

証券コード

4015



a

arara

2021年8月期第3四半期
決算説明資料

2021年7月14日
アララ株式会社

売上高

前年同期比
累計+29%
3Qのみ+12%

営業利益

前年同期比
累計3.1倍
3Qのみ1.8倍

通期業績

対従来見通し
営業利益
15%増額修正

成長戦略

設備投資見通し
対前年度4.1倍
M&A積極推進

FY2021 3Q

2021年3月～2021年5月

- I. 決算ハイライト
- II. 事業別業績・指標
- III. 2021年8月期業績計画
- IV. 現状認識と成長戦略
- V. Appendix



I. 決算ハイライト

決算ハイライト
2021年8月期第3四半期業績概要（損益計算書①）



✓ 3Q累計決算は前年比29%増収、営業利益は3.1倍。3Q累計では売上・利益ともに過去最高を更新

単位：百万円	2020/8期3Q累計 (2019年9月-2020年5月)	2021/8期3Q累計 (2020年9月-2021年5月)	前年比	
			増減額	変化率
売上高	898	1,160	+261	+29.1%
売上原価	329	329	+0	+0.0%
売上総利益	569	831	+261	+45.9%
(売上総利益率)	63.4%	71.6%	+8.2pt	-
販売費及び一般管理費	471	528	+57	+12.1%
営業利益	98	303	+204	3.1倍
(営業利益率)	11.0%	26.1%	+15.1pt	-
経常利益	104	295	+190	2.8倍
(経常利益率)	11.6%	25.5%	+13.9pt	-
四半期純利益	91	251	+159	2.8倍
(四半期純利益率)	10.2%	21.7%	+11.5pt	-

決算ハイライト

2021年8月期第3四半期業績概要（損益計算書②）



- ✓ 3Q単独では対前年比で大幅増収増益。顧客数、ユーザー数の積上げが進み、利益率も大きく改善
- ✓ 対2Qでは、消費者還元事業関連スポット売上の反動減から減収減益。特殊要因の影響はほぼ解消

単位：百万円	2020/8期				2021/8期			前期比 変化率	前年同期比 変化率
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q		
売上高	309	302	286	302	329	508	322	-36.6%	+12.3%
売上原価	120	103	104	98	139	94	95	+1.6%	-8.6%
売上総利益	189	198	182	203	190	413	226	-45.3%	+24.4%
(売上総利益率)	61.0%	65.7%	63.5%	67.4%	57.8%	81.4%	70.3%	-11.1pt	+6.8pt
販売費及び一般管理費	153	159	157	165	173	170	183	+7.5%	+16.4%
営業利益	35	38	24	38	17	243	42	-82.3%	+75.6%
(営業利益率)	11.4%	12.8%	8.5%	12.7%	5.2%	47.8%	13.3%	-34.5pt	+4.8pt
経常利益	37	41	25	37	2	246	46	-81.3%	+80.7%
(経常利益率)	12.0%	13.8%	8.9%	12.5%	0.8%	48.5%	14.3%	-34.2pt	+5.4pt
四半期純利益	32	36	22	52	4	208	38	-81.4%	+74.6%
(四半期純利益率)	10.6%	12.0%	7.7%	17.4%	1.2%	41.0%	12.0%	-29.0pt	+4.3pt

決算ハイライト

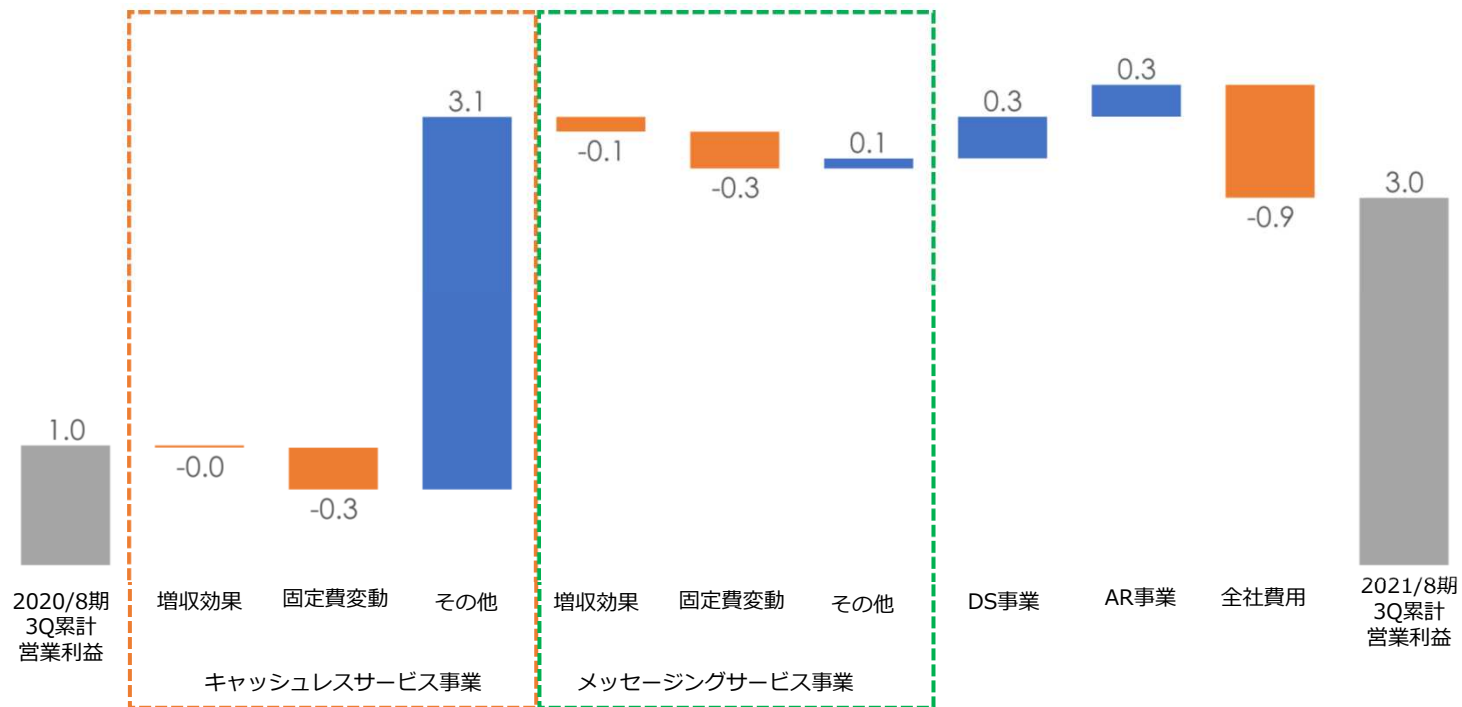
2021年8月期第3四半期累計営業利益増減要因



- ✓ 全社費用の増加は、業容拡大に伴う管理費用増と来期以降の成長加速に向けての費用計上による

2021/8期3Q累計営業利益増減要因分析

(単位：億円)



決算ハイライト
2021年8月期第3四半期業績概要（貸借対照表）



- ✓ 増資による純資産拡大や借入返済を背景に、3Q末の自己資本比率は81%まで上昇
- ✓ 既に成長投資を拡大しているが、キャッシュリッチな状況には変化なし。4Qも成長投資継続の予定

単位：百万円	2020/8期末	2021/8期3Q末	前期末比増減
流動資産	844	1,354	+510
うち現預金	700	1,233	+532
うち売掛金	133	109	-23
固定資産	210	288	+77
うち無形固定資産	102	178	+75
総資産	1,054	1,642	+587
負債	634	310	-323
うち有利子負債	100	50	-50
純資産	420	1,332	+911
自己資本比率	39.9%	81.1%	+41.2pt



II. 事業別業績・指標

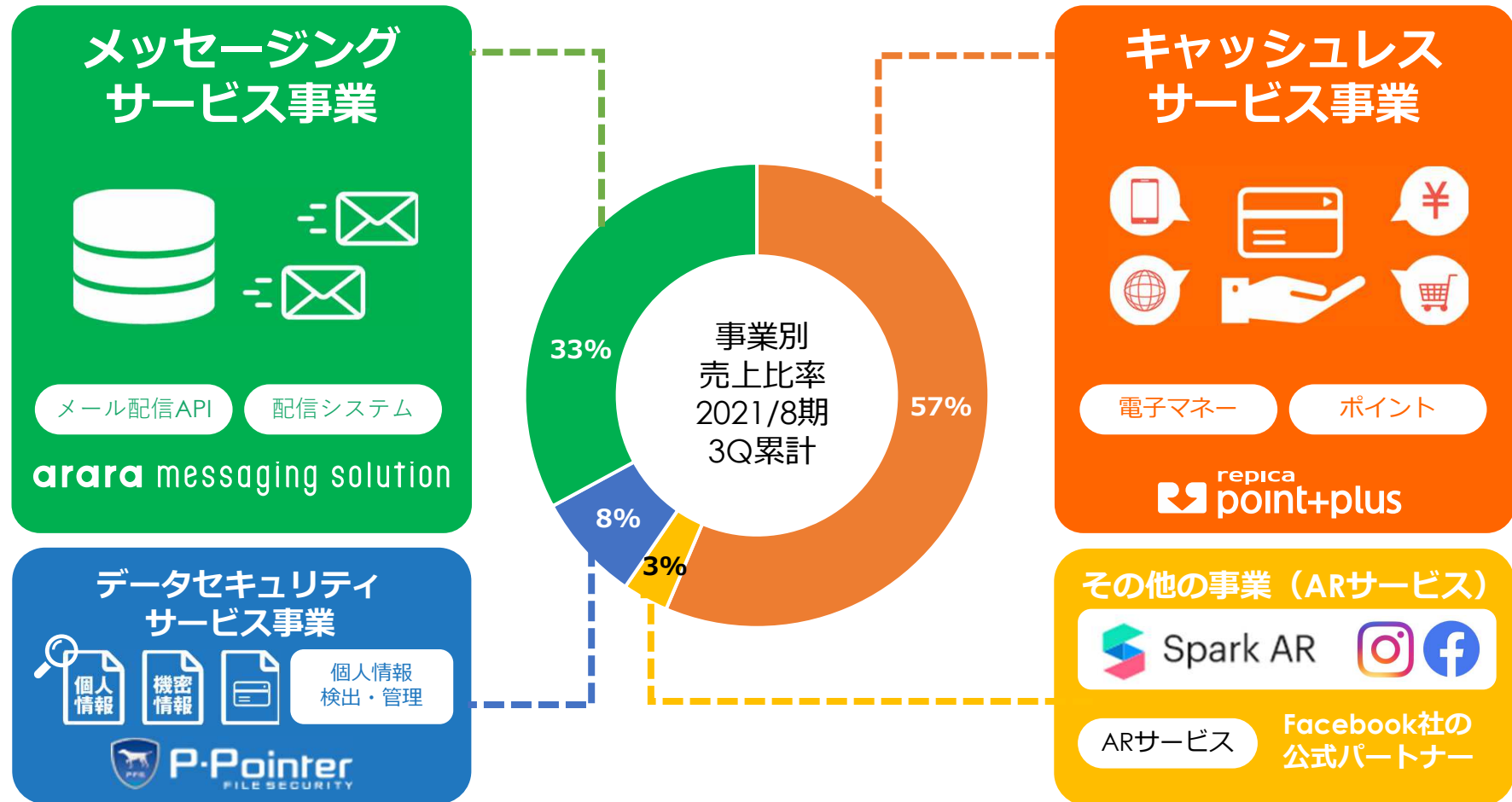
決算ハイライト

2021年8月期第3四半期業績概要（セグメント情報）



- ✓ キャッシュレスサービス事業の3Q売上は対2Qでスポット売上減。しかし、対前年で増収増益
- ✓ メッセージングサービス事業などその他の事業は引続き巡航速度での安定推移

単位：百万円	2020/8期				2021/8期			3Q/2Q 差異	3Q/ 前3Q 差異
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q		
キャッシュレスサービス事業									
売上高	129	122	118	117	169	333	152	-180	+34
セグメント利益	28	36	36	41	43	257	70	-187	+34
メッセージングサービス事業									
売上高	129	132	132	133	124	129	129	+0	-3
セグメント利益	66	71	65	64	53	56	58	+2	-6
データセキュリティサービス事業									
売上高	35	38	29	33	27	27	31	+4	+2
セグメント利益	15	16	8	12	7	9	12	+2	+3
その他の事業									
売上高	14	8	6	17	8	17	8	-9	+1
セグメント利益	-1	-7	-8	0	-7	0	-7	-8	+1
全社費用	-74	-77	-76	-80	-80	-81	-90	-9	-14



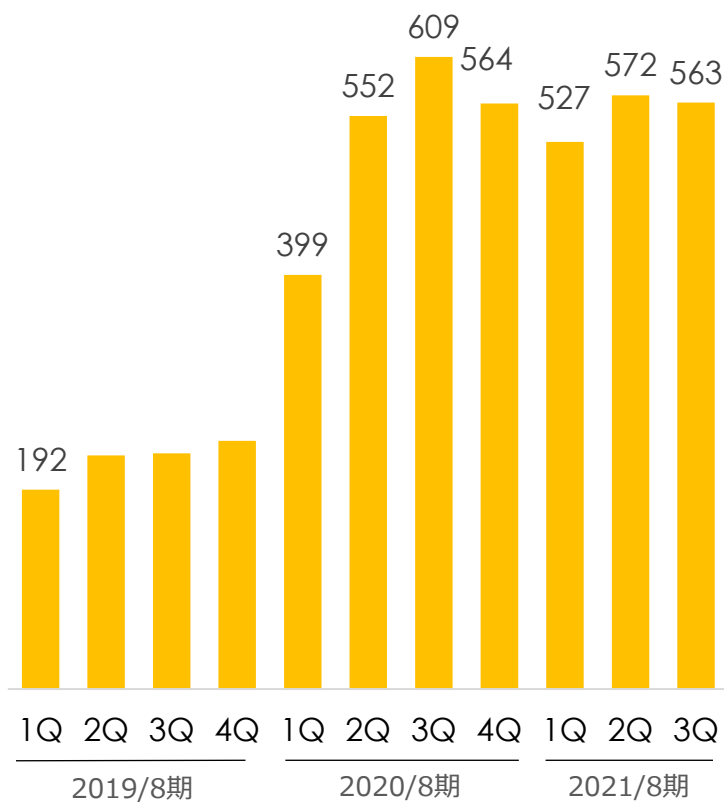
注：「Facebook」「Instagram」「Spark AR」は、Facebook, Inc.の登録商標です

キャッシュレスサービス事業主要KPI ハウス電子マネー決済額・顧客数・累計エンドユーザ数の四半期推移

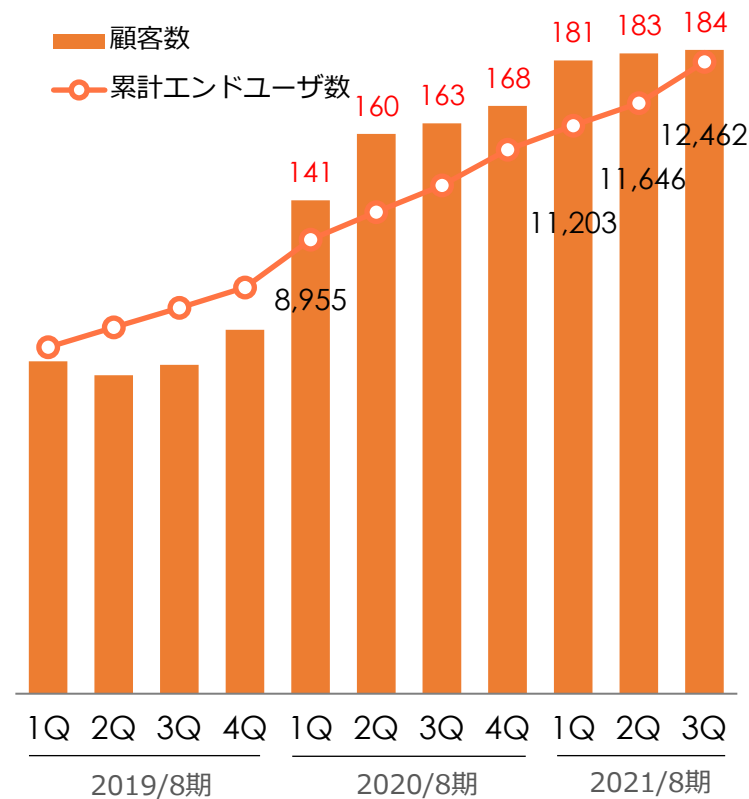


- ✓ 巣ごもり傾向による堅調な食品需要はあるものの、前年の備蓄行動による特需からの反動が発生
スーパーマーケットの売上減によるハウス電子マネー決済額の減少傾向は1Qで底入れ
- ✓ 決済額推移の先行指標となる顧客数、累計エンドユーザ数は順調に増加。いずれも過去最高を更新

ハウス電子マネー決済額
(単位：億円)



顧客数・累計エンドユーザ数の推移
(社、千人)





III. 2021年8月期業績計画

2021年8月期通期業績見通し
業績見通し上方修正（損益計算書）



- ✓ 通期見通しを上方修正。営業利益の従来想定に対して、業務効率化に伴う販管費の低下を主因に+15%となり、対前期比2.2倍の3億円を想定

単位：百万円	従来見通し（2020/11）		修正見通し		修正幅
		対前期比		対前期比	
売上高	1,472	+22.6%	1,472	+22.6%	±0
営業利益	263	+92.2%	303	2.2倍	+40
(営業利益率)	17.9%	+6.5pt	20.6%	+9.2pt	+2.7pt
経常利益	246	+73.8%	290	2.0倍	+44
(経常利益率)	16.8%	+4.9pt	19.7%	+7.9pt	+2.9pt
四半期純利益	222	+54.3%	240	+66.7%	+18
(四半期純利益率)	15.1%	+3.1pt	16.3%	+4.3pt	+1.2pt

2021年8月期通期業績見通し
 四半期別業績見通し（損益計算書②）



✓ 4Q営業赤字の大幅な縮小を想定

単位：百万円	2020/8期				2021/8期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
								従来 見通し	修正後 見通し
売上高	309	302	286	302	329	508	322	311	311
営業利益	35	38	24	38	17	243	42	-40	0
(営業利益率)	11.4%	12.8%	8.5%	12.7%	5.2%	47.8%	13.3%	-12.8%	0.0%
経常利益	37	41	25	37	2	246	46	-49	-5
(経常利益率)	12.0%	13.8%	8.9%	12.5%	0.8%	48.5%	14.3%	-15.8%	-1.6%
四半期純利益	32	36	22	52	4	208	38	-29	-11
(四半期純利益率)	10.6%	12.0%	7.7%	17.4%	1.2%	41.0%	12.0%	-9.4%	-3.5%

2021年8月期通期業績見通し セグメント別業績見通し



- ✓ キャッシュレスサービス事業では、コロナ禍の下期落ち込みが想定よりも小さく、4Q見通しを修正
- ✓ メッセージングサービス事業は顧客開拓は進んでいるが、売上貢献のタイミングが来期となり、減額修正

単位：百万円	2020/8期				2021/8期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
								従来 見通し	修正後 見通し
キャッシュレスサービス事業									
売上高	129	122	118	117	169	333	152	87	133
セグメント利益	28	36	36	41	43	257	70	-39	31
メッセージングサービス事業									
売上高	129	132	132	133	124	129	129	168	132
セグメント利益	66	71	65	64	53	56	58	90	55
データセキュリティサービス事業									
売上高	35	38	29	33	27	27	31	40	32
セグメント利益	15	16	8	12	7	9	12	8	8
その他の事業									
売上高	14	8	6	17	8	17	8	15	12
セグメント利益	-1	-7	-8	0	-7	0	-7	-10	-6
全社費用	-74	-77	-76	-80	-80	-81	-90	-90	-89

営業利益見通し

(単位：百万円)

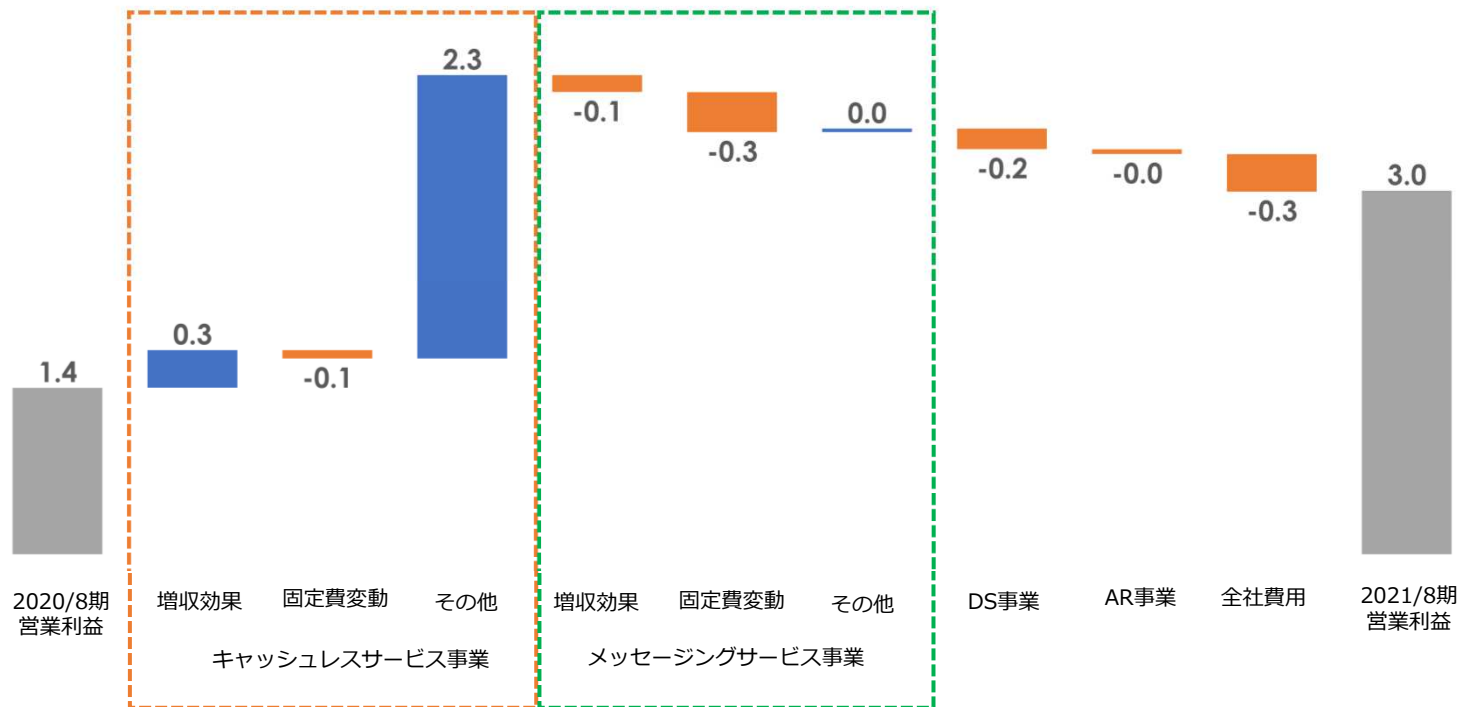


キャッシュレスサービス事業	コロナ禍特需の反動が前提下回り売上想定引上げ	+46
	コロナ対応による交通費などコスト低減	+24
メッセージングサービス事業	開拓顧客の売上計上時期のズレによる売上想定引下げ	-35
その他の事業	製品構成改善/コスト低減	+5

- ✓ キャッシュレスサービス事業のスポット売上増（その他要因に分類）が全社損益の改善を牽引
- ✓ リカーリングビジネスでは、コロナ禍による経済活動の低下などにより増収効果が限定的となる中、成長投資などが短期的に重石となる構図を想定。売上拡大への仕掛けが当面の課題に

2021/8期修正後営業利益想定増減要因分析

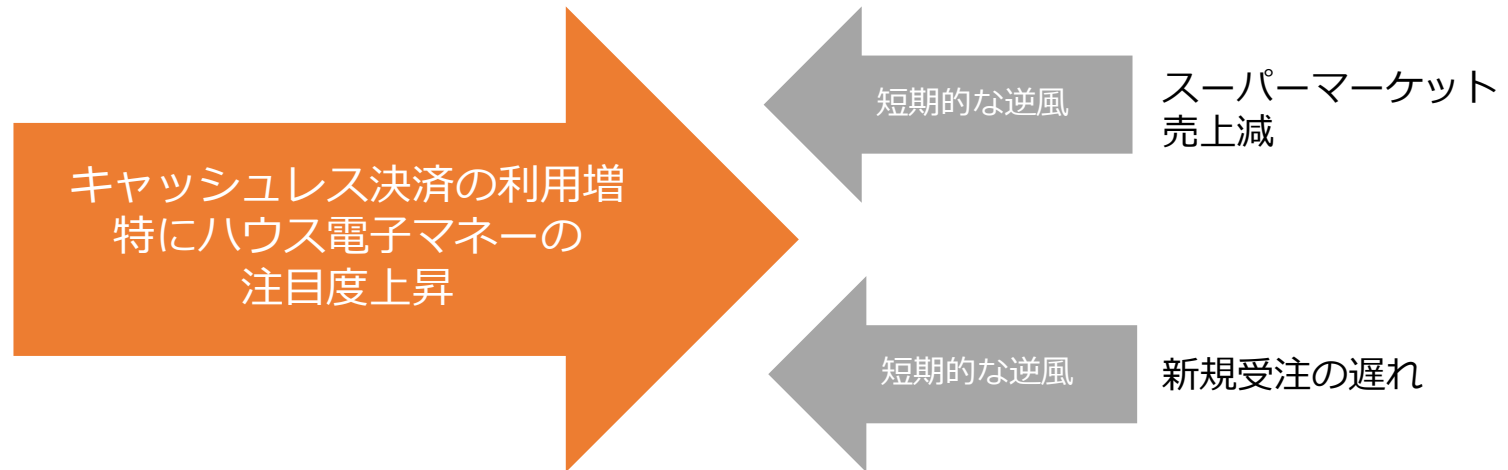
(単位：億円)





IV. 現状認識と成長戦略

2021/8期下期の事業環境認識



当下半年は短期的な逆風が顕在化

下半年を当面の業績ボトムと位置づけ、
2022/8期からの成長加速に向けての準備を推進

“全国各地で使えるメジャーな決済手段を差し置いて利用割合が高いのが、同店独自のプリペイド式電子マネーだ。…中略…オーナーは「売上の5割程度の決済がハウス電子マネー」と話す。”

“「常連客を囲い込むハウス電子マネーと、汎用性のある決済手段とは本質的に競合しない」（当社井上副社長）”

“「たくさんの決済手段が使えるお店」は、店側が決済金額に連動して様々な手数料を支払っていることを意味する。”



2021年5月28日 日経MJ 1面

現状認識① ハウス電子マネーの注目度上昇



- ✓ コロナ禍では、安定した売上確保のために常連客の再来店を促すことが重要。電子マネーを活用した販売促進を自社で柔軟に行えるハウス電子マネーは非常に有効
- ✓ 秋から実施される予定の主要なコード決済の有料化が追い風。小売店にとって手数料率でも魅力があるハウス電子マネーの顧客訴求度が上昇

	ハウス電子マネー	コード決済型 キャッシュレスシステム
特徴	事業社のみで通用	高汎用性
顧客の狙い	常連客の囲い込み	消費者への高利便性提供
顧客自由度	ポイント・キャンペーンなど 独自対応可能	なし
決済ブランド	顧客が保有	提供会社が保有
決済手数料	顧客と共存できる料率	2%超 コード決済有料化開始

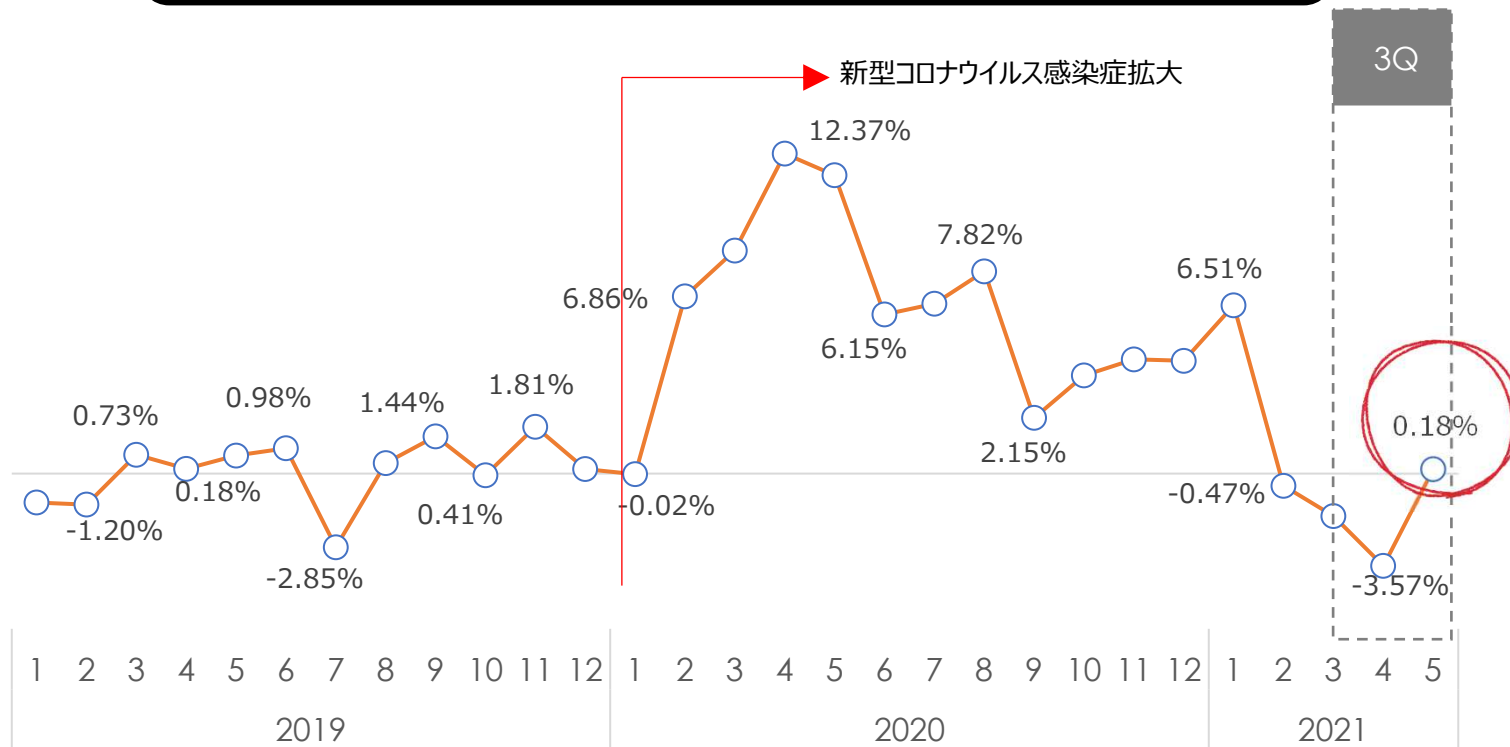
キャッシュレスサービス事業主要顧客のスーパーマーケット売上動向



- ✓ スーパーマーケットの総売上高は、コロナ禍初期に急拡大。3Qは前年の高水準と比較し前年割れ
- ✓ 当社のキャッシュレスサービス事業にとって短期的な逆風局面にある
- ✓ しかし、スーパーマーケット総売上高は直近で前年比プラスに転換。調整局面は最終段階と想定

全国スーパーマーケット総売上高の推移

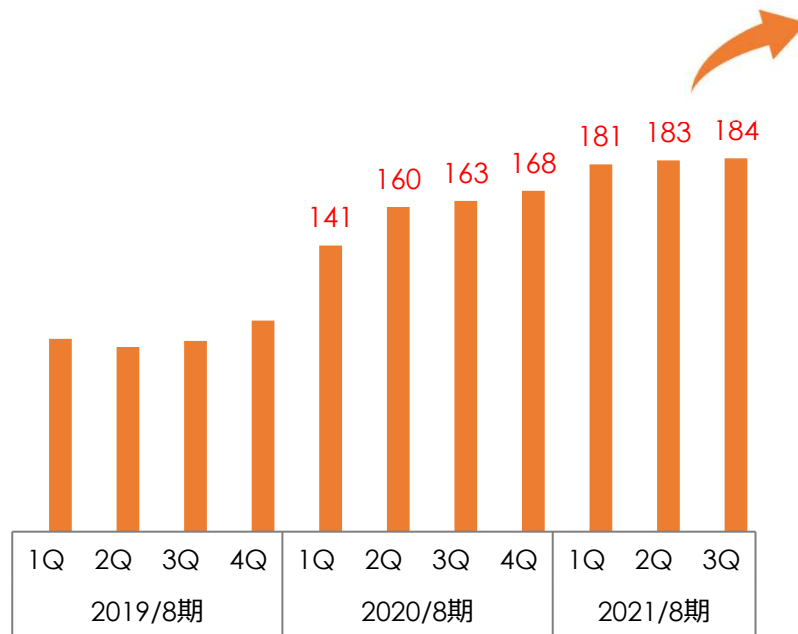
(前年同月比較ベース)



出典：スーパーマーケット販売統計調査
(全国スーパーマーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会による共同調査)

- ✓ 主要コード決済有料化に伴い、顧客側で採用するキャッシュレスサービスの選別に時間を要している
- ✓ 顧客化は時間の問題と認識しており、2022/8期には解消・緩和されていくと想定

顧客数推移



顧客数伸び悩みの背景

主要コード決済有料化に伴い、顧客サイドで採用する汎用電子マネーの選別が進行

顧客サイドで、ハウス電子マネーと併用するコード決済サービスの決定に時間を要している

新規顧客数が伸び悩み

成長戦略① 新キャッシュレスサービスリリース

小売業など全国216万のターゲット店舗へ向けて、キャッシュレスサービスの機能強化システムの導入を推進

▶ **新サービス正式スタートは2021年10月頃を計画**

成長戦略② チャージバックシステムの導入

メーカーの販促費を原資としたチャージバックにより、メーカーは効果の見える販促活動が可能となる。エンドユーザーは実質的な値引きメリットを享受

▶ **2021/8期4Q中（6-8月期）に実証実験を計画**

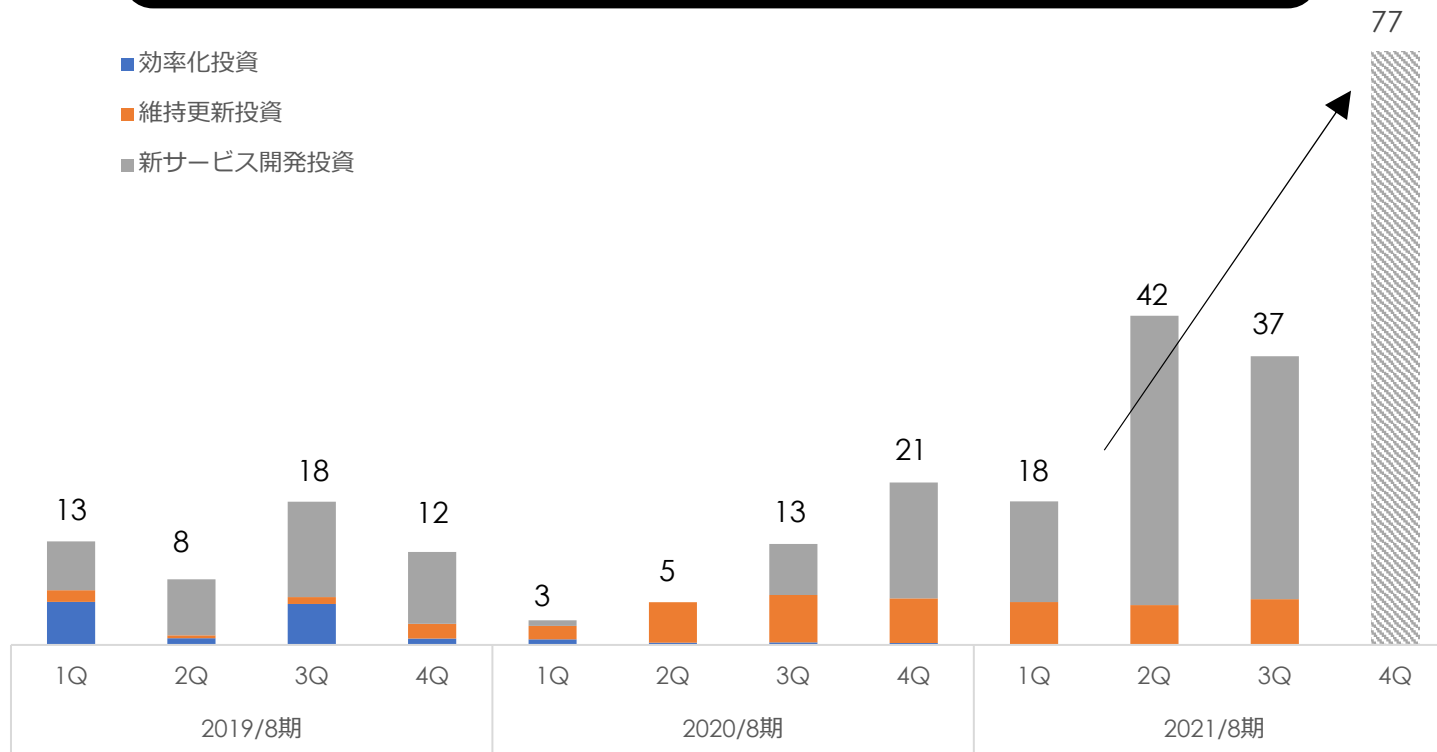
成長戦略③ 店舗DX化促進

主要顧客である小売業などでの店舗DXニーズに対応

▶ **既に複数の提携候補企業とのコンタクトに着手済**

- ✓ 成長戦略実現に向けて、新サービス開発投資の強化を2Qより着手
- ✓ 3Qも高水準の資金を振り向けており、4Qにはこの傾向をさらに加速させる計画

目的別設備投資の四半期推移 (百万円)



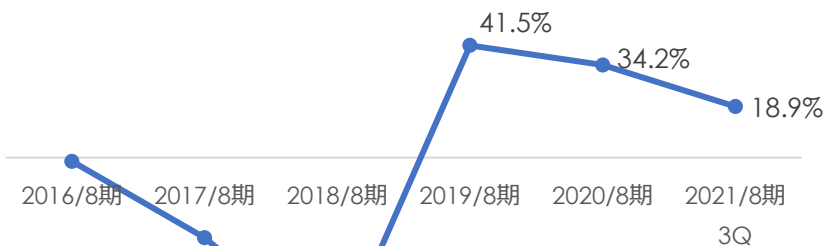


V. Appendix

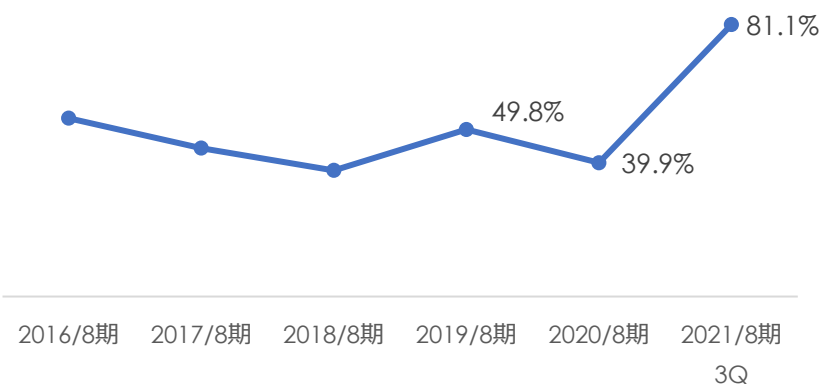
財務ハイライト



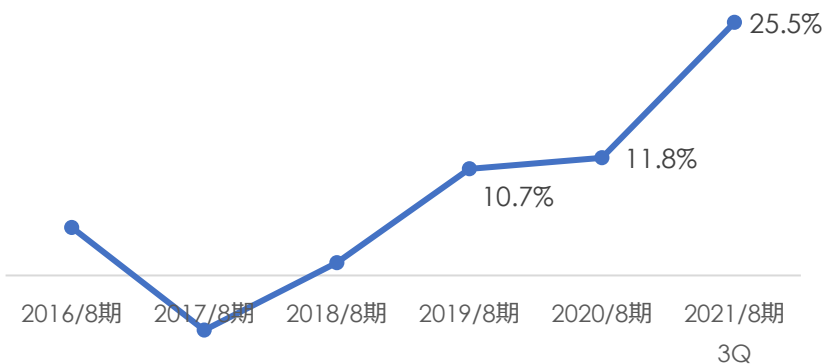
自己資本利益率 (ROE)



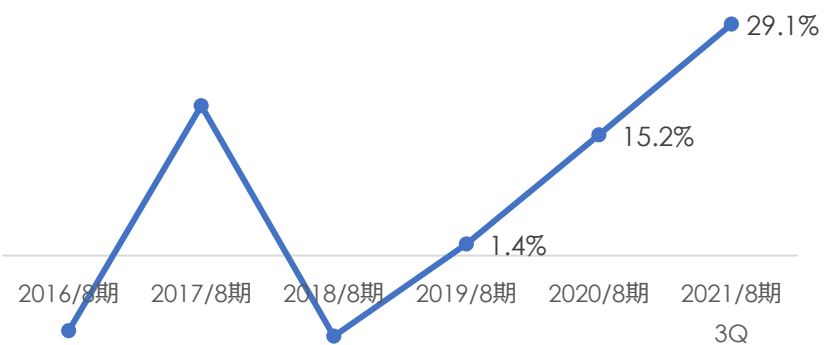
自己資本比率



売上高経常利益率



売上高成長率 (YonY)



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。／



クルクル Channel

- 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

注：QRコードは、株式会社デンソーウェブの登録商標です

会社概要



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 取締役副社長 取締役	岩井 陽介 井上 浩毅 竹ヶ鼻 重喜	社外取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役	水越 宏明 加藤 徹行 井上 昌治 種谷 信邦
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	6億6,166万円 (2021年5月末)			
従業員数	96名 (2021年5月末)			



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あり、将来の出来事や状況を反映して、将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更するものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

arara

世界をもっとハッピーに