

CYND

2023年3月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社サインド(証券コード：4256)

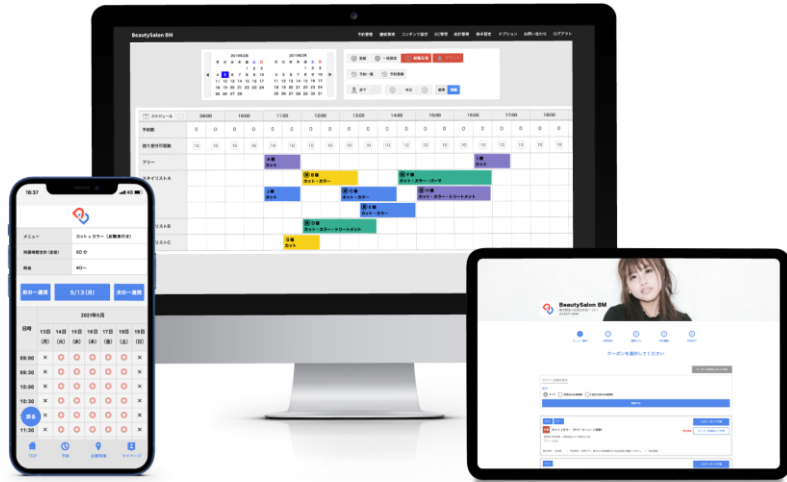
1 事業概要

1. 事業概要
 2. 2Q 業績ハイライト
 3. トピックス
- Appendix

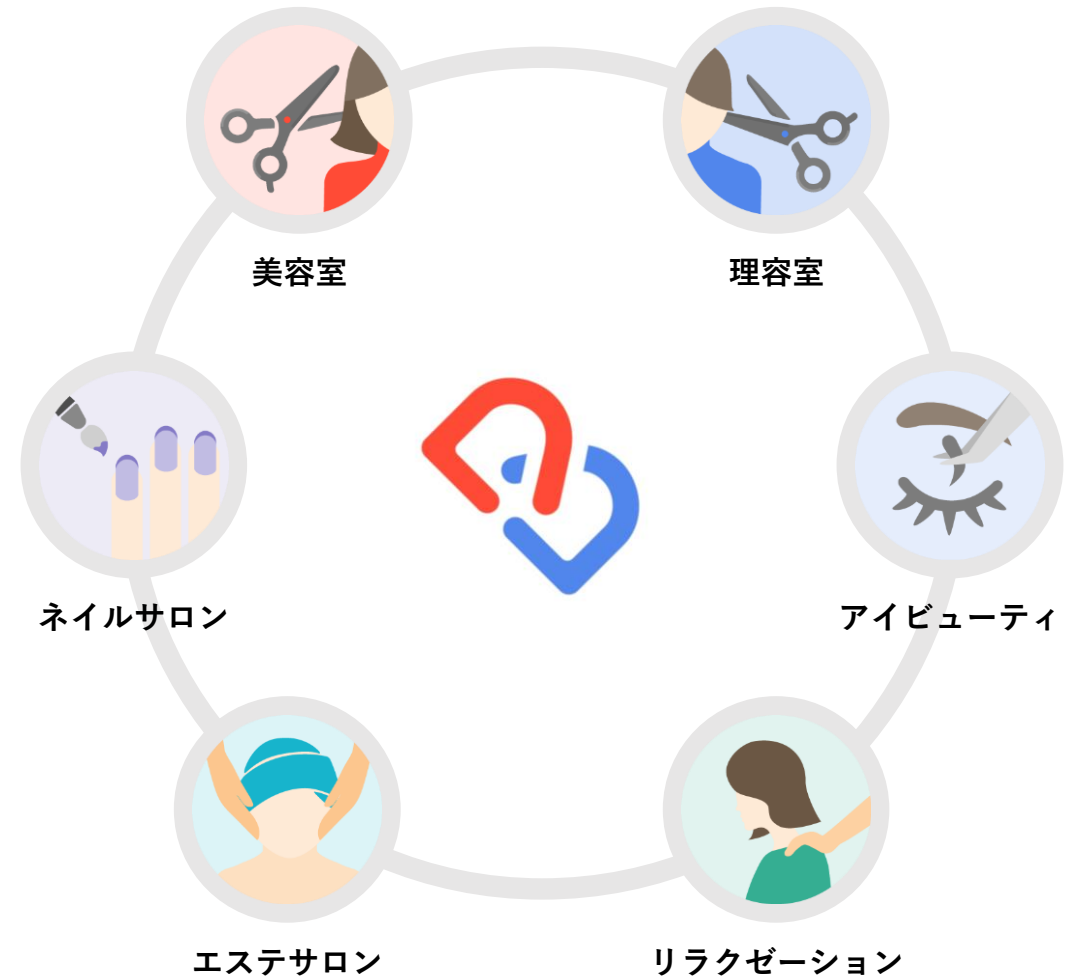
CYND

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



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) 業界や業種に特化して「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

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。

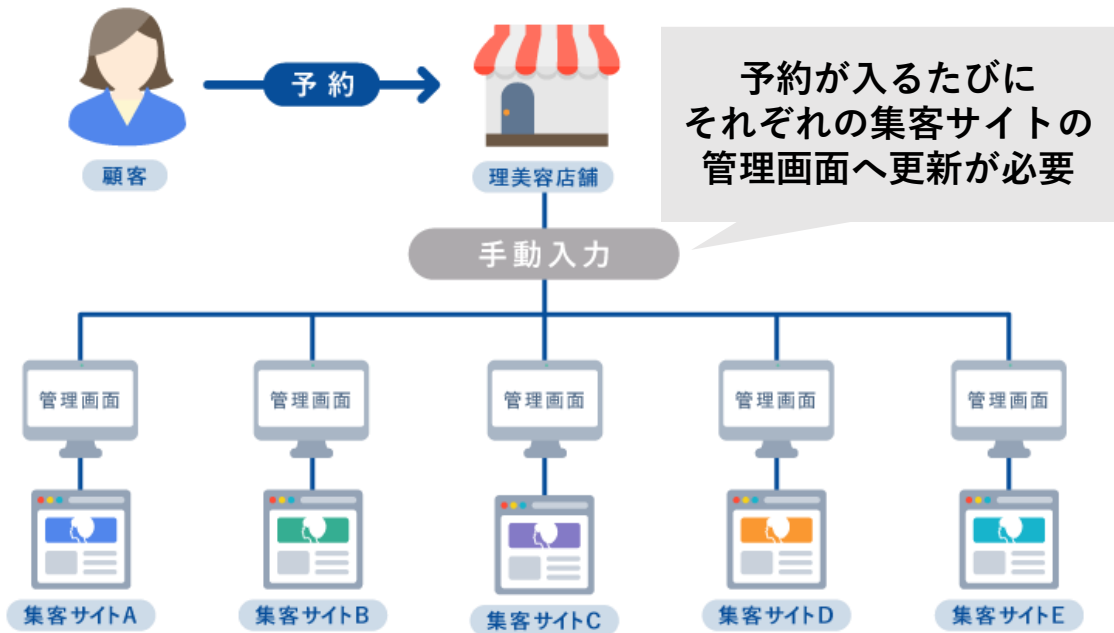
Googleで予約

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。



集客サイト⁽¹⁾の予約情報を自動で集約し、 店舗の空き状況を自動で反映することで予約管理業務を大幅削減

BeautyMerit 導入前

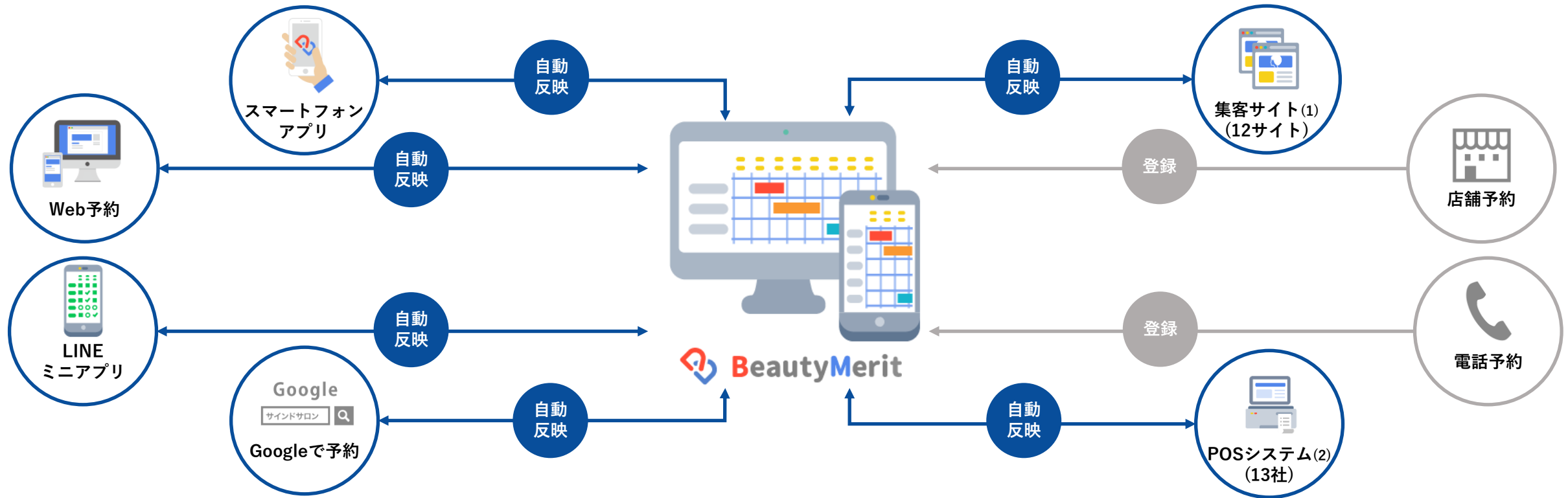


BeautyMerit 導入後



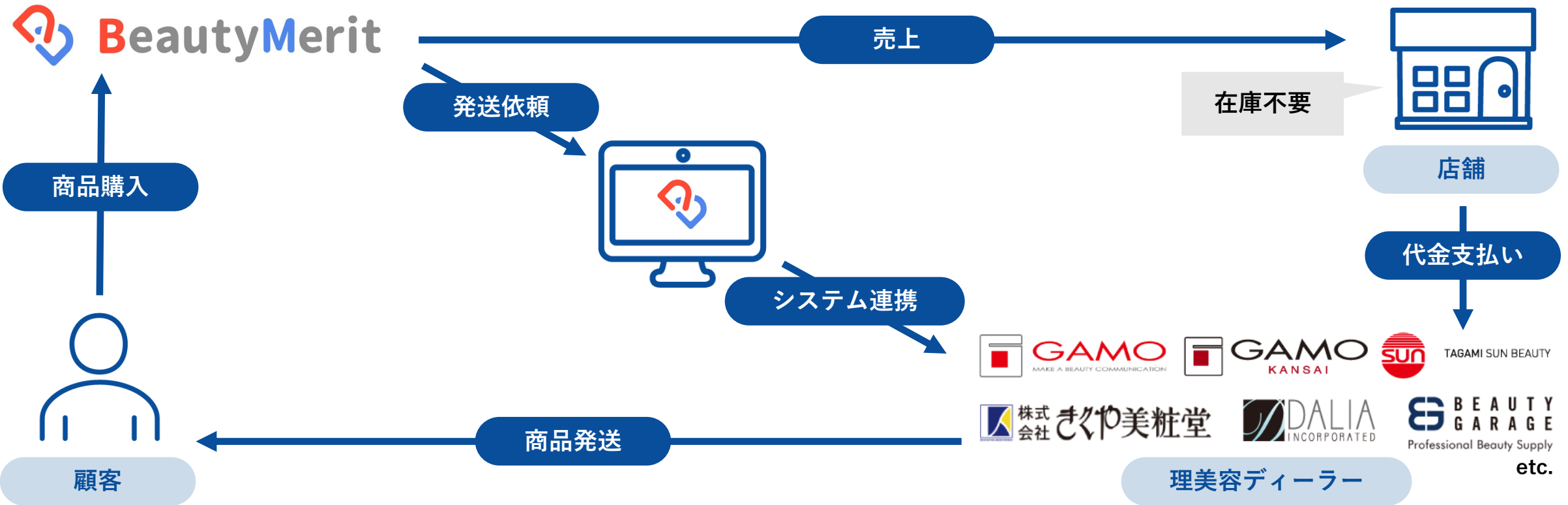
(1)集客サイト：理美容店舗に対して、新規の顧客獲得を支援することを目的としたインターネットメディア。

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12サイトは2022年9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13社は2022年9月末時点。

梱包・発送業務を理美容ディーラーが行うことで、
理美容店舗は負担なくオンラインショッピングの構築が可能



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

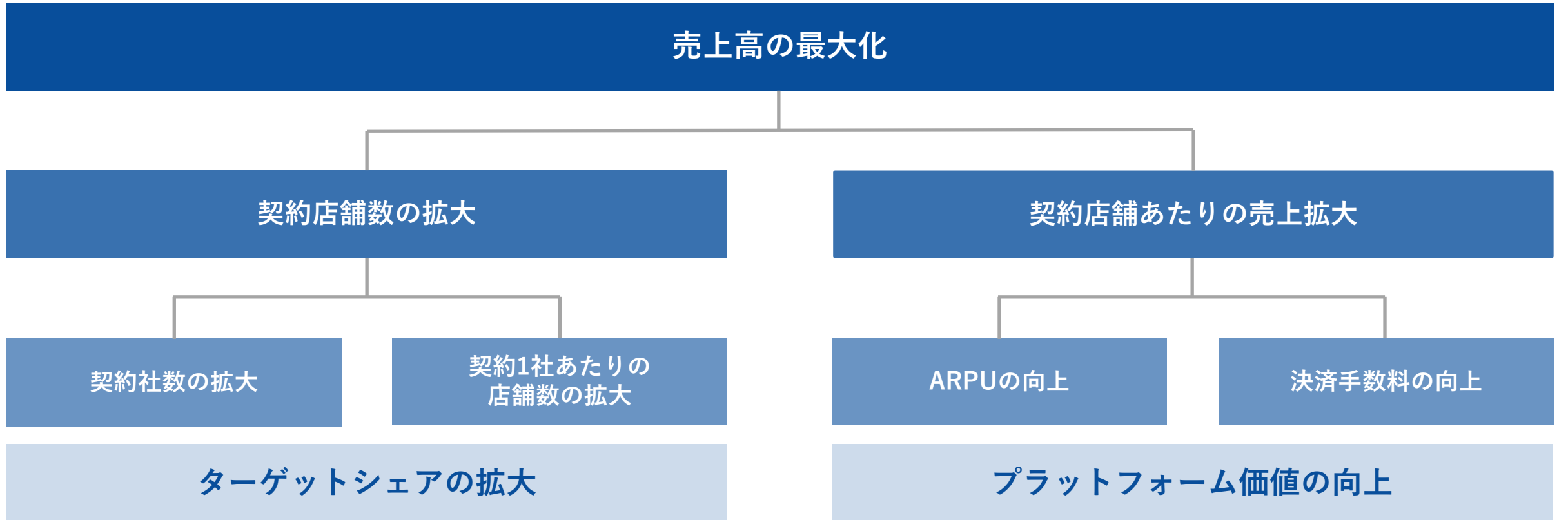


(1)代理店パートナー：理美容店舗に対して美容商材を販売する理美容ディーラー等の理美容関連事業者。

(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。

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



2Q 業績ハイライト

1. 事業概要
 2. 2Q 業績ハイライト
 3. トピックス
- Appendix

売上高/YoY成長率

3.2億円 (2023/3期 2Q) / **22.1%**

サブスクリプション売上高⁽¹⁾/YoY成長率

2.8億円 (2023/3期 2Q) / **23.1%**

ARR⁽²⁾/YoY成長率

11.7億円 (2023/3期 2Q) / **21.9%**

契約店舗数⁽³⁾/YoY成長率

6,411店舗 (2023/3期 2Q) / **16.2%**

ARPU⁽⁴⁾

15,286円 (2023/3期 2Q)

カスタマーチャーンレート⁽⁵⁾

0.89% (2023/3期 2Q)

サブスクリプション売上高比率⁽⁶⁾

90.3% (2023/3期 2Q)

(1)サブスクリプション売上高：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。

(2)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。

(3)契約店舗数：2022年9月末時点での月額課金している店舗数の合計。

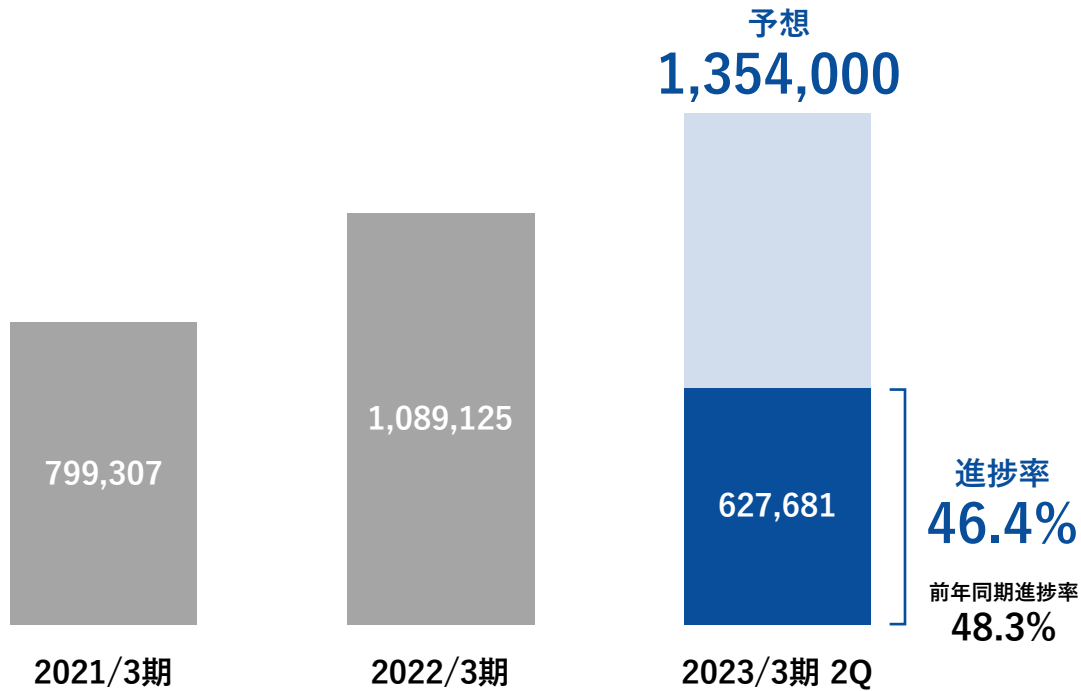
(4)ARPU：Average Revenue Per Userの略語。1有料課金店舗当たりの平均月額単価。

(5)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。

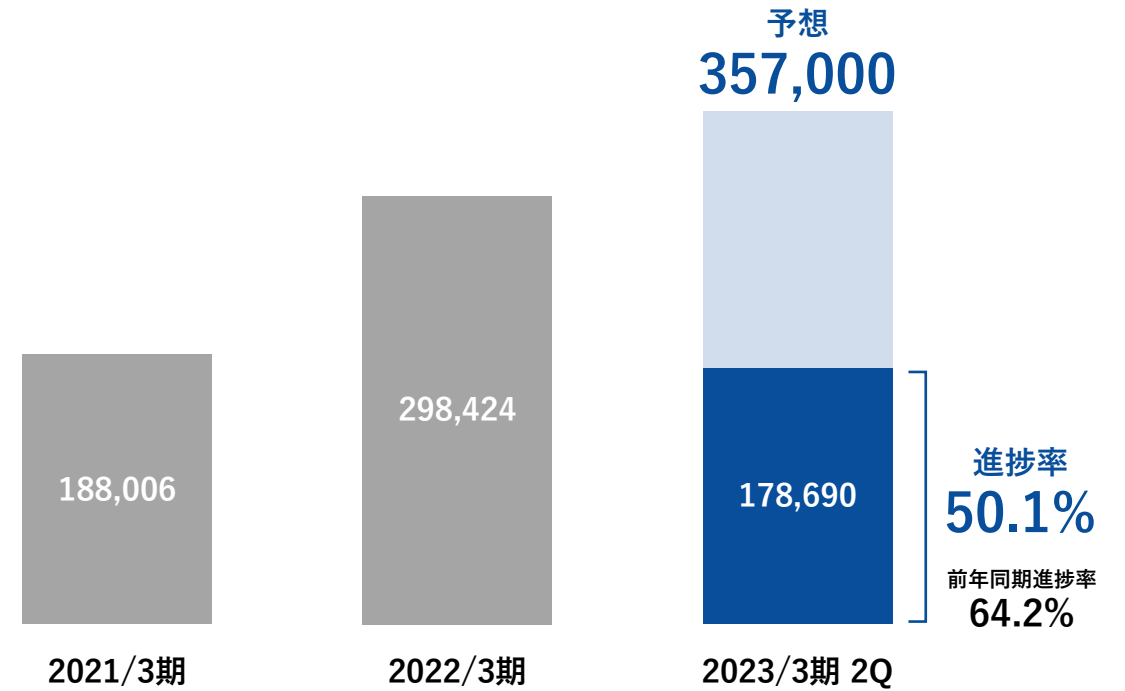
(6)サブスクリプション売上高比率：売上高のうち、継続的に得られる「BeautyMerit(ビューティーメリット)」の月額利用料の合計額が占める割合。

売上高は計画通り、営業利益は計画を上回るペースで進捗

売上高(千円)

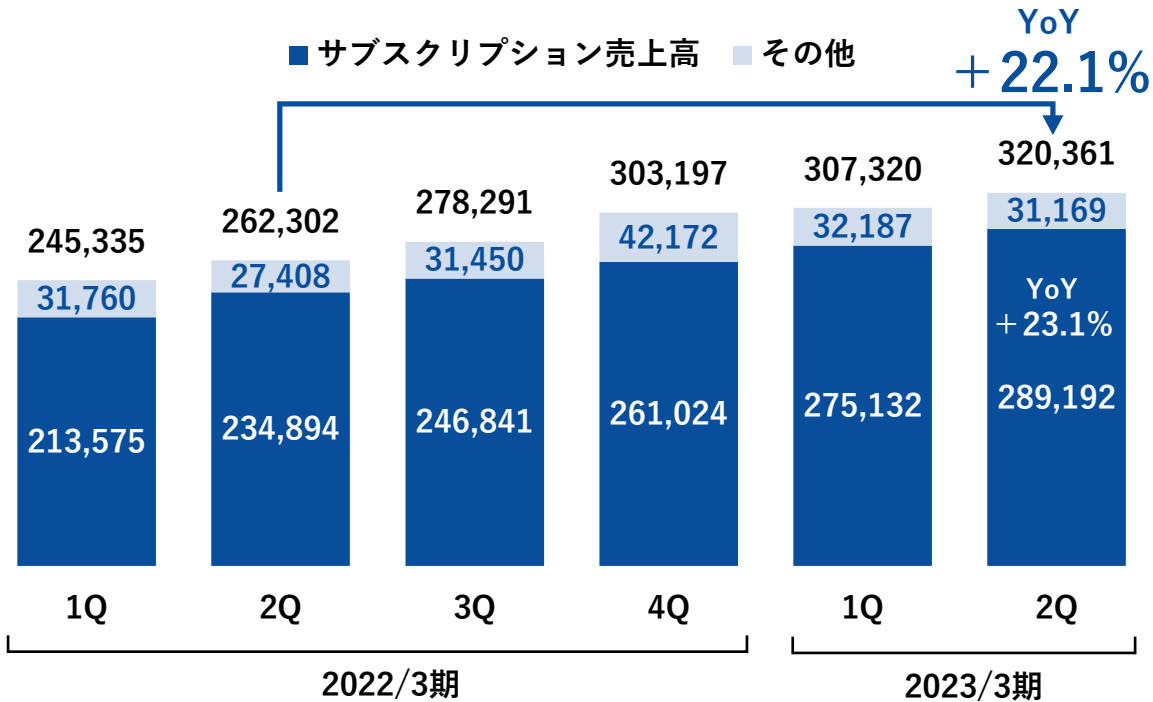


営業利益(千円)

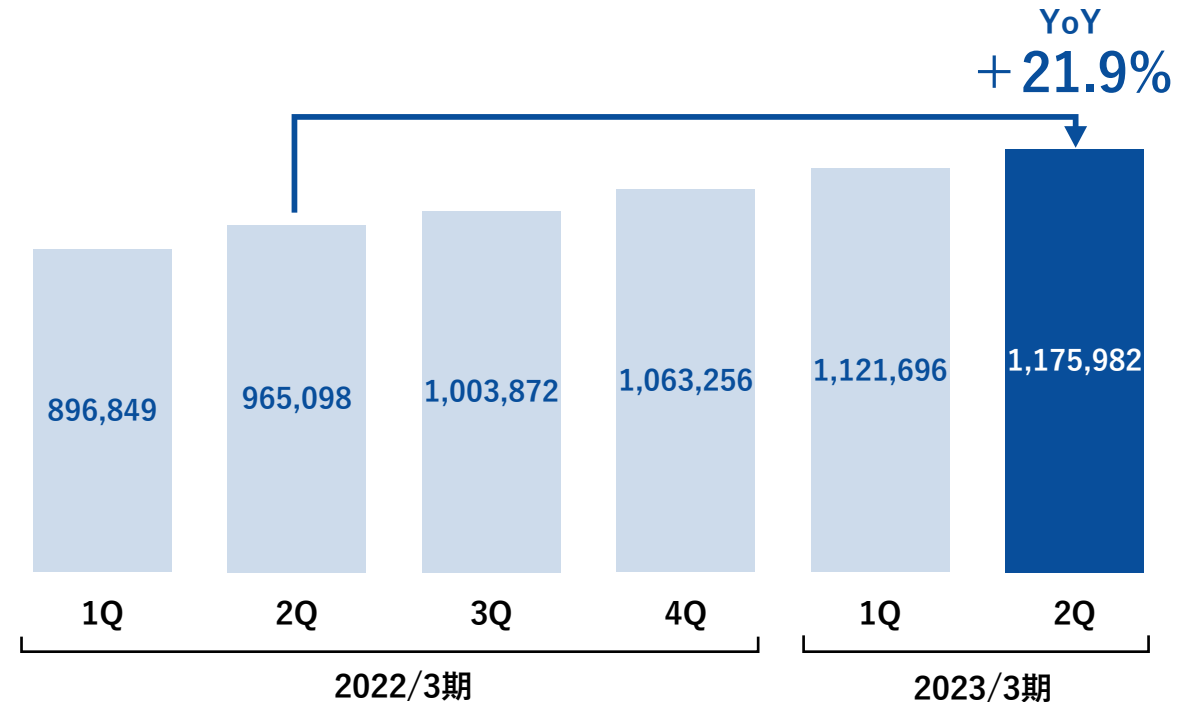


契約店舗数の増加に伴い、サブスクリプション売上高はYoY + 23.1%、ARRはYoY + 21.9%の成長

売上高(千円)

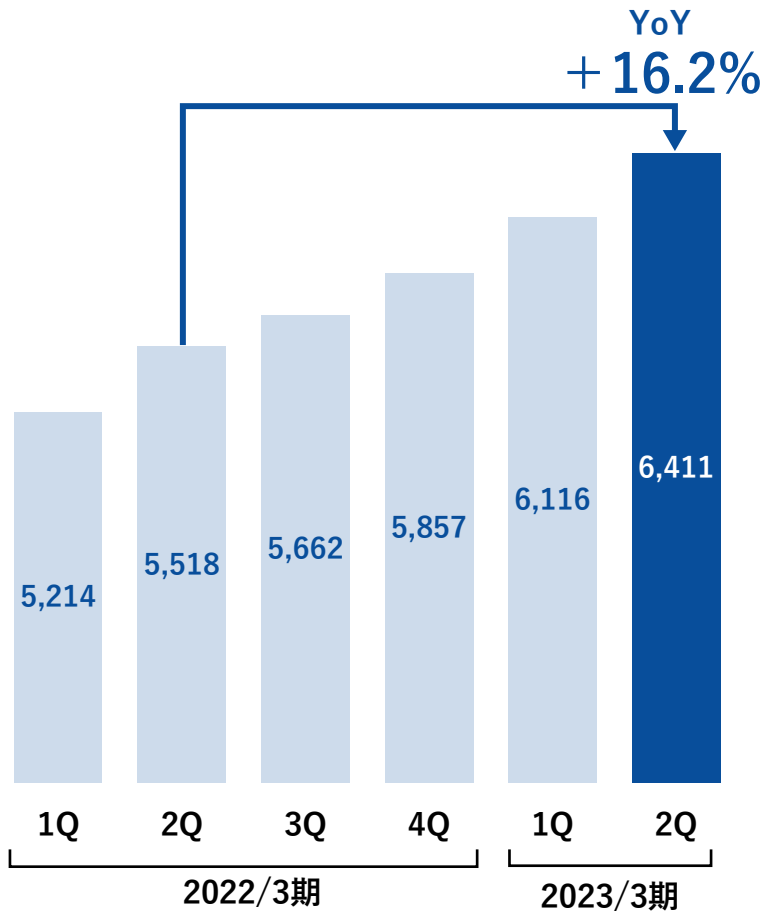


ARR(千円)

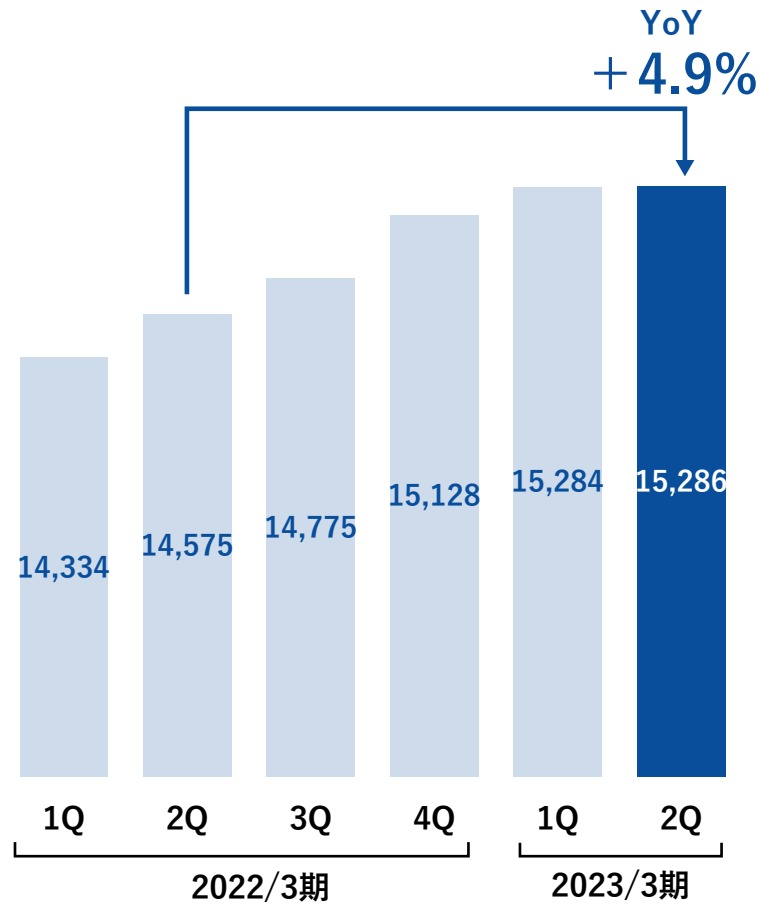


主要KPIの推移(四半期)

契約店舗数(店舗)

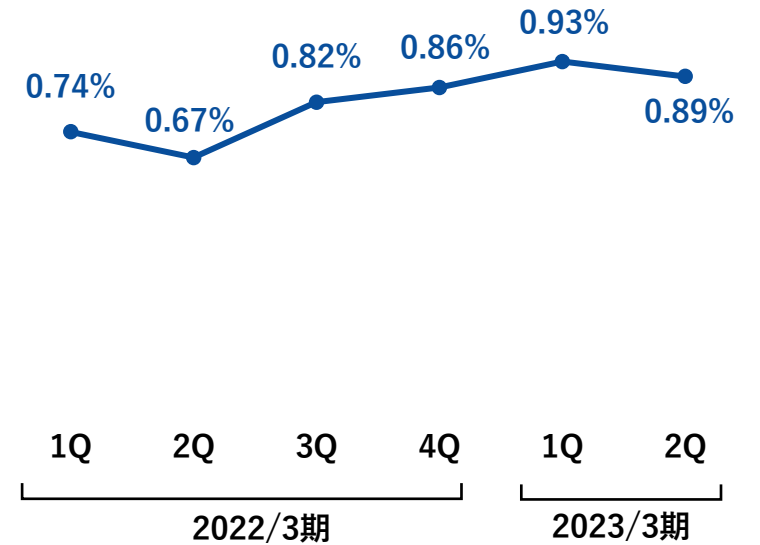


ARPU(円)



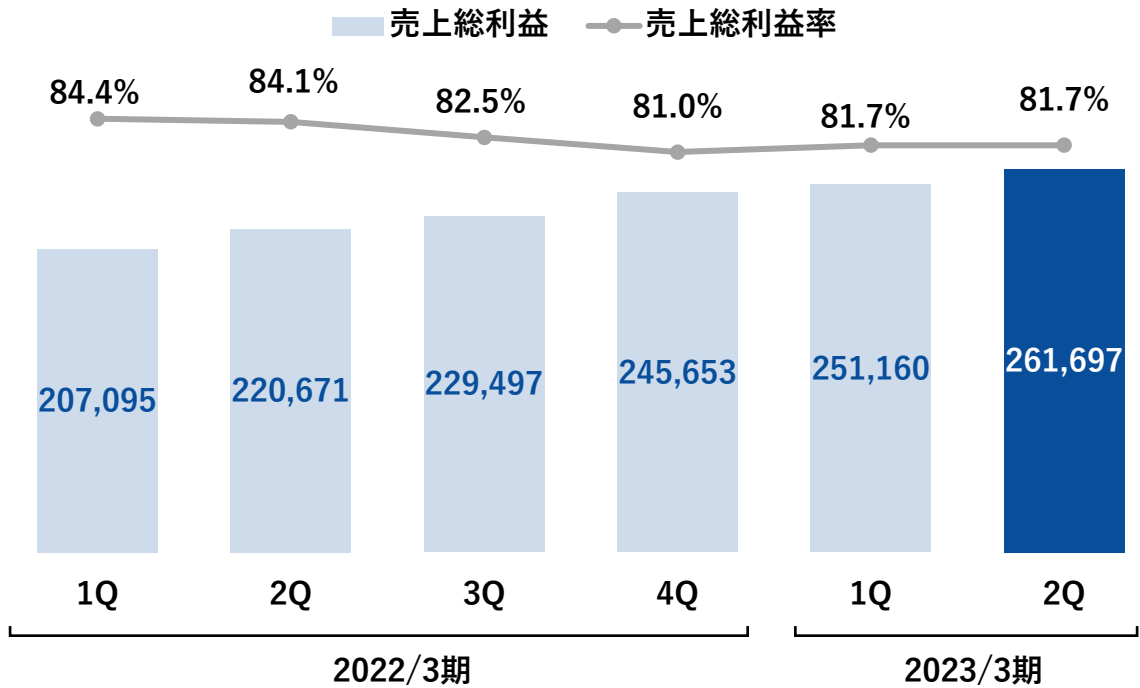
カスタマーチャーンレート

2023/3期1Qは閉店による解約で一時的な上昇がみられたが、2Qは減少傾向

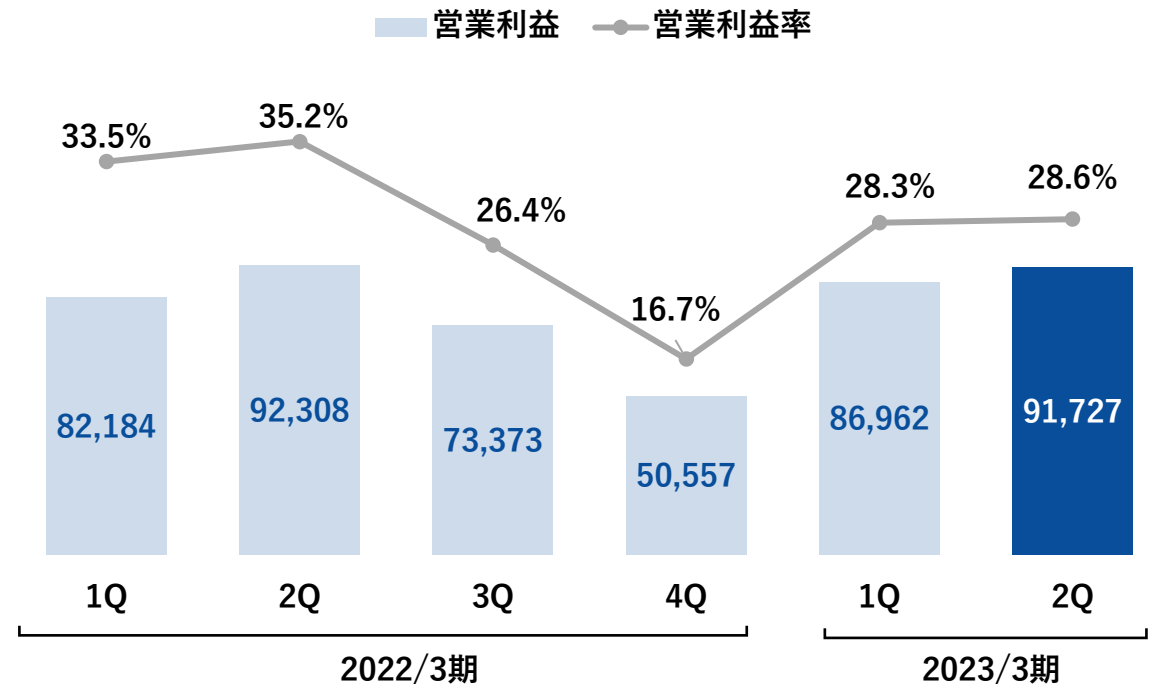


営業人員の積極採用に伴う人件費の増加により、営業利益はYoYで微減

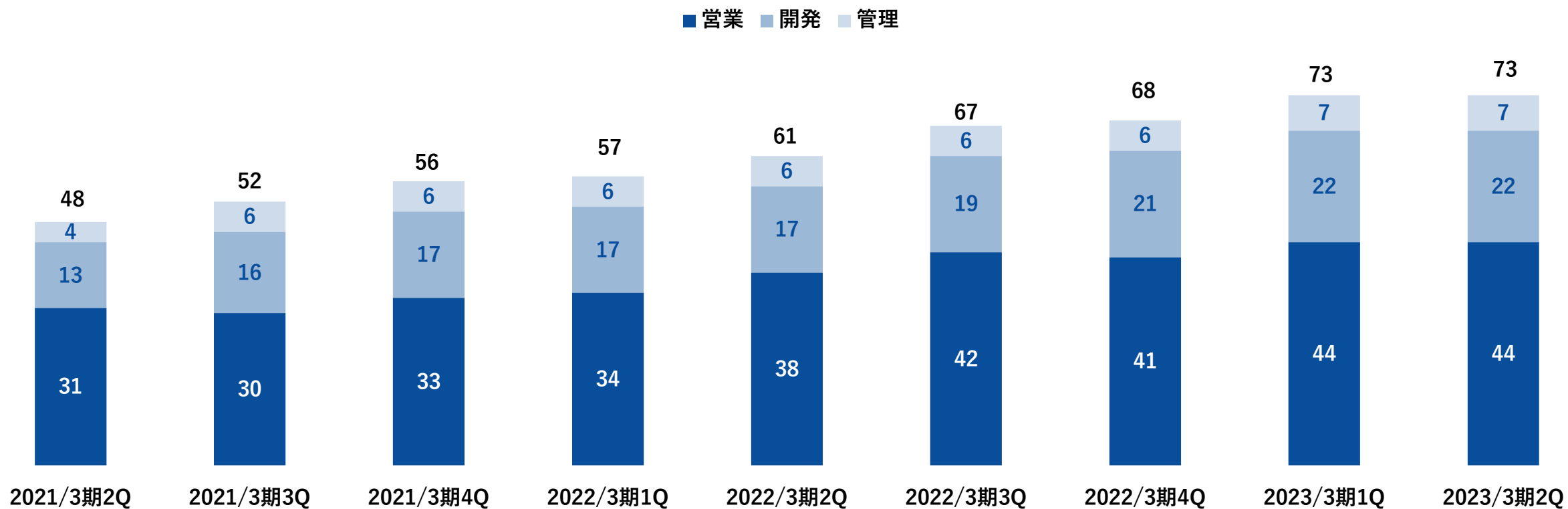
売上総利益(千円)



営業利益(千円)



新規採用による増加と退職による減少で2023/3期2Qは横ばい



(1) 各期末時点の従業員数。

売上高はYoY +22.1%の成長、営業利益はYoY-0.6%と微減

単位:千円	2022年3月期 2Q	2023年3月期 1Q	2023年3月期 2Q	YoY 増減率	QoQ 増減率
売上高	262,302	307,320	320,361	+22.1%	+4.2%
売上総利益	220,671	251,160	261,697	+18.6%	+4.2%
売上総利益率	84.1%	81.7%	81.7%	-2.4pt	+0.0pt
営業利益	92,308	86,962	91,727	-0.6%	+5.5%
営業利益率	35.2%	28.3%	28.6%	-6.6pt	+0.3pt
経常利益	91,267	87,213	91,935	+0.7%	+5.4%
当期純利益	66,496	58,824	68,175	+2.5%	+15.9%

売上高はYoY + 23.6%、営業利益はYoY + 2.4%の成長

単位:千円	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	YoY 増減率
売上高	507,637	627,681	+ 23.6%
売上総利益	427,766	512,858	+ 19.9%
売上総利益率	84.3%	81.7%	-2.6pt
営業利益	174,493	178,690	+ 2.4%
営業利益率	34.4%	28.5%	-5.9pt
経常利益	173,388	179,148	+ 3.3%
当期純利益	121,954	127,000	+ 4.1%

トピックス

1. 事業概要
 2. 2Q 業績ハイライト
 3. トピックス
- Appendix

新型コロナウイルス感染症対策の緩和による展示会の増加に伴い、リアルイベントへの出展を強化

2022年9月6日

第10回 HDC & HHA2022

2022年10月3日

第49回 KIKUCHI BEAUTY FAIR 2022

2022年10月24日

第17回 ビューティーワールドジャパン 大阪

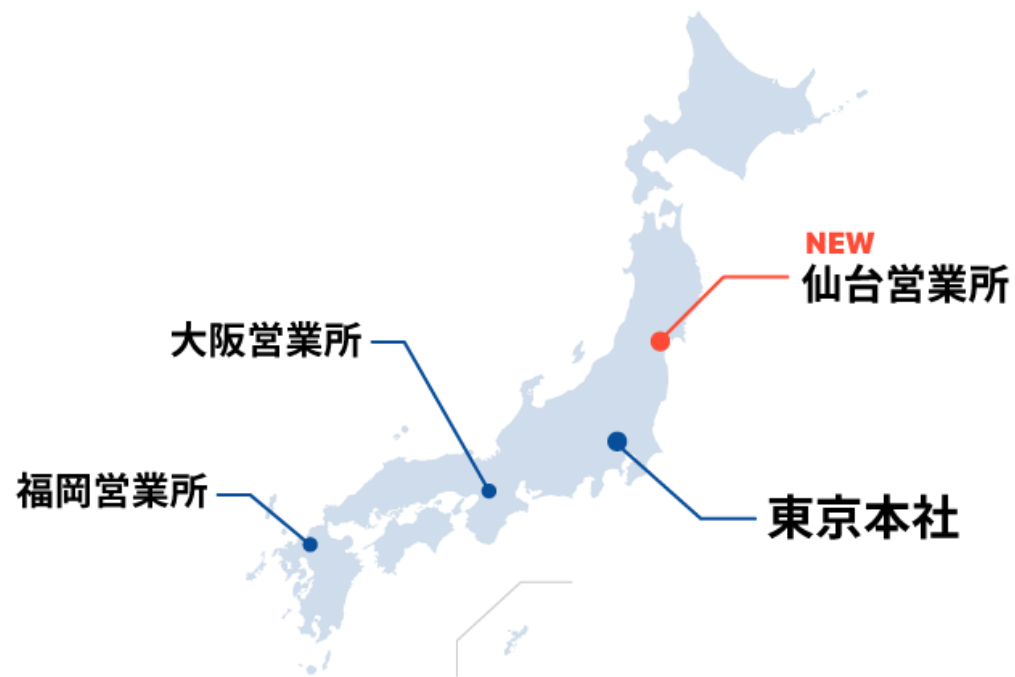


東北エリアでの事業拡大、営業力強化のため仙台営業所を開設

仙台営業所の開設



全国で4拠点目となる営業所



Appendix

1. 事業概要
2. 2Q 業績ハイライト
3. トピックス

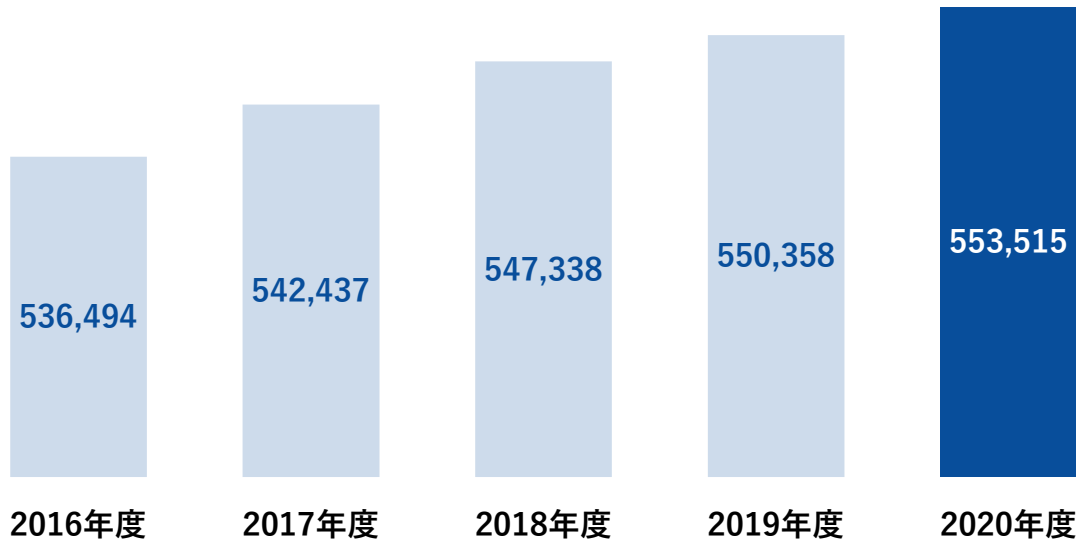
Appendix

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、仙台	
設立	2011年10月20日	
資本金	1,197百万円	
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	73人(2022年9月末時点)	
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	

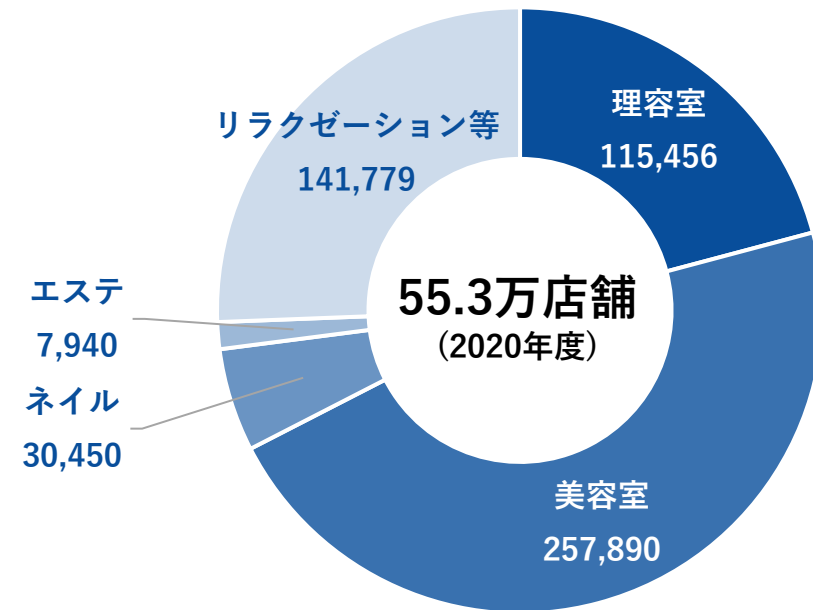


理美容サービス市場は一大産業かつ拡大中のマーケット

理美容サービス店舗数推移(1)(店舗)



理美容サービス市場(1)(店舗)



(1) 矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2022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2022年版」、日本ネイリスト協会「ネイル白書2020」、厚生労働省「令和2年衛生行政報告例」をもとに当社作成。

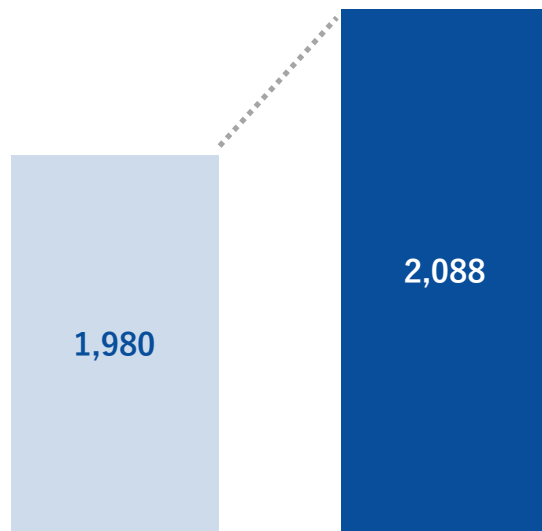
理美容室の施術者数は1店舗あたり平均2人⁽¹⁾と少人数で運営されており、
 施術サービス以外のすべての面においてDX化が必須

平均施術者数⁽¹⁾(人)



2016年 2017年 2018年 2019年 2020年

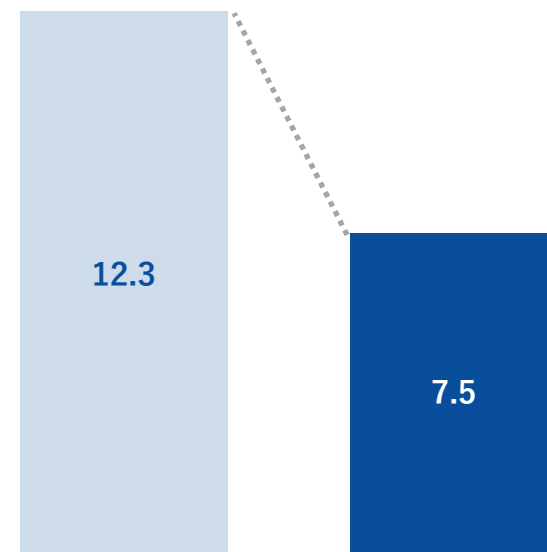
平均年間労働時間⁽²⁾⁽³⁾(時間)



全産業

理美容

平均勤続年数⁽²⁾(年)



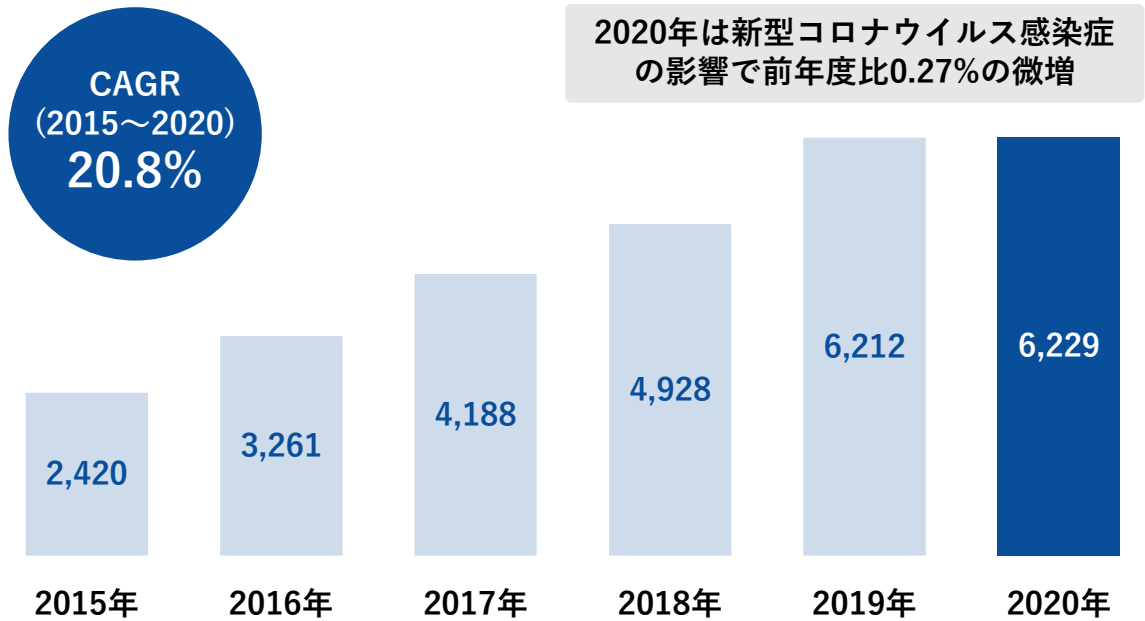
全産業

理美容

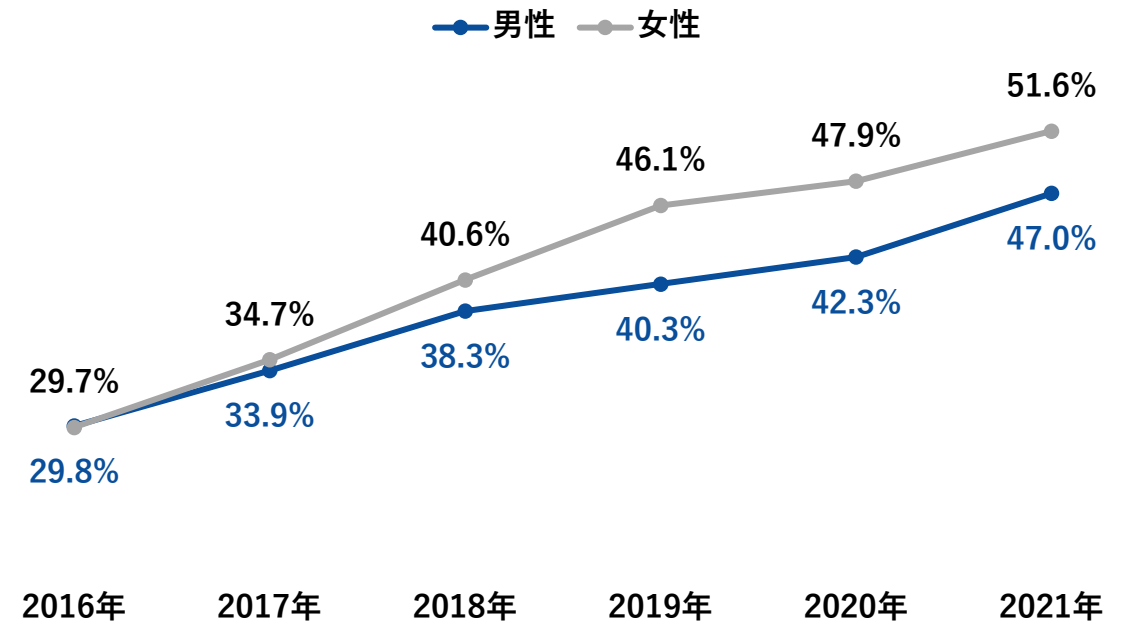
(1)矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2022年版」をもとにした、各年度の「理容師・美容師」を「数理美容室の施設数」で除して算出。(2)厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」(企業規模10名以上)より当社作成。

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⁽¹⁾(億円)

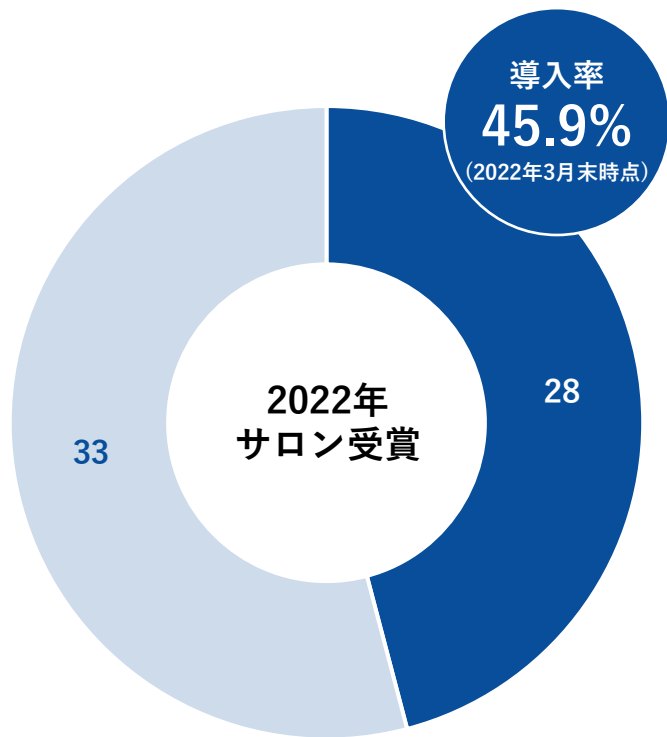


美容室の予約方法におけるネット予約比率⁽²⁾

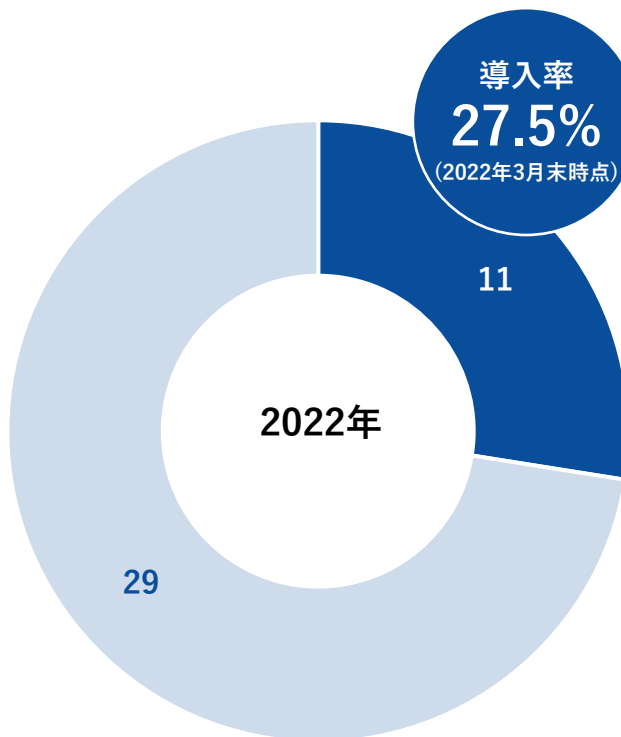


(1) 経済産業省「令和2年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業」をもとに当社作成。(2) (株)リクルート「美容センサス2021上期」をもとに当社作成。

カミカリスマ⁽¹⁾導入率



売上高上位40社⁽²⁾導入率

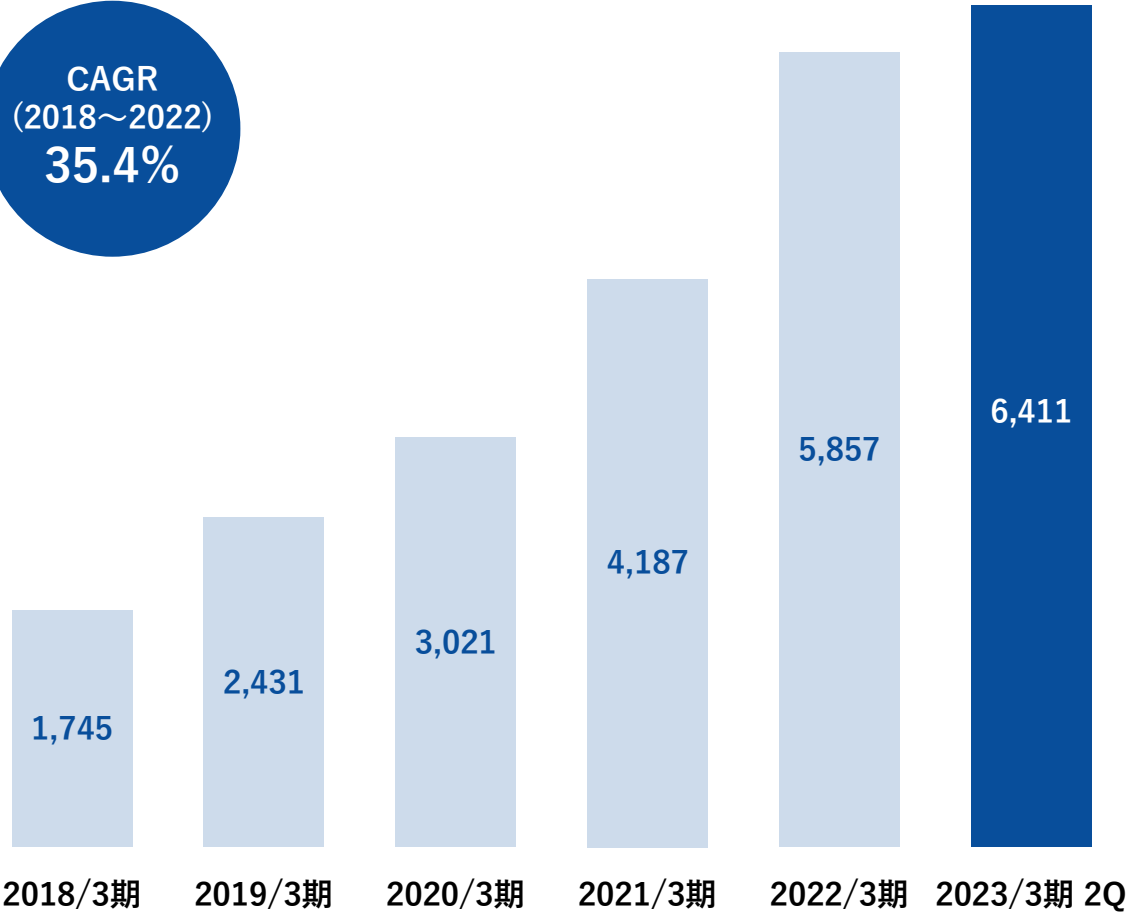


導入店舗例⁽³⁾

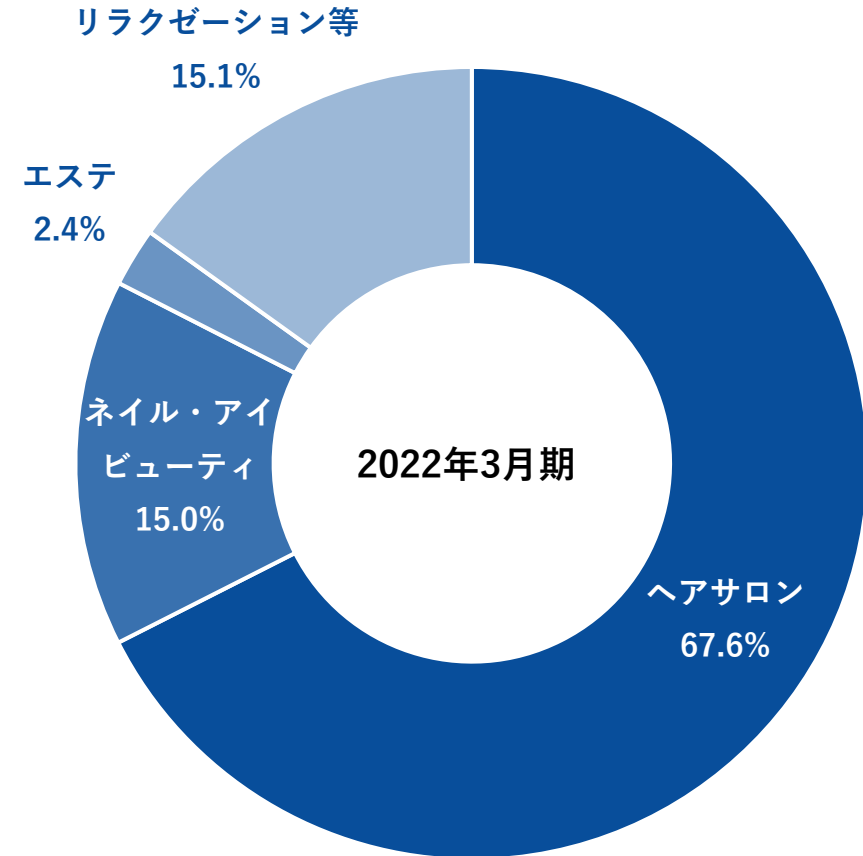


(1)KAMI CHARISMA 実行委員会「KAMI CHARISMA 2022」(2)矢野経済研究所「理美容サロンマーケティング総鑑2022年版」(3)2022年3月末時点。

契約店舗数推移(店舗)



契約店舗業種別割合



BeautyMeritリリース

2012

2013

2014年

- 一元管理機能
- 管理画面スマホ対応
- スタンプ機能

2014

2015

2016年

- 予約属性機能
- 設備設定機能
- 指名料設定機能

2016

2017

2013年

- Web予約機能

2015年

- セグメント配信機能
- 予約自動振り分け機能
- 集客サイトスタイル連動
- 集客サイトブログ連動
- オプションメニュー機能

2017年

- 「レコサロ」事業譲受
- 「BeautyMerit Pay」
- 顧客管理機能
- シフト設定機能
- グループ管理機能
- EC機能

2018年

- Web予約機能多言語対応
- 集客サイト来店処理機能

2020年

- データ分析機能
- トーク機能
- 「Googleで予約」対応
- カルテ機能
- 顧客分析機能

2022年

- レcommend機能

2018

2019

2020

2021

2022

2019年

- ポイント・ランク機能
- お客様番号管理機能

2021年

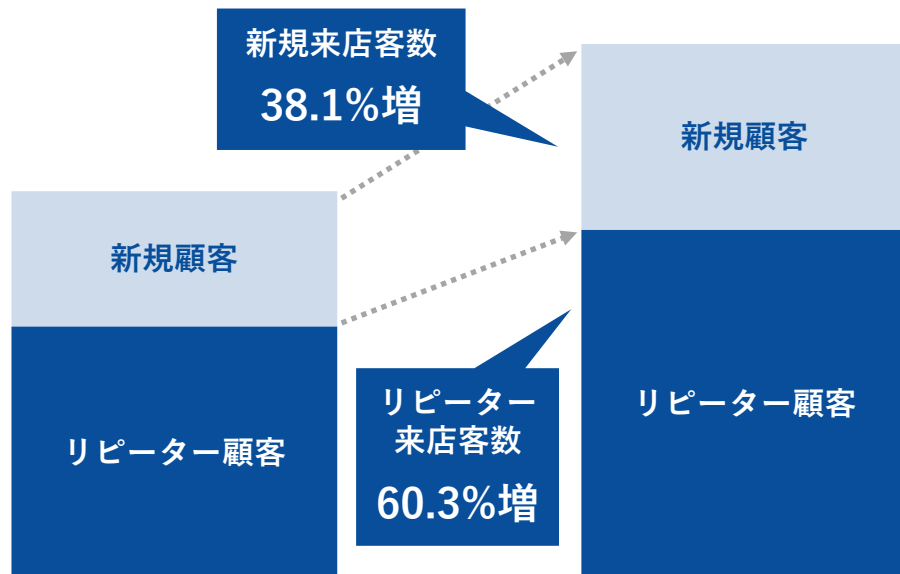
- Manage App
- 「LINEミニアプリ」対応
- EC定期便注文機能
- ダイナミックプライシング機能
- Instagram公式連携

顧客接点のデジタル化を支援することで、 顧客・店舗・パートナーの課題を解決

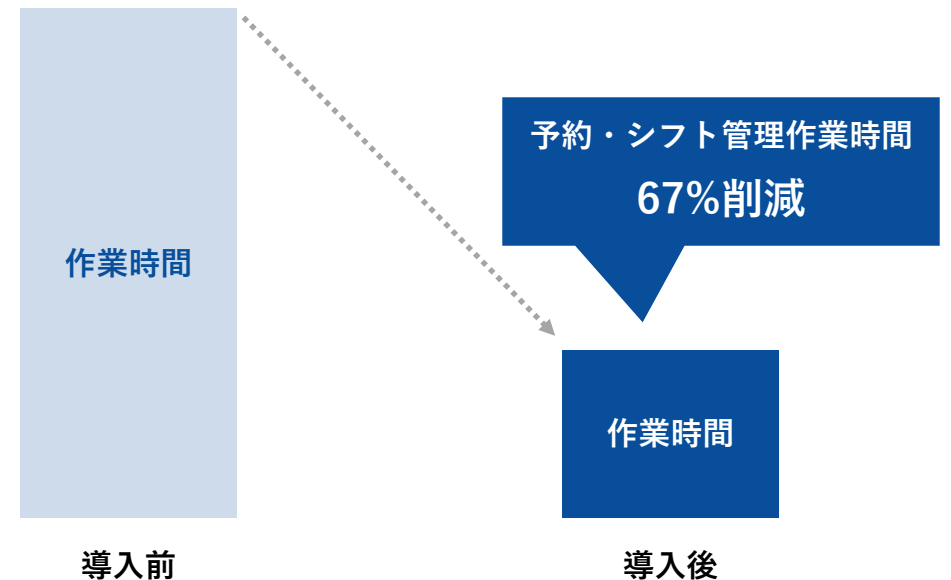
顧客接点	顧客	店舗	パートナー
集客	全ての集客サイトの空き情報が同じになり 安心してネット予約が可能	集客サイトの予約・シフト管理業務の 一元化・自動化	【集客サイト】 一元管理機能により在庫が解放され、 顧客を最大限集客可能
予約	予約からアフターフォローまで全ての サービスがアプリで一気通貫 パーソナライズされたキャンペーン やコミュニケーションを提供	電話予約の削減、インバウンド対応	【POSシステム】 一元管理機能により、自社のシステムで 対応しきれなかった店舗の課題が解決され、 導入店舗数が増加
施術		カルテのデジタル化、顧客満足度向上	
会計		会計業務の効率化、ポイントカー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



予約・シフト管理作業時間改善例⁽²⁾

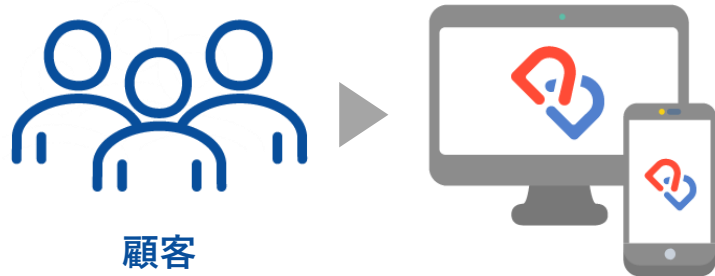


(1)2022年3月を基準とした過去12ヶ月の前年同月比来店客数成長率の月次平均(新規顧客は初回来店、リピーター顧客は2回以上来店)。

(2)2022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。

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

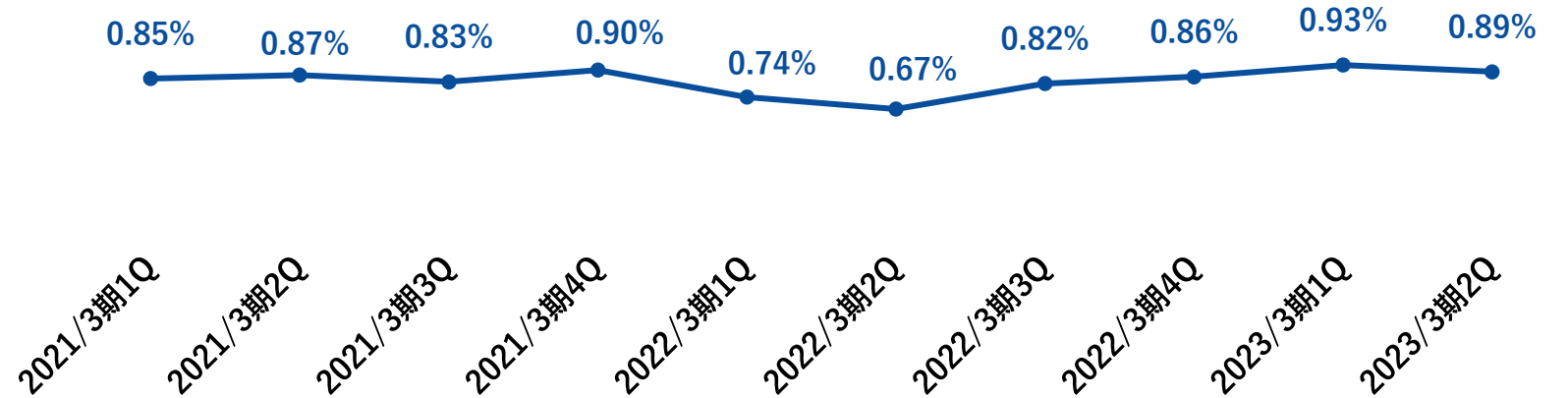
CRM⁽¹⁾



貯まる顧客会員データ

カスタマーチャーンレート⁽²⁾

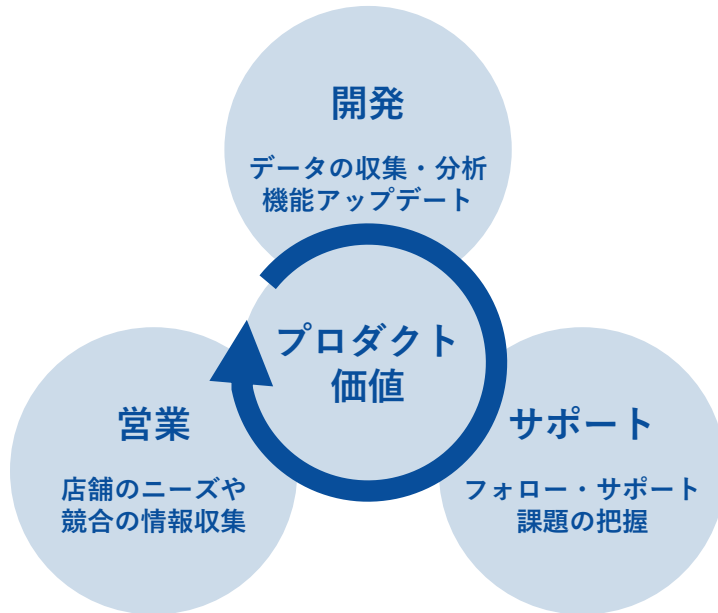
新型コロナウイルス感染症の渦中でも低い解約率



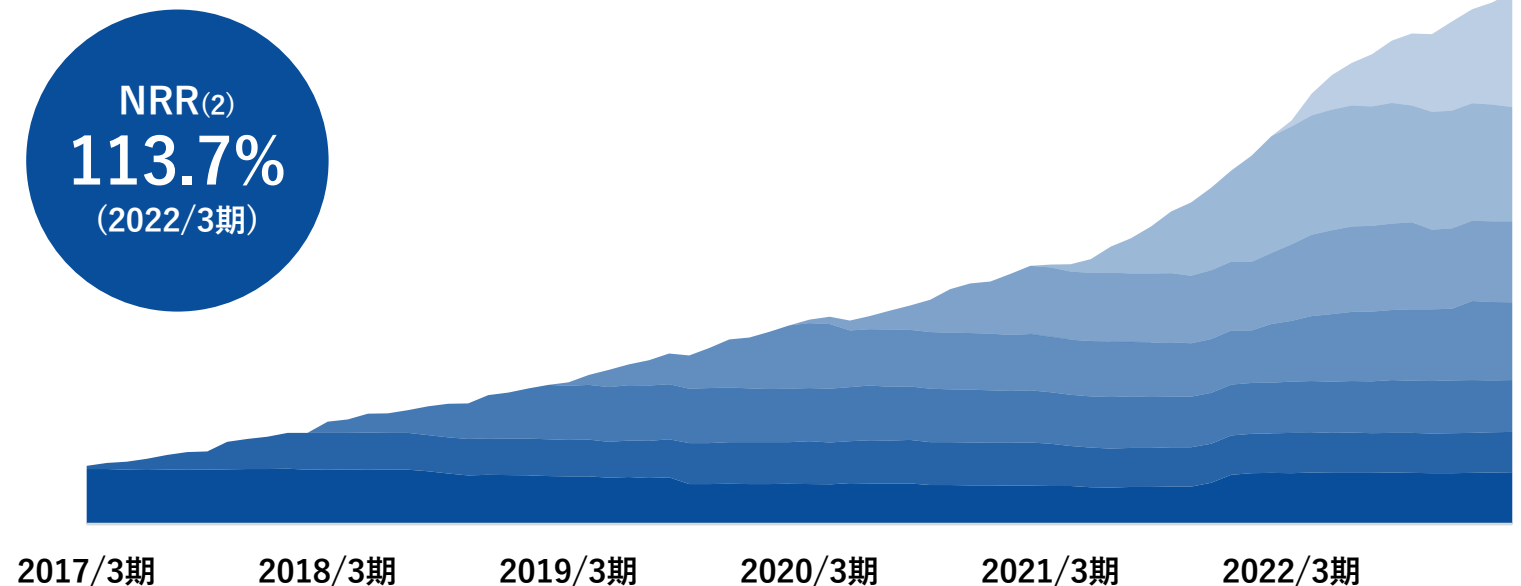
(1)CRM：顧客管理システム。(2)カスタマーチャーンレート：契約店舗数における直近12か月平均解約率。

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

フォロー・サポート体制



契約年度別コホート⁽¹⁾



(1)積み上げグラフの各層は各時点における既存店舗のMRRの推移を表す。(2)NRR：Net Revenue Retentionの略語。既存店舗の売上高継続率。「1年以上契約している既存顧客のMRR÷同顧客の前年同月のMRR」により算出した月次NRRの直近12ヶ月平均。

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

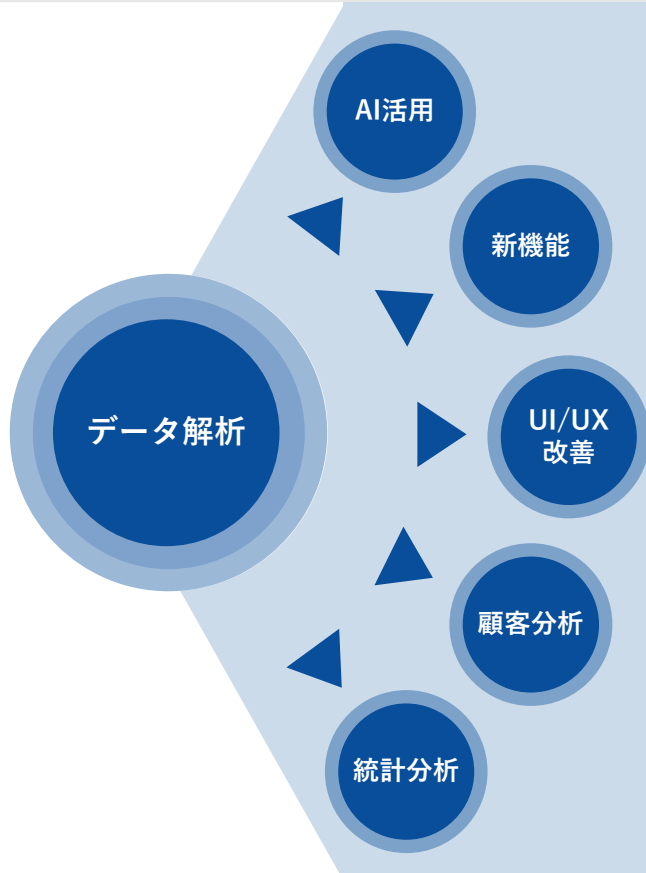
代理店パートナーの活用

- 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



(1) (株)リクルート 2022年4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の上昇を目指す



データを活用したDXを支援

予約データの分析を行い、データ活用によってプロダクト価値を向上させる。

アップセル

- ・ 上位プランの強化・リリース

クロスセル

- ・ オプション機能・新機能の開発

テイクレート

- ・ キャッシュレス決済
- ・ EC機能の強化

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、 理美容店舗のDXプラットフォームを目指す



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

2022/3期
売上高
10.8億円

SAM
大手理美容集客サイト
約460億円⁽¹⁾

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 2022年4月更新「HOT PEPPER Beauty最新データ集」 参画店舗数(119,554店舗)に対して、「BeautyMerit(ビューティーメリット)」の料金プラン(32,000円の12ヶ月分)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2022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2022年版」、日本ネイリスト協会「ネイル白書 2020」、厚生労働省「令和2年衛生行政報告例」を基に、2020年度、理容室店舗数(115,456店舗)、美容室店舗数(257,890店舗)、ネイル店舗数(30,450店舗)、エステ店舗数(7,940店舗)、リラクゼーション等店舗(141,779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(32,000円の12ヶ月分)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2022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2022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。

営業・開発を中心とした積極的な人的投資を行い、 強固な組織体制の構築

ターゲットシェアの拡大

顧客獲得チャネルの強化に向けて積極的な人員投資。

アウトバウンド(直販営業)



代理店パートナー



販売体制の強化

問い合わせ

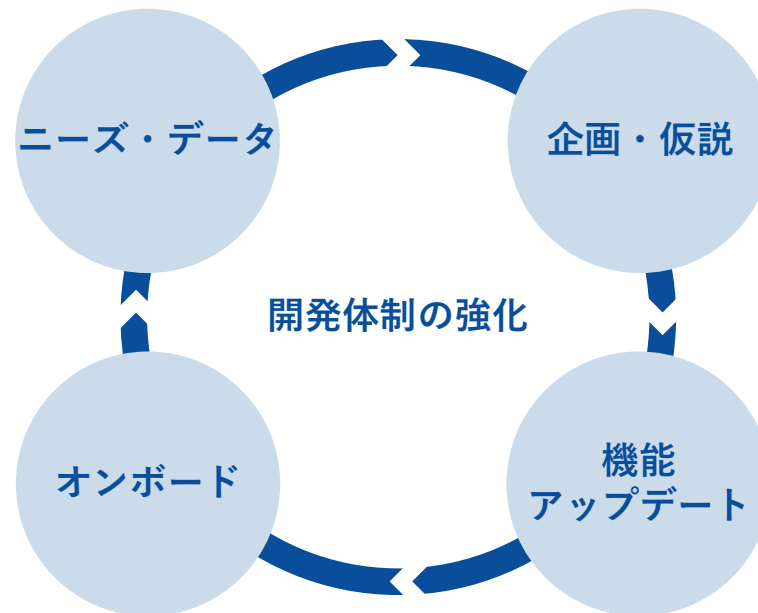


紹介(リファラル)



プラットフォーム価値の向上

プロダクト価値向上に向けた好循環体制を強化。



四半期純利益の計上により純資産が増加

単位:千円	2022年3月期	2023年3月期 2Q	増減
流動資産	3,103,480	3,221,594	118,114
現金及び預金	3,008,319	3,124,214	115,895
固定資産	67,667	68,733	1,066
資産合計	3,171,147	3,290,328	119,181
流動負債	246,666	238,847	-7,819
固定負債	—	—	—
負債合計	246,666	238,847	-7,819
純資産合計	2,924,480	3,051,480	127,000
負債・純資産合計	3,171,147	3,290,328	119,181

営業活動によるCFの獲得により、現預金残高が増加

単位:千円	2022年3月期	2023年3月期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	237,766	121,628
投資活動によるキャッシュ・フロー	△26,325	△5,734
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,317,638	—
現金及び現金同等物の増減額	2,529,079	115,894
現金及び現金同等物の期首残高	479,239	3,008,319
現金及び現金同等物の期末残高	3,008,319	3,124,214

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、本資料に記載されている内容につきましては、細心の注意を払っておりますが、その妥当性、正確性、有用性について保証するものではないことをご了承ください。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

CYND

インターネットを通じて、心のつながりを提供する