



## 事業計画及び成長可能性に関する事項について

株式会社トランザクション・メディア・ネットワークス  
(東証グロース市場 5258)

2024年6月27日

# 目次

## 1 | 会社概要

国内最大級の電子決済ゲートウェイ

## 2 | ビジネスモデル

安定ストック×従量課金で成長を加速するモデル

## 3 | マーケット環境

国内の電子決済市場の現状と豊富な拡大余地

## 4 | 競合優位性

業界を革新してきた高い技術力と独自のポジショニング

## 5 | 成長戦略

既存の決済領域に加え、情報プロセッシング領域の拡大

## 6 | 今期計画、事業リスク等

2025年3月期業績予想と2026年3月期業績目標、リスクと対応方針



# 1 | 会社概要

国内最大級の電子決済ゲートウェイ



### Mission

#### 「ありえないを、やり遂げる。」

2011年に当時不可能と言われていた電子マネー決済のクラウド化を実現。  
プロセッシング・プラットフォームとして、POSのクラウド化等を展開し、  
次世代の社会構築に貢献する。

### Vision

#### 「新しい生活を生み出す会社。」

生活者の多様なデータを安全に管理することで  
まだないニーズに応え、商品・サービス・体験など新しい  
生活を創りだしていきます。

あらゆるデジタルデータの「ゲートウェイ」に



# 会社概要

会社名	(株)トランザクション・メディア・ネットワークス
本社所在地	東京都中央区日本橋2-11-2 太陽生命日本橋ビル
代表取締役	大高 敦
設立	2008年3月
従業員数	286名（2024年3月末時点）
拠点	本社（東京）、関西オフィス、新潟オフィス

## マネジメントチーム



**大高 敦**

代表取締役  
三菱商事株式会社



**谷本 健**

取締役副社長  
三菱商事株式会社  
ピープル株式会社



**小松原 道高**

取締役副社長  
三菱商事株式会社  
ビーウィズ株式会社

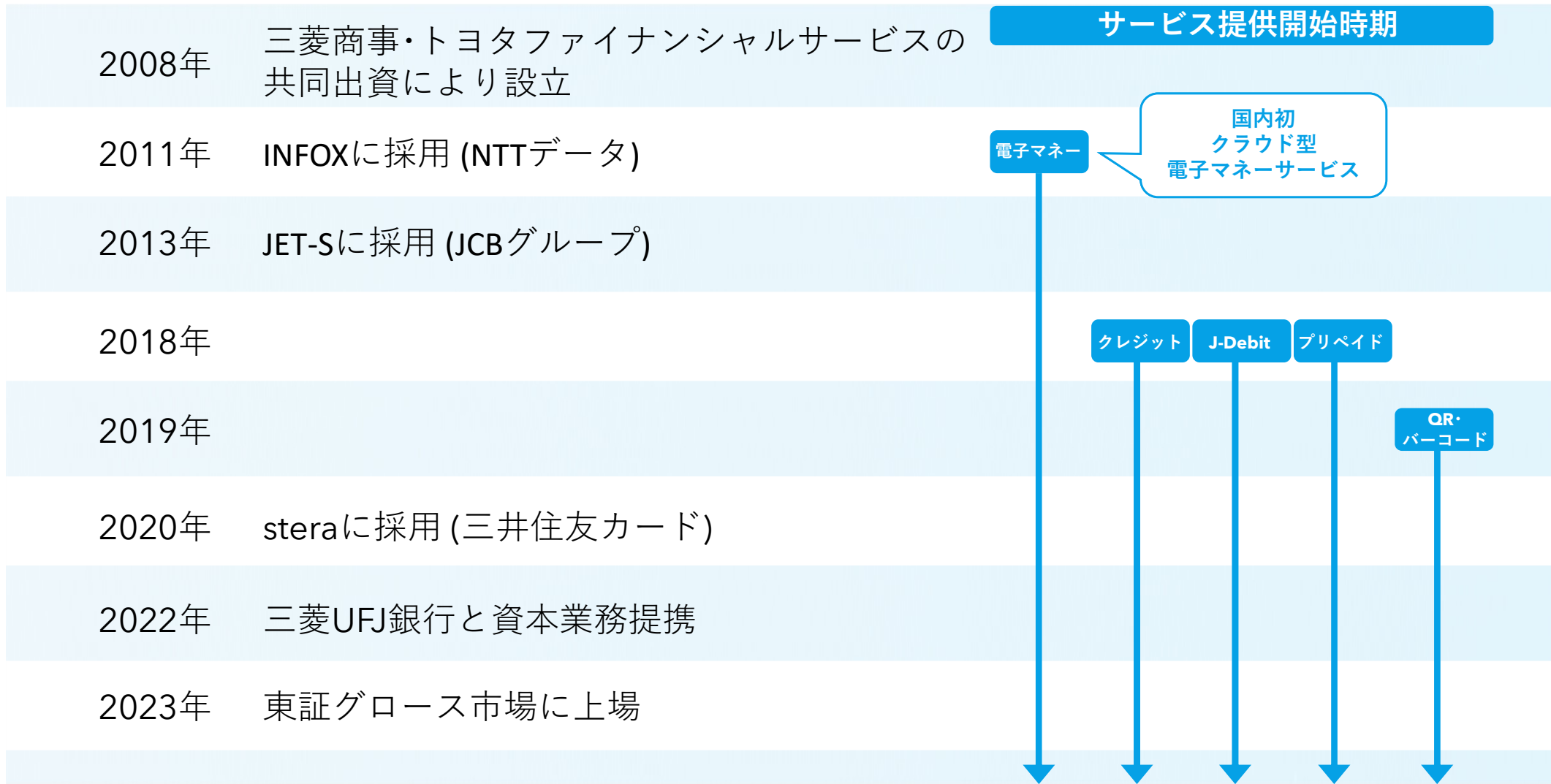


**山内 研司**

常務取締役  
業務統括本部長  
株式会社ジェーシービー  
株式会社ジェイエムエス  
株式会社日本カードネットワーク

# 会社概要 | 沿革

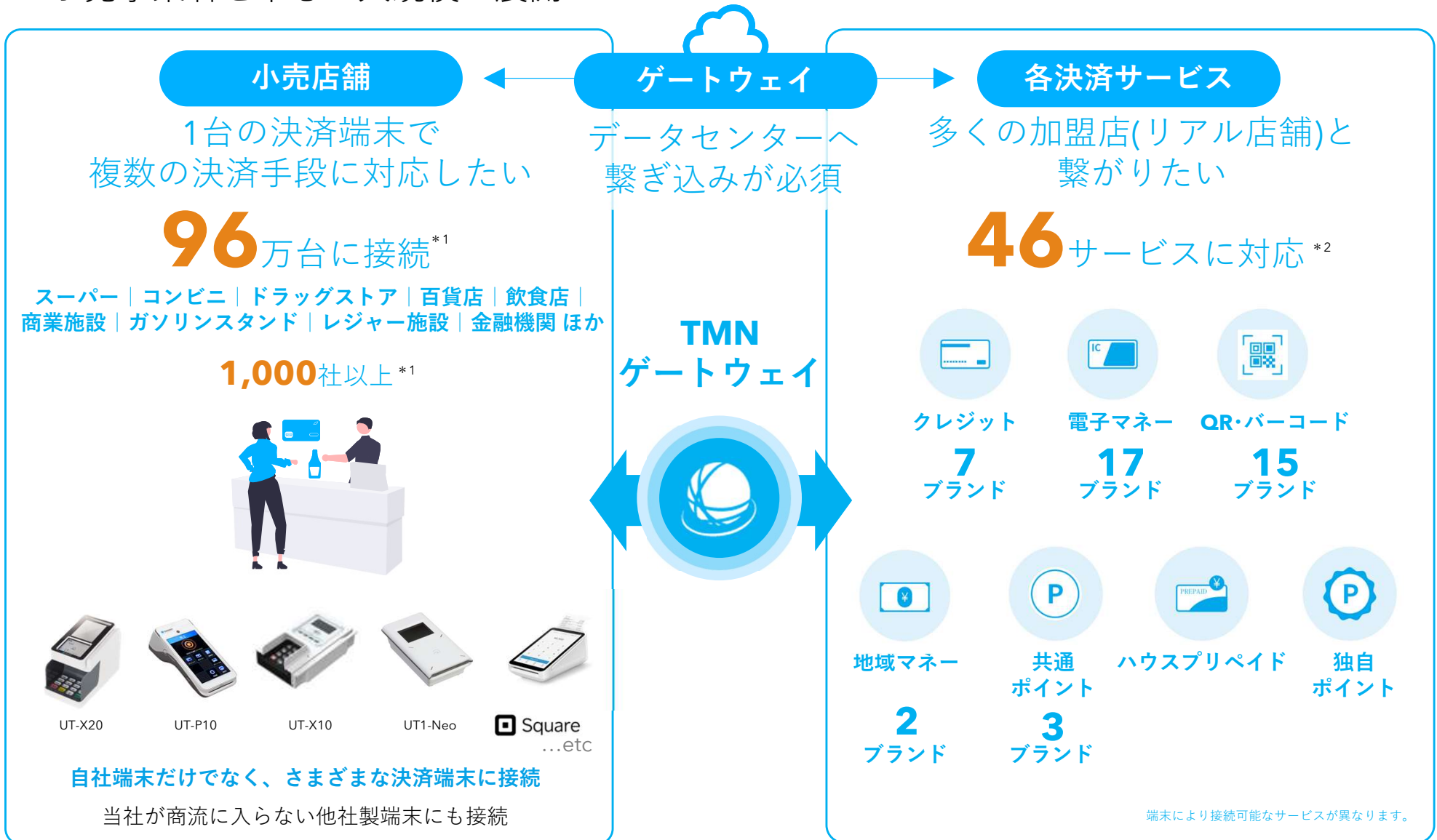
国内初のクラウド型電子マネー<sup>\*1</sup>サービスで事業を開始し、クレジット、QR・バーコード等サービスを拡充



\*1: 端末には読取等必要最小限の機能のみを搭載し、残りの全ての処理をサーバー側で行うキャッシュレス決済方式  
\*2: <出所>一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2022」

# 会社概要 | 国内最大級の電子決済ゲートウェイ

キャッシュレスのオールインワンとなるクラウド型決済ゲートウェイサービスを  
小売事業者を中心に大規模に展開



\*1 : 2024年3月末時点  
\*2 : 2024年6月末時点

# 会社概要 | 主要指標(2024年3月期単体実績)

売上高

103 億円

前期比 +32.4%

EBITDA

24 億円

前期比 +14.2%

ストック収入

70 億円

前期比 +25.6%

決済処理金額(GMV)

4.6 兆円

前期比 +25.4%

決済処理件数

24 億件

前期比 +22.4%

稼働接続端末台数

(24/3末時点)

96 万台

前期末比 +13万台





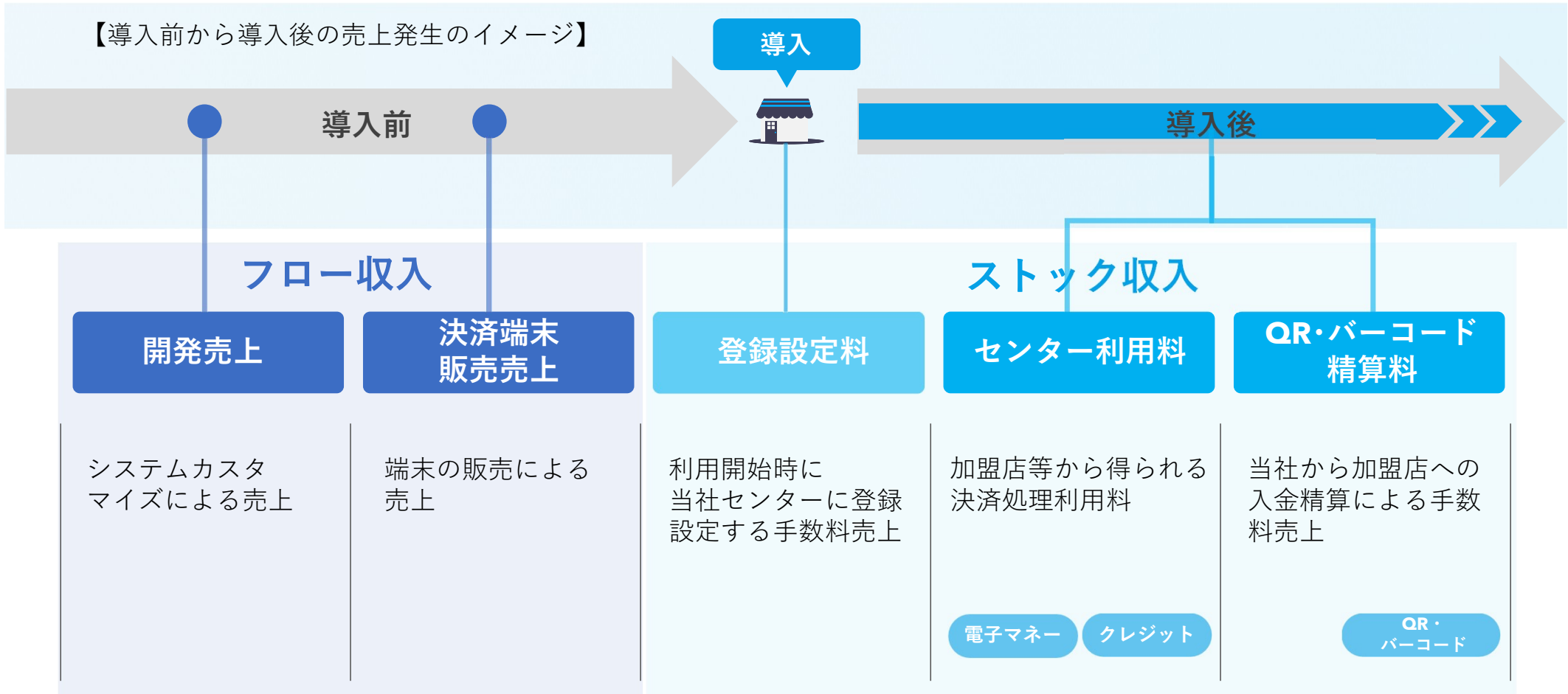
## 2 | ビジネスモデル

安定ストック×従量課金で成長を加速するモデル

# ビジネスモデル | 安定ストック×従量課金で成長を加速するモデル①

フロー収入は、その後のストック収入につながる入口として機能  
稼働継続端末台数の増加に応じて、**ストック収入が増加**する安定的な収益構造  
**QR・バーコード精算料**については、**従量課金による利用料徴収**にて、更なる成長を実現

【導入前から導入後の売上発生イメージ】



# ビジネスモデル | 安定ストック×従量課金で成長を加速するモデル②

## ストック収入

### センター利用料

電子マネー

クレジット

### 加盟店等から得られる 決済処理利用料

主に月額固定料金  
一部で従量課金を採用(決済件数課金)

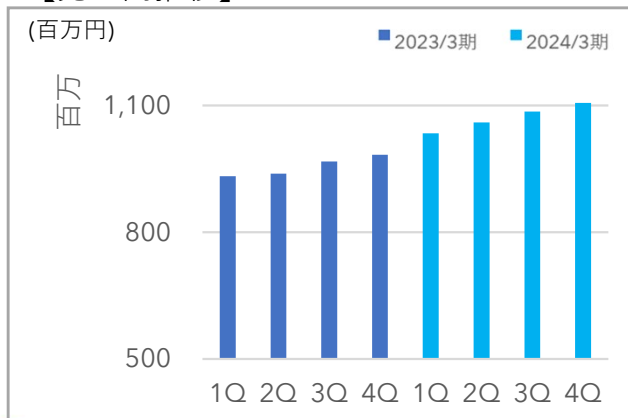
#### 【主な原価構成要素】

- ・システム運用費(含む人件費)
- ・減価償却費

【参考】年間5,000円程度/台

<NOTE> **ダウンサイドのない堅実な収益源**

#### 【売上高推移】



### QR・バーコード 精算料

QR・  
バーコード

### 加盟店への入金精算による 手数料売上

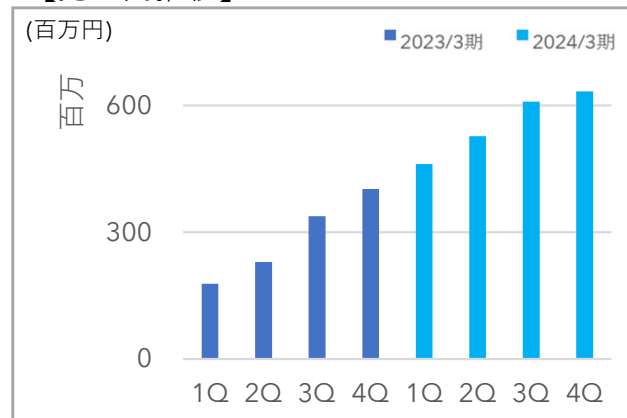
従量課金  
(各サービスのGMV×手数料率)

#### 【主な原価構成要素】

- ・包括原価(イシュア手数料)
- ・減価償却費
- ・人件費

<NOTE> **従量課金により市場拡大とともに成長**

#### 【売上高推移】



### 登録設定料

### 利用開始時に当社センター に登録設定する手数料売上

1ショットの売上が会計上  
期間按分して月額計上

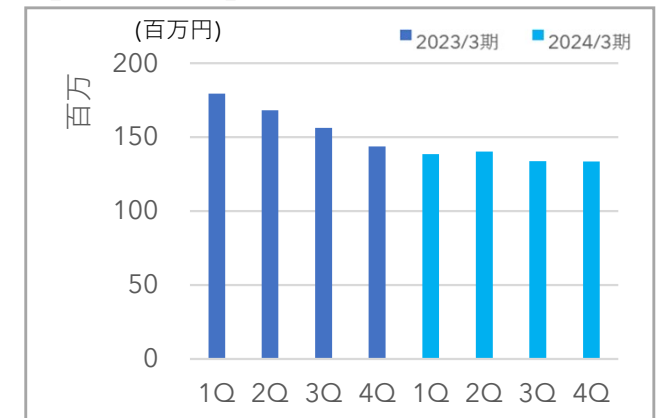
#### 【主な原価構成要素】

- ・人件費

【参考】平均数百円程度/月/台

<NOTE> **契約内容により発生**

#### 【売上高推移】



# ビジネスモデル | 安定ストック×従量課金で成長を加速するモデル③

## フロー収入

### 決済端末 販売売上

#### 端末の販売による売上

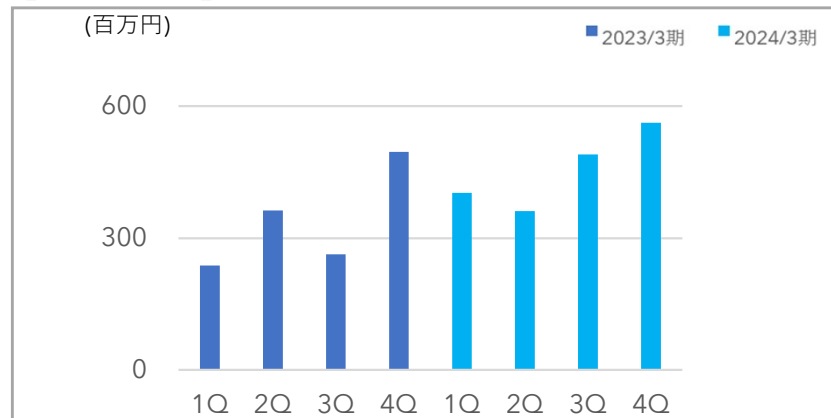
- 【主な原価構成要素】  
・仕入れ、人件費

【参考金額】 3万円~十数万円程度/台

<NOTE> 自社製/他社製 問わずTMNセンターと接続しているため端末販売売上と接続台数は関連しない



#### 【売上高推移】



### 開発売上

#### システムカスタマイズによる売上

- 【主な原価構成要素】  
・開発費 (含む人件費)

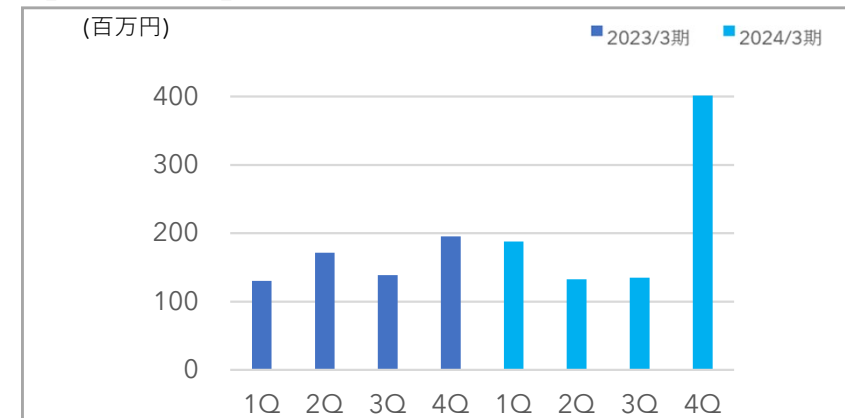
#### 【主な内容】

- ・導入サポート (主に導入加盟店向け)
- ・開発サポート (主に決済サービス事業者向け)

【参考金額】 数百万円~数億円

<NOTE> 各案件により発生時期や規模にばらつきあり

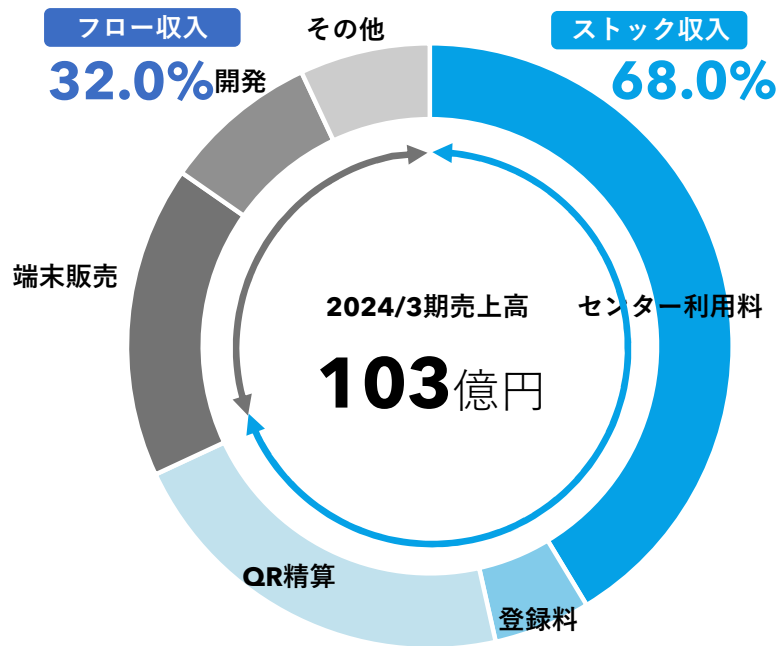
#### 【売上高推移】



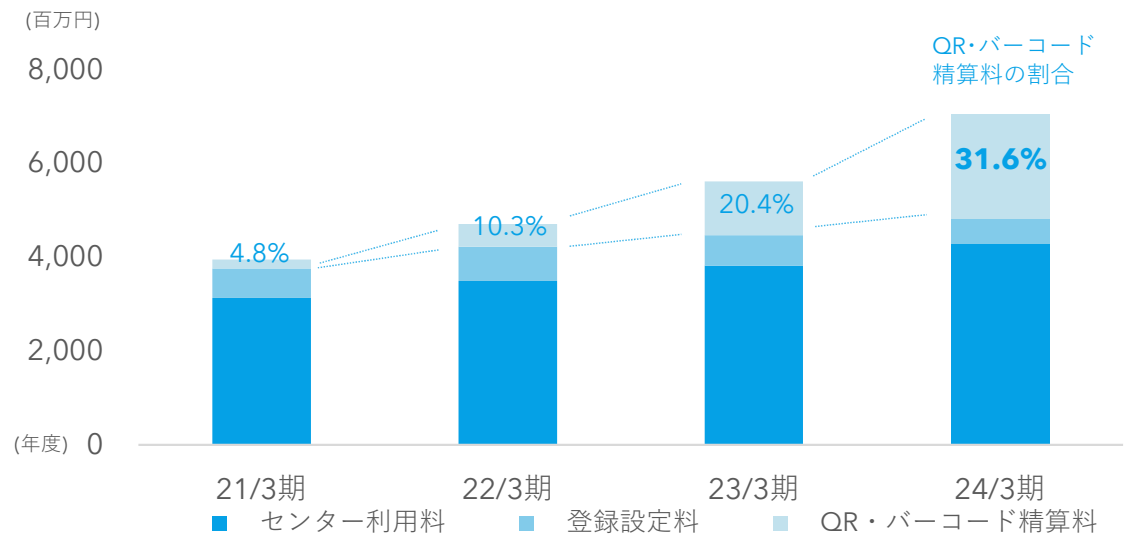
# ビジネスモデル | ストック収入の割合と推移

端末販売売上や開発売上などのフロー収入については、変動要素があるものの、センター利用料やQR・バーコード精算料などの**ストック収入については順調に増加**

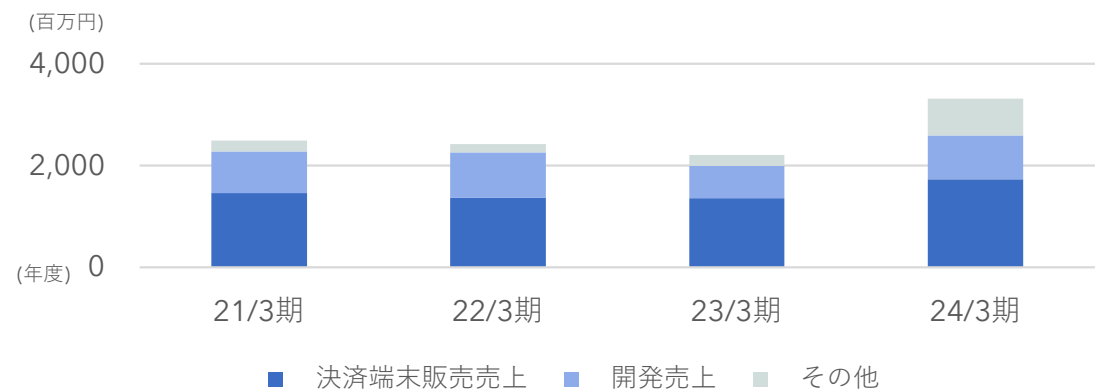
## 売上構成比率



## ストック収入推移

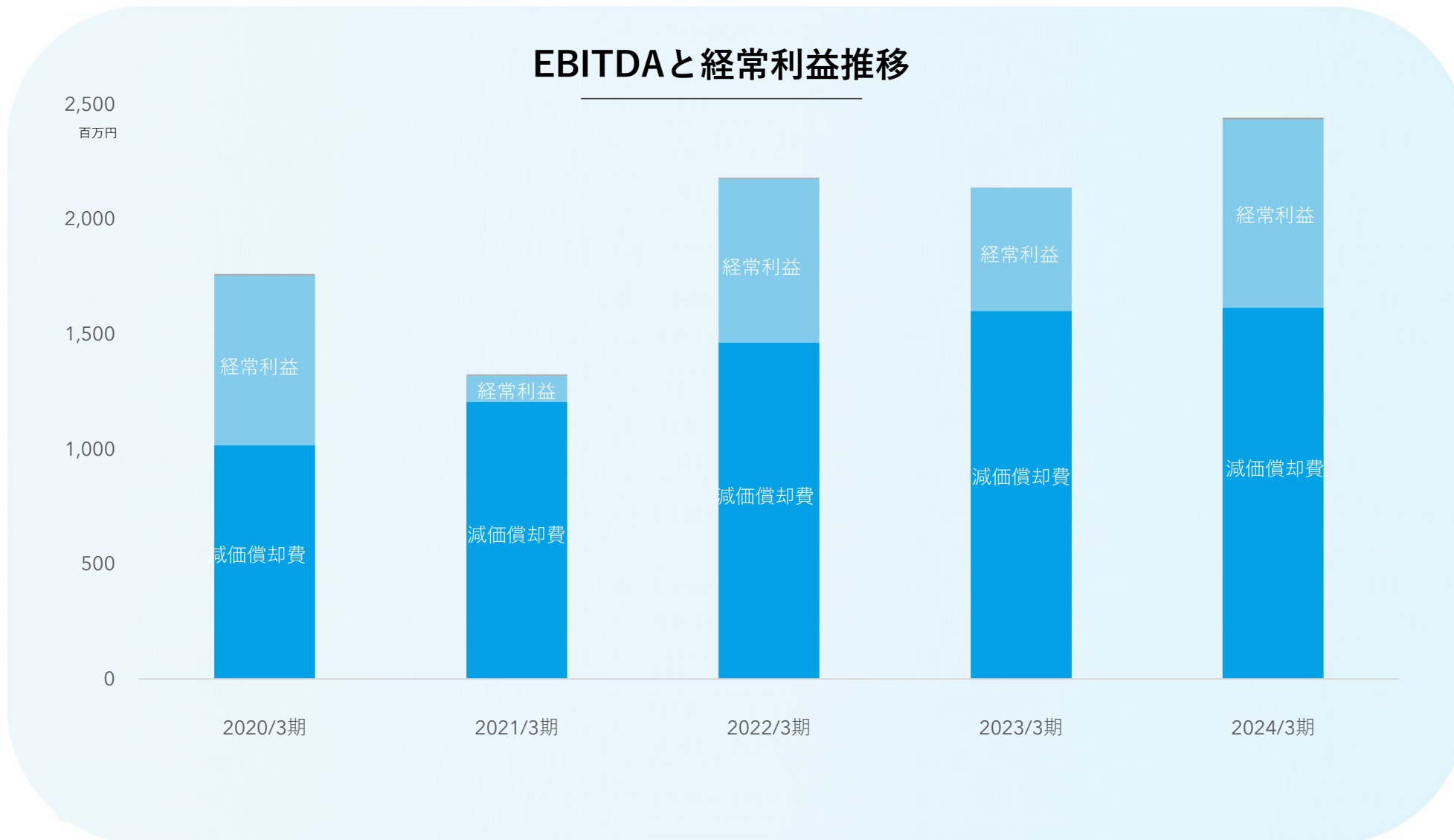


## フロー収入推移



# ビジネスモデル | EBITDA/経常利益 推移

開発投資を経常的に実施していることから、減価償却費の割合が大きい。

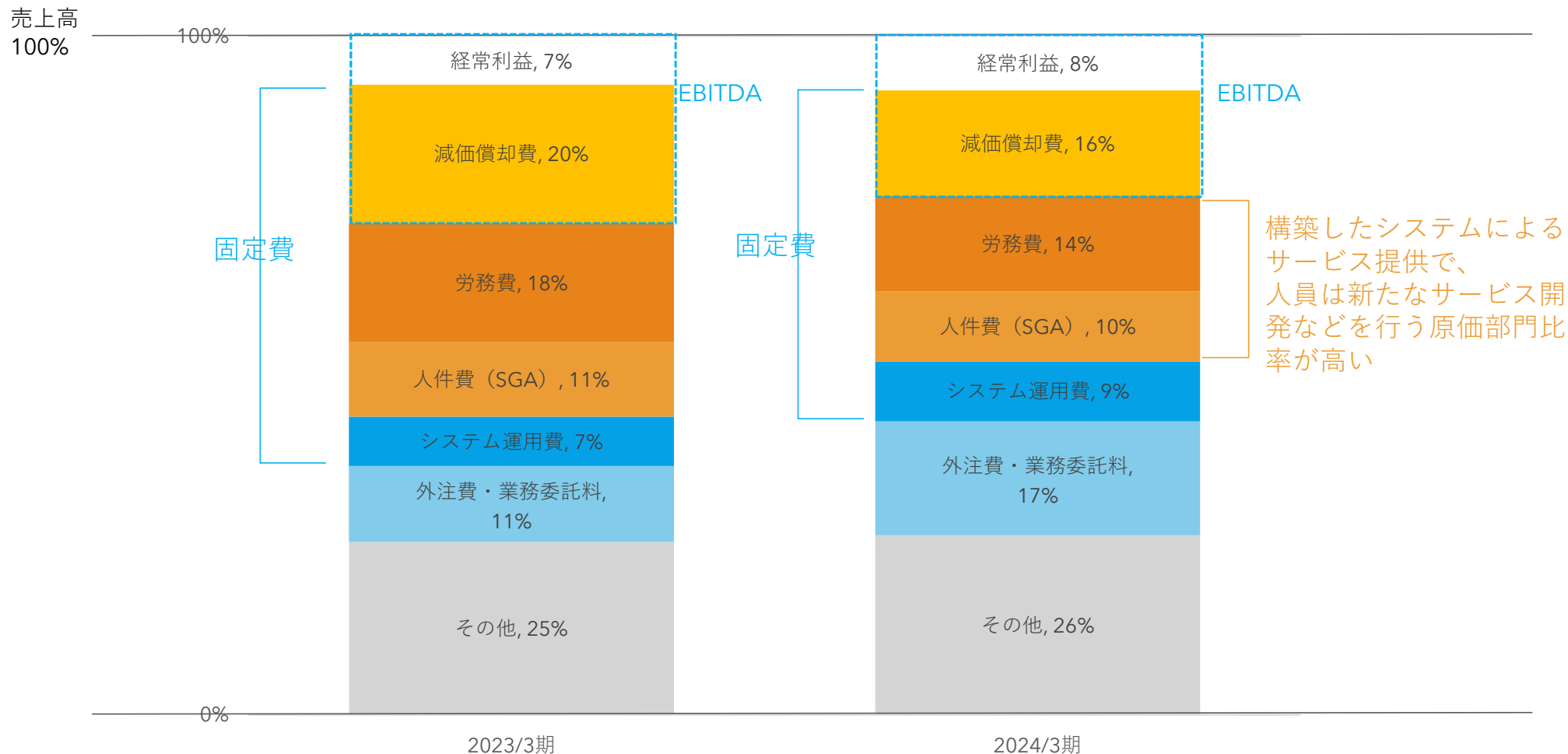


\* 2020/3期-2021/3期は新収益基準を適用して再計算した数値(Appendix の数値とは異なります)  
EBITDA：経常利益＋減価償却費＋支払利息

# ビジネスモデル | 売上原価、販管費の内訳

固定費：データセンター等への投資による減価償却費及び維持運用費

変動費：業務改善等にもなう外注費及び業務委託料等





### 3 | マーケット環境

国内の電子決済市場の現状と豊富な拡大余地

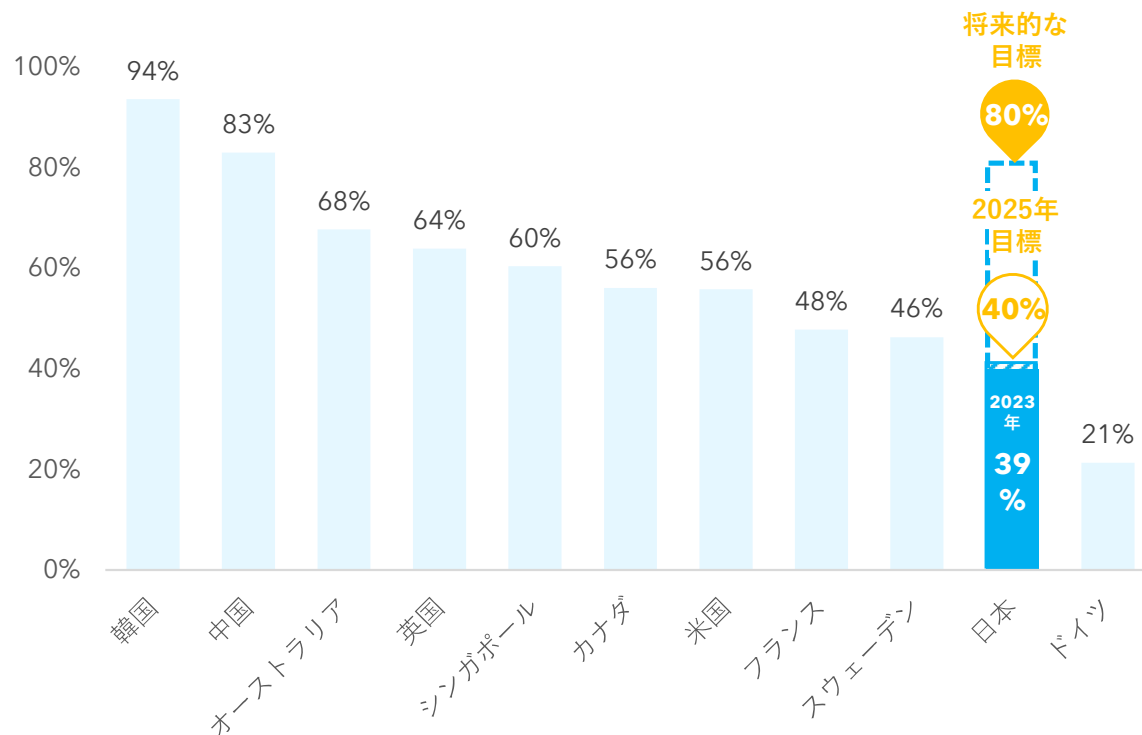


# マーケット環境 | 日本における電子決済比率の現状

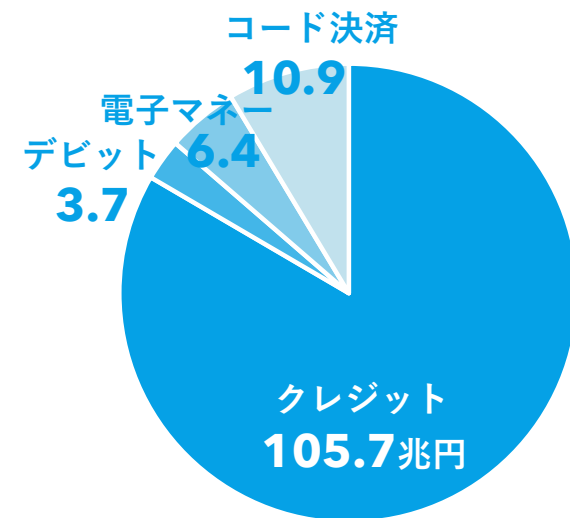
世界主要国と比較すると出遅れているが、

**2025年に40%、将来的には80%まで**引き上げる政府の方針

### 世界主要国におけるキャッシュレス決済比率(2020年)



### 国内キャッシュレス決済額内訳(2023年)



2023年

国内キャッシュレス決済額

126兆円

国内キャッシュレス決済比率

39%

<出所>一般社団法人キャッシュレス推進協議会「キャッシュレス・ロードマップ2022」より当社作成  
経済産業省「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」(2024/3/29)より当社作成

# マーケット環境 | 独自の進化を遂げた日本の電子決済マーケット

保有率の高い乗車券(定期券)が電子マネーとして進化したことで、  
日常的に利用される少額決済の手段として浸透

## 日本人の「現金主義」

- ・現金の信用、利便性が高い  
(高い紙幣製造技術、治安、ATM設置数)
- ・キャッシュレス不正利用に対する不安

## 交通系ICカードが電子マネーに進化

多くの人を持っている鉄道乗車券に電子マネー機能付加

## 複数の独自の電子マネーブランドが展開

小売系、金融系などのブランドが普及・進化

## 政府のキャッシュレス推進施策で普及が加速

キャッシュレス還元事業やコロナ禍も後押し

## QR・バーコード決済ブランドが林立

他の決済種別と比較するとシステムやネットワーク構築が比較的容易なため、個店での導入が進んだ

## TMNが対応する各決済サービス

電子マネー

交通系ICなど 17ブランド

クレジット

主要国際ブランドなど 7ブランド

QR・バーコード

15ブランド

地域マネー

2ブランド

共通ポイント

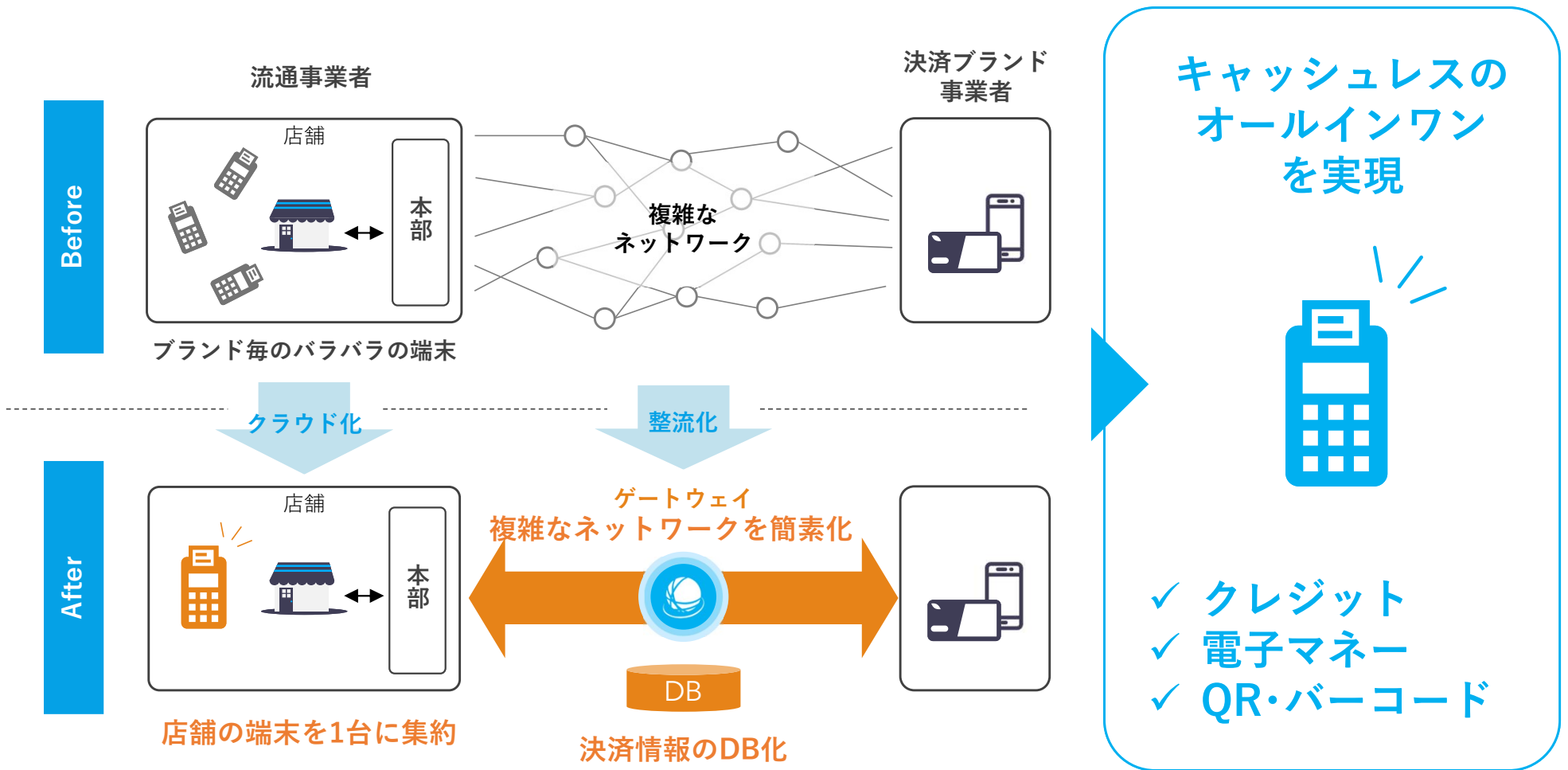
3ブランド

ハウスプリペイド、独自ポイント含め

**46**サービスに対応

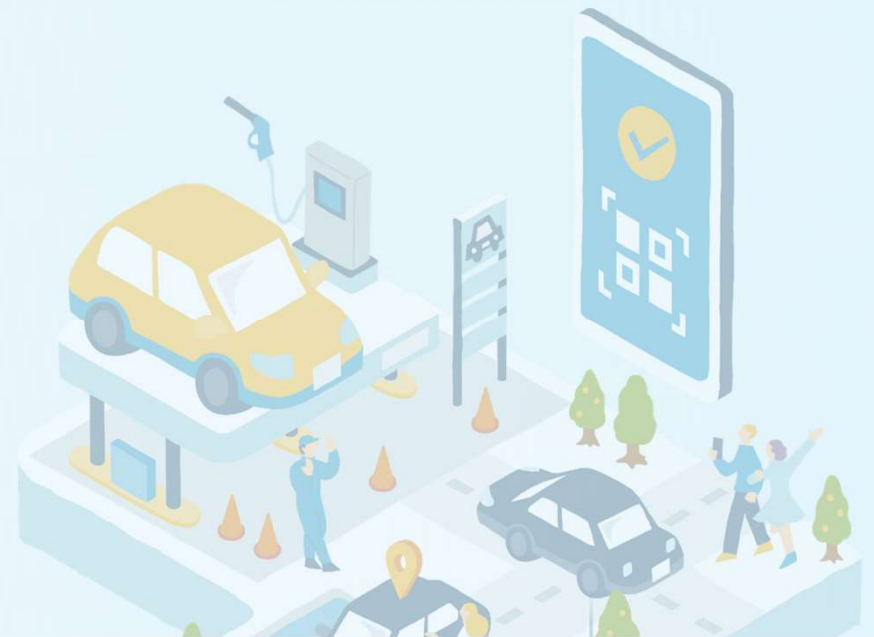
# マーケット環境 | 電子決済業界でTMNが行ったこと

国内初<sup>\*1</sup>のクラウド型汎用電子マネーゲートウェイの商用化により、流通事業者のキャッシュレス導入の阻害要因となる課題を解決しキャッシュレス決済普及に貢献



## 4 | 競合優位性

業界を革新してきた高い技術力と独自のポジショニング

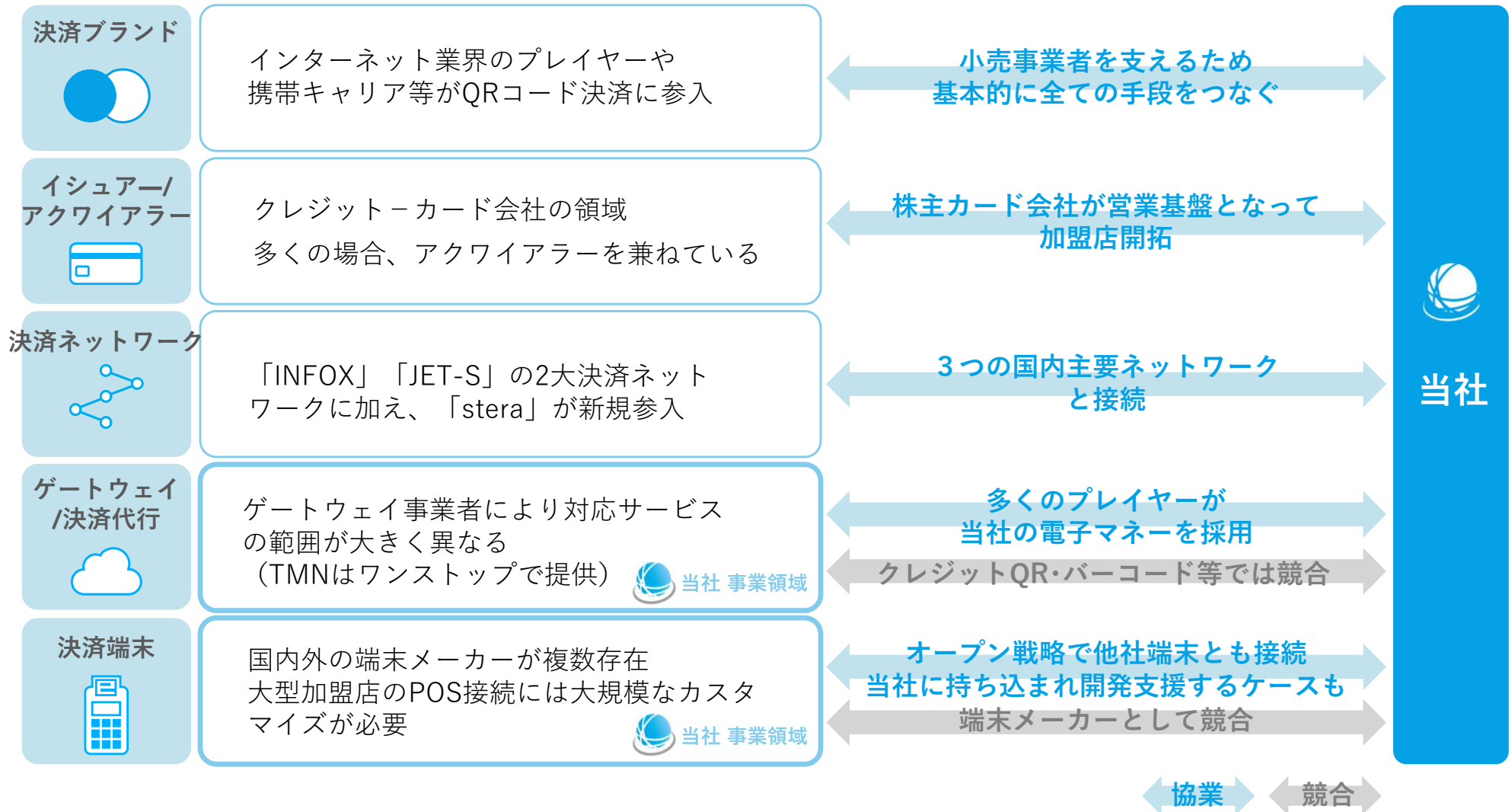


# 競合優位性 | 決済業界の各プレイヤーと広く協業関係を構築

一部では競合しながらも、あらゆる層の決済業界プレイヤーと協業し、面を拡大するオープン戦略

## バリューチェーン別プレイヤー

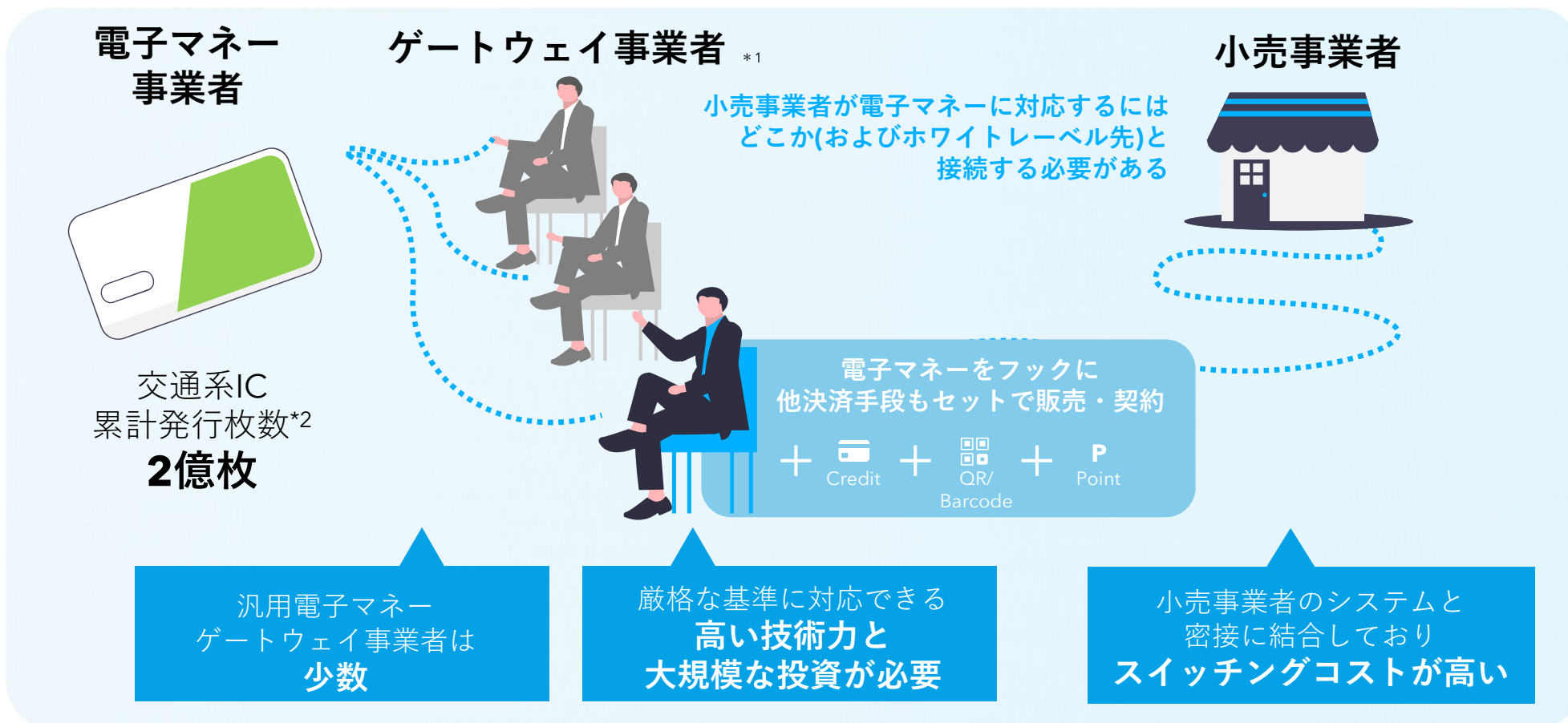
## 当社との協業/競合関係



# 競合優位性 | ゲートウェイ事業における高い参入障壁

システム構築難易度の高さから広域で汎用電子マネーを取り扱うゲートウェイ事業者\*1は少数しか存在しない

多くの消費者が利用している汎用電子マネーサービスをフックに加盟店を拡大業界最多レベルのブランドに対応したワンストップソリューションを強みに、高いスイッチングコストと合わせ、低い解約率を維持



# 競争優位性 | 顧客及び事業規模に応じた営業・サポート体制

強固な顧客基盤をもつクレジットカード会社と協力・連携体制を構築

加盟店のシステムと結合するには各加盟店のシステムに合わせてカスタマイズする必要があり、対応可能な技術力が求められる上、導入後の強固な運用体制が必須

売上規模別  
小売事業者数イメージ

大規模  
2兆円以上

## 独自ルートのダイレクト営業・新規サービス企画提案

### 高い技術力（カスタマイズ対応）

- ・ 大手メーカーのPOSにTMNのミドルウェアが標準実装
- ・ 従業員の約5割が開発業務に従事
- ・ 国際的なセキュリティ基準にも対応



### 24/7の強固な運用体制

年間の総稼働時間に対する実稼働時間の割合を99.98%として一部の加盟店とSLAを締結

SLA  
【Service Level Agreement】

99.98%

中規模  
500億円以上

## 徹底的なホワイトレーベルによる面的拡大

- ・ クレジットカード会社と協力・連携体制を構築  
(JCB トヨタファイナンス 三井住友カード UCカード 三菱UFJ銀行)
- ・ 数多くの決済サービス事業者とも連携  
(GMOフィナンシャルゲート、JMS、Square 等)

小規模・ロングテール  
500億円以下



## 5 | 成長戦略

既存の決済領域に加え、情報プロセッシング領域を拡大



# 成長戦略 | 情報プロセッシングに取り組む意義

さまざまな課題への解決を目指し情報プロセッシングを推進する

## 人口減少・デジタル化の流れ・ESG

### 社会課題

- ・ 働き手不足を補う  
生産性の向上
- ・ 地域社会の持続性

情報管理の厳格化

IT人材の増強/IT投資増加

システムクラウド化による柔軟性の確保

### 流通業界の課題

- ・ 競争力の向上
- ・ 人材確保
- ・ 電子決済手数料増加

BtoBからBtoCへ

より効果的なマーケティング

サプライチェーンの最適化

### TMNの課題

- ・ 持続的な成長に向け  
新たな収益源の確保
- ・ 高収益な事業領域の開拓

ITサービスから金融サービスへ

決済サービスに新たな付加価値

集まるビッグデータの活用

## 情報プロセッシング

毎日のデータがつながる時、

**社会は強くなる。**

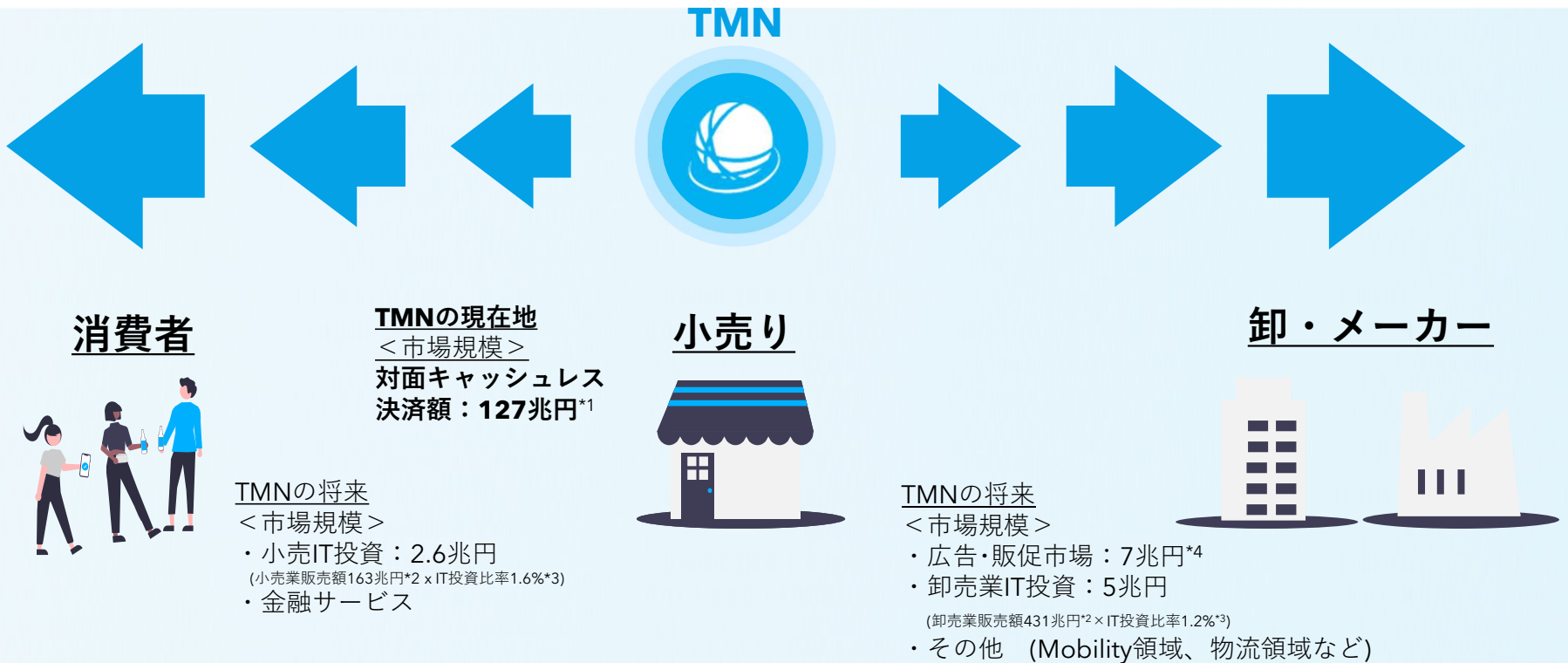
Transaction for social action.

購買や移動、サプライチェーン情報から  
消費(生活)・生産の実態が見える化

- ・ 流通事業者には、新たな収益とコスト削減策を提供
- ・ メーカーには、ダイレクト消費者マーケティングツールを提供

# 成長戦略 | 業界の「台風の日」に

消費者と小売事業者間の『キャッシュレス決済』で実現したクラウド化・整流化を、**流通のあらゆるセグメントで実現し、最適化を行う**  
加えて、**それらを通じて集まるデータのマネタイズ**を図る



## 【社会的背景】

小売に求められるIT活用のレベルは年々上昇し、対応が急務。

- ・労働人口減に伴う働き手不足を補うための生産性向上
- ・効果的なマーケティングによる競合との差別化
- ・社会的要請に伴う会員情報管理の厳格化等

## 【社会的背景】

情報の整流化、効果の可視化が進んでおらず、効率化の余地が多分にある。

- ・広告費・販促費は年々肥大化し、メーカーの収益を圧迫
- ・在庫不足や在庫過多など無駄なコストや売り逃しが発生

\*1：経産省「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」2024/3/29

\*2：経産省「2023年小売業販売を振り返る」

\*3：日本情報システム・ユーザー協会「企業IT動向調査報告書 2023」業種グループ別売上高に占めるIT予算比率、小売・外食 22年度平均値

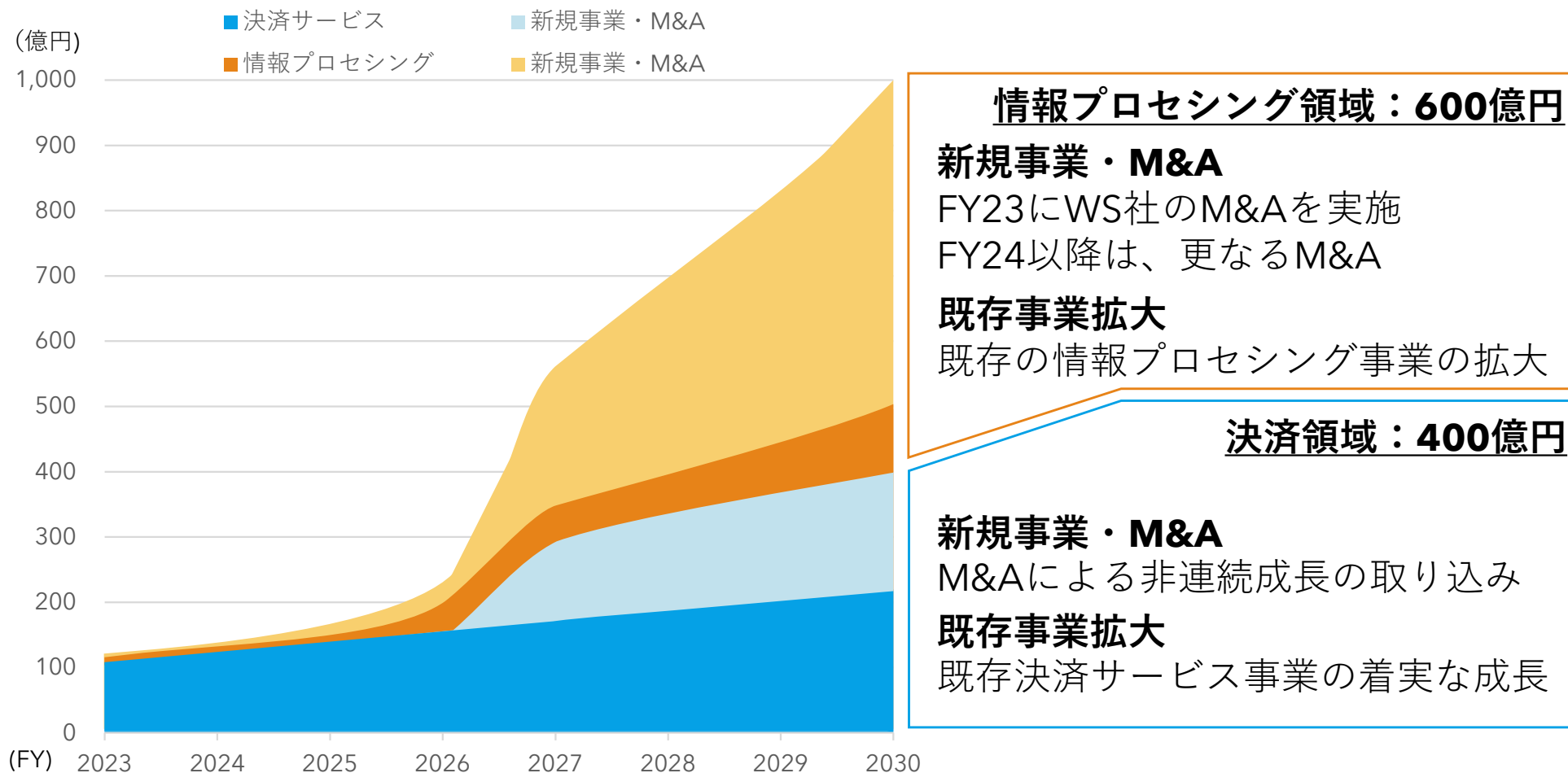
\*4：総務省「平成21年版 情報通信白書」広告費とセールスプロモーション費用合計

# 成長戦略 | 2030年のありたい姿

ターゲット：2030年度/連結売上高1,000億円

既存事業の着実な成長に加えて、積極的なM&Aを推進

## 売上推移(イメージ)



# 成長戦略と取組み状況 | 決済領域400億円のロードマップ

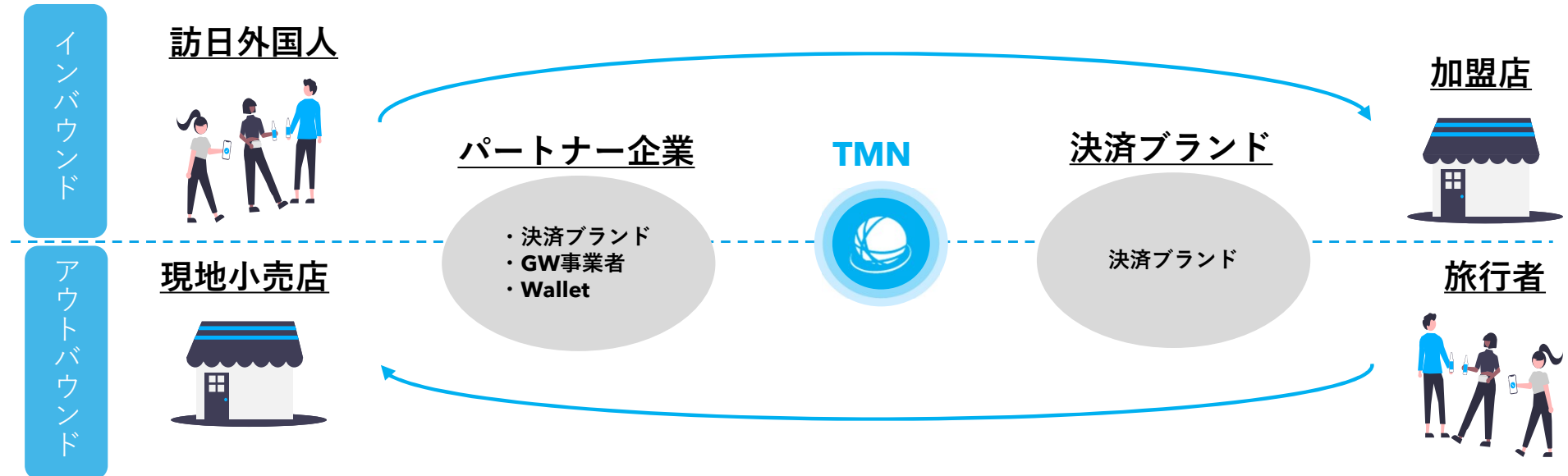
キャッシュレス市場の拡大を取込み**既存決済事業はCAGR10%前後での成長**を見込む  
 新規では**海外事業（クロスボーダー決済）** やアクワイアリング、ファクタリングや早期入金サービス等の金融への参入を検討

## 【例：クロスボーダー決済】

クロスボーダー決済における  
 キャッシュレスのニーズは拡大傾向

	2023年*1	政府目標 2030年*2
訪日外国人：	2,500万人	6,000万人
インバウンド消費：	5.4兆円	15兆円

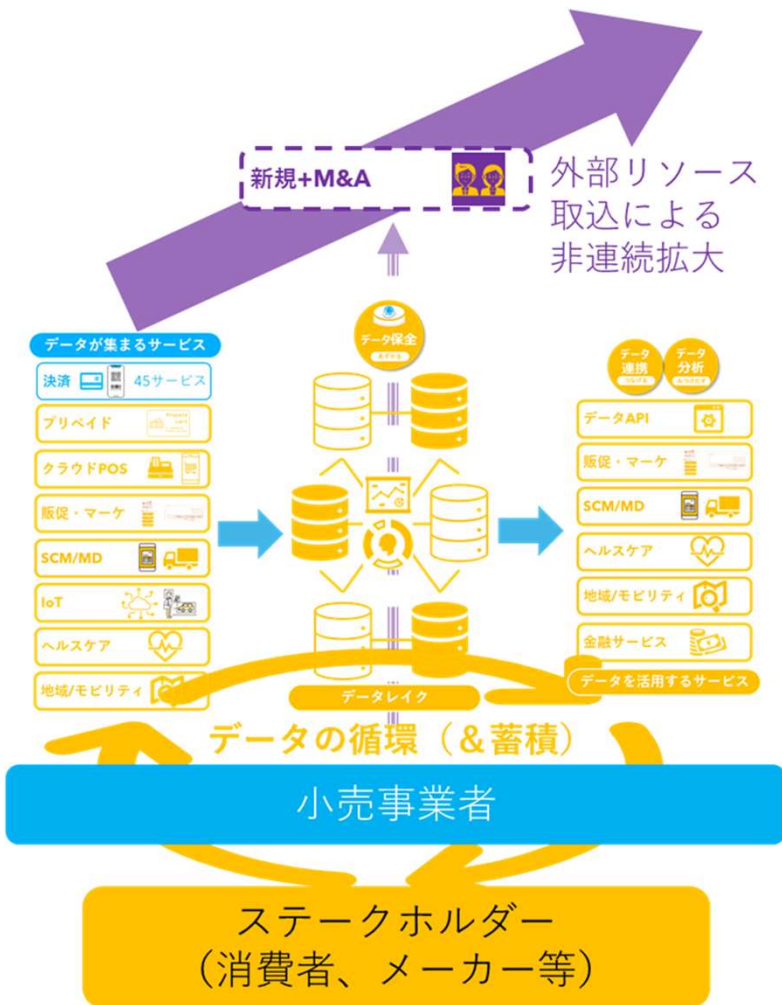
国内の決済ブランド並びに、海外のパートナー企業とのアライアンスを通じて、インバウンド・アウトバウンド双方におけるキャッシュレスの利便性を高める。  
 将来的には、現在41兆円ともいわれるアジアを中心とした海外間決済の成長を取り込む。



\*1：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2024年3月29日  
 \*2：政府「明日の日本を支える観光ビジョン」2016年3月30日

# 成長戦略と取組み状況 | 情報プロセッシング事業600億円のロードマップ

「**2025年の崖<sup>\*1</sup>**」に対応する流通事業者の対面領域におけるDXニーズの受け皿として  
 既存事業および新規事業を展開することで情報プロセッシング事業を拡大  
 金融分野を含む様々な新サービスの創出により、非連続成長を実現し  
 2030年度 売上600億円を目指す



## 当社取組

『**データを集める→整備する→活用する**』サービスを段階的・発展的に展開

### データを集める

想定市場規模<sup>\*2</sup>：約**1,500億円**

決済以外の流通におけるIT資産・投資も丸ごと支援出来るサービスをクラウド・SaaS型で提供  
 ⇒**クラウドPOS・ハウスプリペイド事業 他**

### データを整備する

想定市場規模<sup>\*2</sup>：約**9,000億円**

決済事業で培った高いセキュリティ基準を以って、安心・安全に保管し、利用しやすい形に整備する  
 ⇒**DataHub事業 他**

### データを活用する

想定市場規模<sup>\*2</sup>：約**3.2兆円**

M&Aやアライアンスを通じ、広告販促事業の推進、金融事業の開発（独自ペイメント・埋め込み型金融・データ活用したローン等）等を通じて、マネタイズを図る  
 ⇒**今後の取組・開発分野**

<sup>\*1</sup>：経済産業省『DXレポート(2018年9月)』  
<sup>\*2</sup>：各種資料を基に当社にて試算

# 成長戦略 | ストック収入の拡大余地

端末台数の面的拡大と、当社ネットワーク上での決済量拡大による両面で成長

## 端末台数の面的拡大

### 加盟店拡大施策

- 新端末の投入によるリプレイス推進

### 領域拡大施策

- モバイル端末による新たな決済シーンの創出
- 交通領域における決済端末導入
- ATM端末のモジュール搭載／IoT(自販機無人機)の端末導入
- 小売店のセルフレジ対応

【市場規模イメージ】



## 決済量の拡大

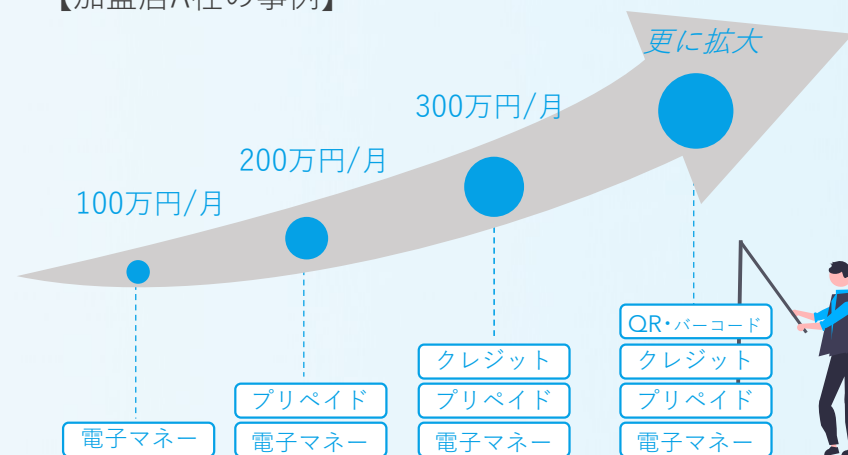
### QR・バーコード決済量拡大

- 新規加盟店獲得
- QR・バーコード決済比率増を目指した販促
- 加盟店審査業務の効率化と短縮化
- 新ブランド追加
- インバウンド/アウトバウンド事業化

### 新たな決済量課金モデルの導入

- 電マネ・クレジットの従量課金モデル推進
- リアル店舗向けの非対面決済

【加盟店A社の事例】



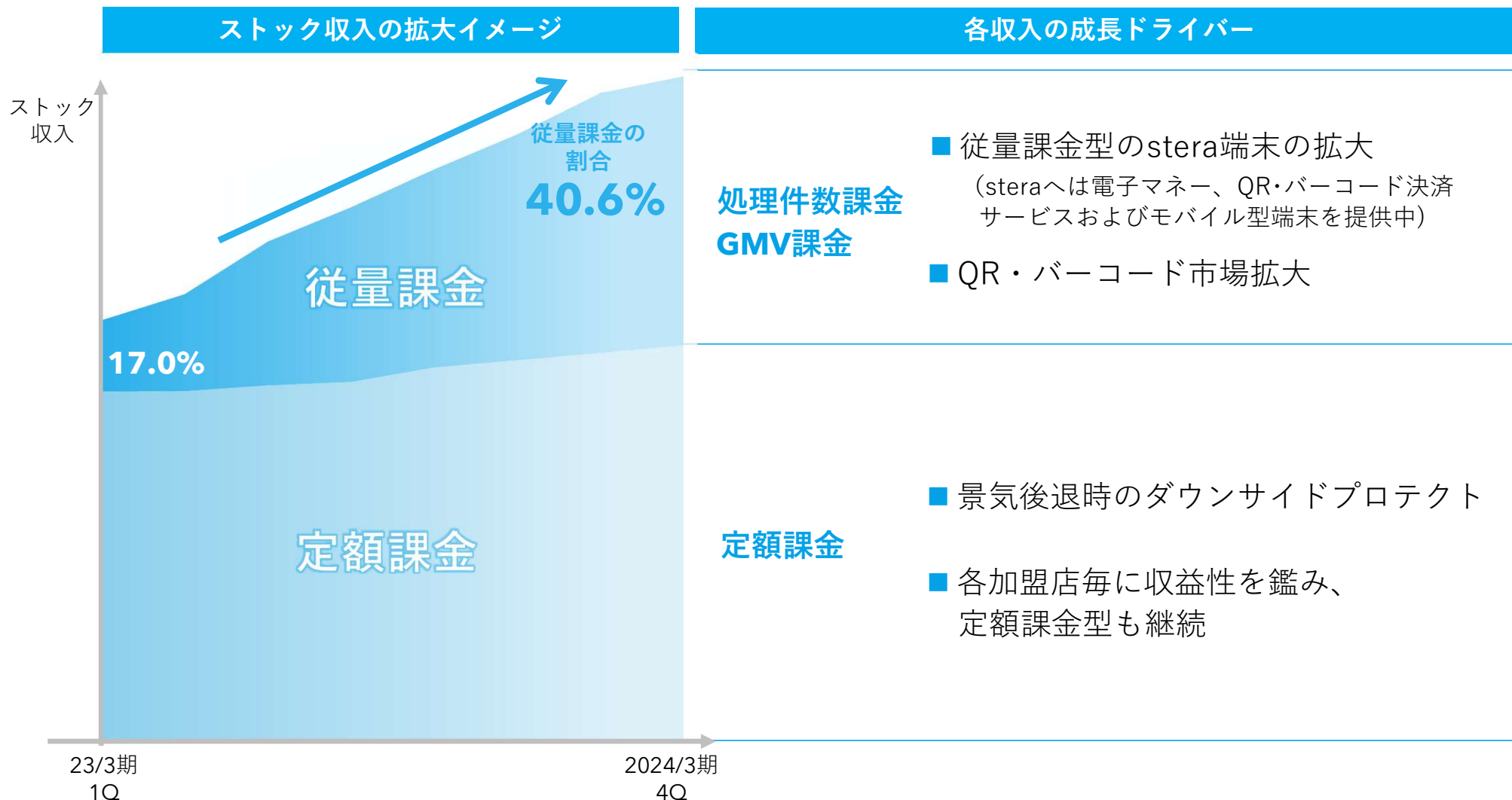
\*1: 2024年3月末時点

\*2: <参考> JEITA「調査統計ガイドブック 2022-2023」2022/10

\*3: <出所> JVMA「自販機普及台数 2021年版」

# 成長戦略 | ストック収入の拡大イメージ

従量モデルの比率向上により、**ストック収入の成長カーブの引き上げ**を目指す

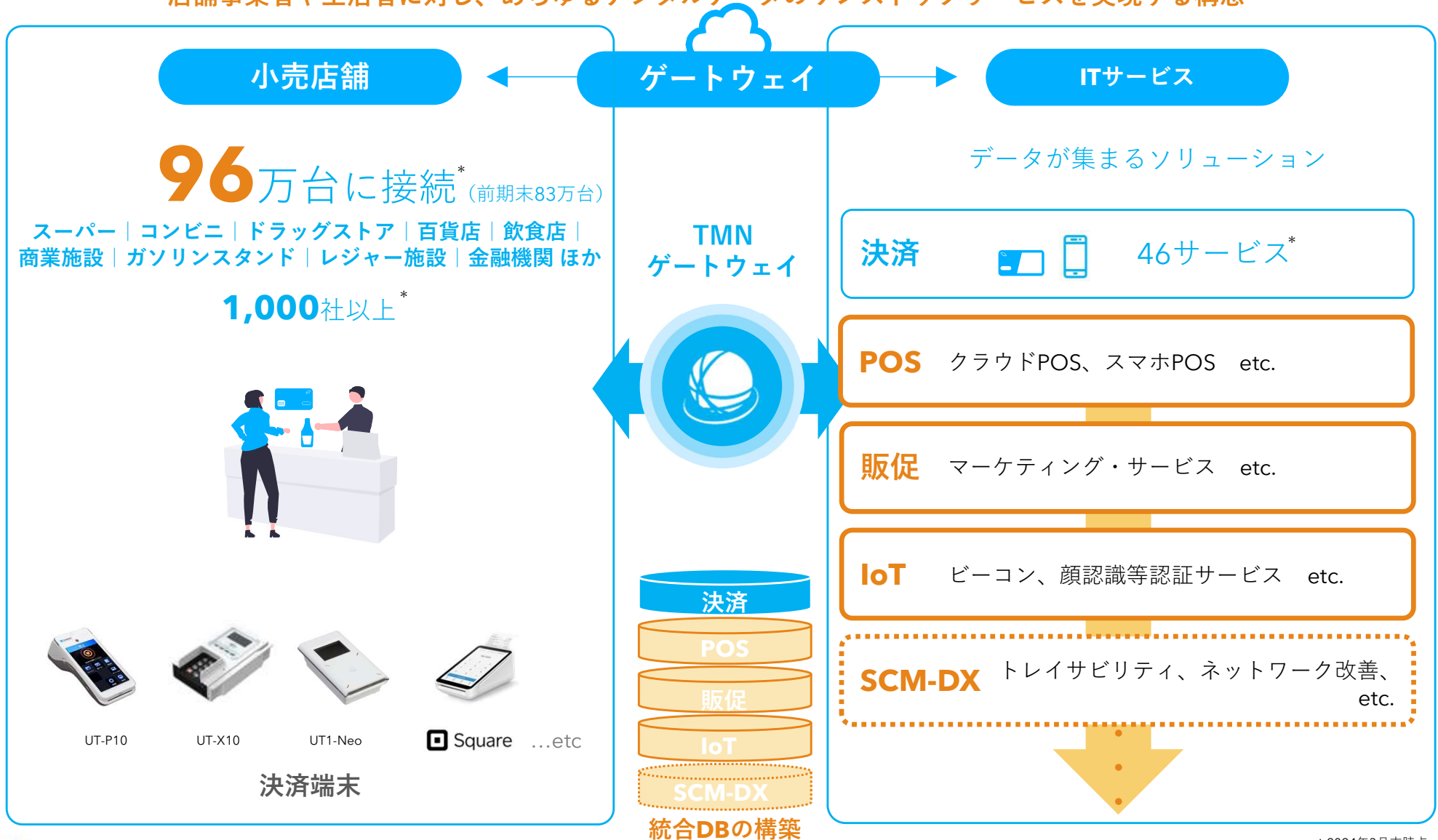


※上図のストック収入には登録設定料を含めておりません

# 成長戦略 | 電子決済GW企業から情報プロセッシング企業へ

電子決済サービスの事業基盤をベースに、購買・行動を捕捉する流通関連サービスを展開  
あらゆるデジタルデータの「ゲートウェイ」へ

店舗事業者や生活者に対し、あらゆるデジタルデータのワンストップサービスを実現する構想

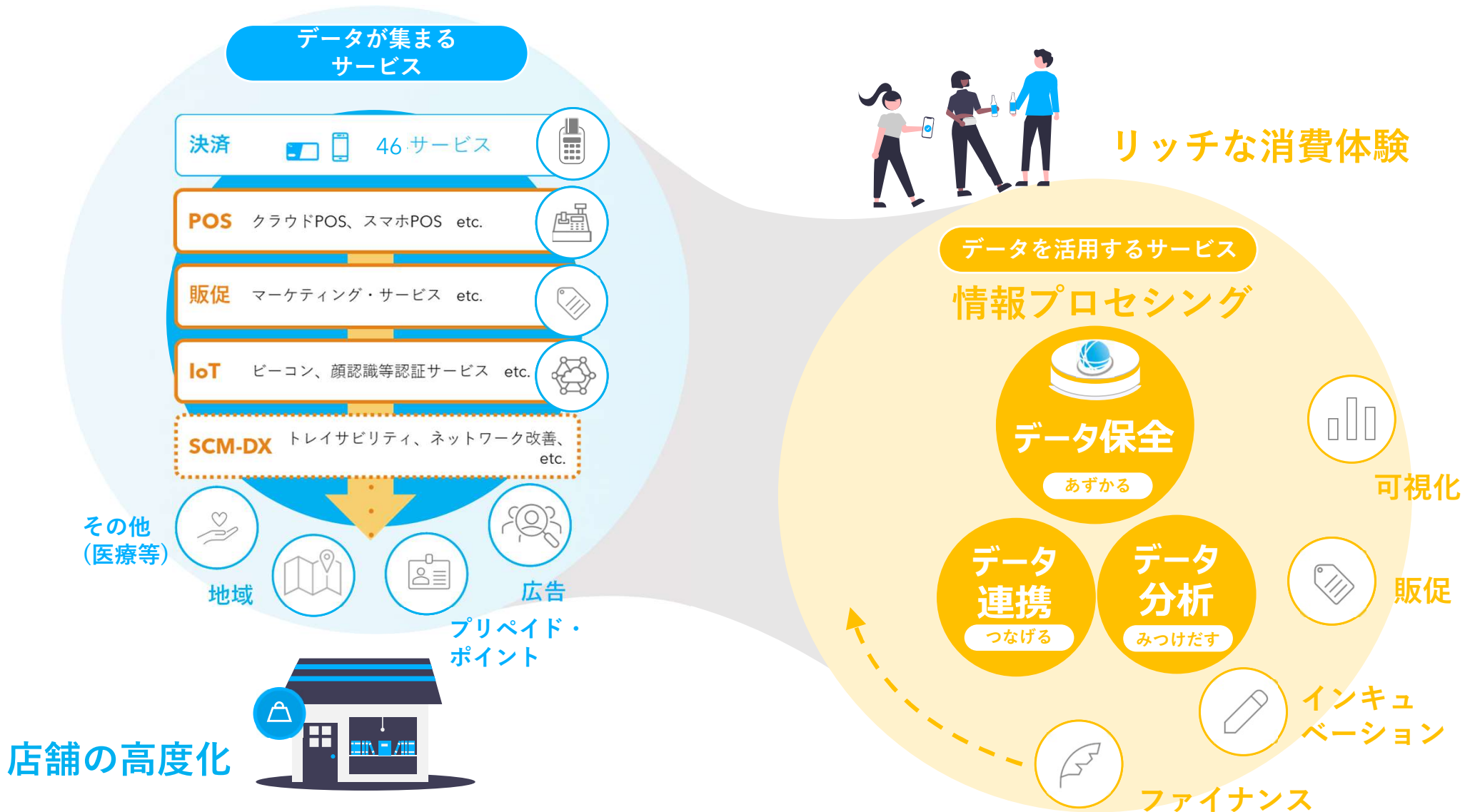


\* 2024年3月末時点



# 成長戦略 | 情報プロセシングの世界観

情報プロセシングによりお店が高度化され、生活者にリッチな消費体験を提供する構想  
POS等さまざまなサービスの提供を通じデータを集約



# 成長戦略 | 情報プロセッシング事業の拡大

各サービスのマネタイズ・スケール化に向け取組み加速

提案~実証実験中

商用化準備中

サービス拡大中

## RXクラウド

調剤薬局向けDXサービス



- ✓ ドラッグストア併設の調剤薬局へ提案中

## クラウドPOS

クラウド型POSシステム



- ✓ 大型加盟店への導入準備
- ✓ 複数のコンペに参加

## nextore

決済を起点としたデジタルプラットフォームサービス

- ✓ 業務アプリの配信開始

## モビリティ

公共交通のDX化支援



- ✓ 渋川市および新潟市と、IoTカメラを活用したバス車内可視化に向けた取組み

## Data Hub

情報プロセッシングの根幹となるデータサービス



- ✓ TMN×三菱食品×コープこうべ三社共同でデータ活用

## ウェブスペース

リテールソリューションサービス

- ✓ 収納代行の面拡大
- ✓ グループシナジーの創出

## MD次世代化

サプライチェーンの改善

- ✓ 仕入れ効率化に関するサービス検討および提案を開始

## マーケティングツール

VOC取得による効果的な商品開発・販促

- ✓ メーカーと共同でマーケティング効果の検証

## ハウスプリペイド

店舗オリジナル電子マネー

- ✓ スーパーにテスト導入





## 6 | 今期計画、事業リスク等

2024年3月期実績

2025年3月期業績予想/2026年3月期業績目標

事業遂行上の重要なリスクと対応方針

## 進捗状況 | 2024年3月期 実績

好調なストック売上の増加により、売上高は前期比**32.4%増**で概ね予想通りの着地  
営業利益、経常利益は前期比増、端末等の商品評価損の影響により予想比で△3.1%減  
当期純利益は法人税等の計上及び繰延税金資産の取崩により**前期比、予想比ともに減**

※ウェブスペース社の業績は2024年4月から取込みます。2024年3月期第3四半期より連結決算となったため、連結実績において前期比較を記載していません。

(百万円)

	前期比(個別)			予想比(連結)		
	23/3期	24/3期	前期比	予想	24/3期	予想比
売上高	7,831	<b>10,370</b>	32.4%	10,406	<b>10,370</b>	△0.3%
売上総利益	2,562	<b>3,321</b>	29.6%	-	<b>3,321</b>	-
営業利益	560	<b>829</b>	48.1%	802	<b>777</b>	△3.1%
経常利益	535	<b>818</b>	52.8%	797	<b>765</b>	△4.0%
当期純利益	672	<b>637</b>	△5.2%	732	<b>585</b>	△20.0%
EBITDA	2,137	<b>2,441</b>	14.2%	2,395	<b>2,389</b>	△0.2%

※EBITDA：経常利益＋減価償却費＋支払利息

## 進捗状況 | 2025年3月期 業績予想/2026年3月期 業績目標 (連結)

2025/3期は既存事業の成長、前期買収したウェブスペース社の売上高が寄与し、大幅な増収となるも、**データセンター移設等の費用増加により減益となる見込み**

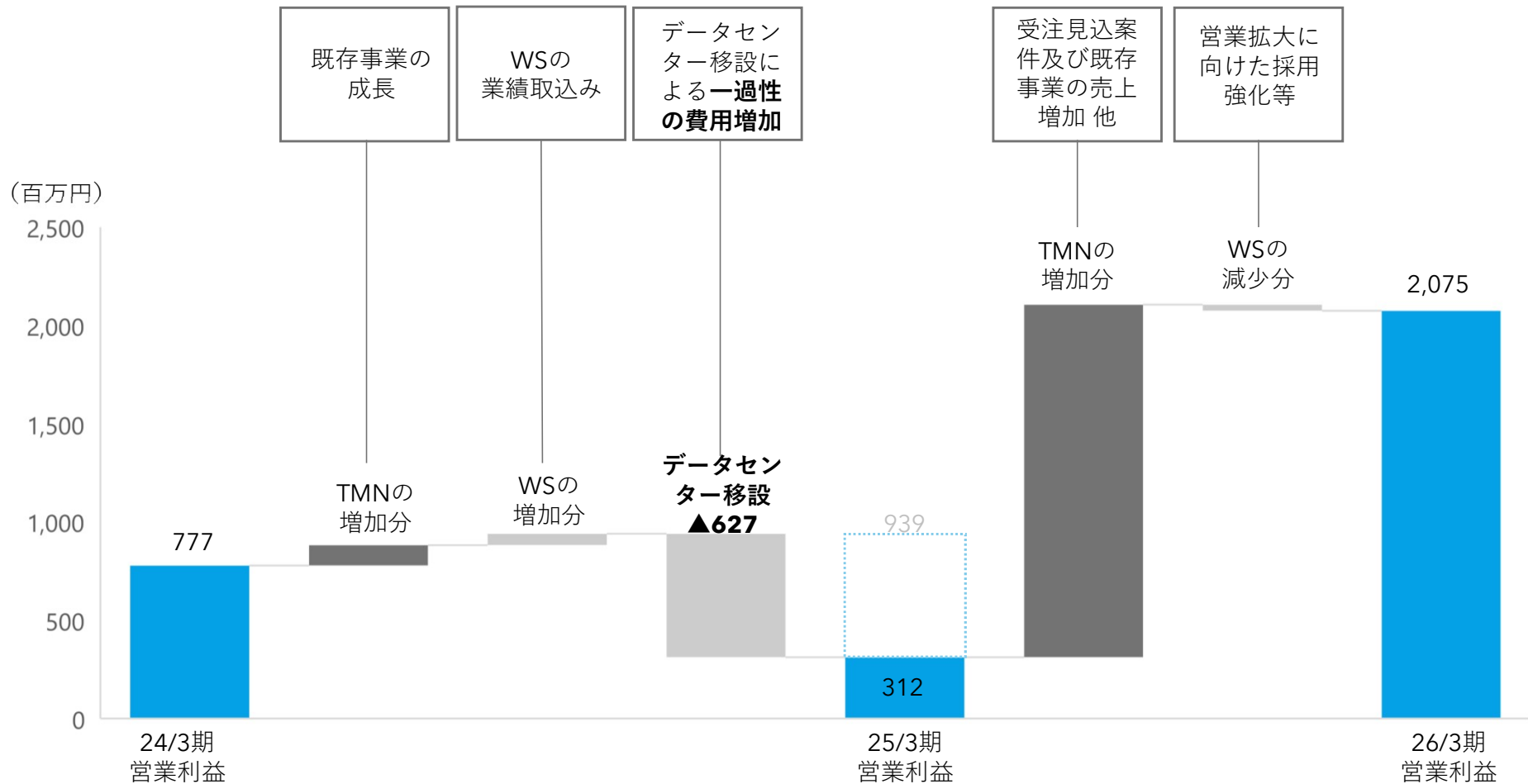
2026/3期は既存事業の成長により増収、データセンター移設費用剥落等の影響により**過去最高益となる見込み**

(百万円)

	24/3期	25/3期		26/3期	
	実績	予想	前期比	目標	前期比
売上高	10,370	<b>13,645</b>	31.6%	<b>16,109</b>	18.1%
営業利益	777	<b>312</b>	△59.7%	<b>2,075</b>	563.4%
経常利益	765	<b>286</b>	△62.6%	<b>2,053</b>	616.8%
当期純利益	585	<b>235</b>	△59.7%	<b>1,508</b>	540.0%
EBITDA	2,389	<b>2,526</b>	5.8%	<b>5,030</b>	99.1%

# 進捗状況 | 2025年3月期 業績予想/2026年3月期 業績目標 | 営業利益の増減

- 2025/3期 データセンター移設等の費用増加により**減益**となる見込み  
WS(ウェブスペース)の業績への取込みが開始されるが影響は軽微
- 2026/3期 データセンター移設費用が剥落するとともに、大型見込案件の増加により**過去最高益を目指す。**

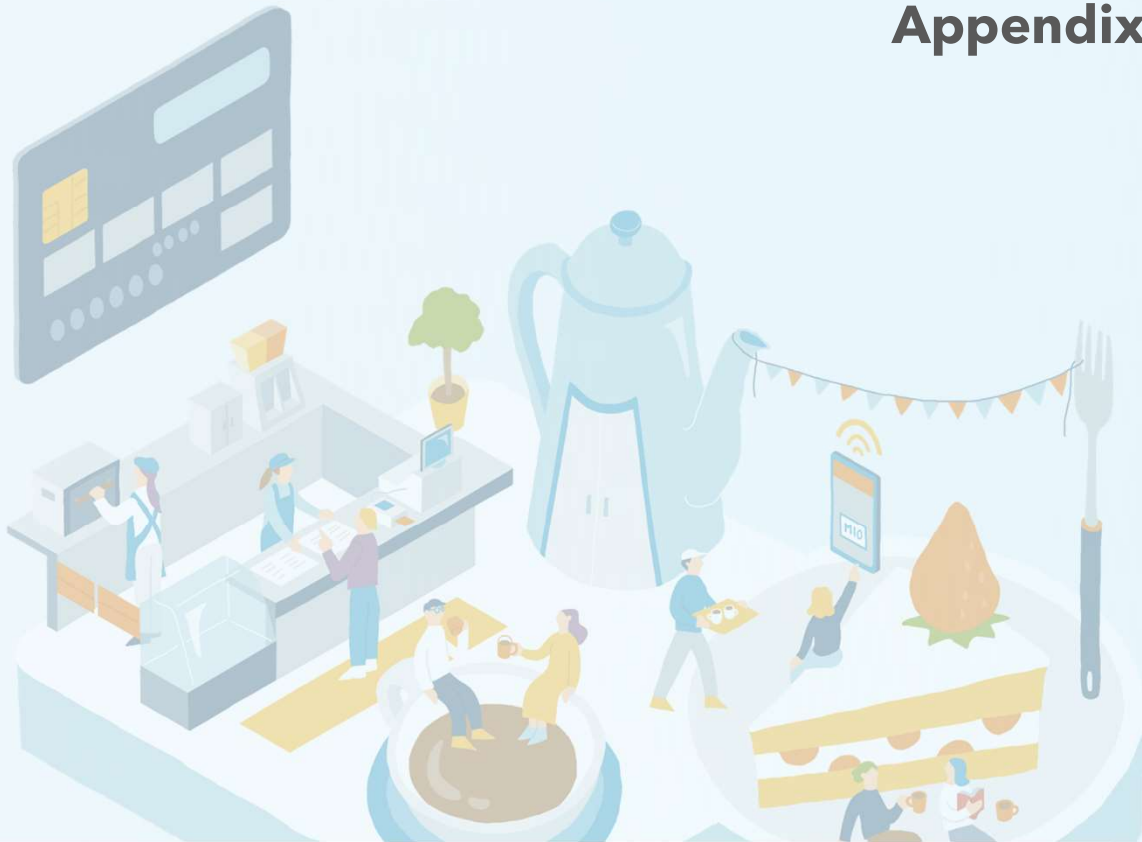


## その他 | 事業遂行上の重要なリスクと対応方針

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

主なリスク	リスクへの対応策	顕在化可能性	影響
経営環境について	ストック収入比率を高め、市況の影響を受けにくい収益構造を構築している他、決済サービスにとどまらず、事業領域を拡大することで、対応できると考えております。	中	中
売上高の計上時期の偏重について	当社起因による納期遅延を発生させないよう納期管理を徹底しています。また、ストック収入比率を高めることで、万が一検収時期遅延が発生した場合のリスク低減を行っております。	低	中
特定データセンター業者への依存と災害リスクについて	複数のサーバーによる負荷の分散、定期的なバックアップの実施等を図り、システム障害を未然に防ぐべく取り組みを行っております。また、障害が発生した場合に備え、リアルタイムのアクセスログチェック機能やソフトウェア障害を即時にスタッフに通知する仕組みを整備しており、障害が発生したことを想定した復旧訓練も実施しております。また2025年3月期にデータセンターの移設を予定しておりますが、十分な切替作業及び稼働確認期間を確保した移設計画と、バックアッププランに則り移設作業を実施してまいります。	中	大
技術革新への対応とシステムインフラ等への投資について	信頼度の高い開発体制を維持・構築するために投資の実施を計画し実行することにより、事業運営に致命的な不具合が発生しないようなシステム開発を行っております。	低	中
情報プロセッシング事業について	多角的な新規サービスの創造により、事業の立ち上がりリスクの低減を図るとともに、投資管理のモニタリングを強化することで、事業立ち上がりコスト発生を徹底しております。	中	中
人員の育成・確保について	年間を通じた採用活動や、各種研修の実施を通じた人材育成の取り組みを強化するとともに、人事制度改定により優秀な人材の定着及び、人材が採用しやすい体制を整えていく方針です。	中	大

# Appendix





# Appendix | 財務ハイライト（単体・連結）

過去5年間のP/Lサマリー：2020/3期～2024/3期

単体	(単位：百万円)					連結
	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	24/3期
<b>売上高</b>	8,169	6,451	7,139	7,831	10,370	10,370
(売上内訳)						
センター利用料	2,367	3,133	3,496	3,822	4,285	4,285
登録設定料	1,209	631	728	647	537	537
決済端末販売売上	3,266	1,459	1,364	1,360	1,730	1,730
開発売上	1,116	820	897	636	861	861
QR・バーコード精算料	22	188	486	1,147	2,231	2,231
その他	188	216	165	216	723	723
<b>売上総利益</b>	2,862	1,915	2,279	2,562	3,321	3,321
販管費	1,219	1,760	1,568	2,002	2,492	2,544
<b>営業利益</b>	1,643	154	711	560	829	777
<b>経常利益</b>	1,648	158	712	535	818	765
<b>当期純利益</b>	1,110	98	△ 385	672	637	585
(調整項目)						
減価償却費	1,016	1,206	1,463	1,601	1,615	1,615
その他	1	1	4	0	8	8
<b>EBITDA</b>	2,666	1,367	2,180	2,137	2,441	2,389

\* 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を2022/3期の期首から適用しており、2022/3期以降に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を適用した後の指標等となっております。  
\* 第17期連結会計年度より連結財務諸表を作成しているため、それ以前については記載しておりません。

# Appendix | 財務ハイライト（単体・連結）

## B/Sのサマリー：2020/3期～2024/3期

単体

(単位：百万円)

連結

	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2024/3期
現預金	2,533	2,168	3,419	2,861	4,576	13,173
固定資産	4,524	5,592	5,148	5,194	9,363	9,347
無形固定資産	3,170	4,113	4,001	4,070	5,934	6,699
総資産	9,322	9,641	10,372	9,808	16,751	25,530
純資産	7,203	7,306	5,766	4,956	10,882	10,829

## C/Fのサマリー：2021/3期～2024/3期

単体

(単位：百万円)

連結

	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
営業CF	1,039	2,109	2,803	533
投資CF	△ 2,310	△ 1,344	△ 1,377	4,588
財務CF	905	485	△ 1,984	5,190

\* 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を2022/3期の期首から適用しており、2022/3期以降に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を適用した後の指標等となっております。  
\* 第17期連結会計年度より連結財務諸表を作成しているため、それ以前については記載していません。

# Appendix | 情報プロセシングの取り組み事例 -クラウドPOS-

## クラウドPOS

大型加盟店へ導入準備中

電子決済のクラウド化を実現したノウハウでPOS(販売時点情報管理)システムをクラウド化

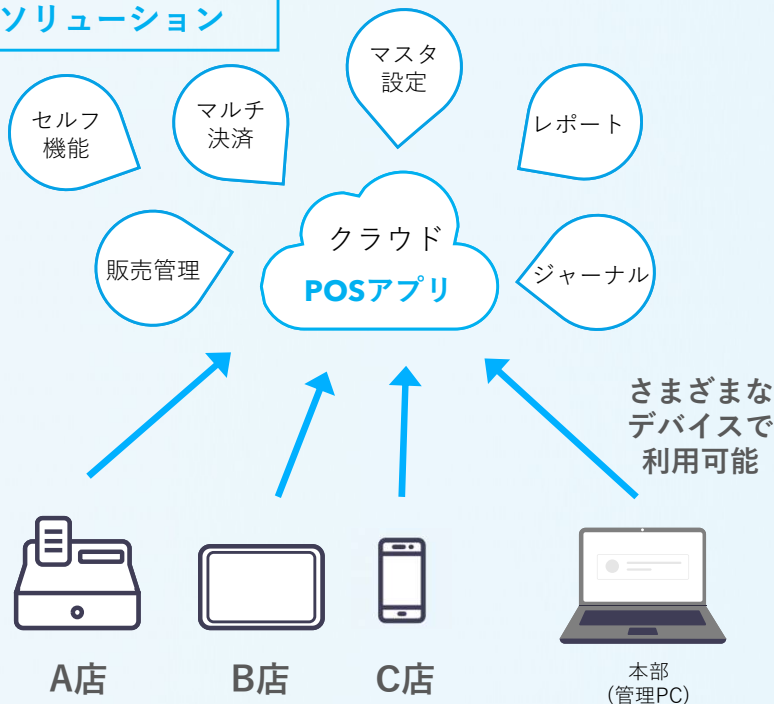
### ペイン/ニーズ



オンプレ型

- ・ 開発・導入に**時間・コスト**が発生
- ・ **ベンダーロックイン**の課題
- ・ 運用・改修の**硬直性**あり
- ・ **静的データ**でリアルタイム活用が困難

### ソリューション



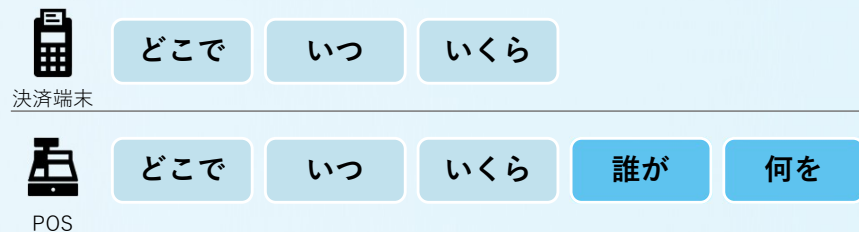
クラウド型

## クラウドPOS

- ・ 開発・導入の**時間・コスト**を大幅削減
- ・ 高い**拡張性**と**高セキュリティ**
- ・ 高度な**サービス柔軟性**
- ・ **リアルタイムデータ活用**

## POSのクラウド化で早く、安く、賢く

POSでは決済端末よりも多くの情報が集まる



購買情報がTMNに集約

# Appendix | 情報プロセシングの取り組み事例 - nextore -

決済を中心に小規模店舗のデジタル化を支援するサービスをプラットフォームとして地方金融機関やスキームパートナーの商材として提供

## ペイン/ニーズ

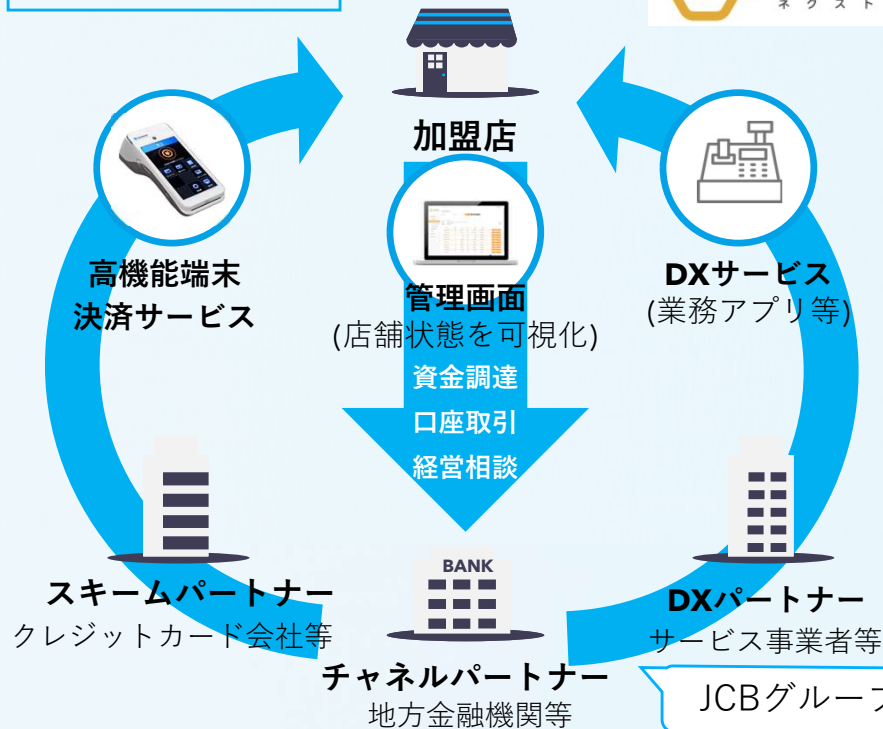


決済

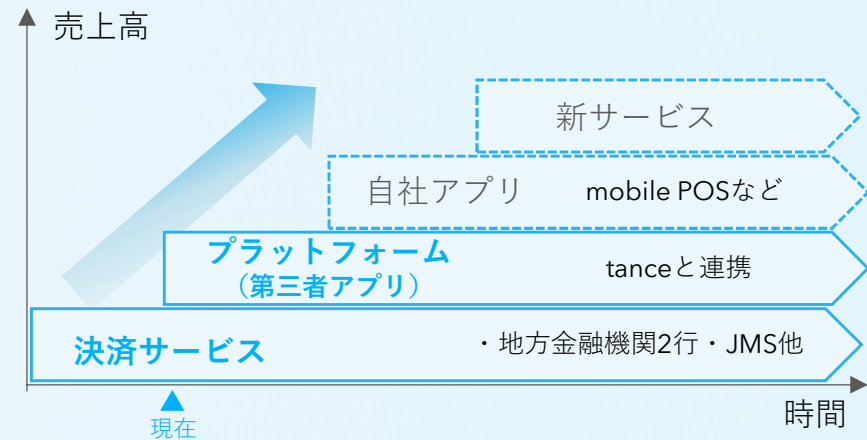
単機能  
端末

- 決済端末の、ほとんどが**決済のみの単機能**
- 非決済情報に対応できず**デジタル化の支援策とならない**
- 費用対効果が薄く、**サービス拡張性に乏しい**

## ソリューション



【プラットフォームで展開する機能イメージ】



- ✓ 店舗をデジタル化
- ✓ さまざまな情報を店舗と金融機関で還流
- ✓ タイムリーな経営支援や資金のサポートが可能に

JCBグループと協業開始

## Appendix | 情報プロセシングの取り組み事例 - ハウスプリペイド/ID統合 -

各事業が発行していたIDをプリペイド/ポイントシステムで統一化

この基盤整備により、1to1マーケティング、購買分析、店内DX、調達効率化などのアクションが可能に

ペイン/ニーズ

店舗事業

ネット事業

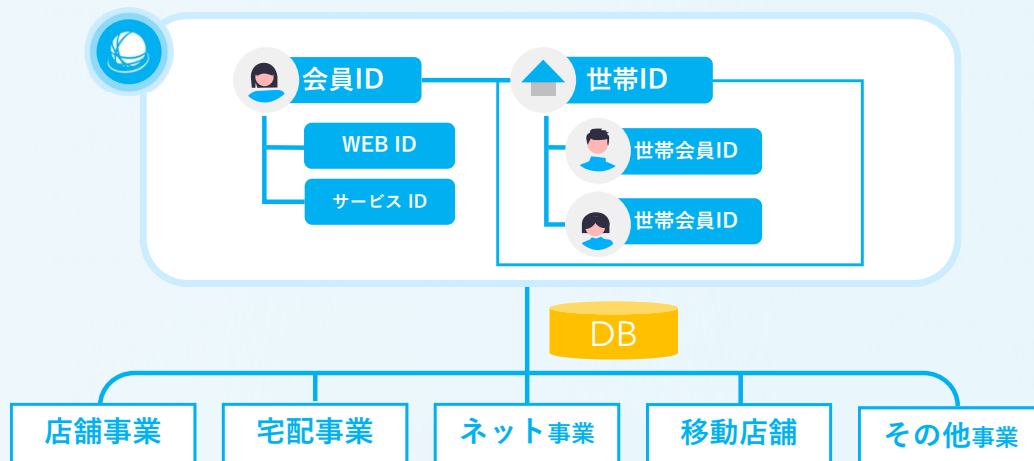
宅配事業

移動店舗

- 傘下事業体が独自IDを発行し、全体像が掴めない
- 個人・世帯への個別マーケティングが行えない

ソリューション

<事例>生活協同組合の170万人の組合員IDを統合



### ハウスプリペイド/ID統合

- 各事業にまたがっていた**会員IDを統合**
- **共通ポイント・プリペイドサービス**を提供
- 従来の決済データ処理に加え、多様な機能を実装

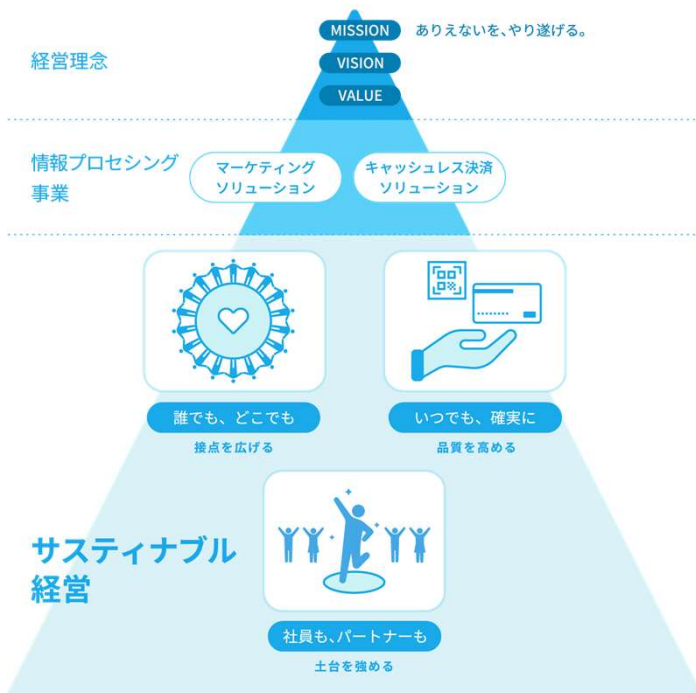
事業間に跨がる様々な情報を  
統合することにより  
購買が「見える化」され、  
1to1および世帯単位での  
マーケティングが可能に

情報がTMNに集約

# Appendix | ESGに関する取組み

当社の環境および社会へ配慮した活動を、これまでは、SDGsの枠組みで整理してきたが、今後は、ESGの枠組みの中で当社の取組みを整理・推進

## E・S 環境・社会 (これまでのSDGsとしての取組み)

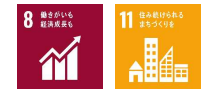


### 持続可能な3つのマテリアリティ

#### 誰でも、どこでも

利便性の向上を通して地域と社会に貢献する

<関連する取組み事例>



#### いつでも、確実に

安心・安全なキャッシュレス社会の実現と価値創造

<関連する取組み事例>

サービスの年間稼働率99.98%以上  
を目標に掲げ運用中



#### 社員も、パートナーも

すべての社員がいきいきと活躍できる職場環境の実現

<関連する取組み事例>



⇒今後は、環境、社会のセグメントに分けて整理・推進

## G ガバナンス

企業価値向上と社会的責任を果たすためのガバナンス体制の構築

## ご留意事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

なお、今後の当資料のアップデートは、2025年6月を予定しております。

End of file



まだない「欲しい」をつくりだす。