



## 事業計画及び成長可能性に関する事項

ペイクラウドホールディングス株式会社  
東証グロース：4015  
2024年11月25日

# INDEX

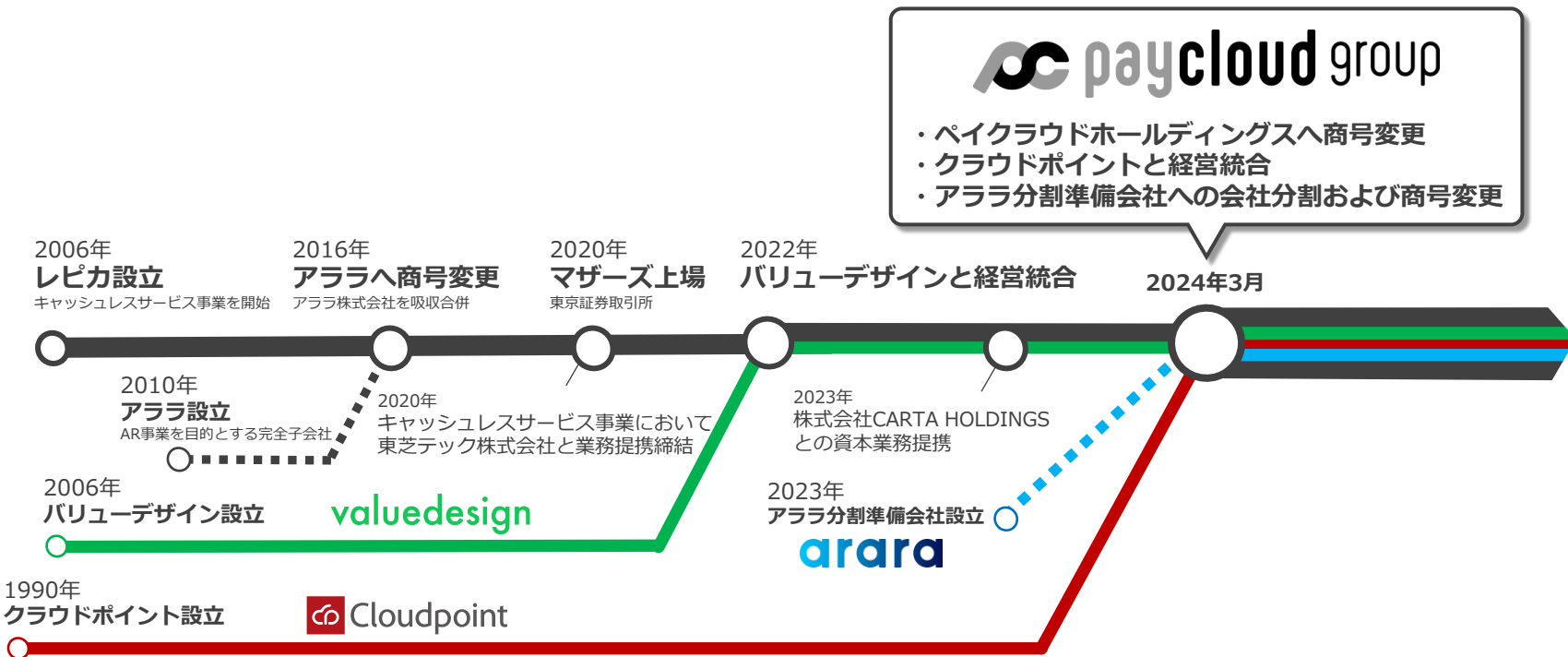
1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

## 当社の歴史

- キャッシュレスサービス事業からスタートし、政府が掲げるキャッシュレス化推進を背景に事業成長。
- 2022年にバリューデザインとの経営統合でキャッシュレスサービス事業をさらに拡大。
- デジタルサイネージを手掛けるクラウドポイントとの経営統合を経て、リテールマーケティング分野へ事業拡大。

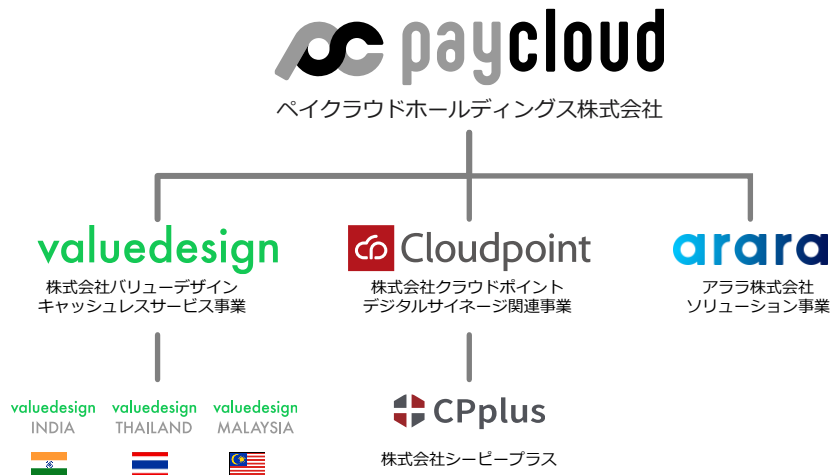


**paycloud group**

- ペイクラウドホールディングスへ商号変更
- クラウドポイントと経営統合
- アララ分割準備会社への会社分割および商号変更

# 企業概要

- ・2024年3月1日に純粋持株会社体制への移行完了。
- ・ペイクラウドホールディングスは、バリューデザイン、クラウドポイント、アララを傘下におく。



会社名	ペイクラウドホールディングス株式会社	
設立	2006年8月	
所在地	東京都港区南青山2-24-15 青山タワービル	
従業員数 (連結)	276名 (2024年8月末時点)	
取締役 (注)	取締役会長	三浦 巖嗣
	代表取締役副会長	岩井 陽介
	代表取締役社長	尾上 徹
	社外取締役	種谷 信邦
社外取締役 (監査当委員)	社外取締役 (監査当委員)	金子 毅
	社外取締役 (監査当委員)	井上 昌治
	社外取締役 (監査当委員)	米田 恵美
事業内容	ペイクラウドグループ各社の経営管理事業等	
資本金	1,021百万円 (2024年8月末時点)	
子会社	株式会社バリューデザイン (キャッシュレスサービス事業) 株式会社クラウドポイント (デジタルサイネージ関連事業) アララ株式会社 (ソリューション事業)	

(注) . 2024年11月開催予定第19回定時株主総会決議を前提とし、三浦 巖嗣、岩井 陽介、尾上 徹については再任  
井上浩毅、林秀治については、2024年11月開催予定の定時株主総会にて任期満了を予定。なお、両名については執行役員として、執行に携わる



ミッション

アイディアと  
テクノロジーで  
世界をもっとハッピーに

目指す姿

日本を代表する  
世界で活躍する  
企業グループ

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

# 主要数値 (2024年8月期実績)

売上高 / 前期比成長率 (注1)

**6,853**百万円 / **+53.1%**

調整後EBITDA (注2) / 前期比成長率 (注1)

**721**百万円 / **+43.8%**

営業利益 / 前期比成長率 (注1)

**337**百万円 / **+106.6%**

セグメント別売上高

キャッシュレスサービス事業

valuedesign

**3,376**百万円

デジタルサイネージ関連事業

Cloudpoint

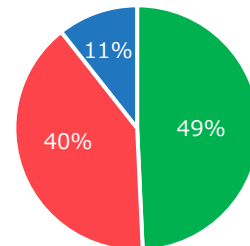
**2,748**百万円

ソリューション事業

arara

**728**百万円

売上高構成



(注) 1. 旧アララの2022年9月～2023年8月（12か月分）及びバリューデザインの2022年7月～2023年8月（14か月分）を集計した場合での比較  
クラウドポイントは、2024年3月～8月の半期分の数値を反映

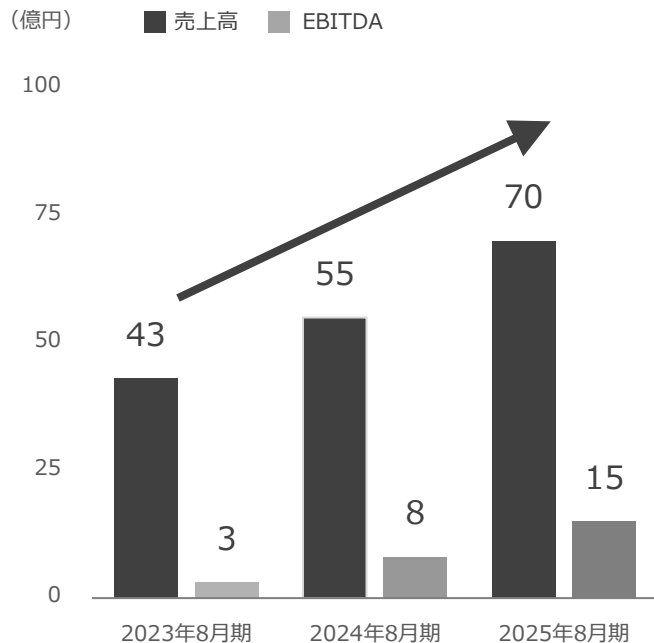
(注) 2. 2024年8月期よりEBITDAの調整項目に株式報酬費用を追加：調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む） + 株式報酬費用



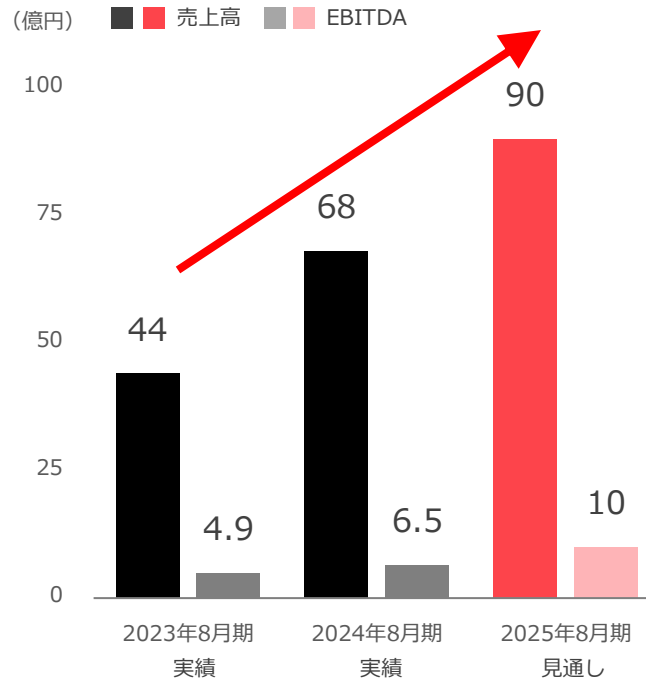
## 中期経営計画に対する進捗

- ・計画最終年度となる2025年8月期の売上高は、中期経営計画で発表した70億円に対し90億円の見通し。
- ・EBITDAは、キャッシュレスサービス事業へのシステム投資加速による一部費用化などにより10億円を見込む。

### 中期経営計画

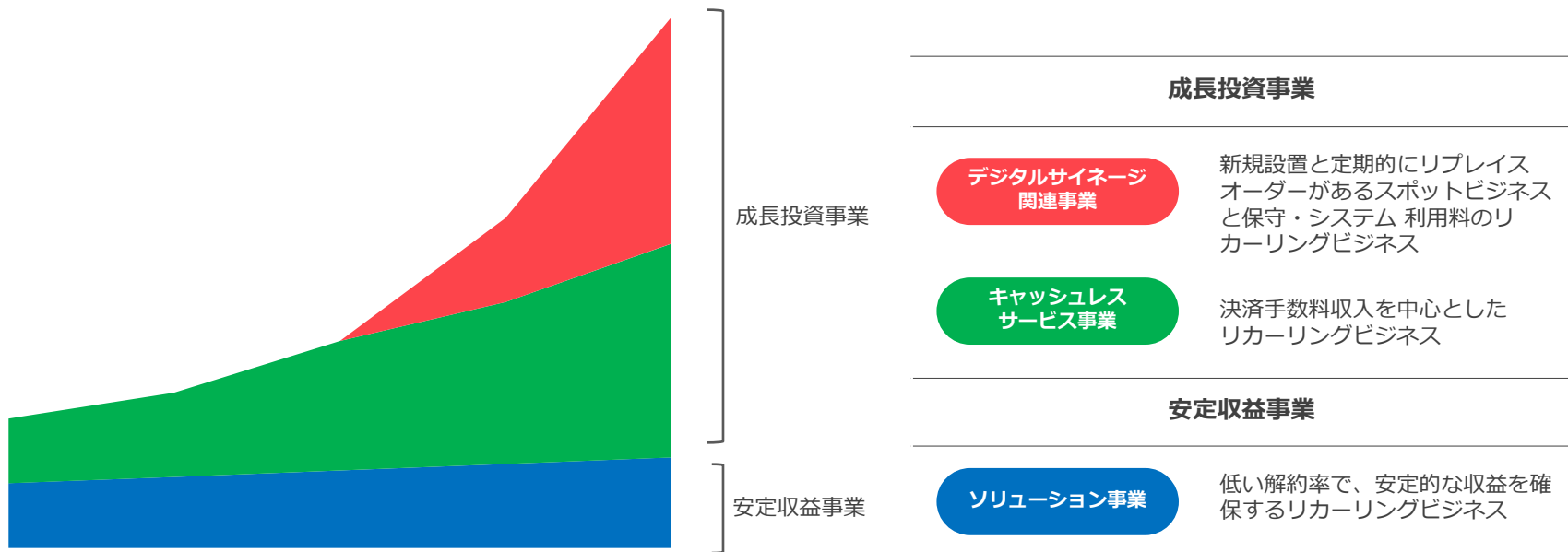


### 2024年8月期実績および2025年8月期見通し



## 各事業の位置づけ

- 成長投資事業として、キャッシュレスサービス事業とデジタルサイネージ事業を、安定収益事業として、ソリューション事業を位置付ける。



# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. **キャッシュレスサービス事業** バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. **デジタルサイネージ関連事業** クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. **ソリューション事業** アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

## 事業概要

- バリューデザインは、店舗ビジネスを展開する企業等を中心に、店舗の常連客向けに特典や優遇を提供できるキャッシュレスサービス「独自Pay」を軸としたサービスを提供。
- 主な売上は、決済手数料によるリカーリング売上。

### 「独自Pay」とは

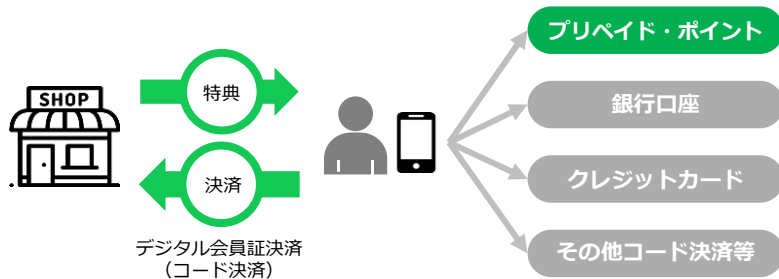
独自Pay (会員証決済) = 独自決済サービス (プリペイド) + 汎用決済サービス (銀行、クレカ等)

#### デジタル会員証決済

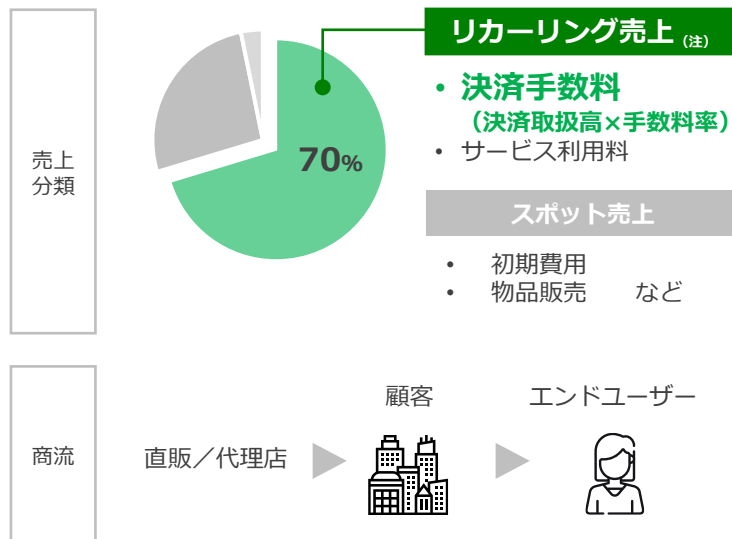
店舗が独自のデジタル会員証を発行し、店頭決済を行うキャッシュレスサービス

#### プリペイド式ハウス電子マネー

チャージ手法には、店頭現金以外にweb上でのクレジットカード決済や銀行口座決済を行う方法がある



### ビジネスモデル



(注) リカーリング売上とは、顧客と継続して取引を行うシステムを構築することで繰り返し得られる売上

## 導入事例

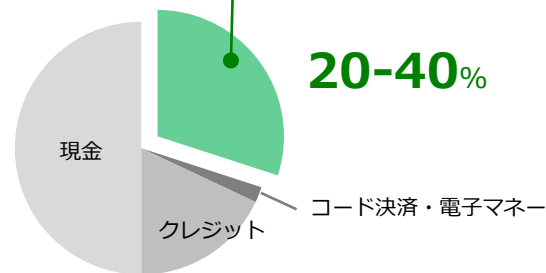
- スーパーマーケットや飲食店舗などを展開する導入顧客が各々の「独自Pay」を発行し、便利・お得に利用できるキャッシュレスサービスとして、エンドユーザーへ提供することで常連化を促す。
- 従来の紙の商品券等をデジタル化することで、業務効率化や利用状況の把握を可能にする。

業種▶	スーパーマーケット	飲食店	用途
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュレス決済</li> <li>・デジタル会員証</li> <li>・デジタルギフト</li> <li>・株主優待</li> <li>・福利厚生</li> <li>・ふるさと納税</li> </ul>
			

## 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<sup>(注1)</sup>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<sup>(注1)</sup>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。

	独自Pay	汎用決済
導入目的	利用頻度の向上	新規客の獲得（集客）
決済機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>手数料が相対的に低い</li> <li>特定の店舗での利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>手数料が相対的に高い</li> <li>幅広い店舗での利用</li> </ul>
マーケティング機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>常連客に対し手厚い特典</li> <li>顧客にとってデータの蓄積・活用が容易</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用者に一律の特典</li> <li>顧客にとってデータの蓄積・活用の難易度が高い</li> </ul>
主な利用者	常連客	一般客



### 当社グループ顧客の店舗の売上に占める独自Pay決済の比率

当社グループ顧客店舗においては、汎用決済が売上全体の20%に対し、独自Pay決済が20%-40%を占める。  
多くの当社顧客店舗においては、独自Pay決済比率は汎用決済よりも高い<sup>(注2)</sup>。

(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. 当社グループであるバリューデザインの顧客（主にスーパーなどの量販店）の場合

## 市場のニーズ

- ・ 汎用決済では叶えられない自社会員向けサービスとして、「独自Pay」のマーケティング機能が求められている。
- ・ キャッシュレス決済の普及により顧客店舗が決済事業者を支払う手数料負担が増加。独自Payの導入・利用促進により決済手数料負担の低減が見込める。
- ・ 店舗運営企業をはじめ、地方自治体などでも業務効率化・データ活用の観点から紙の商品券等のデジタル化が加速。

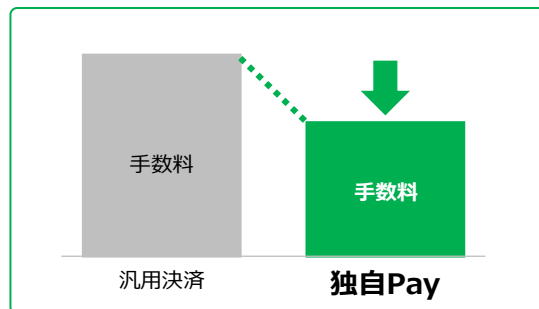
### 囲い込み・他店への流出防止



汎用決済ではデータの蓄積・活用が叶わず、マーケティング施策に活かせないため、再来店促進にはつながりにくい。

顧客店舗がエンドユーザーに対し、独自Payの利用を促すマーケティングを行うことでチャージ・利用額の増加、再来店（ロイヤルカスタマー化）が見込める。

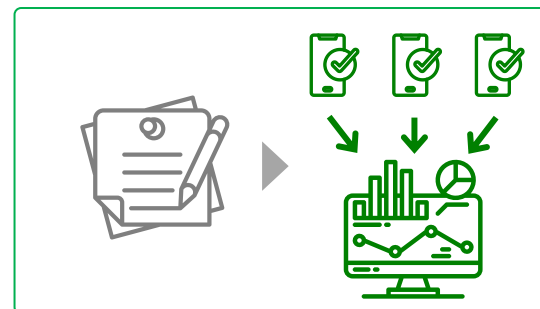
### 手数料負担・資金調達コストの低減



クレジットカードなどさまざまなキャッシュレス決済の導入後、決済手数料の負担が顧客店舗の重荷になっている。

独自Payは、決済に伴う通信費用コスト等がなく低い手数料率を実現。プリペイド型の場合、利用者の増加とともに金利負担のない資金が発行体である顧客の手元で増加。

### デジタル化による業務効率アップ



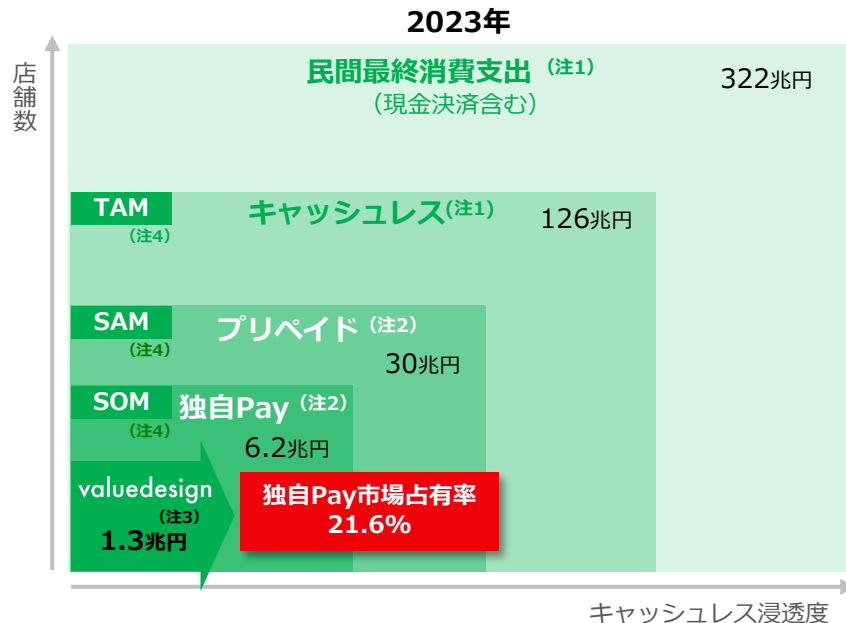
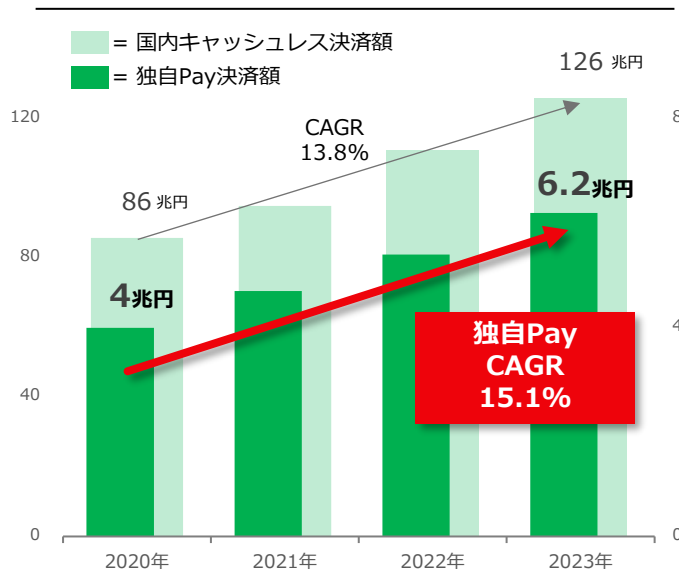
店舗運営企業をはじめ、地方自治体でも業務効率の改善やデータ活用を目的とするデジタル化が加速。

従来、紙で運用していた商品券や地域振興券などをデジタル化することで工数削減、データ活用が可能となる。

## 市場規模

- 2020年から2023年までの4年間のキャッシュレス決済額の年CAGR（年平均成長率）は、13.8%（注1）。
- 独自Payが属するハウス型プリペイドカードの同期間のCAGRは、15.1%（注2）
- 独自Pay市場の成長がキャッシュレス決済額全体の成長率を上回る。

「国内キャッシュレス決済額」および  
「独自Pay決済額」推移

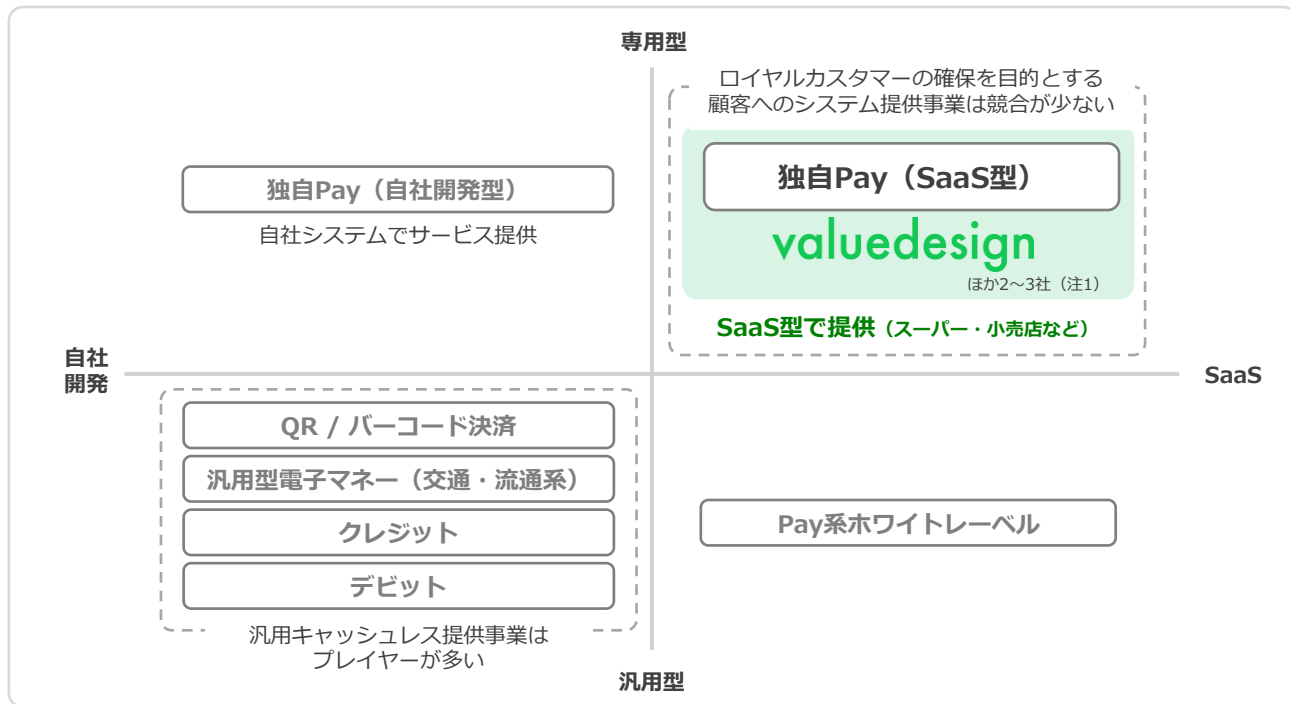


(注) 1. 2024年3月経済産業省公表「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」<https://www.meti.go.jp/press/2023/03/20240329006/20240329006.html> の数値を参照  
 (注) 2. 2023年の「キャッシュレス決済市場」「プリペイド決済市場」「ハウス型プリペイド市場」（見込み）を使用。（出所）2024年株式会社矢野経済研究所「2024年版 国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測」  
 (注) 3. 2024年8月期実績の「リユー・デザイン社」の決済取扱高を使用  
 (注) 4. TAM = 獲得できる可能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



## 競合環境

- 主要な独自Payサービス提供事業者は、バリューデザインを除くと2、3社（注1）。
- 顧客店舗における役割の違いから、「独自Pay」は汎用決済と競合関係には無い。
- バリューデザインは、主にスーパー・小売店などを展開する企業に独自Payのサービスを提供。



### 食品スーパーでのシェア



## 240社以上

食品スーパー、食品ディスカウンター、業務用食品スーパー、小型食品スーパーなど、独自Pay未導入企業を含む約1,000社のうち240社以上（約24%）の企業で採用（注2）。

（注）1. 当社調べ

（注）2. 日本全国スーパーマーケット情報のデータをもとに当社で作成

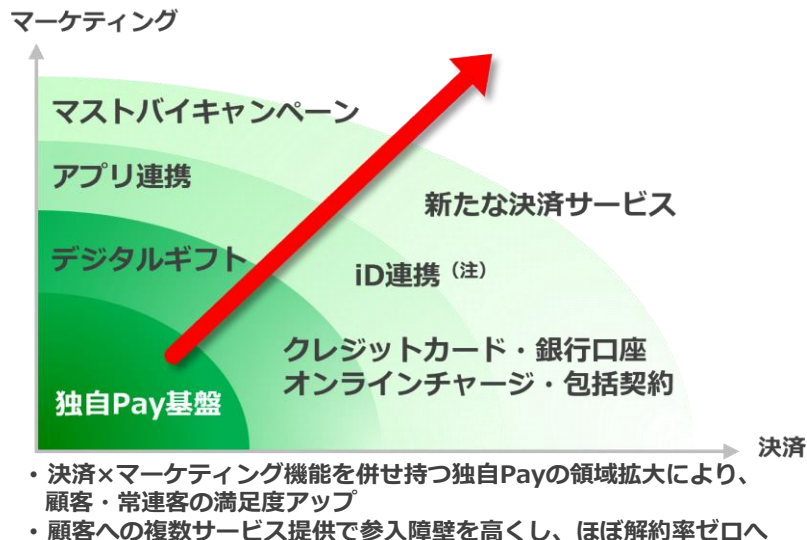
## 強み・特徴

- 各顧客にとって自社の電子マネーは1種類のみとなるため、それを支える当社グループは顧客にとって唯一の契約先。
- 顧客の成長を支援するサービス群の提供により顧客解約率をゼロに近づけ、取扱高と収益の長期的な確保が可能。
- 「独自Pay」で構築した顧客基盤に新サービスを追加し続けることで事業領域の拡大とサービスの魅力を高める。

### 独自Pay提供の強み



### 独自Payの領域拡大



## 「取扱高」と「収益」の長期的な確保が強み

# 成長戦略

- 「売上アップ・囲い込み」ニーズを背景にキャッシュレス化が進み、新たな課題「キャッシュレスコスト削減・DX推進」の解決策として、独自Payの市場および用途を拡大。

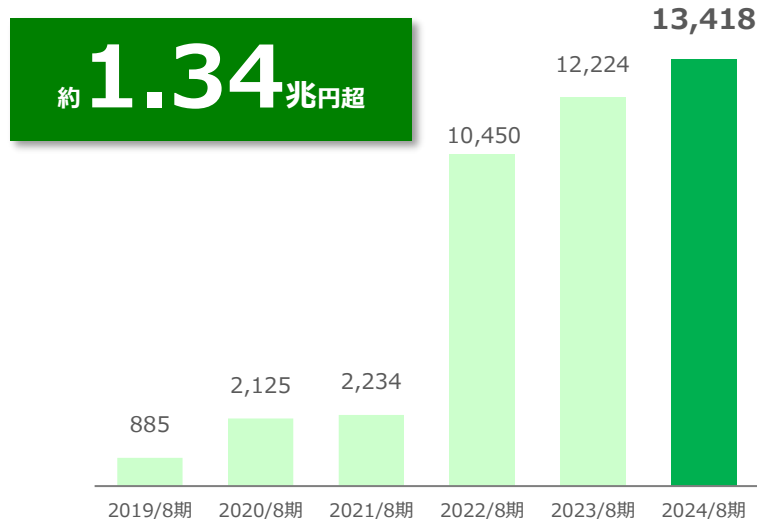


## 主要KPIの推移

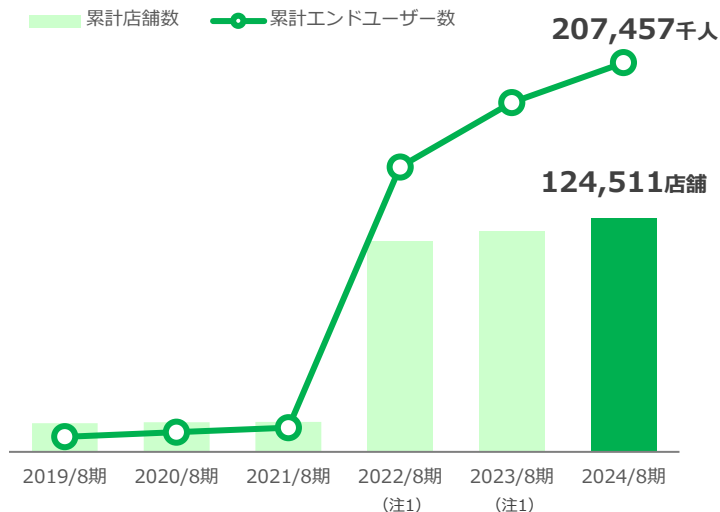
- 中期経営計画で目標としてた1.5兆円を下回り、2024年8月期の年間決済取扱高は1.34兆円超。
- 新サービスリリースの遅れ、受注済大型案件の決済取扱高が期ズレしたことが未達の一因。
- 新規顧客獲得により累計店舗数、累計エンドユーザー数ともに拡大し、2024年8月末時点で累計店舗数は124,511店舗、累計エンドユーザー数は207,457千人。

### 年間決済取扱高の推移

(単位：億円)



### 累計店舗数・累計エンドユーザー数 (注2) の推移

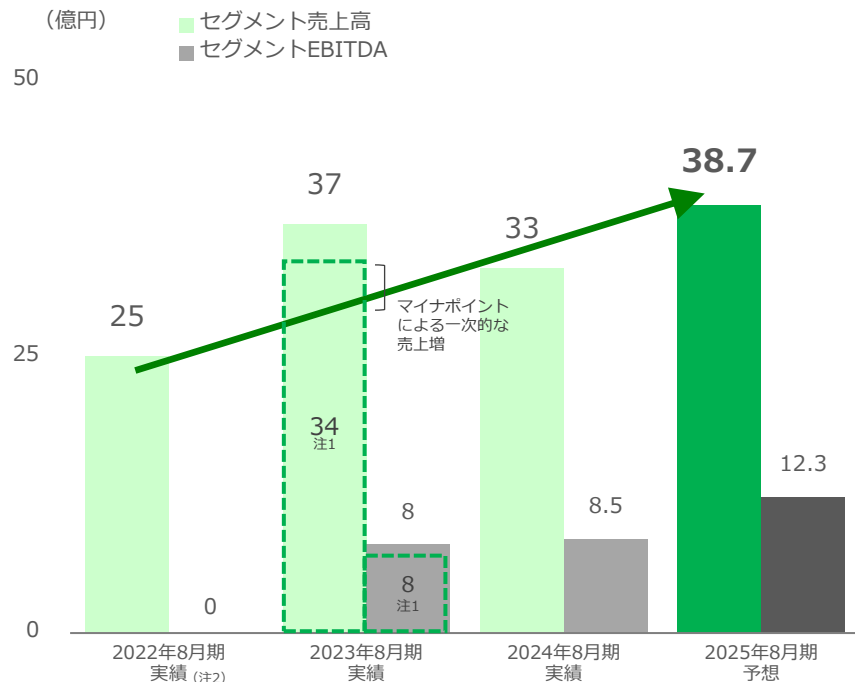


(注) 1. 2022/8期、2023/8期はアララとバリューデザイン合計値を記載

(注) 2. 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

# 業績目標

## キャッシュレスサービス事業



### 経営統合後順調に成長

2022年にバリューデザインと経営統合。旧アララのキャッシュレスサービス事業をバリューデザインへ一本化。経営統合以降2025年8月期までのCAGR16.0%。

### 2025年8月期

「銀行口座チャージ」「現地決済型ふるさと納税」等新サービスをリリース。決済取扱高の増加、期ズレの受注済案件のリリースにより対前期+18%の売上増を計画。

### システム投資の加速

決済取扱高の増加に備えたシステム増強。将来の保守費用逡減を目的とした旧アララ・バリューデザインシステムの環境の統合に係る投資を計画。

(注) 1. 旧アララの2022年9月～2023年8月（12か月分）及びバリューデザインの2022年7月～2023年8月（14か月分）を連結した変則決算の影響を除いた場合の実績

(注) 2. 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

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

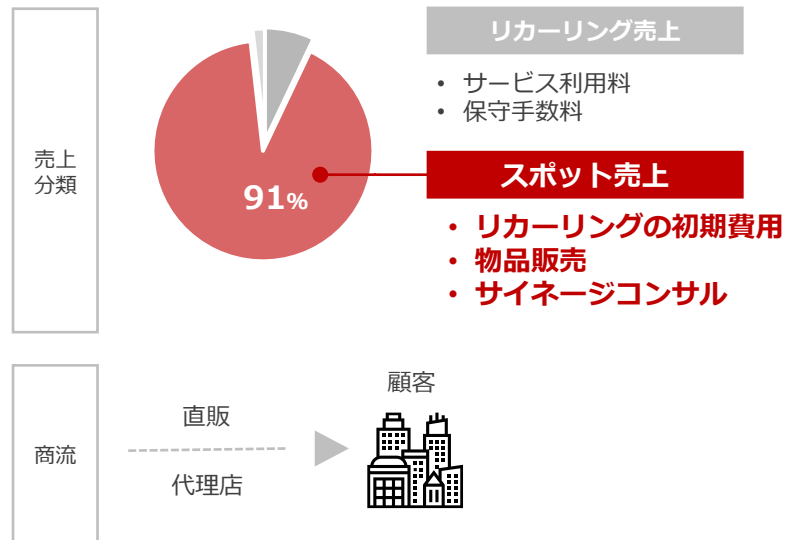
## 事業概要

- 「スマートな生活空間の創造」をミッションとして、空間演出で培ったクリエイティブカを背景に、デジタルサイネージのコンサル・企画設計・システム開発・設置工事・コンテンツ制作・メンテナンスに至るまで、クラウドポイントオリジナルの映像デバイスを組み合わせ、ワンストップでサービスを提供。
- 機器やシステム等の導入/入替時の物品売上などのスポット売上と、配信システムの運用や機器・システム保守等の手数料売上をリカーリングで受領するビジネス。

### 主なサービス概要



### ビジネスモデル



## 導入事例

- KFC社(注)、サーティワン社(注)の店舗ではメニューボードやPOPにデジタルサイネージを活用。メニュー等の発信に加えて、時間帯に合わせた販促プロモーション情報を配信。
- ミニストップ社では、メニューボードに加え、ソフトクリームなど店内販売商品の用意が完了したことを知らせる呼び出し掲示板としての活用、広告枠としての活用も進む。

業種▶

飲食店

コンビニエンスストア

### KFC社(注)

メニューボード



### サーティワン社(注)

メニューボード



### ミニストップ社(注)

メニューボード・呼び出し掲示板



(注) KFC社=日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社、サーティワン社=B-R サーティワン アイスクリーム株式会社、ミニストップ社=株式会社ミニストップ



クラウドポイント最新事例紹介ページ  
<https://www.cloudpoint.co.jp/case/>



## 市場のニーズ

- ・ 情報量が増え、常に伝えたい情報のアップデートが求められる時代背景や人手不足という社会問題を受け、デジタルサイネージの需要は拡大中。
- ・ デジタルサイネージに表示する内容を一元管理できるシステムを提供し、人手不足対策、省人化のニーズに対応。
- ・ 動画による圧倒的な情報伝達力によりプロモーション・販促・空間デザインに活用される。

### 人的リソースが潤沢な時代

- ・ 単純作業にも多くの人的リソースを投入できた。
- ・ 掲示物は、一定期間、固定で掲示。
- ・ 屋外広告や掲示物は、紙が主。
- ・ ポスター等の掲示物の貼り換えは、人が対応。



### 人手不足のこれから

- ・ スタッフの不足、多様性への対応が必須。
- ・ 情報をタイムリーに配信したいニーズが一層高まる。
- ・ 少ない人数でも運用可能な仕組みが求められる。



### これからの課題を解決する デジタルサイネージ配信管理システム 「CloudExa」

- ・ **リアルタイムな情報配信**  
タイムスケジュールに応じて、デジタルサイネージに表示する内容を切り替え表示
- ・ **どこからでも操作可能**  
クラウド上での情報管理
- ・ **ダイナミックな表示**  
複数台のディスプレイが連動し訴求を強化



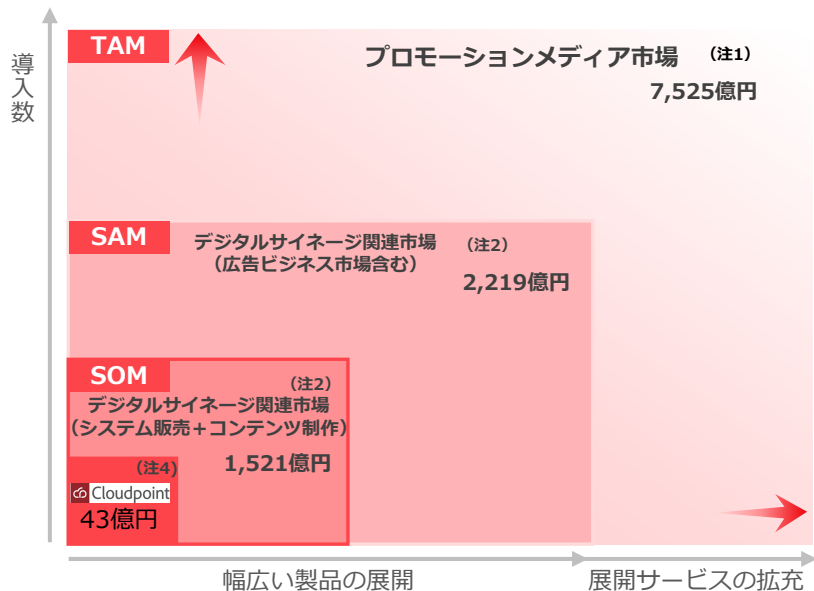
<https://cloudexa.cloudpoint.co.jp/>

# 市場規模

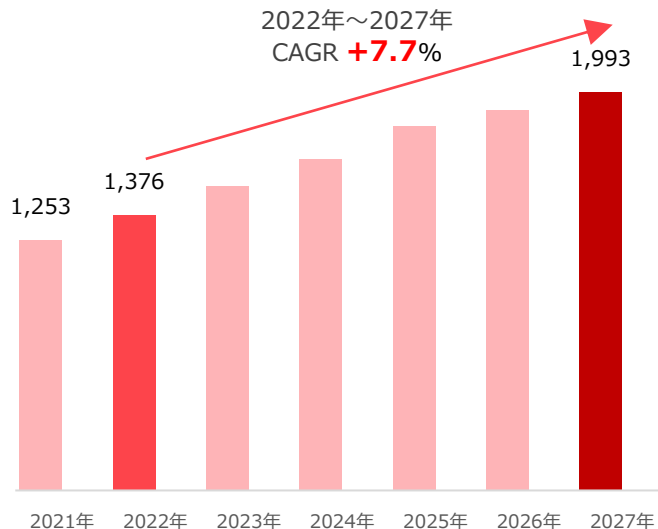
- クラウドポイントの年間売上高約43億円に対し、デジタルサイネージ関連市場は1,521億円とシェア拡大の余地あり。
- 小売店や飲食店等でのプロモーションメディア広告のサービス展開を長期的に目指しつつ、短期的にはデジタルサイネージと関連市場（システム販売+コンテンツ制作+保守サポート）内での顧客基盤を拡大する方針。

市場規模（2022年）

デジタルサイネージ関連市場(注3) 予測



(億円)



(注) 1. 株式会社電通「2023年 日本の広告費 | プロモーションメディアのうち、POP・イベントに該当する広告市場とSAM「デジタルサイネージ関連市場（広告ビジネス含む）」の合算値

(注) 2. キメラ総研『デジタルサイネージ市場総調査 2023』の「システム販売/構築市場」「コンテンツ制作/配信サービス市場」「広告ビジネス市場」の合算値

(注) 3. キメラ総研『デジタルサイネージ市場総調査 2023』の「システム販売/構築市場」「コンテンツ制作/配信サービス市場」の合算値

(注) 4. 2025年8月期の計画を使用

## 強み・特徴

- 競合他社は取り扱う機器の特定メーカーへの偏りや対象外のサービスがあるものの、クラウドポイントは顧客のデジタルサイネージの導入計画策定からシステム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの運用・保守まで、ワンストップで行うことが強み。

		Cloudpoint	ディスプレイ 機器メーカー	大手広告代理店	システム会社/ Sier	設計/ デザイン会社
工程	企画立案/ 機器選定	☑				☑
	システム提案	☑		☑	☑	
	機器選定・販売	☑	☑		☑	
	設置工事	☑				☑
	コンテンツ 制作	☑		☑		
	コンテンツ 配信・運用	☑		☑		
	機器保守	☑	☑			

ワンストップで提供

## 成長戦略

- 労働力の減少や価値観の変化を受け、販促や空間演出においてデジタルを活用した生産性の向上、リアル空間での体験価値の向上を推進。
- 導入前～導入後までワンストップで提供できるプラットフォーマーとしての強みを活かし、ターゲット業界とのコネクション強化（ロイヤルカスタマー育成）、システムやサービスの開発・機能拡充を進め課題解決を支援。

### Cloudpoint

店舗DX  
サイネージ



ダイナミック  
プライシングサイネージ



広告サイネージ  
DOOH・リテールメディア



インバウンド対応  
多言語サイネージ



AR・XR  
サイネージ



デジタル内装  
サイネージ



WEB/SNS  
連携サイネージ



オフィスDX  
サイネージ



防災/減災/有事情報  
発災サイネージ



SDGsサイネージ  
環境・省エネ対応



センシング・顔認証  
サイネージ



AI解析  
行動分析サイネージ



デジタルサイネージで  
顧客の課題解決を支援

### 顧客（新規・既存）



多店舗運営企業  
(ファーストフードチェーン・アパレル・小売り)



商業施設・交通機関

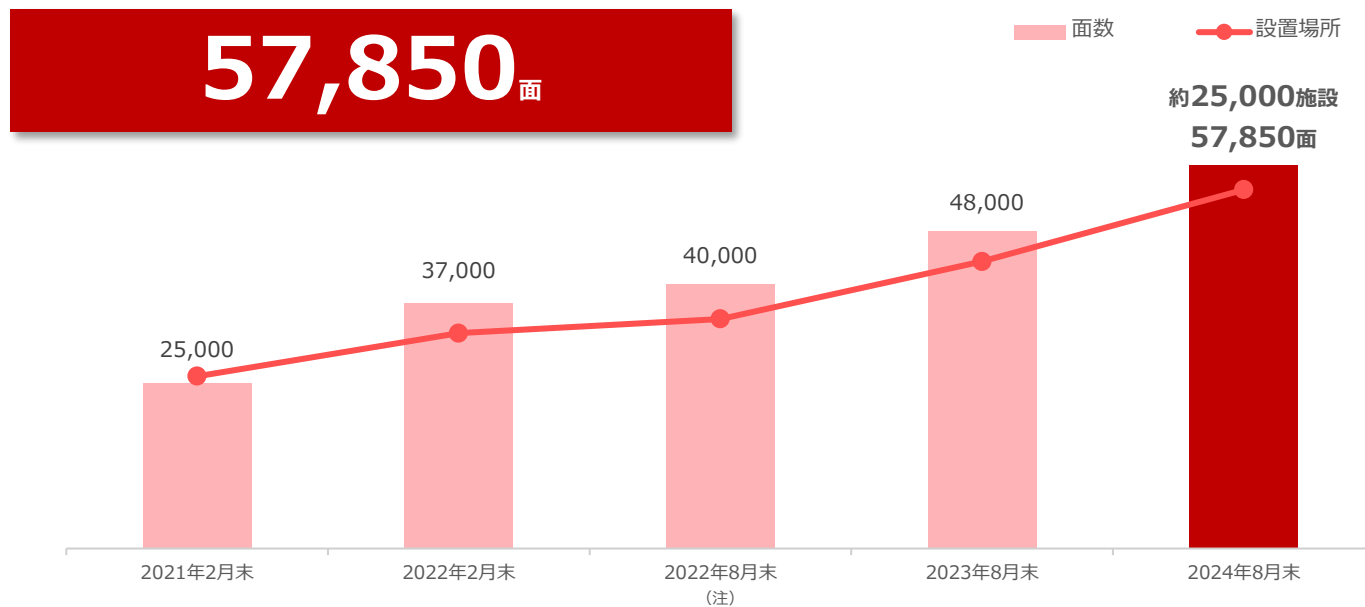


オフィス・金融機関・学校・自治体

## 主要KPI

- 顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用までワンストップで行う強みを活かし、デジタルサイネージの累計設置施設数は全国で57,850面に拡大。

### デジタルサイネージ累計設置施設数・面数



(注) 決算期変更により、2022年3月～2022年8月の6か月間における新規導入施設数及び設置面数を足し上げた2022年8月末の数値を記載

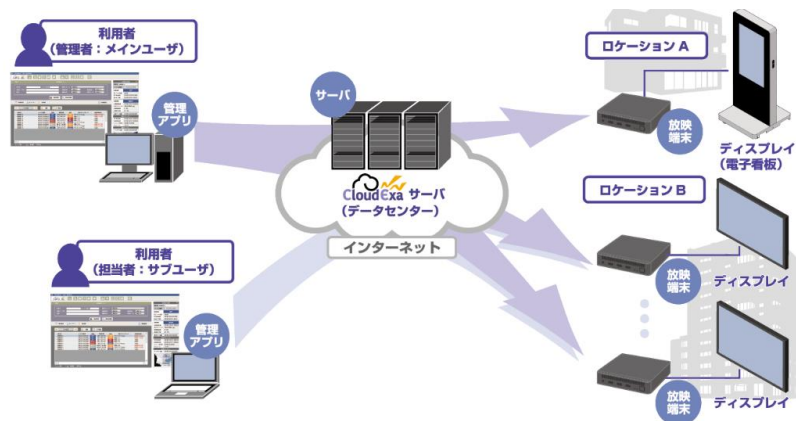
## 主要KPI 補足

- リカーリング売上を牽引するクラウド型のデジタルサイネージ配信システム「CloudExa」は、インターネット経由で、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が可能。
- リカーリング売上も着実に成長し、2024年8月末は前年同期比で+40.7%の増収。

### デジタルサイネージ配信システム「CloudExa」

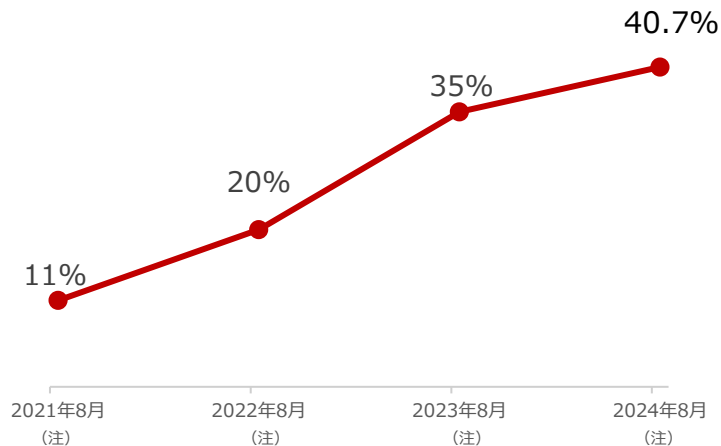


CloudExa：いつでも複数の場所（ユーザー）から全国各地の放映端末へ映像を配信



### リカーリング売上成長率（前期比）

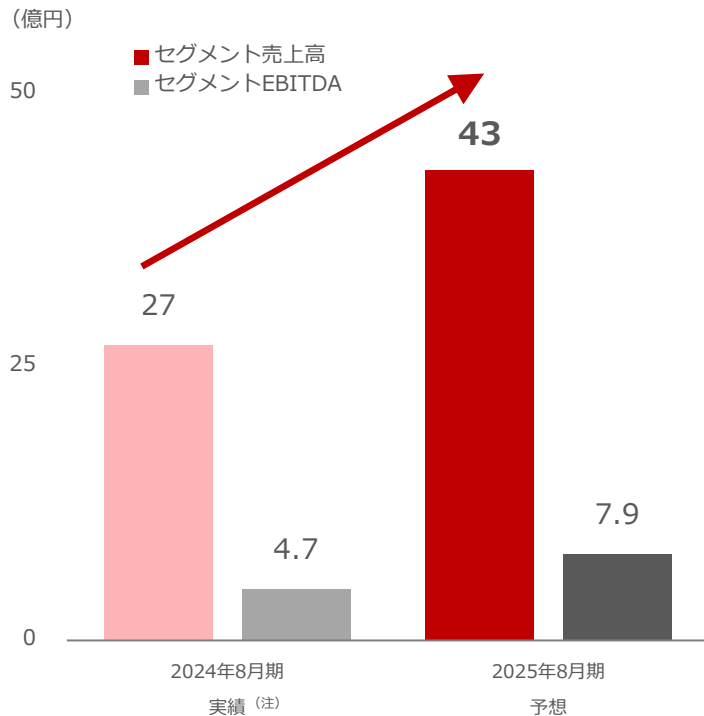
(%)



(注) 決算期変更により、各期の期間が異なるため、各年の9月から翌年8月までの1年間のリカーリング売上を集計し、前年同期比の売上成長率を算出

## 業績目標

### デジタルサイネージ関連事業



#### 2024年8月期実績

2024年8月期は、クラウドポイントの6か月間の業績を連結。2024年3月に大型案件を複数受注したことによる想定以上の一時的な好業績を含む。

#### 2025年8月期計画

大量かつ常に更新が求められる情報配信や人手不足という社会的な課題を受け、足元の旺盛な引き合いに対し、能動的に優良顧客への営業強化を行い受注件数増を狙う。

グループの顧客基盤である多店舗展開する飲食店等への営業強化を行う。

(注) 2024年3月に経営統合。6か月間の実績

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示



# メッセージングサービス概要

- アララが展開するソリューション事業においては、7割以上をメッセージングサービスが占める。
- メッセージングサービスは、販促をメインとするマーケティングメールや情報通知を目的とするトランザクションメールにおいて、大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスを提供。メールの配信遅延や不達リスクを低減。



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  
※メールの送信数に応じたシンプルな価格設定
- 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

## 主要機能

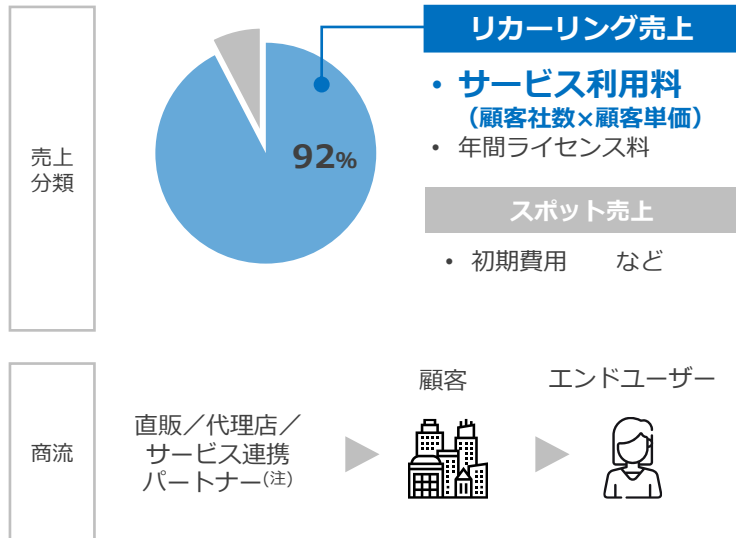
### メール 配信API

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

## ビジネスモデル



(注) サービス連携パートナー経由の提供・販売とは、アララの提供する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

## メッセージングサービス導入事例

- EC事業者をはじめ、BtoB、BtoCを問わず、多数の会員を抱える企業が、販促や情報伝達のためにメールマガジンとしてメール配信を活用。
- 企業の基幹システムと連携し、アクションに応じた通知メールとしても幅広く活用。
- MA ツール<sup>(注)</sup>の一部として、メール配信システムを連携し、高速かつ到達率の高いメール配信を実現している。

### 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

航空会社	航空券予約	搭乗日前日/当日	搭乗日当日
	予約完了 ✉	搭乗口の通知 ✉	出発の遅れ、 搭乗口の変更など ✉
	-----		
証券会社	株式注文	約定	
	予約完了 ✉	約定通知 ✉	
銀行	金融サービスに 関連する通知 ✉	セキュリティ喚起の お知らせ ✉	

### 導入実績



TOKIOMARINE  
TNP



など

### 年間配信実績

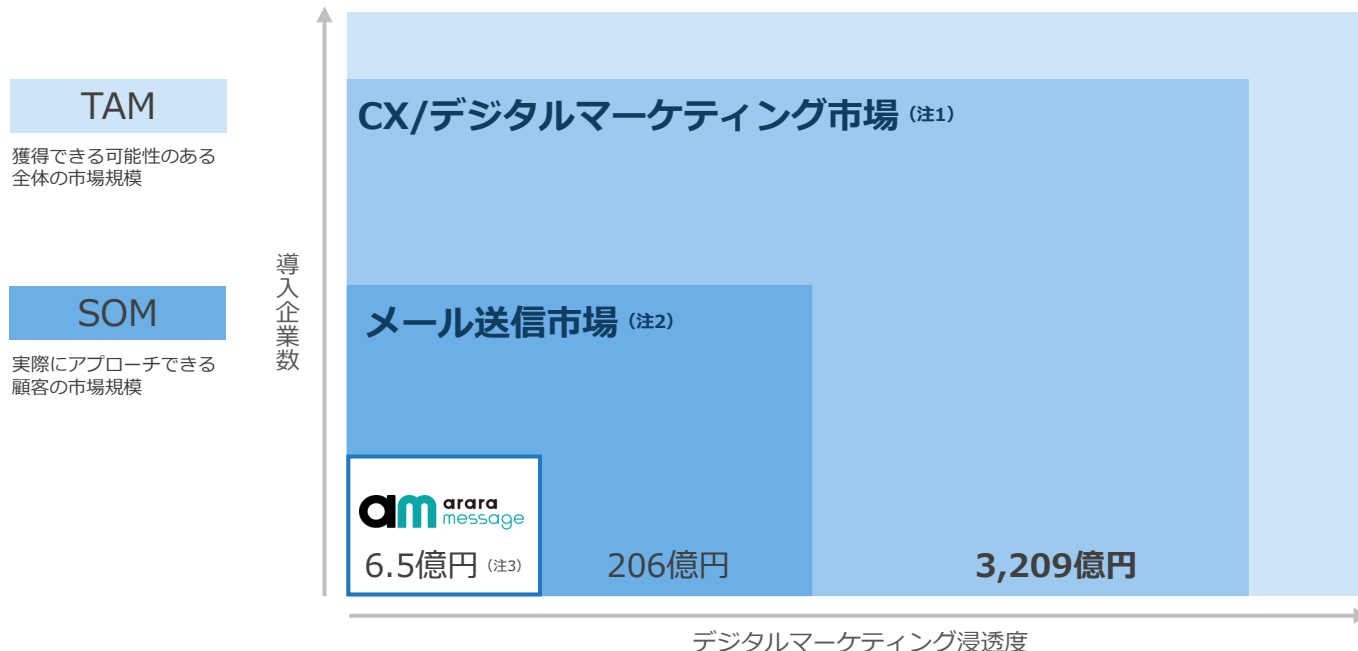


120 億通超

(注) マーケティングオートメーションツールの略

## メッセージングサービスの市場規模

- 「アララ メッセージ」は、メール送信市場206億円のうち、3%のシェアを占める。
- メール送信市場が属するCX/デジタルマーケティング市場<sup>(注1)</sup>の規模は3,209億円であり、潜在的なポテンシャルは大きい市場と考えられる。



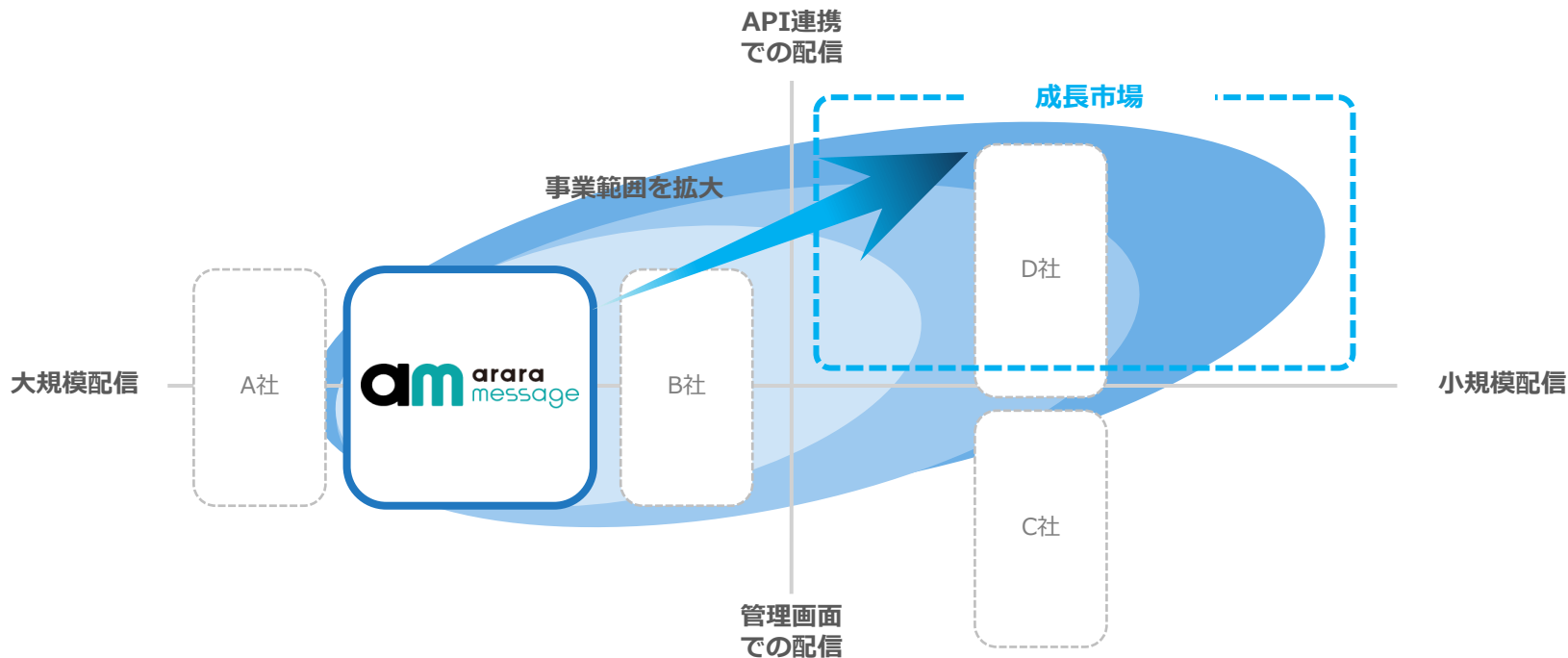
(注) 1. 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2023年版」 CX/デジタルマーケティング市場 (2024年度見込)

(注) 2. ITR「ITR Market View : メール/Web/SNSマーケティング市場2024」メール送信市場 (2024年度予測)

(注) 3. 2025年8月期の計画を使用

## メッセージングサービスの競合環境

- 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傾向。
- API連携×小規模配信の成長市場に事業範囲を拡大。

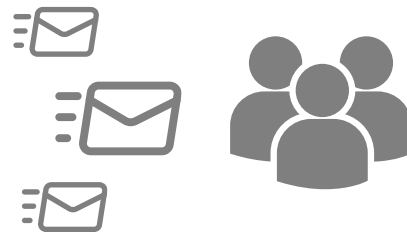


## メッセージングサービスの強み

- アララの高速メール配信システムを、顧客のサービスにとって最も重要な基幹システムと容易に連携できるようにすることで、欠くことのできないポジションを確保。
- 安心・安全・安定したAPIを提供することで、顧客の長期間の利用を実現。



- 連携が容易なAPIを提供
- 基幹システムとの連携による利用期間長期化



ターゲットへ高速・確実に配信

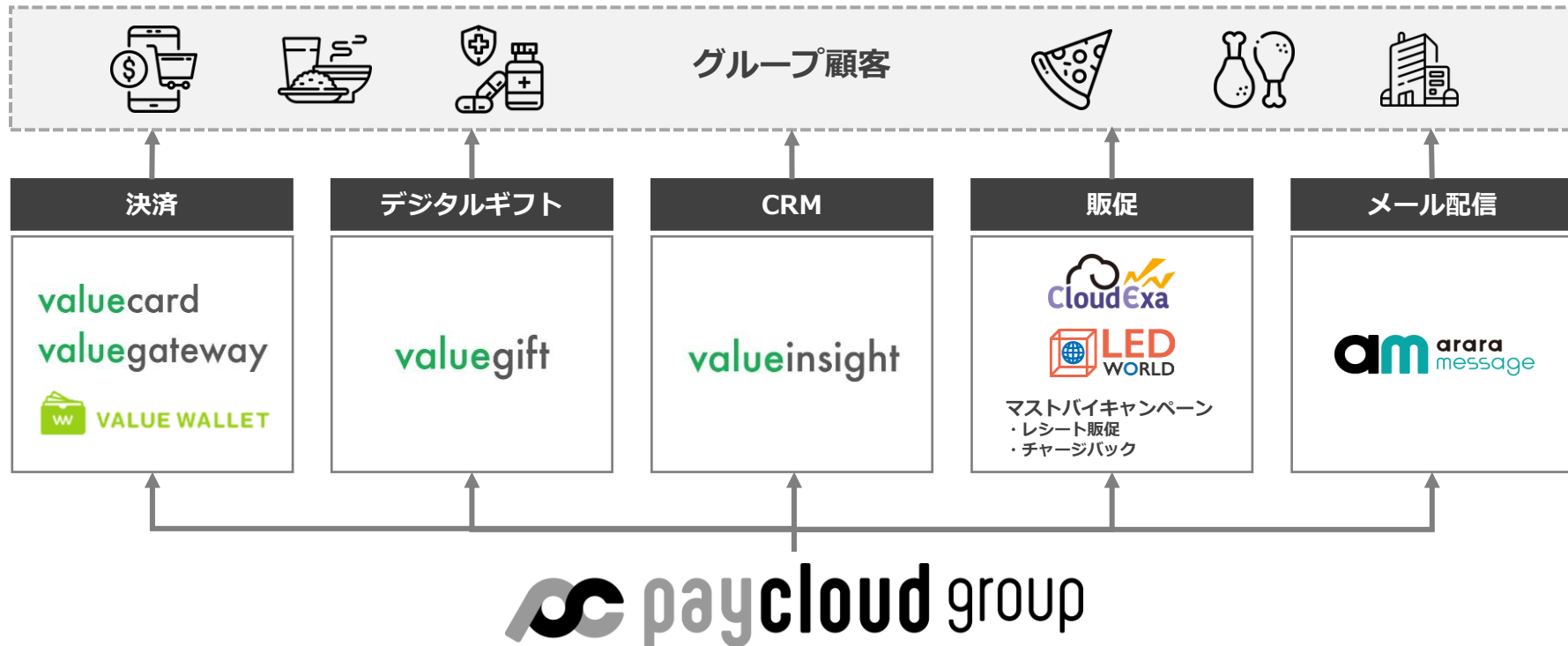
(注) マーケティングオートメーションツールの略

# INDEX

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **グループ業績・計画**
3. **キャッシュレスサービス事業** バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. **デジタルサイネージ関連事業** クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. **ソリューション事業** アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. **グループ成長戦略**
7. **想定されるリスク**
8. **人的資本に関する開示**

## 豊富なサービスラインナップ

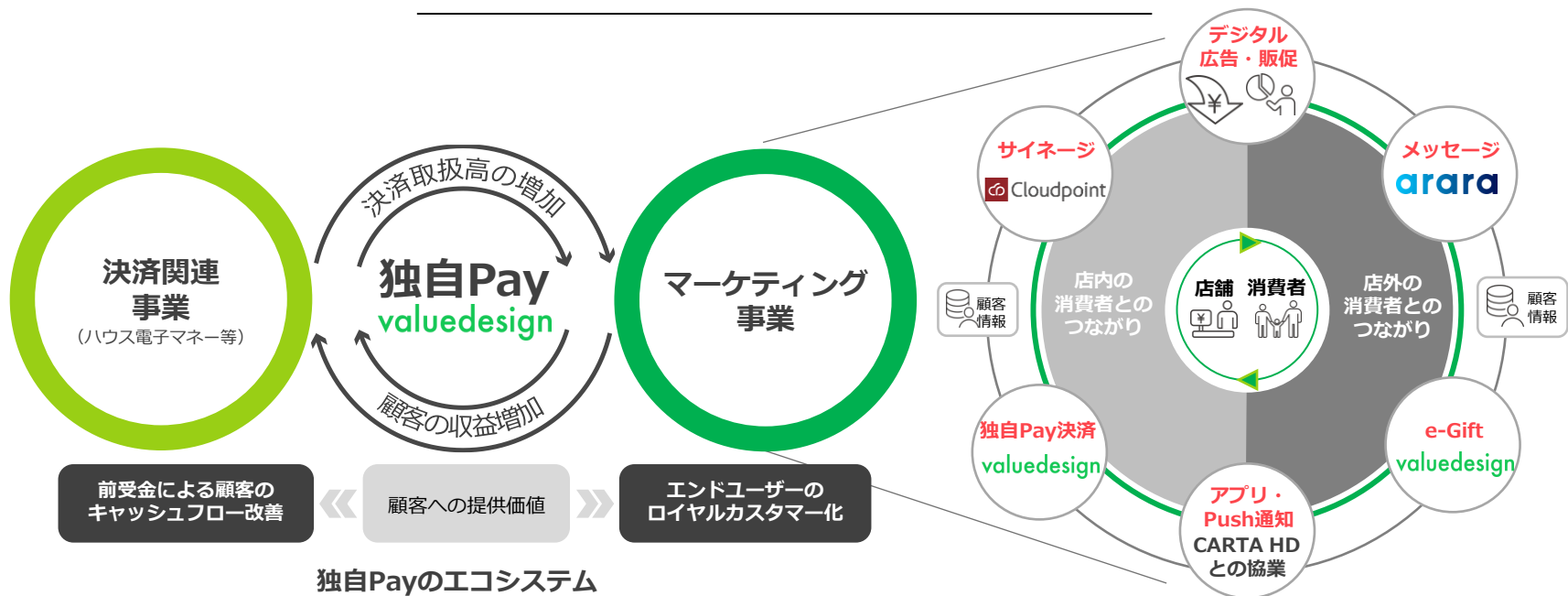
- バリューデザイン、クラウドポイント、アララが一体となり、相互の顧客基盤に対して豊富なサービスラインナップを提供。店舗DXをはじめとして多様化する顧客の課題に合わせ、顧客が必要とするサービスを今後も展開。



# リテールマーケティングプラットフォームへの進化

- 各事業会社のソリューションを組み合わせることで、リテールマーケティングプラットフォームの構築を目指す。
- 店舗の内外での消費者との接触に当社サービスを活用することで、購買行動を促進させ、エンドユーザーのロイヤルカスタマー化を実現。

## リテールマーケティング・プラットフォーム戦略





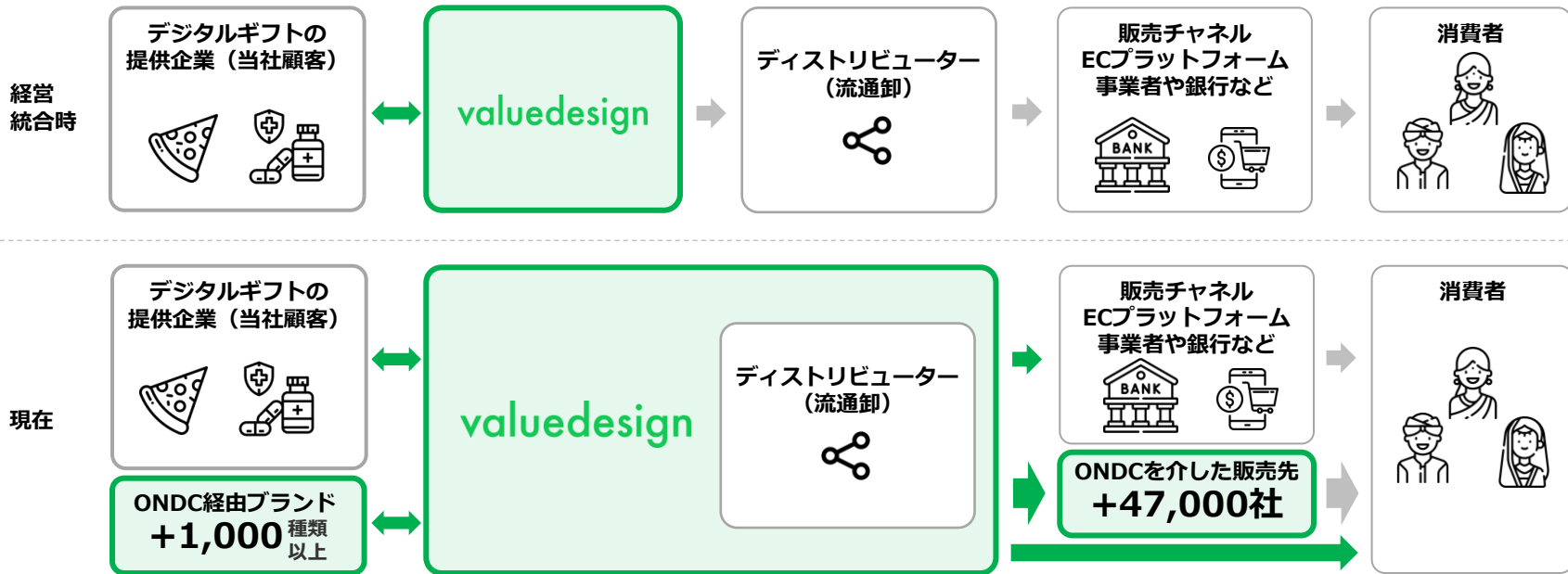
## 海外市場を含めたビジネス展開

- キャッシュレスサービス事業におけるインド、タイの2拠点をグループの各事業会社が活用し、ビジネスを拡大することを実践中。
- ペイクラウドホールディングスとしては、海外企業の日本市場への進出する足掛かりとなるよう、業務提携や共同開発などにより市場進出をサポートし、グループの事業会社の業容拡大の橋渡しの役割を担う。



## 経済成長するインドにおける事業展開

- バリューデザイン インドは、2018年よりインド国内においてギフトカードを販売。
- 当初は、携帯キャリア等のリワードや販促向けに販売していたが、2024年からONDC<sup>(注)</sup>を介しての販売も開始。
- これにより、2022年の経営統合時と比較し、バリューデザインでのみ扱っていたギフトカード販売先（Eコマース事業者）が47,000社以上に拡大。取り扱うギフトカードは、自社取り扱いブランドに加え1,000種類以上に増加。



(注) インド国内におけるEコマースの普及率を高めるため、2021年12月からインド政府が主導し開始したプロジェクト。①販売者としての登録が比較的簡単、②多様な販売者が等しく競い合えるなどの特徴がある。バリューデザインにおいては、自社で取り扱うブランドの販売先を広げ、取扱いブランドを増やすことで売上アップを見込む。

# 中期経営計画最終年の方針について

2023年8月期

2024年8月期

2025年8月期

## 収益基盤の強化と 経営資源の集中

▶ 予定通り進捗

サービス拡充による決済手数料  
収入の増加  
決済取扱高拡大  
本社コスト削減  
海外拠点の選択と集中

## 収益基盤の強化と 経営資源の集中

▶ 2025年8月期へ  
一部期ズレ

### 決済関連機能の拡充

手数料率見直しを完了。2025年8月期以降、利益率改善  
新サービスのリリース遅れおよび、受注済大型案件の決済取扱高が期ズレにより、1.5兆円の決済取扱高が未達

### マーケティング機能の拡大

クラウドポイント社を3月に経営統合。中期経営計画の売上計画55億円を上回る68億円を実現

## 原価効率のさらなる改善と将来への布石

### ▶ 独自Payプラットフォームの共同センター化

決済取扱高の増加に備えたシステム増強。将来の保守費用削減を目的とした旧アララ・バリューデザインシステムの環境の統合に係る投資増を計画

### ▶ 次の顧客セグメントへの本格的な拡大

- クラウドポイントの経営統合により、マーケティング機能の拡大が実現。新たな顧客セグメントをグループで保有することで事業会社間のクロスセルを計画
- キャッシュレスサービス事業においては、デジタル地域通貨、現地決済型ふるさと納税など自治体キャッシュレス事業で顧客獲得を促進する計画

## 経営・組織体制の再構築及び強化

▶ 2024年8月期より追加した方針

### ▶ 純粋持株会社化の促進

- 経営と執行の分離促進  
2025年8月期より取締役会のスリム化。意思決定のスピード化
- ソリューション事業の新設分割  
2024年3月に完了
- 海外子会社のStructure変更を検討
- 低成長や不採算事業見直し、新規事業の促進

### ▶ 人的資本経営強化

- サステナブルな経営を目指し、人材の価値を最大限引き出す取り組みを強化

## 事業の進捗状況

- 事業会社を通じて、共有の顧客基盤へ既存の商品、サービスのクロスセルを行う。
- 事業毎に新たなサービスを開発し、国内外の顧客基盤の拡大を目指す。

事業	施策	進捗状況	
キャッシュレス サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	継続中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 次世代システム開発プロジェクト進行中（独自Payプラットフォーム）</li> <li>• クラウド環境構築に向けた開発をスタート</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 銀行口座チャージを含む多種多様な決済手段の提供</li> </ul>	継続中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 90行以上の国内金融機関から独自Payへの入金を実現とするシステム開発を行い既存顧客含めたあらゆる顧客へサービス提供</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地決済型ふるさと納税「ふるまちPay」の推進</li> </ul>	継続中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全国の自治体へ「ふるまちPay」を提供（3自治体で採用され、運用開始）</li> <li>• 推進にあたりエリアごとにパートナー開拓を進めている</li> </ul>
デジタルサイネージ 関連サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>• グループの顧客基盤への営業強化</li> </ul>	継続中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• グループの顧客基盤である多店舗展開する飲食店等への営業強化を行う</li> </ul>
ソリューション	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 海外へのサービス展開</li> </ul>	完了	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アジアにおけるサービス提供に向けてシステムを開発し、提供開始</li> </ul>

## 投資計画

- 2024年8月期の投資実績は、キャッシュレスサービス事業の新サービスリリースの遅れから未達。
- 2025年8月期は2024年8月期の未達分に加え、銀行口座チャージ含む多種多様な決済手段および、新機能を搭載したセットトップボックス<sup>(注)</sup>の提供に向けた開発を加速。

資金使途予定	事業	2024年 8月期 (計画)	2024年 8月期 (実績)	2025年 8月期 (計画)
システム投資	キャッシュレス サービス事業	約1.6億円	<b>約1.4億円</b>	<b>約3.8億円</b>
	デジタルサイネージ関連事業	-	<b>0億円</b>	<b>約1億円</b>
	ソリューション事業	約0.3億円	<b>約0.15億円</b>	<b>約0.2億円</b>
マーケティング費用 (コーポレートサイト改修)	コーポレート	約0.03億円	<b>約0.2億円</b>	-
合計		約1.93億円	<b>約1.75億円</b>	<b>約5.0億円</b>

※本資料発表時点で想定する投資計画

(注) デジタルサイネージの画面上に表示すべき内容を映し出す映像表示器を指す

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

# 想定されるリスク | 事業環境

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(1)-1	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"> <li>今後、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、その他予期せぬ要因により、インターネットの利用環境が変化した場合、当社グループの事業及び業績に影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
(1)-2	SaaS型サービスへの依存について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社グループでは「キャッシュレスサービス事業」及び「ソリューション事業」の主なサービスである「メッセージングサービス」において、SaaS型サービスに依拠する売上が、売上構成の大半を占める</li> <li>当社グループが提供するSaaS型サービスの新規参入の技術的な障壁は必ずしも高いとは言えず、資金力、ブランド力を有する大手企業をはじめとする競合他社により類似したサービスが開発され、価格競争が激化した場合や、より画期的なコンセプトをもった商品及びサービスが市場に出現した場合には、当社グループの事業及び業績に影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
(1)-3	技術革新への対応について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>ITエンジニアの通年採用や資格取得補助等を実施</li> </ul>
(1)-4	システムトラブルについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> <li>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ィルス・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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>顧客が閲覧できる障害掲示板の提供等の事前対応</li> <li>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</li> </ul>

(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

# 想定されるリスク | 事業環境

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(1)-6	他社との競合について	中/ 中長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社グループ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、デジタルサイネージ関連事業については、参入障壁が比較的高いと当社グループ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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客との関係強化によるニーズの吸い上げ、サービスへの反映を通じ、事業拡大</li> <li>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</li> </ul>
(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"> <li>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、当社グループの事業及び業績に影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
(2)-2	工事関連事故について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> <li>「デジタルサイネージ関連事業」においては、機器の施工工事を行います。当社グループが施工した機器の落下、倒壊等により人的又は物的被害が発生した場合は、当社グループの事業及び業績に影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施工にあたっては、日々の安全衛生管理や技能講習受講の推進、定期的な安全大会実施の他、外部委託先に対しても同様の対策を実施</li> </ul>
(2)-4	情報管理体制について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社グループは、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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

(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



## 想定されるリスク | 事業環境

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(2)-6	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"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>新たなパートナー等との契約締結に向けた営業を強化</li> </ul>
(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"> <li>当社グループは、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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

(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

# INDEX

1. ペイクラウドグループ概要
2. グループ業績・計画
3. キャッシュレスサービス事業 バリューデザイン社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
4. デジタルサイネージ関連事業 クラウドポイント社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
  - ・ 成長戦略
  - ・ 業績・主要KPI推移
5. ソリューション事業 アララ社
  - ・ 事業概要
  - ・ 市場環境
  - ・ 強み・特徴
6. グループ成長戦略
7. 想定されるリスク
8. 人的資本に関する開示

# 持続的な企業価値向上の源泉となる人材戦略

- 多様な人材を積極的に確保・育成し、グループミッションの浸透を図り、従業員エンゲージメントを高めることで、多数のグループ経営人材を輩出し、持続的な企業価値向上を目指す。



## 持続的な企業価値向上に向けたKPI指標の設定

- 企業価値向上に向けて、最重要ポイントと考える人材戦略に関するKPI指標を設定。
- 現況の課題と目標を明確化し、プロセス管理をすることにより、持続的な企業価値向上を図る。

指標	目標	実績	当社グループの考察
<b>①経営幹部の関与希望</b> 経営幹部(執行役員以上)として当社グループにおける企業経営への関与を希望する従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の <b>45%</b>	2024年8月期末グループ全体 <b>35.8%</b> <small>(全男性従業員に占める比率45%) (全女性従業員に占める比率22%)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 純粋持ち株会社体制に伴う環境の変化により、前回から5.2ポイントダウンしたと捉えている。</li> <li>✓ 外部のプロ経営者によるセミナーや新規事業創出の支援体制構築により経営関与への高い動機を醸成。</li> </ul>
<b>②グループの一員としての誇り</b> 当社グループの一員であることを誇りに感じている従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の <b>60%</b>	2024年8月期末グループ全体 <b>64.2%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 多くの従業員が、誇りに感じ、当社が掲げる目標数値に達している。</li> <li>✓ より良い人材獲得に向けて、採用、ブランディングに活かす。</li> </ul>
<b>③海外事業への関与を希望</b> 当社グループが展開する海外事業への関与を希望する従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の <b>40%</b>	2024年8月期末グループ全体 <b>37.8%</b> <small>(全男性従業員に占める比率41%) (全女性従業員に占める比率33%)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 前回調査から1.8ポイントアップ。</li> <li>✓ 海外従業員との交流機会の増加により、国内従業員の関心もより高まりつつある。</li> <li>✓ 今後も海外事業拡大に向けて、更なる人材育成・登用を進める。</li> </ul>

# Appendix

# 重要指標等の定義

カテゴリ	用語	定義
重要指標	決済取扱高	独自Payにおいて、バリューデザインの独自Pay決済額及びクレジットカード決済額の合計
	顧客社数・導入企業数	当社グループ各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
	調整後EBITDA	営業利益+減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む）+株式報酬費用
	顧客	当社グループ各社のサービスを活用する企業
	エンドユーザー	当社グループ各社の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
キャッシュレスサービス	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
	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
	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
	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
	ディストリビューション機能	直接顧客には販売せず、販売チャネルへサービスを卸す機能
ソリューション	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
デジタルサイネージ関連サービス	CloudExa	専用の配信管理アプリケーションを介して、インターネット上に設けられたCloudExaサーバにアクセスし、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が行えるデジタルサイネージシステム
	LED WORLD	クラウドポイント社が販売を行うフルカラーLEDビジョンのオリジナルブランド

## 月次報告・メディアでの発信

2023年8月期以降、ホームページ上で月次業績報告の開示。

四半期ごとの決算説明をIRTVにて公開。X（旧Twitter）にて公式チャンネルや副社長の井上による情報発信中。

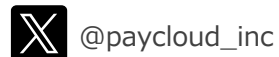
### 月次業績報告



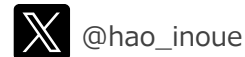
### メディア・SNSでの発信



ペイクラウドHD【公式】



ペイクラウドHD副社長 井上



## 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ございます。

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2025年11月の第20回定時株主総会頃を目途に開示を行う予定です。