

各位

会社名 株式会社ROBOT PAYMENT
代表者名 代表取締役 清久 健也
(コード: 4374 東証グロース)

2023年12月期第1四半期 個人投資家向け決算説明会 質疑応答の要約

株式会社ROBOT PAYMENTは、2023年5月12日（金）に開示した2023年12月期第1四半期決算に関連して、2023年5月22日（月）に個人投資家向けの決算説明会を行いました。その際に投資家の皆様からいただきましたご質問及び時間の都合で回答しきれなかったご質問について、当社の回答を以下にまとめております。

なお、個人投資家向け決算説明会のアーカイブ動画については以下をご覧ください。
(https://finance.logmi.jp/ir_live/290)

ご質問	当社回答
新卒が戦力になるのはいつ頃でしょうか。	（事業管掌 藤田）結論から申し上げますと6カ月程度で一人で営業ができる状態になっています。弊社は創業間もない時から新卒の採用をしており、育成・戦力化のノウハウがあります。加えて、サブスクペイは営業の経験がない中でも販売しやすいサービスなので、そこで営業の基礎と売り上げを得られます。それから、比較的営業が難しい請求管理ロボの方に移り、そちらの売り上げに寄与できるまでが6カ月という風に考えております。
売上の上振れには営業と広告ではどちらが重要でしょうか。	（藤田）両方です。広告は問い合わせを増やすもので、営業は問い合わせの受け皿となります。そのため、広告ばかりを増やすと無駄な問い合わせが増えますし、営業ばかり増やすと問い合わせが足りなくなります。そのため、効率を良くするためにも両方のバランスを取りながら両輪のような形で進めていくのが重要と考えております。
セールス人材を増やしたら売上は伸びますでしょうか。	（藤田）売上という観点でいうと伸びます。セールスを増やすと対応できるお問い合わせが増えるため、広告費を増やすことになりませんが、獲得コストの回収期間が1年半から2年半ほどなので、3年後くらいから黒字化します。そのため、事業の拡大を目指すほど、最初は赤字が広がるというイメージです。今期は、黒字化して1億円の営業利益を出すという方針なので、闇雲にセールス人材を増やすというよりも効率のいい事業運営を進めております。
広告を地下鉄車内ビデオで流せませんか。	（藤田）広告を一つ一つの媒体としてではなく、まとめて考えており、最適な組み合わせをしてCPA（顧客獲得単価）の低減を追求していきます。現在の認識では、地下鉄の車内ビデオはターゲット層でない方も視聴対象になるので効率が良くないと考えており、現在のところは流す予定はありません。

今年は電子帳簿保存法やインボイス対策が忙しい年だったと理解していますが、稼ぎ頭になるであろう請求管理ロボの売上成長が鈍化しているように見えました。これらのイベントが終わった後の成長速度が気になりますが、その場合、他の事業をどのように柱としていくかなど成長戦略を知りたいです。

(藤田) 1Qのリカーリング収益の成長率が22年から23年は21.4%で、昨年度から15ポイント程度鈍化しております。ただ、これは弊社の積み上げ型のビジネスモデルが影響しており、前期に獲得した売上が翌年度に影響してきます。つまり、2022年の2Q3Qに獲得した顧客の単価が低いことが原因です。現在は請求管理ロボとサブスクペイのどちらも単価が上がってきています。トレンドに関しては、インボイス制度は実は紙でも対応できるため、まだ紙で行っている企業はたくさんあります。そのため、まだまだこのニーズの上昇が緩やかに続くと考えています。そして、電子インボイスが始まった際には、より一層のビジネスチャンスになります。請求書を発行すればお金が回収できるという当たり前の機能ではありますが、それが他社製品との差別化になります。さらに、今後も決済+αという形でほかの事業の強化を目指しているため、さらなる成長ができると考えております。

競争環境と強みについてご説明願います。

(藤田) 決済に関しては、マーケットは伸びているがプレイヤーは落ち着いている状況です。当社独自の機能としては、決済システムとは別の顧客管理機能やサブスクのエンジンがついていることです。別企業の製品を用いてバラバラに管理するよりも金銭的なコストと手間が削減できると考えております。加えて、顧客の売上が多くなればなるほど、決済取扱高・件数の増加による収益の増加が見込めます。そのため、顧客と利害を一致できているのも強みだと考えております。請求管理ロボの強みは、決済が入っていることで集金が自動化できていることです。正確な消込を行えるので、経理の大きな力になれると考えております。また、このようなシステムを提供している企業は他にありません。

事業上のリスクや課題について教えてください。

(藤田) セキュリティリスクです。インターネット上にあるので、決済のシステムが常に攻撃に晒される可能性はあります。そのため、先日に3Dセキュアの対応をしたように、リスクへの対応を欠かさずに行っております。

原価率は10%程度になっていますが、事業別の粗利率や、今後の事業成長に伴う粗利率の変化などの見通しをお聞かせください。

(CFO 久野) 反対に言いますと、これまで当社の全体の粗利率は9割とということになりますが、今年度の1Qでも同様です。事業別に関しては、サブスクペイが90.何パーセントかで、請求管理ロボを若干上回ります。今後に関しては、ソフトウェア等の無形固定資産の減価償却が若干あるため、87~89%程度になる見通しです。ただ、急に80%を切るといったような大幅な下落はないと考えております。

黒字転換されていますが、固定費はどの程度でしょうか。

(久野) ビジネスモデル上、固定費と変動費を明確に区別するのが難しくはありますが、比率としては高く5割超だと思っております。それ故に、増収に対して費用がそこまで増えないので、来期以降も費用の伸びを抑制し、売上を伸ばせる費用構造になっております。

第1四半期にして利益の通期進捗率35%と高めになっていますが、会社予想は据え置きとなっている理由を教えてください。

(久野) 1Qは3,500万円程度の営業利益を出すことができました。要因としては、サブスクペイのスプレッド収益、取扱高に応じた収益が予想より上振れたことです。今後の修正に関しては、2Q以降はそれほどの上振れがないと予想しておりますし、新卒の入社もあるため、予想は据え置きとしております。ただ、上方修正が必要でしたら、速やかに開示を行います。

粗利率が90%程と高いため、トップラインの伸びが拡大すれば将来の営業利益の伸びも想像できます。そこで、今の事業で将来的に売上高100億円は可能なのでしょうか。その場合、他の事業やM&Aが必要だと思われるのでしょうか。

(代表取締役 清久) 売上高と利益の両方を重視しております。売上高は100億円達成可能で、利益も100億円目指しております。また、時価総額を1,000億円以上にし、将来的には1兆円を目指します。そのために、現在は売上とともに利益創出に注力し、他の事業のM&Aも検討しています。具体的には、1click後払いとサブスクペイ Professionalに加え、ファクタリングや企業提携の検討と企画を進めています。さらに、Salesforce開発領域や決済の開発など、新しい事業の企画も進行中であり、不動産関連やチャットGPT活用のためのプロンプトエンジニアリングなども構想段階ではありますが考えています。また、決済データの活用も調査を開始しており、必要な部分はM&Aによって補完する予定です。M&Aに関しては、着実な成長を目指しており、売上高と利益を100億円以上にするために努力していくつもりです。

ヘッドウォータースとの連携が業績に反映されるのはいつ頃でしょうか。具体的に何をするのか教えてください。

(藤田) まずはヘッドウォータースとの連携内容について説明します。ヘッドウォータースがスマートシティなどを開発するときに、彼らも持つIDと我々が持っているIDを統合する形で、決済を可能にします。我々からみると、スマートシティ等の中で提供される新しい形のサービスに対して決済を提供する際に、ヘッドウォータースと提携してご提案することができます。ヘッドウォータース側から見ると、彼らはいままで決済を提供できなかったため、Web上で金銭が動く経済活動までカバーすることはできずにいましたが、我々が決済を提供することで経済活動までサポートすることができます。業績にいつ反映するかについては、新しい分野なので、正直、未知数です。例えば半年後にすぐ反映するということはないと思いますが、ゆくゆくは成長する分野ですので、その時にヘッドウォータースと綿密に連携することで、弊社の売上が向上することが見込まれます。

将来の投資のための資金調達として、株価が上がると増資の可能性はあるのでしょうか。また、出来高はある程度増やしておく必要があると思いますがその施策として今後株式分割を行う予定はありますか。

(久野) 増資に関しては、重要事実となりますので、お答えすることはできません。ただ2月14日に出させていただきました決算説明資料にも記載の通り、現在のキャッシュポジションを含め、基本的には資金調達自体が不要だと考えています。これからは、利益創出にもフォーカスしますので、基本的には、営業キャッシュフローの範囲内で投資を行う方針です。売上、利益の創出、そして将来的には配当の開始とその増加を目指しています。そのような結果を出すことで、投資家の皆様から信頼される企業を目指しております。例としてGMOペイメントゲートウェイ様を挙げますが、増収、増益、増配を達成し、長期で安定して保有することができる銘柄として市場から評価されている企業だと認識しており、そこを我々も目指していきます。

また、先ほど清久から言及があったM&Aについても、厳しい基準を設けて対策を講じております。その基準には、バリュエーションやのれん負けしないことなどが挙げられます。我々は利益を一時的に下げてもM&Aを行うということはしません。基準を厳しく守り、投資家の皆様をがっかりさせることがないように努めてまいります。

加えて、株式分割についても重要事項であり、具体的な言及はできませんが、流動性の向上は必要だと考えております。個人投資家様向けの説明だけでなく、IR活動もしっかりと行い、皆様のご理解を深めていくこととお約束します。

(未回答部分) 請求管理ロボについて、一気通貫が強みだが、実際に一気通貫ですべて御社にお任せしている顧客の比率を教えてください。

請求管理ロボの顧客のうち、決済も含めた請求管理業務を一気通貫でご利用いただいている顧客は約5~6割になります。顧客によって業務フローが異なるので一概に言えないですが、残りの企業は他社の決済代行会社と別途契約をしているか、請求書発行システムとして請求管理ロボを利用し、入金には銀行振込のみで対応、入金管理は各銀行のサイト上で行っている等のパターンが考えられます。

決済も含めた一気通貫で請求管理ロボを利用いただくことで、よりメリットを享受していただきやすいため、決済連携の利用を促進しております。

(未回答部分) サブスクペイは現在市場シェア4%程度であり、競合他社が追随をしない、かつ時流に乗っているサービスの割には伸長率が低いと考えています。メディアに出演するなど、広告コストをかけずにシェアをもっと伸ばす方法の実行はしているのでしょうか。

おっしゃる通り、市場に対してまだ相対的なシェアは低く、伸長の余地は大きいと考えております。サブスク管理という側面で見ると、まだサブスクの顧客管理を行っていない、もしくは紙やExcelで管理を行っている事業者が依然として多い認識ですので、広告出稿に限らず、サブスクの顧客管理・継続課金システムの存在自体の認知を高める広報活用も重要であると考えております。

例えば、直近5月22日には日本経済新聞の特集『NEXT Company』に、「サブスクペイ」についての記事が掲載されました。
(https://ssl4.eir-parts.net/doc/4374/ir_material/207252/00.pdf)

このように、記事に取り上げられる等の広報活動で認知を高め、シェア拡大を目指してまいります。

(未回答部分) 海外進出は考えておられますか。

現状は考えておりません。サブスクペイ、請求管理ロボともに国内でも非常に大きな市場に属しており、十分な成長余地があると考えられること、国内と海外では商習慣が大きく異なり、同じような成長ができる蓋然性が高いとは言い切れないことから、当面は国内でのシェア拡大と利益創出を志向しています。

■会社概要

社名 : 株式会社ROBOT PAYMENT (東証グロース : 4374)

所在地 : 東京都渋谷区神宮前6-19-20 第15荒井ビル4F

設立 : 2000年10月

代表 : 代表取締役 清久 健也

URL : <https://www.robotpayment.co.jp/>

請求管理ロボ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/mikata/>

請求まるなげロボ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/marunage/>

サブスクペイ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/payment/>

▼メールマガジン・LINE公式アカウントで各種情報を配信しています メールマガジン

- ・すべての適時開示・PR情報をリアルタイムにお知らせ
- ・登録はこちら : <https://www.magicalir.net/4374/mail/>

LINE公式アカウント

- ・主要ニュースリリース（解説コメント付き）、イベント案内・セミナー出演のお知らせ等
- ・IR担当者とチャットで質問・お問い合わせのやりとり
- ・登録はこちら：<https://lin.ee/keiczv9>

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ROBOT PAYMENT
担当者名：執行役員 IR室 室長 新藤 雅之
電話番号：03-5469-5780
メール：ir@robotpayment.co.jp