

スマレジ

FY2022

事業計画及び

成長可能性に関する事項

Materials about Business Plan and Growth Potential

2021.12.15

株式会社スマレジ 証券コード:4431

P3	ビジネスモデル 事業の内容・収益構造
P7	特徴と強み
P10	市場環境 市場規模・競合環境
P13	業績と重要指標
P25	事業計画
P33	リスク情報

ビジネスモデル 事業の内容・収益構造

BUSINESS SUMMARY

スマレジ 高機能クラウド型POSレジ

スマレジは、売上分析や高度な在庫管理など、小売業や飲食・サービス業の店舗運営の効率化を実現する従来型POSレジシステムの枠を超えた、クラウドベースの新しいPOSレジシステムで、販売データ（POSデータ）を中心としたプラットフォーム事業を展開しています。



速くて、安くて、さらに便利

SaaSによるPOSレジシステムの提供により、導入の速さと低価格化を実現。店舗のDX・クラウド化によるメリットも大きい。



株式会社ショッパーズアイによるインターネット調査(2021年6月)

データを貯めて活用する時代へ 従来型レジから進化したスマレジ

従来のレジ

レジといえば、
精算するもの..?

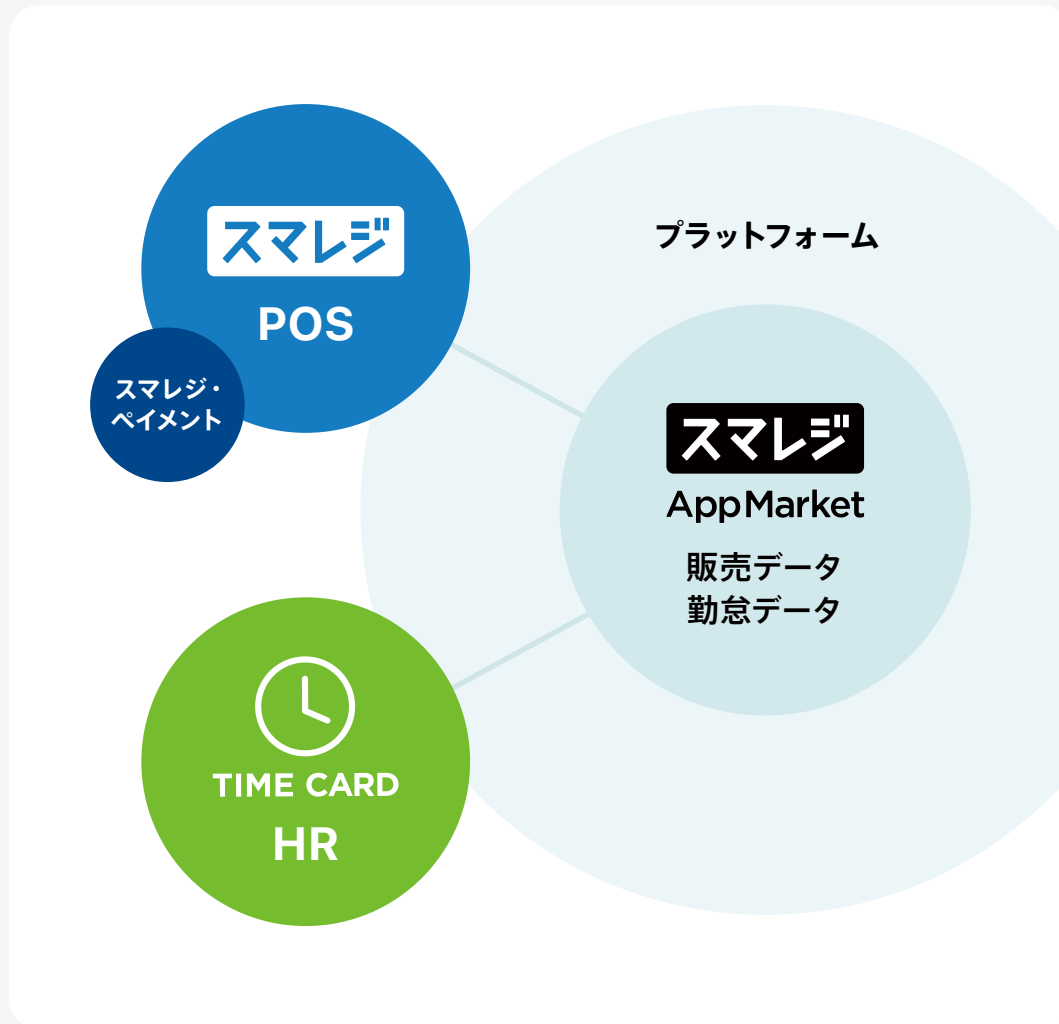


スマレジ

精算だけでなく、在庫や
売上など店舗運営業務を
まるごと一元管理できる



スマレジ、スマレジ・タイムカード事業



その他の事業

STORE STORE

EC 店舗周辺機器のオンラインストア

Smaregi TechFarm

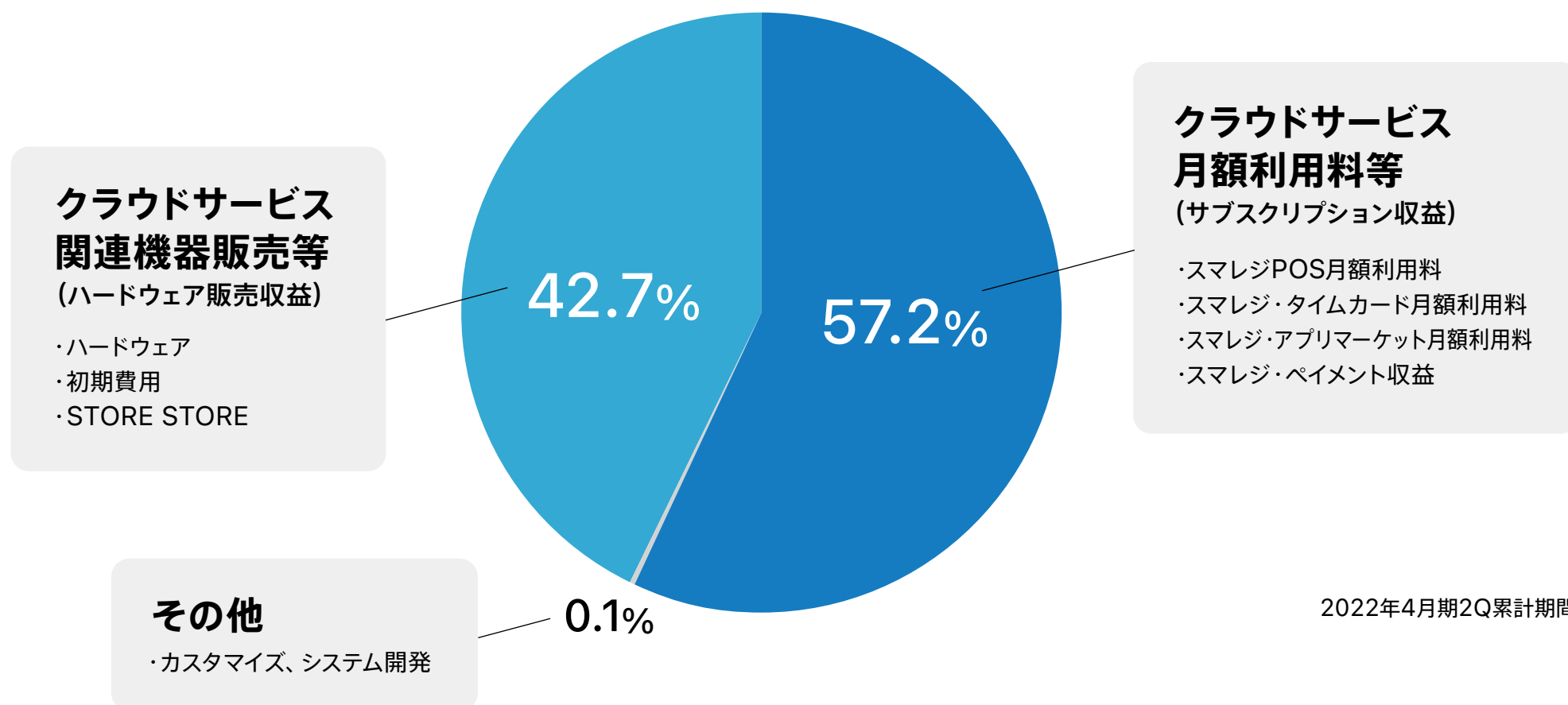
SES ITクリエイティブ人材発掘・育成事業

スマレジ Ventures

CVC ベンチャー投資・スマレジ経済圏の拡大

スマレジの収益構造

基本レジ機能を無料で提供し、追加機能を有料化するフリーミアムモデルを採用し、店舗のニーズに合わせて選べる料金プランを準備
月額利用料のサブスクリプション収益と導入時の周辺機器販売による収益が柱

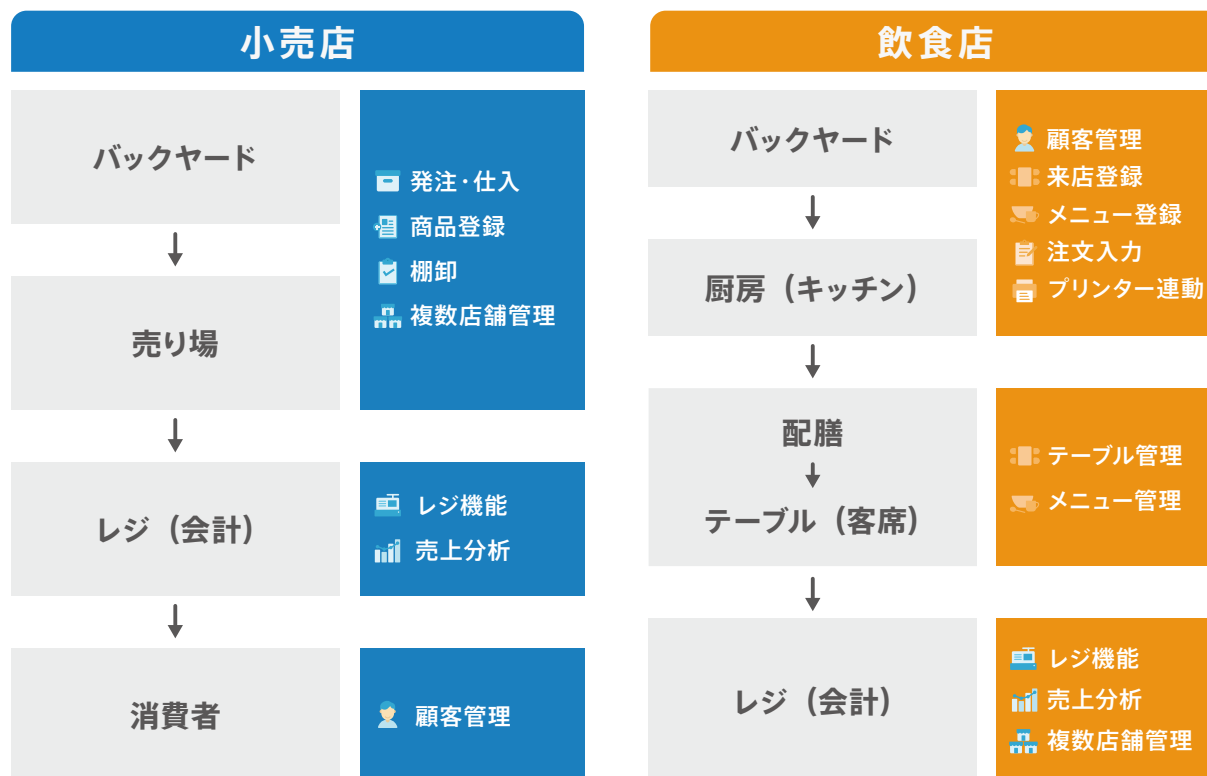


2022年4月期2Q累計期間

特徴と強み

Competitive advantage

POSレジを超えた、高機能クラウド型POSレジ



あらゆる業種業態をカバーする豊富な機能

POSレジの基本機能は無料で提供。小売店向けの「リテールビジネスプラン」では、店舗間や倉庫の商品在庫を完全コントロールする在庫管理機能を提供するなど、業種や業態によって異なるオペレーションにも対応できるPOSレジの枠を超えたきめ細やかな機能を豊富に搭載。

優れた売上分析機能

様々な種類の売上分析がいつでもどこからでも確認可能。店舗経営の見える化・効率化を実現

以下のお店で使われています

飲食業



小売・サービス業



その他



1店舗から大規模店舗まで幅広く対応

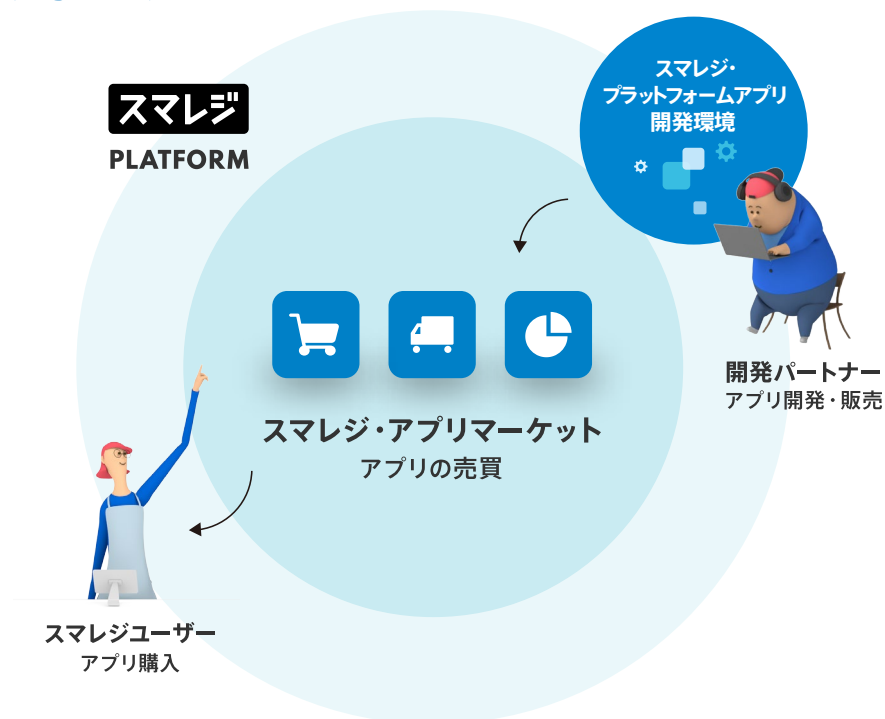
大小様々な規模の店舗のニーズに対応することで、小規模商店から大規模・多店舗まで、幅広いシェアを獲得

アプリマーケット - あらゆる業種や業態に柔軟に対応

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

スマレジ・アプリマーケットは、お店 (スマレジユーザー) と開発パートナーをつなぐプラットフォームです。

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) を自由に追加することができる仕組みで、開発パートナーはスマレジのデータを利用して自由にアプリを開発・提供することが出来ます。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。



ユーザー利便性向上、さらなる店舗獲得を促進するアプリが続々と登場しています。

キッチンモニター



スマレジ・ウェイターの注文情報をモニターに表示する拡張アプリ

LINE連携「会員カード」



お客様のLINEアプリを会員カードにできる拡張アプリ

LBB Cloud for スマレジ



店内モバイルオーダーを簡単導入できる拡張アプリ

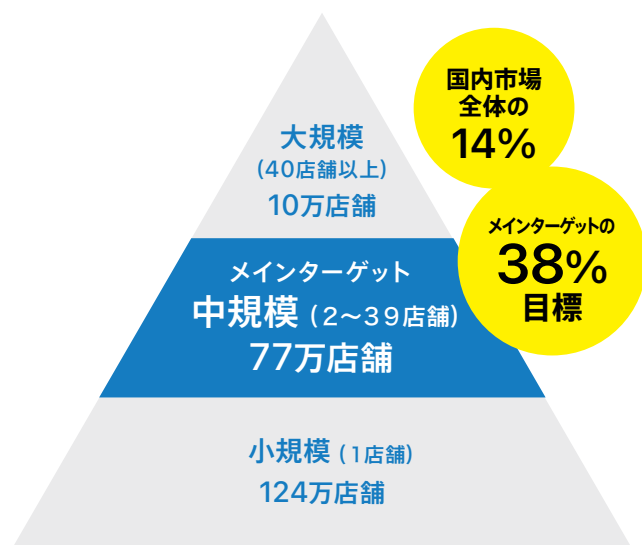
BASE連携



Eコマースプラットフォーム「BASE」と連携できる拡張アプリ

市場環境 市場規模・競合環境

Market environment

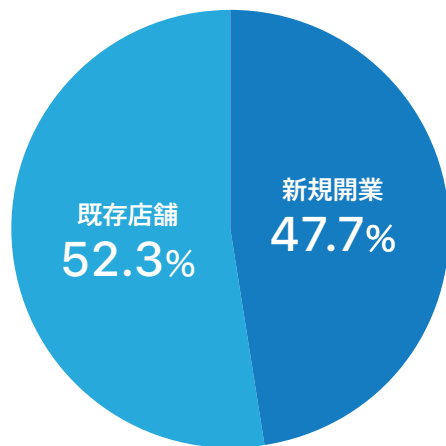


経済産業省・総務省「平成28年経済センサス」の調査結果を基に当社作成

メインターゲットは77万店舗。目標シェアは38%

POSレジ市場は、1社独占によるスケールメリットが考えにくいので、独占市場ではなく競争市場である

現在のシェア 3.5% (アクティブ店舗数 2021年10月時点) $2.7万 \div \text{メインターゲット} 77万 = 3.5\%$



市場ニーズ

スマレジの問い合わせデータを基に算出

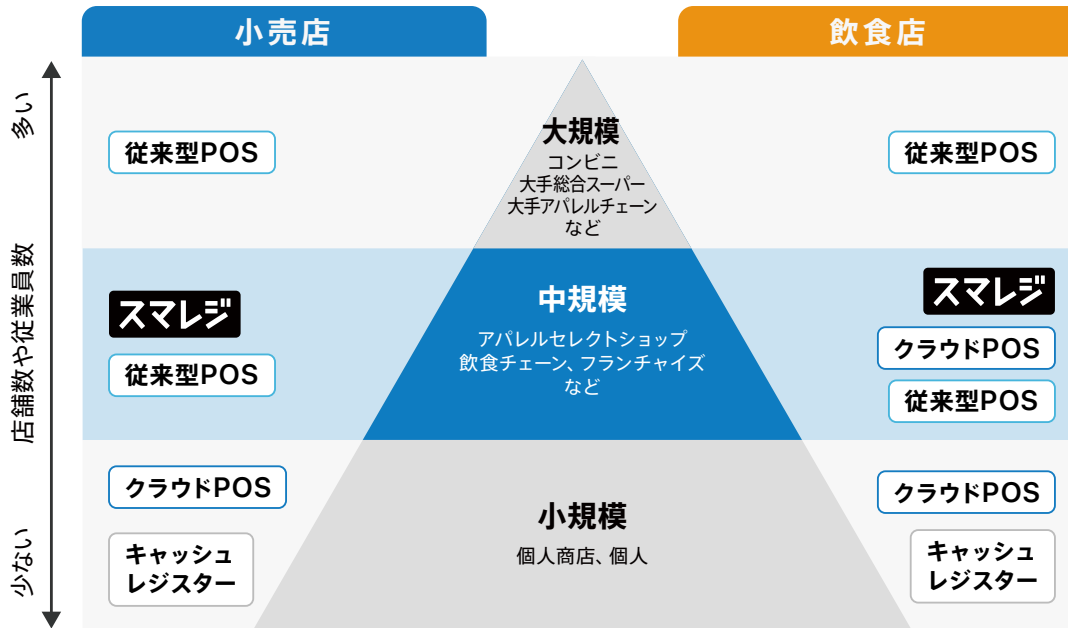
タッチポイントは新規開業と既存店リプレイス

市場ニーズは新規開業と既存レジのリプレイスがほぼ半数を占める (当社問い合わせデータから推測)




新規開業需要を軸にリプレイス需要にも狙いを定め、

POSレジ市場全体におけるスマレジのシェア拡大を目指す。

店舗規模、業種別製品分布 スマレジは小売業と中規模で強みを発揮



POSレジ市場の製品が従来型POSからクラウド型へ入れ替わっている。各業界内でも「クラウド化、DX化」の流れが加速し、在庫管理等の新しい市場を拡げながらクラウドPOSメーカー各社がシェアを競っている。

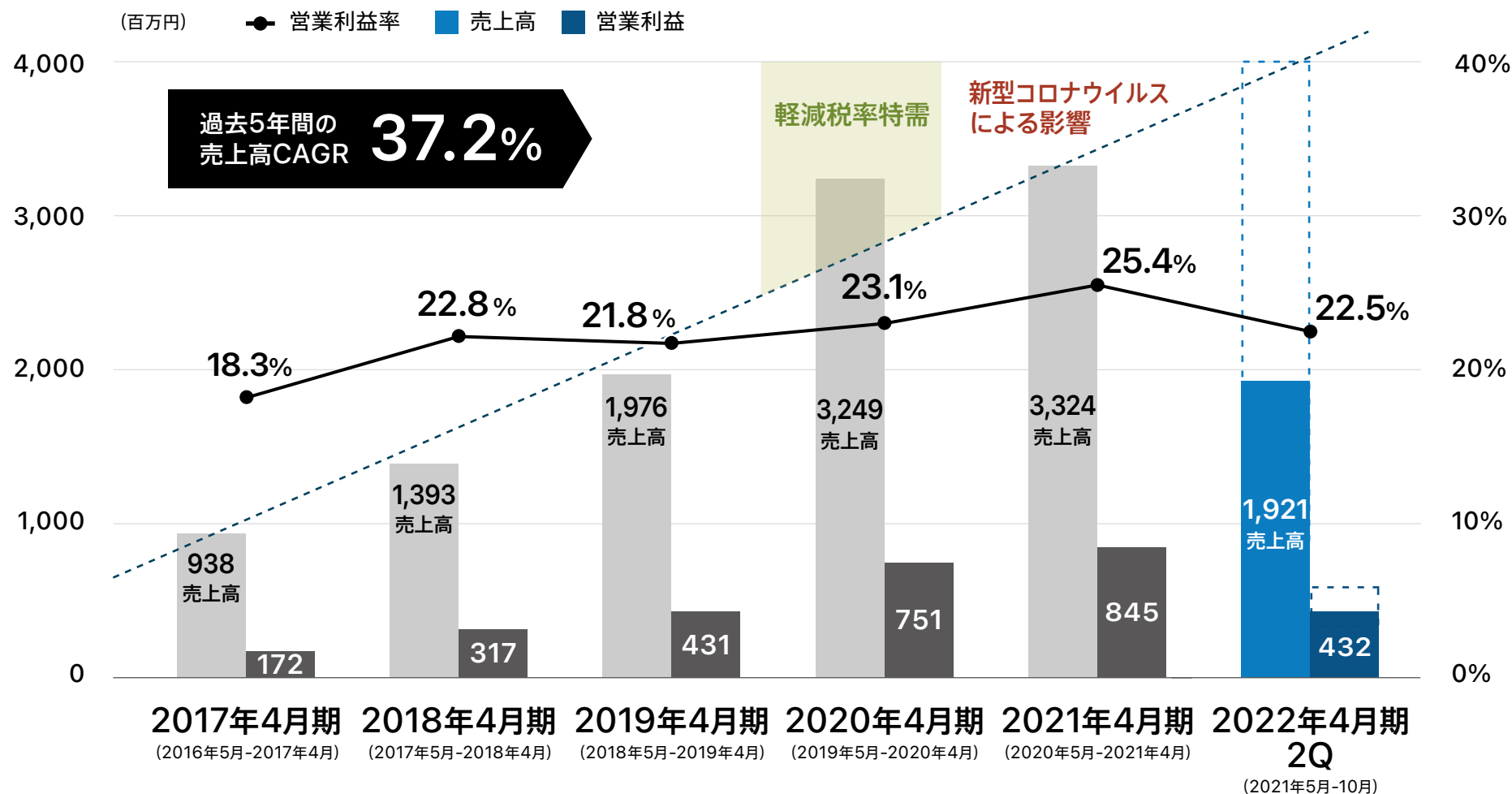
	 キャッシュレジスター	 従来型POS POS専用機	 クラウドPOS PC、タブレットPOS
機器の価格	○ 安価 1~10万円	✗ 高価 50~数百万円	○ 安価 10~15万円
維持費	△ 故障機器の入れ替え	✗ 故障機器の入れ替え アップデート費用別途	○ パーツ毎に買い替え アップデート費用なし
操作性	△ ボタンが多く 操作が煩雑	△ ボタンが多く 操作が煩雑	○ iOSアプリなので 操作が簡単
機能	✗ 単機能	○ 高機能	○ 高機能・拡張自由
サポート	✗ 基本なし	○ ヘルプデスク、 訪問サポートなど	○ ヘルプデスク、メールサポート ヘルプサイトなど

業績と重要指標

Business PERFORMANCE

売上高の推移

軽減税率特需による伸長（20年4月期）、新型コロナウイルスの影響による鈍化（21年4月期）を経て、売上高は順調に成長中。さらなる成長の実現に向け、中期経営計画に基づくS&M及び採用投資の増加により営業利益率は低下傾向



売上高内訳の推移

カスタマーサクセスによる低解約率の実現により、粗利率の高いストック型のサブスクリプション売上高は安定成長を継続

2022年4月期 2Q (累計期間)

サブスクリプション
売上高比率

57.2%

■ 初期費用粗利率

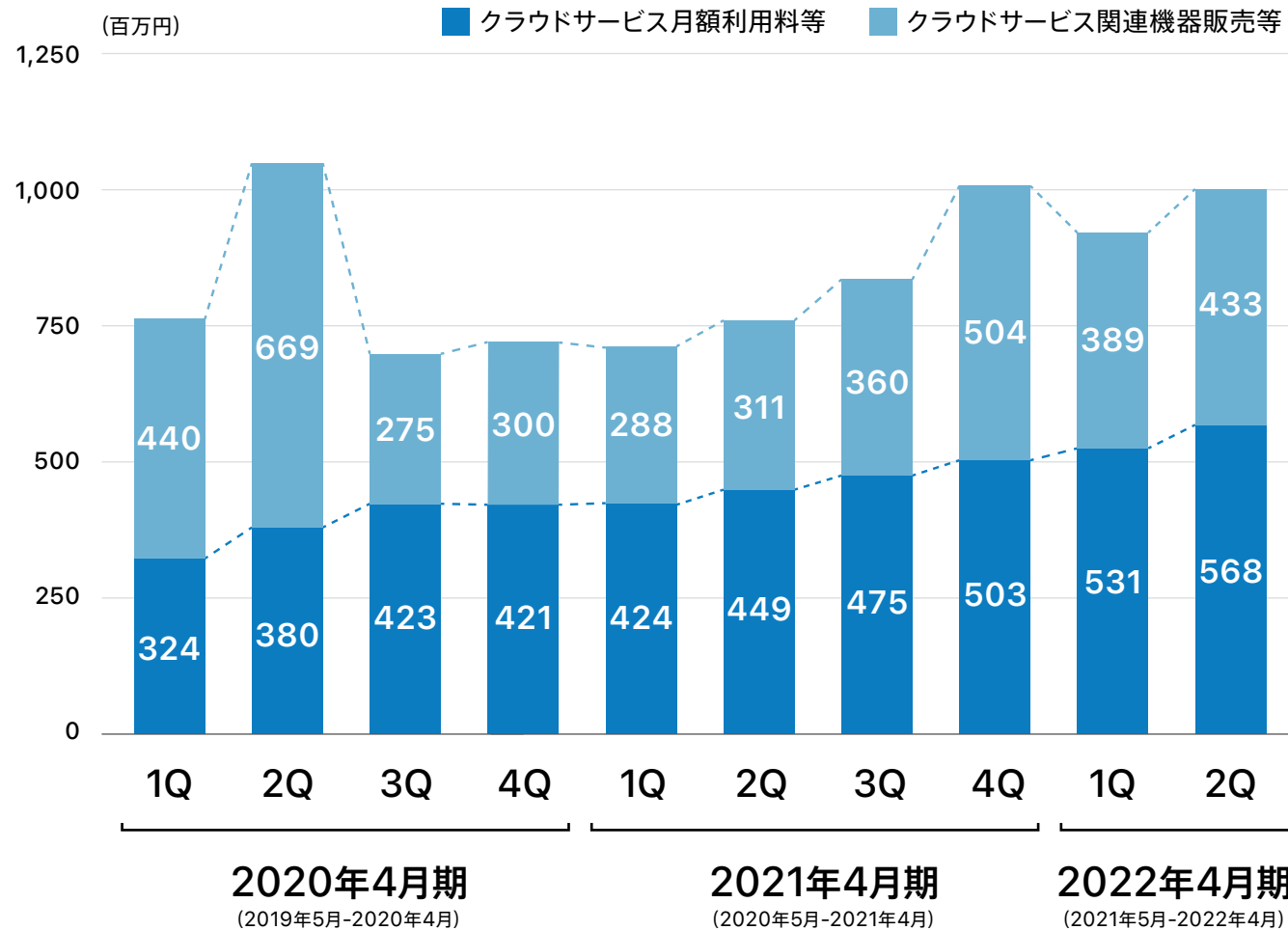
クラウドサービス関連機器販売等

35.8%

■ SaaS粗利率

クラウドサービス月額利用料等

84.1%



※その他システム開発費等の売上高はグラフに含んでいません。

ARR (サブスクリプション売上高) の推移

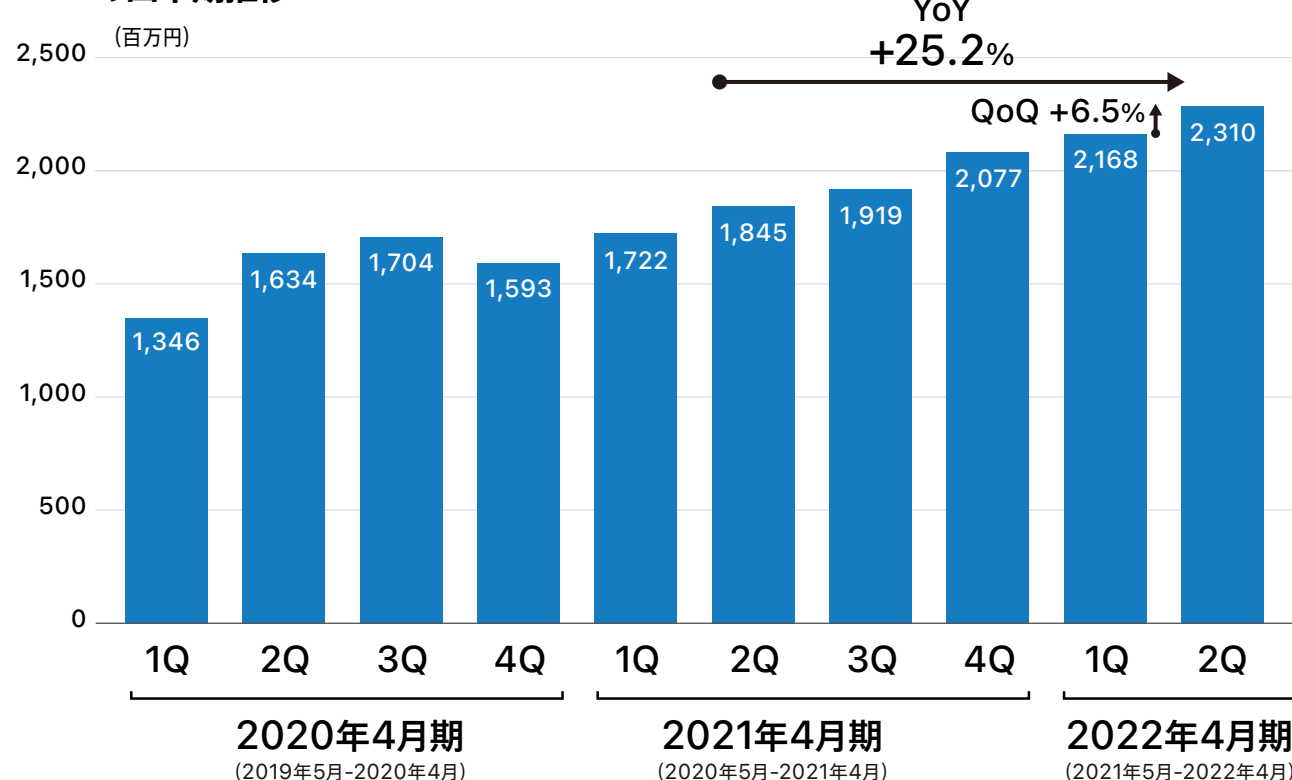
コロナ禍においても有料店舗数が堅調に増加し、ARRはYoY+25.2%の成長

ARR※
23.1億

YoY
前年同四半期比
+25.2%

QoQ
前四半期比
+6.5%

ARRの四半期推移

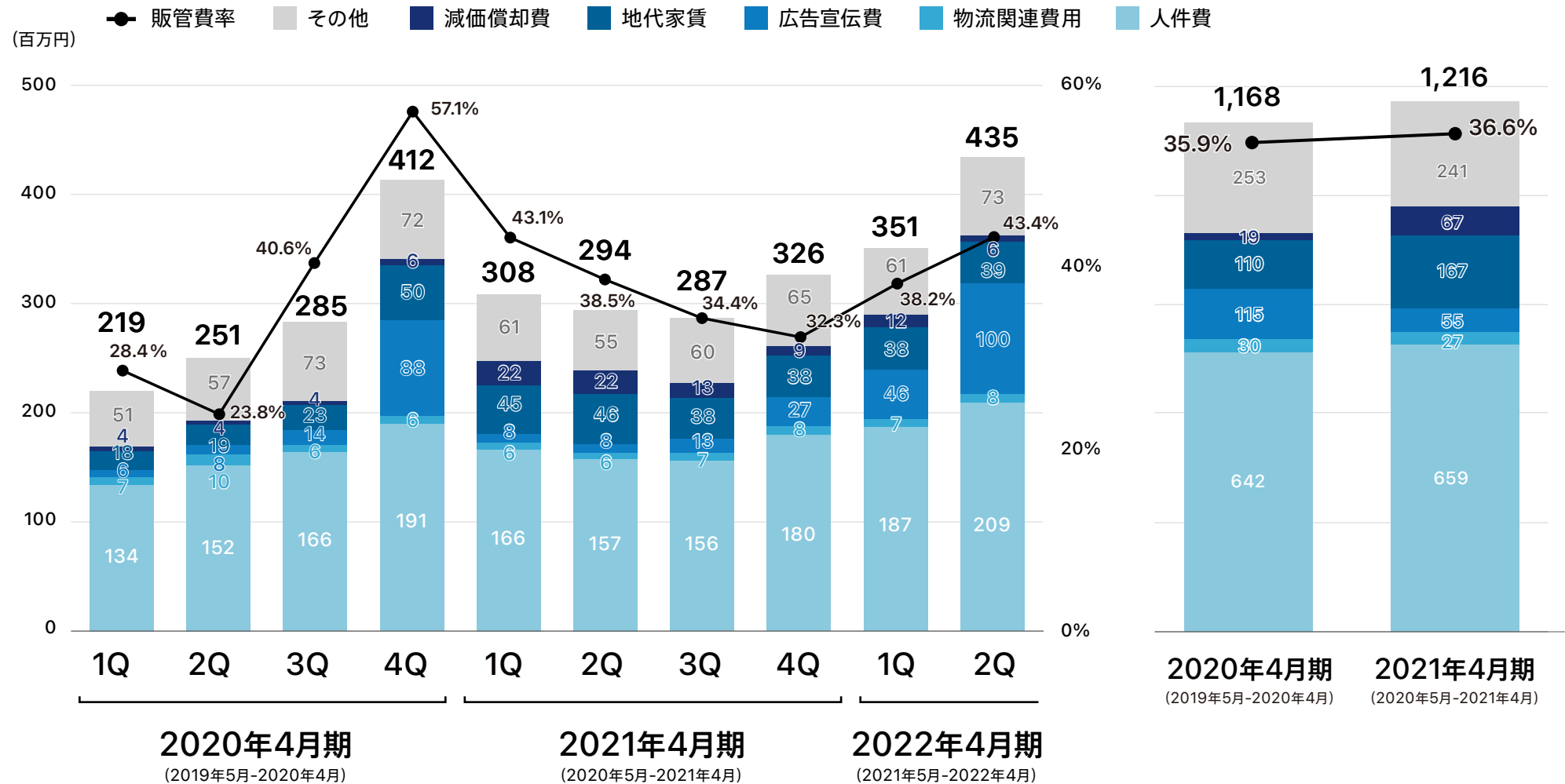


ARR: Annual Recurring Revenue (年間経常収益)、MRR: Monthly Recurring Revenue (月間経常収益) の構成要素: タブレットPOS「スマレジ」月額利用料、勤怠管理システム「スマレジ・タイムカード」月額利用料、「スマレジ・ペイメント」決済手数料、「スマレジ・アプリマーケット」利用料

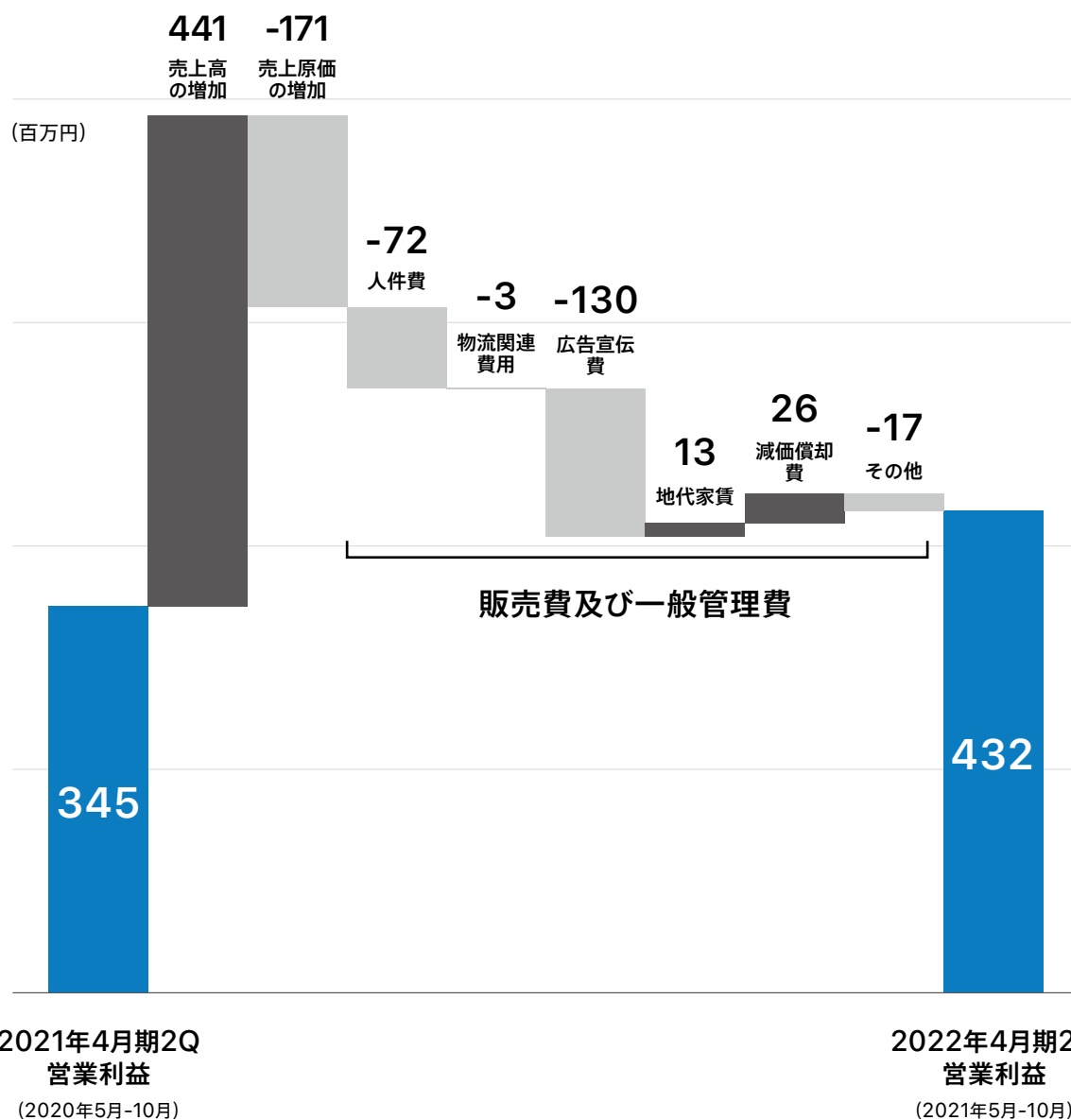
※ 期末月のMRR (クラウドサービス月額利用料等) を12倍して算出

販売費及び一般管理費の推移

20年4月期4Qの事業投資以降コロナ禍となり、21年4月期は販管費率が徐々に低下
 今後は積極的な採用活動と広告宣伝の集中投下により再び増加へ



営業利益の増減分析 (対前年同期比)



売上高の増加

- ・ 新規有料契約の増加
- ・ 低解約率によるストック売上高の積み上げ

【新型コロナウイルスによる影響】

- ・ コロナ禍においても開業準備やリプレイス需要が継続

売上原価の増加

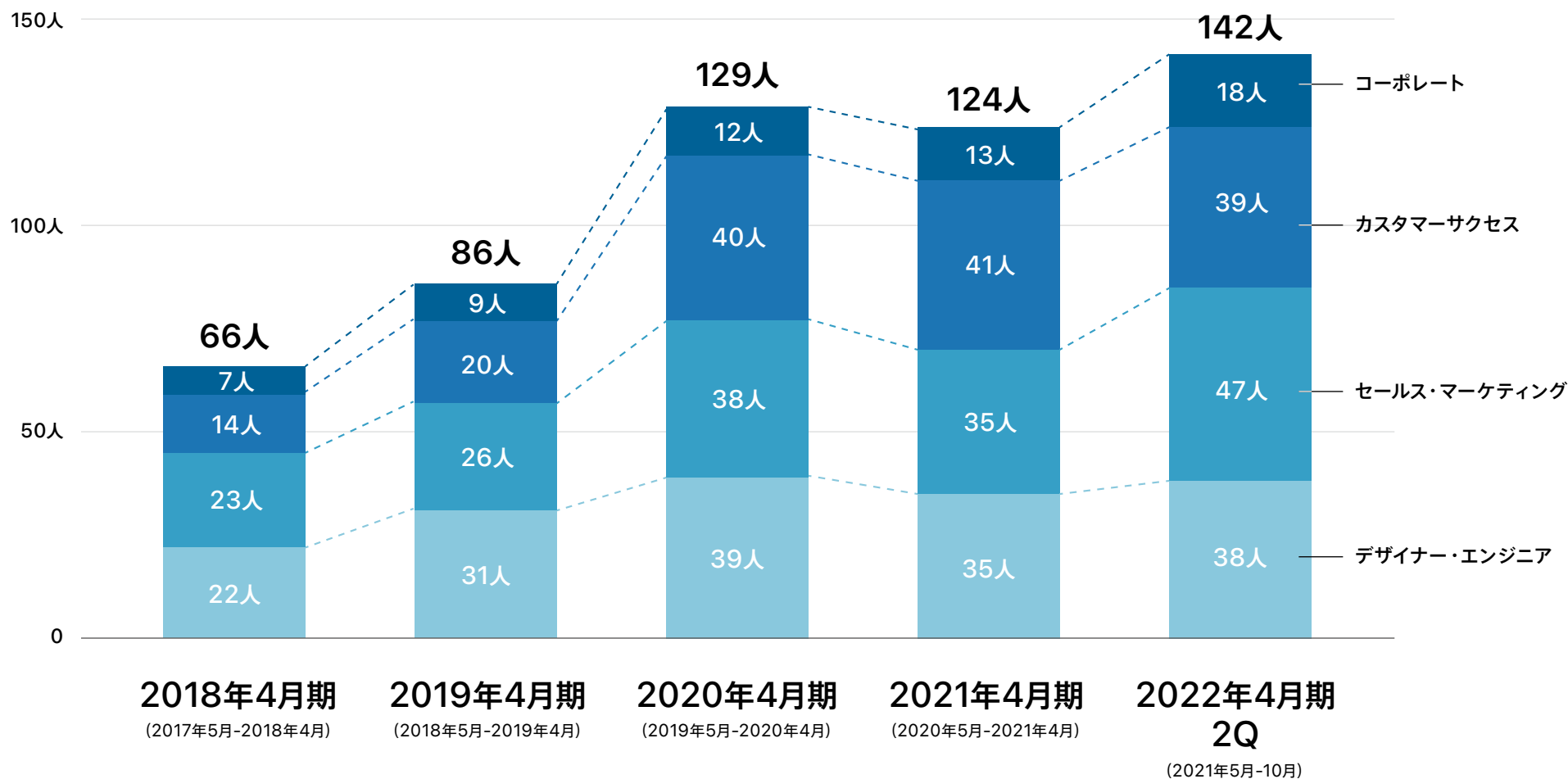
- ・ 売上高の増加に伴う機器仕入およびサーバー費用の増加
- ・ 人員増加による人件費の増加

販売費及び一般管理費の増加

- ・ TVCMなど積極的なS&M投資に伴う広告宣伝費の増加
- ・ 従業員の増加に伴う人件費及び移動交通費の増加

従業員数の推移

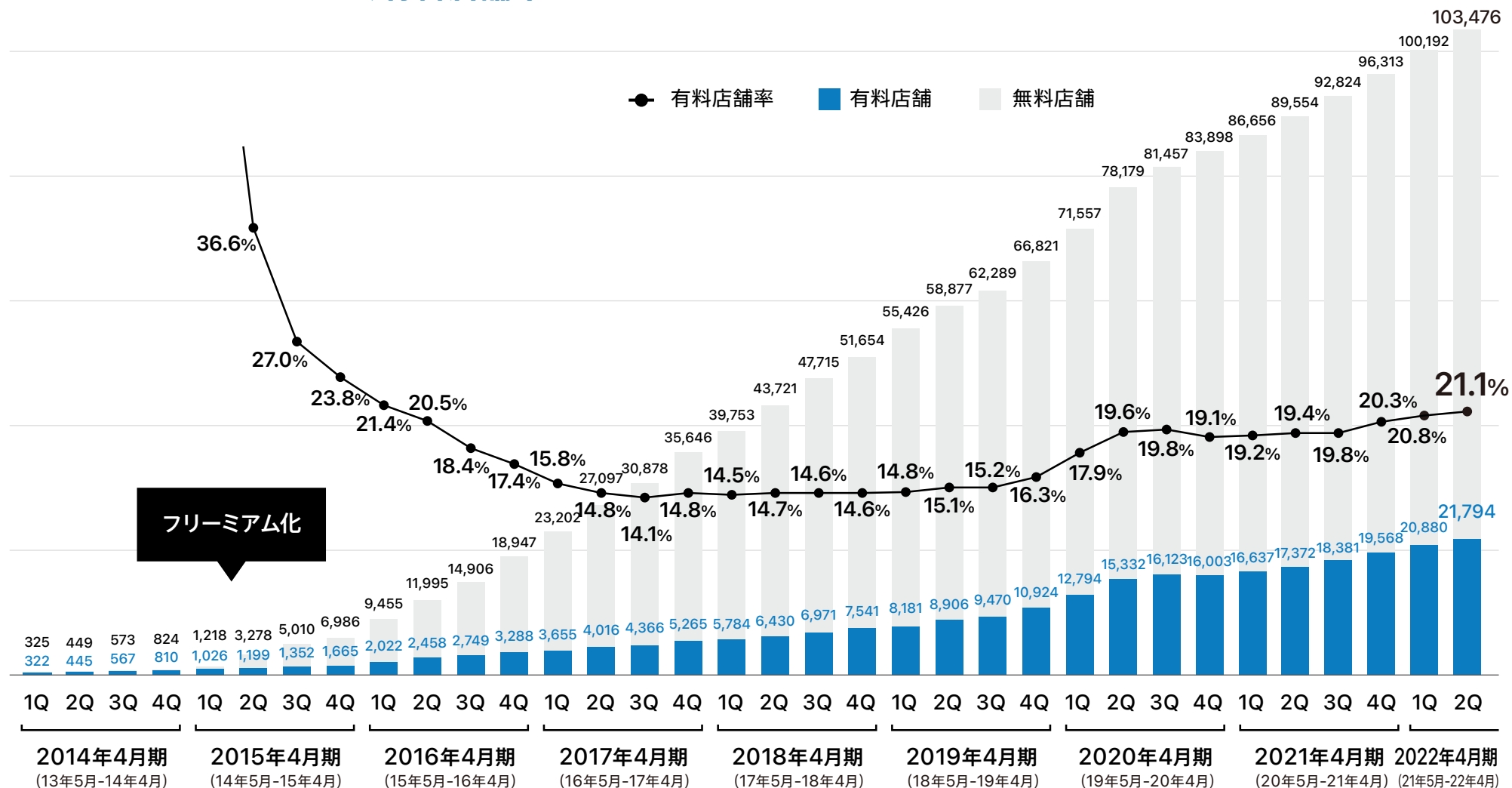
積極的な採用活動により、前期比+14.5%。平均年齢33.0歳、平均勤続年数2年10ヶ月
インターン制度やテックファーム事業を通じ、優秀なエンジニア育成に取り組む



スマレジ - 登録店舗数と有料店舗数の四半期推移

長引くコロナ禍においても安定して新規契約を獲得

カスタマーサクセスにより、有料店舗率はYoY+1.7ポイントの21.1%

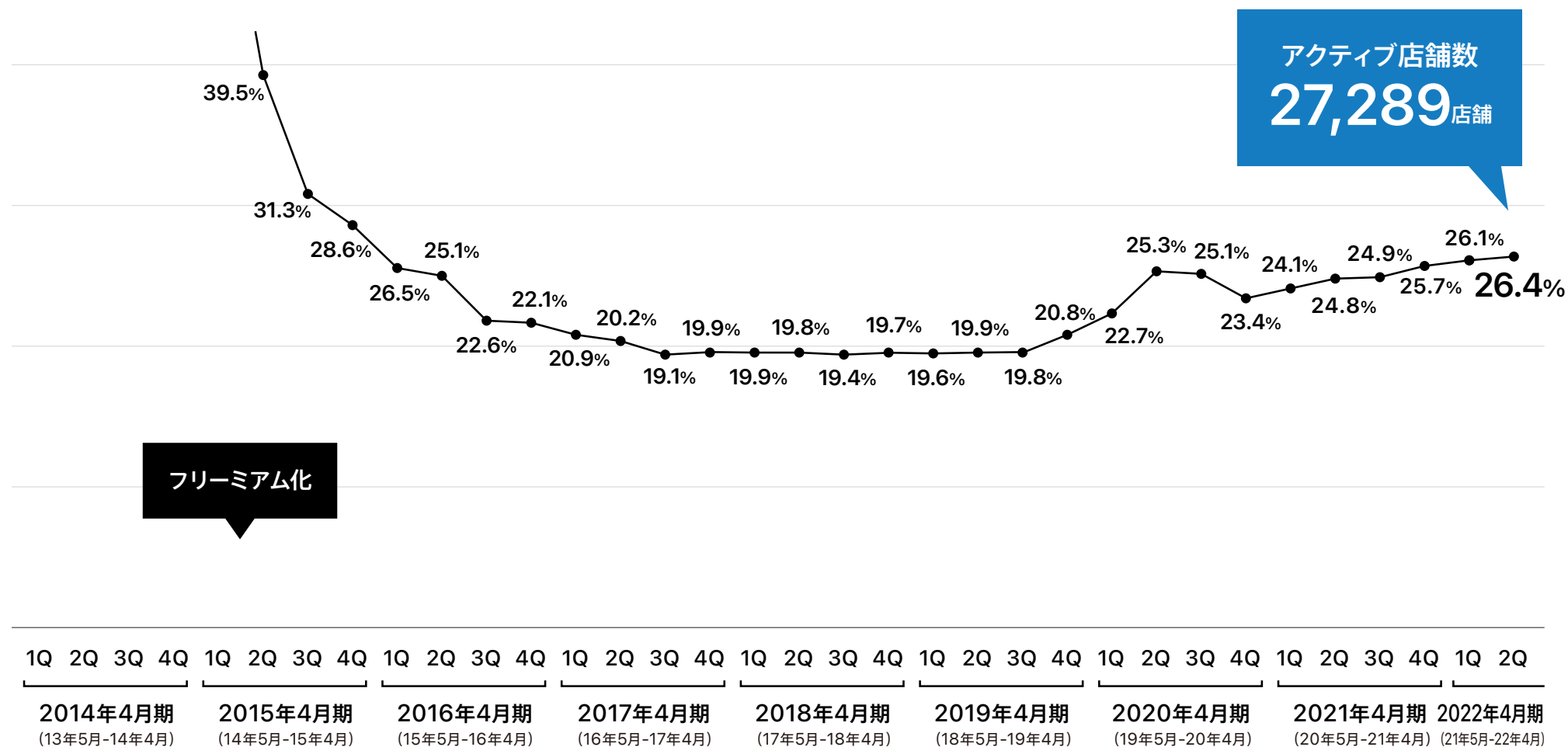


フリーミアム化

※2015年4月期にフリーミアム化を実施したことにより無料店舗が増加

スマレジ - アクティブ店舗率

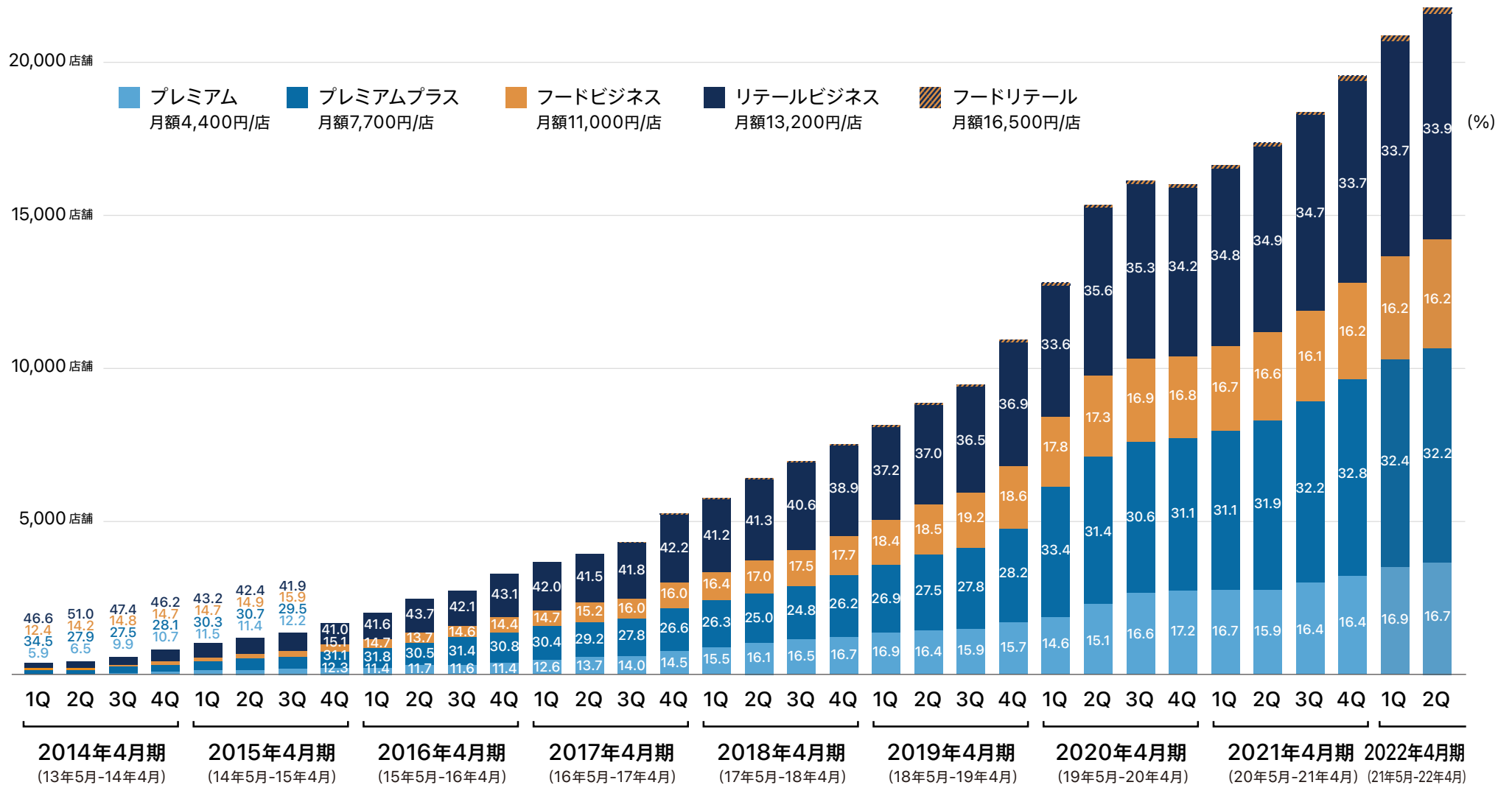
毎日利用されるサービスを目指し、アクティブ店舗率の向上へ積極的に取り組む
 アクティブ店舗率はYoY+1.6ポイントの26.4%



アクティブ店舗：当月の取引が存在する店舗

スマレジ - 利用プラン内訳

構成比に変化なく全てのプランで純増。有料プランはYoY+25.5%の21,794店舗に

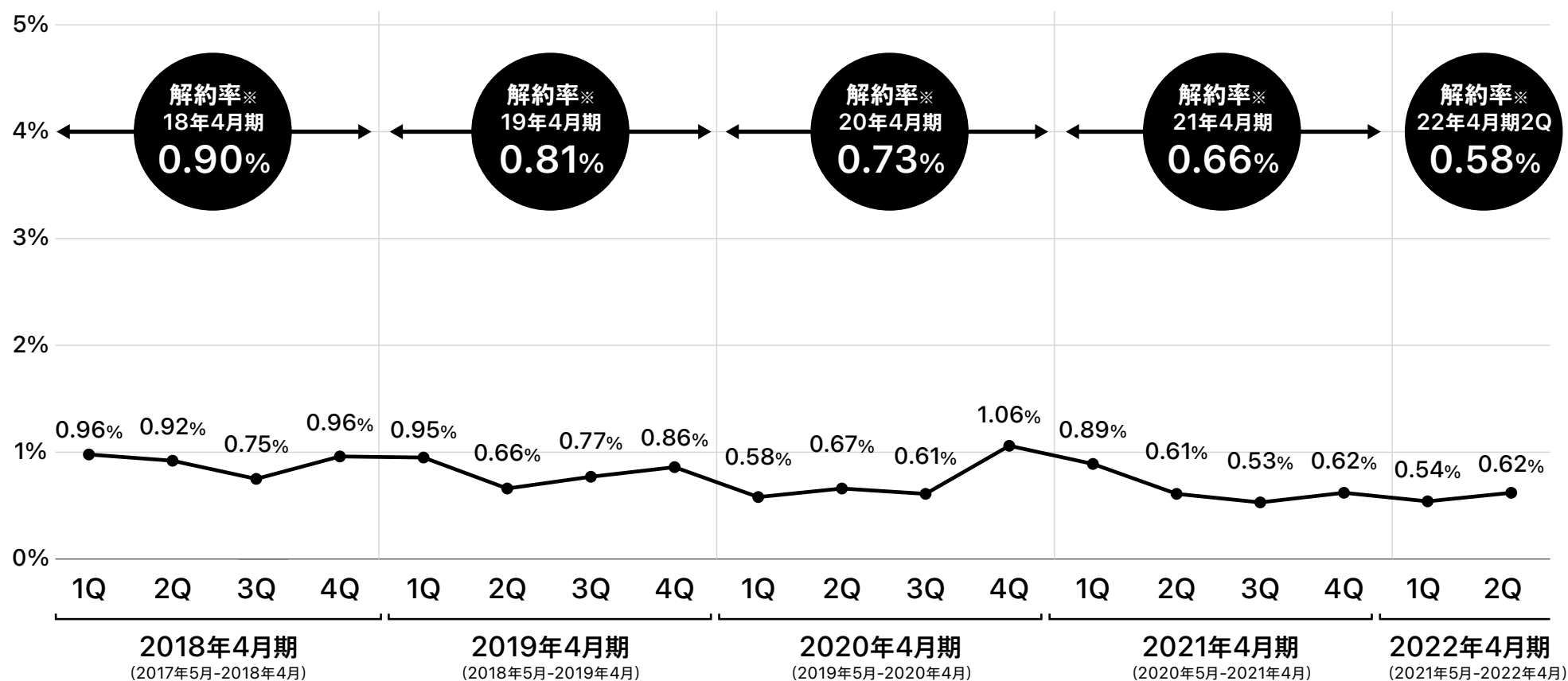


※スタンダードプランをご利用の場合であっても、オプションによって有料になっている場合がありますが、有料プランには含んでいません。



スマレジ - 解約率の推移

22年4月期2Qの平均解約率は0.62%、2Q累計では0.58%と低水準を安定継続
CX改善（カスタマーサクセス強化等）に取り組み、コロナ禍においても低解約率を実現

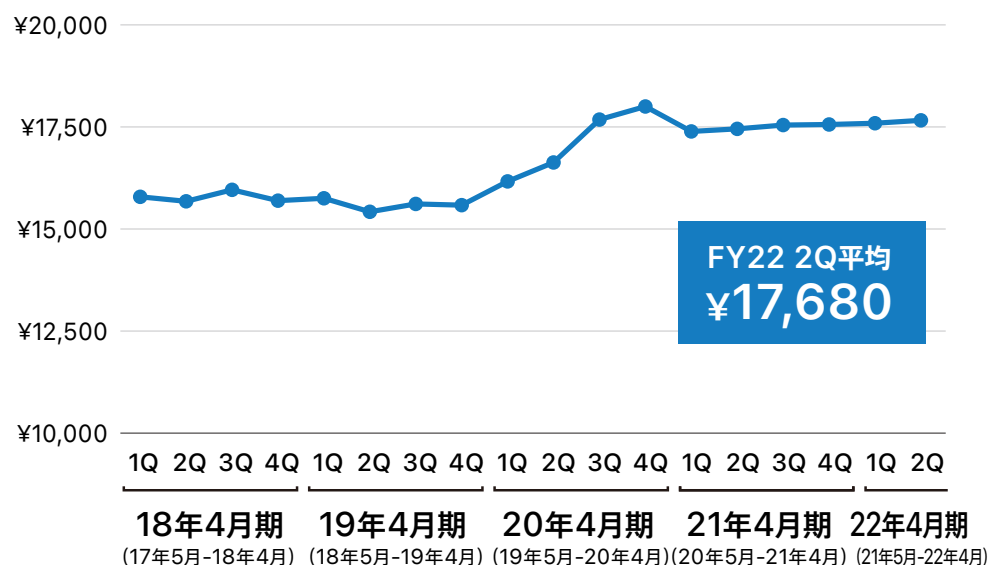


※解約率：MRRチャーンレート（既存顧客の月額利用料に占める解約により減少した月額利用料の割合）

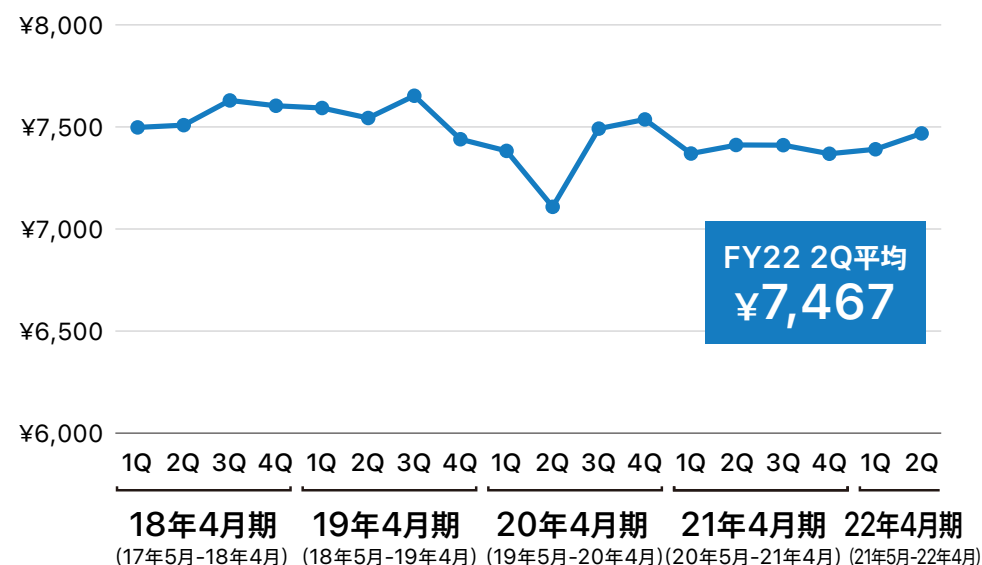
スマレジ - 顧客単価 (ARPA/ ARPU) の推移

メインターゲットである複数店舗ユーザーが順調に増え、1契約あたりの顧客単価は増加傾向
アプリマーケットの活性化やHR事業のクロスセル等により、顧客単価の向上を狙う

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)



有料契約1契約あたりの平均店舗数 2.36店舗

ARPA(Average Revenue Per Account) : 1契約ID (有料プラン契約のみ) あたりの顧客単価

ARPU(Average Revenue Per User) : 1店舗 (有料プラン契約のみ) あたりの顧客単価

事業計画

Business plan

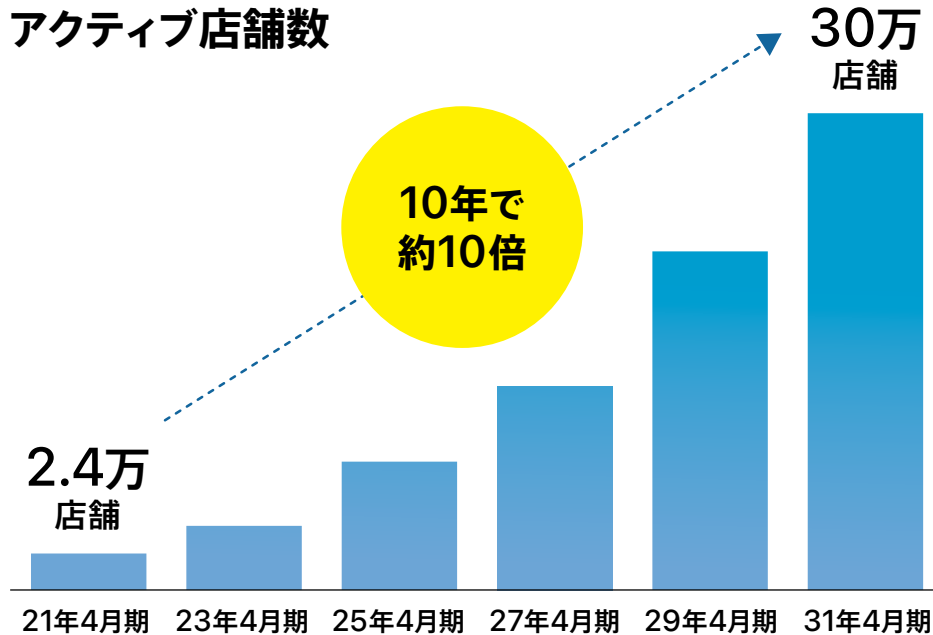
KPI

アクティブ店舗数30万店舗、国内市場シェア14%を目指す！

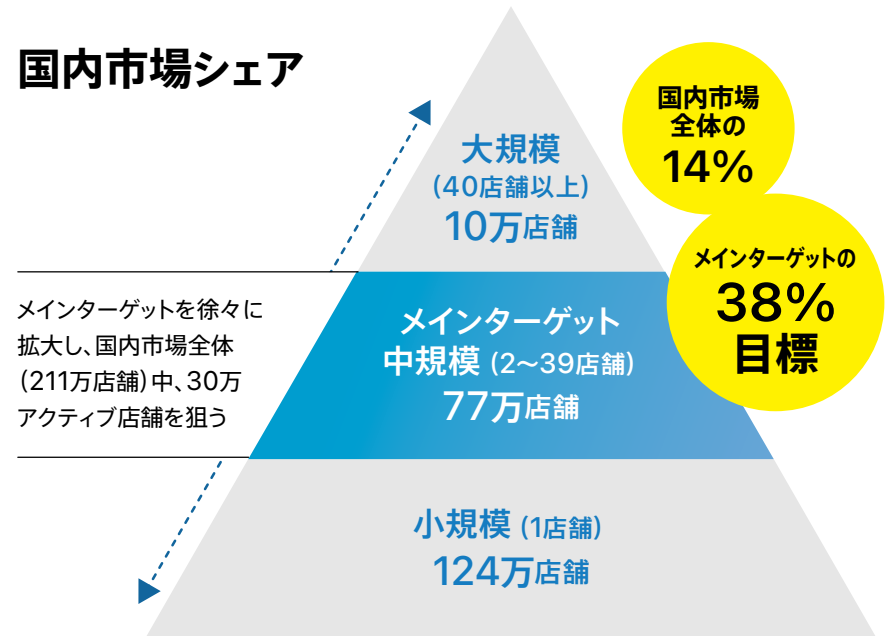
スマレジはアカウント数や登録店舗数を目標指標にせず、実際に使われるレジを目指し、アクティブ店舗数を重要指標として設定しています。

メインターゲットの中規模層を中心に、大規模層（従来POSからの入替需要）から小規模層（アプリマーケット利用による課金）までターゲットを拡げ、ピラミッドの中心からシェア拡大を目指します。

アクティブ店舗数



国内市場シェア



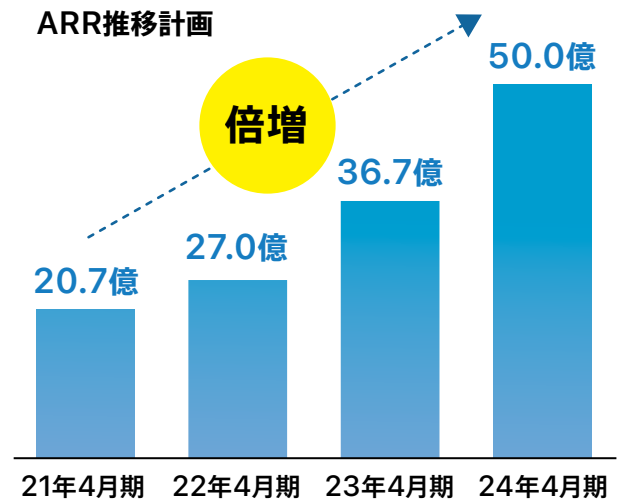
経済産業省・総務省「平成28年経済センサス」の調査結果を基に当社作成

ARR倍増計画

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！

- 1 広告宣伝費を投下し、アクティブ店舗数を増加
- 2 アプリマーケットの活性化による顧客単価向上
- 3 決済サービスの見直しによる決済収益を強化
- 4 スマレジ・タイムカードの強化(機能強化)



1 広告宣伝費を投下しアクティブ店舗数を増加

認知・リード獲得

積極的な広告宣伝活動により事業を加速させる

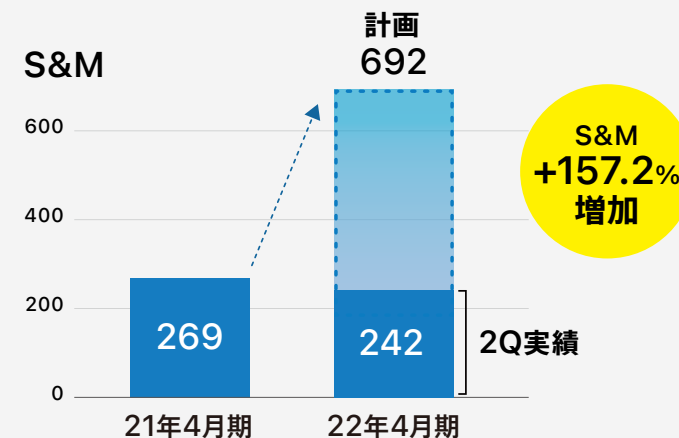
コロナ禍で中断していたPR活動を再開。
上場時に調達した資金を原資に、積極的なPR活動により、
認知度向上および新規顧客の獲得を加速させる。

目標

- ・ 一般認知向上によるブランド力強化
- ・ 新規顧客獲得を加速

中期経営計画の初年度となる22年4月期は、
前年比+157.2%のS&M予算を計画。
実施結果をみて、2年目以降もさらに予算を投下する。

顧客目線でのマーケティング施策(コンテンツマーケティング、クチコミマーケティングなど)を重点的にスタートさせ、それらを補完すべくテレビCMなどのマス広告を展開する計画



2 アプリマーケットの活性化による顧客単価の向上

CX向上・客単価改善

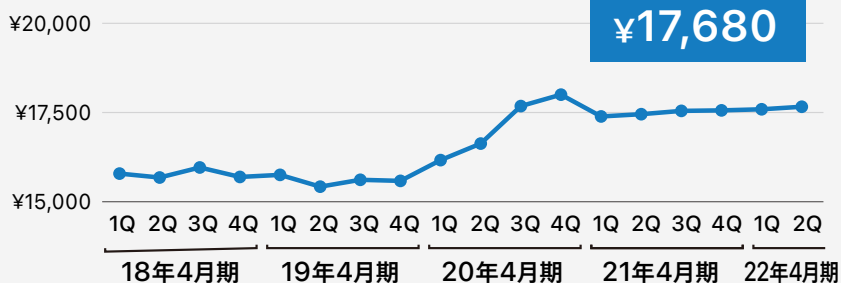
アプリマーケットを活性化し、 エコシステムを構築する

基本機能に加え、アプリマーケットに登録された拡張アプリにより、スマレジはあらゆる業種や業態に対応。スマレジのCVC事業スマレジ・ベンチャーズが中心となり、アプリ開発者への投資、事業支援、販売支援などを通じてアプリマーケットを活性化させます。ノーコード/ローコードをテーマにアプリ開発環境(スマレジ・デベロッパーズ)の大幅改善も予定

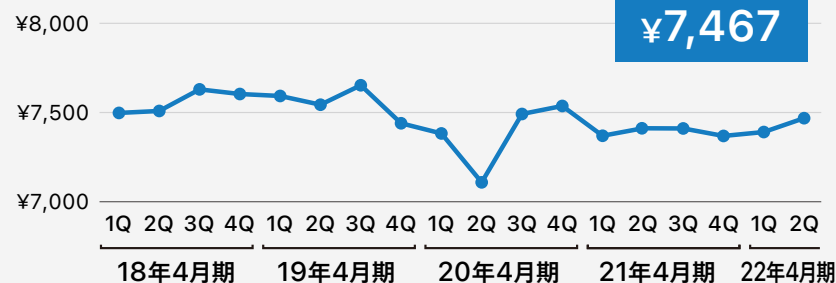
目標

- ・ 専門性の高い機能をフックにした新規顧客の獲得
- ・ 拡張アプリ利用料収益による顧客単価の向上
- ・ カスタマーエクスペリエンス(CX)の向上

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)



3 決済サービスの見直しによる決済収益の強化

利便性向上、決済収益強化

決済サービスの強化により、 トランザクションベースの売上高拡大を目指す

株式会社ロイヤルゲートを子会社化し、決済システムを保有する決済事業者へ。決済事業のサプライチェーンを改善し、決済収益の最大化を目指す。

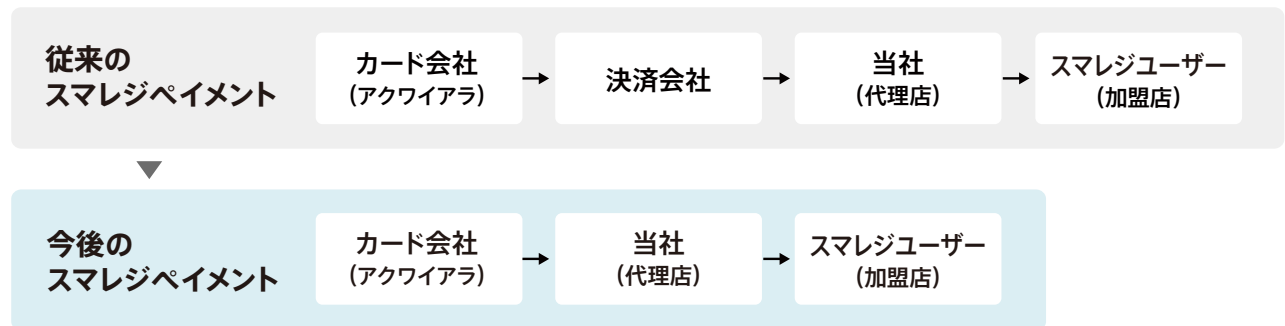
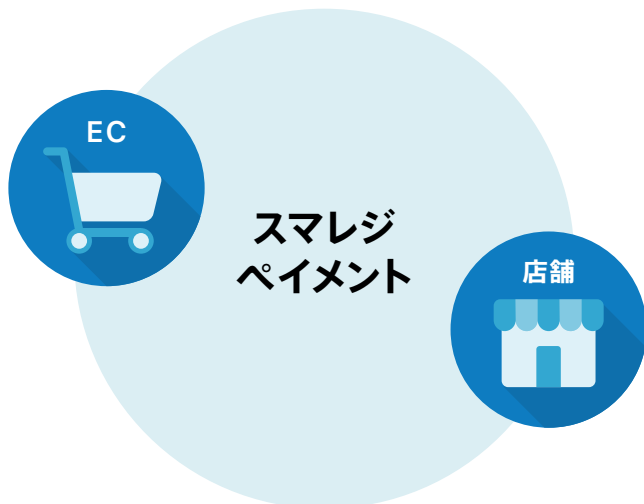


図. サプライチェーンの見直しを実施



店頭決済のみならずオンライン決済領域までをカバーするシームレスで利便性の高い決済サービスの実現により、トランザクションベースの売上高拡大を目指す。

HR事業、クロスセル

スマレジ・タイムカードを 加速させ、勤怠管理から HRサービスへ成長させる

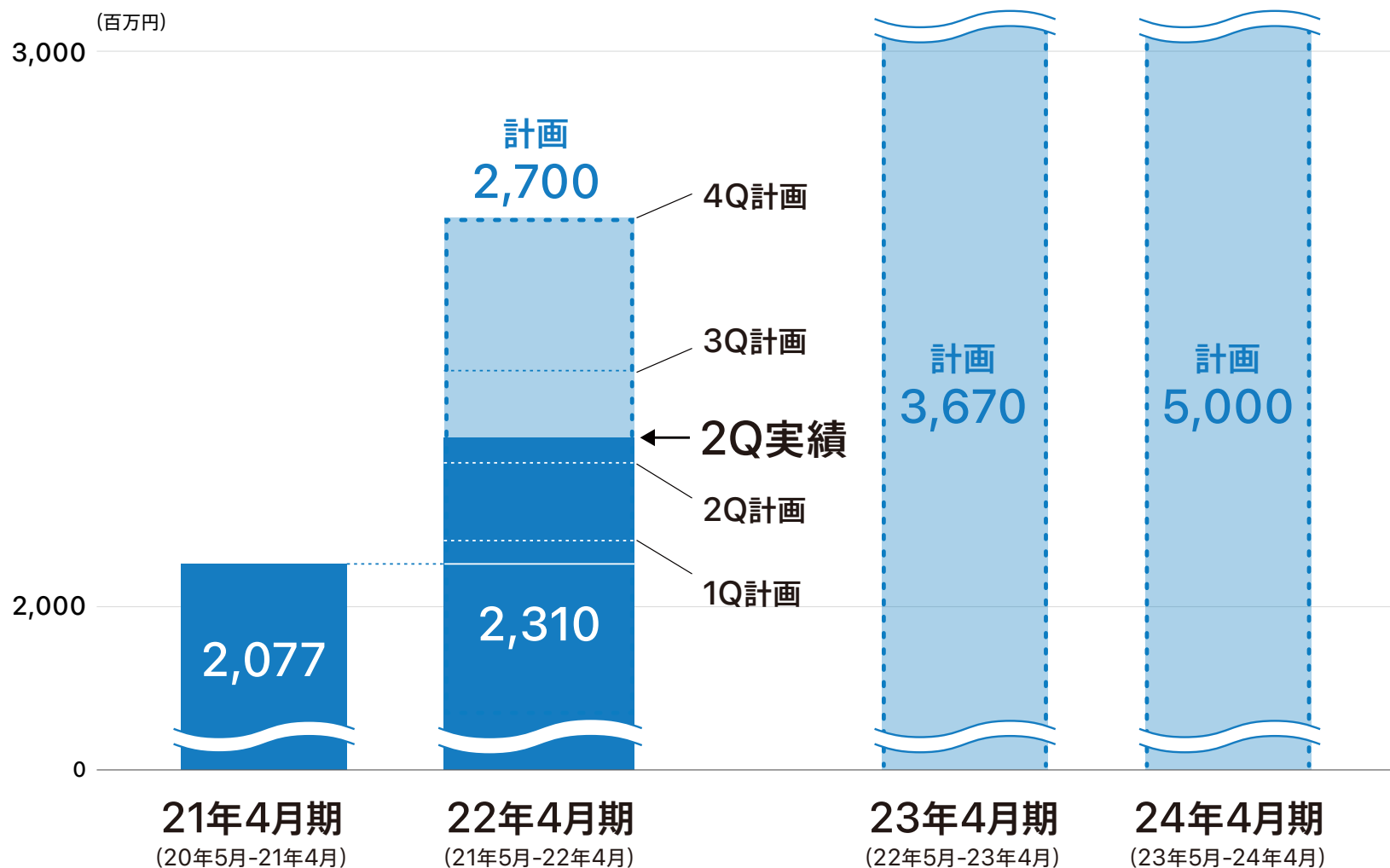
クラウド勤怠管理サービス「スマレジ・タイムカード」をスマレジ事業から切り離し、HR事業として独立した組織体制を構築し、成長を加速させます。

目標

- ・ スマレジ利用者へのクロスセル戦略による顧客単価の向上
- ・ 独立採算やグループシナジーによる成長の加速

ARR倍増計画の進捗

ARR倍増計画のファーストステップ今期27億達成に向け計画通り推移



リスク情報

Business Risk information

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
技術者の確保 (ソフトウェアエンジニア)	クラウドサービス事業	事業規模に応じた人材の確保や育成が進まず、事業運営に影響を及ぼすリスクがある。	中/ 中長期	中	若手人材の発掘・育成を目的とした「スマレジ・テックファーム」をスタート。多様な採用手法を用いて優秀な人材確保に努めつつ、初級エンジニアの育成を手掛けていく。
事業活動 (スマレジアプリマーケット)	クラウドサービス事業 その他事業	スマレジをプラットフォーム化し、サードパーティによるアプリの提供を行っているが、利用者が増加せずアプリマーケットが活性化されなかった場合、売上高成長の鈍化とコスト増加を招くリスクがある。	中/ 中長期	中	アプリコンテストやセミナー開催など積極的なプロモーション活動(等)により、基盤拡大と良質なアプリケーションの開発・流通を促している。またスマレジ・ベンチャーズ(CVC事業)を通じて、キラーアプリを育むべく資本的な支援も実施している。
特定仕入先への依存	クラウドサービス事業	取引量や取引条件等に変化があった場合、事業及び業績に影響を与えるリスクがある。	中/ 中長期	中	仕入先との連携強化(綿密な納品管理等)を行い、当社の必要数量を常時確保出来るよう体制を整えている。複数サプライヤーによる代替供給体制の早期構築も目指していく。

項目	影響する事業セグメント	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	顕在化した場合の影響	リスク対応策
新型コロナウイルス感染症による影響1 (従来ビジネスモデルでの対応)	クラウドサービス事業	主要顧客である小売店・飲食店等の出店動向に及ぼす影響が増大するリスクがある。	中／不明	大	景気変動の影響を受けない医療機関等への訴求や特定業種の開拓など、ターゲット層の拡大を図ることにより顧客減少のリスクを担保している。
新型コロナウイルス感染症による影響2 (小売業界・飲食業界への対応)	クラウドサービス事業	急速な社会構造の変化により、セルフオーダーの普及や無人店舗の出現など販売形態が多様化している。レジレス化の進展等による需要低下のリスクがある。	中／不明	大	各業種・業態におけるニーズの変化に追従するべく柔軟に機能追加を施す。或いはアプリマーケットの拡充によって補完する。

(注)その他の事業リスクに関しては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料に記載されている事業計画、業績予測などの将来の見通しに関しては、現時点で当社が入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断したものです。これら将来の見通しは、市況や政治・経済状況など様々な不確実性を含むものであり、実際の業績とは異なる場合があります。

本資料は、当社株式の購入や売却等の投資勧誘を目的とするものではありません。投資は、ご自身の判断のもと、ご自身の責任において行なっていただくようお願いいたします。

FY2022

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021.12.15

株式会社スマレジ

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の次回開示は、2022年7月中旬頃を予定しております。