



2024.2.14

2023年12月期通期

# 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社ROBOT PAYMENT

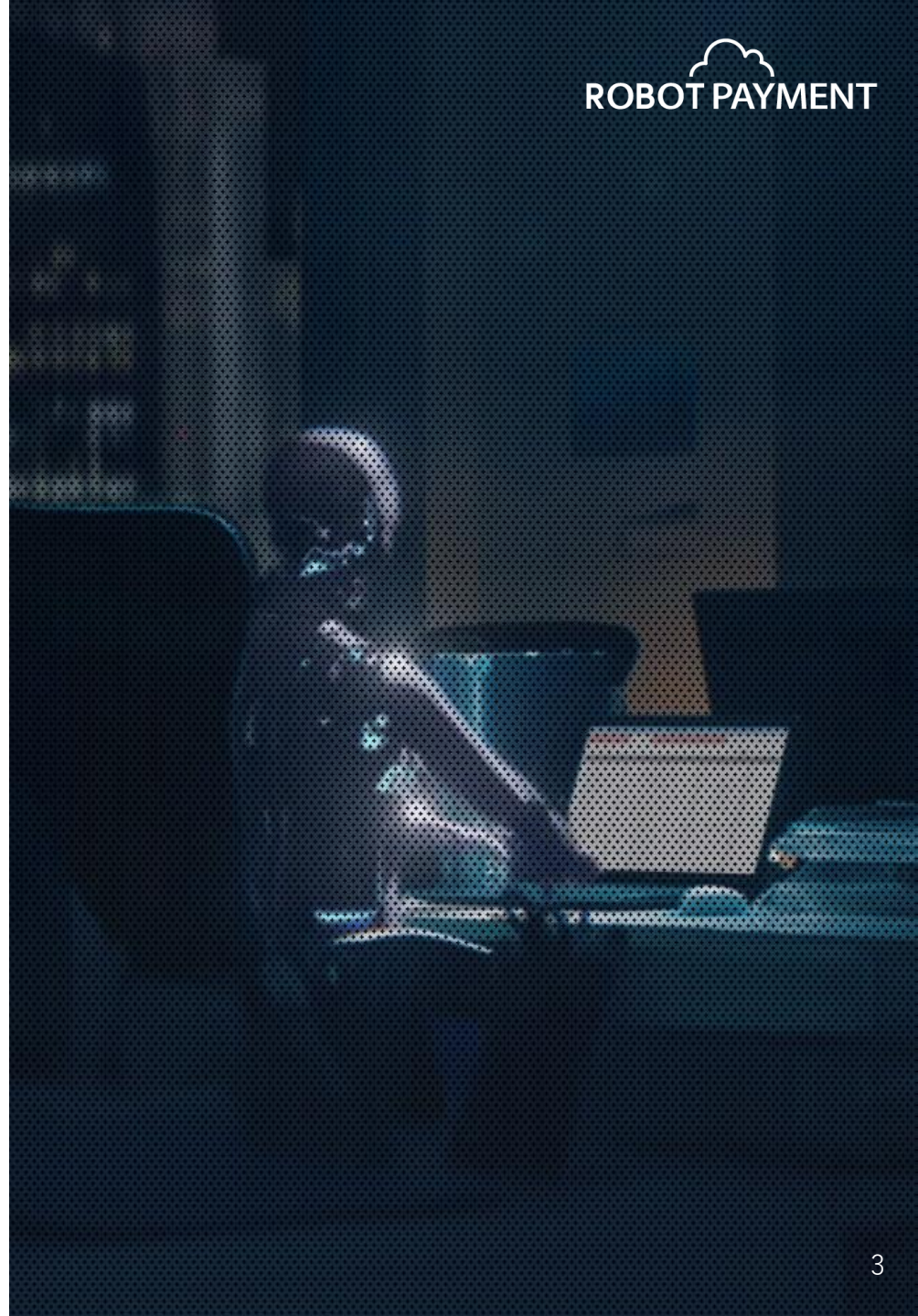
東証グロース

4374

01	2023年12月期 通期ハイライト	03
02	2023年12月期 通期全社実績	06
03	2023年12月期 通期事業別実績	13
04	2023年12月期 ビジネスハイライト	28
05	費用について	35
06	2024年の方針	40
07	成長戦略	47
	付録	75

# 01

2023年12月期 通期  
ハイライト



# 2023年12月期 通期業績

通期売上高は前年同期比27.9%の成長、営業利益は大幅に増加し、  
修正後通期業績予想<sup>(注1)</sup>を上回る着地

(単位：百万円)	2022年 通期実績	2023年 通期実績	前期比	修正後通期業績予想 (2023/11/14修正)	
				予想	達成率
売上高	1,731	2,214	+27.9%	2,190	101.1%
売上総利益	1,529	1,981	+29.6%	-	-%
販管費	1,587	1,752	+10.4%	-	-%
営業利益	△59	229	+288百万円	210	109.0%
当期純利益	△29	148	+178百万円	145	102.1%

(注1) 2023年12月期通期業績予想は2023年11月14日に修正  
(注2) 四捨五入により決算短信で開示している数値と異なっている場合があります。

## 顧客単価は過去最高値を更新、ARRは24億円を超える

### アカウント数 (以下、AC)

8,636AC

サブスクペイ

7,769AC

請求管理ロボ

867AC

### 顧客単価 (注3)

23,176円

サブスクペイ

16,029円

請求管理ロボ

87,216円

### ARR (注1)

2,420百万円

サブスクペイ

1,494百万円

請求管理ロボ

907百万円

### リカーリング収益比率 (注2)

97.8%

サブスクペイ

97.7%

請求管理ロボ

98.0%

### 解約率 (月次/金額ベース) (注4)

0.55%

サブスクペイ

0.51%

請求管理ロボ

0.66%

(注1) ARR: 「Annual Recurring Revenue」の略称で、2023年12月単月のリカーリング収益(サービス利用期間にわたって継続的に売り上げが発生する収益を合計したもの)を12倍(年換算)し算出

(注2) 2023年12月単月の各プロダクトの売上高に占めるリカーリング収益の比率

(注3) 2023年12月末時点の1アカウントあたりの月間リカーリング収益(月間売上高から初期費用を除いたもの)

(注4) 金額で算出した月次の解約率で、「当月解約した顧客から発生していたリカーリング収益÷前月の全顧客のリカーリング収益」の2023年1月～2023年12月までの各月の平均値

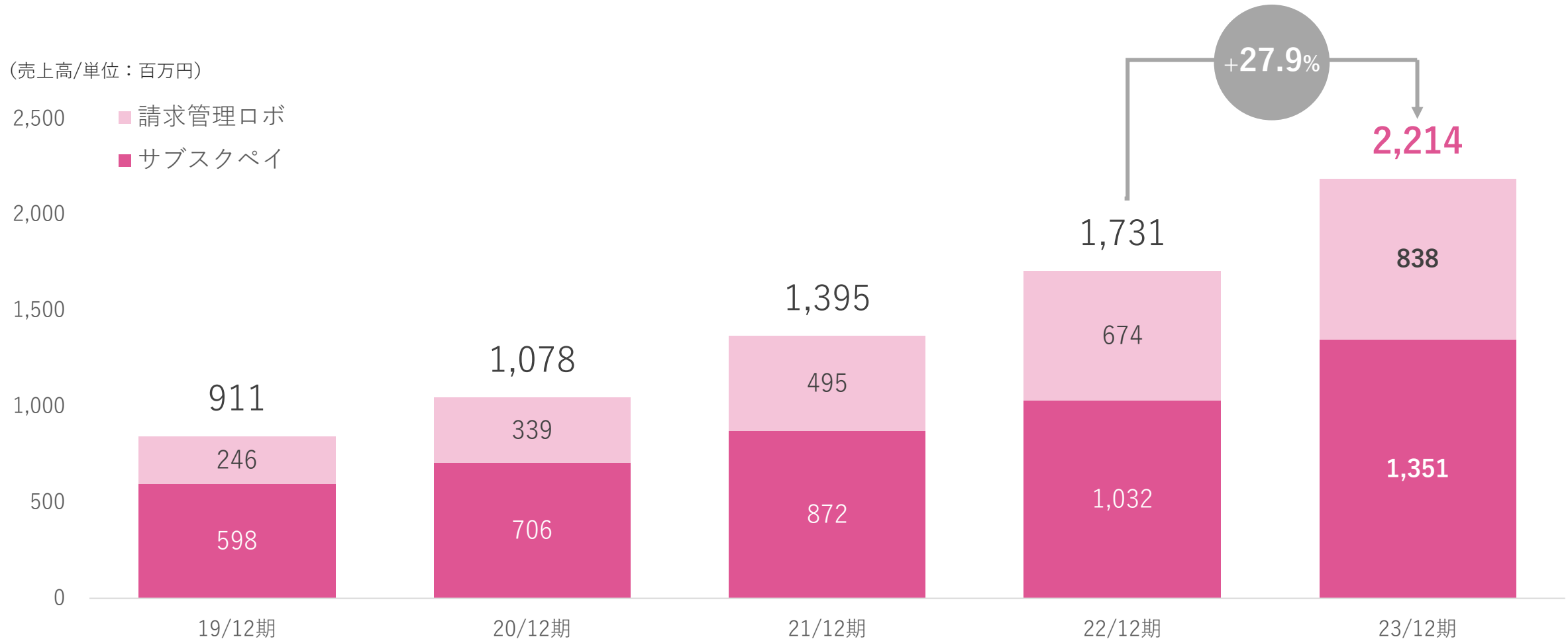
# 02

2023年12月期 通期  
全社実績



# 売上高の推移（通期）

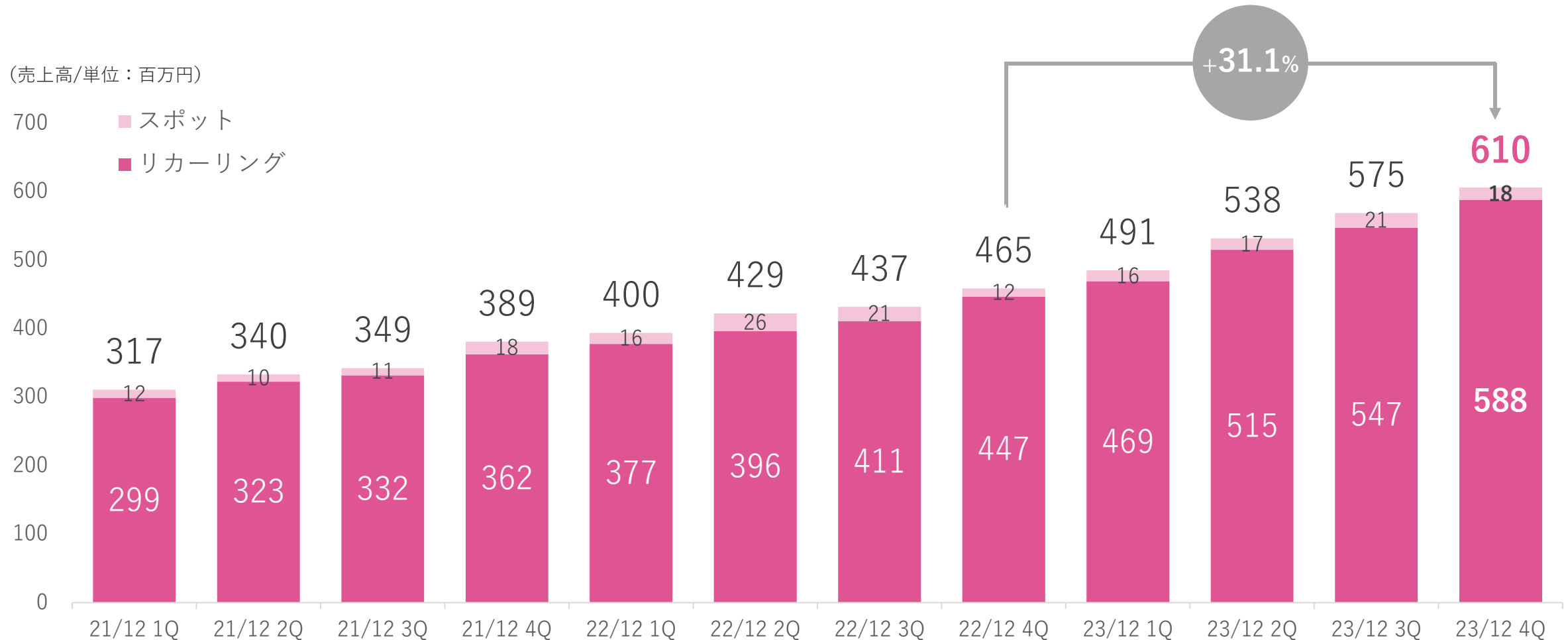
各プロダクトともに順調に成長。合計売上高が22億円を超える



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

# 売上高の推移（四半期）

リカーリング収益が順調に増加、売上高は前年同Q比で+31.1%



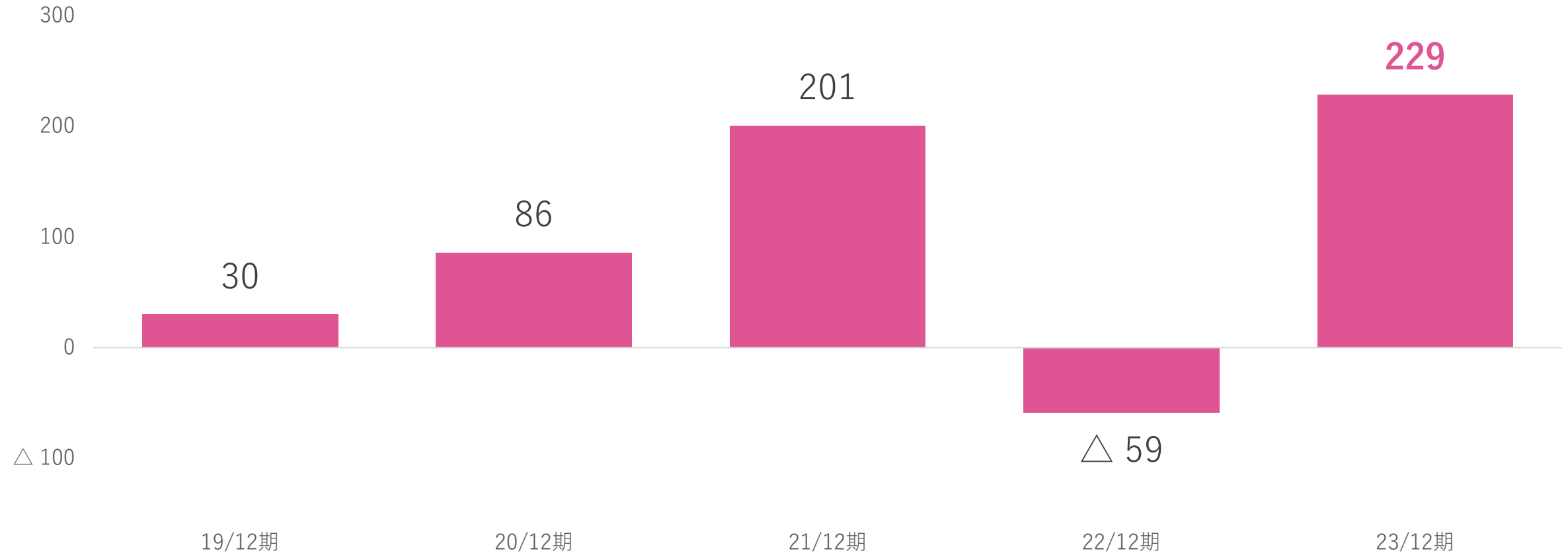
(注) リカーリング収益はペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載



# 営業利益の推移（通期）

増収効果に加え、計画通りに費用投下を行った結果、過去最高益229百万円を計上

(営業利益/単位：百万円)

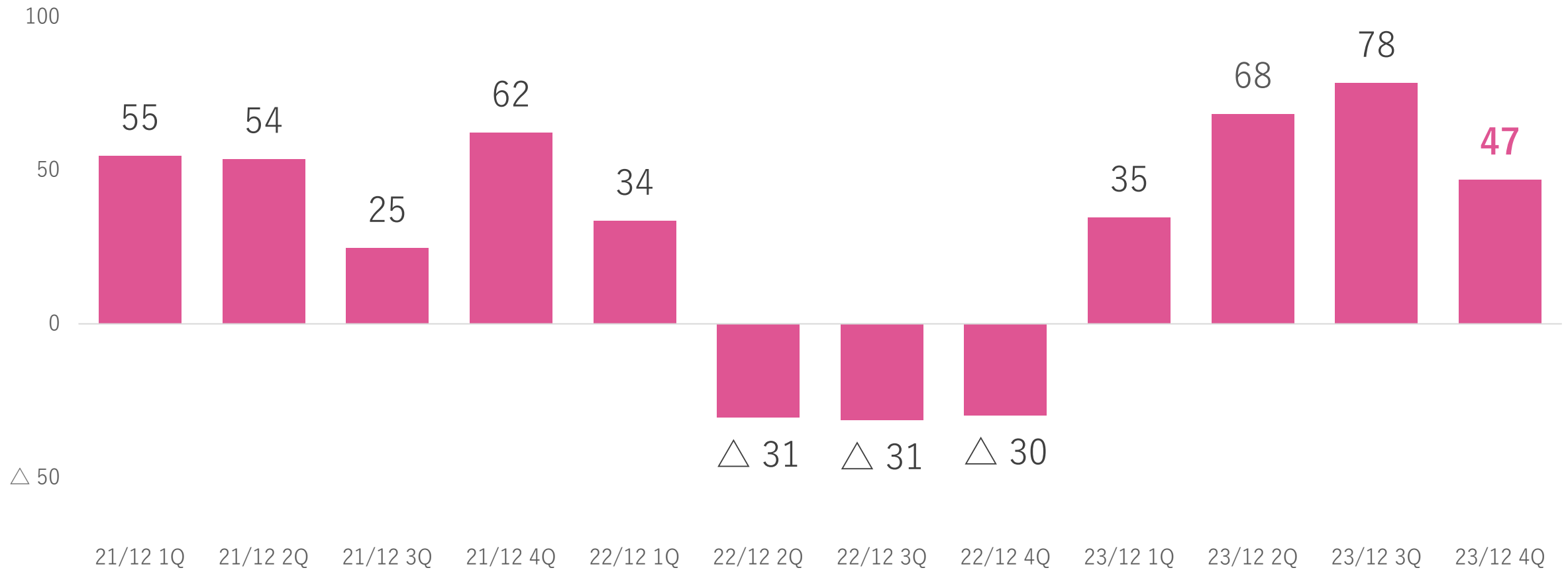


(注) サブスクペイはペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載

# 営業利益の推移（四半期）

4Qは採用費や開発費を計上したが、一定の利益を確保

(営業利益/単位：百万円)

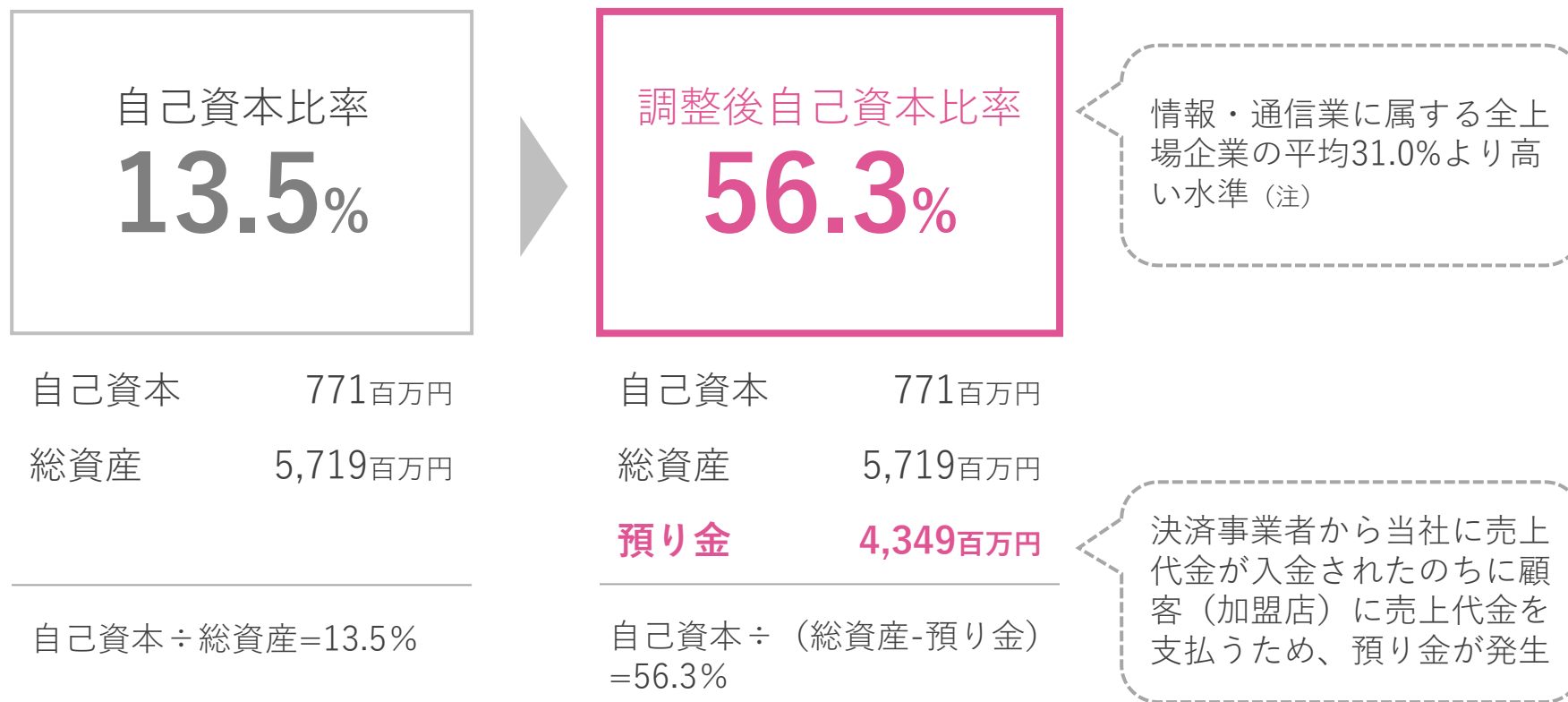


# 貸借対照表

(単位：百万円)	2022年12月期 期末	2023年12月期 期末	前期末比
流動資産	4,134	5,133	999
固定資産	508	586	78
<b>資産合計</b>	<b>4,642</b>	<b>5,719</b>	<b>1,077</b>
流動負債	4,081	4,943	862
固定負債	6	0	△6
<b>負債合計</b>	<b>4,087</b>	<b>4,943</b>	<b>856</b>
株主資本	536	684	148
その他	19	92	73
<b>純資産合計</b>	<b>555</b>	<b>776</b>	<b>221</b>

# 自己資本比率について

当社ビジネスモデル特有の預り金影響を除くと、実質的な自己資本比率は56.3%  
現在、固定負債上の長期借入金はなく、高い安全性を維持し事業運営を行っている  
また、今後も自己資本を活用し長期的な安定成長および柔軟な事業展開が可能



(注) 株式会社東京証券取引所が公表している2023年3月期の決算短信集計結果より

# 03

2023年12月期通期  
事業別実績



# 03-1

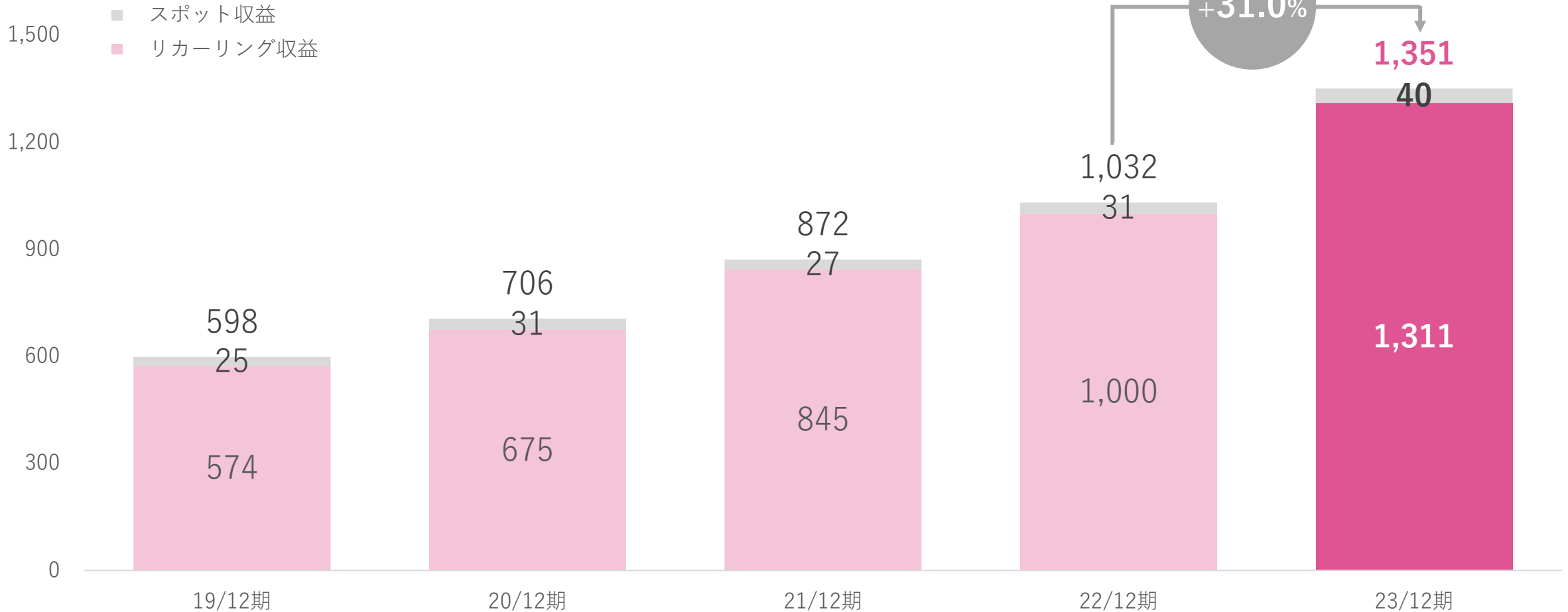
2023年12月期 通期事業別実績

サブスクペイ

# サブスクペイの売上高推移（通期）

## リカーリング収益の拡大により成長率が大幅に向上

(売上高/単位：百万円)

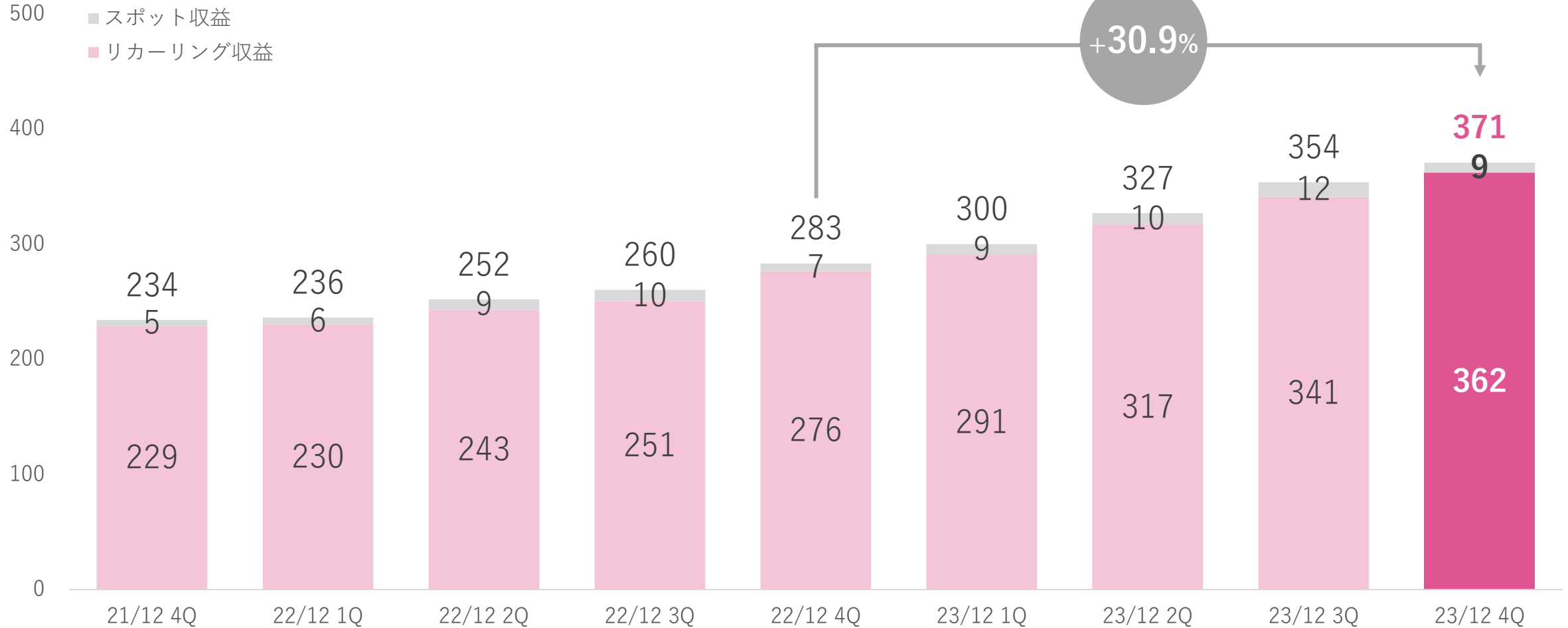


(注) サブスクペイはペイメント事業のうちCAT端末経由の決済を除くインターネット決済の売上高のみを記載

# サブスクペイの売上高推移（四半期）

決済取扱高増加により顧客単価は向上し、前年同Q比30.9%成長

(売上高/単位：百万円)



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

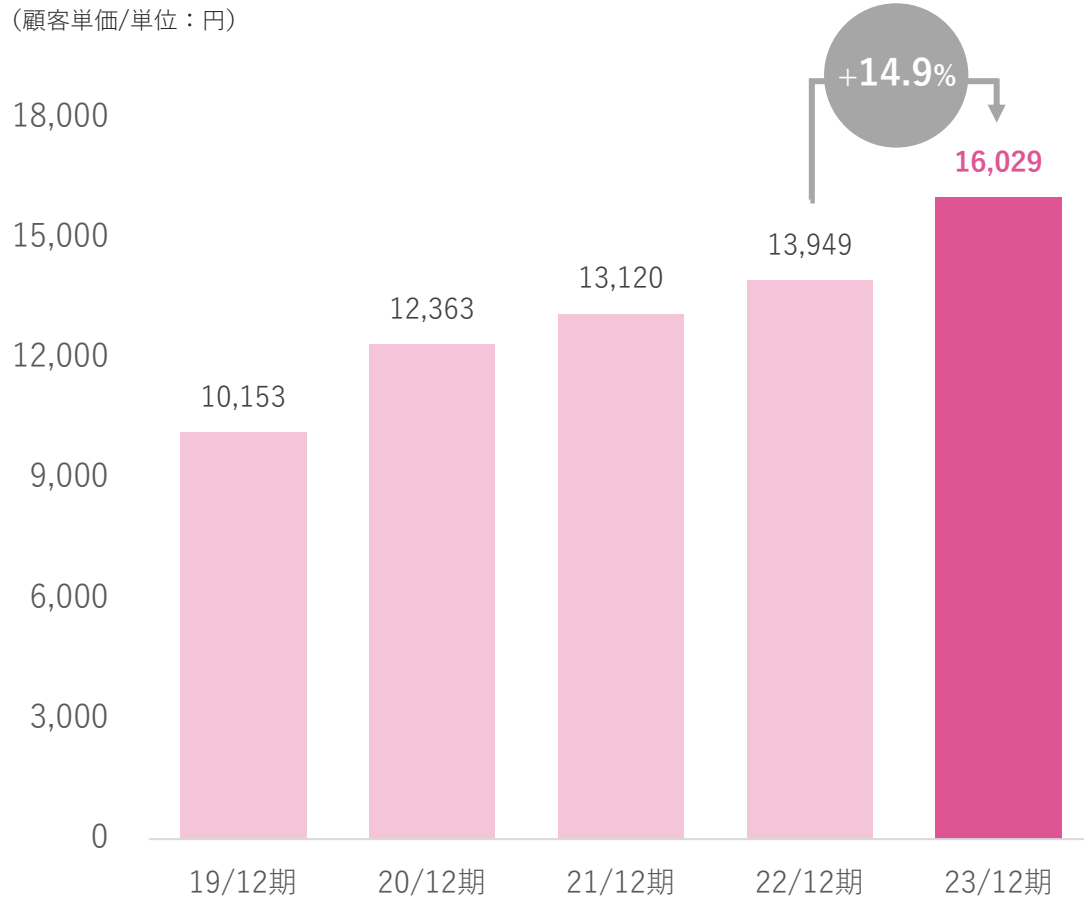


# サブスクペイの主要KPI推移①（通期）

## アカウント数、顧客単価ともに大きく伸長

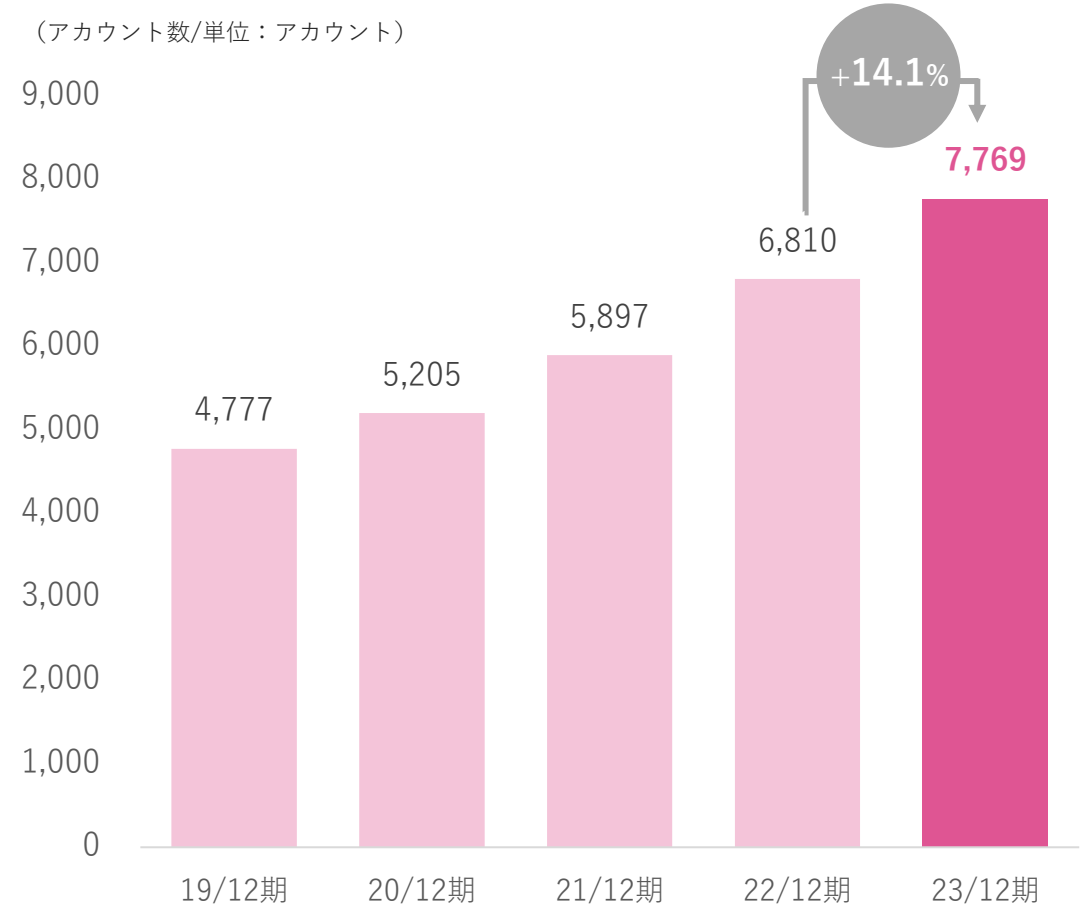
### 顧客単価（注）推移

（顧客単価/単位：円）



### アカウント数推移

（アカウント数/単位：アカウント）



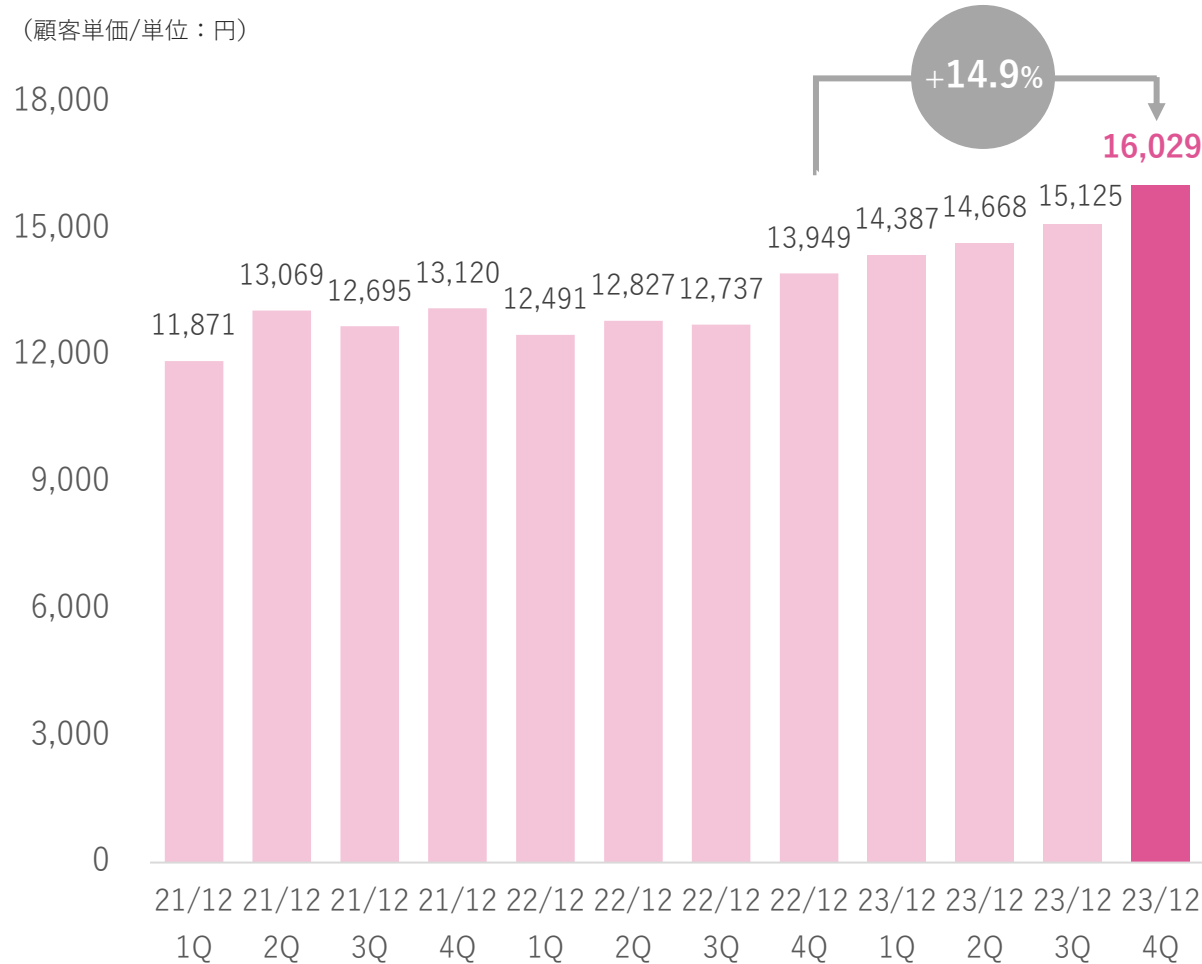
（注） 顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

# サブスクペイの主要KPI推移①（四半期）

## 好調な決済取扱高と1click後払いの貢献により顧客単価は過去最高を更新

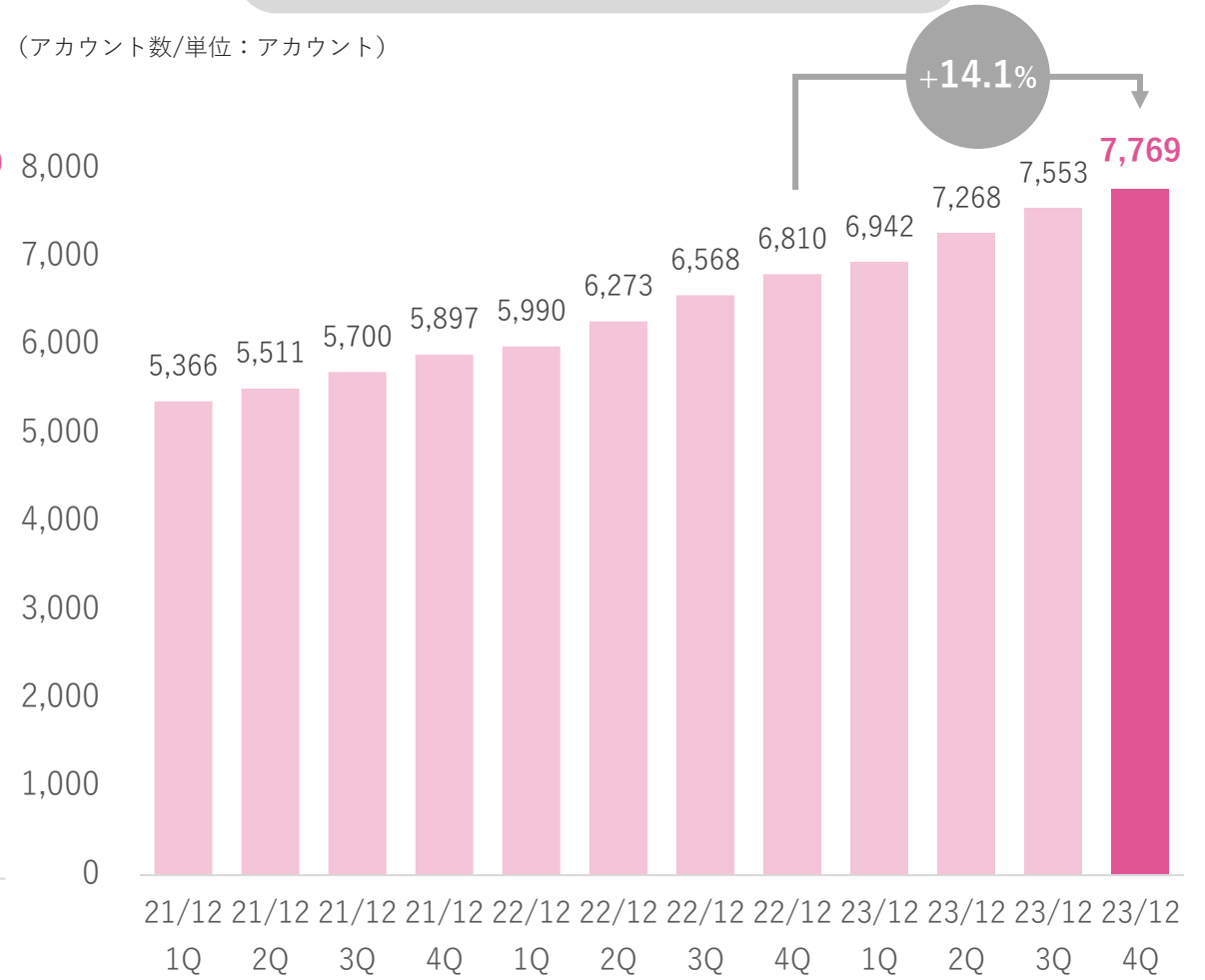
### 顧客単価（注）推移

（顧客単価/単位：円）



### アカウント数推移

（アカウント数/単位：アカウント）



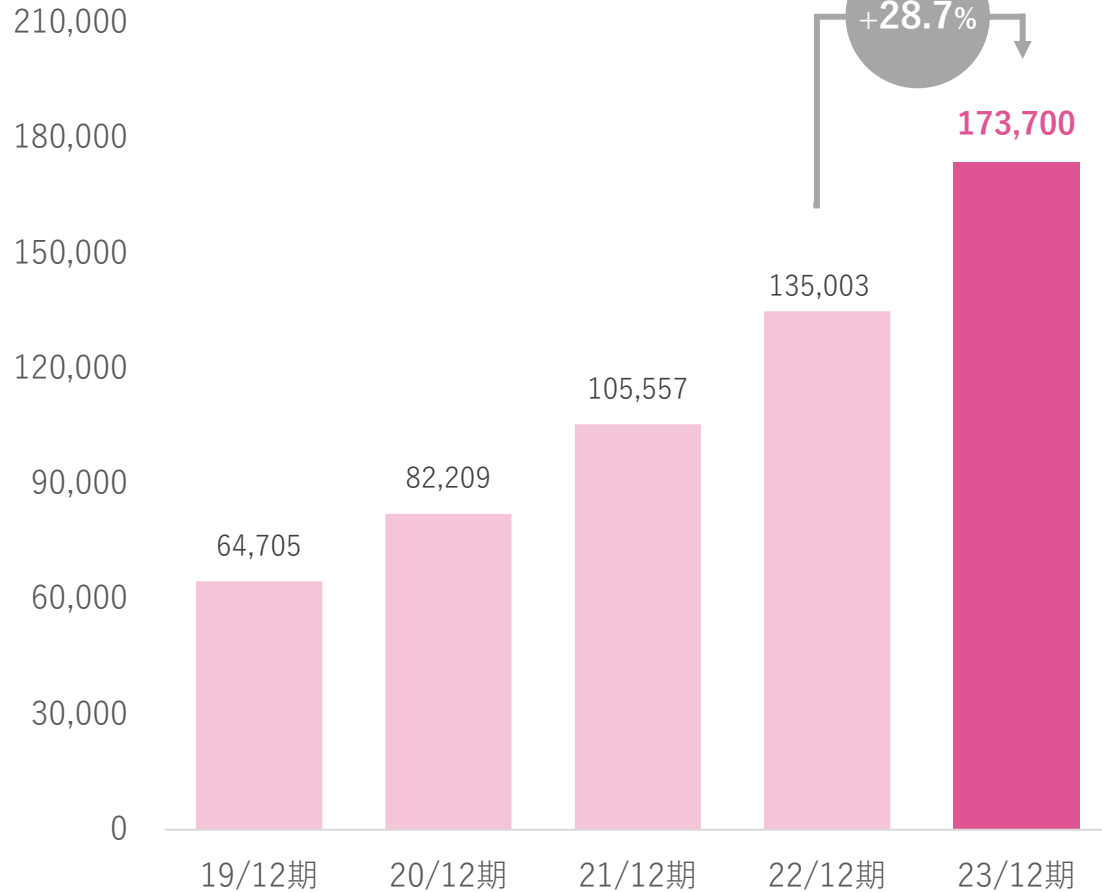
（注）顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

# サブスクペイの主要KPI推移②（通期）

スプレッド・フィーの指標となる決済取扱高・決済処理件数はともに増加

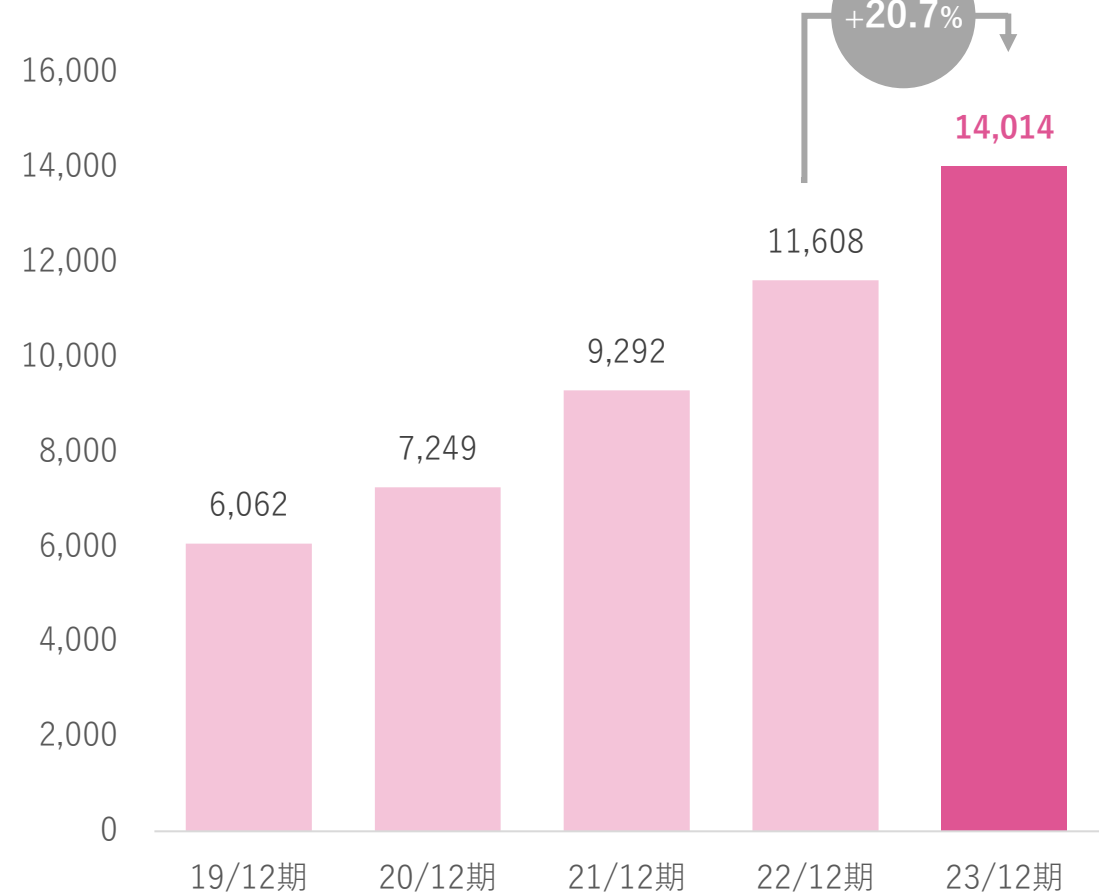
決済取扱高推移

(取扱高/単位：百万円)



決済処理件数推移

(決済処理件数/単位：千件)

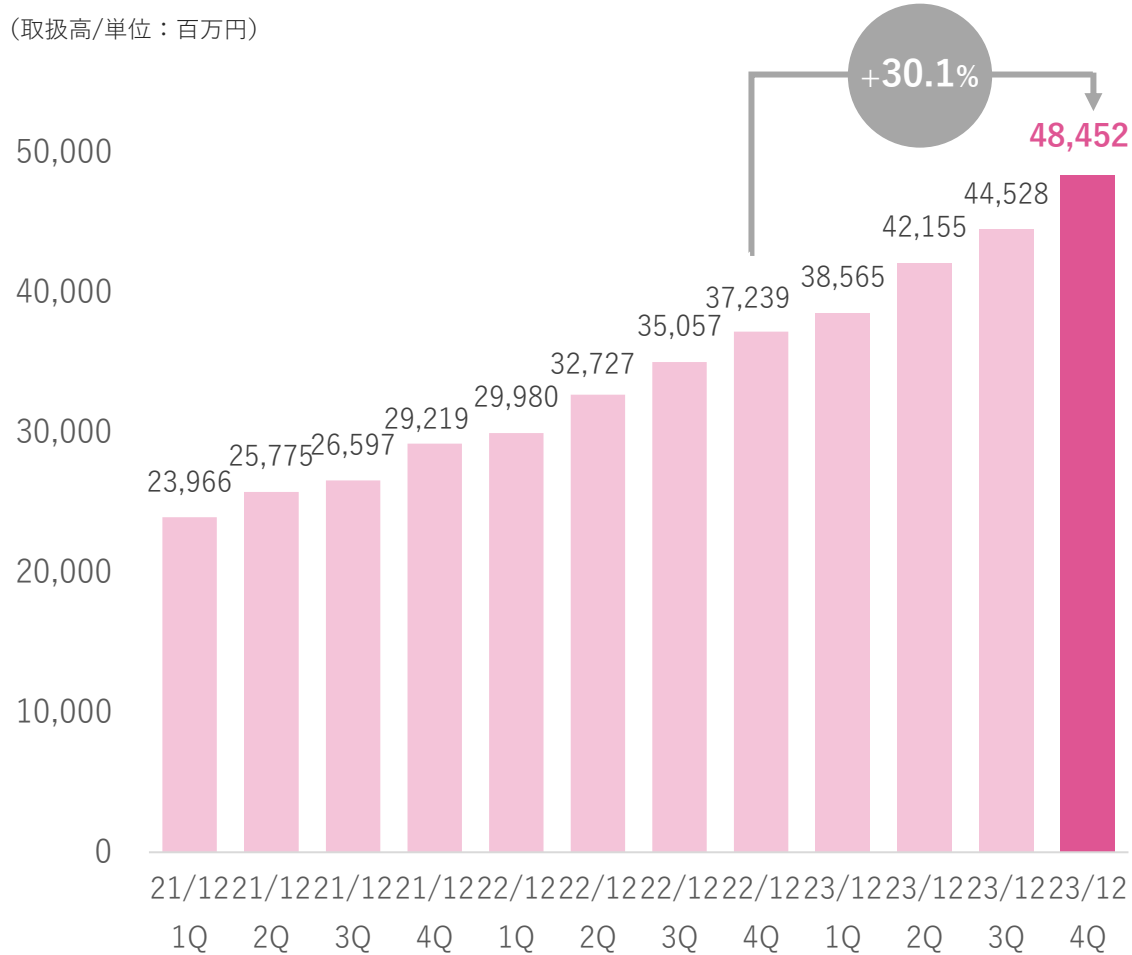


# サブスクペイの主要KPI推移②（四半期）

## 4Qの決済取扱高・決済処理件数ともに大きく増加

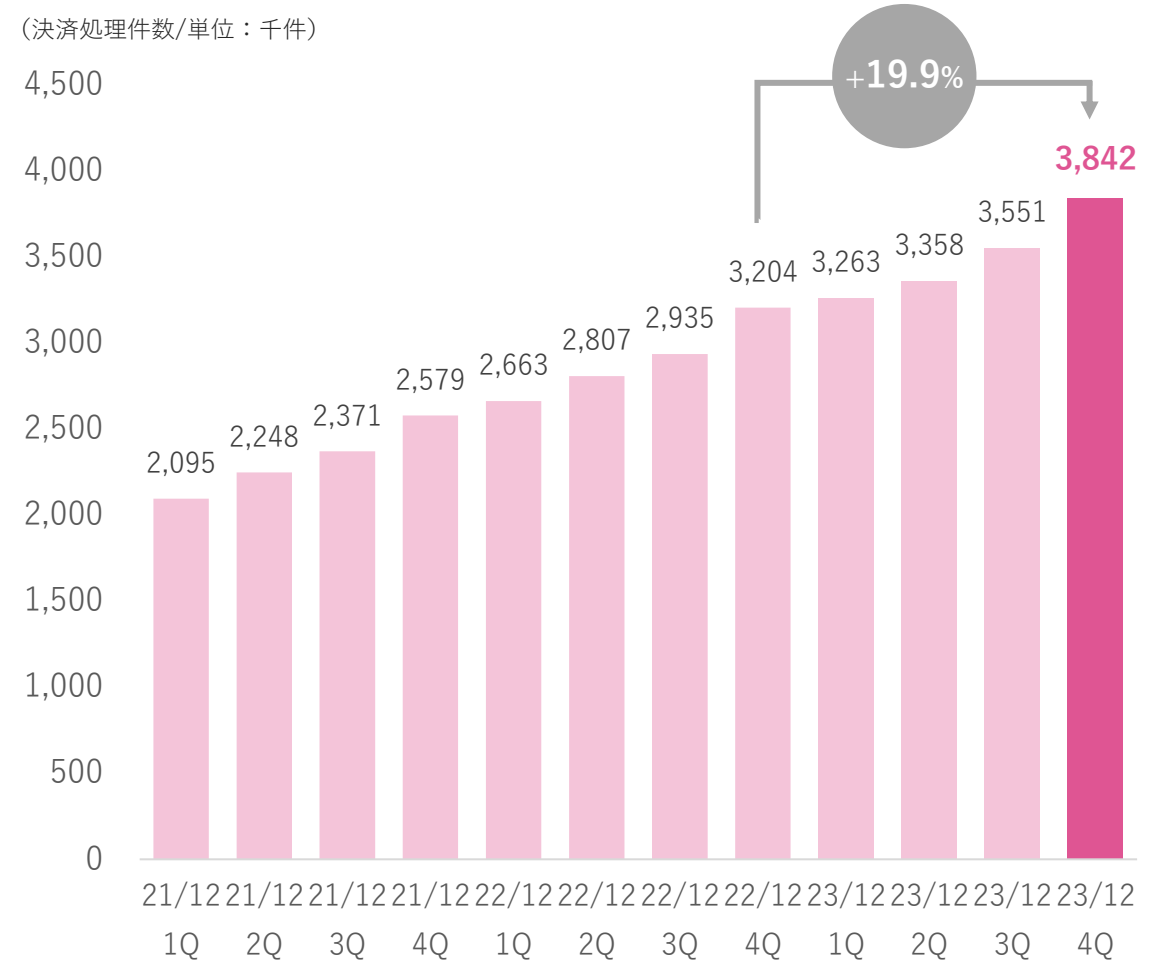
### 決済取扱高推移

(取扱高/単位：百万円)



### 決済処理件数推移

(決済処理件数/単位：千件)



# 03-2

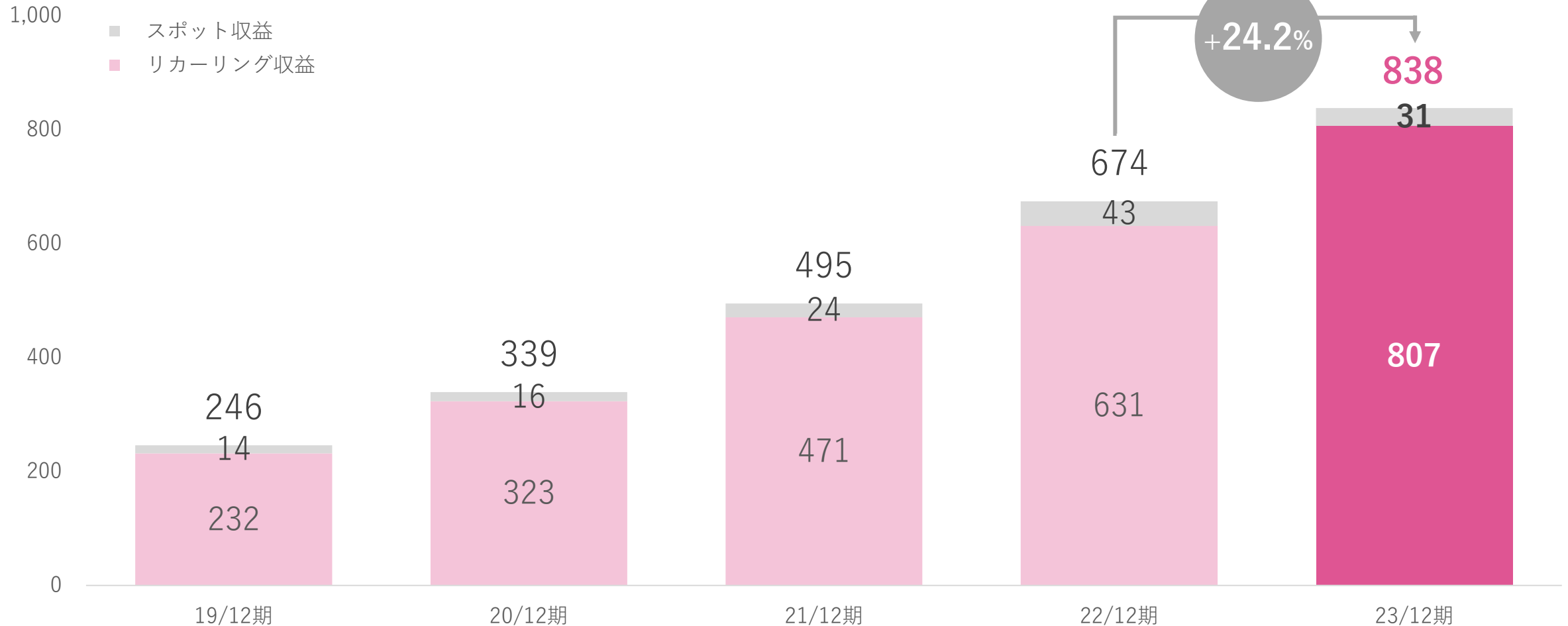
2023年12月期 通期事業別実績

請求管理口ポ

# 請求管理ロボの売上高推移（通期）

顧客単価の向上により、リカーリング収益は前年同Q比+27.8%  
(リカーリング収益は22年12月期631百万円から23年12月期807百万円へ増加)

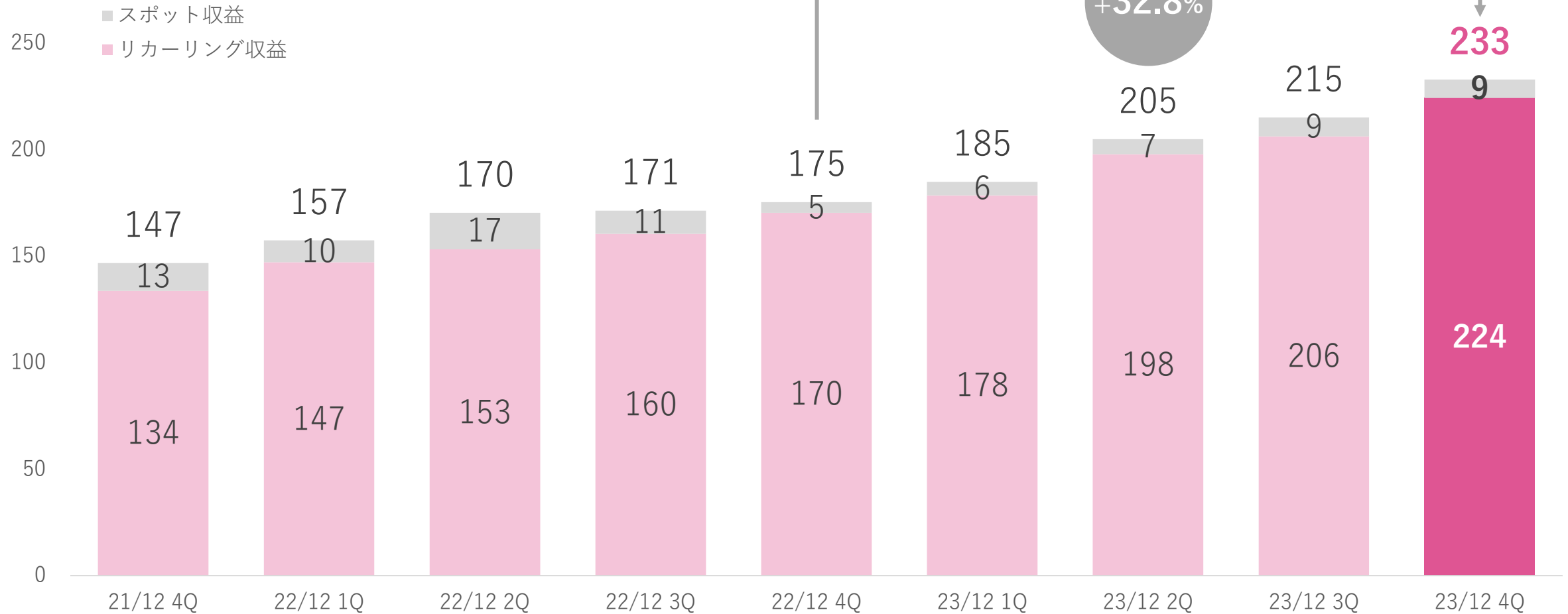
(売上高/単位：百万円)



# 請求管理ロボの売上高推移（四半期）

顧客単価が大きく伸長し、売上高前年4Q比では+32.8%と大きく伸長

(売上高/単位：百万円)

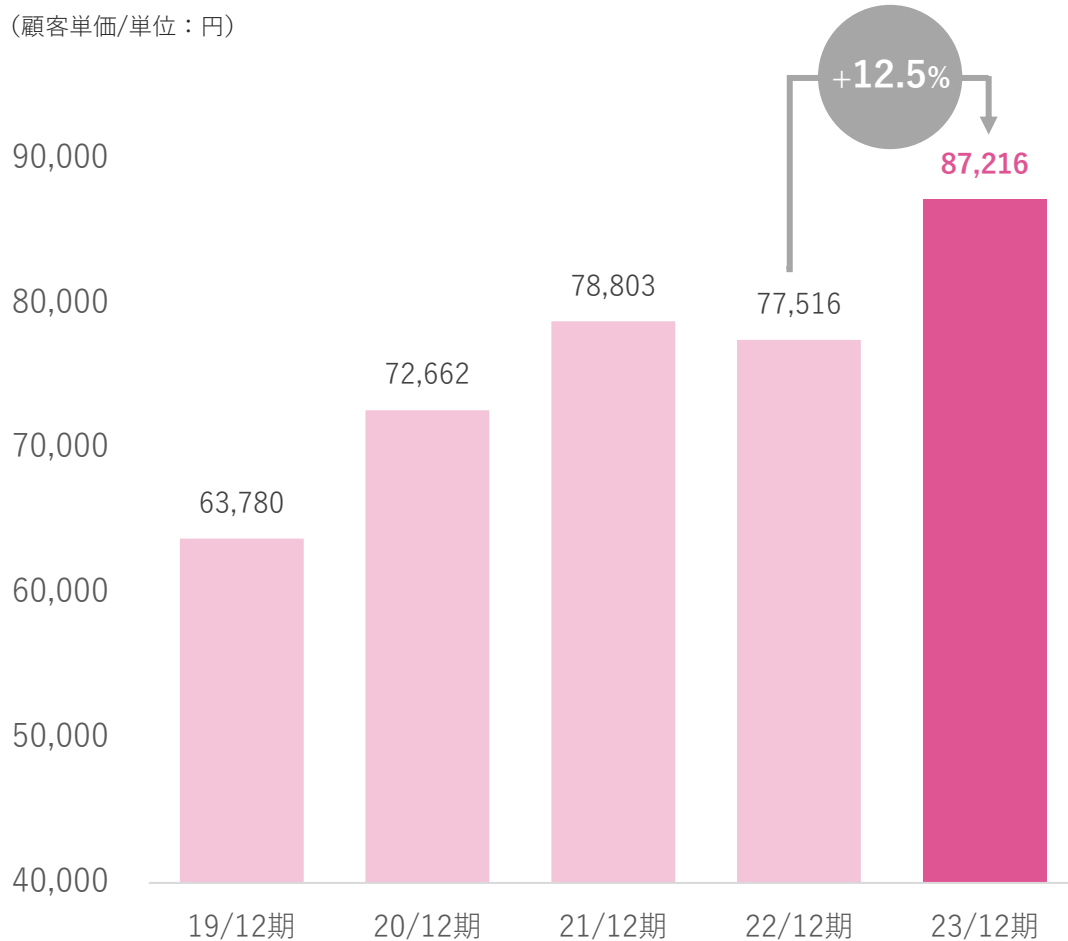


# 請求管理ロボの主要KPI推移①（通期）

## 顧客単価が8万円を突破し、87,216円となる

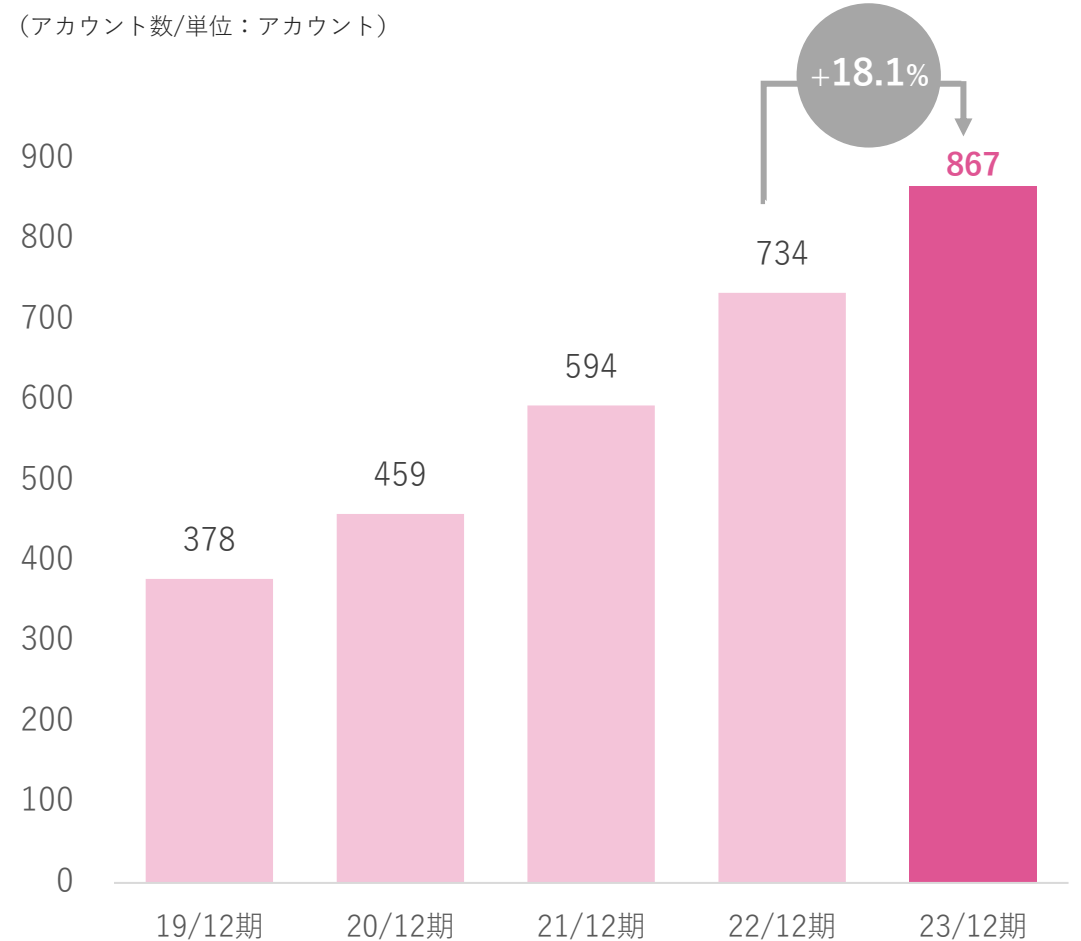
### 顧客単価（注）推移

（顧客単価/単位：円）



### アカウント数推移

（アカウント数/単位：アカウント）



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

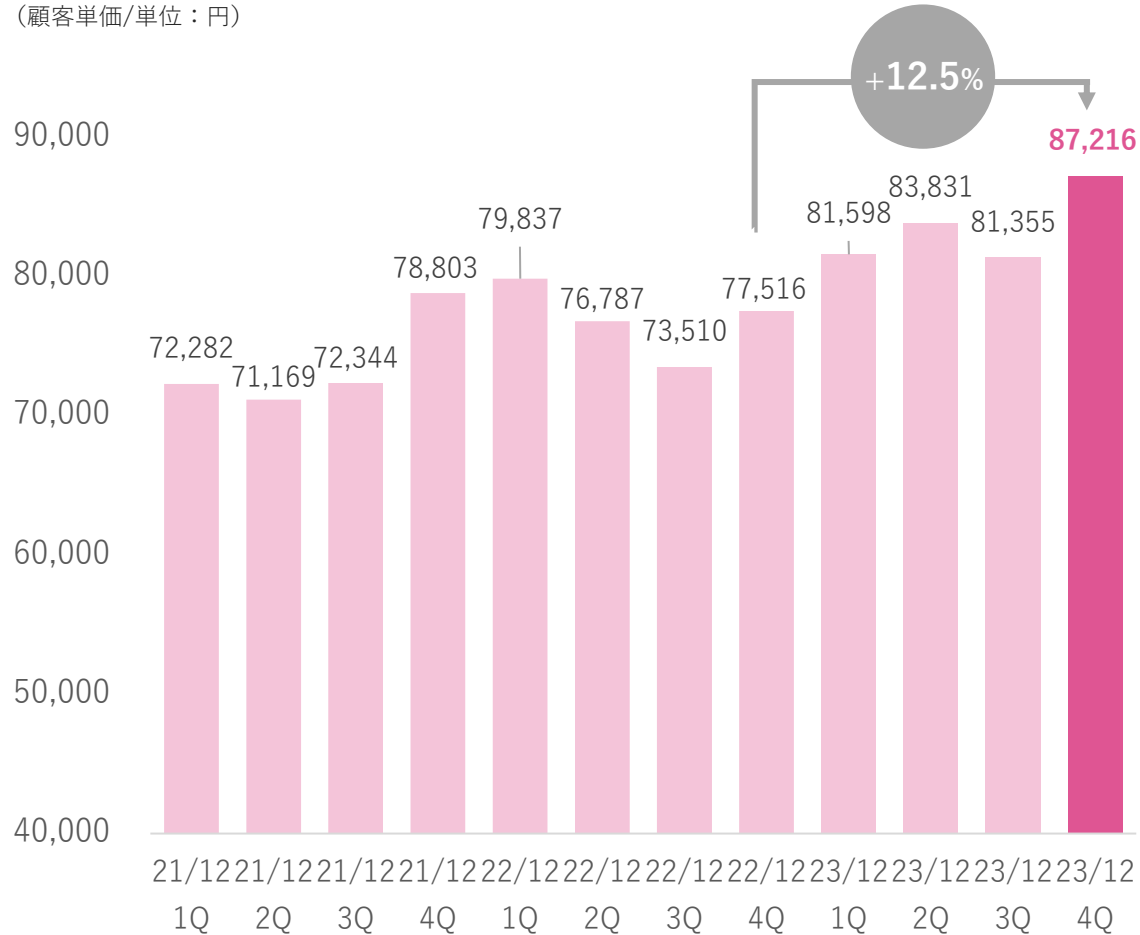


# 請求管理ロボの主要KPI推移①（四半期）

## 新規顧客の単価が向上したことにより、顧客単価は大幅に増加

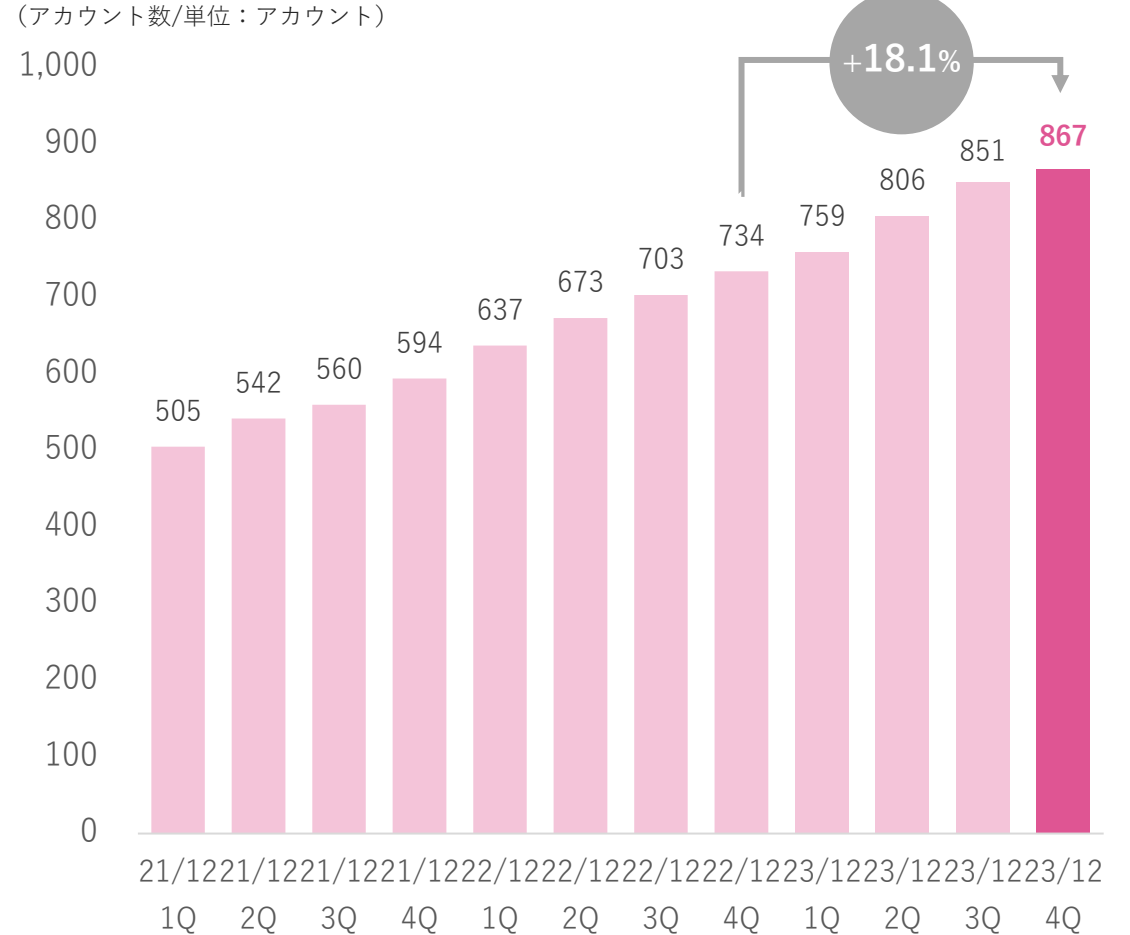
### 顧客単価（注）推移

（顧客単価/単位：円）



### アカウント数推移

（アカウント数/単位：アカウント）



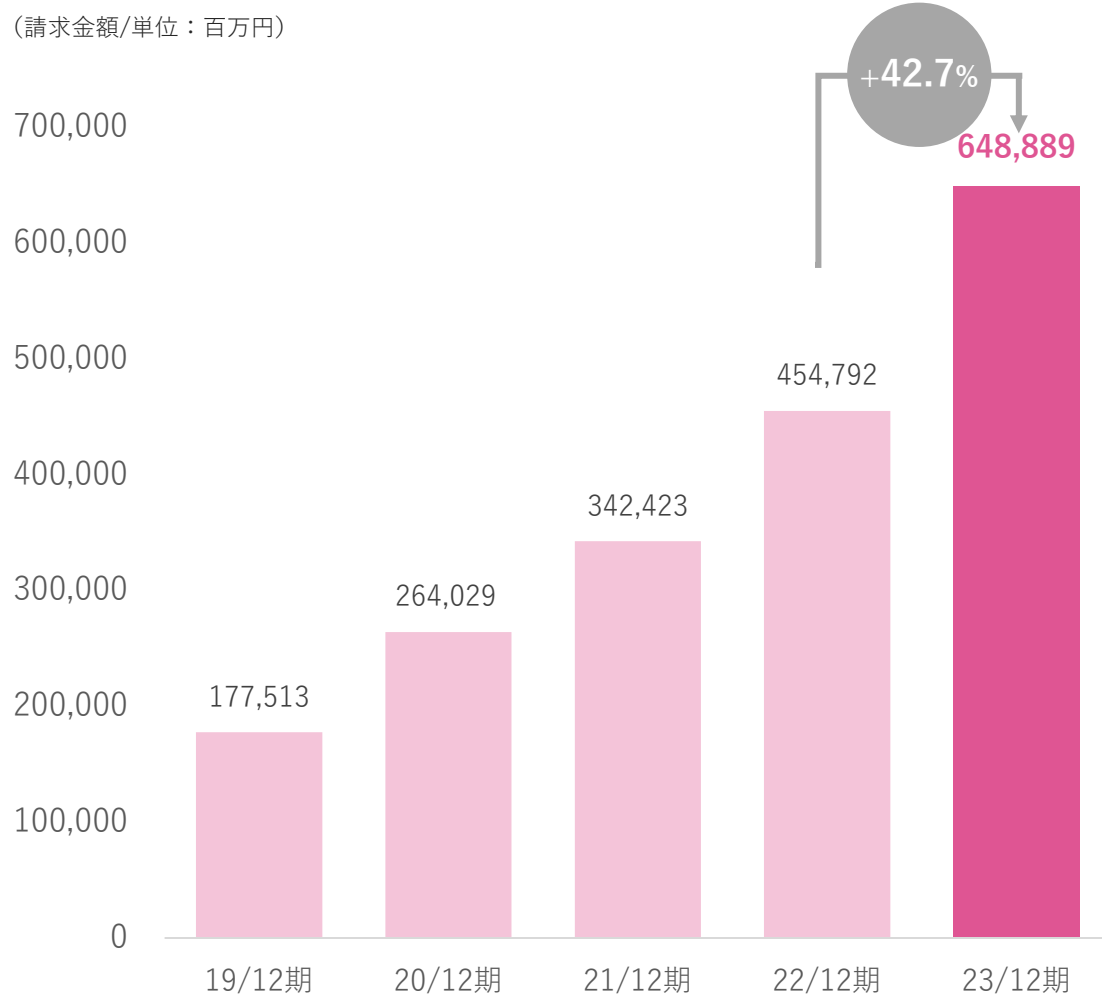
（注）顧客単価：1アカウントあたりの月間リカーリング収益（期末時点、月間売上高から初期費用を除いたもの）

# 請求管理ロボの主要KPI推移②（通期）

## 請求金額は、前期比+42.7%と大きく伸長

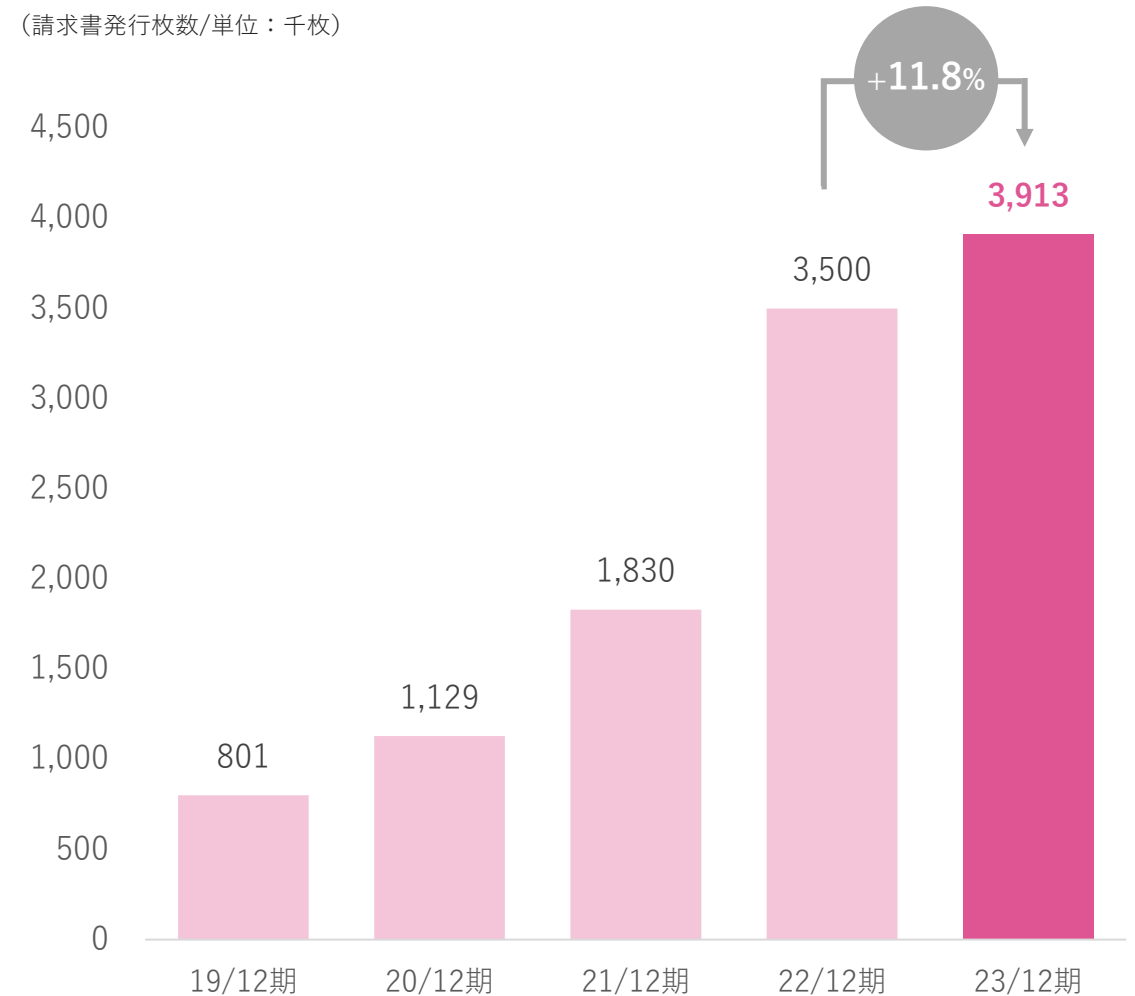
### 請求金額推移

(請求金額/単位：百万円)



### 請求書発行枚数推移

(請求書発行枚数/単位：千枚)

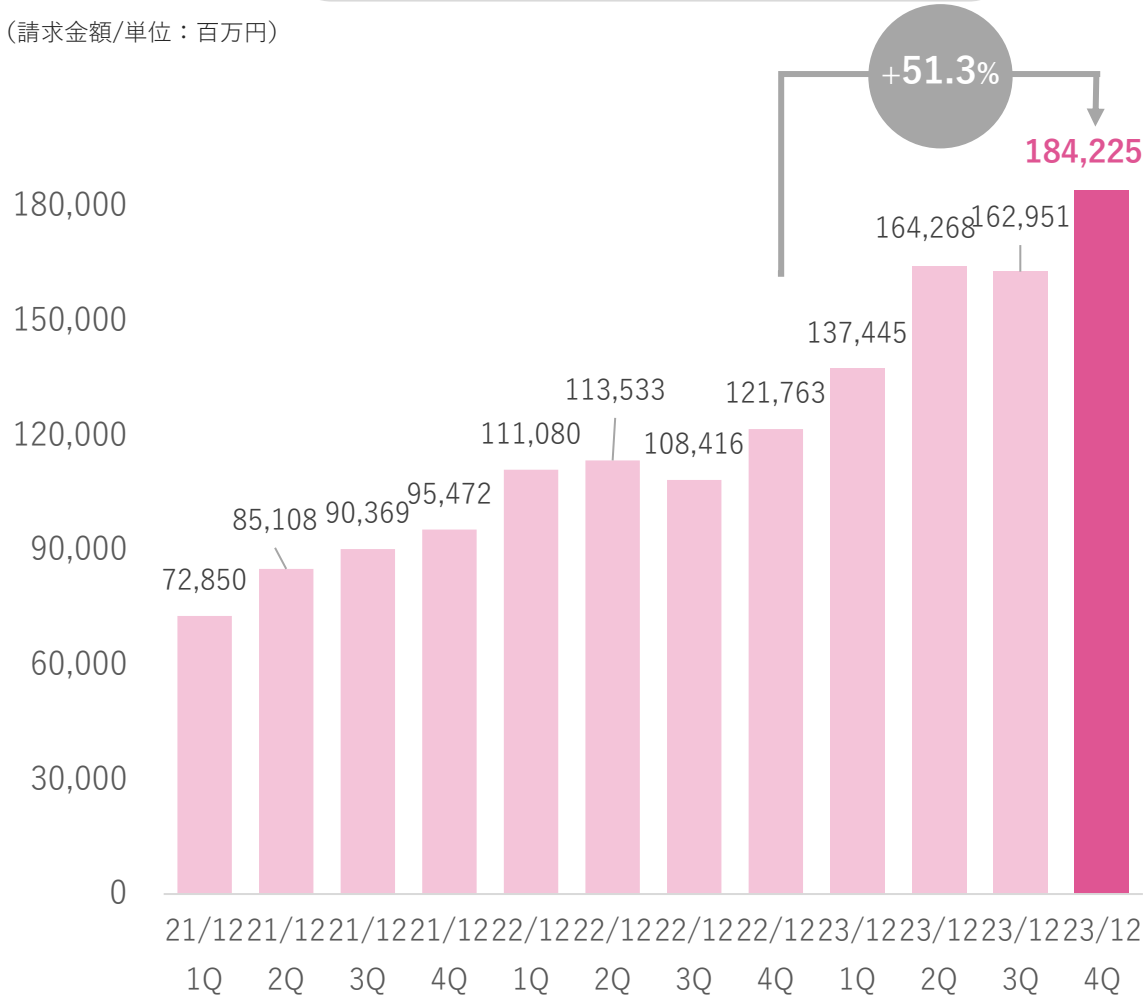


# 請求管理ロボの主要KPI推移②（四半期）

## 大手顧客の請求単価増加に伴い請求金額が増加

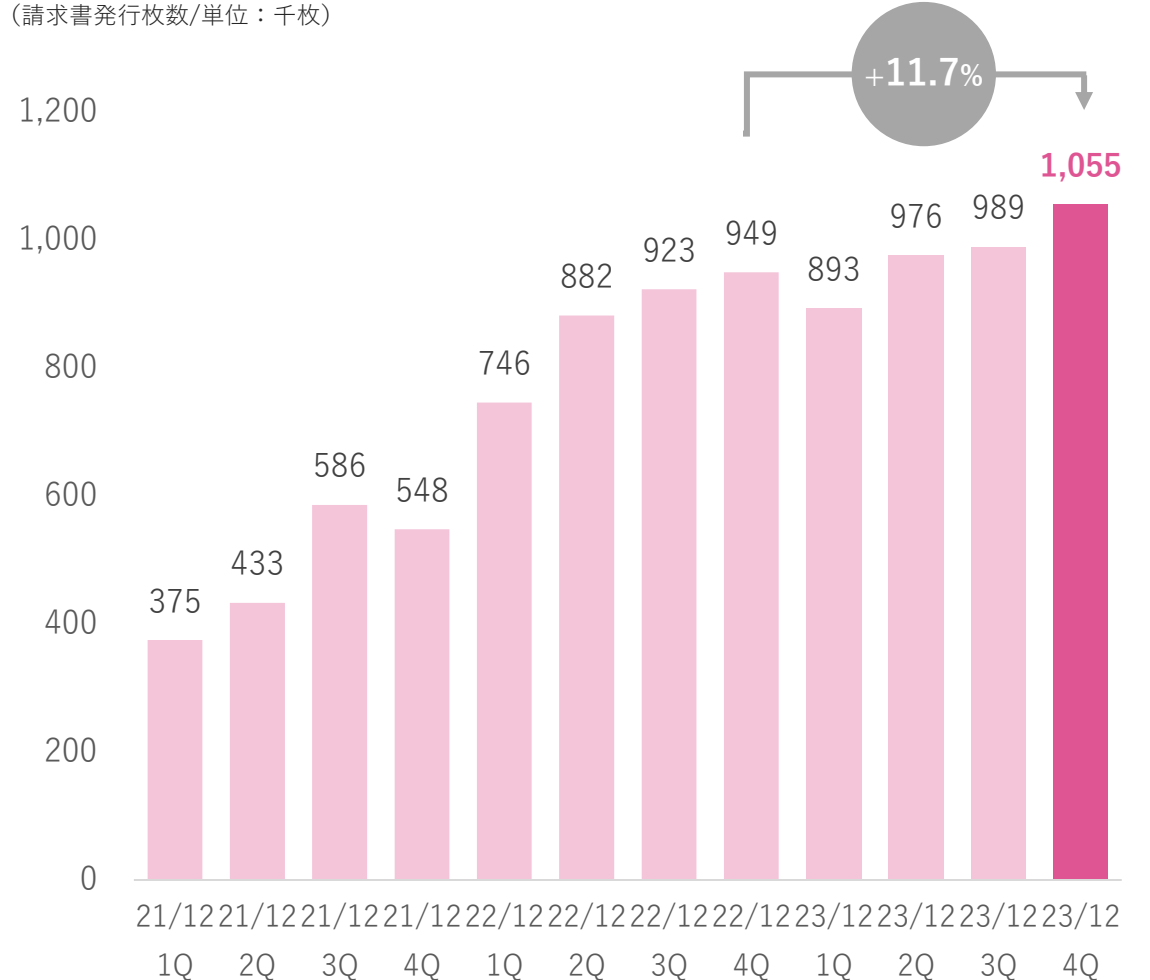
### 請求金額推移

(請求金額/単位：百万円)



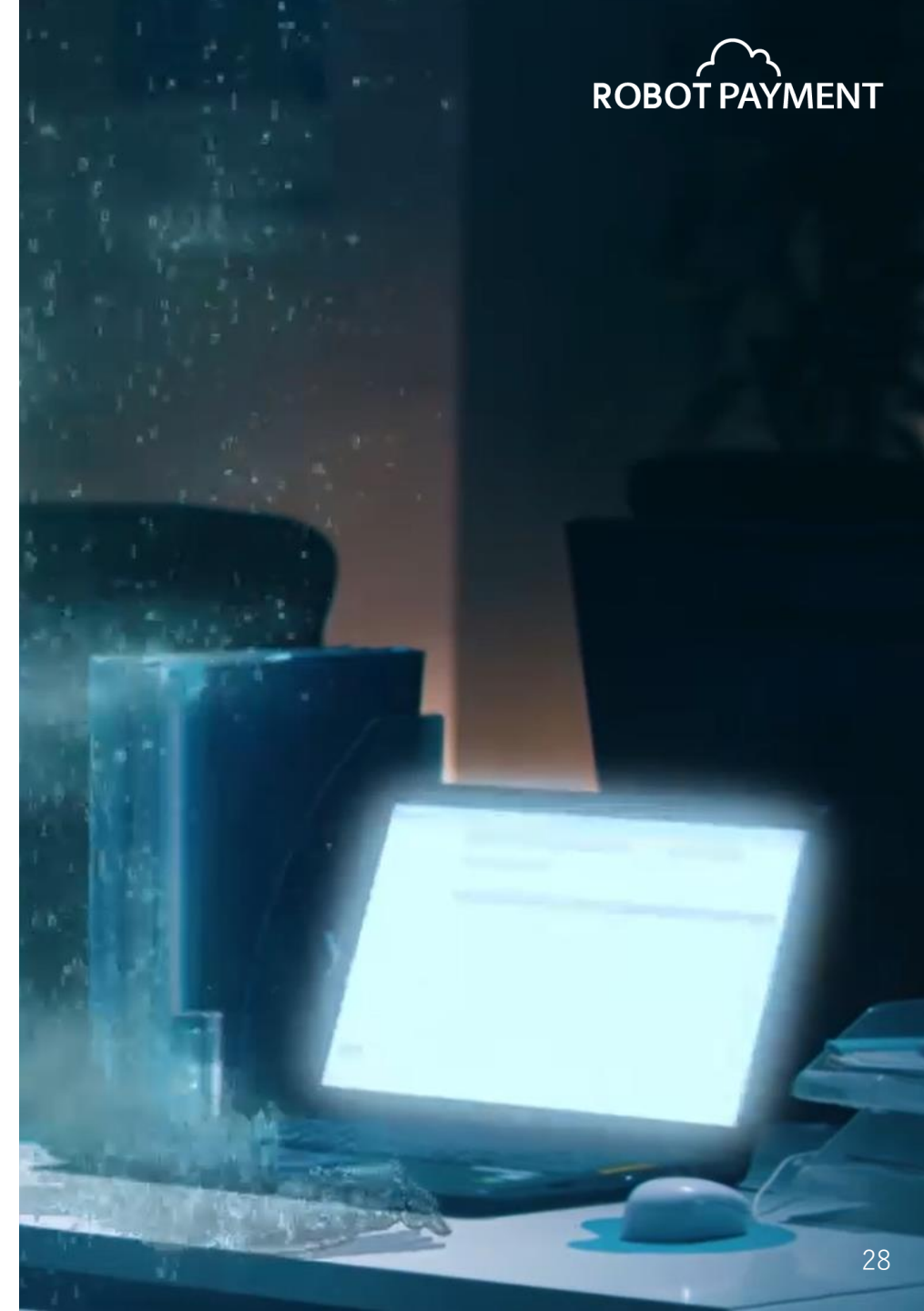
### 請求書発行枚数推移

(請求書発行枚数/単位：千枚)



# 04

2023年12月期  
ビジネスハイライト



## 既存事業・新規事業ともに取り組みは順調

2023年事業方針

2023年通期の結果

既存の 取組み	サブスクペイ Professional	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売を本格開始</li> <li>サブスクペイProfessionalをベースシステムとし業界毎の課題に対応するパッケージを提供開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売を本格的に開始し、大手企業にも導入</li> <li>潜在市場拡大に向けたニーズが掴めたため、追加機能開発開始</li> </ul>
	請求管理 ロボ	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手顧客獲得に向け、複雑な要件へ対応可能な「請求管理ロボ for Salesforce」の販売・導入促進強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中堅規模以上の受注数が順調に推移、前年同Q比での顧客単価・アカウント数増加に寄与</li> </ul>
新規の 取組み	1click後払い	<ul style="list-style-type: none"> <li>1click後払いのプロモーション開始、他社システムや金融機関とのパートナー連携強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1click後払いで特許取得</li> <li>サービス開始より売上が順調に拡大</li> </ul>
	M&A	<ul style="list-style-type: none"> <li>方針に沿ったM&amp;Aの実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ソーシング活動は継続中</li> <li>条件に見合わない買収を行わず、慎重にデューデリジェンスを実施</li> </ul>

## 上場企業や著名企業において、請求や決済の周辺業務の効率化を期待して利用が増加

### 請求管理ロボ

#### Retty株式会社



- 会社情報  
従業員数：125名  
資本金：34百万円
- 利用用途  
7,000店舗以上の有料お店会員を抱える「Retty」の広告掲載費用の請求

- 入金データを一括で自動消込でき、請求書の自動発行・送付・入金・消込・未収管理がすべて効率化できる点を期待
- 特に、他システムとのデータ連携による債権管理の柔軟性を評価

### 請求管理ロボ

#### イタンジ株式会社



- 会社情報  
GA technologies完全子会社  
「Cloud ChintAI」や「nomad cloud」など運営
- 利用用途  
不動産管理システム（管理会社向けと仲介会社向け）の請求に活用

- 不動産特有の複雑な請求書対応に課題感があり、請求書自動発行と口座振替の一本化で、事業成長時の未収金問題を確実な債権回収と効率アップで解決

### 請求管理ロボ for Salesforce

#### 株式会社ユーザベース



- 会社情報  
ソーシャル経済メディア「NewsPicks」や経済情報プラットフォーム「SPEEDA」を展開
- 利用用途  
自社メディアサービスなどのSaaS事業の一元管理に活用

- Salesforce上で販売管理を行っていたが、導入により請求・債権情報・請求処理までをシステム一元管理ができる点を評価いただき、SPEEDA等のSaaS事業にて導入、運用開始

### サブスクペイ Professional

#### 株式会社京王エージェンシー



- 会社情報  
京王電鉄をはじめとした「京王グループ」のハウスエージェンシー
- 利用用途  
新事業である登園準備サブスク「かるがる登園 Tefu-Tefu」の会員管理/決済

- 新規事業であるため、初期コストを抑えつつ短期間でサイト制作や決済と連動した会員管理システムを構築できる点を評価
- 今後の本格始動を見据え、追加開発しやすいカスタマイズ性も期待

## 1click後払い、Visa、Mastercardに加えてJCBブランドも利用提供開始 2023年末までブランド追加記念キャンペーンを実施

1click後払いを利用することで、カード決済を活用した支払いの延長により、買い手企業のキャッシュフローの健全性が高まることが期待  
より多くの事業者の資金繰り改善に貢献できるよう、Visa、Mastercardに加えてJCBブランドを追加



カードブランド追加記念!

1click後払い | JCB

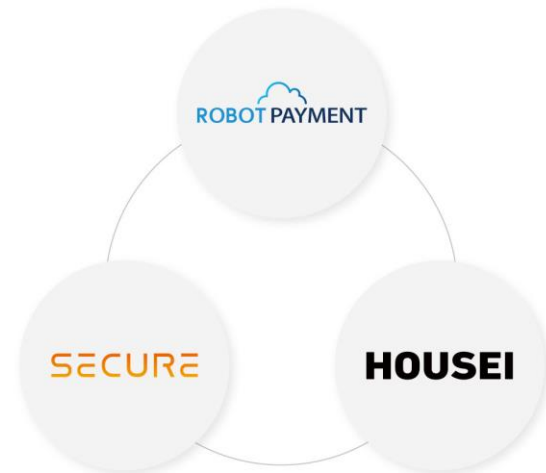
Amazon  
ギフトカード 5,000円分  
プレゼント

\*本キャンペーンは株式会社ROBOT PAYMENTによる提供です。  
本キャンペーンについてのお問い合わせはAmazonではお受けしておりません。  
1clicksales@robotpayment.co.jpへお願い致します。  
\*Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴはAmazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です。  
\*ギフトカードはEメールタイプです。

▶ 対応ブランドを拡充し、  
中小企業の資金繰り改善  
に貢献することを目指す

## ROBOT PAYMENTとセキュア、HOUSEIの3社間で、サブスクペイを活用した24時間無人店舗向けパッケージを開発

少子高齢化に伴うサービス業全体での人手不足懸念や、原油高に伴う原材料・輸送費が高騰していることから、人件費や原材料・輸送費によって利益が圧迫されるため、店舗運営にかかる費用削減が喫緊の課題となっており、店舗運営をより省力化・効率化して行うニーズが高まっている状況。これにより無人店舗向けソリューション・システムの市場規模は拡大傾向であり、2023年度から2027年度までに約2倍の成長を見込む。上記を背景に、各社のソリューションを活かし、会員登録から予約、決済、会員管理、入店時の認証まですべて一気通貫で提供し、店舗オペレーションの省力化や24時間無人で安心して運営できる環境構築を目指す。



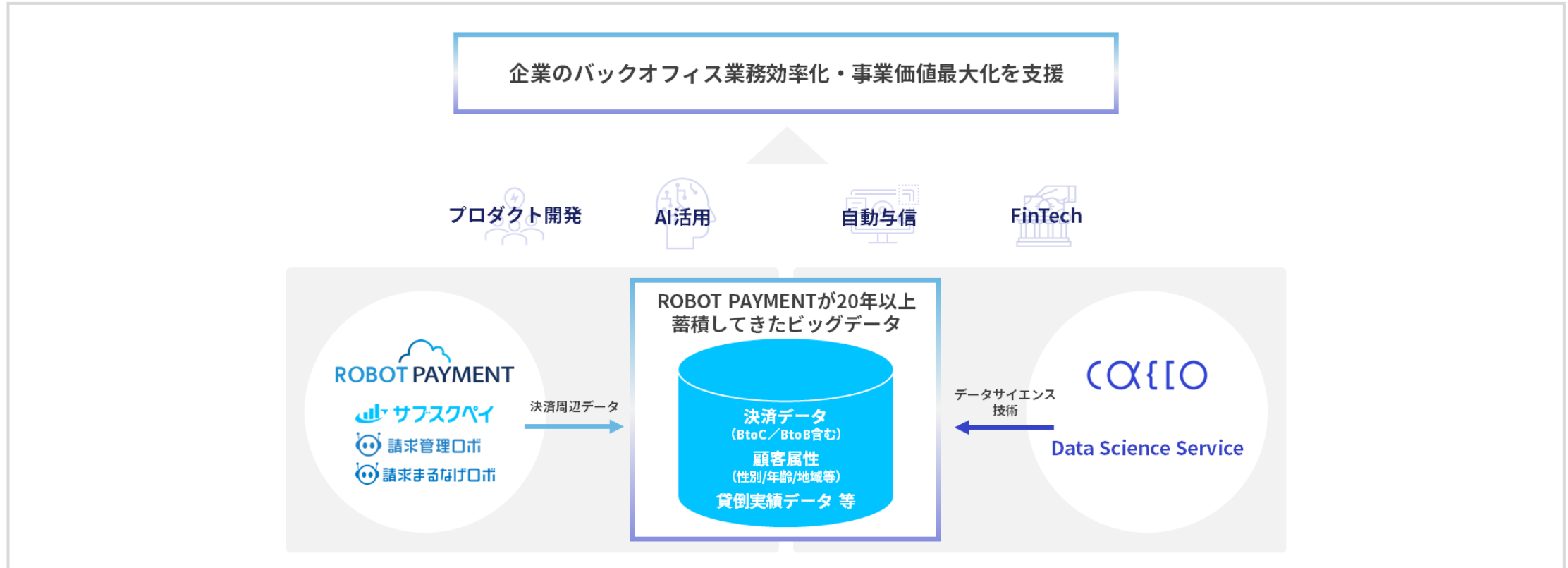
### 取組目標

- 有人店舗と同様に会員のインサイトの把握や分析を行い、会員の離脱防止や再訪を促すアクションを実行検討し、顧客の売上拡大につなげることを視野に入れ連携
- 新たな取組として、入退室管理システムと決済データとの連携によって、これまで分断していたオフラインでの店舗内行動データとオンライン上での購買や契約データを活用し、顧客の行動変容に合わせたアプローチも模索



## AI活用を目的にROBOT PAYMENTとかがっこが業務提携

ROBOT PAYMENTが20年以上蓄積した膨大な決済周辺データとかがっこの持つデータ分析技術によるビッグデータ解析やAI活用を行い、自動与信やファクタリングなどのフィンテック領域への展開、かがっこ共同でのプロダクト開発など様々な事業機会を創出し、顧客企業の業務効率化を強力に推進



## 請求書と関連帳票の同時送付を可能とする、ファイル添付機能をリリース

請求管理ロボの利用企業から多くの要望を受け、この度、発行する請求書にファイルを添付する機能をリリース  
請求先からの要望で関連帳票の送付に対応するケースが多いこと、請求元は請求書発行とは別に手作業で添付する手間が増加していることなど、業務負荷が大きいことを推察

### ファイル添付機能をリリース!



＼様々な書類を添付可能に／



### 機能付加による利用メリット

#### 請求関連の業務負荷が軽減

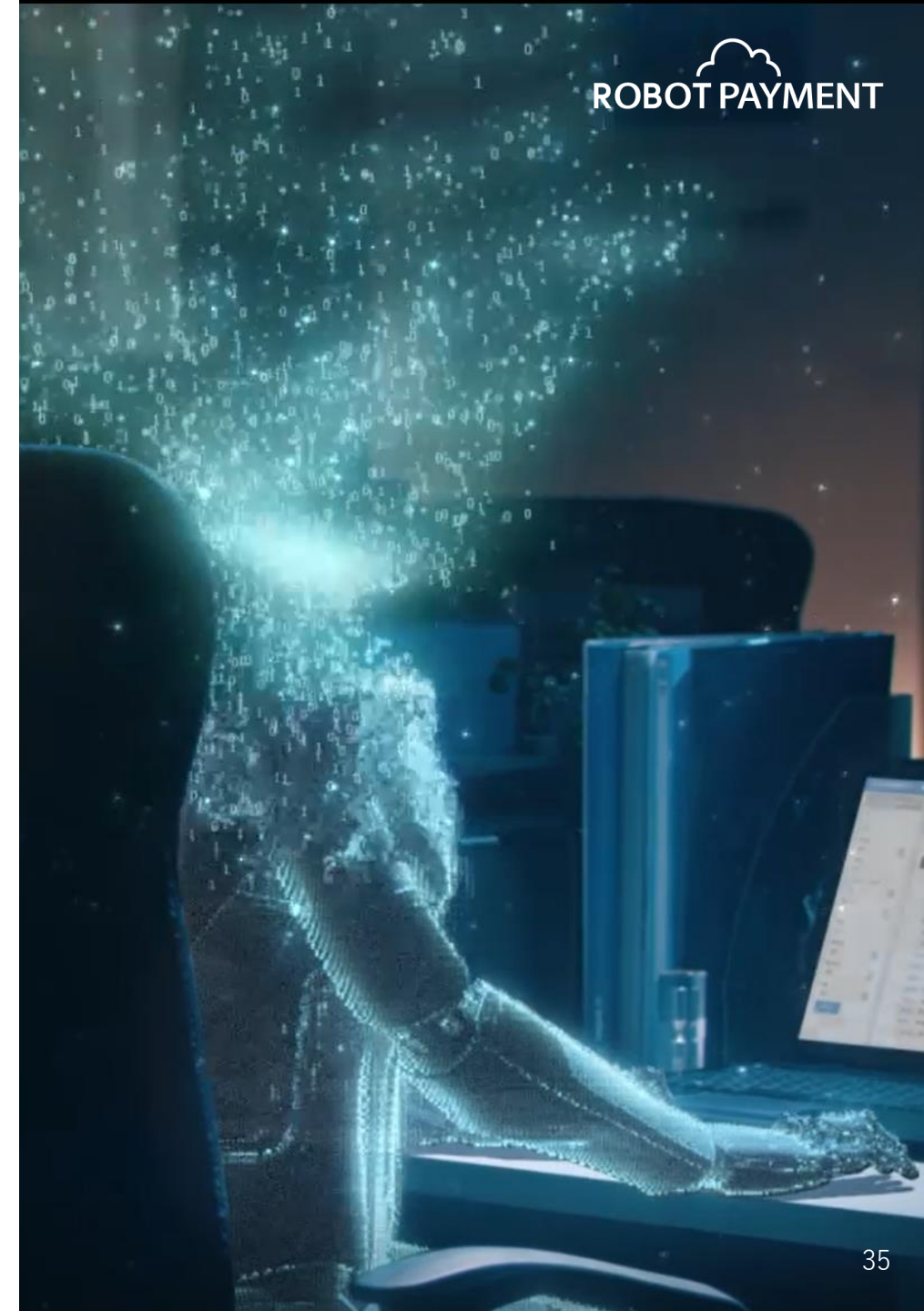
- 請求書への関連帳票の添付（同梱）のための手作業が減少。一画面で請求書以外の帳票類を送付できるため効率化

#### アップセルなど新たなビジネス機会の創出

- サービス案内などのお知らせや広告を添付できるので、顧客のニーズに合わせてビジネス機会を創出

# 05.

費用について



## 中期経営目標を具体的にどう変更したか

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

2022年2月14日に公表した中期経営目標での方針

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



変更後の方針

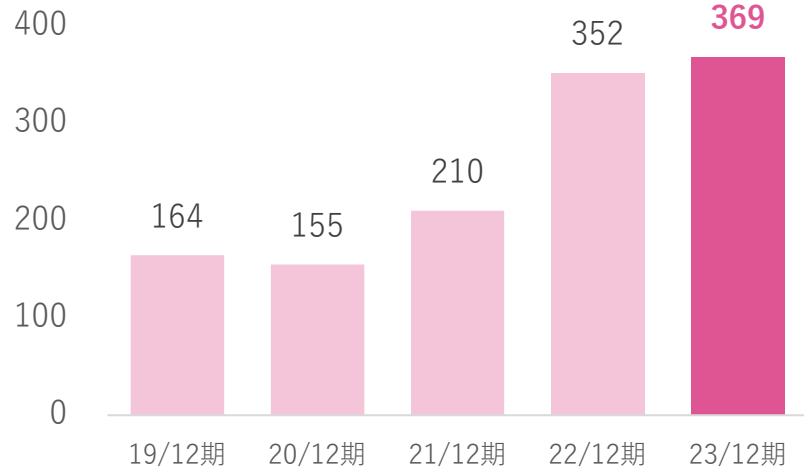
費用投下方針	生産性を重視し、最適なコストで最大のパフォーマンスを出す
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>獲得効率をより重視したプロモーション戦略</b> 大型プロモーションではなく、タクシーCM・YouTube広告等ターゲットを絞った認知施策とデジタルマーケティング中心</li> </ul>
給与手当	<ul style="list-style-type: none"> <li>23年以降の採用予定人数を最適化</li> <li>一人一人の能力を高め、少人数で最大のパフォーマンスを出す<b>生産性重視へ</b></li> </ul>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

# 主な費用推移（通期）

毎年営業利益を創出する中期経営方針に沿って、費用の効率的な投下を実施

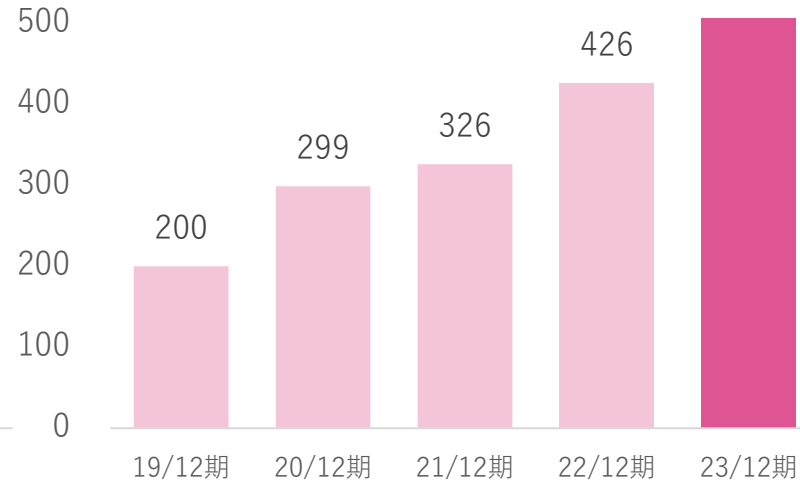
## 広告宣伝費

500（単位：百万円）



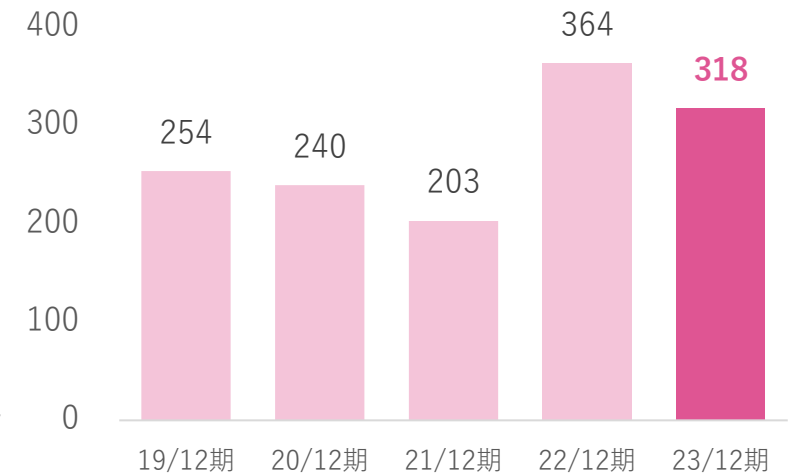
## 給与手当

600（単位：百万円）



## 開発費

500（単位：百万円）



- 有効なリード数を意識した広告運用を行い、費用対効果の改善
- 効果の悪い広告施策の改善を繰り返し、広告費の増加を抑えながら事業成長に貢献

- 売上高の成長27.9%に対し、給与手当の増加は18.8%となり生産性が向上

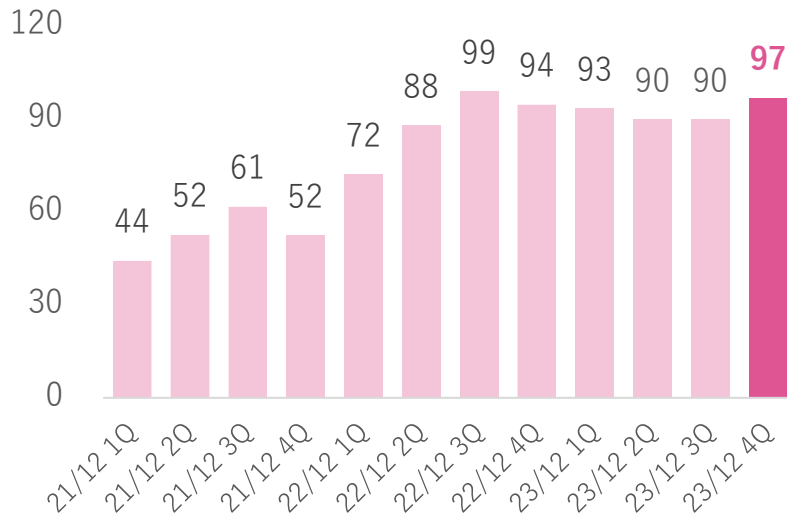
- 既存プロダクトの機能追加・改修を実施
- エンジニア生産性指標を設定し、費用対効果を意識した開発体制の構築

# 主な費用推移（四半期）

毎年営業利益を創出する中期経営方針に沿って、費用の効率的な投下を実施

## 広告宣伝費

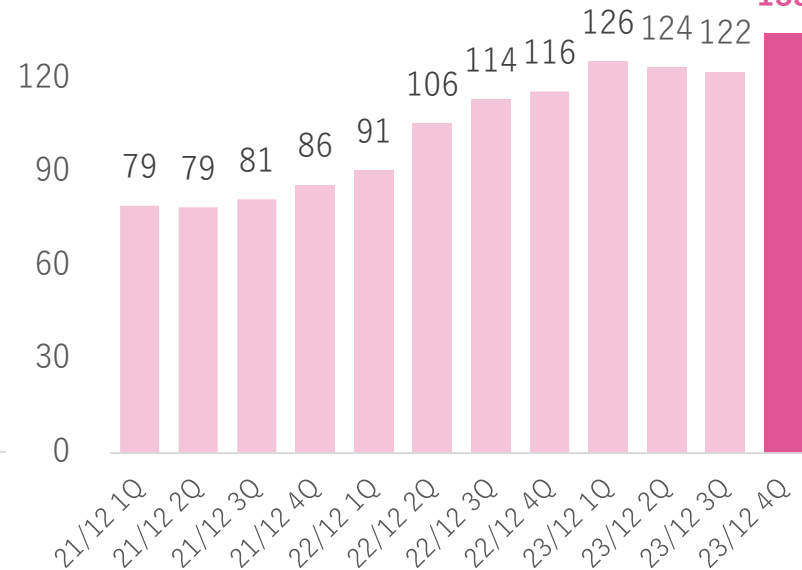
150（単位：百万円）



- 広告費は直近と同水準を維持
- 引き続き、費用対効果を重視し、ターゲティングが可能な認知広告やデジタル広告を中心に組み込む

## 給与手当

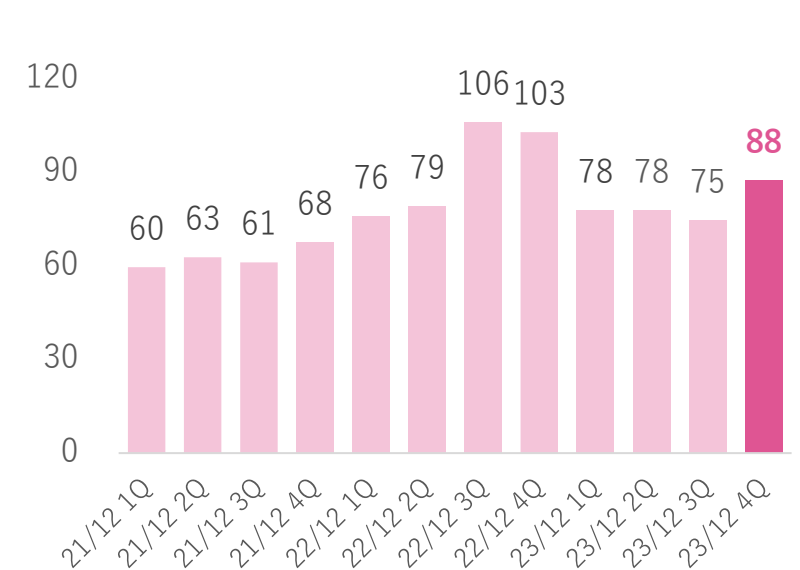
150（単位：百万円）



- 主要なポジションのハイクラス採用を強化
- カスタマーサクセス中心に中途社員が数名入社

## 開発費

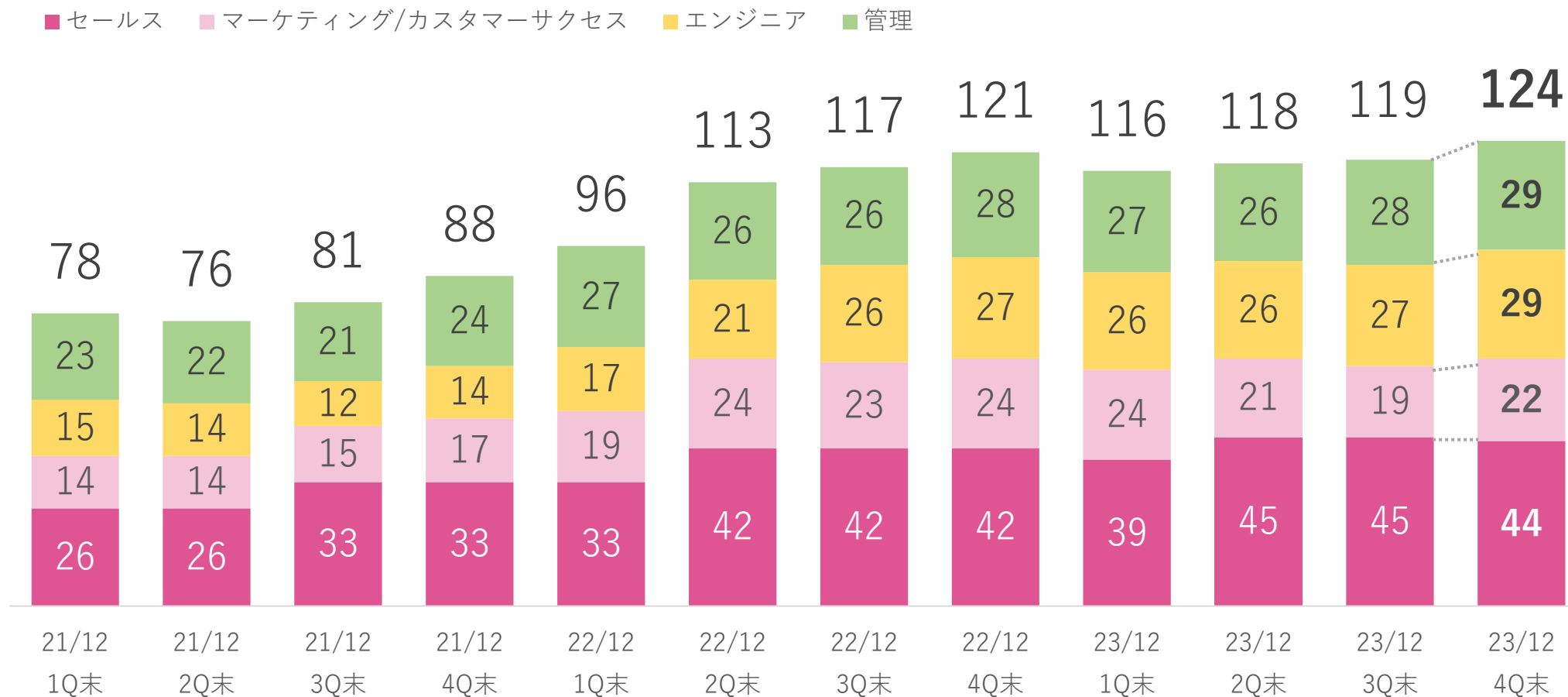
150（単位：百万円）



- 2023年4Qはサブスクペイインボイス対応の開発をスポットで実施
- 開発の生産性を重視し、費用を抑制しつつ機能開発や品質向上を進める

# 職種別従業員数推移

人事方針に沿って採用人数を最適化、人材獲得は順調に進捗中



(注) 従業員数は就業人員であります。(アルバイト・パートタイマーを含み、派遣社員、業務委託を除く。)

06 |

2024年の方針

  
ROBOT PAYMENT



# 2024年12月期通期業績予想

## ガイダンスの考え方

2023年12月期において、期初目標売上成長率19.5%であったが27.9%で着地  
2024年12月期は不確定要素、外部環境について保守的に考慮し、業績予想を設定

(単位：百万円)	2023年12月期 通期実績	2024年12月期 通期業績予想	前期比
売上高	2,214	2,578	+16.5%
売上総利益	1,981	2,267	+14.4%
販管費	1,752	1,947	+11.1%
営業利益	229	320	+39.7%
当期純利益	148	220	+49.0%

(注) 四捨五入により決算短信で開示している数値と異なっている場合があります。

既存の 取組み	サブスクペイ Professional	<ul style="list-style-type: none"><li>新規事業立ち上げフェーズの顧客向けマーケティングの強化</li><li>カスタマーサクセス・プリセールスチームの強化、インプリメントパートナーとの協業開始</li></ul>
	請求管理ロボ	<ul style="list-style-type: none"><li>大手顧客獲得に向け、カスタマイズ導入体制を構築し、販売・導入促進強化</li></ul>
	1click後払い	<ul style="list-style-type: none"><li>会員獲得の為の販売・システム連携パートナーの拡大強化</li><li>登録会員の利用促進強化</li></ul>
新規の 取組み	新規サービス	<ul style="list-style-type: none"><li>1click後払いで構築した基盤を活用する新たなサービス</li><li>BPaaS事業の構築</li><li>ファクタリング事業の拡大</li></ul>
	M&A	<ul style="list-style-type: none"><li>方針に沿ったM&amp;Aの実行</li></ul>

人事	採用	<ul style="list-style-type: none"><li>• 共通：HRTechツールを利用し、カルチャーフィットの強化</li><li>• 新卒：次世代アントレプレナー採用プログラム開始 優秀な学生のキャリアに見合う報酬・職務の提供</li><li>• 中途：事業戦略に応じて必要な人材をスカウト中心に採用</li></ul>
	育成	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2030年あるべき姿を改定し中長期目標を明確化（RP2030）</li><li>• KPIの可視化を行い、データに基づいた人材育成・適材配置</li><li>• ハイクラス人材からノウハウや経験を若手社員に共有し、視座を高める</li></ul>

財務	資金調達方針	<ul style="list-style-type: none"><li>• 資金調達は現在不要</li><li>• 現預金は預り金含めて約33億円保持し、増え続けている</li><li>• 増資は行わない</li></ul>
	IR方針	<ul style="list-style-type: none"><li>• 透明性高く、投資家の皆様の投資判断に資する情報をお伝えする</li><li>• 出来高向上に最注力し、あらゆる施策を徹底的に行う</li></ul>

# 2024年のM&A方針

## ① 既存プロダクトの機能強化が見込める企業・事業

請求管理ロボ

- 請求書受取
- 契約管理

請求まるなげロボ

- 自動催促
- 自動与信

サブスクパイ

- IoT
- データ連携
- 分析・BI

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

## ② 決済+αの領域で、買収先に新たな価値を提供できる企業・事業

業種に特化したシステム

- アパレル
- 小売
- フィットネス

決済サービス連携 (決済+α)

決済に隣接するシステム

- 予約管理
- 在庫管理

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

## ③ 開発会社、優秀なエンジニア人材を確保できる企業・事業

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

大手企業向けのプロダクトの拡販強化

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

大手企業の獲得・導入促進、特にSalesforce開発関連の加速

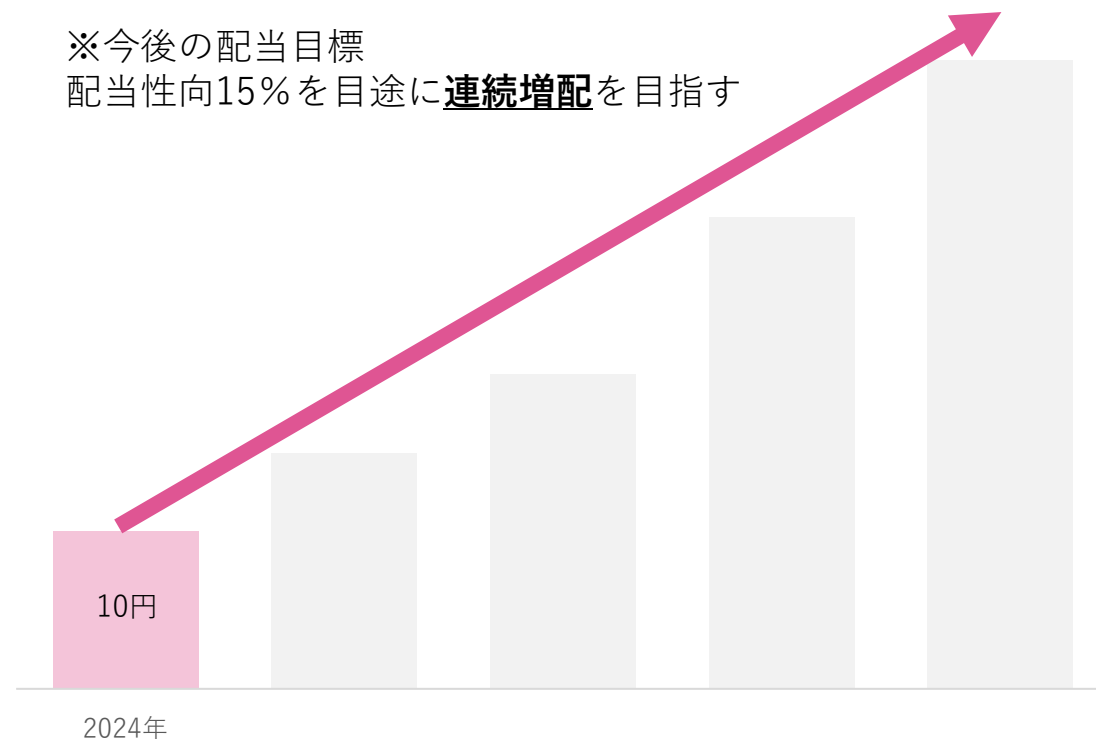
※自社で新規事業として実施した方が効率がいい場合、自社で新規事業を行う可能性もあり

## 足元の業績動向を踏まえ、株主還元の一環として初の配当を実施予定

### 配当実施予定となった背景

- 2022年2月14日開示の決算説明資料に記載の通り、一定の利益創出が出来たタイミングで配当などの株主還元策を実施する方針であった
- 2023年12月期において売上高・営業利益ともに過去最高を更新した
- 2024年12月期においても売上高・営業利益ともに過去最高をさらに更新する見込み

	2023年12月期	2024年12月期 (予想)
基準日	—	2024年12月31日
1株当たり配当金 (円)	—	10
1株当たり当期純利益 (円)	—	59
配当性向 (%)	—	17
配当金総額 (百万円)	—	38



07

成長戦略

  
ROBOT PAYMENT

# 成長戦略

-目次-

- ① 中期的な経営方針
- ② 中期経営目標実現のための事業戦略
- ③ 当社の生産性向上に向けた取り組み
- ④ 市場成長ポテンシャル



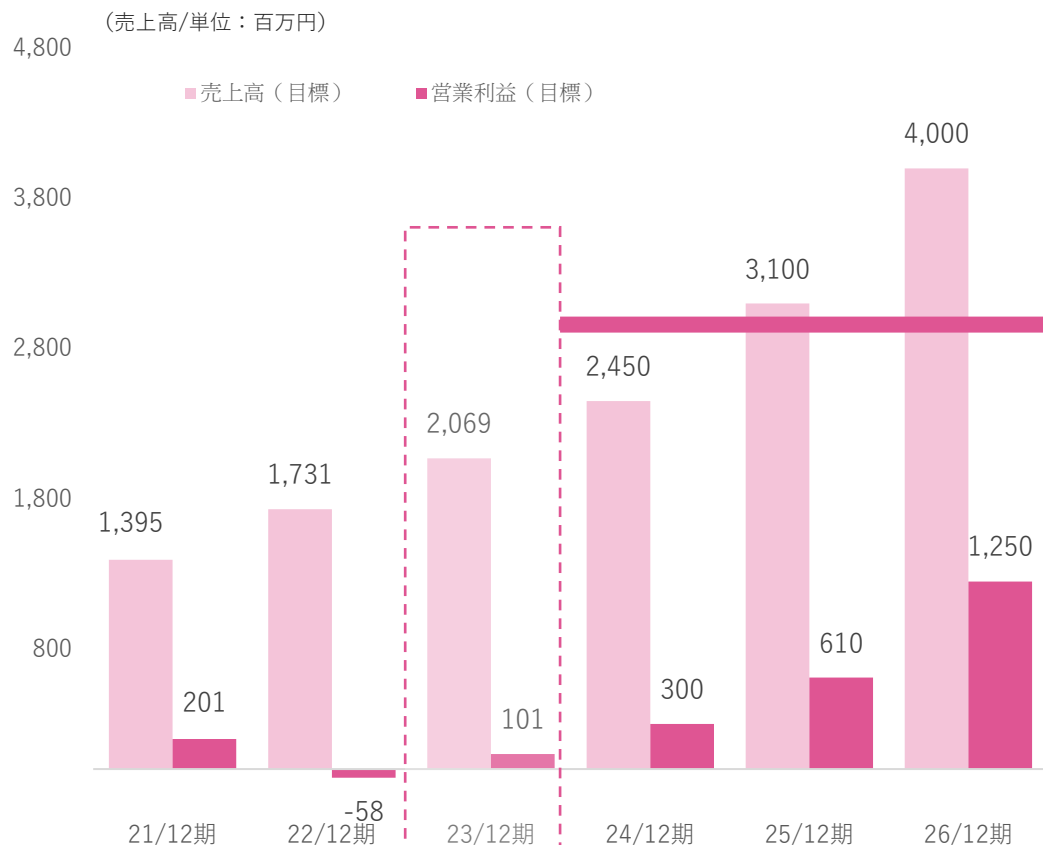
# 1

## 中期的な経営方針

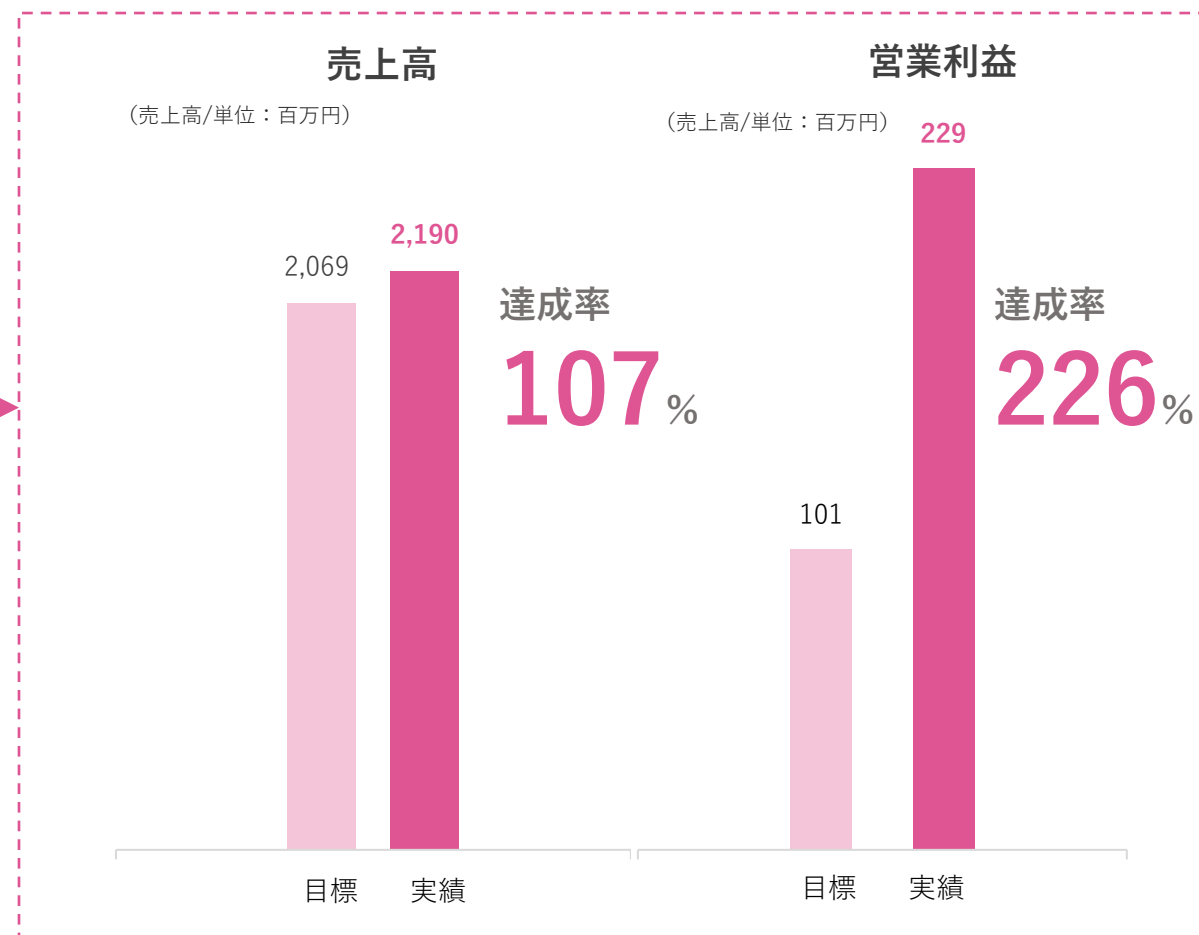
# 5カ年の中期経営目標進捗

## 2023年に立てた中期経営目標に対して上回るペースで順調に推移

2023年2月14日開示の現行中期経営目標



2023年中期経営目標/実績



# 中期経営目標の費用投下方針

2024年以降も大きな方針変更することなく、効率化重視の方針でアクションを実行

2022年12月期通期決算説明資料（2023年2月14日開示）より再掲

## 中期経営目標を具体的にどう変更したか

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

2022年2月14日に公表した中期経営目標での方針

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

変更後の方針

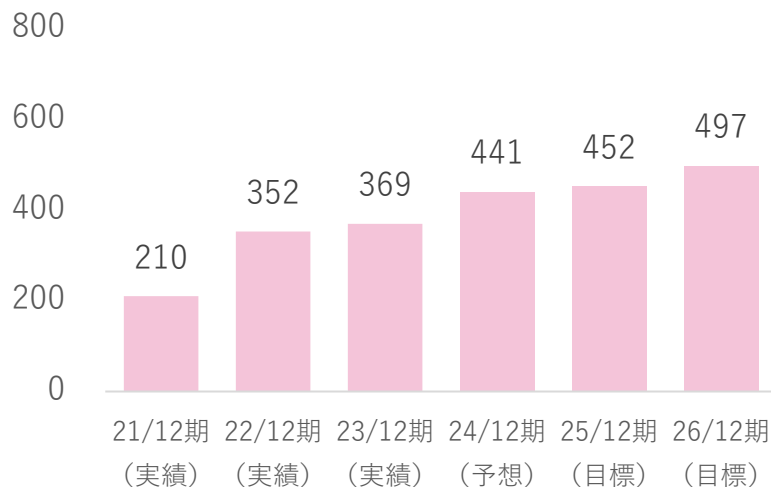
費用投下方針	生産性を重視し、最適なコストで最大のパフォーマンスを出す
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> <li>獲得効率をより重視したプロモーション戦略</li> <li>大型プロモーションではなく、タクシーCM・YouTube広告等ターゲットを絞った認知施策とデジタルマーケティング中心</li> </ul>
給与手当	<ul style="list-style-type: none"> <li>23年以降の採用予定人数を最適化</li> <li>一人一人の能力を高め、少人数で最大のパフォーマンスを出す <b>生産性重視へ</b></li> </ul>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

# 5カ年の費用投下計画

毎年営業利益を創出する方針に沿って、費用の効率的な投下を行う

## 広告宣伝費

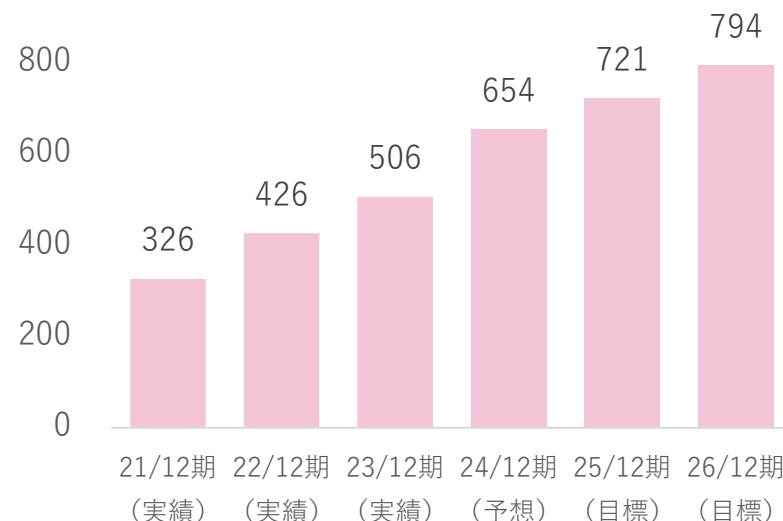
1,000 (単位：百万円)



- 21年から22年にかけて増加
- 23年以降は新規契約を基準とした費用対効果の改善を行う

## 給与手当

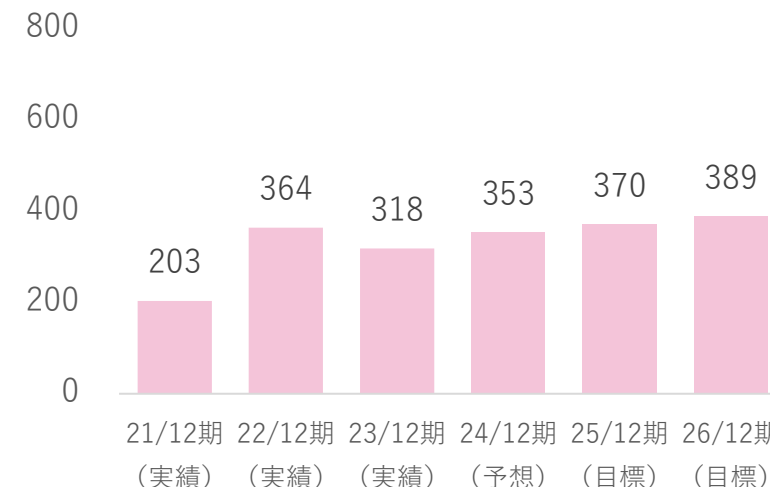
1,000 (単位：百万円)



- 23年は採用人数を最適化したため、給与手当は予想を下回る
- 23年同様に生産性重視の方針

## 開発費

1,000 (単位：百万円)



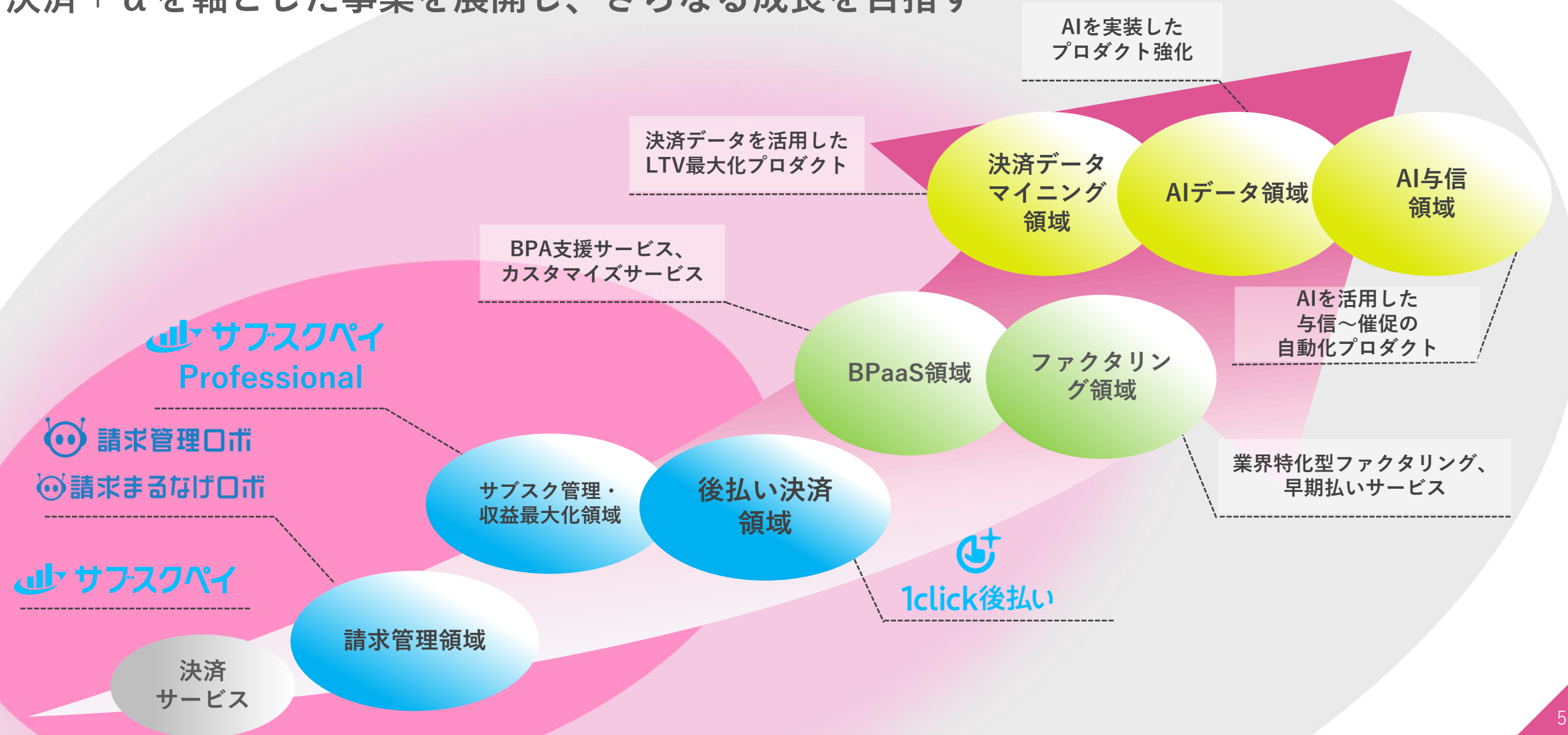
- 22年は新規プロダクト開発により開発費は増加
- 23年以降は生産性を重視し、費用を抑えて品質のいい機能拡充を行う

# 2

## 中期経営目標実現のための事業戦略

# 今後の事業展開

決済+αを軸とした事業を展開し、さらなる成長を目指す

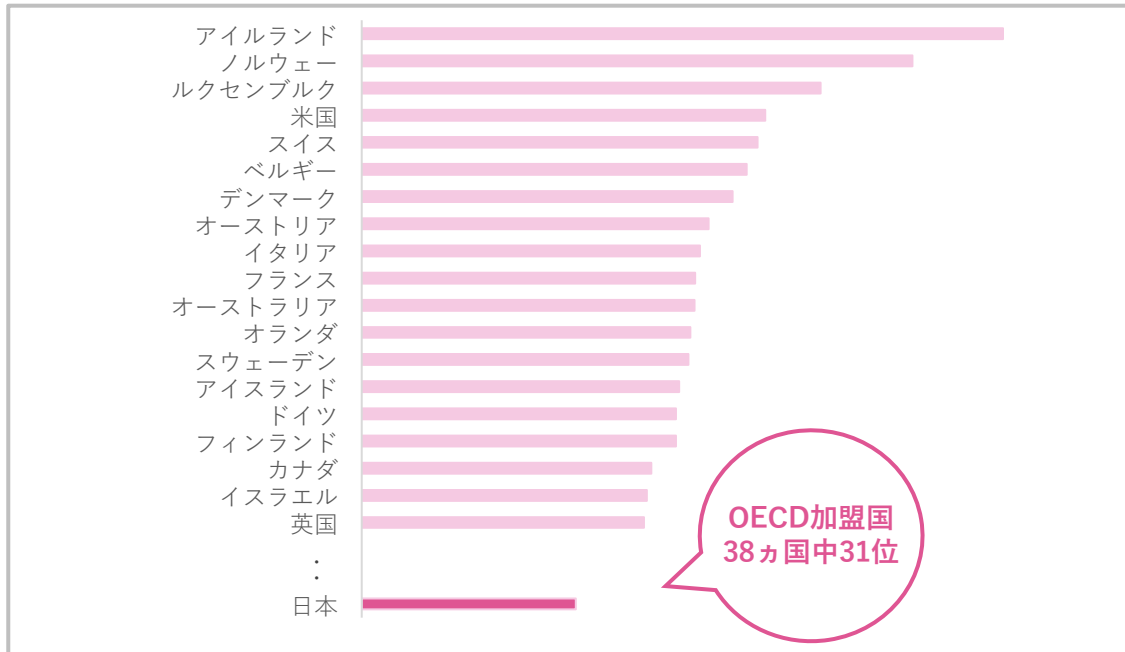


## 新たに推進する2つの戦略（BPaaS・ファクタリング）

# 日本経済活性化に向けた生産性向上の課題

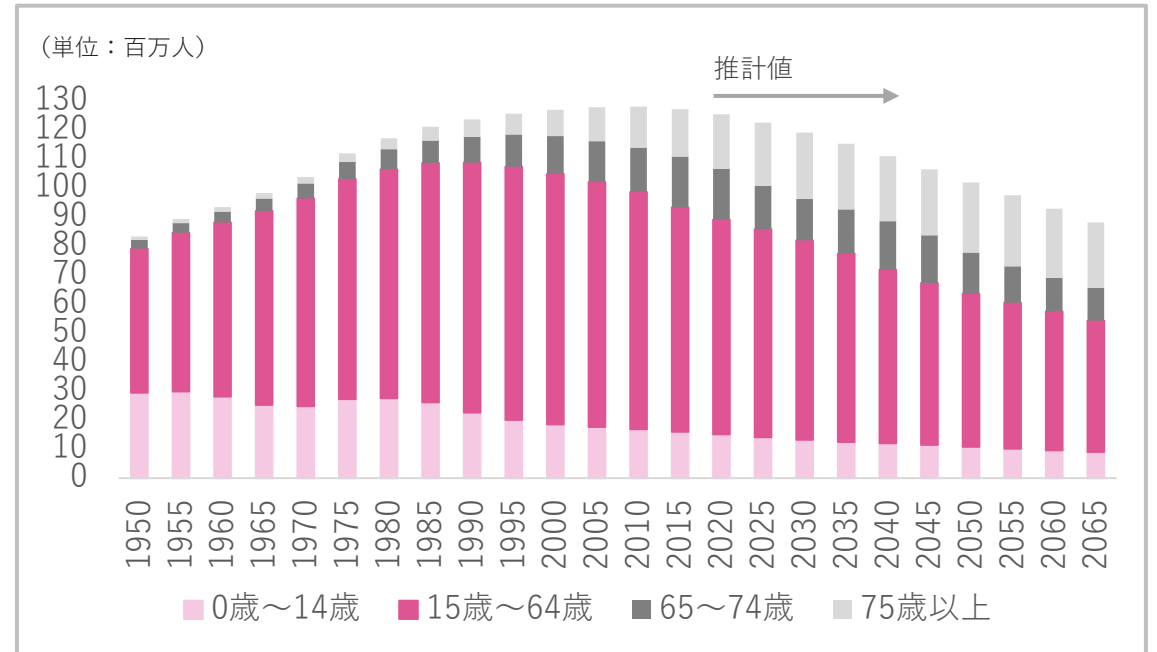
労働生産性は主要先進国の中で最下位であり、加えて生産年齢人口が減少しているため、DX等の推進による生産性の向上が急務

OECD加盟諸国の労働生産性



日本の労働生産性は主要先進国と比較して低水準である。

年齢別人口推計の推移



生産年齢人口である15-64歳のセグメントは減少しており、中長期的な視点において総人口に比して**急速に減少**していくと推測されている。

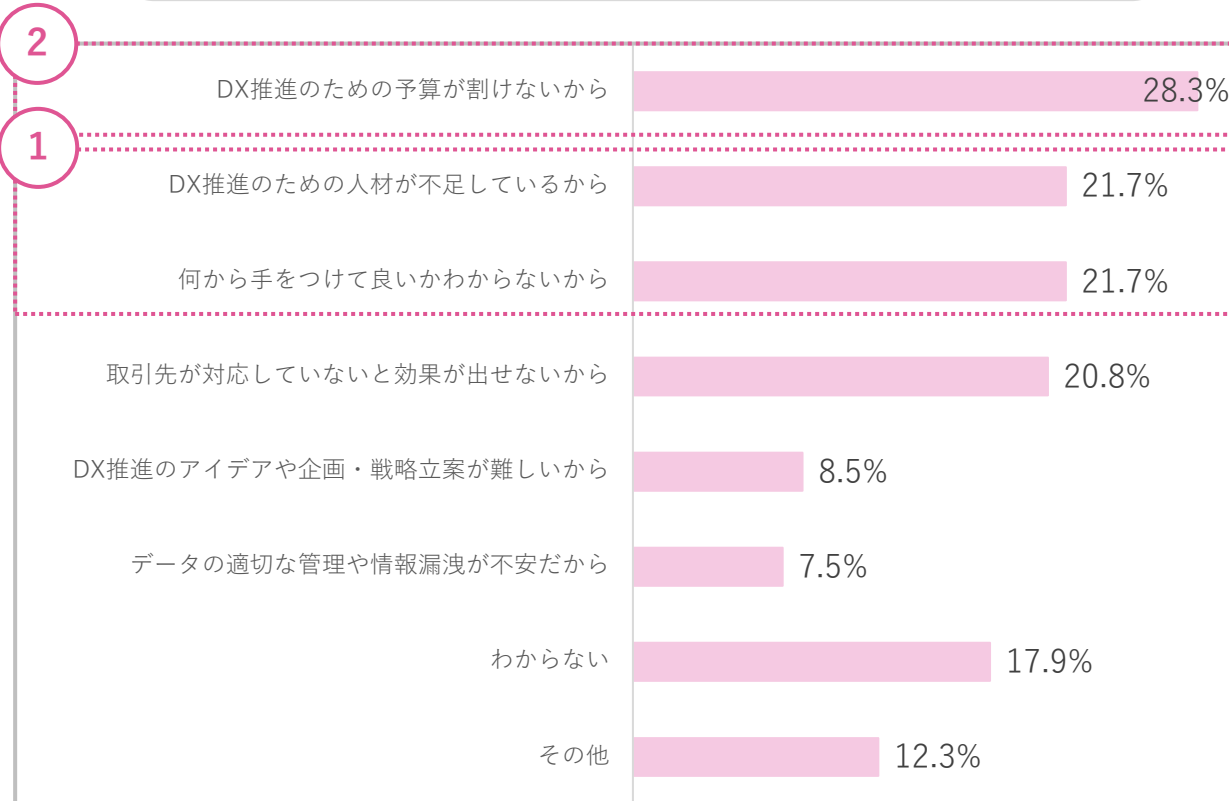


# DXが進まない理由

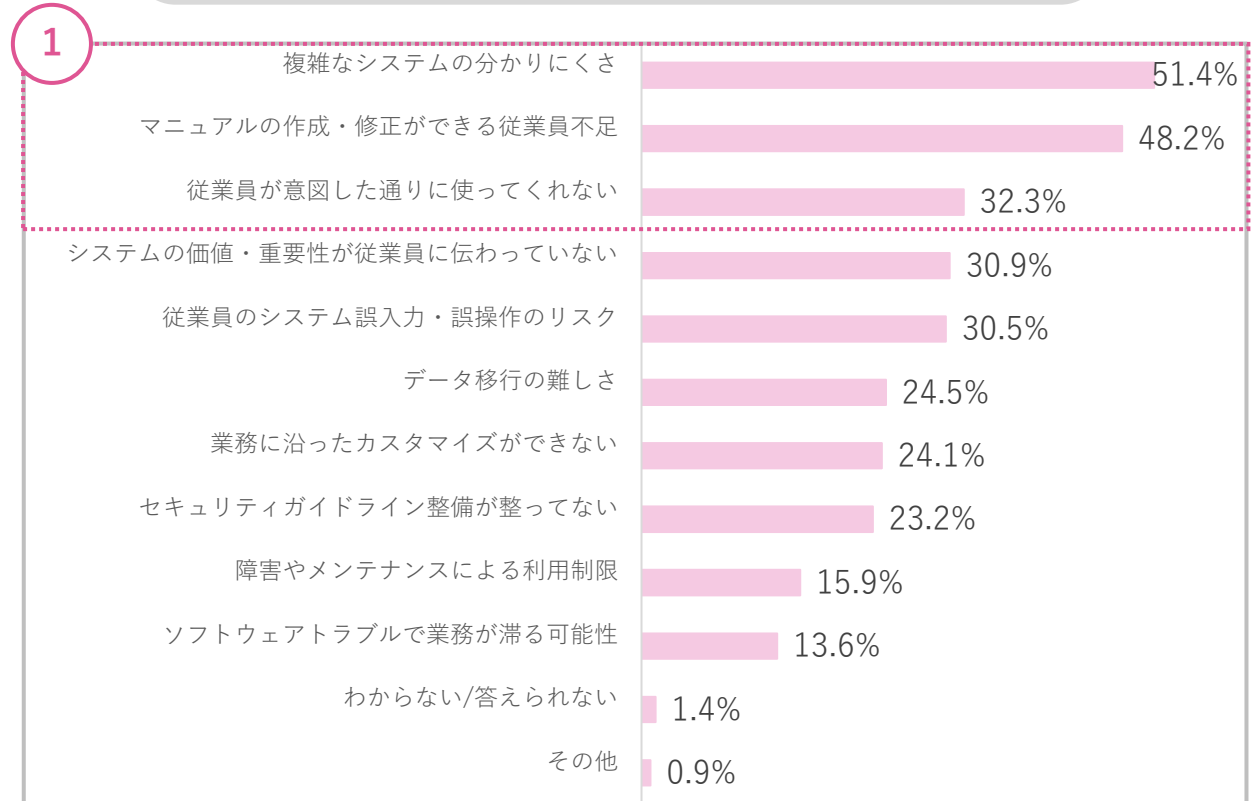
生産性向上のためにSaaS導入やクラウド化を検討するも、導入・定着には、  
 「①BPAリテラシーの不足」 「②予算の確保」といった2つの大きな課題がある

(注) BPA : Business Process Automationの略。社内の業務フローを自動化・カスタマイズすること。

## DX推進が滞っている理由



## SaaS導入後に十分に使いこなせていない理由



## DX化の課題解決に向けた2つの方向性

DXツール導入に必要なBPAリテラシー・資金面の課題に対し、2つの戦略で解決を目指す

DX化の課題

1

BPAリテラシーの不足により、  
業務フローの自動化や、  
SaaSのカスタマイズができない

2

DXツール導入費用の確保が  
できない

戦略

BPaaS

ファクタリング

# ① BPaaS戦略

# BPaaSとは

BPaaSは、ソフトウェア（SaaS）の提供だけでなく業務プロセスそのものを自動化するサービスであり、北米をはじめとした全世界で市場規模が拡大すると予測される

## BPaaSについて

**BPaaSとは**  
(Business Process as a Service)

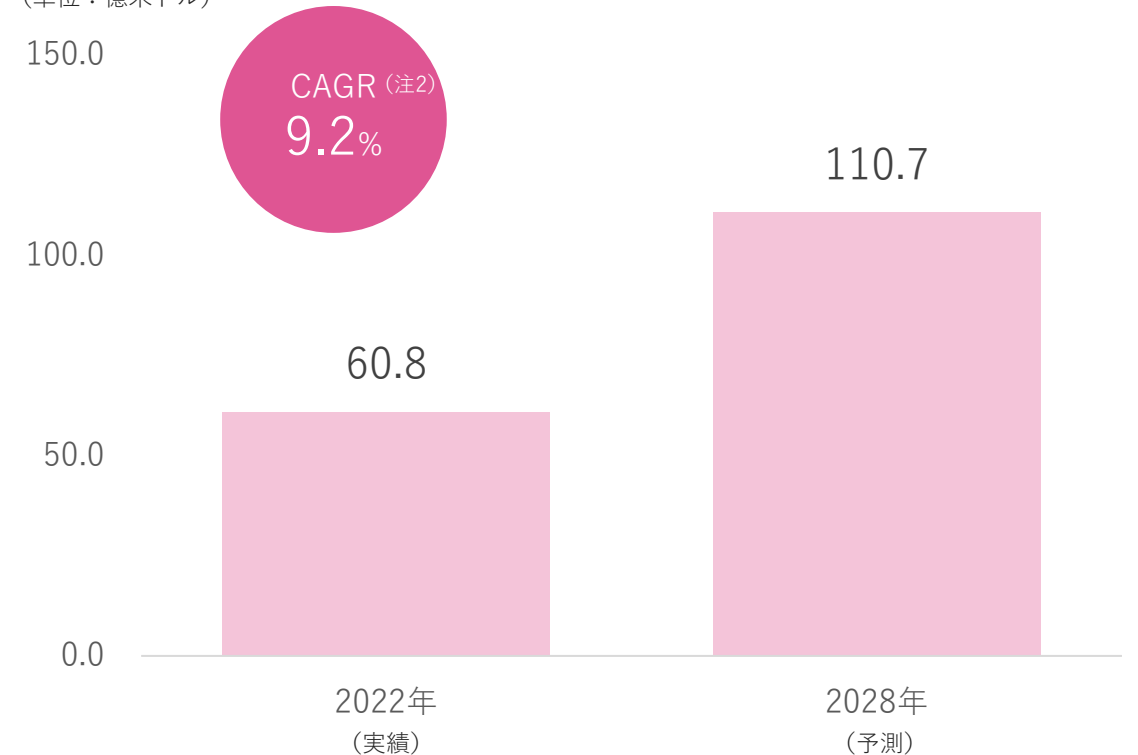
- ITを活用して顧客の業務をアウトソーシングし、業務プロセスを効率化するソリューション
- SaaSに続く新機軸として、2010年代に外資系大手コンサルティングファームが提唱

**当社の考えるBPaaS**

- 当社プロダクトを活用**し、顧客の業務プロセスに合わせて**カスタマイズ・自動化**するソリューション
- 複数のSaaSプロダクトを提供してきた当社のノウハウを基に、顧客の業務プロセスをBPAすることが可能に

## 全世界のBPaaS市場規模予測<sup>(注1)</sup>

(単位：億米ドル)

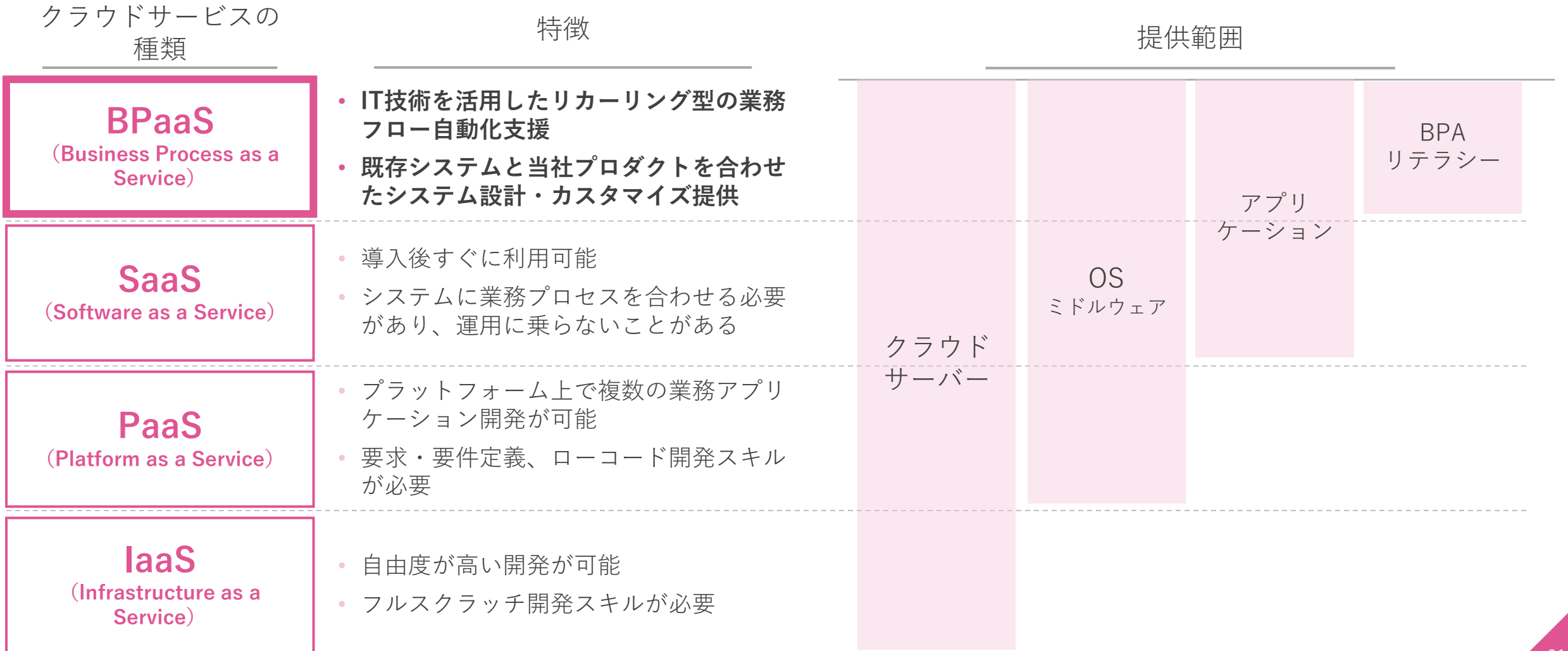


(注1) 2023年1月発行のIMARCグループ「BPaaS (Business Process as a Service) 市場：世界の産業動向、シェア、規模、成長、機会、2023-2028年の予測」より

(注2) 2023年から2028年における、今後6年間の市場規模の年平均成長率

# 顧客のDX化推進に向けたBPaaS戦略

SaaSとBPAリテラシーを提供することによりDX化の課題を解決し、業務を自動化



# BPaaS戦略による顧客層の拡大

## BPaaS戦略により、従来SaaS運用ができていなかった潜在顧客企業へDXを促進

### DX化を目指す企業の便益

### 提供するソリューション

### 企業の課題

- BPAリテラシーが不足
- 複数システム利用により、データ統合に時間がかかり分析が難解になる
- 売上に直結しない人件費が膨れる

New

#### 業務フロー 自動化支援 サービス

IT技術を活用したリカーリング型の業務フロー自動化支援

New

#### カスタマイズ サービス

既存システムと当社プロダクトを合わせたシステム設計・カスタマイズ提供

- 顧客のシステム構成・業務プロセスに沿ったソリューションを提供することで、業務が自動化され、間接人員を最適化することができる
- システムが統合されることにより、データの一元化がなされ、分析が容易になり、更なる業務改善を進めることができる



## ② ファクタリング戦略

# 顧客のDX化を促進するファクタリング

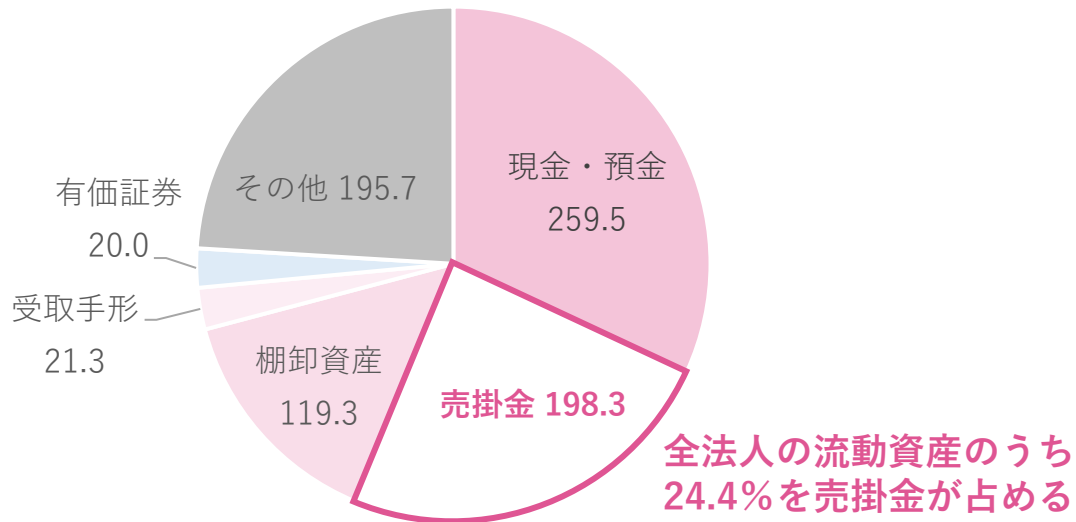
DX化のためのSaaS導入を資金面で支援することで生産性向上、企業の事業成長に寄与

## 日本に眠る流動化が可能な債権（売掛金）

2020年4月の民法改正で譲渡禁止特約が緩和されるなど、中小企業庁を中心に中央省庁も債権譲渡による資金調達を推奨

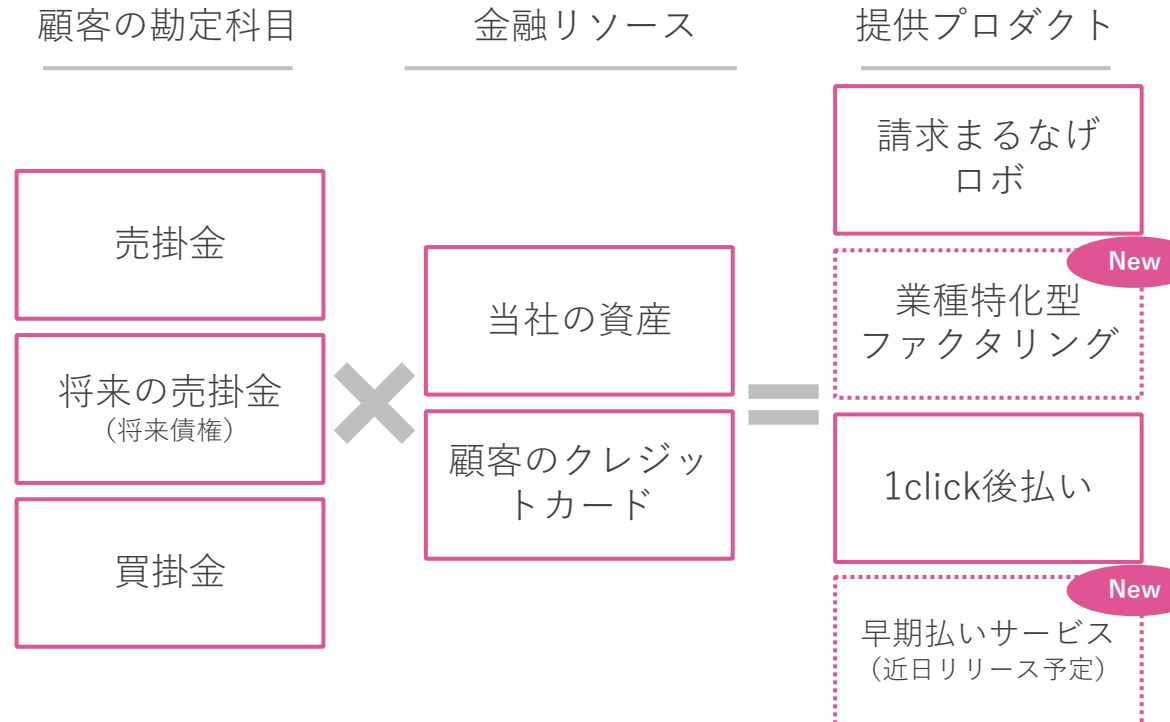
(単位：兆円)

法人流動資産総額の内訳



## 顧客企業の資金課題解決の仕組み

顧客の勘定科目に対し、当社資産や顧客のクレジットカードを掛け合わせる複数のプロダクトを提供し顧客の資金課題を解決



出典：財務省 財務総合政策研究所 「法人企業統計年報特集令和2年度」より



# ファクタリングによる顧客層の拡大

## 資金面の支援により顧客のDXツール導入による生産性向上に加え事業成長を推進

### DX化を目指す企業の便益

- 顧客の所有する流動資産に合わせて、ソリューションを提供することにより、柔軟な形で資金を確保し、DX投資が可能となる

### 提供するソリューション

請求まるなげロボ	請求業務代行に加えた売掛金保証
New 業界特化型ファクタリング	特定業界の商慣習やビジネスモデルに合わせて売掛金を流動化
1click後払い	カード決済の仕組みを活用した後払い決済サービス
New 早期払いサービス	カード決済の仕組みを活用した売掛金の早期回収サービス

### 企業の課題

- DXによる業務効率化に取り組みたいが予算の捻出に課題がある



# 3

## 当社の生産性向上に向けた取り組み

## なぜ生産性向上が必要なのか

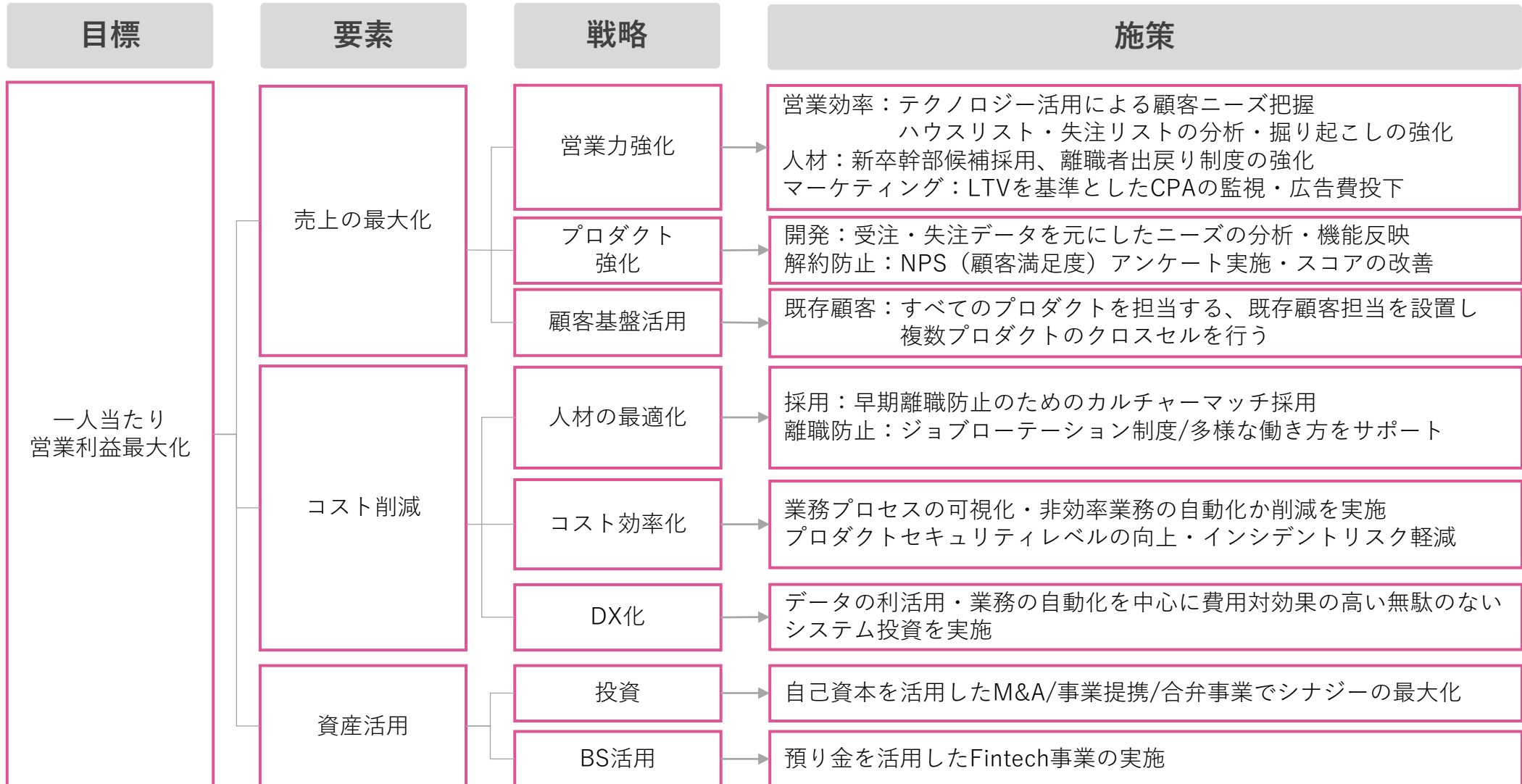
OECD加盟諸国の中で日本の労働生産性は38カ国のうち31位（2022年）と低く、少子高齢化による生産年齢人口の減少も続き、日本は生産性を高めなければ経済成長が大きく後退すると考えています。そのため、当社では、限られた人員・限られた資源で大きな成果を生み出すことが重要であり高い競争力になると考えます。

当社では、「生産性向上＝一人当たり営業利益の最大化」と考え、売上の最大化・コスト削減・資産活用の3つのカテゴリで生産性を高め続ける仕組み化を行なっています。

一人当たりの営業利益の最大化がなされることにより、従業員賃金の向上・オフィス環境整備・福利厚生  
の改善を行い従業員満足度を高め、高い競争力を持ち、事業推進・会社の永続的な成長を実現していきます。

# 生産性向上を実現する為の戦略・施策

1人当たり営業利益最大化を実現するために、これらの施策を実施し生産性向上を図ります



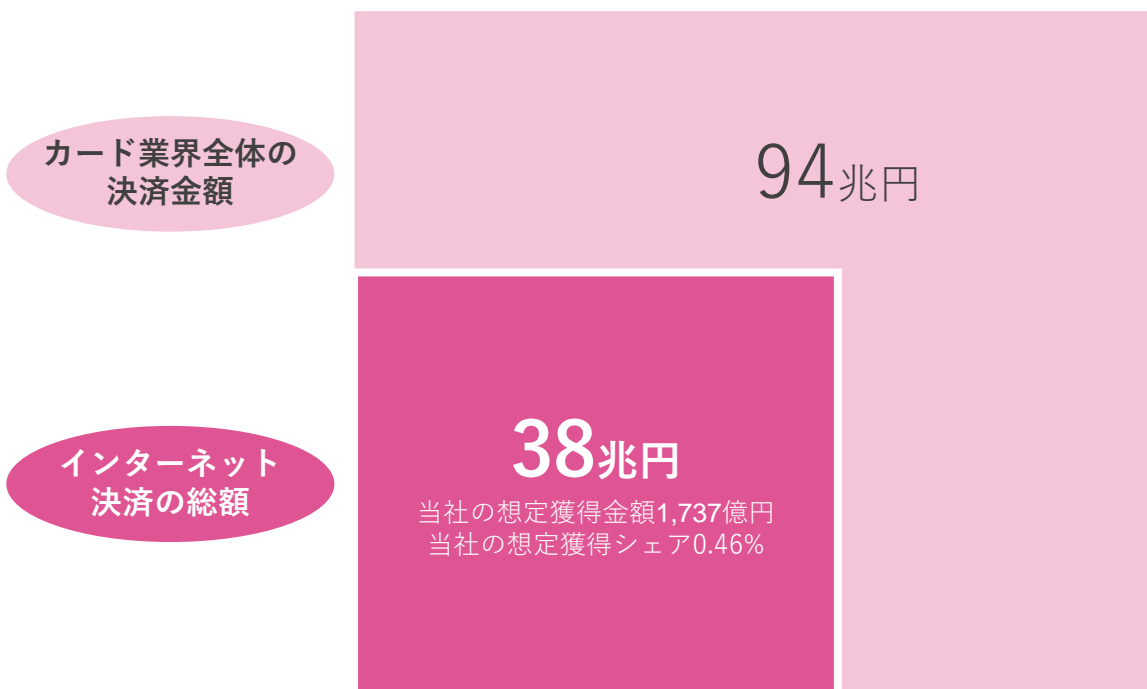
# 4

## 市場成長ポテンシャル

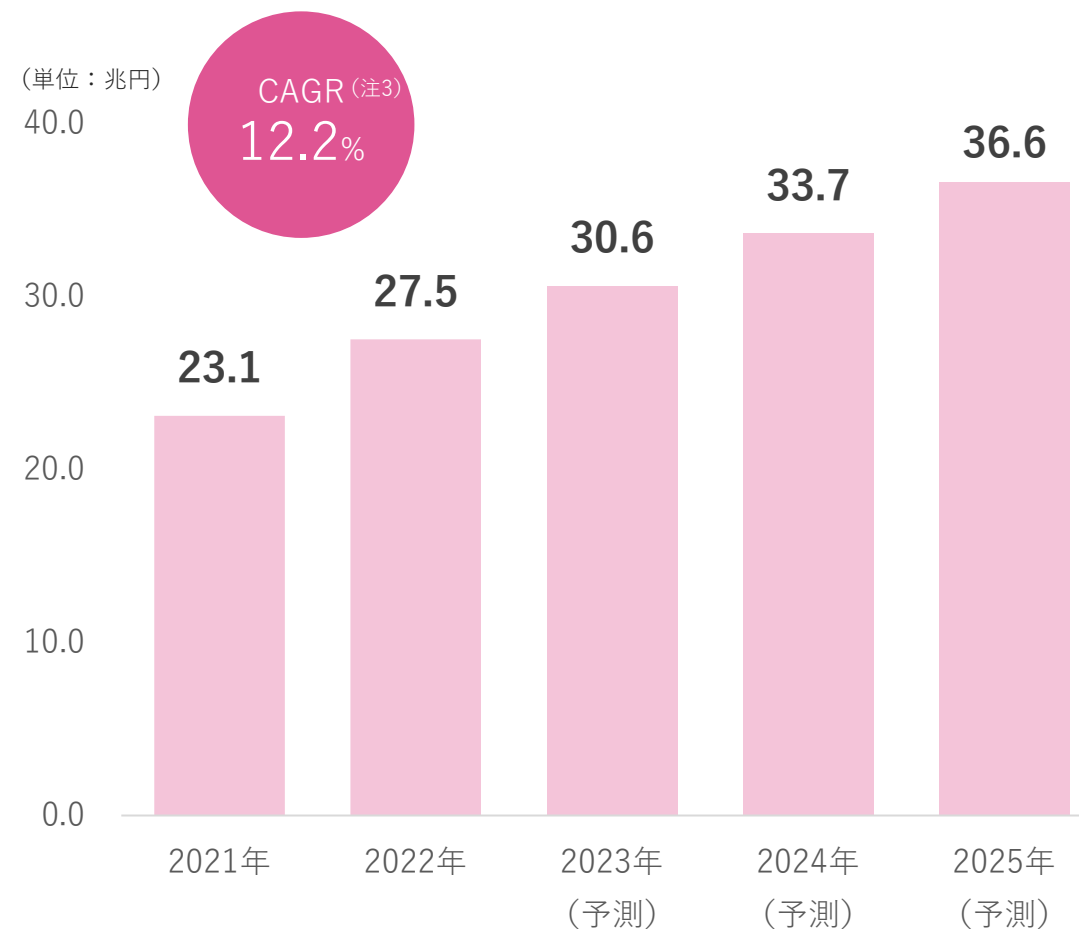
# サブスクペイの市場規模

インターネット決済において当社の想定獲得シェアは0.46%程度  
EC決済サービス市場規模は成長しており、導入の余白は拡大し続けている

2023年時点でのサブスクペイ市場規模試算 <sup>(注1)</sup>



EC決済サービス市場の推移 <sup>(注2)</sup>

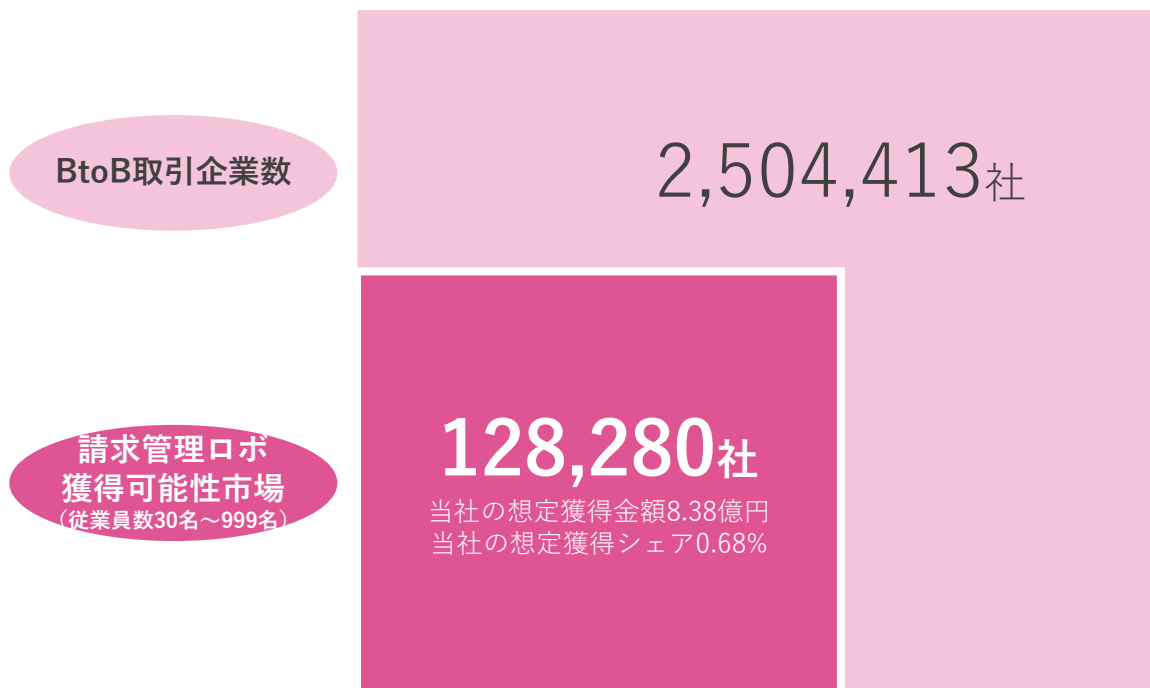


(注1) 2023年4月発行の経済産業省「2022年のキャッシュレス決済比率を算出しました」、2020年6月発行のデロイトトーマツミック経済研究所株式会社「ECにおけるネット決済代行サービス市場の現状と展望2020年度版」より。  
(注2) 2023年3月29日発表の矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査を実施(2023年)」より。  
(注3) 2021年から2025年における5年間の市場規模の年平均成長率。

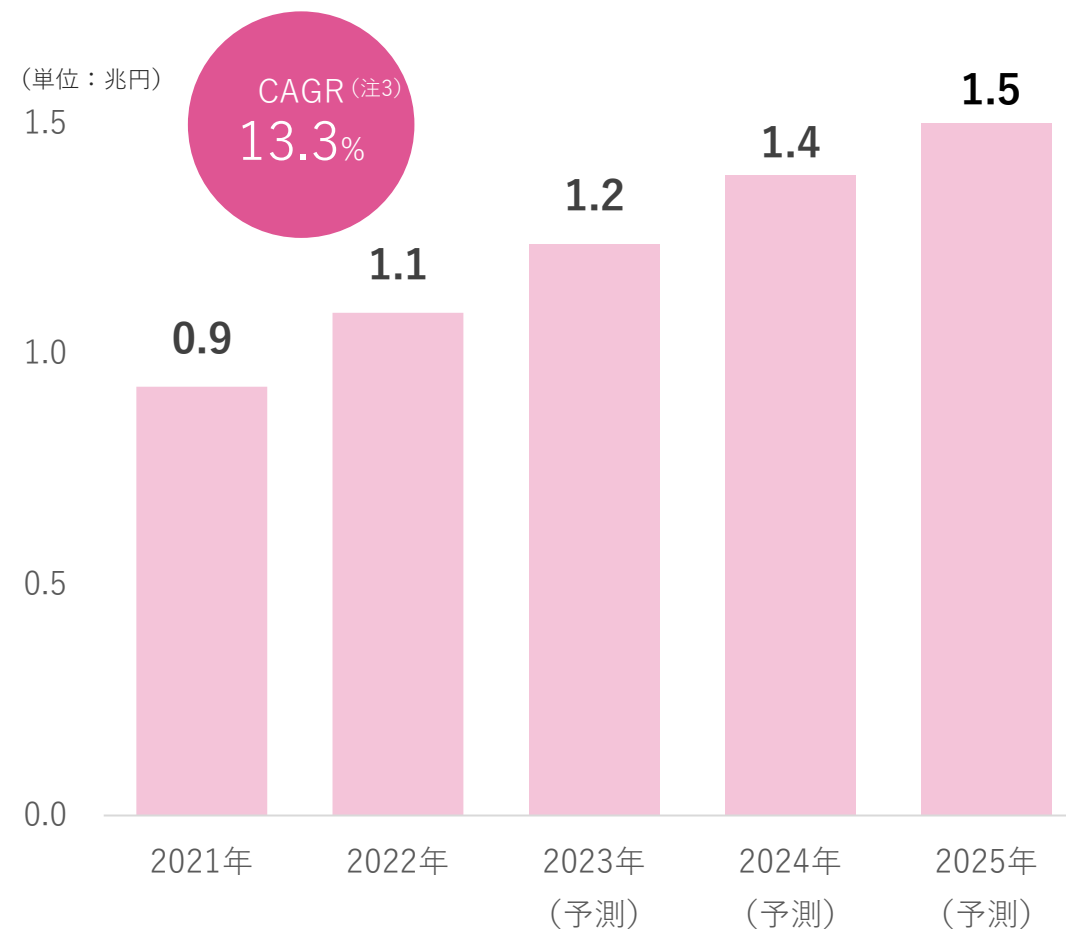
# 請求管理ロボの市場規模

請求管理ロボの対象市場は、シェア0.7%と顧客獲得余地が大きい  
国内SaaS市場規模が拡大し、システム導入はさらに加速することが予想される

2023年時点での請求管理ロボ市場規模試算 (注1)



国内SaaS市場規模推移 (注2)



(注1) 2023年6月公開の総務省統計局「令和3年経済センサスー活動調査」より。  
 (注2) 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」より。  
 (注3) 2021年から2025年における5年間の市場規模の年平均成長率。

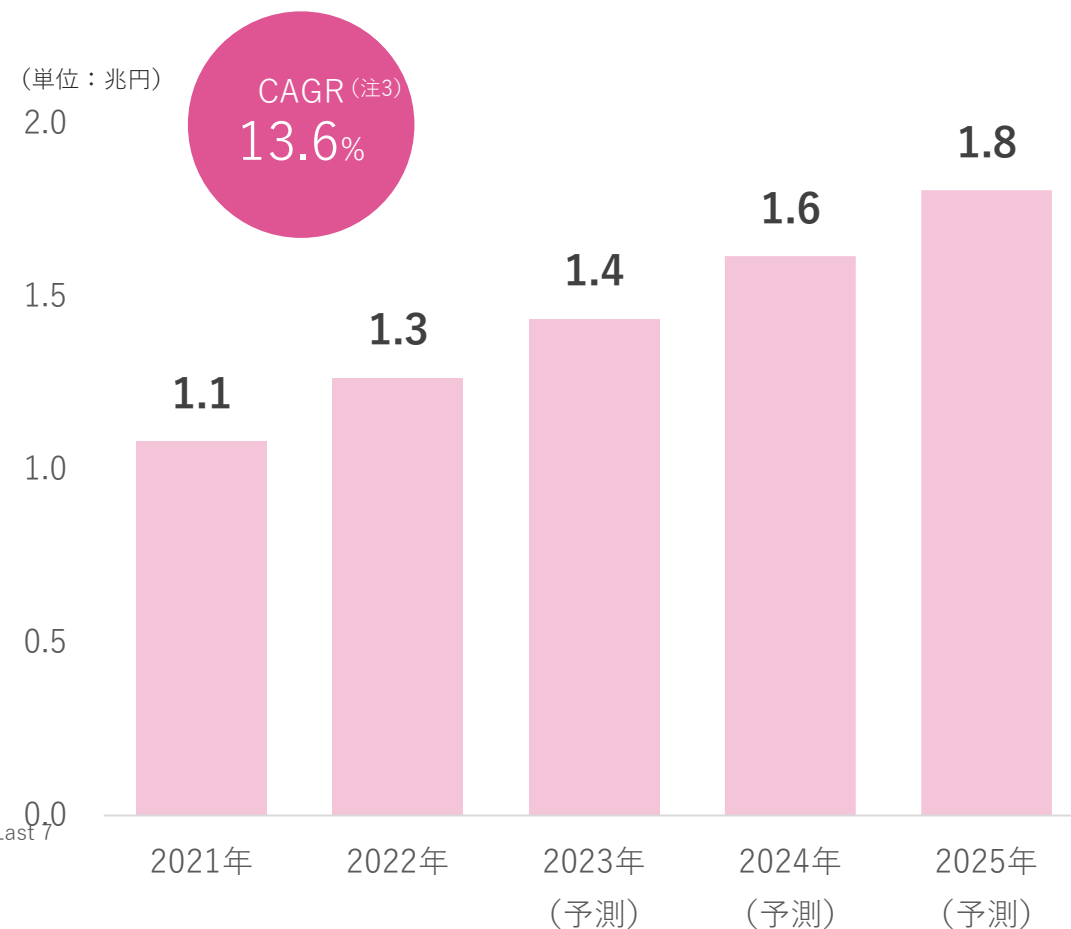
# 請求まるなげロボ・1click後払いの市場規模

ファクタリング業界市場はBtoB決済市場の中で小さい規模  
後払い決済サービス市場は順調に拡大しており、プロダクト拡大余地は高い

2023年時点での請求まるなげロボ・1click後払い市場規模試算<sup>(注1)</sup>



後払い決済サービス（BNPL）市場規模推移<sup>(注2)</sup>



(注1) 2023年7月公表の総務省「産業横断調査（企業等に関する集計）」、FCI「Total Factoring Volume by Country in the Last 7 Years (in million of Euros)」より（1ユーロ＝160円で計算）。

(注2) 2023年3月29日発表の矢野経済研究所「EC決済サービス市場に関する調査を実施（2023年）」より。

(注3) 2021年から2025年における5年間の市場規模の年平均成長率。



2022年に赤字を出しましたが、2023年からは黒字経営にこだわり営業利益2.29億円を計上することが出来ました。

それにより、投資家・株主の皆様へ還元策として配当予想を開示することが出来ました。

引き続き、経営陣一同、強い意志に基づいた経営判断と徹底した効率化のアクション、安心して安定的な事業を運営し、投資家様から信頼していただけるよう経営を致しますので、引き続き応援の程よろしくお願いいたします。

# メールマガジン・LINE公式アカウントの登録をお願いします

投資家及び株主をはじめとするさまざまなステークホルダーの皆様に、当社をより一層ご理解・ご関心いただけるよう「メールマガジン」「LINE公式アカウント」を開始いたしました。ぜひご登録をお願いいたします。

登録方法	<p>▼メールマガジンの登録はこちら</p>  <p><a href="https://www.magicalir.net/4374/mail/">https://www.magicalir.net/4374/mail/</a></p>	<p>▼LINE公式アカウントの登録はこちら</p>  <p><a href="https://lin.ee/keiczv9">https://lin.ee/keiczv9</a></p>
目的	すべての適時開示・PR情報をリアルタイムにお知らせします。	主要なニュースリリースに解説を入れてお知らせするとともに、LINEを利用してIR担当者と直接やり取りが可能になります。
内容	適時開示・PR情報で配信するものと同内容	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
頻度	月2～4回 ※適時開示と同時配信	月2～4回 ※ニュース本数やセミナー出演状況により異なります

# 付録

当社の事業及び戦略の概要を深く理解していただくための資料

## 当社の強み

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

1 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

2 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない

3 黒字経営を継続する経営方針とコミットメント

# ① 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

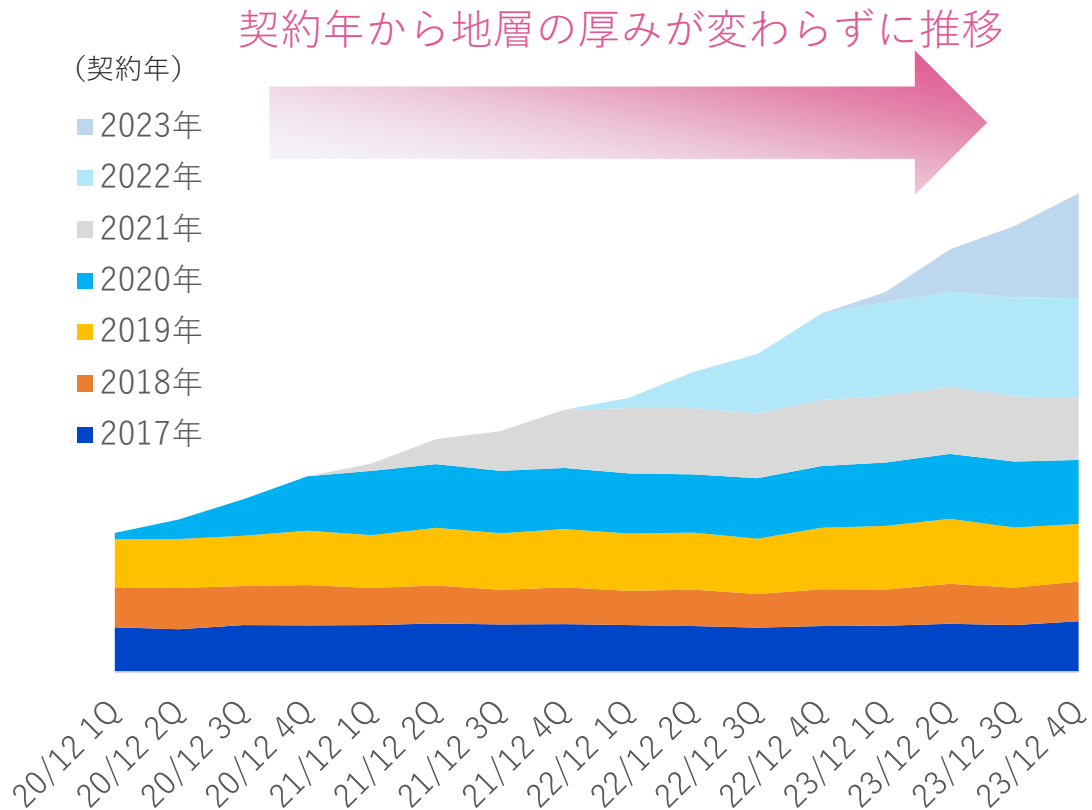
## 安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造を構成する要素は以下の4つです。

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

①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

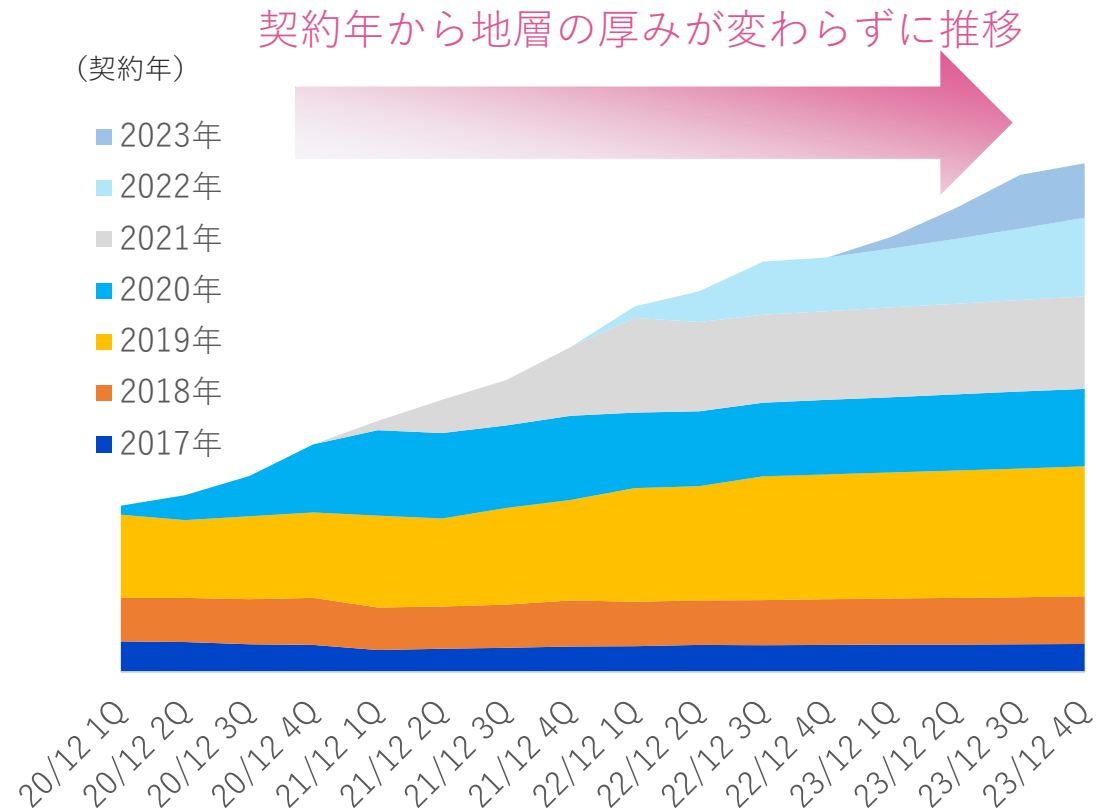
# 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

### ペイメント事業の契約年別売上推移



※月額固定費 + 決済手数料 (スプレッド) + 決済処理料 (フィー)

### フィナンシャルクラウド事業の契約年別売上推移



※月額固定費 + 請求管理ロボ利用顧客から発生した決済収益



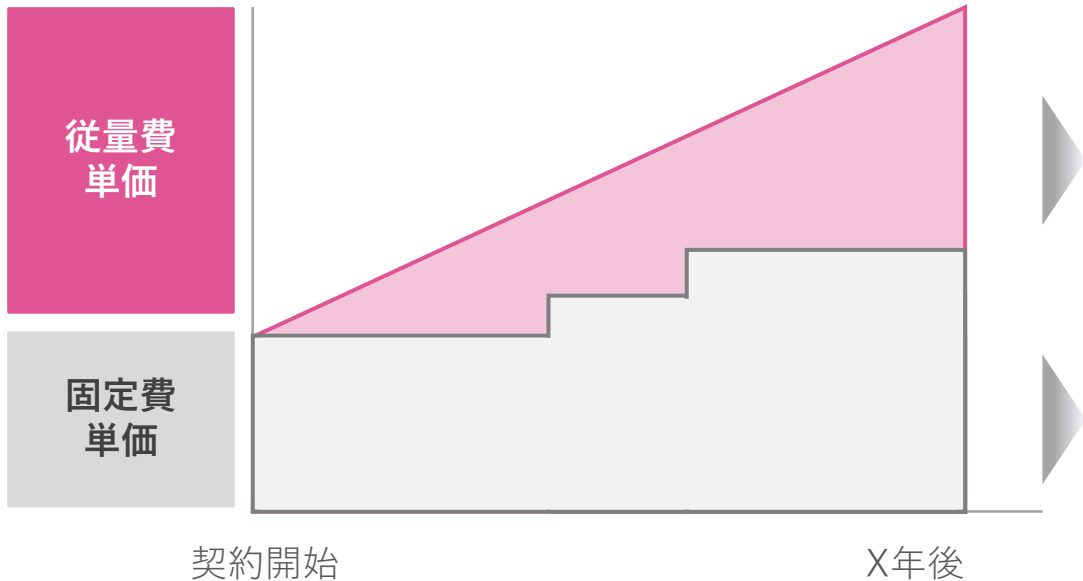
①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

## 顧客単価が毎年増加していく収益構造

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

### 顧客単価の増加イメージ

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



### 各プロダクトの料金体系

顧客の事業成長に合わせて**自然に増加**

顧客の利用機能追加など**能動的に増加**

#### ペイメント

- 決済取扱高に応じたスプレッド
- 決済処理件数に応じたフィー

- システム利用料
- オプション料金

#### フィナンシャルクラウド

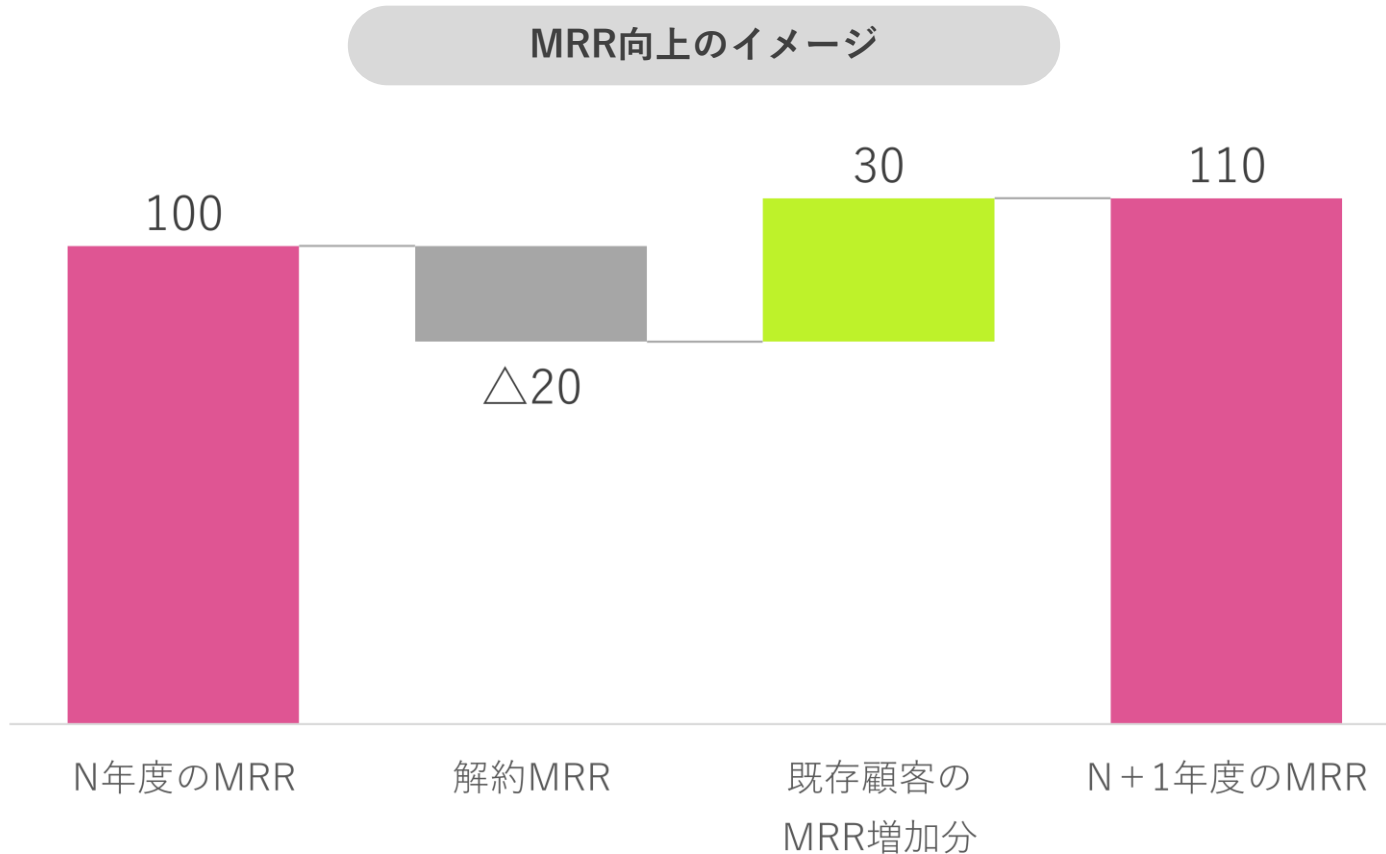
- 請求件数に応じたストレージ課金
- まるなげ手数料
- 決済収益

- システム利用料
- オプション料金
- ユーザーID追加料

①-① 毎年獲得した顧客がもたらす売上総額が減らずに永続的に積み重なる

## 既存顧客MRR > 解約MRR

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

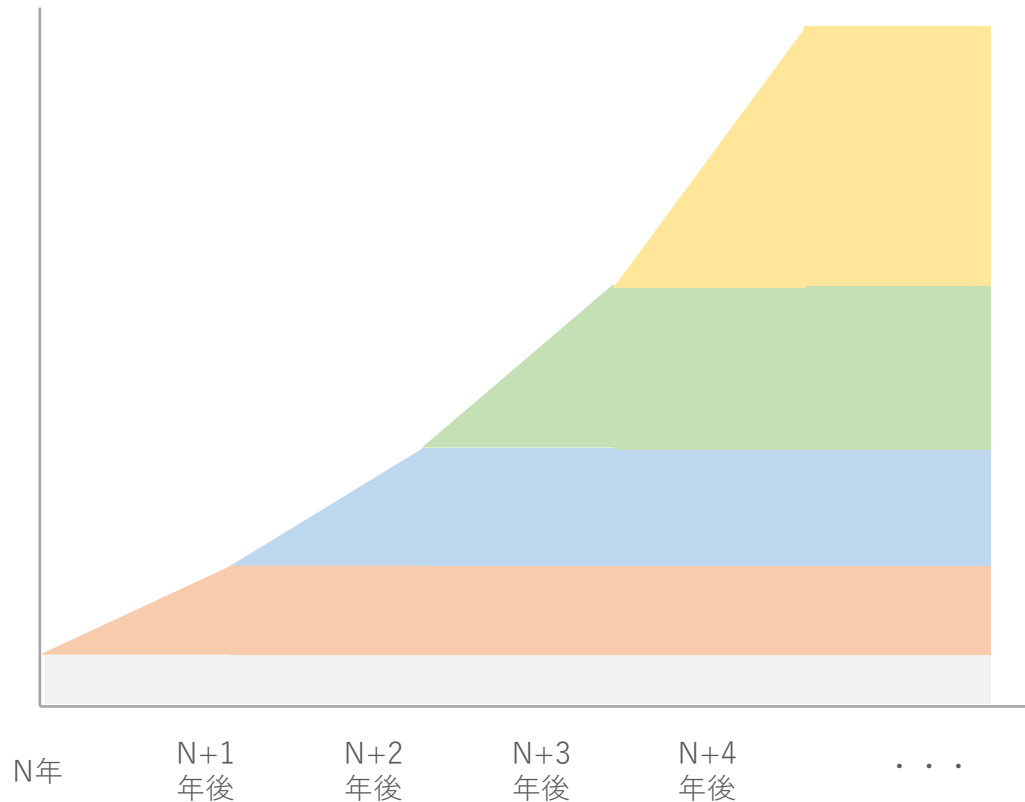


- 解約率が低い
- サービスの利用が少ない低単価の顧客が解約に至るため、解約MRRは低くなる
- 既存顧客の従量費増加や機能追加によるアップセルにより、MRRが向上する
- そのため、既存顧客のMRR増加分が解約した顧客のMRRの総額を上回る

①-② 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得

## 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得

契約年別売上推移イメージ



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

**地層の厚みがさらに増していく**

①-② 競合の新規参入が難しいため、新規顧客を継続的に獲得

## 競合の新規参入が難しい理由

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

#### 決済サービスに求められる対応

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



ゲートウェイ  
システムの構築



強固な  
セキュリティ対応



24時間体制の  
システム保守



複雑かつ緻密な  
オペレーション



法律や業界ルール  
への対応



カード会社との  
包括加盟店契約



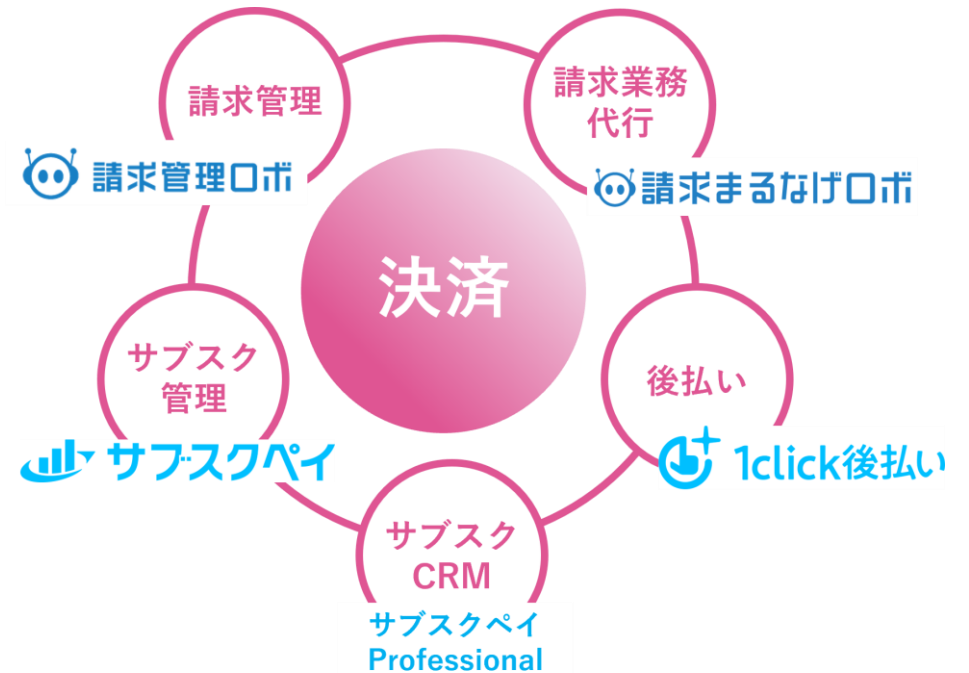
与信・審査ノウハウ



金融機関との契約・  
ネットワーク

#### 決済が強みとなり競合と差別化

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



安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

①-③ 高単価の特定顧客に依存していない構造

## 高単価の特定顧客に依存していない構造

8,000社以上の顧客基盤がロングテール構造となっており、高単価の特定顧客への依存がない

### 各プロダクトの顧客数

8,000社以上の顧客基盤を有する

サブスクペイ

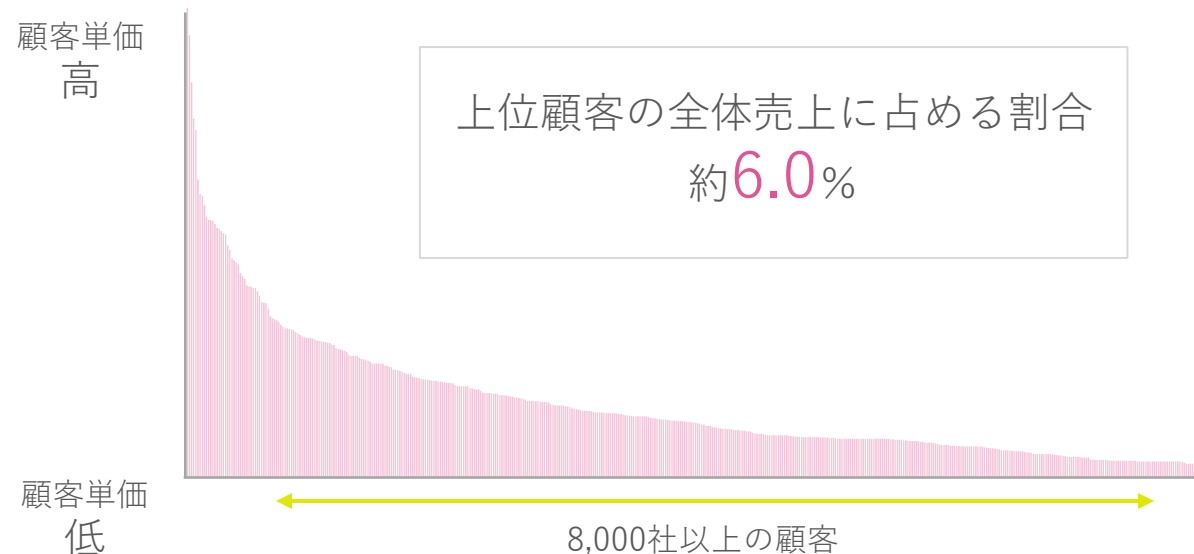
7,769AC

請求管理ロボ

867AC

### 1顧客あたりの単価の分布イメージ

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



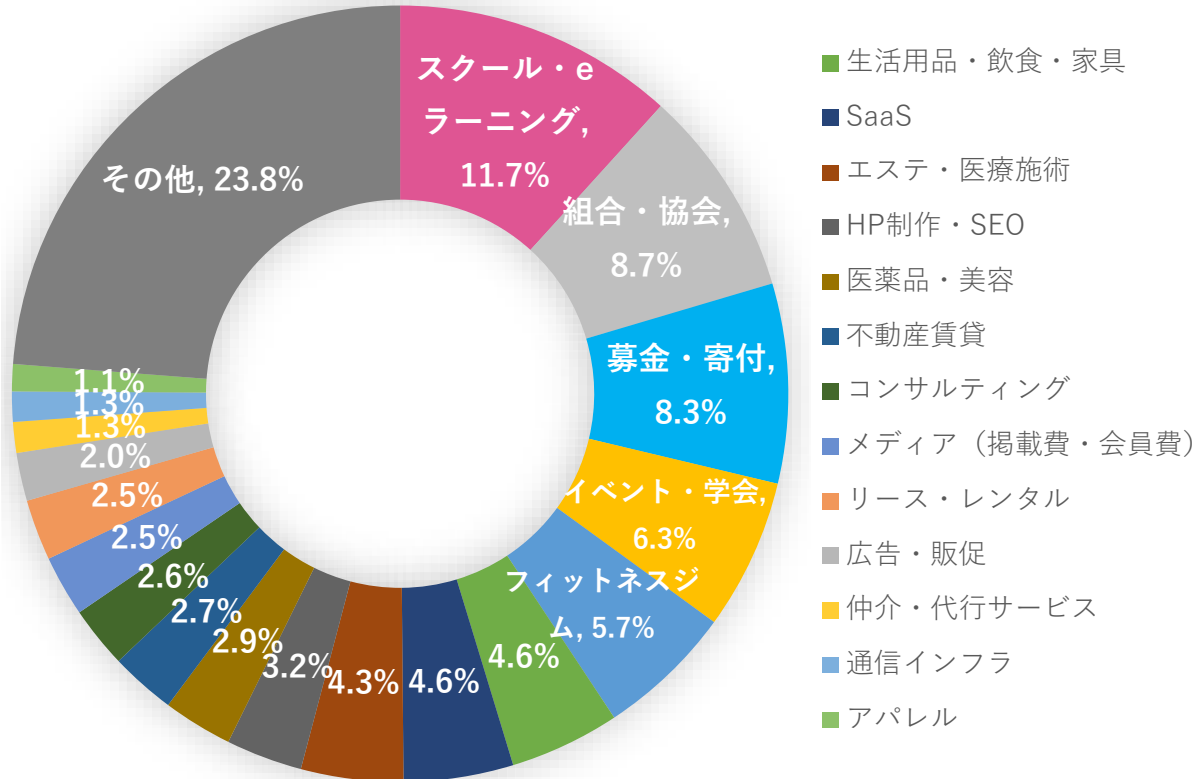
(注) 上位顧客：2023年12月末時点の顧客単価（1アカウントあたりの月間リカーリング収益）が最も大きい顧客

①-④ 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

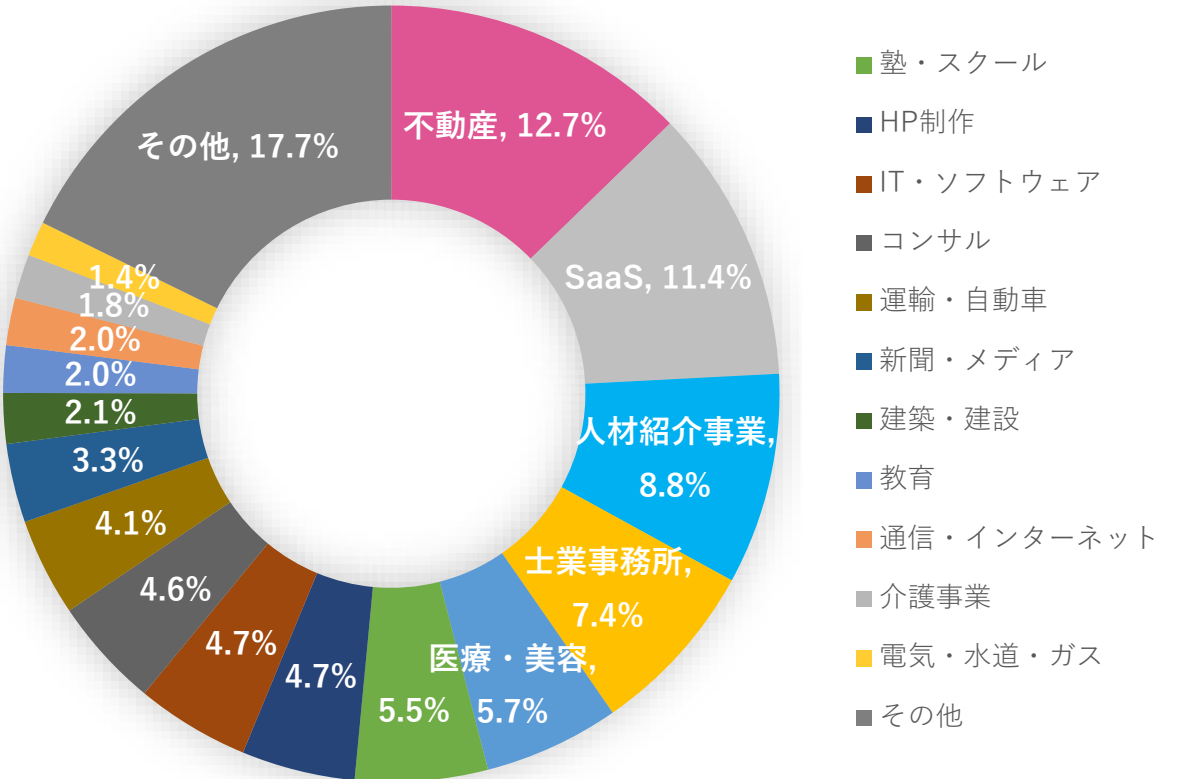
## 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

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

ペイメント事業の顧客業種



フィナンシャルクラウド事業の顧客業種



安定的な成長を実現するビジネスモデルと顧客構造

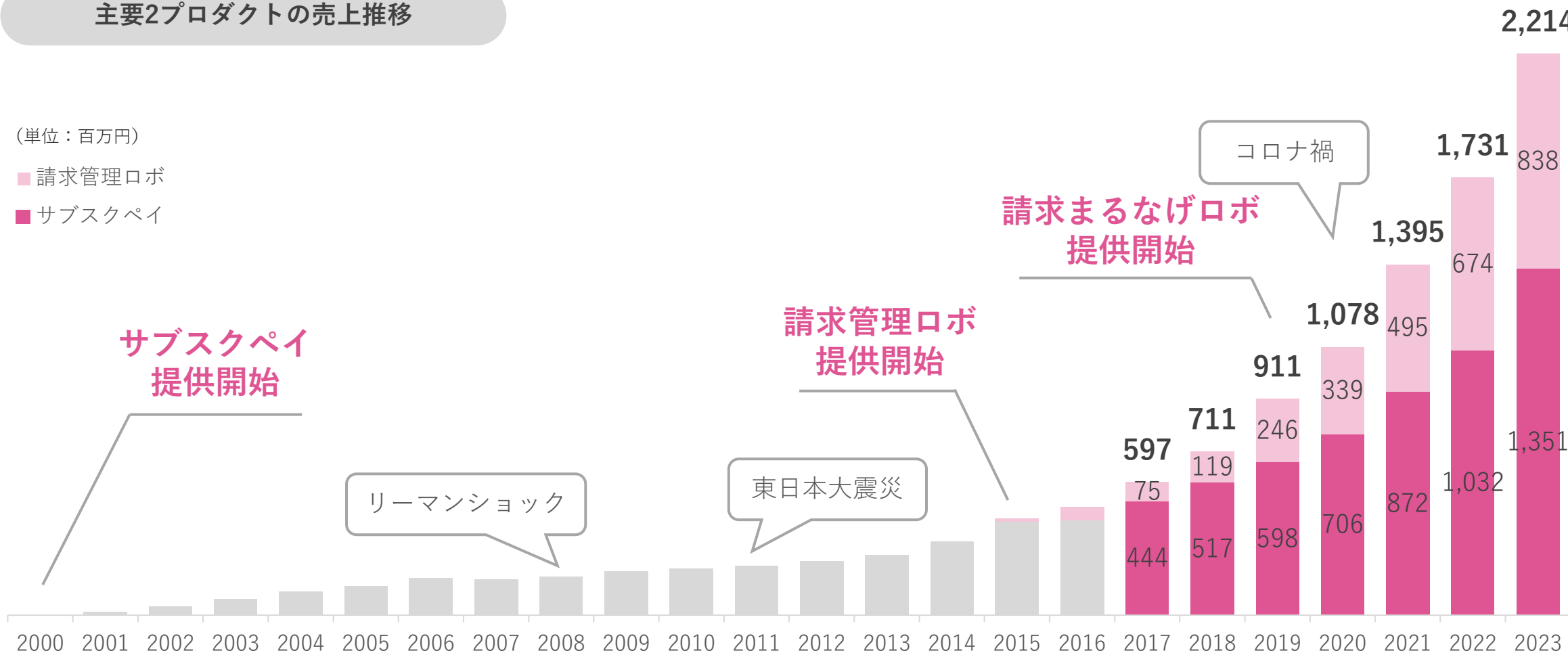
①-④ 外部環境の変化があっても売上が乱高下しない顧客構造

## 外部環境の変化に左右されない業績成長

### 主要2プロダクトの売上推移

(単位：百万円)

■ 請求管理ロボ  
■ サブスクペイ



② 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない



② 期初計画に対する実績のブレ幅が少ない

## 過去予実差異の推移

当社の期初業績予想と売上高実績のブレ幅は5ヵ年平均で4.4%であり、情報通信業界の大手企業と比較しても予実差異は同水準で収まっている  
今後も計画達成に向け強い意志を持って経営に取り組む

売上高 (単位：百万円)		FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	
<b>GMOペイメント</b>	期初業績予想	31,850	36,618	39,792	50,000	59,100	
	<b>ゲートウェイ</b>	実績	32,121	33,046	41,667	50,298	63,119
	ブレ幅	0.9%	-9.8%	4.7%	0.6%	6.8%	
<b>SHIFT</b>	期初業績予想	18,000	28,000	45,000	63,000	87,000	
	実績	19,531	28,712	46,004	64,873	88,043	
	ブレ幅	8.5%	2.5%	2.2%	3.0%	1.2%	
<b>ROBOT PAYMENT</b>	期初業績予想	857	1,057	1,333	1,697	2,069	
	実績	910	1,078	1,395	1,731	2,214	
	ブレ幅	6.2%	2.0%	4.7%	2.0%	7.0%	

平均  
4.6%

平均  
3.5%

平均  
4.4%

② 黒字経営を継続する経営方針とコミットメント

# 新たな取り組みを行うときの方針

## 新規事業、M&Aを行う場合も利益成長の範囲内で実施

### 新規事業方針

- 新規事業は、既存事業で得られた利益の範囲内で行う

既存事業のもたらす利益から新規事業の赤字幅を引いてもプラスになる

既存事業の  
もたらす利益



新規事業の年間  
の赤字幅

### M&Aの方針

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

買収先企業の利益からのれん償却費を引いてもプラスになる

買収先企業の  
営業利益



のれん償却費  
(5年償却)

# 当社のプロダクト概要

## 決済 $+ \alpha$ で世の中の課題を 解決する

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

## 決済に+αの機能を加え、企業課題を解決できるプロダクトを展開

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

あらゆるサブスクビジネスが必要とする顧客管理・定期課金機能を提供

## 顧客管理機能

### 顧客管理データベース

**決済フォーム**

カード番号 (必須) 1234567890

有効期限 (必須) 2021/12

カード名義 (必須) YAMADA TARO

お名前 山田 太郎

性別  男  女

年代 20 - 29

電話番号 03 1234 5678

メールアドレス YAMADA TARO

ご職業 会社員

役職 事業責任者

**データベースイメージ**

性別	名前	性別	決済金額	年代	電話番号	メールアドレス	職業	役職
A	松田次郎	男	3,000	20-29	03-1111-1111	asa@robotpay.jp	会社員	課長
B	鈴木花子	女	5,000	30-39	03-2222-2222	taki@robotpay.jp	個人事業主	-
C	斉藤裕子	女	10,000	20-29	03-3333-3333	ccc@robotpay.jp	-	経営者
D	藤原博	男	1,000	10-19	03-4444-4444	dsk@robotpay.jp	学生	-
E	加藤明	男	3,000	40-49	03-5555-5555	eee@robotpay.jp	会社員	-
F	山田太郎	男	3,000	20-29	03-1234-5678	sam@robotpay.jp	会社員	事業責任者

データベースに反映

- セキュアな環境での顧客データの取得
- 決済データを紐づけた顧客管理・分析

### 顧客管理機能



マイページ機能



決済フォーム  
カスタマイズ機能



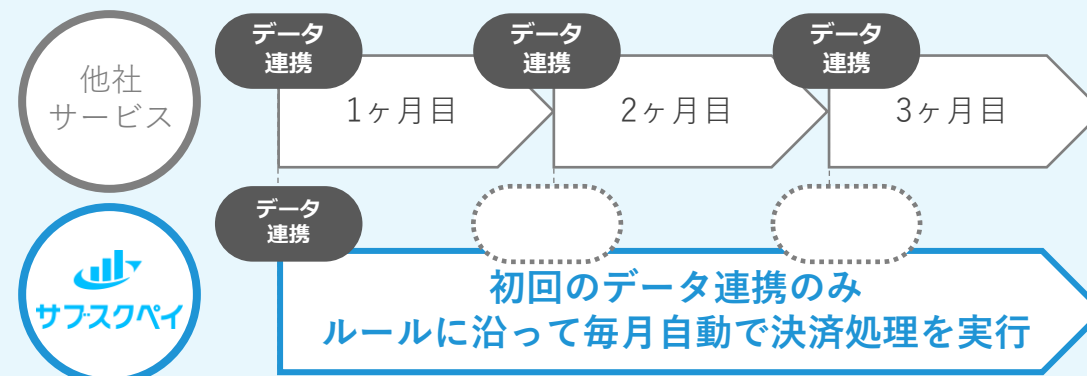
顧客分析機能



CRM機能

## 決済機能

### 定期課金システム



### サブスクリプション向け決済機能



商品ごとの金額/課金周期/契約期間/課金回数/  
課金日等のルール設定・変更可能



無料お試し  
期間の設定



解約・退会  
フォーム

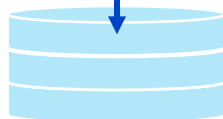
サブスクビジネスの顧客管理・分析を元に、  
顧客接触による解約防止・LTV向上を実現しサブスク事業の収益最大化を支援

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



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

全ての情報を集約



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

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



2種類の提供方法

① すべてのユーザー向け



## 請求管理ロボ

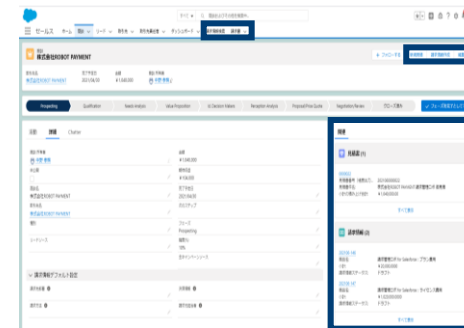


- スポット/従量/定額の請求を1つの請求書に合算し作成
- サブスク事業者のニーズに応える多様な機能
- 決済連携を行い、複数の決済手段で自動集金が可能

② Salesforce®ユーザー向け



## 請求管理ロボ for Salesforce



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



## 大量処理・セキュリティ・運用サポートをセットにし、大手企業特有の課題を解決

## 大手企業のニーズに対応



## 大量請求に対応するため性能強化、大手専任の導入支援チームも立ち上げ

機能



請求書10万件まで対応可能

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



請求元を複数登録可能

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

体制



ISMS認証取得

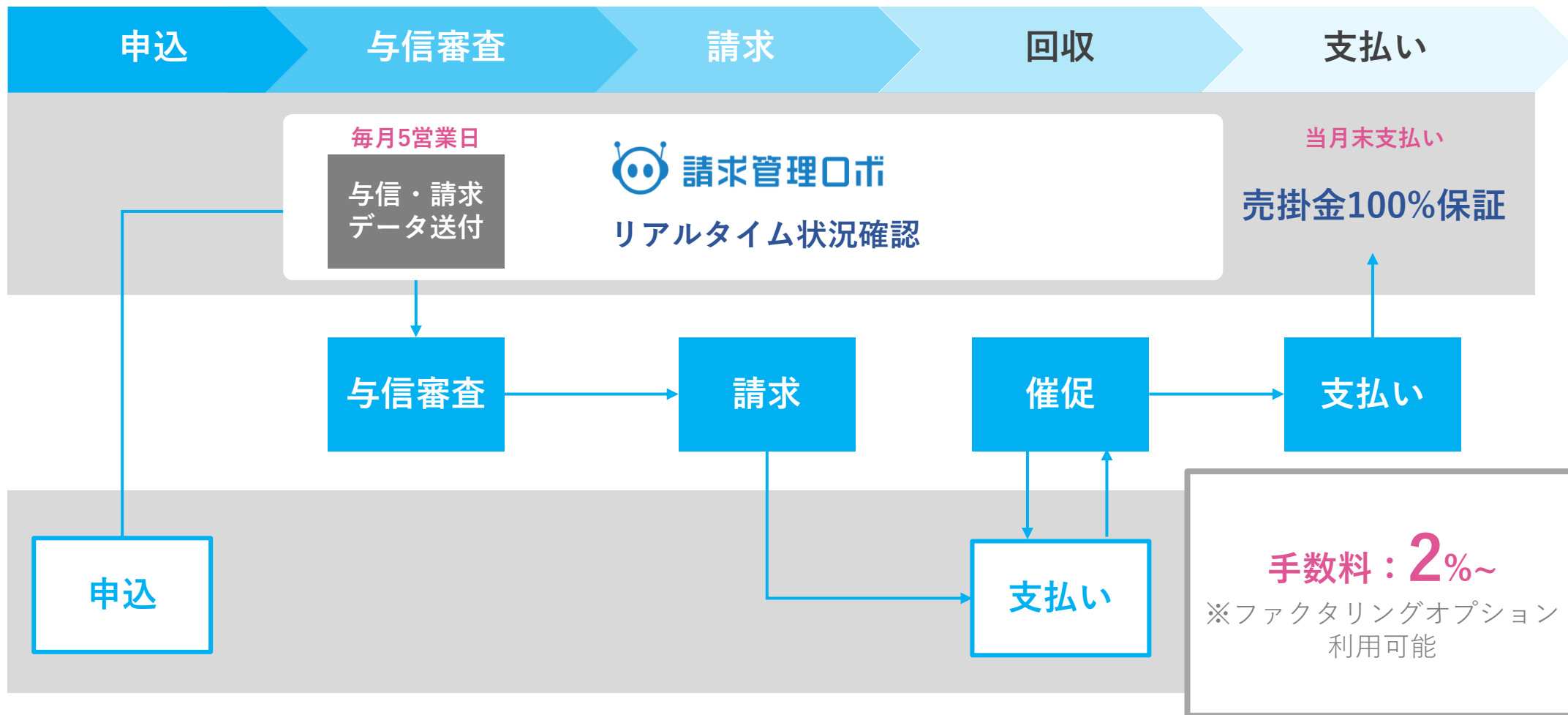
- 高まる情報セキュリティの重要性から、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）に関する国際規格「ISO27001」の認証を取得



導入支援チーム立ち上げ

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

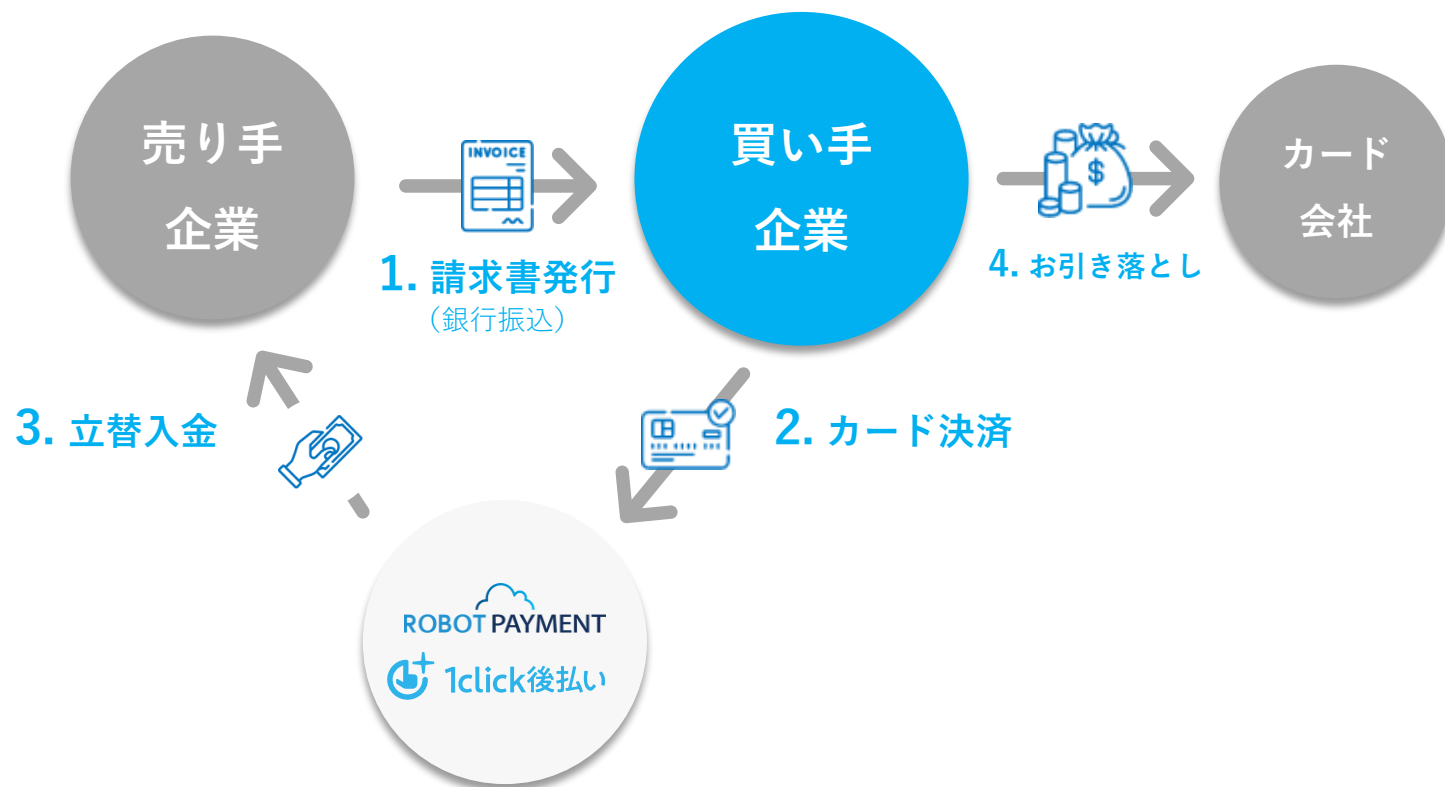
与信から督促までの請求業務を全て代行し、売掛金を100%保証



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

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

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



(注1) カード決済する際の請求書は一定の審査があります

(注2) カード会社の締め・支払い日によって延長日数は異なります

## サブスクパイ

従量費	決済取扱高に応じた手数料 (スプレッド)	2.65%~
	決済処理件数に応じた手数料 (フィー)	5円/件
固定費	月額固定のシステム利用料 オプション料金 利用人数に応じたID課金	8,000円/月 ~

決済取扱高/決済処理件数の増加に伴い従量費が増え、顧客単価が向上する収益構造



## 請求管理ロボ

従量費	まるなげ債権金額に応じた手数料	債権金額の2%~
	請求金額に応じた決済収益	スプレッドフィー
	請求件数に応じたストレージ	請求件数100件ごとに課金
固定費	月額固定のシステム利用料 オプション料金 利用人数に応じたID課金	59,000円/月 ~

請求まるなげロボの債権金額、請求管理ロボの請求金額/請求件数の増加に伴い従量費が増え、顧客単価が向上する収益構造

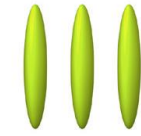
# サブスクペイの導入企業（一部）

## 各社のサブスクリプション型サービスで利用

インターネットサービス・コンテンツ



メディア・広告



Hakuhodo DY  
media partners



教育



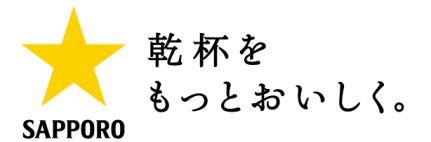
レンタル



寄付



その他



## サブスク事業の顧客管理や継続課金に活用

### 顧客管理機能

#### 株式会社オールドルーキー



365日24時間の会員制サウナの月額料金

#### 課題

- サウナ運営にかかる人件費を極力抑え、決済と顧客管理の仕組み化

#### なぜサブスクペイを選んだか

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

#### サブスクペイ導入後の効果

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

### 定期課金機能

#### 株式会社プレジデント社

**PRESIDENT Inc.**

橋下徹さん、三浦瑠璃さんなどのメルマガコンテンツの月額購読料

#### 課題

- サブスクリプション事業に最適な決済システムの導入検討

#### なぜサブスクペイを選んだか

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

#### サブスクペイ導入後の効果

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

## 高い参入障壁：クレジットカード会社との包括加盟店契約を結ぶことは非常に困難

包括加盟店契約の締結を行うには、以下の5つの実績を積み、クレジットカード会社が認める基準に達しない限り、契約の締結は不可能（包括加盟店契約締結までに通常3~5年要する）。



### ゲートウェイシステムの構築

- 各決済事業者とのシステム接続（例：クレジットカード決済の場合、「CAFIS」「JCN」等のカード決済センターとの繋ぎこみ）
- 加盟店が利用する決済管理画面/決済フォーム/売上集計画面/精算システム等の構築（とくに精算システムは、各決済事業者毎に締め日・入金日が異なり、弊社と加盟店間でも様々な締め日・支払サイクルが存在するため、複雑なシステム設計となる）



### 24時間体制のシステム保守

- サービスの安定稼働が提供価値となるため、24時間365日稼働の高い水準でのシステム保守対応が求められる
- プログラム、ネットワーク、ロケーションなどに障害が発生した場合にも稼働停止にならないような冗長化したシステムの構築
- 万が一障害が発生した場合、瞬時に検知できるアラート機能や障害対応体制フローの整備



### セキュリティ対応

- クレジットカード取扱基準であるPCI DSSに準拠したシステムの構築
- 個人情報取扱時の対応フローの整備



### オペレーション

- 対決済事業者：決済利用内容調査、不正利用対応及び返金作業、加盟店管理体制の整備、各業界ルール変更対応
- 対加盟店：加盟店審査、加盟店側システムとの接続対応、決済オペレーション（運用方法等）対応、決済内容調査、不正利用対応及び返金作業、精算処理
- 対消費者：決済利用状況確認などの問い合わせ対応

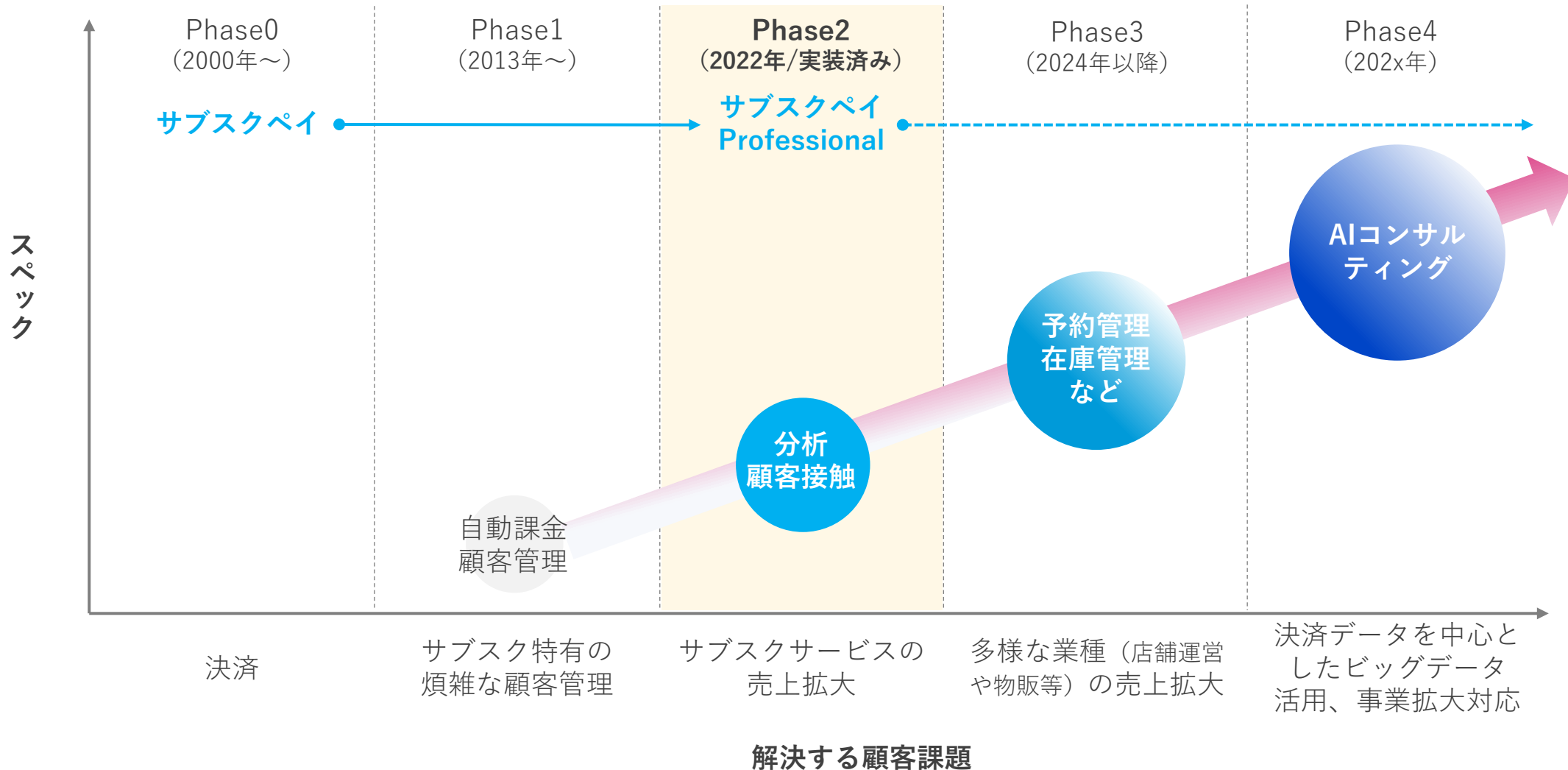


### 法律や業界ルールへの対応

- 経済産業省、金融庁などの管轄官庁からの依頼対応（例：改正割賦販売法、キャッシュレス事業者対応等）
- 決済事業者でのルール変更（例：不正対策3DS2.0対応、途上管理体制、コンビニ業者、銀行等等統合による対応等）

# サブスクペイの進化

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





# 請求管理ロボの導入企業（一部）

毎月請求が発生するサブスクリプション型ビジネスモデルの企業が多く利用

## SaaS・クラウドサービス



## メディア・広告



## BtoCサービス



## その他



## コンサルティング・アドバイザリー



## システム・インフラ



## 継続的に発生する請求に関わる課題を解決

### 事業安定

#### GMOグローバルサイン・ホールディングス株式会社



業種：ITサービス  
従業員数：996名

#### 課題

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

#### なぜ請求管理ロボを選んだか

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

#### 請求管理ロボ導入後の効果

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

### 新規事業

#### 日鉄興和不動産株式会社



日鉄興和不動産

業種：不動産開発  
従業員数：536名

#### 課題

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

#### なぜ請求まるなげロボを選んだか

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

#### 請求まるなげロボ導入後の効果

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

## 指名・報酬諮問委員会について

当社は取締役の選解任及びその報酬等について、客観性・透明性を高めるべく指名・報酬諮問委員会を設置しております。当委員会は取締役会の諮問機関として位置付けられております。現在当委員会は3名の委員で構成されており、うち2名の委員は独立社外役員で構成されております。

## 社外役員について

当社は現在常勤監査役1名を含む5名の社外役員を選任しております。その内訳は、独立社外取締役として届け出ている社外取締役2名、常勤監査役1名を含む社外監査役3名です。独立社外取締役として届け出ている社外取締役2名はそれぞれ、弁護士資格を有する者、IT業界において社長として経営に携わっていた者であります。

## 女性の活躍促進について

当社は女性の活躍を積極的に促進してまいります。2025年までに女性幹部比率30%達成を掲げ、女性もいきいきと活躍できる社風の醸成を引き続き推進してまいります。

事業遂行上の主なリスクとそれに伴う影響	発生可能性	影響度	主なリスクに対する対応策
<p><b>新型コロナウイルス感染症について</b></p> <p>現在、業績に大きな影響を与えるような状況は生じておりませんが、感染拡大による経済活動の停滞が長期化することにより日本経済の景気が著しく悪化する可能性があります。その結果、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中	<p>以下のように、顧客への提供価値を下げることなく、従業員とその家族の安全を確保する取り組みを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• テレワーク環境の整備、テレワークや時差出勤の推奨</li> <li>• コロナワクチン接種にかかる特別休暇制度の導入</li> </ul>
<p><b>優秀な人材の獲得・定着及び育成に関するリスク</b></p> <p>当社は、競争力の向上及び今後の事業展開のため、優秀な人材の獲得・定着及び育成が重要であると考えております。しかしながら、優秀な人材の獲得・定着及び育成が計画通りに進まない場合や優秀な人材の社外流出が生じた場合には、競争力の低下や事業規模拡大の制約要因にな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>	中	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 事業のフェーズに合わせた人事計画を策定し、当社のビジョンに共感してもらえる優秀な人材を採用</li> <li>• 個人のスキルアップ及び定着率向上を目的とした教育プラン/評価制度/働きやすい環境の整備</li> </ul>
<p><b>システムトラブルについて</b></p> <p>自然災害または事故・外部からの不正な手段によるコンピュータへの侵入・コンピュータウイルス・サイバー攻撃や予期せぬ決済事業者のシステムダウン、当社のシステムの欠陥により、当サービスが停止する可能性もあります。このような事象が発生した場合は、損害賠償請求や障害事後対応による機会損失が発生し、さらに当サービスへの信用が失墜することにより、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	大	<p>以下のように、開発体制及び監査体制を強化し、然るべき対応を常に実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 外部・内部からの不正侵入に対するセキュリティ対策</li> <li>• 24時間のシステム監視態勢</li> <li>• システム構成の冗長化</li> <li>• 社内規程の整備運用など</li> </ul>
<p><b>包括加盟店契約について</b></p> <p>当社は、ペイメント事業においてクレジットカード会社と加盟店間の加盟店契約において発生するクレジットカード決済に係る売上承認請求業務及び売上請求業務等を事務代行するために、必要な提携契約を各クレジットカード会社と締結しております。万が一、主要なクレジットカード会社から契約解除の申し出や条件変更等の接続制限がなされた場合は、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	大	<p>主要なクレジットカード会社との連携を重視し、強固な関係を構築。</p>

(注) その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」を参照ください。

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」資料は、今後、本決算後2月頃を目途としてアップデートを行う予定です。