

arara

事業計画及び成長可能性に関する事項
アララ株式会社

東証グロース：4015
2023年11月27日

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

グループミッション



paycloud

アイデアとテクノロジーで
世界をもっとハッピーに

会社概要 パイクラウドホールディングス

株式交換によるクラウドポイント社の完全子会社化及びソリューション事業の吸収分割による完全子会社化を実施予定。ペイメントサービスとクラウドサービスを展開する企業グループとして、その強みと価値を分かりやすく表現するため、2024年3月よりアララはパイクラウドホールディングスに社名を変更する予定。

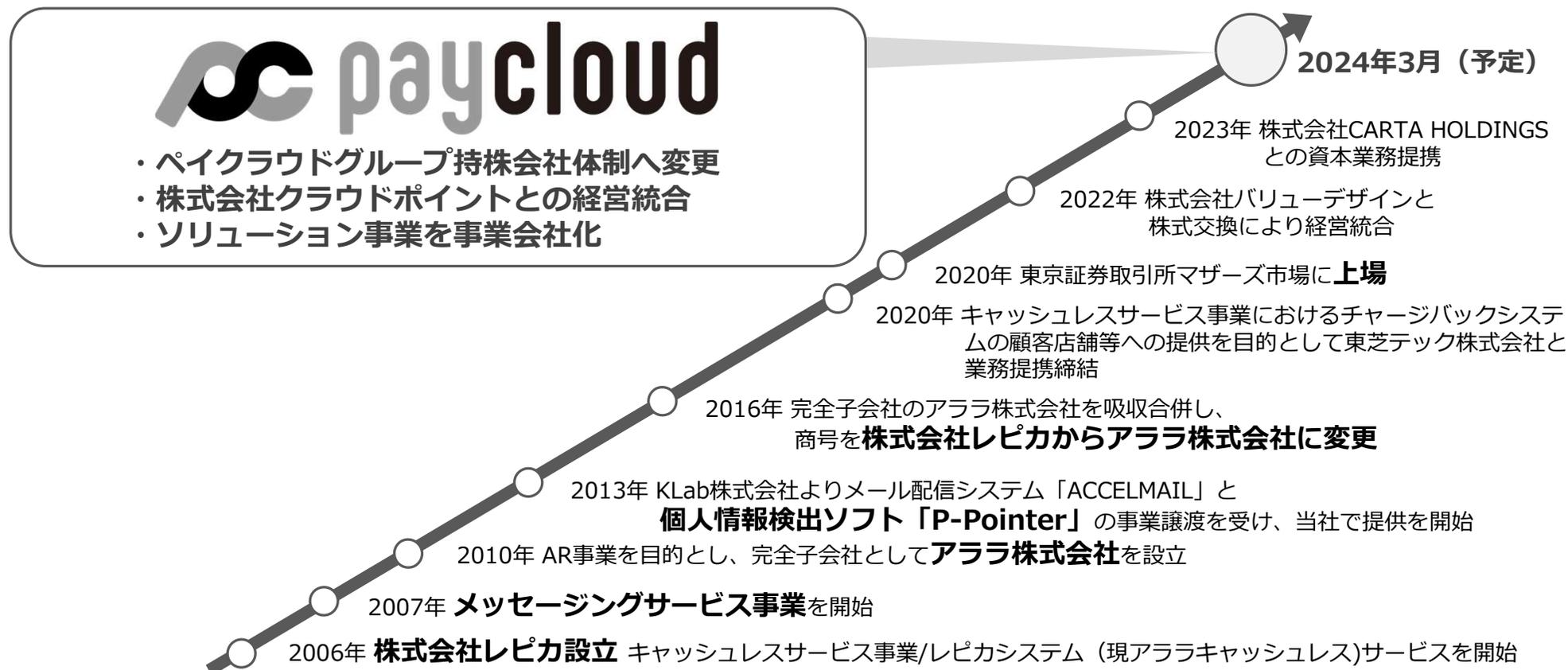


会 社 名	パイクラウドホールディングス株式会社	
設 立 年 月 日	2006年8月	
役 員 構 成	取締役会長 代表取締役副会長 代表取締役社長 取締役副社長 取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役	三浦 巖嗣 岩井 陽介 尾上 徹 井上 浩毅 林 秀治 金子 毅 井上 昌治 種谷 信邦 米田 恵美
本 社 所 在 地	東京都港区南青山二丁目24番15号	
資 本 金	1,001百万円（2023年8月末）	
事 業 内 容	パイクラウドグループ各社の経営管理事業等	

（注）2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

持株会社体制への移行

各事業領域における体制強化を図るために持株会社体制へ移行予定。今後は、マーケティング分野・企業DXの分野においてもテクノロジーを駆使し、世界をリードする企業グループを目指す。

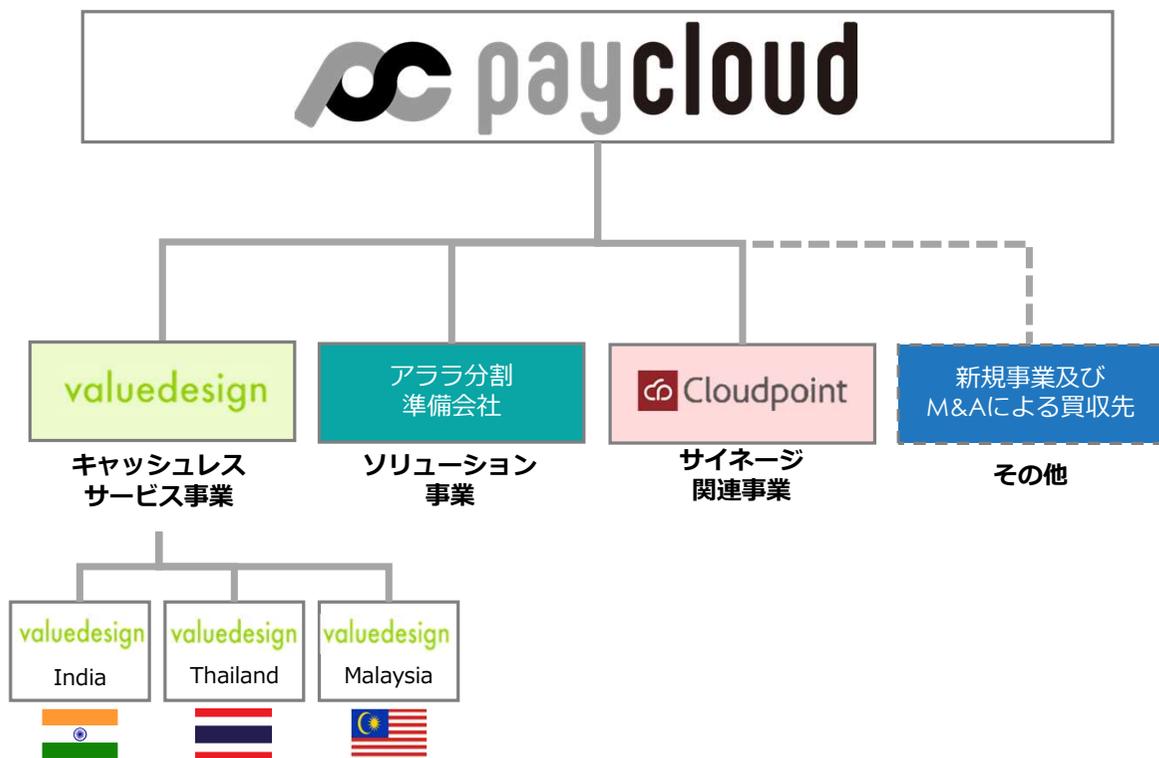


（注）2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

ペイクラウドグループ各社との連携

持株会社体制へ移行することで、経営と執行の分離による迅速な意思決定、経営資源の適正配分を行い、持株会社および事業会社双方で効率的に事業を推進。

経営と執行の分離



— 親会社（持株会社）のメリット —

- 経営戦略の観点から大局的な意思決定が可能
- 間接部門の集約等による経営資源の集中・効率化

— 子会社（事業会社）のメリット —

- 事業会社は効率的な事業運営のための迅速な意思決定が可能
- 子会社の経営責任を担うポジションが生まれることによる次世代経営人材の育成

(注) 2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

グループ各社概要



株式会社バリューデザイン	株式会社クラウドポイント	アララ株式会社
代表者 代表取締役社長 林 秀治	代表者 代表取締役 三浦 巖嗣	代表者 代表取締役 門倉 紀明
設立年月日 2006年7月	設立年月日 1990年10月	設立年月日 2023年10月
本社所在地 東京都中央区京橋三丁目1番1号 東京スクエアガーデン14階	本社所在地 東京都渋谷区渋谷二丁目16番1号	本社所在地 東京都港区南青山二丁目24番15号
資本金 100百万円	資本金 230百万円	資本金 5百万円
株主 ペイクラウドホールディングス株式会社 (100%)	株主 ペイクラウドホールディングス株式会社 (100%予定)	株主 ペイクラウドホールディングス株式会社 (100%)
事業内容 キャッシュレスサービス	事業内容 デジタルサイネージ関連	事業内容 メッセージングサービス等を含むソリューション

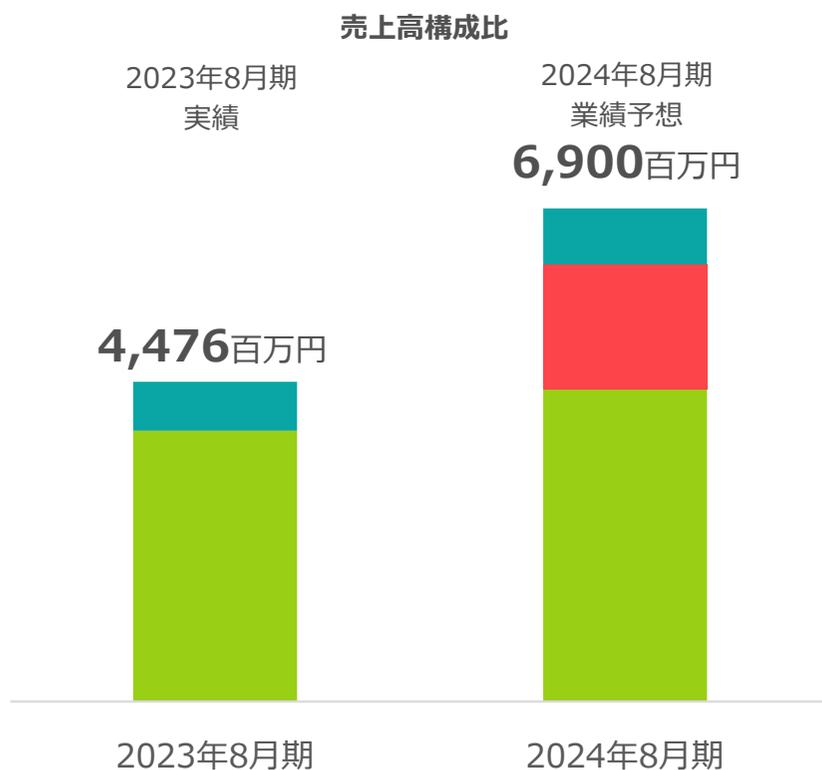
(注) 2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

事業概要

「信頼・信用」をベースとしたITソリューションとして現在2事業を展開し、2023年8月期売上高は高成長事業のキャッシュレスサービス事業が約85%を占める。また2024年8月期の下期からはクラウドポイント社との経営統合によりデジタルサイネージ関連事業を連結予定。



キャッシュレスサービス事業

- キャッシュレス総合支援サービス「Value Card」の開発・提供、「アララ キャッシュレス」の提供
- 主要なQRコード決済サービスへの接続に対応した「Value Gateway」
- 店舗アプリ・Webサイトからのクレジットカード等によるチャージが可能な「ウェブチャージサービス」の開発・提供

デジタルサイネージ関連事業 (2024年3月1日～)

- LED ビジョン「LED WORLD」、クラウド型サイネージシステム「CloudExa」などの開発・提供
- 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

ソリューション事業

- メール配信サービス「アララメッセージ」の開発・提供
- 個人情報検出・管理ソリューション「P-Pointerシリーズ」の開発・提供
- ARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」の開発・提供、「Meta Spark」^(注1)のコンテンツ制作

(注) 1.「Meta Spark」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

ビジネスモデル

主に代理店、サービス連携パートナーを通じて、全国の顧客・店舗にサービスを展開。

キャッシュレスサービス事業の代理店等の非直販比率は約86%。デジタルサイネージ関連事業は、直販と代理店経由で顧客に販売。ソリューション事業は、代理店経由での販売のほか、サービス連携パートナーが提供するサービスと統合し販売。

	売上分類		商流	
	リカーリング	スポット		
<div style="background-color: #76c73a; color: white; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> キャッシュレスサービス事業 </div>	<ul style="list-style-type: none"> 決済手数料 サービス利用料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 	直販/代理店	顧客  エンドユーザー 
<div style="background-color: #e53935; color: white; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> デジタルサイネージ関連事業 </div>	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 保守手数料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 物品販売 	直販/代理店	顧客 
<div style="background-color: #009688; color: white; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> ソリューション事業 </div>	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用料 年間ライセンス料 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用 受託開発費用 	直販/代理店/サービス連携パートナー ^(注1)	顧客  エンドユーザー 

(注1) サービス連携パートナー経由の提供・販売とは、当社サービスとサービス連携パートナーが提供するサービスを統合し顧客へ提供する販売手法を指す

重要な収益構造

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

デジタルサイネージ関連事業の主な売上はデジタルサイネージ機器やシステム導入の物品販売や初期売上である。

ソリューション事業の主な売上であるサービス利用料は、顧客単価と顧客社数に分解される。



INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

店舗の常連客への特典・優遇策

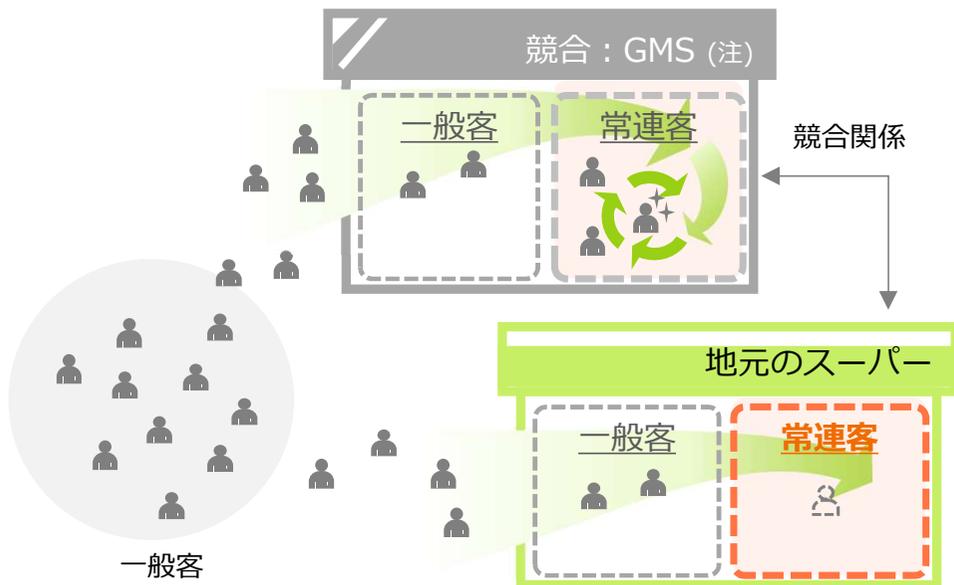
店舗を利用する消費者は、大きく「一般客」と「常連客」に分けられる。

来店した一般客が常連客になるよう、特典・優遇などによって、再来店を促す役割を果たすのが「独自Pay」。

店舗が提供する特典・優遇策の目的



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



常連客の獲得で大手GMS(注)に対抗する必要がある

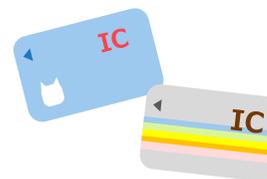
(注) GMSとはGeneral merchandise storeの略で、大衆向けの大規模な小売業態を営む総合スーパーを指す

常連客の声に対する店舗の対応



近所のGMSと同じような特典・優遇サービスがあったらいいな

常連客



大手GMSが展開する独自Payによる常連客向け優遇サービス

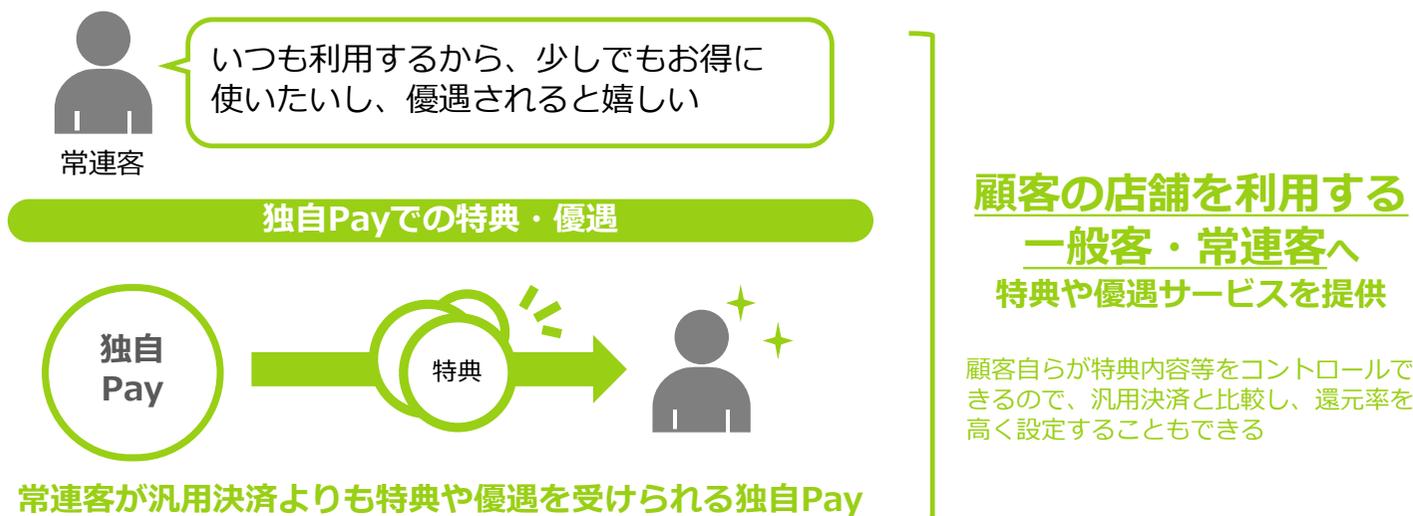
対抗手段として地元のスーパーにも独自Payが必要

独自Pay

- ①一般客の常連化
- ②常連客の再来店促進

独自Payとは？特典・優遇策からみる汎用決済との違い

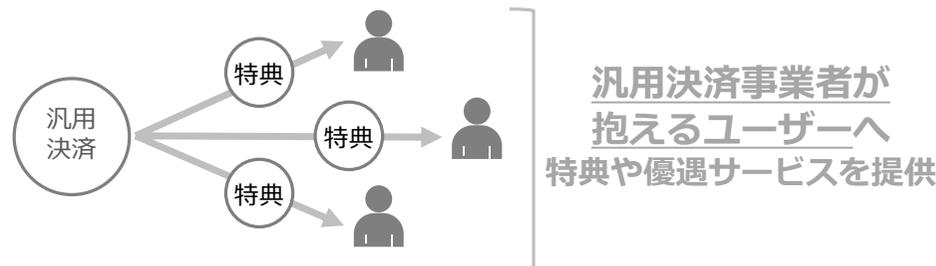
独自Payとは、キャッシュレスサービスを利用し、顧客が店舗の常連客向けに提供する特典や優遇サービス。一人も取りこぼすことなく便利なキャッシュレスサービスを一般客へ提供することで常連化を促すとともに、常連客に提供することで顧客の安定した経営環境の創造に貢献。



汎用決済での特典・優遇

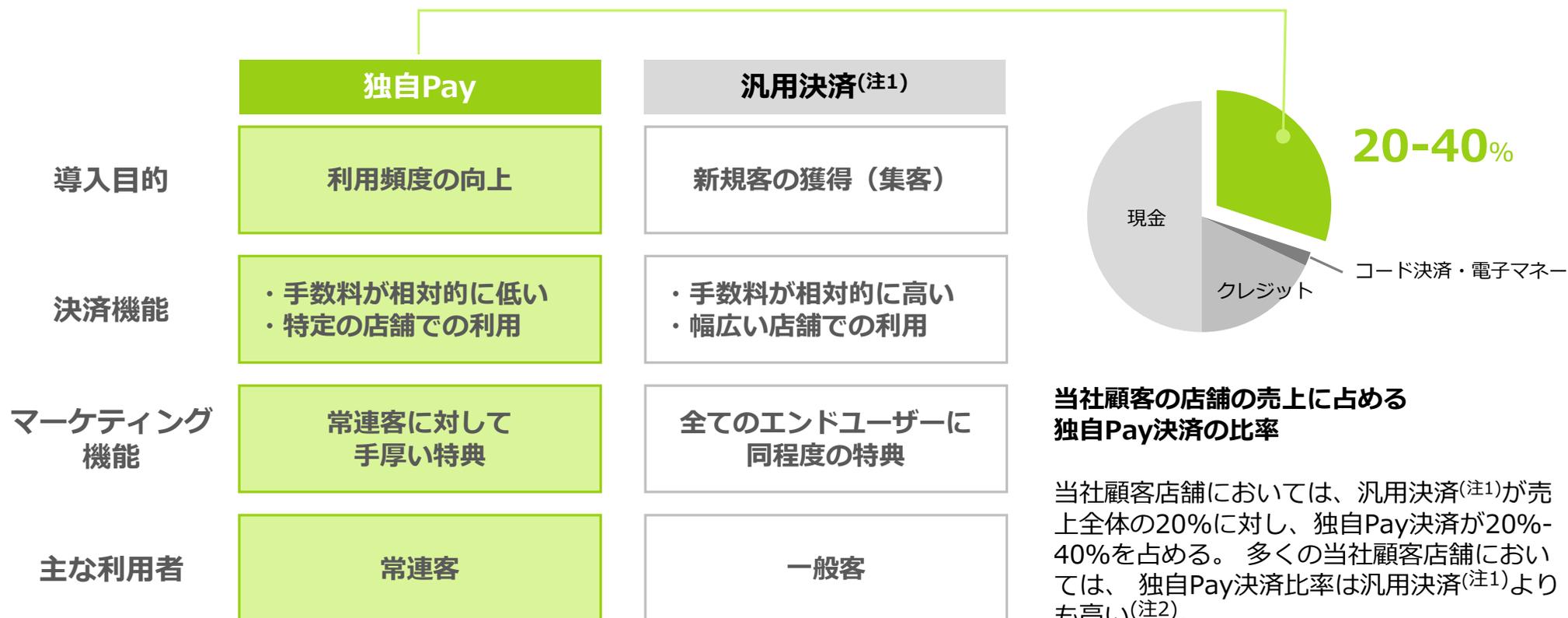
汎用決済とは、クレジットカードやコード決済など加盟店で利用できる決済手段を指す。汎用決済の場合、導入企業各社は加盟店扱いとなり、独自Payに比べ、以下の違いがある。

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



顧客店舗における独自Payと汎用決済の違い

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



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

独自Payのコスト 銀行借入比較

独自Payの利用促進を行うと、自然と前受金の未使用残高が発生。その未使用残高と同額を銀行から借入れた場合、金利コストよりも独自Payシステム利用の手数料が少なければ、店舗にとってはメリットがある。

さらに売上に占める独自Payの決済取扱高が増えれば増えるほど、仕入に必要な資金調達コストは下がる。



キャッシュレスサービス（CS）事業：独自Pay提供サービス

顧客自らが電子マネーの決済事業者となる決済機能を提供し、顧客のキャッシュフローを改善。優良なエンドユーザーを特定・優遇することで、ロイヤルカスタマー化が可能な販売促進機能。独自Payで利用した処理金額の一部を利用料として受領するビジネスモデル。

サービス概要

決済機能

- 特徴**
 顧客自らが電子マネーの決済事業者となり、エンドユーザーが会員カードやスマートフォンを通じて電子マネーを使うことができる機能
- メリット**
 エンドユーザーのチャージ額が前受金となり、キャッシュフロー改善

販売促進機能

- 特徴**
 エンドユーザーの来店頻度、支払額等の履歴から顧客が対象のエンドユーザーを特定し、ポイントの付与や、ランク付け、それに応じてポイント付与率を変えるなど優良なエンドユーザーを優遇する機能
- メリット**
 エンドユーザーの育成によるロイヤルカスタマー化

ビジネスモデル



キャッシュレスサービス（CS）事業：独自Payの価格改定

エネルギーコスト、労務費等が上昇する中、変化の激しい社会情勢においても、安定的かつ安心・安全なサービスをご利用いただけるよう、既存顧客に対してシステム利用料の価格改定を実施。

コスト上昇と当社への影響



▶ **サーバー費用の増加**

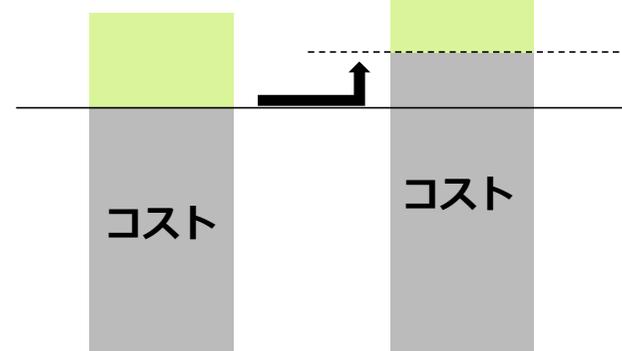


▶ **販管費・原価の
人件費増加**

valuecard ac arara cashless 当社のシステム利用料

従来の価格
(イメージ図)

改定後の価格
(イメージ図)



コスト上昇に応じて
2023年11月より、順次価格改定を実施

(注) コスト上昇の背景については公正取引委員会による「優越的地位の乱用に関する緊急調査の結果の公表」を参照

INDEX

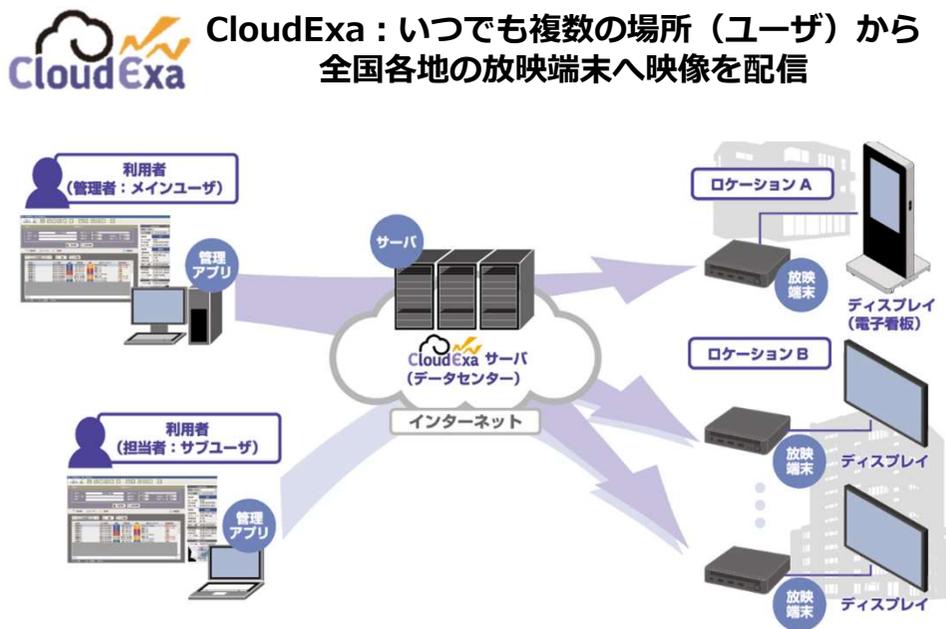
1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・キャッシュレスサービス事業
 - ・デジタルサイネージ関連事業
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

デジタルサイネージ関連事業：ビジネス概要

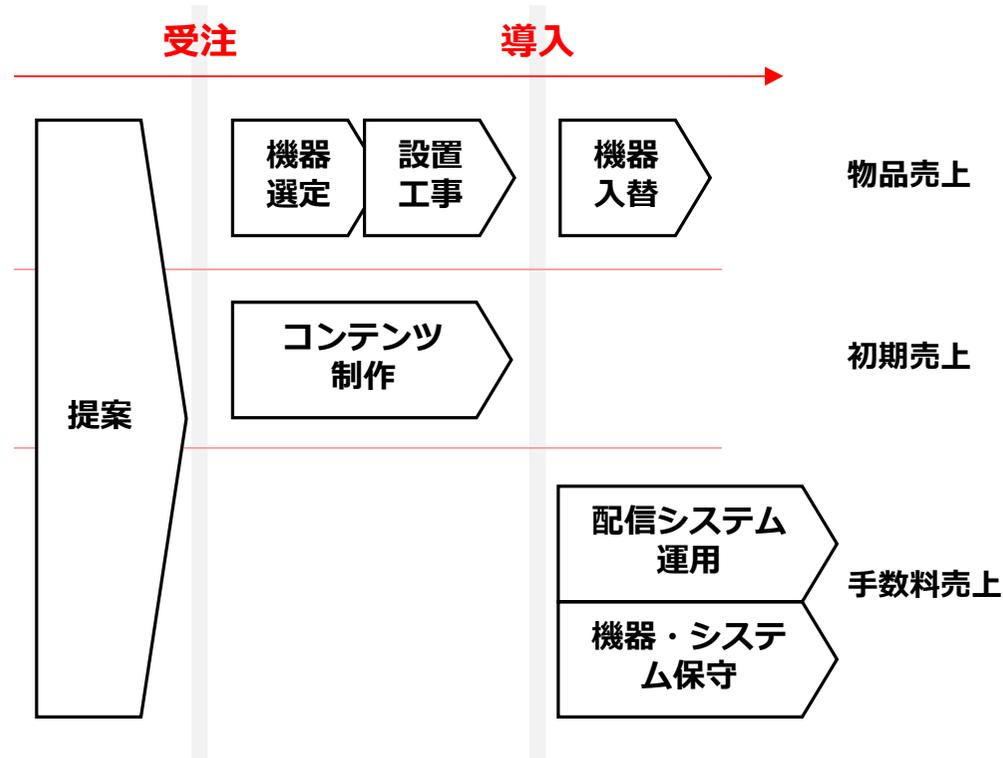
クラウド型のデジタルサイネージ配信システムであるCloudExaはインターネット経由で、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が可能。

機器やシステム等の導入/入替時の物品売上や配信コンテンツなどの初期売上をスポットで受領しつつ、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



デジタルサイネージ関連事業：活用シーン

デジタルサイネージは、主に人手不足による業務効率化や情報のリアルタイム提供を目的として導入。

主な用途としては情報発信、広告・販促、空間デザインの3つに分類され、広告・販促や空間デザインは小売店舗や飲食店の顧客基盤を有するバリューデザインとのシナジーが見込める。

主な導入目的



業務効率化

- ・更新作業の手間省略
- ・時短や人手不足を解消



エラー軽減

- ・操作軽減、自動表示化
- ・ヒューマンエラーを低減
- ・正確な情報配信



リアルタイム提供

- ・Web/データセンサーと連携
- ・人を介さずに情報を即時表示



主な用途



デジタルサイネージ関連事業：事例

KFC社、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導入し、メニュー等の情報発信に加え、時間帯に合わせた販促コンテンツを配信可能。

メトロアド社では、渋谷駅地下2階コンコースに超高精細LEDビジョンを導入し、計12柱24面を活用したストーリー性のある映像や、縦型大画面を使った人物・キャラクター等の等身大表現が可能。情報発信、空間デザイン、広告・販促の全ての用途で使用。

用途▶

● 情報発信 ● 広告・販促 ○ 空間デザイン

● 情報発信 ● 広告・販促 ● 空間デザイン

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



メトロアド社^注

柱巻き広告



(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、メトロアド社=株式会社メトロアドエージェンシー

(参考) デジタルサイネージとは

デジタルサイネージとは屋外広告・店舗内外・公共施設・交通機関など様々な場所で、ネットワークに接続したディスプレイなどの電子的な表示機器を活用し、情報を配信するシステムの総称。

LEDビジョン

- LED素子で構成された表示機
- モジュール構造で様々なサイズに対応可能。ビルの壁面や屋上など、大画面での掲出に対応
- オリジナルブランドの“LED WORLD”も提供



液晶ディスプレイ

- 色や映像を表現するフィルターをバックライトで照らす表示機
- 複数台を用いて大きな1つの映像面として活用可能で安価



プロジェクター

- 高出力の光源より光を投射して映像を投影
- 映像機器の設置が不要で、さまざまな形状の投影が可能



INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

ソリューション事業：メッセージングサービス（MS）サービス概要

販促としてのマーケティングメールや通知などのトランザクションメールを大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスで、メールの配信遅延や不達の可能性を低減。

2023年1月にメール配信APIのWeb申込み、同年8月には生成AIを活用した「AIメール件名提案機能」をリリースし、メール配信業務における効率化を支援。



集客や自動通知を目的とした電子メールを適切なタイミングで一度に大量に配信するサービス

用途

- ・ **マーケティングメール**
自社顧客に対する集客やロイヤルカスタマー化を促すメール
 - ・ **トランザクションメール**
商品・サービスの予約、登録など顧客のアクションに応じた自動通知メール
- ※メールの送信数に応じたシンプルな価格設定

主要機能

メール配信API 基幹システムなどの外部システムと自動連携したメール配信をAPIで実現

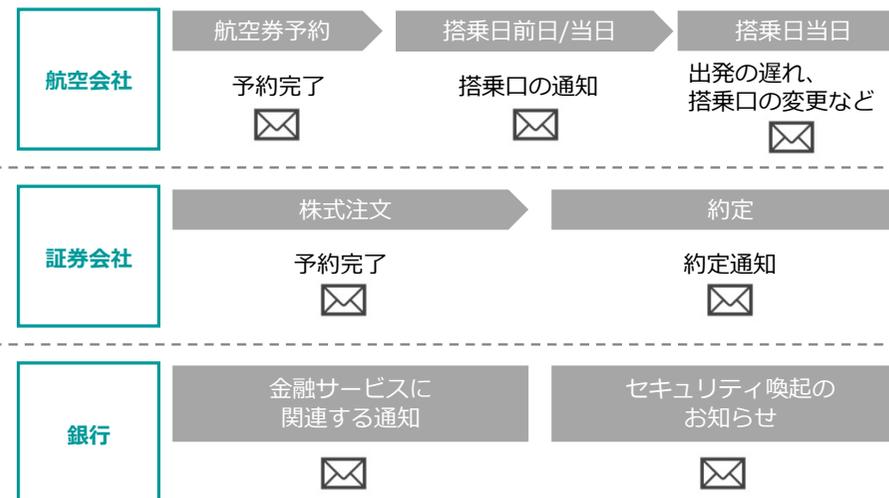
メールマーケティング ターゲティング配信から配信後の効果測定までを標準装備し、HTMLメールも手軽に作成

メール配信利用用途



- 会員登録** : メールアドレスをサービス利用のIDとして活用
- 自動配信** : 他のシステムと連携し自動でメール配信
- メールマガジン** : 会員向けに情報発信

システム連携利用例



ソリューション事業：データセキュリティサービス/その他 サービス概要

データセキュリティサービスは、年間ライセンス契約によるサブスクリプションモデル。その他サービスではARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」を提供し、Meta Platforms, Inc.が展開するFacebookやInstagramのフィルター「Meta Spark」のパートナー企業^(注1)として企業のAR広告の企画・制作を実施。

データセキュリティサービス

PC・サーバ向け個人情報検出・管理ソリューション「P-Pointerシリーズ」を提供



特徴

個人情報の高速検出・一元管理・検出後の対処（移動・削除）機能を備えた個人情報検出・管理ソリューション。大手企業を中心に、金融、IT、情報通信、サービス業等の幅広い業種に提供

その他サービス^(注2)

スマートフォン向けARプラットフォーム「ARAPPLI」と「Facebook」「Instagram」のカメラエフェクト「Meta Spark」のコンテンツ制作



「Meta Spark」サンプルイメージ

顔やパーツ、笑顔などを認識し、エフェクトを出現させることが可能
商品価値及び認知向上ツールとしてのAR技術の活用を提案



(注) 1. 「Meta Spark HP」 https://sparkar-partners.fb.com/partners/?_search=arara
 (注) 2. 「Facebook」、「Instagram」、「Meta Spark」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

INDEX

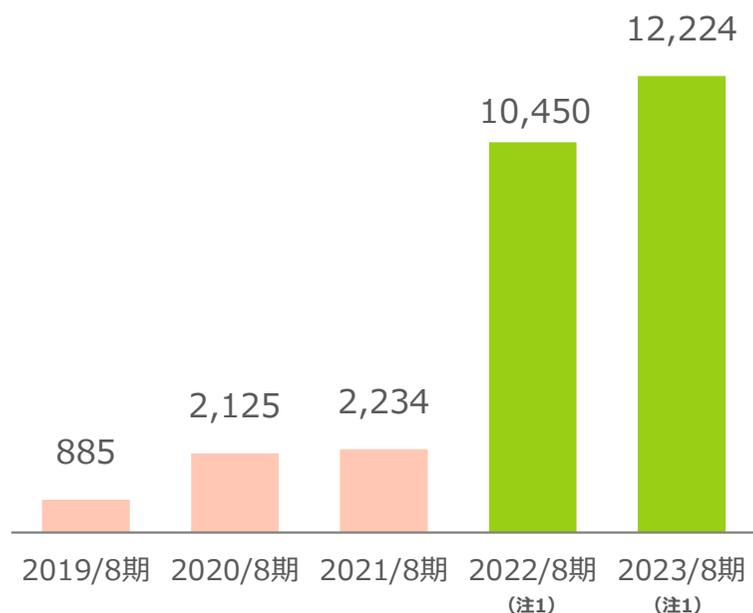
1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・キャッシュレスサービス事業
 - ・デジタルサイネージ関連事業
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：KPI

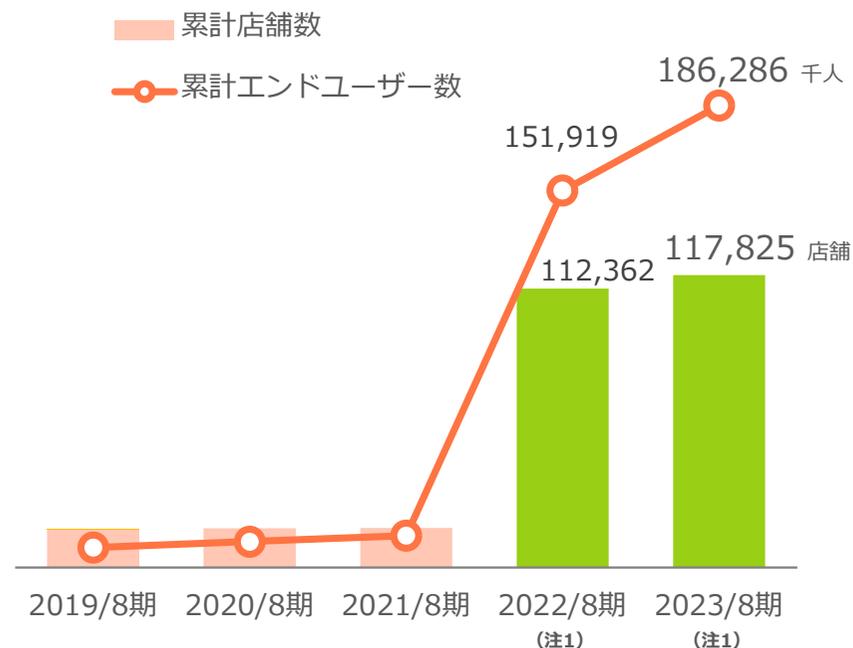
顧客層の拡大、顧客の売上に占めるキャッシュレス決済比率が高まり、決済取扱高は1.2兆円超となり、継続的に成長。新規顧客獲得により累計店舗数、累計エンドユーザー数ともに拡大し、2023年8月末時点で累計店舗数は117,825店舗、累計エンドユーザー数は186,286千人。

決済取扱高の推移

(億円)



累計店舗数・累計エンドユーザー数 (注2) の推移

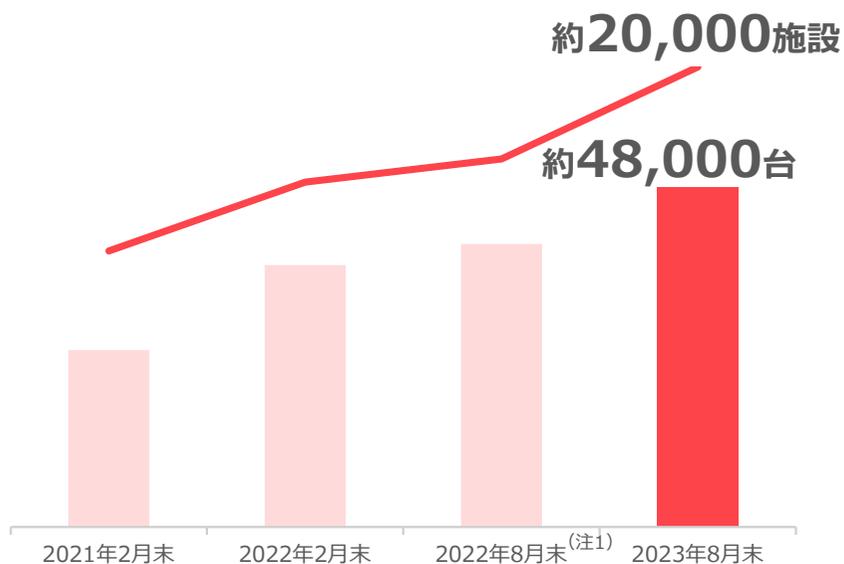


(注) 1. 2022/8期、2023/8期はアララとバリューデザインの合計値を記載
 (注) 2. エンドユーザー数とは、当社がデータベースとして管理する、エンドユーザーが保有する店舗の会員カード等に付されたIDの累計数を指す

デジタルサイネージ関連事業：KPI

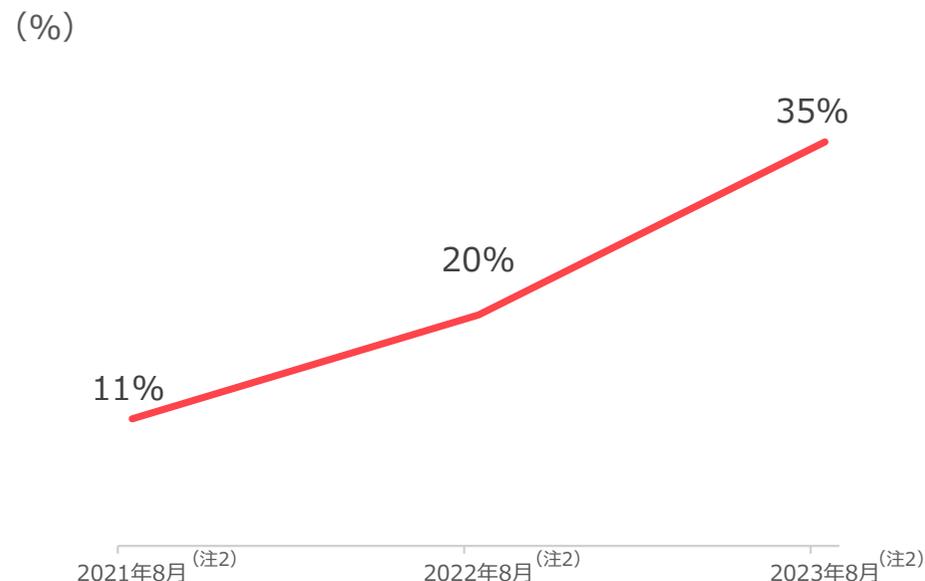
顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用まで、ワンストップで行う強みを活かし、デジタルサイネージの累計設置台数は全国で48,000台を突破。リカーリング収益も着実に成長し、2023年8月末は前年同期比で+35%の増収。

デジタルサイネージ累計設置施設数・台数



(注1) 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台数を足し上げた2022年8月末の数値を記載。

リカーリング売上成長率（前年同期比）



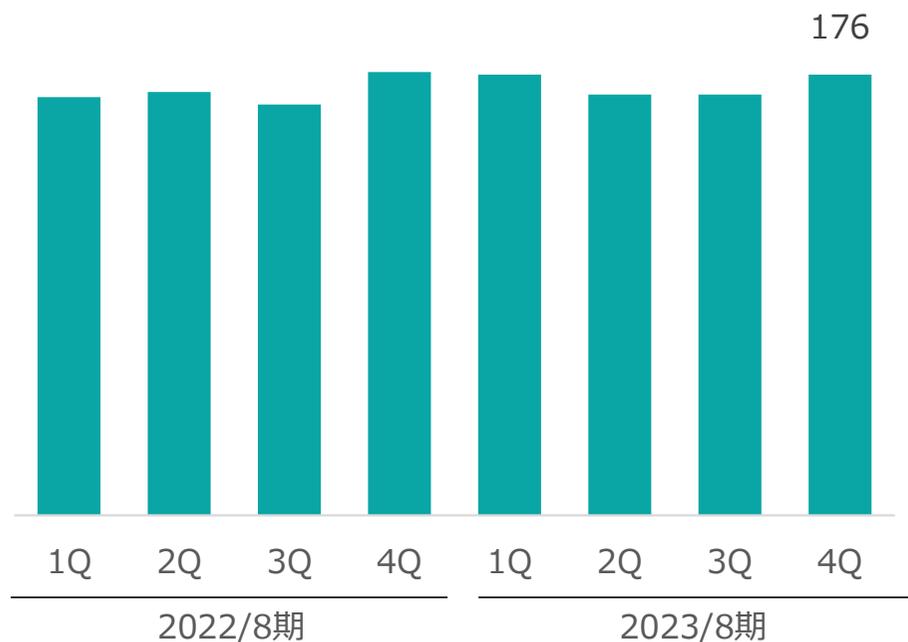
(注2) 決算期変更により、各期の期間が異なるため、各年の9月から翌年8月までの1年間のリカーリング売上を集計し、前年同期比の売上成長率を算出

ソリューション事業：KPI

ソリューション事業の売上高の7割以上をメッセージングサービスが占め、主要顧客は航空会社、メディア、IT企業など幅広い業種にわたる。直近では通数課金契約の顧客獲得に注力しており、2023年8月期4Qの平均顧客社数は254社と前年同期と比べて34社増加。

ソリューション事業 売上高推移

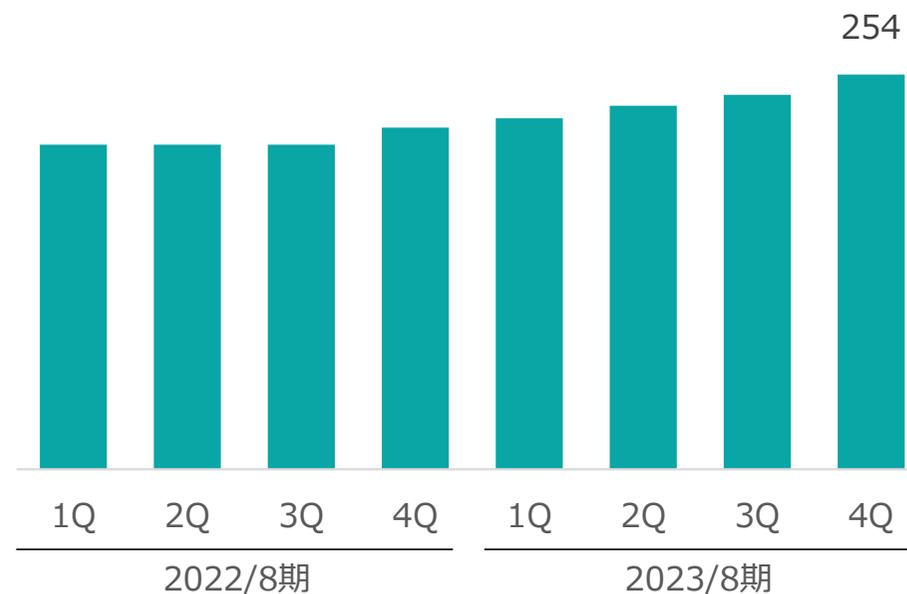
(百万円)



(注) 事業セグメントの変更に伴い、指標を変更

メッセージングサービス顧客社数推移

(社)



(注) 顧客社数は四半期の平均値

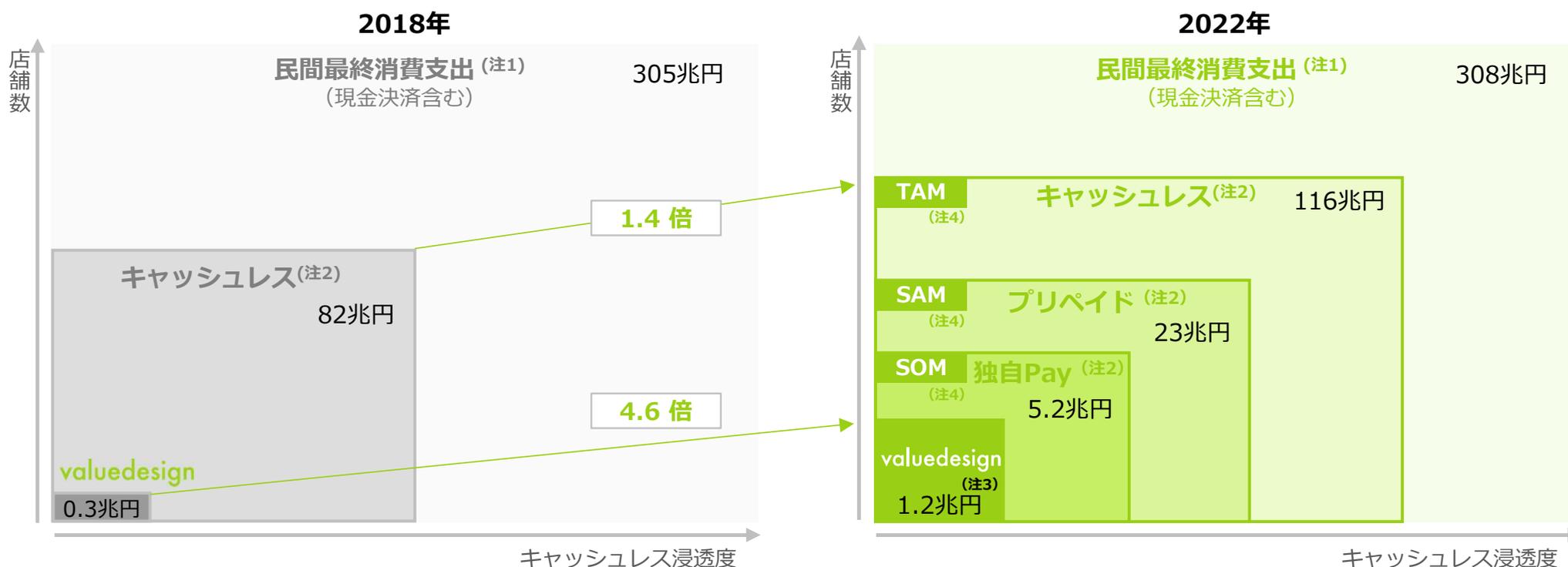
INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：市場規模

2018年以降、キャッシュレス決済市場は1.4倍に成長したのに対し、当社の決済取扱高は4.6倍と大幅に成長。
 独自Pay決済市場5.2兆円の内、当社グループの決済取扱高は約1.2兆円を占めている。

民間最終消費支出のうち、現金決済の占める金額は依然として多く、キャッシュレス決済市場の拡大余地は大きい。



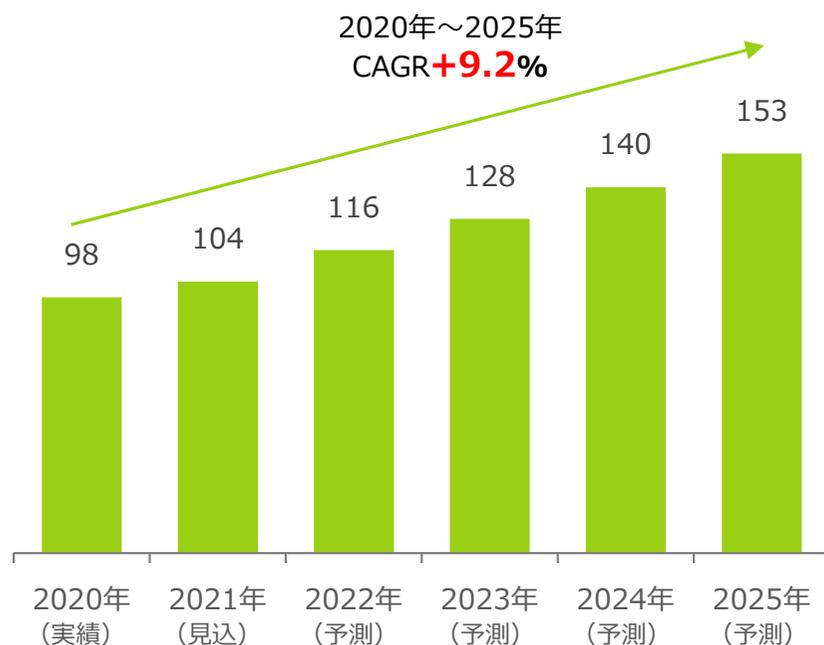
(注) 1. 2018年、2022年ともに暦年の実績を使用。(出所) 内閣府「国民経済計算」(名目)
 (注) 2. 2022年の「キャッシュレス決済市場」「プリペイド決済市場」「ハウス型プリペイド市場」予測を使用。(出所) 株式会社矢野経済研究所「2022年版 国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測」
 (注) 3. 2023年8月期実績の決済取扱高を使用
 (注) 4. TAM = 獲得できる可能性のある全体の市場規模、SAM = 獲得しうる最大の市場規模、SOM = 実際にアプローチできる顧客の市場規模

キャッシュレスサービス（CS）事業：キャッシュレス決済市場動向

当社グループは独自Payサービスに加え、クレジットカードによるウェブチャージサービスやその他決済手段を含むキャッシュレス決済市場全体を対象とする。国内のキャッシュレス決済市場は2022年に約116兆円と予測されており、2020年以降CAGR9.2%で成長することが想定される。また国内のキャッシュレス比率は上昇傾向にあり、政府予測の2025年40%という目標に対して今後も着実に上昇することが予測される。

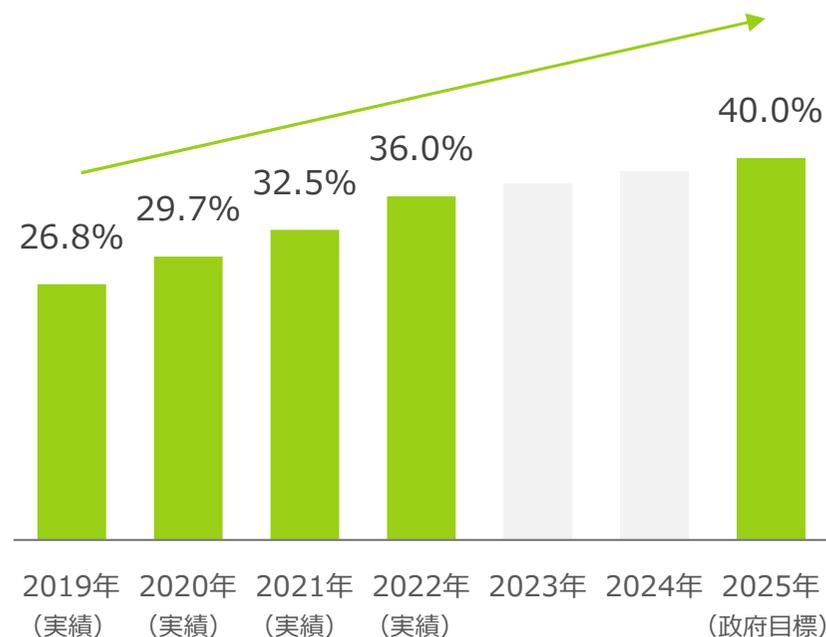
国内キャッシュレス決済市場予測

(兆円)



(出所) 株式会社矢野経済研究所「2022年版 国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測」

国内キャッシュレス決済比率



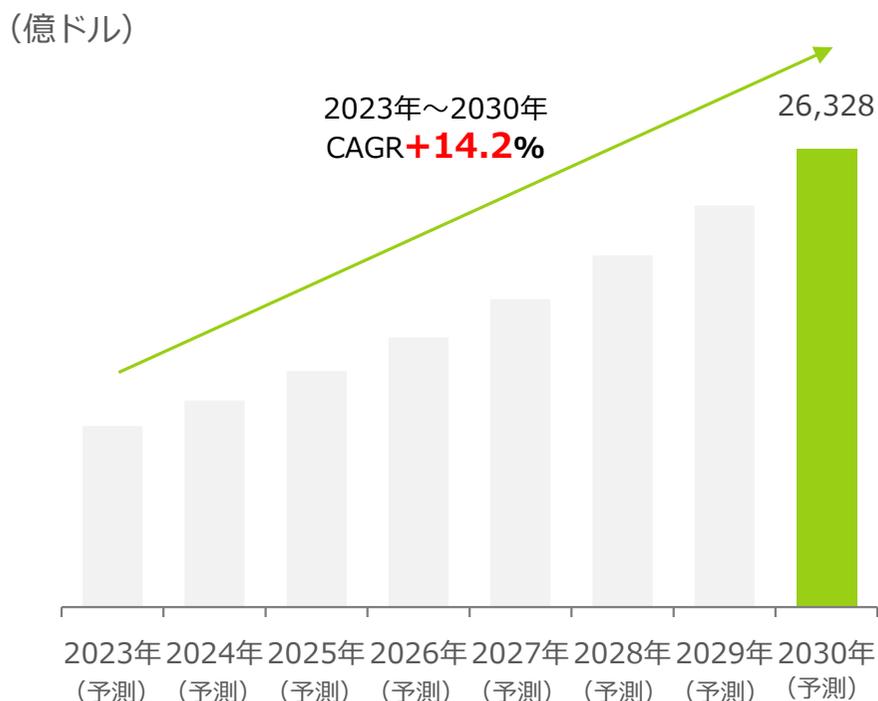
(出所) 経済産業省 2023年4月6日付ニュースリリース

キャッシュレスサービス（CS）事業：海外ギフトカード市場動向

当社グループが海外展開を行っているギフトカード市場は、世界で2030年に約2兆6,328億ドルの市場規模になり、2023年からCAGR14.2%で成長すると予測されている。

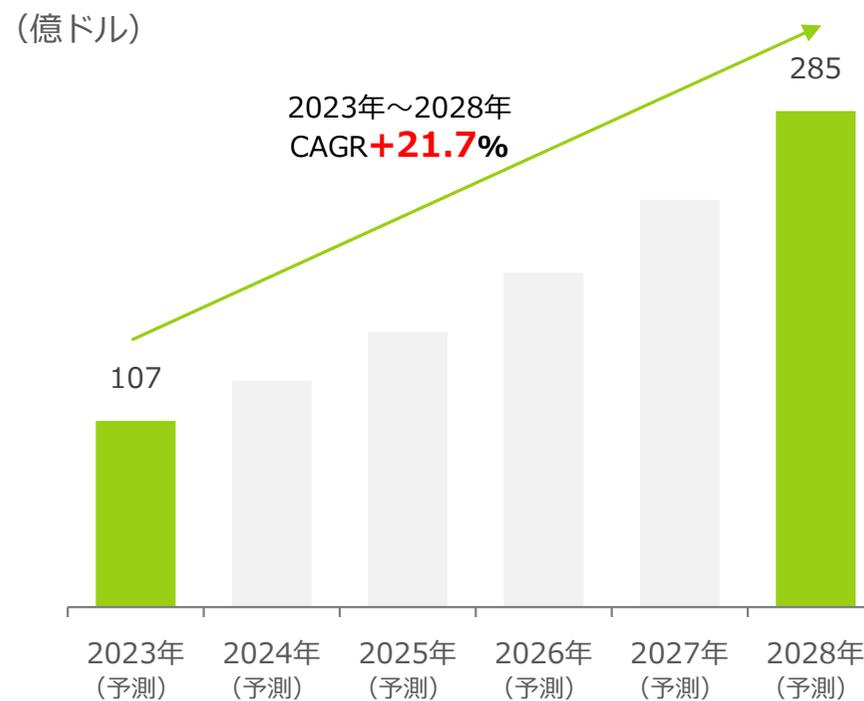
また、既存展開先かつ注力国の1つであるインドにおいては2028年に約285億ドルの市場規模になり、2028年までCAGR21.7%で成長すると予測されているため、世界の市場の伸びを大きく上回る成長が見込まれる。

グローバル ギフトカード市場



(出所) DATA BRIDGE MARKET RESEARCH “Global Gift Card Market – Industry Trends and Forecast to 2030”

インド ギフトカード・インセンティブカード市場

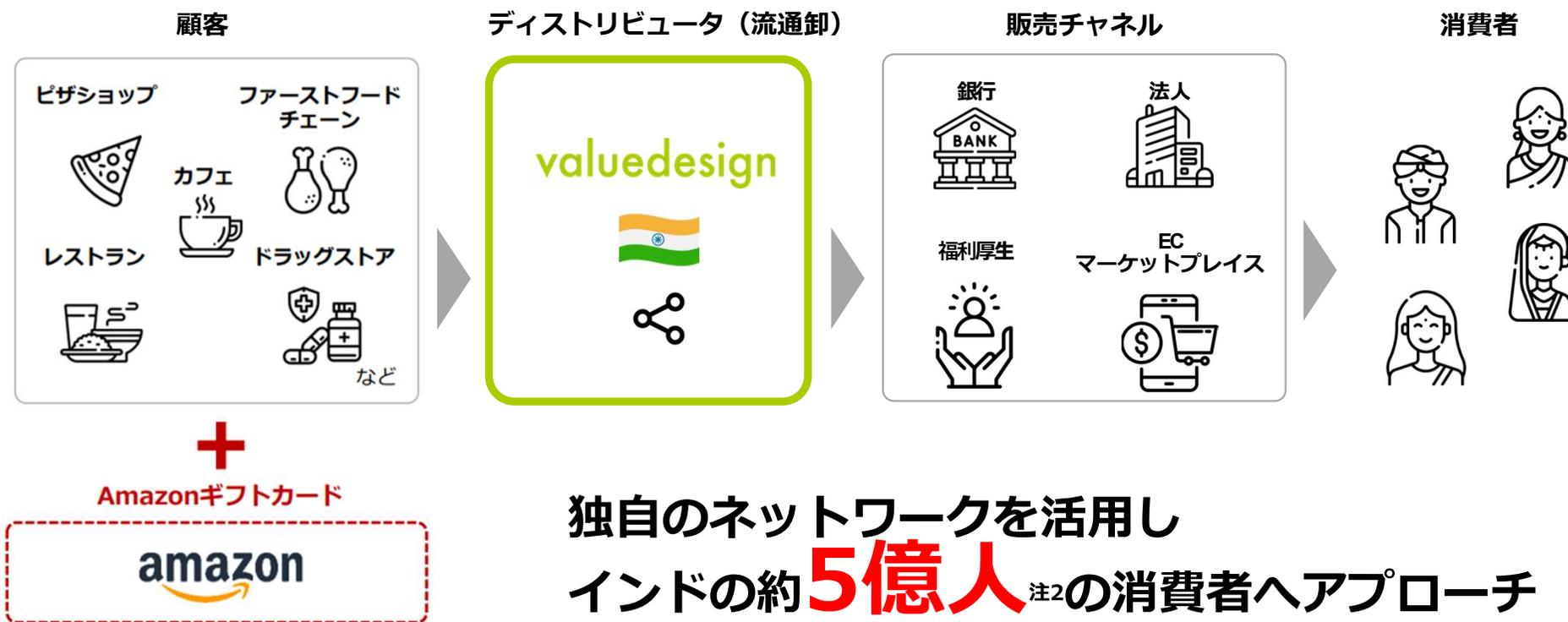


(出所) Mordor Intelligence “India Gift Card and Incentive Card Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2023 - 2028)”

キャッシュレスサービス（CS）事業：海外市場への展開

海外市場においてもキャッシュレスサービスを展開。インド市場ではデジタルギフト、タイ市場ではCRM・ポイントサービスを中心にサービスを提供し、インドでは9,871店舗^{注1}、タイでは716店舗^{注1}と着実に拡大。

インド市場においては、ギフトカード発行企業がより多くの消費者へリーチできるように、代理店・販売チャネルや取扱サービス・商品を拡充する方針。直近ではアマゾンと契約を締結し、Amazon Pay eGift Card等の取り扱いを開始。



独自のネットワークを活用し
 インドの約**5億人**^{注2}の消費者へアプローチ

(注) 1.2023年8月末時点の店舗数

(注) 2.ディストリビューター等がアプローチ可能な消費者の人口を、当社が公開情報を基に集計

キャッシュレスサービス（CS）事業：競合環境

当社はスーパー・小売店などの事業者へ独自Payのサービスを提供。

主要な独自Payサービス提供事業者は、当社以外に数社のみ。

バリューデザインとの経営統合により、幅広い顧客基盤にサービス提供が可能。

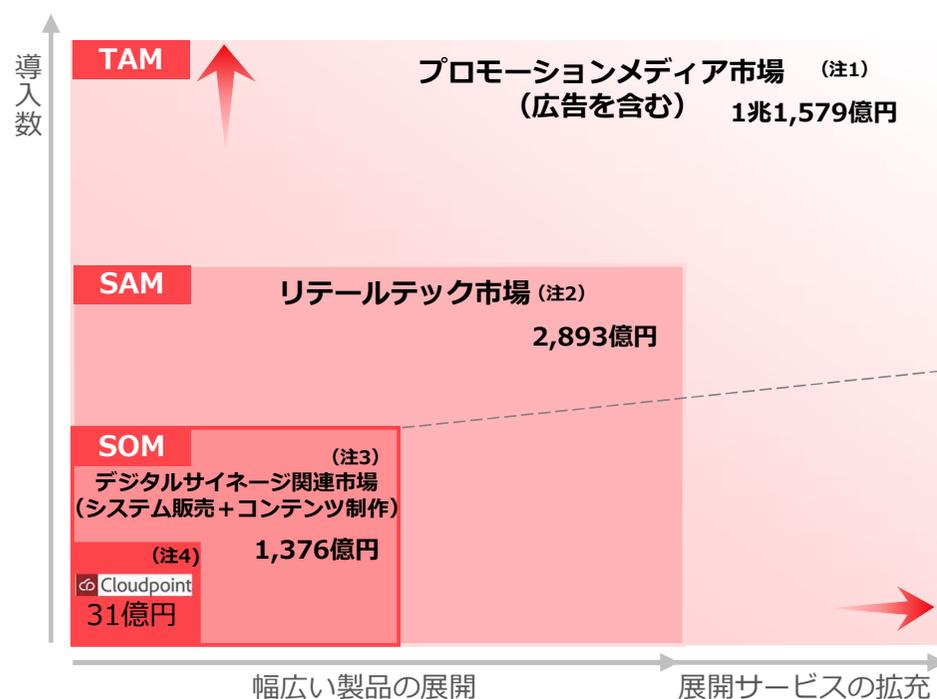


デジタルサイネージ関連事業：市場規模

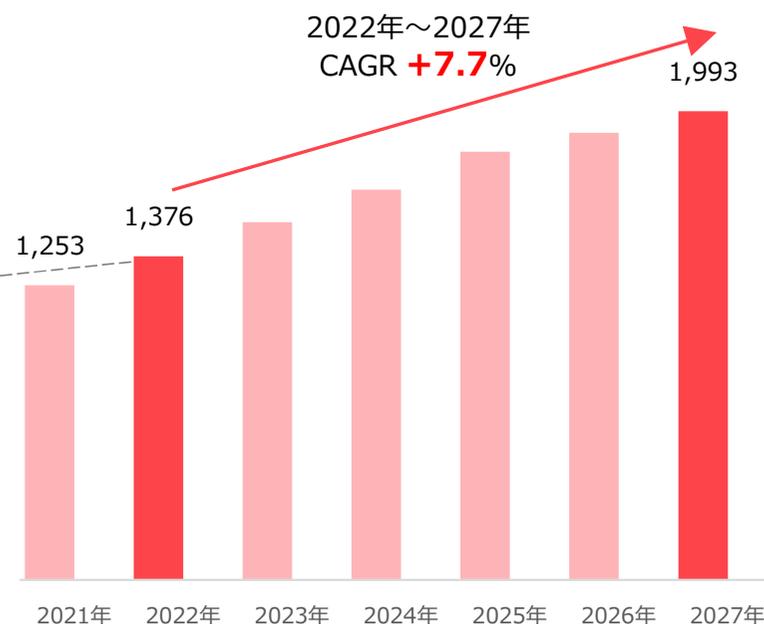
クラウドポイントの年間売上高約31億円に対し、デジタルサイネージ関連市場は1,376億円とシェア拡大の余地がある。また、小売店や飲食店等でのプロモーションメディア広告のサービス展開を長期的に目指しつつ、短期的にはデジタルサイネージと関連性の強いリテールテックの各製品の取扱も推進することで、顧客基盤を拡大する方針。

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「2022年 日本の広告費 | プロモーションメディアのうち、屋外・交通・POP・イベントに該当する広告市場と注2記載のリテールテック市場の市場規模の合算値
 (注) 2. 富士経済「2022年版 次世代ストア&リテールテック市場の現状と将来展望」
 (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. 2023年8月期の実績値を使用

デジタルサイネージ関連事業：（参考）リテールメディア市場の動向

米国のネット広告市場においてはGoogleやメタの市場シェアを代替する形でリテールメディアのシェアが拡大している。国内においても、ファミリーマートが店頭サイネージの活用により併買率が6~7倍になる販促効果を確認し、リテールメディアの事業を拡大する方針を示している。

米国のリテールメディアに関する日本経済新聞の記事

「リテールメディアは24年に米ネット広告市場で16%のシェアを握ると予想」

同社は24年の市場見通しも上方修正したが、2強に限ってみるとシェアは微減傾向が続く。メインサイダー・インテリジェンスによると、Googleとメタの米市場におけるシェアの合計は19年に53%を上回っていたが、23年は46%台まで低下。24年はさらに減少すると予想している。

両社のシェアを奪う形で成長しているのがアマゾンなどのEC企業だ。同社サイトに広告を掲載している企業の幹部は「商品の購入意欲がある人がアマゾンのサイトを訪問するため広告効果が高い」と評価する。動画配信サービスや食品スーパーの店頭などグループ内に広告媒体として使える「スペース」を多く抱えることも強みだ。

同社の広告の売上高は過去8四半期にわたって前年同期比20%以上の成長を続け、7~9月期は140億ドルに迫る見通しだ。メタの4割強の水準になる。インサイダー・インテリジェンスは小売り最大手の米ウォルマートと食品宅配サービスのインスタカートを加えた「リテールメディア」は24年に米ネット広告市場で16%のシェアを握ると予想する。

(出所)：2023年10月26日付 日本経済新聞
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOQN260FU0W3A021C2000000/>
 本記事は株式会社日本経済新聞社の許諾を得たうえで掲載しております。無断での複写・転載を禁じます。

国内のリテールメディアに関する日経MJの記事

「リテールメディアと呼ぶ広告プラットフォーム事業を拡大」
 「店頭サイネージ活用で併買率6~7倍に」

店頭サイネージ活用、併買率6~7倍に

コーラとファミチキの販促企画をファミペイでのイベント広告などで店頭のサイネージで実施したところ、実店舗で両商品を同時に購入する併買率が全店ベースで実施前と比べ6~7倍になったという。

デジタルサイネージの設置店舗数は6月末時点で全店舗の3割弱にあたる約4600店だ。23年内に2.2倍の約1万店まで増やす方針で、取引先のメーカーの新商品CMのほか、エンターテインメント関連のニュースや地域情報なども流していく。ファミマは、リテールメディア事業に対し、これまでに約450億円を投資してきた。今後、企業の広告需要は一段と増すとしており、5年後に事業利益で約100億円を目指す。

細見研介社長はデジタル戦略の説明会で、「足元でリアル店舗の価値が再評価されており、デジタル技術も有効活用することで顧客とよりきめ細かくつながるようにしたい」と語った。購買データを使った顧客への広告配信に加え、今後はデータも生かした新商品の開発に役立てる考えも示した。商品を含め他社との違いを生み出すことが難しくなっており、「次世代型コンビニ」の一手として力を注いでいく。



(出所)：2023年7月15日付 日経MJ
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC074K00X00C23A7000000/>
 本記事は株式会社日本経済新聞社の許諾を得たうえで掲載しております。無断での複写・転載を禁じます。

デジタルサイネージ関連事業：競合環境

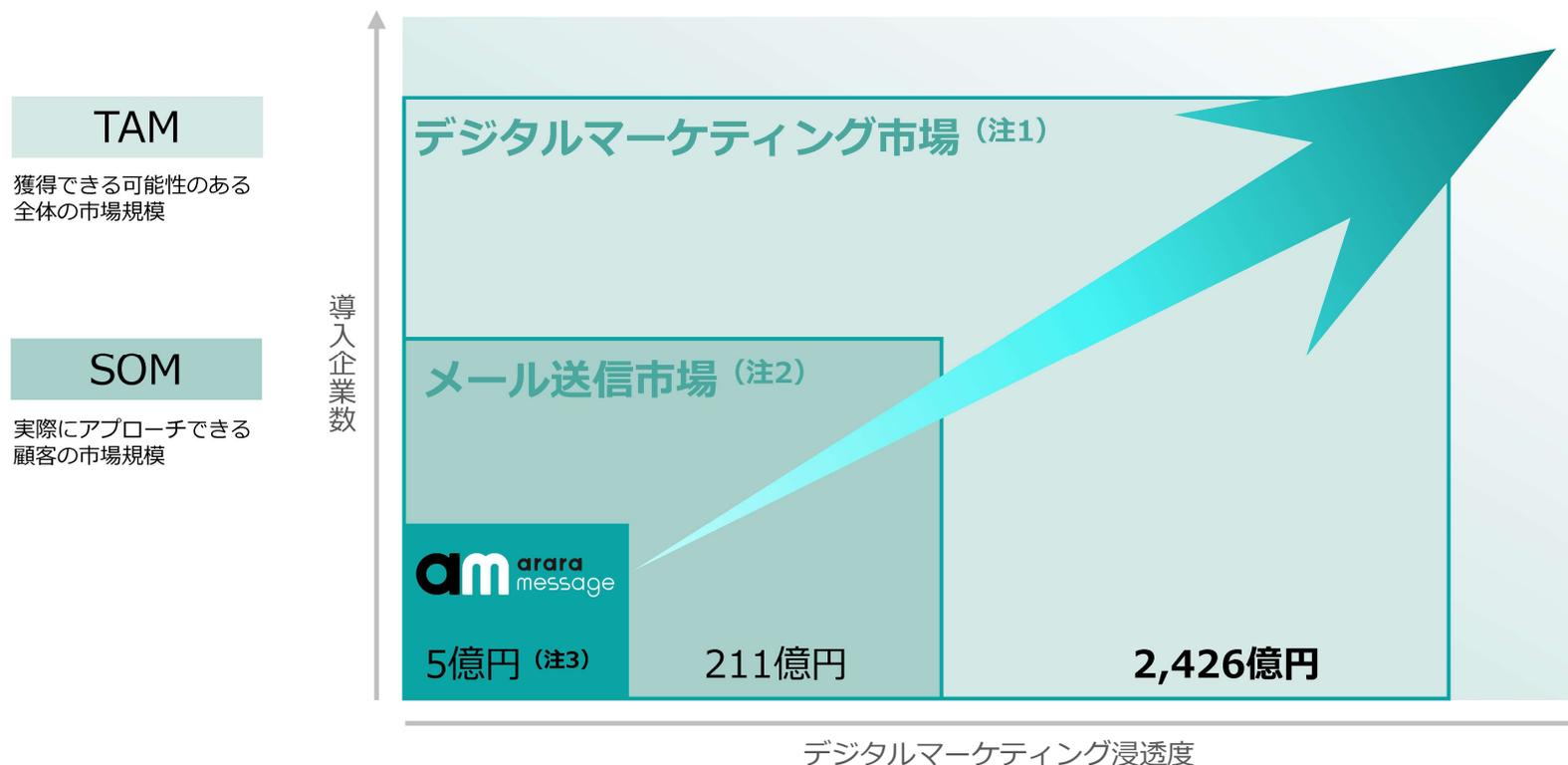
競合他社は取り扱う機器の特定メーカーへの偏りや、対象外のサービスがあるものの、クラウドポイントは顧客のデジタルサイネージの導入計画策定からシステム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの運用・保守まで、ワンストップで行うことが強みである。



ソリューション事業：メッセージングサービス（MS）市場規模

当社サービスはメール送信市場211億円のうち、2%程度のシェアのため、広範な拡大余地を見込む。

メール送信市場が属するデジタルマーケティング市場^(注1)の規模は2,426億円であり、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2022年版」CX/デジタルマーケティング市場（2022年度見込）

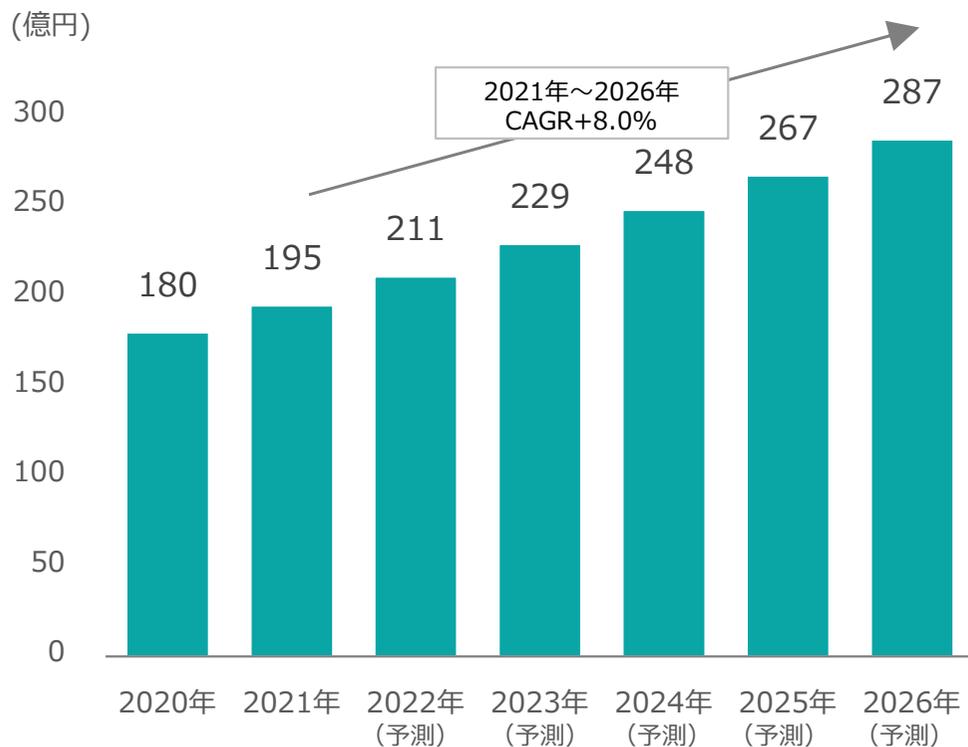
(注) 2. ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2023」（2022年度予測）

(注) 3. 2023年8月期以降はソリューション事業に統合されているため、2022年8月期実績を記載

ソリューション事業：メッセージングサービス（MS）市場動向

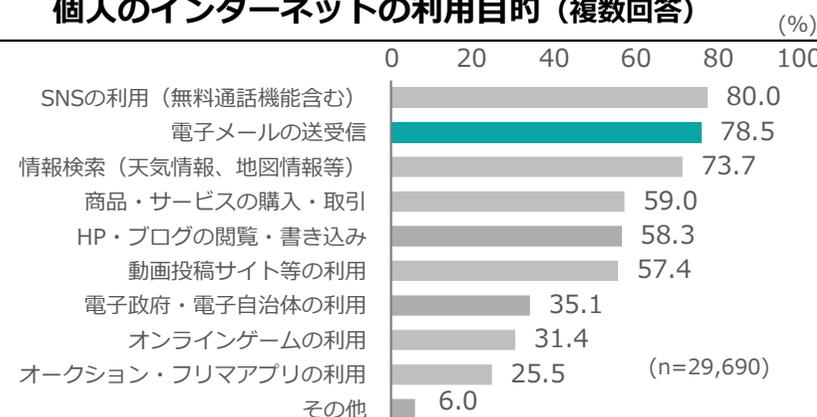
メール送信市場は着実に成長。個人・企業ともに電子メール利用の重要度は非常に高い。
 エンドユーザーと紐づく本人認証ツールなど、幅広い用途で活用されている。

メール送信市場の市場規模（注）予測

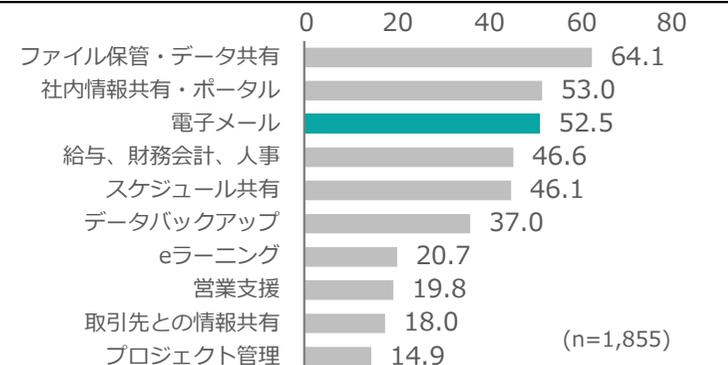


（出所）ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2023」メール送信市場

個人のインターネットの利用目的（複数回答）



企業のクラウドサービスの利用状況（複数回答）



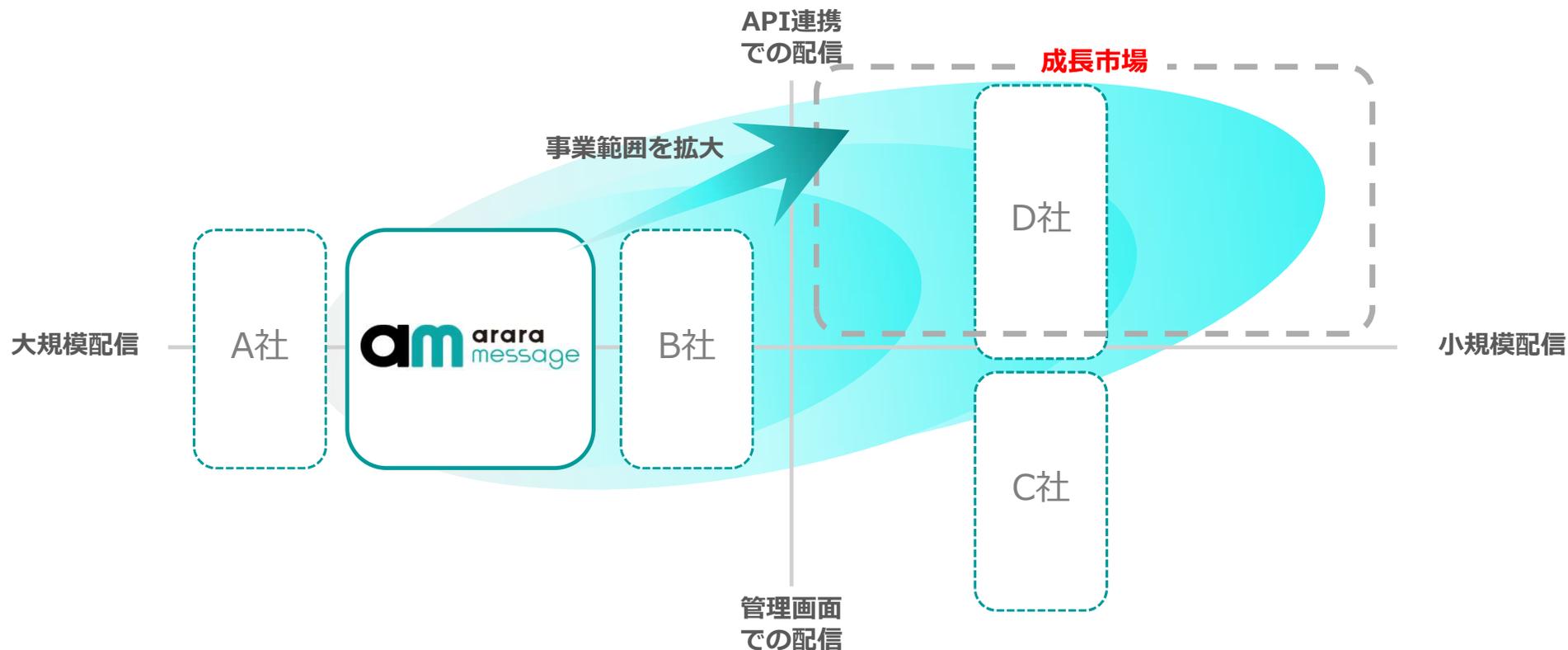
（出所）総務省「令和4年通信利用動向調査」

ソリューション事業：メッセージングサービス（MS）競合環境

メール送信市場は、メルマガ等のマーケティングメールから予約確認等のトランザクションメールに移行するなか、送信通数は徐々に大規模化。

当社のメッセージングサービスは、API連携×小規模配信の成長市場に事業範囲を拡大。

メッセージングサービス競合環境



INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

当社グループの強み・特徴：サマリ

1

長期的な収益を生む顧客基盤・サービス展開

- 各顧客の店舗内で流通する独自Payは一種類のため、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の提供により取扱高と収益を長期的に確保

2

決済×マーケティングの相乗効果

- 店舗の内外で顧客が消費者と切れ目なくコンタクトできるリテールマーケティング・プラットフォーム戦略
- 戦略遂行に必要なグループ企業及びビジネスアライアンス

3

基幹システムとの連携による顧客の利用期間長期化

- 顧客の基幹システムと高速メール配信システムの連携を容易にすることで、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実現

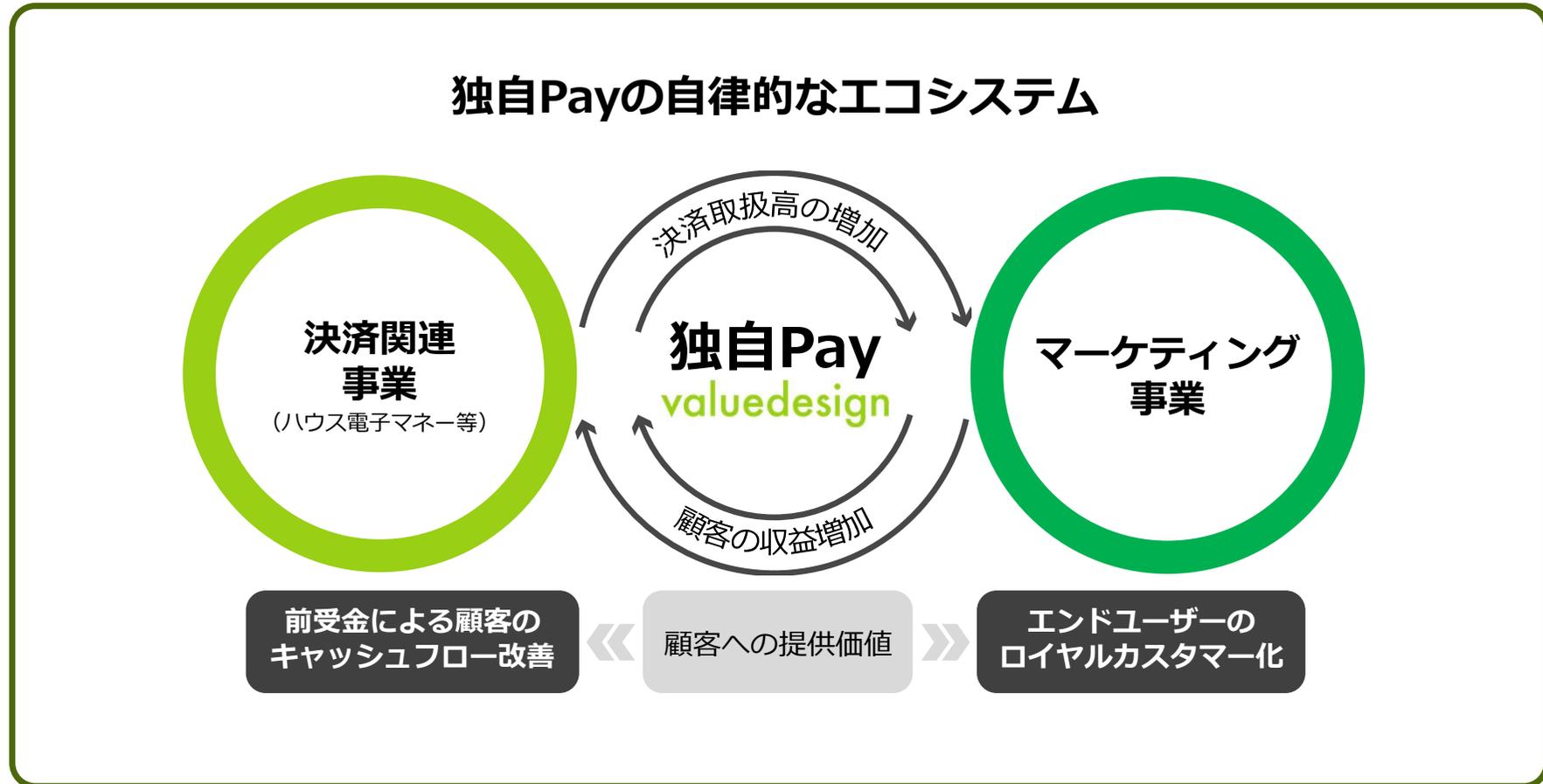
4

豊富なサービスラインナップ

- アララ、バリューデザイン、クラウドポイントが一体となり相互の顧客基盤に対してサービス提供
- 幅広い顧客のニーズに沿って、各社のサービスをクロスセル

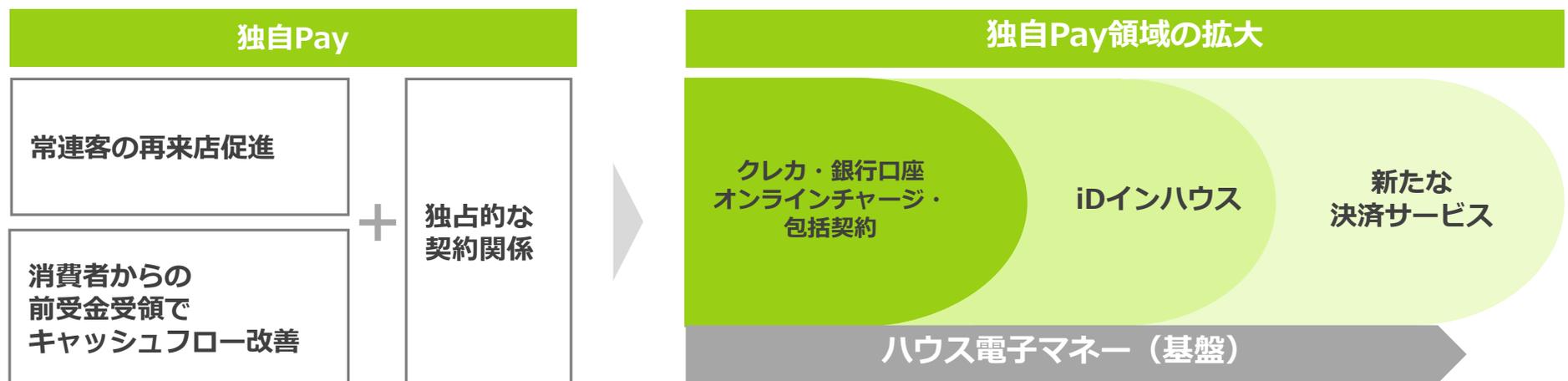
独自Payとは

顧客独自の決済サービス『独自Pay』 = 決済+マーケティング



当社グループの強み・特徴①：長期的な収益を生む顧客基盤・サービス展開

各顧客の店舗内で流通する独自Payは一種類のため、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となる。「ハウス電子マネー」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。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、取扱高と収益を長期的に確保できる強みがある。



- ・当社の独自Pay領域の拡大で、顧客・常連客の満足度アップ
- ・顧客へ複数サービスを提供し、参入障壁を高くし、ほぼ解約率ゼロへ

「取扱高」と「収益」の長期的な確保が強み

当社グループの強み・特徴①：長期的な収益基盤による決済取扱高の拡大

2023年8月期年間決済取扱高

約 **1.2兆**円

2023年8月末累計導入店舗数

約 **11.7万**店舗

これまで主にハウス電子マネーのみで
決済関連事業の基盤を構築

2024年8月期年間決済取扱高（計画）

1.5兆円

独自PayのNo.1
プレイヤー^{注1}として
基盤拡大・領域拡大



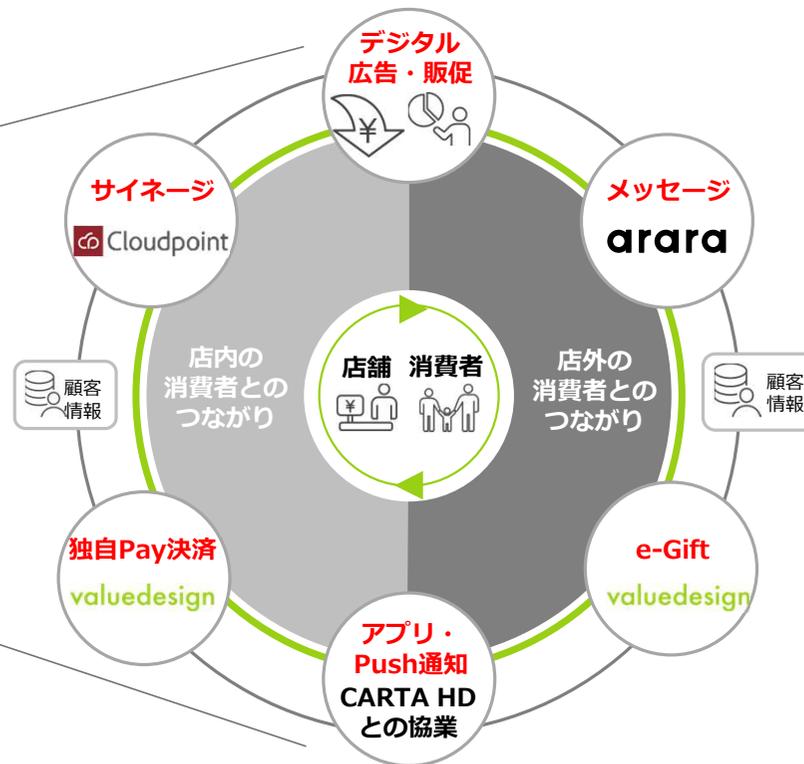
注1:当社調べ

当社グループの強み・特徴②：独自Pay = 決済×マーケティング

独自Payのマーケティング事業において、各店舗と消費者との切れ目のない関係を顧客へ提供する「リテールマーケティング・プラットフォーム戦略」を当社グループで提供。各サービスを各店舗の内外で消費者との接触に活用することで、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。

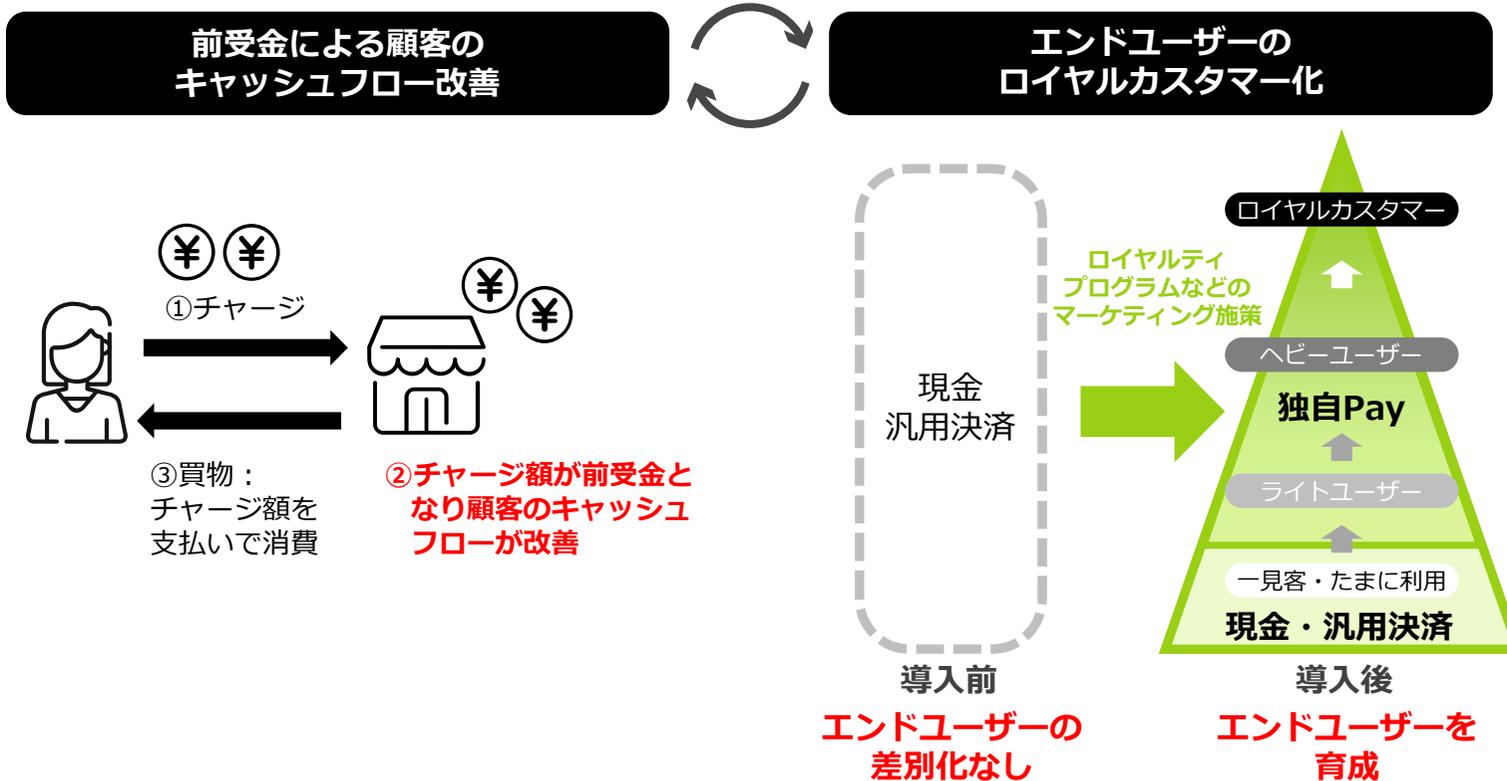
リテールマーケティング・プラットフォーム戦略

独自Payのエコシステム



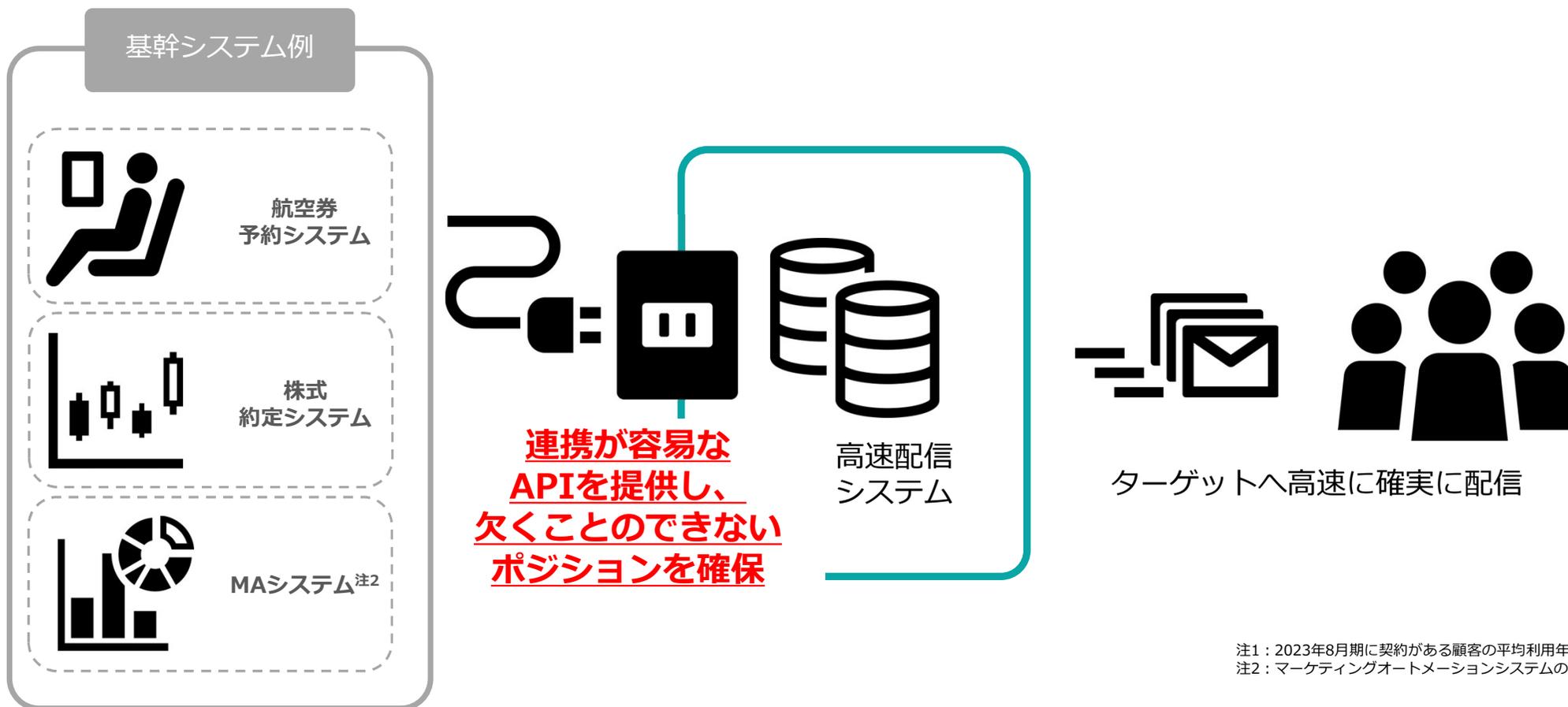
当社グループの強み・特徴②：決済×マーケティングの相乗効果

マーケティング機能によりエンドユーザーのチャージ・利用額が増加し、ロイヤルカスタマー化する。
さらに、顧客のキャッシュフローがより改善するという好循環が生まれる。



当社グループの強み・特徴③：基幹システムとの連携による利用期間長期化

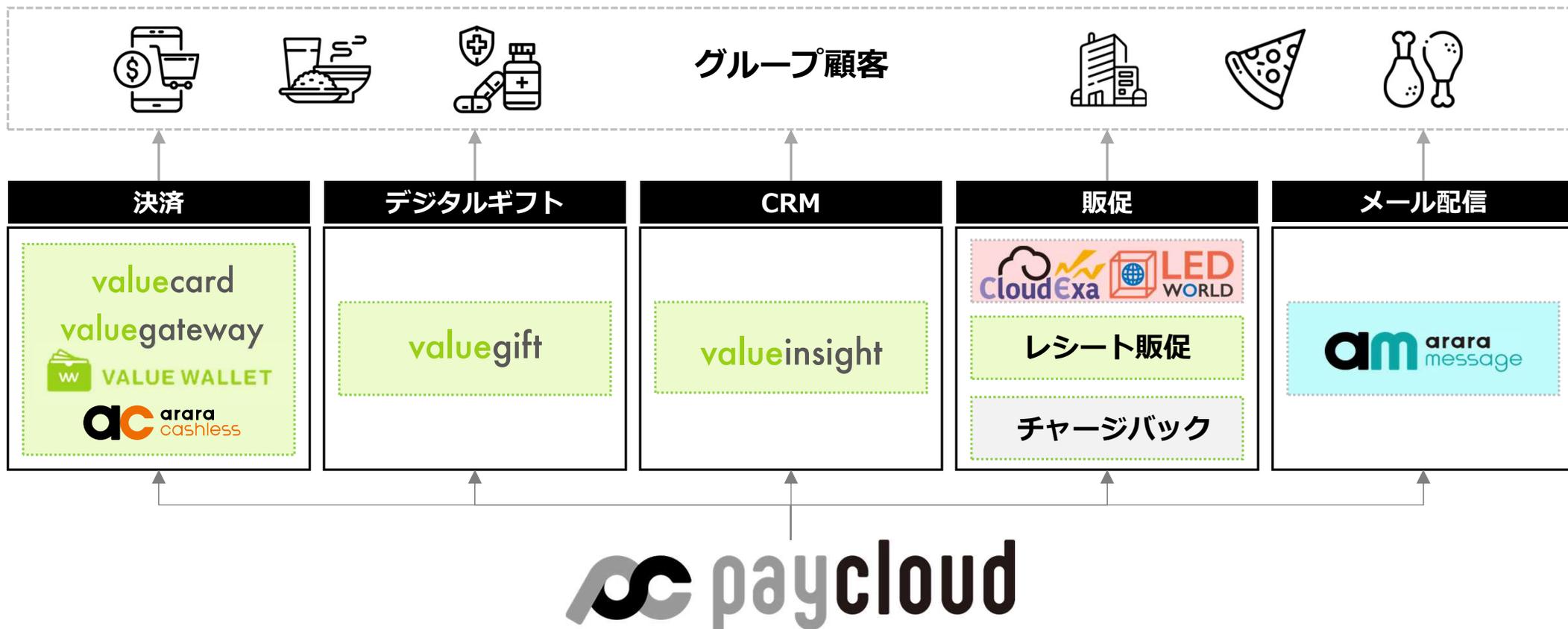
ソリューション事業の約75%の売上を占めるメッセージングサービス。顧客のサービスにとって最も重要な基幹システムと高速メール配信システムの連携を容易にすることで、欠くことのできないポジションを確保。更に、安心・安全・安定したAPIを提供することで、顧客の長期間の利用を実現。API連携の顧客の平均利用年数は約7年11ヵ月^{注1}。



注1：2023年8月期に契約がある顧客の平均利用年数
注2：マーケティングオートメーションシステムの略

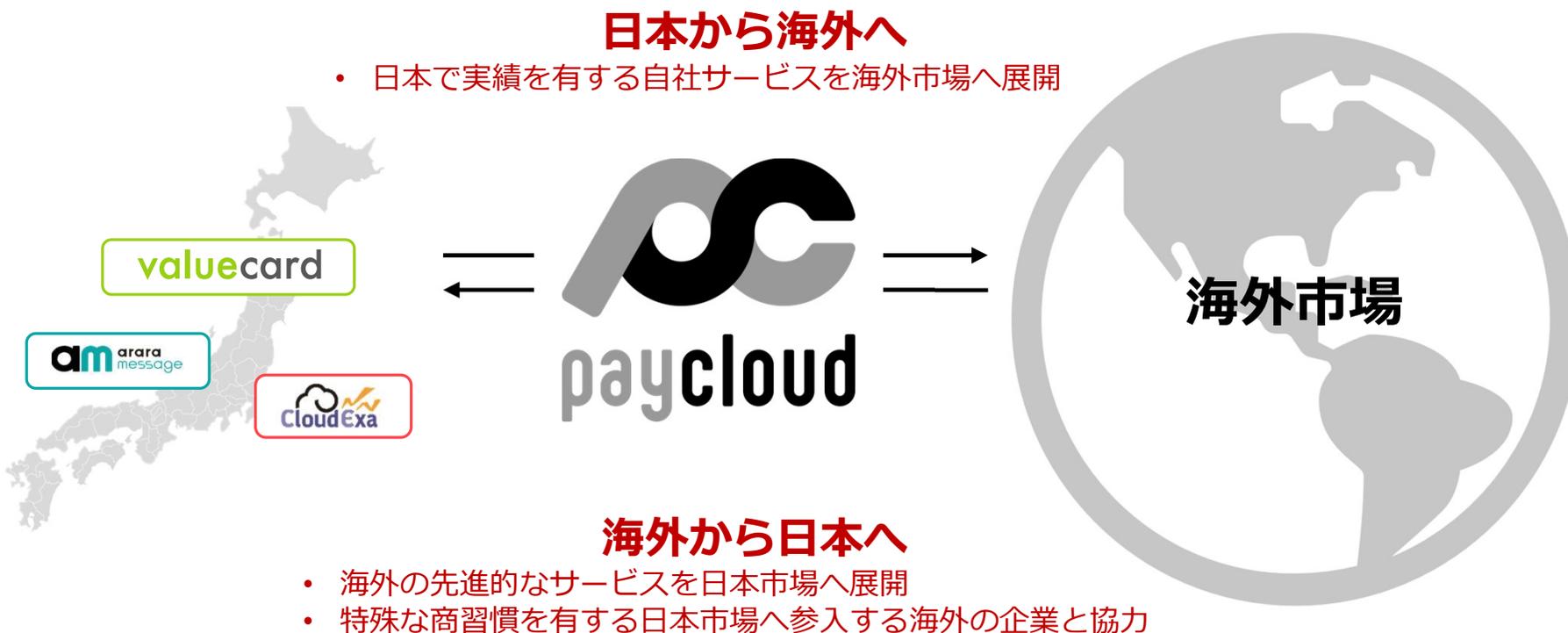
当社グループの強み・特徴④：豊富なサービスラインナップ

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



当社グループの特徴：海外市場を含めたビジネス展開

海外市場については、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。ペイクラウド社としては、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。



※デジタルサイネージ関連の海外展開は今後検討予定

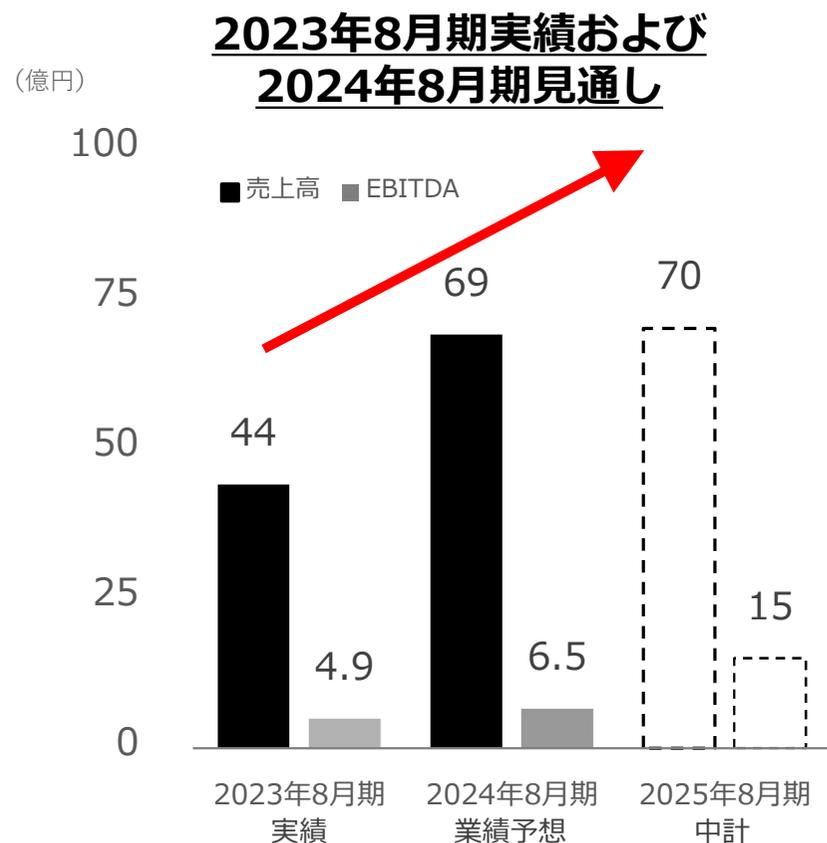
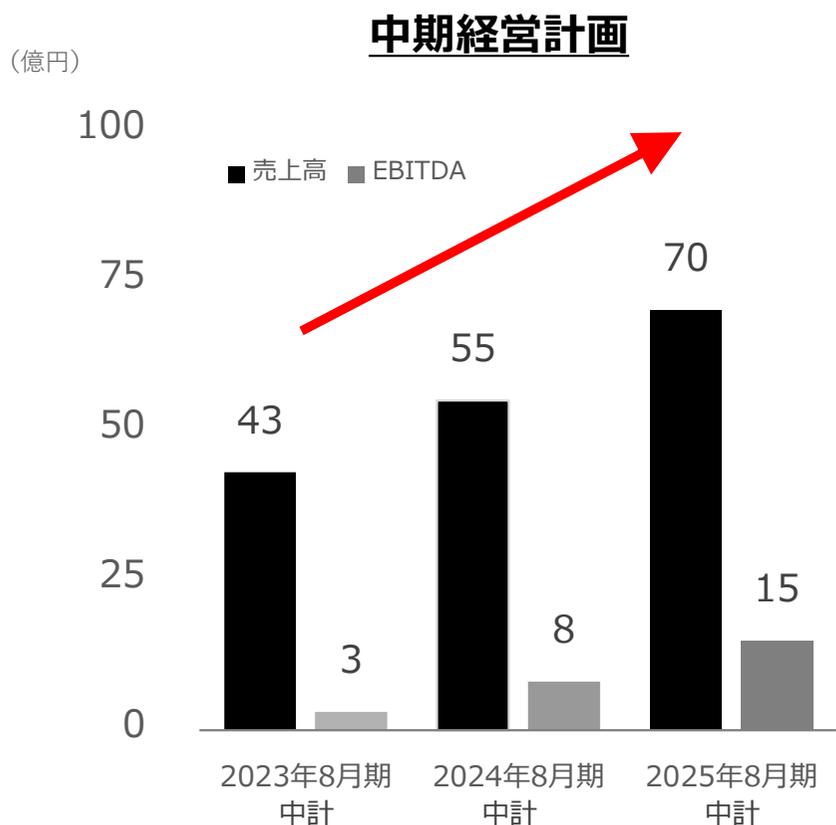
INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

※デジタルサイネージ関連事業のセグメント業績につきましては、本社経費の配賦額やグループシナジー、コスト削減の影響等を精査する必要があると考えているため、記載しておりません。

2025年8月期 業績目標

2024年8月期の売上高は中期経営計画最終年度の70億円に近い69億円、EBITDAは中期経営計画で発表した8億円に対して6.5億円と予想。2025年8月期の業績目標については修正すべき状況となった時点で速やかに開示予定。



基本方針概要

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

機能拡充による差別化

▶ 予定通り進捗中

▶ 決済関連機能の拡充

- 2023年8月期の重要契約の収益化
- サービスの充実などを目的に既存顧客との手数料率の見直し決済取扱高の計画1兆5,000億円を実現

▶ マーケティング機能の拡大

- CARTA HDとの業務提携契約の実行による収益化及びM&Aの実行

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

▶ 次の顧客セグメントへの本格的な拡大

経営・組織体制の再構築及び強化

▶ 今年度より追加した方針

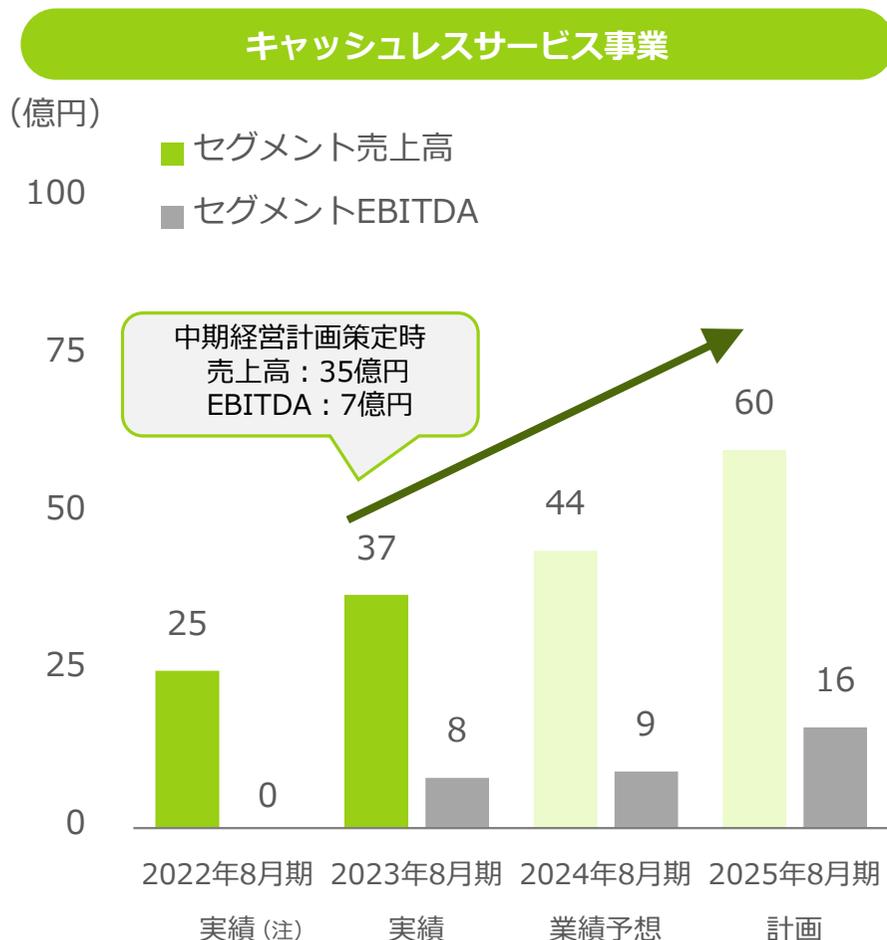
▶ 決済純粋持株会社化の促進

- 経営と執行の分離促進
- ソリューション事業の新設分割
- 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すために人材の価値を最大限引き出す取り組みを強化

キャッシュレスサービス事業 セグメント業績目標



2023年8月期の業績は好調

- バリューデザインの変則決算、マイナポイント関連の売上高増加、決済手数料の増加等により、2023年8月期の売上高は3,792百万円、EBITDAは899百万円となった。

成長のドライバー

- 両社ノウハウの共有など各種取組みに注力し、決済手数料売上を中心とする売上高の増加を目指す。
- 2024年8月期には新たなマーケティング機能等による売上、2025年8月期には新たな顧客セグメントへの本格的な拡大などを見込む。

コストの低減

- アララとバリューデザインの経営統合によりシステム投資コストを見直し、重複する機能開発の削減、外注費の削減などにより将来の開発コストを低減することが可能。
- 営業においても管理体制の一元化や新規営業先の統一などにより、拡大予定であった将来の人件費削減が可能。

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

キャッシュレスサービス事業 成長のロードマップ

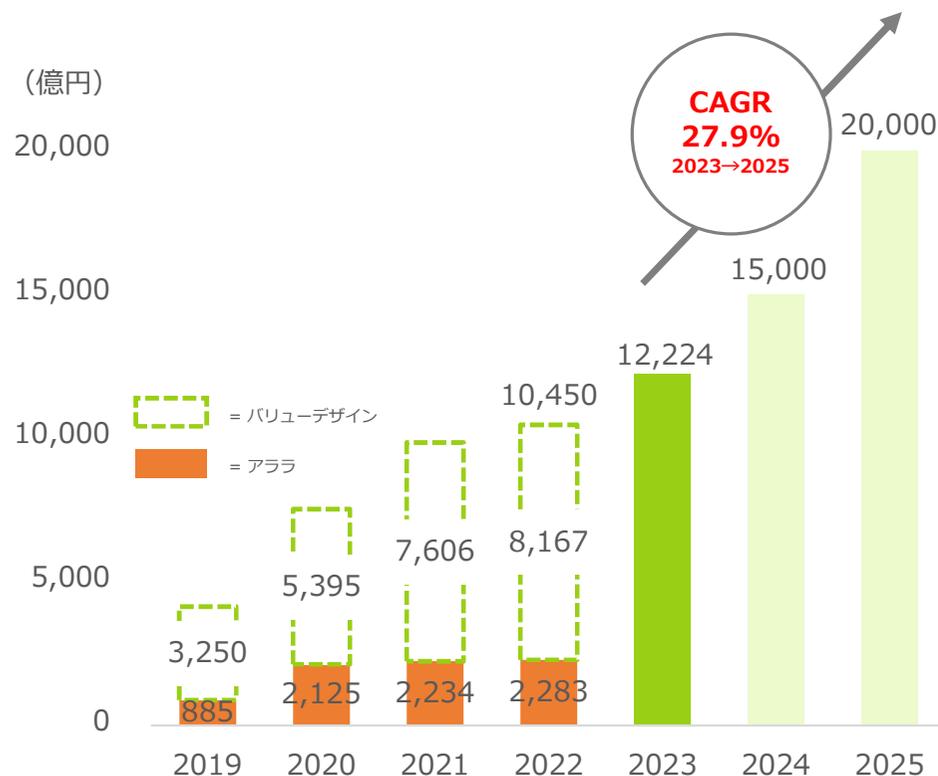
当社のキャッシュレスサービス事業は、成長市場であるキャッシュレス市場において、国内シェアトップの独自Payを提供する企業として確固たるポジションを確立しながら、収益力を向上させる施策を推進し、さらなる将来に向けた布石を打つ。



1 成長のロードマップ：独自Pay収益基盤の強化

今後は顧客メリットを訴求し、顧客と共通の目標を持ち、サービス拡充により手数料収入を拡大する。また、両社のノウハウを結集し、既存顧客の利用促進を進める。

独自Payの年間決済取扱高(GMV)



2023年8月期の決済取扱高は1.2兆円超

- 2023年8月期の年間決済取扱高は1.2兆円超となり、中期経営計画策定時の想定を上回る成長

サービス拡充による決済手数料収入の増加

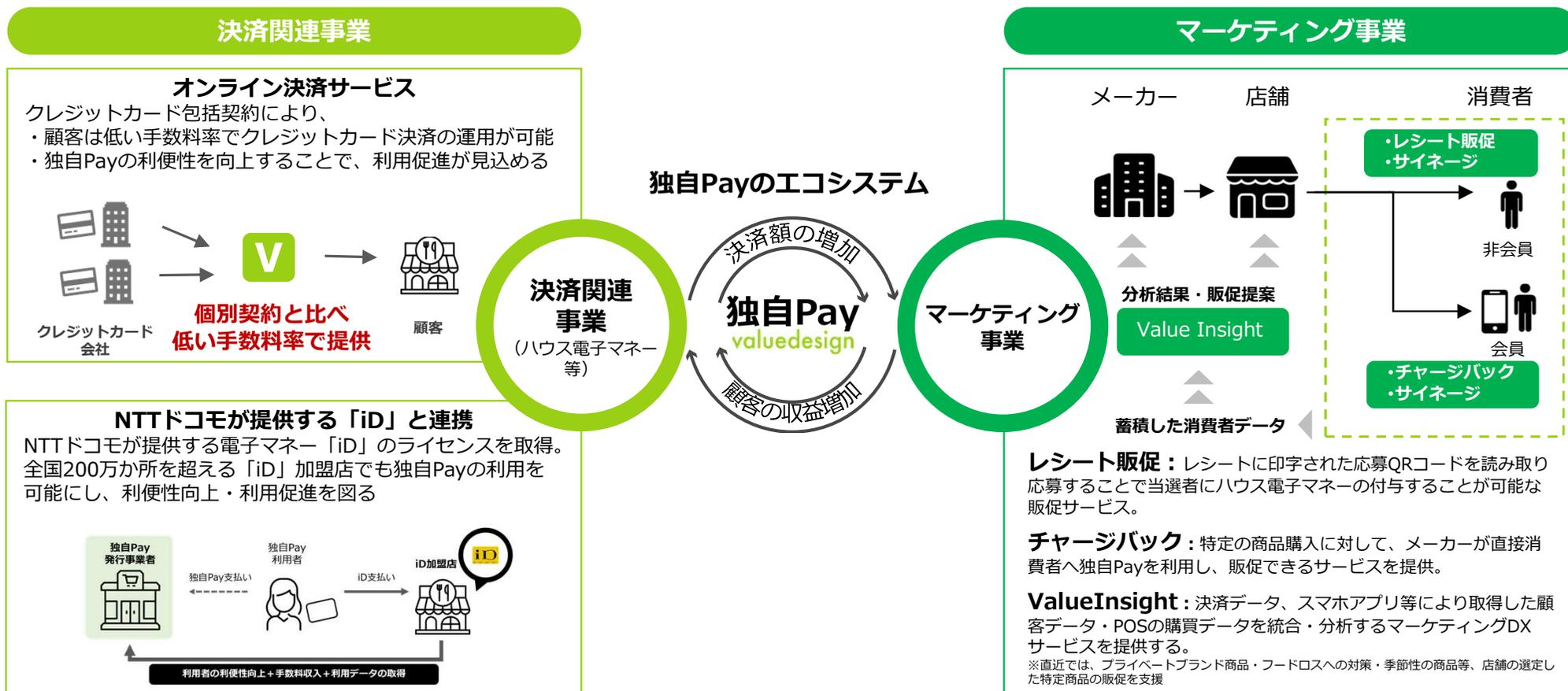
- 独自Payの導入メリットとして、顧客の前受金が増加し、CCC(Cash Conversion Cycle)が良化する。エンドユーザーのロイヤルカスタマー化により、チャージ額がさらに増加し、顧客は資金調達と同等の効果を得られる。
- キャッシュフローが改善するというメリットを適切に訴求していくことで、廉価販売に陥ることなく、独自Payのサービス拡充により決済手数料収入を増加。

決済取扱高の拡大

- 独自Payの利用がキャッシュフロー上・マーケティング上のメリットがある点を再認識していただき、顧客に独自Pay決済取扱高の拡大という共通目標を持っていただく。
- 顧客売上に占める独自Payの決済取扱高（決済比率）が増加するノウハウを、カスタマーサクセスを通じて提供することで継続的な決済取扱高の拡大を進める。

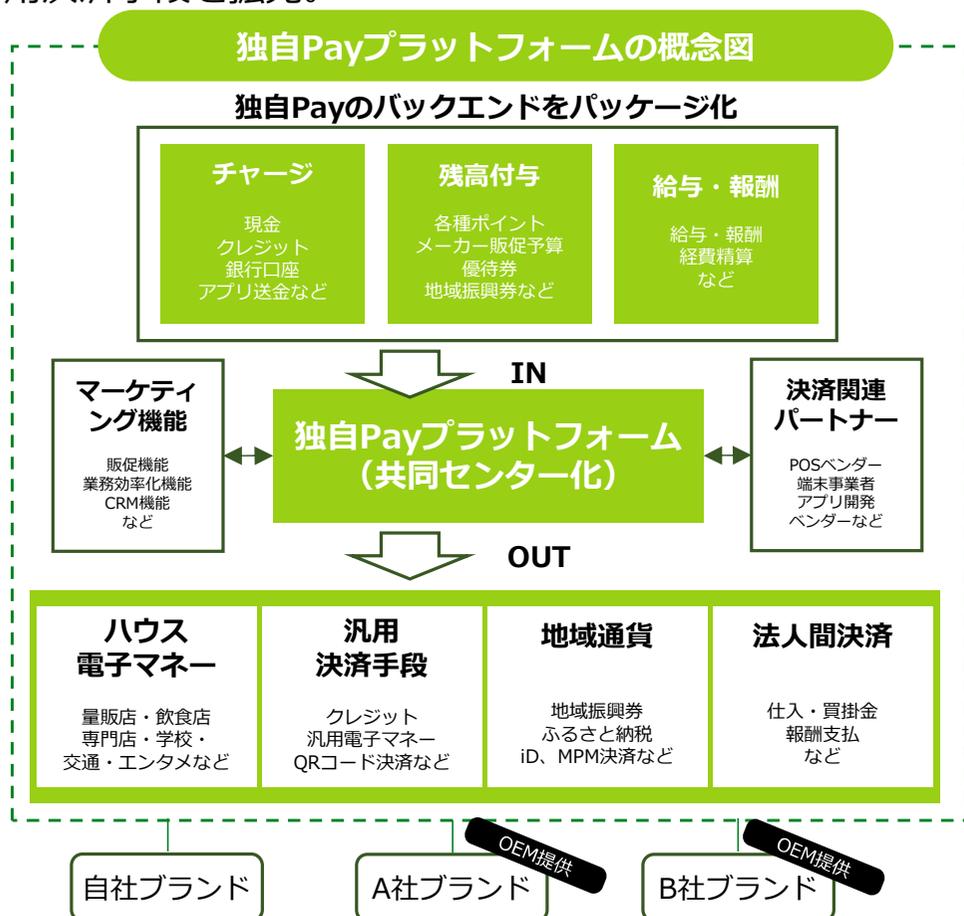
2 成長のロードマップ：独自Pay関連機能の拡充

独自Payの決済取扱高の拡大のため、決済関連事業とマーケティング事業の双方の機能拡充を推進。
 決済関連事業では大企業に近い手数料率で中小事業者へクレジットカードチャージの提供を開始。
 マーケティング事業ではメーカー・店舗の販促を強化するために、レシート販促やチャージバック、ValueInsightを提供。



3 成長のロードマップ：独自Payプラットフォームの提供

独自Payプラットフォーム（共同センター化）は、原価の低減という経営資源の効率化のみならず、競合企業も含め、他の企業が活用できることを目指し、収益を拡大させる計画。直近ではNTTドコモの電子マネー「iD」ライセンスを取得し、汎用決済手段を拡充。



独自Payのプラットフォーム（共同センター化）

- バリューデザインとアララの決済処理を統合し、共同センターとすることで当社の原価を低減。
- 決済のバックエンドシステムを、外部へ開放することで、競合企業も相乗り可能な独自Payプラットフォームとなる。

提携先のメリット

- 自社専用の独自Payを構築する場合、Gateway・POS接続などに高額な投資が必要だが、利用に応じた金額で決済が可能となる。

本構想により会計時の利便性を改善

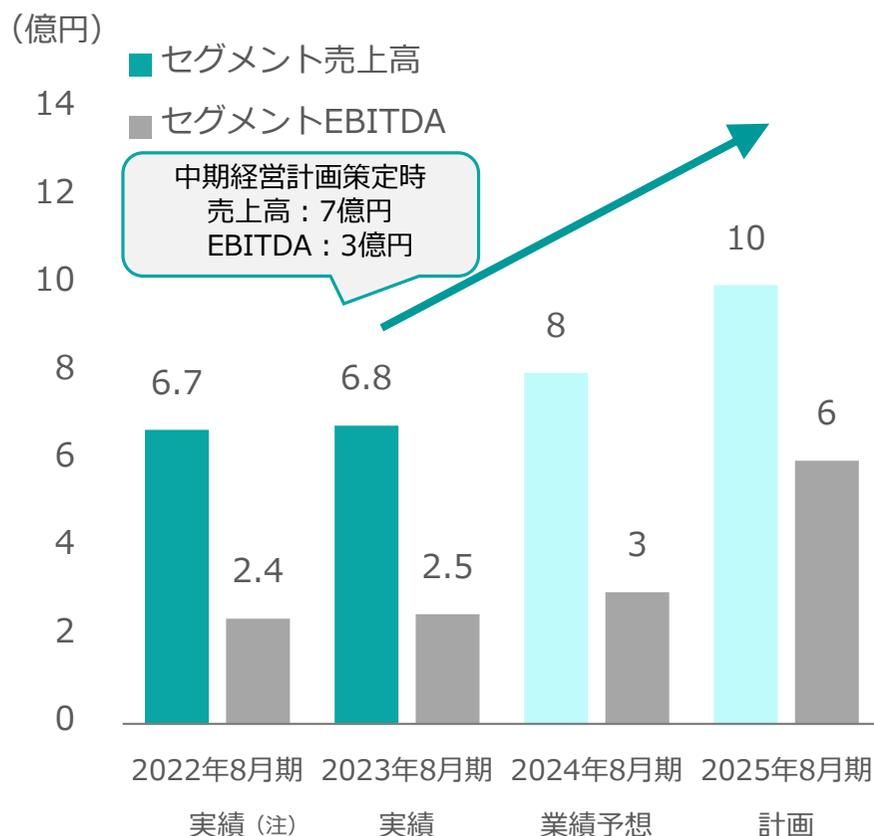
消費者は会計時に決済アプリ、共通ポイントアプリ&カード、Web上のクーポンなど複数の手段を提示することに煩わしさを感じている。



常連客にとって便利な方法（おまとめ・個別）で提供

ソリューション事業 セグメント業績目標

ソリューション事業



2023年8月期の売上高は683百万円、EBITDAはWEB申し込み等の新規取組の売上拡大に向けた広告販促費等が増加した影響等により258百万円となった。

ソリューション事業は、アララのメッセージングサービス、データセキュリティサービス、その他（ARサービス）を指し、リカーリングビジネスを中心に展開。

特にメッセージングサービスに注力し、今後は海外への展開も計画。

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

事業の進捗状況

キャッシュレスサービス事業の新しい販売促進サービスの提供、バリューデザインとの製品・組織の統合は、持株会社体制への変更、レシート販促などのサービス提供により完了。SaaS型の新サービスに向けて次世代システム開発プロジェクトの実証実験を継続中。

メッセージングサービスにおいては、受注業務のフルオートメーション化を継続的に推進しつつ、海外展開に向けた開発を推進中。

事業	施策	進捗状況	
キャッシュレス	<ul style="list-style-type: none"> パブリッククラウドサーバによるSaaS型の新サービスの提供 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 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） クラウド環境構築に向けた実証実験を推進中
	<ul style="list-style-type: none"> エンドユーザーが電子マネーを獲得できる新しい販売促進サービスの提供 	完了	<ul style="list-style-type: none"> 販促の新サービスである「チャージバック」、「レシート販促」、「メーカー販促」等を提供中 デジタルサイネージを展開するクラウドポイント社との経営統合など、新たな販促サービスの展開も検討
	<ul style="list-style-type: none"> バリューデザインとの製品・組織の統合 	完了	<ul style="list-style-type: none"> 両社のCSの事業部^(注)及びサービスを統合し、効率的な資本配分を目的に2024年3月より持株会社化予定
メッセージング	<ul style="list-style-type: none"> 受注業務のフルオートメーション化 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> 受注からアカウント発行までを自動化し、人の手を介さない受注体制を構築予定
	<ul style="list-style-type: none"> 海外へのサービス展開 	継続中	<ul style="list-style-type: none"> アジアにおけるサービス提供に向けてシステムを開発中

(注) バリューデザインおよびアララのキャッシュレスサービス事業部を統合

投資計画

2023年8月期の投資計画は計画通り実行済み。

2024年8月期以降については下記の通り計画。2025年8月期計画についてはアララとバリューデザインのシステム統合に関して別途検討中であり、現時点で想定する計画。

資金使途予定	事業	2024年 8月期	2025年 8月期
システム投資	キャッシュレス サービス事業	約1.6億円	約0.5億円
	ソリューション事業	約0.3億円	約0.2億円
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	-
合計		約1.9億円	約0.7億円

※現時点で
想定する投資計画

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・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
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

リスク情報 (事業環境)

#	項目	顕在化可能性/ 時期	概要	対応策
(1)-2	インターネットの 利用環境について	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> インターネットの利用に関する新たな規制の導入や技術的障害の発生によりインターネット環境が変化した場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット環境に関する規制動向や技術に関する調査等により、環境に適した事業展開を実施
(1)-3	SaaS型サービスへの 依存について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社が提供するSaaS型ビジネスは必ずしも参入障壁が高いとは言えず、価格競争の激化やより画期的なコンセプトの商品・サービスが出現した場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> SaaS型ビジネスの継続的な開発による優位性の向上を図る
(1)-4	技術革新への対応 について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 新技術・サービスの開発など、インターネット業界は変化が激しいため、技術革新への対応が遅れた場合、業績に影響 新技術への対応に予定していないシステムへの投資が必要になった場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客からの要望をサービス開発に生かすことで、ニーズのある技術やサービスを継続的に展開 ITエンジニアの通年採用や資格取得補助等を実施
(1)-5	システムトラブル について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> コンピュータシステム・周辺システムへの急激なアクセス増加やコンピュータウィルス・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 従業員の過誤等によるプログラム改ざんや重要データの削除による業績への影響 	<ul style="list-style-type: none"> 安定的なサービス提供のため、複数のサーバによる負荷分散や設備の増強、定期的なバックアップなどを実施 顧客が閲覧できる障害掲示板の提供等の事前対応 将来的なパブリッククラウドへの完全移行に向けた開発
(1)-6	キャッシュレスの 市場拡大について	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス市場低迷や顧客等の事業見直しによる業績への影響 経済環境悪化により個人消費に対する抑制心理が働いた場合に業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 様々なキャッシュレス事業者・サービスとの提携により複数のキャッシュレス決済手段を展開

(注) その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照

リスク情報 (事業環境)

#	項目	顕在化可能性/ 時期	概要	対応策
(1)-7	他社との競合について	中/中長期	<ul style="list-style-type: none"> 当社が展開する事業領域において、特にキャッシュレスサービス事業については、参入障壁が比較的高いと当社は認識しているものの、同様の事業を展開する企業とのさらなる競合激化により十分な差別化が図られなかった場合には、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客との関係強化によりニーズを吸い上げ、サービスへの反映を通じて、事業を拡大 最適なユーザビリティを追求したシステムの構築、コンテンツの提供、システム利用時の安全性の確保及びカスタマーサポートの充実等への取り組み
(2)-1	サービス等の不具合によるリスクについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 高度化したソフトウェアの瑕疵を完全に解消することは困難であり、当社が開発し、提供するアプリ、ソフトウェアやシステムにおいて致命的な瑕疵が発見され、その不具合を適切に解決できない場合は、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 高度な人材の採用や社内教育によって、信頼度の高い開発体制を維持・構築
(2)-3	情報管理体制について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社は、顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っており、重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等による当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 情報資産を保護するため個人情報保護方針、情報セキュリティ基本方針を定めると共に、プライバシーマークを取得し、情報資産を適切に管理、保護
(2)-5	代理店及びサービス連携パートナーとの関係について	低/中長期	<ul style="list-style-type: none"> 代理店及びサービス連携パートナー（以下、パートナー等）を活用した顧客への各サービス販売力強化を図っているため、パートナー等の事業展開等や多くの顧客と契約を締結しているパートナー等との契約終了により業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> パートナー等との密な情報連携により、契約状況などを把握した上で事業運営・サービス提供を実施 新たなパートナー等との契約締結に向けた営業を強化
(3)-2	海外展開におけるリスクについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> シンガポール、タイ、インド等アジア領域を中心に、海外への事業の進出を図っており、各国における法的規制、政情不安や事業環境の不確実性等のリスクに直面した場合は、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業を取り巻く環境に関する積極的な情報収集を行い、各国の情勢などを把握した上で適宜事業活動の展開方針を検討

(注) その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照

Appendix

重要指標等の定義

カテゴリ	用語	定義
重要指標	決済取扱高	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	当社のサービスを活用している顧客の数
	EBITDA	利払い前・税引前・減価償却前・その他償却前利益
	顧客	当社のサービスを活用する企業
	エンドユーザー	当社サービスを利用する最終消費者
	リカーリング売上	継続的なサービス提供等により、長期的に収益を得られる売上
	SaaS (Software as a Service)	クラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネットを經由して利用できるサービス
キャッシュレスサービス	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
	アララ キャッシュレス	独自Payの発行から販促、各種分析機能等をサポートする統合型キャッシュレス支援サービス
	チャージバック	メーカーの販促費を、エンドユーザーと顧客に独自Payで還元する販促サービス
	クルクル	QRコードを介して顧客の店舗が消費者へコンタクトできる情報配信サービス
	Value Card	キャンペーン提案からオペレーションまでサポートする独自ブランドのクラウド型電子マネー発行サービス
	Value Insight	POSの購買情報やアプリの利用動向等のデータを統合・分析するSaaS型のデジタルマーケティングツール
	Value Gift	メールやSNS等を通じてデジタル化された残高情報を送付できるデジタルコード発行サービス
	Value Wallet	独自Pay機能を搭載した店舗オリジナルアプリ
	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
	P-Pointer	PCやファイルサーバ内に点在する個人情報ファイルを検出する個人情報検出ツール
デジタルサイネージ	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月期より、ホームページ上で月次業績報告の開示を開始。
四半期ごとの決算説明をIRTVにて公開。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



アララ【公式】
X（旧Twitter）
@arara_inc



アララ副社長 井上
X（旧Twitter）
@hao_inoue

将来見通しに関する注意事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望にも言及しております。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在しております。

既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、当記述を作成した時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものです。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等に基づいております。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、定時株主総会の時期を目途に開示を行う予定です。
なお、次回の更新は2024年11月の第19回定時株主総会頃を目途に開示を行う予定です。