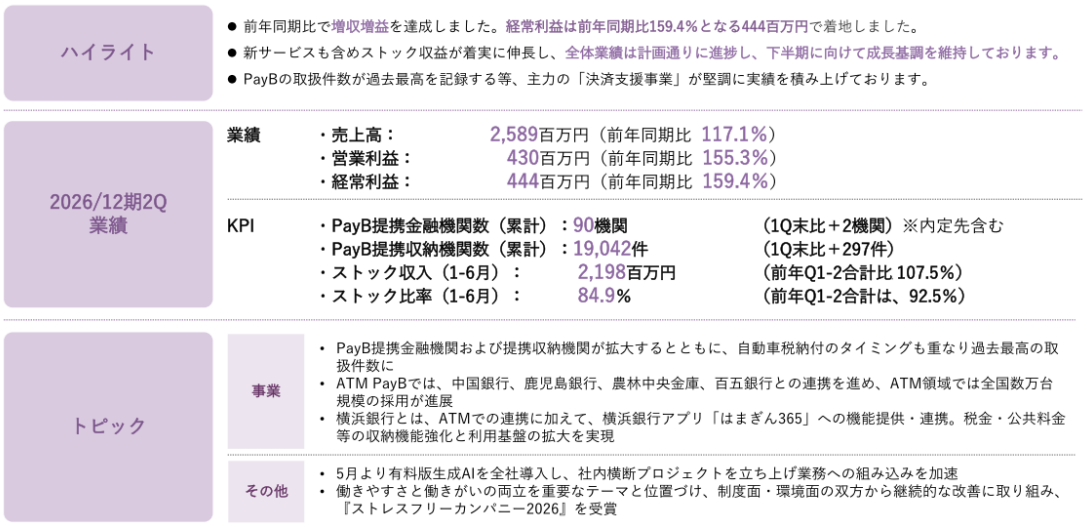
2026 年 8 月 13 日

ビリングシステム株式会社

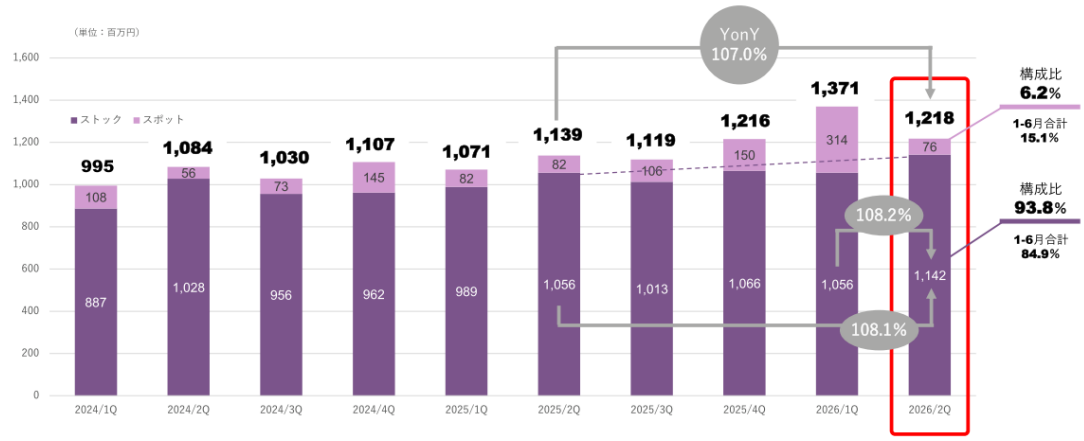
2026 年 12 月期第 2 四半期決算について
投資家の皆さまからの想定されるご質問とその回答

ビリングシステム株式会社は、2026 年 8 月 13 日に開示しました 2026 年 12 月期第 2 四半期決算に関連して、投資家の皆さまが気になるポイントなど想定されるご質問とその回答を取りまとめました。
本資料は当社事業及び決算内容への理解をより一層深めていただくことを目的として公開するものです。

1. 業績・進捗

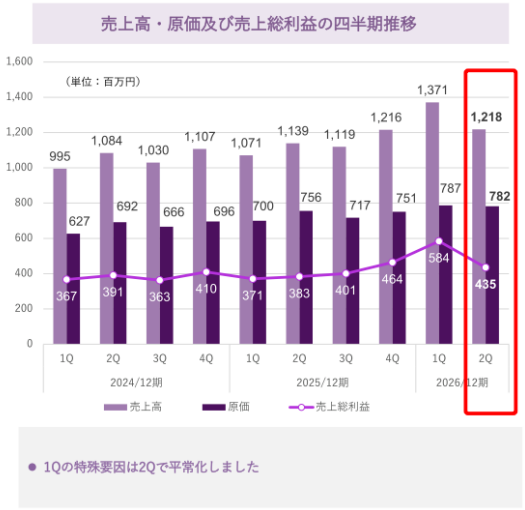
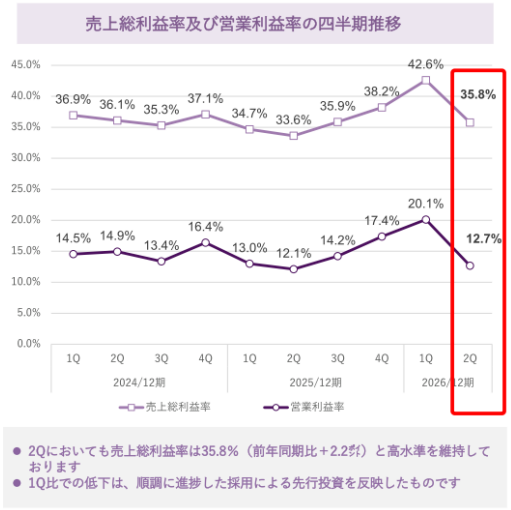
Q1	**第 2 四半期累計の業績を会社としてはどのように評価していますか。**
A	2026 年 12 月期第 2 四半期累計は、売上高 2,589 百万円、営業利益 430 百万円、経常利益 444 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益 283 百万円となり、前年同期比で増収増益となりました。特に主力の決済支援事業が堅調に推移し、既存サービスの決済取扱件数の積み上がりに加え、金融機関連携先やサービス提供領域の拡大が進んだことが業績を支えました。 通期業績予想に対する進捗率としては売上で 46.2%、経常利益で 48.0%、EPS で 48.8%であり、ストック収益が逓増する傾向を鑑みると計画通りの進捗であると認識しております。 

Q2	**第 1 四半期は大型スポット案件で利益が大きく見えましたが、第 2 四半期は失速したのではないですか。**

A	第 1 四半期には大型スポット案件の寄与があり、利益率が一時的に高くなりました。 第 2 四半期ではその特殊要因が平常化したため、直前四半期比では利益水準が落ち着いて見えますが、第 2 四半期単独でも売上総利益率 35.8%、営業利益率 12.7%を確保しており、前年同期比では改善しています。また、主力のストック収益は継続して拡大傾向にあり、計画通り進捗していると考えています。 ● 四半期ごとの売上推移は安定的に上昇基調を継続しており、前年同期比107.0%となる1,218百万円となりました。 ● ストック売上は前年同期比108.1%の1,142百万円と着実に積み上がり、構成比も平常化して93.8%となりました。 

Q3	**通期業績予想を据え置いた理由を教えてください。**
A	第 2 四半期累計時点の進捗率は、売上高 46.2%、営業利益 46.3%、経常利益 48.0%となっており、概ね計画に沿って推移しています。 第 1 四半期の特殊要因が平常化したことも踏まえ、現時点では 2026 年 2 月 13 日に公表した通期業績予想から変更しておりません。 今後も事業環境や案件進捗を慎重に見極めながら、開示すべき変更が生じた場合には速やかにお知らせしてまいります。

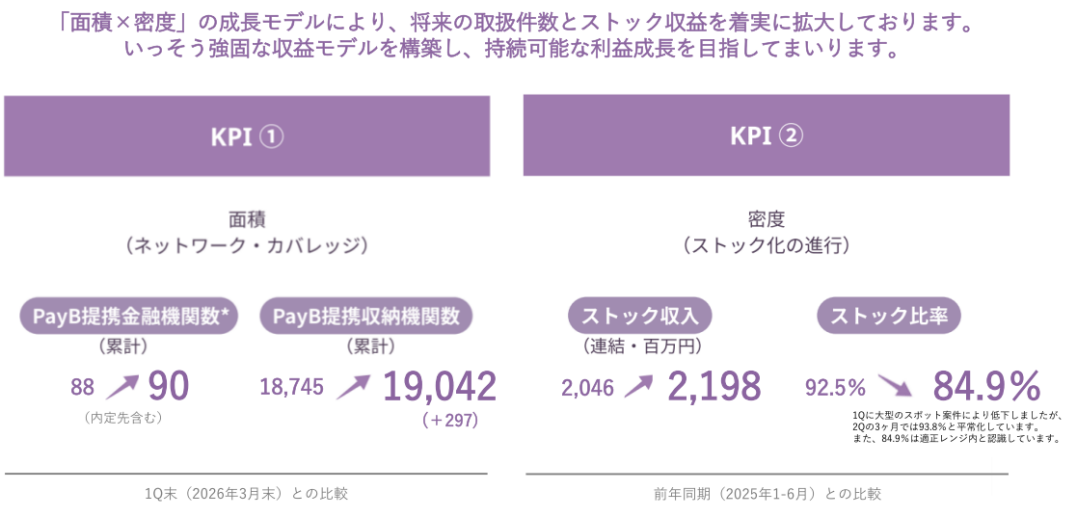
（金額単位：百万円）	2025/12期 2Q累計実績	2026/12期 2Q累計実績	前年同期比	2026/12期 通期業績予想	進捗率
売上高	2,211	2,589	117.1%	5,607	46.2% (前年同期の進捗率は46.1%)
売上総利益	754	1,019	135.1%	–	
売上総利益率	34.1%	39.4%	+5.3ポイント	–	–
販管費	477	589	123.4%	–	–
営業利益	277	430	155.3%	929	46.3% (前年同期の進捗率は37.0%)
営業利益率	12.5%	16.6%	+4.1ポイント	–	
経常利益	278	444	159.4%	926	48.0% (前年同期の進捗率は37.3%)
経常利益率	12.6%	17.2%	+4.6ポイント	–	
当期純利益	175	283	161.3%	584	48.4% (前年同期の進捗率は37.7%)
当期純利益率	7.9%	10.9%	+3.0ポイント	–	
EPS（円）	27.93	45.35	162.3%	93.01	48.8% (前年同期の進捗率は37.8%)

Q4	**売上総利益率が改善している要因は何ですか。**
A	第 2 四半期累計の売上総利益率は 39.4%となり、前年同期比で 5.3 ポイント改善しました。第 1 四半期の大型スポット案件の利幅の大きさが最大の要因です。 一方で、第 2 四半期単独では特殊要因が平常化しているものの、前年の第 2 四半期と比べると 2.2 ポイント改善しています。これは、常駐外注契約先の見直し等による原価率の低下が寄与したものです。 今後も案件構成や成長投資の状況を踏まえながら、収益性の維持・向上に取り組んでまいります。  

Q5	**販管費の増加は利益成長の重荷になりませんか。**
A	いいえ。販管費は前年同期比で増加していますが、主な要因は開発およびコーポレート機能強化のための人材採用、有料版生成 AI の全社導入、研修・育成制度の充実等です。これらは短期的には費用増となりますが、中期経営計画 2 年目の戦略実行に必要な基盤投資であり、計画の範囲内で進捗しています。先行投資であると位置づけ、投資対効果を確認しながら、成長力と費用コントロールの両立を図ってまいります。

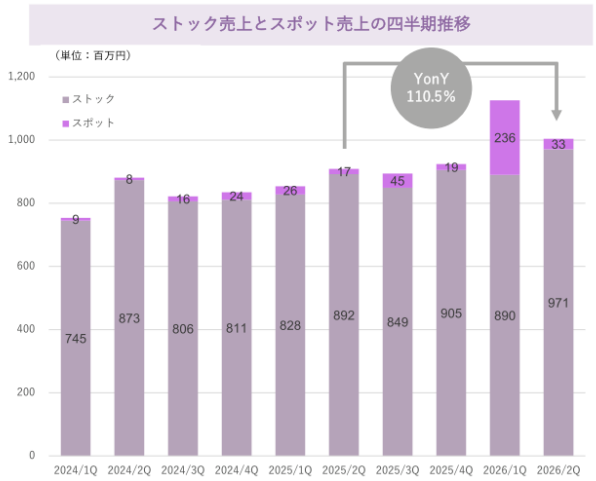
2. 収益構造・成長ドライバー

Q6	**ストック比率が 1-6 月で 84.9%に低下している点をどう見ればよいですか。**

A	1-6 月累計では、第 1 四半期の大型スポット案件の影響によりストック比率が 84.9%となりました。ただし、第 2 四半期単独ではストック比率が 93.8%まで平常化しており、ストック収益も前年同期比 108.1%と着実に積み上がっています。スポット案件は上振れ要因として捉えつつ、当社の収益基盤は引き続きストック収益を中心に形成されています。 こうした背景を踏まえますと、84.9%という数値は、適正なゾーンにあると認識しております。 

Q7	**スポット売上は一過性なら、むしろ評価しにくいのではないですか。**
A	スポット売上は継続的に同じ規模で発生するものではないため、恒常的な収益力としては慎重に見る必要があります。一方で、既存の決済プラットフォームや技術基盤を活用した個別開発案件は、顧客との接点を深め、周辺サービスや継続利用につながる重要な入口にもなります。当社としては、スポット案件を過度に前提化することなく、案件ごとの採算性と将来性を精査しながら、ストック収益の積み上げにつながる案件を選別して取り組んでいます。

Q8	**主力の決済支援事業は、どの程度成長していますか。**
A	決済支援事業は、2026 年第 2 四半期に前年同期比 110.5%となり、売上高に占める構成比は 82.5%となりました。PayB、クイック入金、収納代行などの決済件数が着実に積み上がっており、当社の安定収益モデルを支える中核事業と言えます。第 1 四半期の大型スポット案件を除いても、決済回数に基づくストック収益が構造的に積み上がっている状況です。

	これらのソリューションは当社の安定収益を支える中核基盤であり、継続的な収益創出力を有する重要な事業です。この基盤があるからこそ、新サービスや新チャネルへの挑戦を進めることができており、今後も収益基盤の強化と成長領域への展開を両立させてまいります。  前年同期比：110.5% 前四半期比：89.2% 売上高に占める構成比：82.5% ● PayBは自動車税納付のタイミングも重なり過去最高の取扱件数となりました。 ● クイック入金は好調な株式市況や人気銘柄のIPO等により件数が増加しました。 ● 1Q比では89.2%となりましたが、1Qの大型スポット案件による特殊要因を除けば、着実に成長しております。 ● 決済回数にもとづくストック収入が構造的に積み上がる当社のビジネスモデルにより、下半期に向け着実に推移しております。

Q9	**PayB の成長余地はまだありますか。**
A	現状、収納票の支払いの多くがいまだにコンビニ、銀行、郵便局、自治体窓口で行われている現状を鑑みると、これからさらに拡大できる余地があると認識しております。 PayB は、公共料金や税金等の払込票決済手段として利用が拡大しており、2026 年 6 月末時点で利用可能な払込票発行機関は 19,042 社・団体となりました。 税公金や公共料金、自治体関連、教育機関など、都度確認型の支払いニーズが残る領域では、引き続き利用拡大余地があると考えています。加えて、ATM、金融機関アプリ、他社 Pay アプリへの機能提供など、利用チャネルの多様化も進めています。 収納票のキャッシュレス化は、利用者の利便性向上に加え、銀行窓口やコンビニエンスストアにおける業務負担の軽減という観点からも、今後さらに進展していく可能性が高いと見ています。当社は、金融機関、収納機関、決済事業者との接続ネットワークを既に広く構築しており、この基盤を活用することで、今後の利用拡大を着実に収益機会へつなげていきたいと考えています。

Q10	**PayB は紙の払込票に依存しており、将来的に市場縮小リスクがあるのではないですか。**

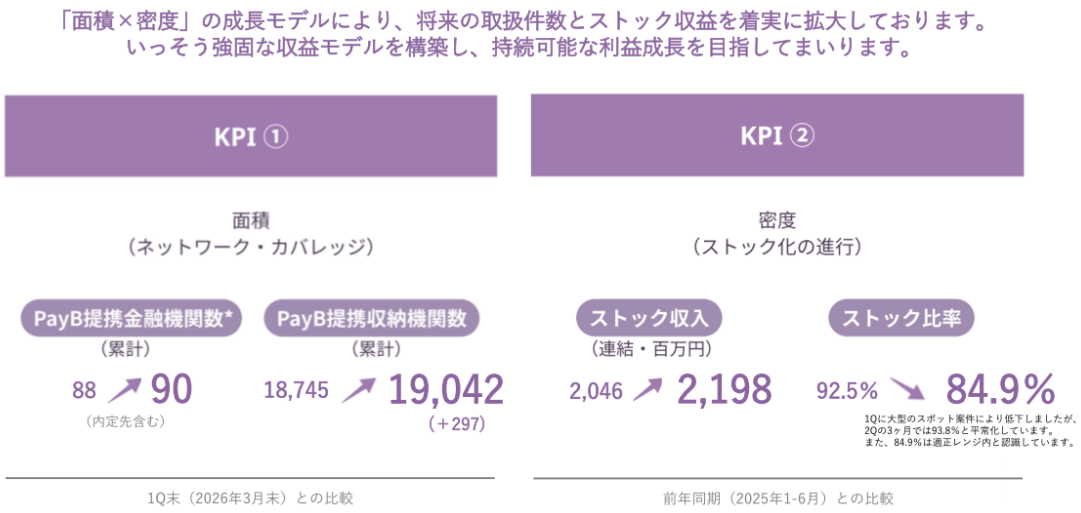
A	紙の払込票は長期的には減少していく可能性がありますが、当社は紙そのものではなく、請求・収納・決済をつなぐインフラを事業領域としています。また、紙での払込票をデジタル化するソリューションとして Billing BOX というサービスも展開しており、そうした社会変化への対応も進めています。 一方で、急激に紙の収納票がなくなるとは考えにくい現実を踏まえますと、法人向けに展開している PayB for Business では多くの引き合いがありますし、また、スマホ以外のチャネルとして ATM に PayB 機能を組み入れるなど、紙からデジタルへの移行局面を支えるサービスを幅広く提供している点に着目いただきたいと思っております。 当社は、紙が残る領域では利便性を提供し、ペーパーレス化が進む領域では請求・収納業務のデジタル化を支援するという両面からアプローチしていく方針です。

Q11	**PayB HUB は、PayB 本体と何が違うのですか。**
A	PayB 本体は利用者が PayB アプリ等を通じて払込票を支払うサービスですが、PayB HUB は他社スマホ決済アプリに PayB の収納票キャッシュレス機能を提供する中立的な接続基盤です。実際に皆さまが日々ご利用になっている主要な Pay アプリにもその機能を提供しております。 大手 Pay 事業者にとっては、当社の PayB 機能を組み込むことによって、各地方自治体や金融機関等との個別接続や個別契約の負担をなくし、請求書払い機能を迅速に提供できるという大きなメリットがあります。電力会社や地方自治体等の請求元側にとっても、複数の決済手段に対応しやすくなるため、当社が築き上げてきた基盤を活用することの経済合理性は高いという評価を得ています。 そのため、当社としては決済手段の多様化が進むほどハブとしての価値が高まると考えています。

Q12	**競合の Pay アプリが自前化した場合、PayB HUB の価値は下がりませんか。**
A	自前化は理論上可能ですが、収納代行会社、公共料金事業者、自治体、金融機関、制度変更対応、運用保守、例外処理などを個別に担う必要があります。 当社は特定の Pay アプリに依存するのではなく、複数の収納機関・金融機関・決済事業者をつなぐ中立的なインフラを提供しています。 したがいまして、自前化は理論上は可能であるものの、接続先の拡大、制度変更への対応、運用保守、

	例外処理まで含めると、Pay 事業者にとって相当の負担を伴います。当社の PayB 機能を活用することで、Pay 事業者は請求書払い機能を効率的に提供しながら、自社のユーザー体験や利用者拡大に注力できます。この点に、当社の中立的な接続基盤としての経済合理性があると考えています。

3. 事業別トピック

Q13	**ATM PayB の金融機関連携は、業績上どのような意味がありますか。**
A	ATM PayB は、スマートフォンアプリだけでなく、金融機関の ATM を新たな決済チャネルとして活用する取り組みです。2026 年 1-6 月では、中国銀行、横浜銀行、鹿児島銀行、農林中央金庫、百五銀行との連携を進めました。ATM で税金・公共料金等の支払いが可能になることで、利用者接点が広がり、金融機関側のチャネル価値向上と PayB の取扱件数増加につながる取り組みと位置付けています。 面を押さえる活動として、当社はメガバンクを含む 90 の金融機関と提携しており、特筆するべき幅の広さでカバレッジを実現しています。 なお、ATM の機種入れ替えには一定の時間を要するため、提携の効果が直ちに業績へ大きく表れる性質のものではありません。一方で、金融機関のチャネルに PayB 機能が組み込まれていくことで、時間の経過とともに利用接点が広がり、中長期的な取扱件数の拡大につながると考えています。 

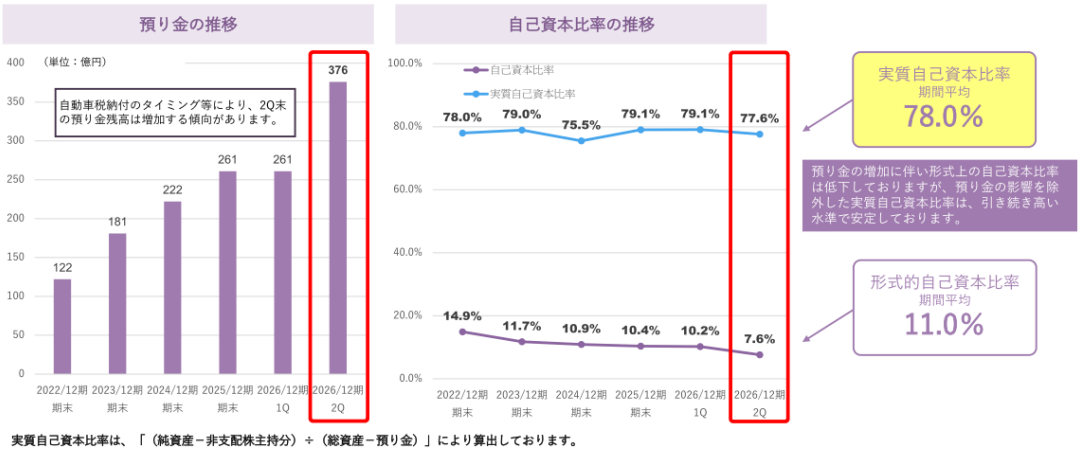
Q14	**横浜銀行との取り組みは、単なる ATM 連携以上の意味がありますか。**

A	横浜銀行とは、2024 年の PayB 登録口座対応を起点に、ATM での払込票支払い、さらに自行アプリ「はまぎん 365」への PayB 実装へと連携が広がっています。これは PayB を当社アプリ内に閉じたサービスとしてではなく、銀行アプリや ATM など複数の銀行チャネルに組み込める決済機能として提供する事例です。金融機関の預金者接点を通じて、利用機会の拡大を図る取り組みと考えています。

Q15	**PayB for Business は本当に次の成長ドライバーになりますか。**
A	PayB for Business の重要性は、単に既存の PayB を法人向けに横展開したという点だけではなく、事業モデルと顧客基盤が大きく広がる点にあります。これまでの PayB は、金融機関や決済アプリ等を通じて個人利用者にご利用いただく B2B2C 型のモデルが中心でした。一方、PayB for Business は、法人の支払業務そのものを対象とする B2B、あるいは企業グループや取引先を含めた B2B2B 型のサービスです。 つまり、対象領域が個人の払込票支払いから、法人の税金・公共料金等の支払業務へ広がることになります。法人では、支払件数が多く、確認・承認・支払・管理といった業務プロセスも複雑であるため、効率化ニーズは大きく、これまで PayB では十分にアプローチできていなかった新しい顧客基盤を開拓できる可能性があります。 その意味で、PayB for Business は従来の PayB とは異なる法人市場を開拓する取り組みであり、当社にとって新たな成長余地を持つサービスだと考えています。不動産業界などで既に具体的なニーズが見え始めていますが、同様の支払業務を抱える法人は幅広く存在します。個人向けから法人向けへ対象市場が広がることで、将来的には大きなマーケットを期待できる成長ドライバーの一つに育てていきたいと考えています。

Q16	**PayB for Business で不動産業界からの関心が高い理由は何ですか。**
A	不動産関連事業者では、管理物件の空室に関する電気料金や共用部分の公共料金など、多数の支払い業務が発生します。件数が多く、確認・承認・支払・管理に手間がかかるため、支払業務の効率化ニーズが高い業界です。PayB for Business は、こうした支払いをデスクにいながら Web 上で処理できるため、業務負担の軽減や事務効率化に貢献できるサービスとして提案を進めています。

4. 財務・資本政策

Q17	**自己資本比率 7.6%は低すぎるのではないですか。**
A	表面上の自己資本比率は 7.6%ですが、これは収納代行サービスに伴う預り金が資産・負債に両建てで計上される事業特性の影響が大きいものです。預り金と対応する現金及び預金を控除した実質的な自己資本比率は 77.6%であり、実態としては安定した財務基盤を維持していると認識しています。また、有利子負債はありません。 当社の事業特性上、顧客企業への精算前の預り金が期末に滞留し、貸借対照表上の資産と負債が両建てで膨らみますが、これらは**1ヶ月以内に解消される一時的項目**です。それらの影響を取り除いた実質的な自己資本比率は下図のとおりです。  実質自己資本比率は、「（純資産－非支配株主持分）÷（総資産－預り金）」により算出しております。

Q18	**預り金が大きく増えていることにリスクはありませんか。**
A	2026 年第 2 四半期末の預り金は 376 億円規模となっており、第 2 四半期末は自動車税納付のタイミング等により増加しやすい傾向があります。預り金は加盟店企業等への精算前に一時的に保有する資金であり、当社の売上や利益として自由に使える資金ではありません。貸借対照表上は資産・負債が膨らみますが、取扱件数や取扱高の拡大を反映する面があり、実質自己資本比率も高い水準を維持しています。 預り金は、長年の運用実績に基づき、金融機関等との連携のもとで適切に管理しています。加盟店企業等への精算前に一時的に保有する資金であり、当社が自由に使用できる資金ではありませんが、取扱高の拡大に伴い残高が大きく見える局面があります。当社としては、事業特性を踏まえた資金管理と内部統制を徹底しており、現時点で過度なリスクとしては認識していません。

Q19	**営業キャッシュ・フローが大きく見えますが、実力値として見てよいですか。**
A	当中間期の営業キャッシュ・フローは 12,015 百万円の収入となりましたが、主な要因は預り金の増加です。したがって、営業キャッシュ・フローの増加額のすべてを事業利益の実力値として見るべきではありません。一方で、預り金を伴う取扱高の増加は、決済・収納インフラとしての利用拡大を反映する面があるため、財務諸表では事業特性を踏まえた見方が必要です。

（金額単位：百万円）	2025/12期 2Q末	2025/12期 4Q末	2026/12期 2Q末	前年同期比
営業活動による キャッシュ・フロー	7,832	4,201	12,015	153.4%
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 16	▲ 37	▲ 373	-
フリー・キャッシュ・フロー	7,816	4,163	11,641	148.9%
財務活動による キャッシュ・フロー	692	▲ 147	▲ 239	-
現金及び現金同等物の増減額	8,509	4,016	11,401	134.0%
現金及び現金同等物の期首残高	23,653	23,653	27,669	117.0%
現金及び現金同等物の期末残高	32,163	27,669	39,071	121.5%

主に、預り金の増加によるものです。2025年12月末からの預り金の増加額は約115億円となっております。

主に、定期預金の払戻と預入の差引によるものです。

主に、配当金の支払いおよび自己株式の取得によるものです。

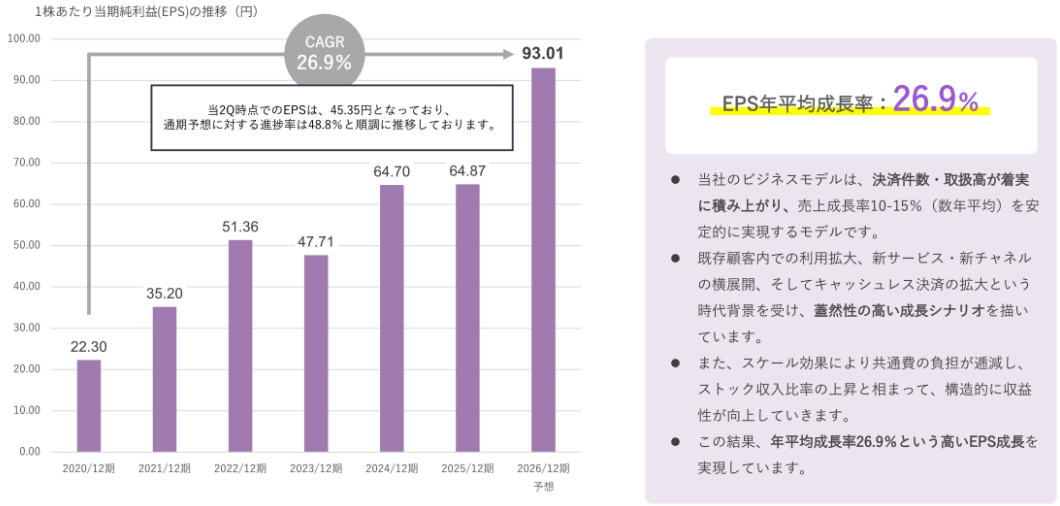
Q20	**配当方針と今期配当予想について教えてください。**
A	当社は、連結配当性向 35%と DOE3%を目安として、安定性と業績連動の両立を図る方針です。 2026 年 12 月期の年間配当は 1 株あたり 32.50 円を計画しており、直近公表予想からの変更はありません。キャッシュアロケーションの基本方針に沿って、人材投資や成長投資への配分と株主還元のバランスを取りながら、中長期的な企業価値向上を目指してまいります。

連結配当性向35%とDOE（株主資本配当率）3%を目安として、安定性と業績連動を両立した還元を目指します。

当期は1株あたり32.50円を計画

成長投資への適切なキャピタルアロケーションとバランスを図りつつ、最適な資本構成を維持し、長期的な企業価値向上を通じて株主の皆様の期待に応えてまいります。

	2022/12期（実績）	2023/12期（実績）	2024/12期（実績）	2025/12期（実績）	2026/12期（予想）
1株あたり年間配当金（円）	10.00	12.00	22.50	25.80	**32.50**
配当性向（%）	19.5%	25.2%	34.8%	39.8%	35.0%

Q21	**EPS 成長率 26.9%は高く見えますが、今後も続くと見てよいですか。**
A	資料では、2020 年 12 月期から 2026 年 12 月期予想までの EPS 年平均成長率を 26.9%と示しています。ただし、将来の成長率を保証するものではありません。当社としては、決済件数・取扱高が積み上がるビジネスモデル、既存顧客内での利用拡大、新サービス・新チャネルの横展開、キャッシュレス決済拡大という市場環境を背景に、蓋然性の高い成長シナリオを描いています。 社会環境やユーザーの行動属性などの変化を見据えたサービスを展開し、広く事業機会の網を広げておりますので、安定的な成長に加え、社会環境の変化や景気耐性にも強い点も特徴であると言えます。 

5. その他

Q22	**御社は決済代行会社なのか、収納代行会社なのか、SaaS 会社なのか、投資家から見ると分かりにくいのではないですか。**
A	当社を一言で申し上げると、請求する企業・収納する自治体や公共団体・支払う利用者・金融機関・各種 Pay アプリをつなぎ、お金を正しく受け取り、正しく届けるための決済・収納インフラを提供している会社です。一般的な EC 決済代行会社がネット通販などのカード決済を中心に扱うのに対し、当社は税金、公共料金、学費、家賃関連費用など、日常生活や企業活動に深く関わる支払いの領域に強みがあります。 例えば、利用者が払込票をスマートフォンや ATM、Pay アプリで支払う場合、その裏側では、請求

	元、金融機関、収納機関、決済事業者を安全かつ確実につなぐ仕組みが必要になります。当社はこの接続・照合・入金消込・精算といった複雑な業務を支えることで、利用者には便利な支払手段を、請求元には効率的な収納業務を、金融機関や Pay 事業者には新しい決済機能を提供しています。したがって、当社は単なる決済代行会社でも、単なる SaaS 会社でもなく、決済と業務プロセスの双方に組み込まれた中立的な業務インフラ企業であるとご理解いただくのが最も近いと考えています。

Q23	**生成 AI の全社導入は、具体的に業績へ効くのですか。**
A	2026 年 5 月より有料版生成 AI を全社導入し、単なるツール配布にとどまらず、実際の業務プロセスに組み込んで使いこなすことを目的に、全社横断で活用を進めています。具体的には、システム開発における設計・実装・レビュー補助、問い合わせ対応や障害調査時の情報整理、営業・企画部門での提案資料や市場調査資料の作成、管理部門での議事録・社内文書・規程類のドラフト作成など、各部門が日常業務の中で活用テーマを持ち寄り、実務での定着を図っています。 特に当社では、生成 AI を一部の先進的な社員だけが使うものではなく、全社員の業務遂行能力を底上げするための共通基盤と位置付けています。社内で活用事例を共有し、効果のあった使い方を横展開することで、日々の資料作成、調査、文書化、開発支援、ナレッジ共有のスピードを高める取り組みを進めています。現時点では業績貢献額を定量的に示す段階ではありませんが、人員増だけに依存せず、組織全体の生産性と実行力を高める重要な投資として、本気で定着させていく方針です。

Q24	**中期経営計画 2 年目として、今回の第 2 四半期で一番伝えたい変化は何ですか。**
A	中期経営計画 2 年目の第 2 四半期として最もお伝えしたいのは、当社の成長ストーリーが、安定収益の積み上げと次の成長領域への展開の両面で、着実に進捗しているという点です。 決済支援事業では、PayB、クイック入金、収納代行等の取扱件数が継続的に積み上がり、当社の安定収益基盤をさらに強固なものにしています。加えて、PayB HUB、ATM PayB、金融機関アプリへの PayB 機能提供など、当社の決済・収納インフラを外部チャネルに組み込む取り組みが広がっており、既存基盤の価値が新たな収益機会へつながり始めています。 また、PayB for Business や Billing BOX では、法人の支払業務・請求業務の DX という新たな需要を捉

	え始めています。紙の払込票や手作業に依存していた業務領域を、当社の決済・収納基盤を活用してデジタル化していくことで、公共料金・税公金・法人決済周辺の成長余地を広げていきたいと考えています。 同時に、生成 AI の全社活用や人材・組織体制の強化を進めており、成長機会を確実に取り込むための実行力も高めています。第 2 四半期は、既存事業の収益力を維持しながら、複数の成長施策が具体的に動き出していることを示す四半期であり、中期経営計画の実現に向けた手応えを感じています。

Q25	**全東信の破綻が話題となっていますが、御社への影響はありますか。**
A	全東信の破綻による当社業績への直接的な影響はありません。全東信は、報道等によれば、加盟店向けの資金繰り支援やカード売上金の早期資金化など、一定の金融リスクを取る性格のあるビジネスを行っていたと理解しています。一方、当社は収納代行、PayB、ATM PayB、クイック入金等を通じて、金融機関、収納機関、事業会社、利用者をつなぐ決済・収納インフラを提供する会社であり、加盟店等に対して信用供与を行ったり、資金繰り支援を目的として金融リスクを取ったりするビジネスモデルではありません。したがって、全東信と同様の事象が当社で発生する構造にはないと認識しています。