

各位

2025年5月26日
株式会社ROBOT PAYMENT

2025年12月期第1四半期 個人投資家向け決算質問会 質疑応答の要約

株式会社ROBOT PAYMENT（本社：東京都渋谷区、代表取締役執行役員CEO：清久 健也、証券コード：4374、以下 当社）は、2025年5月12日（月）に開示した2025年12月期第1四半期決算に関連して、2025年5月に個人投資家向け決算質問会を行いました。その際に投資家の皆様からいただきましたご質問について、回答をまとめましたのでお知らせいたします。

なお、決算質問会のアーカイブ動画については以下よりご覧ください。

(<https://youtu.be/n8o7RbyXAss>)

【Q1】 営業方法についてお伺いします。現在および将来における営業先のうち、実際のサービス利用者（①）と、地方銀行や商工会議所などの非利用者（②）の割合はどの程度でしょうか。また、後述する背景認識を踏まえて、①への営業コストが高まっているという変化はありますか。

背景としては、①の対象者は人手不足や政治的な影響で多忙となりアプローチが困難、さらに経理担当者が業務や立場の不安から経営層に話を通さない傾向があるという点が挙げられます。一方で②は経営支援ニーズが高く、当社サービスのような提案を受け入れやすい状況にあるのではないかと考えます。また、②経由の提案は①にとって信頼性や実利の面で検討が進みやすく、意思決定も早いのではないかと考えます。これらの点を踏まえた営業戦略上の対応や考えをお聞かせください。

【A1】（執行役員COO 藤田）いただいたご質問は、主に「請求管理ロボ」に関するものと受け止めて回答いたします。まず、営業方法についてですが、現時点では当社の営業活動の大半が「直接営業」となっており、地方銀行や商工会議所といったパートナーを通じた「間接営業」の取り組みは、ごく一部に限られている状況です。もちろん、全く行っていないわけではありませんが、まだ限定的であるというのが実態です。一方で、営業コスト（CAC：顧客獲得コスト）の上昇についてのご指摘につきましては、当社のリード獲得の多くはマーケティング経由のインバウンドであり、初期接点はお客側からのお問い合わせが主となっております。そのため、サービス利用者へのアプローチは基本的に難易度が高いものではなく、比較的接点を持ちやすい構造となっております。ただし、過去にお問い合わせいただいた顧客に対して、再度架電などの「掘り起こし営業」を行う場合、接触が難しくなっているという課題も一部で見受けられます。そうしたケースに対しては、顧客の行動ログなどをもとにテクノロジーを活用し、最適なタイミングでのアプローチを図っております。結果として、CACは若干増加傾向にあるものの、件数ではなく単価の向上による影響が大きく、LTV/CAC（顧客生涯価値と獲得コストの比率）という観

点では、これまで通り高い水準で維持・改善を続けております。つまり、一件あたりの付加価値が高まっていることで、全体としての営業効率は改善傾向にあると考えております。

また、地方銀行や商工会議所といった経営支援機関との連携については、今回のご質問を拝見した際に、私自身「資金ニーズ」というキーワードが頭に浮かび、改めて重要性を再認識いたしました。従来、当社としてはファクタリングの提供には一定のリスクが伴うため、積極的な展開が難しい局面もございましたが、直近では保証会社との提携により、リスクの高い案件への対応も可能となりつつあります。そのため、今後は地方銀行や商工会議所といった経営支援のフロントラインに立たれる機関とも改めて連携を強化し、当社サービスの提供機会を広げていくことも十分に有望であると考えております。今回のご質問を通じて、改めてその可能性に気づかせていただいたことに、深く感謝申し上げます。今後も引き続き、営業活動の効率性を維持・改善しつつ、パートナーシップの拡大による成長機会の創出に努めてまいります。

【Q2】 今年（2025年）は、名古屋で説明会やイベントの計画はありますか。

【A2】（IR担当 菊地）今年については現時点で名古屋開催の具体的な予定はございませんが、地方での個人投資家様との交流機会は今後検討していきたいと考えております。引き続き、皆様とのコミュニケーション機会を大切にまいります。

【Q3】 貴社IRで新規導入事例の公開がありますが、全体の何割程度を公表していますか。

【A3】（菊地）当社では、年間約1000件強の新規契約をいただいておりますが、新規契約事例としてリリースできているのはそのうちのごく一部、概ね1〜3%程度となっております。これは、契約先企業様側の事情（情報公開ポリシーや社内規定等）により、必ずしも全件を公表できないためです。今後も、開示可能な範囲で新規契約事例をリリースし、皆様に当社サービスの浸透状況をお伝えしてまいります。

【Q4】 過去に株価対策としてあげられた施策が検討中のまま進展がないと思います。もう少し具体的な検討状況や期限等を教えていただきたいです。

【A4】（取締役執行役員 久野）過去まとめて施策として挙げている認識はございませんが、投資家への認知拡大、株式分割、株主優待制度の導入、自社株買いなど様々な施策についてご提言やその実施の有無についてお問い合わせいただけてきたと認識しております。重要事実該当するものもございますので、明確に申し上げることは差し控えさせていただきますが、いずれも中長期的な株主価値向上に資するものと認識しており、分析・検討を進めております。適時開示ルールに従い、決定したものは速やかに開示いたします。

【Q5】 業績が順調に伸びていると思いますし、IR活動も積極的で素晴らしいと思います。しかし、最近東証の上場維持基準が厳しくなり、成長の速度について株主も企業を選別しつつある気がします。今後の成長戦略や企業統合の可能性について教えてください。

【A5】（久野）魅力あるグロース市場へ、ということで東証の要請や様々な分析結果についてはグロース市場

上場企業として重々認識しております。当社は新たなビジョンの下、投資家の皆様により安心してご支援いただけるように、我々の長期的に目指す姿を常に考えております。ビジョン達成に向けて様々なプロダクトをさらに展開し、成長していくことを目指しておりますが、その達成において当社だけでなく、様々な企業との提携が必要になるケースもあるかと思えます。そういった場合は株主価値の向上に資すると判断すれば提携などの選択肢も大いにありうると考えているところです。

【Q6】 売上の伸長率が落ち着きつつあるように思いますが、今後の成長見通しをどの程度でお考えか教えてください。

【A6】 (久野) まず、直近数年間の好調な成長は、1click後払いなどの新サービスの貢献、請求まるなげロボによる顧客基盤の拡大や既存プロダクトの安定的な成長といった複数の要因が重なった結果です。これらにより、売上高は過去3年間でおよそ倍に拡大してきました。現在もリカーリング収益の積み上がりを背景に、安定的かつ着実な増収増益が続いており、当社のビジネスモデルの強みが発揮されています。ただし、売上高の規模が拡大することで、成長率の数値は徐々に緩やかになってきていると認識しています。今後は、既存事業と新規事業の双方を確実に成長させることが重要と考えています。その実現のためには、利益を創出しつつ、将来の成長に向けた積極的な攻めの投資を行っていくことが重要であると認識しています。

【Q7】 東証がグロース市場をテコ入れしようとしていることについて、話題になっていますがそれについてどうお考えなのかお聞かせいただきたいです。

【A7】 (久野) 一般的に市場というのは、商品が多種多様であることは本来望ましい状態ではあるものの、その中に品質面での信頼性に欠けるものが一定程度含まれていると、買い手側の慎重姿勢を招き、市場全体としての機能が損なわれるという側面もございます。サイズにフォーカスされている現状については、確かにごもっともなご意見であり、異論はございません。ただ、それだけが要因とは限らないとも考えております。他社の状況に対して申し上げる立場ではありませんが、グロース市場に上場したばかりの企業の中には、ガバナンスの不備や開示の透明性に関する指摘を受けるケースも散見されます。上場企業としてあるべきガバナンスの観点で市場が玉石混交になっていることも1つの問題かと思っております。もちろん、現時点で我々にできる働きかけには限界がございますが、当社としては持続的な成長を目指すとともに、上場企業ふさわしいガバナンス体制を構築し、不正を防止しながら、企業実態を適切に反映した決算数値を公表し続けることが重要と考えております。これを愚直に積み重ねることで、中長期的な投資家の皆さまからの信頼を獲得し、それが結果として株主価値の向上につながるものと信じております。

【Q8】 先日IRで2025年4月に発表されたITRの市場調査レポートにて、貴社がサブスクリプション管理市場ベンダー別売上金額推移シェア1位（33.1%）と発表されましたが、貴社のサブスケイプの手数料（利益率）は他のベンダーと比較してどうなのでしょう。また、今後シェア拡大を検討する上で市場シェアの目標値（%）はございますでしょうか。ランチェスター戦略における安定目標値である41.7%までの想定期間などあればお聞かせいただけますと幸いです。

【A8】 (藤田) 明確な数値目標を掲げているわけではありません。現在1位のポジションを維持することは当然

の前提としつつも、市場シェアの拡大そのものに固執するというよりは、サブスクリプション市場全体が成長している今だからこそ、競合他社と切磋琢磨しながら、まずは業界全体の拡大に貢献することを重視しております。ランチェスター戦略の観点からいえば、「安定目標」の水準を維持・目指す意識はございますが、特定の順位やシェアに過度にこだわるつもりはありません。

【Q9】 大口顧客との契約については、どのような状況でしょうか。

【A9】（藤田）定期的に大口の顧客を獲得できる状況になってきています。4月の月次実績をご覧いただければ分かる通り、売上が一時的に大きく伸びている際には、特定の大口案件が影響しているケースが多く見られます。（2025年12月期の）第2四半期から計上が始まる案件も控えており、引き続き大口案件の獲得・推進に注力してまいります。

【Q10】 海外展開については何かお考えでしょうか。

【A10】（代表取締役執行役員CEO 清久）当社は2010年前後に、海外での決済事業への進出を試み、ベトナム・中国・インドネシアに子会社を設立しサービス提供を行いました。当時はそれらの国に決済サービスを展開している企業がほとんど存在しておらず、先行的な取り組みでしたが、結果としてすべて撤退となりました。主な理由は、海外の決済事業は基本的に許認可が必要であり、日本企業が現地でその許可を得ることが非常に困難であること、また商習慣が日本と大きく異なることが挙げられます。さらに、海外には優秀なスタートアップが多数存在しており、日本人が現地に赴いても簡単に勝てるものではなく、世界レベルで勝負できる特許や技術など、明確な強みがある場合にのみ、成功が見込めると考えております。たとえば、トヨタやファナックのような技術力の高い企業、日本の高品質な農作物（いちごや米など）、アニメやゲームなどのエンタメ系IPといった「日本ならではの強み」を持つ商材であれば、海外展開も十分に可能と考えております。

ただし、海外展開を否定しているわけではなく、当社としても今後積極的に進めたいという思いがあります。日本は少子高齢化により国内市場が長期的に縮小する可能性がある中で、日本企業が自国の製品やサービスを海外に販売する動きが増えると想定されます。そうした際には、当社が間に入り、送金、与信、保証、ファクタリングなどの金融インフラサービスを提供するニーズが高まると考えており、すでにそのようなサービスの企画を進めております。また、逆に日本企業が海外から物やサービスを調達する場面でも、当社が決済面を中心にサポートする構想もございます。以上のように、当社は海外展開について意欲的に考えております。

【Q11】 社員とのコミュニケーションは取れていますか。

【A11】（藤田）質問の趣旨について、昨今の採用環境の厳しさや、社員の育成・定着に対して当社がどのような取り組みを行っているか、特に社内コミュニケーションを通じて社員の満足度や働きやすさをどのように確保しているかという点にあるものと理解して回答いたします。

まず結論から申し上げますと、当社としては、社員とのコミュニケーションを通じた課題把握と制度改善に努めており、現時点では適切な対応が取れていると考えております。当社では現在、人事制度の改革を進めており、経営陣としての理想やビジョンを示すだけでなく、社員一人ひとりの声や不満を大

切にし、「主役は社員である」という考え方に基づいて制度設計を行っています。具体的には、半年に一度の社員アンケートや360度評価制度を通じて、社員の声を多角的に収集する仕組みを整備しています。これらで得られた意見は、単なる傾聴にとどまらず、制度としての改善につなげています。たとえば、「給与が上がらない」という意見があった際、それは単なる待遇不満ではなく、「給与の上がり方がわからない」「誰にどう相談すればよいのかが不明瞭」「具体的に何をすれば評価されるのかが曖昧」といった、構造的な不透明さに起因していることが分かりました。そこで当社では、実際に「ジャンプアップ制度」の導入やグレードごとの業務テーブルを明確化し、どの業務・貢献レベルでどの程度の処遇が見込めるかを可視化いたしました。その結果、給与に対する納得感が高まり、実際に社員の給与満足度は向上しております。

このように、表面的な不満の背後にある本質的な課題を見極め、制度として改善を重ねていくことで、社員のエンゲージメント向上と生産性の向上につなげていくことが当社の基本的なスタンスです。今後も引き続き、社員一人ひとりの声を丁寧に拾い上げ、根本的な課題の解決に向けた制度運用を行い、満足度と成果の両立を目指してまいります。

【Q12】 売上成長について、中期経営計画では来期売上の成長率が高まる計画になっていますが、現状成長率は徐々に低下しています。ここからどのようなストーリーで成長が加速するのか、事業毎の成長見通しを詳しく教えてください。

【A12】（久野）まず前提として、当社の直近3年間の売上高はほぼ倍増しておりました。その主因は、売上の約98%を占めるリカーリング収益の着実な積み上げにあります。中でも、サブスクペイにおけるスプレッド収益、新サービスである1click後払い、および請求まるなげロボの成長が大きく貢献しました。一方で、直近では売上規模の拡大により、増収率が相対的に伸びにくくなっているほか、上記の成長要因についても、過去と比較すると今期以降の寄与度が限定的になっていることが、成長率鈍化の背景にあると認識しております。

今後の成長ストーリーとしては、リカーリング収益をベースとした安定的なビジネスモデルの上に、新たな収益源を地層のように積み上げていくことを最優先課題と位置づけています。事業別の見通しとしては、ペイメント事業においてはサブスクペイProfessionalの受案件数をさらに拡大していくことと、新たな顧客層へのアプローチを強化してまいります。フィナンシャルクラウド事業においては、請求まるなげロボや、新サービスであるファクタリングロボの展開領域を広げ、拡販を進めていきます。さらに、昨年大きな反響をいただいた価格改定については、市場環境や顧客の反応を注視しながら、引き続き適正なプライシングの検討を継続してまいります。

【Q13】 サブスクペイ事業の売上高が2024年4Qより減収となったのは一時的な落ち込みでしょうか。今後の成長見通しについて教えてください。

【A13】（久野）一時的とお考えいただけますと幸いです。お客様は増えており、サブスクペイの売上の45%を占めるストック収益は引き続き上がっております。季節性・年始のお休みや2月の日数が少ないことなどで4Qから1Qはあまりサブスクペイの従量費は伸びないことが例年のトレンドでございます。それにより、主に決済取扱高に連動する従量費であるスプレッド収益が4Q比で減収になっております。季節性に加えて、1click後払いの決済取扱高がやや低調であったこともあり、減収になりました。2Q以降については成長ペースになると思いますので、ご安心ください。なお、4月の月次が昨日（2025年5月13

日) 付で出ておりますが、サブスクペイ・請求管理ロボともに月次売上高は順調で単月ベースで過去最高を更新しております。

【Q14】 今回（2025年12月期第1四半期）の決算説明資料には中期事業計画のスライドがありませんでした。特に貴社の堅実なビジネスモデルを支持・信じて長期投資をされている個人投資家にとってはマイナスイメージにつながってしまうのではないかと感じました。何か理由があったのでしょうか。

【A14】 （菊地）今回は四半期決算ということもあり、当社のビジネスモデルや足元の状況に焦点を当ててご理解いただけるよう、このような資料構成といたしました。なお、中期経営計画を取り下げるような決議や開示は一切行っており、現行の目標に向けた取り組みにも変更はございません。この点について誤解をお招きしたことにしましては、深くお詫び申し上げます。今後は、同様の誤解が生じぬよう、毎回の資料において明記を徹底してまいります。ご指摘いただきましたことを受け、決算資料におきまして中期経営計画に関する記載を追記・更新いたしました。すでに当社のIRサイトに掲載済みでございますので、ご確認くださいませと幸いです。

【Q15】 2026年売上40億円の内訳について伺います。2026年40億円目標のうち、リカーリング売上とスポット／Fintech売上の比率は現時点で90：10前後という理解でよろしいでしょうか。期末ARRのターゲットレンジ（例：36～37億円程度）があれば可能な範囲で教えてください。

【A15】 （久野）ご指摘のFintech売上についてですが、おそらく請求まるなげロボやファクタリングなどの売上を指しておられるかと存じます。これらの売上は基本的に継続的に発生するものであるため、現時点ではリカーリング収益に含めております。

その上で、直近ではご案内の通り、リカーリング収益比率は約98%となっており、今後も引き続きリカーリング収益の積み上げによって、95%以上の比率を維持する方針に変わりはありません。

また、ARR（年間経常収益）につきましては、売上の先行指標として位置づけており、每期開示しております。算出方法としては、期末の最終月の月次売上を12倍したものとなっております。そのため、前期末のように、売上高よりもARRの方がやや高くなる傾向にあります。当社のビジネスモデルとしては、基本的に每期着実に売上が積み上がり、右肩上がりで推移する構造になっておりますので、ARRについてもその流れに沿ったものになると考えております。

【Q16】 費用ガイド継続の可否について伺います。「年間SG&A増+10%以内」というコストガイドラインは今期も変更ありませんか。4Qの季節費用を含めても年間でこのレンジに収まる見込みか、教えてください。

【A16】 （久野）基本的には、マージン改善を目的として、販管費の増加率を売上総利益の増加率以内に抑えるというガイドラインの設置により利益率の改善を目指してまいりました。これまでのガイドラインに変更はなく、現時点でも今期（2025年12月期第1四半期）の販管費についてはおよそ10%程度の範囲内に収まる見込みでございます。

【Q17】新規Fintechの黒字化時期について伺います。1click早マールとファクタリングロボについて、現在の計画では黒字化を「2025年度内」、「26年度上期」、「26年度通期」のどのタイミングで想定されていますか。営業利益への寄与規模は、数千万円レベルか数億円レベルなのか、ざっくりで結構ですので教えてください。

【A17】（久野）まず、ファクタリングロボについてですが、すでに売上が立ち上がり始めており、順調に拡大すれば、今期中または来期上期には黒字化が可能ではないかと見込んでおります。一方、早マールについては、現時点ではまだ売上は発生しておりませんが、今後売上が上がり次第、比較的早期に収益化が可能であると考えております。

ただし、両サービスともまだ事業としては初期段階にあるため、現時点で具体的な規模等については申し上げることを控えさせていただきたく存じます。いずれにしても、しっかりと事業貢献ができるよう、現場では全力で取り組んでおります。

【Q18】新規獲得顧客数の伸びが鈍化していることについてはどう考えていますか。顧客単価を上げる方面で動いているかとは思いますが、単価もいずれ頭打ちになると思うので、顧客数も同時にある程度伸ばしていかないといけないのではないかと考えています。

【A18】（藤田）ご指摘の通り、顧客数の拡大は単価向上と同時に進めていかなければならないと認識しております。契約件数を増やすには広告費などのコストが発生するため、顧客獲得コスト（CAC）は総額として増加傾向となります。こうした背景から、まずは単価を引き上げることで全体の収益構造を改善する方針を取ってまいりました。単価に関しては、利用企業の事業が拡大すれば、決済金額や請求書の発行枚数が増加し、それに伴って上昇する構造となっております。ただし、将来的に単価が頭打ちになる可能性も十分にあると考えております。そのため、今後は顧客数の増加にも本格的に取り組んでいく必要があると認識しており、現在検討を進めている状況です。ただし、こちらは新たにコストを伴う施策となるため、収益構造をしっかりと見極めつつ、タイミングを適切に判断して実行してまいります。

【Q19】決済機能を持っている企業を買収したいと考えている会社は、それなりにあるように思います。貴社が他の会社を買収される可能性もあるのではないかとと思いますがどうでしょうか。清久さんのご意見をお伺いしたいです。

【A19】（清久）当社としては買収される意向は一切ございません。当社は時価総額1,000億円、そして私自身が生きているうちに1兆円の達成を目指しております。買収される側ではなく、むしろ買収する側として事業規模を拡大していく方針です。また、私自身が現在も相当数の株式を保有しており、現時点で買収の懸念は全くございません。打診なども一切受けておりませんので、ご安心いただければと思います。

【Q20】グロース企業でありながら前期から配当もされている貴社ですが、キャピタルアロケーションについて詳しく教えてください。

【A20】（久野）まず、株主還元については、現在およそ20%弱の配当性向を、今後徐々に引き上げつつ、連続増配を目指してまいります。残りのキャッシュにつきましては、機動的な自社株買い、M&A、設備投資

に振り向けており、資本コストを上回るリターンを実現してきました。今後も継続的にその達成を目指してまいります。なお、2025年2月13日には自社株買いを実施いたしましたが、資本効率の向上、当社株式の需給安定、ならびに株主価値の向上を目的として、今後も機動的な追加還元を実施する可能性を常に選択肢として保持しております。

【Q21】 グロース市場が注目されていると思います。貴社は他のグロース銘柄を引っ張るくらいIRは積極的だと思いますが、東証の動きから今後何か検討されていること、開示はありますでしょうか。

【A21】 （久野）将来的な開示については現時点で明言はできかねますが、直近の市場からのメッセージとしては、グロース市場に上場している企業には着実な成長とともに時価総額を高め、この市場全体の魅力を引き上げていくことが求められていると受け止めております。当社としても、その期待に応えるべく、今後も売上や利益を確実に積み上げていく必要があると考えております。これまでに、アカウント数の増加や単価、新規事業についての話題がございましたが、それらを通じて着実に成果を上げ、その実績を投資家の皆様に丁寧に伝えていくことが重要です。さらに、新たなビジョンを提示することで、投資家の皆様により強い期待感やワクワク感を持っていただくことが、大切だと考えております。

【Q22】 中期経営計画の最終年度の利益率の飛躍について以前、従量費アップで経費はかからず利益は増える仕組みができてきているとの回答をいただきましたが、売上の飛躍ありきのことだと思われます。足元の状況からはかなり厳しいと思いますが現状と中計についてどのように捉えているかを教えてください。

【A22】 （久野）ご指摘のとおり、現在の2026年度における売上高40億円、営業利益12.5億円という目標数値につきましては、依然として非常にチャレンジングな状況にあると認識しております。しかしながら、高い目標を掲げて努力を続けることが重要であり、当社は2026年を一つの通過点と捉えております。2030年、さらにはその先の将来を中長期的に見据えた成長戦略のもと、引き続き高みを目指す姿勢が必要であると考えております。もちろん、2026年の数値目標についても重く受け止めており、その達成に向けて全力で取り組んでまいります。また、当社のビジネスモデルの特徴として、固定費と従量費のミックス構造に加え、収益化ポイントが複数あることから、お客様の拡大が将来の収益源を積み上げていく形になります。この将来の収益ポテンシャルを高めていくためにも、アカウント数のさらなる拡大をしっかりと目指していく所存でございます。

終わりのご挨拶（代表取締役執行役員CEO 清久）

現在、米国ではいわゆる「トランプ関税」の議論が大きな話題となっておりますが、足元の相場環境を見ますと、グロース株全体としては徐々に値を戻し、良い状態にあると捉えております。もっとも、当社は関税政策の影響を受ける業種ではなく、当社の事業は実質的にほとんど影響を受けておりません。そうした外部環境の中で迎えた今期の期初決算については、業績自体は堅調であったと認識しております。それにもかかわらず、株価が下落したことについては、市場から「面白みに欠ける銘柄」と見られてしまった可能性もあると反省しております。今後は年末に向けて、スピード感を持って、新規性があり、かつ有益なニュースを積極的に発信してまいります。株主の皆様にご期待いただけるよう、リターンの向上を含め、企業価値の最大化に全力で取り組んでまいります。次回は半期決算の発表となりますが、引き続きご注目・ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

■会社概要

社名 : 株式会社ROBOT PAYMENT (東証グロース : 4374)

所在地 : 東京都渋谷区神宮前6-19-20 第15荒井ビル4F

設立 : 2000年10月

代表 : 代表取締役執行役員CEO 清久 健也

URL : <https://www.robotpayment.co.jp/>

請求管理ロボ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/mikata/>

請求まるなげロボ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/marunage/>

サブスクペイ : <https://www.robotpayment.co.jp/service/payment/>

1click後払い : https://www.robotpayment.co.jp/service/1click_atobarai/

▼メールマガジン・LINE公式アカウントで各種情報を配信しています

メールマガジン

- ・すべての適時開示・PR情報をリアルタイムにお知らせ
- ・登録はこちら : <https://www.magicalir.net/4374/mail/>

LINE公式アカウント

- ・主要ニュースリリース(解説コメント付き)、イベント案内・セミナー出演のお知らせ等
- ・IR担当者とチャットで質問・お問い合わせのやりとり
- ・登録はこちら : <https://lin.ee/keiczv9>

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ROBOT PAYMENT

担当者 : IR 菊地

tel : 03-5469-5780 mail : pr@robotpayment.co.jp