



## 株式会社スマレジ

2022年4月期 通期決算説明会

2022年6月14日

## イベント概要

---

[企業名]	株式会社スマレジ		
[企業 ID]	4431		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2022 年 4 月期 通期決算説明会		
[決算期]	2021 年度 通期		
[日程]	2022 年 6 月 14 日		
[ページ数]	36		
[時間]	10:30 – 11:12 (合計：42 分、登壇：17 分、質疑応答：25 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	3 名		
	代表取締役	山本 博士 (以下、山本)	
	取締役副社長	湊 隆太郎 (以下、湊)	
	社長室 IR 課長	遠藤 映子 (以下、遠藤)	

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 登壇

---

**遠藤**：定刻となりましたので、開始いたします。

本日は、株式会社スマレジ、2022年4月期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

それでは、本日の流れをご説明いたします。

まずは決算の解説、その後にQ&Aを予定しております。ご質問は、視聴画面の下にありますQ&Aボタンから、これ以降いつでもご入力いただけます。皆様からのご質問、お待ちしております。

なお、本日の様子は、後日、当社WEBサイトでの公開を予定しておりますが、視聴者の皆様の情報は公開されませんのでご安心ください。

それでは、山本さん、お願いします。

**山本**：株式会社スマレジ、代表取締役の山本です。

本日はお忙しい中、ご視聴いただきまして、ありがとうございます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

今回も、私と副社長の湊でお話を進めていきたいと思っておりますので、湊さん、よろしくお願いいたします。

**湊**：湊です。よろしくお願いいたします。

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



## 2022年4月期 決算概要

FY2022 2021.5~2022.4

2022年4月期3Qより連結決算となります  
3QはB/Sのみ、4QでP/Lを連結

**山本**：では改めまして、ご視聴いただきまして、ありがとうございます。これから始めていきたいと思います。

まずは決算概要から説明していきたいと思います。

このタイトルに注釈がありますように、第3クォーターより連結決算となっておりますが、ちょっとややこしくて。第3クォーターから連結になっているのがB/Sのみになっていまして、P/Lは今回の第4四半期から連結となっておりますのでご注意ください。

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

## 損益計算書

2022年4月期 決算概要

7

積極的なS&M投資により販管費はYoY+64.9%と増加するも、通期売上高はQoQ+38.0%、YoY+29.2%を達成

(百万円)	2022年4月期 (2021年5月-2022年4月)					2021年4月期 (2020年5月-2021年4月)	前期比 QoQ
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計		
売上高	920	1,001	998	1,377	4,296	3,324	+29.2%
売上原価	336	365	348	603	1,654	1,262	+31.0%
売上総利益	583	635	649	773	2,642	2,061	+28.1%
販売費及び一般管理費	351	434	460	759	2,005	1,216	+64.9%
営業利益	232	200	189	14	636	845	-24.7%
経常利益	222	200	189	-19	592	846	-30.0%
四半期(当期)純利益	149	134	293	-18	557	583	-4.4%

※2022年4月期4Qより子会社(株式会社ロイヤルゲート)の業績を含む

スマレジ

まず損益計算書です。

先ほど申しましたとおり、第4四半期からロイヤルゲート社、子会社の収益を合算した連結となっています。

有料店舗数が堅調に増加したこと、それから、先ほど申し上げました連結決算開始に伴いまして、売上高が大きく伸びて、昨年比プラス29.2%の、トータルで42億9,000万円となりました。第4四半期が13億7,700万円となっております。

営業利益は、中期経営計画1年目の大幅なS&M投資を計画どおり実行しました。最終的に、通期で計画比プラス21.6%の6億3,000万円を着地しております。

ロイヤルゲート社の子会社化に伴いまして、第3四半期に特別利益、これは、負ののれんの発生益を計上しておりますので、トータルで、通期で当期純利益が5億5,000万円を着地しております。

バランスシートとキャッシュフロー計算書は、目立った大きな動きがありませんので説明を割愛いたします。またお手すきのときにご覧ください。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

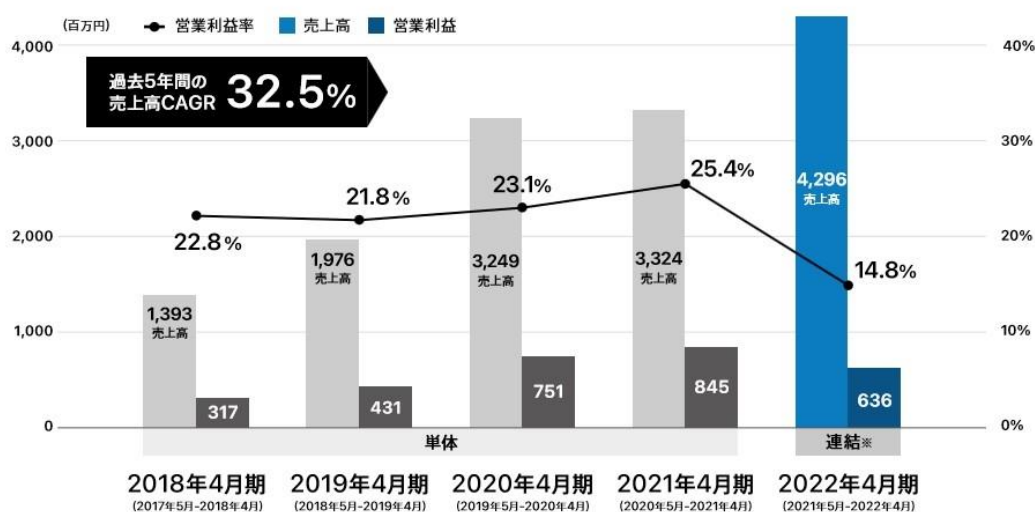
 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

## 売上高・営業利益・営業利益率の推移

2022年4月期 決算概要

9

22年4月期の売上高はYoY+29.2%の成長。過去5年間のCAGRは32.5%と高い成長を達成  
 中期経営計画に基づくS&M投資等により営業利益率はYoY-10.6ポイントの14.8%



※2022年4月期4Qより子会社(株式会社ロイヤルゲート)の業績を含む

スマレジ

続きまして、営業利益率です。

例年 20%を超える、一昨年度で 25%を超えていたんですけども、繰り返しになりますが、S&M 費用の大幅増加にチャレンジしておりまして、その結果、営業利益率 14.8%となっております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

**SCRIPTS**  
 Asia's Meetings, Globally

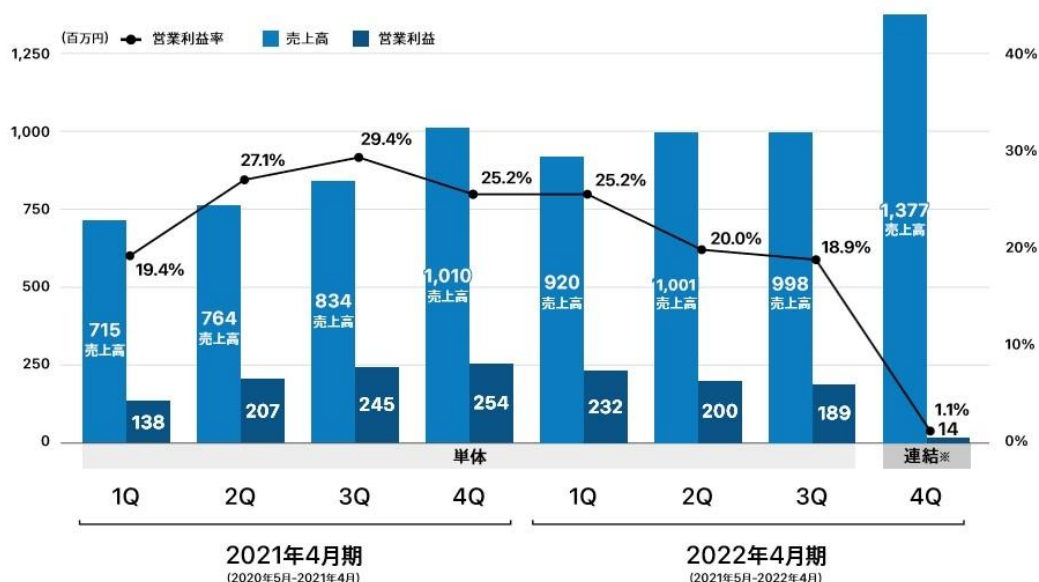
## 売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移

2022年4月期 決算概要

10

4Qの営業利益率はQoQ-17.8ポイントの1.1%に

子会社連結による販管費の増加よりも中期経営計画に基づくS&M投資や賞与等による影響が大きい



※2022年4月期4Qより子会社(株式会社ロイヤルゲート)の業績を含む

スマレジ

次に、四半期推移で見ますと、売上高は、季節変動要因、第4四半期は例年繁忙期になりますので、そちらもありまして13億7,700万円と大きく伸びました。

営業利益は、ロイヤルゲート社の赤字幅がマイナスに影響していることもありますし、加えて、中期経営計画に基づくS&M投資や決算賞与等による影響が出て、低めとなっております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

**SCRIPTS**  
 Asia's Meetings, Globally

## 売上高内訳の推移

2022年4月期 決算概要

11

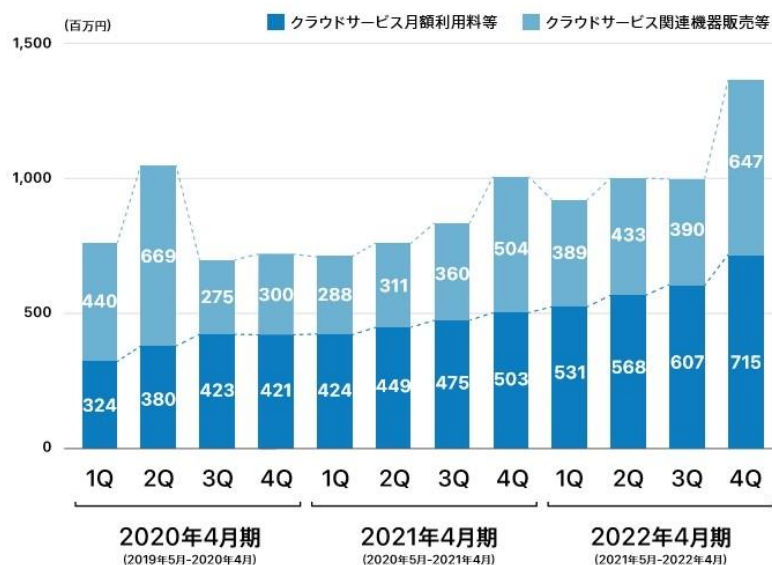
季節要因や大型案件の受注により初期費用（クラウドサービス関連機器販売等）が伸長  
連結化の影響により、SaaS（クラウドサービス月額利用料等）粗利率はやや低下

### 2022年4月期

サブスクリプション  
売上高比率  
**56.4%**

■ 初期費用粗利率  
クラウドサービス関連機器販売等  
**37.0%**

■ SaaS粗利率  
クラウドサービス月額利用料等  
**80.8%**



スマレジ

湊：続きまして、売上高の内訳の推移です。

グラフの濃い青の部分の売上が、サブスクリプション系の売上になりまして、着々と積み上げてきております。

薄い水色の部分ですが、機器販売や初期費用等の売上として、季節要因や大型の顧客が獲得できたこともあり、第4四半期で大幅に売上を伸ばすことができました。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

**SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

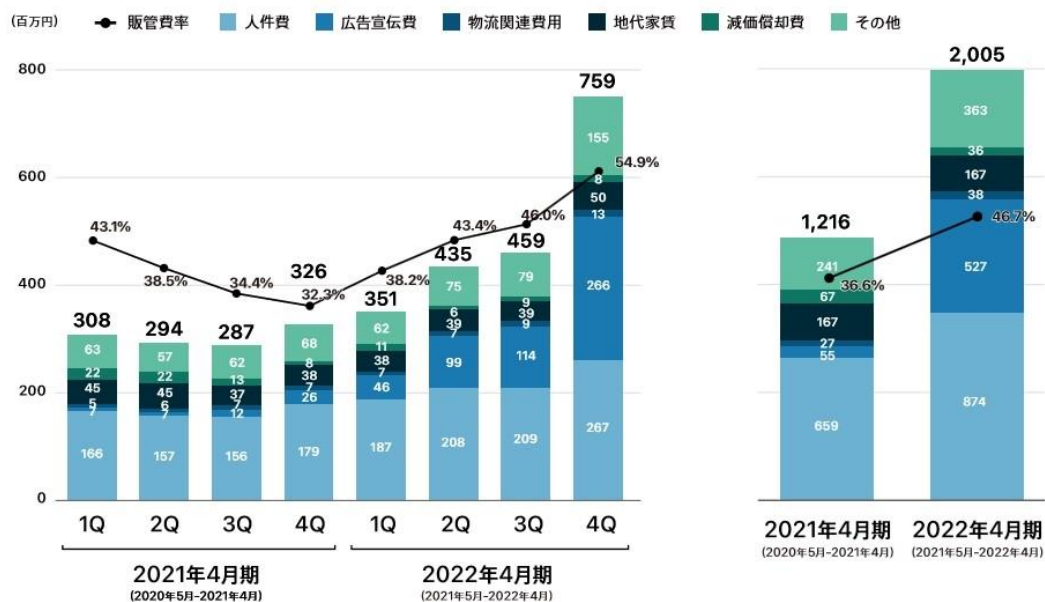


## 販売費及び一般管理費の推移

2022年4月期 決算概要

13

子会社連結やS&M投資等により4Q販管費が増加、通期販管費率はYoY+10.1ポイントの46.7%と計画通り中期経営計画に基づく積極投資を実行



スマレジ

続きまして、販売費及び一般管理費の推移です。

前期は、広告宣伝費の集中投下を行ったことと、コロナで抑えていた採用を再開したこともあり、販管費が大きく伸びております。ロイヤルゲートの人員増加に加えて、イベントと決算賞与などもありましたので、第4四半期が大きく膨らんでおります。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



# 広告宣伝費の四半期推移

TVCM等のマス広告を活用した認知拡大と認知をリードに繋げるリード獲得施策の強化を継続中



リード獲得：WEB広告（リスティング、アフィリエイト）、展示会費用  
 認知獲得：テレビ、ラジオ  
 その他：アプリコンテスト、フードフェスなどのイベント。リード、認知に直接紐付かない企業ブランディング等



販管費の中の、広告宣伝費の四半期推移になります。

グラフの一番濃い青の部分がリード獲得に使用した広告宣伝費、その上の水色の部分がテレビCM、ラジオなど、認知で使用した広告宣伝費、グレーの部分がイベント等の広告宣伝費となります。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 従業員数の推移

2022年4月期 決算概要 15

スマレジ単体で年間56名の採用をこなし、組織力を強化  
前年比+69.4%。平均年齢33歳



スマレジ

こちらは、従業員の推移です。

ロイヤルゲートの人員増加に加え、営業、開発ともに採用が順調に進みまして、前年比 69.4%増となりました。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



# ARR(サブスクリプション売上高)の推移

コロナ禍においても有料店舗数が堅調に増加。

決済サービスの補強 (PAYGATE) により、ARRはYoY+40.6%の成長

ARR※  
**29.2億**

YoY  
前年同四半期比  
**+40.6%**

QoQ  
前四半期比  
**+18.2%**



※期末月のMRR(クラウドサービス月額利用料等)を12倍して算出。ARR: Annual Recurring Revenue(年間経常収益) MRR: Monthly Recurring Revenue(月間経常収益)

スマレジ: POS月額・端末追加オプション・機器サブスク・セルフレジ利用料・会員上限追加オプション、アプリマーケット  
 決済サービス: PAYGATE月額利用料・加盟店手数料・処理料・決済端末連携費・キックバック  
 タイムカード

スマレジ

山本: では、次に事業概要について説明していきます。

まず、画面が出ていますが、ARRの推移からになります。

計画27億円に対しまして実績29.2億円ということで着地しました。

今回からARRの内訳を記載しております。下から薄い青がスマレジの月額利用料、濃い青色が今回大きく伸びていますが、決済サービスの収益、緑色がスマレジ・タイムカードの月額利用料となっております。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## スマレジのKPIサマリー (2021年5月～2022年4月)

事業の状況 20



ARR(スマレジ月額利用料の年間経常収益):21年4月のMRR(クラウドサービス月額利用料等)を12倍して算出、ARPA:有料契約1契約あたりの顧客単価、ARPU:有料店舗1店舗あたりの顧客単価、CAC:1契約あたりの顧客獲得コスト、LTV(顧客生涯価値):1契約あたりの顧客生涯価値(関連機器販売は除く)LTVの算出にはMRRチャーンではなく契約単位のアカウントチャーンを使用し、粗利益ベースで算出、ユニットエコノミクス:LTV / CACで計算される1顧客あたりの採算性、MRRチャーン:スマレジの月間経常収益から算出される解約率、MAU:当月取引のあるアクティブ店舗、GMV:スマレジで処理された流通取引総額

スマレジ

次に、通期のときだけ開示しているんですけども、スマレジのKPIサマリーを公開しました。こちらは、関連製品であるスマレジ・タイムカードを除いた、スマレジサービス単体のサマリーとなっております。

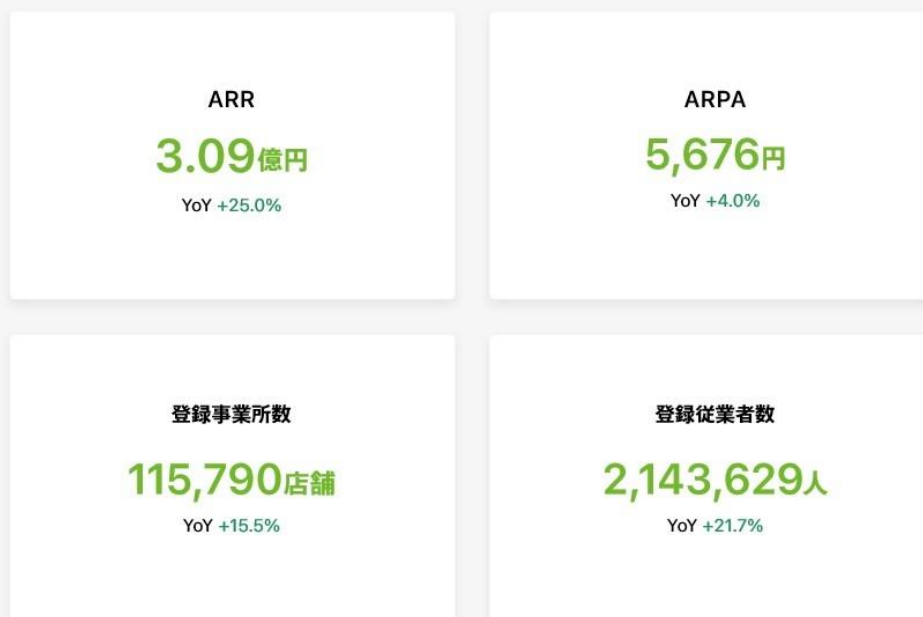
昨年同期比で、ユニットエコノミクスが去年は7.9でしたが、S&Mの増加によりましてCACを増加させまして、ユニットエコノミクスが3になるようにコントロールしながらやってきた結果、3.05となりました。ほぼ計画どおりという感じになります。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
 Asia's Meetings, Globally

## スマレジ・タイムカードのKPIサマリー (2021年5月~2022年4月) 事業の状況 21



ARR (スマレジ・タイムカード月額利用料の年間経常収益): 22年4月のMRRを12倍して算出、ARPA: 有料契約1契約あたりの顧客単価

スマレジ

続きまして、スマレジ・タイムカードの KPI サマリーです。

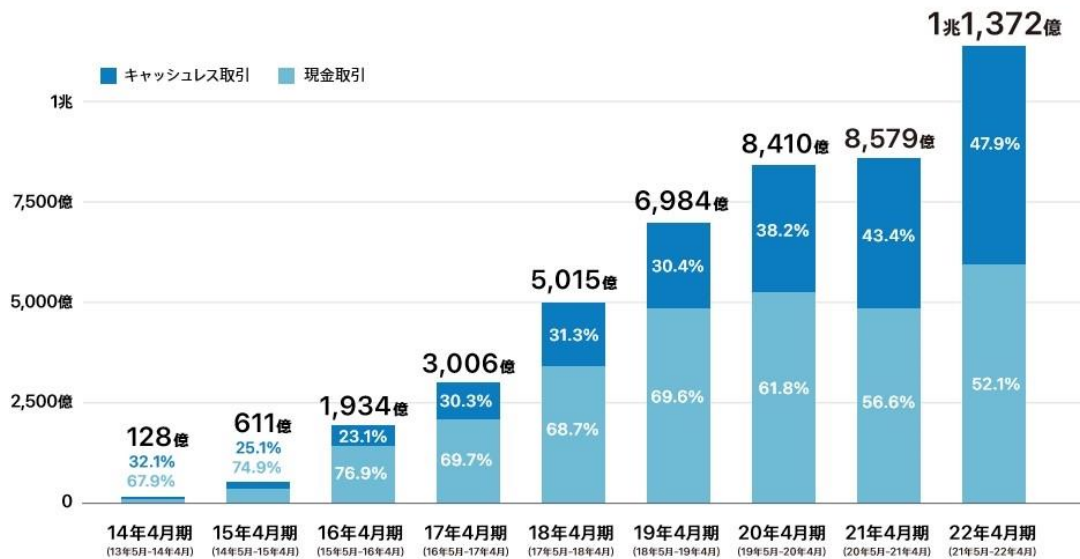
少し指標が少ないんですけども、ARR が 3 億円を超えた状況になっております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



コロナ禍により抑制されていた消費が拡大し、経済活動は徐々に回復基調へ  
非接触ニーズの高まりによりキャッシュレス決済が増加



キャッシュレス取引：クレジットカード、電子マネー、QRコード決済、一部金券や商品券なども含まれます。

スマレジ

湊：GMV（流通取引総額）の推移です。

GMVが1兆円を突破しました。コロナで抑制されていた消費が拡大してきております。非接触ニーズの高まりにより、キャッシュレス決済の比率が増加しまして、全体の大体半分ぐらいがキャッシュレス決済となっております。

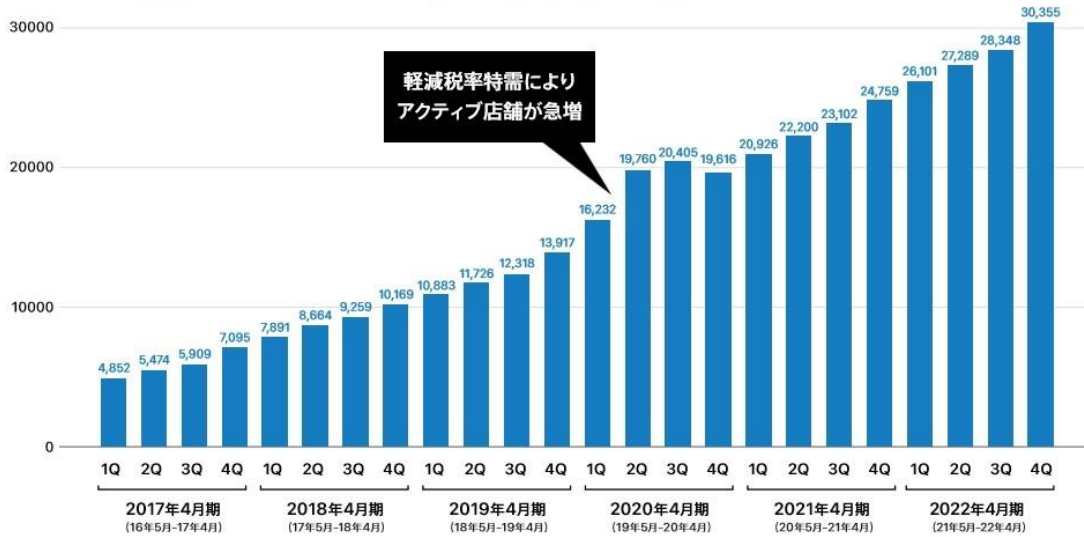
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## POSレジ アクティブ店舗数の推移 (無料プラン含む)

事業の状況 27

活用されるPOSレジを目指し、カスタマーサクセスのオンボーディング等により継続利用を促進  
アクティブ店舗数はYoY+22.6%の30,355店舗と着実に増加中



アクティブ店舗：プラン種別に関わらず、スマレジのレジ機能で直近1か月の間に商取引（売上）の記録を行った店舗  
※在庫管理やその他の機能などを利用していても、商取引のない場合はアクティブ店舗にカウントされません

スマレジ

次に、アクティブ店舗数の推移です。

アクティブ店舗数は、前年比 22.6%増の 3 万 355 店舗と、3 万店舗を突破しました。

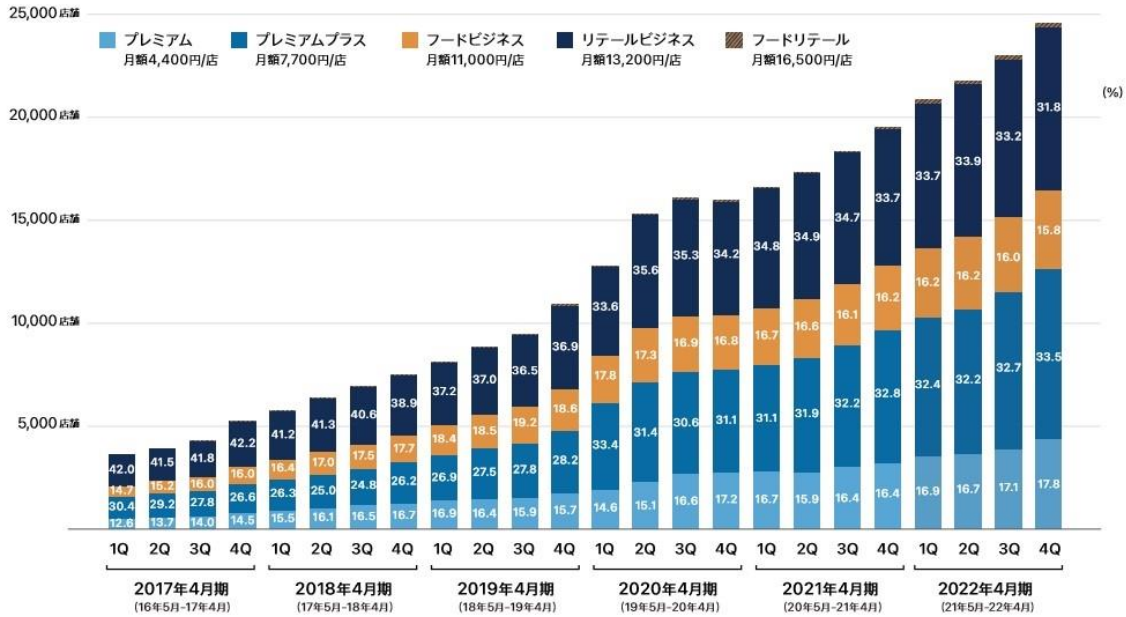
### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

**SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally



「プレミアムプラス」プランが安定的な伸びを牽引。有料プランはYoY+24.9%の24,448店舗に



※スタンダードプラン契約にオプション追加で有料化されている場合がありますが、有料プランには含んでいません。

スマレジ

次に、有料店舗の利用プラン内訳です。

有料プランが前年比 24.9%増の 2 万 4,448 店舗となりました。

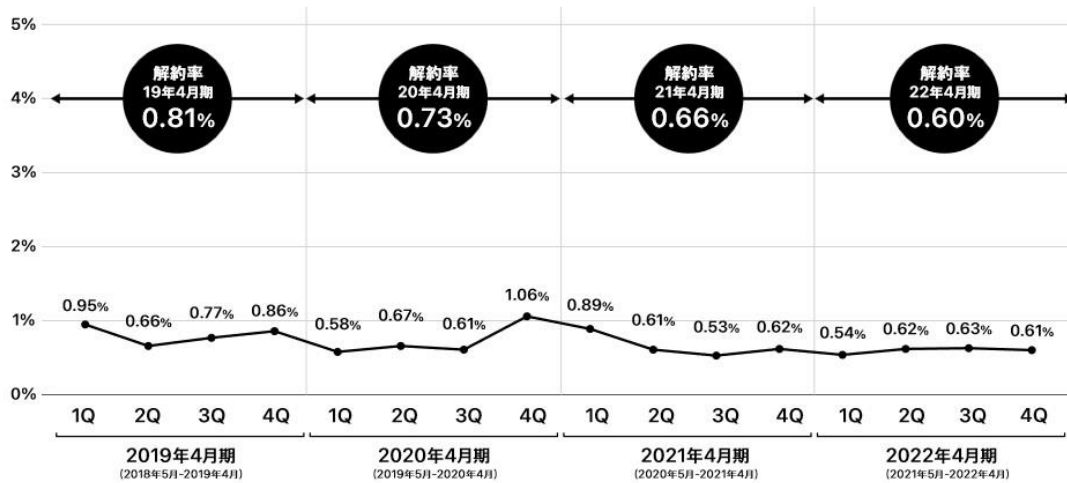
プランごとの内訳は、またご覧ください。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



オンボーディングの強化とサービス品質の向上に取り組んだ結果、  
22年4月期の平均解約率は過去最低水準の0.60%を達成！



解約率：MRRチャーンレート（既存顧客の月額利用料に占める解約により減少した月額利用料の割合）

スマレジ

次に、解約率の推移です。

解約率、MRRのチャーンレートですが、前年に引き続き約0.6%の低い水準を維持できております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## 2023年4月期 通期業績ハイライト (計画)

2023年4月期 業績の見通し 33

広告宣伝費投下による新規顧客の増加 × クロスセル商材 (タイムカード、決済) による顧客単価の向上による増収を計画。中期経営計画に基づき、S&M費用増加やロイヤルゲート赤字分が利益を圧迫するものの、前年比と同水準の利益確保を目指す。

(百万円)	2022年4月期 (2021年5月-2022年4月)	2023年4月期 (2022年5月-2023年4月)	
	実績	計画	前期比 YoY
売上高	4,296	5,593	+30.2%
営業利益	636	651	+2.3%
経常利益	592	651	+9.9%
当期純利益	557	403	-27.7%

### 留意事項

2022年4月15日の連結子会社の吸収合併(簡易合併)に関するお知らせにてご報告のとおり、当社の完全子会社である株式会社ロイヤルゲートを2022年7月1日付で吸収合併することを決議しております。これにより、23年4月期(2022年5月1日~2023年4月30日)に非連結決算への移行を予定しているため、来期の業績予想は連結ではなく単体を前提として見積もっております。

スマレジ

山本：続きまして、2023年4月期通期業績の計画値になります。

売上高が計画で55億9,300万円と、前年比でプラス30.2%を計画しています。

営業利益は6億5,100万円ですから、前年度とほぼほぼ同水準を計画しております。

子会社のロイヤルゲート社を連結し始めたところなのですが、7月に子会社を吸収合併することが決まっております。そのため、新年度は再びまた単体の決算となります。それに伴いまして、5月、6月の売上は、スマレジ社のみの売上となります。ロイヤルゲートの売上は取り込まれません。7月から吸収合併することによって、スマレジとロイヤルゲート分を合算した業績となりますので、ご注意くださいと思います。

今年度ですけれども、広告宣伝費投下を引き続きやります。新規顧客の獲得をねらっていきます。

それから、クロスセル商材、決済、スマレジ・タイムカードによる顧客単価の向上による増収を計画しております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



利益ですけれども、中期経営計画に基づきまして、また、何度も出ていますが、S&M 費用の増加、それからロイヤルゲート社の販管費の赤字分が利益を圧迫するのですが、前年度と同水準の 6 億 5,000 万円の利益確保を目指してまいりたいと思います。

## 中期経営計画進捗

中期経営計画の進捗 35

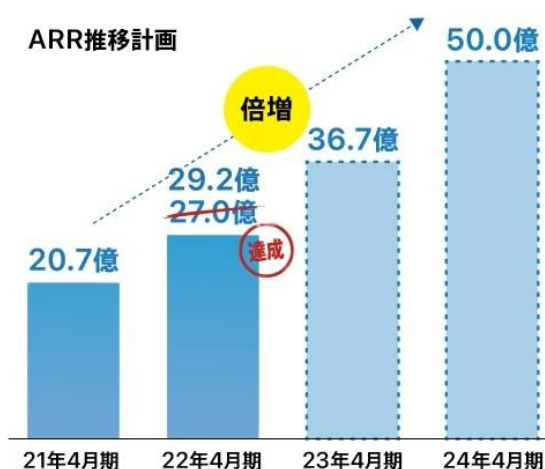
アクティブ30万店 ▶ 長期目標への第1ステップ

## 本中期経営計画でARR50億円の突破を目指す!

機器販売などのフロー収益よりも月額利用料などのストック型(サブスクリプション)収益を最重要視するため、中期計画のKPIはARRと設定

### 「顧客数 × 顧客単価」

「客数 × 客単価」を意識し、S&M費用の大幅投下により顧客数を増加し、決済サービスやスマレジ・タイムカード等のクロスセルにより顧客単価をそれぞれ向上させる



スマレジ

次に、中期経営計画の進捗です。

ARR を最重要 KPI としていますが、初年度は先ほども出てきましたが、27 億円の計画に対して実績が 29.2 億円で達成することができました。

今年度は 36.7 億円を計画しておりまして、まずは中期計画の 1 年目、順調な滑り出しができたかなと思います。50 億円の達成に向けて、また各種施策にチャレンジしていきたいと思っております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

## 4つの具体的施策

中期経営計画の進捗 36

### 顧客数の増加

#### 1 広告宣伝への集中投下

認知・リード獲得

TVCM等メディアを活用した認知向上施策とウェブ広告等によるリード獲得施策を実施



### 顧客単価の向上

#### 2 アプリマーケット施策

CX向上・顧客単価向上

アプリマーケットを活性化し、エコシステムを構築  
アプリの充実により顧客単価の向上を目指す

#### 3 決済サービスの強化\*

収益基盤の強化

POSサービスとのシームレスな連携により  
GMVを源泉とした収益モデルの構築

NEW

#### 4 スマレジ・タイムカード

HR事業、クロスセル

機能強化やCXの向上により、  
勤怠管理からHRサービスへ事業を成長させる

※決済サービスを提供するロイヤルゲート社を買収した事により、当初発表した施策のひとつ「クリエイティブ人材育成」を「決済サービスの強化」に変更いたしました。「クリエイティブ人材育成」については、長期的な課題と認識し継続的に取り組んでいきます。

スマレジ

中期経営計画の具体的な施策です。

四つの施策で、1個だけ入れ替えて決済サービスの強化に変わっていますが、まず客数と客単価という掛け合わせであると思いますので、それを明確にするということで書き方を変えました。顧客数の増加を目的として、広告宣伝費への集中投下を引き続きやってまいります。

右側ですが、顧客単価の向上ということで、一つはアプリマーケットの施策、それから決済サービスの強化、もう一つはスマレジ・タイムカードの強化で、クロスセルによって顧客単価の向上を目指してまいります。

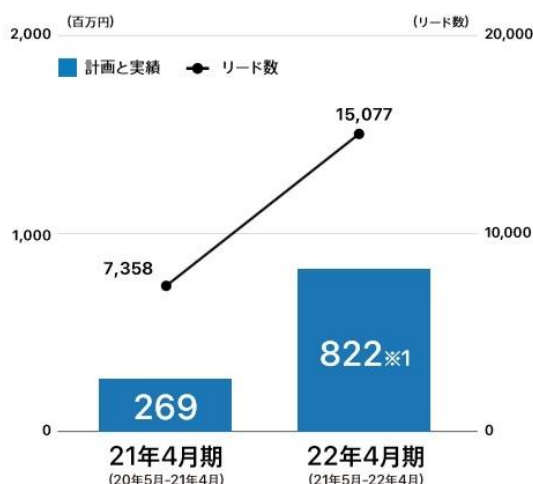
## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

中期経営計画達成に向けて、23年4月期もS&M投資を継続し、サブスクリプション売上高の高成長を目指す

## S&Mの実績



※1 子会社(ロイヤルゲート)を含む実績の合計値 計画:692百万円(スマレジ単体) 実績:729百万円(スマレジ単体)92百万円(子会社)  
 ※2 2022年4月実施TVCM認知度調査 当社依頼による第三者機関調べ

## TVCM投資効果※2

市場認知度 **26%** 業界首位 TVCM認知度 **25%**

### 市場での認知

- ・ タブレット型・モバイル型のPOSレジ認知者の、「スマレジ」の認知度は26%で業界首位

### TVCM認知

- ・ スマレジのテレビCM認知(見た計)はYoY7%上昇し25%
- ・ 役職者(店長/副店長/エリアマネージャー)による認知は4割以上と、他の役職に比べスコアが特に高い
- ・ スマレジ認知者の、スマレジを知ったタイミングは、今回の「テレビCMで初めて知った」が34%
- ・ 役職者(店長/副店長/エリアマネージャー)の28.2%がCM閲覧後、検索やウェブサイト閲覧

**スマレジ**

湊：広告宣伝費の集中投下、マーケティング活動の進捗です。

前期は、広告宣伝費を集中投下いたしました。テレビCMの効果ですけれども、認知度調査などを行ったところ、市場認知度で26%という業界首位を獲得することができました。特に、役職者への認知が高まっていたことが、すごく良かったかなと感じております。リードで見ましても、前年と比べまして約倍ほどのリードが獲得できております。

今期の広告宣伝費の予算ですが、減益にならない程度、前期プラスアルファぐらいで考えております。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

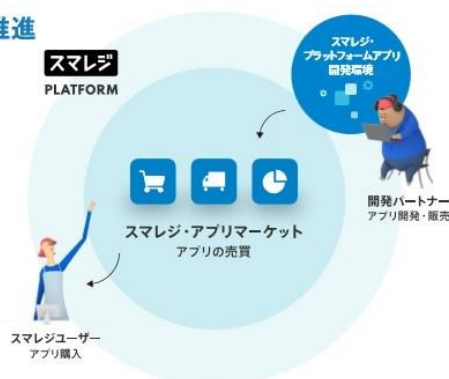
## スマレジ・アプリマーケットの進捗

中期経営計画の進捗 38

公開アプリは、前年比約3倍の79個に拡大  
業種特化アプリでユーザー層の拡大を狙い、新たな価値創造を推進

### スマレジ・アプリマーケット

お店（スマレジユーザー）と開発パートナーを繋ぐプラットフォーム。様々な業種や業態のお店が、目的にあわせて必要な機能（アプリ）を自由に選択することができる仕組みで、開発パートナーはプラットフォーム上で自由にアプリを開発・販売することができます。今まで実現できなかった専門性の高いニッチな機能の提供等により、ユーザーの利便性向上を実現し、競争優位性を高めてゆきます。



#### 公開アプリ数の推移

これから取り組むべき課題も多くクロスセルの成果はまだ小さいものの、業種特化型アプリの出現によって、幅広い業種への多面的なアプローチが可能に！



#### 開発パートナー

いずれも2022年4月末時点

法人 576 社  
個人 319 名

スマレジ

山本：次に、アプリマーケットの進捗です。

アプリコンテストの開催などをしまして、ユーザーさんにとって便利なアプリの登場を促してきました。今、公開しているアプリ数が79個となりました。開発パートナーさんは、ここにも書いていますが、法人、個人、合わせて約900になっております。

こちらはまだ売上へのインパクトはすごく小さいんですけども、競合他社にないユニークな取り組みですし、このアドオンアプリを通じて、ニッチな業態でも便利にスマレジを使っていただけるようになりますので、今後も注力してまいりたいと思います。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS  
Asia's Meetings, Globally

## 決済サービスの強化 - PAYGATEについて

中期経営計画の進捗 40

クレジットカード・電子マネー・QR決済などのあらゆるキャッシュレス決済を一台の端末で処理できる決済サービス



次の施策が、決済サービスの強化です。

こちらは、以前から進めてきましたスマレジ・ペイメントに加えまして、PAYGATE を子会社化しておりますので、ここにかなり注力しています。

細かいところは次のページにいきましょうか。

### サポート

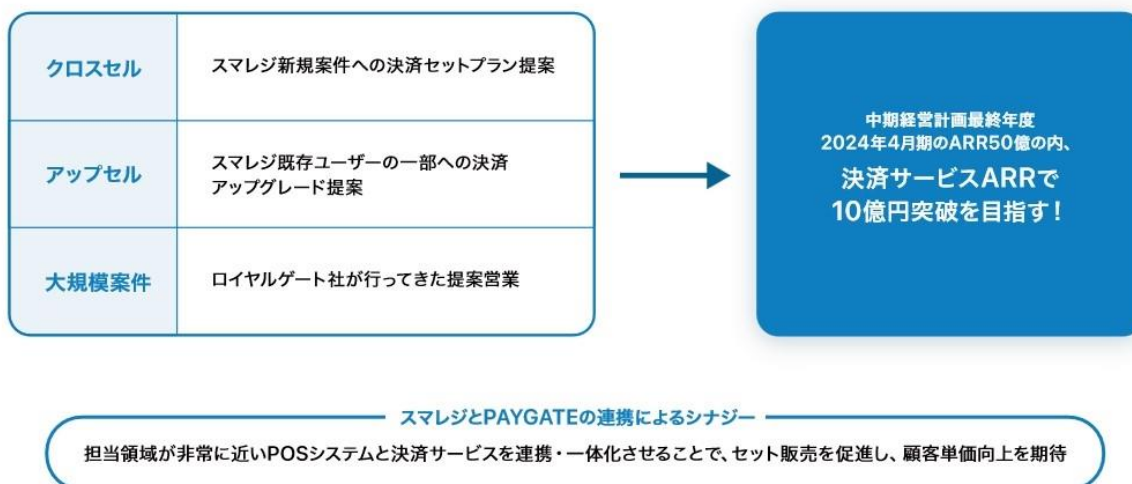
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 決済サービスの強化 - 販売戦略と計画

中期経営計画の進捗 41

価格体系を全面的に見直し、収益構造を端末売上から月額利用料等のストック売上へシフトし、ARR増大に貢献



スマレジ

どうやって広げていくかということですが、当然ながらクロスセルです。スマレジの新規案件、これから商談する案件に関しては、決済のセットプランを積極的に提案していく。

それから、アップセルということで、こちらもアップセルと書いていますが、クロスセルですが、スマレジのこれまでの、今アクティブで3万店ぐらいありますが、こちらの既存ユーザーさんの一部への決済のアップグレードの提案と、決済入れ替えませんか、もしくは決済どうですか、というご提案を3万店に向けてやっていく。

それからもう一つは、大規模案件と書いていますが、もともとロイヤルゲート社が単独で行ってきた提案営業は、引き続き継続していく。

この3点を掲げまして、今から2年以内ぐらいで、ARRで10億円突破を目指していきたいと考えております。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

## マーケティング活動によるスマレジ利用者へのクロスセル施策と カスタマーサクセスによるオンボーディングによってCVRの向上施策を実施中

主な活動 (2022年4月末時点)

- ・ 人時売上高や法定三帳簿に対応した新プラン「プレミアムプラスプラン」の提供をスタート
- ・ 専用コールセンター設置 (一部プラン対象)
- ・ スマレジ (POS) 利用者へ向けたキャンペーンの実施

ARRの推移



登録事業所数の推移



スマレジ

湊：スマレジ・タイムカードのARRの推移です。

タイムカードのほうも着々と売上は伸ばせてきまして、ARRで3億円を超えました。引き続き、スマレジとのクロスセル、クロスセル用の機能追加なども行ってまいりますので、ユーザーの獲得、あとARRの増加を進めていきたいと思っております。

山本：ということで、今、去年出しました中期経営計画の1年目が終わって、これから2年目にさしかかろうとしています。

まず、長期目標でアクティブ店舗数30万店の導入に向けて、いかに30万店を達成するかということと、中期計画でいいますとARR50億円をいかに早く突破するかに注力して、今後とも取り組んでいきたいと思っております。

駆け足となりましたが、決算説明資料は以上となります。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

## 質疑応答

---

**遠藤 [Q]**：それでは、ここからご質問への回答に対応してまいります。

お時間の許す限り、どんどん答えていきますので、画面下の Q&A ボタンからご質問をお送りください。回答の順番が前後する可能性がございますが、あらかじめご了承ください。時間内で全てのご質問に回答できない場合には、ご参加の皆様へ後日回答集としてお送りいたします。

はじめに、説明会ご登録時にいただいたご質問から回答いたします。

質問の原文です。

スマレジ 4.0 の肝といえるアプリマーケットの現状について、もう少し詳しく教えていただければと思います。例えば、開発促進のノーコード、ローコードのレベル感や、これまでの協力したアプリによる不具合の発生頻度、利益は出るか。規模よりもビジネスモデルの確からしさということまでいただいております。

では、順番になんですけれども、山本さん、お願いいたします。開発促進のノーコード、ローコードの進捗についてはいかがでしょうか。

**山本 [A]**：今、質問がいろいろとミックスされていたんですけれども、アプリマーケットの進捗ですかね。ありがとうございます。

まずは、ノーコード、ローコードのレベル感ですけれども、こちらは結構開発の難易度が高いものになっていまして、検討したり、また検討が止まってしまったりという、なかなか進みが悪い状態ではあります。

アプリマーケットのチームのほうが BizDev を注力してくれていまして、ノーコード、ローコードでより開発しやすく、という前に、パートナーさんを増やして、開発パートナーさんと伴走しながら、よりどうやったら便利なアプリがつかれるかに取り組んでくれています。

その結果、パートナーさんが 900 に増えているということと、アプリ数でいうと 79 まで増えてきていますので、まずはそこをじっくりやっていきたいなと思っております。ノーコード、ローコードに関しては、結構まだ時間がかかるかなという感じです。

それから、アプリの不具合の発生頻度ですが、こちらは今のところ大きな不具合の報告は受けておりません。

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com



それから、利益は出るかというところ。アプリの販売の30%がスマレジ社に収益としては入ってくる設計になっております。30%が多いか少ないかは判断が難しいところではあるんですけども、今、まだ月次のMRRでも100万円いかないぐらいですので、まだまだ小さい。ですから、なかなか利益が出るまで時間がかかるかなと思います。

ただ、先ほども本編でお話ししましたが、アプリマーケットがあることによって、いろんなニッチな業界、業態でも便利に使っていただけるような追加機能が今、登場しています。

アプリコンテストで、今回、大賞を取りましたアプリは、産直ビジネスとか、例えば道の駅とかで農家さんが委託販売するようなモデルなんですけれども、その委託販売を簡単に管理できるような仕組みを、アドオンで、アプリで提供してくださったりとか。これによって、他社ではリーチできていないようなニッチな業態までアプローチできるようになっていくことで、こういったものがたくさん出てくることを期待しています。

次、いきましょうか。ご質問ありがとうございます。

ロイヤルゲートのPMIの進捗を具体的に教えてください、という質問をいただいております。

では、開発の観点、それから販売戦略、バックオフィス、CS、カスタマーサポートという四つぐらいの切口での進捗になるかなと思うんですけども、湊さん、いいですか。

**湊 [A]**：まず開発のほうは、ロイヤルゲートの決済端末とスマレジの連携も順調にあって、既に5月23日に連携のリリースを出させていただいております。

開発メンバーは、社内面のPMIも順調に進み、7月の吸収合併に向けて順調に進んでいるのではないかと感じております。

管理部のほうはどうですか。

**山本 [A]**：管理部とバックオフィスは、連結になって、スマレジ社側で今、財務、経理、全部やっています。採用もスマレジ側で今後やっていくということで、ひととおりの課題はクリアしています。

あとは、吸収合併するということで、かなりスマレジとの共通部分の合理化を進めています。赤字幅がどれぐらいかが多分、皆さん気になるころだと思んですけども、もともとの赤字幅から大幅に削減はできていますが、まだ赤字の状態ではあります。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ここからさらに赤字幅を減らしていくとなると、販管費をどんどん削っていくしかないんですけども、限界があるということで、限界までは、今、削るところまでは完了しております。ここからは、いかに売上を伸ばしていくかが、社内の論点になっております。

ロイヤルゲートの PMI の進捗は以上でいいですかね。

ありがとうございます。

たくさんご質問いただいております、今期の S&M の投資規模や具体的な戦略について教えていただくことは可能でしょうか、というご質問をいただいております。

S&M、広告宣伝費と営業マンの人件費、どうでしょうか。

**湊 [A]**：費用としましては、先ほどお話しさせていただいたように、減益にならない程度で、今期プラスアルファぐらいの費用を考えています。営業が今期の後半で結構獲得できていますので、その辺の人件費は、そのまま乗ってくるかなというところですよ。

認知とかりード獲得でいいますと、リード獲得のほうになるべく広告宣伝費を投下したいんですけども、継続して認知のほうもやっていく予定です。特に、地方向けの CM は力を入れていけたらなと考えております。

**山本 [Q]**：施策は、予算でいうと多分テレビ CM が一番大きいですよ、ウエートでいうと。その次って何になりますか。

**湊 [A]**：イベント等が大きいですけども、それを省くと。

**山本 [M]**：イベント、展示会。

**湊 [A]**：展示会。

**山本 [Q]**：WEB 系の施策、例えばリスティングとか、SNS での広告とかは、金額的にはそんなに大きくないですか。

**湊 [A]**：テレビ CM に比べると大きくはないですけども、それも、今までの広告宣伝費に比べると、だいぶ大きくなってはきています。ただ、そのいろいろやっている中で、なるべく費用対効果の大きい広告をピックアップしながら、そこにどんどん投下していけたらなと思います。

**山本 [Q]**：1 年やってきて、どれが効果があって、どれが効果がないというのは、ある程度は見えてきた。

**湊 [A]**：そうですね。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



**山本 [Q]**：効果がないものは結構、既に入れ替えている感じですか。

**湊 [A]**：はい。

**山本 [A]**：ありがとうございます。

続きまして、自社株買いを行う理由と活用方法を教えてくださいということで、ありがとうございます。

決算と同じタイミングで、自社株買いをしますという開示を行いました。自社株買いの理由ですが、記載のとおりです。私たちもそうですけれども、創業系のメンバーよりもっとも若いメンバーが、今、幹部にどんどん昇格というか、幹部陣に参加してきています。

彼らへの株式報酬であったり、モチベーションを上げるためのインセンティブというところで、一つ、使っていきたいなというのがあります。次の世代への引継ぎというか、育成というところで、一つ使途を考えています。

それからもう一つは、今後 M&A を積極的にやっていこうとは考えていますし、スマレジ・ベンチャーズという CVC みたいな機能も今ありますので、そういったところで株式交換であったりとか、そういった材料として使っていきたいなと考えています。

次、いきます。

前期並みの粗利益維持を前提とすると、増収で粗利が 8 億円近く増えるかと思えます。販管費で 8 億円近く増える項目は何でしょうか。広告宣伝費はそれほど増えないとのコメントでしたが、ほかに何が増えますか、というご質問です。

より突っ込んだところでしょうか。粗利が 8 億円近く増えるかと思えますというご指摘をいただいておりますが、どうですか。

でもロイヤルゲート分の赤字相殺があるので、そこまで利益が潤沢かということ、そうでもないですよ。

**湊 [A]**：そうでもないです。

**山本 [A]**：でも、広告宣伝費ですか。営業マンの人件費も増えますし。

**湊 [A]**：エンジニアも増えますし、人件費も高騰しています。というので、全部積み上げていくと、広告宣伝費で、そこまで、前期プラスアルファで、今期で使えないかなという感じではいまず。もし利益を残すとすると。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



**山本 [A]**：なので、そこまで利益が出ない中で、適切に広告を踏んでいく感じですかね。ありがとうございます。

あと、年間でのマイナス要因でいうと、決済端末をゼロ円で提供するキャンペーンをやっている、その初期費用に該当する機器販売を割と値下げして、MRR を獲得しにいく施策はいくつかやると思っていますので、そこでまた粗利幅がちょっと削られるかなというところもあると思います。

以上となります。

続きまして、たくさん質問いただいております。ありがとうございます。

前期に投下した広告宣伝の効果を、どのように総括していますか。繁忙期での獲得が鈍かったように見えます。

広告の宣伝効果、いかがですか。難しいですね。

**湊 [A]**：難しいですね。でも正直、もっとお客様が増えてほしかった印象はあるんですけども、テレビ CM の効果は、やはり、じわじわ出てきているのではないかなというのがあります。

**山本 [A]**：CM は効果が分かりやすいのは、やっぱり地方ですね。

**湊 [A]**：地方ですね。

**山本 [A]**：大阪、東京となるとちょっと薄れてしまうんですけども。例えば、沖縄の展示会をやりますというときに、沖縄の展示会の前にテレビ CM をやると、テレビを見ましたっていうことでお客様が来てくださったりとかがあります。

これは、今は九州を結構、重点的に販売を攻めようとしていまして、そこで割とまた効果が今年、測定していけるかなと思います。

それから、繁忙期での獲得が鈍かったように見えますって、いかがでしょうか、第 4 四半期。これは確かに、でもそうですね。

**湊 [A]**：逆にちょっと手前の、本来繁忙期ではないところが伸びたのもありまして、コロナでちょっと季節的なものがずれているのもあるかなとも思います。

**山本 [A]**：そうですね。この 10 年間ぐらいスマレジやってきていますが、大体 2 月、3 月、4 月がすごく大きな繁忙期になっていたんですけども、去年そんなにいかなかったですね。湊さんが言うように、コロナで若干分散した感じになりました。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ちなみに、この反省を受けて、今年の月次の計画は、割と均した感じで計画していますので、最後の繁忙期にドンと盛り上がるような計画ではないようにしています。

**湊 [Q]**：PAYGATE 端末の無償提供は、今回の決算にも織り込まれていますか。どうですか。

**山本 [A]**：はい。機器販売の売上は割と低く設定していますので、織り込んでいます。

**遠藤 [A]**：今回の決算でいくと、この終わっている開示しました 22 年 4 月期の決算では、売上で無償提供分はございませんでした。予算に関しては織り込んでおります、今期の 23 年は。

**山本 [A]**：失礼しました。そうですね、22 年 4 月期の決算には織り込んでいないということです。

次いきますか。

今期のリードの獲得ベースによっては、期中で今期のマーケティング費用を積み増す可能性はありますでしょうか。タイムカード等の今後の成長に対する手応えは、いかがでしょうか。ARR50 億円を目指す上でのリスクは何でしょうか。3 点いただいております。

利益を固定しようとしていますので、もし売上が大きく計画より伸びた場合は、その分マーケティング費用を積み増す可能性はあります。

次に、タイムカード等の今後の成長に対する手応えはいかがでしょうか、というところなんですが、これはどうですか。

**湊 [A]**：今まで、全くクロスセル施策などをやってこなかったのですが、今回スマレジとクロスセルできるような、例えば人時生産性の機能追加とかを行うことによって、スマレジと同時に販売する、提案できるような商品も用意しまして、その辺が大きく伸びていければなという感じで、多少の手応えは、例えば 20 年 4 月期からの 1 年間の伸びに比べますと、また、前期も倍近く伸ばすことができているので、さらに伸ばせればなという感じです。

**山本 [A]**：ありがとうございます。

ARR50 億円を目指す上でのリスクは何でしょうか。

大口の解約とかですかね。解約率とか MRR チェーンは低水準で維持できているということで、今回資料の説明から割愛したんですけれども、そもそも分母が増えていますので、解約数自体は以前よりちょっとずつ増えてきているのがあります。その分、やっぱり新規獲得をさらに積み増してい

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com





かないといけないということで、解約率でいうと一緒なんですけれども、数でいうと増えてきているのが課題かなと思います。

解約の理由はある程度はとれています。仕方ないものもあれば、いろんな理由がとれてはいますので、そこの対策は適宜していきたいと思います。

続きまして、ロイヤルゲートの決済サービスが GMO フィナンシャルゲートの対面キャッシュレスサービスと競合することがあれば、その状況について教えてください。

決済サービスの競合はすごくたくさんありまして、例えば SMBC さんの stera という端末も競合になると思いますし、それからリクルートさんの Air ペイとかも競合になると思います。

決済単独で戦っていくとなると、単純に手数料勝負だけになりがちなんですね。ですから、スマレジとセットで売っていくのが一番手堅いというか、一番確実な方法かなということで、クロスセルをねらっていこうとしています。

次いきます。

技術者の採用は順調に進んでいますか。職種別の採用計画について知りたいです。

これ、いいですか。

**湊 [A]**：技術者の採用は前期、結構順調に進みまして、特に採用が難しいとされているインフラ系のエンジニアが結構獲得ができて、そこが強化されたのが一番良かった点ですね。今期もちろん引き続き、エンジニア採用を進めていくつもりです。

職種別でいくと、営業のほうもかなり、前期、採用が順調に進みまして、今期の計画って出ますか。採用計画、トータルで。今期も引き続き 50 名とまではいかないですけども、40 名ほど。半分が営業、半分がエンジニアという感じで採用する計画を立てております。エンジニアのほうが多いかな。エンジニアのほうが多いですね。

**山本 [A]**：ありがとうございます。

続きまして、営業チームの再編成でより機動的な販売体制へアップデートされたとのことですが、具体的にどのような変更を加えられたのでしょうか。また、どのような課題があったため、再編成されたのでしょうか、ということです。

営業チームの再編成はどこだろう。誰かいきますか。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



今、でも傾向として面白いなと思うのは、オンライン商談がすごく増えているのがあります。それに合わせてですが、オンラインでの、例えばインサイドセールスから始まって、オンライン商談につないでいくことで、もともとショールームでの対面での商談を得意としていたんですけども、今はオンラインのほうがかなり増えてきているかなというところですね。より効率的になってきている印象はあります。

また、販売体制での、何かアップデート情報をお持ちの方、すみません、以上となります。もし追加でありましたら、またコメントをお願いします。

続きまして、現在はARRを目標としていますが、利益の目標についてコメントできることはありますか、というご質問をいただいております。

まずは、第一優先はARRになります。ARRをいかに拡大させていくかが先に主眼となりますので、利益はその次になっちゃいます。そこで、利益を圧迫してでもARRをとりにいく良い施策が見つかれば、そうすべきだと思います。

ただ、いたずらに赤字にするかということ、そこはちゃんと慎重にやっていくべきかなと思います。もともとスマレジ社って割と利益が出る会社ではありましたが、それを無理に利益を全部使って何か広告宣伝なりに投下していくのも、やり方としてはなくはないと思うんですけども、だんだん効率が悪くなっていきますので。

獲得効率が悪くなっていきますので、そこは見極めをしながら、利益を出せるところはしっかり出していくべきだと思っております。ですので、そのバランスをとりながら経営していきたいと思っております。

コメントはありますか。全部言っちゃいましたか、すみません。

お時間どんな感じですか。まだありますか。まだお時間あるようなので、もしご質問ありましたらお願いいたします。大丈夫ですか。

では、遠藤さん、お願いします。

**遠藤 [M]**：では、皆様、たくさんのご質問ありがとうございました。追加質問がございましたら、またIR宛にお問合せくださいませ。

最後にお知らせでございます。

当社では、IR情報をニュースレター等でもお知らせしております。月次店舗数など、情報満載のレポートも配信しております。ぜひご購読をお願いいたします。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



さて、ライブ配信でお届けする決算説明会は今回で3回目となりました。まだまだ不慣れな点多く、途中、お見苦しい部分もあったことと思いますが、ここまでご視聴いただき、ありがとうございます。

説明会終了後、Zoomの画面上にアンケートを表示いたします。1分程度で終了する簡単な内容ですので、皆様の率直なご意見、ご感想をお寄せください。また、個別取材や追加質問の項目ももうけておりますので、こちらをご活用ください。

**山本 [M]**：今年度も、ある程度、攻めの姿勢で事業活動を進めていきたいと思っております。

広告宣伝費の増加は、チャレンジは、2年目になりました。効果のあるものとなないものが徐々に分かってきましたので、さらに精度を上げて予算を投下して、顧客獲得ペースを上げていきたいと考えております。

また、決済サービスやスマレジ・タイムカードなどのクロスセル商材も充実してきましたので、積極的にそちらもお客様に提案していきたいと思っております。これらの取り組みで、中期経営計画、ARR50億円突破を達成させたいと考えております。

IR活動を通じまして、投資家の皆様、特に機関投資家の皆様のご意見、アドバイスをすごく参考にさせていただいております。そちらも引き続きご指導とご支援のほど、よろしくお願ひしたいと思ひます。よろしくお願ひします。

本日はどうもありがとうございました。

[了]

---

## 脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

