



**TOBILA**  
SYSTEMS

2020年10月期

# 決算説明資料

トビラシステムズ株式会社

(東証一部 4441)

- 1 事業概要
- 2 2020年10月期（FY2020） 通期ハイライト
- 3 2020年10月期（FY2020） 通期決算概要
- 4 2020年10月期（FY2020） アクションプラン振り返り
- 5 2021年10月期（FY2021） 通期業績見通し
- 6 2021年10月期（FY2021） アクションプラン
- 7 競争優位性
- 8 サービス内容とビジネスモデル
- 9 参考資料

【決算説明資料】

# 1

事業概要

# 私たちの生活 私たちの世界を よりよい未来につなぐ トビラになる

## テクノロジーで社会の課題解決に挑戦する

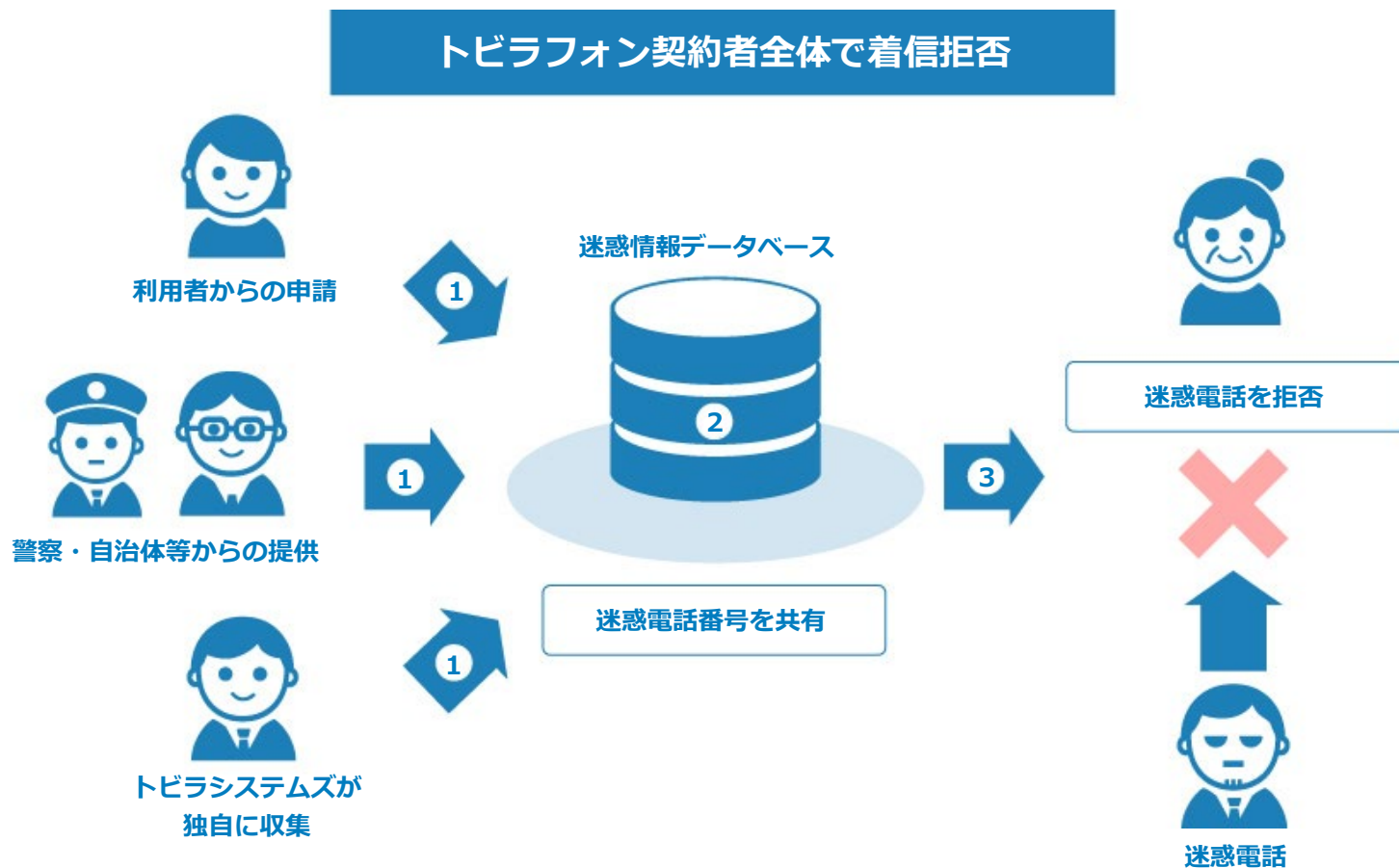
私たちは素晴らしい未来を想像し、失敗を恐れず変化を続け、常識を疑いあるべき形を追求します。  
社会的課題を解決する、人々の役に立つ製品を次々に生み出し、持続的かつ発展的に成長するため適切な利益を得ます。

自分と大切な人が幸せな時間を送れる環境であり続けることが、  
私たちの成長や世界中の人々の生活の向上につながっていきます。

安心して暮らせる世界を実現するために人を守るセキュリティで社会課題の解決に挑みます。

## トビラシステムズの迷惑情報フィルタ事業って何？

## 迷惑情報データベースを用いて、迷惑電話などの特殊詐欺を防ぐ唯一無二の事業



迷惑情報フィルタ事業

その他事業

1

## モバイル向けフィルタサービス

「トビラフォンモバイル」、「迷惑電話ブロック」等

2

## 固定電話向けフィルタサービス

ホームゲートウェイ、「トビラフォン」

3

## ビジネスフォン向けフィルタサービス

「トビラフォン Biz」「トビラフォン Cloud」

4

## その他事業

ホームページ制作運営支援システム「HP4U」の販売  
受託開発FY2020  
売上構成比

78.4%

11.9%

2.2%

7.5%

注力事業

資源を  
集中投下積極展開  
しない

【決算説明資料】

# 2

2020年10月期（FY2020）通期ハイライト

## 売上高、営業利益ともに過去最高を記録

FY2020業績

**売上** : **1,234 百万** (YoY 125.7%)

**営業利益** : **498 百万** (YoY 122.8%)

### 2020年10月期 (FY2020) トピックス

▶ **月間利用者数1,000万人突破**

2011年6月に迷惑電話フィルタ「トビラフォン」開発、販売開始後、2020年7月に月間利用者数1,000万人を達成

▶ **東京証券取引所一部市場変更**

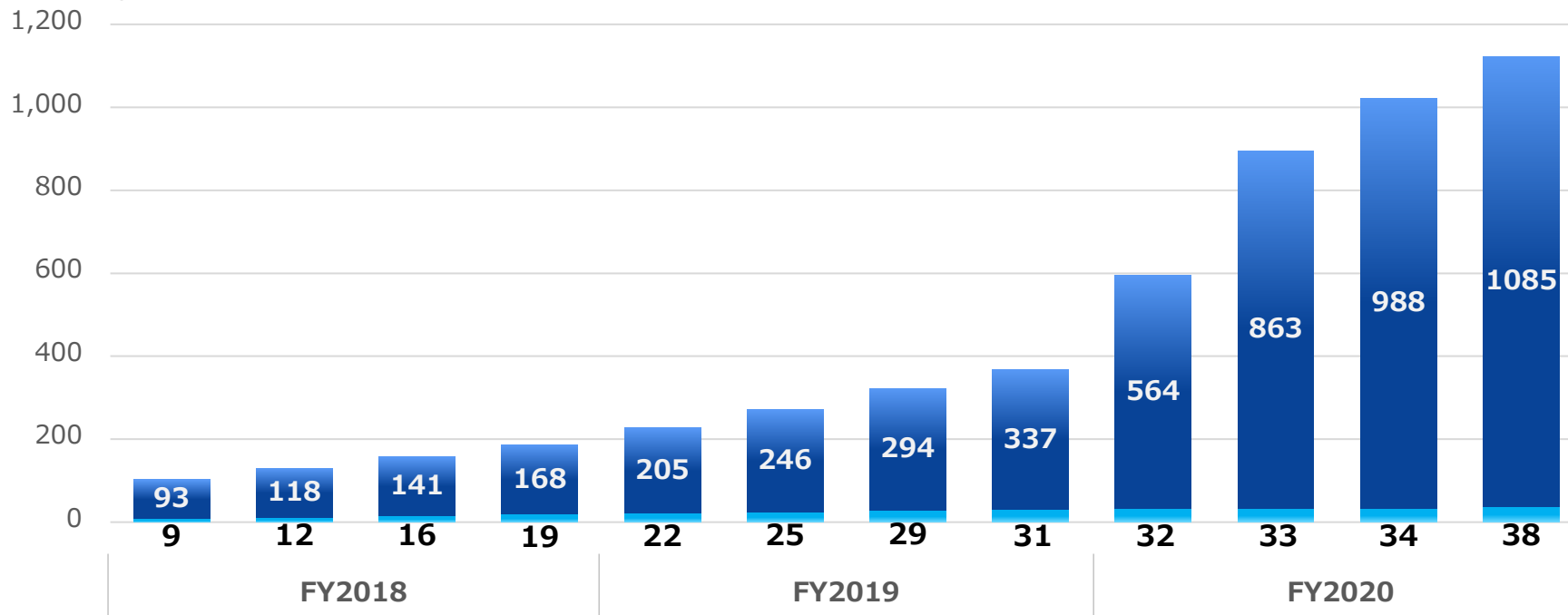
2019年4月にマザーズ市場に上場後、1年間で東証一部に市場変更達成



## 迷惑情報フィルタ月間利用者数(※)推移

月間利用者数(※)は約1,123万人。(2020年10月末時点)

(単位: 万人) ■ モバイル向けフィルタの月間利用者数 ■ 固定電話向けフィルタの月間利用者数



※月間利用者数は、当社製品・サービスを利用しているユーザーのうち、電話番号リストの自動更新またはアプリの起動等により、当月に1回以上、当社サーバへアクセスが行われたユーザー数です。なお、1ユーザーが複数の携帯端末等を所有しそれぞれで当社サービスの利用契約を行い、各端末等から当社サーバへのアクセスがなされた場合には、複数ユーザーとして重複カウントしております。また、月間利用者数は、当社が事業を通じて特殊詐欺被害の撲滅に貢献する上で重要なKPIの一つとしておりますが、主要な取引先である通信キャリアとの契約条件は様々であり、必ずしも月間利用者数の増減が直接的に収益に影響を与えるものではありません。

※月間利用者数には、一部暫定値が含まれております。今後確定値が反映された場合に、多少の増減が発生する可能性があります。

# 月間利用者数1,000万人突破

---

月間利用者数は必ずしも売り上げに直結するものではありません。

しかし、これらは迷惑情報フィルタサービスのご利用を通じて、特殊詐欺被害から防いでいる方々の数であり、ビジネスを通じて社会にどれだけ貢献できているかを計る、トビラシステムズの価値観において大切にしている指標です。

月間利用者数1,000万人突破を励みに、これからも社会的課題と向き合い、テクノロジーで社会課題の解決に挑み続けます。

【決算説明資料】

# 3

2020年10月期（FY2020）通期決算概要

## 新型コロナウイルス感染症の影響があったものの 売上高、利益ともに業績計画達成

(単位：百万円)

	実績	期初計画値	期初計画対比
売上高	1,234	1,227	100.6%
営業利益 (営業利益率)	498 (40.4%)	468	106.6%
経常利益 (経常利益率)	471 (38.2%)	449	104.9%
当期純利益 (当期純利益率)	322 (26.1%)	307	105.0%

## 前年度対比で売上高は25.7%の成長 営業利益についても22.8%の成長

(単位：百万円)	FY2020	FY2019	YoY
売上高	1,234	981	125.7%
営業利益	498	406	122.8%
経常利益	471	392	120.0%
当期純利益	322	248	129.6%

## 四半期売上高は過去最高を達成

## 前年同期比において営業利益39.8%増加

(単位：百万円)	FY2020 4Q 実績	FY2020 3Q		FY2019 4Q	
		実績	QoQ	実績	YoY
売上高	331	312	106.1%	258	128.1%
営業利益	122	134	91.2%	87	139.8%
経常利益	121	133	90.8%	87	139.1%
当期純利益	80	92	86.7%	40	199.6%

## 主力事業の「モバイル向け」売上高はほぼ計画を達成 前年度対比においては30%を超える成長

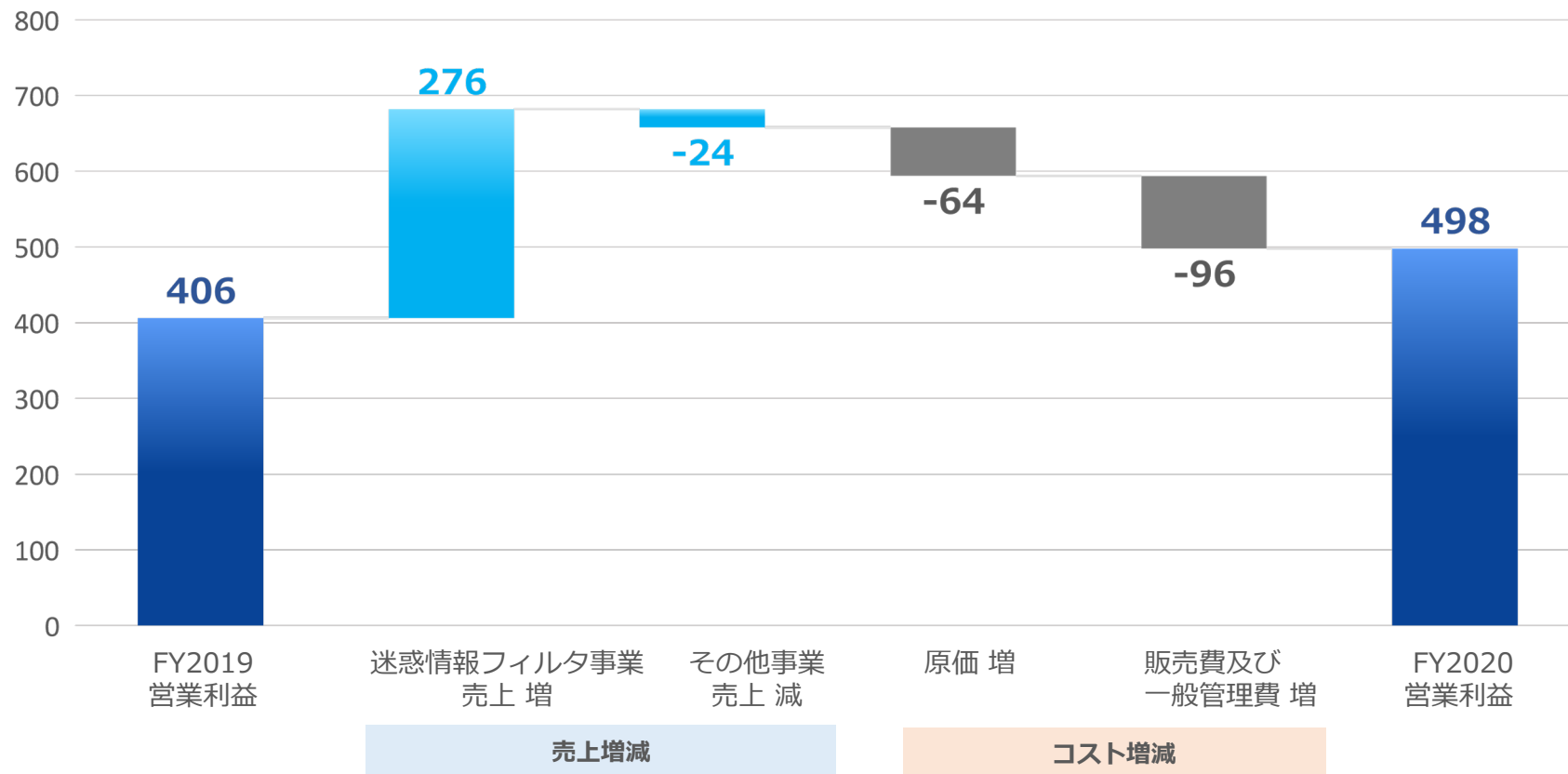
(単位：百万円)

	FY2020 実績	FY2020		FY2019	
		期初計画値	対計画比	実績	YoY
<迷惑情報フィルタ事業>	1,141	1,143	99.8%	865	131.9%
<b>モバイル向け</b>	967	976	99.1%	742	<b>130.3%</b>
固定電話向け	146	135	108.3%	106	137.6%
ビジネスフォン向け	26	31	86.2%	15	173.0%
<その他>	92	83	110.8%	116	79.7%

## 営業利益の増減分析 (対前年比)

# 利益率の高い迷惑情報フィルタ事業の売上高成長により 営業利益が伸長も、将来への投資のため広告宣伝費を計上

(単位：百万円)

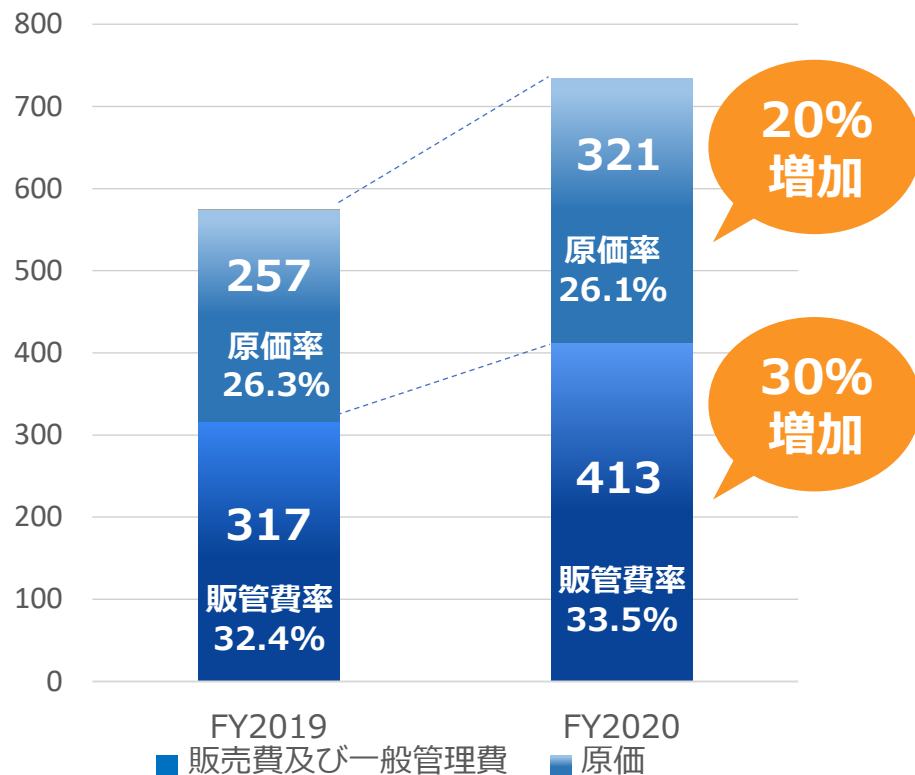




## 業績拡大に伴い、原価が20%超の増加

## 販管費は、主に広告宣伝費の増加に伴い30%を超えて増加

(単位：百万円)



## FY2020の主な増加費用項目

- ▶ 広告宣伝費
- ▶ 労務費・人件費
- ▶ 本社移転関連費
- ▶ etc...

## 組織体制の強化に伴い、労務費・人件費が増加 新製品販売拡大を目的とし、広告宣伝費や研究開発費も増加

(単位：百万円)	FY2020 実績	FY2020		FY2019	
		期初計画値	計画対比	実績	YoY
<b>売上原価</b>	321	353	91.1%	257	124.8%
(労務費)	<b>214</b>	246	87.2%	188	113.7%
(減価償却費)	45	48	94.9%	34	133.5%
(その他)	160	179	89.5%	107	148.5%
(開発分その他勘定振替率) ※	23.6%	25.5%	92.5%	22.6%	104.2%
<b>販売費及び一般管理費</b>	413	406	101.9%	317	130.3%
(人件費)	<b>172</b>	191	90.2%	151	114.1%
(広告宣伝費)	<b>56</b>	22	<b>253.3%</b>	17	<b>328.8%</b>
(研究開発費)	43	38	112.1%	29	147.5%
(その他)	141	154	92.0%	119	118.2%

※売上原価のうち、主に従業員の活動内容の種類から、研究開発費及び資産等に計上された割合。

## 2020年10月期 四半期コスト推移

## 将来への投資のため、トビラフォンCloudへの広告宣伝費及び研究開発費が増加したことからコスト構造が変化

(単位：百万円)

	FY2020 4Q	FY2020 3Q		FY2019 4Q	
		実績	QoQ	実績	YoY
<b>売上原価</b>	83	78	105.7%	72	114.2%
（労務費）	54	54	100.2%	52	104.5%
（減価償却費）	12	10	110.3%	12	100.0%
（その他）	48	36	132.9%	29	164.6%
（開発分その他勘定振替率）※	28.5%	22.6%	126.2%	22.4%	127.5%
<b>販売費及び一般管理費</b>	126	99	126.6%	98	128.0%
（人件費）	44	44	101.0%	40	110.1%
（広告宣伝費）	<b>29</b>	14	<b>206.6%</b>	2	<b>1114.0%</b>
（研究開発費）	<b>17</b>	10	<b>168.0%</b>	11	<b>149.4%</b>
（その他）	35	31	112.6%	44	79.8%

※売上原価のうち、主に従業員の活動内容の種類から、研究開発費及び資産等に計上された割合。

## 前年度比において、純資産は34.7%増加し、 自己資本比率は81.7%と、より高い財務安全性を保持

(単位：百万円)	FY2019	FY2020	増減額
流動資産	1,139	1,413	+274
現金及び預金	998	1,218	+219
受取手形及び売掛金	109	150	+40
その他	31	45	+13
固定資産	170	234	+63
有形固定資産	43	65	+21
無形固定資産	85	114	+28
投資その他の資産	41	54	+12
総資産	1,310	1,647	+337
負債	309	300	△8
流動負債	284	288	4
固定負債	24	11	△13
純資産	1,000	<b>1,347</b>	+346
自己資本比率	76.4%	<b>81.7%</b>	+5.3%

※百万円未満切捨て

【決算説明資料】

# 4

2020年10月期 (FY2020)  
アクションプラン振り返り

## 既存収益基盤の拡大

- 月間利用者数の更なる拡大
- アライアンスパートナー開拓

## 将来の成長への投資

- 新製品への投資
- 既存製品への継続的な投資

短期と中長期の成長をバランスよくコントロールする財務戦略



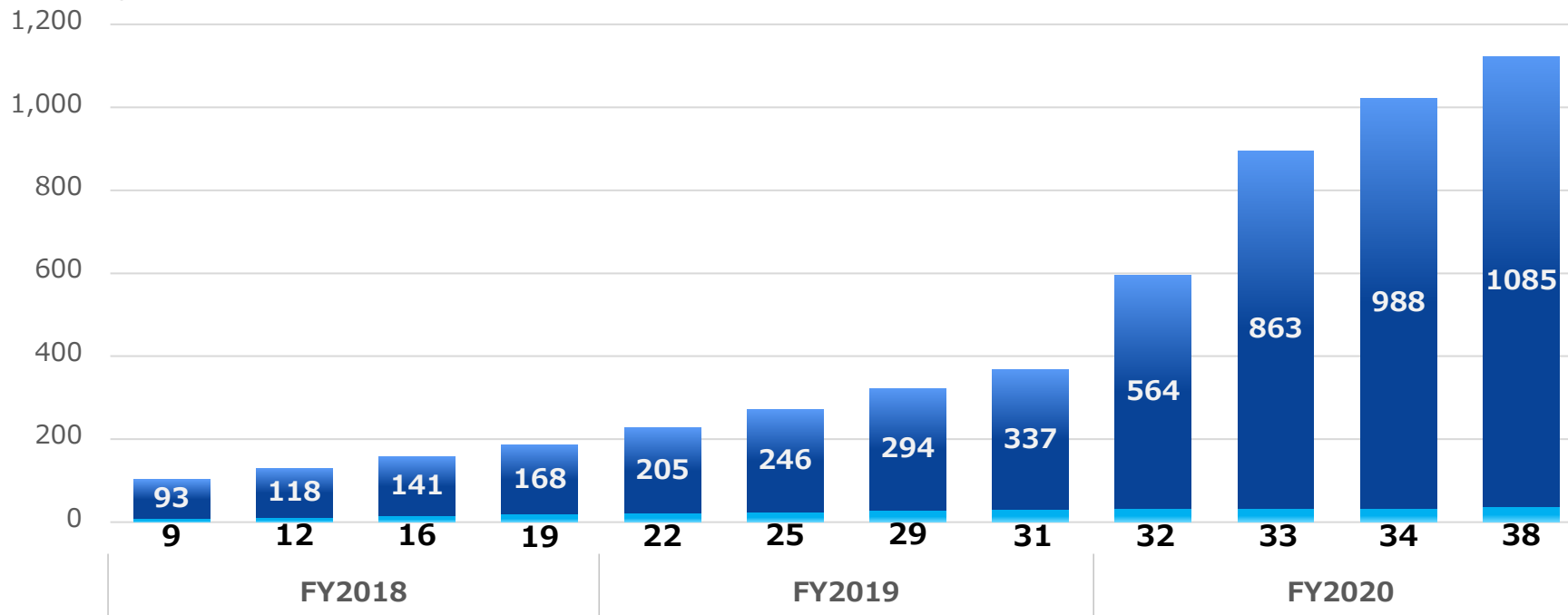
## 内部体制の拡充

- 優秀な人材の採用
- 優秀な人材を惹きつける環境・制度の構築
- データ分析を根拠として効率的なマネジメントシステムの構築

## 迷惑情報フィルタ月間利用者数(※)推移

月間利用者数(※)は約1,123万人。(2020年10月末時点)

(単位：万人) ■ モバイル向けフィルタの月間利用者数 ■ 固定電話向けフィルタの月間利用者数



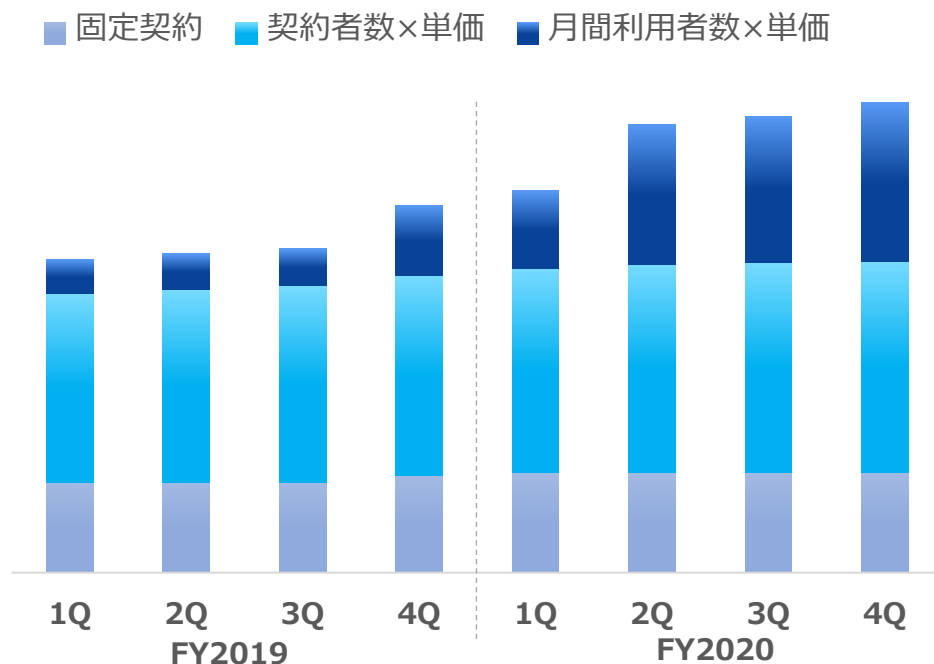
※月間利用者数は、当社製品・サービスを利用しているユーザーのうち、電話番号リストの自動更新またはアプリの起動等により、当月に1回以上、当社サーバへアクセスが行われたユーザー数です。なお、1ユーザーが複数の携帯端末等を所有しそれぞれで当社サービスの利用契約を行い、各端末等から当社サーバへのアクセスがなされた場合には、複数ユーザーとして重複カウントしております。また、月間利用者数は、当社が事業を通じて特殊詐欺被害の撲滅に貢献する上で重要なKPIの一つとしておりますが、主要な取引先である通信キャリアとの契約条件は様々であり、必ずしも月間利用者数の増減が直接的に収益に影響を与えるものではありません。

※月間利用者数には、一部暫定値が含まれております。今後確定値が反映された場合に、多少の増減が発生する可能性があります。

## 「月間利用者数×単価」はコロナ禍の影響も回復傾向

### モバイル向けフィルタ

#### 主な契約モデルの売上構成(四半期推移)



※ 2020年10月期第3四半期と第4四半期における売上高および月間利用者数を比較しています。

※ 契約形態の詳細についてはP48をご参照ください。

### 対前四半期 (※)

#### ▶ 月間利用者数×単価

売上高成長率 **108.3%**

月間利用者数成長率 110.6%

#### ▶ 契約者数×単価

売上高成長率 100.6%

月間利用者数成長率 107.2%

#### ▶ 固定契約

売上高成長率 100.0%

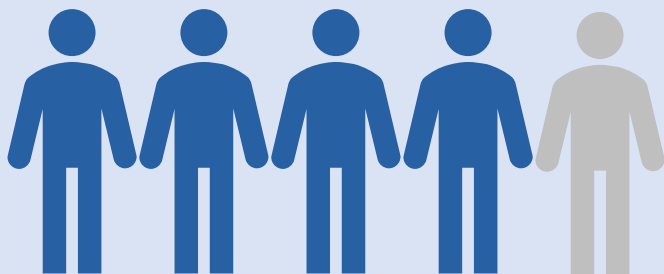
月間利用者数成長率 109.6%



## 第4四半期においてエンジニア正社員1名採用

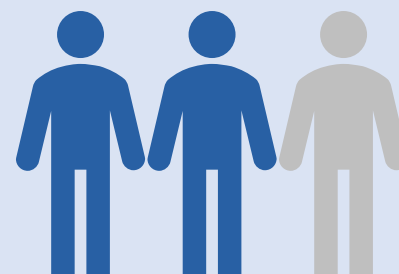
## 原価部門

今期採用実績 4名

エンジニア（正社員）増員計画  
5名中、4名採用

## 販管費部門

今期採用実績：2名

営業・管理（正社員）増員計画  
3名中、2名採用

※2019年10月期決算説明資料

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05546/33d9c7dc/29f6/4d69/ace4/93fd22a576ed/140120191206434691.pdf#page=35>

【決算説明資料】

# 5

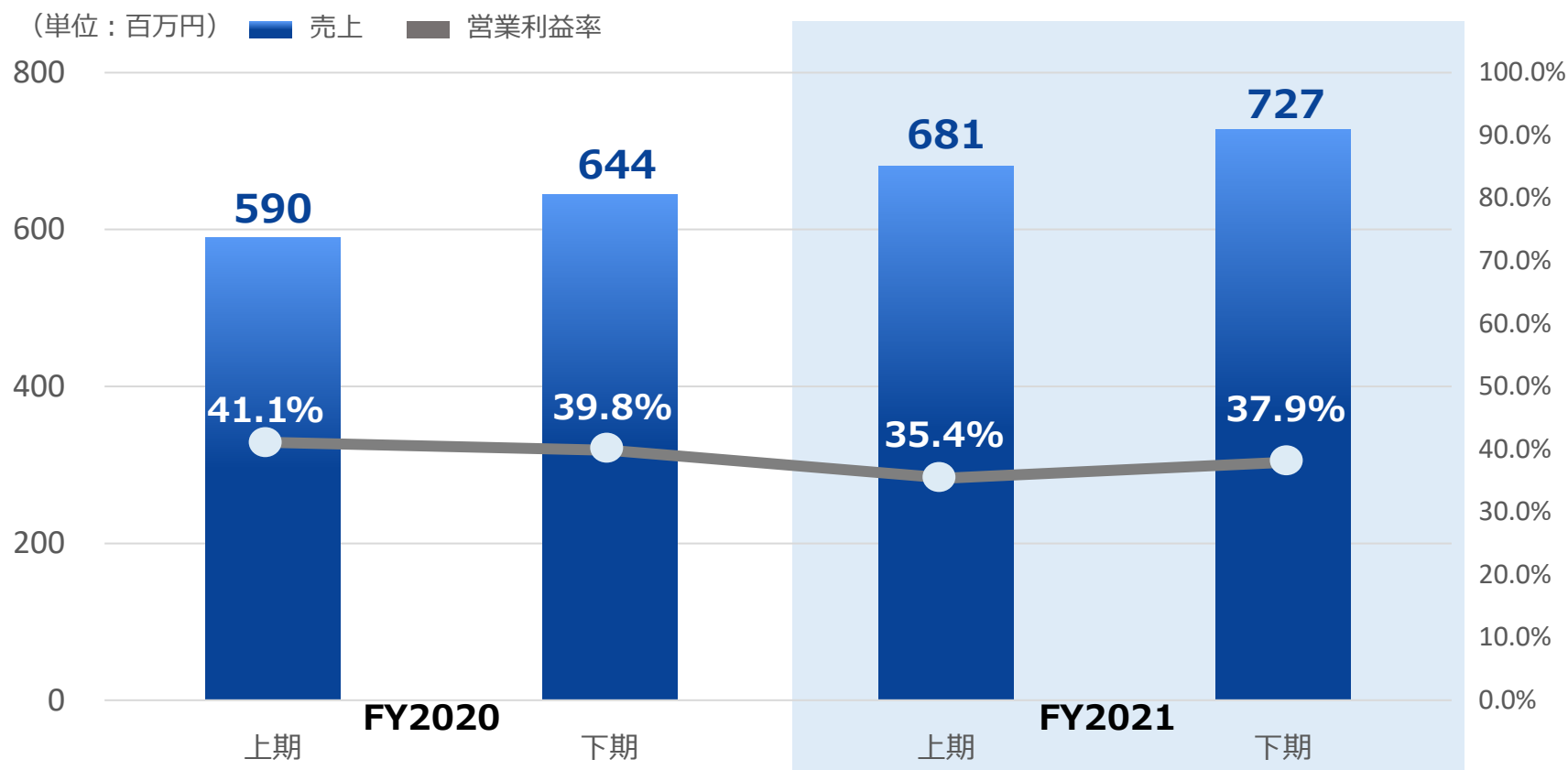
2021年10月期（FY2021）通期業績見通し

## 売上高、各利益、過去最高を更新する見込み 売上高拡大のため、投資を行うことから営業利益は微増

(単位：百万円)		FY2019	FY2020	FY2021	前年度比
財務 指標	売上高	981	1,234	<b>1,410</b>	<b>114.2%</b>
	営業利益	406	498	<b>517</b>	<b>103.7%</b>
	経常利益	392	471	<b>515</b>	<b>109.3%</b>
	当期純利益	248	322	<b>352</b>	<b>109.2%</b>
効率性指標	営業利益率	41.4%	40.4%	<b>36.7%</b>	
	ROE（※）	39.1%	27.5%	<b>23.4%</b>	
健全性指標	自己資本比率	76.4%	81.7%	<b>83.9%</b>	

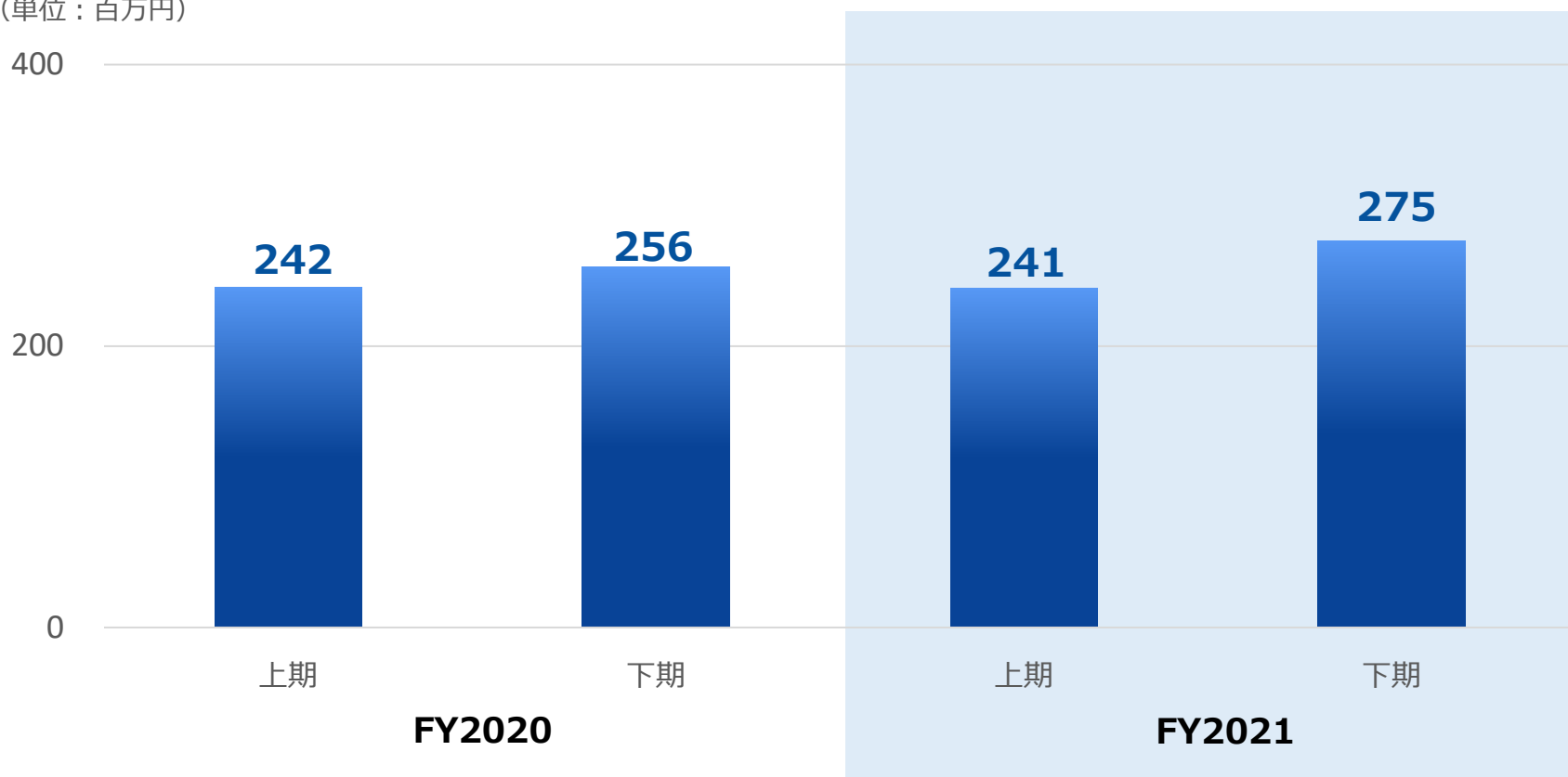
※ ROEの分母となる自己資本は期中平均を用いて計算。

## 売上高はストック収益による安定的な成長を見込む 一過性の売上については数字には含まない



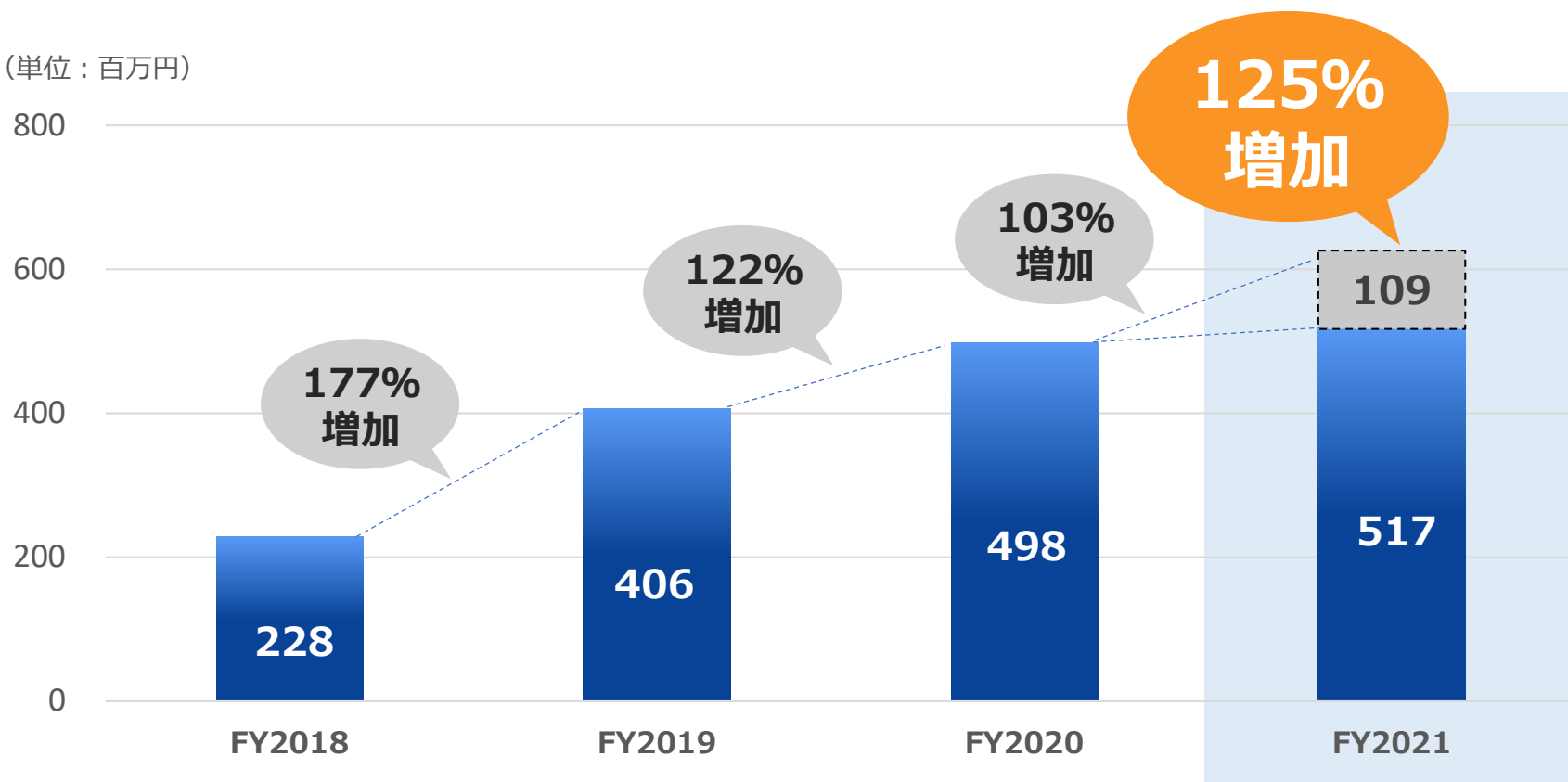
## 将来の成長のため、広告宣伝及び優秀な人材に対し 投資を行うことから利益水準は前年度並み

(単位：百万円)



## 成長のための投資額を除いた場合の創出可能な営業利益は 6億円を超え、伸びは20%を超える成長

(単位：百万円)



## 迷惑情報フィルタ事業のうち主力のモバイル向けについて、安定的な成長を見込む

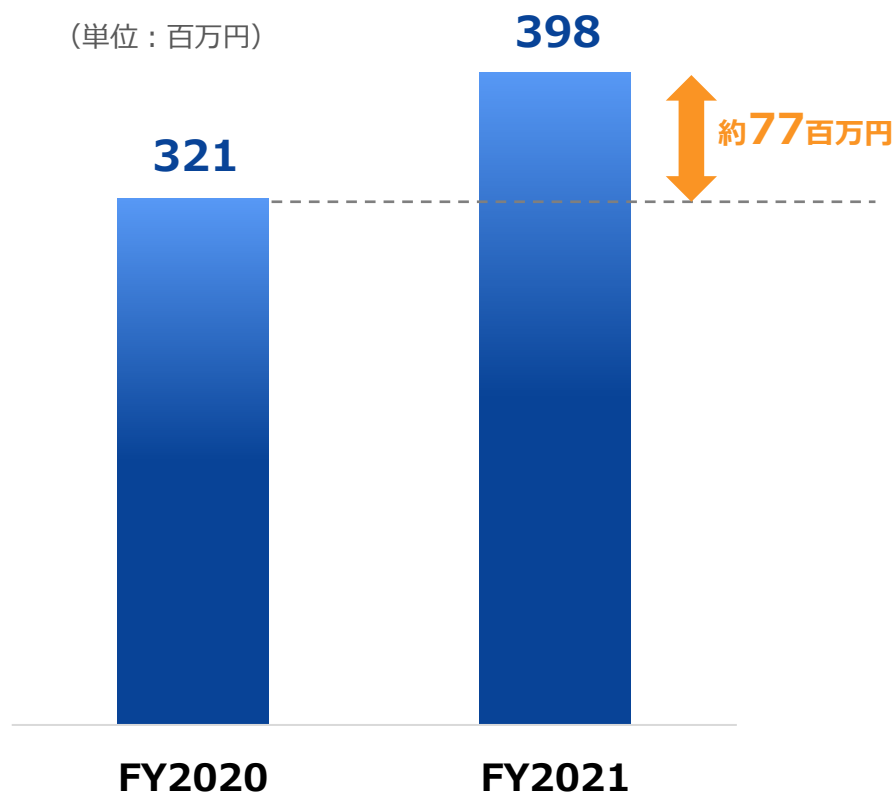
(単位：百万円)

	FY2020		FY2021			
	上期	下期	上期	前半期比	下期	前半期比
<迷惑情報フィルタ事業>	539	602	645	107.2%	696	107.9%
モバイル向け※1	459	508	555	109.1%	587	105.8%
固定電話向け※2	70	76	68	88.7%	70	103.2%
ビジネスフォン向け	10	16	22	133.9%	38	174.6%
<その他>	50	42	36	86.2%	31	86.3%

※1 モバイル向け売上について、固定契約の条件改善により、売上増加

※2 固定電話向けについて、一時的な売上は見込まず

## 原価は、前年対比で約77百万円増加 主に人材採用に伴う労務費や経費の増加を見込む。



### エンジニア（正社員）の増員計画

32人→35人

※採用が予定通り進まなくてもFY2021の  
売上に影響しない。

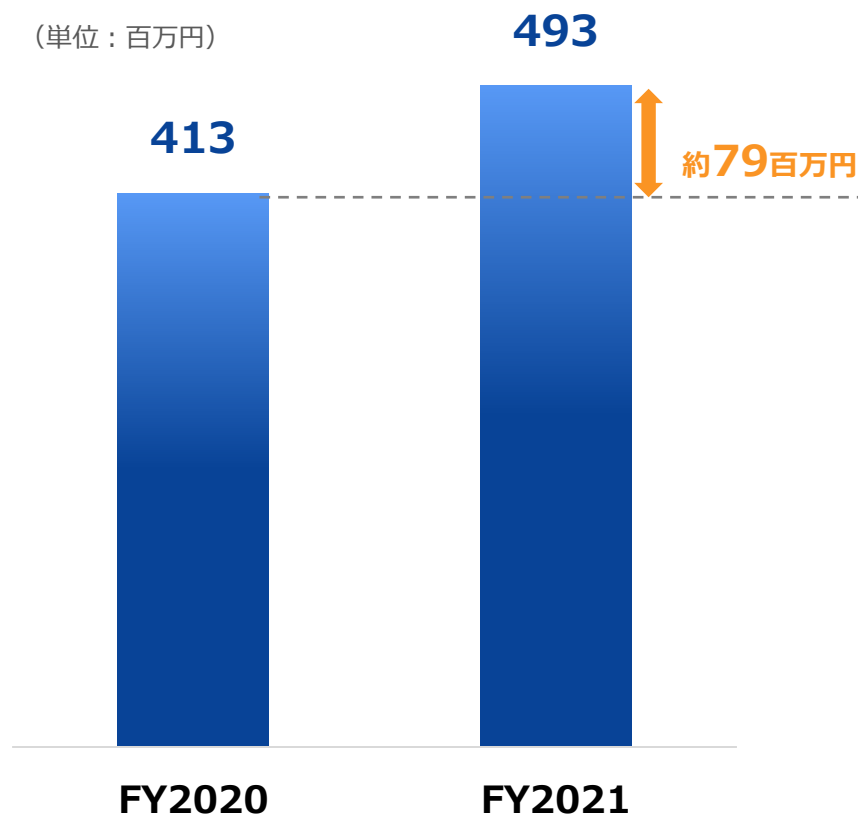
来期以降の成長加速のため、優秀な人材  
の獲得を進める予定。

### その他増加の主な要因

- ▶ 増員に伴う各種経費の増加
- ▶ 共通費用の按分比率の上昇
- ▶ 設備投資等の減価償却費の増加



## 販売費及び一般管理費は、前年対比で約79百万円増加 主に広告宣伝費及び人件費の増加が原因



### 営業・管理部（正社員）の増員計画

18人→21人

※採用が予定通り進まなくてもFY2021の  
売上に影響しない。

来期以降の成長加速のため、優秀な人材  
の獲得を進める予定。

#### その他増加の主な要因

- ▶ 増員に伴う各種経費の増加
- ▶ トビラフォンCloudに関する  
広告宣伝費の増加

【決算説明資料】

# 6

2021年10月期（FY2021）アクションプラン

## FY2021における新型コロナウイルス感染症による業績への影響は、感染再拡大により不透明

### マクロ環境認識

実質GDP成長率は経済活動の再開により、最悪期から回復傾向。ただし、新型コロナウイルスがもたらす影響は依然不透明。

新型コロナウイルスの影響による携帯電話の買い替え需要停滞、携帯ショップの営業自粛。

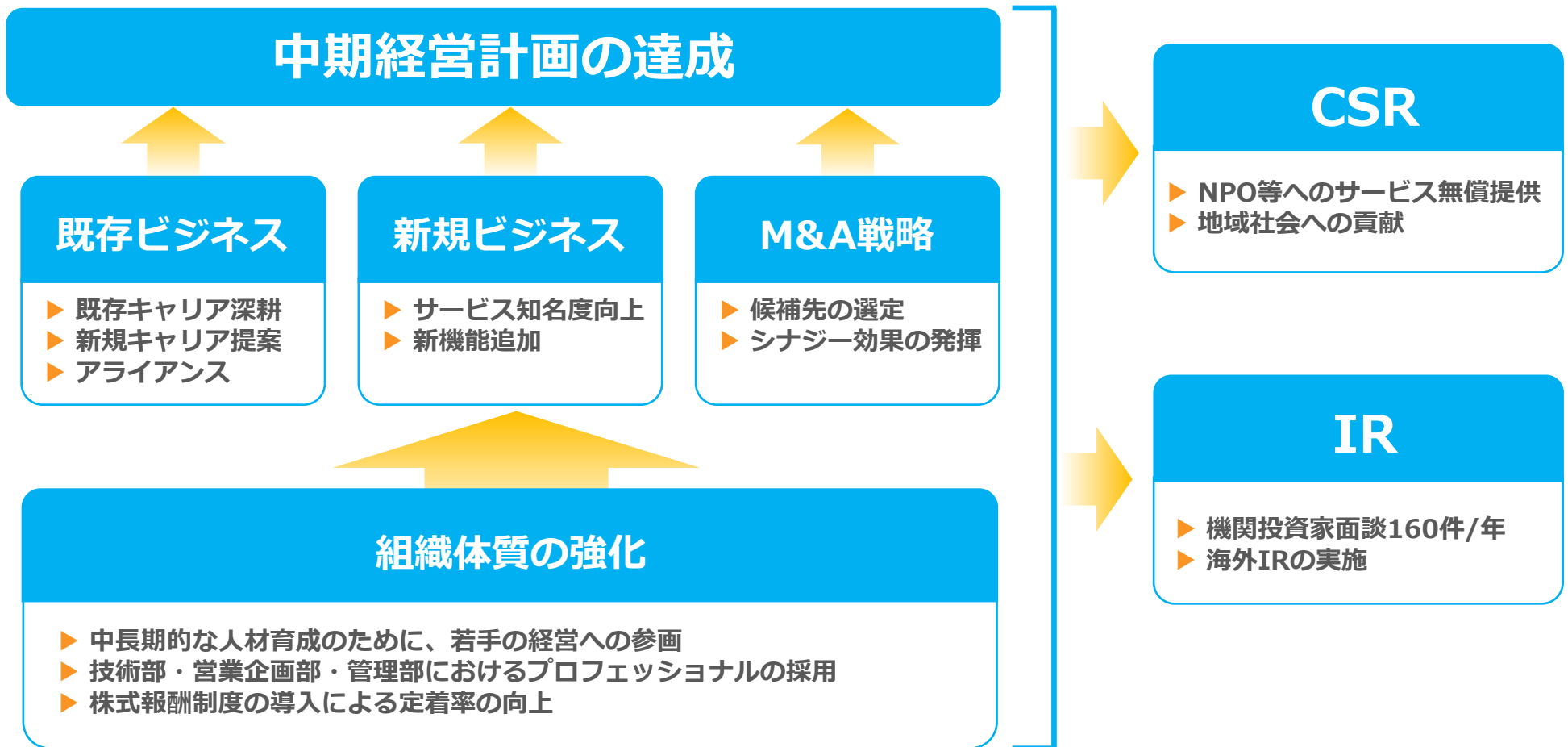
ショートメールによるプロモーション等、携帯ショップでのユーザー獲得以外のオンラインを活用した獲得方法の推進。

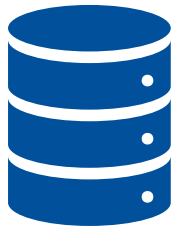
政府主導の携帯電話料金値下げに伴う当社サービスへの値下げ圧力

現状、当社への値下げ交渉は無し。オプションサービスとしての付加価値向上に向けてキャリアと共同で取り組む。

DX、リモートワークなど社会環境のダイナミックな変化

新たな収益獲得方法へ挑戦





## 迷感情報データベースへの研究開発投資で さらに効果の高い迷惑電話・メッセージブロックへ

- ▶ セキュリティに有用なデータベース構築へ研究開発投資
- ▶ フィッシング対策サービスの事業化のための研究投資及び収益化の推進
- ▶ 企業データベースへの研究開発でビジネスフォン向けサービスの将来的な競争優位構築へ

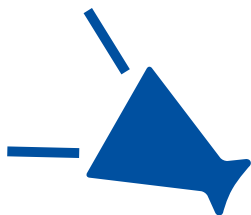


## アライアンスの強化でさらなる成長加速へ

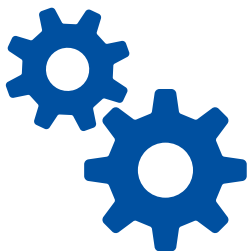
- ▶ データベースを活かした新たなビジネスアライアンスへ
- ▶ ビジネスフォン向けフィルタ協業パートナー拡大で普及へ



## 人成長スピードの加速のために



- ▶ マーケティングの強化で顧客獲得の最大化へ
- ▶ 事業アライアンスの強化でターゲット層へのリーチを強化



- ▶ 顧客体験を向上させ、競争優位を高める開発を強化
- ▶ 定期的な新機能の追加によりサービス価値向上へ



## ■人が成長しやすい組織へ。人事制度を改善

- ▶能力のある若手を抜擢し、チャンスを与える。
- ▶年4回のフィードバック制度で成長を支える下地を準備



## ■株式報酬制度の導入

- ▶従業員向けに3年間の譲渡制限付き株式の付与
- ▶中長期の企業価値と連動したインセンティブにより一層の定着率の向上へ

機関投資家・個人投資家の声を経営会議に報告し、  
市場との対話を積極的に行う



### ■ 適正な株価形成のために積極的なIR活動へ

- ▶ 機関投資家面談を四半期毎に40件、年間160件を目標
- ▶ 中期経営計画開示による成長ストーリーを説明



### ■ 海外投資家へのIRの実施

- ▶ 日本株売買の6割以上が外国人投資家
- ▶ 開示情報の英文化を行い、情報格差解消へ



財務健全性と成長投資に配慮しつつ、企業価値の中長期的向上を目標とし、配当性向35%を目安に配当を実施予定

### 年間配当



※中間配当は行わず期末配当のみを予定

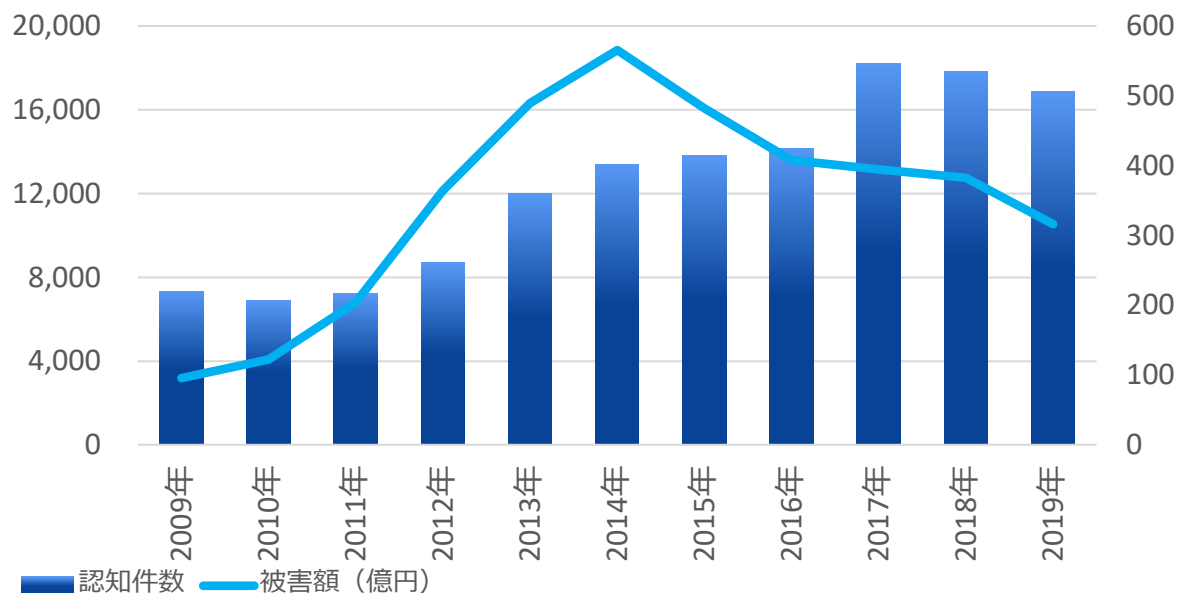
【決算説明資料】

# 7

競争優位性

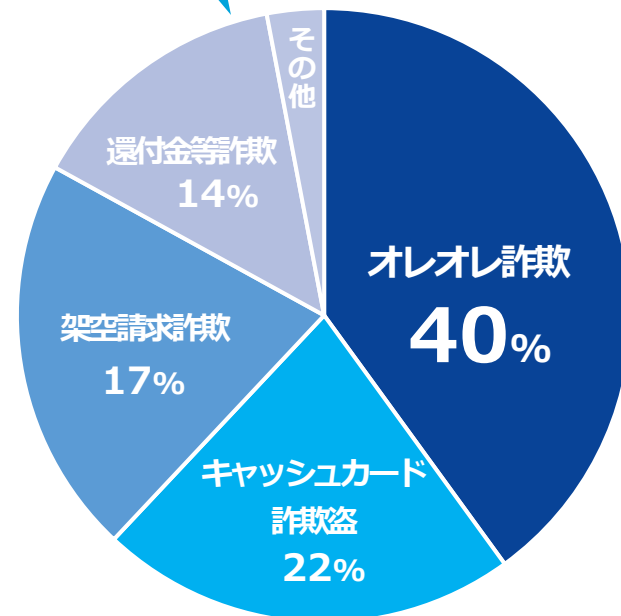
## 【迷惑電話フィルタサービスの社会的ニーズ】

- ▶ 特殊詐欺の認知件数は2019年に16,851件を記録
- ▶ 2019年の年間被害額316億円と依然高水準で深刻さに変わりなし
- ▶ 特殊詐欺被害者全体の83.7%が高齢者で、安心・安全に暮らせる社会を実現することが喫緊の課題。



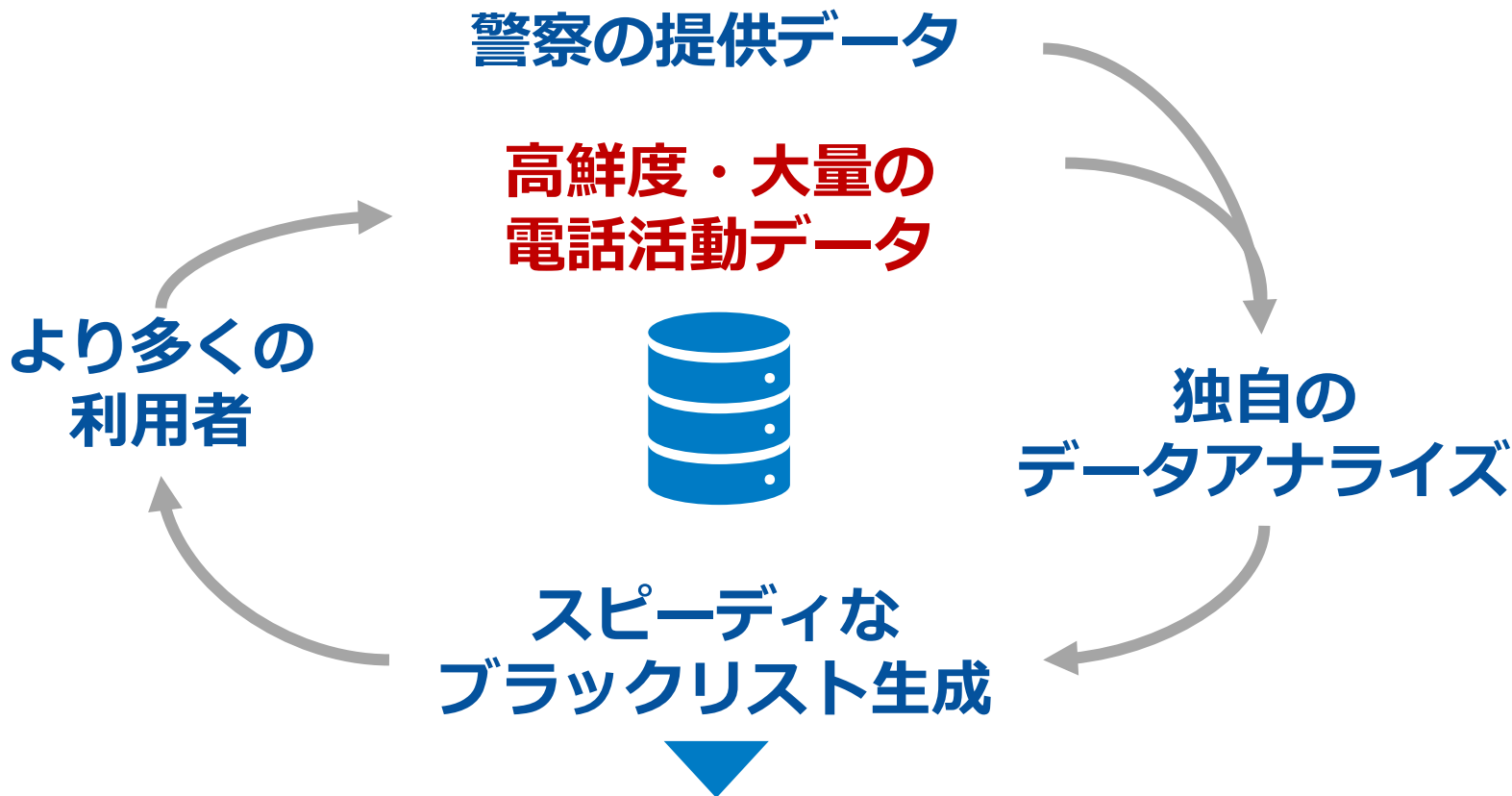
(出典) 警察庁広報資料「令和元年における特殊詐欺認知・検挙状況等について」

新型コロナウイルス感染症  
に便乗した特殊詐欺が増加



令和元年の手口別被害状況：認知件数

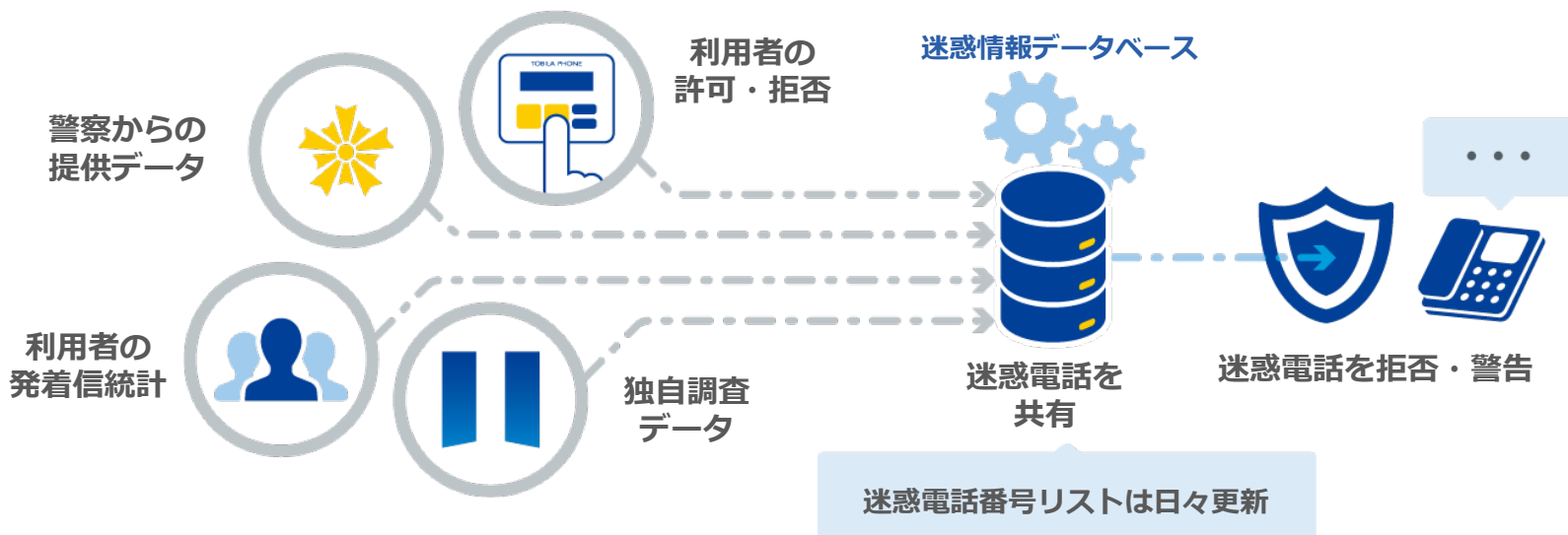
利用者が増えるほどデータが蓄積し、精度が向上する仕組み。



特殊詐欺被害撲滅に挑戦！

## 事実上競合はなく、オンリーワンとして高い参入障壁

- ▶ **11億件以上のデータを元に分析。**事実上、競合となる企業・サービスは存在しない。
- ▶ 独自のアルゴリズムは13件の特許を取得しており、簡単には参入できない環境。
- ▶ **利用者が多くなるほどデータ精度が高まる循環システム。**電話番号は使い回されるため、データベースの継続的なメンテナンス体制が必要。



【決算説明資料】

# 8

## サービス内容とビジネスモデル

# NTTドコモ、KDDI (au)、ソフトバンク等の オプションパック契約に採用 アプリ形式で迷惑電話フィルタを提供

## 提供キャリア/アプリ名 (一例)

SoftBank



SoftBank  
迷惑電話ブロック

KDDI (au)



au  
迷惑メッセージ・電話ブロック

docomo

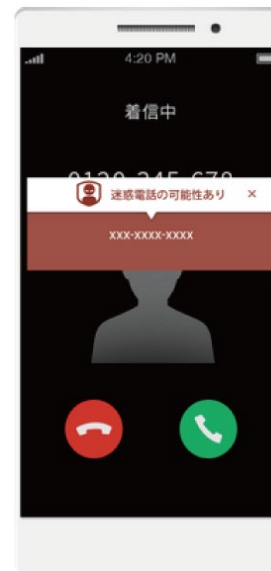


docomo  
あんしんセキュリティ

## 着信時画面 (迷惑電話着信時)

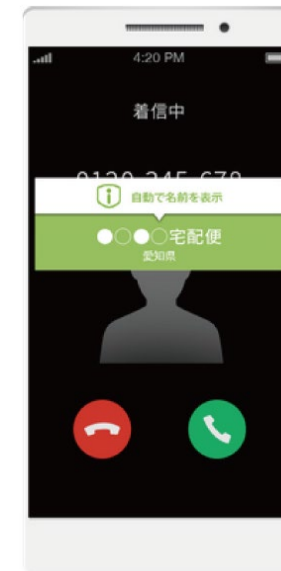


iPhone版



Android版

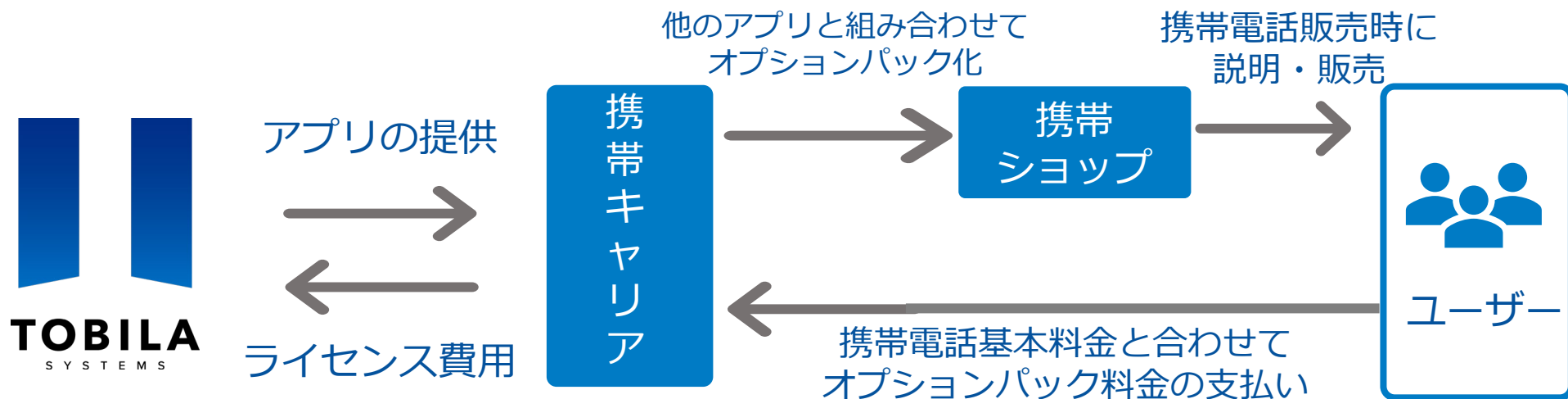
## 発信者情報自動表示機能



## モバイル向けフィルタサービスのビジネスモデル（1/2）

オプションパックは複数のアプリを組み合わせ  
て携帯キャリアが提供。

携帯電話契約時に、携帯キャリアが店頭で説明を  
行い販売。



当社は携帯キャリアに  
ライセンス費用を請求

販売促進・ユーザーの獲得・料金回収は  
携帯キャリアが実施



携帯キャリアとの主な契約形態は3パターン。  
主に月間利用者数×単価の契約モデルが今後の成長の柱。

固定契約

契約者数や月間利用者数の増減に関わらず一定の売上

契約者数  
×  
単価

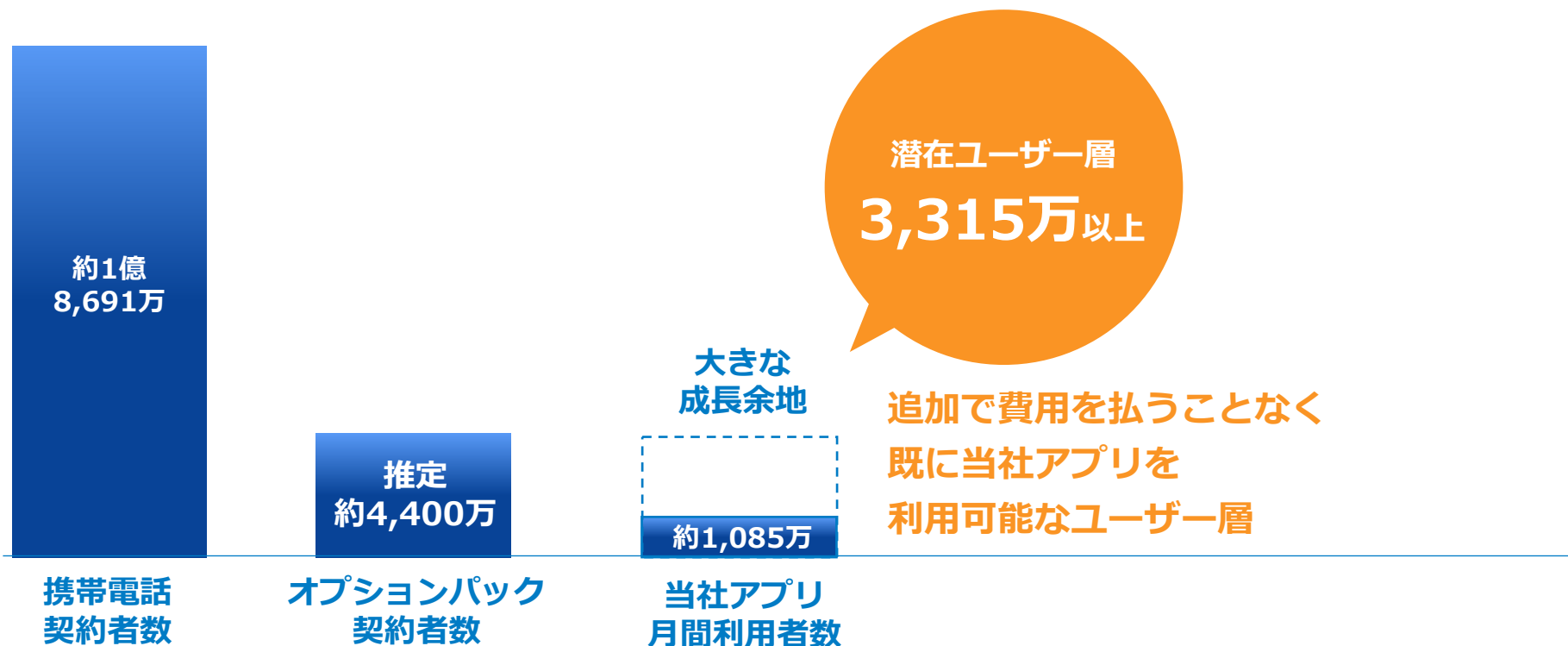
オプションパックの契約者数に連動した売上

月間利用者数  
×  
単価

月間利用者数に連動した売上

## モバイル向けフィルタサービス オプションパックの市場規模

当社のアプリを追加費用なくご利用頂ける層は4,400万以上。  
月間利用者数は、約1085万に止まっており、大きな成長余地。



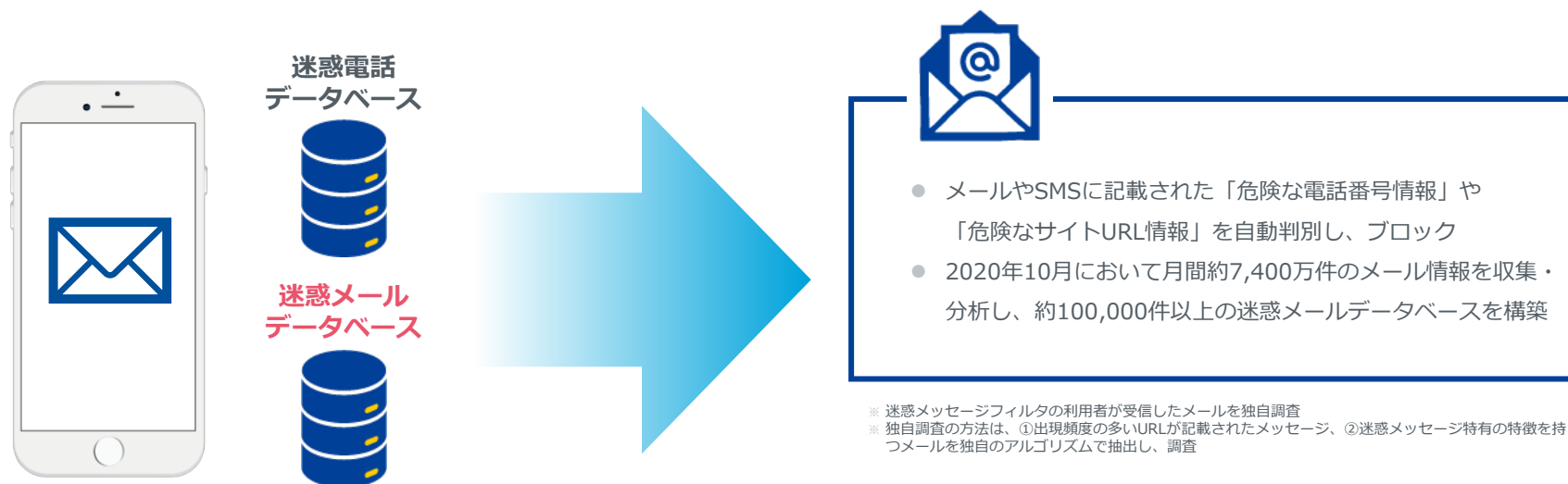
※携帯電話の契約数：総務省「電気通信サービスの契約数及びシェア」四半期データ（2020年6月29日公表）

※オプション契約者数：ソフトバンクは当社把握データ、auはKDDI株式会社公表のスマートパス+スマートパスプレミアム契約者数（<https://www.kddi.com/corporate/ir/finance/report-segment/>）、NTTドコモは2018年12月19日公表のオプション契約者数より当社推定。

※月間利用者数には、一部暫定値が含まれております。今後確定値が反映された場合に、多少の増減が発生する可能性があります。

# モバイル向けフィルタサービス 迷惑メールフィルタの水平展開

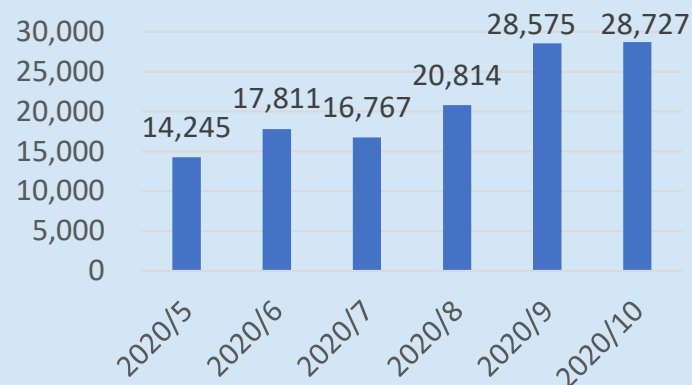
- ▶ 迷惑メッセージ（MMS・SMS）フィルタ機能を全ての通信キャリアに対しての展開を目指す
- ▶ 収益獲得手段を拡充し、一層の収益力の強化を図る



## フィッシング報告件数は半年で2倍以上に

- 新型コロナウイルス感染症の影響
  - 特別定額給付金をかたるフィッシングメールが増加
- 「なりすまし」メールの増加
  - Amazon、携帯キャリア、宅配業者等をかたるフィッシングの報告

（出典）フィッシング対策協議会「2020/10 フィッシング報告状況」



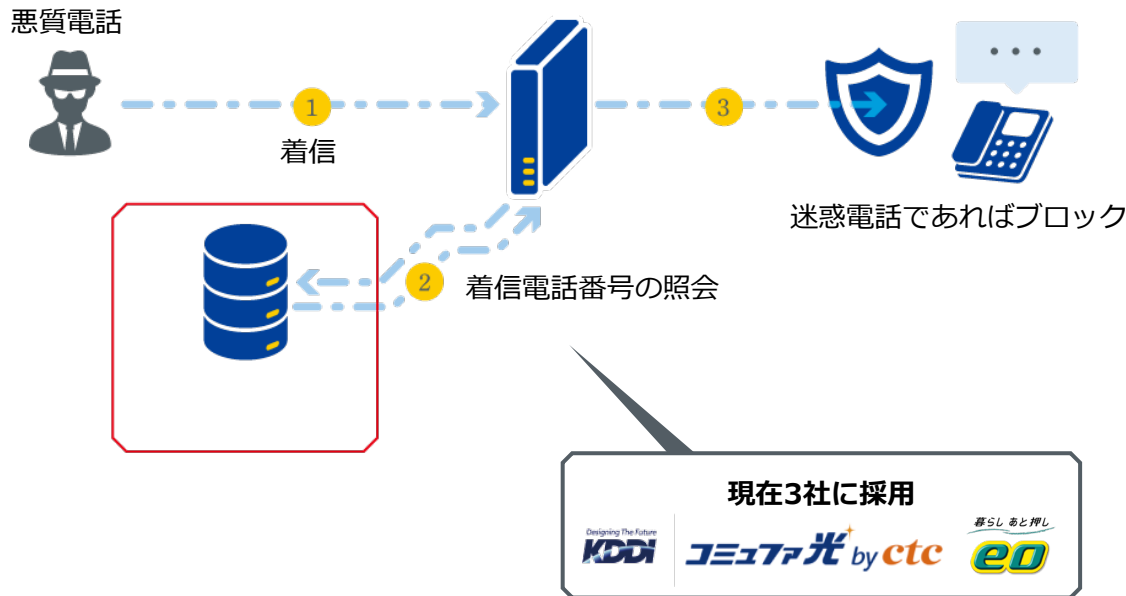
# 固定電話向けフィルタサービス

## 主に回線契約のオプションパックとして、 ホームゲートウェイ内蔵型サービスとして展開

- ▶ 通信事業者が提供するホームゲートウェイに迷惑情報フィルタシステムが内蔵
- ▶ 利用者は、固定電話（IP電話）契約の基本オプションパックを契約することで、迷惑情報フィルタが利用可能

### ホームゲートウェイによる迷惑情報フィルタの仕組み

3社のホームゲートウェイにて提供



### 固定電話アタッチメント型端末

表示カラーの変化で着信電話番号の安全度を  
警告



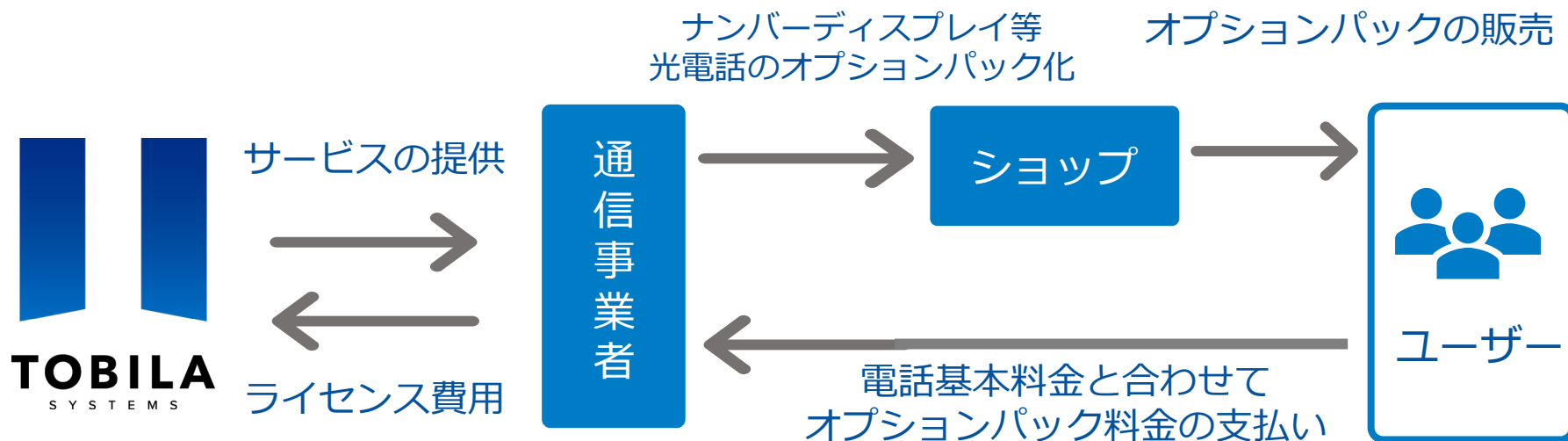
着信時



※固定電話（IP電話）の利用には、インターネット回線と電話をつなぐホームゲートウェイが必要

## 固定電話向けフィルタサービスのビジネスモデル

IP電話のオプションパックの一部として販売。  
KDDI等の固定電話サービスに連動して販売される仕組み。



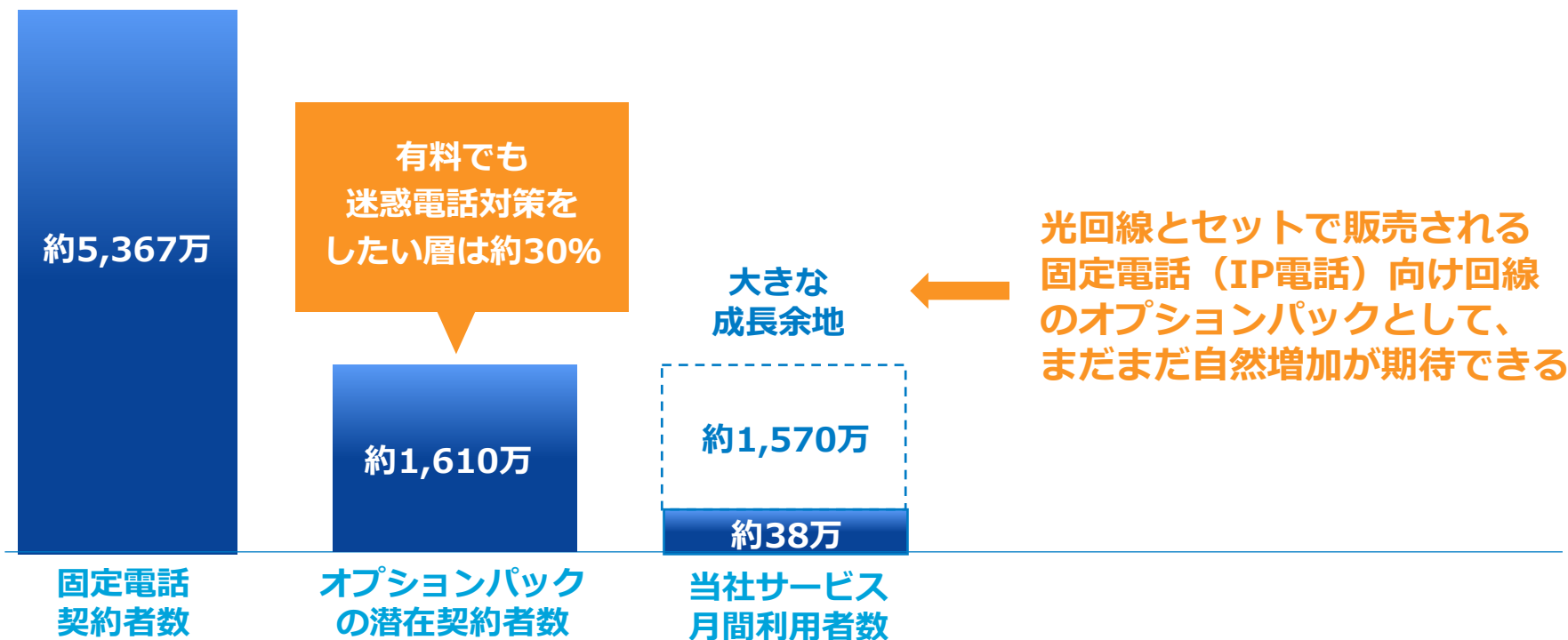
当社は通信事業者に  
ライセンス費用を請求

販売促進・ユーザーの獲得・料金回収は  
通信事業者が実施

● ライセンス体系・・・オプションパック契約者数 × 単価

当社の迷惑電話フィルタをオプションパックにご採用頂いている通信事業者は3社。

アライアンス先の開拓により大きな成長余地



※固定電話の契約数：総務省「電気通信サービスの契約数及びシェア」四半期データ（2020年6月29日公表）

※MMD研究所「スマートフォンの迷惑電話・詐欺電話に関する調査」（2015年11月5日）では、迷惑電話の受電経験有無に関係なく、全体の29.8%の利用者が有料の迷惑電話対策を希望しているとの結果が報告されている。

# 迷惑電話フィルタ「トビラフォン Biz」を販売パートナーを通じて展開

- ▶ 企業が独自に迷惑電話の着信拒否リストを作る手間なく、自動で着信拒否
- ▶ セールス電話対応時間を削減できるため、営業効率の向上に貢献
- ▶ 通話録音機能を有しており、企業のコンプライアンス強化や受発注ミスの低減にも効果を発揮



非通知も拒否設定できる

No.	状態	相手先	自局
1	有効	非通知	すべて
2	有効	迷惑電話番号	すべて

非通知からの着信も拒否設定ができます。



着信拒否・許可番号の登録件数は10,000件

<input type="checkbox"/>	電話番号	迷惑電話
<input type="checkbox"/>	電話番号	迷惑電話
<input type="checkbox"/>	電話番号	迷惑電話
<input type="checkbox"/>	電話番号	迷惑電話

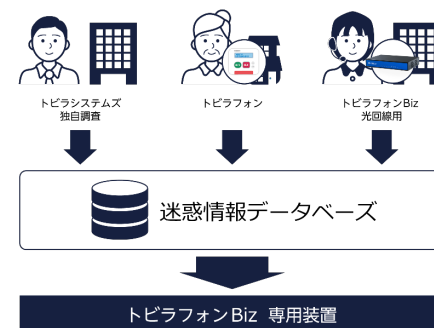
着信拒否登録件数および着信許可登録件数は10,000件です。過去に登録した迷惑電話番号を解除しなければならぬという手間や不安から解消されます。



わかりやすい管理画面

検索条件	
種別	アクション
-	-
相手先電話番号	着信電話番号

機器のweb管理画面より、ブラウザで録音ファイルの検索が可能。録音ファイルは着発信の日時、発信、着信毎に別のファイルに保存されます。



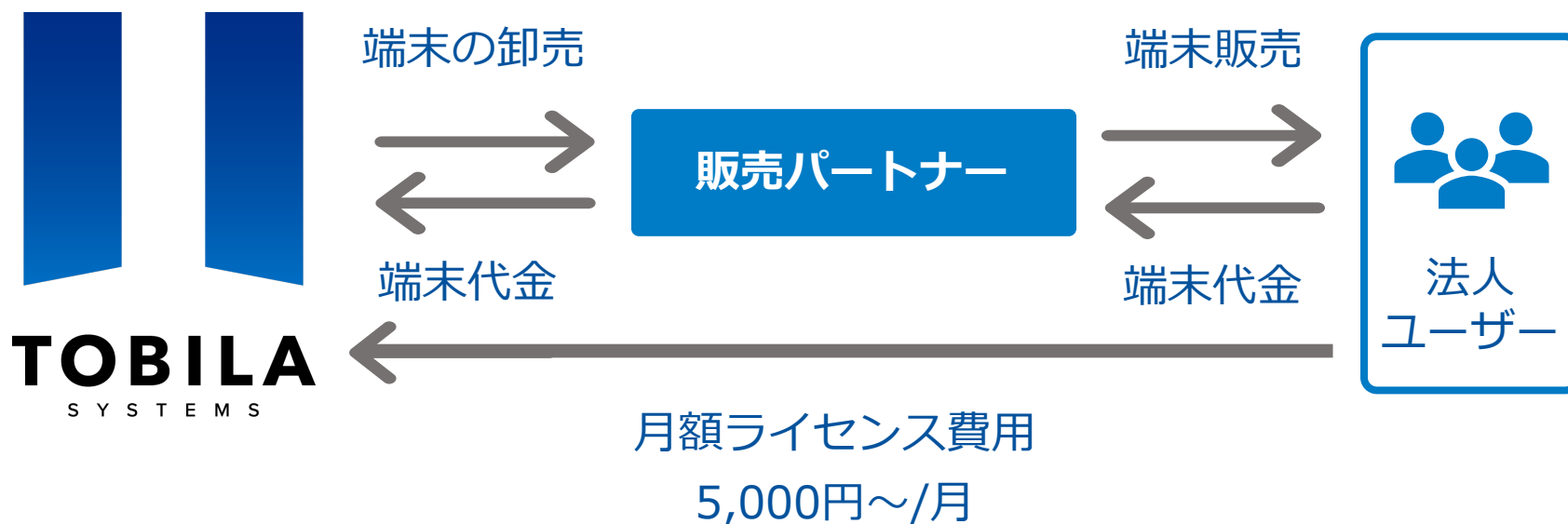
迷惑電話データを自動蓄積、リストを更新

ブラウザ上で再生可能



ブラウザ上で再生可能なため、新たな再生ソフトの導入が不要です。ユーザーはPCのブラウザで管理画面上から名称や電話番号、時間帯で検索して録音データの再生ができます。

採用企業が増えるほど、  
月額ライセンス費用が積み上がるストックモデル



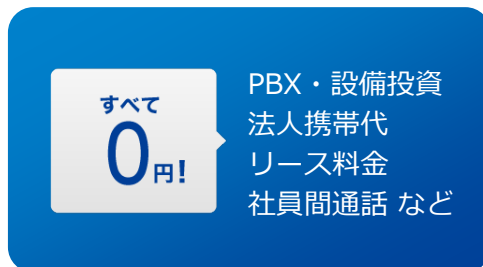


## トビラフォン Cloud とは？

個人のスマホがそのまま仕事でも使える  
クラウド型ビジネスフォンサービス



スマホにアプリを  
入れるだけ！



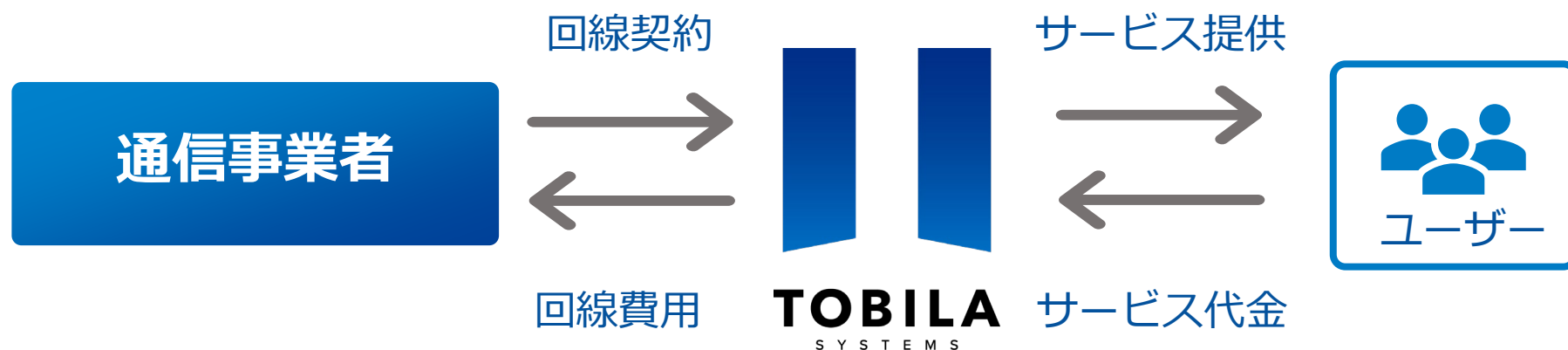
設備投資0円



管理画面で  
一括操作！

## トビラフォン Cloudのビジネスモデル

基本セット数が増えるほど、  
月額ライセンス費用が積み上がるストックモデル



● 初期費用  
30,000円

+

● 月額費用  
①基本セット数 × 単価 (3,000円) + ②通話料

※基本セットは利用人数によって、1企業が複数セット契約するケースもあります。  
※基本セットの詳細はURLの通り (<https://tobilaphone.com/biz/cloud/price/>)

## 中期的な成長イメージ

## ▶モバイル向け

大きな成長余地を残しており、引き続き**大きな売上高成長**が期待できる。

## ▶固定電話向け

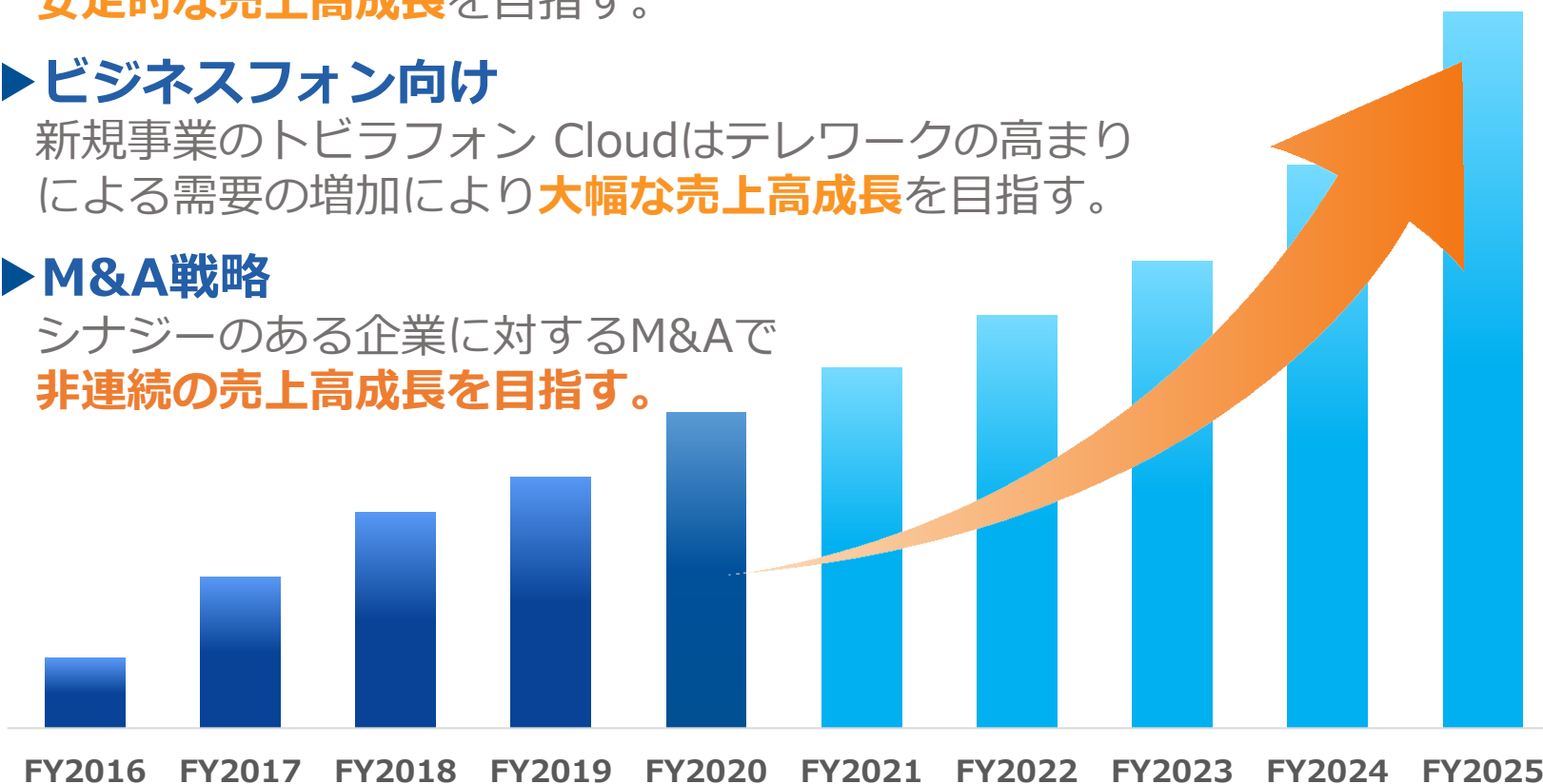
潜在市場規模は大きく市場の関心も高いことから、**安定的な売上高成長**を目指す。

## ▶ビジネスフォン向け

新規事業のトビラフォン Cloudはテレワークの高まりによる需要の増加により**大幅な売上高成長**を目指す。

## ▶M&amp;A戦略

シナジーのある企業に対するM&Aで**非連続の売上高成長**を目指す。



【決算説明資料】

# 9

参考資料

<b>社名</b>	トビラシステムズ株式会社
<b>証券コード</b>	4441
<b>設立年月日</b>	2006年12月1日（創業 2004年4月1日）
<b>本店所在地</b>	愛知県名古屋市中区錦二丁目5-12 パシフィックスクエア名古屋錦 7F
<b>事業内容</b>	迷惑情報フィルタシステムの開発、提供
<b>経営陣</b>	明田 篤 松下智樹 後藤敏仁 結城卓也 中浜明光 松井知行 田名網尚
<b>従業員数</b>	65名（うち臨時雇用12名）2020年10月末日現在
<b>拠点</b>	名古屋、東京、大阪
<b>主要加盟団体</b>	フィッシング対策協議会、愛知県防犯協会 岐阜県防犯協会、三重県防犯協会、静岡県防犯協会



あき た あつし  
**明田 篤**

代表取締役社長  
1980年生まれ



取締役副社長  
**松下 智樹**



取締役  
最高財務責任者  
管理部長  
**後藤 敏仁**



取締役  
常勤監査等委員  
**結城 卓也**



社外取締役  
非常勤監査等委員  
**中浜 明光**



社外取締役  
非常勤監査等委員  
**松井 知行**



社外取締役  
非常勤監査等委員  
**田名網 尚**

## 2020年10月期 四半期業績推移

(単位：百万円)	FY2019				FY2020			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
<b>売上</b>	214	276	231	258	270	319	312	331
(迷惑情報フィルタ事業)	193	223	210	237	244	295	290	312
(その他事業)	20	52	21	21	26	23	22	19
<b>売上原価</b>	49	75	60	72	77	82	78	83
(労務費)	44	45	47	52	54	52	54	54
(減価償却費)	6	6	8	12	11	10	10	12
(その他)	15	40	22	29	31	43	36	48
(開発分その他勘定振替率) ※	23.7%	21.5%	23.1%	22.4%	20.1%	22.5%	22.6%	28.5%
<b>販管費</b>	62	72	84	98	93	94	99	126
(人件費)	36	36	37	40	41	42	44	44
(広告宣伝費)	5	5	4	2	0	11	14	29
(研究開発費)	3	5	9	11	8	7	10	17
(その他)	17	25	32	44	42	32	31	35

※売上原価のうち、主に従業員の活動内容の種類から、研究開発費及び資産等に計上された割合。

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、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。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。