



**株式会社スマレジ**

2026年4月期 2Q オンライン決算説明会

2025年12月15日

# イベント概要

---

[企業名]	株式会社スマレジ
[企業 ID]	4431
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 4 月期 2Q オンライン決算説明会
[決算期]	2026 年度 第 2 四半期
[日程]	2025 年 12 月 15 日
[ページ数]	26
[時間]	10:30 – 11:15 (合計：45 分、登壇：27 分、質疑応答：18 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	2 名 代表取締役 宮崎 龍平 (以下、宮崎) 取締役 高間館 紘平 (以下、高間館)

---

## サポート

日本 050-5212-7790  
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## 登壇

---

**司会：**株式会社スマレジ 2026年4月期第2四半期決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。

本日の流れをご説明します。冒頭で、今回の決算説明資料の要点についてご案内します。続いて、決算とあわせて開示した今期業績予想の修正についてご説明し、その後、第2四半期の決算概要や事業の状況を解説します。最後に、第2次中期経営計画の今後の方針についてご案内します。その後に、皆様から頂戴したご質問にお答えしてまいります。

宮崎さん、よろしくお願ひします。

**宮崎：**本日は、決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。代表取締役の宮崎でございます。

本日は、前半で経営状況についてご説明し、後半に取締役の高間館とともに質疑応答のお時間を頂戴する予定です。おおよそ11時前後に質疑に入る進行を想定しています。

まず、私から中期経営計画の状況と決算概要、事業の進捗、そして今後の方針についてご説明させてください。

解説に入る前に、第2四半期の決算説明資料のポイントを二つお伝えします。一つ目は、第2次中期経営計画のARR目標94.6億円を半期前倒しで達成し、ARRが99.4億円に到達したことです。

二つ目は、子会社化したネットショップ支援室のれん及び無形資産の会計処理が確定したことにより、開示済みの数値を遡及修正し、通期連結業績の予想もレンジ形式から確定値に変更しています。

本日は、この2点を念頭に置きながら、ここからの説明をさせていただきます。

---

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



## 第2次中期経営計画を早期達成！

長期ビジョン・中期経営計画の進捗 3

ARRが99.4億円を突破！第2次中期経営計画のARR目標（94.6億円）を半期前倒しで達成！  
長期ビジョンのARR300億円計画に向け、策定中の次期中期経営計画では収益力の強化と継続成長を目指す！

第2次中計ARR目標を  
半期前倒しで達成

新たな成長に向けて

第3次  
中期経営計画  
策定中

今期中に公開予定

長期ビジョン・中期経営計画  
ARR目標



※第3次中期経営計画の方向性は、本資料後半に掲載（p.29）

スマレジ

最初にお伝えしたいのは、当社は第2次中期経営計画で掲げていたARR目標94.6億円を早い段階で達成した点です。

このARR目標は、2023年9月に策定した時点では今期末に到達すべきラインとして設定していました。それが、実際には半年以上前倒しでクリアというかたちになりました。

そして、本日、11月末時点でのARRが100億円に到達したこともお知らせしました。

背景としては、POSを基盤としたクロスセルの進展、特に決済ARRの力強い成長に加えて、タイムカードやEC領域など、複数事業がバランスよく伸びたことが要因です。

資料右側のグラフのように、当社は2031年4月期にARR300億円の達成を長期ビジョンとして掲げています。今回、途中のマイルストーンである第2次中計のARR目標を前倒しで達成したこと、長期ビジョンに向けての達成確度も一段と高まったと考えています。

現在は、次のステージとなる第3次中期経営計画の策定期間に入っています。第3次中計の方向性については、後ほどあらためてご説明します。

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ネットショップ支援室の子会社化に伴うのれんの会計処理（PPA）が確定し、通期連結業績予想をレンジから確定値に修正

## 2026年4月期 通期連結業績予想 (May 2025 - Apr. 2026)

(百万円)	実績 FY2025	修正予想 FY2026	YoY	ご参考 期初予想 ※1
売上高	11,066	13,859	+25.2%	13,859
営業利益	2,380	2,954	+24.1%	2,804～2,954
経常利益	2,362	2,954	+25.0%	2,804～2,954
親会社株主に帰属する当期純利益	1,645	2,016	+22.6%	1,866～2,016

## 配当予想 (期末配当) ※2

	FY2025実績	FY2026予想
基準日	2025年4月30日	2026年4月30日
1株あたり 当期純利益	85.46円	104.69円
1株あたり配当金	15.00円	20.00円
配当性向	17.6%	19.1%
配当金総額	288百万円	

※1 2025年6月12日公表の期初予想は、子会社（株式会社ネットショップ支援室）の取得に伴うのれんの会計処理（取得原価の記分）が未確定であったため、減価償却費など利益への影響額が変動する可能性を考慮し、利益項目をレンジ形式で開示していました。

※2 中間配当は実施していません。

スマレジ

続いて、今期業績の見通しについてご説明します。当社は、2024年12月にEC関連サービスを提供するネットショップ支援室を子会社にしました。

2025年6月に公表した期初予想では、この子会社化に伴うのれん及び無形資産の会計処理が未確定でした。そのために、のれんや無形資産の金額が確定するまで減価償却費などの利益への影響がぶれる可能性がありました。このことから、営業利益以下の利益項目については幅を持たせたレンジ形式で開示していました。

今回のPPA確定により、これまでのれんに含めていた価値の一部を顧客関連資産として切り分けています。

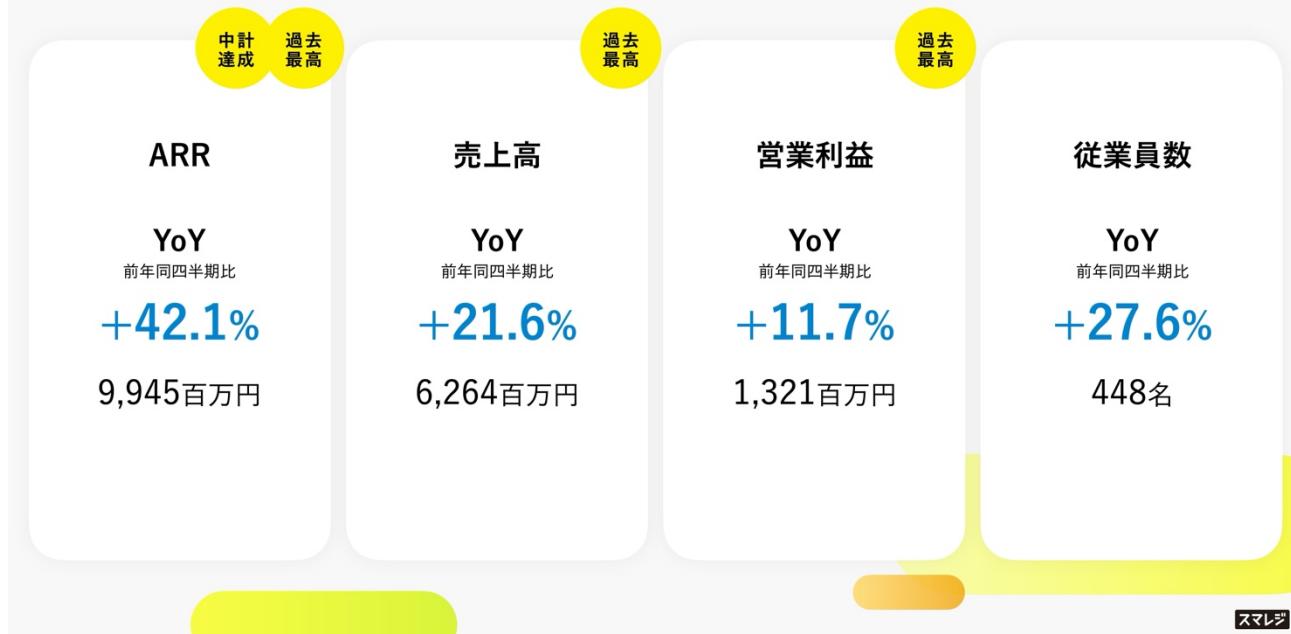
結果として、のれんの金額は減っており、暫定的に計上していた、のれん約9億6,500万円は約5億2,600万円減少し、結果として4億3,800万円となりました。

利益項目に与える不確定要素が解消されたので、レンジで開示していた通期業績予想を確定値に一本化する修正を行っています。

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



これから、第2四半期の業績ハイライトについてご説明します。まず、当社の最重要指標であるARRは前年同期比プラス42.1%、99.4億円と大きく成長しました。売上高は前年同期比プラス21.6%、営業利益はプラス11.7%と、こちらも堅調に推移しています。

現在、当社はARR拡大を最優先とした営業方針をとっています。POSを軸にしたクロスセルを強化し、月額課金モデルへのシフトを加速しているため、ARRの伸びが売上高を大きく上回る構造になっています。

## 連結 損益計算書

2Q四半期売上高が過去最高を更新し、売上高はYoY+21.6%の成長。売上総利益がYoY+31.6%に拡大し、販管費増を吸収して営業利益はYoY+11.7%の成長。通期計画に対して順調な進捗

(百万円)	FY2026 2Q May - Oct. 2025	FY2025 2Q May - Oct. 2024	YoY	FY2026 通期計画	FY2026 2Q 進捗率
売上高	6,264	5,152	+21.6%	13,859	45.2%
売上原価	2,163	2,034	+6.3%	-	-
売上総利益	4,101	3,117	+31.6%	-	-
販売費及び一般管理費	2,779	1,934	+43.7%	-	-
営業利益	1,321	1,183	+11.7%	2,954	44.7%
経常利益	1,335	1,173	+13.8%	2,954	45.2%
親会社株主に帰属する四半期(当期)利益	887	781	+13.7%	2,016	44.0%



## サポート

日本 050-5212-7790  
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

損益計算書の概要です。売上高は前年同期比プラス 21.6% の 62 億 6,400 万円となり、2 クォーターとして過去最高を更新しました。POS を中心としたクロスセル、サブスクリプション収益の積み上がりが引き続き寄与し、売上全体を押し上げています。

そして、売上総利益はプラス 31.6% と、売上成長を上回る伸びとなりました。これは、粗利率の高いストック型収益の比率が高まっていることが背景にあります。

一方で、販管費及び一般管理費は前年同期比プラス 43.7% と増加しています。これは、事業拡大に伴う人員強化に加えて、広告宣伝費などの成長投資によるものです。ただし、販管費の増加は計画の範囲内で、QoQ では販管費率が低下しており、コストコントロールは適切に機能しているような状態です。

結果として、営業利益は前年同期比プラス 11.7% の 13 億 2,100 万円と、増益を確保しました。売上総利益が大きく伸びたことで、販管費の増加を吸収し、利益成長につながっています。

通期計画に対する進捗も、売上高で 45.2% と順調に推移しており、現時点では計画に対して大きなぶれはないと考えています。

## 連結 貸借対照表

2026年4月期2Q 決算概要 7

M&Aに伴い、固定資産（のれん、顧客関連資産）と固定負債（繰延税金負債）が増加。決済事業における売上計上タイミングの適正化により、流動負債（未払金）と流動資産（未収金）が増加。堅調な業績で純資産を積み上げ、健全な財務基盤を維持

(百万円)	FY2026 2Q	FY2025 2Q	YoY	FY2026 1Q	QoQ
流動資産	9,251	7,704	+20.1%	7,763	+19.2%
うち現預金	6,806	6,033	+12.8%	5,496	+23.8%
固定資産	3,035	1,500	+102.4%	3,087	-1.7%
資産合計	12,287	9,204	+33.5%	10,851	+13.2%
流動負債	3,599	2,238	+60.8%	2,657	+35.5%
固定負債	416	157	+164.2%	424	-2.0%
負債合計	4,015	2,396	+67.6%	3,081	+30.3%
純資産合計	8,271	6,808	+21.5%	7,769	+6.5%
負債・純資産合計	12,287	9,204	+33.5%	10,851	+13.2%



スマレジ

貸借対照表です。総資産は 122 億円となり、前年同期比プラス 33.5% の増加と堅調に積み上がっています。

このうち固定資産が前年から大きく増えているのは、ネットショップ支援室の子会社化に伴う会計処理、PPA によるものです。今回、この PPA が確定したことにより、のれんや顧客関連資産といった無形固定資産とそれに対応する繰延税金負債が計上されています。いずれも、M&A に伴う通常の会計処理で、事業リスクが高まったような性質ではありません。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



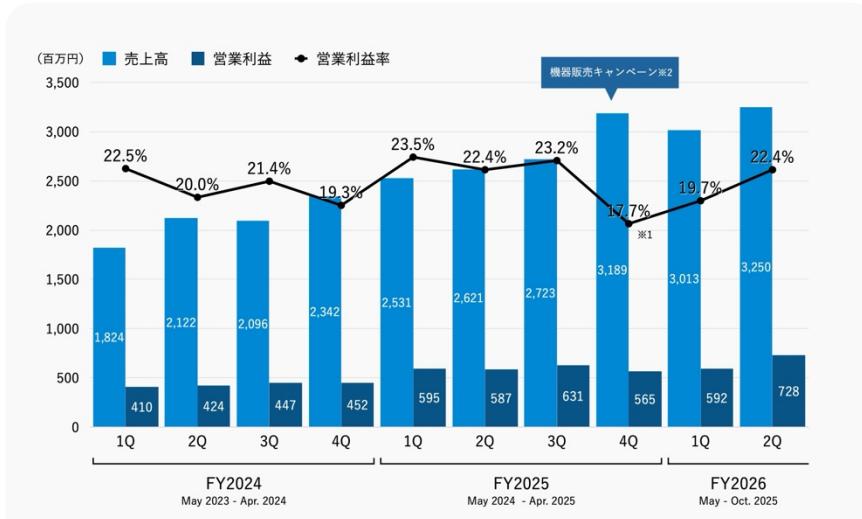
次に、流動負債は約36億円と、前年同期比プラス60.8%となっていますが、借入が増えたわけではありません。背景には、決済事業に関連する未払金と未収入金の増加があります。事業構造やキャッシュフローの悪化ではなく、会計処理のタイミングが適正化された結果です。

純資産は83億円と、前年同期比プラス21.5%、自己資本比率は67.3%と高い水準を維持しています。負債の増加に伴い比率はやや低下していますが、現預金は68億円、有利子負債もきわめて小さくて、財務基盤としては引き続き健全だと考えています。

## 連結 売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移

2026年4月期2Q 決算概要 9

**四半期売上高・営業利益がともに過去最高を更新！**  
積極的なS&M投資を継続しながらも営業利益率はQoQ+2.7ptの22.4%に改善



FY2026 2Q

営業利益率

**22.4%**

YoY  
±0.0pt

QoQ  
↑2.7pt

※1 FY2025 4Qには、他社POSサービスの提供終了に伴う顧客の譲受費用約42百万円と、旧決済端末の廃棄費用約32百万円、合計 約74百万円の一時的な費用が発生したことが重なり一時に悪化  
※2 FY2025 4Qに既存顧客へ向けた機器販売キャンペーン（自動販売機の特価販売）を実施

スマレジ

続いて、9ページの売上高・営業利益・営業利益率の四半期推移をご説明します。今期第2四半期の営業利益率は22.4%となり、前四半期から2.7ポイント改善しました。営業利益額も7億2,800万円と、四半期として過去最高を更新しています。

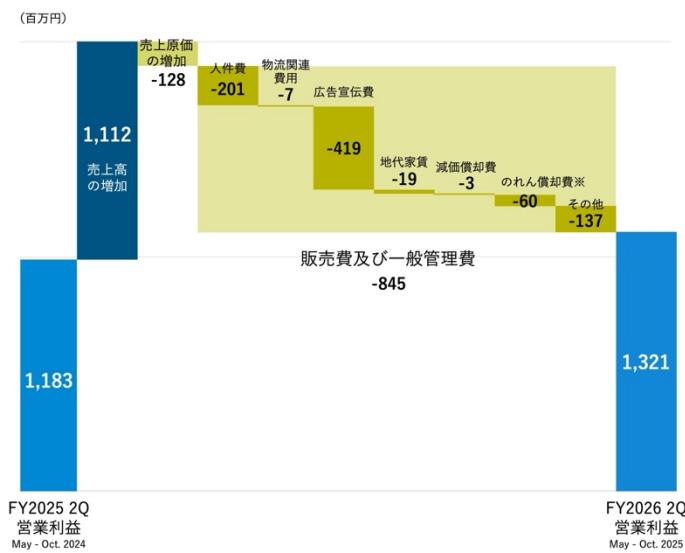
営業利益率の改善には、二つの要因が寄与しています。一つ目は、売上と粗利が力強く積み上がったことです。売上高は前年同期比プラス21.6%、売上総利益もプラス31.6%といずれも高い成長率で推移しています。売上全体の中で粗利率の高いサブスク収益の割合が上昇しており、営業利益率の改善に寄与している状態です。

2点目は、販管費率の改善で、販管費の金額は前年から増加していますが、売上成長がそれを上回ったことで、販管費率はQoQで低下しています。積極的なS&M投資を継続しつつも、利益率は回復するかたちとなりました。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



### 売上高の増加

- 新規有料契約の増加
- 低解約率によるストック売上高の積み上げ
- キャッシュレス決済事業の拡大

### 売上原価の増加

- 労務費をはじめとした製造原価の増加
- サブスクリプション比率の向上で原価増分を抑制

### 販売費及び一般管理費の増加

- 従業員増加による人件費の増加
- 対象サービスの拡大や、マーケティング施策（TVCM等）に伴う広告宣伝費の増加
- M&Aに伴うのれん償却費の計上
- 研究開発費の増加（その他費用）

スマレジ

営業利益率の増減分析です。前期第2四半期の営業利益は約11.8億円でしたが、今期第2四半期は約13.2億円となり、約1.1億円の増益となりました。

まず、左側の青いバーのとおり、売上の増加が約11.1億円と大きく利益を押し上げています。

一方で、売上原価の増加は約1.28億円にとどまっています。これは、原価率の低いサブスクリプション収益の構成比が高まったことに加えて、前期にあった新紙幣に対応する特需、改刷需要が今期はなくなり、1Q、2Qともに機器販売売上が前年より減少したことで仕入れ、在庫が縮小した影響も含まれています。

販管費については、広告宣伝費が約4.2億円と、増加となりました。今期はテレビCMを含む大規模なS&M投資を計画的に実施しています。また、人件費が約2億円、M&Aに伴うのれん償却費が約6,000万円増加しており、事業拡大に伴う費用が計画どおり積み上がっている状態です。

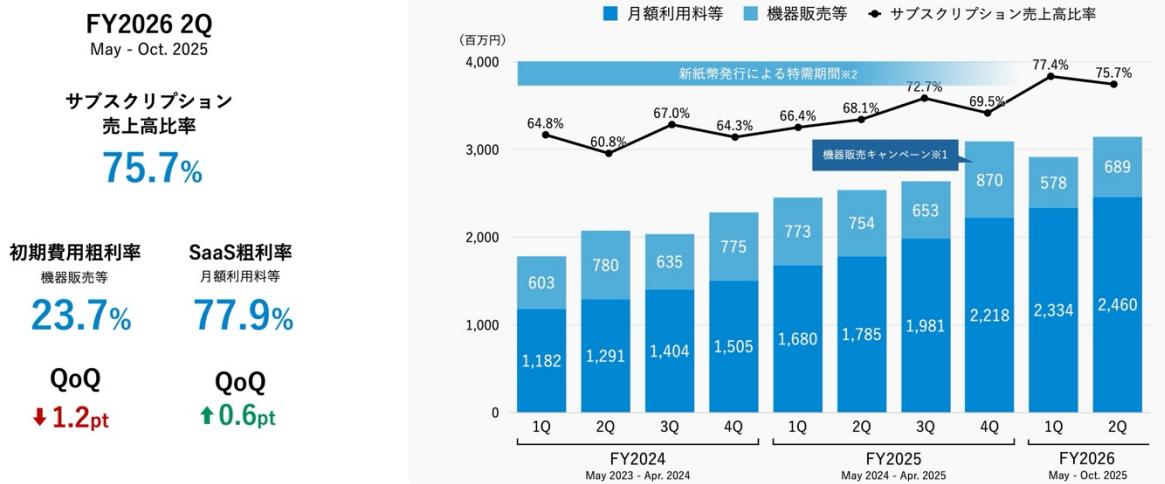
結果として、売上高は前年同期比で大きく増加しつつも、売上原価の増加は限定的となりました。

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

有料店舗数の増加や新たに取得したEC事業、好調なキャッシュレス決済サービスにより、  
サブスクリプション売上高はYoY+37.8%の成長。高粗利のサブスクモデルがスマレジの事業基盤を支える



※1 FY2025 4Qに既存顧客へ向けた機器販売キャンペーン（自動釣銭機の特価販売）を実施。　※2 新紙幣発行による影響額（FY2024:約2億、FY2025:約1.5億）  
補足：FY2026 1Qより「保守サービス料」を月額利用料へ区分変更。本資料では過去期間も遡及して同区分を適用し、全期間の定義を統一しています。

スマレジ

売上高内訳の四半期推移です。ご覧のとおり、月額利用料を中心としたサブスク売上が順調に積み上がり、2Q のサブスク売上比率は 75.7% と高い水準を維持しています。

この背景は大きく 2 点あり、まず POS 関連の月額利用料が継続的に伸びており、その中でも自動釣銭機などの周辺機器を月額で提供するいわゆる機器サブスクの利用が拡大していることです。従来の一括購入からサブスク利用へ顧客ニーズが移っており、これが安定した収益の積上げと高い粗利率の維持にも寄与しています。

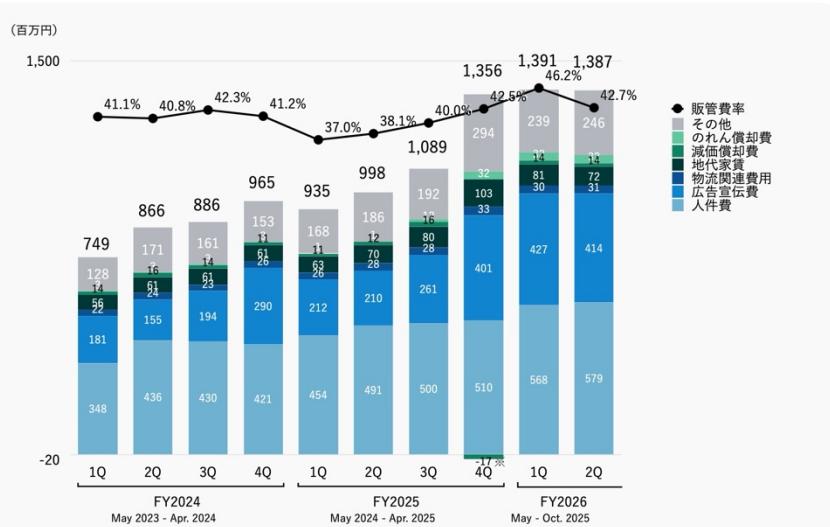
これに加えて、売上の約 9 割がサブスク型収益モデルである子会社の貢献も反映されています。粗利率については、初期、サブスク、いずれも安定的に推移しています。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

積極的なS&M投資を継続したことでの販管費QoQは横ばいで推移。売上高の増加により販管費率はQoQ-3.5ptの42.7%に低下



FY2026 2Q

May - Oct. 2025

販売費及び一般管理費

**1,387百万円**

YoY +39.0%

S&amp;M

S&amp;M比率

**710百万円 21.9%**

※FY2025 4Qの減価償却費は一時的にマイナス。拠点やショールームの増設・移転により減価償却費は増加しましたが、その一方で資産除去債務の履行に伴う差益が発生したためです。

スマレジ

販管費及び一般管理費の推移です。スライドのとおり、販管費の内訳では人件費と広告宣伝費を中心となっています。

今期は、計画どおりマーケティング投資を強化しており、販管費は金額ベースでは13億8,700万円と、前年同期比でプラス39.0%の増加となりました。一方で、QoQではほぼ横ばいで推移しています。

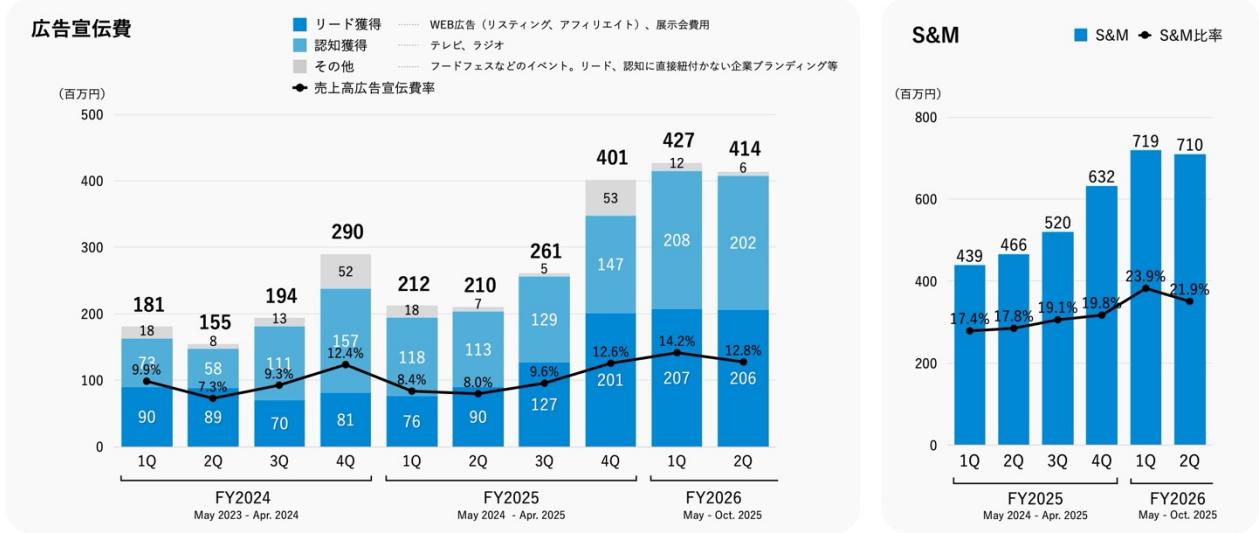
販管費率は、2Qの売上がしっかり積み上がったことで42.7%と、前四半期比で3.5ポイント低下しました。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

TVCM（認知獲得）やオンラインマーケティング施策（リード獲得）を中心に、  
CPAを最適化しながら効率を重視した積極的なS&M投資を継続。売上高の拡大により、広告宣伝費率は12.8%に



スマレジ

こちらが、広告宣伝費の推移です。2Q も、1Q と同規模の S&M 投資を計画的に実施しています。

内訳としては、リード獲得費用と認知獲得目的の施策がほぼ半々を占めており、構成比は 1Q から変わっていません。

リード獲得は、子会社サービスの広告出稿が加わったことにより、前年同期比では大きく増加しています。認知獲得は、テレビ CM のクリエイティブの制作や出稿費用、さらには 7 月から 9 月限定でテレビ東京で実施した番組スポンサー施策も 2Q の費用として含まれています。

投資効率については、CPA を重視した運用を継続しており、費用対効果を隨時検証しながら、最適化を図っています。売上がしっかりと積み上がったことで、広告宣伝費率は 12.8% と前四半期より低下しました。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## ARR（サブスクリプション売上高）の推移

事業の状況 17

第2次中期経営計画のARR目標（94.6億円）を半期前倒しで達成し、ARRはYoY+42.1%の99.4億円に！  
好調なキャッシュレス決済サービスがYoY+52.9%の高成長となり、主力事業への成長を目指す



補足：FY2026 1Qの決算説明資料より、「機器販売等」に計上していた『スマレジ保守サービス料』は、継続的な定額制保守サービスである実態に合わせ、「月額利用料」へ区分変更いたしました。  
FY2026 1Qの「スマレジPOS関連」のARRには、この定義変更による影響額約2.7億円が含まれます。過去分の遡及修正は行っていません。参考データとしてAppendixに遡及修正したデータを掲載しております。

スマレジ

続いて、事業の状況として ARR とサービス単位の動向についてご説明します。

まずは、ARR の推移です。当社は ARR を最重要指標と位置づけ、事業を進めています。ストック型の収益をどれだけ積み上げているかが、われわれの事業の成長力や収益性を示すものと考えています。

今期第 2 四半期の ARR は、前年同期比プラス 42.1% の 99 億 4,000 万円となりました。POS を起点とした決済サービスのクロスセルが順調に進んだこと、そして M&A で取得したネットショップ支援室の業績が寄与したことが背景にあります。

冒頭でも触れたとおり、第 2 次中期経営計画の ARR 目標を半期前倒しで達成しています。中計達成は長期ビジョンにおける通過点ですので、引き続き ARR 拡大を最重要課題として取り組んでまいります。

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS  
Asia's Meetings, Globally

ARR  
**62.9億円**  
YoY +27.4%

ARPA  
**24,058円**  
YoY +9.7%

ARPU  
**10,836円**  
YoY +10.5%

有料店舗数  
**45,036店舗**  
YoY +14.5%

MRRチャーン  
**0.47%**  
YoY ± 0.0pt

GMV  
**8,022億円**  
YoY +23.4%

※2025年10月末時点、各種定義の詳細はp.31参照

スマレジ

スマレジ、POS 単体の KPI サマリーです。こちらのサマリーでは、主要指標の YoY 成長率を中心にまとめています。

POS 関連の ARR は 62.9 億円と、前年から 27.4%増加し、ARPA/ARPU ともに堅調に伸びています。

有料店舗数は 4 万 5,000 店舗を超え、こちらも着実に拡大しました。MRR チャーンは今期平均で 0.47 と、引き続き低水準で安定しており、解約の抑制もきちんと機能している状態です。

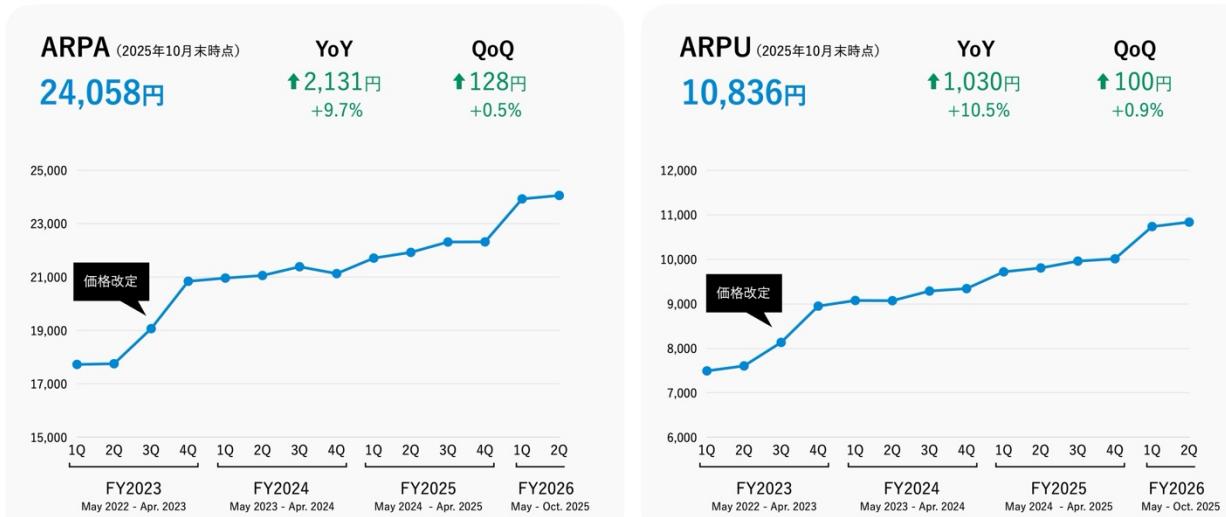
2Q 会計期間、8 月から 10 月の GMV は 8,022 億円と、前年同期比プラス 23.4%となり、POS の導入店舗が増えるだけではなくて、店舗当たりの決済利用額が拡大していることを示しています。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

周辺機器の一括購入から機器サブスクリプション※への転換が進み、  
ARPAはYoY+9.7%、ARPUはYoY+10.5%と上昇トレンドが継続



※周辺機器を月額定額でレンタルできるサブスクリプションサービス。

補足：FY2026 1Qより単価を再定義し、App Marketおよびスマレジ保守サービス料を単価にも反映しました。過去分の遡及修正は行っていません。

スマレジ

続く個別のスライドでは、各指標について直近3カ年の推移をグラフで示して、成長のトレンドをご確認できるようにしています。

こちらは、POS関連の単価の推移で、決済やタイムカードは含んでいません。ご覧のとおり、2023年の価格改定以降も単価は緩やかな上昇トレンドが続いている。背景としては、機器サブスクや各種オプションの利用拡大が挙げられます。

さらに、今期1Qからは、アプリマーケットと保守サービス料を単価に含める定義変更を行っています。アプリマーケットはPOSの機能を拡張できるミニアプリを自由に追加できる仕組みで、店舗の課題に応じて柔軟に機能を拡張できるサービスです。

営業現場では、POSと決済のクロスセルはもちろん、アプリマーケットや各種オプションを組み合わせた提案を強化しており、こうした取り組みが顧客単価の底上げにつながっているかなと考えています。

プレスリリースでお知らせしているとおり、12月より飲食店向けのフードビジネスプランのモバイルオーダー機能が標準搭載された価格改定を実施しています。順調に契約増につながれば、単価にも徐々に寄与してくると見込んでおり、POS単体の単価も引き続き成長を続けていくと考えています。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## ARR

**22.0億円**

YoY +52.9%

## ARPA

**11,373円**

QoQ ↑862円 +8.2%

## 加盟社数

**16,121社**

QoQ +3.7%

クロスセル率  
(POSユーザーの利用率)**16.0%**

QoQ +0.6pt

※2025年10月末時点、各種定義の詳細はp.31参照

スマレジ

続いて、キャッシュレス決済の KPI サマリーです。ご覧のとおり、決済 ARR は前年同期比プラス 52.9% と、当社サービスの中で最も高い成長率を示しています。

当社は、POS を基盤に複数の商材を組み合わせて、1 顧客当たりの単価を高めるフェーズに入っています。その中でも、今後の成長ドライバーの中核は決済領域だと考えています。実際に POS とのクロスセルは順調に進んでおり、ARR に対する決済の貢献度もほかの商材と比べて相対的に大きくなっています。

決済の開示範囲については、投資家の皆様から拡充のご要望を多くいただいている。当社としても前向きに検討していきたいと考えていますが、領域的に非常に競争の厳しい状況で、詳細な情報開示が事業リスクにつながる側面もあります。そのため、成長ストーリーをお伝えすることと競合上の不利を避けることとのバランスをとりながら、開示を見きわめていく方針です。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## ARR

7.3億円

YoY +20.2%

## ARPA

6,926円

YoY ↑155円 +2.3%

## 有料契約数

8,898

YoY +17.5%

## 登録従業者数

204,788名

YoY +19.0%

POSユーザーの利用率  
(クロスセル率)

12.9%

QoQ ±0.0pt

※2025年10月末時点。詳細はp.31参照

スマレジ

資料 25 ページが、タイムカードの状況です。ARR は前年同期比プラス 20.2% と、安定的に伸びています。

前回の 1Q から定義を見直し、売上や ARR の相関性をより反映する内容として再設計しています。店舗だけではなく事業所等の幅広い業態で導入が進んでおり、引き続き底堅い成長を維持しています。

## EC ネットショッップ支援室のPMI進捗と今後の展望

リブランディングを実施し、全サービスをスマレジブランドに統合。効率を重視したコミュニケーション戦略で成長を加速させる高いクロスセルの実現に向けた営業基盤を整備中。PMIは計画通り順調に進捗

主な実績

NEW

## リブランディングの実施 (2025年11月)

主力プロダクトの「アシスト店長」「楽楽シリーズ」を新ブランド「スマレジEC」に刷新。名称・ロゴ・Webサイトを公開



一元管理 B2B リピート

## 管理基盤の整備 (2025年1月～)

業績・KPI管理システムの改修やインフラの見直しを実施

## 営業面での連携開始 (2025年6月～)

スマレジ顧客との商談においてEC需要を確認しクロスセルを行う

## 広告運用の統合・拡大 (2025年5月～)

子会社で行っていた広告運用をスマレジ側で主導。  
効率化によりリード獲得数や商談数は前年同月比で順調に増加

## サービス間のシステム連携 (2025年6月～)

POSとEC一元管理サービスの基本連携を開始。  
「スマレジEC」のオンライン決済に自社の決済システムを導入

今後の成長イメージ

・価格体系の変更

・EC機能強化、販路の拡大

・代理店網の構築

・人員強化

株式会社ネットショップ支援室 (設立: 2013年 代表者名: 竹澤 洋一) EC事業者の業務効率化と収益拡大を支援。売上高の約90%がサブスクリプション型の収益モデル

スマレジ

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ネットショップ支援室の状況報告です。PMIは計画どおり進捗しており、直近の大きな成果としては、2025年11月にリブランディングを実施し、ネットショップ支援室のプロダクトをスマレジECとして、スマレジブランドへ統合しました。

名称、ロゴ、WEBサイトを統一し、POS、決済となるスマレジの中核プロダクト群の一つとして位置づけています。

今回のM&Aのねらいは、EC単体の売上拡大ではなくて、POSを起点としたクロスセルによるグループ全体のARR拡大にあります。そのため、マーケティング投資など先行投資が発生していますが、短期的な利益の最大化ではなくて、中長期でARRが拡大するような基盤づくりを優先して進めています。

決済やタイムカードと同様に、EC関連も市場ポテンシャルが非常に高く、小売業態に強いわれわれのPOSレジの強みが發揮しやすい領域なので、さらに注力していく方針です。

## 第3次中期経営計画の方向性（FY2027～FY2029）

第3次中期経営計画の方向性 29



第3次中期経営計画は、2027年4月期～2029年4月期を対象期間とする方針  
定量目標ほか、詳細は2026年4月期中に開示予定

スマレジ

最後に、次の中期経営計画についての方向性です。こちらのページは、前四半期から継続してお示している内容ですが、あらためて位置づけをお伝えします。

第3次中期経営計画では、POSを基盤としつつ、決済を中心とした新たな展開、EC領域の強化を組み込み、ARR拡大に向けて大きく成長を示していきたいと考えています。

数値目標や具体的な戦略に関しては、今期中に正式な中期経営計画として公表予定です。スタンスはこれまでと変わらず、中期的にはCAGR25から30%のARR成長を目指し、長期ビジョンであるARR300億円の達成に向けて、着実に進めてまいります。

以上、経営状況について私からご説明しました。

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## 質疑応答

---

**司会 [M]**：それでは、Q&A セッションを始めたいと思います。宮崎さん、高間館さん、よろしくお願ひします。

**高間館 [M]**：こんにちは。取締役の高間館です。ここからは私も入り、皆様からのご質問に回答していきたいと思います。まずは、事前登録フォームで頂戴したご質問から回答したいと思います。

**質問者 [Q]**：一つ目は、広告についてのご質問です。広告効果について、スマレジという名前は既に知っている人が多いと思うが、効果が大きいのか。広告を続けると効果は継続的に出るとお考えなのか。

**高間館 [A]**：広告に関してなので、私から質問にご回答したいと思います。

先ほど宮崎からも説明があったかと思うのですが、今期、広告宣伝費が少し多めになっていて、これは特にご質問にあるような認知目的のマーケティングで、われわれは新しいフェーズに取り組んでいるもので、ユーザー検討の際にご検討いただく際に、第一想起を取りにいくところを成果として今期から行っているものです。

認知度は定期的に、今は四半期ごとには必ずやっているのですが、定量的なレポーティング調査を行っていて、それでいうとまだまだ店舗関係者の第一想起を取り切っているとはいえない状況です。まだ上がる余地がありますので、定量的に効果を見ながら継続していく予定です。

ありがとうございます。

**質問者 [Q]**：プライム市場への変更は検討していないのでしょうか。経営陣として、現状の株価はどう思っているのでしょうか。

**宮崎 [A]**：プライム市場への変更は視野には入れています。

株価については、われわれも常に意識しており、最終的には市場の判断によるものですが、一方で、われわれができることは、業績の向上や企業価値の最大化についてしっかりと取り組むことが重要だと考えておりますので、それを肃々と進めていきたいなと考えています。

**質問者 [Q]**：御社の業績予想は例年、保守的な印象です。今回一本化させた予想値についても同様のスタンスでしょうか。

**高間館 [A]**：ありがとうございます。

今回の業績予想の修正は、買収案件のPPAの結果を反映するものとして修正を行っており、配分の結果次第では営業利益が増減する可能性が大いにありました。ただ、結果を受け、かつ足元の状況も鑑みて、レンジの上限で一本化しても大丈夫であろうという判断を行ったところです。

---

### サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



保守的なつもりはないのですが、出した利益計画と、もちろんARRもそうなのですが、特にそこに関しては絶対に達成、上回るところを社内メンバーは相当意識して取り組んでいます。

**質問者 [Q]**：12月頭に新しいフードビジネスプランの提供を開始されたとのことですが、これは顧客単価の向上がねらいでしょうか。飲食業界の競合環境の激化による対策でもあるのでしょうか。

**宮崎 [A]**：おっしゃるとおり、飲食業界の競合激化もあります。一方で、ご利用していて分かると思うのですが、モバイルオーダーがオプション機能ではなくてほぼスタンダードになりつつあるなどというところで、標準機能として搭載したところです。これに伴い、顧客単価が上がるかは分らないですが、成約率の向上は一定見込まれるかなとは考えています。

ありがとうございます。

**質問者 [Q]**：テレビCMを継続したかと思いますが、リード獲得の状況はどうでしょうか。

**高間館 [A]**：冒頭の質問と似たようなところですが、認知獲得のためのCMなどにかなり取り組んできています。

リード獲得に関しては決算説明資料に分けて表示しているとおり、こちらも少し金額が上がっていると思います。ですので、金額が上がった分、1件いくら等で獲得しているものが多いので、上げていけているとご理解いただければと思っています。

ただ、マーケットの状況として、例えば検索面、検索いただいた際にAIの結果が表示されたり、リストティング広告、広告面の表示の仕方が変わったり、特にここ1年大きく環境が変わっていて、多分スマレジだけではないのですが、各社そこの対応に結構追われているところがあります。

ですので、昨年等に比べると少し今期は波がある状況ではあるのですが、しっかりと各ポイントに対しては対策を打ち、効率的に獲得していくように取り組んでいます。

**質問者 [Q]**：noteの株主通信も毎月拝見しています。11月は久しぶりにCMを放送されていなかったと思いますが、何かねらいがあるのでしょうか。

**高間館 [A]**：ねらいがあります。今まで毎月放送を首都圏中心に、大都市圏中心にCMを放送してきたのですが、効果の測定をより明確にするなど、そういったねらいがあり、例えばクォーターのどこかの月に集中させるなど、そういうことも試験的にやっていきたいなと思っています。

**質問者 [Q]**：社内でAIの活用は進んでいますか。業務にどのように使われているか、答えられる範囲で結構です。また、プロダクトにどのように組み込まれていく計画ですか。

**高間館 [M]**：AIなので宮崎さん、お願いします。

**宮崎 [A]**：社内でのAI活用という面でいうと、分かりやすいところではカスタマーサポートのメールやチャットなどの辺りはいろいろ進んでいます。1、2年でかなりの省力化は見込めるだろうと、社内でも議論しています。

---

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

営業でいうと、商談していたりするのですが、商談の動画を生成 AI に食わせて、商談評価などもやっているので、いろいろな分野においては進んでいるかなと思います。

プロダクト面でいうと、AI 日報を以前リリースしたのですが、その拡張機能を少しずつ出していこうかなという状況です。

**質問者 [Q]** : ARR は上期で中計目標を超えてきましたが、下期はどうなる見通しなのでしょうか。

**高間館 [A]** : 宮崎から前半でご説明があったとおりで、もう達成してしまっています。今日の 10 時過ぎぐらいに ARR100 億円を突破しましたというリリースも出しました。

次の中計の数字をまだ発表するに至っておりませんで、もちろんそこに盛り込む種の準備等もあるのですが、近いうちに次回の中計、ならびに ARR の達成目標の定量的な数字も出していきたいなと思っていますので、それをお待ちいただければと思います。順調に上期同様伸ばしていくって、今期は着地するかなと思っています。

**質問者 [Q]** : キャッシュレスが今後のクロスセルで重要との一方、競争が激化しているとのお話をしました。状況はどうなっていますか。

**宮崎 [A]** : キャッシュレスのクロスセルは重要で、ここが激化しているというよりかは、飲食領域の POS の競争が激化しているという意味です。飲食は今に始まったことではなくて、大手さんが参入していたりもするので、昔から競争が激化しているドメインです。

一方で、キャッシュレスのクロスセルでいうと、POS にとっては、キャッシュレスにとってはほぼ 2 次商材なので、淡々とクロスセルしていく状況かなと思っていて、キャッシュレスの機能やプロダクトが劣位でクロスセルができないことはほぼないかなと見てています。

**質問者 [Q]** : ネットショップ支援室に対して、リブランディング実施の効果について教えてください。話せる範囲でかまいません。

**高間館 [A]** : 先ほどの宮崎の説明の最後のほうにありましたとおり、ネットショップ支援室でリブランディングを行いました。今まであったサービス名からスマレジ EC というサービスの総称をつくり、それぞれ目的にあった三つ大きなプロダクトがあり、一元管理、BtoB の受発注、リピートと名前を付けて分けました。

それに伴い、サービスサイト上でもスマレジ EC というサイトをつくり、ご検討いただくユーザーの方にはそこで情報収集していただくかたちに変えて、11 月 4 日に変更しました。前後でいうとアクセスは増えています。結果、アクセスが増えてご検討いただけるお客様が増えるので、おそらく件数の増加ペースも増えていくのではないかなと思っています。

ですので、スマレジ EC で名実ともにというか、スマレジとしての事業の取得というかたちで、これからはマーケティングを進めていくことで成長スピードを加速していくのではないかなと思っています。

---

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

ありがとうございます。

**質問者 [Q]**：広告宣伝費の今後の見込みをうかがえますか。平年 4Q は上昇しますが、今期もその予定でしょうか。

**高間館 [A]**：見込みは開示していないのですが、今年もおそらく第 4 クォーターは少し多めになるかなと思います。冒頭申し上げたとおりで、今期は認知で積極的な取り組みを行っておりますので、前期から比べると少し水準としては高くなるかなとは思っています。

**質問者 [Q]**：採用状況について、特に説明会では触れられていなかったですが、順調ということでしょうか。資料を見る限りでは、前期と比較すると少しスローな印象です。人員不足による計画への影響などはありませんか。

**宮崎 [A]**：おっしゃるとおり、前期と比較すると少しスローではありますが、AI の台頭とともに省力化できる部分がありますので、大きな影響はないかなとは思っています。それよりも、慎重に採用していったほうがいいという思いが強いです。

特にここ 2 年ぐらい、前倒しで積極採用を進めてきたので、そういうところからすると少し増加ベースとしては抑えられているかなと思います。

**高間館 [M]**：ただ今をもちまして、Q&A を終了します。たくさんのご質問をありがとうございました。

最後に、宮崎さん、締めの一言をお願いします。

**宮崎 [M]**：代表就任から 1 年 3 カ月ぐらいですかね、もっとかな、を経て、7 月から新体制での挑戦が始まっています。11 月末には、先ほどプレスリリースしたとおり、区切りとなる ARR100 億円を達成しました。

引き続き、長期目標の ARR300 億円に向けて、すごく高い目標ですが成長を続けていきたいなと思っています。

皆様の変わらぬご支援に感謝申し上げます。本日はお忙しい中、ご参加いただき誠にありがとうございました。

**司会 [M]**：ここで、IR からのお知らせです。当社では最新の IR 情報をニュースレターや LINE でもお知らせしています。毎月配信していますので、ぜひご登録をお願いします。

最後に、アンケートへのご協力のお願いです。本説明会終了後、ご覧の画面上にアンケートフォームが表示されます。30 秒程度で終了する簡単な内容ですので、皆様の率直なご意見、ご感想をお寄せください。

これをもちまして、2026 年 4 月期第 2 四半期決算説明会を終了いたします。本日は、最後までご視聴いただき誠にありがとうございました。引き続きご支援のほど、よろしくお願ひいたします。

[了]

---

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

---

## 脚注

1. 音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

---

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘をしておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中止、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中止、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

## サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

