



株式会社スマレジ

2027 年 4 月期 1Q オンライン決算説明会

2026 年 9 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]	2027 年 4 月期 1Q オンライン決算説明会		
[決算期]	2027 年度 第 1 四半期		
[日程]	2026 年 9 月 15 日		
[ページ数]	25		
[時間]	10:30 – 11:30 (合計：60 分、登壇：19 分、質疑応答：41 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 紘平	(以下、高間 紘)

登壇

司会：定刻となりましたので、開始いたします。株式会社スマレジ 2027 年 4 月期第 1 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。

もくじ

2

P3 2027年4月期1Q 決算概要

P13 事業の状況

P28 第3次中期経営計画の進捗

P31 Appendix

連結決算について

決済関連事業の拡大を見据えて設立した子会社を含む連結決算となります。

過年度遡及修正について

2026年4月期2Qに、株式会社ネットショップ支援室の子会社化に伴うPPA（取得原価配分）が確定したため、過年度数値を遡及修正しております。本資料の2025年4月期3Q～2026年4月期1Qの数値は、従前の開示資料と一部異なります。

当資料における表記の定義

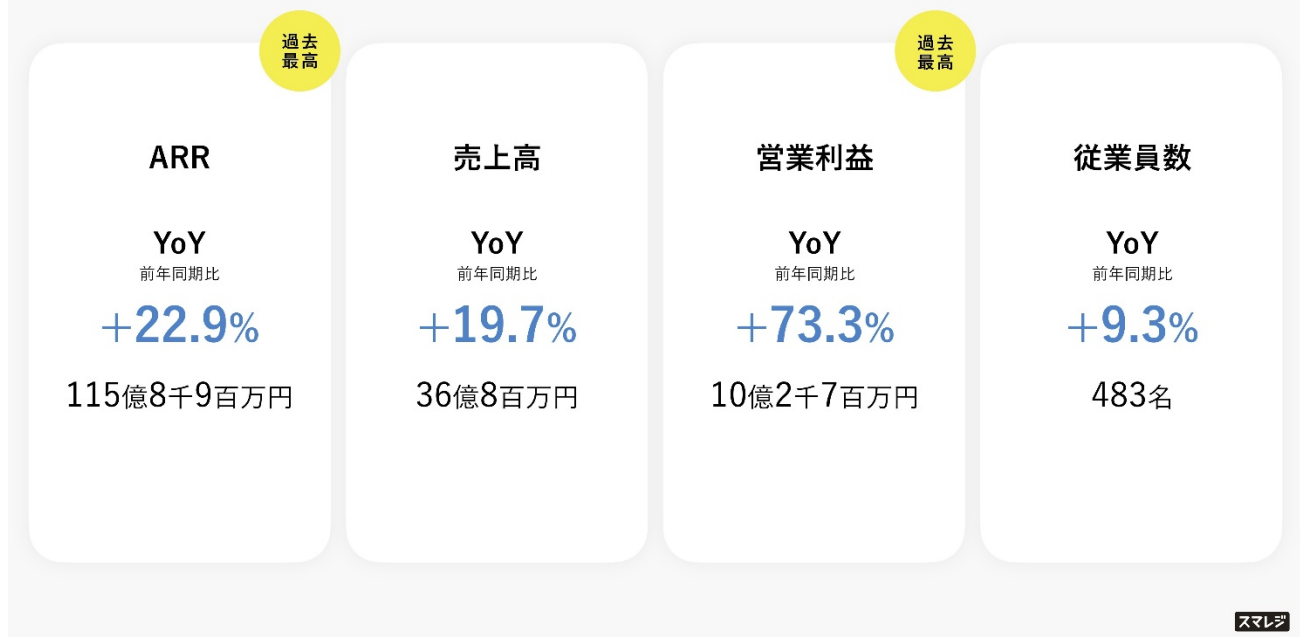
数値：表示単位未満を切り捨て 比率：小数第2位を四捨五入

スマレジ

早速ですが、本日の流れをご案内します。まずは第 1 四半期の決算概要についてご説明いたします。続いて、事業の状況や ARR の進捗について解説し、最後に Q&A セッションを予定しています。それでは早速、宮崎さんお願いします。

宮崎：本日は決算説明会にご参加いただきまして、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。昨日、2027 年 4 月期第 1 四半期の決算を発表いたしました。本日は私からの解説はポイントを絞って、前半 20 分弱にとどめます。第 1 四半期の業績に加えて、POS、決済を中心とした事業の進捗、そして第 3 次中期経営計画の初年度として、各施策がどのように進んでいるかをご説明いたします。

細かな事業 KPI の解説は一部割愛しまして、残りの時間は質疑応答に充てさせていただきます。本日の Q&A は、取締役の高間館と私の 2 名で対応いたします。事業の全体方針だけでなく、M&A 戦略やマーケティング、中期経営計画の進捗につきましても、ぜひご質問ください。およそ 10 時 50 分頃に質疑に入る進行を予定しております。



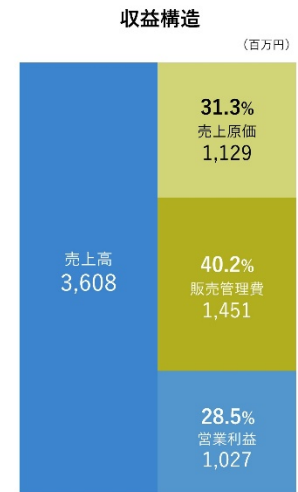
スマレジ

それでは、まず私から 2027 年 4 月期第 1 四半期の業績についてご説明いたします。

3 ページの業績ハイライトです。2027 年 4 月期第 1 四半期は、最重要指標である ARR が前年同期比プラス 22.9%の 115 億 8,900 万円となりました。売上高は前年同期比プラス 19.7%、営業利益はプラス 73.3%となり、ARR、営業利益はいずれも過去最高を更新しております。売上成長を継続する中で営業利益が大きく伸びておりまして、収益性の改善が進んだ四半期となりました。従業員数も前年同期比でプラス 9.3%の 483 名となりまして、今後の成長に向けた組織体制の強化も継続しております。

ストック型収益を軸とした堅調な業績により、売上高はYoY+19.7%に成長。
粗利率の向上と販管費率の改善により、営業利益はYoY+73.3%と大幅に拡大

(百万円)	FY2027 1Q May - Jul. 2026	FY2026 1Q May - Jul. 2025	YoY	FY2027 通期計画	FY2027 1Q 進捗率
売上高	3,608	3,013	+19.7%	15,387	23.4%
売上原価	1,129	1,029	+9.7%	-	-
売上総利益	2,478	1,984	+24.9%	-	-
販売費及び 一般管理費	1,451	1,391	+4.3%	-	-
営業利益	1,027	592	+73.3%	4,004	25.7%
経常利益	1,022	595	+71.8%	4,004	25.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	683	385	+77.4%	2,781	24.6%



スマレジ

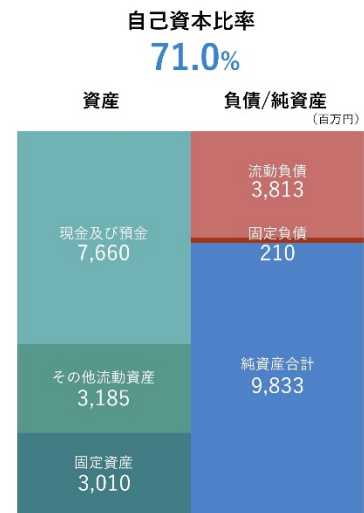
4 ページの損益計算書です。第1四半期の売上高は、ストック型収益の積み上がりにより、前年同期比プラス19.7%の36億800万円となりました。売上原価の伸びはプラス9.7%にとどまりまして、売上総利益は前年同期比プラス24.9%と、売上高を上回る伸びとなっております。一方で、販管費は前年同期比プラス4.3%の増加にとどまり、結果として、営業利益は前年同期比プラス73.3%の10億2,700万円、営業利益率は28.5%となりました。利益が大きく伸びた背景には、売上成長と粗利率の改善に加えまして、販管費の伸びが抑えられたことがあります。

前年の第1四半期は、広告宣伝費を高い水準で投下しておりましたので、今回の大幅な増益には、その反動も含まれております。売上総利益が売上高を上回って成長していることから、ストック型収益の積み上がりによる収益構造の改善も進んでおります。利益率の変化については、後ほど詳しくご説明させていただきます。

継続的な利益の積み上げにより、成長投資に向けた財務余力を確保しながら自己資本比率は71.0%と高水準を維持

(百万円)	FY2027 1Q	FY2026 1Q	YoY	FY2026 4Q	QoQ
流動資産	10,845	7,763	※1 +39.7%	11,020	-1.6%
うち現預金	7,660	5,496	+39.4%	8,138	-5.9%
固定資産	3,010	3,087	-2.5%	3,060	-1.6%
資産合計	13,856	10,851	+27.7%	14,080	-1.6%
流動負債	3,813	2,657	※1 +43.5%	4,034	-5.5%
固定負債	210	424	-50.5%	433	-51.5%
負債合計	4,023	3,081	+30.6%	4,467	-9.9%
純資産合計	9,833	7,769	+26.6%	9,612	+2.3%
負債・純資産合計	13,856	10,851	+27.7%	14,080	-1.6%

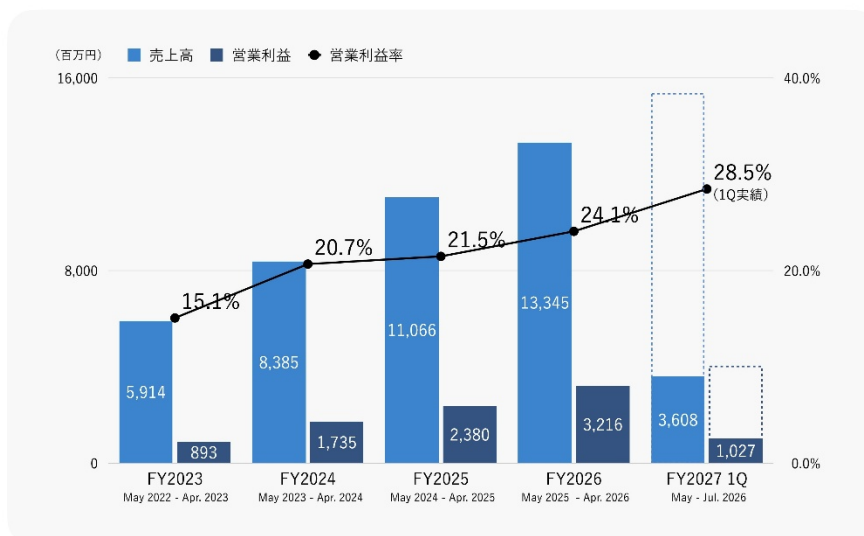
※1 FY2026 2Qに実施した決済事業における売上計上タイミングの適正化により、流動資産（未収入金）と流動負債（未払金）が増加。



スマレジ

5 ページの貸借対照表です。総資産は138 億 5,600 万円、純資産は98 億 3,300 万円となりました。継続的な利益の積み上げによりまして、自己資本比率は71.0%と、引き続き高い水準を維持しております。流動資産、流動負債は前年同期比で増加しておりますが、これは主に決済事業における精算業務の内製化に伴い、未収入金、未払金が増加したものととなります。現預金は76 億 6,000 万円を確保しておりまして、引き続き成長投資に向けた十分な財務余力を維持しております。

売上高・営業利益ともに通期計画に対して着実に進捗。成長投資を継続しながら、粗利率の向上や販管費率の改善により営業利益率は28.5%に上昇



FY2027 1Q
May - Jul. 2026

売上高進捗率

23.4%

3,608百万円 / 15,387百万円

営業利益進捗率

25.7%

1,027百万円 / 4,004百万円

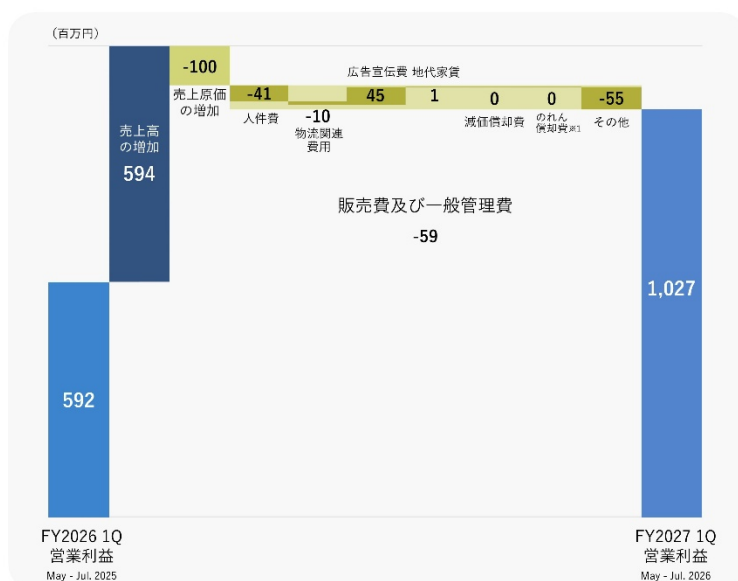
スマレジ

6 ページをご覧ください。第 1 四半期の売上高進捗率は 23.4%、営業利益進捗率は 25.7%となっております。当社の業績は例年下期の寄与が大きくなる傾向にありますが、今回は通期計画に対しまして着実に進捗しております。営業利益率は 28.5%となっております。

この背景には、ストック型収益の積み上がりによる粗利率改善に加えまして、販管費の伸びが限定的だったということがあります。前年の第 1 四半期は、広告費を高い水準で投下しておりましたので、今回の利益率改善には、前年同期との比較影響も含まれております。

連結 営業利益の増減分析（対前期比）

2027年4月期1Q 決算概要 8



売上高

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

売上原価

- ・労務費をはじめとした製造原価の増加
- ・決済事業の内製化に伴うコスト削減
- ・ストック型収益の向上に伴う原価の抑制

販売費及び一般管理費

- 人件費
 - ・組織拡大による人件費の増加
- 広告宣伝費
 - ・TVCM放映の最適化に伴う広告宣伝費の抑制
- その他
 - ・業務委託費やAI活用促進に伴う費用の増加

スマレジ

8 ページをご覧ください。営業利益の前年同期比での増減要因です。まず、売上高の増加が 5 億 9,400 万円のプラス要因となりまして、営業利益の拡大を大きくけん引しております。

一方で、売上原価の増加は 1 億円にとどまっております。ストック型収益の構成比が高まったことに加え、決済事業そのものの粗利率改善が進んだことによるものです。

販管費については、人員体制の強化に伴いまして、人件費が増加しております。また、業務委託費などを中心に、その他費用も増加しております。広告費に関しては前年同期比で減少しました。前年の第 1 四半期は、先ほども言いましたが、広告投資を高い水準で実施したため、その影響が出ていると思います。

これらの結果、売上成長と粗利率改善によるプラス効果が、コスト増加を大きく上回って、営業利益は前年同期比で大幅な増加となっております。

POSやキャッシュレス決済サービスを中心とした事業成長により月額利用料等はYoY+22.7%に増加し、ストック型収益比率も79.4%に拡大。半導体不足に備えた在庫確保も影響※1し、機器販売等の粗利率がQoQ-6.2pt

FY2027 1Q May - Jul. 2026

ストック型収益比率

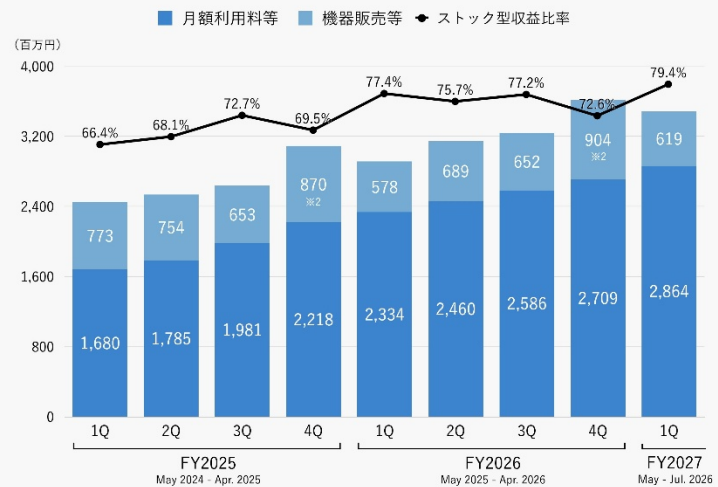
79.4%

機器販売等
粗利率
17.8%

QoQ
↓6.2pt

月額利用料等
粗利率
81.2%

QoQ
↑1.7pt



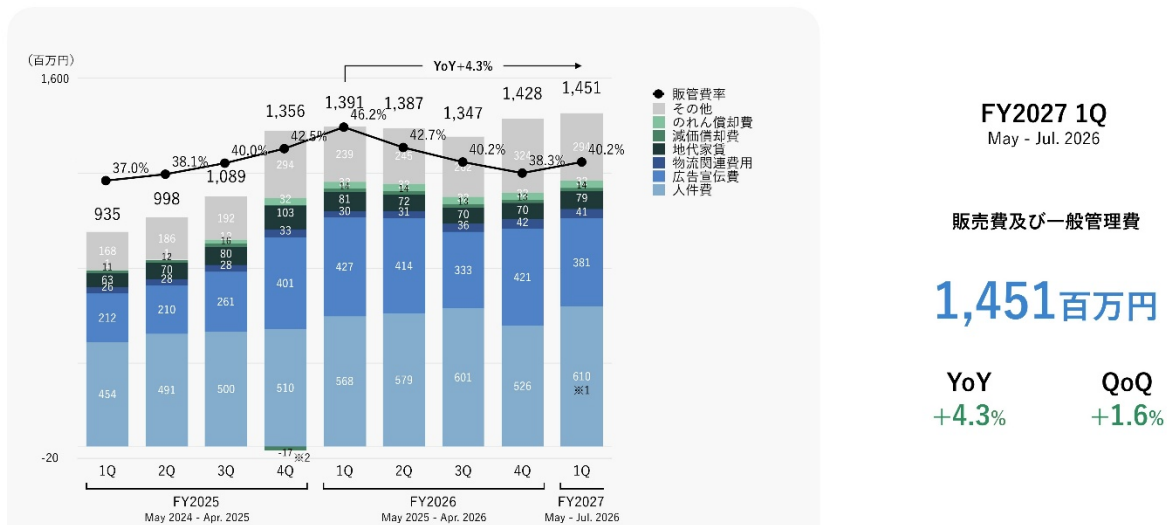
※1 半導体不足に備えた在庫数量が増加。低価格による在庫評価減により機器販売粗利率にマイナス影響。滞留・陳腐化した在庫の増加によるものではありません。
※2 既存顧客向けに自動釣銭機キャンペーンを実施。

スマレジ

9 ページをご覧ください。月額利用料等は、POS やキャッシュレス決済を中心とした事業成長により、前年同期比プラス 22.7%と高い成長を継続しております。その結果、ストック型収益比率は79.4%まで上昇しております。月額利用料等の粗利率も 81.2%となっておりまして、ストック型収益の積み上がりが全体の収益性改善につながっております。機器販売等の粗利率につきましては、前四半期から 6.2 ポイント低下しまして、17.8%となっております。

この主要因ですが、供給確保のために通常よりも多く保有していた機器在庫について、評価減を計上したことです。在庫の販売状況が悪化したものではなく、半導体不足等によって、一括仕入れをしたほうが良いのではないかとということで仕入れまして、その影響が大きく出たものです。今後の在庫数量や仕入れ状況によっては変動する可能性もありますが、今回の低下がそのまま継続するような性質のものではございません。引き続き、ストック型収益の拡大を軸に、全体の収益性向上を進めていきます。

事業成長に伴う費用は増加するも広告宣伝費がQoQ-9.5%減少し、1Q販管費はQoQ+1.6%の1,451百万円に着地



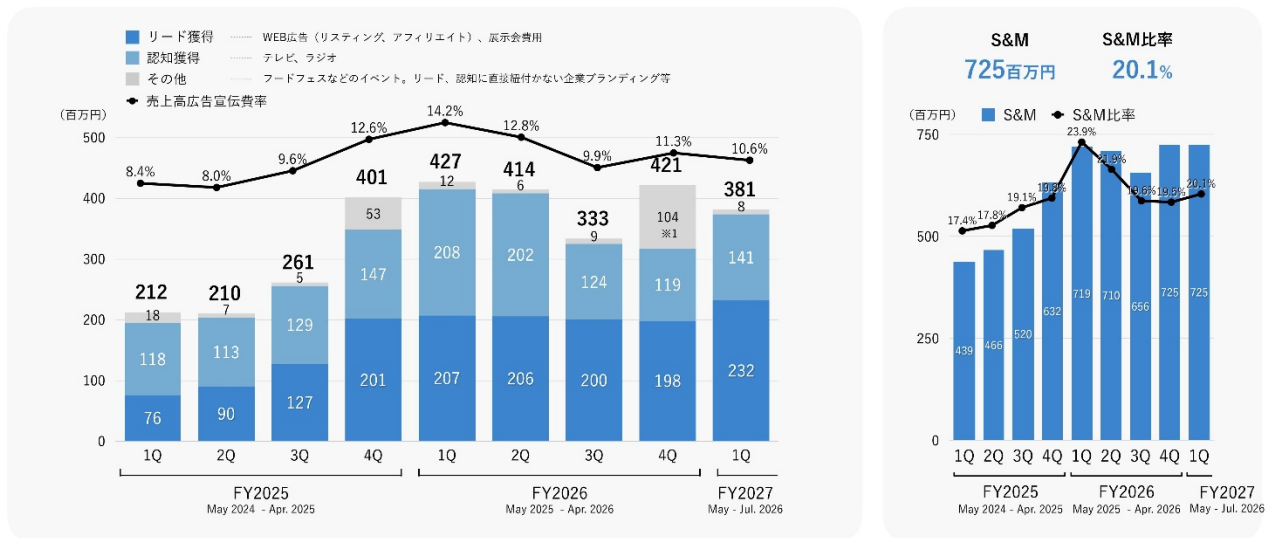
※1 FY2026 4Q人件費は、賞与引当金の戻入や株式給付費用の減少等によりQoQで減少
 ※2 FY2025 4Qの減価償却費は一時的にマイナス。拠点やショールームの増設・移転により減価償却費は増加したが、その一方で資産除去債務の履行に伴う差益が発生

スマレジ

10 ページの販管費です。第1四半期の販管費は14億5,100万円となりまして、前年同期比プラス4.3%、前四半期比プラス1.6%となっております。

前年同期比では、前期の第1四半期に高水準だった販管費を見直したことで、広告宣伝費が減少して全体を抑制しております。人件費は、体制強化により前年同期比で増加しております。前四半期比では、賞与引当金を戻して一時的に減った人件費が通常水準に戻り、販管費率は38.3%から40.2%へ上昇しております。販管費は、売上成長に対して抑制傾向が続いております。

S&M費用はQoQで横ばい。1Qは大規模イベントの影響もなく、広告宣伝費はQoQ-9.5%認知獲得とリード獲得のバランスやCPAを意識した効率重視の積極投資を継続



※1 FY2026 4Qは、恒例のフードフェス開催に加え、店舗事業者向けカンファレンスを開催したことにより増加

スマレジ

11 ページをご覧ください。第 1 四半期の広告宣伝費は 3 億 8,100 万円で、前四半期比でマイナス 9.5%となっております。

大規模イベントの未実施や、前年同期の認知広告増加の影響で減少したものの、成長に向けたマーケティング投資額を抑えているわけではございません。リード、認知獲得への投資を継続しつつも、CPA を意識した運用見直しを進めております。S&M 費用全体は 7 億 2,500 万円と、前四半期と同水準を維持し、成長領域へ積極的に投資する方針でございます。

2027年4月期1Qのトピックス

事業の状況 14



2026年5月～7月

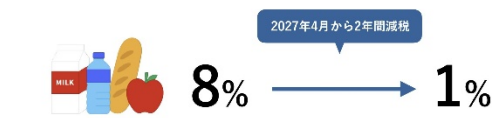
- 「お店のOS」構想実現に向けた戦略的投資を推進するため「お店のOSファンド」の発足
- ネットショップ支援室の吸収合併完了に伴い、EC領域の経営・組織・開発体制を一体化
- スマレジ（POS）の累積取扱高が15兆円を突破！
- 当社サービスが「デジタル化・AI導入補助金2026」の対象ツールに認定。クラウドPOSレジは優先採択の対象に
- スマートレジシステム普及の為、経済産業省・中小企業庁主催の実務者会議やイベントに参加
- クレジット決済代行「全東信」が破産。破産手続き開始に伴い、同社加盟店の決済・精算業務に影響
- 第5回「スマレジ presents はらべこCIRCUS」を開催し26万人を動員。イベント累計来場者数は100万人を突破
- STAFF STARTが主催する「STAFF OF THE YEAR 2026」にスマレジがメインスポンサーとして協賛

スマレジ

続いて、事業の状況についてご説明いたします。第 1 四半期もお店の OS 構想に沿って、事業基盤の拡大や将来の成長に向けた取り組みを進めております。5 月にはお店の OS ファンドを発足し、M&A、出資を含めた成長投資の枠組みを整えております。また、ネットショップ支援室の吸収合併を完了しまして、EC 領域についても、経営、開発体制の一体化を進めております。POS の累積取扱高が 15 兆円を突破するなど、事業基盤の拡大も引き続き進んでおります。

消費税率の変更方針を受け、柔軟な制度対応が可能なスマートレジシステムに注目が集まり、政府がスマートレジシステムの普及を推進。クラウドPOSレジの重要性が高まる

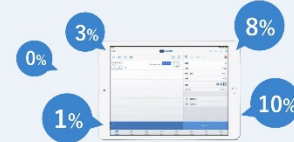
2027年4月1日から2年間限定で、食料品にかかる消費税率を現行の8%から1%に引き下げる方針※1



柔軟に税率が変更可能なスマートレジシステムが求められる

- ・制度変更を契機としたレジ・周辺システムの見直し
- ・レガシー型からクラウド型への移行機会の創出

「スマレジ」は、設定変更だけであらゆる税制に即時対応！



政府 スマートレジシステムの普及を後押し

- ・デジタル化・AI導入補助金の対象（クラウドPOSは優先採択対象）
- ・2027年度もスマートレジ導入支援を継続・拡充する方針※2

※1 2026年8月5日、政府が基本方針を閣議決定。今後の法制化・制度設計により変更となる可能性あり

※2 出典：スマレジ導入や事業承継補助に4435億円 経産省、27年度概算要求（日本経済新聞 2026年8月27日記事）

スマレジ

この中から、足元で特に注目度の高いテーマについてご説明させていただきます。

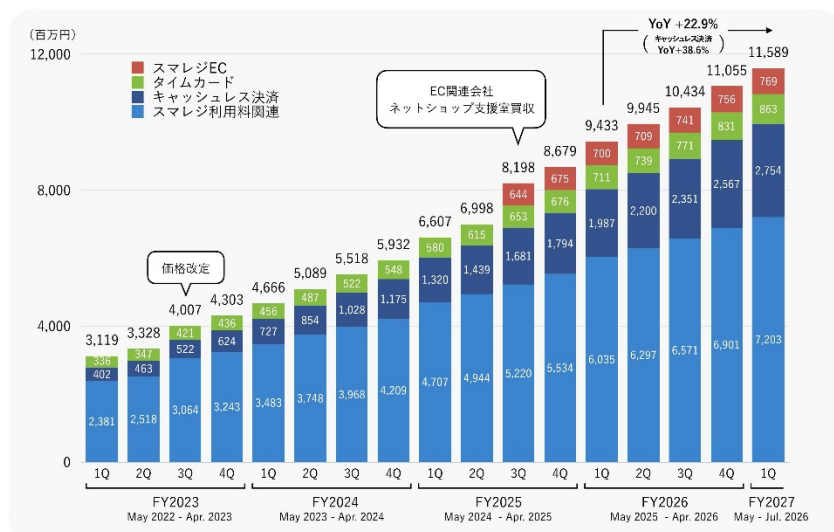
15 ページです。注目が集まっている消費税率変更についてです。政府は 2027 年 4 月から 2 年間、食料品にかかる消費税率を 1%へ引き下げる方針を示しております。税率変更に当たっては、店舗側のレジや周辺システムへの対応が必要となります。スマレジはもとより複数税率に対応しておりまして、基本的には設定変更によって柔軟に対応できるシステムでございます。また、政府も補助金などを通じて、スマートレジシステムの普及を後押しする方針を示しております。当社としては、今回の制度変更そのものだけではなくて、店舗システムの見直しやクラウド化が進む機会と考えております。

キャッシュレス決済の高成長を追い風にPOSx決済が事業成長を牽引。ARRはYoY+22.9%の115.8億円に

ARR
115.8億

YoY
+22.9%

QoQ
+4.8%



補足：FY2026 1Qの決算説明資料より、それまで「機器販売等」に計上していた「スマレジ保守サービス料」を、継続的な定額制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。過去の勘及修正は行っていません。（参考：FY2026 1Q時点で、本定義変更が「スマレジPOS関連」のARRに与えた影響額：約2.7億円）

スマレジ

ここからは、足元の事業成長を KPI でご説明いたします。

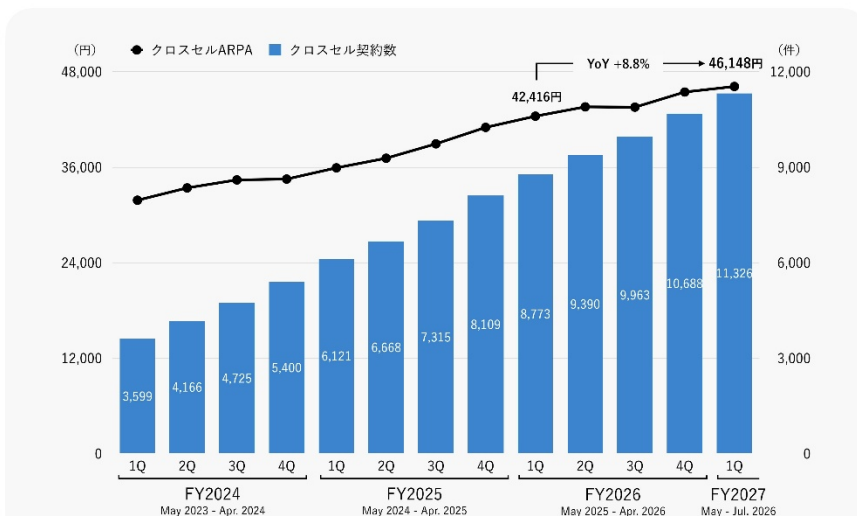
16 ページの ARR 推移をご覧ください。第 1 四半期末の ARR は、前年同期比プラス 22.9%、前四半期比プラス 4.8%の 115 億 8,900 万円となっております。

POS が金額面で全体を支える中、前年同期比プラス 38.6%のキャッシュレス決済とクロスセルが成長をけん引しております。タイムカードや EC 等も含め、ストック型収益が拡大しており、第 3 次中期経営計画で掲げる、決済領域を第 2 の成長軸とする方針に沿って順調に進んでおります。

POS クロスセル契約数とクロスセルARPAの四半期推移

事業の状況 21

スマレジPOSと当社提供の他サービスを併用する1契約あたりのクロスセルARPAは、YoY+8.8%の46,148円に拡大
クロスセル戦略による顧客単価向上がARR成長を支える



クロスセル契約数：スマレジPOS有料プランと当社提供の他サービスを併用する契約数（スマレジPOS単体利用契約は含まず）。

クロスセルARPA：スマレジPOS有料プランと他サービスを併用する1契約あたりの月額利用料。スマレジPOSおよび併用サービスの月額利用料等の合計を、対象契約数で除して算出。複数の対象サービスを併用する場合も1契約として集計し、POSのみを利用する契約は対象外。対象サービスは、機器サブスクリプション、App Market、タイムカード、キャッシュレス決済、スマレジEC、その他サービス。

スマレジ

クロスセルARPA

FY2027 1Q
(May - Jul. 2026)

46,148

YoY
+8.8%

QoQ
+1.5%

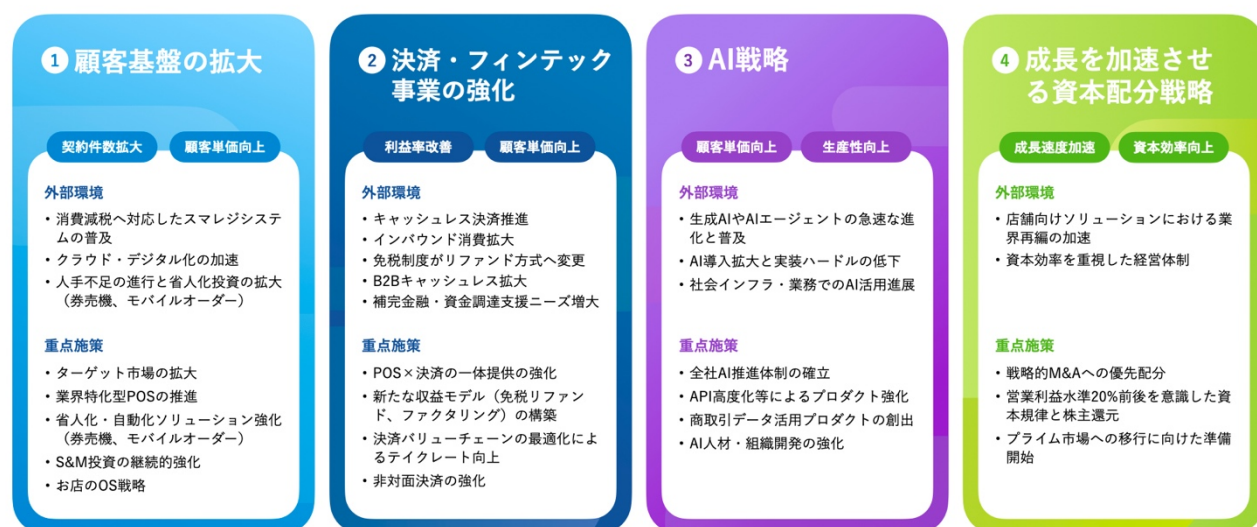
続いて 21 ページです。今回より、POS と他サービスの併用契約数、および 1 契約あたりの月額利用料を示すクロスセル ARPA を、新しく開示いたしました。

当社は ARR 成長戦略としまして、POS に加え、既存の POS 顧客への決済、機器サブスク、App Market、タイムカード等の複数サービス導入を重視しております。第 1 四半期のクロスセル契約数は 1 万 1,326 件、クロスセル ARPA は前年同期比プラス 8.8% の 4 万 6,148 円となっております。顧客基盤の拡大と、1 社あたりの利用サービスの多角化によりまして、ARR の着実な積み上げが進んでおります。

成長戦略 - 4つの成長エンジン

第三次中期経営計画より

商取引データを起点に、決済・金融まで拡張する「お店のOS」プラットフォーム戦略



スマレジ

続いて、第 3 次中期経営計画での成長の柱とする決済、フィンテックの KPI をご説明いたします。

ARR
27.5億円
YoY +38.6%

ARPA
12,895円
YoY ↑2,384円 +22.7%

契約数
17,803社
YoY +14.5%

クロスセル率
(POSユーザーの利用率)
34.1%
YoY +6.4pt QoQ +1.4pt

クロスセル率の再集計について

算出対象の一部に漏れがあったため、過去期間を含め再集計しました。YoY・QoQも再集計後の数値を用いて算出しています。詳細はAppendixをご参照ください。

※2026年7月末時点。詳細はp.34参照

スマレジ

23 ページをご覧ください。

第1四半期末の決済契約数は1万7,803社となりまして、前年同期比プラス14.5%、ARPAは1万2,895円でプラス22.7%と、契約数、単価ともに拡大しております。POSユーザーの決済クロスセル率は34.1%に上昇しまして、導入が着実に進んでおります。

クロスセル率の是正

Appendix 32

下記サービスのクロスセル率の算出条件に誤りがあった為、過去期間を含め再集計。再集計後もクロスセル率の上昇トレンドに変更はありません。

キャッシュレス決済のクロスセル率

修正理由：算出対象の一部有料プランが漏れていた為



スマレジ・タイムカードのクロスセル率

修正理由：POSユーザーの算出対象に不要なプランが含まれていた為



修正前後の比較：FY2027 1Qは今回算出した最新値のため、修正前数値なし

	FY2025 4Q	FY2026 1Q	FY2026 2Q	FY2026 3Q	FY2026 4Q
修正後	25.5%	27.7%	29.0%	30.5%	32.7%
修正前	14.9%	15.1%	16.0%	16.6%	17.6%

	FY2025 4Q	FY2026 1Q	FY2026 2Q	FY2026 3Q	FY2026 4Q
修正後	14.0%	14.1%	14.1%	14.2%	14.3%
修正前	12.6%	12.9%	12.9%	13.0%	13.1%

スマレジ

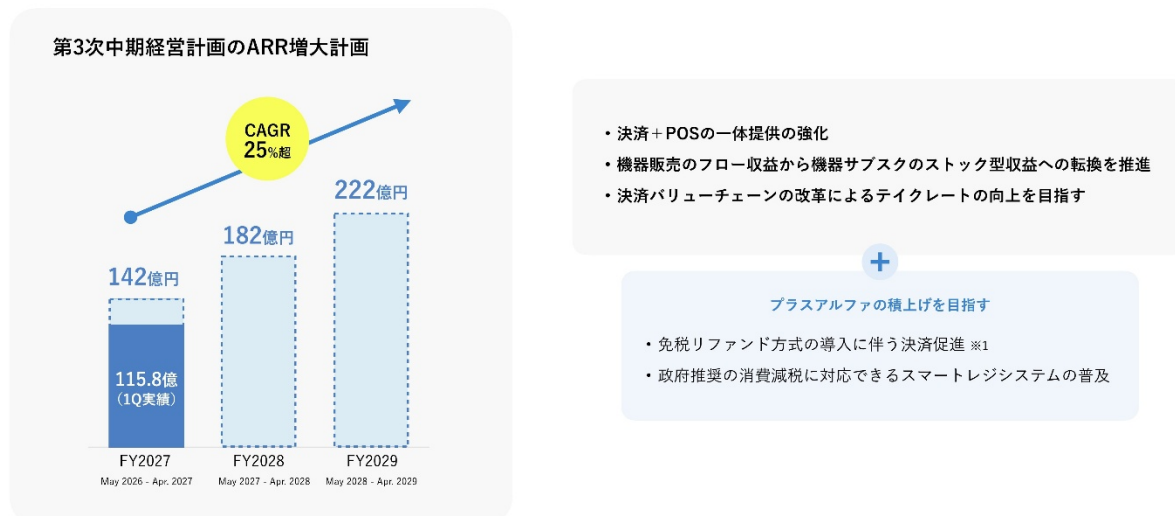
なお、クロスセル率は算出対象漏れに伴い、過去分を含めて再計算しております。修正による拡大トレンドへの影響はありませんので、詳細はAppendixをご覧ください。

決済 ARR は前年同期比プラス 38.6%、前四半期比プラス 7.3%の 27 億 5,400 万円となっております。POS のクロスセル拡大に加えまして、月額固定収益と決済手数料収益が順調に伸長しております。ゴールデンウィークにおける決済取扱高の増加も寄与し、POS 顧客基盤を背景とした決済利用の拡大という、中期経営計画で掲げた成長モデルが大きな成果を生んでおります。

2027年4月期1Q ARR進捗とガイダンス

第3次中期経営計画の進捗 29

「お店のOS」戦略に基づいた成長戦略により、2027年4月期ARRはYoY+28.4%の142億円を計画
外部環境を追い風に、さらにプラスアルファでの積み上げを目指す



※1 2026年11月1日より、日本の免税方式が販売時免税方式から国際標準のリファンド方式（後日返金）に移行されます。スマレジでは決済インフラを活用した免税ソリューションを展開。詳細は「事業計画及び成長可能性に関する事項（第3次中期経営計画）」（2026年6月12日発表）のp.15「免税リファンド事業の開始」をご確認ください。

スマレジ

最後に、29 ページの ARR 進捗とガイダンスです。2027 年 4 月期の ARR は、前年同期比プラス 28.4%の 142 億円を計画しておりまして、第 1 四半期末時点で 115 億 8,900 万円まで積み上がりました。

今期も POS、決済の一体提供によるクロスセル拡大を軸に、機器サブスクや決済バリューチェーンの改革、消費税率変更、免税リファンドなどの環境変化を取り込んでいきたいと思っております。まずは今期 142 億円、そして中期目標の 222 億円に向けて ARR を積み上げていきます。

以上、2027 年 4 月期第 1 四半期の業績についてご説明いたしました。本日は皆様との対話の時間をできるだけ確保するために、私からのご説明はハイライトに絞りました。解説の中で触れきれなかった事業の KPI や各施策、その他のご関心事項につきましては、この後の質疑応答の中でお答えします。

質疑応答

司会 [M]：それでは、ここから質疑応答を進めたいと思います。本日は代表の宮崎、取締役の高間館の2名で対応いたします。なお、類似のご質問については、まとめてお答えする場合がございます。お時間の許す限り、できるだけ多くのご質問にお答えしていきますので、よろしくお願いします。それでは早速、宮崎さん、高間館さんお願いします。

高間館 [M]：では、ここから私、高間館も入りまして、皆様からの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いただいた質問から回答したいと思います。

質問者 [Q]：一つ目、消費税引き下げの業績への影響をいただいています。消費税改正による需要の押し上げ効果はどの程度あると分析されますか。

宮崎 [A]：2027年4月期の業績予想への織り込みはしておりません。2019年の軽減税率の導入で特需があったのですが、多くの事業者様が複数税率対応のレジへの入れ替えを完了しているとは思っていて、制度変更だけを理由に、市場全体で一気にレジの入れ替えが起こるような前提では置いておりません。もちろん、軽減税率のときに入れ替えなかったお客様もいらっしゃると思うので、ある程度増加はあるだろうとは思いますが、軽減税率のようにすごく大きな特需だとは思っておりません。

高間館 [M]：ありがとうございます。では続いてのご質問です。

質問者 [Q]：先般の全東信の破産事例を受けて、既に株主総会で影響は軽微と説明がありましたが、改めて質問です。PAYGATEやスマレジ・出世払いの利用者様に対する審査体制、運転資本の安定性について教えてください。

宮崎 [A]：全東信さんの破産は、いわゆるカード会社からの入金よりも、加盟店への出金を前倒しする早払いサービスが一因と言われていますが、当社はそのような対応は行っていないで、入金と出金を同日に実施しているため、当社の財務に負担がかかることはないです。

一方で、スマレジ・出世払いが同等のサービスに当たると懸念されていると思うのですが、これはすでに開示していますが、BASE社との業務提携でやっております、貸し倒れのリスクはわれわれスマレジは持っておりません。従って、仮に未払などが発生したとしても、与える影響はほぼほぼないと思っております。

高間館 [M]：ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：導入店舗について、中小事業者の割合を教えてください。

宮崎 [A]：中小事業者等の定義を何にするかですが、仮に2店舗から300店舗とした場合、われわれのアクティブ店舗の大半は中小事業者になります。

高間 館 [M]：ありがとうございます。今リアルタイムでいただいた質問の中にも、事業者の内訳をご教示くださいという質問がありましたので、今ので合わせてご回答とさせていただきます。

質問者 [Q]：消費税率変更、免税システム変更と、スマレジシステムの先見性が生かされた事案が続きましたが、今後また予定、あるいは起こりうる事案はありますか。

宮崎 [A]：当社はシステムの柔軟性を保ちながら、飲食、小売、アパレルを始め幅広い業種に対応してきております。元々、経営層がエンジニアリング出身ということもあり、堅牢ではあるが柔軟性の高いシステムを作れていたことが、このチャンスを獲得できた背景とっております。同様に、作る（開発）と売る（営業）と、使ってもらってサポート（カスタマーサポート）することを全て内製にしているので、AI 時代にも変化に迅速に対応できる状況になっております。今後の外部環境の変化にもついていけるような体制を、引き続き取っていこうとっております。

高間 館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：東証プライム移行の準備開始から半年経過し、正式申請のスケジュールについて教えてください。

高間 館 [A]：これは私から回答申し上げます。今期から本格的に準備を開始しているのですが、中計の施策として発表しましたので、中計期間中を想定していただければと思っております。

質問者 [Q]：広告は効率重視の運用方針とのことですが、認知獲得のために広告費を大幅に増やすフェーズは終わったという理解でよいでしょうか。

高間 館 [A]：こちら私から回答申し上げます。リード獲得については、獲得効率を重視して運用を続けていきます。認知に関しても、引き続きパフォーマンスを見ながら継続をしていきたいと思っております。

広告費を大幅に増やすかどうかについて、各四半期で多少の増減はあると思いますが、11 ページに広告宣伝費と S&M のスライドがあるのですが、見ていただくとわかり、第 4 四半期はいつも少し多めに計上してあります。

大型の食フェスへの協賛が、毎年第 4 四半期に入ってきたり、先ほどの概要説明で宮崎からありましたけれども、前期の第 1 四半期、第 2 四半期は、非常に安価に（テレビ CM を）出稿できる期間がありました。そのため、そこを大幅に積み増したり、その影響で今期の第 1 四半期が YoY で見ると、かなり下がっている状況になっています。それほど大きな増減は見込んでいないのですが、年間予算を設定していますので、売上との比率、販管費比率も、広告宣伝比率も見ながら出稿していきたいと思っています。

質問者 [Q]：2027 年 4 月期第 1 四半期は、月額利用料等への構成シフトと、キャッシュレス決済事業の内製化による原価低減が粗利率改善に寄与したと理解しています。今回の改善を理解する上で、両者のうち、より構造的、継続的な要因として重視すべきものをどのようにお考えでしょうか。

高間 館 [A]：これは私から回答します。いずれも一過性ではなく、継続して効いてくると考えています。月額利用料等へのシフトは従前からずっと説明していますが、ストック収益の成長に伴って、機器販売等の売上比率が逆に下がっていきましますし、どんどん進んでいきます。キャッシュレス決済事業の内製化といただいているのですが、決済事業の売上金精算の内製化による原価低減もこれから変わらず、今年からやっていますので定着するというものです。

重要度については、どちらか一方ではなく、両方が利益率を改善していると認識しています。ただ、第4四半期はご覧いただいたとおりで、機器販売が結構増える傾向もあり、四半期単位では構成比が変動していく点にご留意いただきたいと思います。

高間 館 [M]：続きまして、同じ方からのご質問です。

質問者 [Q]：第1四半期の広告宣伝費は、QoQで9.5%減少する一方、効率重視の積極投資を継続するとされています。広告投資の増減を判断する際、CPA、商談化率、成約率などの中で、特に重視されている指標や考え方をご教示いただけますでしょうか。

高間 館 [A]：これも私からお答えします。CPA、商談化率、成約率、いずれも広告の効果を測る上で重要な指標なので、現場ではこれらを個別に管理して毎日業務にあたっています。実際に出稿しているマーケティングメンバーであれば、もちろんCPAを重視しています。問合せに対する初動の対応を行うインサイドセールスなどは、商談化率を重視しています。

それぞれのユニットでKPIを持ってリードの管理をしているのですが、その後の商談ですとか、成約、転換率を経て、実際にいくらのMRR、月額の売上を獲得したか。そこまで拾って、解約率ですとか、粗利を考慮してユニットエコノミクスを計測しています。それを広告出稿媒体別に見ています。基準にしているユニットエコノミクスを満たしているかどうか、かなり細かく見て、抑制したり、増額したりというコントロールを行っています。

質問者 [Q]：キャッシュレス決済では、ARR、ARPA、契約数、クロスセル率がそれぞれ開示されています。決済事業の売上、利益の成長を理解する上で、これらの中で特に重視すべきKPIとその理由を、差し支えない範囲でご教示いただけますでしょうか。未公表の将来情報の開示をお願いする趣旨ではございません。

宮崎 [A]：ARR、ARPA、契約数、クロスセル率はいずれも重要と考えておりまして、ARRはARPA×契約数で構成されますし、契約数はクロスセル率に依存します。従って、いずれも事業成長を規定する指標であるために、KPIとして開示しております。なお、決済ARPAは加盟店の決済取扱高に連動するために、契約数が伸びていても、既存店の売上動向によって変動することもあるような感じです。

高間 館 [M]：では続いてのご質問、事前質問は最後です。

質問者 [Q]：今回、決済処理の自社化（売上金精算の内製化）などにより、売上成長率を大きく上回る利益成長となっていますが、この利益率改善は今後も継続する構造的なものと考えていいでし

ょうか。また、今後 2、3 年は売上成長率以上に利益成長率が高くなる、営業レバレッジの利くフェーズに入ったという認識でしょうか。

宮崎 [A]：粗利率の改善は、構成比のシフトと内製化によって構造的なものではありません。通期ベースでは、今後も少しずつ利益率の改善は続くと思います。ただし、営業利益率をどんどん上げていこうというのが優先事項ではなく、中計の ARR222 億円に向けた投資を最優先するので、通期予想に織り込んだ水準以上の上昇を前提としているわけではございません。M&A に伴うのれん償却であったり、新規事業の立ち上げ費用、組織拡大による人件費の増加も考えられると思っております。

高間 館 [M]：ありがとうございます。続いてのご質問です。

質問者 [Q]：人員 483 名と、前期の第 3 四半期以降、プラス 10%程度の増加ペースが続いています。AI 活用による業務効率化が進んでいると思いますが、今後も 10%程度の増加ペースが続くのでしょうか。

宮崎 [A]：10%で抑えようという気持ちでやっているわけではなく、各部署で AI の活用等々で生産性が向上しているので結果的にこうなっている状況です。一方で、先ほど言いましたけれども、AI だけではなく、人を増やさないと上がらないというか、人を増やすべきだという場面があれば、積極的に人材投資というか、人件費の投資はしたいと思っております。

高間 館 [M]：ありがとうございます。今日はたくさん質問をいただいていますので、リアルタイムでいただいている質問を回答していきたいと思えます。

質問者 [Q]：月額利用料の粗利率が 81.8%と大きめに改善しましたが、特殊要因があったのでしょうか。

高間 館 [A]：粗利率は 81.2%ですが QoQ プラス 1.7%で、それほど大きな改善ではないですが、月額利用料なので、減価償却費用の増減です。ブレの範囲内とは思えます。

質問者 [Q]：機器販売粗利率 17.8%と悪化しました。低価法による在庫評価減が要因ということですが、評価減額はどの程度だったのでしょうか。

高間 館 [A]：すみません。公開をしていないのですが、QoQ、差分 6%の全てが評価減によるものではないです。原価のブレと低価法による評価減が重なったものだと思っていただいていると思っております。

ちなみに、この評価減についてですが、備考に少しちらっと書いていますが、半導体不足等で機器の値上げが続いていて、その値上げの影響を軽減するために在庫を大幅に積み増したことが影響しています。よって、備考に書いていますが、滞留、陳腐化した在庫の増加によるものではないので、ご心配いただく内容ではないと思っています。少しわかりにくいミスリードを生みかねない内容とは思っております。

高間 館 [M]：続きまして、AI の質問をいただいております。

質問者 [Q]：AI 活用促進で費用増加に効いているとありますが、今後は AI エージェント活用で仕事の効率化アップとなりますか。その場合に期待できるトップラインの加速度合いや、営業利益率の上昇度合いを数字でいただくことは可能ですか。

宮崎 [A]：仕事の効率は、活用度合いの上下ではばらつきはございますが、トップ層、経営幹部であったり、それぞれの部署のトップ層は、おそらく数倍の生産性を出しつつあると思っております。トップラインの加速度については、不確定要素なので、回答しかねます。すみません。

高間 館 [M]：では続きまして、同じ AI のご質問です。

質問者 [Q]：AI の進化により、SaaS の死とも騒がれていますが、私は置き換えられるサービスと進化するサービスに分かれると思っています。置き換えられるサービスは、徐々に顧客単価が下がって衰退するイメージを持っていますが、スマレジは顧客単価が上がっているの、進化するサービスだと思っています。主たる事業である POS や決済事業の領域において、今後 AI の進化がどのように影響していくと考えていますか。AI 社会において、どのように事業を成長させていくか聞かせていただきたいです。

宮崎 [A]：置き換えられるサービスは徐々に単価が下がっていく。単価については、そうは全く思っていないくて、そもそも衰退しているサービス・SaaS は何かというと、単価が高すぎたということだけだと思っています。われわれのサービスは、1 店舗レジ 5,000 円から 1 万 5,000 円程度となった場合、AI でやりますかと言ったら、僕はやらないです。

一方で 10 万円と言ったら、2、3 店舗持っていたら 20 万円、30 万円になります。年間でいうと 200 万円、300 万円となったら、専任の人を用意してやってみようかなとなると思います。だから、値段と価値の話で、それ次第かなと思っています。ですので、置き換えられるサービスの定義は全く逆の考え方で、まともな価格かどうかは衰退するかしないかの話だと思っています。

高間 館 [A]：価格の適正化につながるかもしれないですね。

宮崎 [A]：今後 AI の進化がどのように影響していくか、AI 社会においてどのように事業を成長させていくかを聞かせていただきたいです、という質問に対しては、これは本当に「お店の OS」でしかないということですが、やはり POS はお店の売上のデータを初めて入力する入口です。その入口を取っているから、決済も取れて、在庫管理も取れて、ひいては EC 関連も取れていくと思っています。顧客単価も上げていますが、それは値上げではなく、価値が広がっていくから上がっている。入口を取っているの、AI で開発のスピードとかどんどん上がるので、提供できる価値もどんどん上がっていくと思うので、そういう戦略を取っていこうと思っています。

高間 館 [M]：ありがとうございます。では続いての質問です。

質問者 [Q]：決済バリューチェーン改革では、具体的にどのような取り組みを想定しているのでしょうか。直近で進捗はございますでしょうか。

宮崎 [A]：決済種別というのが、例えばクレジットカードはもちろん、QR とか、何とか Pay とかいろいろあると思いますが、その取扱高・GMV がわれわれの業界では非常に重要で、それが多い

と直接契約ができたりするのですが、そのスケールメリットを利用して、原価の低減はある程度進められるとは考えております。

高間 館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：決済端末と POS レジのクロスセル率が 34.1%とのことですが、クロスセルに至っていない 65%の店舗について、主な理由はどのようなものでしょうか。また、今後このクロスセル率を高めていくために、現在実施している施策や、今後予定している施策について教えてください。合わせて、現状の 34.1%という水準をどのように評価しているのか。また、中期経営計画の最終年度である 2031 年までに、クロスセル率をどの程度まで引き上げることを目標としていますか。

宮崎 [A]：クロスセル率 34.1%ですが、累積のクロスセル率が 34.1%です。つまり、新規のクロスセル率はもっと高いです。具体的には 50%を超えておりまして、足元ではもっと上げられるという認識でございます。

足元の新規営業でいうと 50%を超えていて、60%、70%と上げていきますけれども、累積で言うと、60%、70%になるかといったら、そこはまだ難しいとは思っています。新規のクロスセル率が 60%、70%は何でかという、大型店舗さんがあったりとか、あるいは商業施設さんが決済を一括で導入してたりとかがあるため、物理的に難しい部分があるので、最終、上がっても 70%、80%ぐらいじゃないかとは思っております。

高間 館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：クラウド POS システム事業の他社参入障壁は、高いと認識して問題ないでしょうか。

宮崎 [A]：これは難しいのですが、誰がやるかによると思っております。POS というと、なんかあんまり想像つかないのですが、皆さん計算機と勘違いしている部分がやはり多分にありまして、簡単な計算機みたいな、POS はいろいろあるんですけれども、それは簡単かなと思っています。

一方で、われわれみたいに、決済や在庫とか、飲食店でいうとハンディとかモバイルオーダーとか、あとは複数店舗でいう大規模データの取り扱い。あるいは大規模データがありながらも、基幹システムに API で連携して、API のロードバランサーというか、トラフィックをどうやってさばくかなどを考えると、とてつもなくやる必要があります。

加えて、釣銭機やプリンターとかハードの制御も考えると、一つ一つは難しくはないのですが、入口を押さえていて、かつ総合的にソリューションを持っているという意味で、参入障壁にはなっていると思います。

高間 館 [M]：ありがとうございます。続いての質問です。

質問者 [Q]：メモリ価格高騰を通じたハードウェア買い切りの価格が高くなることは、機器サブスクへのシフトに貢献するでしょうか。中堅顧客は依然として買い切りが多いと認識しています。

宮崎 [A]：機器サブスクへの価格転換はあり得ると思います。一方で、転換しすぎるとお客様にとってのサブスクのメリットがなくなってくるので、バランスを見ながら進めていけたらと思っています。中堅顧客は依然として買い切りが多いと認識というのは、おっしゃるとおりで、一定以上の初期費用をちゃんと払える、結構払えるお客様は買い切りが多いのが現状でございます。

高間館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：決済クロスセル率の上方修正は、表面的な数字の話と見るべきですか。実はうまくいっており、ポジティブサプライズと捉えるべきですか。クロスセル率の引き上げという経営施策に本質的な変化はないと思います。

宮崎 [A]：IR でもクロスセル率は過半以上だということは言っていたので、実はうまくいっているというか、うまくいったのです。これからもっと良い数字を出せるように頑張ります。

高間館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：中計に対する ARR の進捗に続いて、今期の上振れ余地や、中計の前倒し達成などの見方について教えてください。

宮崎 [A]：前倒し達成を目標に粛々と頑張っています。初年度なので、まずは初年度をきちんと達成することを目標に、コツコツやっていきたいと思います。

高間館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：ストック型収益比率はどの程度まで高まるものと見ておられますでしょうか。

高間館 [A]：スライドでいうと 9 ページのストック型収益比率が、じわじわ高まってきていると思いますが、私から回答申し上げます。これを見たらわかるのですが、80%超えると思っています。どこまでという話なのですが、先ほどご回答申し上げた中でもあったストックの売上が増加していった、この機器販売の割合はどんどん低くなっていくと思います。従って、場合によっては 90% 超えるかもしれませんが、数年後までに、その売上構成比の変化を要するような何か M&A であったりとか、少し変更があるかもしれないので、確実に 90%超えますとは言えませんが、確実に多分 80%を超えていると思います。

質問者 [Q]：顧客で新規に POS システムを導入する店舗と、既存システムからスマレジに変更した店舗の割合、また最近の傾向はいかがでしょうか。

高間館 [A]：これ私から回答します。公開しているデータで、新規と既存のユーザーの割合を、確かどこかで出させてもらったと思いますが、それが本当に綺麗に半々ぐらいです。確かにその資料はリードベースだったと思いますが、問合せベースで半々ぐらいなので、成約でもおおむね同じような割合になっていると思います。

質問者 [Q]：個人投資家向けに、貴社スマレジと他社スマートレジシステムの差別化ポイントを教えてください。

宮崎 [A]：他社さんの話をすると、他社さん自身の意見もあるので、われわれのポイントを言いますと、小売、アパレルとか、飲食を中心にさまざまな幅広い業種に対応しています。すでに 15 年もやっているの、いろんな業種とか、業種ならではの販売形態とか、割引形態にも対応しています。さらに 1 店舗から、一番上で 600 とか 700 店舗ぐらいまでわれわれは導入が進んでおりますので、当然その大きな基幹システムとの連携もしております。その基幹システムの連携は何をやっているかという、われわれ API を公開していますので、サードパーティの Sler さんとかが、われわれの API を使って、少し修正するぐらいで基幹システムとの統合が終わります。

そのため、ある程度大きい会社さんとかでも柔軟性があるので、幅広く、業種もそうですし、規模感も幅広く、全方位で対応できるのがわれわれのポイントだと思っております。それを支えているのが、先ほど言ったように、作ることも自社でやっていますし（開発）、売ること（営業）も自社でやっていますし、サポート（カスタマーサポート）もわれわれでやっております。従って、そのあたりが非常に差別化になるんじゃないかと思っております。

高間館 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：全粧協との連携による店舗獲得の見込みを、具体的な店舗数で示していただきました。1,100 店舗は全て今期計画に反映されているのでしょうか。

宮崎 [A]：予算を開示した当時に確定していた店舗数ですので、半分以下ぐらいは今期計画に入っています。

質問者 [Q]：スマレジのサービスについて、AI に代替されやすいと考える部分と、代替されにくいと考える部分について聞かせてください。

宮崎 [A]：代替されやすい部分でいうと、プログラミングの部分だとは思いますが、AI で担える部分が多いと思っています。社内では全社的に AI をフル活用しています。結局代替されやすいのですが、元々われわれはエンジニアの会社なので、活用はもう他社さんよりはできていると思っています、あんまり何とも思っていない。

代替されにくい部分でいうと、やはり店頭で商品を買うというプロセスは、AI が進んでもなくならないと思っております。当社のレジはその取引データの発生源であって、AI にとってのデータ供給源になるので、決済や免税のように資金を預かって、加盟店審査とかライセンス事業もやっている、その辺りは代替されにくいと思っております。

高間館 [M]：ありがとうございます。では続きまして、新しく質問いただきました。

質問者 [Q]：高間館さんへの質問です。お店の OS ファンドについて、本ファンドの目的は、将来的な M&A、グループインを目的としたエクイティ出資であり、IPO や M&A などによるファイナンスリターンは度外視でしょうか。

高間館 [A]：私から回答させていただきます。基本的には度外視といえば度外視かなと思っています。というのも、「お店の OS」を実現する上で、われわれが持ってない部分を拡充するであるとか、強めるという目的で、このファンドという、実際にファンドという形態ではないのですが、構

想で出資をさせていただいています。そのため、あくまでその事業上のシナジーですとか、それこそ今伸びている決済事業も M&A で買収してきた事業なのですが、そのような形で、お店の OS 構想に貢献できるようなサービス、プロダクト、会社に対して接点を持っていく動きをしています。

従って、そこが IPO なり、M&A 先につながって、それでファイナンスリターンが得られれば、それに越したことはないかもしれないのですが、基本的にはグループの中で事業の一角として活躍をしていってほしいという構想でやっております。

高間 館 [M]：たくさんのご質問ありがとうございました。以上だと思しますので、質疑応答を終了したいと思います。たくさんのご質問ありがとうございました。では宮崎さん、締めの一言をお願いします。

宮崎 [M]：来週 9 月 21 日でスマレジをリリースしてから 15 年目になります。1 台の iPhone レジから始まりまして、この 7 月末でお店の売上、累計 15 兆円をお預かりするところまで来ました。POS から OS へ、この中計で掲げたテーマが少しずつ形になってきていると思っております。

今は AI という大きな変化の真っ只中で、先を見通しにくい時代でございますが、だからこそ私達は、派手なことをせずに、お店の現場に張りついて、社員・会社一丸となって、コツコツとお店の力になり続けたいなと思っております。引き続きご支援のほどよろしくお願いいたします。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。

メールで受け取る



IRニュースレター

最新情報を、いち早くお届け！

<https://corp.smaregi.jp/ir/newsletter/>



LINEで受け取る



スマレジIR LINE

友だち追加はこちら！

<https://line.me/R/ti/p/%40314vncog>



コーポレートサイトでも最新情報を配信しています。ぜひご覧ください。

株式会社スマレジ コーポレートサイト
<https://corp.smaregi.jp/>

株式会社スマレジIR情報
<https://corp.smaregi.jp/ir/>

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 でもお知らせしております。毎月配信しておりますので、ぜひご登録をお願いいたします。これもちまして、2027 年 4 月期第 1 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いいたします。

[了]

脚注

1. 音声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

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、株式会社 JPX 総研（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目的としておりません。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、本資料の提供の中断、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、事業の中断、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。