



株式会社スマレジ

2023年4月期 第2四半期 機関投資家向け説明会

2022年12月15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]	2023 年 4 月期 第 2 四半期 機関投資家向け説明会
[決算期]	2022 年度 第 2 四半期
[日程]	2022 年 12 月 15 日
[ページ数]	33
[時間]	10:33 – 11:33 (合計：63 分、登壇：17 分、質疑応答：46 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]	2 名 代表取締役 山本 博士 (以下、山本) 社長室 IR 課長 遠藤 映子 (以下、遠藤)
[アナリスト名]*	いちよし経済研究所 伊藤 研一

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

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



登壇

遠藤：定刻となりましたので、開始いたします。株式会社スマレジ、2023年4月期第2四半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。

本日の流れですが、最初に、昨日開示の決算についての解説を行いまして、その後にQ&Aを予定しております。

ご質問は、視聴画面にありますQ&Aボタン、またはメールにて随時受け付けております。皆様からのご質問をお待ちしております。また、ご質問以外のお問い合わせには、チャット機能もぜひご活用ください。

なお、今回の決算説明会では、特別ゲストとして、いちよし経済研究所、企業調査部アナリストの伊藤研一様をお招きしております。説明会後半のQ&Aでご登壇いただき、アナリスト視点から様々なご質問を頂戴します。ぜひ最後までご覧ください。

それでは、山本さん、お願いいたします。

山本：皆様、おはようございます。株式会社スマレジの山本です。本日はどうぞよろしくお願いいたします。たくさんご視聴いただきましてありがとうございます。

前半で決算説明を、簡単に決算概要を説明させていただいて、後半は、今日はアナリストの伊藤さんに来ていただいて、対話形式でQ&Aをするという流れでやっていきたいと思っております。

先ほどもアナウンスありましたけれども、リアルタイムの質問を受け付けておりますので、ぜひたくさんご質問を頂けたらと思っておりますので、どうぞ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



価格改定について

2

今まで以上にサービスの拡充・改善を実施してゆくため、運営体制の強化を目的とし、2023年1月1日より全ユーザーを対象にサービスの価格を改定いたします。

スマレジ			タイムカード		
主な料金プラン	旧価格 (税抜)	新価格 (税抜)	主な料金プラン	旧価格 (税抜)	新価格 (税抜)
プレミアム	4,000円	→ 5,000円	スタンダード ユーザー追加	1,000円 100円/人	→ 1,100円 100円/人
プレミアムプラス	7,000円	→ 8,000円	プレミアム ユーザー追加	2,000円 300円/人	→ 2,200円 350円/人
フードビジネス	10,000円	→ 11,000円	プレミアムプラス ユーザー追加	4,000円 400円/人	→ 4,400円 450円/人
リテールビジネス	12,000円	→ 14,000円	プレミアムプラス (POSセット利用) ユーザー追加	2,000円 400円/人	→ 2,200円 450円/人
フードリテール	15,000円	→ 17,000円	エンタープライズ ユーザー追加	6,000円 600円/人	→ 6,600円 700円/人

※現時点では業績への影響を算定することが困難であり、業績予想の修正が必要と判断される場合には速やかにお知らせいたします。

スマレジ

では、まず決算概要から説明してまいります。

最初のトピックスとしまして、先に価格改定のご案内を12月7日に開示しておりますので、そのお問い合わせをたくさん頂いておりますので、その説明を先にしたいと思います。

既存顧客を含む全ユーザーを対象としまして、スマレジの月額利用料、それから関連する商品であるスマレジタイムカードの月額利用料の価格を改定しております。

全体で大体約15%の値上げになっております。スマレジ社の売上構成要素の半分が、このソフトウェア利用料、月額利用料になっておまして、残りの半分は、レジ周辺機器、レシートプリンターとか、現金扱うキャッシュドロアーとか、そういう周辺機器の販売が売上の半分になっておまして、売上の半分がこの値上げの対象になっています。

今後、業績の見通しが未定ですということでガイダンスさせてもらっているんですけども、いくつかのシミュレーションは当然社内ではおるものの、どれぐらい解約が出るのかとか、それから新規の契約に対してどれぐらいの影響が出るのか、契約数が減ってしまうのかというのがまだちょっと見えづらいところがありますので、この辺はある程度見通しが立ち次第、あらためて発表していきたいと思っております。どうぞ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@scriptasia.com



3

損益計算書

2023年4月期2Q 決算概要 5

会社合併の影響により四半期純利益が増加、売上高はYoY+37.5%に成長
積極的なS&M投資により営業利益はYoYで低下するも、今期計画に対して61.1%の進捗

(百万円)	2023年4月期 2Q実績 (22年5月～10月)	2022年4月期 2Q実績 (21年5月～10月)	前年同期比 YoY	2023年4月期 通期計画 (22年5月～23年4月)	2023年4月期 2Q進捗率 (22年5月～10月)
売上高	2,641	1,921	+37.5%	5,593	47.2%
売上原価	1,026	702	+46.2%	—	—
売上総利益	1,615	1,218	+32.5%	—	—
販売費及び 一般管理費	1,217	786	+54.8%	—	—
営業利益	397	432	-8.0%	651	61.1%
経常利益	400	422	-5.2%	651	61.5%
四半期 (当期) 純利益	506	283	+78.5%	403	125.5%

連結子会社の吸収合併

2022年4月15日開催の取締役会において、連結子会社である株式会社ロイヤルゲートを吸収合併することを決議し、2022年7月1日付で吸収合併いたしました。

四半期純利益の増加について

- ①合併による抱合せ株式消滅差益(特別利益)の計上
- ②合併後に将来の課税所得を見積り、繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、法人税等調整額(益)を計上

※記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

スマレゾ

損益計算書です。

第2四半期終了時点での売上の進捗率が47.2%となっております。売上高が26億4,100万円、売上原価が10億2,600万円、売上総利益が16億1,500万円、販管費が12億1,700万円、営業利益が3億9,700万円、経常利益4億円、四半期の当期純利益が5億600万円と、少し膨れ上がっておりまして、その解説を右側に記載しております。

決済会社であります、株式会社ロイヤルゲートを子会社化しまして、その後7月に吸収合併しています。その吸収合併による抱き合わせの株式消滅差益の計上、それから合併後に将来の課税所得を見積もって繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、法人税等の調整額益を計上しているということで、純利益が積み上がっておりますという結果になっております。

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

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

貸借対照表

2023年4月期2Q 決算概要 6

子会社の吸収合併による変動が発生し、固定資産はYoY+52.0%、流動負債はYoY+44.3%
自己資本比率は79.0%と安定した財務基盤を維持

(百万円)	2023年4月期 2Q実績 (22年5月～10月)	2022年4月期 2Q実績 (21年5月～10月)	前年同期比 YoY	2023年4月期 1Q実績 (22年5月～7月)	前四半期比 QoQ
流動資産	4,498	4,213	+6.7%	4,198	+7.1%
うち現預金	3,606	3,647	-1.1%	3,197	+12.8%
固定資産	943	620	+52.0%	892	+5.7%
資産合計	5,441	4,834	+12.6%	5,091	+6.9%
流動負債	1,054	730	+44.3%	893	+18.0%
固定負債	87	81	+7.6%	86	+1.7%
負債合計	1,141	811	+40.6%	979	+16.5%
純資産合計	4,299	4,022	+6.9%	4,111	+4.6%
負債・ 純資産合計	5,441	4,834	+12.6%	5,091	+6.9%



スマレジ

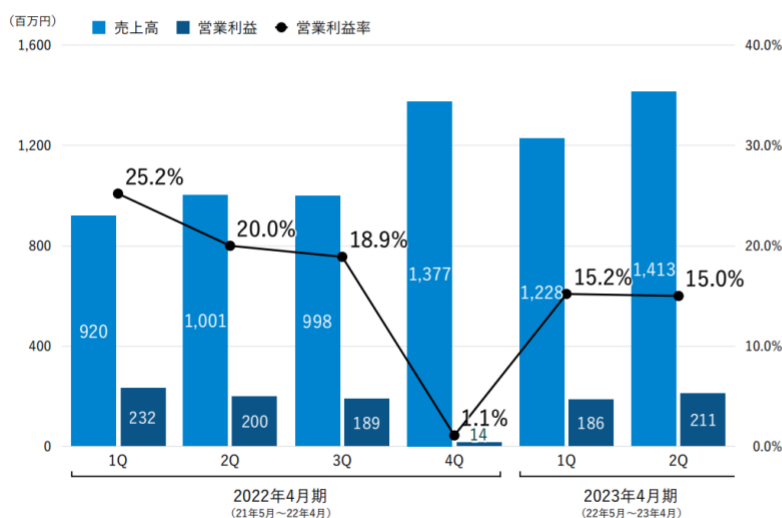
次に、貸借対照表です。

こちらも吸収合併によりまして、固定資産が増えている、それから流動負債も増えているということで、それ以外は安定した財務基盤を維持しているという結果になっております。

売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移

2023年4月期2Q 決算概要 9

営業利益率15%程度の水準を維持しながら中期経営計画のS&M投資を継続中



2023年4月期 2Q

営業利益率

15.0%

YoY

↓ 5.0pt

QoQ

↓ 0.2pt

※ 2022年4月期4Qは子会社(株式会社ロイヤルゲート)の業績を含む

※2023年7月1日付で株式会社ロイヤルゲートを消滅会社とする吸収合併を実施したことにより、2023年4月期1Qのロイヤルゲート(旧連結子会社)の業績寄与分は吸収合併の効力発生日である7月1日以降の1ヶ月分のみ

スマレジ

続きまして、売上高と営業利益、営業利益率の四半期推移です。

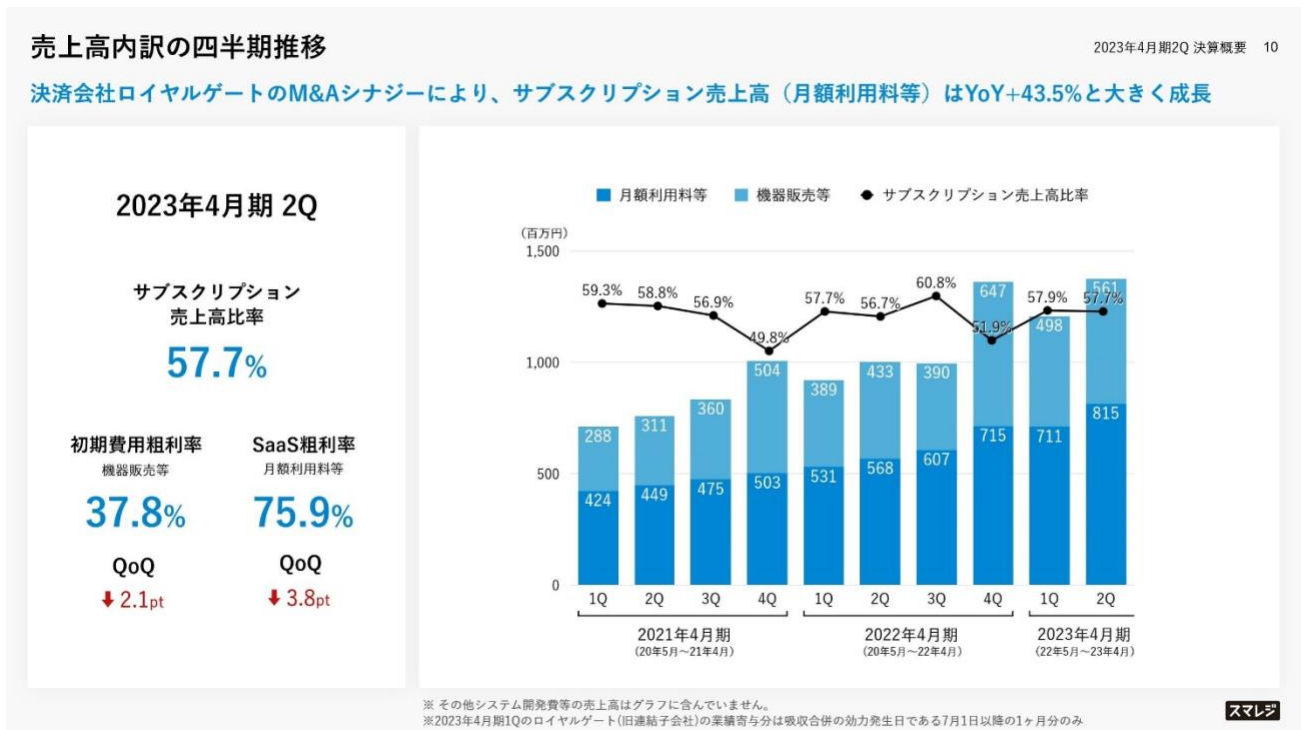
サポート

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

四半期の売上高が14億1,300万円となりました。順調に積み上がっているかなと思っております。

それから営業利益率ですが、15%となりました。これは前四半期とほぼ同水準となっております。後でも広告宣伝費等々が出てきますが、昨年度よりはある程度営業利益率をうまくコントロールできているかなと感じております。



続きまして、売上高の内訳の四半期推移です。

冒頭の価格変更の部分で説明いたしましたが、売上の約半分がこの月額利用料等、残りの半分が機器販売等という、大きく分けて二つのセグメントというか、分類になっています。

このグラフの濃い青の部分、月額利用料等が8億1,500万円、機器販売等が5億6,100万円となっております。サブスクリプションの売上高比率は57.7%という結果になっています。

粗利ですけれども、初期費用の粗利、37%から40%弱ぐらいになっていまして、SaaSの粗利率が75.9%。どちらも粗利が少し下がっておりますが、こちらも決済会社のロイヤルゲートがもともと赤字会社でしたので、利益率が少し低いということで、それを組み込んだために粗利が少し下がっているという結果になっております。

サポート

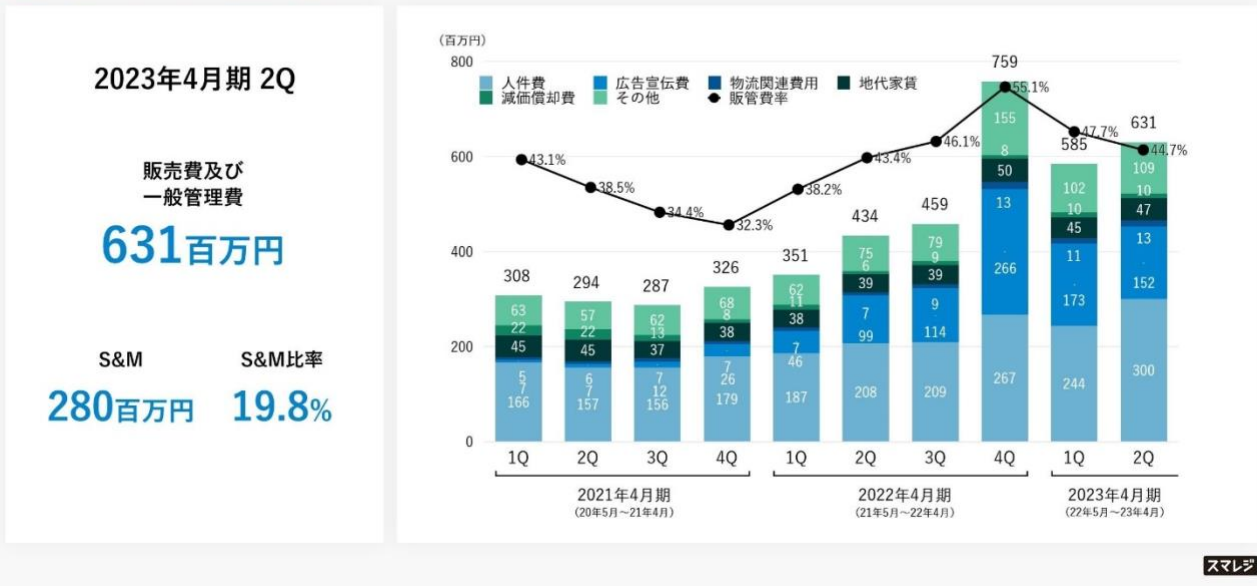
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



販売費及び一般管理費の推移

2023年4月期2Q 決算概要 11

販管費率（44.7%）を計画範囲内でコントロールしながら、中期経営計画達成に向けたS&M投資を継続
組織の拡大に伴い、人件費が増加



スマレジ

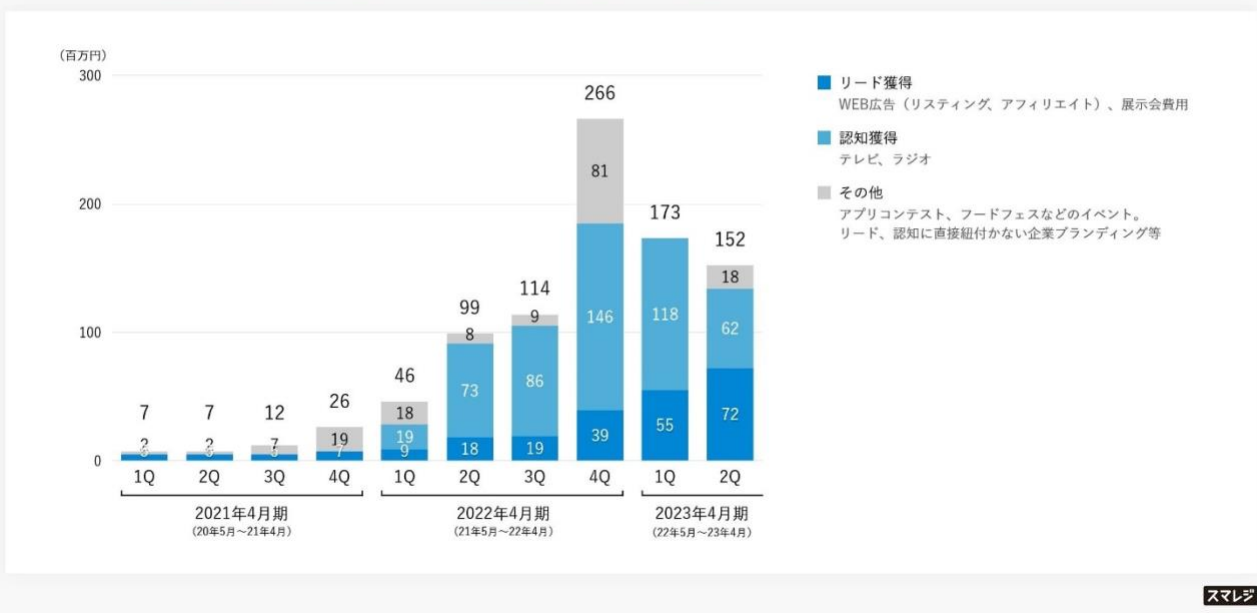
次に、販管費の推移です。

6億3,100万円となりました。四半期の売上高が14億円でしたから、それに対してS&M費用が2億8,000万円ということで、売上高比率で19.8%となっています。人件費の増と広告宣伝費の使用が主な内容になるかなと思っています。

広告宣伝費の四半期推移

2023年4月期2Q 決算概要 12

TVCM等のマス広告を活用した認知拡大とリード獲得施策を並行して実施中



スマレジ

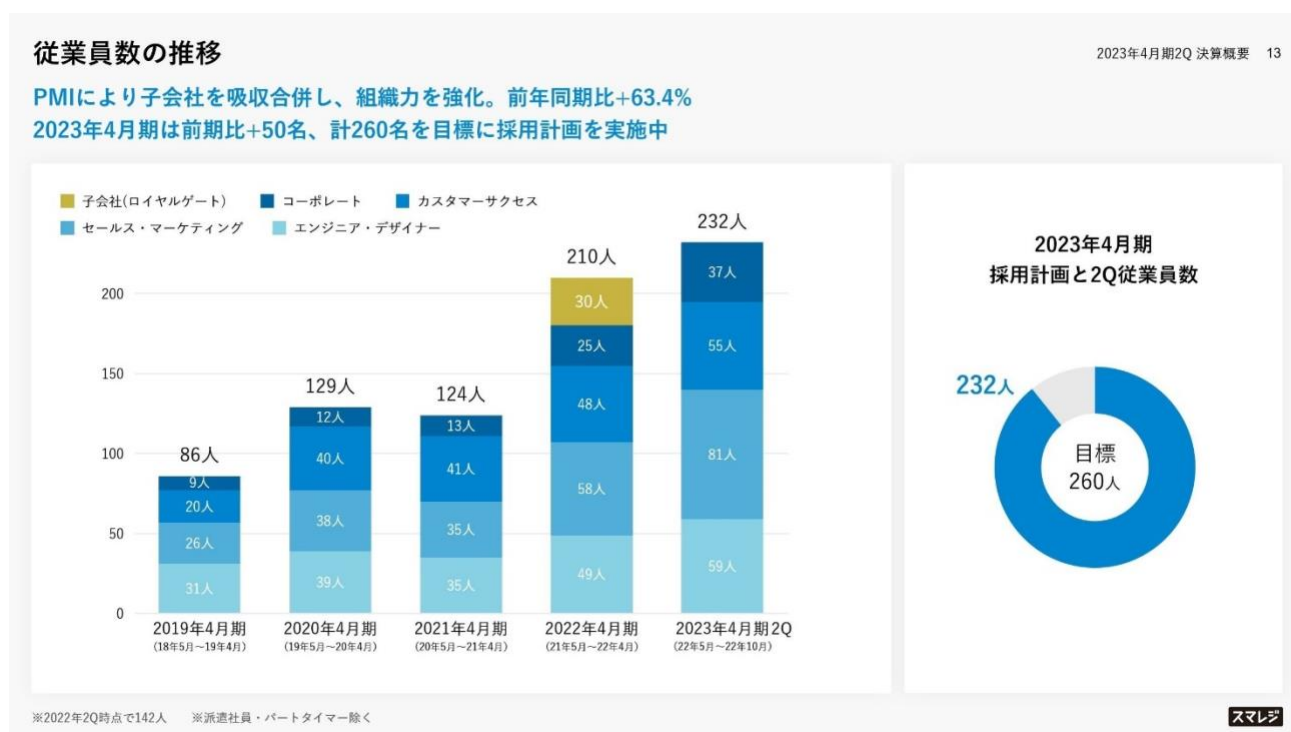
次に、広告宣伝費の四半期推移です。

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

第1四半期に比べて広告宣伝費が結構抑えているのではないかという見方もできますが、こちらは昨年度の推移がグラフにあります。昨年度は、第1四半期はあまり使わずに、後半にかけて、特に第4四半期に一気に予算を消化したみたいな流れで、使い方が均等ではなかったんですけども、今年度、その反省を受けて、第1四半期からしっかり広告を使っていこうという戦略を取っていますので、第1、第2でしっかり消化できたかなと認識しております。

内訳は、リード獲得を目的とした広告の使い方と、認知獲得を目的とした広告の使い方、あとはその他で、三つに分類しております。徐々にリード獲得を目的とした広告宣伝費の使い方がだんだん増えてきていて、認知は少し絞り気味に今はなっています。



次に、従業員数の推移です。

今232人までできました。IR活動を通じて、今年度、何人ぐらいになるんですかというご質問をたくさんいただいておりましたので、今回から今年度での計画というか目標値として、260人と、開示を含めるようにしました。

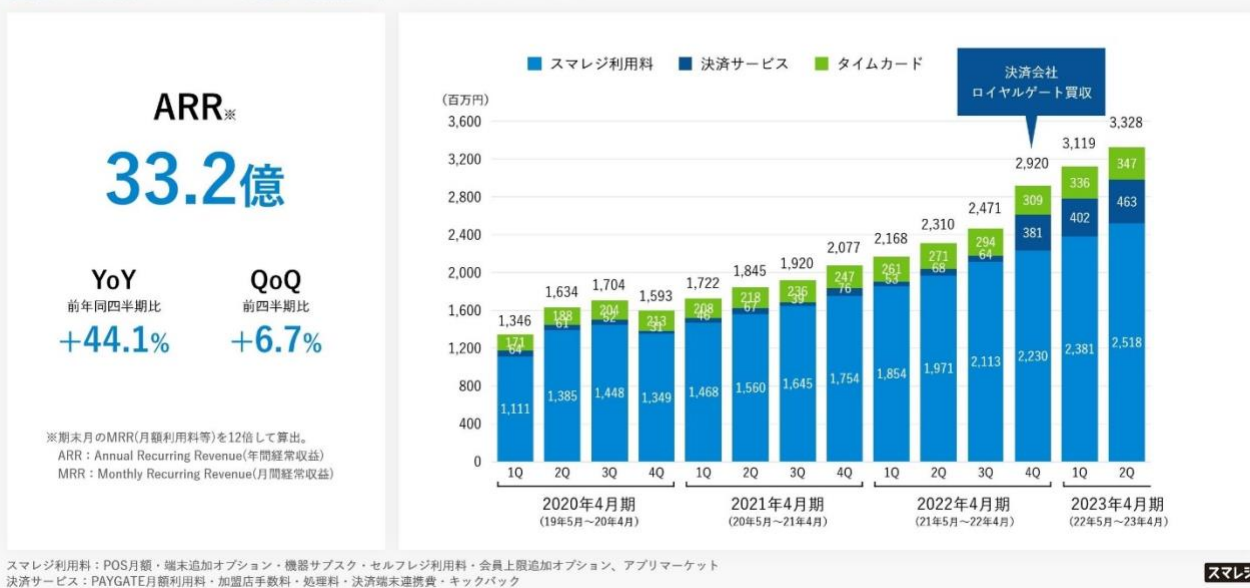
今年度末で260人程度採用なので計画どおりいくとも限らないですけども、目標としては260人を目指して採用活動を続けてまいりたいと思っています。

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@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スマレジの有料店舗数は堅調に推移。
買収した決済サービスの成長が貢献し、ARRはYoY+44.1%



スマレジ

続きまして、ARRの推移でございます。

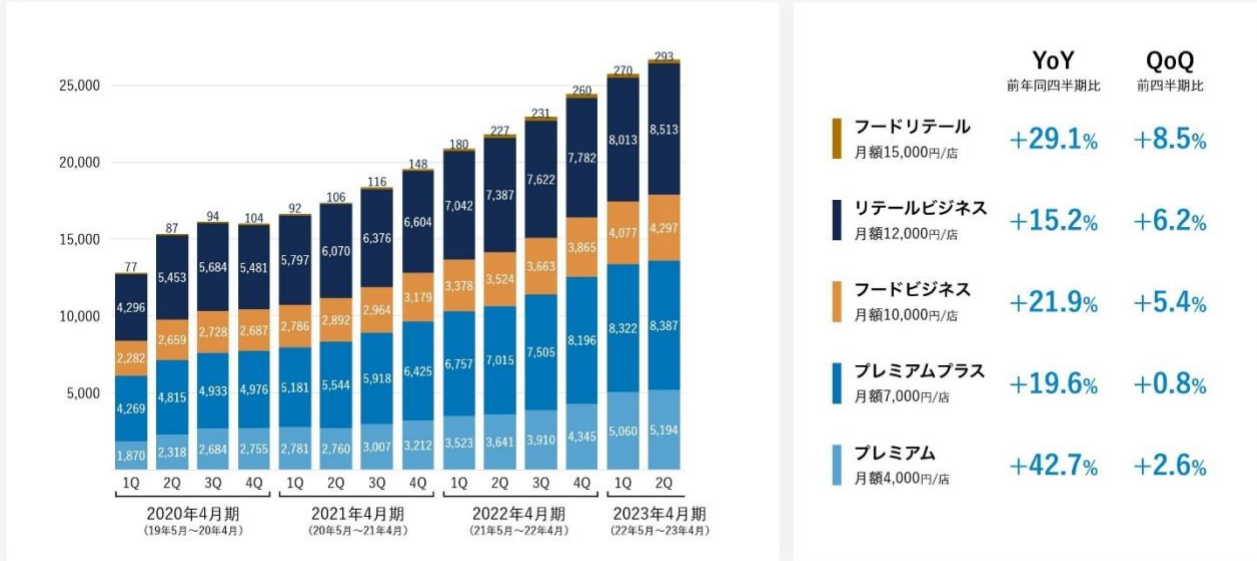
当社の中期経営計画の一番大きなKPI指標としてARRを掲げておりまして、今年度が36.7億円を目標として進めておりますが、今、実績ベースで33.2億円となっております。

順調に積み上がっていると認識していきまして、スマレジの利用料、それからスマレジタイムカードという勤怠サービスの月額利用料が積み重なっているのに加えまして、この決済サービスのARRが月額利用料と決済手数料が積み上がっているということで、大きく伸びていると認識していきま

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

各プラン堅調に推移。小売業向けリテールビジネスプランも再び増加基調



※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。
 ※各プラン料金は全て税抜価格です。

スマレジ

続きまして、有料店舗の利用プランの内訳に進みます。

有料店舗は合計で2万6,684店舗となっております。ちなみに無料プランを含む総登録店舗数が今、11万8,631店舗となっております。ですから無料が9万1,947店舗になっています。

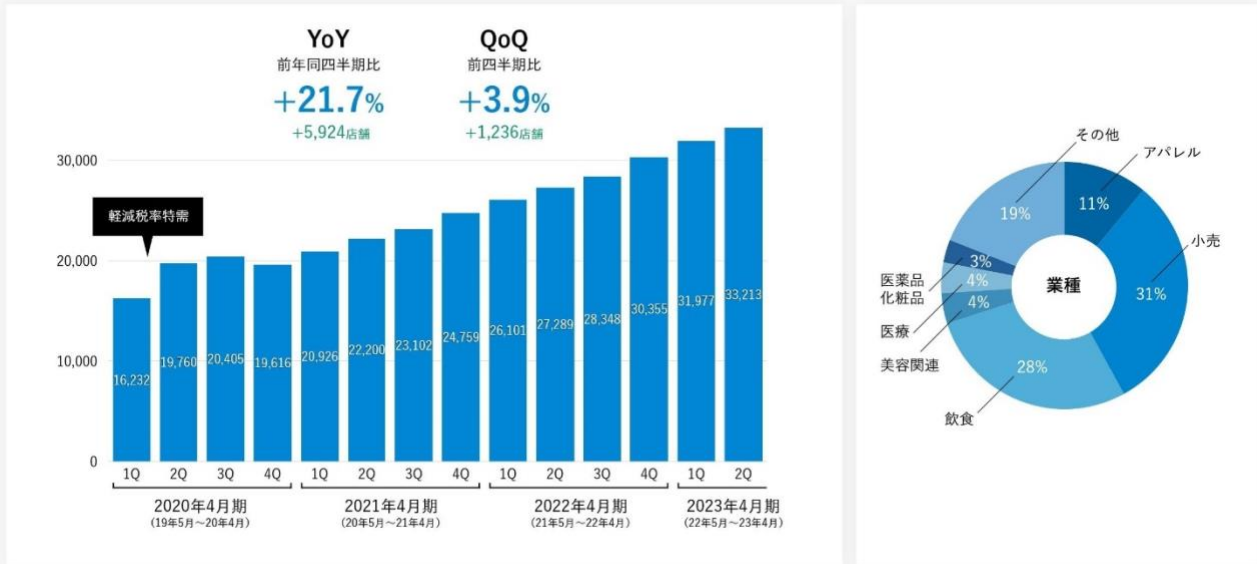
各プランともに順調に増加しております。少しリテールビジネスというプランが成長しているというか、伸びているという結果になってはいますが、ここは特に何か要因があったわけではなくて、誤差の範囲かなと考えていますので、どれかに注力しているというよりも、どのプランも均等に伸びているという状況になっております。

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



アクティブ店舗数30万店達成の目標に向けて着実に積み上げ中



※プラン種別を問わず、POSレジ機能で直近1ヵ月の間に商取引（売上）の記録を行った店舗数。在庫管理やその他の機能を利用していても、商取引がない場合はカウントされません。

スマレジ

それから、アクティブ店舗数の推移です。

アクティブ店舗数を KPI の一つに置いておりますが、登録店舗数が 11 万数千店舗ありますというアナウンスをしておりますが、実際に使われていないアカウントも多く含まれています。というのも、無料アカウントもありますので、スマレジの月額利用料は無料プランと有料プランの両方があり、無料プランの方は割とアカウントだけ登録して使っていないとか、そういうお客さんも多分に含まれておりますので、アクティブ店舗数の指標を重要視しております。

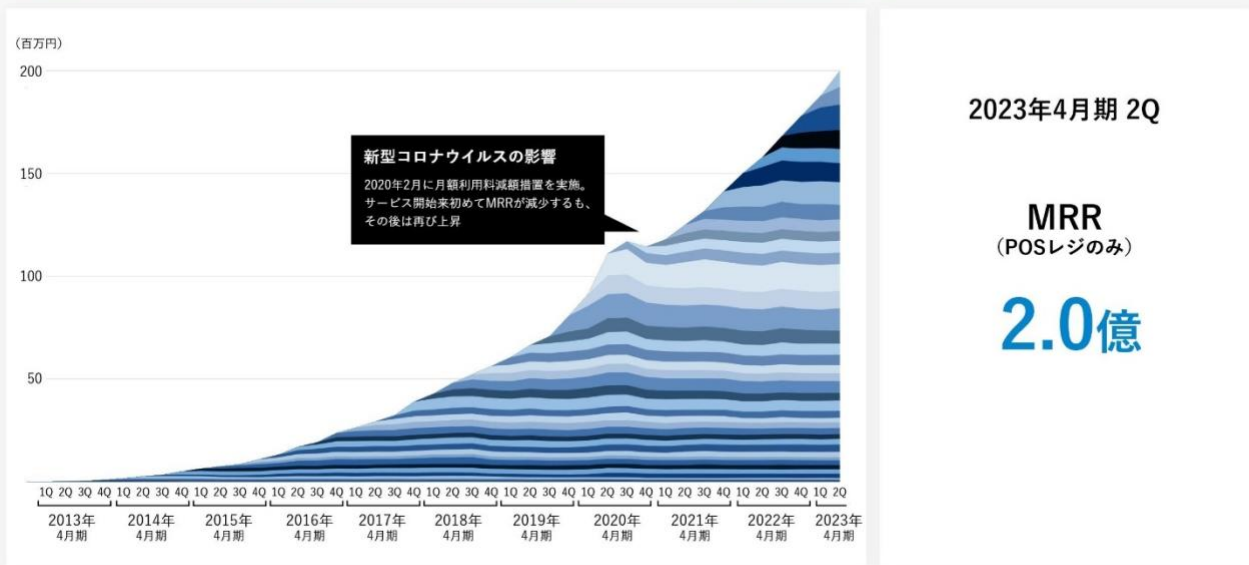
有料プランの 2 万 6,684 店舗のほとんどが当然アクティブですが、無料プランは割と大半が非アクティブになっていて、無料プランでアクティブになっているのが今、7,739 店舗ぐらいとなっております。

こちらは、長期計画として、2031 年にはこのアクティブ店舗数 30 万点を目標として今、活動を続けております。

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

新規獲得によるMRRの純増と低解約率による安定した継続利用によって、持続的成長を実現



次が、サービス利用開始四半期別の MRR の推移です。

サービス開始当初からという、ここで言う2013年4月期からお客様のMRRを積み上げていったグラフを記載しておりますが、こちらは順調に積み上がっております。

この表は、括弧で書いておりますが、POSレジのみの結果となっておりまして、こちらがスマレジのPOSサービス単体でMRR2億円という、今、状況になっております。

解約率が低いというので、昔から使っていただいているお客様も、この下のレイヤーになりますけれども、ずっと継続して使っていただいているのが見えるかなと思います。

それから今、クロスセル、客単価を上げようということで、スマレジタイムカードと、決済サービスであるPAYGATEを、このスマレジのユーザーさんに対してクロスセルの提案をしていくという活動を続けておりますが、それはこのグラフには含まれておりませんので、また今はちょっとうまく集計し切れていませんが、いずれまたうまくまとまった場合に開示していきたいと思っております。このクロスセルの活動自体は割と積極的に進めております。

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

直接的な事業シナジーのある企業を中心にM&Aを積極的に検討しています。
また、ITエンジニア獲得のためのアクハイアリングも併せて検討しています。

<h1>1</h1> <h2>顧客数の獲得</h2> <p>顧客獲得のスピードアップ、 またはターゲット領域拡大の ためのM&A</p> <p>対象企業</p> <p>クラウド系POSベンダー</p>	<h1>2</h1> <h2>顧客単価の向上 (ラインナップ充実)</h2> <p>スマレジを機能的に補完しうる 企業のM&A。クロスセル・ アップセルをねらう。</p> <p>対象企業</p> <p>スマレジと直接的なシナジーが望める 店舗向けソフトウェア保有企業</p>	<h1>3</h1> <h2>ITエンジニアの獲得</h2> <p>web系エンジニアを保有する 企業。プロダクトを保有して いなくて構わない。</p> <p>対象企業</p> <p>システム開発会社、Sler、制作会社</p>
---	--	---

スマレジ

最後になりましたが、スマレジの M&A 戦略ということで、今後の成長を考えたときに、スマレジ
はソフトウェア会社ですから、1 個 1 個サービスをつくっていくのか、それとも M&A したほうが
早いのかという、そういう Build or Buy のような考え方で M&A を積極的にやっていくことで、成
長スピードが加速するだろうというのは認識しております。

方針として三つ掲げています。簡単に言うと、スマレジを主軸として、それ以外のあまり多角化は
しないという方針で、1 と 2 は客数と客単価を上げることに寄与するもの、寄与するサービス、も
しくは会社さんを対象としたいと。ですから、1 番目は顧客数の獲得ということで、つまり同業他
社さん、クラウド系の POS ベンダーさん、国内外へ広く検討しております。

2 番目が、顧客単価の向上ということで、スマレジの顧客にばちっと合うようなサービスを提供し
ているソフトウェア会社さんであったり、デジタルガジェットの会社さんが対象となります。

3 番目は、アクハイアリング (Acqui-hiring) のようなイメージですけれども、IT エンジニアの獲得
ということで、IT エンジニアの獲得は当社だけではなくて、どこの会社さんも採用は結構難しい
ところだと思えるんですけれども、こういったシステム開発会社さんとか Sler さん等のエンジニア
をたくさん抱えていらっしゃる企業様を獲得するという目的で対象としています。

この 3 点を対象として今、M&A の検討を進めております。

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

スマレジ誕生から10年。
次の10年に向け、さらなる成長にチャレンジします！

VISION 2031

2022/6/13 UPDATE

KPI

アクティブ店舗数30万店舗、国内市場シェア14%を目指す！

スマレジはアカウント数や登録店舗数を目標指標にせず、
実際に使われるレジを目指し、アクティブ店舗数を重要指標として設定しています。

<https://corp.smaregi.jp/ir/management/vision2031.php>

スマレジ

では、最後のページに行きますが、中期経営計画、今は2年目のちょうど真ん中まで、ですから中期経営計画のちょうど真ん中まで進んできました。

大きな目標としまして、ARR50億円の突破を目標としていまして、今、足元で33.2億円まで来ました。今年度は36.7億円の目標ですから、ここがかなり現実味を帯びてきたかなと認識していきまして、引き続きこのARR、MRRの積み上げを最重要として活動を続けていきたいと思っております。

また、長期目標であります2031年のアクティブ店舗数30万店の突破を目指して、引き続き頑張っていきたいと思っております。

少しページを端折っての説明となりましたが、決算説明を以上とさせていただ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@scriptasia.com

質疑応答

遠藤 [M]：それでは、ここから Q&A を進めてまいります。

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、またはメールでのご質問をお送りください。

なお、類似するものに関しましては、内容をまとめたの回答とさせていただきます。時間内で全てを拾えない場合、ご参加の皆様へ、後日、回答集としてお送りいたします。

次に、パネリストをご紹介いたします。今回の決算説明会には特別ゲストとして、いちよし経済研究所、企業調査部アナリストの伊藤研一様をお招きしております。アナリスト視点から様々なご質問を頂戴できればと思います。

伊藤様、よろしく願いいたします。

伊藤 [Q]：どうぞよろしく願いいたします。

まず、頂いている質問を私も共有させていただいていますので、こちらを見た中で、やはり非常に多く来ているのが今回の値上げについてなので、まず値上げについて質問したいと思います。

単刀直入に、そもそもなぜ値上げされたのですかというところからお願いします。

山本 [A]：ありがとうございます。

方針ですけれども、特に原価が高騰しているとか、為替の影響ですごくしんどい思いをしているというわけではなかったです。何年も前からというか、上場してから特に海外系の機関投資家さんから、値上げしないですかとか、もうちょっと値段を上げてもお客さんはついてくるのではないですかとかというご意見はずっと頂いていました。

スマレジのサービスとしても、前回この価格を決めたのが 2014 年ですから、もう 7 年以上前の価格設定になっていて、この 7 年間で 2 回のメジャーバージョンアップもありました。それから、毎月のようにアップデートというか機能改善をずっと繰り返してきたというのがありまして、その値段は改定するタイミングをずっと失っていたというのがあったんですけれども、十分何か原価が上がって困って値上げするというよりは、サービスレベルを十分しっかり上げてきたであろうと、それからお客さんもある程度満足していただいているのではないかとということで、少し値上げをさせてもらいました。

その値上げの原資で、またサービスレベルを上げていくという、そういういいサイクルにつなげていきたいなという思いがあって値上げをしました。

伊藤 [Q]：なるほど。値上げの影響の仕方ですが、1 月に一気に値上げをした分の影響が ARR、MRR に出てくる、そういう理解でよろしいですか。

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@scriptsasias.com



山本 [A]：そうです。1月の請求からということで今は進めていますので。売上に反映されるのは2月からですか。

遠藤 [A]：値上げは1月からです。

山本 [A]：1月の売上からです。

伊藤 [Q]：今回、全体で約15%、平均するとなるとと思います。シンプルに新規顧客の獲得がネガティブなほうでは鈍化する可能性、あるいは既存の解約というところは多分皆さん心配されているところだとは思いますが。

実際、かなりシミュレーションをされて値上げされたと思うので、ゼロとは言わないと思いますが、そこまで影響として出ないのかなという気も個人的にはしています。POSの性質上、そもそも非常に不可欠なものであって、ぜいたく品ではないわけですから、必ず必要なものではないですか。だからそんなに影響は出ないかなと思いますが、手応えとしてはどうですか。解約率として、これぐらいまでだったらうまくいくかなとか、ざっくりとしたイメージで影響はあるのでしょうか。

山本 [A]：店舗さんからすると、多分嫌だなという感触はあるとは思いますが、そこは僕たちのエンジニアであったり、うちのスタッフみんなが胸を張っていいサービスを提供しようという思いがあるので、そこは頑張っていきたいなというところです。

まずは、新規契約に対してでいうと、スマレジはプレミアムモデルというか、無料プランもあります。無料プランはそのまま継続してやっていくので、最初のハードル、導入のハードルが低いとか、検討のハードルが低いというのはそのまま、そこからレジ機能だけでいうと、無料で使ってもらって、そこからもう一歩突っ込んだお店の業務システムとして機能するときに、その深いところでお代をいただくというモデルには変わりないので。

なので、最初の導入の敷居の低さというのは変わらないであろうと思っていますので、新規の契約に対しても、バッドケースというか、シナリオは一応検討はしています。そこまで15%の値上げでお客様の加入が減るというのはあまりないのではないかなと思っていますけれども、一応両方を想定はしています。

解約ですけれども、もしお客様が、この値段が上がったので、ちょっとこれはやっていられんということで解約しようという決断をされる方もいらっしゃるかもしれないので、そこはちょっと注視していきたいというところですが、ぜいたく品ではないとおっしゃったのと一緒で、レジを入れ替えないといけないので、必需品なので、入れ替えるとなるとかなり検討期間が必要であるということで、来月1月からいきなり解約率が上がるというよりは、このもしマイナスの効果が出るときは、もうちょっと先の3か月から半年後ぐらいに解約率が上がるかもしれないという想定はしています。

伊藤 [Q]：なるほど。分かりました。ありがとうございました。

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



値上げに関して頂いている質問で一つ、今回の値上げの件で、レジを交換する際にお客さんにまた新たな初期費用は発生してしまうのかという質問をいただいています。基本的にはそうなりますか。

御社の使っているグローリーさんとか、いくつか機器があると思います。これを、例えば他の会社にしたときに、ハードのほうもお客様は初期投資が発生してしまいますか。

山本 [A]：クラウド POS の競合他社さんはいくつかいらっしゃいますけれども、ある程度機器ってそんなにラインナップがないので、例えば僕らで使っているのはエプソンさんとか、自動つり銭機だとグローリーさんとか、それからスター精密さんというプリンターメーカーさんを使っていますけれども。ラインナップでいうとあとは何社かぐらいしかないので、他の POS ベンダーさんも同じ機器を使っている可能性は高いので、そこまでスイッチングコストは高くないかもしれないですけれども。

ただ、機器代よりも、せっかくためてきた POS データを止めてもう 1 回登録し直してというその手間と不便さというのはスイッチングコストとして高いのではないかなと思います。

伊藤 [Q]：なるほど。ありがとうございます。

これは先ほどもご回答いただいたと思いますが、大型案件等で価格改定にずれが発生するものがありますか。あればその比率について教えてください。先ほどおっしゃった話だと思います。徐々に値上げによって解約とかが出るかもしれないということなので、全てが 1 月に全部ばんと影響ができる、出尽くすというわけではないですか。

山本 [A]：大型案件というのは、数百店舗とか、そういうイメージですか。それも一緒に、一律、大手のお客様も個人商店のお客様も、もう一律でばっとやってしまうというか。

ただ、少しだけ、今回の値上げの件で、12 月 7 日発表なのでもう 1 週間ぐらいたっているんですけども、問い合わせがそんなに来ていない。来ていますけれども、めちゃくちゃ問い合わせが来ているわけではなくて。いくつかのお客様が、案内開始から、12 月 7 日に案内を開始して 1 月 1 日からは期間が短過ぎないですかと、準備ができないですというお客様もいらっしゃったりとかして、そこはちょっと申し訳なかったなというのがあって。先方のお客様で受け入れ体制が整わないから少しだけスタートを遅らせるというのは一部だけあります。でもほとんどは 1 月 1 日から値段が変わります。ほとんど大半が変わります。

伊藤 [Q]：続いて、非常に多くの質問を頂いているのは、広告宣伝費をどうするんですかというところで。先ほどご説明いただいたように、今年度は 1Q から割とコンスタントに使っていきこうという中で、やっぱり思ったより広告宣伝費が増えないなというのは、セカンドクォーターも実感されている人結構いたのではないかと。この辺りの下期以降の広告宣伝費の見方、また、それを踏まえて来年度以降ですね。

特に私、今回値上げもされて、ある意味広告をばんばん打てば打つほど、がんがん月次の課金 ID が伸びるというモデルでもないのかなと思っているところもあってですね。そうすると、今回の値

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



上げの裏側で、来年度以降もそこまで広告宣伝費はばんばん増えないよなという推察をされる方も結構いたのではないかなと思いました。この広告の考え方を教えてもらえますでしょうか。

山本 [A]：もともとあまり広告をやったことがなかったので、いろいろとナレッジをためていこうということで、昨年度からテレビCMだったりとか、今日来ていますけれども、ラジオをやってみたりとか、それから SNS 広告であったりとか、いろいろな施策を今やったり、効果があれば継続したり、効果がなければまた別の広告を考えたりというのを、この1年半ぐらいずっとやってきました。

先ほどの本編の中でもお話しさせてもらったんですけども、年間を通しての予算の分配はかなり上手になってきたかなと思っています。金額が少ないと言われるとなかなか難しいですけども、そこは丁寧にやっていきたいなというところがあります。営業のスタッフ、広告を打てば打つほどリードが増えると問い合わせが増えるというのは、感触、実感はかなり得ているんですけど。

これ以上踏んだらもうちょっと来るよねというところまではちゃんと見えているものの、リードがばーっと増えて商談が増えた、その分1個1個の商談がちょっと荒くなっていたりとか。営業マンをずっと採用し続けていますけれども、その営業マンの成約率が少し下がってしまっていたりとか、上手にお客さんを契約と納品までというところをうまく誘導できていないところもちょっと見受けられていたので、ちょっと雑になっていたのも、それはもったいないじゃないですか。

広告をせっかく使っているのに成約率が下がったりとかするともったいないので、その辺はもう一度見直して、社内の教育であったりとか、リード獲得から納入、もしくはカスタマーサクセスの部分までをきれいに、新人でもうまく回せるようにという体制づくりも併せてこうやっていっているというのがありますので。

それでいうと、ギリギリのラインの広告の使い方をしているというイメージです。これ以上やっちゃうと、多分こちら側のオペレーションが雑になってしまうなというのがあって、ギリギリを。

伊藤 [Q]：結構御社の営業は属人的というか、人によって成果がすごく出るものですか。

山本 [A]：こちらからの提案営業はほとんどやっていませんが、お客さんから問い合わせをいただいて、すごく難しいのが、例えば服屋さんで在庫管理が困っているからレジを入れたいといったら、ある程度は在庫管理はノウハウがないと提案できないというか、ご案内できないではないですか。

その一方で、また違うカフェでレジを導入したいというのとはまた違う要件が出てくる。カフェの場合だったらこのように運用してくださいと。居酒屋さんだったらこのようにレジの設定をしてくださいと、オペレーションをしてくださいという、一つ一つ業態がすごく細分化されているので、それを、さあ3カ月前に入った営業マンに全部マルチにうまく答えてくださいという、なかなか難しく、そういうちょっとしたナレッジが必要というのはあります。

チームでナレッジをためていって、チームでカバーしていくというやり方になるんですけども。それでも、やっぱり一人一人の最低限の知識が要るかなと思います。

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



伊藤 [Q]：なるほど。そうすると、今回値上げされて、そういった値上げでももちろんもっと人が取れるといったこともありますし、供給のところのクオリティーアップというところが裏側でしっかりやっていたらいいかなと思います。

山本 [A]：そうです。その両輪で使った広告をうまく契約につなげていきたいなというのがありません。

伊藤 [Q]：なるほど。そうすると、今の話でいくと来年度以降も人のところの成長具合を見ながら、多少広告のところは期中の中で見通していくみたいなことでもよろしいですか。

山本 [A]：そうです。

伊藤 [Q]：分かりました。ありがとうございます。

続いて、これは私からの質問ですが、やはり御社が今、一番主要な KPI が有料の店舗数の推移だと思うんですけども、今年度、もともと月でやはり 500 店舗ぐらいは有料店舗を増やしていきたいよねということで、昨年からしっかり広告を打ってきた中で、少し成果が見えたらいいなと思いつつ、今年度ずっと追い掛けてきて。

上期が終わって、ちょっとやはり物足りないなという進捗が続く中でも、11 月は少しずつ良くなっているような印象があって。この辺りの月次の店舗、もう一段上げていくには何が足りないのか、今年度もし課題とか足元の問題があれば教えていただけますでしょうか。

山本 [A]：一番の基盤となるのがスマレジですから、決済サービスですとか、タイムカードとか、そういうクロスセルもあるんですけども、主軸はやはりスマレジですから、広告宣伝費だけではなくて、今ユーザー会というものを始めたりとか。ユーザー会は、以前も 1 回やっていたんですけども、既存のユーザーさんと店舗の投稿をしましょうと。店舗経営とか、もしくは地方の町を盛り上げるという文脈で、ユーザーさん同士で集まってオフ会をしましょうと、勉強会をしましょうというのをやり始めたんですけども。

そこに、スマレジユーザーさんでなくても入っていただいてもいいですよという形で、場を広げていくという活動をしていまして。そうすると、既存ユーザーさんが主体となって、ユーザーじゃない人を巻き込んで、スマレジをこのように使ったらもっとうまくお店の経営ができるよみたいなことをユーザーさんが教えてくれるという、そういうある意味リードのナーチャリングができるという、ユーザーさんがやってくれるみたいな、そういう活動をやっていたりとか。

それから、今もう 1 個何か言おうと思ったのですが、忘れてしまいました。そういったいくつかの新しいチャレンジをスタートしていて、単純に広告をばーっと出して、ばーっと刈り取ってみたいなものよりは、もうちょっと手厚く納得感のあるようなサービスを提供していきたいというのはあるので、一気に爆発するのはなかなか難しいかもしれません。

伊藤 [Q]：お客さん側の景況感はいかがですか。1 月以降も旅行支援でしたっけ、確かもう 1 回やりますよということで、御社は外食さんとか小売さんとか国内の旅行者とか、あるいはもしかした

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@scriptsasias.com



らインバウンドとかも結構影響があるのかなと思います。この辺りの外部環境の改善は感じられていますか。

山本 [A]：全部の声を聞いているわけではありませんが、1回落ち込んでいた方とか、守りに入っていた方もたくさんいらっしゃったと思うんですけども、ここからまた出店していきたいという方もたくさんいらっしゃいます。

現に広告を打てば、リードの数もすごくぼんと増えるので、レジを検討している、DX という文脈で、アルバイトが採用できないという問題に対して、いかに少ない人数でオペレーションを回すとか、それからコロナの影響で非接触の、券売機であったりとか、キャッシュレスとか、そういうのに代えて運営していきたいというお問い合わせとか、改善していきたいということと、新規出店の声と両方いただいていますので、決して暗い感じではないと思います。

伊藤 [Q]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。

続いて大きなトピックとして、今回決済サービスのところが、ファーストクォーターからセカンドクォーターで ARR ですと 6,000 万円ぐらい戻ってきたのが一つ大きなハイライトだったかなと思うんですけども。かなり赤字の会社を買収されて、社長自ら PMI に先頭切っていかれていて、少し成果が出てきたのかと思います。今の決済の状況はいかがでしょうか。

山本 [A]：決済のサービスで MRR がかなり積み上がったというのはすごく良かったなと思っています。スマレジとの親和性、サービスとの親和性がすごく高いので、まだまだポテンシャルはあると思っています。

PMI は、上場後初めての M&A でしたので、いろいろな部署から寄せ集めで PMI チームをつくって、今もやっていますけれども、ノウハウはたまったかなと思っています。

ただ、先ほどおっしゃった赤字会社を買いましたと。赤字はかなり減っていますというか、だいぶ業績に出ていると思いますが、そんなに赤字の影響はないですけれども、その分、赤字会社のオペレーションを改善していくであったりとか、そういう社内の改革はかなり頑張っているもので、結構リソースは取られていると言えば取られていますけれども、でもそれを乗り越えれば、すごくもっとサービスの親和性は上がっていくのではないかなと思っています。

伊藤 [Q]：1Q から 2Q で伸びが加速している理由は、結局は何ですか。

山本 [A]：スマレジの既存顧客、お客様に対して、もしくは今、営業している新規顧客に対して、必ず PAYGATE はどうですかというセットの提案をしていて、一定数の契約が取れてきていますので、そこの影響はあると思います。

伊藤 [Q]：なるほど。既存と新規はどちらのほうの手応えがありますか。どちらも同じぐらいの手応えがありますか。

山本 [A]：どちらもです。1 個前に、ユーザー会を始めましたと話をしましたが、ぶっちゃけスマレジの営業マンって、新規獲得のために毎月の時間を割いているので、契約後のお客様に対しての

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



アフターフォローをする余裕がないというか。契約を取れたら次の案件を行かないと回らないので、そういうアフターフォローが営業チームではなくてカスタマーサクセスチームでやってはいるものの、そこまで既存顧客さんとのコミュニケーション、もしくは距離感がそこまで取れていなかったなと思って。それも含めて、ユーザー会を始めました。

いやらしい言い方になりますけれども、これからクロスセルを仕掛けていくというか既存のユーザーさんにいろいろなご提案をしていく中で、一回距離が遠ざかったらまたコールドコールみたいな感じになってしまうので、もうちょっとお客様との距離をもっともっと詰めてから、こんな商品どうですか、あんな商品どうですかとやったほうが温度が高くなっていくだろうということで。それも含めてユーザー会をやっています。

新規のお客様は、もちろん全員が決済サービスもいいよという方もいるとは限らないですし、いいよという方も一定数はいらっしゃいます。既存ユーザーさんはまた別の話で、スマレジとお客様の距離が遠くなっていたものを縮めながら、どうですかという話をしたら、検討しようかということになるということで。また性質が違うかなと思うので、両方また違うやり方でやっていったりします。

伊藤 [Q]：今日の説明会資料にもあったとおり、御社は GMV を開示されていて、3 カ月で 4,000 億円弱なので、月換算をすると一千数百億円の決済が、御社スマレジユーザーにあるという状況で。半分ぐらいがいわゆるキャッシュレスなので、非常に御社の中では決済事業のポテンシャルが非常に高い、既存のしっかりクロスセルを進んだだけで、本当にスマレジと同じぐらい ARR は実現ができるポテンシャルがあるのかなと思いますが、そういう認識でよろしいですか。

山本 [A]：そうだったらいいなという感じで頑張っています。スマレジと決済がセットじゃないと契約しませんとしてしまうと柔軟性がなくなってしまうので。お付き合いがあって、例えば商店街でみんなが他社さんの決済を入れているからスマレジだけを使いたいという方もいらっしゃるの、その辺はお客さんに合わせながらやりますけれども、なるべく決済を使っていただくというように、機会があったら。

伊藤 [Q]：決済をきっかけに取れたスマレジの新規顧客も、これからどんどん出てきますか。

山本 [A]：そうですね。リード獲得のための広告宣伝費がちょっと増えていっているんですけども、それは完全にキーワード広告とかで、いわばリスティングとかの広告で、今までは POS とか棚卸とかレジとかというキーワードだけでしたが、それに対してキャッシュレスとか、決済とかを加えていっているので、キャッシュレスのキーワードとか決済のキーワードからリードが取れるのもかなり増えてきていますので、その辺はプラスになっています。

伊藤 [M]：確かに、僕が飲食店をやろうと思ったら、POS レジを考える前にまず決済をどうしようとしてそこが気になりますよね。

山本 [M]：いろいろな決済がありますしね。

伊藤 [Q]：そうですね。ありがとうございます。

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



いただいた質問で、ごめんなさい、1 個話が戻ってしまって恐縮です。有料店舗が year-on-year で 22% 増えました。これは既存と新規だとどういう合計でしょうかというご質問を頂いています。

また、チェーンか個店かです。確か、昨年度とか、結構チェーンでいくつか大きいのが入っていたという話がありましたが、今年度もそこら辺の規模別の状況はいかがでしょうか。

山本 [A]：割合でいうと、以前からあまり変わってなくて。新規で出店するお客様と、それから既に店舗経営をされていて、その入れ替えというパターンでいうと大体半分半分ぐらいになります。商談の内訳を見ても、大体半々ぐらいです。新規出店とレジの入れ替えが、大体半分半分ぐらいの割合になっています。

それから、大手さんが増えているというのは確かにそうですけれども、その分個店さんの問い合わせも増えているので、大手さんと個店さん、案件の規模でいうと、それも両方が増えているようなイメージです。

伊藤 [Q]：分かりました。

続いて頂いている質問で、現状、3 万店のアクティブ店舗数を 30 万店という目標を掲げられていますが、もう少しこの解像度を上げて、どういう道筋でどうやって進めていくのかというところを教えてくださいませんか。

山本 [A]：販売戦略で、僕は何て言うか忘れましてと言っていました、それも一緒ですけれども。今、お店って、スマレジのターゲットは小売店と飲食店ですという、大きく二つの業態に対して、ターゲットとして展開していますというお話をいつもやっています。よく見ていくと、小売店の中でも、食品小売をしている店舗さんとか、それからアパレルを展開している、メーカーさんが直販している店舗さんがあったりとか、セレクトショップがあったりとか、それから家具屋さんがあったりとか、古着屋さんがあったりとか、雑貨屋さんがあったり、業態がすごく細分化されています。

飲食店も一緒に、飲食店ももっと細分化されていて、ピザ屋さんとか、ファストフードだったりとか、牛丼チェーン店があったりとか、カフェがあったりとか、すごく業態が細分化されていて。それぞれの方が必要としているシステムが全く違う、ガラッと違う。レジでお会計しましょうという部分だけを見ると、皆さん同じくシステムとして使えますが、その裏側にあるマネタイズしやすいポイントまで見ていくと、すごく皆さん欲しい機能が違う。やりたいオペレーションが違うというのが、すごくよく分かってきたと。

これを、全部をスマレジが 1 個 1 個実装していくと、機能をつくっていくとなると、相当難しい。今、スマレジ 4.0 というバージョンになってからは、アプリマーケットを展開しています。そのどんなお店でも使えるような基本的な部分はスマレジが用意します、プラットフォームとして用意しますと。そこから上の各業態に合わせたニッチな機能とか、細かな深掘りした機能は、スマレジ

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



だけではなくて、サードパーティー、API を通じてサードパーティーの会社さんも開発できると。それをまた再販もできるという、そういうエコシステムの活動をしている。

ここが今、一番大きなスマレジの特長になっていて。競合他社さんでは、今のところこれをやっているところはないということで。ここをかなり深く掘って、いろいろな業態の店舗さんが、そうそう、うちはこういう機能が欲しかったみたいなものを1個1個丁寧に開発パートナーさんと組んで提供していくと。そういう戦略を採っていきたいなと思っていますので、それが今後の販売戦略にもつながっていきますし、製品の開発にもつながっていきますし、そういう軸足で今後はやっていこうかなと思っています。

伊藤 [M]：そうすると、多分値上げの話ともつながってくると思うんですね。いわゆる競合さんと単純に価格と、今の機能だけで比べると、もしかしたら他社のほうがちょっと安いからそっちとってしまうかもしれませんが。

一方で、アプリマーケットがすごい充実してくると、そうはいつでもスマレジさんと付き合っておくとどんどん発展していってくれるので、スマレジを使っておかないということが解決できないみたいなことが後から出てきたら嫌だよなという形になると、多少の今回の値上げは、全然お客さんからすると理解してもらえるのかなと思います。

山本 [M]：そうですね。そうあってほしいなと思います。

伊藤 [Q]：ちなみに、アプリマーケットはどうしてもアプリの単価自体がそこまで高くないので、なかなかアプリマーケットの収益貢献はもう少し先になるのかなと思います。

一方で、アプリ数がだいぶ増えてきているなと思いますが、この辺の充実度はいかがでしょうか。

山本 [A]：アプリマーケットは、また BizDev のチームが今はいまして、今、アプリで約 100 個弱ぐらい、九十何個ぐらいまで増えていて、いろいろなアプリが出てきていて。お店の顧客管理とか会員管理って、昔でいうとメンバーカードとかスタンプカードを配ったりすることが流行ったのですが、今は LINE の会員募集がすごく多くて。それとスマレジを使いつつ、LINE のミニアプリ連携、アプリ連携がすごく売っていたりとか。

あとは、小売店をやっている方は、e コマースを必ずやっているんで、今、すごく Shopify が伸びていると思うんですけども。そのスマレジと Shopify を連携して、在庫を共有したりとか、そういうものがすごく受けているというか、好評をいただいていたとかして。そういうヒット商品が少しずつ出てきているような感じです。

伊藤 [Q]：こちらの開発をしてくれるパートナー数は、順調に拡大していますか。これはまだまだ伸びていくと思っていますか。

山本 [A]：そうですね。パートナーさんは、一から POS レジをつくるよりは、スマレジの上で追加機能、必要な機能だけをつくるほうがはるかに簡単にスタートできるので。スマレジの追加アプ

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



りをつくれれば、今のアクティブの三万数千店のお客さんにリーチできたりするので、かなりメリットがあるので、まだまだ開発パートナーさんは増えていくと思っています。

伊藤 [Q]：少し今後の業績に関する質問が来ているのでお伺いします。来年度以降の会社計画と、今の現段階でお話しできることは限定的だと思います。雰囲気として、この上期決算を受けて、来年でいうと利益出そうだなと感じる、今日の株価もそうですが、感じられた人は僕は一定数いるかなと正直思うんですけども。

そうは言っても、一方で、先ほどの人をしっかり採ったりとか教育とか、それに伴ってもう少しある程度広告も増えるという話もあったので、どうなのかなというところですけども。そもそも、この中計を振り返ると、そんなに利益は見ないでください、まず ARR の最大化は一応大前提にあると思います。

一方で、今、半分ぐらい終わって、少し目線が変わってきたのかなと、もうちょっと利益を残しながら成長するのかななんて思う人もいるのかなというのは感じましたが、いかがですか。中計を策定した段階と、今、半分ぐらい終わって、ちょっと投資の方針は変わっていますか。

山本 [A]：そうですね。ちょうど1年前ぐらい、スマレジに限らず株価がばんと下がってしまった時期があって、機関投資家さんとの対話をしている中で、去年より1年以上前は、もっともっとアクセルを踏んでくださいというアドバイスをたくさん頂いて、赤字になってもいいからもっと成長に投資してくださいと言われていました。

最近の1年間ぐらいは、ちゃんと利益を出したほうが評価されますよみたいなご意見にばんと変わってしまったので、IR 活動をしている中では見られ方がかなり変わっているなという認識はしています。

スマレジ社自体は、元々はすごく利益を出しやすいというか、利益を出すのが得意な会社でやってきていましたので、上場直後ぐらいとか、この中計、今の走っている中計の前って、営業利益率でいうと20%から25%ぐらいは簡単に出られたというのがありましたので、それで合計して、今は営業利益率が10%から15%ぐらいまで踏んでいるぐらいです。

ここから、まだ赤字にしてまで成長ドライバーをつくっていかなければいけないのかというと、ちょっとまだ分かりません。広告宣伝費のところ、成約率が下がっているという話もちょっと絡めてお話しさせてもらったんですが、無駄なお金はやはり使いたくないという思いはどうしてもあって。どんとなかなか踏み込まないような企業風土ではあると思っています。その中でどれだけ踏んでいくであろうかという。

だから、油断するとすぐ利益が出てしまうという会社だと思います。絞るのが得意だと思うので。あとはそれをどれだけうまくお金を活用してやっていけるかというのが今の経営陣の課題だと思います。

伊藤 [Q]：なるほど。分かりました。ありがとうございます。

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@scriptasia.com



頂いた質問いくつか読み上げさせていただきます。まず、非常に IR、ディスクロージャー素晴らしいというご質問が来てまして。これは私もアナリストとして非常に感じています。月次のレポート等も出して頂いていて、非常に分かりやすいです。

その中で、今後大型の顧客獲得があった場合の適時開示はできますかというご質問です。

山本 [A]：まず、IR の件で褒めていただいてありがとうございます。今、チームでやっていますが、ありがとうございます。今後もフェアディスクロージャーを心掛けてやっていきたいと思っています。

大型のお客さん、案件が取れると一気に MRR は積むのでありがたいですけれども、解約すると逆にどんどん下がったりもしますし、結構波が大きいので、元々スマレジ社としては、大きなお客さんももちろん大事にはしますし、でも中小規模の個人商店さんをすごく大事にしたいなというのはあるので、そこは別に均等にやっていきたいなというところがあります。あまり大手さんが取れましたみたいな PR はしないかなというところと。先方が掲載許可をいただけるかどうかもあるので、ちょっと難しいかなと思います。

伊藤 [Q]：ちなみに、今、御社で比較的大きい規模の顧客で、大体店舗数はどれぐらいですか。

山本 [A]：500~600 店舗ぐらいのチェーン店さんが、ちらほらいらっしゃいます。

伊藤 [Q]：では、クラウド型の POS レジでも、それぐらいの規模感までは全然対応できるということですね。

山本 [A]：そうですね。店頭レジとして使っていただく分には全く問題なくて。そこから数百店舗になってくると、基幹システムだったり、いろいろな情報システムと接続しながらやっていくので、スマレジだけではもちろん駄目ですけども。店頭レジだけであればチェーン店さんでも使っていただけます。

伊藤 [Q]：今回、セカンドクォーター、恐らく値上げの発表を受けてだと思いますが、上方修正を期待していましたといった質問が来ています。先ほど、値上げの影響は正直全然読めないところがあるとおっしゃっていたのでなかなか答えづらいかと思いますが、この辺りの、冒頭おっしゃっていた、ある程度の目処が立ってから発表するというのは、ある程度とはどういうことでしょうかというご質問です。

山本 [A]：業績の見通しはまだ何とも言えません。すみません。

伊藤 [Q]：続いて、これは会計的な話で、ウェブニクスの取得原価の配分についてという質問です。これは、ごめんなさい、僕はちょっとよく分かりませんが、どういうあれでしょうか。

山本 [A]：あまり大きく開示していませんが、福岡のシステム開発会社さんからサービスを 1 個買っていて、事業を買って、そのことですかね。

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



それは、お店向けの予約管理だったりとか、それからお店の店舗アプリをつくるサービスだったりしますが、そんなに大きくなかったのでトピックとして取り上げていませんでした。その会社さんの取得原価ですか。

伊藤 [Q]：負ののれんが特別益で出る可能性はありますか。

遠藤 [A]：取得原価の配分に関しては PPA（取得原価の配分）を協議中でありますので、現時点において明確にお答えすることができないですけれども。今の時点では、のれん発生益の可能性は低いかなという見立てになっています。

伊藤 [M]：この辺りで、一応いただいた質問と、私が質問したかったことも一通りさせていただきます。

山本 [M]：ありがとうございます。質問は何件ぐらい来ていますか。僕はちょっとここで見られなかったのです。

伊藤 [Q]：先ほど、アクティブ店舗数 30 万店を達成する際の前提条件ですが、GMV がどの程度で、そのうち貴社決済の割合がどの程度を占め、決済のテイクレートをどの程度期待できるでしょうか。

山本 [A]：なるほど。30 万店の当期の GMV か。ちょっとすみません、そこを今はまだ取っていないです。

伊藤 [M]：30 万店で月 1,000 億円ちょっと、単純計算したら 10 倍ですね。

山本 [A]：10 倍です。[音声不明瞭]。テイクレートを、そんなに高くないですけれども、昔の PAYGATE の買収前のテイクレートをすごく低かったので、スマレジ・ペイメントをやっていたんですけれども、本当にちょっとしかもらえなかったんですけれども、今回はかなり利幅が取れてはいますが、それでもそんなに高くないです。しかも、いろいろな決済があるんですけれども、VISA、Master カードは割と利益がもらえますが、JCB、AMEX はほとんどもらえなかったりとか。QR とかはそれぞれまた皆さん仕切り価格が違うので一概には言えないですけれども、0 点何パーセントとかすごく低いです。その積み上げになっています。

今、PAYGATE の MRR のうちの月額固定でいただいている分が結構大きくて、決済手数料はまだまだ小さいです。これからですね。

伊藤 [M]：いずれにせよ店舗が増えてアクティブ店舗数が増えること自体、やはり決済総額、GMV が増えればそれなりの規模にはなるかなと思います。

山本 [M]：そうです。それで積み上がっていくと。

伊藤 [Q]：ちなみに、決済の手数料は、恐らく PAYGATE 単体でやっていたよりは御社の傘下に入ってお客さんがかぶる費用としては少し低減できているのではないかと思います。この辺りのシナジーはいかがですか。

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@scriptsasias.com



山本 [A]：PAYGATE さんの、以前は価格が安定していないというか、案件ごとに料率を決めていたという営業の方式を採っていたのを、それを一律に変えまして、それで1件当たりの収益がかなり安定したかなと思います。まだそんなレベルです。

伊藤 [Q]：分かりました。この辺りはまだ改善余地は結構ありますか。

山本 [A]：まだまだあります。

伊藤 [M]：恐らくテイクレート自体はある程度相場があるので、相場並みを頑張るとい感じかなと思います。その中で一律にしたことによって、より平均的には少しというか、かなり。

山本 [A]：かなり上がっていて。あとは、クレジットカード会社さんと交渉を今いろいろとやっていますけれども、昔よりは随分スマレジの今の既存加盟店がアクティブに3万店以上あるということを受けて、かなり僕らの交渉力が増しているなという実感はあるので、割と利幅が取りやすくなってきている。年々取りやすくなってきているというのと。将来スマレジが日本一になりますよという前提でカード会社さんとも交渉をするので、かなりやりやすくなっています。

伊藤 [M]：こちらで一通り質問は読み上げさせていただきました。

山本 [M]：大役をありがとうございました。皆さんの声を代表して質問をしていただきまして、ありがとうございます。

遠藤 [M]：一部、まとめたの回答とさせていただいたものもありますが、たくさんのご質問を皆様ありがとうございました。

では最後に、IR からののお知らせです。当社では、IR 情報をニューズレターや LINE でもお知らせしております。月次の登録店舗数など、情報満載のレポートも毎月配信しておりますので、ぜひご登録をお願いいたします。また、個別取材や追加質問の項目も設けております。ぜひご活用ください。

山本 [M]：ぜひ登録ください。登録していただいていますか。

伊藤 [M]：メールをいつもいただいています。

山本 [M]：ありがとうございます。メールマガジンと LINE と両方やっていますので、ぜひ登録してください。

今、12 月の中旬ということで、当然第 3 四半期に差し掛かっています。12 月は、いつもは例年という少し閑散期になって、というのも 12 月は年末年始に、皆さんお店が忙しいときにレジの入れ替えを検討するという状況ではないので、なかなかこの第 3 四半期は業績が伸びにくいです。とはいえ、皆さん現場は忙しく、今動いておりますので、第 3 四半期も引き締めて頑張っていきたいと思っていますし、その流れを今、割といい流れで来ていると思いますので、このまま突っ走って、今年度の通期もいい業績を上げられるように頑張っていきたいと思っていますので、今後ともご声援のほどよろしく願いいたします。

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



今日は新しいチャレンジとして、アナリストの伊藤さんに、わざわざ今、大阪まで、スマレジの本社まで来ていただいて、お越しいたいて対話型を進めてまいりました。IR はどんどん新しいことにチャレンジしていきたいと思っておりますので、今日の感想とかもいただけたらすごくうれしいなと思っておりますのでご意見をください。よろしくお願いいたします。

伊藤さん、最後に一言よろしいですか。

伊藤 [M]：今日は素晴らしい会、光栄な会にお呼びいただきありがとうございました。御社の飛躍を応援しておりますので、今後ともよろしくお願いいたします。

山本 [M]：以上となります。今日はお忙しい中お集まりいただきまして、どうもありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。

[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@scriptasia.com