弊社サービス「monofun」のご案内

株式会社 MONO Investment



中西諒

大阪大学経済学部卒業

野村アセットマネジメント及びBlackRock Japanにてアセットマネジメント業務に従事。

その後、2020年1月に株式会社MONO Investmentを設立し、代表に就任



佐々木辰

大阪大学大学院経済学研究科修了

みずほコーポレート銀行等を経て、株式会社SiiiboのCFOとして資金調達及びアライアンス業務に尽力。

その後、株式会社MONO Investment代表に就任



入舩勇人

大阪大学法学部卒業

2014年にみずほ銀行に入行し、中小企業から大企業まで幅広に資金調達支援に携わる。

2020年1月に株式会社MONO Investmentの取締役に就任



岩尾 翔維

大阪大学文学部卒業

他社でエンジニアとして4年間勤務。2020年6月より当社のエンジニアとして参画

商号	株式会社 MONO Investment
事業内容	会員権型前払式ポイントプラットフォームの開発・運営
設立日	2020年1月29日
代表取締役	中西諒、佐々木辰
外部株主	株式会社サイバーエージェント・キャピタル、遠山正道
資本金	52,000,400円（資本準備金を含む）
所在地	東京都品川区上大崎２丁目３番２１号
取引金融機関	みずほ銀行、三井住友銀行

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

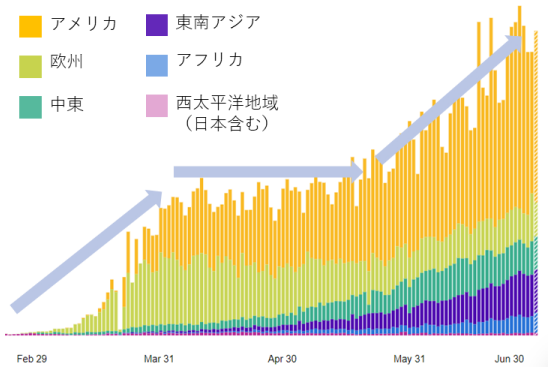
新型コロナウイルスの第２波・第３波に備えた対策が必要

データ①

新規感染者数の継続的増加

足元、再びコロナ新規感染者数は日本及び世界で増加傾向

専門家の中には「第2波」確実視の声も



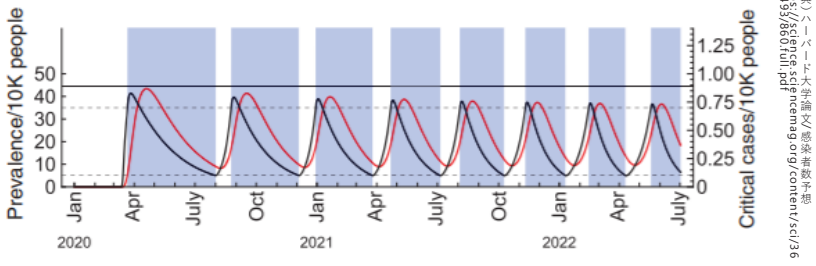
（出典）世界保健機関の公表データ
新規感染者数推移

データ②

2022年頃まで流行が継続

ハーバード大は2022年まで流行すると予想

医療崩壊を防ぐために外出自粛等の継続的な実施の必要性を示唆



※黒線はコロナ感染者数、赤線は重症患者数、青帯は外出自粛期間を示す

（出典）ハーバード大学論文/感染者数予想
https://science.sciencemag.org/content/sci/368/6493/860.full.pdf

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

エンゲージメントの向上および資金繰りの改善が求められている

エンゲージメントの低迷

ファンの獲得

継続的に来店してくれる固定客やお店のファンを増やしたい

テイクアウト、EC販売など来店以外のサービスを普及させたい

顧客ヒアリング

メニューやサービス改善のために、お客様の生の声を聴きたい

データ活用

自社店舗の利用客に関する整備されたデータをマーケティングに活用したい

外部サイト依存脱却

店舗紹介・予約等の機能を外部サイトに依存しており、店舗紹介が画一的、予約機能が従量課金になっていることが不満だ

資金繰りへの懸念

調達先確保

銀行の融資枠がいっぱいなので、他の調達先を確保したい

手元現金確保

第2波・第3波に備えて手元現金を確保したい

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

お得感と特別感が両立できるサービスが求められている

お得に飲食を楽しみたい

クーポンサイトの乱立

色々ありすぎてどのサイトが一番お得かわからない

クーポンサイトはコースの割引が多いが、本当にお得になるのかはよくわからない

継続利用をしながらお得に飲食がしたい

初回利用限定の割引クーポンはたくさんあるが、継続的に利用しながらお得に飲食ができる方法を知りたい

イキツケの店舗を持ちたい

特別扱いをされたい

他の一般客とは異なる特別なお客様としてお店から接してほしい

お店のスタッフや他の常連客と繋がりたい

なじみの店のスタッフや客と仲良くなって、お店の中のコミュニティに入ってみたい

「オーナー」としてお店と関わりたい

単なる利用客の立場を超え、あたかもオーナーかのようにお店と関わり、お店をサポートしたい

monofun

事業者（飲食店等）は、顧客エンゲージメントの向上と資金繰りの改善が、

消費者（会員）は、お気に入りの商品やサービスをお得に利用しながら、継続的に応援することが可能に



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

前払式ポイントとクエストを活用して、顧客獲得とエンゲージメント向上を実現

①前払式ポイント

サブスク会員権の購入

消費者に対して会員権を販売し、【10%】のプレミアム付きのポイント※を定期的に還元

※ポイントは購入した飲食店でのみ利用可能

ポイント購入

消費者は必要なときにポイントを随時プレミアム付きで追加購入することが可能

ポイントは、サブスク会員だけでなく、フォロー会員※も購入可能

※無料で登録できる会員のこと



②クエスト

クエストの活用

リピート率向上やエンゲージメント向上を目的にクエスト※を設定

※クエストとは、事業者が定めた条件を達成した場合に、ポイントの還元等を実施できる機能のこと



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

クエストは、顧客エンゲージメントの向上を実現するマーケティング手法

クエストについて

クエストとは？

事業者が定めた条件を達成した場合に、リワードを提供できる機能のこと

リワードの提供により、店への興味関心や愛着度を高め、顧客エンゲージメントの向上と、新規・リピート客の獲得を実現

条件やリワードの内容は、店舗ごとに柔軟に設定可能

クエストの種類

貢献型クエスト

飲食店が会員に依頼したいことを設定し、達成した会員にのみリワードを提供

配当クエスト

飲食店自身が設定した目標（例：売上目標等）を達成した場合に、クエストへの参加を表明していた会員にリワードを提供

クエストの具体的内容

	条件	リワード
貢献型クエスト	以下の様な特定の条件を満たす場合 ・友人紹介 ・アンケート調査への回答 ・閑散期、食材が余った時の来店 ・系列店への来店	ポイントの還元 交流会・メニュー試食会への招待 優先予約権・優先利用権の付与 ワンドリンクサービス
配当型クエスト	以下の目標値を達成した場合 ・月商 ・来店客数 ・新メニュー売上 ・会員数	ポイントの還元 優遇レートでポイントを販売 店舗主催の交流会にご招待 ワンドリンクサービス

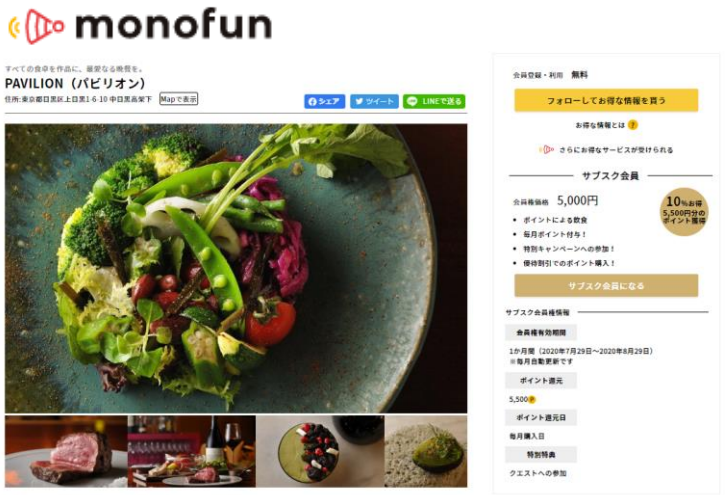
MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

飲食店のリピート客獲得フロー

バリューチェーン	アクション	外注余地	コスト	効率化	現状の代替品
① 新規顧客の獲得	✓ 飲食店ポータルサイトでクーポン等の割引施策を実施し、来店を誘致	大	大	●	食べログ等
② サービス提供	✓ 来店した顧客に対して、飲食サービスを提供	小	大	◑	—
③ 会員登録・SNSフォローの促進	✓ 店舗独自の会員・ポイント制度への加入やSNSのフォローを促す	中	中	◑	独自ポイント インスタ Line@
④ 会員（フォロワー）に対する情報発信	✓ 定期的に情報発信して、関心度合いを高める	中	中	◑	インスタ Line@
⑤ 再来店促進	✓ 割引施策の実施により、再度の来店を誘致	大	大	●	独自 ポイント
⑥ 常連化	✓ 複数回の来店を獲得 ✓ ロイヤルティ向上へ	—			

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

自社　monofun



【機能】
- ✓ 会員権型前払い式ポイントプラットフォーム

【特徴】
- ✓ 経済的メリットや情緒的メリットを訴求した来店誘致・顧客囲い込み施策
- ✓ ユーザーに対する情報発信・コミュニケーション
- ✓ 顧客の消費行動を横断的に収集し、それに基づいた施策の提案を受けることが可能

VS

代替品　独自の会員・ポイント制度





【機能】
- ✓ 利用実績に応じたポイント付与やクーポン券の配布

【特徴】
- ✓ 経済的メリットを訴求した来店誘致施策
- ✓ ユーザーとのコミュニケーションは困難
- ✓ 取得できる顧客データは限定的
- ✓ オーダーメイドで開発すると、ある程度の機能は実装できるものの、コストは高い

（出典）各社ホームページ

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

High Value ● Low Value ○

	monofun	代替品（店舗独自施策）
顧客データ	● ✓ 名寄せされた店舗利用データを獲得できる。横断的にユーザーの消費性向を把握できる	◑ ✓ 店舗利用に関するバラバラのデータのみ収集可能
マーケティング施策	◕ ✓ 客観的なデータをもとに推奨されたマーケティング施策を実施可能 ✓ 店舗との繋がりを深める様々な施策において利用可能	○ ✓ 担当者の経験と勘に頼った、マーケティング施策に留まる ✓ 会計時の割引利用に限定
コミュニケーション	◕ ✓ 前払いポイントを購入しているような、店舗に対して関心の高いユーザーとコミュニケーション可能	◑ ✓ LINE、インスタ等外部SNSを利用 ✓ 自社ポイントとの連携を行う場合コストが発生
客観性	◑ ✓ 信頼できる第三者の介在によって、幅広いポイントの利用（業績連動還元等）を促すことができる	○ ✓ 第三者の介在がないため、ポイントの利用方法は、利用額に応じたポイント付与等に限定
オーダーメイド性	◑ ✓ 当社システムを貴社要望に応じて会員・ポイント制度をご提供 ✓ 当社が開発したシステムをご利用頂くため、導入運用コストは低い	● ✓ 自社の希望を100%反映させたシステム設計が可能 ✓ １から開発するため、導入運用コストは高い

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

会員権とクエストを活用して、ファン獲得を実現

<フォロー会員登録画面>



<サブスク会員購入画面>



<クエスト画面>



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

クエストを通じてお客様からのフィードバックを促進

<クエスト画面>



<プロフィール画面>



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

貴社ホームページから会員権画面への遷移もスムーズ。予約・テイクアウト注文も可能

<貴社ホームページ画面>



<予約・テイクアウト注文画面>



<会員権情報画面>



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

ポイントやサブスク会員権の販売により資金繰りが改善

<ポイント購入画面>



<サブスク会員購入画面>



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

エンゲージメントの高低に応じた施策を実施。フォロー会員からサブスク会員へのシフトを促進

新規顧客獲得

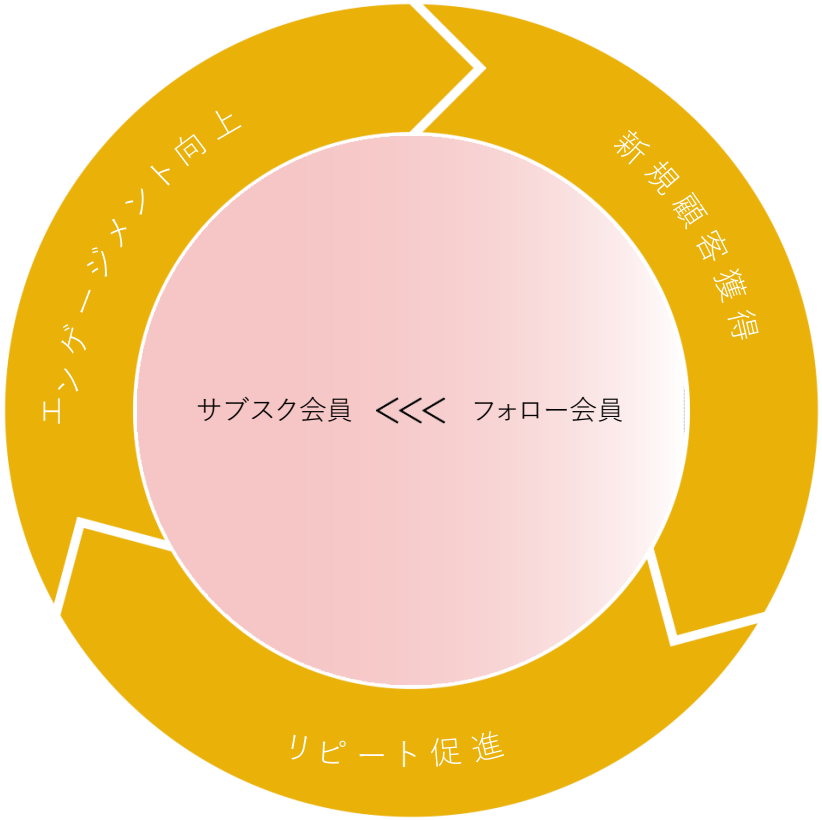
ポイントの販売や、サブスク会員による紹介等を通じて、初来店を促す

リピート促進

プレミアム付きでのポイント購入や、固定リワードの還元を訴求。定期的な来店やサブスク会員権の購入を促す

エンゲージメント向上

お店への知人紹介を促すクエストや配当クエスト等を通じて、店とお客様との間で一体感を演出







出典：パビリオン公式ホームページ

- **所在地**
  中目黒駅から徒歩2分
- **特徴**
  株式会社スマイルズ（Soup Stock Tokyoの運営会社）が経営するイタリアンレストラン。LOVEとARTがテーマの店で、天井高5mを超える空間には、西野達や名和晃平らアーティストによる巨大なアートが点在し、独自の世界観を創りだしている
- **導入理由**
  新規顧客の獲得強化のため
- **客単価**
  6,000円～8,000円（ディナー）
- **導入している販促サービス**
  食べログ、ぐるなび、Retty、一休、OZmall
- **SNS**
  facebook、Instagram





出典：Bar BASHI公式ホームページ

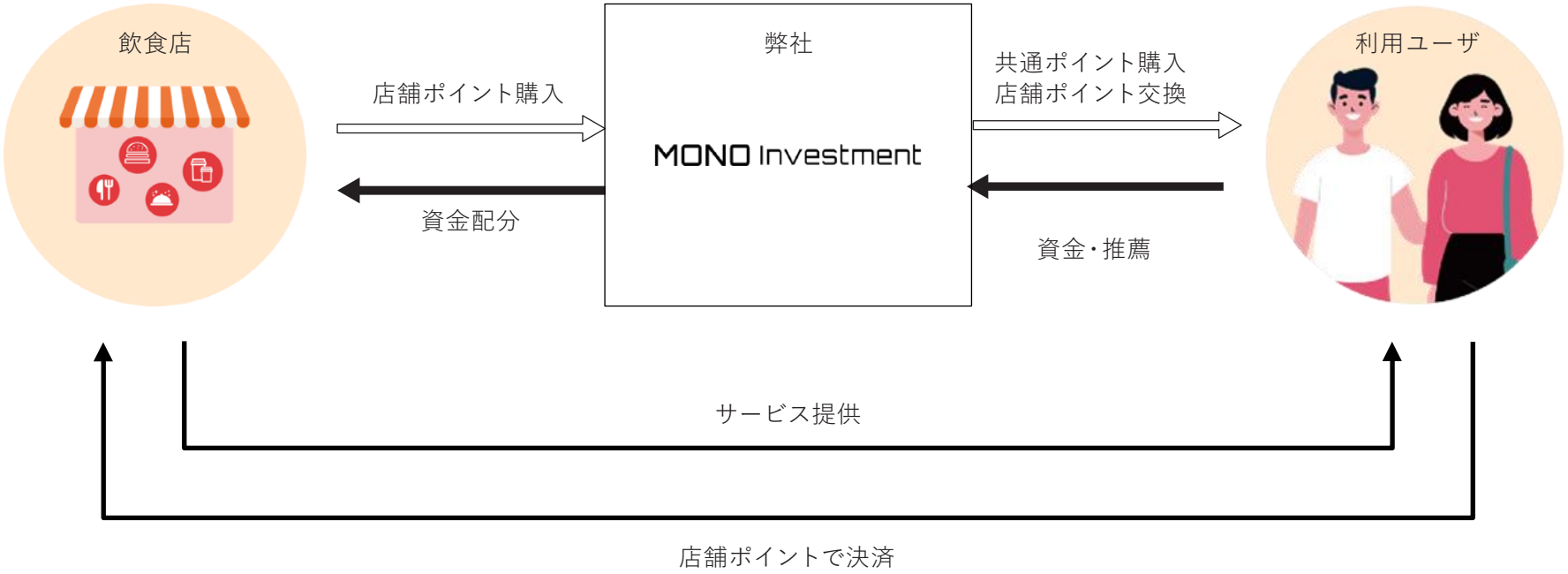
- **所在地**
  恵比寿駅から徒歩5分
- **特徴**
  恵比寿ガーデンプレイスのすぐ近くにあるバー。日本人だけでなく外国人の利用客も多い。隠れ家的な雰囲気があり、一見客は若干入りにくい感もあるが、店内の雰囲気や店員の対応は親しみやすい。リピート客が多い
- **導入理由**
  既存顧客との関係性・一体感を強化するため
- **客単価**
  2,000円～3,000円
- **導入している販促サービス**
  食べログ
- **SNS**
  Instagram

共通ポイントの導入により、より多くの新規顧客流入を実現

共通ポイント

monofunに加盟する飲食店で利用できる共通ポイントの導入を予定

会員にとってはポイントの利便性が向上。飲食店は新規顧客獲得が可能になる



MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

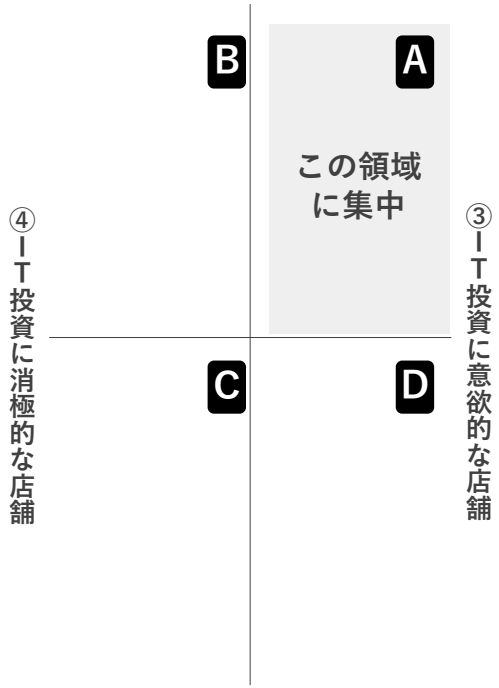
- WHO - 特にどの層に	BtoCの商品やサービスを提供している事業者 ✓ まずは顧客とのコミュニケーションに意欲的な飲食店向けにサービスを展開 ✓ 近い将来、D2C企業や一次産業生産者等にも展開予定
- WHAT - どういった 独自性の高い価値を	会員権型前払い式ポイントプラットフォームの提供 ✓ データに基づいたマーケティング施策をKPIに合わせて実施可能 ✓ 前払いの仕組みにより、資金繰りの安定化が可能
- HOW - どういう独自性の高い 仕組みや技術で	✓ ユーザーの行動データを分析し、各事業者に効果的な施策を提案 ✓ 資金決済法、金融商品取引法の制限を受けないように、疑似的に株主のような世界観をユーザーに訴求
- How Much- どういう プライシングで	✓ 前払い式ポイントの購入金額に対して一定割合（約10%）を徴収 ✓ 将来的にはSaaS型の固定手数料を設定することも検討
- Alternative - ターゲットにとっての 代替品とメリ＆デメ	各事業者が独自で行っている会員・ポイント制度 ✓ メリット　：自店舗情報のみを配信可能・仕組みの柔軟性が高い ✓ デメリット：導入運用コストが大きい/有効な施策を打つためには社内に知見をためる必要あり。蓄積されるデータは自社ポイント利用分に限定されるため、会員の行動を横断的に捕捉できない

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

顧客とのコミュニケーションに意欲的な飲食店がターゲット

A=最大市場（市場の最大公約数）

①顧客とのコミュニケーションに意欲的な店舗

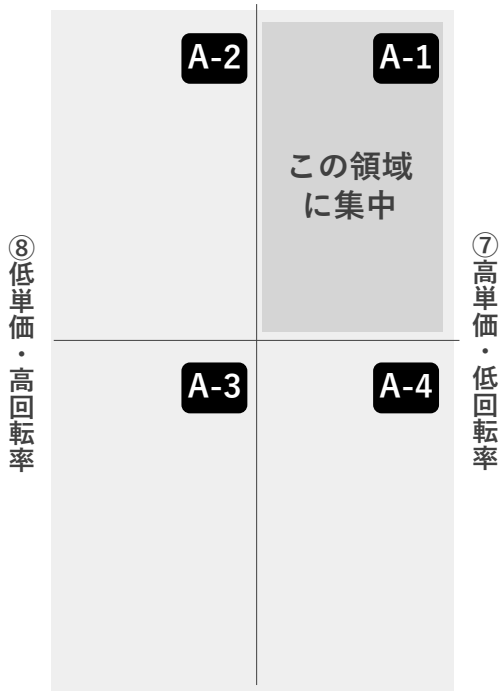


②顧客とのコミュニケーションに消極的な店舗

29万事業所
（飲食事業者数×飲食ポータルサイト利用率）

A-1=ターゲット層（ニーズが強い層）

⑤ブランドを確立できていないor強化したい店舗

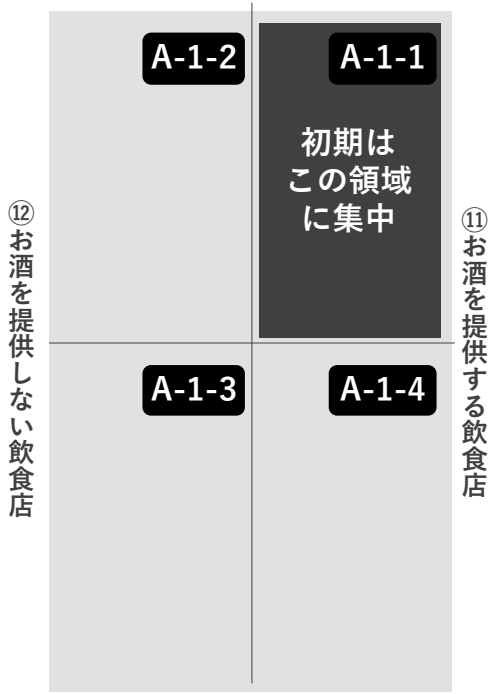


⑥ブランドを確立できている店舗

17万事業所
（左記×客単価3,000円以上割合×80%）

A-1-1=初期ターゲット層（入りやすい層）

⑨都市所在



⑩地方所在

4.2万事業所
（左記×酒類提供店舗割合×100万都市を抱える都道府県の店舗割合×掛目50%）

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

弊社が運営することで、貴社は多くのメリットを享受

① 管理・利用の簡易化

お客様に関する情報の管理や、ポイントの付与や決済を、簡単に確認・管理することが可能

追加設備投資なしで、アナログで煩雑な管理を、デジタルかつスマートな管理にシフト

② 法規制への対応

同様のことを自社で行う場合、資金決済法や金融商品取引法といった複雑な法規制に対応する必要あり

法的要件を充足するように金融プロフェッショナルが対応

③ 横断的な情報把握

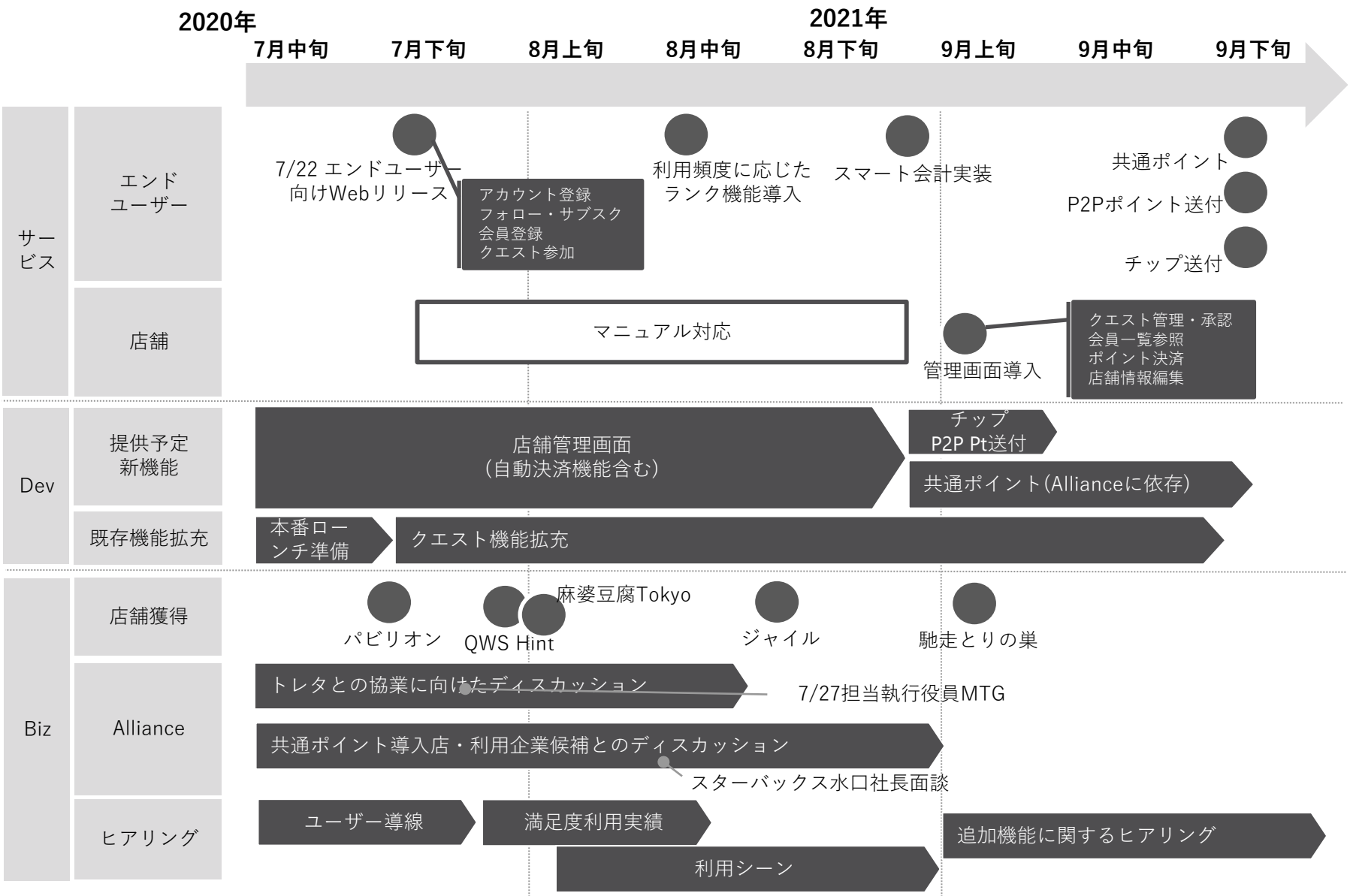
会員のプライバシーに配慮しながら、飲食店関連への消費額等のデータを確認可能

④ 効果的なマーケティング施策のご提案

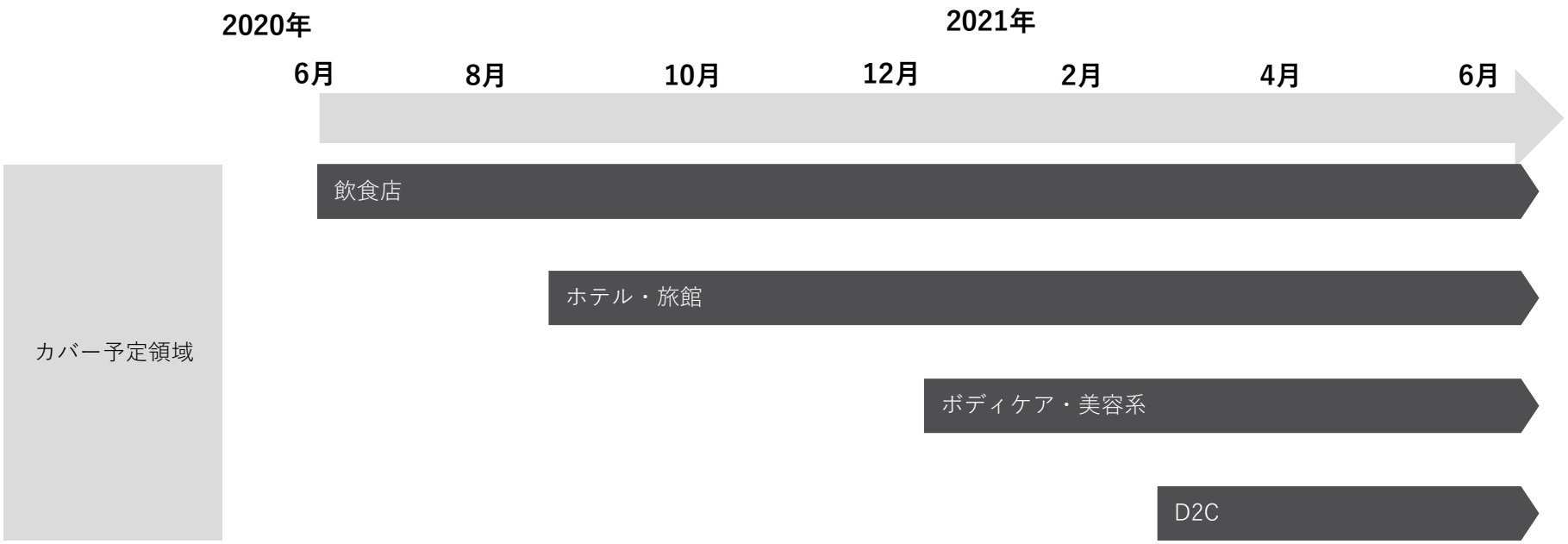
貴社以外の店舗に関する事例やデータが弊社内にノウハウとして蓄積していることから、貴社独自で実施するよりも、

多くの事例・データに基づいた、効果的なマーケティング施策をご提案・実施可能

直近のスケジュール


2020年
2021年
7月中旬
7月下旬
8月上旬
8月中旬
8月下旬
9月上旬
9月中旬
9月下旬
サービス
エンドユーザー
店舗
Dev
提供予定新機能
既存機能拡充
Biz
店舗獲得
Alliance
ヒアリング
7/22 エンドユーザー向けWebリリース
アカウント登録
フォロー・サブスク
会員登録
クエスト参加
利用頻度に応じたランク機能導入
スマート会計実装
共通ポイント
P2Pポイント送付
チップ送付
マニュアル対応
管理画面導入
クエスト管理・承認
会員一覧参照
ポイント決済
店舗情報編集
店舗管理画面
（自動決済機能含む）
チップ
P2P Pt送付
共通ポイント（Allianceに依存）
本番ローンチ準備
クエスト機能拡充
パビリオン
QWS Hint
麻婆豆腐Tokyo
ジャイル
馳走とりの巣
トレタとの協業に向けたディスカッション
7/27担当執行役員MTG
共通ポイント導入店・利用企業候補とのディスカッション
スターバックス水口社長面談
ユーザー導線
満足度利用実績
追加機能に関するヒアリング
利用シーン

今後の領域



ホテル・旅館

- ホテル・旅館業界の市場規模は約3兆円
- ホテルや旅館のサービスは個別性が強く、ホテルに対する愛着は強い
- 顧客の支払いがサービス提供者の売上増に明確に繋がる
- 平均宿泊頻度は約3回/年
- 施設単位で売上捕捉可能
- 粗利率は約77%

理美容室

- 理美容業界の市場規模は約2兆円
- 理美容室の平均リピート率は約10%。リピートをしていない顧客が多い
- 顧客の支払いがサービス提供者の売上増に明確に繋がる
- 平均理美容室利用頻度は6回/年
- 店舗単位で売上捕捉可能
- 粗利率は約78%

小売業

- 小売業界の市場規模は約145兆円
- 一般的な小売業は商品の品揃えや価格帯が重要であり、提供サービス自体への愛着は低い。一方、D2Cの場合は提供商品に対する愛着が強い
- 顧客の支払いとサービス提供者の売上増との繋がりが不明瞭。D2Cの場合は、繋がりが明確
- 食料品購入時の利用頻度は144回/年
- 店舗単位で売上捕捉可能
- 粗利率は約39%

Appendix

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

会員に関する様々なデータの獲得が可能

取得できるデータ

属性データ

会員に関する様々な属性データを取得することが可能

<具体例>　会員の氏名、メールアドレス、性別、生年月、居住エリア、電話番号、勤務先業界、年収、家族構成　等

自店舗利用に関するデータ

会員の自店舗利用に関するデータを網羅的に把握可能

<具体例>　会員権の種類、ポイントの残高、ポイントの利用状況、クエスト達成状況、来店回数、来店日時、来店ごとの決済金額　等

店舗利用者の購買力に関するデータ

会員のプライバシーにも配慮しながら、飲食店関連への消費額等のデータを取得可能

<具体例>　他店舗でのmonofun利用金額の合計、クエストへの取組み状況　等

データ活用例

お客様の属性や来店動向を踏まえたマーケティングの実施

お客様の属性や来店動向を踏まえて、個別にマーケティング施策を実施。お店へのエンゲージメントを踏まえた効果的な施策を実現

<具体例>　来店頻度が低い人に対して、ポイント還元率の高いクーポンを案内し来店を促す

来店頻度が高い人に対して、特別イベントにご招待し、エンゲージメントをさらに高める

女性の会員に対して、女性限定新商品に関するお知らせをmonofun上で送る

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

monofunは、エンゲージメント向上と資金繰りの改善を同時に可能にするサービス

エンゲージメントの向上

ファンの獲得

前払式ポイントの活用やクエストを通じて、顧客の常連化を実現

顧客ヒアリング

お客様の生の声が拾いやすくなり、サービス改善に繋がる

データ活用

自店舗の会員に関する属性や購入データを把握可能。データに基づくマーケティング施策立案を支援

外部サイト依存脱却

自社ホームページ経由で、会員権購入・予約が可能。口コミサイトに加わる新たなお客様の窓口に

資金繰りの改善

現金の確保

会員権やポイントの代金は一括前受けのため、資金繰りが改善

現金返済の必要なし

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

- 資金決済に関する法律
  会員権に付与するポイントは、6か月以内に有効期限が到来するため、「前払式支払手段」には**該当しない**

- 金融商品取引法
  当社が提供する会員権は、同法で定義される「有価証券」には**該当しない**

- 出資法
  店舗が会員から集めた資金は、同法で規定する「預り金」には**該当しない**

			MONO Investmentが選ばれる理由	
カテゴリー	**内容・特徴**	**出資者のリターン**	**出資者サイド**	**店舗サイド**
寄付型	• 出資者から寄付を募る	• 基本的になし	• リターンがある	• 顧客と継続的な繋がりができる • 多くの金額を調達しやすい
購入型	• 資金を提供し、新商品やサービスを購入予約 • 経済的+精神的充足を得る	• 商品 • サービスの使用権	• 出資後もポイントを追加的に獲得できる	• 顧客と継続的な繋がりができる
融資型	• 個人投資家から小口で集めた資金を融資 • 出資者は金利を継続的に受領	• 金利	• 実質的に、一般的な金利水準よりもリターン率が高い	• リターンの提供に際して、キャッシュアウトがない
ファンド型	• 個人投資家から小口で集めた資金をTK出資 • 売上や利益が計上されなければ、配当は受領できない	• 配当	• 商品等のリターンが得られる • リスクが低い	• リターンの提供に際して、キャッシュアウトがない
株式型	• 非上場株式に投資 • 上場するまで、売却制限あり	• 売却益・配当	• 商品等のリターンが得られる • 資金化までの時間が短い	• リターンの提供に際して、キャッシュアウトがない • 経営に口出しされるリスクがない

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

ポイントの付与

①会員権を発行。100万円を対価に同額分のポイントを付与

未収入金	1,000,000	前受金	1,000,000

②締日に弊社向けお手数料をお支払い

支払手数料	200,000	未収入金	200,000

③弊社からポイント代金をご入金

現預金	800,000	未収入金	800,000

④10万円分のサービスを提供、ポイントで決済

前受金	100,000	売上	100,000

クエスト関連

①会員全体に売上連動ポイント10万円分付与

（仕訳なし）		（仕訳なし）	

②現金3千円と7千円分のポイントを利用し1万円分飲食を実施

現金	3,000	売上	10,000
売上値引	7,000		

（販促費でも可）

③期末決算時におけるポイント未使用残高(9万3千円)の仕訳

ポイント引当金繰入	93,000	ポイント引当金	93,000

※本会計処理はあくまで一例です。実際の会計処理に関しては、顧問税理士等の専門家にご確認ください

MONO Investment, INC. FOR AUTHORIZED RECIPIENTS ONLY

Mission

全ての人に“投資体験”を

Vision

消費と投資の垣根をなくす新しい世界観を創造する