

証券コード
4015



a

arara

2022年8月期第1四半期
決算説明資料


2022年1月14日
アララ株式会社

FY2022 1Q

2021年9月～2021年11月

- I. 決算ハイライト
- II. 事業別業績・指標
- III. 事業別の取組み状況
- IV. バリューデザインとの
経営統合
- V. Appendix

注：当資料における2020年8月期以前に関する資料は、監査未了の資料を使用



I. 決算ハイライト

キャッシュレスサービスは物品販売と受託開発の減少により売上高減少

半導体不足による決済端末など物品売上高の減少や、前年同期に計上された受託開発に係る売上高が減少

▶ **中期的なリカーリング売上拡大に向け、カスタマーサクセスを強化**

メッセージングサービスは安定した売上高・利益を確保

メッセージングサービス事業は安定した売上高を確保しており、更なる成長を目指してプロダクトのリニューアル、インサイドセールス/フィールドセールスの導入などを実施

▶ **成長機会を主体的に捉えられるプロダクト・体制への変更**

関係会社株式の評価損12.5億円を計上

中長期的な成長の観点からバリューデザイン株式を取得したが、2022/8期1Q末時点で市場価格が下落していることから、会計基準に則って評価額を修正*。本日バリューデザイン社との経営統合を合意しており、ハウス電子マネーNo.1企業として両社でシナジーを追求

▶ **特別損失を計上、今後は両社で売上高拡大・共通コスト削減へ**

* 2021年4月以降に開始する事業年度から時価算定会計基準の適用が開始され、企業会計基準第10号「金融商品に関する会計基準」及び企業会計基準第30号「時価の算定に関する会計基準」に基づき、未実現であっても金融商品等の損益を認識・計上するもの。なお、今回の評価損によるキャッシュアウトはない。

決算ハイライト

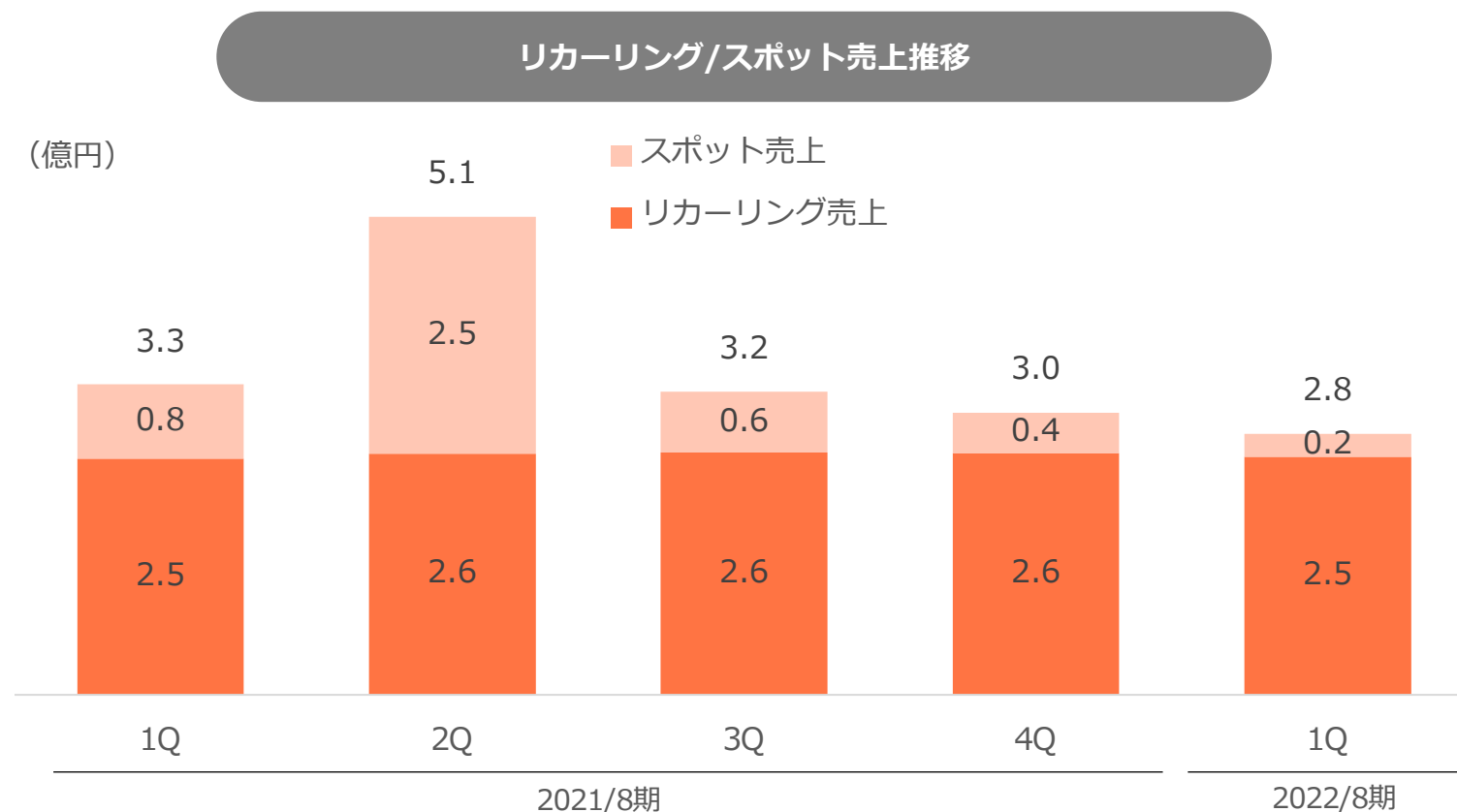
2022年8月期1Q 業績概要（損益計算書）



- ✓ 当社は中長期的な成長の観点からバリューデザインの株式を取得したが、直近で市場価格が下落したため、特別損失として関係会社株式の評価損12.5億円を計上
- ✓ キャッシュレスサービス事業において、半導体不足による決済端末などの「物品売上減少」と前年同期に計上された「受託開発の減少」が売上高減少の要因。中期的なリカーリング売上拡大の施策として既存顧客での利用促進に注力

単位：百万円	2021年8月期 1Q	2022年8月期 1Q	前年同期比	主な要因
売上高	329	277	▲52 (▲15.8%)	キャッシュレスサービス事業の売上減少
営業利益	17	▲24	▲41	
経常利益	2	▲29	▲32	
当期純利益	4	▲1,285	▲1,289	関係会社株式の評価損による特別損失

- ✓ 決済端末などの供給制約により、スポット売上である物品売上が減少
- ✓ 継続的な収益に繋がるリカーリング売上拡大に向けて、カスタマーサクセスへの注力など既存顧客の利用促進施策を推進



注：四半期の売上高合計からリカーリング売上を差し引いてスポット売上を算出
決済手数料の集計期間が四半期末を超える場合などリカーリング売上の集計期間と会計上の売上高の期間が若干相違することがある

決算ハイライト
2022年8月期1Q 業績概要（貸借対照表）



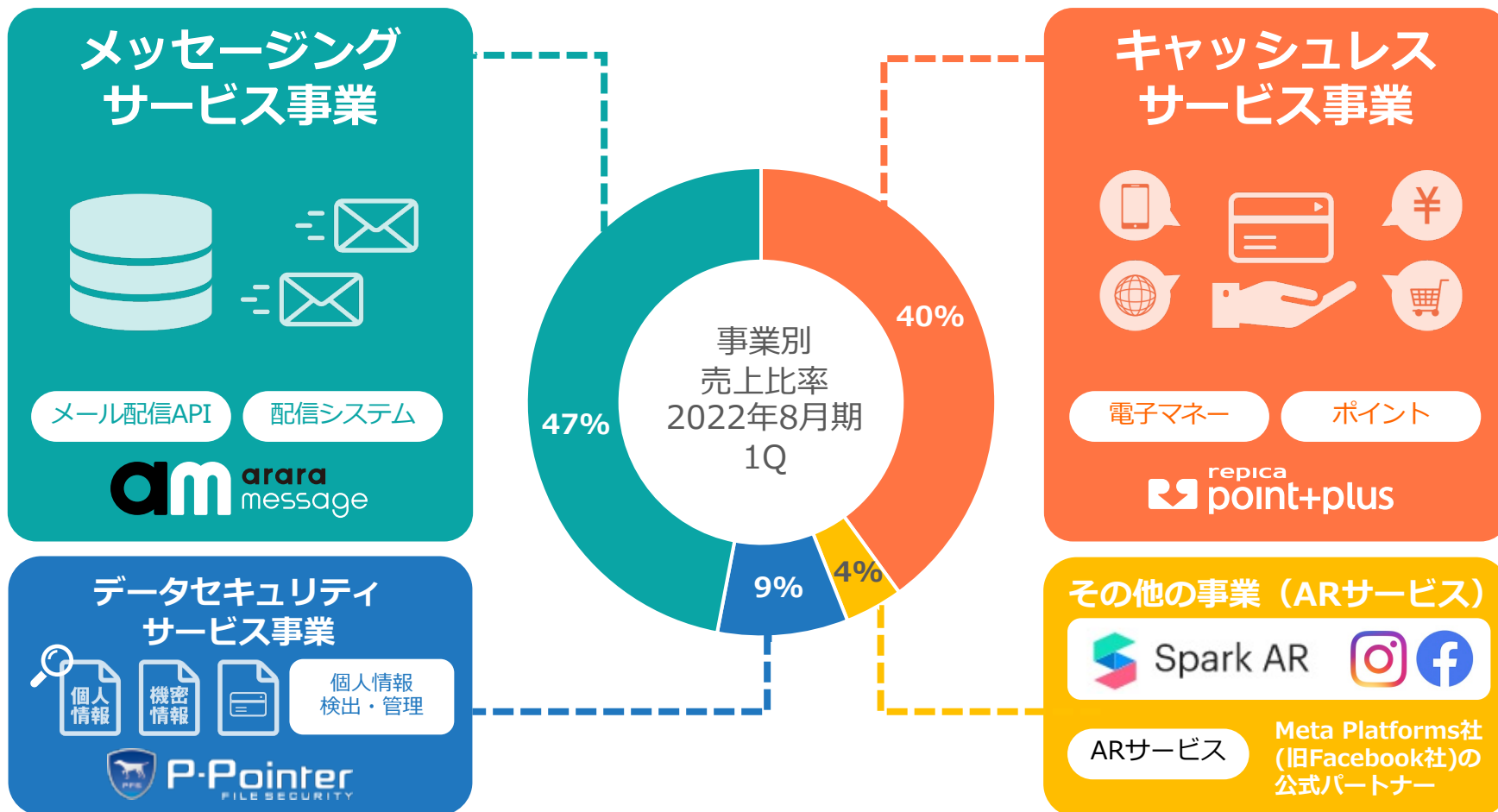
- ✓ 中長期的な成長の観点から取得した関係会社株式の評価損に伴い、投資その他の額が12.5億円減少
- ✓ 減損によるキャッシュアウトはないが、りそな銀行と締結済みのコミットメントライン契約（借入上限2億円）により流動性を確保済み

単位：百万円	2021年8月末	2021年11月末	前期末比
流動資産	707	533	▲173
現預金	560	395	▲165
売掛金	134	121	▲13
その他	12	17	+5
固定資産	2,679	1,503	▲1,176
無形固定資産	250	329	+79
投資その他*	2,429	1,173	▲1,255
総資産	3,386	2,037	▲1,349
流動負債	576	510	▲65
買掛金	52	41	▲10
短期借入金	300	300	—
その他	224	169	▲55
固定負債(長期借入金)	1,500	1,500	—
純資産	1,310	26	▲1,283

* 有形固定資産を含む



II. 事業別業績・指標



注：「Facebook」「Instagram」「Spark AR」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

事業別業績・指標

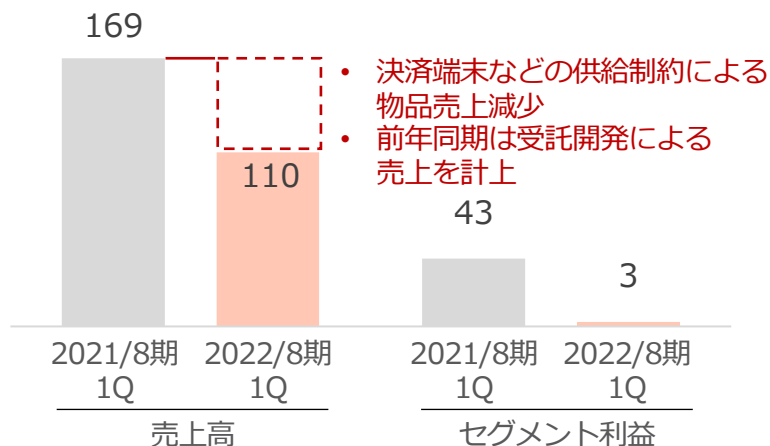
2022年8月期1Q セグメント情報概要



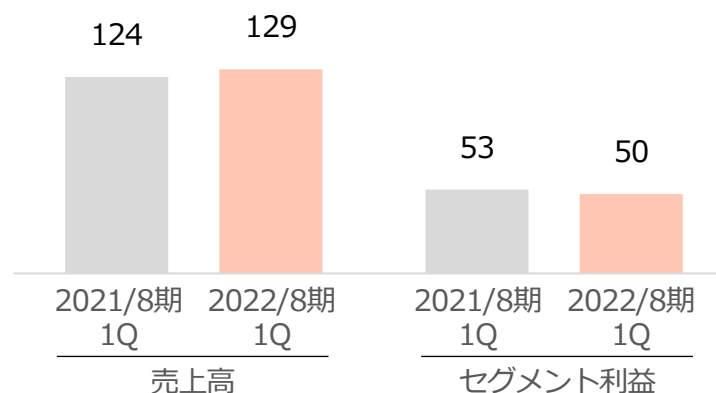
- ✓ キャッシュレスサービス事業は仕入環境の影響もありスポット売上高が減少。リカーリング売上の拡大に向けて、カスタマーサクセスへの注力など既存顧客での利用促進施策を推進
- ✓ メッセージングサービス事業を含む他の3事業は、安定した売上高を確保

(百万円)

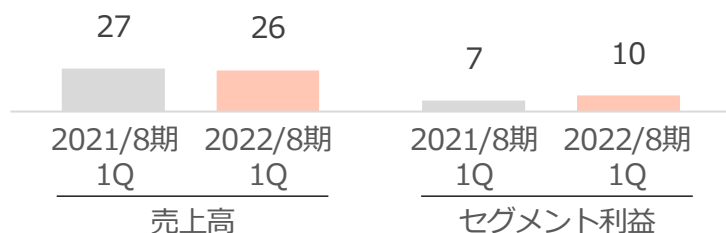
キャッシュレス



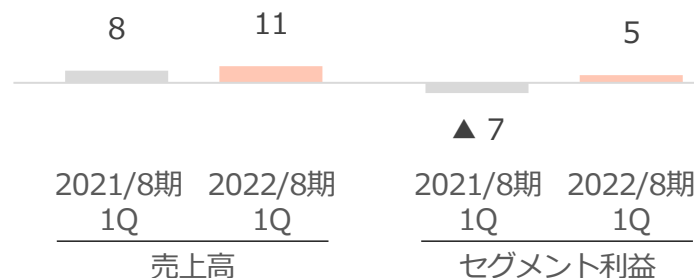
メッセージング



データセキュリティ



その他事業

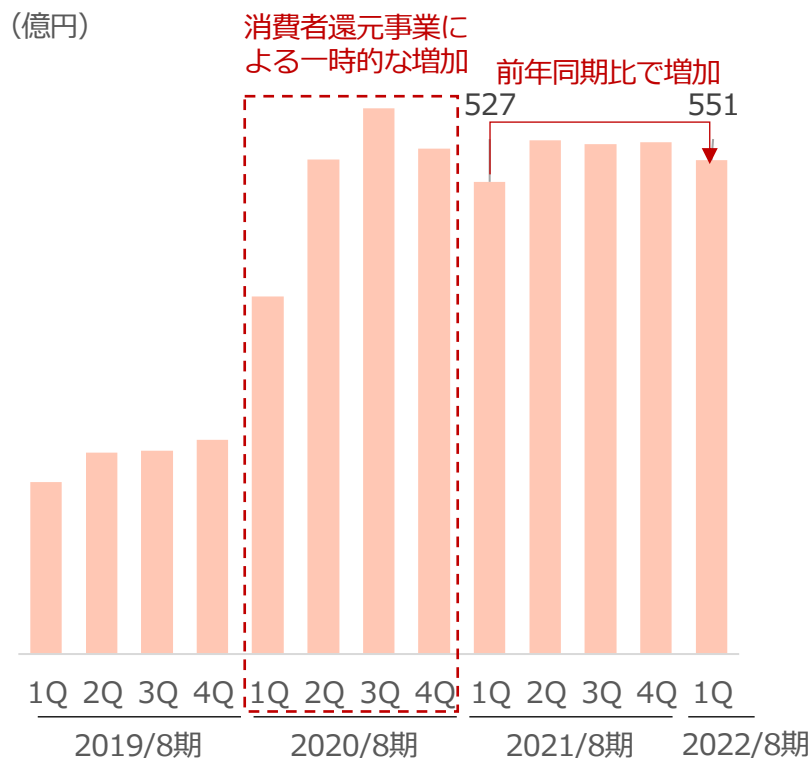


キャッシュレスサービス事業主要KPI 決済額、顧客数・顧客単価推移の四半期推移

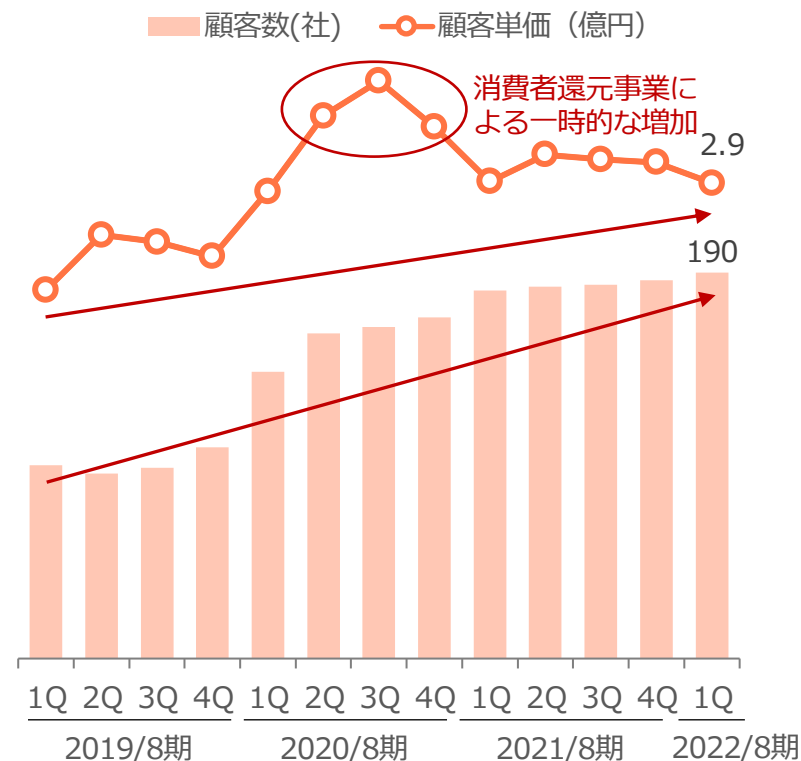


- ✓ 2020/8期に経済産業省による消費者還元事業の影響で、一時的に増加したユーザーの段階的な離脱があるものの、決済額は前年同期比で増加。既存顧客での利用促進などカスタマーサクセス施策を実施中
- ✓ 顧客数及び顧客単価は消費者還元事業による一時的な急増を除いて増加傾向にある

ハウス電子マネー決済額



顧客数・顧客単価推移

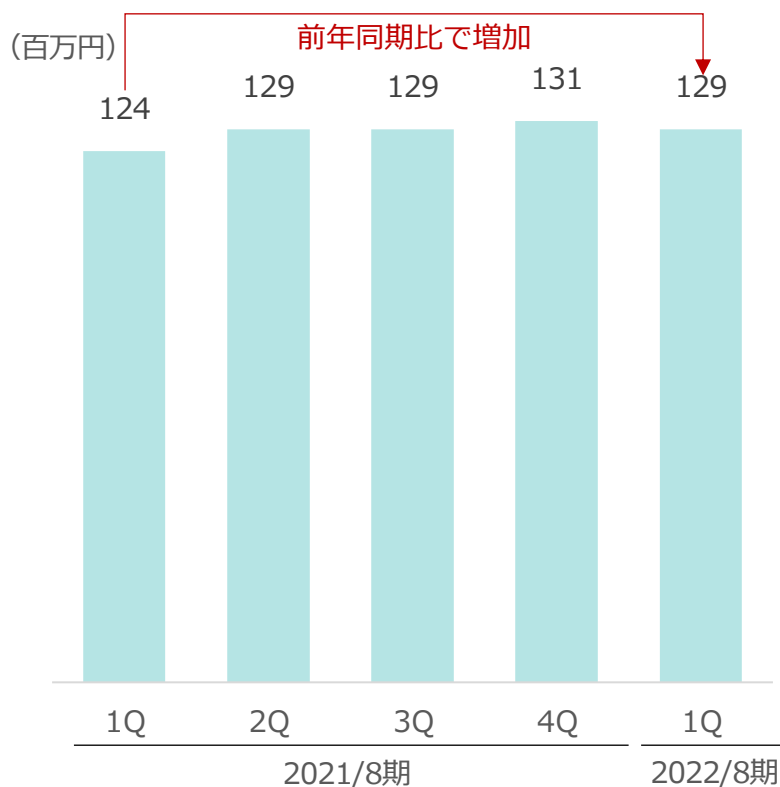


メッセージングサービス事業主要KPI 売上高、顧客数・顧客単価推移の四半期推移

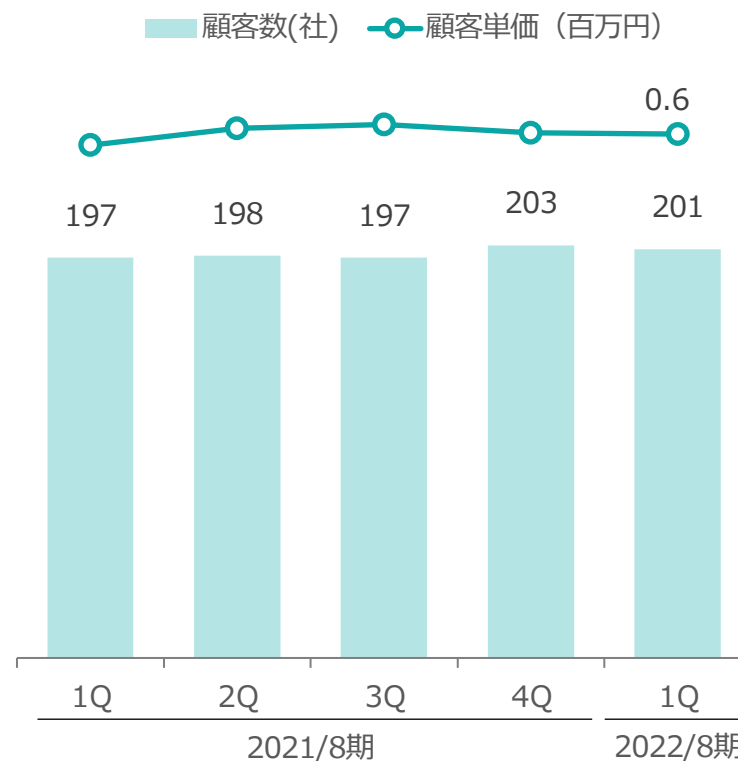


- ✓ 顧客数及び顧客単価が安定して推移していることから、売上高も堅調に成長
- ✓ 問い合わせからの受注を中心としたインバウンド型の組織に、積極的な案件獲得を目的としたインサイドセールスを導入し、中期的な顧客数増加を狙う

売上高推移



顧客数・顧客単価推移



注：顧客数(社)は四半期の平均値



Ⅲ. 事業別の取組み状況

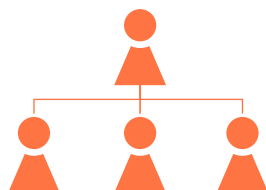
プロダクト



アララ キャッシュレスの開始

- お店オリジナルPayを発行可能になるキャッシュレス総合サービス「アララ キャッシュレス」を11月から順次開始
- 報道にて当社が取り上げられたこともあり、大手外食チェーンなどを含む問い合わせが多数発生。現在、受注に向けて対応中。
- iDとの連携によって、エンドユーザーの決済対応店が大幅に増加し、その手数料の一部を発行元の企業（当社顧客）が受領

組織



カスタマーサクセス(CS)の開始

- これまでは新規顧客の獲得に注力してきたが、今後は既存顧客の利用底上げも推進
- キャッシュレスサービス事業の組織を営業部と推進部(CS)に分け、それぞれ新規顧客と既存顧客に対応
- 推進部は他顧客での好事例を横展開するなどにより、エンドユーザーの利用促進を図る

- ✓ ハウス電子マネーの利用促進には、エンドユーザーに残高がある状態が重要となる
- ✓ メーカーの販促費を、エンドユーザーと顧客に還元する新たな販促サービス
- ✓ 2020年9月にチャージバックシステムの提供を目的として東芝テックと業務提携契約を締結
- ✓ 2021年6月にチャージバックシステムに関する特許取得、2021年12月に実証実験を実施

チャージバック概要

ハウス電子マネーを活用した顧客企業の
プロモーション支援サービス。

主なメリット

エンドユーザー

特定商品の購入時に電子マネーでチャージバックされるため、
実質的に値引き価格での商品購入が可能

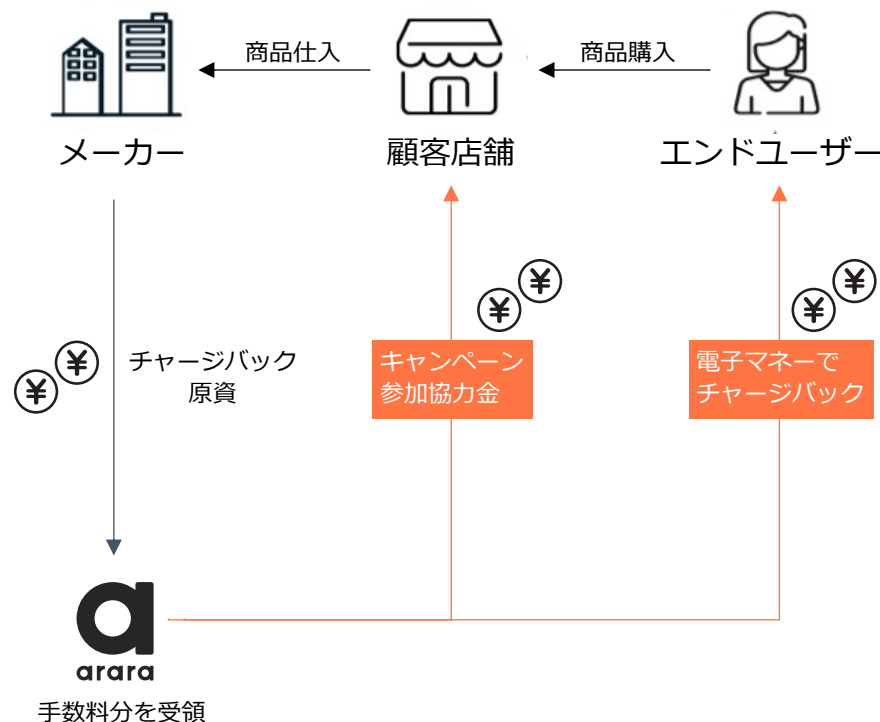
顧客

顧客店舗でのみ使える電子マネーがエンドユーザーにチャージ
バックされるため、エンドユーザーの再来店につながる

メーカー

エンドユーザーの購買データを取得し、費用対効果や傾向を
把握することで、販促活動を最適化

システム全体イメージ図



- ✓ 2021年10月19日、ハウス電子マネーに注目が集まる状況について日本経済新聞社が報道
- ✓ 汎用型電子マネーとは異なる利点が、顧客であるスーパーや小売店でも浸透しつつあることの証左

黒子に専門業者 低コストで提供

小売業者独自の決済サービスは「ハウス型」と呼ばれる。黒子として実務を担うのは、東証マザーズ上場のアララなどキャッシュレスサービス事業者だ。アララは電子マネーやQRコード決済を手がけ、スーパーや外食など約180社が導入。導入企業は数十万～数百万円の初期費用と、月々の決済手数料を支払う。

アララは「スーパーなら手数料は1%以下に抑えられることが多い」と説明する。例えばQRコード決済でプリペイド方式を選べば、銀行に手数料を払わなくてすむ。また、ペイペイやSuicaなど各種決済は窓口業者を通し一括契約することが多いが、この中間手数料も発生しない。

プリペイド方式の場合、入金先が決済事業者ではなくスーパー自身になるためキャッシュフローが良化する。一方で、スーパー側は顧客に浸透させるまでに一定の時間とキャンペーン費用がかかる。

スーパーの独自決済戦略は、大手決済事業者の業績にも影響を及ぼしそうだ。ペイペイは4千万人以上の利用者を抱えるが、大規模なポイント還元策などを続けて21年3月期の営業損益は700億円超の赤字だった。手数料の全面有料化で黒字転換を急ぐが、約15兆円の市場規模を持つスーパーで利用率が下がれば逆風となる。

本報道における注目点

- ✓ ハウス電子マネーの手数料は汎用型電子マネー等に比べると低い
- ✓ チャージ金額が顧客自身に事前に入ることによってキャッシュフローが良化
- ✓ スーパーなどの利益率が高くない業界ではハウス電子マネーが有力な選択肢

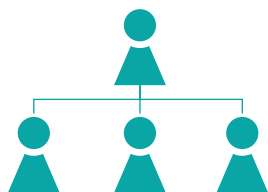
プロダクト



プロダクトのリニューアル

- 顧客への訴求ポイントをわかりやすくするため、2021年11月にプロダクトをリニューアル
- 今回のリニューアルにより、①Web申し込み、②全機能の標準装備、③プラン別の通数課金、が可能となった
- 数年をかけて、売上の一定割合を人の手を介さずに上げられる仕組みを構築予定

組織



インサイドセールス/フィールドセールスの導入

- 背景として、メッセージングサービスの利用主体が、メルマガなどのマーケティングから、証券会社の約定メールなどのトランザクションメールに変化しつつある
- 問い合わせからクロージングまで1担当が一気通貫的に営業活動を行ってきたが、上記トレンドの変化に対して属人的な体制から解放すべく、インサイドセールス/フィールドセールスと業務領域を分業化した組織に改編



IV. バリューデザイン との経営統合

- ✓ バリューデザインとの経営統合により、決済及び周辺サービスの強みを相互に補完し合うことで、売上高拡大・利益率向上・新領域への進出などの効果を想定
 - ✓ 中期経営計画については、経営統合後の計画を策定次第、速やかに発表を予定
- ※バリューデザインとの経営統合については、2022年1月14日開示の「アララ株式会社と株式会社バリューデザインの株式交換による経営統合に関する基本合意書の締結について」及び「バリューデザイン社との経営統合に関する説明資料」をご参照ください

会社概要

会社名	株式会社バリューデザイン
売上高	2,223百万円（2021年6月期）
従業員数	87名（2021年6月末時点、連結）
事業内容	ハウスプリペイドカード事業 ブランドプリペイド事業

経営統合後の施策・効果（想定）

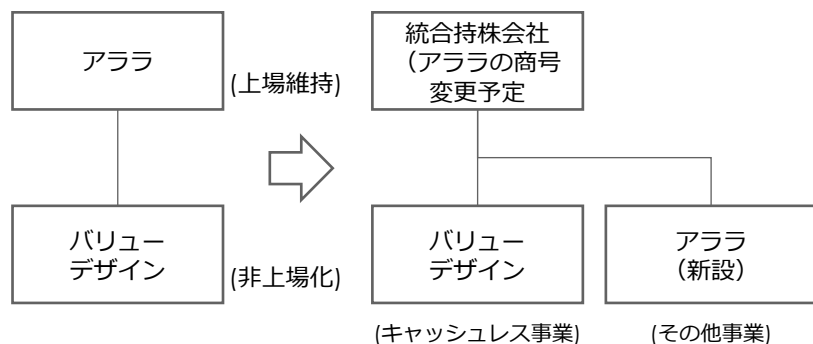
売上高の拡大

- 両社のノウハウ共有による既存顧客の利用促進
- 店舗DX・販促支援の共同展開
- 両社サービスのクロスセル

利益率の向上

- 共同電子マネーセンターの設立によるシステム運用の効率化を検討
- 適正な価格でのサービス提供

最終ストラクチャー図（予定）



新領域への進出

- 両社のデータを活用し、新たなサービス・事業を創出
- 電子ギフト、地域通貨、汎用型決済サービスとの連携、BtoB決済サービス等

株式交換比率=1:3.2



V. Appendix

QR **クルクル**

Powered by **DENSO**
DENSO WAVE

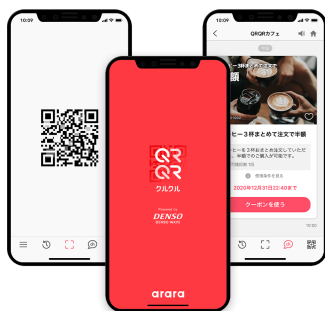
QRコードリーダーアプリ「クルクル」のアララ公式チャンネルを通じて、日々の活動をお届けしております。



＼ QRコード読み取ってチャンネル登録をお願いします。／



- 1 スマートフォンのカメラ機能などでQRコードを読み取る
- 2 クルクルのダウンロードページへ遷移後、クルクルをダウンロード
- 3 アプリを立ち上げ、再度こちらのQRコードをスキャン
- 4 アララ公式チャンネルを登録



クルクル Channel

注：QRコードは、株式会社デンソーウェブの登録商標です

会社名 アララ株式会社

代表者 代表取締役社長 岩井 陽介

設立年月日 2006年8月

役員構成	代表取締役社長	岩井 陽介	社外取締役	水越 宏明
	取締役副社長	井上 浩毅	社外取締役	加藤 徹行
	取締役	竹ヶ鼻 重喜	社外取締役	井上 昌治
			社外取締役	種谷 信邦
			社外取締役	米田 恵美

本社所在地 東京都港区南青山二丁目24番15号 青山タワービル別館

資本金 661百万円 (2021年8月期末)

売上高 1,461百万円 (2021年8月期)

従業員数 96名 (2021年8月末時点)

総資産 3,386百万円 (2021年8月期)



代表取締役社長
岩井 陽介

経歴

- 1989年 株式会社リクルートコスモス (現株式会社コスモスイニシア) 入社
- 1998年 株式会社サイバード専務取締役
- 2005年 株式会社サイバード取締役兼執行役員副社長
- 2006年 CYB International President
- 2007年 当社取締役
- 2008年 当社代表取締役社長 (現任)

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

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

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

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

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

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

arara

世界をもっとハッピーに