

PayPay 株式会社

2027 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会

PayPay 株式会社 江前 公太郎（IR 部長）

この度は PayPay の 2026 年度第 1 四半期の決算説明会にご参加いただきありがとうございます。IR 部長の江前です。本日の説明会には、代表取締役社長 兼 CEO の中山、CFO の影近、そして経営戦略 兼 財務本部長の元田が出席しております。本日の説明会は、ライブ配信を行っております。後日、Web でもライブ配信の模様を公開予定ですので、予めご了承をお願いいたします。

本日の説明や説明資料では、将来の見通しに関する記述（Forward-looking statements）および連結業績予想が含まれているほか、特定の非 IFRS 財務指標や未監査の財務指標も含まれており、実際の業績は当社の予想と大きく異なる可能性があります。リスク要因や非 IFRS 指標の比較調整の詳細につきましては、決算説明会資料 2 ページの免責事項を十分にご確認いただきますようお願い申し上げます。

それでは中山さん、お願いいたします。

PayPay 株式会社 中山 一郎（代表取締役 社長執行役員 CEO）

決算の前に、この度の熊本地震の影響により被災された皆様に、お見舞い申し上げます。皆様の安全と、被災地の一日も早い復旧・復興をお祈り申し上げます。

それでは決算についてです。第 1 四半期も、前四半期に引き続き力強い決算となりました。

営業収益は、決済セグメントの高成長に加え、金融サービスセグメントがそれを上回る成長を実現し、前年同期比 27%増となりました。

営業収益から総取引関連費用を差し引いた RLTC は、前年同期比 26%増となりました。RLTC マージンは、政策金利の上昇に伴う銀行預金の費用増を主因として、1 ポイント低下の 77%となりました。調整後 EBITDA は、両セグメントにおける営業レバレッジにより前年同期比 59%増となり、マージンは 34%に拡大しました。その結果、「Rule of X」は 61%となり、トップライン成長と収益性の両面で確かな成長を実現しています。

本日、(株)セブン&アイ・ホールディングスとの資本・業務提携を発表しました。この機会に、当社の成長戦略をあらためてご説明します。

初めにお伝えしたいのは、当社の目標は、国内最大級のデジタル金融プラットフォームを構築することです。その実現に向けて、重要な要素は 2 つあります。1 つ目は、プロダクトと顧客接点の拡大です。当社は決済からサービスを開始し顧客接点を拡大しながら、カード、銀行、証券といった金融サービスの機能を強化してきました。生命保険では、6 月に T&D フィナンシャル生命保険の株式取得を発表しました。これにより、保障、資産形成、資産承継など、ライフステージに応じた幅広いニーズに対応していきます。さらに、(株)セブン&アイ・ホールディングスとの取り組みにより、日常の買い物を通じた顧客接点を広げていきます。2 つ目は、この多様なプロダクトや顧客接点から得られるデータです。青

い円は、顧客属性や金融資産などの静的データを示しています。赤い円は、日々の決済や購買といったリアルタイムデータです。これらを組み合わせることで、ユーザーがどのような人で、今何を必要としているのかをより深く理解できます。これにより、最適な金融サービスを、最適なユーザーに、最適なタイミングで提供することが可能になります。これは、従来の金融機関によるマスマーケティングとは異なる、当社ならではのアプローチです。当社は一貫して、プロダクト、顧客接点、データ基盤への投資を進めてきました。目指す方向は変わっておらず、着実に実行しています。

その一例が、T&D フィナンシャル生命保険の株式取得です。

今回の取得により、銀行預金と証券の間に位置する生命保険を加え、金融サービスのラインアップを拡充します。PayPay の顧客基盤に新たなデジタル生命保険商品を提供するとともに、資産運用の高度化を通じて、収益機会の拡大と利益率の向上を目指します。また、生命保険事業のバランスシートを取り込むことで、決済事業のフロー型収益と金融サービスのストック型収益を組み合わせ、より強固なハイブリッド型事業モデルを構築します。これにより、足許の金利上昇局面の恩恵を捉えつつ、外部環境の変化にも強い、持続的な成長基盤を築いていきます。株式取得の完了に向け、着実に準備を進めてまいります。

次に、本日発表した㈱セブン&アイ・ホールディングスとの資本・業務提携についてご説明します。

はじめに、本提携の意義についてです。私たちが目指すのは、単なる決済連携ではありません。店舗とデジタルの顧客接点をつなぎ、日常の買い物体験を進化させることです。㈱セブン-イレブン・ジャパンは、全国に約 2 万 2,000 店舗を展開し、1 日約 2,000 万人のお客さまが来店しています。PayPay は約 7,500 万人のユーザーを有し、1 日あたりの決済回数は約 3,000 万回になります。業界を代表する両社の強みを組み合わせることで、日々生まれる膨大なデータをより相互に活用できます。ここに、本提携の大きな意義があります。㈱セブン-イレブン・ジャパンは、商品開発、物流、店舗運営、会員基盤、販促、アプリなど、幅広い事業基盤を有しています。その中で PayPay は、ビジネスモデル転換のパートナーとして、デジタル顧客接点の刷新を担います。会員、ID、データ、ポイント、アプリ、販促を PayPay のプラットフォーム上でつなぎ、店舗にデジタルの力を加えていきます。この役割分担により、日常における顧客とのつながりを、より強く、より広くしていきます。中長期では、連続性のあるリアルタイムデータを最重視しています。日常の決済は、ユーザーに追加の入力を求めることなく、継続的に鮮度の高いデータを生み出します。データが蓄積されることで、AI は学習を続け、一人ひとりにより適した提案が可能になります。これは短期的な施策ではなく、AI 時代における LTV (ライフタイムバリュー) 向上を見据えた長期戦略です。今後、PayPay は、米国を含む海外で決済サービスを展開する機会を検討していきます。現時点で具体的な計画はありませんが、本提携による日本での成功が、将来のグローバル成長を支える一助になると考えています。同時に、足元の成長にもつなげていきます。たとえば、「7NOW」やモバイルオーダーと、PayPay の顧客基盤やデータを組み合わせることで、潜在顧客により効果的にアプローチできます。顧客体験の向上を短期的な成長につなげ、このモデルを着実に実行していきます。

これらの取り組みを通じて、人生 100 年時代において、ユーザーの生活をワンストップで支えるデジタル金融プラットフォームを構築します。金融ニーズは、ライフステージによって変化します。若い世代では決済やカードが中心ですが、年齢を重ねるにつれて、必要なサービスはより幅広くなります。当社は、決済、購買、行動データを組み合わせ、一人ひとりに合ったサービスを提供します。これにより、顧客獲得コストを抑えながら、LTV を高めていきます。投資家の皆様には、当社のビジョンとともに、サービスのクロスユースやユーザー 1 人当たり収益の拡大にご期待いただきたいと思います。

その進捗を示す指標の1つが、ARPUです。

決済と金融のクロスユースは、双方の成長につながります。金融サービスの収益を拡大するだけでなく、金融サービスの利用が決済のエンゲージメントを高め、GMVと決済セグメントのARPUの拡大にもつながります。当社の成長戦略は変わりません。顧客接点を広げ、データを蓄積し、そのデータを活用して最適な金融サービスを届ける。この戦略のもと、成長投資とクロスユースを推進し、中長期的な企業価値の向上を目指します。

以上で私からの説明を終わります。続いて、影近 CFO より決算の詳細をご説明します。ありがとうございました。

PayPay 株式会社 影近 航（常務執行役員 CFO）

中山さん、ありがとうございます。私からは業績について説明いたします。

第1四半期（4－6月期）の業績ハイライトです。2026年度は力強いスタートを切ることができました。この好調なモメンタムを反映し、2026年度通期のガイダンスを上方修正いたします。詳細は追ってご説明いたします。好調な業績について、決済、金融双方における成長の質にも注目いただきたいと思います。決済セグメントでは、「PayPay カード」の利用が加速し、主たる成長ドライバーであり続けています。「PayPay カード」の利用拡大を通じ、MTUあたり月間GMVを高め、ユーザーのメインウォレット化を進めてまいります。加えて、より収益性の高いオンラインGMVの拡大も牽引し、ユニットエコノミクスも着実に向上いたしました。このオンラインGMVの向上は、当社が強みとする若年層ユーザー層が牽引しています。金融サービスセグメントでは、着実な顧客基盤の拡大とともに、成長基盤の整備に取り組んでおります。第1四半期において、PayPay 銀行(株)においては、前期までPayPay カード(株)の社長であった谷田が新社長に就任し、その指揮のもとで成長戦略の再構築と実践に取り組んでいるほか、次世代システム計画についてはAI時代に相応しい見直しを実行しております。PayPay 銀行の口座数は1,000万を超えるなど、着実に顧客基盤の成長を遂げています。

第1四半期および足許における主な事業トピックスについて説明いたします。本年2月に予告していた通り、6月にポイントプログラムを包括的に見直しいたしました。複数の変更がありますが、財務的な観点で最大の影響があるのはポイント付与対象をeKYC 済ユーザーに限定したことです。当社では安全安心にご利用いただける金融インフラの実現に向けて、eKYCの実施を推進しています。この取り組みによってeKYC 済ユーザー数は4,250万を突破いたしました。副次的効果として、財務的には6月単月で約10億円の費用の効率化につながりました。

こちらは連結の営業収益の状況です。冒頭に中山からご説明いたしましたので省略させていただきます。

こちらのスライドは調整後 EBITDA の状況です。こちらも同様に説明は省略させていただきます。

冒頭の決算ハイライトで触れた通り、GMV 成長の主たるエンジンである「PayPay クレジット」、「PayPay カード」は好調に推移しております。また、GMV ミックスの改善を主因にテイクレートも増加基調を継続しました。MTU は、登録ユーザー数の増加に加え、アクティブレートの

上昇により、前年同期比で 10%増となり、約 4,200 万人となりました。MTU あたり GMV、すなわち稼働ユーザー当たりの単価は、月間決済回数の増加を主因に増加基調が続いています。

PayPay カードは、好調な新規獲得が続いているほか、ソフトバンクによる新料金プラン「ペイトク 2」に伴いゴールドカードの獲得が大きく増加し始めています。また、前年度下期にリリースした「あとから分割」も含めたリボ払い・分割払いの残高は前年同期比+25%で成長しているほか、キャッシングの利用も好調に拡大し前年同期比+57%の成長となっています。続いて、PayPay カードの与信指標について説明いたします。今回からは、前回決算でご説明した「純損失率」に代わり、「不良債権発生率」、すなわち、当四半期に不良債権である「ステージ 3 債権」に移行した金額を期初債権残高で除して算出したうえで、過去 4 四半期分の不良債権発生率を合算した年換算数値を開示いたします。当四半期では 2.6%、経年では低減傾向にあり、クレジットポートフォリオの状況は引き続き良好です。

続いて金融サービスセグメントの説明に移ります。銀行、証券ともに PayPay アプリを起点とした顧客獲得が引き続き奏功し、口座数は二桁成長を継続しています。PayPay 銀行の口座数は 1,000 万口座を超えたほか、顧客獲得コストをゼロとした PayPay 証券においても前年同期比 29%増となり、口座数では国内インターネット証券において 6 位から 5 位へと上昇いたしました。銀行各社の預金獲得競争が高まる中においても、預金残高は堅調に拡大し、前年同期比 17%の 2.3 兆円となりました。貸出残高は前年同期比 37%増の 1.3 兆円、預貸率は 57%となりました。預金金利回りから貸出金利回りを控除した預貸金利回り差は、大企業を含む貸出先が多様化したことで法人向けローンが増加し、若干縮小しております。引き続き、収益性もしっかりと見ながら取り組んでまいります。

こちらのスライドは、バランスシートと主たる指標を示しています。ROE は 22.5%でした。引き続き向上に努めていきます。

最後に、業績予想について説明いたします。

まず、Q1 のガイダンスを上回って着地した背景は主に 3 つあります。1 つ目、決済事業の GMV 成長が想定以上であったこと。2 つ目、加盟店向け事業が好調であったこと。3 つ目は株式市場等の外部環境が良好に推移したことによるものでした。通期ガイダンスに関しては、Q1 で確認された事業の好調なモメンタムを反映して上方修正いたします。営業収益は前年度比+22%~24%となる 4,650~4,730 億円、調整後 EBITDA は 1,490~1,550 億円といたします。調整後 EBITDA マージンは中央値で 32%程度となります。Q2 のガイダンスに関しては、営業収益は 1,140~1,160 億円、前年同期比で約+24%、調整後 EBITDA は 375~395 億円、調整後 EBITDA マージンは 34%程度と予想します。Q1 対比で営業収益の成長率がやや減少傾向とみているのは、主に 2 つの要因です。ご説明した Q1 単独の一過性要因と、前年同期において日本の自治体寄付制度である「ふるさと納税」の制度改定による駆け込み需要が発生した反動等を勘案しています。事業自体のモメンタムは変わっておらず、引き続き力強い成長を実現できると考えております。

それでは、質疑応答に移りたいと思います。ありがとうございました。