

2023年11月期 第2四半期 決算説明会 質疑応答の要約

Q1.中堅企業及び中小企業のARPAと顧客数のYoY成長率、またはQoQの成長率を教えてください。

A1.2Qにおいて、Businessの法人のARRが力強くより伸びており、業績上方修正の主な要因となっている。特に、中堅企業向けのARRは、この2Qで、QoQのARRの純増が初めて7億円を突破した。FY21では、QoQのARR純増が2～3億円という水準だったことに比べると大きく上回る水準での伸長だった。

中堅企業のARPAはYoYおよそ+24%ほどで向上しているの、中堅企業のARRのYoY+66%のうち、25%がARPAの向上分で残りが顧客数の増加分と考えていただきたい。

SMBのARPAはYoY+2～3%の向上なので、SMBのARRのYoY+38%のうち、ほぼ全てが顧客数の増加と考えていただきたい。

Q2.Businessドメインにおいて、中堅企業のARRの成長が加速した要因は具体的に何か。また、個人事業主向けの料金改定による影響はどの程度を想定しているか。

A2.中堅企業のARR成長の主な要因はARPAの成長であり、その理由は2つ上げられる。

1つ目は、単価の高い大型顧客が獲得できていることである。『マネーフォワード クラウド経費』におけるMRR数百万円規模の受注や、プロダクトラインナップの拡充に伴って、

『マネーフォワード クラウド会計Plus』、『マネーフォワード クラウド固定資産』、『マネーフォワード クラウド債務支払』、『V-ONE クラウド』などの複数プロダクトを組み合わせた単価の高い受注を創出できている。

2つ目は、クロスセルが着実に進んでいることである。1顧客あたりの課金プロダクト数は、FY22 4Q末においては2.4であったがFY23 2Q末においては2.6と着実に増加している。なお、個人事業主向けの料金改定については、提供しているプランによって変動幅は異なるものの、FY24末時点において、ARPAが約25%から30%程度上昇する見込みである。

Q3.『マネーフォワード ケッサイ』とインフォマート社の提携に関して「インフォマート社が現在の年間流通総額のうち掛売決済に関する取扱高を5年以内に1～2%のシェアまで増加させることを目指す」とあるが、どの程度の売上貢献を想定しているか。足下の市場において

は倒産が増加傾向にあるが、その状況下において需要の拡大や、一方で貸倒の増加などの傾向はみられるのか。

A3. 1～2%のシェアという数字は、インフォーマット社が提供する「BtoBプラットフォーム」における年間流通総額の30兆円のうち、掛売決済に関する取扱高の目標として示している数字。当社以外に様々な会社と取り組みをしており、それらの取り組みによる取扱高を合算した数字となる。仮にその1%の3000億円程度が当社のシェアとなり、平均保証率を保守的に1.5%と見込んだ場合は、45億円程度が『マネーフォワード ケッサイ』の売上となる。同提携が開始直後であることから、まだ見通せない部分もあるがしっかりと進めていきたいと考えている。

現状、貸し倒れの増加傾向は特に見られず、引き続き需要は高いが、世の中の景気変動の影響を受けるビジネスであるため、慎重にリスクコントロールをしていきたい。

Q4. 『マネーフォワード ビジネスカード』について。発行枚数の成長ペースが以前よりも高いように見えるが、訴求できている顧客層や、その顧客による使用方法について教えていただきたい。

A4. 同水準のペースで発行枚数は伸びている。法人カードのプレーヤーが増え、マーケットが広がってきている中で、『マネーフォワードビジネスカード』の認知度も上がってきている。

ユーザーの利用方法については様々なパターンがあるが、会計事務所の顧問先で『マネーフォワード クラウド会計』とセットで利用いただき経理業務のプロセスを自動化・デジタル化するような使い方が多くなっている。プリペイドカードであるため設立直後の法人でも即時発行でき、クレジットカードでは十分な与信が下りないユーザーにも利用いただいている。また、『マネーフォワード クラウド経費』を提案する中で併せて『マネーフォワード ビジネスカード』を使っていただき、デジタル化を促進するという使い方もある。あと払い機能もあるが、非常に高い与信を持つ顧客に絞って提供している。よく知られているような会社であったり、売上が数十～数百億あるような事業規模の会社においてもあと払い機能のニーズがあり、利用が伸びている。様々なニーズがあると思うので、ニーズを捉えながら事業を伸ばしていきたい。

Q5.Businessドメインにおいて、中堅企業にてクロスセルが好調とのことだが、どのようなプロダクトが特に好調なのか。また、インボイス制度や改正電子帳簿保存法に関連するプロダクトについて、駆け込み需要などはあるのか。

A5.決算説明資料P.50を参照。経理財務領域においては『マネーフォワード クラウド会計Plus』や『マネーフォワード クラウド経費』、『マネーフォワード クラウド債務支払』などが足元で成長している。また人事労務領域においては、特に100名以下の企業においては『マネーフォワード クラウド給与』がNo.1のサービスで、非常によく選ばれているなど、主力プロダクトが伸びている。このように、インボイス制度や改正電子帳簿保存法に関連するプロダクトだけではなく、全領域においてしっかりと成長できている。

Q6.決算説明資料P.78において、「FY25以降も収益性の改善を継続する。」との文言を新たに追加されているが、このタイミングで言及された理由と、この文言に込めたメッセージについて教えていただきたい。

A6. FY24通期におけるEBITDA黒字化後は、再び投資を加速し収益性より売上高/ARRの成長を優先するののかという質問を受けることがあるが、そうではなくFY24におけるEBITDA黒字化を確実に達成し、売上高/ARRの成長をしっかりと追求しつつも、FY25以降もマージン改善を推進して収益を伸ばしていきたいという意図を示している。

Q7.従業員数の純増数に対して人件費の増加が大きいように見受けられるが、1人当たりの人件費が上昇した要因は何か。賃上げ等の実施があったのか。

A7.半期ごとの評価において従業員それぞれの活躍に応じて昇給等を判断しているため、一過性の賃上げ等を行っていないが、全体として人件費は増加している。なお、人員数は各四半期末時点での数値であるため、四半期の人件費合計と完全に連動するわけではない。

Q8.ガイダンスについて。今回の通期売上計画の上方修正に対し、とくに広告費を加速化させない中で、売上のバッファがあるにもかかわらず、営業利益のレンジが全四半期比で2億円くらいしか改善しない前提を置いた理由について。採用を強化するということか。

A8.広告宣伝費の見通しについては、第3四半期では見通しが13億円から15億円となっており、上限の15億円となれば第2四半期の約13億円から約2億円増加することになる。

EBITDAのレンジについては、△8億円から△3億円の見通しを出しており、第2四半期は△6億円であったので、上限の△3億円に近づけば改善が進むことになる。採用については、引き続き優秀な人材を厳選して採用することにフォーカスしている。現時点では、2023年11月末までに、従業員数を約2,100名程度まで増員する計画となっており、その前提での見通しとなっている。

Q9.FY23下期の業績見通しについて、売上高は増額だが、利益項目については据え置きもしくは非開示となっている。FY23下期にて利益を考える上で重要な費用項目の見方を可能な範囲で教えていただきたい。

A9.基本的には利益については四半期毎に改善していきたいと考えている。主な費用項目としては広告宣伝費と人件費となり、広告宣伝費については引き続き13～15億円程度の投下を予定している。また人件費については、現状はFY23期末までに2,100名程度まで増員することを想定しているが、かなり厳選採用をしていることもあり、採用の進捗状況次第で変動する可能性がある。

Q10.来期のEBITDAの考え方を教えていただきたい。引き続き、EBITDA黒字化を目指すとなっているが、現時点での進捗状況や経営陣の自信のほどをお聞かせいただきたい。

A10. 新たな経営陣もジョインし、現在の事業・組織状況はここ10年の中でも非常に良い状況。FY24通期でのEBITDA黒字化はコミットしたものであり、実現も可能である。

FY22下期と比較すると、FY23上期はEBITDAは20億円程度改善しているが、広告宣伝費を大きく減らした訳ではなく、売上高をしっかりと伸ばして、粗利を改善させた結果である。今後も、広告宣伝費等についてはむやみに抑制せずとも、規律をもって投資を行うことで、来期のEBITDAの黒字化を達成できると考えている。むしろ、来期のEBITDA黒字化は前提としつつ、どこまで売上高、SaaS ARR、ユーザー数を伸ばしていけるかが重要だと考えている。今後も国内でのSaaS×Fintech企業のNo.1になれるよう努力していきたい。