













事業計画及び成長可能性に関する事項

ペイクラウドホールディングス株式会社
東証グロース：4015
2025年11月25日

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

当社グループの事業

- ・当社グループでは、3つの事業を展開。
- ・法人向けにリテールマーケティングを軸とする各種サービスを提供。

	キャッシュレスサービス事業	デジタルサイネージ関連事業	ソリューション事業
事業			
提供会社	valuedesign	 Cloudpoint	arara
サービス	マーケティングに効く！お店や地域が自分たちで発行する、常連さん向け電子マネーの仕組み	省人化ニーズに対応！ 伝えたい情報を瞬時に届ける電子看板	業務効率化を支援！大量のメールを一斉に配信できるメール配信システム
2025年8月期 セグメント 売上高	3,768百万円 売上高構成比率：37% 	5,690百万円 売上高構成比率：56% 	770百万円 売上高構成比率：7% 
2025年8月期 セグメント 利益	802百万円 利益構成比率：42% 	805百万円 利益構成比率：42% 	298百万円 利益構成比率：16% 

- | | | キャッシュレスサービス事業  | | | | デジタルサイネージ関連事業  | | | | ソリューション事業  | | | |
|--------------|--------|---|----------|---------|---------|---|----------|---------|---------|--|----------|---------|---------|
| 売上分類
(注1) | リカーリング | <ul style="list-style-type: none"> ・ 決済手数料
(決済取扱高×手数料率) ・ サービス利用料 | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス利用料 ・ 保守手数料 | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・ サービス利用料
(顧客社数×顧客単価) ・ 年間ライセンス料 | | | |
| | スポット | <ul style="list-style-type: none"> ・ 初期費用 ・ 物品販売 | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・ 初期費用 ・ 物品販売
(保守期間終了後に機器を再販) | | | | <ul style="list-style-type: none"> ・ 初期費用 ・ 受託開発費用 | | | |
| 商流 | | 直販／代理店  → 
顧客 エンドユーザー | | | | 直販／代理店  → 
顧客 エンドユーザー | | | | 直販／代理店
サービス連携
パートナー(注2)  → 
顧客 エンドユーザー | | | |
| 業績季節トレンド | | 1Q 9-11月 | 2Q 12-2月 | 3Q 3-5月 | 4Q 6-8月 | 1Q 9-11月 | 2Q 12-2月 | 3Q 3-5月 | 4Q 6-8月 | 1Q 9-11月 | 2Q 12-2月 | 3Q 3-5月 | 4Q 6-8月 |
| | | — | ▲ | — | — | — | — | ▲ | — | — | — | — | — |

Copyright Paycloud Holdings inc. All Rights Reserved. 4

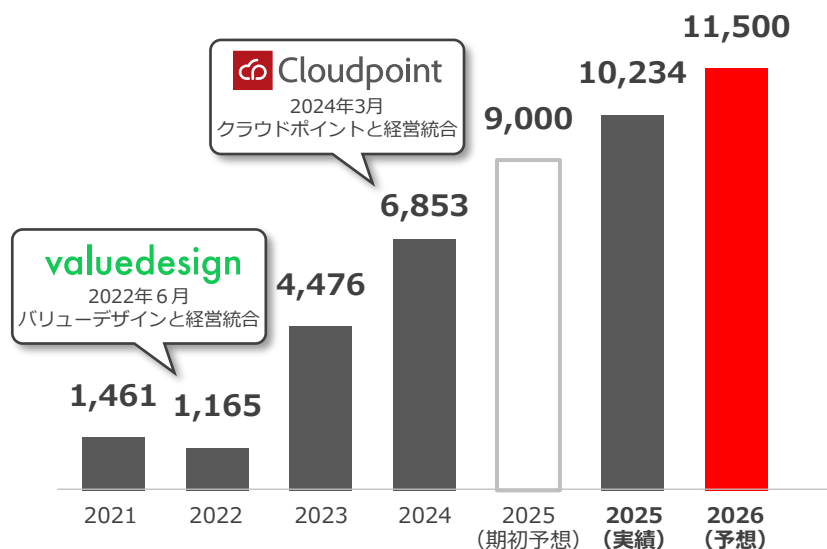
上場後の着実な成長

コロナ禍の2020年11月にマザーズ（現グロース）市場への上場以降、経営統合とオーガニックグロースで着実に業績を伸長。東証の「市場区分の見直しに関するフォローアップ」会議でも求められている「高い成長を志向する経営」に沿って、今後も業績拡大を目指す。

売上高

（単位：百万円）

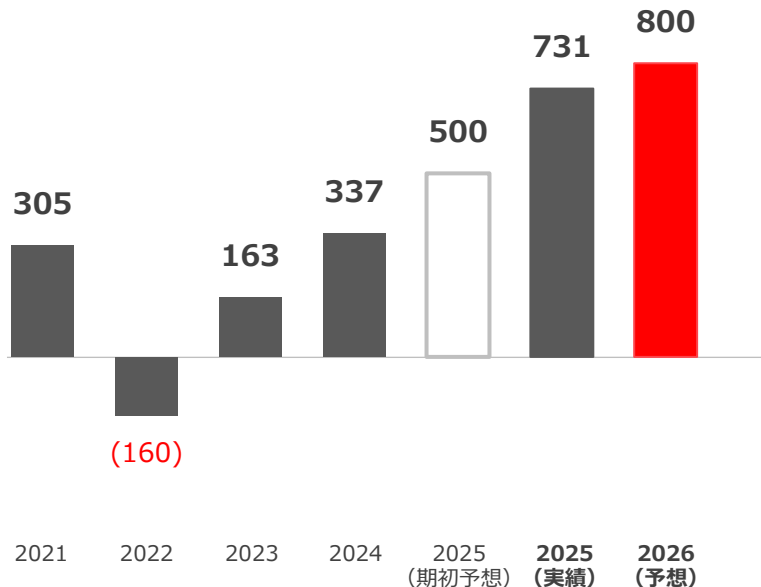
年平均成長率
（2021 - 2026） **51.1%**



（注）2021年8月期は、単体決算。2022年8月期以降は連結決算

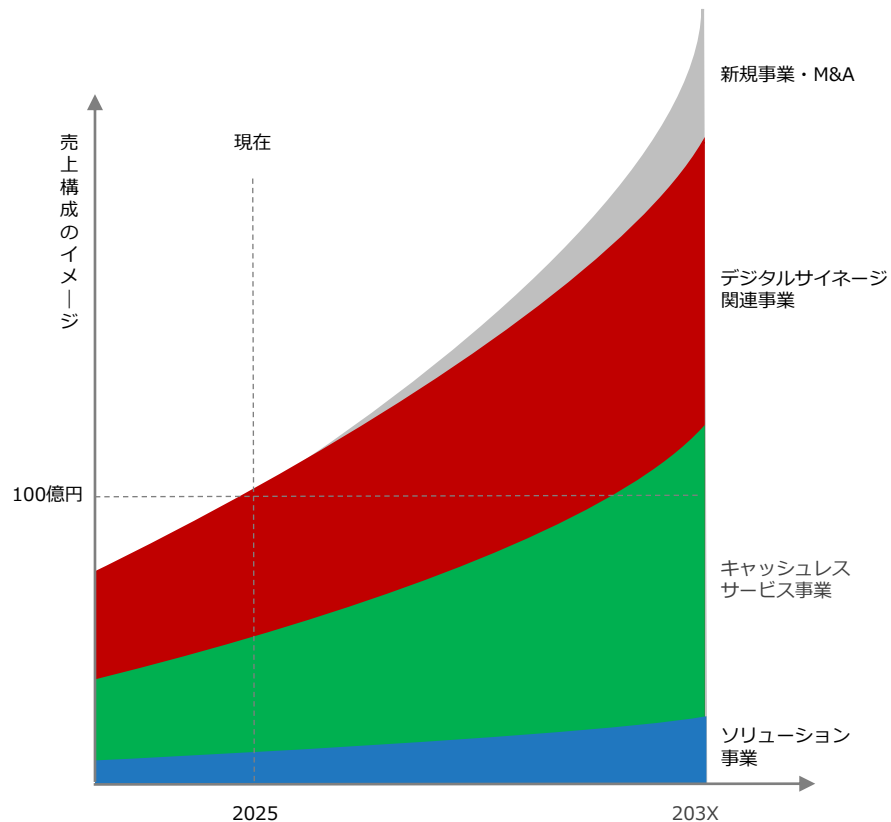
営業利益

（単位：百万円）

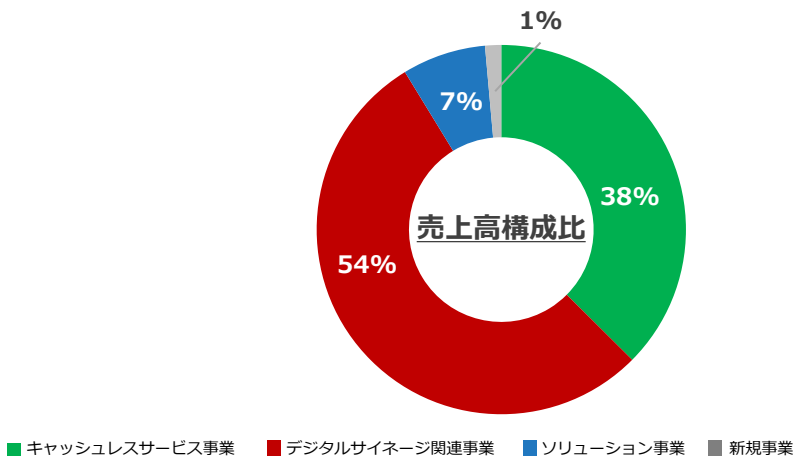


各事業の位置づけ、および2026年8月期 セグメント別売上高構成比

成長投資事業として、キャッシュレスサービス事業とデジタルサイネージ関連事業を、安定収益事業として、ソリューション事業を位置付ける。当社グループは、積極的に投資し、新規事業およびM&Aの機会を求め、成長を目指す。



2026年8月期セグメント 売上高構成比（予想）



成長投資事業

キャッシュレスサービス事業

決済手数料収入を中心とした
リカーリングビジネス

デジタルサイネージ関連事業

新規設置と定期的にリプレイスオーダーがある
スポットビジネスと保守・システム 利用料のリカー
リングビジネス

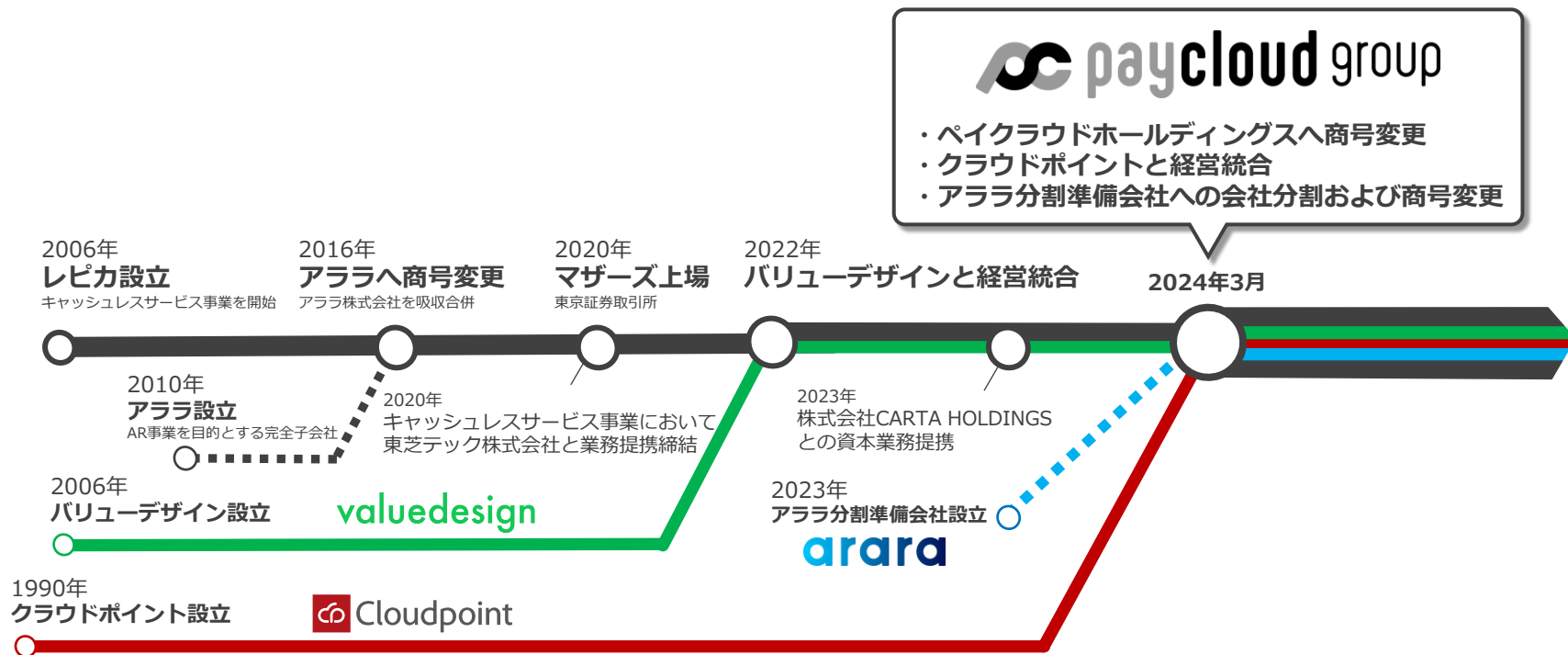
安定収益事業

ソリューション事業

低い解約率で、安定的な収益を確保するリカーリン
グビジネス

沿革

- ・ キャッシュレスサービス事業からスタートし、政府が掲げるキャッシュレス化推進を背景に事業成長。
- ・ 2022年にバリューデザインとの経営統合でキャッシュレスサービス事業をさらに拡大。
- ・ デジタルサイネージを手掛けるクラウドポイントとの経営統合を経て、リテールマーケティング分野へ事業拡大。





ミッション

アイディアと
テクノロジーで
世界をもっとハッピーに

目指す姿

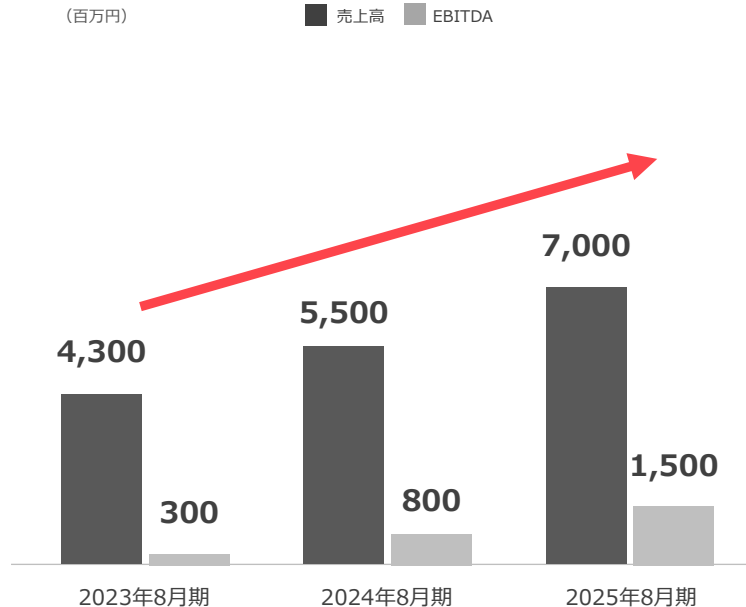
日本を代表する
世界で活躍する
企業グループ

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

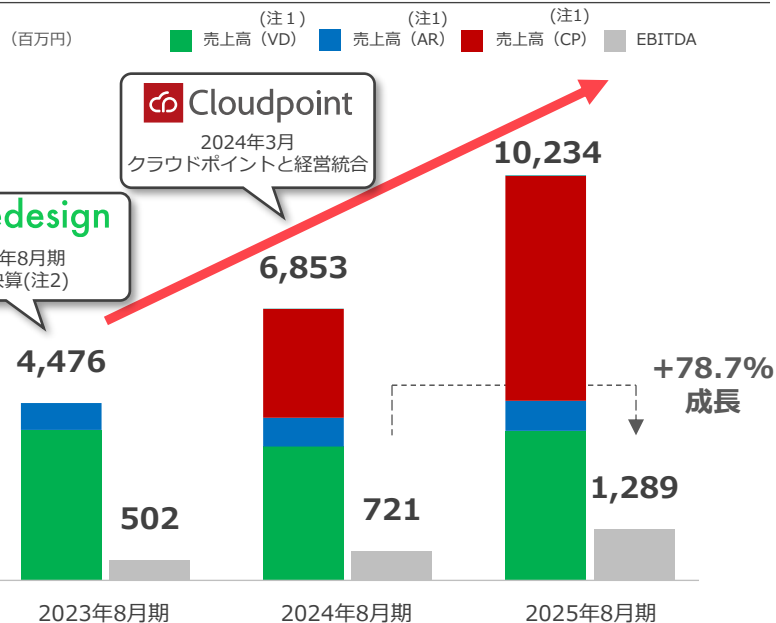
中期経営計画（2023年8月期～2025年8月期）に対する総括

- ・オーガニックグロースに加え、クラウドポイントとの経営統合で、売上高の達成、EBITDAも非連続に成長。
- ・キャッシュレスサービス事業のEBITDAは、当初計画比1年遅れで進捗。iDと独自Payの連携サービス・独自Payを活用したメーカー販促サービスの導入の遅延が未達の要因。
- ・ソリューション事業の顧客数は年平均成長率62.3%であったが客単価が計画を下回り、EBITDAは計画に対して未達。

中期経営計画



実績



(注)1.VD=バリューデザイン社、AR=アララ社、CP=クラウドポイント社を表す

(注)2.旧アララの2022年9月～2023年8月（12か月分）及びバリューデザインの2022年7月～2023年8月（14か月分）を連結した変則決算

旧アララ、旧バリューデザインの経営統合によるコスト減

- 経営統合による純粋持株会社の定常コスト削減想定▲1億円は、クラウドポイントを経営統合後の監査費用増も吸収し、最終年度においても想定を上回る▲1.2億円を実現。
- 特に経営のスリム化による役員報酬の削減、オフィス賃料の削減、採用費削減が主たる要因。

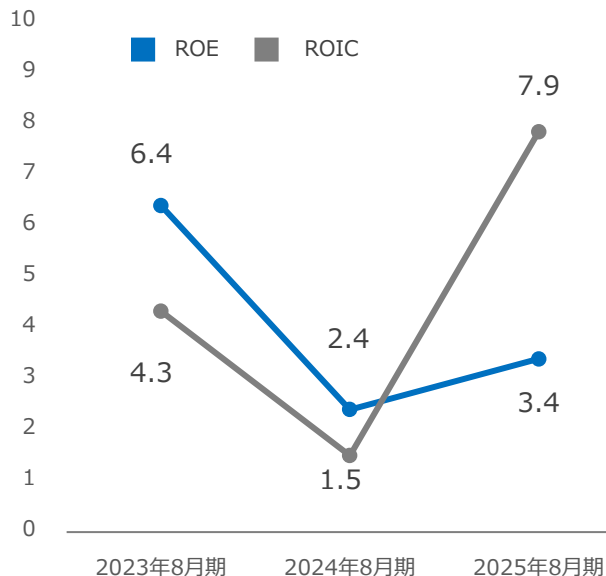
(単位：百万円)

項目	削減額	要因
取締役および監査役集約による役員報酬削減	▲49	取締役会のスリム化（10名削減）
オフィス統合による賃料削減	▲29	バリューデザインオフィスのコスト削減
監査費用の削減	▲8	クラウドポイントの経営統合後の監査費用増も吸収した上で更に削減
統合により不足人員を確保し、採用費を抑制	▲35	旧アララ、旧バリューデザインのコーポレート機能の相互補完により採用費を削減
合計	▲121	当初削減想定は、▲1億円

中期経営計画期間におけるROE、ROICについて

- ・ 上場後、2021年～2025年8月期において売上高に関し年平均成長率51.1%と高成長を実現し、中期経営計画も達成。
- ・ 一方で、中期経営計画期間（過去3年間）におけるROE、ROICについては、改善の余地あり。

(%) 中期経営計画期間におけるROE、ROIC



各既存事業における改善方針

- ・ 売上高原価率の改善
- ・ 売上高販管費率の改善

を事業拡大を継続した上で目指す。具体的には、

- ・ リカーリング売上高の増額
- ・ 1人あたりの営業利益の増額

を各事業会社の実情にあわせ、目標として設定。AIなどを積極的に活用し、一層の改善を目指す。将来的なROE・ROICの改善を見据えた新規事業の展開、積極的なM&Aによる事業拡大も図る。

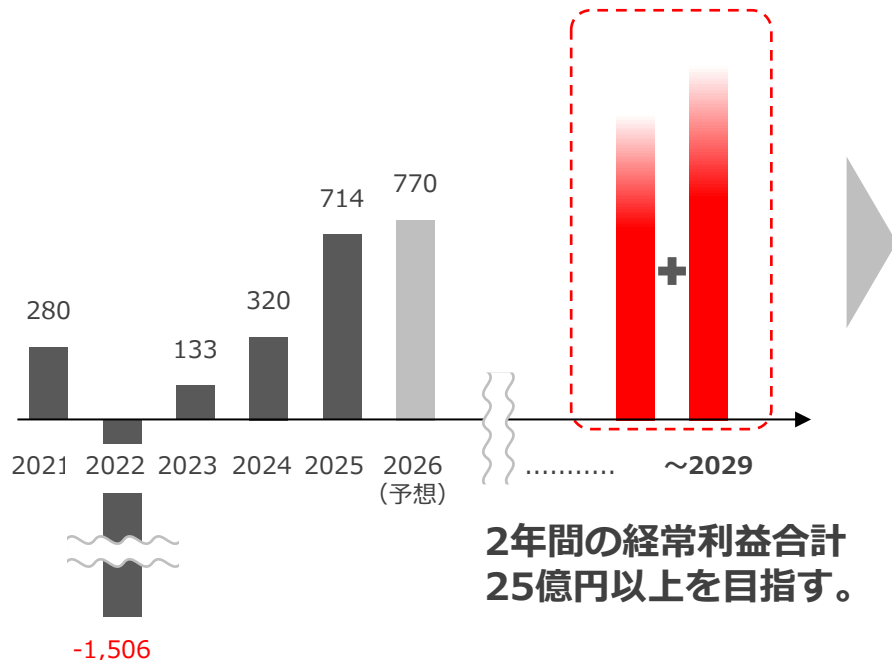
1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

2029年8月期までに目指す利益水準について

- ・ 2025年8月期を最終とする3ヶ年の中期経営計画においては、毎期、通期業績予想の上方修正を開示。
- ・ 当社グループは、依然として非連続の成長を目指す企業グループであり、中長期での業績予想は困難。
- ・ 2029年8月期に向け、各既存事業は利益成長につながる事業拡大を目指す。

経常利益

(単位：百万円)



利益水準目標について

将来のプライム市場への市場区分変更も視野に、収益基盤として求められる

直近2年間の経常利益合計25億円以上を2029年8月期までに目指す（※）。

グロース上場企業として期待される「高い成長を志向する経営」を今後も継続。

その過程において、グロース市場における時価総額上位30位を目指す。

※参照：

https://www.jpx.co.jp/equities/improvements/market-structure/nlsgeu000005mhh3-att/Criteria_jp.pdf

キャッシュアロケーションの方針

- ・事業成長へのキャッシュアロケーションが最優先。
- ・M&A、新規事業などへの戦略投資への配分は更なる成長を目指し、積極的に検討し実行予定。

調達（ファンディング）

手元現預金

2025年8月末現在で、4,373百万円を保有。
（内、預り金1,142百万円、前受金261百万円を含む）

営業CF

事業拡大に伴い、今後も拡大傾向。
2025年8月期は、1,432百万円。
前年同期比+268百万円。

有利子負債 による調達

2025年8月末現在で、1,771百万円を有利子負債により調達。
デジタルサイネージ関連事業の好調により短期借入が増加傾向。

エクイティ調達

低コストの借入による調達余力も十分あり、現状の時価総額を鑑み、優先度は低い。

配分（アロケーション）

事業投資

成長投資事業において、プロダクト・サービス開発など中長期の事業成長に向けた投資。
優先度は高い。

戦略投資

非連続な成長を目的とした事業投資に次ぐ重要な成長戦略。
既存事業の成長促進、補完関係にある企業のM&Aおよび新規事業へ投資。

運転資金

特にデジタルサイネージ関連事業の事業拡大に伴う機器の仕入れに短期的な資金のニーズがあり、借入で賄う。

株主還元

現状、株主優待にとどまっているが、成長投資を優先しつつも、資本コストを意識し、今後柔軟に検討を行う予定。

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - **キャッシュレスサービス事業**
 - **デジタルサイネージ関連事業**
 - **ソリューション事業**
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

事業概要

- バリューデザインは、店舗ビジネスを展開する企業等を中心に、店舗の常連客向けに特典や優遇を提供できるキャッシュレスサービス「独自Pay」を軸としたサービスを提供。
- 主な売上は、決済手数料によるリカーリング売上。

「独自Pay」とは

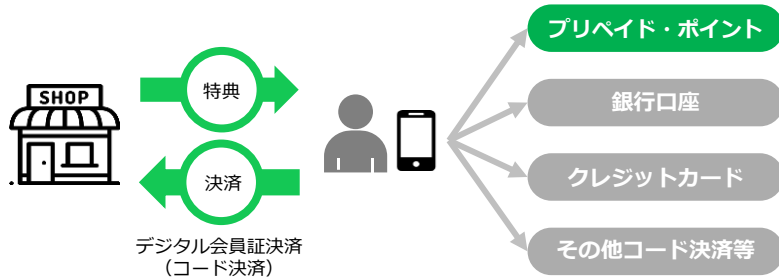
独自Pay (会員証決済) = 独自決済サービス (プリペイド) + 汎用決済サービス (銀行、クレカ等)

デジタル会員証決済

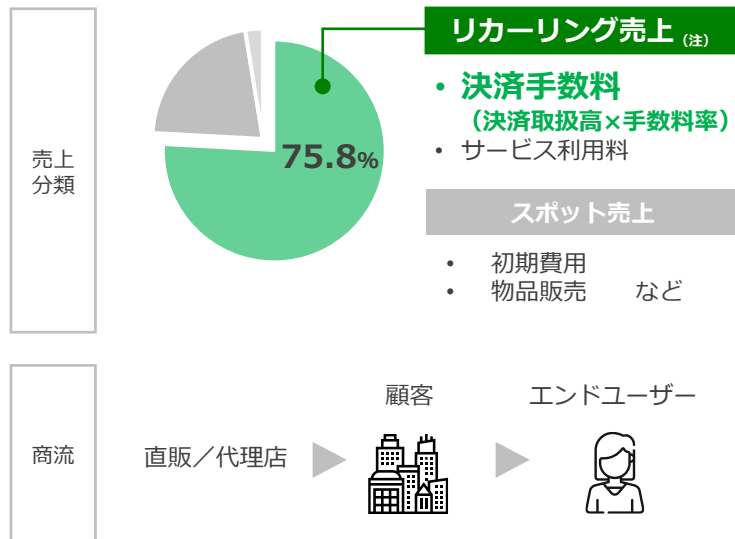
店舗が独自のデジタル会員証を発行し、店頭決済を行うキャッシュレスサービス

プリペイド式ハウス電子マネー

チャージ手法には、店頭現金以外にweb上でのクレジットカード決済や銀行口座決済を行う方法がある



ビジネスモデル

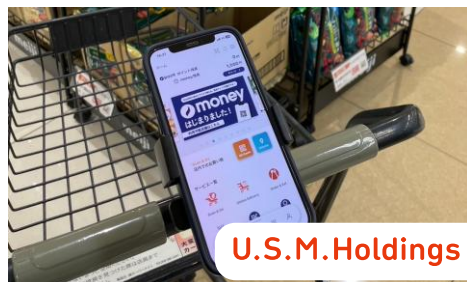


(注) リカーリング売上とは、顧客と継続して取引を行うシステムを構築することで繰り返し得られる売上

導入事例

- ・スーパーマーケットや飲食店舗などを展開する導入顧客が各々の「独自Pay」を発行し、便利・お得に利用できるキャッシュレスサービスとして、エンドユーザーへ提供することで常連化を促す。
- ・従来の紙の商品券等をデジタル化することで、業務効率化や利用状況の把握を可能にする。

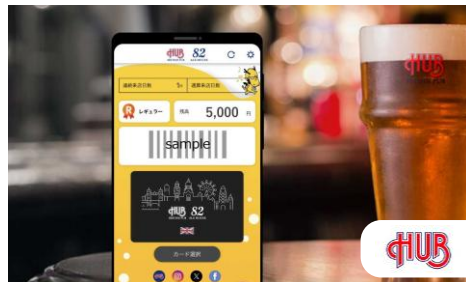
キャッシュレス決済・デジタル会員証



U.S.M.Holdings



ギフト



用途

- ・キャッシュレス決済
- ・デジタル会員証
- ・デジタルギフト
- ・株主優待
- ・福利厚生
- ・ふるさと納税

LINEミニアプリ



LINEミニアプリ
オンラインチャージ

makiya

株主優待



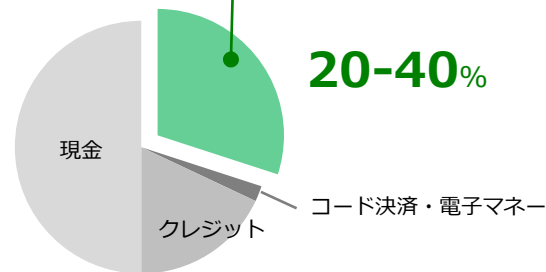
ふるさと納税



顧客店舗における独自Payと汎用決済の違い

- 新規客の獲得に強みをもつ汎用決済^(注1)に対し、独自Payは特典等を通じた常連客の利用頻度向上に強みを持つ。
- プリペイド式である独自Payの場合、消費者がチャージをした段階で店舗へ前受金が入りキャッシュフローが改善。
- 汎用決済^(注1)と比較し、手数料負担が低い独自Payの利用を促し、常連客を増やそうとする店舗が増えている。

	独自Pay	汎用決済
導入目的	利用頻度の向上	新規客の獲得（集客）
決済機能	<ul style="list-style-type: none"> 手数料が相対的に低い 特定の店舗での利用 	<ul style="list-style-type: none"> 手数料が相対的に高い 幅広い店舗での利用
マーケティング機能	<ul style="list-style-type: none"> 常連客に対し手厚い特典 顧客にとってデータの蓄積・活用が容易 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者に一律の特典 顧客にとってデータの蓄積・活用の難易度が高い
主な利用者	常連客	一般客



当社グループ顧客の店舗における売上における独自Pay決済の比率

当社グループ顧客店舗においては、汎用決済が売上全体の20%に対し、独自Pay決済が20%-40%を占める。

多くの当社顧客店舗においては、独自Pay決済比率は汎用決済よりも高い^(注2)。

独自Payを含む電子マネーの利用を促進したいとする企業は4割を超える^(注3)。

(注) 1. 汎用決済とは、クレジットカードやコード決済など加盟店で利用できる決済手段を指す

(注) 2. 当社グループであるバリューデザインの顧客（主にスーパーなどの量販店）の場合

(注) 3. 全国スーパーマーケット協会「2025年版 スーパーマーケット年次統計調査」を参照

市場のニーズ

- ・ 汎用決済では叶えられない自社会員向けサービスとして、「独自Pay」のマーケティング機能が求められている。
- ・ キャッシュレス決済の普及により顧客店舗が決済事業者に支払う手数料負担が増加。独自Payの導入・利用促進により決済手数料負担の低減が見込める。
- ・ 店舗運営企業をはじめ、地方自治体などでも業務効率化・データ活用の観点から紙の商品券等のデジタル化が加速。

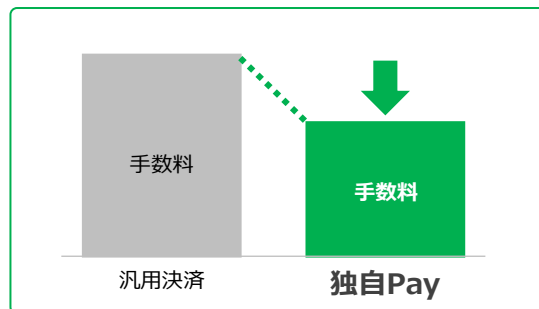
囲い込み・他店への流出防止



汎用決済ではデータの蓄積・活用が叶わず、マーケティング施策に活かせないため、再来店促進にはつながりにくい。

顧客店舗がエンドユーザーに対し、独自Payの利用を促すマーケティングを行うことでチャージ・利用額の増加、再来店（ロイヤルカスタマー化）が見込める。

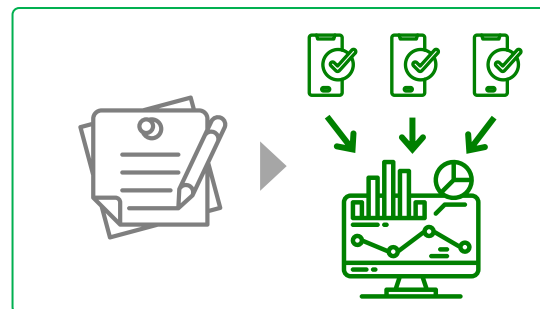
手数料負担・資金調達コストの低減



クレジットカードなどさまざまなキャッシュレス決済の導入後、決済手数料の負担が顧客店舗の重荷になっている。

独自Payは、決済に伴う通信費用コスト等がなく低い手数料率を実現。プリペイド型の場合、利用者の増加とともに金利負担のない資金が発行体である顧客の手元で増加。

デジタル化による業務効率アップ



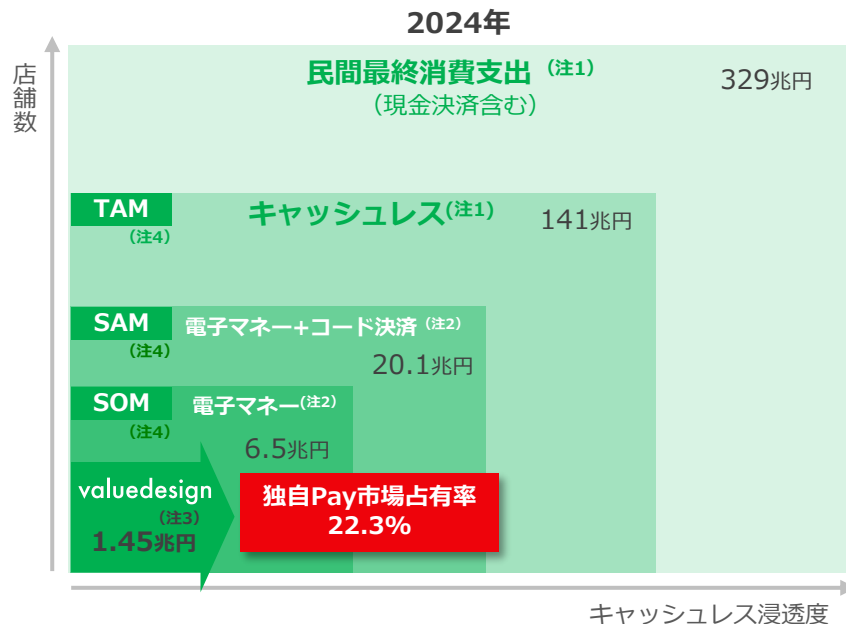
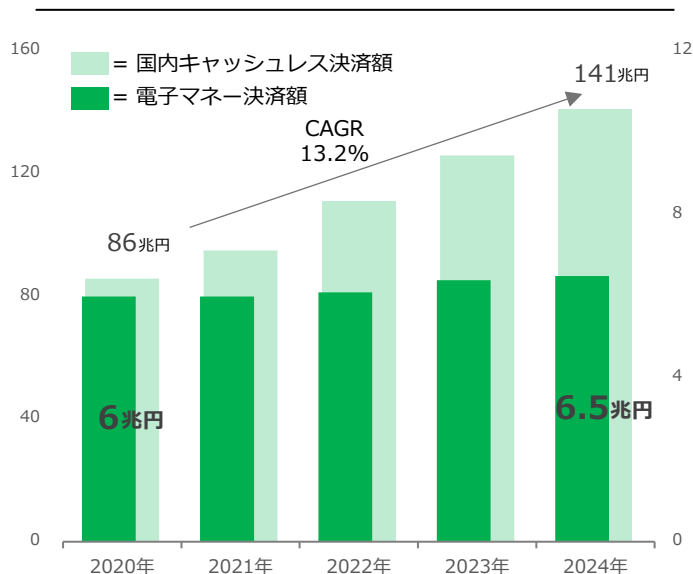
店舗運営企業をはじめ、地方自治体でも業務効率の改善やデータ活用を目的とするデジタル化が加速。

従来、紙で運用していた商品券や地域振興券などをデジタル化することで工数削減、データ活用が可能となる。

市場規模

- 2020年から2024年までの5年間のキャッシュレス決済額の年CAGR（年平均成長率）は、13.2%（注1）。
- 電子マネー市場における独自Pay市場占有率は、22.3%と想定。

「国内キャッシュレス決済額」および
「電子マネー決済額」推移（注1,2）



(注) 1. 2025年3月経済産業省公表「2024年のキャッシュレス決済比率を算出しました」<https://www.meti.go.jp/press/2024/03/20250331005/20250331005.html>の数値を参照

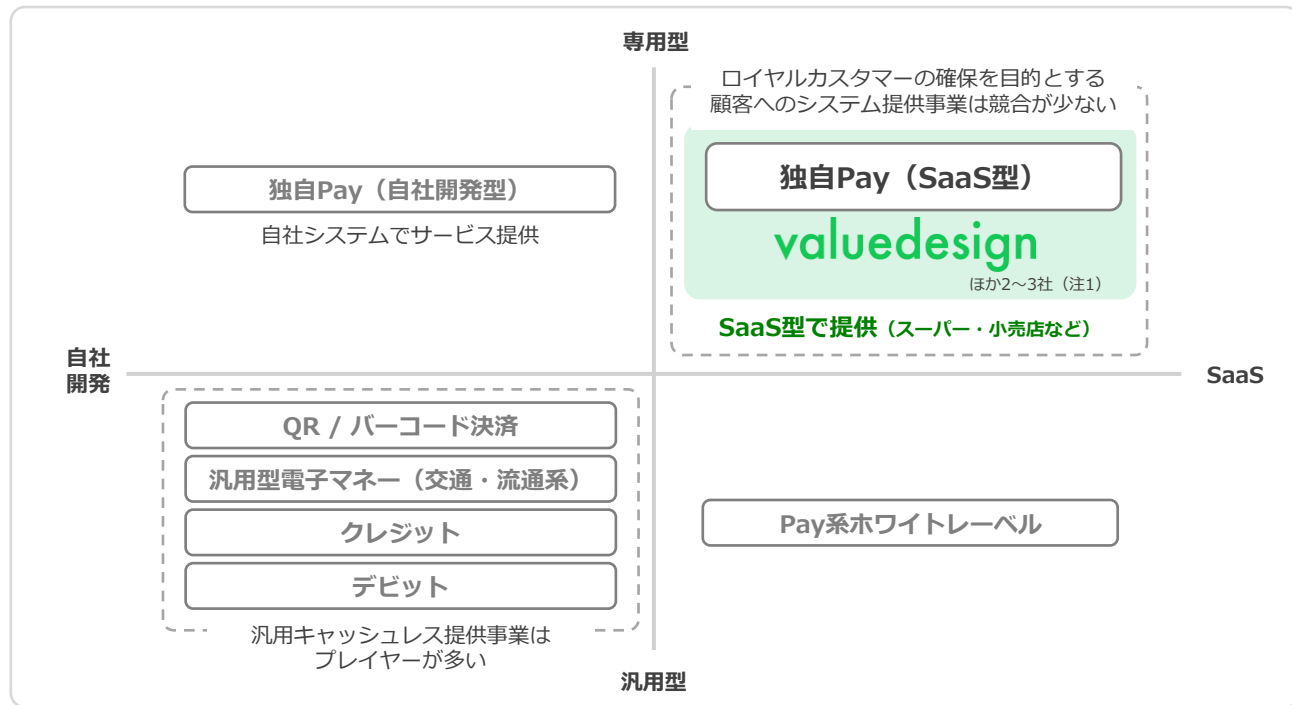
(注) 2. 2025年4月株式会社野村総合研究所「キャッシュレス決済市場は2030年に195兆円へ」https://www.nri.com/jp/knowledge/publication/kinyu_itf_202504/files/itf_202504_06.pdfの数値を参照

(注) 3. 2025年8月期実績の「リニュー・デザイン社」の決済取扱高を使用

(注) 4. TAM = 獲得できる可能性のある全体の市場規模、SAM = 獲得しうる最大の市場規模、SOM = 実際にアプローチできる顧客の市場規模

競合環境

- 主要な独自Payサービス提供事業者は、バリューデザインを除くと2、3社（注1）。
- 顧客店舗における役割の違いから、「独自Pay」は汎用決済と競合関係には無い。
- バリューデザインは、主にスーパー・小売店などを展開する企業に独自Payのサービスを提供。



（注）1. 当社調べ

（注）2. 日本全国スーパーマーケット情報のデータをもとに当社で作成

食品スーパーでのシェア



240社以上

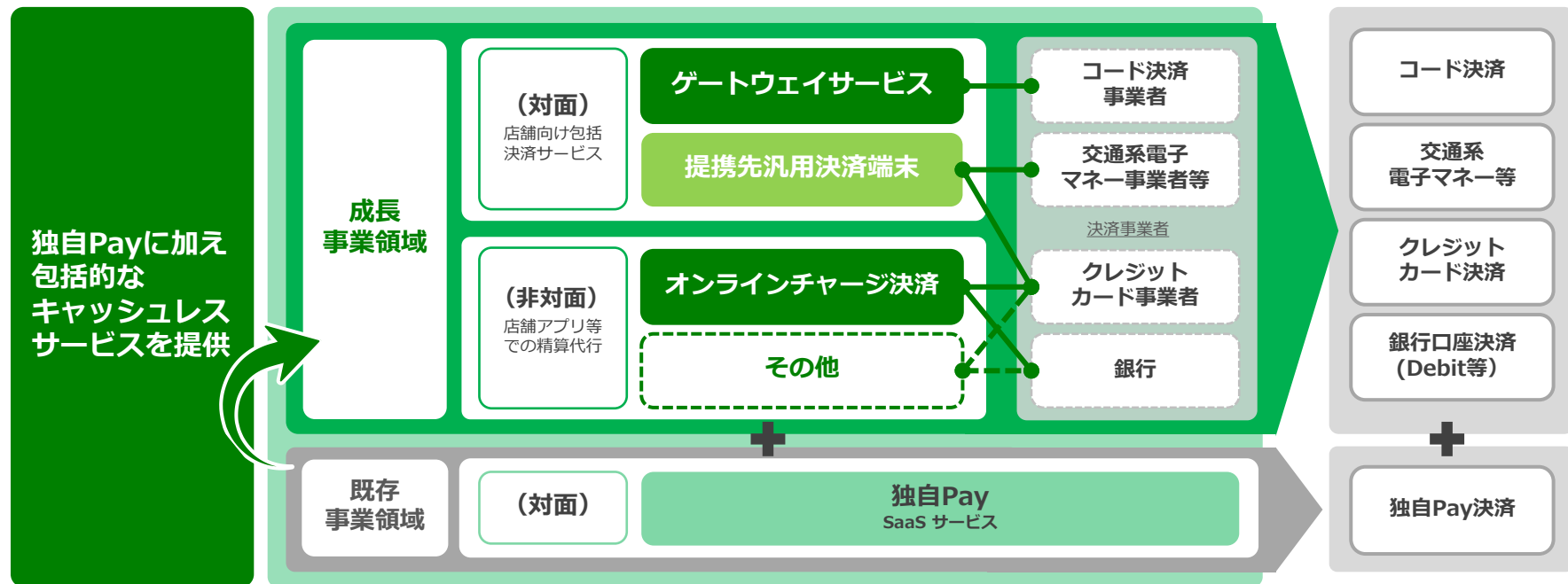
食品スーパー、食品ディスカунター、業務用食品スーパー、小型食品スーパーなど、独自Pay未導入企業を含む約1,000社のうち240社以上（約24%）の企業で採用（注2）。

成長戦略①

- ・ 独自Payの提供の強みで築いた顧客基盤へ、様々なキャッシュレスサービスを包括的に提供し、増収増益を狙う。
- ・ 既存の独自Pay領域から提供サービス領域を広げ、新たな成長軌道を描く「第二創業期」を開始。

バリューデザインが顧客へ提供するサービス

消費者が利用する
キャッシュレスサービス



成長戦略②

- 様々な関係構築に、国内外でデジタルギフト、iD連携、SNSを活用し収益性の高い事業領域を拡大していく。

サービス	対象	目的	事例（一部）
独自Payを活用したデジタルギフト 	独自Pay顧客	ギフトの発行支援 SNS・ECを活用した販路拡大	【日本】 ・すかいらーく 優待券発行。LINEギフトでの販路拡大。 【海外】 インド：adivaha社、Zyro社での販路拡大。 タイ：インバウンド対策。訪日旅行者を国内の顧客店舗へ送客する支援を提供。
	上場企業	株主優待を活用した販路拡大 株主優待券の電子化	【日本】 ・当社も活用する「選べるデジタルギフト」は販路拡大の一例。 ・すかいらーくグループでは、優待券を電子化し運用効率を向上。 
独自PayとiDの連携サービス 	全企業	食事補助制度拡大への対応 経済産業省 令和8年度税制改正要望（注1）明記	【日本】 ・新しい用途開発を目的に福利厚生サービスとしての活用を模索。社内でPoC（概念実証）中。 
独自Point & SNS連携サービス 	独自Point顧客	LINEミニアプリ連携によるCRM構築	【国内】 CARTA HD傘下のデジクル社とパートナー連携。 【海外 タイ】 Buzzbees社とパートナーシップを組み、CRMサービスを共同開発。 

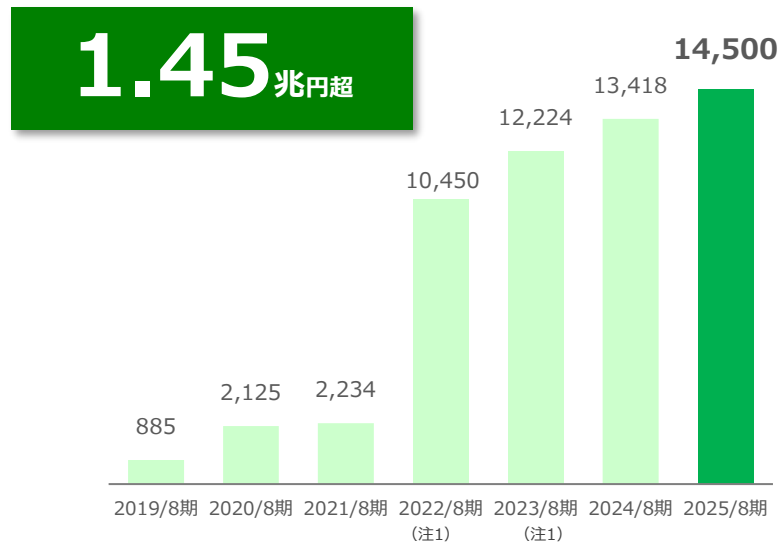
（注）1. 令和8年度税制改正に関する経済産業省要望【概要】P31 https://www.meti.go.jp/main/zeisei/zeisei_fy2026/zeisei_r/25082902.pdf

主要KPIの推移

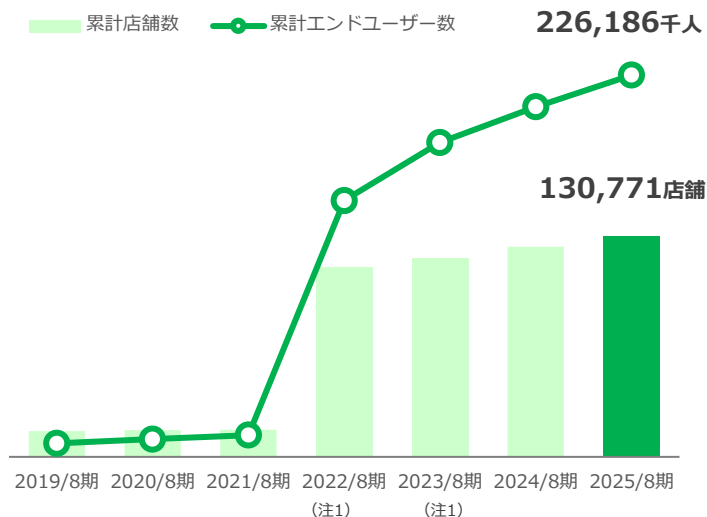
- 2025年8月期の年間決済取扱高は1.45兆円超。
- 新規顧客獲得により累計店舗数、累計エンドユーザー数ともに拡大し、2025年8月末時点で累計店舗数は130,771店舗、累計エンドユーザー数は226,186千人。

年間決済取扱高の推移

(単位：億円)



累計店舗数・累計エンドユーザー数 (注2) の推移

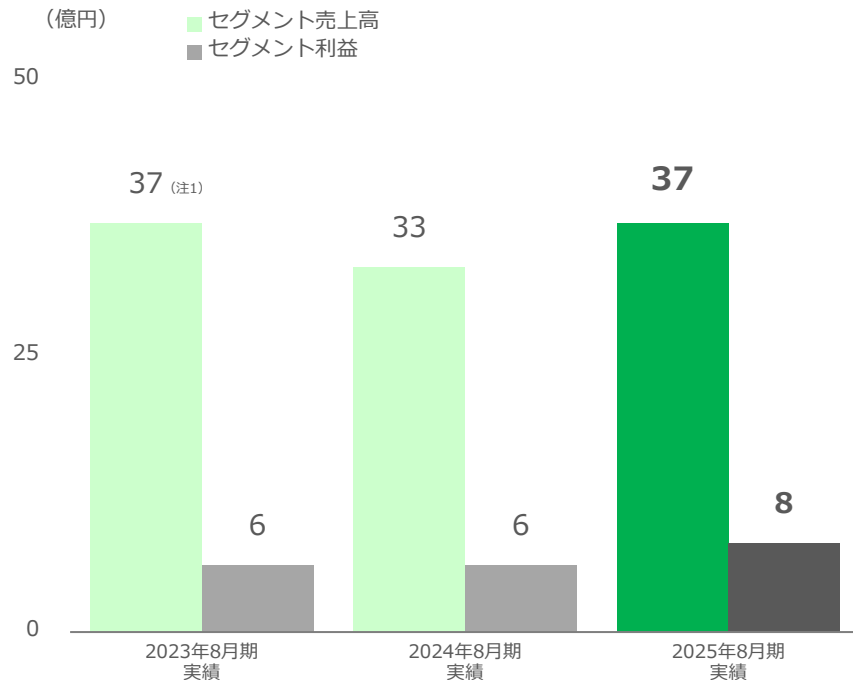


(注) 1. 2022/8期、2023/8期はアララとバリューデザインの合計値を記載

(注) 2. エンドユーザー数とは、当社がデータベースとして管理する、エンドユーザーが保有する店舗の会員カード等に付されたIDの累計数を指す

業績推移

キャッシュレスサービス事業



2025年8月期

「クレジットカードチャージ」「銀行口座チャージ」「現地決済型ふるさと納税」等新サービスをリリース。決済取扱高の増加、期ズレの受注済案件のリリースにより対前期+14.2%の売上増となった。

システム投資の加速

成長戦略に沿った包括サービスの提供、システムの一本化による将来の保守・運用コスト低減のため、旧バリューデザインシステムをクラウド化し、機能追加開発を行うための投資をおこなっている。

2026年8月期

セグメント売上については、全体売上の38%と予想。セグメント利益については非開示※。

※2025年10月15日開示「2025年8月期通期決算説明資料参照」
過去、セグメントEBITDAとし、業績実績および目標を記載しておりましたが、今後はセグメント利益実績のみの開示に変更を予定。

(注) 1. 旧アララの2022年9月～2023年8月（12か月分）及びバリューデザインの2022年7月～2023年8月（14か月分）を連結した変則決算

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

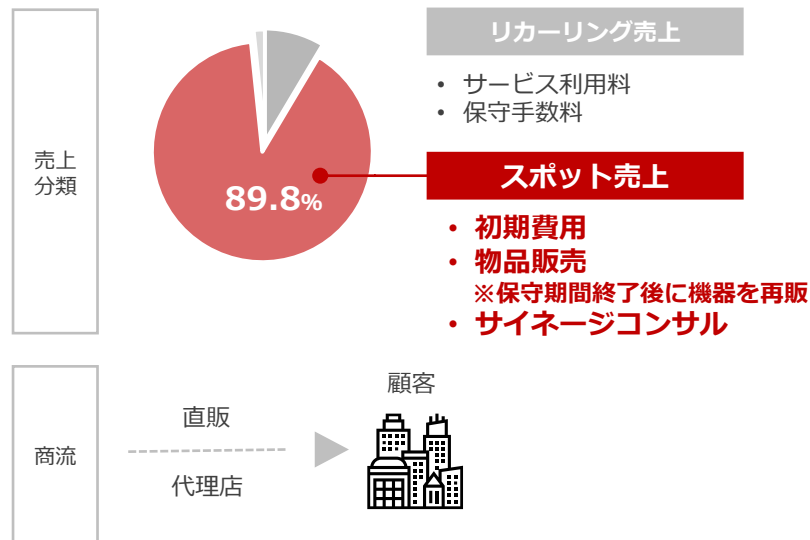
事業概要

- 「スマートな生活空間の創造」をミッションとして、空間演出で培ったクリエイティブ力を背景に、デジタルサイネージのコンサル・企画設計・システム開発・設置工事・コンテンツ制作・メンテナンスに至るまで、クラウドポイントオリジナルの映像デバイスを組み合わせ、ワンストップでサービスを提供。
- 機器やシステム等の導入/入替時の物品売上などのスポット売上と、配信システムの運用や機器・システム保守等の手数料売上をリカーリングで受領するビジネス。

主なサービス概要



ビジネスモデル



導入事例

- ・ KFC社(注)、サーティワン社(注)の店舗ではメニューボードやPOPにデジタルサイネージを活用。メニュー等の発信に加えて、時間帯に合わせた販促プロモーション情報を配信。
- ・ ミニストップ社では、メニューボードに加え、ソフトクリームなど店内販売商品の用意が完了したことを知らせる呼び出し掲示板としての活用、広告枠としての活用も進む。

業種▶

飲食店

コンビニエンスストア

KFC社(注)

メニューボード



サーティワン社(注)

メニューボード



ミニストップ社(注)

メニューボード・呼び出し掲示板



(注) KFC社=日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社、サーティワン社=B-R サーティワン アイスクリーム株式会社、ミニストップ社=株式会社ミニストップ



クラウドポイント最新事例紹介ページ
<https://www.cloudpoint.co.jp/case/>

市場のニーズ

- ・ 情報量が増え、常に伝えたい情報のアップデートが求められる時代背景や人手不足という社会問題を受け、デジタルサイネージの需要は拡大中。
- ・ デジタルサイネージに表示する内容を一元管理できるシステムを提供し、人手不足対策、省人化のニーズに対応。
- ・ 動画による圧倒的な情報伝達力によりプロモーション・販促・空間デザインに活用される。

人的リソースが潤沢な時代

- ・ 単純作業にも多くの人的リソースを投入できた。
- ・ 掲示物は、一定期間、固定で掲示。
- ・ 屋外広告や掲示物は、紙が主。
- ・ ポスター等の掲示物の貼り換えは、人が対応。



人手不足のこれから

- ・ スタッフの不足、多様性への対応が必須。
- ・ 情報をタイムリーに配信したいニーズが一層高まる。
- ・ 少ない人数でも運用可能な仕組みが求められる。



これからの課題を解決する デジタルサイネージ配信管理システム 「CloudExa」

・ リアルタイムな情報配信

タイムスケジュールに応じて、デジタルサイネージに表示する内容を切り替え表示

・ どこからでも操作可能

クラウド上での情報管理

・ ダイナミックな表示

複数台のディスプレイが連動し訴求を強化

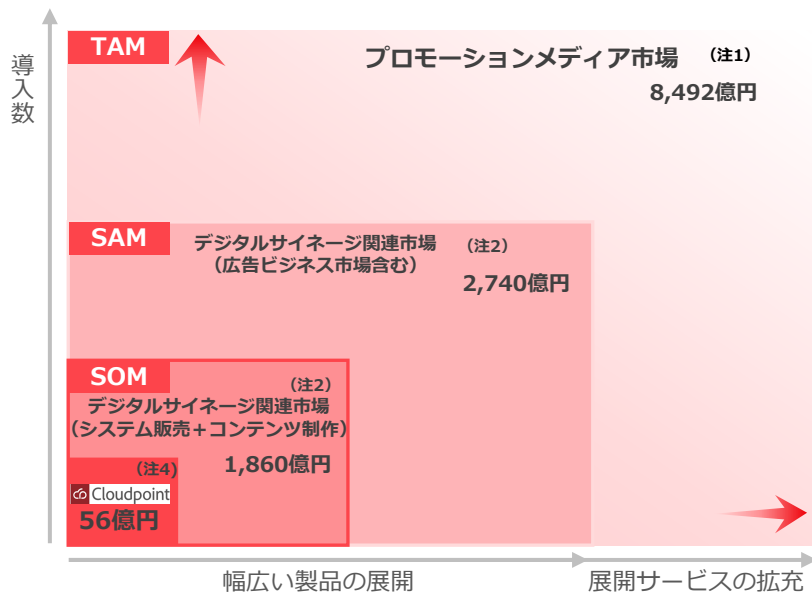


<https://cloudexa.cloudpoint.co.jp/>

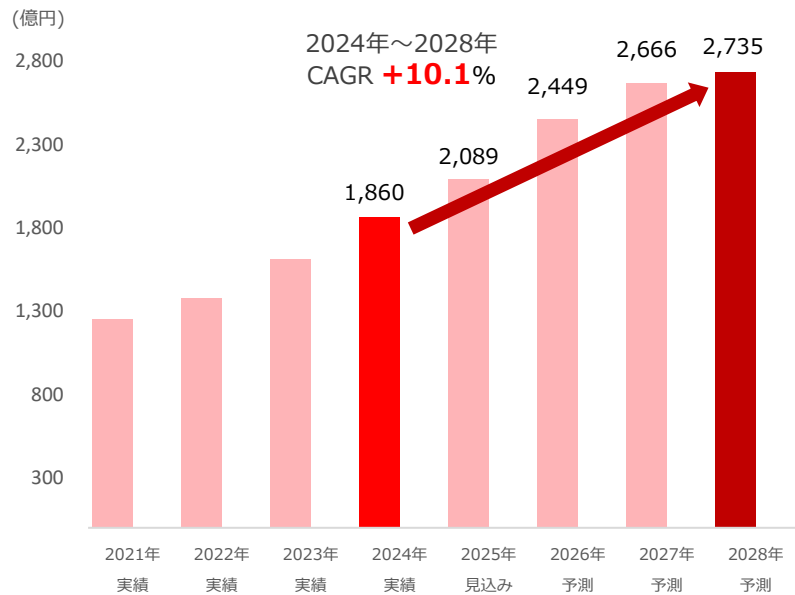
市場規模

- クラウドポイントの年間売上高約56億円に対し、デジタルサイネージ関連市場は1,860億円とシェア拡大の余地あり。
- 小売店や飲食店等でのプロモーションメディア広告のサービス展開を長期的に目指しつつ、短期的にはデジタルサイネージと関連市場（システム販売+コンテンツ制作+保守サポート）内での顧客基盤を拡大する方針。

市場規模（2024年）



デジタルサイネージ関連市場(注3) 予測



(注) 1. 株式会社電通「2024年 日本の広告費」プロモーションメディアのうち、POP・イベントに該当する広告市場とSAM「デジタルサイネージ関連市場（広告ビジネス含む）」の合算値

(注) 2. キメラ総研『デジタルサイネージ市場総調査 2025』の「システム販売/構築市場」「コンテンツ制作/配信サービス市場」「広告ビジネス市場」の値からの算出

(注) 3. キメラ総研『デジタルサイネージ市場総調査 2025』の「システム販売/構築市場」「コンテンツ制作/配信サービス市場」の合算値

(注) 4. 2025年8月期の実績を使用

強み・特徴

- 競合他社は取り扱う機器の特定メーカーへの偏りや対象外のサービスがあるものの、クラウドポイントは顧客のデジタルサイネージの導入計画策定からシステム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの運用・保守まで、導入前～導入後までワンストップで行うことが強み。

		Cloudpoint	ディスプレイ 機器メーカー	大手広告代理店	システム会社/ Sier	設計/ デザイン会社
工程	企画立案/ 機器選定	✓				✓
	システム提案	✓		✓	✓	
	機器選定・販売	✓	✓		✓	
	設置工事	✓				✓
	コンテンツ 制作	✓		✓		
	コンテンツ 配信・運用	✓		✓		
	機器保守	✓	✓			

ワンストップで提供

成長戦略

- ・ 労働力の減少や価値観の変化を受け、販促や空間演出においてデジタルを活用した生産性の向上、リアル空間での体験価値の向上を推進。
- ・ 導入前～導入後までワンストップで提供できるプラットフォーマーとしての強みを活かし、ターゲット業界とのコネクション強化（ロイヤルカスタマー育成）、システムやサービスの開発・機能拡充を進め課題解決を支援。

Cloudpoint

店舗DX
サイネージ



ダイナミック
プライシングサイネージ



広告サイネージ
DOOH・リテールメディア



インバウンド対応
多言語サイネージ



AR・XR
サイネージ



デジタル内装
サイネージ



WEB/SNS
連携サイネージ



オフィスDX
サイネージ



防災/減災/有事情報
発災サイネージ



SDGs サイネージ
環境・省エネ対応



センシング・顔認証
サイネージ



AI解析
行動分析サイネージ



デジタルサイネージで
顧客の課題解決を支援

顧客（新規・既存）



多店舗運営企業

（ファーストフードチェーン・アパレル・小売り）



商業施設・交通機関

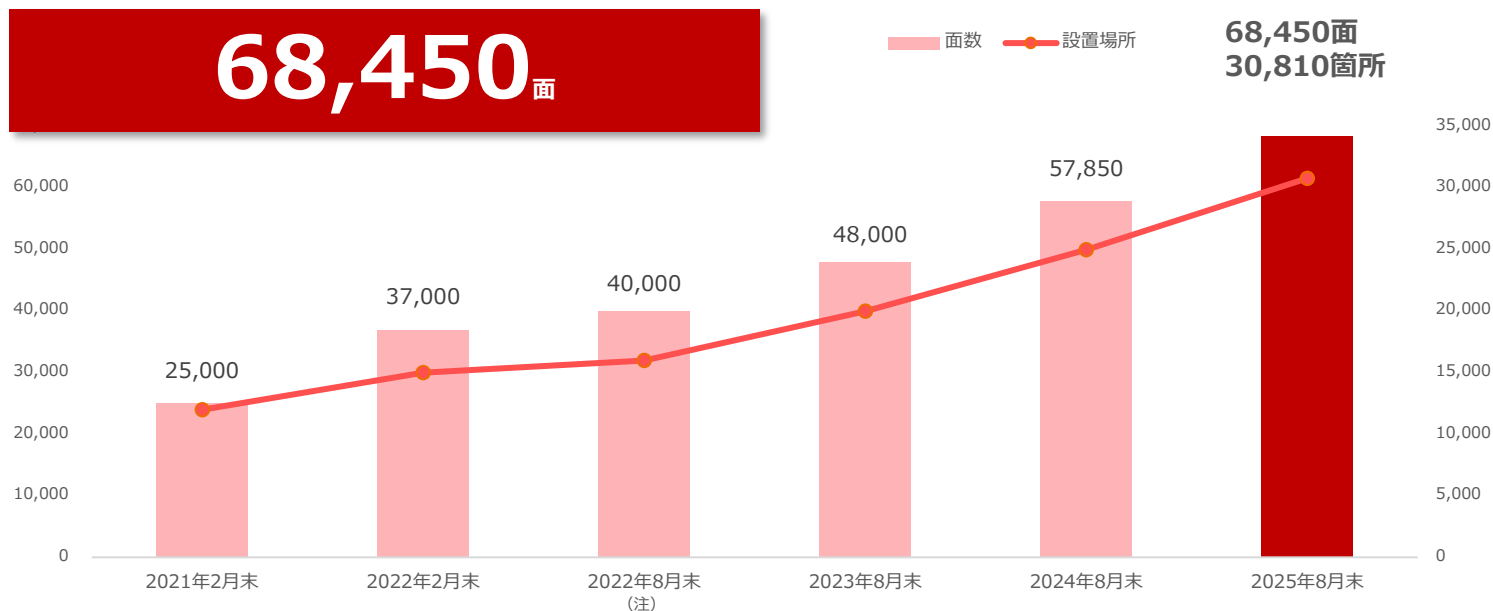


オフィス・金融機関・学校・自治体

主要KPI

- 顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用までワンストップで行う強みを活かし、デジタルサイネージの累計設置施設数は全国で68,450面に拡大。

デジタルサイネージ累計設置施設数・面数



(注) 決算期変更により、2022年3月～2022年8月の6か月間における新規導入施設数及び設置面数を足し上げた2022年8月末の数値を記載

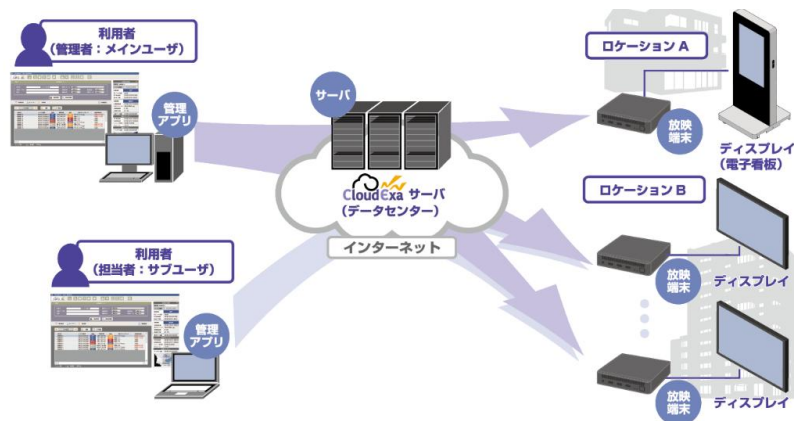
主要KPI 補足

- リカーリング売上を牽引するクラウド型のデジタルサイネージ配信システム「CloudExa」は、インターネット経由で、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が可能。
- リカーリング売上も着実に成長し、リカーリング売上成長率は前期比+43%。

デジタルサイネージ配信システム「CloudExa」

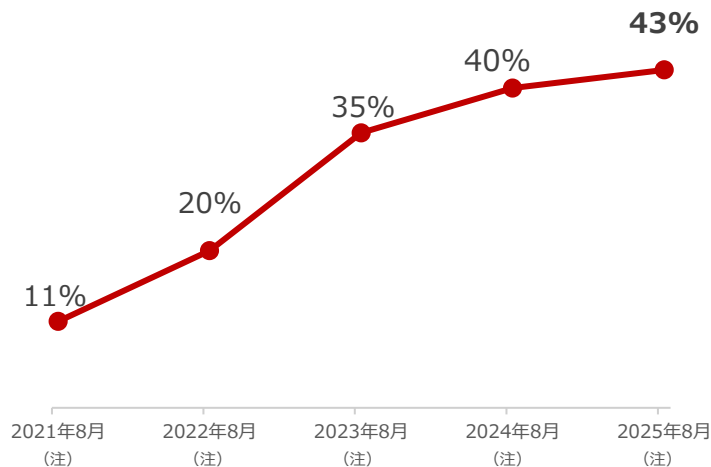


CloudExa：いつでも複数の場所（ユーザー）から全国各地の放映端末へ映像を配信



リカーリング売上成長率（前期比）

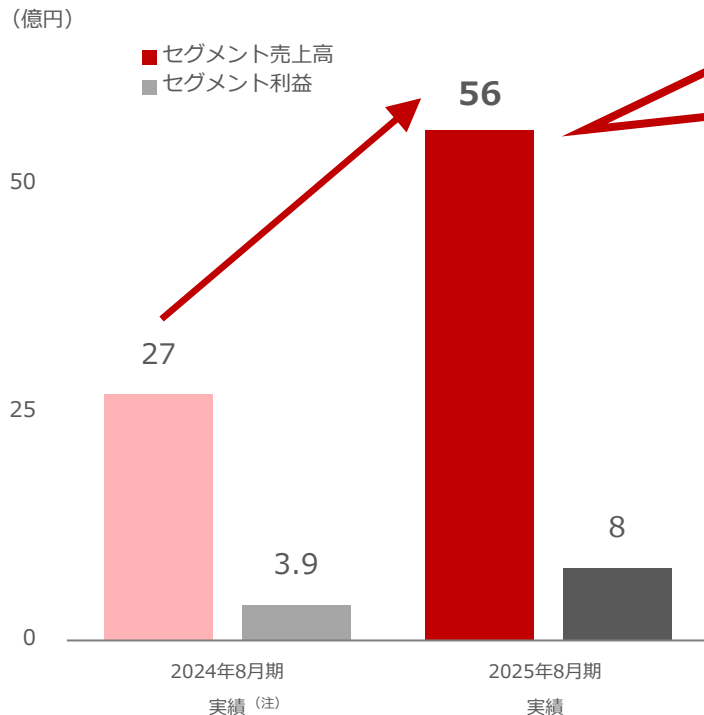
(%)



(注) 決算期変更により、各期の期間が異なるため、各年の9月から翌年8月までの1年間のリカーリング売上を集計し、前年同期比の売上成長率を算出

業績推移

デジタルサイネージ関連事業



**20社のロイヤルカスタマーで
全体売上の60%超を構成。**

20社中、10年以上の安定した取引先が12社。
毎年10%を超える社数のロイヤルカスタマーを開拓。



経営統合後順調に成長

2024年3月にクラウドポイントと経営統合。
リテールマーケティング戦略で、グループの顧客基
盤である多店舗展開する飲食店等への営業を推進。

2025年8月期実績

大量かつ常に更新が求められる情報配信や人手不足
という社会的な課題を受け、足元の旺盛な引き合い
に対し、能動的に優良顧客への営業強化を行い受注
件数増。

2026年8月期

セグメント売上については、全体売上の54%と
予想。セグメント利益については非開示※。

※2025年10月15日開示「2025年8月期通期決算説明資料参照」
過去、セグメントEBITDAとし、業績実績および目標を記載しておりましたが、今後はセ
グメント利益実績のみの開示に変更を予定。

(注) 2024年3月に経営統合。6か月間の実績

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - **ソリューション事業**
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

メッセージングサービス概要

- アララが展開するソリューション事業においては、約8割以上をメッセージングサービスが占める。
- メッセージングサービスは、販促をメインとするマーケティングメールや情報通知を目的とするトランザクションメールにおいて、大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスを提供。メールの配信遅延や不達リスクを低減。



集客や自動通知を目的とした電子メールを
適切なタイミングで一度に大量に配信するサービス

用途

- マーケティングメール**
自社顧客に対する集客やロイヤルカスタマー化を促すメール
※メールの送信数に応じたシンプルな価格設定
- トランザクションメール**
商品・サービスの予約、登録など顧客のアクションに応じた
自動通知メール

主要機能

メール 配信API

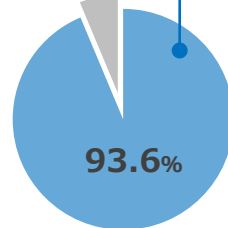
基幹システムなどの外部システムと
自動連携したメール配信をAPIで実現

メール マーケティング

ターゲティング配信から配信後の
効果測定までを標準装備し、HTMLメールも
手軽に作成

ビジネスモデル

売上
分類



リカーリング売上

- サービス利用料**
(顧客社数×顧客単価)
- 年間ライセンス料

スポット売上

- 初期費用 など

商流

直販／代理店／
サービス連携
パートナー(注)

顧客



エンドユーザー



(注) サービス連携パートナー経由の提供・販売とは、アララの提供するサービスとサービス連携パートナーが提供するサービスを統合し顧客へ提供する販売手法を指す

メッセージングサービス導入事例

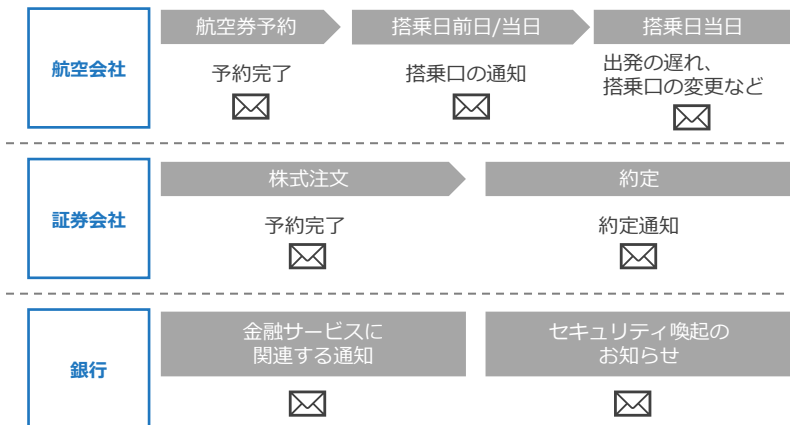
- EC事業者をはじめ、BtoB、BtoCを問わず、多数の会員を抱える企業が、販促や情報伝達のためにメールマガジンとしてメール配信を活用。
- 企業の基幹システムと連携し、アクションに応じた通知メールとしても幅広く活用。
- MA ツール^(注)の一部として、メール配信システムを連携し、高速かつ到達率の高いメール配信を実現している。

メール配信利用用途



- 会員登録** : メールアドレスをサービス利用のIDとして活用
- 自動配信** : 他のシステムと連携し自動でメール配信
- メールマガジン** : 会員向けに情報発信

システム連携利用例



導入実績



TOKIO MARINE
T N P



など

年間配信実績

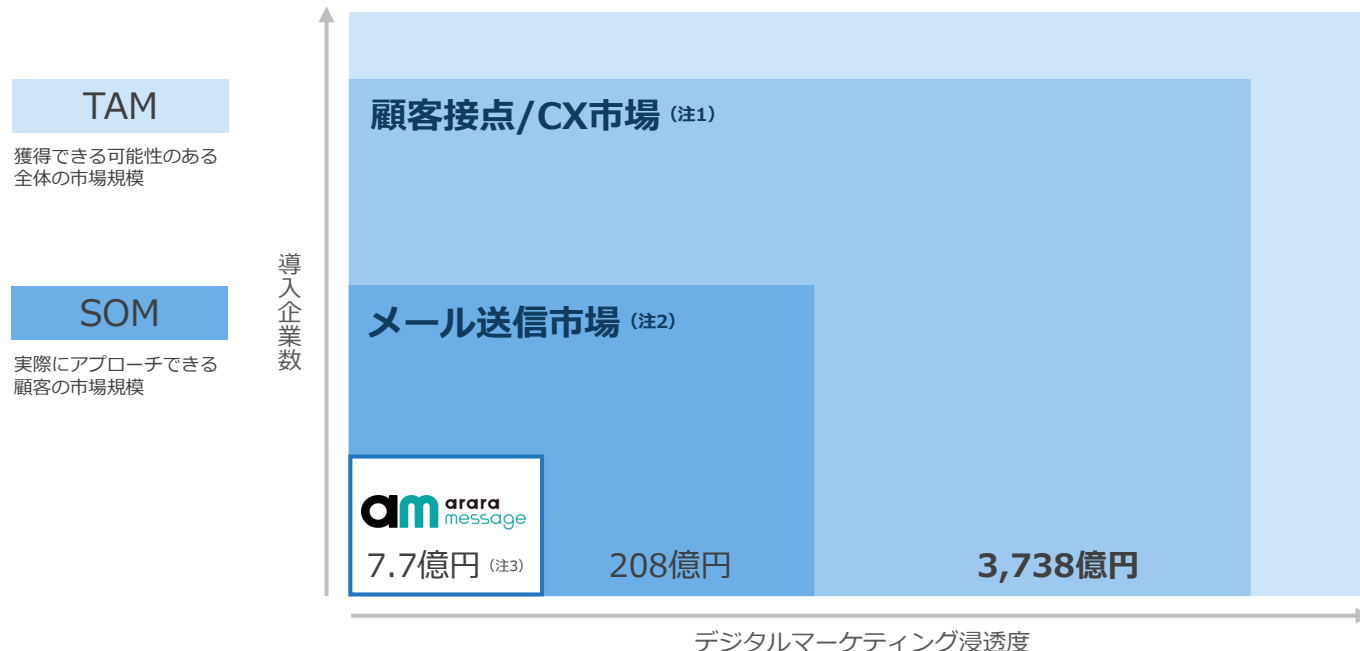


120 億通超

(注) マーケティングオートメーションツールの略

メッセージングサービスの市場規模

- 「アララ メッセージ」は、メール送信市場208億円のうち、3.7%のシェアを占める。
- メール送信市場が属するCX/デジタルマーケティング市場^(注1)の規模は3,738億円であり、潜在的なポテンシャルは大きい市場と考えられる。



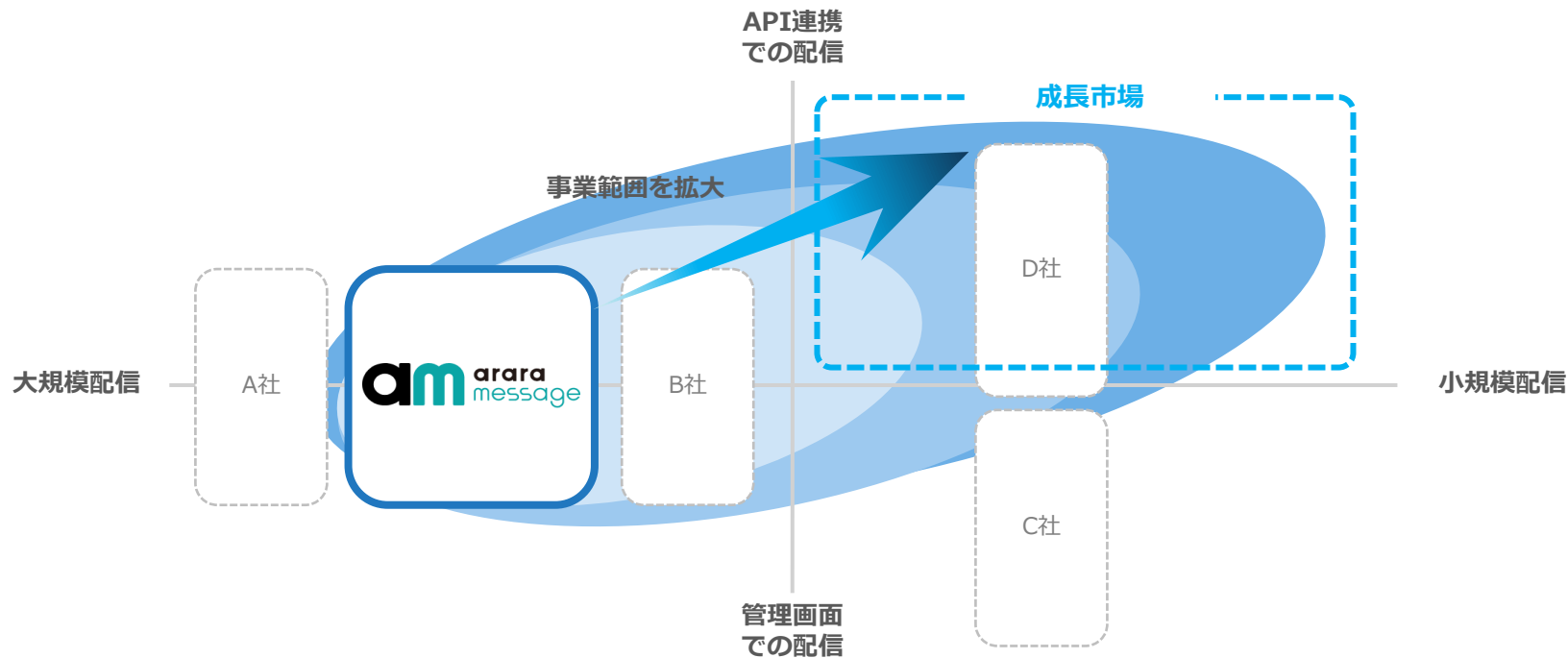
(注) 1. 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2024年版」 顧客接点/CX市場（2025年度予測）

(注) 2. ITR「ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2025」メール送信市場（2025年度予測）

(注) 3. 2025年8月期の実績を使用

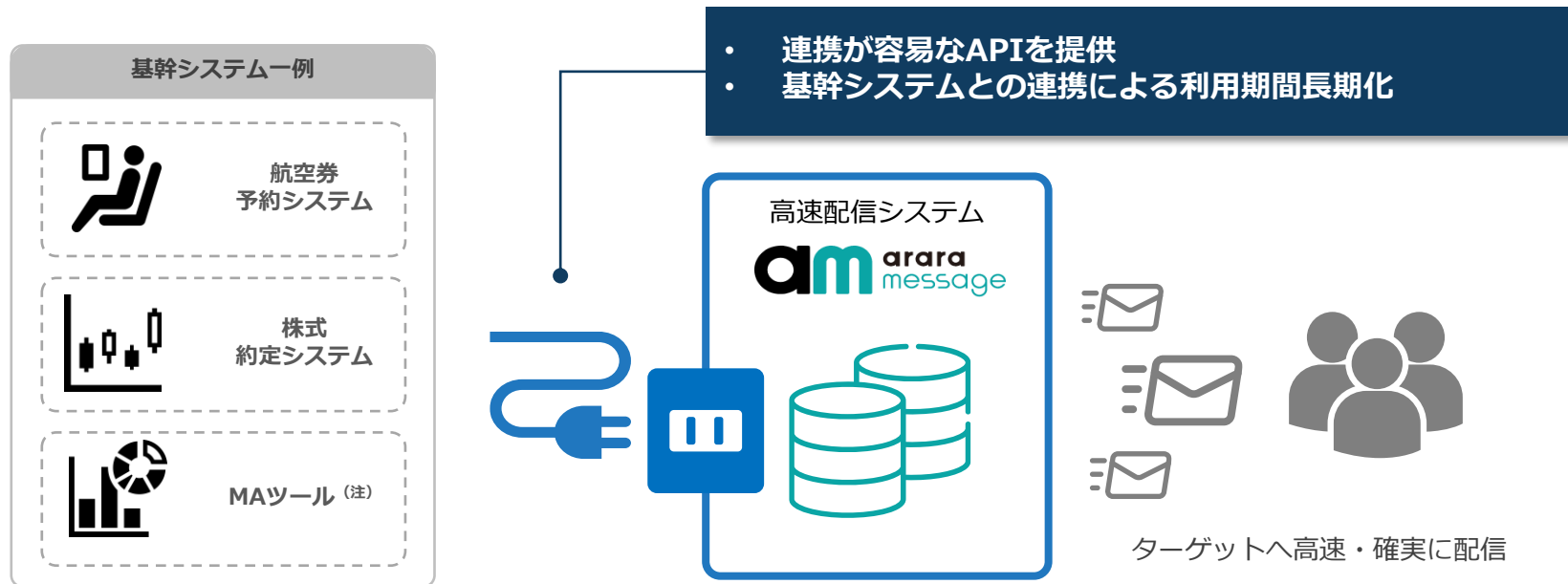
メッセージングサービスの競合環境

- メール送信市場は、メルマガ等のマーケティングメールから予約確認等のトランザクションメールに移行傾向。
- API連携×小規模配信の成長市場に事業範囲を拡大。



メッセージングサービスの強み

- アララの高速メール配信システムを、顧客のサービスにとって最も重要な基幹システムと容易に連携できるようにすることで、欠くことのできないポジションを確保。
- 安心・安全・安定したAPIを提供することで、顧客の長期間の利用を実現。



(注) マーケティングオートメーションツールの略

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

タッチ決済分野へのビジネスの拡張（ペイクラウドホールディングス）

- ・ 国内外で拡大するクレジットカードのタッチ決済を使った後払いサービスの分野へ、当社グループとしても事業拡大を検討中。
- ・ 都内へのインバウンド対応に向けて、2026年春から東京メトロ全線においてもサービス利用が可能となる予定^{（注1）}。
- ・ 2026年8月期下期（2026年3月～8月）に、収益を計上する計画。フェーズ1では、先行費用は当期中に回収予定。



背景

- ・ 近年のインバウンド急増による受け入れ環境の整備。日本国内での対応店舗増加。
- ・ 万博の開催、国際ブランドのキャンペーンなどもあり、鉄道・バスなど公共交通機関での稼働、実証実験なども相次いでいる。

タッチ決済の特徴

- ・ 少額決済であればサインや暗証番号入力不要で決済可能。
- ・ スマートフォンのモバイル決済などとも連携。



（注）1. https://www.tokyo-metro.jp/news/images_h/metroNews250724_53.pdf

HR領域の新サービス「アルムナイ人材活用サービス」の開発・提供（バリューデザイン）

- ・ 自社（お店）で一度働いたことのある人材を再活用する人材プラットフォームの提供を2025年11月より開始。
- ・ 沖縄のスーパーマーケットで導入決定（注1）。
- ・ お店とワーカーの接点維持、エンゲージメントの向上を支援。
- ・ システム開発にかかる初期段階のコストは今期予算計上済み。今後については、事業拡大に合わせ追加投資予定。

アルムナイ^{（注2）} 人材の再活用プラットフォーム



知ってる顔が、また来る安心

りぴすけ

一度働いた人材を資産に。

OB・OGを未来の戦力へ。



（注）1. 2025年11月21日発表「バリューデザイン、デジタルギフトを活用したHR領域の新サービス「りぴすけ」の提供を開始」参照。

（注）2. アルムナイ人材とは：長期・短期に関わらず、その企業（お店）で働いたことがある人材（①通常アルバイト・パートとして働いたことがある、②スキマバイトとして働いたことがある）とする。

投資計画

- 2025年8月期の投資実績は、キャッシュレスサービス事業の新サービスリリースの遅れから未達。
- 2026年8月期は2025年8月期の未達分に加え、キャッシュレスサービス事業では、銀行口座チャージ含む多種多様な決済手段および、デジタルサイネージ関連事業では、新機能を搭載したセットトップボックス^(注)の提供に向けた開発を加速。

資金使途予定	事業	2025年 8月期（計画）	2025年 8月期（実績）	2026年 8月期（計画）
事業投資	キャッシュレスサービス事業	約3.8億円	約2.1億円	約2.3億円
	デジタルサイネージ関連事業	約1.0億円	0.6億円	約1.3億円
	ソリューション事業	約0.2億円	約0.2億円	-円
	その他の事業	-	-	約0.2億円
合計		約5.0億円	約2.9億円	約3.8億円

※本資料発表時点で想定する投資計画

(注) デジタルサイネージの画面上に表示すべき内容を映し出す映像表示器を指す

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

持続的な企業価値向上の源泉となる人材戦略

多様な人材を積極的に確保・育成し、グループミッションの浸透を図り、従業員エンゲージメントを高めることで、多数のグループ経営人材を輩出し、持続的な企業価値向上を目指す。



持続的な企業価値向上に向けたKPI指標の設定

- 企業価値向上に向けて、最重要ポイントと考える人材戦略に関するKPI指標を設定。
- 現況の課題と目標を明確化し、プロセス管理をすることにより、持続的な企業価値向上を図る。

指標	目標	実績	当社グループの考察
①経営幹部の関与希望 経営幹部(執行役員以上)として当社グループにおける企業経営への関与を希望する従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の 45%	2025年8月期末グループ全体 34.1% (全男性従業員に占める比率45%) (全女性従業員に占める比率19%)	✓ 前回実績を下回る結果。ただし、次世代経営幹部育成プログラムへのチャレンジを希望する従業員は42.5%であり、経営幹部への道のりを明確化することで、関与の割合が改善すると考える。
②グループの一員としての誇り 当社グループの一員であることを誇りに感じている従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の 60%	2025年8月期末グループ全体 57.9%	✓ 前回実績を下回る結果。ただし、グループミッションへの共感する従業員は60.4%。 ✓ 各自がミッションを遂行を感じられる環境構築を各社で行うことで、改善を図る。
③海外事業への関与を希望 当社グループが展開する海外事業への関与を希望する従業員割合	2025年8月期末における国内グループ全従業員の 40%	2025年8月期末グループ全体 29.3% (全男性従業員に占める比率28%) (全女性従業員に占める比率30%)	✓ 前回調査を下回る結果。各事業会社が目先の国内事業での成長を求めている現実がある。 ✓ 今後も海外事業拡大に向けて、更なる人材育成・登用を進める。

1. **ペイクラウドグループ概要**
2. **中期経営計画の振り返り**
3. **グループ成長戦略**
 - **2029年8月期に向けたビジョン**
 - **既存事業**
 - キャッシュレスサービス事業
 - デジタルサイネージ関連事業
 - ソリューション事業
 - **新規事業**
4. **人的資本に関する開示**
5. **IR活動**
6. **Appendix**
 1. **グループ業績・2026年8月期業績予想**
 2. **想定されるリスク**

IR活動の強化

事業の成長に加え、投資家との関係構築に向け、投資判断に必要な情報を提供するIR活動を強化。

IR活動の基盤整備

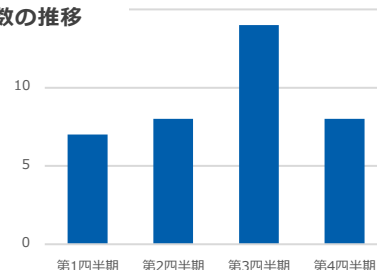
- ・ **月次業績報告の開示**
2023年8月以降、月次業績報告を開示。
資料に加え、動画でも解説。
- ・ **IRサイトの充実**
株主優待ページの新設。
サイト動向を分析し、アクセスしやすいように情報を配置。
- ・ **タイムリーな情報の発信**
開示にあわせ、メルマガ登録者へ情報を発信。



市場との積極的な対話

活動内容	2025年8月期
・ 機関投資家・アナリスト向け説明会・面談の実施 定期的に機関投資家との面談を実施。	37回実施
・ 個人投資家向け説明会の実施 当社を知っていただく機会とし会場も提供	5回実施 (うち1回はオンライン)
・ 株主様向け会社説明会の実施 総会後に説明会を実施。	1回（実施予定）

2025年8月期
機関投資家面談数の推移



月次報告・メディアでの発信

2023年8月期以降、ホームページ上で月次業績報告の開示。

四半期ごとの決算説明をIRTVにて公開。X（旧Twitter）にて公式チャンネルや副社長の井上による情報発信中。

月次業績報告



SNSでの発信



ペイクラウドHD【公式】



@paycloud_inc



ペイクラウドHD副社長 井上



@hao_inoue



@hao-inoue.bsky.social



<https://www.facebook.com/paycloudHD>

株主優待

ペイクラウドホールディングスでは、2024年8月期より株主優待制度を導入しています。

株主様への日頃のご支援に感謝を示すとともに、子会社である株式会社バリューデザインが提供する株主優待ソリューション「選べる株主優待サービス」をペイクラウドホールディングスが導入することで、同サービスをより多くの上場企業様にご活用いただくための認知向上の機会、ならびにバリューデザインの「独自 Pay」サービス導入企業が運営する店舗への送客支援の機会と位置付けています。

2026年8月期以降、株主優待を継続実施する場合は、「継続して1年以上保有」を条件※とする予定です。

※毎年8月31日および2月28日（うるう年は2月29日）を基準日とする株主名簿に、優待基準日から遡って同一の株主番号で連続して3回以上記録された株主様、かつ各基準日において、当社が定める優待対象保有株数を継続して保有している株主様。

優待の内容

保有株式数に応じて、以下のデジタルギフトを進呈。

保有株式数	優待内容
300株以上 500株未満	一律5,000円のデジタルギフト
500株以上	一律10,000円のデジタルギフト


選べるデジタルギフト















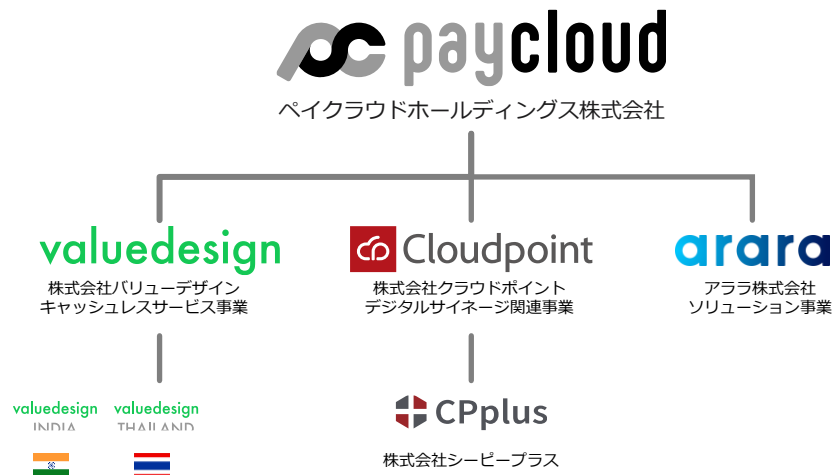

※五十音順

株主優待について : <https://www.paycloud.inc/ir/benefit/>

Appendix

企業概要

- ・ペイクラウドホールディングスは、バリューデザイン、クラウドポイント、アララを傘下におく。



会 社 名	ペイクラウドホールディングス株式会社		
設 立	立	2006年8月	
所 在 地	東京都港区南青山2-24-15 青山タワービル		
従業員数	(連結)	301名 (2025年8月末時点)	
取 締 役	(注1)	取締役会長	三浦 厳嗣
		代表取締役社長	岩井 陽介
		取締役	尾上 徹
		社外取締役	鈴木孝二
		社外取締役 (監査等委員)	井上 昌治
		社外取締役 (監査等委員)	米田 恵美
		社外取締役 (監査等委員)	一木 裕佳
事 業 内 容	ペイクラウドグループ各社の経営管理事業等		
資 本 金	1,054百万円 (2025年8月末時点)		
子 会 社	株式会社バリューデザイン (キャッシュレスサービス事業) 株式会社クラウドポイント (デジタルサイネージ関連事業) アララ株式会社 (ソリューション事業)		

(注1) 2025年11月26日開催予定の定時株主総会において承認可決されることを条件としております。

2025年8月期 通期業績概要（連結損益計算書）

前年同期比で、連結売上高は+3,380百万円（+49.3%）、調整後EBITDAは+568百万円（+78.7%）。
当期純利益は+69百万円（+93.8%）を計上。

（単位：百万円）

	2024年8月期 通期	2025年8月期 通期	増減	通期業績予想			主な要因
				予想 （修正前）	予想 （修正後）	修正後 進捗率	
売上高	6,853	10,234	+49.3% +3,380	9,000	10,000	102.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高、EBITDA、営業利益の通期業績については、修正後業績予想を上回る着地。 ・2024年8月期は、クラウドポイント社の業績の半期（2024年3月～2024年8月）分のみを連結業績として計上。それに対し、2025年8月期は、クラウドポイント社の通期業績を連結業績として計上しているため前年比大幅に業績が伸長。 ・純利益： キャッシュレスサービス事業のiDと独自Payの連携サービスにおいて、大型顧客の導入再延期により、特別損失および法人税等調整額（益）を計上。
調整後EBITDA	721	1,289	+78.7% +568	1,000	1,200	107.4%	
営業利益	337	731	+116.4% +393	500	700	104.4%	
経常利益	320	714	+123.1% +394	—	—	—	
税金等調整前 当期純利益	322	392	+21.7% +70	—	—	—	
当期純利益	74	143	+93.8% +69	—	—	—	

2025年8月期 通期業績概要（連結貸借対照表）

事業規模の拡大による総資産増、および8月末日の暦の関係で預り金が増加。総資産は対前期比+約11.5億円となっている。純資産に占めるのれんの割合は、44.1%であり、対前期末比較▲9.4%まで逓減。

2024年8月期 期末 (単位：百万円)		2025年8月期 期末 (単位：百万円)	
流動資産 4,834 現預金 3,228 受取手形、売掛金・ 契約資産 1,090 棚卸資産 375	流動負債 2,803 買掛金 378 借入金 704 預り金 648	流動資産 6,143 現預金 4,373 受取手形、売掛金・ 契約資産 1,127 棚卸資産 426	流動負債 3,873 買掛金 630 借入金 1,006 預り金 1,142
	固定負債 1,243 長期借入金 1,096		固定負債 1,005 長期借入金 765
	純資産 4,215 (自己資本比率50.2%) 資本金 1,021 資本剰余金 4,805 利益剰余金 -1,659		純資産 4,530 (自己資本比率46.5%) 資本金 1,054 資本剰余金 3,023 利益剰余金 303
	固定資産 3,428 のれん 2,259 投資その他 207		固定資産 3,266 のれん 2,000 投資その他 250
総資産 8,262		総資産 9,409	
資産の部		負債及び純資産の部	

想定されるリスク | 事業環境

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(1)-1	インターネットの利用環境について	低/ 中長期	<ul style="list-style-type: none"> 今後、インターネットの利用に関する新たな規制の導入や技術的障害の発生、その他予期せぬ要因により、インターネットの利用環境が変化した場合には、当社グループの事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット環境に関する規制動向や技術に関する調査等により、環境に適応した事業展開を実施
(1)-2	技術革新への対応について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 新技術・サービスの開発など、インターネット業界は変化が激しいため、技術革新への対応が遅れた場合、業績に影響 新技術への対応に予定していないシステムへの投資が必要になった場合、業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客からの要望をサービス開発に生かすことで、ニーズのある技術やサービスを継続的に展開 ITエンジニアの通年採用や資格取得補助等を実施
(1)-3	システムトラブルについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供を行っているコンピュータシステムへの急激なアクセスの増加や、電力供給停止等の予測不可能な要因によって当該コンピュータシステム及び周辺システムがダウンした場合、業績に影響 コンピュータシステム・周辺システムへの急激なアクセス増加やコンピュータウィルス・ハッカーの侵入、予測不可能な要因によりシステム障害等が生じた場合、業績に影響 従業員の過誤等によるプログラム改ざんや重要データの削除による業績への影響 	<ul style="list-style-type: none"> 安定的なサービス提供のため、複数のサーバによる負荷分散や設備の増強、定期的なバックアップなどを実施 顧客が閲覧できる障害掲示板の提供等の事前対応 将来的なパブリッククラウドへの完全移行に向けた開発
(1)-6	他社との競争について	中/ 中長期	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループが展開する事業領域において、特にキャッシュレスサービス事業、デジタルサイネージ関連事業については、参入障壁が比較的高いと当社グループは認識しているものの、同様の事業を展開する企業とのさらなる競争激化により十分な差別化が図られなかった場合には、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客との関係強化によるニーズの吸い上げ、サービスへの反映を通じ、事業拡大 最適なユーザビリティを追求したシステムの構築、コンテンツの提供、システム利用時の安全性の確保及びカスタマーサポートの充実等への取り組み

(注) その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照。なお、クラウドポイントとの経営統合により売上構成が変化し、SaaS型ビジネスへの依存度が下がったことから、前回まで想定されるリスクに記載しておりました「SaaS型サービスへの依存について」は、今回より記載を省いております。

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(2)-1	サービス等の不具合によるリスクについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 高度化したソフトウェアの瑕疵を完全に解消することは困難であり、当社が開発し、提供するアプリ、ソフトウェアやシステムにおいて致命的な瑕疵が発見され、その不具合を適切に解決できない場合は、当社グループの事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 高度な人材の採用や社内教育によって、信頼度の高い開発体制を維持・構築
(2)-2	工事関連事故について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 「デジタルサイネージ関連事業」においては、機器の施工工事を行っております。当社グループが施工した機器の落下、倒壊等により人的又は物的被害が発生した場合は、当社グループの事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 施工にあたっては、日々の安全衛生管理や技能講習受講の推進、定期的な安全大会実施の他、外部委託先に対しても同様の対策を実施
(2)-4	情報管理体制について	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループは、顧客企業の機密情報や個人情報を取り扱っており、重要な情報資産が外部に漏洩した場合には、当社の社会的信用の失墜、損害賠償請求の発生等による当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 情報資産を保護するため個人情報保護方針、情報セキュリティ基本方針を定めると共に、プライバシーマークを取得し、情報資産を適切に管理、保護

(注) その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照

想定されるリスク | 事業環境

#	項目	顕在化可能性/時期	概要	対応策
(2)-6	代理店及びサービス連携パートナーとの関係について	低/ 中長期	<ul style="list-style-type: none"> 代理店及びサービス連携パートナー（以下、パートナー等）を活用した顧客への各サービス販売力強化を図っているため、パートナー等の事業展開等や多くの顧客と契約を締結しているパートナー等との契約終了により業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> パートナー等との密な情報連携により、契約状況などを把握した上で事業運営・サービス提供を実施 新たなパートナー等との契約締結に向けた営業を強化
(3)-2	海外展開におけるリスクについて	中/常時	<ul style="list-style-type: none"> 当社グループは、シンガポール、タイ、インド等アジア領域を中心に、海外への事業の進出を図っており、各国における法的規制、政情不安や事業環境の不確実性等のリスクに直面した場合は、当社の事業及び業績に影響 	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業を取り巻く環境に関する積極的な情報収集を行い、各国の情勢などを把握した上で適宜事業活動の展開方針を検討

（注）その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」を参照

重要指標等の定義

カテゴリ	用語	定義
重要指標	決済取扱高	独自Payにおいて、バリューデザインの独自Pay決済額及びクレジットカード決済額の合計
	顧客社数・導入企業数	当社グループ各社のサービスを活用している顧客の数
	EBITDA	利払い前・税引前・減価償却前・その他償却前利益
	調整後EBITDA	営業利益+減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む）+株式報酬費用
	顧客	当社グループ各社のサービスを活用する企業
	エンドユーザー	当社グループ各社のサービスを利用する最終消費者
	リカーリング売上	継続的なサービス提供等により、長期的に収益を得られる売上
	SaaS（Software as a Service）	クラウドサーバーにあるソフトウェアを、インターネットを経由して利用できるサービス
キャッシュレスサービス	独自Pay	キャッシュレスサービスを利用し、顧客が店舗の常連客向けに提供する特典や優遇サービス
	チャージバック	メーカーの販促費を、エンドユーザーと顧客に独自Payで還元する販促サービス
	Value Card	キャンペーン提案からオペレーションまでサポートする独自ブランドのクラウド型電子マネー発行サービス
	Value Insight	POSの購買情報やアプリの利用動向等のデータを統合・分析するSaaS型のデジタルマーケティングツール
	Value Gift	メールやSNS等を通じてデジタル化された残高情報を送付できるデジタルコード発行サービス
	Value Wallet	独自Pay機能を搭載した店舗オリジナルアプリ
	Value Gateway	独自Payと同時に、各種QR等コード決済サービスの導入をサポートするサービス
	ディストリビューション機能	直接顧客には販売せず、販売チャネルへサービスを卸す機能
ソリューション	アララ メッセージ	到達率向上・自動化・効果測定により円滑なメールマーケティングを実現するメール配信システム
デジタルサイネージ関連サービス	CloudExa	専用の配信管理アプリケーションを介して、インターネット上に設けられたCloudExaサーバにアクセスし、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が行えるデジタルサイネージシステム
	LED WORLD	クラウドポイント社が販売を行うフルカラーLEDビジョンのオリジナルブランド

将来見通しに関する注意事項

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す。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等に基づいております。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、定時株主総会の時期を目途に開示を行う予定です。
なお、次回の更新は2026年11月の第21回定時株主総会頃を目途に開示を行う予定です。