

カバレッジ開始日: 2026年2月17日

最終更新日: 2026年2月17日



2428

ウェルネット

企業正式名称
ウェルネット株式会社

上場市場
東証スタンダード

設立年月日
1983年4月1日

本社所在地
札幌市中央区大通東十丁目 1 1 番地 4

決算月
6月

上場年月日
2004年12月21日

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。

目次

要約	4
事業概要	4
業績動向	5
同社の強みと弱み	6
主要経営指標の推移	7
業績動向	8
四半期業績動向	8
2026年6月期第2四半期累計期間実績	9
概要	9
同社の取り組み	10
実質的な現預金と自己資本比率	10
今期会社予想	11
中長期業績の見通し	11
事業内容	13
ビジネスの概要	13
決済代行業者とは何か	13
決済代行業者と収納代行業者の違い	14
カテゴリー別の売上高	14
ビリングとE-ビリング	15
送金	16
SaaS（決済+α）	17
同社の主な顧客	20
収益構造	20
市場とバリューチェーン	22
マーケット概略	22
決済代行業者の歴史	22
日本のEC市場の推移	23
キャッシュレス決済の推移	24
同業他社	25
SW（Strengths, Weaknesses）分析	27
強み（Strengths）	27
弱み（Weaknesses）	28
過去の業績と財務諸表	30
損益計算書	30
貸借対照表	31

実質的な現預金と自己資本比率	32
キャッシュフロー計算書	32
営業活動によるキャッシュフロー	32
投資活動によるキャッシュフロー	32
財務活動によるキャッシュフロー	33
過去の業績	33
2026年6月期第1四半期実績	33
概要	33
同社の取り組み	33
実質的な現預金と自己資本比率	34
2025年6月期通期実績	34
概要	34
同社の取り組み	34
その他の情報	36
沿革	36
年表	38
コーポレート・ガバナンス	38
トップマネジメント	38
大株主（2025年6月末時点）	39
株主還元	39
従業員	39

要約

事業概要

ウェルネット株式会社（東証STD 2428、以下同社）は、コンビニエンスストア（以下コンビニ）決済を主力とする決済代行業者である。同社は、2000年に、消費者がいつでもコンビニで支払い、事業者が入金リアルタイムに確認できる「決済」およびサービスを受ける権利（QRコードの電子チケットなど）をデジタルで流通させる「認証」のインフラを他社に先駆けて確立した。紙の請求書を使わないコンビニ決済の先駆者として、同分野で国内トップクラスのシェア（同社推計、2025年6月期）を同社は有する。また、コンビニ発券（搭乗券など）の取り扱いを契機に取引を開始した交通系事業者（バス会社や鉄道会社など）向けの事業や送金サービスなどを同社は手掛ける。交通系事業者向け事業を主力として事業が拡大し、同社の過去5年間の年平均成長率は売上高で3.2%、営業利益で12.9%となった。

決済代行業者は、消費者に対してサービス提供や物販販売を行う事業者と決済機関や収納機関との間に立ち、契約手続きや決済システムの連携や入金の管理などを一括して引き受ける。決済機関はクレジットカード会社などであり、収納機関は代金や料金の収受を行うコンビニや金融機関などである。事業者が消費者のために決済手段を導入しようとする、決済機関などと個別に契約を結ぶことやシステム開発が必要であり、事業者にとっての大きな負担が生まれる。しかし、決済代行業者を利用する場合には、事業者は決済代行業者との契約のみで複数の決済手段の導入や入金管理などの業務の効率化が可能となる。

また、決済代行業者同士も取引関係を持つ。これは、事業者と同様に決済機関との契約などの負担を軽減できるからである。同社によれば、高いシェアを背景に同社の持つコンビニ決済のプラットフォームを他の決済代行業者に対してOEMを行う。

同社が主力とするコンビニ決済を例にとると、決済代行業者の業務フローは次のようになる。同社は、事業者などから提供された顧客情報を基に、紙または電子媒体で請求書を発行する。消費者がこれを用いて支払いを済ませると、その決済データは同社を経由し、他の決済代行業者や事業者へ通知される。同社は手数料を差し引いた金額を事業者や他の決済代行業者へ支払うとともに収納を行ったコンビニに対して手数料を支払う。事業者や他の決済代行業者は各コンビニチェーンと契約交渉を行うことなく、同社との契約のみで、複数のコンビニチェーンの全国の店舗を支払いの窓口として利用できる。コンビニ決済は、若年層や高齢者などクレジットカードを持たない層や、インターネット上でクレジットカード情報の登録を好まないために現金払いを希望する消費者などが選択する支払い手段である。

2025年6月期は売上高10,919百万円（前期比7.8%増）、営業利益1,502百万円（同22.9%増）であった。決済代行業者は、事業者などから、決済件数や決済金額に応じた手数料収入を得る。同社の売上高は主に決済1件当たりの手数料に決済回数を乗じた額であり、従量課金である。同社は単一セグメントであり、事業区分としてサービス別の事業内容を開示する。2025年6月期通期実績における主なサービスカテゴリー別売上高構成比は、ビリング10.3%、E-ビリング77.4%、送金5.2%、SaaS（決済+α）4.1%である。売上高上位10社合計の売上高構成比は約60%である。主な顧客は、海外顧客向けの決済代行業者である株式会社DEGICA（非上場、売上高構成比19.2%、以下DEGICA社）、アマゾンジャパン合同株式会社（Amazon.com, Inc.（NASDAQ AMZN）の日本法人。同16.3%、以下アマゾン社）である。

ビリングとE-ビリング（同社はマルチペイメントサービスと呼ぶ）は決済代行事業である。過去5年間の売上高の年平均成長率は、自治体向けが牽引したビリングが3.8%、新興EC事業者向けが拡大したE-ビリングが1.3%であった。両者の主な違いは、ビリングはバーコード付きの払込票などによる「紙」、E-ビリングは支払番号などを電子通知する「電子的な手法」で請求および回収を行う点である。事業者は同社との契約のみで、請求書の作成や送付、コンビニなどの収納機関とのシステム接続や契約を行う手間を削減できる。回収代金は同社の金融機関口座に集められ、所定の期日に事業者の口座へ送金されるため、事業者は入金処理を自動化できる。消費者にとっては、24時間365日のいつでもさまざまな方法で支払いができ、利便性が向上する。

送金は、事業者から消費者への返金などの送金を同社が代行するサービスである。事業者は、個人情報保護法の順守の観点から、不用意な個人情報の取得や漏洩リスクを回避する必要がある。こうした事業者のニーズを取り込むことで送金サービスは拡大し、過去5年間の売上高年平均成長率は6.0%であった。

メガバンクと共同開発した送金は、銀行の基幹システムと同様の信頼性と即時性を持って取引ができることが特徴である。主なサービスとしては「ネットDE受取サービス」があり、航空便の欠航に伴う払い戻しやECサイトの返金などで利用される。同サービスでは、事業者が同社に顧客別の連絡先と送金額のリストを渡し、同社が顧客の銀行口座の把握と送金の代行を行う。事業者にとって、迅速かつ確実に送金ができる利便性がある。消費者にとっては、銀行口座だけでなくコンビニなどでの現金受け取りを選択できるといった利便性がある。

SaaS（決済+α）は、主に交通系事業者向けDXソリューション「ALTAIR TRIPLE STAR CLOUD（アルタイルトリプルスタークラウド、以下アルタイル）」などで構成される。過去5年間の売上高の年平均成長率は41.2%であった。アルタイルは、交通系事業者の業務を一元管理するSaaSであり、同社によれば競合する企業はない。同社はアルタイルを含め、MaaS（Mobility as a Service）を展開する。MaaSは交通系事業者のシステムをITで統合し、スマホアプリなどで検索から決済までを一括で行えるサービスである。MaaSを導入した交通系事業者は消費者との直接取引（座席予約など）が可能となり、旅行代理店などへの支払手数料がなくなり、費用を削減できる。また、設置する自動改札機はスマートフォン対応のサーバー認証型という低額な設備で済み、高額な従来型の自動改札機の設置は不要となる。

2025年6月期の売上原価率は76.9%、販売費及び一般管理費率は9.3%であった。同社によれば、同社の費用構造においては、変動費比率は高く、固定費が低い。売上原価の79.8%は収納代行手数料（変動費）であり、支払先の内訳は約80%がコンビニ、約20%がクレジットカード会社などである。販管費は93%が人件費を中心とした固定的な費用である。

売上総利益率は2016年6月期から2021年6月期にかけては低下傾向となった。コンビニ業界の再編に伴い同社のシェアが低下し、手数料率の変更に伴い収納代行手数料の支払い負担が増したためである。一方、2022年6月期以降は収納代行手数料が発生しない送金やSaaS（決済+α）が拡大したために上昇傾向となった。2025年6月期の売上高収納代行手数料率は61.4%（2020年6月期対比6.6%ポイント低下）となり、売上総利益率は23.1%（同8.0%ポイント上昇）となった。販管費率は、新サービスの開発費用負担のあった2017年6月期が14.5%であったが、その後は低下傾向となり、2020年6月期から2025年6月期にかけては8.2～9.7%で推移した。

2024年の日本の民間最終消費支出に占める現金決済の比率は57.2%（経済産業省の推計を基にSR社が計算）、キャッシュレス決済の比率は42.8%であり、現金は依然として主な決済手段であった。キャッシュレス決済の構成比（2024年）は、クレジットカードが82.9%、コード決済（QRコード決済など）が9.6%であり、決済手段は多様化している。決済手段の多様化は決済代行業者の事業機会の増加をもたらしているとSR社は理解する。事業者が決済代行業者を選択する基準はセキュリティの堅牢性やシステムの安定性、手数料、購入前の離脱防止を目的とした幅広い支払い選択肢の提供、そしてサポートを含めた導入の容易さである。特に、支払いの選択肢の広さとサポート力が決済代行業者の差別化要素となっており、決済代行業者間での売上高成長率の違いにつながっているとSR社は理解する。

上場している同業他社としては、次の2社がある。GMOペイメントゲートウェイ株式会社（東証PRM 3769、以下GMO-PG社）は、事業者の資金繰りをサポートする金融サービスなども手掛ける。顧客である事業者の業績を決済代行業務で培ったデータを生かして分析し、将来のキャッシュフロー予測の下に融資を行う。株式会社電算システムホールディングス（東証PRM 4072、以下電算システム社）は、Google Cloudのプレミアパートナーであり、事業者のクラウドサービス導入の支援やシステム構築までも手掛ける。過去10年間の売上高の年平均成長率はGMO-PG社が24.8%、電算システム社が8.7%となった。特にGMO-PG社の成長率が高い理由の1つとして、インターネットでのクレジットカード決済を主軸に営業やシステム開発などの体制を整えて事業を展開してきたためと同社は分析する。

一方、同社の過去10年間の売上高の年平均成長率は2.1%であった。同社はコンビニ決済サービスの先駆者であったが、コンビニ業界の再編統合によりシェアを失った。また、アマゾン社向けの売上高も、決済手段の見直しなどの影響を受けて減少傾向となった。同社は2017～2018年にかけて、主に新サービスの開発に向けて約1,600百万円の投資を行ったことにより費用負担が増えた。その後のコロナ禍は、コト消費に関連する売上高の多い同社にとっては業績の押し下げ要因となった。一方、コロナ禍以降は、システム投資の費用負担が一巡したこと、交通系DXソリューション事業が拡大したこと、新興EC事業者向けの売上高が拡大したことで業績回復となっている。

業績動向

2025年6月期通期実績は、売上高10,919百万円（前期比7.8%増）、営業利益1,502百万円（同22.9%増）、経常利益1,665百万円（同36.0%増）、当期純利益1,078百万円（同28.8%増）であった。同社は「ペーパーレス化」「キャッシュレス化」に取り組み、重点施策である「電子請求・電子決済」や「交通業界向けDX化プロジェクト/MaaS」などを推進した。主力商材であるマルチペイメントサービス、送金サービス、アルタイルの需要が拡大したことに加え、投資事業組

合運用益なども寄与した。主なカテゴリー別売上高はビリング1,120百万円（前期比7.5%減）、E-ビリング8,454百万円（同5.2%増）、送金570百万円（同25.6%増）、SaaS（決済+α）443百万円（同27.7%増）となった。

2026年6月期の通期会社予想は、売上高11,500百万円（前期比5.3%増）、営業利益1,680百万円（同11.8%増）、経常利益1,700百万円（同2.1%増）、当期純利益1,100百万円（同2.1%増）を見込む。同社は、2025年8月に2025年7月から5年間を対象とする中期経営計画「Think Wild.」を策定した。基本方針として、既存サービス（マルチペイメントサービスなど）の収益の最大化と、電子マネー・認証関連の新規事業の育成に注力する。

同社は2030年6月期に売上高17,000百万円（2025年6月期比55.7%増、同6,081百万円増）、経常利益3,000百万円（同80.2%増、同1,335百万円増）を目指す。同社は事業分野を既存分野と戦略分野に分け、戦略分野の売上高（2025年6月期での売上高構成比約2%）を2030年6月期に3,500百万円に伸ばす方針である。既存分野では、主に既存顧客向けにクロスセルを行う。戦略分野では、主に他社への手数料が発生しないことで変動費比率が低く、限界利益率が高いアルタイルを含むMaaSや支払秘書を含む電子マネーサービスに注力する。競合する企業がないMaaSでは、関西圏の鉄道を対象としたサービスから全国主要地域を対象として鉄道や航空も含むサービスへ拡大してきた。電子マネーサービスではマイナンバーカードを用いた本人認証機能を2025年7月に実装しており、今後はOEMを行う方針である。

同社の強みと弱み

SR社では同社の強みに関して以下のように考える。

- ▶ コンビニ決済の先駆者として同分野において国内トップクラスシェアを持つこと
- ▶ 交通系事業者の基幹業務に入り込むことで、他社への切り替えが難しくなるMaaSを手掛けること
- ▶ 銀行の基幹システムと同様の信頼性とリアルタイム性を持って取引ができる独自の送金サービスを手掛けること

SR社では同社の弱みに関して以下のように考える。

- ▶ 人的リソースの不足を背景にクレジットカード分野の決済代行において同業他社と差があること
- ▶ 大口顧客の決済手段の方針に左右されてしまうこと
- ▶ 先見性はあるものの、資本力などの企業規模の面から事業展開力が十分ではないこと

詳細は、後述の「SW（Strengths, Weaknesses）分析」を参照。

主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	16年6月期 単体	17年6月期 単体	18年6月期 単体	19年6月期 単体	20年6月期 単体	21年6月期 単体	22年6月期 単体	23年6月期 単体	24年6月期 単体	25年6月期 単体	26年6月期 会社予想
売上高	10,529	10,260	9,784	10,032	9,380	8,842	8,950	9,424	10,132	10,919	11,500
前年比	-	-2.6%	-4.6%	2.5%	-6.5%	-5.7%	1.2%	5.3%	7.5%	7.8%	5.3%
売上総利益	3,045	2,586	1,866	1,610	1,621	1,331	1,467	1,852	2,140	2,519	-
前年比	-	-15.1%	-27.8%	-13.8%	0.7%	-17.9%	10.2%	26.3%	15.6%	17.7%	-
売上総利益率	28.9%	25.2%	19.1%	16.0%	17.3%	15.1%	16.4%	19.6%	21.1%	23.1%	-
販売費及び一般管理費	991	1,487	1,188	1,106	804	763	731	912	918	1,016	-
前年比	-	50.1%	-20.1%	-6.9%	-27.3%	-5.0%	-4.3%	24.9%	0.6%	10.8%	-
販売費及び一般管理費率	9.4%	14.5%	12.1%	11.0%	8.6%	8.6%	8.2%	9.7%	9.1%	9.3%	-
営業利益	2,055	1,099	678	503	817	568	736	939	1,222	1,502	1,680
前年比	-	-46.5%	-38.3%	-25.8%	62.4%	-30.6%	29.7%	27.6%	30.1%	22.9%	11.8%
営業利益率	19.5%	10.7%	6.9%	5.0%	8.7%	6.4%	8.2%	10.0%	12.1%	13.8%	14.6%
経常利益	2,008	1,240	707	531	827	666	755	936	1,224	1,665	1,700
前年比	-	-38.3%	-43.0%	-24.9%	55.8%	-19.4%	13.2%	24.0%	30.8%	36.0%	2.1%
経常利益率	19.1%	12.1%	7.2%	5.3%	8.8%	7.5%	8.4%	9.9%	12.1%	15.2%	14.8%
当期純利益	1,351	870	495	375	494	394	532	636	837	1,078	1,100
前年比	-	-35.6%	-43.1%	-24.3%	31.9%	-20.3%	35.1%	19.4%	31.7%	28.8%	2.1%
当期純利益率	12.8%	8.5%	5.1%	3.7%	5.3%	4.5%	5.9%	6.7%	8.3%	9.9%	9.6%
1株当たりデータ (円)											
期末発行済株式数 (千株) **	9,700	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400	-
EPS	71.9	46.4	26.3	20.0	26.3	20.9	28.3	33.7	44.3	57.6	58.6
EPS (潜在株式調整後)	70.2	45.6	26.1	19.9	26.2	20.9	28.2	33.4	44.0	56.9	-
DPS	80.0	50.0	50.0	50.0	13.2	15.5	14.1	16.8	22.2	29.0	29.5
BPS	453.4	460.4	420.6	392.0	369.0	377.4	390.2	410.4	437.9	467.0	-
貸借対照表 (百万円)											
現金・預金・有価証券	14,958	15,348	9,984	11,835	8,610	10,424	13,049	14,071	16,657	17,495	-
預け金	-	-	-	1,052	4,395	2,124	2,638	3,449	3,641	4,199	-
流動資産合計	19,416	20,754	14,471	15,138	14,504	14,034	16,864	18,756	21,747	23,250	-
有形固定資産合計	412	415	528	2,028	2,851	4,348	4,207	3,888	3,791	3,772	-
差入保証金	49	49	199	199	1,286	1,450	1,450	1,456	949	1,549	-
投資その他の資産合計	746	459	706	714	1,843	2,142	2,006	1,804	1,263	1,887	-
無形固定資産合計	531	830	1,106	1,080	876	733	565	444	341	393	-
総資産合計	21,105	22,458	16,811	18,961	20,075	21,257	23,643	24,892	27,141	29,302	-
買掛金	555	465	512	477	455	423	432	441	483	470	-
短期有利子負債	-	-	-	-	-	100	100	75	125	100	-
預り金	484	761	871	1,138	4,903	2,457	2,857	3,585	4,250	4,939	-
収納代行預り金	9,566	11,381	6,959	9,394	6,340	8,350	10,171	10,441	11,427	12,407	-
流動負債合計	12,398	13,513	8,726	11,325	12,867	11,960	14,206	15,106	16,918	18,683	-
長期有利子負債	-	-	-	-	-	1,900	1,800	1,725	1,600	1,500	-
固定負債合計	221	164	178	192	198	2,121	2,026	1,960	1,845	1,759	-
負債合計	12,619	13,678	8,904	11,517	13,065	14,082	16,232	17,065	18,762	20,442	-
純資産合計	8,486	8,780	7,907	7,444	7,010	7,176	7,411	7,827	8,379	8,861	-
有利子負債合計 (短期及び長期)	-	-	-	-	-	2,000	1,900	1,800	1,725	1,600	-
キャッシュフロー計算書 (百万円)											
営業活動によるキャッシュフロー	2,554	2,328	-3,994	3,175	-1,827	2,600	3,283	1,114	2,645	2,406	-
投資活動によるキャッシュフロー	218	-1,341	35	-475	-1,202	-1,799	-267	268	334	-831	-
財務活動によるキャッシュフロー	-1,108	-597	-1,406	-848	-197	1,014	-391	-361	-392	-737	-
財務指標											
総資産経常利益率 (ROA)	9.8%	5.7%	3.6%	3.0%	4.2%	3.2%	3.4%	3.9%	4.7%	5.9%	-
自己資本純利益率 (ROE)	16.3%	10.2%	6.0%	4.9%	6.9%	5.6%	7.4%	8.4%	10.3%	12.6%	-
自己資本比率	40.0%	38.7%	46.5%	38.8%	34.6%	33.4%	31.1%	31.1%	30.5%	29.9%	-
純資産比率	9.8%	5.7%	3.6%	3.0%	4.2%	3.2%	3.4%	3.9%	4.7%	5.9%	-

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

**2016年7月1日付けで同社は株式1株につき2株の株式分割を行った

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移 (百万円)	25年6月期				26年6月期				26年6月期		26年6月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	(達成率)	上期会予	(進捗率)	通期会予
売上高	2,816	5,599	8,309	10,919	2,587	5,104	-	-	96.3%	5,300	44.4%	11,500
前年比	21.6%	14.3%	9.9%	7.8%	-8.1%	-8.8%	-	-	-5.3%		44.4%	5.3%
売上総利益	658	1,275	1,960	2,519	610	1,209	-	-				
前年比	35.8%	25.5%	25.0%	17.7%	-7.2%	-5.1%	-	-		-		-
売上総利益率	23.4%	22.8%	23.6%	23.1%	23.6%	23.7%	-	-				
販売費及び一般管理費	234	458	700	1,016	255	494	-	-				
前年比	5.1%	1.3%	8.5%	10.8%	8.9%	7.8%	-	-		-		-
販売費及び一般管理費率	8.3%	8.2%	8.4%	9.3%	9.9%	9.7%	-	-				
営業利益	424	817	1,260	1,502	355	716	-	-	106.8%	670	42.6%	1,680
前年比	62.0%	44.9%	36.6%	22.9%	-16.2%	-12.4%	-	-	-18.0%			11.8%
営業利益率	15.0%	14.6%	15.2%	13.8%	13.7%	14.0%	-	-	12.6%			14.6%
経常利益	427	820	1,422	1,665	369	732	-	-	107.6%	680	43.1%	1,700
前年比	63.4%	45.3%	54.0%	36.0%	-13.6%	-10.7%	-	-	-17.1%			2.1%
経常利益率	15.2%	14.6%	17.1%	15.2%	14.3%	14.3%	-	-	12.8%			14.8%
当期純利益	294	564	913	1,078	255	506	-	-	115.1%	440	46.0%	1,100
前年比	64.7%	46.4%	41.8%	28.8%	-13.2%	-10.2%	-	-	-21.9%			2.1%
当期純利益率	10.4%	10.1%	11.0%	9.9%	9.9%	9.9%	-	-	8.3%			9.6%
四半期 (3カ月) (百万円)	25年6月期				26年6月期							
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q				
売上高	2,816	2,783	2,710	2,610	2,587	2,517	-	-				
前年比	21.6%	7.8%	1.8%	1.5%	-8.1%	-9.6%	-	-				
売上総利益	658	617	685	559	610	599	-	-				
前年比	35.8%	16.0%	24.2%	-2.4%	-7.2%	-2.9%	-	-				
売上総利益率	23.4%	22.2%	25.3%	21.4%	23.6%	23.8%	-	-				
販売費及び一般管理費	234	224	242	317	255	239	-	-				
前年比	5.1%	-2.5%	25.4%	16.1%	8.9%	6.7%	-	-				
販売費及び一般管理費率	8.3%	8.0%	8.9%	12.1%	9.9%	9.5%	-	-				
営業利益	424	393	443	243	355	361	-	-				
前年比	62.0%	30.0%	23.6%	-19.2%	-16.2%	-8.3%	-	-				
営業利益率	15.0%	14.1%	16.3%	9.3%	13.7%	14.3%	-	-				
経常利益	427	393	602	243	369	363	-	-				
前年比	63.4%	29.8%	67.5%	-19.3%	-13.6%	-7.6%	-	-				
経常利益率	15.2%	14.1%	22.2%	9.3%	14.3%	14.4%	-	-				
当期純利益	294	270	349	165	255	251	-	-				
前年比	64.7%	30.5%	35.0%	-14.6%	-13.2%	-6.9%	-	-				
当期純利益率	10.4%	9.7%	12.9%	6.3%	9.9%	10.0%	-	-				

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

サービスカテゴリー別売上高四半期推移

(四半期累計)		25年6月期				26年6月期			
(百万円)		1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
売上高		2,816	5,599	8,309	10,919	2,587	5,104	-	-
前年比		21.6%	14.3%	9.9%	7.8%	-8.1%	-8.8%	-	-
ビリング		281	566	842	1,120	272	540	-	-
前年比		-	-	-8.1%	-7.5%	-3.2%	-4.6%	-	-
E-ビリング		2,129	4,322	6,402	8,454	2,041	3,930	-	-
前年比		-	-	7.0%	5.2%	-4.1%	-9.1%	-	-
送金		146	296	438	570	145	297	-	-
前年比		-	-	26.2%	25.6%	-0.7%	0.3%	-	-
SaaS（決済+α）		99	202	315	443	112	282	-	-
前年比		-	-	24.0%	27.7%	13.1%	39.6%	-	-
その他		161	211	313	331	14	53	-	-
前年比		-	-	449.1%	303.7%	-91.3%	-74.9%	-	-
四半期（3カ月）		25年6月期				26年6月期			
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高		2,816	2,783	2,710	2,610	2,587	2,517	-	-
前年比		21.6%	7.8%	1.8%	1.5%	-8.1%	-9.6%	-	-
ビリング		281	285	276	278	272	268	-	-
前年比		-	-	-	-5.8%	-3.2%	-6.0%	-	-
E-ビリング		2,129	2,193	2,080	2,052	2,041	1,889	-	-
前年比		-	-	-	-0.0%	-4.1%	-13.9%	-	-
送金		146	150	142	132	145	152	-	-
前年比		-	-	-	23.4%	-0.7%	1.3%	-	-
SaaS（決済+α）		99	103	113	128	112	170	-	-
前年比		-	-	-	37.6%	13.1%	65.0%	-	-
その他		161	50	102	18	14	39	-	-
前年比		-	-	-	-28.0%	-91.3%	-22.0%	-	-

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。同社は2024年6月期第3四半期累計期間から四半期単位でのカテゴリー別売上高の開示を始めた。このため、2025年6月期の第2四半期累計期間まで前年比がない

サービスカテゴリー別アカウント数四半期推移

		25年6月期				26年6月期			
(アカウント数)		1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q
ビリング		393	385	446	479	462	331	-	-
前年比		-	-	17.4%	22.2%	17.6%	-14.0%	-	-
E-ビリング		4,673	4,917	5,061	5,145	5,021	4,976	-	-
前年比		-	-	19.7%	15.1%	7.4%	1.2%	-	-
送金		292	338	354	376	390	403	-	-
前年比		-	-	34.6%	33.8%	33.6%	19.2%	-	-
SaaS（決済+α）		254	266	254	258	265	377	-	-
前年比		-	-	7.2%	3.2%	4.3%	41.7%	-	-
その他		17	22	30	30	35	35	-	-
前年比		-	-	114.3%	100.0%	105.9%	59.1%	-	-

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。同社は2024年6月期第3四半期累計期間から四半期単位でのカテゴリー別アカウント数の開示を始めた。このため、2025年6月期の第2四半期累計期間まで前年比がない

2026年6月期第2四半期累計期間実績

- 売上高：5,104百万円（前年同期比8.8%減）
- 営業利益：715百万円（同12.4%減）
- 経常利益：731百万円（同10.7%減）
- 中間純利益：506百万円（同10.2%減）

概要

2026年6月期第2四半期累計期間実績は、5,104百万円（前年同期比8.8%減）、715百万円（同12.4%減）となった。前年同期の大型商材の剥落により減収減益となった。前年同期は北海道札幌市向けの札幌生活応援プレミアム商品券の大型案件が業績に貢献した。2026年6月期上期会社予想に対する達成率は売上高で96.3%、営業利益で106.8%となった。

カテゴリー別では、ビリングが540百万円（前年同期比4.6%減）、E-ビリングが3,930百万円（同9.1%減）、送金が297百万円（同0.3%増）、SaaS（決済+α）が282百万円（同39.6%増）、その他が53百万円（同74.9%減）となった。

同社の取り組み

MaaS関連

2025年12月末でのスルッとKANSAIの導入駅数は約840駅、神奈川県湘南モノレールが8駅、JR北海道スマホ定期券の利用駅は約140駅となった。同社によれば、スルッとKANSAIは京都府にも拡大予定である。ABT認証を導入した鉄道路線も拡大傾向にある。

電子チケットの導入路線数は、バスもり!スマホチケットが約210路線、バスもり!スマホ定期が約380路線、バスもり!電子もぎりが約70路線、アルタイルチケットサービスが約450路線となった。バスもり!MONTAの導入社数は6社であった。

「ぐるっと北海道」プロジェクトの開始

「ぐるっと北海道」プロジェクトは2025年7月9日に国土交通省の「共創モデル実証運行事業」としての交付決定を受け、2025年11月17日にサービスインした北海道におけるMaaS事業である。事業主体を同社が担う。多数の航空会社、鉄道会社、バス会社といった北海道内で事業を展開する交通事業者や観光機構が共創パートナーとして名を連ねている。北海道共通のランディングページ構築や鉄道などの公共交通機関を組み合わせたチケットの展開、さらには移動データの取得や分析を行い今後のチケット造成やPRに生かす方針である。実証期間は、2025年11月17日から2026年1月下旬までとなる。同社はこの「ぐるっと北海道」を、単なる移動手段の統合サービスにとどめるのではなく、北海道全体の周遊のポータルサイトへと育てていくという意図を持って事業を進める。

2025年12月には関西空港へ「アルタイル」と接続された自動券売機が設置されたほか、今期中にデジタルサイネージの開発・提供も開始する予定である。

電子マネーサービス

同社は2025年7月23日に同社のサービス「支払秘書」へFPoS（FinTech Platform over SIMの略称）機能を搭載した。日本通信株式会社（東証PRM 9424、以下日本通信社）が手掛ける「FPoSライブラリ」を用いることで、マイナンバーカードを活用した本人認証機能や電子証明書によるログイン機能を実装した。これは、本人以外からの不正ログインを防止し、安全な決済プラットフォームの導入支援を行うことを目的としたものである。同社のサービスの利用者は、初回登録時にマイナンバーカードの署名用電子証明書を用いて身元確認を行い、サービス利用時にはスマホ内に生成された秘密鍵と電子証明書を用いて本人認証を行う。拡張機能として、個人を識別するためのユニークなコード（数字列）である共通コードを用いて、サービスの垣根を越えたスムーズなデータ連携が可能となった。

同社は、顧客企業が自社マネーとして決済を内製化できるサービスの提供の準備を行う。

決済+α

2025年12月に同社は株式会社アクセスネクステージ（株式会社アクセスグループ・ホールディングス（東証STD 7042）の100%子会社）とリンベル株式会社（非上場）との3社共同で「GrowFunds」によるサービス提供を開始した。「GrowFunds」は、教育機関向けの寄付募集プラットフォームである。

実質的な現預金と自己資本比率

同社は、2026年6月期第1四半期より実質現預金と実質自己資本比率の開示を開始した。同社の現金及び預金は、送金サービスに係る預り金および回収代行業務に係る収納代行預り金（流動負債）の両建て計上分を含む。これらは実質的には同社が一時的に預かる金額であり、実質的には同社が所有する現預金ではない。また、同社の実態を把握するうえで、同社の自己資本比率は、これらの金額を除いた総資産で算出することが望ましいと考えたことによる。

実質現預金は、長期借入金と純資産の合計から固定資産を引いたものであり、2026年6月期第2四半期では3,861百万円であった。実質自己資本比率は、自己資本を、総資産から負債の預り金および収納代行預り金を引いた金額で除した値であり、2026年6月期第2四半期では74.7%であった。計算の詳細は下記のとおりである。

▶ 実質現預金3,861百万円＝長期借入金1,475百万円＋純資産8,906百万円－固定資産6,519百万円

▶ 実質自己資本比率74.7%＝自己資本約8,833百万円÷（総資産35,300百万円－預り金4,909百万円－収納代行預り金18,573百万円）

今期会社予想

(百万円)	23年6月期			24年6月期			25年6月期			26年6月期		
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	上期会予	下期会予	通期会予
売上高	4,920	4,504	9,424	4,898	5,235	10,132	5,599	5,319	10,919	5,300	6,200	11,500
前年比	-	-	-	-0.5%	16.2%	7.5%	14.3%	1.6%	7.8%	-5.3%	16.6%	5.3%
売上総利益	981	870	1,852	1,016	1,124	2,140	1,275	1,244	2,519	-	-	-
前年比	-	-	-	3.6%	29.1%	15.6%	25.5%	10.7%	17.7%	-	-	-
売上総利益率	19.9%	19.3%	19.6%	20.7%	21.5%	21.1%	22.8%	23.4%	23.1%	-	-	-
販売費及び一般管理費	418	494	912	452	465	918	458	558	1,016	-	-	-
前年比	-	-	-	8.1%	-5.8%	0.6%	1.3%	20.0%	10.8%	-	-	-
売上高販管費率	8.5%	11.0%	9.7%	9.2%	8.9%	9.1%	8.2%	10.5%	9.3%	-	-	-
営業利益	563	377	939	564	658	1,222	817	685	1,502	670	1,010	1,680
前年比	-	-	-	0.2%	74.9%	30.1%	44.9%	4.1%	22.9%	-18.0%	47.4%	11.8%
営業利益率	11.4%	8.4%	10.0%	11.5%	12.6%	12.1%	14.6%	12.9%	13.8%	12.6%	16.3%	14.6%
経常利益	562	374	936	564	660	1,224	820	845	1,665	680	1,020	1,700
前年比	-	-	-	0.4%	76.4%	30.8%	45.3%	28.0%	36.0%	-17.1%	20.8%	2.1%
経常利益率	11.4%	8.3%	9.9%	11.5%	12.6%	12.1%	14.6%	15.9%	15.2%	12.8%	16.5%	14.8%
当期純利益	445	211	656	385	452	837	564	514	1,078	440	660	1,100
前年比	-	-	-	-13.4%	114.2%	27.7%	46.4%	13.8%	28.8%	-21.9%	28.3%	2.1%
当期純利益率	9.0%	4.7%	7.0%	7.9%	8.6%	8.3%	10.1%	9.7%	9.9%	8.3%	10.6%	9.6%

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

2026年6月期通期会社予想は、売上高11,500百万円（前期比5.3%増）、営業利益1,680百万円（同11.8%増）、経常利益1,700百万円（同2.1%増）、当期純利益1,100百万円（同2.1%増）と増収増益を見込む。経済対策に関連した自治体向けの電子マネーサービスや交通事業者向けのDXサービスの拡大を見込む。カテゴリー別では、送金、SaaS（決済+α）の増収を見込む。増収による売上総利益の増加が、賃金引き上げや採用増加に伴う人件費の増加を上回ることによる営業利益の増加を見込む。

一方、2026年6月期上期会社予想は、売上高5,300百万円（前期比5.3%減）、営業利益670百万円（同18.0%減）、経常利益680百万円（同17.1%減）、中間純利益440百万円（同21.9%減）となり、減収減益を見込む。これは、2025年6月期上期には、2024年7月1日に取り扱いを開始した「札幌生活応援プレミアム商品券」向けの大型の一時案件の業績貢献があった反動による。

中長期業績の見通し

同社は、2025年7月から5年間を対象とする中期経営計画「Think Wild.」を策定した。2030年6月期に売上高17,000百万円（2025年6月期比55.7%増、同6,081百万円増）、経常利益3,000百万円（同80.2%増、同1,335百万円増）を目指す。同社はマルチペイメントサービスや送金サービスを既存分野と呼び、アルタイル、電子マネーなどを戦略分野と呼ぶ。戦略分野の売上高（2025年6月期での売上高構成比約2%）を2030年6月期に3,500百万円に伸ばす方針である。既存分野では、主に既存顧客向けにクロスセルを行っていく方針である。

同社によれば、「Think Wild.」のスローガンとしたのは、積極的に営業活動を行っていくためである。同社は、2017～2018年にかけて開発を行った「アルタイル」、「支払秘書」といったサービスの販売を強化する方針である。従来の営業の手法では、新サービスの拡販ができなかった反省を踏まえて、宮澤社長直下の営業組織体制を構築し、営業の手法も変えていく方針である。

具体的な戦略の第1の柱は、既存のサービスの収益最大化である。これは、直接販売先の拡大を通じた利益率の向上や、既存事業者への全収納種類の普及、大口事業者のDX化を支える伴走者の地位の獲得によって構成される。同社は、顧客名とサービス名でマトリックスを作成し、マルチペイメント、支払秘書、送金サービス、アルタイル、受託開発などサービスのクロスセルを強化する方針である。単一サービスの利用顧客が多く、クロスセルの余地があると同社は考える。また、大手EC事業者への依存度を低下させたいという意図もある。

第2の柱として、電子マネーの社会実装を推進し、自社システム「アルタイル」への実装や、電子マネーのOEM展開、汎用マネーの拡大に注力する。さらに、BPOビジネスの拡大や「ekaiin.com」「しまえーる」といったパッケージ商材の普及を通じて、決済に付加価値を加えた「決済プラスα」の顧客数を伸ばす方針である。同社によれば、PayPayなどを含めた大手のQRコード決済事業者の電子マネーサービスの利用をためらう事業者がいる。例えば、交通機関など多頻度少量決済で、決済手数料の負担を懸念する事業者である。同社は、大手の電子マネーサービスにはない、カスタマイズ性を切り口に同社の電子マネーサービスを展開する方針である。

生産性の向上に向けては、管理会計やAIを積極的に活用し、経営の効率化を図る。また、地域・社会貢献として、北海道内の高等専門学校において経済的理由による退学者をゼロとする取り組みへの支援の継続や、スピードスケートを始めとするウィンタースポーツの振興にも取り組む方針である。株主還元としては、年間配当金はDOE（株主資本配当率）5%を下限として導入し、配当性向50%以上の配当を継続する方針である。また、中間配当金は2025年12月中間期からDOE 2.5%を下限として実施する。優秀な人材の確保・育成と内製化の促進を目的とした人材への投資を継続し、自己資金はシステム開発、営業資金、資本業務提携、安全資産の4つの項目に投入する方針である。

事業内容

ビジネスの概要

ウェルネット株式会社（東証STD 2428、以下同社）は、コンビニエンスストア（以下コンビニ）決済を主力とする決済代行業者である。同社は、2000年に、消費者がいつでもコンビニで支払い、事業者が入金リアルタイムで確認できる「決済」およびサービスを受ける権利（QRコードの電子チケットなど）をデジタルで流通させる「認証」のインフラを確立した。紙の請求書を使わないコンビニ決済の先駆者である同社は、同決済分野で国内トップクラスのシェア（同社推計、2025年6月期）を有する。また、コンビニ発券（搭乗券など）の取り扱いを契機に取引を開始した交通系事業者（バス会社や鉄道会社など）向けの事業や送金サービスなどを同社は手掛ける。交通系事業者向けの事業の拡大を主力として事業が拡大し、同社の過去5年間の年平均成長率は売上高で3.1%、営業利益で12.9%となった。

2025年6月期は売上高10,919百万円（前期比7.8%増）、営業利益1,502百万円（同22.9%増）であった。決済代行業者は、事業者などに対して、決済件数や決済金額に応じた手数料収入を得る。同社の売上高は主に決済1件当たりの手数料金額に決済回数に乗じたものであり、自社開発のサービスを主に従量課金で販売する。同社は単一セグメントであり、事業区分としてサービス別の事業内容を開示する。2025年6月期通期実績における主なサービスカテゴリー別売上高構成比は、ビリング10.3%、E-ビリング77.4%、送金5.2%、SaaS（決済+d）4.1%である。

2025年6月期における売上高上位10社合計の売上高構成比は約60%である。主な顧客は海外顧客向けの決済代行業者である株式会社DEGICA（非上場、売上高構成比19.2%、以下DEGICA社）、アマゾンジャパン合同株式会社（Amazon.com, Inc. (NASDAQ AMZN) の日本法人。同16.3%、以下アマゾン社）である。業種別の売上高構成比は、各種サービス（旅行会社や決済代行業者などを含む）が54%、小売り・その他が22%、運輸が12%、電気・ガスが8%、地方公共団体が4%である。

決済代行業者とは何か

決済代行業者は、消費者に対してサービス提供や物販販売を行う事業者、クレジットカード会社などのさまざまな決済機関および料金や代金の収受を行うコンビニや金融機関などの収納機関との間に立ち、契約手続きや決済システムの連携や入金の管理などを一括して引き受ける。事業者が消費者の利便性を高めるためにはさまざまな決済手段の導入が有用であるが、決済機関や収納機関と個別に契約を結ぶことやシステム開発が必要であり手間がかかる。しかし、事業者は決済代行業者との契約のみで複数の決済手段の導入や入金管理などの業務の効率化が可能となる。

また、決済代行業者同士も取引関係を持つ。これは、事業者と同様に決済機関や収納機関などとの契約の手間などが省けるからである。同社によれば、高いシェアを背景に同社の持つコンビニ決済のプラットフォームを他の決済代行業者に対してOEMを行う。

同社が主力とするコンビニ決済を例にとると、同社は事業者や他の代行業者が得た消費者の情報を基に、消費者に紙、もしくは電子的な手法で請求書を送付する。消費者が請求書を使用しコンビニで支払いを行った際の情報は同社を経由して事業者や他の決済代行業者へ送信される。同社は手数料を差し引いた金額を事業者や他の決済代行業者へ支払うとともに収納を行ったコンビニに対しても手数料を支払う。事業者や他の決済代行業者は各コンビニチェーンと契約交渉を行うことなく、同社と契約するだけで、全国のコンビニ店舗を支払いの窓口として利用できる。コンビニ決済は、若年層や高齢者などクレジットカードを保有しない層や、インターネットでのクレジットカード情報の登録を好まないために現金払いを希望する消費者などが選択する支払い手段である。

クレジットカード決済を例にとると、決済代行業者はクレジットカードの加盟店である事業者と各カード会社をつなぐ役割を果たす。消費者がECサイトなどで入力したカード情報は、決済代行業者の決済ゲートウェイ*を通じて安全にカード会社へ送信される。その後、カード会社で行われる与信判断の結果が加盟店（事業者）へ通知される。資金面においては、決済代行業者が各カード会社からの入金を一時的にプールし、所定の手数料などを差し引いた上で、加盟店（事業者）へ一括して入金する。加盟店（事業者）は各カード会社や金融機関と個別に契約やシステム接続を行うことなく、決済代行業者と契約するだけでさまざまなクレジットカード決済を導入できる。また、入金サイクルも一本化されるため、加盟店（事業者）はキャッシュフロー管理の手間が省ける。

決済ゲートウェイ^{*}とは、ECサイトなどでのクレジットカード決済などのキャッシュレス決済を安全かつ効率的に処理・仲介する技術的な仕組み（プラットフォーム）を指す

決済代行業者と収納代行業者の違い

同社は、収納代行を含むサービスを展開する決済代行業者である。収納代行と決済代行は「代金の回収を支援する」という目的は共通しているが、その決済手段や業務範囲は厳密に言えば異なる。ただし、決済代行の多くは収納代行の領域であるコンビニ決済なども機能の一部として内包しているため、本レポートでは、収納代行業者という文言は使用せず決済代行業者としている。決済手段の観点からは、収納代行はコンビニエンスストアでの支払いや銀行振り込みなど現金決済を主軸として、払込票の送付など、オフラインの手続きを起点とする入金管理を中心とする。一方、決済代行は、クレジットカードやQRコード決済などのデジタルの「キャッシュレス決済」を広く取り扱う。

業務範囲の観点からは、収納代行は入金確認などの「事務作業の省力化」を中心とする。これにより、事業者は煩雑な管理業務から解放され、代金回収のリスク軽減や入金サイクルの安定化を図ることが可能となる。一方、決済代行は、本来であれば決済ブランドごとに個別に必要な契約やシステム接続を一本化し、ワンストップで運用できる点に特徴がある。さらに、オンライン決済に不可欠な不正利用対策といったセキュリティ面もカバーしており、技術的なインフラとしての側面も併せ持つ。紙の払込票などをベースとした事務代行やインターネット取引を介さない層へのアプローチを求めるなら収納代行、さまざまなデジタル決済をシステム上で一括管理したいのであれば決済代行と顧客である事業者は使い分ける。

カテゴリー別の売上高

同社の売上高は、顧客が同社のサービスを導入する際に発生するシステム開発などの初期導入の収入、サービス利用の対価である月額基本料および決済などのトランザクションに応じて発生する従量課金での収入で構成される。同社によれば、従量課金収入の比重が大半を占める。決済1件当たり手数料収入に決済回数を乗じたものが同社の売上高となる。手数料収入は額であり、1件当たり円（単価）で設定され、取扱高が増加することに伴い単価は増加する。従量課金だが、最終需要が底堅い消費財が中心であり収益の安定性があると同社は認識する。

同社は単一セグメントであるが、複数のサービスカテゴリーに集約する各種のサービスを有する。これらのサービスに共通するのは、BtoBtoCモデルを中心とすることと、自社開発の決済や認証のSaaSを事業者へ販売することである。事業者と消費者を結ぶ決済代行のプラットフォーム事業者として、消費者には決済やサービス購入手段など、事業者には請求や回収業務などの利便性や効率性を高めるサービスを手掛ける。販売手段は、直接（2025年6月期の売上高構成比約50%）、部品（同約30%弱）、ポータル（同約30%弱）と分かれる。直接は、同社が事業者と行う直接取引である。部品は、他の決済代行業者向けに同社のコンビニ決済サービスなどのOEM供給である。ポータルは、いわゆるインターネットポータルサイトの運営事業者向けである。

2000年に業界に先駆けて、同社が確立したコンビニ端末でのリアルタイム現金決済システムは、航空や高速バスなどのチケット販売におけるインフラとなった経緯から、同社は交通事業者向けの売上比率が高い。また、コンビニ決済では他の選択肢がなかったことから、アマゾン社との取引が始まった。

2021年6月期～2025年6月期にかけては、同社が付加価値の取れる送金やSaaS（決済+α）での顧客開拓が進み顧客数（アカウント件数）が増加した。同社によれば、決済処理件数の伸びよりも、決済処理1件当たりの決済処理金額および売上高の伸びが大きいことが売上高の拡大要因となっている。

カテゴリー別売上高の推移

(百万円)	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
カテゴリー別売上高						
ビリング	929	941	956	1,178	1,211	1,120
前年比	-0.7%	1.3%	1.6%	23.2%	2.8%	-7.5%
売上高構成比	9.9%	10.6%	10.7%	12.5%	12.0%	10.3%
E-ビリング	7,912	7,397	7,446	7,489	8,038	8,454
前年比	-9.7%	-6.5%	0.7%	0.6%	7.3%	5.2%
売上高構成比	84.4%	83.7%	83.2%	79.5%	79.3%	77.4%
送金	426	388	369	426	454	570
前年比	99.1%	-8.9%	-4.9%	15.4%	6.6%	25.6%
売上高構成比	4.5%	4.4%	4.1%	4.5%	4.5%	5.2%
SaaS（決済+α）	79	91	141	297	347	443
前年比	17.9%	15.2%	54.9%	110.6%	16.8%	27.7%
売上高構成比	0.8%	1.0%	1.6%	3.2%	3.4%	4.1%
その他	34	26	39	35	82	331
前年比	-38.2%	-23.5%	50.0%	-10.3%	134.3%	303.7%
売上高構成比	0.4%	0.3%	0.4%	0.4%	0.8%	3.0%

出所：会社資料を基にSR社作成

カテゴリー別アカウント数の推移

(件)	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
アカウント数（OEM含む）						
ビリング	393	382	371	397	392	479
前年比	-	-2.8%	-2.9%	7.0%	-1.3%	22.2%
アカウント構成比	4.2%	15.1%	11.3%	9.4%	7.2%	7.6%
E-ビリング	1,241	1,846	2,548	3,380	4,471	5,145
前年比	-	48.8%	38.0%	32.7%	32.3%	15.1%
アカウント構成比	13.2%	72.8%	77.4%	80.0%	82.7%	81.8%
送金	149	181	195	223	281	376
前年比	-	21.5%	7.7%	14.4%	26.0%	33.8%
アカウント構成比	1.6%	7.1%	5.9%	5.3%	5.2%	6.0%
SaaS（決済+α）	102	118	170	217	250	258
前年比	-	15.7%	44.1%	27.6%	15.2%	3.2%
アカウント構成比	1.1%	4.7%	5.2%	5.1%	4.6%	4.1%
その他	12	9	9	9	15	30
前年比	-	-25.0%	-	-	66.7%	100.0%
アカウント構成比	0.1%	0.4%	0.3%	0.2%	0.3%	0.5%
総計	1,897	2,536	3,294	4,226	5,409	6,288
前年比	-	33.7%	29.9%	28.3%	28.0%	16.3%

出所：会社資料を基にSR社作成

ビリングまたはE-ビリング以外の売上高の推移

(百万円)	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
ビリングおよびE-ビリング	8,841	8,338	8,402	8,667	9,249	9,574
前年比	-	-5.7%	0.8%	3.2%	6.7%	3.5%
売上高構成比	94.3%	94.3%	93.9%	92.0%	91.3%	87.7%
ビリングまたはE-ビリング以外						
送金、SaaS（決済+α）、その他	539	505	549	758	883	1,344
前年比	-	-6.3%	8.7%	38.1%	16.5%	52.2%
売上高構成比	5.7%	5.7%	6.1%	8.0%	8.7%	12.3%

出所：会社資料を基にSR社作成。ビリングまたはE-ビリング以外は、送金、SaaS（決済+α）、その他の合計

ビリングとE-ビリング

後述で詳細を記述するビリングとE-ビリングの違いは請求を紙で行うか、電子的に行うかの違いである。事業者は同社と契約することで、個々の収納機関（コンビニなど）とのシステム接続や契約を行う手間が省け、さまざまな決済手段を持つことができる。主な取引先は航空、バス、鉄道、船舶、EC事業者、保険会社、電力会社、ガス会社、チケット販売会社となる。同社の取引先の収納機関は、約1,000社であり日本を代表するコンビニ、銀行（メガバンク、地方銀行）、インターネット銀行、クレジットカード会社、電子マネーサービス会社である。

ビリング

ビリングは、紙ベースでの請求および回収を行うサービスである。自治体向けの経済対策案件などが牽引し、過去5年間の売上高の年平均成長率は3.8%であった。同社はバーコード付きの払込取扱票が付いた請求書の発行と、コンビニエンスストアなどでの代金回収業務の代行を行う。燃料代金などの後払い代金収納を利用する事業者や現金支払いを好む消費者を対象とした事業者などが主な顧客である。事業者は個々の収納機関とのシステム接続や契約を行う手間が省けるとともに、消費者に対しては24時間365日のいつでも支払いができるといった利便性が向上する。回収代金は同社の金融機関口座に集められ、所定の期日に事業者の口座へ送金されるため、事業者は入金処理を自動化し、バックオフィス業務の負担を軽減できる。

同社はビリングの顧客である事業者に対し、請求書や払込票の作成・郵送を伴わないペーパーレスのE-ビリングへシームレスに移行できるソリューションも手掛ける。また、ペーパーレス化社会の推進の考えの下に、E-ビリングへの移行も推奨する。

E-ビリング

E-ビリングは、電子請求および回収を行うサービスである。新興EC事業者向けが拡大したことなどから、過去5年間の売上高の年平均成長率は1.3%であった。紙ベースの請求書などの作成や郵送を伴わず、支払いに必要な番号やバーコードなどを電子的に消費者へ通知し、顧客がコンビニのKiosk端末やクレジットカードなどさまざまな方法で決済できる仕組みである。E-ビリングをマルチペイメントサービスと同社は呼ぶ。

国内の主な鉄道、高速バスなどの交通系事業者やペーパーレス化によるコスト削減を目指す事業者が主な顧客である。事業者は同社との契約のみで、請求書作成・送付の手間とコストを削減して、安全で安心して利用できるさまざまな決済手段を消費者に届けることができる。決済情報は同社のITシステムを介してリアルタイムに事業者に伝えられるため、即座に支払いの確認が可能となる。

特に、航空券や高速バスチケットなど、在庫管理との連動や決済処理の即時性が求められる分野において、一度導入された同社のシステムは他社への切り替えが難しいという特徴がある。また、交通事業者は各社各様のシステムの仕様になっており、接続時のカスタマイズの必要性があり、手間がかかる。手間がかかる割には、決済金額が大手のEC事業者と比べて小さいといったことから同業他社が参入を検討しないといった傾向がある。

送金

送金は、事業者から消費者への返金や支払いなどの送金を代行するサービスである。主なサービス名称はネットDE受取サービス、コンビニ現金受取サービスなどとなる。個人情報を持ちたくない事業者のニーズを取り込む形で過去5年間の売上高の年平均成長率は6.0%であった。「メガバンク（株式会社三井住友銀行、株式会社三井住友フィナンシャルグループ（東証PRM 8316）の100%子会社）」と共同開発したサービスである。株式会社NTTデータ（株式会社NTTデータグループの100%子会社（非上場）、以下NTTデータ社）が提供・運営する金融機関と企業・個人を結ぶ共同利用型の決済ネットワークサービスである「ANSER（アンサー）システム^{*}」と直結している。このため、銀行の基幹システムと同様の信頼性とリアルタイム性を持って取引ができることが特徴である。

ANSER（アンサー）システム^{*}の正式名称は「Automatic answer Network System for Electronic Request」であり、その頭文字を取ってANSERと呼ばれる。銀行の窓口に行かなくても、電話やパソコン、スマホで残高照会や振込ができる仕組みの土台である。銀行が独自に「スマートフォン用」、「PC用」といった通信システムを個別に開発するのは莫大なコストがかかるが、NTTデータ社のANSERという共通プラットフォームを使うことで、低コストで安全なサービスを手掛けることが可能となる

このサービスを導入する事業者の利点は、送金時に必要な銀行名、支店名、預金口座種別、口座番号、氏名といった顧客（受取人）の銀行口座情報を取得する必要がないことである。事業者が送金金額と消費者のメールアドレスなどの送信先を同社のサーバーに登録すると、送金に必要な情報は受取人自身が入力する仕組みとなっている。このセルフサービス型の情報入力により、個人情報の取得の手間が省かれる。さらに、受取人が口座情報を入力した後、同社側でその口座の実在確認を行った上で送金を実行するため、組戻し（送金失敗）を未然に防止し、確実かつ迅速に着金を完了させられる。

送金サービスでは、銀行振り込みだけでなく、コンビニなどでの現金受け取りといった多様な受け取り方法の選択が可能になるため、銀行口座を持たない消費者との決済が可能となる。これにより航空機の欠航時の払い戻しや通販の返品処理、イベントキャンセル時の返金など、顧客満足度を下げずに迅速な資金の戻し入れを同社は実現する。このサービスは2009年1月に開始された。

SaaS（決済+α）

SaaS（決済+α）は、主に電子マネーサービス（サービス名称は「支払秘書」）や交通系事業者向けDXソリューション（サービス名称は「ALTAIR TRIPLE STAR CLOUD（アルタイルトリプルスタークラウド、以下アルタイル）」など）で構成される。収益性が高いサービスであり、同社の注力事業である。2025年6月期までの過去5年間の売上高の年平均成長率は41.2%であった。他に、「ekaiin」、「しまえー」といったサービスも手掛けるが、同社によれば、「支払秘書」、交通事業者向けDXソリューションが注力分野である。

支払秘書

支払秘書（しはらいひしょ）は、同社が手掛けるサーバー型電子マネー^{*}である。支払秘書の利用者は、アプリに銀行口座を登録する。そして、アプリを使用して、電気料金などの公共料金や通信料金、バスや鉄道のチケット購入、ECサイトの支払いなどができる。利用者が銀行やコンビニの店舗に行く手間や、事業者がコンビニへ支払う手数料負担を解決する。支払秘書は2017年8月にリリースされ、最初の顧客として関西電力が採用した実績がある。

^{*}サーバー型電子マネーとは、ネットワーク型電子マネーとも称され、金銭価値（残高データ）を利用者の端末内ではなく、サービス提供者の管理センター（サーバーなど）において保存・管理する。従来のICカード型が端末内のチップに現金をチャージするのに対し、サーバー型はクラウド上の口座にある残高を利用する仕組みである。決済時には端末からサーバーへ通信を行い、サーバー側で残高の増減処理が実行される。現在普及しているQRコード決済（PayPayなど）は、このサーバー型を採用する。



支払秘書

いつでもどこでもコンビニ決済！



[スタートアップガイドはこちら](#)

様々な加盟店でご利用いただけます！

出所：同社ホームページ

特に、オンライン取引における不正利用への対策として、支払秘書は本人認証機能の強化を積極的に進めている。2025年7月23日には、日本通信株式会社（東証PRM9424、以下日本通信社）と協業し、マイナンバーカードを用いた本人認証機能を支払秘書に実装した。この新システムでは、マイナンバーカードのICチップにある情報をスマートフォンで読み取り、電子証明書として保存する日本通信社の技術（FPoS）^{*}を活用している。この電子証明がなければ入金や支払いが

できない仕組みとすることで、悪意ある第三者がクレジットカード情報をなりすます不正を可能な限り防ぐことが狙いである。

FPoS（エフポス）^{*}とはFinTech Platform over SIMの略称であり、日本通信社が開発したスマートフォンのSIMカードの固有情報を活用した、「本人性」と「非改ざん性」を担保する独自のモバイル通信・デジタル認証プラットフォームである。SIMカードにひも付いた電話番号等の情報を利用し、物理的な端末の所持を本人確認の根拠とする。従来のIDなどによる認証方式では、情報の流出などのリスクを完全に排除することが困難であった。しかし、FPoSは物理的に複製が困難なSIMカード情報を利用することで、金融機関などの厳格な基準にも耐えるセキュリティ環境を実現する。利用者にとっては、複雑なパスワードを記憶するといった煩雑さがなくなり、スマートフォンがインターネット上での身分証などとして機能するため、利便性と安全性が同時に向上するメリットがある

同社は、この本人認証機能の実装ノウハウを、他の企業に対する安全な決済プラットフォームの導入支援に活用していく方針である。同社は中期経営計画においても、この電子マネーサービスを中核戦略の1つに据えており、同社の他サービスへの実装などを行う。例えば、鉄道やバスのデジタル乗車券において、高齢者などが本人確認が必要な割引を受けられるようにするといったものもある。

同社は、事業者に対して、事業者が独自の決済システムを持つことができるといった点を訴求して事業を展開する方針である。事業者にとっては、同社の電子マネーサービスを利用することで、自社で顧客データの囲い込みができることや、決済手数料が削減できるというメリットが生まれる。交通系事業者は多頻度少量決済が多く、大手のIT企業の電子マネーサービスは手数料負担が重いと同社は分析する。同社は、大手の電子マネーサービスにはない、カスタマイズ性を切り口に同社の電子マネーサービスを展開する方針である。

交通系事業者向けDXソリューション

交通系事業者向けDXソリューションは、主にクラウド型MaaS販売基幹系システムである「アルタイル」やバスIT化ソリューション「バスもり!」で構成される。同社は交通事業者のDX推進と利用者の利便性の向上を目的としたソリューションを手掛ける。運転手不足や人件費高騰といった課題に直面する交通事業者に対して、MaaSによる窓口業務の省人化、無人化および業務効率の改善による解決手段を同社は手掛ける。SR社の理解では、交通系事業者向けDXソリューションは事業者数×1事業者当たり利用者数で構成され、同社によれば、事業者数、1事業者数当たり利用者数も伸びている。同社は事業者数を伸ばすとともに、企画券、定期券といった商品性の拡大を行い成長を図る方針である。

アルタイル

アルタイルは、乗車券や企画券などの販売に必要な全ての機能を含んだクラウド型MaaS販売基幹系システムである。このSaaSは、利用者に対してチケットの販売・利用・座席予約などの機能を提供するだけでなく、事業者に対しては、精算業務から銀行口座への振り込みまでをワンストップでサポートする点が特徴である。SaaSであるため、新たなシステム構築の必要はなく、利用料も「使った分だけ」支払う従量課金制が採用されていることから、導入企業はシステム維持費を懸念することなく利用を開始できる。

また、全国一律のサイト構成ではなく、各事業者や各地のMaaSサイトとしての個別対応が可能であるため、地域観光サイトやSNSからの誘導もしやすく、地域に特化した展開が可能である。決済面では同社のマルチペイメントサービスが利用できるほか、払戻業務においても同社の送金サービスを活用することで、現金決済等の利用者に対してもスムーズな入金案内が可能となり、事務負担の軽減を実現する。利用者は、チケットの電子化や座席在庫管理、改札管理までを一気通貫で行える。同業他社は決済機能の提供にとどまるケースが多い中、同社は座席在庫管理まで踏み込んだサービスを手掛けており、同様な展開をする競合の企業はないと同社は分析する。

アルタイルは、従来のICカードを使用するシステムではなく、サーバー型認証（ABT：Account Based Ticketingとも呼ぶ）で出改札管理を行うため、従来型のシステムに対して価格優位性がある。従来は通信速度が遅かったため、ICカード側にチケット情報を保有させ、チケット情報を瞬時に読み込むための専用の改札機が必要であった。しかしながら、通信速度が高速化したことで、サーバー側にチケット情報を保有し、安価なQRコードリーダーなどであってもスマホなどに表示されるQRコードチケットを瞬時に読み込めるようになった。従来型のシステムを手掛ける事業者は、改札機を販売

する重電メーカーが中心であり、既存ビジネスを破壊することにつながるため、ABT認証に参入するインセンティブは低いと同社は分析する。

アルタイルは、利便性および価格面での優位性から販売が拡大している。2024年6月にサービスを開始した、スルッとKANSAI協議会*のQRコードを活用したデジタル乗車券「スルッとQRtto（クルット）**」の基幹システムとして活用されている。このサービスは2025年4月には兵庫県や大阪府北部に拡大した。JR北海道や湘南モノレールなど、関西地域以外にも採用が拡大しており、神奈川県は湘南モノレールでは全駅でQRデジタルチケットによる乗車サービスが開始された。2025年6月期には、JR北海道のスマホ定期券導入により導入駅数が拡大するなど、利用規模が拡大している。

スルッとKANSAI協議会*は、大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・和歌山県などを結ぶ私鉄・地下鉄・バス事業者によって構成される連携組織である。JR西日本を除く関西の主要な交通機関が加盟しており、会社間の垣根を越えたシームレスな移動環境の実現を設立の目的としている。競合する鉄道・バス会社同士が「利用者の利便性向上」のために手を結んだ、日本最大級の交通ネットワークである

「スルッとQRtto（クルット）」**は、スルッとKANSAI協議会が2024年6月より導入した、QRコードを用いたデジタル乗車券サービスである。利用者はスマートフォン上の専用サイトで事前に乗車券を購入し、表示されたQRコードを駅の自動改札機やバスの読み取り部にかざすだけで、チケットレスでのスムーズな利用が可能となる。従来のように券売機や窓口に立ち寄る必要がなく、時間や場所を選ばずにキャッシュレスで企画乗車券など入手できる。大阪メトロ、近鉄、阪急、阪神、南海、京阪をはじめとする関西の主要な鉄道・バス事業者が広く参画する

バスもり!

「バスもり!」は、高速バスの検索、予約、購入、そして乗車までの全てをスマートフォン1つで完結させるバスIT化ソリューションである。利用者はアプリを通じて無料でバスルートを検索し、即座にチケットを購入できるほか、アプリ内でキャンセルや払い戻し、チャット機能による問い合わせも可能である。対応する券種も幅広く、定期券や回数券、フリーパスなどの電子チケットに対応しており、支払期限のリマインダー通知や購入履歴からの再購入機能なども備える。

事業者側にとっても、車載端末を活用することで、始発バス停発車後の販売や途中バス停からの乗車対応、さらには区間販売が可能となり、販売機会を拡大する仕組みとなっている。加えて、多言語表示への対応によるインバウンド需要の取り込みや、キャンセル返金時のチケット郵送作業の不要化など、利用者と事業者の双方に効率化と利便性をもたらすサービスである。

ekaiin

同社の「ekaiin.com」は、団体や事業者における会員管理および集金業務を支援するクラウドサービスである。本サービスを導入することで、インターネット上で多様な決済手段を備えたサイトを容易に構築でき、顧客からの入金や個人情報の管理を効率化することができる。対応する決済方法が多岐にわたり、クレジットカードやネットバンキング、コンビニ払いおよび電子マネーも導入できる。機能面では、集金だけでなく、商品・サービスの購入サイト作成や、支払者の氏名・住所などのオンライン管理、さらには特定の対象者に向けた請求も行える仕様となっている。費用体系については、初期費用や月額固定費が不要で決済手数料のみ負担する仕組みであり（2022年4月20日時点）、その導入のしやすさと利便性の高さから、学生の会員管理など、幅広い分野で活用されている。

しまえーる

同社の「しまえーる」は、インボイス制度および電子帳簿保存法に対応した電子請求書発行・保存サービスである。請求書データをPDF形式で発行し、メールやSMSを通じて送付する機能を備えており、受領者は指定されたURLからデータをダウンロードできる仕組みである。また、発行者は発行した請求書を9年間にわたって保存・管理することが可能であり、法令に対応する。従来の紙媒体での請求書発行や郵送にかかっていた多大な手間とコストの削減が利用者のメリット

となる。システム面では、API連携やCSVファイルによる請求書データの取り込みに対応しているほか、PDF状の請求書に支払い用のQRコードを付加することも可能であり、請求業務の効率化と利便性の向上が実現できる。

同社の主な顧客

同社によれば、売上高上位10社の売上高構成比は約60%、売上総利益構成比は約40%である。主な顧客はDEGICA社（売上高構成比19.2%）、アマゾン社（同16.3%）である。業種別の売上高構成比は、各種サービス（旅行会社や決済代行業者などを含む）が54%、小売り・その他が22%、運輸が12%、電気・ガスが8%、地方公共団体が4%である。

同社の売上高および主な顧客向けの売上高の推移

（百万円）	16年6月期	17年6月期	18年6月期	19年6月期	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
売上高	10,529	10,260	9,784	10,032	9,380	8,842	8,950	9,424	10,132	10,919
前年比	-	-2.6%	-4.6%	2.5%	-6.5%	-5.7%	1.2%	5.3%	7.5%	7.8%
うち株式会社DEGICA									1,261	2,101
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66.6%
売上高構成比	-	-	-	-	-	-	-	-	12.4%	19.2%
うちアマゾンジャパン合同株式会社*	3,525	3,278	3,166	3,388	3,406	2,984	2,594	2,397	2,173	1,781
前年比	-	-7.0%	-3.4%	7.0%	0.5%	-12.4%	-13.1%	-7.6%	-9.4%	-18.0%
売上高構成比	33.5%	32.0%	32.4%	33.8%	36.3%	33.8%	29.0%	25.4%	21.4%	16.3%
うちヤフー株式会社	578	1,447	1,593	1,579	1,116	888	751			
前年比	-	150.5%	10.1%	-0.9%	-29.3%	-20.4%	-15.4%	-	-	-
売上高構成比	5.5%	14.1%	16.3%	15.7%	11.9%	10.0%	8.4%	-	-	-
うちGMO-PG社	1,743									
前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
売上高構成比	16.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

出所：会社資料を基にSR社が作成

*AMAZON.COM INT'L SALES,INC.を含む

DEGICA社は決済代行業者であり、クレジットカードの決済手段や国内・海外（韓国・中国など）のさまざまな決済方法を1つにまとめ、EC事業者や店舗事業者向けにサービスを手掛けている。最終顧客として海外の新興のEC事業者を持つ。海外の新興のEC事業者が日本国内での販売シェアを拡大することに伴い、同社の売上高も拡大した。

アマゾン社向け売上高は、2016年6月期に3,525百万円であったものが、2025年6月期に1,781百万円と減少傾向にある。同社によれば、アマゾン社が後払い決済を強化するといったことなど決済手段を多様化させてきたことが主な理由である。

同社によれば、EC事業者にとって、コンビニ決済分野では同社は無視できない存在である。各コンビニと契約の交渉を行うことやシステム接続といった時間やコストをかけるよりも同社と契約してOEM供給を受けることによるメリットが大きいため同社は分析する。実際に、アマゾン社とは長期的な取引関係にあるほか、他のインターネットポータルサイトとも取引関係にあり、DEGICA社向けの売上高も拡大した。

収益構造

同社によれば、送金やSaaS（決済+α）は収益性が高い。これは、主に収納代行以外の役務提供に対する対価があるためである。下表のとおり、ビリングまたはE-ビリング以外の売上高が伸びてきたことから、売上総利益率は改善傾向にある。

ビリングまたはE-ビリング以外の売上高の推移と売上総利益率

（百万円）	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
ビリングおよびE-ビリング	8,841	8,338	8,402	8,667	9,249	9,574
前年比	-	-5.7%	0.8%	3.2%	6.7%	3.5%
売上高構成比	94.3%	94.3%	93.9%	92.0%	91.3%	87.7%
ビリングまたはE-ビリング以外						
送金、SaaS（決済+α）、その他	539	505	549	758	883	1,344
前年比	-	-6.3%	8.7%	38.1%	16.5%	52.2%
売上高構成比	5.7%	5.7%	6.1%	8.0%	8.7%	12.3%

出所：会社資料を基にSR社作成。ビリングまたはE-ビリング以外は、送金、SaaS（決済+α）、その他の合計

費用構造

2025年6月期の売上原価率は76.9%、販管費率は9.3%であった。同社によれば、同社の費用構造においては、変動費比率は高く、固定費が低い。売上原価の79.8%は収納代行手数料（変動費）であり、支払先の内訳は約80%がコンビニ、約20%がクレジットカード会社などである。販管費は93%が人件費を中心とした固定的な費用である。

2016年6月期から2025年6月期で、売上総利益率は15.1～28.9%で推移した。下表は、同社の売上原価の推移であるが、上述のとおり、収納代行手数料が発生しないサービスが伸びることで収納代行手数料の売上高比率は2020年6月期に68.0%であったものは2025年6月期には61.4%と6.6%ポイント低下した。一方、売上総利益率は2020年6月期に17.3%であったものが2025年6月期には23.1%と5.8%ポイント上昇した。労務や外注費はITサービスの開発に関連する人件費であり固定費的な側面を持つ。他勘定振替高は主にソフトウェア償却費などで構成され、新サービスの開発に注力した2017年6月期～2018年6月期にかけては、他勘定振替高の売上高に対する比率は4.3～5.3%で推移した。

売上原価の内訳

(百万円)	16年6月期	17年6月期	18年6月期	19年6月期	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
労務費	192	220	491	547	411	513	519	497	550	550
前年比	-	14.6%	123.6%	11.4%	-24.9%	24.9%	1.1%	-4.3%	10.6%	0.1%
売上高比	9.5%	2.1%	5.0%	5.5%	4.4%	5.8%	5.8%	5.3%	5.4%	5.0%
経費	7,245	7,395	7,515	8,029	7,286	6,919	6,868	6,961	7,267	7,733
前年比	-	2.1%	1.6%	6.8%	-9.3%	-5.0%	-0.7%	1.4%	4.4%	6.4%
売上高比	68.8%	72.1%	76.8%	80.0%	77.7%	78.2%	76.7%	73.9%	71.7%	70.8%
うち収納代行手数料	6,675	6,737	6,586	6,915	6,376	5,933	5,917	6,081	6,387	6,704
前年比	-	0.9%	-2.2%	5.0%	-7.8%	-6.9%	-0.3%	2.8%	5.0%	5.0%
売上高比	63.4%	65.7%	67.3%	68.9%	68.0%	67.1%	66.1%	64.5%	63.0%	61.4%
外注費	202	472	403	161	237	186	180	156	223	355
前年比	-	133.2%	-14.7%	-60.1%	47.6%	-21.5%	-3.1%	-13.7%	43.4%	58.8%
売上高比	1.9%	4.6%	4.1%	1.6%	2.5%	2.1%	2.0%	1.7%	2.2%	3.2%
他勘定振替高	178	441	518	339	206	124	118	69	78	268
前年比	-	147.2%	17.4%	-34.4%	-39.3%	-39.7%	-4.9%	-42.0%	14.1%	242.4%
売上高比	1.7%	4.3%	5.3%	3.4%	2.2%	1.4%	1.3%	0.7%	0.8%	2.5%

出所：会社資料を基にSR社作成

2016年6月期から2025年6月期で、販管費率は8.2～14.5%で推移した。販管費は人件費を中心とした固定的な費用である。同社によれば、内製化を促進する方針であり、今後の人件費の伸び率は、賃金上昇と採用増加を合わせて10%弱を見込む。

販管費の内訳

(百万円)	16年6月期	17年6月期	18年6月期	19年6月期	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
役員報酬	94	103	88	75	62	64	58	59	62	73
前年比	-	9.9%	-14.5%	-15.5%	-16.9%	2.9%	-9.0%	2.1%	5.3%	17.1%
売上高比	0.9%	1.0%	0.9%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%
給与手当及び賞与	268	317	318	299	275	217	203	257	273	344
前年比	-	18.4%	0.3%	-5.9%	-8.2%	-20.9%	-6.4%	26.1%	6.4%	25.8%
売上高比	2.5%	3.1%	3.3%	3.0%	2.9%	2.5%	2.3%	2.7%	2.7%	3.1%
賃借料	46	46	46	47	26	45	43	59	49	49
前年比	-	0.1%	-0.3%	2.2%	-44.0%	71.2%	-4.1%	36.9%	-16.7%	-0.2%
売上高比	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.3%	0.5%	0.5%	0.6%	0.5%	0.4%
減価償却費	38	41	17	18	4	27	51	69	44	41
前年比	-	8.5%	-59.9%	10.0%	-78.8%	604.9%	87.2%	35.2%	-35.7%	-7.8%
売上高比	0.4%	0.4%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.6%	0.7%	0.4%	0.4%
支払手数料	77	338	94	40	41	44	54	95	106	62
前年比	-	338.4%	-72.2%	-57.0%	2.3%	5.4%	24.6%	74.7%	12.4%	-41.6%
売上高比	0.7%	3.3%	1.0%	0.4%	0.4%	0.5%	0.6%	1.0%	1.1%	0.6%
研究開発費	32	17	93	75	11	14	21	20	22	56
前年比	-	-47.2%	446.9%	-20.0%	-84.8%	25.4%	47.6%	-5.3%	12.6%	152.0%
売上高比	0.3%	0.2%	1.0%	0.7%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.5%

出所：会社資料を基にSR社作成

市場とバリューチェーン

マーケット概略

決済代行業者の歴史

日本の決済代行業者は、欧米とは異なる発展経路をたどってきた。これは、米国における決済代行業者がクレジットカード処理の効率化から発展したのに対し、日本においては現金主義との共存があったためである。日本のEC市場の黎明期において、消費者はインターネット上でのクレジットカード情報入力を恐れ、またクレジットカード保有率も若年層を中心に低位であった。しかしながら、コンビニ収納代行システムが存在したことにより、クレジットカードの普及に頼ることなく、日本のEC市場は拡大した経緯がある。日本の主な決済代行業者は、単なる決済情報の通り道ではなく、収納の代行（購入代金などの回収）という役割も果たしてきた。

黎明期

1997年2月に株式会社電算システム（現 株式会社電算システムホールディングス（東証PRM 4072）、以下電算システム社）がコンビニ収納代行業者として事業展開を開始した。電算システム社は通信販売の払込票におけるバーコード情報をコンビニのPOSレジと連携させ、収納情報を企業へフィードバックする仕組みを構築した。通販の決済手段が主に郵便振替であったものに対して、消費者が24時間いつでもコンビニで支払いを完了できるという仕組みに変えた。このモデルは、後のEC市場の拡大期において、クレジットカードを持たない層を取り込むためのインフラとなった。同社も1998年3月に「コンビニ収納代行システム」で通商産業省（現・経済産業省）より新規事業法の認定を受け、公的な裏付けを得て事業を拡大した。

同社は、2000年7月に開始された航空券の「チケットレススキーム」のパイオニアとなった。このスキームは、インターネットや電話で予約した航空券の代金をコンビニのマルチメディア端末で支払い、その場で発券（または予約確定）を行うモデルであり、物理的な航空券の郵送コストとリードタイムをゼロにした。この成功により、同社は「物販」ではなく「サービス（コト消費）」の決済においての地位を確立し、後の高速バスの予約決済システムなどへの展開につながるようになった。

1990年代後半、楽天市場（現 楽天グループ株式会社（東証PRM 4755）が運営）の登場により、日本でもインターネット・ショッピングモールが形成され始めた。しかし、当時の小規模なネットショップにとって、決済手段の導入は高いハードルであった。これは、加盟店契約の困難さとシステム接続の複雑さという課題があったためである。設立間もないネットショップが、大手クレジットカード会社（アクワイアラ）と直接加盟店契約を結ぶことは、与信審査の観点から困難であった。また、カード会社ごとに異なる仕様の接続システムを個別に開発・維持することは、技術的や資金的な負担となった。これらの課題を解決する役割を決済代行業者が果たすことになった。

成長期

2000年代に入ると、ブロードバンドの普及とともにEC市場が急拡大し、包括加盟店契約（代表加盟店契約）が普及したことで、決済代行業者は「収納代行」から、「総合決済プロバイダー」へと役割を変化させた。包括加盟店契約では、決済代行業者はクレジットカード会社と包括的な加盟店契約を締結する。そして、個々のEC事業者は決済代行業者の傘下の「加盟店」として契約を結ぶ。クレジットカード会社は、無数の中小ECサイトを個別に審査・管理するコストを削減でき、決済代行業者に一次審査と管理（加盟店管理）を委任できる。EC事業者は決済代行業者と契約するだけで、VISA、Mastercardなどの主なクレジットカードブランドを一括で導入でき、入金サイクルも統一できる。

決済代行業者は、加盟店の審査、売上データのトランザクション処理、収納代金の立替払いを一手に引き受けることで、手数料収益を得る形式となった。決済代行業者は単なるシステムベンダーにとどまらず、資金の流れを円滑にする金融的仲介者としての地位を固めた。この波に乗ったのが、GMOペイメントゲートウェイ株式会社（東証PRM 3769、以下GMO-PG社）であった。GMO-PG社は2005年に東証マザーズ市場（現 東証グロース市場）へ上場した後に、調達した資金力を背景に事業拡大を行った。2006年の地方自治法改正にいち早く対応し、NHK受信料や水道料金（東京都水道局）のクレジットカード決済受託に成功した。これによりGMO-PG社は「公金に強いGMO」というブランドと、景気変動に左右されにくい安定的な収益基盤を確立した。

変革期

2010年代に入り、スマートフォンが普及したことに伴い消費者の購買行動と決済シーンが変化した。スマートフォンは、ECをPCの前で行う行為からいつでもどこでも行う行為へと変えた。アプリ内課金、ゲーム課金、デジタルコンテンツの購入が増加し、キャリア決済（ドコモ払い（日本電信電話株式会社（東証PRM 9432）の100%子会社である株式会社NTTドコモが手掛ける決済手段など）が増加した。決済代行業者は、これらのキャリア決済を統合し、ワンストップで手掛ける機能を強化した。

2010年代後半に入ると、実店舗を持つ小売業者がECと店舗を融合させるオムニチャネル戦略を本格化させた。代表的な事例の1つとして、株式会社ファーストリテイリング（東証PRM 9983）が展開するアパレルブランド「ユニクロ」が挙げられる。ユニクロでは、スマホアプリの会員証をレジでスキャンすることで、購買履歴を蓄積するようになったほか、RFIDタグを使用したセルフレジと組み合わせ、決済スピードの向上を実現した。決済代行業者にとっては、「EC決済」と「対面決済（POS）」のシステム統合を意味した。従来は別々の契約・システムで管理されていた両者を、単一に管理できる「オムニチャネル対応の決済プラットフォーム」への需要が増加した。また、2018年には、法規制の厳格化と、QRコード決済業者の台頭による競争が発生した。

2018年6月に施行された改正割賦販売法は、決済代行業者に対する監視の目を厳しくした。従来、決済代行業者は法的な定義が曖昧であり、規制の空白地帯にあった。しかし、悪質な加盟店（詐欺サイトなど）の決済を隠蔽するトンネル行為や、情報漏洩事故の多発を受け、割賦販売法は決済代行業者に対して登録制度を導入した。加盟店の調査義務や、情報セキュリティ対策などが法的に求められるようになり、コンプライアンスコストに耐えられない中小・零細の決済代行業者の淘汰が進んだ。また、クレジットカード情報の非保持化が義務付けられた。非保持化とは、加盟店が自社のサーバーやネットワーク機器において、カード情報を保存、処理、通過させないことである。非保持化への対応は技術的な難易度が高かったことから大手決済代行業者による寡占を促進する結果となった。

2018年、QRコード決済分野ではPayPay（現 LINEヤフー株式会社（東証PRM 4689）が手掛けるQRコード決済サービス）が開始した「100億円あげちゃうキャンペーン」は、日本の決済へ変化を与えた。需要サイドでは、大規模なポイント還元とUI/UXの簡便さにより、若年層やクレジットカードを持たない層が一気にキャッシュレスへ移行した。供給サイド（加盟店）では、初期導入費無料、決済手数料無料（期間限定）という戦略により、これまでコスト面でクレジットカード導入を見送っていた中小事業者が使用するようになった。

QRコード決済の普及は、決済代行業者にとって「取扱高の増大」という機会であると同時に、「手数料率の低下」という脅威でもあった。一般に、クレジットカードの加盟店手数料が3～5%程度であるのに対し、QRコード決済の手数料は低く設定される傾向にある。PayPayは2021年10月から手数料を有料化した。その料率は1.60%～1.98%と、依然としてクレジットカードより安価である。この「手数料の低廉化」によって、決済代行業者は「決済処理ごとのスプレッド」だけに依存するモデルから新たな収益源を確保する必要がでてきた。このため、決済のみならず周辺業務を取り込む統合プラットフォームやDX支援業者としての役割を決済代行業者は担うようになった。

日本のEC市場の推移

（兆円）	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
BtoC-EC市場規模	13.8	15.1	16.5	18.0	19.4	19.3	20.7	22.7	24.8	26.1
前年比	-	9.9%	9.0%	9.0%	7.7%	-0.4%	7.4%	9.9%	9.2%	5.1%
うち物販系	7.2	8.0	8.6	9.3	10.1	12.2	13.3	14.0	14.7	15.2
前年比	-	10.6%	7.5%	8.1%	8.1%	21.7%	8.6%	5.4%	4.8%	3.7%
うちサービス系	4.9	5.4	6.0	6.6	7.2	4.6	4.6	6.1	7.5	8.2
前年比	-	9.2%	11.3%	11.6%	7.8%	-36.1%	1.3%	32.4%	22.3%	9.4%
うちデジタル系	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.5	2.8	2.6	2.7	2.7
前年比	-	8.9%	9.5%	4.6%	5.1%	14.9%	12.4%	-6.1%	2.0%	1.0%

出所：経済産業省、令和6年度電子商取引に関する市場調査報告書を基にSR社が作成

経済産業省によれば、2024年の日本のBtoC-EC市場規模は、物販系、サービス系、デジタル系の3分野合計で26兆1,225億円となった。分野別の動向を見ると、物販系は15兆2,194億円（前年比3.7%増）となった。物販系のEC化率^{*}は9.8%に上昇した。コロナ禍における「巣ごもり需要」による拡大が落ち着き、消費者が実店舗へ回帰する動きが見られることから、前年対比での伸び率は鈍化傾向にある。サービス系は8兆2,256億円（前年比9.4%増）となった。外出需要などの回復を背景とした旅行サービス、飲食サービス、チケット販売などが市場を牽引した。デジタル系は2兆6,776億円（前年

比1.0%増)となった。電子出版や有料動画・音楽配信は堅調に推移しているものの、デジタル系の約半分を占めるオンラインゲームが前年比でわずかに減少したことが全体の伸びを抑制する結果となった。

EC化率^{*}は、電話なども含めた全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する、電子商取引（EC）市場規模の割合と経済産業省は定義する。算出式は、EC市場規模÷商取引市場規模全体。BtoCのEC化率は、「物販系分野」に限定して算出される。分母となる商取引市場規模は、総務省の「家計調査」や内閣府の「国民経済計算（GDP統計）」をベースに推定されている

キャッシュレス決済の推移

キャッシュレス決済の金額およびキャッシュレス決済率の推移

(兆円)	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
キャッシュレス決済の合計金額	54.9	60.0	64.7	73.5	81.9	85.8	95.0	111.0	126.7	141.0
前年比	-	9.2%	7.9%	13.6%	11.4%	4.8%	10.6%	16.9%	14.1%	11.3%
うちクレジットカード決済額	49.8	53.9	58.4	66.7	73.4	74.5	81.0	93.8	105.7	116.9
前年比	-	8.2%	8.2%	14.2%	10.1%	1.4%	8.8%	15.8%	12.7%	10.6%
キャッシュレス決済内の構成比	90.8%	89.9%	90.2%	90.7%	89.7%	86.8%	85.3%	84.5%	83.5%	82.9%
うちデビットカード決済額	0.4	0.9	1.1	1.3	1.7	2.2	2.7	3.2	3.7	4.4
前年比	-	108.2%	26.9%	18.3%	28.1%	25.8%	25.1%	19.3%	13.7%	20.4%
キャッシュレス決済内の構成比	0.8%	1.5%	1.7%	1.8%	2.1%	2.5%	2.8%	2.9%	2.9%	3.1%
うち電子マネー決済額	4.6	5.1	5.2	5.5	5.8	6.0	6.0	6.1	6.4	6.2
前年比	-	10.8%	1.1%	5.4%	5.0%	4.9%	-1.1%	1.9%	5.3%	-3.4%
キャッシュレス決済内の構成比	8.5%	8.6%	8.0%	7.5%	7.0%	7.0%	6.3%	5.5%	5.1%	4.4%
うちコード決済額	-	-	-	0.2	1.0	3.2	5.3	7.9	10.9	13.5
前年比	-	-	-	-	512.5%	230.0%	66.3%	50.3%	37.5%	24.1%
キャッシュレス決済内の構成比	-	-	-	0.2%	1.2%	3.7%	5.6%	7.1%	8.6%	9.6%
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
キャッシュレス決済比率 [*]	18.2%	20.0%	21.3%	24.1%	26.8%	29.7%	32.5%	36.0%	39.3%	42.8%

出所：経済産業省

日本の民間最終消費支出に占める現金決済の比率は57.2%（経済産業省の推計を基にSR社が計算）であり、現金は依然として主な決済手段である。しかしながら、日本のキャッシュレス決済の比率は42.8%（2024年）であり、18.2%（2015年）に対して24.6%ポイント上昇（経済産業省の推計）とキャッシュレス決済比率は上昇傾向にある。日本政府が経済産業省を中心に掲げていた「2025年6月までにキャッシュレス決済比率40%」というKPI（重要業績評価指標）を、予定よりも1年前倒しで達成した。供給者サイドのポイント還元やQRコード決済の普及といった利便性の向上などが、消費者の支持を得ることがキャッシュレス決済比率の上昇の背景にあるとSR社は理解する。

キャッシュレス決済比率^{*}は、クレジットカード支払額、デビットカード支払額、電子マネー支払額およびコード決済支払額の合計金額を民間最終消費支出で除したものである

キャッシュレス決済の構成比（2024年）は、クレジットカードが82.9%、デビットカードが3.1%、電子マネーが4.4%、コード決済（QRコード決済など）が9.6%であった。キャッシュレス決済の構成比（2015年）はクレジットカードが90.8%、デビットカードが0.8%、電子マネーが8.5%、コード決済（QRコード決済など）は0%であった。クレジットカードは決済総額の過半を占め、Visaなどが推進する「タッチ決済（コンタクトレス決済）」の普及は、日常的な少額決済におけるクレジットカードの利用頻度を高めた。PayPayなどに代表されるQRコード決済では、その導入コストの低さとスマートフォンアプリを通じたマーケティング機能の強力さから、加盟店網（利用する事業者）を増やし、クレジットカードに次ぐ決済手段としての地位を確立した。

多様化・複雑化する決済手段は、加盟店（EC事業者および実店舗）にとって、業務やシステム投資の負荷を意味する。一方、決済手段の多様化は、決済代行業者にとっては事業機会となる。もし決済代行業者が存在しなければ、加盟店はVisaなどの国際的なカードブランドの運営企業、あるいは銀行やQRコード決済事業者と個別に加盟店契約を締結し、それぞれの審査基準をクリアし、異なる仕様のシステムを開発・接続しなければならない。さらに、経理業務においても、

入金サイクル（締め日と支払日）がバラバラであるため、資金繰りが煩雑になるという問題が発生する。決済代行業者は、これらの複雑な契約・システム・資金の流れを一元的に集約する役割を果たしている。

同業他社

SR社の理解では、日本の決済代行業界においては、大手の決済代行業者、同社を含む特定の技術やニッチ市場に特化した決済代行業者、そして外資系の決済代行業者などが事業展開を行う。大手の決済代行業者としては、GMOペイメントゲートウェイ株式会社（東証PRM 3769、以下GMO-PG社）、SBペイメントサービス株式会社（ソフトバンク株式会社（東証PRM 9434）の100%子会社、非上場、以下SBPS社）、株式会社DGフィナンシャルテクノロジー（株式会社デジタルガレージ（東証PRM4819）の100%子会社、非上場、以下DGFT社）などが挙げられる。年間決済取扱高は、GMO-PG社が約21.8兆円（2025年9月末）、SBPS社が約9.8兆円（2024年度実績）、DGFT社が約7.5兆円（2025年3月末）である。

特定の技術やニッチ市場に特化した決済代行業者としては、コンビニ決済を手掛ける同社や株式会社電算システムホールディングス（東証PRM 4072、以下電算システム社）が挙げられる。近年、日本の決済市場においては、米国のStripe, Inc.（非上場、以下Stripe社）やオランダのAdyen N.V.（NYSE Euronext: ADYEN、以下Adyen社）といったグローバル展開をする企業の存在感も増している。外資系企業であるStripe社などは、Web上でアカウントを作成すれば即座に利用開始できるセルフサービス型のアプローチを取り、スタートアップやSaaS企業など、スピード感を重視する顧客層からの支持を得る。

国内系企業と外資系企業の違いは、ローカライゼーションと営業スタイルである。国内系企業は、日本の商習慣に合わせた細かいサポート体制を敷き、個別のシステム対応や、コンビニ決済・代引きといった日本独自の決済手段への網羅的な対応を強みとしている。各企業で異なる経理処理などを要する日本企業に対しては、依然として国内系企業の人的サポートやカスタマイズ対応が選好される傾向にあるとSR社は理解する。

システム提供などといった従来の決済代行サービスにおける業者間の差がなくなってきたことから、決済代行業者は新しい付加価値での差別化を図っている。上場している同業他社であるGMO-PG社は、決済代行業で培った顧客基盤やデータなどを活用した金融サービスを手掛ける。電算システム社は、Google関連ソリューションと連携したサービスを手掛ける。過去10年間の売上高の年平均成長率はGMO-PG社が24.8%、電算システム社が8.7%となった。特にGMO-PG社の成長率が高いのは、インターネット上でのクレジットカード決済を中心に営業やシステム開発などの人員体制を整えて事業を展開してきたためと同社は分析する。同社は送金や交通系事業者向けDXソリューションでの差別化を図る方針である。

同社、GMO-PG社、電算システム社の財務諸表（直近3期）

(百万円)	GMO-PG社 (東証PRM 3769)			電算システム社 (東証PRM 4072)			同社 (東証STD 2428)		
	23年9月期	24年9月期	25年9月期	22年12月期	23年12月期	24年12月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
	連結 IFRS	連結 IFRS	連結 IFRS	連結	連結	連結	単体	単体	単体
損益計算書									
売上高*	63,119	73,785	82,499	53,479	59,591	61,256	9,424	10,132	10,919
前期比	25.5%	16.9%	11.8%	6.2%	11.4%	2.8%	5.3%	7.5%	7.8%
売上原価	23,134	25,682	27,004	43,495	48,996	51,969	7,573	7,992	8,400
売上総利益	39,986	48,103	55,495	9,984	10,595	9,287	1,852	2,140	2,519
売上総利益率	63.3%	65.2%	67.3%	18.7%	17.8%	15.2%	19.6%	21.1%	23.1%
販売費及び一般管理費	19,673	22,916	24,155	6,570	6,631	6,976	912	918	1,016
売上比	31.2%	31.1%	29.3%	12.3%	11.1%	11.4%	9.7%	9.1%	9.3%
営業利益	20,312	25,187	31,340	3,414	3,964	2,311	939	1,222	1,502
前期比	25.0%	24.0%	24.4%	8.8%	16.1%	-41.7%	27.6%	30.1%	22.9%
営業利益率	32.2%	34.1%	38.0%	6.4%	6.7%	3.8%	10.0%	12.1%	13.8%
経常利益*	20,636	27,505	31,911	3,258	3,167	2,626	936	1,224	1,665
前期比	-40.6%	33.3%	16.0%	5.7%	-2.8%	-17.1%	24.0%	30.8%	36.0%
経常利益率	32.7%	37.3%	38.7%	6.1%	5.3%	4.3%	9.9%	12.1%	15.2%
親会社株主に帰属する当期純利益*	13,476	18,705	21,829	2,348	2,004	1,850	636	837	1,078
前期比	-44.2%	38.8%	16.7%	18.7%	-14.7%	-7.7%	19.4%	31.7%	28.8%
当期純利益率	21.3%	25.4%	26.5%	4.4%	3.4%	3.0%	6.7%	8.3%	9.9%
貸借対照表									
現金・預金・有価証券	133,658	174,054	220,040	12,530	15,912	19,279	14,071	16,657	17,495
流動資産	258,467	298,096	352,936	62,740	48,228	53,876	18,756	21,747	23,250
有形固定資産	3,354	3,921	3,349	2,890	2,843	2,718	3,888	3,791	3,772
固定資産*	33,880	46,606	53,864	8,430	8,822	7,870	6,136	5,395	6,052
資産	292,347	344,702	406,800	72,170	57,051	61,747	24,892	27,141	29,302
短期有利子負債	20,734	30,903	34,098	501	345	213	75	125	100
流動負債	163,290	204,361	255,579	50,339	33,953	37,804	15,106	16,918	18,683
長期有利子負債	30,847	30,903	32,810	984	1,181	861	1,725	1,600	1,500
固定負債*	34,252	34,522	35,044	2,165	2,323	1,648	1,960	1,845	1,759
負債	197,542	238,883	290,623	52,505	36,277	39,452	17,065	18,762	20,442
純資産*	92,274	102,895	113,013	19,665	20,774	22,294	7,827	8,379	8,861
有利子負債合計	51,581	61,806	66,908	1,485	1,526	1,074	1,800	1,725	1,600
ネット・デット	-82,077	-112,248	-153,132	-11,045	-14,386	-18,205	-12,271	-14,932	-15,895
キャッシュフロー計算書									
営業活動によるキャッシュフロー	6,129	49,472	53,760	1,907	5,506	3,021	1,114	2,645	2,406
投資活動によるキャッシュフロー	17,762	-5,231	-7,329	-1,718	-852	239	268	334	-831
財務活動によるキャッシュフロー	-6,419	-3,729	-1,243	-5	-941	-765	-361	-392	-737
財務指標									
総資産経常利益率（ROA）	7.3%	8.6%	8.5%	5.3%	4.9%	4.4%	3.9%	4.7%	5.9%
自己資本純利益率（ROE）	15.0%	19.2%	20.2%	12.7%	10.0%	8.7%	8.4%	10.3%	12.6%
自己資本比率*	31.6%	29.9%	27.8%	27.0%	36.1%	35.8%	31.1%	30.5%	29.9%

出所：各社の資料を基にSR社作成。

同社、GMO-PG社、電算システム社の従業員数の推移

(単位：名)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
GMO-PG社	602	657	759	830	631	725	815	847	878	909
前年比		9.1%	15.5%	9.4%	-24.0%	14.9%	12.4%	3.9%	3.7%	3.5%
電算システム社	852	873	884	899	966	1,037	1,068	1,082	1,126	-
前年比		2.5%	1.3%	1.7%	7.5%	7.3%	3.0%	1.3%	4.1%	-
同社	99	130	143	145	148	149	140	144	152	159
前年比		31.3%	10.0%	1.4%	2.1%	0.7%	-6.0%	2.9%	5.6%	4.6%

出所：各社の資料を基にSR社作成。決算月はGMO-PG社が9月、同社が6月、電算システム社が12月。2025年の数値はGMO-PG社が2025年9月期末、同社が2025年6月期末。従業員数は外数を含む

SW (Strengths, Weaknesses) 分析

強み (Strengths)

コンビニ決済の先駆者として同分野において国内トップクラスシェアを持つこと

同社はコンビニ決済のネットワークの構築にいち早く成功したことで、コンビニ決済の先駆者となった。コンビニ決済システムの採用においては、採用交渉、採用審査、そして採用後のシステム接続といった業務は、決済代行業者にとっても事業者にとっても時間や費用の面で重い負担であった。そのため、事業者は先駆者である同社のネットワークを利用することを選択した。代表例がアマゾン社であった。

同社はコンビニ決済の先駆者としてトップクラスのシェアを持つ（同社調べ）。このため、決済代行業者やEC事業者にとっての同社は、コンビニ決済システムの導入に際しては、検討対象として必ず加えられる存在であると同社は分析している。事業者は、コンビニ決済を取り入れることにより、若年層や高齢者などのクレジットカードを保有しない層やインターネット上のクレジットカード情報の登録を好まず現金払いを希望する消費者などへの販売機会を得ることができる。

同社の顧客別売上高の上位に位置するDEGICA社は国内・海外（韓国・中国など）のさまざまな決済方法を1つにまとめ、EC事業者や店舗事業者向けにサービスを手掛けており、最終顧客として海外の新興のEC事業者を持つ。SR社の理解では海外の新興EC事業サイトでクレジットカード情報を入力することに抵抗感のある日本の消費者は多い。日本の民間最終消費支出に占める現金決済の比率は57.2%（経済産業省の推計を基にSR社が計算）であり、現金は依然として主な決済手段なためである。ECサイトでは、利用者が商品をショッピングカートに入れたにもかかわらず、決済手段を理由に購入手続きを完了せずにサイトから離脱することがある。そうした事態を避ける手段として、同社のコンビニ決済が持つ利便性が有用とSR社は理解している。

交通系事業者の基幹業務に入り込むことで、他社への切り替えが難しくなるMaaSを手掛けること

アルタイルは、高速バスや鉄道などの交通系事業者の予約・販売・発券・座席管理を一元管理するSaaSであり、同社によれば競合する企業はいない。アルタイルを含めて同社はMaaS（Mobility as a Serviceの略称、鉄道・バスなどの交通手段をITで統合し、スマホアプリなどで検索・予約・決済までを一括で行えるサービス）を展開する。交通系事業者は同社のMaaSを利用することにより、旅行代理店への支払いなどのコストを下げ、自社で顧客データを保有でき、基幹業務の効率化が可能となる。交通系事業者は消費者と直接取引を行うことで旅行代理店への支払手数料が削減できる。

加えて交通系事業者は高額な自動改札機が不要となる。従来型の乗降システムでは、乗車券の認証の処理を行うために1台当たり約15百万円の専用の自動改札機が必要であった。これに対し同社は、通信速度の向上を背景にサーバー側で認証を行うABT（Account Based Ticketing）方式を採用したため、自動改札機をタブレットPCやQRコードリーダーといった安価な機械に置き換えることができる。この結果、改札機のコストを1台当たり約0.25百万円にまで減少させ、同業他社と比較して2桁低い価格を実現した。

また、事業者自らが電子マネーサービスを手掛けることにより、大手IT企業や鉄道会社の電子マネーサービスを利用する場合と異なり自社で顧客データを保有できる。交通系事業者が、大手IT企業や鉄道会社の電子マネーサービスを利用する場合、顧客データは大手IT企業や鉄道会社に帰属し、交通系事業者が顧客の利用履歴を取得することができない。それに対して、交通系事業者が同社のMaaSを活用して自社の電子マネーサービスを手掛けると、顧客の利用履歴を取得することができる。東日本旅客鉄道株式会社（東証PRM 9020）が手掛ける交通系ICカードであるSuicaもサーバー型認証に変更する方針を発表しているが、顧客データの自社保有に対するニーズから同社のサービスが選ばれると同社は考える。実際に、同社のABT方式の乗降システムは、関西圏の主要な交通系事業者採用されている。

さらには、同社のMaaSでは、乗車券の電子化や窓口業務の無人化といった“販売”、“予約”、“清算”全ての機能をカバーすることから、交通系事業者が直面する人手不足などの課題を解決できる。同社のMaaSを利用することで、交通系事業者は予約・販売・発券にとどまらず、座席の在庫管理などの管理機能も一括でできるようになり、基幹業務を効率化で

きる。同社のMaaSは、このような交通系事業者の基幹業務に入り込み、交通系事業者の基幹システムとの連携が必要なことから、他社への乗り換えを困難にする。MaaSを含むSaaS（決済+α）の売上高は2021年6月期91百万円から2025年6月期443百万円となった。

銀行の基幹システムと同様の信頼性とリアルタイム性を持って取引ができる独自の送金サービスを手掛けること

同社によれば、送金サービスは、NTTデータ社の「ANSERシステム」と直結し銀行の基幹システムと同様の信頼性とリアルタイム性を持って取引ができることが特徴であり、他社にはない同社の独自の仕組みである。メガバンク（株式会社三井住友銀行（株式会社三井住友フィナンシャルグループ（東証PRM 8316）の100%子会社）と共同開発したものである。個人情報保護法の順守のために、不用意に個人情報を取得し、その漏洩リスクを回避したいという事業者のニーズを取り込む形で2025年6月期までの過去5年間の売上高の年平均成長率は6.0%であった。

このサービスを導入する事業者の利点は、送金時に必要であった顧客（受取人）の銀行口座情報を取得する必要がないことである。事業者が送金金額や消費者の情報を同社のサーバーに登録すると、送金に必要な情報は受取人自身が入力する仕組みとなっているため、事業者は個人情報を取得する手間が省ける。さらに、受取人が口座情報を入力した後、同社側でその口座の実在確認を行った上で送金を実行するため、送金失敗を未然に防止し、確実かつ迅速に着金を完了させられる。銀行振り込みだけでなく、コンビニなどでの現金受け取りといった多様な受け取り方法の選択が可能になるため、銀行口座を持たない消費者との決済が可能となる。これにより航空機の欠航時の払い戻しやイベントキャンセル時の返金など、顧客満足度を下げずに迅速な資金の戻し入れを同社は実現する。

弱み（Weaknesses）

人的リソースの不足を背景にクレジットカード分野の決済代行において同業他社と差があること

2015年から2024年にかけてのキャッシュレス決済額の年平均成長率は11.1%であった（経済産業省のデータを基にSR社が計算）。日本のキャッシュレス決済比率は42.8%（2024年）であり、18.2%（2015年）に対して24.6%ポイント上昇している（経済産業省の推計）。キャッシュレス決済の構成比（2024年）は、クレジットカードが82.9%、デビットカードが3.1%、電子マネーが4.4%、コード決済（QRコード決済など）が9.6%であった。キャッシュレス決済の中心はクレジットカードが中心である。クレジットカード非保有層などを対象としたコンビニ決済を中心としてきた同社の成長率は、インターネットでのクレジットカード決済を主軸としたGMO-PG社と比して低いものとなった。過去10年間の売上高の年平均成長率はGMO-PG社の24.8%に対して同社は2.1%であった。

同社によれば、クレジットカードの決済代行におけるシステム提供などでは差はないが、カスタマイズ対応や人的な運営のサポートなど決済代行以外のサービスを事業者から求められる。特に、経理処理が異なることなどから個別のシステム対応を求める事業者に対しては、人的サポートやカスタマイズ対応に向けた人員リソースが必要である。このため、営業人員や受託開発の体制を整えて事業展開を行ってきたGMO-PG社が同社を上回る成長を実現してきたと同社は分析する。連結従業員数（平均臨時雇用者数を含む）の推移は、GMO-PG社が602名（2016年9月期）から909名（2025年9月期）、同社が99名（2016年6月期）から159名（2025年6月期）となった。マルチペイメントサービスにおけるクレジットカード分野での事業展開力において、同社と同業他社の差は大きいとSR社は理解する。

大口顧客の決済手段の方針に左右されてしまうこと

同社のアマゾン社向け売上高は2016年6月期に3,525百万円であったものが、2025年6月期では1,781百万円となった。アマゾン社が消費者の決済手段をインターネット上でのクレジットカード決済に誘導するといったことやBNPL（Buy Now Pay Laterの略称、後払い決済）といった新しい決済手段の採用に伴い同社のシェアが低下した経緯がある。同社はコンビニ決済では、EC事業者などにとっては、無視できない存在であるものの、事業者の決済手段の採用方針に左右される。

2025年6月期での同社の売上高上位10社の売上高構成比は約60%であり、うちDEGICA社が19.2%、アマゾン社が16.3%であり同業他社よりも大口顧客への売上高依存度が高い。GMO-PG社および電算システム社ともに外部顧客への売上高のうち、連結損益計算書の売上高の10%を構成する取引先がないため開示がない。

先見性はあるものの、資本力などの企業規模の面から事業展開力が十分ではないこと

同社は1998年にコンビニ決済、2000年に航空券のコンビニ決済、2001年に高速バスチケットのコンビニ発券、2009年に送金サービスであるネットDE受取サービスを開始するなど先見性のあるサービス開発を行ってきた。しかしながら、同社の取り組みは時代を先取りし過ぎたものとなった。2017年8月には、サーバー型電子マネーサービスである支払秘書のサービス開始を行ったが、2018年より参入した、QRコード決済「PayPay」（PayPay株式会社（LINEヤフー株式会社（東証PRM 4689）の特定子会社）が運営）に市場シェアを奪われてしまった。PayPayは、大企業ならではの資本力や営業力を背景に、100億円のキャッシュバックキャンペーンなどの大規模な販促活動や利用可能な店舗を増やすことによりシェアを拡大した。

過去の業績と財務諸表

損益計算書

損益計算書 (百万円)	16年6月期 単体	17年6月期 単体	18年6月期 単体	19年6月期 単体	20年6月期 単体	21年6月期 単体	22年6月期 単体	23年6月期 単体	24年6月期 単体	25年6月期 単体
売上高	10,529	10,260	9,784	10,032	9,380	8,842	8,950	9,424	10,132	10,919
前年比	18.5%	-2.6%	-4.6%	2.5%	-6.5%	-5.7%	1.2%	5.3%	7.5%	7.8%
売上原価	7,484	7,674	7,917	8,423	7,758	7,511	7,484	7,573	7,992	8,400
前年比	20.7%	2.5%	3.2%	6.4%	-7.9%	-3.2%	-0.4%	1.2%	5.5%	5.1%
売上原価率	71.1%	74.8%	80.9%	84.0%	82.7%	84.9%	83.6%	80.4%	78.9%	76.9%
売上総利益	3,045	2,586	1,866	1,610	1,621	1,331	1,467	1,852	2,140	2,519
前年比	13.3%	-15.1%	-27.8%	-13.8%	0.7%	-17.9%	10.2%	26.3%	15.6%	17.7%
売上総利益率	28.9%	25.2%	19.1%	16.0%	17.3%	15.1%	16.4%	19.6%	21.1%	23.1%
販売費及び一般管理費	991	1,487	1,188	1,106	804	763	731	912	918	1,016
前年比	-5.7%	50.1%	-20.1%	-6.9%	-27.3%	-5.0%	-4.3%	24.9%	0.6%	10.8%
販売費及び一般管理費率	9.4%	14.5%	12.1%	11.0%	8.6%	8.6%	8.2%	9.7%	9.1%	9.3%
営業利益	2,055	1,099	678	503	817	568	736	939	1,222	1,502
前年比	25.5%	-46.5%	-38.3%	-25.8%	62.4%	-30.6%	29.7%	27.6%	30.1%	22.9%
営業利益率	19.5%	10.7%	6.9%	5.0%	8.7%	6.4%	8.2%	10.0%	12.1%	13.8%
営業外収益	17	144	32	27	9	106	38	8	6	168
営業外費用	64	3	3	—	0	7	19	11	5	6
経常利益	2,008	1,240	707	531	827	666	755	936	1,224	1,665
前年比	32.1%	-38.3%	-43.0%	-24.9%	55.8%	-19.4%	13.2%	24.0%	30.8%	36.0%
経常利益率	19.1%	12.1%	7.2%	5.3%	8.8%	7.5%	8.4%	9.9%	12.1%	15.2%
税引前当期純利益	2,008	1,240	708	538	719	666	771	962	1,224	1,596
法人税等合計	657	370	213	163	224	273	238	326	387	518
税率	32.7%	29.8%	30.1%	30.3%	31.2%	40.9%	30.9%	33.9%	31.6%	32.4%
当期純利益	1,351	870	495	375	494	394	532	636	837	1,078
前年比	44.0%	-35.6%	-43.1%	-24.3%	31.9%	-20.3%	35.1%	19.4%	31.7%	28.8%
当期純利益率	12.8%	8.5%	5.1%	3.7%	5.3%	4.5%	5.9%	6.7%	8.3%	9.9%

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

同社はコンビニ決済の先駆者であったが、コンビニ業界の再編統合の影響を受けた。同社はコンビニチェーンであるサークルKサンクス（株式会社ファミリーマート（伊藤忠商事株式会社（東証PRM 8001）の連結子会社）運営）が、2016年にファミリーマートと統合したことなどによりシェアが低下した。また、アマゾン社向けの売上高も、手数料単価の見直しや決済手段の変更などの影響を受けて減少傾向となった。同社は2017～2018年にかけて、新サービス（支払秘書やアルタイル）の開発に向けて約2,000百万円の投資を行ったことにより費用負担が増えた。これらの影響から、2017年6月期～2019年6月期にかけては減益基調となった。

2020年6月期はコロナ禍において費用を抑制したことから営業利益は817百万円（前期比62.4%）となったものの、コロナ禍はコト消費に関連する売上高の多い同社にとっては向かい風となったことから2021年6月期は減収減益となった。

2022年6月期以降は、新サービスの開発に向けた費用負担が一巡したこと、収益性の高い交通系DXソリューション事業などが拡大したこと、新興EC事業者向けの売上高が拡大したことで業績回復となった。

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	16年6月期 単体	17年6月期 単体	18年6月期 単体	19年6月期 単体	20年6月期 単体	21年6月期 単体	22年6月期 単体	23年6月期 単体	24年6月期 単体	25年6月期 単体
資産の部										
流動資産										
現金及び預金	14,958	15,348	9,984	11,835	8,610	10,424	13,049	14,071	16,657	17,495
預け金				1,052	4,395	2,124	2,638	3,449	3,641	4,199
流動資産合計	19,416	20,754	14,471	15,138	14,504	14,034	16,864	18,756	21,747	23,250
固定資産										
有形固定資産										
建物（純額）	126	144	148	139	128	2,356	2,274	2,096	2,016	1,931
土地	136	136	136	1,739	1,739	1,739	1,739	1,603	1,603	1,603
有形固定資産合計	412	415	528	2,028	2,851	4,348	4,207	3,888	3,791	3,772
無形固定資産										
ソフトウェア	530	828	1,105	1,078	875	732	564	443	340	393
無形固定資産合計	531	830	1,106	1,080	876	733	565	444	341	393
投資その他の資産										
差入保証金	49	49	199	199	1,286	1,450	1,450	1,456	949	1,549
投資その他の資産合計	746	459	706	714	1,843	2,142	2,006	1,804	1,263	1,887
固定資産合計	1,689	1,704	2,340	3,822	5,570	7,223	6,778	6,136	5,395	6,052
負債の部										
流動負債										
買掛金	555	465	512	477	455	423	432	441	483	470
1年内返済予定の長期借入金	—	—	—	—	—	100	100	75	125	100
預り金	484	761	871	1,138	4,903	2,457	2,857	3,585	4,250	4,939
収納代行預り金	9,566	11,381	6,959	9,394	6,340	8,350	10,171	10,441	11,427	12,407
流動負債合計	12,398	13,513	8,726	11,325	12,867	11,960	14,206	15,106	16,918	18,683
固定負債										
長期借入金	—	—	—	—	—	1,900	1,800	1,725	1,600	1,500
固定負債合計	221	164	178	192	198	2,121	2,026	1,960	1,845	1,759
負債合計	12,619	13,678	8,904	11,517	13,065	14,082	16,232	17,065	18,762	20,442
純資産の部										
株主資本										
資本金	668	668	668	668	668	668	668	668	668	668
資本剰余金										
資本剰余金合計	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509	3,509
利益剰余金										
利益剰余金合計	5,263	5,203	4,690	4,018	3,551	3,686	3,907	4,264	4,766	5,317
自己株式	-993	-682	-1,055	-841	-788	-765	-730	-703	-671	-714
株主資本合計	8,447	8,698	7,812	7,354	6,940	7,098	7,354	7,738	8,272	8,780
純資産合計	8,486	8,780	7,907	7,444	7,010	7,176	7,411	7,827	8,379	8,861
負債純資産合計	21,105	22,458	16,811	18,961	20,075	21,257	23,643	24,892	27,141	29,302

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

主な資産項目

同社の現金及び預金および預け金は、主に決済代行業者として最終顧客から回収代行業務として預かった資金を、同社の顧客に向けて払い戻す前に同社の金融機関の口座で管理するものである。2025年6月期は、現金及び預金が17,495百万円、預け金が4,199百万円であった。

同社は2021年7月に北海道札幌市に本社ビルを建設し、東京と北海道の二本社制を導入した。このため、2019年6月期以降に土地が1,739百万円、2021年6月に建物（純額）が2,356百万円となった。2025年6月期は、土地が1,603百万円、建物（純額）が1,931百万円であるが、北海道札幌の本社ビル建設による。

差入保証金は、主に資金移動業関連供託金等で構成され、送金サービスに関するものである。2025年6月期では資金移動業関連供託金等は1,503百万円であった。資金移動業関連供託金は、銀行以外の事業者が送金や決済サービスを行う際、利用者から預かった資金を保護するために資金決済法で義務付けられた制度に基づいて、公的機関などに預け入れるものである。事業者は未達債務の全額以上の資産を法務局へ供託、あるいは金融機関等との契約により保全しなければならない。事業者が破綻した場合でも、利用者は他の債権者に優先してこの供託金から返還を受けることが可能となる。

主な負債項目

同社の収納代行預り金は、主に決済代行業者として最終顧客から回収代行業務として預かった資金である。預り金は送金サービス業務によるものである。2025年6月期は、収納代行預り金が12,407百万円、預り金が4,939百万円であった。

長期借入金は2025年6月期に1,500百万円である。同社は基本的に、無借金経営を志向するが、2021年6月期に札幌の本社ビルを建設した際に手元流動性を厚くする目的で借入れを行った。

実質的な現預金と自己資本比率

同社は、2026年6月期第1四半期より実質現預金と実質自己資本比率の開示を開始した。同社の現金及び預金は、送金サービスに係る預り金および回収代行業務に係る収納代行預り金（流動負債）の両建て計上分を含む。これらは実質的には同社が一時的に預かる金額であり、実質的には同社が所有する現預金ではない。また、同社の実態を把握するうえで、同社の自己資本比率は、これらの金額を除いた総資産で算出することが望ましいと考えたことによる。

実質現預金は、長期借入金と純資産の合計から固定資産を引いたものであり、2026年6月期第2四半期では3,861百万円であった。実質自己資本比率は、自己資本を、総資産から負債の預り金および収納代行預り金を引いた金額で除した値であり、2026年6月期第2四半期では74.7%であった。計算の詳細は下記のとおりである。

- ▶ 実質現預金3,861百万円＝長期借入金1,475百万円＋純資産8,906百万円－固定資産6,519百万円
- ▶ 実質自己資本比率74.7%＝自己資本約8,833百万円÷（総資産35,300百万円－預り金4,909百万円－収納代行預り金18,573百万円）

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	16年6月期 単体	17年6月期 単体	18年6月期 単体	19年6月期 単体	20年6月期 単体	21年6月期 単体	22年6月期 単体	23年6月期 単体	24年6月期 単体	25年6月期 単体
営業活動によるキャッシュフロー										
税引前当期純利益	2,008	1,240	708	538	719	666	771	962	1,224	1,596
減価償却費	207	279	316	445	377	366	451	405	315	319
預け金の増減額				-261	-3,343	2,271	-514	-811	-192	-557
預り金の増減額				267	3,765	-2,446	400	727	665	689
収納代行預り金の増減額	818	1,815	-4,422	2,435	-3,054	2,010	1,821	270	986	980
その他	182	96	-289	75	-323	169	560	-196	162	-247
小計	3,155	3,112	-3,917	3,384	-1,685	2,914	3,426	1,365	3,006	2,817
営業活動によるキャッシュフロー	2,554	2,328	-3,994	3,175	-1,827	2,600	3,283	1,114	2,645	2,406
投資活動によるキャッシュフロー										
有形固定資産の取得による支出	-29	-87	-228	-1,616	-894	-1,508	-151	-104	-18	-149
無形固定資産の取得による支出	-231	-506	-483	-360	-244	-146	-141	-119	-61	-243
敷金及び保証金の回収による収入						36		37	510	
敷金及び保証金の差入による支出				-0	-1,087	-200		-43	-3	-1,601
投資活動によるキャッシュフロー	218	-1,341	35	-475	-1,202	-1,799	-267	268	334	-831
財務活動によるキャッシュフロー										
配当金の支払額	-477	-743	-943	-928	-937	-246	-291	-266	-317	-418
自己株式の取得による支出	-630		-500	-0						-300
新株予約権の行使による自己株式の処分による収入										106
長期借入金の返済による支出							-100	-100	-75	-125
財務活動によるキャッシュフロー	-1,108	-597	-1,406	-848	-197	1,014	-391	-361	-392	-737
現金及び現金同等物の増減額	1,664	390	-5,364	1,851	-3,225	1,814	2,625	1,022	2,586	838
現金及び現金同等物の期末残高	14,958	15,348	9,984	11,835	8,610	10,424	13,049	14,071	16,657	17,495

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

営業活動によるキャッシュフロー

同社の営業活動によるキャッシュフローは、税引前当期純利益、減価償却費、預け金、預り金および「収納代行預り金」の増減が主な変動要因となる。ただし、収納代行預り金や預り金などは同社の裁量で自由にできないものである。したがって、税引前当期純利益に減価償却費を足し合わせたものが、同社の実質的な営業活動によるキャッシュフローであるとSR社は理解する。

投資活動によるキャッシュフロー

敷金及び保証金の差入と回収が主な増減要因である。「支払秘書」を含む同社の電子マネーサービスの動向に左右される。

配当金や自社株式の取得の株主還元、長期借入金の返済が主な変動要因である。

過去の業績

2026年6月期第1四半期実績

- 売上高：2,587百万円（前年同期比8.1%減）
- 営業利益：355百万円（同16.2%減）
- 経常利益：369百万円（同13.6%減）
- 四半期純利益：255百万円（同13.2%減）

概要

2026年6月期第1四半期実績は、売上高は2,587百万円（前年同期比8.1%減）、営業利益は355百万円（同16.2%減）となった。前年同期の大型商材の剥落により減収減益となった。前年同期は北海道札幌市向けの札幌生活応援プレミアム商品券の大型案件が業績に貢献した。2026年6月期上期会社予想に対する進捗率は売上高で48.8%、営業利益で53.0%となった。

カテゴリー別では、ビリングが272百万円（前年同期比3.2%減）、E-ビリングが2,041百万円（同4.1%減）、送金が145百万円（同0.7%減）、SaaS（決済+α）が112百万円（同13.1%増）、その他が14百万円（同91.3%減）となった。

同社の取り組み

MaaS関連

2025年9月末でのスルッとKANSAIの導入駅数は約820駅、神奈川県湘南モノレールが8駅、JR北海道スマホ定期券の利用駅は約140駅となった。同社によれば、スルッとKANSAIは京都府にも拡大予定である。ABT認証を導入した鉄道路線も拡大傾向にある。

電子チケットの導入路線数は、バスもり!スマホチケットが約210路線、バスもり!スマホ定期が約380路線、バスもり!電子もぎりが約70路線、アルタイルチケットサービスが約450路線となった。バスもり!MONTAの導入社数は6社であった。

「ぐるっと北海道」プロジェクトの開始

「ぐるっと北海道」プロジェクトは2025年7月9日に国土交通省の「共創モデル実証運行事業」としての交付決定を受け、2025年11月17日にサービスインした北海道におけるMaaS事業である。事業主体を同社が担う。多数の航空会社、鉄道会社、バス会社といった北海道内で事業を展開する交通事業者や観光機構が共創パートナーとして名を連ねている。北海道共通のランディングページ構築や鉄道などの公共交通機関を組み合わせたチケットの展開、さらには移動データの取得や分析を行い今後のチケット造成やPRに生かす方針である。実証期間は、2025年11月17日から2026年1月下旬までとなる。同社はこの「ぐるっと北海道」を、単なる移動手段の統合サービスにとどめるのではなく、北海道全体の周遊のポータルサイトへと育てていくという意図を持って事業を進める。

電子マネーサービス

同社は2025年7月23日に同社のサービス「支払秘書」へFPoS（FinTech Platform over SIMの略称）機能を搭載した。日本通信株式会社（東証PRM 9424、以下日本通信社）が手掛ける「FPoSライブラリ」を用いることで、マイナンバーカードを活用した本人認証機能や電子証明書によるログイン機能を実装した。これは、本人以外からの不正ログインを防止し、安全な決済プラットフォームの導入支援を行うことを目的としたものである。同社のサービスの利用者は、初回登録時にマイナンバーカードの署名用電子証明書を用いて身元確認を行い、サービス利用時にはスマホ内に生成された秘密鍵と電子証明書を用いて本人認証を行う。拡張機能として、個人を識別するためのユニークなコード（数字列）である共通コードを用いて、サービスの垣根を越えたスムーズなデータ連携が可能となった。

株式会社そうそう（非上場、以下そうそう社）への共同出資

同社は日本通信社とともにそうそう社へ出資（共同出資額は約30百万円）した。そうそう社は、マイナンバーカードを活用した新しいデジタル終活サービスであるライフエンディングプラットフォーム「SouSou」を運営する。「SouSou」は、デジタルエンディングノートとしての機能に加え、ライフエンディングデータという仕組みを構築している。「SouSou」の利用者はマイナンバーカードを用いて本人確認を行った上で、自身の最期に関する意向を記録する。システムが利用者の逝去の可能性を自動検知した後に、生前指定された管理者が最終判定を行うことで、本人の死などを証明する。こうして生成されたデータは、本人の同意に基づき外部の提携サービスへ連携されるため、従来は紙の死亡診断書などが必要であった煩雑な逝去後の手続きを、オンラインで簡略化して進めることができる。

福岡県に営業拠点を開設

同社は2025年8月に福岡県に九州営業所を開設した。これにより、営業拠点は、東京、札幌、大阪（西日本支店）、福岡の4拠点となった。

実質的な現預金と自己資本比率

同社は、2026年6月期第1四半期より実質現預金と実質自己資本比率の開示を開始した。同社の現金及び預金は、送金サービスに係る預り金および回収代行業務に係る収納代行預り金（流動負債）の両建て計上分を含む。これらは実質的には同社が一時的に預かる金額であり、実質的には同社が所有する現預金ではない。また、同社の実態を把握するうえで、同社の自己資本比率は、これらの金額を除いた総資産で算出することが望ましいと考えたことによる。例えば、収納代行預り金は翌月の所定期日には事業者へ送金される。

実質現預金は、長期借入金と純資産の合計から固定資産を引いたものであり、2026年6月期第1四半期では約3,600百万円であった。実質自己資本比率は、自己資本を、総資産から負債の預り金および収納代行預り金を引いた金額で除した値であり、2026年6月期第1四半期では74.2%であった。計算の詳細は下記のとおりである。

- ▶ 実質現預金約3,600百万円＝長期借入金約1,400百万円＋純資産約8,500百万円－固定資産約6,400百万円
- ▶ 実質自己資本比率74.2%＝自己資本約8,400百万円÷（総資産約34,900百万円－預り金約4,800百万円－収納代行預り金約18,600百万円）

2025年6月期通期実績

- 売上高：10,919百万円（前期比7.8%増）
- 営業利益：1,502百万円（同22.9%増）
- 経常利益：1,665百万円（同36.0%増）
- 当期純利益：1,078百万円（同28.8%増）

概要

2025年6月期通期実績は、売上高は10,919百万円（前期比7.8%増）、営業利益は1,502百万円（同22.9%増）となった。MaaSが事業者数の増加および1事業者当たりの利用者数の増加により伸長したほか、北海道札幌市向けの札幌生活応援プレミアム商品券の大型案件が業績に貢献した。カテゴリー別では、ビリングが1,120百万円（前年同期比7.5%減）、E-ビリングが8,454百万円（同5.2%増）、送金が570百万円（同25.6%増）、SaaS（決済+α）が443百万円（同27.7%増）、その他が331百万円（同303.7%増）となった。送金やSaaS（決済+α）といった収益性の高いサービスの増加により、営業利益率は13.8%（前期比1.7%ポイント上昇）となった。

同社の取り組み

MaaS関連

2025年6月末でのスルッとKANSAIの導入駅数は約820駅、神奈川県湘南モノレールが8駅、JR北海道スマホ定期券の利用駅は約140駅となった。ABT認証を導入した路線も拡大傾向にある。電子チケットの導入路線数は、バスもり!スマホチケットが約210路線、バスもり!スマホ定期が約380路線、バスもり!電子もぎりが約70路線、アルタイルチケットサービスが約420路線、バスもり!MONTAが約30路線であった。MaaS商品数は2021年6月期に32であったものが、2025年6月

期には172となった。スマホチケット利用の路線数は2021年12月に470であったものが、2025年6月末で1,110となった。

その他の情報

沿革

同社は、1983年に北海道で設立されたガスの電算業務の受託会社を母体とし、インターネットの普及とともに決済ビジネスへとかじを切った。同社の沿革は、日本のコンビニを活用した決済インフラの発展、決済手段の多様化およびEC市場の拡大と結び付いている。

創業経緯

同社は1983年4月に設立され、当初は燃料小売業を行う株式会社一高たかはし（現 株式会社いちたかガスワン）の電算業務の受託を目的とした西北石油ガス株式会社として創業した。現 代表取締役執行役員社長 宮澤一洋氏（以下、宮澤氏）は、新規事業開発の担当者として株式会社一高たかはしに入社した。Windows 95の発売などがあったインターネット黎明期において、宮澤氏は北海道という物流面で地理的な優位性がない状況を克服するのはネットビジネスしかないと考えた。そこで、宮澤氏を含む3名のメンバーが西北石油ガス株式会社で決済事業を立ち上げた。新規事業の活動主体を西北石油ガス株式会社に異動すると同時に、1996年7月にウェルネット株式会社へ商号変更し、事業内容を代金決済およびその周辺事業に集中した。

コンビニ決済事業の確立

宮澤氏は黎明期のインターネット通販における課題が現金の回収手段にあることに着目した。そこで、解決策として、コンビニチェーンのセブン-イレブン（現 株式会社セブン&アイ・ホールディングス（東証PRM 3382））の100%子会社である株式会社セブン-イレブン・ジャパンが運営）と東京電力（現 東京電力ホールディングス株式会社（東証PRM 9501））が開発したコンビニ決済を利用しようと考えた。しかし、コンビニ決済はシステム開発に約15百万円を要し、さらに投資回収の上で集客が必要となるため、中小企業が個別で導入するにはハードルが高かった。システム開発は同社が自社で開発しインターネット上で無償配布すること、集客は自社で行うことによって解決した。これにより、ハードルの高かったコンビニ決済を誰でも利用可能なものへと同社は変えた。

2000年には株式会社ローソン（三菱商事株式会社（東証PRM 8058）とKDDI株式会社（東証PRM 9433）が折半出資する子会社）が運営するコンビニチェーン、ローソンの全店が「ペーパーレス&リアルタイム現金決済システム」を導入した。ローソンは、マルチメディア端末を全国展開しており、リアルタイム現金決済を行う際に必要となるバーコードの出力が可能であった。

チケットレス化と「認証」事業への展開

2000年に、同社は大手航空3社（JAL*、ANA**、JAS***）へキャッシュレスチケットのサービスを手掛け始めた。当時の航空会社は、航空券を発券する際に発生する旅行代理店への手数料を削減するために、クレジットカードでの決済およびクレジットカードの磁気部分に搭乗券情報を登録することによるペーパーレス化を目指していた。これらの航空会社に対して、同社はコンビニ決済の提案を行い採用された。コンビニ決済を利用することで、クレジットカードを持たない顧客層と現金でリアルタイムに決済できるようになったことに加え、旅行代理店向けの手数料を削減することが可能となった。同社は決済サービスに加えて、サービスを受ける権利をデジタル化する「認証」サービスを手掛けることとなった。

JAL*：Japan Airlines Co., Ltd.の略称。日本航空株式会社（東証PRM 9201）

ANA**：ALL NIPPON AIRWAYS CO., LTD.の略称。全日本空輸株式会社（ANAホールディングス株式会社（東証PRM 9202）の100%子会社）

JAS***：JAPAN AIR SYSTEM CO., LTD.の略称。株式会社日本エアシステム（2002年にJALと経営統合）

2001年には、コンビニのマルチメディア端末を利用した高速バスチケットの販売・決済サービスを開始した。これは、航空会社の事例を見た阪急バス株式会社（現 阪急阪神ホールディングス株式会社（東証PRM 9042）の100%子会社）から高速バスのチケットをコンビニで発券したいという依頼がきっかけであった。当時の高速バスは予約してバス会社の営業時間内で購入しないとキャンセルになってしまうという不便なものであった。しかし、コンビニでチケットを買えて、

発券できるようになり利便性が高まった。高速バスは、長距離輸送のため、利用者や運転手の負荷を下げる目的で乗り継ぎのダイヤの利便性を高めるため、バス会社の共同運行が中心である。このため、同社のサービスはバス会社間に広まり、全国のバス会社が同社の顧客となった。

2000年代半ばの同社は航空会社やバス会社向けで培ったチケット発券の認証サービスをスポーツ分野やコンサートなどのエンターテインメント分野に拡大しようと考えた。しかし、チケットを読み取る側の機器やシステムが高額であり、普及が進まなかったことや航空会社の内製化といった流れもあり、同社の想定どおりの展開とはならなかった。2009年には「ネットDE受取サービス」、2013年に「コンビニ現金受取サービス」を開始し、入金だけでなく事業者から消費者への「送金」へとサービス領域を広げた。

電子マネーやクラウドサービスへの展開

2014年に同社は、バスIT化ソリューション「バスもり！」を開始し、交通事業者向けのDX（デジタルトランスフォーメーション）支援やMaaSを本格化させた。「バスもり！」は、全国の主なバス会社のシステムと直接接続し、バスの検索・予約・購入・乗車全てを1つのアプリで実現できるものである。一方、同社はバス会社のIT投資余力やサービス開発力に限界を感じたことから、バス業界の業界標準となるITサービスを作ることを決意した。決済・販売・認証を全て統合した交通事業者向けの本格的なクラウドサービスの開発に2015年からスタートし、総額約800百万円を投じて独自のITプラットフォームである「アルタイル」を開発した。

2017年に同社は、サーバー型電子マネーサービスであるスマートフォン決済アプリ「支払秘書」をリリースした。顧客から、コンビニ決済よりもさらに中間流通のコストを下げる仕組みを欲しいとの依頼をきっかけに同社は「支払秘書」の開発を始めた。コンビニ決済では、請求書の送付などのコストや利用者がコンビニに行って支払うという手間がかかる。同社は、サービスを手掛ける事業者と消費者を直接結びつける仕組みを作ることで、中間流通のコストや利用者の手間を省くことを目指した。支払秘書の利用者は、アプリに銀行口座を登録する。そして、アプリを使用することで、コンビニや銀行への訪問なしに、電気料金などの公共料金の支払いなどができる。

2024年に同社はスルッとKANSAI協議会のQRコードを活用したデジタル乗車券「スルッとQRtto (クルット)」のサービスを開始した。スルッとKANSAI協議会は、関西を中心に岡山県、静岡県を含めた59の鉄道・バス事業者で構成される連携組織である。スルッとKANSAI協議会においては、交通系ICカードの導入コストが見合わない事業者が存在することや、依然として残る現金決済のデジタル化が課題であった。この課題に対し、重電メーカーが高額な投資を伴う専用の自動改札機を提案したのに対し、同社はAWSを活用したサーバー型での改札の仕組みを提案した。さらに、アルタイルを鉄道向けに転用することで、システム開発のコストを圧縮し、競合他社と比較して”2桁違う”低い価格を実現し、同社を含む43社による入札競争を勝ち抜いた。

従来型のICカードシステム（ローカル型）は、0.3秒以内の処理速度を実現するために、改札機側で読み書きを行う高価なハードウェアを必要とした。しかし、通信速度の向上などにより、サーバー側で認証を行う「ABT（Account Based Ticketing）認証」が可能となった。これにより、現場の改札機は”読むだけ”の機能に特化でき、サーバー通信で判定を行うため、高価な改札機が不要となった。1台約15百万円する自動改札機に対し、約0.25百万円の認証機器（タブレットPCとQRコードリーダーを組み合わせたもの）で代替可能となり、コストダウンと設備の簡素化が実現した。

これまで交通系ICカードはJR東日本（東日本旅客鉄道株式会社（東証PRM 9020）、以下JR東日本）を中心としたシステムであり、他社はそれに従属する形であった。しかし、「スルッとQRtto」が先行してQRコード版の乗車券の全国共通規格を実装したことで、状況が変わった。JR西日本（西日本旅客鉄道株式会社（東証PRM 9021）、以下JR西日本）との相互認証も開始され、関西圏ではQRコード版の乗車券によるシームレスな移動が可能となった。

同社はSuica等の既存ICカードを代替することではなく、費用対効果の面でそれらが導入できない地方や、現金決済が中心な地域のデジタル化を目指した。「周回遅れ」であった地方こそ、レガシー資産がないために最新の安価なクラウド型システムへ一足飛びに移行できると同社は考えた。スマホで購入可能な定期券やチケットにより、無人駅などの課題を抱える地域においても、低コストで利便性の高いサービスを手掛けることが可能となった。

2024年に同社は日本通信社と協業し、同社の電子マネーサービスは対面クレジットカード決済と同等なセキュリティ基盤を構築・実装するに至った。日本通信社の持つ「FPoS」技術を生かし、マイナンバーカードによる公的個人認証と、ハッキング耐性のあるSIMカードを組み合わせることで実現した。

年表

年	月	事項
1983年	4月	株式会社一高たかはしの電算業務の受託を目的として札幌市白石区本通に西北石油ガス株式会社を設立
1996年	7月	事業内容を新規事業である代金決済および代金決済周辺事業に集中し、合わせて商号をウェルネット株式会社に変更
1997年	10月	「コンビニ収納代行システム」の開発完了、サービス開始
1998年	4月	「コンビニ収納代行システム」で通商産業省（現 経済産業省）より新規事業法に基づく事業に認定
2000年	5月	マルチメディア端末を利用した「ペーパーレス&リアルタイム現金決済システム」開発完了、ローソン全店でサービス開始
2000年	7月	マルチメディア端末を利用した国内大手航空会社3社の航空券を対象とした「キャッシュレスチケットサービス」を開始
2001年	3月	マルチメディア端末を利用した「高速バスチケット代金収納代行&チケット発券サービス」を開始
2002年	7月	二次元コードを利用した携帯電話チケットを日本武道館の13,000人コンサートで実用化
2003年	7月	JALグループにおいて空港の自動チェックイン機で「ケータイチェックイン」サービス開始
2004年	4月	二次元コード配信のASPサービス開始
2004年	5月	二次元コードを利用した「ケータイチケット」（二次元コード認証サービス）を高速バスチケットとして実用化
2004年	12月	ジャスダック証券取引所に株式を上場
2005年	10月	オンライン発行によるプリペイドカード「PIN」の販売サービス開始
2009年	1月	「ネットDE受取サービス」を開始
2009年	6月	株式交換により株式会社一高たかはしを完全子会社化
2010年	4月	ジャスダック証券取引所と大阪証券取引所の合併に伴い、大阪証券取引所JASDAQ（現 東京証券取引所JASDAQ（スタンダード））市場に上場
2010年	6月	連結子会社である株式会社一高たかはし（現 株式会社いちたかガスワン）の全株式を株式会社サイサンに譲渡
2011年	7月	公開買付により株式会社ナノ・メディアを子会社化
2013年	5月	株式交換により株式会社ナノ・メディアを非子会社化
2013年	7月	東京証券取引所と大阪証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所JASDAQ(スタンダード)に上場
2013年	10月	「コンビニ現金受取サービス」の開始
2014年	2月	東京証券取引所JASDAQ（スタンダード）から東京証券取引所第二部へ市場変更
2014年	12月	東京証券取引所第二部から東京証券取引所第一部へ市場変更
2014年	12月	バスIT化ソリューション「バスもり」開始
2017年	8月	スマートフォンアプリ「支払秘書」リリース、ファーストクライアントとして関西電力が採用
2021年	2月	会員管理サービス「ekaiin.com」の提供開始
2022年	4月	東京証券取引所プライム市場に上場
2022年	5月	道内14のバス会社からなる都市間高速バスネットワークに「ALTAIR」を提供
2023年	8月	電子請求書発行&保存サービス「しまえる」のサービス開始
2024年	6月	スルッとKANSAI協議会のQRコードを活用したデジタル乗車券「スルッとQRtto（クルット）」の提供開始
2024年	6月	「札幌生活応援プレミアム商品券」の購入においてウェルネットの「支払いポータル」サイトを活用
2024年	11月	社会コストを引き下げる初めての「本人認証付き電子マネー」の構築で日本通信株式会社と協業を開始
2025年	5月	同社開発の鉄道・バスのQR改札システムが日本鉄道サイバネティクス協議会主催の協議会表彰「技術賞」・「論文賞」を受賞
2025年	6月	同社開発の鉄道・バスのQR改札システムが第17回日本鉄道技術協会坂田記念賞の優秀賞を受賞
2025年	6月	一般財団法人ウェルネットスピードスケート振興財団を設立

出所：会社資料を基にSR社作成

コーポレート・ガバナンス

コーポレートガバナンスの概況（2025年9月時点）

組織形態・資本構成	
組織形態	監査等委員会設置会社
支配株主	-
外国人株式保有比率	10%以上20%未満
取締役関係	
定款上の取締役人数	10名
取締役人数	8名
定款上の取締役任期	1年
取締役会議長	社長
社外取締役人数	3名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	3名
その他	
議決権電子行使プラットフォームへの参加	議決権電子行使プラットフォームの活用については、引き続き検討
取締役へのインセンティブ付与に関する施策の実施状況	業績連動報酬制度の導入、ストックオプション制度の導入、その他
ストックオプションの付与対象者	社内取締役、従業員
取締役報酬の開示状況	個別報酬の開示はしていない
報酬の額又はその算定方法の決定方針の有無	あり
買収防衛策の導入の有無	なし

出所：会社資料を基にSR社作成

トップマネジメント

代表取締役執行役員社長 宮澤一洋氏（1960年2月24日生）

宮澤氏は東洋計器株式会社（非上場）において、集中監視システム事業における営業担当者であった。集中監視システムとは、LPガスのメーターと電話回線をつないで、自動検針やLPガスボンベのガス残量などを管理するというものであ

た。集中監視システムでの宮澤氏の実績や手腕が評価され、株式会社一高たかはし（現 株式会社いちたかガスワン、以下一高たかはし社）に、同社の新規事業の立ち上げの担当者として入社することになった。宮澤氏を含む創業メンバーは、北海道という物流面での地理的なハンディを克服できるのはネットビジネスしかないとの発想を基に、一高たかはし社の電算業務を担当していた西北石油ガス株式会社（現同社）において決済事業を立ち上げた。

決済事業の立ち上げと同時に、西北石油ガス株式会社を現在の同社（ウェルネット株式会社）に商号変更し、事業内容を代金決済およびその周辺事業に集中させ、現在に至る。

年	月	略歴
1983年	3月	東洋計器株式会社入社
1996年	3月	株式会社一高たかはし（現 株式会社いちたかガスワン）入社
1996年	9月	同社 取締役営業部長
2009年	9月	同社 代表取締役執行役員社長（現任）

出所：会社資料を基にSR社作成

大株主（2025年6月末時点）

	所有株式数 (千株)	所有株式数 の割合
株式会社三井住友銀行	919	4.88%
東京中小企業投資育成株式会社	614	3.26%
宮澤 一洋	543	2.88%
株式会社マープル	530	2.82%
杉山 公敏	361	1.92%
渡辺 佳昭	344	1.82%
日本生命保険相互会社	340	1.81%
上田八木短資株式会社	320	1.70%
高橋 雅行	315	1.67%
株式会社北洋銀行	298	1.58%
計	4,583	24.39%

出所：会社資料を基にSR社作成

*所有株式数の割合は、自己株式を除いたベース

株主還元

同社は2026年6月期より株主資本配当率（DOE：Dividend on Equity ratio）5%を年間配当金の下限として導入し、配当性向50%以上を維持するとともに、DOE2.5%を下限とする中間配当を実施する方針である。

	16年6月期	17年6月期	18年6月期	19年6月期	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
配当性向	55.6%	107.9%	190.0%	249.8%	50.0%	73.9%	50.0%	50.0%	50.0%	50.5%
1株当たり配当金（円）	80	50	50	50	13	15	14	17	22	29
1株当たり当期純利益（円）	71.9	46.4	26.3	20.0	26.3	20.9	28.3	33.7	44.3	57.6

出所：会社資料を基にSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

**2016年7月1日付けで同社は株式1株につき2株の株式分割を行った

従業員

同社によれば、2025年6月期末で従業員131名の約半数がサービス開発の担当として、ビリングやE-ビリングの開発、交通系のサービスおよび両サービスに共通するシステムインフラの開発を行う。25名が営業部門に属し、札幌市、東京都、大阪府、福岡県の4つの拠点に属する。約20名が管理部門、約20名が業務推進部に属してコンタクトセンター、事務集中センターおよび運用監視センターなどで勤務する。同社によれば、過去数年間の1年当たりの平均では、新卒採用は約5名、中途採用が約10名、退職者が10～15名とのことである。

従業員数	16年6月期	17年6月期	18年6月期	19年6月期	20年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	24年6月期	25年6月期
単体従業員数（名）	83	103	114	118	125	129	125	127	128	131
（ほか、平均臨時雇用者数）（名）	16	27	29	27	23	20	15	17	24	28
単体平均年齢（歳）	34.3	34.1	34.6	34.8	34.8	34.7	35	35.6	36.7	37.7
単体平均継続年数（年）	5.1	4.8	5	5.4	5.6	6.3	6.9	7.2	7.9	8.2
単体平均年間給与（千円）	5,079	4,299	4,391	4,638	4,623	4,554	4,649	4,989	5,117	5,407

出所：会社資料を基にSR社作成

株式会社シェアードリサーチについて

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

連絡先

📍 東京都千代田区神田猿樂町2丁目6-10

☎ +81 (0)3 5834-8787

✉ info@sharedresearch.jp

🌐 <https://sharedresearch.jp>

ディスクレーマー

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものでもありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示：本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。