

商業施設向け案件が順調に稼働開始

提供：GMO フィナンシャルゲート株式会社

開催日 2026/05/18

目次

目次

本編

1. 2026年9月期 第2四半期総括

2. KPI推移・事業ハイライト

3. 成長機会への対応・AI活用

4. 成長戦略と取り組み状況

補足情報

Appendix (財務情報、投資・株主還元方針)

杉山憲太郎氏（以下、杉山）：GMO フィナンシャルゲート代表取締役社長の杉山です。2026年9月期第2四半期の決算についてご説明します。よろしくお願ひします。アジェンダはスライドに記載のとおりです。

1.1 2026年9月期 上半期 総括

1.1 2026年9月期 上半期 総括

売上・営業利益ともに通期計画に対して前倒しで進捗
大手商業施設向け複数案件が順調に稼働開始。下期における本格展開に向け推進継続

2026年9月期 1H P 6-10

定量	・リカーリング型売上	： 52.2 億円(YoY +29.9%)	
	・総売上収益	： 105.1 億円(YoY +16.2%)	上期計画比 121.7%、通期計画比 53.3%
	・営業利益	： 15.5 億円(YoY +12.8%)	上期計画比 112.4%、通期計画比 55.7%
KPI P 12-13	-アクティブID数	： 45.6 万ID(YoY+4.5万ID)	-ARPU(1H累計)： 1.15 万円(YoY+15.4%)
	-決済処理件数(1H累計)	： 6.3 億件(YoY+33.3%)	-GMV(参考)： 4.7 兆円(YoY+22.8%)

- | | | |
|----|-----------------|--|
| 定性 | ・業種・業態別エコシステム拡大 | ： 大手商業施設向け案件が稼働開始し、3Q以降に本格展開
新規・既存ともに横展開を加速 P 25 |
| | ・成長機会への対応 | ： 生活領域加盟店の拡大により、リカーリング型売上が着実に伸長
AI活用により、サービスの高度化、生産性向上を推進 P 17-19 |
| | ・デジタルレストラン | ： Uber Directと連携開始。加盟店の収益拡大・消費者の利便性向上を実現 P 26 |

2026年9月期第2四半期の総括を、定量面と定性面に分けてご説明します。まず定量面ですが、リカーリング型売上は52億2,000万円で、前年同期比プラス29.9パーセントとなりました。イニシャル売上を含む総売上収益は105億1,000万円で、前年同期比プラス16.2パーセントとなりました。上期の計画に対しては121.7パーセントで着地し、通期計画に対しては進捗率53.3パーセントです。

営業利益は15億5,000万円で、前年同期比プラス12.8パーセントとなり、上期計画に対しては112.4パーセント、通期計画に対しては進捗率55.7パーセントとなっています。

KPIですが、アクティブID数は45万6,000IDを確認しており、前年同期比で4万5,000ID増加しました。ARPUは上期累計で1万1,500円となり、通期で2万円を超える進捗を示しています。決済処理件数は上期累計で6億3,000万件となり、YoYプラス33.3パーセントです。GMVは記載のとおりです。

定性面については大きく3点あります。1点目は、業種・業態別のエコシステム拡大です。従来ご説明していました大手商業施設向けの実装が進捗している状況です。

第3四半期以降の本格展開に向けて準備を進めている段階です。新規と既存の両方で横展開を進め、エコシステムの拡大が着実に進んでいると考えています。

2点目は、成長機会への対応です。こちらは従前からご説明しているとおり、生活領域の加盟店、特にトランザクションが多く稼働率の高い加盟店で、リカーリング型売上が着実に伸びています。

AIの活用については後ほど改めてご説明しますが、攻めと守りの両面で高度化と生産性向上が計画どおり進んでおり、順調に成果を上げています。

3点目はデジタルレストランです。こちらについては、15日にプレスリリースを発表しましたが、モバイルオーダーのプラットフォームとして、ラストワンマイルのデリバリーサービス領域である「Uber Direct」との連携がスタートします。

加盟店さま、消費者の方々、当社の三者すべてにメリットのある取り組みであり、いよいよ本格的に推進していきます。

1.2 業績サマリー

1.2 業績サマリー

業績：リカーリング型売上の拡大が全体成長を牽引

KPI：高稼働の生活領域加盟店の貢献が決済処理件数の拡大に寄与

(単位:百万円)	2025年9月期 1H実績	2026年9月期 1H実績	前年同期間比	2026年9月期 上期計画 (進捗率)	2026年9月期 通期計画 (進捗率)
売上収益	9,046	10,515	+16.2%	8,639 (121.7%)	19,730 (53.3%)
売上総利益	3,398	3,640	+7.1%	3,260 (111.7%)	7,251 (50.2%)
営業利益	1,382	1,559	+12.8%	1,388 (112.4%)	2,800 (55.7%)
税引前利益	1,379	1,550	+12.4%	1,379 (112.4%)	2,782 (55.7%)
親会社の所有者に帰属する 中間利益	1,034	1,049	+1.5%	914 (114.9%)	1,870 (56.1%)
KPI	アクティブID数	ARPU	決済処理件数	GMV(参考)	
単2Q(YoY)	456,703 ID (+11.1%)	約0.56万円 (通期見込み2.1万円)	約3億1,185万件 (+31.8%)	約2兆3,289億円 (+21.1%)	

業績サマリーです。売上収益は冒頭に申し上げたとおりです。売上総利益は 36 億 4,000 万円で、前年同期比 7.1 パーセントの増加となりました。進捗状況は、上期の計画に対して 111.7 パーセント、通期計画に対しては 50.2 パーセントです。

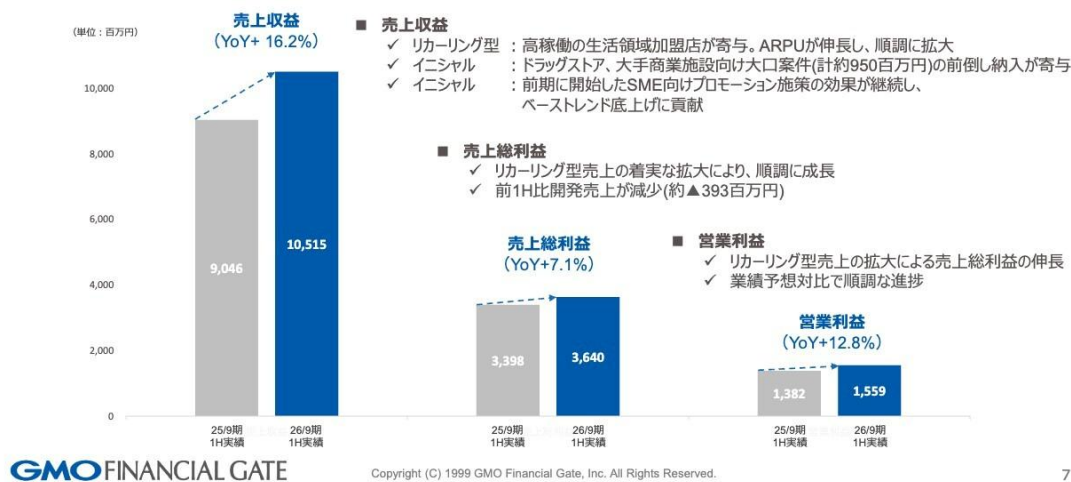
営業利益も先ほど述べたとおりです。税引前利益は 15 億 5,000 万円で、前年同期比 12.4 パーセントの増加となりました。進捗状況は、上期の計画に対して 112.4 パーセント、通期計画に対しては 55.7 パーセントです。

親会社の所有者に帰属する中間利益は 10 億 4,900 万円で、前年同期比 1.5 パーセント増となりました。進捗率は、上期計画に対して 114.9 パーセント、通期計画に対して 56.1 パーセントです。

1.3 業績の変動要因 (YoY)

1.3 業績の変動要因 (YoY)

売上：生活領域加盟店がリカーリング型売上の拡大に寄与。大口案件の前倒し納入も貢献
利益：開発売上が前期比減少したものの、リカーリング型売上の拡大により着実に成長



業績の変動要因です。売上収益は、リカーリング型に関しては冒頭の総括でも共有しましたとおり、高稼働を続けている生活領域の加盟店さまや、従来から注力してきた分野における ARPU が伸長し、順調に拡大しています。

イニシャル売上は、第 4 四半期までに計画していた大手の大口案件が前倒しで進捗したことや、計画どおりに大手商業施設のお客さまの導入が進んだことなどにより、約 9 億 5,000 万円のプラスでの前倒しが確認されています。

また、前期に開始した SME 向けプロモーションの効果が顕著に現れ始めており、ベーストレンドが底上げされていることが SME の状況です。

売上総利益について、前期上期との比較をご説明すると、前期上期では現在進行中の大型案件の開発が複数あり、コンティンジェンシー等も大きく発動せず順調に進捗しているため、4 億円の減少が見られます。

これらを背景に、売上総利益は前年同期比プラス 7.1 パーセントとなっています。また、営業利益に関しては、リカーリング型売上の拡大と業績予想との比較で順調な管理が行われた結果、前年同期比プラス 12.8 パーセントとなりました。

1.4 品目別売上実績 (YoY)

1.4 品目別売上実績 (YoY)

フィーがリカーリング型売上の成長を牽引し、同売上比率が上昇、収益の安定成長を構造的に実現

(単位:百万円)	2025年9月期 1H実績 (構成比%)	2026年9月期 1H実績 (構成比%)	前年同期比
リカーリング型売上	4,025 (44.5%)	5,228 (49.7%)	+29.9%
ストック売上	986 (10.9%)	1,195 (11.4%)	+21.2%
フィー売上	2,301 (25.4%)	3,120 (29.7%)	+35.6%
スプレッド売上	737 (8.2%)	911 (8.7%)	+23.6%
イニシャル売上	5,020 (55.5%)	5,286 (50.3%)	+5.3%
売上収益合計	9,046 (100.0%)	10,515 (100.0%)	+ 16.2%

品目別のリカーリング型売上、ストック売上、フィー売上、スプレッド売上についてご共有します。ストック売上は11億9,500万円で、前年同期比プラス21.2パーセントとなりました。フィー売上は31億2,000万円で、前年同期比プラス35.6パーセントです。スプレッド売上は9億1,100万円で、前年同期比プラス23.6パーセントとなりました。イニシャル売上については、先ほどの前倒し分も含めて、上期の実績として52億8,600万円で、前年同期比プラス5.3パーセントとなっています。

1.5 品目別売上 (QoQ)

1.5 品目別売上 (QoQ)

リカーリング型 : 万博効果や大口生活用品店の年末特需の剥落があるものの、堅調に推移
イニシャル : ドラッグストア向け大口案件の前倒しや、SME底上げが成長に貢献



品目別売上の QoQ です。スライドの左側にリカーリング型の QoQ のグラフがありますが、前年同期比プラス 28.7 パーセントの進捗が確認できています。QoQ で比較すると、第 1 四半期

は万博での最後の駆け込み需要や、大口の生活用品店を獲得したことに加え、年末の特需などがあり、しっかりと積み上げが確認できました。

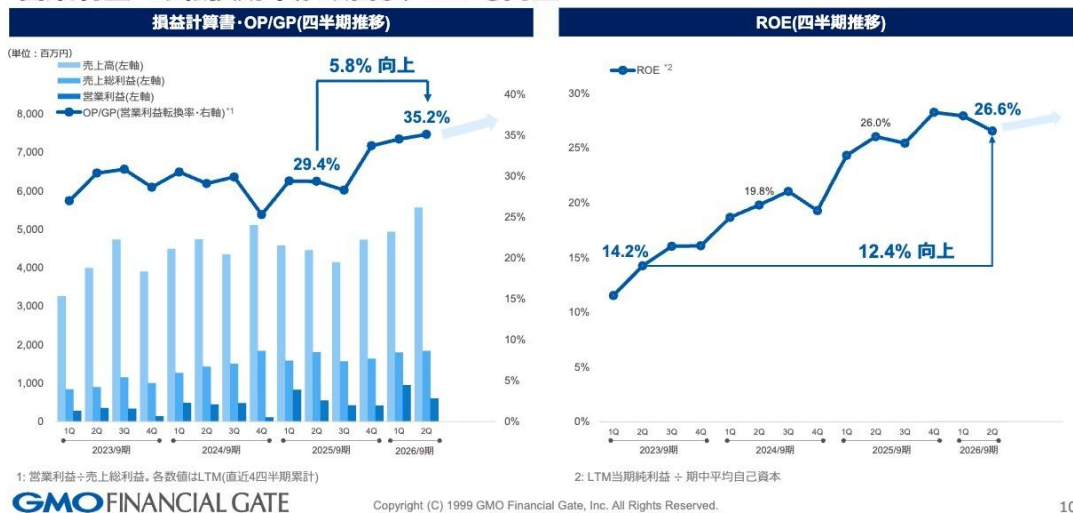
第1四半期比では若干見劣りする部分があるかもしれませんが、第1四半期に特需があったためであり、前年同期比では着実に伸びていることが確認されています。そのため、堅調に推移できたと考えており、ベーストレンドがしっかり上がっていることも見て取れます。

イニシャル売上については、大口案件と中小企業（SME）の底上げが寄与し、約9億5,000万円が貢献したと考えています。

1.6 収益性向上と資本効率の向上

1.6 収益性向上と資本効率の向上

リカーリング型売上の比率拡大に伴う営業レバレッジ向上、AI活用による費用効率化により、営業利益への転換効率が改善し、ROEも向上



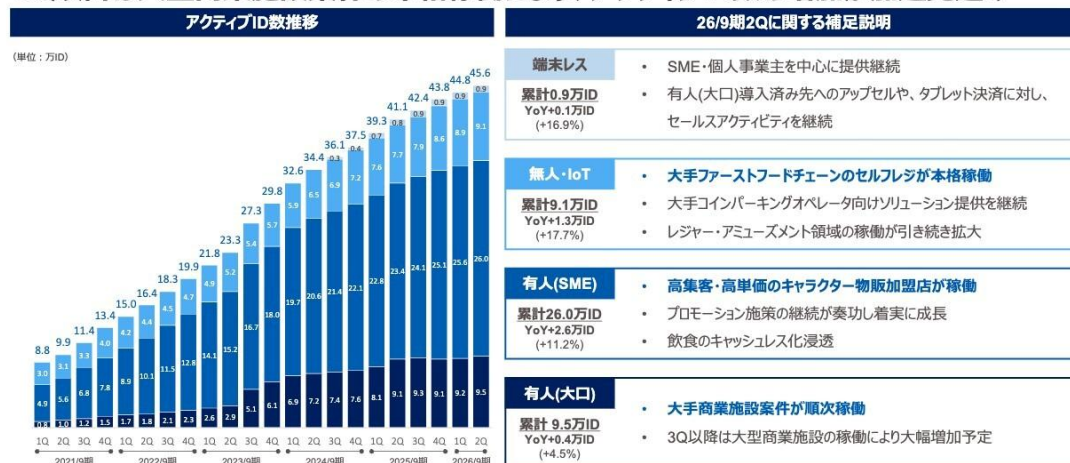
収益性向上と資本効率です。スライドの左側は営業利益÷売上総利益を示しており、前第2四半期と比較して5.8パーセント向上しています。利益体質の改善やレバレッジが効くりカーリング型売上の着実な成長が反映された結果となっています。このトレンドをさらに上昇させるため、生産性の向上を引き続き進めていきたいと考えています。

スライドの右側はROEの推移です。2023年9月期からの比較では12.4ポイント向上しており、3期前と比較すると非常に右肩上がりでROEも伸長していると考えています。このようなKPIは四半期ごとに確認しながら進めており、トレンドについても共有したいと思います。

2.1 連結 KPI 推移(アクティブ ID 数)

2.1 連結KPI推移(アクティブID数)

生活領域を中心とした粘着性の高いID基盤が拡大。計画通り進捗
3Q以降は大型商業施設案件の本格稼働により、アクティブID数の増加が加速見込み



2.2 連結 KPI 推移(決済処理件数・ARPU・GMV/四半期毎)

2.2 連結KPI推移(決済処理件数・ARPU・GMV/四半期毎)

処理件数：生活領域における高稼働加盟店が牽引し、YoY+31.8%伸長

ARPU：高稼働IDの決済利用が更に浸透し、YoY+15.8%の高成長を実現



	22/9 1Q	22/9 2Q	22/9 3Q	22/9 4Q	23/9 1Q	23/9 2Q	23/9 3Q	23/9 4Q	24/9 1Q	24/9 2Q	24/9 3Q	24/9 4Q	25/9 1Q	25/9 2Q	25/9 3Q	25/9 4Q	26/9 1Q	26/9 2Q
決済処理件数(万件)	6,497	6,292	8,237	9,224	10,553	10,804	13,026	14,438	16,431	17,057	19,935	21,066	23,710	23,661	28,322	29,672	31,951	31,185
ARPU ¹⁾ (円)	4,420	4,448	4,586	4,767	4,751	4,813	4,765	4,686	4,698	4,685	4,747	4,827	4,897	4,954	5,147	5,351	5,542	5,736
(参考) GMV(億円)	5,251	5,161	6,658	7,530	9,242	9,459	10,842	11,930	14,552	15,023	16,451	17,000	19,852	19,223	21,196	21,750	24,678	23,289

GMO FINANCIAL GATE

Copyright (C) 1999 GMO Financial Gate, Inc. All Rights Reserved.

13

連結 KPI の推移について、決済処理件数、ARPU、GMV についてご説明します。決済処理件数は、前年同月比プラス 31.8 パーセントと引き続き高い成長率を維持しています。ARPU については、冒頭にお話ししたとおり、現在 2 万円を超える進捗となっています。将来的には 2 万 5,000 円を目指しています。決済プラットフォームに加え、DX と決済活性化を事業の重要な軸としてエコシステムをしっかりと展開することで、さらに ARPU の成長が期待できると考えています。

2.3 単 2Q 上位 30 加盟店 構成割合(GMV)

2.3 単2Q 上位30加盟店 構成割合(GMV)

戦略的に獲得を推進している大手商業施設、生活用品店、ドラッグストア等の高稼働加盟店がGMV成長を牽引



GMO FINANCIAL GATE

Copyright (C) 1999 GMO Financial Gate, Inc. All Rights Reserved.

14

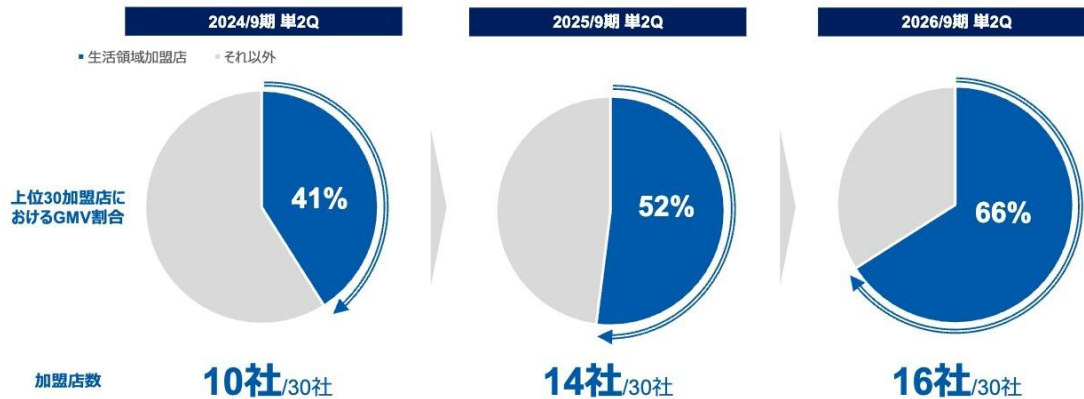
上位 30 社の加盟店さまのアップデートです。新たに大手のお客さま 3 社が確認できています。これらは、大手の商業施設および生活領域に関するもので、ドラッグストアの店舗さまが

新たに当社のプラットフォームを活用いただいています。引き続き、このような大口顧客や生活領域への注力を続けていきます。

2.4 生活領域加盟店ポートフォリオの拡大(上位 30 加盟店)

2.4 生活領域加盟店ポートフォリオの拡大(上位30加盟店)

高ARPUの生活領域加盟店(大手商業施設、ドラッグストア、生活用品店等)の継続的な獲得を通じて、GMV・加盟店数の構成比が拡大



GMO FINANCIAL GATE

Copyright 2025 GMO Financial Gate, Inc.

15

ポートフォリオの拡大についてです。四半期ごとに共有しているとおり、2024年、2025年、そして足元で生活領域の加盟店さまのシェアが66パーセントに上がっています。継続的な獲得とGMV・加盟店数の構成比拡大に向けた取り組みが反映された結果だと思えます。

3.1 成長機会への対応

3.1 成長機会への対応

安定した加盟店基盤を獲得する戦略的取り組みが順調に進展
AIをチャンスと捉え、キャッシュレスプラットフォームの高度化・生産性向上を推進

当社事業を取り巻く環境	当社の対応
① 物価高に伴う家計防衛意識の向上 個人消費の伸び鈍化 業種毎の需要差が拡大	✓ フイー：生活領域加盟店を戦略的に獲得し、割合が約40%まで上昇 ✓ ストック：月額課金型の売上が約3倍 ¹⁾ に拡大
② AIの社会実装本格化 AI活用競争の激化 施設運営の省人化	✓ 30/9期に1人あたり営業利益300万円を実現 ✓ 加盟店向けサービス：キャッシュレスプラットフォームの高度化 ✓ 全社オペレーション：生産性向上の推進
③ 原油高・半導体不足 端末調達単価上昇 端末納期遅延	✓ 安定供給体制を構築 ✓ 主要端末の事前在庫 ²⁾ を確保(25/9期末比+約12億円) ✓ 複数の端末メーカーへ調達先を分散

GMO FINANCIAL GATE

Copyright (C) 1999 GMO Financial Gate, Inc. All Rights Reserved. 1: 21/9期単2Q対比 2: 今期大口案件に必要な端末はすべて確保済み

17

成長機会への対応とAIの活用についてお話しします。スライド左側には、現在当社事業を取り巻く環境が示されています。1つ目として、物価高騰に伴う家計防衛意識の高まりが挙げられます。この影響でキャッシュレスを含む消費者動向の伸びが全体的に鈍化する可能性が想定されます。

しかし当社は、数年前からキャッシュレスが稼働する生活領域を広げる取り組みを進めており、物価高の影響に対応しながら取引を確保できていると思います。全体のトランザクション件数に占める生活領域のシェアは40パーセントに達しており、このような環境下でも、当社のプラットフォームは着実に稼働していると確認できる状況です。

また、ストック収益については、月額課金モデルを採用していることもあり、2021年9月期と比較して約3倍に拡大しています。そのため、トランザクションがしっかりと稼働していることが確認でき、稼働の有無にかかわらず売上収益として予測可能な収益も拡大しています。2点目として、AIの社会実装が本格化してきています。3年前からAIの活用が目立っていましたが、現在では社会インフラとしての活用段階に至っています。Anthropic社のA用など、toB分野におけるアドバンテージが見られる中で、当社も安全なAI活用の観点で、開発品質を含めた高度化を進めています。

営業利益については、1人当たり営業利益を3,000万円まで引き上げる取り組みの一環として、AIが重要な役割を果たしています。加盟店向けのサービスのほか、プラットフォームの構築・運用における生産性向上、バックオフィス業務のプロセス改善も進めている状況です。3点目は原油高や半導体不足についてです。社会情勢的に常にリスクを確認しつつ、当社としてはデバイス調達が大きくBSに反映される部分でもありますが、こうした危機に備えるため、約12億円の商品在庫を積み上げています。

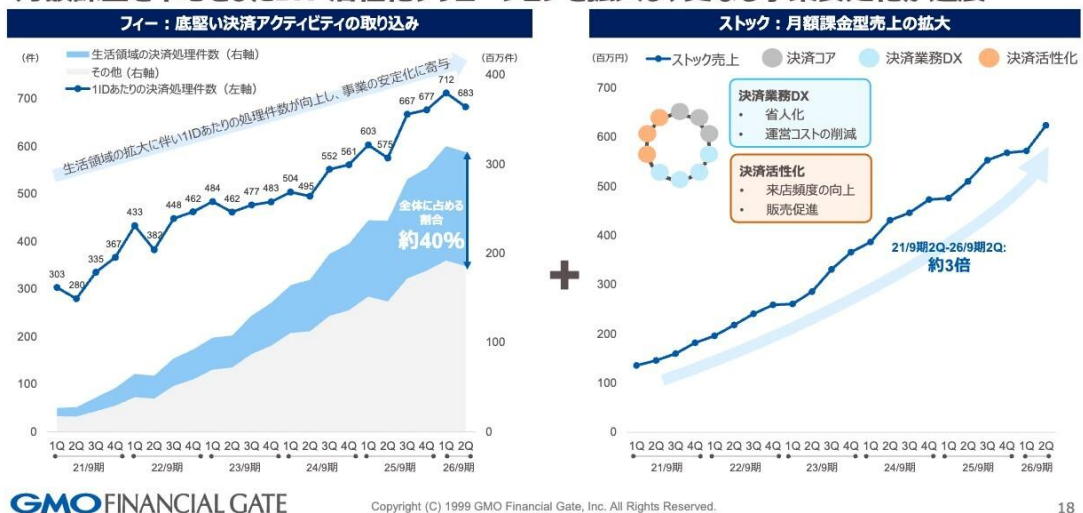
これは、第3四半期および第4四半期の案件として稼働が見込まれるお客さまへの備えであると同時に、その先の成長を見据えた在庫管理への対応でもあります。

また、サプライチェーンに関しても複数のメーカーさまとお取引をしていますので、調達リスクに備えるため、複数の調達先を確認しながら対応を進めています。

3.2 成長機会への対応① フィー+ストックの拡大

3.2 成長機会への対応① フィー+ストックの拡大

底堅い生活領域加盟店を戦略的に獲得し、割合が約40%まで上昇、安定したフィーを獲得
月額課金を中心としたDX・活性化ソリューションを拡大し、更なる事業安定化が進展



物価高騰に対する取り組みです。スライドの左側はフィーに関するもので、トランザクション件数の推移を示しています。2021年9月期に対して生活領域でのシェアを拡大しようという戦略のもと、現在は全体の40パーセントが生活領域の加盟店さまとなっています。

このように稼働率の高いID数をしっかりと獲得する取り組みを進めると同時に、ストック型の加盟店さまに対してサービスの月額課金を積み上げています。スライドの右側は売上の推移を示しており、2021年9月期から見て3倍に拡大しています。

このような部分について、当社としてはマネタイズモデルを複数のサービスとして展開し、決済プラットフォームにとどまらず、DXや活性化におけるお客さまのサポートを通して、事業の安定性を確保していきたいと考えています。

3.3 成長機会への対応② AIを活用した高度化・生産性向上

3.3 成長機会への対応② AIを活用した高度化・生産性向上

AI活用により、キャッシュレスプラットフォームの高度化・生産性向上を推進
2030年9月期の1人あたり営業利益30百万円を目指す



AIを活用した攻めと守りの進捗です。スライドの左側にあるとおり、上段は加盟店さま向けのサービス、下段は社内業務効率化に対する取り組みと進捗を表現しています。まずリスク管理に関しては、加盟店さまのモニタリングや不正検知を含めた運用に対し、AI活用の要件定義を現在進めているところです。

また、加盟店さまの審査におけるスクリーニング強化についても、入口段階からすでにサンプルで取り組みを進めており、いよいよ実装に向けた段階に入ります。我々にとって守りの部分をサービスとして、キャッシュレスプラットフォームを活用しながら加盟店開拓を進めているアライアンス先さまへの展開も含めて、実装が進んでいます。

加盟店さまへのサポートについて、QA対応の自動化を検討中です。これにより対応時間を80パーセント削減することを目指し、現在検証段階に入っています。

また、売上データの集計・分析というデータ利活用の部分では、AI活用が非常に重要な要素です。決済プラットフォームの業務DXや活性化、さらには事業拡大を目指し、AIを活用したソリューションを進めている段階です。

社内業務効率化について、3点ご説明します。開発については、工数削減だけでなく、開発期間を短縮し、アライアンス先や加盟店のみなさまに対して、いかに早くサービスを展開できるかに注力しています。

現在、1つのプロジェクトをサンプリングした結果、開発期間を30パーセント削減できており、このノウハウやアセットを次のプロジェクトへ展開することで、より迅速にサービスを提供できるよう進めています。

法務については、契約書のレビューや契約管理といった手作業になりがちな業務に、エージェントを活用するなどして強化を図っています。そのような部分を強化した結果、現在のところ作業時間を20パーセント削減できたことが実績として確認されています。

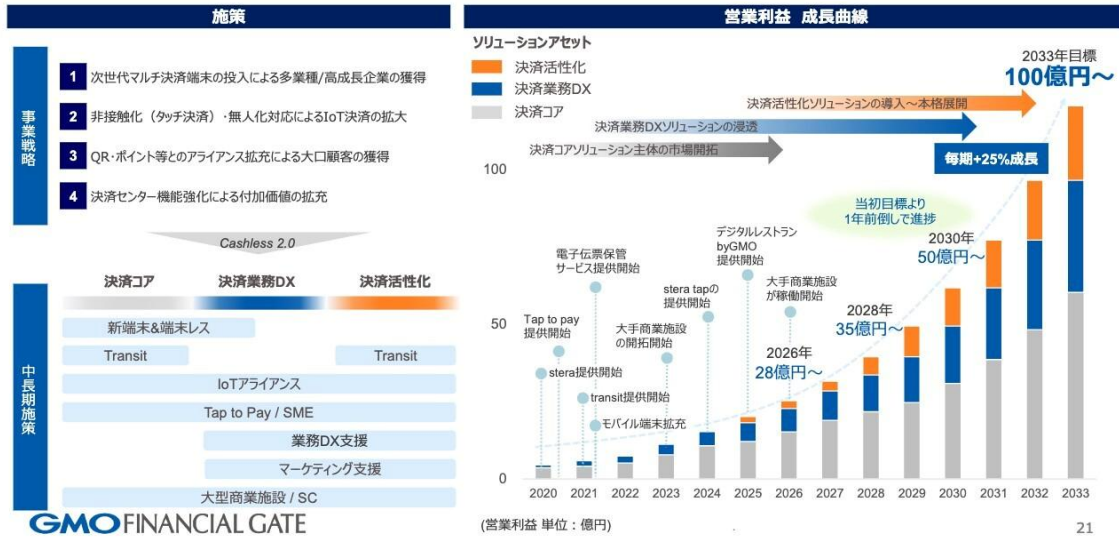
バックオフィス業務では、請求・精算のプロセスを効率化するために、プロセスそのものを見直し、実装し、PDCAを回して効率化を進めています。

現段階でも作業時間が30パーセント削減できていることが確認されており、2030年9月期を目標に1人当たりの営業利益を3,000万円とすることを1つのKPIとし、AIを活用して攻めと守りの両面で取り組んでいきたいと考えています。

4.1 利益成長に向けたロードマップ

4.1 利益成長に向けたロードマップ

26年は営業利益28億円を計画。33年営業利益目標100億円に向けて前倒して進捗

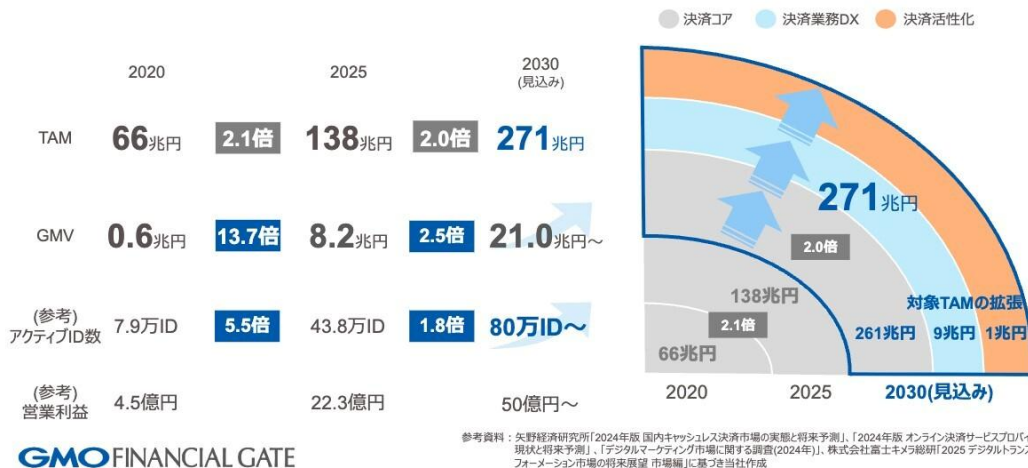


成長戦略のアップデートです。スライドは、これまでも共有している2033年に営業利益100億円を目指す取り組みについて取り上げています。この目標に向け、事業戦略と中期戦略については従来どおりの方針で進める予定です。

4.2 利益成長に向けた対象 TAM の拡張

4.2 利益成長に向けた対象TAMの拡張

上場後は広大な決済コア領域で市場成長を上回る成長を実現
決済業務DX・活性化領域にTAMを拡大し、営業利益目標達成をより確実に



TAMの成長についてです。2020年の上場時から、TAMの拡大、すなわち当社がサービスを展開するTAMを広げていく取り組みを進めています。2030年には271兆円をターゲットとしています。2020年から比較すると、TAMが4倍から5倍に広がる取り組みを進めています。

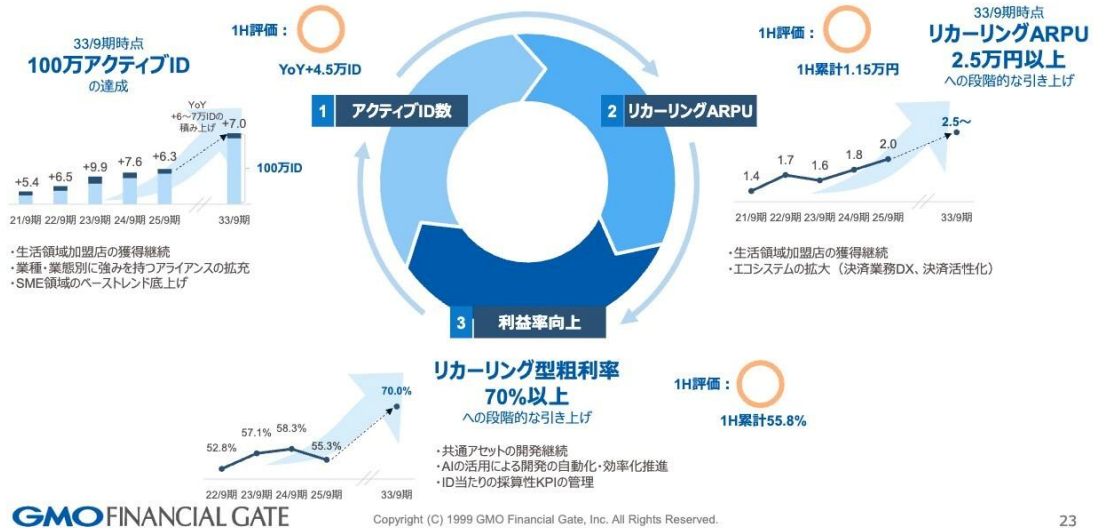
GMV に関しては記載のとおり、2030 年に 21.0 兆円に達する見込みです。

営業利益は、2020 年時点の 4 億 5,000 万円から約 10 倍の 50 億円を 2030 年のターゲットとし、必要なアクティブ ID や ARPU の成長を確認しながら取り組みを進めています。

4.3 トラックレコードに裏打ちされた利益成長サイクル

4.3 トラックレコードに裏打ちされた利益成長サイクル

中長期・営業利益目標の達成に向け、3つのKPIは順調に推移



必要なアクティブ ID と ARPU について、上期の評価はスライドに記載のとおりです。すべての項目について計画どおりの進捗となっています。

アクティブ ID に関しては冒頭に申し上げたとおり、前年同期比で 4 万 5,000ID を確認できおり、今期は 7 万を超える ID 数の純増を計画しています。進捗は順調に進んでおり、第 3 四半期および第 4 四半期でさらに積み上げていく予定です。

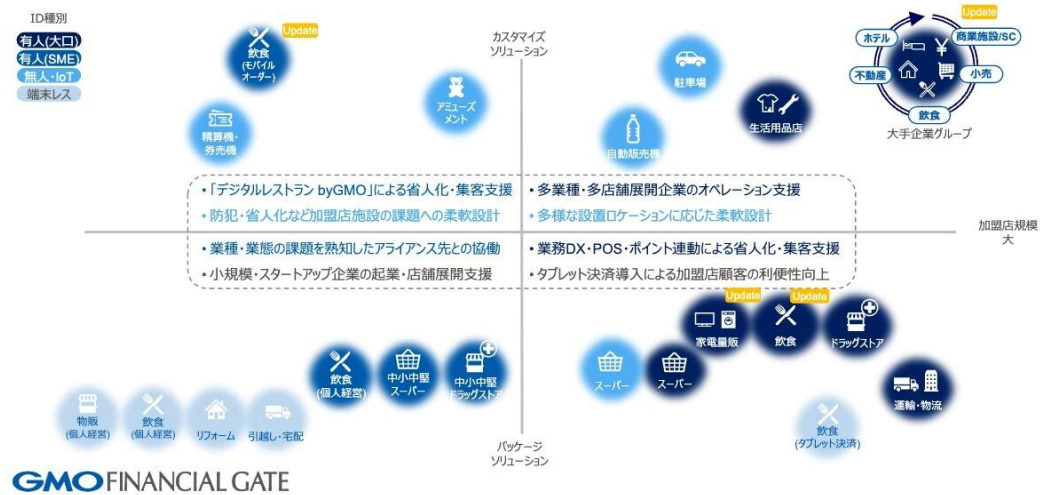
また、リカーリング ARPU についても、冒頭に申し上げたとおり 2 万円を超える進捗を達成しており、引き続きソリューションの提供に注力していきます。

リカーリング型の粗利率に関してですが、当社は AI 活用を含むかたちで非常に高い目標を掲げています。第 1 四半期から第 2 四半期（上期）までの進捗は 55.8 パーセントとなっており、計画どおり推移していると考えています。レバレッジの利く仕組みをしっかりと構築し、さらに粗利率を向上させるべく進捗を管理している状況です。

4.4 リカーリング型売上最大化戦略

4.4 リカーリング型売上最大化戦略

社会を支えるインフラ企業として、キャッシュレス決済プラットフォームを起点とし、各業種・業態の課題に応じたソリューションを提供することで、加盟店と共に成長を実現



リカーリング型売上の戦略です。カスタマイズの有無やパッケージソリューションの部分も含めて、スライドの縦軸に記載しています。横軸は加盟店の規模を示しており、このような四象限の中でソリューションを提供する取り組みを進めています。なお、デバイスのID種別で表現しています。

スライド左上では、後ほどご説明しますが、「Uber Direct」の取り組みが進展しており、この分野でソリューションを展開できると考えています。

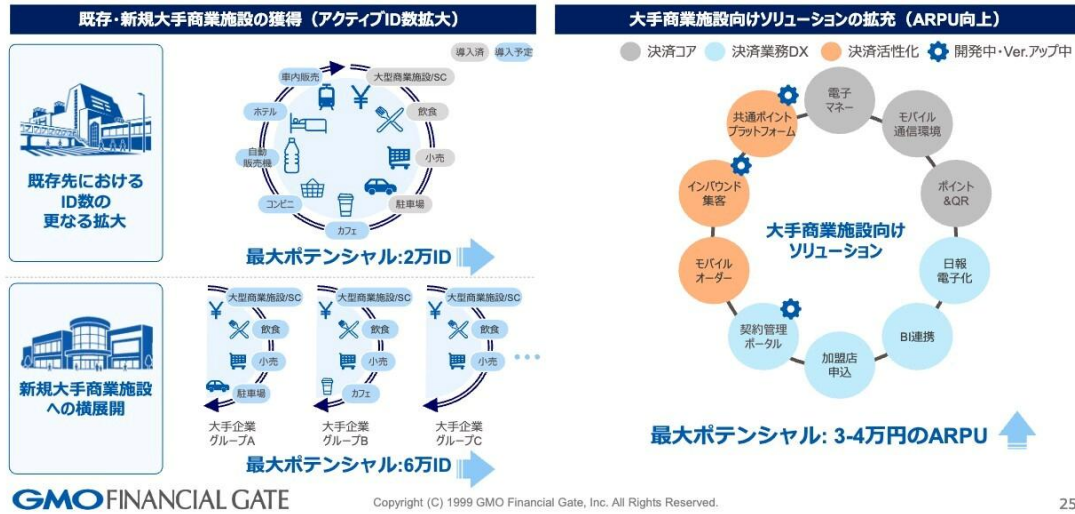
右下は加盟店規模が大きく、比較的決済コアとしてパッケージ化されています。この部分については提案活動を進めており、家電量販店や飲食店舗など、複数のアップデートにより積み上げが進んでいます。

右上は商業施設への展開についてですが、第3四半期と第4四半期に商業施設向けの展開を進めており、小売や飲食に加え、不動産やホテルといった幅広い業種を対象に、キャッシュレスインフラを提供する計画となっています。詳細については次ページ以降でご説明します。

4.5 大手企業グループ(商業施設)向けエコシステムの拡大

4.5 大手企業グループ(商業施設)向けエコシステムの拡大

現在進行中の案件で得たノウハウをもとに、既存加盟店への新規ソリューションの展開、新規大手商業施設への展開を拡大



当社のラージシフトの中でキーとなるのが商業施設さまの案件です。スライド左にグレーで示しているのが導入済みの案件です。その後、カフェ、コンビニ、飲料自販機、ホテル、車内販売といった分野でも計画されている部分を展開しています。

最大ポテンシャルとして約2万IDを積み上げることを想定しており、既存顧客での安定稼働が新たな案件の紹介につながり、計画どおり進行しています。

新規の大手商業施設さまにも、このソリューションアセットを展開することで、比較的提案がしやすい状況です。このアドバンテージを活用し、小規模から大規模まで、それぞれの商業施設さまに対して展開を進めています。

特に、規模の大きな商業施設さまへの展開では、最大ポテンシャルとして約6万IDを想定しており、これらの積み上げにより、ARPUの向上に寄与しています。決済コアのみならず、DXや決済を活性化するソリューションも提供できる体制が整いつつあります。

これにより、この商業施設さまにおけるARPUをWin-Winの関係の中で3万円から4万円をターゲットとして、現在フォーカシングを進めている状況です。

4.6 デジタルレストラン byGMO・Uber Direct の連携

4.6 デジタルレストラン byGMO・Uber Direct の連携

Uber Directとの連携により、加盟店の収益拡大と消費者の利便性向上に貢献
プラットフォームを他業種・業態へ展開し、更なる収益機会の獲得を推進



「デジタルレストラン byGMO」の取り組みについてです。こちらはモバイルオーダーのプラットフォームを展開しており、そのラストワンマイルとして商品を届けるデリバリーの部分で、「Uber Direct」と提携しました。

この取り組みは、飲食店だけでなく物販のお客さまにも広げることができる商材として展開しており、飲食店以外への展開を視野に入れています。

スライドの左下には、加盟店さま、消費者さま、そして当社にとってのメリットが記載されています。加盟店さまは、配送網を持たずにデリバリーを提供できるため、非常に大きな利点となります。消費者さまは、店舗と同じ価格水準でデリバリーの注文が可能になるというメリットがあります。

当社は、ストック収益がメインだったところにスプレッド収益によるマネタイズモデルを追加できるため、この事業がさらにスケールすることを見込んでいます。

4.7 パイプラインの状況

4.7 パイプラインの状況

26/9期：YoY+7.5万IDに向け大手商業施設、ドラッグストア、外食中心に積み上げ予定
 27/9期以降：商業施設を新規受注しエコシステムが拡大。家電量販店案件が進展



パイプラインの状況についてご説明します。今期はスライドの、上部に黄色で「New」と記載のある無人IoT分野と大口顧客向け分野で、それぞれ展開を計画しています。具体的には、ドラッグストアや外食産業のお客さまが対象となる予定です。

来期以降については、「New」と記載のある案件が3件あります。無人IoT分野に関しては、現在、商業施設などを対象に計画が進められています。有人の大口顧客向け案件としては、家電量販店を対象に提案が進行中のものがあり、これらを積み上げることで、来期以降のフォーキャストをしっかりと確認できる状況です。

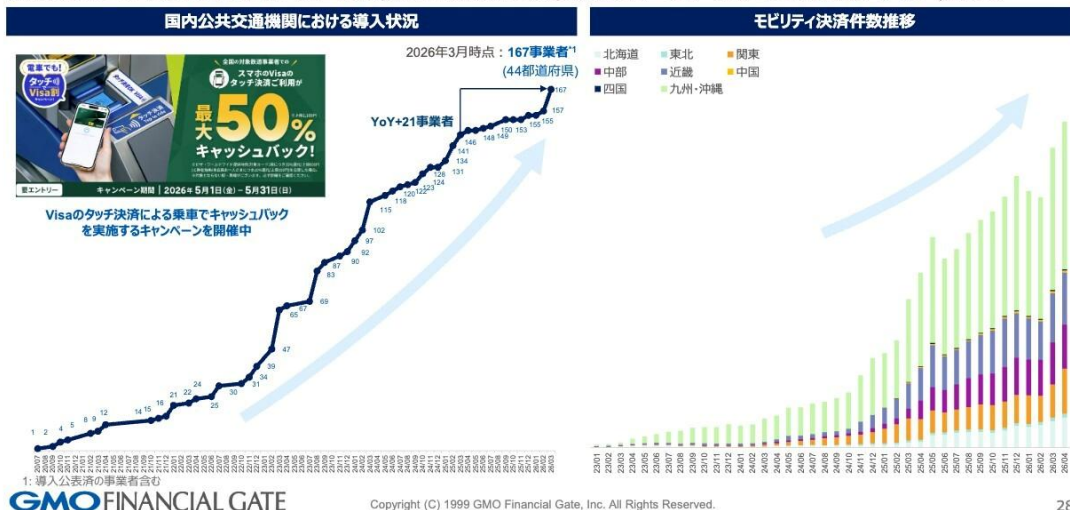
現在の営業活動は2年後、3年後の案件が多くあります。それらを着実に積み上げることで、2033年に設定している100万IDという中間目標に向け、現在も順調に進捗しています。

4.8 決済プラットフォームの拡大(モビリティ領域)

4.8 決済プラットフォームの拡大(モビリティ領域)

導入事業者が168社に拡大

関東鉄道事業者11社の相互乗り継ぎ開始により、関東エリアの処理件数が大きく伸長

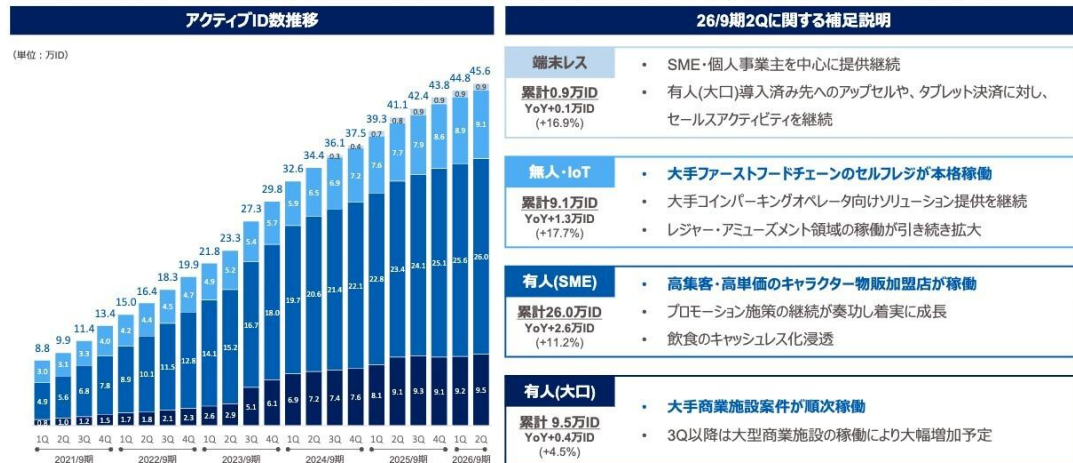


決済プラットフォームの拡大についてです。プロモーションはトランジットという事業の中で展開されており、多くの関東圏の事業者さまにご参加いただいています。その結果、関東エリアでは相互乗り継ぎが可能となり、トランザクションが非常に伸びている状況です。キャッシュバックキャンペーンやブランド販促によりアクセルを踏みながら社会インフラとしてのスタンダード化を目指し、トランジット事業およびタッチ決済の事業を推進しています。

質疑応答: 第2四半期のアクティブID数増加要因と見通しについて

2.1 連結KPI推移(アクティブID数)

生活領域を中心とした粘着性の高いID基盤が拡大。計画通り進捗
3Q以降は大型商業施設案件の本格稼働により、アクティブID数の増加が加速見込み



質問者: 進捗についてです。第2四半期では、アクティブIDが計画比で4万上振れ、前の四半期および第1四半期の説明と比較しても上振れで着地したと思います。

この内訳について、もともとのガイダンスが保守的だったことが要因なのか、それともイニシャルの前倒しなど、一過性の要因なのかを教えてください。

アクティブID数について、第3四半期および通期の見通しをまだ変更していないのは、保守的な見積もりによるものなのか、あるいは案件の前倒しが主な要因であるのかについて教えてください。

杉山: ご認識のとおりです。第1四半期および第2四半期に関しては、ID数については大規模案件が見込んでいなかったことや、前倒しが確定しているかどうか不明だったことが理由です。そのため、少し保守的に見ていたことと稼働が前倒しで確認できたことが2つの主要因と考えています。

ガイダンスを変更していない理由としては、第3四半期および第4四半期において大型案件がどのような状況になるか見通しが立たないため、達成可能なID数を明確に定義しながら進めているという点をご理解いただければと思います。

質問者: つまり、第2四半期が強かったのは単なる期ずれではなく、単純に第2四半期がよかったという理解でよろしいですか？

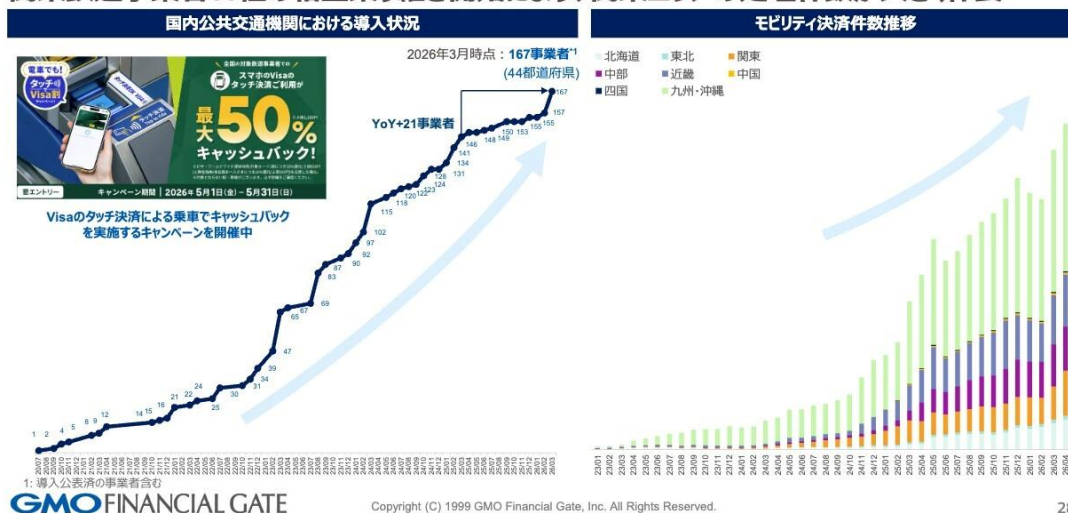
杉山: そうですね。第2四半期は第2四半期として良い結果が出せたと思います。

ついて

4.8 決済プラットフォームの拡大(モビリティ領域)

導入事業者が168社に拡大

関東鉄道事業者11社の相互乗り継ぎ開始により、関東エリアの処理件数が大きく伸長



質問者: 先週、相浦社長よりうかがった話ですが、PayPay が上場できて貴社の株価が最近少し軟調です。これは競争環境に対する懸念があるのではないかと考えています。

例えば、SMBC や VISA と PayPay が提携していることや、QR コード決済との競争でクレジットカード市場は果たして大丈夫なのかということ、PayPay が SB (ソフトバンク) ペイメントと提携し決済端末を提供していることなど、まさに当社に競合してくるようなイメージが株価の軟調さにつながっているのではないかと考えています。

こうした市場の懸念について、社長としてのご見解や、今後の成長への自信をお聞かせいただければと思います。

杉山: キャッシュレスのさまざまなプレイヤーが多様なアライアンスを展開する中で、キャッシュレス事業にはポジティブな面もネガティブな面もあると考えています。

当社は QR 決済を含む決済のプラットフォーム提供者としての立ち位置があるため、現状では大きなシェアの移り変わりが生じるわけではないと認識しています。

また、クレジットカード決済も QR 決済も順調に成長していますし、当社は現在も市場シェアを拡大している段階にあります。もしシェアの 8 割から 9 割を保有する段階であれば、シェアの変動が業績に甚大な影響を及ぼす可能性があります、当社はまだ成長途中のため現状ではそのような大きな影響はないと見ています。

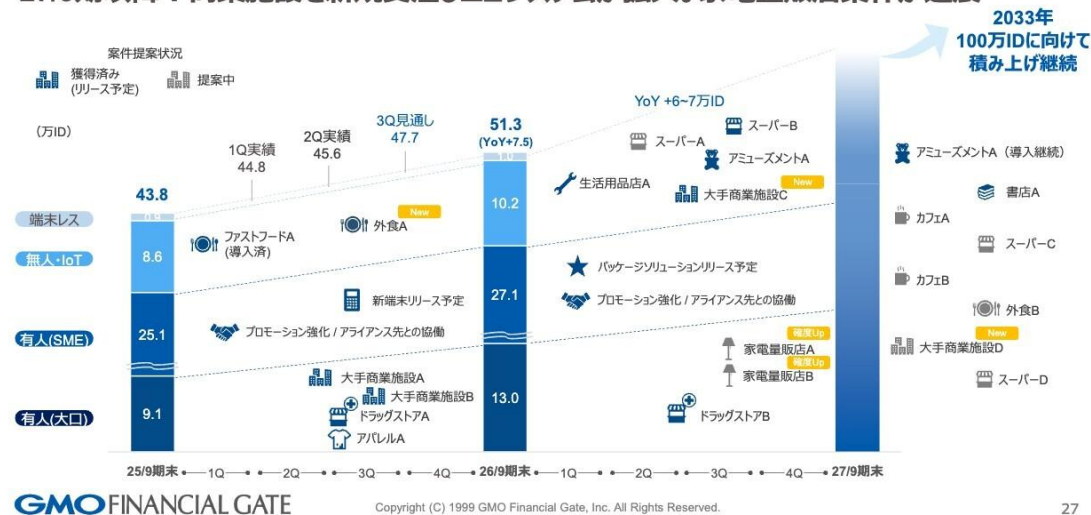
したがって、stera 事業やその他のアライアンス戦略を着実に遂行するとともに、マルチアクワイアリングプラットフォームを最大化していくことを目指しています。

さらに、加盟店における対面領域の課題は、労働人口の減少という背景もあり多岐にわたっています。その中で、キャッシュレスプラットフォームを基盤に、決済の活性化や DX を含めた事業展開を進めることで、少なくとも開示している利益成長目標を引き続き達成できると確信しています。

質疑応答:「stera」の関係性とパイプライン展開について

4.7 パイプラインの状況

26/9期：YoY+7.5万IDに向け大手商業施設、ドラッグストア、外食中心に積み上げ予定
27/9期以降：商業施設を新規受注しエコシステムが拡大。家電量販店案件が進展



質問者：フォローアップの質問です。「stera」については、現在のところ関係性に揺らぎはないという理解でよろしいでしょうか？ また、「stera」以外の御社のパイプラインも多数展開されているのでしょうか？

杉山：そうですね。バランスよくパイプラインとして展開できていると考えています。

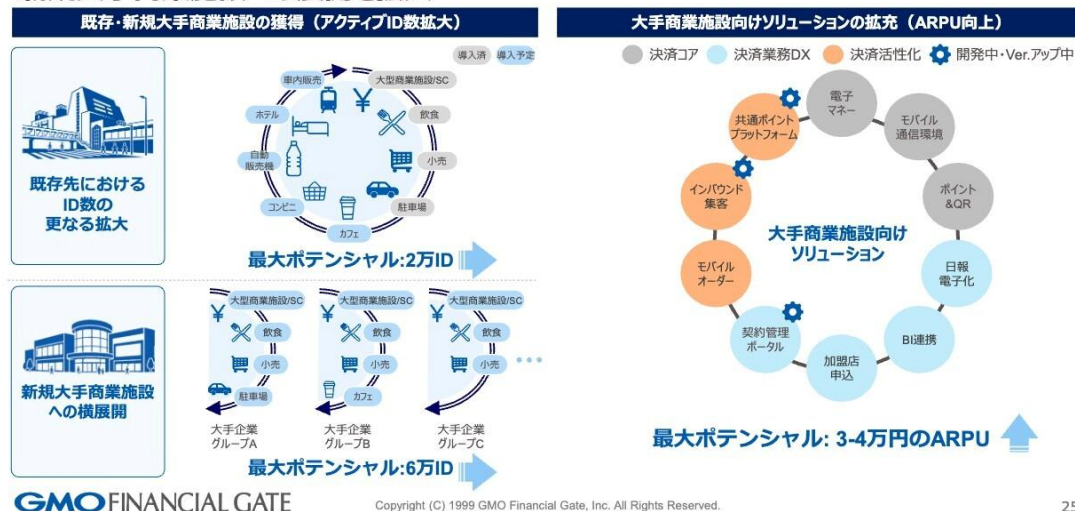
質問者：「stera」に関して、関係性はまったく変わっていないという理解でよろしいですか？

杉山：そうです。

質疑応答:新規大手商業施設案件の規模感について

4.5 大手企業グループ(商業施設)向けエコシステムの拡大

現在進行中の案件で得たノウハウをもとに、既存加盟店への新規ソリューションの展開、新規大手商業施設への展開を拡大



質問者：新規の大手商業施設案件についてです。PGの資料を拝見すると、年商1兆円以上の顧客と記載されています。

これは、もちろんキャッシュレス比率に依存するとは思いますが、1案件当たり1兆円以上のGMVが今後計上されるということなのか、それとも店舗の売上がその中で小さな割合を占めているのか、あるいは一部の店舗のみでの納入なのか、規模感が把握できないため、ヒントをいただければと思います。

岡村篤氏：大手商業施設Cを指していると認識していますが、このような商業施設の案件は、初期導入案件を経て徐々に進むところもあります。

そのため、今回のケースは「無人・IoT」に記載されていますが、無人ソリューションから導入を始めることもあり、最初からPGの資料に記載されているような大規模なGMVが来期時点で最大化され、入ってくるわけではないとご認識ください。

ただし、今回のスライド25ページにも記載したように、徐々に既存顧客内でのIDの拡大が進んでいく予定ですので、この点もあわせてご理解いただければと思います。

■ 質疑応答: 端末の原油高や半導体不足の影響について

3.1 成長機会への対応

安定した加盟店基盤を獲得する戦略的取り組みが順調に進展
AIをチャンスと捉え、キャッシュレスプラットフォームの高度化・生産性向上を推進

当社事業を取り巻く環境	当社の対応
<p>① 物価高に伴う家計防衛意識の向上</p> <p>個人消費の伸び鈍化 業種毎の需要差が拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓フィー：生活領域加盟店を戦略的に獲得し、割合が約40%まで上昇 ✓ストック：月額課金型の売上が約3倍¹⁾に拡大
<p>② AIの社会実装本格化</p> <p>AI活用競争の激化 施設運営の省人化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓30/9期に1人あたり営業利益300万円を実現 ✓加盟店向けサービス：キャッシュレスプラットフォームの高度化 ✓全社オペレーション：生産性向上の推進
<p>③ 原油高・半導体不足</p> <p>端末調達単価上昇 端末納期遅延</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓安定供給体制を構築 ✓主要端末の事前在庫²⁾を確保(25/9期末比+約12億円) ✓複数の端末メーカーへ調達先を分散

GMO FINANCIAL GATE

Copyright (C) 1999 GMO Financial Gate, Inc. All Rights Reserved. 1: 21/9期単2Q対比 2: 今期大口案件に必要な端末はすべて確保済み

17

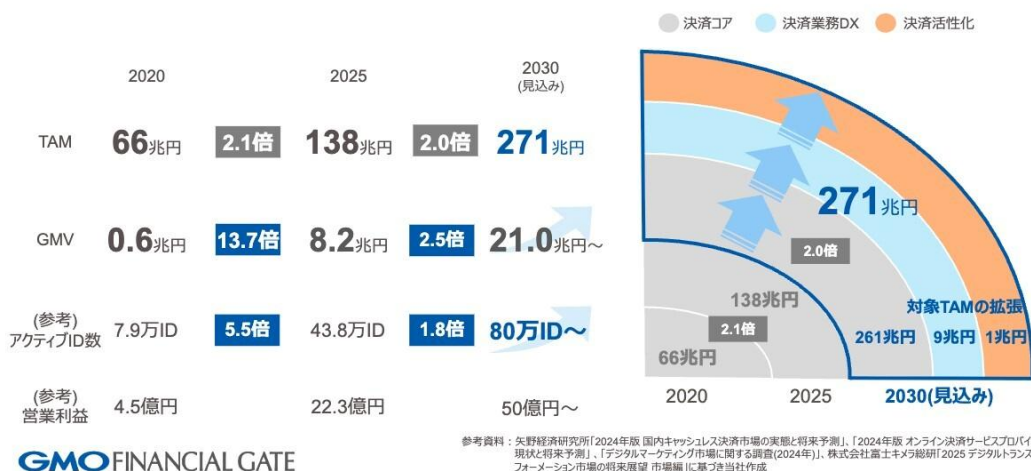
質問者：先ほどお話いただいた端末の原油高や半導体不足の影響について、足元で在庫を積み増しているとおっしゃいましたが、実際に端末の調達には影響がないのか、また端末の価格には影響があるのか、教えてください。

杉山：現時点では影響はありません。ただし、世界情勢も含めた環境変化の中でリスクが想定されるため、すでに端末メーカーと交渉を進めています。

すぐに端末代が上がるということはないと思います。

4.2 利益成長に向けた対象TAMの拡張

上場後は広大な決済コア領域で市場成長を上回る成長を実現
決済業務DX・活性化領域にTAMを拡大し、営業利益目標達成をより確実に



質問者: スライド 22 ページについてです。今の積み上げを踏まえた場合、来期の ID 数は現時点でどの程度と見込んでいるのでしょうか？

現在の積み上げを踏まえると、今期と比較して ID 数を大幅に増やすという見方でよいのでしょうか？ 現時点での来期に対する感触を教えてください。

杉山: 来期の計画についてはしっかりとガイダンスを示す予定です。現在の状況としては、毎年 6 万 ID 以上を積み上げることが必要な KPI となっていますが、その目標に対してしっかりと達成できると考えています。

ただし、7 万 ID や 8 万 ID といった具体的な数値については、アクティブ ID のアクティブ率状況の確認が必要であり、まだ精査が必要な段階です。そのため現時点で具体的なガイダンスを示すのは難しい状況です。計画が確定した段階で、詳しく示す予定です。

質問者: 勝手なことを申し上げますが、一応、下期だけで 5 万 ID から 6 万 ID は増える計画となっているため、来期は 2 回実施すれば 10 万 ID という数字が見えてきます。ただ、それがまったく簡単なものではないことは十分に理解しています。

杉山: この下期の大型案件に 2 年以上かかっています。そのため、プロジェクトを数珠つなぎに進めていますが、そのような点も踏まえ、少し保守的に確認する必要があると考えています。

質問者: そうすると、その ID が今期末に入っているのであれば、ストック収益はかなり期待できるということですね。

杉山: そのとおりです。しっかりと伸ばします。

質疑応答:「Uber Direct」のスプレッド収益と成長見通しについて

4.6 デジタルレストラン byGMO・Uber Direct の連携

Uber Directとの連携により、加盟店の収益拡大と消費者の利便性向上に貢献
プラットフォームを他業種・業態へ展開し、更なる収益機会の獲得を推進



質問者: 「Uber Direct」についてです。スライドのグラフでストックとスプレッドが示されていますが、確認として、このスプレッド収益は御社のスプレッド売上に基づいているのでしょうか？

また、縦軸や横軸について、具体的に何を示しているのか、もう少しヒントをいただくと助かります。これはどのように見ればよいのでしょうか？

杉山: まず、スプレッド収益にインパクトがあります。縦軸と横軸についてですが、横軸は各棒グラフが1年を表しています。この事業の売上についてはすでに開示していますが、2025年9月期の売上は5,000万円弱です。これが3年から4年で2億円から3億円ほどに成長するイメージを持っていただければと思います。

質疑応答:2030年の1人当たり営業利益について

3.3 成長機会への対応② AIを活用した高度化・生産性向上

AI活用により、キャッシュレスプラットフォームの高度化・生産性向上を推進
2030年9月期の1人あたり営業利益30百万円を目指す



質問者：1人当たり営業利益の話です。2030年の1人当たり営業利益は、割り算すると5年で40人ほど人員が増えるご計画のようですが、現在の採用進捗や利益進捗を考慮すると、インラインと考えてよい数字でしょうか？

杉山：はい。インラインです。