

2023年9月期 第1四半期決算説明会

中長期の環境変化を見越した戦略を展開

2023年2月14日

第72回

GMO PAYMENT GATEWAY

アジェンダ

1. 2023年9月期 第1四半期業績サマリ
2. 成長戦略・注力分野の施策
3. サステナビリティ
4. 財務ハイライト・参考資料

本資料における表記の定義

GMO-PG : GMOペイメントゲートウェイ、GMO-EP : GMOイブシロン、GMO-MR : GMO医療予約技術研究所、GMO-PS : GMOペイメントサービス、

GMO-FG : GMOフィナンシャルゲート、GMO-CAS : GMOカードシステム

物販EC : アパレル、食品・飲料、化粧品・健康食品、宅配・新聞、日用品・事務用品、C2C等

非物販EC : デジコン・通信、ユーティリティ、旅行・チケット、保険、会費・サービス等

PF : プラットフォーム

当資料取扱上の注意

本資料に記載された内容は、2023年2月14日現在において、一般的に認識されている経済・社会等の情勢並びに当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

1. 2023年9月期 第1四半期業績サマリ

1.1 連結業績サマリ

売上収益は24.9%増、上期計画進捗率52.0%も、慎重な見通しは不変

IFRS (百万円)	2022年9月期 第1四半期実績	2023年9月期 第1四半期実績	前年同期比	2023年9月期 上期計画	2023年9月期 上期計画進捗率
売上収益	11,857	14,813	+24.9%	28,491	52.0%
売上総利益	8,173	9,791	+19.8%	—	—
営業利益	4,116	5,090	+23.7%	10,330	49.3%
税引前利益	4,299	4,687	+9.0%	9,648	48.6%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	2,517	2,447	-2.8%	5,952	41.1%
EBITDA	4,612	5,657	+22.7%	—	—

	2023年9月期 第1四半期末 稼働店舗数	2023年9月期 第1四半期 連結決済処理件数	2023年9月期 第1四半期 連結決済処理金額
KPI (前年同期比)	147,204店 (+12.6%)	約14.6億件 (+29.8%) うちオンライン 約13.3億件 (+27.1%)	約3.6兆円 (+34.2%) うちオンライン 約2.6兆円 (+23.2%)

※ EBITDAは営業利益と減価償却費の合計値

※ 稼働店舗数はGMO-PG・EP、連結決済処理件数・金額はGMO-PG・EP・PS・FG、うちオンライン決済はGMO-PG・EP・PSの数値

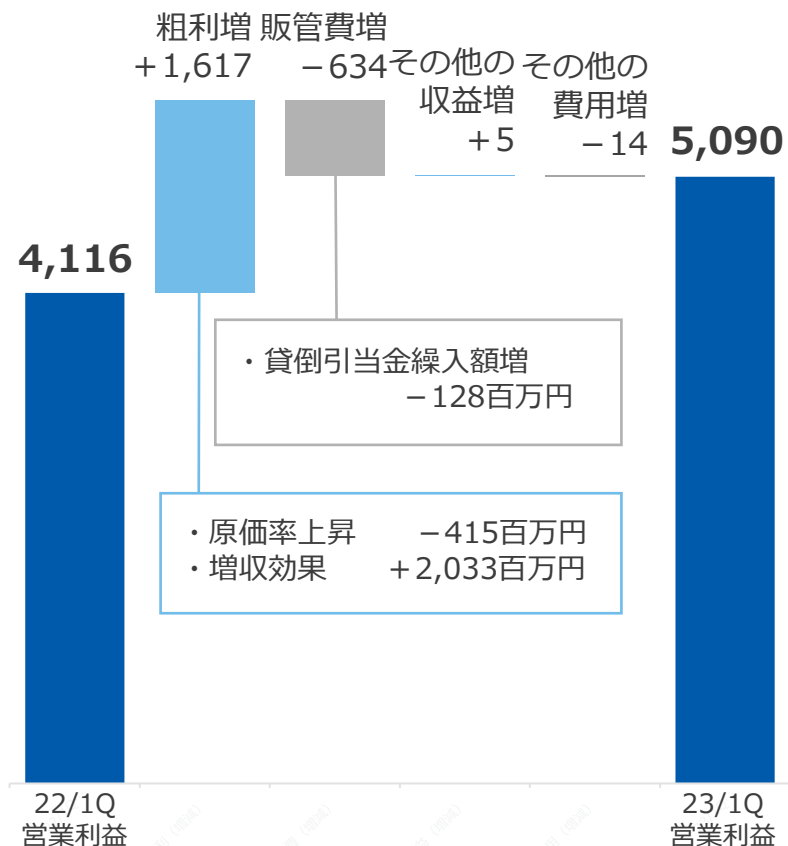
※ 稼働店舗数は23/1Qより計上基準を変更。特定案件及びfincode byGMOの店舗数を除く。当該案件を含む同時点の稼働店舗数は502,160店（前年同期比+37.6%）

1.2 連結営業利益・税引前利益の変動要因

増収効果により営業利益23.7%増、為替差損計上も通期リスクは排除済

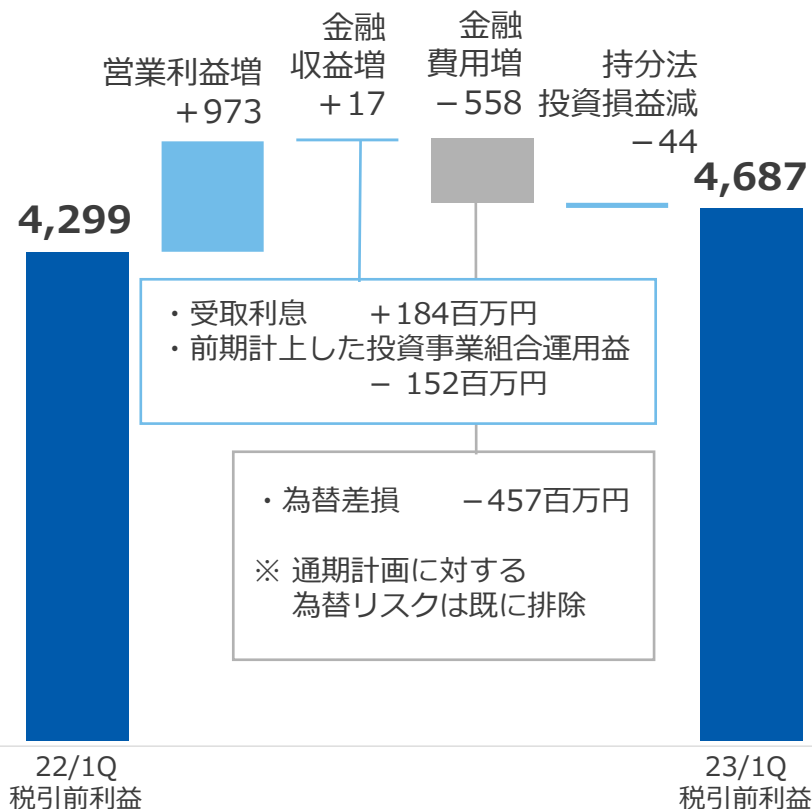
営業利益の増減要因
(前年同期比 +23.7%)

(百万円)



税引前利益の増減要因
(前年同期比 +9.0%)

(百万円)



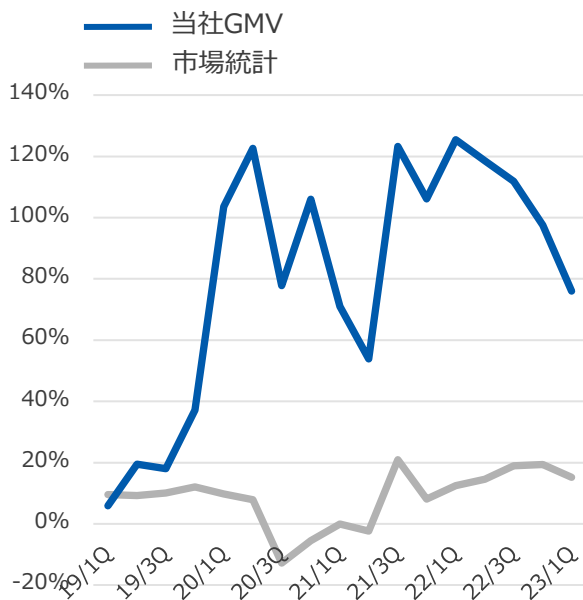
※ 営業利益・税引前利益に与える影響額により、+-を表記

1.3 市場統計と当社決済処理金額推移

※1 厳しい環境下、対面/大手ECの伸長により市場統計を上回る成長

対面決済 (GMO-FG連結) ※2

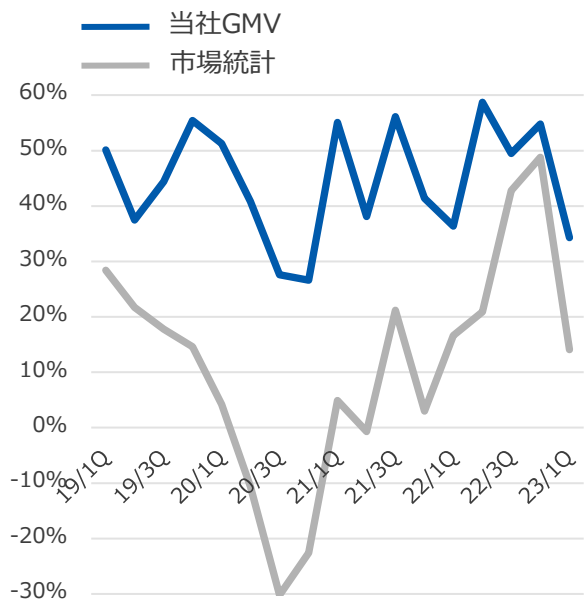
当社 +76.0%
市場 +15.2%



- ・ SMCCとの提携による
端末販売における営業力

非物販EC (GMO-PG)

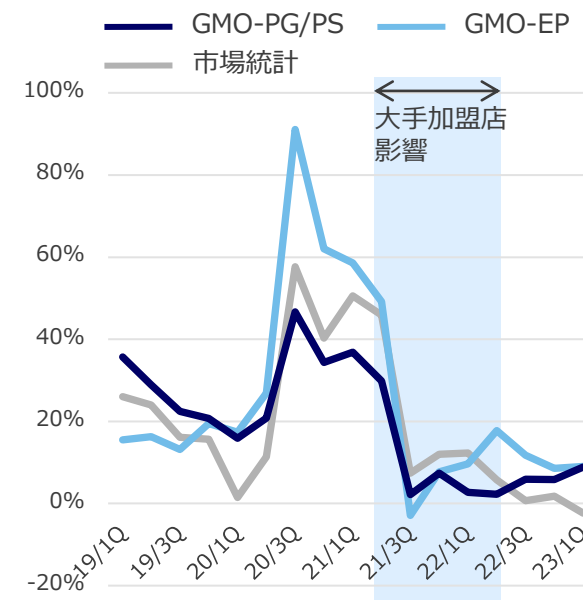
当社 +34.3%
市場 +14.1%



- ・ 大手企業及びユーティリティを
中心とした新たな事業領域の開拓
- ・ 業界別PFの提供、横展開

物販EC (GMO-PG/PS/EP)

当社 +8.9%
市場 -2.4%



- ・ 市場動向に呼応した戦略の推進
- ・ 大手/成長事業者の獲得

※1 対面市場：「経済産業省特定サービス産業動態統計調査」。対面市場は2022年12月の数値が現時点で未公表のため、10～11月の前年同期比成長率を記載。

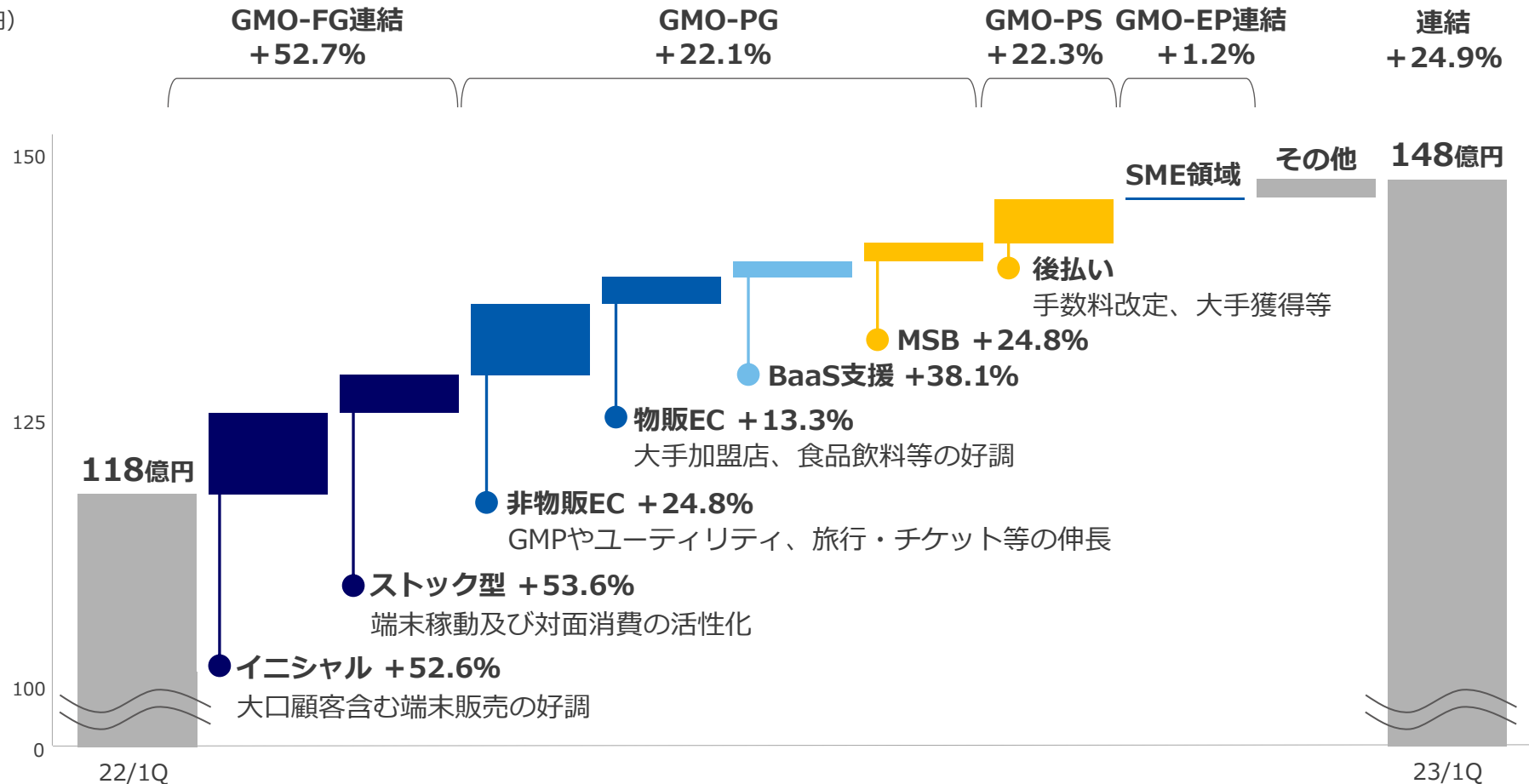
EC市場：総務省「家計消費状況調査」より、1世帯当たり支出のうちインターネットを利用した支出総額を物販・非物販に分類して集計。

※2 GMO-PGの対面決済 (GMO Cashless Platform) は除く

1.4 連結売上収益の増減要因

対面は領地拡大、非物販の続伸、大手物販/後払いが復調し、24.9%成長

(% : 前年同期比増減率)
(億円)

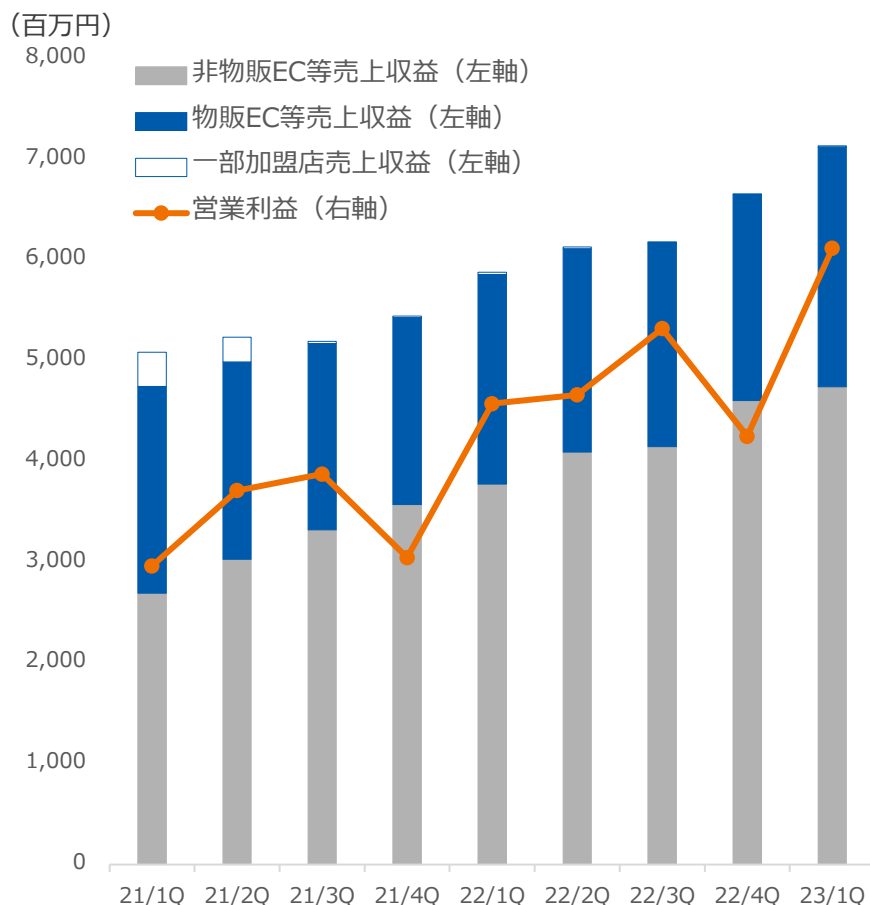


※ MSB (マネーサービスビジネス) : 金融関連事業

1.5 GMO-PG単体の業績

非物販ECの継続成長と物販ECの回復により、オンライン決済20.1%増

GMO-PG単体 売上収益・営業利益 ※1



前年同期比 ※2

	22/1Q	23/1Q
売上収益	+16.5%	+22.1%
オンライン決済	+13.6%	+20.1%
物販EC	-1.6%	+13.3%
アパレル	-44.9%	+7.1%
食品・飲料	+35.8%	+21.8%
化粧品・健康食品	+12.4%	+5.1%
非物販EC	+27.2%	+24.8%
デジコン・通信	+23.7%	+15.9%
ユーティリティ	+41.4%	+19.2%
旅行・チケット	+30.5%	+44.1%
BaaS支援	+26.7%	+38.1%
金融関連事業	+10.1%	+24.8%
送金サービス	+5.1%	+20.9%
早期入金サービス	+58.4%	+23.5%
海外レンディング ※3	+100.4%	+26.2%

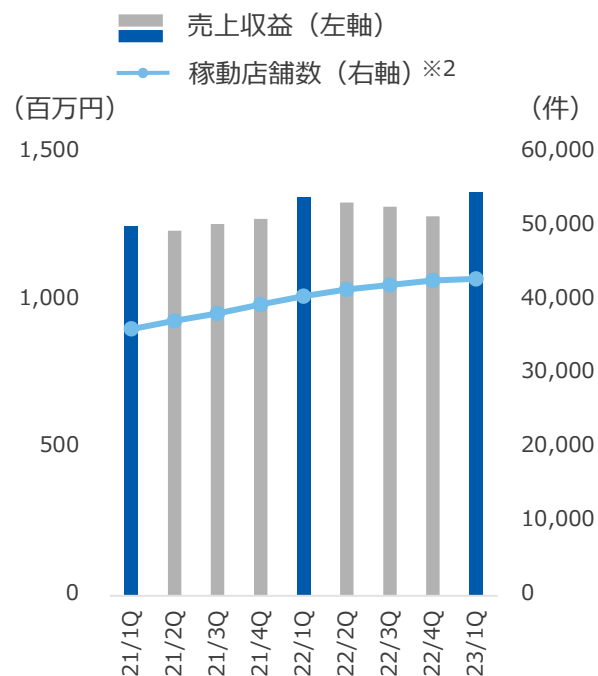
※1 BaaS支援・金融関連事業の売上収益を含む ※2 売上収益は連結消去前、オンライン決済売上は連結消去後の数値。BaaS支援は銀行Payとプロセッシングプラットフォームの合計値
 ※3 海外レンディングの連結売上。21/4Q、22/1Qに計上された一時的な売上を除き算出。PG単体では前年同期比22/1Q+46.2%、23/1Q+0.5%

1.6 GMO-EP/PS/FGの業績^{※1}

FG好調、PSは手数料改定影響、EPは新規施策を強化中

GMO-EP連結

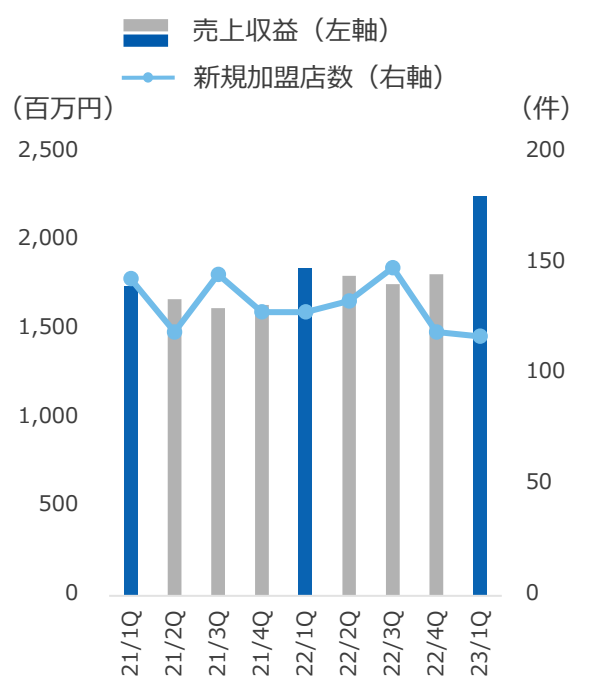
売上収益（前年同期比） +1.2%



新規施策に課題継続
2Qより経営体制を強化

GMO-PS

売上収益（前年同期比） +22.3%



手数料改定影響により売上増
大手加盟店の獲得が進展

GMO-FG連結

売上収益（前年同期比） +52.7%

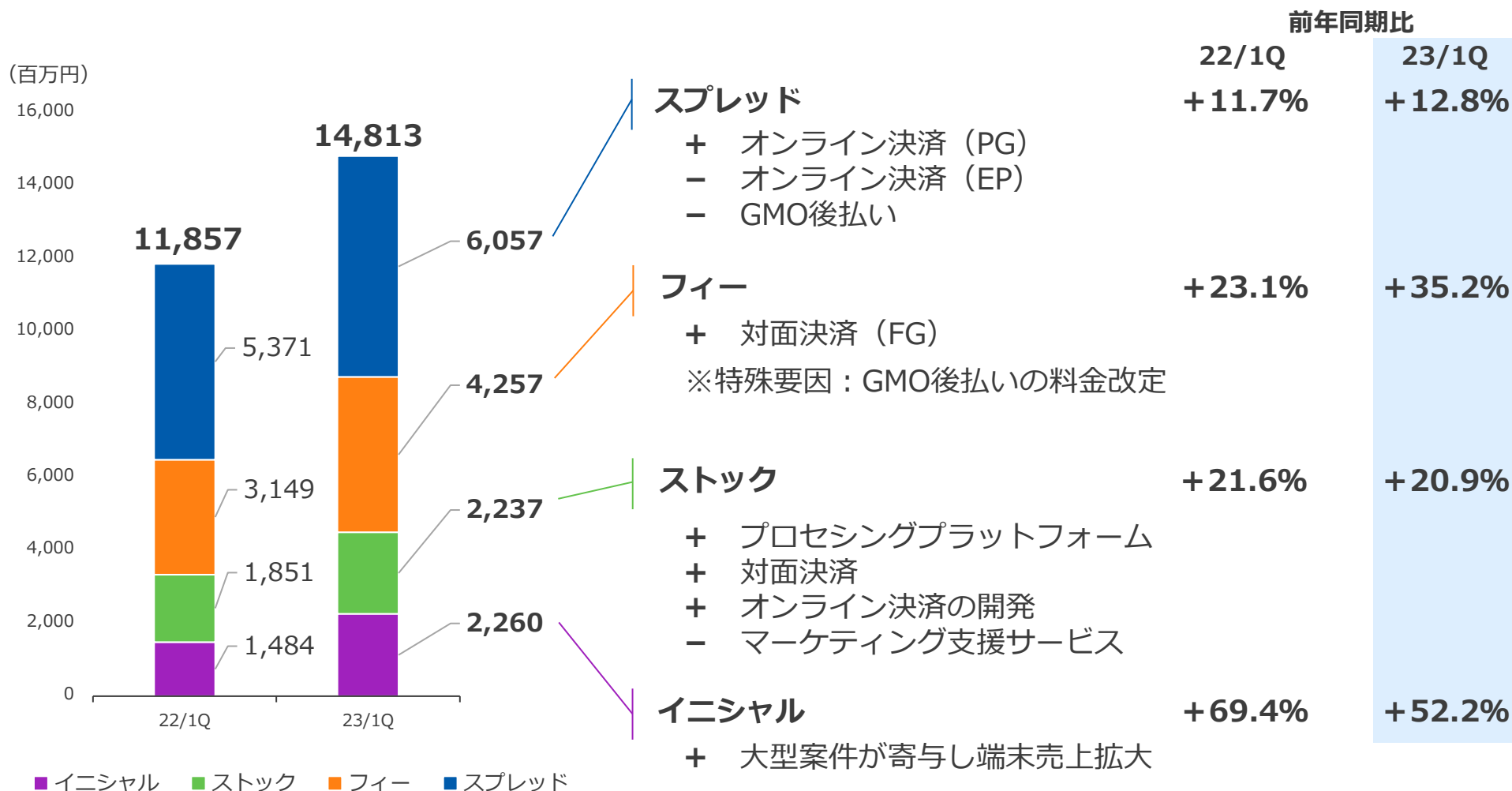


端末販売好調が決済TRX増に寄与
ストック型収益 +53.6%^{※3}

※1 各社売上は連結消去前の数値。GMO-EP連結：GMOイブシロン・GMO医療予約技術研究所、GMO-FG連結：GMOフィナンシャルゲート・GMOカードシステム
 ※2 BtoC EC加盟店数 ※3 ストック型収益（ストック・フィー・スプレッド）は連結消去後

1.7 ビジネスモデル別連結売上収益推移

対面決済の大手顧客獲得により処理件数が続伸し、フィー売上35.2%増



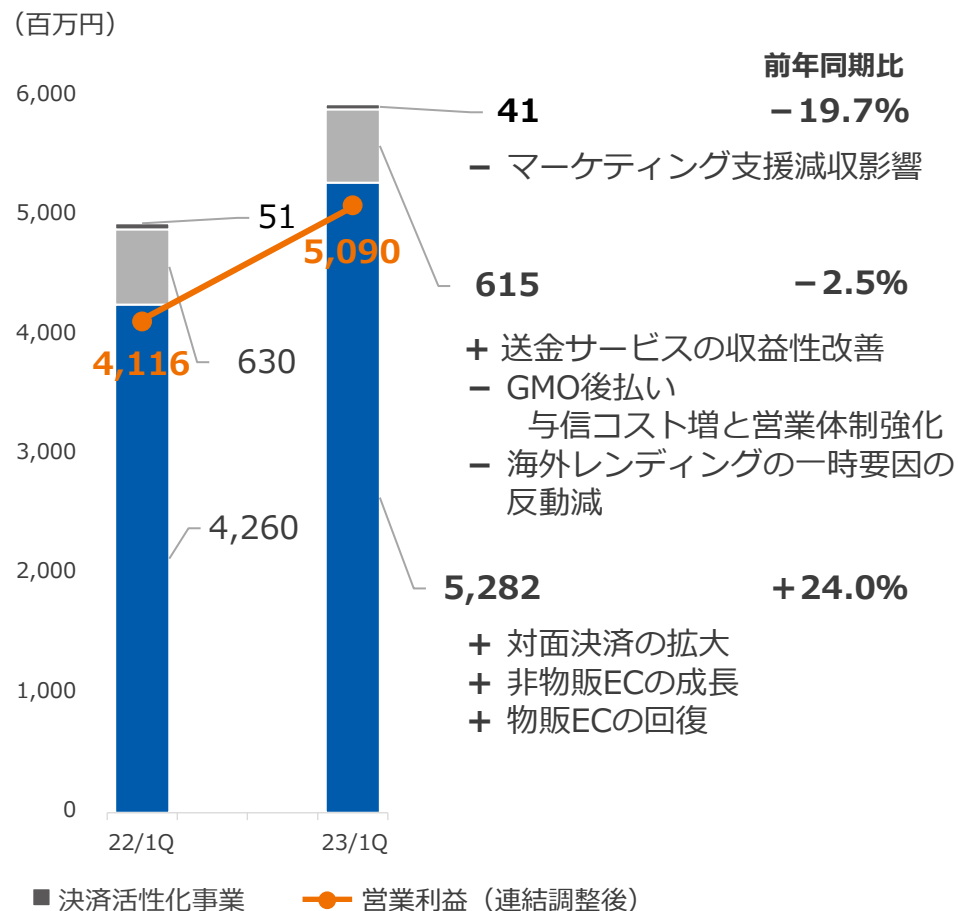
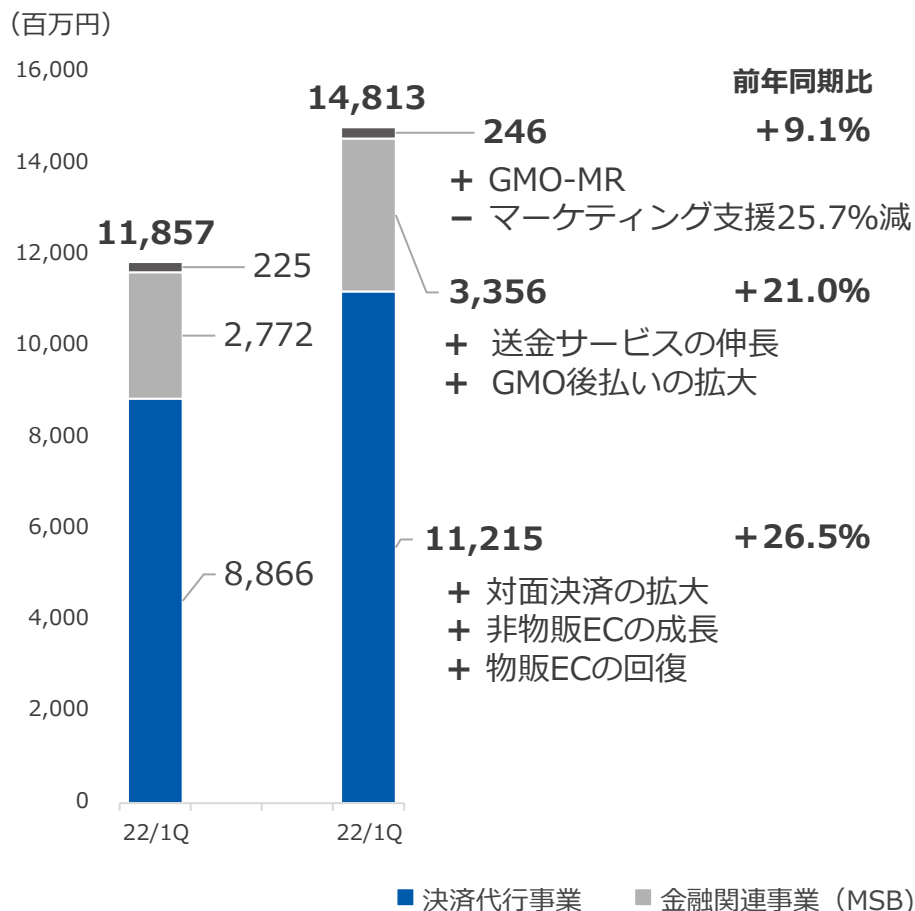
※ 各サービスの前年同期比が25%以上の成長もしくは各ビジネスモデルの前年同期比 (%) よりも高い項目を+、低い項目を-と表記

1.8 セグメント別連結業績推移

全セグメントで売上続伸も、与信コスト増等により金融関連は減益

セグメント売上収益 前年同期比 +24.9% (連結)

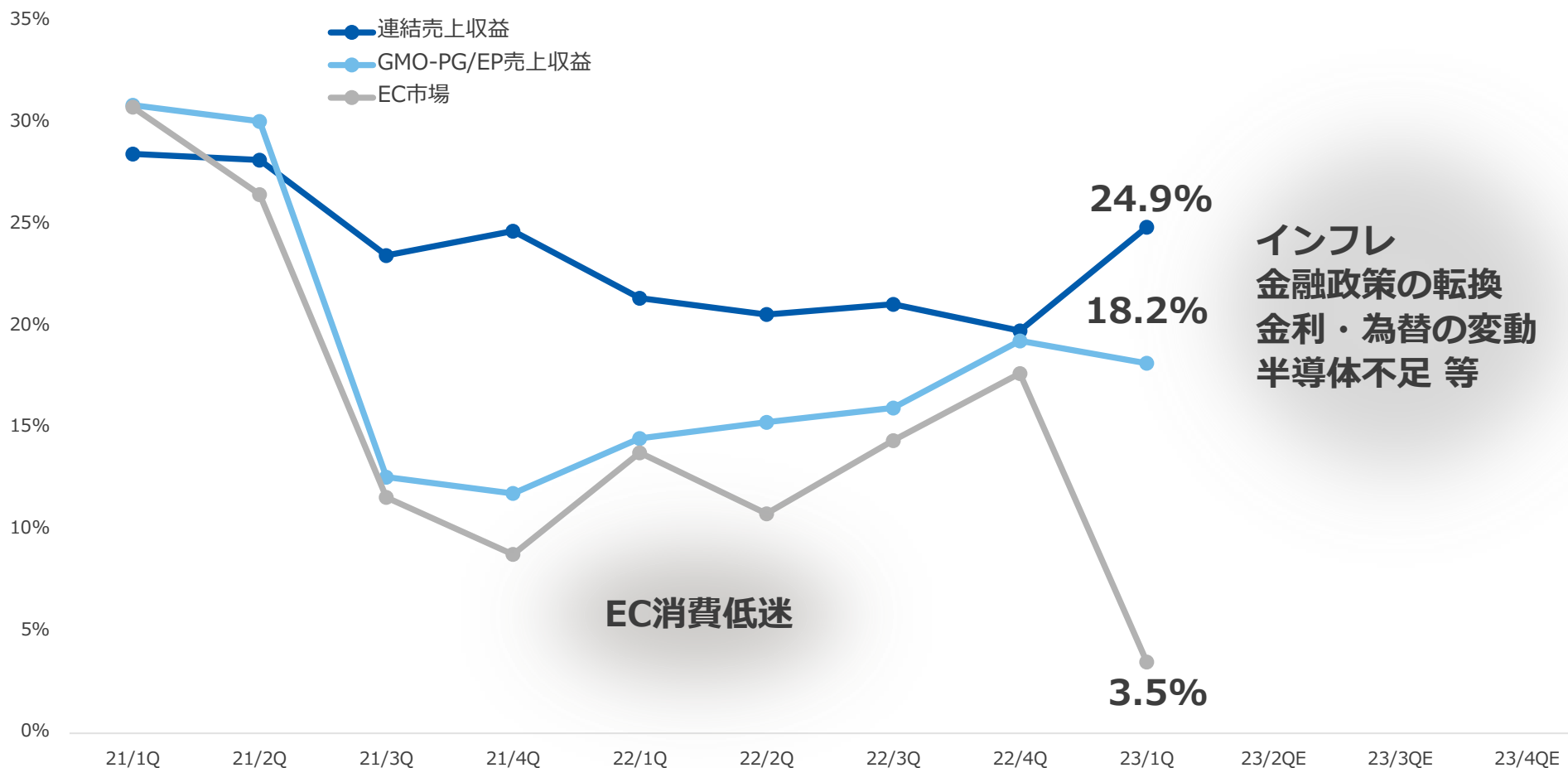
セグメント損益 前年同期比 +23.7% (連結調整後)



1.9 足元の環境認識

施策進展により1Qは想定内の進捗も、不透明な事業環境が継続

EC市場と当社売上前年同期比（四半期推移）

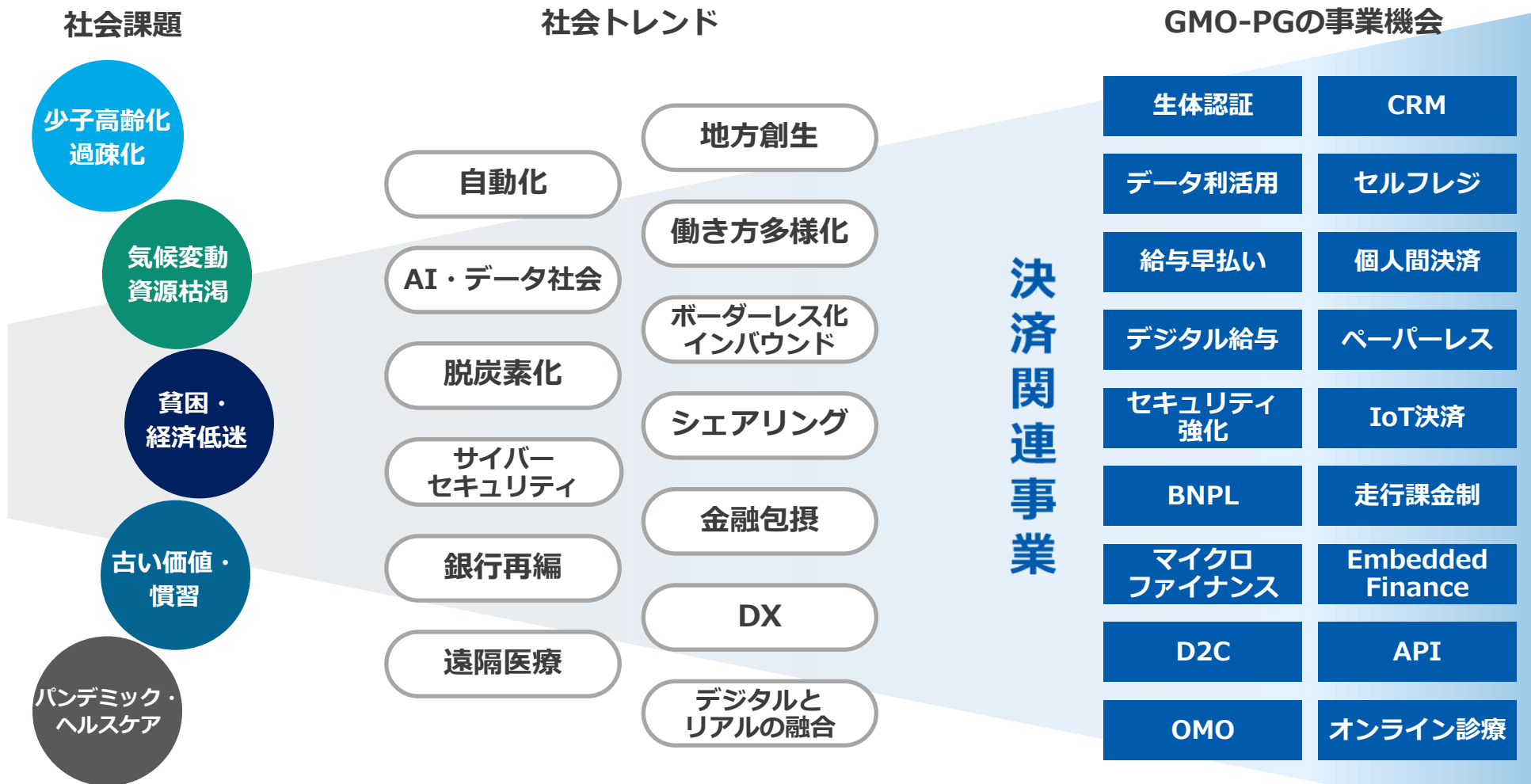


※ EC市場：総務省「家計消費状況調査」より、1世帯当たり支出のうちインターネットを利用した支出総額

2. 成長戦略・注力分野の施策

2.1 中長期の環境変化と事業機会

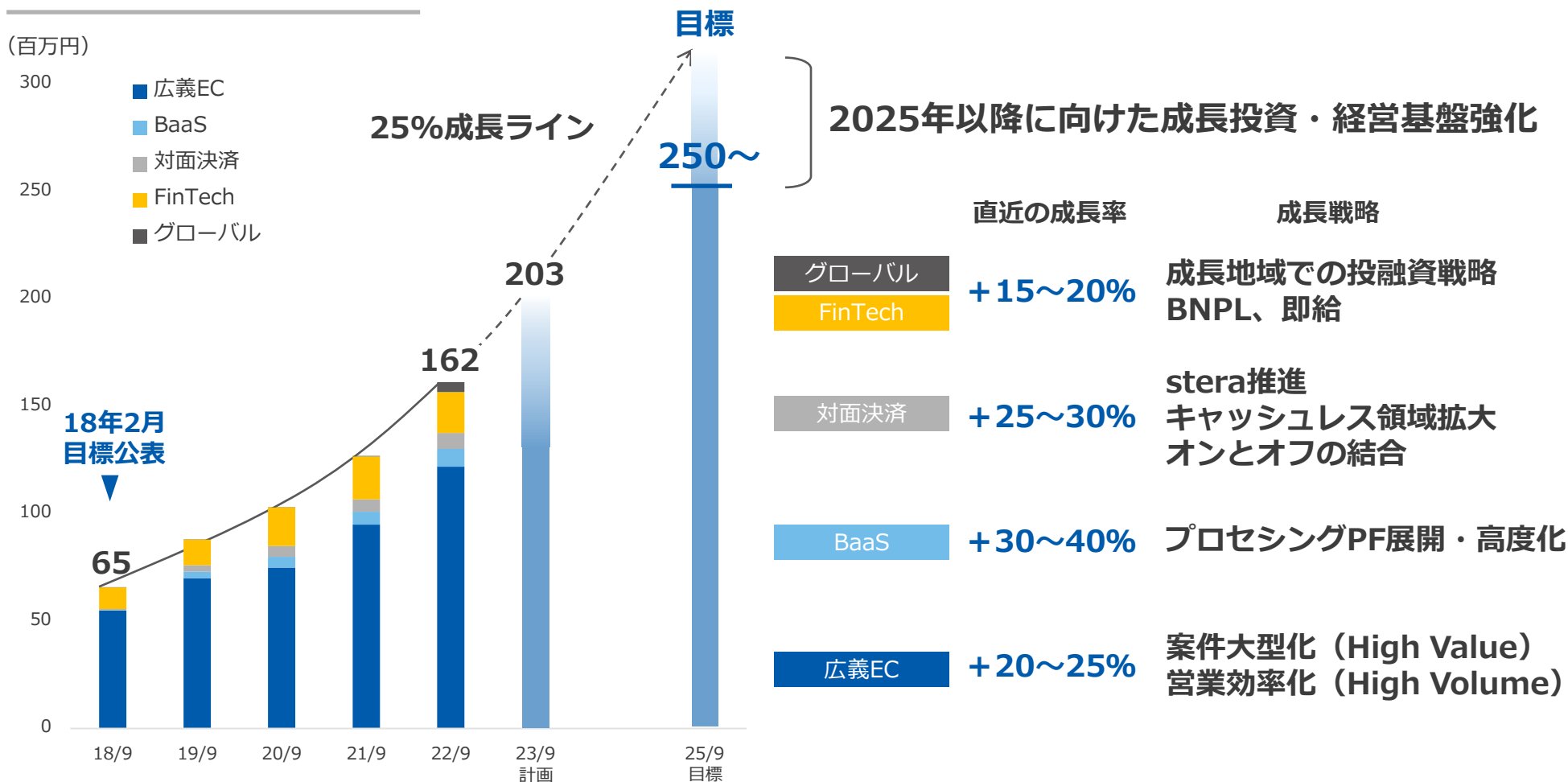
決済関連事業を通じて、社会の変化を当社のオポチュニティに



2.2 経営目標

注力5分野の足元営業利益成長率と2025年以降に向けた成長戦略

注力分野の営業利益及び目標 ※1,2

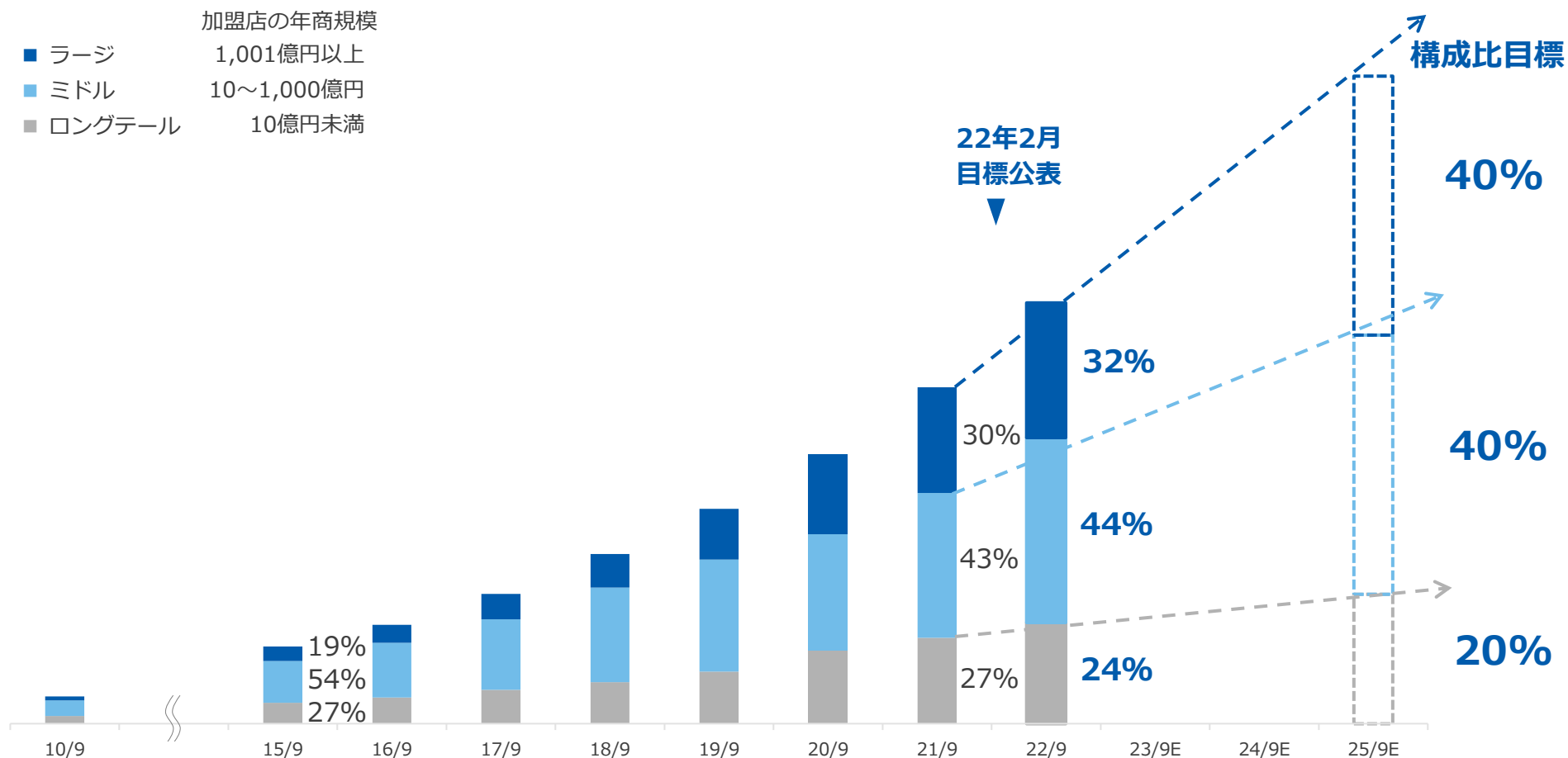


※1 21/9期まで、グローバルの営業利益はFinTechに含む ※2 19/9期のFinTechの営業利益は一部取引の引当率の変動に伴う影響額を除く実力値

2.3 加盟店規模別売上構成比の推移と目標

大手加盟店の獲得及び成長により、ラージ比率4割に向け進展

GMO-PG 加盟店規模別売上構成比

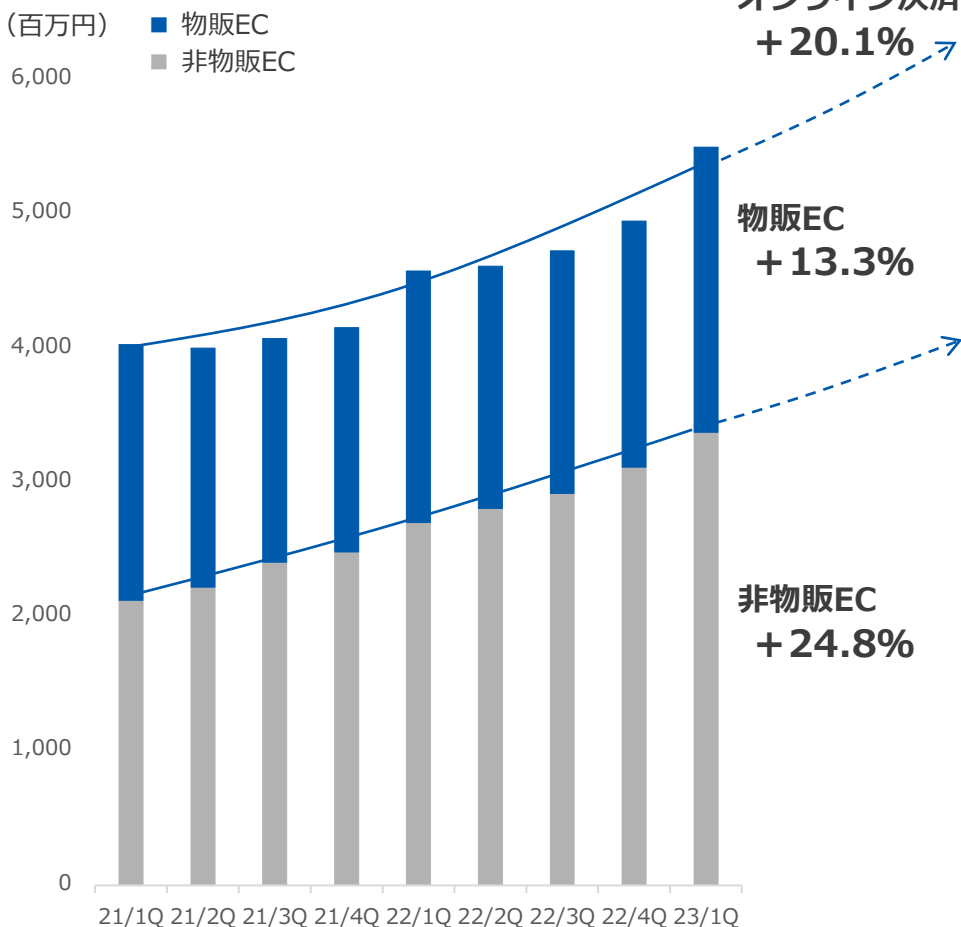


2.4.1 広義EC：大手加盟店成長による売上伸長

広義EC
2025営業利益目標
180~220億円

売上の約50%を占める上位加盟店が成長を牽引

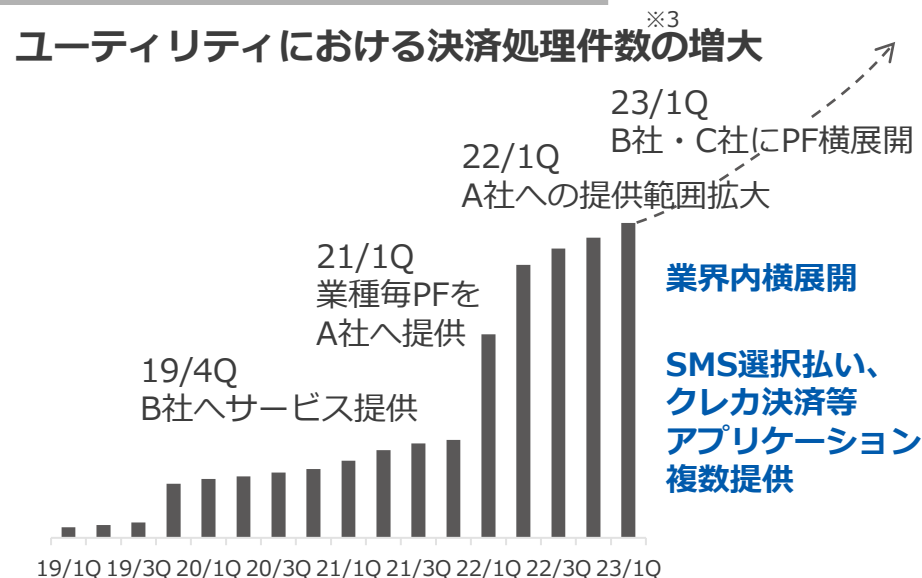
物販/非物販EC売上収益※1(四半期推移)



上位加盟店の23/1Q売上成長率

EC種別	項目	成長率	構成比※2
物販EC	合計	+13.3%	
	上位100社	+16.2%	52.5%
非物販EC	合計	+24.8%	
	上位50社	+32.3%	52.4%

非物販EC成長戦略 (PF横展開事例)

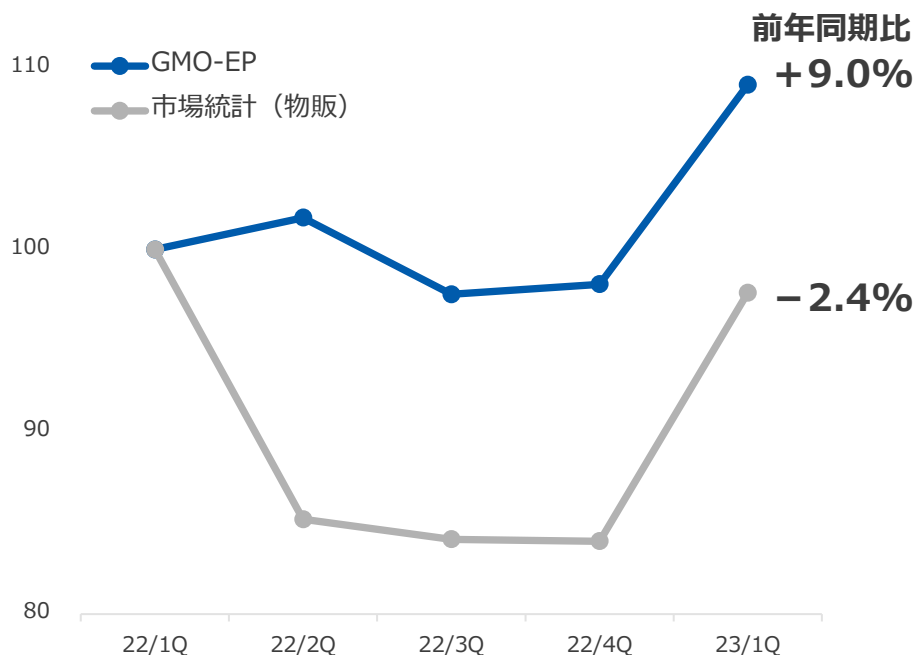


※1 GMO-PG単体オンライン決済における物販EC/非物販ECの売上収益 ※2 GMO-PG物販EC/非物販ECに占める割合 ※3 電力・ガス加盟店における決済処理件数

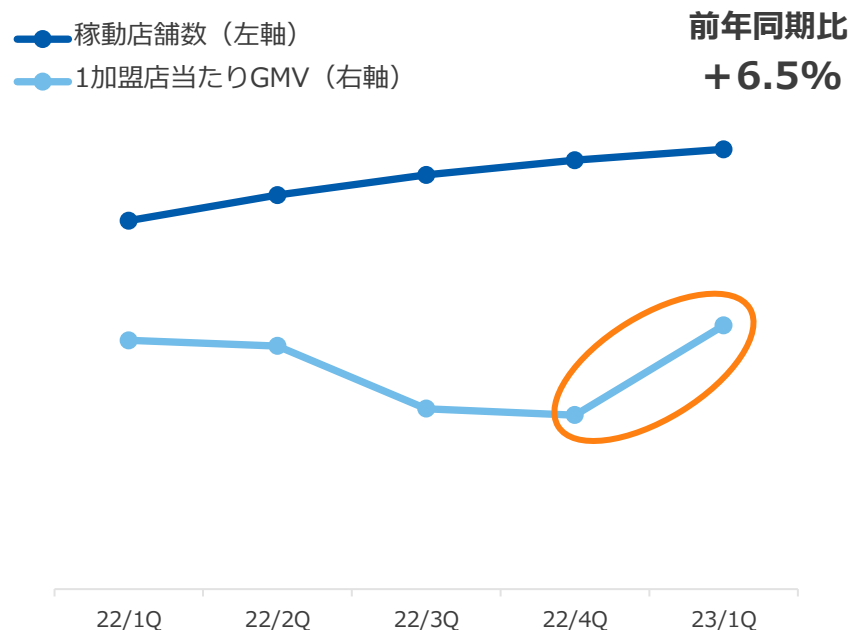
2.4.2 広義EC : GMO-EPの現状

市場実勢を上回るGMV成長も、引き続き課題への対応推進中

GMV指数推移 ※1



稼動店舗数及び1加盟店当たりGMV ※2



厳しい環境の中、市場を上回るGMV成長

1加盟店あたりGMVが回復

課題

競争環境下、手数料施策により売上成長が停滞

対策

新領域の開拓 : fincode byGMO及び業種特化パートナー開拓により新規顧客獲得数を拡大

※1 GMV : 決済処理金額 ※2 稼動店舗数はfincode byGMOの店舗数を除く。1加盟店当たりGMVはfincode byGMOの店舗数及びGMVを除く。

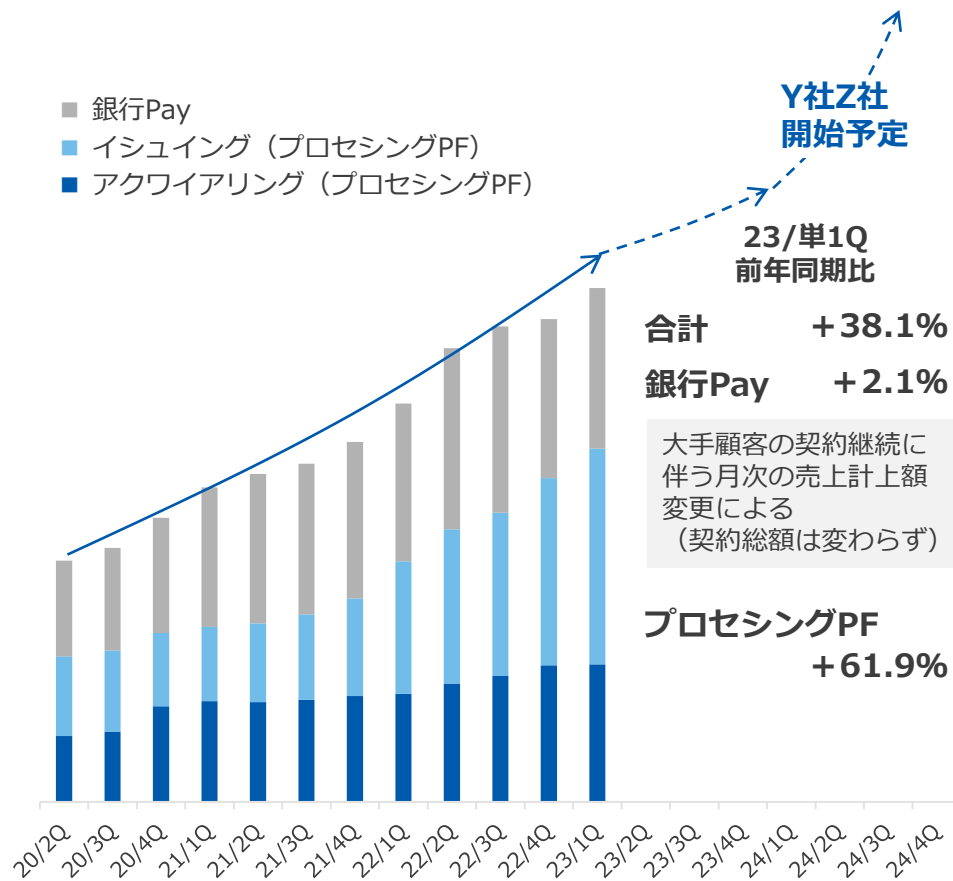
2.5 BaaS : 現状及び施策の進捗

(Embedded Finance)

BaaS
2025営業利益目標
10億円～

来期以降の成長加速に向けた大型案件の準備進展

銀行Pay・プロセッシングPF売上（四半期推移）※



※ 銀行Pay及びプロセッシングプラットフォームにおける、金融機関以外の事業者からの売上を含む。

注力施策と進捗

プロセッシングプラットフォーム

クレカイシューイング大型案件開始準備

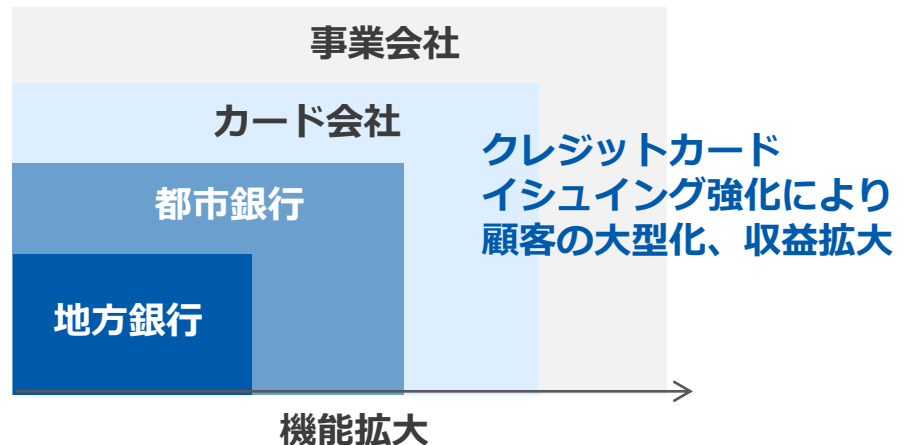


銀行Pay

契約更改

セキュリティ商材販売

事業領域拡大の方向性

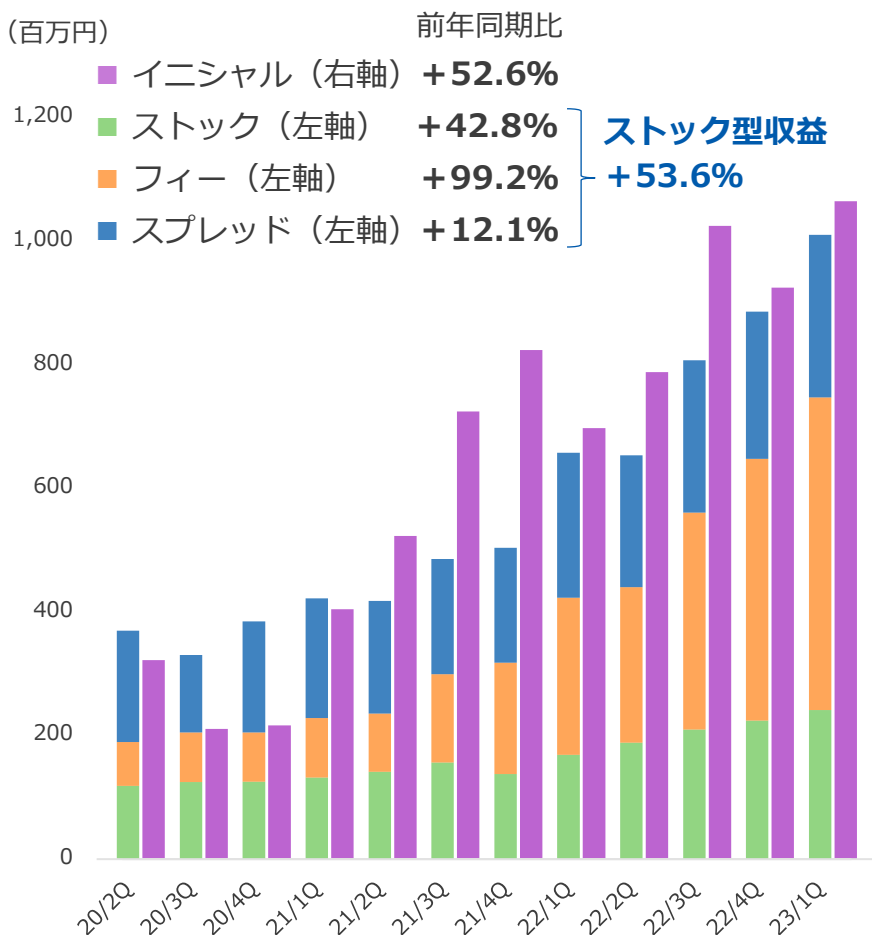


2.6 対面決済：GMO-FGの現状

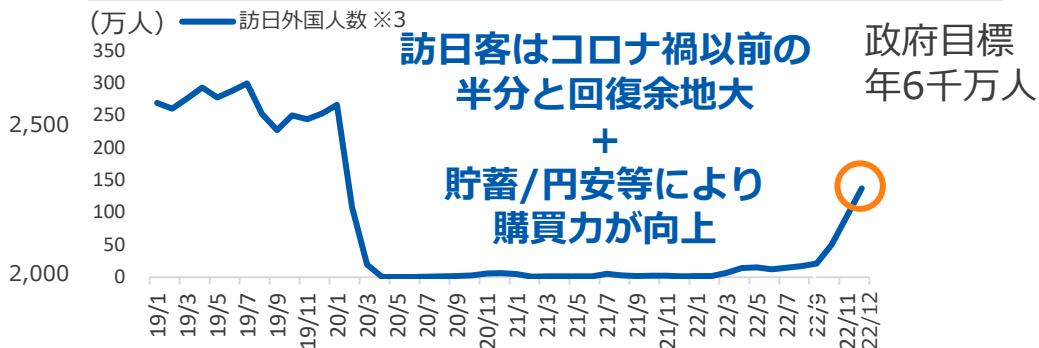
対面決済
2025営業利益目標
20億円※1

大手顧客の開拓、イベントや訪日客回復により成長機会拡大

GMO-FG/CASビジネスモデル別売上収益（単Q）※2



インバウンド消費回復



業種固有の開発ニーズに応え顧客開拓

全国展開の公共（運輸）サービス機関
交通・旅行系など大手獲得実績が更なる開拓に寄与

C→REX：
JTB様が提供する宿泊・観光施設に特化した
カード決済サービスに、stera端末採用（2023年夏以降）

イベント環境（スポーツ観戦施設等）：
店舗、飲食売り子を完全キャッシュレス化

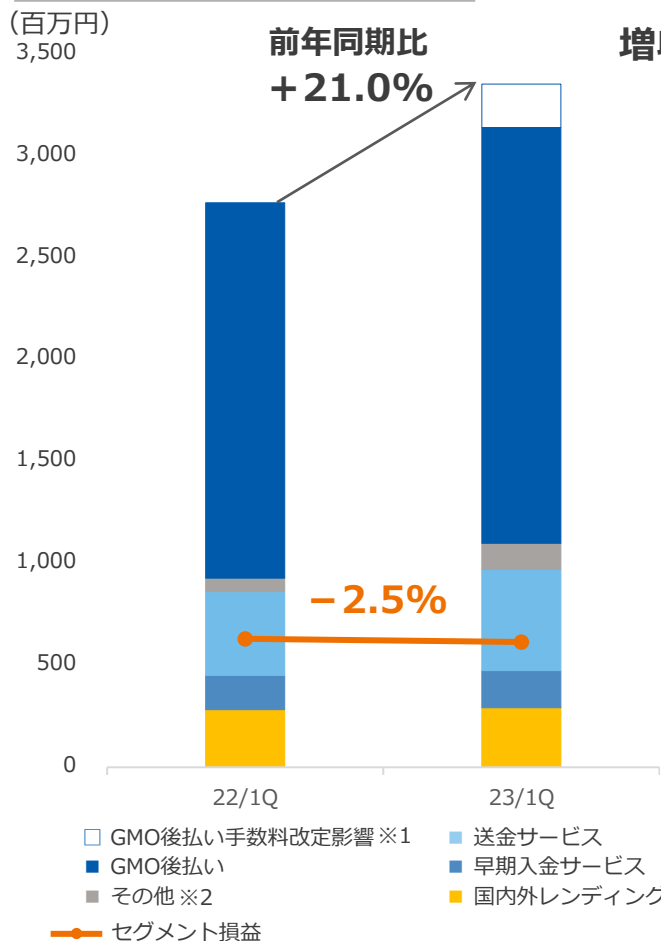
※1 2025年営業利益目標はGMOフィナンシャルゲート・GMOカードシステム以外を含む ※2 売上収益は連結消去後、ストック型収益：ストック・フィー・スプレッド ※3 日本政府観光局

2.7 FinTech : 増収減益の要因と対策

FinTech
2025営業利益目標
30億円～

売上収益21%増も、後払いの与信コスト増等により減益

FinTech売上収益及び損益



増収減益の要因と対策

GMO後払い

信用コストの増加

→ 景気動向をふまえた
与信コントロール

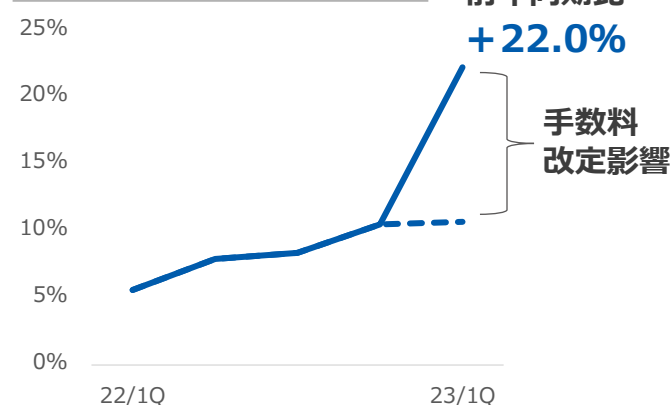
営業体制強化

→ 大手顧客の開拓が進む

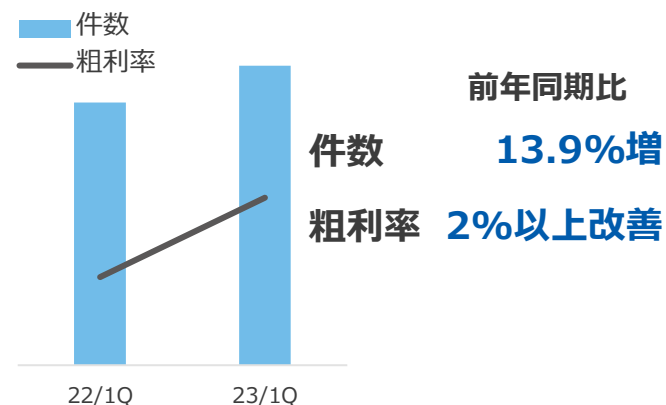
前期海外レンディング売上急伸 一時的要因の反動減

→ 安定成長の加速
送金サービスの粗利率向上

GMO後払い売上成長率



GMO-PG送金サービス



※1 コンビニ収納代行費用の値上げに伴う手数料改定 ※2 その他：BtoBファクタリング、ファイナンスリース、BtoB売掛保証、こんど払い、即給 byGMOの合計

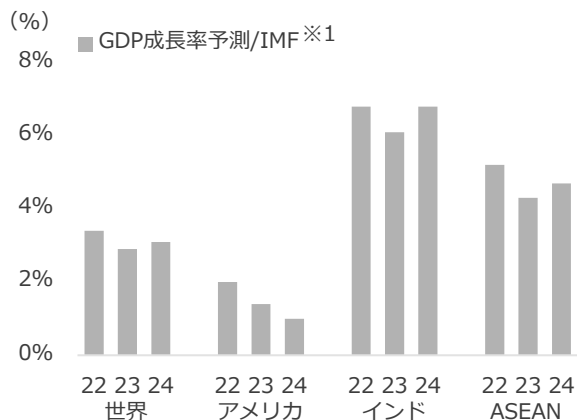
2.8.1 グローバル投資戦略

グローバル
2025営業利益目標
30億円～

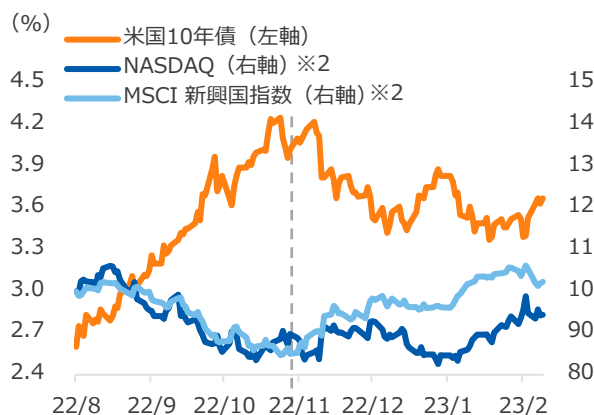
マクロ環境変化を受け、投資戦略の機動性を向上

世界経済の変化：インフレ鈍化（米金融引締め終盤の局面）、中国などの経済活動再開

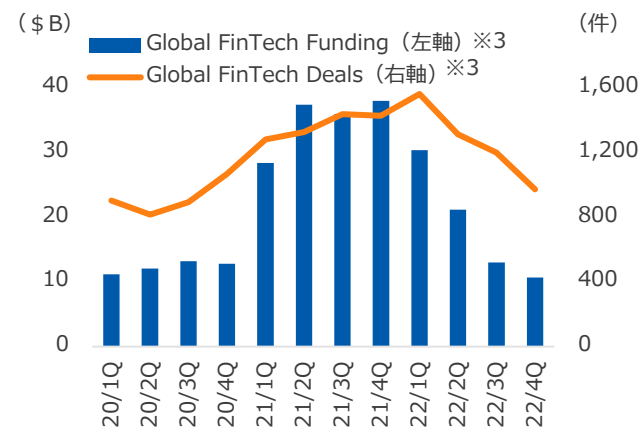
景気後退懸念の緩和、新興国の牽引






金利低下に伴う株価の下げ止まり



スタートアップ調達は縮小継続



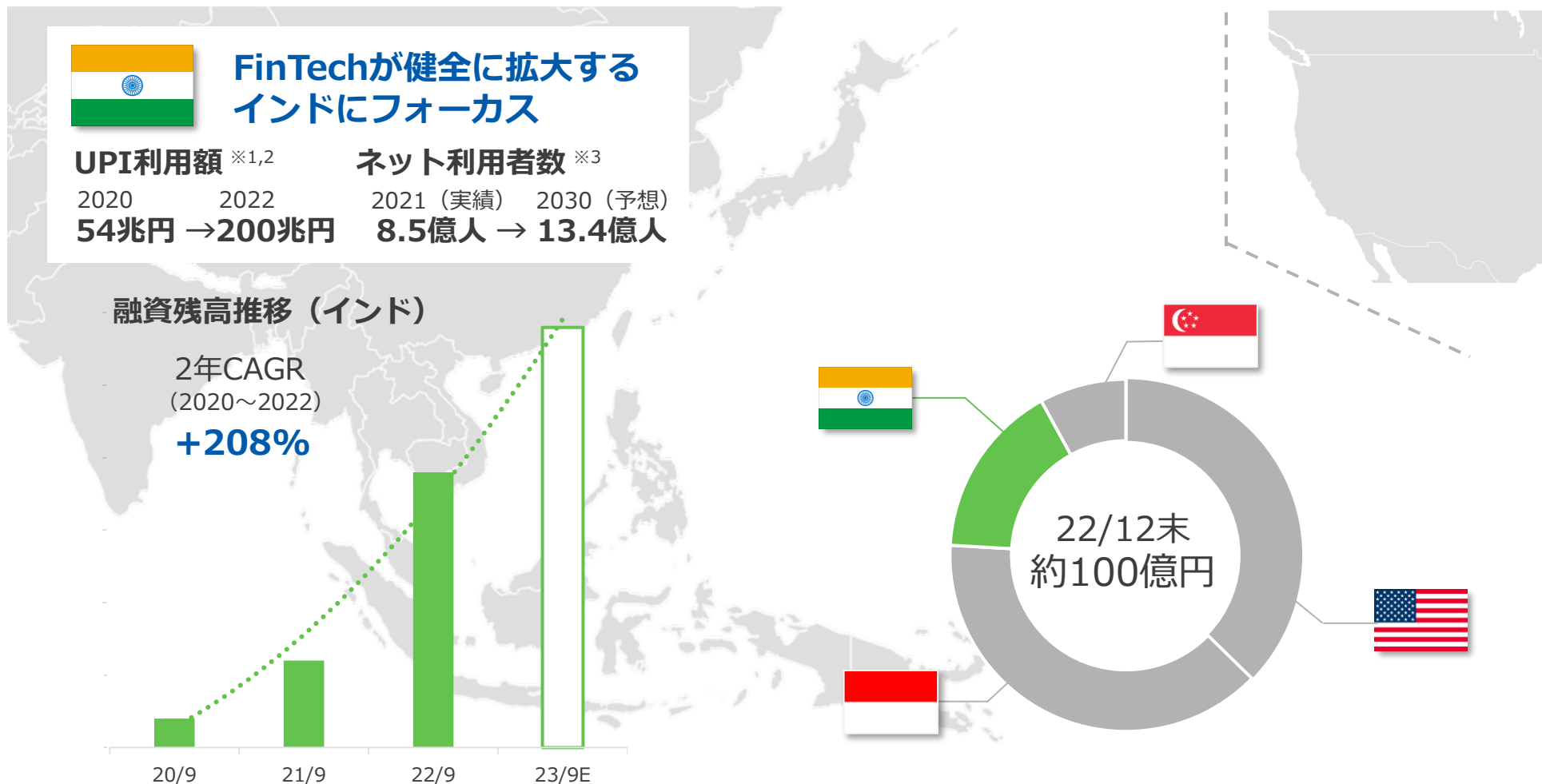
投資の好機を確実に捉えるべく、機動性向上

-  現地拠点での投資資金確保（シンガポール法人2C2P売却資金の保有、米国法人3,000万米ドル増資）
 -  現地拠点人員強化（現地採用・駐在派遣）
 -  インドVC出資（SG上記資金の運用益より再投資）や独自によるソーシング力強化
- 意思決定の迅速化

※1 IMF「世界経済見通し (WEO) 2023年1月 改訂見通し」 ※2 2022年9月1日計数で指数化 ※3 CB Insights「State of Fintech Global 2022」

2.8.2 グローバル投融資エリア戦略

地域分散を図りつつも、知見を生かしFinTech先進地域にアプローチ



※1 UPI : United Payments Interface、インド政府が主導する国内最大のデジタル決済手段で個人間で無料・即時の口座送金が可能。銀行口座とスマートフォンがあればだれでも利用可能。
※2 インド国立決済公社 ※3 Inc42、Statista、NPCI、Bain & Company、App Annie

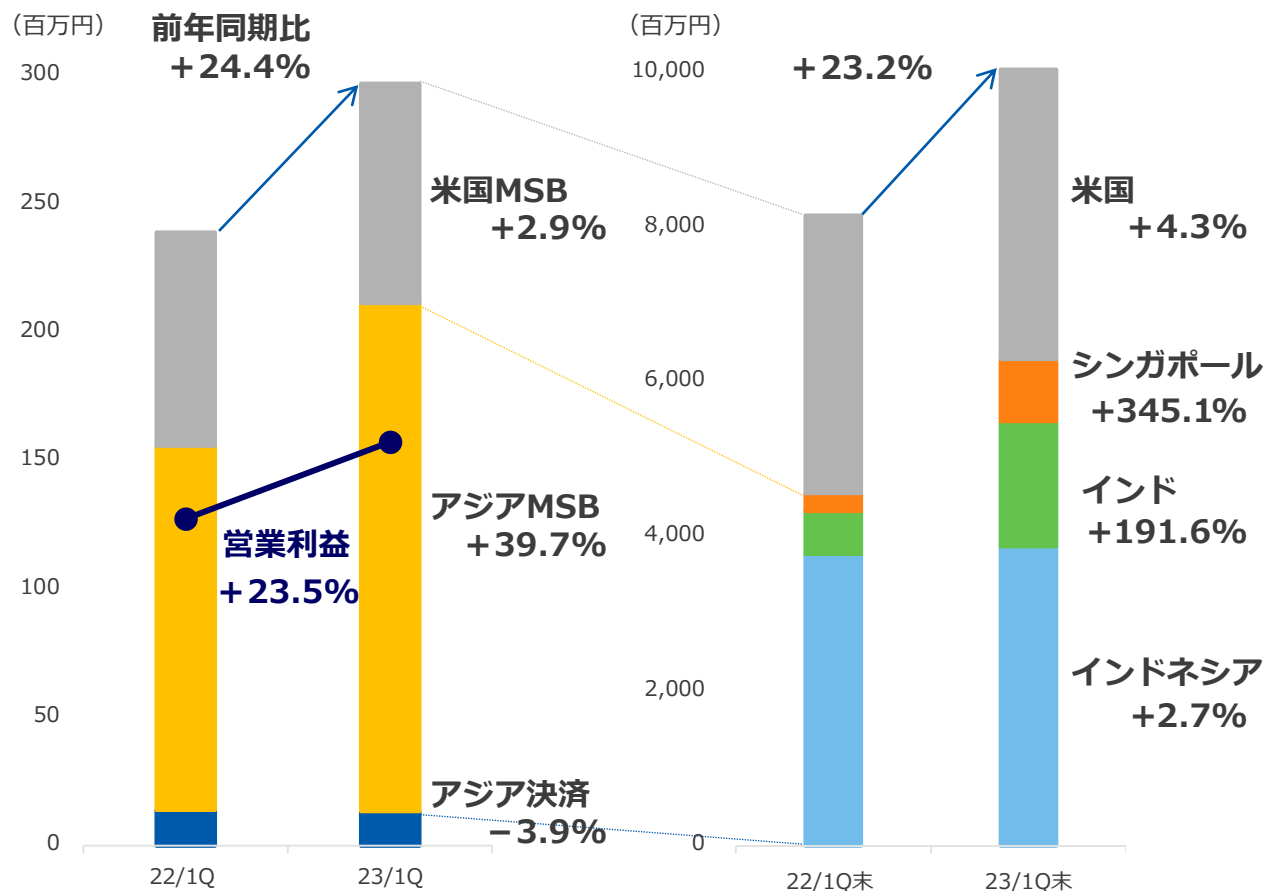
2.8.3 グローバル：業績サマリ

パイプライン積み上がり、引き続き対象国やセクターでリスク分散

売上収益・営業利益 ※

融資残高（12月末）

新規案件



教育FinTech企業に融資実行
（23年1月）

- 個人向け教育ローンFinTech
- 600校以上の教育機関と提携し7万人以上にローン提供
- 教育機関と学生双方を分析し与信
- インドの学習機会拡大に寄与

足元のパイプライン

- 個人向け即時ローンFinTech
- デジタルコンテンツ領域のRBF（売上連動融資）

※ 22/1Qに計上された一時的な売上収益・営業利益を除く

3. サステナビリティ

3.1 非財務情報の拡充：統合報告書

サステナビリティ経営の高度化に向け、価値創造の基盤である非財務情報を拡充

「第29期 統合報告書」

URL : https://www.gmo-pg.com/corp/newsroom/pdf/20221219_gmo_pg_ir_integrated_report.pdf

The screenshot displays the 2022 Integrated Report with the following sections visible:

- 人材戦略** (Human Resources Strategy): Focuses on the company's vision of being a 'people-oriented' organization.
- 環境** (Environment): Discusses the company's commitment to environmental sustainability and its response to TCFD recommendations.
- ガバナンス** (Governance): Details the company's governance structure and its focus on sustainable growth and long-term value creation.
- 社外取締役座談会** (External Director Roundtable): A section featuring discussions with external directors on the company's growth and value creation.
- 財務情報** (Financial Information): Includes various charts and tables showing financial performance and ESG-related metrics.

新規コンテンツ

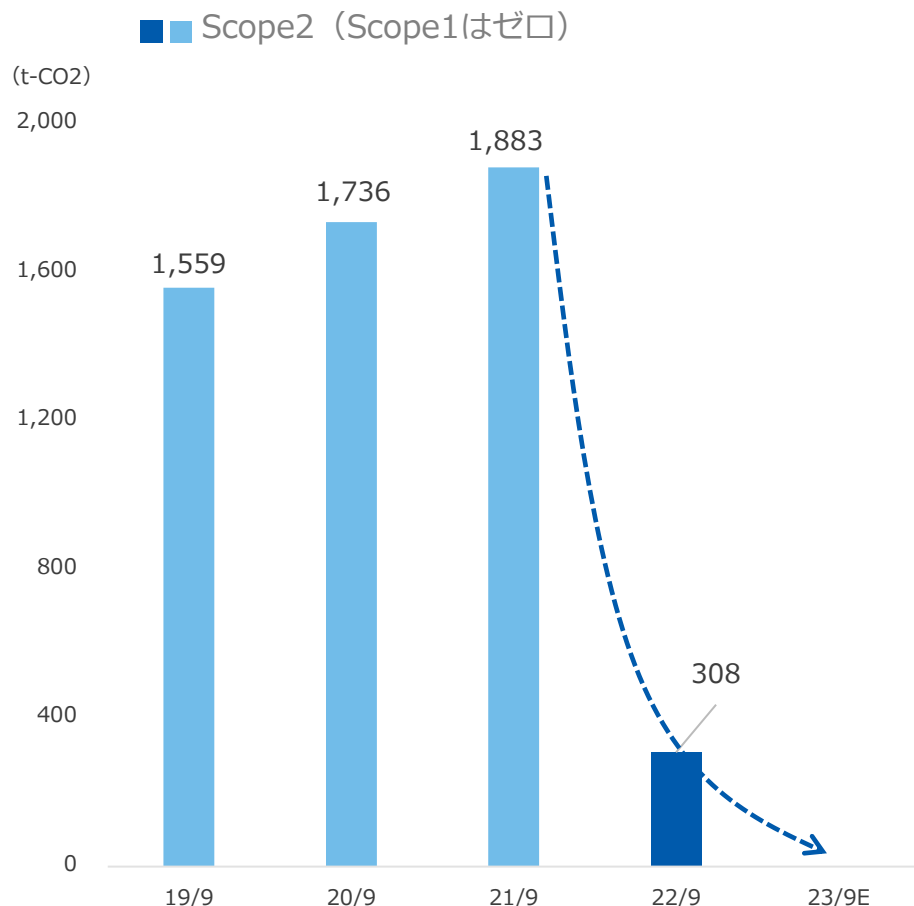
- **社外取締役座談会**
 - ガバナンスの視点
 - 当社の強み、課題
- **気候変動への対応 (TCFD提言に基づく情報開示)**
 - GHG排出量 (Scope1+2)
 - 84%削減 (前年比)
- **人材戦略**
 - 「企業は人なり」
 - パートナーの声

3.2 GHG排出量削減への取組み



2022年9月期、実質再生可能エネルギーを導入しGHG排出量を8割削減

GHG排出量 (Scope 1+2) ※1

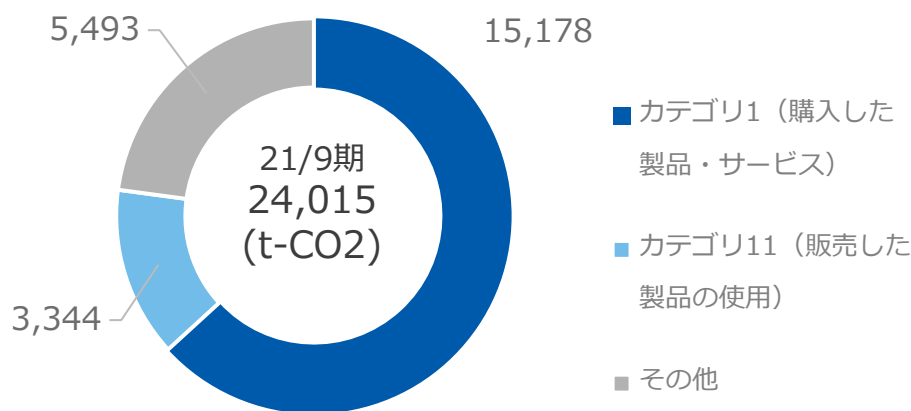


第三者保証

- 2022年12月、GHG排出量 (Scope 1+2) の報告内容に対する信頼性確保のため、ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社による第三者保証を取得
- Scope 3についても検証を実施中

GHG排出量 (Scope 3)

- 対面決済の提供に必要な決済端末製品の購入並びに製品の使用に係るGHG排出量が大半



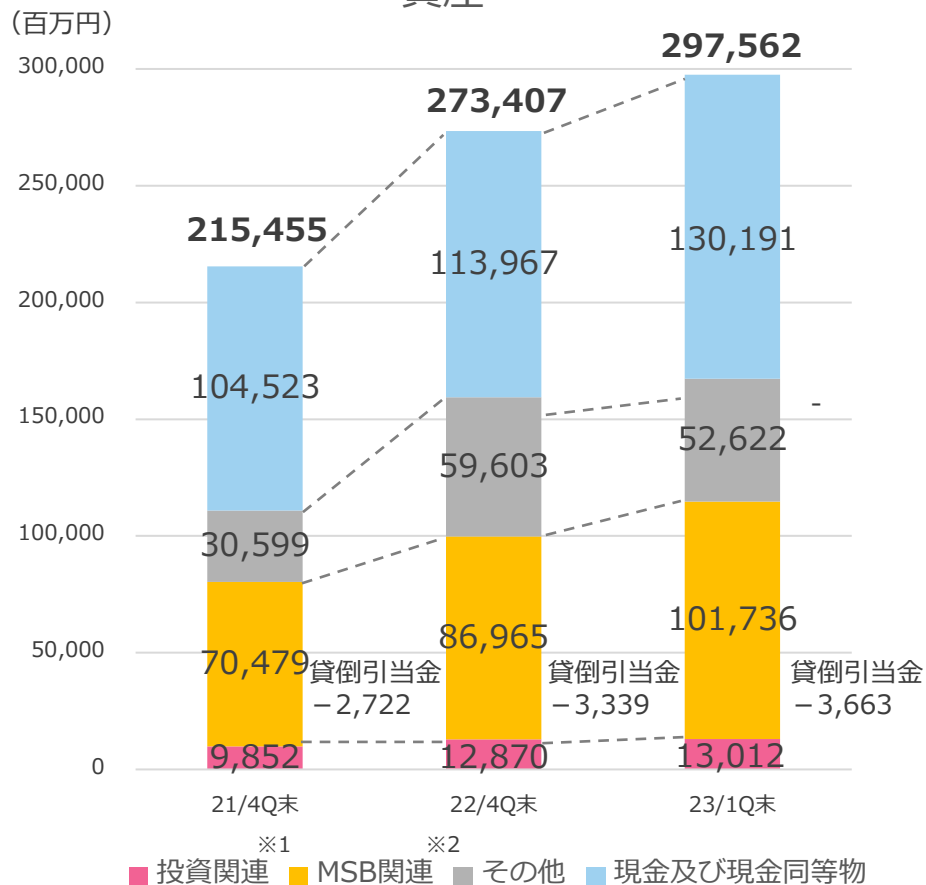
※4 当社主要各社のデータセンターならびにオフィスの電力消費量より集計、Scope1：企業が自ら排出するGHG排出量、Scope2：購入した電力・熱等の間接的なGHG排出量

4. 財務ハイライト・参考資料

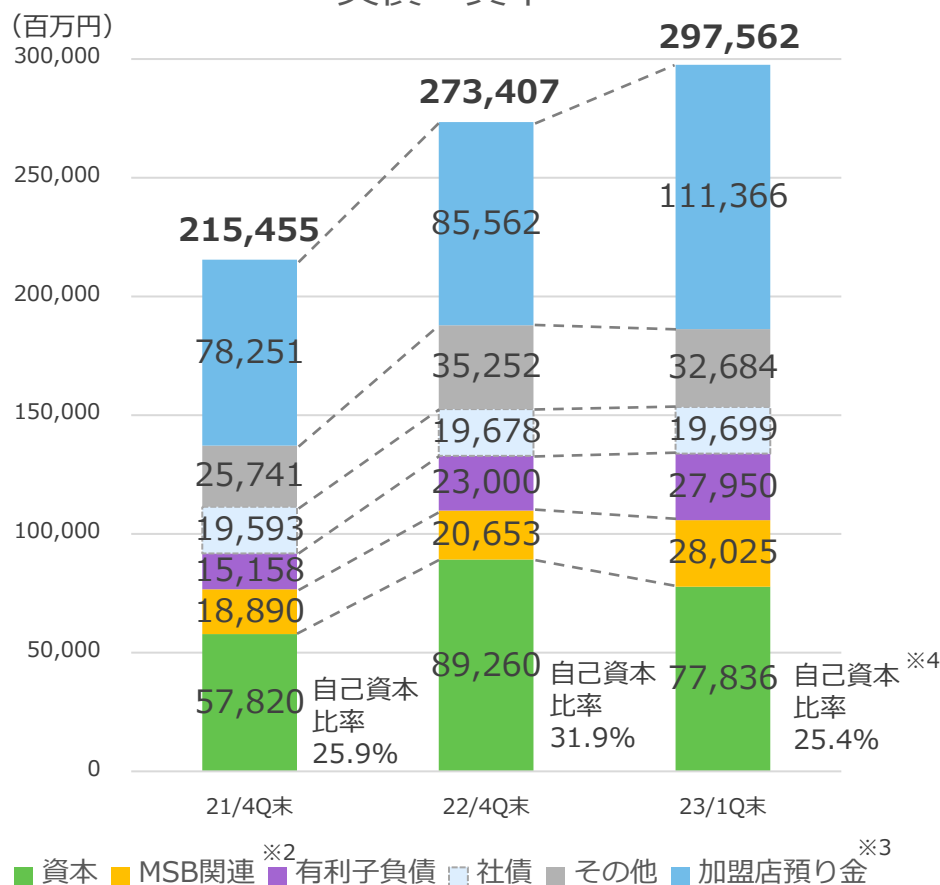
4.1.1 連結貸借対照表の変化

預り金及びMSB関連アセットの増加

資産



負債・資本



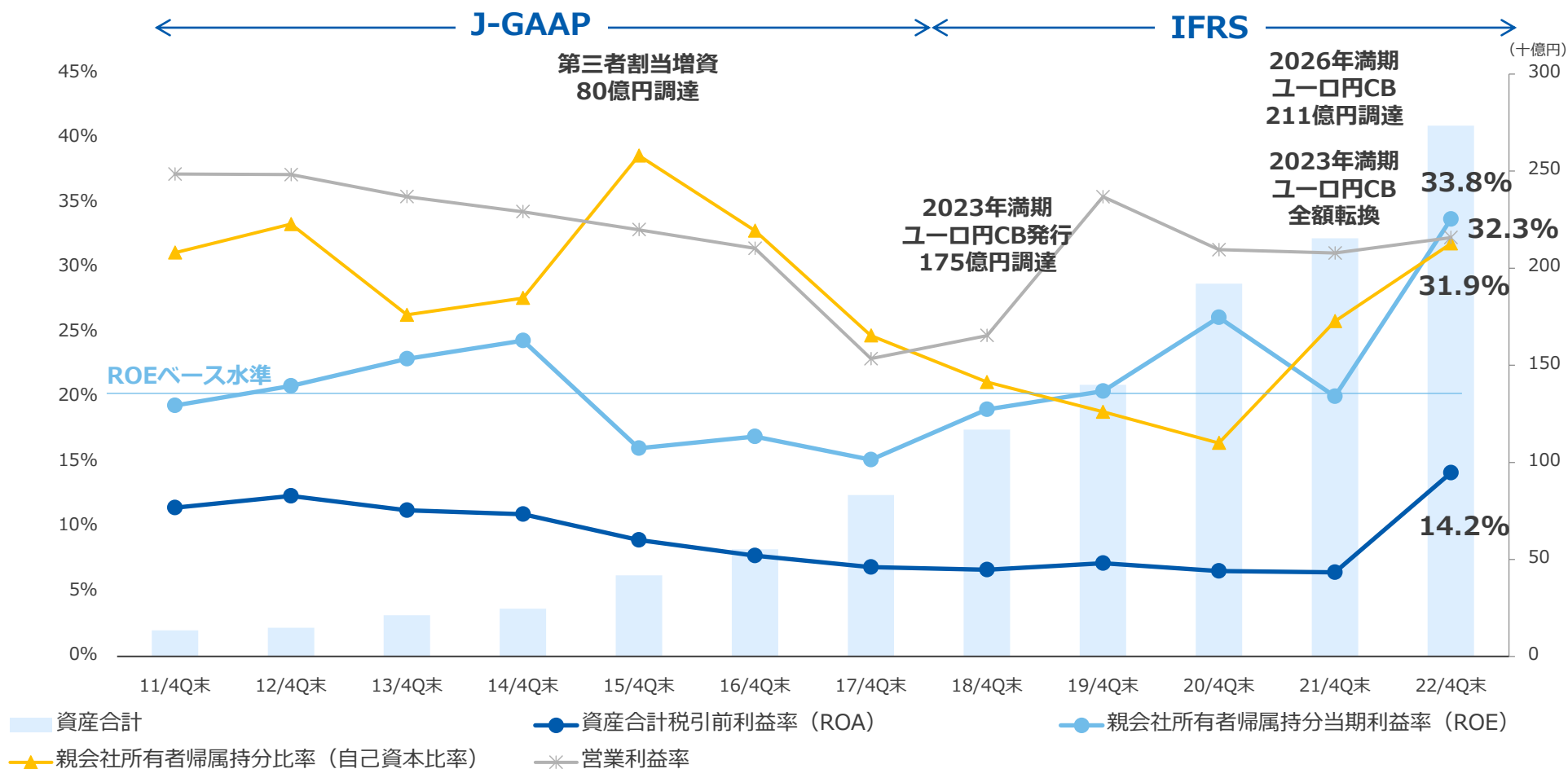
※1 投資有価証券勘定及び持分法で処理される有価証券

※2 MSB関連資産：リース債権、短期貸付金、前渡金、未収入金（貸倒引当金控除後）、MSB関連負債：未払金 ※3 代表加盟店契約の加盟店による預り金

※4 自己資本比率：親会社所有者帰属持分比率（親会社の所有者に帰属する持分合計/資産合計） ※5 金融資産及び金融負債については、一部相殺された金額で計上

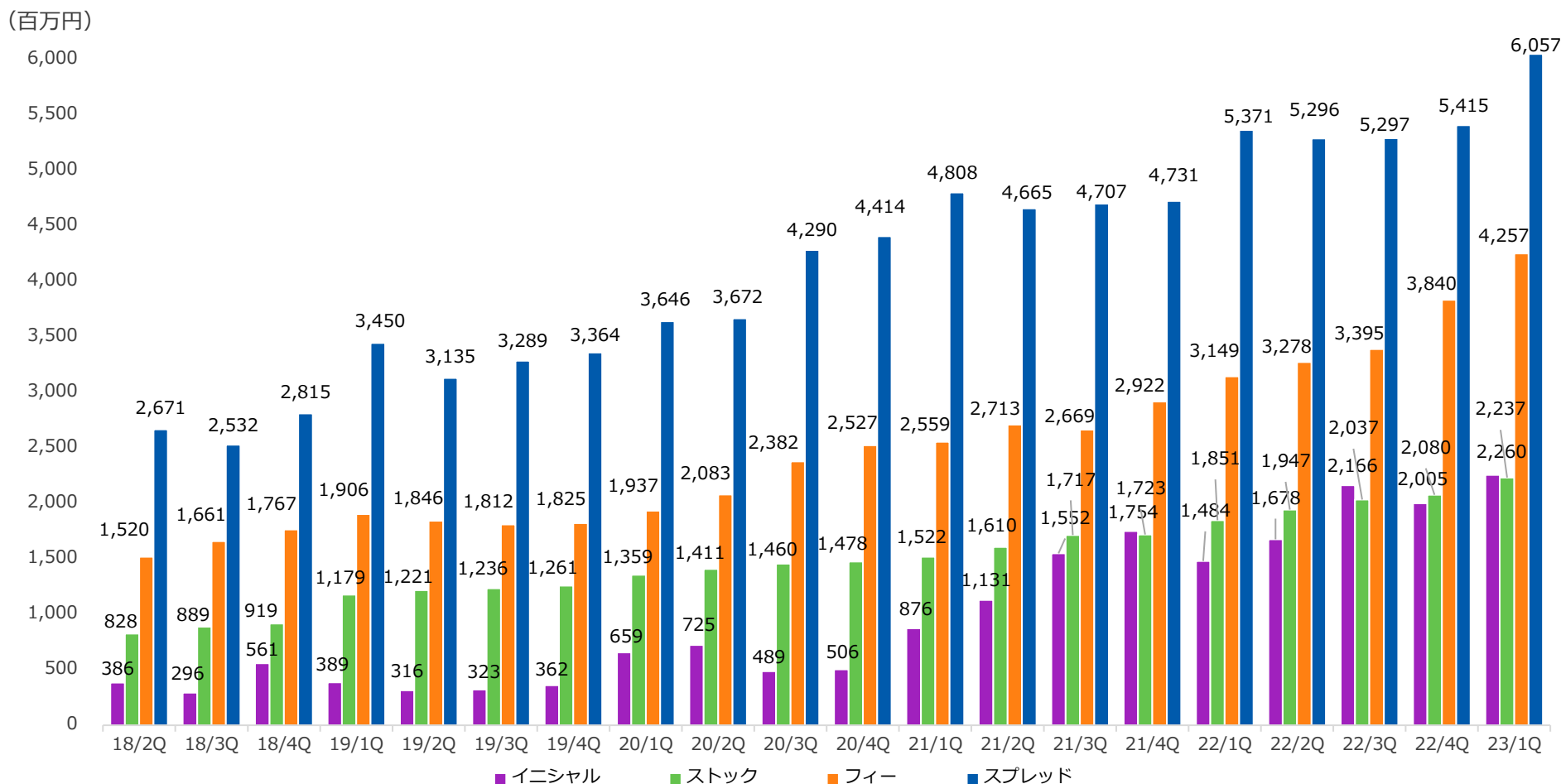
4.1.2 主要連結財務指標（年推移）

金融関連事業の拡大に伴い資本基盤を增強



※2018年9月より国際会計基準（IFRS）を適用。2017年9月期以前の日本基準（J-GAAP）において、資産合計は総資産、資本合計は純資産、親会社所有者帰属持分比率は自己資本比率、資産合計税引前利益率（ROA）は総資産経常利益率、親会社所有者帰属持分当期利益率（ROE）は自己資本当期利益率を表示。

4.2 ビジネスモデル別連結売上収益（四半期推移）

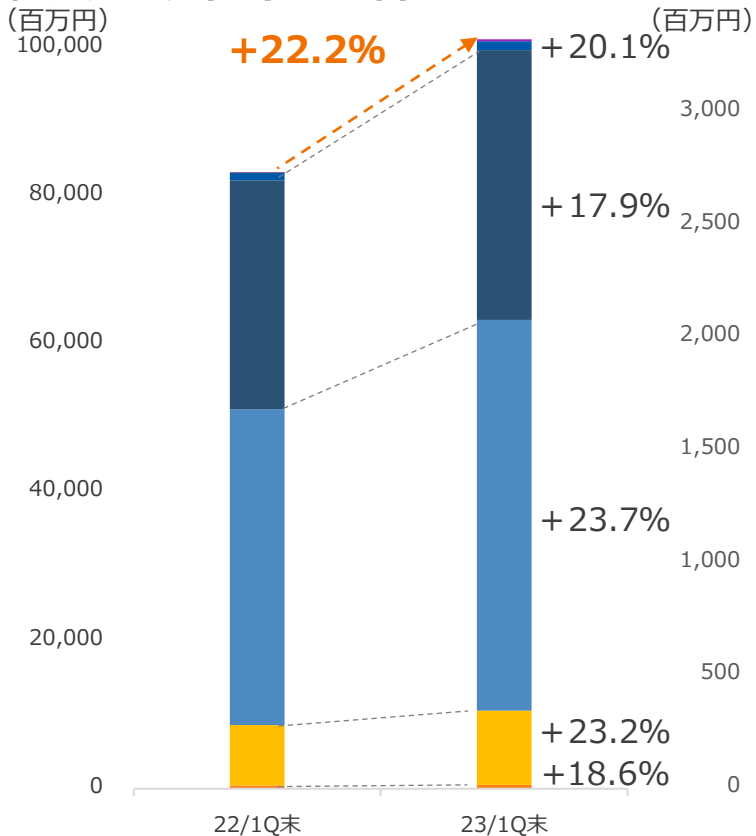


※ IFRS会計基準適用のため、2018年9月期よりマーケティング支援サービス（ストック）とファイナンスリース（スプレッド）の売上計上基準がグロスからネットに変更
2020年5月MACROKIOSK社の連結除外に伴い、同社（非継続事業）を除く継続事業のビジネスモデル別売上収益を表記。

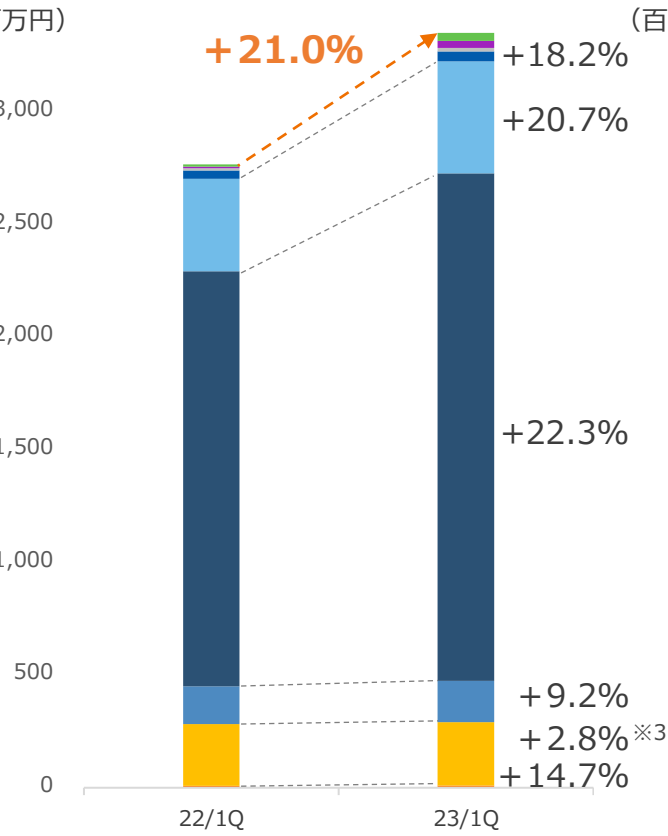
4.3 FinTech関連アセット及び収益

与信関連コストの増加と売上構成の変化により減益

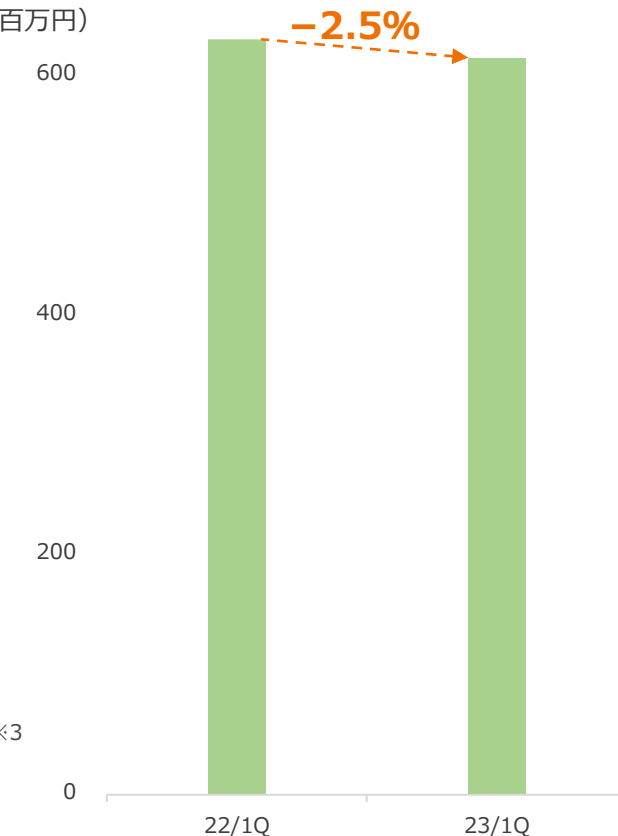
関連アセット (12月末)



セグメント売上



セグメント損益 (%: 前年同期比増減率)



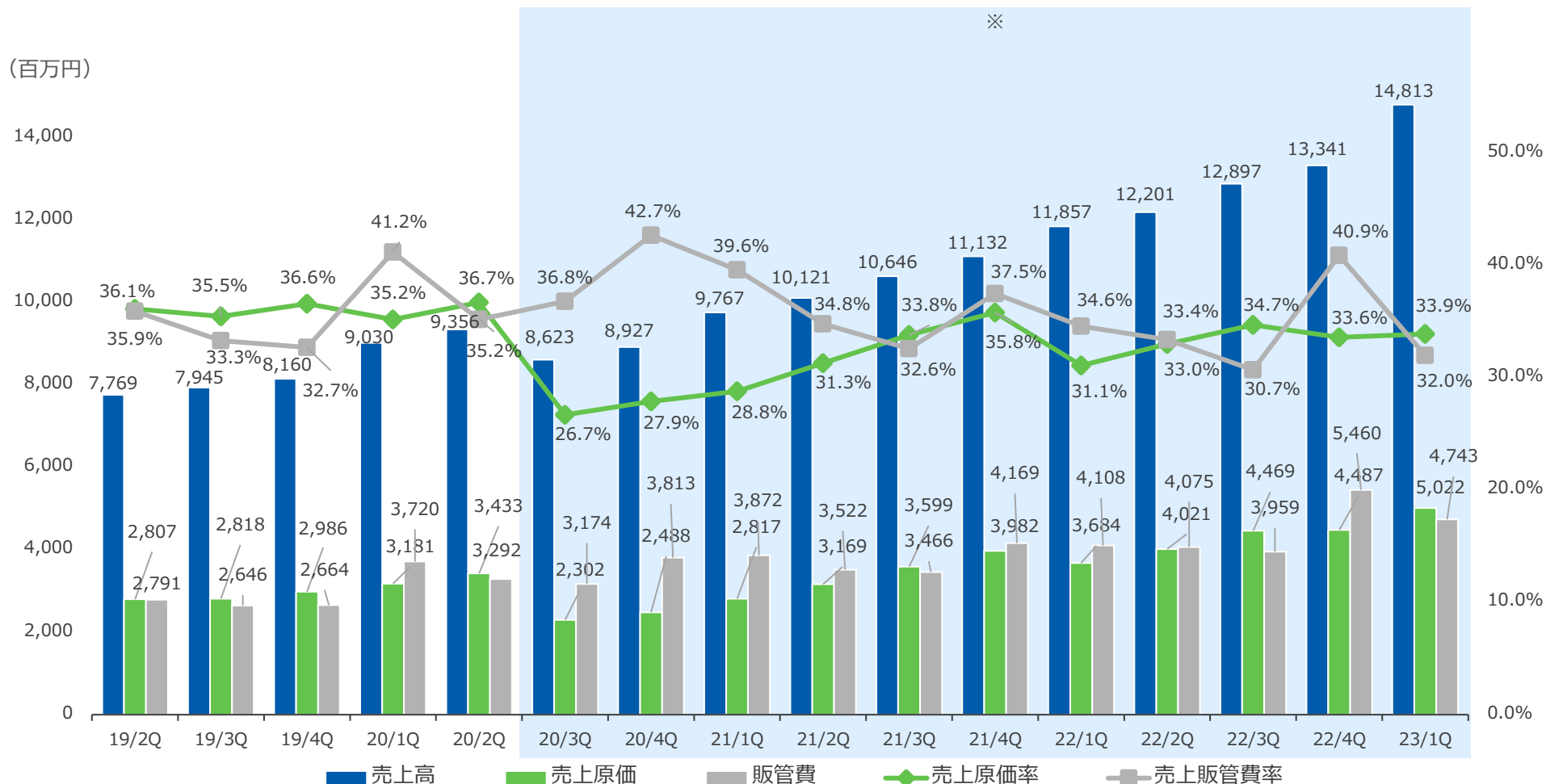
■ レンディング (国内) ■ レンディング (海外) ■ 早期入金サービス ■ GMO後払い ■ 送金サービス ■ BtoBファクタリング ■ ファイナンスリース ■ BtoB売掛保証 ■ こんど払い ■ 即給 byGMO

※1 GMO後払い関連アセット (未収入金) は貸倒引当金控除後の数値 ※2 ファイナンスリース、BtoB売掛保証、こんど払い、即給 byGMOの前年同期比増減率は未記載

※3 22/1Qのみ計上された一時的な売上を含む。一時的な売上を除くと+26.1%

4.4.1 連結売上原価率・販管費率（四半期推移）

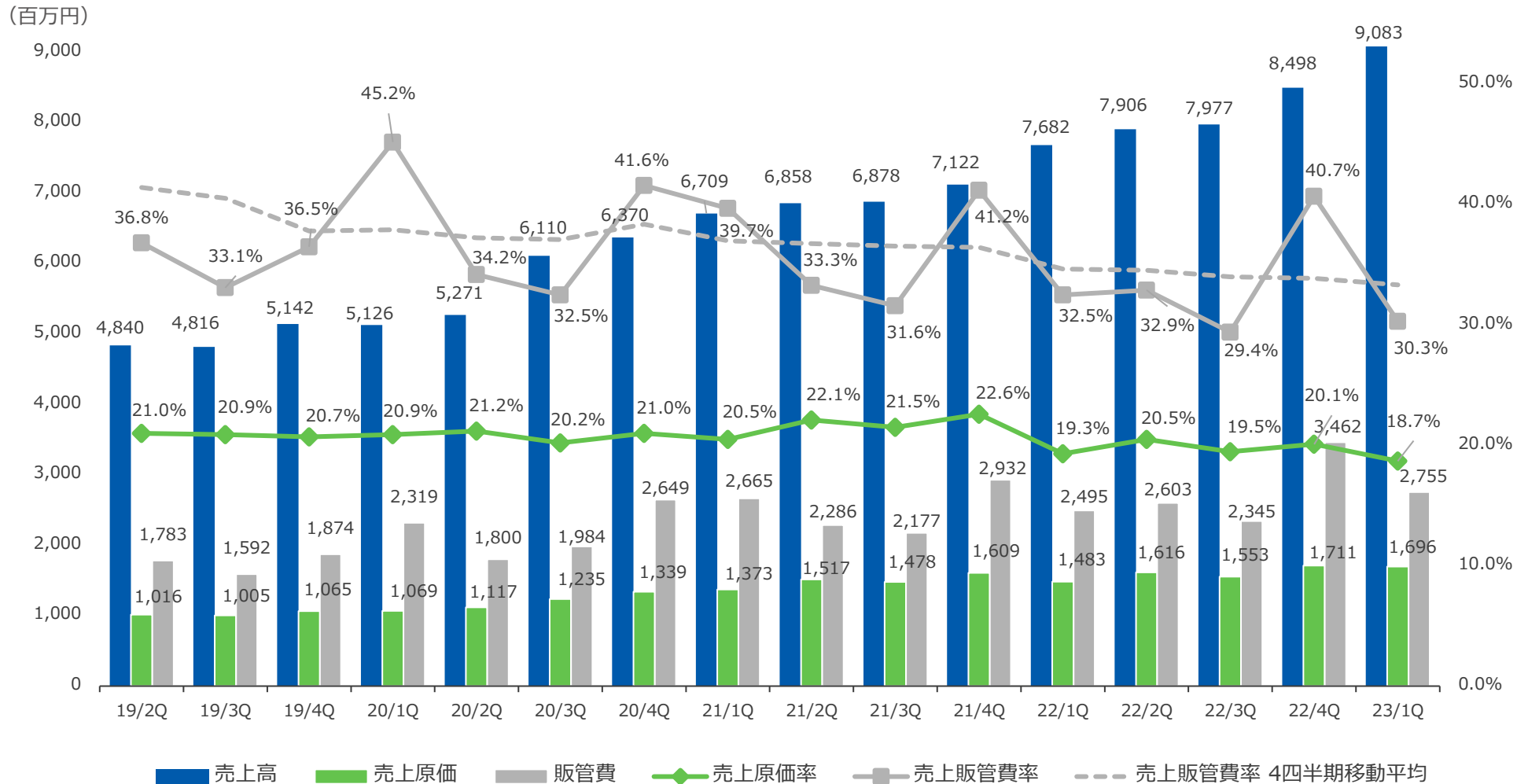
売上構成の変化により原価率変動



※ 2020年5月MACROKIOSK社の連結除外に伴い、2020年9月期第3四半期より同社（非継続事業）を除いた継続事業の数値を表記。

4.4.2 PG・EPのみ売上原価率・販管費率（四半期推移）

オンライン決済ビジネスは原価率が安定的に推移

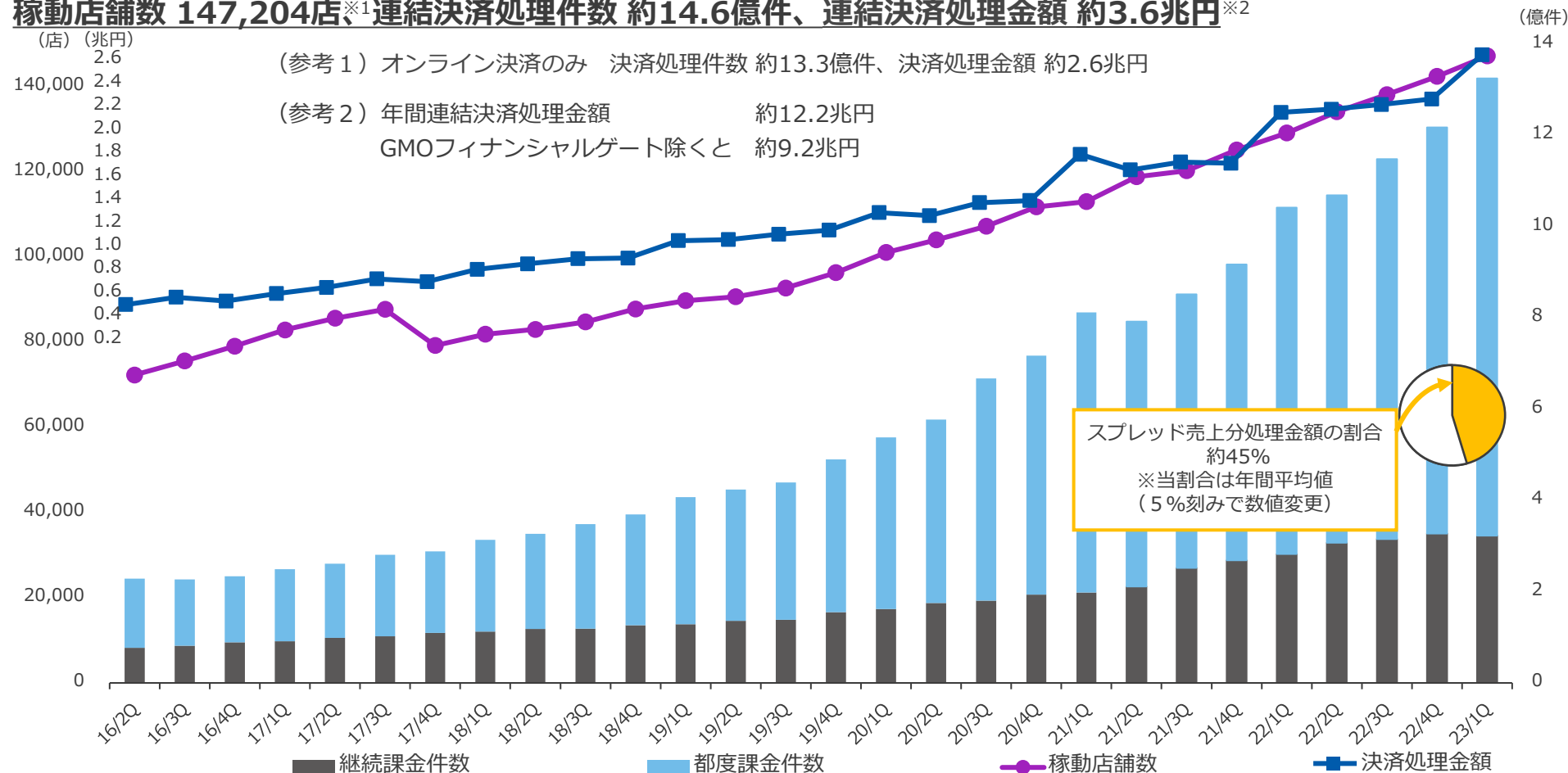


※ 連結消去前の数値

4.5.1 稼働店舗数・決済処理件数・金額（四半期推移）

連結全体での決済処理金額は年間約12.2兆円に

稼働店舗数 147,204店※1、連結決済処理件数 約14.6億件、連結決済処理金額 約3.6兆円※2



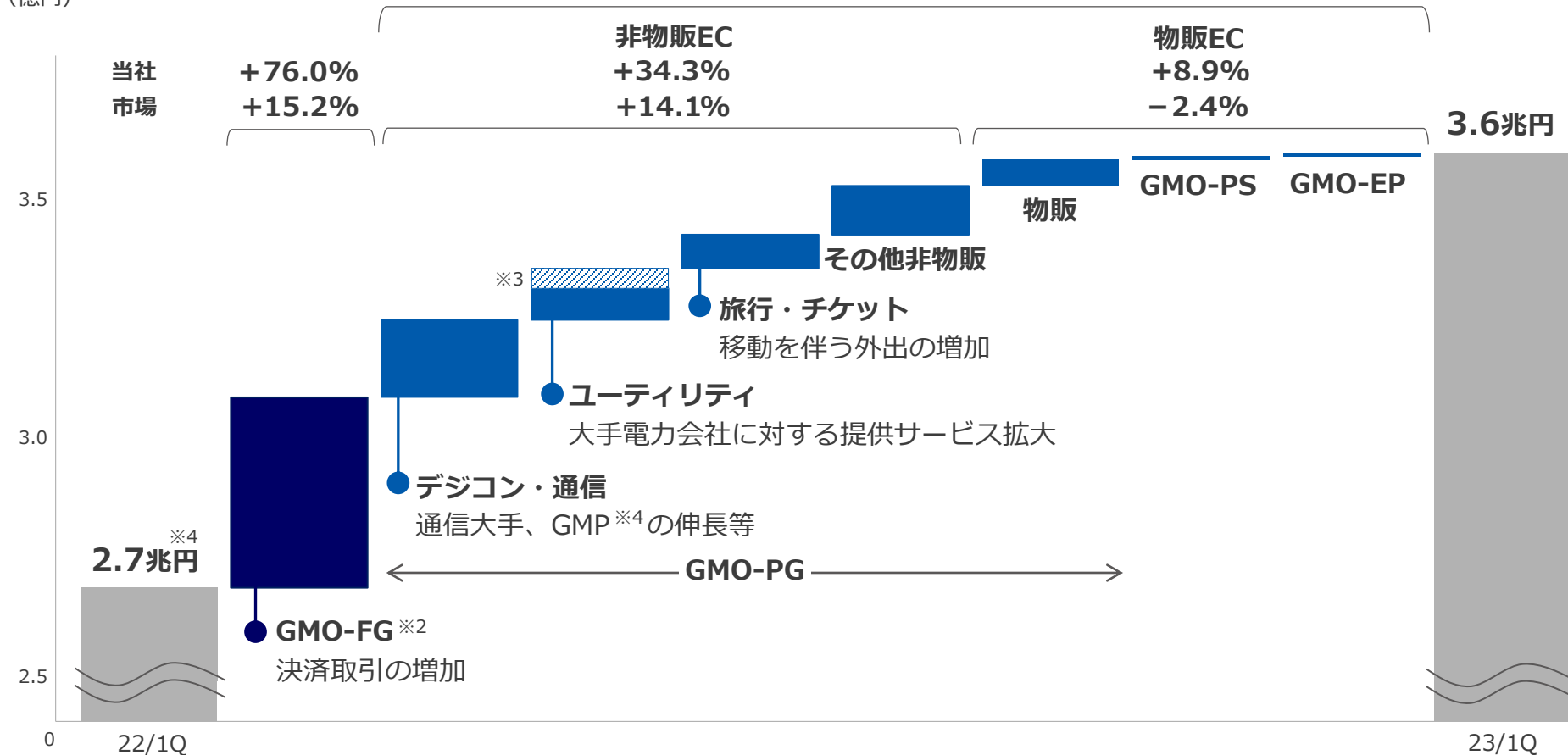
※1 稼働店舗数は23/1Qより計上基準を変更。特定案件及びfincode byGMOの店舗数を除く。当該案件を含む同時期の稼働店舗数は502,160店（前年同期比+37.6%）

※2 稼働店舗数は四半期末時点、連結決済処理金額・件数は各四半期毎の実績。※3 グラフはオンライン決済のみの数値で作成。

4.5.2 連結決済処理金額の増減要因

対面及び大手非物販ECの伸長により、市場統計を上回る成長 ^{※1}

(% : 前年同期比増減率) 対面決済
(億円) オンライン決済 当社 +23.2% 市場 +3.5% 連結 +34.2%



※1 対面市場：「経済産業省特定サービス産業動態統計調査」。対面市場は2022年12月の数値が現時点で未公表のため、10～11月の前年同期比成長率を記載。

EC市場：総務省「家計消費状況調査」より、1世帯当たり支出のうちインターネットを利用した支出総額を物販・非物販に分類して集計。

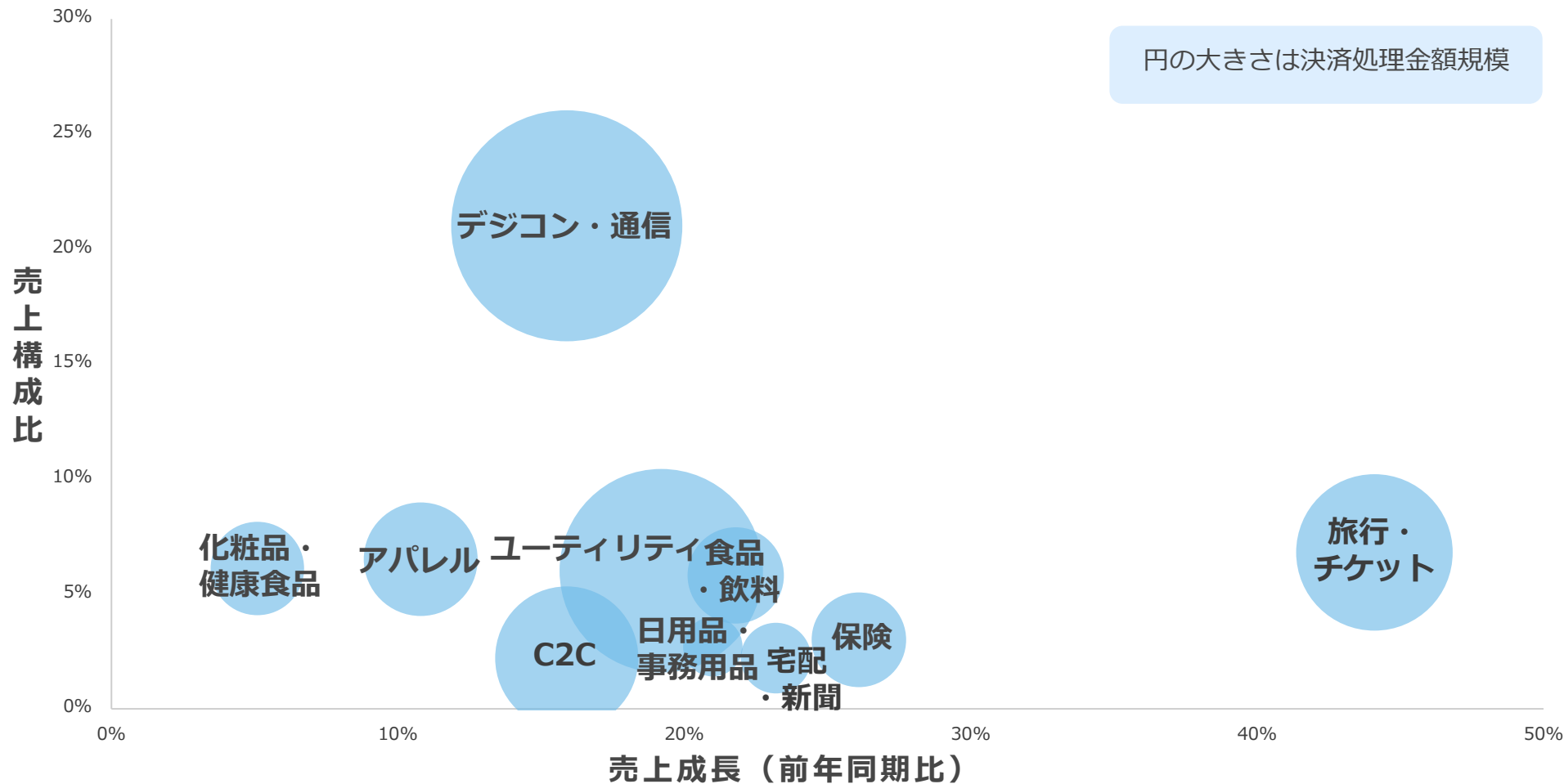
※2 GMO-PGの対面決済（GMO Cashless Platform）は除く ※3 金融機関連携ユーティリティ ※4 GMP：グローバルメジャープレーヤー ※4 兆円未満を四捨五入

4.5.3 主な業種分布図

業種分散により安定性と成長性を両立

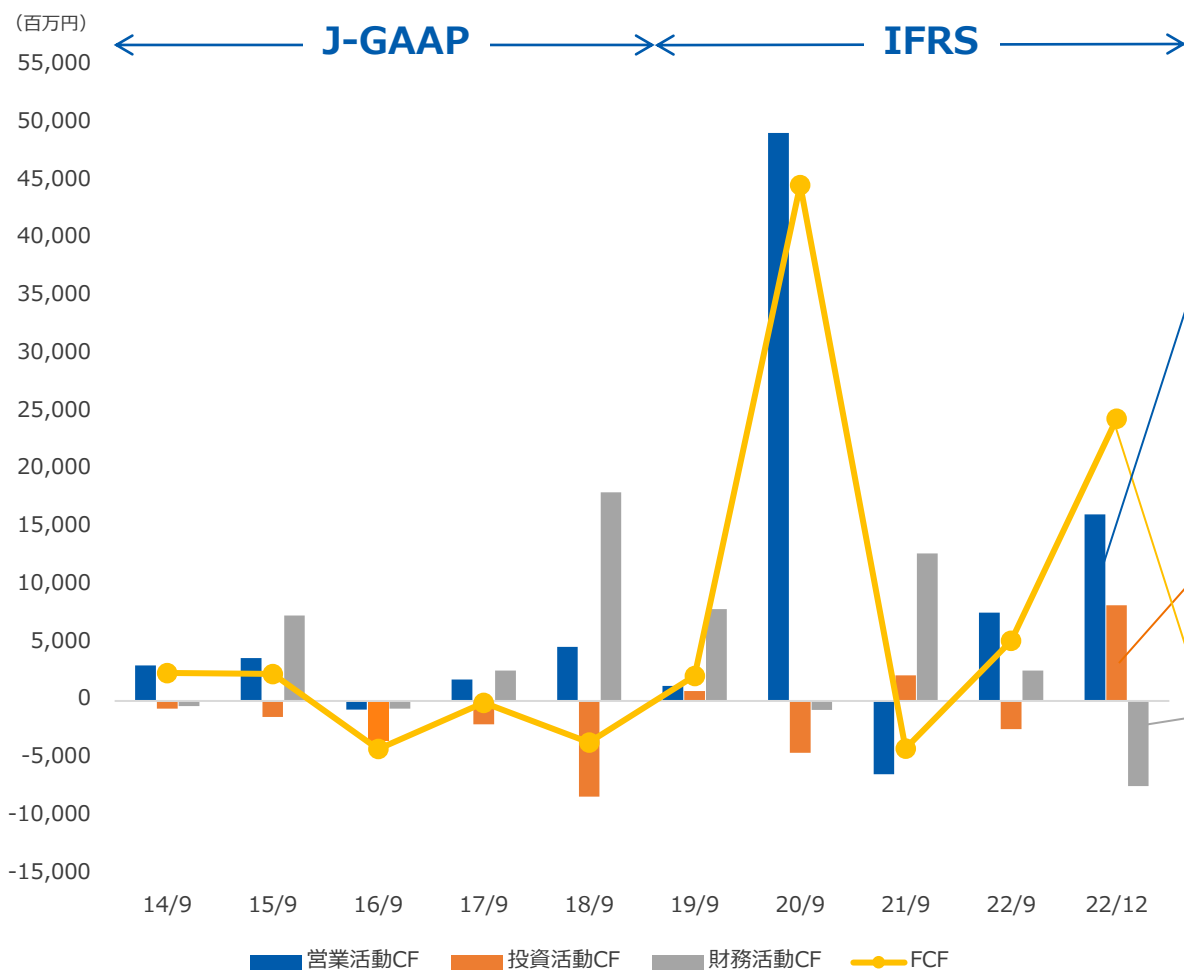
業種別売上構成比（縦軸）/売上成長率（横軸）分布図

(23/1Q実績)



※ PGマルチペイメントサービスにおける業種別売上及び決済処理金額を基に作成。アパレルは一部の加盟店除く。

4.6.1 連結キャッシュフロー計算書



2023年9月期 第1四半期 増減 (百万円)

営業活動CF	+16,173
税引前利益	+4,687
営業債権及び その他の債権	-1,656
前渡金	-7,484
未収入金	-7,854
未払金	+6,919
預り金	+26,930
法人所得税の支払	-5,209
投資活動CF	+8,288
拘束性預金の預入	-1,161
関係会社預け金の預入	-5,300
関係会社預け金の払出	+16,500
財務活動CF	-7,378
短期借入金純増額	+3,000
配当金支払	-12,083
FCF	+24,461
現金及び 現金同等物	130,191

主に金融関連事業

※ フリーキャッシュフロー（FCF）は営業活動CFと投資活動CFの合計値、各CFの内訳は主な科目のみを記載

4.6.2 連結キャッシュフロー計算書の主な変動要素

税引前利益による営業活動CFへの影響の他、主に以下の変動要素あり

関連資産負債

事業拡大による影響

決済代行業業

代表加盟店契約における
加盟店の売上代金

預り金（負債）

負債



営業活動CF



ただし、年間数兆円の決済処理金額の期越え部分
となるため、各期大きく変動

金融関連事業

早期入金サービス

前渡金（資産）

資産



営業活動CF



後払いサービス

未収入金（資産）

資産



営業活動CF



未払金（負債）

負債



営業活動CF



その他

関係会社預け金（資産）

資産




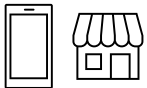
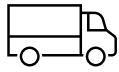


投資活動CF



GMOIグループのCMSへ一時的に預け入れた資金で
あり、当社資金ニーズに沿って随時引き出し可能

4.7 顧客成長を支える付加価値提供

不可逆的变化を捉える顧客の成長を、デジタル決済実装により支援

不可逆的变化・進展	顧客事例	当社の付加価値
脱炭素の推進 	大手電力会社	デジタル決済+α ペーパーレス化 決済周辺の業務プロセス改善 30超の決済手段 セキュリティ強化 システムの安定運用 グループ商材/総合力 決済知見/ 顧客理解に基づく提案営業力
OMO推進/ モバイルオーダー導入 	大手飲食チェーン	
EC浸透/ 日用品サブスクの定着 	食品サブスクリプション大手	
消費行動・価値感の変化/ D2C推進 	外資家電メーカー	
地域活性化/ プレミアム商品券活用 	大手旅行代理店	

ありがとうございました

GMO PAYMENT GATEWAY

GMOペイメントゲートウェイ株式会社
(東 証 プ ラ イ ム 3 7 6 9)

IRサイトURL <https://www.gmo-pg.com/corp/>

お問合せ・個別取材のお申込みは、企業価値創造戦略 統括本部 IR部までご連絡ください。

TEL : 03-3464-0182

E-mail : ir-contact@gmo-pg.com