

長期ビジョン・第2次中期経営計画 Q&A

Q1. 「国内市場シェア」のピラミッド型の表について、大規模・中規模・小規模の分類はどのデータを参照していますか？対象業種には何が含まれますか？

詳しい手順は省略しますが、経済センサス 活動調査の「事業所に関する集計」と「企業等に関する集計」を使用しています。

「事業所に関する集計」から産業別の店舗数を算出できますが、これだけでは弊社が示している国内市場規模を表すピラミッドを算出することはできません。そのため、「企業等に関する集計」の従業員規模別の企業数と、各産業における事業所あたりの平均従業員数から予想店舗数を導き出し、それを掛け合わせて規模別の店舗数を算出しています。この部分については弊社独自の算出方法によるものです。

対象業種は、小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、医療業を主に含みますが、小分類においても適切な調整を行っています。

Q2. 中・大型規模の店舗に注力するとのことですが、具体的にどのような取り組みを行っていますか？iPad1台で導入できる手軽さが売りだったと思いますが、その方針と乖離しているように感じます。

基本方針はこれまでと大きく変わりません。従来のターゲットである2~39店舗の規模に加えて、さらに幅広い顧客層である40~99店舗規模のシェア拡大に取り組んでいきます。

すでにエンタープライズ向けの専任営業チームが活動を開始しています。開発部門では、中・大型規模店舗向けのデータ連携開発を担当するチームを立ち上げ、案件ごとに少しずつ進めていく予定です。

Q3. 中大型顧客の獲得について、従来はカスタマイズを求められ効率が悪い案件があったと認識していますが、効率性の悪さに対する対応策などが見えてきているのでしょうか。

スマレジは多機能化が進み、標準機能でも中規模以上のニーズに対応できるようになってきました。また、SaaSに対する理解が広がったことで、以前のように高額なフルスクラッチシステムを導入する企業が減少しており、中大型案件を獲得しやすい環境が整っています。開発部門では、中・大型規模向けのデータ連携開発を担当するチームを立ち上げ、案件ごとに少しずつ進めていく予定です。

Q4. 市場細分化戦略について、どの分野に注力していますか？

また、整骨院向け会社の買収も関係しているとのことですが、詳しく教えてください。

資料内でも触れておりますが、前期の活動として、専門料理店や喫茶店向けに注文受付と会計業務を効率化するシステム（券売機）を開発し、2024年3月より販売を開始いたしました。現在もこのシステムの拡販に注力しています。

また、5月1日付で株式会社リグアから譲り受けた接骨院向けソフトウェア「レセONEプラス」も、重点項目の一つとして取り組んでいます。

従来から強みを持つ小売・アパレル業界向けの高度な在庫管理機能についても、引き続き機能改良を進めており、複数の施策を並行して進めている状況です。

ご参考: [第2次中期経営計画\(第3版\) p.9](#)