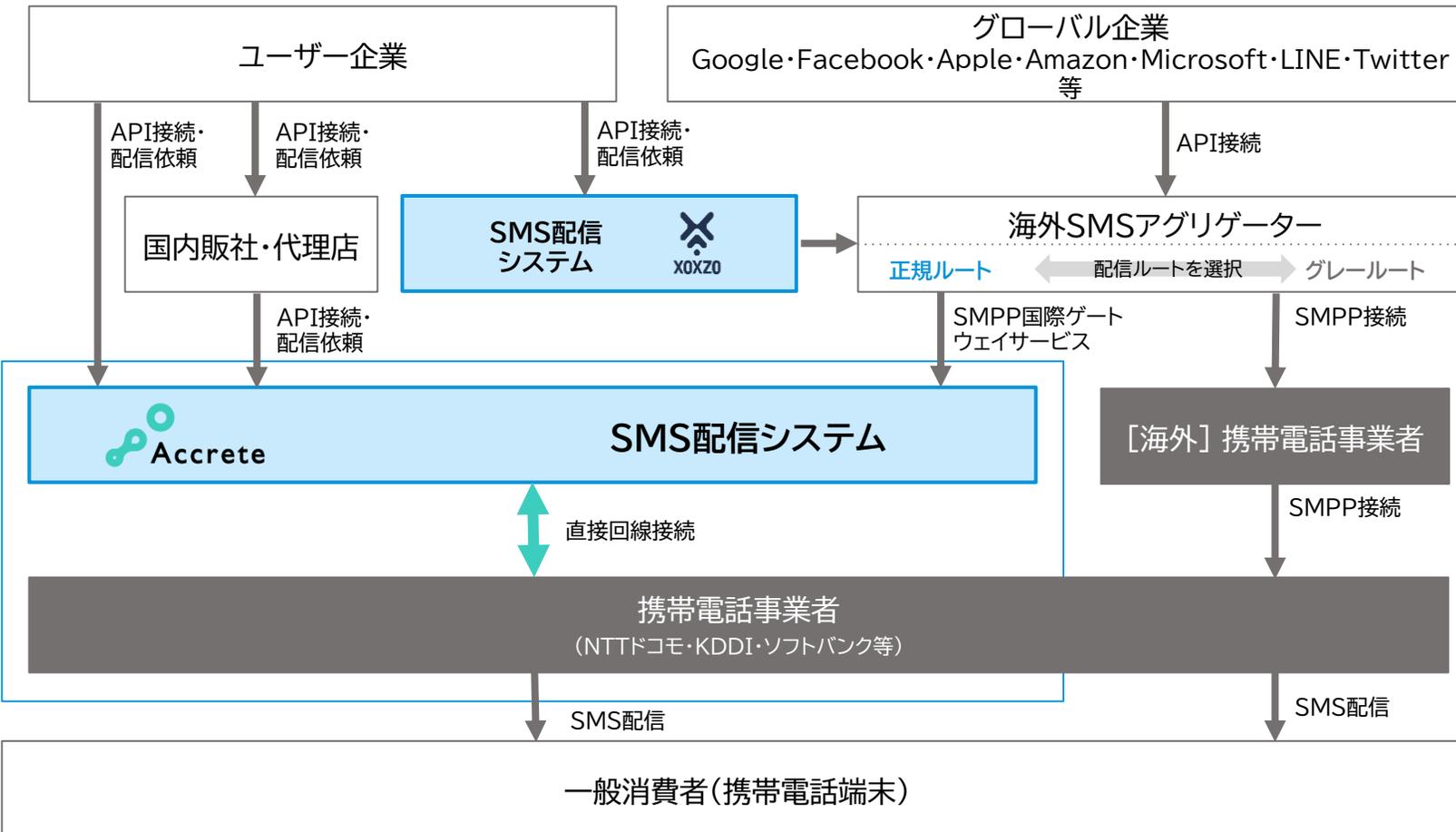
SMS配信サービス

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

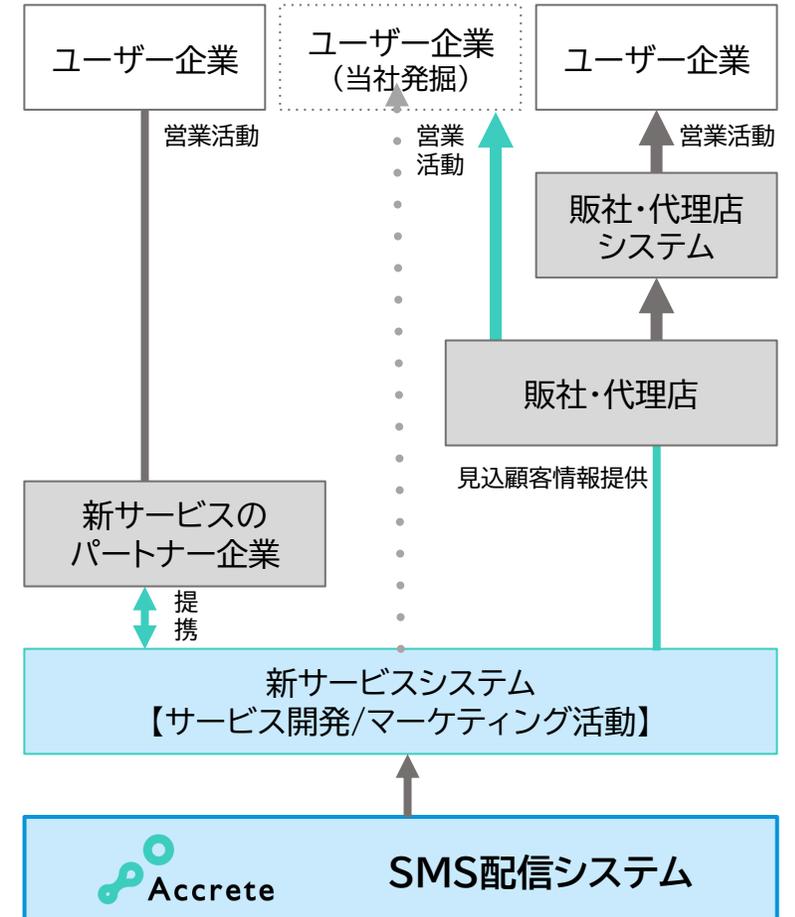
海外SMSアグリゲーター(海外SMS売上)

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

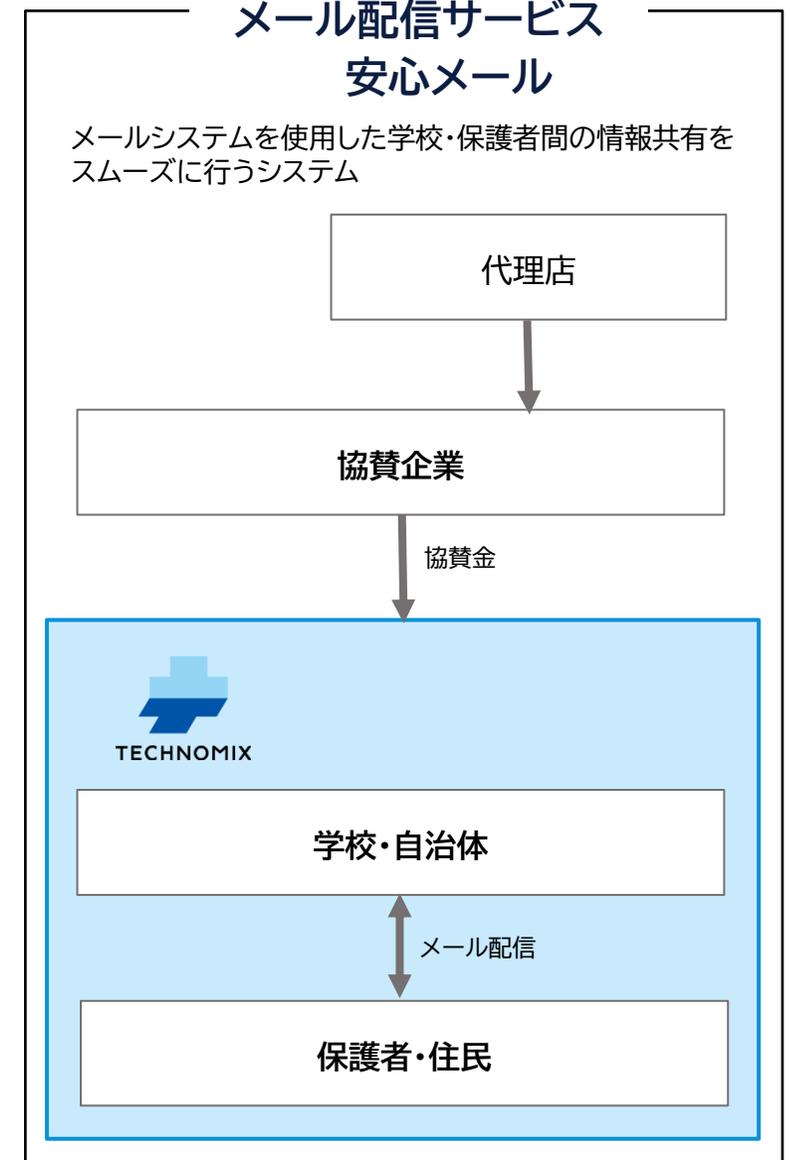
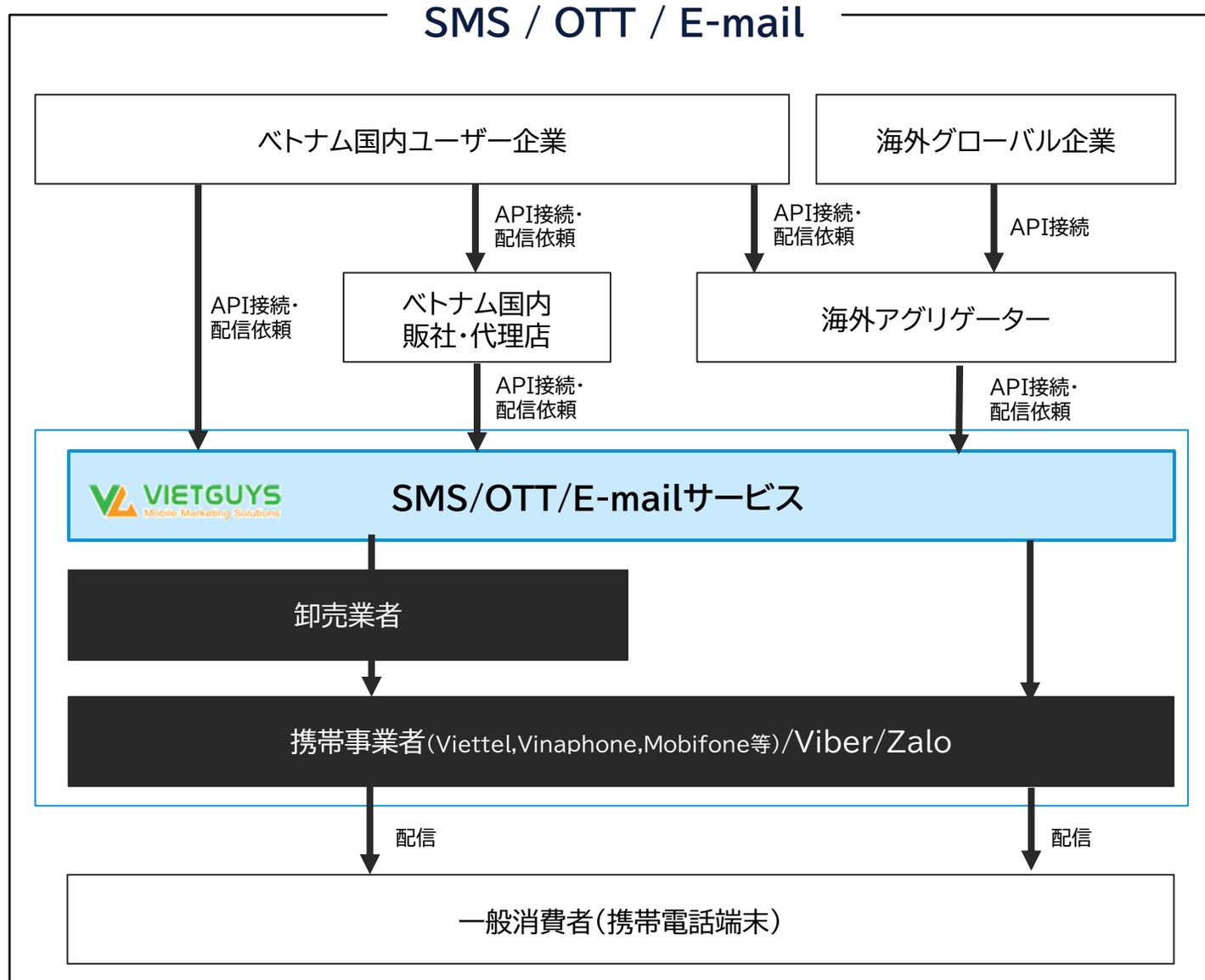


代理店を主とした国内セールスマーケティング体制

サービス開発とマーケティング特化し、代理店営業中心に転換



ビジネスモデル-Go To Market (VietGuys/テクノミックス)



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、
用途を登録しなるとなりすまし不可能

例)個人認証、マーケティング等

対策

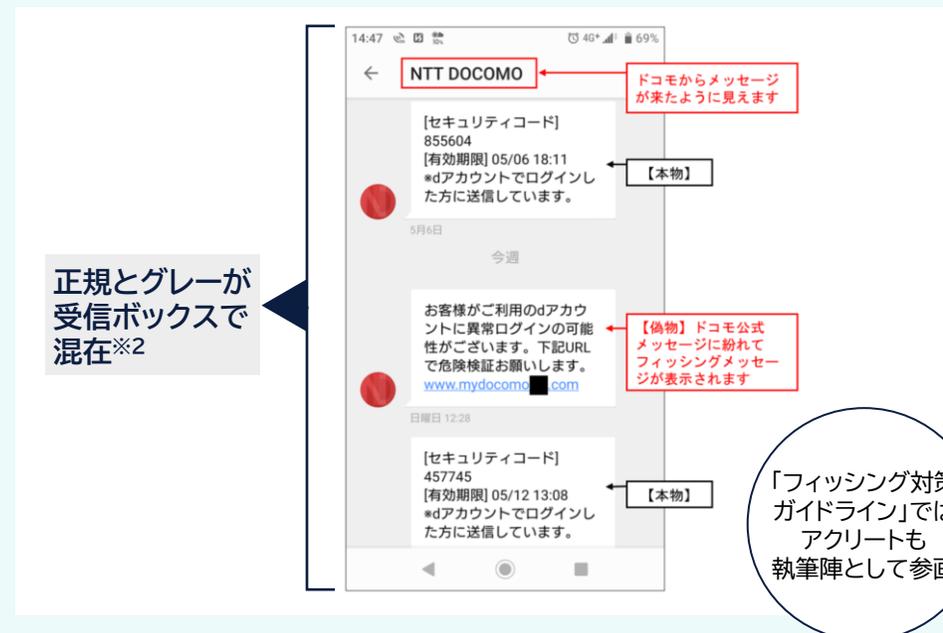
利用する番号、送信内容をウェブサイト等で告知

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**



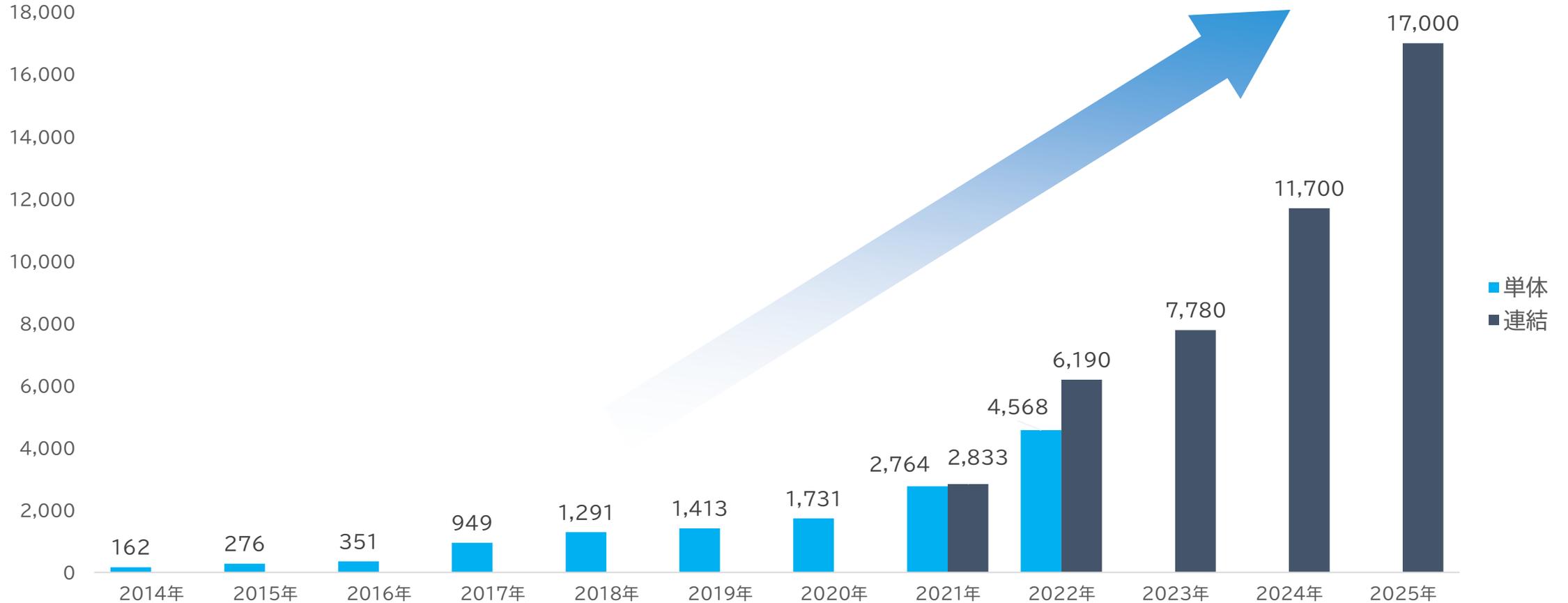
※1 フィッシング対策協議会 緊急情報2019年6月21日より

https://www.antiphishing.jp/news/alert/docomo_20190621.html

※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

(単位:百万円)



※2014年12月期は、5月に会社設立のため、8か月
※VietGuys J.S.C.は2022年4月分の業績から反映
※2023~2025年は当社2022年8月18日付「中期経営計画策定に関するお知らせ」での公表値

【単体】2022年12月期(累計) 業績詳細

売上高 対前期比65.2%増

営業利益 対前期比137.9%増 体制強化による人件費増、新規事業に係る研究開発費用や営業活動強化による販促費用など
販売費及び一般管理費が増加するも、それを超える売上増による売上総利益増で対前期比で大幅な増益 (単位:千円)

	2021/12期		2022/12期		前年対比		
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	増減率	
売上高	2,764,817	100.0%	4,568,629	100.0%	1,803,812	+65.2%	
売上原価	1,666,438	60.3%	2,585,433	56.6%	918,995	+55.1%	
SMS仕入原価	1,546,055	55.9%	2,374,975	52.0%	828,920	+53.6%	
労務費・経費	120,383	4.4%	210,458	4.6%	90,075	+74.8%	開発・研究体制強化に伴う業務委託費の増加
売上総利益	1,098,379	39.7%	1,983,195	43.4%	884,816	+80.6%	
販売費及び一般管理費	600,219	21.7%	798,256	17.5%	198,037	+33.0%	
人件費	281,221	10.2%	403,775	8.8%	122,554	+43.6%	事業拡大に伴う人員増(34名⇒52名※正社員のみ)
その他	318,997	11.5%	394,480	8.6%	75,483	+23.7%	営業活動強化のための販促費用、新規事業の研究開発費用等の増加
営業利益	498,159	18.0%	1,184,939	25.9%	686,780	+137.9%	
営業外損益	▲4,273	▲0.2%	8,085	0.2%	12,358	-%	子会社の業務受託料収入
経常利益	493,886	17.9%	1,193,024	26.1%	699,138	+141.6%	
税引前当期純利益	478,811	17.3%	1,193,024	26.1%	714,213	+149.2%	
当期純利益	342,530	12.4%	836,464	18.3%	493,934	+144.2%	

【連結】2022年12月期(累計) 業績ハイライト

- ・コロナ陽性者への連絡手段等新しい用途での利用が増えたことにより、売上高は対前年比218.5%、当初予算比111.6%の大幅達成
- ・売上が好調に推移したことに伴う売上総利益の増加等により、営業利益は予算達成率180.9%の大幅達成

(単位:百万円)

	2021/12期 実績	2022/12月期 実績	前年比	業績予想 (期初)	達成率
売上高	2,833	6,190	218.5%	5,547	111.6%
営業利益	468	1,172	250.4%	648	180.9%
営業利益率	16.5%	18.9%	+2.4pt	11.7%	+7.2pt
経常利益	463	1,176	253.7%	640	183.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	307	851	277.4%	368	231.4%



市場環境

2022年以降のA2P-SMS市場の見通し

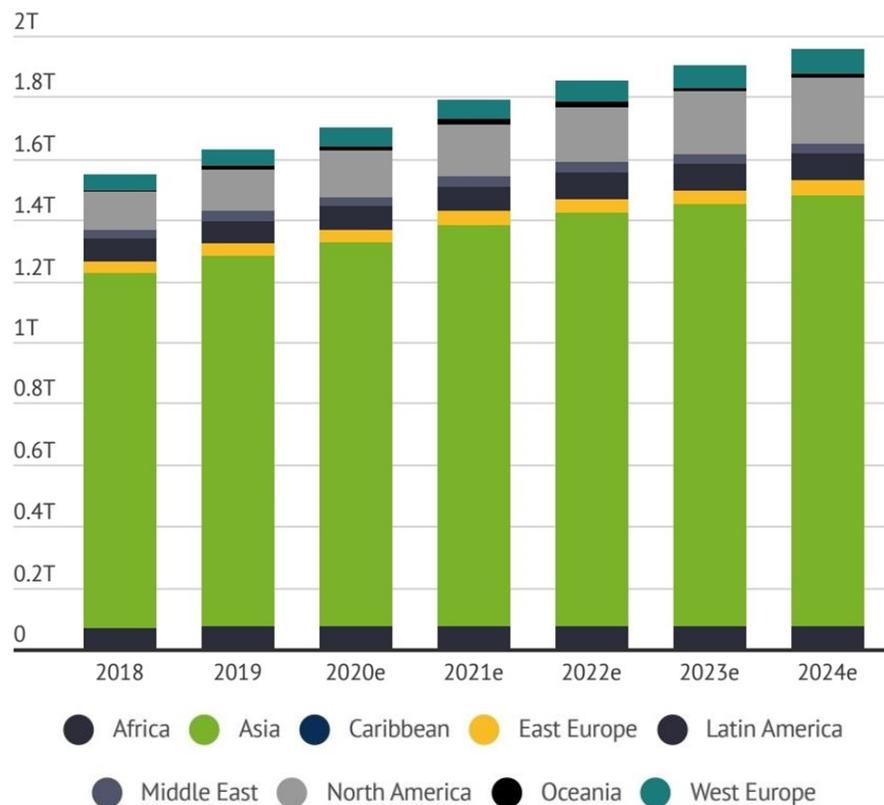


SMS配信数:デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「ミックITリポート」2022年10月号レポートより引用

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。

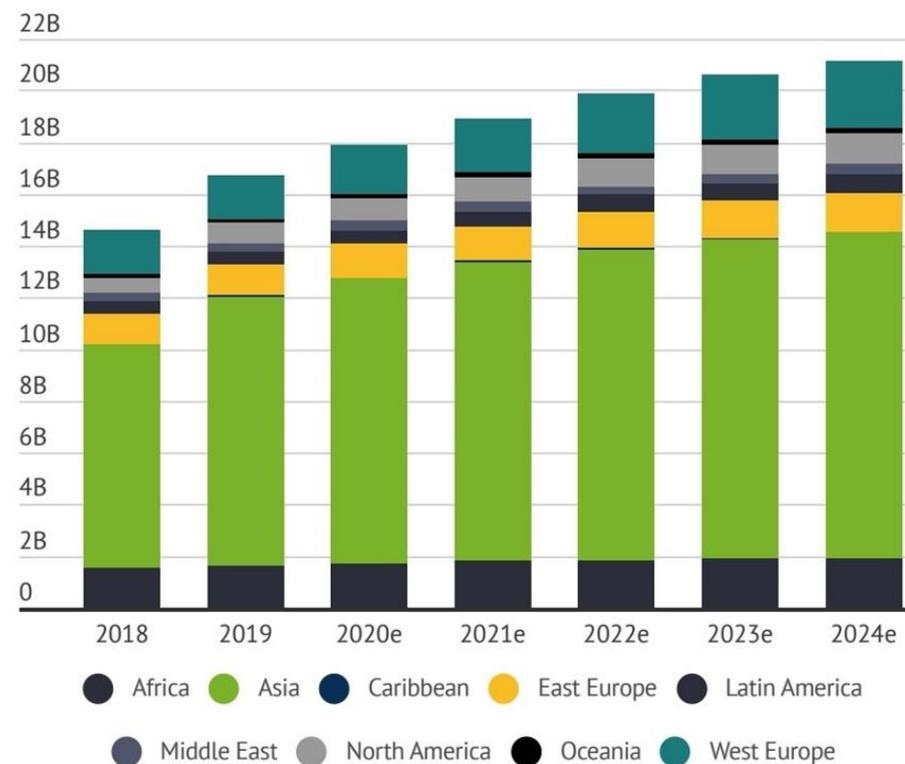
Fig.3: Total A2P SMS messaging traffic by region(2018-24)



市場規模ベース

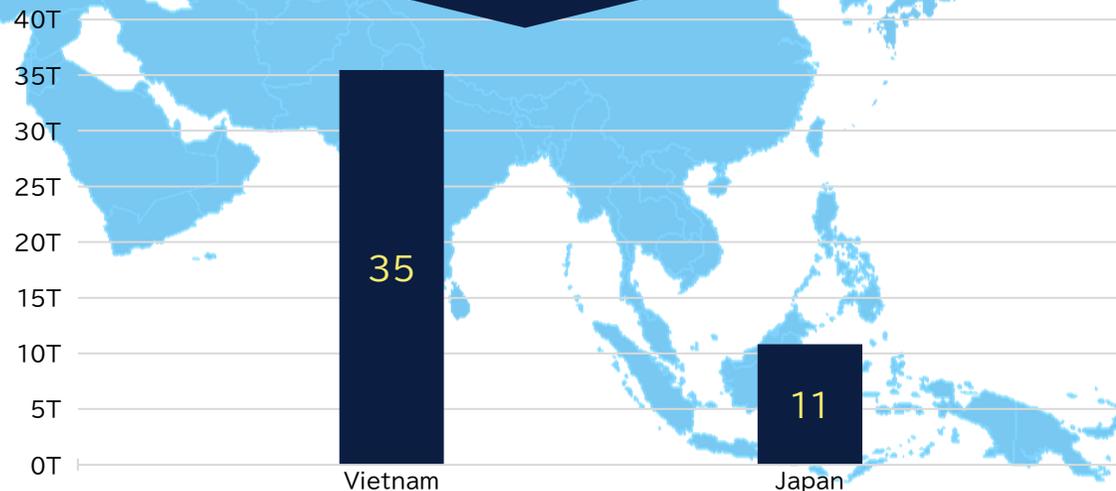
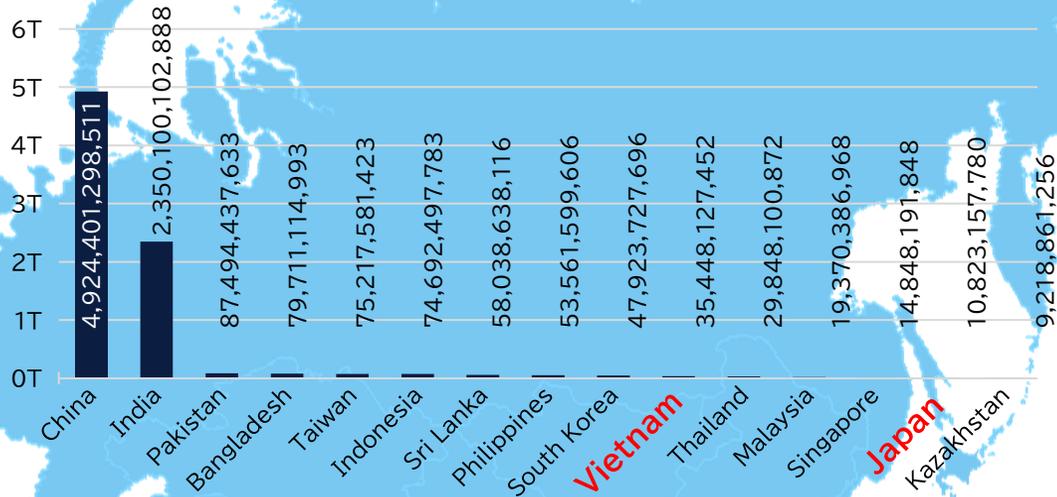
- 2019年度は、全世界で167億3千万ドル。
- 2020年以降、CAGR年成長率5.5%ペースで拡大し、2024年には211億4千万ドルに拡大すると予測。

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



Asia cont.

Fig.16:Top 15 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

表1 配信数と売上高のシェア順位

	シェアトップ4強	国内・海外アグリゲーター合せた全体					国内アグリゲーターのみ				
		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
配信数	NTTコム オンライン	2位	1位	1位	4位	3位	1位	1位	1位	2位	2位
	メディア4u	3位	3位	3位	2位	2位	2位	2位	2位	1位	1位
	アクリート	1位	2位	2位	1位	1位	3位	3位	3位	3位	3位
	AI CROSS	4位	4位	4位	3位	4位	4位	4位	4位	4位	4位
売上高	NTTコム オンライン	1位	1位	1位	1位	1位	1位	1位	1位	1位	1位
	メディア4u	3位	2位	2位	2位	2位	2位	2位	2位	2位	2位
	アクリート	2位	3位	3位	3位	3位	4位	4位	4位	4位	3位
	AI CROSS	4位	4位	4位	4位	4位	3位	3位	3位	3位	4位

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」2022年10月号レポートより引用

【NTT コムオンライン】

- ・同社の直収売上高シェア順位は表1のように国内・海外アグリゲーター合せた全体も、国内アグリゲーターのみも5年連続トップを保持してNTTグループの存在感を示している。一方、配信数シェア順位は浮き沈みがある。特に国内・海外アグリゲーター合せた全体は2021年度4位、2022年度3位となっている。国内アグリゲーターのみは両年度2位をキープ。
- ・その2021年度の配信数を見ると前年対比 $\Delta 0.7\%$ と減少している。ソフトバンク(SB)系のポータルサイトの本人認証が、同社からSBのキャリア・アグリゲーター「SoftBank Message Link」に1億通移り、本人認証は $\Delta 32.2\%$ と大幅に減少しているからである。これをカバーしたのが既存顧客で、特に金融機関のマネロン対策向けワンタイムパスワード利用の本人認証が増え、本人認証の配信数シェアトップを辛うじてキープしている。
- ・配信数低迷の中で督促用途が2021年度91.2%増と急増、シェア38.6%とトップになり、気を吐いている。金融業界のインハウスコールセンターでの料金支払い督促が好調なことと自治体の税金督促も堅調に増えているからである。
- ・その他、全体的には代販パートナーの貢献が大きい。2021年度売上高の42%を占め、売上増加額の64%をカバーしている。代販パートナーはNTTグループ以外も含めて55社と競合先と比べて多くはないが、毎年一貫して10社程度開拓している。代販パートナーは同提供サービスとのAPI導入によるシステム連携利用を基本とし、SMSとの親和性が高くシナジー効果のあることを選別方針としており、それが代販の売上増加に結び付いている。
- ・直販としては競合先に先駆けて2018年に早くも「空電プッシュ for LGWAN」を提供開始し、高単価なこともあって売上に貢献している。累計導入自治体数70件と圧倒的なシェアで、2021年度もコロナ陽性者向け連絡用途が増えている。その他、ビデオ通信の「ビデオトーク」も直販売上に貢献している。2019年から提供開始され、累計240社に導入されている。不動産分野で賃貸契約書や重要書類説明書などをビデオトークでオンライン説明するなどの新たな用途も始まっている。
- ・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2021年度配信数シェアは59.9%と抜きんでいる。その他、キャリア・ISP、SIer・運用・保守、情報処理サービス、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おり、同業種の2021年度配信数シェアも48.3%と抜きんでいる。同業種は上記の通りSBで1億通の減少があり配信数は $\Delta 17.5\%$ と減少しているが、それにも係わらずシェアトップをキープしている。
- ・なお、同社の2022年度配信数は80%増を見込んでいる。国内アグリゲーターの55.0%増に加えて、海外アグリゲーターとの取引が始まり1億通を上積みして80.0%増となっている。2020年度、2021年度と低迷した配信数も復調の見込み。

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」2022年10月号レポートより引用

【メディア4u】

- ・同社の直収売上高シェア順位は国内・海外アグリゲーター合せた全体も、国内アグリゲーターのみもほぼ5年連続2位を保持して非常に安定している(表1)。一方、配信数シェア順位は国内・海外アグリゲーター合せた全体で過去に3位の時もあったが、2021年度及び2022年度は2位である。国内アグリゲーターでは、NTTコム オンラインの低迷から両年度とも1位となっている。更に2019～2022年度までのCAGRを見ると配信数60.7%増、売上高53.4%増と最も高い成長率となっている。
- ・同社の強みは業務連絡、事前連絡、督促など社会的コミュニケーションプラットフォームとして必要不可欠な用途の配信数ウエイトが、2021年度で順次39.3%、10.1%、20.3%と高いことである。以上合計70%弱を毎年占めている。また同3用途のシェアも41.5%と断トツに高い。その他、本人認証のウエイトも21.0%とバランスが良い。
- ・大規模トラフィックの安定顧客が20数社と多いことも同社の強みである。業務連絡で人材派遣・紹介会社やコールセンターに、事前通知で中古車販売業者に、督促で不動産サービスや家賃保証会社に大口安定顧客が多く、既存顧客の配信数増加に寄与している。業種としてはサービスと流通に多く、同2業種のシェアは50%以上と各アグリゲータの中で最も高い。
- ・その他公共・自治体の配信数は2021年度84.7%増と、各業種の中で最も伸びている。従来からある税金督促に加えて健康診断やコロナ感染者への通知業務が急増した。同社としては公共・自治体を「SMS最後のフロンティア」として位置づけ、2021年度に自治体とのリレーションシップの長いジチタイワークス社(旧ホープ社)と提携し、また、名古屋と福岡に営業拠点を設置した。更に2022年1月には念願の「メディアSMS for LGWAN」をリリースした。
- ・既存顧客だけでなく新規顧客も毎年1000社以上開拓し、代販パートナー傘下の顧客も含めて2021年度でアクティブ顧客は6600社と競合先の中で最も多い。同社は海外アグリゲーターとの取引がほとんどなく、自社と代販パートナーで国内顧客を開拓している。新規顧客は1年近くの仕込み期間があるが、漸次配信数増に貢献してくる。
- ・業務系用途のウエイトが高かったことから、用途開拓にも積極的である。督促は振込督促⇔振込日返信など双方向送信用途、事前通知は中古車販売業者(車検切れ通知)だけでなく、人材派遣(面接日通知)、保険会社(保険支払い期日通知)など幅広い用途を開発している。決済代行サービスの「SMS-Regi」はパートナーと協業して用途開発。漸次配信数を増やしており、決済用途はシェアトップになっている。
- ・2021年4月にリリースした「メディアSMS for Salesforce」は2021年度の配信数にも大きく貢献したが、2022年度はサポートサービスに加えてマーケティングサービス業務の利用客が増え、合計100社近くとなり、1億数千万通の配信数を見込んでいる。それにより2022年度の配信数は8億通、売上高は47億円になると予想される。

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レポート」2022年10月号レポートより引用

【アクリート】

- ・同社の配信数シェア順位は、国内・海外アグリゲーター合せた全体においてはシェア1位か2位のどちらかのポジションで、2021年度と2022年度は1位となっている。海外アグリゲーターの貢献で、同配信数は2021年度4億1300万通、2022年度6億3300万通と、断トツトップ(50%以上)。これに国内アグリゲーターを加算した全体は2021年度6億5550万通、2022年度9億7200万通と10億通が見えている。今更ながら同社は100万通単位の大量配信を一斉に配信できる通信事業者でもある。シェアは両年度とも25%で断トツではないがトップ。一方、国内アグリゲーターのみは5年連続3位と海外アグリゲーターの華々しさはない。更に売上高では国内・海外アグリゲーター合せた全体でも3位、国内アグリゲーターのみでは4位と低調。
- ・海外アグリゲーターは2020年度にそれまでの不採算取引先を整理。同時に日本キャリア直収の品質と到達率の高さを説明し、Telesign Mobileとのプライシングスキームを確立。2021年度以降の配信数と売上高の両面での急成長に繋がった。2021年度は配信数で90.3%増、売上高で85.0%増、2022年度見込は配信数で53.3%増、売上高で53.1%増。SMS1通当り単価も3.4円で安定している。2021年度から2022年度にかけてITサービス系企業の新規案件が5件あったことも後押ししている。
- ・同社の用途で多いのは本人認証で、国内アグリゲーターで2021年度ウエイト47.0%と競合先の中で最も高い。ソフトバンク系のポータルサイトのワンタイムパスワード認証が半分強を占めているからである。バックアップ用で伸びていないが、ショッピングサイトにログインする度に認証するため配信数が多くなる。ソフトバンク系以外は倍増で伸びており、合わせて34.1%増となっている。通販・SNSの会員登録、アプリの利用時、更に特典付与・課金・チャット・お友達紹介サイトの利用時など利用シーンは多種多様で、あらゆる業種に広がったことが倍増要因。後払い決済認証案件も新規獲得した。一方、海外アグリゲーターでは本人認証で82.3%を占め、配信数3億4千万通と驚異的である。
- ・その他、業務連絡も2021年度ウエイト27.0%を占めて高く、伸び率は49.0%増と伸長。不動産テック事業者・PIDの入居者管理ツール「Dicon」やスマートドライブが提供しているクラウド車両管理サービス「Mobility Data Platform」などと連携した配信が伸びている。前者は設備点検や近隣トラブルの通知、後者は指定範囲のドライバーへの一斉配信など。同社のアライアンス先は競合先の中で最も多いが、配信数に大きく貢献する企業は少ない。その他、海外アグリゲーターでも業務連絡用途があり、ウエイト15.3%の6300万通。うち、ITサービス企業のユーザーサポート業務が70%弱を占め、全て双方向送信を利用している。海外アグリゲーター全体では双方向送信比率が10%になり、非常に高い。
- ・2022年度見込みは非常に堅実である。配信数・売上高とも、国内アグリゲーターで39%強増、海外アグリゲーターで53%強増と実現性が高い。

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レポート」2022年10月号レポートより引用

【AI CROSS】

- 同社の配信数シェア順位は、国内・海外アグリゲーター合せた全体について基調は4位であるが、2021年度にNTTコム オンラインの特殊事情から3位となっている。売上高シェア順位は5年連続4位。一方、国内アグリゲーターのみは、配信数シェアは5年連続4位。売上高シェアは2018～2021年度は3位、2022年度は4位となっている。以上、シェアは目立たないが、海外アグリゲーターの配信数の増加率は抜きんできている。2020年度61.2%増、2021年度161.8%増、2022年度75.5%増。この要因は2020年度第3四半期から始まったTwilioとの取引増加で、2020年度2900万通、2021年度1億5300万通、2022年度2億8000万通と大幅に増加している。その他、OPENMARKETを買収したinfo bipなど海外アグリゲーターは、2020年度6000万通、2021年度8000万通、2022年度1億2900万通となっている。
- 国内アグリゲーターの売上高は2021年度までは堅調に伸びている。その要因として全体的に言えることは、代販パートナーを年々増やして売上貢献に繋げていること。2021年度で133社と競合先の中で最も多く、売上比率も36%と高い方である。中小規模の代理店がほとんどで、直ぐに売上は増えないが、1,2年のタイムラグで売上に寄与してくる。営業・企画部門の中にパートナー推進チームを作り、営業や技術支援のサポートをして代理店を育成している。+アルファ効果として代理店を増やすことで傘下にかかえる顧客が増え、現在、アクティブ顧客は4000社以上になっている。
- また、下記7つの製品プラン(ライン)は顧客に対して分かりやすく、説得力がある。その他「絶対リーチ for コールバック」「絶対リーチ for SMS認証」「絶対リーチ for 来儒者」「絶対リーチ 健康観察サービス」など機能・用途を絞り込んだ製品サービスもある。
- その他、単価の高いIVR連携送信の配信ウエイトが9%台と競合先よりも高い。また、コールセンターに「絶対リーチ for コールバック」の導入が進んでいる。IVRとSMSを組み合わせることで、「お客の折り返し電話予約」を自動受付するサービスで、オペレーターの架電時の「電話が繋がらない」を防ぎ、業務効率化と顧客満足度向上を実現している。
- 双方向送信も単価が高く売上に貢献している。2020年度34.9%増の1270万通、2021年度36.9%増の1740万通と伸長している。配信数の8.7%を占め、競合先の中で最もウエイトが高い。用途は調査・アンケート、派遣登録者への仕事探し有無返信、支払い期日事前通知・振込日返信など利用シーンが広がっている。同社はSIMを使わない独自の方法で3キャリアの双方向送信を実現し、特許も取得している。2021年3月に最後に残っていたNTTドコモの双方向送信設備「SMSセンターアップ」がスタートしたが、同社はコストの問題もあり、今暫く独自路線を続ける方針。

■AI CROSSの7つの製品プラン(ライン)

製品ライン	機能・用途内容
1. 絶対リーチ！ 1-Way	認証コード送付、予約リマインド、各種お知らせ、プロモーション・キャンペーン案内、督促など
2. 絶対リーチ！ 1-Way Alpha	送信元を明記してプロモーション・キャンペーン・各種お知らせ案内
3. 絶対リーチ！ 2-Way	双方向送信。カスタマーサポート、スケジュール・日程調整、商品受発注、プロモーションなど
4. 絶対リーチ！ 2-Way PLUS	2-Wayの機能・用途に加えて登録者への意思・状況確認、利用者への属性情報の確認・ユーザーアンケート、イベント・セミナー参加者へのリアルタイム集計・災害時の安否確認など
5. 絶対リーチ！ DM	SMSでDMを送付することで、高い開封率、反応率を実現するプラン。Webページへの誘導も強化できる。従来のDMの代替や補完として多く活用
6. 絶対リーチ！ PAY	SMSの本文内に記載されたURLをタップするだけで決済ページに誘導。コンビニ決済、口座振替、クレジットカード決済などを選択できる
7. 絶対リーチ！ PASS	SMSとIVRを連動し、貴社のアプリやWEBサービスでセキュアな本人認証

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」2022年10月号レポートより引用



競争力の源泉

SMS配信の安全性や安定性を実現する為のゲートウェイとしてアクリートは前身のインディゴ時代から数え、**2010年から12年間以上、SMS配信ゲートウェイとして社会の情報インフラの役割を果たしている**

01
POINT

正規ルート の 確立



日本の携帯キャリアとの契約に
基づく正規な配信ルートを確立
送信元番号のキャリア登録精査に
基づく安心して受信できるSMS
配信環境の整備

02
POINT

止まらないシステム



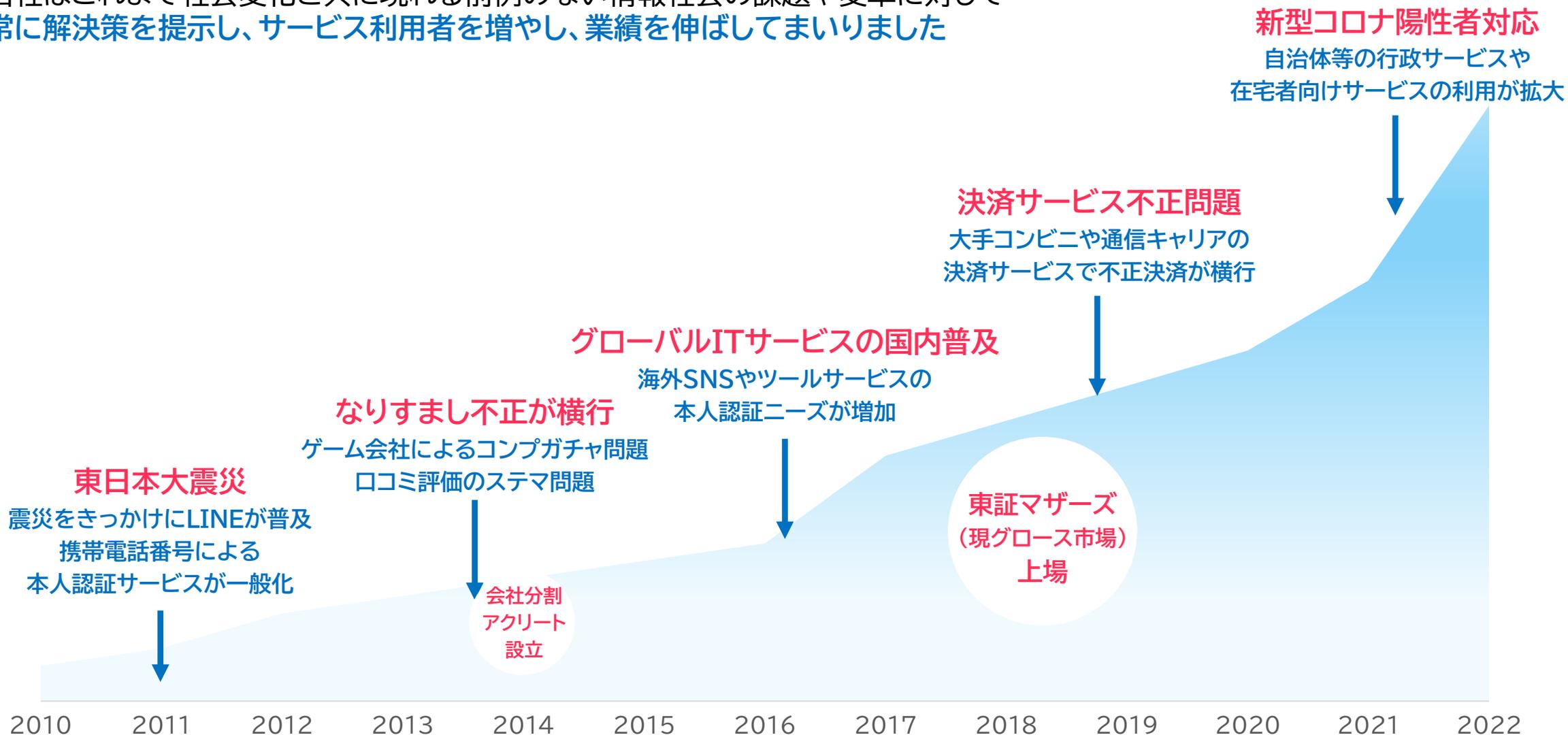
急激なSMS配信需要に応えるべく
大量のSMSを安定して配信
メンテナンスによるサービスの
停止なし

競争力の源泉－当社のこれまでの歩み

社会や企業様の課題に向き合い、一緒に解決策を考え、伴走してきた12年



当社はこれまで社会変化と共に現れる前例のない情報社会の課題や変革に対して常に解決策を提示し、サービス利用者を増やし、業績を伸ばしてまいりました



既存テクノロジーやサービスを組み合わせで差別化し、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してきた

第1創業期

磐石なSMS事業

1つ目の基盤としての7つ目のサービス【+メッセージ】を2020年8月末に開始

様々な業界での利用が進み安定的に成長

第2創業期

新たな価値を創出

次世代SMSである、+メッセージへの移行やハイブリッド化

用途開発や保有特許・技術をサービスに組み合わせで差別化を図る

第3成長期

新たな価値を拡大

「セキュリティ、コミュニケーション最適化、行動変容」による支援

新たに発生した社会や企業の抱える課題を解決していく対象領域の拡大

SMS事業と新事業領域
2軸で事業を展開

新規事業

海外メッセージング
サービス事業

国内メッセージング
サービス事業

2015

2020

2023

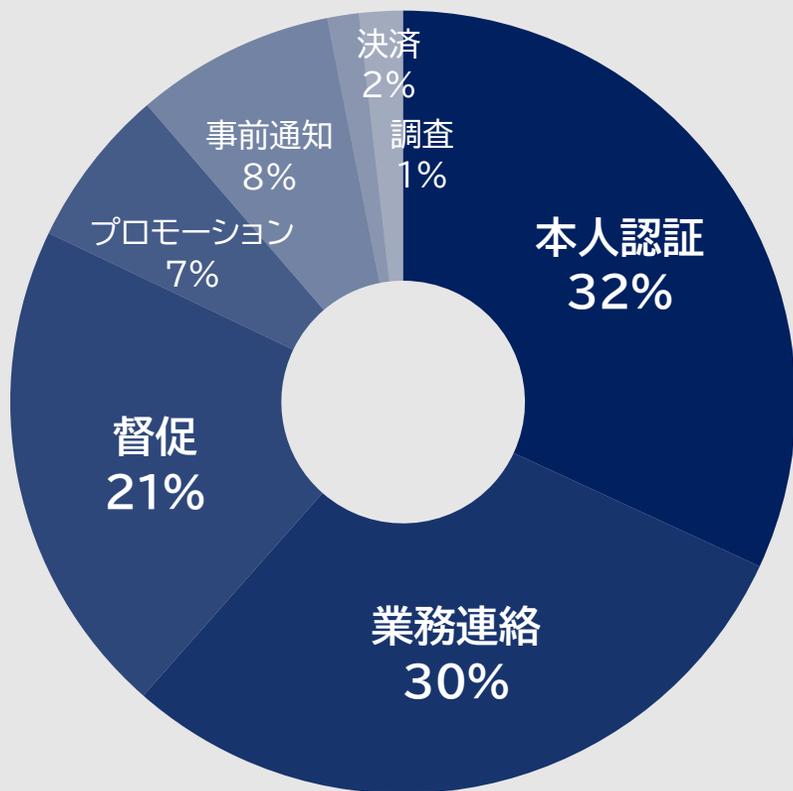
2025

第2創業期から第3成長期に移行していく

割合は減少しているが、市場全体からみると「本人認証」の割合が多いのが当社の特徴。本人認証には、システムの安定性と即時性が求められるため、システム品質の高さが要求される。

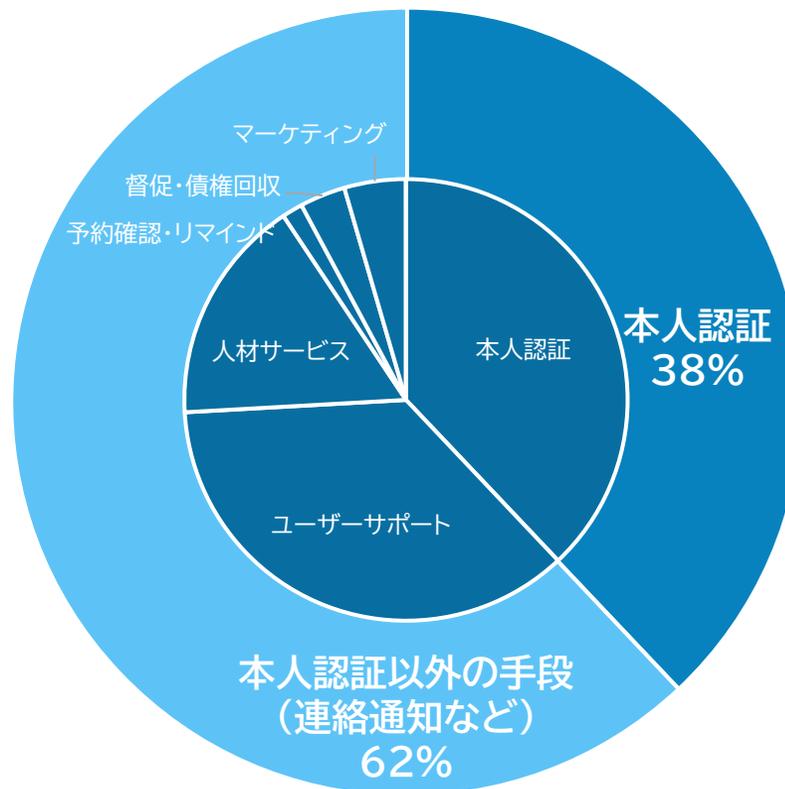
2021年度 市場の用途別割合(配信数)

※キャリア・アグリゲーター除く独立系アグリゲーター集計



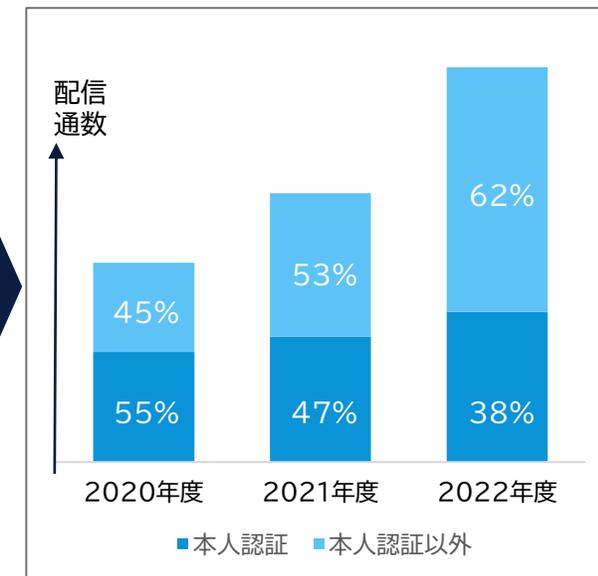
用途別動向: デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社
「ミックITリポート」2022年10月号レポートより引用

当社 2022年度 用途別割合(配信数)



※当社独自の資料より作成。
用途や集計期間など、左のグラフ「ミックITリポート」と異なるため、単純比較できない旨、ご了承ください。

SMS配信通数全体に占める
本人認証の割合推移(2020-2022年)



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



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

「デジタル社会に、リアルな絆を」というビジョンのもと、
リアルとデジタルを繋ぐ取り組みのテーマとして

『セキュリティ x コミュニケーション x 行動変容』のもと、

- (1) 「三方良し」となる価値の提供先・提供対象
- (2) 「現場の課題が当社の成長ドライバー」と位置付け、現場目線で課題を解決
- (3) Web3を見据え、先端技術を「押し付けでなく・寄り添いの形で組合せ」て、
快適&最適なサービスを提供 という、3つの視点で、
「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、
ストーリーを持って事業戦略を展開して、「アクリート、その先へ」を追求していきます

日本のアクリートからアジアのアクリートに



- ・認証や業務連絡のメッセージング分野での更なる成長
- ・各業界の課題に合わせたDX化を後押しする新規サービスの展開

強化(ソリューション・M&A)

日本国内で構築した
ソリューションサービス

海外現地法人を対象とした
ロールアップ戦略

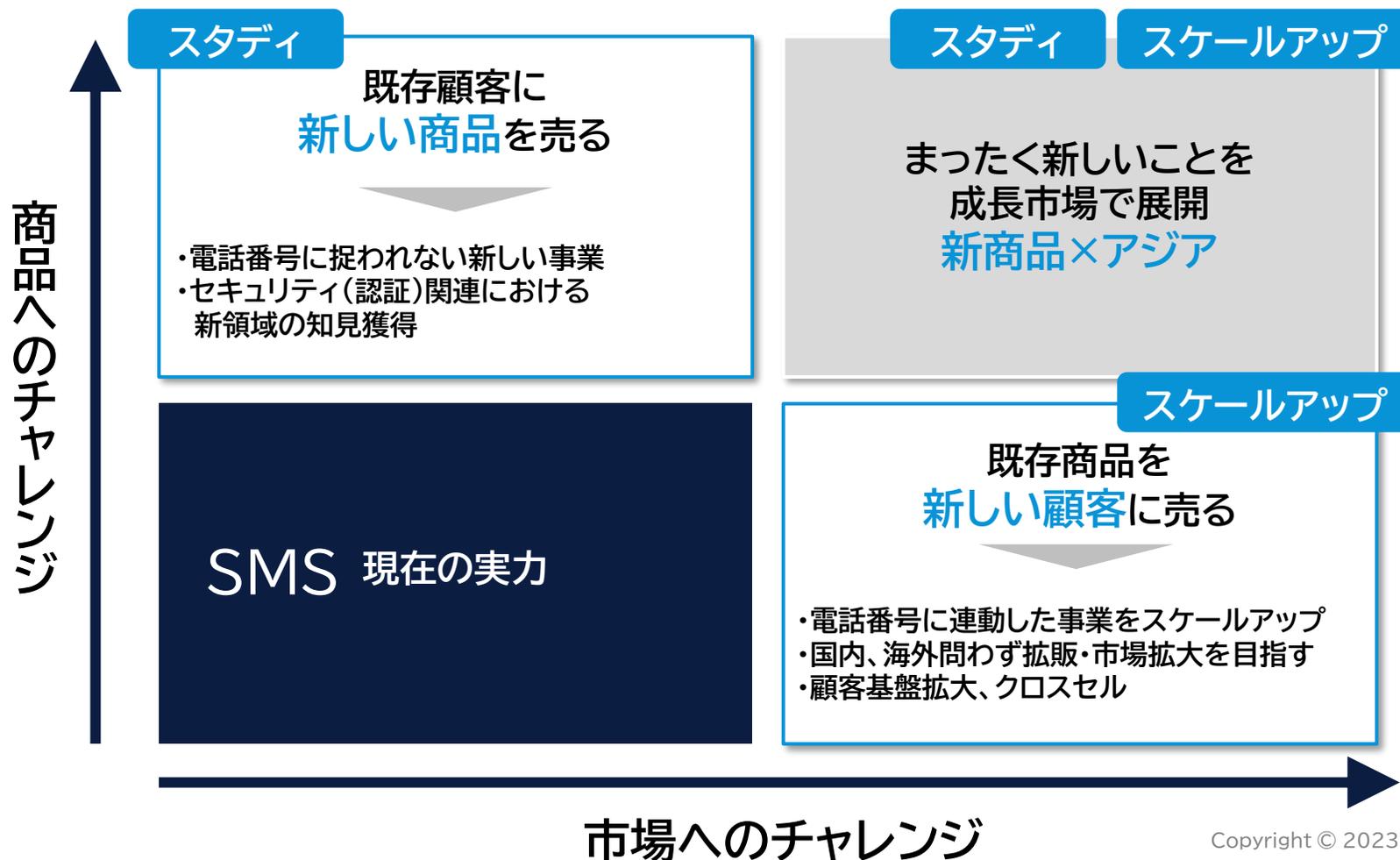
- ・DX化を目的としたソリューションサービスの展開
- ・海外現地法人をM&A
- ・シナジーの最大化



※1 Mobile Squad 社「GLOBAL A2P SMS DATABOOK REPORT, 2019-2024」

※2 通数をデロイト・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、単価を当社にて独自に算定し、「通数×単価=売上」で算出

アクリート経済圏を広げる取り組みとして、12年間のノウハウと、グループ全体で約10,000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



成長戦略－戦略実行による事業の積み上げ

SMSを軸として、これまでに幅広い業界や業態の顧客基盤を積み上げてきた
今後はこの基盤を軸にして、新規サービス拡大や新規顧客創造を国内のみならず海外市場へと展開していく

～2022

2023～2025

約10,000社の顧客基盤
(アクリートグループ全体)
に支えられて、

どこの業界・産業
でも入って行ける
ノウハウがついた。

今後はこのノウハウを活用し
事業拡大を図る。

SMS 現在の實力

SMS 現在の實力

SMS 現在の實力

既存顧客に
新しい商品

既存商品を
新しい顧客

まったく新しいことを
成長市場で展開
新商品×アジア

既存顧客に
新しい商品

既存商品を
新しい顧客

2025年度
連結売上高

170 億円

今後もSMSの可能性を探求していくことを下支えとして

中期的には「セキュリティ、コミュニケーション、行動変容」によって、「スタディ」×「スケールアップ」戦略を推進する

領域

2022年度の施策と効果

中期で目指す姿

各業界の課題＝成長ドライバー戦略

スタディ **スケールアップ**
まったく新しいことを
成長市場で展開
新商品×アジア

ベトナムを皮切りにM&Aを展開
(Viet Guys社のグループ加入)
⇒東南アジア圏への進出の第一歩を実現

ロールアップ戦略をさらに推進
特にアジア圏での当社の事業ノウハウを共有することで
アクリートが日本で構築したソリューションを活かす

スタディ
既存顧客に
新しい商品を売る

・セキュリティ分野での認証領域拡大
⇒顔認証との組み合わせによる入退室管理の
業務効率化の実現

「セキュリティ・コミュニケーション最適化・
行動変容」をテーマに、**新しい収益の源泉**
を創る

スケールアップ
既存商品を
新しい顧客に売る

・特定業界(動物病院)が抱える課題解決支援
・パートナー戦略(組み込みAPI連携の推進)
⇒デジタル化の遅れている業界の業務効率化
の支援

・VUCA時代に突入して発生する課題をセキュリティ・コ
ミュニケーション最適化・行動変容のテーマで解決
・Web3時代を見越した海外メッセージング市場も含めた
アグリゲーターとしてのポジションを確立

SMSの可能性

メッセージングとしての SMS利用用途拡大

更なるSMSの可能性を探求

- ・デジタルIDとしての活用
- ・メッセージングから飛び出してWeb3時代とのコネク
ターとしての可能性を探求

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

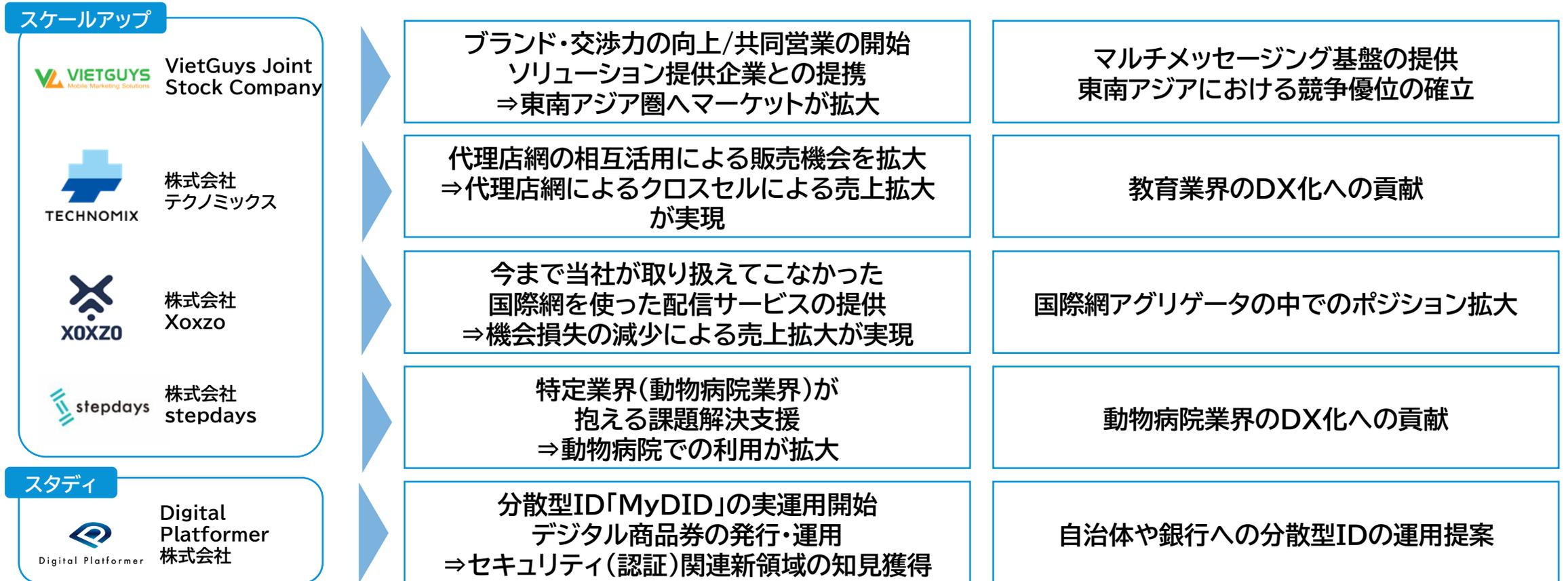


「スタディ」×「スケールアップ」の2軸による成長戦略によって、これまでに投資各社の現状の動きは下記の通り
 今後はさらなるグループシナジーを発揮し、中期経営計画の実現を図る

投資先

2022年度の施策と効果

中期で目指す姿



「デジタル社会に、リアルな絆を」というビジョンのもと、リアルとデジタルを繋ぐ取り組みのテーマとして『**セキュリティ x コミュニケーション x 行動変容**』とし、**3つの視点**で取り組む

POINT
01

「三方良し」となる**価値**（デジタルとリアルの真の融合）の 提供先・提供対象の視点

POINT
02

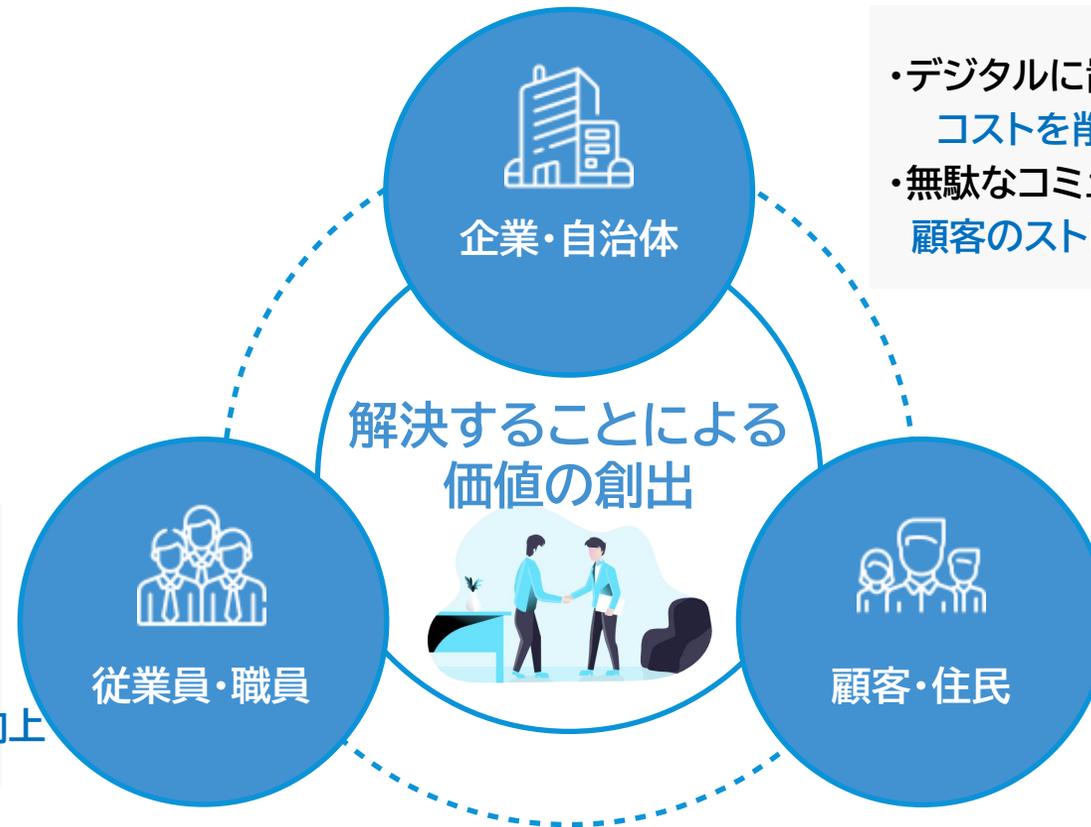
社会環境は変化し、新たに生まれてくる「**現場の課題が当社の成長ドライバー**」と位置付け、現場目線で、課題を解決する視点

POINT
03

Web3で個人が情報との向き合い方が変わると言われるなか、AI/ChatGPTなど先端技術を「**押し付けでなく、寄り添い、の形で組合せ**」て、快適かつ最適なサービスを提供する視点

の3つの視点で、

「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
ストーリーを描いて事業戦略を展開



- ・デジタルに置き換えることで
コストを削減し、収益性を上げる
- ・無駄なコミュニケーションコストを削減し、
顧客のストレスを低減させ、顧客満足度を上げる

- ・「自分」に合ったサービスの情報を
こちらで調べずにお薦めしてもらえる
- ・情報が欲しい時、必要な時に得られるので
ストレスなくサービスを利用できる

- ・古くから続く商慣習で固定化されている
非効率なやり方から脱却できる
- ・膨大な顧客とのコミュニケーション
を効率化することで従業員の満足度が向上

企業 / 自治体 ・ 従業員 / 職員 ・ 顧客 / 住民

「三方良し」となる価値(デジタルとリアルの真の融合)を提供

セキュリティ、コミュニケーション、行動変容のそれぞれにおいて、社会環境は変化し常に新たな課題も生まれている
今後、激変していくデジタル環境において起こり得る前例のない情報社会の課題や変革に対して解決策を提供

POINT

1

セキュリティ

個人情報の取り扱い
の厳格化



GDPR
マイナンバーカード対応
ECサイトでの本人確認厳格化

POINT

2

コミュニケーション最適化

人口減少・人手不足
業務効率化(DX)が急務



労働者不足/人手不足倒産
業界ごとのDX化立ち遅れ

POINT

3

行動変容

新たなデジタル世界
への対応



Web3への対応
Chat GPTなどの
AI技術活用

POINT 03 「押し付けでなく寄り添い」の形でのサービス提供

Web3で個人が情報との向き合い方が変わると言われるなか、デジタルとリアルの真の融合を図る先端技術を「押し付けでなく、寄り添いの形で組合せ」て、サービス提供する

※ 顧客自身の物語にアプローチしていく行動変容支援技術



今後、Web3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
Web3へと移行していく中でコミュニケーション自体は、参加者の意識の変化による行動がより重要となる



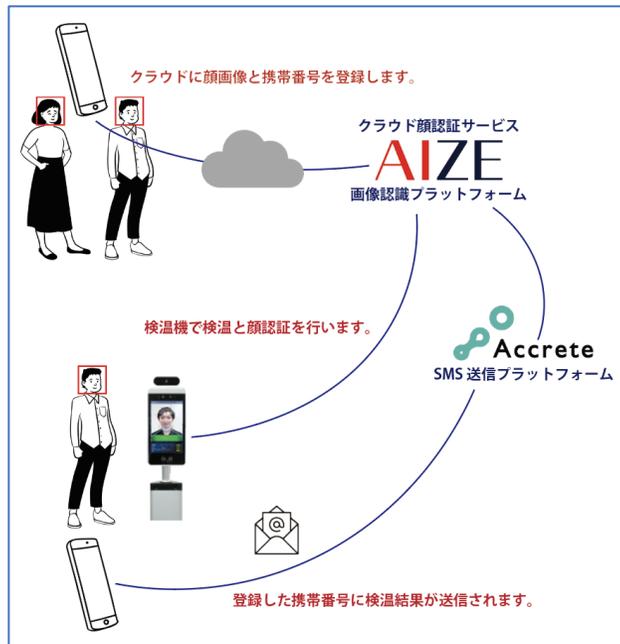
参加者の行動変容が社会や企業などの
課題解決への大きなアプローチとなる

本人認証・リマインド通知・ユーザーとのコミュニケーションなど、セキュリティや情報通知・取得などの場面で、現在、**現場の踏ん張りで支えている部分**を、**SMSを軸としたソリューションサービスが支える**

対象(例)	課題	解決策(価値)
自治体 対面での 小売事業者	 <p>低いITリテラシー → 紙に依存 → 電話に依存 → 人への負担</p> <p>高コスト 長時間 タスク増 人手不足</p> <ul style="list-style-type: none">・オンラインでの、情報収集やコミュニケーションが苦手な人がまだまだ多い・情報の伝達はDMなどの紙に依存・連絡は電話に依存・確認・連絡・問合せなどの対応は人への負担増の原因・人への負担が大きいので担い手が不足している	 <p>SMS + α</p> <ul style="list-style-type: none">・高い普及率で誰にでも届く・短文で視認性が高い・電話番号=本人 確実に届く・どんなサービスでも連携が容易 <p>低コスト 短時間 タスク減 人員最適</p> <ul style="list-style-type: none">・電話番号を伝えるor登録するだけなのでどんな人でも簡単に登録することができる・短文で伝えたいことを簡単に伝えることができる・2要素認証で本人確認の精度が高い・オンライン完結なのでオペレーションコストを減らせる

テニス大会にて、当社のSMSコネクとトリプルアイズ社の顔認証の連携システムで、大会に有益な情報とコロナ対策を提供「本人認証」後に伝えるべき情報を「即時配信」するという認証の拡大とコミュニケーション最適化のシームレス連携を実証

横浜慶應チャレンジャー大会でのPoC



KEIO Challenger

ショートメッセージサービス
SMS
×
顔認証 AI
スポーツイベントの
未来

Accrete

IZE Realize Customer Message
TRIPLEIZE

SMS 認証の世界でコミュニケーションの最適化とセキュリティの両立を図るアクリートと、顔認証 AI や次世代の目覚めとなるパスワードレスの実現を目指すトリプルアイズは、お互いの強み技術を組み合わせることで、デジタルサイドからリアルサイドからもアクセス可能な多要素認証プラットフォーム構築を目指しています。

横浜慶應チャレンジャー国際トーナメント 2022 での実証実験

本大会において、アクリートの SMS 認証とトリプルアイズの顔認証を連携したシステムで、スポーツ大会運営の未来像を提案しております。

- 会場に入る際に検温することで、感染症対策に寄与します。
- 来場者数やゲートの出入り人数分析からスムーズな大会運営に寄与します。
- SMS と顔認証 AI の連携で DX を進め、新しい日常に即したコミュニケーションツールとしての可能性を試します。

【本システムに関するお問い合わせ先】株式会社トリプルアイズ 03-3929-2021

- ・大会のリスク管理が目的、選手・関係者と部外者の区分けの厳格化
- ・事前登録と検温、入退場履歴を顔認証で管理、検温時に本人にSMSで通知
- ・大会参加者の本人認証と連絡手段を一体化した認証・連絡システムを構築

今後、想定している展開

出勤・退勤時の認証・伝達



- ・出勤時・退勤時に伝えたい情報をSMSで配信
- ・個人、個人に異なる業務連絡が可能
- ・工場の作業員やドライバーなどへの業務連絡を想定

イベント来場時の認証・伝達

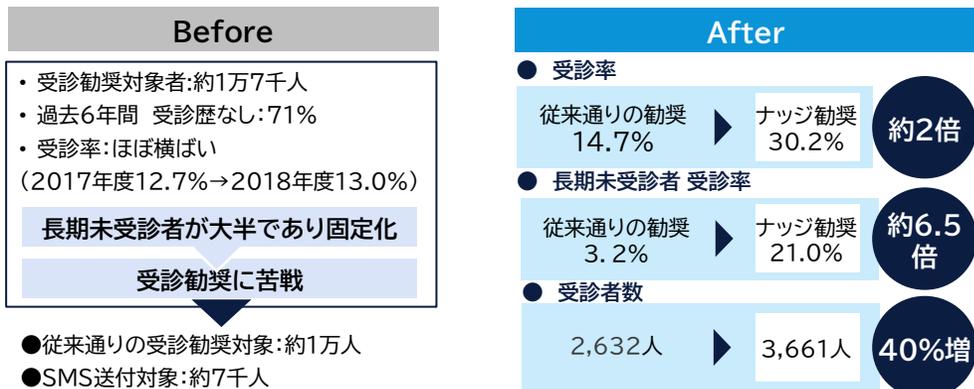


- ・イベント来場した人のみに特典や限定情報を配信
- ・顔認証で確実に来場者のみに配信
- ・来場者限定の特典をプレゼントすることや自動抽選・ポイントの付与などを想定

行動科学(ナッジ)を活用したSMSを送信、**コミュニケーション最適化**によって生まれる**行動変容**の支援を様々な領域で展開

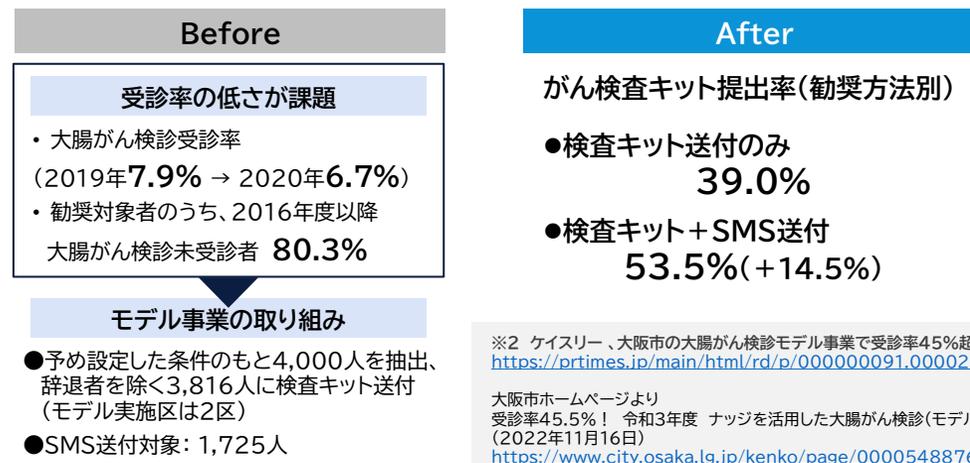
株式会社Godot(旧ケイスリー株式会社プロダクト事業)の特許技術を活用した事業にSMS活用し行動変容を促す

浦添市 大腸がん検診告知→受診勧奨でのPoC ※1



※1 厚生労働省「令和元年度保健福祉分野における民間活力を活用した社会的事業の開発・普及のための環境整備事業」

大阪市 大腸がん検診受診率向上に向けたモデル事業 ※2



※2 ケイスリー、大阪市の大腸がん検診モデル事業で受診率45%超の成果
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000091.000023382.html>

大阪市ホームページより
受診率45.5%! 令和3年度 ナッジを活用した大腸がん検診(モデル事業)報告
(2022年11月16日)
<https://www.city.osaka.lg.jp/kenko/page/0000548876.html>

POINT

今まで動かなかった住民たちが大幅に動いた!



- NudgeAI(※3)を活用し、行動科学のエビデンスと行動データを学習することで、一人ひとりの意思決定や行動を効果的に変容するための個別化されたアプローチ設計が施される
- 住民に適切なタイミング・頻度・文面のSMSを送信することで受診を促す → これまでとは違った行動変容につながる

当社が想定している展開

健康習慣化の支援



- メンタルやヘルスケアに関する興味関心・不安を可視化
- 習慣化を目指した伴走するコミュニケーションツール
- 行動変容を行動科学(ナッジ)を活用して支援

作業現場での業務習慣化の支援



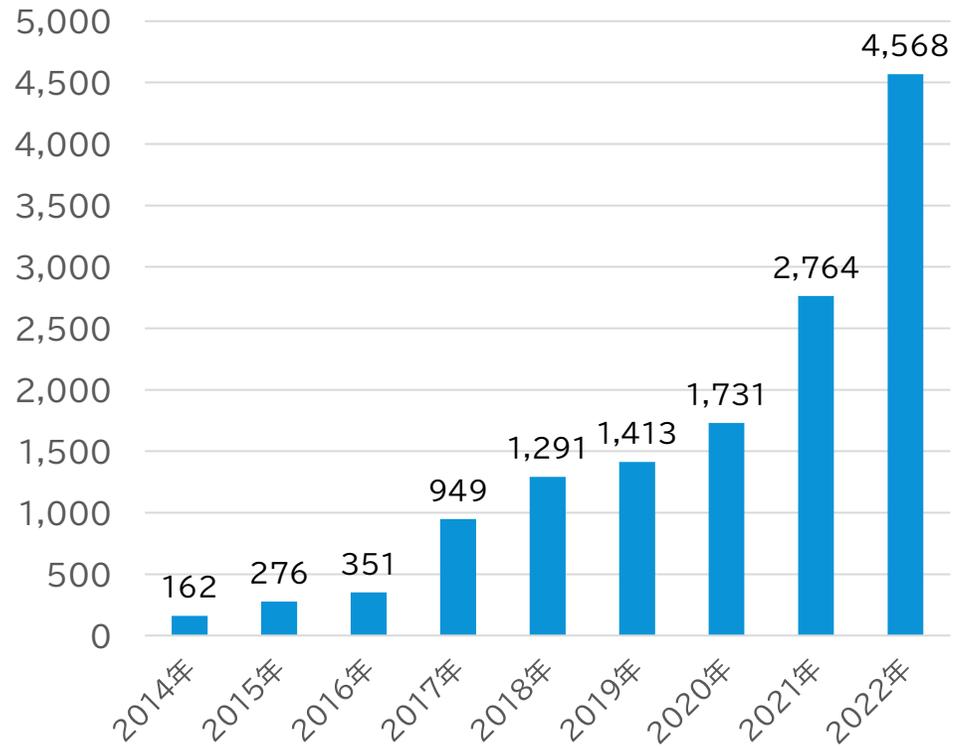
- 作業現場での業務内容をシームレスに伝達
- 業務内容の失念防止、業務の習慣化と質の向上
- リスクリリングなど、新たな業務へ臨む人に寄り添い行動変容を行動科学(ナッジ)を活用して支援

※3 株式会社Godot(<https://godot.inc/>)の行動科学とAIによる超個別化エンジン

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。

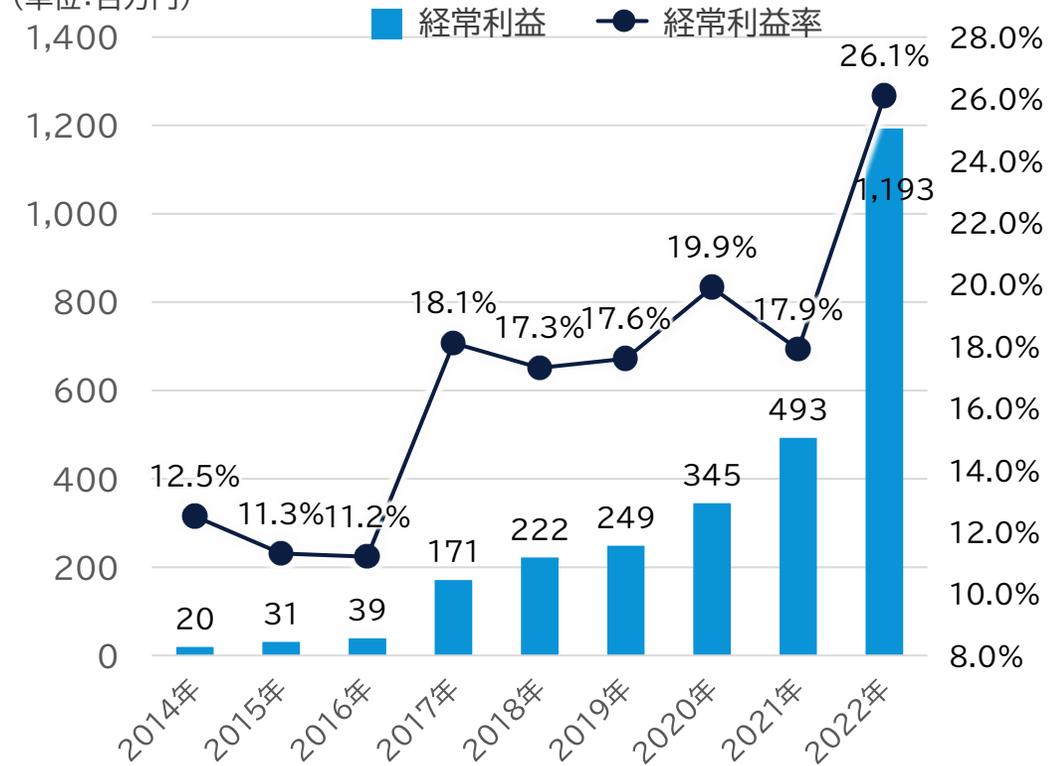
売上高

(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

2025年度 連結売上高 **170** 億円

メッセージング
事業(SMS)

2020-25年
SMS市場の
CAGR
(年平均成長率)

40%以上※1

DX化の潮流に
沿った新規事業

国内のDX市場
2030年には

約**3**兆円※2

既存顧客
約10,000社 ※4
(グループ全体)
+
新規顧客・海外

アジアの
SMS市場規模(2024年)

約**1.2**兆円※3

※1 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

※2 株式会社富士キメラ総研 2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 2020.10

※3 Mobile Squad社「GLOBAL A2P SMS DATABOOK REPORT, 2019-2024」

※4 アジア全体の市場規模との対比により、アクリートグループ全体の既存顧客数に修正

2025年度 業績

売上高

連結売上高 **170**億円
(内、新規事業売上高 **20**億円)

売上
CAGR

- ・国内メッセージングサービス事業
CAGR **30**%以上の成長
- ・海外メッセージングサービス事業
CAGR **50**%以上の成長

営業
利益

・連結営業利益 **30**億円

事業

・国内メッセージング事業は、SMS配信サービスをベースに、成長率を維持し、市場成長以上の成長を見込む。

・子会社化した2社は、アクリートとのシナジー効果による成長スピードアップを図る。

・海外メッセージング事業は、東南アジアを中心にM&A等でマーケットシェア拡大を見込む。

国内、海外のDX化や個人情報の取り扱いに関するソリューションサービス提供を潮流に合わせて拡大。
既存のWeb2.0の世界に加え、新たに広がるWeb3時代に備えてセキュアで最適なソリューションを提供。

国内メッセージング
サービス事業の成長

2025年度 計画売上高

100億円

国内のDX化市場の成長に合わせて
認証や業務連絡のメッセージング分
野で更なる成長を目指す

新規事業による
収益源の創出

2025年度 計画売上高

20億円

コア・バリューである「本人認証・連絡
伝達」を中心とし、各業界の課題に合
わせたDX化を後押しする
ソリューションサービスを展開

海外メッセージング
サービス事業の成長

2025年度 計画売上高

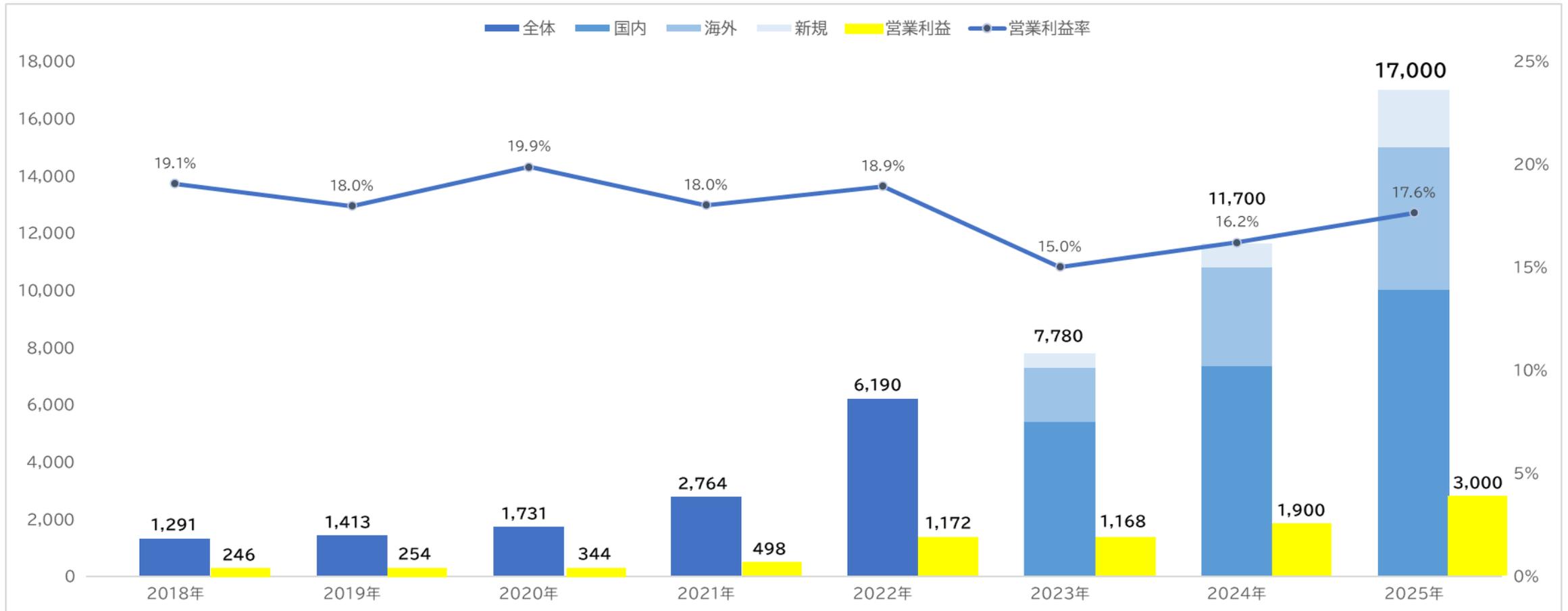
50億円

東南アジアの人口増、経済成長に合
わせて、当社の事業ノウハウを共有
し成長できる企業を買収するローラ
アップ戦略を更に推進

当社2022年8月18日付「中期経営計画策定に関するお知らせ」より引用

国内…SMS市場のシェア拡大、SMS以外のメッセージングサービスのラインアップの拡充。
 海外…東南アジア地域を中心にM&A等を推進、「アジアのアクリート」を目指す。
 ※グループシナジーを活かし、利益率が低めの海外事業が増えても現状の利益率をキープ。

(単位:百万円)



当社2022年8月18日付「中期経営計画策定に関するお知らせ」より引用
 2022年を実績値、2023年を業績予想値に更新

【単体】2023年12月期 業績予想

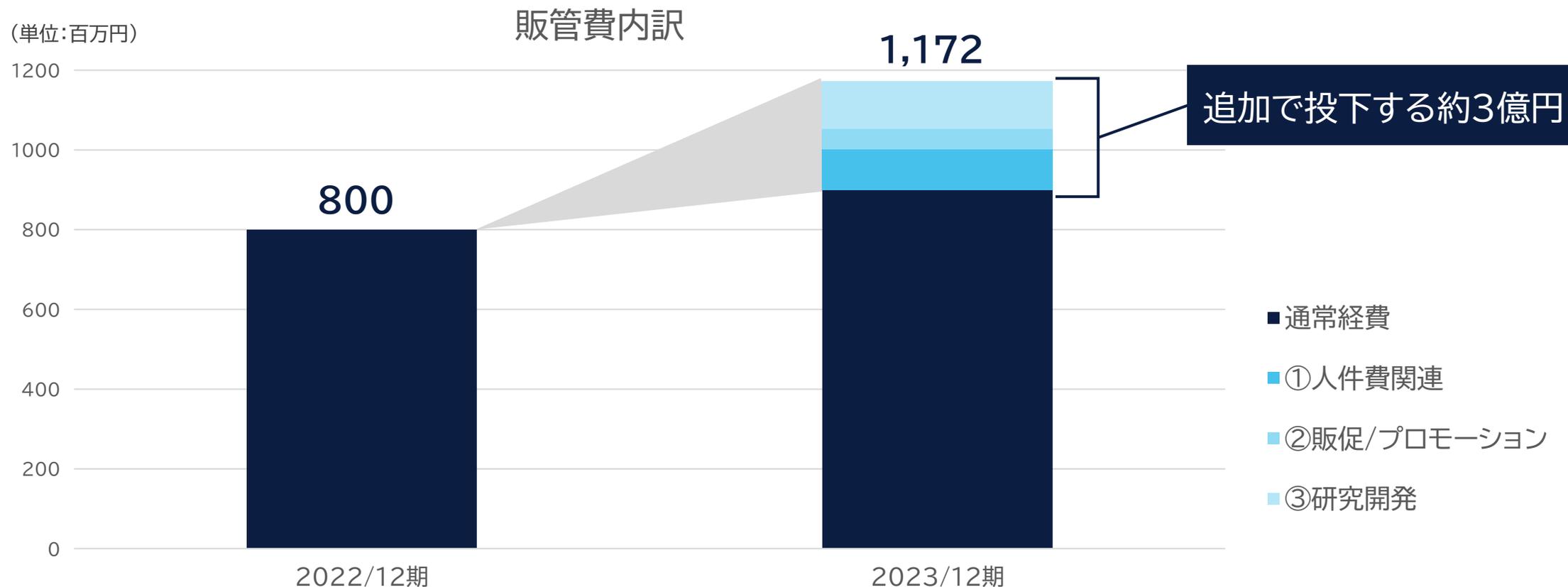
- ・売上高については、コロナによる一時的な売上が計上されたが、2023年度はほぼ影響を受けないとみなし、引き続き、市場の成長に合わせ増収傾向が続くことから対前年比25.2%増の見込み
- ・費用面については、引き続き、積極的採用による人件費、販促強化のためのプロモーション費用、新サービスや新規事業に対する研究開発費用などのコスト増を想定し、営業利益は対前年比ほぼ同額を見込む

	2023年 12月期 予想	2022年 12月期 実績	前年比
売上高	5,719	4,568	+25.2%
経常利益	1,172	1,193	▲1.8%
当期純利益	797	836	▲4.7%

【単体】2023年12月期 業績予想-販管費の増加要因

POINT ① 売上増加に伴う通常のコスト増に加えて、将来への投資として全体で3億円程度を追加

POINT ② 3億円の内訳は、①採用強化35%、②プロモーション強化20%、③研究開発強化45%



【連結】2023年12月期 業績予想

- ・売上高は、連結子会社のVietGuysの売上が2023年度より12か月分計上(2022年度は9か月分)されることにより、対前年比25.7%増の78億円を見込む
⇒2022年度はコロナによる一時的な売上が計上されたが、2023年度はほぼ影響を受けないとみなし、中期経営計画通りで推移する見込み
- ・引き続き、費用面については、積極的採用による人件費、販促強化のためのプロモーション費用、新サービスや新規事業に対する研究開発費用などのコスト増を想定し、営業利益は対前年比ほぼ同額を見込む
⇒中期経営計画の進捗通りで推移する見込み

(単位:百万円)

	2023年 12月期 予想	2022年 12月期 実績	前年比
売上高	7,784	6,190	+25.7%
営業利益	1,168	1,172	▲0.4%
経常利益	1,160	1,176	▲1.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	735	851	▲13.7%



リスク情報

	リスクの内容	対応策
<p>SMS配信サービス市場の拡大について</p>	<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、その市場規模はいまだに諸外国に比べて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、配信通数ともに継続的に成長しておりますが、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や、SMS配信サービスに依存しないサービスの拡充、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>
<p>携帯電話事業者との契約関係について</p>	<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、当社では事業者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。</p> <p>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おりませんが、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、2022年12月期において、当社の売上高の57.4%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>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
<p>新規事業について</p>	<p>当社グループは、引き続き積極的に新サービス、新規事業開発に取り組んでまいりますが、これにより人材の採用やプロモーション費用、研究開発への先行投資等に追加的な支出が発生し、利益率が低下する可能性があります。</p> <p>また、新サービスや新規事業の拡大・成長が当初の予測どおりに進まない場合、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・常時</p>	<p>定期的に各案件の進捗を、全社目線で優先順位や業績への影響等の目線から確認しながら、継続するか否かの判断をタイムリーに行い、損失を最小限に抑えるよう対策しております。</p>
<p>知的財産権の侵害について</p>	<p>当社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>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>

	リスクの内容	対応策
<p>為替相場の変動 について</p>	<p>当社の海外SMSアグリゲーター向けのSMPP国際ゲートウェイサービスは外貨建てとなっている取引もあるため、急激な円高等為替相場の状況により、当社の経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>なお、2022年12月期における外貨建て売上高は、1,532,930千円となっております。</p> <p>また、当社グループはベトナムに海外連結子会社を有しております。為替相場の変動は、連結決算における海外連結子会社財務諸表の円貨換算額に影響を与えるため、為替相場に著しい変動が生じた場合には、当社グループの事業及び経営成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：中程度・常時</p>	<p>海外SMSアグリゲーター向けのSMPP国際ゲートウェイサービスについては、円建ての取引に変更してもらうなど為替相場の影響を受けないよう対策をしております。</p>
<p>カントリーリスク について</p>	<p>当社グループはベトナムに在外連結子会社を有していることから海外各国の独自のビジネス環境を前提として事業を展開しております。海外でのビジネスには、各国の政治、経済の諸条件の変更、各種法制度の見直し等、ビジネスに大きな変動が生じる恐れがあります。予期できない政治、経済の変化や自然災害、紛争の勃発などが生じた場合には、当社グループの事業及び経営成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>事業遂行上の環境変化に対して各国の行政窓口、取引先、各種専門家等から常に最新の情報を収集するよう努めております。</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