

CYND

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年12月22日
株式会社サインド

1 会社概要

1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix

CYND

インターネットを通じて、心のつながりを提供する

予約のデジタル化を支援し、顧客と時間の価値を最大化させる

会社名	株式会社サインド	
所在地	東京都品川区西五反田一丁目25番1号	
営業所	大阪、福岡	
設立	2011年10月20日	
事業内容	理美容店舗向け予約管理システム「BeautyMerit」の提供	
従業員数	63人(2021年10月31日時点)	
経営陣	代表取締役社長	奥脇 隆司
	代表取締役副社長	高橋 直也
	取締役	亀井 信吾
	社外取締役	菅野 隆
	社外取締役	峰崎 揚右
	常勤監査役	小山 肇
	非常勤監査役	加久田 乾一
非常勤監査役	桜井 祐子	





代表取締役社長

奥脇 隆司 Ryuji Okuwaki

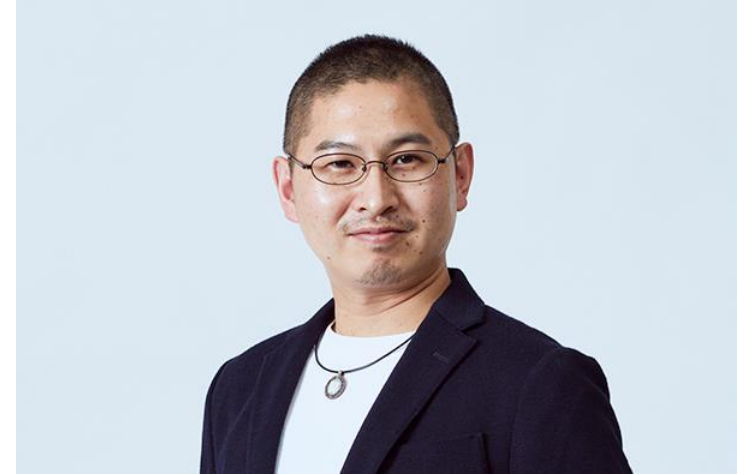
- 2011年 帝京大学 経済学部 卒業
- 2011年 比較.com株式会社（現 手間いらず株式会社）入社
- 2011年 当社設立 代表取締役社長 就任（現任）



代表取締役副社長

高橋 直也 Naoya Takahashi

- 2008年 札幌学院大学 社会情報学部 卒業
- 2008年 比較.com株式会社（現 手間いらず株式会社）入社
- 2011年 当社設立 取締役 就任
- 2019年 当社 代表取締役副社長兼管理部長 就任（現任）



取締役

亀井 信吾 Shingo Kamei

- 2003年 東京コンピュータ専門学校 情報処理学科 卒業
- 2003年 株式会社アド・ホック 入社
- 2007年 比較.com株式会社（現 手間いらず株式会社）入社
- 2016年 株式会社Project 8 入社
- 2019年 当社取締役 就任（現任）



社外取締役

菅野 隆 Takashi Kanno

- 1983年 東京大学 法学部 卒業
- 1983年 マッキンゼー・アンド・カンパニー 入社
- 1999年 株式会社NTTドコモ 入社
- 2004年 株式会社カービュー 取締役 就任
- 2006年 比較.com株式会社（現 手間いらず株式会社） 入社
- 2011年 ケンコーロジコム株式会社（現 Rakuten Direct Logistics株式会社） 代表取締役 就任
- 2019年 当社取締役 就任（現任）



社外取締役

峰崎 揚右 Yosuke Minezaki

- 1999年 オハイオ州立大学 MIS専攻 卒業
- 1999年 日本オラクル株式会社 入社
- 2011年 カーポイント株式会社（現 株式会社カービュー） 入社
- 2007年 比較.com株式会社（現 手間いらず株式会社） 取締役 就任
- 2011年 株式会社リベント 取締役 就任
- 2016年 株式会社パブレア設立 代表取締役 就任（現任）
- 2020年 当社取締役 就任（現任）



常勤監査役

小山 肇 Hajime Koyama

- 1976年 福岡大学 商学部商学科 卒業
- 1979年 株式会社ロッセリア 入社
- 1998年 東和産業株式会社 入社
- 2006年 株式会社みのや 入社
- 2012年 株式会社ハピネス・アンド・ディ 入社
- 2014年 株式会社バーガーキングジャパン・ホールディングス 入社
- 2020年 当社監査役 就任（現任）



非常勤監査役

加久田 乾一 Kenichi Kakuta

- 1978年 早稲田大学 政治経済学部 卒業
- 1978年 新和監査法人（現 あずさ監査法人） 入所
- 1982年 公認会計士登録
- 1996年 青山監査法人 代表社員 就任
- 2000年 アイピーオー総合研究所株式会社 代表取締役 就任（現任）
- 2012年 株式会社WDI 監査役 就任
- 2019年 当社監査役 就任（現任）

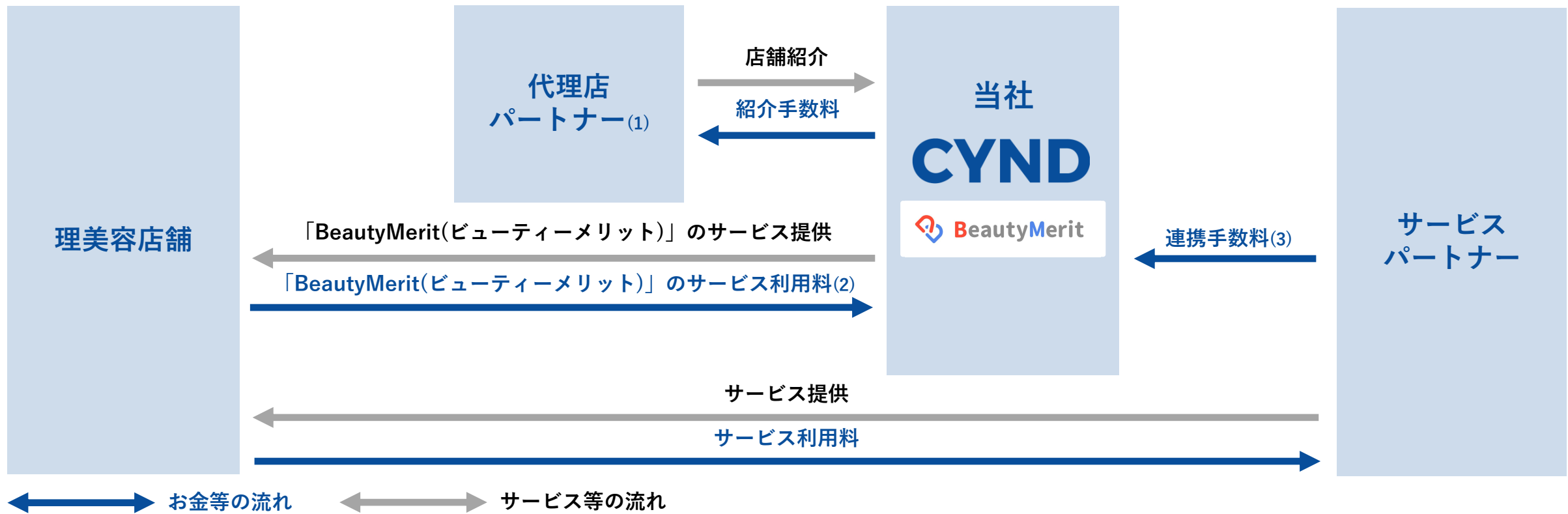


非常勤監査役

桜井 祐子 Yuko Sakurai

- 2011年 立教大学 大学院法務研究科 卒業
- 2015年 弁護士登録、福家総合法律事務所 入所
- 2017年 外務省国際法局経済条約課 着任
- 2019年 株式会社イデアレコード 監査役 就任（現任）
- 2019年 株式会社ビジコム 監査役 就任（現任）
- 2020年 佐藤総合法律事務所 入所（現任）
- 2020年 当社監査役 就任（現任）

理美容店舗からサービス利用料として徴収するサブスクリプション(月額課金)モデルが主な収益



(1)代理店パートナー：理美容店舗に対して美容商材を販売する理美容ディーラー等の理美容関連事業者。

(2)「BeautyMerit(ビューティーメリット)」のサービス利用料として、月額費用(サブスクリプションモデル)に加えて、新規に導入する際に、店舗の円滑なサービス導入をサポートするため、アカウント発行における初期設定を行い、その費用を初期費用として理美容店舗から受領しております。また、追加で機能を提供することで発生するオプション費用(サブスクリプションモデル)及び決済機能・EC機能の利用による決済手数料も受領しております。

(3)当社は一部の外部サービスの提供事業者(サービスパートナー)から「BeautyMerit(ビューティーメリット)」との連携の対価として連携手数料を受領しております。

売上高/前期比成長率

7.99億円 (2021/3期) / **49.4%** (2020/3期対比)

ARR⁽¹⁾/前期比成長率

7.75億円 (2021/3期) / **50.2%** (2020/3期対比)

契約店舗数⁽²⁾/前期比成長率

4,187店舗 (2021/3期) / **38.6%** (2020/3期対比)

ARPU⁽³⁾/前期比成長率

15,429円 (2021/3期) / **8.3%** (2020/3期対比)

カスタマーチャーンレート⁽⁴⁾

0.9% (2021/3期)

NRR⁽⁵⁾

112.4% (2021/3期)

サブスクリプション売上高比率⁽⁶⁾

77.3% (2021/3期)

(1)ARR：Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出。既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標。

(2)契約店舗数：2021年3月末時点での月額課金している店舗数の合計。

(3)ARPU：Average Revenue Per Userの略語。1有料課金店舗当たりの平均月額単価。

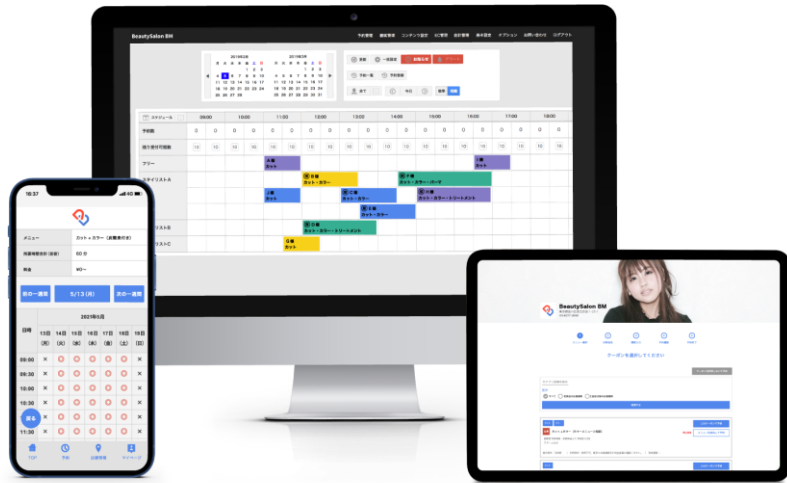
(4)カスタマーチャーンレート：契約店舗数における直近12ヶ月平均解約率。

(5)NRR：Net Revenue Retentionの略語。既存店舗の売上高継続率。2021年3月期におけるNRRは、「2021年3月期サブスクリプション売上高÷2020年3月期サブスクリプション売上高」より算出。2020年3月末時点の既存店舗のサブスクリプション売上高のみから算出しており、新規店舗からのサブスクリプション売上高を含まない。

(6)サブスクリプション売上高比率：売上高のうち、継続的に得られる「BeautyMerit(ビューティーメリット)」の月額利用料の合計額が占める割合。

2 サービス概要

1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix



理美容店舗向け予約管理システム「ビューティーメリット」。
予約管理を軸に、店舗と顧客とのつながりを支援するサービスを
サブスクリプションモデルで提供。

(1) 業界や業種を特化して「業界課題」を解決するソフトウェアをインターネットなどのコンピューターネットワークを経由して提供するサービスの形態



当社サービスの主な利用業種

予約管理を軸に、店舗と顧客とのつながりである顧客接点に対して、最適な顧客体験(CX)の構築、デジタル化(DX)を支援することで双方の課題を解決

顧客の課題

予約経路によって
店舗の空き時間が違う

担当が自分の癖や好みを
理解していない

一方通行のメッセージや関係ない
キャンペーンが多く煩わしい

来店時や施術中に
待たされることが多い

休日・営業時間外に予約ができない



店舗の課題

紙による台帳管理で
情報整理ができていない

施術中・営業時間外の
電話予約対応

予約・シフト管理業務の
負担増加・複雑化

管理ができず直前のWeb予約を
停止することによる機会損失

システムやアナログ作業の組み合わ
せで管理している為ミスが多い

店舗と顧客のつながりを支援する自社予約システム

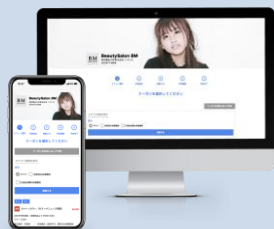
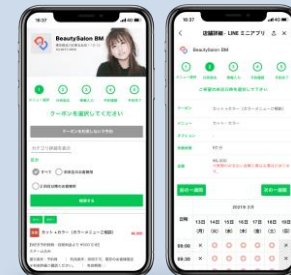


スマートフォンアプリ

ポイント・ランク機能によるリピーター化、トーク機能を活用したアフターフォロー、EC機能による商品販売など、従来、来店時にしかできなかった接客サービスをオンライン上で実現。

LINEミニアプリ

日本最大級のコミュニケーションアプリであるLINE上に予約の窓口を提供。通知もすべてLINEで完結するので予約確認の見落とし防止にも。



Web予約機能

ソーシャルメディアなどで集客した潜在顧客をオンライン上でスムーズに予約まで誘導。インバウンド需要にも対応すべく、英語・中国語などの多言語にも対応。

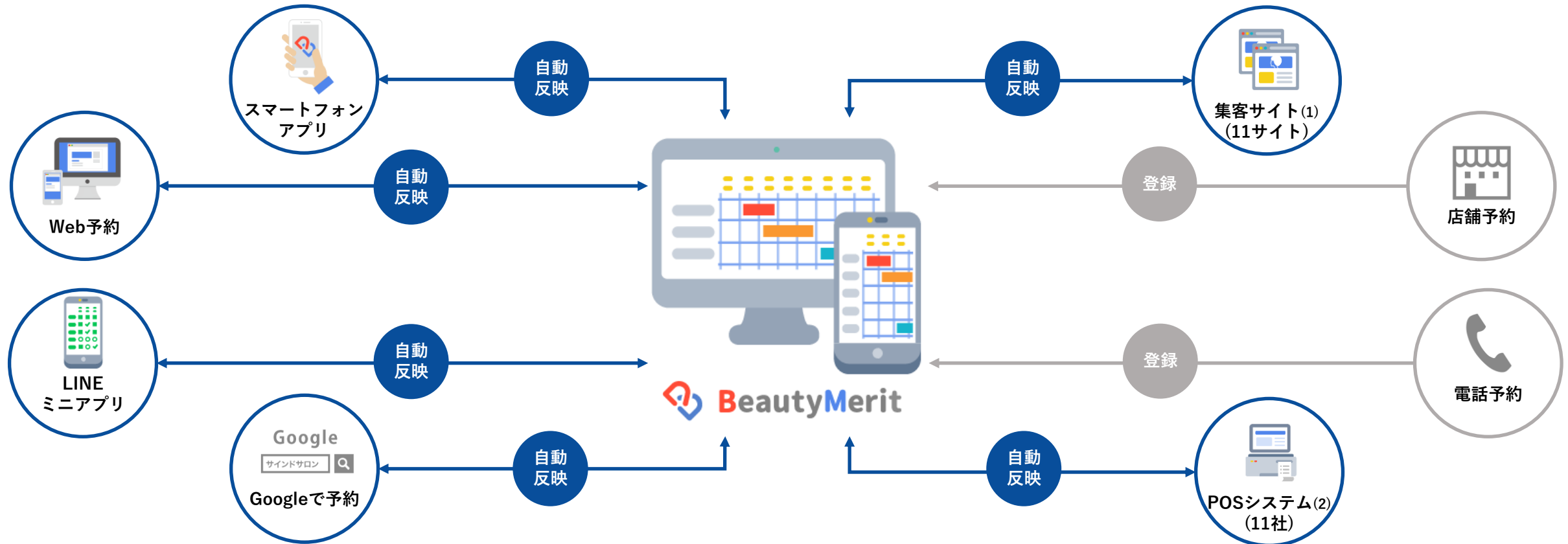
Googleで予約

Google検索やGoogleマップから直接ネット予約が可能。普段利用しているGoogleからスムーズに予約が完了するので初めての顧客も混乱なくネット予約が可能。



予約管理業務のデジタル化(DX)を支援する一元管理機能

従来分断されていた予約管理業務を自動化し、予約・顧客情報を一元管理



(1)集客サイト：理美容店舗に対して、新規の顧客獲得を支援することを目的としたインターネットメディア。連動サイト数11サイトは2021年10月末時点。

(2)POSシステム：売上実績を記録し集計する会計システム。連動社数11社は2021年10月末時点。

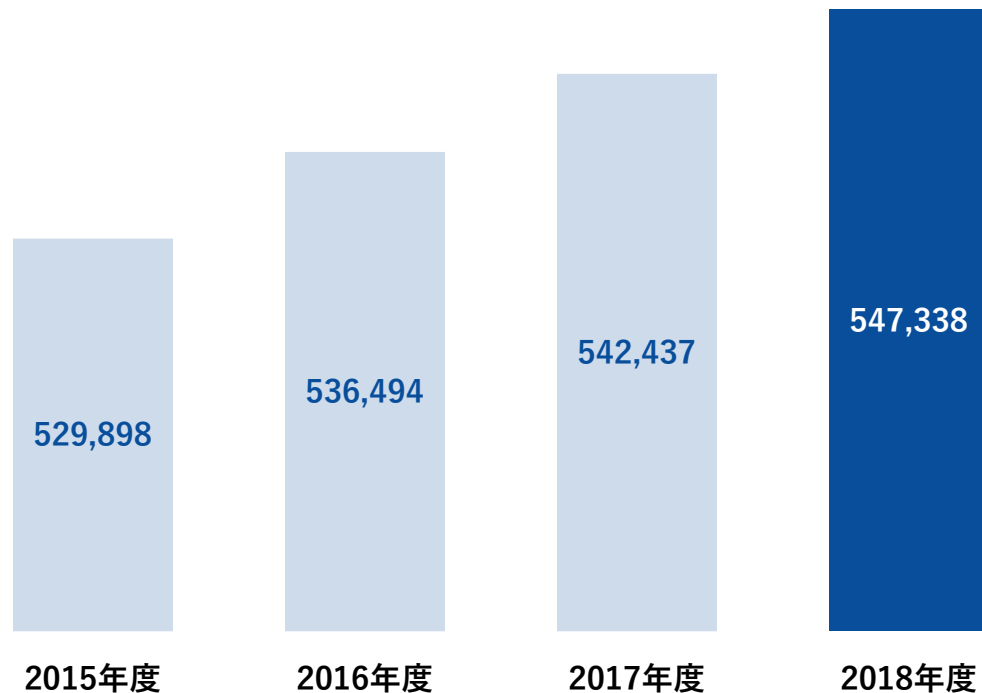
3 市場環境

1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix

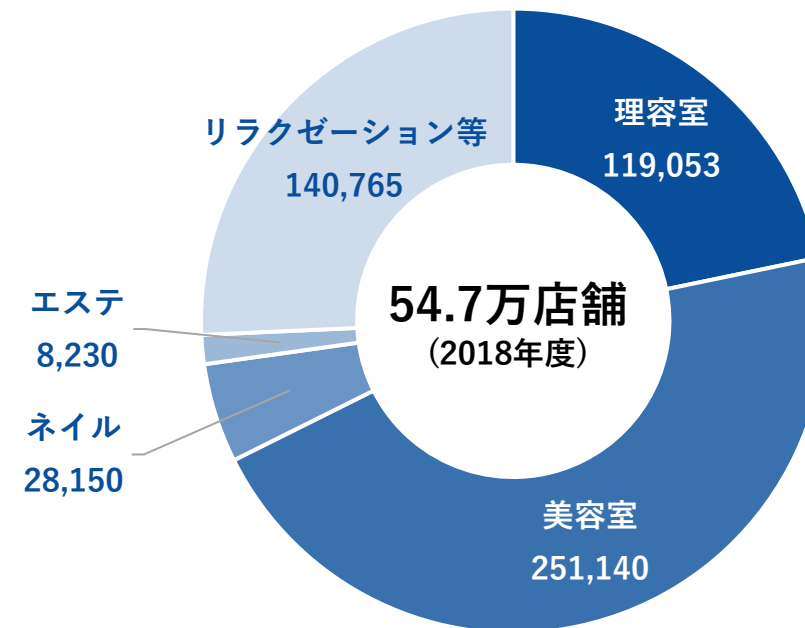
拡大が続く広大な理美容サービス店舗数

理美容サービス店舗数は国内では飲食産業に次ぐ一大産業かつ拡大中のマーケット

理美容サービス店舗数推移(店舗)



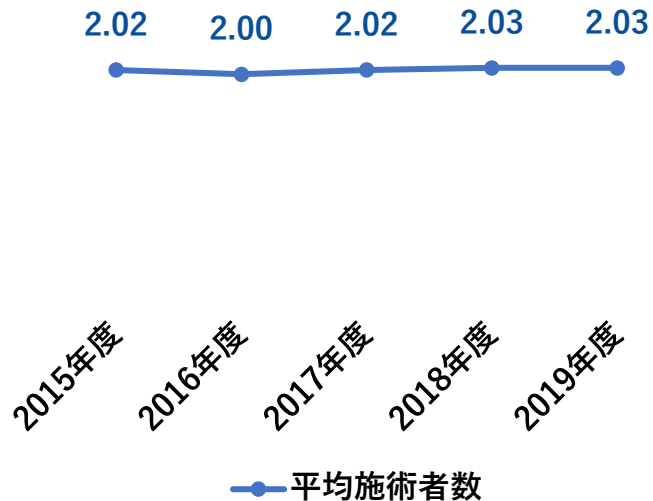
理美容サービス市場(店舗)



(出所)矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2021年版」、矢野経済研究所「エステティックサロンマーケティング総鑑2021年版」、日本ネイリスト協会「ネイル白書2020」、厚生労働省「平成30年衛生行政報告例」をもとに当社作成。

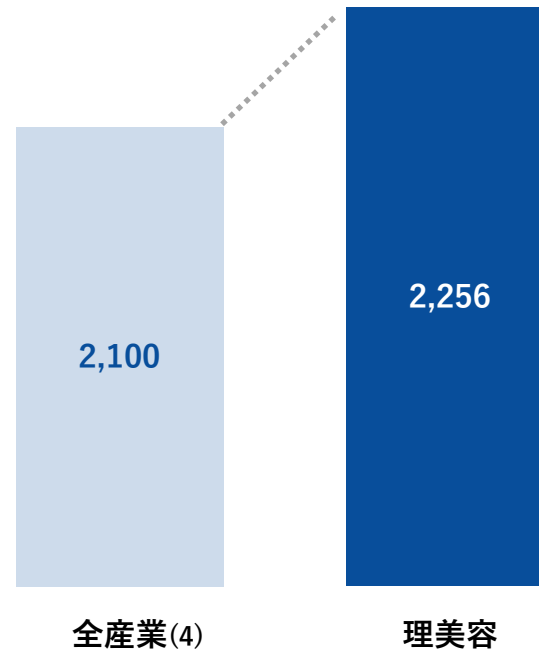
理美容室の施術者数は1店舗あたり**平均2人**⁽¹⁾と少人数で運営されており、施術サービス以外のすべての面において**DX化が必須**

理美容室1店舗あたりの 平均施術者数⁽¹⁾(人)



(1) 矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2021年版」をもとにした、各年度の「理容師・美容師」を「数理美容室の施設数」で除して算出。

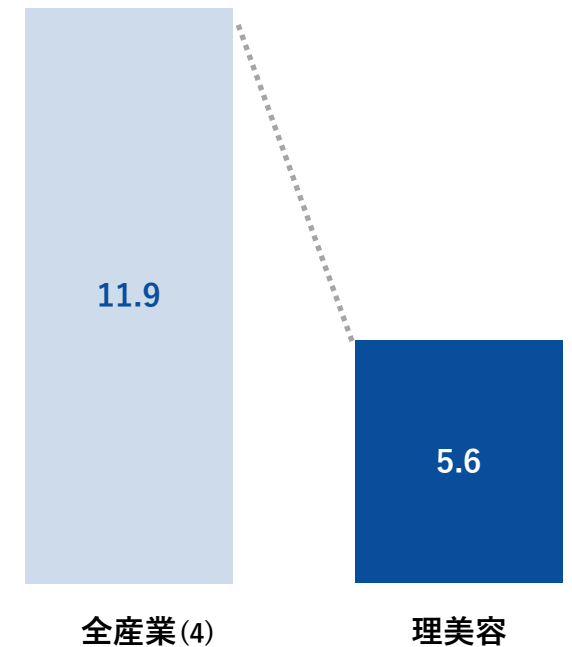
平均年間労働時間⁽²⁾⁽³⁾(時間)



(2) 厚生労働省「令和2年賃金構造基本統計調査」(企業規模10名以上)より当社作成。

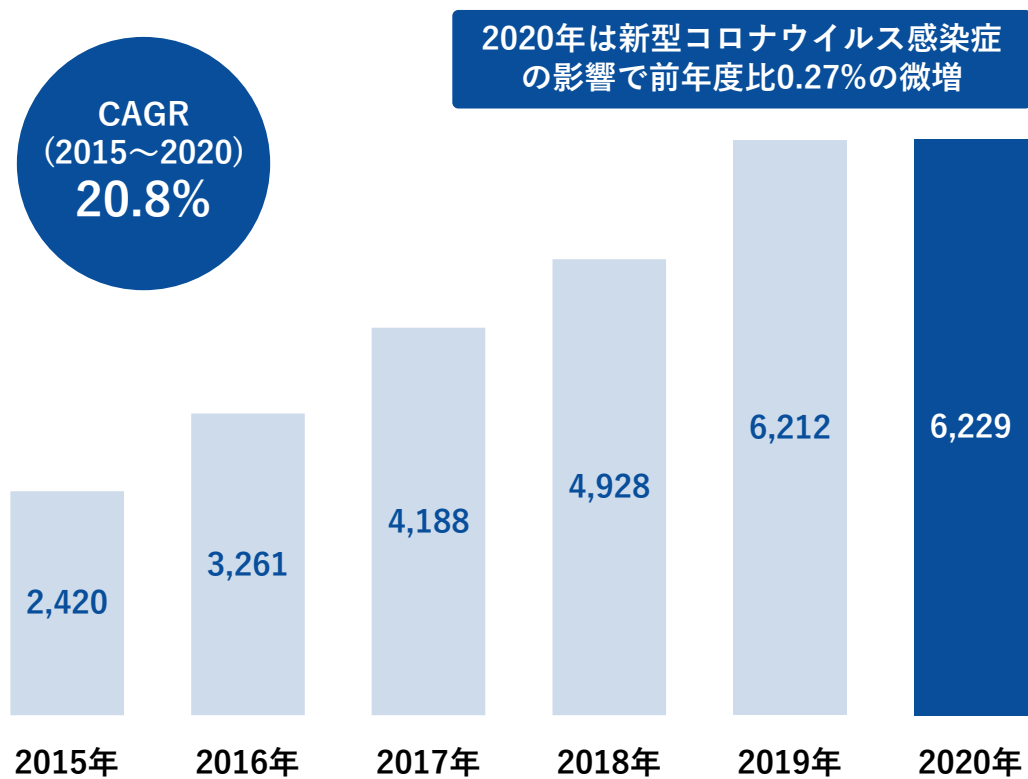
(3) 「所定内実労働時間数」と「超過実労働時間数」の合計に12(12ヶ月)を乗じて算出。(4) 全産業：日本標準産業分類に基づく16大産業。

平均勤続年数⁽²⁾(年)



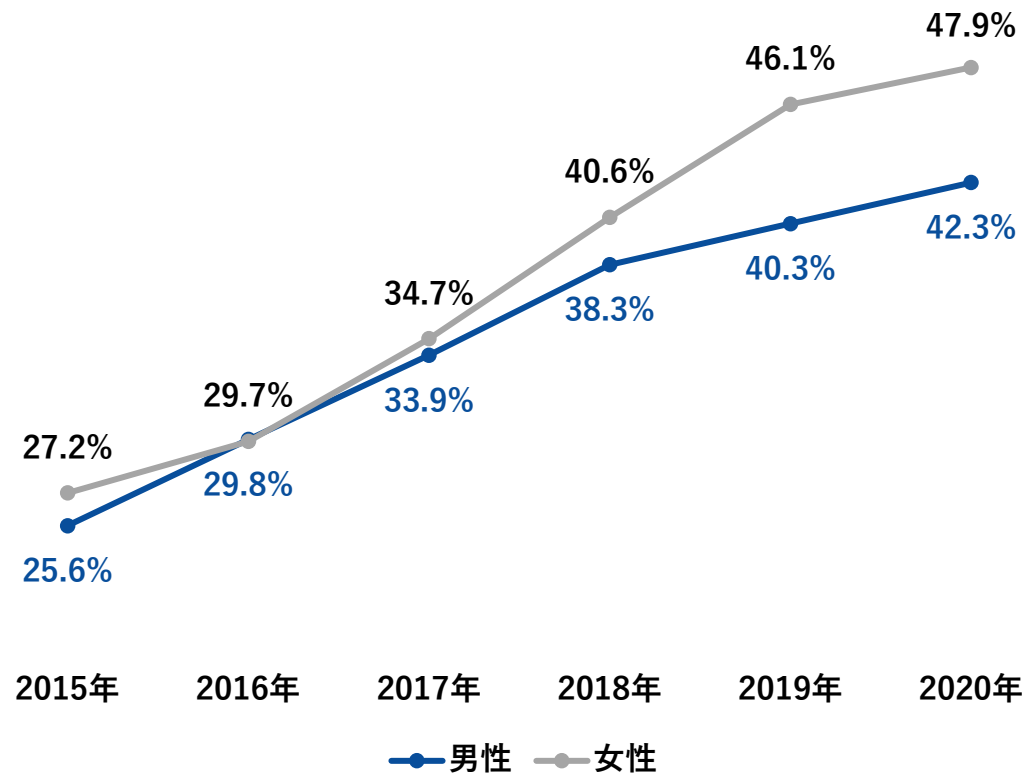
理美容サービスにおいてネット予約が主流となり、より一層予約一元管理システムの必要性が高まる

理美容サービスネット予約市場規模(億円)



(出所) 経済産業省「令和2年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業」をもとに当社作成。

美容室の予約方法におけるネット予約比率

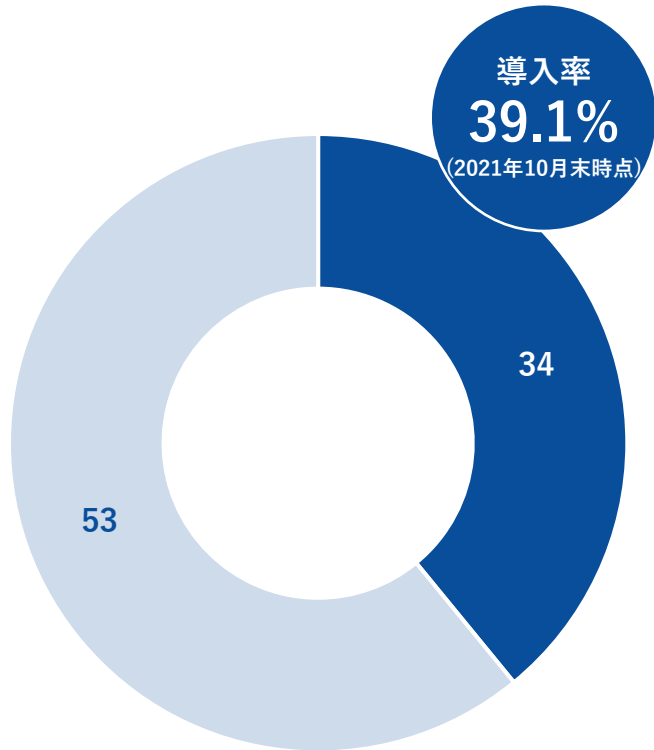


(出所) (株)リクルート「美容センサス2020上期」をもとに当社作成。

4 当社の強み・特徴

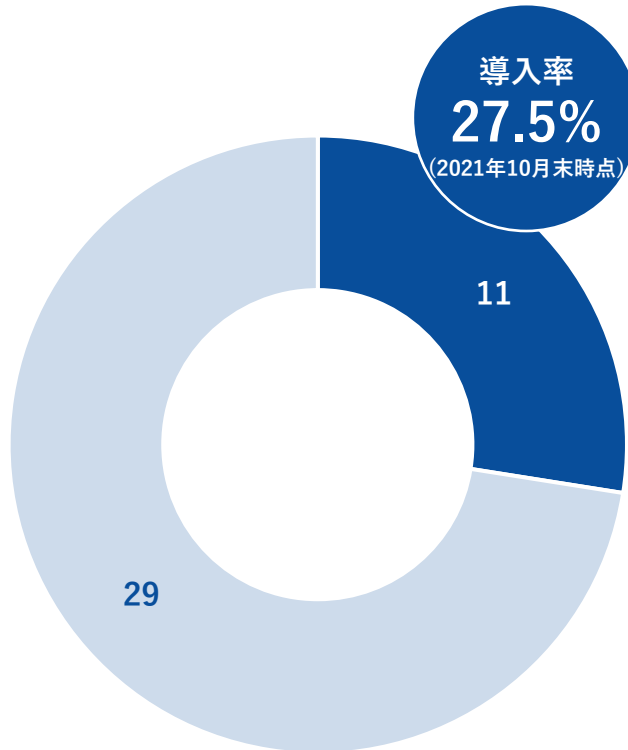
1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix

「カミカリスマ 東京 2021」
掲載店舗導入率



(出所)株式会社主婦の友社「カミカリスマ 東京 2021」

理美容市場の参入企業
売上高上位40社の導入率



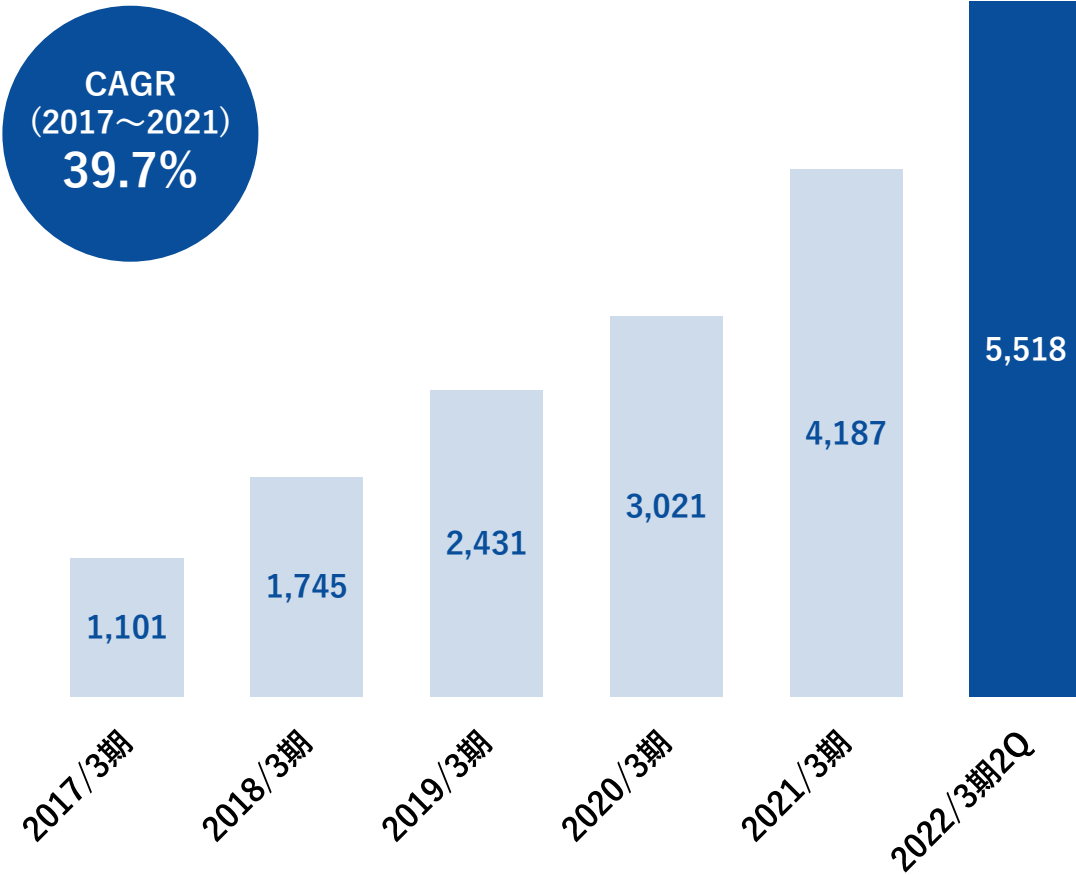
(出所)矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2021年版」

導入店舗例(1)

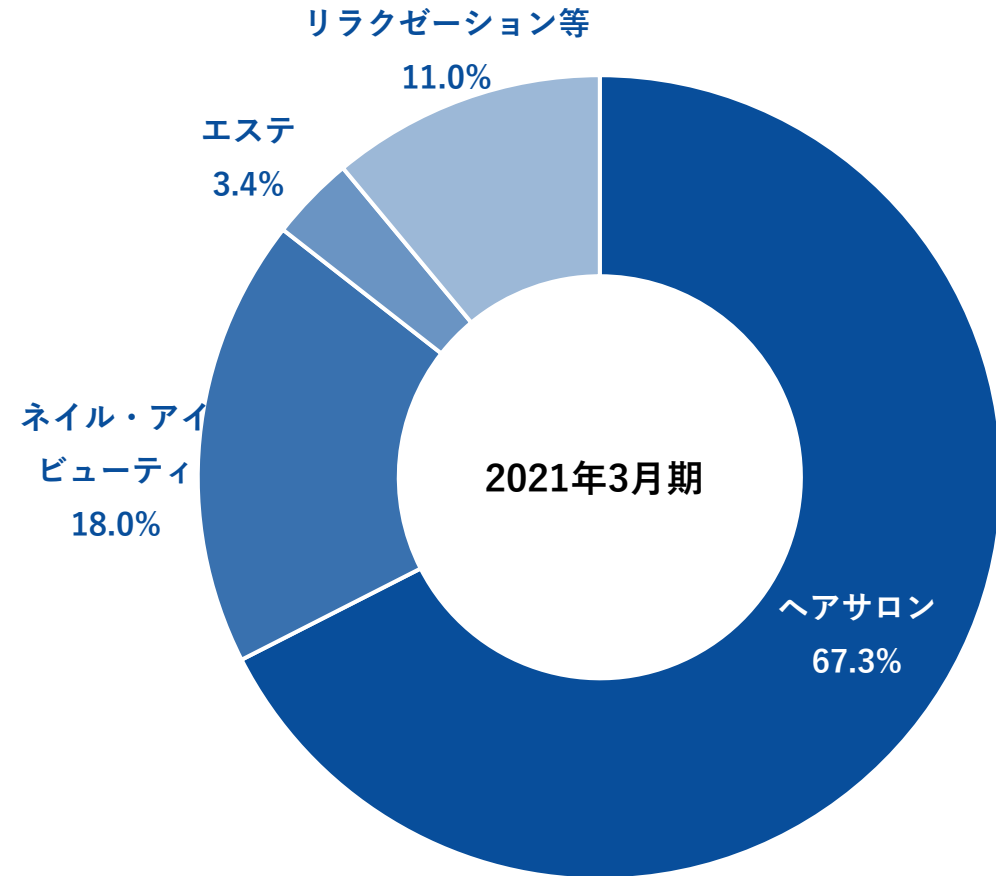


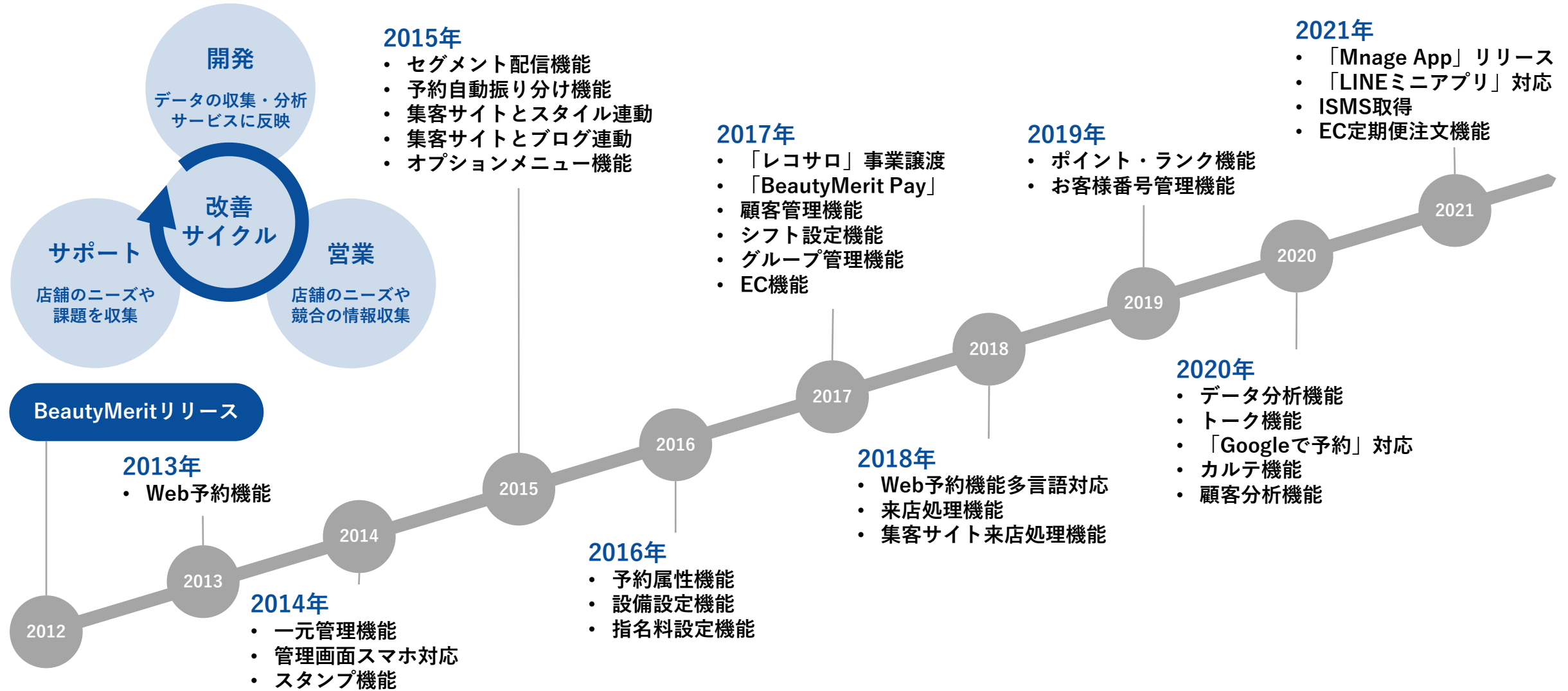
(1)2021年10月末時点。

契約店舗数推移(店舗)



契約店舗業種別割合





BeautyMerit導入による効果①

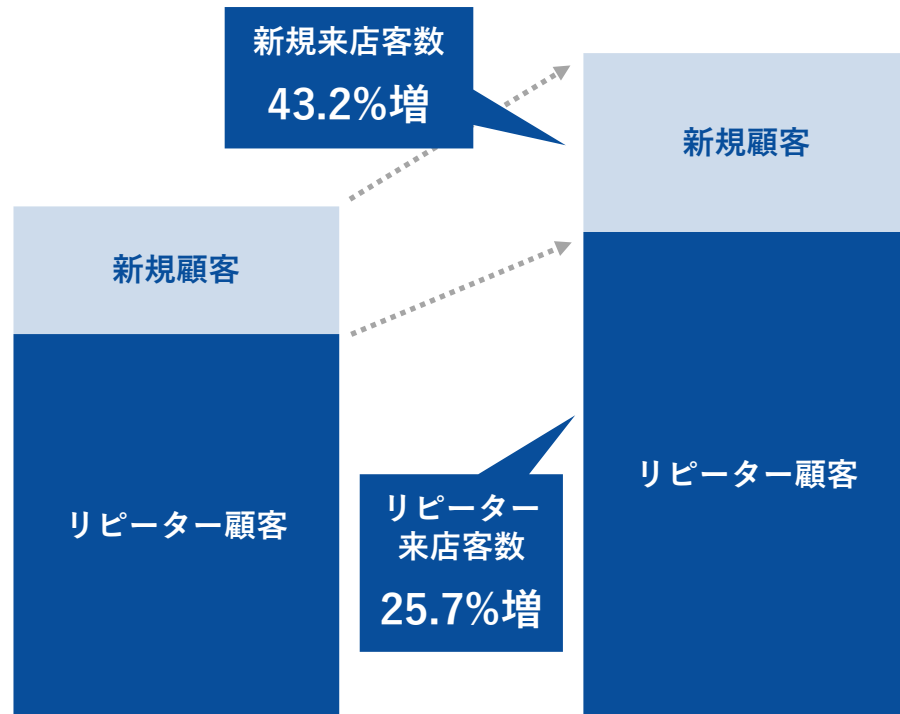
顧客接点のデジタル化を支援することで、お客様・店舗・パートナーの課題を解決

顧客接点	顧客	店舗	パートナー
集客	全ての集客サイトの空き情報が同じになり安心してネット予約が可能	集客サイトの予約・シフト管理業務の一元化・自動化	【集客サイト】 一元管理機能により在庫が解放され、顧客を最大限集客可能
予約	予約からアフターフォローまで全てのサービスがアプリで一気通貫 パーソナライズされたキャンペーンやコミュニケーションを提供	電話予約の削減、インバウンド対応	【POSシステム】 一元管理機能により、自社のシステムで対応しきれなかった店舗の課題が解決され、導入店舗数が増加
施術		カルテのデジタル化、顧客満足度向上	
会計		会計業務の効率化、ポイントカードのデジタル化、No Show対策	
アフターフォロー	会員データを活用したパーソナルな接客体験	接客のデジタル化、店販のデジタル化	【理美容ディーラー】 EC連携による店舗のEC化で売上アップ
蓄積されるデータ		経営指標の可視化による適切な経営判断	費用対効果の可視化

BeautyMerit導入による効果②

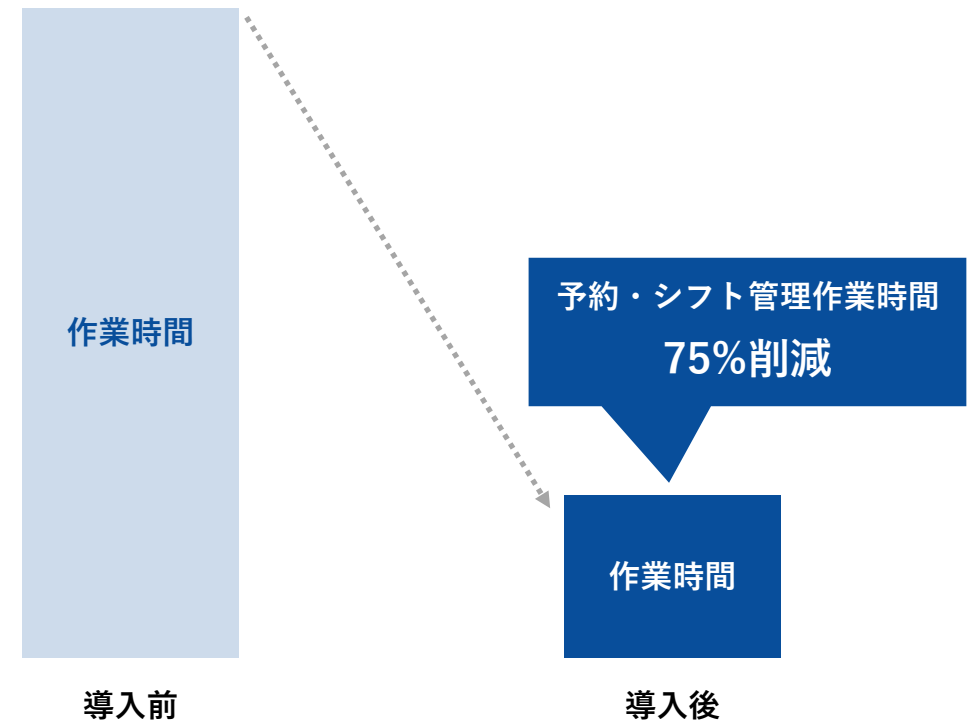
BeautyMerit導入後、売上・コストの両面で絶大な効果を発揮

来店客数改善例(1)



(1) 2021年6月を基準とした過去12ヶ月の前年同月比来店客数成長率の月次平均 (新規顧客は初回来店、リピーター顧客は2回以上来店)。

予約・シフト管理作業時間改善例(2)



(2) 2021年3月時点での「BeautyMerit(ビューティーメリット)」導入店舗における一元管理機能の連動数をもとに算出。



Dulce

Dulce

美容室

売上アップ

商品の注文や予約の変更などがアプリのトーク機能で気軽にできたり、施術後のアフターケア・メニューのご提案や来店前の駐車場利用の連絡も簡単にできる点にメリットを感じています。導入後は、キャンセル率が大幅に下がり、売上げも**昨年比130%増加**しました。



MARINO

アイビューティ

業務効率化

スタッフの電話対応などを減らして効率よく接客に集中してもらい、顧客の満足度アップと囲い込みのためにBeautyMeritを導入しました。導入後は、集客サイトを連携をする事で予約帳が一元化したので、**ダブルブッキングが無くなり**、アプリ予約比率が高まったことで**電話の対応も減り**、効率が良くなりました。



Procare Nail
NAIL & EYELASH

プロケアネイル

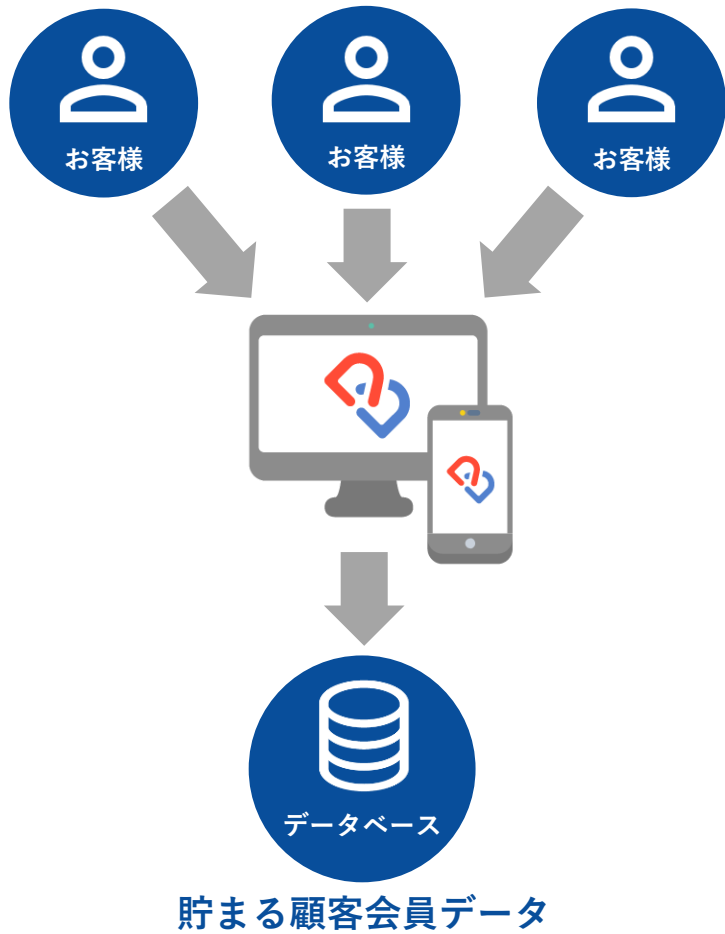
ネイルサロン

リピート率

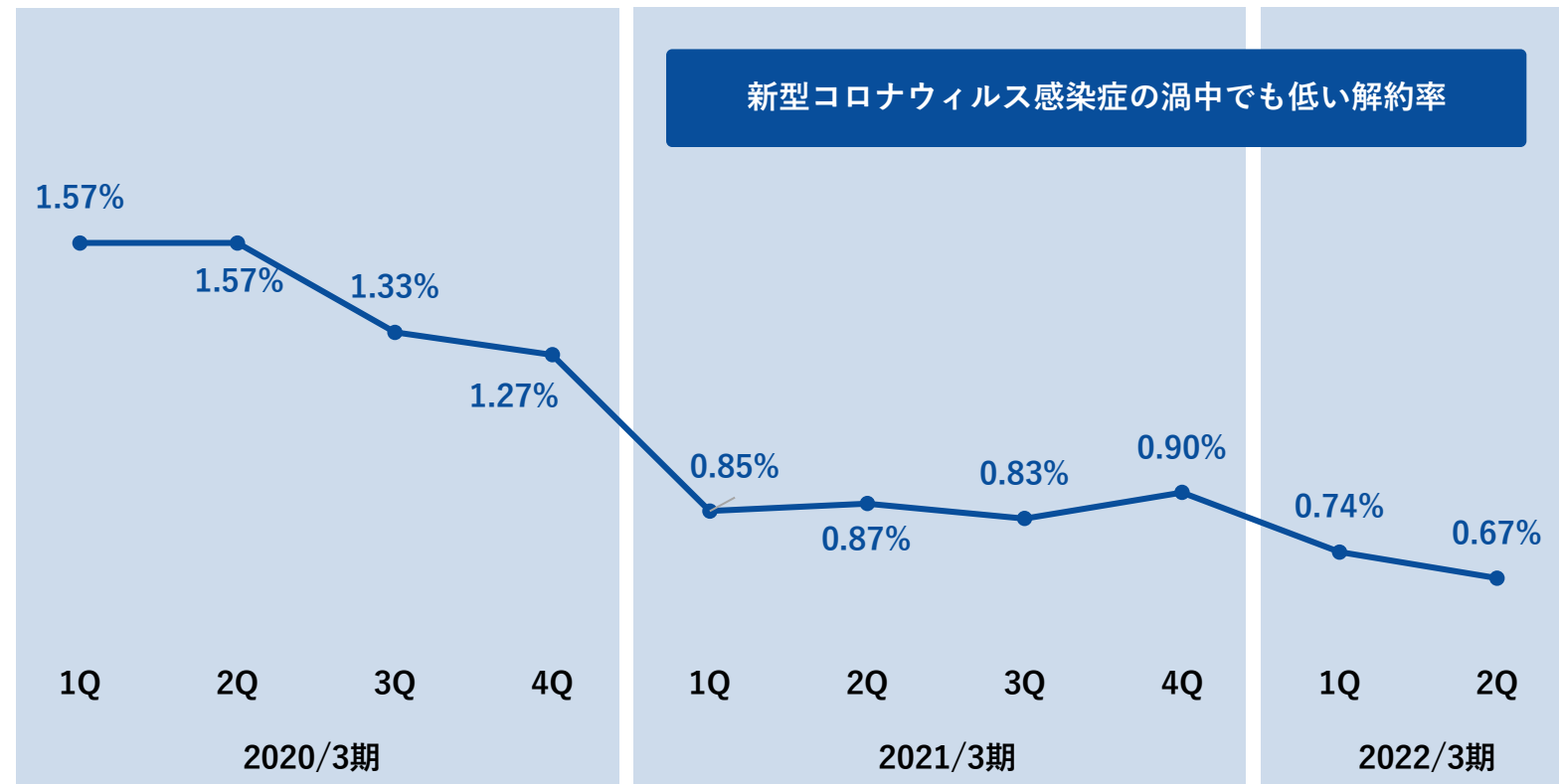
BeautyMeritを導入する前は、2箇所の予約サイトを管理していたため、予約が被らないかハラハラしていましたが、導入後は**ダブルブッキングの心配がなくなり**、またアプリからの予約が増えたことで**リピート率が上がり**、指名予約も増加しております。

高いスイッチングコストによる低チャーンレートの実現

既存顧客の管理機能を提供することで、スイッチングコストの高いサービスを実現



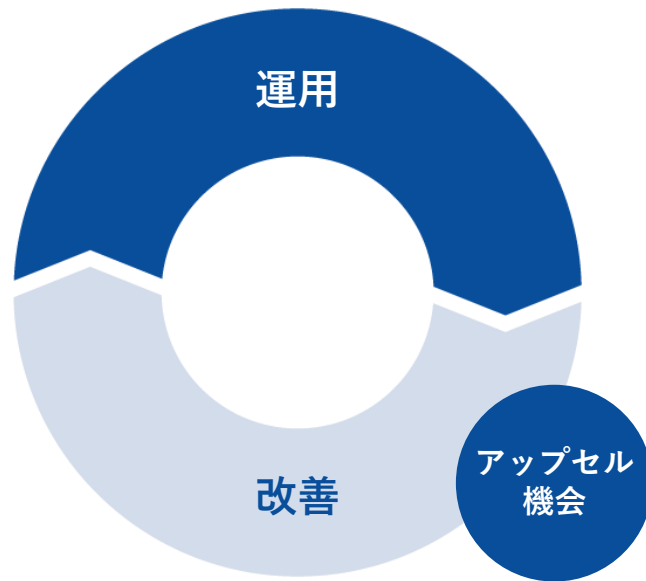
カスタマーチャーンレート(1)



(1) カスタマーチャーンレート：契約店舗数における直近12か月平均解約率。

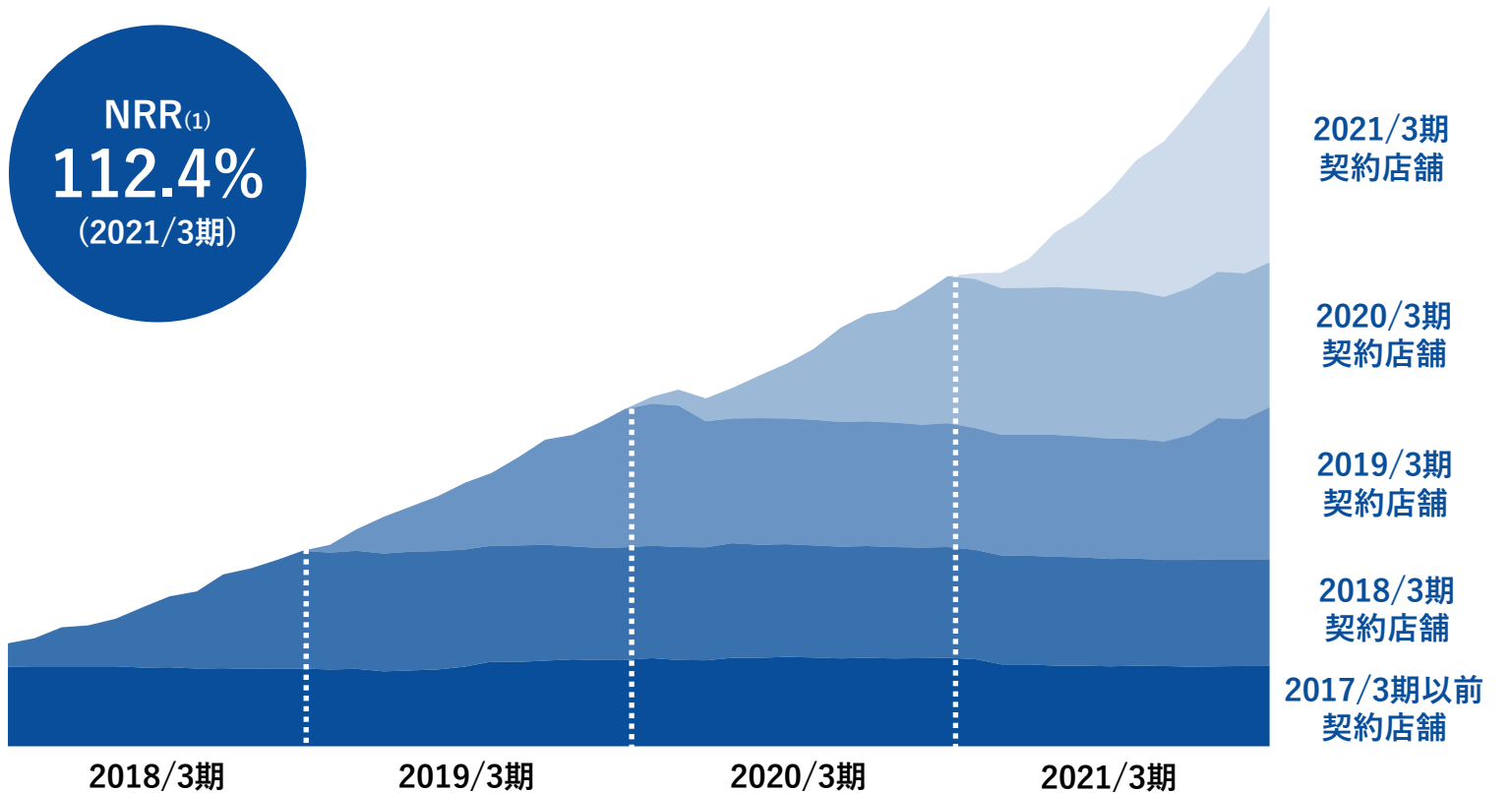
蓄積されたノウハウを元に機能・運用体制を提案し、店舗と課題を共有し、一緒に成長するモデル

データの蓄積・課題の可視化



機能の提案・運用体制の提案

NRR⁽¹⁾
112.4%
(2021/3期)



※積み上げグラフの各層は各時点における既存店舗のMRR(2)の推移を表す。
(1)NRR：Net Revenue Retentionの略語。既存店舗の売上高継続率。2021年3月期におけるNRRは、「2021年3月期サブスクリプション売上高÷2020年3月期サブスクリプション売上高」より算出。2020年3月末時点の既存店舗のサブスクリプション売上高のみから算出しており、新規店舗からのサブスクリプション売上高を含まない。(2)MRR：Monthly Recurring Revenueの略語。月次のサブスクリプション売上高。

顧客接点を一気に通貫で管理できる豊富な機能とフォロー・サポート体制が評価され幅広く導入

フォロー・サポート体制 ↑強 ↓弱	顧客接点	集客	予約	施術	会計	アフターフォロー	データ分析	特徴
	BeautyMerit	○	○	○	○	○	○	○
A社	△	○	○	○	△	-	○	予約管理にフォーカスしたサービスを提供。集客サイトに頼らないSNS等を活用した新規顧客の獲得を支援する機能を提供。
B社	△	○	○	-	△	-	-	ヘアサロンを主なターゲットとして、集客サイトやPOSシステムの予約一元管理に機能を絞ってサービスを低価格で販売。

※△：集客サイト及びPOSシステム(会計システム)の連動可能数が当社より少ないため、当社との違いを明確にするため△としております。

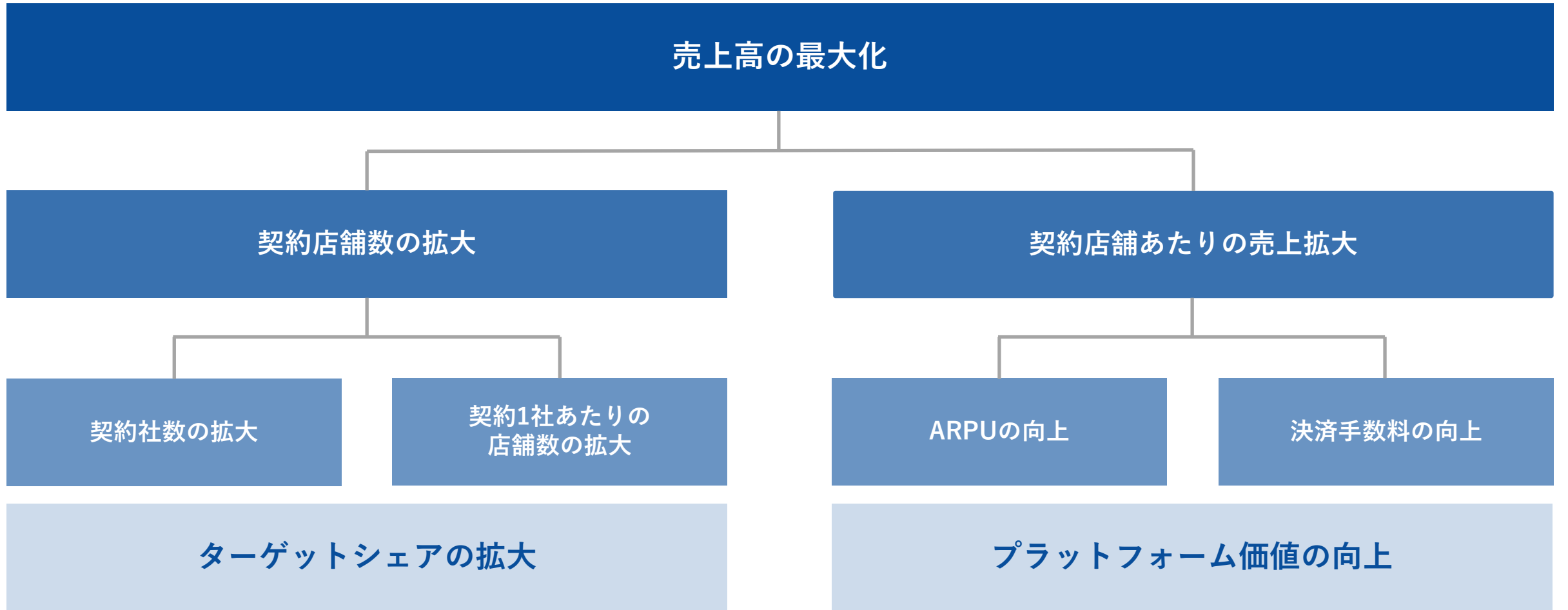
選ばれる理由

- 機能が豊富で多くの業種に対応
- 顧客接点を一気に通貫で管理
- マルチデバイス対応で使いやすいUI/UX
- ニーズを基にした迅速な機能追加・機能改善
- 蓄積されたノウハウを元にしたフォロー・サポート体制
- 自動的に質の高いデータを収集し正確な経営判断をサポート

5 成長戦略

1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix

契約店舗数の拡大と契約店舗あたりの売上拡大で成長を図る



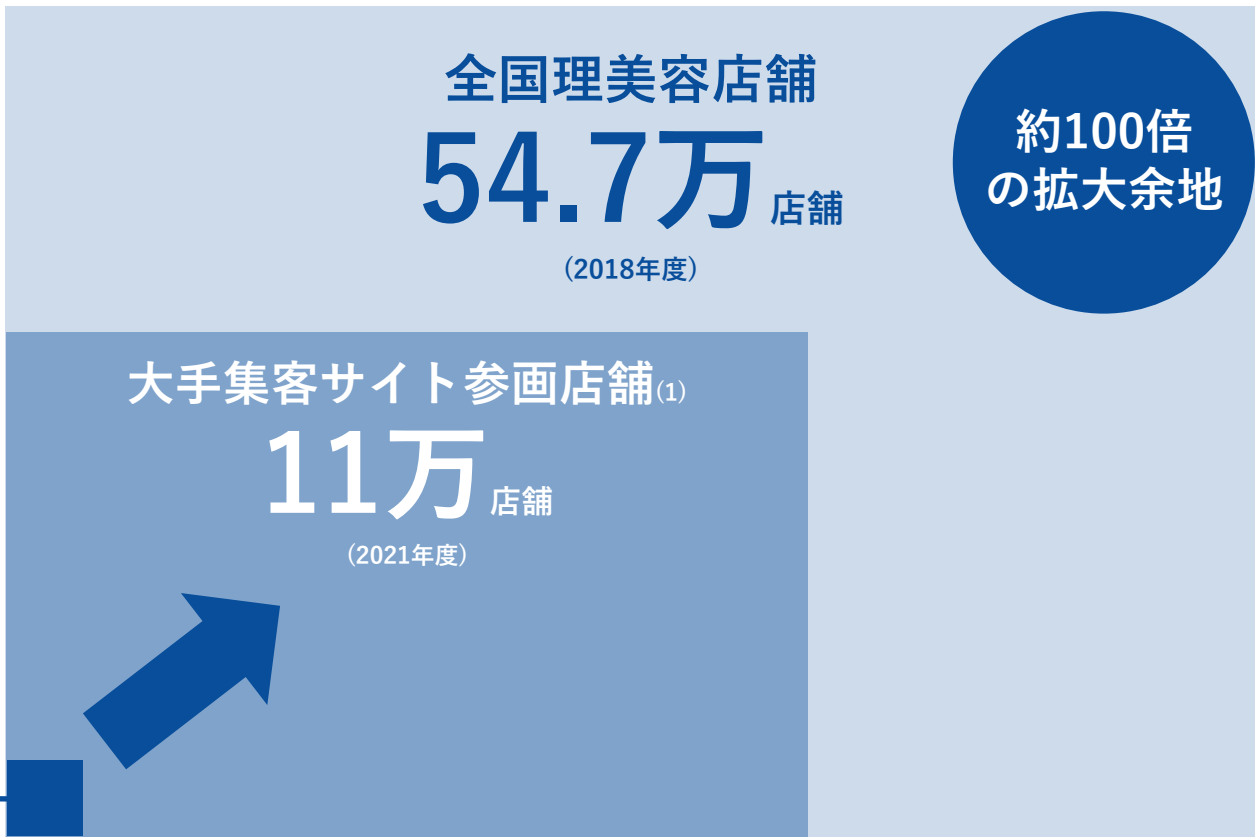
膨大なターゲット市場に対し直販営業・代理店とのパートナーネットワークを強化しシェア拡大を目指す

当社体制の強化

- 営業人員の増加
- 導入・サポート体制の強化
- 主に大都市圏を中心に営業活動

代理店パートナーの活用

- 代理店パートナー経由の販売強化
- 代理店のネットワークを活用し、主に地方を中心に営業活動



BeautyMerit

5,600店舗以上
(2021年10月末時点)

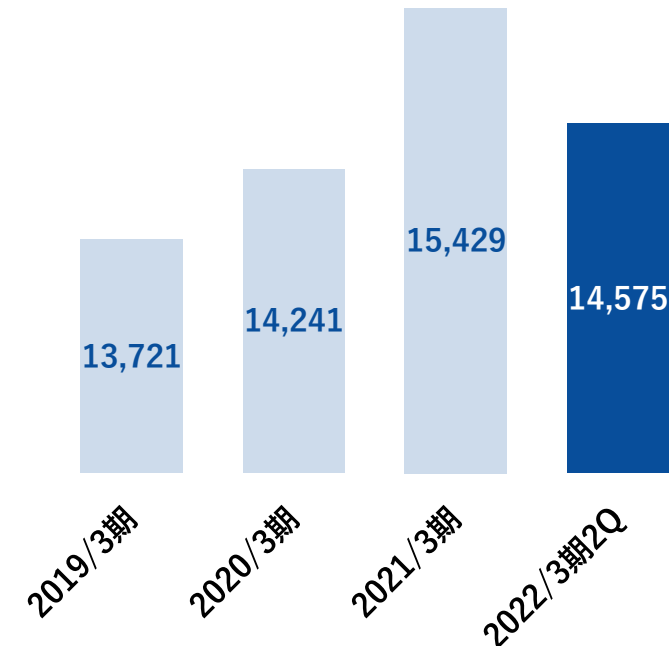
(1) (株)リクルート 2021年9月更新「HOT PEPPER Beauty最新データ集」参画店舗数。

日々蓄積されるデータを活用した機能改善・新機能により、さらなるARPU⁽¹⁾の上昇を目指す



ARPU (円)

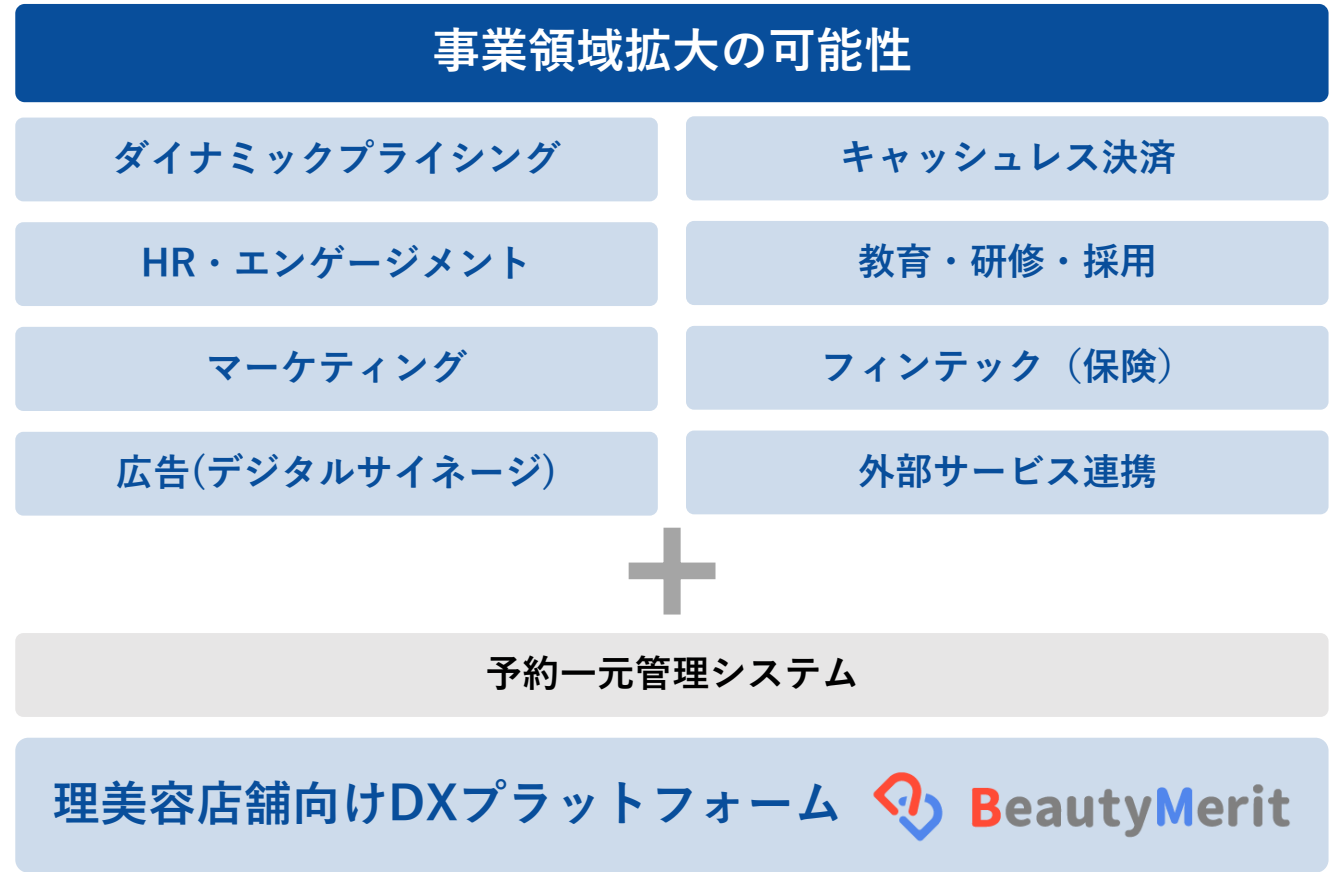
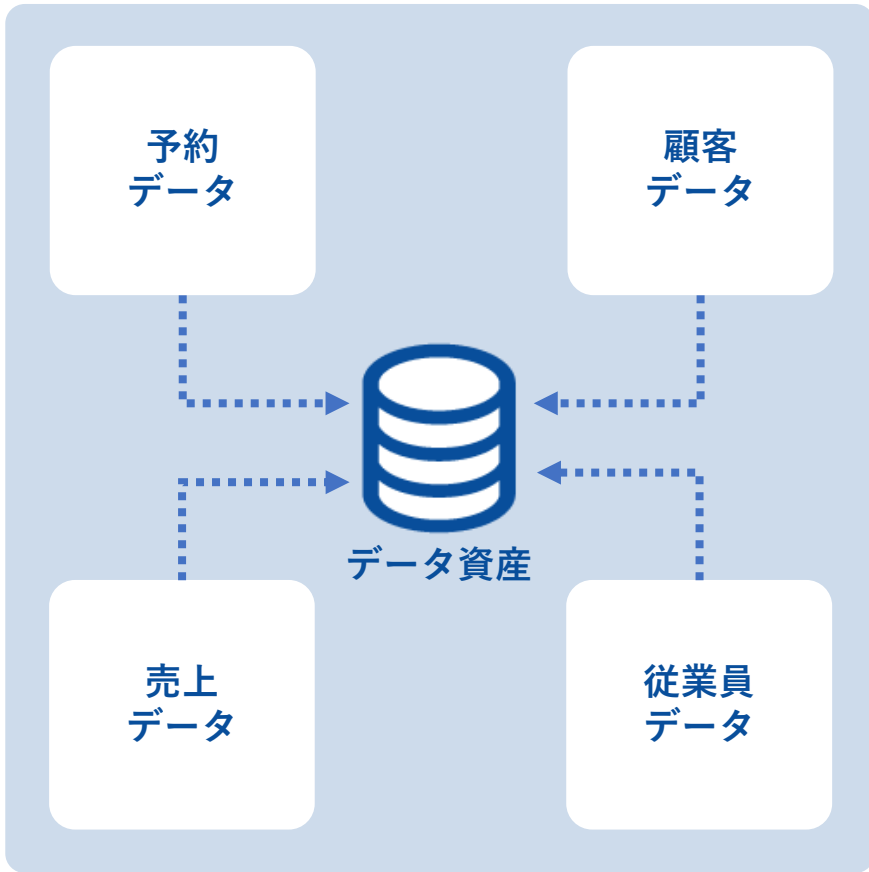
2022/3期2Qは大型チェーンの契約に伴うボリュームディスカウントにより一時的に減少



(1)ARPU : Average Revenue Per Userの略語。1有料課金店舗当たりの平均月額単価。

広範な市場機会を活かした更なる成長戦略

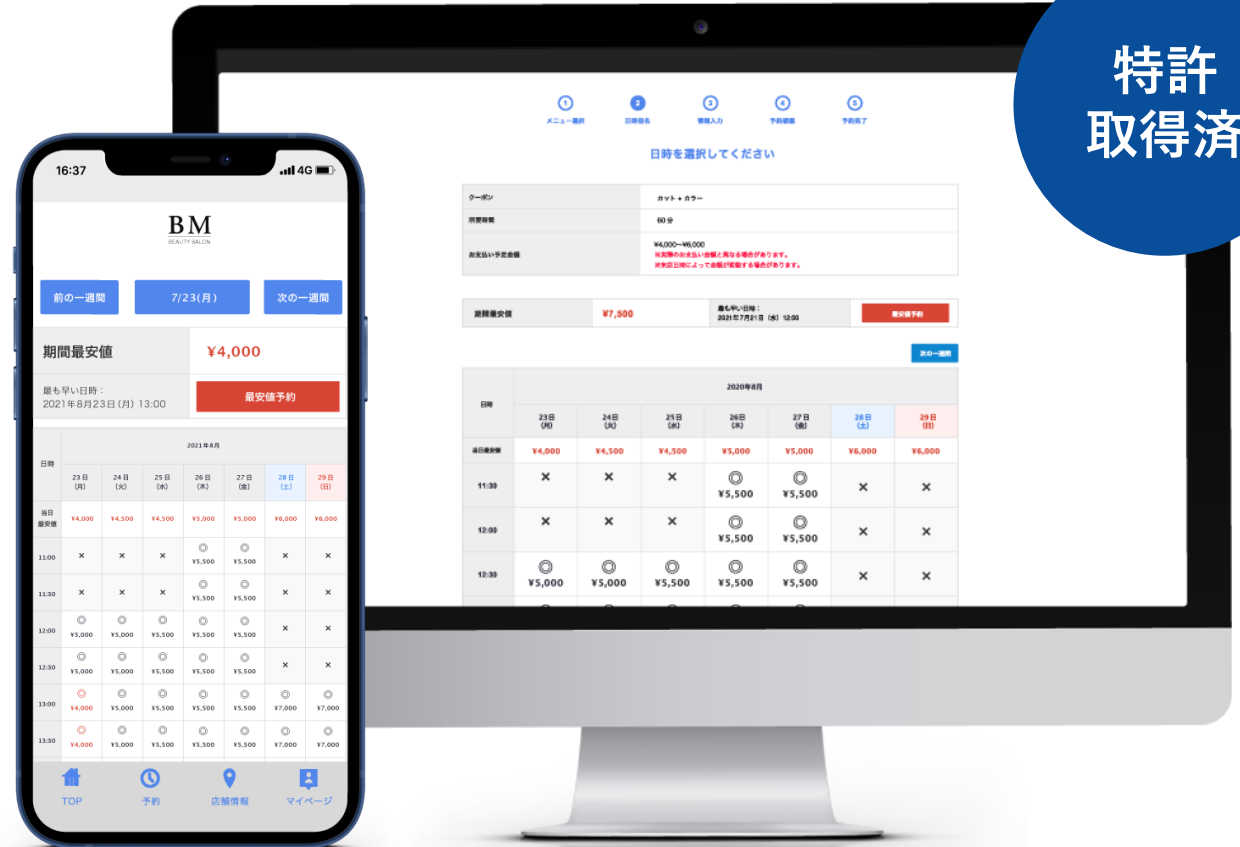
予約管理プラットフォームとして、蓄積したデータ資産を活用してさらなる周辺事業領域を拡大させ理美容サロンのDXプラットフォームを目指す



理美容サービス業界の生産性向上を支援するべく、**ダイナミックプライシング機能**を提供

ダイナミックプライシング機能で 店舗の生産性向上を図る

蓄積された予約データを基に需要予測を行い、ネット予約
上で各時間に対して需要と供給の状況に合わせて価格を変
動させる価格戦略で、店舗の生産性向上を支援。



BeautyMeritのターゲット市場における経済規模は**3.7兆円⁽³⁾**以上

周辺領域への事業拡大によって、
さらなる成長が見込めるTAM

SAM
大手理美容集客サイト
約400億円⁽¹⁾

2021/3期
売上高
7.99億円

TAM
理美容サービス市場
約2,100億円⁽²⁾

理美容サービスの経済規模
約3.7兆円⁽³⁾

対象業種を拡大
することでTAMは
さらに拡大

(1) (株)リクルート 2021年10月更新「HOT PEPPER Beauty最新データ集」参画店舗数(112,575店舗)に対して、「BeautyMerit(ビューティーメリット)」の料金プラン(35,000円)を乗じて算出。(2) 矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2021年版」、矢野経済研究所「エステティックサロンマーケティング総鑑2021年版」、日本ネイリスト協会「ネイル白書2020」、厚生労働省「平成30年衛生行政報告例」を基に、2018年度、理容室店舗数(119053店舗)、美容室店舗数(251140店舗)、ネイル店舗数(28150店舗)、エステ店舗数(8230店舗)、リラクゼーション等店舗(140765店舗)の合計に対して、「BeautyMerit(ビューティーメリット)」の料金プラン(35,000円)を乗じて算出。(3) 矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2021年版」、矢野経済研究所「エステティックサロンマーケティング総鑑2021年版」、矢野経済研究所「2019年版 リラクゼーション・温浴ビジネスの実態と展望」、矢野経済研究所「2020年版 接骨院・鍼灸院・マッサージ院市場の展望と戦略」、日本ネイリスト協会「ネイル白書2020」を基に、2018年度、理美容市場(2,138,200百万円)、リラクゼーション市場規模(119,600百万円)、柔道整復・鍼灸・マッサージ市場(944,000百万円)、エステティックサロン市場規模(360,200百万円)、ネイルサービス市場規模(171,600百万円)、の合計。

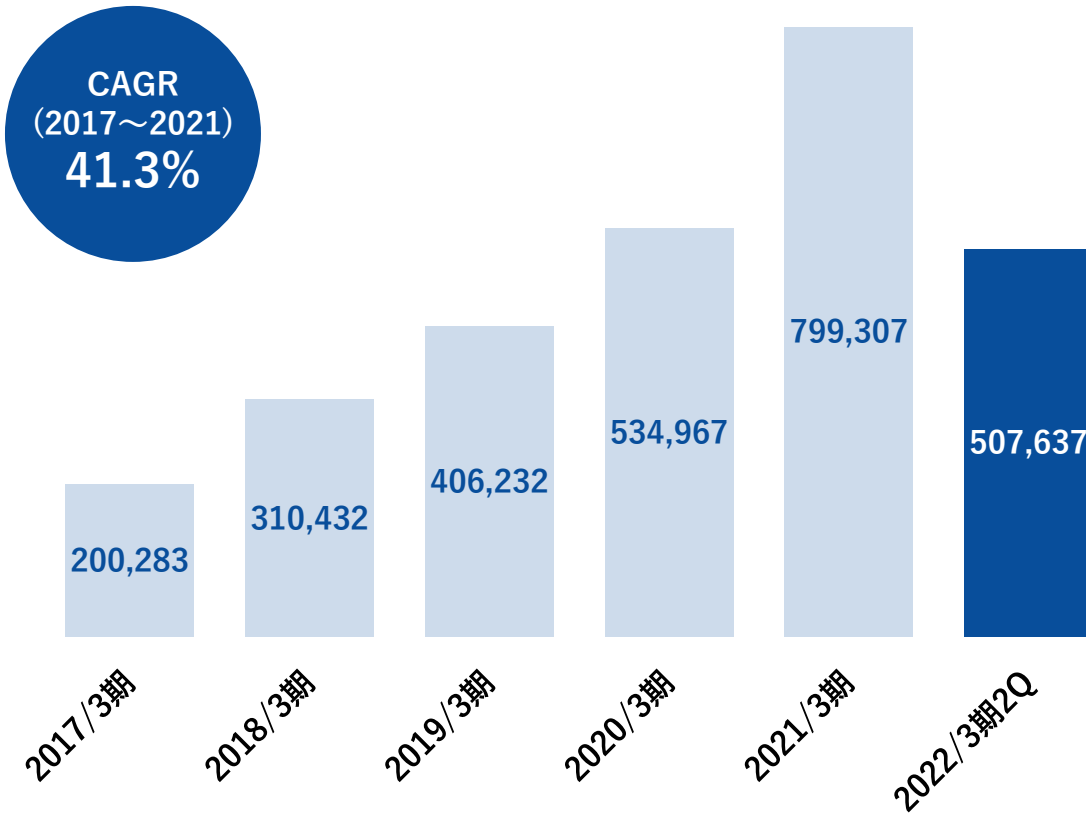
6 財務モデル

1. 会社概要
 2. サービス概要
 3. 市場環境
 4. 当社の強み・特徴
 5. 成長戦略
 6. 財務モデル
- Appendix

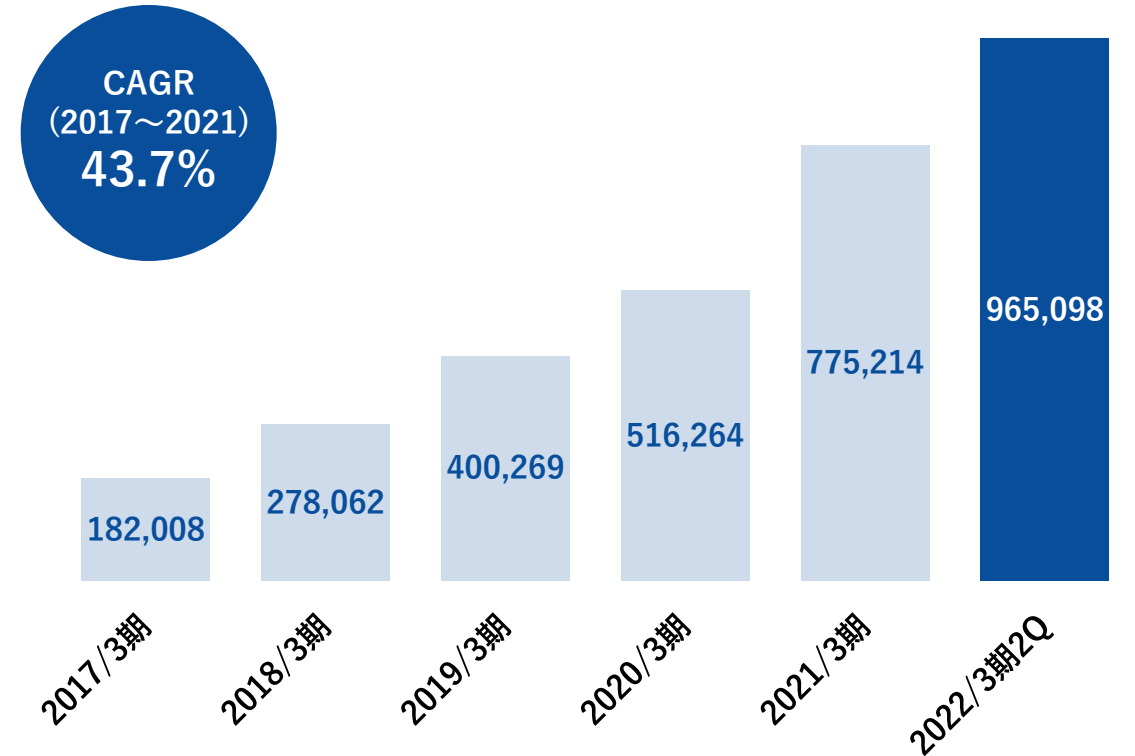
売上高・ARR⁽¹⁾の着実な成長

積上げ型のサブスクリプションモデルが安定的かつ継続的な高成長に寄与

売上高(千円)



ARR⁽¹⁾(千円)

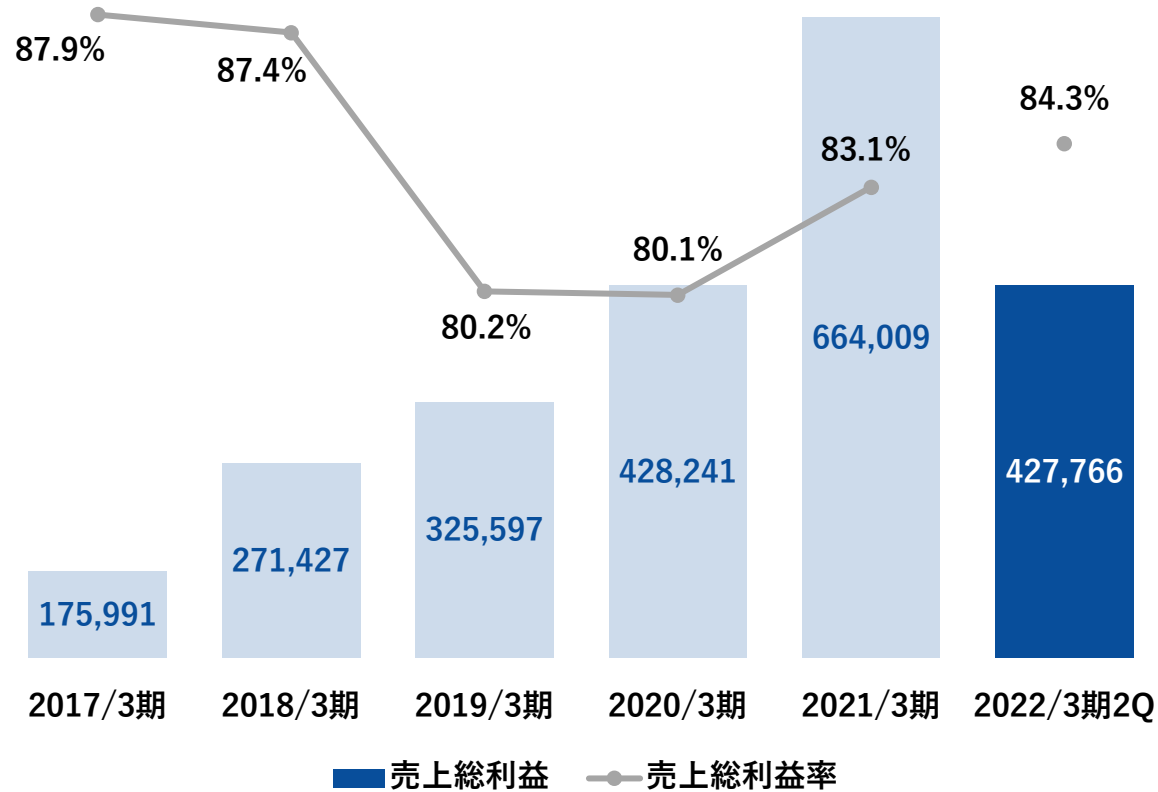


(1)ARR: Annual Recurring Revenueの略語。各期末の月次サブスクリプション売上高を12倍することにより算出。既存の契約のみから、期末月の翌月からの12ヶ月で得られると想定される売上高を表す指標。

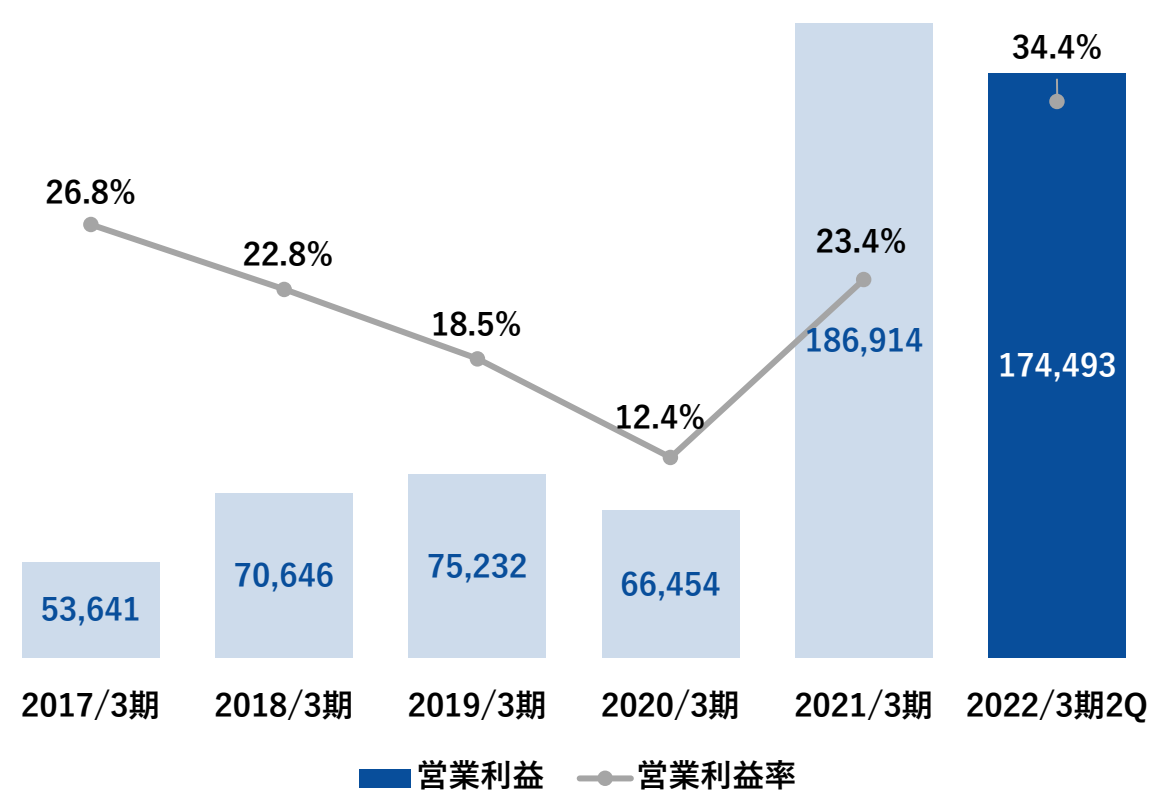
規律あるコストコントロールによる安定収益

クチコミ等のバイラル効果により、広告宣伝費に依存しない販売体制を構築

売上総利益(千円)



営業利益(千円)



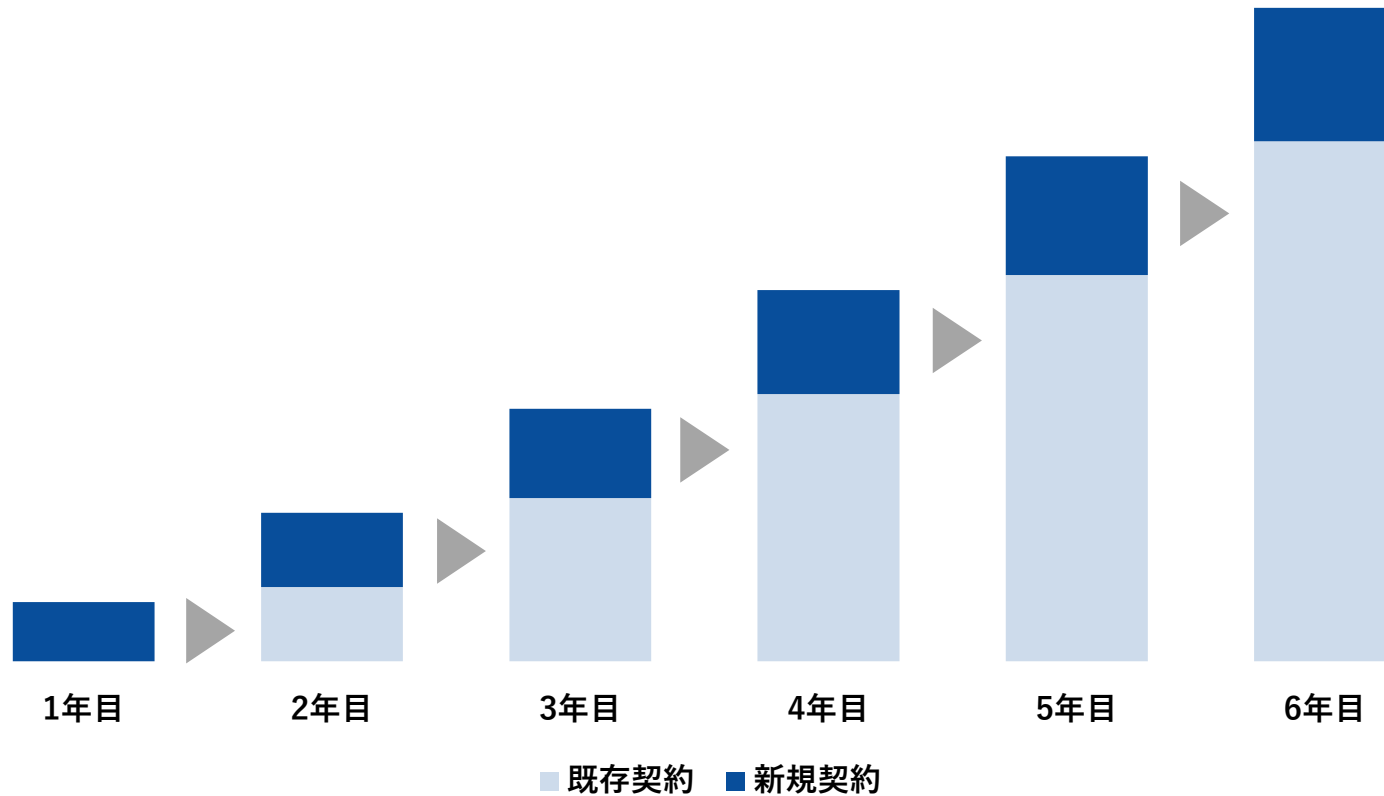
Appendix

1. 会社概要
2. サービス概要
3. 市場環境
4. 当社の強み・特徴
5. 成長戦略
6. 財務モデル

Appendix

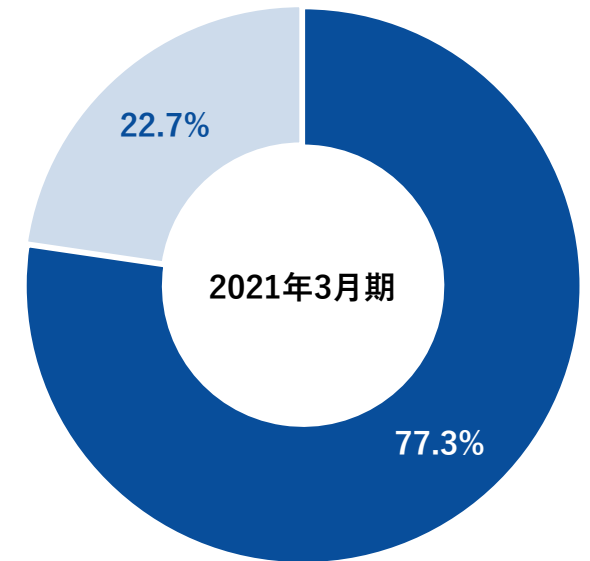
安定性と成長性を両立するサブスクリプションモデル

ストック売上の蓄積により、安定的かつ継続的な成長を実現



※ストック売上蓄積のイメージ図：新規契約が継続して積み上がり、既存契約が増加していくビジネスモデル。また、既存契約に対してのオプション機能の追加販売などで、既存契約の単価向上も可能。

サブスクリプション売上高比率



■ ストック売上 ■ その他

損益計算書(千円)

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 第2四半期
売上高	534,967	799,307	507,637
年率成長率	31.7%	49.4%	-
売上総利益	428,241	664,009	427,766
売上総利益率	80.0%	83.0%	84.3%
営業利益	66,454	186,914	174,493
営業利益率	12.4%	23.3%	34.4%
経常利益	66,537	188,260	173,388
経常利益率	12.4%	23.5%	34.2%
当期(四半期)純利益	46,609	133,841	121,954
当期(四半期)純利益率	8.7%	16.7%	24.0%

貸借対照表(千円)

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 第2四半期
流動資産合計	258,174	536,872	638,989
固定資産合計	50,118	51,736	53,901
資産合計	308,292	588,608	692,890
流動負債合計	80,207	212,523	206,521
固定負債合計	12,216	26,375	14,705
純資産合計	215,868	349,710	471,664
負債純資産合計	308,292	588,608	692,890

主なリスク	時期	可能性	影響度	対応策
<p>競合について 当社は、理美容領域におけるインターネットサービスの提供を事業領域としておりますが、同様の事業領域において、競合企業が存在しており、今後、更なる他社の新規参入により競争が激化する可能性があります。当社は、引き続き顧客のニーズを汲んだサービスの提供を進める方針ではありますが、競合企業の営業方針、価格設定及び提供するサービス等は、当社が属する市場に影響を与える可能性があり、これらの競合企業に対して効果的な差別化を行うことができず、当社が想定している事業展開が図れない場合、当社の経営成績及び財務状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中期	中	中	顧客ニーズを基に素早くサービスに反映する組織体制を一層強化するとともに、これまでの経験・実績及び社内ノウハウ等を強みとし差別化を図ってまいります。
<p>人材確保と育成について 当社は、継続的な事業拡大のためには、優秀な人材の確保、育成及び定着が最も重要であると認識しております。しかしながら、当社が求める優秀な人材が必要な時期に十分に確保・育成できなかった場合や人材流出が進んだ場合には、継続的な業務運営及び事業拡大等に支障が生じることや、採用費が計画から乖離すること等により、当社の経営成績及び財務状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	長期	大	大	今後も採用市場の変化を捉えながら採用手法の多様化を進めることで候補者との接点拡大を図ると同時に、育成体制の強化を図ってまいります。
<p>個人情報保護について 当社は、提供するサービスに関連して個人情報を取り扱っているため、「個人情報の保護に関する法律」が定める個人情報取扱事業者としての義務を課されております。当社は、個人情報の外部漏洩の防止はもちろん、不適切な利用、改ざん等の防止のため、個人情報の管理を事業運営上重要事項と捉え、アクセスできる社員を限定すると共に、全従業員を対象として社内教育を徹底する等、同法及び関連法令並びに当社に適用される関連ガイドラインを遵守し、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。しかしながら、当社が保有する個人情報につき、漏洩、改ざん、不正使用等が生じる可能性が完全に排除されているとはいえ、これらの事態が起こった場合、適切な対応を行うための相当なコストの負担、当社への損害賠償請求または信用の低下等によって、当社の経営成績及び財務状況に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中期	中	大	社内規程に沿って個人情報を管理し、従業員に対する個人情報の取り扱いに関する教育を行い、個人情報の適切な取り扱いに努めてまいります。

※詳細につきましては、新規上場申請のための有価証券報告書の「事業等のリスク」を確認ください。

成長戦略の実現のため、IPOによる調達資金を以下の使途に充当予定。

① 運転資金

今後の事業規模拡大のために必要な営業部門、開発部門の人材の採用費及び人員増加による人件費として、1,132,600千円を充当する予定であります。

② 設備資金

人員増加に伴う本社オフィスの増床及び将来の移転、大阪営業所の拡大のための設備投資や地代家賃として、394,000千円を充当する予定であります。
また、「BeautyMerit（ビューティーメリット）」の機能、セキュリティ強化のためのデータセンターの新設及びデータセンター新設までの期間のサーバー費用、セキュリティ費用として、362,000千円を充当する予定であります。

③ 借入金の返済

運転資金のために借入れた銀行からの長期借入金の返済資金として、30,000千円を充当する予定であります。

また、残額につきましては、今後の事業規模拡大のために必要な顧客獲得のための運転資金及び業務提携等に伴う投資資金に充当する予定であります。具体化している事項はありません。

なお、具体的な充当期間までは、安全性の高い金融商品等で運用する予定であります。

本資料に掲載されている情報には、将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら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。

上記の実際の業績に影響を与える要因としては、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

本資料は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。本資料は、金融商品取引法またはその他の法令もしくは諸規則に基づく開示書類ではありません。投資のご検討にあたっては、必ず当社が作成する新株発行並びに株式売出届出目論見書（および訂正事項分）をご覧ください。また、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。

本開示は今後通期決算発表時に更新して開示いたします。次回開示は2022年5月の予定です。

CYND

インターネットを通じて、心のつながりを提供する