

# 2021年9月期 第3四半期決算説明会

---

不透明感強まるコロナ再拡大下における当社事業見通しと戦略

2021年8月11日

第66回

**GMO** PAYMENT GATEWAY

# アジェンダ

---

1. 2021年9月期 第3四半期業績サマリ
2. 今後の取り組みと成長戦略
3. 財務ハイライト

# 当資料取扱上の注意

---

本資料に記載された内容は、2021年8月11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. 2021年9月期 第3四半期業績サマリ

---

# 1.1 ユーロ円CBの転換並びに新たな発行について

## 前回債は2年前倒して全額株式転換、新たなCB発行により成長資金調達

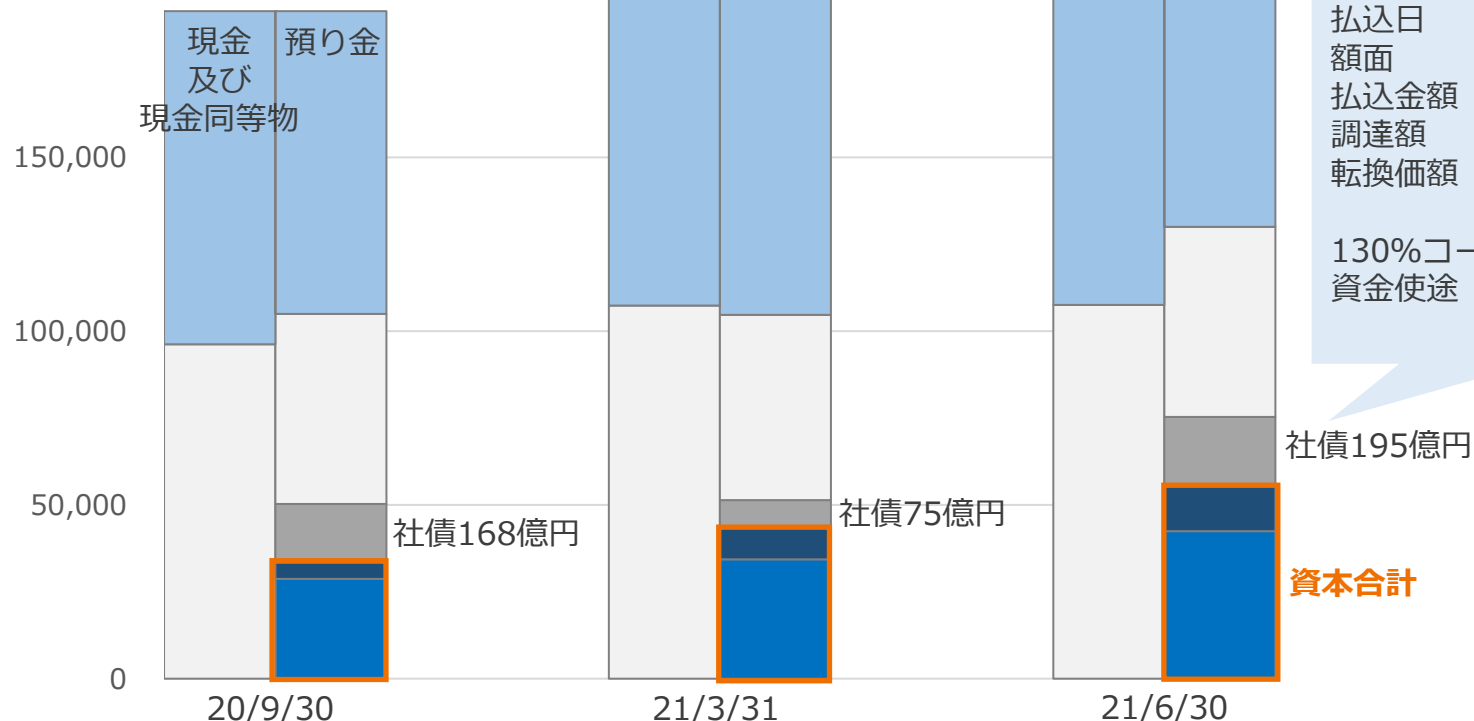
### BSの変遷

(百万円)  
200,000

前回発行のユーロ円CBは  
約2年前倒して全額繰上償還

### 2026年満期ユーロ円建転換社債 (5年債、ゼロクーポン)

払込日 : 2021年6月22日  
額面 : 200億円  
払込金額 : 額面の105.5%  
調達額 : 211億円  
転換価額 : 18,298円  
(アップ率40%)  
130%コール条項付  
資金使途 : MSBの拡大  
M&A 等



資本金 4,712百万円

9,447百万円

13,323百万円

資本合計 33,453百万円

43,784百万円

55,783百万円

自己資本比率<sup>※</sup> 16.5%

21.2%

25.3%

(※) 2023年満期CBの転換による  
希薄化率は3.03%

※親会社所有者帰属持分比率

## 1.2 業績サマリ

### 前期巣籠特需の反動あるも計画を上回る進捗、営業利益31.4%増

| IFRS<br>(百万円)        | 20/累3Q<br>実績      | 21/累3Q<br>実績                               | 前年同期比                                      | 通期計画進捗率 | 21/単3Q<br>実績<br>(前年同期比) |
|----------------------|-------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|---------|-------------------------|
| 売上収益                 | 24,118            | 30,535                                     | +26.6%                                     | 76.7%   | 10,646<br>(+23.5%) ✓    |
| 営業利益                 | 7,778             | 10,222                                     | +31.4%                                     | 78.7%   | 3,629<br>(+17.4%)       |
| 税引前利益                | 8,413             | 10,526                                     | +25.1%                                     | 84.7%   | 3,887<br>(+22.8%)       |
| 親会社の株主に帰属する<br>四半期利益 | 5,750             | 6,937                                      | +20.6%                                     | 87.5%   | 2,768<br>(+18.2%)       |
| EBITDA               | 8,844             | 11,614                                     | +31.3%                                     | -       | -                       |
|                      | 21/3Q末<br>稼働店舗数   | 21/単3Q<br>連結決済処理件数                         | 21/単3Q<br>連結決済処理金額                         |         |                         |
| KPI<br>(前年同期比)       | 119,440店 (+16.5%) | 約8.9億件 (+30.2%)<br>うちオンライン 約8.5億件 (+27.4%) | 約2.0兆円 (+35.4%)<br>うちオンライン 約1.7兆円 (+25.7%) |         |                         |

※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、2020年9月期の売上収益、営業利益、税引前利益及びEBITDAは非継続事業を除いた継続事業の金額を表示

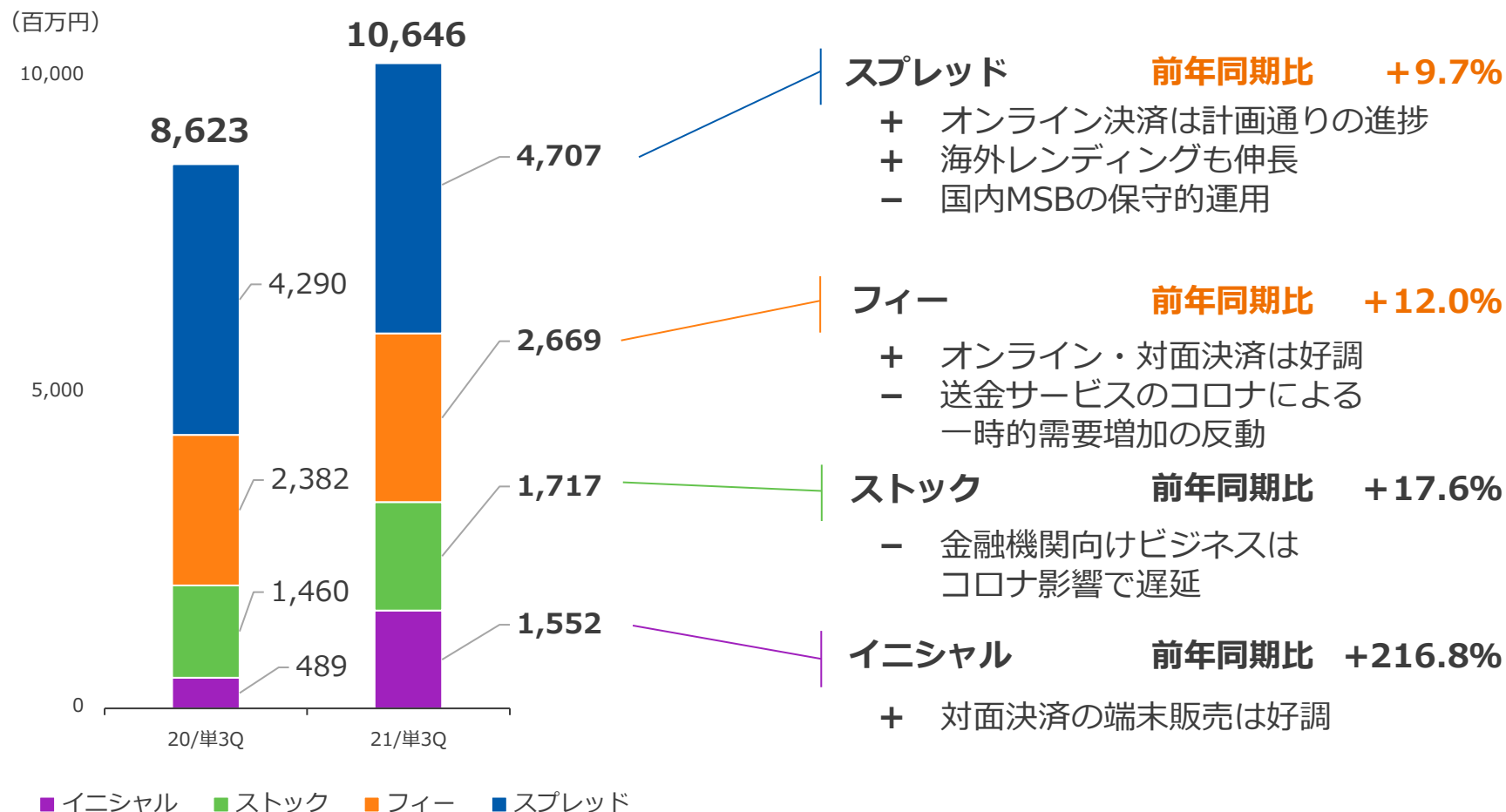
※ EBITDAは営業利益と減価償却費の合計値

※ 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

※ 稼働店舗数は特定案件及び大手デリバリー加盟店に係る店舗数を除く。当該案件を含む同時点の稼働店舗数は270,389店（前年同期比－11.3%）

# 1.3 ビジネスモデル別売上収益にみる現状

単3Q比で見ると、フィー・スプレッドはコロナ反動で10%前後の伸び率に



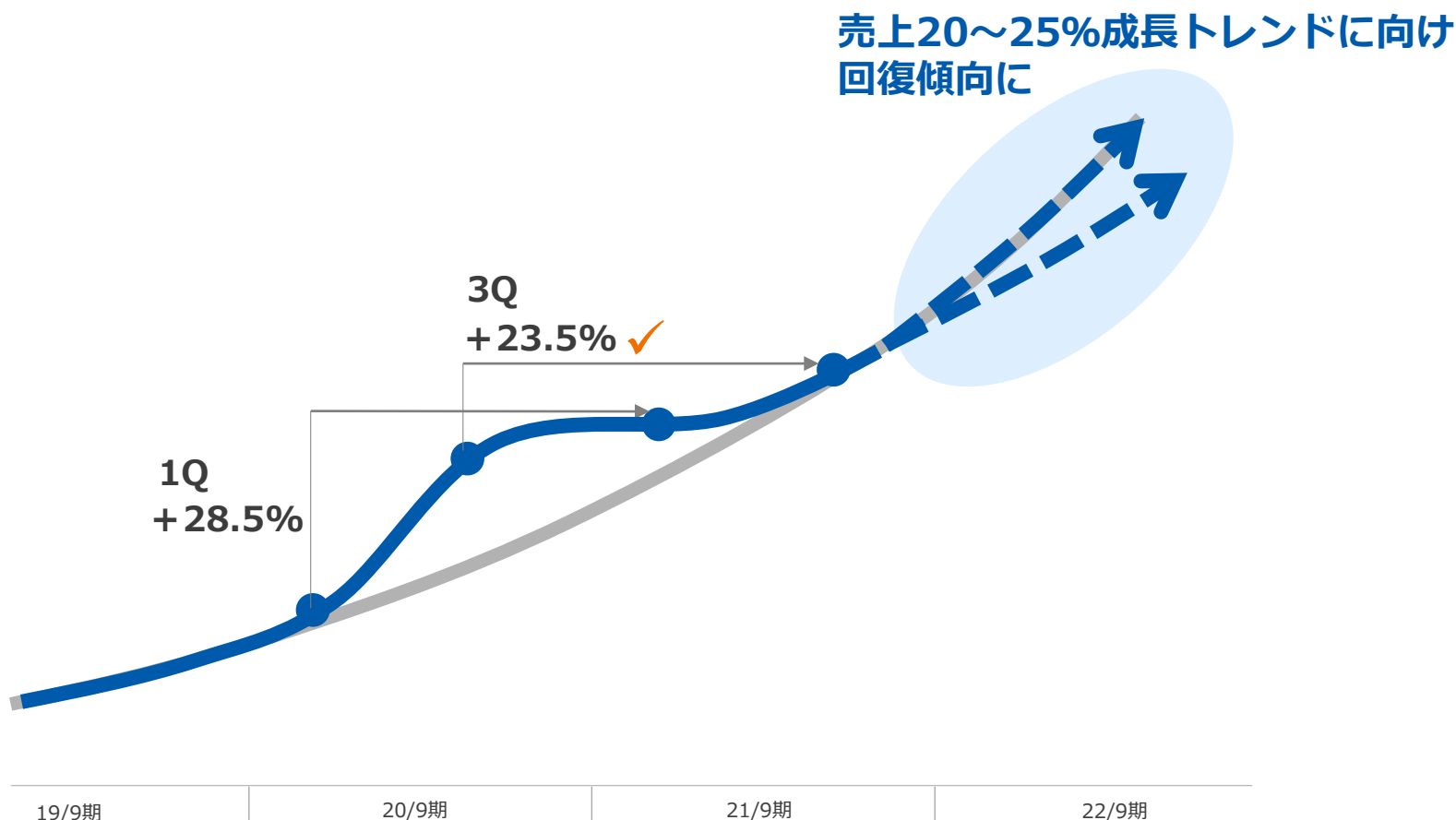
※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、非継続事業を除いた継続事業の金額を表示

## 1.4 売上収益の成長トレンド

前3Q巣籠消費急増時との比較より当3Q成長率は低調も回復傾向は継続

売上収益成長イメージ

(%：前年同期比)





# 1.5 事業環境

## 事業環境はコロナ以前の成長トレンドに回帰の兆し

単3Q売上収益はBefore水準、決済処理件数・金額はBeforeを上回る30%以上の成長率に※<sup>1</sup>（%：前年同期比）

|        | Before <sup>※2</sup><br>(18/3Q → 19/3Q) | With<br>(19/3Q → 20/3Q) | Now<br>(20/3Q → 21/3Q) |
|--------|-----------------------------------------|-------------------------|------------------------|
| 売上収益   | + 23.8%                                 | + 29.5%                 | + 23.5%                |
| 決済処理件数 | <u>+ 26.4%</u><br>①                     | + 54.6%                 | <u>+ 30.2%</u>         |
| 決済処理金額 | + 23.5%                                 | <u>+ 28.5%</u><br>②     | <u>+ 35.4%</u>         |

※<sup>1</sup> 売上収益（「Before」除く）、決済処理件数・金額はGMO-PG・EP・PS・FGを含む連結数値

※<sup>2</sup> 「Before」の売上収益前年同期比伸び率：「2019年9月期 第3四半期決算説明会資料」P.6のMACROKIOSK除く売上より

# 1.6 業種別GMVの変化

## 多くの業種において巣籠消費（オンライン消費）が定着

当3Qにおける巣籠需要の状況：業種別決済処理金額（指数）

|                     |            | Before<br>18/単3Q | Before<br>19/単3Q | With<br>20/単3Q | Now<br>21/単3Q |
|---------------------|------------|------------------|------------------|----------------|---------------|
| 日用・必需<br>↑<br>定着し加速 | ①食品・飲料     | 100              | 110              | 150            | 200           |
|                     | ②日用品・事務用品  | 100              | 120              | 150            | 200           |
|                     | ③百貨店・総合通販  | 100              | 100              | 150            | 200           |
|                     | ④家電・PC     | 100              | 90               | 150            | 200           |
|                     | ⑤デリバリー     | 100              | 150              | 400            | 500           |
|                     | ⑥デジタルコンテンツ | 100              | 150              | 300            | 500           |
| ↓<br>一巡             | ⑦アパレル      | 100              | 120              | 200            | 200           |
|                     | ⑧化粧品・健康食品  | 100              | 120              | 150            | 150           |
| 奢侈・嗜好<br>↓<br>回復    | ⑨旅行・チケット   | 100              | 110              | 20             | 90            |

※ オンライン決済の約8割を占めるPGマルチペイメントサービスにおける業種別決済処理金額より主な業種を抜粋。18/単3Qを100としたときの比の値（概算値）。アパレルは一部の加盟店を除く。

# 1.7 当四半期の数字から言えること

---

## 今後も中長期にわたる高成長の継続は可能

### 事業環境面

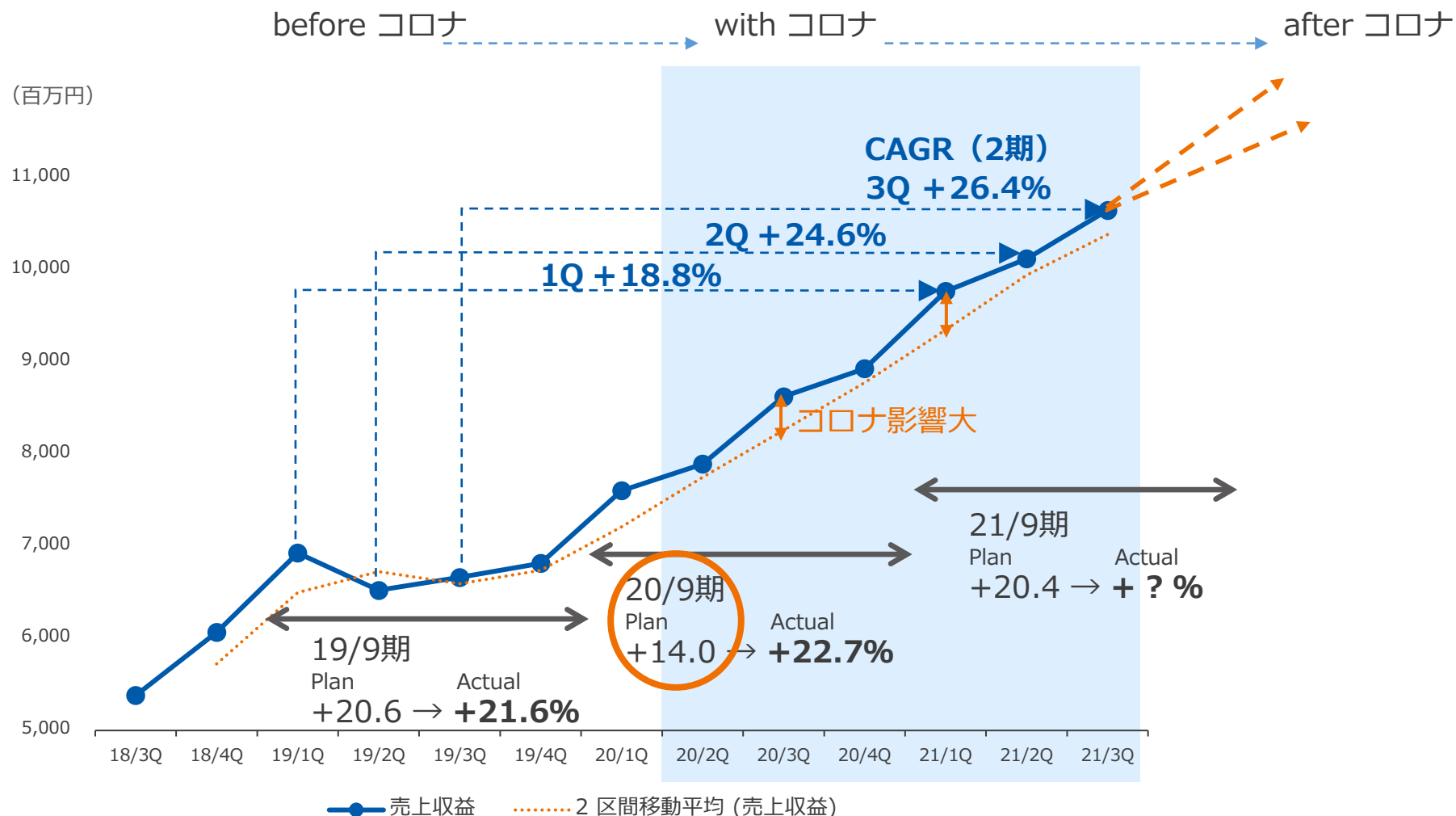
- ・ コロナ影響により、日常生活に係る消費や新たな生活様式に関わるEC利用が定着
  - ①～④：EC化が進み定着
  - ⑤～⑥：生活様式の変化により急拡大し定着
  - ⑦～⑧：影響は一巡したが、高水準を維持
  - ⑨：大幅に落ち込み、未だ回復途上

### 当社業績面

- ・ 売上収益は、コロナ需要の剥落後も20～25%成長を継続見込み
- ・ 決済処理件数は、急拡大から安定成長へ移行
- ・ 決済処理金額は、25%以上の成長トレンドに回帰

# 1.8 売上収益の成長トレンド

コロナ影響が逓減するなか、売上収益は20~25%成長トレンドに回帰



※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、非継続事業を除いた継続事業の金額を表示

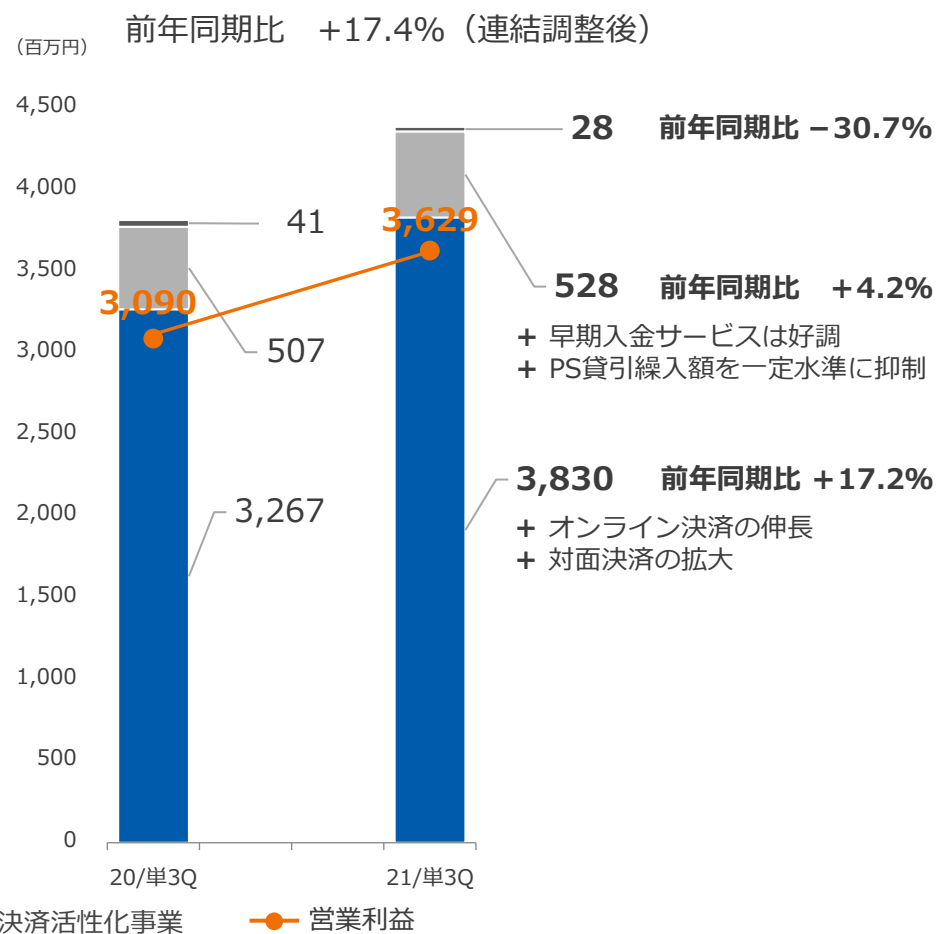
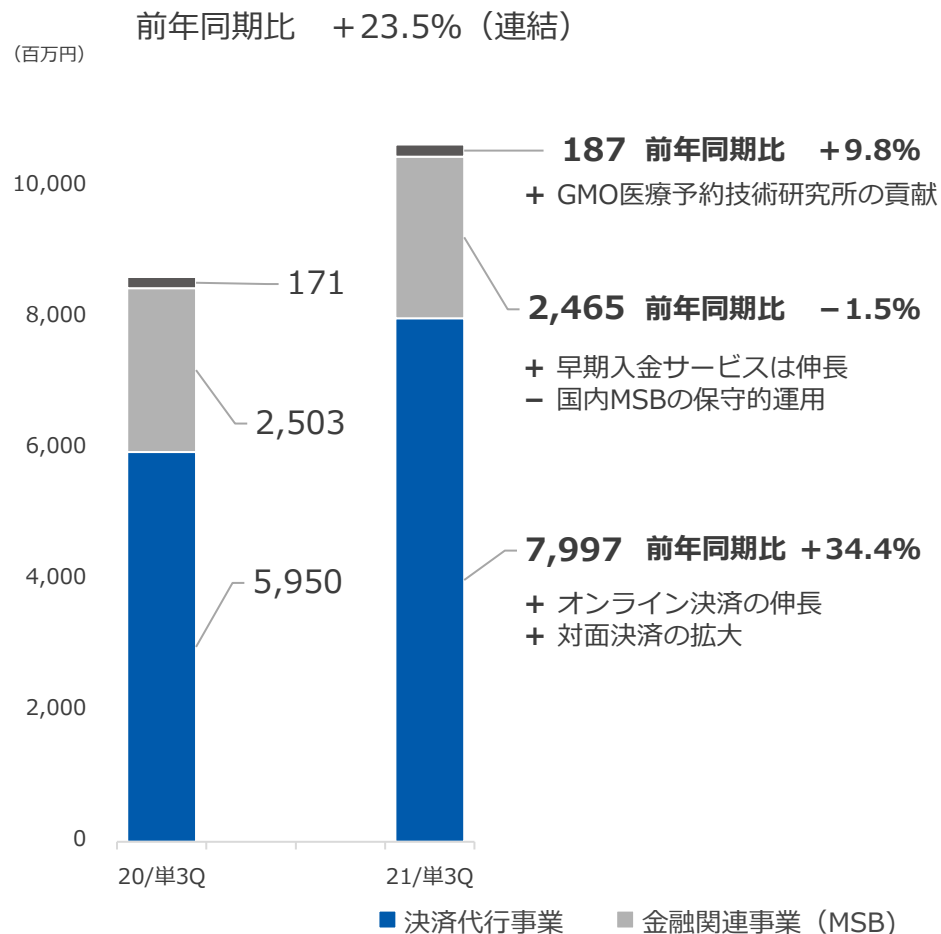
# 1.9 セグメント別業績（単3Q）

## 順調なオンライン決済と好調な端末販売による決済代行は34.4%増収

### セグメント別売上収益

### セグメント別営業利益

（単位：百万円）

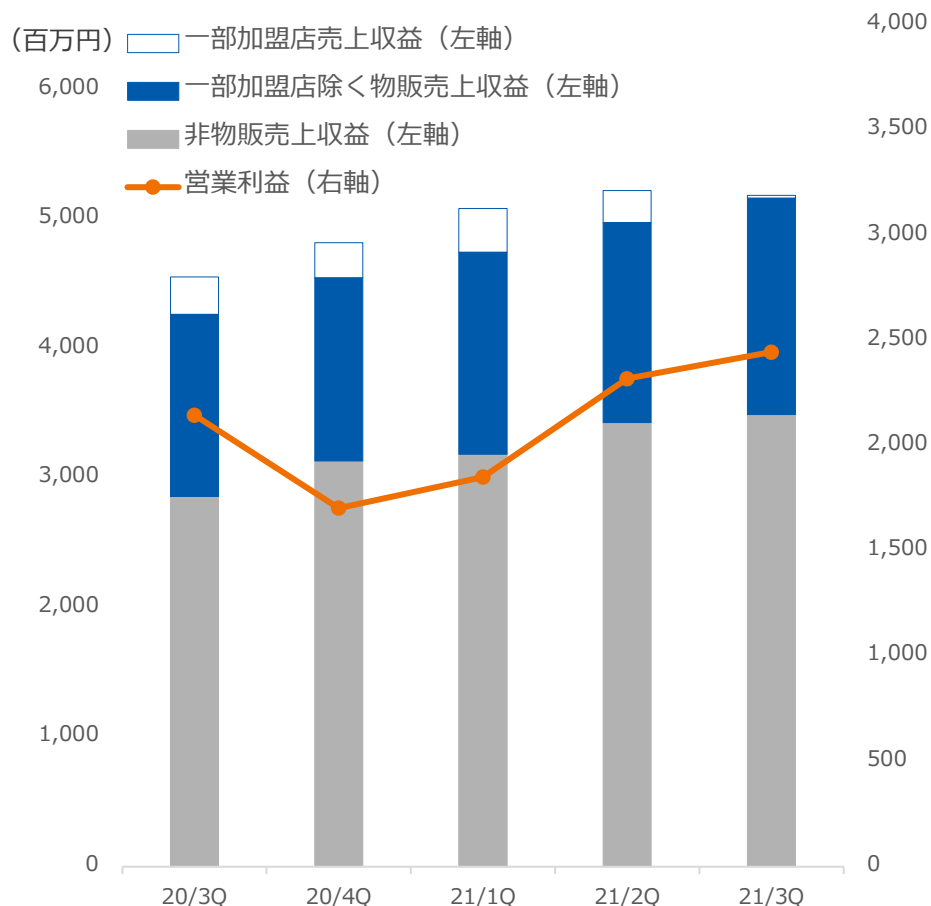


※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、非継続事業を除いた継続事業の金額を表示

# 1.10.1 連結各社の状況：GMO-PG単体（単Q）

## GMO-PG単体は非物販ECがけん引する従来の成長パターンに回帰

### GMO-PG単体における物販・非物販EC売上収益・営業利益



売上収益 前年同期比 +13.6%  
営業利益 前年同期比 +12.9%

#### 売上収益の主な内訳

|          |        |                    |
|----------|--------|--------------------|
| オンライン決済  | +17.4% | 一部加盟店の影響除くと +26.3% |
| 物販EC     | -0.1%  | +18.9%             |
| アパレル     | -43.3% | +9.9%              |
| 食品・飲料    | +39.4% |                    |
| 化粧品・健康食品 | +9.3%  |                    |

|         |        |
|---------|--------|
| 非物販EC   | +29.2% |
| デジコン    | +33.8% |
| ユーティリティ | +80.4% |
| 旅行・チケット | +46.6% |

#### 金融関連事業

|          |        |
|----------|--------|
| 送金サービス   | -16.2% |
| 早期入金サービス | +58.0% |
| 海外レンディング | +74.8% |

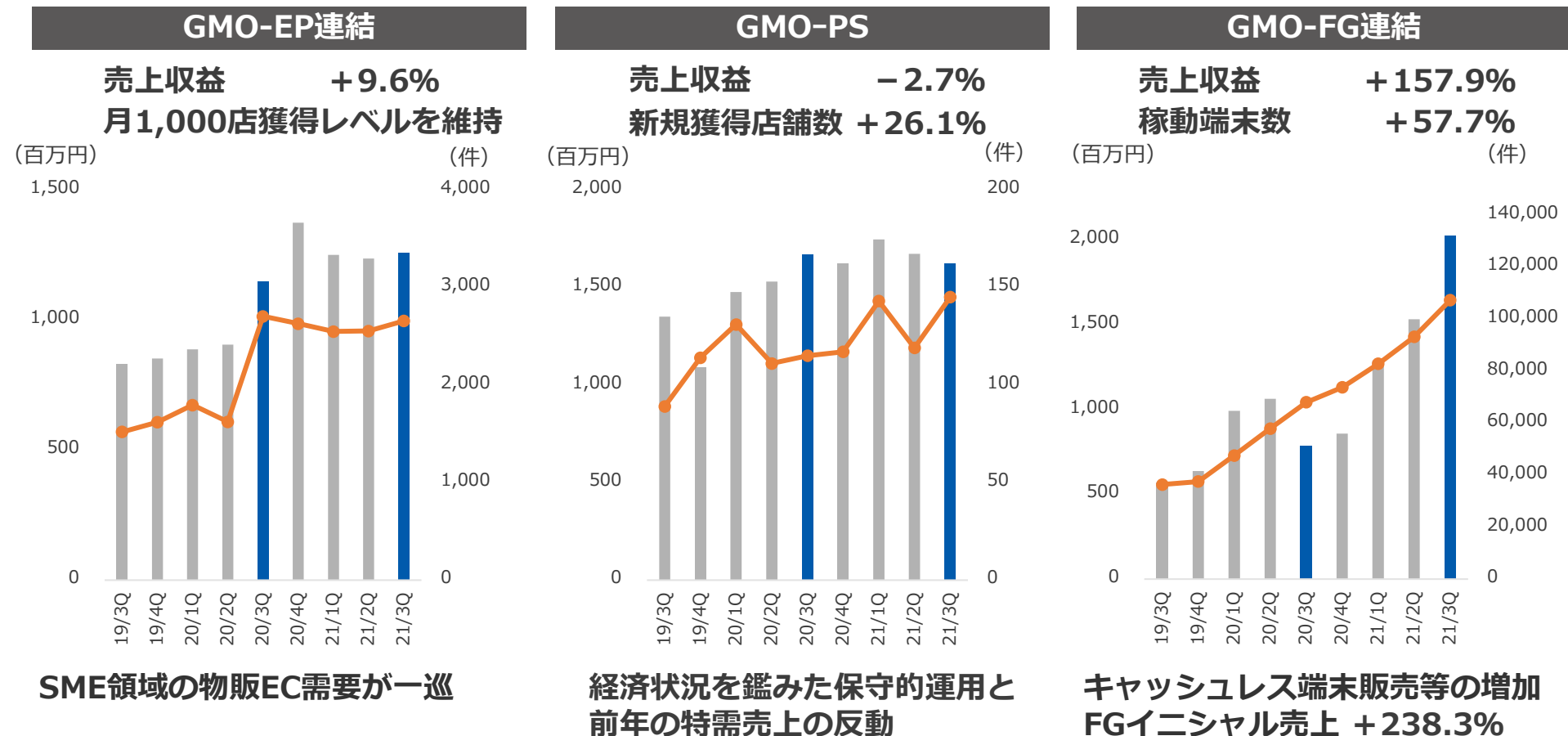
※ GMO-PG：GMOペイメントゲートウェイ

# 1.10.2 連結各社の状況：EP / PS / FG（単Q）

## コロナ影響をプラス/マイナス両面で受ける連結各社の業績推移

連結各社の売上収益・KPI

■ 売上高（左軸） ■ KPI（右軸）（%：前年同期比）



※ 数値は連結消去前

GMO-EP：GMOイブシロン 医技研：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、GCS：グローバルカードシステム

## 2. 今後の取り組みと成長戦略

---



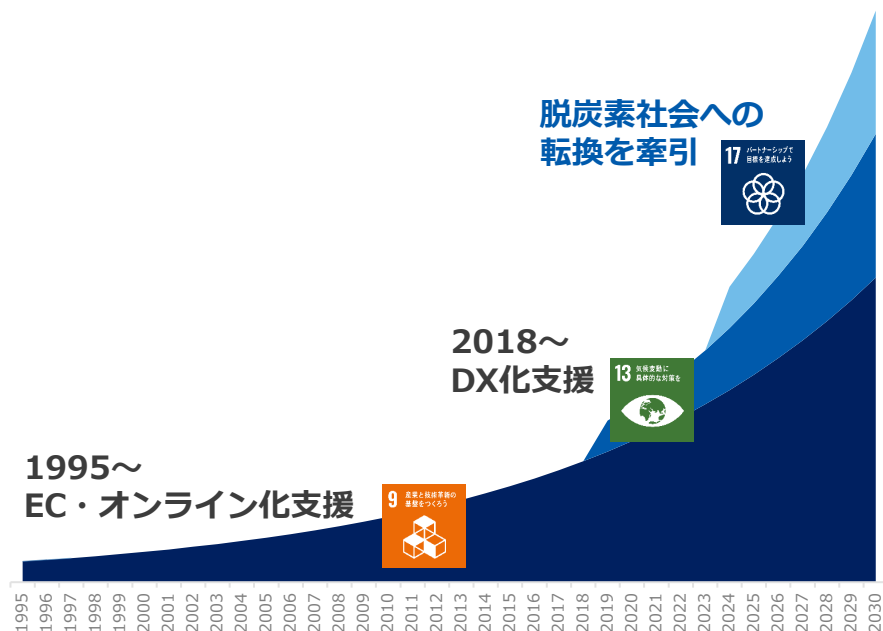
## 2.1 当社が提供する価値

### DX化・脱炭素化支援により、社会の進歩発展を牽引

社会に提供する価値と果たす役割



デジタル請求サービス



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



“すべての人に金融アクセスを届ける”  
マイクロファイナンス・テクノロジー企業に投融資



実質再生可能エネルギーによるEC決済処理を  
2021年中に開始予定



「働きがいのある会社」7回連続ベストカンパニーに選出  
加盟店の“想いを届ける”事業が決済代行事業  
働いた分、すぐに自分の給与にアクセス「即給 byGMO」



決済・金融技術で社会イノベーションを牽引



加盟店のペーパーレス化等、DXを通じた  
脱炭素化の諸活動

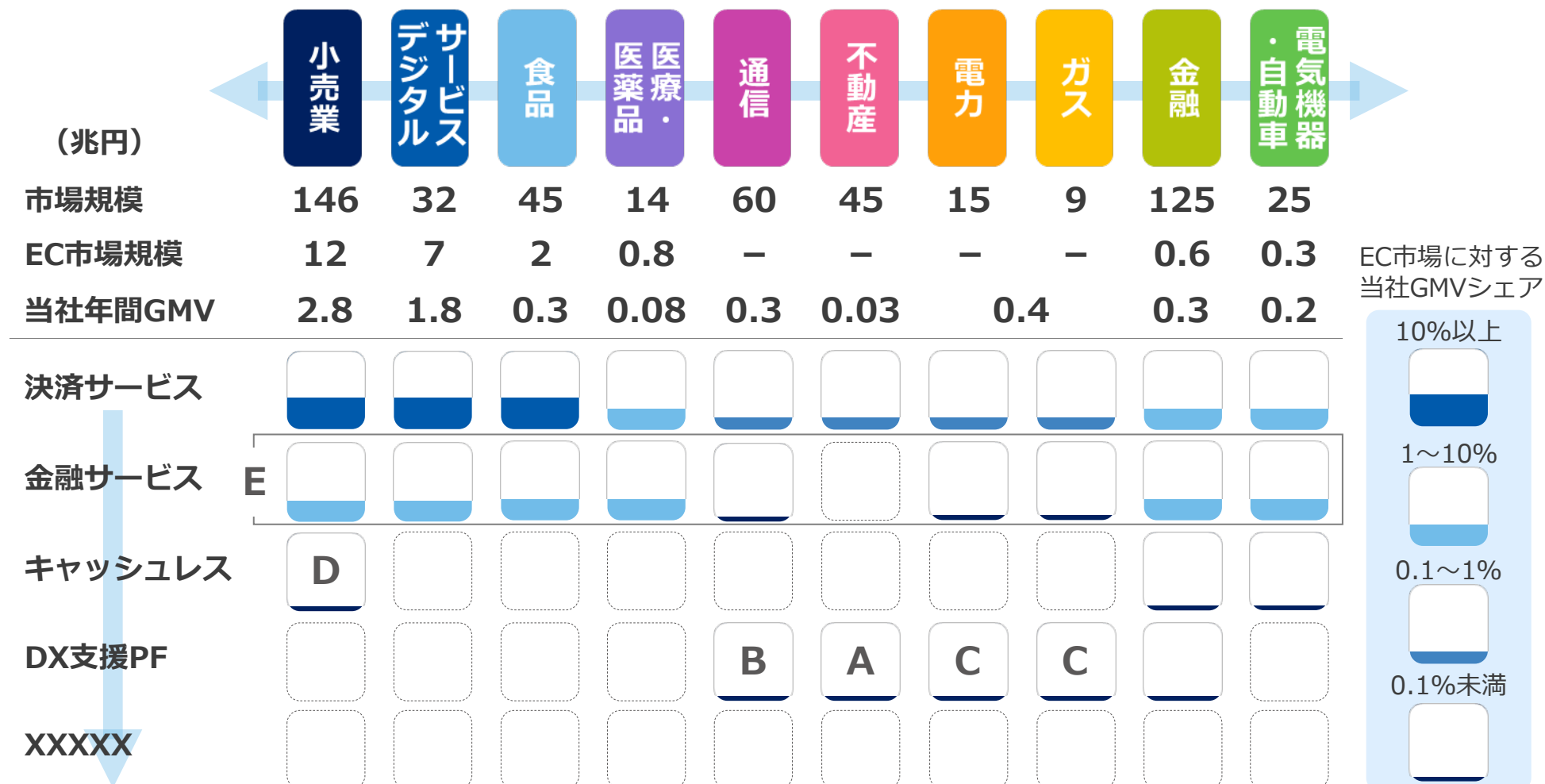


日本のECエコシステムを多くの企業群との  
オープンイノベーションで28年間推進



## 2.3 事業領域拡大の方向感

### 業種毎の特徴に合わせた提供サービスの拡張による事業拡大



※ 市場規模：当社調べ。EC市場規模：経済産業省「令和二年度 電子商取引に関する市場調査」より、食品～電気機器・自動車の市場規模は小売業とサービス、デジタルに含まれる  
GMV：オンライン決済における決済処理金額 金融サービス：送金サービス、早期入金サービス、後払い、レンディングなど当社の金融関連サービス

## 2.4 広義EC

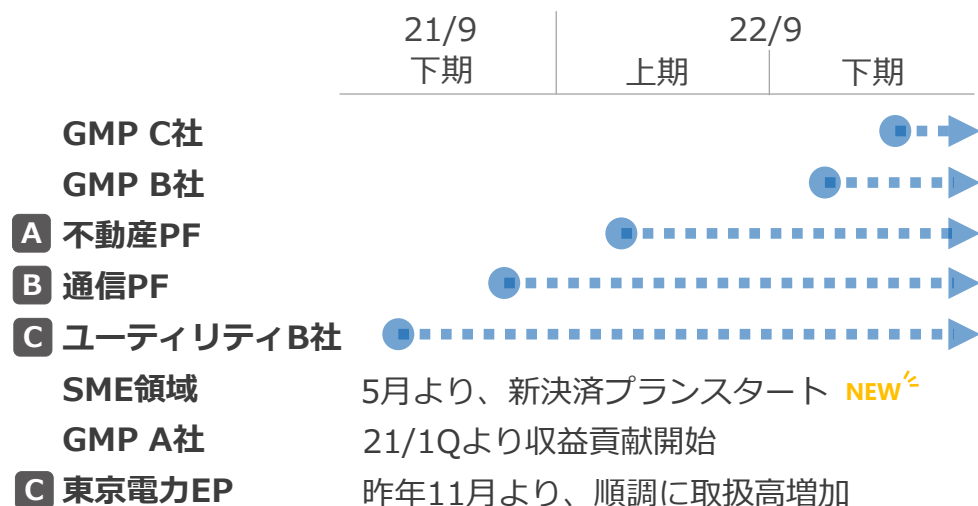
### 物販・非物販領域における大手EC事業者の開拓、SME領域への注力

営業利益（億円）

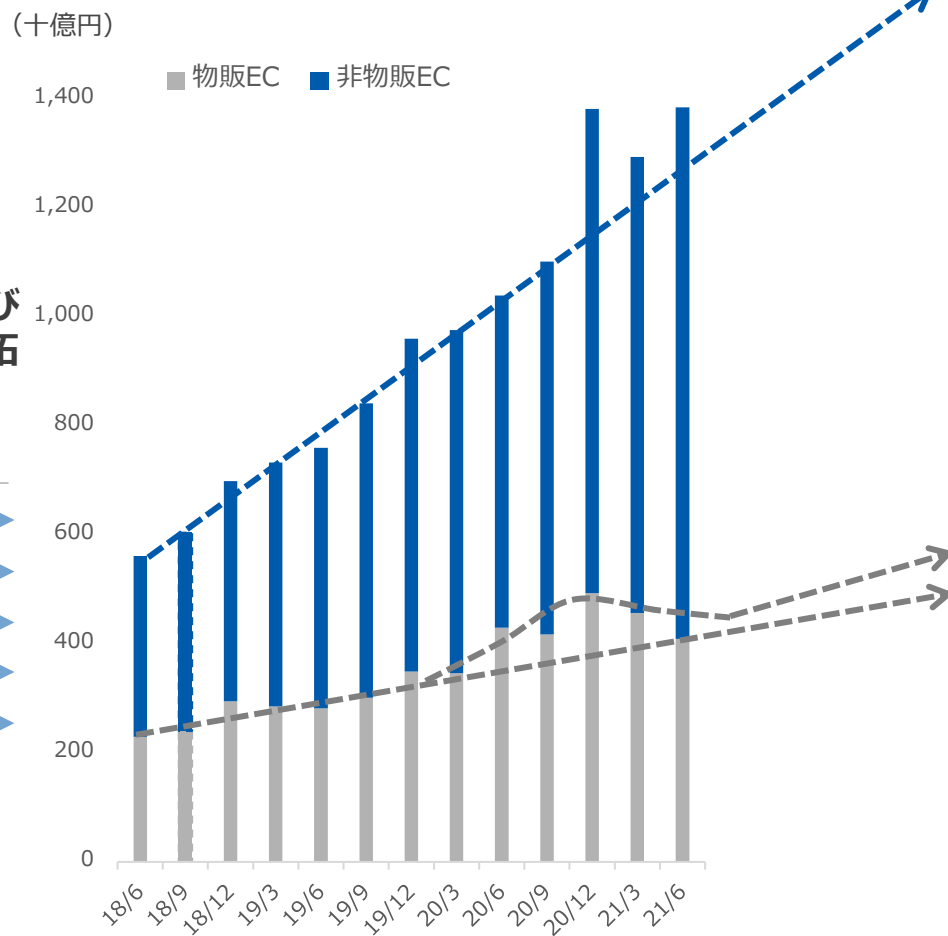
| 2020<br>(実績) | 2025<br>(2021策定目標) |
|--------------|--------------------|
| 75           | 180~220            |

#### 成長シナリオ

- 1) 物販ECに加え非物販EC領域を開拓
- 2) インダストリートップへの決済PF提供
- 3) GMP（グローバルメジャープレーヤー）の開拓及びGMPとのパートナーシップによる国内外大手の開拓



GMO-PG単体におけるBtoC-ECの決済処理金額  
(物販・非物販：単Q推移)



## 2.5 BaaS<sup>※</sup>・キャッシュレス

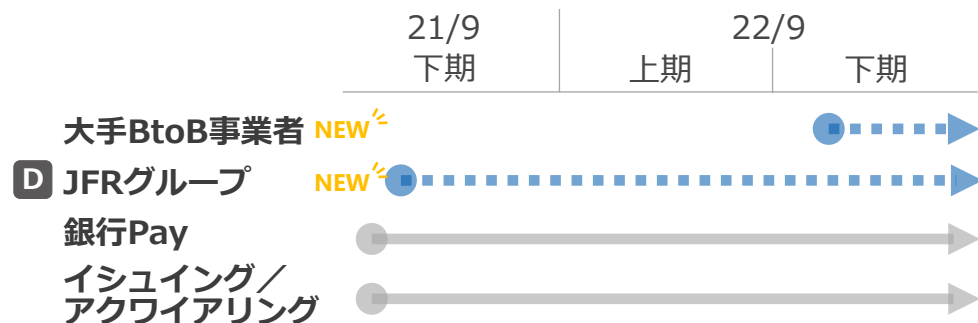
業界内での横展開とサービス多様化により2025年営利10億円を目指す

|          | 2020<br>(実績) | 2025<br>(2021策定目標) |
|----------|--------------|--------------------|
| 営業利益（億円） | 5            | 10～                |

### 成長シナリオ

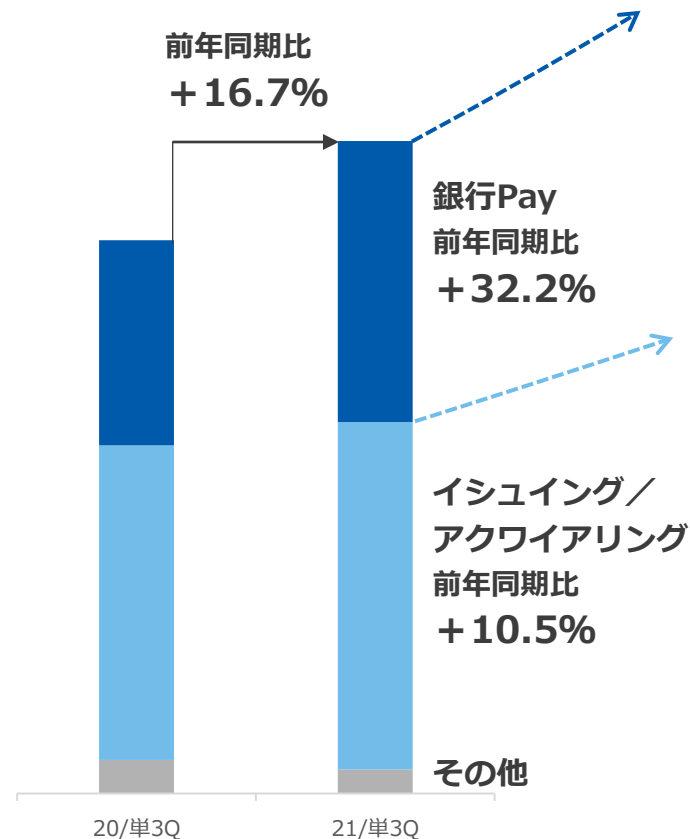
- 1) 特定顧客のニーズに沿ったプラットフォーム構築
- 2) 大手含む業界内で横展開
- 3) 小売など事業者向けへの展開とサービス多様化

### 重点施策の進捗と新たな案件



### 単3Q 金融機関向けサービスによるストック収益

- 銀行Pay
- イシューイング／アクワイアリング
- その他



※ BaaS : Bank as a Service

## 2.6 対面決済・IoT

### stera及びIoTとEC事業とのシナジーにより巨大対面市場を開拓

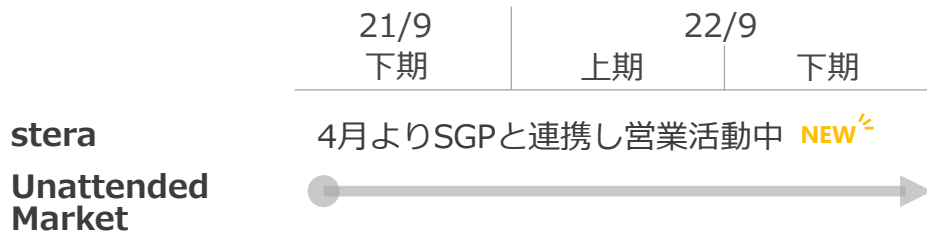
営業利益（億円）※1

| 2020<br>(実績) | 2025<br>(2021策定目標) |
|--------------|--------------------|
| 5            | 20~                |

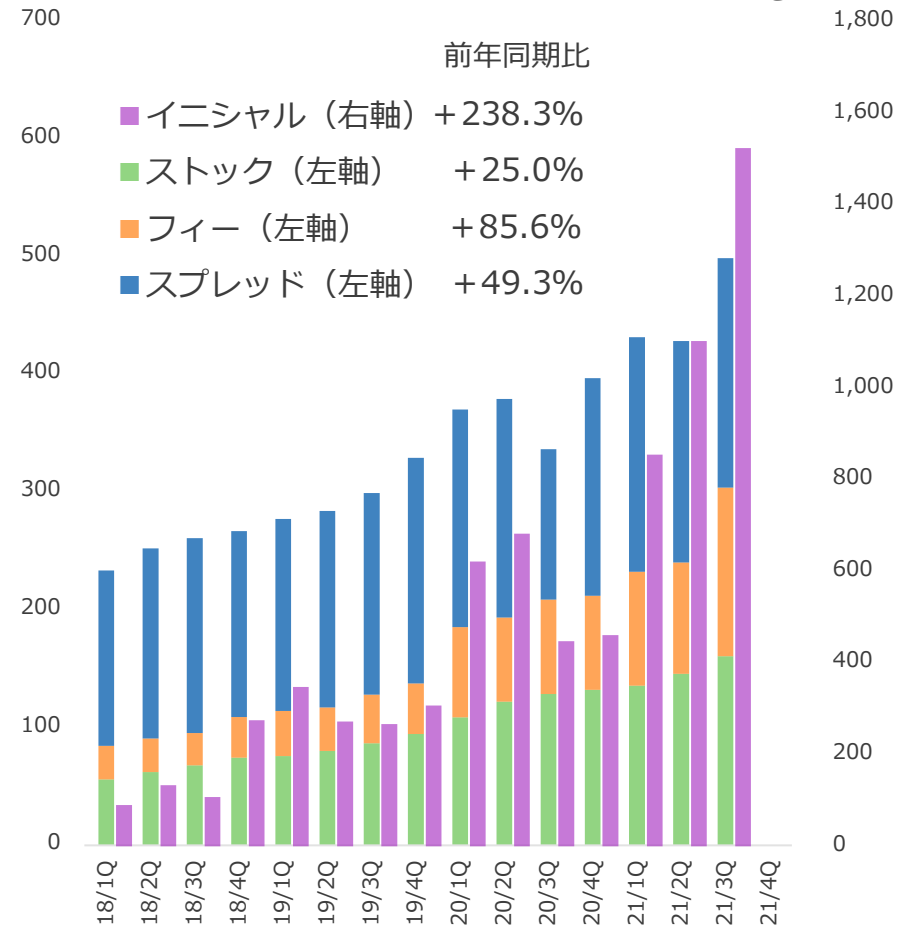
#### 成長シナリオ

- 1) steraで大型加盟店開拓加速
- 2) SMBC GMO PAYMENTの事業再編、提携強化
- 3) 対面/非対面のシナジー発揮（stera等）
- 4) 無人決済市場（Unattended Market）開拓

#### 重点施策の進捗と新たな案件



GMO-FG・GCSビジネスモデル別売上収益（単Q）（百万円）



※1 2025年営業利益目標はGMOフィナンシャルゲート・GCS以外を含む ※2 SGP：SMBC GMO PAYMENT ※3 数値はGMOフィナンシャルゲート・GCSの合算値（連結消去前）

## 2.7.1 FinTech

### 後払い新規加盟店増加と新サービス拡販により、25%成長回帰を目指す

|          | 2020<br>(実績) | 2025<br>(2021策定目標) |
|----------|--------------|--------------------|
| 営業利益（億円） | 18           | 30～                |

#### 成長シナリオ

- 1) 収益性の高いサービス<sup>※</sup>へアセットシフト
- 2) 新規加盟店獲得によるGMO後払い拡大
- 3) BtoB向け金融サービスの拡販  
GMO掛け払い、BtoB支払保証 等
- 4) ファイナンシャル・インクルージョン（金融包摂）  
**即給 byGMO**、GMO後払い

#### 重点施策の進捗と新たな案件

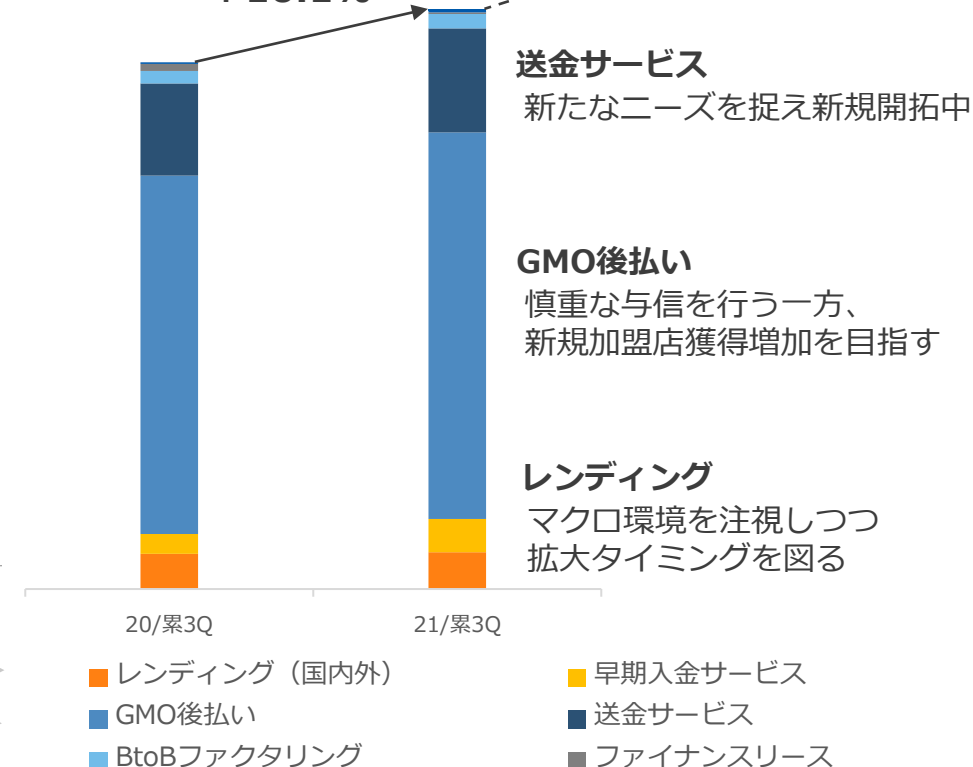


#### 累3Q FinTechサービス売上収益

即給 byGMO  
当4Qよりスタート



+10.1%



※ 収益性の高いサービス：ROICがWACCを上回るサービス：後払い、海外レンディング、BtoBファクタリング（請求書早払い、BtoB早払い）、BtoB売掛保証 等

## 2.7.2 FinTech : プロダクト追加

“お金の流れ”をデジタル化することで、金融アクセスを幅広く提供





## 2.8 グローバル

### 各国経済の回復格差を見極めつつ、積極展開へ向け安定基盤を構築

営業利益（億円）※1

| 2020<br>(実績) | 2025<br>(2021策定目標) |
|--------------|--------------------|
| -            | 30~                |



#### 今後の戦略

##### インドネシア

Phase2

➤ 優良既存先の支援強化を継続、新規融資先の開拓

##### インド

Phase2

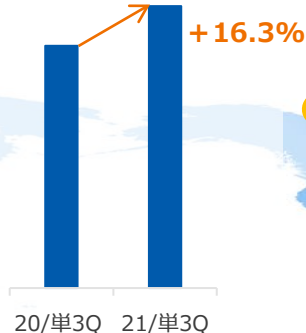
➤ 新規融資先の開拓、本格稼働間近

##### 米国

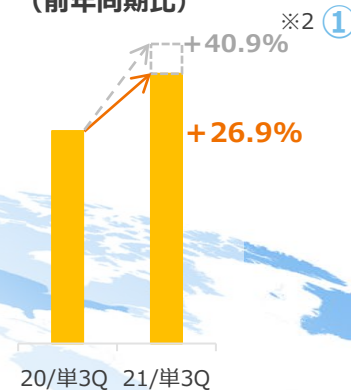
Phase2

➤ リスクコントロールをしつつ、安定基盤を構築

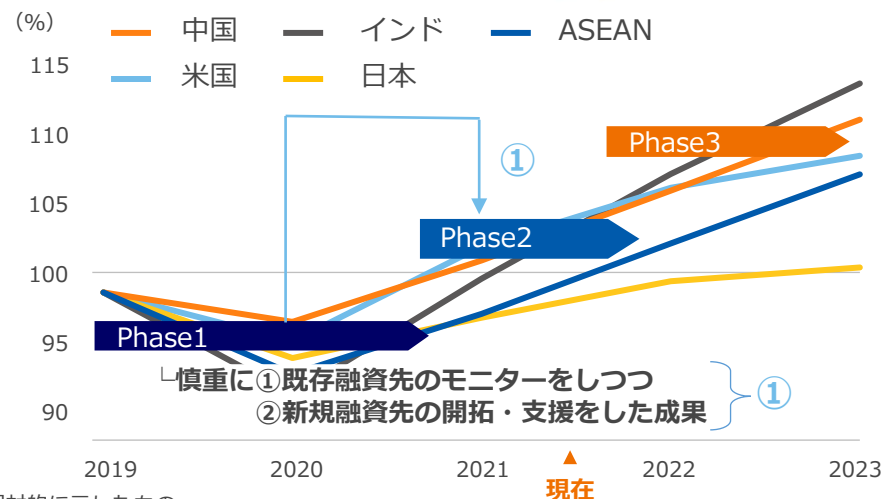
決済代行  
決済処理金額  
(前年同期比)



MSB売上  
(前年同期比)



#### 各国別アプローチ戦略 ※3 世界のGDP成長率予測（指数）



※1 グローバルの営業利益2020年実績はFinTechに含む。

※2 28期3Qのみ計上された一時的な売上を含む

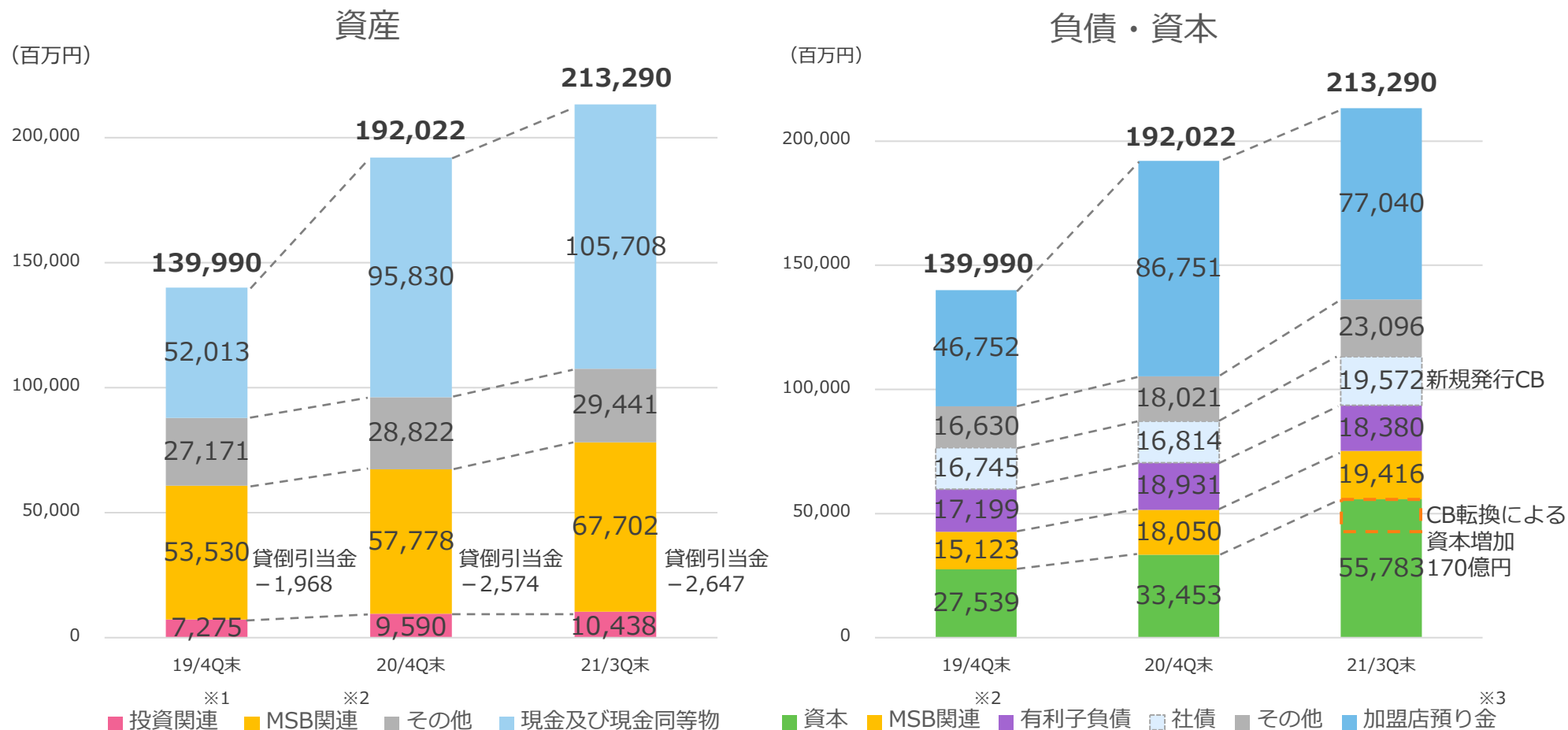
※3 The World Bank "June 2021, Global Economic Prospects"を参考に、2019年を100として相対的に示したもの

### 3. 財務ハイライト

---

# 3.1 貸借対照表の変化

## CB転換により170億円増、資本557億円となり財務基盤が強化

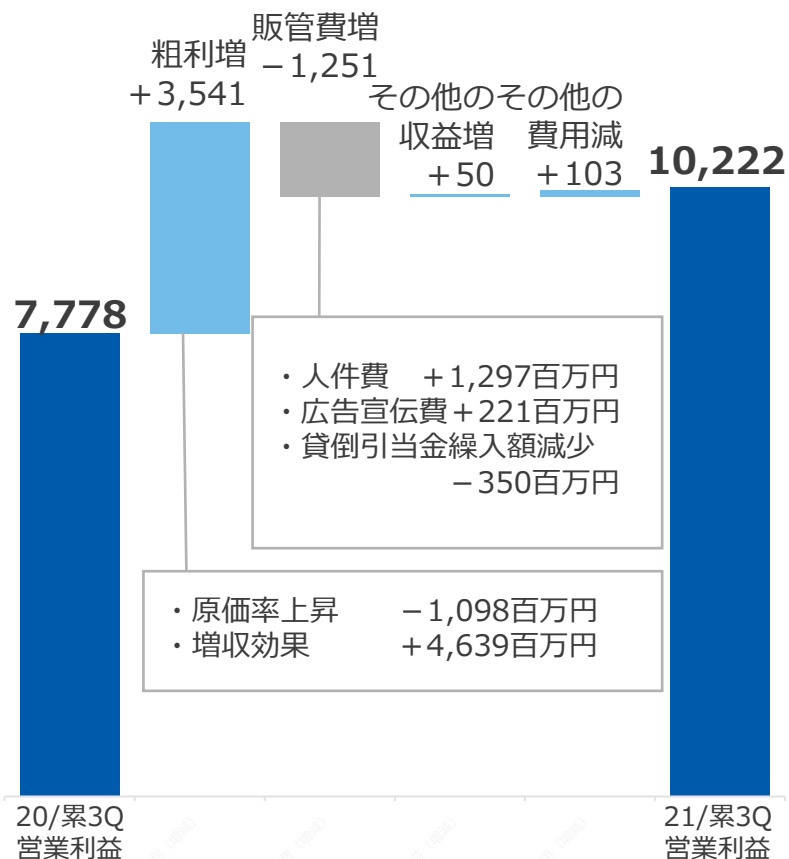


## 3.2 営業利益・税引前利益の変動要因（累3Q）

### FG好調に伴う原価増を増収効果が吸収、与信関連費用も引き続き抑制

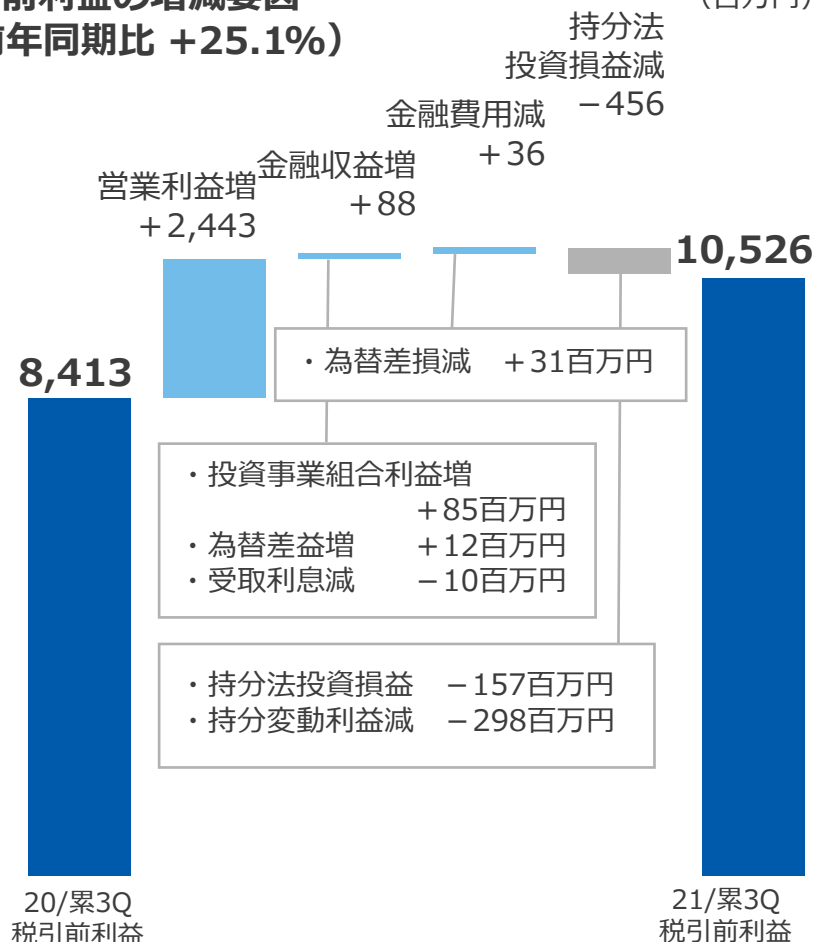
営業利益の増減要因  
（前年同期比 +31.4%）

（百万円）



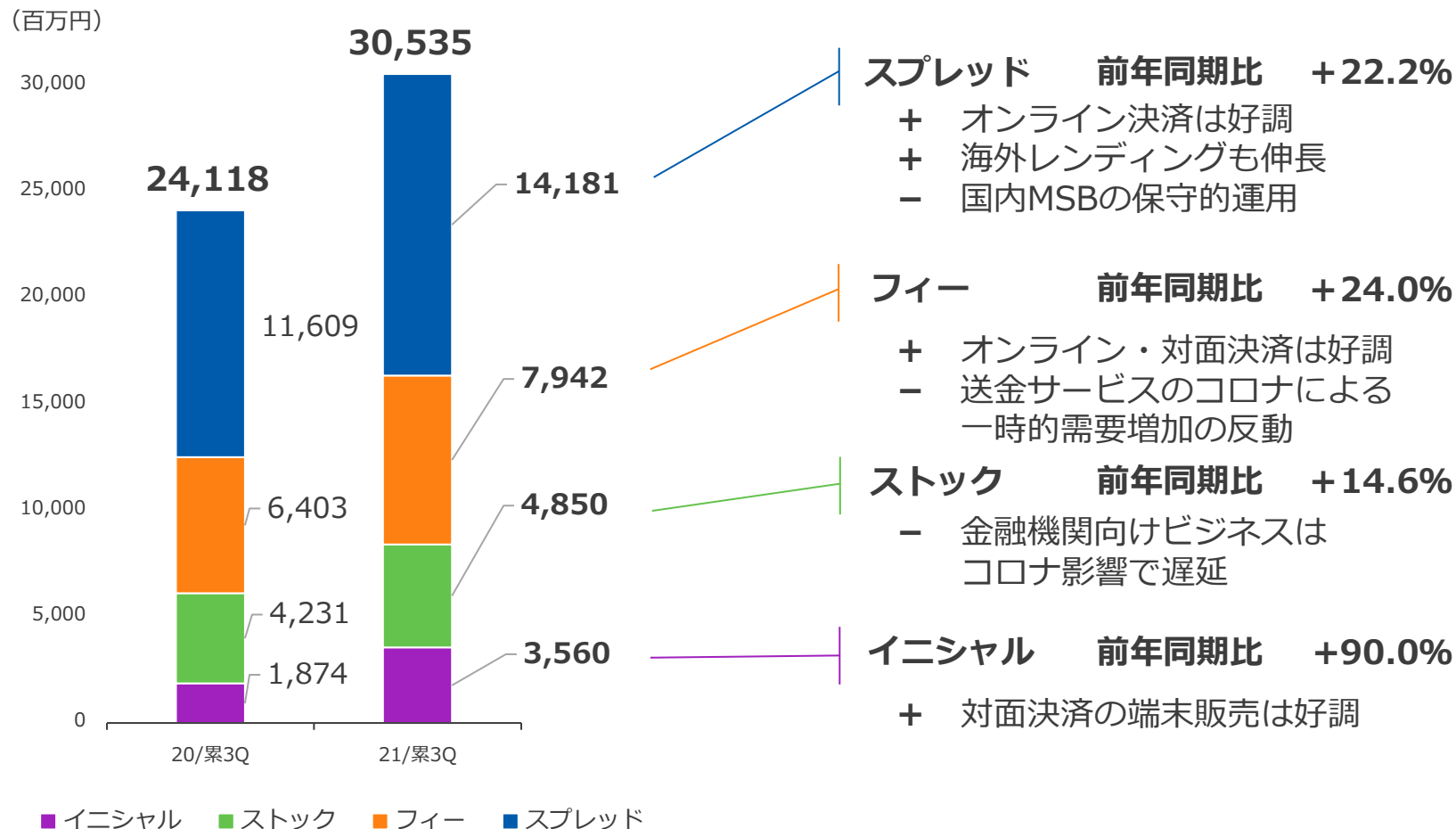
税引前利益の増減要因  
（前年同期比 +25.1%）

（百万円）



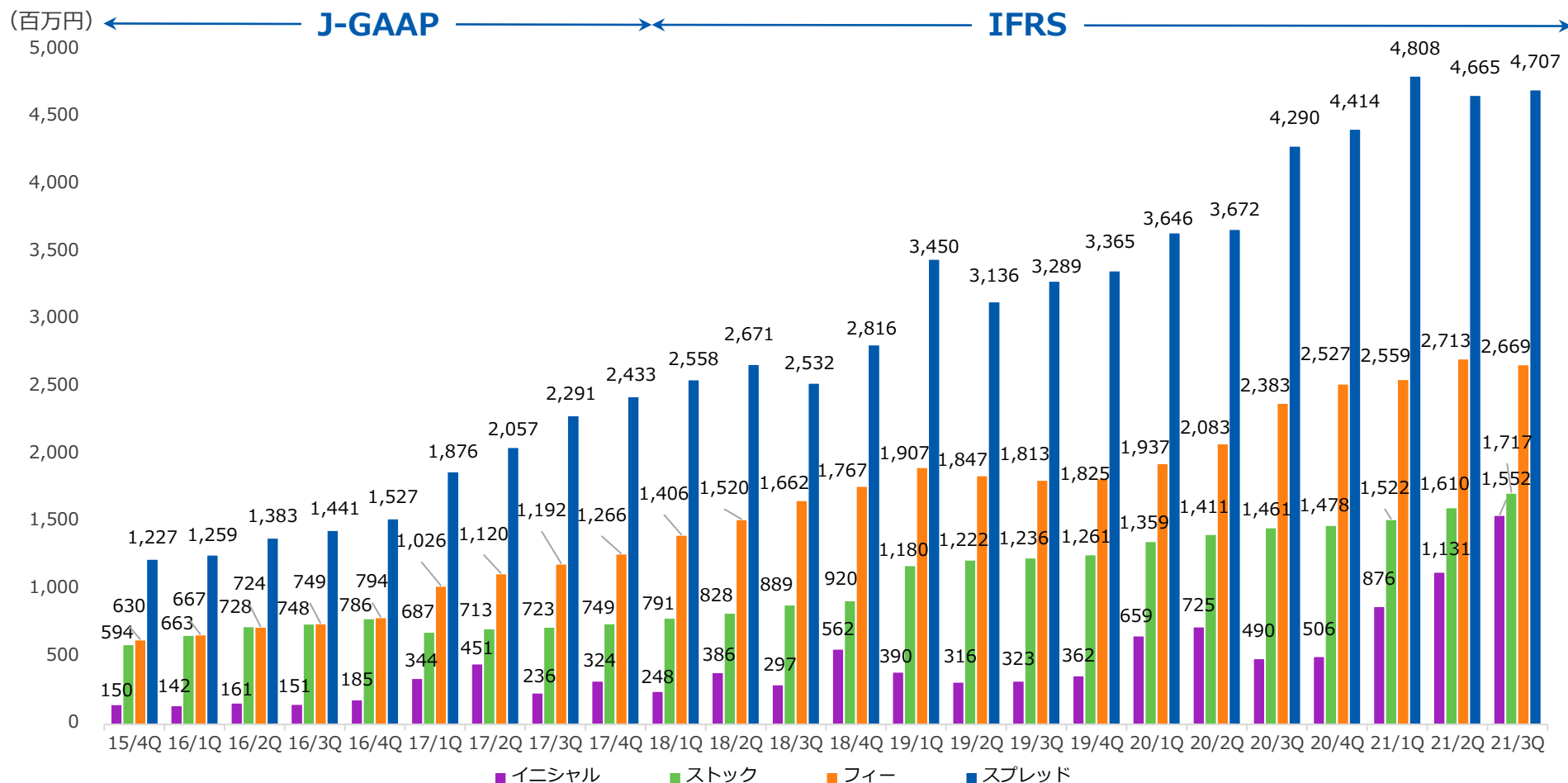
## 3.3.1 ビジネスモデル別売上収益（累3Q）

### 前年の巣籠需要の反動を受けつつもフィー・スプレッド伸長



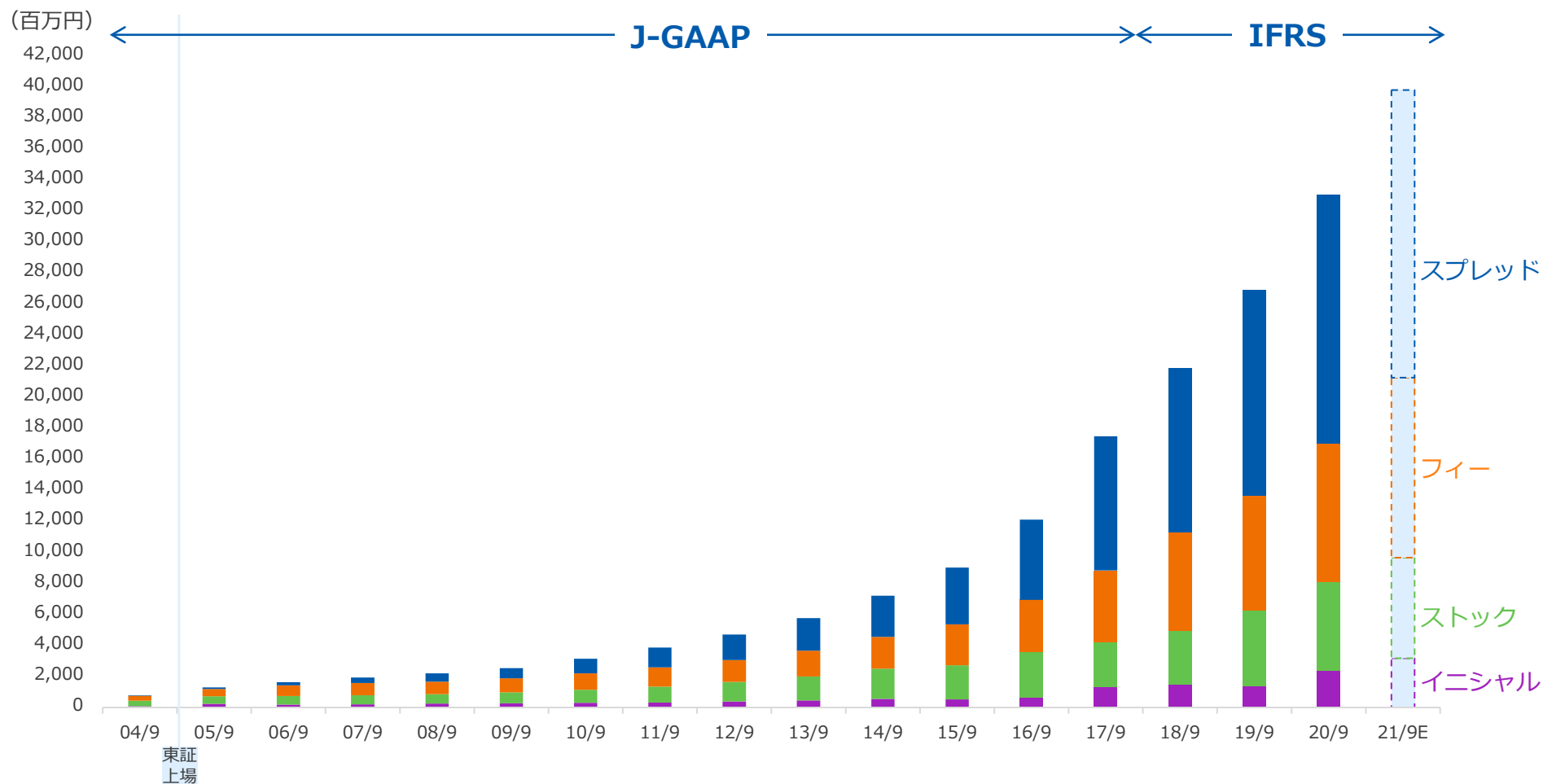
※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、非継続事業を除いた継続事業の金額を表示

## 3.3.2 ビジネスモデル別売上収益（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。

### 3.3.3 ビジネスモデル別売上収益（年推移）



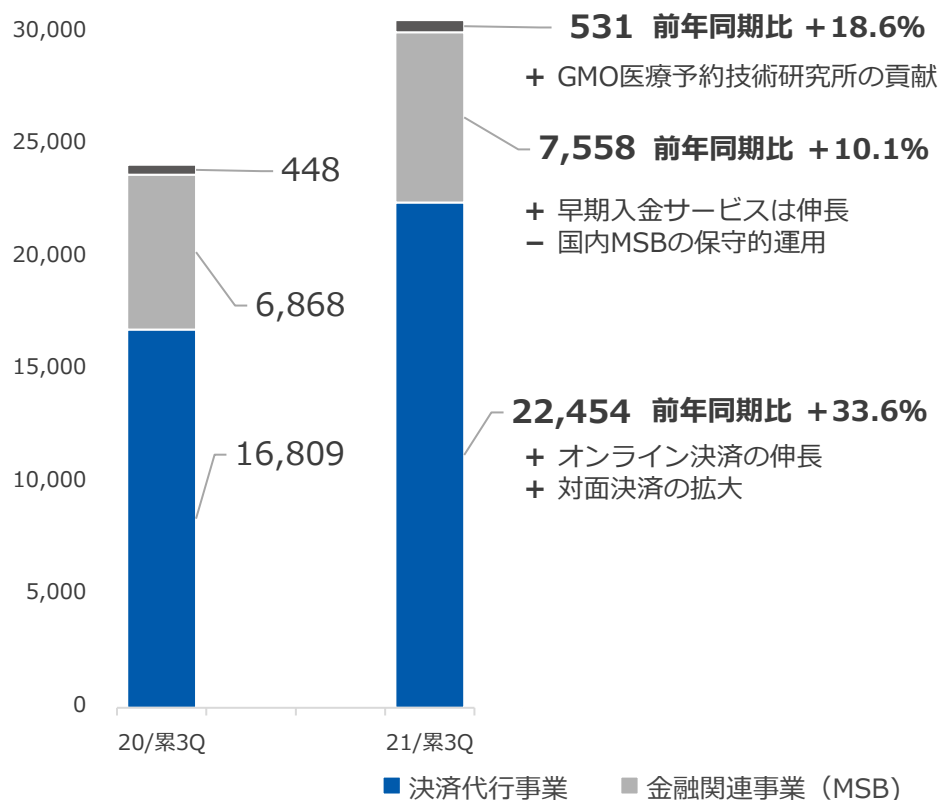
※ IFRS会計基準適用のため、2018年9月期よりマーケティング支援サービス（ストック）とファイナンスリース（スプレッド）の売上計上基準がグロスからネットに変更  
2020年5月MACROKIOSK社の連結除外に伴い、同社（非継続事業）を除く継続事業のビジネスモデル別売上収益を表記。

## 3.4 セグメント別業績（累3Q）

### 決済代行事業及び金融関連事業は25%以上の増益

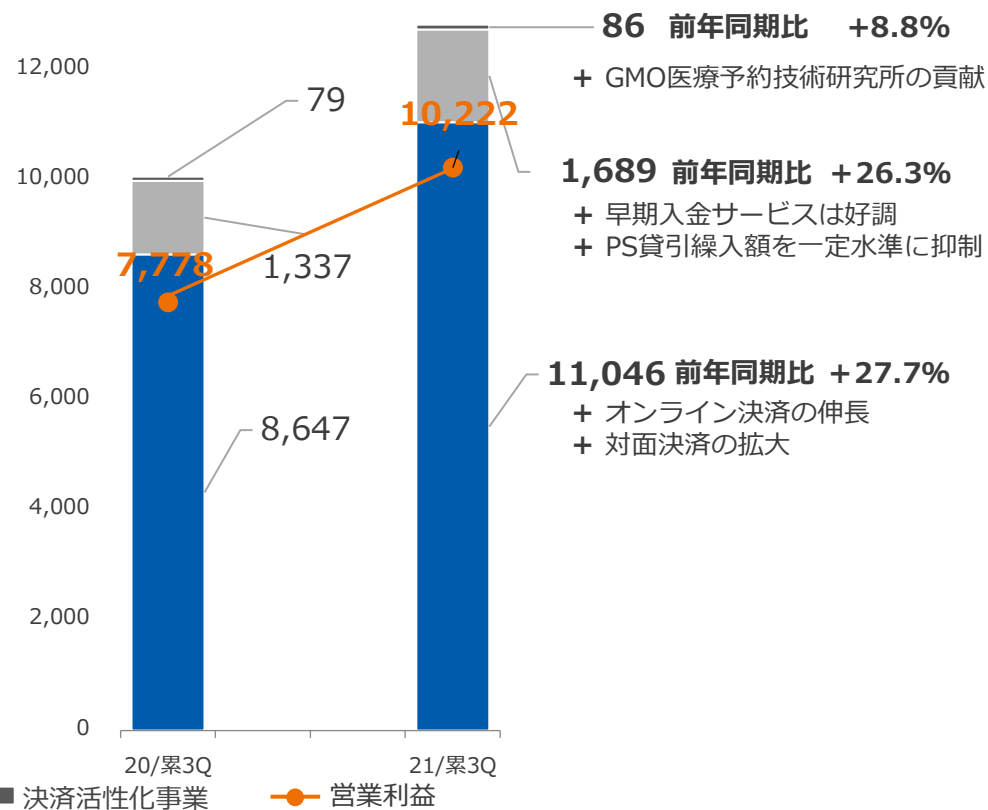
#### セグメント別売上収益

前年同期比 +26.6%（連結）  
（百万円）



#### セグメント別営業利益

前年同期比 +31.4%（連結調整後）  
（百万円）

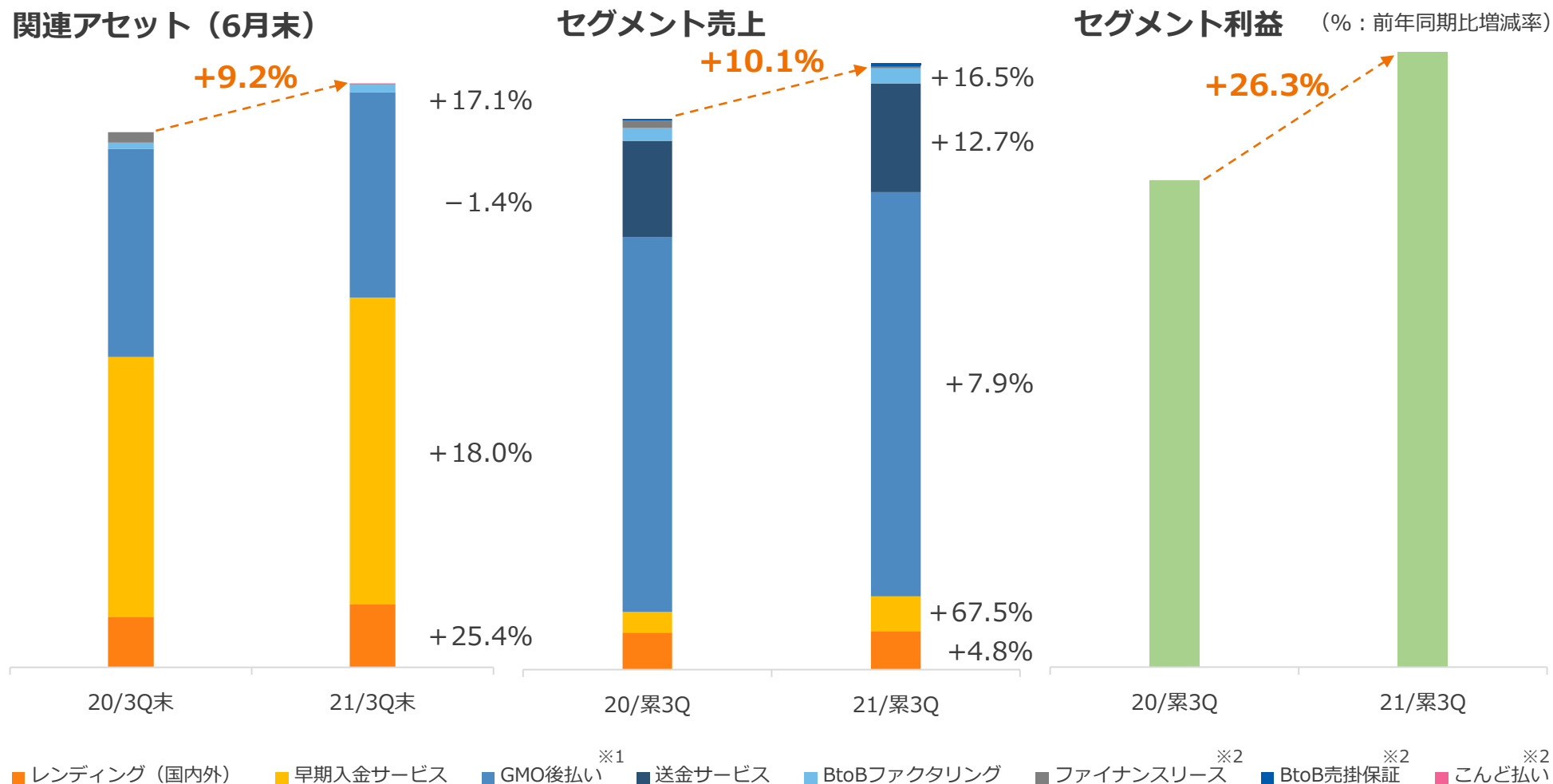


※ 2020年9月期にMACROKIOSK社が連結除外されたため、非継続事業を除いた継続事業の金額を表示



## 3.5.1 FinTech関連アセット及び収益（累3Q）

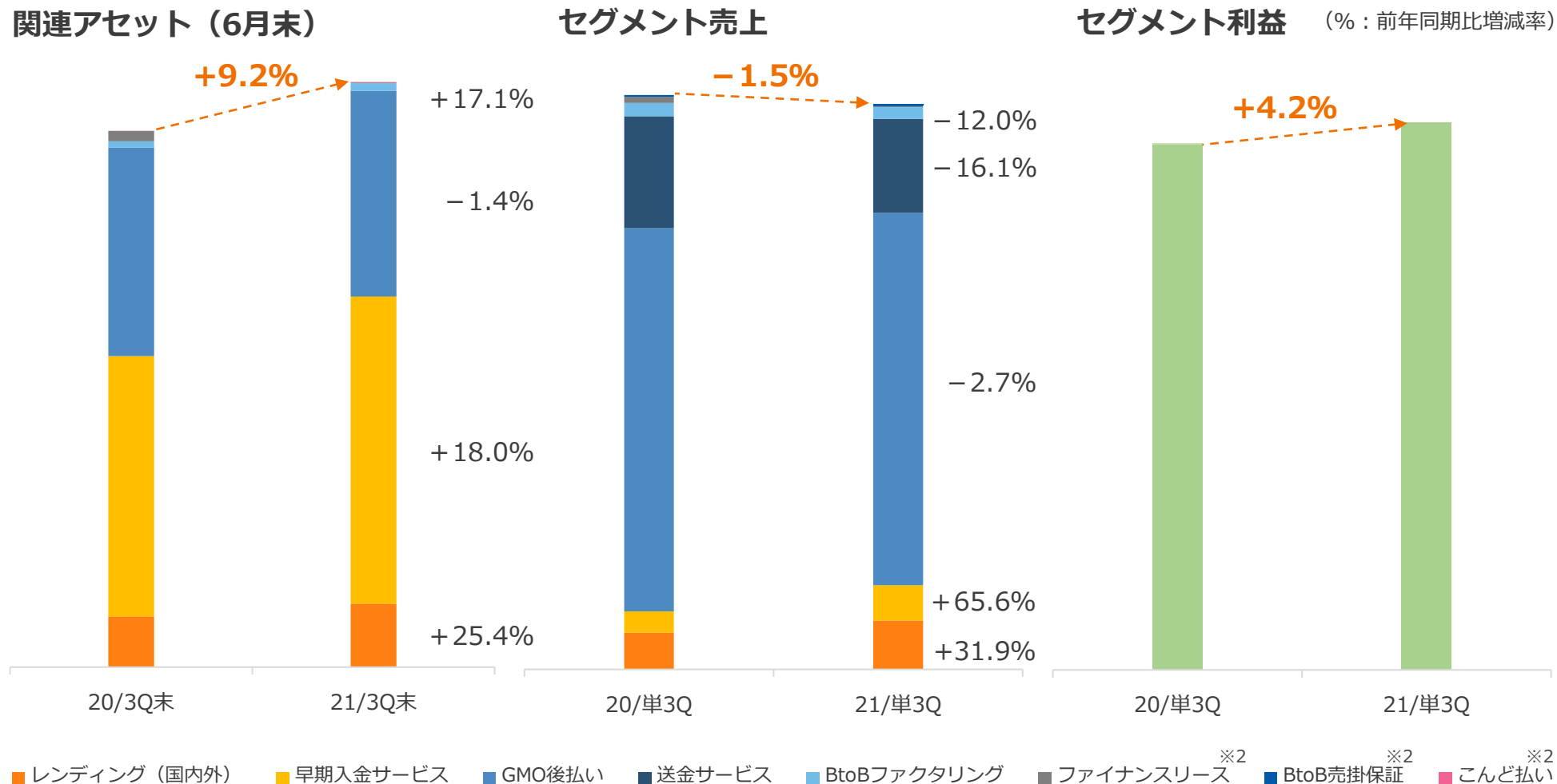
### 収益性の高いサービスの拡大と与信関連費用の抑制による順調な利益推移



※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、こんど払いの前年同期比増減率は未記載

## 3.5.2 FinTech関連アセット及び収益（単3Q）

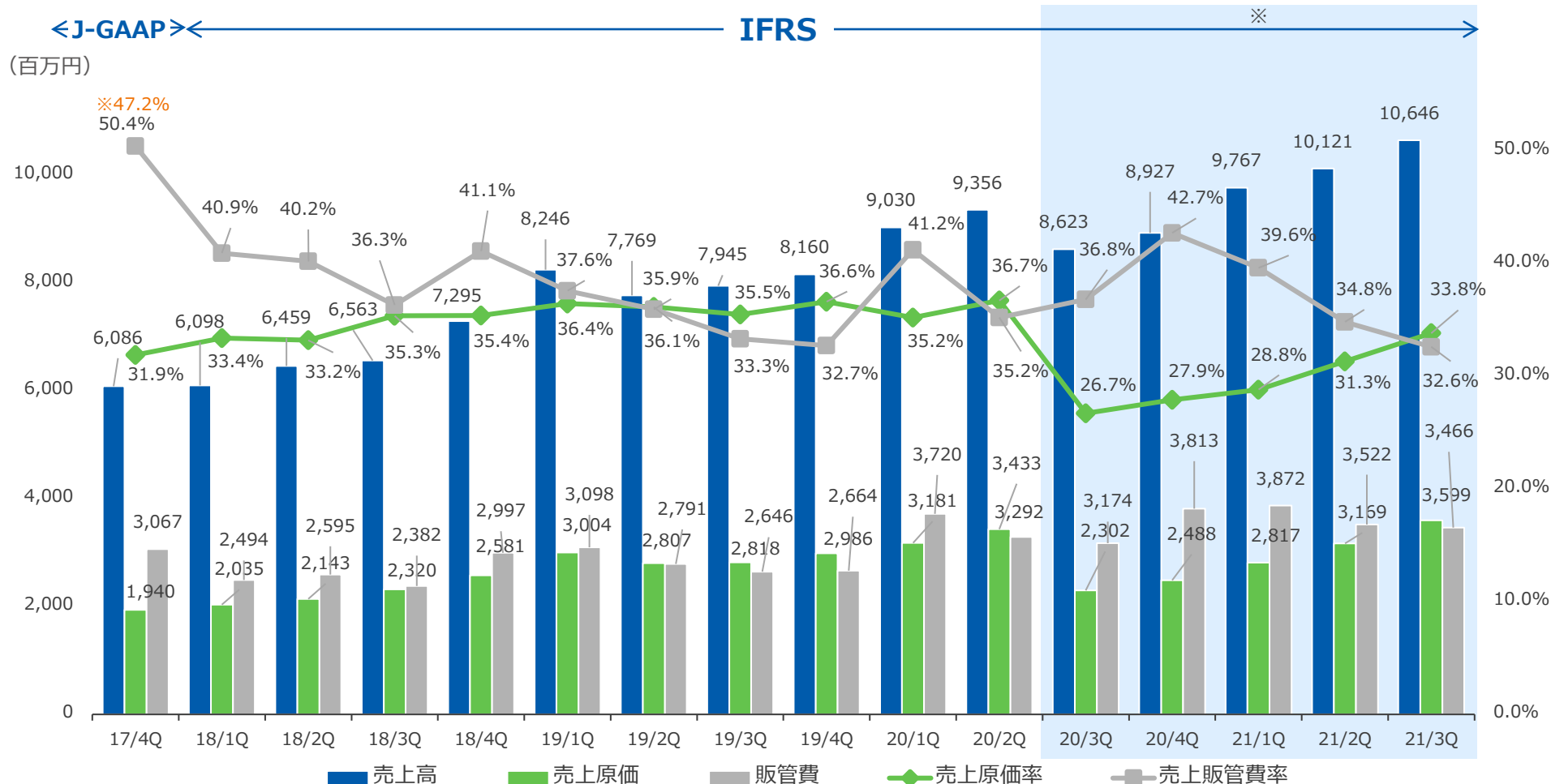
### 収益性の高いサービスの拡大、与信関連費用の抑制による利益増加



※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、こんど払いの前年同期比増減率は未記載

## 3.6.1 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の変動、MK社除外のため前3Qより低下

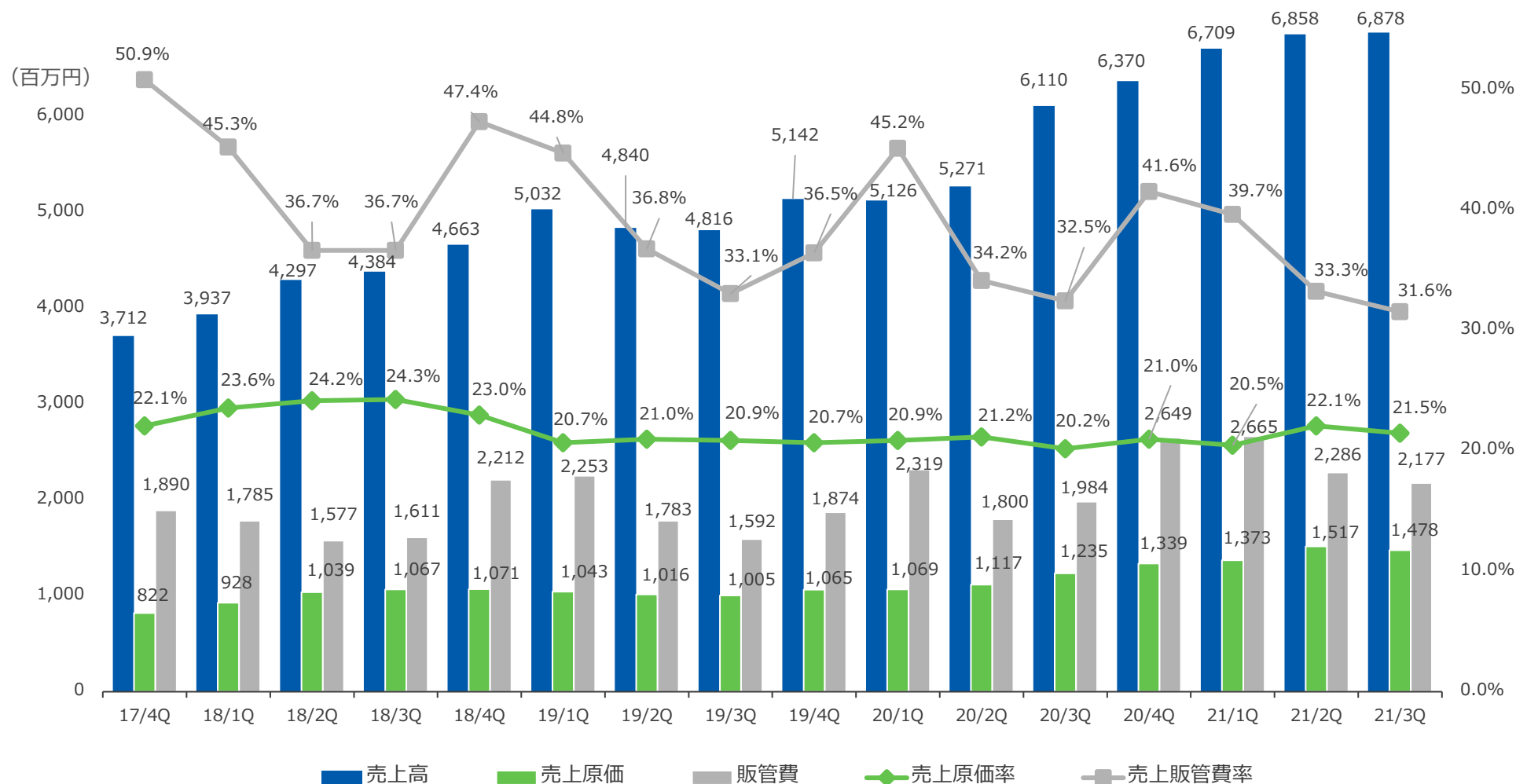


※ MSBに関わる発生外部費用を除いた値。会計基準変更につき、17/12(1Q)より販管費に含まれない

※ 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。

## 3.6.2 PG・EPのみ売上原価率・販管費率（四半期推移）

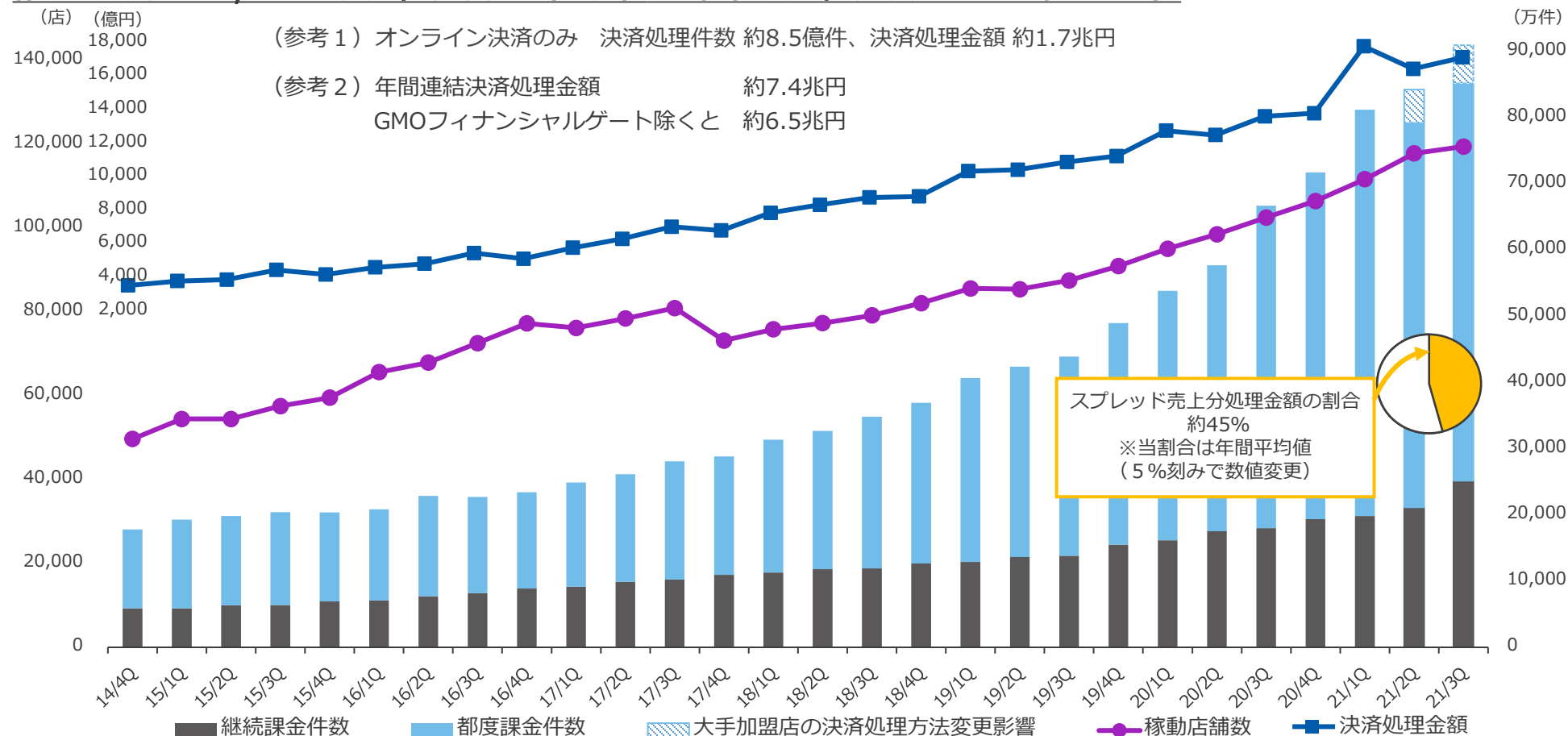
### オンライン決済ビジネスは原価率が安定的に推移



# 3.7.1 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7.4兆円に

稼働店舗数 119,440店※1、連結決済処理件数 約8.9億件、連結決済処理金額 約2.0兆円※2



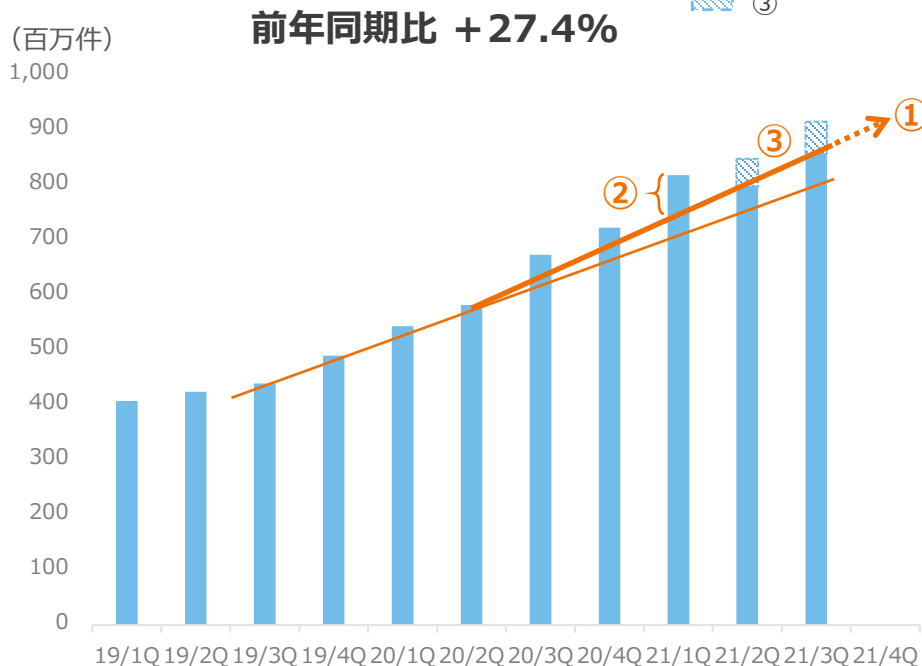
※1 稼働店舗数は特定案件に係る店舗数を除く。17/1Qより大手デリバリーに係る店舗数を除く。当該案件を含む同時期の稼働店舗数は270,389店（前年同期比－11.3%）

※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。

## 3.7.2 KPIの成長トレンド

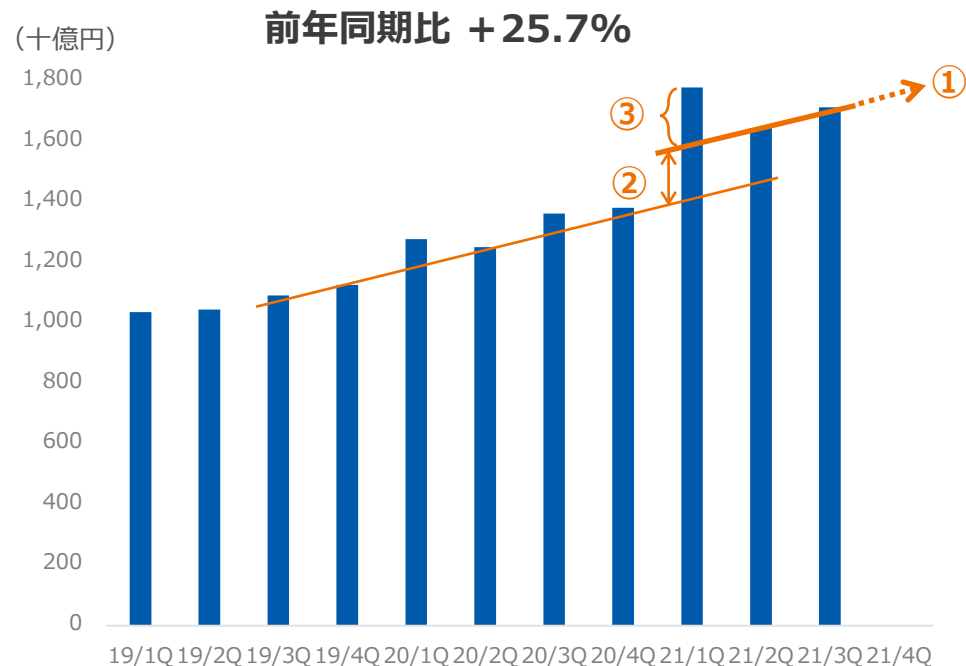
### オーガニックな成長率は決済処理件数+30%、決済処理金額+25%

オンライン決済処理件数 四半期推移



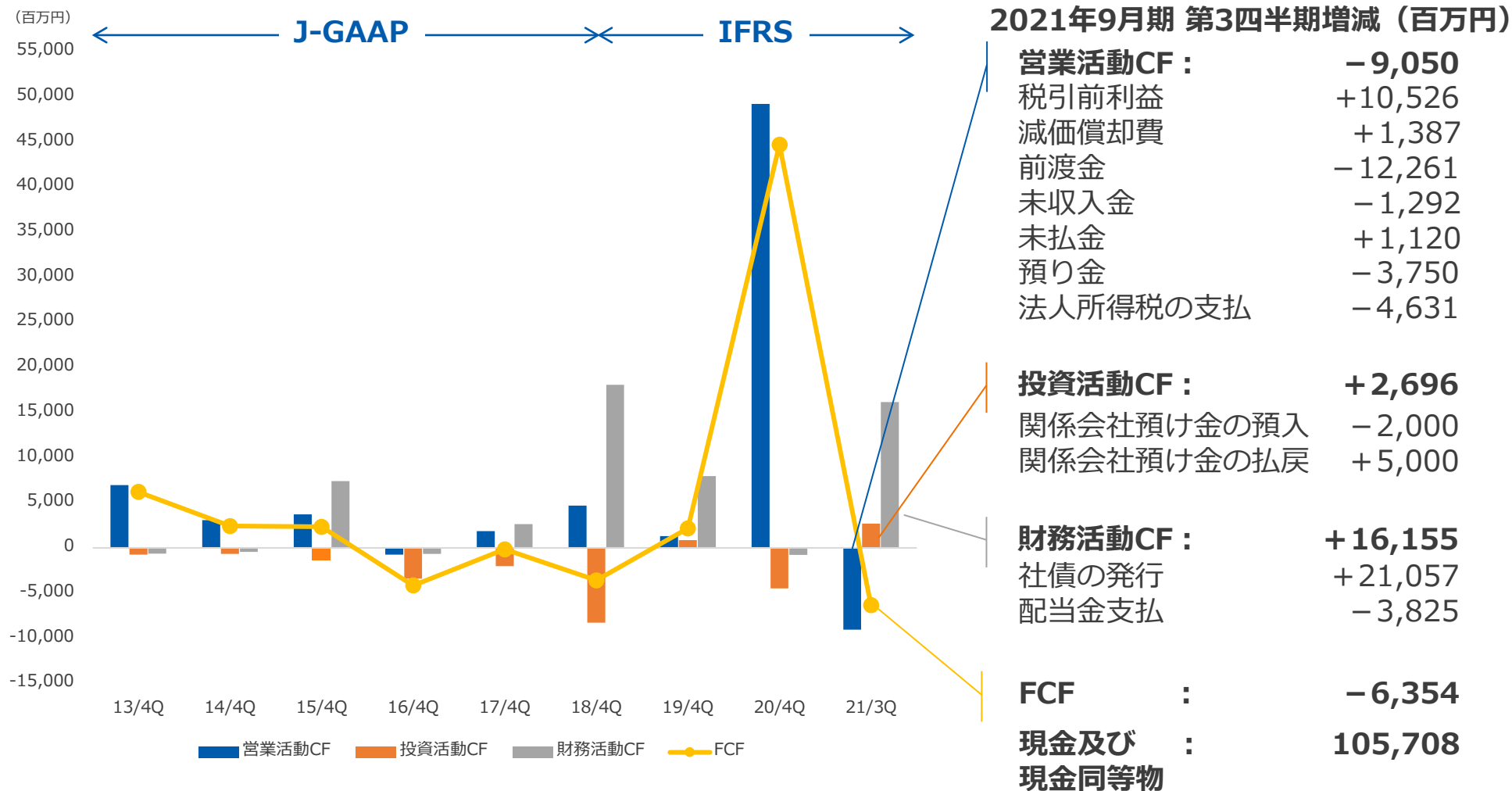
- ① : オーガニックな成長率 +30%前後
- ② : 28期1Q季節要因  
デジタルコンテンツ、ふるさと納税 等
- ③ : 大手加盟店の決済処理方法変更影響

オンライン決済処理金額 四半期推移



- ① : オーガニックな成長率 : +25%前後
- ② : 新規重点施策、旅行等の回復
- ③ : 28期1Q季節要因  
ふるさと納税、GoToトラベル、固定資産税 等

## 3.8 連結キャッシュフロー計算書



※ 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

# 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  
(東証一部 3769)

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](mailto:ir-contact@gmo-pg.com)